

KISO JOURNAL

기획동향

언택트공연 및 공연 영상화를 둘러싼 저작권 이슈 | 김병일
코로나 시대의 디지털 격차와 극복과제 | 성봉근

법제동향

온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안 분석 | 구태연

국내외주요소식

‘검색 앱 선택제’ 소송의 의미와 여파 | 구본권
개똥녀에서 디지털교도소까지, 프로파일링과 집단적 모욕주기의 사이에서 | 강태욱
소셜 미디어의 미국 선거 관련 자율규제 동향 | 김익현

이용자섹션

국내 포털의 ‘아동·청소년 보호’ 자율규제 정책 | 박엘리
승승장구 K-웹툰, 더욱 발전하기 위해 필요한 점은 | 지승현

문화시평

포르펠릭스그지바치 저, <뉴 엘리트> | 이명진
미국 다큐멘터리, <소셜딜레마> | 이성엽

KISO NEWS



언택트공연 및 공연 영상화를 둘러싼 저작권 이슈

김병일 / KISO저널 편집위원, 한양대학교 법학전문대학원 교수
(kimbyungil@hanyang.ac.kr)



1. 들어가는 말

코로나19(COVID-19)의 대유행 및 장기화로 공연이 연기되거나 취소되면서 공연계는 생존 차원에서 ‘언택트공연¹⁾’ 등 다양한 공연 모델을 선보이고 있다.²⁾ 공연계는 온라인 공연 영상화 작업을 통해 정보통신기술을 활용하여 공연 시장의 공간적·시간적 제약을 극복하려는 노력을 지속해왔다.³⁾ 코로나19 이전에도 기존 공연물을 촬영 후 편집한 것을 VOD 서비스 하거나, 오페라나 뮤지컬 등의 공연을 영화관에서 동시상영 혹은 온라인을 통하여 생중계한 사례가 적지 않다. 최근에는 뮤지컬 작품들이 온라인에서 무료로 공개되기도 하고, ‘광영

소나타’, ‘모차르트!’, ‘잃어버린 얼굴 1895’ 등 뮤지컬 작품들이 온라인에서 유료로 공연됐다. 게다가 ‘NT Live at Home Donation’, 메트로 오페라 at Home Gala, 네이버TV 후원 기능을 활용한 공연 라이브⁴⁾ 등과 같은 후원제가 온라인 공연 활성화에 주목을 받았다. 대중음악 공연의 경우, 코로나19 여파로 비대면 소통이 확산되고 있는 가운데 스마트폰이나 모니터 화면으로 실시간 공연을 감상하는 ‘온라인 스트리밍 콘서트’, 이른바 ‘랜선 콘서트’는 팬들과 소통하는 새로운 공연 문화와 수익 창출 가능성까지 보여주고 있다.⁵⁾ 특히 온라인 공연이라는 특성을 살린 AR 합성 기술(Live Sync Camera Walking) 등을 도입하여 실제 공연을

- 1) 비대면 공연, 스트리밍 공연, 언택트(untact) 공연, 온라인 공연, 온택트(ontact) 공연 등 다양한 용어로 혼용해서 사용되고 있다.
- 2) 공연계 대응과 어려움에 대해서는, 강애란, “언택트시대 온라인공연...”접근성 높아졌지만 촬영구도 등 한계”, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20201006030800005>(연합뉴스 2020.10.6.일자) 참조.
- 3) 공연계의 온라인 공연/영상화 작업에 대한 자세한 소개는, 홍승기, “언택트 사회의 온택트 공연에서의 저작권 쟁점 - 한국의 상황”, 2020 저작권학술대회자료집, 2020, 6-11쪽.
- 4) 네이버TV 후원 기능을 활용한 공연라이브 관련 정보는 https://blog.naver.com/nv_ac/222072935732 참조.
- 5) 언택트 공연의 대표적 사례는 BTS의 2020년 6월 14일 개최된 방방콘 더 라이브 공연(107개국 75만 3천여명 동시 접속, 수익 262억원)과 2020년 10월 10일~11일 맵 오브 더 솔 윈(MAP OF THE SOUL ON:E) 공연(191개국 99만3000여명 동시 접속, 수익 491억 원)이다. 권세진, “언택트 공연과 음악저작권의 이용허락”, 2020 저작권학술대회자료집, 한국저작권위원회 2020, 48쪽

생중계했으며 쌍방향 소통까지 이뤄내면서 새로운 비대면 문화를 만들고 있다.⁶⁾ 향후 유료 온라인 콘서트 전용 플랫폼을 통한 온라인 공연과 오프라인 공연을 결합하여 또 다른 시너지 효과를 창출할 수 있을 것이라는 기대를 받고 있다.

코로나19 상황은 공연계가 살아남기 위한 중요한 수단으로 공연의 온라인·영상화를 심각하게 고민하도록 만들고 있다. ‘공연 영상화’는 기존 공연물의 영상작업이 아니라, 공연 실행 전막을 유상 혹은 무상으로 유통할 목적으로 기획하고 공연 전막(全幕)의 영상을 제작하는 것을 말하고, 나아가 온라인을 통해 서비스를 제공한다.⁷⁾ 다만, 현장성과 일회성이 공연 예술의 본질인 만큼 공연을 온라인·영상화하는 것에 대한 우려가 적지 않다.⁸⁾ 특히, 오프라인 공연으로 계획되었던 사업들이 온라인 공연으로 변경되면서 오프라인 공연 시장에 대한 침체뿐 아니라 저작권 침해 문제에 대한 염려도 있다.⁹⁾ 공연과 영상의 결합은 새로운 문화와 비즈니스 영역으로 부상하고 있지만, 저작권의 귀속 및 권리처리와 수익배분 등 다양한 법적 문제가 발생할 가능성도 존재한다. 이하에서는 오프라인 공연 시장의 대안으로 주목을 받고 있는 언택트 공연과 공연의 영상화를 둘러싼 저작권 문제를 검토한다.

2. 언택트 공연과 공연의 영상화를 둘러싼 저작권 쟁점

(1) 공연과 저작권

공연법상 ‘공연’이란 음악·무용·연극·연예·국악·곡예 등 예술적 관람물을 실연에 의하여 공중에게 관람하도록 하는 행위를 말한다.¹⁰⁾ 저작권법상 ‘공연’이란 저작물 또는 실연·음반·방송을 상연·연주·가창·구연·낭독·상영·재생 그 밖의 방법으로 공중에게 공개하는 것을 말하며, 동일인의 점유에 속하는 연결된 장소 안에서 이루어지는 송신(전송을 제외한다)을 포함한다.¹¹⁾ 저작권법은 공연을 ① 사람의 실연에 의해 저작물을 공중에게 공개하는 것, ② 복제물이나 방송을 전자장치를 통해 전달하는 것, ③ 동일인의 점유에 속하는 연결된 장소 안에서 이루어지는 송신에 의한 이용형태로 보고 있다. 따라서 공연법상 공연이나, 기존 공연 영상을 언택트 상영하거나 무관중 공연 스트리밍 서비스를 통하여 작품을 제공하는 것은 저작권법상 공연에 해당한다. 공연의 정의에 따라 재생의 대상이 되는 것은 공연권의 객체가 되고, 공연물은 그 자체가 재생의 대상이 되므로 공연권의 대상이 된다. 재생의 도구는 현재 또는 장래의 모든 기술적 장치를 포함한다.

6) 장윤정, “[K-팝] 언택트 콘서트, 전 세계 팬 걸잡시키는 새로운 탈출구”, <https://www.ajunews.com/view/20201119141657529>(아주경제.2020.11.20.일자) 참조.

7) 홍승기, 앞의 글, 4쪽.

8) 예컨대, 오프라인 공연 자체가 영상 매체와는 맞지 않는다고거나 온라인으로 공연을 감상하는 경우, 오프라인 티켓이 팔리지 않을 것이라는 우려 등으로 인하여, 공연계에선 온라인 상영에 대한 거부감이 상당히 크다고 한다. 이철남, “공연 시장 참여자들의 이해관계와 온라인 공연/영상화의 법적 쟁점들”, 2020 저작권학술대회자료집, 한국저작권위원회 2020, 23-24쪽.

9) 박지영, “공연영상화 현장에서 경험하는 저작권 등 관련 실무”, 2020 저작권학술대회자료집, 한국저작권위원회 2020, 55쪽.

10) 공연법 제2조 1호.

11) 저작권법 제2조 3호.

최근 영상화 공연을 유통하기 위한 무료 및 유료 플랫폼이 개발되어, 공연이 실시간 스트리밍 서비스되거나 그 영상이 편집되어 제공되기도 한다.¹²⁾ 플랫폼을 통하여 제공되는 실시간 스트리밍 서비스는 공중송신에 해당하고, 그 서비스 태양에 따라 저작물의 복제와 동시에 공연이 행해질 수 있다.¹³⁾ 예컨대, 어느 플랫폼이 음악이나 영상파일을 이용자의 디바이스에 송신하면서 영구적 저장을 가능하게 하여 음악이나 영상을 즐길 수 있도록 한다면, 플랫폼 운영자는 공연권뿐 아니라 복제권과 공중송신권에 대한 이용허락도 받아야 한다.¹⁴⁾

(2) 공연의 영상화와 저작권 이슈



공연 영상화를 전제로 공연을 기획·제작하는 경우 다양한 이해관계자들의 권리관계 처리와 수익 배분이 매우 중요하다. 저작물 창작을 단순 기획하거나 또는 제작을 기획하였지만 타인에게 제작을 위탁한 자는 단독 저작자는 물론 공동저작자로도 될 수 없다. 기획뿐 아니라 저작물 제작에 창작적 기여를 한 위탁자는 공동 저작자가 될 수 있다. 기본적으로 창작적 기여 정도에 따라 저작자 지위 부여 여부가 결정되지만, 실제 저작물을 작성한 사람이 저작자라고 보아야 할 것이다. 따라서 공연제작사는 뮤지컬, 연극, 음악, 무용 등 공연예술의 기획, 개발, 제작, 유통 분야의 업무를 전문적으로 수행하는 사업자로서 작품을 기획 및 제작하는 과정에서 중요한 역할을 했다고 하더라도 악곡이나 각본 등에 구체적으로 창작적인 기여를 하지 않으면 해당 작품에 대한 저작자가 되지 못한다.¹⁵⁾ 공연제작사는 경우에 따라서 뮤지컬 작품 등의 대본이나 악곡 등이 업무상 저작물에 해당하는 것으로 주장할 수도 있지만, 창작자들의 창작 형태와 의식 수준, 업계의 관행, 법원의 태도 등을 고려할 때 그것들이 업무상저작물로 인정받기는 쉽지 않다.¹⁶⁾ 따라서 공연제작사는 공연 시장에서 다른 이

12) 홍승기, 앞의 글, 8쪽.
 13) 2020 저작권법 전부개정(안)에 의하면, 영상이 실시간 송신되는 경우 저작권법상 어떤 개념 하에 포섭될 것 인지의 여부에 대하여, 공중송신의 하위개념인 디지털송신이라는 별개의 개념에 포섭되는 것으로 하고 있다. 전재립, “2020 저작권법 전부개정(안)의 주요쟁점(상)”, 저작권문화 2020년 11월호(제315호), 7쪽.
 14) 일본 저작권법상 음악저작물을 디지털 미디어에 저장하지 않고 이용자로 하여금 듣게 하는 것은 공중송신권 만이 적용된다고 해석하는 견해가 있다. 왜냐하면, 동법 제2조가 공중송신에는 공연에 해당하는 권리를 제외하도록 규정하고 있기 때문이라는 것이다. 자세한 내용은 Gervais, Daniel J., “Transmissions of Music on the Internet: An Analysis of the Copyright Laws of Canada, France, Germany, Japan, the United Kingdom and the United States”, 34 Vand. J. Transnat’l L. 1363, 2001, at 1383.
 15) 왜냐하면 우리 법원은 뮤지컬 등 연극저작물에 대하여, 뮤지컬은 그 악곡, 대본 등이 독립하여 개별적으로 이용이 가능한 저작물이고, 경우에 따라서는 무대장치가 미술저작물이 될 수 있으며 연기의 형이 연극저작물이 될 수 있으므로 뮤지컬을 공동저작물이 아니라 결합저작물로 보고 있기 때문이다. 대법원 2005. 10. 4.자 2004마639 결정.
 16) 법원이 뮤지컬 작품을 업무상저작물로 인정한 대표적인 사례는 서울고법 2002. 10. 15. 선고 2002나986 판결(지저스 크라이스트 슈퍼스타 사례)이다. 그러나 ‘사랑은 비를 타고’ 사례에서 기획자/제작자였던 원고들은 업무상저작물에 해당한다고 주장했지만 법원은 이를 받아들이지 않았다(서울고법 2007. 5. 22. 선고 2006나 47785 판결). 이철남, 앞의 글, 26-27쪽.

해관계자들과 다양한 계약을 통해 사업을 수행해 갈 수밖에 없다.

공연제작사가 소설이나 웹툰 등 원작을 바탕으로 연극이나 뮤지컬 등의 공연 작품을 제작할 경우에는 원작의 저작권자로부터 저작물 이용허락을 받아야 한다. 또 공연제작사가 작품의 공연 온라인·영상화를 진행하고자 할 경우에는 원작이용허락계약에 온라인 공연·영상화 사업을 반드시 포함하여야 한다. 이는 각본, 음악, 안무, 미술 등 공연 작품에 포함된 개별 저작물의 저작자들과의 관계와 실연자와의 출연 계약에서도 마찬가지이다.¹⁷⁾

한편, 공연제작사가 공연의 촬영 및 영상제작 등을 외부의 전문 영상제작사 등에 의뢰하는 경우에는 공연영상물의 저작권의 귀속 등에 관한 사항을 반드시 협의해야 한다.¹⁸⁾ 또 공연영상물이 창작물로서 영상저작물성이 인정되는 경우, 그 영상저작물의 제작에 있어 그 전체를 기획하고 책임을 지는 자가 누구인지를 정할 필요가 있다. 공연작품을 영상화한 경우 영상제작자가 누구인지를 결정하기 위해서는 영상물의 내용에 관한 기획 등에 참여한 정도, 제작과 관련된 제반 사무처리 및 회계업무를 누가 담당하고 있는지 등을 고려하여야 한다.¹⁹⁾

공연제작사가 제작비용을 조달하고 영상물의 제작에 관한 전체적인 기획도 대부분 수행한 경우에는 공연제작사, 반면 영상제작업체가 영

상화 작업에 대한 전반적인 기획 및 내용 결정을 하고 비용을 부담한 경우에는 영상제작업체를 영상제작자로 보아야 할 것이다. 그러나 대부분의 경우 공연제작사와 영상제작업체가 공동으로 영상제작자가 될 것이다.²⁰⁾ 어쨌든 공연제작사는 영상제작업체와 영상물에 대한 저작권의 귀속에 대해 계약 내용에 명확히 하지 않은 채로 공연 영상화를 진행하면 해당 영상물의 장래 이용과 관련한 소송 위험에 처할 수 있으므로 주의를 요한다.

영상저작물은 시나리오와 같은 원저작물을 토대로 한 2차저작물로 만들어지는 경우가 많다. 영상저작물 속에는 원저작자의 다양한 저작권이 병존하고 있으며, 영화에 사용된 음악, 미술에 관한 저작자의 권리도 병존하고 있다. 이러한 복합적인 권리를 적절히 처리하지 아니할 경우에는 이해관계의 대립으로 영상제작사로서는 제작비를 회수할 길이 막힐 위험이 있기 때문에, 저작권법은 영상저작물에 관한 특례규정(제99조 내지 제101조)을 두어 영상저작물의 원활한 이용을 도모하고 있다. 공연 작품의 영상물이 별도의 영상저작물로 인정될 수 있다면 영상저작물에 대한 특례가 적용될 수 있다.²¹⁾ 저작권법 제100조 제1항이 적용되면,²²⁾ 영상화를 전제로 공연연출가와 영상감독의 협업을 통해 만들어진 공연영상물에 대하여 영상감독만이 공연의 영상물에 대하여 저작권을 취득하고, 공연연출가는 실연자의 지위만을 인정받게 될 수 있음을 유의해야 한다.²³⁾

17) 이철남, 앞의 글, 36-38쪽.

18) 이철남, 앞의 글, 39쪽.

19) 서울고법 2008. 7. 22. 선고 2007나67809 판결.

20) 이철남, 앞의 글, 40쪽.

21) 이철남, 앞의 글, 41쪽.

22) 영상저작물은 재생을 전제로 하고 있어 그 성질상 복제, 배포, 방송 등을 주된 이용내용으로 하고 있음에 반하여, 뮤지컬의 경우에는 1회적인 공연 내지 실연을 그 내용으로 하고 있기 때문에 영상저작물과는 성격을 달리하므로 영상저작물 특례를 뮤지컬 등에는 유추적용할 수는 없다.

23) 홍승기, 앞의 글, 11쪽

또 특례규정들이 적용되는 경우 공연 작품에 참여한 창작자들이나 실연자들도 예측하지 못한 피해를 입을 수 있다. 드라마나 영화 등에 참여하는 실연자들이나 또는 자신의 작품을 드라마 등으로 허락한 저작권자의 경우 그에 합당한 대가를 포함한 계약을 체결하거나, 특약이 없는 경우에 저작권법 제99조 내지 제101조가 적용되더라도 그 내용이 충분히 예상할 수 있는 범위의 것이므로 크게 문제되지 않을 것이다. 그러나 공연 작품에 참여하는 창작자들이나 실연자들이 공연의 영상화를 부수적인 것으로 취급하여 달리 정하지 아니한 경우에는 공연 영상화에 대한 수익 배분에 소외될 우려가 있다.

