

# 2016 오픈넷 소논문/영상 공모전 시상식 및 발표회

일시: 2016. 11. 28.(월) 오후 3:00 - 7:30

장소: 스타트업 얼라이언스 앤스페이스



(우)06650 서울시 서초구 서초대로 50길 62-9, 402. (서초동, 한림빌딩)  
전화 02-581-1643 | 팩스 02-581-1642



# 2016 오픈넷 소논문/영상 공모전 시상식 및 발표회

## Contents

### 1. 공모전 수상 소논문

- 06 [대상] 네이버 대중 연관성 알고리즘(Public Relevance Algorithm)의 공공성 탐색  
- 오요한(서울대학교 과학사·과학철학 협동과정, 과학기술학(STS) 전공)
- 41 [우수상] 통신자료제공제도(전기통신사업법 제83조제3항)에 대한 법사회학적 고찰  
- 이형우(서울대학교 경제학부)
- 64 [우수상] 폰트 저작권 행사의 남용에 대한 법적 문제점 및 대안  
- 최자유, 한희정(연세대학교 법학전문대학원)
- 85 [장려상] 메갈리아의 언어는 혐오표현 규제 대상이 되는가?  
- 김용석(서울대학교 경제학부), 최동준(서울대학교 언론정보학과)
- 97 [장려상] 제로보드: 쉬운 설치형 게시판  
- 소원영(메사추세츠 공과대학교), 고아침(뉴욕 시립대학교 대학원), 강이룬(파슨스 스쿨 오브 디자인)
- 114 [장려상] 정보인권으로 바라본 올바른 개인정보보호법에 대한 연구  
- 이민형(부산대학교 법학전문대학원)
- 134 [장려상] 빅데이터와 사물인터넷 시대, 클라우딩 서비스를 통한 의료정보 국외이전의  
프라이버시 침해 가능성 및 개선방안 고찰  
- 이보형(서울대학교 법학전문대학원)
- 146 [장려상] 정보유출원인 및 유출방지 방안에 대한 고찰  
- 이소영, 권예지, 박지권, 염민지, 오성모, 조유나(서울시립대학교 도시과학대학 도시행정학과)

### 2. 오픈넷 장학생 논문 발표

- 188 인터넷 제한조치 규제와 WTO법의 역할: 국가의 인터넷 검열 및 데이터현지화 조치를 중심으로  
- 김승민(연세대학교 연구교수)
- 196 SNS 검열(담론)의 사회적 구성 - 2008년 이후 SNS 검열 사례에 대한 비판적 분석을 중심으로  
- 홍남희(연세대학교 커뮤니케이션연구소 전문연구원)
- 209 모자이크 도시: 판교테크노밸리의 공간적 특성과 게임 개발자들  
- 윤기준(카이스트 과학기술정책대학원)

## ■ 행사 순서

I부 : 공모전 시상식 및 발표회		
3:00 - 3:20	공모전 경과 보고	
3:20 - 3:40	시상식	수상자: 소논문 8팀, 영상 2팀
3:40 - 4:40	공모전 수상 소논문 발표	<p>[대상] 오요한(서울대 과학사 · 과학철학 협동과정) 네이버 대중 연관성 알고리즘(Public Relevance Algorithm)의 공공성 탐색: 라투어의 사물정치와 행위자-연결망 이론으로 바라본 네이버 실시간 급상승 검색어 알고리즘의 매개성</p> <p>[우수상] 이형우(서울대 경제학부) 통신자료제공제도(전기통신사업법 제83조제3항)에 대한 법사회학적 고찰 - 푸코와 들판즈의 권력이론의 관점에서 바라본 개인자료를 이용한 국가의 감시, 통제 메커니즘</p> <p>최자유, 한희정(연세대 법학전문대학원) 폰트 저작권 행사의 남용에 대한 법적 문제점 및 대안</p> <p>[장려상] 김용석, 최동준(서울대 경제학부) 메갈리아의 언어는 혐오표현 규제 대상이 되는가?</p> <p>이소영 외 5인(서울시립대 도시행정학과) 정보유출원인 및 유출방지 방안에 대한 고찰 - SNS로 인한 정보유출을 중심으로</p> <p>종합 질의/응답(10분)</p>
4:40 - 5:00		휴식
5:00 - 5:55	2015 오픈넷 장학생 논문 발표	<p>김승민(연세대 일반대학원 법학과) 인터넷 제한조치 규제와 WTO법의 역할: 국가의 인터넷 검열 및 데이터현지화 조치를 중심으로</p> <p>홍남희(연세대 커뮤니케이션대학원) SNS 검열(담론)의 사회적 구조 - 2008년 이후 SNS 검열 사례에 대한 비판적 분석을 중심으로</p> <p>윤기준(카이스트 과학기술정책대학원) 모자이크 도시: 판교테크노밸리의 공간적 특성과 게임 개발자들</p> <p>종합 질의/응답(10분)</p>
5:55 - 6:15		휴식 및 정리
II부: 오픈넷 송년의 밤		
6:15 - 7:30		'오픈넷이 뽑은 올해의 영상'상영 및 네트워킹

## | 오픈넷 장학생과 연구주제 |

오픈넷이 2015년 2차례에 걸쳐 대학원생을 대상으로 한 <IT/인터넷 정책연구 지원사업>을 진행했습니다.

본 연구지원사업은 올바른 IT 정책이 자리잡도록 학생들의 연구 역량을 강화하여 IT/인터넷 정책 관련 연구인력을 확충하는 것을 목적으로 하였으며, 장학생 선발을 통해 IT/인터넷 정책 관련 연구를 수행하여 학위를 취득하려는 대학원생들이 연구에 몰입할 수 있도록 연구활동비를 지원했습니다.

2015년 IT/인터넷 정책연구 지원사업에서는 8명의 장학생을 선발하여 총 2,000만원의 장학금을 지원했습니다.

### ■ 2015년 상반기

#### | 박사과정

홍남희(연세대학교 커뮤니케이션연구소), SNS 검열(담론)의 사회적 구조 - 2008년 이후 SNS 검열 사례에 대한 비판적 분석을 중심으로

#### | 석사과정

김현미(서울대학교 행정대학원), 2014년 전자금융거래법 개정안에 대한 정책결정과정 연구: Kingdon의 정책흐름모형을 중심으로

박진영(서울대학교 과학사 및 과학철학 협동과정), 사회적 미디어와 선택가능한 공공성: 네트워크화된 공적 영역과 대중

최준선(성균관대학교 일반대학원 법학과), 사물인터넷 시대의 개인정보의 '안전한 활용'을 위한 방안 - 현행 개인정보보호법을 중심으로

## ■ 2015년 하반기

### | 박사과정

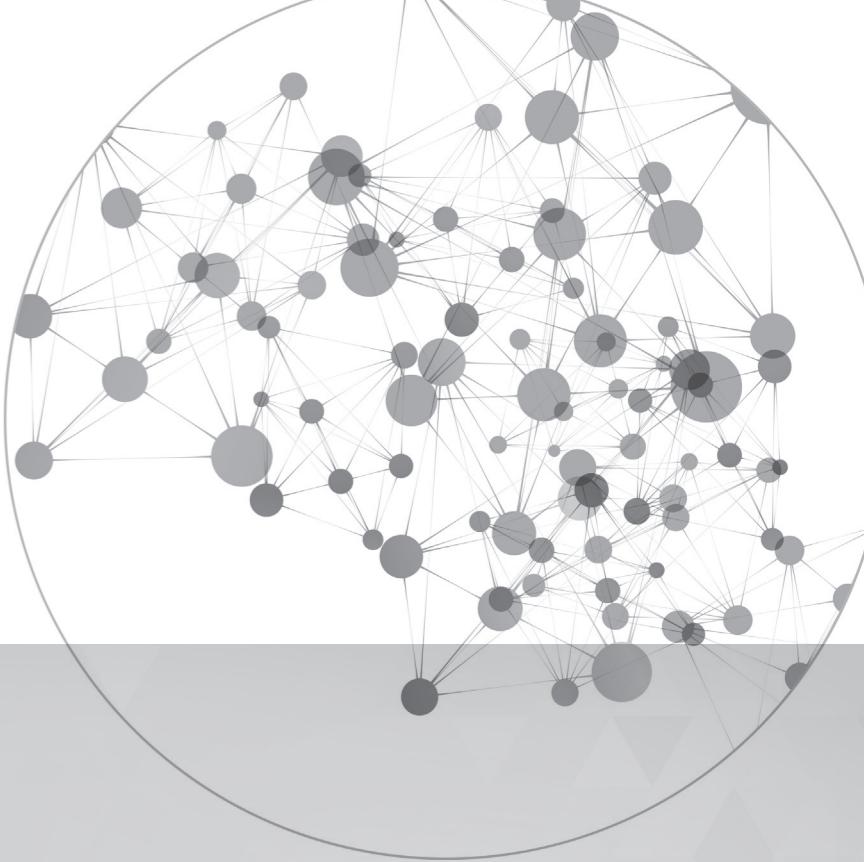
최은창(서울대학교 대학원 법학과), FRAND 협약에 부합하는 합리적, 비차별적 표준특허 실시료 산정방법에 대한 비교법  
적 연구: 정보통신 분야 표준특허 실시료 분쟁의 분석과 Liability Rule의 모색

김승민(연세대학교 대학원 법학과), 인터넷 제한조치 규제와 WTO법의 역할: 국가의 인터넷 검열 및 데이터현지화 조치  
를 중심으로

### | 석사과정

윤기준(카이스트 과학기술정책대학원), 모자이크 도시: 판교테크노밸리의 공간적 특성과 게임 개발자들

조민지(서울과학기술대학교 IT정책전문대학원), 청소년유해매체물 차단수단 의무설치 정책의 사회 · 문화적 효과 연구



# 공모전 수상 소논문

# 네이버 대중 연관성 알고리즘(Public Relevance Algorithm)

## 의 공공성 탐색

라투어의 사물정치와 행위자-연결망 이론으로 바라본

네이버 실시간 급상승 검색어 알고리즘의 매개성

## 요약

서울대학교 과학사·과학철학 협동과정, 과학기술학(STS) 전공

나는 이러한 측면의 공공적 책임을 수행하는 것은, 실현불가능할 뿐만 아니라 개념적으로도 불명료한 투명성을 정보매개자에게 요청하는 것을 통해서라기보다는, 여론을 매개하는 활동에서의 다양한 변형의 결과들을 노출시키도록 정보매개자에게 요청하는 것을 통해 이루어질 수 있다는 것을 본 연구에서 보이고자 한다.

**키워드:** 인터넷 플랫폼, 알고리즘, 네이버, 실시간 급상승 검색어, 공공성, 정보매개자 책임

### 1. 시작하는 말: 인터넷 플랫폼의 알고리즘에 대한 사회과학적 연구

## 요약

인터넷 플랫폼의 알고리즘은 현대 사회에서 점점 더 중대한 매개적 역할을 담당해 가고 있다. 그 중에서도 트렌딩 알고리즘에 기반한 서비스는 사람들이 현재 관심을 갖는 사안이 무엇인지를 재현하여 대중에게 매개한다. 이 같은 트렌딩 서비스들이 대중이 사회적 소식을 접하는 중대한 출처로 자리잡아가면서, 이 서비스들이 정치적 혹은 상업적인 의도로 특정한 사안들을 띄우거나 감춘다는 의혹도 함께 제기되어 왔다. 이에 대해 인터넷 기업들은 알고리즘 및 제반 사항을 일부 공개함으로써 알고리즘에 대한 대중의 신뢰를 얻으려 했지만, 트렌딩 서비스에 대한 거듭된 의혹들은 명확하게 해소되지 못한 상태이다.

본 연구는 네이버가 2005년 전 세계의 인터넷 기업 중에서 선구적으로 도입한 이러한 트렌딩 서비스의 시초격인 ‘실시간 급상승 검색어’ 서비스 및 이를 둘러싼 누리꾼들의 의혹 제기를 보다 명확하게 이해하기 위해, 이 서비스의 기술적 토대인 알고리즘을 분석하며, 이를 라투어의 관점을 빌어 서술할 것이다. 이를 통해, 네이버의 해명과는 다른 측면에서, 실시간 급상승 검색어의 알고리즘의 재현 과정에서 변형이 필연적으로 연루되어 있음을 보일 것이다. 이를 통해 본 연구는 정보매개자로서의 인터넷 플랫폼의 책임에 대한 논의에서 알고리즘적 활동에 대한 정보 제공 및 해명이라는 측면에 주목할 필요가 있음을 주장할 것이다. 종국적으로

“검색어 순위는 순전히 검색 엔진이 기계적인 알고리즘에 의해 산출하는 것이어서 주관이나 의도가 개입될 여지가 전혀 없다. (...) 많은 이용자들의 기대에 부응해 검색 서비스의 질을 유지하기 위해 노력하고 있다.” NHN 관계자(한겨레, 2008)

지난 5월, 페이스북이 보수적인 독자들이 선호할 만한 기사를 트렌딩 토픽스(Trending Topics)에서 배제해왔다는 전직 계약 직원의 주장이 많은 미국인들을 놀라게 했다<sup>1</sup>(그림 1). 다수 사용자들은 페이스북 화면의 한 쪽에 노출되는 뉴스들이 자동적으로 결정된 것일 뿐, 수많은 기사를 중 몇몇 인기 있는 기사가 결정되고 보여지는 과정에 인간이 개입할 것이라고는 생각하지 않았기 때문이다. 파문이 이어지자 4일 뒤 페이스북의 CEO 마크 저커버그는 내사 결과 계약 직원이 폭로한 것처럼 트렌딩 토픽스로부터 보수적 견해의 기사들이 은폐되었다(suppressed)는 증거를 찾을 수 없었다고 해명했다<sup>2</sup>. 그 후속조치로 페이스북은 8월 말부터 토픽을 설명하는 문구를 작성하는 인간 편집자를 해고하고, 그 대신 마우스를 올렸을 때에 관련 뉴스의 인용이 보여지도록 개편함으로써 알고리즘의 역할을 전면에 내세웠다. 하지만 불과 며칠 뒤, 허위 뉴스가 트렌딩 토픽에 등장하는 일이 발생했다<sup>3</sup>. 이러한 일련의 사건들은 인터넷 플랫폼의 이면의 알고리즘이 표면의 서비스의 객관성을 보증할 수 있느냐에 대한 의문을 불러일으킨다.

위와 같이 인터넷 플랫폼의 알고리즘에 대한 빈번한 의혹들, 그리고 지난 몇 년 사이 뚜렷하게 고조되는 알고리즘에 대한 대중적·학술적인 관심은 인터넷 플랫폼의 알고리즘에 기반한 자동화된 시스템에 대한 현대 사회의 의존과 우려가 동시에 점점 커져가고 있음을 보

여준다. 이러한 인터넷 플랫폼의 특징을 잘 보여주는 사례는 페이스북이다. 페이스북은 사용들에게 있어 사람들을 사귀고 관계를 유지하기 위한 플랫폼일 뿐만 아니라, 중요한 뉴스를 접하고 자신이 중요하다고 생각하는 뉴스를 전파할 수 있다는 점에서 공적인 사안들을 사람들에게 매개하는 플랫폼이기도 하다. 이같이 알고리즘에 기반한 인터넷 플랫폼의 매개적 역할은 광범위하게 각 개인의 사회적인 삶에 중대하게 개입하고 있다.

본 연구는 이 같은 대중의 관심사를 재현하고 매개하는 알고리즘과 이를 운영하는 인터넷 플랫폼 업체를 사회과학의 관점에서 면밀하게 조사하고자 한다. 그렇다면 알고리즘에 대한 이러한 사회과학적 조사의 출발점, 혹은 연구 질문을 어디에서 찾을 것인가? 그 시작은 알고리즘이 정치적으로 혹은 상업적으로 인터넷 플랫폼에게 유리하게 동작할 수 있다는 의혹에서 제기될 수도 있다. 하지만 본 연구의 초점은 다소 다르다. 오히려 본 연구는 알고리즘이라는 기제에 내재되어 있는 특정한 가치판단을 식별해내는 것을 목적으로 하며, 이를 위해 알고리즘이라는 기술적 토대 자체에 초점을 맞춘다.

보다 한정적으로 본 연구가 초점을 맞추려는 알고리즘은 인터넷 플랫폼이 현재 인기 있는 기사, 책, 상품, 음악, 낱말, 학술 논문이 무엇인지를 플랫폼 사용자에게 표시하는 트렌딩 알고리즘이다. 이러한 트렌딩 알고리즘은 “어떤 정보가 우리에게 가장 연관된(most relevant) 것으로 간주되는지 선택하는 핵심적인 역할을 수행하며”, “사회적이고 정치적인 담론에 참여 할 수 있는 도구, 우리들 자신을 우리가 참여하는 대중들에 익숙해지도록 하는 도구”를 제공한다는 점에서 “대중 연관성 알고리즘(public relevance algorithm)”이라 불릴 수 있다 (Gillespie 2014, 167). 비록 많은 이들이 이러한 알고리즘이 방대한 사용자 데이터와 결합되어 대중의 본성 혹은 사회의 조성에 대해 나온 서술을 제공하리라 믿고 있음에도 불구하고, “이러한 알고리즘이 생명을 불어넣지 않았더라면 존재하지 않았을 대중들을 조성하고 (constitute) 명문화한다(codify)” (Gillespie 2014, 189; 190)는 점에서, 알고리즘에 의해 재현되는 대중들이 실재하는 대중들을 투명하게 반영한 것으로 볼 수 없다는 것이 본 연구의 입장이다. 이런 맥락에서 본 연구는 트렌딩 알고리즘에 대해 다음과 같이 질문하고자 한다. “공급자가 자신이 측정하는 것을 어떻게 형성하는가?” (Gillespie 2014, 189) 이러한 질문은 알고리즘이 산출해내는 대중에 대한 조사를 요청하는 동시에 “블랙박스화”된 계산을 비판적으로 바라볼 것을 요청한다 (Pasquale, 2015).



[그림 1] 페이스북 화면에서의 트렌딩 토픽스의 위치와 배열. 영어로 일부 국가에서만 사용가능하며, 한국에서는 현재까지 활성화되어 있지 않다.<sup>4</sup>

설시간 급상승 검색어	
① 이종경	+ 383
② 안수르	+ 81
③ 대조	NEW
④ 서예지	+ 156
⑤ 미건희	+ 135
⑥ 김기연	+ 276
⑦ 정유희	+ 126
⑧ 밤조명	+ 201
⑨ 유튜버 스케치북	+ 93
⑩ 김자	+ 201

[그림 2] 네이버의 실시간 급상승 검색어 서비스<sup>5</sup>.

본 연구는 이 같은 비판적 관심사에 조응하여 한국 인터넷 플랫폼에서의 경험적 사례 연구를 위해 월간 검색 쿼리 48억건, 검색 쿼리 점유율 76%를 점하는 (2016년 3월 기준) 한국의 1위 검색 엔진이자 인터넷 포털인 네이버의 실시간 급상승 검색어(이하 실급검)의 알고리즘을 분석함으로써, 대중을 재현하는 알고리즘의 현황을 비판적으로 보이고자 한다(그림 2)<sup>6</sup>. 실시간 급상승 검색어 서비스를 네이버의 설명을 빌어 간략히 소개하자면, “이용자들이 보여주는 관심의 흐름을 반영”하여 “단위 시간 동안 네이버 검색창으로 입력되는 검색어를 분석해 입력 횟수의 증가 비율이 가장 큰 검색어 순서대로 보여주는 서비스”이다<sup>7</sup>. 2005년 5월 5일 시작되어 트렌딩 서비스의 세계적 시초가 된 이 서비스는 (구글 ‘Trends’는 2006년 5월부터, 트위터 ‘Trends’는 2009년 4월부터, 페이스북 ‘Trending Topics’는 2014년 1월부터, 인스타그램은 2015년 6월부터 시작되었다) 네이버 이용자들이 입력한 검색어 중 가장 증가율이 높은 것들을 모든 검색결과 화면의 상단 우측에 노출시켰고<sup>8</sup>, 네이버 이용자들은 이 창이 포착하는 검색어들을 무심코 훑겨보면서 혹은 적극적으로 클릭하여 타고 들어가면서 네이버 전체 이용자들, 혹은 그것이 근사적으로 추정하는 한국 인터넷 사용 인구의 관심사를 파악해왔다.

이처럼 실급검이 한국 인터넷 사용자의 관심사를 신빙성 있게 보여주는 것으로 점차 널리 인식되면서, 정치적으로 논쟁적인 사안을 두고 네이버가 실급검 순위에 의도적으로 인위적 조작을 가하여 정치적으로 민감한 특정 검색어를 순위에서 내리거나 혹은 정치적으로 무관한 검색어를 순위에 포함시켰다는 의혹이 몇 차례 제기되었다. 그러한 과정에서 여러 누리꾼들은 자신들이 수집한 의심스러워 보이는 증거들을 근거로 네이버 실급검 알고리즘이 동작하는 내부 기제의 객관성과 동작 방식에 대해 문제를 제기하였다. 예컨대 2008년에는 대통령 탄핵과 관련한 검색어가 실급검 순위에서 의도적으로 사라졌다는 의혹이 제기되었으며, 2012년에는 대통령 후보의 뉴스에 관련된 검색어가 순위에 노출되는 방식에 대한 의혹이 제기되었다. 이러한 거듭된 문제 제기에 직면한 네이버는 2012년 자사의 실시간 급상승 검색어를 비롯한 일부 검색어 서비스의 운영 상황에 대한 외부 감사를 자청하기에 이르렀다<sup>9</sup>.

이같이 실시간 급상승 검색어 알고리즘에 조작이 가해졌다는 이의 제기와 알고리즘에 조작이 개입될 수 없다는 주장 양자에 대해 본 연구는 다음의 비판적 관점을 가지고 실급검 알고리즘 및 그 산출물을 바라보고자 한다. 네이버의 설명에 따르면, 가치판단의 개입은 인간 운영진의 판단 과정에서 일어날 수 있긴 하지만, 알고리즘적 운영을 통해 그러한 주관성이나 임의성을 가급적 최소화시킬 수 있다. 하지만 과학기술학자 브루노 라투어(Bruno Latour)의 행위자 연결망 이론(Actor-Network Theory)의 관점에서 이를 바라보면 “대중 연관성 알고리즘”이 급상승하는 검색어를 재현하여(represent) 사용자들에게 전달하는 활동은 사회적 관심사를 “변형(transformation)” 없이 “운반하는(transport)” 과정이 아니라, 전달되는 것을 변형하는 “번역(translation)”의 과정으로 이해될 수 있다(Latour, 2005a). 이러한 관점의 “서술(description)”은 네이버의 알고리즘의 배후에 정치적·상업적 의도가 반영되어 있다는 ‘사회 결정론’적 이의 제기 혹은 알고리즘은 기계적으로 대중의 관심사를 계산할 뿐이라는 ‘기술 결정론’적 해명이 간과하고 있는 지점을 드러내보일 수 있는 장점이 있다. 더 나아가 이러한 관점은 대중 연관성 알고리즘의 매개 활동을 공개적으로 드러내는 데에까지 기여할 수 있다. 이를 통해 본 연구는 인터넷 플랫폼의 기저에 놓여있는 알고리즘의 매개 활동에 대한 인터넷 플랫폼의 책임성을 역설하고자 한다. 내가 궁극적으로 주장하려는 것은 이러한 공적 책임이 투명성에 대한 비현실적이고 개념적으로 불명료한 요구를 통해 이뤄진다기보다는 매개 과정에서의 변형적 특징 및 그 산출물을 더 드러내어 그 사용자들에게 이를 인지시키는 것을 통해 달성될 수 있다는 것이다.

본 연구의 주장을 효과적으로 제시하기 위해 이 글의 본문의 구성은 다음의 세 절을 따른다. 먼저 2절에서는 이 사례연구와 관심사 및 문제의식을 공유하는, 인터넷 플랫폼의 알고리즘에 대한 선행연구를 중심적으로 살필 것이다. 이후 3절에서는 ‘대중 연관성 알고리즘’의 매개적 활동에 대한 사례 소개 및 이에 대한 인터넷 기업의 전형적인 입장을 다룬다. 이를 위해 네이버의 ‘대중 연관성 알고리즘’인 실시간 급상승 검색어 서비스에 관련된 논란 중 한 사례를 소개하고, 이 실급검 알고리즘 자체의 수식을 검토하여 그 수식이 측정하고자 하는 것을 조명할 것이다. 이러한 설명은 네이버가 취한 입장을 어떻게 이해할 수 있을지에 대한 단서를 제공한다. 네이버의 입장에 따르면, 대중 연관성 알고리즘의 운영에서 개입될 수 있는 편향의 가능성은 알고리즘에 대한 투명한 정보 공개를 통해 최소한으로 통제될 수 있다. 뒤이어 4절에서는 라투어의 관점 및 행위자 연결망 이론으로 실급검을 분석한다. 이 절에서는 네이버의 실급검과 다른 인터넷 업체들의 ‘대중 연관성 알고리즘’들을 비교함으로써 그 재현(representation) 방식들의 공통점과 차이점을 식별하고, 이를 통해 ‘대중 연관성 알고리즘’의 매개적 활동에 대해 네이버가 제시한 것과는 다른 이해가 가능함을 보일 것이다. 즉, 앞선 네이버의 주장은 “중개자(intermediary)”로서 실급검 알고리즘이 검색어 쿼리를 변형 없이 관심사 순위로 매개할 수 있다는 입장으로 해석될 수 있다면, 라투어의 관점

은 실급검 알고리즘과 이에 연루된 “매개자들의 연쇄(concatenations of mediators)”로 인해 검색어 쿼리가 관심사 순위로 번역되는 과정에서 수많은 변형이 일어남을 볼 수 있는 조망을 제공한다(Latour 2005a, 136). 종국적으로 본 연구는, 사용자들이 실시간 급상승 검색어라는 ‘대중 연관성 알고리즘’의 매개적 역할 및 변형의 특성을 올바로 이해할 수 있게 도움으로써, 알고리즘의 매개적 역할 및 정보매개자의 책임에 대한 논의에 기여하고자 한다.

## 2. 선행 연구 및 방법론: 알고리즘을 분석하기 위한 도구적 개념들

이 절에서는 본 연구가 기준의 연구를 기반으로 하여 대중 연관성 알고리즘에 대한 이해에 어떤 새로운 기여를 하려는지 명확하게 하기 위해 다음 두 부류의 선행 연구를 살펴보자 한다. 먼저 네이버 및 일반적인 인터넷 플랫폼 기업에 대해 분석한 국내의 연구논문들이 채택한 관점들의 의의와 그 한계를 검토할 것이다. 이로써 인터넷 플랫폼을 분석한 기존의 논의에서 대중의 관심사를 매개하는 기술로서의 알고리즘에 대한 고려가 양 극단에 치중되었음을 지적하고자 한다. 그렇다면 알고리즘에 대한 사회과학적 연구의 대안적 관점을 어디서 찾을 수 있을까? 이를 파악하기 위해, 다음으로 미디어학(media studies) 및 커뮤니케이션학(communication studies)이 과학기술학(STS, Science and Technology Studies)과 만나는 접점에서 트렌딩 알고리즘을 분석한 선행 연구를 검토하겠다. 두 번째 부류의 선행연구들에서 채택한 관점들은 본 연구가 다루고자 하는 대상인 실시간 급상승 검색어 알고리즘과 이것이 표상하고 매개하는 대중 사이의 관계를 어떻게 파악할 수 있을지에 대한 통찰을 제공한다.

### 2.1 네이버 및 인터넷 기업에 대한 국내 선행연구

네이버 및 일반적인 인터넷 기업과 인터넷 플랫폼에 대한 기준의 선행연구들은 인터넷 플랫폼에 대한 분석에서 알고리즘에 대해 상반되는 두 견해를 가지고 접근한 것으로 보인다. 하지만 그러한 양 극단의 견해 사이에서, 인터넷 플랫폼에 접근할 때 그 기저의 알고리즘이라는 기술적 토대 자체에 대한 면밀한 분석은 드문 편이다. 우선 기준의 논의들 중 일부는 “기계적 알고리즘(윤석민 등 2015, 599)” 혹은 “기계적 공식에 의해 이루어지는 자동 검색 알고리즘은 상대적으로 왜곡의 정도가 적을 수 밖에 없고 따라서 보다 객관적이고 신뢰할 수 있는 검색결과로 이어지게 된다(김평호 2007, 142–143)”며 알고리즘을 중립적인 것으로

로 가정했다. 반면 기존의 다른 한 편의 논의들은 검색결과 상단에 광고가 우선적으로 표시되는 등 검색기술이 “상업적 논리에 의해 주도되는(한선 2010, 124)” 것을 비판하며 알고리즘에 상업적 의도가 투영되어 있음을 가정하거나, 또는 알고리즘이 이용자와 서비스 플랫폼 제공자간의 “비대칭적인 지식권력 관계(백옥인 2014, 87)”를 만들고 “서비스 플랫폼을 관장” 하며 “정보의 흐름을 관장(85)”하는 비가시적 권력장치라고 상정하거나, 혹은 “자동화 알고리즘으로 생성된 데이터의 가치 배열 방식이 현실의 지배적 기록 장치와 그들이 상상해낸 권력 질서를 흉내 내고 현실의 모순된 질서를 그대로 가져와 옮기는 데 익숙하다(이광석 2016, 50–51)”고 평가했다. 이처럼 인터넷 플랫폼의 알고리즘이 중립적이리라는 믿음 혹은 그 알고리즘에 상업적이고 권력적인 고려가 반영되었다는 주장은 극단적인 양자 사이에 있는 수많은 해석의 가능성들을 배제시킨다. 달리 말하자면, ‘어떠한 기술이 정치적(혹은 상업적)인가?’라는 질문의 가치는 아니오 혹은 네라는 이항의 답변을 요구함으로써 질문의 대상인 기술에 가해진 혐의를 벗기거나 입증하는 데에 있다기보다는, 그 기술에 대한 보다 정교한 분석을 요구함으로써 그 기술의 생산자, 이용자, 인공물, 담론 간의 상호의존성을 보다 면밀히 식별하는 데에 있다.

이러한 선행 연구들 중에서도 본 연구가 주의를 기울이려는 사례 연구는 실시간 급상승 검색어를 다룬 윤석민·이지연·정영주(2015)의 연구이다. 이 연구는 검색 중립성 원칙이, 그 중요성에도 불구하고, 모호함으로 인해 원칙의 적용에서 실효성의 문제가 있음을 지적했다. 이러한 문제의식 하에 이 연구는 외부 기관인 KISO(Korea Internet Self-governance Organization, (사)한국인터넷자율정책기구)가 네이버의 검색 서비스에 대해 2012년에서 2015년까지 4차례에 걸쳐 검증한 사례<sup>10</sup>를 가리켜 검색 중립성의 대안 중 하나로 거론되는 검색 알고리즘 및 인위적 조작 원칙의 공개를 “현실에서 보다 구체적으로 적용하고자 하는 노력의 일환으로(587)” 긍정적으로 평가했다. 하지만 이 연구는 검증위원회의 활동에 한계가 있었음을 함께 지적하며, 몇몇 미결 과제들을 지목했다. 그 중에는 검색어 검증위원회가 “명예 훼손, 개인 정보 노출, 어뷰징[abusing] 등 기존 검색노출 제외어 유목 차원”만을 검증 기준으로 삼았을 뿐 가장 논란이 된 “검색의 정치적 공정성 문제를 다루지 않았다”는 점, “검증위원회가 지적한 사항이 포털사들에 의해 제대로 반영되는지 확인이 어렵다는 점” 등이 있다(610–611).

이처럼 검색어 검증위원회의 활동의 의의를 평가한 윤석민 등의 연구에서는 여타 선행연구들과 유사하게 실시간 급상승 검색어의 알고리즘에 대한 분석 및 평가는 빠져 있는데, 이는 우선적으로 “검증위원회의 활동과정에서 구체적 검색 알고리즘에 대한 공개 내지 검증이 이뤄지지 않았(598)”기 때문이다. 또한 윤석민 등은 “포털 검색의 공정성에 대한 논란은 기계적인 알고리즘에 의거한 검색결과에 대한 것이라기보다 알고리즘의 결과에 대해 포털이 가하는 인위적 편집과 조작에 초점이 맞추어져” 있기 때문에, 통상적으로 수행되는 동작을

놓는 기술적 측면이 아닌 “예외적으로 처리되는 검색어 사례가 공정성 논의의 핵심을 차지” 했다고 보았다.

## 2.2 미디어학, 커뮤니케이션학, 과학기술학에서의 알고리즘 연구

앞서 인터넷 기업에 대한 연구들에서 알고리즘이라는 기술적 대상이 중립적이라는 혹은 이해관계가 반영된 것이라는 상반되는 가정들을 발견했다면, 지금부터는 그 대안적 논의를 발견할 수 있는 연구 흐름을 간략히 검토하겠다. 인터넷 플랫폼 알고리즘의 보다 포괄적인 분류라 칭할 수 있는 매체 및 정보 기술은 미디어학(media studies) 및 커뮤니케이션학(communication studies) 연구자들과 과학기술학(STS, Science and Technology Studies) 연구자들이 분야를 초월해 최근 들어 공통적으로 주목하고 있는 연구의 관심사 중의 하나이다 (Boczkowski & Lievrouw 2008; Gillespie et al. 2008; Ziewitz 2016a; Beer 2016).

그렇다면 미디어학 및 커뮤니케이션학 그리고 과학기술학에서 매체 및 정보 기술에 대해 대안적 시각으로 접근하는 연구들은 어떠한 분석적 도구를 통해 전개되고 있는가? 이를 암축적으로 보여주는 것은 짜위츠(Malte Ziewitz)가 정리한 세 가지 주제들이다(Ziewitz, 2016b). 그는 학회지 *Science, Technology and Human Values*의 알고리즘 연구 특집호의 편집자 논설에서 알고리즘에 대한 비판적 연구의 분석적 주제들로 다음의 세 가지를 제시한다. 알고리즘에 귀속되는 수행성(agency), 알고리즘에 대한 불가해성(inscrutability), 알고리즘이 부과하는 규범성(normativity)이 바로 그것들이다(6–8). 그 중에서도 마지막 규범성의 관점은 알고리즘을 분석하는 세 주제들 중 본 연구가 관심을 갖는 실시간 급상승 검색어를 포착하기에 적합한 주제이다. 이러한 실급검 알고리즘의 일반적인 형태라 할 수 있는 트렌딩 알고리즘은 바로 이 규범성의 맥락에서 검토되어 왔기 때문이다. 이제부터는 트렌딩 알고리즘을 통해 이 ‘규범성’의 주제를 분석한 사례연구를 간략히 소개함으로써 이 주제가 어떻게 연구될 수 있는지를 검토할 것이다<sup>11</sup>.

첫 사례로, 케이트 크로포드(Kate Crawford)는 “계산된 대중(calculated publics)”(Gillespie 2013, 188)<sup>12</sup>을 산출해내는 온라인 플랫폼에서 사람들의 의견이 경합하는 현상을 해석하는 관점으로 동등한 행위자들, 합리적 토론, 합의의 출현을 상정하는 숙의 민주주의 모형을 취하는 것은 실제 인터넷의 모습과는 거리가 있다고 보았다(Crawford 2016, 86–87). 오히려 정치철학자 샹탈 무페(Chantal Mouffe)의 경합적 다원주의(agonistic pluralism)의 관점을 채택했을 때, 대치하는 관점들 중 하나를 선택하는 알고리즘적 의사결정 및 비합리성, 정념, 감정이 혼재된 사회–기술적 현장에 주목할 수 있다고 그녀

는 보았다(87).

유사한 관점에서 마이크 어내니(Mike Ananny)는 그가 “네트워크된 정보 알고리즘(NIA, networked information algorithm)”이라 부른 것(Ananny 2016, 97) 혹은 “규정적으로 위치된 연산적 코드, 인간의 수행들, 규범적 논리들의 아상블라주(assemblage)”의 (99) 윤리를 연구하기 위한 분석적 질문들 중 하나로 알고리즘에서의 시점(timing)과 적시성(timeliness)의 구성이 어떻게 영향을 끼치는가라는 질문을 제시했다. 이 질문과 관련해 그는 트위터의 “Trends” 알고리즘이 즉시성(immediacy)를 선호하는 것은 장기적 관점의 행동을 취하는 것을 덜 유용하게 만든다는 점 (105), 대중의 관심사가 알고리즘에 의해 소집된 뒤 단지 잠깐 보였다가 이해되기도 전에 사라져버릴 수 있다는 점, 대중의 관심사가 더 이상 존재하지 않는다면 이를 설명하는 것의 필요성 역시 줄어들 수 있다는 점 (107) 등을 지적했다.

마찬가지로 길리스피(Tarleton Gillespie)는 트위터의 “트렌즈(Trends)”, 소셜 미디어, 쇼핑 사이트 등의 “인기(Popular)” 항목을 작동시키는 트렌딩 알고리즘을 문화적으로 해석했다(Gillespie 2016). 그는 초기 저널리즘, 소비자 데이터 회사, ‘빌보드 40’ 등의 문화적 지표들을 역사적으로 검토함으로써, 이러한 지표들이 인기라는 것을 어떻게 계량화(metrification)시켰는지 등의 사례를 분석했다(9–11). 이를 통해 그는 기존의 문화적 지표들 역시 특정한 편향이나 기저의 이념적 가정들을 은닉하고 있었지만, 그에 대한 이의가 제기된 결과 측정에서 제외되었던 타자적 대중들(other public)이 문제시되었거나 새롭게 편입되었음을 상기시켰다. 더 나아가 그는 현대 사회에서 알고리즘적으로 재현되는 대중, 문화, 공동체 등이 논쟁점 역할을 함으로써 대중이 알고리즘적 수행을 비판적으로 인식하도록 도우리라고 내다보았다(17–18).

과학기술학 그리고 미디어학 및 커뮤니케이션학 사이의 접점에서의 분석들을 토대로 본 연구는 실시간 급상승 검색어 알고리즘의 사례를 분석함으로써 다음의 측면에서 새롭게 기여하고자 한다. 지금까지의 연구에서는 특정한 알고리즘에 대해 알려진 자료가 대개 제한적이었기 때문에 알고리즘에 대해 회사가 공개한 정성적 서술에 근거하여 연구를 진행해왔다. 반면 본 연구는 네이버가 기자 간담회 및 외부기관의 감사 등을 통해 공개한 개략적인 실시간 급상승 검색어 알고리즘의 수식 및 구체적인 고려 항목들을 주요한 분석 대상으로 삼는다. 이처럼 기술적 대상에 대한 보다 직접적인 분석은 기계적으로 작동하는 매체 및 정보 기술이 중립적이리라는 믿음과 매체 및 정보 기술에는 운영 주체의 상업적·권력적 의도가 투영되어 있다는 주장 양자를 넘어서, 기술 자체, 그 당사자들로서의 운영자와 사용자, 매개되는 대상으로서의 대중의 관심사, 더 나아가 이를 둘러싼 담론과 대중의 이해를 구체적으로 이해하는 데에 기여할 수 있다. 나는 기술적 대상을 분석하기 위해 특히 라투어가 사물 정치(Dingpolitik)에 대해 논한 개념을 사용하여 실시간 급상승 검색어가 실현한 대안적 정

치의 의의를 평가할 것이며, 그가 어떻게 정치가 민의를 재현하고 대의하는지(represent)를 논의한 것에 기반하여 실급검 순위에 표시되는 대중의 관심사를 어떻게 해석해야 할지를 논하고자 한다.

지금까지 이 절에서는 본격적인 실증 분석을 수행하기에 앞서 두 부류의 선행 연구를 검토함으로써, 알고리즘에 대한 앞선 양극단의 관점들을 지양하는 본 사례 연구에 적합한 토대를 미디어학 및 커뮤니케이션학 그리고 과학기술학의 접점의 연구들로부터 찾아본 뒤, 본 논문이 기여할 수 있는 지점을 식별하였다. 이러한 검토를 바탕으로 다음 3절에서는 네이버의 실시간 급상승 검색어 서비스의 동작을 둘러싸고 벌어진 논란을 소개하고, 실급검 알고리즘을 분석한 뒤, “대중 연관성 알고리즘”으로서의 실급검 알고리즘의 매개적 활동에 대한 네이버 입장에서의 해석을 검토할 것이다.

### 3. 네이버와 여론의 선구조화(pre-structure) 탐색

이 절에서는 우선적으로 실시간 급상승 검색어 서비스에서 다양한 이슈들이 경합하는 것에 관련된 한 논란을 소개할 것이다. 그리고 네이버가 공개한 실급검 알고리즘의 로직을 분석하여, 이 알고리즘의 특징을 기술적으로(technically) 포착하고, 뒤이어 네이버가 이슈들의 경합에 대해 내놓은 해명을 검토할 것이다. 이러한 검토를 통해, 이 절에서는 네이버의 이러한 해명에는 알고리즘에 정치적·상업적 의도가 개입되지 않아야 한다는 입장이 전제되어 있음을 보일 것이며, 또한 네이버가 이를 달성하기 위한 방편으로 알고리즘을 객관적으로 설계하고 투명하게 운영하는 것을 목표로 삼았음을 보일 것이다.

#### 3.1 검색어 순위에서 갑자기 사라진 “탄핵”과 순위에 갑자기 등장한 “첼시 리버풀”

한국의 네이버 실시간 급상승 검색어 서비스에 대해 한국 사용자들이 의혹을 제기한 사례는 일반적인 트렌딩 서비스에서의 사용자들의 의혹 제기의 대표적인 사례로 이해될 수 있다. 가장 크게 논란이 불거진 사례 중 하나는 2008년 봄에 일어났다. 한미 FTA, 광우병 쇠고기 수입 등이 논란이 되면서 대통령 탄핵이 주요 이슈로 떠올랐고, 네이버의 실시간 급상승 검색어 순위에서도 대통령 탄핵과 관련된 검색어들이 순위 10위권 내에서 거듭 출현하곤 했다. 이런 상황에서 일부 네티즌들은 탄핵에 관련된 단어들이 갑작스럽게 순위에서 사라지

는 현상을 의심스럽게 생각했다(그림 3). 한 블로그의 의혹 제기에 따르면, 특정 시점에서 1분도 채 지나지 않았는데 이명박, 광우병 관련 검색어들은 순위에서 제외되거나 크게 하락한 반면, 정치적인 이슈에 무관한 검색어들은 순위가 상승했거나, 비교적 순위를 유지했거나, 그것도 아니면 새로 순위에 진입했다. 이와 유사한 내용의 의혹이 계속 제기되었고, 심지어 동영상을 찍어 제보한 이도 있었다.

네이버는 이를 심각하게 받아들였던 듯하다. 메인 페이지의 메인 배너광고 란에 자사의 해명 게시글로 링크되는 안내를 게시했고, 2008년 6월 13일 실급검 서비스 등 검색 서비스에 대한 사용자들의 질문에 전답하여 답변하는 전용 게시판을 개설했다<sup>13</sup>. 이 게시판에서 네이버가 앞선 의혹 제기에 대해 내놓은 해명은 요컨대 검색어 “탄핵”은 내려갈 만해서 내려갔고, 검색어 “첼시 리버풀”은 올라갈 만해서 올라갔다는 설명이었다(그림 4). 아래 그림이 실린 게시글에서의 다음 인용문을 함께 살펴보자.

‘탄핵’이라는 검색어는 많은 이용자들이 검색어로 입력해 실시간급상승검색어 순위에 빠르게 등장했습니다. 그러나 그 뒤 입력이 갑자기 줄어들면서 10위 밖으로 순위가 밀려났습니다.

그런 뒤 다시 입력수가 증가하면서 1위로 치고 올라갔습니다. ‘탄핵’ 검색어는 이런 패턴을 40분 동안 7번 반복했습니다. 일부 이용자님들께서 0시를 시점으로 ‘탄핵’을 삭제했다고 의혹을 제기하셨지만 삭제된 것이 아니라 입력수의 증감에 따라 10위권 내를 들락날락했던 것입니다.

이것은 비슷한 시간대 입력된 ‘첼시 리버풀’ 검색어와 비교해보면 매우 불규칙적인 변동이라는 걸 알 수 있습니다. 3시30분으로 예정된 첼시와 리버풀의 축구경기 시간이 가까워지면서 0시 40분경 실시간급상승검색어 순위에 진입했습니다. 이 검색어의 입력횟수는 탄핵보다 적을 수 있지만, 평소에 자주 입력되지 않는 검색어이기 때문에 증가비율은 손쉽게 뛸 수 있었습니다. 그러나 증가율이 둔화되면서 서서히 순위가 하락했습니다.

이런 순위변동의 차이는 검색어 입력 패턴의 차이에 기인한 것으로 네이버가 순위를 조작한 것은 아닙니다. 네이버는 실시간 급상승 검색어를 운영하는데 있어 육설, 음란물, 개인정보 노출 등에 대해서만 노출을 제한하고 있으며, 다른 정치적인 이유로 제한하는 경우는 없습니다.

- 네이버(2008c) “[실시간급상승검색어] 순위의 신뢰성에 대한 문의에 답변드립니다.”



[그림 3] 불과 1분도 안되는 (업데이트 4주기 미만) 시간 동안 검색어 순위가 크게 변했음을 주장하는 데에 사용된 비교 화면<sup>14</sup>.



[그림 4] 네이버의 해명 게시글에서 제시된 두 검색어(‘탄핵’과 ‘첼시 리버풀’)의 실시간 급상승 검색어 순위의 추이. 검색어 총량이 아니라 순위(검색량 변화율)의 추이임에 유의하라. 5월 1일 0시부터 2시까지 두 시간 동안의 추이이다(네이버, 2008c).

갑자기 급등한 검색어를 순위에 반영하는 트렌딩 알고리즘의 ‘선호’는 급등한 “첼시 리버풀”과 급락한 “탄핵”에서 여실히 보여졌다. 급등하는 검색어를 즉각 포착하는 만큼이나, 그 급등세가 주춤한 검색어에 대해서는 단호하게 순위에서 제외시켜버리는 알고리즘이 것이다. 이 같은 사례는 알고리즘이 대중의 관심사를 제 나름의 특정한 방식으로 매개하고 있음을 보여준다. 더 중요해 보이는 검색어라고 할지라도 그 검색어 상승률이 몇십분 전의 상승률에 못 미치면 순위에서 벗어난다는 것이다.

### 3.2 실시간 급상승 검색어 알고리즘의 상세 및 운영 실태

네이버의 실시간 급상승 검색어를 둘러싼 크고 작은 논란은 2008년 이후로도 줄곧 거듭되었지만, 2012년 8월 대통령 후보에 관련된 실급검 순위가 조작되었다는 또 다른 이의 제기는 연말의 대통령 선거를 앞두고 유독 큰 논란으로 불거졌다. 이에 네이버는 2012년 9월 14일 기자 간담회를 열고, 실급검 알고리즘의 개략적인 설계 및 서비스 운영 절차를 공개했다. 공개된 설계에 따르면, 실급검 알고리즘은 평소 검색 유입량에 비교하여 많은 유입량을 보이는 검색어를 탐지하는 것을 그 목적으로 한다. 이를 추정하기 위한 실시간 급상승 스코어의 개략적인 산출 방식은 아래 수식과 같으며(수식 1)(수식 2), 실시간 급상승 검색어의 알고리즘은 다음 표와 같이 동작한다.

$Score = \left( \frac{\text{관측 횟수} - \text{기대 횟수}}{\text{표준 편차}} \right) + \text{순위차 보정} + \text{관측 횟수 보정}$	<b>[수식 1] 실시간 급상승 스코어 수식</b>  $\text{기대 횟수} = \max \left[ \begin{array}{l} \text{과거 일주일 평균 검색 횟수} \\ \text{어제 검색 횟수} \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} \text{시간대 특징 보정} \\ \text{전체 검색량 보정} \\ \text{실급검 노출 보정} \end{array} \right]$	<b>[수식 2] 기대 횟수 수식</b>  15
---	--	----------------------------------

- (a) 실시간 급상승 검색어는 네이버 검색창에 입력된 검색어 중 특정 시점 대비 상승폭이 큰 검색어를 추출해 순서대로 노출하는 서비스이다.
- (b) (a)의 ‘특정 시점 대비 측정 시간’은 (2012년) 현재 통상 10분이며, 매 15초마다 새롭게 순위를 산출한다.
- (c) 실시간 급상승 검색어로 노출되는 검색어가 선정되는 방식은 일정한 알고리즘에 의해 50위 내지 100위의 검색어를 추출하여 상위 순위 10여개 검색어를 실시간 급상승 검색어로 노출한다.
- (d) 노출된 검색어는 시간이 경과함에 따라 상승폭이 줄고 순위에서 밀려나 자연스럽게 사라지며, (운영진의) 그동안의 경험에 따르면 노출 지속시간은 통상 하루를 넘지 않는다.

[표 1] 실시간 급상승 검색어 추출 로직((사)한국인터넷자율정책기구 검증위원회, 2013a)<sup>16</sup>.

네이버가 그간 기업 비밀 및 악용 우려 등의 사유로 알고리즘에 대한 상세한 정보 공개를 피해야 한다면, 네이버의 서비스와 알고리즘에 대한 이러한 전례 없는 해명은 정보를 공개했을 때의 손실보다 공개하지 않았을 때의 손실이 더 큰 상황으로 변모했음을 축한다. 뿐만 아니라 네이버의 이러한 해명은 알고리즘과 그 운영에 대한 특정한 견해에 대해 해명하고자 한 노력으로 해석될 수 있다. 그것은 바로 알고리즘은 상업적인(혹은 정치적인) 의도를 염두에 두고 조작될 수 있다는 견해이다.

### 3.3 매개 없이도 달성 가능한, 변형되지 않는 의사소통이라는 이상

네이버가 해명하려 한 우려, 즉 대중의 관심사를 매개하는 매체에서 벌어지는 논의가 매개자의 상업적 의도에 의해 왜곡될 수 있다는 우려는 새로운 것이 아니다. 보다 구체적으로, 나는 이러한 관점으로 기술을 바라보는 알려진 한 관점을 사례로 들고자 한다. 하버마스는 대중 매체 기반의 공론장이 그 매체를 통해 논의를 전파할 때, 공론장이 선구조화(prestructure)되는 특성을 비판적으로 지적한 바 있다(Habermas 1962/1990, 한승완 역 2001, 32쪽). 하버마스는 신문 등 공론장의 초기 “자유주의적 모델” 이후 “사회적 권력복합

체”로서의 대중 매체라는 공론장의 후기 모델이 등장했다고 분석한 바 있다(301쪽). 그는 “논의하는 공중의 기구를 사적 개인의 수중에 둠으로써 공권력의 간섭으로부터 보호(301쪽)”하고자 당초 의도했던 것이, 이제 와서는 “신문의 상업화”, 즉 “공론장의 사적 소유자들로서의 사적 개인들이 직접 공중으로서의 사적 개인들에 영향력을 미치게(302쪽)” 된 변화 과정을 통해 그러한 왜곡이 초래되었다고 보았다.<sup>17</sup> 이를 토대로 그는 대중매체로 인해 형성된 공론장의 특징을 “대중매체에 의해 선(先)구조화된 동시에 지배당하는” 것이라 보았다 (32쪽). 그렇다면 대중 매체 공론장의 이러한 ‘틀짓는 성격’은 인터넷 플랫폼에서 알고리즘에 의해 매개되는 공론장에서도 마찬가지로 찾아볼 수 있을까? 인터넷 플랫폼의 알고리즘에 의해 매개되는 대중의 관심사는 매개자의 이해관계로부터 자유롭게 되었다기보다는 여전히 지배당하고 있는 것처럼 보일 수 있다. 인터넷 플랫폼의 운영자가 서비스 이면에서 혹시라도 어떤 조작을 가하고 있을지 대중에게는 불투명하기 때문이다.

이에 대한 네이버의 2012년의 해명의 요지는 투명성으로 요약될 수 있다. 우선 알고리즘의 개략적인 설계를 공개함으로써, 네이버는 설계대로 동작하는 알고리즘에는 특정한 검색어를 의도적으로 선호하거나 배제할 여지가 없음을 보이려 했다. 뿐만 아니라, 4차례에 걸친 검증위원회의 활동을 통해 인간 운영진이 실급검 순위에서 배제시킨 검색어들이 미리 정의된 사유(개인정보 노출, 명예훼손 등)를 합당하게 적용하여 배제한 것일 뿐, 임의적이거나 특정한 의도를 두고 배제한 것이 아님을 검증받고자 했다. 요컨대 자신들의 알고리즘과 그 운영상황을 가능한 한 투명하게 공개함으로써 이 서비스가 특정 이익에 종사하지 않고 있다는 신뢰를 얻고자 한 것이다. 그렇다면 이처럼 누구의 이익에도 봉사하지 않도록 설계되어 투명하게 운영되는 알고리즘이야말로 하버마스가 초기의 공론장에서 가능했었다고 상정한 특징인 사적 개인들의 논의를 “다만 중개하고(transmission) 강화시킬(amplification) 뿐인 (302쪽)” 매개자의 이상에 가까운 새로운 기제일 수 있을까?

이처럼 한편에서 이의를 제기하는 자들이 기술이 의도와 목적의 산물이라고 주장하고, 다른 한편에서 엔지니어들은 기술에서의 “물질적 제약사항들의 중량”을 강조하는 상황은 (Latour 2005a, 84) 앞서 선행 연구에서 검토했듯이 알고리즘에 대한 입장이 양자로 갈리는 경향과 유사하다. 하지만 사회적인 원인으로 간주되는 그 어떤 것도 태생적으로 사회적이라 불릴 수 없으며, 전적으로 기술적으로 보이는 그 어떤 것도 입력을 변형 없이 출력으로 예측 가능하게 그저 운반하는 것은 아니다(Latour 2005a, 39). 이 같은 관점은 다음의 질문을 낳는다. 정치적·상업적 의도만이 전면적으로 반영된 기술이 있는가? 혹은 온전히 기술적인 면만 반영된 기술이 있는가? 이러한 두 극단적인 질문에 긍정적인 답을 할 사람은 적을 것이다지만, 그럼에도 불구하고 기술적 구성물을 분석하는 능력의 제약으로 인해 두 번째 질문에 대해 체계적인 의문을 던지는 것은 좀처럼 쉬운 일이 아니다. 다음 절에서 살펴볼 라투어의 행위자-네트워크 이론이 그러한 능력을 제공한다. 나는 이를 통해 실급검 알고리즘에

서 온전히 기술적인 것으로 환원될 수 없는 “연합(association)들을 추적할” 것이다(Latour, 2005a).

#### 4. 트렌딩 알고리즘의 매개성

“기술적인 측면에서 알고리즘 자체는 외압에 의한 수정이 있는 것으로 보이지 않는다. 외압에 의한 검색어 제외는 특정 이해 관계에 따른 검색어 제외라고 할 수 있는데, 설명 받은 알고리즘에 의한 방법에서는 특정 이해 관계가 반영될 소지가 없음을 확인했다. 실시간급상승검색어 알고리즘은 다양한 검색어의 빠른 적용을 주요한 목표로 한다. 인위적으로 특정 수치를 입력을 하거나 검색어 순위를 인위적으로 변경 할 수 있는 개입의 여지가 없다고 인터뷰 실사를 통해 담당자의 설명을 들었으며, 설명된 알고리즘이 그대로 시스템에 구현되었다는 가정 하에 조작 여지는 없다. 특정 이해관계가 반영될 가능성은 관리 인력에 의한 것이며, 그래서 이 부분에 대한 의혹이 제기되고 외부기관에 의한 검증까지 시행된 것이다.”

- KISO (2014), 『3차 검증 보고서』, 26쪽.(인용자 강조)

이 절에서는 트렌딩 알고리즘이라는 기술적 대상을 유사한 부류와 비교함으로써 이 알고리즘이 사용자들이 입력한 수 많은 검색어 큐리 더미로부터 단 열 개의 검색어를 추출하여 실시간으로 급상승한 검색어로 진열하기까지의 매개 과정의 정치적 함의를 밝히고자 한다. 이러한 나의 작업은 네이버의 검색어 순위 서비스 운영상황에 대해 외부감사를 수행한 KISO(한국인터넷자율정책기구)가 검증 보고서에서 위와 같이 밝힌 결론적 견해에 대한 이의 제기기도 하다. KISO가 수행한 검증은 검색어 순위가 자의적으로 조작되었는지에 대한 의혹을 확인하기 위한 목적으로 시작되었다. 그런 배경 하에서 검증 위원회가 “알고리즘에 의한 방법에서는 특정 이해관계가 반영될 소지가 없음을 확인(26쪽)”했다고 내린 결론은 특정한 정치적·상업적 이해관계에 의한 개입이 설령 관리 인력에 의해 행해질 가능성이 있다고 하더라도 알고리즘에 있어서 만큼은 그러한 개입이 없다는 의미이다. 결론의 이러한 함의가 전제하고 있는 것은 인간의 개입과 분리되어 작동하는 알고리즘은 이해관계의 개입과도 분리되어 있으리라는 믿음, 즉 알고리즘에는 주관성이 개입되지 않기에 객관성이 담보되리라는 믿음이다. 하지만 인간의 개입과 독립적으로 수행되는 알고리즘의 설계 자체에 다른 종류의 이해관계 혹은 편향이 이미 반영되어 있지는 않을까?

이 절의 분석은 앞선 의문에 대한 답을 제공한다. 이를 위해 이 절에서 나는 라투어의 사물정치의 개념 및 행위자-연결망 이론으로 실습검 알고리즘을 포착한 뒤, 이를 또 다른 인터넷 서비스들의 트렌딩 알고리즘들의 로직들 및 목표들과 공통적으로 비교할 수 있음을 보일 것이다. 이를 토대로 네이버 실습검 알고리즘이 트렌딩 알고리즘에 대한 비판적 연구 질문들을 통해 분석될 수 있는 가능성이 드러날 것이다. 이 절은 궁극적으로 여론을 매개하는 알고리즘의 검색어 추이에 대한 모델링에 배태된 정치적 편향, 즉 알고리즘이 대중의 관심사의 특성이라고 전제하는 것이 무엇인지 밝힐 것이다.

