

Vol.35

# KISO Journal

## 정책 및 심의결정 리뷰

KISO 정책위원회 10년, 심의 사례 10선 | KISO 정책팀  
계시물 임시조치 요청 심의 결정문에 대한 리뷰 | 정필운

## 기획동향

HTTPS 차단 논란이 우리에게 남긴 과제 | 김승주  
인터넷 접속차단 정책의 문제점 | 윤성욱  
주요국의 OTT 규제 톺아보기 | 김대원, 김수원

## 법제동향

한국형 규제샌드박스의 현황과 향후 과제 | 권현영  
사이버상 자살유발, 막을 수 있는 근거는 | 장영진

## 국내외 주요소식

데이터 배당(Data Dividend) 도입 추진 배경과 전망 | KISO 기획팀  
유럽연합 '디지털 단일시장 저작권 지침' 주요 쟁점 | 박성호

## 이용자 섹션

남성 카르텔의 관음 문화는 어떻게 확대 재생산되는가 | 위근우  
우리의 지갑을 노리는 해커, 사이버 사기의 진화 | 이동은

## 해외 자율규제 소식

PCH (Packet Clearing House) | KISO 기획팀

## 문화시평

제러미 하이먼즈, <뉴파워: 새로운 권력의 탄생> | 이희욱

# KISO 정책위원회 10년, 심의 사례 10선

KISO 정책팀

## 〈Keyword〉

정책위원회, 심의, 정책규정, 자율규제, 표현의 자유, 알 권리, 종교의 자유

### 1. 들어가며

2009년 설립된 KISO는 2019년으로 10년을 맞는다. 10살이 된 KISO는 정책위원회를 중심으로 공동의 게시물 정책 마련 및 검색어 서비스 정책 마련뿐만 아니라, 온라인 부동산 매물 검증, 청소년보호를 위한 공동 DB 구축, 공동의 인물정보 서비스 정책 마련 등의 다양한 업무를 수행하고 있다.

하지만 2009년 KISO 설립과 동시에 운영 중인 정책위원회는 공동의 게시물 정책, 검색어 정책 등을 논의하고 세부사안에 대해 구체적인 적용방식을 심의함으로써 표현의 자유와 이용자 보호라는 KISO의 설립 가치를 최전선에서 보호해 왔다.

그간 KISO 정책위원회는 35건의 공동의 정책을 마련했다. 2009년 출범당시 정책위원회는 개별적인 게시물의 처리를 검토하면서 이를 바탕으로 공동의 정책을 마련하는 방식으로 운영되었다. 이렇게 게시물 처리 등에 대한 공동의 정책을 마련한 후에도 당시에는 예상하지 못했던 새로운 사안이 발생하고, 이에 대해 이미 존재하는 공동의 정책을 어

떻게 적용할지 사업자가 판단하기 어려운 문제가 생긴다.

이에 KISO 정책위원회는 ‘공동의 정책’ 뿐만 아니라 구체적인 사안에 대한 심의를 통해 정책의 해석 및 유사한 사례의 처리방안을 제시해 왔다. 이렇게 심의된 사안은 홈페이지를 통해 2019년 6월 27일 현재 총 184건 공개되어 있다.

KISO 정책위원회의 심의는 이용자의 권리를 직접적으로 구제하기 위한 절차가 아닌, 정책을 해석하는 과정에서 회원사가 지원을 받기 위한 절차로 이해하는 것이 타당하다. 따라서, 이미 회원사가 기존의 심의 등을 통해 명확히 처리가 가능한 사안에 대해서는 심의가 이루어지지 않기 때문에 10년간 184건의 새로운 처리 기준을 마련한 것으로 이해할 수 있다.

### 2. 최초의 공동 게시물 정책 및 심의

KISO 최초의 정책은 이종걸 의원의 국회 발언을 계기로 제기된 명예훼손성 게시물을

어떻게 처리할 것인가에 논의하는 과정에서 결정되었다. 정책 결정과 심의 결정이 명백히 구분되어 있지 않은 상황에서 공동 정책이 심의의 역할 역시 수행한 것으로 볼 수 있다.

<사례 1 : 최초 게시물에 대한 검토>

1. 결정일자 : 2009. 04. 02  
 2. 정책결정 : 제 1호  
 3. 결정내용

<실명이 거론된 명예훼손성 게시물의 조치를 위한 정책>

1. 이종걸 의원의 국회 발언을 계기로 제기(신고번호 KI090406160001)된 명예훼손성 게시물의 처리정책을 다음과 같이 결정한다.

(1) 일반원칙

- 인터넷상의 게시물로 인한 명예훼손을 주장하는 자는 삭제 또는 반박내용의 게재(이하 “삭제 등” 이라 한다)를 요청할 때 명예훼손 사유와 해당 게시물의 URL을 적시해야 하고, 회원사는 이러한 요건이 충족되는 경우에 삭제·임시조치 등의 필요한 조치를 할 수 있다.
- 명예훼손성 게시물을 답링크(해당 게시물로 바로가기 링크)한 게시물도 동일한 절차를 거쳐 처리한다.
- 단, 임시조치 후 게시자의 요청이 있을 경우 해당 게시물의 재게시 문제는 최근 대법원 판결(2009년 4월 16일, 2008다53812 손해배상(기)등)에 대한 검토를 거쳐 추후 결정한다.

(2) 포괄적 요청에 의한 임시조치

- 각 회원사는 URL의 적시 없이 삭제 등의 조치 요청을 받은 때 당사자에게 회복하기 어려운 중대한 침해가 예상되거나 명백한 불법성이 인정되는 경우에 임시조치를 허용할 수 있다.
- 다만, 이러한 예외적 조치는 표현의 자유를 지나치게 제약할 가능성이 있으므로 일시적이고 제한적으로 허용해야 한다.
- 이 조치의 구체적인 절차, 방법 등에 대해서는 별도의 논의를 통해 공동의 기준을 마련한다.

(3) 임의의 임시조치 및 모니터링에 의한 삭제·차단

- 정보통신망법상 임의의 임시조치 및 모니터링에 의한 삭제·차단은 그 적용요건에 대한 판단의 어려움과 위에 언급한 대법원 판결 등을 고려하여 향후 정책적 논의를 통해 구체적인 개선방안을 모색한다.

2. 당초 상정된 정책안의 대상이었던 이종걸 의원 발언 건에 대해서는, 이미 각사가 자체 정책에 따라 처리하고 있는 점을 감안해 이 정책을 적용하지 않는다.

3. 욕설, 개인정보침해 등 명백한 불법성 게시물에 대한 조치는 이번 정책결정의 대상에서 제외한다.

다만, 심의라는 제도 자체가 없었던 상태로, 이미 유사 게시물에 대해서 각사가 자신의 방식으로 처리하던 관계로 합의 내용에 따른 처리로 이어지지 않았다.

공동의 정책을 마련하기 위한 것이 아니라  
게시물 자체의 처리 방안을 검토하는 심의  
결정은 최초의 정책 결정으로부터 약 1년 뒤  
에 도입된다.

<사례 2 : 최초의 심의 결정>

의안번호	신고번호	결정사항
정 책 - 제 2010-03-06호	KI100211190001 -01	해당없음
	KI100211190001 -02	해당없음
	KI100211190001 -03	해당없음

□ 의안번호 [정책-제2010-03-06호]

- 의안명 : 유00장관의 패러디 게시물 건
- 의결 내역
  - 신고번호 : [KI100211190001-01]

[게시물URL]

<http://bbs2.xxxxx.media.xxxx.net/xxxx/do/xxxxxx/read?bbsId=K151&articleId=xxxxxx>

[결정] 정책위원회 운영세칙 제6조 제2항 제1호의 ‘해당없음’

[표결 결과] 해당없음 10명, 기타 필요한 조치 1명

[결정 내역] 심의 대상 게시물은 정무직 공무원의 공적 사안에 대한 패러디물이고, 간접적으로 추론할 수 있는 사실이 명백한 허위에 해당한다는 자료제시도 없으므로 ‘해당없음’

으로 결정한다.

다만, 소수 의견으로 명예훼손 여부에 대해서  
명확한 판단이 어렵기 때문에 임시조치 등의  
‘기타 필요한 조치’를 결정하는 것이 타당하  
다는 의견이 있었음.

- 신고번호 : [KI100211190001-02]

[게시물URL]

<http://bbs2.xxxxx.media.xxxx.net/xxxx/do/xxxxxx/read?bbsId=K151&articleId=xxxxxx>

[결정] 정책위원회 운영세칙 제6조 제2항 제1호의 ‘해당없음’

[표결 결과] 해당없음 10명, 기타 필요한 조치 1명

[결정 내역] 심의 대상 게시물은 정무직 공무원의 공적 사안에 대한 패러디물이고, 간접적으로 추론할 수 있는 사실이 명백한 허위에 해당한다는 자료제시도 없으므로 ‘해당없음’으로 결정한다.

다만, 소수 의견으로 명예훼손 여부에 대해서  
명확한 판단이 어렵기 때문에 임시조치 등의  
‘기타 필요한 조치’를 결정하는 것이 타당하  
다는 의견이 있었음.

- 신고번호 : [KI100211190001-03]

[게시물URL]

<http://bbs2.xxxxx.media.xxxx.net/xxxx/do/xxxxxx/read?bbsId=K151&articleId=xxxxxx>

[결정] 정책위원회 운영세칙 제6조 제2항 제1호의 ‘해당없음’

[표결 결과] 해당없음 9명, 기타 필요한 조치 2명

[결정 내역] 심의 대상 게시물은 정무직 공무원의 공적 사안에 대한 패러디물이고, 간접적으로 추론할 수 있는 사실이 명백한 허위에 해당한다는 자료제시도 없으므로 ‘해당없음’으로 결정한다.

다만, 소수 의견으로 업무수행과의 연관성보다는 개인에 대한 직접적 모욕적 표현으로 보이고, 명예훼손 여부에 대해서 명확한 판단이 어렵기 때문에 임시조치 등의 ‘기타 필요한 조치’를 결정하는 것이 타당하다는 의견이 있었음.

최초의 심의 대상은 정치인의 패러디물이었다. 기존의 정책에 따라 ‘정무직 공무원 등 공인’에 해당하는 사안으로 기존 정책결정 2호(현 정책규정 제5조 제2항) 등을 통해 처리가 가능한 사안이었다고 판단할 수 있으나, 조롱 등이 일부 섞여 있는 패러디물이라는 특성을 고려하여 심의를 상정한 것으로 보인다.

### 3. 심의 결정의 발전

심의 결정 공개의 경우 최초에는 단순히 어떠한 조항을 적용했는지를 기재하는 방식<sup>1)</sup>이었다. 게시물 상의 어떠한 내용이 이러한 결정으로 도출되었는지 등의 세부적인 사항은 기재하지 않았다. 하지만 2012심3 결정부터는 심의결정문을 상세화하여 어떠한 요소를 고려한 심의 결정인지를 판단하여 작성하였다.

### <사례 3>

KISO 정책위원회는 심의를 통해 결정한 내용을 다음과 같이 공개한다.

1. 심의연번 : 2012심3
2. 결정일자 : 2012. 03. 28
3. 결정내용

심의 대상 게시물은 ‘제대로 뉴스데스크’ 및 ‘파워업 PD수첩’이라는 제목의 영상물로서 ○○○ 문화방송(MBC) 사장의 법인카드 사용 내역 등에 대한 뉴스보도의 형식으로 구성된 영상물이다. (주)문화방송은 심의대상 게시물에 대해 명예훼손과 저작권침해를 이유로 임시조치를 요청하였다.

본 위원회는 명예훼손과 저작권침해여부를 분리하여 심의하였다. 먼저 명예훼손과 관련하여 피해주체로서 (주)문화방송 및 (주)문화방송 사장의 성격을 고려하였다. 본 건의 신청인인 (주)문화방송은 사회여론에 영향을 미칠 수 있는 강력한 소통도구를 가진 언론사이다.

언론사는 헌법이 부여하는 표현의 자유에 기초하여 공공의 문제를 알리고 비판하는 것을 주요한 기능으로 삼고 있다. 언론사가 사회적 영향력이 크다는 점, 반론의 도구를 갖고 있다는 점, 그리고 비판자로서 언론사가 사회적으로 인정받고 있는 권리 등을 고려할 때 언론사에 대한 표현의 자유는 폭 넓게 인정되어야 한다. 나아가 본 심의대상 게시물로 인해(주)문화방송의 명예가 훼손되었다고 볼 이유가 명확하지 않아서 (주) 문화방송 자체는 명예훼손의 피해주체로 보기 어려운 것으로 판단하였다.

(주)문화방송 사장에 대한 명예훼손의 경우, 그 직위가 본 위원회의 ‘명예훼손성 게시물’의

1) 위의 정책-제2010-03-06 참조

임시조치 등에 관한 추가적인 정책'(정책결정 제2호, 이하 '정책결정 제2호'라고만 한다)에서 말하는 '정무직 공무원 등의 공인'에 해당 하는지 여부를 고려하였다.

(사)한국인터넷자율정책기구(이하 '사)한국인터넷자율정책기구'는 정책결정 제2호를 통해, 그러한 공인의 공적업무에 해당하는 경우 명백한 허위사실의 유포가 아닌 한, 국민의 알권리와 표현의 자유 등을 이유로 임시조치 대상이 아닌 것으로 정책 결정하여 적용해 왔다.

(주)문화방송은 방송문화진흥회법(1988년 12월 26일 제정 법률 제 4032호)에 따라 설치된 법인으로서 방송문화진흥회가 주식의 70%를 보유하고 있다. (주)문화방송의 사장은 대주주인 방송문화진흥회에 의해 임명되는데, 방송문화진흥회의 이사회는 정당의 추천을 받아 구성된다는 점에서 (주)문화방송은 일반 사기업과는 구별되는 공적인 성격을 갖고 있다고 할 수 있다. 또한 (주)문화방송은 공공성과 희소성이 있는 전파자원을 활용해 국가의 허가를 받아 운영하는 지상파 방송사로서 전파수탁자로서의 의무와 강력한 파급효과에 대한 공공성 보장의 의무가 다양하게 부과되어 있다.

이 같은 점을 고려하여 (주)문화방송의 대표인 사장은 정책결정 제2호에서 말하는 공인의 범주에 포함된다고 판단하였다. 또한 심의 대상 게시물이 다루는 내용은 사장의 법인카드 사용과 인사상의 문제점 등으로서 (주)문화방송 사장의 공적 업무에 관련된 내용으로 판단하였다. 이러한 공인의 공적 업무에 대한 게시물은 그것이 명백히 허위라는 사실에 대한 소명이 있어야 임시조치의 대상이 될 수 있는데, 그에 대한 소명이 없으므로 위 명예훼손의 건은 정책결정 제2호에 의한 임시조치 제한 사유에 해당하는 것으로 보았다.

나아가 저작권법 위반여부와 관련해서는 해당 게시물이 저작물의 공정이용에 해당하는지 여부를 고려하였다. 저작권법 제28조는 "공표된 저작물은 보도·비평·교육·연구 등을 위하여는 정당한 범위 안에서 공정한 관행에 합치되게 이를 인용할 수 있다"고 규정하고 있다. 해당 게시물에서 인용하고 있는 '뉴스데스크'나 'PD 수첩' 내용은 공표된 언론 보도물로서 상업적 용도가 아닌 사회적 비평의 목적으로 일부만 사용될 때 저작권법 제28조의 공정이용의 요건에 합치될 가능성이 매우 높다. 그러한 상황에서 신청인은 그것이 어느 부분에서 어떤 이유로 저작권침해가 되는지를 특정하여 주장하고 있지도 않다.

따라서 KISO 정책위원회는 신청인이 공적인 성격의 기관으로서 명예훼손의 피해 주체라고 보기 어렵거나 그 대표자 개인과의 관계에서는 해당 게시물이 정책결정 제2호에서 말하는 공인의 공적 업무에 관한 사항으로서 그것이 명백히 허위라는 사실에 대한 소명이 없는 경우에 해당하므로 정책결정 제2호의 임시조치 제한 대상에 해당하며, 나아가 저작권침해에 대한 소명도 부족하므로, 표결 절차를 거쳐 '해당없음'으로 결정한다.

해당 심의결정은 현행 정책규정 제5조 제2항의 정무직 공무원 등 공인이 아님에도 임시조치의 제한이 되는 공인이 존재할 수 있음을 적시하고 있고, 이를 바탕으로 현행 정책규정 제5조 제3항이 제정되기도 하였다.

이러한 정책위원회 심의결정문의 변화는 기존보다 자세히 심의결정의 취지를 살펴볼 수 있다는 장점이 있었다. 다만 문장구조가 복잡하다는 측면에서, 이를 간명하게 살펴보기 어렵다는 지적 또한 있었다. 이에 정책위원회는 2018년 10월 2일 공개된 사안부터 현행과 같은 양식으로 정책결정문을 작성하여

공개하고 있다.

<사례 4>

1. 심의 번호 : 2018심16-1  
 2. 심의 결정일 : 2018.9.17

[결정]  
 정책위원회 운영세칙 제8조 제1항 제1호 ‘해당 없음’

[결정 내역]

1. 개요  
 신청인은 자사의 브랜드명을 검색할 때 노출되는 ‘**브랜드명 + 부작용**’이라는 연관검색어를 삭제해달라고 요청하고 있다.

2. 관련규정  
 KISO 정책규정 중 관련규정은 다음과 같다.

제13조의2(이용자 피해 구제를 위한 조치)  
 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

(중략)

마. 연관검색어 등 자체만으로 사실관계를 현저하게 오인시키는 경우

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

2. 신청인의 요청

신청인은 지상파방송 뉴스 프로그램(2018년 5월 4일)에서 보도된 후 자사 브랜드를 검색할 경우 ‘부작용’이라는 연관검색어가 노출되어 피해를 입고 있다는 취지의 주장을 하고 있다.

또한 신청인은 방송의 편파보도, 부작용을 주장하는 사람이 일부에 불과하다는 점, 자사 피해로 인한 손해배상 등 법적 절차가 없다는 점 등을 근거로 제시하고 있다.

3. 판단

1) 부작용이라는 검색어가 사실관계를 현저하게 오인시키는 경우인지

- 검색어 서비스는 이용자들의 검색행위에 의한 결과로 형성된다. 이용자들은 관심 있는 제품이나 상품을 검색하는 경우 효과, 부작용, 장점, 단점 등 다양하게 검색하여 정보를 얻을 수 있다.
- **연관검색어**에서 포털사업자가 긍정적으로 효과, 장점만을 유지하고 사업자들의 요청에 따라 부정적인 단어를 삭제하는 것은 소비자의 알권리를 인위적으로 차단하고 정보 유통의 불균형성을 **초래할 우려가 있다.**
- 특히 ‘효과’라는 검색어가 반드시 ‘효과가 있다’는 검색결과만을 의미하지 않는 것처럼 부작용 역시 연관검색어로 제시되었다고 하여 반드시 부작용이 있다는 사실관계를 의미하지는 않는다.
- 이용자의 검색결과로 형성된 연관검색어로서 반드시 부작용이 있다는 사실관계를 의미하지는 않는다는 점에서 사실관계를 현저하게 오인시키는 경우라고 보기는 어렵다.

2) 명예훼손의 정도가 중대하고 명백한 경우인지

- 앞서 살펴본 대로 연관검색어 ‘**브랜드명 + 부작용**’이 곧 ‘부작용이 있다거나 없다’는

사실관계를 적시하는 것이 아니므로 명예훼손의 판단대상으로 하기에 부적절하다고 평가하였다.

3) 그 외

- 지상파방송의 뉴스 프로그램의 편파성 여부, 피해를 주장하는 이들의 범위와 의도 등은 본 위원회의 판단대상이 아니며 이를 입증할 근거도 명확하지 않다. 또한 방송보도로 인한 피해와 중소기업으로서 어려운 사정 등이 있다면 신청인이 정정보도, 손해배상 등 언론 피해에 의한 구제절차 등 다른 법적 수단을 통해 적극적으로 해결할 사안이라고 판단한다.

4. 결정

위와 같은 내용에 대해 (사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 표결절차를 거쳐 심의대상 검색어에 대해 ‘해당없음’으로 결정한다.

### 4. 검색어 영역에 대한 심의의 흐름

2012년 4월, 정책위원회에 그간의 게시물이 아닌 연관·자동완성검색어 삭제에 대한 심의가 상정된다. 특정인의 성명을 검색할 때 등장하는 ‘여자문제’를 당사자가 삭제를 요청했고, 이를 삭제할지에 대한 심의였다.

#### <사례 5>

1) 심의연번 : 2012심4 (2012-06-28)

- 결정 : 삭제 또는 그에 준하는 조치
- 표결 결과 : 삭제 또는 그에 준하는 조치 9명, 해당없음 1명
- 결정내역 :

심의대상은 회원사가 운영하는 포털 서비스의 연관검색어 서비스에서 ‘○○○’을 검색할

경우 제시되는 연관검색어인 ‘○○○ 여자문제’이다.

신청인 ○○○(이하 ‘신청인’이라 한다)은 자신의 이름을 검색할 경우 제시되는 ‘○○○ 여자문제’라는 연관검색어로 인하여 자신의 명예가 훼손되었다고 주장하면서 연관 검색어 ‘○○○ 여자문제’의 삭제를 요청하였다.

연관검색어는 이용자들의 검색 질의 패턴에 따라 자동 생성되는 것이고, 이렇게 자동 생성되는 연관검색어에 인위적인 조치를 가하는 것은 가급적 피하는 것이 검색서비스에 대한 국민의 신뢰보장 등의 차원에서 바람직하다.

또한 본 위원회는 선거기간 중에는 국민들이 자신을 대변하는 대리인의 도덕성이나 청렴성 등의 공직후보로서의 적격성 판단을 위해 다양한 정보에 접근할 권리가 있음을 이유로 연관검색어 등의 삭제조치를 제한하는 취지의 정책(“선거기간 중의 연관검색어 및 자동완성 검색어 목록에 관한 정책” 등)을 결정한 바 있다.

그러나 본 건의 경우는 선거기간 중의 공직후보로서의 적격성 판단과 관련된 사안이 아니다. 나아가 연관검색어 ‘○○○ 여자문제’와 관련된 검색내용을 살펴보면, “△△△ △△이 ‘이 분은 여자문제가 좀 있어 선출직으로 어려울 것 같다’고 말했다”는 내용이 전부이고, 검색 결과물도 특정 언론사의 뉴스 2건에 불과하여, 구체적인 내용도 없고 주장자가 그렇게 주장하는 근거가 전혀 제시되지 않고 있으며, 이용자들의 그에 대한 적극적인 문제제기나 논쟁도 없는 실정이다.

이러한 사정을 종합해 볼 때, 심의대상 연관검색어는 연관검색어의 본래적 기능에 부합하지 않는 것이 아닌가 하는 의심이 들고, 그

것이 권리주장자의 정당한 인격적 이익에 미칠 부정적인 영향에 비하여, 연관 검색어를 유지함으로써 얻는 가치나 이익이 크지 않은 것으로 판단된다.

따라서 본 위원회는 위와 같은 이유로 심의 대상 연관검색어에 대하여 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정한다.

정책위원회는 위 심의를 배경으로, 연관·자동완성 검색어 서비스가 이용자가 검색한 결과를 토대로 작성된다는 점에서 간접적으로 표현의 자유와 관련이 있다는 점과 실질적으로 이용자의 알 권리를 강화시키는 측면이 있다는 점을 고려하였고, 해당 심의를 바탕으로 현행 정책규정 제3장의 ‘검색어에 관한 정책’을 마련하게 된다.

검색어에 대한 심의는 최초에는 검색어의 검색결과를 쉽게 확인할 수 있다는 점에서, 요청인에게 불리한 검색어라도 검색결과를 통해 논란이 있다는 것을 알 수 있다면 이를 삭제하지 않는 방향으로 수행되었다. 대표적인 심의 사례는 다음과 같다.

<사례 6>

1. 심의 번호 : 2013심35  
 2. 심의 결정일 : 2013.5.14

[결정]

정책위원회 운영세칙 제6조 제2항 제1호의 ‘해당없음’

[결정내역]

본 건 심의대상은 ‘000’ 관련 연관검색어이다. 000(이하 ‘신청인’이라 한다)은 위 검색어

가 명백한 허위의 사실로 명예를 훼손한다는 이유로 삭제를 요청하였다.

(사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회 정책결정 제15호(정책결정 제17호로 개정된 것) 제2항 제2호는 “정책결정 14호 2항의 ‘정무직 공무원 등 공인’에 해당하는 자가 권리침해 등을 이유로 연관검색어 등의 삭제를 요청한 경우로서, 공공의 이익과 관련이 없는 영역에서 그 연관검색어 등 또는 해당 검색결과로 인해 사생활이 침해되었거나 허위의 사실이 적시되어 명예훼손 등 권리침해가 발생한 경우”에는 해당 연관검색어 등을 삭제할 수 있는 것으로 규정하고 있다.

신청인은 ‘00시장’으로서 ‘정무직 공무원 등’에는 해당함이 명백하므로, 본 건 심의대상 검색어(이하 ‘해당 검색어’라 한다)가 허위의 사실로 신청인의 명예를 훼손하는지를 우선 중점적으로 판단하였다.

해당 검색어 자체는 생명 또는 신체의 안전과 관련되는 국민의 중대한 관심사이자 사회 질서 및 안전에 대한 사안으로 공공의 이익과 관련성이 크다고 할 것이다.

해당 검색어의 검색결과를 살펴보면, 해당 검색어 관련 실태를 폭로하기 위한 외국 인권 변호사들의 기자회견 장소 대관이 갑자기 취소되고, 신청인과의 면담 일정이 취소됨에 따른 의혹제기와 신청인이 기관장으로 있는 기관의 정책으로 인해 해당 검색어 관련 조직 폭력배 및 밀매조직의 입국 가능성을 제기하고 있다.

