vol. 44

KISOJOURNAL

기획동향

왜 다들 NFT에 주목할까 | 김병철

NFT 아트와 저작권 이슈 | 김병일

법제동향

EU AI 법안이 주는 시사점 | 김병필

전자금융거래법 개정의 의미와 주요 쟁점 | 강형우

국내외주요소식

넷플릭스, '망 이용대가 소송' 1심 패소의 의미 | 이성엽

랜섬웨어 피해현황 및 대응방안 | 김기범

이용자섹션

일상이 된 전자상거래… 팬데믹 속 24시 | 남정미

메타버스라는 신대륙···소비자들은 왜 열광할까 | 이유진

깊어지는 게임업계 vs 유저 갈등, '확률형 아이템' 논란 해법은 | 김한준

편집위원 칼럼

'무한 정보세상'에서 점점 더 소중해지는 것은? | 구본권

문화시평

닐 스티븐슨 저, <스노크래쉬> | 임소혜

구본권 저, <디지털 개념어 사전> | 김훈건

한국인터넷자율정책기구 KISO
Korea Internet Self-governance Organization

왜 다들 NFT에 주목할까

김병철 / 코인데스크 코리아 편집장
(juan@coindeskkorea.com)

1. NFT를 이해하려면

지난 3월 전 세계 예술계를 충격에 빠트린 일이 발생했다. 디지털 아티스트 비플(마이크 윙클맨)이 NFT(대체불가능토큰, Non-fungible Token)로 만든 〈매일: 첫 5000일〉이라는 디지털 그림이 크리스티 경매에서 6930만 달러(당시 약 785억 원)에 낙찰됐다. 미술사에서 역대 세 번째로 높은 낙찰가였다. 제프 쿤스의 〈토끼〉 9110만 달러, 데이비드 호크니 〈예술가의 초상〉 9030만 달러 다음으로 비싼 작품을 NFT가 차지한 것이다.

[그림1] 매일 : 첫5000일 ⓒ비플/크리스티

대중의 주목을 받기 시작한 NFT는 예술계뿐만 아니라 이제 수집품, 게임, 스포츠 등 곳곳에서 등장하고 있다. 도대체 NFT가 무엇이길래 왜 이리 너도 나도 NFT를 발행하고 비싸게 사고파는 것일까. 올 상반기 코인(가상자산, 암호화폐) 투자 열풍에 힘입은 한때의 유행일까. 아니면 우리는 메타버스 세계와 물리적 세계를 연결해주는 새로운 개념을 발명하게 된 것일까.

NFT를 이해하려면 먼저 기반 기술인 블록체인을 알아야 한다. 블록체인의 철학과 기술적 특성을 이해하고, 왜 가상자산(암호화폐, 코인) 가격이 오르는지 알아야 NFT라는 새로운 현상의 윤곽이 그나마 잡힐 수 있기 때문이다.

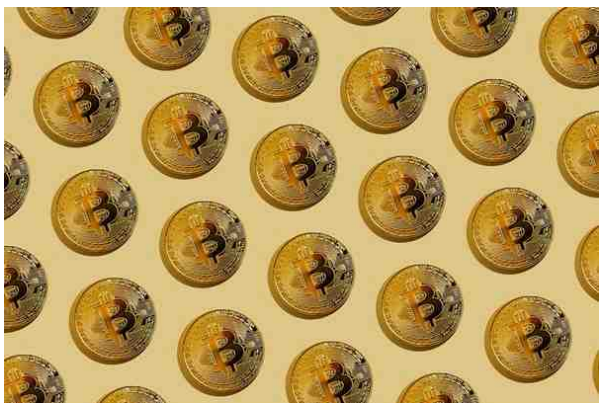
블록체인하면 대부분 비트코인을 떠올리지만, 블록체인과 코인은 다른 층위에 있다. 일단 '비트코인 블록체인'과 '비트코인'을 분리해보자. 자신의 컴퓨터를 '비트코인 블록체인'에 연결해 운영에 일조하는 이들을 노드(Node)라고 부른다. 노드는 컴퓨팅 파워와 전기를 쓰면서 '비트코인 블록체인'을 유지시켜주는 보상으로

가상자산인 비트코인(BTC)을 받는다. 이게 바로 비트코인 채굴(Mining)이다.

이더리움도 마찬가지다. 이더리움 블록체인이 있고, 그 위에 가상자산인 이더(ETH)가 있다. 흔히 비트코인, 이더리움으로 통칭하지만 둘은 싸이월드와 그 위에서 사용하는 가상화폐 도토리처럼 다른 개념이다. 이해를 돕기 위해 어떤 이들은 블록체인을 애플의 iOS, 구글의 안드로이드와 같은 운영체제(OS)와 비슷하다고 비유하기도 한다.

2. 복제를 막아주는 기술

비트코인 이전에도 이캐시(E-Cash) 등 전자화폐는 존재했지만, 비트코인이 주목받은 이유는 블록체인 기술을 활용해 영리하게 이중지불(Double Spending)을 막기 때문이다. 디지털 파일의 특성은 무제한 복제가 가능하다는 점이다. A가 B에게 이미지 파일 X를 전송하는 행위는, 사실 X의 복제본을 만들어 B에게 주는 것이다. 이제 세상에 X라는 파일은 2개가 존재한다. 생성 시기는 다르지만, 가치만 따지면 동일하기 때문에 원본과 복제본의 차이가 없다.



[그림2] ⓒJeremy Bezanger/Unsplash

하지만 이 세상에는 복제가 되면 작동하지 않은 것들이 있다. 대표적인 게 화폐다. 인류는 화폐 위조를 막기 위해 여러 기술을 발명했다. 17세기 영국 물리학자 아이작 뉴턴은 은화의 테두리를 조금씩 잘라 새 은화를 만드는 걸 방지하기 위해, 은화 테두리에 톱니무늬를 넣은 거로 유명하다. 지금도 조폐공사는 홀로그램, 색변환 잉크 등의 기술을 넣어 위조지폐가 만들어지는 걸 막는다.

디지털 공간에서 전자화폐의 위조는 어떻게 막을까? 보통 은행이 중앙기관으로서 송금 정보를 중앙서버에 기록해서 이중지불을 막는다. A가 B에게 100만 원을 송금한 후에는 A는 이 100만 원을 더 이상 사용할 수 없다. 은행은 송금 정보를 기록해 전자화폐 시스템을 유지하는 역할을 한다. 여기에 더불어 신용화폐까지 창출할 수 있는 은행의 막강한 힘은 사실 은행 인가권을 부여하는 가진 정부에서 나온다.

비트코인이 한때 '무정부주의(아나키즘)의 화폐'라고 불렸던 이유가 여기에 있다. 비트코인은 은행이라는 중개인을 없애고, 이 역할을 비트코인 블록체인에 맡기는 걸 꿈꾼다. 송금 정보를 중앙화된 은행에 보관하지 않고 전 세계에서 참여하는 노드들이 모두 탈중앙화된 상태로 보관하자는 것이다. 블록체인에 참여하는 노드가 늘어날수록 기록된 데이터를 위변조하기 어려워진다. 정리하면 블록체인은 중앙서버 없이 디지털 파일의 복제를 막아주는 기능을 한다.

3. 한정판 투자자산

NFT는 복제를 막아주는 기능에서 한 단계 더

나아갔다. 2100만 개로 발행량이 한정된 비트코인의 개당 가치는 모두 같다. 대체 가능하다는 뜻이다. 현금도 마찬가지다. 내가 가진 1달러권과 누군가 가진 1달러권은 대체 가능하다. 하지만 만약 내가 가진 1달러권에 애플 창업자 고 스티브 잡스나 BTS(방탄소년단) 멤버들의 서명이 적혀있다면? 화폐로서 가치는 1달러지만, 수집품 혹은 자산으로서 시장가는 엄청나게 오를 것이다.

NFT 가격이 오르는 이유가 여기에 있다. 뭔가 색다르고 특별한 한정판 투자자산으로 받아들여지는 것이다. 지난 7월 영국에서 이뤄진 한 경매가 화제가 됐다. 경매물은 스티브 잡스가 18세이던 1973년 손글씨로 직접 작성한 종이 입사지원서 한 장이었다. 일자리를 찾던 잡스는 주소에는 리드 칼리지, 전공은 영문학이라고 썼으며, 특기와 관심사에는 '전자기기 기술, 디지털, 디자인 엔지니어'를 적었다. 그해 그는 대학을 중퇴했고, 3년 후인 1976년 스티브 워즈니악, 로널드 웨인과 애플을 창립했다.

경매 결과 빛바랜 이 종이 한 장은 34만3000달러(약 4억 원)에 낙찰됐다. 사실 청년 잡스의 이 입사지원서는 그동안 몇 차례 경매에 올랐고 가격은 꾸준히 올랐다. 2017년 최초 경매의 낙찰가는 1만8750달러(약 2200만 원)로 4년여 만에 무려 1729%가 상승했다.

[그림3] ⓒSteve Jobs' Job Application(1973) Auction 트위터

흥미로운 건 이번 경매에는 두 가지 경매물이 함께 올라갔다. 하나는 종이 입사지원서고, 또 하나는 이를 이더리움 블록체인에 기록한 NFT였다. 경매 주최자인 윈소프 벤처스는 "우리는 잡스의 입사지원서를 예술, 수집품, NFT 세계의 경계를 이해하는 데 활용해보고 싶었다. 물리적 세계와 디지털 세계가 서로 어떻게 상호작용하는가? 진정한 가치는 어디에 있는지 확인해보고 싶었다."며 경매 취지를 밝혔다. 결과는? 이번엔 물리적 버전의 승리였다. NFT는 2만7498달러(3200만 원)에 낙찰돼 종이 입사지원서의 12분의 1 가격에 머물렀다.

실물 원본이 있는 상황에서, 이와 별도로 존재하는 NFT 버전에는 큰 가치가 있다고 생각하지 않는 셈이다. 그러나 물리적 버전 없이 디지털 파일만 존재한다면 이야기는 달라진다. 실제 이런 일이 발생했다. 지난 3월 번트 파이낸스는 그라피티 아티스트 뱅크시의 작품 〈바보들(Morons)〉을 NFT로 만든 후 원본을 불로 태우는 영상을 공개했다.

[그림4] ⓒ번트 뱅크시(Burnt Banksy) 유튜브 영상 캡처

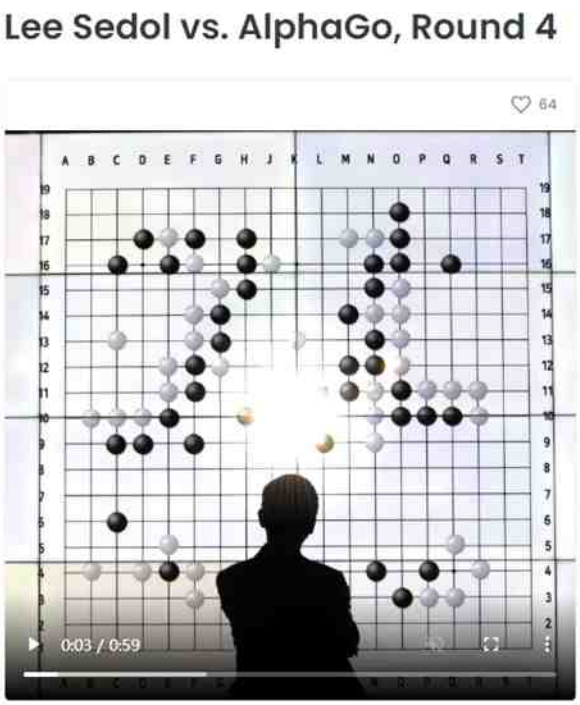
이제 물리적 원본은 사라졌으니, NFT 버전만이 뱅크시 작품의 원본이 되는 셈이다. 뱅크시

의 NFT는 NFT 거래사이트인 오픈시(Opensea)에서 228.69이더(약 38만 달러)에 팔렸다. 번트 파이낸스가 원 작품을 약 10만 달러에 산 것으로 알려졌으니, NFT로 전환되면서 가치가 4배 가까이 증가한 셈이다. 일각에선 작품을 불태우는 행위 자체를 가격을 높이려는 마케팅 혹은 예술로 보는 경향도 있다.

4. 디지털 등기소, 블록체인

뱅크시의 〈바보들〉은 인터넷에서 검색하면 디지털 파일을 누구든 다운로드할 수 있다. 디지털 세계에선 주인이 없는 사실상 공유제가 된 셈이다. 하지만 NFT는 그동안 어려웠던 디지털 파일의 소유권 증명을 도와준다. 코인을 화폐로 접근하면 블록체인이 은행 역할을 하지만, NFT로 보면 블록체인은 디지털 등기소와 같은 기능을 한다. 등기부등본을 떼면 부동산 소유권자를 확인할 수 있듯, 블록체인을 살펴보면 디지털 파일의 소유권자가 누구인지 알 수 있다.

예를 들어 코인데스크 코리아를 운영하는 22세기미디어는 지난 5월 바둑기사 이세돌 9단과 알파고의 네 번째 대국 정보를 담은 NFT를 만들어 오픈시에서 올렸다. 블록체인에서 검색하면 5월 11일 이세돌(Lee_Sedol) 계정이 이 NFT를 발행하고 7분 후, 22세기 미디어에 전송한 걸 볼 수 있다. 5월 18일 22세기미디어는 이를 경매에 부쳤고 결국 '두한 캐피털'이라는 계정이 60이더리움(ETH, 당시 약 2억 5000만 원)에 낙찰 받았다. 부동산 등기부등본에 주소, 크기 등 정보와 함께 소유권의 이전 내역이 담겨 있는 것처럼, 블록체인에 이 NFT에 대한 정보가 포함돼 있다. 등기소(정부, 사람)의 역할을 코드로 대체하려는 블록체인의 정신을 여기서도 확인할 수 있다.



[그림5] 이세돌 9단과 알파고의 4번째 대국 NFT. ⓒ오픈시

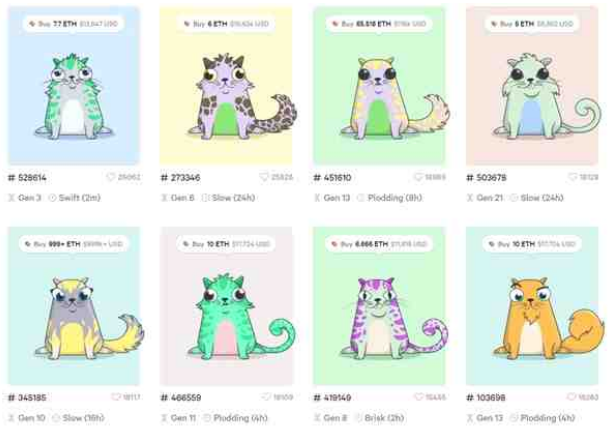
블록체인이 정부가 만든 등기소와 다른 점도 있다. NFT를 소유해도 그 대상이 되는 실물이나, 디지털 파일과는 관련이 별로 없다. 부동산 등기상 소유권자는 물리적 부동산의 주인으로서 권리를 행사할 수 있다. 세입자와 임대계약을 하거나 매수자에게 부동산을 팔수도 있다. 하지만 NFT는 별도 계약이 있지 않은 이상 실물에 대한 권리를 보장하지 않는다. 예를 들어 간송미술재단은 지난 7월 국보 70호인 훈민정음 해례본의 NFT 100개를 만들어 개당 1억 원에 팔았다. 약 80여 개가 팔린 것을 알려진 이 NFT를 보유한다고 해서 훈민정음 원본에 대한 어떤 권리를 얻는 건 아니다.

NFT의 대상물이 디지털 파일인 경우를 보자. 비트코인 지지자로 유명한 트위터 창업자 잭

도시는 2006년 자신이 트위터에 작성한 첫 글에 대한 NFT를 발행해 경매로 팔았다. 이 트위트 한 줄의 소유권은 290만 달러(당시 33억 원)에 팔렸다. 누구나 트위터에서 검색해볼 수 있는 트위트를 왜 수십억 원을 주고 살까? 트위트를 NFT로 만들어 경매에 부칠 수 있는 웹사이트 '밸류어블스'는 이렇게 설명한다. "온라인 갤러리에 전시하고, 리셀(Resell)할 수 있다. NFT는 야구 카드에 선수 사인을 받는 것과 비슷하다."

5. NFT 수집품, 게임

NFT는 예술시장 뿐만 아니라 수집품, 게임 등에서도 활용되고 있다. 처음 NFT의 대중화를 이끈 건 2017년 나온 크립토키티라는 게임이었다. 게이머는 크립토키티에서 NFT 고양이 캐릭터를 모으고, 교배를 통해 희소성이 있는 새끼를 키워서 판매할 수 있다. 크립토키티 개발사인 대퍼랩스는 고양이를 이더리움 기반의 NFT로 만들어, 생김새는 같더라도 각 고양이가 고유의 가치를 가지게 만들었다.



[그림6] 최초의 블록체인 게임이자 NFT의 시작이라고 평가 받는 크립토키티. ⓒ크립토키티

최근 가장 인기 있는 NFT 게임은 엑시인피니티다. 엑시라는 NFT 캐릭터를 모은다는 점에선 크립토키티와 같다. 하지만 포켓몬 카드처럼 단순히 캐릭터 수집에 그쳤던 크립토키티에 비해 엑시인피니티는 내 엑시들로 팀을 구성해 전투를 하는 게임성을 추가했다. 2018년 3월 출시 후 지금까지 누적 거래액이 2조4500억 원을 넘는다. 무엇보다 게임을 하면서 돈을 벌 수 있다는 점이 인기 비결이다.

게이머는 일일 퀘스트를 완료해서 받은 스무드 러브 포션(SLP)을 현금화할 수 있다. 또한 하나에 30만 원이 넘는 엑시 캐릭터를 교배해서 좋은 스킬이 가진 엑시가 나오면 더 비싼 가격에 팔 수도 있다. 상대적으로 평균 임금이 낮은 필리핀에서는 엑시인피니티로 기존보다 더 많은 소득을 얻는 이들도 나타나고 있으며 최근에는 한국 게이머도 빠르게 늘어나고 있다.

기존에 존재하는 수집품 시장을 디지털 버전으로 바꾼 경우도 있다. 크립토키티 개발사 대퍼랩스가 만든 NBA톱샷은 프로농구 선수 카드를 NFT화했다. 특히 케빈 듀랜트의 3점슛이나 조엘 엠비드의 덩크슛처럼 선수들의 인상적인 득점 영상을 NFT에 담았다. 유명한 득점 영상은 한정판으로 제작해 가치를 높였다. 또 패키지를 구매해야 그 안에 담긴 3개의 NFT를 확인할 수 있다는 점에서는 확률성 게임 아이템과 비슷하다.

[그림7] NBA 톱샷 패키지. ⓒNBA 톱샷 웹사이트

6. NFT의 미래

NFT는 코인 투자보다는 더 큰 시장을 형성할 것으로 보인다. 확실히 코인 투자를 꺼리던 이들도 NFT에는 관심을 갖고 진입하고 있다. 하지만 아직 정립되지 않은 게 많아 여러 리스크 또한 존재한다. 일단 NFT에 대한 대중의 이해도가 매우 낮아 블록체인상 소유권이라는 걸 모르는 이들도 많다.

무엇보다 지금의 구조에선 자전거래를 막을 길이 없다. NFT 발행자가 계정을 여러 개 만들어 경매 가격을 인위적으로 올려도 이를 확인할 수 없고, 설령 공개되더라도 법적으로 문제될 게 없다. 또한 NFT를 띄우기 위한 업계 종사자들의 활동도 활발하게 이뤄지고 있다. 실제 비플의 〈매일: 첫 5000일〉을 낙찰 받은 것도 NFT 펀드 메타퍼스의 창립자 메타코반이었다.

저작권 문제도 이슈다. 픽셀 아티스트인 주재범씨는 자신의 작품이 아무런 동의 없이 NFT로 발행돼 판매되는 걸 뒤늦게 알게 됐다. 누군가 주씨의 작품을 수정한 후 NFT로 만들어 3억 원의 수익을 얻은 것이다. 이처럼 NFT는 누구나 발행할 수 있어서 도용 등 저작권 침해 사례도 늘고 있다. 이세돌 9단이 자신의 대국을 NFT로 발행하기 전에 이미 오픈시에는 누군가 만들어 올린 이 대국의 NFT가 있었다.

