

KISO

2019 Vol.34 JOURNAL

기획동향

자율규제 10년 발전 방향 모색 특별 대담 | KISO
최근 10년간 국내 인터넷 자율규제 관련 법적 환경의 변화 양상 | 황창근
정책규정 제5조와 제13조에 대한 리뷰 : 그 의의와 나아갈 길 | 황용석
국내 인터넷 인물정보 서비스에 대한 평가 및 전망 | 배영
국가는 인터넷을 어디까지 규율해야 할까... 자율규제시스템에 거는 기대 | 김현아
자율규제 최전방, KISO 사무처 직원 인터뷰 | KISO

정책 및 심의결정 리뷰

종교단체의 명예훼손 사유 게시물 삭제요청 심의 결정문에 대한 리뷰 | 정필운
식품회사 A의 관련 검색어 삭제요청 심의결정문에 대한 리뷰 | 이병준

법제동향

개정 전기통신사업법의 부가통신사업 실태조사 근거 규정에 대한 검토 | 홍대식
성폭력특례법에 따른 불법촬영물 삭제의무 관련 개정 | 김학웅

국내외 주요소식

미국-중국 무역분쟁과 차세대 IT 패권전쟁 | 김익현
디지털 음원 관리의 세계 동향 및 향후 방향 | 선호정

이용자섹션

TaaS(Transportation as a Service) 3.0의 시대 | 고태봉
온라인 허위·과장광고 근절을 위한 자율규제의 실효성 강화방안 | 손봉헌

편집위원 칼럼

한국 인터넷과 온라인 여성주의 | 김유향

문화시평

김상배, < 4차 산업혁명과 남북관계 > | 구갑우
인드레아스 와이겐드, < 포스트 프라이버시 경제 > | 구본원

[대담] 진실과 거짓의 싸움에 정부 개입 안 돼... 한국형 자율규제 틀 마련해야

KISO 기획팀

“자율 경쟁 상황 지켜보는 정부 인내심 절실”
“더 많은 회원사 참여... 향후 10년 미래 내다봐야”

정부 규제 완화에 따른 보완적 처방으로 ‘자율규제’에 대한 요구가 높아지고 있다. 한국에서 인터넷 자율규제 기구가 나아가야 할 방향은 무엇일까.

제도와 공공선택의 문제를 수십 년 동안 연구한 연구자이자 2009년 노벨경제학상 수상자인 엘리너 오스트롬은 ‘공유의 비극을 넘어(Governing the Commons)’라는 책에서 공유지의 비극은 각 주체의 자율규칙 형성을 통해 해결될 수 있다고 했다. 정부의 역할은 공정한 시장 속에서 각 행위자가 형성해나갈 ‘자율규칙’들이 준수되고 뿌리내릴 토양을 형성시키고, 유지·관리하는 데 있다는 것이다.

2009년 3월, 국내 인터넷 자율규제의 활성화 및 조기 정착을 위하여 한국인터넷자율정책기구(Korea Internet Self-governance Organization, 이하 KISO)가 출범한 지 올해로 10주년을 맞았다.

KISO는 수년 동안 뜻있는 연구자들과 시민사회의 논의 결과로 태동해 인터넷 공간의 질서와 합의를 도출해 나가고 있다.



<배영 인물정보 서비스 자문위원회 위원장(송실대 교수·왼쪽), 이인호 정책위원장(중앙대 교수·가운데), 김기중 네이버 검색어 검증위원회 위원장(법무법인 동서양재 변호사·오른쪽)이 지난 3월 21일 오후 서울 동작구 중앙대학교에서 만나 자율규제가 나아가야 할 방향을 화두로 이야기를 나누고 있다. 사진=KISO>

KISO저널은 10주년을 맞아 현재 KISO 산하 위원회 위원장들을 만나 자율규제 비전에 대해 들어봤다. 대담은 중앙대 인근 모처에서

두 시간 가량 진행됐다. 이들은 사이버상 다양한 문제를 해결하려면 정부 규제로는 한계에 부딪힐 수밖에 없으며, 협력적 거버넌스(Governance)의 틀을 통해 대응하는 것이 필요하다고 입을 모았다.

△ 시장이 주도하여 설립한 한국 최초 민간 자율규제 기구인 KISO가 10주년을 맞았다.



(이인호 정책위원장) “한국인터넷자율정책기구는 인터넷에서 이용자의 ‘표현의 자유’와 ‘인격권 보호’라는 규범적 가치가 충돌할 경우 균형 감각을 가지고 합리적이고 객관적인 자율규제 정책을 수립하고 실천해왔으며, 특히 정책위원회는 KISO의 사명을 실현하는 중심 위원회로서 지난 10년 동안 충실히 역할을 수행해왔다고 자평한다.”



(배영 인물정보 서비스 자문위원회 위원장) “지

난 10년 전과 비교해 볼 때 인물에 대한 사회적 관심은 더 커진 것 같다. 관심이 많아진 만큼 요구는 다양해졌고, 또 복잡해졌다. 인물정보서비스에 대한 자문을 해 온 지난 6년은 중첩되거나 비어있는 영역을 찾아 정리하는 시간이었다. 아쉬움이 없지 않지만, 충분히 의미 있는 시간이었다고 생각한다.”

△ 지금 자율규제가 필요한 이유는 무엇인가.

(이인호) “특히, 빠르게 진화하는 인터넷 영역에서 자율규제의 장점이 두드러진다. 자율규제는 정부가 규제할 수 없거나 규제가 어려운 영역이나 사안에서 전문성을 가지고 충돌하는 이익들을 객관적으로 조정해 낼 수 있다. 예를 들면, 가짜 뉴스 혹은 거짓 정보를 정부가 나서서 규제하면 자칫 ‘표현의 자유’라는 헌법 정신에 어긋난다는 비판을 받을 수 있으나, 자율규제로 이 문제를 풀어나가는 시도는 매우 의미 있다. 자율규제는 정부 규제가 충분히 가능한 영역에서도 규제 비용을 줄이면서 사업자들의 자발적인 준수를 끌어낼 수 있다.”



(김기중 네이버 검색어 검증위원회 위원장) “(자율규제는) 사회적 변화, 시간의 경과에 따른 새로운 이슈에 유연하게 대응할 수 있으며, 수범자들의 규제에 대한 수용성이 훨씬 크다

는 것이 가장 큰 장점이다. 디지털 유품이 사회적으로 논란이 되었을 때, KISO 주도로 그 기준을 수립한 것이 대표적이다. 이런 새로운 문제에 대한 법령의 대응은 늦을 수밖에 없으므로, 자율규제 기구에서 대응하는 것이 중요하다. 다만, 디지털 유품 사례는 자율규제의 한계를 동시에 보여준 사례이기도 하다. 법령의 제·개정 없이 자율규제의 기준만으로 규제 기준을 정하는 것은 그 집행상에 일정한 한계가 있기도 한데, KISO는 법령상의 한계가 있어 디지털 유품 기준을 최소한으로 정할 수밖에 없었다.”

△ KISO 산하 위원회 위원장으로 재임하며 자율규제 활동에 있어서 어려웠던 점이 있었는지 궁금하다.

(배영) “같은 서비스에 차별적 적용이 불가능한 것이 공적 규제라면, 자율규제는 아무래도 회원사별 상황과 관행의 차이로 상이한 적용이 나타날 수 있다. 이용자 입장에서는 같은 사안이라 할지라도 다른 처리 결과를 나타내는 부분들에 다양한 의구심을 가질 수 있을 것이다. 이런 부분을 이용자에게 설명하는 과정이나 또 가능한 회원사별 공통 기준을 만들어가는 과정이 여전히 쉽지만은 않다.”

(김기중) “KISO가 출범한 지 10년이 됐지만, 이용자들이 KISO 활동에 대해 잘 알지 못한다는 점은 큰 걸림돌이라는 생각이 든다. 이는 홍보의 문제라기보다는 자율규제의 경험과 전통이 부족한 우리 사회의 근본적인 한계인 듯하여, 시간이 필요할 것으로 보인다.”



<KISO 산하 위원회 위원장들이 지난 3월 21일 오후 서울 동작구 중앙대학교 인근에서 만나 자율규제가 나아가야 할 방향에 대해 이야기를 나누고 있다. (사진 왼쪽부터) 김기중 네이버 검색어 검증위원회 위원장(법무법인 동서양재 변호사), 이인호 정책위원장(중앙대학교 교수), 배영 인물정보 서비스 자문위원회 위원장(숭실대 교수) 사진=KISO>

△ 위원장으로 활동하며 가장 보람을 느꼈던 때는 언제인가.

(이인호) “정책위원회는 전문성을 가진 역량 있는 7인(위원장 포함 8인)의 정책위원회 위원들이 회원사가 제공하는 인터넷 서비스의 게시물 또는 검색어 등에 관한 정책을 결정하고, 피해구제 신청에 대해 개별적인 심의 결정을 한다. 인터넷의 긍정적 가치를 지켜나가는 일선에 참여하고 있다는 사실 그 자체로도 보람을 느낀다. 정책위원들과 머리를 맞대고 치열하게 토론하는 것은 소중한 경험이다.”

(배영) “서비스의 운영과 관련한 기본 체계에 대한 검토와 다양한 사례의 심의를 통해 기본 원칙을 구축하거나 개선해나가는 과정에서 보람을 많이 느낀다. 다른 위원회의 경우도 마찬가지겠지만 인물정보 서비스 자문위원회의 경우 직업별 등록 기준을 검토하기 위해 현재 우리 사회의 직업 체계에 대한 전반적인 검토부터 시행했다. 이런 과정 속에

마련한 기준과 적용에 있어서의 원칙은 충분히 의미 있는 작업의 결과였다고 자부한다.”

△ 4차 산업혁명 등 신기술 발전 방향에 따라 프라이버시(Privacy)나 표현의 자유 등과 같은 이슈는 더욱 중요해질 것으로 보이는데, 향후 화두는 무엇이 될 것으로 보는가.

(이인호) “표현의 자유와 프라이버시의 충돌 문제가 두드러지고, ‘잊힐 권리(Right to be Forgotten)’, ‘데이터이동권(Right to data portability)’의 이슈 또한 부각될 것으로 보인다. 그 밖에도 인공지능이 발전하면서 ‘가짜(Fake Data)’ 문제, 알고리즘에 의한 차별 문제도 나타날 것으로 예상된다.”

(김기중) “뭐니 뭐니 해도 개인정보 이슈가 가장 중요한 화두가 될 수밖에 없을 것이다.”

(배영) “개인정보 보호와 활용에 대한 이슈는 향후 데이터 활용 폭이 커지는 상황에서 보다 많은 논의가 뒤따를 것으로 판단된다.”

△ 우리 인터넷 문화에서 변화가 필요한 부분이 있다면 무엇인지, 변화를 위한 방향은 무엇이라고 보는가.

(이인호) “두 가지를 들 수 있겠다. 하나는 자유에 따르는 책임의식을 갖는 것이 필요하고, 다른 하나는 진실 존중의 문화가 확산돼야 할 것으로 생각한다. 인터넷이 수준 높은 자유의 공간이 되기 위해서는 그 자유의 전제인 책임의식이 뒤따라야 하고, 진실을 추구하려는 시민의식이 높아져야 할 것으로 본다.”

(배영) “국민의 기본권이라 할 수 있는 알 권리나 표현의 자유에 대한 권리 인식은 온라인 문화의 활성화를 통해 매우 높아진 반면, 타인의 권리 침해에 대한 고려는 상대적으로 더딘 양상을 보이고 있는 듯하다. 특히 소통을 통해 서로에 대한 이해를 도모하고 갈등요인을 제거해 갈 수 있는 환경이 될 수 있는데, 오히려 갈등이 심화하고 특정 집단에 대한 혐오에 무감해지는 악순환이 계속되고 있다. 어느 한 주체의 노력보다는 문제의 심각성을 자각하고 함께 해결해 나가려는 공감의 형성이 우선 필요하다. 개별 사안에 대한 대책보다는 건강하고 생산적인 공간과 문화, 사회적 분위기를 만들기 위한 모색이 계속돼야 한다.”

△ 인터넷과 관련된 규제가 강화되는 추세다. 정부가 인터넷 진흥 및 규제에서 가져야 할 방향성은 무엇이 바람직하다고 보는가.

(이인호) “인터넷 분야에서 자율규제를 하고 있음에도 규제가 강화되고 있는 현실이 아쉽고 안타깝다. 진실과 허위의 싸움에 정부가 개입해서는 안 된다고 본다. 무엇이 진실이고 허위인지, 어떤 표현이 가치 있고 가치 없는지를 정부가 재단(裁斷)하려고 해서는 곤란하다. 정부는 사상의 경쟁 메커니즘이 잘 작동할 수 있도록 자율적인 여건을 마련해주는 것에 신경을 써야한다고 강조하고 싶다. 한국적 상황에 적합한 자율규제 틀을 만드는 논의구조가 필요하다.”

(배영) “사실 정보화 초기 이외에 효과적인 진흥 정책을 실행하지 못했다. 현재는 규제가 상수이고 진흥이 변수인 상황인데, 패러다임의 변화가 필요하다. 진흥 정책의 경우

에도 현재와 같이 단기 위주의 시장 정책보다는 장단기적인 고려를 통해 미래를 대비할 수 있는 큰 그림을 그려주었으면 좋겠다.”

(김기중) “지금 가장 필요한 것은 자율경쟁 상황을 지켜보는 정부의 인내심이다. 정부가 주도하는 일방적인 법리 적용에 의한 완충장치로서 자율규제의 강점이 있기 때문에 많은 고민이 필요한 시점이다.”

△ KISO가 성공적인 자율규제기구로 정착하기 위해 무엇이 더 보완돼야 한다고 생각하는지 마지막으로 당부의 말씀 부탁드립니다.

(이인호) “KISO 회원사는 현재 12개로 주요 포털 등이 참여하고 있지만 많다고 하긴 어렵다. 국내 이용자를 대상으로 서비스를 제공하는 해외 기업들도 회원사로 참여토록 독려할 필요가 있다.”

(김기중) “이용자를 포함해 보다 넓은 이해관계자 그룹이 참여하는 것이 바람직하며 심지어 정부 쪽 관계자도 옵저버(Observer) 형식으로라도 참여할 필요가 있다고 생각한다.”

(배영) “더 많은 회원사의 참여와 더 많은 영역에서의 활동이 이어지길 기대한다. KISO가 자율규제(Self-Regulation)기구가 아니라 자율정책(Self-Governance)기구라는 이름에 더 부합하는 차원에서 사업을 기획하고 검토해야 한다. 다양한 산업의 스펙트럼 속에 현재 하고 있는 영역 외에 다른 영역으로 활동 범위를 넓혀가기 위해 필요한 내용을 살펴봐야 할 것이다. 그렇게 하려면 인력이 100명은 더 필요하지 않을까(웃음). 물리적 역량의 한계가 있지만, 10년간 업력을 바탕으로 향후

10년을 바라보며 한국과 인터넷, 어떻게 바뀔지 모를 지능정보사회를 내다보고 대비하는 노력이 뒤따라야 한다.” KISO JOURNAL

사회=신익준 KISO 사무처장
정리=박엘리 기획팀장

<약력>

- 이인호 정책위원회 위원장
△한국공법학회·한국헌법학회·한국언론법학회 부회장 △사단법인 한국정보법학회 공동회장(전)
△헌법재판소 헌법연구원 연구관보 △중앙행정심판위원회 비상임위원 △국회사무처 입법지원위원(현 8기) △국가인권위원회 행정심판위원회 위원(현) △한국인터넷자율정책기구 정책위원장(현) △중앙대학교 법학전문대학원 교수(현)
- 김기중 네이버 검색어 검증위원회 위원장
△한국인터넷정보센터 NNC위원(전) △한글인터넷주소 분쟁조정위원회 위원(전) △한국무선인터넷산업연합회 무선인터넷 심의위원(전) △법무법인 동서파트너스 변호사(전) △한국인터넷자율정책기구 정책위원(현) △법무법인 동서양재 변호사(현) △국가인권위원회 비상임위원(현)
- 배영 인물정보 서비스 자문위원회 위원장
△한국정보사회학회 이사(전) △사이버커뮤니케이션학보 편집위원(전) △한국인터넷진흥원 이슈리포트 편찬위원(전) △한국여성정책연구원 자문위원회 위원(전) △한국인터넷자율정책기구 인물정보 서비스 자문위원회 위원장(현) △숭실대학교 정보사회학과 교수(현)

최근 10년간 국내 인터넷 자율규제 관련 법적 환경의 변화 양상

황창근 / KISO저널 편집위원장, 정책위원
홍익대학교 법과대학 교수

<Keyword>

인터넷자율규제, 자율규제, 내용규제, 게시물, 인물정보, 임시조치

I. 들어가며

한국의 인터넷 자율규제의 역사는 일천하다. 그 이유에 대하여는 자율규제의 역량 부족, 토대 결핍, 기존매체와 차별성 부족, 규제권한의 중시, 정책입안절차의 미비 등이 제시되지만,¹⁾ 무엇보다도 강력한 법적 규제 시스템 환경 속에서 발전된 전통적인 매체 내용규제의 역사적 경험에서 제기되는 자율규제의 필요성이나 실효성에 대한 의구심 때문이 아닌가 생각한다. 자율규제는 그 개념상 법적 규제 또는 국가규제에 대응되는 언어이지만, 국가의 법규범과 상호 영향을 주고받는 관련 속에서 발전해 오고 있는 것이 현실이다. 한국의 인터넷 생태계에서 자율규제의 길을 걸어온 그간 10년 동안의 법적 환경의 변화를 되짚어보는 것이 이 글의 목적이다. 이 글은 한국 인터넷 자율규제와 밀접한 관련이 있는 법적 환경의 변화를 살펴보

고, 이러한 변화가 인터넷 자율규제에 어떤 영향을 미쳤는지 그 양상과 시사점을 제시함으로써 향후 바람직한 자율규제의 방향을 가늠해보고자 한다.

법적 환경의 변화는 법제와 판례(또는 선례) 양 측면으로 구분하여 분석하고자 한다. 먼저 관련 법제의 변화를 보면, 자율규제에 대한 법률 규정, 그리고 자율규제와 밀접한 관련이 있는 법제도로써 인터넷심의, 임시조치, 개인정보 보호 등의 변화를 고찰할 필요가 있다. 다음으로 판례의 변화를 보면 한국인터넷자율정책기구(이하 KISO라 함)의 정책 결정이나 심의 등의 운영상 영향을 미친 주요 판례를 고찰할 필요가 있다. 예컨대 인터넷심의 관련 판례, 임시조치 합헌 판례, 인터넷 소비자게시물 판례, 공인 판례, 종교 표현 관련 판례, 개인정보 보호 관련 판례 등이 여기에 속한다. 그리고 법적 환경은 아니지

1) 황승흠·황성기·김지연·최승훈, 「인터넷 자율규제」, 커뮤니케이션북스, 2004, 184-186면.

만, 자율규제의 발전에 영향을 미친 KISO의 주요 정책결정 등의 선례도 함께 고찰하고자 한다.

II. 자율규제 관련 법제도 변화의 양상

1. 자율규제 관련 규정

자율규제의 법적 근거가 반드시 필요한 것은 아니지만, 인터넷의 자율규제 관련 규정이 마련되어 있다. 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 대한 법률」(이하 정보통신망법이라 함)은 2007. 1. 26.자 개정에서 자율규제의 내용을 마련하였다.²⁾ 이 조문은 2008. 6. 13. 약간의 자구수정을 거쳐 2018. 12. 24. 전면 수정되었다.³⁾ 최초에는 자율규제단체의 행동강령의 제정에서 시작하여 2018년 개정 시에는 청소년유해정보 등의 모니터링 가이드라인의 제정 및 자율규제단체에 대한 지원근거를 추가하였다. 그런데, 이 조문으로써 자율규제의 규범인 행동강령이나 모니터링 가이드라인의 근거 또는 법적 효력이 부여된 것이라기엔 어렵고, 또한 이 조문만으로 법적 지원의 문제가 모두 해결된 것이라고 하기도 어렵다. 더욱이 자율규제단체의 행동강령이나 가이드라인의 자치법적 의미가 없는 것은 아니지만, 그 자율규범이라고 하더라도 집행상 면책을 받기 위하여는

국가 법체계의 수용이라는 한계를 벗어날 수 없다는 근본적인 문제를 가지고 있다고 할 것이다. 이 조문이 의의를 가지자면, 자율규제를 통한 행위에 대한 책임감면 등 법집행상의 예외규정의 근거여부라고 할 것이다.

2. 게시물 정책 관련

KISO의 가장 주된 기능인 게시물 정책은 내용규제정책과 관련이 있다. 그 변천을 보면 구전기통신사업법상 불온통신에 대한 심의제도(제53조)가 2002년 위헌결정⁴⁾때까지 존속하였고, 그 위헌결정 이후 2002. 12. 26.자로 ‘불온통신’을 9개의 정보로 유형화한 ‘불법통신’으로 변경되었으며, 2007년 정보통신망법에서 ‘불법정보’로 변경하여 오늘까지 계속되고 있다. 또한 내용규제정책 중에서 청소년 보호를 위한 게시물정책도 영향을 미쳤다. 청소년보호법 및 정보통신망법에서는 인터넷에서의 청소년보호를 위한 각종 제도를 마련하고 있다. 그런데 이와 같은 불법정보 및 청소년유해정보에 대한 게시물정책은 실상은 KISO의 자율규제 영역이라기보다는 국가의 인터넷 내용규제 정책 또는 회원사의 게시물정책으로 운영되고 있는 특징을 가진다. 그런 점에서 인터넷심의회는 국가공권력을 통한 내용규제정책으로서 자율규제 영역과는 구분되는 별개의 게시물정책이라고 할 수 있

2) 제44조의4 (자율규제) 정보통신서비스제공자단체는 이용자를 보호하고 안전하며 신뢰할 수 있는 정보통신서비스의 제공을 위하여 정보통신서비스제공자 행동강령을 정하여 시행할 수 있다.

3) 제44조의4(자율규제)

① 정보통신서비스 제공자단체는 이용자를 보호하고 안전하며 신뢰할 수 있는 정보통신서비스를 제공하기 위하여 정보통신서비스 제공자 행동강령을 정하여 시행할 수 있다.

② 정보통신서비스 제공자단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보가 정보통신망에 유통되지 아니하도록 모니터링 등 자율규제 가이드라인을 정하여 시행할 수 있다.

1. 청소년유해정보

2. 제44조의7에 따른 불법정보

③ 정부는 제1항 및 제2항에 따른 정보통신서비스 제공자단체의 자율규제를 위한 활동을 지원할 수 있다.

4) 헌재 2002. 6. 27. 99헌마480결정

다.⁵⁾

보다 중요한 영향을 미친 것은 사생활 침해 또는 명예훼손 정보에 대한 정보통신망법상 임시조치제도이다(제44조의2). 이 제도는 인터넷상 명예훼손 등 인격적 권리침해에 대한 피해구제제도로서 고안된 것인데, 요청의 주체, 명예훼손 여부 등 임시조치의 요건에 대한 판단이 어려운 경우 이를 KISO의 심의를 통하여 해결하고 있는데, 그 법적 근거가 없다면 사실 시행하기 어려웠을 것으로 생각된다. 이는 임시조치의 주체가 정보통신서비스 제공자라는 사업자라는 점에서 KISO라는 자율규제단체에 적합하고, 향후에 제도의 변화 여하가 게시물 정책에 직접적으로 영향을 끼친다는 의미가 된다.

3. 인물정보 서비스 관련

인물정보 서비스는 KISO의 회원사인 네이버와 카카오가 각 자사 운영 포털사이트(네이버, 다음)에서 인물정보의 검색서비스를 제공하는 서비스를 말한다. 이는 인물에 대한 정보를 검색한다는 점에서 검색엔진의 기능에 속하는 것이라고 하겠지만, 주요 인물의 직업, 학력, 경력 등 상세한 정보를 체계적으로 관리하여 이용자에게 제공한다는 점에서 정보사회에서의 개인정보 서비스에 해당된다고 할 것이다. 이 서비스가 제공하는 해당 인물의 인적사항은 개인정보에 해당되

는 것이어서 개인정보 보호법제의 규율을 받게 되고, 한편 이러한 개인정보에 대한 규율 법제는 특별한 사정이 없는 한 그 성격상 강행규정의 성질을 가지고 있으므로 인물정보 서비스는 개인정보 보호법제의 영향을 지대하게 받게 된다. 「개인정보 보호법」은 2011. 3. 29. 제정되었는데 물론 그 이전에도 개인정보를 보호하는 내용의 법률이 존재하였으므로, 이 법률의 체계화된 내용에 따라 인물정보 서비스는 큰 영향을 받게 되었다.

III. 판례의 영향과 KISO의 자율규제 양상

1. 서언

KISO의 게시물 정책의 근간을 이루는 임시조치에 대하여는 헌법재판소가 정보통신망법상 관련 조문에 대하여 합헌결정⁶⁾을 하여 위헌여부에 대한 논란은 일단 종식되었다.⁷⁾ 그러나 구체적인 내용에 들어가면, 임시조치 요청의 주체의 범위, 게시물의 성격(소비자 관련 게시물, 종교 관련 게시물 등) 등에 대한 정책결정이나 심의를 위한 법적 쟁점까지 모두 해결된 것은 아니다. 아래에서는 KISO의 정책결정 및 심의결정 중 몇 가지 쟁점에 대하여 영향을 미친 주요 판례와 관계를 소개하고자 한다.⁸⁾

2. 임시조치 요청의 주체

5) 이에 대하여, KISO 정책규정은 국가적 법익 침해와 관련한 게시물처리(제8조), 청소년보호를 위한 검색어정책 등(제30조 내지 제32조)의 경우에는 위 게시물정책을 그대로 시행하지 않고 별도의 규정을 두고 있다.

6) 현재 2012. 5. 31. 선고 2010헌마88 결정.

7) 정경오, “정보통신망법상 권리침해정보에 대한 임시조치의 위헌성”, 『정보법판례백선(II)』, 박영사, 2016, 555면.

8) 인물정보 서비스와 관련해서는 개인정보보호 관련 다양한 판례가 영향을 미칠 수밖에 없다. 이를테면 공개된 개인정보를 정보주체의 동의없이 수집하여 인물정보서비스에 이용한 사안에서 개인정보보호법을 위반한 것이 아니라는 판결(대법원 2016. 8. 17. 선고 2014다235080 판결)은 인물정보 서비스의 운영상의 근거를 제시하는 의미가 있다고 할 것이다.

임시조치 요청의 주체에 대하여 보면, 정보통신망법에서는 ‘피해자’로만 규정되어 있을 뿐 그 주체의 제한 규정이 없으나, 임시조치가 정치인, 고위관료, 유명 연예인이나 스포츠스타 등 특정 계층의 전유물이 되고 있다는 비판이 지속되었고, 이에 따라 이들에게도 임시조치를 요청하는 피해자가 될 수 있는지에 대한 문제가 실무적으로 논란이 되었다. 이에 KISO는 제2호 결정⁹⁾에서 국가기관 및 지방자치단체와 정무직 공무원 등의 공인이 자신의 공적 업무와 관련된 내용에 대하여는 임시조치를 요청할 수 없는 것으로 결정하였는데,¹⁰⁾ 이는 기존의 판례의 영향을 받은 것이라고 할 것이다. 먼저 국가기관 등의 기본권주체성에 대하여 헌법재판소는 이를 부인하면서 오히려 국민의 기본권을 보호 내지 실현해야 할 책임과 의무를 지니고 있다고 판시하였는데,¹¹⁾ 이 취지를 받아들인 것이라고 할 것이다. 또한 정무직 공무원 등에 대하여 보면, 대법원은 2002. 1. 22. 선고 2000다37524 판결 이래 공적 관심사에 대한 표현은 보호되어야 하며 그 점에 관한 의혹 제기가 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이 아닌 한 쉽게 책임을 추궁하여서는 안 된다는 입장을 반영한 것이다. 이에 따라 정책결정 및 정책규정에서는 공인의 개념을 ‘정무직 공무원 등’으로 한정하고 그 내용이 공적업무와 관련된 경우에는 ‘명백히 허위사실이 아닌 한’ 임시조치의 대상이 아닌 것으로 범위를 한정하였다.¹²⁾ 사실 이러한 쟁

점사항은 판례를 그대로 받아들인 것이라기 보다는 주된 취지를 인터넷의 특성을 감안하여 자율규제 차원에서 받아들인 것으로 이해할 수 있다.

3. 임시조치 대상 게시물의 성격

(1) 먼저, 소비자 게시물에 대한 심의사례와 판례의 관계를 본다. 최근 소비자의 구매행태를 보면 인터넷에 유통되는 소비자의 해당 제품에 대한 사용 리뷰 등을 통하여 소비여부를 결정하게 되는데, 이러한 리뷰가 자신의 경험을 바탕으로 한 것이긴 하지만 그로 인하여 해당 제품이나 기업의 명예를 훼손하는 경우가 발생할 수도 있다. 현행법상 이는 사실 적시 명예훼손(정보통신망법 제70조제1항)에 해당되는데 이를 위법한 것으로 볼 수 있는지 문제가 된다. 대법원은 산후조리원 사건에서 소비자가 자신의 경험을 후기 형태로 인터넷에 게시한 사안에서 명예훼손을 부인하고 있다.¹³⁾ 이는 형식적으로는 게시의 비방목적은 인정하기 어려운 것으로 판단한 것이지만, 결국 인터넷사회에서의 소비자 리뷰를 통한 소비행태의 특성을 반영한 것이라고 할 것이다. 이에 따라 KISO도 소비자 게시물 사건에서는 이러한 취지를 받아들여 임시조치를 신중하게 결정하고 있다.¹⁴⁾

(2) 다음으로 종교 관련 게시물과 판례의 관계를 본다. 대법원 판례에 의하면 종교 관

9) KISO, 2009. 6. 29. 명예훼손성 게시물의 임시조치 등에 관한 추가적인 정책(제2호결정). 현행 정책규정 제5조로 도입되었다.

10) 엄격하게 본다면 정무직 공무원 등의 요청을 제한한 것이 아니라 그와 관련된 게시물을 임시조치의 대상에서 제외한 것이라고 할 것이다(제5조제2항 “임시조치 등을 요청하는 자가 정무직 공무원 등 공인인 경우, 자신의 공적 업무와 관련된 내용이 명백히 허위사실이 아닌 한 명예훼손 관련 임시조치의 대상이 아닌 것으로 본다.”)

11) 헌재 1994. 12. 29. 선고93헌마120 결정 ; 헌재 1995. 2. 23. 90헌마125등

12) 자세한 내용은 KISO(2018), 「2018 KISO 정책규정 해설서」, 54-69면 참조.

13) 대판 2012.11.29. 2012도10392 결정.

14) 이상 내용은 황창근, “소비자 게시물의 재게시에 대한 심의결정 리뷰”, 「KISO저널」 제19호(2015.6.22.) 참조.