##### 4.1 사물정치(*Dinpolitik*)로서의 검색어 순위와 매개자들의 연쇄로서의 실시간 급상승 검색어

알고리즘에 의해 산출된 순위 내의 검색어들이 모여있는 네이버 검색결과 상단 우측의 열줄의 공간은 한국인들에게 이제 제법 친숙하게 보인다. 하지만 이 공간이 없었던 2005년 이전과 비교해보면, 이 손바닥만한 공간은 우리가 ‘정치’라는 개념을 두고 흔히 상정하는 대표자들, 예컨대 시민들이 절차를 통해 선출할 자신들을 정당하게 대변해줄 이들 이외에도 정치의 다른 중요한 요소인 이슈가 존재함을 우리에게 상기시킨다. 전자에 관련된 관례적인 질문들, 즉 “의회, 모임, 집회, 위원회 등으로 불리는 장소나 조직과 관련된” 문제를 재현하여 “누가 관련되어야 하는가”라고 던지는 질문뿐만 아니라, 후자에 관련된 질문들, 요컨대 “이러한 장소에 특정한 주제, 관심, 이슈, 개념을 가져”어서 “무엇이 고려되어야 하는가”라고 묻는 질문 역시 정치에 대한 우리의 논의에서 중대한 요소라는 것이다(Latour 2005b, 이상희홍성욱 역 2010, 265). 이러한 관점으로 실습검 순위를 응시한다면, 이처럼 실습검 순위에 오른 ‘문제들(matters)’로서의 검색어, 예컨대 ‘사드 전자파’, ‘청년 수당’, ‘김영란법’, ‘원전 지진 피해’, ‘최순실 태블릿’과 같은 “각각의 객체들은 감동과 혼란의 다양한 유형, 그리고 찬성과 반대의 상이한 유형을 발생”시키는 것으로 다시 포착된다(263). 우리는 이 같은 “걱정, 관심의 문제, 우리가 처리해야 하는 문제들에 의해 서로 더 많이 연결되어” 있으며, 이러한 “숱한 관심의 문제들”이야말로 우리를 불러 모으는 역할을 한다(263; 275). 결국 이러한 점에서 10개의 검색어를 보여주는 실시간 급상승 검색어 순위라는 스크린 상의 공간은 검색을 요청하는 사람이 정당의 대변인이든 시민단체의 활동가이든 무관하게 모든 네이버 사용자의 검색어를 공평하게 고려함으로써 지금까지의 전통적인 정치 영역에서 대표자와 절차를 따져 묻던 질문인 “누가 관련되어야 하는가”라는 현실정치(*Realpolitik*)의 물음을 일

절 간주하지 않는다. 그 대신 검색어 순위라는 공간은 지금껏 배제되었던 질문, 즉 관심의 대상을 어떻게 묘사하고 재현할지를 묻는 질문인 “무엇이 고려되어야 하는가”만을 배타적으로 고려한 사물정치(*Dingpolitik*)가 철저하게 이루어지는 공간으로 이해될 수 있다(264–265).

이렇게 실시간 급상승 검색어 순위라는 스크린 상의 공간에 표시된 열 개의 검색어가 대중들의 관심사를 불러모아 관심의 문제로 재현한 결과라는 관점에서, 즉 사물정치의 관점에서, 이러한 검색어를 일종의 정치적인 것이라 부를 수 있다면, 우리는 이 열 개의 낱말들이 어떤 과정을 거쳐 이 순간의 대중의 관심사라고 재현된 것인지를 묻지 않을 수 없다. 예컨대, 네이버가 공개한 실급검 알고리즘은 각 이슈들의 검색 횟수에 대한 다음과 같은 다양한 측면들을 고려한다. 지난 10분간 검색 횟수는 과거 일주일간의 평균 검색 횟수와 얼마나 차이나는가, 어제 검색 횟수와 얼마나 차이나는가, 이 검색어가 경험에 비추어 현재 시간대에 통상적으로 많이 검색되는 패턴을 보였는가? 지금 시간대의 전체 검색량의 양 자체가 통상적으로 많은 패턴을 보였는가? 검색 입력이 검색창을 통해서가 아니라 실시간 급상승 검색어 순위를 클릭함으로써 유입된 것은 아닌가? 등<sup>18</sup>.

이처럼 명확히 연산 가능한 것으로 보이는 요인들(과거 일주일간의 평균 검색 횟수, 전체 검색량 등)만을 감안하는 알고리즘에 의해 산출된 10개의 검색어들을 지금 이 순간 최고로 급상승하는 것이라고 객관적인 것으로 받아들여도 되는 것일까? 이 절의 시작에서 인용한 검증보고서의 입장처럼 “특정 이해관계가 반영될 가능성은 관리 인력에 의한 것”(KISO 2014, 26)이라면, 이 10개의 낱말들은 “투명하고 매개를 거치지 않으며 논쟁의 여지가 없는 (Latour 2005b, 이상희·홍성욱 역 2010, 271)” 방식으로 재현된 이 순간의 관심사로서의 일종의 ‘사실의 문제’(matter-of-fact)일까?

그렇지 않다. 순위에 오른 검색어들이 “완벽하고, 자율적이고, 객관적인 형태(Latour 2005b, 이상희·홍성욱 역 2010, 278)”마냥 진열될 수 있었던 것은 네이버가 알고리즘을 공개하기 이전까지였다. 실급검 알고리즘이 세상에 드러남으로써, 실급검 순위가 매끈하게 업데이트되는 이면에 그 동작이 감안하는 수많은 요인들과 그에 수반되는 복합적 논리들이 공개되었다. 무엇을 측정할 것인지 판단하는 의사결정에는 한 편으로 어떤 특징과 변수들을 고려할 것이며 다른 한편으로 어떤 것들을 간과할 것인지에 대한 판단이 필연적으로 개입되기 마련이며, 이는 주관적인 결정이다(boyd and Crawford 2012, 667). 이처럼 알고리즘이 공개된 이후, 실시간 급상승 검색어의 알고리즘을 거추장스러운 매개를 건너뛰고 투명하게 대중의 관심사를 계산하는 기제인 양 간주하는 것이 더 이상 불가능해진 것이다.

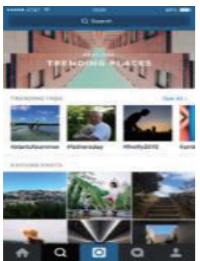
이렇게 실급검 알고리즘에 개입된 수많은 고려 사항들과 그 운영에 관여하는 인간 운영진에 대해 알게 된 이상, 우리는 특정 검색어의 퀘리라는 입력을 정의하는 것만으로는 그 검색어의 순위라는 출력을 정의하는 것이 불가능함을 깨닫게 된다. 라투어는 변형(transformation) 없이 의미나 힘을 운반하는 것을 가리켜 “중개자(intermediary)”라 정의했는데, 이러한 점에서 실급검 알고리즘은 중개자라 볼 수 없을 것이다(Latour 2005a, 38–40). 오히려 실급검 알고리즘은 자신이 “운반하기로 되어있는 의미나 요소들을 변형하고, 번역하고, 왜곡하고, 수정한다”는 점에서 “매개자(mediators)”이며, 더 나아가 그 안에서 여러 매개자들이 서로를 동작시킨다는 점에서 “매개자들의 연쇄(a concatenation of mediators)”로 불려야 할 것이다(59). 15초마다 점멸하는 10개의 순위는 일견 검색어들이 매 15초마다 다른 검색어들과 격루고 있는 것처럼 보인다. 하지만 특정 검색어 “탄핵”的 유입 증가율이 다른 검색어들의 유입 증가율보다 크다는 것(입력)이 더 높은 순위(출력)를 보장하지 않는다. “탄핵”的 유입 증가는, 알고리즘에 의한 매개(mediation)에 의해, 지난 주 평균 검색 횟수 혹은 어제 검색 횟수 중 큰 것과 비교되어야 하고, 같은 시간대의 검색량 전체, 이 시간대의 특징 등을 감안하여 보정됨으로써 그 순위가 계산된다. 검색 횟수가 순위로 계산되는 과정에는 수많은 변형(transformation)이 벌어지고 있는 것이다. “탄핵”을 검색한 횟수의 증가율보다 “첼시 리버풀”을 검색한 횟수의 증가율이 더 커다는 식으로 설명하는 것, 즉 사회적 관심도를 알고리즘이 기계적으로 운반했을 뿐이라고 설명하는 것은 앞선 상황의 제한된 일부만을 설명할 수 있을 뿐이다.

지금까지 분석한 실급검 알고리즘의 매개적 특성과 그 과정에서의 변형을 더욱 극대화하여 드러내는 방법으로 나는 이를 유사한 부류의 다른 트렌딩 알고리즘의 특성들과 비교할 것을 제안한다. 나는 이 절의 남은 부분에서 “재현의 서로 다른 방식들을 비교”함으로써(Latour 2005b, 이상희·홍성욱 역 2010, 288). 일견 자명해 보이는 매개의 방식을 다른 매개 방식들과의 비교하여 흥미로운 차이점을 밝히고, 각 알고리즘을 둘러싼 저마다의 환경에 따라 나름의 이유를 가지고 매개의 방식이 설계 되었음을 보일 수 있다. 이를 위해 이 절의 나머지 부분에서는 네이버의 실시간 급상승 검색어 알고리즘을 다른 소셜 네트워킹 서비스들의 유사한 성격의 트렌딩 서비스인 인스타그램(Instagram)의 ‘Trending tags’와 ‘Trending places’ 서비스, 트위터(Twitter)의 ‘Trends’ 서비스와 비교할 것이다.

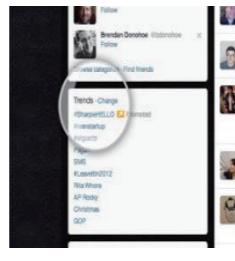
#### 4.2 트렌딩 알고리즘의 공통적 전제들

이제부터는 실시간 급상승 검색어의 알고리즘을 유사한 종류의 다른 트렌딩 알고리즘과

비교했을 때, 그 매개적 특징을 보다 뚜렷하게 포착할 수 있다는 것을 인스타그램 및 트위터의 알고리즘과의 직접적인 비교를 통해 보아려 한다<sup>19</sup>. 대중 및 그 여론과 관심사를 재현(represent)함으로써 공적인 관심사를 대중에게 매개하는 알고리즘의 사례는 서문에서 언급한 인기 있는 뉴스들을 자사 사이트 한 쪽에 노출시키는 페이스북의 “Trending Topics” 뿐만이 아니다. 트위터가 인기 있는 해쉬태그나 이슈를 노출시키는 “Trends”(그림 6), 인스타그램에서 인기 있는 이벤트에 관련한 포스트를 노출시키는 “Trending Places”, “Trending Tags”(그림 5)와 같은 서비스들 역시 이러한 알고리즘의 사례이다.



[그림 5] 인스타그램의 “Explore” 탭 하위의 “Trending Tags” 와 “Trending Places”<sup>20</sup>



[그림 6] 트위터 화면 좌측 바에 위치한 “Trends”.<sup>21</sup>

이를 위해 먼저 가장 최근에 발표된 인스타그램의 ‘Trending tags’ 와 ‘Trending places’ 서비스를 살펴보기로 한다. 인스타그램은 2015년 Trends 서비스를 시작한 직후, 자사의 엔지니어링 팀의 블로그를 통해 트렌딩 서비스의 알고리즘을 공개했다(Resende and Weinsberg, 2015). 해당 블로그 포스트는 일반적인 트렌딩 알고리즘이 공통적으로 지향하는 바를 압축적으로 보여준다. 이들은 자사 트렌딩 알고리즘의 3가지 성격을 함께 공개했는데, 이는 네이버가 밝혀왔던 실습검 알고리즘의 설계 원칙 및 이후 살펴볼 트위터가 공인한 Trends 의 알고리즘의 설계 원칙과 상당 부분 일치한다. 인스타그램 엔지니어링 팀에 따르면, 인스타그램의 트렌딩 순위는 다음의 세 가지 요소를 고려하여 산출된다(표 2).

- **인기성(Popularity)** – 트렌드(the trend)는 우리 커뮤니티의 많은 사람들에게 흥미로운 것이어야 한다.
- **참신성(Novelty)** – 트렌드는 새로운 무언가에 대한 것이어야 한다. 즉, 사람들이 이전에 포스팅하지 않았던 것이거나 적어도 동일한 강도로 포스팅하지 않았던 것이어야 한다.
- **적시성(Timeliness)** – 트렌드는 실제 이벤트가 벌어지는 동안에 인스타그램에 표면화되어야 한다.

[표 2] 인스타그램 트렌딩 서비스의 명시적 원칙(Resende and Weinsberg, 2015)

의해 확률과 기대확률 사이의 차이인  $S(h,t)$ 가 KL divergence<sup>22</sup> 의 형식으로 계산된다. 아래 수식에서  $P(h,t)$ 는 각 해쉬 태그 및 장소  $h$ 에 대응한 시간  $t$ 에서의 확률을,  $P'(h,t)$ 는 각 해쉬 태그의 과거 흐름에 기반하여 예측된 기대확률을 표상한다(수식 3). 하지만 점수 함수가 바로 사용되는 것은 아니다. 랭킹을 계산하기 위한 정렬 과정에서 “유행성(trendiness)”이 고려되기 때문이다. 예컨대, 특정한 오프라인 행사가 종료된 이후 더 이상 사진과 비디오가 올라오지 않는다 하더라도 사용자들이 해당 행사의 태그와 장소를 여전히 트렌딩한 것으로 발견할 수 있도록 하기 위해서이다. 이를 위해 각 해시 태그  $h$ 마다 가장 최신의 점수 함수와 더불어 지수적으로 감쇠(exponential decay)되는 점수  $Sd(h,t)$ 를 혼합하는 방식이 사용되었다. 인스타그램 엔지니어링 팀이 공개한 반감기는 2시간이며,  $SM(h)$ 는  $S(h)$ 의 최대값으로 정의된다(수식 4).

$S(h, t) = P(h, t) * \ln\left(\frac{P(h, t)}{P'(h, t)}\right)$	[수식 3] 점수 함수 (Scoring function) 수식
$Sd(h, t) = SM(h) * \left(\frac{1}{2}\right)^{(t - t_{max})/half\_life}$	[수식 4] 반감기가 적용된 보조 함수 수식

마지막으로 트위터의 ‘Trending’ 서비스의 알고리즘을 살펴보자. 앞선 네이버가 기자 간담회 및 외부 감사를 통해 실시간 급상승 검색어 알고리즘을 공개한 것과 달리, 또한 인스타그램이 자사의 엔지니어링 블로그를 통해 트렌딩 서비스 알고리즘을 공개한 것과는 달리, 트위터의 Trends 의 알고리즘에 대해서는 개략적인 수식 수준까지 공개된 것은 없다<sup>23</sup>. 다만 트위터의 블로그 포스트에서 제시된 산문 형태의 설명(표 3)은 인스타그램이 제시한 세 가지 원칙과 유사한 것이 트위터의 알고리즘에 적용되었으리라는 짐작을 가능하게 한다.

- 참신성 – “the hottest emerging topics”
- 적시성 – “‘most breaking’ breaking news”
- (인기성) – “not just what’s most popular” (not #justinbieber)

[표 3] 트위터 Trends 서비스의 잠정적 원칙 (twitter, 2010).

이러한 기준들에 견주어 앞서 검토한 네이버의 실습검은 다음 표의 원칙으로 축약할 수 있다(표 4).

위와 같은 고려 사항이 반영된 핵심 수식은 아래와 같다. 점수 함수(Scoring function)에

- 참신성 - “우등상보다는 노력상에 해당하는 변동의 폭이나 충격의 강도 등을 고려”(2012)
- 다양성 - “아침에 올라간 이슈가 하루 종일 회자되보다는, 좀 더 다양하고 의미 있는 이슈”(2012)
- 실시간성 - “국내 네이버의 검색 서비스 이용 현황을 전광판처럼 보여주자”(2008a)

[표 4] 네이버의 실시간 급상승 검색어 서비스의 잠정적 원칙

이처럼 네이버, 인스타그램, 트위터의 세 가지 트렌딩 알고리즘이 대중의 관심사를 재현하는 방식은 일견 꽤 유사해 보인다. 이들의 가장 큰 유사점은 총량이 가장 큰(가장 많은 관심을 받는) 사안보다는 순간적 변화도가 가장 높은(가장 급격하게 새로운 관심을 받는) 사안을 우선적으로 고려하도록 설계되었다는 점이다. 만약 이러한 고려 없이 단순히 가장 많은 관심을 받은 순대로 관심사를 정렬한다면 그 결과는 사뭇 다를 것이다. 시간의 변화에 무관하게 거의 비슷한 순서를 유지할 것이기 때문이다.

### 4.3 트렌딩 알고리즘의 비교: 네이버, 인스타그램, 트위터의 트렌딩 알고리즘에 반영된 차이

앞에서 살펴봤듯이, 트렌딩 알고리즘의 논리 하에서 점수매겨지고 정렬되는 관심사들은 특정한 패턴, 즉 급작스럽게 회자되는 패턴으로 전파될 때에야 비로소 알고리즘에 의해 포착 가능하다는 공통점을 띤다. 하지만 세 알고리즘의 재현 방식은 대중의 관심사를 재현하여 추적하기 위한 상세한 모델링들에 있어서는 각 플랫폼마다 다른 양상을 보인다. 이에 대해서는 다섯 가지 측면에서 비교 가능하다.

우선, 급등세가 최소 얼마나 유지되어야 하는가 혹은 트렌딩이 얼마나 자주 업데이트 되는가에 대해서 네이버는 15초마다 갱신하는 반면, 인스타그램이나 트위터는 갱신 시간을 명시적으로 공개하지 않았다. 실제로 서비스 화면을 보면 네이버는 15초에 한번씩 실시간 급상승 검색어 순위가 갱신되는 것을 1위에서 10위까지 차례대로 애니메이션 효과와 함께 시각적으로 보여주지만, 인스타그램이나 트위터는 사용자에게 트렌드의 갱신을 실시간으로 표시하지는 않는다. 이같은 네이버의 실시간 갱신은 트렌드가 ‘실시간’으로 업데이트되고 있음을 사용자에게 시각적으로 또한 노골적으로 드러내는 효과를 갖는다.

또한 트렌딩의 지속 시간에 대해서도 다른 정의를 보인다. 네이버의 실급검 순위의 검색어는 ‘급상승’하는 만큼이나 빠르게 ‘급하강’했음을 네이버가 공개한 검색어 순위의 추이 그래프를 통해 확인할 수 있다(앞서 3절에서 보였던 네이버가 공개한 검색어 순위의 그래프

에서 순위가 하락할 때의 깎아내릴 듯한 기울기를 보라[그림 4].) 반면 인스타그램은 큰 인기가 있는 이슈가 최대 몇 시간 정도까지 순위에서 머물 수 있도록 반감기(2시간)를 설정하였다.

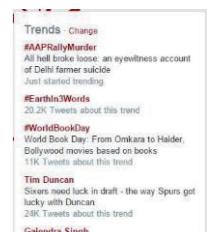
다음으로 각 플랫폼이 재현하는 사용자가 전체이거나 혹은 특정 세그먼트(segment)에 한정되느냐 역시 다르다. 네이버는 로그인과 무관하게 자사의 웹사이트•모바일사이트•모바일앱을 통해 접속하는 사용자 전체를 재현의 대상으로 삼지만, 인스타그램과 트위터는 자신의 계정을 가진 사람이 속한 지역의 군집을 그 사용자에게 보여질 재현의 대상으로 삼는다. 더 나아가 트위터는 사용자가 팔로잉하는 사람들에 기반해서 Trends를 보여주기까지 한다.



[그림 7] 네이버 실시간 급상승 검색어: 각 검색어의 과거 관심도와 비교한 “상대적 관심도”가 표시된다.

[그림 8] 인스타그램 Trending Tags: 얼마나 많은 사진·비디오가 해당 해쉬태그와 함께 공유되었는지 표시된다<sup>24</sup>.

[그림 7, 8, 9] 트렌딩 서비스가 표시될 때 부가 정보가 표시되는 세 가지 방식



[그림 9] 트위터 Trends: 트렌딩되기 시작한 시기 혹은 얼마나 많은 수의 트윗이 공유되었는지 표시된다.

네번째로 트렌딩에 게시된 각 항목이 왜 트렌딩 되었는지에 대한 설명이 제공되는지 여부이다. 인스타그램은 각 태그가 포함된 사진 및 비디오가 얼마나 많은지를 표시하며(그림 8), 트위터는 각 트렌딩 항목이 트렌딩 되기 시작한 시간 혹은 해당 해쉬태그가 포함된 트윗의 수를 2015년 4월부터 제공하고 있다(Cselle, 2015)(그림 9). 반면 네이버는 검색어 순위 우측 화살표 옆에 있는 숫자를 제시하지만 그 정보는 “상대적 관심도”에 대한 지표일 뿐 정확히 무엇을 가리키는지는 불명료하다(그림 7)<sup>25</sup>.

마지막으로 순위에 대한 표시이다. 네이버 실급검은 1위부터 10위까지 순위를 매겨 표시하는데 반해, 트위터와 인스타그램의 서비스에서는 순위 표기가 없으며, 나열된 항목들 중 상위의 항목이 그 아래 있는 항목보다 더 중대한지 여부에 대해서조차도 알려진 바가 없다. 요컨대 앞선 차이점을 도식화하면 아래 표와 같다(표 5).

	실시간 급상승 검색어 (네이버)	Trending tags, & places (인스타그램)	Trends (트위터)
업데이트 주기 및 원도우 길이	15초 10분	공개 안됨. 5분	공개 안됨.
감쇠	X	O (지수적 감퇴, 반감기: 2시간)	공개 안됨.
개인화·지역화	X	O (미국에서만 서비스)	O (지역 및 사용자가 팔로잉하는 사람에 따라서 개인화됨)
각 항목의 설명	△ (검색어 순위 우측 화살표 옆에 있는 숫자로 “상대적 관심도”를 표시)	O (해당 해쉬태그가 포함된 사진·비디오가 얼마나 많은지 등)	O (언제부터 트렌딩 되기 시작했는지 혹은 해당 해쉬태그가 포함된 트윗이 얼마나 많은지 등)
순위 및 기준	10개의 순위를 매김. 기준은 검색횟수 증가율.	순위 없음.	순위 없음.

[표 5] 네이버의 실시간 급상승 검색어, 인스타그램의 Trending, 트위터의 Trends의 상이한 재현 방식 비교

지금까지의 이러한 비교는 각 트렌딩 알고리즘이 대중의 관심사를 매개하는 활동을 모델링하는 데에 있어 저마다의 흥미로운 차이를 갖고 있음을 보여준다. 네이버의 실시간 급상승 검색어 알고리즘은 다른 트렌딩 알고리즘보다 훨씬 짧은 업데이트의 주기를 가지고 변화하는 대중의 관심사를 훨씬 촘촘하게 추적하고 그 추적 결과를 사용자들에게 실시간으로 알린다. 인스타그램과 달리, 원도우가 포괄하는 시간대 이전의 과거 추이를 고려하지 않기에, 네이버의 실급검 알고리즘에서는 대중의 사소한 관심사를 포착하는 일도, 놓치는 일도 빈번하게 이뤄진다. 또한 네이버의 실급검 서비스는 순위에 든 검색어의 쿼리 유입의 변화율에 대한 정보를 무엇을 가리키는지 불명료한 숫자로 제시함으로써, 해당 검색어가 얼마나 혹은 언제부터 관심을 받기에 이 순위에 들었는지에 대한 분명한 이유를 알리지 않는다.

#### 4.4 “집회들의 뮤음”: 트렌딩 알고리즘이 수행하는 재현의 정치

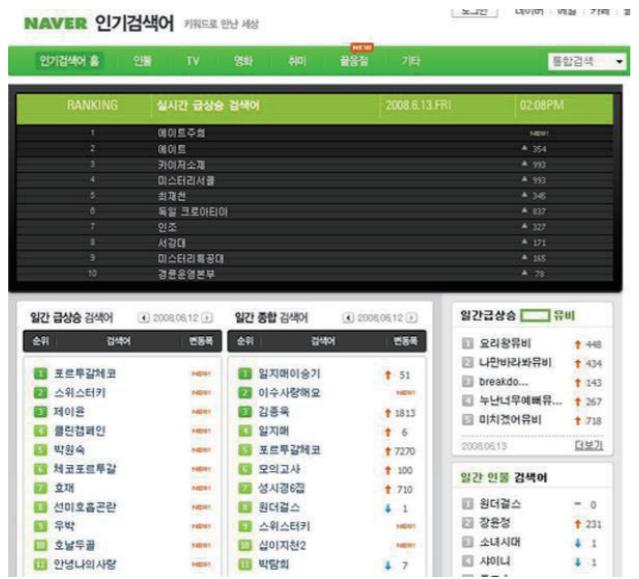
지금까지 본 절에서는 실시간 급상승 검색어 순위를 사물정치의 장으로 간주할 수 있다는 점, 더 나아가 실급검 알고리즘이 수동적인 중재자가 아닌 검색 횟수를 순위로 “변형”하는 매개자들의 연쇄들로 이해될 수 있다는 관점을 살폈다. 그리고 이러한 관점에 기반하여, 네이버, 트위터, 인스타그램 각각의 트렌딩 알고리즘에서의 “재현의 서로 다른 방식들”을 비교했다(Latour 2005b, 이상희·홍성욱 역 2010, 288).

나는 이러한 관찰을 통해 “재현 기기들(machineries)”이 “서로 얼마나 다른지”를 보여줌으로써 다음 질문에 답하려 하였다(289). “그들은 어떻게 적절한 쟁점과 관련을 맺는가? 어떤 변화가 사람들로 하여금 사물과 접촉하는 방식에 변화를 만드는가?” 그 답은 이 같은 각각의 포럼, 혹은 각각의 아고라가 갖는 “나름의 구조, 나름의 발화의 기술, 절차들의 나름의 복잡한 뮤음, 자유와 지배에 대한 나름의 정의, 관련된 사람(훨씬 더 중요하게는 관련되지 않은 사람)과 그들을 관련시키는 것을 모으는 나름의 방식들, 종결을 얻고 결정에 이르는 편의적인 나름의 방식”에서 찾을 수 있을 것이다(289).

흥미롭게도 이처럼 대중의 관심사를 매개하는 재현의 여러 장치들을 비교하는 작업은 과거의 네이버의 한 서비스에서 이미 사용자에게 항상 제공되었다. 일전에 네이버는 실시간 급상승 검색어가 “다양성에 중점을 두고 설계”된 것이며, 반면 “하루 중 가장 많이 입력된 검색어순으로 집계되는 <일간인기검색어>는 대표성을 강조”한 것이라고 대조한 바 있다(네이버, 2008b). 이처럼 다양성과 대표성이라는 서로 다른 가치에 각각 중점을 둔 검색어 순위들은 2008년 당시만 하더라도 “인기검색어”라는 이름의 서비스 하위의 한 페이지에서 한눈에 비교해서 볼 수 있게 표시되었다(그림 10). 이 페이지에서는 ‘실시간 급상승 검색어’ 순위 뿐만 아니라, ‘실시간 일간 검색어’ 순위와 ‘일간 종합 검색어’ 순위까지도 서로 견주어 볼 수 있었다. 하지만 이처럼 다양한 재현의 장치들을 한눈에 비교할 수 있도록 기획된 폐이지는 이후 사라지고 말았다.

이와 같이 ‘실시간 급상승 검색어’의 방식으로 매개하는 대중의 관심사뿐만 아니라 다른 매개의 방식으로 재현하여 매개하는 대중의 관심사를 함께 보여주는 것은, 현재는 더 이상 제공되지 않는다 하더라도, 사용자로 하여금 재현의 여러 장치들의 효과를 비교함으로써 ‘관심의 문제’로서의 검색어가 각각의 순위에서 어떻게 재현되는지를 비교할 수 있는 조망을 제공해 준다. 이러한 점에서 검색어 순위를 비교하는 종래의 공간을 사용자에게 다시 돌려주는 것은 “하나의 집회를 디자인 하는 것이 아니고, 집회들의 뮤음을” 드러내 보임으로써, 사용자들이 “재현의 서로 다른 방식들”을 비교할 수 있도록 기여할 수 있다(Latour 2005b, 이상희·홍성욱 역 2010, 288). 예컨대, 이 전시장에서는 이제 막 급등하는 관심사뿐 아니라 오늘 하루 내내 관심을 꾸준히 끌었던 사뭇 다른 관심사 역시 모아볼 수 있다. 이같

이 여러 재현방식의 결과들을 병치하는 것은, 특정한 모델링에서 간과된 요인들이 다른 모델링에서 주요하게 감안되었을 때 어떤 다른 결과물을 낳는지 비교할 수 있는 기회를 제공하고, 더 나아가 특정한 재현 방식을 배타적으로 제공받을 때의 잠재적 무지를 상쇄시키는 효과를 낳는다.



[그림 10] 2008년 6월 당시의 네이버 ‘인기검색어’ 페이지.

상단의 ‘실시간 급상승 검색어’가 제일 크게 보여지고 있는 동시에, 하단 좌측의 ‘일간’ ‘급상승’ 검색어 뿐만 아니라 하단 중앙의 ‘일간’ ‘종합’ 검색어가 나란히 보여지고 있다(네이버, 2008b).

트렌딩 알고리즘의 매개적 활동에 대한 지금까지의 라투어적 해석은 최종적으로 트렌딩 알고리즘의 매개성에 대한 다른 설명을 제안한다. 네이버의 입장에서 트렌딩 알고리즘이 대중의 관심사를 변형한다는 일은 있어서 안 되는 것이며, 이는 편향 없는 매개활동과 그에 대한 투명한 공개를 통해 회피되어야 하는 것이었다. 하지만 전적인 공개는 악용의 가능성을 불러일으키기에, 네이버는 일종의 딜레마에 처한 셈이었다. 반면 라투어적 해석에 따르면, 트렌딩 알고리즘에 있어서 매개와 그로 인한 변형이란 필수불가결한 특성일 뿐만 아니라 이 알고리즘이 포착하려는 여론이란 ‘사실의 문제’처럼 자명하게 존재하는 것이 아니기에, 매개 과정 없이 여론에 다다르겠다는 이상은 불가능한 것이다. 더 나아가, 알고리즘과 서비스에 대한 전적으로 투명한 공개라는 딜레마에 처한 방법에 의해서가 아니라, 오히려 변형을 필연적으로 내포한 다양한 블랙 박스들의 결과물을 병치하여 보여줌으로써, 플랫폼의 사용자들은 알고리즘과 서비스에 대한 보다 균형잡힌 이해에 도달할 수 있다.

이는 정보매개자 책임에 대한 기존의 논의에 새로운 차원을 덧붙인다. 정보매개자 책임제

도를 둘러싼 현재의 논의는 정부의 과도한 규제를 해소하는 방향으로 초점이 맞춰져 있다(오픈넷, 2015). 예컨대, 정보매개자인 플랫폼 사업자들에게 명예훼손, 저작권침해, 음란물 등의 불법행위에 대한 일반적인 모니터링을 요구하는 한국의 정보매개자 책임제도는 소통의 자유를 제약하지 않는 방향으로 완화될 필요가 있다는 것이다. 이에 더해, 본 연구의 논의는 정보매개자가 시민에 대해 책임져야 할 또 다른 측면이 존재함을 시사한다. 정보매개자는 사용자들이 단일한 방식의 블랙박스의 결과만을 배타적으로 제공받지 않고, 오히려 이들에게 다양한 블랙박스들의 결과들을 병치하여 보여줌으로써 시민들이 자신들에게 제공되는 정보 이면에 대해 파악할 수 있는 방편을 제공할 수 있다. 이는 곧 시민에 대한 정보매개자의 또 다른 책임인 것이다.

## 5. 맷는 말: 알고리즘을 공적인 것으로 만들기

“실급검을 통합검색에서 제외한 적도 있습니다. (...) 그래서 통합검색에서 제외했는데, 일반 사용자들로부터 엄청난 항의를 받았습니다. (...) 서비스에 다시 반영한 뒤 ‘광클’, 그 서비스에 대한 클릭이 몇 배는 더 나왔습니다. 저희는 ‘실급검은 네이버가 마음대로 넣거나 빼는 영역이 아니다’는 메일도 많이 받았습니다. 실급검을 외부 기관에 맡기고 검증받는 안까지 내놓았습니다. 실급검은 이미 공적 공간이라고 생각합니다.”

– 한성숙, 네이버 서비스 1본부장 (블로터, 2012) [인용자 강조].

지금까지 본 연구는 트렌딩 알고리즘이라는 기술적 대상을 사회과학적 연구의 대상으로 삼아<sup>26</sup>, 트렌딩 알고리즘의 매개적 활동을 라투어의 관점에서 포착하고자 했다. 매개성을 우려하여 이를 축소하려는 네이버의 입장과 달리, 라투어의 관점은 트렌딩 알고리즘이 내포하고 있는 매개성을 드러내며, 이 알고리즘적 매개 과정에서의 변형이 필수불가결한 요소임을 보일 수 있다. 또한 나는 네이버의 트렌딩 알고리즘을 트위터 및 인스타그램의 트렌딩 알고리즘들과 비교함으로써 각 알고리즘이 대중의 인기 있는 관심사에 대해 어떠한 다른 입장을 내포하고 있는지 보였다. 최종적으로 나는 라투어의 관점을 빌어, 인터넷 플랫폼이 플랫폼 사용자들에게 여러 재현 장치들의 변형들이 내포된 결과들을 병치하여 보여줌으로써 정보매개자로서의 한 책임을 수행할 수 있다고 주장했다<sup>27</sup>.

이처럼 본 논문이 네이버의 실시간 급상승 검색어의 알고리즘을 분석하고자 한 시도는 보

다 일반적으로는 사적 기업이 작동시키는 공정하며 신빙성 있다고 간주되는 혹은 그러한 인식에 대해 도전받는 블랙 박스 안의 기제를 공적 토의의 영역으로 끌어오려는 보다 큰 흐름의 일부로 간주될 수 있다. 그리고 이러한 시도들은 다양한 수준과 규모로 진행중이다. 일례로 서문에서 언급한 바 있듯이, 페이스북 혹은 구글 같은 인터넷 플랫폼 업체들의 알고리즘이 사회에 미치는 영향을 우려하는 이들은 인터넷 플랫폼의 알고리즘에 공적 책임성(accountability)을 요청하고 있다(Nature 2016; boyd 2016) 또한 미국 오바마 행정부의 “Big Data Working Group”은 2014년 발간한 보고서를 통해 신용, 교육, 고용 등에서의 차별이 “빅 데이터 기술이 구조화되고 사용되는 방식의 의도적이지 않은 산물일 수(White House 2014a, 51)” 있다고 진단했으며, “자동화된 의사결정에 차별이 부호화(encoding) 될 수도 있는 잠재성”에 대한 주의를 촉구했다(White House, 2014b)<sup>28</sup>. 마지막으로 유럽 연합은 지난 2016년 4월 개인 데이터의 수집, 저장, 사용에 대한 General Data Protection Regulation 을 규정했다(Goodman & Flaxman, 2016). 2018년부터 발효될 이 규제안은 유럽 시민들에게 “중대하게 영향을 미칠(significantly affect)” 자동화된 개별 의사결정을 제한하며, 각 사용자에게는 자신에게 내려진 알고리즘적 결정에 대한 설명을 요청할 수 있는 “설명을 들을 권리(Right to explanation)”가 주어진다. 본 연구의 주장은 이처럼 인터넷 플랫폼의 알고리즘에게 더 많은 공공성과 책무를 요구하고, 이를 통해 시민의 주체적 영역을 더욱 넓혀야 한다는 주장에 동의한다. 라투어가 “사물들을 공공적으로 만드는(making things public)” 의회를 상상했다면(Latour 2005b, 이상희·홍성욱 역 2010, 290), 본 연구는 알고리즘을 공공적으로 만드려는 주장의 한 일환이다.

## 참고 문헌

- 김평호. (2007). 「지식과 기술의 상업적 왜곡의 문제」 . 『한국방송학보』 , 21(6), 132–155.
- 박홍원. (2012). 공론장의 이론적 진화. 『언론과 사회』 , 179–229.
- 백옥인. (2014). 「정보자본주의와 인터넷 서비스 플랫폼 장치 비판」 . 『한국언론정보학보』 , 76–92.
- 오세우·이재현. (2013). 「소프트웨어'페이스북'의 알고리즘 분석」 . 『언론과 사회』 , 21(1), 136–183.
- 윤석민·이지연·정영주(2015), 「포털 미디어의 공정성 II: 포털 검색 서비스의 공정성」 . 윤석민(2015), 『미디어 공정성 연구』 , 파주: 나남, pp. 563–625.
- 이광석(2016). 「데이터사회의 형성과 대항장치의 기획」 . 『문화과학』 87: 26–56.
- 이재현(2012), 「포스트소셜: 교호 양식을 보는 새로운 관점」 , 한국정보화진흥원·서울대 언론정보연구소 주최, 2012년 제 7회 정보문화포럼 ‘포스트소셜 탐색’ 발표문.
- 한선. (2010). 「네이버의 포털 시장 내 구조 변화와 사회적 함의」 . 『한국언론학보』 , 54(1), 107–127.
- Ananny, Mike (2016) “Toward an Ethics of Algorithms: Convening, Observation, Probability, and Timeliness”, *Science, Technology & Human Values*, pp.93–117.
- Beer, David. (Ed.) (2016) "The social power of algorithms." *Information, Communication & Society* 20.1: 1–150.
- Boczkowski, Pablo., & Lievrouw, Leah A. (2008). “Bridging STS and Communication Studies: Scholarship on Media and Information Technologies”. In Hackett, E. J., Amsterdamska, O., Lynch, M., & Wajcman, J. (2008). *The handbook of science and technology studies*. The MIT Press. 949–977.
- boyd, danah, and Kate Crawford(2012). "Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon." *Information, Communication & Society* 15(5), 662–679.
- boyd, danah (2016). "Facebook Must Be Accountable to the Public." *Data & Society: Points*. <https://points.datasociety.net/facebook-must-be-accountable-to-the-public-72a6d1b0d32f#.31ash6e9h> (2016.05.13.) (2016년 9월 29일 접속).
- Burrell, Jenna(2016). "How the machine 'thinks': Understanding opacity in machine learning algorithms." *Big Data & Society*, 3(1), 1–12..
- Crawford, Kate(2016), “Can an Algorithm be Agonistic? Ten Scenes from Life in

- Calculated Publics", *Science, Technology & Human Values* 41(1). 77–92.
- Gillespie, Tarleton(2012). "Can an algorithm Be wrong?." *Limn* 1(2).
- Gillespie, Tarleton(2014). "The Relevance of Algorithms." *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society*: Cambridge: MIT Press, pp.167–193.
- Gillespie, Tarleton,(2016) "#trendingistrending: when algorithms become culture", (forthcoming) in Robert Seyfert and Jonathan Roberge, eds., *Algorithmic Cultures: Essays on Meaning, Performance and New Technologies*, Routledge .
- Goodman, Bryce, and Seth Flaxman(2016). "EU regulations on algorithmic decision-making and a" right to explanation". arXiv preprint arXiv:1606.08813.
- Habermas, Jürgen(1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press (translated by Thomas Burger and Frederick Lawrence from Habermas, Jürgen(1962/1990), *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*), 한승완 역(2001), 『공론장의 구조변동: 부르주아 사회의 한 범주에 관한 연구』, 서울: 나남출판.
- Latour, Bruno, (2005a), *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory* (Clarendon Lectures in Management Studies)." New York: Oxford University Press.
- Latour, Bruno, (2005b), "From realpolitik to dingpolitik." *Making things public: Atmospheres of democracy* (2005): 14–44. Translated into 이상희·홍성욱(2010), 「현실정치(Realpolitik)에서 물정치(Dingpolitik)로: 혹은 어떻게 사물을 공공적인 것으로 만드는가?」, 홍성욱 편저(2010) 『인간·사물·동맹: 행위자 네트워크 이론과 테크노사이언스』, pp.259–304.
- Nature editorial(2016), "More accountability for big-data algorithms: To avoid bias and improve transparency, algorithm designers must make data sources and profiles public." *Nature*, 537(449) (2016.09.26), p.449
- Pasquale, Frank(2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Cambridge, MA: Harvard University Press. 이시은 역(2016). 『블랙박스 사회: 당신의 모든 것이 수집되고 있다』, 안티고네.
- White House(2014a) "Big Data: Seizing Opportunities, Preserving Values – The White House" [https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/docs/big\\_data\\_privacy\\_report\\_may\\_1\\_2014.pdf](https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/docs/big_data_privacy_report_may_1_2014.pdf) (2014.05.) (2016년 9월 9일 접속).
- White House(2014b) "Big Risks, Big Opportunities: the Intersection of Big Data and Civil Rights" <https://www.whitehouse.gov/blog/2016/05/04/big-risks-big-opportunities-intersection-big-data-and-civil-rights> (2014.05.04.) (2016년 9월 9일 접속).
- Ziewitz, Malte (Ed.) (2016a). "Governing Algorithms" *Science, Technology & Human Values*, 41.1 : 3–132.
- Ziewitz, Malte (2016b). "Governing Algorithms Myth, Mess, and Methods." *Science, Technology & Human Values*, 41.1 : 3–16.

## 참고 자료

- (사)한국인터넷정책기구 검증위원회(2013a), 『'네이버' 실시간급상승검색어 등에 대한 검증보고서』, <http://www.kiso.or.kr/부설기구/검증위원회/>, (2013.1.10.)
- (사)한국인터넷정책기구 검증위원회(2013b), 『'네이버' 실시간급상승검색어 등에 대한 검증보고서(Ⅱ)』, <http://www.kiso.or.kr/부설기구/검증위원회/>, (2013.9. 23.)
- (사)한국인터넷정책기구 검증위원회(2014), 『'네이버' 실시간급상승검색어 등에 대한 검증보고서(Ⅲ)』, <http://www.kiso.or.kr/부설기구/검증위원회/>, (2014. 3.)
- (사)한국인터넷정책기구 검증위원회(2015), 『'네이버' 실시간급상승검색어 등에 대한 검증보고서(Ⅳ)』, <http://www.kiso.or.kr/부설기구/검증위원회/>, (2015.3.25.)
- 네이버(2008a) "네이버 실시간 급상승 검색어, 3년 동안 얼마나 변했을까?" [http://story.nhncorp.com/story.nhn?story\\_id=81](http://story.nhncorp.com/story.nhn?story_id=81) (2008.05.13.) (2016년 9월 8일 현재 접속 불가하며, 해당 글을 스크랩한 다음 글이 남아 있다)
- http://naver\_diary.blog.me/150045392691?Redirect=Log&from=postView (2009.04.03.) (2016년 9월 8일 접속).
- 네이버(2008b) "최근의 오해에 대해 네이버가 드리는 글" [http://www.naver.com/naver\\_notice.html](http://www.naver.com/naver_notice.html) (2008.06.12.) (2016년 9월 9일 현재 접속 불가하며, 해당 글을 스크랩한 다음 글이 남아 있다)
- <http://7zelkova.tistory.com/m/post/304> (2008.06.14.) (2016년 9월 9일 접속).
- 네이버(2008c) "[실시간급상승검색어] 순위의 신뢰성에 대한 문의에 답변드립니다." <http://tw.naver.com/nboard2/read/1000003344/1000000000000115261> (2008.06.13.) (2016년 8월 18일 접속)
- 네이버(2016), 『2016년 제 18기 분기 보고서』 (2016년 01월 01일부터 2016년 03월 31일까지), (2016.05.16.)
- <http://kind.krx.co.kr/common/disclsviewer.do?method=search&acptno=20160516001811&docno=&viewerhost=&viewerport=> (2016년 6월 21일 접속)

네이버 고객센터(2015), “실시간급상승검색어 서비스란 무엇인가요?”,  
<https://help.naver.com/support/contents/contents.nhn?serviceNo=606&categoryNo=2000> (2015.10.11.) (2016년 9월 8일 접속).

오픈넷(2015), “[국제세미나 요약문] 정보매개자책임의 국제적 흐름: 이용자 권리 보호와 ICT 산업 발전을 위한 플랫폼사업자의 책임 원칙”, <http://opennet.or.kr/9296> (2015.06.29.) (2016년 9월 27일 접속).

Cselle, Gabor(2015) “Updating trends on mobile”, *Twitter*,  
<https://blog.twitter.com/2015/updating-trends-on-mobile> (2015.4.8.) (2016년 8월 17일 접속)

Facebook(2016). “Search FYI: An Update to Trending”, *Facebook Newsroom*,  
<http://newsroom.fb.com/news/2016/08/search-fyi-an-update-to-trending/> (2016.08.26.) (2016년 9월 5일 접속)

Resende, Danilo and Weinsberg, Udi (2015), “Trending at Instagram”, *Instagram Engineering Blog*, <http://instagram-engineering.tumblr.com/post/122961624217/trending-at-instagram> (2015.7.1.) (2016년 6월 21일 접속. 2016년 11월 17일 현재 Instagram 의 engineering 블로그는 아무런 게시물도 공개하지 않고 있다. 다만 다음의 주소로 복사된 게시물에 접근 가능하다.) <http://cycligent.tumblr.com/post/123399662786/trending-at-instagram> (2015.7.1.) (2016년 11월 17일 접속)

Twitter (2010) “To Trend or Not to Trend...”, <https://blog.twitter.com/2010/to-trend-or-not-to-trend> (2010.12.8.) (2016년 8월 17일 접속)

## 신문 기사

뉴스와이어(2005), “네이버, 업계 최초 ‘실시간 검색 순위’ 서비스 제공”  
<http://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=48296> (2005.05.05) (2016년 6월 21일 접속)

동아일보(2012), “조작 논란 실시간 검색어... 네이버 “외부 검증 받겠다”,  
<http://news.donga.com/3/all/20120914/49426320/1> (2012.09.15) (2016년 9월 5일 접속)

매일경제(2012), “‘안철수 룸살롱’ ‘박근혜 콘돔’ 네이버 검색어 1위 논란”  
<http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2012&no=528636> (2012.08.21.) (2016년 9월 5일 접속)

머니투데이(2012), “김상현대표 “조작논란 ‘실시간급상승어’ 포기못해”: 네이버, KISO 검색 로그기록 제공 투명성 높일 예정”,  
<http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2012091411412445731&outlink=1> (2012.09.14.) (2016년 9월 8일 접속).

블로터(2012), “‘네이버 검색서비스 개선’ 간담회”, <http://www.bloter.net/archives/127151> (2012.09.14) (2016년 6월 21일 접속)

연합뉴스(2008), “네이버 친(親)정부 논란 진화 ‘안간힘’”,  
<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=shm&sid1=101&oid=001&aid=0002128821> (2008.06.13.) (2016년 9월 5일 접속)

오마이뉴스(2007), “김태희가 바나나에 넘어갔다고? ‘돈벌이 수단’ 돼버린 인기검색어: 순위 조작 시비까지... 네이버, 못 없애나 안 없애나”,  
[http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0000410679](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0000410679) (2007.05.17.) (2016년 9월 8일 접속)

한겨례(2008), “말 많은 ‘실시간 급상승 검색’ 작동 원리는”,  
<http://www.hani.co.kr/arti/economy/it/286896.html> (2008.05.11.) (2016년 6월 20일 접속)

한겨례(2011), “신정아 들추고 국회의원 덮고...네이버 ‘검색어 손보기’”,  
[http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/470248.html](http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/470248.html) (2011.03.28.). (2016년 6월 20일 접속).

Gizmodo(2016), “Former Facebook Workers: We Routinely Suppressed Conservative News”  
<http://gizmodo.com/former-facebook-workers-we-routinely-suppressed-conservative-news-1775461006> (2016.05.09.) (2016sus 6월 20일 접속).

Newsweek(2016) “Meeting With Zuckerberg on Trending Scandal Was ‘Super Positive,’ Says Conservative Attendee”, <http://www.newsweek.com/conservative-facebook-meeting-zuckerberg-liberal-bias-461366> (2016.5.18.) (2016년 9월 5일 접속)

Washington Post (2016). “Three days after removing human editors, Facebook is already trending fake news”, <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/08/29/a-fake-headline-about-megyn-kelly-was-trending-on-facebook/> (2016.08.29.) (2016년 9월 5일 접속.)

<sup>1</sup> Gizmodo(2016)의 보도를 보라.

<sup>2</sup> Zuckerberg(2016)의 포스트를 보라. 더 나아가 저커버그 본인이 보수 측의 공화당 인사와 언론사 인사 등을 회사로 초청하여 다시 한번 해명하는 자리를 가졌다(Newsweek, 2016).

<sup>3</sup> 트렌딩 토픽스에 거짓된 내용의 기사가 노출되었으며, 이에 대해 현재의 트렌딩 토픽스의 알고리즘 단독으로는 거짓 기사를 가려내기에 불충분하다는 문제가 제기되었다(Facebook 2016; Washington

Post 2016).

<sup>4</sup> 그림 출처: facebook help center, <https://www.facebook.com/help/1401671260054622>

<sup>5</sup> 그림 출처: 네이버 고객센터(2015).

<sup>6</sup> PC 및 모바일 합산 기준. 코리안클릭 자료. 네이버 2016년 1분기 보고서(네이버, 2016)에서 재인용.

<sup>7</sup> 네이버 고객센터(2015).

<sup>8</sup> 뉴스와이어(2005)를 보라.

<sup>9</sup> 연합뉴스(2008) 및 매일경제(2012), 동아일보(2012)를 보라. 2014년 검색 서비스의 개편 이후, 실급검 순위가 네이버 검색결과 화면 우측에 디폴트가 아니라 선택적으로 등장하도록 바뀌면서, 실급검의 영향력은 예전보다 줄었다. 오히려 ‘핫토pic 키워드’, ‘사용자 그룹별 인기검색어’ 등 2010년부터 새롭게 도입되었던 서비스가 검색결과 화면에 보다 빈번히 등장하도록 바뀌어 사용자들의 관심을 끌고 있다. 이런 점에서 본 연구의 분석 시기는 2005년부터 2014년까지의 실급검 서비스로 한정되며, 2014년 검색 개편을 전후한 실급검 서비스의 변화는 다른 기회를 통해 논의할 것이다.

<sup>10</sup> 네이버의 3개 검색 서비스의 운영에 대한 4권의 검증보고서가 출간되어 있다. (사)한국인터넷자율정책기구 검증위원회(2013a; 2013b; 2014; 2015)를 보라.

<sup>11</sup> 수행성과 불가해성에 대한 선행 연구 사례를 추가적으로 각각 하나씩 소개하면 다음과 같다. 우선 알고리즘에 귀속되는 수행성(agency)을 잘 보여주는 사례 연구로 오세우•이재현(2013)의 페이스북 연구를 꼽을 수 있다. 이들은 행위자 네트워크 이론의 관점에서 페이스북을 비인간 행위자인 ‘소프트웨어’로 규정하고, 그러한 페이스북의 특성이 가장 잘 드러나는 세 가지의 알고리즘들을 분석의 대상으로 삼았다. 최종적으로 저자들은 “비인간 행위자로서 소프트웨어 페이스북은 행위 능력을 갖고 있으며 알고리즘을 매개자로 하여 인간 행위자에게 영향을 미치고” 있다고 주장했다(175–176).

다음으로 알고리즘에 대한 불가해성(inscrutability)에 대해 주목한 버렐(Jenna Burrell, 2016)은 기계 학습 알고리즘의 비투과성(opacity)을 분석했다. 그녀는 알고리즘의 비투과성을 세 종류로 구분할 수 있으며, 이는 각각 의도적인 기업·기관의 자기 방위 및 은닉으로서의 비투과성, 코드를 쓰고 읽기 위해 전문가적 기량을 요구하는 상황에서 비롯된 비투과성, 그리고 기계 학습의 고차원적 특성에서의 수학적 최적화가 인간 척도에서 의미를 해석할 때의 추론 방식과 불일치한다는 데에서 비롯된 비투과성으로 분류했다(1–2). 이를 통해 그녀는 마지막 수준의 비투과성이야말로 첫번째와 두번째 수준의 비투과성보다 더욱 근본적인 수준에서 다뤄져야 함을 역설했다.

<sup>12</sup> Mizuko Ito(2008), Dana Boyd(2010), Varnelis(2008) 등은 Gillespie 에 앞서 “networked publics”라는 용어를 도입하여 인터넷 사용자들 커뮤니티와 기술들이 이러한 대중들을 형성하고, 상호작용하고, 때로 떨어뜨리도록 구조화하는 방식을 개념화해왔다(Gillespie 2014, 188에서 재인용). boyd, danah (2010). “Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications”. In *Networked Self Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, ed. Zizi Papacharissi, 39–58. New York: Routledge. ; Ito, Mizuko (2008). Introduction. In *Networked Publics*, ed. Kazys Varnelis, 1–14. Cambridge, MA: MIT Press.; Varnelis, Kazys ed. (2008). *Networked Publics*. Cambridge, MA: MIT Press.

<sup>13</sup> 네이버 답변 게시판.

[http://tw.naver.com/nboard2/list.nhn?n2\\_boardId=1000003344&n2\\_cntPerPage=25](http://tw.naver.com/nboard2/list.nhn?n2_boardId=1000003344&n2_cntPerPage=25) (2008.06.13.)

(2016년 9월 28일 접속.)

<sup>14</sup> 본래 사용자 ‘그래서’의 네이버 블로그에 올라온 캡쳐화면으로 알려져 있으나, 해당 페이지는 현재 접근 불가하다. (<http://blog.naver.com/imsilver23?Redirect=Log&logNo=70030523181>) 대신, 권근택의 오아시스(2008)의 다음의 페이지에서 원래의 블로그에서 캡쳐한 사진을 다시 실었다. 권근택의 오아시스 “대통령 탄핵 여론 조작 논란에 휘말린 다음과 네이버”, <http://derlangrisser.tistory.com/173> (2008.05.02.) (2016년 9월 7일 접속).

<sup>15</sup> 네이버의 기자 간담회에서 라이브 블로깅으로 기사를 송고한 블로터(2012)를 보라. 이 알고리즘 설명은 (사)한국인터넷자율정책기구 검증위원회(2013a)에도 수록된 바 있다. 기자 회견장에서는 스코어를 구하는 보다 상세한 수식까지 프리젠테이션 되었으며, 한 기자는 이 수식을 매일로 받아볼 수 있을지 문의했다. 하지만 이에 대해 네이버는 “기업 비밀이라고 할 만큼 가치 있는 수식은 아니지만

(머니투데이, 2012)”, “어뷰징에 더 취약한 구조(블로터, 2012)”가 될 것을 우려했고, 검증 보고서에도 그 상세한 수식은 수록되지 않았다.

<sup>16</sup> (사)한국인터넷자율정책기구 검증위원회(2013a)의 IV절 “검색어 제외절차의 현황과 문제점”을 보라.

<sup>17</sup> 박홍원(2012)은 하버마스가 최근 논의에서 매개 커뮤니케이션 자체가 숙의 정치를 제한하는 요소가 되지 않는다고 주장했다는 맥락에서 후기 하버마스에서는 매개 커뮤니케이션에 대해 보다 긍정적인 태도가 관찰된다고 분석한 바 있다(218). 그럼에도 불구하고 박홍원은 후기 하버마스가 매개적 정치 커뮤니케이션에 요구한 두 가지 조건은 오늘날의 매체 환경에서 달성되기 어렵다는 점에서, 그의 매개 커뮤니케이션에 대한 부정적 시각은 여전히 남아있다고 보았다(218, 41 n).

<sup>18</sup> 제시된 수식의 핵심은 유지되겠지만, 여러 예외 처리 사항은 계속 업데이트 되리라 추정된다. 일례로 네이버가 메인화면 검색창의 초기 검색어를 텍스트 광고로 게시하는 ‘검색창 광고’를 집행하던 2007년 경 검색창 광고로 유입된 검색 퀴리도 실급검 순위 집계에 반영되었다. 이에 대해 상업적으로 실급검 순위를 조작한다는 우려가 지속되자 네이버는 2007년 4월 중순부터 검색창 광고를 통해 입력된 검색어는 실시간 인기검색어에 나타나지 않도록 조치했다(오마이뉴스, 2007).

<sup>19</sup> 인터넷 검색 및 서비스 포털 사업을 펼치는 네이버의 실시간 급상승 검색어 알고리즘의 매개적 특성을 비교할 보다 적합한 대상은 한국의 다른 인터넷 검색 및 서비스 포털 사업자인 다음의 “실시간 이슈 검색어” 혹은 세계적 인터넷 검색 및 서비스 포털 사업자인 구글의 “핫 트렌드(hot trends) 서비스”일 것이다(<https://www.google.com/trends/hottrends>) 하지만 다음의 “실시간 이슈 검색어”的 알고리즘에 대해서 공개된 자료가 없기 때문에 그 연구에 심각한 제약이 따르며, 구글은 매일의 트렌딩 검색어를 20개(한국어 뉴스는 5개) 노출하기 때문에 실시간에 준하는 트렌딩 서비스라고 볼 수 없다.

<sup>20</sup> 그림 출처: “The All-New Search and Explore: See the World As It Happens”, <http://blog.instagram.com/post/122260662827/150623-search-and-explore>

<sup>21</sup> 그림 출처: “See Trends for 100 more cities”, <https://blog.twitter.com/2012/see-trends-for-100-more-cities>

<sup>22</sup> KL divergence 는 Kullback-Leibler divergence 의 약어로써, 확률 이론 및 정보 이론에서 두 개의 확률 분포  $P$  와  $Q$  사이의 차이를 나타내는 값의 일종이다. 대개 실제 데이터의 확률 분포  $P$  와 이론 혹은 모델에 기반하여 예측된 확률 분포  $Q$ 의 차이를 구할 때에 사용된다. Wikipedia.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Kullback%2E%20%93Leibler\\_divergence](https://en.wikipedia.org/wiki/Kullback%2E%20%93Leibler_divergence)

<sup>23</sup> 트위터는 Trends 기술의 하부구조를 크게 바꾸면서 1) 데이터 준비, 2) Entity, domain, attribute 추출 및 종합, 3) 점수 계산 및 정렬의 개략적인 3 단계 다이어그램을 공개했다. 다만, 자세한 알고리즘에 대한 보다 자세한 설명은 포함되어 있지 않다. Li, Zhenghua(2015), “Building a new trends experience”, <https://blog.twitter.com/2015/building-a-new-trends-experience> (2015.04.24.) (2016년 9월 8일 접속)

<sup>24</sup> 사진 출처: Badanes, Jilly (2015). “Five Reasons Instagram’s New Explore & Search Is Great For Your Business”, ViralTag, <http://blog.viraltag.com/2015/06/26/five-reasons-instagrams-new-explore-search-is-great-for-your-business/> (2015.07.08.) (2015년 9월 8일 접속).

<sup>25</sup> 네이버의 FAQ는 해당 숫자를 다음과 같이 설명한다. “검색어 순위 우측 화살표 옆에 있는 숫자는 해당 검색어 자체에 대한 상대적 관심도입니다. 즉, 해당 검색어의 실시간 검색 횟수 및 순위 지수를 과거의 검색 횟수 및 순위 지수와 비교해 지표로 보여주는 것으로 절대적인 ‘검색횟수’ 혹은 ‘다른 검색어와의 비교치’가 아닙니다. 해당 검색어의 현재 지수와 비교할 과거 데이터가 없는 경우에는 숫자 대신 ‘NEW’라고 표시되는 것도 이 때문입니다.” 네이버 고객센터(2015).

<sup>26</sup> 끝맺기 전 이 연구의 한계를 언급해 두고자 한다. 이 연구에서 알고리즘을 직접 비교할 수 있었던 것은 네이버와 인스타그램 엔지니어링 팀이 각각 자사의 알고리즘을 공개했던 덕분에 가능했다. 하지만 이는 예외적 경우이며, 대부분의 인터넷 플랫폼 알고리즘은 대외비로 간주된다. 따라서 추후 알고리즘이 직접적으로 공개되지 않은 대부분의 경우에는 이 연구에서 채택할 수 있었던 방식으로 알고리즘 수식을 직접 분석하거나 비교하는 작업을 취하기는 어려울 것으로 예상된다.

<sup>27</sup> 나의 입장은 “검색 및 금융 분야에서 투명성뿐 아니라 이해 가능성성을 높일 수 있는 공적인 대안이

개발되어야 한다”는 패스팔레의 입장과는 다소 구분되지만 그럼에도 궤를 같이 한다(Pasquale 2015; 이시은 역 2016; 338). 나는 비록 ‘투명성’에 대한 추구를 옹호하지는 않았지만, 그와 마찬가지로 ‘이해 가능성’에 대한 정보매개자의 책임을 강조했다.