아직 NFT가 어떤 형태로 발전할지는 아무도 모른다. 2017년 코인 업계에서 유행했던 ICO (Initial Coin Offering)처럼 한때의 유행으로 남을 수도 있다. 하지만 더 많은 사람들이 NFT를 이해하고 기존 사회 제도와 융합한다면 디지털 파일의 소유권이라는 새로운 개념과 시장을 창출할 수도 있다. KISO JOURNAL

※ Keyword : NFT, 가상자산, 블록체인, 코인

NFT아트와 저작권 이슈

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

1. NFT의 개념과 발전

NFT(Non-Fugible Token)란 대체 불가능한 정보를 덧붙인 블록체인 토큰을 말한다.[1] NFT는 블록체인 암호화 기술을 활용해 그림, 영상, 음악과 같은 디지털 파일에 별도의 고유한 식별 정보를 부여하는 것으로, 대체가능한 토큰과는 달리 블록에 담긴 정보에 고유 식별자와 기본자산에 과한 데이터가 포함돼 있어 토큰 하나하나가 고유한 특징을 가지고 있다. NFT의 대체불가능 속성은 디지털 파일의 원본성, 진본성, 유일성을 증명할 수 있고, 소장 및 구매이력을 증명할 수 있고, '희소성'의 가치를 부여해줄 수 있다.[2]

NFT에 대한 법령상 정의는 없다. 전형적으로 NFT는 이더리움 블록체인 상에서 발행되고 거래되는 표준 인터페이스 ERC-721을 활용한다. NFT 자체는 2017년경부터 존재했지만, 2021년 3월, 미국 디지털 아티스트 비플(Mike Winkelmann, Beeple)의 NFT 작품 'Everydays: The First 5000 Days'가 크리스티 경매소에서 무려 6930만 달러에 낙찰되면서 전 세계적으로 급속히 주목을 받고 있다. 우리나라에선 지난 7월 훈민정음 해례본 실물을 보유한 간송미술관(간송미술문화재단) 측이 국보 70호 '훈민정음'을 NFT로 제작해 100명에게 한정 판매하는 사업을 추진한다고 해 사회적 화두로 부상한 바 있다.[3]

---

1) 블록체인 기반 NFT와 NFT아트 관련 문헌으로는 정진근, 블록체인(Block-chain): 저작권제도에서의 활용가능성과 한계에 대한 소고, 계간저작권 (2018), 이민하, "문화 민주주의 관점에서 본 블록체인 기반 미술 플랫폼", 디지털콘텐츠학회논문지(2019), 김원오, "블록체인 기술과 저작권제도 간의 접점", 산업재산권 (2020); 서유경, 블록체인형 미술품 소유권 분할판매의 현황과 자본시장법 적용의 필요성, Law&Technology, 제17권 제3호 (2021.5); 윤영진, "디지털 시장에서의 소유권 전쟁의 서막 - NFT가 IP 산업에 미치는 영향을 중심으로, Law&Technology, 제17권 제4호 (2021.7); NFT와 저작권에 관한 국내 분석으로는, 캐슬린 김, NFT산업과 저작권, STORY Vol. 28 (2021년 7월호), 등 참조.

2) 윤영진, "디지털 시장에서의 소유권 전쟁의 서막 - NFT가 IP 산업에 미치는 영향을 중심으로, Law&Technology, 제17권 제4호 (2021.7), 59-60면.

NFT는 블록체인 기술로 컴퓨터 파일에 구매자 정보 등의 고유 인식값을 입력해 소유권을 보증하는 디지털 토큰(증표)으로, 디지털 표현 또는 예술작품을 기록하고 거래할 수 있는 디지털 원본 증명서 또는 소유권 증명서 역할을 할 수 있다.[4] 최근 디지털 '원본'을 증명하고 '희소성'의 가치를(verifiable digital scarcity) 부여해주는 NFT의 특성상 작품의 고유성이 중요시되는 미술시장을 중심으로 급성장했지만, 그 활용점이 스포츠, 엔터테인먼트, 게임, 음악, 게임, 디지털 부동산 등의 다양한 산업 또는 분야에 적합한 것으로 인정을 받고 있다.[5]

다양한 디지털 아트 및 콜렉션이 토큰화돼 엄청난 금액으로 거래되고 있지만, 계약법, 저작권법 등 해결해야 할 다양한 법적인 과제를 갖고 있다. 이 글에서는 NFT 생성 및 판매에서 발생하는 문제에 해당하는 NFT 민팅(minting)과 판매의 법적 성격과 NFT를 둘러싼 저작권법 쟁점에 초점을 둬 검토하고자한다.

2. NFT의 특수성과 NFT아트

NFT는 다른 토큰과 마찬가지로 몇 가지 법적인 문제를 제기한다. NFT는 스마트 계약(smart contracts)에서 작동하고 있기 때문에, 이러한 질문의 일부는 스마트 계약을 사용해 거래를 수행하기 때문에 발생하는 문제와 비슷하다. 첫째, NFT 생성 및 사용에서 발생하는 법적 분쟁을 어디서 어떻게 해결하는가 하는 일반적인 문제가 있다. 둘째, 방식요건 사항을 둘러싼 다양한 문제, 예컨대 당사자의 서명이 필요한 서면에 의한 합의를 요하는 경우에 대한 그 계약의 법적 효력 문제가 있을 수도 있다. NFT는 소유권을 확인하고 양도가능성을 관리하는 스마트 계약으로 운영되고 있다. 스마트 계약을 통해 블록체인에서 거래를 실행하는 사람들은 법규범을 준수해야 한다. 스마트 계약 법제도를 테두리 내에서 계약법의 규정을 준수해야 한다. 셋째, NFT에 관한 모든 사항을 스마트 계약으로 코딩 할 수는 없다. 예컨대, NFT 판매자는 구매자의 상업적 목적의 작품 이용 금지를 스마트 계약을 통하여 집행할 수는 없다. 넷째, NFT가 증권 토큰으로 분류될 가능성이 있다. NFT은 대체 가능하지 않고, 일반적으로 예술과 디지털 작품(증권으로 간주되지 않음)에 연결돼 있지만, 투자 계약 등의 증권으로 간주될 수 있다.[6] 다섯째, NFT를 취급할 때 디지털 아트나 음악 등의 독특하고 개성적인 아이템을 취급하고 있기 때문에 저작권법에 관한 다양한 문제도 발생할 수 있다.[7]

NFT아트는 유일한 독특한 데이터를 만들 수 NFT의 특성을 살려 디지털로 표현한 예술 작품 보유자의 이력 등을 블록체인에서 기록한

3) "훈민정음이 1억원"… NFT 시장 매물로, https://www.chosun.com/culture-life/culture_general/2021/07/22/Q3YMWLDLZJDEHCN7HEHVZWSN4I/ (2021.8.28. 최종 방문).
4) 박경신, 문화예술계에 부는 'NFT'아트 바람과 이를 둘러싼 저작권 쟁점, 저작권문화 Vol. 324, 한국저작권위원회 (2021.8), 6-7면.
5) Crypto Dukedom, The NFT REvolution 2021, 2021, p. 8.
6) 서유경, 앞의 글, 82-85면.
7) Pınar Çağlayan Aksoy, Zehra Özkan Üne, NFTs and copyright: challenges and opportunities, Journal of Intellectual Property Law & Practice, jpab104, https://doi-org-ssl.access.hanyang.ac.kr/10.1093/jiplp/jpab104 (Published: 21 June 2021

것을 말한다. NFT아트는 NFT기술을 활용해 작품을 디지털 자산화하는 것을 말한다. 일반적으로 디지털 작품 원본은 블록체인 밖의 오프체인(Offchain)이나 분산 파일 시스템(Inter Planetary File System)에 보관하고, NFT에는 작품명, 세부사항, 계약조건, 원본에 접근할 수 있는 링크정보 등의 메타데이터만을 포함한다.[8] 전술한 디지털 아티스트 비플의 NFT 작품 'Everydays: The First 5000 Days'의 경우 그 작품의 이미지 데이터는 분산 파일 시스템에 저장돼 있지만, 크리스티에서 이 작품 소개 페이지에 게재된 스마트 어드레스에서 일정 조작을 하면 누구든지 이 작품의 이미지 데이터가 저장돼있는 URL에 접속해 예술 작품의 이미지 데이터를 다운로드할 수 있다. 이런 상황에서의 기술적 특성을 감안하면 NFT 같은 무체물에는 소유권은 인정되지 않고, 디지털 소유권이라는 권리도 법정되지 않고 있으므로 NFT아트의 거래 객체의 특정을 신중하게 검토해야 한다.

NFT 플랫폼은 NFT아트와 NFT에 표상된 게임 캐릭터와 게임 아이템 등을 판매하는 2차 유통 시장을 말한다. NFT 플랫폼에서는 취급하고 있는 NFT가 금융 규제의 저촉여부, 해당 플랫폼의 이용 약관과 거래되는 NFT의 저작권법상 취급 등의 권리 관계에 대해서도 검토할 필요가 있다. NFT아트의 경우 거래대상은 디지털 작품 자체가 아라 그 작품의 '링크'를 구매하는 것이다. 그런데 NFT 플랫폼 또는 거래소가 도산하거나 플랫폼 사용자들의 계정이 해킹당하거나 NFT를 도난당하는 경우 그 플랫폼을 통해 거래된 예술작품의 링크가 예술작품의 원본임을 증명하는 것과 사용자 보호에 대한 문제도 발생할 수 있다.[9]

3. NFT관련 저작권법 쟁점

(1) 개요

캔버스 등 물리적 매체로 표현된 예술 작품인 리얼 아트는 예술적 표현의 가치뿐만 아니라, "원작품은 세상에 단 하나 밖에 없다"는 희소성이 가치를 높다는 측면이 있다. 그러나 리얼 아트는 유체물이기 때문에, 시간 경과에 따른 물리적 열화(deterioration, 劣化, 변질)나 유통 속도 및 유통 범위 제한 등의 문제점이 있다. 한편, 디지털 매체로 표현된 예술 작품 (이하 "디지털 아트"라 한다)은 물리적 열화는 없고 유통 가능성은 매우 높지만 복제가 가능하다는 점에서 리얼 아트에 비해 희소성이 낮다. 그런데 NFT아트는 리얼 아트의 희소성과 디지털 아트의 유통을 겸비한 이른바 하이브리드와 같은 예술 작품이라고 할 수 있다. 그러나 NFT나 NFT아트의 법적 성질, 즉 무엇에 대해 어떤 권리가 발생하는지에 대해서는 전문가들 사이에서도 확립된 견해나 판례는 아직 없다.

디지털 데이터나 콘텐츠는 원래 무료이고 쉽게 복제가 가능하고 대체가능성을 갖는다. NFT는 블록체인 기술을 이용해 대체가능한 디지털 정보에 인위적으로 희소성을 부여함으로써 시장에서 거래 가능한 적합한 형태가 된다. 대체가 가능한 서적이나 음반과는 달리, 대체가 불가능한 미술품은 원본 중심의 시장에서는 그 거래가 제한적일 수밖에 없다. 그러나 대체가 가능한 서적이나 음반에 NFT를 통

8) 박경신, 앞의 글, 6면.
9) 캐슬란 김, 앞의 글, 6-7면 이하;

하여 인위적으로 희소하게 만들거나 무한 복제가 가능한 디지털 미술품에 유일성 내지 희소성을 부여하게 되면 그 가치가 상승할 수밖에 없다.[10] 이와 같이, NFT는 독특한 디지털 데이터 특성을 갖기 때문에, "NFT는 데이터의 소유를 가능하게 한다", 또는 "NFT 소유자는 디지털 아트 및 디지털 캐릭터의 소유권이나 저작권을 취득한다"라고 볼 수도 있다. 그러나 과연 이러한 표현은 법적으로 적절한 것인지에 대해서는 의문이 존재한다. 우리 법상 데이터와 같은 무체물에 대해서는 소유권은 인정되지 않으며, '디지털 소유권'이라는 권리도 법으로 정해져 있지 않다.[11] NFT는 어디까지나 블록체인에서 발급된 토큰(증표)에 불과한 것이고, NFT를 이전하더라도 블록체인 밖에서 행해지는 권리의 이전, 즉 당사자 간의 합의(계약)의 성립을 의미하는 것도 아니다. 또 'NFT 매매'의 경우 도대체 무엇을 (무엇에 관한 권리를) 거래하고 있는지 조차 명확하지 않은 경우도 적지 않다. NFT를 활용한 사업은 급속히 발전하고 있지만, NFT의 법적 지위와 NFT의 거래에 대한 규제 · 권리 관계의 정립은 미흡한 실정이다. 따라서 NFT 해킹이나 NFT아트 저작자와 구매자 간에 권리 관계에 대한 분쟁이 발생하는 등 예측하지 못한 일이 발생할 수도 있을 것이다. 이하에서는 NFT을 활용한 대표적인 비즈니스 모델로 성장하고 있는 NFT아트의 거래에 대한 저작권법상의 권리 관계, 기타 법적 논점에 대해서 검토한다.

(2) 디지털 파일의 NFT화와 저작권

오프라인에 있는 디지털 파일을 NFT화하는 것을 민팅(minting)이라고 한다. 누구든지 NFT로 민팅할 수 있는데, 타인의 저작물을 민팅하는 경우에는 저작재산권 중 복제권과 전송권 침해가 문제될 수 있다. 회화, 조각, 판화 등 유형화된 저작물 또는 리얼 아트를 민팅하여 NFT화한다는 것은 그 실물 저작물을 디지털 이미지로 '복제'하여 플랫폼의 웹사이트(인터넷)에 '전송'하는 행위로 볼 수 있다.[12]

디지털 파일이 저작권법에 의해 보호받는 저작물인 이상 이를 그 차원을 달리해(2차원에서 3차원으로) 시공 내지 구현하는 것은 그 과정에 창작성이 있는지 여부에 따라 복제 행위 또는 2차적저작물작성 행위로 봐야 할 것이다. 또 타인의 저작물을 이용해 제작한 NFT가 2차적 저작물에 해당하는 경우 저작권 침해 여부와 관계없이 저작권을 취득한다. 저작물과 관련 있는 메타데이터를 공중에 이용 제공하는 것을 전송행위로 보기는 어려울 것이다. 다만, 이용허락을 받지 아니하고 타인의 저작물을 NFT 생선 및 판매를 위해 저작물에 대한 링크 연결이 필수적인데, 링크 연결행위에 대해서 우리 대법원은 저작권 침해(전송권 침해)를 인정하지 않고 있으나 유럽사법재판소는 공중이용제공권 침해를 인정한 바 있다. 물론 오리지널 작품이 오프체인 NFT내에서 복제되지 아니한다는 반론도 존재하지만 오리지널 작품의 복제 없이는 민팅을 할 수 없는 것으로 보이므로 민팅 행위에 대한 복제권 침해가 발생할 수 있다.

10) 이철남, NFT와 저작권, 저작권문화 Vol. 324, 한국저작권위원회(2021.8), 5면.
11) 민법상 소유권의 객체인 '물건'이란 '유체물'을 말한다. 민법 제98조(물건의 정의) 본법에서 물건이라 함은 유체물 및 전기 기타 관리할 수 있는 자연력을 말한다. 제211조(소유권의 내용) 소유자는 법률의 범위 내에서 그 소유물을 사용, 수익, 처분할 권리가 있다.
12) 캐슬린 김, 앞의 글, 9면 이하;

또 제3자의 회화, 조각, 판화 등 유형화된 저작물(이하 '리얼 아트'라 한다)을 '디지털 트윈'으로 NFT로 민팅하는 행위, 리얼 아트 저작물 소유자가 NFT로 민팅하는 행위, 리얼 아트 저작물의 이용권자(licensee)가 민팅하는 행위, 공유 저작물(public domin work)을 민팅하는 행위 등 NFT의 활용 방식은 다양한데, 그 활용 방식에 따라 권리 귀속 및 권리 침해 태양이 다양하게 나타날 수 있을 것이다.[13)]

(3) NFT아트의 저작권과 소유권의 조정

저작권은 '표현'(무체물)에 대한 권리인 반면 소유권은 유체물에 대한 권리이다. 우선 저작재산권 및 저작인격권은 어디까지나 '저작물'이라는 창작적 표현, 즉 형태가 없는 무체물에 대한 권리이며, 회화나 조각 등의 리얼 아트는 형태 있는 물건인 유체물로 소유권" 대상이 되고, 소유주가 독립적으로 존재한다. 소유권은 민법에서 "법령의 제한 내에서 자유롭게 그 소유물을 사용, 수익 및 처분 할 권리"(민법 206 조)으로 규정돼 있으며, 계약 관계가 없는 제3자에게 행사할 수 있는 절대적인 권리로 보호된다.

저작권법은 이러한 소유권의 성격을 감안해 미술저작물의 저작권과 소유권이 충돌할 수 있는 상황에서 이러한 권리를 조정하는 규정을 두고 있다.[14)] 물론, NFT는 소유권의 대상이 아니므로, 일견 이러한 규정은 NFT아트와 관련이 없는 것으로 생각할 수도 있다. 그러나 지금까지 소유권의 대상이 되는 리얼 아트가 '예술'자체의 거래 규범을 형성하고, 저작권법에 반영되는 것은 사실로 존재한다. 한편, NFT아트는 유일하고 희소성이 높다는 점에서 리얼 아트와 공통점이 있다. 따라서 NFT아트의 규범을 고려하는 경우, 리얼 아트의 규범을 출발점으로 하면서 NFT아트 특유의 성질에 착안해 논의해야 할 것이다.

(4) 재판매권(추급권)과 유사한 구조의 구축

우리 저작권법에서는 아직 인정하지 않는 재판매권의 존재도 중요하다. 미술품 재판매권(일명 추급권, Artist' Resale Right)이란 미술품이 재판매될 때 작가가 판매수익의 일정 비율을 청구할 수 있는 권리로, 유럽연합(EU) 등 80여 개 국가에서 도입하고 있다. 재판매권은 미술 창작 분야에서 정당한 보상체계 마련이라는 관점에서 중요한 의의가 있는 권리이다.

우리나라에서는 미술품 거래를 추적하는 것이 기술적으로 곤란하다는 등을 이유로 아직 법적 권리로 인정하지 않고 있다. 그러나 NFT의 기초인 블록체인 기술에 의해 거래 추적이 가능하기 때문에 재판매권 또는 이와 유사한 구조를 만드는 것이 기술적으로 가능함에 따라, 아티스트에게는 'NFT아트'를 창작하는 큰 매력의 하나가 될 것으로 기대되고 있다.

(5) 디지털권리소진

서적이나 음반의 유형 매체의 거래에 적용되는 배포권 소진이 NFT가 적용된 디지털 자산에 대해서 적용될 필요성이 제기되고 있다.[15)] 권리소진이론은 저작권자가 한번 판매하고 나

13) 캐슬린 김, 앞의 글, 7-9면 이하;
14) 전시권자와 소유권자의 이해관계를 조정하는 저작권법 제35조.에 의하면 유체물인 미술품 원본 소유자가 저작권자의 동의를 받지 않고도 일정 범위 내에서 저작물의 전시가 가능하다.

면 일단 판매한 저작복제품에 대하여는 그것의 향후 전전 유통 내지 배포에 대해 자기의 배포권을 주장하지 못한다는 이론이다. 이 이론에 의하면, 저작권자가 저작물의 복제물을 최초로 판매하고 이에 대하여 보상을 받은 경우, 저작권자가 그 복제물을 처분하는 것에 대해 통제할 수 있는 권리를 종료시키게 되는 것이다. 이러한 권리소진이론의 적용을 통해 그 복제물이 최초로 판매돼 구매자가 소유권을 취득한 자는 그 복제물에 대한 저작권자의 권리는 완전히 행사할 수 있게 되는 것이다. 따라서 역으로 저작권자의 경우 그 복제물이 추가적으로 판매되는 것을 통제할 저작자의 권리는 중지되는 것이다. 그 이유는 추가적인 판매에 대해 저작자가 통제할 수 있도록 한다면 이러한 저작권의 유통이 현저히 제한될 것이다. 아울러 이러한 양도 등이 이루어질 경우 이미 판매가 이뤄지고 소유권이 이전되었음에도 지속적으로 저작권자가 양도 및 거래를 위한 권리 등 사유재산권을 부당하게 침해하게 되므로 이를 방지하기 위한 것이다. 만약 권리소진이론에 의한 저작권의 제한이 존재하지 않는 경우, 저작물의 복제물을 소유한 자는 저작권자의 동의 없이는, 복제물을 전시하거나 판매할 수 없게 된다. 이러한 권리소진이론을 통하여 저작권자로부터 저작물의 복제물을 직접 구입할 수단이나 기회를 가지지 못한 일반인들도 복제물을 구입할 수 있는 기회를 제공하는 역할도 한다.