런 표현은 일반 표현 보다 고도의 보장을 받게 되며, 이로 인하여 타인의 명예를 침해하는 경우 종교의 자유 보장과 개인의 명예 보호라는 두 법익을 이익형량하여 결정하여야 한다고 판시하면서,¹⁵⁾ 종교적 비판의 중요성을 강조하고 있다. KISO는 이러한 취지에서 종교와 관련된 경험담을 종교의 자유의 보호 대상으로 결정하거나¹⁶⁾ 종교 관련 사항에 대한 비판은 사실의 적시로 볼 수 없는 것으로 판단하고 있다.¹⁷⁾

IV. 시사점과 과제

KISO가 발족한 이래 최근 10년간 자율규제의 법적 환경에 큰 변화가 있었다고는 하기 어렵다. 정보통신망법에서 내용규제 가이드라인의 제정이나 정부지원의 근거 등 자율규제의 내용이 약간 추가되긴 하였지만, 자율규제의 법적 환경을 본질적으로 변경할 정도는 아닌 것으로 보인다. 한편 KISO의 정책 결정이나 심의사례의 축적은 앞서 본 바와

같은 판례를 토대로 한 것이 많은데, 이는 새로운 판례의 등장이라기보다는 기존의 판례의 입장을 KISO가 그 취지를 받아들인 것으로 이해가 된다. 물론 2012년 정보통신망법상 임시조치에 대하여 합헌결정은 임시조치를 둘러싼 위헌성 시비에 대하여 종지부를 찍음으로써 게시물정책에 대한 불안요소를 제거한 것으로 평가할 수 있다. 다만 KISO의 정책결정이나 심의와 기존의 판례 사이에 상이한 점이 있는 경우, 판례에 배치되는 것이 바람직한 것은 아니지만 그렇다고 그대로 추종할 필요는 없다고 본다. 판례의 공백이 있거나 명백히 반하는 것이 아닌 한 자율규제의 취지를 살려 새로운 해석을 시도하는 것은 자율규제의 발전을 위하여 바람직하다고 본다. 또한 법제 측면에서 보면, 향후 자율규제의 기반을 확고히 하기 위하여는 게시물정책으로 인한 당사자의 이해관계를 조정하기 위한 책임규정을 법률화할 것이 필요하다고 할 것이다. KISO JOURNAL

15) 대법원 1996. 9. 6. 선고 96다19246,19253 판결

16) KISO 2015.4.6. 2015심7 결정

17) KISO 2014.10.21. 2014심19 등 다수 결정

정책규정 제5조와 제13조에 대한 리뷰 : 그 의의와 나아갈 길

황용석 / 건국대 미디어커뮤니케이션학과 교수

<Keyword>

정책규정, 자율규약, 임시조치, 처리제한, 공인, 연관검색어

인터넷 표현공간에 대한 정부의 제도 및 행정적 내용규제가 강한 한국에서 자율규제의 공간은 많지 않았다. 한국인터넷자율정책기구(이하 KISO)의 출범은 표현공간에 대한 자치주의적 규범 활동의 시작을 알리는 것이었다. 이용자 표현물을 매개하는 인터넷서비스사업자들의 자율규제활동은 이용자의 표현의 자유를 보호하고 다른 한편에서는 게시물 등을 통해 타자의 권리침해를 보호하기 위한 기업책무의 중요한 수단이 되었다.

자율규제기구는 정책규약을 통해 그 목적과 역할, 그리고 내외적 정당성을 확인할 수 있다. KISO의 정책규정은 설립 초기에는 회원사들이 상정한 심의안건별로 처리기준을 만들어 나가다가, 그 기준이 누적되자 지금과 같은 보다 종합적이고 체계적인 규약체계로 정비되었다. KISO 정책규정은 국가법령체계와 KISO의 강령에 기반해 있어서, 그 내용적 속성을 살펴보는 작업은 KISO가 지향하

는 바를 가늠하게 하는 중요한 기준이다.

이 글에서는 인터넷자율규제 역사에서 중요한 전환점이 된 정책규정 제5조(처리의 제한)과 제13조(이용자 피해구제를 위한 조치)의 내용과 의의를 살펴보고자 한다.

제5조(처리의 제한), 임시조치 남용을 막는 중요한 전환점 제공

KISO의 출범 직전인 2007년 ‘정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 정보통신망법) 개정안’이 통과되면서, 명예 훼손이나 사생활침해 등 타인의 권리를 침해하는 정보에 대한 인터넷서비스사업자의 의무 조치를 담고 있는 임시조치(제44조)가 마련되었다. 잘 알려진 바와 같이 임시조치의 핵심적 내용은 인터넷서비스상의 게시물 등의 정보를 통해 피해를 입었다고 주장하는 신청인이 해당 정보의 삭제 등을 요청하면, 해당

정보 통신서비스제공자는 지체 없이 해당 정보를 삭제해야 한다는 기계적이고 강제적인 피해 구제 조치를 담고 있다. (정보통신망법 제44조의 2). 이 제도는 미국에서 온라인상의 디지털콘텐츠의 저작권을 보호하기 위한 법률인 DMCA(Digital Millennium Copyright Act)상의 “노티스 앤 테이크다운(notice and takedown : 요청 뒤 삭제)” 제도를 인격권 침해 등에 적용한 것이다.

임시조치는 인터넷서비스사업자가 판단하기 어려운 개인적 권리침해 영역에서 이용자의 피해를 신속하게 구제하고 사업자의 귀책기준을 절차적으로만 명시하여 처리기준의 모호함을 줄였다는 점이 특징이다. 법원의 판결에 의존하지 않고 정보통신서비스 제공자나 행정기관이 유해하다고 판단되는 정보를 통제함으로써 그러한 정보의 확산을 신속하게 막고 피해자의 권리를 보호한다는 것이 입법당시의 취지였다. 그러나 피해신고만으로 사실상 삭제에 준하는 임시조치가 가능하게 되면서, 정보게시자의 권리가 심각하게 침해당하는 남용사례들이 나타나자 표현자의 권리를 침해한다는 비판이 제기되었다. 또한 정보통신망법 제44조의2에는 처리의 기준이 제시되지 않아 공인이나 공적 관심사에 대한 보호받아야 할 표현까지 형식절차에 의존해서 차단하는 결과를 가져왔다.

KISO 정책규정 제5조는 이 같은 임시조치가 남용되거나 과도하게 표현자의 권리를 침해하지 않도록 그 처리를 제한하는 내용을 담고 있다. 자율규제에 대한 안전장치가 없는 한국에서 규제 수범자인 인터넷기업이 임시조치 처리제한 조건을 규약으로 만드는 작업은 법적 리스크가 있는 사안이었다. 더군

다나, 2009년 대법원이 (대법원 2009. 4. 16. 선고 2008다53812) 전원합의체 판결로 인터넷서비스사업자가 불법성이 현저한 명예훼손적인 정보의 존재를 인식할 수 있었다면 피해자에 대해 불법행위로 인한 손해배상책임을 지어야 한다는 판결을 했다. 이는 인터넷서비스사업자 제공자는 피해자의 요구 없이도 정보의 권리침해 여부를 실질적으로 판단하여 임시조치를 취해야 함을 의미하는 등 높은 귀책성이 요구되는 상황이었다.

이런 어려운 상황에서 정책규정 제5조는 기존에 잘 성립된 판례와 법 이론에 기반해서 마련되어야만 했다. 해당 조항을 살펴보면, 신청인의 지위가 얼마나 공공적인가를 따져 제한기준을 각각 달리 제시하고 있다. 보다 구체적으로 ‘국가기관 및 지방자치단체(제1항)’, ‘정무직 등 공인(제2항)’, 그리고 ‘정무직 공무원 등 공인에는 해당하지 않지만, 공직자, 언론사 등’(제3항)이 임시조치 등을 요청한 경우로 나누어서 각각 처리제한의 기준을 제시하고 있다. 제1항은 국가기관 및 지방자치단체를 기본권의 수범자로 본 헌법재판소의 판례(헌재 1994. 12. 29. 93헌마120; 헌재 1995. 2. 23. 90헌마125 등)와 이들 기관이 명예훼손의 주체가 될 수 없다고 본 대법원의 판결(대법원 2011.9.2. 선고 2010도17237 판결)을 참조하였다. 제2항에서는 정무직 등 공인의 경우 그 내용이 “명백히 허위사실이 아닌 한” 임시조치의 처리제한을 두고 있다. 한편, 정무직 등 공인에 해당하지 않는 공직자, 언론사 등은 표현의 명백한 허위성과 악의성 여부를 기준으로 처리제한의 기준으로 설정했다.

이는 임시조치 대상 표현물의 공공적 성격

을 판단하는 중요한 기준을 제시하는 것이다. 특히, 공인의 범주를 상세하게 제시하고 게시물에 공적 관심 정도에 따른 표현의 보호범위를 설정했다는 점은 매우 괄목할만한 성과이다. 무엇보다 KISO의 이 조항을 통해 임시조치 남용에 대한 사회적 경각심은 물론, 다수의 공적 관심사가 기계적이고 절차적인 요건만으로 차단되는 문제를 일정부분 해결할 수 있었다는 점에서 그 의의가 크다 하겠다.

제13조(이용자 피해구제를 위한 조치), 자동화 서비스에 의한 피해구제 절차 제시

KISO의 정책규정은 초기에 게시물 처리에 초점이 맞추어졌지만, 이후 검색어와 같은 자동화 서비스로 그 영역이 확대되었다. 제13조는 자동완성 및 연관검색어에 의한 권리침해를 피해구제하기 위한 정책규정이다. 데이터에 기반한 알고리즘 서비스인 연관검색어 및 자동완성 검색어는 일종의 추천서비스이다.

이들 추천 검색서비스는 이용자들이 입력한 다수 질의어를 통계적 알고리즘을 이용해서 연관성이 높은 검색어를 추출하고 제시한다. 서비스 관점에서 연관검색어는 개인화검색 서비스에 해당되며, 이것을 구현시키는 알고리즘은 개별 검색사업자의 상품경쟁요소이자 영업비밀의 하나이다. 그렇기에 추천형 검색어와 관련한 권리침해 논쟁이 있을 때마다, 검색 사업자에게 의해 이를 일반 표현물로 보지 않고 1) 데이터에 의한 객관화된 정보, 2) 이용자의 관심이 자동적으로 반영된 것으로 표현주체가 불명확, 3) 단순한 키워드의 나열로 권리침해 여부가 불명확하다는 등의

논거가 펼쳐져 왔었다.

그러나 연관검색어 등은 일반 게시물과는 확연히 다른 표현적 특성을 갖지만, 단어의 조합이 특정한 사회적 맥락이나 연관 정보와 결합되었을 때 나타나는 ‘낙인효과’ 및 ‘프레이밍 효과’를 발생시켜서 사람들의 관심을 유도하고 태도를 형성하는 효과를 갖는다고 볼 수 있다. 또한 일단 연관검색어가 형성되면, ‘초두효과’가 작동되어 해당 연관검색어로 클릭이 유도되어 형성된 검색어 조합의 연결강도를 지속시키고 강화시키는 효과도 있다.

반면, 특정 권리주체에 대한 침해가 우려되는 검색어를 삭제하거나 통제할 경우 발생할 수 있는 공중의 알권리 침해 정도는 명시적으로 그 크기를 가늠하기 어렵다. 특히 오늘 날과 같이 정보경로가 다양한 경우, 단순한 연관검색어의 제한 만으로 공중의 알권리가 통제받는다고 말하기는 어렵다. 물론, 특정한 의도를 갖고 자동으로 형성된 연관검색어를 통제한다면 이는 명백한 여론조작이자 알권리의 침해일 것이다. 그러나 개인적 권익침해 수준에서 보자면, 게시물이나 정보 그 자체에 대한 차단과 통제가 아니므로 표현의 자유침해라 단정적으로 말하기 어렵다고 하겠다.

자동화된 개인화 서비스가 발달하면서, 이 같은 추천형 서비스가 광범위하게 적용되는 가운데 제13조가 마련된 것은 인터넷서비스 사업자들의 선제적인 대책활동이라 평가할 수 있다.

제13조는 원칙적으로 검색어에 대한 무분별한 삭제를 제한하면서, 비교형량 관점에서

보다 유연하게 피해구제를 할 수 있도록 처리의 조건을 제시하고 있다. 먼저, 제1항에서는 개인정보 노출 정도(제1호. 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 특정인을 식별할 수 있는 개인정보를 노출하는 경우), 음란, 도박 등 불법정보의 노출(제2호. 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 음란한 정보 또는 그 밖의 관련 법령에 따른 도박 등의 불법정보를 노출하는 경우), 청소년 유해정보의 노출(제3호. 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 청소년에게 유해하거나 지나치게 선정적인 정보 또는 지나치게 잔혹하거나 혐오스러운 정보를 노출하는 경우), 어뷰징 등 비정상적인 기술적 시도(제4호. 연관검색어 등의 생성이 대량의 신호 또는 데이터를 보내거나 부정한 명령을 처리하도록 하는 등 비정상적인 절차에 의해 남용된 경우), 그리고 욕설 등 서비스의 질을 떨어뜨리는 경우(제5호. 연관검색어 등이 오타, 욕설, 비속어 등을 포함하여 현저하게 이용자의 불편을 초래하거나 서비스의 질을 저하시키는 경우)로 구체적으로 적시하고 있다.

제2항에서는 법원 등에 의한 처분성을 기준으로 하고 있다.(제1항. 법원이 판결 등에 의하여 또는 행정기관이 법령 및 적법한 절차에 따른 행정처분, 결정 등에 의하여 연관검색어 등의 삭제를 요청 한 경우 이를 삭제 또는 제외할 수 있다.)

KISO의 정책규정 제13조는 자율규제로 실

제 활용되는 법령기반의 세분화된 기준으로, 세계적으로도 유례를 찾기 어렵다. 블랙박스 와 같은 알고리즘의 특성과 이것의 범용적 적용을 고려할 때 그 시의성 및 피해구제의 실효성 측면에서 매우 의미 있는 결정이라고 하겠다.

마무리하면서,

KISO의 정책규정은 다양한 심의결정 과정에서 필요한 규칙을 제정하고 보강하는 방식으로 발전해 왔다. 이 과정에서 KISO 강령이 내포하고 있는 기본 정신에 충실하려는 노력이 반영되어 왔다. 특히, 이 글에서 언급한 임시조치 처리제한이나 자동화된 검색어에 의한 피해구제 조항들은 법률이 담지 못하는 내용을 보충하고 있다는 점에서 한국 인터넷 자율규제 역사에서 중추적인 역할을 했다.

KISO 10년에 대한 평가는 다양하다. 일부에서 기구의 개방성 등에 대한 외부적 시선이 있는 것도 사실이다. 여전히 KISO는 현재 진행형이기에 다양한 충고와 조언을 진지하게 받아들이면서 자율규약을 발전시켜야 할 과제들이 남아 있다. 그러나 다른 한편으로, 척박한 한국의 자율규제 환경에서 법률적 리스크를 안고 이용자의 표현을 보호하기 위해 노력해온 KISO의 노력 또한 그 성과만큼 제대로 평가받아야 할 것이다. KISO JOURNAL

국내 인터넷 인물정보 서비스에 대한 평가 및 전망

- KISO 인물정보 서비스 자문위원회 활동을 중심으로 -

배 영 / KISO 인물정보 서비스 자문위원회 위원장
송실대학교 정보사회학과 교수

<Keyword>

인물정보, 인물정보 서비스 자문위원회, 개인정보, 등록기준

1. 들어가는 말

사회를 이루며 살아가는 사람들에게 다른 이에 대한 관심은 당연하다. 나와 직접적으로 관계된 사람에 대한 관심은 물론이고, 직접적인 관계는 없지만 영향을 미칠 수 있는 사람, 또 일면식도 없고 영향도 미치지 않지만 호기심 때문에 관심을 갖기도 한다. 개인들에게 확장된 생활 영역으로 자리 잡은 온라인에서도 사람을 중심으로 한, 그리고 사람 사이의 관계를 모태로 한 서비스는 초기부터 계속되었다. 관계 기반의 SNS가 대표적이라면, 인물정보 서비스도 ‘사람’ 그 자체를 대상으로 한 서비스다.

인물정보 서비스는 이용자들이 자주 찾는 동시대 국내외 주요 인물들의 프로필 정보를 조회할 수 있는 서비스이다. 인터넷 이용자들이 검색을 통해 필요한 정보를 습득하듯 다양한 필요에 의해 인물을 검색하고 그 내

용을 살펴본다. ‘실검’이라 불리는 포털의 실시간 급상승 검색어의 리스트에서도 인물이 차지하는 비중이 큰 만큼, 인물정보 서비스에서 제공하는 정보의 중요성은 적지 않은 상황이다.

본고는 지난 10년간 한국인터넷자율정책기구의 자취를 되돌아보며, 그 한 축을 차지하는 인물정보 서비스 자문위원회의 활동을 정리해보고자 마련되었다. 어떤 필요에 의해 자문위원회의 활동이 시작되었고, 고민의 지점은 어디였는지, 다양한 요구를 조정하고 해결하기 위한 방안은 무엇이었는지 짚어보고자 한다.

2. 경과 및 주요 내용

인물정보 서비스는 국내외 공인 및 유명인(연예인, 스포츠인, 문화예술인, 정치인 등)과 관련해 뉴스 등 공중에 공개된 내용을 기초

로 수집한 정보와 함께 등록 기준에 부합하는 요청인들이 전달한 정보를 대상으로 제공하는 서비스이다. 현재 인터넷 포털인 네이버와 카카오, 네이버, 줌 등에서 서비스되고 있으며, 다수의 언론사 및 정부기관에서도 운영 중이다. 인물정보 서비스를 구성하고 있는 주요 정보는 이름, 직업, 출생, 신체, 소속집단, 가족, 데뷔, 경력 등이다. 개인 관련 정보 중 정보주체의 사생활을 현저히 침해할 우려가 있는 민감 정보의 경우에는 원칙적으로 처리하고 있지 않지만, 예외적으로 정보주체로부터 별도의 동의를 받거나 법령에서 민감 정보의 처리를 요구하거나 허용하는 경우에만 제공한다.

일반적으로 인물정보 서비스에서 다루고 있는 내용은 정보통신망법에서 규정하고 있는 개인 정보이거나 개인 정보를 포함하고 있기에 정보주체의 권리는 물론 이해와도 연관을 가지고 있었다. 개인과 직접 관련된 민감한 정보라는 점과 함께 인물정보에 대한 사회적 수요와 그 영향이 증가하면서 이를 제공하는 서비스의 공정성과 일관성, 그리고 객관성에 대한 문제 제기가 나타났다.

2013년에 들어서며 인물정보 서비스를 운영하고 있던 네이버는 한국인터넷자율정책기구(KISO)에 인물과 관련된 서비스 전체의 검증 및 자문을 목적으로 하는 위원회 구성을 요청한다. 이에 KISO는 2013년 10월 인물정보 검증 및 자문위원회(이하 위원회)의 설립을 허가하고, 5인의 위원을 위촉하여 위원회를 출범한다. 초기 위원회는 매월 정기 회의를 통해 네이버 인물정보 서비스에 적용되고 있는 전반적인 정책 및 운영 기준을 검토하고, 세부 사례의 적용 실제에 대해 자문했다.

특히 강화된 개인정보보호법을 바탕으로 인물정보 서비스에 대한 합법성 검토와 함께 다음의 다섯 가지 사항에 대한 자문 및 내부 기준을 검토했다. 5가지 세부 사항은 먼저 인물정보 서비스가 갖는 사회적 의미와 함께 개인정보법과의 관계, 서비스 운영 시 밝혀진 사실과 본인이 제공한 정보가 다른 경우의 처리 방법, 동명이인의 검색 우선순위 기준, 직업 분류의 근거와 적용의 효율성, 다른 서비스 주체와의 정책 상이로 나타나는 결과의 상이성 문제 등이었다.

이러한 문제들에 대한 위원회의 권고안은 다음과 같다. 먼저 인물정보 서비스의 운영에 있어 민감 정보 또는 고유식별 정보의 경우에는 처리 제한을 원칙으로 하고 있는바, 민감 정보 또는 고유식별 정보에 해당하는 정보는 인물정보에서 제외하는 것이 적절하다. 또, 밝혀진 사실과 본인이 제공한 정보가 다를 경우, 진실하지 않은 정보의 제공으로 발생할 수도 있는 명예훼손 등의 책임 가능성을 고려하여 가능한 한 진실한 정보를 게재하기 위한 다방면의 검증이 필요하고, 동명이인의 노출 우선순위 기준의 경우에는 공공성 우선 등을 고려한 특정 직업군의 가중치 로직에 대한 검토가 필요하며, 클릭 수 등의 지표가 같은 경우 나이와 같은 객관적인 지표를 사용하는 것이 바람직하다고 권고했다. 직업 분류 및 적용에 있어서 서비스 운영상의 근거와 체계 마련을 위해 1회적으로 한국 표준 직업분류체계에 대한 검토를 실시하여 현재의 분류 체계를 재정비한 기준의 마련이 필요하며, 적용의 유연성을 위해 마련된 화제 인물의 경우, 화제 인물 노출 기간이나 직업명을 포함한 노출로의 전환 등에 대해 주기적인 검토(예를 들어 월1회)를

거쳐 등록여부를 결정하는 방식이 적절할 것이라 권고했다.

이후 개별 사례에 대한 심의와 함께 운영정책의 기준 보완 및 적용의 근거와 기준 마련을 위한 노력을 계속 해왔다. 특히 현재 우리 사회에서 통용되고 있는 직업 분류 기준을 살펴보기 위해 한국 표준 직업분류체계를 검토하고, 인물정보 서비스의 적용과 관련하여 유효성 및 엄밀성, 그리고 효율성의 차원에서 체계와 유형에 대해 분석했다. 이를 바탕으로 서비스상 등록이 가능한 인물의 구체적인 기준을 직업별로 검토하고, 해당 직업에서의 경력 및 조건 등의 세부사항에 대해 검증 및 보완작업을 실시했다.

수차례의 보완과 재검토가 이루어진 직업별 등록 기준은 2017년 일반에 공개되었다. 이때 위원회는 등록과 관련하여 크게 세 가지 원칙을 함께 공표하는데, 필요성의 원칙과 공익 우선의 원칙, 차별 금지의 원칙이 그것이다. 먼저 필요성의 원칙은 이용자가 필요로 하는 인물에 대한 정보 제공을 서비스의 원칙으로 한다는 것이다. 외부의 다양한 자료에 의해 검증된 저명 인물의 정보를 검색 결과 등을 통해 파악된 이용자 필요를 바탕으로 제공할 것이라는 것이 필요성 원칙의 의미이다. 이는 본인의 동의나 신청에 의해 인물정보의 등록 요청이 이루어지는 경우에도 이용자가 그 정보를 원하는 정도에 이르지 못한 경우에는 등록되지 않을 수 있다는 의미이기도 하다.

다음으로 공익 우선의 원칙이다. 인물정보

서비스에서 특정인의 등록 여부는 공공의 이익과의 관련 여부를 우선적으로 판단한다는 것이다. 이 원칙에 따르면, 검색량이 많거나 화제성의 요건을 충족하는 인물로 등재의 필요성이 인정되는 경우에도 해당 인물이 부정적인 요소로 인해 화제가 된 경우 등 공익적으로 인물정보를 널리 알릴 필요가 없을 때에는 등재되지 않을 수 있다.

마지막으로는 차별 금지의 원칙이다. 인물정보 서비스의 효과적인 운영을 위해 직업 및 직군을 전체적으로 검토하여 유형별 기준을 제시하였는데, 이때 분류된 직군 내 종사자에 대해서는 등재 기준을 차별 없이 동일하게 적용하겠다는 것이다¹⁾.

원칙과 기준의 정립과 보완을 통해 서비스의 공정성과 일관성을 확보하려는 노력이 계속되었지만 여전히 남는 문제도 있었다. 바로 새로운 원칙이나 기준 적용을 적용할 때 등록될 수 없는 기등재자의 처리 문제였다. 즉, 변경된 기준의 소급적용 여부에 대한 부분이었는데, 여러 차례의 회의와 검토를 거쳐 기등재자의 경우 현행 기준에 부합하지 않는다는 이유만으로 등록된 정보를 삭제하지 않는다는 원칙을 설정했다. 다만, 공개되는 직업 기준에 부합하지 않는다는 사실이 인지되는 경우, 직업 등 일부 정보를 새로운 기준에 따라 조정하여 제공하고 있다.

2018년에는 KISO의 위원회에 의미 있는 변화가 성사되었다²⁾. 카카오의 위원회 참여가 그것인데, 우선 인물정보 등록의 기본원칙과 기재 기준에 대해 공동의 가이드라인을 제정하기 위한 작업을 시작했다. 아직 양사 공유

1) 이와 함께 2019년 공표될 인물정보 가이드라인에서는 차별 금지원칙에 인물정보 등록 시 성별, 인종, 국가, 종교 등을 이유로 인물정보 등록을 거부하거나 제외하지 않아야 한다는 점을 명시하고 있다.

2) 위원회의 공식 명칭이 '인물정보 검증 및 자문위원회'에서 '인물정보 서비스 자문위원회'로 변경되었다.

의 서비스 특성 및 시스템의 차이로 인해 여러 가지 어려움이 놓여있지만, 협력적 관계의 발전과 논의를 통해 이용자에게 보다 큰 효용을 제공할 것이라는 기대 또한 가능하게 한다.

3. 합의

인물정보 서비스는 사회 속 다양한 필요에 의해 등장했다. 서비스 개시 이후 다른 정보와 마찬가지로 내용의 신뢰성을 담보하고 운영의 공정성과 함께 합리성을 확보하기 위한 노력이 계속되고 있다. 이 과정에서 인물정보에 대한 사회적 수요를 효과적으로 해소하기 위한 정책 및 방안의 마련도 중요하지만, 인물정보 주체의 권리보호 역시 아울러 보장되어야 한다. 즉, 흑시라도 발생할 수 있는

인물정보 주체의 프라이버시 침해와 사회적 오해를 최소화하기 위해 당사자의 의사를 우선적으로 고려하는 것을 기본 원칙으로 하고 있다.

이해관계자가 늘어갈수록 공정성의 확보와 유지는 어려워진다. 이용자의 알 권리라는 차원을 고려하면 인물정보 서비스의 이해관계자는 거의 전 국민으로 확장될 수 있다. 또, 새로운 산업과 새로운 직업은 끊임없이 등장할 것이다. 변화하는 사회 환경 속에서 신뢰할 수 있는 정보의 제공이 합리적으로 이루어지기 위해서는 공정한 원칙의 수립과 일관성 있는 시행이 필수 요소다. 지난하지만 끊임없는 검토와 보완도 함께 말이다.

KISO
JOURNAL

국가는 인터넷을 어디까지 규율해야 할까...

자율규제시스템에 거는 기대

- 이용자가 바라본 인터넷 자율규제 -

김현아 / 이데일리 편집국 산업부 IT 과학팀장

<Keyword>

https, KISO, 인터넷자율규제

인터넷이 삶 속에 파고들면서 기업의 비즈니스 영역을 넘어 공공성 확보가 화두가 되고 있다. 인터넷은 기업의 순수한 비즈니스 영역에 머문다기보다 세상과 만나는 관문국 역할을 한다. 여론이 생겨나고 사회 질서가 유지되며 사생활 보호나 개인정보 보호 수준도 달라진다. 진보 정부든, 보수 정부든 인터넷은 뜨거운 감자다. 인터넷은 우리 사회에 참여민주주의를 뿌리내리게 했지만, 국정원 댓글 조작이나 드루킹 사태에서 드러났듯 여론을 좌우하려는 시도도 적지 않다.

우리는 인터넷을 통해 자녀가 불법 성인물이나 불법 도박 정보, 욕설 같은 반사회적 정보에 쉽게 노출될까 걱정하고, 조사 중인 사건인데 실명이나 주소가 공개돼 프라이버시를 침해받을까 염려한다.

기업도 마찬가지다. 공들여 만든 콘텐츠로 막 돈을 벌려는 데 인터넷에 공짜 콘텐츠가 풀린다든지, 2004년 ‘쓰레기 만두’ 오보 사건

처럼 경찰 조사를 받던 중소기업 대표가 인터넷으로 오보가 확산돼 자살하는 등 돌이킬 수 없는 피해를 입기도 한다. 쓰레기 만두 사건의 1차 책임은 사실 확인 없이 왜곡 보도를 한 언론이나, 지금까지도 포털이 검색어 제외 기준을 정할 때 언론을 활용한다는 점에서 우려는 여전하다.

그래서 표현의 자유와 국민의 알권리를 가장 중요한 가치로 삼는 인터넷에도 ‘규제는 필요하다’고 인정할 수밖에 없다. 인터넷은 어떤 방식으로 규제하는 게 좋을까.

인터넷 규제해야 한다... 자율? 타율?

국내 네티즌들에게 물었더니 ‘기업이나 제3의 기관을 통한 자율규제’를 응답자의 51.2%(포털사업자 자기책임관리 37.7%, 제3의 자율단체나 기관을 통해 관리 13.5%)가 지지했다. 하지만, ‘정부의 행정규제 강화를 통해

관리’(20.9%)나 ‘국회의 입법규제 강화를 통한 관리’(14.4%)를 택한 사람도 적지 않았다.

네이버 검색어 검증위원회(위원장 김기중 법무법인 동서양재 변호사)가 2018년 10월 23일~26일까지 19세 이상 60세 미만 전국 남녀 2000명을 대상으로 (주)마크로밀 엠브레인을 통해 조사한 결과다.

그런데 정치권에선 자율규제는 못 믿겠다는 의견이 많다. 지난해 10월 국정감사에서 김성수 더불어민주당 의원과 송희경 자유한국당 의원은 “아프리카TV가 1인1일 별풍선 충전 한도를 100만 원으로 자율규제했는데 조블페이 상품권으로 편법 우회되도록 하고 있다.”며 호되게 질타했다.

서수길 아프리카TV 대표는 “아프리카TV는 자율규제를 선도해서 별풍선 충전 한도를 100만 원으로 두고 있는데, (조블페이가) 저희 회사도 자회사도 아니어서 완벽히 통제하기 쉽지 않다.”고 해명했지만, 의원들은 정부(방송통신위원회)가 대책 마련에 나서라고 비판했다.

이처럼 자율규제가 사회 전반에서 공감을 얻지 못한 것은 역사가 짧은데다 운영상 보완해야 할 점이 적지 않기 때문이다.

대한민국 인터넷 자율 규제는 2009년부터

우리나라에 한국인터넷자율정책기구 (Korea Internet Self-Governance Organization, KISO)가 만들어진 계기는 2008년 포털 다음의 아고라에서 사실 확인이 안 된 게시물이나 인신 공격성 글 등이 많아져 논란이 컸기 때문이다.

당시 ‘미국산 쇠고기 파동’으로 전국이 시끄러워지면서 이명박 정부와 포털 기업들은 긴장 관계를 가질 수밖에 없었고, 2008년 12월 다음, 네이버, SK커뮤니케이션즈, 야후코리아, KTH, 하나로드림, 프리챌은 ‘포털 자율규제 협의회’를 발족하게 된다.



이사회	의사결정 기구 (주요 회원사 대표로 구성)
운영위원회	이사회 보좌, 기구운영 협의
정책위원회	정책 및 심의결정
온라인광고심의위원회	온라인광고 자율심의
UGC 협의체	자율규제 이슈 공유 (커뮤니티 서비스 중심 회원사로 구성)
온라인 청소년 보호체계 구축위원회	청소년보호 DB 구축 및 보급
부동산매물 검증센터	부동산 서비스 이용자 보호
부동산매물 클린관리센터	
검색어 검증위원회	해당 서비스 검증 및 자문
인물정보서비스 전문위원회	

KISO 조직구성도<출처=KISO 홈페이지>

이후 2009년 3월 KISO를 출범하게 되는데, KISO의 제1기 이사회 의장은 주형철 SK커뮤니케이션즈 대표, 제1기 정책위원회 의장은 김창희 전 동아일보 국제부장이었다. 2010년 김상헌 네이버 대표가 이사회 의장을 맡았지만, 2013년 최세훈 다음 대표를 시작으로 이석우, 임지훈, 여민수 등 카카오(다음) 대표가 계속 의장을 맡고 있다.

KISO는 지난 10년 동안 ‘네이버 검색어 검증위원회’, ‘부동산매물검증·클린관리센터’, ‘온라인광고심의위원회’, ‘온라인 청소년 보호체계 구축위원회’ 등을 두면서 인터넷의 가치(Value)를 찾는 활동을 하고 있다. 포털사

업자들의 임시조치(문제 글에 대해 블라인드 조치를 하는 것) 원칙을 정했고, 네이버의 검색어 (제외) 정책에 대한 가이드라인을 만들고 사후 심의하고 있다. 영국 IWF(Internet Watch Foundation)보다는 늦었지만, 인터넷 이용자의 표현의 자유와 이용자 보호에 노력한다.

KISO의 존재감이 빛난 적도 있다. 광우병 쇠고기 파동으로 인터넷을 강하게 규제해야 한다는 목소리가 높았던 2009년 6월, KISO는 사이버모욕죄 도입이 담긴 정보통신망법 개정안 등 굵직한 인터넷 규제 법안들이 국회에 계류 중인 가운데, 김형오 국회의장과 인터넷 업계 CEO들의 만남을 주선해 국회가 인터넷 규제 신중론으로 기우는 데 기여했다.

당시 김 의장은 “창의와 자유가 보장되지 않으면 인터넷 산업이 절대 발전할 수 없다. 인터넷 관련 규제는 법률적으로 신중하게 접근해야 한다.”고 말했다. 또 “사이버 테러와 고문으로 인한 억울한 죽음은 없어야 하고 필요하면 법으로 규율해야 한다.”면서도 “그 전에 업계가 자율로 할 수 있다.”고 말했다. 김형오 의장의 발언은 2000년대 초 국회 과학기술정보통신위원장으로 일할 때부터 쌓은 그의 철학 때문이기도 하지만, KISO라는 인터넷자율정책기구가 우리나라에 없었다면 공감받을 수 없었을 것이다.