3. 맺는말

대중음악의 공연 온라인·영상화는 성공모델도 존재하고 공연 시장 축소와 일부 회복 내지 공연 시장의 확대 가능성을 보여준 것은 희망적이다. 관객의 호응이 공연과 일체를 이루는 뮤지컬, 연극 등의 공연 분야에서도 공연의 온

라인·영상화는 기존 오프라인을 공연을 대체할 수는 없겠지만 하나의 장르로 성장할 잠재적 가능성은 열려있다. 다만, 많은 창작자, 실연자, 제작자, 서비스제공자 등 다양한 이해관계자들이 공연의 온라인·영상화에 참여할 수밖에 없는데, 원활한 제작 및 이용을 위해서는 권리 귀속, 권리처리, 수익 분배 등 복잡한 계약과 법적 문제를 사전에 검토해야 한다. 공연시장에서의 온라인 공연 및 영상화 관련 시장이 확대하기 위해서는 연출자의 법적 지위, 공연 영상물의 원활한 제작 및 이용을 위한 특례규정 등의 법 개정 모색이 선행되어야 할 것이다. 또 현재 공연 영상을 송출할 수 있는 플랫폼 자체가 한두 곳씩 생기는 단계이고 수수료도 천차만별인 상황에서 온라인 공연 영상화 유료화 논의가 진행되고 있는데, 공연 시장의 지속적 성장뿐 아니라 창작자 및 실연자의 보호와 공정한 보상 체계도 함께 고민하여야 할 것이다. KISO JOURNAL

코로나 시대의 디지털 격차와 극복 과제

성봉근 / 서경대학교 공공인적자원학부 교수
(lawyer777@hanmail.net)



1. 들어가며 - 코로나 시대의 뉴노멀과 패러다임의 전환

코로나바이러스(Coronavirus)는 사회와 기업 등 민간 부문 뿐만 아니라 공공 부문에도 많은 변화를 주고 있다. 그야말로 코로나 이전에는 상상하기 어려웠던 새로운 세상이 열리고 있다. 대면 위주의 생활방식과 거래방식은 비대면 방식으로 상당수 대체되고 있다. 이를 우리는 뉴-노멀(New Normal)이라고 부른다. 이러한 방식에 따라 재택근무, 화상회의, 인터넷 주문, 전자거래 활성화, 클라우드의 활용 등 세상은 너무나 편리하게 변화해가고 있다. 누워서 클릭만 하면 알라딘의 요술램프처럼 똑딱 만들어지고, 소원이 이뤄지는 세상이 되어가고 있는 것이다. 앞으로는 자율 주행 자동차와 드론 등이 거리로 쏟아져 나오면서 교통 문화에도 많은 변화가 오게 될 것이다. 인공지능이 우리를 대신해서 주식 투자와 보험 및 금융 상품을 추천하고 투자해주기 시작하고

있으며, 여권이나 신분증 및 신용 점수 등에도 많은 변화가 이미 도래하고 있다. 아이러니한 것은 코로나 사태가 장기화하면서 4차산업혁명이 가속도가 붙고, 비대면 사회와 안전사회로 방향을 움직여가고 있다는 점이다. 그렇지만 동전의 뒷면에 있는 그늘진 측면은 무엇일까? 더 늦기 전에 함께 더불어 살며 따뜻하게 서로를 끌어안을 수 있는 고민을 하지 않으면 안 된다.

2. 코로나 시대의 위기와 희망

(1) 승자독식의 위기

코로나 사태로 인한 4차산업혁명의 가속화를 통해 발생할 수 있는 주요 문제점은 정보격차 즉, 디지털 디바이드(digital divide)가 더욱 심화되어간다는 것이다. 이는 과학과 기술은 물론 자본의 소유와 활용마저 정보를 얼마나 활용할 수 있는가에 따라 좌우된다는 것을 의미

한다. 곧 우리 사회와 산업 속에 양극화가 확대되면서 결국 또 다른 의미의 승자독식으로 잔인하게 치닫게 된다는 것이다. 왜냐하면 시장 원리상 빅데이터와 인공지능 기술 등 정보 산업 지식과 기술을 활용할 수 있는 새로운 계층들에게 생산성 향상으로 인한 이익이 집중되기 때문이다. 자동화된 시스템과 기계가 인간의 노동을 대체함에 따라 노동 시장의 붕괴, 기술 수준 차이에 따른 임금 격차 확대, 중산층 축소로 인한 빈부격차 심화 등이 초래될 것이다.

2019년 1월 22일부터 25일까지 4일간 스위스 다보스(Davos)에서 개최된 세계경제포럼(World Economic Forum: WEF)의 주제 역시 ‘세계화 4.0 : 4차산업혁명 시대의 세계화 구조 형성(Globalization 4.0: Shaping a New Architecture in the Age of the Fourth Industrial Revolution)’이었다. 주최 측은 세계화가 지구촌의 거대한 성장과 발전을 창출했지만 동시에 양극화를 심화시켰으며, 차세대 세계화의 물결 속에 글로벌 리더들은 과거의 실패에서 배우고 취약한 사회구성원을 보호할 수 있는 포용적 사회를 구축하는 것이 필요하다고 강조했다. 또한, 세계경제포럼은 세계화가 4개의 큰 변화에 직면했다고 분석했는데 ① 다원주의(Pluralism) ② 세계 국력의 다극화 ③ 기후변화에 따른 생태 문제가 사회와 경제발전에 주는 위협 ④ 빠른 신기술의 등장이다.¹⁾

(2) 사회적 약자에 대한 배려 부족

코로나로 인한 4차산업혁명의 가속화 속에서

사회적 약자에 대한 차별은 기존의 전통적인 영역보다 더욱 은밀하고도 무의식중에서 존재하게 된다.

예를 들어 인공지능의 적용 영역은 화재 감지, 지능형 교통체계, 스마트 의료(왓슨) 또는 U-Health 등 사람의 생명이나 신체와 직결되는 경우가 많은데, 기술은 인간을 무차별적으로 대우하므로 사회적 약자(예컨대 아동·청소년·노인 등)에 대한 배려를 어떻게 할 것인지 검토하는 것이 필요하다. 코로나 상황 속에서 비대면 사회의 과학기술적 발전은 평균인을 기준으로 효율적이지만, 정보격차가 큰 약자들에게는 접근성에서 더욱 소외될 가능성이 존재한다는 점에서 사회적 약자에 대한 배려 차원에서 인간을 대신할 수 있는 것인지 고민이 필요하다. 즉, 이런 문제까지도 4차산업혁명 기술들이 해결할 수 있을지 법학 측면에서는 발전을 위한 규제 면에서 충분한 논의가 필요하다.²⁾

발전해가는 4차산업혁명 기술들을 잘 활용하지 못하는 사람들을 위한 직감적이고 손쉬운 애플리케이션과 도구들을 개발하고, 사용 방법을 교육하거나 아니면 사용이 용이하도록 인적·물적 지원과 이를 뒷받침할 예산을 편성하도록 해야 한다.

(3) 정보약자들의 개인정보 침해의 증가와 2차 피해

정보격차를 겪고 있는 약자들이 당하게 되는 2차 피해는 개인정보 침해라고 할 수 있다. 디지털 지식을 따라가지 못해서 겪게 되는 생활

1) 4차산업혁명융합법학회, 4차산업혁명의 이해, 박영사, 2020, 21면 이하

2) 4차산업혁명융합법학회, 4차산업혁명의 이해, 박영사, 2020, 22면 이하

의 불편함이나 열악한 소득은 1차 피해에 불과하다. 자신이 개인정보의 주체이면서도 이를 방어하기 위한 지식이나 방법을 모르기 때문에 개인정보를 유출 당하게 되고, 심지어 각종 보이스피싱이나 스미싱, 파밍 등의 손쉬운 먹잇감이 되기도 한다.

또 다른 예를 들어보자. 인공지능이 판단하는 것은 결국 빅데이터를 기반으로 알고리즘을 활용, 평가하고 판단하며 의사를 결정하는 것이다. 그렇다면 인공지능에 기반한 의사결정을 통해 평가를 받거나 거래를 하게 되는 상대방에게는 어떠한 심각한 기본권 침해의 위험이 있는지 늘 신중하게 고민해야 한다. 미인대회 선발을 인공지능에 맡겼는데 흑인 여성을 고릴라로 인식했다는 인공지능 알고리즘의 주관적 편향 사례는 이미 알려진 사실이다. 디지털 격차를 겪고 있는 약자들은 신용을 기반으로 하는 거래에 있어서 잘못된 편견이나 차별 및 불평등, 개인·신용정보의 왜곡 등으로 인해 개인의 기본권과 사적 자치의 원칙, 거래의 안전과 질서 등에서 심각한 위험에 노출되게 된다. 인공지능에 의한 이러한 자동화된 의사결정에 종속되지 않을 권리까지 가진다고 선언한 EU의 GDPR(일반정보보호규정)의 가치가 빛나 보이는 것도 이러한 이유 때문이다.

편견과 왜곡으로부터 거래 당사자를 보호하기 위한 법적·제도적 장치는 최근 데이터 3법의 개정만으로 충분하지 않다. 인공지능에 의한 각종 거래의 왜곡과 차별은 해당 당사자가 알지 못하며 은연중에 이뤄지기 때문에 파악하기가 매우 어렵다. 과학 기술의 발전을 강조하려는 방향에서 있는 입장에서는 이러한 문제점에도 불구하고 개인정보에 대한 침해에 대해 눈감으려는 경향이 많이 있다. 인공지능을

활용하는 거래의 편리함은 디지털 격차로 인해 이미 많은 차별을 겪고 있는 사람들에게 용서를 받을 수 있는 면죄부로서 명분이 충분하지 않다.

(4) 인공지능 등에 의한 거래 계약의 착오

인공지능에 의한 거래 계약의 착오는 정보격차를 겪고 있는 사람들에게는 더욱 피해를 증가시킬 가능성을 내포하고 있다. 인공지능의 알고리즘은 철저하게 객관적이고 중립적으로 구성되기는 어려울 수도 있다는 반론이 만만치 않다. 인공지능의 알고리즘에 누군가의 주관적 성향이나 판단이 개입돼 중요한 부분의 착오가 일어날 수도 있다. 인공지능이 주문자의 습관, 주문 행태, 소비 패턴, 활동상태 등 빅데이터를 기반으로 해 자율적으로 판단하고 계약을 체결하는 경우에 인간의 진정한 의사 표시와 중요한 부분에서 불일치하는 경우가 발생할 수도 있다. 이를 적절하게 모니터링하고 스스로 통제할 수 있는 능력에 따른 격차는 더욱 커지게 된다.

정보 지식이 없는 자신도 모르게 체결된 각종 계약을 용이하게 파악할 수도 없고 취소하기도 어려울 수 있다. 우리는 너무 성급하게 알고리즘과 빅데이터를 신봉하고 있는 것은 아닌지 인간과 인공지능 사이의 큰 본질적 차이를 간과하고 있는 것은 아닌지 고민하지 않을 수 없다.

아울러 빅데이터 기술과 사물 인터넷 기술이 더욱 발전해가면서 정보격차를 겪고 있는 주문자들의 의사표시 확인 절차나 동의 절차가 대폭 생략되거나 무의미해지는 경우가 많아지게 될 것이다. 따라서 개개인 사이의 소량의

물건을 두고 눈이 하는 것을 넘어서, 대량의 대다수 거래까지 염두에 둔다면 일일이 확인 절차와 개입 절차를 전제로 한 착오에 의한 취소 논리를 안심하고 받아들일 수만은 없을 것이다. 기존의 동의나 의사 확인 절차를 전제로 한 이론들은 수많은 거래 당사자들 사이의 대량 거래들과 다양한 거래들이 실시간으로 빠르게 체결되는 고도화된 정보화 사회에서는 어쩌면 설득력이 많이 감소하는 논의가 될 것이다.

(5) 인공지능을 통한 후견제도의 발전에 대하여

한편, 인공지능을 활용해 후견 제도를 발전시키는 것은 노령 인구가 늘어나는 미래 사회에서 매우 희망적인 모습이라고 볼 수도 있다. 그렇지만 후견은 가족법과 재산법이 복합된 매우 예민하고 심각한 사안이다. 따라서 디지털 디바이드를 겪고 있는 노령 인구나 취약계층을 위해 인공지능에 후견을 맡기기 위해서는 많은 문제점에 대한 질문과 답변이 있어야 할 것으로 보인다. 재산에만 욕심을 내는 가족들보다 인공지능 후견인이 더 나은 장점도 가질 수 있겠지만, 알고리즘의 획일성과 인간의 감정 중 대안 복합적인 문제를 풀어내기는 쉽지 않아 보인다. 가족법에 대한 문제는 재산법에 대한 문제보다도 인공지능으로 해결하려 드는 것이 시기상 단기 내에는 적절하지 않을 수도 있다. 정보격차를 인공지능 등을 활용해 해결하는 것도 한계와 고민을 동시에 내포하고 있다.

(6) 인공지능과 금융서비스 및 규제 샌드박스에 대하여

정보격차를 겪고 있는 사람들이 부를 축적하고 생활을 안정시키는 것을 돕기 위해 각종 로보어드바이저 등 신기술을 활용하는 것은 희망적인 모습이다. 최근에 로보어드바이저들이 등장해 사람보다 투자를 잘하기도 하고 금융과 보험을 잘 설계하고 있기도 하다. 금융분야의 인공지능이 가지는 장점 때문에 최근 금융 혁신지원특별법이 제정되고 금융 규제샌드박스 제도를 활용하고 있다. 이 과정에서 드러나는 문제점을 보완하고자 다양한 심사 기준으로 구체화하고 있는 것도 찬성할 만하다.

그렇지만 이러한 금융 분야의 인공지능 활용 역시 사람들이 전통적으로 실제 의사에 기반해 판단하는 것과는 다른 많은 문제점을 야기할 것으로 보인다. 그리고 그 문제점은 아직은 잘 드러나지 않고 있는 미지의 휴리스틱³⁾적인 성격의 것이라고 하겠다. 로보어드바이저 등 인공지능을 활용한 금융서비스는 거래의 형태와 패턴을 크게 변화시키고 있다. 이에 대한 문제를 깊이 있게 따져 나가면서 보완해 간다면 정보격차를 겪고 있는 약자들을 위한 큰 해결책이 될 수도 있다.

(7) 클라우드 기술 발전의 점목

디지털 디바이드를 겪고 있는 사람들에게 정보격차 수준을 해소할 수 있도록 일일이 신기술을 적용할 기계를 구입하고 매뉴얼을 익히도록 하는 것은 비현실적인 접근 방법이다. 따라서 이들이 아무런 기계와 소프트웨어를 구입하지 못하더라도 이를 클라우드상으로 공유하고 이용할 수 있도록 접근하는 새로운 방식이 필요하다.

3) 시간이나 정보가 불충분하여 합리적인 판단을 할 수 없거나, 굳이 체계적이고 합리적인 판단을 할 필요가 없는 상황에서 신속하게 사용하는 어림집착의 기술

그뿐만 아니라 각종 민원 서비스를 받는 것도 이러한 클라우드 기술을 활용하면 일일이 소유하지 않더라도 접속하는 것만으로도 가능해지게 된다.

정보통신기술(ICTs; Information and Communication Technologies)과 4차산업혁명을 기반으로 학교와 기업, 시장 및 가정 등은 물론 국가와 지방자치단체에서도 클라우드(cloud)⁴⁾ 서비스 사용이 폭증하게 됐다. 이제 클라우드 서비스가 민간 뿐만 아니라 공공부문에서도 점차 활성화되어 가고 있다. 클라우드의 종류도 IaaS, PaaS, SaaS 등으로 다양하게 확대되고 있다.⁵⁾

최근 우리 정부는 ‘디지털 혁신방안’을 이행하기 위해 공공 부문에서도 클라우드 도입을 확대하고 있다. 코로나 사태로 인해 비대면과 비접촉 방식을 요구하게 되는 재난사회 또는 고위험사회에서 급증하는 트래픽을 관리하면서도 안정적으로 처리할 수 있다는 점에서 클라우드 서비스는 공공 부문에서도 필수적인 것으로 자리를 잡아가고 있다. 우리 정부는 「클라우드컴퓨팅 발전 및 이용자 보호에 관한 법률」(약칭: 클라우드컴퓨팅법)을 제정하였다. 동법 제3조에서 국가와 지방자치단체는 클라우드컴퓨팅의 발전 및 이용 촉진, 클라우드컴퓨팅 서비스의 안전한 이용 환경 조성 등에

필요한 시책을 마련할 법적 의무를 부여함으로써 공공 부문에도 클라우드 서비스가 활성화 할 수 있는 초석을 마련했다. 이러한 상황에서 만일 클라우드 서비스 제공자가 신뢰성과 안전성, 보안성 및 기술성에 하자가 있는 행위를 하는 경우에 공공 부문에서 발생하는 피해는 사후 구제만으로는 해결되기 어려운 심각한 상황이 된다. 그렇다고 일일이 국가가 클라우드 서비스에 대한 감시와 규제를 할 수도 없다.

따라서 클라우드 서비스 시장의 자율성을 존중하면서도 질서를 불어넣은 법적인 접근이 가능한지, 가능하다면 어떠한 방법을 취해야 할지 등 중요한 문제가 현안이 되고 있다.⁶⁾

3. 극복과제

(1) 평등한 거버넌스에 대한 논의

코로나 사태로 인해 심화돼 가는 4차산업혁명의 발전과 정보격차의 문제를 해결할 수 있는 평등한 거버넌스는 도대체 어떤 것일까를 최근까지도 많이 고민해 왔다. 이러한 고민을 해결할 의무가 국가에 있다고 법에서는 규정한다. 헌법 제11조를 구체화하고 있는 개별 입법들이 이루어지고 있다. 그렇지만 많은 보완이 필요하다.

4) 인터넷상의 서버를 통하여 데이터 저장, 네트워크, 콘텐츠 사용 등 IT 관련 서비스를 언제 어디서든 사용할 수 있는 컴퓨팅 환경 내지는 신기술을 의미한다.

<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1350825&cid=40942&categoryId=32828> 최종 방문일 2020.3.1.