<sup>28</sup> 다음에서 제인용했다. Hardt, Moritz(2016) “Approaching fairness in machine learning”, <http://blog.mrtz.org/2016/09/06/approaching-fairness.html> (2016.09.06.) (2016년 9월 9일 접속)

## 통신자료제공제도(전기통신사업법 제83조 제3항)에 대한 법사회학적 고찰

- 푸코와 들판즈의 권리이론의 관점에서 바라본 개인자료를 이용한 국가의 감시·통제 메커니즘

이형우

서울대학교 경제학부

### 요약

사회 곳곳에서 통신자료제공제도의 남용을 걱정하는 목소리들이 새어 나오고 있다. 제도가 근거를 두고 있는 전기통신사업법 제83조 제3항의 해석이 우려의 핵심이다. 이에 따르면 전기통신사업자는 정보수사기관이 ‘재판, 수사, 형의 집행 또는 국가안전보장에 대한 위해를 방지’하기 위해 이용자의 통신자료를 요청할 경우 이에 따를 수 있다. 문제는 이 목적이 너무 포괄적이고, ‘따를 수 있다’가 실제로는 ‘따라야한다’로 받아들여져 제도 남용의 여지가 있다는 것이다. 이 글은 제도 남용의 실태를 파악하고 이러한 메커니즘의 본질을 알아내기 위해 법사회학적 방법론을 활용했다.

먼저 통신자료제공 실태를 살펴본 결과, 전기통신사업자들이 요청에 따라 자료를 제공한 비율이 높다는 것을 발견했다. 이는 제도가 설시하는 사업자들의 응답의 권리가 실제로는 공권력의 행사에 대한 의무로 받아들여져 왔다는 점을 증명한다. 또, 정보수사기관이 통신자료제공제도를 많이 활용해왔고, 각 기관에 기록된 사건 발생 건수들로 유추해 보아도 통신자료 취득이 필요했을 정도보다 실제 취득 정도가 과다했다. 이는 곧 통신자료제공제도가 실질적으로 남용되어 온 사실을 의미한다.

푸코와 들판즈의 권리이론은 제도의 본질을 이해하고 비판하는 데에 도움이 되었다. 역사적으로 우리의 국가 권력은 국민에 대한 감시·통제 메커니즘 혹은 지배양식으로 개인정보를 활용해 왔다. 푸코와 들판즈에 따르면 이는 ‘생산적으로’ 국민의 신체와 정신을 ‘통제’하려는 ‘비가시적’ 메커니즘이다. 국민들은 그런 권력의 손에 포섭되어 자발적으로 복속되는 데까지 이르렀다. 빅데이터 기술은 이와 같은 권력의 감시 메커니즘을 더욱 강화시킬 것으로 예상되며, 이를 가능케 하는 법적 기반부터 제거함으로써 감시 권력의 영향력을 끊어내어야 할 것이다.

## I. 서론: 통신자료 제공 논란과 법사회학적 고찰의 필요성

“위원회는 전기통신사업법 제83조 제3항에 따라 수사기관이 수사목적을 이유로 영장 없이 전기통신사업자에게 이용자 정보를 요구한다는 것에 대해 우려한다. (...) 이용자 정보는 영장이 있을 때만 제공해야 하고, 국정원의 통신수사를 감독할 수 있는 기재를 도입해야 하며 기지국 수사가 자의적으로 이루어지지 않도록 보호수단을 강화해야 한다.” (2015년 11월 5일 유엔 시민적 정치적 권리규약 위원회(UN Human Rights Committee) 제3226차 회의(CCP/C/SR.3226)에서 채택한 최종 견해 중 일부)

UN인권위원회는 정기적으로 각 국가들의 인권상황을 심사하는데, 작년 10월 22일과 23일에 걸쳐 대한민국이 심사를 받았다. 주로 우리나라와 관련해서는 국가보안법이나 양심적 병역거부자 문제가 거론되어 왔는데, 이번에는 프라이버시와 표현의 자유의 보호에 관한 강력한 권고가 추가적으로 내려져 ‘뜨거운 감자’가 되었다. 정보수사기관이 전기통신 설비를 이용하는 사람들의 개인정보를 법원의 영장 없이 얻을 수 있게 하는 ‘통신자료제공제도’가 그 중 하나였다<sup>1)</sup>.

통신자료제공제도는 전기통신사업법 제83조 제3항을 근거로 정보수사기관이 이용자의 개인정보 등을 요청하면 전기통신사업자가 이에 응할 수 있도록 한 제도인데, 국내에서도 특히 제도의 근거가 되는 법률의 해석과 관련된 문제가 2010년부터 지속적으로 논란의 대상이 되어 왔다. 해당 법률은 다음과 같다.

**전기통신사업법 제83조(통신비밀의 보호)** ③ 전기통신사업자는 법원, 검사 또는 수사관서의 장(군 수사기관의 장, 국세청장 및 지방국세청장을 포함한다. 이하 같다), 정보수사기관의 장이 재판, 수사(「조세범 치벌법」 제10조제1항·제3항·제4항의 범죄 중 전화, 인터넷 등을 이용한 범칙사건의 조사를 포함한다), 형의 집행 또는 국가안전보장에 대한 위해를 방지하기 위한 정보수집을 위하여 다음 각 호의 자료의 열람이나 제출(이하 "통신자료제공"이라 한다)을 요청하면 그 요청에 따를 수 있다.

1. 이용자의 성명
2. 이용자의 주민등록번호
3. 이용자의 주소
4. 이용자의 전화번호
5. 이용자의 아이디(컴퓨터시스템이나 통신망의 정당한 이용자임을 알아보기 위한 이용자 식별부호를 말한다)
6. 이용자의 가입일 또는 해지일

1) 박경신, <‘회피 연아’ 이후에도 변함없는 대한민국> 오마이뉴스, 15.11.23 ([http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002162604](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002162604), 2015년 12월 21일에 마지막으로 방문)

해석 상 논란이 되는 특정 부분은 ‘전기통신사업자는 (...) 자료의 열람이나 제출을 요청하면 그 요청에 따를 수 있다’이고, 실제로 전기통신사업자들에 의해서 ‘따라야한다’로 해석되고 있는 것이 아닌가 하는 문제가 제기된 것이다. 실질적으로 통신자료 제공의 요청이 공권력의 행사로 여겨져 국가 권력에 의해 제도가 남용되고 있다는 것이 논란의 골자였다.

제도 남용 여부에 대한 의문은 관련 법률의 목적에 있어서도 제기되고 있다. 전기통신사업법 제83조 제3항은 ‘법원, 검사 또는 수사관서의 장, 정보수사기관의 장이 재판, 수사, 형의 집행 또는 국가안전보장에 대한 위해를 방지하기 위한 정보수집을 위하여’ 제도를 활용할 수 있다고 명시하고 있는데, 이 중 ‘국가안전보장에 대한 위해’의 부분이 문제시되었다. 이 부분은 법률로써 뚜렷하게 규율되는 범죄를 지칭하고 있지도 않고, 국가 권력이 자의적으로 국민 개인의 행동을 ‘위해’에 해당한다고 판단하고 억제할 수 있는 발판을 제공하기 때문이다.

법률이 제정된 목적에 있어서는 역사적 배경의 영향을 간과할 수 없다. 개인정보 활용의 경우, 일제강점기부터 국가 권력은 국민을 대상으로 하는 감시 통제의 메커니즘으로 개인정보를 활용해 왔다. 식민지 국가에 대한 제국의 권력 행사 수단으로 사용된 것이다. 이러한 기제는 사회 환경의 변화에 맞추어 그 형태를 전환시켜 왔으며, 특히 정보사회가 도래하면서 개인정보를 활용하는 국가 권력이 점점 더 비가시적으로 행사되고 있다. 이제 국가 권력이 개인정보를 빌미로 눈에 보이지 않게 국민들의 오프라인 환경에서의 행동뿐 아니라 온라인 세계 속의 행위까지 제어한다. 이처럼 비가시적 권력 행사는 사람들이 인지하지 못하는 새에 그들의 ‘신체’에 닿고 정신에 내면화되어 가고 있으며, 다른 사람과 관계를 맺는 과정 속에서 끊임없이 그 메커니즘을 작동시키고 있다. 이러한 지배양식에 기여하는 목적을 지닌 법률을 제정하려는 지배 권력의 유인은 더욱 증폭될 것이며, 결과적으로 권력 남용을 야기하는 불합리한 법률이 제정하는 데에 이르게 될 것이다.

이 글은 국가 권력의 통신자료제공제도 남용 논란을 마주하여 사회적 맥락에 따른 전기통신사업법 제83조 제3항의 위헌성 소지 여부를 논하고자 한다. 먼저 해당 법률의 해석 논란과 관련하여 실질적으로 해당 제도가 남용되었는지 실상을 파악하기 위해 객관적인 공적 자료를 활용할 것이다. 이는 전기통신사업자가 정보수사기관으로부터 통신자료 제공을 요청받은 전수와 처리 전수, 정보수사기관이 통신자료를 법률상 목적에 따라 필요로 한 정도와 실제 취득 정도를 각각 비교함으로써 파악될 수 있을 것이다.

나아가 통시적 관점에서 개인정보가 국가 권력의 지배 메커니즘의 수단으로 이용되어 온 방식 및 과정을 고찰함으로써 통신자료제공제도의 불합리성과 관련 법률인 전기통신사업법 제83조 제3항의 근저에 존재하는 위헌성의 소지가 발견될 수 있을 것이라고 생각한다. 이를 위해서는 법과 사회의 상호작용을 여러 각도에서 다루며 법 현상을 사회 속에 위치시키는 법사회학적 관점이 필요하다고 판단되는데(양현아, 2002), 이 글에서는 구체적으로 푸코와 들판즈의 권력이론을 인용해 보고자 한다. 국가와 국민에 대해 이분법적으로 바라보는 시각을 뛰어넘은 이들의 포스트모던적인 관점을 통해 사회 내부에서 법률과 제도가 작동하는 방식을 다원적으로 파악해 볼 수 있을 것이라고 생각한다.

## II. 통신자료제공제도 개관 및 해석의 논란과 그 실태

### 1. 관련 법률의 정리 및 통신자료제공제도와 그 문제점

현재 전기통신과 관련된 법은 여러 갈래로 혼재되어 있다. 이러한 까닭에 전기통신사업자가 이용자의 다양한 정보를 활용하는 행위를 규율하는 법률 또한 다양하게 세분화되어 존재하게 되었다. 통신자료제공제도가 근거를 두고 있는 전기통신사업법 제83조 제3항도 그 중 하나이다. 복잡한 전기통신 환경의 구조처럼 각 법률이 지닌 목적과 다루고 있는 대상이 상이하므로 이를 명확히 구분하여 살펴볼 필요가 있다고 생각한다.

먼저 전기통신 관련 법제(법률 중심)는 다음과 같다.

<표 1 : 전기통신 관련 법제(법률 중심)의 정리>

연 번	소관부처	법령명	공포일자
1	미래창조과학부	국가정보화 기본법	2014.11.19.
		인터넷주소자원에 관한 법률	2013.3.23.
		전기통신기본법	2013.3.23.
		전자서명법	2014.10.15.
		정보보호산업의 진흥에 관한 법률	2015.6.22.
		정보통신공사업법	2014.12.30.
		정보통신기반 보호법	2015.1.20.
		정보통신산업 진흥법	2014.10.15.
		정보통신 진흥 및 융합 활성화 등에 관한 특별법	2015.1.20.
		클라우드컴퓨팅 발전 및 이용자 보호에 관한 법률	2015.3.27.
2	방송통신위원회	위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률	2015.2.3.
		지역방송발전지원 특별법	2014.6.3.
3	미래창조과학부 , 방송통신위원회	방송법	2015.6.22.
		인터넷 멀티미디어 방송사업법	2015.3.27.
		이동통신단말기 유통구조 개선에 관한 법률	2014.5.28.
		전기통신사업법	2015.1.20.
		전파법	2015.1.20.
		정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률	2015.12.1.
4	미래창조과학부 , 법무부	전자문서 및 전자거래 기본법	2014.12.30.
		통신비밀보호법	2014.10.15.
5	산업통상자원부	이러닝(전자학습)산업 발전 및 이러닝 활용 촉진에 관한 법률	2015.1.28.

6	문화체육관광부	콘텐츠산업 진흥법	2014.11.19.
7	행정자치부	개인정보보호법	2015.7.24.
		전자정부법	2014.6.3.
8	공정거래위원회	전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률	2013.5.28.
		신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률	2015.3.11.
9	금융위원회	전자금융거래법	2014.10.15.

이 중 정보보호 혹은 개인정보보호와 관련된 법률은 <국가정보화 기본법>, <전자서명법>, <정보통신기반 보호법>, <위치정보의 보호 및 이용에 관한 법률>, <정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률>, <개인정보보호법>, <전자정부법>이다.

이 글에서 주로 다루고자 하는 통신자료제공제도와 그 이외에 수사기관이 이용자의 정보를 제공받아 사용하는 행위의 기반이 되는 법률은 각각 <전기통신사업법>과 <통신비밀보호법>이다. 전기통신사업법을 통해 통신자료를 제공받는 방법 외에 수사기관이 이용자의 데이터를 얻을 수 있는 방법에는 통신비밀보호법 제13조와 제13조의 2를 근거로 하는 '통신사실 확인자료 제공제도'와 동 법 제5조 등을 기반으로 하는 '통신제한조치', 소위 '감청'이라고 불리는 방법이 있다. 통신자료제공제도에 대해 명확히 파악하기 위해 다른 방법들과 차이점을 비교해볼 필요가 있다.

#### (1) 통신자료와 관련된 법률: 전기통신사업법 제83조 제3항

전기통신사업법 제83조 제3항은 전기통신사업자가 특정 목적을 가진 수사기관의 요청에 따라 이용자의 이름, 주민등록번호, 주소, 전화번호 등 개인정보 혹은 통신자료를 제공할 수 있도록 규정하고 있다. 해당 법률은 <I. 서론>에서 인용한 바가 있으므로 생략한다.

#### (2) 통신사실확인자료와 관련된 법률: 통신비밀보호법 제13조 및 제13조의 2

통신자료와 달리, 수사기관은 법원의 영장을 받아 전기통신사업자에게 '통신사실확인자료'를 요청할 수 있다. '통신사실확인자료'는 가입자의 전기통신일시, 전기통신개시·종료시간, 발·착신 통신번호 등 상대방의 가입자번호, 사용도수, 컴퓨터통신 또는 인터넷의 사용자가 전기통신역무를 이용한 사실에 관한 컴퓨터통신 또는 인터넷의 로그기록자료, 정보통신망에 접속된 정보통신기기의 위치를 확인할 수 있는 발신기지국의 위치추적자료, 컴퓨터통신 또는 인터넷의 사용자가 정보통신망에 접속하기 위하여 사용하는 정보통신기기의 위치를 확인할 수 있는 접속지의 추적 자료를 의미한다<sup>2)</sup>. 관련 법률의 일부는 다음과 같다.

**통신비밀보호법 제13조(범죄수사를 위한 통신사실 확인자료제공의 절차)** ① 검사 또는 사법경찰관은 수사 또는 형의 집행을 위하여 필요한 경우 전기통신사업법에 의한 전기통신사업자(이하 "전기통신사업자"라 한다)에게 통신사실 확인자료의 열람이나 제출(이하 "통신

<sup>2)</sup> 통신비밀보호법 제2조(정의)의 11

사실 확인자료제공"이라 한다)을 요청할 수 있다.

② 제1항의 규정에 의한 통신사실 확인자료제공을 요청하는 경우에는 요청사유, 해당가입자와의 연관성 및 필요한 자료의 범위를 기록한 서면으로 관할 지방법원(보통군사법원을 포함한다. 이하 같다) 또는 지원의 허가를 받아야 한다. 다만, 관할 지방법원 또는 지원의 허가를 받을 수 없는 긴급한 사유가 있는 때에는 통신사실확인자료제공을 요청한 후 자체 없이 그 허가를 받아 전기통신사업자에게 송부하여야 한다.

**제13조의2(법원에의 통신사실확인자료제공)** 법원은 재판상 필요한 경우에는 민사소송법 제294조 또는 형사소송법 제272조의 규정에 의하여 전기통신사업자에게 통신사실확인자료제공을 요청할 수 있다.

(3) 통신제한조치(감청)과 관련된 법률: 통신비밀보호법 제5조 등

통신비밀보호법 상 '통신제한조치' 혹은 '감청'은 전기통신에 대하여 당사자의 동의 없이 전자장치·기계장치 등을 사용하여 통신의 음향·문언·부호·영상을 청취·공독하여 그 내용을 지득 또는 채록하거나 전기통신의 송·수신을 방해하는 것을 가리킨다.<sup>3)</sup> 통신비밀보호법은 제5조에서 범죄수사를 위한 통신제한조치의 허가요건을 나열하고 있으며 제6조를 통해 이를 행하기 위해서 법원의 영장이 필요함을 설시하고 절차를 규율하고 있다. 세부 법률의 내용은 생략한다.

위의 세 제도를 비교해 보면 다음과 같다.

<표 2: 통신자료제공제도, 통신사실확인자료제공제도, 통신제한조치의 비교>

	통신자료제공제도	통신사실확인자료제공제도	통신제한조치 (감청)
관련 법률	전기통신사업법 제83조 제3항	통신비밀보호법 제13조, 제13조의 2	통신비밀보호법 제5조 등
자료의 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 이용자의 성명</li> <li>- 주민등록번호 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주소</li> <li>- 전화번호</li> <li>- 아이디</li> <li>가입일 또는 해지일</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가입자의 전기통신일지</li> <li>- 전기통신개시·종료시간 발·착신 통신번호 등 상대방의 가입자번호 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사용도수</li> <li>- 로그기록자료</li> <li>- 위치추적자료</li> <li>- 접속지 추적 자료</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>통신의 음향, 문언, 부호, 영상을 청취, 공독, 내용을 지득하거나 채록.</li> </ul>
사전절차	전기통신사업자에게 서면 요청	법원의 허가 필요	압수, 수색영장 필요

3) 통신비밀보호법 제2조(정의)의 7

사후절차	미래창조과학부에 보고	가입자에게 통지	대상자에게 통지
------	-------------	----------	----------

비교를 통해서도 알 수 있듯이, 통신자료제공제도의 가장 큰 문제점은 수사기관이 전기통신사업자에게 이용자의 정보를 요청할 시 영장이 필요 없다는 점이다. 이는 더욱 쉽게 공권력의 남용을 초래할 수 있는 문제를 갖는다. 법원으로부터 영장을 받지 않아도 된다면 전기통신사업자가 전기통신사업법 제83조 제3항에 설시된 '재판, 수사, 형의 집행 또는 국가안전보장에 대한 위해를 방지하기 위한 정보수집'이라는 넓은 목적을 명목으로 삼아 필요할 때마다 통신자료를 요청하고 제공받을 수 있게 되기 때문이다.

이 문제를 더욱 심화시키는 것은 해당 법률의 목적에 대한 해석 논란이다. 목적이 지나치게 광범위하게 해석될 수 있는 여지가 있어 결과적으로 제도 활용이 낭비하는 문제로 이어지기 때문이다.

## 2. 전기통신사업법 제83조 제3항의 해석 논란

전기통신사업법 제83조 제3항의 해석과 관련하여 2012년에 중요한 두 판결이 내려졌다. 8월 23일에 선고된 헌법재판소 2010헌마439 판결과 10월 18일에 선고된 서울고등법원 2011나19012 판결이다.

2010헌마439 판결은 구 전기통신사업법 제54조 제3항에 대한 헌법소원 재판으로, 해당 법률은 다음과 같다.

구 전기통신사업법(2010. 1. 1. 법률 제9919호로 개정되고, 2010. 3. 22. 법률 제10166호로 개정되기 전의 것) 제54조(통신비밀의 보호) ③ 전기통신사업자는 법원, 검사 또는 수사관서의 장(군 수사기관의 장, 국세청장 및 지방국세청장을 포함한다. 이하 같다), 정보수사기관의 장으로부터 재판, 수사('조세법 쳐벌법' 제10조 제1항, 제3항 및 제4항의 범죄 중 전화, 인터넷 등을 이용한 범죄사건의 조사를 포함한다), 형의 집행 또는 국가안전보장에 대한 위해를 방지하기 위한 정보수집을 위하여 다음 각 호의 자료의 열람이나 제출(이하 "통신자료제공"이라 한다)을 요청받은 때에 이에 응할 수 있다.

1. 이용자의 성명
2. 이용자의 주민등록번호
3. 이용자의 주소
4. 이용자의 전화번호
5. 아이디(컴퓨터시스템이나 통신망의 정당한 이용자를 식별하기 위한 이용자 식별부호를 말한다)
6. 이용자의 가입 또는 해지 일자

2010헌마439 판결에서 헌법재판소는 제기된 헌법소원을 각하하였다. 법문 그 자체가 설치하고 있는 것과 같이 해당 법률은 전기통신사업자로 하여금 요청에 따라 응할 수 있는 여지를 주고 있을 뿐 요청에 응할 의무를 부과하는 공권력의 행사가 아니라는, 법문 그 자체의 해석에 근거한 이유에서였다<sup>4)</sup>.

반대의견으로, 재판관 3인(재판관 김종대, 송두환, 이정미)은 정보를 요청하는 측이 공권력인 수사권의 행사주체이고 전기통신사업자가 이러한 공권력의 요청을 거절할 수 있는 가능성이 사실상 희박하다고 보아야 한다고 주장했다. 즉, 해당 법률을 근거로 한 수사기관의 통신자료 취득 행위는 공권력의 우월한 지위에서 일방적으로 전기통신사업자가 보유한 통신자료에 대해 대물적으로 행하는 수사행위로서 권력적 사실행위에 해당한다고 보아야 한다는 것이다.

반대의견이 실상이었다는 것이 공공연해지고 무차별적 통신자료 제공이 중단될 수 있게 된 기점은 서울고법 2011나19012 판결, 혼히 ‘회피 연아 동영상 사건’이라고 불리는 사건에 대한 판결이었다. 이 사건은 한 인터넷 이용자가 김연아 선수가 유인촌 전 문화체육관광부 장관의 포옹을 피하는 듯한 장면이 담긴 영상을 네이버(NAVER) 카페 게시판에 자신의 ID를 사용하여 익명으로 게재해 유 장관이 게시자를 명예훼손으로 형사고소하면서 발생했다. 수사절차에서 각종 수사기관이 해당 이용자의 개인 정보를 네이버에 요청하였고 네이버가 이용자의 이름, 주민등록번호, 휴대폰 번호, 자사 서비스 가입 일자, 나아가 법률적으로 통신자료에 해당하지도 않는 이용자의 이메일 주소까지 제공하여 문제가 된 것이었다. 이에 서울고등법원은 인터넷 종합 정보제공 사업자가 수사기관에의 통신자료 제공 여부에 대해 충분히 심사할 의무가 있음을 명시하면서 지속적으로 수사기관의 요청이 있을 때마다 ‘응해야 한다’는 법문 해석에 따라 개인 정보를 제공해 온 업계의 실상을 지적하고 해당 이용자에게 정신적 손해에 대한 위자료를 지급할 의무가 있다고 판시하였다<sup>5)</sup>. 이것은 이전의 헌법재판소의 판결보다 현실에 대한 실증적인 고찰이 더욱 가미되어 전기통신사업자가 반드시 수사기관의 요청에 부응하지는 않아도 된다는 사실을 더 강력히 밝혔다는 데에 의의를 갖는다.

정보인권 관련 시민단체들은 해당 판결을 반겼고, 개인정보 유출에 대한 소비자들의 관심이 증가하면서 이용자 수의 감소 위험을 안아야 했던 인터넷 서비스 제공 업계도 이 판결을 기점으로 수사기관의 요청에 항상 응하지만은 않겠다는 입장을 확고히 밝히곤 하였다. 그럼에도 불구하고 이동통신사와 같은 일부 전기통신사업자의 수시기관에의 통신자료 제공은 계속되었고, 이러한 실태를 직면하며 2014년 국가인권위원회는 「전기통신사업법」 통신자료 제공제도와 「통신비밀보호법」 통신사실확인자료제공제도 개선권고<sup>6)</sup>를 내렸다. 이는 곧 국가권력 스스로도 통신자료제공제도가 영장을 필요로 하지 않은 채 수사의 목적으로 공공연하게 남용되고 있다는 사실을 인정하고 있음을 시사하는 것이기도 했다(김소리 외 2인, 2013).

### 3. 통신자료 제공의 실태

이 글은 실제 통신자료 제공제도의 남용 정도를 밝히고자 한다. 연구는 크게 두 가지 부분으로 나누어 이뤄졌다. 먼저 관련 법률의 해석 논란과 관련하여, 전기통신사업자가 수사기관의 요청에 따라 통신자료를 제공하고 있는 정도를 알아보았다. 통신자료 요청 건수 대비 제공 건수의 비율이 높다는 것은 실질적으로 전기통신사업자들의 입장에서 해당 법률을 제공의 의무로 받아들이고 있다는 의미를 내포하고 있다고 할 수 있다. 자료는 현재 전기통신사업자들 중 네이버(NAVER)나 카카오(합병 전 다음(DAUM) 및 카카오(KAKAO))와 같은 인터넷 종합 서비스 제공 사업자들이 공개하고 있는 데이터에서 추출했다. 이들은 개인정보에 관한 소비자들의 관심이 증폭되는 가운데 그들의 서비스에 대한 소비자 수요를 유지시키기 위해 개인정보 활용과 관련한 자사 자료를 공개하고 있다.

나아가 정보수사기관이 제도를 남용하고 있는지의 여부를 파악하기 위해 정보수사기관의 통신자료제공제도 활용 정도를 조사, 법률상 목적에 따른 제도 활용의 필요 정도와 비교해보았다. 공적으로 공개되어 있는 자료를 참고해 제도가 활용될 가능성이 있는 횟수를 유추해 본 후 그와 대비했을 때 정보수사기관에 의해 통신자료가 많이 취득되고 있다면 제도의 남용 정도가 크다고 할 수 있을 것이다. 현재 법률상 전기통신사업자는 정보수사기관의 요청에 응하여 이용자의 통신자료를 제공할 경우 대통령령으로 정하는 방법에 따라 통신자료 제공 현황 등을 미래창조과학부장관에게 보고해야 한다고 명시되어 있다<sup>6)</sup>.

#### 1) 전기통신사업자의 통신자료 제공 요청 건수 대비 제공 건수 및 그 처리율

<표 3: 네이버, 다음, 카카오의 통신자료 제공 요청에 따른 처리 건수 및 비율>

구분		2012 상	2012 하	2013 상	2013 하	2014 상	2014 하	2015 상	2015 하	2016 상
네이버	요 청 건수	.	.	.	.	178	107	114	65	373
	처 리 건수	10,08 0	6,469	0	0	0	0	0	0	0
	%	.	.	.	.	0	0	0	0	0
다음	요 청 건수	8,178	6,265	411	236	139	93	123	86	586
	처 리 건수	5,869	3,975	0	0	0	0	0	0	0
	%	71.77	63.45	0	0	0	0	0	0	0
카카오	요 청 건수	247	544	262	374	344	287	22	12	76
	처 리 건수	136	249	1	0	0	0	0	0	0
	%	55.06	45.77	0.38	0	0	0	0	0	0

출처: 네이버, 다음카카오의 투명성 보고서

4) 헌법재판소 2012. 8. 23. 선고 2010헌마439 판결

5) 서울고등법원 2012. 10. 18. 선고 2011나19012 판결

6) 전기통신사업법 제83조 제6항

이는 전기통신사업자들 중 인터넷 종합 서비스를 제공하고 있는 대기업들, 특히 그 중 네이버(NAVER)와 카카오(합병 전 다음(DAUM) 및 카카오(KAKAO))의 투명성 보고서를 참고하여 재구성한 자료이다.

크게 두 가지 논점을 발견할 수 있는데, 첫째는 2012년 해당 기업들이 통신자료제공 요청에 놀라울 정도로 높은 응답률을 보였다는 것이다. 네이버는 자료를 제공하고 있지 않은데, 다음과 카카오의 자료를 보면 모두 50%가 넘는 수치였음을 알 수 있다. 높은 처리 비율은 두 방향으로 해석할 수 있다. 하나는 관련 법률이 전기통신사업자에게 제공 요청에 따라야 하는 의무로 받아들여졌을 것이라는 점이다. 이 가정에 따르면 2012년뿐 아니라 그 이전에도 지속적으로 유사한 행태가 벌어졌을 것이라고 예상할 수 있다. 다른 하나는 2012년에 유독 정보수사기관이 통신자료를 활용해야 할 이유가 많아진 탓이라고 할 수도 있다. 따라서 두 가지 방향의 해석 중 어떤 것을 취할 수 있을 것인지에 대해서는 해당 연도 정보수사기관의 통신자료 활용 필요 정도를 파악해야 한다. 이는 뚜렷하게 공적 자료로 공개되고 있지 않지만 법률상 명시되어 있는 목적에 해당하는 재판, 수사, 형의 집행 건수의 증가율로 필요성 정도를 유추해 보아 비교함으로써 판단할 수 있다.

둘째는 2015년 하반기와 2016년 상반기의 요청 건수가 크게 차이난다는 것이다. 이는 통신자료제공제도를 활용하려는 경향이 다시 강해지고 있다는 의미로 받아들일 수 있겠다. 이 점에서 다시 한 번 통신자료제공제도의 남용 및 오용을 방지할 수 있는 방안의 필요성이 강조된다.

위의 첫 번째 논점의 해결을 위해 대법원 및 검찰청에 기록된 해당 연도의 전체 사건 접수 건수와 경찰청에 보고된 총 범죄 발생 건수에 대한 자료를 재구성해보았다.

<표 4: 법원 및 검찰 전체 사건 접수 건수와 경찰청에 기록된 범죄 발생 건수>

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
법원(접수 건수)	18,317 .691	18,402 .098	17,910 .728	17,405 .933	18,295 .844	18,020 .241	18,466 .987	18,986 .585	20,609 .851
증가율(%)	·	100.46	97.33	97.18	105.11	98.49	102.48	102.81	108.55
검찰청(접수 건수)	2,612, 622	2,797, 436	2,891, 156	2,464, 720	2,333, 951	2,401, 107	2,474, 033	2,463, 524	2,580, 756
증가율(%)	·	107.07	103.35	85.25	94.69	102.88	103.04	99.58	104.76
경찰청(범죄 발생 건수)	1,836, 496	2,063, 737	2,020, 209	1,784, 953	1,752, 598	1,793, 400	1,752, 598	1,778, 966	(미공개)
증가율(%)	·	112.37	97.89	88.35	98.19	102.33	97.72	101.50	·

출처: 사법연감, 국가주요지표(e-나라지표), 사이버경찰청 경찰범죄통계 자료 재구성

표에서도 알 수 있듯이, 2012년 특별히 사건의 수가 증가한 사실을 찾아볼 수 없다. 법원에 접수된 사건의 수는 오히려 감소하였을 뿐 아니라 검찰청이나 경찰청에 보고된 사건 수

및 범죄 발생 건수가 증가한 정도도 다른 연도에 비해 상이하다고 할 수 없기 때문이다.

따라서 2012년 해당 인터넷 종합 서비스 제공 사업자들의 높은 통신자료 제공 비율은 관련 법률의 해석 방향과 연관성이 높은 것으로 보인다. 사업자들의 입장에서 전기통신사업법 제83조 제3항의 ‘파를 수 있다’는 ‘따라야한다’로 받아들여진 것이다.

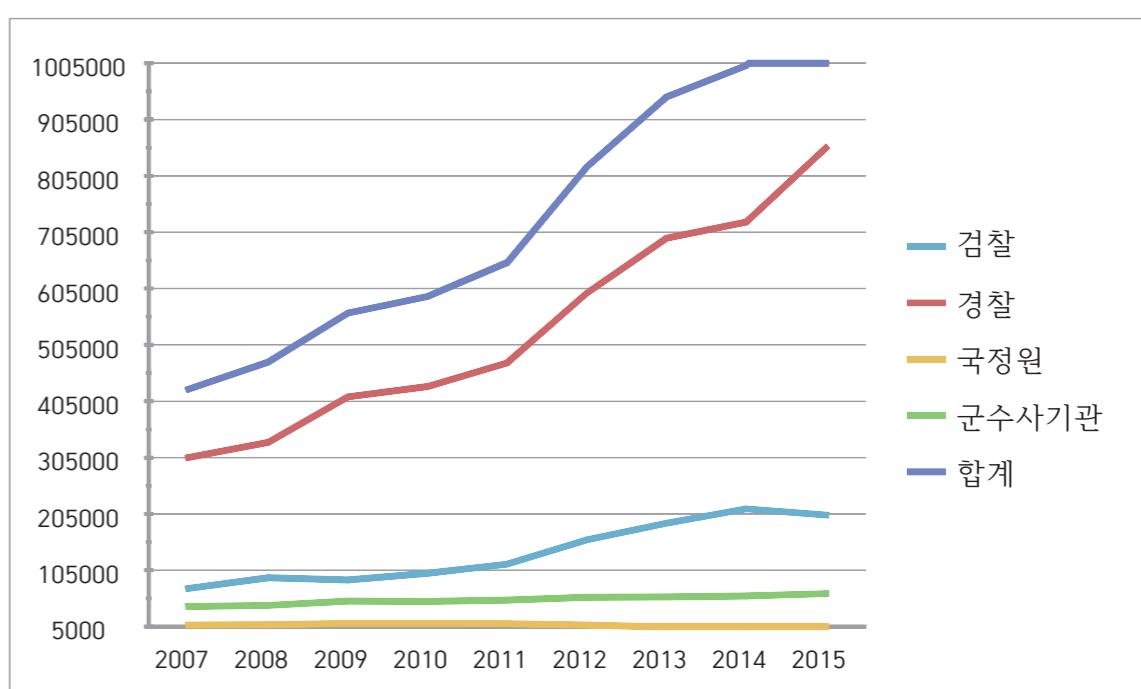
두 번째 논점에 대해 시사하는 바 역시 발견할 수 있다. 2015년 하반기보다 2016년 상반기에 법원 및 검찰청의 전체 사건 접수 건수가 증가했다는 것을 참고해보면, 사건 접수 건수의 증가와 통신자료 제공 요청 건수의 증가가 상관관계를 갖는다는 것을 알 수 있다.

한편, 해당 사업자들의 통신자료 제공 행태와 관련하여 이상의 데이터에서 발견할 수 있었던 긍정적인 점은 2013년 이후부터 이러한 대기업들이 통신자료를 더 이상 제공하고 있지 않다는 사실이다. 이는 앞서 언급된 것처럼 헌법재판소 2010헌마439 판결과 서울고등법원 2011나19012 판결에 따라 명백히 정보수사기관의 요청을 거부할 수 있는 명목을 되찾은 대기업들의 대응이라고 볼 수 있다.

## 2) 정보수사기관의 통신자료제공제도 활용 정도

정보수사기관에 의한 통신자료제공제도의 남용 정도를 파악하기 위해서는 실제로 정보수사기관이 취득한 통신자료의 건수와 법률상 목적에 따라 통신자료가 필요한 횟수를 비교해보아야 할 것이다. 이를 위해 먼저 정보수사기관이 전기통신사업자에게 자료 제공을 요청하여 취득한 현황을 파악해 보았다.

<표 5: 기관별 통신자료제공제도 협조 현황(통신자료 제공 건수)>



(문서 건수)	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
검찰	72,764	91,611	87,932	99,534	115,834
경찰	305,281	331,977	412,884	431,062	473,109
국정원	7,623	8,384	10,478	10,686	10,077
군수사기관	40,740	42,596	50,173	49,767	52,165
합계	426,408	474,568	561,467	591,049	651,185
(문서 건수)	2012년	2013년	2014년	2015년	
검찰	158,966	188,438	213,991	202,991	
경찰	597,115	694,395	723,282	854,312	
국정원	7,670	4,432	4,382	4,152	
군수사기관	57,049	57,662	59,358	63,419	
합계	820,800	944,927	1,001,013	1,124,874	

출처: 방송통신위원회('07~'12), 미래창조과학부('13~'16) 보도자료 재구성

2007년부터 2015년까지 지속적으로 전기통신사업자의 정보수사기관에의 통신자료 제공은 증가하고 있는 추세다. 이는 정보수사기관에 의해 통신자료제공제도가 끊임없이 많이 활용되고 있다는 것을 보여준다.

한편, 방송통신위원회 및 미래창조과학부는 통신자료제공제도 협조 현황과 통신사실 확인자료 제공제도 및 통신제한조치(감청) 협조 현황을 비교하고 있다. 이를 통해서 다른 제도와 비교했을 때에도 통신자료제공제도의 높은 활용 정도를 파악할 수 있다.

<표 6: 통신자료제공제도 협조 현황과

통신사실확인자료제공제도 및 통신제한조치 협조 현황과의 비교>

구분	통신자료	통신사실확인자료	통신제한조치
2007년	426,408	183,659	1,149
2008년	474,568	212,745	1,152
2009년	561,467	248,552	1,516
2010년	591,049	238,869	1,081
2011년	651,185	235,716	707
2012년	820,800	239,308	447
2013년	944,927	265,859	592
2014년	1,001,013	259,184	570
2015년	1,124,874	300,942	323

출처: 방송통신위원회('07~'12), 미래창조과학부('13~'16) 보도자료 재구성

한편, 통신수단별 통신자료제공제도 협조 현황을 살펴보면 가장 많이 통신자료를 제공하고 있는 전기통신사업자는 이동통신사 등 이동전화 관련 사업자이며 유선전화와 인터넷 등과 관련된 사업자들이 비슷한 정도로 협조하고 있음을 알 수 있다.

<표 7: 통신수단별 통신자료제공제도 협조 현황>

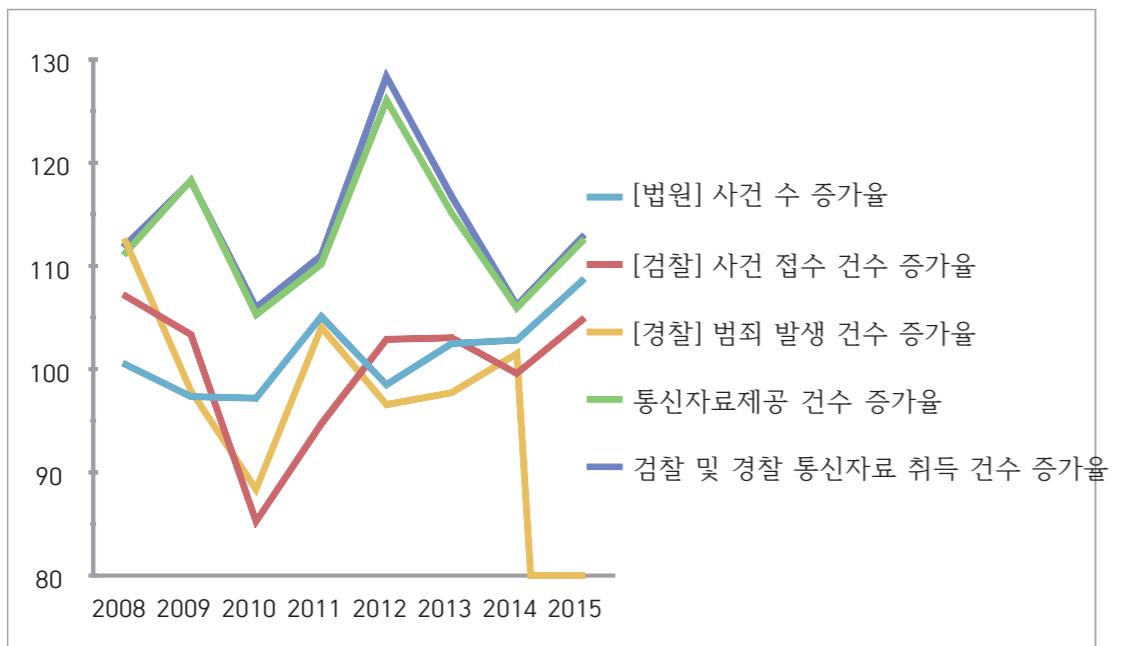
(문서 건수)	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
유선전화	57,375	58,374	59,913	61,418	68,643
이동전화	275,338	296,913	358,375	397,294	444,294
인터넷 등	93,695	119,281	143,179	132,337	138,248
합계	426,408	474,568	561,467	591,049	651,185
(문서 건수)	2012년	2013년	2014년	2015년	
유선전화	88,426	110,575	122,004	131,380	
이동전화	598,462	719,158	764,749	892,951	
인터넷 등	133,912	115,194	114,260	100,643	
합계	820,800	944,927	1,001,013	1,124,874	

출처: 방송통신위원회('07~'12), 미래창조과학부('13~'16) 보도자료 재구성

3) 법률상 목적에 따른 통신자료 활용 정도와 정보수사기관의 통신자료 취득 정도의 비교

과연 모든 통신자료들은 법률상 명시되어 있는 목적만을 위해 정당하게 제공되었는가? 이 질문에 답하기 위해서는 정보수사기관이 재판, 수사, 형 집행 등의 목적을 위해 취득한 통신자료의 양에 대한 자료가 필요하다. 그러나 앞서 언급한 바와 같이 통신자료 제공을 요청할 수 있는 공권력의 당사자가 어떠한 목적을 위해 전기통신사업자에게 자료 제공을 요구하는지는 특정한 목적 자료로 정립되어 있지 않다. 하지만 목적의 일부분, 즉 재판, 수사, 형의 집행에 관해서는 해당 연도의 법원에 기록된 총 사건의 수, 검찰청에 기록된 전체 사건 접수 건수, 경찰청에서 제공하는 전체 범죄 발생 건수를 통해 통신자료가 제공되어야 할 필요성이 있는 정도를 대략적으로 파악할 수 있었다(표4). 따라서 법원·검찰청·경찰청에 기록된 전체 사건 접수 건수와 통신자료제공 건수 사이 상관관계를 알아보기 위해 두 변수를 비교한 그래프를 만들어 보았다.

<그래프 1: 법률상 목적에 따른 통신자료 취득 필요 건수(추측)와 실제 통신자료 제공·취득 건수의 비교>



출처: 사법연감, e-나라지표, 사이버경찰청 경찰범죄통계 자료 재구성 ※ 세로 축 단위는 %.

‘법원·검찰청·경찰청 사건 접수 건수 증가율’은 <표4>에 나타난 해당 연도의 접수 건수를 그 전 해의 접수 건수로 나눠 구했다. ‘통신자료제공 건수 증가율’은 같은 방식으로 총 통신자료 제공 건수 자료(표6)를 이용해 도출해냈다. ‘검찰 및 경찰 통신자료 취득 건수 증가율’은 <표5>에 나타난 검찰 및 경찰에의 통신자료제공제도 협조 건수를 더해 전연도와 해당 연도 사이 증가율을 구했다. ‘경찰청의 범죄 발생 건수 증가율’ 중 2015년 데이터는 경찰청이 2015년 수치를 공개하지 않은 관계로 추출해낼 수 없었다.

<그래프1>과 같이 각각의 증가율을 비교한 결과, 통신자료제공 건수와 검찰 및 경찰에의 통신자료 제공 건수의 증가율은 해당 연도 법원의 총 사건 수 및 경찰청에서 기록한 범죄 발생 건수의 증가율과 매우 상이하였을 뿐 아니라 상당히 높은 증가율을 보였다. 사건의 건수나 범죄 발생 건수가 전년도에 비해 감소한 해에 통신자료제공 건수가 증가한 해도 발견할 수 있다. 만약 법원이나 검찰청, 경찰청에 기록된 한 사건 당 다수의 통신자료를 제공 받는다고 가정하더라도 이러한 큰 차이는 과다하게 제도가 활용되고 있다는 사실을 증명하는 것으로 판단된다.

종합해 보면, 실태 조사에 따라 전기통신사업법 제83조 제3항이 실질적으로 전기통신사업자에 의해 통신자료 제공 의무로 받아들여져 왔다는 점, 정보수사기관이 목적에 따른 필요 이상으로 제도를 이용해 온 점을 확인할 수 있었다.

이상의 자료들은 통신자료제공제도가 법률상의 목적 중 재판, 수사, 형의 집행이 아닌 그 이외의 목적으로 사용된 경우가 많았을 가능성이 다분하다는 의미를 함축한다. 이는 곧 법문 그 자체로 판단해보면 ‘국가안전보장에 대한 위해 방지’를 목적으로 한 통신자료제공이 상당히 많이 이뤄졌다는 것을 가리킨다. 문제는 이 목적이 뜻하는 바가 명확하지 않아 불명

확한 목적에 따른 제도의 활용이 궁극적으로 야기할 수 있는 국가 권력의 자의적 행사, 궁적 제도의 남용을 야기하는 데에 이를 수 있다는 것이다. 이는 반드시 기피되어야 하고, 제도 및 법률의 의미가 명확하게 도출될 수 있도록 제도 및 법률을 개정해야 할 것이다.

이러한 제도의 남용은 단순히 법률 그 자체에 원인이 있다기보다 역사적으로 진행되어온 국가 권력의 행사 방식, 지배양식의 형태 변화에 따른 영향과 관련성이 높을 것이라고 생각된다. 나아가 법과 제도가 우리 사회 전반에 대해 어떤 기제를 어떻게 작동시켜 왔는지를 살펴봄으로써 불합리성을 내포하는 법률 제정의 배경을 살펴볼 수 있을 것이라고 생각한다. 따라서 이 글에서는 푸코와 들파즈의 권리이론에 따른 관점을 취해 불합리한 법률이 제정될 수 있었던 과정과 관련 법률의 위헌성 소지를 더욱 뚜렷하게 발견해 보고자 한다.

### III. 감시·통제 메커니즘으로서의 개인정보(통신자료) 활용의 역사

#### 1. ‘훈육사회’의 기원과 발전

전기통신사업법 제83조 제3항에서 규정하고 있는 ‘통신자료’에는 전기통신 설비를 이용하는자의 성명, 주민등록번호, 주소, 전화번호, 아이디(ID), 가입일 혹은 해지일이 포함되는데, 이 중 성명과 주민등록번호, 주소, 전화번호는 사람들에게 특히 민감한 ‘개인정보’로 인식된다. 만약 공권력이 이러한 개인들의 민감한 정보를 막대하게 수집한다면 이것을 빌미로 개인들의 행동을 규율할 수 있는 권력을 갖게 되며 사회 전체를 총체화 통제할 수 있게 된다.

국가 권력의 국민에 대한 지배양식으로서 개인정보가 이용되어 온 것은 긴 역사를 가진다. 직접적으로 개인정보가 사회 전체 혹은 국민 개개인에 대한 ‘훈육’의 방법으로 활용되기 시작한 기원은 일제강점기 조선총독부의 「기류(寄留)령」 및 「기류소속규칙」(제령 32호)에 있다. 기류제도는 1942년 10월부터 단행된 강제적 거주등록제도로, 목적은 일제가 조선인 전시동원을 효율적으로 관리하고자 하는 데에 있었다.

중일전쟁이 발발한 후 1940년대 초부터 일제는 조선인 징병을 활발히 진행하였고 이를 위해 우선 호적 정비를 해야 하는 과제를 안고 있었다. 징병제 시행 이전 호적 제도는 한일 합병 이후부터 시행된 「숙박급거주규칙(宿泊及居住規則)」으로, 거주자의 본적 및 주소와 거소를 구분하기 어려울 뿐만 아니라 그에 따라 해당 거주자의 신분관계를 증명하기 어려운 단점을 갖고 있었다. 이러한 제도는 징병제 등 일제가 시행하는 각종 중요한 제도의 기반으로 사용되기에 매우 미흡하였고, 따라서 일제는 징병제 시행을 앞두고 호적 제도의 정비를 우선적으로 해 나간 것이었다(이명종, 2007).

기류령이 본격적으로 제국의 권력 행사에 기여할 수 있었던 까닭은 ‘기류부’의 등록단위를 호적상의 ‘가(家)’나 거주등록부의 ‘호(戶)’가 아닌 ‘세대(世帶)’로 설정한 데에 있다. 기류령의 ‘세대’ 단위는 당시 호적상으로는 파악할 수 없었던 현실적 가족관계를 포착할 수

있도록 도왔다. 그 결과 ‘1인(人) 1호(號)’로까지 거주 등록이 가능하게 되었고, 일제는 당시 인구 중 42.15%에 해당하는 약 1천 19만여 명의 기류자(90일 이상 거주할 목적으로 본적 외의 일정한 장소에 주소 또는 거소를 정한 자)를 찾아낼 수도 있었다(이명중, 2007). 제국의 권력이 조선인 개인을 하나의 독립된 단위로 파악하고 통제할 수 있게 된 것이다.

일제의 제도는 해방 이후 분단체제 하에서 민중에 대한 국가 권력의 지배양식으로 발전해 왔다. 1960년대 말 현정을 파괴하고 쿠데타로 등장했던 군부는 민중의 저항을 무력화시키기 위해 물리적인 폭력으로서 권력을 작동시켰다. 그러나 전투경찰의 강경 진압, 강제 철거 등의 물리적 ‘훈육’ 기제는 민중이 권력 기제를 쉽게 포착하도록 만들 뿐 아니라 정권에 대한 저항심을 더욱 증폭시켰다. 이에 따라 대중적 저항을 감소시킬 수 있는 효율적인 권력 기제를 필요로 하게 되었고, 결과적으로 개인정보의 전산화를 통한 일상적인 훈육 시스템을 구성하는 데에 이르렀다(이광석, 2013). 박정희 정권은 1968년부터 국가 안보와 치안의 명목 하에 지금의 주민등록번호가 부여하기 시작했고 주민등록증 휴대를 의무화했다. 나아가 1970년대부터는 국가 경제 발전을 위해 컴퓨터가 도입, 확산되는 사회 분위기의 도움을 받아 전국 주민등록의 전산화, 운전면허 및 여권을 중심으로 한 데이터망의 구축이 더욱 수월하게 진행되었다. 결과적으로 당시 군부 정권은 대중의 감성을 덜 자극하는 비가시적인 방법으로 전국 국민들의 140여 개 개별 신체 정보들을 데이터베이스 공간에 수집하여 언제 어디서든지 공안망과 경찰망을 통해 조회할 수 있도록 하는 시스템을 마련할 수 있게 되었다. 물리적으로 보이지 않는 곳에서 작업장 내의 노동 분업을 제어, 인구를 통계학적으로 관리할 수 있게 된 것이 그 예이다.

1987년 전두환 정권 또한 관료주의적 효율성의 제고라는 명분하에 전산화 기반을 확대해 나갔고, 내무부는 전 국민의 인적사항을 컴퓨터에 수록해 전국 3,700여개의 읍·면·동사무소 지역을 온라인으로 연결하는 작업까지 펼쳤으며 이를 통해 개인정보를 영역별로 축적할 수 있었다. 당시 내무부에 의해 전국 3,200만 편지의 토지 및 임야대장이, 노동부에 의해 취업 알선, 사업장 관리, 직업 지도 등 국민 개개인의 고용이 관리되는 것은 기본이었다.

푸코의 권력에 대한 사유는 이와 같은 국가 권력의 ‘훈육’ 기제를 더욱 본질적으로 이해하고 평가하는 데 도움을 준다. 푸코(Foucault)는 ‘규율’이 반드시 가시적인 형태로 드러나는 것은 아니라는 점을 설시하며 오히려 물리적 폭력의 방식은 권력의 본질적 형태가 아니라 극단적인 형태의 한계일 뿐이라고 보았다(1988). 권력이 스스로를 비가시화 함으로써 모든 타자들은 가시화되며 그 과정 속에서 그러한 권력이 여러 형태를 취하여 사회 전체에 침투해 규율을 개인에게 내면화시키고 결국 개인의 ‘신체’가 스스로 권력에 종속될 수 있도록 만든다고 본 것이다. 그는 이러한 권력 시스템의 작동에 대해 벤담의 ‘판옵티콘(일망감시장치)’가 모델로 제시한다. 그리고 이러한 사회를 ‘규율사회’ 혹은 ‘훈육사회’(disciplinary society)라고 명명한다.

군부정권은 국민들의 개인정보와 통신망을 활용하여 푸코의 ‘훈육사회’와 같은 형태로 권력 행사의 장을 만들고자 했던 것으로 보인다. 민중의 저항을 무력화시키고 더 효율적으로 그들을 통제하기 위해 스스로를 비가시적으로 숨기고 사회 전체 곳곳에 침투하기 시작한 것

이다. 이 때, 박정희 정권의 ‘국가 안보와 치안’, 전두환 정권의 ‘관료주의적 효율성의 제고’라는 명분은 국가 권력의 비가시성을 더욱 증폭시키며 국민들이 권력 시스템의 작동 메커니즘을 파악하지 못하고 그것에 종속되도록 스스로를 방지하는 데에 기여했다고 할 수 있다. 군부 정권이 ‘권력이란 자신의 본질적 부분을 외부로부터 숨길 때만이 견딜 만한 것’(Foucault, 1976)이라는 점을 터득한 결과인 것이다.

## 2. ‘통제사회’로의 진화

들뢰즈(Deleuze)는 현대 권력이 작동하는 방식이 과거에 비해 더욱 진화한 형질을 갖고 있다고 보았는데, 그는 정보사회가 도래하면서 푸코의 ‘훈육사회’로부터 디지털기술과 네트워크 망을 활용한 ‘통제사회’(society of control)로의 이행이 일어나고 있다고 보았다.

통제사회는 훈육사회와 다른 세 가지 특징을 지닌다(이광석, 2012). 첫째는 권력 행사의 ‘심화’(intensification)와 ‘강화’(augmentation)이다. 훈육사회에서 권력의 메커니즘이 개인에게 내면화되고 그 영향력이 신체에까지 미치게 되었다면, 통제사회에서는 그러한 신체의 관리가 더 개별적이고 섬세하게 이루어진다는 것이다. 두 번째는 권력의 ‘유목’(nomadism)과 ‘유동성’(liquidity)이다. 들뢰즈는 훈육사회보다 더 디지털화된 특성을 지니는 통제사회에서는 권력이 정적이지 않고 흐름에 기초한다고 이야기하는데, 이는 권력 통치가 전자 네트워크망을 통해 뚜렷한 영토의 구분 없이 공간을 확장할 수 있는 기반을 가진다는 것을 의미한다. 두 번째 특징의 연결선 상에 있는 마지막 특징은 권력의 ‘편재성’(ubiquity)이다. 개인이 어디에 위치하는지의 세부 정보를 실시간 파악할 수 있게 하는 위성위치확인시스템(GPS)이 편재적 권력 행사의 대표적인 예이다.

이와 같이 들뢰즈가 이야기하는 통제사회의 모습은 민간 정부가 들어서면서부터 찾아볼 수 있다. 군부 통치 시대가 지난 후 1994년 김영삼 정부는 통제사회로의 진척을 더욱 가속화하는 모습을 보였다. 김영삼 정권은 경제적 체질 개선이라는 국가적 명제와 함께 정보통신기술을 네트워크 기반 모드로 본격화하는데, 이것이 국가 정책이나 민간에 있어서 데이터의 유동성과 편재성을 강화하도록 이끌었다. 1994년 정보통신부의 설립, 정보화촉진기본법의 제정, 초고속정보통신망(KII) 계획 산업, 브로드밴드 인프라 구축 등이 그러한 사회 모습의 진화에 기여한 정책들이다. 이후 김대중, 노무현, 이명박 정부에서도 진화는 계속되었다. 전자정부, e-거버넌스의 등장, 인터넷 민원 서비스 구축 등이 그 예이다.

민간 정부의 모습은 정책들이 수사학적으로 내세우는 명목처럼 스마트 인프라의 조건들을 조성하기 위한 노력이라고 보이곤 했다. 그러나 일련의 과정 속에서도 비가시적인 권력의 침투, 감시·통제 메커니즘의 편재적 작동은 계속되고 있었다. 이를 가장 잘 뒷받침하는 사례가 ‘제한적 본인확인제’의 실행이다. 2005년 노무현 참여정부에 의해 추진되었던 제한적 본인확인제, 일명 인터넷 실명제는 일제강점기를 넘어 군부 정권에 의해 오프라인 영역에서 개인을 식별하고자 하는 목적을 가졌던 주민등록번호의 사용을 온라인 환경까지 확장시켜 적용한 제도였다. 온라인상에서 글을 쓰고자 하는 인터넷 서비스 이용자들은 주민등록번호

를 기입할 의무를 지니게 되었으며 이로써 개개인의 표현을 사전검열, 사후감시 할 수 있는 길이 열리게 되었다. 명백히 규율의 기제를 확장된 공간에까지 끌어들인 것이다<sup>7)</sup>. 이 밖에도 위치정보시스템(LPS)을 통한 개인의 위치정보 추적과 같은 기제 또한 사회 곳곳에 침투하여 비가시적으로 편재해 있는 국가 권력의 감시·통제 메커니즘의 작동 수단이라고 할 수 있다.

2000년대 들어서 지배양식으로서의 개인정보 활용은 더욱 가속화되었는데, 그 바탕에는 국가 기관 간의 데이터 연동 시스템이 있었다. 2004년 말 경찰과 검찰, 법원은 국민의 정보를 함께 연결해 공유하는 시스템을 개발하려 시도하는 모습을 보여 왔으며, 정부에 의한 민간인 사찰 등의 사건들이 백일하에 드러나는 일이 발생하기도 하였다. 이런 모습들은 눈에 보이지 않는 곳에서 끊임없이 개인정보를 국가 권력의 행사를 위해 사용하려는 기제들이 존재하고 실제로 그러한 메커니즘이 작동하고 있다는 사실을 뒷받침한다고 할 수 있다.

이광석(2013)은 다음과 같이 전자적 방식을 통한 감시 메커니즘의 역사적 특징과 변화를 정리하고 있다.

<표 8: 전자감시의 역사적 특징과 변화>

	훈육사회(~1980년대 말)	통제사회(~2000년대 말)
주요 인프라	주민등록증 도입 및 전산화 체계, 국가 행정전산망의 구축	국가 초고속망, 전국 공공/사적 네트워크망, 유비쿼터스 네트워크, 광대역통합망의 구축
관련 정책	주민등록전산화(75)와 전산망 보급과 이용 법률의 제정(86), 국가기간 전산망 기본계획(87~93), 민원서비스의 구축(91)	초고속정보통신망 사업 추진(95~05), 정보화촉진기본계획(96~00), 사이버코리아21(99~02), e코리아비전2006(02~06), 브로드밴드 I코리아비전 2007(03~07), IT839 전략(04~), 국가정보화 기본계획(98~02)
인프라 효과	전산화/디지털화	네트워크화
권력 매개 효과	데이터 축적과 검색	로컬(국지적) 정보의 집중과 통합
감시 주요 특징	비가시성, 훈육의 심화와 강화	유동성·편재성·연장·모듈화

출처: (이광석, 2013)

7) 제한적 본인확인제는 시행 과정 속에서 많은 사회적 문제들을 야기했으며 결국 표현의 자유의 보호 등이 문제시되어 2012년 8월 위헌 판결로 폐지되었다.

### 3. 통신자료제공제도에 대한 함의

지금까지 살펴본 바와 같이 역사적으로 개인정보는 국가 권력의 국민에 대한 감시·통제 메커니즘으로서 지속적으로 활용되어 왔다. 군부 정권에서 민간 정부로 변화하는 과정 속에서 국가 권력의 행사가 ‘훈육사회’의 모습을 벗어나 ‘통제사회’의 모습을 띠게 되었지만, 이는 형질의 전환일 뿐 지배양식으로서의 개인정보의 ‘가치’는 변하지 않았다.