‘인터넷 불공정’ 인식 여전

그럼에도 불구하고 KISO를 중심으로 한 자율규제시스템이 현재 우리나라에서 충분히 작동하고 있다고 보기는 어렵다. 이용자들이 느끼는 인터넷에 대한 신뢰는 여전히 낮고,

인터넷을 국가가 규제해야 안심이라는 정치권의 인식은 바뀌지 않았다.

네이버 검색어 검증위원회가 네티즌 2000명을 대상으로 한 설문조사에서 ‘포털사업자들이 검색어 서비스를 공정하게 운영한다’는 응답은 5점 만점에 2.66점에 그쳤다. 오히려 ‘정부에게 유리하도록 운영한다(3.38점)’, ‘영리적 기업에게 유리하도록 운영한다(3.04점)’는 응답이 높았다.

‘보수정당에게 유리하도록 운영한다(3.05점)’, ‘진보정당에게 유리하도록 운영한다(2.78점)’는 결과도 나왔는데, 설문에 응한 네티즌들의 정치성향은 진보(40.3%)가 보수(19.1%)보다 많아 정치적 유불리 평가는 의미가 없다. 같은 내용을 봐도 진보주의자의 눈에는 더 보수적으로, 보수주의자에게는 더 진보적으로 비치기 때문이다.

네이버나 카카오 등이 인터넷 검색어 서비스를 하면서 이념 차이보다는 정부나 영리기업에 유리하도록 불공정하게 운영한다는 답변이 많은 것으로 해석된다.

보안접속(https) 차단으로 불거진 검열 논란도 마찬가지다. 정부가 불법 음란물과 불법 도박 같은 내용을 몰래 유통하던 해외 인터넷사이트를 잡겠다고 접속차단 기술을 고도화했다고 발표하자 여론이 들끓었다. “감청 아니냐”, “왜 국가가 맘대로 인터넷을 차단하느냐”, “중국처럼 되는 거냐”, “야동 안 보는 자, 내게 돌을 던져라(야동 합법 청원)” 같은 주장이 봇물처럼 터져 나왔다.



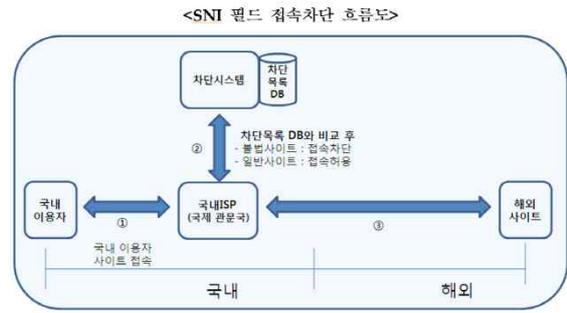
정부의 음란물 https 차단에 항의하는 시민이 광화문 거리에서 1인 시위를 하고 있다. <출처=필자 제공>

사실 정부가 https 차단을 위해 도입한 ‘SNI(Server Name Indication) 필드접속차단 방식’은 통신의 내용을 들여다보는 패킷 감청이 아니다. ‘SNI’는 https에서 암호화가 본격적으로 시작되기 직전에 환경 설정 과정에서 순간적으로 드러나는 서버 이름을 식별해 기계적으로 차단하는 것이어서 패킷 내용을 들여다보는 감청과 다르다.

또, 어떤 사이트를 차단할까 정하는 기준도 예전과 달라지지 않았다. 정부가 이 방식으로 접속을 차단한 인터넷 사이트는 정보통신망법(44조의7, 불법정보의 유통금지 등)에 따라 불법정보로 규정된 음란물, 명예훼손, 불법도박 정보 등이다.

하지만 민심은 분노하고 있다. 인터넷 내용 심의를 맡는 반관반민(半官半民)의 방송통신심의위원회가 결정하는 ‘불법성’에 대해 국민들이 공감하기 어려운데, 더 고도화된 기술로 막는다니 완벽한 신뢰를 보내기 어려운

것이다. 불신의 뿌리는 우리나라의 인터넷 내용심의 제도와 인터넷에 대한 과도한 국가주의 경향에 있다.



<출처=방통위 제공>

방송통신심의위원회(이하 방심위)가 성기노출 등 어디까지를 불법 음란물로 볼 것인지도 논란이나, 방심위는 외국인 기자가 운영하며 북한의 정보통신기술 현황을 전달하는 ‘노스코리아테크(northkoreatech)’를 국가보안법 위반 정보로 차단했다가 법원에서 위법 판결을 받기도 했고, 웹툰 레진코믹스를 음란 사이트로 차단했다가 이용자들의 항의로 하루만에 반복하기도 했다.

인터넷 세상의 규칙에 대해 논할 기회

이호성 방송통신위원회 위원장은 지난 2월 21일 청원인이 25만 명을 넘긴 ‘https 차단 정책에 대한 반대 의견’ 청와대 국민청원에 대해 답하면서 “국민들과 소통이 부족했다.”고 사과했다. 또한, “국민들 모두 불법성을 분명하게 인지하고 공감할 수 있는 내용에 대해 꼭 필요한 조치만 이뤄지도록 하겠다.”고 약속하면서, 인터넷 시대 국가 규제 필요성과 규제 방식, 정당성 등에 대해 사회적 논의를 시작하겠다고 밝혔다.

이 위원장이 자율규제 강화를 직접 언급하

지는 않았지만, “(인터넷 규제에) 더 나은 방법에 대해 의견을 주시면 경청하고 논의하겠다. (https 차단 논란을 계기로) 정부는 무슨 일을 어떻게 해야 할지, 우리 사회가 함께 고민할 계기가 되기를 바란다.”고 강조했다.



https차단정책에 대한 반대 의견.
<출처=청와대 국민청원게시판 캡처>

이 위원장 말대로 ‘https 차단 논란’은 우리나라에서 인터넷 세상의 규칙을 어떻게 만들어갈까에 대한 사회적 합의를 찾는 계기를 만들 수 있다.

우리나라 국민들은 진보냐, 보수냐에 따라 세상을 바라보는 시각차가 크다 보니, 세상을 비추는 인터넷에서 뭔가를 차단하거나 삭제하고 허용하고 푸는 데 대한 사회적 합의를 이루기 어렵다. 그래서 어떤 이념을 가진 정부가 출범해도 흔들리지 않는, 인터넷 자율규제 토양이 더 튼튼해져야 한다. 인터넷 기업이나 KISO가 인터넷의 신뢰를 회복하기 위한 길지만 지난한 노력을 계속해야 하는 이유다.

자율규제 자신감 필요 · 커뮤니케이션 노력도 절실

인터넷 자율규제의 신뢰도를 높여가는 방법은 뭘까. 인터넷 이용자에게 더 친절하고 투명하게 자율규제의 기준과 절차를 알리고 소통하는 일이 필요하다. 또, 더 많은 기업이 KISO 자율규제에 동참할 수 있도록 노력해야 한다.

정부가 아닌 제3의 기관(KISO)이 하는 자율규제라도 기업 입장에서선 달갑지 않겠지만, 자율규제시스템이 무너지면 정치 권력이 개입해 인터넷을 직접 좌지우지하는 세상이 올 것이다.

2012년 ‘안철수 룸살롱’은 연관 검색어에서 보이고 ‘박근혜 룸살롱’은 안 보인다는 사회적 논란으로 커지자, 학계·시민단체 전문가들이 모여 KISO 안에 ‘검색어 검증위원회’를 만들었고, 매년 상·하반기 보고서를 내고 있다. 네이버 측으로부터 검색어 제외 데이터를 받아 위원회 위원들이 일일이 적정성 여부를 검토하고 의견을 낸다.

네이버 검색어 검증위에는 김기중 법무법인 동서양재 변호사(위원장), 이재신 중앙대 교수, 윤성욱 경기대 교수, 한양대 황성기 교수, 대구대 이승환 교수, 윤여진 언론인권센터 사무처장, 오픈넷 김가연 변호사가 활동 중이다.

지난 1월 발간된 검색어 검증위의 보고서를 보면 △네이버의 검색어 제외처리 건수가 줄었고 △제외 처리된 사유에 대한 기록이 더 구체화 됐다.

예전에도 네이버 측이 검색어를 제외할 때 사유를 적어 냈지만 이번에는 사유와 제외 일시, 해당 검색어뿐 아니라 제외 이유를 구체적으로 적시해 제출했다. 해당 직원 이름

과 언론사 기사 링크를 첨부하는 등 검색어 제외 정책이 투명해졌다는 평가다.

하지만 네이버 검색어 검증위가 기자들을 만나 직접 정책 방향을 설명한 것은 지난 2월 19일 기자회견이 처음이었다. 또, 2017년 하반기 심의보고서를 2019년 1월에 발간하는 등 느장 보고서라는 비판도 나온다. 2017년 하반기 인터넷 세상을 다룬 보고서가 1년도 더 지나 공개되니 급변하는 인터넷 세상과 맞지 않는다는 지적도 있다.

김기중 네이버 검색어 검증위원회 위원장은

“아직 네이버가 의도적으로 검색어를 조작한다는 점은 발견하지 못했다.”면서도 “심사보고서 발간에 더 속도를 내겠다.”고 밝혔다.

이재신 중앙대 미디어커뮤니케이션학부 교수는 “포털의 검색어 서비스가 신뢰를 높이려면 포털이 개입한다는 점을 알리고 검색어 제외절차를 제대로 알려 기업이나 연예기획사 외에 일반인들도 제외신청을 쉽게 하게 하는 등 절차와 기준을 투명하게 공개할 필요가 있다”고 말했다. KISO JOURNAL

[KISO 연구원 인터뷰] “현실 부딪히며 문제 해결… 객관적이고 신중한 자세 유지해야”

KISO 기획팀

2009년 한국인터넷자율정책기구(KISO)는 인터넷 사업자들의 시장 자율 정화를 목적으로 설립됐다. 이후 지난 10년간 이용자들의 표현의 자유를 신장하는 동시에 인터넷 공간의 공공성을 제고토록 노력해왔다.

‘규제’란 법제도만을 의미하는 국내에서 ‘자율규제’라는 새로운 영역을 뿌리내리기 위해 무던히 애썼다. KISO 설립 10주년을 맞아 자율규제 일선에서 활동 중인 KISO 사무처 연구원들을 만나 자율규제 현황과 발전방향에 대해 물어봤다.



<곽기욱 KISO 선임연구원(왼쪽)과 심재필 KISO 연구원(오른쪽)이 국내 자율규제 현황 관련 인터뷰를 진행했다.>

지난 3월 27일 서울 KISO 사무처에서 진행

된 인터뷰에는 기획팀 곽기욱 KISO 선임연구원과 정책팀 심재필 KISO 연구원이 참석했다.

사무처는 정책팀과 기획팀으로 구성돼 있으며, 총 9명의 연구원이 근무하고 있다. 각 팀은 해당 위원회와 부설기구를 운영, 지원하고 있다.

정책팀이 지원하고 있는 위원회는 정책위원회, 네이버 검색어 검증위원회, 인물정보 서비스 자문위원회 등이다. 기획팀은 저널 편집위원회, 부동산매물검증센터, 부동산매물클린관리센터 등을 맡고 있다.

△ 먼저 간단한 자기소개와 담당 업무 설명 부탁한다.

(곽기욱 선임연구원) 기획팀 소속 곽기욱 선임연구원이다. KISO에서 부동산매물검증, KISO저널, MOU 업무를 맡고 있다.

특히 부동산매물검증 분야를 가장 중점적으로 다루고 있다. 매물검증분야는 두 가지로 나뉜다. 중개업소에서 부동산정보업체를 통해 포털에 부동산 매물 광고를 게재하려고

할 때 해당 매물이 실제로 존재하는 매물인지, 소유자 정보는 일치하는지 등을 확인하는 매물검증센터 업무와 이미 게재가 된 매물 중 허위매물로 신고가 된 건에 한 해 이를 확인하는 매물클린관리센터다.

(심재필 연구원) 정책팀 소속 심재필 연구원이다. 정책팀에서 지원 중인 정책위원회, 네이버 검색어 검증위원회, 인물정보 서비스 자문위원회와 관련된 전반적인 주요 업무들을 팀원들과 함께 수행하고 있으며, 그중 네이버 검색어 검증위원회와 관련된 업무를 전담하고 있다.

△ 다른 위원회나 관련 업무에 대해서도 간략히 설명한다면.

(곽기욱) 기획팀은 부동산매물검증 이외에도 편집위원회 지원과 각종 MOU 사업을 맡아 진행하고 있다. 편집위원회는 인터넷 자율규제 관련 법제, 현황 등에 대한 전문 자료, 자율규제에 대한 다양한 시각을 담아내는 KISO저널을 발간하고 있다. 굉장히 전문적이고 유익한 인터넷 관련 소식들이 많다. 관련 종사자들이 보면 많은 도움이 될 것이다.

MOU 사업은 인터넷상 공공성 수호를 위한 유관 기관과의 협업이다. 지금까지 서울시, 경찰청, 전자결제산업협회 등과 MOU를 맺었다. 서울시와는 온라인 성폭력을 방지하기 위한 게시글과 메신저 ID 조치 업무를, 경찰청과는 온라인상 자살 예방을 위한 MOU를, 전자결제산업협회와는 불법 소액결제 방지를 위해 협업하고 있다.

(심재필) 정책팀의 주요한 업무는 정책위원

회 지원이다. 정책위원회는 KISO의 중심이자 대표적인 위원회다. 회원사들이 지켜야 할 정책에 관해 전반적이고 객관적인 기준을 만들어 적용 및 심의를 하고 있다. 회원사들이 스스로 합의해 일정한 기준과 약속을 정하는 자율규제의 첫걸음이라고 볼 수 있다.

인물정보 서비스 자문위원회는 이전에 인물정보 검증 및 자문위원회라 불렸다. 그러나 회원사인 카카오가 지난해 4월부터 참여해 인물정보 서비스 자문 범위를 확대할 수 있게 됐고 현 위원회 명칭으로 변경됐다. 위원회는 네이버와 카카오의 인물정보 서비스 관련 운영 원칙을 검토해, 공익적인 서비스 운영이 가능토록 하는 업무를 수행하고 있다. 또한, 포털에 등재된 인물들의 개인정보를 보호하고, 이용자의 알 권리를 보장하기 위한 자문 업무를 수행하고 있다.

△ 인터넷 자율규제 활성화를 위해 정말 다양한 노력을 하고 있는 것 같다. 하지만 아직 자율규제에 대해 생소하게 느끼는 사람들도 많은 것 같다.

(심재필) 그렇다. 자율규제라는 단어나 형태가 아직은 대중적이지 않은 것이 사실이다. 그러나 자율규제의 필요성은 많은 곳에서 제기되고 있다. 예를 들어 가짜 뉴스 해결 방법 중 하나로 자율규제가 언급되고 있다.

물론 자율규제가 가짜 뉴스와 같은 문제에서 절대적인 해법일 수는 없다. 그럼에도 (자율규제가) 중요한 것은 자율규제가 만들어지는 과정이다. 구성원 스스로 질서의식을 갖고 문제를 논의하고 이를 토대로 유익한 공통의 규약을 만드는 과정은 더욱 복잡해진 미래

사회에 반드시 필요하다. 그렇기에 (자율규제는) 미래 사회의 새로운 대안으로 떠오르며 발전하리라 본다.

(곽기욱) 동의한다. 아직 우리 사회가 자율규제에 대해 많은 신뢰를 하지 않고 있다. 나조차도 KISO에 입사하기 전까지는 자율규제 영역이 존재하는지 몰랐고 어떤 형태인지 상상할 수 없었다. 모든 문제가 될 만한 이슈는 정부가 규제하는 것이 옳다고 생각했다.

△ 그렇다면 그럼에도 자율규제는 왜 필요하다 보는가.

(곽기욱) 국경을 뛰어넘는 인터넷 기반 사회를 정부가 완벽하게 통제한다는 것은 불가능하다. 특히 4차 산업혁명이 진행될수록 사회 곳곳 다양한 분야에서 정부가 규제하고 제어할 수 없는 것들도 늘어날 수밖에 없다. 그렇기 때문에 자율규제는 어쩌면 미래사회에 필수 불가결해질 것이라고 본다.

한 가지 덧붙이자면 최근 온라인 부동산 허위매물 공적 규제가 이뤄져야 한다는 논의가 있다. 매우 안타깝게 생각한다. 현재 온라인 부동산 시장은 KISO를 통한 자율규제가 이뤄지고 있다. 사업자들 스스로가 시장 정화를 위해 센터를 만들고, 규약을 만들어 준수하고 있다. 자율규제에 참여하지 않는 몇몇 사업자들을 의무적으로 (자율규제에) 참가하도록 하거나 처벌 강도를 높인다든지 등의 공공의 지원이 선행돼야 한다. 시대 흐름을 역행해 자율규제 영역을 좁히고 공적규제를 확대하는 방법은 적절치 않다.

(심재필) 꼭 선임연구원의 말대로 인터넷 공

간은 누구에게나 평등하고 자유가 보장되어야 하는 공론장이다. 여러 가지 의견이 자유롭게 교환되는 인터넷이란 공간 속에 공적규제가 적용된다면 그 의미는 현저히 줄어들 것이라 본다. 그렇지만 물론 다양성이 존중되는 공간에서도 공통적이고 그 본래의 의미를 퇴색시키지 않는 범위에서의 (강제성을 띤) 약속은 있어야 한다. 그 최소한의 약속이 바로 자율규제라 생각한다.

△ 자율규제 문화가 무르익지 않은 사회에서 실무자로서 어려운 점이 많을 것 같다. 힘든 점이 있다면.

(심재필) 그렇다. 쉽지는 않지만 보람차다. 자율규제는 회원사들이 자발적으로 모여 공동의 규약을 만드는 과정이라 할 수 있다. 그렇기 때문에 어느 누구 하나의 목표나 이익을 위해 업무를 진행하기보다는 모두가 만족할 수 있는 결론을 도출해야 하는 노력이 필요하다.

그러한 일련의 과정을 보다 균형 있게 조율하기 위해서는 신중하고 깊이 있는 생각을 해야 한다. 특히 실무자는 인터넷이라는 플랫폼 속에 존재하는 방대한 내용들을 일정한 틀에 맞춰 가치판단을 해야 하기 때문에 상대적으로 늘 객관적이고 신중한 자세를 유지해야 하지만 이게 말처럼 쉽지 않다.

(곽기욱) 전적으로 동의한다. 가장 바람직한 자율규제는 업계에서 외부의 힘 없이도 스스로 자정 되는 규제다. 이를 위해 실무자는 업계가 자발적으로 자율규제를 따르도록 유도한다. 이 과정이 쉽지 않고, 그 속에서 중립성과 객관성을 유지하며 (회원사들이) 상

호작용하도록 하는 방안을 고안해내는 게 중요하다.

△ 반대로 KISO에서 업무를 보며 보람찼던 순간도 많았을 것 같다. 가장 기억에 남는 순간은.

(곽기욱) 지난해 서울시 인터넷 시민 감시단을 대상으로 강연을 진행했다. 앞서 언급한 대로 서울시와 KISO는 성폭력 방지를 위해 온라인상 음란물, 성매매 게시글을 정보통신망법 등에 근거에 조치하고 있다. 이런 불법 게시물들을 시민 감시단이 적발해준다.

MOU 실무자로서 많은 시민 감시단원이 활동한다는 것은 알았지만 실제로 만나니 정말 많은 시민이 깨끗한 인터넷 공간을 위해 노력하고 있다는 것을 새삼 깨달았다. 더불어 내 업무에 보람을 느끼고 사명감을 갖게 된 것 같다. 소중한 경험이었다.

(심재필) 잘못된 것을 바로잡는 데 보탬이 됐을 때 보람을 느낀다. 부가 설명을 하자면 인터넷에서는 무엇보다 개인의 알 권리와 표현의 자유가 보장돼야 한다. 하지만 이는 언제든 타인의 명예훼손 등 권리를 침해할 가능성이 있다.

현재 인터넷 환경은 이러한 것들이 지켜지지 않아 큰 문제로 확대되는 경우가 더러 있다. 이 같은 현실에서 잘못된 질서를 바로 세우고 보호받아야 할 권리를 지키기 위해 KISO가 노력하고 있다. 이런 가치 있는 일에 내가 힘을 보태고 있다는 것에 보람을 느낀다.

△ 마지막으로 독자들에게 전하고 싶은 말이 있다면.

(심재필) KISO는 그간 대외적으로 많이 부각되지 않았다. 적극적으로 업적을 드러내기 보다는 자율규제를 바탕으로 건강한 인터넷 환경을 조성하기 위해 묵묵히 뒤에서 많은 역할을 수행해 왔다. 이렇게 누군가 표현의 자유 보장과 공공성을 지키기 위해 꾸준한 노력을 하고 있다는 것을 알아주셨으면 좋겠다. 많은 응원과 관심 부탁한다.

(곽기욱) 같은 마음이다. 더해서 사업자들이 자율규제정책을 잘 이행하는지 지속적으로 관심을 갖고 지켜봐 주시면 감사하겠다. 이런 자율규제 전반의 소식과 법 제정 등을 소상히 담은 KISO저널이 3개월에 한 번씩 발간된다. 많은 '좋아요'와(웃음) 많은 구독 부탁드린다. KISO JOURNAL

정리=남동희 KISO 연구원

종교단체의 명예훼손 사유 게시물 삭제요청 심의 결정문에 대한 리뷰

정필운 / 한국교원대학교 일반사회교육과 교수, 공법학

<Keyword>

종교단체, 명예훼손, 공인, 표현의 자유

1. 서론

사단법인 한국인터넷자율정책기구(이하 ‘KISO’라 한다)의 정책위원회는 2018년 11월 16일 000의 명예훼손 사유 게시물 삭제요청에 대하여 심의대상 게시물 29건은 ‘해당없음’, 1건은 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’를 취하도록 결정하였다(2018.11.16. 2018심19-1~30). 이 심의 결정은 (i) 정책규정 적용과 관련하여 종교단체가 공인에 해당하는지, (ii) 특정 종교를 비판하는 게시물의 삭제 요청에서 어떤 기준으로 판단을 하여야 하는지, (iii) 명예훼손의 소명 방법과 정도는 어느 정도 수준에 이르러야 하는지 등이 쟁점이 되었으며, KISO는 이에 대한 쟁점에 대해 판단을 하였고 위와 같은 결정을 하였다. 이 글은

이 결정을 분석적으로 이해하는 것을 목적으로 한다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 우선 심의결정의 요지를 정리하여 제시한다. 그리고 이론적 관점에서 세 가지 쟁점을 도출한 후 그에 대한 학계의 논의를 살펴보고 이에 기대어 시사점을 탐색하고자 한다.

2. 심의결정 요지¹⁾

가. 요청인의 요청

요청인은 심의대상 30건의 게시물 삭제를 요청하면서, 해당 게시물이 허위사실을 포함하는 내용 또는 신도와 단체에 대한 악의적인 목적의 내용이 포함되어 명예를 훼손한다는 이유로 삭제 등의 조치를 할 것을 요청하

1) 000의 명예훼손 사유 게시물 삭제요청 심의의 건, 2018.11.16. 2018심19-1~30, KISO저널 참고

(<https://www.kiso.or.kr/%EC%A0%95%EC%B1%85%EC%9C%84%EC%9B%90%ED%9A%8C/%EC%8B%AC%EC%9D%98%EA%B2%B0%EC%A0%95/?uid=1226&mod=document>, 2019.3.13. 최종 방문) 결정문을 제시하되 독자의 편의를 위하여 일부 수정하였다.

였다.

나. 판단

1) 적용조문: 종교단체인 요청인에 대하여 정책규정 제3조(임시조치 등)와 제5조(처리의 제한) 중 어느 것을 적용할지 논의가 있었다. 정책위원회에서는 제5조가 임시조치의 처리를 제한하는 예외적인 근거라는 점에서 동 조문에서 그 적용이 명백하게 규정된 것으로 해석하기는 어려우므로 제3조를 근거로 이 사건을 판단하여야 한다는 다수의견에 따라 판단하였다. 소수의견은 규모가 큰 종교단체의 경우에는 공인에 해당되므로 제5조(제2항) 적용을 주장하였다.

2) 종교 관련 게시물에서의 판단기준: 대법원 판례에 의하면 종교의 자유는 표현의 자유에 대한 특별 규정의 성격을 가지므로 종교적 목적의 언론·출판의 경우에는 그 밖의 일반적인 언론·출판에 비하여 고도의 보장을 받아야 한다. 다른 종교나 종교집단을 비판할 권리는 최대한 보장받아야 한다. 그로 인하여 타인의 명예 등 인격권을 침해하는 경우에 종교의 자유 보장과 개인의 명예보호라는 두 법익을 어떻게 조정할 것인지는, 그 비판행위로 얻어지는 이익, 가치와 공표가 이루어진 범위의 광협, 그 표현 방법 등 그 비판행위 자체에 관한 제반 사정을 감안함과 동시에 그 비판에 의하여 훼손되거나 훼손될 수 있는 타인의 명예 침해의 정도를 비교·고려하여 결정하여야 한다(대법원 1996. 9. 6. 선고 96다19246,19253 판결)고 판시하여 종교적 비판의 중요성을 강조하고 있다. 당 정책위원회에서도 이에 따라 종교와 관련된 경험담 게시물 역시 종교의 자유의 보호대상

으로 결정한 바 있고(2015.4.6. 2015심7), 나아가 종교 관련 사항에 대한 비판은 사실의 적시로 볼 수 없는 것으로 판단한 바 있다(2014.10.21. 2014심19 등 다수).

3) 명예훼손의 소명 정도: 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조의2 제1항과 정책규정 제3조 제1항 제2호에서는 요청인이 명예훼손의 사유를 소명토록 하고 있을 뿐 소명방법이나 그 정도에 대한 구체적인 설명을 하지 않아 그 해석이 문제된다. 정책위원회에서는 헌법재판소(헌재 2012. 5. 31. 2010헌마88 결정)의 결정을 인용하며, 명예훼손 사유를 주장하는 이 사건에 있어서 요청인이 해당 게시물의 정보 속의 피해자와 요청자가 동일인임을 확인하여 준 이상 소명요건은 충족한 것으로 판단하였다.

4) 게시물의 명예훼손 여부에 대한 판단: 게시물 30건의 명예훼손 여부에 대하여, 29건은 종교적인 논쟁이나 종교활동의 비판으로서 종교의 자유의 보호대상이 되거나 게시물 자체에서 명예훼손 사실이 인정되지 않아 ‘해당없음’으로 판단하였다. 나머지 1건에 대하여는 관련한 언론 보도 기사 등 자료와 비교하여 볼 때 게시 내용 중 상당한 부분이 상이한데 이는 동 게시물의 핵심적인 내용이라고 할 것인바 그 게시물은 전체적으로 왜곡과 과장이 상당한 허위의 사실로서 명예훼손에 해당된다고 보아 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정하였다.

다. 결론

위와 같은 내용을 근거로 정책위원회는 표결절차를 거쳐 심의대상 게시물 29건에 대해

‘해당없음’, 1건에 대해 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정한다.

3. 심의 결정에 대한 리뷰

이론적 관점에서 보았을 때 이 심의 결정에서는 (i) 정책규정 적용과 관련하여 종교단체가 공인에 해당하는지, (ii) 종교에 대한 비판을 헌법에서 어떻게 보호하여야 하는지, (iii) KISO가 심의 결정을 할 때 구체적으로 어떻게 결정하여야 하는지가 특히 주목되는 쟁점이다. 아래에서 차례로 살펴본다.

가. 종교단체가 공인에 해당하는지에 대한 판단과 관련한 분석

1) KISO 정책 규정의 현황

KISO 정책규정 제3조 (임시조치 등) ① 인터넷상의 게시물로 인한 명예훼손을 주장하는 자는 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어 회원사에게 삭제, 반박내용의 게재 또는 임시조치 등 필요한 조치를 요청할 수 있다.

1. 명예훼손을 주장하는 자는 당사자임을 밝혀야 한다.
2. 명예훼손 사유를 소명해야 한다.
3. 해당 게시물의 URL을 적시해야 한다.

제5조(처리의 제한) ① 국가기관 및 지방자치단체는 명예훼손 관련 임시조치 등 요청의 주체가 아닌 것으로 간주한다. 다만, 단체의 장 및 구성원 개인은 명예훼손 관련 임시조치 등을 요청할 수 있다.

② 임시조치 등을 요청하는 자가 정무직 공무원 등 공인인 경우, 자신의 공적 업무와

관련된 내용이 명백히 허위사실이 아닌 한 명예훼손 관련 임시조치의 대상이 아닌 것으로 본다.

③ 임시조치 등을 요청하는 자가 제2항의 ‘정무직 공무원 등 공인’에는 해당하지 아니하는 경우에도 그가 공직자, 언론사 등일 경우 임시조치 등을 요청하는 게시물의 내용이 그 업무에 관한 것으로서 공적 관심사에 해당하는 것일 때에는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우를 제외하고는 임시조치 등의 대상이 아닌 것으로 본다.

1. 게시물의 내용이 명백한 허위사실임이 소명된 경우

2. 게시물의 내용 자체 또는 쉽게 파악할 수 있는 주변 정황에 의해 그 게시물의 내용이 해당 공직자 등에 대한 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격인 것으로 판단되는 경우

④ 제2항 및 제3항의 공인 및 공직자 등이 공적 지위를 벗어난 때에도 해당 지위에 있을 때 발생한 공적 업무는 공적 업무에 포함되는 것으로 본다.

⑤ 제2항 및 제3항에도 불구하고 구체적인 정황이나 사실의 적시 없이 단정적이고 모욕적인 표현만을 한 경우에는 임시조치 등을 할 수 있다. [본조수정 2014.10.22]

2) 비판적 분석

위에서 보는 것처럼 정책규정 제5조는 미국 판례에서 기원한 공적 인물 이론을 수용하여 규범화한 것이다. 이에 따르면 사생활의 비밀과 자유와 표현의 자유가 상충하는 사례에서 사생활의 비밀과 자유의 주체가 공적 인물일 때는 일반인일 때보다 사생활의 비밀의 자유의 보호 범위를 축소하여야 한다. 일반

시민은 공적 관심사에 대하여 알 권리(right to know)가 있는데, 공적 인물의 사생활은 이미 공적 관심사가 되어 공익의 일부를 이루므로 이 경우 사생활의 비밀과 자유가 양보하여야 한다는 것을 그 근거로 삼는다. 그러므로 공적 인물의 모든 사항이 아니라 공적 관련성이 있는 사항에 대해서만 이 이론이 적용되어야 한다는 한계도 자연스럽게 도출된다.²⁾ 이러한 공적 인물 이론은 공법학계의 광범위한 지지를 얻고 있는 이론이다.

그런데 여기서 공적 인물(public figure)을 어느 범위까지 인정할 것인지는 확정적이지 않다. 정책규정 제5조 제2항이 ‘정무직 공무원 등 공인’이라고 이를 표현하고 있는 것은 이러한 이유에서이다. 이번 결정을 하는 과정에서 다수의견과 소수의견이 대립한 것도 이러한 맥락에서 자연스러우며, 이는 정책위원회가 건전하게 구성되어 운영되고 있다는 방증이라고 평가할 수 있다. 일견 다수의견은 청구인의 보호에, 소수의견은 게시자의 보호에 충실한 해석으로 평가할 수 있지만, 적용 조문 판단 이후 구체적 형량 과정과 사실관계 판단 과정에서 다시 한 번 그러한 판단이 보정될 가능성이 있으므로 위와 같이 단정하는 것도, 일방적으로 어느 한 의견이 타당하다고 단정하기도 어렵다. 다만 정책위원회가 이미 내린 결정³⁾에서는 정책규정 제5조 제2항과 제3항이 적용되는 것을 전제로 한 제5항의 적용 여부를 판단한 바도 있고, 앞으로 다시 이와 같은 쟁점이 심의결정 과정에서 문제될 것이라는 점을 유념할 필요가 있다.

따라서 정책위원회에서는 앞으로 이에 대한 충분한 논의를 통하여 중지를 모을 필요가 있다.⁴⁾

또한 이미 서술한 것처럼 공적 인물의 모든 사항이 아니라 공적 관련성이 있는 사항에 대해서만 공적 인물 이론이 적용되어야 하므로 앞으로 결정 서술에 있어서는 이와 같은 판단 기준을 실시하고 그에 대한 판단 결과를 좀 더 분명하게 드러내는 것이 당사자에게 결정에 대한 설득력을 높이는 길이다.