그런데, 이러한 의혹제기는 신청인의 면담취소 및 정책추진이라는 사실에 근거하여 해당 정책을 우회적으로 비판한 것으로 보여 지고, 이러한 의혹제기에서 사용된 표현에 어느 정도 과장이 있기는 하지만, 이 정도의 과장은

일반적으로 국가 및 지방자치단체의 정책에 대한 비판을 함에 있어 그 허용범위를 초과하였다고 보기 어렵다. 또한, 검색결과를 보면 일부 검색결과를 제외하고는 대부분 신청인이 검색어와 직접적인 연관이 있다고 설명하고 있지 않다.

신청인은 자신을 반대하는 세력이 해당 검색어를 인위적으로 조작하였다고 주장한다. 하지만, 극히 일부의 언론사의 기사 혹은 그 기사를 복사한 게시물 등을 제외하고 신청인과 해당사안에 관련이 있다는 검색결과를 찾아볼 수 없다는 점에서 명백히 신청인을 반대하는 세력이 해당 검색어를 조작하였다는 증거도 없는 실정이다. 또한 신청인의 정치적 위상이나 영향력을 고려할 때 이 정도의 의혹제기나 과장된 표현은 신청인의 수인 범위 밖에 있다고 판단하기도 어렵다.

따라서 (사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 표결절차를 거쳐 본 건 심의대상 검색어에 대하여 ‘해당없음’으로 결정한다.

해당사안은 정무직 공무원 등 공인이 명백히 수행하지 않은 사안에 대한 연관검색어였다. 정책위원회는 특히 정무직 공무원 등의 공인이라는 요청인의 신분을 고려하여, 우회하여 작성된 비판적 표현이며, 더 나아가 검색결과로 요청인과 직접적인 연관이 있다고 작성되지 않았음을 근거로 ‘해당없음’으로 결정한다.

다만 이러한 취지는 이른바 검색어에 의한 ‘낙인효과’를 고려하는 정책이 마련되면서(2018.3.22.) 변경된다. ‘연관검색어 등 자체만으로 사실관계를 현저하게 오인시키는 경우’가 삭제사유로 추가되면서, 요청인이 이를 명확하게 하지 않았을 것으로 보임에도 이를

수행한 것처럼 오인되는 경우는 그 검색결과를 면밀히 살펴 그 내용과 무관하다는 것이라 하더라도 이를 삭제한다. 이는 검색어를 삭제할 경우 직접적으로 이용자의 표현의 자유를 해하는 것은 아니므로, 따라서 게시물보다 검색어는 이용자를 더 보호하는 차원에서 삭제가 가능하다는 점을 고려한 것이다.

<사례 7>

- 1. 심의 번호 : 2018심5-1,6-1 병합
- 2. 심의 결정일 : 2018.3.22

[결정]

2018심5-1,6-1 : 삭제 또는 그에 준하는 조치

[결정 내역]

본 건 심의대상은 국회의원인 신청인의 성명을 검색할 경우 신청인의 이름과 함께 ‘동성애’, ‘동성애 반대’ 등의 단어가 추가된 연관 검색어다.

최근 전면개정으로 신설된 (사)한국인터넷자율정책기구 정책규정 제13조의2(이용자 피해를 위한 조치) 제2항 제1호 마목의 경우 ‘연관검색어 등 자체만으로 사실관계를 현저하게 오인시키는 경우’ 해당 연관검색어의 삭제가 가능한 것으로 규정하고 있다.

검색어 삭제와 관련하여 정책규정 제13조의2의 내용 중 ‘정무직 공무원 등 공인’에 대해서는 예외로 규정하는 내용이 있고, 신청인이 정무직 공무원에 해당하지만, 본 건 관련 조항의 경우 정무직 공무원 여부와 상관없이 적용가능하다. ‘연관검색어 등 자체만으로 사실관계를 현저하게 오인시키는 경우’란 정치인이 국회에서 타인의 비위 사실 등에 대한 질의를 하는 과정에서 논란이 된 사항이 마치 본인의 사실인 것처럼 노출되는 경우(2013

심50)나, 특정 법안을 발의한 국회의원이 해당 법안의 적용 당사자로 오인되는 경우에 등에 직접적용 가능한 규정에 해당한다.

본 건의 판단에 있어 우선 해당 검색어가 생성된 배경에 대해 살펴보면, 신청인이 발의했던 법안 내용 중 ‘성별, 장애, 병력 등의 특성’이나 ‘개인 또는 집단이 가지고 있는 특성’이라는 내용 속에 성소수자를 포함시킬 수 있는 여지가 존재하여 해당 법안이 성소수자를 옹호한다는 논란이 발생하였다. 이와 관련하여 신청인의 성명에 심의 대상 연관검색어가 노출된 것으로 판단하였다.

하지만 신청인의 주장대로 해당 법안에 성소수자에 대한 사항이 직접 적시되어 있지 않음에도, 연관검색어의 노출이 해당 내용에 대한 오해 혹은 옹호여부 등이 오인될 우려가 크다는 점을 고려하여 정책규정 제13조의2 제2항 제1호 마목의 경우에 해당한다고 판단하였다.

이러한 점을 종합적으로 고려하여 (사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 표결절차를 거쳐 심의대상 검색어에 대해 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정한다.

### 5. 다양한 영역에 대한 심의

KISO는 추구하는 가치가 표현의 자유의 증진이라는 점과, 창립 당시 정치인 등의 인사가 임시조치제도를 악용하여 정당한 비판마저 삭제하는 등의 문제점이 사회적으로 논란이 되었기 때문에, 정책위원회는 ‘정무직 공무원 등 공인’, ‘기타 공인’에 대한 알권리를 보장하는 차원에서 정책을 만들고 심의를 진행해 왔다. 하지만 회원사의 다양한 서비스 운영에 대한 고민 역시 심의를 통해 논의가 되었고, 이는 다양한 영역에 대한 심의로 나

타났다.

특히 온라인에서 주로 논쟁이 되는 종교 관련 사안에 대해 KISO 정책위원회는 비교적 초창기인 2011년부터 이를 심의한 바 있으나, 해당 심의는 특정 종교를 모욕한 단어 전체가 포함된 게시물 전부를 삭제해달라는 포괄적 삭제요청이었고, 이에 명확한 명예훼손성을 증명하지 못해 이를 삭제하지 않기로 결정한 바 있다.

이후, 개별적 URL을 적시하고, 특정인 혹은 특정 종교 단체의 포교 행위 등에 대해서는 헌법상 종교의 자유를 이유로 삭제를 일부 제한하는 심의를 진행한 바 있다. 대표적인 사안은 다음과 같다.

#### <사례 8>

‘000의 임시조치 요청’ 관련 심의의 건

- 1. 심의 번호 : 2015심7
- 2. 심의 결정일 : 2015.4.6

[결정]  
정책위원회 운영세칙 제6조1항의 ‘해당없음’

[결정 내역]

본 건 심의대상은 신청인 관련 종교 게시물 90건 이다. 신청인은 해당 게시물이 명예훼손이라는 이유로 삭제를 요청하였다.

(사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 2015.3.21.자 2015심5호 결정에서 밝혔듯이 대법원은 2010.9.9.선고 2008다84236 판결 등에서 일관하여 종교의 자유에 관한 헌법 제20조 제1항은 표현의 자유에 관한 헌법 제21조 제1항에 대하여 특별규정의 성격을 갖는다고

하면서, 종교에 대한 비판의 권리는 최대한 보장되어야 한다고 판단하고 있으므로, 종교적 비판 과정에서 이루어지는 논쟁에 대해서는 쉽게 명예 훼손 등 타인의 권리를 침해하는 위법한 것이라 판단할 수 없다. 다만 그러한 경우에도 정책규정 제5조 제5항 등에 해당하는 구체적인 정황이나 사실의 적시 없이 단정적이고 모욕적인 표현만을 하는 경우에는 임시조치가 가능할 것이다.

본 심의대상 게시물들을 내용을 중심으로 분류해 보면 세 가지로 구분할 수 있다. 신청인 종단과 관련된 TV프로그램의 내용이나 언론 보도기사를 그대로 전재한 게시물, 신청인 종단과 관련된 경험담 등의 게시물, 그리고 신청인 종단을 종교적인 관점에서 비판하는 게시물 (이른바 이단, 사이비 관련 게시물)이 그것들이다. 게시물의 3가지 유형별로 심의결과를 기술하면 다음과 같다.

먼저, 신청인 종단과 관련된 TV 프로그램이나 관련 언론 보도기사를 그대로 전재한 게시물들은 언론의 자유를 최대한 보호한다는 취지에서, 언론중재위원회, 법원 등에서 허위라고 판단하지 않은 사항에 대해서는 기존 정책위원회 결정사례와 유사하게 명예훼손이 성립하지 않는다고 우선 판단하였다.

둘째, 신청인 종단과 관련한 경험담, 포교사례 등의 게시물들은 종교의 자유에 의해 보호되는 권리라고 보았다. 종교의 자유에는 선교의 자유와 함께 특정종교를 강요받지 않을 권리, 그리고 더 나아가 종교를 갖지 않을 권리 역시 포함된다고 볼 수 있다.(헌재 2001. 9. 27, 2000헌마159). 따라서 신청인 종교를 누군가로부터 강요받지 않을 권리와 더불어 신청인 종교를 믿지 말라고 권유하는 행위 역시 종교의 자유에 포함된다고 봄이 상당하고, 경험담 포교사례 등은 이러한 종교의 자유에 해당한다고 보아야 할 것이라고 판단하

였다.

셋째, 종교의 자유에는 다른 종교를 비판할 자유 역시 포함하기에 이 역시 표현의 자유가 보다 두텁게 보호되어야 한다. 따라서 신청인의 종교를 종교적인 관점에서 비판하는 게시물 역시 종교의 자유에 포함된다고 봄이 상당하다. 더 나아가 신청인의 종교를 이단, 사이비라고 칭하는 경우는 단순한 의견에 불과하기 때문에 이는 명예훼손의 근간이 되는 '사실의 적시'가 없는 것으로 보았다.

또한 이들 세 가지 유형의 게시물들에서 구체적인 정황이나 사실의 적시 없이 단정적이고 모욕적인 표현만 한 경우는 없는 것으로 판단했다.

따라서 (사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 표결절차를 거쳐 심의대상 게시물 전부에 대해 '해당없음'로 결정한다.

이외에도 정책위원회는 소비자 게시물에 대한 심의를 수행한 바 있다. 소비자 게시물은 소비자의 알 권리를 보호한다는 측면에서 소명 요건을 조금 더 엄격하게 평가하여야 한다는 측면을 고려했다. 다만 그 경우에도 욕설 등 과도한 표현이 활용된 경우, 명백히 허위의 사실이 공표된 경우에는 삭제하여야 한다는 판단을 해 왔다. 대표적인 사례는 다음과 같다.

<사례 9>

'000의 임시조치 요청' 관련 심의의 건

- 1. 심의 번호 : 2015심16
- 2. 심의 결정일 : 2015.7.21

[결정]

정책위원회 운영세칙 제6조2항 제2호 '삭제 또는 그에 준하는 조치' 5건  
정책위원회 운영세칙 제6조2항 제1호 '해당없음' 36건

[결정 내역]

본 건 심의대상은 회원사가 제공하는 게시판 서비스에 올라온 특정 학원과 관계된 게시물 41건 이다. 신청인은 해당 게시물이 회사의 이미지를 실추시킨다는 내용, 허위의 사실이 포함되어 있다는 등의 사유를 적시하여, 해당 게시물이 명예훼손 및 영업방해에 해당한다는 이유로 삭제를 요청하였다.

(사)한국인터넷자율정책기구는 2015심4 사건에서 소비자의 선택에 도움이 되는 게시물의 경우 대법원 2012. 11. 29. 선고 2012도10392 판결 등에 비추어 명예훼손이 성립하지 않는다고 판단하고, 이에 대해서 신중한 삭제 등을 결정한 바 있다. 2015심4 결정 및 대법원의 판결에 따르면, 소비자의 의사결정에 도움이 되는 정보 및 의견제공이라는 공공의 이익에 관련된 게시물의 경우 그 명예훼손성이 없다고 보아야 할 것이다.

해당 게시물의 내용을 보면, 1) 신청인의 학원과 관련된 사항을 적시하면서 자신의 경험담 등을 제시한 게시물, 혹은 2) 단순히 이용자의 입장에서 그 학원의 효용 비용 및 평판 등에 관해 질문하고 이에 대한 의견을 제공하는 게시물이다. 이러한 게시물의 경우, 소비자의 의사결정에 도움이 되는 정보이며, 또한 이러한 게시물은 법원 등의 판결에 따라, 헌법상 소비자 보호운동, 소비자 보호법상 알권리의 대상이 되는 게시물로 볼 수 있다. 이러한 게시물은 표현의 자유의 보호뿐만 아니라, 소비자 권리로서 보호되어야 하는 게시물임에 분명하므로, 해당 게시물이 명예훼손에

해당하지 않는다고 우선적으로 판단하였다.

다만 해당 게시물 중 3건은, 신청인 학원을 '사기꾼집단' 으로 이유없이 표현하거나, 정당한 정보의 제공이라고 볼 수 없는 욕설 등을 포함한 게시물로 보인다. 이러한 게시물은 정보를 제공하려는 목적을 고려하더라도 신청인의 명예를 훼손하는 측면이 강하다고 판단하여 해당 게시물에 대해서는 삭제 혹은 그에 준하는 조치로 결정하였다.

더 나아가, 해당 사업자가 '다단계' 집단이라고 게시한 게시물 1건을 살펴보면, 신청인의 소명자료 및 공정거래위원회 공시 결과를 종합하여볼 때 신청인이 다단계 사업자가 아님이 분명하여 이에 대해서는 명백한 허위사실로 판단하였다. 또한 신청인이 사용하지 않는 전화번호를 신청인의 전화번호로 작성한 게시물 역시 명백한 허위사실로 보아 삭제 또는 그에 준하는 조치로 결정하였다.

따라서 (사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 표결절차를 거쳐 욕설·허위사실 등을 게시한 게시물 5건에 대해서는 '삭제 또는 그에 준하는 조치'를 기타 소비자의 후기 질문글 등에 대해서는 '해당없음'으로 각각 결정한다.

마지막으로, KISO는 정책규정 제5장 제1절에 따라 차별적 표현 완화를 위한 정책에 대해 심의를 진행한 바 있다. 차별적 표현을 삭제하는 데 있어, 표현의 자유를 최대한 침해하지 말아야 한다는 의미가 담긴 심의 결정문이다. 차별적 표현이 증가하고 이에 대한 규제가 논의되고 있는 현재에도 의미 있게 검토되어야 할 사항으로 보인다.

<사례 10>

‘지역차별 게시물 삭제 요청’ 관련 심의의 건

1. 심의 번호 : 2014심6  
2. 심의 결정일 : 2014.3.25

[결정]

정책위원회 운영세칙 제6조 제1항 제1호의 ‘해당없음’ 6건  
정책위원회 운영세칙 제6조 제2항 제2호 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’ 4건

[결정내역]

본 건 심의대상은 회원사가 운영하는 블로그 서비스에 게시된 지역 차별과 관련된 게시물 10건이다. 회원사는 일반 이용자의 신고를 받은 후 해당 게시물이 정책결정 제22호 상의 삭제 대상 게시물인지 여부에 대해 본 정책위원회에 심의를 상정하였다.

(사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 2014년 2월 4일 특정 집단에 대한 모욕적이거나 혐오적인 표현은 오히려 다양하고 자유로운 온라인 소통을 어렵게 한다고 판단하고, 온라인 공간에서 차별적 표현의 완화를 위하여 정책결정 제22호를 발표하였다.

정책결정 제22호(온라인 공간에서의 차별적 표현 완화를 위한 정책결정)는 “회원사는 지역·장애·인종·출신국가·성별·나이·직업 등으로 구별되는 특정 집단을 대상으로 모욕적이거나 혐오적인 표현방식을 사용하여 해당 집단이나 그 구성원들에게 굴욕감이나 불이익을 현저하게 초래하는 게시물이 유통되고 있음을 신고 등을 통해 알게 된 경우 이를 해당 집단이나 그 구성원들에 대한 차별적 표현으로 보아 삭제 등 필요한 조치를 취할 수 있다.” 고 규정하고 있으며, 본 사안은 정책결정 제22호를 적용하는 첫 사례이다.

정책결정 제22호는 차별적 표현을 이유로 게시물을 제어하기 위해서는 다음 두 가지 요건을 동시에 충족할 것을 요구하고 있다. 첫째, 특정 집단을 대상으로 한 모욕적이거나 혐오적인 표현일 것. 둘째, 해당 집단이나 그 구성원들에게 굴욕감이나 불이익을 현저하게 초래하는 게시물일 것.

본 건 게시물들이 위 두 가지 요건을 모두 충족하고 있는지 여부에 관하여 살펴보기로 한다.

우선 위 둘째 요건에 대하여 먼저 살펴본다. 정책결정 제22호는 ‘현저하게 초래하는 경우’에 관한 구체적인 기준을 규정하고 있지 않고, ‘현저하게 초래하는 경우’로 판단할 수 있는 사례는 무척 다양하여 개별적으로 판단할 수밖에 없으나, 심의 대상 게시물이 ‘오로지’ 특정 집단을 공격하고 배제하며 차별하는 것을 목적으로 하는 경우, 해당 집단에게 현저한 굴욕감을 초래하는 경우로 볼 수 있을 것이다.

심의 대상 게시물은 모두 특정 지역을 합리적인 근거 없이 구분짓거나 비난하는 내용으로 구성되어 있고, 나아가 특정 지역주민의 인성이나 기질에 관하여 해당 지역을 공격하고 배제하며 차별하는 내용으로만 구성되어 있어, ‘오로지’ 특정 집단의 배제만을 목적으로 하는 게시물에 해당하므로, 위 둘째의 요건은 모두 충족하는 것으로 볼 수 있다.

다음으로 심의대상 게시물들이 위 첫째 요건을 충족하는지에 대하여 살펴본다. 심의대상 게시물 중 특정 지역이나 지역민 전체를 ‘개쌍도’, ‘흉노족’ 등으로 표현하거나 외설적이거나 모욕적인 내용의 이미지 등을 사용한 것은 특정 집단을 대상으로 하는 모욕적이거나 혐오적인 표현으로서, 온라인 공간에서 차

별적 표현 완화를 위해 제정된 정책결정 제 22호의 규정 취지에 해당하는 전형적인 표현이다. 이런 표현은 오로지 상대를 비하하고 낙인찍기 위한 목적에서 사용되어, 합리적인 토론이나 대화를 차단할 뿐이다. 따라서 이러한 표현을 반복적으로 사용한 4건의 게시물의 경우에는 위 첫째의 요건도 충족한 것으로 볼 수 있다.

하지만, 나머지 게시물의 경우에는 특정 지역에 관한 부정적 판단의 근거로 신문 자료나 역사적인 자료를 발췌하여 제시하고 있어, 비록 그 근거의 합리성이 박약하고 극단적으로 편향되어 있으나, 이를 모욕적이거나 혐오적인 표현이라고 단정하기는 어렵다. 또한, 특정지역 주민에 대하여 ‘사기꾼’이라는 표현을 사용한 게시물의 경우, 그것만으로는 그 표현방식 자체가 특정 집단에 대한 모욕적이거나 혐오적인 성격을 가지는 것으로 보기는 어려운 것으로 판단하였다. 이와 같이 첫째 요건을 다소 엄격하게 해석한 것은 지역에 대한 차별적 표현의 완화라고 하는 가치와 긴장관계에 있는 표현의 자유라고 하는 헌법적 가치를 조화롭게 고려하고자 한 것으로서, 특히 본 건 대상 게시물이 개인 미디어인 ‘블로그’에 게재되어 있어 표현의 자유를 보다 중시하여야 할 영역에 해당한다는 것을 감안한 것이다.

따라서 심의 대상 게시물 중 본 위원회 정책결정 제22호의 첫째 요건에 해당하지 아니하는 6건의 게시물에 대해서는 ‘해당없음’으로, 그 두 요건을 모두 충족한 나머지 4건의 게시물에 대해서는 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정한다.

## 6. 결론

정책위원회는 정책 결정을 통해 공동의 정책을 만들고, 개별 사안에 대해 그 해석과 적용에 대한 판단을 위해 심의 결정을 지속해서 수행해왔다. 또한 그 결과물인 정책위원회의 심의 결정문은 그 취지와 뜻이 외부에 더 명확하게 전달되어 회원사의 자율규제를 지원하기 위해 변화해 왔고, 대부분이 홈페이지를 통해 공개되어 있다.

심의 결정은 앞서 살펴보았듯이, 새로운 사안을 통해 새로운 공동 정책의 시초가 되는 등의 역할을 수행해왔고, 표현의 자유뿐만 아니라 소비자의 알 권리, 종교의 자유 등 다양한 헌법적 가치를 보호하는 역할을 수행해왔다. 간단히 그간의 심의 사례를 돌아보며, 정책위원회가 앞으로도, 이용자의 표현의 자유를 보호하면서도 이용자를 보호할 수 있는 다양한 분야의 심의가 활성화되기를 기대해본다. KISO JOURNAL

# 게시물 임시조치 요청 심의 결정문에 대한 리뷰

정필운 / 한국교원대학교 일반사회교육과 교수, 공법학

<Keyword>

명예훼손, 소비자리뷰, 임시조치

## 1. 서론

사단법인 한국인터넷자율정책기구(이하 'KISO'라 한다)의 정책위원회는 2018년 4월 27일 000의 게시물 임시조치 요청에 대하여 심의 대상 게시물 전부에 대해 '해당없음'결정을 하였다(2018.4.27. 2018심9-1~4).

이 심의 결정은 소비자들이 특정 제조방식에 따라 생산된 식품들을 대상으로 실험한 결과를 서술하고, 그 중 특정 제조방식의 제품에 대해 비판한 게시물 4건이 KISO 정책규정 제3조 제1항 임시조치의 신청 요건을 갖추었는지 심사하며, (i) 해당 제품을 제조·판매하는 업체가 아니라 제품을 생산하는 업계의 대표 기관이 임시조치를 신청할 수 있는지, (ii) 소비자의 선택에 도움이 되는 게시물에 대해 명예훼손성을 인정할 수 있을지, (iii)

일반인에 의해 다소간 비과학적으로 수행된 실험이라도 그 결과 자체를 허위라고 할 만한 근거가 없는 게시물에 대해 명예훼손성을 인정할 수 있는지 등의 쟁점에 대해 아래와 같은 판단 후 '해당없음'결정을 하였다. 이 글은 이 결정을 분석적으로 이해하는 것을 목적으로 한다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 우선 심의결정을 제시한다. 그리고 이론적 관점에서 심의결정을 평가하고자 한다.

## 2. 심의결정<sup>1)</sup>

### 가. 심의대상과 신청인의 요청

본 건 심의대상은 소비자들이 특정 제조방식에 따라 생산된 식품들을 대상으로 실험한 결과를 서술하고, 그 중 특정 제조방식의 제품에 대해 비판한 게시물 4건이다. 신청인은

1) '000의 게시물 임시조치 요청' 관련 심의의 건, 2018.4.27. 2018심9-1~4, KISO 저널 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/?pageid=2&uid=1191&mod=document>, 2019.6.20. 최종 방문) 결정문을 제시하되 독자의 편의를 위하여 약간 수정하였다. 따라서 정확한 것은 결정문을 참고하시오.

해당 제품을 제조하는 업체들의 협동조합으로, 해당 게시물의 내용이 과학적이지 않은 실험을 바탕으로 하여 허위의 사실을 제시하고 있다는 취지로 삭제제를 요청하였다.

#### 나. 판단

KISO 정책규정 제3조 제1항은 임시조치의 신청 요건을 규정하고 있다. 그 요건은 “1. 명예훼손을 주장하는 자는 당사자임을 밝혀야 한다.” “2. 명예훼손 사유를 소명해야 한다”, “3. 해당 게시물의 URL을 적시해야 한다.” 이다. 따라서 해당 게시물이 관련된 요건을 갖추었는지를 우선적으로 검토하였다.

이에 대해 살펴보면, 원칙적으로 특정 상품에 대한 임시조치의 경우 해당 제품을 제조·판매하는 업체가 임시조치를 요청할 수 있을 뿐, 이외의 제3자가 이를 요청할 수는 없다. 다만, 심의대상 게시물은 특정 업체의 상품에 대한 의견 또는 사실을 적시한 것이 아니라, 해당 상품 일반의 제조방식에 대한 의견 또는 사실을 적시하고 있다. 이러한 경우, 해당 방식으로 제품을 직접 제조·판매하는 업체 뿐 만 아니라, 관련 제품 일반을 생산하는 업계의 대표 기관 등의 명예 역시 훼손될 수 있으므로, 해당 신청은 적격한 신청인에 의한 것으로 판단하였다.

다음으로, 해당 게시물로 인한 명예훼손에 대해 그 사유가 충분히 소명되었는지를 살펴본다. KISO는 2015심17 등의 결정 등에서 소비자의 선택에 도움이 되는 게시물의 경우 대법원 2012. 11. 29. 선고 2012도10392 판결 등에 비추어 명예훼손이 성립하지 않는다고 판단하고, 이에 대해서 신중한 삭제 등을 결정한 바 있다. 해당 결정 및 대법원의 판결에 따르면, 소비자의 의사결정에 도움이 되

는 정보 및 의견제공이라는 공공의 이익에 관련된 게시물의 경우 그 명예훼손성이 없다고 보아야 할 것이다.

게시물의 내용을 살펴볼 때, 실험 내용이 일반인들에 의해 다소간 비과학적으로 수행되었으나, 그 결과 자체를 허위라고 할 만한 근거 또한 없다고 판단하였다. 그리고 해당 게시물이 노출된 블로그나 카페에서 단순히 악의적인 표현 등을 통해 해당 방식을 비판하고 있지 않다는 점과 함께, 해당 게시물로 인해 구체적인 명예가 어떻게 훼손되고 있는지에 대해 명확한 소명 역시 나타나고 있지 않다는 점도 고려하였다.

#### 다. 결론

이러한 점들을 종합적으로 검토하여 KISO 정책위원회는 표결절차를 거쳐 심의대상 게시물 전부에 대해 ‘해당없음’로 결정한다.