5) 최초 클라우드 서비스는 ‘지메일(Gmail)’이나 ‘드롭박스(Dropbox)’, ‘네이버 클라우드’처럼 소프트웨어를 웹에서 쓸 수 있는 SaaS(Software as a Service, 서비스로서의 소프트웨어)가 대부분이었다. 그러다가 서버와 스토리지, 네트워크 장비 등의 IT 인프라 장비를 빌려주는 IaaS(Infrastructure as a Service, 서비스로서의 인프라스트럭처), 플랫폼을 빌려주는 PaaS(Platform as a Service, 서비스로서의 플랫폼)으로 늘어났다. 클라우드 서비스는 어떤 자원을 제공하느냐에 따라 이처럼 크게 3가지로 나뉜다.

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3580686&cid=59088&categoryId=59096> 최종 방문일 2020.3.1.

6) 성봉근, 글로벌 클라우드 서비스에 대한 법적 규제 -법적 의무와 행정의 실효성 확보수단을 중심으로-, 토지공법연구, 제90집, 2020년 5월, 199면 이하

예를 들어, 「국가정보화기본법」은 전자정부의 구현을 위한 행정계획과 관련한 가장 상세한 규정을 두고 있다. 위 법은 국가 정보화의 기본방향과 관련 정책의 수립·추진에 필요한 사항을 규정함으로써 지속가능한 지식정보 사회의 실현에 이바지하고 국민의 삶의 질을 높이는 것을 목적으로 하고 있다(제1조). 미래창조과학부 장관은 국가 정보화의 효율적, 체계적 추진을 위하여 5년마다 국가정보화기본계획을 수립하여야 한다(제5조). 기본계획에는 국가 정보화 정책의 기본 방향과 중장기발전방향, 공공 분야의 정보화, 지역 정보화, 산업과 금융 등 민간 분야 정보화, 분야별 정보의 보호와 국가 정보화 기반 조성 및 고도화, 정보문화 발달 및 '정보격차 해소', 개인정보보호 및 정보통신 윤리의 확립과 정보이용자 권익 보호 및 지식재산권 보호, 정보공동활용 및 표준화, 국가 정보화에 대한 법령 및 제도개선, 국가 정보화에 대한 국제협력 활성화, 국가 정보화를 위한 재원조달 및 운용, 기타 국가 정보화 추진을 위하여 필요한 사항 등이 포함되어야 한다.

(2) 보장국가와 제어국가의 국가관 제시

코로나 사태 속에서 과학기술의 발전이 시장에서 비약적으로 진행되면서 국가가 재화와 서비스를 공급하는 시장에 대해 어떻게 접근할지 근본적인 거버넌스에 대한 흐름을 살펴 봐야 한다. 가장 이상적인 형태로 인정받을 수 있는 것은 시장에 대해 지나치게 국가가 개입하거나 방임하는 극단적인 형태를 지양하고 적절하게 균형을 잡으면서 조절을 해나가는

것이다. 시장이 자율적으로 잘 운영되고 신뢰를 유지하고 있는 경우에는 시장과의 거리를 넓게 두고 자율규제나 규제된 자기규제를 최대한 활용하도록 해야 한다. 그러나 시장이 자율에 맡기기에 균형을 잃고 있는 경우에는 국가가 시장과의 거리를 좁혀서 고권적 규제를 활용해 시장을 회복시킬 수 있어야 한다. 이렇게 동적으로 국가가 시장과의 관계에서 역할을 하는 것을 '제어국가'라고 한다.⁷⁾ 제어국가는 시장에 대해 '거리의 법칙'과 '비례의 원칙'에 의해 규제의 강도를 조절할 수 있어야 한다. 또한 제어국가에서의 규제는 시장의 상황과 대상자 등을 종합해 전통적인 고권적 규제, 자율규제, 규제된 자기규제 등을 병행하고 혼용해 적절하게 활용할 수 있어야 할 것이다.⁸⁾

또한 시장을 적절하게 제어하면서 공적 서비스가 제대로 보장될 수 있도록 하는 것을 보장책임⁹⁾이라고 한다. 이러한 보장책임을 충실하게 이행하는 국가관을 보장국가(保障國家; Gewährleistungsstaat, Garantie Staat; Guarantee State, Ensuring State)¹⁰⁾라고 한다. 세계적인 흐름은 이제 급부국가에서 보장국가로 이행되게 되었다고 할 것이다.

(3) 자율규제 및 공동규제의 성숙한 활용

디지털 격차를 해소하도록 시장에 참여하는 기업들을 어떻게 규제할지도 매우 중요한 문제이다. 예를 들면 클라우드 기술을 이용하는 기업들에 대해 어떻게 규제를 해야 할지 규제 여부와 규제방법에 대해 아직 입법의 공백이 남아 있다. 시장의 실패를 극복하기 위해 정부

7) 성봉근, 제어국가에서의 규제, 공법연구, 먼

8) 성봉근, 제어국가에서의 규제, 공법연구, 제44집 제4호, 2016.6, 239면 이하

9) 성봉근, 보장국가에서 행정의 구조변화, 지방자치법연구, 먼

10) 성봉근, 보장국가에서 행정의 구조변화, 지방자치법연구, 먼

의 개입이 강화됐지만, 또다시 정부의 실패가 등장하게 되자 규제에 관한 연구가 전세계에서 집중적으로 진행됐다. 초창기에 규제개혁은 고작 ‘규제 완화(deregulation)’가 중심이 되는 것에 불과했다.¹¹⁾ 그러나 규제를 완화하는 것만이 능사가 아니라는 것을 인식하게 되면서 시장과 사안의 개별적 성격에 부합하는 조화로운 규제, 즉 좋은 규제(Good Regulation)에 관심이 옮겨가고 있다.

과거에는 행정청에 의한 강한 규제를 의미하는 ‘고권적 규제’(hoheitliche Regulierung; Command-and-Control Regulation)¹²⁾를 주로 사용했다, 그러나 기존의 고권적 규제는 신흥 기술시장인 클라우드 서비스에서 한계를 드러내고 있다.

최근 규제의 국제적 흐름은 ‘자율규제’(lex mercatoria, Selbstregulierung, Self-Regulation)나 공동규제의 성격을 가진 ‘규제된 자기 규제’(Regulierte Selbstregulierung, hoheitlich regulierte gesellschaftliche Selbstregulierung)를 병행하는 것이다.¹³⁾ 저자는 ‘자율규제’와

‘규제된 자기규제’를 활성화하는 규제 패러다임의 변화를 강조하면서도 ‘고권적 규제’의 장점을 결코 포기해서도 안 된다는 점을 역설하는 입장이다. 즉, 다양한 규제의 조화로운 활용을 강조하는 입장인 것이다. 따라서 자율규제를 강조해 온 저자의 입장은 고권적 규제의 활용도 필요하다는 이 글의 논리와 결코 모순되는 것이 아니다.

5. 나가며

코로나 사태가 장기화하면서 사회를 급격하게 비대면 사회로 바꿔 놓고 있다. 이를 뒷받침할 수 있도록 4차산업혁명 기술의 발전이 비약적으로 진행되고 있다. 우리는 이러한 뉴노멀 사회에서 상대적 평등을 추구하면서도 배분의 원리를 구체적이고 세밀하게 잘 발전시켜서 국민적 합의와 공감대를 얻을 수 있도록 노력해 나가야 한다.

그것이 바로 롤스가 추구하던 평등과 자유가 조화된 세상이며, 이를 우리는 ‘정의’(Justice, Gerechtigkeit, 正義)라고 부를 수 있겠다. KISO JOURNAL

11) 조성환, 거버넌스 도구로서의 규제, 한국정책과학학회보, 제10권 제4호, 2006.12, 2면.

12) Coglianese · Mendelson, Meta-Regulation and Self-Regulation, in Baldwin · Cave · Lodge (Edited by.), The Oxford Handbook of Regulation, Oxford University Press, Reprinted, 2013, at 146.

13) 성봉근, 제어국가에서의 규제, 공법연구, 제44집 제4호, 2016.6, 239면 이하

온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안 분석

구태언 / 규제개혁담당하게 대표활동가, 법무법인 린 변호사
(tekoo@law-lin.com)



1. 들어가며

2020년 5월 25일, 공정거래위원회는 온라인 플랫폼 사업자의 불공정 행위를 심사하는 데 필요한 지침을 마련하기 위해 태스크포스(Task Force, 이하 TF)를 구성하고 한국경제법학회와 함께 올해 TF 운영, 심포지엄 개최, 연구 용역 등 심사지침 마련을 위한 사전준비를 다각도로 추진한 후 이를 토대로 내년까지 ‘온라인 플랫폼 분야 심사지침’을 제정할 계획이라고 밝혔다. 이후 이에 대해 해당 산업 및 언론의 우려가 지적되자 보도자료를 통해 디지털 경제가 활성화되고 있는 상황에서 외국에서도 공정위와 유사하게 투명성·공정성 제고를 기본원칙으로 하는 플랫폼에 관한 법을 제

정하였거나 제정할 계획이며 이에 대한 구체적 사례로 EU는 ‘온라인 플랫폼 시장의 공정성 및 투명성 강화를 위한 EU 이사회규칙’을 제정(2019.7.)하여 2020년 7월 시행하였으며, 일본은 ‘특정 디지털 플랫폼의 투명성 및 공정성 향상에 관한 법률’을 2020년 6월 3일 제정했다¹⁾고 설명했다.

2. 공정위의 플랫폼 규제 제정방침의 문제점

가. 자국 시장 보호의 관점 부재

공정위의 플랫폼 규제 제정방침이 산업과 언론의 우려를 자아내는 이유는 공정위가 스스로 자초한 것이다. 공정위는 온라인 플랫폼이

1) 한국경제(2020.09.28.) 외국도 규제 있지만, “한국이 가장 가혹” 지적도
<https://news.v.daum.net/v/20200928172508507>

양면 시장을 특성으로 하고 있고 자사 우대, 멀티 호밍 차단, 최혜국 대우 요구 등 부당한 행위를 일삼고 있어 그에 대해 심사지침을 마련하겠다고 설명하고 있다. 그러나, 보도자료를 살펴보면 공정위의 규제대상 플랫폼은 쇼핑몰에 국한돼 있어 앱 마켓, 소셜미디어, 가격 비교, 검색엔진 등 수많은 플랫폼 산업의 일부에 불과할 뿐 아니라, 공정위 보도자료의 어디에도 이러한 플랫폼의 혁신시장형성 기능과 토종 플랫폼이 글로벌 플랫폼으로부터 자국 시장을 장악하는 것을 막아주는 댐이자 방파제 역할을 해주는 기능을 하고 있다는 평가를 찾아볼 수 없다. 우리는 쇼핑몰에 국한한 플랫폼 규제 접근은 자칫 자국 시장 보호라는 큰 방향을 잃고 토종 플랫폼을 옥죄는 규제로 작용해 기울어진 운동장을 심화시킬 것을 우려하는 것이다.

나. EU의 경우

EU는 규제대상의 예시로 아마존(쇼핑몰), 구글스토어(앱 마켓), 페이스북(소셜 미디어), 스카이스캐너(가격 비교), 구글(검색엔진 등)을 명확히 들고 있다. 도입한 규제도 불공정 관행 금지(계약의 중단 시 명확한 이유와 이의제기할 기회 부여, 약관 변경 시 최소 15일 이내 통지), 투명성 제고(검색 결과 순위를 결정하는 주요 변수의 공개, 자사 상품이나 서비스에 유리한 혜택 제공 시 그 내용 공개), 분쟁해결 시스템 도입(입점한 중소기업과 분쟁해결 시스템 도입, 중재인 2인 임명, 분쟁해결 시스템

운영 결과의 공개 의무) 등으로 우리 법에는 대부분 도입돼 있거나 투명성과 분쟁해결의 기본적 요소를 담고 있을 뿐이다.

다. 일본의 경우

일본이 말하는 특정 디지털 플랫폼 규제법안은 거대 디지털 플랫폼 사업자로부터 자국 시장을 보호하기 위한 것이다. 일본 정부는 특정 디지털의 플랫폼 예시로 거대 디지털 플랫폼 사업자인 GAF(A(구글, 애플, 페이스북, 아마존))을 들면서, 이들이 개인의 방대한 구매 행동 데이터를 바탕으로 압도적인 시장 우위를 창출하고 있어 이들을 규제해야 한다고 목적을 분명히 하고 있다.

**“EU 일본 규제 방향, 공정한 운동장
조성에 초점”**

**“글로벌 기업의 자국 시장 장악 방어
목적”**

**“공정위, 해외 사례 왜곡... 소상공인
우선 규제는 안돼”**

공정위가 해외 사례라고 주장하는 EU와 일본 모두 ‘거대 플랫폼’

인 미국의 빅테크 회사들로부터 자국 시장을 보호하기 위한 목적으로 제정된 것이다. 결과적으로 규제의 기술혁신 방해 효과는 토종 플랫폼에 오히려 더 큰 역규제로 작용해 빅테크 회사들의 시장 장악을 더욱 촉진하게 됨을 명확하게 인식하여야 한다.

3. 토종 플랫폼은 데이터 주권과 국부를 지키는 댐이자 방파제

글로벌 플랫폼 경제에서 소비자 후생은 토종 플랫폼이 성장해 글로벌 플랫폼과 경쟁할 때

증가한다. 토종 플랫폼은 소비자의 데이터와 국부를 지키는 댐이자 방파제이다. 공정위의 온라인 플랫폼 규제방침은 글로벌 플랫폼을 막아낼 토종 플랫폼의 가치를 인정하고 기술 혁신을 위해 최소한 규제를 하는 방향으로 추진돼야 한다.

이에 반해 공정위는 다양한 산업에서 글로벌 플랫폼들이 자국 시장을 장악해 가는 상황을 전체적으로 살펴보고 EU나 일본처럼 기울어진 운동장을 바로 잡으려는 시도는 하지는 않고, 소상공인들이 많이 입점하고 자국 플랫폼이 지배하고 있는 쇼핑몰에 국한해서 규제를 도입하려고 하고 있다. 올바른 접근법이 아니다.

4. 결어

공정위는 선불리 IPTV법을 만들어 넷플릭스와 유튜브에 방송시장을 헌납한 방송통신위원회의 실패를 반면교사로 삼아야 한다. 동 IPTV법은 OTT 플랫폼에 대한 국내 사업자에 대한 역차별로 작용했다.



방통위의 규제는 기술의 진보에 따라 서비스 특성은 지속적으로 변화하는 상황을 내다보지 못하고, ① 전통적인 방송과 구분되는 융합미디어에 대해서 방송과 동일한 규제를 하는 우

를 범했으며, ② 국내 사업자에 대한 중복규제로 역차별이 심화됐고, ③ 사업 지원이 없는 과잉규제로 인해 결과적으로 규제의 형평성 문제를 지속적으로 만들었다.

결과적으로 국내 시장은 유튜브, 넷플릭스, 디즈니+ 등의 글로벌 OTT에 의해 점령당하고, 광고 시장에 이어 드라마 영화 시장조차 글로벌 OTT에 의해 점령이 되어 가고 있다. 기술의 진화에 따라 법제도 또한 적합하게 진화해야 하는 현실적인 측면에서 디지털 융합 현상은 전통적인 방송이론에 대한 새로운 접근을 요구하고 있고, 법제도 변화 검토를 시작하는 것은 필연적인 것이다.

글로벌 동영상 OTT 사업자에 대한 실효적 관할권 확보와 기울어진 운동장을 바로잡는, 국내 사업자의 공정한 경쟁환경 조성을 위한 법제도의 정비를 위해 관계자들의 각성이 필요하다.

5. 주요 조문별 평석

제1조(목적) 이 법은 온라인 플랫폼을 매개로 한 중개거래의 투명성을 제고하고, 온라인 플랫폼 중개거래 관계에서의 공정한 거래 질서를 확립하여 온라인 플랫폼 중개서비스업자와 온라인 플랫폼 이용사업자가 대등한 지위에서 상호 보완해나감에 발전할 수 있도록 함으로써 국민경제의 균형있는 성장 및 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다

우리나라가 일본에 이어 세계에서 2번째로 온라인 플랫폼을 매개로 한 중개에 한해 적용되는 특별한 규제를 도입하는 이유에 대해 동의하기 어렵다(EU는 심사지침에 불과). 공정위는 디지털경제로의 전환, 코로나19로 인한 비대면

거래 급증, 네트워크 효과로 인한 시장집중 가속화에 따라 온라인 플랫폼 분야에서 불공정 거래가 현실화하고 있어 공정거래와 상생 협력의 기반을 마련할 필요가 제기됐다고 주장하고 있으나, 이러한 상황적 요인들만 대형 플랫폼의 성장을 위한 긍정적 요인들이지 경성 규제 도입의 필요조건은 아니다.

공정위가 EU와 일본과 달리 본 법안 추진 배경에 있어서 글로벌 플랫폼의 독점적 지배력 강화를 고려한 흔적이 전혀 없는 것도 이 법안의 추진 의도를 의심케 한다.

제3조(적용범위)

- ① 이 법은 온라인 플랫폼 중개서비스업자의 주된 사무소의 소재지 또는 설립 당시의 준거 법률에 관계없이 국내 온라인 플랫폼 이용사업자와 국내 소비자 간 재화 등의 거래의 개시를 알선하는 온라인 플랫폼 중개서비스업자에 대하여 적용한다.
- ② 이 법의 규정은 다음 각 호 중 어느 하나에 해당하는 온라인 플랫폼 중개서비스업자에 대하여 적용한다.
 - 1. 직전 사업연도에 자신이 제공하는 온라인 플랫폼 중개서비스 등을 통한 매출액(이하 “매출액”이라 한다)이 100억원 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 금액 이상인 경우(다만, 직전 사업연도의 사업기간이 1년 미만인 경우에는 그 기간 동안의 매출액을 12개월로 환산한 금액을 기준으로 한다)
 - 2. 직전 사업연도에 자신이 제공하는 온라인 플랫폼 중개서비스를 통해 판매가 이루어진 재화 등의 판매가액 합계액(이하 “중개거래금액”이라 한다)이 1000억원 이내의 범위에서 대통령령으로 정하는 금액 이상인 경우(다만, 직전 사업연도의 사업 기간이 1년 미만인 경우에는 그 기간 동안의 중개거래금액을 12개월로 환산한 금액을 기준으로 한다)
- ③ 이 법 제9조 규정은 온라인 플랫폼 중개서비스업자가 온라인 플랫폼 이용사업자에 대하여 거래상 우월적

지위에 있다고 인정되지 아니하는 거래에 대하여는 적용하지 아니한다.