나. 종교에 대한 비판을 헌법에서 어떻게 보호하여야 하는지와 관련한 분석

위에서 서술한 것처럼 정책위원회에서는 대법원 판례의 판시를 인용하며 종교 관련 게시물에서의 판단기준을 제시하였다. 그런데 공법이론적 관점에서 판단하면 이 사건 게시물은 두 가지 종류로 나눌 수 있고, 그 종류에 따라 판단기준은 달라져야 한다. 첫째, 정책위원회에서 판단한 것과 같이 헌법 제20조 종교의 자유에 한 내용인 종교적 표현의 자유의 행사 결과인 게시물이 있다. 이와 같은 종류의 게시물은 정책위원회가 실시한 것처럼 종교의 자유에 근거한 게시물이므로 헌법 제21조에 근거한 일반적인 표현의 자유의 행사 결과인 게시물보다 고도의 보호를 받아야 하므로 그 심사기준은 완화되어야 한다. 둘째, 특정 종교에 대한 비판을 그 내용으로 하는 게시물이지만 그것이 종교의 관점이 아니라 정치적·학술적 관점과 같이 종교 외의

2) 이상 김선택, “언론보도의 자유와 인격권 보호 -명예훼손소송에 있어 공적 인물이론과 현실적 악의(actual malice)의 원칙을 중심으로-”, 『고려법학』 제43권, 고려대학교 법학연구원, 2004, 183-214쪽; 전광석, 『한국헌법론』, 집현재, 2018, 343쪽; 허영, 『한국헌법론』, 박영사, 2018, 424쪽.

3) ‘000의 임시조치 요청’ 관련 심의의 건 1. 심의 번호 : 2015심7, 2. 심의 결정일 : 2015.4.6

4) 이론과 우리 현실을 고려한 이에 대한 판단의 예시는 김선택, 앞의 글, 195-197쪽 참고.

관점에서 작성된 게시물이다. 이와 같은 종류의 게시물은 헌법 제20조의 종교적 표현의 자유의 행사 결과인 게시물이 아니라 헌법 제21조 일반적인 표현의 자유의 행사 결과인 게시물이므로 이것은 첫 번째 게시물보다 낮은 보호를 받아야 하므로 그 심사기준은 강화되어야 한다.

다. 심의 결정의 결론과 관련한 분석

1) 정책규정과 운영세칙에서 심의 결정의 유형과 이 결정의 결론

정책규정 제3조에 따르면 인터넷상의 게시물로 인한 명예훼손을 주장하는 자는 명예훼손을 주장하는 자가 당사자임을 밝히는 것 등의 요건을 갖추어 회원사에게 삭제, 반박내용의 게재 또는 임시조치 등 필요한 조치를 요청할 수 있고(제1항), 회원사는 제1항의 요건을 충족하는 경우 삭제, 임시조치, 그 밖에 필요한 조치 중 하나에 해당하는 조치를 취할 수 있다(제2항).

그리고 정책위원회 운영세칙 제8조 제1항은 정책위원회가 심의 결정을 함에 있어 해당 없음, 삭제 또는 그에 준하는 조치, 기타 필요한 조치를 할 수 있도록 규정하고 있다.

그리고 이 결정에서 정책위원회는 이러한 규정에 근거하여 심의대상 게시물 29건에 대해 ‘해당없음’, 1건에 대해 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’를 결정하였다.

2) 비판적 분석

정책위원회의 결정은 수명자인 회원사가 무엇을 하여야 하는지 명확히 하여야 한다. 이

렇게 보았을 때 정책위원회의 이번 결정은 중 1건에 대한 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’는 회원사가 구체적으로 무엇을 하여야 하는지 명확하게 밝히지 않아 문제가 있다. 이러한 문제는 이와 같은 일이 가능하도록 명확하게 규정하고 있지 않은 정책규정 또는 운영세칙에 기인한다. 이에 대해서는 이미 현재 정책위원인 정경오 변호사님께서 다른 리뷰⁵⁾에서 지적하신 바 있으니 이 글에서는 생략하기로 한다. 결론적으로 정책위원회는 앞으로 이와 같이 명확하지 않은 결정을 지양하여야 한다. 나아가 이와 같은 결정이 반복되지 않도록 정책규정 또는 운영세칙에서 이를 좀 더 분명히 할 필요도 있다.

4. 결론

정책위원회는 2018년 11월 16일 000의 명예훼손 사유 게시물 삭제요청에 대하여 심의대상 게시물 29건에 대해 ‘해당없음’, 1건에 대해 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정하였다. 이 글은 이 결정을 분석적으로 이해하는 것을 목적으로 하였다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 우선 심의결정의 요지를 정리하여 제시한 후, 이론적 관점에서 (i) 정책규정 적용과 관련하여 종교단체가 공인에 해당하는지, (ii) 종교에 대한 비판을 헌법에서 어떻게 보호하여야 하는지, (iii) KISO가 심의 결정을 할 때 구체적으로 어떻게 결정하여야 하는지라는 세 가지 쟁점을 도출한 후 그에 대한 학계의 논의를 바탕으로 하여 시사점을 탐색하였다.

이 논의를 통하여 필자는 다음과 같이 제안

5) 정경오, 주식회사 0000의 연관검색어 삭제요청 심의 결정문에 대한 리뷰, KISO저널 제33호, 정책 및 심의결정 리뷰, 2018.12.17. (<http://journal.kiso.or.kr/?p=9238>), 2018.3.14. 최종 검색)

하였다. 첫째, 정책규정 제5조는 공법이론 중 공적 인물 이론을 수용하여 규범화한 것이므로, 정책위원회는 이 이론과 우리 현실을 고려하여 제5조 제2항의 ‘정무직 공무원 등 공인’이라는 표현을 구체화하여야 할 중기적인 과제가 있다. 둘째, 공적 인물의 모든 사항이 아니라 공적 관련성이 있는 사항에 대해서만 공적 인물 이론이 적용되어야 하고 제5조도 이와 같이 표현되어 있으므로, 정책위원회는 결정 서술에 있어서 이와 같은 판단 기준을 실시하고 그 판단 결과를 좀 더 분명하게 드러내는 것이 타당하다. 셋째, 종교를 비판하는 게시물은 종교적 표현의 자유의 행사 결

과인 것도 있고, 일반적인 표현의 자유의 결과인 것도 있는데 양 자는 그 보호 수준과 그에 따른 심사 기준이 다르므로, 정책위원회는 앞으로 결정에 있어 이 점을 유념하여 판단하여야 한다. 넷째, 정책위원회의 결정은 수명자인 회원사가 무엇을 하여야 하는지 명확히 하여야 하므로 정책위원회의 이번 결정 중 1건에 대한 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’는 바람직하지 않다. 다섯째, 앞으로 정책위원회 결정의 결론이 좀 더 명확하게 표현될 수 있도록 정책규정 또는 운영세칙 개정을 검토할 필요가 있다. KISO JOURNAL

식품회사 A의 관련 검색어 삭제요청 심의결정문에 대한 리뷰

이병준 / 한국의국어대학교 법학전문대학원 교수

<Keyword>

관련 검색어, 서제스트 검색어, 상당한 기간

1. 심의결정의 개요

가. 요청인의 삭제 요청

2018년 4월 경 식품회사 A에서 생산 중인 특정 제품에서 미량의 과산화수소가 검출되어, A에서 자진 회수 및 사과문을 발표하였다. 또한 유통 중인 해당 제품들을 공인검사기관에 검사를 의뢰한 결과 과산화수소가 검출되지 않았다는 시험 성적서를 감독 정부기관에 제출하였다. 이에 해당 정부기관에서는 위해식품차단 및 회수를 위한 자발적이고 능동적인 조치, 원인 분석을 통한 재발방지 조치사항의 이행, 법령위반 사항이 없음을 통보하며, 본 회사 발생사항 조사를 종료한다는 공문을 작성하여 주었다.

사건 발생 후 약 7개월이 지난 후 식품회사 A는 B 포털의 관련 검색어 2건(A 과산화수소, A 대용량제품 리콜), 서제스트 검색어(A 과산화수소) 1건 등 총 3건의 검색어 삭제를

(사)한국인터넷자율정책기구(이하 'KISO'라 한다)에 요청했다. 해당 검색어가 해당 제품이나 해당 제품브랜드에 한정하지 않고 A 회사의 모든 제품 브랜드 평판 및 경영상 심각한 피해를 주고 있다는 이유에서이다. 특히 1) A회사가 생산하고 있는 모든 제품에 문제가 있을 수 있다는 오인을 유발하고 있다는 점, 2) 감독 정부기관으로부터 문제없이 자발적인 선제적 조치를 취하고 문제된 제품이 안전함을 검증 받았는데도 불구하고 7개월 전의 일이 마치 현재 문제되고 있는 것으로 받아들여질 수 있다는 점 등을 주장하였다.

나. 관련 조항

KISO 정책규정

제3장 검색어에 관한 정책

제12조(원칙)

① 회원사는 자동화된 로직에 따라 연관검색

어, 자동완성검색어(이하 ‘연관검색어 등’이라 한다)를 제시하며 그 외의 방법으로는 생성 또는 변경하지 아니한다.

② 회원사는 이용자의 신고, 요청 등을 계기로 노출되고 있는 연관검색어 등의 삭제 또는 제외에 관하여 의문이 있을 경우 KISO에 심의를 요청할 수 있다.

제13조의2(이용자 피해 구제를 위한 조치)

① 연관검색어 등 또는 그 검색결과로 인해 사생활 침해나 명예훼손 등 권리침해를 받은 자는 대상 연관검색어 등을 특정하고 침해사실을 소명하여 해당 회원사에게 그 연관검색어 등의 삭제 등 필요한 조치를 요청할 수 있다.

② 회원사는 제1항에 따른 요청을 받아 다음 각 호의 어느 하나에 해당한다고 판단되는 경우, 요청인의 피해를 구제하기 위해 해당 검색어를 삭제 또는 제외할 수 있다.

1. 연관검색어 등 또는 그 검색결과가 다음 각 목의 어느 하나에 해당하여 요청인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 정도가 일반 이용자의 알 권리보다 크다고 판단되는 경우

가. 제5조 제2항의 ‘정무직 공무원 등 공인’에 해당하는 요청인과 관련된 연관검색어 등 또는 그 검색결과가 요청인이 수행한 공적업무 또는 공공의 이익과 관련이 없는 사생활 영역에서 발생한 경우

나. 제5조 제2항의 ‘정무직 공무원 등 공인’에 해당하지 않는 요청인과 관련된 연관검색어 등 또는 그 검색결과가 사생활 영역에서 발생한 경우

다. 연관검색어 등 또는 그 검색결과가 허위 사실임이 소명된 경우

라. 상당한 기간이 경과하여, 연관검색어 등 또는 그 검색결과가 언론의 보도 등으로 공적 관심사가 되고 있다고 보기 어려운 경우. 다만, 정무직 공무원 등 공인의 공적 업무에 관한 내용은 예외로 한다.

마. 연관검색어 등 자체만으로 사실관계를 현저하게 오인시키는 경우

바. 연관검색어 등을 선택했을 때 검색결과가 전혀 존재하지 않거나 그러한 의미와 무관한 내용만 확인되는 경우

사. 기타 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 정도가 중대하고 명백한 경우

다. 심의 결과

KISO 정책위원회에서는 정책규정 중 제13조의2 제2항 제1호 다목, 라목, 마목에 해당하는지 여부가 문제되었다.

1) 다목과 관련하여서는 허위사실임이 문제되었다. 다수의견은 신청인이 제조한 제품에서 과산화수소가 검출된 사실이 있으므로 관련 검색어 ‘A 과산화수소’를 허위사실로 보기 어렵다고 판단하는 한편, 실제 자발적 회수가 있었으므로 ‘A 대용량제품 리콜’도 허위사실로 보기 어렵다고 판단하였다. 하지만 공인 검사기관의 시험 성적서에서는 ‘과산화수소’가 없다고 판명되었으므로 허위의 사실에 해당한다는 의견도 있었다.

2) 라목과 관련하여 해당 사건이 발생한지 7개월이 경과했고 관련된 보도가 5월 이후 작

성된 사례가 없으며 게시물 또한 7월 이후 작성된 것이 검색되지 않는 점을 고려하여 현재 공적 관심사의 대상에 해당한다고 보기 어렵다고 판단하였다. 그에 반하여 문제된 검색어가 국민의 건강 등과 관련된 중요한 사안인 점 등을 고려할 때 해당 사례는 공적 관심사가 아니라고 보기 어렵다는 점, 또한 7개월이라는 기간이 상당한 시간의 경과로 보기 어렵다고 보는 소수의견도 있었다.

3) 마목과 관련하여서는 7개월이 지난 과거의 사실임에도 심의대상 검색어가 노출됨으로써 오히려 소비자에게 현재 제품에 문제가 있는 것으로 보여질 우려가 있다는 점에서 오인가능성을 인정하였다. 그에 반하여 해당 사실이 있었기 때문에 사실관계를 오인시키는 경우로 보기 어렵다는 소수의견도 있었다.

이러한 종합적인 판단 하에 KISO 정책위원회는 검색어 3건에 대해 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정하였다.

2. 심의결정에 대한 검토

관련 검색어 및 서제스트 검색어는 이용자의 검색편의를 위해 제공하는 서비스이다. 즉, 다수의 이용자들이 입력한 검색어 자료를 분석하여 특정 검색어와 상호 긴밀한 관련성이 있는 검색어를 검색 입력창 또는 그 인접영역에 자동적으로 제시하는 서비스이다. 따라서 이용자의 편의를 위하여 이러한 서비스를 제공하는 포털이 갖는 영업의 자유는 기본적으로 보장되어야 한다. 하지만 이러한 관련 검색어를 통하여 인격권 등 관련 당사자의 권리가 침해가 되는 현상이 늘어남에 따라 삭제 내지 제외할 수 있는 목록을

마련하고 있는 것이다.

법령의 해석상 원칙에 대한 예외는 일반적으로 좁게 해석하는 것이 맞다. 그러나 본 규정의 경우에 삭제 내지 제외로 인하여 침해당하는 포털이 갖는 영업의 자유, 이용자들의 알 권리와 정보에 대한 접근권과 보장의 대상이 되는 관련 당사자의 법익 보장 사이의 적절한 균형점을 찾아야 할 것이다. 만약 전자의 침해가능성이 크다고 한다면 예외적인 사유를 좁게 해석하는 것이 타당할 것이며, 후자의 보호필요성이 크다고 한다면 해당 예외사유를 비교적 넓게 해석할 수 있는 가능성이 열린다.

가. 다목의 “허위사실”인지 여부

본 사안의 경우에 식품회사 A의 특정제품에서 과산화수소가 검출되어 문제가 되었고 A에서도 미량의 과산화수소가 검출된 점을 인정하여 사과문을 발표한 점을 보면 과산화수소가 검출되었다는 점을 허위사실로 보기는 어렵다. 또한 자발적인 조치로서 제품 회수를 하였다는 점에서도 ‘리콜’이 허위사실을 나타낸다고 보기 어렵다. 다만 공인 검사기관의 검사결과 과산화수소가 발견되지 않았다는 점은 과산화수소가 존재하지 않거나 존재하더라도 미량이라는 점을 알 수 있다. 따라서 이 사실이 본 요건 판단에서는 고려되지 않았다고 할지라도 다른 요건의 판단에 있어서는 고려될 필요가 있고 실제로 고려되었다.

나. 라목의 “상당한 기간”의 경과로 “공적 관심사”의 대상이 되고 있는지 여부

“상당한 기간”이라는 용어는 매우 추상적인 법률용어이다. 그러나 해석자에게 판단의 재량의 여지를 주어서 구체적 사안에 따라 적절한 해석을 할 수 있게 한다는 긍정적 효과를 갖는다. 다만 그 재량권 행사가 자의적이면 안 되므로 일정한 기준을 설정할 필요가 있다. 예컨대 대법원은 소멸시효 항변과 관련하여 ‘상당한 기간’ 내에 이를 행사하지 않으면 신의성실의 원칙에 반하는 것으로 보고 권리남용에 해당한다고 판단하면서 “상당한 기간 내에 권리행사가 있었는지는 채권자와 채무자 사이의 관계, 신뢰를 부여하게 된 채무자의 행위 등의 내용과 동기 및 경위, 채무자가 그 행위 등에 의하여 달성하려고 한 목적과 진정한 의도, 채권자의 권리행사가 지연될 수밖에 없었던 특별한 사정이 있었는지 여부 등을 종합적으로 고려하여 판단할 것이다”라고 판시하였다(대법원 2013. 8. 22. 선고 판결). 이처럼 심의를 진행하는 과정에서 ‘상당한 기간’이 경과하였는지 여부를 판단하기 위한 요소를 열거하고 이에 기초하여 종합적인 판단을 한다면 좀 더 판단에 대한 법적 안전성을 기할 수 있다. 본 조항의 ‘상당한 기간’의 판단에 있어서는 공적 관심의 대상이 된 사유, 더 이상 공적 관심의 대상이 되지 않은 기간, 검색어로 인하여 불이익을 당하고 있는 당사자의 이익, 삭제로 인하여 침해될 수 있는 국민의 알권리, 삭제되는 내용이 식품 등 국민의 신체, 생명 등과 연관된 경우에는 건강권의 침해가능성 등을 종합적으로 고려해야 한다.

본 규정과 관련하여서는 기본적으로 기간의 경과로 더 이상 공적 관심사의 대상이 되고 있다고 보기 어려운 경우이기 때문에 국민의 알권리는 뒤로 후퇴한 경우라고 보아야 한다. 또한 관련 검색어가 삭제된다고 하여 해

당 검색결과까지 삭제되는 것은 아니므로 국민의 알권리를 본 조항에서 지나치게 강조할 필요는 없어 보인다. 다만 소수의견이 지적하는 바처럼 본 사항의 경우에는 식품과 관련된 것이므로 국민의 건강과 관련된 정보이다. 따라서 이와 직접적으로 많은 관련성을 갖는다고 한다면 상당한 기간의 판단에서 이를 적극적으로 고려할 필요가 있다. 하지만 본 사안에서는 미량의 과산화수소만 검출되었고 그 후 검사결과에서는 더 이상 검출이 안 되었을 뿐만 아니라, 과산화수소 섭취로 인하여 국민건강의 직접적인 피해가 발생한 사건도 아니므로 그 중대성이 그리 크지 않은 것으로 보인다. 그에 반하여 부정적인 관련 검색어로 인하여 기업이 입는 낙인효과는 매우 크다고 볼 수 있다. 이러한 사정을 종합적으로 고려하였을 때 다수의견대로 상당한 기간이 경과한 것으로 보는 것이 타당하다.

다. 마목의 “사실관계를 현저하게 오인시키는 검색어”인지 여부

다수의견에서 이미 지난 과거의 사실임에도 불구하고 심의대상 검색어가 계속 노출된다면 소비자들에게 ‘현재’ 제품에 문제가 있는 것으로 보여질 수 있으므로 오인가능성을 인정하고 있다. 해당 연관 검색어가 과거의 특정한 사건과 연관된다면 해당 연관 검색어는 항상 현재로서는 오인 가능성이 존재할 수 있으므로 시간의 경과로 인한 오인가능성을 인정하는 부분은 찬성하기 힘들다. 특히 기간의 경과로 인한 문제는 이미 라목에서 고려할 수 있도록 규정하고 있다는 점을 상기할 필요가 있다. 오히려 오인 가능성을 인정한다면 신청인도 지적하고 있듯이 일부 특정

제품에서만 문제되었는데, 해당 회사 전체 제품에 문제가 있는 것으로 오인할 가능성이 존재하고 있다는 점이다.

3. 결론

심의대상 검색어는 문제된 바가 있는 사실을 나타내므로 ‘허위사실’에 속하지는 않지만 이미 시간의 경과로 인하여 ‘공적 관심사’에서 멀어졌다고 볼 수 있다. 또한 검색어도 범위가 지나치게 넓어서 ‘사실관계를 현저하게 오인시키는 경우’로 볼 수 있는 여지도

충분히 있다. 하지만 미량의 검출로 인하여 국민의 건강에 침해가 일어난 경우도 아니다. 이러한 점들을 종합적으로 인정하여 삭제요청을 받아들인 사안이라고 보여진다.

특히나 본 사안에서는 신청인이 빠르게 잘못을 인정하고 신속한 대응을 하였다. 그런데 엄격한 잣대로 검색어가 삭제되지 않아 기업이 불필요한 피해를 떠안게 된다면, 향후 유사사례에서는 기업들이 사실을 왜곡하고 책임을 회피할 가능성이 생긴다는 점에서 본 심의결정문은 좋은 선례로서의 의미를 갖는다고 평가될 수 있다. KISO JOURNAL

개정 전기통신사업법의 부가통신사업 실태조사 근거 규정에 대한 검토

홍대식 / 서강대학교 법학전문대학원 교수

〈Keyword〉

전기통신사업법, 부가통신사업, 경쟁상황평가, 실태조사

1. 들어가며

2018. 12. 24. 개정된 전기통신사업법은 전기통신사업의 경쟁촉진 등에 관한 사항을 규정하는 제4장에 제34조의2를 신설하여 과학기술정보통신부(이하 과기정통부) 장관이 부가통신사업의 현황 파악을 위한 실태조사를 실시하고 그 조사를 위하여 부가통신사업자에게 필요한 자료의 제출을 요청하는 권한을 부여하는 근거가 되는 조항을 신설하였다. 이 조항에 의하여 새로 생긴 부가통신사업의 현황 파악 실태조사제도는 기간통신사업에 대한 경쟁상황평가제도(같은 법 제34조 제2항)와 구별되지만, 전기통신사업의 경쟁 촉진이라는 공통된 목적을 실현하기 위한 구체적인 수단의 하나인 것처럼 규정되어 있다.

우리나라의 전기통신사업법에서는 부가통신사업이라는 분류를 두어 모든 인터넷 플랫폼 서비스 사업과 대부분의 인터넷 콘텐츠 서비스 사업을 포함한 인터넷 기반 서비스

사업도 전기통신사업으로 취급하지만, 이러한 입법례를 갖고 있는 국가는 일본 외에 찾기가 어렵다. 미국이나 유럽연합(EU) 및 그 회원국들의 통신법에서는 우리나라의 기간통신사업에 대응하는 사업 분류를 갖고 있지만, 부가통신사업에 해당하는 인터넷 기반 서비스는 정보서비스 또는 정보사회서비스와 같이 전기통신서비스와 다른 항목으로 구분한다. 물리적인 네트워크를 보유 또는 통제하는 전송계층에 속하는 본래의 의미의 통신서비스와 네트워크를 이용하지만 전송되는 신호의 내용이 그 핵심인 인터넷 기반 서비스는 그 성격이 다른 것이다. 다른 것은 다르게 취급하는 것이 정의와 형평의 정신에 부합한다.

이 글에서는 이런 문제의식을 갖고 전기통신사업법 개정 법률의 부가통신사업 실태 조사 근거 규정이 도입된 배경과 그 내용, 그리고 그 한계와 문제점을 살펴보기로 한다.

2. 부가통신사업 실태조사 근거 규정 도입의 배경과 그 내용

가. 부가통신사업 실태조사 근거 규정 도입의 배경

전기통신사업법상 기간통신사업을 대상으로 하는 경쟁상황평가제도의 일반적 목적은 정부개입(사전규제)이 필요한 시장과 규제대상 사업자를 식별하고 규제의 종류 및 강도를 결정하기 위한 것이라 볼 수 있다.¹⁾ 해외에도 이런 제도를 두고 있는 입법례가 있으나, 우리 제도는 사전규제 수단 도입의 필요성 여부 판단을 위해 통신사업에 속하는 세부 관련시장 별로 종합적인 경쟁상황평가를 행하는 유럽연합의 제도와 유사하다. 따라서 경쟁상황 평가를 위해서는 사전규제가 필요한 세부 관련시장을 사전에 정의하는 것이 필요하다.

법에 근거 규정은 없지만, 부가통신사업에 속하는 시장에 대하여도 경쟁상황평가를 확대 실시하려는 시도가 있었다. 2011년에 실시된 2010년도 통신시장 경쟁상황평가에서는 포털 서비스 관련 온라인 광고시장을 검색광고시장과 노출광고시장으로 구분 확정 후, 경쟁상황 검토를 시도하였다.²⁾ 그 후 부가통신사업에 속하는 시장에 대한 경쟁상황 평가 시도는 2015년도 통신시장 경쟁상황평가 때까지 매년 이루어졌고, 특히 2013년도 평가에는 구 미래창조과학부의 '인터넷 검색 서비스 발전을 위한 권고안'에 기초하여 인터넷정보검색서비스시장에 대한 경제 분석도 시도되었다. 그러나 2016년도 평가에서는 기

존의 시장획정 방법론에 대한 비판으로 시장 획정 시도를 하지 않고, 개념적인 차원에서 서비스 영역을 정의하고 설문조사를 통해 포털의 기반을 검색서비스로 보고 검색서비스와 광고, 콘텐츠 서비스 등 수익원이 되는 주요 서비스 간의 상관관계 및 이용행태를 조사하는 것에 중점을 두었다.

부가통신사업에 속하는 시장에 대한 통신시장 경쟁상황평가의 시도는 특히 포털 사업자에 대한 일련의 규제 움직임에 대하여 새로운 관점을 제공해준 긍정적인 측면이 있었다. 2007년에 한나라당 진수희 의원이 대표 발의한 검색서비스사업자법률안은 시장에서의 경쟁상황에 대한 고려 없이 오로지 사회적 책임이라는 당위성에 근거하여 검색서비스사업자라는 유형을 신설하여 이에 대하여 진입부터 사업내용에 이르기까지 다양한 사전규제를 부과하려고 하였다.³⁾ 이에 대하여 검색서비스를 포함한 부가통신사업에 대하여 경쟁상황평가를 시도한다는 것은 적어도 규제의 필요성 검토를 위해서는 실증적인 근거가 미약한 사회적 책임론에만 의존하기보다는 시장에서의 경쟁상황을 고려하는 것이 보다 더 과학적이고 실용적인 접근이라는 것을 일깨우는 계기가 되었다.

한동안 잠잠하던 인터넷 기반 서비스 사업자에 대한 규제 논의는 2016년 말부터 다시 쏟아지기 시작했다. 종전에는 검색서비스를 기반으로 하는 포털 서비스에 집중되었던 논의가 이때부터는 배달, 숙박, 부동산중개 서비스나 전자상거래서비스를 포함하여 온라인 플랫폼 서비스 전반으로 무차별적으로 확장

1) 정보통신정책연구원(2017), 『통신시장 경쟁상황평가(2016년도)』, 정책연구 16-17, 493.

2) 정보통신정책연구원(2011), 『통신시장 경쟁상황평가(2010년도)』, 정책연구 11-07, 519-537.

3) 이 법안의 취지와 그에 대한 반론으로 이병준(2008), 인터넷포털의 사회적 책임강화를 위한 입법(안)과 그 문제점, 『인터넷법률』, 44호, 34-42.

되는 특징이 있다. 국회에서도 2017년 6월에는 더불어민주당 오세정 의원이, 2017년 8월에는 자유한국당 김성태 의원이 각각 전기통신사업법 일부개정법률안을 대표 발의하는 등 부가통신사업을 겨냥한 사전규제를 신설하는 내용의 법안 발의가 잇따랐다. 특히 기간통신사업을 대상으로 하는 경쟁상황평가를 부가통신사업에도 확대하는 내용은 두 법안에 모두 포함되었다.⁴⁾ 이에 대하여 국경 없이 해외사업자도 자유롭게 서비스를 제공하는 인터넷 기반 서비스의 특징, 규제의 실효성 등을 둘러싼 찬반양론이 대립되었으나, 경쟁상황평가를 현황파악 실태조사로 바꾸어 현재의 형태로 입법이 이루어졌다.

나. 부가통신사업 실태조사 근거 규정의 내용

법 규정에 의하면, 부가통신사업의 실태조사는 과기정통부의 업무이고, 부가통신사업의 현황 파악을 목적으로 한다. 현황 파악에서 말하는 ‘현황’이 무엇을 의미하는지는 명확하지 않다. 다만 이 조항이 전기통신사업의 경쟁촉진 등에 관한 제4장에 신설되었고, 과기정통부장관은 전기통신사업의 효율적인 경쟁체제를 구축하고 공정한 경쟁 환경을 조성하기 위하여 노력하여야 하는 책무를 부담하고 있다는 점(같은 법 제34조 제1항)을 고려하면, 그 범위는 경쟁상황 평가와 관련된 기초적인 시장 현황을 의미하는 것으로 볼 수 있다. 실태조사의 시기나 주기에 대하여는 아무런 규정이 없고, 조사의 성격상 평가를 포함하지 않는 사실적인 조사로도 충분하

며, 조사 자체도 임의적인 조사이다. 이는 매년 실시하여야 하는 의무적인 조사 및 평가인 경쟁상황평가와는 크게 다른 점이다.

또한 정부의 자료제출요청권한과 이에 상응하는 사업자의 이행준수의무를 규정하였으나, 사업자가 의무를 준수하지 않았다고 하여 제재할 근거는 없다. 이 제도 시행에 필요한 사항인 조사 대상, 조사 내용 등은 대통령령에 위임되어 있으므로, 향후 구체화될 것이다. 이 규정은 2021년 1월 1일부터 시행하므로, 현재 시점에서 약 2년간의 유예기간이 있다.

3. 부가통신사업 실태조사 근거 규정의 한계와 문제점

가. 부가통신사업 실태조사 근거 규정의 한계

부가통신사업 실태조사는 기간통신사업 경쟁상황평가에 대응하는 제도를 만들면서 경쟁상황평가를 그대로 도입할 경우의 난점을 해소하기 위해 급조한 대안이라는 근본적인 한계를 갖는다. 그러다 보니 이 제도가 시장 구조를 중심으로 하는 사전규제와 시장행위를 중심으로 하는 사후규제의 어느 쪽과 관련성을 갖는 것인지가 분명하지 않다. 실태조사의 실시 주체가 과기정통부장관이고 과기정통부는 통신사업의 사전규제를 담당하는 부처라는 점을 고려하면, 실태조사 역시 사전규제와 관련성을 갖는다고 추론해볼 수 있지만, 이러한 접근은 네트워크 효과의 발생과 시장에서의 경합가능성의 증대라는 인터넷 기반 서비스의 경제적 특성에 맞지 않는

4) 오세정 의원 대표발의안에서는 그 대상을 ‘시장점유율 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 부가통신사업’으로, 김성태 의원 대표발의안에서는 그 대상을 ‘다른 인터넷주소정보 등의 검색 및 전자우편, 커뮤니티, 사회관계망 서비스, 콘텐츠 등을 이용자에게 종합적으로 제공하는 부가통신역무 및 과학기술정보통신부장관이 정하여 고시하는 전기통신사업’으로 정하였다.

다.

나. 부가통신사업 실태조사 근거 규정의 문제점

부가통신사업 실태조사는 현황 파악을 목적으로 하지만, 왜 현황 파악을 해야 하는지 그 이유가 분명하지 않다. 사전규제와 관련성을 갖는 제도로 도입하는 것이라면, 법에 규정된 사전규제 수단은 물론 사전규제 자체가 그 성격상 인터넷 기반 서비스의 경제적 특성에 잘 맞지 않는다는 점에서, 적절한 이유가 될 수 없다. 반대로 사후규제에 대비하기 위한 것이라고 보기에 는 조사 실시의 주체(과기정통부정관)나 내용(행위를 전제로 하지 않은 현황 조사)이 그에 부합하지 않는다. 결국 이는 정책적 참고자료로 사용될 수 있을 뿐인데, 그런 용도로 사용하기 위하여 입법적 근거를 갖고 상시적인 조사가 가능하도록 할 필요가 있을지 의문이다.

이 제도의 숨은 도입 목적은 실태조사를 위하여 정부에 부가통신사업자에 대한 자료 제출요청권한을 부여하기 위한 것으로 보인다. 그러나 제제가 수반되지 않는 정부의 자료제출 요청에 대하여 어느 범위의 부가통신사업자가 응하게 될지도 의문이다. 자칫하면 이 제도는 국내 사업자에게만 불리한 방향으로 운용될 위험이 있다. 국내 사업자는 각종 규제에 노출되어 정부의 요청에 대하여 거부할 유인이 낮은 반면에, 해외 사업자는 상대적으로 국내 사업자와 같은 정책적 고려에서 어느 정도 자유로운 의사결정이 가능할 것이기 때문이다.