전기통신사업법 제83조 제3항을 근거로 한 통신자료제공제도 또한 이러한 기제의 일부라고 보인다. 다만 유동성과 편재성을 띠는 들판즈의 ‘통제사회’적 권력 행사의 모습보다는 푸코의 정적인 ‘규율’의 방식에 가깝다고 할 수 있다. 푸코가 이해한 바와 같이, 이 제도는 전기통신 서비스를 이용하는 사람들이 인지하지 못하는 사이에 정보수사기관이 이용자들의 개인정보를 수집할 수 있도록 하면서 비가시적인 형태로 공권력이 행사될 수 있는 발판을 마련하고 있다.

한편, 팬옵티콘에서와 같이 권력이 피감시자들에게 내면화되는 과정에 대해서는 조금 더 자세히 바라보아야 한다고 생각된다. 통신자료제공제도가 적용되는 상황 속에서 전기통신 서비스 이용자들은 직접 ‘신체’에 닿게 되는 권리의 감시 메커니즘을 내면화한다기보다는 메커니즘의 외적 모습에 따라 새로운 논의를 자극하고 쾌락을 고무하며 개인적 목표달성을 성취하고자 하는 과정 속에서 스스로 권력에 종사하는 모습을 취하는 경향이 강하기 때문이다. 푸코는 이와 같이 권력이 억압적이지만은 않고 때로는 긍정적으로 보이는 효과도 산출한다고 보았으며 이를 ‘생산적(positive)’ 권력이라고 명명했다(윤선희, 1995).

역사적으로 특히 생산적 권력이 강하게 작동한 이유는 각 정부가 개인정보 활용 기술의 발전을 위한 정책들을 시행하며 내세운 명목들과 관련이 있어 보인다. 군부 통치 시대뿐만 아니라 민간 정부는 모두 ‘관료적 효율성’ 혹은 ‘스마트 인프라 기반의 구축’ 등 긍정적인 명분하에 개인정보 수집 기술을 발전시키고 다양한 정책들을 통해 그 기반을 마련해 왔다. 그러나 이러한 긍정적인 명목들은 기술 및 정책 기제의 이면에 존재하는 개인정보의 수집 및 활용, 나아가 그를 통한 국가 권력의 감시·통제의 기제를 감출 수 있도록 기여하였다. ‘스마트’한 국가가 되기 위해 정부가 나서서 관련 민간 산업을 육성해 왔기 때문에 민간에서도 산업 발전과 정책 시행의 부정적 이면이 가려지게 된 것은 당연한 결과다. 이 과정에서 전기통신 서비스 이용자들은 스마트한 기술을 통해 쾌락을 즐기고 스스로를 발전시켜 나가는 등의 긍정적 성취를 취하고자 더욱 더 이용을 늘려나갔고 결국 스스로 국가 권력에 개인정보를 통신자료의 형태로 제공하게 된 것이다. 즉, 사회 환경과 기술의 변화 흐름에 맞추어 제시된 명분이 공적 담론으로 작용하여 개인을 권력에 복속시키고 결국 행동 하나하나가 권력에 의해 제조될 수 있도록 만든 것이다. 푸코는 권력이 이처럼 쾌락을 유도하고 담론을 산출하며 사회 전체를 관통하는 조직망이라 이해했다(김동윤, 2006).

이러한 견지에 따를 때 현행 전기통신사업법 제83조 제3항에 따른 통신자료제공제도는 명백히 불합리적인 국가 권력의 감시·통제 메커니즘의 수단으로 활용되고 있을 여지가 다분하다. 나아가, 실제로 정보수사기관이 법률상 명시적으로 규정된 재판, 수사, 형의 집행의

목적에 따라 필요한 정도보다 국가안전보장의 위해를 방지한다는 불명확한 목적이나 그 이 외의 목적을 위해 사용되고 있다는 점과 함께 고려할 때 해당 법률이 위헌적 소지를 내포하고 있다고 보인다.

#### IV. 결론: 빅데이터의 활용과 감시 권력의 진화

실증적 자료의 활용과 푸코와 들판즈의 권력이론을 통한 법사회학적 관점의 적용을 통해 통신자료제공제도의 남용과 그에 따른 불합리성, 그것의 기반이 되는 전기통신사업법 제83조 제3항의 위헌 소지 여부와 관련하여 포착된 사실들을 다음의 세 가지 사안으로 정리해 볼 수 있다. 첫째, 일부 대규모의 전기통신사업자들이 수사기관의 요청에 따라 통신자료를 제공한 비율이 높다는 점을 미루어 보아 관련 법률의 해석이 해당 사업자들에게는 공권력의 행사에 따라야 하는 의무로 받아들여져 왔다고 판단된다. 둘째, 정보수사기관이 통신자료제공제도를 상당히 많이 활용해 온 점, 대법원과 검찰청, 경찰청에 기록된 사건 발생 건수로 유추된 각각의 해당 연도에의 통신자료 취득의 필요 정도와 실제 취득 정도를 비교해 보았을 때 후자가 지나치게 과다하다는 점을 통해 통신자료제공제도가 실질적으로 남용되어 왔다고 생각된다. 제도의 기반에 있는 법률의 목적이 명확성의 원칙을 따르지 않는다는 것 또한 제도가 남용되고 있을 가능성을 증폭시키는 데에 기여한다. 마지막으로, 푸코와 들판즈의 사유를 적용하여 개인정보가 국가 권력에 의해 이용되어 온 과정을 살펴볼 때 역사적으로 국가 권력은 국민에 대한 감시·통제 메커니즘의 수단 혹은 지배양식으로써 개인정보를 활용해 왔으며 사회 발전이라는 긍정적인 명분으로 그러한 메커니즘의 작동을 감춤으로써 푸코나 들판즈가 이야기하듯 권력을 비가시화 하였다. 결과적으로 국민 개인들은 자신의 바로 옆까지 침투해 온 권력의 손아귀에 불잡히게 되었고 인지하지 못하는 새에 그러한 권력을 내면화, 스스로 복속하는 데에까지 이르게 되었다.

항상 기억해야 할 점은 기술의 발전은 언제나 법을 앞지르지만 사회와 기술의 변화에 따른 새로운 법의 탄생은 매번 한 걸음 늦은 속도로 일어난다는 것이다. ‘훈육사회’의 권력 메커니즘이 작동할 수 있도록 기여하는 법률과 제도가 남용되고 있는 가운데 이명박 정부, 박근혜 정부의 출범을 지나며 우리 사회에서는 또 다른 새로운 특성의 권리 메커니즘이 작동하기 시작한 것으로 보인다. 이는 이명박 정부의 말기부터 시작된 ‘빅데이터’ 정책의 기초에 따른 것으로, 정교하면서도 편재적인 ‘통제사회’에서의 권력과 비교했을 때 더욱 비정형적인 형태의 감시 권력을 탄생시키고 있다는 것이 특징이다(이광석, 2013). 이제는 지금까지 논의의 대상이었던 성명, 주민등록번호 등의 정형적인 개인정보를 뛰어넘어 소셜웹(Social Web) 등에서 취득될 수 있는 무수히 많은 이용자들의 비정형 데이터를 빅데이터 기술로 모두 수집, 저장하고 새로운 정보를 추출해 메타데이터까지 산출해낼 수 있다. 이로써 국민들에 대한 정보를 활용한 국가 권력의 감시·통제 메커니즘은 더욱 더 다양한 형태로, 다채로운 영역에까지 영향력을 미칠 수 있게 되어가고 있다.

따라서 감시 권력의 빠른 변화를 직면하며 수동적으로 혹은 ‘권력에 의해 형성된 주체성’을 기반으로 감시 메커니즘 속에 갇히지 않기 위해 국민적 노력이 절실히 요청된다. 그中最 가장 먼저 시도될 수 있는 것은 기존에 국가 권력의 지배양식을 정당화 및 확산시킨 각종 법률과 제도의 문제점을 고치는 일일 것이다. 이러한 견지에서 통신자료제공제도의 바탕에 있는 전기통신사업법 제83조 제3항의 불합리성이 빠르게 검토되어 이것이 국가 권력의 감시·통제·규율메커니즘을 작동시키는 데에 더 이상 기여하지 못하도록 법률과 제도, 권력 사이의 끈을 끊어야 할 필요성을 느낀다.

## 참고 문헌

### 논문 및 단행본

김동윤. 2006. “정보테크놀로지, 전자감시, 그리고 프라이버시 위기 – 푸코와 루크스의 권력개념을 중심으로”. 『사이버커뮤니케이션 학보』 18. pp. 43–68.

김소리·이수진·임효준. 2013. “통신자료제공제도(전기통신사업법 제83조 제3항)의 문제점과 개선방안 – ISP에 대한 수사기관의 통신자료제공 요청과 이용자의 정보 보호를 중심으로”. 『공익과 인권』 통권 제13호. pp. 153–206.

양현아. 2002. “호주제도 위헌소송에 관한 법사회학적 고찰: ‘가족’의 변화를 중심으로”. 『한국사회학』 제36집 5호.

윤선희. 1995. “정보화 사회의 권리와 커뮤니케이션: 한국의 컴퓨터 통신망 정책의 담론 분석”. 『언론과 사회』 통권 제8호, 162.

이광석. 2012. “스마트시대 통치 성격 변화와 미디어 공공성 실천”. 미디어공공성포럼 워크숍. 『한국사회와 미디어공공성』 . pp. 462–488.

이광석. 2013. “지배양식의 국면 변화와 빅데이터 감시의 형성”. 『사이버커뮤니케이션 학보』 30(2). pp. 191–231.

이명종. 2007. “일제말기 조선인 징병을 위한 기류(寄留)제도의 시행 및 호적조사”. 『사회와 역사』 74. pp.82–83.

Foucault, M. [1976]1990. *The history of sexuality: An introduction*. New York: Vintage Books.

Foucault, M. 1988. Power & Sex, In Lawrence D. Kritzman(Ed.). *Politics, Philosophy, Culture: Interview and Other Writing 1977–1984*. New York: Routledge, 118

### 인터넷 기사

박경신. “‘회피 연아’ 이후에도 변함없는 대한민국”. 오마이뉴스, 15.11.23.[http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A000216260](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A000216260) 4

### 법률 및 판례

서울고등법원 2012. 10. 18. 선고 2011나19012 판결  
전기통신사업법  
통신비밀보호법

현법재판소 2012. 8. 23. 선고 2010현마439 판결

### 기타 자료

네이버 개인정보보호 리포트. [privacy.naver.com](http://privacy.naver.com).

다음카카오 투명성 보고서. [privacy.kakaocorp.com](http://privacy.kakaocorp.com).

미래창조과학부 보도자료. [www.msip.go.kr](http://www.msip.go.kr).

방송통신위원회 보도자료. [www.kcc.go.kr](http://www.kcc.go.kr).

사법연감 통계시스템. [judicial.crimestats.or.kr](http://judicial.crimestats.or.kr).

사이버경찰청 경찰범죄통계. [www.police.go.kr](http://www.police.go.kr).

유엔 시민적 정치적 권리규약 위원회(UN Human Rights Committee) 제3226차 회의 (CCPR/C/SR.3226) 보고서

e-나라지표. [www.index.go.kr](http://www.index.go.kr).

# 폰트 저작권 행사의 남용에 대한 법적 문제점 및 대안

The legal issues surrounding the abuse of the font copyrights

최자유, 한희정

연세대학교 법학전문대학원

## 요약

최근 폰트 저작권들이 웹이나 오프라인에서 무단으로 이용되는 폰트를 문제 삼아 형사합의금이나 고가의 패키지를 구매할 것을 요구하는 일이 증가하고 있다. 폰트가 ‘프로그램’으로서 저작권을 보호받는다는 것이 한국의 판례이자 국제적인 추세이지만, 폰트가 예술적인 특성보다는 실용적이고 기능적인 특성을 가진 저작물임을 고려할 때 저작권자의 권리가 남용되어서는 안 될 것이다. 그럼에도 불구하고 약관에 명확하게 나와 있지 않은 폰트의 사용범위를 문제 삼아 형사합의금을 요구하거나, 하나의 낱개 폰트의 저작권을 침해하였을 뿐인 이용자에게 고가의 폰트 패키지 구매를 강요하는 등의 일이 계속하여 발생하고 있다. 심지어는 저작권을 침해한 사례가 아닌 경우에까지도 고소할 것임을 언명하여 합의금을 요구하는 사례 또한 발생하고 있다.

본고에서는 이와 같은 폰트 저작권자의 대응방식을 분석해보고 그에 따른 법적 문제점을 고찰해보고자 하였다. 특히 약관에 해당하는 저작권 사용계약서에 대한 명시·설명의무가 제대로 이행되지 않았으면 저작권자는 해당 내용을 약관의 내용으로 주장하지 못한다. 또한 약관이 유효하게 체결되었다고 하더라도 저작권의 ‘본래적 이용’에 해당하지 않는 경우는 단순한 계약위반에 불과하며 저작권법으로 의율되지는 않을 것이다. 합의를 종용하는 과정에서는 공정거래법상 불공정거래행위의 한 유형인 거래강제 중 끼워팔기에 해당한다고 볼 여지가 있으며, 형사적으로 공갈죄 및 사기죄에 해당될 수 있다. 만약 폰트 이용자가 저작권을 침해하지 않았음에도 불구하고 이에 대하여 저작권 침해를 주장하여 합의금을 수령한 경우 폰트 저작권자에게 부당이득 반환의 의무가 인정될 것이다.

폰트를 제작하는 데에는 많은 노력이 필요하며 이러한 노력을 저작권법상으로 보호하는 것은 당연하다. 그러나 저작권법은 저작권자의 권리를 보호하고자 하는 것만은 아니고 저작물의 공정한 이용을 도모함으로써 문화산업을 발전시키는 것에도 그 목적이 있다. 또한 폰트 저작권이 실용적이고 기능적인 특성을 강하게 가진 저

작물임을 고려할 때 현재와 같은 폰트 저작권자의 권리 남용은 지양되어야 할 것이다.

국문 핵심어: 저작권, 폰트, 폰트 도안, 폰트 프로그램, 권리남용, 약관규제법

## Abstract

Recently, It has been increased that the owner of the font copyrights require the assumed-pirate pay criminal settlement and purchase a expensive total font package. Although It has been generally accepted that the font program could be protected under the copyright law, the misuse of copyrights' rights should not be permitted when considering the features of the font which consists of pragmatic and functional features rather than artistic features. Regardless of these characteristics, more and more owner of the copyrights demand the assumed-pirate pay criminal settlements and purchase total expensive font package based on vague terms. Even more, the owners sometimes threatening to sue the assumed-pirate even when assumed-pirate did not infringe the copyright.

In this themes, we tried to analyze the ways of reaction by the owner of the font copyrights and consider the legal issues regarding this phenomenon. Especially, when the crucial elements of the copyright contracts (which is ‘terms’) were not clearly stated and explained, the owner of the copyrights could not argue these parts as the contents of the contracts (that means that parts of the terms will be considered invalid). In addition, even the terms were valid, when the assumed-infringement is not related with the ‘fundamental usage of the copyrights’, the copyrights act could not be applied in that case. During the process of reaching the compromise, the acts of the copyrights and agent law-firms who requires the assumed-pirate purchase total package might also be considered unfair-trade (specifically, tying) according to the fair-trade act. In the criminal law system, this could be considered blackmail, and fraud. If the assumed-pirate had not violated the copyright and the owner of the copyright received the criminal settlements by threatening to sue him/her, the criminal settlements should be returned because it is a unjust enrichment.

It is without doubt that creating the font takes lots of time and energy, and this effort should be protected under the copyright law. However, the copyrights acts not only aims to protect the owner of the copyrights' rights but also to ensure the fair-usage of the copyright works, all of which ultimately aims to develop the cultural industries. Not only that, when considering the font copyright has pragmatic and

functional features, the font copyrights' misuse of their rights should be restricted.

Key words: Copyright, Font, Typeface, Abuse of rights, Act on regulation of terms and conditions

## I. 서론

최근 폰트 저작권자들이 웹이나 오프라인에서 무단으로 이용되는 폰트를 문제 삼아 합의금 등을 요구하는 사례가 증가하고 있다. 이에 대하여 폰트 개발자의 저작권 행사는 당연한 것이며 폰트 사용자들이 폰트 저작권에 대한 정확한 인식을 가져야 한다는 주장이 있는 한편, 폰트 개발자들의 저작권 행사가 비합리적으로 과도하다는 목소리도 높다. 실제로 한국 저작권위원회에 따르면 2010년부터 2014년 7월까지 폰트 저작권 관련 상담이 총 3천867 건 접수되었는데, 그 중 합의를 명목으로 저작권 침해 정도에 비해 과도한 금액을 요구하거나 고가의 폰트 패키지 상품의 구매를 강요하는 내용이 대부분이었다.<sup>1)</sup>

문제는 인터넷에서 폰트가 불법으로 공유되는 경우가 늘어나면서 실제로 폰트 개발자의 저작권을 침해하는 사례도 증가하고 있으나, 현행 법제상 저작권 침해가 아닌 사안에 대해서 저작권 침해를 주장하며 합의금 등을 요구하는 사례 또한 발생하고 있다는 것이다. 본고에서는 폰트의 저작물성에 대한 논의를 통하여 폰트 저작권에 대한 분쟁 사례를 분석하는 한편, 해당 사례에서 폰트 저작권자의 주장이 현행법상 어떠한 문제점을 가지는지 살펴보고자 한다. 이에 더하여 해외의 사례와 함께 현행법제의 한계 및 개선방향을 제언하고자 한다.

## II. 폰트의 저작물성에 대한 논의

### 1. ‘폰트 도안’과 ‘폰트 프로그램’

일종의 이미지로서의 폰트는 오래전부터 존재하여왔지만 폰트가 컴퓨터에 흡수되어 프로그램으로서 기능하게 된 것은 비교적 최근의 일이다. 이와 관련하여 폰트 저작권을 살펴보기에 앞서 이미지로서의 폰트인 ‘폰트 도안’과 컴퓨터에 흡수된 파일인 ‘폰트 프로그램’을 구별하는 것이 중요하다.

폰트의 개념은 ‘폰트 도안’과 ‘폰트 프로그램’의 개념으로 나누어 보아야 한다. 폰트 도안 이란 일반적으로 동일한 스타일의 크기와 모양을 갖춘 글꼴 한 벌 전체를 의미하며, 서체·

1) [http://www.yonhapmida.com/article/160504182416\\_286675](http://www.yonhapmida.com/article/160504182416_286675) (방문일자: 2016.8.24.)

글자체·글꼴 등으로 표현하기도 한다. 폰트 프로그램이란 컴퓨터나 프린터 등의 기기에서 글자를 나타내기 위한 목적으로 폰트 도안을 디지털화하여 화면에 표시·출력할 수 있도록 하는 전자적인 데이터 파일을 의미한다.<sup>2)</sup> 예를 들어 “.ttf”, “.oft” 파일 등을 말한다.

### 2. 한국의 학설 및 판례

#### (1) ‘폰트 도안’의 저작물성에 대한 학설의 태도

‘폰트 도안’의 저작물성에 대하여 학설은 긍정설과 부정설로 나뉜다. 폰트 도안의 저작물성에 대하여 긍정하는 긍정설은 폰트 도안이 문자와 달리 실용적 기능뿐만 아니라 심미적 기능을 가지고 있는 데에 주목한다. 또한 긍정설은 폰트 도안이 실용성이 있다고 하여 응용미술로서의 저작물성을 부정할 사유는 되지 못한다고 주장한다.<sup>3)</sup>

한편 부정설은 폰트 도안이 심미적 기능보다는 실용적 기능에 주안점을 두고 있으며, 실용적 기능에서 미적 요소만을 분리할 수 없다고 주장한다. 또한 저작권법의 규정 내용을 살펴보면 실제로 폰트 도안에 대하여 적용하기 곤란하거나 그대로 적용할 경우 부당한 결과를 가져올 것이 예상되는 규정이 다수 있는 것으로 보인다는 것도 부정설의 논거 중 하나이다.<sup>4)</sup>

#### (2) 판례의 태도

판례는 ‘폰트 도안’의 저작물성을 부정하는 한편, ‘폰트 프로그램’의 저작물성은 긍정하는 태도를 보인다. 대법원은 폰트 도안에 대하여 “이 사건 서체도안과 같이 실용적인 기능을 주된 목적으로 하여 창작된 응용미술작품은 거기에 미적인 요소가 가미되어 있다고 하더라도 그 자체가 실용적인 기능과 별도로 하나의 독립적인 예술적 특성이나 가치를 가지고 있어서 예술의 범위에 속하는 창작물에 해당하는 경우에만 저작물로서 보호된다고 해석되는 점 등에 비추어 볼 때 우리 저작권법의 해석상으로는 이 사건 서체도안은 신청서 및 제출된 물품 자체에 의한 심사만으로도 저작권법에 의한 보호 대상인 저작물에는 해당하지 아니함이 명백하다고 할 것이다.”<sup>5)</sup>라고 밝힌 바 있다.

또한 대법원은 폰트 프로그램을 구 컴퓨터프로그램보호법상의 컴퓨터프로그램에 해당한다고 명시하였다. 구 컴퓨터 프로그램보호법은 컴퓨터프로그램을 저작물로 인정하여 창작자의 권리를 보호하고자 하였던 법이었으나 2009년 4월 22일 개정된 저작권법에 흡수되었다. 현행 저작권법 제2조 제16호는 “컴퓨터프로그램저작물이란 특정한 결과를 얻기 위하여 컴퓨터

2) 한국저작권위원회 보도자료, 「폰트 저작권 제대로 알고 이용하기」, 2016, 1면.

3) 한승현, 정보화시대의 저작권(3訂版), 나남출판, 1996, 282면

4) 이해완, 「컴퓨터 글꼴 파일의 법적 보호에 관한 소고」, 정보법학회 발표논문, 1999.9., 10면. 또한 이러한 논거는 서울고법 1994. 4. 6. 선고 93구25075 판결에서 폰트 도안의 저작물성을 부정하는 논거 중 하나로 활용되기도 하였다.

5) 대법 1996. 8. 23. 선고 94누5632 판결

터 등 정보처리능력을 가진 장치인 컴퓨터 내에서 직접 또는 간접적으로 사용되는 일련의 지시·명령으로 표현된 창작물”이라고 정의하고 있는데, 이는 구 컴퓨터프로그램보호법 제2조 제1호와 동일하다. 대법원은 “컴퓨터 내에 저장되어 있는 폰트는 그것이 비록 다른 응용프로그램의 도움 없이 바로 실행되지 못한다고 하더라도, 컴퓨터 내에서 특정한 모양의 서체의 윤곽선을 크기, 장평, 굵기, 기울기 등을 조절하여 반복적이고 편리하게 출력하도록 특정한 결과를 얻기 위하여 프로그래밍 언어의 일종인 포스트스크립트(PostScript) 언어로 제작된 표현물이고, 서체파일 제작 프로그램에서 마우스의 조작으로 서체의 모양을 가감하거나 수정하여 좌표값을 지정하고 이를 이동하거나 연결하여 저장함으로써, 제작자가 특정한 결과를 얻기 위하여 스스로의 알고리즘(algorithm)에 따라 프로그래밍 언어로 직접 코드를 작성하는 보통의 프로그램 제작과정과는 다르다 하여도 포스트스크립트 언어로 작성되어 사람에게 이해될 수 있고 그 내용도 좌표값과 좌표값을 연결하는 일련의 지시, 명령으로 이루어져 있으므로, 컴퓨터프로그램에 해당한다.”<sup>6)</sup>고 밝히면서 폰트 프로그램을 저작물로서 인정하였다.

### 3. 폰트 저작권과 관련한 외국의 법제

#### (1) 미국

미국은 한국과 마찬가지로 폰트 도안(“Typeface”)과 폰트 프로그램(“Font”)을 구분하여 폰트 프로그램의 경우만 저작권으로 보호한다. Eltra Corp. v. Ringer 사건에서 처음으로 폰트 도안은 창작적 요소(creative element)보다 실용적 목적(utilitarian objects)에 중점을 두었으므로 저작권법의 보호대상이 될 수 없다고 밝혔으며 1988년 미국 저작권 사무소(US Copyright office)가 발표한 리포트도 이를 명확히 하였다.<sup>7)</sup>

한편 1992년 미국 저작권 사무소는 소프트웨어로서 보호될 수 있는 최근의 폰트는 저작권으로 보호될 수 있는 대상에 포함된다고 밝혔다. 이는 Adobe Systems, Inc. v. Southern Software, Inc 사건에서도 드러나는데, 법원은 동일한 기호를 만들어 내는 여러 가지 방법이 있기 때문에 서체를 구현하는 프로그램을 제작하는 과정에 창작성이 없다고 할 수 없다고 판시하였다.<sup>8)</sup>

#### (2) 프랑스

6) 대법 2001. 6. 29. 선고 99다23246 판결. 대법원 2001.5.15. 선고 98도732 판결에서도 “서체파일 제작 과정에 있어 글자의 윤곽선을 수정하거나 제작하기 위한 제어점들의 좌표 값과 그 지시·명령어를 선택하는 것에 제작자의 창의적 개성이 표현되어 있으므로 그 창작성도 인정된다.”고 밝힌 바 있다.

7) US Copyright Office Announcement, 「Policy Decision on Copyrightability of Digitized Typefaces」, 1988, 1면.

8) 박경신, 「아래 한글 프로그램에 포함된 서체 파일의 이용과 저작권 침해」, 저작권 동향, 2015-11호, 5면.

프랑스는 1985년 저작권법을 개정하여 폰트 도안(Typeface)을 저작물의 하나로 명시하는 규정을 두었다. 폰트 도안이 저작권법에 의한 보호를 받기 위해서는 ‘창작성’이라는 요건이 필요한데, 폰트 도안의 경우 다른 저작물에 비하여 그 요건을 엄격하게 심사하고 있다.<sup>9)</sup>

#### (3) 일본

일본의 판례는 한국과 마찬가지로 폰트 도안이 심미적 기능보다는 정보를 교환한다는 실용적 목적에 중점을 두고 있다고 보면서 폰트 도안의 저작물성을 부정한다. 작품을 순수한 예술작품과 예술적 가치가 있으나 실용적, 효용적인 기능을 함께 가진 작품으로 나누어 후자의 경우 예술적 창작성(artistic craftsmanship)이 없는 경우 저작권법으로 보호하지 않는 것이다.<sup>10)</sup> 예술적 창작성을 기준으로 한 분리가능성 이론과 상통하는 것처럼 보이는데, 폰트 도안은 예술적 창작성을 갖추고 있지 않다고 본 것이다.

#### (4) 중국

중국 저작권법에는 응용미술작품의 규정이 존재하지 않는다. 따라서 실용적 기능과 예술적 요소가 분리되어야 한다는 분리가능성 이론이 적용되지 않기 때문에 폰트 도안이 저작물로 인정될 수 있다는 것이 다수설이다. 또한 중국 현행 저작권법에는 어느 정도의 예술성을 구비하여야만 저작물이 된다는 규정이 없으므로 다른 미술 저작물에 대하여 폰트 도안이 낮은 예술성을 가지고 있다하더라도 저작물로 인정될 수 있다.<sup>11)</sup> 표유(샴푸회사) 사건에서 1심 법원은 “치엔티 폰트는 심미적 의의가 있는 글자체의 집합으로서 일정한 독창성을 띠고 미술작품의 특성에도 부합하므로 저작권법의 보호를 받아야 한다.”라고 판결한 바도 있다.<sup>12)</sup>

### 4. 소결

폰트 프로그램에 대해서 저작권이 인정되는 것이 한국 판례의 태도이자 국제적인 추세이지만 미국, 프랑스, 일본의 사례에서도 볼 수 있듯이 폰트 프로그램은 예술적인 특성보다는 실용적·기능적인 특성이 강하다. 미국에서는 이와 같이 창작성이 적은 저작물에 대한 권리를 일반적인 저작권과 구별하여 “Thin copyright”이라고 부른다. 또한 이러한 저작물에 대해서는 복제 수준의 침해(virtually identical copying)에 대해서만 저작권을 인정한다는 판례도 다수 존재한다.<sup>13)</sup> 저작권이 사후 70년 동안 보호되는<sup>14)</sup> 강력한 권리인 것에 비추어볼 때,

9) 이해완, 앞의 글, 8면.

10) Dennis S. Karjala, 「Fundamental Concepts in Japanese and American Copyright Law」, The American Journal of Comparative Law 36 (4), 625면.

11) 황선영, 「중국저작권법의 글자체보호에 관한 법적 고찰」, 중국법연구 제20집(2013), 301면.

12) 张玲외 1인, 「字库单字著作权保护的实证考察及反思」, 동북아법연구, 제7권 제2호(2013.9.), 22면.

폰트와 같이 실용적·기능적인 특성이 강한 저작물의 경우 저작권의 행사가 남용되어서는 안 될 것이다.

### III. 폰트 저작권 침해에 대한 저작권자의 대응

#### 1. 저작권 침해를 주장하기 위하여 필요한 입증의 내용

전술한 바와 같이 저작권법에 의하여 보호되는 것은 ‘폰트’ 자체가 아니라 ‘폰트 프로그램’이다. 따라서 폰트 프로그램 파일의 저작권자가 프로그램 파일의 무단사용에 대하여 저작권법 제136조 제1항 제1호<sup>13)</sup>에 따른 형사적 책임을 묻기 위해서는 (i) 해당 폰트 프로그램 파일이 정식의 사용권 계약 없이 무단으로 설치된 것에 대한 입증, (ii) 해당 서체 파일이 자신이 저작권을 가진 폰트 프로그램 파일과 실질적으로 동일하다는 것이라는 입증, (iii) 침해자의 고의 또는 과실을 모두 입증하여야 한다.

이러한 입증이 모두 갖추어져야 비로소 폰트 저작권 침해에 해당함에도 불구하고 많은 경우 폰트 저작권자는 입증이 어렵다는 이유로 실제로 폰트 프로그램 파일이 불법적으로 설치되었는지, 법적으로 저작권 침해에 해당하는지를 검토하지 않은 채 이용자의 불법적인 저작권 침해를 주장한다. 또한 이용계약을 체결하면서 그 범위를 명확하게 규정하지 않아 이용자들의 혼란을 유발하기도 한다. 다음에서는 폰트 저작권자 및 법무법인이 저작권 침해에 대응하는 방식을 살펴보면서 그 과정에서 발생할 수 있는 문제점들에 대하여 살펴볼 것이다.

#### 2. 폰트 저작권 침해에 대한 대응의 형태

폰트 저작권 침해에 대한 대응은 (i) 전방위적인 개인 블로그, 기업 사이트, 교육기관 등에 대한 감시, (ii) 의심되는 사례에 대하여 해당 블로그나 사이트의 운영자, 교육기관의 장에 대하여 고소·고발조치 할 것임을 언명하며 합의를 종용, (iii) 합의를 통하여 합의금과 고가 폐기지 전부에 대한 구입비용 등을 수령하는 형태로 이루어진다. 때에 따라서는 (iv) 모호한 약관을 근거로 계약위반에 불과하다 볼 수 있는 사안에 대하여 형사상 문제가 있다고 언급한 후 합의를 종용하기도 한다.

13) Shyamkrishna Balganesh, 「The Normativity of Copying in Copyright Law」, Duke Law Journal, Volume 62(2012), 223면.

14) 저작권법 제39조(보호기간의 원칙) ① 저작재산권은 이 관에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 저작자가 생존하는 동안과 사망한 후 70년간 존속한다.

15) 저작권법 제136조(별칙) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과할 수 있다. 1. 저작재산권, 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 재산적 권리(제93조에 따른 권리는 제외한다)를 복제, 공연, 공중송신, 전시, 배포, 대여, 2차적 저작물 작성의 방법으로 침해한 자)

(1) 폰트 침해에 대한 개인 블로그, 기업 사이트들에 대한 전방위적인 감시

폰트 저작권자와 법무법인은 이러한 업체의 사이트나 개인 블로그에 접속하여 전방위적으로 폰트 사용 사례가 있는지에 대하여 감시하고, 무료로 배포된 폰트의 경우 사용범위를 넘어서 사용되었는지를 감시한다. 초·중·고등학교에서는 운동회 등 행사 안내문, 가정통신문이나 교실에 부착된 학급 공지사항 등의 자료를 채증하는 방식까지 사용하여 폰트 사용을 감시한다. 그 과정에서 폰트의 사용 사례가 있으면 내용증명을 보내는 방식을 취한다.

이로 인하여 폰트 관련 분쟁은 점차 증가하고 있는데, 2012년 한양대학교, 건국대학교 등 4개 대학 분쟁이 있었던 데 이어 2015년에는 인천지역의 300여 개의 초·중·고등학교가 ‘윤서체’ 폰트를 불법적으로 다운로드하여 가정통신문 등에 사용하였다는 이유로 저작권법 위반을 이유로 한 고소 고지 및 합의 종용을 받기도 하였다.<sup>16)</sup> 또한 2013년 말에는 폰트 개발업체와 법무법인이 전자책 사업자들이 자신들의 폰트를 무단으로 사용하였다며 고소한 바 있다.<sup>17)</sup>

(2) 폰트 저작권 침해 의심자에 대하여 법적 조치를 취할 것임을 언명

폰트 프로그램의 저작권을 침해한 경우, 저작권법 제136조에 의하여 ‘5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금형’을 선고받아 형사책임을 지게 될 수 있는데, 폰트 개발업체와 법무법인은 위에서 언급한 방식 등을 통하여 ‘폰트 부정사용 의심’ 사례를 찾아낸 후 내용증명의 방식으로 고소 조치를 취할 것임을 통지한다. 그러나 실제로 정품을 구매하여 사용하고 있는 경우에도 부정한 사용이 아님을 증명하도록 촉구하는 내용증명을 보내기도 한다. 내용증명은 단지 ‘특정 내용으로 특정인이 통지를 발송하였다’는 내용에 대해 우체국이 공인하는 것에 불과하고, 그 기재내용의 진실성까지 보장하는 것은 아니기 때문이다.<sup>18)</sup> 즉, 저작권법 침해로 고소하겠다는 통지가 내용증명으로 발송 된 경우라도 저작권법 침해라는 기재내용이 반드시 진실한 것은 아니라는 것이다.

다음의 사례들은 폰트 저작권 침해에 해당하지 않는 사례임에도 불구하고 폰트 저작권자측에서 저작권 침해를 주장한 사례들이다.

16) [http://mbn.mk.co.kr/pages/news/newsView.php?category=mbn00009&news\\_seq\\_no=2718415](http://mbn.mk.co.kr/pages/news/newsView.php?category=mbn00009&news_seq_no=2718415)  
(방문일자: 2016.8.24.)

17) <http://www.etnews.com/201312240434> (방문일자: 2016.8.24.)

18) 우편법 제15조(선택적 우편역무의 제공) ③선택적 우편역무의 종류와 그 이용조건은 미래창조과학부령으로 정한다.

우편법 시행규칙 제25조 제1항 4. 증명취급 가. 내용증명: 등기취급을 전제로 우체국창구 또는 정보통신망을 통하여 발송인이 수취인에게 어떤 내용의 문서를 언제 발송하였다는 사실을 우체국이 증명하는 특수취급제도

제 목	글꼴폰트 라이센스에 대해서				
상담번호	100006754830	신청일	2016.03.21	작성자	민원인
약 5년전 개업을 하면서 외부업체에 간판을 제작의뢰해서 설치했습니다. 최근 임대미디어의 위임을 받은 소프타임 이란 회사에서 자사에서 개발한 양재난초체를 무단으로 사용했다면서 고소 문건하면서 77만원에 라이센스를 구매하라는 요구를 해왔습니다. 또한 제작한 간판업체는 컴퓨터상의 글꼴을 사용하여 제작한 것이라 책임이 없다고 주장합니다.					

모든 글꼴이 라이센스로 보호를 받는 것인지 또한 이를 제작업체로 부터 구입한 것도 라이센스 권리침해인지 궁금합니다. 개발업체의 주장대로 라이센스 권리의 침해라 한다면 그 폰트를 사용하여 영업을 한 간판업체에 책임을 물어야 이를 구입한 최종소비자가 제작비 미외에 라이센스 사용료까지 부담해야 하는지 알 수 없습니다. 지적재산권에 대한 명쾌한 해석을 기대합니다.

그림 119) 외주 결과물에 저작권 침해 문제가 발생한다면 외주 제작자에게만 책임이 있으며, 외주 결과물인 도안만을 이용한 도급인에게는 책임이 발생하지 않는다.

**폰트저작권 관련 문의입니다. 50**

비공개 | 질문 54건 질문마감률 83.7% | 2015.03.26, 12:21 | 답변 1

Q 사건은 미려합니다.

A(고객) / B(회사) / C(폰트업체)

A가 B에게 유료폰트 img를 줬습니다. (폰트파일이 아닌 이미지 파일or 일러스트파일입니다.) B는 그대로 자수를 새깁니다. 그리고 B는 A에게 상품을 전달해줍니다.

C에서 B에게 "의뢰인"의 폰트 "프로그램"을 보유하셔야만 표기 가능한 프로그램이 사용된 바라고 말하며 고소를 하겠다고 합니다.

그런데 B가 폰트를 보유하고 있는것도 아니고, 폰트를 받은것도 아닙니다.  
img화 된건 그래도 본뜨거나, 일러스트 파일로 윤곽선으로 받은겁니다.

이럴때, 정말 어쩔 수 없이 폰트를 구매해야되나요? 사용하지도 않는 폰트입니다.

그림 220) 폰트 이미지 자체에 대하여는 저작권이 인정되지 않는데, 폰트 개발업체와 그의 위임을 받은 법무법인 등은 '폰트 이미지 자체'에 대하여도 고소를 하겠다고 언명하며 합의금 장사를 시도하기도 한다.

이와 같이 실질적으로 폰트 저작권을 침해하지 아니하였는데도 이에 대해 고소를 언명하는 것은 형법상 사기죄의 문제가 논의될 수도 있고, 이를 통하여 받은 합의금의 경우 민법상 부당이득이 될 여지가 있다. 이에 대해서는 후술한다.

19) <http://www.klac.or.kr/content/view.do?code=19&vc=939129> (방문일자: 2016.8.24.)

20) [http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?d1Id=6&dirId=60205&docId=221467072&qb=7Y+w7Yq47K\\_C](http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?d1Id=6&dirId=60205&docId=221467072&qb=7Y+w7Yq47K_C)  
(방문일자: 2016.8.24.)

### (3) 고가의 합의금을 수령하는 행태

폰트 개발업체의 위임을 받은 법무법인은 무차별적으로 폰트 저작권 위반 사례를 단속하거나 저작권 위반 사례가 아님에도 저작권 위반으로 고소할 것을 언명하여 전체 패키지를 구입할 것을 촉구하고 있다. 이는 저작권법상의 권리를 자신들의 정당한 권리행사의 수단으로 사용하는 것이 아니라 '합의금 장사'의 수단으로 사용하는 셈이다.

2012년 대학들과의 저작권 분쟁에 있어서 폰트 개발업체들은 대학에서 보유중인 컴퓨터 1대 당 100만 원 가량을 지급받았으며, 2013년 전자책 업체들 사건에서 전자책 사업자들에게 각 300만원에 합의하였다. 2015년 말 인천 초·중·고등학교 사례에서 법무법인은 각 학교 당 275만원에 폰트 글자체를 구입할 것을 권유하기도 하였다. 이는 실제로 사용한 서체 폰트의 양이나 종류 등을 불문하고 전체 패키지에 대한 구매를 요구한 것으로 공정거래법상 불공정거래행위나 형법상 공갈죄 등의 문제가 발생할 여지도 있는 것이다.

### (4) 모호한 약관을 근거로 저작권 침해를 주장하는 경우

근자에 들어 개발자들이 무료로 폰트를 배포하는 경우가 늘어나고 있다. 이러한 폰트의 배포에 있어서 사용자들은 '무료' 폰트이기 때문에 사용에 별 다른 제약이 없다고 생각하고 다운로드를 받아 개인 블로그나 기업의 사이트에 무심코 사용하는 경우가 많다.

무료로 배포된 폰트라도 약관에 규정된 범위를 넘어선 사용은 법적 문제가 발생할 수 있다. 일반적으로 개인에 비하여 기업이 사용주체일 때, 비영리적 목적에 비하여 영리적 목적으로 사용할 때에 라이센스 비용이 증가한다. 이렇게 각 폰트에 따라 사용할 수 있는 범위가 다양하게 정해져 있는데, 이에 대하여 일반 사용자들이 쉽게 인식하기는 어려운 것이 현실이다. 특히 워드 프로세서 등에 번들로 포함된 폰트를 약관에 규정된 범위를 넘어 사용하는 경우가 많다. 프로그램을 구입할 당시에는 번들로 포함된 폰트에 관련한 저작권 문제가 명시적으로 고지되지 아니하였기에 정품 프로그램을 구매함으로써 모든 권리를 취득하였다고 판단한 개인이나 기업에 대하여 일종의 '합정'이 될 수 있는 것이다. 이에 대해서 약관규제법상 해당 약관의 효력이 문제될 수 있다.

## IV. 폰트 저작권자의 대응에 대한 법적 문제점

### 1. 약관규제법상의 문제

#### (1) 저작권법 위반의 전제조건: 사용계약서가 약관규제법상 유효한가?

컴퓨터프로그램을 설치하는 경우 일반적으로 ‘계약조건’에 동의를 하여야 한다. 이러한 계약조건을 ‘약관’이라 하는데 약관은 그 명칭이나 형태 또는 범위에 상관없이 계약의 한쪽 당사자가 ‘여러 명의 상대방’과 계약을 체결하기 위하여 일정한 형식으로 ‘미리’ 마련한 계약을 말한다.<sup>21)</sup> 약관의 경우 계약의 자유를 제한하거나 공정한 거래를 침해할 수 있기에 일정한 법적 규제를 가하고 있다. 그러한 내용을 규율하는 법이 약관의 규제에 관한 법률(이하 ‘약관규제법’)이다. 약관을 전체로서 계약내용에 편입한다는 포괄적 합의가 있을 때 계약이 되며 계약으로서 구속력을 가지게 된다.<sup>22)</sup>

한편 폰트를 사용하는 과정에서 워드프로세서에 내장된 폰트를 사용하다가 본의 아니게 저작권 침해를 하게 되는 경우가 적지 않은데, 이는 해당 워드프로세서 내에 타 개발자가 개발한 폰트가 번들 형태로 삽입되어 있기 때문이다. 이러한 부분에 대하여 약관의 일종인 프로그램 사용계약서에 명확하게 고지가 되어 있지 않은 경우, 프로그램을 정당하게 구매한 이용자가 폰트에 대한 권리까지도 자유롭게 사용할 수 있다고 착각하게 되는 경우가 많다.

약관규제법은 사업자의 우월한 지위에 의한 거래질서의 불균형 등을 방지하기 위한 입법 취지로 제정된 것이므로 법 제3조 제2항 및 제3항에 따라 사업자에게 명시·설명의무가 인정된다. 특히 제3조 제3항의 ‘중요한 내용’은 당해 고객의 이해관계에 중요한 영향을 미치는 것으로, 사회통념상 당해 사항을 알았는지가 계약의 체결에 영향을 미칠 수 있는 사항을 의미한다.<sup>23)</sup> 만일 이러한 사항에 대하여 사업자가 명시·설명의무를 위반한 경우, 제3조 제4항에 따라 당해 약관을 계약의 내용으로 주장할 수가 없으며, 이 경우 저작권법 위반에 해당될 여지가 없다.

또한 모호한 약관 규정으로 인한 저작권 침해의 경우 저작권법 위반과 관련한 형사적 책임이 성립할 여지가 없다. 저작권법상 고의에 의한 침해행위에 대하여만 형사책임을 추궁할 수 있는데<sup>24)</sup> 그러한 고의의 의미에 대하여 판례는 “저작권을 침해하는 행위라는 객관적 사실에 대한 인식만 있으면 죽하고 그것이 저작권이라는 권리를 침해하고 있다는 것에 대한 인식이나 그 결과를 의욕할 필요는 없다.”고 한다.<sup>25)</sup> 즉, 고의란 해당 행위가 보호받는 저작물을 실제 권리자의 동의 없이 이용하는 행위를 인식하는 것을 말하는 셈이다. 정식으로 사용권을 허가받은 사용자의 입장에서 (i)폰트가 다른 회사에서 개발되어 저작권이 그 회사에 속해있으며 (ii)폰트 사용에 대한 별도의 협의를 하여야 한다는 점을 인식한 채로 번들 형태로 설치된 폰트를 사용하였다고 보기는 어려운 경우가 많을 것이다.

### 1) 구체적인 사례

21) 약관의 규제에 관한 법률 제2조 1호

22) 보통보험약관이 계약당사자에 대하여 구속력을 갖는 것은 그 자체가 법규범 또는 법규범적 성질을 가진 약관이기 때문이 아니라, 보험계약 당사자 사이에서 계약내용에 포함시키기로 합의하였기 때문이다. (대법 1985.11.26. 선고 84다카2543 판결)

23) 대법 1995.12.12. 선고 95다11344 판결.

24) 저작권법에는 ‘고의’라고 명시되어 있지 아니하지만, 형사법의 기본원칙상 ‘고의’로 인한 범죄에만 처벌할 수 있다. (이수미, 「저작권 침해죄의 성립요건인 ‘고의’에 관한 연구」, 인하대학교 법학연구 제13권 제2장, 172면.)

25) 대법 1991.8.27. 선고 89도702 판결

### ① 한컴오피스

한컴오피스를 설치하게 됨에 따라 설치되는 글꼴 중 특정 글꼴은 한컴오피스 이외에서 사용하게 될 때에는 저작권자의 별도의 동의를 얻어야 한다. 약관은 별도의 동의를 받지 않을 경우 사용자가 그에 따른 모든 책임을 지게 된다는 점을 명시하고 있다. 다음은 한컴오피스 2014의 약관 중 일부이다.

“한컴오피스 2014” 제품에 포함된 모든 프로그램과 부속물에 대한 저작권과 지적재산권은 (주)한글과컴퓨터 또는 해당개별사가 가지고 있으며, 이 권리는 대한민국의 저작권법과 국제 저작권 조약에 의해 보호받고 있습니다. 따라서 (주)한글과컴퓨터의 사전 서면 동의 없이 부속된 자료 파일이나 문서 내용 등을 수정하거나 변형, 복사할 수 없습니다. 또한 (주)한글과컴퓨터는 이 제품에 포함된 기능이 고객의 특정 목적에 적합할 것이라는 보증은 하지 않으며, 본 제품의 사용으로 인해 초래된 모든 결과에 대하여 책임지지 않습니다.

살피건대, 한컴오피스 한글의 사용권 계약서에 대하여 일부 폰트의 사용범위에 제한이 있음을 파악할 수 있는 근거가 되는 규정은 위의 규정뿐이다. 이러한 형태의 약관에 번들 형태로 포함된 폰트가 다른 회사가 개발한 것으로서, 이를 특정 용도에 활용하기 위하여 별도의 협의를 거쳐야 할 의무가 포함되어 있다 보기 어려울뿐더러, 설사 그 의무를 문언에서 유추해낼 수 있다 하더라도 폰트의 사용 범위라는 ‘중요한 사항’에 대한 명시·설명의무를 이행하지 아니하였기 때문에 이를 약관으로 주장할 수 없다고 보아야 할 것이다.

### ② MS워드

마이크로소프트 MS 워드프로세서의 사용 계약서의 경우에도 한컴오피스 한글과 크게 다르지 않다. MS 워드프로세서의 경우 역시 번들 형태로 포함된 폰트 글꼴에 대하여 별도의 표시를 하지 아니하고 있으며, 이에 대하여 약관규제법이 적용될 수 있을 것이다. 다음은 MS 워드프로세서의 약관 중 일부이다.

1.2 매체 요소에 대한 사용권 부여. 소프트웨어에는 귀하가 사용할 특정 사진, 클립 아트, 도형, 애니메이션, 사운드, 음악 및 비디오 클립 등(통칭 “매체 요소”)이 포함될 수 있습니다. 매체 요소를 복사 및 수정할 수 있으며, 수정된 매체 요소를 소프트웨어 제품 및 서비스(웹 사이트 포함)의 일부로서 사용권을 부여하고 표시 및 배포할 수 있습니다. 단, 다음과 같은 행위는 허용되지 않습니다.

•제품이나 서비스의 1차적인 가치가 포함된 매체 요소는 그 자체로서 또는 임의의 집합, 제품, 서비스의 일부로서 판매하고 사용권을 부여하거나 배포할 수 없습니다.

•제품 또는 서비스 고객에게 매체 요소에 대한 사용권이나 배포권을 부여할 수 없습니다.

•개인 신원, 정부, 로고, 이니셜, 표상, 상표 또는 업체 등에 대한 정보가 표시된 매체 요소를 상업적 목적으로, 또는 특정 제품, 서비스, 업체 및 활동에 대한 보증 및 연관을

명시하거나 암시할 목적으로 사용권을 부여하거나 배포할 수 없습니다. (...중략...)

3. 권리 및 소유권의 보유. 본 사용권 계약서에서 귀하에게 명시적으로 허가하지 않은 모든 권리는 사용 허가자가 보유합니다. 본 소프트웨어는 저작권 및 기타 지적 재산권 관련 법률 및 협약의 보호를 받습니다. 사용 허가자나 그 공급자는 본 소프트웨어에 대한 소유권, 저작권 및 기타 지적 재산권을 보유합니다. 본 소프트웨어는 판매되는 것이 아니라 그 사용이 허가되는 것입니다. 본 사용권 계약서는 귀하에게 사용 허가자의 상표나 서비스 상표에 대한 어떤 권리도 부여하지 않습니다.

## (2) 유효한 약관의 경우: 단순 계약위반인가, 저작권 '침해'인가?

약관이 유효하게 계약의 내용으로 포섭되었다 하더라도 폰트를 약관에 고지된 범위를 넘어서 사용한 경우에 민사상 채무불이행, 즉 계약위반의 문제만 발생할 것인가 혹은 저작권 '침해'에 해당하여 저작권법 위반으로 형사상 문제도 발생할 것인가가 문제된다. 단순한 계약위반에만 해당한다면 폰트 저작권자 측에서 저작권법 위반으로 인한 형사합의금을 요구하는 것이 부당하게 되기 때문이다.

이에 대한 대법원 판례는 없으나 고등법원 판례<sup>26)</sup>는 다음의 기준을 제시하고 있다. 이는 저작권법의 적용범위를 제한함으로써, 형사처벌의 대상 범위를 제한시키고자 하는 것이다. 판례에 따르면 이용방법이나 조건이 저작권의 '본래적 내용'에 해당하는 저작물의 이용을 적법하게 해 주는 방법이나 조건'이라면 저작권 침해의 불법행위가 성립한다. 그러나 이용방법이나 조건이 '저작권자가 부가한 채권채무관계'에 불과하다면 채무불이행만 성립하고 저작권침해로 되지는 않는다고 한다. 즉, '본래적 내용'에 해당하는 것이 아니라면 저작권 침해의 불법행위는 성립하지 않고, 단지 계약위반으로 민사상 책임만 성립한다는 것이다. 여기에서 '본래적 내용'이라 함은 저작권법 제16조 내지 제22조에 규정된 7가지 종류의 저작재산권<sup>27)</sup>을 말하며, 저작물을 '사용'<sup>28)</sup>하는 행위는 저작재산권의 본래적 내용에 해당하지 않는다. 즉, 단지 약관의 범위를 넘어서 사용한 경우 이를 저작권법의 위반이라 볼 수는 없는 것이다.

해당 판례에서도 이러한 내용을 명시하고 있다. 개인용으로만 사용이 허락된 것에 대하여 동의를 하였고, 그 이후에 업무용으로 사용한 경우에 있어서 판례는 저작권법 위반에 해당하지 아니하고 단지 계약위반에만 해당한다고 한다.<sup>29)</sup> 폰트 파일을 적법하게 구매한 후

26) 서울고법 2014.11.20. 선고 2014나19631, 2014나19891

27) 복제권, 공연권, 공중송신권, 전시권, 배포권, 대여권, 2차적 저작물작성권을 말한다.

28) '이용'이라고 함은, 저작권법의 규정에 따라 저작권자가 배타적으로 전유하고 있는 형태로 사용하는 저작재산권의 내용으로 되어 있는 행위에 해당하는 복제, 공연, 공중송신, 전시, 배포, 대여, 2차적 저작물 작성 등 저작권의 지분권에 관한 행위를 말하고, 저작물이 화체된 매체를 매개로 저작물을 지각하는 행위 등 제3자에 대하여 저작권법에서 금지의 효력이 미치지 아니하는 형태로 저작물의 내용을 향수하는 행위를 가리키는 저작물의 '사용'과 구별된다. (서울고법 2014.11.20. 선고 2014나19631, 2014나19891)

29) 이 사건에서 보면, 개별 사용자가 오●캡쳐 유료버전으로 업데이트하는 과정에서 오●캡쳐 유료버전을 컴퓨터의 하드디스크에 인스톨하여 설치하면서 화면에 저작권자인 피고가 제시한 개인용 또는 비업무용으로만 사용하는 것에 동의한다는 표시가 나오자 이를 클릭함으로써(클릭하지 않으

일의 사용범위를 넘어 사용한 경우 민사상 계약위반의 책임을 져야함은 별론으로 하더라도, 저작권법의 규율대상은 아니라고 볼 수 있는 것이다. 이러한 판례의 태도는 최초로 폰트프로그램을 다운로드 할 당시 정당한 권원을 가지고 있던 자가 폰트의 사용범위를 넘어서 사용한 경우, 민사상 계약위반의 책임은 물론 형사합의금을 지급하는 등의 형사상 책임까지 져야 하는 지나치게 가혹한 결과를 방지하기 위한 것으로 일종 타당해 보인다.

## 2. 합의종용 과정에서의 문제

### (1) 민사적 문제: 공정거래법상의 문제

독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 '공정거래법') 제23조 제1항은 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위를 금지하고 있으며 이러한 불공정거래행위를 크게 6가지 유형으로 나누어 열거하고 있다. 또한 시행령 제36조 제1항 별표에서는 이를 구체화하여 '불공정거래행위의 유형 및 기준'을 규정하고 있다. 폰트 저작권자가 폰트 사용자에게 해당 폰트 뿐 아니라 전체 폰트 패키지를 구매할 것을 강요하는 행위가 불공정거래행위 중 '거래강제'에 해당하는지를 검토하여야 할 필요가 있다.

시행령은 공정거래법 제23조 제1항 제3호 후단의 "부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 강제하는 행위"를 다시 5가지 유형으로 나누고 있으며 그 중 한 유형인 끼워팔기는 "거래상대방에 대하여 자기의 상품 또는 용역을 공급하면서 정상적인 거래관행에 비추어 부당하게 다른 상품 또는 용역을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 하는 행위"를 말한다.

#### 1) 끼워팔기 규제 대상행위

끼워팔기는 '서로 다른 별개의 상품 또는 용역'을 자기 또는 자기가 지정하는 사업자로부터 구입하도록 하는 행위를 말한다. 따라서 사업자의 행위가 끼워팔기에 해당하는지 여부를 판단하기 위해서는 먼저 끼워 팔는 상품이 해당 상품과 별개의 상품에 해당하는지를 살펴야 할 필요가 있다. 공정거래위원회의 불공정거래행위 심사지침에 따르면 끼워팔기의 대상이 '서로 다른 별개의 상품 또는 용역'에 해당되는지 여부는 이들이 시장에서 통상 별도로 거래되는지 여부와 더불어 그 상업적 용도나 기능적 특성, 소비자 인식태도, 경우에 따라서는 제품통합과 기술혁신의 추세 등을 종합적으로 고려하여 판단한다.

면 다음의 화면으로 진행되지 않는다) 이른바 클릭온 방식으로 사용허락계약이 성립하였음에도 개별 사용자들이 원고들의 회사에서 업무용으로 사용함으로써 피고와 사이의 사용허락계약을 위반하였다. 그러나 개별 사용자가 피고와의 사용허락계약을 위반하여 오●캡쳐 유료버전을 컴퓨터에서 실행하여 사용하였다고 하더라도 이는 저작권법상의 복제권 등의 저작재산권의 지분권을 침해하는 경우에 해당하지 않으므로 저작권법 35조의2 단서가 적용되지 않는다. (서울고법 2014.11.20. 선고 2014나19631, 2014나19891)

## 2) 위법성 판단 기준

끼워팔기의 위법성이 인정되기 위해서는 (i)주된 상품과 종된 상품이 별개의 상품이어야 하고, (ii)주된 상품과 종된 상품의 동반구입을 강제하여야 하며, (iii)정상적인 거래관행에 비추어 부당함으로써 공정한 거래를 저해할 우려가 있어야 한다. 공정거래위원회는 폰트 패키지 구매강요와 관련한 민원에 대하여 다음과 같이 판단하여 회신한 바 있다.

공정거래법(제59조)은 저작권법 등에 의한 권리의 정당한 행사라고 인정되는 경우 동 법의 적용을 제외하고 있는 바, 저작권자의 서체파일 무단 사용에 대한 저작료 요구, 소송 제기 만으로 저작권법에 의한 권리의 행사범위를 넘어서는 것이라고 보기 어려운 점, 피민원인은 개별 서체 관련 시스템 부재, 이용권 통합 관리 필요성 등의 원인으로 서체를 개별판매하지 않고 패키지로만 판매하고 있는 바, 다른 사업자의 경우에도 대부분 서체를 패키지로 판매하고 있어 패키지 판매가 통상적 거래관행으로 보이는 점, 관련 시장에는 피민원인 이외에도 경쟁 디지털 서체개발 사업자 및 무료 공개 디지털서체 또한 다수 존재하는 점 등을 고려할 때, 본 사안에 공정거래법을 적용하여 처리하기 곤란함을 양지하시기 바랍니다.

이러한 공정거래위원회의 판단에도 불구하고 여전히 폰트 저작권자의 패키지 구매 강요행위가 불공정거래에 해당하지 않는지는 의문이다. 공정거래위원회의 불공정거래행위 심사지침에 따르면 별개의 상품인지를 판단하기 위해서는 주된 상품과 종된 상품이 밀접불가분한 구성요소인지 여부, 통상적으로 주된 상품과 짹지워 하나의 단위로 판매 또는 사용되는지 여부, 주된 상품과 종된 상품을 별도로 구매하고자 하는 충분한 수요가 있는지 여부 등을 고려해야한다. 심사지침에 따르면 각 개별 폰트들이 별개의 상품에 해당한다고 볼 여지가 충분하다. 각 폰트들이 서로 밀접불가분한 관계에 있는 것도 아닐뿐더러, 다양한 업체의 폰트를 사용하고자 하는 이용자들이 많은 만큼 낱개 폰트를 구매하고자 하는 수요 또한 충분할 것으로 예상된다.