- ④ 거래상 우월적 지위에 있는지 여부는 다음 각 호의 사항을 종합적으로 고려하여 판단한다.
 - 1. 온라인 플랫폼 시장의 구조
 - 2. 소비자 및 온라인 플랫폼 이용사업자의 온라인 플랫폼 이용 양태 및 이용 집중도
 - 3. 온라인 플랫폼 중개서비스업자와 온라인 플랫폼 이용사업자 사이의 사업능력의 격차
 - 4. 온라인 플랫폼 이용사업자의 온라인 플랫폼 중개서비스에 대한 거래의존도
 - 5. 중개의 대상이 되는 재화 등의 특성
 - 6. 그 밖에 온라인 플랫폼 중개거래와 관련하여 대통령령으로 정하는 사항
- ⑤ 제4항에 의한 온라인 플랫폼 중개거래에 있어 온라인 플랫폼 중개서비스업자의 거래상 우월적 지위 여부를 판단하기 위한 기준은 공정거래위원회가 정하여 이를 고시할 수 있다.

제3조 제1항에 글로벌 플랫폼도 규제대상에 넣는다는 입장을 표명하기 위해 소재지와 상관없이 이 법안이 적용된다고 명시하고 있으나 과거 우리 정부, 특히 공정위의 행태를 보면 이를 믿기 어렵다. 공정위는 약관규제법의 주무 부처임에도 그동안 글로벌 빅테크 기업들의 이용약관이 극도로 이용자에게 불리한 조항을 담고 있음을 방치해 왔다. 우리 이용자들은 이들 기업과 분쟁해결을 위해 미국 등 해당 기업들의 본국 법원에 가서 소송을 내야 하고, 제대로 된 개인정보보호와 민원 해결을 받아 보지도 못하고 있음에도 공정위는 약관규제법에 따른 조사와 시정명령을 내리지 않고 있다. 온라인플랫폼공정화법은 글로벌 빅테크 기업들에게 공정하게 작동한다는 보장이 있다고 보기 어렵다.

적용대상인 기업(제3조 제2항)의 규모가 매출액 100억 원, 판매가액 1000억 원인 것도 지

나치게 작다고 본다. 매출액 100억 원인 기업이 관련 사업자에게 불공정행위를 일삼는 규제대상이라고 본다면 우리 산업에는 특별법을 제정할 산업은 부지기수일 것이다.

거래상 우월한 지위에 있다고 인정되지 않는 거래에 대해 적용을 배제하는 조항도 문제다. 온라인 플랫폼 기업은 공정위가 이에 대한 조사결과를 내놓기 전까지는 법적 지위가 확정되지 않아 이 법의 적용대상인지 알 수 없는 불명확한 상태에 빠지게 된다.

공정위는 기존 공정거래법상 거래상 지위 남용행위 금지조항(제23조④4호)을 플랫폼 산업의 특성에 맞게 구체화하여 적용한다고 밝히고 있으나 위 법안의 금지행위의 내용을 보면 기존 공정거래법상 불공정거래행위 심사지침과 다를 바 없어 무엇을 위해 이 법안을 마련해야 하는지 근거가 부족하다고 볼 수밖에 없다.

KISO JOURNAL

제9조(불공정거래행위의 금지)

① 온라인 플랫폼 중개서비스업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로서 온라인 플랫폼 중개거래에 있어 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니 된다.

1. 부당하게 온라인 플랫폼 이용사업자가 구입할 의사가 없는 상품 또는 용역을 구입하도록 강제하는 행위
2. 부당하게 온라인 플랫폼 이용사업자에게 자기를 위하여 금전·물품·용역, 그 밖의 경제상 이익을 제공하도록 강요하는 행위
3. 부당하게 온라인 플랫폼 이용사업자에게 거래과정에서 발생한 손해를 전가하는 행위
4. 제1호 내지 제3호에 해당하는 행위 외의 방법으로 부당하게 온라인 플랫폼 이용사업자에게 불이익이 되도록 거래조건을 설정 또는 변경하거나 그 이행과정에서 불이익을 주는 행위
5. 부당하게 온라인 플랫폼 이용사업자의 경영활동을 간섭하는 행위

② 제1항 각호의 규정에 의한 행위의 유형 또는 기준은 대통령령으로 정한다.

'검색 앱 선택재' 소송의 의미와 여파

구본권 / KISO저널 편집위원, 한겨레신문사 선임기자
(starry9@hani.co.kr)



1. 미 법무부, "검색 선택재 조건 거액 제공" 구글 제소



구글이 미국에서 스마트폰 제조사들에게 구글 검색 앱을 선택재하도록 하는 조건으로 불공정행위를 해왔다는 혐의로 소송에 처하게 됐다. <월스트리트저널> 등 외신에 따르면 미국 법무부는 지난 10월 20일 검색엔진 시장의 독

점적 사업자인 구글이 경쟁자들의 진입을 막기 위해 스마트폰에 구글 검색 앱을 선택재하는 조건으로 스마트폰 제조사와 이동통신사 등에 거액을 제공하는 불공정행위를 해왔다고 소송을 제기했다. 미국 법무부가 워싱턴D.C. 연방법원에 구글을 독점금지법 위반 혐의로 소송을 제기한 일은 1998년 미 법무부가 컴퓨터 운영체제에 웹 브라우저를 끼워 팔아온 마이크로소프트(MS)를 상대로 반독점 소송을 펼친 사례에 비교되며 귀추가 주목되고 있다.

미국 법무부는 구글이 배타적 계약을 통해 애플 아이폰이나 삼성 갤럭시폰 등 기기에서 구글 검색을 '선택재(preload)'하도록 해 경쟁업체의 진입을 막은 점을 문제 삼았다. 미국 법무부는 특히 구글과 애플 간의 검색 디폴트 옵션에 주목하고 있다. 거래는 구글과 애플 모두에게 이익이다. <비즈니스 인사이더>는 골드만삭스 보고서를 인용해 구글이 아이폰의 브

라우저 사파리에 구글 검색을 선택재하는 대가로 2018년 90억 달러, 2019년 120억 달러를 지불했다고 보도했다. 이는 구글 모회사인 알파벳의 연수익 3분의 1에 이르는 거액이다. 그 대가로 구글은 아이폰에서의 검색 트래픽을 받는다. 법무부는 공소장에서 구글은 2019년 검색 트래픽의 거의 절반이 애플 기기를 통해 발생했다고 밝혔다. 미 법무부는 2018년 구글의 최고경영자 슌다 피차이와 팀 쿡 애플 최고경영자가 만나 수익증대를 위한 두 회사의 협력을 논의했다는 점도 주시하고 있다.

2. 미 법무부 “독점금지법 위반”...구글 “소비자 스스로 이용한 것”

미 법무부가 구글의 검색엔진 선택재 거래를 독점금지법 위반의 불공정 거래로 지목한 소송은 앞으로 오랜 기간 동안 치열한 공방이 펼쳐질 전망이다.

법무부는 “법원의 명령이 없으면 구글은 반경쟁 전략을 통해 경쟁을 무력화하고 소비자 선택을 줄이며 혁신을 막을 것”이라고 소송 이유를 밝혔다. 제프리 로젠 미 법무부 차관은 “이런 행위(구글의 선택재 조건거래)를 막지 못하면 미국은 앞으로 시장에서 제2의 구글을 영원히 보지 못하게 될 것”이라고 말했다.

한편 구글은 소비자를 앞세운 방어 논리를 들고 나왔다. 구글은 “소비자들은 강요당해서나 대안이 없어서가 아니라 스스로 원해서 구글을 이용하고 있다. 구글은 미국인들에게 무료 검색서비스를 제공하는 데 초점을 맞추고 있다”고 반박하며 “소비자 피해가 없었다”는 점을 강조했다. 나아가 구글은 오히려 이런 거래가 소비자 편익을 증진시켰다는 점을 내세우

고 있다. 미국의 정보기술언론 <씨넷(CNnet)>은 “애플과의 거래를 통해 애플이 아이폰 가격을 낮추도록 도움을 주었다”는 구글 인터뷰를 보도했다. 또한, 구글은 안드로이드 모바일 운영체제를 스마트폰 제조사에 무상으로 제공해 스마트폰 기기의 가격을 낮췄다고 주장하고 있다.

3. ‘선택재(Preload)’의 종류

스마트폰 ‘선택재(preload)’는 여러 형태로 이뤄지고 있다. 이번에 문제 된 아이폰에서의 구글 검색 선택재는 일종의 ‘초기 설정(default setting)’이다. 아이폰의 웹브라우저 사파리는 이용자에게 구글, 야후(Yahoo), Bing, 덕덕고(DuckDuckGo) 등 4종류의 검색엔진을 설정할 수 있는 메뉴를 제공하고 있다. 하지만 이 메뉴의 ‘디폴트 세팅’은 구글이다. 검색엔진 변경 메뉴를 찾아가 바꾸는 사람은 극소수이고 대부분의 아이폰 이용자들은 검색엔진 변경 기능 자체를 알지 못한 채 애플이 초기 설정값으로 제공하는 구글을 검색엔진으로 사용한다.

스마트폰 제조사나 통신사가 자사의 서비스를 ‘선택재’ 형태로 제공하는 경우도 있다. 특히 국내 통신사와 스마트폰 제조사에서 이런 관행이 두드러진다. 방송통신위원회가 지난 10월 국회 국정감사 과정에서 밝힌 바에 따르면, 2019년 9월 기준 국내 이동통신 3사의 최신 기종 스마트폰에는 평균 58.3개의 앱이 선택재돼 있다. 이동통신 3사는 평균적으로 삼성전자의 갤럭시 S10에 56개, 갤럭시 S10노트에 54.3개, LG전자의 V50씽큐에 64.7개의 앱을 선택재로 제공하고 있다. 이 중에는 삭제할 수 없는 필수기능 앱이 평균 13개였다. 12개가

제조사의 앱이고 통신사별로 1~2개의 앱이 탑재됐다. 운영체제(OS)를 제공하는 구글의 경우 10개의 앱을 선택재하고 있었지만 모두 비활성화할 수 있었다.

스마트폰과 태블릿에서는 아예 운영체제에 결합돼 경쟁 제품 이용이 불가능한 필수 서비스들도 있다. 대표적인 게 웹브라우저와 검색엔진이다. 아이폰 운영체제에서는 사파리가 디폴트 웹브라우저이고, 안드로이드폰에서는 크롬 브라우저와 함께 구글 검색창을 디폴트로 제공되는데 삭제할 수 없다.

4. '선택재 앱' 유사 소송의 사례

국내에 이번 소송과 유사한 사례가 있다. 2011년 네이버와 다음 등 국내 포털 기업들은 공정거래위원회에 구글이 국내 안드로이드폰 제조사들에게 구글 검색 위젯을 선택재하도록 하는 행위가 국내 검색 엔진들의 시장 진입을 막는 불공정 행위라고 신고한 바 있다. 공정위는 2013년 제조사들이 필요에 의해 구글 앱을 탑재했으며, 경쟁 제한 효과가 있다고 보기 어렵다며 구글에 대해 무혐의 결정을 내렸다.

이 문제는 2016년 국정감사에서 다시 불거졌다. 스마트폰 제조업체와 구글 간의 계약서에 구글이 지정하는 앱 탑재가 안드로이드 운영체제 사용의 전제조건으로 명시됐다는 점이 밝혀진 탓이다. 구글 검색을 비롯해 지메일, 구글지도 앱 사용이 안드로이드 사용의 조건이라는 게 드러났지만 별다른 후속 조치가 진행되지 않았다.

한편 2018년 유럽연합(EU) 집행위원회는 구글이 자사 검색 앱과 웹브라우저 크롬 선택재를 스마트폰 제조사에 요구했다며 43억4000만 유

로(약 5조 7000억 원)의 과징금을 물려, 한국 공정위의 결정과 대비됐다.

미 법무부가 구글의 검색엔진 선택재를 문제 삼은 이번 사안은 20여 년 전의 미 '법무부 대 MS' 소송의 결과를 검토하게 한다. 1998년 MS 소송은 2000년 법원에 의해 독점금지법 위반이 인정돼 기업 분할 명령으로 이어졌다. 하지만 2001년 클린턴 정부가 물러나고 조지 W. 부시 정부가 들어선 2002년 MS는 법무부와 '공정조치 행위를 취하겠다'는 타협안을 통해 회사 분할을 피했다. 이후 끼워팔기가 사라지고 브라우저 선택제(브라우저 벨릿) 등이 시행됐고 크롬 등 경쟁 브라우저가 등장해 점유율 경쟁이 본격화했다. 한때 브라우저 시장을 독점적으로 지배했던 MS의 점유율은 현재 미미한 수준이다.

이번 구글 소송은 구글의 기업 분할 대신 구글과 미 법무부 간의 타협으로 마무리될 것으로 전망된다. 인터넷 정책 전문가인 팀 우 컬럼비아 법대 교수는 AP통신 인터뷰에서 "1998년 MS 소송의 복사판인 이번 소송에서 미 법무부가 이길 가능성이 있지만, 이 경우 스마트폰 업체들이 구글 검색을 더이상 '디폴트 세팅'으로 하지 않는다는 방식이 해결방안으로 제시될 것"이라고 말했다.

하지만 미국의 정치지형은 '미 법무부 대 MS' 소송 상황과 사뭇 다르다. 20여 년 전 인터넷 기업에 대한 반독점 규제를 추진하던 민주당 정부가 공화당에 의해서 교체되며 MS는 기업 분할을 피할 수 있었지만, 이번엔 반대로 공화당에서 민주당으로의 정권 교체다. 미국 하원 민주당 의원들은 지난 10월 보고서를 펴내 구글 페이스북 애플 아마존 등 4개 기업이 독점권을 행사하고 있다며 이들 기업을 상대로 구

조조정과 독점금지법을 개혁할 것을 권고했다.

5. 소송 본격화 따라 '디폴트 세팅의 힘' 논쟁 본격화 예고

구글은 스마트폰 선택재가 앱의 성공을 보장하지 않는다면 페이스북의 경쟁 서비스였던 구글플러스를 지목했다. 구글플러스는 구글의 공동 창업자인 래리 페이지가 추진한 핵심 서비스였고 안드로이드폰에 선택재됐지만 결국 구글은 지난해 구글플러스를 퇴출시켰다.

하지만 선택재된 앱과 초기설정으로 제공되는 서비스는 차이가 있다고 말한다. 정보기술 분석가 밥 오도넬은 <씨넷> 인터뷰에서 “디폴트

세팅은 강력한 효과를 지닌다”며 이용자들은 초기설정을 바꾸기를 꺼리거나 조작 방법을 모르는 게 그 힘의 배경이라고 설명했다.

미국 법무부가 구글의 검색 앱 선택재 과정에서의 거래를 독점금지법 위반으로 제소한 이번 소송은 필연적으로 디지털 서비스에서의 ‘디폴트 세팅’을 둘러싼 공방으로 옮겨갈 전망이다. 디지털 기기와 소프트웨어 사용계약은 이용자의 약관 동의를 거치지만, 현실에서는 ‘습관적 동의’가 이뤄지고 결과는 업체가 제공한 ‘초기 설정값’대로 이용이 이뤄진다. 이번 구글 소송은 디지털 서비스에서의 ‘디폴트 세팅’의 결과와 공정성에 대한 논의를 광범위한 차원으로 확대할 잠재력을 안고 있다. KISO JOURNAL

개똥녀에서 디지털교도소까지, 프로파일링과 집단적 모욕주기의 사이에서

강태욱 / 법무법인(유한) 태평양 변호사
(taeuk.kang@bkl.co.kr)



1. 네티즌 수사대와 개똥녀 사건

인터넷은 여러 가지 정보들이 모이고, 수많은 사람이 위치에 무관하게 접속해 각자의 의견을 나누는 공간이다. 이 공간은 과거 아고라나 대자보가 수행했던 토론과 공론화의 장을 일부 대체하면서도 한편으로는 그 익명성으로 인하여 면전에서 할 수 없는 이야기들을 까발리는 공간이 되기도 한다. 특히 개인의 일상 생활을 스스로 공개하고 또한 이를 일정 범위의 친구들과 심지어는 모르는 사람과도 자연스럽게 공유하는 서비스인 SNS의 발전과 구글링이라고 총칭되는 인터넷 내에서의 검색의 신박함은 상호 상승작용을 일으켰고, 네티즌 수사대라는 신조어를 만들어 내기도 했다. 네티즌 수사대는 온라인상에서 각종 소문이나 의혹에 대한 사실을 파헤치는 인터넷 이용자

들을 지칭하는데, 특정한 집단을 일컫기보다는 소위 말하는 ‘집단 지성’을 통해 자발적으로 아이디어와 활동을 모아 일정한 목적을 달성하고자 하는 사람들을 통칭하기도 한다.

집단 지성은 여럿의 일반인들이 지혜를 모아 진실을 밝히는 데 도움이 되기도 하지만, 이러한 ‘진실’이 특정인에 관한 것일 경우 결국 특정인에 대한 ‘신상털기’(이 또한 프로파일링의 일종이다)와 그로 인한 ‘집단적 모욕주기’로 연결될 수밖에 없다. 2005년에 유명했던 개똥녀 사건은 그 사진이 인터넷에 올리지면서 개인의 신상을 알아내려는 시도들이 이뤄졌고, 당사자로 오인된 한 개인의 SNS는 욕설로 도배되기도 했다. 심지어 이 사건은 워싱턴 포스트에까지 실리기도 했다.¹⁾

1) 2000년대 후반 신상털기와 관련한 네 가지 사례와 그에 대한 평가를 담은 글로는 배대현, 잃어버린 사회적 평판과 개인정보보호의 관계, 법학논총(제32집 제3호), 법학논총 참조.