4. 나오며

이 제도 도입의 모태가 되었던 경쟁상황평가제도는 시장의 구조적 요인으로 중대한 시장력(significant market power, SMP)을 가진 사업자가 존재할 수 있는 기간통신사업의 특성으로 인해 사전규제 도입 검토가 필요한 시장을 식별하기 위한 수단으로 설계된 것이다. 이에 반하여 시장의 역동성이라는 점에서 성격이 완전히 다른 부가통신사업에 실태조사라는 이름으로 경쟁상황평가제도를 변형적으로 도입한 것은 첫 단추부터 잘못 꿴 것이다. 물론 인터넷 기반 서비스 분야에서도 경쟁이나 이용자 침해 상황이 발생할 수 있다. 그러나 이는 구조적인 문제가 아니므로, 특정 시장에서 문제되는 상황이 발생하였거나 발생할 우려가 있을 때 그에 대응하여 필요한 조사를 행하면 된다. 그에 비하여 단지 현황을 파악하기 위하여 부가통신사업 일반에 대하여 실태조사를 할 수 있도록 하는 제도는 지나치게 광범위하고 포괄적인 조사 근거를 규정하여 비례의 원칙에 부합하지 않는다.

전기통신사업법은 부가통신사업자에게도 적용될 수 있는 금지행위 규정을 두고 그 조사를 위한 근거 규정도 두고 있다(법 제51조). 부가통신사업 분야에서 발생할 수 있는 문제에 대하여는 이 규정에 의한 조사로써 충분히 대응할 수 있다. 이 규정은 금지행위 혐의가 있을 경우 구체적인 사안에 대하여 시행되는 조사이므로, 공정경쟁 또는 이용자 보호 정책 추진을 위해 필요한 조사의 근거는 되기 어렵다는 반론이 있을 수 있다. 그런 경우 부득이하게 실태조사가 행해질 수도 있을 것이다. 그러나 이때도 그 조사의 요건과 범위는 명확히 정해져야 한다. 예컨대, 공

정거래법상 시장구조 조사는 ‘독과점적 시장 구조가 장기간 유지되고 있는 상품이나 용역의 공급 또는 수요시장에 대하여’, ‘경쟁을 촉진하기 위한 시책을 수립·시행’하기 위한 목적으로 시행되고, 그 결과는 공표된다(공정거

래법 제3조). 전기통신사업법상 실태조사 규정은 이런 구체적인 요건과 범위에 관해 정해져 있지 않지만, 대통령령에서 이를 보다 구체화하여 비례의 원칙에 부합하는 제도로 운용될 수 있도록 해야 할 것이다. KISO JOURNAL

[참고문헌]

- [1] 이병준(2008), 인터넷포털의 사회적 책임강화를 위한 입법(안)과 그 문제점, 『인터넷법률』, 25-49.
- [2] 정보통신정책연구원(2011), 『통신시장 경쟁상황평가(2010년도)』, 정책연구 11-07.
- [3] 정보통신정책연구원(2017), 『통신시장 경쟁상황평가(2016년도)』, 정책연구 16-17.

성폭력특례법에 따른 불법촬영물 삭제의무 관련 개정

김학웅 / KISO 온라인광고심의위원, 저널 편집위원
법무법인 시화, 변호사

<Keyword>

성폭력특례법, 불법촬영물, 삭제의무

1. 들어가며

최근 리벤지 포르노가 미투 운동 및 웹하드 업체 대표인 양진호 사태와 맞물리면서 피해자 보호를 위한 여러 가지 방안이 속속 입법되고 있다. 피해자가 리벤지 포르노로 인해 극단적인 선택을 하는 경우도 있음에 비추어 보면 늦게나마 다행이란 생각이 들기도 한다. 더구나 아래에서 살펴보겠지만, 극단적인 입법안들도 존재하는 현실이고 보면 성폭력특례법상 불법촬영물에 대한 삭제의무 규정은 나름대로 합리적인 개정이라고 평가할 수 있을 것이다.

보다 심도 있는 논의를 기대하면서 이하에서는 최근 개정되거나 조만간 개정될 예정인 내용을 살펴보고자 한다.

2. 디지털성범죄 근절 관련 입법 추진 현황과 그에 대한 평가

여성가족부의 2018. 12. 26.자 보도자료(웹하드 업체 불법촬영물 삭제조치 의무 부과, 불법촬영 범죄 처벌강화)¹⁾에 따르면, 개정이 완료된 법은 6건, 국회 계류 중인 법률안은 3건이고 그 내용은 아래와 같다.

□ 개정 완료된 입법과제(6건)

법률제명 (소관부처)	주요내용	시행일
범죄피해자보호법 시행령 (법무부)	• 불법촬영 범죄 피해자에 대한 정신적 피해구조금 지원 확대 (제3조제4호 및 제38조제1항)	2017.12.19
성폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률 (여성가족부)	• 불법촬영물 삭제지원 근거 및 구상권 행사 근거 신설(제7조의3)	2018.09.14
공중위생관리법 (보건복지부)	• 공중위생영업자에게 불법촬영카메라 설치금지 의무규정 추가(제5조) • 감독관청에게 공중위	2019.06.12

1) http://www.mogef.go.kr/nw/rpd/nw_rpd_s001d.do?mid=news405

	<p>생영업소의 불법촬영카메라 설치 검사권 부여 (제9조제2항부터 제6항)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 공중위생영업자가 불법촬영카메라를 설치한 경우 영업소 폐쇄 등 행정제재 처분 근거 신설 (제11조제1항제4의2호, 제11조의2제1항) 	
<p>성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법 (법무부)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 영리목적으로 유포한 경우 징역형(7년 ↓)으로만 처벌 • 자신의 신체 촬영물을 동의 없이 유포한 경우 처벌조항 신설(징역5년 ↓, 벌금 3천만 ↓) • 촬영 당시 동의한 촬영물을 동의 없이 유포한 경우 촬영 당시 동의하지 않은 촬영물을 유포한 경우와 동일하게 처벌수준 상향(징역5년 ↓, 벌금3천만 ↓) • 신체를 촬영한 영상물로 한정하던 유포행위 처벌 대상을 복제물까지 포함하여 처벌 *이상 제14조 	2018.12.18
<p>전기통신사업법 (방송통신위원회)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 부가통신사업자에게 명백한 불법촬영물에 대한 삭제·접속차단 등 조치 의무 신설(제22조의5) • 위반시 시정을 명하거나 2천만원 이하 과태료 부과(제29조제1항 및 제104조제3항제1의2호) 	2019.06.25
<p>정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 (방송통신위원회)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 성폭력처벌법 제14조에 따른 불법촬영물에 대한 수사기관 요청 즉시 영상물 삭제·차단하는 FAST TRACK 마련 (제44조의7제3항제1호) 	2019.03.25

□ 국회 계류 중인 입법과제(3건)

상임위	법안명 (대표발의자)	주요내용
법사위	범죄수익은닉의 규제 및 처벌 등에 관한 법률 일부개정법률안 (정부, '16.09.02)	• 성폭력처벌법 제14조의 죄를 범죄수익 몰수·추징 대상 범죄에 추가
과방위	변형카메라의 관리에 관한 법률안 (진선미, '18.08.31) (장병완, '17.08.11)	• 변형카메라 제조·수입·판매 등에 대한 사전규제 도입 • 변형카메라 이력정보 시스템 구축·운영 등
행안위	개인영상정보 보호 등에 관한 법률안 (정부, '17.12.22)	• 개인영상정보의 안전한 처리 및 보호에 관한 사항 규정 • 개인영상정보 불법 유출 등으로 취득한 금품·이익의 몰수 또는 추징 • 공중화장실 등에 불법촬영카메라 설치 금지 위반시 5천만원 이하 과태료

개정(안)의 내용들이 지향하는 핵심조항은 아무래도 디지털 성범죄 가해자에 대한 처벌 강화(성폭력범죄의처벌등에관한특례법), 범죄수익 몰수·추징(범죄수익은닉의규제및처벌등에관한법률개정안), 부가통신사업자의 불법촬영물 유통방지 강화(전기통신사업법), 불법촬영물을 신속하게 차단·삭제하는 신속처리절차(Fast Track)(정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률)이라고 할 것이고, 그 외의 개정(안) 내용들은 위와 같은 핵심조항들을 돕기 위한 조항이라고 할 것이다.

2017. 12. 12. 법률 제151156호로 개정되기 이전의 성폭력범죄의처벌등에관한특례법 제12조(성적 목적을 위한 공공장소 침입행위)

자기의 성적 욕망을 만족시킬 목적으로 「공중화장실 등에 관한 법률」 제2조제1호부터 제5호까지에 따른 공중화장실 등 및 「공중위생관리법」 제2조제1항제3호에 따른 ‘목욕장업의 목욕장 등 대통령령으로 정하는 공공장소에 침입하거나 같은 장소에서 퇴거의 요구를 받고 응하지 아니하는 사람은 1년 이하의 징역 또는 300만 원 이하의 벌금에 처한다.’라고 규정하고 있었기 때문에 2014년 7월 밤 9시쯤 전주시의 한 음식점 부근에서 20대 여성이 실외 화장실로 들어간 것을 보고 성적인 욕망에 이끌려 따라 들어간 30대 남성이 옆 칸의 여성을 엿보았음에도 불구하고 사건이 발생한 장소가 음식점 주인이 관리하는, 음식점 손님을 위해 설치된 화장실이기 때문에 성폭력범죄의처벌등에관한특례법 제12조 소정의 공중화장실이 아니라서 공공장소에 해당되지 않으므로 무죄라는 대법원 판결²⁾ 이후 여론이 비등하자 국회가 여론을 수렴하여 아래 내용과 같이 개정이 되었다.

제12조(성적 목적을 위한 다중이용장소 침입 행위) 자기의 성적 욕망을 만족시킬 목적으로 화장실, 목욕장·목욕실 또는 발한실(發汗室), 모유수유시설, 탈의실 등 불특정 다수가 이용하는 다중이용장소에 침입하거나 같은 장소에서 퇴거의 요구를 받고 응하지 아니하는 사람은 1년 이하의 징역 또는 300만 원 이하의 벌금에 처한다.

기준에 빈틈이 많은 법률을 상식과 여론에

부합하게 개정하였으니 이는 타당하다.

이제 ‘정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률’을 살펴보자.

개정 전	개정 후
<p>③ 방송통신위원회는 제1항제7호부터 제9호까지의 정보가 다음 각 호의 모두에 해당하는 경우에는 정보통신서비스 제공자 또는 게시관 관리·운영자에게 해당 정보의 처리를 거부·정지 또는 제한하도록 명하여야 한다.</p> <p>1. 관계 중앙행정기관의 장의 요청이 있었을 것</p>	<p>③ 방송통신위원회는 제1항제7호부터 제9호까지의 정보가 다음 각 호의 모두에 해당하는 경우에는 정보통신서비스 제공자 또는 게시관 관리·운영자에게 해당 정보의 처리를 거부·정지 또는 제한하도록 명하여야 한다.</p> <p>1. 관계 중앙행정기관의 장의 요청[제1항제9호의 정보 중 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제14조에 따른 촬영물 또는 복제물(복제물의 복제품을 포함한다)에 대하여는 수사기관의 장의 요청을 포함한다]이 있었을 것</p>

그런데 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률 제44조의7 제1항 제9호는 그 밖에 범죄를 목적으로 하거나 교사(敎唆) 또는 방조하는 내용의 정보라고 규정하고 있으니, 당연히 성폭력범죄의처벌등에관한특례법 제14조를 포괄하고 있다. 즉, 법률을 개정하지 않더라도 개정 전 법률의 해석상 포함되는 것을 굳이 개정까지 할 필요가 있었을까 하는 의문이 남는다.

2)

https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1003789621&plink=COPYPASTE&cooper=SBSNEWSSEND

<https://news.joins.com/article/20079622>

개정된 전기통신사업법 제22조의5(부가통신사업자의 불법촬영물 등 유통방지) 제22조제1항에 따라 부가통신사업을 신고한 자(제22조제4항 각 호의 어느 하나에 해당하는 자를 포함한다)는 자신이 운영·관리하는 정보통신망을 통하여 일반에게 공개되어 유통되는 정보 중 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제14조에 따른 촬영물 또는 복제물(복제물의 복제물을 포함한다)이 유통되는 사정을 신고, 삭제요청 등을 통하여 명백히 인식한 경우에는 지체 없이 해당 정보의 삭제, 접속차단 등 유통방지에 필요한 조치를 취하여야 한다. 라고 규정하고 있는데, "부가통신업무"란 기간통신업무 외의 전기통신업무를 말하므로(전기통신사업법 제2조 제12호), 사실상 정보통신서비스 제공자와 중첩될 것으로 보여지고(정보통신망이용촉진및정보보호등에관한 법률 제2조 제1항 제3호), 성폭력범죄의 처벌등에관한특례법 제14조에 따른 촬영물 또는 복제물(복제물의 복제물을 포함한다)이 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률 제44조의2 제1항의 '사생활 침해나 명예훼손 등 타인의 권리를 침해'하는 정보로서 삭제 또는 임시조치의 대상이 되는 정보이고, 같은 조 제2항이 '해당 정보의 삭제 등의 요청을 받으면 지체 없이 삭제, 임시조치 등의 필요한 조치를 하여야 하는 것으로 규정하고 있어서 이 또한 법 개정이라는 절차가 과연 필요했을까 싶기도 하지만, 비록 중복되거나 기존 법률의 체계적 해석을 통해 입법까지 하지 않아도 되었을 지라도 국민들의 눈높이에 맞게 법률을 개정하여 내용을 명확히 한 것은 그만큼 국회가 국민들에게 귀 기울인다는 측면에서 긍정적이라고 할까?

오히려 문제는 위와 같은 개정 법률들에 대

해 발의되고 있는 개정안들인데, 예컨대 정보통신망법 일부개정법률안(전희경 의원안, 18228)은 정보통신서비스제공자의 인식 여부가 아니라 '계제 되어 있는 경우'에 삭제의무를 부과하는 내용이어서 근대 법학의 원리인 자기책임의 원칙을 일탈하여 전근대적인 결과책임사상으로의 회귀여서 과잉금지에 위배됨을 지적해 두고자 한다.

3. 나가며

리벤지 포르노의 반인륜성과 양진호로 대표되는 웹하드업체가 리벤지 포르노의 주요 유통경로인 사실, 미투 운동으로 촉발된 거대 담론으로서의 여성인권보호, 그리고 무엇보다도 리벤지 포르노의 피해자인 여성이 현실적으로 부딪히게 될 참담하고 비참한 현실(그것은 피해자 본인에게는 추상적 담론의 문제로서가 아니라 언제나 구체적인 생생한 현실이기도 하다.)에 비추어 볼 때, 법이 지향해야 할 방향이 불법촬영물 삭제로 가는 것은 타당하다. 다만, 자칫 그것이 경도되면 사업자의 인식 여부를 불문하고 삭제 의무를 부과하는 방식으로 입법이 될 수 여지도 있었는데, 법 자체만으로 볼 때는 (현행 법체계의 해석상 해결 가능한데 굳이 개정의 필요성이 있었느냐는 별론) 타당하고 합리적인 범위에서의 개정인 듯싶다.

오히려 문제는 법 자체가 아니라 법집행기관의 의지일 것이다.

근로기준법이 없어서 전태일 열사가 분신이라는 극단적 선택을 한 것이 아니듯, 법이 구름위에서 고준담론을 논하는 바로 그 순간에도 현실은 얼마든지 그리고 충분히 시궁창일 수 있으니 말이다. KISO JOURNAL

미국-중국 무역분쟁과 차세대 IT 패권전쟁

김익현 / 지디넷코리아 미디어연구소장

<Keyword>

5G, 미중전쟁, 화웨이

지난해부터 본격화된 미국과 중국 간의 무역 분쟁이 해를 넘겨서도 계속되고 있다. 분쟁의 시작은 도널드 트럼프 대통령이 지난해 3월 내놓은 ‘중국 경제침략을 겨냥한 대통령 각서’였다. 취임 첫 해를 조용하게 넘긴 트럼프 대통령은 2018년 들어 중국에 대한 고율 관세 준비를 지시하면서 양국 간 긴장이 고조되기 시작했다.

미국은 이 명령을 근거로 500억 달러 규모 중국산 제품에 25%, 2000억 달러 규모 제품에 대해서는 10% 관세를 부과하기 시작했다. 중국도 보고만 있지는 않았다. 미국 조치에 맞서서 곧바로 보복 조치를 취하면서 총 1100억 달러에 이르는 미국산 수입품에 관세를 부과했다.

올 들어서도 이런 긴장관계는 계속됐다. 도널드 트럼프 대통령은 수시로 강공을 예고하면서 중국 뿐 아니라 세계 경제를 긴장시켰다. 중국 역시 미국의 압박에 강공으로 맞섰다. 하지만 물밑에선 합의점을 찾기 위한

협상도 계속됐다. 결국 미국은 3월1일로 예정됐던 2000억 달러 규모 중국산 제품에 적용될 예정이던 25% 관세율 적용 시한을 연장하기로 했다. 도널드 트럼프 대통령은 트위터를 통해 “1, 2주 내에 파격적인 소식이 나올 수도 있을 것”이라면서 기대감을 부추겼다.

1. 미국은 왜 중국과 무역전쟁을 하나

최근 몇 년 동안 미국 경제의 최대 고민은 눈덩이처럼 불어나고 있는 무역적자다. 미국의 국내총생산(GDP) 대비 무역적자 비중은 4% 수준에 이른다. 그 중 최대 고민거리인 역시 대중 무역적자다. 중국과 상품 교역 비중은 2017년 미국 전체 교역의 16.4%까지 늘어났다. 전체 무역적자 중 대 중국 무역적자가 차지하는 비중은 47.1%로 전체의 절반 수준에 육박한다.

물론 이런 상황은 트럼프 행정부 들어 갑작스럽게 악화된 건 아니다. 수 년 간에 걸

쳐 지속적으로 악화된 것이다. 실제로 중국을 겨냥한 미국의 보호무역 조치는 부시 행정부 시절부터 꾸준히 증가해 왔다. 부시와 오바마 두 대통령이 16년 재임하는 동안 4,000건 가량의 조치가 추가됐다.

하지만 트럼프 행정부의 대중국 무역 공세는 이전 정부들과는 조금 다른 측면이 있다. 트럼프 행정부는 중국을 ‘비시장국가(Non-Market Economy)’로 규정하고 있다. 이런 규정을 기반으로 중국산 제품들이 미국 안보에 위협이 될 수도 있다는 점을 집중 부각시키고 있다.

미국과 중국 간의 무역 분쟁은 크게 세 가지 이슈로 구성되어 있다(장윤중, 2018). 분쟁의 발단은 앞에서 지적한 미국의 무역적자다. 여기에다 트럼프 대통령이 줄곧 주장해 온 중국시장 개방 문제 역시 중요한 쟁점이다. 트럼프는 취임 이후 공정과 상호주의를 내걸면서 중국 시장 개방 문제를 해결하기 위해 압박을 가하고 있다. 그리고 마지막으로 중요한 쟁점은 신기술 보호와 경쟁이다.

이 중 IT 산업과 관련해 가장 중요한 것은 신기술 보호와 경쟁이다. 앞의 두 가지 이슈가 미국과 중국 간의 무역관계에 초점이 맞춰져 있는 반면, 세 번째 쟁점은 신기술 경쟁에서 우위를 차지하기 위한 전략적 고려가 밑바탕에 깔려 있기 때문이다.

그 연장선상에서 나온 것이 미국의 중국 통신업체 견제다. 미국은 최근 들어 ZTE, 화웨이 같은 중국 통신사업자들을 계속 압박하고 있다. 특히 미국의 주 타깃이 된 곳은 중국 최대 통신장비업체인 화웨이이다. 런정페이

가 이끄는 화웨이는 스마트폰 시장에서 애플을 제치고 점유율 2위로 뛰어오를 정도로 강자다. 특히 화웨이는 차세대 통신으로 꼽히는 5G 장비 분야에서 세계 최고 경쟁력을 자랑하고 있다. 미국이 지난해부터 화웨이를 집중 견제하는 것도 이런 사정 때문이다.

2. 미국-중국 무역분쟁의 핵심은 ‘5G 전쟁’

화웨이로 대표되는 중국 통신장비업체들에 대한 미국의 견제는 상상을 초월한다. 트럼프 행정부는 공공연하게 미국 통신사들에게 화웨이 장비를 도입하지 말라고 촉구하고 있다. 2월 초엔 월스트리트저널이 트럼프 대통령이 화웨이 장비수입 금지 관련 행정명령에 서명할 것이라고 보도해 관심을 모았다. 스페인 바르셀로나에서 열리는 MWC19 개막 직전에 서명할 것이란 구체적인 전망까지 제시했다. 보도와 달리 트럼프 대통령은 중국산 장비 도입금지 명령에 서명하진 않았다. 하지만 트럼프 정부는 미국 국내 기업들에게 끊임없이 중국 통신장비 경계령을 발령하고 있다.

미국이 자국 기업들에게만 이런 호소를 하고 있는 건 아니다. 유럽을 비롯한 전 세계 동맹국들에게 화웨이 장비 도입 자제를 요청했다. 미국이 이런 요청의 근거로 내세운 것이 ‘국가 안보 위협’이었다. 하지만 이런 시도는 미국의 의도대로 진행되진 않았다. 영국, 프랑스 등 동맹국들은 미국의 ‘반 화웨이 동맹’에 선뜻 가담하려들지 않았다. 특히 영국 국가사이버보안센터(NCSC)는 화웨이 5G 장비를 사용할 경우 발생할 수 있는 보안 위협은 충분히 관리 가능한 수준이라면서 미국의 요청을 일축했다.

미국의 이런 공세를 펼치는 근거는 중국이 2017년 제정한 국가정보법이다. 이 법은 통신장비업체들에게 정부의 정보활동을 지원할 의무가 있다고 규정하고 있다. 특히 정보기관들은 정보 수집을 위해 통신장비 등에 도청장치나 감시시설을 설치하거나 압수수색할 권한까지 부여받게 됐다. 미국이 화웨이 장비에 첩보 활동을 위한 백도어가 심어질 수 있다고 경고하는 것도 이런 맥락에서 나온 주장이다.

하지만 그건 어디까지나 겉으로 보이는 모습에 불과하다. 속내를 들여다보면 오히려 중국과의 '5G 주도권 경쟁'에서 밀리지 않겠다는 야심이 강하게 작용했다. 5G는 최대 전송속도 20Gbps로 현재 사용되고 있는 4G LTE 기술에 비해 20배 이상 빠르다. 전송속도보다 더 중요한 것은 지연속도다. 5G의 지연속도는 1밀리초(ms)로 LTE 기술의 100분의 1에 불과한 것으로 알려졌다. 이런 장점 덕분에 5G는 인공지능(AI), 자율 주행차 같은 것들을 제대로 실현하기 위해선 꼭 필요한 기술이란 평가를 받고 있다. 가상현실(VR)이나 증강현실(AR)의 경험을 극대화하거나, 원격 의료 같은 첨단 기술 역시 5G 통신망의 뒷받침을 받아야만 한다.

5G는 그 동안 우리가 경험했던 4G LTE까지의 구세대 통신기술과는 차원이 다르다는 평가를 받고 있다. 방대한 정보를 빠르게 주고받을 수 있기 때문에 소비자들도 이전과는 차원이 다른 서비스를 누릴 수 있다. 특히 5G 통신망을 갖고 있을 경우엔 마음먹기에 따라선 망을 오가는 정보를 완전히 장악할 수도 있다.

문제는 차세대 통신으로 꼽히는 5G 장비 시장에서 미국의 위세는 미약하기 그지없다는 점이다. 반면 화웨이는 세계 통신장비시장 점유율 30%에 이르는 최강 기업이다. 최근 들어 존재감이 조금 줄어들긴 했지만 여전히 에릭슨, 노키아를 비롯한 경쟁업체들에 한 발 앞서 있다.

전 세계 여러 나라들은 2019년 들어 5G 통신망 구축 작업에 온 힘을 기울이고 있다. 최근 들어 미국이 '반 화웨이 전선' 구축을 위해 분주하게 움직이는 것도 이런 상황 때문이다. 미국과 중국의 무역협상이 난항을 거듭하는 것 역시 5G 주도권 경쟁과 밀접한 관련이 있다는 분석이 지배적이다.

3. 세계 2대 강국의 차세대 힘겨루기 어떻게 될까

중국은 '제조 2025'를 통해 산업 고도화의 기치를 내걸었다. 2015년 리커창 총리가 전국인민대표대회에서 발표한 '중국 제조 2025'는 제조업 기반 육성과 기술 혁신, 녹색 성장 등에 초점을 맞추고 있다. 중국 경제 모델을 '양적 성장'에서 '질적 성장'으로 바꿀 것이라는 전략이다. 이 전략에서 핵심 역할을 하는 것이 IT, 로봇, 항공우주, 신에너지, 친환경 전력, 신소재, 바이오 같은 기술들이다.

미국이 지난 해 중국을 상대로 한 관세 공격 때는 주로 '제조 2025' 신기술 쪽에 초점을 맞췄다. 관세부과 대상품목의 70%가 '제조 2025' 대상 기술일 정도였다. 그만큼 중국의 제조업 혁신 전략은 미국에선 위협적인 존재로 받아들여지고 있다.

미국의 이런 전략엔 또 다른 고려도 숨어 있다. 대부분이 B2B 제품이기 때문에 소비자들에게 직접 피해가 가지는 않는 품목들이란 점이다. 신기술 경쟁이란 거창한 목표와 함께 미국 소비자들에게 피해를 입힐 가능성이 적은 기술들을 집중 공격했다는 얘기다. 이런 상황을 종합해보면 미국과 중국 간의 힘겨루기는 수치상으로 드러난 무역적자 외에 차세대 IT 기술 경쟁에서 우위를 차지하겠다는 전략적 고려가 중요하게 작용한 것으로 볼 수 있다.

그런데 앞으로는 상황이 조금 다르다. 추가 관세 공격을 펼칠 경우엔 미국 소비자들이 직접 타격을 받게 된다. 그건 중국도 마찬가지다. 대미 무역흑자 대부분을 해외국적 기업들이 올리고 있는 상황인 만큼 지나치게 강한 공세를 펼칠 경우엔 오히려 그들이 다

른 나라로 떠나버릴 수도 있기 때문이다. 둘 모두 적당한 선에서 타협을 할 수밖에 없는 상황이란 의미다. 미국과 중국 간의 무역공방이 2019년 들어 소강상태로 바뀔 것이란 전망이 나오는 건 이런 상황 때문이다.

한 치 양보 없이 힘겨루기를 하긴 했지만, 이젠 두 나라가 적당한 선에서 타협점을 찾는 수밖에 없는 상황이다. 대내외적인 조건 자체가 극한투쟁으로 치달기엔 다소 부담스러운 상황이기 때문이다. 그럼에도 불구하고 차세대 통신기술인 5G 주도권 경쟁은 쉽게 마무리되긴 힘들 것으로 예상된다. AI와 VR 같은 신기술이 지배할 미래 시장의 패권 다툼이 시작되는 지점이기 때문이다. 결국 그 부분을 어떻게 마무리하느냐는 부분이 미국과 중국 간 무역 분쟁의 남은 관전 포인트라고 해도 크게 그르진 않을 것 같다. KISO JOURNAL

[참고문헌]

- [1] 고동환(2018), 미·중 무역 분쟁의 배경과 그 영향, <<KISDI 프리미엄 리포트>>, 정보통신정책연구원
- [2] 장윤종(2018), 미중 무역분쟁과 세계경제의 대변화, 한국 산업에 위기인가·기회인가?, <<KIET 산업경제>>, 산업연구원.

디지털 음원 관리의 세계 동향 및 향후 방향

선효정 / 영국 얼스터대학교 창조산업학 연구원

〈Keyword〉

디지털 음원, 음악 산업, 음원 관리, 디지털 음원 관리의 세계동향,
국내 디지털음원관리의 향후 방향

영화 '서칭 포 슈가맨'은 남아공에서 전설이 된 미국의 한 가수를 찾는 내용이다. 두 열성 팬이 우여곡절 끝에 추적하여 이 가수를 찾았을 때, 그는 남아공의 국민가수의 명예를 찾아볼 수 없게, 빈민가에서 40여 년을 육체노동으로 살고 있었다. 영화 이후 이 가수는 다시 왕성한 가수 활동을 시작하고 공연 수익으로 많은 돈을 거둬들였지만, 정작 자신의 앨범으로는 수익을 전혀 받지 못했다. 남아공에서 유통된 음반은 대부분 불법 복사본이었고, 따라서 음반사도 창작자도 남아공에서 음반 흥행이 되었다는 걸 전혀 모르고 있었기 때문이다.

아날로그 시대의 음원 관리는 CD나 카세트 테이프 등 물리적인 제품을 위주로 한 방식을 따라왔다. UPC 등 고유의 인식번호를 통해 음원의 흐름을 모니터하고, 국가 간 상호 협약을 통해 라이선스를 체결하는 방식으로 국제유통을 관리하였다. 위의 예에서 보듯이 허술하고 국제적 유통이나 불법 유통에 취약한 관리 방식이었으며, 창작자는 음반사의

정보에 전적으로 의존하여, 자신의 수익에 주체적으로 관여하기 힘든 체계였다.

1. 투명하고 효율적인 음원 관리의 중요성 및 혁신에 대한 요구

그러나, 음원의 디지털화는 기존의 음원 관리 방식과 현저히 다른 혁신적인 음원 관리의 가능성을 열어놓았다. 이상적인 디지털 음원 관리 체계 하에서는, 완전 자동화된 음원 등록으로 지역적 거리나 협상 과정에서 오는 비용을 최소화할 수 있으며, 원스톱 음원 저장고를 통해 전 세계 음악 라이선스를 효율화를 극대화할 수 있을 것이다. 이러한 체제는 음원의 불법 사용을 막을 수 있을 뿐 아니라, 국제적 단위의 음원 사용 측정을 실시간으로 가능케 하여 음악 창작자에게 합당한 보상을 제공할 수 있고, 따라서 서칭 포 슈가맨과 같은 일은 있을 수 없을 것이다.

그러나 현실은 이런 이상과는 현격한 거리가 있다. 영미유럽 전역에 스포티파이

(Spotify)라는 스웨덴의 음악 서비스가 전폭적인 사랑을 받으며, 냅스터 이후 지속되던 음악 산업의 우울한 경제전망에 청신호가 들어 오게 되었으나, 음악 산업의 전례 없는 경제적 호황과 달리 음악 창작자는 여전히 경제적인 혜택을 받지 못하고 있다.¹⁾

오래된 아날로그 시대적 관행은 기술의 급속한 변화에 따른 요구에 빠르게 변화하지 못하여, 투명하고 효율적인 음원 관리체계에 지연을 불러일으키고 있다. 가장 큰 문제로 지적되는 것은 아날로그 시대의 음원의 디지털화에서 오는 부정확한 음원 정보이다. 현재 유통되는 음악의 80% 이상의 음악이 디지털 이전에 창작된 음악이지만, 디지털화되고 소유권이 바뀌는 과정에서 개별적으로 축적한 정보는 통합 관리에 어려움을 일으키거나, 유실되어 찾을 수 없는 정보가 많다. 정확한 정보를 찾을 정확한 정보소재가 부재하여, 정보를 제대로 잡는 데에 많은 시간과 비용이 들어가고, 많은 경우 음원 정보는 유실된 상태로 남아있다. 또한 음악 창작 및 저작권 관리 과정에서 여전히 곡에 대한 권리 소유자 정보 축적이 미흡하고, 기밀유지 협약과 선금을 통한 계약 방식이 성행하고 있어, 음원의 정확성을 기하기 어렵다. 결국 이는 제대로 된 보상체계로 이어지지 않음으로써 많은 음원 수익이 어디로 갔는지 알 수 없는 블랙박스(Black Box)에 남아있게 되는 결과를 초래하고 있다.²⁾

기존의 음악저작권 신탁업체의 노후 된 시스템 및 독점적 지위에서 오는 관료적 관리

방식이 충분히 개선되지 않는 것도 문제로 지적되고 있다. 스트리밍 서비스의 본격화 이후 기하급수적으로 증가하는 데이터와, 국가 간 경계를 넘어선 음원 유통은 빠르고 효율적이며 투명한 음원 관리를 요구하고 있으나, 기존 음악 저작권 신탁업체의 느리고, 폐쇄적인 음원 관리는 열림과 소통을 요하는 디지털 시대의 음원 관리의 저해요소로 꼽힌다. 또한 여전히 각국 저작권 체제에 의존한 음원 라이선스는 음원 사용권 획득의 비용과 처리에 각종 비효율을 낳아, 더욱 효율적인 음원 라이선스 방식에 대한 요구가 날로 높아지게 되었다.