또한 주된 상품과 종된 상품을 같이 구입하도록 강제하는지, 즉 강제성이 있는지 여부는 거래상대방의 입장에서 서로 다른 두 상품을 따로 구입하는 것이 자유로운지를 기준으로 판단한다. 폰트 저작권 침해자는 저작권법상 형사적 책임을 피하기 위하여 폰트 개발업체 및 법무법인이 요구하는 패키지 구매를 할 수 밖에 없다. 공정거래위원회는 이를 저작권의 정당한 행사라고 보고 있으나 폰트 이용자가 하나의 개별 폰트의 저작권을 침해했을 뿐인데도 불구하고 전체 패키지에 대한 구매를 강요하는 것이 저작권의 정당한 행사라고 볼 수 있는지 의문이다. 실제로 한 폰트 개발업체에서 판매하는 낱개 폰트 가격은 5만 원정도인 것에 비해 폰트 패키지의 가격은 120만 원에 달한다.<sup>30)</sup>

끼워팔기가 정상적인 거래관행에 비추어 부당한지 여부의 판단은 당해 시장에서의 통상적

30) 글꼴 개발업체인 산돌커뮤니케이션에서 판매하는 낱개폰트의 가격은 10,000원~55,000원인 반면, 통합 패키지의 가격은 1,254,000원에 판매되고 있다.

인 거래관행을 기준으로 한다. 공정거래위원회의 결론에 따르면<sup>31)</sup> 일반적으로 끼워팔기가 정상적인 거래관행에 부합하려면 주된 상품의 기능에 반드시 필요한 상품을 따로 공급하는 것이 기술적으로 매우 곤란하거나 상당한 비용을 요하는 경우여야 한다. 이에 대하여 공정거래위원회는 이에 대하여 폰트 개발업체가 ‘개별 서체 관련 시스템 부재, 이용권 통합 관리 필요성 등의 원인으로 서체를 개별판매하지 않고 패키지로만 판매’하고 있다고 판단하고 있으나 여전히 100만 원 이상의 패키지를 구매하도록 하는 것은 부당하다. 패키지에 포함된 폰트의 수를 다양화하여 좀 더 저렴한 가격대의 패키지를 구매하도록 하는 방법이 가능하다고 보이기 때문이다. 또한 공정거래위원회의 심사지침에 따르면 통상적인 거래관행에 해당된다고 할지라도 끼워팔기에 의해 경쟁제한효과가 발생하는 경우에는 부당한 것으로 본다. 폰트 이용자가 하나의 낱개 폰트의 저작권을 침해하였다는 이유로 전체 패키지의 구매를 강요하는 폰트 개발업체의 행위는 이용자의 저작권 침해는 별론으로 하더라도 다른 폰트에 대한 이용자의 자유로운 선택권을 제한하여 경쟁을 제한하는 부당성이 인정될 수 있다.

## (2) 형사적 문제

### 1) 폰트 이용자의 침해행위가 저작권법 위반에 해당하지 않는 경우

#### ① 사기죄

형사합의금은 고소의 취하를 위하여 일정한 금액을 지급하는, 화해계약으로서의 대가를 말한다. 사기죄가 성립하기 위해서는 (i)재물의 교부를 받거나 재산상의 이득을, (ii)사람을 기망함으로써 취득하여야 한다.<sup>32)</sup> 여기서 기망행위라 함은 허위의 의사표시에 의하여 타인을 착오에 빠뜨리는 일체의 행위를 말하는데, 기망행위의 대상은 사실이다. 이러한 사실은 구체적으로 증명할 수 있는 과거와 현재의 상태로서, 상대방이 재산적 처분행위를 함께 판단의 기초가 되는 것이다. 그리고 사기죄의 성립에 있어서 피해자에게 손해를 가하려는 목적은 필요하지 않지만 적어도 타인의 재물 또는 이익을 침해한다는 의사와 피기망자로 하여금 어폐한 처분을 하게 한다는 의사는 필요하다.<sup>33)</sup>

폰트 도안을 사용한 것에 불과한 경우, 저작권법 위반이 아니라 단순한 계약 위반으로서 범위를 넘어서 사용한 경우, 혹은 약관규제법 위반으로서 무효에 해당하여 그 약관을 이용자에게 주장할 수 없는 경우 등 폰트 파일의 저작권의 침해가 아님을 알고 있으면서도 폰트 저작권자 측이 저작권의 침해라고 사용자를 기망하여 합의금을 교부받으려 한다면 이는 사기죄에 해당한다 할 수 있다. 법률 전문가가 아닌 일반인의 입장에서 저작권자 저작권 침해를 주장한다면 충분히 착오에 빠질 수 있을 것이고 그로 인하여 교부된 금액은 사기에 의하여 교부된 금액이 될 수 있는 셈이다.

31) 공정거래위원회의 결론, 2013전사1933

32) 형법 제347조 ① 사람을 기망하여 재물의 교부를 받거나 재산상의 이득을 취득한 자는 10년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금에 처한다.

33) 대법 1998.4.24. 선고 97도3054 판결

## ② 공갈죄

고소를 언명하여 형사합의금을 수령하는 경우에는 공갈죄가 성립할 수 있다. 공갈죄는 (i) 재물 또는 재산상의 이득을, (ii) 사람을 공갈하여 취득하여야 한다.<sup>34)</sup> 여기에서 ‘공갈’이란 재물을 교부받거나 재산상의 이익을 취득하기 위하여 폭행 또는 협박으로 외포심을 일으키게 하는 행위인데, 고소할 것임을 언명하여 합의금을 교부받는 것은 ‘협박’으로 의율할 수 있다. 협박은 사람의 의사결정의 자유를 제한하거나 의사실행의 자유를 방해할 정도로 겁을 먹게 할 만한 해악을 고지하는 것을 말하고, 행위자가 그의 직업, 지위, 불량한 성행, 경력 등에 기하여 불법한 위세를 이용하여 재물의 교부나 재산상 이익을 요구하고 상대방으로 하여금 그 요구에 응하지 아니할 때에는 부당한 불이익을 초래할 위험이 있을 수 있다는 위구심을 야기하는 경우 해악의 고지가 된다.<sup>35)</sup> 이용자의 행위가 저작권법 위반에 해당하지 않는 경우에 법무법인 등의 지위를 이용하여 협박함으로써 합의금을 교부받는 경우 공갈죄가 성립될 수 있다.

## 2) 폰트 이용자의 침해행위가 저작권법 위반에 해당하는 경우

### ① 공갈죄

앞에서 살펴본 바와 같이 저작권법을 침해하지 않는 경우에는 당연히 공갈죄가 성립할 수 있다. 그런데 저작권법을 실제로 침해하는 경우에 고소를 할 것임을 언명할 때 공갈죄가 성립될 수 있는지가 문제된다. 저작권을 침해당한 자는 정당한 고소권을 가지고 있고, 합의금을 수령함도 정당한 권리이다. 그러나 대법원은 정당한 권리의 행사에도 사회통념상 허용되는 범위를 넘어서 상대방을 협박하여 재물을 교부받은 경우 공갈죄가 성립한다고 판시하고 있다.<sup>36)</sup> 무차별적으로 고소할 것임을 언명, 법무법인 직원의 불법채증, 합의금을 지급할 것을 종용하는 행위가 때에 따라서는 공갈죄로 처벌받을 수 있는 것이다.

## 3. 부당한 권리행사로 인한 합의금 수령시의 문제

실제로는 저작권법 위반이 아님에도 불구하고 일반 사용자들의 법적 지식의 부지를 이용하여 합의금을 부당하게 수령하는 경우, 합의금을 취득하는 행위 자체가 부당이득이 된다. 이 경우 합의금의 수령은 민법 제741조<sup>37)</sup>의 부당이득에 해당하여 무효가 될 수 있다. 저작권법 위반의 경우 원칙적으로 피해자의 고소가 필요한 친고죄이다.<sup>38)</sup> 피해자의 고소가 제1

34) 형법 350조 ① 사람을 공갈하여 재물의 교부를 받거나 재산상의 이익을 취득한 자는 10년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금에 처한다.

35) 대법 2005.7.15. 선고 2004도1565 판결

36) 해악의 고지가 권리실현의 수단으로 사용된 경우라도 그것이 권리행사를 빙자하여 협박을 수단으로 상대방을 겁을 먹게 하였고, 그 권리실행의 수단 방법이 사회통념상 허용되는 정도나 범위를 넘는다면 공갈죄의 실행에 착수한 것으로 보아야 한다. (대법 1995.3.10. 선고 94도2422 판결)

37) 민법 제741조(부당이득의 내용) 법률상 원인없이 타인의 재산 또는 노무로 인하여 이익을 얻고 이로 인하여 타인에게 손해를 가한 자는 그 이익을 반환하여야 한다.

심판결 이전에 취소된다면 침해자는 더 이상 저작권을 침해한 행위에 대한 형사책임을 지지 않는다. 형사합의금의 지급은 고소의 취소에 대하여 일정 금액을 지급하는 일종의 화해계약에 해당하는데, 이는 합의금을 지급받는 대신 더 이상 민·형사상 책임을 묻지 아니하겠다는 부제소특약에 해당한다. 부제소특약에 위반하여 소를 제기하면 원칙적으로 소는 소의 이익 흠결로 각하된다. 그런데 폰트 개발업체 및 법무법인이 저작권법 위반이 아닌 행위에 대하여 고소를 할 것임을 언명하여 화해계약을 체결하였다면, 이는 사기로 인하여 화해계약이 맺어진 것이다. 이 경우 합의금을 지급한 자는 이를 취소할 수 있는 바,<sup>39)</sup> 지급한 합의금은 민법 제741조에 의한 부당이득이 되어 반환청구를 할 수 있다.

## V. 저작권법이 나아가야 할 방향

### 1. 저작권 침해사범에 대한 교육조건부 기소유예

저작권 침해사범에 대해서 무차별적으로 저작권 위반으로 처벌하는 것은 형사정책적으로 적합하지 않다. 저작권법은 제136조 1항에서 처벌 규정을 마련하고 있는데, 초범이나 우발적인 경우에 그 형을 감경하는 규정을 특별히 마련하지 않고 있다. 형법 제51조<sup>40)</sup>에 의하여 초범이나 우발적인 경우 일부 양형 과정에서 배려할 수 있으나, 이 역시 법관의 재량에 달려 있는 등 한계가 있다. 때문에 실무적으로는 우발적이거나 경미한 저작권 침해 행위에 대해서는 검찰에서 ‘저작권 교육조건부 기소유예’ 처분을 하고 있다. 즉 저작권 침해 사범 중 죄질이 경미한 사건을 대상으로 한국저작권위원회에서 실시하는 일정 시간의 저작권 교육<sup>41)</sup>을 이수하는 것을 조건으로 기소유예 처분을 하는 것인데, 해당 제도는 청소년을 대상으로 2008년 7월 시행되었고, 이후 2009년 3월 성인까지 확대되어 시행되고 있다.

그러나 위와 같은 실무상 처분은 형사소송법 247조<sup>42)</sup>에 근거한 검찰의 기소편의주의에 따라서 실무상 이루어진 해결방법이므로 이것만으로는 충분하지 않다. 제도적인 보완이 필요한 것이다. 또한 저작권법을 위반하여 타인의 저작권을 침해하면 형사상 문제와 민사상 문제가 동시에 발생하는데 위 처분은 저작권법 위반으로 인한 형사상 책임에 대해서만 적용되므로, 이후에 민사적인 문제는 불법행위에 대한 별도의 손해배상을 해야 할 여지가 있어 우발적이거나 경미한 저작권 침해행위를 완전히 보호하지 못하는 단점이 있다.

38) 저작권법 제140조

39) 대법 2008.9.11. 선고 2008다15278 판결은 “화해계약이 사기로 인하여 이루어진 경우에는, 화해의 목적인 분쟁에 관한 착오가 있더라도 민법 제110조에 따라 취소할 수 있다.”고 판결한 바 있다.

40) 제51조 (양형의 조건) 형을 정함에 있어서는 다음 사정을 참작하여야 한다. 1. 범인의 연령, 성행, 지능과 환경 2. 피해자에 대한 관계 3. 범행의 동기, 수단과 결과 4. 범행후의 정황

41) 한국저작권위원회는 저작권의 의의와 개요, 저작권 침해의 실태 및 심각성, 저작권 보호의식의 강화 등으로 구성이 된 교육을 한다.

42) 형사소송법 247조(기소편의주의) 검사는 ‘형법’ 제51조의 사항을 참작하여 공소를 제기하지 아니할 수 있다.

## 2. 저작권 침해에 대한 해외의 대응 : 미국의 사례

미국의 경우 저작권 침해에 관한 범죄를 ‘경죄’와 ‘중죄’로 분류하고 있는데, 저작권 침해를 ‘중죄’로 처벌하기 위해서는 180일간 2,500달러 이상을 침해해야 하고, ‘경죄’로 처벌하기 위해서는 180일간 1,000달러 이상을 침해하는 조건을 충족시켜야 한다. 중죄가 성립한 경우 징역 3년 혹은 벌금 25만 달러를 부과하며, 경죄가 성립한 경우 징역 1년 혹은 벌금 10만 달러를 부과한다.<sup>43)</sup>

미국의 경우 이와 같이 경죄와 중죄 모두에 관하여 일정한 조건을 규정하고 있다. 경죄로라도 처벌되기 위해서는 침해가 180일 이내에 이루어져야 하고, 총 소매가액 1,000달러를 초과하여 저작물을 복제, 배포하여야 한다는 것이다. 즉 우리나라와 같이 우발적이거나 초범으로 저작권을 침해한 경우에 대해서까지 형사상 처벌을 하지는 않고 있는 것이다.

## 3. 저작권법 일부 개정안의 발의 시도

2013년 12월, 국회 교육문화체육관광위원회의 박혜자 국회의원은 ‘저작권의 합의금 장사’에 제동을 거는 저작권법 개정안을 발의하였다. 현행 저작권법이 저작권법에 규정된 구성을 충족하기만 하면 형사절차를 적용하도록 되어 있어 경미한 침해사범에 대하여서도 형사처벌이 될 수 있는 부작용이 발생하고 있다는 문제의식에서 비롯된 것이었다. 개정안 제136조의1 제1항의 경우에 ‘침해 가액이 500만 원 이상인 경우’라는 단서조항을 신설함으로써 우발적인 저작권 침해에 대하여는 형사처벌을 하지 아니하도록 하였다.<sup>44)</sup> 저작권자가 합의금을 수령할 목적으로 민·형사상 법적 조치를 남용하는 경우가 증가함에 따라 여러 부작용이 발생하고 있기에 침해의 고의성과 현저성이 명확한 경우에 한하여 저작권을 행사할 수 있도록 하고자 한 것인데, 이 개정안은 19대 국회의 임기만료로 인하여 결과적으로 폐기되었다.

## 4. 제언

저작권은 분명히 보호받아야 할 권리이다. 우리 헌법은 제22조 2항에서 지적 재산권을 보호해야 함을 천명하고 있다.<sup>45)</sup> 그러나 지적 재산권의 일종인 저작권 역시 그 자체로 절대적인 권리라고 볼 수는 없으며, 다른 가치와의 비교형량 속에서 어느 정도의 한계를 가지

43) 김지현, 「프로그램저작권침해에 관한 형사적 구제방안 연구(미국 저작권법 제506조를 중심으로)」, 한국저작권위원회 조사·연구, 2006, 16면.

44) 저작권법 136조(별칙) ①다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과 할 수 있다. 1. 저작재산권, 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 재산적 권리(제93조에 따른 권리는 제외한다)를 복제, 공연, 공중송신, 전시, 배포, 대여, 2차적 저작물 작성의 방법으로 침해한 자. 다만, 180일의 기간 동안 침해되는 저작물의 총 소매가격이 5백 만원 이상인 경우에 한함

45) 헌법 제22조 ②저작가·발명가·과학기술자와 예술가의 권리는 법률로써 보호한다.

고 있음을 인정하여야 할 것이다. 저작권법 또한 저작자의 권리 보호한다는 목적만을 가지고 있는 것이 아니라 문화 및 관련 산업을 발전시키기 위한 목적을 아울러 가지고 있다.<sup>46)</sup>

저작권을 침해하는 행위에 대하여 ‘침해’라는 요건을 충족하기만 하면 기계적으로 형사처벌을 하게 된다면 전파자를 양산하게 되어 형사정책적으로 바람직하지 못할 뿐 아니라 저작권법의 취지 중 하나인 ‘문화국가의 실현’에도 오히려 장애가 될 수 있을 것이다. 우발적인 침해나 경미한 침해, 그리고 초범 등에 대해서는 형사적인 잣대를 들이대지 않는 것이 타당할 것이다. 현행 교육조선부 기소유예 제도는 이와 같은 취지에서 도입된 제도이다. 그러나 이는 단지 검사의 재량에만 의존하는 측면이 있고, 또한 기소유예라는 것 역시 ‘죄가 있음’을 인정하여 사실상의 불이익이 있다는 측면에서 타당하지 않아 보인다. 미국에서 도입하고 있는 제도와 같이 ‘일정 기간’ ‘고의성 있는’ 침해에 대하여서만 저작권 침해를 형사상으로 처벌하는 형태의 제도적 보완이 필요하다 보인다.

## 참고 문헌

### 단행본

한승현, 정보화시대의 저작권(3訂版), 나남출판, 1996

### 논문

김지현, 「프로그램저작권침해에 관한 형사적 구제방안 연구(미국 저작권법 제506조를 중심으로)」, 한국저작권위원회 조사·연구, 2006

박경신, 「아래 한글 프로그램에 포함된 서체 파일의 이용과 저작권 침해」, 저작권 동향, 2015-11호

이수미, 「저작권 침해죄의 성립요건인 '고의'에 관한 연구」, 인하대학교 법학연구 제13권 제2장

이해완, 「컴퓨터 글꼴 파일의 법적 보호에 관한 소고」, 정보법학회 발표논문, 1999.9.

황선영, 「중국저작권법의 글자체보호에 관한 법적 고찰」, 중국법연구 제20집(2013)

Dennis S. Karjala, 「Fundamental Concepts in Japanese and American Copyright Law」, The American Journal of Comparative Law 36 (4)

Shyamkrishna Balganesh, 「The Normativity of Copying in Copyright Law」, Duke Law Journal, Volume 62(2012)

张玲외 1인, 「字库单字著作权保护的实证考察及反思」, 동북아법연구, 제7권 제2호 (2013.9.)

### 기타 문헌

한국저작권위원회 보도자료, 「폰트 저작권 제대로 알고 이용하기」, 2016

US Copyright Office Announcement, 「Policy Decision on Copyrightability of Digitized Typefaces」, 1988

[http://www.yonhapmidas.com/article/160504182416\\_286675](http://www.yonhapmidas.com/article/160504182416_286675)

[http://mbn.mk.co.kr/pages/news/newsView.php?category=mbn00009&news\\_seq\\_no=2718415](http://mbn.mk.co.kr/pages/news/newsView.php?category=mbn00009&news_seq_no=2718415)

<http://www.etnews.com/201312240434>

<http://www.klac.or.kr/content/view.do?code=19&vc=939129>

<http://kin.naver.com/qna/detail.nhn?d1id=6&dirId=60205&docId=221467072&qb=7Y+w7Yq47KC>

## 메갈리아의 언어는 혐오표현 규제 대상이 되는가?

### 김용석

서울대학교 경제학부

김용석

최동준

서울대학교 언론정보학과

### 요약

메갈리아의 등장 이후, 온라인 혐오표현의 규제 요구가 거세다. 그러나 혐오표현 규제는 오직 '소수자 보호'를 목적으로 할 때 정당화될 수 있다. 혐오표현 또한 표현으로, 기본적으로 표현의 자유 영역에 속하기 때문이다. 이 논문에서 우리는 이러한 소수자 보호의 원칙에 비추어볼 때 메갈리아의 언어는 혐오표현에 해당하긴 하지만, 규제 대상에 해당될 수는 없음을 주장하고자 한다. 더 나아가 명예훼손 및 모욕죄를 중심으로 한 현행 법제도를 통해서는 혐오표현 규제의 소수자 보호 목적을 이룰 수 없는 한편, 보호의 대상이 되는 표현을 처벌할 수 있음을 보이고자 한다. 현행 모욕죄 개정 및 별도의 혐오표현 처벌법 입법이 시급히 요구된다.

### 1 서론

2015 는 6 월, 한 웹사이트의 등장이 인터넷 공간을 뜨겁게 만든다. '메갈리아<sup>1</sup>'라는 이름의 여성주의 웹사이트가 그 동안 온라인에서 자행되어온 남성들의 여성혐오 프레임을 되돌려주겠다며 '미러링'을 시작한 것이다(메갈리아 항목, 2016). '미러링'이란 한국 여성의 '김치녀'로 비하되어온 것을 되돌려주기 위해 한국 남성을 '한남충<sup>2</sup>'으로 묘사하거나, 여성의 성적 대상으로 소비되어온 것을 벗대기 위해 남성을 '소추남<sup>3</sup>'으로 표현하는 등, 혐오표현의

<sup>1</sup> 디시인사이드 내의 '메르스 갤러리'와 노르웨이 여성주의 소설 '이갈리아의 딸들'의 합성어이다.

<sup>2</sup> '한국 남성'과 '벌레'를 의미하는 '충'의 줄임말.

<sup>3</sup> '성기가 작은 남자'를 의미하는 신조어.

주체와 객체를 뒤바꾸어 표현하는 발화 전략을 의미한다. 메갈리아는 한국 사회의 만연한 여성혐오를 보여주었다는 긍정적인 평가도 받았으나, 격렬한 논쟁의 대상이 되었다. 특히 혐오표현을 수행하는 주체라는 점에서 그간 사회적으로 지탄받아온 ‘일베’와 다르지 않다는 비판을 반기도 했다.

이 논문의 목적은 혐오표현 규제의 관점에서 메갈리아의 언어를 검토하는 데에 있다. 2 절에서는 혐오표현을 정의한 뒤, 메갈리아의 언어가 혐오표현에 해당하는지 판단할 것이다. 이어 3 절에서는 외국에서의 혐오표현 규제 논리를 검토한 뒤, 당위의 측면에서 과연 메갈리아의 언어가 규제대상이 되어야 하는지 판단할 것이다. 또한 현실의 측면에서 한국의 행법상 메갈리아의 언어가 규제대상이 될 수 있는지 살펴볼 것이다. 마지막으로 우리는 ‘넥슨 성우 사태’나 ‘시사인 절독 사태’ 등 메갈리아에 대한 무분별한 사적 처벌이 공적 법제도의 부재에서 비롯한다고 주장할 것이다.

## 2 메갈리아와 혐오표현

### 2.1 혐오표현의 정의

혐오란 무엇인가? 마사 너스바움(2015)에 따르면, 혐오란 단순히 미워하는 감정이 아니다. 혐오의 핵심은 ‘오염’되었다는 생각에 있다. 혐오의 대상이 되는 사람들은 오염되었고 타인에게 전염시킬 가능성이 있기 때문에 낙인 찍히고 격리된다. 그리고 그 대가로 오염되지 않은 ‘내가’ 정상성을 획득하게 된다는 것이다. 너스바움이 정교하게 구분했듯이 혐오는 분노와 구분된다. 동료 시민이나 자신이 부당한 일을 당했다고 생각할 때 느껴지는 감정인 분노와 달리 혐오는 부당하다는 생각과 관련이 없다. 오직 혐오의 대상이 되는 집단이 오염되었다는 생각만으로 축한 것이다(너스바움마사, 2015).

이를 기초로 생각해보면, 혐오표현은 특정 집단에 대한 발화자의 혐오감을 드러내면서 동시에 동료 시민들의 혐오감에 호소하는 표현이라고 할 수 있다. 또한, 그 결과 오염되지 않은 정상 시민들 사이의 우애를 다지는 표현이다. 다시 말해 혐오표현의 발화자는 혐오대상으로부터 받은 피해나 부당한 대우를 강조함으로써 정의감에 호소하지 않는다. 다만 동료 시민들의 마음 속에 떠오르는 혐오감에 호소할 뿐이다. 예컨대, 말하는 사람이나 듣는 사람 모두 ‘된장녀’로부터 아무런 직접적인 피해를 입지 않았음에도 불구하고, 스스로 번 돈으로 명품을 소비하는 ‘된장녀’는 부정적으로 묘사되고 소비된다. 그리고 그 결과 일련의 남성들이 정상성을 획득한다. 따라서 누군가 “길거리를 봐. 디들 명품백을 들고 다니잖아. 한국 여자들은 전부 몹쓸 된장녀야.”라고 인터넷에 글을 올린다면, 이를 혐오표현이라고 할 수 있다.

그러나 온라인 상의 실제 표현들을 살펴보면 정의감에 호소하는 분노표현과 혐오표현이 명확하게 구분되지 않는 측면이 있다. 흔히 혐오표현은 혐오대상으로부터 ‘간접적인 피해’를 주장함으로써 정의감을 불러일으키고, 이를 통해 강화되는 측면이 있기 때문이다. 가령 누군가 “한국 여자들은 전부 된장녀라 남자 만날 때는 돈을 쓰지 않는다. 그래서 데이트를 할 때면 항상 남자인 내가 돈을 내야 한다.”고 발언한다면, 이 경우에 해당한다고 하겠다. 이처럼 대다수의 혐오는 설령 그것이 비논리적이거나 비과학적일지라도 나름의 정당한 ‘근거’를 가지고 있다.

따라서 원칙적으로 혐오와 분노가 구분됨에도 불구하고, 현실적으로 혐오표현을 판단할 때에는 다소 느슨한 기준을 적용할 수밖에 없다고 생각된다. 즉, 표현내용과 맥락을 고려했을 때 다소간의 부당감과 분노가 표현되어 있더라도 특정 집단이 오염되었다는 생각, 즉 혐오감을 읽어낼 수 있다면 혐오표현으로 구분할 수 있다. 여기에서 포괄적으로 규정된 혐오표현의 내용이 얼마나 강하고 약한지, 혹은 얼마나 순수하게 혐오감만을 표현했는지 구분하는 것은 별다른 의미가 없다고 판단된다. 왜냐하면, 뒤에서 다시 논의하겠지만, 혐오표현의 규제 여부를 가르는 쟁점은 표현 대상이 보호되어야 할 약자인지의 여부이지, 그 내용의 강약이나 얼마나 순수하게 혐오감만을 담고 있는지의 여부가 아니기 때문이다.

### 2.2 메갈리아의 언어는 혐오표현에 해당하는가?

메갈리아의 언어는 혐오표현에 해당하는가? 앞서 논의한 혐오표현의 정의에 따르면 메갈리아의 언어는 혐오표현에 해당한다. 사회적인 논란을 불러일으켰던 메갈리아의 언어를 표현이 어떤 대상을 향하는가에 따라 크게 세 가지로 분류해 혐오표현에 해당되는지 살펴보겠다. 일반적인 한국 남성 전체, 한국 사회의 소수자인 남성 동성애자, 한국 대중의 공통적인 지지를 받는 위인에 대한 표현으로 분류했다. 구체적으로 한국의 일반적인 남성을 향하는 발언인 (1) ‘한남충’, ‘소추남’, 남성 동성애자에 대한 발언인 (2) ‘뚱꼬충’, ‘에이즈충’, 일제 강점기 독립운동가(안중근, 윤봉길)에 대한 발언인 (3) ‘일본인이 거들떠 봐주지도 않은 파오후 돼지 한남’, ‘가짜 독립 운동가’를 분석 대상으로 선택했다.

혐오표현은 가. 대상이 ‘오염’되었다는 생각에 근거하고 있으며 나. 동료 시민들의 혐오감에 호소하여 결과적으로 다. ‘정상성’을 획득한 자신들끼리 우애를 다지는 표현이다. 특정 표현이 혐오표현에 해당되는지 판단할 때는 가.를 기준으로 해야 한다. 혐오표현을 통해 명시적으로 혐오감에 호소하지 않아도 혐오표현이 담긴 단어를 재미로 혹은 습관적으로 사용하는 것도 혐오감을 전파하는 것으로 볼 수 있기 때문이다. 사람은 특정 단어에 익숙해지는 만큼 그 안에 담긴 혐오적 시각에 무뎌진다. 또한, 메갈리아의 탄생과 유지 자체가 메갈리아의 생각에 동조하는 사람들 간의 우애의 결과물이라고 할 수 있다. 따라서 표현 하나 하

나가 특정 집단의 소속감에 얼마나 영향을 미쳤는지 평가하는 것은 현실적으로 어려울 뿐만 아니라 유의미한 작업도 아니다. 메갈리아의 언어가 어떤 생각에 근거하고 있는지 살펴봄으로써 혐오표현 여부를 판단하겠다.

### 2.2.1 ‘한남충’과 ‘소추남’

한국의 일반적인 남성을 대상으로 하는 ‘한남충’, ‘소추남’은 혐오표현에 해당된다. 두 표현 모두 한국 남성이 정신적, 육체적으로 비합리적이고 열등하다는 생각에 근거하고 있다. 메갈리아는 한국 남자들의 열등함이 드러난 에피소드를 제시할 때, ‘한남충’, ‘소추남’이라는 단어를 함께 사용하여 동료시민들의 혐오감에 호소하고 있다. ‘한남충’을 ‘갓양남<sup>4</sup>’과 비교하는 글을 통해 뚜렷하게 확인할 수 있다.<sup>5</sup>

#### 제목: ‘한남충’과 ‘갓양남’ 비교체험 극과 극

메갈리아 373319 번 게시글  
(2016년 3월 4일 게재)

1. 내가 하이힐 신었을 때 키가 더 커지면

갓양남: 신경 안 씀.

한남충: 입이 나오거나 여자 키 168 넘으면 비호감이라고 함.

2. 네일케어 받고 오거나 속눈썹 연장 받고 오면

갓양남: 신경 안 쓰거나 잘 어울린다고 칭찬해줌.

한남충: 왜 돈을 낭비하냐며 화냄.

여자는 모름지기 검소하고 수수해야 한다고 함.

3. 내가 아프거나 우울할 때

갓양남: 내가 고민을 털어놓으면 조언과 격려를 퍼부어준다.

한남충: 모른척 한다.

한 가지 주목해야 할 점은 혐오에 나름의 근거를 제시하고 있다는 것이다. 근거로 든 사례들이 지극히 개인적이고 소수의 사건에 국한되어 있다는 것은 문제가 되지 않는다. 한국

<sup>4</sup> 신을 뜻하는 영어갓(god)과 서양 남자의 줄임말. 서양 남자가 우월하다는 뜻을 내포한다.

<sup>5</sup> 지나치게 선정적인 표현은 본 논문의 목적에 적합한 수준에서 순화하였다.

남자가 자신에게 무례하고 성차별적인 태도를 보였다는 경험이 중요하다. 경험은 쉽게 일반화되고 한국 남자 전체가 ‘열등한’ 속성에 ‘오염’되었다는 생각으로 발전된다. 이는 ‘한남충’이라는 단어에 집약되어 유사한 경험과 혐오감을 공유하는 사람들에게 호소력을 갖는 것이다.

### 2.2.2 ‘똥꼬충’, ‘에이즈충’

한국의 게이 남성을 가리키는 ‘똥꼬충<sup>6</sup>’, ‘에이즈충<sup>7</sup>’은 혐오표현에 해당된다. 해당 표현을 처음 사용하기 시작한 곳은 메갈리아가 아니다. 게이 커뮤니티 내의 여성 혐오적 표현이 메갈리아에서 공론화됨에 따라 적대적인 반응으로 ‘똥꼬충’, ‘에이즈충’과 같은 표현이 사용되기 시작했다. 그러나 대외적으로 폐미니즘을 표방하는 메갈리아가 한국 사회의 다른 소수자인 동성애자들을 편하하는 용어를 사용한다는 것은 메갈리아 지지자들 간의 논쟁을 불러일으켰다. 따라서 ‘똥꼬충’, ‘에이즈충’은 메갈리아에서 처음 만들어 낸 단어가 아니라고 할지라도 메갈리아의 언어에 대한 논의의 소재로 적절하다고 판단하였다.

두 표현 모두 한국의 남성 동성애자들이 ‘오염’되었다는 생각에 근거하고 있다. ‘똥꼬충’은 남성 동성애자들의 항문 성교가 일반적인 남녀간의 성교에 비해 ‘더럽다’, ‘기괴하다’는 편견에 근거하고 있다. 또한, ‘에이즈충’은 남성 동성애자들이 에이즈 확산의 원인이 된다는 세간의 오해를 바탕으로 남성 동성애자를 에이즈에 걸리지 않기 위해 피해야 할 ‘병원균’처럼 보는 시각이 담겨 있다. 메갈리아에서 사용되는 해당 표현은 한국 남성의 열등성이 함께 강조되고 있다는 측면에서 기존의 의미와 차별성을 갖는다. 한국 사회의 남성 동성애자도 어쨌든 남성이기 때문에 폭력적인 다수에 속한다는 것이다.

### 2.2.3 ‘일본인이 거들떠 봐주지도 않은 파오후 돼지 한남’, ‘가짜 독립 운동가’

2016년 8월 15일 ‘워마드’에는 독립운동가 안중근, 윤봉길 의사의 가리켜 ‘일본인이 거들떠 봐주지도 않은 파오후 돼지 한남’, ‘가짜 독립 운동가’라고 조롱하는 글이 올라왔다. 워마드는 메갈리아에서 성 소수자에 대한 비하 표현을 금지하자 이에 반발하여 분화되어 나온 집단이다.<sup>8</sup> 본 논문에서는 혐오표현에 초점을 두고 있기 때문에 ‘워마드’의 발언을 그 전신인 ‘메갈리아’의 발언으로 보아 함께 논의해도 무방하다고 판단하였다. 문제가 되는 발언은 다음과 같다.

<sup>6</sup> 항문성교를 하는 남성 동성애자들을 일컫는 말.

<sup>7</sup> 남성 동성애자들이 에이즈 확산의 원인이 된다는 측면에서 남성 동성애자들을 가리키는 말

<sup>8</sup> www.shinmoongo.net/sub\read.html?uid=94459

## 제목: 안중근 완전 미친놈이네요.

본문: 아무리 일본이 나라를 침략했다고 해도 그렇지

**폭력에 폭력으로 대응하다니, 아무리 의도가 좋았대도 옹호할 수가 없네요.  
그냥 미친 테러리스트죠.**

댓글: 일본인이 거들떠 봐주지도 않는 돼지 한남이라 그럼.

저런 가짜 독립운동가들 때문에 진짜 독립 운동가들이 욕먹는 것이죠.

해당 표현은 독립운동가에 대한 혐오표현으로 보기 힘들다. 최대한 악의적으로 이해하면 독립운동가 역시 남성이기 때문에 독립운동 역시 가치 없는 행동이었다는 해석이 가능하지만, 풍자의 맥락에서 이해하는 것이 더 타당하다. 메갈리아는 자신들의 행동이 기준 남성 중심 사회에서 받았던 차별, 특히, 남성 중심의 커뮤니티에서 만연하게 나타나는 여성 혐오적 발언을 ‘미러링’하는 것이라 주장했다. 이에 대한 주된 비판은 ‘미러링’은 옳지 못하다는 것, 즉, 혐오를 혐오로 대응해서는 안 된다는 것이다<sup>9</sup>.

독립 운동가의 나라의 주권을 되찾기 위한 ‘폭력 행위’와 여성 혐오를 알리고 극복하기 위한 메갈리아의 ‘혐오표현’을 동일 선상에서 놓고 ‘미러링’에 대한 비판을 반박하고 있다. ‘일본인이 거들떠 봐주지도 않는 돼지 한남’, ‘가짜 독립운동가’라는 표현이 그 자체로 자극적이며 국민 정서에 어긋나는 것은 사실이지만 풍자의 맥락에서 볼 때, 독립운동가에 대한 혐오표현이라는 세간의 반응은 지나치다. 정리하자면 메갈리아의 표현 중 일부는 세간의 지나친 반응이라는 평가가 가능하지만, 대체로 혐오표현에 해당한다고 판단된다.

반론도 존재한다. 오직 강자가 약자를 대상으로 할 때에만 혐오표현이 될 수 있다거나(박경신, 2016) 메갈리아의 언어는 어디까지나 여성혐오를 비추기 위한 ‘미러링’ 전략이기 때문에 발화동기의 측면에서 혐오표현이 될 수 없다는 것이다. 가령 박경신(2016)은 “남자가 지배하는 사회에서 남성 혐오표현이라는 말은 존재할 수 없다”고 주장한다. 혐오표현은 사회적 약자를 대상으로 하여 폭력이나 위ه로 이어질 가능성이 높을 때 비로소 규제대상이 될 수 있는데, 메갈리아의 언어는 이에 해당하지 않는다는 것이다. 우리는 혐오표현 규제의 목적이 사회적 약자 보호에 있다는 박경신의 논지에 동의한다. 그러나 ‘혐오표현은 사회적 약자를 겨냥할 때 사회적으로 제한될 수 있다’는 주장과 ‘사회적 약자의 표현은 혐오표현이 아니’라는 주장은 완전히 다른 주장이다. 이렇게 혐오표현을 협소하게 재정의해 사용하는 것은 실제 언중의 사용과 큰 차이가 있어서, 언중에게 이해할 수 없는 주장으로 들리거나

불필요한 반감을 야기할 수 있다. 게다가 메갈리아의 언어가 혐오표현이 아니라고 주장하지 않더라도, 사회적 약자의 언어이므로 사회적 규제대상이 될 수 없다고 주장하는 데에는 아무런 문제가 없다.

한편 혐오표현의 사회적 제재를 논의하는 데에 있어, 발화자의 주관적 동기를 기준으로 삼을 수는 없다고 생각된다. 즉, 혐오 발언을 한 당사자가 ‘미러링’이었다고 항변할 수는 없다. 발화자의 주관적 동기를 객관적으로 입증하기 어렵기 때문이다. 또한, 주관적 동기에 따른 예외를 인정한다면, 어떤 동기를 혐오 발언의 정당한 사유로 인정할 것인가 문제가 된다. 이 때, 객관적으로 입증되기 어려운 주관적 동기를 가지고 사회적으로 동의할 수 있는 기준을 세우기란 어렵다고 생각된다. 만약 주관적 동기에 따른 항변을 받아들인다면, 외국인 노동자에 대한 혐오 발언이나 장애인에 대한 혐오 발언처럼 규제가 필요한 발언들도 규제할 수 없을 것이다.

### 3 혐오표현 규제의 원칙과 현실

#### 3.1 혐오표현 규제의 원칙: 소수자 보호

누구나 혐오표현의 대상이 될 수 있다. 그러나 혐오표현은 사회의 소수자를 향할 때만 규제되어야 한다. 델가도(Delgado)에 따르면, 표현의 효과는 집단의 사회적 위치에 따라 달라진다(DelgadoRichard, 1998). 사회적 위치에 따라 같은 혐오표현이라도 위협의 정도, 실질적 인권 침해의 가능성에 달라질 수 있다는 것이다. 혐오표현의 원칙을 세우기 전에 혐오표현 규제에 대한 미국과 유럽의 원칙을 살펴보겠다. 각각의 장단점을 고려하여 혐오표현 규제의 원칙이 소수자 보호가 되어야 한다는 것을 주장할 것이다.

##### 3.1.1 미국의 혐오표현 규제 원칙: 명백히 현존하는 위법행위의 존재 여부

미국은 표현의 자유를 최대한 인정하며 명백히 현존하는 위법행위가 동반되지 않는 이상 표현 자체만으로는 처벌하지 않는다. 미국이 표현의 자유를 허용하는 방식은 기본적으로 다양한 의견이 자유롭게 개진 될 수 있는 분위기를 형성해준다. 이는 부패한 권력이나 기득권에 대한 비판의 통로를 마련하여 사회 모순을 구성원들이 스스로 개선할 수 있는 가능성을 열어준다. 또한 자유로운 토론을 촉진하여 여론의 형성과 정책의 결정이 좀 더 올바른 방향으로 이루어질 수 있도록 돋는다.

그러나 단점도 존재한다. 표현만으로는 처벌 할 수 없기 때문에 사회적 약자에 대한 혐오

<sup>9</sup> <http://www.hani.co.kr/arti/society/area/759255.html>

발언을 법적으로 제한하기 힘들다. 물론, 미국은 법적으로는 혐오 발언에 대해 관대한 입장을 취하고 있지만 사회 분위기는 혐오 발언을 억제하는 방향으로 형성되어 있기 때문에 법과 문화가 상호 보완적인 역할을 하고 있다.

### 3.1.2 유럽의 혐오표현 규제 원칙: 혐오표현만으로 처벌 가능

대부분의 유럽 국가들은 표현의 내용이 부적절할 경우, 표현 그 자체만으로도 처벌 하는 것이 가능하다는 입장이다. 이때, 혐오표현으로 인해 상처 받을 수 있는 대상을 확실하게 보호할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 자유로운 의견 개진까지 억압하여 생산적인 의문 제기나 의견 표현도 제한 받을 수 있는 단점이 존재한다. 또한 혐오 발언에 대한 처벌이 혐오의 감정까지 진정으로 해소해주지 못한다는 점에서 혐오가 더 큰 범죄 형태로 배출될 수 있다는 위험도 존재한다.

표현의 자유에 대한 유럽의 엄격한 입장은 홀로코스트와 관련된 경험에서 비롯되었다. 홀로코스트는 인류가 유사 이래 행한 최악의 범죄 행위였으며 세계적으로 수많은 피해자와 분노를 양산해냈다. 대부분의 유럽 국가들은 흉악한 역사적 사건에 대한 통렬한 반성과 피해자들을 보호를 위해 홀로코스트를 부정하는 행위를 적극적으로 규제하게 되었다. 그 결과 다른 불법적인 행위가 동반되지 않더라도 나치의 유태인 학살을 부정하거나 미화하는 표현 자체로 제한이 이루어지게 되었다. 대표적으로, 영국의 공공질서법, 독일의 홀로코스트 부정 방지법이 있다.

미국과 유럽의 사례를 종합해볼 때, 혐오표현 규제는 소수자 보호를 보호하는 한에서 표현의 자유의 순기능을 최대한 살리는 방향으로 나아가야 한다. 미국의 방식에 따르면 표현의 자유는 최대한 보장할 수 있지만 소수자에 대한 잠재적인 위협은 민간의 자율 규제에 맡길 수밖에 없다. 반면, 유럽의 방식은 표현의 자유가 가진 순기능이 지나치게 위축될 위험이 있다. 따라서 소수자에 대한 혐오표현만 법적 제재의 대상으로 삼고 다른 표현들은 자유의 영역에 두어야 치명적인 폐해를 피하면서 표현의 자유를 확대할 수 있다.

그렇다면 왜 사회적 소수자만 표현의 자유의 영역에서 예외가 되어야 하는가에 대한 의문이 남는다. 첫째, 소수자에 대한 혐오표현은 실제적인 억압이나 위협으로 이어질 가능성이 크다. 소수자에 대한 혐오표현이 만연한 사회에서 소수자가 평등하게 대우받으리라 생각하기 힘들다. 예컨대, 동성애자에 대한 혐오표현을 일삼는 사장이 동성애자인 직원을 이성애자인 직원과 동일하게 대우하리라 기대할 수 없다는 것이다. 또한, 혐오표현이 물리적 폭력으로 이어지는 과정을 보여주는 올포트 척도에 따르면, 부정적 발언이 소수자에 대한 기피, 실제적인 차별, 물리적 공격을 거쳐 대량 학살로 이어질 수 있다고 분석하고 있다(홍성수, 2015). 혐오표현이 행위성을 갖는다는 것은 단순히 추측이나 일부 사례에 근거한 주장이

아니라는 것이다.

둘째, 사회의 주류 세력에 포함된 사람들은 혐오표현에 대응할 수 있는 다양한 수단을 확보하고 있다. 우리나라에서 ‘장애인 차별 금지법’을 두고 있는 것은 절대 다수의 장애인이 사회적인 차별에 속수무책으로 당할 수밖에 없는 환경에 처해있기 때문이다. 반면, 국회의원 차별 금지법, 고위공직자 차별 금지법은 듣기만 해도 어색하다. 사회 주류 세력에 속하는 사람들은 소수자에 비해 혐오표현의 대상이 되는 빈도도 낮지만 자신에게 위해가 가해질 가능성이 있을 경우 빠르게 대처할 자원을 갖고 있다. 물론, 소수자 이외의 집단에 대한 혐오표현을 사회가 방관해야 한다는 것은 아니다. 표현의 자유와의 경계를 고려해 봤을 때, 소수자 이외의 집단에 대한 혐오표현은 민간의 자율 규제에 맡기는 것이 더 바람직하다.

셋째, 혐오표현을 모두 처벌할 경우 기득권 집단에 대한 견설적인 비판을 위축시킬 수 있다. 정치 권력, 경제 권력을 가진 정치인, 기업인에 대한 비판은 사회를 긍정적인 방향으로 이끄는 원동력이 된다. 때때로 격앙된 비판은 혐오표현을 동반하거나 비판과 혐오표현을 구분하기 힘든 경우가 발생하기도 한다. 모든 혐오표현을 표현 자체의 현저성에만 초점을 맞춰 처벌한다면 사회 공론장의 순기능이 위축될 수 있다. 예컨대, 명예훼손죄의 제3자 신고 시 ‘공인’은 배제하도록 한 것은 기득권층에 대한 비판을 보호해야 할 공론장의 순기능으로 합의하고 있다는 것이다.

### 3.2 혐오표현 규제의 현실: 모욕죄와 명예훼손죄

공격적이고 모욕적인 표현을 처벌하는 법률은 현재 명예훼손죄(형법 제 307 조, 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률 제 70 조)와 모욕죄(형법 제 311 조)로 구성된다. 이 중 명예훼손죄는 (1) 피해자가 특정되어야 하며 (2) 공연성이 있어야 하고 (3) 사실을 적시해야 하며 (4) 가해자에게 비방의 목적이 있어야 함을 구성요건으로 제시한다. 개별 사안에 따라 다르겠으나 일반적으로 한국 남성 전반에 대한 혐오표현은 서울시민 또는 경기도민과 같은 막연한 표시에 의해서는 명예훼손죄가 구성되지 않듯 피해자가 특정되지 않으므로 명예훼손에 해당하지 않는다고 판단된다(대법원 99 도 5407, 2000). 피해자가 특정된다 하더라도 메갈리아의 혐오표현은 대개 특정인에 대한 사실을 적시한다기보다는 단순한 의견의 표명에 그치는 경우가 많으므로 명예훼손죄에 해당되는 경우는 드물 것이라 생각된다.

반면, 모욕죄의 경우 사실의 적시를 요건으로 제시하지 않기 때문에 메갈리아의 언어에 적용될 여지가 크다. 가령 세월호 희생자들을 비하하기 위해 일베 회원들이 단원고 교복을 입고 어묵을 먹는 사진을 올린 ‘단원고 어묵’ 사건의 경우 모욕의 피해자를 특정할 수 없다는 항변에도 불구하고 세월호 재학생들에 대한 모욕이 성립한다며 1, 2심 재판부에서 모욕죄 유죄 판결을 받은 바 있다(세월호 희생자 어묵 모욕 일베회원 항소심도 실형, 2015). 세

월호 사건이 갖는 사회적 의미를 고려한 판결임을 염두에 두더라도, 같은 논리로 최근 논란이 된 ‘안중근, 윤봉길 사건(독립투사 조롱한 위마드, 안중근, 윤봉길 의사 비하 글로 고발 당해, 2016)’ 역시 후손들에 대한 모욕죄로 처벌될 수 있다고 판단된다. 즉, 모욕죄의 경우 적용 범위가 광범위해서 메갈리아의 언어 또한 사회적으로 규제받을 수 있는 것이다.

우리는 이것이 문제라고 생각한다. 혐오의 감정을 드러내는 혐오표현은 물론 듣는 이에게 모욕적이겠지만, 그렇다고 해서 법적 처벌 대상이 되어서는 안 된다. 앞서 살펴보았듯이 표현의 자유를 제한하고 혐오표현을 규제하는 궁극적인 목적은 약자와 소수자의 보호에 있기 때문이다. 혐오 발언은 발화맥락에 따라 그 발화효과가 현저히 다르다. 약자의 강자에 대한 혐오 발언은 실제 물리적인 억압이나 위ه로 이어질 가능성이 낮지만 강자의 약자에 대한 혐오 발언을 그럴 가능성이 크다. 인류가 겪어온 역사적 경험들이 이를 증거한다. 단순히 듣는 이의 감정을 보호하고자 하는 모욕죄는 이러한 구분을 모호하게 만든다. 그 결과 우리 공동체에서 혐오 발언은 발화맥락과 관계없이 다 같은 혐오 발언으로 취급되고, 똑같이 규제해야 공정하다고 여겨진다. 더 나아가 약자를 향한 혐오 발언을 규제하는 공적 절차가 부재하다보니, 혐오 발언의 맥락과 효과에 대한 숙고 없이 무분별한 사적 처벌이 이뤄지고 있다. 시사인 절독 사태와 넥슨 성우 사태가 대표적인 사례라고 생각된다.

우리는 이 문제를 해결하기 위해 ‘혐오표현 처벌법’을 제정할 것을 제안한다. 약자와 소수자를 낙인 찍고, 혐오하여 종국에는 실제적 위ه로 이어질 수 있는 발언들이 규제 대상이 된다는 것을 공적으로 명확히 하자는 것이다. 혐오표현 처벌법은 크게 세 가지 효과를 가질 것으로 기대된다. 첫째, 온라인 공론장에서 규제되어야 할 발언들이 규제된다. 즉, 외국인 노동자나 장애인에 대한 혐오표현을 규제할 수 있다. 둘째, 규제대상이 되는 혐오표현에 대한 공적 가이드라인을 제시함으로써 혐오표현에 대한 공론 수준을 높인다. 다시 말해 혐오표현은 그 표현의 대상이 되는 집단의 지위에 따라 그 효과와 폐해가 현저히 다르다는 것을 법 조항을 통해 밝혀주는 것이다. 셋째, 온라인 상 혐오표현이라는 현재 공동체가 당면한 갈등을 제도 내에 포함함으로써 무분별한 사적 처벌을 막을 수 있다. 우리는 점차 수위를 높여가는 혐오표현과 공동체가 당면한 첨예한 갈등을 고려할 때, 혐오표현 처벌법의 입법이 시급하다고 믿는다.

## 4 결론

지금까지 이 논문은 사회적으로 논란이 된 메갈리아의 언어를 살펴보고 혐오표현으로 규제 받는 것이 타당한지 살펴보았다. 더 나아가 기존의 명예훼손죄와 모욕죄의 한계를 지적하고 ‘혐오표현 처벌법’ 제정을 제안하였다.

메갈리아의 언어는 발언이 향하는 대상에 따라 크게 세 가지로 분류해 혐오표현 여부를 판단하였다. 먼저, ‘한남충’, ‘소추남’은 한국 일반 남성이 서양 남자에 비해 육체적, 정신적으로 열등하다는 편견을 담은 단어로 혐오표현이라 할 수 있다. 또한, ‘똥꼬충’, ‘에이즈충’ 역시 한국 남성 동성애자에 대한 적대감을 담은 표현으로 혐오표현에 해당되었다. 그러나 가장 최근 논란이 되었던 독립운동가에 대한 조롱, ‘일본인이 거들떠 봐주지도 않는 돼지 한남’, ‘가짜 독립운동가’이라는 표현은 혐오표현이라고 볼 수 없었다. 메갈리아의 ‘미러링’과 관련된 사회적인 논쟁의 맥락에서 나온 풍자라고 해석하는 것이 더 타당한 시각이라 본다.

혐오표현 규제에 대한 우리의 원칙에 따르면 메갈리아의 언어 중 혐오표현으로 규제가 가능한 경우는 ‘똥꼬충’, ‘에이즈충’에 한정되었다. 혐오표현은 소수자를 향할 때에만 규제할 수 있기 때문이다. 물론, 동성애자가 한국 사회의 소수자인지에 대해 논란이 있을 수 있지만 한국 동성애자의 삶의 질, 사회적 보호 장치의 취약성을 고려할 때, 동성애자를 한국 사회의 소수자로 분류하는 것이 더 타당하다고 본다. 예컨대, 2014년 ‘LGBT 사회적 욕구 조사’에 따르면 청소년 성 소수자 623명 중 45%가 말투나 행동으로 폭언과 폭력을 당한 경험이 있다고 답했다. 또한 청소년 자살 시도율은 약 4% 수준이지만 청소년 성 소수자 자살 시도율은 46%에 이르렀다.<sup>10</sup> 성 소수자들은 혐오표현으로 인해 정상적인 생활이 불가능한 상황에 처해 있다.

우리의 제안대로 ‘혐오표현 처벌법’이 제정된다면 먼저, 동성애자를 비롯한 사회의 소수자들에 대한 혐오표현을 규제할 수 있다. 이것은 소수자의 삶의 질을 비약적으로 높여줄 것이라 예상된다. 다음으로, 혐오표현과 관련된 공적 논의의 수준을 한 단계 높여줄 것이다. 마지막으로, 혐오표현과 관련된 사회적 갈등을 제도권 내로 포함함으로써 시사인 절독 사태, 넥슨 성우 사태와 같은 사적 보복이나 처벌을 막을 수 있을 것이다.

<sup>10</sup> [http://www.ohmynews.com/NWS\Web\View\at\pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002107557](http://www.ohmynews.com/NWS\Web\View\at\pg.aspx?CNTN_CD=A0002107557)

## 참고 문헌

DelgadoRichard. (1998). Are Hate-Speech Rules Constitutional Heresy a Reply to Steven Gey. "University of Pennsylvania Law Review", 146, 865–878.

너스바움마사. (2015). “혐오와 수치심.” 민음사.

대법원 99 도 5407, 99 도 5407 (대법원 2000년 10월 10일).

독립투사 조롱한 워마드, 안중근, 윤봉길 의사 비하 글로 고발당해. (2016년 8월 20일).

“매일경제”.

“메갈리아 항목.” (2016년 9월 14일). 위키백과:

<https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%A9%94%EA%B0%88%EB%A6%AC%EC%95%84>에서  
검색됨

박경신. (2016년 8월 1일). [시론]넥슨 여성운동 탄압사태, 눈치들 보지 마라. “경향신문”.

세월호 희생자 어묵 모욕 일베회원 항소심도 실형. (2015년 8월 26일). “뉴시스”.

홍성수. (2015). 혐오표현의 규제: 표현의 자유와 소수자 보호를 위한 규제대안의 모색.

“Korean Law and Society Association, 법과사회”, 50, 295.

## 제로보드: 쉬운 설치형 게시판 – 한국 인터넷 제작자 문화 역사 서술을 위한 밑그림

Zeroboard, Easy-to-install BBS – Rough sketch for a techno-cultural maker history of the Korean internet

소원영

메사추세츠 공과대학교 Massachusetts Institute of Technology

고아침

뉴욕 시립대학교 대학원 The Graduate Center, CUNY

강이룬

파슨스 스쿨 오브 디자인 Parsons School of Design

## 요약

이 글은 한국의 인터넷을 만들어온 행위자로서 제작자의 역할에 주목한다. 제작자에 초점을 맞춘 역사 서술은 부족한 상황이며, 이러한 서술의 부족은 과거의 평가뿐만 아니라 미래를 상상하는 데도 제약으로 작용한다. 이 글은 제작자에 관해 이야기하는 방법으로 소프트웨어에 관심을 가지며, 그 중에서도 널리 쓰였고 현재도 큰 영향을 행사하고 있는 저작 소프트웨어인 제로보드에 주목한다. 우리는 한국에서 발현된 제로보드라는 인터페이스가 한국 인터넷에 미친 영향을 “쉬운 설치”이라는 제로보드의 특징, 그리고 그러한 기술적 문제를 웹 제작자 개개인이 부담해야 했던 역사와, 이후 웹 커뮤니티에 광범위하게 받아들여지게 된 “게시판”이라는 인터페이스를 통해 알아보고자 한다. 우리는 제로보드가 초기 한국 웹에서 웹 디자이너 등 일부 커뮤니티에 적극 수용된 배경과, 그

과정에서 한국 웹의 보편적인 요소로 자리잡은 제로보드의 기능적·외형적 특징을 간략하게 살펴본다. 그럼으로써 한국 인터넷 제작문화사로서의 제로보드 역사 서술을 위한 밑그림을 그린다. 제로보드가 가지고 있던 한국 맥락에서 고유한 의미들을 현재 2016년에 재평가함으로써 한국 인터넷의 미래에 관한 복합적인 시선을 구성하는 데 기여할 수 있다.

## 1. 들어가는 말

한국인터넷진흥원에서 발행한 <2016 한국인터넷백서> 앞머리에는 1981년부터 2015년까지의 ‘한국 인터넷 역사’ 타임라인(16~19쪽)이 실려 있다. 타임라인은 산업·서비스, 인프라, 정책 세 가지 관점에서 주요 사건을 보여준다. 이어지는 책의 주요 목차는 제1편 산업 및 서비스(제1부 인터넷 경제 – 제2부 인터넷 산업 – 제3부 인터넷 융합 서비스 – 제4부 인터넷 정보 서비스 – 제5부 공공부문 인터넷 서비스), 제2편 활용(제1부 인터넷 이용, 제2부 인터넷 이용 활성화, 제3부 안전한 인터넷), 제3편 인프라(제1부 인터넷 인프라, 제2부 인터넷 주소자원, 제3부 인터넷 기술, 제4부 인터넷 법제도), 제4편 국제협력 순으로 이어진다. 타임라인의 분류 기준과 목차에서 드러나는 백서의 인터넷 역사 서술은 한국 인터넷을 만드는 주체로서 개인의 행위성을 배제한다. 대신 정부와 기업이 중요한 행위자로 간주되며, 개인은 통계(“국내 인터넷 이용자 4,000만 명 돌파”)로 드러나는 수동적 이용자로 존재한다. 개인은 국가 정책의 규제 및 지원을 받으며 기업이 제공하는 서비스를 국가와 기업이 함께 설치한 인프라 위에서 누리는 존재인 것이다.

물론 이것은 사실과 부합한다. 인터넷 인프라의 초기 도입은 국가적 정책지원에 힘입었으며<sup>1</sup>, 인터넷 이용의 많은 부분은 기업이 제공하는 서비스 안에서 이루어진다. 하지만 개인의 역할이 단지 수동적인 이용자에 그치는 것은 아니다. 인터넷의 개방성은 단지 누구나 이용할 수 있는 프로토콜이라는 측면에만 해당하는 것이 아니라, 누구나 자신의 것을 인터넷에 연결할 수 있다는 측면에도 적용된다. 마찬가지로 개인은 주어진 환경으로서의 인터넷을 이용하기도 하지만, 그 자신이 직접 제작자의 역할을 맡기도 한다. 또한, 개인의 생산적 역할은 규격화된 플랫폼 내부에서 사용자 창작 콘텐츠(UCC)를 통해서만 수행되는 것이 아니다. 웹사이트 등 플랫폼을 제작함으로써

직접 인터넷 공간을 구성하는 일 또한 개인이 수행할 수 있으며, 실제로 많은 개인이 이와 같은 일을 수행해왔다. 즉 개인 또한 기업이나 정부와 마찬가지로 인터넷의 모양새를 조각한다. 이러한 생산적 역할을 수행하는 개인을 이 글에서는 제작자라고 칭한다<sup>2</sup>.

다시 말해, <2016 한국인터넷백서>의 역사서술은 개인 제작자의 역할을 배제하고 있다. 이는 두 가지 측면에서 문제적인데, 우선 한국 인터넷의 형성에 중요하게 작용한 한 부분을 누락하고 있다는 점이 있다. 개인 제작자는 한국 인터넷을 조각조각 만들어왔고 그 조각들을 만드는 데 사용된 도구들을 만들기도 했으며, 이러한 제작 행위가 모여 형성된 문화는 일종의 표준처럼 작용하는 보편적인 제작 방식으로서 확산되기도 했다. 이와 같은 제작자의 활동은 단지 인터넷에서 생겨난 한 가지 형태에 그치는 것이 아니라, 현재 한국 인터넷의 외관과 작동방식, 사용자 경험을 조각하는 데 기여한 중요한 요소다.