이러한 네티즌 수사대의 활동이 특정한 목적에 집중하여 지속해서 이루어지기도 하는데, 배드파더스(bad fathers)라는 웹사이트도 그 활동 무대 중 하나이다. 이 사이트는 양육비 지급 판결을 받고서도 양육비 지급을 미루는 부모들의 신상을 동의 없이 인터넷을 통해 공개해 왔는데, 수사기관은 지난 2018년부터 정보가 공개된 부모 5명으로부터 접수된 고소를 조사하여 정보통신망법상 명예훼손죄로 기소했고 1심 법원에서 무죄가 선고된 바 있다. 그 이후 항소 됐으나 형법 제307조, 사실의 적시에 의한 명예훼손 조항이 위헌인지 여부가 헌법재판소에서 심리가 진행되면서 그 결론을 기다리는 중이기도 하다.



2. 신상털기와 집단적 모욕주기의 진행형

(1) 배드파더스 사건

‘배드파더스’는 양육비를 지급하지 않는 부모의 인적사항을 공개해 양육비 지급을 촉구하기 위해 설립된 사이트로 2018년 7월 처음 생성됐고, 그 이후 계속해서 같은 목적으로 운영됐다. 검사는 피고인 A가 위와 같은 제보를 받기 위해 위 사이트에 자신의 전화번호 및

이메일 주소 등을 게시하고 제보자들로부터 양육비 미지급자의 신상정보를 위 사이트 운영자에게 전달해 해당 정보가 사이트에 게시되도록 하며 신상정보가 게시된 사람이 항의하거나 이익을 제기하는 경우 이러한 불만을 접수해 처리하는 등의 역할을 담당했는데, 그 과정에서 양육비 미지급 사실 및 미지급자 사진, 실명, 거주지 등이 포함된 내용이 게재된 것이 피해자를 비방할 목적으로 정보통신망을 통해 공공연하게 사실을 드러내 피해자의 명예를 훼손한 것이라는 이유로 정보통신망법 위반(명예훼손)죄로 기소됐다. 이에 대해 1심 법원은 국민참여재판을 개최해 심리를 진행했고, 아래와 같이 이유로 무죄를 선고하였다(수원지방법원 2020. 1. 15.자 2019고합425 판결).

① 피고인을 비롯하여 배드파더스 웹사이트 관계자들은 위 사이트에 양육비 미지급자들의 개인정보를 공개하는 과정에서 그에 대한 대가를 받는 등 사이트 운영과 관련해 어떠한 이익을 취득한 바가 전혀 없다.

② 피고인은 배드파더스 사이트에 피해자들의 이름, 주소, 사진 등 인적사항을 공개하면서 피해자들을 비하하거나 모욕하거나 악의적으로 공격하는 등의 표현을 전혀 사용하지 않았다.

③ 사회 전반적으로 이혼 가정이 늘어나고 있는 상황에서 양육비 미지급 문제는 배드파더스 사이트의 제보자들과 같이 이혼 후 양육비를 지급받지 못하고 있는 상황에 처한 사람들 뿐만 아니라 국가, 사회 기타 일반 다수인의 주요한 관심의 대상이 되고 있고, 사회적으로 그 문제의 해결을 위한 다양한 방안이 강구되고 있는 상황이기도 하다.

④ 이와 같이 양육비에 대한 문제는 법률적, 사회적으로 중요한 의미를 가지고 있고, 양육비 채무의 불이행은 결국 자녀의 생존권을 위협하는 행위로 단순한 금전채무의 불이행과는 다른 특수성이 있다.

⑤ 피해자들은 이혼 후 양육비를 지급하지 않음으로써 스스로 그와 같은 명예훼손적 표현의 위험을 자초한 측면이 크다.

⑥ 피고인들이 배드파더스 사이트에 양육비를 지급하지 않은 부모의 인적사항을 공개한 것은 이를 알림으로써 다수의 부모 및 자녀들이 양육비를 지급받지 못함으로 인해 고통받고 있는 상황에 대한 문제를 제기하고 나아가 양육비 지급을 촉구하는 것을 주된 목적으로 한 것으로 그 주요한 동기 내지 목적이 공공의 이익을 위한 것이라고 할 수 있다. 따라서 거기에 사적으로 양육비를 지급받기 위한 목적이나 동기가 부수적으로 내포돼 있더라도 그러한 이유만으로 비방할 목적이 있다고 보기는 어렵다.

(2) 배드페어런츠 사건

배드페어런츠 사건 역시 배드파더스 사이트와 마찬가지로 양육비 미지급 부모의 신상정보를 인터넷에 공개하는 사이트로 허위사실의 적시에 의한 명예훼손으로 기소됐다. 이에 대하여 법원은 지난 10월 29일 양육비를 지급하라는 판결문을 제공받고 피해자의 고충 등을 일일이 확인했던 점에 비추어 그 게시물에 사적인 감정이 개입되지 않은 점, 피고인의 활동은 다수의 양육자가 고통받는 상황을 알리고 양육

비 지급을 촉구하기 위한 목적이 있어 공공의 이익을 위한 것이라고 볼 수 있다고 판시해, 배드파더스 사건과 거의 동일한 취지의 무죄 판결을 내렸다.

(3) 디지털 교도소 사건

디지털 교도소라는 사이트는 대한민국 악성범죄자들의 신상정보를 공개하며, 사법부의 솜방망이 처벌에 반대하면서 이들의 신상정보를 직접 공개해 사회적인 심판을 받게 하겠다는 목적으로 운영된 사이트다. 이 사이트에 가장 많이 공개된 정보는 성범죄자 정보인데, 특정인을 지목해 그 사람의 범죄 정보와 개인 신상을 공개함으로써 그로 인한 사적인 처벌을 추구하려고 했다는 점에서 앞서 본 배드파더스나 배드페어런츠 사건과는 큰 차이가 있다. 이 사건은 현재 기소돼 재판이 진행되고 있으며, 앞서 두 사건에 비추어 그 결론이 어떠할지 귀추가 주목되고 있다.

3. 집단적 모욕주기의 위험성과 표현의 자유에 대한 lock-in 효과의 우려

익명성이라는 장막 뒤에 숨어서 타인을 비방하는 것은 인터넷이 기존 언론으로부터 공격받는 가장 큰 이유이기도 하다.²⁾ 그럼에도 불구하고 인터넷을 통해 표현의 자유가 확장됐고, 서로 간에 의사를 공유하고 어떠한 주제든 자유롭게 자신의 의견을 밝힐 수 있는 장이 마련된 것은 인터넷 시대가 낳은 소중한 자산이기도 하다.

표현의 자유가 확장된 만큼이나 정의 구현이

2) 익명 표현의 자유가 헌법상 기본권에 포함되는지 여부도 논란이 되고 있으나, 인터넷실명제 사건에서 헌법재판소는 “비록 인터넷 공간에서의 익명표현이 부작용을 초래할 우려가 있다 하더라도 그것이 갖는 헌법적 가치에 비추어 강하게 보호되어야 한다”라고 판시하였다(헌재 2012. 8. 23.자 2010헌마47, 252(병합)).

라는 미명 하에 검증되지도 않은 사실에 기초해 타인을 집단적으로 모욕하고 비방하는 것은 막상 당하는 사람의 입장에서는 어떻게 대처하는 것조차 불가능한 심각한 상황을 야기하기도 한다. 지난 2018년 맘카페에서 아동학대의 당사자로 지목된 교사가 극단적인 선택을 한 사건 또한 그중 일부분일 뿐이다.

집단적 모욕주기의 위험성만큼이나 이러한 행위의 위법성을 단죄함으로써 발생하는 표현의 자유에 대한 lock-in 효과 역시 간과할 수 없는 일이다. 이를 해결하기 위한 방안으로 오히려 법적 구제방안을 강화해야 한다거나, 삭제 청구권(the right to be forgotten)을 인정해야 한다는 등의 논의, 인터넷 시대에 걸맞은 새로운 사회적 평판에 대한 법적 체계를 구성해야

한다는 견해 등이 다양하게 제시되지만 이들 모두 충분한 사회적 합의를 기반으로 숙고돼야 할 문제이다.

신상털기의 문제를 개인정보보호의 문제로 보고 개인정보자기결정권의 문제로 접근하려는 견해³⁾들도 있으나, 신상털기든 집단적 모욕주기든 대부분 공개된 정보에 기반한다는 점에서, 그리고 프라이버시의 문제와 개인정보보호 문제를 완전히 동일시할 수 없다는 점에서 이러한 접근 방법에 전적으로 동의하기도 어렵다. 현재의 문제가 발생했다고 신속하게 새로운 법체계를 구축하는 것은, 수십 년 동안 쌓아온 인터넷에서의 표현의 자유의 체계를 무너뜨리고 또 다른 혼돈으로 이끌 위험성을 충분히 자각해야 할 것이다. KISO JOURNAL

3) 관련 상세한 논의는 김혜경, 개인정보 프로파일링(신상털기)에 관한 시놉티론과 형법적 결단, 2019년 제8회 한국형사학대회 논문집 참조. 이 글에서 한국적 문화현상으로서의 신상털기를 소개하고 있는바(해당 논문 107면), 일견 이해되는 대목이며 외국의 접근 사례보다는 한국적 해결방안을 모색하여야 한다는 근거가 될 수 있다. 공개적인 창피함을 통한 사회적 제재의 문화에 대하여는 권영준, 프라이버시 보호의 정당성, 범위, 방법, 민사편례연구 40, 박영사, 971면. 참조.

소셜미디어의 미국 선거 관련 자율규제 동향

김익현 / 지디넷코리아 미디어연구소장
(sini@zdnnet.co.kr)



들어가며

미국 대통령 선거가 조 바이든의 승리로 끝났다. 11월 24일 기준으로 도널드 트럼프 대통령이 여전히 승복 선언을 하지 않고 있긴 하지만 대세를 뒤집긴 쉽지 않은 상황이다. 이번 선거는 각종 허위 정보와 선전선동이 난무하면서 그 어느 때보다 혼란한 상황 속에서 진행됐다. 특히 현직 대통령인 도널드 트럼프가 확인되지 않은 사실을 페이스북, 트위터 같은 소셜 플랫폼을 통해 유통시키자 해당 업체들이 블라인드 처리하면서 또 다른 논란을 불러오기도 했다.

혼탁한 상황이 계속되면서 미국 정가에선 뜨거운 공방을 벌였다. 공화당을 중심으로 한 우파 쪽에선 ‘보수의견 검열’을 이유로 소셜 플랫폼을 공격했다. 반면 민주당 쪽에선 허위정보 유포 방지를 위한 책임을 다하지 않았다고 비판했다.

이런 공방은 미국 정가의 관심사 중 하나로 떠오른 ‘통신품위법(Communications Decency Act)’ 230조 개정 문제와 맞물리면서 많은 관심을 모았다. 1996년 제정된 통신품위법 230조는 플랫폼 사업자들이 해당 플랫폼 내에 올라온 콘텐츠에 대해선 법적 책임을 면제해 준 조항이다. 포털이나 소셜 플랫폼 같은 인터넷 사업자들은 이 조항 덕분에 소송당할 걱정 없이 가파른 성장을 해 올 수 있었다.

이 글에서는 미국 대통령 선거 국면에서 소셜 플랫폼 사업자들이 수행한 자율규제 조치들을 살펴본다. 또 이를 계기로 뜨거운 감자로 떠오른 ‘통신품위법 섹션 230’ 논란도 함께 짚어본다.

주요 소셜 플랫폼 사업자들의 자율규제

소셜 플랫폼 중에선 트위터가 허위정보 규제에 가장 적극적인 편이다. 이용자가 허위정보

를 올릴 경우엔 바로 블라인드 처리를 하고, 다른 사람들이 공유하지 못하도록 조치했다. 반면 페이스북은 경고 표시를 붙이긴 하지만 공유 제한 등의 조치는 취하지 않았다.

1) 강력한 규제 적용한 트위터

허위정보 차단 문제와 관련해서 가장 강경한 편이다. 최근 몇 년 동안 트위터는 봇이 생성하는 자동 계정을 꾸준히 삭제해 왔다. 또 올 초부터는 허위정보에 대해서 경고성 ‘라벨’을 붙이는 방식으로 대응해 왔다. 트럼프 대통령이 지난 5월 우편투표는 선거 부정으로 이어질 우려가 있다는 글을 올리자 ‘우편투표에 대한 사실 확인’이란 라벨을 붙였다. 이 라벨을 누르면 관련 정보를 바로 볼 수 있도록 해 근거가 미약한 트럼프 주장에 현혹되지 않도록 했다.

트위터는 대통령 선거 관련 글에는 이런 정책을 더 엄격하게 적용했다. 대표적인 것이 “우리가 크게 이겼는데, 그들이 선거를 훔치려 한다”는 트럼프 대통령의 글이다. 트위터는 곧바로 “이 트윗에 포함된 내용의 일부, 혹은 전부는 논쟁적인 사안일 뿐 아니라 선거 참여에 대해 오도할 우려가 있다”는 경고 라벨을 붙였다.¹⁾

특히 관심을 끌었던 건 트위터의 공유 제한 정책이었다. 트위터는 허위정보로 의심되는 콘텐츠는 리트윗을 하지 못하도록 했다. 단순 리트윗을 제한하는 대신 공유자가 의견을 덧붙인 경우에는 공유할 수 있도록 했다.

또 개표 과정에선 어느 쪽 후보든 선블리 ‘승리 선언’을 하는 콘텐츠를 올릴 수 없도록 했다. 트위터는 공식 블로그를 통해 “성급하게 승리 선언을 하는 라벨 표시를 하며, 미국 선거 공식 페이지로 연결하게 될 것이다”고 설명했다.²⁾

2) 상대적으로 온건했던 페이스북

강력한 경고 라벨을 붙이고, 공유를 제한한 트위터에 비해 페이스북의 자율규제 기준은 다소 느슨한 편이다. 트위터가 “선거를 훔치려 한다”는 트럼프의 글에 대해 강력한 경고 라벨과 함께 리트윗까지 막았던 것과 달리 페이스북은 “최종 결과는 초기 투표와 다를 수 있다. 개표하는 데 수일에서 수주가 걸릴 수 있기 때문이다”는 중립적인 설명을 붙였다.

경고 라벨 처리 방식도 조금 달랐다. 경고 라벨을 눌러야 볼 수 있도록 한 트위터와 달리 페이스북은 노출을 제한하지는 않았다. 또 허위정보에 대해서도 공유 제한 조치 등을 적용하지도 않았다. 이 같은 정책 때문에 ‘선거를 훔치려 한다’는 트럼프의 글은 한때 페이스북에서 공유 건수 1위를 기록하기도 했다.

페이스북과 트위터가 허위정보에 대해 다르게 대응한 것은 이번이 처음은 아니다. 트위터가 ‘우편 투표가 선거 부정으로 이어질 수 있다’는 트럼프의 글에 경고 라벨을 붙이면서 공유를 제한할 때도 페이스북은 그냥 볼 수 있도록 놔뒀다. 대표적인 두 소셜 플랫폼의 이런 차이는 미국 대통령 선거 기간 내내 화제가

1) Yurieff, K(2020. 11. 5). How Twitter, Facebook and YouTube are handling election misinformation: <https://edition.cnn.com/2020/11/04/tech/social-media-election-misinformation/index.html>

2) Gadde, V & Beykpour, K (2020. 10. 9). Additional steps we're taking ahead of the 2020 US election. https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/2020-election-changes.html

됐다.

그렇다면 두 회사는 왜 허위정보에 대한 규제 잣대를 다르게 갖다 대는 걸까? 페이스북과 트위터가 지향하는 서비스가 다르기 때문이다. 트위터는 출범 당시 ‘새로운 CNN’을 표방했다. 따라서 소셜 네트워크라기보다는 ‘정보 네트워크’에 가깝다. 정보 네트워크인 트위터는 ‘허위정보’에 대해 민감할 수밖에 없다. 트럼프가 제아무리 ‘최대 이용자’ 중 한 명이라도 계속 허위 뉴스 논란에 휘말릴 경우엔 플랫폼 정체성이 흔들릴 수 있다. 반면 페이스북은 ‘대화’와 소통의 공간이다. 따라서 트럼프의 글이 불특정 다수에게 ‘방송’되는 공간이 아니다. 그 글을 토대로 가까운 사람들이 소통하고 대화하는 플랫폼이다. 그러다 보니 정보는 가급적 자유롭게 주고받을 수 있도록 하는 대신, 이용자들이 직접 판단하도록 하는 데 무게중심을 두고 있다.³⁾

3) 가장 느슨했던 유튜브

유튜브도 대통령 선거를 앞두고 허위정보가 담긴 영상을 제거하겠다고 선언했다. 이와 함께 올바른 정보를 제공하기 위해 선거 관련 패널 기능을 추가했다. 정보 패널은 검색 결과 페이지 최상단에 노출시켰다. 검색 결과를 표출할 때는 신뢰할 수 있는 뉴스 매체를 우대하는 등의 조치도 계속 적용했다.

하지만 실제 선거 국면에선 허위정보를 담은 영상을 삭제하거나, 경고 라벨을 붙이는 등의 조치를 적극적으로 취하진 않았다. 이에 따라 유튜브는 허위정보에 대처하는 데 한계를 보

였다는 평가를 받기도 했다. “트럼프가 재선에 성공했다”는 허위주장을 담은 한 극우단체의 영상이 35만 회나 조회될 정도로 인기를 끌기도 했다.⁴⁾

물론 유튜브 역시 해당 영상에 “최종 선거 결과는 다를 수 있다”라는 경고 라벨을 붙이기는 했다. 하지만 공유 제한이나 삭제 같은 조치는 취하지 않았다. 투표하지 못하게 설득하거나, 왜곡된 정보를 퍼뜨리는 등의 가이드라인 침해 수준까지는 아니라는 판단에 따른 조치였다. 세 개 플랫폼 중에선 유튜브의 자율규제 기준이 가장 느슨했던 셈이다.