2. 세계적 동향

음악 산업은 이에 대한 여러 가지 마련 대책 방안을 모색해 오고 있었다. 대표적인 방안은 2008년 유럽 커미션의 권고로 시작된 GRD (Global Repertoire Database) 로 전 세계 음원 단일 데이터베이스를 구축하기 위한 마련책이다. 세계 6개 대륙에서 80개 이상의 유관단체 및 450인 이상이 참여한 이 대형 프로젝트는 다 개국 음원 라이선스를 해결해 줄 요책으로 많은 기대를 낳았으나, 결국 참여기업 간의 이권다툼으로 2014년 중단하기에 이른다.

이에 좀 더 현실적인 방안으로 나온 것이 디지털 음원 유통에 필요한 데이터 교환 및 통신 규약 표준화를 위한 DDEX (Digital Data Exchange)이다. 전 세계에 퍼져있는 음원 관리 및 공급체계 방식을 표준화하여 문제를

1) 미국의 싱어송라이터 테일러 스위프트가 스포티파이에 음악제공을 거부하는 사태로 이어지게 되어, 창작자를 위한 정당한 인터넷 (Fair Internet For Performers) 캠페인으로 발전하게 된다.
2) 블랙박스머니 처리방법은 각 국가마다 다르나, 일정기간(보통 3년)이 지나도 정보를 알 수 없는 금액은 시장점유율에 따라 음반사나 제작사로 돌아가는 것이 일반적인 관행이다.

해결하자는 접근 방식이며, 많은 호응을 얻고 있는 것이 사실이다.³⁾ 그러나 자율참여에 근거한 DDEX는 DIY 음악가나 소규모 음악 산업체의 참여 저조한 참여라는 치명적인 한계를 지니고 있으며, 주요 음반사의 이권다툼이 여전한 상태에서 표준화 과정 논의 과정이 얼마나 공정할지에 대한 논의도 일고 있다.

유럽에서는 이의 개선을 위해 유럽에서는 2001년 산티아고 협약 (Santiago Agreement) 이후 꾸준히 음원 저작권 신탁체계에 경쟁 시스템 도입 논의가 있었으나, 그 효과가 미진하고 오히려 데이터의 분열화를 초래한다는 우려를 낳고 있다.

법의 제정 및 개정을 위한 노력도 한창이다. 유튜브가 전 세계적으로 가장 많은 방문자를 기록함에도 불구하고, 음악저작권자에게 지불하는 비용은 현저히 낮다는 “Value Gap”⁴⁾ 논쟁은 유튜브의 면책조항 (Safe Harbour) 적용 범위에 대한 논의로 이어지면서, EC Copyright Directive Article 13개정 도입과 그 영향에 대한 토론이 현재 진행 중이다.⁵⁾ 최근 미국에서는 MMA (Music Modernization Act)를 도입하여, 스트리밍 서비스의 전환에서 미국법 특유의 법적 해석에서 오는 창작자 보상의 피해 개선을 도모하고 있다.

영국에서는, 음원 유통 식별체계의 연동 결여에서 오는 문제⁶⁾를 해결하기 위한 해결책으로 영국의 음악저작권 신탁업체 PRS for Music가 Elixir 프로젝트를 이끌고 있으며⁷⁾ 영국의 ICE라는 단체는 유럽 라이선스의 통합화를 통해 전 세계 음원 통합 관리를 꿈꾸고 있다.⁸⁾

이렇게 음악 산업이 고군분투하는 가운데, 거대 IT 기업들이 음악 산업에 영향력을 점점 확대하고 있다. 기존의 주요 음반사가 세계 음원시장의 80%의 수익을 차지하는 소수 독점(oligopoly) 상황에서, 소위 FANNG⁹⁾으로 불리는 소수의 거대 IT 기업이 라이선스 획득 주요 업체로 부상하면서 구매 과점(oligopsony)이 가세하고 있다. 특히 유튜브를 소유한 구글은 음원 식별체계에 ISNI (International Standard Name Identifier)라는 새로운 중계 식별자(Bridge Identifier)를 도입하고자 추진하고 있으며, 이는 구글 위주의 음원 관리체계를 통해 기존의 음원 관리 지형에 큰 변화를 가져올 수 있다는 전망이다.

그 밖에 블록체인 기술을 도입한 음원 관리, 원클릭 라이선스나 스마트 계약, 또는 창작자 위주의 음원 관리책 등 새로운 기술에 기반한 다양한 해결책도 시도되고 있으나, 기존의 음원 관리에서 오는 근본적인 문

3) 김아영 외 (2015). 온라인 음원 유통 동향. 전자통신동향분, 30호, 4권, 71-81

4) Digital Music News (2018). Label group IFPI says it can't account for half of YouTube's Claimed \$1.8 Billion in Royalty Payments. <http://www.digitalmusicnews.com/2018/11/16/ifpi-google-youtube/>

5) European Parliament (2018). Amendments adopted by the European Parliament on the proposal for a directive of the European Parliament and of the Council on copyright in the Digital Single Market, P8_TA-PROV(2018)0337. Available: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2018-0337+0+DOC+PDF+V0//EN>

6) 온라인 음원 유통 국제 식별체계는 크게 두 가지로, ISRC (International Standard Recording Code)는 레코딩에 사용되는 코드이고, ISWC (International Standard Works Code)는 음악 작품에 사용되는 코드이다. 정확한 보상을 위해서는 이 두 코드가 연동되어야 하나 현재 잘 연동되지 않는 것은 큰 문제로 부상되고 있다.

7) <https://www.prsformusic.com/press/2017/prs-for-music-ascap-and-sacem-initiate-joint-blockchain-project>

8) <https://www.iceservices.com/company/>

9) Facebook, Apple, Amazon, Netflix, and Google

제를 해결하지 않고서는 이러한 기술의 영향은 한계적일 수밖에 없다는 평이다.

3. 향후 방향

세계적으로 음원 관리의 투명화 및 효율화는 이제 더 이상 미룰 수 없는 과제가 되고 있다. 국경과 언어를 뛰어넘는 대량화된 디지털 음악 소비는 기존의 음원 관리를 혁신적으로 자동화되고 효율화된 방식을 불러일으켰다. 그러나 기존의 자사 이익 챙기기에 급급한 시장 위주의 음원 관리책이 주먹구구식으로 이루어져온 방식은 오히려 더 큰 분열화를 일으키고 있다. 한때 크게 부상되던 블록체인 기술도 법적인 개선이나 경쟁 체제도 음악 산업이 그토록 미루던 한 가지를 해결하지 않고서는 안 된다는 인식이 형성되고 있다. 그것은 이제 자사의 이익은 잠시 뒤로 하고 모두 함께 협력과 공생하는 방법을 도모 하는 것이다. 네트워크화된 음악 소비와 관리는 한 회사나 개인이 아무리 잘해도 어느 한곳에 막힘이 있으면 전체 흐름에 방해가 되기 때문이다.

음악 산업 초기는 필립스, RCA, 소니 등 기술업체가 이끌어 왔으며¹⁰⁾, 최근의 구글, 애플, 아마존 등은 다시 이러한 기술업체에 의한 음악 산업으로 바뀔 수 있는 변화의 기로에 놓여있다. 이렇게 될 경우 문제는 기존의 기술업체들과 달리 최근의 거대 IT기업에게 음악은 더 큰 수익창출을 위한 수단일 뿐 창작을 위한 투자에는 관심이 없다는 것이다. 이러한 상황을 막기 위해 음악 산업은 함께

참여하고, 규율을 제정하고, 정기적인 대화를 촉진하는 음악 산업에 필요한 새로운 거버넌스 체계의 마련이 시급하다. 이 거버넌스는 효율적이고 투명한 음원 관리체계를 마련함으로써 음반업체나 기존 기록권자만이 이익을 얻는 기존의 생태에서 음악 창작에 기여한 모든 사람이 제대로 인정받고 보상받는 생태로 거듭나도록 할 것이다.

4. 국내 시사점

이렇듯 전 세계 각국에서 음원 관리의 효율화 방안을 위해 애쓰고 있으나, 우리나라는 음악저작권협회(음저협) 독점 폐해를 막기 위해 2014년 함께하는 음악저작인협회(함저협)라는 경쟁업체를 세운 후 그 효과는 아직 미진하다고 보겠다. 강인원과 음저협 간의 분쟁이 음악저작권협회와 창작자 간의 소음이 있었으나¹¹⁾, 그 이후 별다른 진척은 없어 보인다. BTS가 K-pop의 세계화의 붓물을 열고 K-pop의 중요성이 더해가고 있으나, 소위 노예계약이 성행하는 등 음악창작자에 대한 보호책은 미흡하다는 지적이 있다. 국제표준식별체계 적용 및 표준화 등의 참여도 미진하여, 국제화된 음원 유통에 발맞춰 나가려면 아직 갈 길이 멀다. 이제 한국음악시장의 도약 성장을 위해서는 구태의연한 관리 방식이나 관행을 버리고, 새로운 사고와 방식을 과감히 도입해야 할 것이다. KISO JOURNAL

10) Hesmondhalgh and Meir (2018), What the digitalization of music tells us about capitalism, culture and the power of information technology sector. Information, Communication and Society. 21호. 11권. 1555-1570

11) 중앙일보 (2018.12.15). 가수 강인원 "음저협은 그들만의 왕국, 분배 불투명." Available: <https://news.joins.com/article/23211261>

TaaS(Transportation as a Service) 3.0의 시대

고태봉 / 하이투자증권 리서치센터 센터장

<Keyword>

TaaS, 공유경제, 공유경제시장, 차량공유, 모빌리티

1. 머리글

집집마다 전화기를 한두 대씩 보유하고 있었고, 길거리마다 공중전화기가 설치되어 있던 유선통신의 시대를 기억할 것이다. 만일 한국의 지식층이나 기업이 변화에 무지하여 무선통신으로 기술 트렌드가 변할 것임을 미리 인식하지 못 했다면, 만일 한국에서 투자 결정을 지연해 기회를 놓쳤다면 현재 우리의 모습은 어땠을까? 만일 한국의 빈틈을 먼저 발견하고 한국 기업이 아닌 일본의 NTT Docomo나 미국의 AT&T 같은 통신사가 무선 통신 인프라를 건설하고, 무선통신 요금을 징수했다면, 이를 이용하는 한국 사람들의 박탈감은 얼마나 컸을까? 과연 그런 상황에서 스마트폰과 연관 산업이 한국에서 주도적으로 개발될 수 있었을까? 필자는 현재의 우버(Uber), 디디추싱(Didi Chuxing) 같은 거대 모빌리티 플랫폼이 통신사에 준한다고 보며, 최신 스마트폰의 기술에 해당되는 것이 친환경차(xEV), 자율 주행(AV) 등이라 본다. 스마트폰 디바이스는 점차 가격이 하락하고 보급

률이 확대되면서 치열한 경쟁 가운데 있지만, 각국의 통신사들은 지속적인 현금유입을 만끽하고 있다. 이 강력한 수익성은 또 다른 비즈니스의 투자 재원으로 훌륭히 사용되어 왔다. 이런 통신사에 준하는 거대 모빌리티 플랫폼이 전 세계를 대상으로 그 범위를 확대하고 있는 상황이며, 이미 전략적/자본적 제휴를 통해 전 세계를 하나로 묶는 작업을 하고 있는 상황이다. 한국은 서울, 경기, 인천의 수도권 지역에 수많은 인구가 밀집되어 홈타운과 오피스타운을 매우 빠르게, 자주 오가는 Mobility (이동)에 관한 한 ‘황금 어장’을 가진 시장이다. 밀도가 낮은 해외와는 환경이 많이 다르므로, 한국은 해외 모빌리티 플랫폼들이 군침을 흘리지 않을 수 없는 시장인 것이다. 지금의 카카오-택시 대립을 보면서 안타까움을 금할 수 없다. 앞서 언급한 유선-무선통신의 갈등과 다를 게 없기 때문이다. 유선통신 인프라에 투자한 천문학적 금액들, 종사자들을 보호하는 것도 중요하지만, 새로운 기술 트렌드인 무선전화 시대의 도래를 막는다면 기술, 통신의 주권도 잃을

뿐만 아니라 연관 산업의 주도적 성장까지 막게 된다. 미래 모빌리티까지 염두에 둔 치열하고 치밀한 고민이 필요한 시기다.

2. 본문

1) 공유경제 - 극단적 자본주의가 가져온 시대적 변화

제러미 리프킨은 지금으로부터 17년 전인 2001년 5월 ‘소유의 종말’이라는 저서를 통해 산업시대는 저물고 ‘접속’의 시대가 올 것임을 예고한 바 있다. 여기서 접속(Access)은 인터넷 용어로서가 아닌, ‘일시적으로 사용할 수 있는 권리’를 포괄하는 개념이다. 근대 경제의 중요한 특성이었던 판매자와 구매자의 재산(소유권) 교환이 네트워크 관계로 이뤄지는 서버(공급자)와 클라이언트(사용자) 간단기 접속으로 변화될 것이라 예상한 것이다. 여기서 저자는 ‘공유경제’의 가능성을 일찌감치 예견한다. 이런 견해는 제러미 리프킨에서 그치지 않는다. NYU Stern 경영 대학원의 교수인 Arun Sundararajan은 그의 저서 ‘The Sharing Economy’에서 자본주의와 사회주의의 중간적 단계에 공유경제를 위치시키고 있다. 다양한 분야에서의 빠른 기술발전은 일률적인 소비행태를 변화시켜 자본주의의 근간인 대량생산-대량소비 시스템을 무너뜨리고, 이로 인해 대기업이 흔들리는 결과를 초래하게 된다는 것이다. 이 과정에서 ‘소유’와 ‘고용’이라는 전통적인 개념이 무너지고, 그 대안적 성격으로 ‘공유경제’가 부상된다는 논리를 제시하고 있다. 부익부 빈익빈 현상이 전 세계적으로 나타나고, 산업화가 고도로 진행되면서 공산품의 가격은 지속적으로 하락하고 있다. 공유경제는 ‘활용되지

않는 유휴 자원을 타인과 공유하여 불필요한 소비 자원의 낭비를 줄이고, 궁극적으로는 사회 공동의 이익 증가에 기여하는 경제활동이자 대안적 사회운동의 성격을 띠며 발전하고 있다. 더 많은 나눔이 더 많은 효용으로 연결된다는 것이 공유경제의 특성이다. 자본주의 시대의 자산 목록 1, 2호에 해당하는 주택과 자동차가 에어비엔비(Airbnb), 우버(Uber)를 대표주자로 공유경제의 선봉에 서고 있음은 주목할 만한 변화가 아닐 수 없다. 5%만 운행하고 95%를 주차장에 정차시켜놓는 차량도 대표적 잉여 경제의 하나가 아닐 수 없다.

2) 차량공유의 선두주자 우버 - 글로벌 모빌리티 플랫폼의 이정표

우버는 2009년 샌프란시스코의 악명 높은 택시 서비스로 인해 분노한 트래비스 칼라닉(Travis Kalanick), 가렛 캠프(Garrett Camp) 두 젊은이의 아이디어로 탄생했다. 승차거부 등 불친절함에도 비싼 비용을 지불해야 했던 샌프란시스코 택시를 보면서 스마트폰 앱으로 호출과 요금 지불을 쉽게 이용할 수 있는 방법이 없을까 고민하던 차에 사업 아이디어를 낸 것이다. 물론 초기에는 고급 리무진에 국한된 서비스로 시작했다. 젊은이들에겐 꿈과 같던 링컨 타운카, 캐딜락 에스 칼라 데스, BMW 7시리즈, S550 등 최고급 리무진을 App으로 호출해서 목적지까지 이동하고 과금하는 형태의 획기적 서비스였다. 당시 전화를 통한 콜 서비스 중심의 B2C 사업이 대부분이었지만, 이 젊은 창업자들의 아이디어로 모바일 App을 통한 차량 호출이 가능해지면서 젊은이들을 중심으로 폭발적인 인기를 누리게 된다. 우버는 소비자들에게 ‘깜짝 놀랄

만한 서비스'를 제공하겠다는 약속과 더불어 승승장구했으며, 각국, 각주 규제에 태클에도 편리한 우버 서비스를 경험한 소비자들이 늘 방패의 역할을 해줬다. 비슷한 시기 후발주자인 Lyft가 고급차가 아닌 일반인이 가진 차량으로 공유하는 서비스(P2P Car hailing) 도입 가능성을 알고 한발 앞서 UberX를 런칭한 것이 오늘날의 해 P2P 사업으로 발전했으며, 운전자, 탑승자 모두 개체 수가 폭발적으로 증가한 계기가 됐다. Uber가 소개되는 국가마다 기존 운송수단과의 갈등이 유발되었으나, 소비자들의 편의가 방패막이 되며 현재 90개국에서 각국 규제에 상응한 다양한 서비스 형태로 변모하며 진출해 있다. Uber X, Black 같은 모빌리티 중심의 성공으로 Uber Eats, Uber Boat, Uber Bike, Uber MOTO (신흥시장에서 오토바이로 이동), Uber Pets (애완동물 수송) 등 다양한 형태로 확대되었으며, 최근에는 Uber Elevate의 Uber Air에서 2023년 승객 수송용 드론을 이용한 서비스도 상용화하겠다고 밝혀 플랫폼의 영역이 3차원 공간까지 확대되고 있다. 세계 1위 Uber의 행보는 중국의 Didi Chuxing과 동남아의 Grab, 유럽의 Taxify, 중동의 Careem, 브라질의 99 등에도 영향을 끼치며 글로벌 모빌리티 생태계를 변화시키고 있다.

3) RethinkX 보고서에서 언급한 TaaS

2017년 발표되어 차량 공유가 자율 주행과 힘을 합치게 되면 모빌리티 체계에 큰 변화가 유발될 것이란 RethinkX 보고서가 발표되어 큰 파장을 일으킨 바 있다. 생각할 것이 많은 보고서인데 이를 요약해보면, 첫째, 모든 사람들은 오직 '경제적 원칙'에 입각해 지출을 결정하는 경향이 있다는 점을 굉장히

강조하고 있다. TaaS(Transportation as a Service)는 비용과 가동률 면에서 소유 형태의 차에 비해 월등한 경제적 이점을 지닌다. 계산해보면, TaaS에 소요되는 비용은 차량 소유에 들어가는 총비용에 비해 37%에 지나지 않고, 합승이 가능한 TaaS Pool의 경우는 19%에 불과하다. 소유와 공유 간 가격 격차가 심해 소비자는 TaaS로 몰리고, 소유 기반인 전통 자동차 제조업은 결국 무너지게 된다는 것이다. 둘째, TaaS는 차량의 활용도 면에서 개인 소유의 차량 대비 10배 이상 더 높을 수밖에 없다. 소유 형태의 자동차는 총 보유기간 중 겨우 5%만 운행하고 나머지 95%는 주차장에 정차되어 있다. 반면 TaaS 차량은 하루 24시간 내내 온디맨드 방식으로 운행할 수 있으며, 승객들의 집 앞까지 편의를 제공한다. 따라서 활용도 면에서 소유와 상대가 되지 않는다. 셋째, 경제적으로 행동하는 이용자들이 많아지면서, TaaS가 승객 운송시장의 10-20%를 점유하게 되면 성장의 변곡점을 맞이하게 될 것이다. 기술 채택의 수명주기인 S-곡선에 따라, Tipping point인 10-20%에 다가가면, 이후 수요 가속화가 나타날 것으로 전망하고 있다. 많은 소비자가 몰리면, TaaS 차량의 가용성이 더욱 향상되고, 비용은 승객의 수만큼 $1/n$ 으로 더 절감되며, 서비스 품질이 향상될 뿐 아니라 시스템 고도화로 더 빠른 픽업 및 더 빠른 운송이 가능해질 것이다. 넷째, TaaS는 효율과 접근성을 높이려는 필요에 의해 EV(전기차)와 AV(자율 주행) 기술을 받아들일 것이며, 궁극적으로 AV TaaS(=TaaS3.0 : 자율주행 차량 공유) 형태로 진화될 것이다. 소비자 수용의 초기 국면엔 분명 장애가 있겠지만, 10년 이내에 AV TaaS는 승객 마일리지의 95%를 장악하게 될 것이며 2030년까지 시장은

AV TaaS로 재편이 될 것이란 전망이다. 다섯째, 당분간 기존 자동차 업체와 Uber, Lyft 같은 업체 간 탑승객 확보를 위한 치열한 경쟁이 펼쳐질 것으로 전망하고 있다. 적자를 감수한 대규모 초기 투자를 통해 회원 수 확보 경쟁이 전개될 것이며, 글로벌 각 지역에서 교통의 수요-공급을 면밀히 관찰해 투자와 진출을 결정할 것이다. 여섯째, 정차 없는 24시간 서비스로 차량의 수명은 단축되겠지만, 이동거리는 더 증가할 수 있다. 또한 핵심비용의 하락으로 차량은 기존 내연기관(ICE)에서 자율주행-전기차 베이스(A-EV Base)로 진화할 것이다. AV TaaS로 발전하되 2030년까지는 내구성 강화로 100만 마일 주행이 가능해 훨씬 경제적이 될 것이다. 결론적으로 2030년에는 모든 여객 마일리지의 95%가 TaaS로 커버될 것이란 다소 극단적인 전망을 내놓고 있다.

4) 모빌리티의 변화

현재의 모빌리티(Mobility)는 C.A.S.E라는 4대 변화를 동시에 겪고 있다. 이는 초연결 (Connectivity), 자율 주행 (Autonomous), 차량 공유 (Shared & Service), 친환경 (Electrification)의 앞 글자를 딴 것이다. 이 4가지 중 C,A,E는 하드웨어의 변화다. 이 세 가지가 다 갖춰진 하드웨어는 기존 엔진, 트랜스미션 대신 모터, 배터리, 인버터 등으로 엔진룸이 사라진 전기차 베이스로 구동되며, 인지-판단-제어의 3단 프로세스를 통한 자율 주행이 기본으로 탑재되어 운전자의 조작 공간이 필요 없어지며, 지연성이 전혀 없는 5G 통신을 바탕으로 모든 사물과 연결되는 V2X(Vehicle to Everything)이 가능해져 훨씬 똑똑해지고, 사고가 불가해지며, 차 안에서 모든 것과의 연

결이 가능해진다. 이 세 가지의 조합은 필연적으로 엔진룸을 없애 차량의 전면부를 공간으로 활용하게 해주며, 자율 주행으로 인간의 명령 공간인 운전 조작부(콕핏: Cockpit)까지 없애면서 차량의 공간을 획기적으로 변모시킨다. 이번 CES2019에 수많은 차량의 형태가 호출형 셔틀(On-demand Shuttle) 이란 이름으로 직육면체의 재미없는 형태를 띤 것이 바로 이런 하드웨어의 변화를 잘 설명한다고 본다. 결국 C,A,E 의 변화는 S의 마지막 퍼즐로 완전해진다. 바로 공유 형태의 모빌리티 플랫폼이 그것이다. 수많은 업체들이 동일한 형태의 하드웨어를 출시했지만, 호출의 주체는 Uber, Lyft, Didi Chuxing, Car2go, Drive Now 등 모빌리티 플랫폼이 될 수밖에 없다.

5) 플랫폼 비즈니스 - 네트워크 효과는 시간이 지날수록 희석될 수밖에

Ridesharing은 전형적인 플랫폼 비즈니스다. 플랫폼 경제는 이 글에서 다 다루기 힘들 정도의 방대한 사례와 이론으로 무장되어 있다. 먼저 성공한 플랫폼은 선점 효과가 매우 크다. 긍정적 소비자 경험이 축적되고, 네트워크 효과가 이미 발휘되어 시너지를 내고 있다면 후발주자가 이 판을 엿기란 매우 어려울 수밖에 없다. 시간이 중요한 이유다. 대부분 업체들이 적자를 감수하면서 동시다발적인 투자를 집중하는 것도 이러한 선점 효과 때문이다. 또한 플랫폼 기업들은 한 보완재의 가격 하락이 플랫폼 내 다른 상품의 수요 증가로 이어진다는 점을 명확히 이해하고 있다. 보완재의 경제학을 명심하고 있기에 서비스 항목을 넓히고 있는 것이다. 무인 자율 주행 시스템을 이미 완성한 구글 Waymo의 물류(Logistic) 가능성에 유통공룡 Amazon

이 영향을 받을 수밖에 없고, Uber가 신선식품에 뛰어들자 Amazon의 시장점유율이 10%p 하락한 것, Uber Eats가 생겨나자마자 성장속도가 빠른 것이 다 이러한 네트워크 효과 때문이다. 선점은 지역적 영역에도 해당되지만, 서비스 항목에도 해당된다. 이를 가장 먼저 이뤄낸 게 동남아의 Grab이다. 모든 보완재가 모두 플랫폼에 들어와 가장 편리한 생태계를 동남아에 실현하고 있다. 다시 강조하지만 플랫폼은 살아있는 생태계다. 다양한 기여자와 기여물에 이 생태계를 기꺼이 개방한다. O2O는 이를 가장 잘 활용한 비즈니스다. 자본주의의 극단적 진행에 따른 잉여 경제의 출현은 이 생태계를 통해 소비자의 니즈와 결부된다. 이를 위해 ICT 산업은 5G라는 '0 Latency' 환경을 조성하고 있다. 여기에 자동차만의 고유한 변화가 더 복잡하게 얽힌다. Ridesharing의 날개를 달아줄 xEV(친환경차)와 Autonomous(자율 주행), V2X(차량용 사물인터넷) 기술이 동시에 진화하고 있다. 이 빠른 진화는 Ridesharing 플랫폼을 MaaS를 넘어선 TaaS3.0(Transportation as a Service3.0)로 격상시키며 더 넓은 생태계의 중심으로 만들고 있다. 이러한 변화가 Uber와 Waymo, Didi를 상장도 하기 전에 10조 이상의 시가총액을 인정받는 데카콘(Decacorn)기업으로 만들어준 것이다.

6) 자본시장의 움직임

한국의 자본시장에서는 지금 전 세계에서 나타나고 있는 모빌리티 플랫폼 업체들의 압축적 성장과 거대한 투자의 움직임을 매일같이 변하는 뉴스를 통해 접하면서 심각한 걱정과 우려를 하고 있다. 이는 일개 기업이 아니라 거대한 플랫폼의 확장이기 때문이다.

플랫폼은 쉽게 말해 '생태계'다. 생태계는 만들기도 쉽지 않지만, 시기를 놓치면 네트워크 효과를 누리기가 어렵다. 보완재의 경제학도 기대하기 힘들다. 그 안에서 많은 Player들이 활발하게 활동을 해줘야 성장하고 커진다. 모빌리티 플랫폼은 단지 개인 차량의 호출(P2P Car Hailing)을 지칭하는 협소한 개념이 아니다. 해외 벤처캐피탈들은 이를 너무나 잘 안다. Softbank는 이 거대한 생태계를 글로벌 네트워킹화하고 있다. 압축적 성장을 위해 단기간에 천문학적 자금을 지원한다. 네트워크 효과가 발현될 때까지 적자를 인내할 줄 아는 투자자다. 이미 우버, 디디, 그랩, 올라 등 Softbank Alliance의 모빌리티 플랫폼들이 전 세계 90%의 시장을 장악했다. 각국의 초기 국면 Ridesharing은 결국 통신사끼리의 로밍처럼 그 생태계에 편입될 수밖에 없다. Uber의 경우에서도 확인했듯이 B2C와 P2P는 그 규모와 파급성에서 큰 차이를 보인다. 2012년 UberX 출시 이후 총매출(Gross Booking)은 어마어마한 성장을 보인 바 있다. 벤처캐피탈들의 시장가치 평가도 이후 크게 상향되었다. PSR(Price Sales Ratio) 기준의 Valuation 덕분에 초기 선점을 기대하는 투자자들의 대규모 펀딩이 줄을 이었다. 이로 인해 단기간에 압축적 성장을 할 수 있었다. 수익까지 생각하는 후발주자는 이미 네트워크 효과에서 배제될 수밖에 없었다. 한국은 이미 너무 오랜 기간 인위적 시장규제로 인해 네트워크 효과를 누리기가 힘들어지고 있다. 심지어 택시 분위의 모빌리티 생태계 전개로 플랫폼의 네트워크 효과를 희석시키고 다시 해외 플랫폼의 국내 유입 여지를 열어 버리는 우를 범하고 있다.

7) 한국의 모빌리티 플랫폼

카카오 모빌리티가 2,020만 명의 회원 수 확보로 압도적인 네트워크 효과를 누리고 있던 차에 카풀 도입에 대한 택시의 강력한 반대와 정부의 판단 유보로 표류하고 있다. 전 세계 회원수 1위인 디디추싱의 경우 인구 13억 중국에서 5.5억의 회원 수면 42.3% 수준, 한국은 5,147만 명 중 39.2%에 달해 1위 기업으로 규모가 작지 않음을 알 수 있다. 하지만 개인 간 카셰어링이 여전히 허용되지 않고, 이번 대타협에서도 아주 제한된 범위로 축소시킨 바 있다. 서비스당 과금율(Take rate)도 우버 23%, 디디 18%와 비교 시 카카오는 0%의 무료라 연구개발이나 플랫폼 확장 등 재원에서 비교가 되지 않는다. 카카오-택시간 갈등 상황에서 SK가 투자한 쏘카(타다), 풀러스, 티맵택시 등이 격차를 좁히며 시장점유율을 높이고 있고, 오래전부터 그린카와 롯데 렌트카를 보유한 롯데도 다시 전열을 가다듬고 있는 상황이다. 많은 스타트업들은 다양한 아이디어로 서비스를 런칭시켰지만 정부의 규제와 사회적 분위기에 늘 긴장할 수밖에 없다. 이는 이들 스타트업에 투자한 VC에게도 마찬가지다. 이번 대타협도 택시업계에 일방적으로 유리한 게 아니냐는 불만이 많이 제기되고 있다. 제한된 숫자의 택시를 기본으로 할 뿐 아니라 면허 대여료가 스타트업에는 큰 진입장벽이 될 수밖에 없다는 점, 카풀 업체가 제한된 시간에 갇혀야 한다는 점 정부의 택시 위주 카풀 정책으로 선두업체의 네트워크 효과는 희석될 개연성이 커졌다. 우버 같은 해외 업체의 국내 사세 확장의 빌미를 제공할 수도 있는 상황이다. 원래 네트워크효과는 소비자들의 참여가 많으면 많을수록 혜택이 많아지면서 더 많은 소비자들을 이끄는 원인이 된다. 2위 업체가 1위 업체를 따라잡기가 점점 불가능

해지는 게 바로 이런 이유 때문이다. 다른 경쟁사로의 이전에는 엄청난 전환 비용 (switching cost)이 발생하기 때문이다. 정부의 인위적 개입, 혹은 대타협의 일방성이 국내의 서비스 주체 간 형평성을 이유로 정당화될 순 없다. 결국 이 방향이 글로벌 추세라면 오히려 국내 플랫폼에 대한 억압이 해외 업체와의 경쟁에서 패배할 수밖에 없는 이유가 되기 때문이다.