위 문제와 관련된, 그리고 어쩌면 더욱 중요한 또 하나의 문제점은, 백서의 서술이 한국 인터넷의 과거와 현재를 만들어온 제작자의 역할을 누락함으로써, 미래를 만드는 주체로서 제작자의 역할 또한 고려의 대상에서 배제하는 효과를 낳는다는 것이다. 인터넷 환경을 형성하는 행위자를 정부나 기업에 국한시킨다면, 개인의 입장에서는 앞으로의 환경을 형성하는 데 있어서도 정부나 기업이 제 역할을 잘 해주기를 기대하는 것 외에 별다른 방법이 없다. 이는 우선 역사적 사실과 부합하지 않으며, 그 뿐만 아니라 인터넷 플랫폼의 독과점과 중앙집중화가 심화하는 현재의 상황에서 플랫폼의 개방성과 공공성을 상상하는 데에 큰 제약으로 작용한다.

이와 같은 이유로 인터넷 역사에서 제작자의 역할은 지금보다 더 많이 서술되어야 한다. 그리고 제작자를 이야기함에 있어서 우리는 소프트웨어에 관심을 두며, 그 중에서도 웹용 설치형 게시판 소프트웨어인 제로보드에 초점을 맞춘다. 소프트웨어에 대해 이야기하는 것은 몇 가지 장점이 있다. 우선 인터넷, 특히 우리가 여기에서 주된 관심을 두고 있는 웹에서 제작의 도구는 곧 소프트웨어이며, 같은 소프트웨어가 이용의 매체로 작용하기도 한다. 또한 산업·서비스도 소프트웨어의 형태로 존재한다. 즉 제작자와 비제작자, 개인 제작자와 기업을 각각 분리된 것으로서가 아니라 같은 선상에 놓고 바라볼 수 있다. 또한 산업 종사자들이 개인 제작 행위를 병행하기도 했고, 개인 제작자가 기업에 합류한 경우도 흔하다.

이러한 측면에서 제로보드는 한국 인터넷의 제작문화사를 서술하는 데 있어 중요한 상징성을 지닌다. 제로보드는 ‘제로’라는 낙네임을 가진 개발자 고영수가 90년대 후반에 제작한 PHP+MySQL 기반의 설치형 게시판(BBS) 프로그램이다. 1999년 말 버전 1.0이 릴리즈 되었고

<sup>1</sup> 한국이 세계에서 두 번째로 인터넷에 연결되는 데 공헌해 ‘한국 인터넷의 아버지’로 불리는 전길남은 산업체 정책의 일환인 해외 과학자 유치 프로그램을 통해 한국으로 들어왔고, 정부출연연구소에서 컴퓨터 네트워크 연구를 진행했다. (안정배, 2014)

<sup>2</sup> 인터넷에서의 개인을 지칭하는 더 흔한 표현으로는 사용자가 있고, 수동적 역할을 지양하는 표현으로는 생산자가 있다. 하지만 여기에서는 주어진 플랫폼을 수동적으로 이용하거나 콘텐츠만을 생산하는 역할로 국한되어 해석될 여지를 없애고, 하드웨어 분야에서 논의되는 DIY 및 메이커 문화와의 연결점을 시사한다는 두 가지 이유로 제작자를 선택한다.

2001년 초에 버전 4가, 2002년 초에 버전 4.1이 만들어졌다. 이후 네이버에 프로젝트 전체가 인수된 후 2009년에 XpressEngine이라는 오픈 소스 CMS(콘텐츠 관리 시스템) 프로젝트로 그 성격을 바꾸고 오늘에 이르고 있다.

제로보드로 상징되는 설치형 게시판은 한국 웹의 태동기에 콘텐츠 퍼블리싱 시스템으로서 큰 영향을 끼쳤다. 특히 제로보드는 설치가 쉽다는 점과 스킨이 자유롭게 배포되었다는 점이 당시 등장한 웹 디자이너들에게 크게 환영받아 한국을 대표하는 게시판 프로그램이 되었고, 개인 홈페이지라는 소규모 웹 퍼블리싱 포맷 형성에 핵심적인 역할을 했을 뿐만 아니라, 디자인과 개발을 동시에 아우르는 종합적인 웹 저작 커뮤니티를 형성했다.

한편으로 이렇게 소규모 웹 저작 환경에서 환영받으며 그 유명세를 이어가던 와중에, 웹 커뮤니티 사이트를 만드는 데에 필요한 게시판 엔진으로 제로보드가 본격적으로 사용되면서 그에 따르는 회원 가입 로직, 인터페이스 디자인, 회원 등급의 생성과 조정 등 기술적인 요소가 커뮤니티 사이트 전체에 구현되었고, 이것이 문화로 받아들여지고 고착화되어 현재의 한국 커뮤니티 사이트의 지형을 이루고 있다. 어떤 의미에서 제로보드는 PC 통신과 현재의 인터넷 사이의 과도기적 도구라고도 볼 수 있다. 요컨대 이 소프트웨어는 한국 인터넷의 역사에서 제작자의 역할<sup>3</sup>을 평가하고 가치화하는 데 중요한 유물이다.

인터페이스와 그를 구현하는 코드가 우리를 어떤 방식으로 규제하는지에 대한 견해는 Lessig(2006)과 Zer-Aviv(2015)를 통해 엿볼 수 있다. Lessig은 인터페이스와 그 기저의 기능을 구현하는 코드는 사이버스페이스에서 법과 같은 역할을 하며, Zer-Aviv는 인터페이스가 사용자로 하여금 엄격한 레벨의 복종을 하도록 요구한다고 언급하였다. 특히 Zer-Aviv는 인터페이스를 “시스템, 장비, 컨셉, 혹은 사람 사이의 매개체 혹은 경계”로 정의하고, 웹이라는 미디어가 전통적인 TV, 라디오 등의 미디어와 마찬가지로 커뮤니케이션이 일방향적이고 지배적인 방향으로 복종하도록 요구하는데, 그를 가능하게 하는 것으로 웹에서의 인터페이스를 지목하고 있다.

우리는 이와 같은 견해를 토대로, 한국에서 발현된 제로보드라는 인터페이스가 한국 인터넷에 미친 영향을 “쉬운 설치”이라는 제로보드의 특징, 그리고 그러한 기술적 문제를 웹 제작자 개개인이 부담해야 했던 역사와, 이후 웹 커뮤니티에 광범위하게 받아들여지게 된 “게시판”이라는 인터페이스를 통해 알아보고자 한다. 우리는 제로보드가 초기 한국 웹에서 웹 디자이너 등 일부 커뮤니티에 적극 수용된 배경과, 그 과정에서 한국 웹의 보편적인 요소로 자리잡은 제로보드의

기능적·외형적 특징을 간략하게 살펴본다. 그럼으로써 한국 인터넷 제작문화사로서의 제로보드 역사 서술을 위한 밑그림을 그린다.

## 2. 쉬운 설치: 디자이너 커뮤니티의 적극적 수용

제로보드는 2000년대 초반 한국 웹에서 지배적인 게시판 엔진이었다. 여기에는 웹사이트를 배포하기 위한 기술적 측면과 월드 와이드 웹이라는 미디어가 태동하면서 변화한 사회적 배경이 존재한다. 당시에는 인터넷에 글을 올리는 단순한 행위를 위해서도 관련 개발 환경을 설정 및 설치하는 등 지금보다 필요한 기술적 지식이 많았다. 한편, 새로운 미디어의 태동으로 다양한 산업에서 웹 디자이너와 개발자에 대한 수요가 증가했지만 인터넷 자체가 일반인에게 사용된 지 5년도 안 된 신생 미디어였으므로, 이를 처리할 만한 고급 기술자는 많이 존재하지 않았다. 이러한 제작 수요를 감당하기 위해 전통적 교육기관에서 졸업한 학생들뿐만 아니라 사설 컴퓨터 교육기관에서 젊은 초급 개발자와 디자이너들이 양산되었다. 제로보드는 이러한 초급 사용자/디자이너들이 쉽게 설치할 수 있는 매뉴얼을 제공했고, 특히 상대적으로 개발자보다는 웹 디자이너들이 쉽게 이를 설치 및 가공할 수 있었다. 그 영향으로 생겨난 활발한 게시판 스킨 커뮤니티에 힘입어 제로보드는 디자이너들이 쉽게 사용할 수 있는 미려한 게시판으로 포지셔닝 할 수 있었고, 이는 거대한 홈페이지 저작 커뮤니티의 형성으로 이어졌다.

### 2.1. 기술적 요건

90년대 후반, ADSL과 같은 초고속 인터넷이 보급되면서, PC 통신을 통해 주로 이루어지던 커뮤니케이션을 웹브라우저 환경에서 하려는 시도들이 생겨났다. 넷츠고와 채널아이가 그 예로, 두 회사 모두 PC 통신과 같은 형태의 서비스를 브라우저 환경에서 제공하는 것을 특징으로 하였다. 이들은 각각 “넷츠고 브라우저”와 “채널뷰”라는 전용 브라우저를 이용해 인터넷 서비스를 제공했는데 PC 통신과 같은 형태의 구성을 컬러 화면으로 옮겨놨다는 수준의 구성이었고, 실제로 접속 방식이 다이얼업을 통해 제공되기도 하는 등 과도기적인 성격이 강했다. 이 업체들은 PC 통신을 이용하던 사람들이 인터넷 환경이라는 것을 부분적으로나마 접하도록 해준 서비스이면서, FTP 서버 세팅 기능을 제공하는 등 “개인 홈페이지”를 위한 기술적인 요건들을 일반 사용자들에게 처음으로 전파시킨 서비스이기도 하다. 이렇게 초고속 인터넷이 보급되면서 웹 소프트웨어다.

<sup>3</sup> 여기서 제작이라는 것은 두 가지 층위가 있다. 제작자가 사용할 수 있는 툴로서의 소프트웨어를 제작하는 행위—제로보드 자체나 스킨 등—와, 이 툴을 이용해 웹사이트를 제작하는 행위. 물론 웹사이트도 소프트웨어다.

브라우저라는 것을 이용해 URL을 입력하여 “홈페이지”라는 것을 들어가 이런저런 지식과 정보를 접하고, PC통신이 아닌 월드 와이드 웹 프로토콜을 통해 멀리 있는 사람에게 안부를 전하거나 하는 것이 1998년에서 1999년 사이에 일반적으로 가능해졌다. 이 당시의 인프라에서 개인 홈페이지를 만들기 위해 기술적으로 필요했던 것을 따져보면 다음과 같다.

### 2.1.1. HTML 문서 업로드 공간(웹 호스팅)

웹 호스팅은 홈페이지를 보여주는 웹 서버의 일정 공간을 임대해주는 시스템으로 천리안 등의 기존 PC통신 업체, 그리고 앞서 이야기한 넷츠고와 채널아이 등 많은 업체들이 홈페이지 공간 제공을 이메일과 같은 필수서비스로 제공했다. 네띠앙이 1998년 개인홈페이지 무료 공간을 주며 인기를 끈 것을 시작으로, 채림을 모델로 내세워 광고를 했던 하이홈 등 독립적으로 생겨난 회사들도 있었다. 앞서 말한 포털에서 제공하는 공간이 제한적인 HTML 문서만을 올릴 수 있는 시스템이었다면, 이후 생겨난 전문 웹호스팅 업체들은 제로보드와 같은 데이터베이스 연동형 CGI 게시판을 지원하도록 설계되었다. 지금까지도 명맥을 잇고 있는 카페 24나 가비아와 같은 업체가 대표적이다. 이들의 공통적인 특징은 PHP와 같은 웹 프로그래밍 언어 지원, 제한적인 데이터베이스 접근 권한과 용량, 그리고 트래픽 제한 등이었다.

### 2.1.2. 도메인

도메인은 필수적으로 마련해야 하는 것이 아님에도—<http://chollian.co.kr/~mnsota>와 같이, 호스팅 제공 업체의 도메인에 유저 이름이 붙은 형태를 기본적으로 사용할 수 있었다—일부 파워유저들은 도메인 구매에 공을 들이곤 했다. 이렇게 구입한 도메인을 홈페이지에 연결하기 위해서는 도메인 네임 서버를 구축해야 했는데, 네띠앙과 같은 무료 홈페이지 공간 제공 서비스는 이를 지원하지 않아 홈페이지에 도메인을 연결할 수 없었다. 그리하여 도메인에 접속하면 네띠앙 등에서 호스팅 되어 있는 주소로 포워딩을 해주는 서비스—중간에 광고를 삽입하는 등의 방식으로 수익을 올렸다—가 존재하는 한편, 도메인이 아예 없는 사람을 위해 짧은 도메인 이름을 제공해주는 우뜨넷(wo.to)과 같은 서비스도 있었다.

### 2.1.3. HTML 저작툴

개인 홈페이지에 올릴 HTML 문서를 만들기 위해 어려운 코드를 작성하지 않아도 되도록 위치윅(WYSIWYG) 방식의 저작툴이 있었다. 국산 프로그램으로는 나모 웹에디터(1997)가 있었고, 당시 매크로미디어의 드림위버도 비슷한 시기에 출시되었으며 마이크로소프트에서는 프론트페이지라는 툴이 있었다. 한국에서는 한글이 지원된다는 점, 그리고 아래아한글과 비슷한 인터페이스를 가지고 있다는 점 등의 이유로 나모웹에디터가 큰 인기를 끌었다.

### 2.1.4. 게시판, 방명록(CGI)

게시판과 방명록을 만들어 놓고 사람들이 남긴 글을 보는 것은 개인 간 소통의 공간으로서 의미가 있었다. 페이스북이 바꿔놓은 뉴스피드 패러다임 이전에는 방문자들이 주인의 집(홈페이지)을 방문하는 메타포가 그대로 남아 있었다. 집을 방문한 사람들은 “홈페이지 잘 보고 갑니다”로 대표되는 인사말을 남겨 자신이 들렸음을 표시하는 것이 관례였다. 비슷한 의도로 설계된 것 중 하나는 카운터였다. 방문 기록을 체크하여 아주 기본적인 통계를 제공하는 프로그램으로, 인기 있는 홈페이지는 아주 잘 보이는 곳에 이 카운터를 배치하여 인기를 과시하는 경향이 있었다.

게시판과 방명록, 카운터 등은 기본적으로 웹에서 작동하는 프로그램으로, 실제로 이를 사용하기에는 기술적 장벽이 있었다. 최종 사용자가 굳이 몰라도 되는 Perl, PHP와 같은 프로그래밍 언어나 MySQL과 같은 데이터베이스 기술을 알아야 했고, 네띠앙이나 천리안과 같은 회사들의 경우에는 그러한 기술을 아예 지원하지도 않았다. 이는 다음 섹션에서 언급할, 커뮤니티 기반 무료 웹호스팅 사이트의 출현과 맥락이 달아있다.

## 2.2. 시대적, 사회적 배경: 초급 기술자의 대거 등장

거시적인 관점에서는 국내의 큰 기업들이 인터넷 환경에 적응하기 위해 본격적인 웹사이트가 필요하던 시점이면서 동시에 인터넷을 적극적으로 활용한 새로운 사업 모델들을 시도해보던 시점이었다. 갓 생겨난 메가플렉스 영화관들은 인터넷 예매를 가능하게 하고 싶어 했고, 아직 짧은 이동통신사들은 사용요금을 인터넷에서 결제할 수 있도록, 또 부가서비스를 인터넷에서 관리하고 싶어했다. 은행은 인터넷 뱅킹을 도입하고 있었고, B2B, SI, ERP 등의 용어를 신문지면에서 흔하게 발견할 수 있었다. 사회 전반적으로는 인터넷이 가져다 줄 새로운 가능성에 대한 논의가 활발했다. 서점의 컴퓨터 섹션에서는 “웹 마스터가 되는 길”류의 책을 쉽게 찾을 수 있었고, 신문과 TV에서는 인터넷과 핸드폰과 냉장고가 연결된 미래를 ‘디지털 세상’으로 정의하고 있었다.

제작 측면에서 축적된 지식이 별로 없는 초기 인터넷에서 개인 홈페이지를 만들겠다고 뛰어든 사람들은 이러한 새로운 미디어의 가능성을 인식하고 시험한 부류였다. PC 통신과 함께 성장한 이 10-20 대들은 PC 통신 문화를 그대로 계승하여 온라인에서 대체로 닉네임을 사용했으며, 보여주고 싶은 콘텐츠가 있어서 계획 하에 홈페이지를 만드는 경우가 많았다. 특히 10 대들의 경우는 컴퓨터와 인터넷을 거의 네이티브로 다루는 뛰어난 10 대들이 존재하여 이들을 위한 계정서비스가 따로 존재할 정도였다.

또한 디자인과 콘텐츠 제작 모두에 민감한 창작 계열의 사람들이 많았던 것도 특이한 점이다. 이들 중 많은 수는 각각 고등학교나 대학을 졸업한 후에 당시 급격히 팽창하던 웹사이트 제작 용역 시장에도 뛰어들었고, 여기에 더해 각 대학에서 웹디자인의 기초를 교육받은 학생들과 그린컴퓨터아트스쿨을 위시한 다양한 컴퓨터 사교육 기관들을 통해 배출된 아주 많은 수의 웹디자이너가 같은 시장에 함께 뛰어들었다. 그 결과 웹디자인 초급 기술자가 시장에 넘쳐나게 되었는데, 인터넷 도입의 초반 웹디자인 고급 기술자의 숫자는 매우 적었으므로, 이것은 초급기술자들에게 비교적 쉽게 능력을 발휘할 기회를 만들게 되었다.

### 2.3. 상대적으로 손쉬운 제로보드 설치 과정

게시판 엔진 중 제로보드가 단연 득세할 수 있었던 이유 중 하나는 바로 이러한 제작자들에게 소구했기 때문이다. 반면 그 당시 개발자 및 서버 엔지니어들이 많이 드나들던 커뮤니티 겸 홈페이지인 ‘리눅스 사랑넷’에서 배포하던 적수보드(JSBoard)는 당시 제로보드와 비슷한 수준의, 혹은 더 나은 기능을 제공하는 게시판 엔진으로 특히 개발자커뮤니티에서 많은 지지를 얻었다. 하지만 적수보드는 설치 방법이 제로보드와 비교해 훨씬 복잡했다. 이는 설치/관리자 인터페이스 차원의 문제이기도 했지만, 2.2.에서 언급한 비 IT 전문가–디자이너도 이해할 수 있을 정도로 쉬운 도큐멘테이션이 부족했다는 문제도 있었다. 반면 제로보드는 스크린샷과 마우스 좌클릭/우클릭 단위로 상세하게 서술된 매뉴얼을 제공했다. 여기에 더해, 아래에서 언급하게 될 커뮤니티의 지식 공유와 상부상조의 문화도 비전문적 제작자에 소구하는 요인이었다. 게다가 제로보드 설치에 성공한 몇몇 디자이너 개척자들이 만들어 낸 커스텀 스킨은 다양한 사용자–제작자 층의 눈을 끌기에 충분했다. 이런 흐름 속에 굉장히 많은 개인 홈페이지와 중소기업의 홈페이지에서 제로보드를 자유게시판으로, 방명록으로, 또 나아가 문의/답변 게시판등 매우 다양한 방식으로 활용하게 되었다.

### 2.4. 기술적 요건을 충족해주는 저작 커뮤니티와 지식 공유 커뮤니티의 출현

제로보드로 대표되는 웹 프로그램을 돌릴 수 있는 홈페이지를 가지는 것은 당시에 개인 홈페이지 제작자들 사이에서 매우 중요한 문제였다. 인기 서비스인 천리안이나 네띠앙 등에서는 이것이 가능하지 않았기 때문에 서버를 별도로 임대하여 직접 처음부터 구축해야 하는 매우 번거로운 문제가 있었는데, 1999년 즈음 이를 해결해 주면서 통합적으로 개인 홈페이지를 운영할 수 있도록 해주는 커뮤니티가 생겨나기 시작했다. 짜근 커뮤니티의 운영자였던 ‘독재자’는 폐쇄적인 정책을 통해—독재자에게 이메일을 보내고, 일주일 후 답이 없으면 그냥 불합격되는 프로세스였다—새로운 입주자를 선발했다. 서버에 입주된 사람들 대부분이 규모 있는 커뮤니티를 형성한 적이 있거나, 질 좋은 콘텐츠를 제공하거나 아니면 디자인이 매우 뛰어난 홈페이지를 운영했다. 몇몇 이들에게 이곳에 입주하는 것은 디자인/콘텐츠 생산 능력을 검증받은 것으로 받아들여져, 선망의 대상이 되었다.

이러한 웹호스팅 기반 커뮤니티의 특징 중 하나는, 전에 서술한 기술적 문제를 해결하기 위한 디자인과 개발 지식을 공유하기 위한 웹 디자인/개발 튜토리얼 사이트가 많았다는 점이다. 실제로 짜근 커뮤니티의 입주자들 분류 목록을 보면, 웹디자인 지식을 공유하는 “웹디동”이 37개로 전체 117개 입주 사이트 중 약 31%로, 하위 카테고리 중 가장 많은 비율을 차지하고 있다. 이들은 자신들이 획득한 지식을 공유하고 이를 통해 커뮤니티를 형성하는 것을 주요한 사이트의 콘텐츠로 삼았다. 대표적인 예가 디자이너와 개발자의 “퓨전” 홈페이지인데, 이는 디자이너와 개발자가 협업하여 웹사이트 하나를 만들고 운영하는 홈페이지를 뜻한다. 주로 웹 디자인 지식과 홈페이지 구축을 위한 개발 지식을 동시에 공유하는 내용을 담았다. 대표적으로 위즈 wizz 와 서풍 zephyr 의 ZeZZ, 제로Zero 과 스틱스 Styx 의 Zetyx 와 같은 커뮤니티 겸 홈페이지는 여러 웹 디자이너와 개발자들의 작업 자랑에 더해 이들의 일상을 공유하는 커뮤니티의 성격으로까지 발전했다. 이는 제로보드 배포와 디자인, 개발 지식 공유를 주 목적으로 하는 nzeo(<http://nzeo.com>) 커뮤니티의 발생으로 이어지게 된다.

온라인 커뮤니케이션을 위해 직접 개인 홈페이지를 만들고 그것을 매개로 소통해야 했던 초기 인터넷 환경은 예컨대 소셜 네트워크 같은 환경과 비교할 수 없을 정도의 자유도를 제공했지만, 동시에 굉장한 기술적인 장벽이 있었다. 그럼에도 인터넷으로의 새로운 인구 유입은 필연적이었고, 급증하는 인터넷 인구의 표현 욕구에 맞추어 가려운 곳을 제대로 긋어준 제로보드와 같은 설치형 솔루션은 이후 싸이월드 미니홈피가 대중화되고(2003-4년 경) 결국 네이버 마이홈 서비스가 종료되기 전까지(2008년) 약 7-8년간 독특한 개인 홈페이지 문화를 만들어냈다. 기술적 허들을 넘은 개인들은 그 당시 브라우저 수준에 맞추어 이미지로 된 텍스트를 만들어 그것을 디스플레이용 텍스트로 쓰는 등의 디자인 전략을 나름대로 구축하는 한편 또 그것을 포토샵 강좌로 공유했고,

양질의 콘텐츠를 직접 만들었으며 그것을 관리하는 주체가 되었다. 지금의 하드웨어 제작자 문화와 비교할 수 있을 만한, 웹 제작자들이 꽤 대중적으로 활동하던 시기였다.

### 3. 한국 웹 기본 양식으로서의 게시판

“쉬운 설치”라는 특징이 개인 홈페이지 문화를 형성하는 역할을 수행했다면, “게시판”이라는 인터페이스는 한국 인터넷 전반의 게시물 생성/보기/수정/삭제(CRUD) 인터페이스를 지금까지도 지배하고 있고, 특히 커뮤니티 웹사이트의 구조를 형성하는데 큰 역할을 했다. PC 통신 시절에 존재하던 인터페이스가 제로보드를 통해 완성되었고, 제로보드 특유의 회원 관리와 같은 기능이 더해져 이것이 커뮤니티사이트 구축에 널리 적용된 뒤 현재까지 이어져 오고 있다.

김정자(2003)는 전자게시판 글쓰기에 관한 연구에서 게시판의 원형을 1970년대 후반 미국의 BBS 시스템에서 찾는다. 미국에선 1979년에 컴퓨터서브가 처음 상업적 목적의 BBS 시스템을 만든 것을 시작으로 다수의 사설 BBS 가 생겨났고, 한국에서는 PC 통신이라는 이름으로 90년대부터 천리안, 나우누리, 하이텔 등의 서비스가 생겨나 활발한 서비스를 하였다. 그는 특히 게시판 인터페이스의 확산을 인터넷의 대중적 확산과 더불어 많은 사람들이 친숙하게 웹 서비스를 사용하고자 하는 욕구에서 비롯되었다고 지목하고 있다. 실제로 PC통신의 BBS 인터페이스는 한 페이지에 20여 개의 게시물이 제목, 날짜, 올린이, 조회수와 추천수를 한 번에 볼 수 있는 테이블 뷰로 구성되어 있고, 게시판의 글을 보기 위해서는 글의 번호를 타이핑해서 들어가는 방식이었다. 제로보드는 거의 동일하다고 할 수 있는 인터페이스가 적용되었다.

제로보드 덕분에 한국 인터넷 사용자들의 게시판 인터페이스에 대한 익숙함의 정도는 점점 더 커져갔다. 익숙함에 힘입어 앞서 언급했던 개인 홈페이지뿐만 아니라 거의 모든 웹사이트에 한 구석에 게시판이 있는 구조가 보편적이 되었다. 회사 웹사이트의 고객 문의란이나, 싸이월드 클럽과 다음 카페 등 이후에 등장한 서비스 형태에서도 여러 사람이 글을 올리고 그것을 한 번에 열람해야 하는 구조에 거의 예외 없이 적용되었고, 지금도 그렇게 되고 있다.

디씨인사이드	gall.dcinside.com	zboard4 → 자체 프레임워크	제로보드를 nzeo측으로부터 구입하여 2000년대 중반까지 사용하다 자체 엔진으로 변경
일간베스트	ilbe.com	XpressEngine	
SLRCLUB	sirclub.com	zboard4	게시판의 테이블 뷰를 zboard.php로 사용, 그 이후 단계는 불분명
뽐뿌	ppomppu.com	zboard4	
파코즈	parkoz.com	zboard4	
시코(시디피코리아)	seeko.co.kr	zboard4	
클리앙	clien.net	zboard4 → gnuboard	커뮤니티 형성 초기에 제로보드였으나, 이후 그누보드로 변경
베스티즈	bestiz.net	zboard4	

제로보드 기반 커뮤니티의 목록

제로보드가 개인 홈페이지 계를 평정하면서 추가된 강력한 기능 중 하나는 회원 관리기능이다. 이 기능을 통해 여러 사람이 실제로 가입하고 글을 남기는 형태의 기본적인 커뮤니티를 꾸릴 수 있는 구조가 마련되었다. 이 외에도 이후에 생겨난 제로보드 기반커뮤니티 사이트들이 공통적으로 공유하는 구조적 특성은, 사실은 제로보드의 관리자페이지에서 그 기원을 엿볼 수 있는 부분이 많다.

#### 3.1. 게시판의 모음이 되는 커뮤니티

관리자 인터페이스를 통해 확인할 수 있는, 제로보드의 가장 근간이 되는 구조는 그룹을 생성하고 그 후 그룹에 어떤 회원이 가입할 수 있는지를 설정한 후, 그 그룹에 게시판을 추가하는 형태이다. 다시 말해, 한 그룹에 속한 여러 멤버들이 어떤 게시판을 사용하는지에 대한 환경을 만드는 것이 제로보드라는 프로그램이 주로 하는 역할이다. 이는 향후 한국의 커뮤니티 사이트들이 갖추고 있는 기본 구조인 “가입해서 복수의 게시판을 사용한다”라는 사용 행태를 만들게 된다.

#### 3.2. 회원가입, 레벨과 주민등록번호

이렇게 생성된 그룹의 가입 설정 화면에는 주민등록번호를 통해 중복 가입을 막는 기능이 있었다. 이 기능은 이후 주민등록번호를 받지 못하도록 하는 법이 생겨나기 전까지 개인 고유식별번호를 저장하는 역할을 했다. 가입 절차를 거치고 나면 관리자의 설정에 따라 레벨 번호를 부여 받아 활동이 가능했고, 가입된 멤버는 굵은 글씨나 스티커 등을 붙여 비가입자와 구분될 수 있도록 했다. 권한 설정 창에서는 글/댓글/코멘트의 열람 및 작성, 비밀 글 작성, HTML 태그의 사용 권한 등을 레벨 1-10 사이에서 지정할 수 있도록 하는 섬세한 컨트롤 기능이 존재했다. 이 역시 커뮤니티 안에서 섬세하게 작동을 컨트롤해야 하는 관리자의 입장이 많이 반영된 부분이다.

공개 커뮤니티라도 아무에게나 참여의 권한을 열어두는 것은 여러 문제를 유발한다. 가령 스팸을 막기 위해서라도 최소한의 차단 장치는 마련해두어야 하는데, 대표적인 것이 회원제/회원등급제다. 회원이 된다는 것은 시스템에 자기 고유의 식별번호를 등록하고, 그 아이디를 통해서 시스템에 대해 행사할 수 있는 일정한 권한을 얻는다는 뜻이다. 게시판의 경우에는 DB에 접근할 수 있는 권한의 수준을 말하며, 사용자의 등급(관리자, 일반회원, 비회원 등)에 따라 권한의 종류도 달라진다. 관리자는 CRUD의 모든 권한 내지 상당 부분을 갖고 있으며, 일반회원은 자기 자신이 생성한 게시물에 대해 해당 권한을 갖고, 비회원은 읽기 권한만 있거나 아예 접근 권한이 없는 것이 일반적인 권한 구분 방법이다.

일부 커뮤니티에서는 회원 등급을 얻기 위해 일련의 행동을 요구한다. 일종의 게이미피케이션이라고도 볼 수 있는데, 요구되는 행동은 자기소개에서 일정한 수 이상의 댓글이나 게시물 달기 등 여러 종류가 있고, 많은 경우 게시판을 활성화시키는 행동을 장려하는 식으로 규칙이 정해진다. 이는 비회원에게 장벽으로 작용하는 한편 회원의 자질을 담보하는 장치로 기능한다. 회원이 되기를 원하는 사람에게 일련의 의식을 강제하는 행위는 한편으로는 그 의식을 감수하면서까지 커뮤니티 참여를 원하는 사람을 선별하는 효과가 있을 것이고, 또 한편으로는 커뮤니티 활동에 시간과 노력을 투자하는 일 자체가 해당 커뮤니티에 대한 소속감 및 애착을 키우기도 할 것이다. 회원의 권한 조정(등급)은 흔히 수동으로 이루어진다. 정해진 미션을 수행하고 “등업게시판”에 등업을 요청하는 게시물을 올리면, 관리자가 주기적으로 (혹은 편할 때) 자격 충족여부를 확인하고 등급을 조정한다.

### 3.3. 카테고리

게시판 안에서 글의 카테고리를 설정할 수 있도록 하는 기능이 있다. 사전에 등록된 카테고리를 글 작성 시 선택할 수 있다.

### 3.4. 추천 / 비추천

제로보드 버전 4.1 기준으로 추천 기능이 기본으로 탑재되어 있으며, 이는 이후 커뮤니티들에서 도입한, 추천 숫자에 따라 글을 따로 큐레이션 하는 기능—이를테면 디씨의 헛갤—의 설계에 영향을 주었다.

### 3.5. 불량단어

당시 인터넷 플랫폼 사업자들의 육설 관리 차원에서 고안된 기능으로, 게임 채팅 창에서 별표로 육설을 가리는 등의 조치를 취했던 것과 같은 맥락에서 지원되었던 기능이다. 이후 이런 불량단어를 회피하기 위해 육설 사이에 쉼표나 온점을 섞어 넣어 (굳이)육설을 하는 말투는 아래체 등 일부 인터넷 방언의 원형이 된다.

### 3.6. 도배

많은 커뮤니티에서는 내부 규칙에 도배를 금지하는 내용을 명시해두고 있다. 동일한 제목/내용 반복 게시를 아예 금지하거나 일정 기간당 몇 회 이하로 제한하는 경우도 있고, 명확한 규정 없이 ‘중복 게시물은 삭제될 수 있다’ 식으로 선언하고 넘어가는 경우도 있다. 어느 경우에나, 사용자 개인의 선택에 호소하는 셈이다. 내부 규칙에도 불구하고 누군가 중복 게시물을 올리거나 도배를 하기로 결정하면, 해당 게시물을 삭제하는 것은 대개 ‘알바’, 즉 게시판 관리자의 역할이다. 게시물 삭제 역시 스크립트를 활용할 수도 있고, 수동으로 할 수도 있다.

도배를 가능하게 하는 조건 중 하나는 게시판 자체의 작동방식이다. 제로보드나 유사한 게시판에서 게시물은 대개 등록된 순서의 역순으로, 최신 게시물부터 보여진다. 조회수나 추천수 순으로 정렬할 수도 있는데, 그럴 경우 최신에 업데이트된 게시물을 목록 위쪽에서 보기 힘들다. 게시물이 무엇이건 간에 어쨌건 등록하면 목록에 올라간다. 그러므로 마음만 먹으면, 자신의 글로 게시판을 뒤덮을 수 있는 것이다. 그에 따르는 제재(게시물삭제에서 IP 뱅까지)는 감수해야겠지만, 게시판은 게시물의 노출 여부와 순서의 결정이 사용자와 관리자의 개별 행동에 강하게 의존하는 시스템이다. 도배는 게시물의 노출 순서를 결정하는 원시적 규칙을 악용함으로써 시선을 끌고자 한다는 면에서 스팸과 맞닿아있고, 특수문자의 남용과도 밀접하다.

커뮤니티 사이트들이 도배를 막기 위해 오직 사용자의 양심과 알바의 노동에만 의존하는 것은 아니다. 추천과 비추천 등 다른 사용자들의 피드백이 반영되기도 하고, 시스템 차원에서 게시물을

보여주는 방식을 개선하기도 한다. 중복된 게시물을 찾아 알바에게 전달하거나 직접 삭제하는 스크립트를 돌리는 등 질 나쁜 정보를 제거하는 방향의 노력이 존재하는 한편, 반대로 좋은 게시물을 더 많이 노출시키는 접근도 있다. 일부 커뮤니티들은 조회수와 추천수가 높은 최신 게시물을 선별해 게시하는 별도의 (Best, Hit, Hot 등의 수식어가 달린) 게시판을 운영하기 시작했다. 인기 콘텐츠가 몰려 있는 이들 게시판은 자연스레 많은 사람들이 드나들게 되었고, 별도의 웹사이트로 독립하기도 했다.

### 3.7. 기타

이외에도 구조상으로 글에는 댓글 Reply 과 코멘트를 달 수 있도록 설계되었고 게시판 초기에는 사람들이 긴 댓글도 종종 이용하였으나, 댓글에서는 한 단계 들여쓰기가 되면서 게시판의 미관을 해치고 알아보기 힘든 상태가 되는 일이 있어 일정 시간 이후에는 이를 사용하지 않게 되었다. 이후 게시판의 기본 구조는 글과 글에 대한 코멘트를 하는 방식이 된다. 제로보드에서는 댓글 달기를 금지하거나 하지 않을 수 있도록 프로그램 상에서 지원했다.

이러한 게시판 관리 시스템과 게시판의 UI는 현존하는 커뮤니티 사이트와 플랫폼에 큰 영향을 미쳤다. 한때 한국 인터넷 트래픽의 30%가 제로보드를 통해 발생했다고 알려져 있는 것<sup>4</sup>처럼 매우 다양한 종류의 플랫폼에서 제로보드 혹은 제로보드의 아류라고 추정할 수 있는 인터페이스를 이용해 글을 올리고 코멘트를 주고받았다. 이는 미국의 Reddit/Quora/Stackoverflow 등으로 대표되는 포럼 인터페이스나, 일본의 2ch에서 목격되는 스레드형 인터페이스와 확연히 구별되는 한국 인터넷 커뮤니티의 인터페이스로 자리매김했다.

## 4. 나가는 말

제로보드는 지난 15년 이상 한국 인터넷에 독특한 흔적을 남겨 왔다. 복잡한 기술적 장벽을 어느 정도 줄여준 설치형이라는 특성에 힘입어 개인 홈페이지의 시대에 없어서는 안 될 중요한 소통의 도구로서 역할을 다했다. 특히 상대적으로 쉬운 인터페이스, 자세한 매뉴얼, 지식을 공유하는 커뮤니티 등에 힘입어 제로보드는 당시 대거 등장한, 상대적으로 비전문적인 제작자들에게 소구했다. 또한 제로보드가 남겨놓은 인터페이스의 흔적은 커뮤니티 사이트에서 매우 큰 영향력을 아직도 행사하고 있다. 제로보드가 가지고 있던 한국 맥락에서 고유한 의미들을 현재 2016년에

재평가하는 것은 현재 데이터 소유의 주체성이 희미해져 가고 있는 지금의 인터넷 환경에서 개인과 인터넷 플랫폼 업체와의 관계를 처음부터 다시 생각해볼 수 있다는 여지를 주는 점에서, 또 한국 인터넷 커뮤니티의 지형을 게시판 인터페이스라는 관점으로 이해하고 다음 버전의 인터페이스를 고민해볼 수 있다는 점에서 미래의 적절한 대안과 담론을 형성하는 데 도움을 줄 것이라 생각한다.

현재의 인터넷은 점점 더 중앙집중화되어 가고 있다. 개인 홈페이지, 혹은 싸이월드에서도 공유하고 있던 “(미니)홈 페이지”라는 개념은 이제 페이스북의 뉴스피드 알고리즘과 함께 완전히 사라져 버렸고 우리는 그냥 페이스북이 모아놓은 정보를 보든지, 인스타그램에서 내가 팔로우한 사람만 보는 선택을 한다. 누군가의 집에 찾아가는 일은 없어졌다. 개인 홈페이지라는 것은 포트폴리오 사이트를 구축하는 디자이너가 아니라면 도저히 가질 이유가 없는 그런 것이 되었고, 독립형 블로그들도 중앙 집중형 웹 출판 플랫폼들로 묶이고 있다.

이란 출신의 캐나다 저널리스트이자 이란에서 저명한 블로거인 호세인 데라크샨은 이러한 중앙 집중형 웹 문화를 비판하는 어조의 글을 기고했다<sup>5</sup>. 그는 이란 정부에 의해 스파이 혐의 등으로 2008년부터 6년간 감금되어 있다가 2014년에 풀려났다. 6년이라는 세월은 웹 세계에서는 영겁의 시간과 비슷하였고, 특히 그 기간 동안 발전한 소셜 미디어의 양상은 그가 이전에 익숙했던, 그리고 어쩌면 웹의 이상과 더 가까웠던 블로고스피어의 세계와 너무나도 다른 것이었다. “우리가 지켜야 할 웹 We Have to Save”이라는 제목의 이 글에서 그는 뉴미디어의 스트림 Stream 문화가 하이퍼텍스트와 하이퍼링크가 가지는 탈집중적 효과를 거세하고 하이퍼텍스트를 그저 하나의 사진이나 텍스트와 같은 오브제로 취급해버림으로써, 더더욱 사람들이 소셜미디어에 종속되도록 만든다고 설명한다.

“6년 전 나에게 하이퍼링크는 돈과도 같았다. 하이퍼텍스트라는 아이디어를 기반으로 한 하이퍼링크는 실제 사회가 가지고 있지 못한 다양성을 제공하고 탈집중화를 도왔다. 하이퍼링크는 모든 집중화—링크, 선, 그리고 권력구조—를 막는 방법으로, 이러한 집중화에서 나타나는 산물들을 좀 더 분산된 시스템 안에서의 노드와 네트워크로 만들어 주었다. [하지만] 거의 모든 소셜미디어는 하이퍼링크를 글을 더 풍부하게 만들어주는 수단이라기 보다는, 그저 사진이나 텍스트와 같은 객체로 취급한다 … [그리하여] 하이퍼링크는 객체화되고, 고립되어 힘을 잃게 된다.” (Derakhshan, 2015)

<sup>5</sup> 아이러니하게도, 데라크샨은 이 글을 중앙 집중형 퍼블리싱 플랫폼인 미디엄(medium.com)에 기고하였는데, 시대의 흐름이 어쩔 수 없음을 인정하는 것인지도 모르겠다. 실제로 코멘트 중에는 제발 이 글을 블로그에 올려달라고 하는 내용이 있기도 하다.

<sup>4</sup> 전자신문: <http://www.etnews.com/200703190105>

이렇듯 한 손으로 꼽을 수 있는 글로벌 업체의 서비스에 자신의 모든 데이터, 자신의 모든 메시지, 자신의 모든 모습들을 저장하고 공유하고 한 곳에서 스트리밍 당한다. 데이터를 재료로 하여 권력과 부가 형성되는 것은 인터넷 비즈니스의 핵심이 된 터, 개인들은 데이터를 회사들에게 넘기고 그 대가로 인터넷 서비스를 이용하고 있다. 지금 이러한 상황은 아주 자연스럽지만, 웹 초기에는 반드시 그렇지 않았다. 주어진 서비스로서의 플랫폼뿐만 아니라 개인 제작자가 직접 만들어가는 환경이 유의미하게 존재했고, 제로보드는 이를 잘 보여주는 사례다. 지금 제로보드를 이야기하는 것은 웹 초기의 이상향을 되살리자는 낭만적인 이유에서가 아니다. 개인 제작자가 인터넷 환경을 형성하는 데 어떻게 작용했는지 서술함으로써 우리는 현재에 영향을 미치는 행위자에 대해서도 더 다층적인 관점을 얻을 수 있다. 이러한 관점은 단지 퍼블리싱 플랫폼뿐만 아니라 인터넷의 미래를 상상함에 있어서도 기여할 것이다.

## 참고 문헌

- 고영수, 제로보드 매뉴얼,  
<https://web.archive.org/web/20040701152008/http://www.nzeo.com/manual/>, 2004.
- 김정자, 전자계시판 글쓰기에 관한 연구, 서울대학교 국어교육연구소, 2003.
- 심민재, 다기능 공개형 게시판의 성능 비교분석에 관한 연구,  
한국경영과학회/대한산업공학회 춘계공동학술대회. 2009.
- 이희욱, 「네이버 ‘마이홈’ 폐업…‘아듀’ 개인홈피 시대」, 『블로터』, 2008.05.19.  
<http://www.bloter.net/archives/3912>
- 최순옥, 「[인터넷]제로보드 개발 고영수 NHN 과장」, 『전자신문』, 2007.3.20.  
<http://www.etnews.com/200703190105>
- 최효찬, 「인터넷 따뜻밴드 운동’ 방제완씨의 야망」, 『경향신문』, 2002.3.11.  
[http://news.khan.co.kr/khnews/khanart\\_view.html?artid=200203111755181&code=900102](http://news.khan.co.kr/khnews/khanart_view.html?artid=200203111755181&code=900102)
- De Montjoye et al. *openPDS: Protecting the Privacy of Metadata throughSafe Answers*\*\*. PLoS ONE, 2014.
- Derakhshan, Hossein. *The Web We Have to Save*. 2015.  
<https://medium.com/matter/the-web-we-have-to-save-2eb1fe15a426?mod=e2this#.c2qqp4g4v>
- Lessig, Lawrence. *Code v2: Code and Other Laws in Cyberspace*. 2006
- Zer-Aviv, Mushon, *How Interface demand obedience*,  
[https://civic.mit.edu/blog/erhardt/how-interfaces-demand-obedience. \(presentation, Civic Media Lunch at the MIT Center for Civic Media, Cambridge, MA, April 23, 2015\).](https://civic.mit.edu/blog/erhardt/how-interfaces-demand-obedience. (presentation, Civic Media Lunch at the MIT Center for Civic Media, Cambridge, MA, April 23, 2015).)
- Zuckerman, Ethan. *From disastrous decisions to decentralization: amostly spontaneous talk for Data & Society*. <https://medium.com/@EthanZ/from-disastrous-decisions-to-decentralization-a-mostly-spontaneous-talk-for-data-society-983dd613781e#.za5765ghg>

# 정보인권으로 바라본 올바른 개인정보보호법에 대한 연구

## - 정보인권으로 바라본 개인정보보호법의 문제점과 그 대안 -

이민형

부산대학교 법학전문대학원

### 요약

정보사회의 발전에 따라 개인정보의 침해사례가 증가하여 개인정보 보호의 필요성이 대두되었고 이에 대응하기 위해서 개인정보보호법 제정의 움직임이 나타났다. 2003년부터 개인정보보호법에 대한 논의 및 법제정 움직임이 시작되었고, 그 결실이 18대 국회(2011. 9. 30)에 민간영역과 공공영역을 포괄하는 ‘개인정보보호법’이라는 기본법으로 나타났다. 이처럼 개인정보보호법 제정이 늦어진 이유는 개인정보의 ‘보호’와 ‘이용’ 간의 관계를 어떻게 설정해야 하는지에 대한 충분한 논의가 존재하지 않았기 때문이다. 즉, 정보사회로 진입함에 따라 개인정보는 정보사회에서의 물질적·재산적 기반을 구성하고, 개인을 드러내는 표상으로서 인격적 가치를 동시에 가지기 때문에 개인정보의 ‘보호’와 ‘활용’의 딜레마가 생기는 것이다. 이와 같은 딜레마는 개인정보보호를 위하여 올바른 법이 무엇인지 찾아가는 과정에서 생기는 당연한 것이고, 딜레마를 해결하기 위하여 철학적·법적 연구가 계속되고 있다.

이와 같은 딜레마를 해결할 수 있는 방안 중 하나가 바로 ‘정보인권’이다. 지난 20년간 법학계에서는 이러한 문제를 해결하고 개인정보를 보호하기 위한 정보인권의 연구가 활발하게 진행되었는데, 이에 관해서는 매우 다양한 관점과 이론이 제시되었다. 따라서 정보인권의 개념과 유형을 체계적으로 정리하여, 정보인권 즉, ‘인권의 감수성’으로 딜레마적 상황을 해소하는 동시에 이를 기준으로 하여 정보사회와 개인정보의 보호와 규율을 담당하는 법을 살펴보아야 한다.

정리하면, 이번 연구에서는 2011년 9월 30일부터 시행되었고, 2015년 7월 24일에 개정된 개인정보보호법을 정보인권의 내용 중 하나인 개인정보 자기결정권을 중심으로 분석하여 개인정보보호법의 문제점을 밝히고, 이를 수정하는 ‘더 바람직한’ 즉, 정보주체의 정보인권에 대한 보호가 더욱 강화된 개인정보보호법의 모습을 제시하고자 한다.

새로 제·개정된 개인정보보호법은 개인정보 보호의 사각지대를 없애 개인정보 보호측면에서, 그리고 과거 개인정보와 관련된 개별법간의 개인정보 수집·이용·제공·파기 등의 보호기준과 처리기준이 모두 상이한 과거의 법제도와는 달리, 일반법으

로서 개인정보 보호에 대한 하나의 기준을 제시하여 국민의 혼란을 종식시켰다는 점에서 진일보한 법이라고 평가받고 있다. 하지만 나날이 발전하는 정보사회에서 개인정보보호법이 그 제정목적에 따라 시행되고 있는지 판단할 필요가 있다. 개인정보보호라는 관점에서 보면 전체적으로 높게 평가할 수 있지만, 그 보호의 정도가 다소 미흡한 편이며 정보사회에서 개인의 존엄과 가치를 구현하기 위한 필수조건인 정보인권 즉, 자기정보자기결정권이 제대로 보장되는지 판단할 필요가 있다는 것이다. 정보사회에서 인격권의 실현이 곧 정보인권의 보장과 직결되어 있기 때문이다.

정보인권 즉, 자기정보자기결정권의 기준으로 개인정보보호법을 살펴보면, 개인정보처리자의 개념설정에 있어서의 문제점과 개인정보의 주체 즉, 사자(死者)의 개인정보 주체성이 인정되지 않는 문제점, 일반법으로서의 개인정보보호법과 구(舊)법인 특별법과의 관계에서 발생하는 문제점 등을 찾을 수 있다.

또한 개인정보보호법은 공공부문과 민간부문, 디지털 정보와 아날로그 정보를 포괄하는 통합형식을 채택하고 있으나, 개인정보의 보호를 기준으로 살펴본 바와 같이 법 목적 자체가 개인정보보호에 주안점을 두고 있는데 반하여 자율적으로 개인정보를 보호할 수 있는 민간부문의 영역이 존재함을 알 수 있다. 이는 곧 개인정보보호법의 실효성이 담보되지 않는 것이고, 정보주체의 정보인권 즉, 자기정보자기결정권의 축소를 의미한다.

따라서 개인정보보호법의 실효성과 정보주체의 정보인권의 보호정보를 높이기 위해서는 개인정보보호법의 제정목적에 따른 재정비가 필요한 것이다. 개인정보보호를 둘러싼 정보의 ‘이용’과 ‘보호’는 양자택일의 문제 즉, 딜레마적 상황으로 비추어질 수 있으나, 개인정보보호에 대한 사회적 인식 수준이 아직 형성단계임을 감안한다면, 정보의 보호와 이용의 적절한 조화와 균형의 초점을 ‘이용’보다 ‘보호’에 맞추는 것이 정보사회에서 인간의 존엄성과 가치 구현의 초석이 될 것이다. 따라서 개인정보의 보호에서 더 나아가 정보사회에서 인간의 존엄성과 가치를 구현하는데 필수적 요소인 정보인권 즉, 자기정보자기결정권의 보호에 주안점을 두는 바람직한 개인정보보호법으로 거듭나야 할 것이다.

### I .서론

#### 1. 연구의 목적

오늘날 정보사회라는 말은 상투적인 표현이 되었다. 그리고 이러한 변혁을 주도한 것은

과학기술의 발전과 상호 커뮤니케이션이 가능하게 된 가상 네트워크 사회의 등장이었다. 이제는 컴퓨터를 켜고 실시간으로 세계 여러 나라의 소식을 찾아보고, 이동하는 목적지까지 가는 버스 안에서 스마트폰으로 무선인터넷을 이용한다. 그리고 클라우드 서비스<sup>1)</sup>를 이용하여 시간과 장소의 구애를 받지 않고 각종 파일들을 열람할 수 있고, 사용하던 제품을 종고 사이트에 등록하여 판매할 수 있다. 극장을 직접 찾아가지 않아도 집에서 주말에 볼 영화를 예매하거나 놀러갈 여행지를 검색할 수도 있다. 이러한 모든 일들이 가능하게 된 것은 가상 네트워크 안에서 다양한 정보망이 구축되었기 때문이다. 오늘날 정보는 우리 생활 전반에 매우 밀접한 관계를 맺고 있으며 우리의 개인정보 역시 인터넷이라는 가상 네트워크 안에서 자유롭게 이용된다. 이러한 지적환경 속에서 정보의 접근성과 활용성은 날이 갈수록 증가하고 있는데 과연 우리가 스스로 통제할 수 있는 정보는 얼마나 되고, 그에 상응하는 정보의 안전성은 확보되고 있는 것인가?

일상생활에서 인터넷을 통해 특정 사이트에 가입하기 위해서는 개인정보를 기입하고 정보 제공에 동의하여야만 이용할 수 있다. 약관에 대한 내용을 거부한다면, 회원가입을 통한 서비스 이용이 원천적으로 봉쇄되어 있는 것이다. 서비스를 이용하기 위해서는 자신의 정보를 제공해야 한다는 약관의 내용에 동의해야 한다. 즉, 개인정보 수집 및 활용에 대한 정보주체의 거부권이 없으므로, 제공된 개인정보가 잘못된 방법으로 유출되고 악용되어 범죄행위를 구성하는데 이용될 가능성이 높다. 실제로 개인정보 유출사건들이 TV뉴스나 신문들을 통해 우리들에게 심심치 않게 전해지고 있다. 즉, 당연히 가져야 할 정보주체의 정보 통제력이 무력화되거나 약화되어 상당한 피해를 유발하는 것이다. 개인정보의 ‘보호’는 그 활용성에 비해 다소 취약하기 때문이다. 이와 같은 사회적 현상들을 바라볼 때 개인정보는 단순하게 개인을 식별할 수 있는 특정한 사정이나 정황이라는 사전적 의미를 넘어서, 개인정보를 이용함으로서 얻어지는 재산적 가치는 물론 개인을 드러내는 표상으로서 인격적 가치를 내포한 인권적 개념으로 전환되고 있음을 알 수 있다. 즉, 개인정보는 개인 식별의 도구로서의 기능을 가지고 있었지만, 정보사회에서의 개인정보는 정보주체의 인격을 표상하는 도구로 외연이 넓어졌다는 것이다.

정보社会의 발전에 따라 개인정보의 침해사례가 증가하여 개인정보 보호의 필요성이 대두되었고 이에 대응하기 위해서 개인정보보호법 제정의 움직임이 나타났다.<sup>2)</sup> 2003년부터 개인정보보호법에 대한 논의 및 법제정 움직임이 시작되었고, 그 결실이 18대 국회(2011. 9. 30)에 민간영역과 공공영역을 포괄하는 ‘개인정보보호법’이라는 기본법으로 나타났다. 이처럼 개인정보보호법 제정이 늦어진 이유는 개인정보의 ‘보호’와 ‘이용’간의 관계를 어떻게 설정해야 하는지에 대한 충분한 논의가 존재하지 않았기 때문이다. 정보사회로 진입함에 따라 개인정보는 정보사회에서의 물질적·재산적 기반을 구성하고, 개인을 드러내는 표상으로서 인격적 가치를 동시에 가지기 때문에 개인정보의 ‘보호’와 ‘활용’의 딜레마가 생기는 것이다.

1) 정보를 담은 각종 파일들이 개별 기기가 아닌 온라인상의 가상공간에 담기고, 이용자들은 시간과 장소에 구애를 받지 않고 여기에 접속해 일을 볼 수 있는 시스템을 말한다. 구름처럼 떠 있는 가상의 공간에 접속한다는 의미에서 클라우드(cloud)란 이름이 붙여졌다.

2) 김일환, 「개인정보보호법제정비에 대한 비판적 고찰」, 토지공법연구 제52집(2011.2.), 271.

이와 같은 딜레마는 개인정보보호를 위하여 올바른 법이 무엇인지 찾아가는 과정에서 생기는 당연한 것이고, 딜레마를 해결하기 위하여 철학적·법적 연구가 계속되고 있다.

이와 같은 딜레마를 해결할 수 있는 방안 중 하나가 바로 ‘정보인권’이다. 정보인권은 기술의 발전으로 인한 정보사회의 도래와 발전으로 인권의 외연이 넓어져 자연스럽게 등장한 새로운 인권 중 하나이다. 즉, 인권으로서 이 딜레마를 해결할 수 있다는 것이다. 하지만 새로운 인권의 개념인 정보인권에 대한 명확한 개념이 확립되지 않아 그 내용에 다양한 정의가 가능하다. 그렇지만 정보인권은 헌법상 기본권의 하나의 유형으로 보는 시각에서 시작한다는 이론이 없고, 헌법적 관점에서 정리되어야 한다는 점<sup>3)</sup>에서 정보인권은 헌법에서 보장하는 기준의 인권개념이 확대된 것이다. 이에 따라 정보인권의 개념과 유형을 체계적으로 정리하는 과정이 필요하고, 정보인권 즉, ‘인권의 감수성’으로 딜레마적 상황을 해소하는 동시에 이를 기준으로 하여 정보사회와 개인정보의 보호와 규율을 담당하는 법을 살펴보아야 한다.

정리하면, 이번 연구에서는 2011년 9월 30일부터 시행되었던 개인정보보호법에서는 개인정보의 ‘활용’과 ‘보호’의 딜레마를 어떻게 해결했는지 살펴보는 동시에 정보인권의 개념과 유형을 체계적으로 정리하고, 이를 기준으로 개인정보보호법을 분석하여 ‘더 바람직한’ 즉, 정보주체에 대한 보호가 더욱 강화된 개인정보보호법의 모습을 제시하고자 한다.

## 2. 연구의 범위 및 방법

본 연구에서는 먼저 2011년 9월 30일부터 시행되었고, 2015년 7월 24일에 개정된 개인정보보호법(법률 제13423호)에 대해 살펴보도록 하겠다. 공공영역과 민간영역을 아우르는 개인정보보호법을 살펴보는 것은 개인정보의 ‘활용’과 ‘보호’의 딜레마를 어떻게 해결했으며, 어느 측면을 더 강조했는지 알아보기 위함이다. 이를 정보인권이라는 새로운 인권의 개념을 통하여 현행 개인정보보호법을 바라본다면, 현행법이 가지고 있는 문제점을 발견할 수 있을 것이다. 민간영역을 규율하는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률보다는 개인정보보호법이 정보주체의 보호 즉, 개인정보 보호가 뛰어난 것은 사실이나, 유럽의 개인정보 보호정도와 정보인권의 기준과 관점으로 보면 그 정도는 미흡한 것이 사실이다. 이는 ‘더 바람직한’ 즉, 정보주체의 보호가 더욱 강화된 개인정보보호법의 모습을 제시하는데 그 시발점이 될 것이다.

현행 개인정보보호법의 모습과 문제점을 분석하는 도구는 바로 ‘정보인권’이다. 정보인권은 정보사회에서 새롭게 대두된 인권의 개념으로서, 명확하지 않다. 따라서 ‘정보인권’이 가지는 인권적 의미와 헌법적 근거를 통하여 그 내용을 정의해야 할 것이다. 정보인권은 단순히 인권의 한 종류로서 그 의미를 가지는 것이 아니라, 정보화 사회에서 인간의 존엄과 가치를 영위(營爲)하여 인권을 보장받기 위한 수단인 것이다.<sup>4)</sup>

3) 명재진·이한태, 「현대 법학계의 정보인권 연구동향」, 정보화정책 제18권 제1호(2011년 봄호), 5.

4) 위의 글, 6.

나날이 그 중요성을 더해가는 ‘정보인권’의 내용을 확인하고, 이를 바탕으로 한 ‘인권의 감수성’으로 개인정보보호법의 한계와 ‘더 바람직한’ 개인정보보호법의 모습을 제시하고자 한다. 즉, ‘인권의 감수성’이 투영된 개선방안을 제시함으로서 오늘날 개인정보유출과 관련한 다양한 문제점을 보완하고 개인정보보호에 필요한 사회적 시스템을 마련하는 방법이 무엇인지 모색해보도록 하겠다.

## II. ‘개인정보보호법’의 검토

### 1. 개인정보보호법의 주요 내용

#### 1) 법 적용 의무대상자의 확대

개인정보보호법의 적용대상을 공공이나 민간부문 및 디지털 정보와 아날로그 정보를 가리지 않고 모든 개인정보처리자로 확대하였다. 이에 따라 개인정보보호법은 개인정보 처리와 피해구제에 관한 일반법의 지위를 가지게 되었고, 약350만개 모든 공공기관과 사업자에게 적용된다.<sup>5)</sup> 즉, ‘업무를 목적으로 개인정보파일을 운영하기 위하여 스스로 또는 다른 사람을 통하여 개인정보를 처리하는 공공기관, 법인, 단체 및 개인 등’이 적용대상에 포함되어 기존의 법률 적용을 받지 않았던 사각지대가 해소되었고, 개인정보 보호수준이 한층 강화된 것이다.