### 3. 심의 결정에 대한 리뷰

이론적 관점에서 보았을 때 이 심의 결정에서는 (i) 해당 제품을 제조·판매하는 업체가 아니라 제품을 생산하는 업계의 대표 기관의 신청인 적격을 인정한 것이 타당한지, (ii) 소비자의 선택에 도움이 되는 게시물에 대해 명예훼손성이 없다고 인정한 것이 타당한지, (iii) 일반인에 의해 다소간 비과학적으로 수행된 실험이라도 그 결과 자체를 허위라고 할 만한 근거가 없는 게시물에 대해 명예훼손성이 없다고 인정한 것이 타당한지가 특히 주목되는 쟁점이다. 아래에서 차례로 살펴본다.

#### 가. 제품을 생산하는 업계의 대표 기관의

## 신청인 적격 인정의 타당성

### 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.

### 2) 비판적 검토

위에서 보는 것처럼 정책규정 제3조에 따라 회원사에게 삭제, 반박내용의 게재 또는 임시조치 등 필요한 조치를 요청하기 위해서는 “인터넷상의 게시물로 인한 명예훼손을 주장하는 자”이어야 한다. 이 건의 대상물은 소비자들이 특정 업체의 상품에 대한 의견 또는 사실을 적시한 것이 아니라, 해당 상품 일반의 제조방식에 따라 생산된 식품들을 대상으로 실험한 결과를 서술하고, 그 중 특정 제조방식의 제품에 대해 비판한 게시물이다. 따라서 결정과 같이 “원칙적으로 특정 상품에 대한 임시조치의 경우 해당 제품을 제조·판매하는 업체가 임시조치를 요청할 수 있을 뿐, 이외의 제3자가 이를 요청할 수는 없다. 다만, 심의대상 게시물은 특정 업체의 상품에 대한 의견 또는 사실을 적시한 것이 아니라, 해당 상품 일반의 제조방식에 대한 의견 또는 사실을 적시하고 있다. 이러한 경우, 해당 방식으로 제품을 직접 제조·판매하는 업체뿐만 아니라, 관련 제품 일반을 생산하는

업체의 대표 기관 등의 명예 역시 훼손될 수 있다.”그러므로 이 경우 업체를 대표하는 기관에게도 신청인 적격을 인정하는 것이 타당하다. 따라서 정책위원회의 판단이 옳다.

### 나. 소비자의 선택에 도움이 되는 게시물에 대해 명예훼손성이 없다고 인정한 것의 타당성

위에서 서술한 것처럼 정책위원회에서는 “소비자의 의사결정에 도움이 되는 정보 및 의견제공이라는 공공의 이익에 관련된 게시물의 경우 그 명예훼손성이 없다”고 판단하였다. 그리고 그 근거로 2015심17 등의 KISO 결정, 대법원 2012. 11. 29. 선고 2012도10392 판결을 제시하였다.

이와 같이 소비자가 특정 상품군·서비스군이나 상품·서비스의 성능, 가격, 특성 등을 게시하여 결과적으로 그 상품군·서비스군이나 상품·서비스를 생산·제공·판매하는 사업자나 사업자 단체에게 불이익을 초래하는 경우 당해 게시자의 표현의 자유와 이를 읽고 정보를 취득하는 일반 시민의 알 권리라는 헌법적 이익과 사업자의 인격권과 영업의 자유라는 헌법적 이익이 상충하게 된다. 양자는 어느 하나가 다른 하나보다 우위에 있어 어느 경우에도 항상 우선 보호받아야 하는 관계가 아니라 헌법질서 내에서 서로 조화롭게 공존하여야 하는 관계이다. 이러한 의미에서 특정 상품군·서비스군이나 상품·서비스를 생산·제공·판매하는 사업자와 경쟁관계에 있는 사업자가 당해 상품의 성능, 가격, 특성 등을 게시하는 경우와는 판단 기준이 현저히 다르다.

이와 관련하여 정책위원회에서 근거로 제시

한 대법원 판결은 “공급자 중심의 시장 환경이 소비자 중심으로 이전되면서 사업자와 소비자의 정보 격차를 줄이기 위해 인터넷을 통한 물품 또는 용역에 대한 정보 및 의견 제공과 교환의 필요성이 증대되므로, 실제로 물품을 사용하거나 용역을 이용한 소비자가 인터넷에 자신이 겪은 객관적 사실을 바탕으로 사업자에게 불리한 내용의 글을 게시하는 행위에 비방의 목적이 있는지는 해당 적시 사실의 내용과 성질, 해당 사실의 공표가 이루어진 상대방의 범위, 표현의 방법 등 표현 자체에 관한 제반 사정을 두루 심사하여 더욱 신중하게 판단하여야 한다.”고 실시하였다.<sup>2)</sup>

이렇게 보았을 때 정책위원회의 판단은 타당하다. 다만 이를 “해당 결정 및 대법원의 판결에 따르면, 소비자의 의사결정에 도움이 되는 정보 및 의견제공이라는 공공의 이익에 관련된 게시물인 경우 그 명예훼손성이 없다고 보아야 할 것이다.”라고 서술하여 마치 위에서 서술한 대립하는 헌법적 이익이 상충하는 경우 언제나 전자가 우선 보호받는 위계 구조를 형성하고 있는 것처럼 서술한 것은 다음 결정에서는 시정하길 권고한다. 양자는 어느 하나가 다른 하나보다 우위에 있어 어느 경우에도 항상 우선 보호받아야 하는 관계가 아니라 헌법질서 내에서 서로 조화롭게 공존하여야 하는 관계이므로 당해 사안의 구체적인 게시물에 대해서 명예훼손성 여부를 판단하여야 한다.

**다. 일반인에 의해 다소간 비과학적으로 수행된 실험이라도 그 결과 자체를 허위라고**

**할 만한 근거가 없는 게시물에 대해 명예훼손성이 없다고 인정한 것의 타당성**

위에서 서술한 것처럼 정책위원회에서는 “게시물의 내용을 살펴볼 때, 실험 내용이 일반인들에 의해 다소간 비과학적으로 수행되었으나, 그 결과 자체를 허위라고 할 만한 근거 또한 없다고 판단하였다. 그리고 해당 게시물이 노출된 블로그나 카페에서 단순히 악의적인 표현 등을 통해 해당 방식을 비판하고 있지 않다는 점...(중략)...도 고려하였다.”

만약 게시물의 내용에 다소 과장된 표현이 사용되었더라도 게시글에 적시된 주요 내용이 객관적 사실에 부합하고, 다른 사익적 목적이나 동기가 내포되어 있더라도 표현의 주요 동기나 목적이 공익을 위한 것이라면<sup>3)</sup> 정책위원회는 명예훼손을 인정하지 않았을 것이다.

#### 4. 결론

정책위원회는 2018년 4월 27일 000의 게시물 임시조치 요청에 대하여 심의대상 게시물 전부에 대해 ‘해당없음’결정을 하였다. 이 글은 이 결정을 분석적으로 이해하는 것을 목적으로 한다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 우선 심의결정을 제시하였다. 그리고 이론적 관점에서 심의결정을 평가하였다. 결론적으로 이 결정의 결론과 각 쟁점에 대한 판단은 이론적으로 타당하다. 다만, “해당 결정 및 대법원의 판결에 따르면, 소비자의 의사결정에 도움이 되는 정보 및 의견제공이라는 공공의 이익에 관련된 게시물의 경우

2) 대법원 2012. 11. 29. 선고 2012도10392 판결.

3) 대법원 2012. 11. 29. 선고 2012도10392 판결 참고.

그 명예훼손성이 없다고 보아야 할 것이다.” 라는 표현은 “소비자의 의사결정에 도움이 되는 정보 및 의견제공이라는 공공의 이익에 관련된 게시물인 경우”어느 경우에도 명예훼손이 성립하지 않는 것 같은 오해를 불러 일으킬 소지가 있으므로, 향후 특정한 사안의 구체적인 게시물에 대해서 명예훼손성 여부

를 판단하고 있음을 좀 더 명백하게 표현할 것을 제안한다. KISO JOURNAL

# HTTPS 차단 논란이 우리에게 남긴 과제

김승주 / 고려대학교 정보보호대학원 교수

<Keyword>

HTTPS 차단, SNI 차단, 인터넷 규제, 인터넷 검열

## 1. 서론

읽고 싶다.

### 1) 인공지능의 역사

지난 2월 11일 방송통신위원회는 KT나 LG U+ 등과 같은 국내 인터넷 서비스 제공 사업자(ISP: Internet Service Provider)를 통해 SNI(Server Name Indication)를 이용한 웹 사이트 차단 시스템을 가동했다. 차단 시스템은 방송통신심의위원회에서 차단을 결정한 도박, 포르노 등 불법 해외 사이트 895곳을 우선 대상으로 했다. 불법 사이트를 HTTPS로 우회 접근하는 것을 방지하기 위한 정부의 이번 정책은 거센 후폭풍을 불러왔으며, 급기야 국민청원으로 이어져 참여인원이 2월 21일 25만 명을 넘어서게 이르렀다.

불법 사이트 차단이야 이미 과거에서부터 계속 해왔던 것인데 왜 새삼스레 이런 논란을 야기했을까? 이렇게 된 원인으로 필자는 △정부의 소통 부족, △언론의 전문성 결여, 그리고 △공론화를 통한 합의 과정의 부재를

## 2. 불법 사이트 차단 기술의 작동 원리

우리가 인터넷을 이용하는 과정은 전화하는 것과 매우 유사하다. 전화할 때 우리는 우선 전화번호부를 찾거나 114에 문의해 상대방의 전화번호를 알아낸 후, 해당 전화번호를 누르면 교환원이 상대방 번호로 연결해 주는 과정을 거치게 된다. 인터넷도 이와 유사해서 우리가 웹브라우저 창에 ‘www.korea.ac.kr’과 같은 도메인 네임(domain name)을 입력하면, 웹브라우저는 인터넷상에서 114와 같은 역할을 해주는 DNS(Domain Name Server)에 해당 도메인 네임의 주소(일명, IP 주소)를 문의하게 된다. DNS로부터 ‘163.152.100.100’와 같은 IP주소를 수신한 웹 브라우저는 다시 KT나 LG U+, SK브로드밴드 등과 같은 국내 인터넷 서비스 제공 사업자에게 해당 주소로의 연결을 요청하게 되고, 그러면 요청을 받은 사업자는 고객이 원하는 IP 주소

를 가진 홈페이지로 연결해 준다.

과거 우리 정부가 쓰던 방식은 ‘DNS 차단 방식’으로, DNS에 주소를 문의할 때 해당 도메인 네임이 불법 사이트 목록에 등재된 것이라면 실제 IP주소가 아닌 엉뚱한 IP 주소(예를 들면, warning.or.kr 사이트의 IP 주소)를 알려주는 방식이다. 이러자 우리 네티즌들은 국내 인터넷서비스 제공 사업자들이 운영하는 조작된 DNS가 아닌 구글과 같은 해외 업체에서 제공하는 온전한 DNS를 이용해 정부의 차단을 우회하기 시작했다.

이래서 등장한 것이 ‘HTTP 차단 방식’이다. 이는 DNS로 부터 IP 주소를 수신한 웹브라우저가 국내 인터넷 서비스 제공 사업자에게 해당 주소로의 연결을 요청하는 순간, 이것이 불법 사이트 목록에 등재된 것일 경우 이를 차단하는 방식이다. 그러자 불법 사이트들은 HTTPS라는 암호화 접속을 이용해 차단을 무력화했다. HTTPS란 ‘HTTP Secure’의 줄임말로 이를 이용할 경우 사용자 웹브라우저와 홈페이지 사이의 모든 통신 내용이 암호화돼<sup>1)</sup>, 인터넷 서비스 제공 사업자는 사용자의 웹브라우저가 어느 주소로 연결되는지 알 수 없게 된다.

이러한 HTTPS를 이용한 우회 방식을 막기 위해 등장한 것이 바로 이번에 논란이 된 ‘HTTPS 차단(또는 SNI 차단) 방식’이다. 사실 암호화 통신을 하겠다고 해서 곧바로 이를 개시할 수 있는 것은 아니다. 암호화 통신을 하려면 사전에 쌍방이 서로 어떤 암호 방식을 쓸지 또 어떤 비밀번호를 이용할지 등을 결정해야 한다. 이를 환경설정이라고 하는데

HTTPS도 마찬가지다. HTTPS 암호화 통신을 하려면 사용자의 웹브라우저와 홈페이지는 앞에서 언급한 환경설정 과정을 거쳐야 하는데, 이때 SNI라는 영역에 순간적으로 접속하려는 홈페이지의 주소가 노출되게 되는 약점이 있다. HTTPS 차단 방식이란 바로 이 정보를 이용해 불법 사이트 접속을 차단시키는 것을 말한다.

사실 과거의 DNS 차단 방식이건 지금 논란이 되고 있는 HTTPS 차단 방식이건 간에 인터넷 서비스 제공 사업자가 접속하려는 홈페이지의 주소를 보고 정부가 작성·배포한 목록과 비교해 차단한다는 점에서 기술적으로는 큰 차이가 없다. 혹자는 HTTPS 차단 방식을 중국 정부 등이 시행하고 있는 심층패킷 분석(DPI: Deep Packet Inspection)에 비유하기도 하는데, 이는 인터넷회선을 통해 오가는 데이터의 내용 자체를 들여다보는 기술로 단순히 편지 봉투에 적힌 주소가 아닌 편지를 뜯어 그 내용물 자체를 읽고 검열한다는 점에서 HTTPS 차단 방식과는 상당한 차이가 있다.

### 3. HTTPS 차단 논란의 원인 분석

이번 논란을 보면서 필자가 아쉬운 것은 국민의 눈높이에 맞는 정부의 소통이 너무나도 부족했다는 것이다. 아무리 과거에 해왔던 방식들과 유사하다 하더라도 이를 국민에게 이해시키고 공론화하는 과정을 거치지 못한 점, 결국에는 그로 인해 여러 기술적인 오해와 소모적인 논쟁까지도 과도하게 촉발시켰다는 점에서 우리 정부는 일차적인 비난을

1) 웹브라우저 또는 운영체제의 작업표시줄 하단에 자물쇠 아이콘이 표시되면, 이는 현재 HTTPS 암호화 통신이 사용되고 있음을 나타낸다.

면하기 어렵다.

또한 언론의 전문성 결여 및 공정한 공론화 장 마련의 실패 또한 되짚어볼 문제이다. 비록 정부의 설명이 부실했다고는 하나 언론은 여러 전문가들과의 인터뷰를 통해 정확한 해설 기사를 싣고 국민의 이해를 도울 의무가 있었다. 그러나 이번의 경우 초기 유튜브 등에서 떠도는 잘못된 기술 설명을 확인도 않고 그대로 전달해 대중의 오해를 증폭시킨 책임이 없지 않다.

더욱이 이번 HTTPS 차단 정책을 두고 인터넷의 개방성을 옹호하는 시민단체에서는 정부의 인터넷에 대한 간섭이 있어서는 안 될 일이라고 했지만, 반대로 여성인권단체에서는 리벤지 포르노 등에 대한 정부의 더 적극적이고도 신속한 차단을 요구한 바 있다. 언론은 이러한 양쪽의 의견을 동등하게 전달하고 이에 대한 공론화가 이루어지도록 할 의무가 있었으나, 이번 경우에는 그렇지 못했다. 실제로 불과 일 년여 전만 하더라도 각종 언론들은 텀블러 등 외국의 인터넷 사이트를 통한 음란물 유포가 늘고 성범죄 모의 사례까지 발견되고 있다며, 표현의 자유로 포장된 범죄를 방지하지 말고 정부가 보다 더 적극적으로 나서줄 것을 질타했었다. 이에 당시 청와대 국민청원 게시판에는 텀블러를 규제하자는 청원이 올라와 수만 명이 동참하기도 했다. 언론이 그때그때의 상황에 따라 자신의 편집 방향과 일치하는 인터뷰만을 싣는 편향적 보도 행태는 국민들의 분별력을 떨어뜨려 현실에 대해 왜곡된 시각을 갖게 하고, 궁극적으로는 객관적인 공론화 과정을 방해한다는 점에서 절대로 있어서는 안 된다.

#### 4. 당면한 우리의 과제

인터넷은 사익과 공익이 공존하는 공간이며, 하나의 정답을 내리기가 매우 어렵다. 미국의 국제 인권단체 프리덤하우스(Freedom House)가 최근 발표한 “Freedom on the Net 2018” 보고서를 보면 한국은 인터넷 콘텐츠 제한(Limits on Content) 항목에서 35점 만점(낮을수록 자유도 높음)에 13점을 받았다. 중국(31점)이나 러시아(24점), 싱가포르(14점)보다는 낮지만 일본(8점)이나 미국(8점), 프랑스(6점), 독일(5점), 영국(6점) 등의 국가들보다는 높은 수준이다. 그러나 우리나라의 경우 포르노 산업 자체가 불법이고 인터넷이나 스마트폰의 보급률이 다른 국가에 비해 월등하다는 점에서 단순히 인터넷 콘텐츠의 차단 정도만을 가지고 비교하는 것은 무리가 있다.

정부의 ‘온라인 개입’에 대한 타당성 논란은 이미 전 세계적인 이슈이다. 세계 최대 소셜미디어 페이스북의 창업자인 마크 저커버그는 지난 3월 30일(현지시간) 그동안의 입장을 바꿔 각국 정부가 인터넷 규제에서 “더욱 적극적인 역할”을 맡아야 한다고 주장했다. 저커버그는 이날 워싱턴 포스트에 낸 “인터넷은 새로운 규칙을 필요로 한다”라는 제목의 칼럼에서 “난 정부와 규제 당국의 더욱 적극적인 역할이 필요하다고 본다”라고 밝히며, 새로운 인터넷 규제가 필요한 4대 분야로 △유해 콘텐츠 △선거 보호 △프라이버시 △데이터 이동성 등을 꼽았다. 현재 인터넷상에는 저커버그의 주장에 대한 갑론을박이 이어지고 있다. 우리 또한 이번 일을 계기로 우리에게 맞는 올바른 인터넷 정책은 무엇인지 정부와 국민 모두가 함께 고민해 나가야 하겠다. KISO JOURNAL

## 인터넷 접속차단 정책의 문제점

윤성욱 / KISO 정책위원, 검색어검증위원(경기대학교 미디어영상학과 교수)

<Keyword>

SNI 차단, 인터넷접속차단, 해외 SNI 차단방식

### 과도한 규제 VS 유해물 차단일 뿐, 불법사이트 차단 논란

방송통신위원회는 올해 2월 새로운 인터넷 접속차단 정책을 발표했다. 보안접속(https)을 활용하는 해외 불법사이트 차단을 위해 서버네임인디케이션(이하 SNI) 필드 차단 방식을 도입하기로 한 것이다. 기존 도메인네임시스템(DNS)이나 인터넷 서비스제공자(ISP)를 통한 서버 차단은 'http'만 가능했다. SNI는 https 인증 과정에서 노출되는 사이트 이름을 등록해 불법 사이트 여부를 파악하고 차단하는 방식이다. 불법 사이트를 접속할 때 주소 입력창에 'http' 대신 'https'를 입력하여 우회접속하는 것을 차단할 수 있는 장점이 있다.

방송통신위원회는 기존과 큰 차이가 없는 방식이라 문제될 게 없으며 해외에 주

소를 둔 불법 사이트를 차단하기 위해선 불가피하다는 입장이다. 그러나 인터넷 검열이라는 반대 여론이 거세졌고 결국 청와대 국민청원 게시판에 대해 이호성 방송통신위원장이 직접 해명하기까지 했다. 당시 이호성 위원장이 해결방안으로 제시한 인터넷 규제 개선 공론화 협의체가 지난 6월 13일 출범했다. 방송통신위원회의 인터넷 접속차단 정책이 다시 도마 위에 오른 것이다.

인터넷 접속차단 정책이 무슨 문제가 있겠는가. 인터넷에서 아동 음란물, 리벤지 포르노와 같은 디지털 성범죄, 마약 범죄, 불법 도박 등 피해가 날로 커지고 있다. 규제로 이들을 단속하고 적발하는 데는 항상 한계와 어려움이 뒤따른다. 피해자들을 생각하면 인터넷 접속차단이 아니라 더 강력한 규제수단이라도 도입하고 싶은 심정이다. 그럼에도 인터넷 접속차단을 비롯해 방송통신위원회가 추진하고 있는 일련의 인터넷 규제정책은 다음과 같은 점에서 우려가 된다.

**첫째, 인터넷 접속차단은 단순히 기술정책이 아니라 내용규제이다.**

방송통신위원회는 내용을 들여다보는 것이 아니며 사전 검열도 아니기 때문에 문제가 없다고 한다. 방송통신심의위원회가 불법사이트라고 결정하면 이후 주소를 확인하여 차단하는 방식이니 일면 내용에 간섭하지 않는 기술정책이라고 할 수도 있겠다. 그러나 기술적 조치라고 하지만 규제대상은 어디까지나 인터넷 표현물이다. 또 규제기관들이야 방송통신위원회와 방송통신심의위원회의 기능을 법적, 제도적으로 구분하겠지만 국민들 입장에서 그런 건 중요하지 않다. 그냥 다 같은 규제기관이고 결국은 인터넷 표현물을 차단하는 거다.

**둘째, 내용규제이므로 접속차단의 기술적 방식보다 어떤 내용물을 차단하느냐가 더 중요하다.**

정보통신망법 제44조의7 제1항에서 금지하고 있는 불법 정보는 다음과 같다. ①음란 ②명예훼손 ③공포심·불안감 유발 정보 ④해킹·바이러스 ⑤청소년유해매체물 ⑥도박 등 사행행위 금지 ⑦개인정보 보호 ⑧국가기밀 누설 ⑨국가보안법 위반 ⑩범죄 교사·방조이다. ‘공포심·불안감 유발’부터 ‘국가보안법 위반’까지 상당히 광범위한 영역이다.

광범위한 내용에 대해 규제기관이 불법사이트라고 결정하면 접속차단이 된다는 의미이다. 방송통신위원회는 불법촬영물 등 디지털 성범죄와 피해자의 권리침해를 이번 인터넷 접속차단 규제의 필요성으로 중요하게 내세웠다. 일부 여성단체가 접속차단을 지지한

것도 그런 이유 때문일 것이다. 그런데 통계 자료에 따르면 이번 SNI 방식으로 차단된 디지털 성범죄는 3개월 동안 단 한 건에 불과하다. 방송통신위원회 발표를 기준으로 한다면 새로운 접속차단 정책이 주로 어떤 표현물을 규제하겠다는 것인지 모호해진다.

**셋째, 불법 정보에 대한 판단기준도 문제이다.**

불법음란물이 대표적이다. 학설과 판례에 따른 형법상 음란물이란 “그 내용이 사회 통념상 일반인의 성욕을 자극하여 성적 흥분을 유발하고 정상적인 성적 수치심을 해하여 성적 도의 관념에 반하는 것”이다. 따라서 음란의 개념이란 고정된 것이 아니라 시대적, 사회적 가치관에 따라 바뀐다. 형법적 기준도 판단하기 어려운데 행정적 규제라고 쉽게 적용해서는 아니 된다. 자칫 자의적 기준으로 표현의 자유가 무원칙적으로 침해될 소지가 크다는 것이다. 특히 위의 자료에 따르면 SNI 필드 방식으로 차단된 불법음란물 사이트는 지난 2월부터 5월까지 3개월간 3,418건으로 나타났다. 3,418건을 일일이 심의했는지, 사이트의 전체를 판단했는지 일부를 판단했는지, 음란물의 기준을 어떻게 적용했는지 규제기관이 먼저 기준을 제시해야 할 것이다. 국가보안법 위반 등을 우려하는 목소리가 나오는 이유이다.

**넷째, 규제 주체의 문제이다.**

우리가 방송통신융합 환경에 맞춰 규제기구와 제도를 개편하면서 방송통신심의위원회를

분리하여 설치한 데는 다 이유가 있었다. 민주주의에서 표현의 자유가 왜 중요한지는 다시 언급할 필요가 없을 것이다. 방송통신위원회가 아니라 별도의 기구인 방송통신심의위원회를 조직해 심의를 담당하게 한 것은 내용규제가 대단히 중요하기 때문이다. 또 내용규제는 행정규제 다시 말해 인허가(합병심사)나 재원정책(부담금 부과), 광고규제 등과 독립될 필요가 있다. 규제기관이 사업자들의 재원이나 허가 등을 이유로 방송이든 통신이든 내용에 간섭하지 못하도록 한 것이다. 인터넷 정책의 공론화 등을 이유로 방송통신위원회가 주도적으로 인터넷 내용규제를 논의하는 것이 바람직하지 않은 이유이다.

아동 음란물, 리벤지 포르노와 같은 디지털 성범죄, 어린이와 청소년 보호 등 인터넷 내용규제에서 중요하게 다루어야 하는 영역이 있다. 우리 사회에서 훨씬 더 다양하고 진지한 논의와 정책이 수립되어야 할 필요성도 있다. 인터넷 접속차단과 같은 기술적 조치도 하나의 규제수단이다. 그러나 알다시피 기술적 조치로 모든 게 해결되지는 않는다.

무엇보다 사업자들의 자발성이 선행되어야 한다. 그런 점에서 사업자들도 비판을 면하기 어렵다. 왜 국내 사업자는 정부보다 먼저 나서서 디지털 성범죄에 대한 정책을 강력하게 마련하거나 어린이와 청소년 보호 정책에 있어 법률보다 더 강화된 내부 정책을 공표하지 않는가. 이제 사업자들이 응답할 차례이다. 사업자들이 이용자 보호에 적극적으로 나서지 않으면 정부가 나설 수밖에 없는 거다.

<표> 해외 불법 정보 SNI 필드 차단방식 통계

(2019. 2. 11.~2019. 5. 24. 기준, 단위: 건)

불법도박	불법음란	디지털성범죄	권리침해	저작권위반	불법식·의약품	기타불법	합계
11,933	3,418	1	2	672	305	214	16,445

(출처: 국회 '인터넷 접속 차단 정책 현황 및 과제 세미나'(2019. 6. 17.) 발표집, 43쪽.)