전통적 매체를 통한 저작물의 복제물을 전송을 통해서 항구적인 통제권을 인도하는 경우에는 권리소진원칙이 적용되지만, 항구적 베이스로 이용자에게 디지털 복제본을 전송하거나 이용제공하지 않는 서비스의 온라인 제공에는 권리소진 원칙이 적용되지 아니한다. 다만, 디지털 형태로 저작물의 복제본에 대한 항구적 통제권을 포함하고 있는 물품 또는 서비스 제공에 대해서는 추가적 논의가 필요하다. 디지털자산인 NFT의 2차적 거래와 유통은 유일성이 유지되므로 디지털권리소진을 인정할 필요가 있다. 디지털 정보가 유체물에 저장돼 거래되는 유통방식이 아니라, 인터넷을 통한 전송 또는 서비스 방식의 제공이나 NFT가 적용된 디지털 아트의 거래에 대해서 기존 법리를 어떻게 적용할 것인지 검토와, 나아가 필요한 경우에는 별도의 입법적 조치가 필요하다고 생각한다.

(6) NFT 플랫폼 사업자의 책임과 면책

인터넷에서 저작권을 침해하는 게시물에 대해 1차적인 책임을 지는 자는 그 게시물을 직접 게시한 자라 할 것이다. 인터넷 포털사이트를 운영하는 온라인서비스제공자(이하 'OSP'라 한다)가 제공한 인터넷 게시공간에 위와 같은 게시물이 게시됐고 검색기능을 통해 인터넷 이용자들이 그 게시물을 쉽게 찾을 수 있다고 하더라도, 그러한 사정만으로 곧바로 OSP에게 저작권 침해에 대한 불법행위책임을 지울 수는 없다.[16] NFT아트 플랫폼에 저작권 침해 아트가 게시되는 경우 해당 플랫폼에 대해 위 OSP 책임과 면책 법리를 그대로 적용할 수 있을 것인지 검토가 필요하다. NFT 거래는 저작물 자체의 거래라기보다는 저작물을 증명하는 메타데이터 기록의 거래라 할 수 있고, 탈중앙화 서비스로 이뤄지므로 자료를 서버에 저장해 사용할 수 있게 하는 '저장 서비스'로

15) 윤영진, 앞의 글, 66-67면.
16) 대법원 2010. 3. 11. 선고 2009다4343 판결 -이미지링크.

보기는 어렵다만, 메타데이터 NFT아트 콘텐츠 자체는 해당 플랫폼사의 서버에 저장돼 회원에게 게시되므로 해당 범위에서는 중앙집중적 방식으로 '저장서비스'를 제공하는 OSP로 판단될 여지가 있다.[17]

NFT는 탈중앙화라는 일반적 특징을 가지고 있지만, NFT아트 콘텐츠 자체는 중앙 집중적으로 방식으로 저장되고 있다는 측면이 별도로 고려될 수 있다. 다만 최근 유튜브와 같은 플랫폼 운영자에게 책임을 보다 쉽게 인정할 필요성이 제기됨에 따라 유럽 및 미국 등에서 변화의 움직임이 나타나고 있는 것 또한 법정책적 고려에 기인한 것이라고 봐야 할 것이다. 저작권 침해 게시물 발견의 특정(notice)은 저작권자가 부담하되, 신속 대응 (takedown)은 OSP의 부담이라는 면책규정(Safe Harbors 면책)에 의한 이익 · 부담의 균형이라는 법정책적 고려는 인터넷/디지털 서비스 시장의 혁신과 발전을 견인해 온 것을 인정하면서, 기술혁신 과정에서 저작권자의 정당한 권리와 창출한 가치는 반드시 존중돼야 할 것이다.

4. 결어

원본 작품 자체가 NFT에 저장되지 않기 때문에, NFT 민팅(minting)과 판매의 법적 성격은 불확실하며, 그에 대해서는 일치된 학설과 판례도 존재하지 아니한다. 민팅(minting) 및 판매 프로세스가 저작재산권의 지분권에 포함되지 않는다고 결론을 내린다면, 위법한 NFT 생성을 막는 것은 어려울 것이다. NFT가 디지털 아트 작품의 거래와 시장 확장과 건정한 저작물 유통시장과 저작자의 기회 확대를 통한 미술 시장의 활성화에 기여할 수 있을 것으로 기대를 받고 있다.[18]

또한 블록체인 기술을 활용한 NFT아트는 기존 콘텐츠 거래에서 예상하지 못했던 새로운 저작권 문제를 제기하고 있다. NFT아트의 제작 양태에 따른 저작권 침해 여부, OSP로서의 NFT아트 플랫폼의 책임 여부 등 권리소진의 원칙 등 기존의 저작권 법리가 NFT아트에 적용될 수 있는지 여부를, 리얼 아트의 적용 규범을 출발점으로 하면서 NFT아트 특유의 성질에 착안하여 법리를 형성할 필요가 있을 것이다. KISO JOURNAL

※ Keyword : NFT, NFT아트, 디지털권리소진, 민팅, 블록체인, 재판매권, 저작권

17) 캐슬린 김, 앞의 글, 10-11면; 박경신, 앞의 글, 7면;
18) 예컨대, 스마트 계약을 통해 아티스트는 우리 저작권법상 인정되지 않고 있는 미술품의 재판매에 대한 적정한 보상을 NFT 재판매 시스템을 통하여 받을 수 있다. 즉 재판매권이하는 새로운 저작재산권이 법상 인정되지 않더라도, 디지털 아티스트는 NFT를 통하여 재판매권을 보장받은 것과 동일한 결과에 도달할 수 있게 된다.

EU AI 법안이 주는 시사점

김병필 / KAIST 기술경영학부 교수
(byoungpil.kim@kaist.ac.kr)

최근 이루어져 온 인공지능 기술의 급속한 발전과 광범위한 확산과 더불어 인공지능이 초래할 수 있는 위해에 대한 적절한 규율이 필요하다는 주장이 대두되고 있다. 이러한 배경하에서 EU 집행위원회가 2021년 4월 발표한 AI 규제법안[1]은 국제적 관심의 대상이 되고 있다. 이제껏 논의돼 오던 사업자에 의한 자발적 인공지능 윤리 원칙 준수나 자율규제를 넘어, 인공지능에 대한 법적 규제를 정식으로 천명한 것이기 때문이다. 이제 법안이 제안된 단계이고 실제 입법까지는 상당한 시일이 소요될 것으로 보이지만, 제안된 법안 내용을 세밀하게 검토하는 것은 유의미한 일이 될 것이다. 이 글은 EU의 AI 규제법안의 주요 내용을 살펴보고 우리에게 주는 시사점을 살핀다.

1. EU AI 규제법안의 제안 배경

EU 차원에서 인공지능에 대한 법적 규제가 이뤄질 것이라는 점은 EU 집행위원회의 이제까지의 행보에 비춰 예상돼 온 것이었다. EU 집행위원회는 2018년 6월 인공지능에 관한 고위전문가 그룹(High-Level Expert Group on AI)를 구성하고 인공지능에 대한 규율 방안을 연구해 왔다. 그 성과물로 2019년 4월 "신뢰할 수 있는 인공지능을 위한 윤리 가이드라인" 발간했고[2], 이에 기초해 2020년 7월 "신뢰할 수 있는 인공지능을 위한 평가 리스트"를 통해 기업 현장에서 활용할 수 있는 인공지능 신뢰성 체크리스트를 제시하기도 했다.[3]

EU 집행위원회는 EU AI 규제법안을 마련하는 과정에서 광범위한 의견 수렴을 진행했다고 설명한다.[4] 수렴된 의견 대부분은 현재 인공지능에 대한 입법상 공백 상태가 존재하고, 인공지능에 대한 법적 규율이 필요하다는 점은

1) 그 정식 명칭은 "Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL LAYING DOWN HARMONISED RULES ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE (ARTIFICIAL INTELLIGENCE ACT) AND AMENDING CERTAIN UNION LEGISLATIVE ACTS"이다. 이하 "EU AI 규제법안"이라 한다.
2) High-Level Expert Group on Artificial Intelligence, "ETHICS GUIDELINES FOR TRUSTWORTHY AI", (2019. 4. 8).
3) High-Level Expert Group on Artificial Intelligence, "Assessment List for Trustworthy Artificial Intelligence (ALTAI) for self-assessment", (2020. 7. 17).

동의했는데, 다만 중복 입법의 가능성, 여러 법적 의무 간의 충돌 및 과잉 규제에 대한 우려도 함께 제기됐다고 한다.

한편, 현재 제안된 법안에 대한 다양한 입법 대안을 검토했다고 한다. 고려된 규제 옵션 중 하나는 사업자들로 하여금 자발적으로 위험성을 표기하도록 요구하는 것이었다. 일반적으로 이러한 라벨링 또는 공시 방식의 규제는 가장 낮은 수준의 규제로 여겨진다. 또 다른 선택지는 인공지능 응용 영역 전반을 규율하는 것이 아니라, 개별 분야별로 필요한 때만 해당 분야에서 인공지능을 규율하는 것이다(이른바 'ad-hoc' 접근). 가령 채용 인공지능에서 발생하는 문제가 있다면 노동 관련 기관이 소관 법령을 통해 규율하는 방식이다. 다만 이 경우 법령 간의 통일성이 저해돼 의무 준수 비용이 오히려 증가할 위험이 있게 된다.

가장 강력한 규율 방안은 모든 인공지능 시스템에 대해 EU 차원의 의무를 부과하는 형태의 입법이다. 이는 인공지능에 대한 사회적 신뢰를 증진하는 데 효과적일 수는 있으나, 과잉 규제에 해당할 위험성을 피해가기 어렵다.

이러한 여러 입법 대안에 대한 고려를 거쳐 EU AI 규제법안이 선택한 입법 방안은 '비례적 위험기반 접근'이다. 즉, 개인의 보건·안전이나 기본권에 심대한 위험을 낳을 수 있는 경우에는 규제 부담을 부과하고, 만약 그 위험이 크지 않다고 평가되는 경우에는 제한적인 투명성 의무만 부과하거나 법적 의무를 부과하지 않되 다만 사업자들에 의한 자율규제를 권장하는 방식이다. 이를 통해 인공지능 시스템의 발전 및 활용을 촉진한다는 가치와 인공지능이 초래할 수 있는 위험에 대한 적정한 대응 사이에 균형을 달성하는 것이 주된 입법 목적이라 할 수 있다.

2. EU AI 규제법안의 주요 내용

가. 위험기반 접근법에 따른 인공지능 규제

EU AI 규제법안의 핵심적 체계는 인공지능이 초래할 수 있는 위험을 4가지 단계로 구분하는 것이다. 즉, 인공지능 위험은 "수용 불가능한 위험", "고위험", "제한적 위험", "낮은 위험"으로 구분하고, 각 위험 단계마다 차등적으로 의무를 부과하자는 취지이다. 이는 새로운 규제 도입으로 발생할 의무 준수(compliance) 비용을 최소화하고 불필요한 가격 상승 방지하기 위한 방안으로 이해될 수 있다.

가장 높은 수준의 위험은 "수용 불가능한 위험"이다. 법안 상으로는 (a) 무의식적으로 인간을 조작할 수 있는 중대한 잠재성이 있는 경우, (b) 아동·장애인 등 특정한 취약 계층의 취약성을 악용하여 위해를 가할 수 있는 경우, (c) 공공기관에 의한 사회 평점 시스템, (d) 법집행 목적의 공개 장소에서의 실시간 원격 생체인식 신원 확인 시스템에 인공지능이 활용되는 경우가 나열돼 있다(법안 제5조). 이와 같은 "수용 불가능한 위험"의 인공지능은 원칙적으로 금지된다.

특히 공개된 장소에 설치된 CCTV 영상에 얼굴 인식 AI 기술을 도입하여 공공기관이 대량 감시(mass surveillance)를 위해 활용하는 것을 제한해야 한다는 주장이 제기돼 왔고, 이에 이

4) 위 법안의 설명에 따르면 총 1,215건 의견을 수렴하였는데, 기업 352건, 개인 406건, 학계 152건, 공공기관 73건, 시민단체 160건 등이었다고 한다.

러한 인공지능 활용을 수용 불가능한 위험으로 분류한 점이 특기할 만하다. 다만 미아, 중대 범죄 피의자나 테러 예방 등을 위해서는 사법기관이나 독립 행정기관의 사전 승인을 얻는 것을 전제로 예외적인 경우에 한해 제한적으로 허용하고 있다.

다음 위험 단계는 "고위험 인공지능"이다. 이는 크게 2가지로 구분된다. 고위험 인공지능의 첫째 범주는 AI 시스템이 제품 안전과 관련돼 활용되는 경우이다(법안 제6조 제1항). 안전상 위험성이 있는 제품에 대해서는 이미 기존 EU 규제가 적용되고 있다. 완구, 레저기구, 승강기, 폭발물, 고압 기구, 케이블, 의료기기, 민간항공 안전, 차량, 농업·임업 용구, 해상기구, 철도 등이 그러한 예이다. 만약 인공지능이 이러한 제품에 안전 부품으로 활용되는 경우는 해당 인공지능에 대해서도 추가적 규제를 적용한다는 취지로 이해된다.

고위험 인공지능의 두 번째 범주는 EU AI 규제법안 부속서 III에서 규정한 인공지능 활용 사례들이다(법안 제6조 제2항). 이는 개인의 보건·안전이나 기본권에 중대한 위험을 초래할 수 있는 경우인데, 일반적 생체인식 신원 확인 및 개인의 분류 시스템, 중요 인프라의 관리 및 운영, 교육 및 직업 훈련, 채용이나 근로자 관리 및 자기 고용에 대한 접근(이른바 플랫폼 노동에서의 작업 할당 및 성과 감독 포함), 핵심적 민간 및 공공 서비스 및 혜택에 대한 접근 및 이용(자연인에 대한 신용평가 포함), 법집행, 이민·망명·국경 관리, 사법·민주적 절차에 인공지능 활용되는 경우가 나열돼 있다. 이는 대부분 최근 수년 동안 인공지능 활용의 위험성에 대해 문제 제기가 지속해서 이뤄져 온 분야이다.

이러한 고위험 인공지능을 제조, 수입, 공급할 때에는 여러 추가적인 규제가 적용되는데, 특히 인공지능이 위 규제를 준수하고 있다는 점에 대한 사전 적합성 평가(Conformity Assessment)가 강제된다. 특히 기존에 공산품에서 흔히 볼 수 있었던 'CE 마크' 부착 의무를 인공지능에까지 확장한 것은 주목할 만하다.

세 번째 위험 단계는 "제한적 위험"이다. 이 경우에는 인공지능이 활용됐다는 사실을 고지해야 한다는 투명성 규제의 적용을 받는다. 제한적 위험으로 분류된 사례는 인공지능이 자연인과 상호작용하는 경우, 감성인지 시스템 또는 생체인식을 통한 분류 시스템, 인공지능에 의한 콘텐츠 생성 또는 조작(이른바 딥페이크)이 있다(법안 제52조). 다만 이러한 인공지능 시스템이 범죄를 탐지·예방·조사하는 데 사용되거나, 표현의 자유를 보장할 필요가 있는 경우에는 투명성 규제의 예외가 될 수 있다.

마지막 위험 단계는 '낮은 위험'이다. EU AI 규제법안 상 이러한 인공지능에 대해 적용되는 강제 의무는 없고, 다만 사업자들에 의한 자율규제를 권장하고 있을 뿐이다. EU 차원의 인공지능 규제로 인해 인공지능 산업이 위축될 수 있다는 비판을 의식해서인지, EU 집행위원회는 대부분의 인공지능은 '낮은 위험'에 속하고, 따라서 인공지능에 대해 추가적 규제 의무를 부담하는 사례는 많지 않을 것이라는 점을 강조하고 있기도 하다.

나. 고위험 인공지능에 대한 위험관리 시스템

무엇보다 EU AI 규제법안은 고위험 인공지능의 개발에 대한 다수의 의무사항을 부과하고 있다. 그 중 핵심적인 것은 위험관리 시스템을

구축, 유지해야 한다는 의무이다(제9조). 이러한 위험관리는 인공지능 전체 생애주기에 걸쳐 지속적이고 반복적으로 이뤄져야 하며, 주기적으로 업데이트될 필요도 있다. 고위험 인공지능에 대한 위험관리 시스템에 있어 핵심적 의무사항을 소개하면 다음과 같다.

우선, 인공지능에 사용되는 학습, 검증 및 평가 데이터는 관련성, 대표성, 무오류성과 완전성 등을 갖출 것이 요구된다(제10조). 또한 인공지능 시스템을 출시하기 전 법적 요구사항을 준수하고 있다는 점을 보여주는 기술문서를 작성해야 하고(제11조), 인공지능 시스템이 작동하는 동안의 자동적 사건 기록(로그) 기능을 구현해야 한다(제12조). 이러한 기록은 인공지능 시스템 기능을 생애주기 전체에 걸쳐 추적할 수 있는 수준이어야 한다.

다른 한편, 투명성 및 이용자에 대한 정보제공에 대한 의무도 규정되어 있다(제13조). 인공지능 시스템은 이용자가 시스템의 출력을 해석하고 적절하게 이해할 수 있도록 충분히 투명해야 한다. 이용자에게 제공해야 할 정보로는 공급자 정보, 인공지능 시스템의 성능(목적, 정확도, 오용 위험성, 성능 및 데이터 정보), 변경사항, 인간 감독, 예상 수명 등이 있다.

또한 인간 감독에 관한 의무도 있다(제14조). 인공지능은 그 사용 기간 중 인간에 의해 효과적으로 감독될 수 있도록 설계 및 개발돼야 하고, 정상 동작 또는 합리적으로 예견 가능한 오용 상황에서 위험의 예방 또는 최소화가 이뤄져야 한다. 이러한 인간 감독이 인공지능 시스템에 내재화될 수도 있고, 이용자에 의해 직접 수행될 수도 있다. 어떠한 경우라도 이용자가 인공지능 시스템의 능력과 한계를 이해하고, 인공지능 시스템에 의한 편향의 자동화 가능성을 인지하며, 인공지능의 결과물을 해석할 수 있고, 인공지능 시스템의 결정을 번복하거나 그 작동을 중지시킬 수 있는 기능을 포함해야 한다.

나아가 인공지능 시스템의 정확성, 강건성 및 사이버 보안에 관한 의무도 포함돼 있다(제15조). 인공지능은 그 사용 목적에 비추어 적절한 수준의 정확성 확보해야 하며, 시스템 오류나 외부 환경 상의 오류 혹은 외부 공격에 대한 저항성을 갖춰야 한다. 인공지능의 결과물이 다시 자신의 학습 데이터로 활용되는 경우에 발생할 수 있는 이른바 '피드백 루프' 문제에 대한 적절한 저감 조치도 필요하다. 또한 데이터 오염공격(data poisoning), 적대적 사례(adversarial examples)에 대한 기술적 조치도 고려해야 한다.

3. 시사점

요컨대, EU AI 규제법안은 인공지능에 대한 사회적 신뢰를 증진하고, 인공지능 규율에서의 법적 안정성을 확보하려는 조치로 이해될 수 있다. 이를 위해 비례적 위험기반 접근법에 따라 4가지 위험 단계를 구분하고, 특히 고위험 인공지능에 대해서는 생애주기 전체에 걸친 위험관리 시스템을 구축할 것을 요구하는 것을 골자로 하고 있다.

하지만 EU AI 규제법안은 인공지능 신뢰성 확보 문제를 종결짓는 것이 아니라, 오히려 이 문제에 관한 새로운 시작점이라고 평가할 수 있다. 어려운 문제는 누가 어떻게 인공지능의 위험 수준과 대응 조치의 적절성을 평가할 것인가 하는 점이다. 위 법안은 기존 안전성 적

합성 평가 제도를 활용해 인공지능 위험성에 있어서도 이와 유사한 의무를 부과한다. 즉 제3자인 전문기관에 의해 평가받는 것이다. 다만 부속서 III에 규제된 고위험 인공지능의 사례와 같이 기존의 적합성 평가기관이 존재하지 않는 경우에 대해서는, 원칙적으로 인공지능 시스템 공급자에 의한 자기 적합성 평가에 의하도록 하고 있다. 즉, 공급자가 내부 통제 절차를 통해 사전적으로 EU 규제 준수 여부에 대해 완전하고, 효과적이며, 적절하게 문서화된 평가를 내리도록 하는 것이다. 현재 인공지능 위험 규제에 대한 적합성 평가를 수행할 평가기관이 존재하지 않지만, 향후 이러한 평가 업무를 수행할 전문기관이 늘어날 것으로 전망된다. 국내 인공지능 기업도 이러한 자기 적합성 평가를 수행할 역량을 높여 나갈 필요가 있을 것이다.