#### 2) 개인정보보호위원회 설치

개인정보 기본계획, 법령 및 제도개선, 개인정보영향평가 등의 개인정보 주요 사항을 심의·의결하기 위하여 대통령 소속으로 개인정보 보호위원회가 설치<sup>6)</sup>되었다. 보호위원회는 위원장 1명, 상임위원 1명을 포함한 15명이내의 위원으로 구성되고, 관계기관에게 자료제출 요구권, 매년 연차보고서를 작성하여 국회에 제출하는 등 국회 매개기능을 부여받아 개인정보 보호와 관련한 중요사항에 관하여 의사결정의 신중성·전문성·객관성을 확보할 수 있게 되었다.<sup>7)</sup>

#### 3) 개인정보의 수집, 이용, 제공 등 단계별 보호기준 마련

제정된 개인정보보호법에서는 개인정보의 수집, 이용 가능의 범위를 명확히 규정하고 있

5) 김상광, 「개인정보보호법 제정」, 지역정보화 통권 제68호(2011. 5), 한국지역정보개발원, 17.

6) 개인정보보호법(법률 제 13423호) 제7조·제8조

7) 김운석, 「개인정보보호 2.0시대의 개인정보보호법 개관」, 법학연구 제22권 제2호(2011. 12), 24.

다. 즉, 개인정보를 수집, 이용하거나 제3자에게 제공할 경우에는 정보주체의 동의 등을 얻도록 하고, 개인정보의 수집·이용 목적의 달성을 목적으로 불필요하게 된 때에는 자체 없이 개인정보를 파기하도록 하였다.<sup>8)</sup> 개인정보의 수집, 이용, 제공 등에 대한 처리기준 혹은 보호기준을 구체적으로 규정함으로써 법규의 실효성이 높아지는 동시에 개인정보의 안전한 처리를 가능하게 한다.

#### 4) 민감정보 · 고유식별정보의 처리 등 안전성 조치 강화

개인정보처리자는 사상·신념, 노동조합·정당의 가입·탈퇴, 정치적 견해, 건강, 성생활 등에 관한 정보, 그 밖에 정보주체의 사생활을 현저히 침해할 우려가 있는 개인정보로서 대통령령으로 정하는 정보(이하 “민감정보”라 한다)를 처리하여서는 아니 된다고 명시하여 민감정보에 대한 보호정도를 높였다.

또한 개인정보보호법 제24조에서, 주민등록번호 등 법령에 의하여 개인을 고유하게 구별하기 위해 부여된 고유식별정보는 원칙적으로 처리를 금지하고, 별도의 동의를 얻거나 법령에 의한 경우 등에 한하여 제한적으로 예외를 인정하는 한편, 대통령령으로 정하는 개인정보처리자는 홈페이지 회원가입 등 일정한 경우 주민등록번호 외의 방법을 반드시 제공하도록 의무화하여 주민등록번호의 무분별한 수집관행을 없앴고, 고유식별정보에 대한 보호도 한층 강화되었다.

#### 5) 정보주체의 권리 보장

정보주체에게 개인정보의 열람청구권, 정정·삭제 청구권, 처리정지 요구권 등을 부여하고, 그 권리행사 방법 등을 규정(개인정보보호법 제35조부터 제39조까지)하여 정보주체의 권리 즉, 자기정보자기결정권이 실현될 수 있다.

#### 6) 징벌적 손해배상제 및 법정손해배상제를 도입

개인정보처리자의 고의 또는 중대한 과실로 인하여 개인정보가 분실·도난·유출·위조·변조 또는 훼손된 경우로서 정보주체에게 손해가 발생한 때에는 법원은 그 손해액의 3배를 넘지 아니하는 범위에서 손해배상액을 정할 수 있다고 규정을 신설함<sup>9)</sup>으로써 개정 전의 법률과 비교하여 개인정보 유출 등에 따른 피해구제를 강화되었다.<sup>10)</sup>

8) 개인정보보호법 제안 이유 및 주요내용, (최종접속일 2016. 9. 4.)  
[http://likms.assembly.go.kr/bill/jsp/SummaryPopup.jsp?bill\\_id=PRC\\_U1N0A0J9E2L9P1Y5B4F9Q1K6Q2Z4Z7](http://likms.assembly.go.kr/bill/jsp/SummaryPopup.jsp?bill_id=PRC_U1N0A0J9E2L9P1Y5B4F9Q1K6Q2Z4Z7)

9) 개인정보보호법(법률 제 13423호) 제39조

10) 개인정보보호법 (법률 제13423호) 제·개정문, (최종접속일 : 2016. 9. 4.)

<http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=173223&lsId=&efYd=20150724&chrClsCd=010202&urlMode=lsEfInfoR&viewCls=lsRvsDocInfoR#0000>,

## 7) 기타

영상정보처리기기의 설치를 제한하는 근거를 마련하였고, 개인정보처리자는 개인정보파일의 구축·확대 등이 개인정보 보호에 영향을 미칠 우려가 크다고 판단될 경우 자율적으로 영향평가를 수행할 수 있도록 하되, 공공기관은 정보주체의 권리침해 우려가 큰 일정한 사유에 해당될 때에는 영향평가 수행을 의무화 하는 개인정보 영향평가제도를 도입하였다.<sup>11)</sup> 그리고 개인정보의 효율적 보호를 위하여 집단분쟁조정제도와 단체소송을 도입하였다.

## 2. 개인정보보호법의 평가

개인정보보호법은 적용대상을 모든 공공기관과 사업자로 확대함으로서 개인정보 보호의 사각지대를 없애 개인정보 보호측면에서 과거의 법과는 달리 진일보한 법이라고 평가받고 있다. 그리고 과거 개인정보와 관련된 개별법간의 개인정보 수집·이용·제공·파기 등의 보호 기준과 처리기준이 모두 상이하여 국민의 혼란을 초래했던 과거의 법제도와는 달리, 일반법으로 개인정보 보호에 대한 하나의 기준을 제시하여 국민의 혼란을 종식시켰다는 점에서 높게 평가할 만하다.

또한 개인정보 영향평가 제도, 개인정보 유출통지 및 신고제도 등을 통하여 기준의 사후적 처벌과 침해의 교정 기능과 달리, 개인정보자기결정권의 보호를 위한 사전예방 기능을 도입한 것 역시 진일보한 법이라고 평가할 수 있다.

개인정보보호의 수준이 향상되었다는 사실을 본다면 전체적으로 높게 평가할 만하지만, ‘정보인권’의 시각 즉, 자기정보자기결정권의 보호의 시각으로 본다면 다소 아쉬움이 많이 남는 법이다. 개인정보보호에 대한 사회적 인식 수준이 아직 형성단계임을 감안한다면, 정보의 보호와 이용의 적절한 조화와 균형의 초점을 ‘이용’보다는 ‘보호’에 맞춰서 정보인권을 보호하는 것이 바람직하기 때문이다.<sup>12)</sup>

즉, 개인정보의 ‘이용’과 ‘보호’의 딜레마에서 현행 개인정보보호법은 과거에 비해 정보의 보호에 보다 초점을 두고 있는 것은 사실이나, 정보주체의 ‘정보인권’의 측면에서 본다면 그 보호의 정도가 미약하다. 정보사회에서의 정보는 가공할 만한 위력을 가진 경제재이기 때문에 ‘보호’이전에 정보의 활발한 ‘이용’이 전제되어야 한다는 점이 중요하게 고려되어 개인정보보호법이 제정된 것 같다.

## III. ‘정보인권’이란 기준 - 법을 바라보는 시선

11) 김일환, (주 2), 279.

12) 정혜영, 「개인정보보호법의 내용과 체계에 대한 분석」, 공법학연구 제12권 제4호, 한국비교공법학회, 426.

### 1. 정보인권

#### 1) 개념

정보인권은 정보화 사회의 발전으로 인권의 외연이 넓어져 새롭게 논의되고 있는 4세대 인권분야로서 명확한 개념이 수립되지 못하였다. 그러나 가장 적절한 정보인권<sup>13)14)</sup>의 개념은 “정보사회에서 정보의 유통에 대한 개인의 통제권을 의미하는 것으로, 개인의 존엄과 자유를 보장해 주는 기본적인 인간의 권리이며, 정보의 자유(정보소통의 권리)와 정보프라이버시권(자기정보자기결정권)을 포함한 정보유통의 통제에 관한 권리들의 다발”이다.

#### 2) 정보인권의 유형 및 내용

정보인권의 개념을 헌법상 정보 질서를 구현하기 위하여, ‘사적 정보의 보호’와 ‘공적 정보의 자유’를 통해 국민 개개인이 정보유통에 대한 통제력을 지니게 되는 권리라 정의하고, 전자에 해당하는 것으로 ① 정보통신의 안정성, ② 정보사회에서의 인격권, ③ 자기정보통제권으로 세분하고, 후자에 해당하는 것으로 ① 정보접근권, ② 알권리로 나누는 것<sup>15)</sup>이 가장 보편적인 분류방법이다.

그 내용을 간단히 살펴보면, 정보인권으로서의 ‘사적 정보의 보호’는 당해 정보주체에게 정보의 유통에 대한 통제권을 부여함으로서, 개인의 가치훼손을 막아 개인의 존엄과 자유를 확보하고자 한다. 그리고 정보인권으로서의 ‘공적 정보의 자유’는 모든 국민의 알 권리를 보장하여 의사형성 및 여론형성을 유도하고, 정보 격차(digital divide)를 줄여서 사회적·경제적·정치적 참여를 가능케 하고자 한다.

#### 3) 정보인권의 근거

정보인권을 인정하고 보호하기 위해서는 그 법적 근거가 어디에 있는가에 대해서 논의해야 한다.

##### ① 헌법적 근거

정보인권은 우리 헌법에서 명문으로 규정하지 않고 있지만, 우리 헌법 제 37조 제1항에서 ‘국민의 자유와 권리’는 헌법에 열거되지 아니한 이유로 경시되지 아니한다.’고 규정하고

13) 현재 추진 중인 정보인권특별보고서 내에 정의한 개념으로서, 중앙대학교 법학전문대학원 이인호 교수가 정의한 개념이다.

14) 이민영, 정보인권의 법적 의의와 좌표, 「정보인권의 법적 보장과 그 구체화」 공동학술세미나, 국가인권위원회(2010), 29.

15) 명재진·이한태, (주 3), 9.

있기 때문에 정보인권이 이에 해당한다는 견해가 있다. 또한, 정보인권이 기본권이 아닌 재산권으로 파악하는 견해도 있다.<sup>16)</sup> 또 다른 견해는 정보인권이 국민의 정보활동에 있어서 자유권적 기본권에서 그 근거를 찾는 견해가 있다.<sup>17)</sup>

정보인권의 유형 중 ‘사적 정보의 보호’에 해당하는 개인정보자기결정권은 ‘자신에 관한 정보가 언제 누구에게 어느 범위까지 알려지고 또 이용되도록 할 것인지를 그 정보주체가 스스로 결정할 수 있는 권리 즉, 정보주체가 개인정보의 공개와 이용에 관하여 스스로 결정할 권리’라고 2005년 5월 26일 ‘주민등록 지문날인제도 사건’에서 헌법재판소가 인정하였다.<sup>18)</sup> 개인정보자기결정권의 헌법상 근거는 ① 인간의 존엄과 가치를 규정한 헌법 제10조에서 찾는 견해가 있고<sup>19)</sup>, ② 헌법 제17조의 사생활의 비밀·자유에는 개인정보자기결정권에 포함된다고 하여 헌법 제17조에서 찾는 견해도 있으며(권영성), ③ 헌법 제10조와 제17조를 종합하여 이해하는 견해<sup>20)</sup>도 있다.<sup>21)</sup>

생각건대, 정보화 사회에서의 정보통제권 즉, 자기정보자기결정권은 정보화 사회에서의 자아정체성을 성립하는데 필수적 요소이다. 자기정보자기결정권으로 국가 및 기업에서 수집한 개인정보에 대해 접근을 제한하거나 선별적·차별적 접근을 허용함으로서 정보사회에서 개인이 향유하는 삶의 조건을 정보주체가 주체적으로 형성할 수 있기 때문이다. 따라서 정보인권의 유형 중 자기정보자기결정권의 헌법적 근거는 인격권 즉, 인간의 존엄과 가치를 규정한 헌법 제10조에서 찾어야 할 것이다.<sup>22)</sup>

정보인권의 유형 중 ‘공적 정보의 자유’에 해당하는 정보접근권과 알 권리는 헌법 제21조 제1항을 비롯하여 제10조, 제34조 제1항의 인간다운 생활을 할 권리에서 찾는데<sup>23)</sup>, 이는 보다 많은 국민이 언론매체에 접근하도록 함으로써 국민여론을 보다 민주적으로 형성하려는 데에 그 취지가 있는 것이기 때문에 헌법적 근거를 언론·출판의 자유의 객관적 가치질서로서의 성격에서 찾을 수 있다.

종합하면, 정보인권은 헌법해석상 국민의 정보생활과 관련된 기본권의 조합으로서 헌법에 열거된 기본권 — 특히 인간의 존엄과 가치를 규정한 헌법 제10조 —에서 그 내용과 근거를 유추할 수 있고, 이를 구체적으로 실현 및 보호해야하는 법이 바로 개인정보보호법이다.

16) 즉, 정보는 인간을 표상하는 도구일 뿐이고, 재산적 가치를 가지고 있기 때문에 정보는 정보 그 자체가 보호의 대상이 되는 것이 아니라, 단지 그 반사적 이익으로 보호된다는 것이다.

17) 명재진·이한태, (주) 3), 10

18) 헌법재판소 2005. 5. 26. 선고 99헌마513 등 결정.

19) 헌법 제17조의 사생활의 비밀·자유는 소극적인 권리로서 개인정보자기결정권의 근거가 될 수 없기 때문이라고 한다.(김철수)

20) 대법원 1998. 7. 24, 선고 96다42789 판결, 헌법재판소 2005. 7. 21. 선고 2003헌마282 결정.  
헌법재판소는 개인정보자기결정권을 헌법 제10조와 헌법 제17조에서 나오는 헌법상 독자적 기본권으로 인정하고 있다.

21) 정희철, 기본강의 헌법(개정4판, 도서출판 여산, 2009), 413.  
22) 자기정보자기결정권의 헌법적 근거가 인간의 존엄과 가치를 규정한 헌법 제10조라는 것은 사자(死者)의 개인정보 보호와 관련이 있다. 사자(死者)의 인격권은 제한적으로 보호되고 있기 때문에 이를 근거로 하고 있는 자기정보자기결정권을 통하여 사자(死者)의 개인정보를 보호해야 한다는 것이다. (이는 개인정보보호법의 문제점에서 후술함)

23) 정희철, 기본강의 헌법(개정4판, 여산, 2009), 475

## ② 법철학·자연법적 근거<sup>24)</sup>

인권(human rights)은 인간이 인간답게 존재하기 위한 보편적인 인간의 모든 정치·경제·사회·문화적 권리 및 지위와 자격을 총칭하는 개념<sup>25)</sup>이며 ‘Human right’를 번역한 것이다. ‘right’에는 도덕적으로 올바른 것, 합리적인 것, 합법적인 것, 정당한 것이라는 의미가 있는데, 이는 권리가 자연법에서 비롯했다는 사실을 증명한다.<sup>26)</sup> 즉, 자연법사상에 따르면 법은 자연이 규정하며, 동일한 모든 대상과 관계에 대하여 적용될 수 있기 때문에 올바른 것이다. 이로부터 모든 인간에게 부여된 어떤 지위가 있는데 그것이 바로 권리이며 여기에서 이성적이고 올바른 것이라는 사상이 발전했다고 보았다.

자연권으로서의 인권, 즉 인권의 보편성개념은 불완전하다<sup>27)</sup>고 보고, 인권은 처절한 저항과 투쟁을 통해 획득해야하는 사회적 합의이므로, 사회적으로 합의가 이루어지지도 않았으며, 저항과 투쟁을 거치지도 않은 정보인권은 존재하지 않는 인권이라는 의견도 있다<sup>28)</sup>. 그러나 자연법에서부터 도출된 자연권으로서의 인권에서도 사회적 합의와 처절한 저항, 투쟁이 요구된다. 즉, 사회적 합의와 처절한 저항, 투쟁으로 보편적으로 존재하지만 알지 못했던 인권을 재확인하고, 존재하는 인권의 범위를 정하는 데에 저항과 투쟁이 요구되는 것이다. 사회가 발전함에 따라 인간이 인간답게 존재하기 위해 필요한 권리의 내용에 대해서 다양한 해석을 내릴 수 있기 때문에 정보화 사회에서는 정보인권이 인권의 내용으로 포섭될 수 있었고, 마찬가지로 정보화 사회 이후에도 새로운 내용의 인권이 인권의 내용으로 포섭될 수 있을 것이다.

정리하면, 인권은 ‘인간이 인간답게 살기 위해 요구할 수 있는 자유와 서비스’로서 존재해 왔던 것이며 인간이 인간답게 존재하는데 필요한 권리의 내용을 사회적 합의와 저항으로 확인하는 동시에 존재했던 인권의 범위를 정하는 것이다. 따라서 정보인권도 태생적으로 존재했지만 정보화 사회에서 인격의 실현과 기술발전으로 재확인된 것이고, 지금부터는 사회적 합의로서 정보인권의 범위를 정하고, 이를 개인정보보호법에서 구현해야 한다. 개인정보보호법에서의 정보인권의 구현은 곧 정보화 사회에서 인간이 인간답게 살아가는데 필요한 권리의 재확인하는 것으로서 정보화 사회에서 보편적 인격권의 실현이 필수적임을 선언하는 것이다.

## 2. 결어

정보인권은 헌법상 보장된 기준의 인권 개념이 정보화라는 시대적 특성에 따라 확대·발

24) 이는 정보인권을 인류의 보편적 인권의 발전단계에 따라 보는 시각과 일치한다.

25) 엘리자베스 라이커트 지음 · 국가인권위원회 사회복지연구회 옮김, 사회복지와 인권(초판, 인간과 복지, 2008), 14.

26) 최현, 인권(초판, 책세상, 2008), 12-13 참조.

27) 박찬운, 인권법(제1판, 한울아카데미, 2008), 52, 참조. 인권의 보편성을 부인하는 대표적인 견해로는 각 공동체의 역사와 문화를 중시하는 문화적 상대주의와 공동체론이 있다.

28) 위의 책, 63-69 참조. 인권을 보는 눈으로서 상대주의의 관점이다.

전된 것이다.<sup>29)</sup> 이와 같은 정보인권의 유형은 크게 사적정보의 보호와 공적정보의 자유로 나뉠 수 있는데<sup>30)</sup>, 정보인권의 유형 중에서 정보의 보호와 관련해서는 자기정보자기결정권의 중요성이 다른 유형의 정보인권보다 훨씬 높다고 할 수 있다. 정보사회에서는 정보를 제공하면 할수록 그 가치가 증대되며 이렇게 수집·가공된 정보가 상품 및 권력자원으로서 가치를 지니게 되는데, 자기정보자기결정권은 당해 정보주체에게 정보의 유통에 대한 통제권을 부여하여 정보사회에서의 인격권 실현을 위한 정보통신의 안전성과 개인정보 보호를 강구할 수 있기 때문이다. 즉, 자기정보자기결정권을 통한 정보통신의 안정성과 개인정보의 보호는 직접적으로 정보사회에서의 인격권을 실현하기 위한 수단이 되고, 자아정체성의 존립 및 상실과 관련이 있는 것이다. 다시 말해, 정보사회에서 국가 및 사회의 운영, 기업의 이윤 극대화를 위한 과정에서 개인의 가치를 훼손시킬 수 있는 부당한 개인정보의 수집·가공·유통·활용이 발생되는데, 자기정보자기결정권으로 국가 및 기업에서 수집한 정보에 대해 접근을 제한하거나 선별적·차별적 접근을 허용함으로써 정보사회에서 개인이 향유하는 삶의 조건을 정보주체가 주체적으로 정할 수 있는 것이다.<sup>31)</sup> 정보화 사회에서의 개인정보는 재산적 가치만을 지니고 있는 것이 아니라, 인격적 가치와 의사소통적 가치를 가지고 있어 정보화 사회에서의 정보통제는 인격과 자아정체성의 성립에 바탕이 되기 때문이다. 따라서 개인정보자기결정권이 개인정보의 보호 즉, 정보인권에서 핵심이 되는 권리인 것이다. 그러므로 본 연구에서의 정보인권은 정보주체의 자기정보자기결정권과 상응한다고 할 수 있다.

나날이 발전하는 정보화 사회에서 개인정보의 보호를 위해 만들어진 법인 개인정보보호법이 목적이자 취지인 개인정보의 보호를 제대로 수행하는지에 대한 판단은 자기정보자기결정권 즉, 정보인권을 통하여 이루어져야 한다. 정보화 사회에서의 인격권의 실현은 바로 정보인권의 실현이기 때문이다. 정보인권이라는 차대로 개인정보보호법을 통찰·평가함으로서, 개인정보보호법의 문제점이 무엇인지와 정보사회에서 정보주체의 정보인권이 실질적으로 보호받으며 제대로 작동하기 위해서 문제점이 어떻게 보완되어야 하는지 알아볼 필요가 있다.

## IV. ‘더 바람직한’ 개인정보보호법을 위하여

### 1. 개인정보보호법의 문제점

정보인권의 차대로 개인정보보호법을 살펴본다면, 입법의 영역에서 배제된 부분과 수범자

29) 하우영, 노동정보 처리와 정보인권 보호, 한국정보보호학회지 제13권 제6호, 한국정보보호학회, 2003, 13.

30) 헌법재판소 2005. 7. 21 선고 2003헌마282 결정 ; 헌법재판소는 ‘자기정보자기결정권의 보호대상이 되는 개인정보는 개인의 신체, 신념, 사회적 지위, 신분 등과 같이 개인의 인격주체성을 특징짓는 사항으로서 그 개인의 동일성을 식별할 수 있게 하는 일체의 정보라고 할 수 있고, 반드시 개인의 내밀한 영역이나 사사(私事)의 영역에 속하는 정보에 국한되지 않고 공적 생활에서 형성되었거나 이미 공개된 개인정보까지 포함한다.’고 설시하여 정보인권은 사적 정보의 보호와 공적 정보의 자유( 및 보호)의 혼재한다고 정의하고 있다.

31) 이민영, (주) 12), 21, 참조.

의 요건을 엄격히 하여 적용대상에서 제외되는 경우를 살펴볼 수 있는데, 이와 같이 배제된 부분의 존재는 곧 개인정보보호 즉, 정보인권의 보호를 자율적으로 해결해야하는 것을 의미한다. 하지만 정보인권에 대한 사회적 인식 수준이 형성단계임을 감안하여 정보의 보호에 초점을 맞추어야 하는 점에서 개인정보보호법은 정보인권의 보호에 다소 불완전한 법이라 할 수 있는데, 정보인권으로 바라본 개인정보보호법의 문제점은 다음과 같다.

#### 1) 개인정보처리자

개인정보처리자는 이 법의 수범자로서, 업무를 목적으로 개인정보파일을 운용하기 위하여 스스로 또는 다른 사람을 통하여 개인정보를 처리하는 공공기관, 법인, 단체, 사업자 및 개인 등을 말한다. 하지만 이와 같은 입법기술은 개인정보처리자라는 개념설정에 ‘개인정보파일’, ‘업무목적’이라는 요건이 설정되어 있어 실질적인 개인정보보호와는 거리가 있다. 요건이 세분화될수록 이에 해당하는 경우에 적어지기 때문에 요건의 세분화는 실질적인 정보인권의 보호와 상충하는 것이다.

##### ① 업무

개인정보처리자의 개념설정 중 하나의 요건인 ‘업무’는 직업상 또는 사회생활상의 지위에 기하여 계속적으로 종사하는 사무나 사업의 일체를 의미하는 것으로 보수 유무나 영리 여부와는 관계가 없으며, 단 1회의 행위라도 계속·반복의 의사가 있다면 업무로 볼 수 있다.<sup>32)</sup> 또한 업무란 직업상 또는 사회생활상 지위에 기하여야 한다. 따라서 개인정보처리자가 되기 위해서는 ‘업무를 목적으로’ 즉, ① 사회생활면에서의 하나의 지위, ② 계속성을 가지고 개인정보를 처리해야한다는 것을 의미한다. 따라서 지인들에게 모임을 안내하기 위해 전화번호 및 이메일주소를 수집하는 행위나 사적인 친분관계 또는 순수한 개인 활동을 위해서 개인정보를 수집·이용·제공하는 자는 개인정보처리자에 해당되지 않아 사적인 목적과 친분관계 즉, 업무이외의 목적과 관련된 개인정보처리자가 처리하는 개인정보는 보호될 수 없다. 사적인 목적과 친분관계를 가진 개인정보처리자는 개인정보보호법의 수범자가 되지 않아 비수범자인 개인정보처리자가 수집·이용·처리하는 개인정보는 정보주체에게 그 수집의 동의를 받을 필요가 없기 때문이다. 하지만 업무이외의 목적을 가진 개인정보처리자가 수집하는 정보라고 하여 무조건적으로 개인정보를 보호할 필요가 없다는 것은 정보사회에서 정보의 인격적 가치를 무시하는 것이다.

개인정보를 보호하기 위한 개인정보보호법은 ‘업무의 목적’에 따라 수범자가 정해지는 동시에 개인정보의 보호여부가 결정하고 있다. 이는 수범자로서 포섭되지 아니한 개인정보처리자의 정보이용권 또는 정보처리권이 정보주체의 정보인권을 압도하게 되어, 정보주체의 정보인권 즉, 자기정보자기결정권 존립의 위험을 초래할 수 있다.

32) 행정안전부 개인정보파, 개인정보 보호법령 및 지침 · 고시 해설, 행정안전부·한국인터넷진흥원(2011.12.), 18

## ② 개인정보파일

‘업무’와 마찬가지로 개인정보처리자의 개념설정 중 하나의 요건인 ‘개인정보파일’은 ‘개인정보를 쉽게 검색할 수 있도록 일정한 규칙에 따라 체계적으로 배열하거나 구성한 개인정보의 집합물’로 규정하고 있다. 즉, 개인정보파일은 ①검색가능성, ②체계성 및 ③집합성을 요건으로 하여 일회성 메모나 문서작성 행위를 제외하여 개인의 사소한 행위에까지 규제함을 막아 규제의 합목적성과 실효성을 담보하고자 하였다.<sup>33)</sup> 하지만 OECD 및 EU나 독일의 관련 규범에서는 단순히 ‘개인정보의 생산을 처리 또는 결정하는 자’로 개인정보처리자를 규정하여 개인정보의 포괄적인 보호를 꾀하고 있다.

그러나 개인정보처리자의 개념설정에 개인정보파일이라는 요건이 설정됨에 따라 요건의 명확성의 문제가 생기는 동시에 명함전달, 일회성 메모 등의 단순사무처리가 제외되는 즉, 개인정보의 선별적 보호가 이루어져 자기정보자기결정권의 보장이 완벽하다고 할 수 없다. 포괄적인 개인정보의 보호만이 자기정보자기결정권의 보장과 직결되기 때문이다.

## 2) 사자(死者)의 개인정보 관련 규정의 문제점

사자의 개인정보와 관련하여 제기되고 있는 쟁점은 디지털 정보의 재산 및 상속성 인정여부, 사망자의 정보보호 문제 등을 꼽을 수 있다. 하지만 개인정보와 관련한 기본법인 개인정보보호법에서는 ‘개인정보’란 살아 있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함한다)를 말한다.<sup>34)</sup> 라고 규정하여 사자(死者)의 개인정보는 보호영역에 속하지 아니한다. 하지만 사자(死者)는 인간으로서의 존엄권 역시 헌법 제10조에 의해 보호되고 있음에도 불구하고<sup>35)36)</sup>, 이로부터 파생되는 정보인권을 사자(死者)에게 인정하고 있지 않다. 즉, 사자(死者)의 개인정보가 살아있는 개인의 정보와 비교하여 크게 다른 점이 없고, 사자(死者)와 살아있는 자의 구분 없이 개인정보는 재산이며 인격의 표현물이기 때문에 사자(死者)의 개인정보에 대한 보호도 필요 한 것이다.

사자(死者)의 개인정보 관련 규정의 문제점은 사자(死者)의 정보인권의 주체성 여부의 여부와 개인정보처리자가 사자(死者)의 개인정보를 아무런 제한 없이 처리해도 좋은가, 예컨대 개인정보처리자가 정보주체의 사망 후 사자의 주민등록번호라든지 아이디와 비밀번호 등을 공개한다거나 제3자에게 제공하는 행위에 아무런 제한을 가하지 않는 것이 합리적인가에 관한 질문으로 되돌릴 수 있는 것이다.<sup>37)</sup>

33) 위의 글, 21.

34) 개인정보보호법 제2조 1호

35) 임규철, 「개인정보의 보호범위」, 한독법학 제17호(2012. 2), 230

36) BVerfGE 30, 173(194) – Mephisto 판결 – (개인의 인간의 존엄에 대한 침해에 대하여 보호하는 국가권력에 부과된 의무는 사망과 동시에 종료되지 않는다고 판시한 메피스토(Mephisto)판결)

37) 정혜영, (주) 10), 418.

## 3) 특별법과의 관계에서 오는 문제점

개인정보보호법은 ‘개인정보보호’에 대해서 일반법(기본법)적인 지위를 가지는데, 이 법이 제정되기 전에 ‘개인정보보호’에 대해 규율했던 법과의 관계에서 오는 문제점이 있다. 즉, 개인정보보호에 관한 입법체계는 부문에 따라 각기 다른 법령에 의해 규율되는 분리방식을 취하고 있었기 때문에 개인정보보호법 제정으로 인한 기존의 법령과의 충돌이 불가피한 것이다.<sup>38)</sup>

정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 정보통신망법)은 개인정보보호법의 특별법이기 때문에 개인정보보호법 보다 우선적으로 적용되나, 정보통신망법의 제22조 제1항은 개인정보보호법의 내용과 범위가 일치하여 ‘기본법’으로서의 의미가 퇴색된다. 더불어 특별법(정보통신망법)으로 제한되어 있었던 동의 없이 이용자의 개인정보를 수집·이용할 수 있는 경우가 정보통신망법의 제22조 제2항 제3호에서 ‘다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우’라는 규정으로 인하여 일반법인 개인정보보호법 제15조 제1항 제1호를 제외한 제2호 ~제6호의 적용을 받아 정보주체의 동의 없이 이용자의 개인정보를 수집·이용할 수 있는 경우가 확대되는 결과를 초래한다.

## 2. 대안

### 1) 개인정보처리자

개인정보처리자의 개념설정의 단계에서부터 ‘업무’와 ‘개인정보파일’이라는 적극적 배제의 형식을 취했기 때문에 자기정보자기결정권으로 대표되는 정보인권이 형해화 될 가능성이 높다. 따라서 개인정보처리자의 개념설정에서 ‘업무’, ‘개인정보파일’ 등의 요건을 단순화하여 포괄적이고 실질적인 정보인권의 보호가 필요하다. 규제의 효율성을 고려하기 보다는 ‘개인정보파일’과 ‘업무’의 개념을 삭제하여 자기정보자기결정권의 보장을 꾀하여야 한다는 것이다. 특히 ‘개인정보파일’이라는 명확하지 않은 개념을 개인정보처리자의 개념설정의 단계에서 사용하여 명확성의 원칙에 반할 수도 있기 때문에 요건을 단순하게 ‘개인정보의 생산을 처리 또는 결정하는 자’로 개인정보처리자를 설정하고 있는 OECD준칙과 유럽연합의 관련 준칙을 참고하여 개인의 식별가능성이 존재하는 정보를 처리하면 누구나 이 법의 적용을 받아야 한다. 이렇게 된다면, 개인정보처리자의 정보이용권에 맞서 정보주체가 정보의 유통에 관여할 수 있는 자기정보자기결정권이 보호될 수 있고, 정보유통의 결정권에 있어서 개인정보처리자보다 정보주체를 우선시하는 정보사회의 풍토를 만들 수 있을 것이다.

정리하면, 개인정보처리자의 개념설정에 있어서, 적극적인 배제의 형식을 모두 삭제하여 순수한 의미로서의 ‘정보를 처리하는 자’ 즉, 개인의 식별가능성이 존재하는 정보를 처리하

38) 정혜영, (주) 10), 424.

는 공공기관, 법인, 단체, 사업자 및 개인이면 누구나 개인정보보호법의 수범자로 개정하는 것이 이 법의 취지인 개인정보의 보호를 공고히 할 수 있는 방법이 될 것이다. 이를 통하여 정보주체가 수집된 정보에 대한 접근을 제한하거나 선별적·차별적 접근을 허용함으로서 정보사회에서 자아정체성을 공고히 할 수 있을 것이다.

## 2) 개인정보에 대한 정의 수정<sup>39)</sup>

민법 1005조는 ‘상속인은 상속이 개시된 때부터 피상속인의 재산에 관한 포괄적인 권리·의무를 승계한다.’고 명시하고 있으나, 피상속인의 일신에 전속한 것은 제외하고 있다. 따라서 급변하는 정보통신의 환경에 따라 사자의 개인정보에 대하여 재산성을 인정할 수 있으나, 일신전속성을 고려하게 된다면 사자의 개인정보에 대한 상속은 이루어질 수 없다. 사자의 개인정보 중 일정한 요건을 충족하면 「저작권법」 또는 「온라인디지털콘텐츠법」의 보호를 받을 수 있는 독립된 정보가 될 수 있으나, 요건을 갖추지 못한 사자의 개인정보는 일신에 전속하기 때문에 상속되지 않는다. 하지만 사자의 개인정보에 대하여 일신에 전속한다는 이유로 상속이 이루어지지 않는다고 한다면, 육체는 떠났어도 온라인 세상에서는 생존자가 되어 프라이버시 유출에 취약하게 되므로 이를 방지해야 할 대안을 찾아야 한다.

그 대안으로는 사자의 개인정보 중 ‘계정 정보’는 인격적 가치를 띠고 있어 상속이 되지 않지만, 계정 관리권을 상속하게 하여 관리만을 할 수 있게 하여야 하고, 이용자가 생전에 사자의 개인정보를 어떻게 처리할지를 직접 선택하도록 하는 방안을 입법적으로 개인정보의 일반법인 개인정보보호법에서 만들어야 한다. 따라서 기본법인 개인정보보호법에서 ‘개인정보’의 정의에서 살아 있는 개인에 관한 정보로 그 범위를 제한하는 것이 아니라, 사자의 개인정보도 보호될 수 있게 개정을 해야 한다. 살아있는 개인과 다름없이 사자(死者) 역시 인격권을 가져 이에 따른 정보인권을 가질 수 있지만, 그 보호의 정도는 다소 제한적이어야 한다는 점을 고려할 때 ‘계정 관리권’의 상속이나 사자(死者)의 개인정보 처리 방법에 대한 해결할 대안을 명시한다면 보다 바람직한 개인정보보호법으로 거듭날 수 있을 것이다.

생각건대, ‘사자(死者)에 관한 정보는 사망일로부터 10년 이내의 것만을 말한다.’라고 규정하여 사자(死者)의 개인정보에 대한 제한적인 보호의 가능성을 열어두었던 노회찬 의원안(폐기)이 사자(死者)의 인격권과 관련된 개인정보를 보호 즉, 사자의 정보인권을 보호할 수 있는 바람직한 대안이 될 수 있다.

### 3) 개인정보보호법 제정에 따른 구(舊)특별법 정비

개인정보보호법이 제정되면서 기존의 법령과의 충돌이 불가피하게 발생된다. 구법인 특별

39) 이와 관련하여 폐기된 법안이기는 하지만, 노회찬 의원안 제2조의 경우, 개인정보의 범주 내에서 “다만, 사자(死者)에 관한 정보는 사망일로부터 10년 이내의 것만을 말한다”고 규정함으로써 사망한 자의 정보 또한 개인정보의 범주 내에 포함시키고 있었다. 노회찬 의원안의 개인정보의 범주가 현행 개인정보보호법보다 바람직하다고 할 수 있다.

법의 내용과 신법인 일반법의 내용이 충돌하여 정보주체의 정보인권의 보호가 아닌 정보이용자의 정보이용을 우선적으로 고려하게 되는 모순적인 결과를 낳게 된 것이다. 예를 들면, 정보통신망법이 개인정보보호법의 특별법의 지위를 가지게 되어 신법우선의 원칙으로 우선 적용되지만, 정보통신망법 제22조 제2항 제3호의 ‘다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우’라는 단서로 인하여 일반법인 개인정보보호법 제15조 제1항 제2호~제6호의 적용이 되어 사전 동의 없이 수집·이용할 수 있는 경우가 3개에서 7개로 늘어나게 된다. 정보주체의 동의권 즉, 자기정보자기결정권 없이 정보통신서비스 제공자가 개인정보를 수집·이용할 수 있는 경우의 증가는 구(舊)특별법과 신법인 일반법의 모순적인 관계에서 비롯된 것이다. 따라서 정보주체의 정보인권을 보호하기 위해서는 일반법의 통일성을 지향하는 방향으로 구법인 특별법 내용의 조정과 정비가 필요하다.

생각건대, 폐기된 이은영의원안에 주목할 필요가 있을 것이다. 이은영의원안 제4조 제2항<sup>40)</sup>은 ‘다른 법률의 제·개정 시 새롭게 제정된 개인정보보호법에 부합되도록 하여야 한다.’는 규정을 두어 개인정보와 관련한 모든 법을 새롭게 정비할 필요성을 명시하였다. 이는 문제를 해결할 수 있는 직접적인 대안으로 부족하지만, 일반법의 통일성이 개별 법령에 있어서도 충분히 구현될 수 있도록 하고자 하는 입법자의 의지를 선언한 것과 동시에 정보인권의 보호에 대한 문제를 간접적으로 해결할 수 있는 가능성을 열어둔 것으로 긍정적인 역할을 할 수 있을 것이다.

정리하면, 개인정보보호법과 기존의 법령이 충돌하는 문제는 다른 법률과의 관계를 개인정보보호법에 명시하는 방법과 분야별 특별법상의 특별규정은 오직 일반규정의 예외만을 규정하는 방법으로 해결해야 할 것이다.

## V. 결론

아는 것이 힘이다. 이는 17세기 과학자인 프랜시스 베이컨이 한 말로서, 21세기 현재의 정보사회에서도 통용될 수 있는 말이다. 17세기의 한 과학자가 한 말이 정보사회의 특징을 가장 잘 서술하는 말이 된 것이다. 통신기술의 발전으로 인하여 정보전달과 재산적 가치만을 가지고 있던 정보가 인격적 가치뿐만 아니라 의사소통적 가치를 가지게 됨으로써 정보의 힘은 나날이 강해진다. 정보의 가치가 증가함에 따라 개인정보의 침해사례가 증가하여 개인정보 보호의 필요성이 대두되기 시작했다.

이에 대응하여 2011년 3월에 제정된 개인정보보호법은 공공·민간부문의 모든 개인정보 처리자를 그 대상으로 하고, 개인정보의 수집·이용·제공 등 단계적 보호기준을 마련하여 개인정보의 수집, 유출, 오용, 남용으로부터 사생활의 비밀 등을 보호함으로써 국민의 이익을 중시하고, 나아가 개인의 존엄과 가치를 구현하기 위한 법이다. 새로 제정된 개인정보보

#### 40) 제4조 (다른 법률과의 관계)

② 국가는 개인정보보호에 관한 법령을 제정 또는 개정하는 경우에는 이 법에 부합되도록 하여야 한다.

호법은 개인정보 보호의 사각지대를 없애 개인정보 보호측면에서, 그리고 과거 개인정보와 관련된 개별법간의 개인정보 수집·이용·제공·파기 등의 보호기준과 처리기준이 모두 상이한 과거의 법제도와는 달리, 일반법으로서 개인정보 보호에 대한 하나의 기준을 제시하여 국민의 혼란을 종식시켰다는 점에서 진일보한 법이라고 평가받고 있다.

나날이 발전하는 정보사회에서 개인정보보호법이 그 제정목적에 따라 시행되고 있는지 판단할 필요가 있다. 개인정보보호라는 관점에서 보면 전체적으로 높게 평가할 수 있지만, 그 보호의 정도가 다소 미흡한 편이며 정보사회에서 개인의 존엄과 가치를 구현하기 위한 필수 조건인 정보인권 즉, 자기정보자기결정권이 제대로 보장되는지 판단할 필요가 있다는 것이다. 정보사회에서 인격권의 실현이 곧 정보인권의 보장과 직결되어 있기 때문이다.

정보인권 즉, 자기정보자기결정권의 기준으로 개인정보보호법을 살펴보면, 개인정보처리자의 개념설정에 있어서의 문제점과 개인정보의 주체 즉, 사자(死者)의 개인정보 주체성이 인정되지 않는 문제점, 일반법으로서의 개인정보보호법과 구(舊)법인 특별법과의 관계에서 발생하는 문제점 등을 찾을 수 있다.

첫 번째 문제점은 개인정보처리자의 개념설정에 있어서 업무와 개인정보파일의 요건을 추가함으로서 이 법의 수범자인 개인정보처리자에 해당하는 경우를 엄격히 제한한 것이다. 이는 수범자 요건을 엄격히 하여 적용대상에서 제외되는 경우로서, 개인정보보호 즉, 정보인권의 보호를 자율적으로 해결해야한다는 것이다. 이에 대한 대안으로는 개인정보처리자의 요건을 단순히 할 것을 요청한다. 개인을 식별할 수 있는 정보를 처리하는 자면 누구나 개인정보처리자로 간주하여 개인정보의 유통에 있어서 정보주체의 자기정보자기결정권을 보장해야 한다는 것이다. 개인정보처리자의 개념설정의 요건을 단순화 하는 것은 곧 정보주체의 정보인권의 보장이기 때문이다.

두 번째 문제점은 개인정보의 주체를 살아있는 개인만으로 한정시켜 사자(死者)의 개인정보를 보호할 수 없는 것이다. 정보인권 즉, 자기정보자기결정권의 근거는 인격권이고, 이와 같은 인격권은 사자(死者)에게도 제한적으로 인정됨에도 불구하고 개인정보보호법에 의해서 사자(死者)의 개인정보는 보호되지 않는 즉, 사자(死者)의 정보인권이 부정되는 결과를 초래한다. 이를 해결하기 위해서는 개인정보의 주체를 사자(死者)까지 확대하여 사자(死者)의 개인정보도 보호하는 방안을 마련하는 것이지만, 사자(死者)의 개인정보 보호에는 완전한 보호가 아닌 일정한 제약이 있는 보호가 되어야 할 것이다. 사자(死者)의 인격권은 살아있는 자와 동일한 보호를 받지 않기 때문이다.

세 번째 문제점은 구(舊)법인 특별법과 신법인 개인정보보호법의 관계에서 발생되는 것이다. 개인정보보호법의 제정으로 기존의 법령과 충돌은 불가피한 것인데, 이를 방지할 경우 정보주체의 동의 없이 이용자가 개인정보를 수집·이용할 수 있는 경우가 확대되는 경우를 초래한다. 구법과의 관계로 인한 정보이용자의 권한확대(정보주체의 정보인권 축소)에 대한 대안으로는 개인정보보호법에 ‘다른 법률과의 관계’의 내용을 삽입하여 개인정보와 관련한 모든 법을 개인정보보호법의 목적에 맞게 제·개정해야하는 필요성을 강조해야 한다. 또한 일반법의 통일성을 지향하는 방향으로 구법인 특별법 내용의 조정과 정비가 현실적으로 필

요하다.

개인정보보호법은 공공부문과 민간부문, 디지털 정보와 아날로그 정보를 포함하는 통합형식을 채택하고 있으나, 정보인권의 보호를 기준으로 살펴본 바와 같이 법 목적 자체가 개인정보보호에 주안점을 두고 있는데 반하여 자율적으로 개인정보를 보호할 수 있는 민간부문의 영역이 존재함을 알 수 있다. 이는 곧 개인정보보호법의 실효성이 담보되지 않는 것이고, 정보주체의 정보인권 즉, 자기정보자기결정권의 축소를 의미한다. 따라서 개인정보보호법의 실효성과 정보주체의 정보인권의 보호정보를 높이기 위해서는 개인정보보호법의 제정 목적에 따른 재정비가 필요한 것이다. 개인정보보호를 둘러싼 정보의 ‘이용’과 ‘보호’는 양자택일의 문제 즉, 딜레마적 상황으로 비추어 질 수 있으나, 개인정보보호에 대한 사회적 인식 수준이 아직 형성단계임을 감안한다면, 정보의 보호와 이용의 적절한 조화와 균형의 초점을 ‘이용’보다 ‘보호’에 맞추는 것이 정보사회에서 인간의 존엄성과 가치 구현의 초석이 될 것이다. 따라서 개인정보의 보호에서 더 나아가 정보사회에서 인간의 존엄성과 가치를 구현하는데 필수적 요소인 정보인권 즉, 자기정보자기결정권의 보호에 주안점을 두는 바람직한 개인정보보호법으로 거듭나야 할 것이다.

## 참고 문헌

### 단체본

박찬운, “인권법(제1판)”, 한울아카데미, 2008, 52

엘리자베스 라이커트 지음 · 국가인권위원회 사회복지연구회 옮김, “사회복지와 인권(초판)”, 인간과 복지, 2008, 14

정희철, “기본강의 헌법(개정4판)”, 도서출판 여산, 2009, 475

최현, “인권(초판)”, 책세상, 2008, 12~13

### 논문

김상광, “개인정보보호법 제정”, 지역정보화, 한국지역정보개발원, 통권 제68호, 17, 2011.

05.

김운석, “개인정보보호 2.0시대의 개인정보보호법 개관”, 법학연구, 충남대학교 법학연구소, 제22권 제2호, 24, 2011. 12.

김일환, “개인정보보호법제정비에 대한 비판적 고찰”, 토지공법연구, 한국토지공법학회, 제52집, 271~279, 2011. 02.

명재진·이한태, “현대 법학계의 정보인권 연구동향”, 정보화정책, 한국정보화학회, 제18권 제1호(2011년 봄호), 페이지, 2011. 03.

임규철, “개인정보의 보호범위”, 한독법학, 한독법률학회, 제17호, 230, 2012. 02.

정혜영, “개인정보보호법의 내용과 체계에 대한 분석”, 공법학연구, 한국비교공법학회, 제12권 제4호, 418~426, 2011. 11.

하우영, “노동정보 처리와 정보인권 보호”, 한국정보보호학회지, 한국정보보호학회, 제13권 제6호, 13, 2003. 12.

### 판례

헌법재판소 2005. 5. 26. 선고 99헌마513등 결정.

헌법재판소 2005. 7. 21 선고 2003헌마282 결정

대법원 1998. 7. 24, 선고 96다42789 판결

BVerfGE 30, 173(194)

### 법령 및 법률안

#### 개인정보보호법

정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률

개인정보보호법안 [이해훈 의원 등 15인, 2008.08.08.]

개인정보보호법안 [노희찬 의원 등 22인, 2004.11.22.]

### 기타자료

개인정보보호법 제안 이유 및 주요내용 (최종접속일 2016. 9. 4.)

[http://likms.assembly.go.kr/bill/jsp/SummaryPopup.jsp?bill\\_id=PRC\\_U1N0A0J9E2L9P1Y5B4F9Q1K6O2Z4Z7](http://likms.assembly.go.kr/bill/jsp/SummaryPopup.jsp?bill_id=PRC_U1N0A0J9E2L9P1Y5B4F9Q1K6O2Z4Z7)

개인정보보호법 (법률 제13423호) 제·개정문 (최종접속일 : 2016. 9. 4.)

<http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=173223&lsId=&efYd=20150724&chrClsCd=010202&urlMode=lsEfInfoR&viewCls=lsRvsDocInfoR#0000>

이민영, 정보인권의 법적 의의와 좌표, 「정보인권의 법적 보장과 그 구체화」 공동학술 세미나, 국가인권위원회(2010).

행정안전부 개인정보파, 개인정보 보호법령 및 지침 · 고시 해설, 행정안전부·한국인터넷진흥원·한국정보화진흥원(2011.12.).

# 빅데이터와 사물인터넷 시대, 클라우딩 서비스를 통한 의료정보 국외이전의 프라이버시 침해 가능성 및 개선방안 고찰

이보형

서울대학교 법학전문대학원

## 요약

빅데이터와 사물인터넷 시대에 클라우드 서비스에 대한 수요의 증가는 필연적이기에 이를 규율할 법제에 대한 숙고는 당연한 귀결임에도 국내 당국의 대응은 미지근했던 것이 사실이다. 그러므로 제4차 산업혁명의 중심에 있는 인공지능, 사물인터넷, 생명공학 기술의 발전과 더불어 헬스케어 및 의료 산업 내에서 높은 가치가 부여되어 활용되고 있는 본고의 의료정보 보호법제의 검토는 큰 의미를 지닌다고 하겠다. 최근 <의료법> 시행규칙의 개정은 클라우드 서비스가 의료정보와 연계되어 국제 추세에 발맞출 수 있는 여지를 열어두었지만, 의료정보의 국외이전 및 보관에 기한 위험성도 직시하도록 이끈 것도 사실이다. 이는 가장 민감한 개인정보 중 하나인 국내 의료정보가 해외의 기업 상황 및 해당국의 법제 및 정치상황에 따라 정보통제권을 상실할 가능성을 염려하는 점에서 그러함을 본고는 밝혔다. 이에 대응하여 단지 의료정보의 국외이전 및 보관을 클라우드 서비스 데이터 센터의 소재지 등을 분명히 하여 명확히 금지하는 방식의 적극적 조치를 취할 수 있는 것도 사실이지만, 비식별화된 의료정보에 대한 보호법제 구축 및 국외이전 및 보관에 대한 규제당국의 허가절차 마련, 국외이전 등이 가능한 국가에 대한 white list 기재 등 사전 제한의 방식으로 세계적인 산업물결을 거스르지 않는 방안을 모색하는 것도 더 나은 선택이 될 수 있음을 본고는 보였다. 지금은 산업물결의 흐름을 수용하면서도 의료정보에 대한 개인의 관리통제권한이 떠내려가지 않도록 탄탄한 수로를 숙고해야만 하는 때이다.

주제어: 의료정보, 클라우딩 서비스, 빅데이터, 국외이전, 프라이버시, 비식별화

## I. 들어가며

암 진단에서 감염병 진단까지 국내 대형병원들의 인공지능 서비스 도입 속도가 빨라지면서 헬스케어 산업에서의 클라우딩 서비스의 연계는 더욱 확산될 것으로 전망되고 있다. 길병원이 국내 최초로 IBM Watson의 암 진단 서비스인 ‘왓슨 포 온콜로지(Watson for Oncology)’를 도입한데 이어 고려대학교 KU-MAGIC 연구원이 왓슨의 기술을 통해 감염병 진단 서비스인 ‘에이브릴(Aibril) 감염병 진단 서비스’를 개발하고 있기 때문이다. ‘왓슨 포 온콜로지’는 의사가 환자 정보 및 검사 결과 등을 입력하면 수십 초 안에 방대한 데이터를 통합 분석해 선택 가능한 다양한 치료법에 우선순위를 매겨 제안하는 방식으로 ‘에이브릴 감염병 진단 서비스’는 감염병 의심환자 발생 시 스마트폰 등으로 에이브릴 감염병 서비스에 접속해 환자의 증상을 입력하면 예상 감염병 및 치료법을 확인하는 방식으로 상용화를 시도할 예정이다.<sup>1)</sup> 이러한 국내 서비스가 가능해질 수 있었던 것은 IBM과 Watson이 2015년 4월 13일부터 클라우드로 개별 건강/의료 데이터 즉, 헬스케어 데이터를 통합하는 단계를 거쳐 발전해오면서 가능해질 수 있었던 것으로 보인다.

사물인터넷 시대가 도래하면서 개인의 다양한 건강/의료 데이터가 스마트폰을 위시한 다양한 모바일 디바이스 센서들에 의해 측정되고 있고, 이는 개인의 유전정보 분석과도 통합되어 클라우드에 업로드 된 방대한 빅데이터를 이루며 헬스케어 기업들이 맞춤형 의료 서비스 제공의 상용화에 박차를 가하는데 기여하고 있다. 이에 따라 국내에서도 2015년 말 <의료법> 시행 규칙 제16조가 개정되면서 클라우드로의 의료데이터 업로드가 가능해지게 되었고, 헬스케어 기업들은 의료기관 등과 더불어 앞서 언급된 맞춤형 의료 서비스 부흥 기조에 부응하고 있다.

그러나 이와 더불어 의료정보의 전산화로 다양한 개인정보가 수집, 보관되어 여러 관련된 기관이 공유할 수 있게 됨에 따라 프라이버시 보호 측면에서의 문제점이 야기되고 있는 바, 특히 클라우드 서비스 데이터 센터를 국외에 두는 것이 허용되면서 야기될 수 있는 개인정보 유출 문제 가능성에 기초하여 본고는 개선방안을 고찰하고자 한다. 이를 위해 본고는 첫째로, 개인정보로서의 의료정보가 갖는 특질에 대해 살펴보고 그에 대한 보호의 필요성을 강조하려 한다. 둘째로, <의료법> 시행규칙 개정 이후 의료 및 헬스케어 산업에서의 클라우드 서비스 산업의 연계 확대에 따른 의료정보의 국외이전과 프라이버시 침해 가능성을 살펴 것이다. 셋째로, 클라우딩 서비스를 통한 의료정보의 국외이전이 가질 수 있는 프라이버시 침해 위험성을 줄이는 동시에 국내 의료 산업의 진흥을 저해하지 않는 법제를 모색할 것이다.

## II. 개인정보로서의 의료정보가 지닌 함의

1) 김성미, Daily medi, “길병원 암 치료 이어 고대 세계 최초 ‘AI 감염병’ 도전”, (<http://www.dailymedi.com/detail.php?number=810558&thread=22r02>), 2016년 9월 28일 검색.

## 1. 개인정보로서의 의료정보의 개념과 성격

<개인정보보호법> 제2조 제1호에 따르면 개인정보란 “살아있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함한다)”를 말한다. 이에 따라 의료정보는 개인정보로 포섭되는 동시에 민감정보에 해당될 가능성이 크다. 의료법 제21조에 따르면, 의료정보를 “환자에 관한 기록”을 의미하는데 이는 일반적으로 의료 제공의 필요성을 판단하거나 의료행위로 수집된 자료 및 이 자료들을 기초로 연구 및 분석된 정보들을 포괄하는 것으로서 진단과 치료행위 그리고 치료 후 관찰 등을 포함하는, 의료행위 전 과정에서 수집된 환자의 건강상태 등에 대한 정보를 의미할 수 있다.<sup>2)</sup> 구체적으로는 진료과정에서 생사되는 정보가 개인의 신상에 관한 정보와 결합 후 특정 개인을 식별할 수 있게 되어 개인정보로서의 보호법익을 갖게 된다고 할 것이다.

의료정보는 환자진료의 목적 이외에도 건강보험청구의 근거자료, 제공된 진료의 적정성, 합법성에 대한 법적 자료, 보건의료 연구나 교육의 기초자료 등으로 그 공유의 필요성이 증대되고 있는데 의료기관에서 전자의무기록이 도입되면서 의료정보의 빅데이터화가 가속되어 오고 있는 추세이다.<sup>3)</sup> 이는 환자의 맞춤형 치료를 구성하는 데에 있어서 큰 기여를 하고 있으며, 의료 및 헬스케어 산업의 파이 확대에도 기능하고 있다.

## 2. 의료정보의 활용에 따른 보호의 필요성 증대

의료정보에 대한 접근성이 향상되면서 환자의 개인정보 노출의 가능성 또한 덩달아 높아지고 있는데, 이러한 노출은 사생활 보호의 차원을 넘어 개인의 직장, 생활, 취업, 보험혜택, 금융기관 대출관련 등 개인 경제생활에 직접적으로 불이익을 초래할 수 있고, 환자와 의료 제공자 간의 관계를 손상시킬 수 있다는 점에서 쉽게 볼 수 없는 문제라고 하겠다.<sup>4)</sup> 의료정보는 의료기관 내부뿐 아니라 외부 의료기관이나 연구기관, 국가나 지방자치단체의 의료 행정 담당기관, 제약 회사 혹은 사법기관에서 이용될 수 있는데, 이러한 이용 중 발생할 수 있는 유출이 가져올 피해의 정도는 여타 개인정보 이상일 것임을 미루어 짐작기 어렵지 않다. 특히 국민건강보험공단에서 정보 유출 사례가 다수 발생했던 사건,<sup>5)</sup> 한 의료정보업체가 정당한 권한 없이 개별 병원의 의료정보 데이터베이스에 접근해 전자처방전에 저장된 환자의 개인정보를 탐지 또는 누출한 혐의로 고발되었던 사건 등을<sup>6)</sup> 고려해보면, 현행 제도 하 사후적 구제수단으로 충분한 피해보상을 기대하기는 어렵다는 점에서 개인정보 중 민감한

2) 장석천, “의료정보보호와 민사법적 문제”, 법학연구 제28집, 2007, 161면.

3) 정규원, “건강정보의 이차적 이용”, 법학논총 제27권 제1호, 한양대학교 법학연구소, 2010, 184면.

4) 이영규, “개인정보의료정보 침해 시 사법적 구제방안”, 법학논총 제25집 제1호, 2008, 136면.

5) 복지부 정책/자료, “복지부, 공단의 개인정보 무단조회 중징계”, 2007년 10월 5일.

6) 정용엽, “보건의료정보의 법적 보호와 열람·교부”, 의료법학 13(1), 대한의료법학회, 2012, 360면.

정보에 해당하는 의료정보에 대한 헌법상 자기정보통제권<sup>7)</sup> 침해의 예방적 조치로서의 법제 마련이 시급한 실정이다.

## III. 클라우드 서비스 확대를 통한 의료정보의 국외이전 문제 검토

### 1. 헬스케어 및 의료산업의 클라우드 서비스 연계 확대

클라우드 컴퓨팅은 인터넷 기술을 활용하여 IT 자원을 서비스로 제공하는 컴퓨팅<sup>8)</sup>으로서 부가적으로 IT자원을 필요한만큼 빌려서 사용하고, 서비스 부하에 따라 실시간 확장성을 지원받으며, 사용한만큼의 비용을 지불하는 컴퓨팅<sup>9)</sup>으로 정의되기도 한다. 구체적으로는 SaaS(Software as a Service)와 같이 소비자가 소프트웨어를 구입하여 인스톨하고 작동시킬 필요 없이 어플리케이션을 빌려 사용하게 되는 서비스, PaaS(Platform as a Service)와 같이 어플리케이션을 인터넷을 통해 실행하는 데 필요한 모든 기반을 제공하는 서비스, IaaS(Infrastructure as a Service)와 같이 전산자원풀을 구축하고 사용자가 필요할 때 신속하게 ICT자원을 제공하는 서비스<sup>10)</sup> 등이 존재한다.