\*기타불법: 마약 102건, 개인정보 침해 48건, 불법금융 59건, 상표권 위반 3건, 의료기기 2건. KISO JOURNAL

# 주요국의 OTT 규제 톺아보기<sup>1)</sup>

김대원 / 카카오 대외정책팀 이사  
김수원 / 카카오 연구원

<Keyword>

EU, OTT, 개인방송, 규제, 방송

## 1. 서론

OTT(over-the-top) 서비스에 대한 규제 논의가 활발하다. 이전부터 전통적 미디어를 대체하는 새로운 유형의 서비스를 규율하는 방식에 대해 끊임없이 논란이 있어 왔다. 각자가 이해하는 OTT의 개념은 매우 다양하겠지만, 최소한 요즘의 정책 규제 논의 현장에서 OTT는 ‘인터넷망을 통해 제공되는 영상 서비스’를 모두 아우르는 용어로 쓰이고 있다.

‘영상’이라는 형태적 특성 때문에 ‘방송과 OTT의 유사성’이 OTT 규제 논의의 중심이 되는 모양새이다. 서비스 형태, 콘텐츠 형식, 도달률, 사회적 영향력 등 다양한 측면에서 OTT가 방송을 대체하고 있으므로 양자에 동일한 규제 틀을 적용해야 한다는 것이다.

OTT 규제 방향을 설정함에 있어 해외 주요국의 OTT 관련 규제 동향 분석 결과가 준거 자료로써 활용되고 있다. 시장 환경 및 정책

적 맥락에 대한 충분한 이해가 수반되지 않은 해외 사례 적용은 지양되어야 한다는 비판적 의견이 상당하다.

이러한 배경에서 이번 글에서는 주요국의 국가 별 OTT 관련 규제 동향을 다시 한 번 살펴보고 그 의미를 파악해보고자 하였다. OTT에 대한 법적 지위가 부여되었다는 사실 자체보다는 그 목적과 실질적 규제 수준에 초점을 두었다.

## 2. 본문

미국 연방통신위원회(FCC)가 2014년 OVD(online video distributor)를 유료방송과 유사한 개념인 다채널방송사업자(multichannel video programming distributor, MVPD)로 지정하고자 입법예<sup>2)</sup>고한 사례는 OTT 규제 논의에 빈번히 활용되어 왔다. 그러나 이 사례는 미국의 동태적 효율성 추구 기조를 고려하여 해석될 필요가 있다. 미국 방송 관련 규제는 우리나라

1) 이 글은 2019년 4월의 한국방송학회에서 발표된 글의 일부를 발췌, 수정한 것이다.

라와 달리 시장 구조가 아니라 서비스 단위를 대상으로 한다. 연방통신법 및 이에 기초한 연방통신위원회의 규제 결정은 경쟁 활성화 및 이용자 권익 보호에 초점이 있으며, 시장에서 독점적 지위를 유지해 온 케이블 TV가 신규 서비스의 자유로운 시장 진입을 방해해서는 안된다는 인식이 지배적이다. 미국 규제 당국은 시장의 경쟁상황 변화를 주시하되 경쟁을 훼손하지 않는 범위에서 최소 개입 기초를 유지해 왔다(이찬구, 2008).

애초에 OVD의 MVPD 지정 논의는 OTT 사업자인 스카이엔젤(Sky Angel)이 FC에 자사를 MVPD로 판단해줄 것을 요청한 데서 시작됐다(강명현, 2018). 스카이엔젤은 자사에 대한 콘텐츠 공급 중단을 선언한 디스커버리(Discovery)에 대응하여 ‘프로그램 동등 접근(Program Access Rule, 현재는 폐지됨)’ 권한을 행사하고자 하였다. MVPD로 분류될 경우 OTT 사업자에 지상파 네트워크와 재전송 동의(retransmission consent) 계약을 체결할 자격이 주어진다(정준희, 2016).

미국에서의 OTT에 대한 법적 지위 부여 논의는 현재의 경쟁구조를 보호하거나 내용을 규제한다는 차원의 규제 도입과 맥락이 다른 사례이다. 오히려, OTT가 기존의 MVPD와 동일한 조건에서 경쟁할 수 있도록 경쟁환경을 마련한다는 데 목적이 있다. 즉, OTT를 통해 유료방송 시장의 경쟁을 활성화함으로써 기존 시장의 비효율을 개선하는 데 초점이 있으므로, OTT 사업자를 기존 규제의 틀로 포섭한다는 의미로 해석될 여지는 크지 않다.

한편 OTT 규제 논의의 참고 사례로 자주 활용되는 유럽연합의 시청각미디어서비스지침(Audiovisual Media Services Directive,

AVMSD) 사례는 방송규제 완화라는 다른 한 축의 규제 개혁 움직임을 고려하여 해석할 필요가 있다. 유럽연합은 2010년 제정된 AVMSD를 통해 인터넷 기반 시청각미디어 서비스를 규정하고 회원국들의 규제 수준 조율을 권장하고 있다. 한편으로 유럽연합은 2016년 방송광고 일일총량제, 간접광고 규제 네거티브 방식 전환, 자율규제 및 공동규제 체계 구축 등 방송에 대한 규제를 낮췄다(정은진, 2016). 시청각미디어 정의와 규율의 목적이 단지 규제의 강화가 아니라 방송과 비방송의 경쟁 활성화에 있다는 점에서 기존 방송 규제를 완화하는 조치는 합리적 대안일 수 있다.

AVMSD에 따른 OTT 규제는 콘텐츠 쿼터를 제외하고 대체로 우리나라에서 정보통신망법 등에 의해 규제되는 수준의 내용규제라는 점 또한 유념할 필요가 있다. AVMSD상 신유형 동영상 서비스들에 대해서는 미성년자 보호나 혐오표현 금지 등의 내용규제 외 많은 사항(진입, 소유, 광고 규제 등)에 관해 낮은 수준의 규제가 유지된다(황준호, 김태오, 2016). 즉, OTT를 별도로 정의하지 않더라도 유해한 콘텐츠의 온라인 유통은 우리나라에서 이미 정보통신망법상 규율 대상이자 방송통신위원회 심의 및 시정요구제도의 대상이므로 규제 공백 상태가 아닌 것이다(황성기, 2017).

또한 개정을 통해 강화되고 있는 AVMSD의 콘텐츠 쿼터제의 배경에는 유럽 산업 보호 목적이 있음을 고려할 필요가 있다. 표면상 미디어 다양성 확보라는 목표하에 쿼터제라는 강력한 규제가 정당화되고 있는 이면에는 미국발 글로벌 사업자들의 영향력을 견제해

야 한다는 유럽연합 회원국들의 공감대가 있다.

영국에서 OTT는 TV와의 유사성(TV-likeness)을 토대로 주문형 프로그램 서비스(on-demand programme service, ODPS)로 규정된다. 그러나 ODPS는 여전히 법적 정의상 방송과는 구별되는 개념이며, 제한적인 규제 의무를 진다. 영국 커뮤니케이션법(Communication Act 2003)상 통신 및 주파수를 규정하는 파트2, TV/라디오 등 방송을 규정하는 파트3와는 별개로 ODPS는 파트4A에 규정되고 있다. 파트3에서 방송에 부여하는 경쟁 및 공익 보호 장치들은 파트4A로 확대 적용되지 않는다. 파트4A에는 ODPS에 대한 등록, 유해 콘텐츠 및 광고 규제, 규제 수수료 및 2017년 추가된 접근성 향상 규제만 명시돼 있다.

즉, 영국에서 ODPS는 무규제 상태일 때보다 무거운 규제를 적용 받고 있긴 하나, 방송법이라는 틀에 포섭되는 것은 아니다. 유해 콘텐츠 및 유해 광고에 대해서도 앞서 유럽연합 사례와 같이 우리나라에서 이미 시행되고 있는 이용자 보호 규제보다 강한 규제가 적용된다고 보기는 어렵다.

일본에서는 다른 주요국들과 달리 방송에 대한 급진적 규제 완화가 논란이 된 바 있다(한국방송통신전파진흥원, 2018.4.). 일본 정부는 2018년 초 ‘방송제도개혁방침안’을 통해 방송과 통신의 규제 격차를 줄이겠다는 의지를 내비쳤다. 방송 부흥의 대안으로 통신에 대한 규제 강화보다는 기존 방송 규제의 완화를 선택한 것인데, 이는 방송에 대한 강한 규제가 현재의 경쟁환경에서 방송산업

발전을 저해한다는 인식에서 비롯되었다고 볼 수 있다. 다만 이러한 급진적 규제 철폐 부작용에 대한 우려에 따라 해당 개혁안이 일본 시민사회와 기존 방송사들로부터 큰 반발을 사고 있으므로 개혁안이 실현될지는 미지수이다. 우리나라에서도 일본의 이러한 움직임, 특히 ‘공평성 의무’ 삭제안은 언론의 자유 역행으로 읽힌다.

### 3. 논의 및 맺음말

해외 사례들은 최근 OTT 규제 논의의 주요 참고 사례로 활용되고 있으나, 검토 결과 OTT에 방송으로서의 강한 규제를 적용하는 사례로서는 적절하지 않은 것으로 보인다. 미국에서 OTT를 MVPD로 지정하고자 한 시도는 OTT가 기존의 MVPD와 동일한 조건에서 경쟁할 수 있도록 OTT에 법적 지위를 부여하고자 한 것으로, 규제 강화 목적과는 거리가 있다. 유럽연합에서 권장하는 OTT 규제는 우리나라 정보통신망법상 규제되는 수준의 내용 규제에 불과하며, 로컬 콘텐츠 제작 시장의 보호를 위해 콘텐츠 쿼터를 적용하고 있다. 또한 유럽연합은 수평 규제 원칙의 실현을 위해 기존 방송의 규제를 완화하는 조치를 취해 왔다. 영국에서 OTT에 부여한 ODPS 지위는 방송과 온전히 분리된 체계하에 정의되는 것으로서, 그 규제 수준 또한 우리나라 정보통신망법상 유해 콘텐츠 등에 대한 규제 수준에 불과하다. 일본에서는 방송과 통신의 규제 격차를 줄이고 방송산업을 활성화하기 위한 방편으로서 방송에 대한 규제를 완화하는 개혁안이 제안됐다.

주요국의 규제 동향을 통해 재조명하건대, 최근의 국내 OTT 규제 논의는 수평 규제 원

칙의 기계적 적용보다는 방송 및 미디어 생태계 전반에 규제가 미칠 실질적 영향을 비교형량하는 방향으로 전환되어야 할 것으로 보인다. 방송과 OTT가 얼마나 유사한가에 대한 논의에서 벗어나 OTT를 규제하는 것이 과연 우리 사회와 산업에 어떤 이익이 있는냐를 보다 면밀히 따져볼 필요가 있다는 것이다.

OTT를 하나의 덩어리진 개념으로 볼 때 OTT는 단지 방송 생태계를 대체하고 위협하는 새로운 ‘매체’로 인식될 수 있다. 그러나 태생적으로 OTT 시장은 각양각색의 사업자들이 참여할 수 있는 구조로서 사업자들은 경쟁적으로 혁신해 나갈 수밖에 없으며, 그 방향은 콘텐츠 차별화 경쟁으로 수렴하고 있다. 자연스러운 경쟁에 의해 시장의 혁신이 지속될 때 산업적 규제는 존치할 필요성이 약해진다. 오히려 과도한 규제로 인해 OTT

혁신이 저해된다면 그 부정적 영향은 OTT 사업자들 뿐 아니라, 방송사를 포함한 콘텐츠 제작자, 유료방송사업자 및 이용자에 돌아올 것이다.

기존 방송사업자와 유료방송사업자의 동등한 경쟁의 조건을 마련해주어야 할 필요성이 인정된다면, OTT에 규제를 강화하는 것이 아니라 기존 방송에 대한 규제를 완화하는 방향으로 논의되어야 한다. OTT를 비롯한 혁신적 미디어의 보편화로 인해 과거 방송의 자연독점성, 희소성, 침투성, 수동적 수용자 등은 방송에 대한 강한 규제의 근거로서 인정되기 어렵게 되었다. 해외 사례에서도 확인했듯 OTT에 대한 내용 규제는 통상의 인터넷상 콘텐츠에 적용되는 수준을 유지하되, 방송에 대한 점진적 규제 완화를 통해 양자가 더 치열하게 경쟁할 수 있는 토대를 마련할 필요가 있다. KISO JOURNAL

[ 참고문헌 ]

- [1] 강명현(2018), OTT 방송환경에서 지역성 구현을 위한 규제정책에 관한 연구: 해외 OTT 규제사례 분석을 중심으로. <언론과학연구>, 18(4), 5-35.
- [2] 이찬구(2008), 미국 유료 방송 시장 규제 변화 동향과 시사점. Digital Media Trend, 08-03.
- [3] 정은진(2016), 유럽의 시청각 사업적 커뮤니케이션 규제 쟁점: 2016년 EU 시청각미디어서비스지침 (AVMSD) 개정안을 중심으로. <정보통신방송정책>, 28(10), 36-53.
- [4] 정준희(2016), 해외 OTT 서비스 규제 현황 검토: 유럽연합과 영미사례를 중심으로. <방송문화> 2016년 가을호, 174-193.
- [5] 한국방송통신전파진흥원 (2018.4.). 미국, 일본, EU의 미디어 규제정책 동향. KCA 미디어 이슈 & 트렌드.
- [6] 황준호, 김태오(2016), EU 시청각미디어서비스 지침 개정안의 주요 내용 및 시사점. KISDI Premium Report 16-8.

# 한국형 규제샌드박스의 현황과 향후 과제

권헌영 / KISO저널 편집위원(고려대학교 정보보호대학원 교수)

<Keyword>

4차 산업혁명, ICT, 규제샌드박스

## I. 규제샌드박스의 의미 및 도입 배경

샌드박스(Sandbox)는 모래사장이 깔린 집 뒷 마당에서 아이들이 다치지 않고 자유롭게 뛰어놀 수 있는 제한된 공간으로 이에 빗대어 시장참가자들이 기존의 규제입법에 명확히 반영되어 있지 않은 새로운 상품이나 거래방식을 도입하고자 할 때, 보다 완화된 규제환경에서 시험적으로 운영해 볼 수 있는 규제 공간을 규제샌드박스(Regulatory Sandbox)라 지칭한다.<sup>1)</sup> 규제샌드박스를 통해 미래기술의 사회실증의 장을 만들고 그 안에 새로운 아이디어나 비즈니스 모델의 가시성을 실험하기 위한 대응책을 창출하고자 하는 것이다.<sup>2)</sup> 규제샌드박스를 통해 사업자들은 다양한 혁신 기술과 사업 모델들을 시장에 출시하기

전에 소규모 시험, 실시간 검증을 해볼 수 있으며, 규제당국은 해당 혁신의 영향력과 효과를 모니터링하고 향후 이를 보완할 입법 사항을 도출할 수 있다. 이는 시장의 발전 속도와 규제 및 입법 사이의 간극을 줄여주고, 사업자에게는 법적 위험에 따른 부담을 덜 수 있도록 도와주는 역할을 한다.

우리나라에서도 4차 산업혁명을 주도하고 신기술·신산업 분야의 발 빠른 대응을 위하여 기존의 포지티브 규제시스템을 포괄적 네거티브 규제시스템으로 전환하고, 신기술 기반의 새로운 제품이나 서비스가 규제로 인해 사업화가 불가능한 것을 규제 제약 없이 사업화할 수 있도록 기존 규제를 유예하거나 면제하는 한국형 규제샌드박스 제도의 도입 필요성이 지속적으로 제기되었다.<sup>3)</sup> 이에 작

1) FCA, Regulatory Sandbox, 1 (November 2015) : “a ‘safe space’ in which businesses can test innovative products, services, business models and delivery mechanisms without immediately incurring all the normal regulatory consequences of engaging in the activity in question.”  
 2) 최해욱, “규제샌드박스(Regulatory Sandbox) 정책 동향 및 시사점”, 동향과 이슈, 제33권, 과학기술정책연구원, 2017, 5면.  
 3) 최호성·김정대, “한국형 규제샌드박스 제도에 대한 비교분석 연구:산업융합촉진법, 정보통신융합법, 금융혁신법, 지역특구법을 중심으로”, 디지털융복합연구, 제17권, 제3호, 2019, 74면.

년 3월 규제샌드박스 도입을 위한 일명 규제 혁신 5법(정보통신융합법, 산업융합촉진법, 지역특구법, 금융혁신법, 행정규제기본법)이라 불리는 법률들이 국회에 발의되고 통과되어 규제샌드박스와 관련하여 국제적으로도 상당히 앞선 수준의 제도를 가지게 된 것으로 평가를 받고 있다.

## II. 규제샌드박스의 제도적 편입과 현황

### 1. 규제혁신 5법의 입법과정과 주요쟁점

한국은 2018년 세계혁신지수(Global Innovation Index)에서 126개국 중 12위를 차지하여 높은 순위를 기록하였으나, 평가 세부 항목 중 인적자본 및 연구(2위), 지식기술 성과(9위) 순위에 비해 제도(26위)와 기업성숙도(20위)는 낮은 평가를 받는 등 기술혁신 역량에 비해 규제 환경 등의 제도적인 측면에서의 혁신 역량은 상대적으로 낮은 평가를 받았다.<sup>4)</sup>

이는 우리 법령체계가 갖는 성격과도 관련이 있는데, 국내 법령체계는 포지티브(원칙적 금지·예외적 허용)방식을 기반으로 하고 있는 점에서 법령에서 규제적용에 대한 여부를 명시하고 있지 않은 사안에 대해 원칙적으로 금지하고 있기 때문이다. 따라서 명백한 허용 규정이 없고 기존에 실무상으로 허용되어 온 사실이 없는 새로운 형태의 시도에 대해서는 원칙적으로 금지된다. 이러한 규제 패러다임은 모든 사물이 연결되고 산업간 경계가 허물어져 산업간 융·복합이 일어

나는 4차 산업혁명에서 신산업의 성장을 저해요소로 작용할 수밖에 없다. 이와 더불어 단일 산업을 전제로 하는 칸막이 규제가 행해지는 국내 법령체계 상 새로운 기술과 이를 바탕으로 한 서비스가 융합적으로 적용되는 신산업의 경우 관련 규제가 여러 법률에 의해 복합적으로 적용된다. 이러한 법률과 규제의 체계는 자연스럽게 기술과 시대의 변화에 적응하지 못하게 되고 산업의 성장을 저해하고 새로운 기술과 산업의 시장으로의 진입장벽을 높이게 되는 구조적 한계를 지니게 되는 것이다.

이러한 상황을 개선하기 위해 규제혁신 5법이 제·개정된 것이며,<sup>5)</sup> 동 법률들은 기존의 ‘시범사업 규제개혁 특별법안’ 및 ‘규제프리존법안’의 내용이 보완·개선된 형태라고 볼 수 있다.

시범사업 규제개혁 법안은 2014년 제19대 국회에서 제안된 법안으로 융합기술의 안정성 및 효용성 등에 대한 검증과 시장 반응의 파악 등을 위하여 지역, 기간, 규모 등을 제한하여 시범적으로 시행하는 사업에 대해, 법령에 따른 기존의 기준·규격·요건 등이 없거나 불명확하여 사업이 어려운 경우, 중앙행정기관장의 ‘시범사업’ 승인을 통해 일정 기간 기회를 부여하는 현재 규제샌드박스의 ‘임시허가’와 ‘실증특례’의 내용이 논의된 것이다. 한편 제19대 국회와 제20대 국회 두 차례에 걸쳐 제안된 규제프리존법안의 경우 다른 법령의 명시적인 제한 또는 금지가 없으면 지역전략산업과 관련된 사업 활동을 허용하는 것을 원칙으로 하여, 기존의 포지티브 방식이 아닌 네거티브 방식을 채택한다는

4) Global Innovation Index 2018.(<https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report#>)

5) 정보통신융합법·산업융합촉진법(‘19.1.17일), 금융혁신법(‘19.4.1), 지역특구법(‘19.4.17일)이 차례로 시행되었으며, 현재 행정규제기본법은(‘19.7.17일) 시행 예정이다.

특징을 갖고 있으며, 현재 규제샌드박스에 포함된 ‘신속확인’, ‘실증특례’, ‘임시허가’와 같은 내용인 ‘규제확인’, ‘신기술기반사업’, ‘기업실증특례’ 등이 제안된 바 있다.<sup>6)</sup> 이처럼 규제혁신 5법은 기존의 ‘원칙적 금지 예외적 허용’에서 ‘우선허용 사후규제’라는 규제의 전반적인 패러다임 전환과 ‘신속확인’, ‘실증특례’, ‘임시허가’ 등의 과학기술 규제혁신 환경 마련을 위한 조치들을 핵심 쟁점으로 담고 있다.

## 2. 규제혁신 5법의 주요내용

가. 정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법(정보통신융합법)

정보통신융합법은 누구든지 신규 정보통신 융합 등 기술·서비스를 활용하여 사업을 할 수 있으며, 국민의 생명과 안전을 저해하는 경우에만 이를 제한하는 우선허용·사후규제 원칙을 명시하고 있다(법 제3조의2), 이 법이 명시하고 있는 원칙으로도 알 수 있듯 동 법은 정보통신기술이 핵심인 4차 산업혁명에 대응하고 정보통신기술을 기반으로 신기술과 서비스의 시장 출시를 활성화하기 위해 네거티브 규제로의 전환을 포함하는 규제완화를 시도하기 위하여 마련되었다. 보다 자세히는 신상품 및 서비스에 맞는 기준·규격·요건이 기존 법에 없거나 혹은 기존 규정에 저촉되어 사업 허가신청이 불가능해도 임시허가를 통해 사업을 실시할 수 있으며(법 제37조), 해당 기술 및 서비스에 대한 제한적 시험과 기술적 검증을 하기 위하여 승인만으로 관련 규제 전부 또는 일부를 적용하지 않을 수 있도록 하고 있다(법 제38조의2). 이와 더

불어 기존에 시행하고 있는 임시허가 제도의 효용성을 확대하기 위해 유효기간을 확장하였으며, 다양한 융합기술이 적용되어 두 개 이상의 허가가 필요한 경우 관련법에 따른 허가 절차를 동시에 진행할 수 있는 일괄처리제도도 도입하였다(법 제36조의2).

### 나. 산업융합촉진법

산업융합촉진법 또한 신산업 육성 및 글로벌 시장 선점을 위해 혁신적 융합 서비스와 상품의 자유로운 시장 진입을 통해 산업경쟁력을 확보하기 위한 목적으로 개정되었다. 동 법은 융합 서비스·제품에 대해 허가 필요 여부 등을 신속하게 확인하는 ‘규제 신속확인’을 신설함에 따라 새로운 기술을 활용하여 사업을 하려는 자로 하여금 해당 서비스 또는 제품과 관련된 허가 등의 필요 여부 등 확인 신청할 수 있도록 하고 있다(법 제10조의2). 또한 정보통신융합법과 마찬가지로 임시허가제도를 도입하고 있으며(법 제10조의5), 산업융합 관련 신기술을 활용한 새로운 서비스나 제품이 허가 근거가 되는 기준·요건·규격 등이 없거나 적용이 맞지 않는 경우 제한된 지역이나 규모, 기간내에서 규제의 전부 또는 일부를 적용하지 않을 수 있도록 하고 있다(법 제10조의3).

### 다. 지역특화발전특구에 대한 규제특례법(지역특구법)

지역특구법에서도 우선허용 사후규제원칙이 적용되며(법 제4조), 수도권을 제외한 광역시 및 도 등에서 혁신사업 등을 육성하기 위하여 규제특례 등이 적용될 수 있도록 중소벤처

6) 이재훈·장희영, “규제샌드박스, 한국의 새로운 규제 패러다임”, KISTEP Issue Paper, 2019-03(통권 제 261호), 9면.

처기업부장관이 지정·고시한 구역을 규제자유특구로 하는 조항을 신설하였다(법 제72조 내지 제75조). 또한, 규제의 신속확인(법 제85조), 실증을 위한 특례조항(법 제86조) 및 임시허가에 관한 내용(법 제90조) 포함하고 있다.

라. 금융혁신지원 특별법(금융혁신법)

이 법은 금융소비자의 편익을 증대하기 위하여 등장한 새로운 금융서비스들이 시장과 소비자에 미치는 영향을 검증하기 위한 목적으로 제정되었다. 해당 법은 기존의 서비스와 차별성을 갖는 혁신금융서비스를 정의하고(법 제2조) 금융위원회로부터 지정받은 혁신금융사업자는 지정 범위 내에서 금융 관련 법령에 없거나 관련 규정을 혁신금융서비스에 적용하는 것이 적합하지 아니한 경우에도 혁신금융서비스를 시행할 수 있도록 하였다(법 제5조). 혁신금융서비스로 지정받은 사업자는 다른 금융 관련 법령의 규정에도 불구하고 지정받은 범위 내에서 해당 서비스를 영위할 수 있는 권리를 확보하게 된다(법 제16조).

마. 행정규제기본법

규제혁신 5법의 기본이 되는 행정규제기본법은 신기술을 활용한 서비스 및 제품과 관련한 규제의 규정방식으로 기존의 포지티브 방식이 아닌 네거티브 방식을 채택하여 우선 허용·사후규제 원칙을 명문화하고 있으며, 신기술을 활용한 서비스와 제품의 시장출시를 위한 규제의 탄력적 적용에 대한 기본법적 역할을 하고 있다(법 제5조의2). 또한, 중앙행정기관의 장에게 신기술 활용한 신서비

스 및 제품에 관한 규제에 대해서 신속확인 및 정비 의무를 부과하고 있으며, 규제의 특례 조항을 통해 규제의 적용을 면제하거나 완화할 수 있도록 하였다(법 제19조의3).