한편, 국내에서도 EU AI 규제법안과 유사한 입법이 필요할 것인지에 대해서는 섣불리 단정하기 어렵다. 위 법안은 EU 차원에서 수년 동안 이루어진 연구와 의견 수렴, 사회적 논쟁의 결과물이라고 할 수 있다. 이를 국내에 수용하는 것이 바람직할 것인지는 쉽게 답할 수 있는 문제가 아니다. 더 많은 연구와 사회적 논의, 민주적 숙고 절차를 거칠 필요가 있다.

※ Keyword : 위험기반 접근법, 인공지능 규제, 적합성평가

전자금융거래법 개정의 의미와 주요 쟁점

강형우 / 김·장 법률사무소 위원, 공학박사
(kanghw70@gmail.com)

1. 들어가며

우리나라에는 인터넷뱅킹 등 전자금융거래에 대한 안전성과 신뢰성을 확보하고 전자금융업의 건전한 발전을 위한 전자금융거래법(이하 전금법)이 있다. 전금법은 2007년 1월 시행 이후 인터넷뱅킹, 홈트레이딩(HTS) 등 전자금융거래의 성장 및 안정화에 크게 기여했다.

2010년대의 스마트폰의 대중화와 더불어 빅데이터·AI·클라우드 등 디지털 신기술 도입 및 성장으로 최근에는 핀테크, 빅테크 등 새로운 금융시장 참여자가 등장하고 금융산업 구조가 변화되는 금융의 디지털 전환을 맞이하고 있다. 하지만 현재의 전금법은 2007년 제정 이후 제도적인 큰 변화 없이 그 틀을 그대로 유지하고 있다. 스마트폰도 없던 시절에 통과된 법이라서 현재와 같은 디지털 금융의 큰 변화를 제도적으로 수용하지 못하고 있는 상황이다. 국내와는 달리 EU 등 주요 국가에서는 이와 같은 디지털 금융의 변화 및 중요성을 인식하고 경쟁과 혁신을 촉진하기 위해 빅테크 등의 새로운 Player의 등장을 담은 「EU : 지급결제산업지침(PSD2: The revised Payment Services Directive)('18)」 등 법률을 제·개정하고 있다.

이에 따라 금융위원회는 2020년 7월 27일, 디지털금융의 혁신과 안정의 균형적인 발전을 위한 「디지털금융 종합혁신방안」을 발표했고, 후속 작업으로 국회 정무위에서는 2020년 11월 27일 전자금융거래법 일부개정안(윤관석 의원 등 12인)을 발의했다. 개정안은 총 4개 분야 16개 항목으로 구성돼 있다(그림 참조). 그 내용을 살펴보면, 전자금융거래법 전면 개편 수준으로 보인다. 그런데 빅테크 기업을 중심으로 하는 개정안 찬성 여론과 한국은행, 금융노조 등 금융권의 반대 여론이 대립하고 있어 전금법 개정안은 8개월째 국회 소관 상임위인 정무위원회에 계류 중이다. 이하에서는 전금법 개정안의 주요 쟁점을 '(가) 종합지급결제업 신설', '(나) 전자지급거래청산업의 제

도화', '(다) 금융회사의 전자금융사고 책임 범위 확대'로 구분해 살펴보고자 한다.

[그림1] 전자금융거래법 개정안의 주요 항목

2. 전금법 개정안의 주요 쟁점

가. 종합지급결제업 신설

이번 전금법 개정안에는 '종합지급결제업'라는 신규 라이센스를 도입했다. 종합지급결제사업자는 이용자에게 계좌를 개설해 주는 방법으로 자금이체업을 하면서 별도의 등록 없이도 대금결제업과 결제대행업을 함께 영위할 수 있으며, 대금결제업에 대해서는 30만 원 수준의 후불결제업무도 허용하고 있다. 이를 통해서 종합지급결제사업자는 금융결제망에 직접 참가해 이용자의 급여 이체, 결제, 송금, 투자, 보험료 지급 등 기능을 가지는 계좌 기반의 금융 라이프 플랫폼 구축이 가능하다. 여기다가 계좌를 기반으로 은행 수준의 다양한 금융서비스를 제공하면서 은행법 등 규제에는 적용되지 않는다. 물론 은행과 같은 여신·수신 업무는 금지되며, 이자지급 금지 등의 제약사항도 존재한다.

금융위는 하나의 금융 플랫폼을 통해 간편송금, 결제 외 계좌 기반의 다양한 전자금융업무를 한 번에 제공할 수 있는 혁신적인 대형 사업자를 육성할 필요가 있다며 법 개정을 추진하고 있으며, 빅테크 기업 등은 여신·수신 기능이 주어지지 않기 때문에 은행과 같은 건전성 규제를 받을 필요가 없다는 의견을 내세우며 개정안에 찬성하고 있다.

반면 금융노조 등 금융권에서 종합지급결제사업자는 기존 금융회사가 하던 업무의 대부분을 수행하면서도, 금융회사가 받던 규제는 대부분 받지 않게 되는 것이며, 금융시장에서의 동일 행위에 대한 동일규제 원칙이 무너지는 빅테크 특혜법이라고 주장하고 있다. 또한, 지방은행 등 영업 기반이 약한 중소형 금융회사는 법 개정시 빅테크의 공습에 의해 영업력이 크게 약화될 것으로 판단하고 개정안에 반대하고 있다.

나. 전자지급거래청산업의 제도화

청산이란 거래에 따라 생기는 채권·채무관계를 계산해 서로 주고받을 금액을 확정하는 것을 뜻한다. 즉, 금융회사에서 자금이체 등 거래가 발생할 때 금융회사 간에 매번 금액을 정산하는 것이 아니라, 하루 동안 발생한 거래를 계산해 한 번에 돈을 정산하는 것을 의미하며, 현재 전자지급거래에서 청산 업무는 금융결제원이 수행하고 있다. 이번 전금법 개정안은 전자지급결제청산업을 제도화했다. 자세히 살펴

보면, 금융위에 전자지급거래청산기관에 대한 허가 및 감독 권한을 부여하고, 기존 청산기관인 금융결제원은 허가를 받은 것으로 간주하는 내용을 개정안에 담고 있다. 이와 더불어, 빅테크가 디지털 금융산업 진출시 외부거래[1] 뿐만이 아니라 내부거래[2]에 대해서도 외부 전자지급거래청산업자를 통한 청산이 의무화된다. 참고로, 내부거래에 대한 청산 의무화는 은행 등 기존 금융회사에 대해서는 규제하지 않고 있던 사항이며, 금융위는 빅테크가 은행보다는 내부통제 수준이 낮을 것으로 판단해 내부거래 발생시 내부에 기록만을 남기는 것(은행이 처리하는 방식)보다는 청산기관에 기록을 남겨 두어서 투명성을 확보할 필요가 있다는 의미로 해석된다.

금융위는 그동안 기관 간 협약으로 운영돼 온 디지털 지급거래 청산 제도에 대한 명확한 법적 근거를 만들고, 금융결제원과 같은 청산기관에 대한 역할과 책임을 분명히 해 디지털 지급 결제의 안전성을 확보할 필요하다고 보고 있다. 또한, 빅테크 등에 대한 디지털 금융거래의 투명성 확보를 위해 외부거래뿐만이 아니라 내부거래에 대해서도 외부 청산기관에 의한 청산의무 부과가 필요하다며 법 개정을 추진하고 있다.

반면 한국은행은 한은법 제28조에 의거해 지급결제제도의 운영·관리에 대한 권한을 한국은행(금융통화위원회)이 갖고 있으므로 전금법 개정안은 한은법에 명시된 한국은행의 권한을 침해하는 월권행위에 해당되고 금융결제원에 대한 이중규제에 해당된다고 주장하고 있다. 한편 정무위원회 이용우 의원은 "빅테크가 가장 발달한 중국의 왕렌조차 내부거래를 제외한 외부 금융회사와의 거래만 외부청산하고 있고, 지급결제시스템은 비영리 공공적 인프라로써, 운영하는 기관은 통상 민간 자율협약으로 유지하는 해외 관행을 고려하여 중앙은행 감시 아래 두는 것이 합리적"이라며 한국은행 의견을 지지하고 있다.

다. 금융회사의 전자금융사고 책임 범위 확대

현 전금법 제9조에 의하면 금융회사의 무과실 책임 범위가 한정되고 이용자의 고의·중과실 범위가 넓어서 인터넷뱅킹 불법 이체 등 대부분의 전자금융사고 소송에서 소비자가 패소하고 있다. 반면, 해외의 경우 전자금융사고에 대해서 원칙적으로 금융회사가 배상책임의무를 지고 있어 국내 금융회사의 금융사고 예방 노력 부족 및 이용자 예방 의무 전가에 대한 비판이 있어왔다.

이에 따라, 금융위는 현행 접근매체의 위·변조, 해킹 등으로 획득한 접근매체의 이용 등 특정한 기술적 유형으로 제한되고 있는 금융회사의 책임을 '이용자가 허용하지 않은 전자금융거래(무권한거래)'로 인해 발생한 사고까지로 그 책임 범위를 확대하고, 해당 비대면 거래가 금융회사가 관리·운영하는 영역 외에서 발생했다는 사실이나 오류 없이 비대면 거래를 처리한 사실을 금융회사가 입증하도록 법 개정을 추진해 디지털금융에서 비대면 거래 이용자를 두텁게 보호하려고 하고 있다.

반면 은행 등 금융권에서는 금융회사의 무과실책임 범위를 과도하게 높이면 이용자의 사

1) 빅테크 내 A계좌에서 타 금융회사 B계좌로 이체
2) 동일한 빅테크 내 A계좌에서 B계좌로 이체

기 공모 등이 빈발하게 발생할 수 있는 등 부작용을 우려하고 있다.

3. 나가며

음악 용어에 조율이란 단어가 있다. 악기의 음을 표준음에 맞게 조정해 연주할 수 있는 상태로 만든 것을 말하며, 문제를 어떤 대상에 알맞거나 마땅하도록 조절함을 비유적으로 표현하기도 한다. 악기를 연주하는 공연에서 악기가 표준음에 맞게 조율이 되지 않은 상태로 연주를 하게 되면 악기가 가지는 음색이 변하게 되고 음정이 맞지 않아 아름다운 소리를 얻을 수 없어 공연에 실패하게 될 것이다. 이렇듯 음악 공연에서 악기의 조율은 매우 중요하다고 볼 수 있다.

음악 공연에서 악기 조율이 중요하다는 원리가 이번 전금법 개정에도 적용된다고 느껴진다. 이번 전금법 개정은 4차 산업혁명 및 포스트 코로나 시대에 맞는 디지털 금융산업의 혁신을 통해 글로벌 수준의 디지털금융 유니콘 출현을 유도하고 혁신적 핀테크 아이디어에 기반한 창업이 활발해지고 양질의 일자리도 창출해 디지털뉴딜 등 정부의 혁신성장 정책을 뒷받침할 수 있는 의미 있는 정책 방향이라고 볼 수 있다. 하지만 전체 16개 개정 항목 중 일부 사항에 대해서 금융노조, 한국은행 등 관계 기관들과의 정책 조율이 부족해 개정안 통과가 지연되고 있다. 멋진 그랜드 피아노를 사 놓고도 조율을 제대로 못해 연주를 할 수 없는 상황인 것이다. 전금법 개정안의 정책 목표는 바람직한 방향인 것으로 판단되므로 국회, 정부, 금융권, 빅테크 등 관련 기관들이 모두 적극적으로 소통 및 협상하고 원만하게 정책을 협의 및 조율하여 전금법 개정이 통과되길 기대한다. KISO JOURNAL

[참고문헌]

[1] 국회, 전자금융거래법 일부 개정안(2020.11.27.)
[2] 금융위원회 보도자료, 디지털금융의 혁신과 안정의 균형적인 발전을 위해 「전자금융거래법」의 전면 개편을 추진하겠습니다. (2020.7.26.)

※ Keyword : 전자금융거래법, 전자금융사고, 지급결제

넷플릭스, '망 이용대가 소송' 1심 패소의 의미

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

국내 OTT 시장을 석권하면서 이용자가 늘어나고 이에 따라 인터넷망에 대량의 트래픽을 발생시키고 있는 넷플릭스에 대해 SK브로드밴드가 망 이용대가를 요구했다. 그러나 협상이 잘 이루어지지 않자 넷플릭스는 서울중앙지법에 "망 사용료를 낼 의무가 없다"며 SK브로드밴드를 상대로 채무부존재 확인소송(2020가합533643)을 냈고 2021년 6월 25일 서울중앙지법 민사20부(재판장 김형석 부장판사)는 "협상의무 부존재 확인 부분은 각하하고, 원고의 나머지 청구를 기각한다"며 원고패소 판결을 내렸다.

본 1심 판결은 전 세계적으로 일어나고 있는 ISP와 CP 간 망 이용료 갈등에 법적인 판단을 한 최초의 사례로서 ISP와 CP 간 책임 범위의 기준을 정했다는 점에서 의의가 있다. 넷플릭스가 1심 판결에 불복하고 항소한 상황이지만 본 판결에서 쟁점, 당사자들의 주장, 법원의 판단을 살펴보는 것은 국내 통신정책, ICT 생태계 설계에 있어 상당한 시사점을 제공해준다.

1심 판결의 핵심 내용은 넷플릭스는 SK브로드밴드의 인터넷망에 '접속'하고 있거나, 적어도 '연결'이라는 유상(有償) 역무를 제공받고 있다. 따라서 연결 대가를 지급할 의무가 있다"는 것이다. 이에 대해 넷플릭스는 여러 이유를 들어 망 이용대가를 납부할 수 없다는 의견을 제출했다.[1)]

첫째, 인터넷의 기본원칙 상 접속과 전송은 구분되며 접속은 유료이지만, 전송은 무료인데, 넷플릭스는 SK브로드밴드와 전송만 하고 있기 때문에 망 이용대가를 낼 수 없다는 것이다. 넷플릭스는 도쿄와 홍콩 캐시서버(OCA)[2)]에

1) 이하 내용은 서울중앙지방법원 2021. 6. 25. 선고 2020가합533643판결 참조
2) OCA(Open Connect Appliances)는 ISP의 네트워크에 캐시서버를 설치하고 회원들이 자주 시청하는 콘텐츠를 새벽 시간대에 미리 저장해두는 방식을 의미한다.

미리 업로드해 둔 콘텐츠는 일본·홍콩과 한국 사이 해저케이블과 SK브로드밴드의 국제 망 전용회선을 거쳐 SK브로드밴드 국내 망을 통해 최종이용자에게 도달한다. 단순화하면 '넷플릭스→일본통신사→SK브로드밴드→최종이용자' 경로인데, 넷플릭스는 일본 통신사에 접속료(OCA 유지비용 등)를 지불하므로 SK브로드밴드엔 콘텐츠 전송 비용을 따로 낼 필요가 없다는 주장이다. 이에 대해 SK브로드밴드는 미국 연방 규정집이나 유럽연합(EU) 규정 어디에도 '접속'과 '전송'의 개념을 별도 규정하거나 '전송은 무상'이라는 취지의 규정은 없으며, 한국도 '상호접속' 개념에 따라 망 상호 이용에 따른 대가를 정산하도록 규정하고 있을 뿐 접속과 전송을 구분하지 않는다고 주장했다.

법원은 "넷플릭스와 SK브로드밴드 사이에 별도의 ISP가 존재하지 않아 직접 연결된 사실엔 당사자들의 다툼이 없다"며 "넷플릭스가 SK브로드밴드 인터넷망에 접속하고 있거나 적어도 연결 및 연결 상태 유지라는 유상의 역무를 제공받고 있다고 봐야 하므로 대가를 지급할 의무를 부담해야 한다"고 판단했다.

둘째, 전 세계적인 연결성을 보장하는 경우에만 망 이용대가를 낼 수 있는데, 이 건은 그런 경우가 아니라는 주장이다. 즉, 넷플릭스는 SK브로드밴드와 직접 연결돼 피고의 이용자에게 한정해 콘텐츠를 전송할 뿐 SK브로드밴드로부터 전 세계적인 연결성을 제공받고 있지는 않음으로 위와 같은 연결은 유상성이 인정되는 인터넷 접속에 해당되지 않는다는 취지로 주장한다.

법원은 이에 대해 "피고는 전 세계 여러 ISP와의 상호접속을 통해 원고들에게 전 세계적인 연결성을 제공할 수 있고, 넷플릭스를 원하는 경우 얼마든지 원고들의 데이터를 전 세계에 송·수신할 수 있음에도 스스로의 판단과 선택으로 피고를 통해 전 세계 각 종단으로 트래픽을 송신하지 않고 있을 뿐이므로, 피고가 원고들에게 원고들이 주장하는 전 세계적인 연결성이 보장된 인터넷 접속을 제공하지 않고 있다고 보기 어렵다. 설령, 피고가 원고들의 주장과 같은 연결성을 제공하지 않았더라도, 원고들은 자신들의 콘텐츠가 서비스 이용자들에게 전송될 수 있도록 피고와 직접 연결되어 있고, 특히 피고의 국제선 망에는 원고들의 트래픽만이 소통한다는 점에서 원고들은 피고로부터 일반적인 CP와는 구별되는 독점적 지위를 부여받고 있다. 이러한 내용의 연결성 제공과 그와 같은 상태의 유지만으로도 원고들은 그렇지 않은 경우와 비교할 때 자신의 고객들에게 보다 양질의 콘텐츠를 안정적으로 전송할 수 있는 이익을 향유하게 되므로, 피고가 원고들에게 경제적 가치가 있는 역무를 제공하고 있음은 분명하다"고 밝혔다.

셋째, 망 중립성 원칙 상 망 이용대가를 지급할 수 없다는 주장이다. SK브로드밴드는 망 중립성이 망 이용대가 지급 여부와 무관하다고 반박하면서 망 중립성은 ISP가 무상으로 트래픽을 전송해야 한다는 의미는 아니라고 밝혔다. 의료인이 환자를 차별해서 안 되는 법적 의무가 있다고 해서 의료서비스가 무상이라는 것은 아니라는 비유를 들기도 했다. 법원은 통신사가 자사 망에 흐르는 합법적 트래픽을 불합리하게 차별하는 것을 금지하는 원칙'인 망 중립성에 관한 논의와는 본 건 망 이용대가와 직접 관련이 없다고 판단했다.

넷째, 해외에서도 ISP에게 대가를 지급하지 않고 있다는 주장이다. 이에 대해 법원은 넷플릭스 콘텐츠 전송 부문 부사장인 켄 플로랜스가 2014년 미국 연방통신위원회(FCC)에 제출한 확인서를 근거로 넷플릭스가 ISP인 컴캐스트와 AT&T, 버라이즌, TWV에 '착신 망 이용대가'를 지불하고 있었던 것으로 판단했다. 특히 "넷플릭스는 다른 ISP를 거치지 않고 OCA와 컴캐스트 망을 직접 연결해 이용자에게 콘텐츠를 전송했다"며 "이런 과정은 넷플릭스가 SK브로드밴드와 연결해 콘텐츠를 전송하는 것과 구조적으로 동일하다"고 밝혔다.

한편 법원이 양면시장(two-sided market)의 원리를 인정한 것도 중요한 의미가 있다. 양면시장이론이란 다른 두 타입의 이용자 집단이 플랫폼을 통해 상호작용을 하며, 이때 창출되는 가치는 간접적 네트워크 외부성의 영향을 받는 시장을 말한다. 플랫폼을 제공하는 사업자는 양측 또는 어느 한쪽에 플랫폼 이용료를 부과함으로써 수익을 창출한다. 본 판결은 플랫폼 사업자 등이 서비스의 제공자와 이용자 모두로부터 이용대가를 수령할 수 있다는 점을 인정한 것이다.

법원은 "신용카드회사가 신용카드 회원인 소비자로부터 연회비를 수취하고, 가맹점으로부터도 결제 수수료를 지급받는 등 동일한 서비스에 관해 양 당사자로부터 이용대가를 수령하는 형태의 다면적인 법률관계는 현대사회에서 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 그리고 원고들이 넷플릭스 서비스 가입자에 대한 콘텐츠 제공 과정에서 발생하는 콘텐츠의 전송은 명백히 원고들의 적극적 행위에 의한 것이다. 따라서 피고가 인터넷망을 제공하고 관리하는 것이 자신의 인터넷 서비스 가입자에 대한 계약상 의무에 해당한다고 하여 그 인터넷망을 통한 콘텐츠의 전송을 두고 피고가 서비스 가입자에 대하여 행하는 의무의 이행에 불과할 뿐 원고들의 인터넷망 이용에 해당하지 않는다고 할 수 없고, 그와 같은 사정이 원고들과 피고 사이의 법률관계가 유상인지 여부에 관하여 직접적인 영향을 미칠 수도 없다"고 밝혔다.