나가며- ‘통신법 230조’와 소셜 플랫폼의 미래

소셜 플랫폼들이 적극적인 자율규제에 나선데는 ‘통신법 230조’ 문제를 빼놓을 수 없다. 미국 정치권은 그동안 소셜 플랫폼 사업자들의 방패막이 역할을 했던 통신법 230조를 폐지, 또는 개정하기 위해 적극적인 행보를 보이고 있다. 개정을 주장하는 이유는 조금 다르다.

공화당을 비롯한 보수층에선 페이스북, 트위터 등이 보수의견에 불이익을 가하고 있다고 주장하고 있다. 트럼프 대통령이 통신법 230조 폐지에 강경 입장을 보인 건 그 때문이다.

반면 민주당 쪽에선 플랫폼 사업자들이 허위정보를 막기 위해 적극적으로 나서지 않고 있다는 입장이다. 통신법 230조가 방패막이

3) 김익현(2020. 6. 1). 트위터는 전쟁, 페이스북은 대화...트럼프와 관계 왜 다를까.
<https://zdnet.co.kr/view/?no=20200601174328>

4) Yuridff. 앞의 글.

역할을 하고 있다는 것이다. 차기 대통령에 당선된 조 바이든 역시 올해 초 통신품위법 230조는 개정해야 한다고 주장했다.

페이스북, 트위터를 비롯한 소셜 플랫폼들도 통신품위법 230조 개정 필요성엔 공감하고 있다. 다만 구체적인 방법에 대해선 함구하고 있는 상태다. 마크 저커버그 페이스북 최고경영자(CEO)가 11월 17일 열린 상원 청문회에서 “투명성 보고서를 주기적으로 내도록 의무화하자”고 제안한 정도였다.

페이스북, 트위터를 비롯한 주요 소셜 플랫폼들은 2020년 대통령 선거 국면에서 허위정보 문제에 비교적 적극 대응한 것으로 평가된다. 4년 전에 비해 자율규제를 강화하면서 플랫폼

의 책임을 부각시키는 데 전력을 다했다. 2016년 대선 당시 혹독한 비판을 받았던 경험과 함께 ‘통신품위법 230조’가 보장해줬던 면책특권이 축소될 수 있다는 위기의식이 크게 작용한 것으로 풀이된다.

내년 출범할 바이든 행정부는 어떤 형태로든 ‘통신품위법 230조’를 건드릴 것으로 예상된다. 오히려 공화당 쪽에서 더 적극적이기 때문에 소셜 플랫폼의 책임성을 더 강화하는 쪽으로 보완될 가능성이 크다. 바이든 행정부의 IT 규제정책 중 꽤 큰 비중을 차지할 ‘플랫폼 책임성’ 이슈를 어떤 과정을 통해 어떻게 마무리할지 지켜보는 것도 꽤 흥미로울 것 같다.

KISO
JOURNAL

국내 포털의 '아동·청소년 보호' 자율규제 정책

박엘리 / KISO 기획팀장
(ellee@kiso.or.kr)



1. 들어가며

미성년자 성(性) 착취물 제작·공유 텔레그램 'n번방' 사건은 우리 사회에 많은 고민을 던져 주었다.

국제 사회에서는 인터넷상 아동·청소년 보호를 위한 각종 활동의 중요성이 커지고 있다. 미국 국립실종착취아동센터(NCMEC)에 따르면 2015년 650만 건이던 아동 성착취 관련 영상과 이미지는 2019년 6920만 건으로 10배 이상 급증했다.

인터넷을 통해 국경을 넘나드는 현재 상황에서 법적인 규제를 강화한다고 하더라도 해외 사이트에는 적용되지 않기 때문에 국내 이용자 및 온라인 서비스제공자들의 우려가 크다. 인터넷의 빠른 콘텐츠 유통 속도 및 초국적인 이용자 특성상 현행 규제 체계로는 효과적인 규제가 어려운 실정이다.

국내 인터넷 사업자들은 'n번방' 사건이 화두가 되기 훨씬 전부터 관련 정책을 정비하고 아동·청소년 보호를 위해 노력해왔으며 그 기조는 계속 이어지고 있다. 이에 더해 국내 포털들은 운영정책에 이용자들이 참여하는 아동·청소년 보호를 적극적으로 끌어내는 것으로 진화하고 있다. 국내 대표 포털들의 아동·청소년 보호 자율규제 정책에 대해 살펴보고자 한다.

2. 네이버 '아동·청소년 특별한 보호' 정책

이용자에게 실질적인 정보를 제공하고, 안전하고 바른 인터넷 사용 정보를 담은 '그린인터넷' 페이지를 운영 중인 네이버는 그동안 인터넷의 건강한 문화 정착을 위해 노력해왔다. 또한, 불법적이고 유해한 게시물에 대해서는 일관된 정책(약관, 운영정책, 청소년 보호정책 등)을 펴나가고 있다.

네이버는 지난 10월 12일 공지사항을 통해 네이버 게시물 운영정책에 ‘아동·청소년에 대한 보호정책’이 추가됐다고 밝혔다. 기존에도 네이버에는 아동·청소년에 대한 정책이 있었기에 새로운 것은 아니나, ‘아동·청소년의 특별한 보호’ 항목을 추가한 점이 달라진 점이다.

인터넷의 주인인 이용자들에게 아동·청소년에 대한 특별한 보호를 적극적으로 안내하고, 그 보호에 같이 동참할 수 있도록 유도하는 노력의 일환이라는 점에서 의미가 있다. 운영정책과 그린인터넷 페이지 변경을 통해 일반 이용자에서 아동 청소년을 ‘특별히’ 구분하는 시도를 한 것이다.

‘아동과 청소년의 특별한 보호’란 인터넷 공간에서 아동과 청소년의 보호를 최우선으로 하며, 아동과 청소년의 신체와 성을 대상화하는 행위를 금지하고, 아동과 청소년을 대상으로 비인격화하는 그 어떠한 행위도 허용하지 않는 정책을 골자로 한다.

여기에서 네이버는 단 한 번의 위반 행위도 단호하게 대처한다는 분명한 태도를 취하고 있다. 또한, 위반 게시물을 발견할 경우 누구나 신고센터에 제보할 수 있도록 했다. 아동과 청소년이 안전하게 누릴 수 있는 인터넷 환경 조성을 위해서 앞장서는 노력에 동참해달라고 참여를 이끌었다. 이는 아동·청소년이 성인과 달리 더 많은 주의와 관심, 보호가 필요한 대상이며, 상대적으로 큰 노력과 시도가 필요하다는 판단에 따른 것으로 보인다. 국내 대표 포털로서 모범을 보이며, 실행력을 강화하고자 하는 측면으로도 해석된다.

확인 즉시 삭제되고, 게시자에 대해 글쓰기 및 로그인 제한, 서비스 이용이 해지되는 게시물은 아래와 같다.

- 아동과 청소년의 신체를 촬영하거나 성적 대상화 하는 내용의 게시물
- 아동과 청소년의 일상적 사진을 성적인 사진과 합성한 게시물
- 아동과 청소년을 대상으로 한 성적 괴롭힘으로 보이는 내용의 게시물
- 아동과 청소년의 성착취물을 제작하거나 제공, 광고, 소개 등에 이용하는 내용의 게시물
- 아동과 청소년이 성착취물의 제작에 이용되도록 돕는 내용의 게시물
- 아동과 청소년에게 음란물 또는 성착취물을 제공하는 내용의 게시물
- 아동과 청소년의 성을 매매하는 행위 또는 그와 유사해 보이는 내용의 게시물
- 현행 성폭력처벌법과 정보통신망법 등 관련 법률에서 금지하는 내용의 게시물
- 아동과 청소년을 과도하게 비인격화하는 내용의 게시물
- 네이버 서비스에서 제공한 기술적 도구와 인터넷 환경을 매개로 아동 또는 청소년을 등장시켜 신체와 성을 대상화하는 내용의 게시물

아울러 네이버는 기존 음란물 정책을 강화해 ‘스리아아웃(3-OUT)제’로 제재 강도를 높였다. 특히, 성착취물, 불법촬영물 등 디지털 성범죄에 대해서는 1차 적발(1-OUT)시 전 서비스에서 영구적으로 글쓰기가 제한되는 강력한 제재 정책을 신설 적용하였다.

네이버는 인공지능 ‘엑스아이(X-eye)’로 음란 게시물을 실시간 차단하고 있다. 이용자가 음란 게시물을 업로드하면 게시물에 포함된 사진, 동영상이 엑스아이의 딥러닝 기술을 통해 실시간으로 검수 되고, 현행법 또는 이용약관·운영정책에서 금지하는 음란물로 판별된 게시물은 즉시 삭제된다. 현재 네이버는 엑스아이

실시간 인공지능(AI) 이미지 필터링 시스템 적용을 확대 조치했다.

이밖에도 네이버는 이용자의 건전한 인터넷 공간 만들기를 위해 ‘이용자의 정보 접근성’도 강화했다. 아동·청소년 보호 캠페인의 취지를 더욱 고취시키고자 사용자 인터페이스(UI)를 개선해 세부 운영에 관한 지침들을 그린페이지에 반영하는 리뉴얼을 마쳤다. 디자인 측면에서는 아동·청소년 페이지를 추가했고, 음란물과 불법게시물 페이지를 분리하여 가독성을 높인 것이 눈에 띈다. 구체적으로 개별 카테고리리를 대표하는 아이콘을 통해 각 페이지의 주제를 단순하고, 직관적으로 알 수 있도록 변경하였다.

3. 카카오 아동·청소년 대상 성범죄 ‘무관용 원칙’ 적용

카카오 역시 이전부터 청소년이 정신적·신체적으로 유해한 환경으로부터 보호받고 유익한 환경을 조성하도록 노력하며, 안전하게 인터넷을 이용할 수 있는 서비스를 제공하는 것을 기본 원칙으로 하는 청소년 보호 정책을 운영해왔다.

여기에 더해 카카오는 올해 7월 선제적으로 아동·청소년 성보호 정책 수립과 동시에 ‘아동과 청소년에 대한 보호’ 조항을 추가했다. 특히, ‘아동과 청소년 대상 성범죄에 대해서는 무관용 원칙을 적용한다’는 조항을 명문화해 강력한 제재를 시사했다.

이용자의 적극적인 신고 및 모니터링을 통해 이러한 정책에 위반되는 콘텐츠나 커뮤니케이션을 발견할 경우, 누적 정도(기존 정책위반 이력)와 관계없이 즉시 해당 계정과 서비스 이

용을 영구적으로 제한하는 강력한 제재를 적용한 것이다. 심각한 이슈가 발생하면 수사기관 신고 등 사법적 대응을 연계해 적극적 조치를 취할 것이라고 설명했다.

카카오는 아동과 청소년이 건강한 인격체로 성장할 수 있는 인터넷 환경을 만들고자 하는 노력에 이용자들의 적극적인 관심과 참여를 당부했다.

이는 기존의 청소년 보호 정책을 한층 강화한 것으로, 아동·청소년 대상 성범죄 또는 성범죄 조장 행위는 물론 관련 콘텐츠를 이용하려는 적극적인 의사 표현까지 무관용 원칙 적용대상에 해당한다.

카카오가 무관용 원칙으로 대응하는 아동·청소년 대상 성범죄 또는 성범죄 조장 행위는 다음과 같다.

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ① 아동·청소년 성착취물을 제작 및 제공하거나 광고·소개하는 행위 ② 아동·청소년 성착취물임을 알면서도 소지하거나 이용하는 행위 ③ 아동·청소년이 성착취물의 제작에 이용되도록 돕는 행위 ④ 아동·청소년에게 음란물이나 성착취물을 제공하는 행위 ⑤ 아동·청소년의 성을 매매하는 행위 ⑥ 아동·청소년 대상 성범죄를 모의하거나 묘사하는 행위 ⑦ 아동·청소년을 대상으로 한 그루밍(grooming, 길들이기) 행위 ⑧ 아동·청소년의 성적 대상화 ⑨ 그외 아동·청소년 대상 성범죄를 조장하는 행위 |
|---|

그루밍을 금지행위에 반영한 것이 눈에 띄는 시도다. 그루밍은 상대와 형성한 신뢰 및 친밀감을 이용해 성적 행위를 조장·권유·강요·요청하는 것을 의미한다.

온라인상의 그루밍은 디지털 세상의 확장과 더불어 최근 사회 문제로 부상했고, 학계에서는 여러 논의가 이뤄지고 있지만, 법 제도적 차원의 정의는 아직 확정되지 않은 상태다. 카카오는 그루밍을 금지행위로 명시함으로써 사회 구성원들이 그루밍을 모두 함께 대응해야 할 문제로 인식하고 예방과 구제를 위한 활동에 적극적으로 참여하게 되길 기대한다고 밝혔다.

카카오는 이번 정책을 수립하는 과정에서 정책의 엄밀성을 높이고 사회적 공감대를 확인하기 위해 국회, 부처, 언론, 학계, 시민단체 전문가의 의견을 수렴하는 절차를 거쳤다.

한편, 카카오는 유해 콘텐츠로부터 이용자들을 지키기 위해 유해 콘텐츠 필터링 기술을 적용하고 있다. 스마트한 유해 콘텐츠 차단을 위해 AI 기술을 도입하고 있으며, 현재 카카오에서는 이미지 외에 글, 동영상, 음악, 파일 등 다양한 콘텐츠의 유해성을 관리하고 있다.

4. 나가며

한국 인터넷 산업의 발전을 함께 이끌어 온 국내 인터넷 사업자들은 이용자 보호를 위해 업계의 자율적인 노력이 필요하다는 데 의견을 같이하고 있다.

법에 따라 규율된 규제만으로는 언어나 문화, 생활과 같이 청소년의 정서에 영향을 주는 요소로부터 그들을 보호하기 어렵다.

이용자에 대한 인식 제고 활동을 바탕으로 하는 미디어 리터러시 제고 방안, 아동·청소년 보호를 위한 자율규제 및 정규 교육 과정에서의 교육 강화, 자발적으로 인터넷 정화 활동에 참여하는 시민을 양성하는 것이 장기적으로 어떤 규제도 불필요하게 만드는 가장 이상적인 대안일 것이다.

정부뿐만 아니라 교육계, 산업계를 포함한 모두가 노력하고, 이용자의 동의와 참여를 통한 아동·청소년 보호 방안을 고민해야 할 시기다.

KISO
JOURNAL

[참고문헌]

- [1] 서울신문(2020.12.06.). “고통 팔아 돈 버는 ‘폰허브’ 전 세계 아이들이 죽어간다”
(<https://seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20201207014007>)
- [2] 황창근, “개정 청소년보호법 및 아동·청소년성보호법의 쟁점 및 개선방안”, KISO저널 제5호(2012)
- [3] 네이버 그린인터넷 페이지(<https://green.naver.com/>) 및 게시물 운영정책(https://policy.naver.com/policy/service_group.html)
- [4] 카카오 운영정책(<https://www.kakao.com/policy/oppolicy?lang=ko>) 및 카카오 정책산업 연구 브런치(<https://brunch.co.kr/@kakao-it/347>)
- [5] 전윤정, “디지털 아동·청소년성착취 근절 제도개선 현황 및 과제”, 현안분석, 제161호, (2020.09.04.)

승승장구 K-웹툰, 더욱 발전하기 위해 필요한 점은?

지승현 / 정보통신정책연구원(KISDI) 통신전파연구본부 인턴연구원
(jjssh423@kisdi.re.kr)



● 갑론을박(甲論乙駁)

최근 웹툰 시장에서 논란을 일으켜 화두인 작품은 크게 두 작품(기안84의 복학왕, 삭의 헬퍼 2: 킬베로스)이다. 두 작품은 성적 대상화, 작가의 표현방식 문제에 대해 논란이 생긴 작품들이다. 이 사건이 있음을 기준으로 대부분의 작품에서 블러(주변부의 이미지를 뭉개어 뽀얗게 만드는 행위), 모자이크가 등장하기 시작했다. 기안84 작품의 복학왕에서는 봉지은(여자 주인공)이라는 캐릭터가 지방대를 졸업해 우연히 한국 최고 대기업의 인턴으로 취직한다. 이후 다가오는 재계약 시기에 재계약이 되지 않을 것이라는 생각이 들자 회식 자리에서 수달로 추정되는 동물로 변신한다. 그 후 자신의 배에 조개를 올려두고 돌멩이로 깨는 장면이 나온다. 봉지은이 성관계를 통해 취업한 것이 아니냐는 논란이며, 조개는 여성의 생식기를 비유한 것이 아니냐는 것이다. 삭(SAKK) 작품의 헬퍼 2: 킬베로스에서는 중학

생에 불과한 여성 캐릭터를 성인에 버금가는 체형으로 그린 후 비키니를 입혀 가슴을 들이미는 것, 범죄조직이 여중생을 납치해 성폭행 후 불법 촬영해 유포하려는 전개 등과 같은 성 상품화처럼 표현된 장면들이 논란이 됐다. 특히 내용을 전개하는 중 잔인한 장면이 다수 나와 논란은 거세졌다. 이러한 사건들 이후로 여러 웹툰 등에서 주먹, 칼 등을 모자이크 처리하거나 여성의 몸이 나오는 장면은 블러로 처리되고 있다. 관람 등급에 있어 연령이 제한된 작품에도 블러, 모자이크가 처리되는 경우가 발생하며 독자들의 견해는 나뉘고 있다.

● 양자택일(兩者擇一)

논란의 중심에서 이용자들 사이에서는 상반된 견해를 보인다. 이에 대해 획기적이고 합리적인 대안을 제시하기에는 어려운 상황에 놓여 있다. 웹툰에서의 창작의 자유가 존중받아야 한다는 것과 예술이라는 영역을 수단으로 삼

아 지나친 표현을 강행했다는 것이 문제된다.