### Ⅲ. 규제혁신 5법의 의미와 향후 과제

#### 1. 규제혁신 5법: 수면 위에 드러난 규제와 혁신의 갈등 관계

새로운 것의 등장과 변화의 바람은 언제나 갈등과 분열을 겪게 한다. 특히 그것이 ‘파괴적 혁신’에 가깝고 수익화 또는 비즈니스화가 될 수 있는 여지가 클수록 더욱 그러하다. 철도의 도입과 운하 산업계의 반발, 자동차의 등장과 마부들의 갈등과 같이 아주 오래된 사례를 더듬어보지 않더라도 IPTV와 방송계, 공유경제의 등장과 전통산업계와의 갈등 구조와 같은 현상은 이미 우리 사회가 고질적으로 겪고 있는 현재진행형의 문제들이다.

2015년 영국에서 규제샌드박스가 처음 시행된 이래로 국내 산업계에서도 도입을 요구하는 목소리가 끊이지 않았다. 이번 규제혁신 5법에 대한 기대는 그러한 간절한 바람의 결과라는 뜻을 갖는다. 규제혁신 5법이 갖는 의미는 그간의 쟁점들을 현실에서 마주하며 규범적 문제들을 도출하고 소통과 논의를 거쳐 구체화되고 결국 입법의 형태로 이어졌다는 점에 있다. 더욱이 금융을 포함한 다양한 ICT 융합 산업을 포괄하였다는 점은 혁신 친화적인 규제체계를 위한 각계의 고민을 어느 정도 대변하기도 한다. 이러한 노력들은 관련 부서와 소관 협회가 참여하는 ‘규제샌드박스 TF’는 규제완화 대상을 발굴하고 더 많

은 기업들이 혜택을 받을 수 있도록 맞춤형 상담과 신청 지원 등을 진행하는 것으로 이어지고 있다.

규제혁신 5법을 통해 소비자의 선택권이 확대되고 기업은 기술혁신과 창업을 통해 혁신 성장에 기여하며 정부는 실증 테스트를 바탕으로 규제를 합리적으로 정비할 수 있으리라는 기대가 크다. 그러나 지금의 규제혁신 5법과 규제샌드박스가 모든 현상을 치유하고 해소할 수 있는 만병통치약이 아니라는 점 또한 생각해 볼 수 있어야 한다. 법률의 내용에 대한 시시비비의 문제라기 보다는 앞으로 우리가 마주할 다양한 현상들을 혁신적으로 현명하게 대응할 수 있는가 하는 것이다. 이해관계가 복잡하게 얽혀있는 상황에서 올바른 규제혁신이 이루어지려면 그 바탕을 이루는 것에 질문을 던져볼 필요가 있다. 지난 반세기 동안 산업화를 겪으며 설계된 규제의 구조화가 당면한 본질적 문제에 대한 고민이 필요한 것이다. 규제를 혁신한다는 것이 단순히 시장의 진입장벽을 허물고, 새로운 기술이 수익성을 갖출 수 있게 한다는 것으로 개념화 될 수 있는가하는 질문을 던질 필요가 있다. 규제가 지닌 본질적이고 근본적인 역할, 우리 사회가 무엇을 위해 규제를 설계하여 왔고, 또 그 규제를 통해 무엇을 달성하였는가 그래서 우리는 새로운 변화에 맞는 규제는 어떤 방식으로 설계되어야 하는가에 대하여 끊임없이 질문하고 답변할 수 있어야 한다.

## 2. 올바른 ICT 규제혁신을 위한 제언

가. 규제의 본질적인 역할과 기능에 대한 고려

국가는 과학기술의 혁신을 통해 경제를 활성화해야 한다. 자유와 창의에 기반한 경제 질서는 경제의 안정, 시장 지배력 남용의 방지, 경제 민주화를 위해 규제될 수 있다. 우리 헌법이 선언하고 있는 경제질서와 과학기술의 발전, 그리고 그 제한에 관한 원칙들이다. 규제는 이러한 헌법적 가치들을 구현하기 위한 행위의 기준이 된다. 즉 규제는 공동체의 이익을 위한 것으로 목적이 아닌 하나의 수단에 불과하다. 특정 가치를 목적으로 하는 경우 규제는 시장경제를 활성화하기 위한 내용을 갖출 수도 있고 이를 제한하기 위한 내용을 담을 수도 있다. 때문에 규제의 혁신은 규제의 완화로 이어지는 것이 아니라 더 나은 규제를 만드는 것이라고 이해할 수 있어야 한다.<sup>7)</sup> 규제혁신 5법이 보여주고 있는 규제완화의 흐름은 규제가 본질적으로 지니고 있는 긍정적 역할과 기능조차 무의미한 것으로 여겨지는 것은 아닐까 하는 우려를 유발하기도 한다. 오랫동안 갖추어온 규제의 방식이 급격하게 변화를 시도함에 따라 리스크가 발생할 가능성도 배제하기가 쉽지 않다. 제도의 변화에 수반되는 리스크에 대한 검토와 예측, 문제가 발생할 경우의 대응 방안과 국가경제 및 국민 안전에 미치는 부정적 영향을 최소화하는 방법들이 함께 고려되어야만 할 것이다.

### 나. 규제혁신 5법의 현실성 담보

규제샌드박스는 신기술과 신산업을 육성하면서도 국민의 생명과 안전 등 공적 가치를 균형 있게 고려하며 정교하고 안전한 규제설계를 추구하는 제도이다. 그러나 지금의 규

7) 이원우, “규제개혁과 규제완화: 올바른 규제정책 실현을 위한 법정책의 모색”, 저스티스 통권 제106호, 한국법학원, 2008, 377면.

제샌드박스는 실질적 운영방식에 대해서는 아직 명확한 답을 제시하지 못하고 있으며, 사업의 연속성을 담보할 수 있느냐에도 충분한 답변을 할 수 없다. 법률의 제·개정을 통해 규제샌드박스를 실시할 수 있게 된 것 자체는 한걸음 뻗은 것에 불과하다. 이를 시작으로 실증 이후의 본사업과의 연계방법, 관리자의 인력운용과 전문성 확보 방법, 리스크에 따른 책임 소재, 사후규제에 대한 고려와 방식 등 구체적이고 현실적인 운영방안들이 마련되어야 할 것이다.

다. 대안적 소통구조의 마련을 통한 제도의 보완

법이나 제도가 제아무리 견고하고 탄탄한들 규범의 주체인 사람의 공감이나 배제되면 사상누각에 불과하다. 지속적인 소통과 협력을 통해 현행 제도가 가진 문제점과 한계점들을 보완해 나갈 수 있어야 한다. 규제샌드박스를 신청하고 심의하며 실증하는 전 주기별 맞춤형 지원정책을 병행하고 부처별 소통 창구를 마련해두고 있는 등 정부의 노력이 돋보이는 것도 사실이다. 다만 규제의 합리성은 현장에서 규제의 영향을 받는 이해관계자들에 의해 가장 빨리 평가될 수 있다는 점 또한 인식하여야 할 것이다. 이러한 평가를 수용하고 논의하여 제도를 개선할 수 있는 환류체계가 필요하다. 기술과 시장의 환경이 빠르게 변화하는 현재의 시점에서 규제의 대상과 주체, 규제의 방식과 내용 또한 빠르게

변화를 요구받을 것이다. 현재 우리가 마련한 법률들 또한 이러한 변화의 흐름에 언젠간 다시 무기력해지는 상황이 충분히 발생 가능하다. 예측 불가능한 미래에 대한 대응과 효율적인 제도의 운영은 제도의 수범자와 이해관계자, 산업과 시장과의 끊임없는 소통과 협력을 통해서만 완성될 수 있다는 점을 반드시 기억해야 할 것이다. 정부와 시장의 각자의 역할과 책임도, 규제의 의미와 규제 혁신의 방향도 우리 사회가 향하는 목적과 가치에 따라 달라질 수 있다. 사회의 테두리 안에서 정부와 시장은 상호보완적 관계를 유지하기도 한다.<sup>8)</sup> 따라서 정부와 시장, 그리고 그 이해관계에 얽힌 당사자들이 언제든지 소통할 수 있어야만 한다.

라. 데이터의 보호와 활용, 혁신의 핵심

ICT산업에 있어 데이터 특히 개인정보의 보호와 활용 문제는 언제나 규제의 핵심을 이룬다. ICT 융합, 산업융합, 핀테크, 지역혁신에 관한 규제혁신 4법은 모두 개인정보보호에 관한 내용을 담고 있는 것으로도 알 수 있듯이<sup>9)</sup> 개인정보보호의 문제는 매우 중요하게 다룰 수밖에 없는 문제이다. 테스트를 실시할 뿐임에도 개인정보보호 관련 내용을 두는 것은 신기술의 개발 및 발전을 저해할 수 있다는 비판도 물론 존재한다.<sup>10)</sup> 그러나 특별히 예외를 두는 특례의 의미가 모든 금지된 것을 허용하는 것으로 해석하는 것은 무리가 있다. 산업과 경제의 발전, 기술의 혁

8) Aoki, M, Kim Hyung Ki, M. Okuno Fujiwara, *The Role of Government in East Asian Economic Development : comparative institutional analysis*, Clarendon Press, 1997.  
 9) 규제특례를 심의하거나 허용하는 경우 개인정보의 안전한 보호 및 처리에 관한 여부를 다루도록 하고 임시허가를 위해 관련 조건을 붙이거나 특례 적용 과정에서 이를 모니터링하거나 사후관리를 하도록 하는 것과 같은 내용들이 이에 해당한다.  
 10) 이재훈·정희영, “규제샌드박스, 한국의 새로운 규제 패러다임”, KISTEP Issue Paper Vol. 261, 한국과학기술기획평가원, 2019, 24면.

신을 위해 맹목적으로 모든 것을 포기할 수는 없으며, 이러한 결과론적 사고방식으로 산업화 사회를 거치면서 파괴된 많은 것들로부터도 우린 충분히 배운 점이 많이 있다. 산업의 성장을 위해 외면한 자연과 환경 생태계는 지금의 우리로 하여금 많은 반성을 하게 한 것이 사실이다. 개인정보의 문제도 마찬가지라 생각한다. 우리는 개인정보보호에 대한 사회적 요구에 의해 개인정보를 보호하기로 하는 원칙을 만드는 것에 동의하였고, 현재의 법체계를 마련하였다. 개인정보보호 체계를 갖추기 위해 논의하고 만들어낸 많은 약속들은 산업의 발전과 기술의 혁신이라는 미명아래 결코 가벼이 취급되거나 포기할 수는 없는 가치인 것이다. 우리는 결국 가치를 지켜가면서 우리에게 주어진 데이터의 보호와 활용이라는 난제를 풀어나가는 방법을 함께 고민하는 것에 노력을 기울여야 한다. Privacy by Design, Privacy by Default와 같은 요소들은 이러한 고민의 결과이자 해결의 시작점이라 볼 수도 있을 것이다. 규제와 혁신이라는 원론적 내용에서 데이터 문제를 바라보면 결국 중요한 것은 법률자체가 아닌 제도의 운영방식이라 할 수 있다.

마. 혁신에 반하는 사회 구조적 문제로부터의 탈피

우리는 그 동안 제도와 정책이 성과제와 관료제를 통해 형식화되거나 정량화되는 것을 여러 경험을 통해 겪은 바 있다. 현재의 규제샌드박스도 이러한 오류로부터 자유로울 수 있는지 다소 우려가 된다. 정부는 신산업을 샌드박스라는 제도권 내에 두고 테스트와 검증을 통해 객관적 결과들을 바탕으로 사업의 허용여부를 결정하게 한다. 제한적인 환경에서 테스트의 성격으로 사업을 허용하는 규제샌드박스가 불완전해 보이는 것은 이러한 경험에서 자유롭지 못하기 때문일 것이다. 혁신 기술과 서비스가 관료제라는 시스템 내에서 성과의 수단으로 전략할 여지도 있음을 인식할 필요도 있을 것으로 보인다. 반면, 기술과 서비스의 안전성과 사회적 영향을 미리 살펴보고자 하는 샌드박스를 통해서도 출된 부정적인 결과의 원인이 모두 기술과 서비스 때문이라고 볼 수 있는가에 대해서도 의문을 제기할 필요가 있다. 기업의 인력이나 조직, 운영 구조와 전략의 문제임에도 불구하고 관련 기술이 실패한 것으로 평가되는 것은 위험하다.



[ 참고문헌 ]

[1] 이원우, “규제개혁과 규제완화: 올바른 규제정책 실현을 위한 법정책의 모색”, 저스티스 통권 제106호, 한국법학원, 2008.

[2] 이재훈, 정희영, “규제샌드박스, 한국의 새로운 규제 패러다임”, KISTEP Issue Paper Vol. 261, 한국과학기술기획평가원, 2019.

[3] 정준화, “ICT 융합에 대한 신속처리 및 임시허가 제도의 현황과 쟁점”, 법학연구 제26권

제2호, 연세대학교 법학연구원, 2016.

[4] 최해옥, “규제샌드박스(Regulatory Sandbox) 정책 동향 및 시사점”, 동향과 이슈, 제33권, 과학기술정책연구원, 2017.

[5] 최호성 · 김정대, “한국형 규제샌드박스 제도에 대한 비교분석 연구:산업융합촉진법, 정보통신융합법, 금융혁신법, 지역특구법을 중심으로”, 디지털융복합연구, 제17권, 제3호, 2019.

[6] Aoki, M, Kim Hyung Ki, M. Okuno Fujiwara, *The Role of Government in East Asian Economic Development : comparative institutional analysis*, Clarendon Press, 1997.

[7] Financial Conduct Authority, *Regulatory Sandbox*, 2015.

[8] Global Innovation Index 2018.

# 사이버상 자살 유발, 막을 수 있는 근거는

장영진 / 보건복지부 자살예방정책 과장

<Keyword>

자살, 자살유발정보, 정보통신망, 정보통신망법

## 1. 들어가며

최근 온라인상에서 구체적인 자살 방법을 알려 주거나 동반 자살자를 모집하는 내용의 자살유발정보가 증가하고 있다. 방송통신심의위원회의 ‘자살유해정보 심의 현황’에 따르면 자살유해정보 심의 요청 건수는 2014년 383건에서 2018년 5001건으로 13배 증가하였다. 이는 방송통신심의위원회에 심의를 요청한 건에 제한된 것으로 중앙자살예방센터에서 2018년 한 해 동안 모니터링을 통해 발견한 자살유발정보는 총 3만2392건이었다. 3만여 건이 넘는 자살유발정보 중 절반 이상은 자살 관련 사진 및 동영상(52.0%)이었으나 동반 자살자를 모집하거나(11.5%) 독극물을 판매하는 정보(4.6%)도 큰 비중을 차지하였다.

그러나 지금까지는 이러한 자살유발정보를 유통한 사람을 처벌하거나 자살위험자 구조를 위해 경찰·소방이 개입할 수 있는 법적 근거가 없었다. 온라인상 자살유발정보를 발견하는 경우에도 이를 정보통신서비스 제공

자에게 신고하여 삭제를 요청하는 수준이었다. 자살유발정보로 인한 자살 사건을 차단하고, 자살위험자 구조를 위한 정보 제공 요청 근거 마련을 위해 2019년 1월 ‘자살예방 및 생명존중문화 조성을 위한 법률(이하 자살예방법)’이 개정되어 오는 7월 16일부터 시행된다. 이 글에서는 7월 16일 시행되는 자살예방법 주요 개정 내용에 대해 살펴보고자 한다.

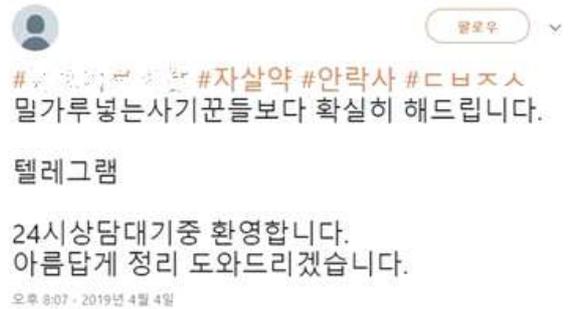
## 2. 자살예방법 주요 개정 내용

온라인상 자살유발정보는 급증하고 있으나 음란물, 청소년유해매체물과 달리 ‘정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 정보통신망법)’상 불법정보로 분류되지 않는다. 이에 모니터링을 통해 자살유발정보를 확인하여도 서비스 제공자에게 신고·삭제 요청만 할 뿐, 자살유발정보를 유포한 당사자들에 대한 직접적인 처벌은 불가능하였다. 또한 동반자살자 모집과 같이 자살 위험이 높은 긴급한 상태로 파악되는 경우에도

구조에 필요한 개인정보 및 위치정보를 사업자에게 요청하는 것이 제한적이었다. 올해 시행되는 자살예방법 개정안은 이러한 한계를 보완하는 내용으로 주요 개정 사항은 다음과 같다.

첫째, 정보통신망을 통한 자살유발정보의 유통이 금지되고(제19조 제1항), 이를 위반하는 경우 2년 이하의 징역 또는 2000만 원 이하의 벌금에 처해진다(제25조 제3항). 자살예방법상 ‘자살유발정보’란 자살을 적극적으로 부추기거나 자살 행위를 돕는 데 활용되는 정보를 말하며, 구체적으로는 ① 자살동반자 모집정보 ② 자살에 대한 구체적인 방법을 제시하는 정보 ③ 자살을 실행하거나 유도하는 내용을 담은 문서, 사진 또는 동영상 등의 정보 ④ 자살위해물건(자살 수단으로 빈번하게 사용되고 있거나 가까운 장래에 자살 수단으로 빈번하게 사용될 위험이 상당한 것)의 판매 또는 활용에 관한 정보 ⑤ 그 밖에 위 각 목에 준하는 정보로서 명백히 자살 유발을 목적으로 하는 정보를 말한다.

자살유발정보 유통 금지·처벌 조항을 통해 자살위해물건 판매 정보를 유포한 자에 대한 처벌이 가능해진다. 이전에는 자살위해물건 판매 정보 게시자가 신고되더라도 차단만 될 뿐 법적 처벌을 받지 않아 다른 아이디어를 사용하거나 다른 웹사이트를 통해서 비슷한 내용의 자살위해물건 판매 정보를 지속적으로 유포하는 경우가 많았다. 그러나 법 개정으로 자살위해물건 판매 정보에 대한 적극적인 개입이 가능해져 신종 자살 수단 확산 방지에 기여할 것으로 보인다.



<그림1> 자살위해물건 판매 정보 사례

둘째, 자살위험자 구조를 위하여 긴급구조 기관(경찰관서·해양경찰관서 및 소방관서)이 정보통신서비스 제공자에게 자살위험자의 개인정보 및 위치정보의 열람·제출을 요청할 수 있도록 하고, 정보통신서비스 제공자는 그 요청에 지체 없이 협조하도록 하였다(제19조의3). 지금까지는 동반자살 모집 정보가 확인된 경우에도 매우 제한적인 범위 내에서만 개입이 가능하였다. 특히, 휴대전화 번호와 개인 신상을 노출하지 않고, 제한된 정보를 통해서만 동반자살자를 모집하고 별도의 SNS 채팅을 통해서 소통하는 특성상, 경찰에서도 신고된 대상자에 대한 신원 파악이 어려운 경우가 많았다. 또한 정보통신서비스 제공자의 입장에서는 경찰·소방이 개인정보를 요청해도 명확한 법적 근거 없이 요청에 대해 협조하기 어려운 상황이었다.

무분별한 개인정보 요청 방지를 위해 긴급구조대상자의 생명·신체를 보호하기 위하여 긴급한 경우로서 다른 방법으로는 긴급구조대상자의 위치 등을 파악하여 구조할 수 없는 경우에 정보통신서비스 제공자에게 자료 제공을 요청할 수 있도록 명시하였다. 자료 제공 요청의 대상이 되는 자료는 긴급구조대상자의 성명, 주민등록번호(생년월일), 주소,

전화번호, 아이디, 전자우편 주소 및 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 개인위치정보가 해당된다. 이러한 자료 제공 요청은 요청 사유, 긴급구조대상자와의 연관성, 필요한 자료의 범위를 기재한 자료제공요청서를 서면으로 요청하는 것을 원칙으로 하며, 긴급한 상황의 경우 서면이 아닌 방법으로 요청할 수 있으나 긴급한 사유가 해소되면 지체 없이 정보통신서비스 제공자에게 자료제공요청서를 제출하여야 한다.



<그림2> 동반자살 모집정보 사례

셋째, 정보통신서비스 제공자 중 일일평균 이용자의 수, 매출액 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 긴급구조대상자 구조를 위한 자료제공 업무책임자를 지정하여 보건복지부장관에게 신고하여야 한다(제19조의4). 이는 긴급구조기관이 자살위험자를 구조해야 하는 긴급한 상황에 연락해야 할 담당자를 찾지 못하여 구조가 지연되지 않도록 하기 위한 규정으로 소규모 사업자에

대한 부담을 최소화하기 위해, 타 입법례를 참조하여 일정 규모 이상의 대규모 사업자로 기준을 정할 예정이다.

### 3. 나가며

우리나라의 2017년 자살사망률은 10만 명당 24.3명(연간 자살사망자 1만 2,463명)으로 OECD 평균(11.6명)의 2.1배 수준에 달한다. 정부는 2022년까지 자살률을 10만 명당 20명 이하로 감소시키기 위하여 범정부 추진체계를 강화하고 있다. 또한 실효성 있는 자살예방정책 시행을 위해 자살예방법을 개정하여 오는 7월 16일부터 자살유발정보 유통이 금지되고, 자살위험자 구조를 위한 정보 제공 요청의 법적 근거가 마련된다.

자살유발정보는 자살을 생각하는 사람들에게 큰 영향을 끼칠 수 있다. 지속적으로 자살을 생각하던 사람들이 구체적인 자살 방법 등을 담은 자살유발정보에 노출된 경우 극단적 선택을 할 가능성이 커진다. 이에 자살유발정보의 무분별한 확산 방지를 위한 노력이 필수적이다. 보건복지부는 교육부, 문화체육관광부, 과학기술정보통신부, 여성가족부, 방송통신위원회 및 경찰청 등 관계 기관과 자살유발정보예방협의회를 구성하여 자살유발정보 차단을 위하여 협력할 것이다. 이번 자살예방법 개정·시행을 통해 온라인상 자살유발정보로 인한 모방 자살을 방지하고, 자살위험자를 보다 신속하게 구조함으로써 자살률 감소에 기여할 것으로 기대한다. KISO JOURNAL

# 데이터 배당(Data Dividend) 도입 추진 배경과 전망

KISO 기획팀

## <Keyword>

캘리포니아주, Data dividend, 알래스타 영구기금, 구글 페이스북

## 들어가며

미국 캘리포니아 주에서 대형 IT기업들의 수익을 소비자들과 함께 나누는 이른바 ‘데이터 배당(Data dividend)’에 대한 논의가 한창이다. 캘리포니아 주 주지사 개빈 뉴섬(Gavin Newsom)은 캘리포니아 주에서 성장한 구글, 페이스북 등 IT기업들이 소비자들의 개인 정보를 이용해 수익을 창출한 만큼 소비자들에게 그 값을 지불해야 한다며 데이터 배당제 도입을 주장하고 있다.

## 도입 추진 배경

미국 경제잡지 포브스(Forbes)에 따르면 일부 학자들은 가장 강력하고 엄격한 소비자 프라이버시법(California Consumer Privacy Act, CCPA)이 발원되기도 한 캘리포니아 주의 특성상 데이터 배당제도 수월하게 입법화될 것이라 보고 있다. 지난해 통과되어 2020년 시행 예정인 CCPA는 데이터 배당제의 근간이

라 볼 수 있다. CCPA는 쉽게 말해 개인 정보수집, 이용 권한을 기업에서 소비자로 옮겨놓았다고 볼 수 있다. 이 법이 시행되면 캘리포니아 주민들은 어떤 기업에도, 그 기업이 수집해놓은 모든 자신의 정보에 대해 수정, 삭제 요청을 할 수 있다. 또 기업은 소비자가 개인 정보 수집 및 사용을 동의하지 않는다고 해서 서비스 질을 낮춰선 안 된다. 나아가 기업의 보안 통제 실패로 데이터 유출이 발생할 경우 소비자들이 데이터 유출 사고를 겪은 기업을 고소할 수 있게 된다.

CCPA는 개인 정보 수집, 이용에 대한 권한을 소비자에게 옮겨놓음으로써 개인 정보에 대한 가치를 상승시켰다는 데 의의가 있다. 더불어 이로 인해 개인 정보에 대한 가치를 일정 금액으로 환산해 기업에 요구하게 되는 단계의 논의까지 불러일으켰다.

## 현황과 전망

뉴욕타임스(NYT)에 따르면 개빈 뉴섬 주지사 대변인실은 개인 정보에 대해 값을 매기

는 방법은 아직 구체화되지 않았지만, IT기업의 분기별 수익을 월별 활동자 수로 나누는 형태로 진행될 것이라고 말했다. 예를 들면 트위터의 올 1분기 매출은 9억9900만 달러를 기록했다. 이는 3억2300만 명의 월별 트위터 활동자들에게 2.83달러씩 벌어들인 셈이 된다. 데이터 배당금 산출에 대한 연구는 전문가로 구성된 입법연구회 등을 통해 진행되고 있다.

이렇게 모인 개인의 데이터 배당금은 지역 사회 기금 형식으로 운영될 가능성이 높다. 이 제도의 입법화 과정에 참여 중인 페이스북의 공동 창업자 크리스 휴즈는 데이터 배당의 벤치마킹 모델로 알래스카 영구기금을 꼽았다. 알래스카 영구기금제는 석유 등 알래스카 주의 천연자원에서 발생하는 수익을 주민들에게 1/n로 균등하게 배당하는 제도다. 일종의 기본소득(Basic Income)제도로 볼 수 있다. 알래스카 주 정부는 1956년 알래스카 주 헌법에 천연자원으로부터 발생하는 수익을 주인인 주민들에게 돌아가게 할 수 있는 조항을 신설하였고, 1976년 제이 해먼드 주지사(공화당)의 주도하에 알래스카 영구기금법을 제정하였으며, 1982년부터 계속하여 주민들에게 매년 1회 배당하고 있다. 이 밖에 알래스카 주 의회가 영구 기금의 투자 관리를 위해 만든 APFC(Alaska Permanent Fund Corporation: 알래스카영구기금회사)를 통해 수익금은 인플레이션 대비금, 기금 운용비, 투자 등에 활용되고 있다.