아직 1심 판결에 불과하지만, 국내 OTT 시장 등에 진출했거나 진출을 앞둔 글로벌 CP들도 동일한 이슈가 있음으로 향후에도 망 사용료를 둘러싼 갈등이 있는 경우 이 판결이 기준으로 작용할 가능성이 있다. 다만, 7월 15일 넷플릭스는 대가 지급 의무를 인정하는 계약·법령 등 법적 근거가 특정되지 않았다는 점, 망 이용대가가 망 중립성 원칙에 어긋난다는 점 등을 이유로 항소를 제기했고, SK브로드밴드는 항소에 따른 법정 대응에 이어 망 이용대가를 청구하는 반소를 제기할 계획이라고 밝혀 향후 2심의 판단도 주목된다. KISO JOURNAL

※ Keyword : ISP, 넷플릭스, 망사용료

랜섬웨어 피해현황 및 대응방안

김기범 / 성균관대학교 과학수사학과(디지털포렌식) 교수
(freekgb02@gmail.com)

1. 랜섬웨어 피해의 심각성

ⓒ망고보드

랜섬웨어는 우리나라뿐만 아니라 전 세계를 위협하고 있다. 한국인터넷진흥원에 접수된 신고건수는 2018년 22건에서 2020년 127건을 넘어서 2021년 7월 현재 97건에 이른다.[1] 그런데 한국랜섬웨어침해대응센터에 접수된 개인·중소기업의 신고건수는 2020년에 3,855건으로 한국인터넷진흥원 신고건수보다 많다.[2] 글로벌 시장조사 기업인 Statista도 2020년 전 세계 피해건수가 3억400만 건[3]이라고 발표해 피해가 계속 확대되고 있는 것을 알 수 있다.

실제 우리나라에서도 2017년 웹호스팅 업체인 나야나는 중국으로 추정되는 범죄자에 의해 서버 153대가 에레버스(Erebus) 랜섬웨어에 감염됐다.[4] 13억 상당의 가상자산을 지불하고, 복호화키를 받았지만 완벽하게 복구하는데 실패했다. 2020년 이랜드 그룹은 클롭(Clop) 랜섬웨어에 감염돼 백화점 등 매장 23곳의 영업을 중단했다.[5] 2017년 등장한 워너크라이(Wannacry 2.0) 랜섬웨어는 약 150개국 이상에 20만여 대의 컴퓨터를 감염시켰다.[6] 당시 영국은 '국민건강서비스(NHS)'가 공격을 당해

1) 민경식, 김영직, 박진상, 장한나, "랜섬웨어 최신 동향 분석 및 시사점", KISA Insight Vol.02, 2021, 7면.
2) 매일경제(2021.6.8.), ""회사 이미지 망칠라"…쉬쉬하는 랜섬웨어 피해, 연 2조원 추정"(2020.8.25. 최종확인).
3) Statista(2021.7.22.), "Number of ransomware attacks per year 2016-2020", https://www.statista.com/statistics/494947/ransomware-attacks-per-year-worldwide/ (2021.9.10.최종확인).
4) NAYANA 홈페이지(http://www.nayana.com), 랜섬웨어 피해 및 복구에 관한 공지사항(2020.8.25. 최종확인).
5) 머니투데이(2021.6.17.), "韓-우크라이나 수사 공조, 랜섬웨어 조직 클롭 일당 체포"(2021.9.10. 최종확인).

최소 총 6,912건의 진료예약이 취소됐다.[7] 독일은 2020년 뒤셀도르프 대학(Universität Düsseldorf)의 종합병원 서버 30대가 감염되어 응급환자를 인근병원으로 후송하였으나 사망한 사건이 발생했다.[8] 미국은 2021년 송유관 운영사인 'Colonial Pipeline'이 랜섬웨어에 감염되어 수일간 미국 일부지역에 송유를 못해서 사회 혼란이 발생했고 결국 75 BTC를 지불해 복호화키를 받아 해결했다.[9]

이처럼 랜섬웨어는 개인의 데이터를 사용하지 못하게 하는 수준을 넘어 기업의 영업을 방해하고, 사람의 생명을 빼앗는가 하면, 송유관 작동을 마비시키는 수준에까지 이르렀다. 랜섬웨어는 이미 사이버위협의 '게임 체인저(Game Changer)'가 되어 국제사회의 사이버안전을 위협하고 있다.

2. 한·미 랜섬웨어 대응정책과 한계

정부는 2021년 8월에 범정부 차원의 "랜섬웨어 대응 강화방안"을 마련했다.[10] 주요내용은 ① 국가중요시설-기업-국민 수요자별 선제적 예방 지원, ② 정보공유·피해지원·수사 등 사고대응 전주기 지원, ③ 진화하는 금품요구 악성프로그램에 대한 핵심 대응역량 제고 등 3가지로 ① 수요자별 예방지원은 정유사, 자율주행 관제시스템 등을 주요정보통신기반시설에 추가하고, 중소기업에게 클라우드 기반의 '데이터금고'를 지원하기로 했다. ② 사고대응 전주기 지원은 공공·민간의 사이버위협 정보공유시스템과 의료·금융 등 분야별 정보공유분석센터(ISAC)를 연동하고, 다크웹 모니터링을 강화하는 내용을 포함돼 있다. 경찰청·시도청에 전담 수사체계를 구축하고, 인터폴·유로폴과 협력을 확대하기로 했다. ③ 핵심 대응역량 제고는 랜섬웨어 탐지·차단·복구 기술개발에 투자를 확대하고, 공격근원지 및 가상자산 추적에 대한 기술을 개발하기로 했다.

한편, 미국은 'Colonial Pipeline' 사건을 계기로 바이든 대통령은 2021년 5월 12일 국가사이버안보 및 연방정부 네트워크 보호를 위한 행정명령을 공표했다.[11] 법무부 부장관은 "랜섬웨어와 디지털 착취 사건 수사지침"을 하달해 랜섬웨어 등 6가지 범죄를 수사 착수할 경우에 법무부(CCIPS)와 연방검찰집행부(EOUSA)에게 보고하도록 지시했다.[12] 국토안보부와 법무부는 부처에 산재된 대응 기능을 통합·제공하기 위해 stopransomware.gov[13]를 개설

6) Collier, Roger. "NHS ransomware attack spreads worldwide", CMAJ : Canadian Medical Association journal = journal de l'Association medicale canadienne vol. 189, 22, 2017.
7) 홍건식, "미국의 사이버안보 거버넌스 구축과 대응", 동서연구 33(2), 2021, 192면; BBC NEWS(2017.10.27.), "NHS 'could have prevented' WannaCry ransomware attack", https://www.bbc.com/news/technology-41753022(2021.9.10. 최종확인).
8) 보안뉴스(2020.9.18.), "랜섬웨어 사망 사건, 독일 병원에서 터져"(2021.9.10. 최종확인).
9) United States DEPARTMENT of JUSTICE(June 7, 2021), "Department of Justice Seizes $2.3 Million in Cryptocurrency Paid to the Ransomware Extortionists Darkside"(2021.9.10. 최종확인).
10) 관계부처 합동(2021.8.5.), "랜섬웨어 대응 강화방안".
11) Whitehouse(2021.5.12.), "Executive Order on Improving the Nation's Cybersecurity".
12) 미국 법무부 홈페이지(2021.6.3.), "Guidance Regarding Investigations and Cases Related to Ransomware and Digital Extortion", https://www.justice.gov/dag/page/file/1401231/download(2021.9.10. 최종확인).
13) 13.Homeland Security(2021.7.14.), "United States Government Launches First One-Stop Ransomware Resource at StopRansomware.gov", https://www.dhs.gov/news/2021/07/14/united-states-government-launches-first-one-stop-ransomware-r

했다. 랜섬웨어 혐의자를 검거하거나 가상자산의 추적이나 차단을 용이하게 할 수 있는 정보를 제공한 신고자에게 최대 1천만 달러의 신고보상금을 지급하기로 했다.[14] 또한, 재무부 해외자산통제실(Office of Foreign Assets Control, OFAC)은 2020년 "랜섬웨어 몸값 지불에 대한 제재 위반 위험에 관한 주의보"(Advisory on Potential Sanctions Risks for Facilitating Ransomware Payments)를 발표한 이래 같은 입장을 취하고 있다. 다만, 'Colonial Pipeline' 사건의 지불에 대해서는 모호한 입장을 취하고 있다. 나아가 뉴욕, 노스캐롤라이나, 펜실베니아, 텍사스 등 4개 주에서 비용지불을 금지하거나 제한하는 5개 법안이 제출돼 있다.[15]

우리나라와 미국에서 다양한 정책을 제시하고 있지만, 이러한 정책으로 랜섬웨어를 근절할 수 있을지 여전히 의문이다. 랜섬웨어를 복호화하는 것은 기술적으로 쉽지 않다. 공격을 예방하는 노력은 일정한 효과가 있겠지만 피해대상을 바뀌게 할 뿐 완전히 근절할 수 없다. 범죄조직들이 일회용 이메일과 VPN·다크웹을 사용하고, 가상자산으로 송금받기 때문에 추적도 어렵다. 범죄조직이 개발, 유포, 세탁, 협상[16] 등으로 조직화돼 일망타진에 한계가 있다. 국가마다 심각성에 대한 인식이 다르고, 형사법제와 가상자산거래소 규제 수준이 달라 국제공조에 많은 어려움이 있다. 무엇보다도 랜섬웨어가 검거 가능성은 낮으면서 범죄수익은 큰 '가성비' 높은 범죄로 인식돼 범죄자들이 몰리고 지불 사례도 증가하고 있다. 사이버보안 컨설팅사인 CyberEdge GROUP에서 전 세계 17국을 대상으로 조사한 결과 랜섬웨어로 인한 피해복구를 위해 비용을 지불하는 경우가 2018년 38.7%에서 2019년 45.1%, 2020년 57.5%로 증가하는 것을 확인할 수 있다.[17]

3. 랜섬웨어 대응정책 개선방안

정부의 랜섬웨어 대응 정책은 기본적으로 2019년 청와대 국가안보실에서 발표한 국가사이버안보 전략의 기조 하에 2021년 8월 정부가 수립한 "랜섬웨어 대응 강화방안"[18]을 중심으로 보완·발전시켜 나가야 할 것이다. 먼저 개인과 기업이 랜섬웨어의 심각성을 깊이 인식하고, 정보보호 수준을 높여야 한다. 의심스러운 이메일·SNS(링크)를 클릭하지 않고, 백업과 보안 취약점 패치 등을 생활화해야 한다. 평범하지만 가장 확실한 방법이다. 기업은 정보보호 우선순위에 랜섬웨어를 두고, 사고 발생시 복원과 비즈니스 지속성 확보를 위한 대책을 마련해야 한다. 둘째, 정보보호뿐만 아니라 추적·검거를 위한 수사역량 확충에도 관심을 가져야 한다.[19] 단순히 수사역량 제고가 아니라 전문인력 양성, 수사권한 강화, 추적·분석 기술 개발, 범죄수익 몰수 강화 등으로 개별화해 구체적인 정책을 제시해야 한다. 정보보호

esource (2021.9.10. 최종확인).
14) New York Times(2021.7.15.), "Biden makes a new push in fight against ransomware, including a $10 million reward" (2021.9.10. 최종확인).
15) 미국에서 랜섬웨어 비용지불 금지와 관련하여 발의된 법안은 뉴욕 주 Senate Bill S6806A, Senate Bill S6154, 노스캐롤라이나 주 House Bill 813, 펜실베니아 주 Senate Bill 726, 텍사스 주 House Bill 3892가 있다.
16) 민경식, 김영직, 박진상, 장한나, "랜섬웨어 최신 동향 분석 및 시사점", KISA Insight Vol.02, 2021, 8면.
17) CyberEdge GROUP, "2020 Cyberthreat Defense Report", 2020, 15면.
18) 관계부처 합동(2021.8.5.), "랜섬웨어 대응 강화방안".
19) 랜섬웨어에 대한 수사역량 제고에 대한 자세한 내용은 김기범, "랜섬웨어 실태와 수사역량 제고방안", 2021 KISA REPORT Vol.08, 2021. 참조.

를 넘어서 수사해서 검거해야 랜섬웨어를 근절할 수 있다. 범죄수익을 몰수하여 박탈하는 것도 중요하다. 미국 연방수사국(FBI)이 'Colonial Pipeline' 사건의 비트코인 거래내역을 약 1개월간 추적해 63.7 BTC를 회수한 사건은 좋은 사례가 될 것이다.[20] 마지막으로 국제협력 역량을 확충해야 한다. 한·미 워킹그룹을 비롯해 유럽 등 주요국과 정보공유를 활성화해 정보보호 및 사고발생시 대응역량을 강화해야 한다. 개발도상국 대상 ODA 사업을 확대하여 국제협력 네트워크를 두텁게 해야 한다. INTERPOL, UNODC 등 국제기구에 전문가 파견을 확대하고, 미국·EU 등 주요국과 공동수사를 활성화하는 것도 중요한 정책이다. 이와 같은 다각적인 노력을 통해 랜섬웨어로부터 개인, 기업 그리고 국가를 지키고, 국제사회의 사이버 안전을 지키는데 의미 있는 역할을 수행하기를 기대한다. KISO JOURNAL

※ Keyword : 가상자산, 랜섬웨어, 사이버범죄, 정보보호, 콜로니얼 파이프라인

20) United States DEPARTMENT of JUSTICE(June 7, 2021), "Department of Justice Seizes $2.3 Million in Cryptocurrency Paid to the Ransomware Extortionists Darkside" (2021.9.10. 최종확인).

일상이 된 전자상거래… 팬데믹 속 24시

남정미 / 조선일보 주말뉴스부 기자
(njm@chosun.com)

코로나 시대, 택배로 시작하는 하루

눈 뜨면 택배 박스와 함께 하루를 시작한다. 인생의 3분의 1을 코로나와 함께 보낸 6살 아이는 택배 아저씨가 '우리에게 필요한 물건을 매일 문 앞에 가져다 놓는 사람이'라고 생각한다. 마스크 안 쓰는 것보다 쓰는 게 더 편하다는, 코로나 시대에서 인생의 3분의 1을 보낸 아이니 그럴 만도 하다. 이 '코로나 키즈'의 일과는 오전 7시에 일어나 화장실에 다녀온 후, 현관 문 앞에 놓인 택배 박스를 집 안에 함께 들여놓는 것으로 시작된다.

생각해보면 아이의 생각이 틀린 것도 아니다. 아이의 작년 생일 자전거도, 크리스마스 선물로 받은 전동 킥보드도, 심지어 도서관에 다니지 못할 때는 자신이 원하던 그림책까지 어느 날 택배아저씨가 마법처럼 문 앞에 가져다 놓았으니까. 가끔 일하는 엄마가 알림장을 늦게 봐, 부랴부랴 토요일 오후 늦게 쿠팡을 통해 주문하는 유치원 준비물도, 다음날 아침이면 로켓처럼 문 앞에 와 있다. 오히려 당장 '헬로카봇'을 사달라는 주문에, "이건 지금 살 수가 없다"는 부모의 말이 아이 입장에선 더 이해하기 어려울 것이다. "아니 택배 아저씨에게 달라고만 하면 되는데, 도대체 왜 안 된다는 거야?"

나는 가족 외에는 공유하지 않는 아파트 현관 비밀번호를 딱 한 사람과 더 공유한다. 마켓컬리 기사님이다. 밤 11시에 주문하면 오전 7시까지 문 앞에 놔둔 다는 그 기적의 새벽 배송 서비스 말이다. 마침 똑 떨어진 주방 세제부터 계란, 우유, 저녁에 먹을 삼겹살까지… 신선식품부터 공산품까지 가리지 않고 도열한 어젯밤 치열한 장보기의 결과물을 보면서, 나는 새삼 신기하고 감사하다. 특히 이 모든 것들이 전날 밤 10시 50분 야근을 마치고 소파에 앉아 부랴부랴 주문해 놓은 것들이란 사실에, 더욱 더!

마치 모든 소비를 얼어붙게 할 것 같았던 코

로나 초창기와 달리, 코로나 2년차에 접어든 우리는 전자상거래로 매일의 일상을 채우고 있다. 하루의 먹거리를 책임지는 새벽 배송은 이제 기본. 업무상 급하게 봐야 하는 책은 퇴근 전 주문하면 '양탄자'를 타고 다음날 오전이면 날아오고(알라딘 양탄자 배송), 옷은 핸드폰 속 '입어보기 라방(라이브 방송)'을 통해 말 그대로 직접 입어보듯 대리만족 하며 고를 수 있다. '라이브 방송'을 통한 쇼핑은 쌍방향 소통이 어려워진 코로나 시대 등장한 그야말로 새로운 방식의 소비 형태다. '라이브 커머스(live commerce)'라고도 하는데, 실시간 동영상 스트리밍을 통해 상품을 판매하는 것이다. 일종의 휴대폰 속 '홈쇼핑'같은 역할이지만, 기존의 홈쇼핑에서 더 나아가 채팅방 등을 통해 운영자나 다른 구매자와 실시간으로 소통하면서 구매할 수 있는 게 특징이다. "방금 그 블라우스 검은색도 입어봐 주실래요?" "혹시 한 사이즈 더 큰 건 없나요?"와 같은 식이다. 네이버의 '쇼핑라이브', 카카오의 '톡 딜라이브', 롯데백화점의 '100라이브' 등 국내 대표적인 유통 채널 대부분이 코로나 이후 라이브 커머스를 운영하고 있는 것은 우연이 아닐 것이다. 아예 욕실에서 화장을 다 지우고 등장한 쇼호스트가 세수하는 것부터 아이라이너 그리는 것 까지 하나씩 보여주며 화장품을 판매하는 라방도 있다.

음식 분야로 눈을 돌려보자. 이제 유명 식당들의 음식은 직접 방문하지 않더라도 밀키트 혹은 택배 배송 등으로 만나 볼 수 있다. 과거엔 제조와 유통, 물류가 구분 돼 각자의 역할을 맡았다면, 전자상거래 시장이 급성장하면서 유명 식당이 직접 상품을 소비자에게 팔고, 배달하기도 한다. 유통업체도 마찬가지다. 대표적인 것이 바로 '밀키트'다. 과거 완제품을 고객에게 파는 데만 주목했던 유통업체들은 코로나19에 접어들며 이마트의 '조선호텔 유니짜장'처럼, 직접 유명식당들의 레시피를 토대로 한 밀키트나 간편식을 제조해 인기를 얻고 있다. 밀키트는 Meal(식사)과 Kit(세트)의 합성어로 요리에 필요한 손질된 재료와 양념, 조리법을 세트로 구성해 판매하는 제품이다. 식재료 손질이 다 돼 있어 번거롭지 않고, 정해진 순서에 따라 조리만 하면 하나의 메뉴를 만들 수 있다. 코로나19로 외식 등이 어려워지고, 휴교나 재택근무 등으로 가정 내에서 식사하는 '집콕족'이 많아지면서, 관련 사업이 급성장했다. 이마트에 따르면 올해 들어 7월까지 밀키트 매출은 전년 동기 대비 222.2%로 급증했다.

이를 용이하게 한 또 다른 기술이 바로 네이버페이, 카카오페이 등의 핀테크다. 핀테크는 금융이라는 뜻의 파이낸스(Finance)와 기술이라는 뜻의 테크놀로지(Technology)가 합쳐진 말로, 금융과 정보기술이 결합한 서비스 또는 그런 서비스를 하는 회사를 뜻한다. 공인인증서 넣고, OTP 일일이 확인하지 않아도 지문인증이나 간편 비밀번호만으로 모든 온라인상 결제를 가능하게 한 일등 공신이다. 신데렐라의 호박 마차 못지않은 마법 같은 일이 지금 2021년 대한민국에선 벌어지고 있는 것이다.

지난해 1조원 매출 올린 마켓컬리

이런 마법 같은 일은 실제 전자 상거래 업체의 성장세에서도 확인할 수 있다. 국내 '새벽배송'서비스의 선구자격인 마켓컬리 운영업체인 컬리는 지난 3월 초 주주들에게 김슬아 대표 이름으로 정기주주총회 소집 통지서를 보냈다. 이 통지서에서 컬리는 지난해 매출액이

9523억 원으로 전년(4259억 원)보다 123.5% 증가했다고 밝혔다. 이는 주요 대형마트의 온라인 쇼핑몰 매출액에 육박하는 수준이다. 2015년 서비스 초창기 당시 매출이 29억 원이었던 것과 비교해보면, 정말 괄목할만한 성장세다. 고객 수 역시 지난 5월 기준 누적 800만 명을 돌파했다.