먼저 창작의 자유가 존중받아야 한다는 측면에서는 작가가 어떤 것을 표현하든 비판을 받을 수는 있어도 검열의 대상이 되거나 작품으로서 표현 자체를 못하게 하는 것은 안 된다고 생각하는 것이다. 웹툰에 별점 시스템이 있어 독자들이 평가를 내릴 수 있고, 조회 수와 별점이 작가가 받는 원고료의 기준이므로 시장 시스템에서 독자들의 입맛에 맞춰 대중적인 그림을 그릴 것인지, 매니아층을 고려해 자신만의 특색 있는 작품을 그릴 것인지는 작가가 결정할 문제이지 독자가 그 여부를 판단해서는 안 된다고 보는 견해이다. 다시 말해 작품이 마음에 들지 않으면 댓글로 자신의 생각을 남기거나 별점을 주어 그 웹툰을 보지 않으면 되는 것이고, 작품이 마음에 들면 좋아요, 별점을 높게 주면서 작가와 소통을 하면 되는 것이라고 생각하는 입장인 것이다.

지나친 표현이라고 주장한 측면에서는 작가가 표현하는 작품을 통해 어떠한 사상을 가지고 있는지, 어떠한 영향을 미치는지 간접적으로 알 수 있기 때문에 웹툰 내용은 문제의 소지가 있다는 것이다. 작가가 가진 여성에 대한 비틀어진 인식이 문제가 된다고 지적한다. 특히 논란이 된 웹툰들은 SF, 비현실적 내용이 아닌 현실 묘사에 중점을 두고 있는데, 현실에서 보기 힘든 광경인데다 눈살이 찌푸러지는 상황을 만들어 놓고 사회를 풍자하려는 의도였다고 밝힌 것에 대해 부정적인 반응을 보이는 견해이다.

이러한 논의에 앞서 우리는 그동안 작가들이 무엇을 그려왔는지에 대하여 생각해봐야 할 것이다. 웹툰뿐만 아니라 모든 예술가들은 생

각보다 다양한 분야에 대해 관심을 두고 있으며 여러 분야에서 영감을 얻는다. 논란이 된 웹툰 작가들이 그려온 풍자물 중 집값 문제, 노인 문제 등 전반적으로 사회에 존재하는 모든 문제점에 대해 그리고 있다. 그중 하나인 젠더 문제가 이슈화되면서 갈등이 빚어진 것은 아닌가 추측된다.

특히 이러한 젠더 문제, 여성 대상화에 있어 한 가지 착각되고 있는 점은 여기서 시작된다. 작가들은 사회 문제를 그렸고, 그중 하나가 여성에 대한 프레임이었을 뿐, 남성 프레임도 그리지 않은 적은 없다는 것이다. 남루한 남학생의 모습, 폭력적인 남성성 등이 예시가 될 수 있겠다. 젠더 문제는 뜨거운 감자가 되기 전까지만 하더라도 사회에 다양한 고정관념들이 존재했다. 국내의 사례만 하더라도 안경을 쓴 뚱뚱한 사람, 기생오라비라고 불리는 이미지, 남루한 차림의 학생, 김치녀, 된장녀 등 국외로는 금발 백인 여성, 촌스러운 남학생들이 있다.

다시 문제로 돌아와 작가는 최근의 사회 이슈와 편견, 고정관념들에 대한 생각을 그렸고 이를 본인의 방식으로 희화화한 것이라고 볼 수 있을 것이다. 사실 그런 희화화가 잘못됐을 수도 아닐 수도 있다. 그런데 잘못됐다면 왜 잘못됐는지를 설명하고 이해하는 토론이 필요하다. 하지만 오늘날 표현은 곧 공격이 되고, 공격한 자를 사회에서 용납하지 않는 것에 거리낌 없는 시대가 됐다. 표현은 자유로워야 한다. 표현하는 과정에서 피드백이 이루어져 오늘보다 나은 사람이 돼야 할 것이다. 반대로 불편함도 느껴야 한다. 이러한 불편한 정서가 없다면 언젠가 우리는 다시 실수를 저지르게 될 것이고 그때는 오히려 기계가 된 인간을

볼 수도 있을 것이다. 두 마리 토끼를 잡는 것은 분명 어려운 일이다. 작가의 창작물과 독자의 비판 중 무엇을 우선할 것인지는 쉬운 결정이 아니다. 가장 합리적인 방안을 찾아 쫓아가는 것이 바람직할 것이다.

● 과유불급(過猶不及)

웹툰은 작가의 아이디어와 펜만 있다면 투자비가 없더라도 높은 수준의 콘텐츠를 만들 수 있으며, 텍스트에 비해 그림이 차지하는 비율이 높기 때문에 글로벌 시장 진출에도 용이하다. 인종, 언어, 문화에서 오는 차이나 이질감을 극복할 수 있는 것이 장점이다. 또한, 독자마다 자신이 원하는 속도로 콘텐츠를 소비할 수 있다. 드라마나 영화는 결말을 알기 위해 영상을 끝까지 봐야 한다. 하지만 웹툰은 모바일에 최적화돼 각자 생활 패턴이나 취향에 맞게 일상으로 파고들어 습관적인 소비가 가능하다는 점이 장점이라고 할 수 있다.

문제는 현재 한국의 웹툰 시장을 비롯해 전세계 대중문화 시장에서 PC(Political Correctness: 정치적 올바름)의 눈치를 본다는 점이다. 예컨대, 과거 BL(Boys Love: 남성 캐릭터 간의 연애나 성관계를 소재로 다루는 만화, 소설, 게임의 장르 중 하나), 백합(여성 캐릭터 간의 동성애 혹은 연애에 가까운 강한 우정)이라는 태그를 단 웹툰 자체를 찾기 어려웠다. 그리고 댓글 분위기 자체에도 이러한 낚새가 느껴지면 꺼려하거나 놀라는 반응이 있었다. 그러나 지금은 캐릭터의 성별을 인식하기 어려운 그림체에서 ‘와 재 남자 (혹은) 여자였어?’라는 댓글이 나오면 ‘웹툰 헛봤니’, ‘외관이 무슨 상관이니?’ 등의 댓글로 작품 내용에 대한 이야기보다는 외적인 부분에서의 말다툼이 오간다.

과거에는 내용상 캐릭터에 대한 인식 문제가 흔하게 존재하지 않았다. 현대 사회에 들어서며 다양한 대중문화가 양산되고 인식 문제가 대두되는 것을 느낀다. 이와 같은 현상은 현대 사회에서 작은 차별이라도 막기 위해 나아가야 할 바람직한 문화상이라고 볼 수 있겠다. 그러나 지나치면 부족한 것만 못하다는 말처럼, 과하면 문제가 발생하기 마련이다. PC 사이에서 토론의 목적은 비판이 아닌 자신의 사상을 강요하는 방향으로 흘러가는 형국처럼 보인다. 현대 사회는 토론의 시대를 가장(假裝)한 갈등의 시대임을 체감한다.

정치적 올바름이라는 말을 따라 바르게 행동하는 것은 이론의 여지가 없다. 그렇다면 왜 PC를 싫어하는 사람이 생기는지 의문을 갖게 된다. 정치적 올바름이 강요당하는 것? 사실 인간이란 올바름과 올바르지 않음을 구분하기가 무척 어렵다. 특히 이러한 예술의 영역에서는 더욱더 절대다수가 올바름이 되기 마련이다. 성소수자를 혐오하는 것, 특정 성별을 싫어하는 것, 인종을 차별하는 것은 나쁜 것이다. 하지만 안타깝게도 결국에는 인간의 자유라는 가치를 무시할 수 없다. 직접적으로 상대에게 정신적·육체적 피해를 주지 않는다면 표현할 수 있는 자유와 권리가 있다고 할 것이다.

정작 사안에서는 당사자가 아닌 PC(정치적 올바름을 요구하는 자)들이 불편해하는 실정이다. PC 대부분은 자기가 하던 행동 중 인지하지 못했던 상황을 PC 혐오라며 그 순간 범위를 확장한다. 예컨대, 믿거고(믿고 거르는 고려대 가드), 대학원생, 컴퓨터공학과 너드 등 이미 생활 속에 존재하는 어떤 대상에 대한 언급들은 어떻게 보아야 할 것인가? 흑인이나

성소수자처럼 타고난 기질이 아니면 PC의 영역에서 배제해도 될까? 그렇다면 입결 기준 상위 대학 학생이 하위 대학을, 취업률 기준 상위 학과 학생이 하위 학과 학생을 비하해도 되는 것일까? 정치적 올바름에 대하여 지적하고자 할 때 어떠한 범위까지 PC의 영역으로 들어오게 할 것인지에 대한 내용을 구체화하는 것은 이 글과 거리가 조금 멀다. 하지만 멀지 않은 미래에 표현의 자유와 관련하여 연결고리가 될 것으로 예측한다. 따라서 이 부분도 많은 사람들이 함께 고민해봐야 할 부분이다.

● 인공호흡(人工呼吸)

흔히 K-Webtoon(Korea Webtoon)이라고 불리는 한국에서의 웹툰 시장은 누가 돈을 주고 보냐며 손가락질 받던 위치에서 이제는 드라마, 영화, 게임 등 콘텐츠 산업을 이끄는 주류 산업에 자리하고 있다. 우리나라의 인터넷을 중심으로 한 서비스 발전 성장 속도는 빠르게 치솟고 있다. 이에 따라 각종 논란이 발생하고 그 논란에 대응하기 위해 법으로부터의 도움, 올바른 문화 정착 등과 같은 무언가로부터의 도움이 필요한 현실까지 오게 됐다. 이러한 현상 상황과 실태는 답답한 상황이며, 어쩌면 숨을 쉬기 위한 산소가 필요한 시점은 아닐까 생각한다.

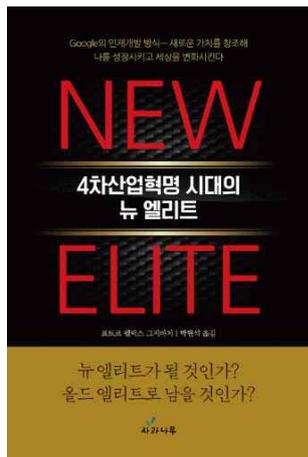
대표적인 포털사이트 네이버와 다음은 각각 웹툰 페이지를 운영한다. 네이버 웹툰과 다음 웹툰의 가장 큰 차이점은 대댓글 기능의 유무이다. 두 포털사이트 모두 베댓(베스트 댓글: 어떠한 댓글의 좋아요 수가 많으면 상위에 표시되는 것) 기능이 있다. 특히 다음 웹툰의 경우, 댓글에 댓글을 달 수 있는 대댓글 기능이 있어 독자들 간의 자유로운 대화와 토론이 가

능하다. 반면, 네이버 웹툰의 경우 클린봇(AI)이 악성 댓글을 감지하고 가림 조치를 취하는 기능이 있다. 건전한 댓글 문화를 선도할 수 있고 자체적으로 악성 댓글을 제한하는 점에서 의미가 있어 보인다. 두 서비스는 이용자 보호 및 건전한 웹툰 환경 조성이라는 측면에서 의미가 있다. 단순히 댓글뿐만 아니라 무엇보다 좀 더 객관적인 시각에서의 토론의 장을 플랫폼이 제공해야 할 것이다. 기사로 파편화되거나, 시간이 지나 확인하기 어려운 웹툰 댓글 창은 원활한 토론이 어렵다. 이런 점에서 네이버 웹툰보다는 다음 웹툰의 댓글 시스템이 나아 보이기도 한다. 하지만 단순히 댓글 창 제공뿐만 아니라 더 객관적이고 다각화된 장치가 구비된 건전한 토론의 장이 제공되어야 할 것이다.

무엇보다도 앞으로의 웹툰 산업 발전을 위해서는 근본적인 문제 재발 방지 대책 마련이 필요할 것으로 보인다. 법적인 제재보다는 타인으로부터의 검열이 아닌 누리꾼의 참여로 건전한 웹툰 문화를 조성할 수 있는 자기규율이 선행되어야 할 것이다. 현재의 기준으로 선불리 규제할 경우, 추후 문화·콘텐츠 산업에서 타국과 비교해 뒤떨어진 결과를 초래할 수 있을 것이다. 최근 있었던 사건들은 바른 프로그램을 만드는 담론의 시작이자 문제를 근본적으로 해결할 수 있는 장기적인 인프라를 구축하는데 본보기로 삼는 것이 현명할 것이다. 검열의 시대에는 자유가 죽으며 불편함과 토론이 없으면 시대상을 이해할 수 없다. 자유를 두되 이에 적합한 토론 환경을 제공하는 것이 앞으로의 숙제일 것이다. 모두가 관심을 기울이고 산소를 불어 넣는 인공호흡을 해 줄 때 이다. KISO JOURNAL

포르트 펠릭스 그지바치 저, <뉴 엘리트>

이명진 / 고려대학교 사회학과 교수
(leemji@korea.ac.kr)



최근 새로운 지식 창출과 확산 유형인 집단 지성에 관한 관심이 커지고 있다. 실제로 우리는 일상생활 속에서 집단 지성의 예를 쉽게 찾아볼 수 있다. 인터넷상에서 ‘위키피디아’나 ‘네이버 지식인’ 같은 서비스를 통해 특정 주제나 질문에 관해 대중의 답이 공유되고 수정되면서 집단적인 지식이 산출된다. 집단 지성은 일반 참가자 사이에 활발한 상호작용을 통해 형성되는 수평형 지성을 뜻한다. 이러한 지성은 개별 분산 방식과 동적인 변화 형태를 기반으로 한다. 집단 지성은 민주주의의 주요한 기반인 공론장을 사이버 공간에서 실현해 줄 것이라고 기대했었다. 더 나아가 온라인 공간에서 집단 지성이 단순하게 전달되는 게 아니라 개인의 역량이 극대화되고

지식의 창발성과 역동성이 증가할 수 있다는 주장도 있다. 개인도 중앙의 규제와 제한이 존재하지 않는 상황에서 기존 규제와 제한으로 벗어나 지식과 정보를 교환함으로써 계속해서 고도의 가치를 창출할 수 있다는 것이다.

이에 따라 과거 일부 엘리트층 중심으로 지식이 창출되고 분배되는 피라미드형(수직형) 지성을 기반으로 하는 체계가 흔들리고 있다. 과거 지식의 창조가 축적된 지식을 지니고 이를 활용할 능력을 보유한 개별적인 전문가에 의해서만 가능하다고 인식됐다면, 정보기술의 발달은 긴 시간을 두고 형성돼 소수의 전문가 사이에서만 유통돼 오던 지식의 ‘순환’과 ‘공유’를 유례없이 촉진함으로써 정보의 무한한 확산을 가능케 했다. 이에 따라, 오랜 기간 유효한 정보나 지식의 생성자이자 제공자로서 독점적 지위를 유지해온 엘리트의 설 자리가 줄어든 것은 전 세계적으로 공통된 현상이다. 그러나 사회에서 지도적인 위치를 차지하고

있는 엘리트의 역할이 일반 대중에 의해 전면적으로 대체되거나 역할이 사라진다고 보는 것은 다소 비현실적인 전망이라고 생각한다. 현실에서 여전히 엘리트는 사회 각 분야를 이끌고 있으며 중요한 영향력을 유지하고 있다. 다만 이러한 엘리트는 산업사회의 전형적인 엘리트라고 보기는 어렵다. 새롭게 부상하고 있는 엘리트의 특징이나 역할은 이전의 엘리트와 다르다. 따라서 엘리트가 되기 위한 자질도 다를 것이다.

‘뉴 엘리트(New Elite)’ 저자 그지바치(Piotr Feliks Grzywacz)는 4차산업혁명 시대에 적합한 엘리트가 되기 위한 자질과 덕목을 제시하고 있다. 이 책에서 저자는 “앞으로의 시대를 이끌어갈 뉴 엘리트는 어떤 가치관을 따르고 있으며, 어떤 일을 하고 있고, 어떤 식으로 살아가고 있는지”를 다루고 있다.

무엇보다도 그지바치는 “세계는 지금 급격한 변화를 겪고 있다”고 주장하고 있다. 이때까지 당연시하던 것이 더 유지될 수 없다고 본다. 물론 예전에도 기술에 따른 혁신이 존재했다. 1800년대 천연 얼음을 판매하는 사업이 있었으나 제빙기가 나오면서 기존 사업이 사라졌고, 제빙기 얼음 판매 사업도 냉장고가 등장하면서 사라지게 됐다.

그런데 최근 들어 이러한 기술 발달과 혁신이 가속화되고 있다. 각종 4차산업혁명 기술의 도입에 따라 기존 질서에 근거한 ‘오래된 것’이 사라지게 된다. 단순하거나 반복적인 직무는 AI나 로봇에 의해 대체되게 된다. 단순한 생산직이나 서비스직뿐만 아니라 일부 전문직도 이러한 위협에서 벗어나지 못한다. 실제로 여러 전문가 집단은 자동화, 로봇화, AI로 인해

상당한 근로자가 일자리를 잃게 될 것이라고 경고하고 있다. 심지어 지식정보사회가 도래함에 따라 지금 직업의 절반 이상이 사라질 것이라는 예측도 나오고 있다.

이러한 상황에 따라, 많은 조직에서 근면함과 복종, 지능이 아니라 정열, 창조성, 솔선(솔선)이 중요한 덕목이 등장하게 된다. 특히 저자는 이러한 상황에서 새로운 유형의 엘리트가 등장하게 되는데, 이들이 ‘올드 엘리트’와 구별되는 ‘뉴 엘리트’이다. ‘올드 엘리트’와 ‘뉴 엘리트’를 성질, 지향점, 행동, 인간관계, 사고방식이 다르다고 주장하고 있다. ‘올드 엘리트’는 우리가 전통적으로 알고 있는 집단이다. 명문 대학을 졸업하고 대기업에 취업하거나 전문직에 종사하여 한 분야에서 리더의 지위를 얻은 사람이다. 그러나 이들은 무엇보다도 자신의 성공에 주된 관심이 있다. 그리고 일단 엘리트의 위치에 다다르면 발전 가능성을 잃어버린다. 자기가 하는 일보다는 지위가 중요하고, 폐쇄적인 인간관계만을 유지한다. 창조적이기보다는 기존의 규칙을 충실히 지키는 것을 우선시한다. 이러한 점에서 ‘올드 엘리트’는 의사나 판사, 검사 혹은 변호사같이 전통적인 좋은 직업을 가진 사람들을 의미한다. 실제로 지금도 한국 사회에서는 이러한 직업을 갖기 위해 많은 학부모와 학생들이 엄청난 자원과 시간을 투여하고 있다.