지난 5월 전문가들과 주 의원들은 데이터

배당제에 대한 입법 토론을 했다. 개빈 뉴섬 주지사는 “사실 데이터 배당제는 수년간 실리콘 밸리에서 논의되어 왔다”면서 “(데이터 배당제는) IT, 정보, 기술 회사가 번창하고 자동화의 진보가 일자리를 없앤 시점에서 증가하는 소득 불평등을 해결하기 위한 방법”이라고 말했다. 덧붙여 “또한 본디 배당금은 기업이 개인 데이터를 판매할 경우 국가나 소비자에게 지급해야 하는 금액이었어야 할지 모른다”면서 반(反) 기술적인 제도가 아닌 점을 강조했다.

그러나 일부 해당 법안을 반대하는 주 의원들은 “기업이 수집한 데이터의 가치를 공개하지 않는 것은 제품 원가를 공개하지 않는 것처럼 당연한 일”이라면서 “데이터에 일일이 값을 매기고 이를 세금으로 지불하게 하는 것은 이중과세 우려가 있으며 이는 기업 옥죄기로 비추어져 해당 산업에 대한 생산성 및 투자 저해 요인이 될 수 있다”라고 강하게 반발했다.

관련 법안의 통과 여부는 미지수다. 하지만 분명한 것은, CCPA에서 데이터 배당 출현으로 이어진 개인 정보에 대한 논의는 소비자들로 하여금 개인 정보에 대한 권리를 보다 강력하게 발휘하도록 고취했다. 더불어 소비자의 개인 정보를 활용하는 데에 있어 기업들은 이전보다 더 큰 책임을 지게 되었다. 나아가 이러한 움직임은 미국 내 다른 주 만이 아니라 유럽 및 아시아에서도 이어질 것으로 예상된다. KISO JOURNAL

## [ 참고문헌 ]

[1] Newsom wants companies collecting personal data to share the wealth with Californians. By JAZMINE ULLOA-L · ATimes.

<https://www.latimes.com/politics/la-pol-ca-gavin-newsom-california-data-dividend-20190505-story.html>

[2] California Wants To Copy Alaska And Pay People A ‘Data Dividend.’ Is It Realistic?. By Angel Au-Yeung-Forbes.

<https://www.forbes.com/sites/angelaueung/2019/02/14/california-wants-to-copy-alaska-and-pay-people-a-data-dividend—is-it-realistic/#68003226222c>

[3] How Much Is Your Data Worth? By Jill Cowan-The New York Times.

<https://www.nytimes.com/2019/03/25/us/newsom-hertzberg-data-dividend.html>

[4] 알래스카주 영구기금제도(Alaska Permanent Fund)-주앵커리지출장소 월간 보고서(2015.11.03.)

[5] 해외 개인정보보호 동향 보고서-한국인터넷진흥원(NIA, 2018.06.)

# 유럽연합 ‘디지털 단일시장 저작권 지침’ 주요 쟁점

박성호 / 한양대학교 법학전문대학원 교수

## 〈Keyword〉

유럽연합, 디지털 단일시장, 저작권 지침, 플랫폼 사업자

### 1. 처음에

유럽위원회는 2016년 9월 ‘디지털 단일시장의 저작권에 관한 지침(안)’(이하, ‘DSM 저작권지침(안)’이라 한다)을 처음 제안하였다. 그 후 2019년 2월 13일 유럽의회·유럽위원회·유럽연합(EU)이사회 간에 DSM 저작권지침(안)에 대한 정치적 합의가 이루어졌다. 이에 따라 2019년 3월 26일 유럽의회에서 가결되어 지침이 성립되었고 2019년 4월 15일 EU 이사회의 정식 승인을 받았다. DSM 저작권지침은 2019년 5월 17일 관보를 통해 공포되어 6월 7일부터 발효되었다. EU회원국은 그 발효일로부터 2년 이내인 2021년 6월 7일까지 국내법을 제정하여 이행해야 한다.

DSM 저작권지침은 전체 5장 32개조로 구성되어 있다. 그 가운데 소위 GAFA(구글·애플·페이스북·아마존)라 불리는 플랫폼 사업자에 관한 정책과 깊은 관련이 있어 국제적으로 많은 주목을 받고 있는 주요쟁점이 있다. DSM 저작권지침 제15조의 언론 간행

물의 발행자를 위한 온라인 이용에 관한 권리(저작인접권) 조항과 제17조의 이용자가 업로드 한 위법 콘텐츠에 대한 플랫폼 사업자의 책임 조항이다.

### 2. 언론 간행물의 발행자를 위한 온라인 이용에 관한 원리

DSM 저작권지침 제15조 제1항은 언론 간행물의 발행자에게 언론 간행물의 온라인 이용에 대해 복제권 및 공중이용제공권(right of making available to the public)(우리 저작권법의 전송권에 해당)을 부여하도록 규정하고 있다. 이들 권리는 플랫폼 사업자, 즉 구글 뉴스 등과 같은 뉴스서비스제공자(News Aggregator)가 얻은 광고수입의 일정 부분을, 언론 환경이 활자매체에서 인터넷으로 이행하면서 경영 환경이 악화된 언론 간행물의 발행자에게 돌려준다는 취지에서 마련된 것이다. 이는 유럽위원회가 DSM 저작권지침(안)을 제안할 때 실시한 입법영향평가보고서의 조사결과를 반영한 것이다. 이에 따르

면 뉴스 이용자의 약 절반은 플랫폼 사업자가 표시한 ‘스니펫(snippet)’이라 불리는 발췌 기사만을 열람하고 언론 간행물의 웹사이트에는 접속하지 않는다는 것이다{European Commission(2016. 9. 14.)}. 따라서 이들 권리는 플랫폼 사업자에 대해서는 적용되지만 개별 이용자에게 의한 사적이나 비상업적 이용(private or non-commercial uses), 그리고 링크 설정행위(hyperlinking)에는 적용되지 않는다. 또한 언론 간행물의 개별 단어나 “매우 짧은 발췌문(very short extracts)”의 이용에도 적용되지 않는다. 이번 지침의 가결 직후 발표된 유럽의회 보도자료에 따르면, 이들 권리는 구글 뉴스 등의 ‘스니펫’이 “매우 짧은” 내용으로 되어 있다면 적용되지 않는다고 설명한다{News European Parliament(2019. 3. 26.)}. 하지만 뉴스서비스제공자의 ‘스니펫’이라는 발췌 기사가 과연 “매우 짧은 발췌문”에 해당될 것인지는 여전히 논란의 여지가 많다. 향후 각 회원국이 이들 권리의 적용범위를 수용하여 국내법으로 제정할 때 각 나라마다 그 적용범위를 둘러싼 입법상의 규정내용에 편차가 생길 수도 있다. 그러면 장차 유럽사법재판소(Court of Justice of the European Union: CJEU)의 선결판단(preliminary rulings)을 받아야 하는 상황이 발생할 수도 있다.

DSM 저작권지침 제15조 제2항은 언론 간행물에 관한 복제권 및 공중이용제공권이 언론 간행물에 수록된 콘텐츠의 저작자의 권리에 영향을 미치지 않는다고, 제4항은 이들 권리의 보호기간은 2년이라고, 제5항은 언론 간행물의 발행자가 이들 권리에 기해 플랫폼 사업자로부터 수령한 수익 중 적절한 몫을 해당 간행물에 수록된 콘텐츠 저작자에게 분배해야 한다고 각 규정하고 있다.

한편, 당초 DSM 저작권지침(안)에서는 플랫폼 사업자가 언론 간행물의 웹사이트에 링크를 설정한 것에 대해 언론 간행물의 발행자에게 권리(복제권 및 공중이용제공권)를 부여하고 이에 기해 플랫폼 사업자로부터 일정한 수익을 수령할 수 있도록 하였다. 그래서 링크 자체에 사용료를 부과한다고 하여 소위 ‘링크세(稅)’라고 불렸으나, 전술한 것처럼 실제 성립한 지침에서는 링크 설정에 대해 이들 권리가 미치지 않는다고 규정하고 있는 점에 유의해야 한다. 또한 언론 간행물의 발행자에게 이들 권리를 인정하는 것은 전통적인 언론기관의 기사 표시 및 그 존재를 재인식하게 함으로써 오늘날 인터넷상에서 창궐하는 소위 ‘가짜뉴스(fake news)’에 대한 대책으로서도 일정한 기능을 한다는 점에 주목할 필요가 있다.

### 3. 이용자가 업로드한 위법 콘텐츠에 대한 플랫폼 사업자의 책임

DSM 저작권지침 제17조 제1항은 ‘온라인 콘텐츠공유 서비스 제공자(Online Content-Sharing Service Provider, 이하 OCSSP)’가 그 이용자가 업로드 한 저작물 등에 대해 공중의 접속을 제공하는 경우에 이는 공중전달행위(act of communication to the public) 또는 공중이용제공행위(act of making available to the public)에 해당한다고 규정하고 있다. 이는 우리 저작권법의 공중송신권 또는 전송권의 규율대상에 상응하는 행위를 의미한다. 여기서 ‘온라인 콘텐츠공유 서비스 제공자’란 이용자가 업로드 한 대량의 저작물 등을 저장하고 이에 공중이 접속할 수 있도록 하는 서비스를 영리목적으로(for profit-making purposes)

제공하는 자를 말한다(지침 제2조 제6호). 전형적인 예는 유튜브(YouTube)와 같은 콘텐츠 공유 서비스 제공자이다. 지침 제17조 제1항의 특징은 콘텐츠공유 플랫폼 상에 그 이용자에 의해 업로드 된 위법 콘텐츠에 대해 공중이 접속할 수 있도록 서비스를 제공한 경우 플랫폼 사업자를 이러한 서비스의 제공과 관련하여 공중전달권 또는 공중이용제공권의 침해주체라고 인정한 점에 있다. 이에 따라 플랫폼 사업자는 법적책임을 지지 않으려면 권리자로부터 이용허락을 받아야 한다. 만일 이용허락을 받지 못한 경우에는 다음과 같은 세 가지 요건을 충족하여야만 법적책임을 면책된다고 규정한다(지침 제17조 제4항).

첫째, 이용허락을 받기 위해 최선의 노력(best efforts)을 하여야 한다(제4항 (a)호). 둘째, 권리자가 제공한 정보와 관련된 저작물 등을 이용할 수 없도록 업계의 높은 수준에 기한 직업상의 주의의무(professional diligence)에 따라 최선의 노력을 하여야 한다(제4항 (b)호). 이 요건은 월 평균 순방문자(unique visitor) 수가 5백만 명을 초과하는 경우에 적용된다(제6항). 셋째, 권리자로부터 침해통지를 받은 경우 해당 저작물 등을 삭제하거나 그에 대한 접속을 차단하기 위해 신속하게 조치하고(소위 ‘노티스 앤드 테이크다운(Notice and Take-down)’), 아울러 해당 저작물 등이 장래 다시 업로드 되지 않도록(소위 ‘노티스 앤드 스테이다운(Notice and Stay-down)’ 최선의 노력을 하여야 한다(제4항 (c)호). 다만, 서비스 개시로부터 3년 미만이고 연간 매출 1천만 유로 미만인 경우는 ‘노티스 앤드 테이크다운’으로 충분하다(제6항).

지침 제17조 제4항에서 규정하는 둘째 요건

의 직업상의 주의의무에 따른 ‘최선의 노력’ 의무 및 셋째 요건 중 ‘노티스 앤드 스테이다운’과 관련된 ‘최선의 노력’ 의무를 총괄하여 소위 ‘업로드 필터(upload filters)’ 조항이라고 부르기도 한다. 그러나 당초 DSM 저작권 지침(안)에서는 “콘텐츠 내용을 효과적으로 식별하기 위한 기술”을 사용하도록 하였으나 실제 성립한 지침에서는 이러한 문구가 삭제되었기 때문에 지금도 여전히 ‘업로드 필터’를 요구하는 것인지는 해석상 논란의 여지가 있다. 유럽위원회가 지침 성립 이후 웹사이트에 게재한 ‘자주 묻는 질문’에 대한 답변에서도(2019년 6월 16일 현재) ‘최선의 노력’ 의무는 업로드 필터 등 특정한 기술의 적용을 의무로서 요구하는 것이 아니라고 설명하고 있다(European Commission(2019)). 그러나 문제는 어느 정도까지 실행해야 최선의 노력을 다한 것인지 불분명하고, ‘노티스 앤드 스테이다운’과의 관련성을 고려할 때 ‘업로드 필터’를 요구하는 것이라고 해석할 수도 있다는 점이다. 그렇다면 이는 플랫폼 사업자에게 사실상 검열을 요구하는 것이라는 점에서 표현의 자유를 위축시킨다는 비판을 받을 수 있다(生貝直人の 2인(2019)).

아울러 지침 제17조의 규정취지는 플랫폼 사업자의 서비스 제공에 대해 권리자로부터 이용허락을 얻도록 유도하고 법적책임의 면책요건을 강화함으로써, 플랫폼 사업자는 콘텐츠 이용과 관련하여 막대한 수익을 올리면서 정작 콘텐츠 권리자는 미미한 수익에 그치는 소위 ‘가치격차(value gap)’ 문제를 해결하기 위한 것이라는 점에도 주목할 필요가 있다(European Commission(2016. 9. 14.)).

#### 4. 맺음말

DSM 저작권지침 제15조에서 규정한 ‘언론 간행물 발행자의 온라인 이용에 관한 권리 (저작인접권)’의 도입은 언론계로부터 전폭적인 지지를 받고 있다. 우리 학설 중에도 언론 간행물의 발행자에게 이들 권리를 인정해야 한다는 견해가 있다. 그러나 이와 관련해서는 지침(안)의 논의 단계부터 많은 유럽 학자들이 다음과 같은 이유로 그 도입에 반대성명을 제시한 바 있다. (i) 이미 독일이나 스페인에서 입법상 유사한 제도를 도입하였지만 사실상 실패로 끝났다는 점, (ii) 언론 간행물 발행자에게 권리를 부여한다면 언론에 기고(寄稿)한 프리랜서 작가의 교섭상의 지위를 상대적으로 약화시킨다는 점, (iii) 거래비용이 증가한다는 점, (iv) 새로운 권리를 언론 간행물의 발행자에게 부여하더라도 가짜뉴스는 감소하지 않을 것이라는 점 등이다 {Academics against Press Publishers’ Right(2018)}. 그러한 점에서 우리 입장에서는 향후 유럽연합 회원국들의 구체적인 입법 상황을 좀 더 지켜볼 필요가 있다.

DSM 저작권지침 제17조에서 규정한 ‘플랫폼 사업자의 책임’ 조항은, 우리 저작권법 제104조가 ‘특수한 유형의 온라인서비스제공자 (Online Service Provider, 이하 OSP)’에 대해 권리자의 요청이 있는 경우 해당 저작물 등의 불법 전송을 차단하는 ‘기술적 조치’를 해야 할 의무를 규정한 조항과 유사해 보인다. 그러나 (i) 특수유형 OSP와 DSM 지침상

OCSSP의 개념과 범위가 다르다는 점, (ii) 우리 법 제104조는 원칙적으로 OSP의 민·형사적 책임과 관계없는 행정질서벌(과태료 처분)이라는 점, (iii) DSM 지침상 OCSSP는 이용허락을 받기 위해 최선의 노력을 하지 않으면 침해책임을 면할 수 없다는 점에서 양자는 차이가 있다{안효질(2019)}. 우리 학설 중에는 이러한 차이를 해소하기 위해 DSM 지침 내용에 부합하도록 우리 법 제104조를 개정할 필요가 있다는 견해가 있다. 그러나 공중전달권이나 공중이용제공권과 관련하여 플랫폼 사업자가 그 침해주체가 될 수 있는지 여전히 불투명한 점이 있다{박희영(2019)}. 독일연방대법원(BGH)도 2018년 11월 6일 유튜브가 공중전달권의 침해주체가 될 수 있는지에 의문을 제기하면서 유럽사법재판소(CJEU)에 선결판단을 청구한 바 있다 (YouTube, C-682/18). 또한 전술한 것처럼 DSM 지침상 ‘최선의 노력’ 의무에 관한 해석조차 불분명하다는 점에도 유의해야 한다. 그러한 점에서 우리 입장에서는 성급한 입법론을 펼치기보다는 DSM 저작권지침 전체 체계를 면밀히 검토할 필요가 있다고 생각한다. 아울러 이 글에서 지면 관계로 미처 소개하지 못한 DSM 지침상 권리제한규정과 조화는 물론이고, 헌법상 보장된 표현의 자유가 위축되지 않도록 권리와 이용자의 상관관계에 관한 연구에도 주목할 필요가 있다. KISO JOURNAL

## [ 참고문헌 ]

- [1] 박희영(2019), 유럽연합 디지털 단일 시장 저작권 지침과 변화.『저작권 문화』, Vol.298, 12~17.

- [2] 안효철(2019), EU 저작권법 개정에 따른 저작권 생태계의 변화.『C STORY』, Vol.16, 5~7.
- [3] 生貝直人の 2인(2019). 鼎談 EU新著作権指令の意義.『Jurist』June 2019, No.1533, 55~57.
- [4] Academics against Press Publishers' Right(2018). 169 European Academics warn against it. Available : <http://www.ivir.nl/academics-against-press-publishers-right>
- [5] European Commission(2016. 9. 14.). Commission Staff Working Document–Impact Assessment on the Modernisation of EU Copyright Rules. Available : [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:e065cd0d-7a57-11e6-b076-01aa75ed71a1.0001.02/D OC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:e065cd0d-7a57-11e6-b076-01aa75ed71a1.0001.02/D OC_1&format=PDF)
- [6] News European Parliament(2019. 3. 26.). European Parliament approves new copyright rules for the internet. Available : <http://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20190321IPR32110/european-parliament-approves-new-copyright-rules-for-the-internet>
- [7] European Commission(2019). Frequently Asked Questions on Copyright Reform. Available : <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/faq/frequently-asked-questions-copyright-reform#1541>

# 남성 카르텔의 관음 문화는 어떻게 확대 재생산되는가

위근우 / 칼럼니스트

<Keyword>

관음증, 단톡방, 불법촬영물, 연예인, 정준영

지난 4월 9일, CBS 라디오 <김현정의 뉴스쇼>에서 변호사 백성문은 정준영, 승리 등과의 단톡방에서 음란물 공유 사유로 조사 받은 로이 킴에 대해 “통상적으로 일반인이라면 입건도 잘하지 않을 만한 것을 정준영 단톡방에 있었다는 이유만으로 처벌하는 거 충분히 억울하다고 느낄 만하다”고 변호했다. 그는 로이 킴의 범죄가 정준영의 경우처럼 중범죄가 아니며 “아마 청취자분들도 가끔 있을” “남자들끼리 하는 단체 대화방 같은데 약간 야한 사진 올리는 경우”에 불과하다는 걸 논거로 들었다. 로이 킴의 사례가 정준영의 그것만큼 중범죄는 아닐 것이다. 또한 로이 킴 외의 일반 남성 상당수가 비슷한 행동을 했을 거라는 것도 사실에 가까울 것이다. 실제로 인터넷 남초 커뮤니티에선 ‘이런 식이면 안 잡혀갈 남성들이 없다’며 로이 킴을 옹호하기도 했다. 하지만 로이 킴의 행동이 명백한 불법 행위는 아니라는 것, 그리고 상당수 한국 남성들이 비슷한 행동을 한다는 것이 그 행동에 대한 도덕적 결백의 근거를 마련해주는 것은 아니다. 마찬가지로 ‘억울함’의 증거가 될 수도 없다. 오히려 백성문

변호사의 발언은 그동안 어떤 식으로 남성들이 아무 문제의식 없이 관음증적인 정서를 공유해왔는지, 여성을 대상화하는 행위를 얼마나 쉽고 당연하게 생각해왔는지를 보여줄 뿐이다. 당장 여성에 대한 불법 촬영물을 공유하고 소비하던 소위 ‘웹하드 카르텔’ 역시 죄책감도 문제의식도 없는 상당수 남성들의 방관 속에서 자라오지 않았다. 어떤 사태가 문제없다는 것은 사실, 그동안 문제 삼지 않았다는 것을 뜻할 뿐이다. 지금 우리는 문제 삼지 않았기에 문제없다고 말하기보단, 그동안 문제 삼지 않았던 도덕 판단에 어떤 안일함이 없었는지 질문하는 게 먼저다.

가령 앞서 인용한 “남자들끼리 하는 단체 대화방 같은데 약간 야한 사진 올리는 경우”는 어떨까. 이 역시 사적 영역에서 벌어지는 일이기에 처벌하거나 공적인 책임을 지우긴 어려울지 모른다. 하지만 여성을 인격체가 아닌 성적 대상으로만 인식하고 그에 대해 아무런 문제의식을 느끼지 않고, 그 행위를 통해 남성들끼리의 유대감을 공고히 하는 것이 과연 도덕과 무관한 일일 수 있을까. 다

시 말해 한쪽 성별이 다른 한쪽 성별의 존재를 인격체보다는 일종의 소비재처럼 바라보는 문화가 암묵적으로 용인되고 있다면, 이것이 정의의 문제와 상관없는 취향과 사적 자유의 영역이라고 말해도 될까. 단톡방은 단톡방일 뿐이고 그곳을 벗어나면 여성을 존중할 가능성도 있겠지만, 그것은 그 반대의 경우와 비교해 훨씬 반직관적이고 믿기 어려운 일이다.

당장 단톡방 바깥으로 나가보자. 2008~2009년 당시 모 연예부 사진 기자는 여성 연예인의 몸매 라인을 강조한 사진을 찍을 때마다 ‘○○○, 숨 막히는 뒤통’라는 타이틀을 하도 많이 써서 그러다 숨 막혀 죽겠다는 편찬을 받은 적도 있다. 사람들은 만날 똑같은 타이틀을 달고 아무 정보값 없는 사진 기사를 줄 줄이 송고하는 그의 안일함을 ‘기레기’라는 말로 비난했지만, 그런 식으로 여성의 신체를 대상화해 접근해 촬영하고 타이틀을 다는 태도 자체는 크게 문제되지 않았다. 그의 사진은 사진 그 자체와 타이틀로 남성 독자들에게 훑쳐보기의 쾌감을 자극했다. 상대의 뒤에서 뒷모습을 힐끗힐끗 훑쳐보는 그런 쾌감. 지금도 포털 연예 기사나 스포츠 기사에서 무대 위 걸그룹의 모습이나, 프로 스포츠 시합에서의 여성 치어리더의 가장 섹슈얼한 순간을 포착 및 클로즈업해 클릭을 유도하는 사진 기사를 보는 건 어렵지 않은 일이다. 그것이 모두에게 열려 있는 포털에서 벌어지는 일이라 해서, 피사체가 된 당사자들이 사실을 알고 있다고 해서 관음이 아닌 건 아니다.

앞서 말했듯, 동참하는 이들이 많다고 해서 그것이 당연시 될 수 있는 건 아니다. 저 관

음증적인 카메라의 시선 앞에서, 여성 연예인이나 치어리더는 자신의 직업을 열심히 수행하는 각각의 인격체가 아닌, 그저 남성들의 시각적 쾌감을 위한 소비재로 납작하게 축소된다(그들이 섹슈얼한 퍼포먼스를 하는 것은 일부 사실이지만, 이 역시 여성을 대상화하는 사회 문화적 맥락 위에서 파악하는 게 옳다). 또한 이처럼 관음증적 이미지의 공공연한 유통은 관음증적 시선에 대한 일종의 사회적 승인 역할을 해준다. 걸그룹의 안무 중 특정 동작과 부위에 집중하는 소위 ‘직캠’이 하나의 팬 문화로 받아들여지는 것을 보라. 문제 삼지 않으니 문제가 없다는 인식은 여기서도 반복된다. 앞서 ‘직관적인 찔찔함이 남는’ 수준의 관음증을 확실한 범죄로서의 관음증과 분리했지만 이러한 사회적 승인 위에서 범죄로서의 관음증에 대한 정서적 토대 역시 만들어진다. 정준영 단톡방과 ‘웹하드 카르텔’, 그리고 그 이전의 소라넷 사태 등을 가로지르는 것은 여성 신체 이미지를 소비재 삼아 자기들끼리 교환하고 젠더 권력에 탐닉하는 남성 문화다. 이것을 일반 남성 단톡방에서 벌어지는 일들과 동일하게 볼 수는 없지만, 동일한 정서를 공유한다고 볼 수 있다. 또한 정준영 단톡방 사건 이후 까발려진 남성 기자 단톡방 불법촬영물 공유 사건에서 볼 수 있듯, 그 일반 단톡방에서의 관음 문화가 나름의 정도를 지키리라 기대하는 것도 난망하다. 한국 여성들에게 이 사회는 말하자면 관음의 판옵티콘 같은 것이다.