특히 컬리는 코로나19의 확산에 더 강한 면모를 보였다. 컬리 측은 서울 등 수도권 지역에 사회적 거리두기 4단계가 시행된 지난 7월 12일부터 20일까지 신규 회원 가입자 수가 직전 주 대비 43% 증가했다고 밝혔다. 같은 기간 마켓 컬리에서 기록한 총 주문 건수도 이전 기간 대비 12% 증가했다.

컬리 뿐 아니다. 올해 미국 뉴 증시에 상장한 쿠팡도, 미 증권거래위원회에 제출한 상장 서류에서 지난해 매출이 119억7천만 달러(약 13조2500억 원)로 2019년의 7조1000여억 원보다 약 91% 늘어났다고 밝혔다. 코로나19 사태를 계기로 쿠팡과 컬리가 나란히 2배 안팎의 매출 성장을 이룬 셈이다.

국내 양대 포털사이트인 네이버와 카카오 마찬가지. 이들 업체는 코로나19 속 커머스·핀테크·콘텐츠 등 신사업의 성장에 힘입어. 올해 2분기 나란히 역대 최대 실적을 거뒀다.

이러한 새로운 산업의 성장은 새로운 형태의 노동도 낳았다. 밤에 일하는 물류 노동자와 야간 택배 기사 등의 '야간 노동자'다. 이를 '긱 이코노미(gig economy)'라고도 한다. 긱 이코노미는 1920년대 미국 재즈클럽에서 단기적으로 섭외한 연주자들을 부르던 말 '긱(gig)'에서 유래한 것으로, 특정 기업과 고용계약을 맺고 일하기보다, 앱 같은 디지털 플랫폼을 통해 그때그때 제공되는 일거리를 잡아 돈을 버는 경제 활동을 말한다. 글로벌 컨설팅 회사 맥킨지는 이를 '디지털 장터에서 거래되는 시간제 근로'라고도 했다. 코로나 이전에는 투잡 개념으로 이 시장에 뛰어드는 사람이 많았지만, 코로나19로 관련 산업이 급성장하면서 점차 이를 생업으로 삼는 사람들이 늘어나 사실상의 전업 노동으로 받아들여지고 있다. 스마트폰 어플리케이션이나 웹사이트 등 온라인 플랫폼을 기반으로 이뤄지는 노동이라는 뜻에서 '플랫폼 노동자'라고도 한다. 한국노동연구원에 따르면 국내 플랫폼 노동자는 전체 취업자의 7.4%인 178만 명에 달한다.

물론 급격한 성장에는 성장통도 따르는 법이다. 최근엔 이들 노동자에 대한 갑질이나 과로사 등 열악한 노동 환경이 수면 위에 드러나 사회적 문제로 자리 잡고 있다. 올해 들어 발생한 쿠팡 배송 기사의 잇따른 사망과 이천 덕평물류센터 화재, 마켓컬리의 일용직 근무자에 대한 블랙리스트 작성 논란 등이 대표적이다. 이를 계기로 '새벽 배송을 이용하지 않겠다'는 소비자들도 생겨나고 있다.

새벽 배송을 이용하면, 누군가는 말 그대로 새벽에 일해야 한다. 야간 노동의 폐해는 배달 노동자의 과로사 사고처럼 즉각 눈에 보이기도 하고, '야간 노동은 발암'이라는 주장처럼

장기간에 걸쳐 여러 부작용을 낳을 수도 있다. '쿠팡 탈퇴' 등을 주장하는 이들은 유럽에선 저녁에 모든 가게가 문을 닫고, 배달 등 서비스에 대한 비용도 높다는 사실을 지적한다. 물론 서비스 자체의 문제가 아니라 야간 노동자나 플랫폼 노동자 전반에 대한 근로 환경 개선에 초점을 맞춰야 한다는 의견도 있다.

이는 이미 해외에서도 활발하게 진행되고 있는 논의이기도 하다. 미국은 지난 4월 마티 월시 노동장관이 "긱 근로자도 직원으로 분류해야 한다"고 밝히면서 관련 토의가 한창이다. 코로나19로 플랫폼 노동자는 급증했지만, 최저시급 등 기본 권리는 누리지 못하는 상황을 타계하기 위한 것이다. 스페인에서는 이미 지난 3월 유럽연합(EU) 최초로 모든 긱 노동자를 직원으로 인정하는 법안을 발표했다. 물론 이렇게 될 경우 전반적인 기업의 지출이 커지면서, 이용자 입장에서도 같은 서비스에 대해 더 높은 요금을 지불하게 될 가능성이 있다. 긱 노동자 역시 납세 문제 등 여러 가지 의무 부담을 져야 한다.

국내에서도 최근 들어 여야 의원들 사이에서 플랫폼 규제법, 플랫폼종사자 보호법 등 각종 법안을 두고 활발한 논의가 벌어지고 있다. 인류에게 수많은 난제를 던진 코로나19가 아무래도 우리에게 또 다른 숙제 하나를 남긴 것 같다. KISO JOURNAL

※ Keyword : 새벽배송, 전자상거래, 팬데믹

메타버스라는 신대륙… 소비자들은 왜 열광할까

이유진 / 경향신문 산업부 기자
(yjleee@kyunghyang.com)

밤 11시, 바다가 내려다보이는 한 카페에 사람들이 삼삼오오 모여 수다를 떨고 있다. 마스크를 쓴 사람도 없고, 거리두기 수칙을 지키는 사람도 없다. 코로나19 시국에 이게 무슨 소리냐고? 메타버스 플랫폼 '제페토' 이야기다.

어디를 가나 메타버스가 화제다. 메타버스는 현실 초월, 즉 가상을 의미하는 '메타(Meta)'와 우주를 의미하는 '유니버스(Universe)'의 합성어로 쉽게 풀이하자면 '가상현실'을 의미한다. 제페토를 비롯해 '마인크래프트'와 '로블록스', '포트나이트' 등 메타버스 대표 플랫폼 이용자는 MZ세대, 그 중에서도 'Z세대(ZenZ)'가 다수를 차지한다.

국내 메타버스 플랫폼은 2018년 네이버제트가 글로벌 출시한 제페토와 지난 7월 SK텔레콤이 출시한 이프랜드가 있다. 게임보다는 가상 세계를 기반으로 한 사회관계망서비스(SNS)에 가깝다. 제페토는 올해 7월 초 기준 글로벌 누적 다운로드 수 2억8000만 건을 기록했다. Z세대는 무엇 때문에 메타버스에 열광하는 것일까. 메타버스 핵심 요소 세 가지인 아바타·가상세계·활동을 중심으로 이용자 경험을 정리했다.

메타버스 필수 요소, 아바타와 가상세계를 만나다

아바타는 제페토와 이프랜드 등 메타버스 플랫폼에 입장하기 위한 필수 요소다. 플랫폼 가입 시 선택지로 제시되는 아바타 중 하나를 고를 수도 있고, '내 사진'을 토대로 자동으로 아바타를 생성할 수도 있다. 머리 모양은 물론 얼굴형·눈·코·입 모양을 마음대로 다듬을 수 있고, 키와 체형도 자유자재로 조절할 수 있다.

제페토의 경우엔 처음 가입하면 디지털 화폐 8500코인을 무료로 준다. 이를 통해 유료 아이템을 살 수가 있다. 정장을 한 벌을 사고, 아바타를 꾸미는 데 어느덧 30분의 시간이 지났다. 어색하게만 보이던 아바타도 금세 익숙해졌다. 제페토에서 만난 한 10대 이용자는 "아바타를 꾸미는 데만 10만 원 가량의 용돈을 썼다"고 말했다.

아바타의 장점은 현실의 나와 상관없이 '내가 되고 싶은' 누군가가 될 수 있다는 것이다. 제페토를 이용하는 동안 K팝 아이돌의 무대의상을 그대로 재현해 입은 이용자들을 어렵지 않게 만날 수 있었다. 아이돌 그룹 블랙핑크 멤버처럼 꾸민 아바타들은 블랙핑크 테마파크라는 이름이 붙인 맵에 모여 아이돌스타 역할극을 했다.

아바타를 통해 '내'가 주인공인 콘텐츠 제작도 가능했다. 아바타들을 출연시켜 드라마나 예능 프로그램을 만드는 것이다. 실제로 유튜브에 제페토 드라마를 검색하면 수많은 캐릭터 드라마를 쉽게 찾을 수 있다. 교복을 입힌 아바타로 학원물을 만들고, 사복을 입힌 아바타로 시대극을 만드는 식이다. 제페토 내부에서 창작된 콘텐츠만 10억 건, 수십만 회 조회 수를 자랑하는 콘텐츠도 많다.

메타버스의 진가는 가상공간에서 펼쳐진다. 제페토에는 교실·카페·수영장·한강공원 등을 구현해낸 가상공간, 맵이 약 2만 개 존재한다. BTS월드나 블랙핑크 테마파크 등 K팝 아이돌 팬들을 위한 공간도 있고, 아케이드 게임을 즐기는 게임존도 있다. 이용자들은 여러 맵을 오가며 다양한 체험을 할 수 있다. 제페토 안에서 찍은 사진을 '피드'에 올리고, 해시태그를 자유롭게 달 수 있다.

정치권도 발 빠르게 뛰어들었다. 대권주자들은 맵을 유세장으로 활용했다. 더불어민주당 대권주자 이낙연 전 민주당 총리의 유세장에는 '내 삶을 지켜주는 나라'라고 쓰인 전광판이 크게 자리했다. '958일 역대 최장 총리' 등 전적을 자랑하는 입간판도 있었다. 국민의 힘 대권주자 원희룡 제주지사 유세장은 비교적 차분한 느낌으로, 벚꽃이 만개한 고궁을 콘셉트로 한 유세장 하늘엔 '업글희룡'이란 문구가 떠 있었다. 대선 공약을 알리는 홍보관도 따로 마련했다.

기업들이 마케팅을 위해 꾸민 맵도 볼거리를 자랑한다. 드라이빙 존은 현대차 N시리즈를 시승하는 이용자로 붐볐고, 구찌 플래그쉽 스토어를 콘셉트로 한 맵에서는 한정판 '구찌 가방'이 판매 시작과 함께 매진됐다. 삼성전자 '갤럭시 하우스'는 이용자들이 게임을 즐기며 신제품 광고와 정보를 접할 수 있도록 꾸며져 있었다.

국내 이용자들에게 가장 인기 있는 맵은 한강공원이다. 누적 방문자가 2200만 명에 이르는 한강공원은 노점과 오리배, 서울시 공유자전거 따릉이, CU 편의점 등 현실세계를 고스란히 옮겨놓은 듯했다.

제페토에서 만나 친해진 10대 이용자 엄지(닉네임)가 밤 9시가 넘은 시간 한강공원에서 초대장을 보냈다. 엄지를 따라 한강공원 편의점 옆 테이블에 앉자 아바타가 라면을 먹기 시작했다. 라면을 먹은 뒤엔 공원을 산책하며 함께 사진을 찍었다. 코로나19 확산 이후 밤늦은 시간 한강공원을 걷는 건 상상 못 할 일이었다.

비록 가상공간이었지만, 제페토를 통해 한강공원을 거닐며 해방감을 느꼈다.

오락·소통·경험의 확장…그 무엇이든 가능한 세계

이용자들이 벌이는 다양한 활동은 메타버스 세계를 지속하게 하는 동력이다. 로블록스와 마인크래프는 게임적 요소가 강한 메타버스 플랫폼으로 이용자들이 직접 다양한 게임을 설계하고 배포할 수 있다. 반면 엔터테인먼트적 성격이 강한 제페토는 인스타그램, 페이스북과 같은 SNS에 게임과 오락을 곁들인 모습이었다.

제페토의 '실시간 피드'에는 음악에 맞춰 정해진 춤을 추는 각종 '챌린지'나 셀피·일상사진이 실시간으로 올라왔으며, 팔로우·팔로잉 기능을 통해 전 세계 이용자들과 편리하게 친구를 맺을 수 있었다. 모두 아바타와 가상 세계를 배경으로 했다. 친구에게 선물을 보내고, 자신이 있는 '월드'(맵)에 초대해 함께 놀기도 가능했다. 카카오톡 오픈 채팅과 유사한 '크루' 기능을 통해 무리를 지을 수도 있었다.

제페토에서는 재화를 만들고 파는 일도 가능하다. 지난 2월부터 제페토를 시작했다는 엄지는 "제페토에서 곧 옷을 만들어 팔 것"이라고 말했다. 이처럼 제페토에서는 이용자가 직접 아이템을 만들어 팔 수 있고, 이를 통해 얻은 가상화폐 '젬'을 현금으로 환전할 수도 있다. 한 20대 이용자는 "제페토에서 액세서리와 옷을 만들어 팔아 한 달에 50만 원 가량의 수익을 얻는다"고 말했다.

다른 메타버스 플랫폼이 '오락적 요소(fun)'에 집중했다면, 지난 7월14일 출시한 이프랜드는 모임에 특화된 메타버스 플랫폼이다. 가상공간으로 꾸려진 방을 개설해 그 안에서 아바타를 매개로 커뮤니케이션하는 방식으로, 그 외의 기능은 덜어내 대중성을 확보하겠다는 전략이다.

즐길 거리를 중심으로 복잡하게 구성된 제페토의 홈 화면과 달리 이프랜드는 음성 기반 SNS '클럽하우스'처럼 대화방 목록이 아래로 나열된 단순 구조를 띠고 있었다. 지금은 음성 대화만 가능해 일각에선 '아바타로 하는 클럽하우스'라는 평도 나온다. 학교·카페 등을 꾸며 놓은 랜드에서는 10대들 중심의 상황극 놀이가 활발했고, 회의실이나 콘퍼런스홀처럼 꾸민 랜드에서는 기업이나 대학 세미나가 주를 이루는 모습이다.

이프랜드는 연내에 문자 채팅 기능을 도입하고, 다양한 아이템을 구매하고 판매할 수 있는 마켓 시스템을 선보일 예정이다. 의상이나 아이템을 직접 디자인하고 제작하는 플랫폼을 적용하고, 이용자들 간 자유롭게 거래할 수 있는 환경을 조성하겠다는 계획도 밝혔다.

메타버스, 아직도 모르겠다고? 일단 탑승하라

메타버스를 먼 미래의 일이라고 생각하거나 10대만 사용하는 플랫폼이라고 생각한다면 산업의 변화를 아직 보지 못한 것이다. 독일 시장조사업체 '스타티스타'는 오는 2024년 AR·VR 시장 규모가 2690억 달러(약 313조 원)에 이를 것으로 전망했다. 올해(307억 달러)보다 9배 가까이 성장한 규모다.

메타버스의 가능성을 본 글로벌 '빅테크'(대형 정보기술 기업)들은 일제히 메타버스 시장에 뛰어들고 있다. 마크 저커버그 페이스북 최고경영자(CEO)는 최근 인터뷰에서 "5년 후 페이스북은 사회관계망서비스(SNS)가 아닌 메타버스 기업으로 간주될 것"이라고 강조했다. 마이크로소프트(MS)나 구글도 메타버스 사업 계획을 제시했다.

메타버스를 직접 경험해보지 않고 앞서 반감을 보이거나, 어려움을 호소하는 이들을 종종 만난다. 전문가들은 "메타버스를 너무 어렵게 생각할 필요는 없다"고 입을 모은다. 메타버스는 생각보다 가까이 있다. 인스타그램, 페이스북, 카카오톡, 싸이월드도 디지털 공간에 현실의 삶을 기록하는 '라이프로깅 세계'로, 메타버스의 일종이다. 구글맵 등 지도 애플리케이션(앱)은 현실의 도로와 건물 등을 가상의 지도 형태로 구현해 길을 찾게 하는 '거울 세계'의 일종이다. 한때 세계적으로 열풍을 일으킨 게임 '포켓몬고'에서 보여준 증강현실 세계도 메타버스의 하나다.

최근의 메타버스는 가상 세계를 앞세워 조금 더 복잡해진 형태로 우리 앞에 다가왔을 뿐이다. 메타버스의 경제적 잠재력은 무궁무진하며 앞으로도 많은 영역에서 활용될 예정이다. "메타버스를 공부하고 싶어 지난해 말부터 제페토를 시작했다"는 50대 남성은 "처음엔 아바타나 가상 세계에 거부감을 느꼈다"고 말했다. 그는 "하루에 30분씩 꾸준히 하다 보니 어느덧 아바타도 가상 세계도 익숙해졌다"며 "이제는 다른 메타버스 플랫폼도 경험해볼 용기가 생겼다"라고 말했다. 아직도 메타버스를 잘 모르겠다고? 일단 탑승하라. 그리고 직접 체험하고, 느껴보기를 추천한다. KISO JOURNAL

※ Keyword : Z세대, 가상현실, 메타버스

깊어지는 게임업계 vs 유저 갈등, '확률형 아이템' 논란 해법은

김한준 / 지디넷코리아 기자
(khj1981@zdnet.co.kr)

확률형 아이템 논란은 지난 몇 년 간 국내 게임업계의 가장 뜨거운 감자로 떠올랐다 해도 과언이 아니다. 판호 발급이나 앱 마켓의 수수료에 대한 논란이 게임사가 마주하고 있는 문제라면 확률형 아이템 논란은 게임을 제공하는 주체인 게임사와 이를 이용하는 이용자 사이에서 발생하고 있는 문제라는 점도 주목할 점이다.

확률형 아이템은 국내 게임시장은 물론 글로벌 게임시장에 확실하게 자리를 잡은 사업 모델이다. 일정한 가치를 지닌 게임 내 아이템이나 재화를 확률에 의해 이용자가 습득하도록 하는 이 장치는 게임 내 밸런스를 유지하는 수단으로 인식되기도 하지만 과도하게 낮은 확률을 부여해 사행행위를 부추기는 요소라는 지적을 받고 있기도 하다.

현재 국내 게임산업에는 확률형 아이템 자율규제가 시행 중이다. 말 그대로 게임사가 게임 내 아이템 획득 확률을 투명하게 공개해 이용자에게 게임 선택의 기회를 제공하는 제도다. 한국게임산업협회는 지난 2015년부터 확률형 아이템 자율규제를 시행 중이다.

하지만 이런 확률형 아이템 자율규제를 두고 여러 의견이 엇갈리고 있다. 차이가 있다면 과거에는 게임사와 게임 이용자 사이의 입장 차이가 도드라졌던 것에 비해 올해부터는 정치권도 이에 대한 의견을 내세우고 있는 모습이라는 점이다.

실효성 지적을 넘어 법적규제 필요론 떠올라

확률형 아이템 자율규제에 대한 반대 입장을 보이는 이들은 제도의 실효성 여부를 지적한다. 이는 강제성을 지니지 않고, 미준수 게임의 경우 게임과 기업 이름만 공개하는 선에서 그치고 있다는 이야기다. 실제로 게임에 적용된 확률과 공개된 확률이 다르다는 이용자의

의구심에 대해서도 아무 대안을 제시하지 못한다는 지적도 이어진다.

지난해 정무위원회 국정감사에서 국내 게임업계의 확률형 아이템 문제를 지적했던 유동수 의원(더불어민주당)은 당시 "확률형 아이템 획득 확률이 실제와 다를 경우 고의성 여부에 따른 처벌 규정이 필요하다. 또한 확률 외에도 아이템을 얻기 위해 필요한 재화가 어느 정도인지도 표기할 필요가 있다. 이용자를 좋은 게임으로 유도할 수 있는 방안과 지원책도 검토해야 한다"고 주장했다.

유동수 의원은 올해 3월에는 이중뽑기 시스템(컴플리트 가챠)를 금지하는 내용을 골자로 한 게임산업진흥에 관한 법률 일부개정법률안을 대표발의하기도 했다.

지난해 12월 확률형 아이템의 종류와 종류별 공급 확률 정보를 표시하도록 의무화하는 내용을 담은 법안을 발의한 더불어민주당 이상헌 의원은 자율규제가 구색 맞추기용으로 전락했으며 이렇게 되는 동안 이용자의 신뢰가 사라졌다고 지적한 바 있다.

황희 문화체육관광부 장관도 규제가 불가피하다는 입장을 보인 바 있다. 황희 장관은 지난 2월 진행된 문화체육관광위원회 전체회의에서 "합리적이지 못한 부분은 반드시 개선할 필요가 있다"며 "별도로 게임산업 활성화 방안을 내놓겠다"고 말했다.

또한 4월에는 문화체육관광위원회 전체회의에서 "정도를 어떻게 할 것인지는 업계 의견을 들어 충분히 수용될 수 있는 방안으로 조정하겠다"며 "정도에 대해서는 충분히 논의하겠다"는 입장을 내비쳤다.

한국게임학회 역시 확률형 아이템 문제가 자칫 더 큰 규제로 이어질 수 있다는 점을 지적한 바 있다.