3. 결론

한국이 4차 산업혁명으로 시끄러웠던 게 이전 훌쩍 몇 년을 지나고 있다. 하지만 아직까지 규제와 미래에 대한 불투명한 전망으로 우왕좌왕하는 모습이다. 해외에서는 이미 투자와 연구개발, 플랫폼 영역의 확대, 사회적 합의 등이 동시에 진행되고 있음에도 말이다. 이제는 공부할 때가 아니라, 결단을 해야 할 시기다. 이미 플랫폼이 어느 정도 통합되어 가는 Grab의 동남아보다 한국은 플랫폼 후진국이 되어버렸다. 한국은 세계에 내놓을 만한 변변한 플랫폼도 갖추지 못하고 있다. 아니, 이 작은 나라에서조차 규제 환경 하에 여러 업체가 기회만을 엿볼 뿐, 네트워크 효과는 누리지 못하고 있다. 세계 5위의 자동차 산업을 보유하고 있다고 자랑하지만, 미래 모빌리티 플랫폼의 변화에는 정작 관심이 없거나 막아서고 있다. 앞선 ICT 기술을 가지고 있지만 기업들 역시 융합에는 인색하다. 서로 손잡지 않는다. 초기 해외 기업의 유입을 막는 데는 성공했지만, 토종 한국 기업의 성장도 동시에 막아버렸다. 정책의 방향도 여전히 하드웨어 위주다. 아무리 5G가 세계 최초로 상용화되고, 전기차와 자율주행차 기술을 빠르게 따라잡는다 해도, 가장 중

요한 서비스 플랫폼이 성장하지 못하고 있다. 해외 모빌리티 플랫폼에서 제2의 Android, Apple i-OS가 생겨나고 있는 것을 지켜보고 있으면서도 한국에서 생겨나는 작은 생태계의 싹들을 밟고 있는 형국이다. 이젠 결단이

필요하다. 정부도, 기업도, 투자자들도 이제 선택해야 할 때다. KISO JOURNAL

온라인 허위·과장광고 근절을 위한 자율규제의 실효성 강화방안

손봉현 / 한국인터넷광고재단 정책팀장

<Keyword>

허위·과장광고, 자율규제, 자율규제의 실효성

1. 들어가며

최근 국내 온라인 광고 시장이 4조 4천억 원 규모로 성장한 가운데, 식·의약품, 건강기능식품, 보험에서 부동산 중개 광고에 이르기까지 허위·과장광고가 급증하고 있다는 기사를 심심치 않게 접하게 된다. 높은 접근성과 편리성 및 쌍방향 정보 전달의 장점을 지닌 온라인 광고는 방송·신문 등 전통적 광고 매체 보다 저비용·고효율의 광고로 각광받고 있다. 하지만 온라인의 익명성·비대면성을 바탕으로 각종 허위·과장광고가 성행하고, 온라인의 편리한 전달·재생산 과정을 거쳐 허위·과장의 광고 내용이 확산되고 있다.

한국인터넷광고재단과 입법정책연구원이 2018년 실시한 부동산 중개 광고 모니터링 결과에 따르면, 대표적 온라인 부동산 중개 사이트 4개사의 중개 광고 200건 중, 91건(45.5%)이 허위·과장 광

고인 것으로 확인되었다.¹⁾ 또한 온라인 부동산 중개 사이트 이용자 500명을 대상으로 설문조사에서는 294명(58.8%)이 부동산 중개 사이트에서 허위매물을 경험한 사실이 있는 것으로 나타났다.

이번 조사는 조사원이 현장에 방문하여 광고된 매물이 실제로 존재하는지의 여부와 그것이 광고의 내용과 일치하는지의 여부를 확인하였다는 점에서 허위·과장광고 실태의 심각성을 파악할 수 있는 신뢰할 만한 자료라 할 수 있는데, 모니터링 대상을 공인중개사가 실제로 매물을 볼 수 있다고 전화 응답한 경우로 한정하여 선정하였음에도 불구하고, 조사원의 방문 시 해당 매물을 보여주지 않은 경우도 57건(28.5%)이나 나타났다.

이렇듯 온라인상 허위·과장광고가 급증하게 된 원인으로는 사업자 간의 과다경쟁, 공적규제 기관의 소극적 태도, 규제 규정의 위하력 감소, 광고업계의 자정 노력의 부족 및 소비자의 무관심 등

1) 구체적으로 원룸·투룸 중개 광고 150건과 아파트 중개 광고 50건, 총 200개 매물 중 47개(23.5%)가 허위광고, 44개(22.0%)가 과장 광고인 것으로 확인되었다.

이 지적될 수 있다. 아래에서는 온라인 허위·과장 광고의 규제와 가장 효율적인 수단인 자율 규제와 관련하여 그 실효성 강화 방안에 대하여 검토하도록 한다.

2. 온라인광고와 자율규제

온라인 광고란 온라인 매체 즉, 인터넷, 모바일, SNS 등을 활용한 광고로 정의 내릴 수 있다. 허위·과장광고에 대한 규제는 광고 내용의 진실성에 대한 규제이므로 온라인 광고는 그 개념이나 범위를 어떻게 규정하든 다른 전통적 매체 광고의 내용규제와 마찬가지로 표시광고법과 개별법상의 허위·과장광고 규제 규정에 따라 규율된다.

광고 규제는 그 방법을 기준으로 자율 규제와 정부규제로 구분할 수 있다. 자율 규제란 민간 또는 산업이 주체가 되는 규제²⁾로, 정부규제와 비교하여 ① 업계 참가자의 전문적 지식을 활용하는 것이 효율적일 수 있고, ② 상황 변화에 대응하여 규제 기준을 수정하는 것이 유연하며, ③ 업계 참가자들은 업계에서 만든 규제 기준을 보다 합리적인 것으로 인식하고 자발적으로 준수할 것이며, ④ 정부의 규제 비용을 절감할 수 있다는 장점을 지닌다.³⁾

반면 자율 규제의 단점으로는 ① 업계 참가자들이 전문적 지식을 공공의 이익(benefit of the public)이 아닌 산업 이익(industry's profits)을 극대화하기 위하여 활용할 가능성이 높고, ② 규제를 업계에 맡기는 경우에 업계가 규제의 목표(regulatory goals)를 업계의 사업의 목표(business

goals)로 전복시킬 가능성이 있고, ③ 자율규제기구는 정부기관보다 업계의 압력에 더 노출될 수 있고, 업계 외부의 의견을 반영하기 곤란하며, ④ 강력한 자율 규제를 위해 업계 스스로 필요한 자원을 투입할 것인지, 업계가 적절한 제재를 강제할 힘이 있는지 불분명하며, ⑤ 자율 규제를 위한 합의를 통해 업계는 반경쟁적 행위를 할 우려가 있다는 점이 제시되고 있다.⁴⁾

광고 규제의 근본적인 근거는 소비자에게 올바른 정보를 제공하고, 합리적 선택권을 보장하기 위한 것이라는 점에 비추어, 자율 규제는 허위·과장광고를 신속히 제거하여 피해의 확산을 방지하는 효과적인 수단으로 기능할 수 있다. 특히, 관할권이나 주권 등의 문제로 정부가 적절한 역할을 수행하기 곤란한 인터넷이나 온라인 광고 분야에서는 자율 규제가 정부 규제를 보완하는 적합한 대안이 될 것이다.

3. 미국의 광고 자율규제 성공요인

미국 광고업계는 수정헌법 제1조에 따른 발행인의 편집 재량권에 근거⁵⁾하여 독립적 지위에서 자율 규제를 수행하며, 광고 규제와 관련한 의미 있는 표준을 확립하고 있다. 대표적인 자율 규제 조직인 NAD(전국광고국, The National Advertising Division)과 NARB(전국광고심의위원회, National Advertising Review Board)는 1971년 미국 광고업계의 4개 연합체에 의하여 설립되었다. 현재는 전국적 규모의 통일적 광고 자율 규제 체제를 구축하여 ASRC(광고자율규제위원회, Advertising Self-Regulation Council)에서 자율 규제 정책 및 절차를 마련하고, CBBB(경영개선협의회,

2) 남서울대학교 산학협력단(2016), 「인터넷광고 자율규제 기준 마련 및 자율심의 활성화 방안」, 21면.

3) Angela J. Campbell, *Self-Regulation and the Media*, 51 FED. COMM. L.J. 715-717 (1999).

4) *Id.*, at 717-719.

5) *Person v. New York Post Corp.*, 427 F. Supp 1297 (E.D.N.Y. 1977).

The Council of Better Business Bureaus)에서 자율 규제 프로그램 관리하며, NAD는 전국적 규모의 광고⁶⁾에 대하여, CARU(어린이광고심의분과, The Children's Advertising Review Unit)에서는 어린이 관련 광고를, NARB는 재심의 사건을 각각 담당하고 있다.

우리나라와 마찬가지로 미국의 경우에도 광고 자율규제기구의 결정에 구속력이나 집행력이 없다는 점에서 제한적이지만, 다음과 같은 요소에 근거하여 광고업계에 상당한 영향력을 미치고 있다. 첫째, 광고 자율 규제에 주요 광고주와 광고대행사가 참여하고 있어 사업자가 자율규제기구의 결정을 자발적으로 준수하고 있다. 둘째, 광고 자율 규제가 신속하고 저렴하기 때문에 사업자의 참여도가 높고 소송이나 정부 규제보다 효과적인 대안으로 인식되고 있다. 마지막으로 NAD 등 자율규제기구는 언론 공표 등을 통해 결정 내용을 대중에게 알리거나, 사건을 FTC(연방거래위원회, Federal Trade Commission)에 회부(referral)하는 방식으로 자율규제기구의 결정에 따르지 않는 사업자에게 사실상 구속을 행사한다.

두 번째 요소와 관련하여, NAD 등 자율규제기구는 광고법 전문가의 조사 결과와 결정 내용을 웹사이트를 통해 언론에 공표하고, 사례보고(case report) 형태로 발간함으로써 광고법 원칙과 청구 및 평가와 관련한 유용한 담론을 발전시키고 있다. 또한 심의 절차에서 광고주가 광고 내용을 실조, 소비자 피해 사건의 자율적 처리의 자율심의기구 확대 등 제도 개선이 요구된다. 특히, 광

증하지 못하거나, 심의기구의 결정을 준수하지 않는 경우 절차를 종료하고 사건을 FTC 등에 회부하는데, FTC는 회부된 사건을 면밀히 검토하고, 그 결과를 NAD에 공식 서한으로 통보하는 관행을 확립하여, 광고업계의 자율 규제 프로그램을 공식적으로 지원하고 있다.⁷⁾ 언론공표 등에 따른 기업에 대한 부정적 이미지 형성, FTC 규제절차의 개시 가능성 및 소비자 집단소송 가능성 등에 대한 우려는 광고주의 자율규제 절차 참여를 유도하는 당근과 채찍으로 기능한다고 평가되고 있다.⁸⁾

4. 온라인 허위·과장광고 자율규제의 실효성 강화방안

자율 규제가 정부의 법 집행을 대체할 수는 없으나, 정부 규제를 보완하는 대안이 될 수 있음은 앞에서 본 바와 같다. 현행법상 허위·과장광고의 신고나 임시 중지 명령 요청(표시광고법 제8조 제2항), 공정거래위원회의 광고 심의 요청(동법 제14조의2 제5항), 소비자 피해 사건의 사업자 자율적 처리⁹⁾ 등을 활용함으로써 자율규제기구의 위상을 높이고, 자율 규제의 실효성을 제고할 수 있을 것으로 판단된다. 규제당국은 자율규제기구의 시장 감시 기능과 정부규제 보완 기능을 인정하고, 자율규제 기구와의 협력관계를 공식화할 필요가 있다. 이를 위하여 자율규제기구와의 소통 채널의 마련, 광고 자율심의기구 신고절차 구체화(동법 제14조의2 제1항 참

6) 지역적 규모의 광고는 각 지역에 설립된 BBB(Council of Better Business Bureaus)에서 심의한다.

7) See, FTC Letter to Laura Brett, Esq. regarding Advertising for LG Electronics USA Inc. (Dec. 21, 2018). available : https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/1448867/lg_electronics_resolution_letter.pdf.

8) John Villafranco and Donnelly McDowell(2019), "NAD Referrals To FTC: How Big Is That Stick?", available : <https://www.law360.com/articles/1098207>.

9) 「공정거래위원회 회의 운영 및 사건절차 등에 관한 규칙」 제11조의5 참조.

격, 소비자 피해의 규모·유형·심각성, 허위·과장광고 재발방지 가능성, 및 소비자 피해의 보상 가능성 등¹⁰⁾을 고려하여 자율 규제와 정부 규제가 합리적으로 역할을 분담하고 규제의 효율성을 제고할 필요가 있다.

자율규제기구 스스로도 자율 규제의 실효성을 강화하기 위하여 노력할 것이 요구된다. 국내 인터넷광고 심의기구의 문제점으로 매체별 광고 심의의 형평성과 효율성 문제, 비회원사 인터넷광고의 심의 배제, 심의의 실효성과 강제력의 부재, 심의에 따른 면책 효력 부재, 인력과 예산의 부족 및 심의위원의 전문성·객관성 문제 등이 지적되고 있다.¹¹⁾ 또한 인터넷을 포함한 온라인 광고의 경우, 참여 주체의 다양성으로 인하여 특정 협회 차원의 자율 규제가 성과를 거두기 어렵다는 문제도 제기되고 있다.¹²⁾ 이러한 문제를 극복하기 위하여 자율규제기구는 우선 상시 모니터링을 통

하여 회원사뿐만 아니라 비회원사의 온라인 허위·과장광고를 감시하고, 정책개발과 정보제공을 통해 규제당국 및 소비자와의 접점을 확대해가면서 신뢰를 구축하고, 이러한 신뢰를 바탕으로 장기적으로 자율규제기구 간 교류와 협력을 통해 자율 규제의 통일성과 실효성 및 자율 규제 활동의 객관성과 공익성을 확보할 방안을 모색해야 할 것이다.

마지막으로 자율규제기구의 활동을 보장하기 위하여 적절한 예산이 확보될 필요가 있는데, 정부의 예산 지원은 자칫 자율규제기구의 독립성에 영향을 미칠 우려가 있다. 따라서 자율규제기구의 기능을 광고 심의 기능과 광고 모니터링 기능으로 구분하고, 독립성이 비교적 덜 요구되는 모니터링 업무에 한하여 필요한 예산을 정부가 지원함으로써 자율 규제 비용을 절감시키는 방안도 가능할 것으로 본다. KISO JOURNAL

10) See, FTC Letter to Laura Brett, Esq. regarding Advertising claims for KNH Online Inc. 's Adderin dietary supplement product (May. 7, 2018). available :

https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/1378141/knh_online_resolution_letter_5-7-18.pdf.

11) 방송통신위원회(2010), 「인터넷 광고의 내용규제를 위한 법 제도 개선방안 연구」, 25-26.

12) 남서울대학교 산학협력단(2016), 158면.

한국 인터넷과 온라인 여성주의

김유향 / KISO저널 편집위원
국회 입법조사처 과학방송통신팀 팀장

<Keyword>

여성주의, 페미니즘, 미투(Me too), 인터넷 자율규제

■ 미투운동과 온라인 여성주의

여성에게 ‘접속의 시대(The age of access)’는 과연 무엇이었는가. 인터넷과 IT 기술의 비약적 발전은 정치사회문화 전반에 걸쳐 엄청난 변화를 초래했다. 사람들의 커뮤니케이션이 변하면서 모든 것이 급격하게 변화했다. 그러나 여성에게 인터넷은 어떤 공간이었으며, 지금은 어떤 공간일까? 새디 플랜트(Sadie Plant)와 같은 페미니스트 학자들의 초기 기대¹⁾와는 달리 1990년대 온라인 공간은 남성이 주도하고 남성에 의해 움직이는 남성 중심적 공간이었다. 실제로 인터넷이 대중화되기 시작하던 1998년 세계의 인터넷 이용자 중 남성은 81.2%, 여성은 18.8%로 인터넷 공간의 주인은 남성이었다. 이 시기 UN Development Program의 새라 뮤리슨(Sarah Murison)은 당시 여성이 직면하고 있는 가장

중요한 이슈로 가난, 폭력에 이어 기술에 대한 접근성을 지적하면서 커뮤니케이션 기술은 남성에 의해 통제되고, 여성은 많은 영역에서 접근 금지되어 있다고 경고하였다.²⁾

지난 30년 인터넷의 확산과 더불어 지역, 연령, 성별을 불문하고 인터넷 이용률은 급격히 증가했으며, 심지어 최근 가장 주목받는 인터넷 서비스인 소셜미디어의 경우 여성이 남성의 이용을 능가하는 양상도 나타나고 있다. 2017년 한국 인터넷 이용률 조사에 따르면, 남성은 92.7%, 여성은 87.7%로서 아직 남성의 이용률이 높지만, 청년세대에서의 차이는 크지 않으며, 소셜미디어 이용률에 있어서는 인스타그램과 카카오토티 등 여성의 이용률이 더 높은 서비스도 있다.³⁾ 그러나 이러한 이용률 증가에도 불구하고 현실의 성별 권력 차이가 투영되는 장소로서 인

1) Sadie Plant, *Zeroes and Ones: Digital Women and the New Technoculture*, Fourth Estate, 1998.

2) 김유향, 「소셜미디어 시대 여성의 정치참여」, 젠더리뷰, 2012, 봄호, 한국여성정책연구원.

3) 한국인터넷진흥원, 「인터넷 이용실태 조사」, 2018; 김윤화, 「SNS 이용추이 및 이용행태 분석」, KISDISTAT Report, Vol. 18-11, 정보통신정책연구원, 2018.6.15.

터넷의 특징은 큰 변화가 없다는 지적도 많다. 즉 출발 자체가 군사적 목적에서 시작된 인터넷의 남성주의적 특징만이 아니라 현실 세계의 성별 불평등이 그대로 재생산되고 있다는 것이다. 또한 인터넷 공간에서 공유되는 각종 음란물을 통해 여성이 성적 대상화되고 상품화되는 등 현실의 남성 중심적 문화가 오히려 더 극단적으로 드러나는 공간이라는 것이다.

특히 한국의 경우는 더욱 심각하여 여성에 대한 조롱과 혐오, 사이버 성희롱 그리고 디지털 성범죄물이 오락거리로, 그리고 상품으로 소비되는 공간으로서 현실의 성별 권력구조와 여성에 대한 차별적 문화가 증폭되는 더 극단적 형태의 공간이라는 것이다. 그러나 여성에 대한 성희롱, 혐오가 일상적으로 게시되고 공유되는 한국 인터넷 공간도 변화가 시작되었으며, 이러한 변화를 가져온 것은 온라인 기반의 적극적 여성주의의 등장이다. 최근 한국 인터넷에서 가장 역동적인 현상은 바로 적극적 여성주의의 등장으로서 이른바 페미니즘의 시대, 즉 이 시대 한국의 여성주의의 성장을 가져온 배경에는 인터넷이 있다고 할 수 있다.

그 결정적 계기가 된 것은 지난해 전 세계는 물론 한국 사회를 강타한 ‘미투(Me too)운동’이다.⁴⁾ 인터넷의 글로벌 동시성에 의해 전 세계적으로 확산되었던 미투운동은 한국에서도 법조계, 문단, 영화계, 정계, 학계 등을 거쳐 스쿨미투로 까지 전방위로 확산되며, 한국 사회에 깊이 내재되어 있던 성 권력, 즉 젠더 불평등의 문제를 전면화시키고 있다. 미투운동의 확산에는 인터넷과 스마트

미디어의 빠른 정보 순환이 주요하게 기여하였지만, 지난 몇 년 여성의 적극적 온라인 페미니즘 실천과 거리투쟁의 연장선상에서 발화된 것으로 이해해야 한다. 지금까지 여성차별의 공간이었던 인터넷이 적극적 여성주의의 실천을 통해 차별적 구조의 전복의 공간이 되고 있다.

■ 온라인 여성주의의 성장

인터넷과 스마트 기기가 제공한 초연결 사회는 커뮤니케이션의 편의성을 증대시키고 정보의 쉽고 빠른 공유를 가능하게 하였지만, 가짜 뉴스 등 허위정보가 난무하고, 혐오를 배양하고 증계하며, 증폭해내는 공간이기도 하였다. 한국에서 이러한 연결과 접속의 공간인 인터넷에서 여성은 차별과 혐오의 대상이 되고, 또 쉽게 불법적 성적 희롱의 대상으로 무차별적으로 소비되었다. 한국 인터넷에서 여성 혐오가 본격화된 계기는 1999년 12월 헌법재판소가 군 가산점제를 위헌 판결하면서부터로 볼 수 있다. 이를 계기로 이에 불만을 가진 남성들에 의해 여성부와 이화여대 홈페이지가 공격당하고, 온라인 공간에서 여성 혐오의 물결이 확대되기 시작하였다. 이후 개똥녀, 된장녀, 김치녀 등의 ‘00녀 시리즈’의 유행은 온라인상의 여성 혐오를 잘 보여주는 것이다.

아이러니하게도 한국 인터넷의 공고한 성차별적 권력구조의 전복은 중동발 메르스가 대한민국을 공포의 도가니로 몰아가던 때, 관련 정보의 공유 공간에서부터 시작되었다. 2015년 디시인사이드(dcinside)에 메르스 감염

4) 미투는 2017년 미국의 배우 알리사 밀라노가 할리우드 영화제작자인 하비 와인스타인의 권력형 성추행을 폭로하고 트위터를 통해 동참을 제안하면서 시작되었다.

확산 및 예방 정보 공유를 위해 만들어진 ‘메르스 갤러리’는 한국 여성의 불평등과 온라인상의 여혐에 대한 온라인 공간 곳곳에서의 움직임이 응축되어 발화되는 공간이 되었고, 여기서 최근 페미니즘 폭발의 하나의 트리거가 된 메갈리아가 탄생하였다. 또한 당시 사회적 공포의 대상이었던 메르스와 여성 혐오가 결합되는 시점에서 한국 인터넷 커뮤니티 최초의 미러링이 시작되었고, 2015년 8월 메갈리아는 독립적 웹사이트로 개설되었다. 메갈리아의 활동은 최근 여성 인터넷 이용자들의 직접 행동주의의 반영이며, 이를 통해 현실 공간의 여성 이슈의 지형에도 적극적으로 영향을 미치기 시작했다. 특히 메르스 갤러리의 활동은 인터넷 기반 행동주의의 전형으로 미러링은 인터넷의 자유로운 접근성, 익명성, 동시성 등 인터넷의 특징에 최적화된 형태의 행동주의의 하나였다. 또한 소라넷 등 음란사이트의 불법 촬영물(몰카) 공유를 이슈화하며 디지털 성범죄를 전 사회적 이슈로 부각시키는데 결정적 역할을 하였는데, 이 역시 남성 중심 한국 인터넷 문화의 고질적 폐해에 대한 고발 활동이었다.

이후 페미니즘의 적극적 행동주의는 2016년 5월 강남역 살인사건을 계기로 온라인을 벗어나 폭발적으로 분출하였으며, 수많은 페미니스트 모임이 온라인 기반으로 조직되어 디지털포르노그래피 반대, 낙태죄 반대, 불법 촬영 및 유통 근절과 공정 수사를 촉구하는 해화 시위 등 오프라인 행동주의를 이끄는 기초가 되었다. 미투운동이 본격적으로 확대되었던 2017년 전에도, 인터넷에서는 대나무 숲 등의 공간을 통해 익명의 성폭행 및 성희롱 폭로는 광범위하게 이루어져왔으며, 여초

커뮤니티를 중심으로 성차별적 한국 사회 및 한국 남성에 대한 비판적 문제 제기는 확대되어왔으나, 실명 공개에 의한 미투운동은 2017년이 원점이라 할 수 있다.

■ 한국 인터넷 공간의 재구성과 자율 규제에 미래

오랜 여성운동의 성과, 그리고 민주화의 진행과 더불어 우리 사회의 여성차별 및 여성 대상 성적 범죄에 대한 법 제도는 비교적 잘 정비되어 있다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고, 왜 여성들은 인터넷 공간을 통해 혐오를 미러링하고, 불법 촬영물을 고발하고, 여성의 권리를 찾기 위한 직접적 행동주의를 선택할 수밖에 없었던 것인가? 한국 인터넷에 만연되어온 여성 혐오의 문화, 도촬, 일반 여성 불법 촬영물 유포, 데이트 폭력이 자연스러운 남성 본능, 놀이로서의 성으로 정당화되는 데서 더 나아가 문화콘텐츠, 표현의 자유로 언어화되는 ‘인터넷 강국’⁵⁾에서 여성들을 보호할 수 있는 것은 여성 스스로가 직접적인 행동주의를 통해 대응하는 것 이외에는 선택의 여지가 없었기 때문이라 할 수 있다.

최근 정부의 https 차단에 대한 논의가 갑자기 인터넷 감청과 표현의 자유 논의로 진행되고 있는 것에서도 잘 드러나듯이 인터넷 공간에서 자행되는 여혐과 여성의 성적 대상화, 불법 촬영물의 유포는 정부 거버넌스의 부재와 민간 자율규제의 방관 속에서 표현의 자유의 대의 아래 그 정당성을 부여받고 광

5) 김현미, 「미투 운동, 왜, 지금 그리고 이후」, 한국여성정책연구원, 젠더리뷰, 2018, 여름호.

범위하게 확산되어왔음도 부인할 수 없다. 즉 여성에 대한 혐오와 성적 대상화가 인터넷의 문화로 정착되어 오는 과정에서 인터넷 공간의 민주적이고 자율적 거버넌스의 그 어떤 주체도 이에 대해 심각하게 고민하고 대응하지 않았던 결과인 것이다. 온라인 공간에서 광범위하게 진행되어 온 여성 혐오에

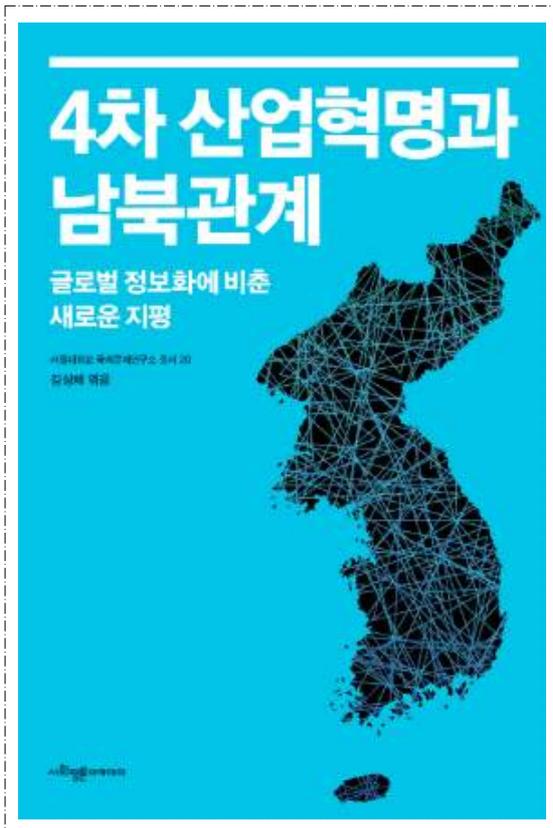
대한 방치는 현재 한국 사회갈등해결 및 통합의 가장 중요한 과제가 되었다. 인터넷을 기반으로 성장해온 온라인 여성주의가 가져온 사회적 역동성과 가짜 뉴스 등 허위정보의 만연이라는 새로운 현실에서 인터넷 자율규제의 현재를 점검하고 미래의 과제를 근본적으로 새롭게 모색해야 할 때이다. KISO JOURNAL

김상배 저, 『4차 산업혁명과 남북관계』

구갑우 / 북한대학원대학교 교수

〈Keyword〉

4차산업혁명과 남북관계, 남북 IT협력, 남북한문화교류, 북미정상회담



저자	김상배
출판사	사회평론아카데미
출간일	2018년 12월 3일

‘4차 산업혁명’ 대 ‘세 세기 산업혁명’

서울대 국제문제연구소 총서 가운데 하나로 네트워크 이론을 국제정치학에 접목하는 작업을 하고 있는 “미래전략네트워크”란 연구모임이 출간한 『4차 산업혁명과 남북관계: 글로벌 정보화에 비춘 새로운 지평』(서울: 사회평론아카데미, 2018)을 읽는다. 제목과 필진에서 드러나듯, 이 책은 정치학 연구자들이 4차 산업혁명이란 담론과 현실이, 2017년 말부터 재개된 한반도 평화과정(peace process) 속에서, 남북관계에 미치는 영향을 탐색하고자 한다. 이 연구모임이 출간한 『4차 산업혁명과 한국의 미래전략』(서울: 사회평론, 2017)의 공간적 범위와 행위주체를 한반도와 북한으로 확장하는 작업이 『4차 산업혁명과 남북관계』다.

4차 산업혁명과 남북관계의 관계에 대한 필자들의 진단은 이중적이다. 협력과 갈등 모두를 예측한다. 적에서 친구로 가는 한반도 평화과정을 지속 가능하게 하는 한 구성요소인 남북경협과 관련하여, “철도·도로망, 에너지·전력망 이외에도 정보통신망과 하드웨어 기기 및 설비, 소프트웨어와 인터넷 서비스, 디지털 미디어·콘텐츠 등과 같은 정보통신 분야의 현황은 새로운 협력에 대한 기대를 갖게” 하지만, “동시에 대규모 자연재해, 사이버 안보와 포스트 휴먼 기술의 위협, 이주·난민 안보와 사회 안보, 기후변화와 안보와 보건안보 등과 같은 신형 안보 분야의 갈등은 향후 남북한의 발목을 잡을” 수 있다는 것이다(1면). 4차 산업혁명과 남북관계의 관계에 대한 “미래전략네트워크”의 이 사고는 적과 적의 위협을 상정하는 전통 안보의 쟁점과 더불어 “위협 유발의 당사자가

명확지 않”(6면)은 이주와 난민, 전염병, 기후 변화, 환경오염, 사이버 안보위협과 같은 비전통 안보의 쟁점이 국제정치의 세계에 출현하고 있다는 의식의 발로다. 비전통 안보라는 반(反) 개념은, ‘미래전략 네트워크’의 또 다른 연구성과인 『신형 안보의 미래전략: 비전통 안보를 넘어서』(서울: 사회평론, 2016)와 『한반도 신형 안보의 세계정치』(서울: 사회평론아카데미, 2017)에서, 복잡계 이론에서 떠오름 또는 창발(emergence)로 번역되는 용어를 차용하여 ‘신형’(emerging) 안보로 재정의되고 있다.

4차 산업혁명은 네트워크를 고민하는 국제정치학 연구자에게 다음과 같이 다가간다.

지난 날의 국제정치가 산업 기술을 바탕으로 한 군함과 대포, 기차와 자동차를 떠올리게 한다면, 오늘날의 세계 정치는 IT를 기반으로 한 초고속 제트기와 항공모함, 우주무기와 스마트 무기, 그리고 드론과 킬러 로봇을 연상케 한다. 지난날의 국제정치가 인쇄혁명이나 전기통신혁명을 바탕으로 하여 문서를 보내고 전보를 치고 전화를 거는 시대적 환경에서 펼쳐졌다면, 오늘날의 세계 정치는 디지털 IT혁명을 바탕으로 하여 인터넷과 인공위성, 그리고 스마트폰을 통해서 소통하고 클라우드 컴퓨팅과 사물인터넷을 활용해서 빅데이터를 처리하는 세상에서 이루어진다. (『4차 산업혁명과 한국의 미래전략』, 20면)

기술결정론 또는 경제결정론의 혐의가 있지만, 산업혁명 또는 그 혁명을 추동한 통신기술의 발전과 국제정치의 변화를 인과적으로 설명하려는 시도는 국제정치학의 한 조류였다(예를 들어, C. Murphy, International Organization and Industrial Change: Global Governance since 1850, 1994). 『4차 산업혁명과 남북 관계』는, 4차 산업혁명이 외교와 안보에 미치는 영향을, 정전(停戰)에서 평화로 가려

는 국제 관계이자 특수 관계인 남북 관계에 그 한 전통을 적용해 보려 한다. 2016년 1월 세계경제포럼에서 ‘논쟁적인’ 개념인 4차 산업혁명이 언급된 이후(홍기빈, “4차 산업 혁명, 어떻게 대응할 것인가?” 제5회 백 년 포럼, 2016), “해외 주요국들에 비해 한국이 유독 4차 산업혁명이라는 말에 열광하는 것을 보며, 그 담론 안에 우리의 DNA에 맞는 무언가가 있는지도 모르겠다.”(『4차 산업혁명과 한국의 미래전략』, 5-6면)는 진술을 보며, 그 열광은 사실 ‘혁명’이 일상어인 남북 관계의 또 다른 축 북한에서도 2008년 정도부터 “정보산업혁명”으로 2011년부터는 “새 세기 산업혁명”으로 나타났음을 생각하게 한다.

북한에도 산업혁명의 담론이 배회하고 있다.