반면에 ‘뉴 엘리트’는 개인적인 성공보다는 사회 전체적인 이익을 중시한다. 이러한 이타주의에 기반을 두고 있으며 사회 공헌을 지향하고 있다. 조직 내외의 환경 변화에 개방적이고 유연하며 적극적인 자세를 갖고 있으며, 이러한 변화에 능동적으로 대응하고 있다. 이들에게 지위 자체는 중요한 것이 아니다. 그것보다

는 과정에서 얻을 수 있는 성취를 더 중시한다. 다른 사람의 시선을 끌기 위해 지나친 보여주기식 소비보다는 최소한의 소비만을 하는 실용적인 사람들이다.

저자는 책의 상당한 부분을 뉴 엘리트가 되기 위한 자질과 행동 습관 등에 할애하고 있다. 이는 공산주의의 급격한 붕괴에도 불구하고 끊임없는 노력과 능동적인 도전을 통해 뉴 엘리트로 성공한 저자의 개인적인 경험에 상당 부분에 힘입은 바가 크다. 조국인 폴란드에서 자본주의 이행 과정에서 개인적인 어려움에도 불구하고 학업을 마쳤으며 독일, 네덜란드, 미국, 일본 등에서 끊임없는 자기 도전을 이어나갔다. 최근 온라인 공간에서 중요 의제를 제시하고 있는 구글에서 인재개발, 리더십 분야에서 직접 활약한 경험은 뉴 엘리트의 자질에 관한 논의가 설득력 있게 받아들여진다. 구체적으로 뉴 엘리트가 되기 위해 끊임없이 새로운 지식을 배우면서 세계시민사회의 일원으로 세계적 문제를 해결하려는 문제의식도 지닐 것을 요구하고 있다. 그 밖에 조직의 리더로서 팀원들에게 활력을 주고 그들의 목소리에 귀 기울이고 명확한 비전과 전략을 가지고 생산적이고 성과를 우선시하라는 조언도 하고 있다.

많은 사람이 AI나 로봇을 비롯한 다양한 기술에 기반을 둔 4차산업혁명이라는 거대한 변화 과정을 겪으면서 앞으로의 삶에 대해 불안해

하고 있다. 그러나 여전히 학교를 비롯한 기존 조직이나 제도에서는 기존 질서에 근거한 학습이 반복되고 있다. 여전히 교사의 시각에서는 정해진 규칙을 잘 지키는 학생이 모범학생이고 훌륭한 인재다. 이러한 상황에서 우리는 사회와 기술의 발전과 기존의 대응 방식 사이에 존재하는 간격으로 인해 일종의 아노미 현상을 겪고 있다, 결론적으로 불확실성이 커지고 있는 전환기에 사회 여러 부문에서 중요한 인재와 엘리트가 되고 싶은 많은 사람은 이 책에서 사회 변화의 전반적인 방향성과 아울러 구체적인 행동 방식을 찾을 수 있다.

다만 두 가지 측면을 고려하면서 저자의 논의를 받아들여야 할 필요가 있다. 무엇보다도 저자가 뉴 엘리트가 되는 여정에서 보여준 여러 가지 행동과 자세가 새로운 시대에만 적용되는 자질이나 덕목은 아닐 것이다. 인생에서 능동적이고 유연하고 적응적인 자세는 어느 시대나 통용될 수 있는 중요한 자질과 덕목이다. 예를 들면, 다른 나라에서 그 나라 언어로 의사소통하는 능력은 시대와 장소를 막론하고 중요한 자질이다. 사회혁신도 AI 시대만의 현상이 아니라, 인간의 오랜 역사 속에서 혁신은 끊임없이 진행됐다. 따라서 이러한 문제의식이 더욱 체계적으로 정리되고 뉴 엘리트만의 차별적인 자질이 덕목이 체계적으로 제시된다면, 전환기에 인재나 엘리트가 되고 싶은 많은 사람에게 더 유용한 지침서가 될 수 있을 것이다. **KISO**
JOURNAL

미국 다큐멘터리, <소셜딜레마>

이성엽 / 고려대학교 기술경영전문대학원 교수 (법학박사)
(dysylee@korea.ac.kr)



‘인간은 사회적 동물’이라는 아리스토텔레스의 명언은 언제 어디에서나 진리로 통한다. 인간은 개인으로 존재하고 있어도 홀로 살 수 없으며, 사회를 형성해 끊임없이 다른 사람과 상호작용을 하면서 관계를 유지하고 함께 어울림으로써, 자신의 존재를 확인하는 동물이라는 의미이다. 즉, 개인은 개인으로서만 존재하는 것이 아니라 사회 속에서 존재한다는 것이다.

최근 등장한 SNS는 인간이 사회적 동물이라는 점을 보다 극명하게 보여주고 있다. 소셜 네트워크 서비스(Social Network Services)의 약어인 SNS는 서비스 사용자들 간에 서로 관계를 맺거나 사이트 내에서 공통된 목적을 가진 사람과 만남을 갖는 등 새로운 인맥을 만들어가는 것을 목적으로 개설된 인터넷 서비스이다. 이는 개인의 생각을 다른 사람과 공유할 수 있고, 한 개인이 온라인상에서 불특정 다수와 관계를 맺을 수 있다. 이의 특징은 즉시성, 공유성, 실시간성, 상호작용성, 집단여론성이다.

즉, 스마트폰 보급의 증가에 따라 이용자들이 언제 어디서든 손쉽게 SNS를 이용할 수 있으며, 자신이 만들어 낸 콘텐츠를 자신이 속한 소셜 그룹에서 공유할 수 있다. 또한 SNS의 양방향성을 활용해 정보나 의견을 교환하고 이를 통해 콘텐츠의 제작, 수정 등 일반적인 활동이 누구나 가능하게 되고, 이런 활동을 통해 얻게 되는 정보가 커뮤니티를 통해 개방적이고 지속적으로 축적되고 발전됨으로써, 거대한 여론이 만들어진다는 특징을 담고 있다.

그런데 SNS는 온라인을 통한 인간관계 맺기, 그것도 불특정 다수와의 관계 맺기를 폭발적으로 증가시키면서 다양한 문제를 발생시키고 있다. 이와 관련 최근 SNS가 가져오는 사회적 폐단에 대한 경고를 담은 다큐멘터리가 최근 넷플릭스 오리지널 버전으로 제작, 방영되고 있어 화제다. 소셜 딜레마(social dilemma)는 제목에서 알 수 있듯이 보통 바람직한 것으로 간주되는 사회적 관계의 확대가 더 큰 해악을

가져오면서 SNS 역할의 확대나 축소 중 어느 한쪽을 선택할 수 없는 진퇴양난의 상황을 의미하는 것으로 보인다.



© 넷플릭스 공식 홈페이지

줄거리는 대강 이렇다. 페이스북, 인스타그램, 트위터 등 SNS 플랫폼 기업이 이용자를 플랫폼에 오랜 시간 잡아두기 위해 추천기능, 좋아요 기능을 이용하고 있으며, 보고 싶은 것만을 보여주면서 이용자를 조종하고 있다고 한다. 또한 온라인상의 활동 내역을 분석해 사용자 성향에 맞춘 광고를 노출시켜 상품 구매를 유도하고 있다고 한다. 주목할 만한 사실은 이런 과정을 지배, 통제하는 것이 사람이 아니라 인공지능(AI)라는 것이다. AI는 이용자의 흥미를 유발하는 가짜뉴스를 추천한다. 중요한 것은 이용자의 관심사일 뿐 노출되는 정보가 사실인지는 중요하지 않다. 이것이 반복되면 이용자에게도 정보의 사실 여부는 중요하지 않게 된다. AI가 제공하는 사실만을 진실로 믿으면서 인간의 행동을 조정하게 되는 것이다. 더 커다란 문제는 믿고 싶은 정보만을 믿고 상대를 배척하면서 좌우의 극심한 대립이 나타나고 있고 이에 따라 토론과 대화를 통해 최적의 대안을 마련하는 민주주의가 파괴되고 있다는 것이다.

조금 더 구체적인 내용을 보자. 먼저 우리는 SNS를 무료로 이용하고 있다고 생각하지만, 사실은 우리의 관심을, 나아가 우리 자체를 상품으로 제공하고 있다는 것이다. 상품의 대가를 치르지 않으면, 당신이 상품이다(“If you’re not paying for the product, you are the product.”). 우리와 우리의 관심이 광고주에게 팔리고 있다(We’re the product. Our attention is the product being sold to advertisers.”). 개인의 점진적이고 눈에 띄지 않는 행동과 인식의 변화가 상품이라는 것으로 결국 관심을 증폭으로 발전시켜 구매를 유도하는 SNS 비즈니스 모델을 설명한다.

SNS 기술의 특성을 설명하면 다음과 같다. 트리스탄 해리스(Tristan Harris) 전 구글 디자인 윤리학자는 보통 기술은 인간이 필요할 때 사용하는 도구이지만 “소셜미디어는 인간에게 사용되길 기다리는 ‘도구’가 아니며 “소셜미디어는 특정한 목적이 있고, 그 목적을 달성하기 위해 인간 심리를 이용한다고 말했다. 또한, 사용자의 모든 관심, 취향을 파악한 SNS와 광고주는 누가, 어디에서 검색하는지에 따라 다른 결과를 보여준다. 페이스북에 대해 ‘25억 개의 트루먼쇼’ 라고도 덧붙이면서 이를 마술사에게 홀린 상황으로 묘사한다. 나를 정확히 알고 있다는 것이다. 소셜미디어가 마법사가 될 수 있는 이유는 그들이 모은 방대한 데이터에 있다. 내가 ‘좋아요’를 누른 글과 콘텐츠, 재생한 영상, 문자를 보낸 상대는 물론 SNS 활동 시간까지 나의 모든 것을 알고 있기 때문이다. 이를 두고 다큐멘터리는 충분히 발달한 과학 기술은 마법과 구별할 수 없다(“Any sufficiently advanced technology is indistinguishable from magic.”)고 언급하고 있다. 또한 이 모든 조종 과정은 AI 알고리즘에 의해 이루어지는데 알고리즘은 객관적이지 않으며 기업의 이

익에 봉사하도록 설계돼 있다고 한다.

셋째, SNS 중독으로 인한 피해 관련 언급이다. MIT 연구에 의하면 트위터에서 가짜뉴스는 진짜 뉴스보다 6배 빨리 퍼진다고 한다. 또한, 판단력과 자제력이 부족한 미국 10대 여학생 중 자해로 입원한 사람의 수가 3배 증가했고, 15세~19세 여성의 자살률은 70%, 14세 이하 여성의 자살률은 무려 151% 증가했다고 한다. 나아가 2016년부터 올해까지 계속하고 있는 미국의 힐러리 클린턴 전 국무장관이 피자가게 지하에서 아동 성매매 조직을 운영했다는 음모론인 피자게이트 등처럼 소셜미디어는 사람들의 판단력을 잃게 만들고, 아무도 진실을 믿지 못하게 하면 결국 극심한 좌우 대립으로 민주주의를 불가능하게 하고 있다고 한다.

결론적으로 다큐멘터리는 소셜미디어를 사용하는 개인에게 중독에서 벗어나기 위해 잠자리 들기 30분 전에는 스마트폰을 끄라는 등 개인적 노력의 필요성을 말하는 동시에 소셜미디어 기업에게 윤리적 행동을 촉구한다. 또한 플랫폼이 수집하는 데이터량에 따른 데이터세 부과 등 국가가 소셜미디어 기업을 규제할 것을 촉구한다.

사실 그동안 SNS의 폐해를 지적하는 논의가 없었던 것은 아니다. 올해 10월, 10년 만에 개정된 니콜라스 카의 “생각하지 않는 사람들”은 인터넷이 인간의 뇌에 미친 영향에 대한 깊이 있는 연구결과를 보여주고 있고 작년 7월 출간된 프랭클린 포어의 “생각을 빼앗긴 세계”는 인간의 모든 삶이 거대 테크기업에 의해 지배당하는 가운데 이로 인해 파괴되는 우리 삶을 묘사하고 있다. 이 점에서 이 다큐멘터리가 완

전히 새로운 것은 아니다. 다만, 주요 SNS 기업에 근무했던 직원들의 고발 형식이라는 점이라는 것과 영상을 통해 문제점을 보여주는 것이 보다 강력한 체험이 되었던 것으로 보인다.

사실 자본주의 경제활동에서 기업이 소비자의 구매를 유도하기 위해 소비자의 니즈를 파악하고자 하는 노력이 새삼스러운 것은 아니다. 소비자가 무엇을 원하는지 파악할 수 있으면 바로 구매로 이어질 수 있기 때문이다. 다만, 인터넷과 SNS의 발달은 이런 소비자의 관심 분석을 보다 쉽게 하고 있는 것이다. 이런 기업의 노력이 과도해지면서 인간을 지배, 조정하는 단계까지 이르면서 인간 존엄에 관한 문제까지 나오게 된 것이다.

SNS와 인터넷이 사회적 관계나 정보에 대한 접근권을 대폭 확대하는 등 우리의 삶을 편리하게 하고 있고 혁신을 통해 산업과 경제를 이끌어 가고 있다는 점을 부인할 수 없다. 다만, 자동차를 개발하고 활용하는 것이 중요하지만 안전한 브레이크가 없는 자동차를 상상하기 어렵듯이, 아무리 유용하고 필요한 기술, 서비스라고 해도 적절한 위험방지 수단이 강구되지 않으면 그것은 인간의 존엄과 자율적인 삶에 위협이 될 수 있다. 이제 플랫폼 경제, 데이터 경제의 흐름을 인정하고 혁신을 위한 노력을 경주해야 하겠지만 기업의 자정 노력, 개인의 적절한 통제력 행사는 물론 국가의 플랫폼 규제 방안을 고민할 시기라고 할 수 있다. **KISO**
JOURNAL

KISO, 코로나 허위정보 관련 자율규제 현황 소개



<방송통신심의위원회는 지난 11월 26일 ‘코로나19 관련 허위조작정보의 유통 및 확산에 대한 대응방안’을 주제로 국제컨퍼런스를 개최했다. 이날 컨퍼런스에는 한국인터넷자율정책기구(KISO)를 비롯한 다양한 민간 부문 전문가들이 참석했다. 사진은 참석자들이 기념 촬영을 하고 있는 모습. ©방송통신심의위원회>

한국인터넷자율정책기구(이하 KISO)가 코로나19 허위정보 관련 자율규제 현황을 소개했다.

신익준 KISO 사무처장은 11월 26일 방송통신심의위원회(이하 방심위) 주최로 열린 ‘코로나19 관련 허위조작정보의 유통 및 확산에 대한 대응방안’ 국제 콘퍼런스에 참석해 코로나19 허위조작정보 자율규제 현황을 설명하고, 허위조작정보 차단을 위한 민·관 협력을 강조했다.

KISO는 2018년부터 ‘가짜뉴스 신고센터’를 운영하며 이용자가 신고한 가짜뉴스를 심의·삭제 등의 조치를 하고 있다. KISO 가짜뉴스 신고센터 처리 대상은 △언론사의 명이나 언론사의 직책 등을 사칭 또는 도용하여 기사 형태를 갖춘 게시물이 △게시물의 내용이 허위로 판단될 것 등 요건을 갖추어야 한다.

신 사무처장은 “방심위는 허위 판단 등을 관계기관과의 협조를 통해 심의하고 있으므로, 관련 정보의 제공, 심의 신청의 간소화 등을 통해 KISO 및 회원사가 허위 게시물의 전파를 빠르게 막는데 도움이 필요하다”며 “올바른 정보를 빠르게 제공하는 것이 가짜뉴스를 막는 가장 효율적인 방법”이라고 밝혔다. **KISO** JOURNAL

KISO, 서비스운영소위 출범

한국인터넷자율정책기구(이하 KISO)의 조직개편에 따라 제2분과 서비스운영소위가 출범했다.

KISO는 지난 12월 10일 회원사 세미나를 열고 개편 후 첫 소위 구성을 완료했다. 서비스운영소위에는 KISO 회원사(네이버, 카카오, 인벤, 클리앙, 뽐뿌, SLR클럽, 오늘의 유머, ZUM인터넷)가 참여하며, 황창근 교수(서비스운영 분과장, 홍익대학교 법과대학), 권현영 교수(고려대학교 정보보호대학원), 배진아 교수(공주대학교 영상학과, 위원명 가나다 순)가 외부위원으로 함께한다.

서비스운영소위는 이날 회의를 통해 내년도 주요 사업으로 △회원 관리 표준 가이드라인 △광고·바이럴 등 스팸 게시물 대응 방안 △인물정보서비스 정책 마련 등을 확정했다. 이밖에 회원사 제안에 따라 이슈별 다양한 논의 테이블을 마련하고, 자율규제 관련 자문을 확대해 나갈 예정이다. **KISO**
JOURNAL

<KISO저널 제41호>

발행일 2020. 12. 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 41호의 본문은 나눔명조체로 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)

권현영 교수/법학박사(고려대 정보보호대학원)

구본권 선임기자(한겨레 신문사)

김병일 교수(한양대학교 법학전문대학원)

이희옥 차장/법학박사(네이버 서비스 정책실)

김훈건 팀장(SK커뮤니케이션즈 법무팀)

김성환 부장(카카오 대외협력팀)

편집간사/남동희, 장세리 연구원(KISO기획팀)



ISSN 2287-8866(Online)