위정현 한국게임학회장은 "확률형 아이템은 IP 우려먹기와 결합되어 게임산업의 보수화를 가속화하고 있다. 확률형 아이템에 대한 이용자 반발이 사회적 파장을 일으키게 되면 게임 사업 모델에 대한 직접적인 규제가 들어올 수도 있다는 점을 명심해야 한다"고 주장했다.

이용자 신뢰 회복 위해서는 자율규제 필요…. 게임산업의 자정능력 증명해야

한국게임산업협회는 지난 5월 공개 '건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 개정안'을 공개하고 오는 12월부터 이를 시행한다는 방침이다. 해당 개정안에는 기존 캡슐형 아이템 외에 강화형, 합성형 아이템의 확률도 자율규제 대상에 포함하는 내용이 담겼다.

이와 함께 적용대상의 범위가 확대되며 강화, 확률정보 표시방법의 다각화도 이뤄졌다. 기존에는 확률형 아이템의 결과물에 대한 개별 확률 공개와 확률정보 표시 위치를 이용자 식별이 용이한 게임 내 구매화면에 안내하는 데 그쳤다면, 12월부터 적용 예정인 개정안은 기존 아이템을 포함해 유료 인챈트 및 강화 콘텐츠의 확률과 유료와 무료 요소가 결합된 콘텐츠의 확률도 공개하도록 가닥을 잡았다.

더불어 자율규제 적용 대상을 아이템으로 국한하고 있는 현행 규정과 달리 효과 및 성능을 포함한 콘텐츠까지 확대해 그 영향력을 넓

힌다는 방침이다.

당시 강신철 한국게임산업협회장은 “강령 개정은 자율규제 준수 기반을 넓힌다는 의지를 갖고 자율규제 대상 범위 확대와 확률 정보 공개 수준 강화에 초점을 맞췄다”며 “모든 참여사들이 엄중한 책임감으로 자율규제 강령을 준수하는 것은 물론 건강한 게임문화 조성에 이바지할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

반면 정치권은 게임제작업자 또는 게임배급업자가 게임을 유통시키거나 이용에 제공하기 위해서는 해당 게임에 등급, 게임내용정보, 확률형아이템의 종류·종류별 공급 확률정보 및 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항을 표시하도록 하는 내용을 포함한 게임산업진흥에 관한 법률 전부개정법률안을 발의하며 자율규제가 아닌 법적규제를 도입하려는 움직임을 나타내고 있다.

확률형 아이템 자율규제의 필요성을 강조하는 이들은 자율규제가 법적규제보다 전문적인 지식을 활용하기 쉽고 상황에 유동적으로 대응할 수 있다는 점을 강점으로 꼽는다. 또한 비용 측면에서도 법적규제보다 자율규제가 경제적이라는 주장도 이어진다.

게임사들도 확률형 아이템 문제를 해결하기 위한 해법 찾기에 분주한 모습이다. 대다수의 게임사는 확률형 아이템 자율규제를 긍정적으로 바라보고 있다. 다만 게임사와 이용자 사이의 신뢰를 회복해야 한다며 이를 위해서는 현재 적용 중인 자율규제안보다 세밀하고 현실적인 강령을 적용할 필요성을 강조하는 상황이다.

게임업계의 한 관계자는 “게임사 모두 자율규제를 강화하는 것에 대한 필요성은 인식하고 있기 때문에 강령 개정안에 반대하는 게임사는 찾아보기 어렵다”며 “다만 게임사마다 아이템 확률과 콘텐츠 구조가 다르기 때문에 이를 완벽하게 공개할 수 있을 것인지 확신하기는 쉽지 않다”라고 말하기도 했다.

현행 제도만으로는 실효성에 한계가 있다고 수긍하는 목소리도 들려온다. 다만 법적규제의 필요성을 이야기하는 것보다는 이런 문제를 인식하고 자율규제를 강화하자는 의견이 지배적이다. 1990년대부터 이어진 게임산업에 대한 규제와 이를 뒷받침하는 부정적인 인식을 털어내기 위해서라도 게임업계 스스로가 자정능력을 갖추고 있다는 점을 증명해야 한다는 이야기다.

한 관계자는 “시장 상황과 산업 경쟁력을 살펴보고 규제를 검토해야 한다. 강제적 셧다운제도 10년만에 폐지되고 각 가정에서 자율적으로 게임 이용시간을 정하는 시대를 맞이했다. 이 역시 어떤 의미에서는 자율규제라 할 수 있다”며 “이용자와 소통 창구를 늘리고 이들의 의견을 진지하게 받아들이려는 노력이 있어야 한다. 자율규제 강화로 신뢰를 회복해야 할 시점이다”이라고 말했다.

규제의 형태보다는 정부와 사업자, 이용자의 협력이 중요

확률형 아이템에 대한 문제는 오는 10월 국정감사에서도 다뤄질 가능성이 제기된다. 그 정도로 확률형 아이템 논란이 게임산업을 넘어 문화산업 전반에서 중요한 이슈로 자리하고 있다는 의미이기도 하다.

확률형 아이템 논란은 게임산업이 더욱 건강한 체질을 갖추며 발전할 수 있기 위한 과정에서 벌어지는 일이다. 다만 이 논쟁에서 자율규제 찬성 측과 반대 측이 서로 거리를 두고 자신의 목소리만 전하고 있다는 점은 아쉬운 점이다. 함께 의견을 공유하고 개선안을 마련하기 위한 움직임보다는 어느 한 쪽의 입장을 그대로 적용해야 한다는 고집스러운 행보만 이어가고 있을 뿐이다. 어떤 형태의 규제건 정부와 사업자, 이용자가 서로 협력해야 그 효과를 최대한 발휘할 수 있다.

콘텐츠 산업 내에서 유독 게임산업에만 진흥보다는 규제에 대한 문제가 불거지고 있다는 점도 아쉬운 점이다. 타 산업은 진흥에 중점을 두고 있지만 게임은 규제에 집중한다는 인상을 받는 것은 비단 기자뿐 만은 아닐 것이다.

법적규제의 필요성을 이해하지만 새로운 규제를 만들기보다는 이에 앞서 현행 제도에 힘을 실어주며 약점을 보완하는 움직임이 먼저 나타났으면 하는 바람도 있다. 현행 자율규제의 약점이 실효성이라면 실효성을 가질 수 있도록 자율규제를 이행하지 않는 게임사에 대한 확실한 불이익을 줄 수 있도록 정책적으로 자율규제를 뒷받침 하는 것은 어떨까 하는 생각도 든다. 새로운 규제를 만드는 것은 그간 규제에 시달렸던 게임산업과 이를 지켜봤던 게임 이용자 모두에게 달가운 일은 아니다.

확률형 아이템이 게임 산업에 있어 긍정적인 영향력만 지닌 '절대선'은 아니지만 반대로 게임 산업의 경쟁력을 저하하기만 하는 '절대악'인 것도 아니다. 확률형 아이템 자율규제 논란은 옳고 그른 것을 찾아내는 논쟁이 아니다. 더욱 건강한 산업 생태계를 갖추고 이용자를 보호하기 위한 논쟁이다. 이용자 보호를 위해 정부와 산업계가 대립이 아닌 협력을 통해 해법을 찾아야 할 때다. KISO JOURNAL

※ Keyword : 법적규제, 이용자보호, 자율규제, 확률형아이템

’무한 정보세상‘에서 점점 더 소중해지는 것은?

구본권 / KISO저널 편집위원, 사람과디지털연구소 소장
(starry9@hani.co.kr)

디지털 세상에서 우리는 과거에 볼 수 없던, 언뜻 이해하기 어려운 현상을 만나고 있다.

인류 역사상 오늘날은 어느 시기보다 시민들의 평균 교육기간이 길어져 문맹은 사실상 사라졌다. 누구나 스마트폰을 휴대하고 있어 그 자리에서 정보를 찾고 진위를 확인할 수 있게 됐다. 그런데, 역설적으로 허위 왜곡정보의 영향력은 어느 때보다 강력하고 광범해졌다. 2016년 영국 옥스퍼드영어사전이 ‘탈진실(Post Truth)’을 ‘올해의 단어’로 선정했을 정도이지만, 그 이후에도 허위 왜곡정보와 가짜뉴스의 문제는 사라지지 않았다. 오히려 2021년 1월 트럼프 대통령을 지지하는 미국의 폭력시위대가 국회 의사당을 점거한 사실이나, 코로나19의 인포데믹 현상처럼 갖은 허위정보가 기승을 부리는 현실이 이어지고 있다. 왜 역사상 어느 때보다 많이 배우고 강력한 정보검색 도구를 지닌 세상에서 허위정보와 가짜뉴스의 영향력이 더욱 커지게 된 것일까?

요즘 거리 패션에서 가장 눈에 띄는 것은 마스크도, 헤나도, 레깅스도 아니다. 정면을 보고 보행하는 사람들이 점점 줄어들고 있다는 점이다. 처음엔 지하철과 버스를 탄 승객들이 너나 할 것 없이 스마트폰을 꺼내든 게 눈에 들어왔는데 이제는 걸어다니면서 정면을 보고 가는 사람이 드물다. 지하철과 버스 곳곳에는 스마트폰에서 눈을 떼지 못하는 ‘스몸비(스마트폰과 좀비의 합성어)’ 보행의 위험성에 대한 안내도 많다. 하지만 계단을 내려가면서 문자를 보내고 횡단보도를 건너면서도 눈을 스마트폰에서 떼지 않는 행인들은 갈수록 늘어나고 있다. 스마트폰 확산 초반에는 10대와 20대 위주였던 스몸비 현상이 이젠 성별과 연령을 가리지 않고 점점 확산되고 있는 모습이다.

익숙한 현실이지만, 이런 모습이 바람직하다고

여길 사람은 드물다. 그런데도 왜 이런 현상이 개선되기는커녕 오히려 확산되고 있는 것처럼 보일까? 오늘날 디지털 세상을 사는 이용자와 기업들에게는 이러한 문제적 현상을 방치하지 말고 심각하게 여기는 태도가 요구된다.

허위 왜곡정보와 스몸비 현상은 서로 다른 문제이지만, 공통점이 있다. 이용자들의 적극적이고 열정적인 디지털 콘텐츠 이용의 결과라는 점이다. 그런데 이용자들의 선택이 항상 현명한 것도, 지혜로운 것도 아니라는 걸 디지털 콘텐츠 소비실태는 보여준다. 왜 이용자들은 디지털 생태계에서 현명한 선택에 실패하고 스스로를 위험에 처하게 만들고, 허위 정보에 빠지게 하는 것일까?

인터넷이 범용 플랫폼이 되고 경제적 생태계를 형성하게 되면서, 윤리를 외면한 지나친 수익화 경쟁이 부작용으로 이어지고 있기 때문이다. 2021년 9월 미국 〈월스트리트저널〉이 연속으로 보도한 페이스북의 그늘진 실태는 페이스북이라는 기업과 회원의 문제를 넘어 인터넷 생태계와 이용자, 기업 모두에게 무거운 과제를 안겼다.

〈월스트리트저널〉에 따르면, 페이스북은 지난 3년 동안 여러 차례의 내부조사에서 자회사인 인스타그램이 10대 소녀들에게 악영향을 끼치고 정신건강을 해친다는 걸 확인했다. 하지만 페이스북은 이를 공개하지 않고 오히려 13세 이하 어린이용 인스타그램을 따로 개발하고 있는 사실이 알려졌다. 페이스북 연구진은 "10대 소녀의 32%는 자신들의 몸에 대해 불만을 느낄 때 인스타그램이 더 비참하게 만든다고 답했다"는 사실을 확인한 데 이어, 영국 사용자의 13%는 자살 충동 원인으로 인스타그램을 지목하고, 미국 사용자의 6%도 같은 반응을 보인 것을 파악했다. 이런 내용이 페이스북의 마크 저커버그 최고경영자를 비롯해 고위 경영진에 보고됐지만, 실태는 개선되지 않았다. 세계 최대의 사회관계망 서비스인 페이스북이 외부에 내건 모토는 "더 개방되고 연결된 세상(making the world more open and connected)"과 "세상을 더 가깝게(bring the world closer together)"로 공표됐지만, 실제의 목표는 이용자들의 방문과 이용시간을 극대화해 수익을 늘린다는 것에서 조금도 달라져오지 않았기 때문이다.

페이스북만의 문제도 아니다. 더 많은 방문자와 체류시간 극대화는 인터넷 콘텐츠 산업계에 보편적인 목표이자 성공의 지표다. 디지털 생태계는 24개월마다 마이크로칩의 집적도가 2배로 높아진다는 무어의 법칙에 영향을 받는다. 점점 더 많은 정보가 끝없이 생산되고 갈수록 그 생산 속도는 빨라지고 집적도가 높아진다. 콘텐츠 생산자와 기업들로서는 사업 환경이 갈수록 어려워진다는 것을 의미한다. 콘텐츠는 이용자에 의해 소비될 때에만 가치를 지니는데, 이용자들의 선택을 받기가 점점 어려워지기 때문이다.

시간이 갈수록 콘텐츠 생산은 빠르게 늘어나지만 이용자들이 콘텐츠에 할당할 수 있는 이용시간은 좀처럼 늘어나지 않는다. 전국민이 스마트폰을 사용하게 된 오늘날의 스마트폰 보급률 포화상태는 더 많은 이용자를 확보하는 방법이 한계에 이르렀음을 알려준다. 계단과 횡단보도 이용 순간까지 콘텐츠 이용시간으로 바쳐지는 현상의 배경이다. 이용자당 콘텐츠 소비시간을 늘리려면 콘텐츠는 더욱 재미있고 몰입적이어야 한다.

그래서 인터넷의 다양한 현상을 설명해주는 열쇳말은 '주의력 빼앗기'다. 1978년 노벨경제학상을 받은 경제학자 허버트 사이먼은 1971년 "정보가 늘어날수록 관심 부족 현상이 생겨난다"며 '주의력 경제'라고 이름 붙였다. 정보사회에서는 이용자의 관심과 주의력이 가장 가치 높은 '희소자원'이 된다. 넷플릭스의 최고경영자 리드 헤이스팅스는 "넷플릭스는 이용자의 시간을 놓고 경쟁하기 때문에 스냅챗, 유튜브, 수면 등이 경쟁자"라고 말했다.

행동경제학·심리학을 연구하고 구글에서 디자인 윤리학자로 일해 온 트리스탄 해리스는 이용자 주의력을 붙잡기 위한 인터넷 서비스의 비윤리적 디자인을 지적해왔다. 그는 구글을 떠나 2018년 비영리단체 '인도적 기술 센터(Center for Humane Technology)'를 설립해 활동하고 있다. 해리스는 뉴스피드·이메일 등의 서비스 설계가 카지노 슬롯머신 사용자환경(UI)처럼 디자인됐다고 주장한다. 새로운 메일이나 콘텐츠를 확인하기 위해 조작 버튼없이 화면을 아래로 밀어서 갱신하는 기능과 무한 스크롤 기능은 슬롯머신의 레버 당김과 비슷하다는 것이다. 미국 작가 행크 그린은 "현재 존재하는 가장 정교한 소프트웨어는 이용자가 사이트를 떠나지 못하게 하는 방법을 알아내는 임무를 맡고 있다"고 주장한다.

이는 이용자들이 재미와 관심 위주의 수동적이고 습관적인 콘텐츠 소비에 머물러 있으면 스스로 위험해진다는 것을 의미한다. 자신의 주의력을 의식적으로 소비하고 현명한 이용하는 방법을 찾아야 할 때다.

독일 출신의 미국 작가 베레니크 슈라이버는 정보기술매체 〈미디엄〉 기고에서 이용자가 주의력을 되찾는 방법을 5단계로 제시했다. 첫째는 자신이 주의력을 쏟아 붓는 대상들의 목록을 작성하는 일이다. 두 번째는 스마트폰의 설정 메뉴에서 주의력을 노리는 앱을 삭제하거나 밝기 등을 조정하는 일이다. 세 번째는 앱 장터에서 뉴스피드 제거기(Newsfeed Eradicator)나 앱 차단기를 설치해 소셜미디어의 자동노출 정보와 거리를 두고 사용습관을 수시 점검하는 일이다. 네 번째는 디지털 기기의 속보 등 각종 알림을 비활성화하고 '방해금지 모드'를 사용하는 일이다. 다섯 번째는 넷플릭스·유튜브 등의 자동재생 기능을 비활성화하는 선택이다.

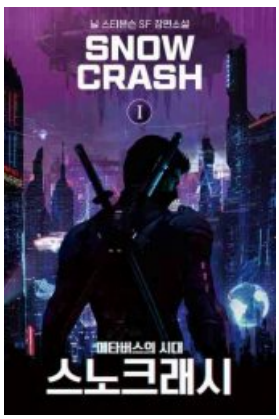
디지털 기술이 우리의 활동과 시간 쓰는 방식을 지배하는 만큼, 이를 다루는 기술과 태도를 이용자들에게 가르치는 게 무엇보다 중요한 사회적 과제가 되고 있다. 또한 디지털 콘텐츠 기업들에게는 방문과 체류시간 극대화보다 더 나은 목표를 설정하고, 맹목적 소비자가 아닌 현명한 이용자들의 선택과 지지를 받는 서비스를 설계하고 고민하는 노력이 요구된다.

KISO JOURNAL

※ Keyword : 스몸비, 주의력, 허위왜곡정보

메타버스, 과연 우리를 구원할 수 있을까

임소혜 / KISO저널 편집위원, 이화여대 커뮤니케이션미디어학부 교수
(s.lim@ehwa.ac.kr)



윌리엄 깁슨의 유명한 "미래는 이미 와 있다. 단지 널리 퍼져 있지 않을 뿐"이라는 말을 인용하지 않더라도 시간을 훌쩍 뛰어 넘어 오래된 작가의 상상력이 현실이 되어가는 모습에 새삼 감탄하게 될 때가 많다. 1968년 스탠리 큐브릭 감독이 만든 '2001 스페이스 오디세이'에 나오는 인공 지능 컴퓨터 '할(HAL)'은 무려 50년을 뛰어넘어 AI의 자연어 처리 기능(natural language processing)이나 정서적 지능(affective intelligence)의 완성을 보여주고, 1977년 제작된 최초의 '스타워즈' 영화에서는 홀로그램과 로봇 인터페이스가 등장한다. 윌리엄 깁슨의 1982년 소설 '뉴로맨서(Neuromancer)'가 사이버스페이스라는 개념을 소개했다면 요즘 들어 여기저기에서 들려오는 '메타버스(metaverse)'라는 용어는 닐 스티븐슨이 1997년에 발표한 '스노 크래시'에 처음 등장하였다. 코로나가 가져다 준 혼돈 속에서 새로운 키워드로 급부상한 메타버스에 쏟아지는 관심과 함께 스노 크래시도 다시 주목받고 있다.

스노 크래시에서 메타버스는 가상현실 기반의 인터넷이 어떻게 진화할 것인지를 보여주기 위해 스티븐슨이 만들어낸 개념이다. 스노 크래시에서는 메타버스 뿐 아니라 아바타라는 단어 역시 사용되는데, 아바타는 가상현실에서 이용자를 재현하는 캐릭터를 지칭한다. 아바타는 힌두교에서 신의 현신을 일컫는 산스크리트어인 'avatara'에서 착안된 단어로 1986년 처음 'Habitat'이라는 비디오게임에서 이용자의 캐릭터를 표현하는데 사용됐지만 본격적으로 사이버스페이스에 적용되기 시작한 것은 스노 크래시에서 유래를 찾는다. 사람들은 개인 포털을 통해 아바타의 형태로 메타버스에 접속하게 되며, 아바타의 형태는 이용자 본인을 닮은 형태부터 다양한 사물에 이르기까지 제약이 없다.

21세기의 고전인 만큼 심오하고 방대한 내용을 담고 있는 소설이지만 아주 짧게 소개하자면 스노 크래시는 악성 컴퓨터 프로그램 코드, 즉 바이러스의 형태가 이용자에게 마약의 효과를 내도록 해 영향력을 행사하려는 악당들에 대한 해커들의 사이버 모험활극이다. 악당의 형태가 어떠하든 메타버스에서도 세상을 파괴하려는 자와 이를 구원하려는 자 사이의 싸움이 벌어진다는 점에서 오프라인 세계와 동일한 셈이다. 지금 오프라인에서는 메타버스에 대한 논의가 뜨겁게 이루어지고 있고, 현실세계가 필연적으로 갖는 시공간적 물성을 돌파할 수 있는 대안적 세계로 제시되고 있다. 5G 네트워크, 블록체인, 인공지능, VR 기술 등이 급속도로 융합적인 발전을 거듭하며 '포트나이트', '제페토', '로블록스' 같은 메타버스 플랫폼들이 놀라운 속도로 그 수를 늘이며 진화하고 있다. 스노 크래시가 메타버스의 UI(user interface)로 제시하는 고글이 스마트 글라스와 홀로렌즈 등의 형태로 현실에서의 상용화를 목전에 두고 있다. 이렇게 메타버스가 우리 삶 속에 영역을 확장해나가고 있는 지금, 과연 메타버스에서 우리는 더 자유롭고 더 즐거우며 더 생산적일 수 있을까? 메타버스는 과연 오프라인 현실세계와 다른 규칙에 의해 작동하는 대안적 세계인가?