물론 인터넷 관음증-로이 킴-정준영 단톡방-불법 촬영물 촬영의 연결고리에 어떤 필연성이 있다는 것이 모든 사안에 동일한 처벌이 필요하다는 뜻이 될 수는 없다. 마찬가지로

로 사건을 미연에 방지하기 위해 단톡방 검열을 해도 된다는 뜻이 될 수도 없다. 다만 이렇게는 말할 수 있을 것이다. “통상적으로 일반인이라면 입건도 잘하지 않을 만한” 남성들끼리의 여성 관음은 일회적이거나 우연적이지 않은 거대한 현상이며, 이것은 다른 동료 시민을 동등한 주체로 인정하지 않는다는 점에서 이미 부도덕하며, 이러한 도덕적 해이와 남성 카르텔의 기반 위에서 그보다 심각한 문제들이 발생한다고. 그렇다면 각각

의 단톡방에 속한 남성들이, 또한 연예인 뒤편 사진을 올리는 언론들이, 그리고 그걸 실어주는 포털들이 적어도 자율적으로 해당 행위를 지양할 도덕적 책무가 있다고 말할 수 있지 않을까. 남들 다 하니 부끄러워하지 않아도 된다고, 그에 대한 비판에 억울해 할 일은 아니라고 말할 수 있지 않을까. 그 정도의 사회적 합의조차 이루지 못한 사회에서 로이 김의 억울함이나 이야기하는 건, 너무 속편한 소리 아닌가. KISO JOURNAL

# 우리의 지갑을 노리는 해커, 사이버 사기의 진화

이동은 / 한국인터넷진흥원 탐지팀 책임연구원

<Keyword>

메신저 피싱, 스피어피싱, 보이스피싱

## 1. 서론

조선시대 붕이 김선달은 평양에 살았던 유명한 사기꾼으로 대동강에 나가서 물을 길어 가는 사람들에게 본인 돈을 나눠 주면서 다음 날 그 돈을 돌려 달라고 한 후 다음 날 대동강 나룻터에서 “물 값을 주시오”하며 돈을 되돌려 받았다. 이를 본 외지인은 대동강 물이 김선달 것인 줄 알고 큰 돈을 주고 대동강 물을 샀다. 이 후 외지인은 대동강에서 물을 팔려고 했으나 아무도 사지 않아 그제서야 붕이 김선달에게 사기 당했음을 깨닫는다. 조선시대 붕이 김선달은 오프라인에서 발로 뛰며 활동하였으나 현대 수많은 붕이 김선달은 전화로 속여 돈을 갈취하기도 하고 스마트폰 혹은 컴퓨터에 악성코드를 설치하고 개인정보를 탈취하여 금전적 이득을 얻고 있다. 본 기고문에서는 사이버 상에서 우리의 지갑을 노리는 해커의 시대별 진화에 대해 기술하고 대응방안을 살펴본다.

이렇듯 게임산업은 4차 산업혁명 시대에 국

가가 전략적으로 적극적으로 육성해 나가야 할 유망산업 중 하나이다. 과거 우리의 게임 산업은 세계적으로 그 경쟁력과 가능성을 인정받으며, 이미 시장을 선도했던 영광스럽던 경험도 가지고 있다. 하지만 여전히 우리나라에서는 게임산업을 진흥해야 한다는 목소리는 작고 규제해야 한다는 목소리만 높다. 이로 인해 업계는 위축되고 인재들은 업계 진출을 꺼리고 있으며, 게임산업 전체의 발전이 더디어지는 악순환이 계속되고 있다. 그리고 이러한 게임산업 전반의 악순환을 반복시키는 과도한 규제 중심에 이른바 강제적 섯다운제가 있다.

## 2. 우리의 지갑을 노리는 해커, 사이버 사기의 진화

한국인터넷진흥원 인터넷이용실태조사에 따르면 우리나라 가구 인터넷 접속률은 '00년 49.8%이었으나 '18년 99.5%으로 증가하였다<sup>1)</sup>. 대다수 국민이 매일 스마트폰 혹은 PC를 통해 자료 및 정보 획득, 커뮤니케이션, 전

자상거래, 쇼핑 등을 하고 있으며 인터넷은 그만큼 우리 생활에 밀접한 영향을 미치고 있다. 오프라인에서 이루어지던 상거래 활동이 온라인에서 이루어지고 있으며 이에 따라 인터넷은 해커에게 금전 탈취를 위한 좋은 장소이기도 하다. 본 절에서는 사이버 사기를 위한 해커의 진화에 대해 살펴본다.

### 1) 보이스 피싱 및 메신저 미싱

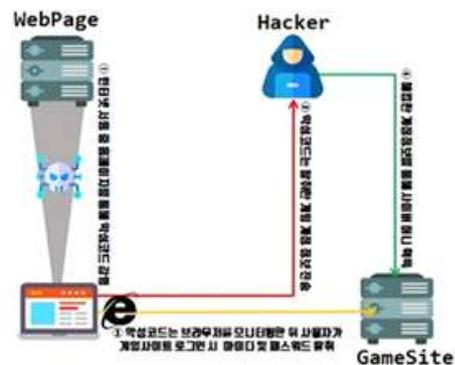
2000년대 초 “아이를 납치했다” “세금을 환급해주겠다” “수사 중인 불법 계좌에 당신 계좌도 포함됐다” 등 보이스 피싱이 기승을 부리며 피해가 점점 증가하였다. 당시 보이스 피싱 범죄의 피해자가 피해금을 돌려받으려면 반드시 해당 계좌 명의인이나 은행 등을 상대로 부당이득반환 청구 소송 절차를 거쳐야 했기 때문에 피해구제가 어려웠다. 이에 따라 정부는 전기통신금융사기 피해 방지 및 피해금 환급에 관한 특별법을 제정하고 ‘11년 시행하였다. 이러한 노력에도 불구하고 경찰청에 따르면 ‘07년 434억원이었던 보이스 피싱 피해액은 ‘18년 기준 11월 말 기준 3,630억원으로 8배 이상 증가하였다<sup>2)</sup>. 보이스 피싱 뿐만 아니라 ‘08년 네이트온 메신저를 이용한 피싱도 등장하였는데 주로 악성링크를 전송하거나 “머해?” “바빠?”라는 메시지를 보낸 후 답변이 오면 지인을 가장하여 송금을 요구하는 형태였다.



<그림1> 초창기 메신저 피싱<sup>3)</sup>

### 2) 게임 계정 탈취형 악성코드를 이용한 금전 탈취

초기 게임 계정 탈취형 악성코드는 인터넷 응용 프로그램인 인터넷 익스플로어, 어도비 플래쉬 등의 취약점을 통해 악성코드 설치하는 경우가 대부분이었다.



<그림2> 게임 계정 탈취 흐름도

1) 한국인터넷진흥원(2018), 『2018 인터넷이용실태조사 국문 요약보고서』  
[https://www.kisa.or.kr/public/library/etc\\_View.jsp?regno=0011990&searchType=&searchKeyword=&pageIndex=1](https://www.kisa.or.kr/public/library/etc_View.jsp?regno=0011990&searchType=&searchKeyword=&pageIndex=1)  
2) 서울경제(2018.12.17), 『진화하는 보이스피싱...피해 사상최대』  
<https://www.sedaily.com/NewsView/1S8I2DARD3>  
3) 네이트온(2019), 『네이트온 도움 신고』  
[http://nateonweb.nate.com/guide/messenger/windows/4.1/html/win07\\_6.php](http://nateonweb.nate.com/guide/messenger/windows/4.1/html/win07_6.php)

악성코드는 게임 사이트에 로그인할 때 입력하는 아이디 패스워드를 모니터링하고 가로채 해커의 원격 사이트로 유출하였다. 게임 상에서 유통되는 사이버 머니가 현금처럼 거래되는 점을 이용하여 성행하였던 사이버 사기로 '12년 3월 KISA(KrCERT/CC)에서 발표한 악성코드 유포 탐지 현황에 따르면 약 35%를 차지하였다<sup>4)</sup>.



<그림3> 홈페이지 유포 악성코드 유형('12.03)

### 3) 금융 정보 탈취형 파명 악성코드를 이용한 금전 탈취

'07년 처음 등장한 금융 정보 탈취형 악성

코드는 사용자의 PC에 감염되어 사용자가 정상 은행 사이트에 접속하더라도 해커가 만들어놓은 가짜 피싱 사이트에 연결되어 사용자에게 보안카드 등 개인 정보 입력을 요구하였다.

해커는 이렇게 수집한 금융정보를 기반으로 정상 사용자를 가장하여 계좌 이체 등을 통해 금전적 이득을 맛보았다.

한국인터넷진흥원 악성코드 은닉사이트 탐지 동향 보고서에 따르면 '12년 7월<sup>5)</sup>에는 온라인게임계정 유출형 악성코드가 47%로 다수를 차지했고 금융정보 탈취형 악성코드는 6%로 미미했다. 그러나 금융정보 탈취형 악성코드는 점차 증가하여 '14년 1월에는 68%<sup>6)</sup>를 차지하였다. 재미있는 것은 해커는 금융정보 탈취형 악성코드를 유포할 때 종종 게임계정 탈취형 악성코드도 함께 유포했다는 사실이다. 초기 금융정보 탈취형 악성코드는 단순히 호스트파일을 변경하여 피해자가 정상 사이트에 접속하더라도 가짜 피싱 사이트에 접속되도록 하였다.



<그림4> 금융 정보 탈취 흐름도

4) 한국인터넷진흥원(2012),『2012년 3월 악성코드 은닉사이트 탐지 동향 보고서』  
[https://www.krcert.or.kr/data/trendView.do?bulletin\\_writing\\_sequence=743&queryString=cGFnZT0zJnNvcnRfY29kZT0mc2VhcmNoX3NvcnQ9dGI0bGVfbmFtZSZzZWYy2hfd29yZD0lRUMlOUQlODAlRUIlOEIiODk](https://www.krcert.or.kr/data/trendView.do?bulletin_writing_sequence=743&queryString=cGFnZT0zJnNvcnRfY29kZT0mc2VhcmNoX3NvcnQ9dGI0bGVfbmFtZSZzZWYy2hfd29yZD0lRUMlOUQlODAlRUIlOEIiODk)

5) 한국인터넷진흥원(2012),『2012년 7월 악성코드 은닉사이트 탐지 동향 보고서』  
[https://www.boho.or.kr/data/trendView.do?bulletin\\_writing\\_sequence=1163&queryString=cGFnZT0zJnNvcnRfY29kZT0mc2VhcmNoX3NvcnQ9dGI0bGVfbmFtZSZzZWYy2hfd29yZD0lRUMlOUQlODAlRUIlOEIiODk](https://www.boho.or.kr/data/trendView.do?bulletin_writing_sequence=1163&queryString=cGFnZT0zJnNvcnRfY29kZT0mc2VhcmNoX3NvcnQ9dGI0bGVfbmFtZSZzZWYy2hfd29yZD0lRUMlOUQlODAlRUIlOEIiODk)

6) 한국인터넷진흥원(2014),『2014년 1월 악성코드 은닉사이트 탐지 동향 보고서』  
[https://www.boho.or.kr/data/trendView.do?bulletin\\_writing\\_sequence=20643&queryString=cGFnZT0zJnNvcnRfY29kZT0mc2VhcmNoX3NvcnQ9dGI0bGVfbmFtZSZzZWYy2hfd29yZD0lRUMlOUQlODAlRUIlOEIiODk](https://www.boho.or.kr/data/trendView.do?bulletin_writing_sequence=20643&queryString=cGFnZT0zJnNvcnRfY29kZT0mc2VhcmNoX3NvcnQ9dGI0bGVfbmFtZSZzZWYy2hfd29yZD0lRUMlOUQlODAlRUIlOEIiODk)

한국인터넷진흥원이 금융 정보가 유출되는 서버를 차단하고 백신이 호스트 파일 변경 여부를 체크하는 등 피해 예방에 나서자 해커는 이를 우회하기 위한 여러 가지 방법을 고안한다. 그 방법에는 ①VPN에 접속하여 피싱 서버 정보 획득하는 방법, ②중국 블로그 혹은 핀터레스트 등에서 피싱 서버 정보를 획득하는 방법 등이 있었다. 특히 두 번째 방법의 경우, 정보 유출 서버가 차단될 시 게시 글 하나 생성으로 쉽게 피싱 서버 정보를 변경할 수 있기 때문에 자주 사용되었다.

변경하여 가짜 피싱 사이트로 접속하도록 유도하였다. 뿐만 아니라 악성코드는 감염 PC에서 공인인증서 폴더(NPKI)를 찾아 압축하여 해커의 FTP로 업로드하였다. 해커, 총책, 인출책으로 구성된 조직은 복합적으로 수집한 금융정보를 이용해 금전을 탈취한 것으로 보인다. 실제 경찰은 지난해 11월 피해자 23명이 대포통장으로 송금한 1억5000만원을 범죄수익금 관리계좌로 송금한 혐의로 한국인 29명과 중국인 1명을 체포한바 있다<sup>7)</sup>.



<그림5>

'13년에 발견된 파밍형 악성코드는 사용자가 인터넷 뱅킹 중 입력한 계좌번호, 공인인증서 번호 등을 메모리에서 찾아 해커에게 유출하고 거래를 중단시켰다. 기존 인터넷뱅킹이 거래 중단 시 다음 거래에서 동일한 보안카드 번호를 사용하는 것을 악용하여 해커는 금전을 탈취했다. 또 다른 악성코드 유형은 감염된 PC의 DNS 서버를 자기 자신 아이피(127.0.0.1)와 구글 DNS(8.8.8.8)로 설정한 뒤 일반 사이트는 구글 DNS를 통해 아이피 정보를 가져오고 은행사이트의 경우 자기 자신을 거쳐 피싱 사이트로 포워딩하는 역할을 수행하였다.' 14년 해커는 감염 확대를 위해 비밀번호 설정이 취약한 공유기를 찾아 DNS 설정을

#### 4) 스미싱을 이용한 악성 앱 유포 및 금전 탈취

스미싱(smishing)은 문자메시지(SMS)와 피싱(Phishing)의 합성어로 스마트폰 사용이 보편화되며 발생한 신종 사이버 사기 수법이다.



<그림6> 연도별 파밍 악성코드 기법 변화<sup>8),9),10),11)</sup>

7) 파이낸셜 뉴스(2017.11.13.), 『고수익 알바에 솔깃.. 중국 보이스피싱 국내 인출책 일당 검거』 <http://www.fnnews.com/news/201711131219022839>

피해자가 문자메시지에 포함된 인터넷주소 (URL)를 클릭하면 악성앱이 설치되며 개인 정보, 금융정보 등이 유출되어 금전적인 피해를 일으키거나 이차 사이버 사기를 위한 수단으로 활용된다.

이러한 사칭 유형은 '15년~'17년에 걸쳐 다양한 주제를 활용하여 스미싱 사기가 이루어졌으나 최근에는 청첩장, 대출, 택배, 민원, 사진 및 동영상 클릭 유도로 단순화되었다.



<그림7> 스미싱 사기 연도별 사칭 유형 변화

'12년 처음 등장한 스미싱은 교통법규 위반, 청첩장 및 지인, 공공기관, 사회적 이슈 등을 사칭하였으며 주로 크롬, 구글플레이, 은행 및 대출서비스 앱, 백신 앱과 같이 정상 앱으로 가장하여 사용자를 속인다.

초창기 스미싱 악성 앱은 감염된 스마트폰에서 소액결제 관련 문자를 탈취하여 사용자 모르게 소액 결제를 진행하여 피해가 발생하는 유형이 많았다. 스미싱 사기는 점차 발전하여 PC에서 발생한 파밍형 악성코드와 유사하게 가짜 은행 화면에 정보를 입력하도록 유도하여 금융정보를 탈취하였다. 뿐만 아니라 유출지 서버 차단을 회피하기 위해 PC 악성코드와 동일하게 중국 블로그에 접속하여 유출지 서버 아이피 정보를 가져왔다.



<그림8>

또한 악성 앱은 스마트폰에서 공인인증서 저장 폴더를 찾아 압축한 뒤 중국 이메일 아이디와 패스워드로 로그인하여 공인인증서를 자기 자신에게 발송하였다. 이메일의 제목은 피해자 전화번호였으며 첨부파일은 압축한 공인인증서 파일이었다. 최근 악성 앱에서는

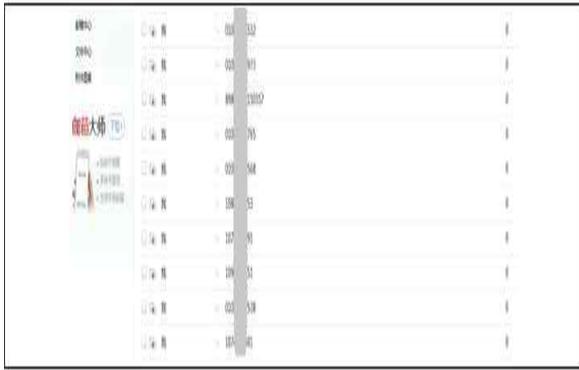
8) 하우리(2013), 『[주의] 인터넷 뱅킹 "계좌정보 변경하는 악성코드"』  
[https://www.hauri.co.kr/security/issue\\_view.html?intSeq=196&page=11&article\\_num=168](https://www.hauri.co.kr/security/issue_view.html?intSeq=196&page=11&article_num=168)

9) 안랩(2013)『이체 계좌번호까지 변조하는 악성코드 등장』  
[https://www.ahnlab.com/kr/site/securityinfo/secunews/secuNewsView.do?cmd=print&seq=21578&menu\\_dist=2](https://www.ahnlab.com/kr/site/securityinfo/secunews/secuNewsView.do?cmd=print&seq=21578&menu_dist=2)

10) 하우리(2014), 『새로운 방식의 파밍 악성코드』  
[https://www.hauri.co.kr/security/issue\\_view.html?intSeq=238&page=9&article\\_num=189](https://www.hauri.co.kr/security/issue_view.html?intSeq=238&page=9&article_num=189)

11) 한국인터넷진흥원(2014),『최근 피싱, 파밍 기법을 이용한 금융정보탈취 동향』  
[-https://boho.or.kr/filedownload.do?attach\\_file\\_seq=850&attach\\_file\\_id=EpF850.pdf](https://boho.or.kr/filedownload.do?attach_file_seq=850&attach_file_id=EpF850.pdf)

금융정보 탈취 유형보다는 대출 사기 유형이 발생하고 있는데 이는 “5) 보이스 피싱과 메신저 피싱 결합된 신종 사이버 사기”에서 살펴본다.

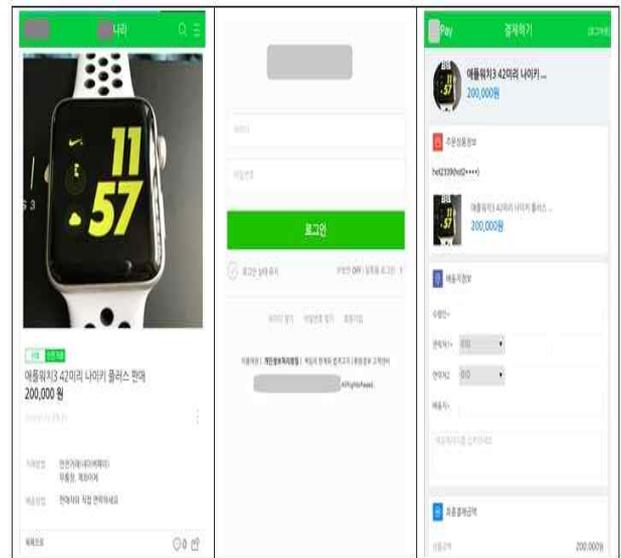


<그림9> 이메일을 통해 유출된 공인인증서

또 다른 스미싱 사기 유형은 메신저 등을 통해 가짜 포털사이트 로그인 URL을 보내어 아이디와 패스워드를 탈취한다. 이렇게 수집한 계정정보로 메일, 드라이브, 블로그에 접속하여 개인 사생활을 수집한다. 해커는 이렇게 수집한 개인정보로 지인에게 접근하고 추가 사이버 공격을 감행한다. 아래 그림은 한 단계 더 진화한 방법으로 포털사 쇼핑 페이지를 위장하여 싼 가격에 물건을 내놓은 것처럼 사용자를 속이고 아이디 및 패스워드 뿐 아니라 연락처 배송지를 입력하도록 유도한다.

피해자에게 정신적 스트레스를 주어 자살까지 이르게 하는 사이버 사기 범죄도 등장하는데 몸캠 피싱이다. 몸캠 피싱은 주로 나이 어린 남성에게 접근하여 음란한 행위를 유도하고 음성이 안 들린다는 이유 등을 핑계로

화상 채팅을 위한 앱을 설치하도록 한다. 설치된 악성 앱은 전화번호부, 사진 등을 해커에게 전송하며 해커는 추후 알몸이 담긴 동영상 등을 담보로 송금하라고 협박한다. 지난해 경찰은 3700명에게 55억원을 뜯어낸 중국 범죄조직의 국내 자금 총책 등 조직원들을 대거 검거하였다<sup>12)</sup>.



<그림10> 쇼핑 페이지를 가장한 아이디 패스워드 탈취 사례

### 5) 보이스 피싱과 메신저 피싱 결합된 신종 사이버 사기

메신저를 통해 지인을 사칭하여 송금을 요구하는 유형은 고전적인 수법으로 금융감독원에 따르면 ‘17년 1,407건 대비 ‘18년 9,601건으로 582.4% 증가하였다<sup>13)</sup>. 이러한 메신저 피싱은 진화하여 최근에는 보이스 피싱과 결합된 형태가 발견되고 있다. 해커는 저금리로 대출이 승인이 났다고 전화한 뒤 카카오톡 또는 문자를 통해 앱을 설치할 것을 권유한다. 이

12) 뉴시스(2018.9.3),『3700명에게 55억원 뜯어낸 몸캠피싱 조직원들 무더기 검거』 [http://www.newsis.com/view/?id=NISX20180903\\_0000408269&cID=10805&pID=10800](http://www.newsis.com/view/?id=NISX20180903_0000408269&cID=10805&pID=10800)

13) 금융감독원(2019.2.28), 『2018년 보이스피싱 피해액, 역대 최고수준!』 [http://www.fss.or.kr/fss/kr/promo/bodobbs\\_view.jsp?seqno=22106&no=14515&s\\_title=&s\\_kind=&page=22](http://www.fss.or.kr/fss/kr/promo/bodobbs_view.jsp?seqno=22106&no=14515&s_title=&s_kind=&page=22)

과정에서 “출처가 불분명한 앱” 설치를 허용하는 방법을 상세히 안내한다.

< 카카오톡을 이용한 악성 앱 설치 유도 > < 문자를 이용한 악성 앱 설치 유도 >



<그림11>

이렇게 설치된 악성 앱은 후후, 후스콜, 뭐야이번호, T전화 등 스팸 차단 앱이 설치되어있는지 확인한 후 피해자가 해당 앱을 사용하지 못하도록 방해한다. 또한 은행, 공공기관 등과 관련된 전화에 대한 목록을 보유하고 있다가 관련 전화 수신 시 보이스 피싱 조직에게 포위당한다. 따라서 진위여부 확인을 위해 대출 은행에 전화하더라도 피해자는 속을 수밖에 없다. 이 외에도 서울지방검찰청이라고 사칭한 뒤 범인이 검거되는 과정에서 본인의 계좌가 악용되어 소환장이 발급되었으니 특정 아이피에 들어가서 TeamViewer quick Suport 앱과 Add-On:[제조사명] 앱을 설치하라고 한 뒤 원격 조정하는

사례도 존재한다. TeamViewer의 경우, 일반회사가 제작하여 원격 제어를 위해 제공되는 정상 앱이나 보이스피싱 조직이 자주 악용하므로 주의가 필요하다.

### 6) 스피어피싱 이메일을 통한 사이버 공격 및 금전 탈취

스피어피싱이란 물속에 있는 물고기를 작살로 잡는 ‘작살낚시(spearfishing)’에서 기원한 용어로 주로 이메일을 통해 이루어지는 것이 특징이다. 불특정 다수에게 광고성 정보가 전송되는 스팸메일과 달리 스피어피싱은 금전적·정치적 목적 등을 위해 정보를 탈취하거나 악성코드를 설치하여 사이버 공격을 수행한다. 실제 ‘16년 구시퍼 2.0 해커는 미국 민주당 관계자에게 스피어피싱 이메일을 보내 계정 정보를 탈취한다. 탈취한 이메일 계정으로 내부에서 주고받은 이메일 내용을 들여다보는데 성공한 해커는 ‘위키리크스’와 함께 이메일 내용을 폭로한다. 이메일 내용에서 민주당 경선 관리가 힐러리 클린턴 후보에게 유리하도록 조성하는 당내 모의가 적나라하게 드러나 버니샌더스 후보지지자들이 힐러리 클린턴에게 등을 돌리는 사태가 발생한다. 결국 도널드 트럼프 공화당 후보가 힐러리 클린턴을 재치고 대통령이 되었다. 이러한 형태의 공격은 지능형 APT 공격이라고 불리며 국내의 경우 주로 공공기관이나 일반 기업에서 주로 사용하는 아래한글(.hwp), 스크린세이버(.scr, exe), 압축파일(zip)등이 이메일에 첨부되어 악성코드 감염으로 연계된다. 금전적 목적을 위해 스피어피싱 이메일을 이용하는 경우는 크게 두 가지인데 첫 번째는 무역회사를 상대로 한 사이버 사기이다. 해커는 먼저 수입자와 수출자에게 스피어피싱 이메일을

보내 계정 정보를 탈취하고 둘 사이의 모든 거래에 대해 파악한다. 수출자가 수입자에게 보낸 청구서를 가로채 수령인, 계좌번호, 은행 정보를 자기 자신으로 바꾸고 조작된 청구서를 수입자에게 전송한다.

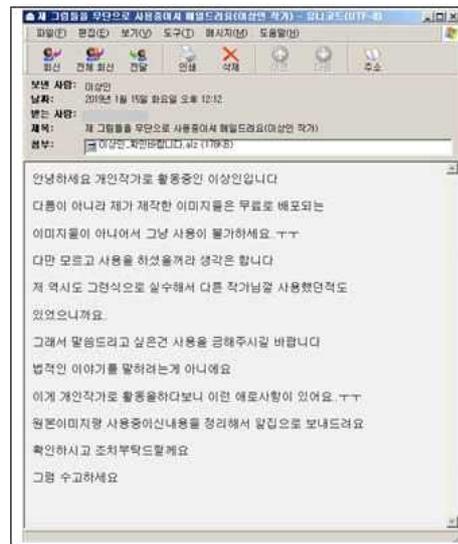
않아 어려움을 겪는 피해자도 발생하고 있다.