남한에서 (1차) 산업혁명은 방적기계와 증기기관으로 시작된 “18세기 중엽 영국에서 시작된 기술혁신과 이에 수반하여 일어나 사회·경제 구조의 변혁”(『두산백과』)으로 정의된다. 반면, “공장제수공업이 기계 제공업”으로 변화시킨 “생산기술에서의 변혁”으로 비슷하게 (1차) 산업혁명을 정의하는 북한은, “기계제 생산에로의 이행은 무엇보다도 근로자들의 자주성을 유린하는 자본의 힘을 크게 만들고 근로자들의 자주성을 유린하는 자본의 힘을 크게 만들고 근로자들을 더욱더 비참한 처지에 떨어지게 하였다”로 해석하는 방식으로 사회·경제구조의 변혁에 대한 나름의 가치판단을 담고자 한다(『경제 사전 2』; 『조선 대대 백과사전』). 기술혁신으로 발생한 자본주의적 사회관계의 비대칭성이 강조되지만, 프랑스로부터 상징되는 이른바 ‘시민혁명’은 북한판 산업혁명 정의에 추가되어 있지 않다.

북한에서 산업혁명이 일상어가 될 수 없는 이유다. 대체제는 1970년대부터 북한이 강조한 인간 개조를 위한 “사상혁명”, 사회개조를 위한 “문화혁명”과 함께하는 자연개조를 위한 “기술혁명”이다. 그러나 북한은 기술혁신에 근거한 내포적 성장의 길을 가지 못했다. 예를 들어 1939년 리승기 박사가 개발하고 북한이 1960년대부터 양산하기 시작한 나일론에 이은 세계 두 번째의 합성섬유인 비날론은, 자립적 민족경제론을 선택한 북한에서 기술혁신을 가로막는 역할을 하고 있다. 기술 분야에서 ‘선발자의 함정’과 ‘기술의 저주’를 보여주는 대표적 사례다. 2019년 1월 신년사에서 북한은 여전히 “2.8비날론련 합기업소의 생산을 추켜세우는데 국가적인 힘을 넣어야” 한다고 말한다(『로동신문』, 2019년 1월 1일). 그러나 주체사상이 호명하는 노동의 투입을 통한 외연적 성장의 길을 걸어왔던 북한에서도 새로운 산업혁명 담론이 없지는 않았다.

북한 성장담론의 급변은, 김정일 정권 시기인 2000년대 초반 “정보산업시대”와 2009년 “지식경제시대”란 담론으로 나타났다(변학문, “김정은 정권 ‘새 세기 산업 혁명’ 노선의 형성 과정,” 『한국 과학 사회학회지』, 38: 3, 2016). 경원하던 산업혁명이란 용어가 정보와 결합된 “정보산업혁명”이란 표현이 등장했고, 지식경제시대는 2011년경부터 “새 세기 산업혁명”으로 승격되었다. 이 새 용어는 북한 최고지도자의 육성으로 언급될 정도다.

새 세기 산업혁명은 본질에 있어서 과학기술혁명이며 첨단돌파에 경제 강국 건설의 지름길이 있습니다. 우주를 정복한 위성 과학자들처럼 최첨단 돌파전을 힘 있게 벌려 나라의 전반적 과학기술을 하루 빨리 세계적 수준에 올려 세워야 합니다. 인민 경

제 모든 부문에서 과학기술발전에 선차적인 힘을 넣고 과학기술과 생산을 밀착시켜 우리의 자원과 기술로 생산을 늘리며 나아가서 설비와 생산공정의 CNC화, 무인화를 적극 실현하여야 합니다. (『로동신문』, 2013년 1월 1일)

북한판 새 세기 산업혁명을 상징하는 공작 기계에 적용되는 컴퓨터수치제어(Computerized Numerical Control 또는 Computer Numerical Control, 컴퓨터 수자 조정)를 북한은 영문 약자 CNC로 쓰고 있다. 김정은 조선로동당 위원장이 말했듯 “우리는 자기 땅에 발을 붙이고 눈은 세계를 볼 데 대한 장군님의 뜻대로 높은 목표와 리상을 가지고 투쟁하며 모든 면에서 세계를 디디고 올라서야” 한다는 북한판 세계화 의지의 한 표현이 북한에서는 유례가 없는 CNC란 영문 그대로 쓰인다(『로동신문』, 2012년 12월 10일). “CNC공업화에 이바지한 련하기계의 로력혁신자, 과학자, 기술자”들을 “새 세기 산업혁명의 선구자”로 지칭한 시점이 2011년 11월이었다. “돌파하라 최첨단을”이란 CNC의 노래가 있을 정도다. 북한의 자강도 희천에 위치한 련하기계를 2011년 2월경에 지칭할 때만 해도 새 세기 산업혁명 대신 정보산업시대란 표현이 사용되었다.

북한의 새 세기 산업혁명의 성과로, “생산과 과학기술을 밀접히 결합시키기 위한 힘찬 투쟁이 벌어진 결과 백수 십 대의 공작기계를 비롯한 중요 설비들을 CNC기대로 개조하고 200여 개 대상의 중요 생산공정을 현대화하였으며 근 100개의 단위들이 통합 생산체계를 비롯한 생산과 경영활동의 정보화를 빛나게 실현”한 것을 선전한다(『로동신문』, 2012년 12월 10일). 대상이 되는 공장들은 경공업, 선행 공업과 기초공업, 기계 및 전자

공업 부문 등으로 전 산업에 걸쳐 있었다. 2019년 현재에도 이른바 사상, 문화, 기술혁명을 추동하는 “3대 혁명소조원”을 “새 세기 산업혁명의 척후병”으로 부르며 북한적 방식인 ‘사회운동적 기술혁신’을 추구하고 있다.

『4차 산업혁명과 남북관계』는 북한의 새 세기 산업 혁명론을, 과학기술에 기초한 성장담론으로 해석하며, 특히 나노기술, 바이오기술, 환경기술과 함께 핵심을 차지하는 분야인 정보기술(IT)을 중심으로 한 “단번 도약” 발전전략으로 해석하고 있다. “디지털 북한”의 출현은 북한이 추구하는 새 세기 산업혁명의 한 성과로 기록되고 있다(4장).

『4차 산업혁명과 남북관계』는 “북한이 스스로 선택하고 감당할 수 있는 경제발전 모델을 사전에 심도 있게 탐색하는 것이 매우 중요하”(8면)며, “인공지능, 빅데이터, 블록체인, 이동통신, 사물인터넷 등 IT 분야는 4차 산업혁명을 추동하는 산업이라는 점에서뿐만 아니라, 남북한이 모두 주요 성장 동력으로 발전에 주력하고 있는 산업이”(9면)란 점에 주목한다. 현재는 폐쇄되어 있는 개성공업지구와 같이 북한의 저임금 노동과 남한의 한계산업이 결합된 남북 경제협력 모델이 유효하지 않다는 의미로 들린다. 비핵·평화 과정의 지속 가능성이 관건이겠지만, 남한의 4차 산업혁명 담론과 북한의 새 세기 산업혁명 담론이 조응할 수 있는 남북 경제협력에 대한 상상이다.

북한은 2018년 4월 20일 조선로동당 제7기 3차 전원회의를 통해 2013년부터 시작한 핵·경제 병진 노선의 승리를 선언하고 경제 건설에 총력을 다 하는 이른바 “새로운 전략

로선”을 설정한 바 있다. 1978년 12월 중국 공산당 11기 3중전 회의나 1986년 베트남 공산당 6차대회에서 제시된 도이머이정책을 연상하게 하는 개혁·개방선언으로 해석될 수 있는 정책전환이다. 그러나 중국과 베트남의 과거 사건이 개혁·개방으로 기능하기 위해서는, 적대국 미국과의 관계 정상화와 IMF와 같은 국제경제기구에서 정상 국가로 활동할 수 있어야 했다. 2019년 2월 28일 북한과 미국의 정상회담이 합의에 이르지 못하면서 북한의 “새로운 전략로선”이 개혁·개방선언으로 해석될 기회가 유보되었다. 적에서 친구로 전환되는 평화 과정은, 일방적 포용에서 평화협정과 같은 제도적 장치의 마련, 그리고 경제 및 사회문화적 협력을 통한 통합 그리고 문화적 공통성을 확인하는 절차를 필요로 한다(C. Kupchan, *How Enemies Become Friends*, 2012). 베트남 하노이에서 열린 북미 정상회담은 서로의 국가행동에 제약을 가할 수 있는 제도를 만들지 못하고 종료되었다. 북한의 핵시설 신고와 미국의 대북 제재 해제란 교환의 틀을 북미는 만들어내지 못했다. 평화 과정이 지난할 수 있음을 보여주는 사례다.

『제4차 산업혁명과 남북관계』가 제시하는 4차 산업혁명 시대의 남북 경제협력은, “몽골-중국-러시아-한국-일본의 전력 계통을 연결하는 동북아 슈퍼그리드”, “남-북-러 천연가스망 연결”(3장), ICT 기반 협력 모델의 창출(5장), “디지털 문화콘텐츠 협력 사업”(6장), 4차 산업혁명 시대에 발생할 수 있는 미래의 전쟁을 예방할 수 있는 군사협력(7장), ICT 기술을 활용한 e헬스 거버넌스의 남북 보건 협력에의 적용(9장) 등등이다. 한반도 평화 과정에서 서로의 행동을 제약하고 국가행동

의 상호 조정을 가능하게 하는 제도를 건설할 때, 그리고 전통적인 남북경협을 넘어서는 신사고를 할 수 있을 때, 실현할 수 있는 대안들이다.

하나 더 추가할 수 있는 남북 경제협력의 경로는, 『제4차 산업혁명과 남북관계』에서도 언급되고 있는 북한의 경제개발구를 매개로 한 협력이다(163-4면). 북한은 핵·경제 병진 노선을 채택하면서 동시에 북한 전역에 걸쳐 20여 개의 경제개발구를 지정하고 그 개발구를 매개로 한 발전 전략을 세운 바 있다. 중국의 개혁·개방 초기 특정 경제특구를 중심으로 한 발전전략을 만들었던 것과 비슷한 모습이다. 그 가운데는 평양에 위치한 “은정첨단기술개발구”(2014년 지정)와 같은 북한판 새 세기 산업혁명의 공간이 있다. “은정첨단기술개발구”는 원래 “은정과학지구”였고, 이 지구는 “과학 지구와 과학 연구기관에 생산기지를 꾸”리는 방식으로 운영되었다. 2012년 11월 26일 『로동신문』 보도에 따르면 “은정과학지구”에 있는 “기계공학 연구소”는 생산기지인 “인조금강석직장”과 “유압기구직장”과 연결되고, “조종기계연구소”는 “CNC장치생산기지”를 가지는 방식으로, “자동화연구소”는 “자동화시기구시험공장”란 생산기지를 가지는 방식으로, “미소 전자 연구 중심”은 “첨단 정보기술 제품 생산기지”와 연계되어, 운영되고 있었다고 한다. 연구와 생산을 단일 지구 내에서 통합하는 방식의 지구 운영을 하고 있었던 셈이다. “은정과학지구의 생산기지들이 은을 낸다.”가 이 기사의 제목이었다. 『제4차 산업혁명과 남북관계』에서는 “은정첨단기술개발구”에 국가 과학원 130여 개 연구소와 1만여 명의 연구원이 있고, 싱가포르 등과 협력한 20여 개의 기술기업이

있다고 기록하고 있다(140면). 또 다른 사례로 2013년 11월 11일 착공에 들어간 “개성고도과학기술개발구”에 북한은 외국인 투자를 유치하고자 했다(『통일뉴스』, 2013년 11월 12일). 경제개발구를 통한 북한관 개혁·개방도 외국인 투자가 없다면 실행이 가능하지 않는 길이다.

북한관 4차 산업혁명과 연관된 개발구를 남한의 판교 실리콘밸리를 연결하는 방식의 남북 경제협력 모델을 만들 수도 있다. 북한의 경제개발구를 남한의 지방자치단체 및 IT 관련 기업과 연구소들과 연계하는 남북 경제협력 방식의 모색이다. 적에서 친구가 되는 길인 한반도 평화 과정은 2019년 2월 하노이

북미 정상회담의 결렬에서 볼 수 있듯이 지속 가능성을 확보하기가 쉽지는 않다. 한반도적 맥락에서 평화의 길로 가는 제도가 마련되어야 비로소 『제4차 산업혁명과 남북관계』가 제시하는 남북 경제협력이 작동할 수 있다. 그럼에도 『제4차 산업혁명과 남북관계』는 역으로 남북이 ‘공유’할 수 있는 산업혁명담론을 기반으로 남북경제협력의 새 길을 제시하고 있기에, 서로에 대한 ‘이해’를 바탕으로 지속 가능한 평화 과정을 가능하게 하는 한 자산이 될 수 있다. 『제4차 산업혁명과 남북관계』를 낚은 패러다임에 갇혀 있을 수도 있는 우리가 읽어야 하는 이유다.

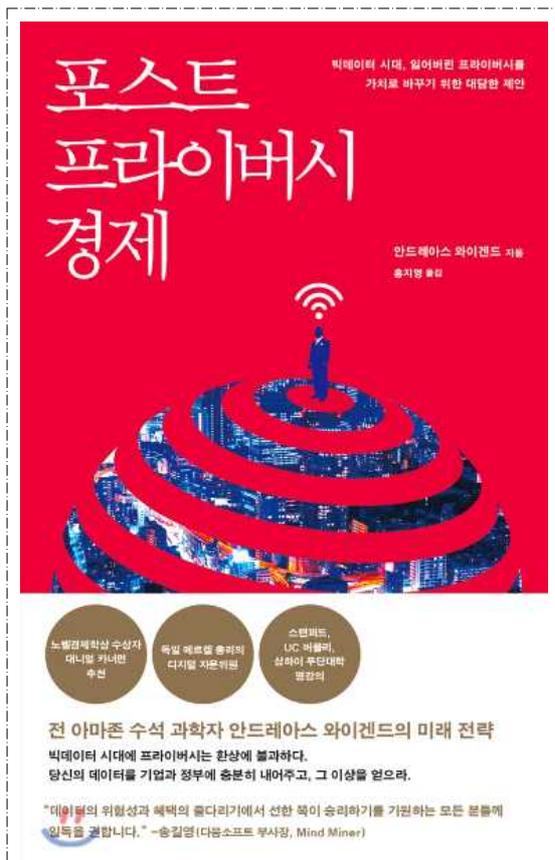
KISO
JOURNAL

안드레아스 와이겐드 저, 『포스트 프라이버시 경제』

구본권 / KISO저널 편집위원
한겨레신문사 선임기자

〈Keyword〉

프라이버시, 소셜미디어, 빅데이터



저자	안드레아스 와이겐드
옮김	홍지영
출판사	사계절
출간일	2018년 11월 26일

프라이버시는 인터넷 디지털 사회에서 답과 균형점을 찾기 어려운 고난도의 딜레마다. 기술기업과 사용자 차원에서 각각 상반된 논리가 부닥치는 게 프라이버시다.

페이스북의 창업자 마크 저커버그는 “프라이버시의 시대는 끝났다.”라며 프라이버시가 더 이상 사회 규범이 될 수 없다고 주장해왔다. 전 세계 인터넷 검색 시장을 지배하는 구글도 기본적으로 프라이버시 보호에 대해 부정적이다. 인터넷 통신 규약인 TCP/IP를 개발해 인터넷의 아버지로 불리며 구글의 인터넷 에반 절 리스트인 빈트 서프가 대표적이다. 빈트 서프는 ‘잊혀질 권리’는 인터넷에서 불가능한 개념이라며 도입에 반대해왔다. 인터넷에 한 번 공개된 정보는 이미 도처에 산재해 완벽하게 삭제할 수 없기 때문이다. 하지만 애플은 반대 입장이다. 팀 쿡 애플의 최고경영자는 “우리는 고객들의 정보로 장사하지 않는다.”며 미국도 유럽의 GDPR처럼 데이터 프라이버시를 강화하는 법을 만들어야 한다고 주장한다.

개인들의 태도도 극단을 오간다. 프라이버시에 대해 전혀 신경 쓰지 않고 소셜미디어에서 자신의 상세한 일상과 움직임, 사회적 관계를 전체 공개로 포스팅하는 사람들이 있는가 하면, 프라이버시 노출을 우려해 아예 소셜미디어를 사용하지 않는 이들도 적지 않다. 프라이버시를 인간 존엄성을 위한 필수적 개념이자 침해당해선 안 되는 기본권으로 여기는 쪽이 있고, 프라이버시 제공을 통해서 더 나은 서비스와 편익을 누리는 게 개인적·사회적 가치의 증진이라고 보는 쪽이 있다. 프라이버시를 바라보는 생각과 이용자의 차이는 개인마다 선호와 특징에 따라서 달라

질 수 있다.

그러나 이러한 개인적 선호와 달리 디지털과 인터넷이 필수 환경이 된 세상에서 개인의 프라이버시가 과연 존재할 수 있느냐, 그래서 보호받을 수 있느냐의 문제는 차원이 다른 문제다. 여기에 “프라이버시는 없다”며 탈(脫) 프라이버시를 선언하고 프라이버시가 불가능한 환경에서 지혜로운 생존법을 모색한 책 〈포스트 프라이버시 경제〉가 2018년 11월 출간됐다.

저자 안드레아스 와이겐드(Andreas Weigend)는 스탠퍼드대 물리학 박사료, 아마존의 수석 과학자를 지내며 데이터 전략을 수립했고, 현재 스탠퍼드 소셜 데이터 연구소를 설립해 대표를 맡고 있다. 독일 메르켈 정부의 디지털위원회 위원으로도 활동하는 그는 글로벌 대기업들의 이용자 데이터 활용 서비스와 전략을 만들어온 데이터 전문가이다. 2017년 미국 Basic Books가 출간한 이 책의 원제는 ‘만인을 위한 데이터: 포스트 프라이버시 경제를 유용하게 사용하는 법(Data for the people : How to make our Post-Privacy economy for you)’이다.

와이겐드는 지금은 프라이버시가 불가능해진 포스트 프라이버시 시대이기 때문에, 우리는 결국 끊임없이 거대 기업들과 상업적 서비스, 공공기관 등에 각자의 데이터를 제공할 수밖에 없는 환경이라는 것을 다양한 사례로 보여준다. 스마트폰과 인터넷에 젖어 버린 우리 삶은 이제 이전으로의 회귀가 불가능하다. 와이겐드의 통찰이 돋보이는 것은 우리가 처한 포스트 프라이버시 사회를 인정하고 그 상황에서 각 개인과 사회가 할 수

있는 최선의 가치가 무엇인가를 ‘현실적으로’ 탐색하고 주장한다는 점이다. 와이겐드는 “우리는 우리 데이터를 공짜로 제공하는 수밖에 없다. 하지만 대신 사용자는 자신이 제공한 데이터가 기업과 기관에 의해서 어떻게 쓰이는지를 알 권리가 있고, 자신의 데이터를 스스로 이용할 권리가 있음을 강조한다.” 와이겐드는 포스트 프라이버시 사회에서 데이터에 대한 투명성 요구와 사용자 주체성만이 대안이라고 말한다.

저자의 생각은 그가 ‘비현실적인 주장’이라고 비판하는 관점과의 비교에서 차이가 잘 드러난다. 그는 조너선 지트레인과 재론 래니어 같은 정보사회 이론가의 주장을 ‘비현실적 주장’이라고 공격한다. 이들은 이용자가 인터넷 서비스를 이용하면서 자신의 데이터를 기업에 제공하는 덕분에 구글이나 페이스북이 광고 수익을 거두는 것이라고 본다. 그렇기 때문에 이용자들은 데이터 제공을 거부하거나 플랫폼 기업들이 이용자 정보와 주의력을 통해 돈을 번만큼, 수익 일부를 이용자에게 되돌려줘야 한다고 요구한다. 예를 들어 구글 번역 서비스는 이용자들이 자발적으로 번역에 참여함을 통해서 구글의 수익이 만들어지는 것이기 때문에 번역과 피드백에 기여한 이용자들이 그 결실을 공유해야 한다는 주장이다. 와이겐드의 견해는 다르다. 구글 번역에 이용자들이 기여한 측면도 있지만 이용자들이 구글을 돕기 위해서 서비스를 이용한 것이 아니라 이용자들은 스스로의 편익을 위해서 구글 번역 서비스를 이용했다고 봐야 한다는 주장이다.

와이겐드는 “기업과 정부에 데이터를 제공하지 말라”고 주장하는 이들을 “거짓된 약속

을 하며 환상을 전파하는 사람들”이라고 공격한다. 책의 저술 목적이 이들의 거짓되고 불가능한 주장을 알리는 데 있다고 말한다. 와이겐드는 “데이터 삭제가 가능하다고 하는 것은 이용자를 오도하는 것이다. 기업들의 데이터 수집을 막을 수 없기 때문에, 우리는 어떤 대가를 받을 수 있는지와 기업의 잘못된 데이터 사용을 처벌할지에 집중해야 한다”고 말한다.

그는 인터넷에서 진행되는 다양한 실험과 시도 또한 서비스 개선 차원에서 적극적인 수용을 주장한다. 우리 모두는 소셜 데이터의 실험으로 인한 혜택을 받고 있다며, 소셜 미디어에서 이뤄지고 있는 ‘A/B 테스트’를 겁내지 말아야 한다는 주장이다. 오히려 소셜 미디어의 혜택을 극대화하기 위해서 우리 모두는 실험대상이라는 것을 받아들이고 과학자들을 독려해야 한다는 게 그의 ‘과감한’ 주장이다.

글로벌 기업의 데이터 기반 고객 서비스를 기획해온 빅데이터 전문가로서 와이겐드는 데이터 사회에서 관점의 전환을 주장한다. 더 이상 과거와 같은 프라이버시와 데이터 개념이 통용될 수 없기 때문이다. 대표적인 게 인터넷에서의 익명성에 대한 개념이다. “인터넷에서는 누구도 당신이 개라는 걸 모른다.” 1993년 7월 〈뉴요커〉에 실린 피터 스타이너의 유명한 만평은 익명성이 인터넷 초창기의 특징이었음을 알려준다. 인터넷은 현실과 유리된 자유로운 공간으로 여겨졌고, 사이버 캐릭터로 제2의 삶을 만드는 세컨드 라이프라는 서비스가 인기였다. 미 국가안보국(NSA)과 페이스북, 케임브리지 애널리틱스의 실체가 드러나기 이전이었다. 오늘날 인

터넷에서는 정체성은 물론 본인이 모르는 신상도 수집된다. 2004년 서비스를 개시해 15년 만에 월간 이용자 25억 명에 이른 페이스북의 수익모델은 이용자들의 개인정보와 관심사 거래와 판매다.

흔히 데이터는 21세기의 원유로 지칭된다. 무가치한 것으로 여겨졌지만 정제 기술과 사용처를 발견하면서 무한한 가치의 원자재로 변신했다는 점에서 빅데이터와 석유는 비교되어 왔다. 그러나 와이겐드는 이러한 단순한 비교에 대해 이의를 제기한다. 둘은 다르다는 것이다. 석유는 매장량이 무한하지 않고 시간 경과에 따라 채굴 비용과 생산비가 상승한다. 반면 데이터는 석유와 달리 시간이 지날수록 생성량이 늘어나 기하급수적으로 증가하고 정보를 처리하는 비용 또한 지속 감소하는 구조다. 석유와 같은 물질적 자원을 접근하는 관점에 있어서 기존의 법률과 사회규범은 기본적으로 재화가 부족하고 유한하다는 생각을 기반으로 형성되었다. 그런데 데이터 사회는 그 무한성과 비용 감소세로 인해 재화의 유한성을 기반으로 형성된 기존 사회규범을 적용하는 게 부적합하다는 게 그의 핵심 논지다.

그의 주장은 소유와 통제에 대한 새로운 개념으로 이어진다. 기존 소유의 개념은 물질적 세계를 중심으로 형성되었다. 물질적 소유는 기본적으로 배타적이고, 소모적이고 제한적 대상을 점유하는 개념이다. 그런데 데이터의 소유는 물질적 소유와 달리 비배타성, 비소모성, 무제한성을 지닌다. 유사 이래 지배적이었던 소유권 개념이 데이터 시대에 달라져야 하는 계기를 맞고 있다는 게 그의 주장이다.

그는 데이터 통제권과 관련해 데이터의 자유로운 이동을 가능하게 하는 이동성을 주창한다. 데이터의 주체가 자신의 데이터에 대해 자유로운 이동을 확보할 수 있어야 하고 이를 위해 플랫폼 기업과 조직을 대상으로 투명성을 요청해야 한다. 인류가 지난 1000년간 신체의 자유를 확보하기 위해서 투쟁해 왔다면 이제는 데이터의 자유로운 이동권을 확보하기 위해서 투쟁해야 할 때라는 것이다.

저자는 프라이버시와 데이터 소유 방식에 대해서 도발적 문제 제기를 하고 있지만, 그 역시 스스로 지적한 문제에 대한 완벽한 답안을 제시하지는 못한다.

개인들 간에, 개인과 조직 간에, 조직과 조직 간에 정보 비대칭이 심화하고 있는 상황에서 데이터 사회는 미래가 밝지 않다.

서울을 방문한 저자를 2019년 1월 초 광화문에서 만나 인터뷰했다. “정보 비대칭성이 심화되고 있는 상황에서 개인이 더 많은 데이터를 공개하면, 격차는 더 커지지 않나”라는 질문을 던졌다. 그는 “정보 비대칭 개념이 바뀌고 있다. 과거 우리는 전화 건 나의 신분이 드러날 때 전화하기를 꺼렸지만, 이제 발신자 정보 없는 전화는 받지 않는다. 하지만 정보 권력의 균형이 개인에게서 거대기관으로 이동하고 있는 것은 사실이다. 더 많은 정보가 주어지면 개인이 권력을 감시하고 통제할 수 있을 거라고 생각했지만, 오판이었다.” 라고 인정했다.

우리는 모든 정보가 수집 당한다는 현실을 직시하고, 프라이버시 공개를 피할 수 없음을 인정하고 대신 자신이 최대한 통제권을

지녀야 하는 것만이 길이라는 것이다.

와이겐드는 데이터 프라이버시와 관련해 개인적으로도 흥미로운 실험을 진행하고 있음을 책에서 공개하고 있다. 그는 2006년부터 자신의 모든 일정과 여정을 개인 홈페이지에 공개하고 있다. 우려되는 이색적 실험을 지속하는 이유가 뭘까?

그는 데이터 공개로 얻는 편익이 비공개 때보다 훨씬 크기 때문이라고 말한다.

“1986년 대학시절 독일 본과 스위스 제네바를 오가며 연구할 때부터 시작한 실험이다. 내 일정을 담당자들에게 매번 보내는 것보다 내가 웹사이트에 공개하는 게 훨씬 편리한 작업이었다. 누군가는 소셜미디어에 올린 위치정보를 이용한 빈집털이를 걱정하지만, 침입자는 차라리 내가 집에 없을 때 내 집을 찾아오는 게 낫다. 개인정보 공개로 아

직까지 난처한 상황을 만난 적 없다”라고 말했다.

하지만 그 역시 얼마 전부터 정보 공개 방식을 변경했다. 자신의 미래 일정과 관련한 정보 공개는 사람들에게 의사 결정과 관련해 편익을 가져다주지만, 과거의 정보 공개는 그렇지 안 하는 것이다. 오히려 과거 정보 공개는 불이익과 위협의 가능성이 있다.

안드레아스 와이겐드의 개인적 정보 공개 실험, 데이터 소유에 대한 새로운 개념 제시, 프라이버시에 대한 관점의 전환 등 책에서 제시한 문제 제기와 개념은 일찍이 인류 역사에 없던 데이터 사회에 관해 새로운 관점과 지평을 제시한다. 그의 문제 제기가 해답과 대안을 제시하지는 않지만, 몰랐던 문제를 새롭게 드러냈다는 것만으로도 유익한 책이다. KISO JOURNAL

KISO, 온라인 부동산 허위매물 근절을 위한 입법 공청회 참석



〈지난 2월 8일 오후 2시 국회의원회관 제9간담회의실에서 열린 ‘온라인 부동산 허위매물 근절을 위한 입법 공청회’에서 박엘리 KISO 기획팀장이 패널로 참석해 발언하고 있다.〉

한국인터넷자율정책기구(KISO)는 지난 2월 8일 오후 2시 국회의원회관 제9간담회의실에서 박홍근 국회의원 주최로 열린 온라인 부동산 허위매물 근절을 위한 입법 공청회에 패널로 참석했다.

KISO 부동산매물클린관리센터¹⁾는 2012년부터 인터넷 부동산 매물의 표시·광고 모니터링을 하는 국내 유일 허위매물 검증 기구다. 네이버, 카카오 등 부동산 광고 플랫폼을 운영하는 국내 최대 22개 온라인 부동산 플랫폼을 참여사로 확보하고 있다.

이날 의견 수렴을 거친 공인중개사법 개정안에는 개업공인중개사가 인터넷을 이용해 중개대

1) 허위매물 등 부동산 허위·과장 광고로 인한 소비자 피해를 예방하고 신뢰할 수 있는 부동산 거래시장을 조성하고자 ‘온라인부동산매물광고자율규약’을 제정해 2012년 10월 공정거래위원회 심사를 거쳐 부동산매물클린관리센터를 운영해오고 있음.

상품에 대한 표시·광고를 하는 경우 △부당한 표시·광고 금지 △소비자 판단에 중요한 정보 명시 △민간영역에 맡겨져 있는 중개대상물에 대한 모니터링 등 관리방안 마련 등을 담고 있다.

KISO는 이 자리에서 △민간 자율규제를 보완해야 하고 △사후 검증 뿐 아니라 사전에 매물 광고를 올릴 때의 검증이 중요하며 △관리와 제재를 이원화하는 민관 공동 협력모델을 적용해야 한다고 주장했다.

박엘리 KISO 기획팀장은 “인터넷 공간은 ‘공동자원’이며, 이것을 활용하는 사람들이 공유의 자원임을 인식하고 자율적으로 문제를 해소해 나가는 것이 바람직하다”면서 “현재도 KISO가 자율규제를 하고 있으며 전문성과 데이터를 보유하고 있으므로 민간의 자율적인 자정 노력 후 사후적인 감시와 제재는 정부에서 하는 식으로 구분하는 것이 필요하다”고 강조했다. KISO JOURNAL

KISO, 서울시 인터넷 시민감시단 대상 강의

(사)한국인터넷자율정책기구(의장 여민수, 이하 KISO)는 지난 2월 22일과 23일, 3월 14일 세 차례 서울시 인터넷 시민감시단 9기 사전교육에서 시민감시단을 대상으로 강의를 진행했다고 밝혔다.



〈KISO 남동희 연구원이 지난 2월 22일 시민감시단 앞에서 강의를 하고 있다.〉

KISO와 서울시는 지난 2012년 9월 여성폭력 문제를 앞장서서 해결하기 위하여 ‘여성폭력 방지 업무협약(MOU)’을 맺고 온라인상의 불법 성매매 알선·광고 게시물을 처리하기 위해 노력하고 있다.

KISO와 서울시 MOU의 일환으로, 서울시 인터넷 시민감시단은 일상에서 자주 마주하게 되는 성매매 알선·광고, 음란물 등 불법 유해 정보를 모니터링 하여 KISO 회원사 내에서 발견된 불법 성매매 알선·광고 게시물들을 KISO를 통해 신고하고 있다.

인터넷 시민감시단의 본격적인 활동에 앞서, 사전교육이 진행되는데 KISO는 사전교육 강사로 참여하여 ‘기관 소개 및 심의 기준’을 주제로 강의하였다. KISO JOURNAL

<KISO저널 제34호>

발행일 2019. 03. 29.

발행인 여민수

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 공
식적인 견해와 다를 수 있습니다.

◆ KISO저널 34호의 본문은
'한겨레결체'로 작성되었습니다.

◆ (사)한국인터넷자율정책기구의 허
가 없이 본 내용의 무단전제나
복제를 금지합니다. 내용에 관
한 문의가 있으시면 문의처로
연락주시기 바랍니다.
(문의 02.6959.5204)

<편집위원>

황창근 교수(홍익대 법과대학)

권현영 교수(고려대 정보보호대학원)

김유향 팀장(국회입법조사처 과학방송통신팀)

김학웅 변호사(법무법인 시화 변호사)

구본권 기자(한겨레신문사 선임기자)

이희옥 차장(네이버 서비스정책실)

김훈건 팀장(SK커뮤니케이션즈 경영전략실)

최창근 차장(카카오 정책협력팀)

편집간사/박기욱 선임연구원(KISO기획팀)



ISSN 2287-8866(Online)