이미 사회과학 분야에서는 지난 20여 년간 메타버스에서 이뤄지는 사람들 간의 상호작용과 사회적 규칙, 심리적 반응이 오프라인 현실세계와 차이가 있는지에 대한 연구가 활발히 이루어져 왔다. 대부분의 사회과학적 문제와 마찬가지로 메타버스에 대한 연구 결과 역시 명암이 엇갈리는 그림을 제시한다. 스탠퍼드 대학에서 메타버스와 가상현실에 대한 연구를 하는 제러미 베일른슨(Jeremy Bailenson) 교수에 따르면 우선 사람들은 아바타로 가상현실에 입장하는 순간 사람들은 본인의 아바타가 지니는 특성에 따라 행동을 바꾸는 걸로 나타났다. 예를 들어, 매력적인 모습의 아바타는 메타버스에서 매력적이지 않은 아바타보다 더 자신에 대해 많은 정보를 공유하며 대인관계에 자신감을 보이는 것으로 나타났으며, 키가 큰 아바타는 키가 작은 아바타보다 돈을 나누어갖는 협상에서 더 유리한 결과를 성취했다. 이는 사람들이 오프라인의 현실적인 실체에서 어느 정도 자유로워지긴 하지만 결국 메타버스도 오프라인을 지배하는 사회적 규칙에서(불공정한 경우를 포함해서) 자유롭지 못하다는 것을 보여준다. 메타버스마저도 외모지상주의가 지배하게 될 것인가? 흥미롭게도 소설 속의 메타버스에서도 아바타 소유자의 경제력에 따라 아바타의 품질이 결정되어 아바타가 값싼 기성 아바타인지 정교한 맞춤제작의 아바타인지에 따라 메타버스에서의 신분이 나뉜다. 현실에서 값비싼 명품소비를 통해 사회적 위치를 과시하고자 하는 것과 본질적으로 같은 현상이 벌어지는 것이다.

한편 메타버스의 경험은 반대로 오프라인에서 사람들의 실제적인 태도와 행동에 유의미한 결과로 스며들기도 한다. 가상현실이 경험이 어떻게 현실세계에 영향을 미치는지 살펴본 연구에서 가상현실로 노숙자의 삶을 경험해본 사람은 그렇지 않은 사람들보다 관련 법안의 청원에 더 적극적으로 동의했고, 흑인 아바타로 메타버스에서 인종차별을 경험한 사람들은 인종에 대한 편견이 현저히 줄고 흑인들이 겪는 어려움에 대한 공감이 높아지는 것으로 나타났다. 가상현실은 우울증을 치료하고 고소공포증의 개선을 위한 훈련 등에 사용되기도 한다. 방법이 어찌되었건 메타버스에서의 경험은

메타버스의 경계를 돌파해 현실의 차이를 만들어낼 것이며 앞으로 그 경계는 급속하게 흐려질 것이 분명해 보인다. 흐려지는 경계선에서 현실세계의 불합리성과 불공정 역시 메타버스에 그대로 반영될 수 있고 아직 무엇이 될지 모르지만 메타버스의 매혹적인 새로운 기회에 대하여 사람들은 값비싼 대가를 치러야할 수도 있다. 소설에 등장하는 메타바이러스 스노 크래시는 컴퓨터만 감염시키는 것이 아니라 시신경을 통해 메타버스의 이용자도 감염시킨다. 메타버스에는 우리가 경험해보지 못했던 '스노 크래시'가 기다리고 있을 것이며 주인공 히로가 스노 크래시에 맞서 개발한 백신인 '스노 스캔'과 같은 해결책이 필요해질지도 모른다.

고대 수메르 문화와 바벨탑의 신화, 컴퓨터공학과 뇌신경과학을 넘나들며 자유롭게 질주하는 닐 스티븐슨의 상상력은 그야말로 야생적이다. 더 이상 미국의 영토가 아닌 21세기의 로스앤젤레스를 배경으로 생생히 그려지는 탈중앙화된 무정부 자본주의(anacho-capitalism)적 정치 시스템과 미국 정부가 달러를 무한정 찍어내며 발생한 하이퍼인플레이션에 따른 암호화폐 기반의 온라인 경제 시스템을 읽으며 작가의 통찰력에 깊이 경탄하게 된다. 작가들이 그들의 예지력으로 기술의 발전과 미래세계의 변화 방향을 정확히 예측하는 것일까? 아니면 작품들이 보여주는 미래세계의 모습에 영감을 받은 사람들이 그 영감을 기술적 발전을 통해 현실화시켜나가는 것일까? 실제로 스노 크래시는 수많은 실리콘벨리의 IT 전문가들과 과학자들에게 영감의 원천이 됐으며 소설이 제시한 텍스트 속의 글자들은 상용 기술로 개발되어 사람들의 삶 속에 본격적으로 펼쳐지기 시작하고 있다. 구글어스(Google earth)는 소설에 나오는 어스(Earth) 소프트웨어에서 착안된 서비스이고, 2003년 최초의 본격 메타버스 서비스로 출시된 세컨드라이프(Second Life) 역시 스노 크래시가 그 바탕이 되었다. 무엇보다도 이 소설은 뛰어난 상상력은 미래를 견인하는 원동력이 된다는 점을 증명하는 새로운 필독 고전이다. 꽤 긴 소설이지만 책을 덮을 때쯤 독자는 앞날을 예측하기 더욱 어려워지는 격동의 변화기에 사는 우리들에게 안개 속 빛이 되어줄 수 있는 것은 결국 다음 세대의 길들여지지 않은 상상력임을 믿게 된다. KISO JOURNAL

※ Keyword : 메타버스, 스노크래시, 아바타, 암호화폐

격변하는 기술, 사유하는 인간

김훈건 / KISO저널 편집위원, SK커뮤니케이션즈 법무팀 팀장
(bach@sk.com)

우리는 정보통신기술과 관련 산업의 급격한 발전이나 팽창이 우리의 생활 세계를 빠르게 변화시키고 있는 것을 이미 직·간접적인 경험으로 알고 있다. 그리고 이와 관련해 최근 부상하는 새롭거나 낯선 정보통신기술 용어들은 일반 대중뿐만 아니라 해당 분야의 당업자들에게까지 적잖은 혼란과 불안을 초래하고 있는 사실 또한 알고 있다. 이러한 상황 속에서, 저자는 "쉴 새 없이 낯선 정보기술 용어가 등장하고 집단별·세대별로 새로운 문화적·경제적 흐름이 생겨나는" 세계를 "디지털 세상"으로 파악한 후, 이러한 "디지털 세상의 현재 모습과 미래 방향을 보여주는 100개의 열쇳말"을 가지고 인간이 잘살기 위해 성찰할 만한 주제나 문제점 등을 환기하고 있다.

부연하면, 이 책은 인간과 정보통신기술 그 자체 또는 이를 활용한 제품이나 서비스, 그리고 이로 인해 파생되는 사회·문화 현상 간 상호관계를 어떻게 맺고 있는지를 살펴보는 한편, 이들을 둘러싸고 파생되는 문제점을 제기하거나 그 해결방안에 관한 실마리의 탐색을 요구한다고 할 수 있다. 그래서 이 책의 제호는 ≪디지털 개념어 사전≫이지만, 사전적 의미에 있어 사전의 통상적 역할을 넘어 인간에 관한 사유를 요청하고 있다는 점은 주목을 끌 만한 부분이다. 물론, 제호만으로 유입된 독자에게 있어서는 다소 당혹스러움을 줄 수 있는 부분일 수도 있다. 그렇지만, 다음과 같이 저자의 서문에 있는 입장-"디지털 기술을 키워드로 삼았지만 관심은 언제나 '그러한 강력하고 편리한 도구로 인해 나의 삶과 사회적 관계는 어떠한 변화에 직면하게 될까'라는 인문학적 고민으로 이어졌습니다."-을 통해, 이 책의 지향점을 어렵지 않게 포착해낼 수 있어 전술한 우려가 발생할 여지는 극히 적을 것 같다.

요컨대 이 책은 일차적으로 정보통신기술이나 시사용어 등에 관한 설명을 통해 낯선 것에 대한 우리의 혼란이나 불안을 다소나마 줄여주는 역할을 한다. 그런데 이 책의 보다 핵심적 부분 내지 역할은 정보통신기술이나 서비스 혹은 사회현상 등으로 인한 인간 내면에 관한 성찰의 필요성, 인간에게 있어서의 이익과 손해, 인간과 인간 간의 관계 문제 및 인간과 기계(또는 시스템) 간의 관계 문제의 제기에 있다. 이러한 문제 제기는 세계와 관계를 맺고 있는 인간에 대한 존재론에 관한 물음이다. 즉, 이른바 격변하는 새로운 세상에 발을 딛고 살아가는 점진적 인간에 대한 오래된 물음이라 할 수 있다.

사실 주지된 바와 같이, 인간과 기술과의 관계에 관한 문제는 비단 정보통신기술이 발달하면서부터 갑자기 나타난 것은 아니었으며, 이러한 물음에 있어 인간을 중심에 둬야 한다는 접근 방식 또한 이미 오래전부터 있어 왔다. 일례로, 기술 변화가 인간적 차원에 미친 영향을 연구하기 위해서는 반드시 거쳐야 하는 연구자 중 하나가 루이스 멈퍼드(Lewis Mumford)라고 할 수 있는데, 그의 1934년 저작인 ≪기술과 문명(Technics and Civilization)≫에서도 그러한 통찰[1]을 찾아 볼 수 있다.

ⓒ망고보드

나아가 다니엘 R. 헤드릭(Daniel R. Headrick)이 산업혁명(1760-1830) 당시 새로운 기술의 등장에 대해 설명한 내용-"모든 기술 혁신처럼 산업혁명의 기술 혁신 역시 인간이 자연을 더 잘 지배할 수 있게 만들었다. 그러나 산업화가 가져온 변화는 이전의 기술 변화에 비해 훨씬 더 빠르고 파괴적이었다. 한 세기가 지나지 않아 산업화된 국가의 국민들은 상품을 싸고 빠르게 생산하는 능력을 가지게 됐고, 이전보다 빠르고 안전하게 여행할 수 있게 됐으며, 장거리도 순식간에 통신할 수 있게 됐다. 그러나 이러한 산업화는 기술이 소수에게 집중돼 이들에게 다른 사람들을 지배할 수 있는 권력을 안겨줬다.[2]"-을 살펴보면, 오늘날의 정보통신기술 또한 산업혁명의 기술의 노정에서 크게 벗어나 있지 않다는 것을 알 수 있다.

특히, 강유원 박사의 다음과 같은 설명은 우리가 급변하는 피상적 현상이 아닌 본질적 구조와 문제에 천착해야 함을 알려준다. "이른바 '디지털 시대'에는 더 이상 노동생산물이 노동자에게 맞서 대립하는 것이 아니라 자유로운 노동이 이뤄져 있고, 새로운 종류의 노동이 등장하고 있다는 궤변이 더러 있다." "이런 주장은 이른바 '정보화 사회'라는 말이 나돌면서 더욱 그럴싸한 설득력을 가진 것처럼 보인다. 그렇지만 아무리 겉모습이 달라도 그것이 생산되는 과정 자체가 자본주의적 생산관계 속에서 이루어진다면 본질은 다르지 않다." "'디지털 시대'에 새롭게 등장했다고 하는 계급으로 소위 '가상계급'이라는 게 있"는데, "이러한 판단에는 사이버스페이스가 현실 공간과 전혀 다른 곳이라고 하는 착각이 전제돼 있다. 사이

1) "기계 자체는 인간의 상상력과 노력의 산물이다. 따라서 문명을 새롭게 혁신하는 것은 기계를 이해하는 데서 시작돼야 한다. 그 다음으로 사회를 이해하고 우리 자신의 내면세계를 파악해야 한다. 기술의 세계는 결코 고립되고 자기 충족적 세계가 아니다. 이는 분명 다른 환경이 주는 충격으로 인한 힘과 자극에 반응한다."(루이스 멈퍼드 지음, 문종만 옮김(2013), 『기술과 문명』, 책세상, 27면).
2) 다니엘 R. 헤드릭 지음, 김영태 옮김(2016), 『테크놀로지-문명을 읽는 새로운 코드-』, 다른세상, 185면 참조

버스페이스는 현실 공간의 자연스러운 연장이며, 거기에는 별도의 논리가 통용되지 않는다. 그래서 영국의 미디어 연구자 바브룩은 가상계급이란 결국 기존 자본가 집단과 신종 테크노 엘리트가 결합한 형태에 불과하다고 지적하기도 했다. 이 두 집단은 서로 정책적으로 연합하면서 20세기 말의 하드웨어 산업을 지배하고 더 나아가 소프트웨어 문화까지 지배하려고 하는 것이다. 따라서 가상계급이란 한마디로 자본가일 뿐이다. 이들은 고도로 집약된 기술을 이용해서 자본의 증식을 가속화시키고 그 과정에서 노동계급은 과거와는 비교할 수 없이 빠른 속도로 소모된다. 자본의 자기증식을 성취하는 방식이 약간 바뀌었을 뿐이고, 그 과정에서 중시되는 요소가 과거에는 일종의 '힘'이었다면, 현대는 기술이라는 것이 달라졌을 뿐, 과정 자체의 메커니즘은 바뀌지 않은 것이다."[3)]

대부분의 사람들에게 있어, 오늘날의 급변하는 기술과 세상을 온전히 따라잡아 이해한 후 적응하는 것은 대단히 어렵고 고된 일이며, 나아가 미래에 어떠한 기술이 부상해 세상이 어느 방향으로 급변할지를 예측해 미리 대비하는 것은 사실상 불가능에 가까운 일이다. 이러한 상황 속에서 인간으로서 '좋은 삶(eu zēn)'을 살기 위해서 무엇을 어떻게 해야 하는지는 더욱 모를 일이다. 여전히 유효한 거대 자본력에 의해 나타나는 격변하는 기술과 쏟아지는 정보들 속에서 그나마 현혹되는 정도를 줄이기 위해서는, 그저 부지런하고 해박한 자들의 현상에 대한 설명과 통합적 사유를 요구하는 고전을 통해 인간의 본질을 사유하는 것에 부단한 노력을 기울이는 수밖에 없는 것 같다.

※ Keyword : 디지털, 정보통신기술, 존재론

3) 강유원(2001), 『책』, 야간비행, 194-195면 참조.

한국인터넷자율정책기구 이사회 의장에 이인호 중앙대 교수 선임

한국인터넷자율정책기구(KISO)는 지난 8월 24일 총회 및 이사회를 개최하고, 이인호 중앙대 법학전문대학원 교수(사진)를 외부 이사 겸 이사회 의장으로 선출했다. 임기는 2년(연임 가능)이다.

이인호 신임 의장은 2018년 9월부터 KISO 정책위원장을 맡아 KISO의 정책규정 제·개정과 심의결정 등 주요 업무를 총괄하며 정책위원회를 이끌고 있다. 이번 총회 결과에 따라 이 의장은 정책위원장과 이사회 의장을 겸임하게 됐다.

KISO 이사회에 회원사 대표가 아닌 외부 인사가 의장을 맡은 건 이번이 처음이다. 앞서 KISO는 지난 3월 인터넷 자율규제 영역 다변화에 따른 전문성·자율성 강화를 위해 외부 전문가를 이사로 선임할 수 있도록 정관을 개정했다.

이 의장은 법무부 인권정책자문위원, 한국정보법학회 공동회장을 역임하고 국가인권위원회 행정심판위원, 한국언론법학회 고문으로 활동하고 있다. 지난 2000년부터 중앙대에서 교수로 재직 중이다.

이 의장은 “KISO 출범 이후 첫 외부 이사로 선임되고 의장까지 맡게 돼 어깨가 무겁다”면서 “다양성·개방성을 특성으로 하는 역동적인 생태계인 인터넷 공간에서 보다 객관적이고 균형 잡힌 자율규제 체제가 정착될 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다.

한편, 이사회는 8월 임기가 만료되는 황창근 정책위원의 후임으로 김민호 성균관대 법학전문대학원 교수를 신규 위촉했다. 김 위원은 개인정보보호법학회 회장, 국가인권위원, 규제개혁위원, 중앙행정심판위원, 체감규제포럼 공동대표 등을 역임했다.

KISO는 표현의 자유를 신장하고 이용자 책임을 제고함과 동시에 각종 부작용으로부터 이용자들의 권리를 보호하기 위해 2009년 출범한 인터넷 자율규제 기구다. 네이버, 카카오, SK커뮤니케이션즈 등 13개사가 회원사로 참여하고 있다.

KISO는 올해부터 게시물·검색어 정책 중심의 자율규제에서 다양한 서비스의 자율규제로 외연을 확대하고 이슈별 다양한 논의 테이블을 만들어 회원사를 확대하기 위해 ‘분과-소위’ 체제로 조직을 개편한 바 있다.

KISO, ‘어학사전 워킹그룹’ 출범

한국인터넷자율정책기구(이하 KISO)가 회원사 어학사전 서비스 내 ‘차별 · 비하적 표현’을 개선하기 위한 워킹그룹을 신설했다. 이는 인터넷 포털 회원사인 네이버의 요청에 따른 것이다. 카카오도 이 같은 어학사전 워킹그룹 취지에 공감해 함께 참여하기로 했다.

워킹그룹 자문단은 법학 교수, 언어학자, 법률가, 교육전문가 등 4명의 외부 전문 위원으로 구성됐다. 자문단은 회원사 어학사전 서비스에 적용될 ‘어학사전 서비스 이용자보호 가이드라인’을 마련하고 있다.

가이드라인은 ‘차별·비하적 표현’에 대해 보다 객관적이고 합리적인 정보를 제공함으로써 어학사전 서비스의 활용 방향을 제시하고 나아가 건강한 사전 서비스 이용 문화 조성에 이바지하는 방향으로 마련된다.

향후 워킹그룹은 가이드라인에 따라 어학사전 내 표제어와 예문 등에서 발견되는 ‘차별·비하적 표

현'에 대해 '주의 알림'을 표시하는 등 이용자 보호 방안을 만들어나갈 예정이다.

1999년 영어사전으로 시작한 네이버 어학사전은 옥스퍼드, 콜린스 등 해외 저명한 출판사와 서울대, 고려대, 연세대, 한국외대 등 국내 유수 대학교의 신뢰성 있는 사전 DB를 포함해 현재 총 55종의 언어 사전, 3200만 개의 표제어, 6300만 개의 학습정보를 네이버 이용자에게 제공하는 국내 최대 사전 플랫폼이다.

Daum 포털 서비스 오픈과 함께 시작한 카카오의 다음 어학사전은 2003년 포털 최초로 중국어사전과 2017년 일본 대표사전 코지엔 일한사전을 제공했으며, 고려대학교(국어사전, 중국어사전), 한국외국어대학교(다국어사전) 등 신뢰할 수 있는 제공처의 어학사전을 이용자에게 제공하고 있다.

KISO는 2009년 출범한 자율규제 기구로, 인터넷 공간에서 표현의 자유를 신장하고 이용자의 책임을 제고함과 동시에 각종 부작용으로부터 이용자들의 권리를 보호하기 위해 노력해오고 있다. 네이버·카카오 등의 회원사 인터넷 게시물 및 검색어 등의 처리 방향 및 정책 수립, 심의·결정을 비롯해 부동산 허위매물 관리, 인물정보서비스 정책 등을 수행하고 있다.

<KISO저널 제44호>

발행일 2021. 09. 30.
발행인 이인호
발행처 (사)한국인터넷자율정책기구
표지디자인 망고보드

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

◆ KISO저널 44호의 본문은 나눔명조체로 작성되었습니다.

<편집위원>

황창근 교수(홍익대 법과대학)
권헌영 교수/법학박사(고려대 정보보호대학원)
구본권 소장(사람과디지털연구소)
김병일 교수(한양대학교 법학전문대학원)
임소혜 교수(이화여대 커뮤니케이션미디어학부)
이희옥 차장/법학박사(네이버 서비스 정책실)
김훈건 팀장(SK커뮤니케이션즈 법무팀)
전수민 과장(카카오 대외협력팀)
편집간사/남동희, 장세리 연구원(KISO기획팀)

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

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

ISSN 2287-8866(Online)