<그림12> 스피어피싱 이메일을 이용한 무역회사 대상 사이버 사기

수입자는 청구서를 참고하여 해커의 계좌로 물품비를 송금한다. 둘 간에 송금 문제로 다투고 있을 때쯤 해커는 수입자와 수출자에게 무역 업체 시스템이 해킹이 되어 모든 메일을 알고 있으니 정상적으로 무역업을 지속하기 위해 추가 입금을 하라고 종용한다.

그 밖에도 내부지침, 이미지 도용, 위반에 따른 과태료, 택배 배송장 등을 위장하여 랜섬웨어가 첨부된 스피어피싱 이메일을 유포하는 유형이 있다. '16년 이전에는 랜섬웨어가 첨부된 이메일은 주로 영어였으나 점차 한국어로 된 스피어피싱 이메일이 등장하여 피해가 증가하는 추세이다. 이메일에 첨부된 랜섬웨어 클릭 시 사용자 PC 내 파일들이 암호화되며 복호화키를 받기 위해 해커에게 암호화폐를 지불해야만 한다. 금액을 지불하고 복호화키를 받는 경우에도 복구가 되지



<그림13> 이미지 무단 사용 경고를 가장한 랜섬웨어 유포 메일

### 3. 대응방안

금전 목적으로 사용자를 속이는 해커는 피해자의 심리를 파악하고 사회 공학 기법을 통해 대출, 납치, 채용 등 다급한 상황을 이용한다. 이에 따라 아무리 다급한 상황이라도 한번 더 신중하게 생각하고 의심하며 이성적으로 대처해야 한다. 금융감독원이 발표한 보이스피싱 10계명에 따르면 정부기관을 사칭하거나, 대출 처리 비용을 빙자하여 입금을 요구하거나 개인정보 입력을 요구하는 경우 보이스피싱이므로 금융감독원, 경찰청 등에 즉시 신고 후 피해금 환급 신청하기를 권유한다. 금융감독원이 발표한 보이스피싱 10계명에 따르면 정부기관을 사칭하거나, 대출 처리 비용을 빙자하여 입금을 요구하거나 개인정보 입력을 요구하는 경우 보이스피싱이므로 금융감독원, 경찰청 등에 즉시 신고 후 피해금 환급 신청하기를 권유한다.

만약 파밍형 악성코드로 인해 가짜 은행 피

싱 사이트로 연결되었다면 주소창을 확인하고 정상 사이트가 맞는지 확인해야 한다. 또한 보안카드 번호와 같이 과도하게 많은 개인정보를 요구하는 경우, 일단 파밍을 의심해 보아야 한다. 메시지를 통해 지인을 사칭하여 송금을 요구한다면 해외에서 접속한 아이디인지 여부를 확인하고 지인에게 직접 전화를 걸어 정말 본인이 맞는지 확인한다. 저금리 대출을 빙자하여 해외 아이피 주소 혹은 도메인 주소에서 관련 앱 설치를 권유한다면 보이스피싱과 결부된 스미싱일 확률이 높으므로 주의를 요한다. 그러나 앞서 나열한 방법 외에도 해커는 지속적으로 변화된 방법으로 사용자를 속이므로 백신 설치, 스팸차단 앱 설치 등을 통해 피해를 예방하고 의심하는 습관만이 적으로부터 나를 지키는 방법일 것이다.<sup>14)</sup>KISO JOURNAL

**금융감독원 발표 보이스피싱 10계명**

- 1) 전화로 정부기관이라며 자금이체를 요구하면 보이스피싱 의심
- 2) 전화문자로 대출 권유받는 경우 무대응 또는 금융회사 여부 확인
- 3) 대출 처리비용 등을 이유로 선입금 요구 시 보이스피싱을 의심
- 4) 고금리 대출 먼저 받아 상환하면 신용등급이 올라 저금리 대출이 가능하다는 말은 보이스피싱
- 5) 납치협박 전화를 받는 경우 자녀 안전부터 확인
- 6) 채용을 이유로 계좌 비밀번호 등 요구 시 보이스피싱 의심
- 7) 가족 등 사칭금전 요구 시 먼저 본인 확인
- 8) 출처 불명 파일 이메일 문자는 클릭하지 말고 삭제
- 9) 금감원 팝업창 뜨고 금융거래 정보 입력 요구 시 100% 보이스피싱
- 10) 보이스피싱 피해발생 시 즉시신고 후 피해금 환급 신청

<그림14>

14) 한겨레(2016.12.30),『러시아의 미 대선개입 해킹, 어떻게 진행됐나?』  
<http://www.hani.co.kr/arti/international/america/776799.html>

# PCH(Packet Clearing House)

KISO 기획팀

<Keyword>

PCH, 국제비정부기구, 인터넷 인프라 구축

“인터넷 경제는 인터넷의 체계적인 분류와 불가분의 관계에 있다. 인터넷은 더 작은 네트워크로 구성된 네트워크다. 그 작은 네트워크들은 네 가지 뚜렷한 성장 단계를 가지고 있으며, 그 네트워크들은 오직 두 가지 방식으로 상호 연관되어 있다. 네트워크가 취할 수 있는 네 가지 형태와 상호 연결할 수 있는 두 가지 방식을 이해한다면, 인터넷의 위상, 인터넷의 가치를 창출하는 방법, 그리고 그 대가를 지불하는 방법을 이해하게 될 것이다.” 작년 11월, 주한미국대사관에서 주최한 ‘국경 없는 인터넷 속에서 디지털 주권 지키기’ 주제의 토론회에서 빌 우드 록 PCH(Packet Clearing House) 사무총장의 발표 내용 중 일부이다.

## 1. PCH; Packet Clearing House

PCH는 망중립성과 망상호접속에 대해 주요 인터넷 인프라를 구축 및 지원하는 국제 비정부기구이다. 1994년 크리스 앨런과 마크 켄트가 미국 서부 해안을 위한 효율적인 로컬 네트워크 상호 연결 대안을 제공하기 위해 설립되었다. 그 후 중



<그림1> (출처:PCH 공식 홈페이지)

립적인 독립 네트워크 상호 연결의 선도적 지지자로 성장했고, 전 세계의 주요 접속 지점에서 경로 서버 제공 등 인터넷 인프라 구축 및 지원을 하는 대표적인 국제 비정부기구가 되었다.

PCH는 국제 조직으로써, 인터넷 교환 지점과 도메인 이름 시스템의 핵심을 포함하여 중요한 인터넷 인프라에 대한 운영 지원 및 보안을 제공하며, 이러한 책임을 완수하기 위해 그들은 전 세계 공중 인터넷 익스체인지 포인트(IXPs)의 약 1/3에서 일반 안경과 데이터 수집 시설을 운영한다. 또한 세계에서 가장 큰 애니 캐스트 DNS 네트워크를 운영하여 3개의 DNS 루트 문자와 400개 이상의 최상위 도메인을 호스팅한다. 이 서비스들 각각에 의해 정상적으로 생성되는 트래픽

은 적지만, 각각은 인터넷 인프라 커뮤니티에 독특하고 필요한 서비스를 제공하며 그들의 중요성은 분산된 서비스 거부(DDoS) 공격으로부터 네트워크를 보호할 수 있는 충분한 상호 연결 대역폭을 제공해야하는 것이다. 많은 지역에서 PCH는 외부의 고성능 이름 확인 플랫폼을 사용하고자하는 사용자를 위해 보안 및 개인 정보 보호 기능이 있는 공공서비스인 Quad9.net<sup>1)</sup> 개방 재귀적 확인 시스템으로의 전송을 제공한다.

## 2. PCH의 시스템 운영 방식



<그림2> 2018년 540개 IXP 분포도  
(출처:PCH 공식 홈페이지)

2018년 기준으로 주요 PCH 프로젝트에는 전 세계 약 500개의 인터넷 교환 지점(IXPs)의 절반 가까이의 구축 및 지원하는 것이 있다. INOC-DBA<sup>2)</sup> 글로벌 인터넷 인프라 보호 핫라인 통신 시스템을 운영하며, 루트 네임 서버를 포함한 전 지구적 모든 방송 도메인

이름 시스템(DNS<sup>3)</sup>) 자원 지원 등이 포함된다. 400개 이상의 TLD<sup>4)</sup>; 싱가포르, 취리히, 산호세에 시설을 갖춘 유일한 FIPS<sup>5)</sup> 140-2 레벨 4 글로벌 TLD DNSSEC<sup>6)</sup>키 관리 및 서명 인프라를 운영한다. 3개 이상의 국가에서 네트워크 연구 데이터 수집 이니셔티브 구현, 교육 매트의 개발 및 프레젠테이션정책 입안자, 기술자 및 일반 대중 사이에서 인터넷 구성 원리와 그들의 정책적 의미를 더 잘 이해하도록 촉진하기 위해 교육 자료를 개발하고 발표한 바 있다. PCH의 500개 이상의 기관 기증자 중에는 인터넷 서비스 제공자(ISP)가 트래픽 경로를 최적화하고 비용을 절감하고 대중에게 전달되는 인터넷 서비스의 성능을 향상시키는 데 도움을 주는 오픈소스 소프트웨어 도구 개발에 PCH를 후원하는 Soros Open Society Institute<sup>7)</sup>(소로스 오픈 소사이어티 연구소)가 있다. PCH는 미국 통신 교육 연구소(USTTI)와 긴밀히 협력하여 현재 통신 규제, 인터넷 인프라 구축 및 관리, 도메인 네임 시스템 관리 및 인터넷 보안에 대한 강좌를 제공한다. 매년 워싱턴 D.C.에서 3회, 80~100개의 워크숍을 통해 전 세계적으로 강의를 진행하고 있다.

## 3. 글로벌 산업의 자율규제 필요성

- 1) 개인 정보 보호 및 보안 중심의 공개 DNS 결정자를 운영하기 위해 IBM,PCH(Packet Clearing House), GCA(Global Cyber Alliance) 및 기타 여러 사이버 보안 기관에서 지원하는 비영리 공익 단체.
- 2) Inter-Network Operations Center Dial-By-ASN, 네트워크 간 운영 센터 다이얼 바이-ASN, 핫라인 전화시스템-중요한 네트워크 운영 센터 및 보안 사고 대응 팀을 연결하는 PCH에 의해 배포 및 관리되는 글로벌 음성 전화 네트워크.
- 3) Domain name system, 호스트의 도메인 이름을 호스트의 네트워크 주소로 바꾸거나 그 반대의 변환을 수행할 수 있도록 하기 위해 개발된 시스템.
- 4) Top-level domain, 인터넷에서 도메인 네임의 가장 마지막 부분을 뜻함.
- 5) Federal Information Processing Standard, 연방 정보 처리 표준.
- 6) Domain Name System Security Extensions, 도메인 이름 시스템 보안 확장 호스트와 DNS 데이터 간의 통신 인증을 활성화하는 DNS 확장 집합.
- 7) 비즈니스 거물인 조지 소로스가 설립한 국제 보조금 지급 네트워크. 현재는 오픈 소사이어티 재단(OSF)으로 불림.

빌 우드 콕 사무총장은 작년 국내 세미나에도 참석한 바 있으며, “글로벌 산업의 자율규제는 균일하고 공정한 거래와 원칙을 만들어왔으나 통신사는 예외적으로 보편적인 산업계 표준을 따르지 않는 아웃라이어인 경우가 종종 있다. 세계의 각 정부는 균일하고 투명한 상업법을 제공함으로써 네트워크 및 관련 생태계에 기여해야 한다.”고 밝혔다.

지난 4월 KSF(코리아스타트업포럼)-PCH 주최의 글로벌 포럼에서는, 5G시대를 맞아 국내 네트워크 정책과 국제 규범을 비교해보며 국내 스타트업을 위한 향후 과제에 대해 논의를 하였다. 또한 국내외 네트워크 전문가들이 5G시대 망중립성 원칙과 국내 상호접속 고시의 효용성에 대해 의견을 제시하기도 하였다. KISO JOURNAL

[ 참고문헌 ]

[1] [www.pch.net](http://www.pch.net)

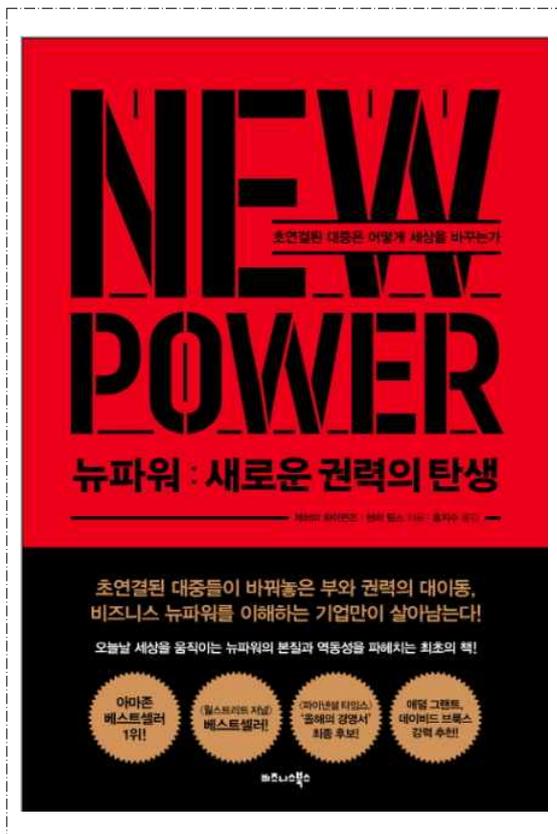
[2] Bill-Woodcock-Korea-Interconnection-Workshop-Nov-2018. 발제문

# 제러미 하이먼즈 저, 『뉴파워 : 새로운 권력의 탄생』

이희옥 / KISO저널 편집위원(네이버 서비스정책실 차장)

〈Keyword〉

신권력, 신권력나침반, 연결사회, 전층사회, 흐름



## 뉴파워 : 새로운 권력의 탄생

저자	제러미 하이먼즈
역자	홍지수
출판사	비즈니스북스
출간일	2019년 01월 30일

## 연결사회, 신권력 주인으로서의 초대

인터넷의 확산, 디지털화와 네트워킹에 기반한 지식정보화 시대를 지나오면서 데이터 권력이라는 주제로 수많은 담론이 오갔다. 많은 미래학자들이 데이터 권력의 등장을 예견했으며, 미래 사회는 데이터를 장악하는 자가 주도한다는 가치관이 자리 잡았다. 20세기 부국이 원유 생산국이었다면 21세기 이후는 정보를 선점하는 자가 강자로 군림하는 것으로 여겨진다. 미국의 경우 20세기 들어 세계 최대 산유국의 지위를 지켜왔지만, 지금에 이르러서는 대다수 거대 글로벌 IT 기업들이 미국에 기반을 두고 있을 만큼 데이터 부국으로서의 위상을 갖추고 있다.

그런데 데이터를 자원이라 생각하고 가치를 연구하면 할수록 이상한 점이 있다. 기존에 중시되어 온 유형적 가치와 달리, 데이터는 그 활용이 활발해져 갈수록 양이 늘어나고, 도리어 빅데이터 처리 비용이 감소한다는 점이다. 이러한 특성으로부터 데이터를 소유하고 그 가치를 실현시키기 위해서는 정보에 대한 접근성을 높이고, 투명하게 공개하는 것이 더 유리한 선택인지도 모르겠다는 생각이 든다. 정보의 속성상 데이터는 자유롭게 이동해야 함에도 그동안 정보주체와 기업, 국가들은 프라이버시, 정보주권, 데이터 경제와 같은 저마다의 이유들로 데이터의 통제를 주장해왔으며, 한편으로 그 활용을 위해서도 애써왔다. 이 책은 많은 사람들이 데이터를 둘러싼 가치 배분에 뾰족한 수 없이 갈피를 못 잡고 방황할 무렵, 영리하게도 관점을 달리할 것을 조금은 단도직입적으로 권유하고 있다. 다양한 플랫폼 기업들의 사례를 통해

서 저자는, 데이터 권력의 작동 메커니즘은 과거의 물질적 권력 개념에서는 해결이 안 되는 것이며, 정보의 흐름이 형성되는 방향과 힘을 제대로 파악할 때 의도하는 목적에 도달할 수 있을 것이라는 논조를 이끌어 나간다.

첫 장을 펼치자마자 ‘권력이란, 의도한 결과를 얻는 능력이다.’ 라는 버트런트 러셀의 말을 화두로 꺼내면서, 저자는 무엇인지도 모를 에너지를 우선 어떻게 작동시킬 것인지에 시선을 집중시킨다. 그리고 권력은 무엇이고 어디에 있는지를 떠올리는 그 순간, 바로 지금 세상에 공존하는 구권력과 신권력의 존재를 인식시킨다. 구권력은 소수에게 독점되어 폐쇄적이다. 한번 권력을 지닌 지도자만이 그 힘을 주도하기에 일방향으로 작동한다. 한편으로 연결된 사회망을 통해 형성된 신권력은 다수가 공유하는 것부터가 구권력과는 다르다. 신권력은 개방적이면서 참여적이기 때문에 누구라도 주체가 될 수 있다. 신권력은 동료 집단이 주도하며, 에너지를 일정한 방향으로 흐르게 하는 것을 목표로 한다. 저자는 구권력이 화폐(currency)와 같이 작동한다면, 신권력은 일종의 흐름(current)으로 대비된다고 한다. #미투 운동, 페이션츄라이크미의 환자들, 아이스버킷 챌린지와 같은 신권력들은 기존의 정치와 산업을 뒤흔드는 정도의 막강한 영향력을 행사하였다. 이 사건들에서는 평범한 이들이 주인이고 그들은 능동적으로 힘을 만들어 냈으며, 새로운 힘은 촘촘한 연결망과 수평적인 참여자들로 투명하게 유지되어 행사되었다. 더구나 그 참여에는 회비가 들지 않고, 성과는 문제되지 않는다. 오직 참여만으로 인정을 받는다고 하니 불편하지가 않다.

신권력이 사회 전반에 영향을 미치자 오늘날 기업이나 조직은 신권력 모델을 채택하면서도 나름의 사정에 맞게 구권력 모델을 혼용한다. 저자는 기업이나 조직이 신권력의 가치들을 어떻게 수용하는지를 분석하기 위한 도구로서 ‘신권력 나침반’이라는 차트를 고안했다. 책의 내용을 좀 더 소개하면, 차트의 가로축은 구권력 또는 신권력의 가치를 표방한 정도의 척도를 표시하고, 세로축은 구권력과 신권력 중 어떤 모델을 채택했는지를 표시해, 조직이 선택한 전략을 추적할 수 있게 보여준다. 이에 따르면 페이스북과 우버는 구권력의 가치를 취하면서 신권력의 모델을 채택하는 ‘융합주의자’이고, 에어비앤비나 위키피디아와 같은 조직은 신권력 모델과 신권력의 가치를 표방하는 ‘균중’이다. 균중 아래 구간은 ‘응원단장’으로, 신권력을 가치를 수용한 구권력 모델들로 올드미디어인 가디언, 파타고니아가 있다. 응원단장은 외부와 소통하지는 않지만, 소비자나 독자들의 참여를 독려함으로써 신권력을 수용한다. 마지막으로 구권력 모델과 구권력의 가치를 추구하는 조직들이 속하는 ‘성주’구간이 있다. 성주 구간에는 제조업과 같은 전통적 산업을 영위하는 기업이나 미국 국가안보국과 같은 국가 조직들이 속한다. 그런데 저자는 애플 또한 이 구간에 드는 것으로 이해하며, 오히려 애플은 비밀스럽고 협력하기 어려운 체제를 통해서 소비자들이 원하는 상품을 제시하고 소비를 유인하는 전술을 펼치는 기업임을 보여준다. 신권력이 득세하는 시대라도 역량 있는 구권력들은 여전히 성공적으로 목적을 이뤄낸다는 점을 간과하지 않을 만큼 이 책은 힘이 존재하는 현상 그대로를 설명한다.

저자는 대중이 주도하는 신권력에 대해서

밝은 면만을 조명하지는 않는다. 트럼프가 미국 대선에 승리하기 위한 도구로써 신권력을 이용한 사례와, ISIS가 끔찍한 목적을 달성하는데 신권력을 악용하는지에 대해서도 조목조목 설명한다. 또한 연결된 사회로부터 극우집단의 열정이 어떻게 폭발했는지도 가감 없이 보여준다.

연결사회에서 페이스북, 우버는 신권력을 형성한 대표적인 플랫폼이다. 그러나 정작 공유의 힘을 만들어낸 20억이 넘는 사용자는 페이스북이라는 거대 플랫폼의 운영이나 알고리즘에는 접근할 수 없다. 페이스북의 알고리즘은 정치와 사회, 선거에 영향을 미칠 만큼 중대한 권력을 행사하고 있지만, 막상 이용자들의 의도와는 달리 그 힘이 이용되더라도 대중들은 그것을 전혀 눈치채지 못하기도 한다. 이들을 새로운 플랫폼 독재자라고 명명하지만 신권력을 이용해 군림하는 세력에 대해서도 밝혀줌으로써 그들과의 투쟁에서 승리할 수 있는 길을 세심하게 제시하고 있는 것이 이 책의 묘미이다. 특히 제10장에 이르러 전미총기협회가 신권력을 이용해 혼합된 전략으로 블룸버그의 자금력에도 아랑곳하지 않고 승리했는지를 드라마틱하게 소개하고 있는 대목에서는 엄청난 힘이 소용돌이치는 태양의 눈을 발견한 느낌마저 들게 한다.

연결사회는 거부할 수 없는 흐름이다. 그 흐름 안에서 우리는 스스로 중심이 되어 소통하고, 나아가면서 힘을 만들어가고 있다. 하지만 그 힘의 실체를 제대로 이해하지 못하고는 단순히 흐름에 휘둘리고 말 것이다. 이 책은 새로운 신권력을 단순히 부리기보다는 그 흐름과 힘을 이해하는 것에 주안점을

둔다. 친절하게도 제11장에서는 디지털화된 일상에서 많은 조직들이 고민하는 문제로 구세대와 신세대간의 갈등을 분석하고, 밀레니얼 세대와 어떻게 교감하고 목적을 달성할 것인지를 제시하고 있다. 논의의 중심부로 갈수록 새로운 흐름에서는 기업뿐만 아니라 개인도 직장 내에서 신권력의 언어를 구사할 기회를 얻어 효과적으로 일할 수 있을 것만 같다. 이미 한국의 많은 기업들이 직급을 탈피하고 수평적 조직문화를 시도하고 있다. 그런데도 여전히 기업문화에 변화가 없다면 구권력 모델에서도 소셜 네트워크와 같은 피드백 루프를 만들어 도파민을 만들어내는 것은 어떨까.

오늘날 대중들은 과거와 다른 지위와 힘을 갖게 되었다. 하지만 잘 알고 있듯이 대중은

때때로 정보의 흐름을 장악한 자로부터 소외당하기도 한다. 그럼에도 불구하고, 반박할 수 없는 점은 신권력은 에너지를 갖고 있으며 이를 이용할 수 있는 기술을 이해하고 이용한다면 ‘연결된 사회’이기에 누구나 그로 인해 승자가 될 수 있다는 것이다. 책의 전반에 걸쳐 저자는 담담하게 목소리를 이어가지만 평범한 사람들이 주인의식을 갖고, 사회 전체와 소통하는 전층 사회를 추구하고 있다.

이제 신권력을 이해하고 활용하는 것은 연결사회를 살아가는 누구에게나 필요한 일이다. 누구라도 이미 진행되고 있는 거대한 권력의 물결에서 그 흐름과 진행 방향을 놓치고 싶지 않다면, 이 책을 지침서로 활용해보면 좋을 듯하다. KISO JOURNAL

## KISO, 2019년 워크숍 개최...미래 사업 방향성 논의



〈사진〉 지난 6월 20일부터 21일까지 제주도에서 2019년 KISO 워크숍이 개최되었다. KISO 산하 위원회 소속 위원과 회원사 담당자, 사무처 직원 등이 참여하였고 KISO의 미래 방향성에 대한 논의를 진행 하였다.

한국인터넷자율정책기구(KISO)는 지난 6월 20일부터 1박 2일의 일정으로 제주시 카카오 스페이스닷원에서 〈2019년 KISO 워크숍〉을 개최하였다.

KISO 정책위원회, 저널편집위원회, 인물정보 서비스 자문위원회, 온라인 청소년 보호체계 구축위원회, 네이버 검색어 검증위원회 위원들이 대거 참석하였고, 네이버, 카카오, SK컴즈 등 회원사 담당자들도 함께 참여해 자리를 빛냈다.

이번 워크숍에서는 KISO 10주년을 맞아 앞으로의 KISO 방향성에 대한 심도있는 논의가 진행 되었다. 사무처 신익준 처장의 KISO 10년간 성과와 활동 등에 대한 프레젠테이션을 시작으로, KISO 위원과 회원사 담당자가 의견을 교환하였다.

KISO 사무처는 이번 워크숍에서의 논의를 바탕으로 미래 사업 방향성과 관련한 리포트를 작성하고 이를 8월 예정인 이사회에 보고할 예정이다. KISO JOURNAL

<KISO저널 제35호>

발행일 2019. 06. 28.

발행인 여민수

발행처 (사)한국인터넷자율정책기구

표지디자인 망고보드

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 공식적인 견해와 다를 수 있습니다.

◆ KISO저널 35호의 본문은 '한겨레결체'로 작성되었습니다.

◆ (사)한국인터넷자율정책기구의 허가 없이 본 내용의 무단전제나 복제를 금지합니다. 내용에 관한 문의가 있으시면 문의처로 연락주시기 바랍니다. (문의 02.6959.5204)

<편집위원>

황창근 교수(홍익대 법과대학)

권헌영 교수(고려대 정보보호대학원)

김유향 팀장(국회입법조사처 과학방송통신팀)

김학웅 변호사(법률사무소 Codex 변호사)

구본권 선임기자(한겨레신문)

김훈건 팀장(SK커뮤니케이션즈 경영전략실)

최창근 부장(카카오 정책협력팀)

이희옥 차장(네이버 서비스정책실)

편집간사/장세리 연구원(KISO기획팀)



ISSN 2287-8866(Online)