이러한 클라우드 컴퓨팅 서비스는 사업자나 개인이 컴퓨터 프로그램을 구매하고 인스톨하고 실행하는데 발생하는 비용 지불에 있어 비용절감을 이끌어내며, 특정요구만큼의 범위를 확정시키는 것을 가능케 하여 서비스제공자가 최적의 적정범위의 서버 유연성을 확보하도록 해주며, 대규모화된 방화벽과 안정화시스템을 통해 안정적으로 데이터를 보호할 수 있다는 점에서 장점을 지닌다.<sup>11)</sup>

그럼에도 불구하고 <의료법> 시행규칙을 개정하기 이전에는 종이문서를 보관하던 방식의 연장선상에서 의료기관 내부에서만 전자의무기록을 관리, 보관해왔기 때문에 클라우드 서비스를 의료정보에 접목시키는 것은 불가능했다. 그러나 2016년 2월 5일 의료법 시행규칙이 개정되면서 전자의무기록을 의료기관 외부장소에서도 관리하는 것이 가능해지게 되면서 의료 빅데이터 구축이 용이해지고 의료정보 관련 데이터센터, 클라우드 EMR 서비스 등 네트워크 기반의 다양한 정보통신서비스 시장의 출현이 가능해졌다.

클라우드 서비스는 유비쿼터스 환경에서 의료정보와 결합하여 모바일 의료정보화 서비스 분야에 대한 새로운 관심을 불러일으키고 있다. 특히 스마트헬스케어와 같이 사용자 중심의 건강관리 시스템 및 구성요소의 발전을 촉진시키는데 기여하고 있는데, 이는 클라우드 서비스

7) 백윤철, “우리나라에서 의료정보와 개인정보보호”, 헌법학연구 제11권 제1호, 2005, 399면.

8) 은경선 외 3인, “클라우드 컴퓨팅 보안기술”, 전자통신동향분석 제24권 제4호, 한국전자통신연구원, 2009, 80면.

9) 이강산·이승윤, “클라우드 컴퓨팅 표준화 동향 및 전략”, 전자통신동향분석, 제25권 제1호, 한국전자통신연구원, 2010, 90면.

10) 박선주 외 3인, “범국가 차원의 ICT신기술 패러다임 : 클라우드 컴퓨팅 활성화 전략”, 한국정보화진흥원, 2009, 5면.

11) 양재모, “클라우드 컴퓨팅과 법의 변화”, 한양법학 37권, 2012, 36면.

스를 통해 병원들 간 일부 진료정보를 공유하는 데이터웨어하우스를 구축하면서 다른 의료 기관에서도 동일한 수준의 의료서비스를 제공하고자 하는데서 기인한다. 이러한 추세에 따라 클라우드 컴퓨팅 시스템 기반을 활용한 각종 의료 관련 기관, 스마트 u-Health 기기 등 의 상호 연계는 고객 개개인을 위한 최적의 치료 및 노인 간호 서비스 등을 맞춤형으로 제공할 수 있을 것으로 전망된다.<sup>12)</sup>

## 2. 의료정보의 국외이전 가능성과 그 위험성

전술한 바와 같이 클라우드 서비스의 도입으로 의료정보를 근거로 하는 의료 및 헬스케어 산업의 발전이 예견됨에도 불구하고, 다음과 같은 법제로 인해 의료정보의 국외이전은 불가피한 행국이라고 할 수 있고, 이러한 국외이전이 갖는 합의는 지대하다.

<의료법> 제23조 제1항에서는 “의료인이나 의료기관 개설자는 제22조의 규정에도 불구하고 진료기록부등을 <전자서명법>에 따른 전자서명이 기재된 전자문서로 작성·보관할 수 있다”고 알려준다. 이를 위해서는 동조 제2항에 따라 “보건복지부령으로 정하는 바에 따라 전자의무기록을 안전하게 관리·보존하는 데에 필요한 시설과 장비를 갖추어야” 하는 것이다. 이때의 필요한 시설과 장비란 <의료법> 시행규칙 제16조 각호에 따라 전자의무기록의 생성, 저장과 전자서명을 검증할 수 있는 장비, 전자서명이 있은 후 전자의무기록의 변경 여부 확인 등 전자의무기록의 이력관리를 위하여 필요한 장비, 전자의무기록의 백업저장장비, 네트워크 보안에 관한 시설과 장비(제1호부터 제3호까지에 따른 장비가 유무선 인터넷과 연결된 경우에 한정한다), 전자의무기록 시스템 보안에 관한 시설과 장비, 전자의무기록 보존장소에 대한 출입통제구역 등 통제시설, 잠금장치 중 하나에 해당하는 물리적 접근 방지 시설과 장비, 의료기관(법 제49조에 따라 부대사업을 하는 장소 포함) 외의 장소에 제1호에 따른 전자의무기록의 저장장비 또는 제3호에 따른 백업저장장비를 설치하는 경우에는 각 목의 시설과 장비 즉, 전자의무기록 시스템의 동작 여부와 상태를 실시간으로 점검할 수 있는 시설과 장비, 전자의무기록 시스템에 장애가 발생한 경우 제1호 및 제2호에 따른 장비를 대체할 수 있는 예비 장비, 폐쇄회로 텔레비전 등의 감시장비, 재해예방시설을 요구하고 있다. 이는 동시행규칙 동조 제2항에 따라 <전자의무기록의 관리·보존에 필요한 시설과 장비에 관한 기준 고시>에 의해 구체화되고 있는데,<sup>13)</sup> 전자의무기록인 의료정보를 안전하게 관리, 보존하기 위한 시설과 장비에 관한 기준 중 “전자의무기록 시스템 및 그 백업장비의 물리적 위치는 국내로 한정”한다는 표현이 있지만, 이는 클라우드 서비스 데이터센터를 국외에 두는 것에 대한 금지로 받아들여야 하는지, 동 고시가 적용되는 범위를 국내에 한정한 것인지를 명백하지 않다. 나아가 ‘전자의무기록’ 자체에 대해서는 ‘한정’에 포섭시키고 있지 않으며, 실제로 <클라우드컴퓨팅 발전 및 이용자 보호에 관한 법률> 제26조에서는 정보가 저장되는 국가의 명칭을 알려줄 것을 요구할 권리가 이용자에게 있음을 명시하여 클라우드

12) 이태규, “스마트 헬스케어와 보건의료정보시스템 강화 전략”, 한국정보기술학회지 11(1), 2013, 42면.

13) 보건복지부고시 제2016-140호 참조.

서비스 데이터 센터가 국외에 있을 가능성을 명시적으로 열어두고 있다는 점에서 명백히 국외이전 및 보관에 대한 ‘금지’ 표현이 없는 이상 문제될 소지가 있는 것이다.

관련된 예로 이러한 규제를 의식해서인지 앞서 언급된 ‘왓슨 포 온콜로지’(이하 ‘왓슨’)의 도입에 있어 가천대 길병원은 EMR과 연동시키지 않은 상황이라고 인터뷰한 바 있다.<sup>14)</sup> 그러나 왓슨은 IBM 클라우드 기반의 서비스형 소프트웨어(SaaS) 솔루션으로 기본 엔진은 미국에 있으며, 길병원이 자체 서버에서 왓슨 솔루션을 빌려와 보유 중인 환자 데이터를 분석하는데, 이 때 IBM은 클라우드 서버에 입력되는 환자 정보는 식별할 수 없도록 암호화된 데이터로 전송된다고 주장한다는 점에서 결국 비식별화된 의료정보의 국외이전이 이루어지고 있기 때문이다. 이는 사실상 클라우드 서비스 데이터 센터의 국외 연계라고도 볼 수 있는데, 비식별화된 정보란 존재하지 않는다는 입장이 존재하고, 이를 뒷받침하는 실제 실험 결과가 있다는 점, 설사 최선의 비식별화 방식을 채택한다고 하더라도 ‘식별 수준’에 대한 해석의 여지가 많기 때문에 식별정보와 비식별화된 정보 모두 보호영역 안에 포섭시켜야 한다는 주장이 있다는 점, 비식별화된 정보가 상대적이기 때문에 GDPR에 나와 있는 가이드라인에 따라 재설명하는 키에 대한 보안, 조직적 격리 조치가 필요하다는 주장이 있다는 점 등을 검토해볼 수 있기 때문이다.<sup>15)</sup>

나아가 김원종 한국 IBM 부사장에 따르면 IBM은 기본적으로 환자 데이터를 서버에 저장하지 않고, 클라우드 서버에서 임시 저장 메모리 형태로 입력하고 분석하는 방식이라 칭하였지만, 이것이 ‘국외이전 및 보관’의 형태를 띠게 되는지에 대한 확인은 규제를 통해 확인할 길이 없는 행국이다.<sup>16)</sup> 설사 캐시 메모리 형태로만 분석이 가능하다고 하더라도 이 또한 직접적으로 삭제 절차를 거치지 않는 이상 데이터 자체가 남아있다는 점에서 환자가 정보의 관리 및 통제권에 있어서 권한을 행사할 수 없는 한, 실질적으로 의료정보의 국외이전 및 보관에 기한 프라이버시 문제가 역시 남아있다고 하겠다.

그리고 이러한 여지는 클라우드 서비스 제공자의 보안 수준이 아무리 강력하다고 할지라도, 주요 클라우드 컴퓨팅 서비스 제공자의 개인정보 관리 실태가 철저하지 않을 경우, 특히 정부의 요구에 따라 자발적으로 제출하는 경우가 갖다는 점에서, 그리고 클라우드 컴퓨팅 서버에 저장된 정보에 대해 해당 국가의 법률이 적용될 수 있다는 점에서<sup>17)</sup> 문제될 수 있는 것이다.

그러나 일각에서는 국외이전에 따르는 문제는 <의료법> 외에도 개인정보 관련 여타 법제를 통해서도 충분히 규제가 가능하다는 시각이 존재한다. <클라우드컴퓨팅 발전 및 이용

14) 최광석, 청년의사, “왓슨은 이미 트렌드다, 거부한다고 거스를 수 없다”, (<http://www.docdocdoc.co.kr/222264>), 2016년 9월 28일 검색.

15) 오픈넷, “[오픈넷 포럼 요약문] 빅데이터와 사물인터넷 시대, 비식별화 정보는 개인정보인가?”, (<http://opennet.or.kr/11426>), 2016년 3월 21일 포럼자료.

16) 강인효, 조선비즈, “인공지능 의사 ‘왓슨’ 길병원에서 10월부터 암환자 진료합니다”, ([http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2016/09/08/2016090802550.html](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2016/09/08/2016090802550.html)), 2016년 9월 29일 검색.

17) 일례로 영국에서는 데이터보호법에 의해 영국에서 처리되는 개인정보를 보호하도록 규정하고 있는데 이는 데이터의 관리 주체가 되는 기관이 영국에서 설립되지 않았더라도 영국에 있는 장비를 이용할 경우 영국의 데이터 보호법의 적용을 받도록 되어 있으며, 다른 EU국가들에서도 대부분 이와 같이 규정하고 있다. (박완규, “클라우드 컴퓨팅 환경에서의 개인정보의 미국 이전에 따른 문제점 및 대응방안 연구”, 경북대학교 법학연구원 법학논고 제38집, (2012. 2), 455-478면.)

자 보호에 관한 법률> 제4조의 단서에서도 개인정보보호에 관하여는 <개인정보보호법>과 <정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률> 등 관련 법률에서 정하는 바에 따른다고 알려주기 때문이다. 그러므로 다음절에서는 이러한 주장에 따라 의료정보의 국외이전에 따른 충분한 규제가 <개인정보보호법>과 <정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률>을 통해 가능한지 검토해보자 한다.

### 3. 국외이전 규제 법제 검토

#### (1) <정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률>

의료정보를 전자정보로 전환하는 방식으로써 데이터베이스를 구축한다는 점에 근거해 <정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률>(이하 ‘정보통신망법’)을 살펴볼 수 있다. 동법 제2조 제6호에 따르면, ‘개인정보’란 ‘생존하는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 등에 의하여 특정한 개인을 알아볼 수 있는 부호, 문자, 음성, 음향 및 영상 등의 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없어도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 경우에는 그 정보를 포함한다)’를 말하기 때문에 의료정보를 포섭할 수 있으며, ‘정보통신서비스 제공자’란 ‘전기통신사업자와 영리를 목적으로 전기통신역무를 이용하여 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 자’를 말하기 때문에 클라우드 서비스 제공자를 포섭할 수 있기 때문이다.

개인정보 국외이전에 대해서는 동법 제63조에서 규정하고 있는데, 동조 제1항에 따르면, 정보통신서비스 제공자 등은 이용자의 개인정보에 관하여 이 법을 위반하는 사항을 내용으로 하는 국제계약을 체결하여서는 아니 된다고 알려주고 있다. 또한 동조 제2항과 제3항에 따르면, 정보통신서비스 제공자 등은 이용자의 개인정보를 국외로 이전하려면 이용자의 동의를 받아야 하며, 이때의 동의를 위해서 이용자에게 1)이전되는 개인정보 항목, 2)개인정보가 이전되는 국가, 이전 일시 및 이전방법, 3)개인정보를 이전 받는 자의 성명, 4)개인정보를 이전 받는 자의 개인정보 이용목적 및 보유, 이용 기간을 고지해야만 한다. 덧붙여 동조 제4항에서는 이때 동의를 받아 국외로 이전하는 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 보호조치를 해야 한다고 알려주고 있다. 해당 대통령령인 동법 시행령 제67조에 따르면, 이때의 보호조치란 1)동법 시행령 제15조에 따른 개인정보보호를 위한 기술적, 관리적 조치, 2)개인정보 침해에 대한 고충처리 및 분쟁해결에 관한 사항, 3)그밖에 이용자의 개인정보보호를 위하여 필요한 조치로서 정보통신서비스 제공자 등은 이를 미리 국외에서 이전 받는 자와 협의하고 계약내용 등에 반영해야 한다.

덧붙여 안전행정부(현 행정안전부)의 해설에 따르면, 정보통신망법에서 정의하는 ‘국외이전’의 개념을 살펴보게 되면, 동법이 국내에서 발생하는 이전에 관하여는 ‘제3자 제공’과 ‘위탁’을 구분하지만, 국외로 발생하는 이전에 관하여는 그러한 구분을 하고 있지 않다는 점 및 동 조항의 입법취지가 개인정보가 국가의 관할권이 미치지 못하는 국외로 무분별하게 이

전할 경우 생길 문제점을 사전에 방지함에 있다는 것을 고려해볼 때, 제3자 제공 및 위탁을 포괄하는 넓은 개념으로 볼 수 있다고 한다. 그러므로 국외의 제3자에게 개인정보를 제공하는 것뿐만 아니라 위탁하는 경우 및 영업의 양도, 합병 등으로 개인정보 데이터베이스가 국외로 옮겨지는 경우 모두 ‘국외이전’에 포함될 수 있는 것이다.<sup>18)</sup>

먼저 정보통신망법상의 동의가 ‘충분한 동의’가 될 수 있는지에 대해서 의문이 남을 수 있다. 사업자에게 ‘고지의무’가 있을지언정, 그와 더불어 충분한 ‘설명의무’가 주어지고 있지 않다는 점에서 실효성이 없을 가능성이 크기 때문이다. 또한 둘째로, 살펴본 바와 같이 의료기관이 클라우드 서비스를 이용하는 경우 비식별화된 의료정보를 사용한다면 이러한 제재에서 벗어날 수 있다. 그러나 비식별화된 의료정보가 진정 식별화가 불가능한 것인지는 전술한 바와 같이 의문의 여지가 크다. 셋째로, 설사 정보통신망법 상의 개인정보에 포섭된다고 하더라도, 의료기관이 클라우드 서비스를 ‘영리’ 목적으로 사용하는지가 불명확하다면, 이용하는 사용자인 경우에는 ‘정보통신 서비스 제공자’에 해당될 여지가 적다. 환자들의 의료정보가 담긴 전자정보를 영리를 목적으로 제공하거나 매개해야 하는데 특히 앞서 언급되었던 왓슨과 같이 환자들에게 무료로 서비스가 제공되고 있는 경우에는 더욱이 ‘영리성’이 부정되기 때문에 그러할 것이다. 하지만 그럼에도 불구하고 프라이버시 문제는 남아있다는 점에서 대안을 모색할 필요가 있다.

#### (2) <개인정보보호법>

<개인정보보호법> 역시 개인정보에 관한 기본법으로서 개인정보의 국외이전에 대해 관련 조항을 두고 있으므로 검토할만하다. 우선 개인정보보호법 제2조의 정의상 ‘개인정보’란 ‘살아 있는 개인에 관한 정보로서, 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함한다)’를 의미하여 정보통신망법보다 좀 더 일반화된 포괄적 정의를 하고 있다.

국외이전과 관련하여 살펴보면, 동법 제14조 제2항에 따라 정부는 개인정보 국외이전으로 인해 정보주체의 권리가 침해되지 않도록 관련 시책을 마련해야 한다고 하고 있고, 동법 제17조 제3항에 따라 ‘개인정보처리자가 개인정보를 국외의 제3자에게 제공할 때에는 제2항 각 호에 따른 사항을 정보주체에게 알리고 동의를 받아야 하며, 이 법을 위반하는 내용으로 개인정보의 국외 이전에 관한 계약을 체결하여서는 아니 된다’고 알려주고 있다. 또한 동조 제2항의 각 호는 개인정보처리자가 동조 제1항 제1호에 따라 정보주체의 동의를 받을 때에 5가지 사항을 정보주체에게 알려야 함을 규정한다. 이는 1)개인정보를 제공받는 자, 2)개인정보를 제공받는 자의 개인정보 이용 목적, 3)제공하는 개인정보의 항목, 4)개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용 기간, 5)동의를 거부할 권리가 있다는 사실 및 동의 거부에 따른 불이익이 있는 경우에는 그 불이익의 내용이 바로 그것이다.

18) 이창범, “비교법적 관점에서 본 개인정보 보호법의 문제점과 개정방향: 한국·EU·일본을 중심으로”, *Internet and Information Security* 제3권 제2호, 2012년, 71-72면.

정보통신망법이 개인정보의 국외이전의 목적 불문 정보주체의 사전 동의를 요구했던 것과는 달리, <개인정보보호법>은 정보주체의 사전 동의를 받도록 할 경우 경제활동 등에 많은 지장을 줄 수 있다는 문제에 초점을 맞추어 규제를 완화하고 있다. 하여 개인정보처리자의 관리, 감독권이 미치지 못하는 ‘국외의 제3자에게 제공’ 시에만 정보주체의 동의를 얻도록 하였다는 점에서 정보통신망법보다 더 약한 규제를 가하고 있음을 볼 수 있는 것이다. 그러므로 개인정보를 국외의 제3자에게 ‘제공’하는 경우에는 정보주체에게 일정한 사항을 고지하고 동의를 받아야 하지만, 위탁하는 경우에는 위탁하는 업무의 내용과 수탁자를 정보주체가 언제든지 쉽게 확인할 수 있도록 공개하면 되는 것이다.

그런데 비식별화된 의료정보의 경우에는 보호받을 수 있는 개인정보에 포섭되기 어렵다는 점이 첫째로 문제될 수 있으며, 둘째로 설사 개인정보에 포섭시킬 수 있다고 하더라도 국외의 제3자에게 제공하는 것이 아닌 위탁하는 경우 등에는 환자에게 동의를 요구하지 않아도 된다는 점에서 한계를 지니고 있다.

## IV. 의료정보 국외이전 개선방안 고찰

### 1. 의료법제 개선방안

<의료법> 시행규칙 제16조에서 클라우드 서비스 데이터 센터의 소재지와 관련해 명확히 가이드라인을 제시하는 방법이 있을 수 있으며, 이는 의료기관에 주로 적용될 것으로 보인다. 가장 적극적인 방식으로는 국외이전 자체를 금지하는 방식이 가능하겠지만, 현재 왓슨 등 클라우드와 의료정보 빅데이터의 접목을 통한 서비스가 확대되고 있는 국제적인 추세에 거스르는 규제로써 국내 헬스케어 및 의료산업을 저해할 여지가 있다. 그러므로 의료정보의 국외이전 혹은 보관이 가능하도록 하면서도, 환자들의 프라이버시를 강하게 규율할 수 있는 방식을 숙고해볼 필요가 있을 것이다.

이를 위해 의료법 제23조 제3항에서 “정당한 사유 없이 전자의무기록에 저장된 개인정보를 탐지하거나 누출, 변조 또는 훼손”하는 경우, 동법 제87조 별칙에 따라 5년 이하의 징역이나 2천만원 이하의 벌금에 처하게 되듯이, 동법 제19조의 단서에서 동법 제23조에 따라 “전자의무기록 작성, 보관, 관리 업무를 하면서 알게 된 다른 사람의 정보를 누설하거나 발표”하는 경우 또한 동법 제88조 별칙조항에서 ‘친고죄’로 규정하고 있는 바, 이를 ‘비친고죄’로 통일시켜 국가기관에 의한 보호를 강화시킬 필요가 있다고 하겠다.

또한 국외이전 혹은 보관을 함에 있어서는 비식별화된 의료정보라고 할지라도 동법 제21조 제3항을 준용하여 해당 환자나 환자 보호자의 동의를 받아야 함을 명시할 수 있을 것이다. 의료정보의 국외이전이 허용되는 국가의 법제 및 이전받을 클라우드 서비스 기업에 대해 규제당국이 검토할 수 있도록 대통령령으로 허가받도록 하는 방식을 고려해볼 수 있을 것이다.

### 2. 그 외 법제 개선방안

정보통신망법과 <개인정보보호법>상의 규율을 통해 개선방안을 모색해볼 수 있으며, 이는 주로 클라우드 서비스 업자들에게 적용될 것으로 보인다. 먼저 비식별화된 의료정보에 대해 엄격한 가이드라인을 마련함으로써 개인정보로 포섭시킬 여지를 열어두어야 할 것이다. 다음으로 정보통신망법에서는 모든 행위에 대해 국외이전을 규율하고 있는 바와 달리 <개인정보보호법>은 제3자 제공만을 적용대상으로 삼은 바 전자는 범주가 과도하게 넓고, 후자는 과도하게 좁다고 할 여지가 있다. 그러므로 “정보처리자가 자율적인 규제가 어려운 상황이거나 개인정보보호수준이 낮은 국가로 이동함으로써 국내 정보주체의 권리보장이 어려운 경우”에 한정하여 국외이전 행위를 제한할 필요가 있겠다. 이는 개인정보보호법 제17조 제3항을 “개인정보처리자가 개인정보를 국외의 제3자에게 제공할 때에는 제2항 각 호에 따른 사항을 정보주체에게 알리고 동의를 받아야 하며, 이 법을 위반하는 내용으로 개인정보의 국외 이전에 관한 계약을 체결하여서는 아니 된다.”에서 단서조항으로 “단, 정보처리자가 자율적인 규제가 어려운 상황이거나 개인정보보호수준이 낮은 국가로 이동하여 정보주체의 권리보장이 어려운 경우는 국외이전이 대통령령에 의해 제한된다.”를 추가하는 방안을 고려해볼 수 있을 것이다.

이때 대통령령에서는 EU의 법제를 국내의 실정에 맞게 고려할 수 있다. EU 개인정보보호지침(이하 ‘EU지침’) 전문 제57항과 제25조 제1항에 따르면, EU 회원국 국민의 개인정보를 ‘적절한 수준’의 보호를 보장하지 않는 경우 제3국 즉, 유럽경제영역(European Economic Area: EEA)을 제외한 그 밖의 국가로 이전할 수 없도록 하고 있다. 그러므로 EU지침 제25조 제2항에 따른 보호의 ‘적절성’을 갖춘 국가만이 EU 회원국 국민의 개인정보의 이전이 허락된다. 이때 적절성은 제3국으로의 정보 이전 활동과 관련된 주변 사정에 비추어 판단되어 개인정보의 성격, 처리 목적과 기간, 최초 이전국과 최종 도착국, 제3국에서 시행되는 법률규범, 직무규정 및 보안조치 등 개인정보 이전을 둘러싼 모든 환경이 고려되는 것이다. EU 지침 제25조 제6항은 EU위원회가 개인정보에 대해 적절한 보호를 제공하는 국가의 목록인 white-list를 작성할 수 있도록 규정하고 있다.

EU 지침에서 ‘white list’를 작성하였듯이, 국내법제상 ‘white list’를 작성하고, 개인정보 국외이전에 있어서도 ‘white list’를 넘은 즉, 통상적인 업무 목적을 벗어나는 국외이전에 있어서는 예외적인 경우에만 인정하는 방식을 고려해볼 수 있다. 이때 예외상황에 있어서도 정보주체가 자신의 개인정보가 위탁 또는 제공되는 것을 원치 않는 경우가 있을 수 있으므로, 정보주체가 개인정보처리자에게 개인정보의 처리정지나 동의철회권을 행사할 수 있도록 보장하는 방식을 전제하는 것도 고려해볼 수 있을 것이다.

## V. 나가며

빅데이터와 사물인터넷 시대에 클라우드 서비스에 대한 수요의 증가는 필연적이기에 이를 규율할 법제에 대한 숙고는 당연한 귀결임에도 국내 당국의 대응은 미지근했던 것이 사실이다. 그러므로 제4차 산업혁명의 중심에 있는 인공지능, 사물인터넷, 생명공학 기술의 발전과 더불어 헬스케어 및 의료 산업 내에서 높은 가치가 부여되어 활용되고 있는 본고의 의료정보 보호법제의 검토는 큰 의미를 지닌다고 하겠다. 최근 <의료법> 시행규칙의 개정은 클라우드 서비스가 의료정보와 연계되어 국제 추세에 발맞출 수 있는 여지를 열어두었지만, 의료정보의 국외이전 및 보관에 기한 위험성도 직시하도록 이끈 것도 사실이다. 이는 가장 민감한 개인정보 중 하나인 국내 의료정보가 해외의 기업 상황 및 해당국의 법제 및 정치상황에 따라 정보통제권을 상실할 가능성을 염려하는 점에서 그려함을 본고는 밝혔다. 이에 대응하여 단지 의료정보의 국외이전 및 보관을 클라우드 서비스 데이터 센터의 소재지 등을 분명히 하여 명확히 금지하는 방식의 적극적 조치를 취할 수 있는 것도 사실이지만, 비식별화된 의료정보에 대한 보호법제 구축 및 국외이전 및 보관에 대한 규제당국의 허가절차 마련, 국외이전 등이 가능한 국가에 대한 white list 기재 등 사전 제한의 방식으로 세계적인 산업물결을 거스르지 않는 방안을 모색하는 것도 더 나은 선택이 될 수 있음을 본고는 보였다. 지금은 산업물결의 흐름을 수용하면서도 의료정보에 대한 개인의 관리통제권한이 떠내려가지 않도록 탄탄한 수로를 숙고해야만 하는 때이다.

## 참고 문헌

- 박선주 외 3인, “범국가 차원의 ICT신기술 패러다임 : 클라우드 컴퓨팅 활성화 전략”, 한국정보화진흥원, 2009.
- 박완규, “클라우드 컴퓨팅 환경에서의 개인정보의 미국 이전에 따른 문제점 및 대응방안 연구”, 경북대학교 법학연구원 법학논고 제38집, (2012. 2).
- 백윤철, “우리나라에서 의료정보와 개인정보보호”, 헌법학연구 제11권 제1호, 2005.
- 복지부 정책/자료, “복지부, 공단의 개인정보 무단조회 중징계”, 2007년 10월 5일.
- 양재모, “클라우드 컴퓨팅과 법의 변화”, 한양법학 37권, 2012.
- 온경선 외 3인, “클라우드 컴퓨팅 보안기술”, 전자통신동향분석 제24권 제4호, 한국전자통신연구원, 2009.
- 이강산·이승윤, “클라우드 컴퓨팅 표준화 동향 및 전략”, 전자통신동향분석, 제25권 제1호, 한국전자통신연구원, 2010.
- 이영규, “개인정보의료정보 침해 시 사법적 구제방안”, 법학논총 제25집 제1호, 2008.
- 이창범, “비교법적 관점에서 본 개인정보 보호법의 문제점과 개정방향: 한국·EU·일본을 중심으로”, Internet and Information Security 제3권 제2호, 2012년.
- 이태규, “스마트 헬스케어와 보건의료정보시스템 강화 전략”, 한국정보기술학회지 11(1), 2013.
- 장석천, “의료정보보호와 민사법적 문제”, 법학연구 제28집, 2007.
- 정규원, “건강정보의 이차적 이용”, 법학논총 제27권 제1호, 한양대학교 법학연구소, 2010.
- 정용엽, “보건의료정보의 법적 보호와 열람·교부”, 의료법학 13(1), 대한의료법학회, 2012.

## 정보유출원인 및 유출방지 방안에 대한 고찰

- SNS로 인한 정보유출을 중심으로 -

이소영, 권예지, 박지권, 염민지, 오성모, 조유나

서울시립대학교 도시과학대학 도시행정학과

### 요약

스마트폰의 대중화가 이루어지면서, 어플리케이션을 기반으로 한 소셜 네트워킹 서비스(SNS)의 사용자가 급증하고 있다. SNS가 사용자에 대한 정보공유와 인맥 확대를 통해 활성화가 되는 서비스인 만큼 이에 따른 개인정보 유출의 심각성 또한 대두되고 있다. 사용자들 또한 이러한 위험성에 대해 점차 인식하고 있지만, SNS에서의 개인정보유출의 원인, 유출경로, 그리고 개인정보유출 방지 방안에 대해서는 크게 인지하지 못하고 있는 상황이다. 이러한 배경을 바탕으로, 본 연구에서는 SNS를 통한 정보의 유출 원인을 분석하고, 이에 따른 정보유출방지방안을 개인측면, SNS 기업측면 그리고 정부측면을 통해 제시하고자 한다. 연구대상은 소셜네트워킹서비스(Social Networking Service, 이하 SNS), 즉 특정 목적을 위해 타인과 정보를 공유하거나 사회적 관계 형성을 돋는 쌍방향 소통 서비스이다. 본 연구는 한국의 SNS의 개인정보보호 실태를 중심으로 하고 있으므로, 연구대상으로 한국인이 많이 사용하고 있으며 서비스 특성상 개인정보 유출의 위험성이 높은 5개의 SNS를 지정하였다. 카카오스토리, 밴드, 페이스북, 인스타그램, 트위터가 그것이다. 연구대상으로 선정한 SNS의 특성 및 개인정보 유출의 원인 등 연구의 기반이 되는 자료는 각 SNS 개인정보 이용약관, 개인정보보호법, 각종 관련 논문에 대한 문헌조사를 통해 이루어졌다. 이에 추가적으로 주제에 대한 사람들의 인지정도와 행동에 대해 알아보기 위해 설문조사를 실시하여 분석함으로써, SNS 이용약관에 대한 사람들의 행동과 개인정보유출 인지정도를 파악하였다.

SNS 정보유출실태에 대한 개인, 국가 및 제도, 기업의 원인을 고찰하였다. 개인의 경우, 정보 안전 불감증과 개인정보 보호조치 미흡이라는 문제를 가지고 있었으며, 국가 및 제도적으로는 예방과 대응방법의 홍보 비활성화, 정보 교육 미흡, SNS 개인정보유출 관련 법 부재의 문제가 있었다. 기업적 측면에서는 친기업적 약관, 자기정보통제권 미흡, 정보보안허술의 문제를 가지고 있었다.

이러한 원인을 해결하기 위한 방안은 다음과 같다. 개인적 측면에서는 SNS 이용

자세 변화, PC 보안설정 변경, 시크릿모드 사용을 통해 개인정보 유출을 막을 수 있다. 또한 국가 및 제도적 측면에서는 정보 유노출 예방과 대응방법을 전파하고 소셜네트워크 헌법 제정을 통한 개인정보보호 이슈 법제화를 해결방안으로 제안하였다. 기업적 측면 해결방안으로는 친이용자 약관 제정, 이용자의 자기통제권 보장, 보안 및 관리 체계 강화가 있다.

주요어(key words): SNS, 개인정보유출 및 노출, 정보 안전 불감증, 친이용자약관, 소셜네트워크헌법

### I. 서론

#### 1. 연구배경 및 목적

정보화시대에 들어서고 손 안의 작은 컴퓨터처럼 사용되는 스마트폰의 대중화가 이루어지면서, 어플리케이션을 기반으로 한 소셜네트워킹서비스(SNS)의 사용자가 급증하고 있다. SNS가 사용자에 대한 정보공유와 인맥확대를 통해 활성화가 되는 서비스인 만큼 이에 따른 개인정보 유출의 심각성 또한 대두되고 있다.

사용자들 또한 이러한 위험성에 대해 점차 인식하고 있지만, SNS에서의 개인정보유출의 원인, 유출경로, 그리고 개인정보유출 방지 방안에 대해서는 크게 인지하지 못하고 있는 상황이다.

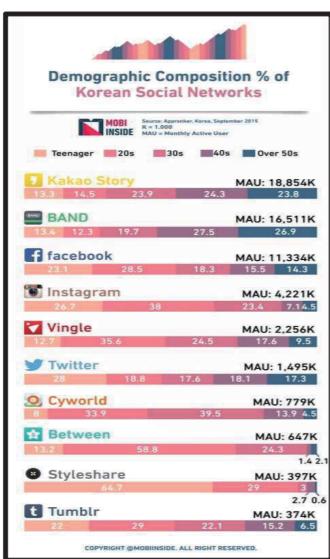
이러한 배경을 바탕으로, 본 연구에서는 SNS를 통한 정보의 유출원인을 분석하고, 이에 따른 정보유출방지방안을 개인측면, SNS 기업측면 그리고 정부측면을 통해 제시하고자 한다.

#### 2. 연구대상

연구대상은 소셜네트워킹서비스(Social Networking Service, 이하 SNS), 즉 특정 목적을 위해 타인과 정보를 공유하거나 사회적 관계 형성을 돋는 쌍방향 소통 서비스이다.

본 연구는 한국의 SNS의 개인정보보호 실태를 중심으로 하고 있으므로, 연구대상으로 한국인이 많이 사용하고 있으며 서비스 특성상 개인정보 유출의 위험성이 높은 5개의 SNS를 지정하였다. 카카오스토리, 밴드, 페이스북, 인스타그램, 트위터가 그것이다. 2015년 9월에 발표된 앱랭커(한국 모바일 비즈니스 서비스 업체)에서 발표한 대한민국 SNS 이용현황 데이터를 기반으로 하여 선정하였으며, SNS 사용 현황 순위에서 5위에 있던 빙글을 대상에서 제외하고, 6위를 기록한 트위터를 포함시켰다. 이는 관심기반 소셜 네트워크인 빙글이 개인

정보보다는 관심분야에 대한 정보를 공유한다는 점에서, 개인정보유출 가능성이 상대적으로 스마트폰 및 상위순위의 SNS에 비해 낮다고 판단했기 때문이다.



(자료: 모비인사이드)

### 3. 연구방법

연구대상으로 선정한 SNS의 특성 및 개인정보 유출의 원인 등 연구의 기반이 되는 자료는 각 SNS 개인정보 이용약관, 개인정보보호법, 각종 관련 논문에 대한 문헌조사를 통해 이루어졌다.

이에 추가적으로 주제에 대한 사람들의 인지정도와 행동에 대해 알아보기 위해 설문조사를 실시하여 분석함으로써, SNS 이용약관에 대한 사람들의 행동과 개인정보유출 인지정도를 파악하였다.

### 4. 이론적 배경

#### 1) SNS의 정의 및 분류

##### (1) SNS의 정의

SNS는 소셜미디어, 소셜네트워크사이트, 소셜네트워킹 등 다양한 용어와 혼용되어 사용되고 있으며, 그 종류도 다양하고 여러 가지 방식을 통해 유기적으로 만들어지기 때문에 기관이나 학계에서도 통일된 정의를 내리지 못하고 있다.

이에 국내외 선행연구, 그리고 한국인터넷 진흥원에서 내린 결론을 분석한 결과, SNS는

공통적으로 i) 인터넷을 매개로 하며, ii) 특정 목적을 위해 타인과 정보를 공유하거나 사회적 관계 형성을 돋는, iii) 쌍방향 소통 서비스라는 특징을 포함하고 있다.

공통된 특징을 기반으로 하여, 본 연구에서는 SNS란 특정 목적을 위해 타인과 정보를 공유하거나 사회적 관계 형성을 돋는 쌍방향 소통 서비스라고 정의 내리고 있다.

##### (2) SNS의 분류

SNS는 어떤 기준으로 구분하는가에 따라 다양하게 유형화 될 수 있다. 그 중 본 연구에서 다루는 분류는 SNS의 개방의 정도에 따른 SNS의 분류이다.

SNS는 개방의 정도에 따라 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS로 분류 가능하다. 이 분류 기준에 대한 각 유형의 정의의 경우, 명확히 제시된 자료가 적어 「폐쇄형 SNS의 학술적 정의와 경험적 특성에 대한 연구: 개방형 SNS와의 비교(2015)」를 참고하여 다음과 같이 정의하였다.

참고한 논문에 따르면, 개방형과 폐쇄형을 분류되는 기준은 세 가지이다. “i) SNS에 진입하기 위한 장벽의 유무, ii) 그룹에 대한 친밀감과 희생의 수준과, 그룹을 통해 얻는 새로운 정보의 접촉 수준과의 크기 차이, iii) 그룹 외의 네트워크에 대한 배타성 및 그룹 내에서 공통적으로 공유되는 관념이나 주제 유무에 따라 개방형과 폐쇄형으로 나뉘며, 이 기준에 대한 답은 그대로 개방형과 폐쇄형 SNS의 특징이 된다.”<sup>1)</sup>

#### 기준에 따른 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS 비교

기준	개방형 SNS	폐쇄형 SNS
SNS 진입 장벽 유무	O	X
[①그룹에 대한 친밀감과 희생수준]과 [②새로운 정보의 접촉 수준]과의 크기 비교	①<②	①>②
그룹 외의 네트워크에 대한 배타성 및 그룹 내에서 공통적으로 공유되는 관념이나 주제	X	O

위의 표는 세 가지 기준에 대한 개방형 SNS와 폐쇄형 SNS의 속성을 보여주며, 각 SNS 유형의 속성들의 합이 정의가 된다고 볼 수 있다.

개방형 SNS는 진입장벽이 없어, 다양한 사회적 집단을 넘나들며 구성된 넓고 얕은 인적 차분으로 네트워크가 점철되어 있는 SNS를 일컫는다. 네트워크가 넓으므로 새로운 정보에 대한 접촉의 정도도 매우 높다. 이러한 네트워크적 특성을 가진 개방형 SNS는 사용자에게 흥미로운 정보와 새로운 소통의 기회를 가져다주는 것이 가장 큰 장점으로 꼽힌다.

이와 반대로, 폐쇄형 SNS는 밀접한 관계를 전제로 SNS에 대한 진입장벽을 가지고 있으며 온라인상에서 서로의 의견이나 일상에 대한 게시물에 감정적으로 공감과 반응이 기반이 되는 SNS를 일컫는다. 폐쇄형 SNS에서는 새로운 정보의 공유보다는 지속적으로 친목을 돈

1) 임채린 외 3명, 폐쇄형SNS의 학술적 정의와 경험적 특성에 대한 연구: 개방형 SNS와의 비교, 한국경영정보학회, 2015, p.32

독히 하는 방향으로 의사소통이 이루어지며, 이를 통해 개인적으로 어려울 때 실질적인 도움을 받을 수 있는 중요한 관계로 발전 및 유지해나갈 수 있다는 특징을 지닌다. 다만, 인적 네트워크의 범위는 제한적이다.

## 2) 한국인의 SNS 이용실태

한국인터넷진흥원과 미래창조과학부에서 발표한 2015년 인터넷이용실태조사 최종 보고서에서 한국인의 SNS 이용실태를 파악하였다.

\*본 조사 보고서에서는 SNS를‘인터넷상에서 친구 동료 등 지인과의 인간관계를 강화하거나 새로운 인맥을 형성함으로써 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있게 해주는 서비스’로 정의내리고 있다. 이는 미니홈피, 블로그, 트위터, 카카오스토리, 페이스북, 구글플러스 등을 포함한다.

\*조사대상은 전국 25,000가구 및 가구 내 상주하는 만 3세 이상 가구원이었으며, 유효응답자수는 만 3세 이상 가구원 63,218명이다.<sup>2)</sup>

### (1) 성별, 연령별 이용률

성별에 따른 SNS 이용률을 보면, 매년 그 비율이 늘고 있음을 알 수 있다. 남성 및 여성의 이용률은 큰 차이를 보이지 않고 있다. 연령별 이용률 또한 매년 모든 집단에서 비율이 상승하고 있다. 이용률이 가장 높은 연령집단은 20대로, 2015년 89%에 이른다. 20대에 이어, 30대, 40대, 20대 미만, 50대, 60대, 70대 이상 순으로 큰 이용률을 보이고 있다. 특히 작년 대비 이용률의 증가폭이 큰 연령집단은 4~50대로, 약 10%포인트 증가함을 볼 수 있다.

SNS 이용률(%)-만 6세 이상 인터넷 이용자



(자료: 한국인터넷 진흥원)

### (2) SNS 접속 수단

SNS 이용자 대부분(93.4%)이‘스마트폰’을 통해 SNS를 이용하는 것으로 나타났으며, 데스크탑 컴퓨터’을 통한 SNS 이용은 37.2% 나타나 최근 3년간 감소세를 보였다. 이는 스마트폰의 대중화와 어플리케이션의 꾸준한 관리를 통해 모바일로의 SNS의 편리성이 확대에 기인한 결과일 것이라고 추측한다. (추측에 대한 것은 보고서 필자가 아닌, 본 보고서의 필

2) 「인터넷이용실태조사 최종 보고서」, 한국인터넷진흥원, 2016, pp.76~80

자들의 생각이다.)

SNS 이용기기(복수응답,%)-만 6세 이상 SNS 이용자



(자료: 한국인터넷진흥원)

### (3) SNS 이용 목적

SNS를 이용하는 가장 주된 이유는 ‘친교/교제를 위해서(77.2%)’로 나타났다. 이에 이어 ‘취미/여가 활동을 위해서(53.8%)’,‘개인적 관심사 공유를 위해서(48.9%)’가 절반을 넘는 비율을 보였으며,‘단순히 시간을 보내기 위해서(10.1%)’ 또는 ‘자기 홍보(PR)를 위해서(9.9%)’SNS를 이용한다는 의견은 상대적으로 낮은 비율의 결과를 보였다.

SNS 이용이유(3가지 복수 응답, %)-만 6세 이상의 SNS 이용자



(자료: 한국인터넷진흥원)

## II. 본론

### 1. 문제분석

#### 1) 개인정보 유출실태 소개

우리가 SNS에 가입할 때 입력하는 개인정보에서부터 SNS를 이용하면서 우리가 업로드하는 것까지 우리의 개인정보는 모든 인터넷 사용을 통해 유출될 수 있으며 특히 SNS 대해서는 그 비중이 높아진다. 대부분의 SNS 이용자들이 정보 유출에 대해 불안해하지만 사실상 이를 막기는 힘들다.

SNS를 통해 노출될 수 있는 개인정보는 개인적인 신상정보에서부터 위치, 배우자, 가족,

관심사, 사진까지 인터넷에 올린 모든 것이 된다. 게시물의 성향을 통해 이용자의 심리 상태까지도 파악할 수 있다는 점에서 매우 밀접한 정보들 까지 알 수 있다고 할 수 있다.<sup>3)</sup>

개인이 직접적으로 올린 정보가 아니더라도 개인이 SNS기업에 제공하는 정보나 인터넷을 사용한 흔적인 쿠키 등은 SNS기업에 전달되고 이는 위탁업체나 광고업체 같은 제 3자에게 제공될 때 기업들의 보안에 따라 개인정보가 해킹당할 수 있고, 대부분의 사람들이 개인정보보호 조항을 잘 읽지 않기 때문에 자신의 개인정보가 어떻게 이용되고 있는지 알 수 없기 때문에 혹시 악용되더라도 그러한 상황들을 잘 알 수 없다.

이렇게 노출되거나 유출된 개인정보들은 개인에게 사회활동에 지장을 초래하거나 스미싱, 피싱, 사기, 스토킹 등의 범죄에 악용되고 금전적 피해를 가져오기도 하며, 유출로 인한 심각한 정신적 피해를 가져오기도 한다.

## 2) 유형 소개 및 구체적인 사례들 제시

SNS를 통해 개인정보가 빠져나가는 것은 크게 개인정보 노출과 개인정보 유출의 두 가지로 유형을 분류할 수 있다.

### (1) 개인정보 노출과 사례

먼저 해킹에 의해서가 아닌, 정상적인 방법으로 홈페이지를 이용하면서 타인의 개인정보를 취득할 수 있도록 인터넷 상에 방치되어있는 경우를 개인정보 노출이라고 한다. 개인정보의 노출은 개인이 게시물을 올리고 공유 범위 설정을 잘못하여 의도치 않게 타인에게 공개한다거나, 게시물을 올리고 나서 이것이 공유되고 이동하면서 이후에 삭제하더라도 인터넷에서 완전히 지워졌는지 알 수 없는 경우이다. 또한 SNS 특성상 인맥을 위해 스스로 개인정보를 공개하지만 자신을 전혀 모르는 제 3자까지 자신의 정보를 알 수 있게 되기도 한다.

우리나라에서 한 학생이 자신의 대학 합격 증명서를 SNS에 게시했다가 수험번호를 보고 대학 합격을 취소시킨 사례가 있었다.<sup>4)</sup> 영국에서는 빈집털이범이 범행 전 SNS를 통해 여행을 떠난다거나 하여 집을 비운다는 것을 알 수 있는 글을 참고하여 범행을 계획했다고 말한 사례가 있었다.<sup>5)</sup> 지난해 7월 영국 일간 텔레그래프 인터넷판에 따르면 보험사 ‘모어댄’이 전과자 50명을 대상으로 조사한 결과 68%가 ‘범죄 목표로 삼은 사람의 집과 일상생활에 대한 정보를 수집한다’고 밝혔다. 특히 12%는 이를 위해 SNS를 이용한 적이 있다고 말했다. 이처럼 SNS에 업로드한 정보는 공개범위에 따라 원치 않는 불특정 다수가 정보를 보고 범죄에 악용할 수 있기 때문에 위험하다.

3) kisa 개인정보보호 포털, 유출된 개인정보의 위험성 , <http://www.privacy.go.kr/hns/ntc/pex/personalExam.do>

4) 수시합격생 명의도용 꽤 합격 취소 '날벼락'...경찰 수사, <중부일보>, 2015/01/ 09

5) “집 비운다” 트위터 올렸다가 빈집털이 당해 , <경향신문>, 2011/01/03 00:08:24

개인정보를 쉽게 올리는 SNS를 통해 특정인의 신상정보를 조사하여 전파하는 ‘신상털기’도 쉬워졌다. 사회의 이슈가 되는 범죄자라거나, 또는 범죄에 아무 관련이 없는 사람이라도 의심을 받게 되어 마녀사냥 식으로 지목되면 그는 곧 네티즌들에 의해 신상정보가 날날이 공개된다. 이 과정에서 활성화 되어있는 SNS는 해당 인의 정보는 물론 그를 통해 그의 심리, 생각 등의 세세한 정보들까지 알 수 있고, 그의 주변인들의 신상이 공개되기도 한다. 이러한 ‘신상털기’는 범죄는 아니지만, 무고한 사람은 물론 범죄자의 경우에도 문제가 될 수 있다.

한 SNS에 올린 개인정보는 또다시 이를 이용하면 다른 SNS 계정에 접근할 수 있게 하고 이를 통해 더 많은 정보를 알아낼 수 있기 때문에 연쇄적으로 피해를 입기도 한다.

심지어는 이렇게 노출된 개인정보를 한데 모아 제공하는 사이트까지 있다. ‘스포키오’라는 사이트에서는 소셜 네트워크를 통해 개개인의 특징에 따라 식별 가능한 개인정보와 다양한 웹 페이지로부터 정보를 취합하는 검색기술로 온라인 정보에 오프라인 정보도 취합한다. 완전히 정확하지는 않지만, 이름을 입력하면 주소, 집 전화번호, 연령대, 성별, 인종, 종교, 정당, 결혼 상태, 가족 구성원, 교육수준까지 제공하며, 개인의 주거지역에 대한 구글 맵 이미지까지 보여준다.

### (2) 개인정보 유출과 사례

개인정보 유출이란 자유로운 의사에 의하지 않고, 정보주체의 개인정보에 대하여 개인정보 처리자가 통제를 상실하거나 또는 권한 없는 자의 접근을 허용한 경우로서, 개인정보 처리자인 SNS 기업이 정보주체인 사용자의 의도와 상관없이 개인정보를 유출하는 것을 말한다.

SNS 기업은 개인정보를 위탁하기도 하고 광고 기업 등의 제 3자에게 제공하기도 하는데, 이런 과정에서 해킹을 당하거나 내부 직원에 의해 유출된다거나, 다른 오류가 생기면 그 개인정보들이 유출될 수 있다. 실제 페이스북은 개인정보와 쿠키를 이용한 맞춤형 광고를 포함하여 2014년 35억 9천만 달러의 광고 소득을 벌어들였다.<sup>6)</sup> 이렇게 SNS 기업에 의해 개인 정보의 자본화가 이루어지면서 개인정보 유출의 위험성이 커지고 있다. 또한 빠르게 바뀌는 개인정보 약관은 사용자에게 그 변경사실을 명시해주지 않아 가입 시와 달라진 개인정보 취급에 대해 사람들은 자신의 정보가 어떻게 쓰이고 있는지 알지 못하는 경우가 많다.

실제 SNS 해킹을 통한 광고, 서비스 탈퇴 후 재가입, 허가하지 않은 기업의 광고 게시물 공유, 해외 IP의 로그인 시도 등의 문제가 발생한 사례들이 있다. 페이스북에서는 2015년 12월 개인의 의도와 상관없이 해킹이나 불법적인 프로그램을 통해 ‘좋아요’를 누르지 않았음에도 특정 페이지에 ‘좋아요’가 눌려진 사례가 있었으며 이는 개인정보 유출과 관련이 있는 것으로 나타났다.<sup>7)</sup> 트위터의 경우에도 2013년 2월 가입 시 제공하는 25만 여

6) 페이스북, 모바일 광고 데에 4분기 매출 49%↑,<아이뉴스>, 2015/01/29

7) ‘좋아요’ 안 눌렀는데...페이스북 페이지, 개인정보 유출 논란, <세계일보>, 2016/01/19

명 사용자의 이메일이나 전화번호의 개인정보가 해커에 의해 유출된 사례가 있다.<sup>8)</sup>

### 3) SNS 개인정보유출에 대한 인식정도

#### (1) 설문조사 내용

사람들의 SNS 사용 실태와 SNS 개인정보보호에 관한 생각을 살펴보기 위해 설문조사를 실시했다. 먼저 설문 대상의 대표성을 위해서 연령대를 조사하여 그 비율을 10~20%로 유지하려고 하였고, 응답자들의 사용 SNS, SNS 가입 시 가입조항을 읽는 정도와 그 이유, SNS 개인정보유출 가능성에 대한 생각과 그 이유, 개인정보보호에 있어 가장 중요하다 생각하는 역할을 알아보고자했다. 질문은 다음과 같이 구성했다.

#### <SNS 개인정보유출에 대한 인식 정도>

안녕하세요! 저희는 서울시립대학교 도시행정학과 2학년 학생입니다. “**SNS 개인정보유출의 실태와 해결방안**”에 대한 시민들의 인식을 파악해보기 위하여 설문조사를 만들었습니다. 이 설문조사는 논문 이외의 목적으로는 이용되지 않으니 솔직한 의견을 주시면 감사드리겠습니다! 참여해주셔서 감사합니다!

\*SNS는 웹 사이트라는 온라인 공간에서 공통의 관심이나 활동을 지향하는 일정한 수의 사람들이 일정한 시간 이상 공개적으로 또는 비공개적으로 자신의 신상정보를 드러내고 정보 교환을 수행함으로써 대인관계망을 형성하도록 해 주는 웹기반의 온라인 서비스

(출처: 네이버 지식백과)

#### 1. 귀하의 연령대를 선택해주세요.

- ① 6~19세    ② 20대    ③ 30대    ④ 40대    ⑤ 50대    ⑥ 60대 이상

#### 2. 최근 3개월 이내 사용한 SNS를 '모두' 선택해주세요.

(선지는 한국인이 가장 많이 사용하는 SNS를 토대로 작성되었습니다.)

- ① 없음    ② 카카오스토리    ③ 네이버밴드    ④ 페이스북    ⑤ 인스타그램    ⑥ 트위터    ⑦ 기타

#### 3. SNS 가입조항을 얼마나 읽으십니까?

- ① 전혀 읽지 않는다. ② 전문(全文) 중 일부만 발췌해서 읽는다. ③ 전문(全文)을 정독한다.

#### 3-1. (3번에 ①, ② 선택한 경우) 조항을 전혀 읽지 않거나, 일부만 읽는다면 그 이유는 무엇입니까?

(복수응답 가능)

- ① 꼼꼼히 읽을 필요가 없어서  
② 조항의 길이가 길어서

- ③ 어려운 전문용어가 쓰여서  
④ 가입화면에 조항의 전문(全文)이 제공되지 않아서  
⑤ SNS계정 연동으로 별도의 가입절차가 생략 되어서  
⑥ 기타(이유를 적어주세요!)

#### 3-2. (3번에 ②, ③ 선택한 경우) 조항의 전부 또는 일부를 읽는다면 그 이유는 무엇입니까? (복수응답 가능)

- ① 불이익을 예방하기 위해서  
② 내용에 대해 호기심이 있어서  
③ 반드시 조항확인을 해야 가입이 되어서  
④ 기타(이유를 적어주세요!)

#### 4. SNS를 통한 정보유출 가능성에 대해 어떻게 생각하시나요?

1(매우 낮다) - 2 - 3 - 4 - 5(매우 높다)

#### 4-1. (4번의 1, 2 선택한 경우) 정보 유출 가능성이 낮다고 생각하는 이유는 무엇인가요? (복수응답 가능)

- ① 해당 SNS의 보안이 철저해서  
② 정보 유출의 표적이 될 가능성이 낮아서  
③ 업로드 공개 범위에 대해 이용자가 결정할 수 있어서  
④ 업로드 정보의 성격에 대한 이용자가 결정할 수 있어서  
⑤ 기타(이유를 적어주세요!)

#### 4-2. (4번의 3~5 선택한 경우) 정보 유출 가능성이 높다고 생각하는 이유는 무엇인가요? (복수응답 가능)

- ① 해당 SNS의 보안이 취약해서  
② 기본적으로 설정된 정보공개범위가 넓어서  
③ 업로드 내용 중에서 개인정보의 비율이 높아서  
④ 기술의 발달로 개인의 의사와 무관하게 정보 취합이 가능해서  
⑤ 기타(이유를 적어주세요!)

#### 5. 개인정보유출 해결에 있어서 누구의 역할이 가장 중요하다고 생각하십니까?

- ① 개인 (ex. 사전 필터링 강화 등)  
② 기업 (ex. 시스템 보안 강화 등)  
③ 정부 (ex. 개인정보보호법 강화 등)  
④ 기타

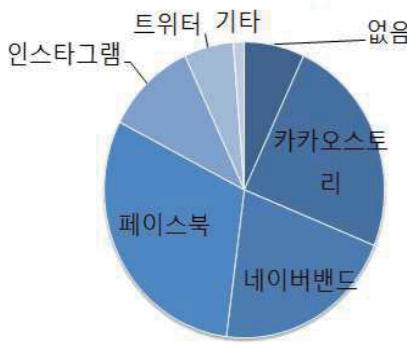
10:49:09

8) 트위터 해킹…25만 명 개인정보 유출,<블로터>, 2013/02/03

## (2) 설문조사 결과



## 2. 최근 3개월 이내 사용한 SNS (중복)



총 173명이 응답하였으며, 설문자의 연령은 SNS를 이용할 것이라고 예상되는 최소 연령으로 6세 이상으로 정하였다.

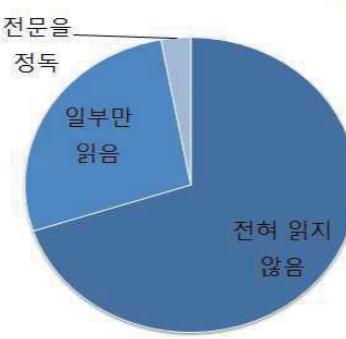
먼저 참여 연령대는 6~19세 35명으로 20.2%, 20대 35명 20.2%, 30대 21명 12.1%, 40대 27명 15.6%, 50대 48명 27.7%, 60대 이상 7명 4%로 나타났다.

다음으로 최근 3개월간 사용한 적이 있는 SNS에 대한 응답으로는 없다고 대답한 사람이 22명 12.7%, 카카오스토리가 76명 43.9%, 네이버밴드 66명 38.2%, 페이스북 96명 55.5%, 인스타그램 33명 19.1%, 트위터 18명 10.4%, 기타 4명 2.3%로 나타났다.

없다고 응답한 22명을 제외하고는 173명 중 151명 87.3%의 응답자가 SNS를 이용하는 것으로 나타났다.

SNS 가입조항은 전혀 읽지 않는다는 사람이 121명 69.9%로 가장 많았고, 전문(全文) 중 일부만 발췌해서 읽는다는 사람이 47명 27.2%였다. 한편, 전문(全文)을 정독한다고 한 사람은 5명 2.9%로 나타났다.

## 3. SNS 가입조항을 읽는 정도



## 3-1. 조항을 전혀 읽지 않거나, 일부만 읽는 이유 (복수응답)



## 3-2. 조항의 전부 또는 일부를 읽는 이유 (복수응답)



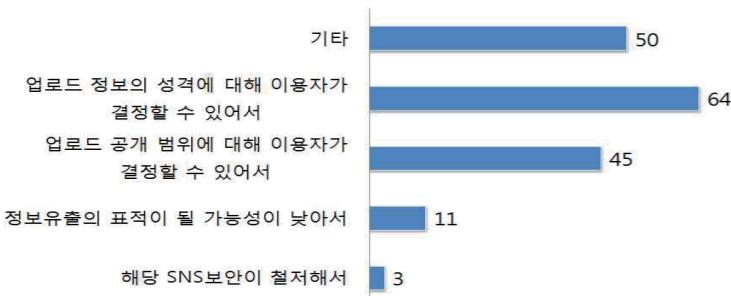
조항을 전혀 읽지 않는다거나 일부만 읽는다고 응답한 사람들은 가입 조항을 잘 읽지 않는 이유로서 ‘조항의 길이가 길어서’ 103명으로 가장 많았고, ‘꼼꼼히 읽을 필요가 없어서’ 57명, ‘어려운 전문용어가 쓰여서’ 25명, ‘SNS 계정 연동으로 별도의 가입절차가 생략되어서’ 16명, ‘가입화면에 조항의 전문(全文)이 제공되지 않아서’ 5명, 기타 9명 ('필요에 의해서 가입하는데 동의를 하지 않고는 가입이 안 되는 경우가 많아서 그냥 읽지 않고 동의한다', 'sns를 하지 않기 때문에' 6명, '어차피 가입하려면 동의해야하니까', '귀찮아서')라 응답하였다. 조항의 길이가 길다고 생각하는 사람이 매우 많은 것으로 보아 사용자가 읽기 쉬운 가입조항이 필요함을 알 수 있었다.

조항의 일부만 읽거나 전문을 읽는다고 응답한 사람들은 가입 조항을 읽는 이유로서 ‘불이익을 예방하기 위해서’ 35명, ‘내용에 대해 호기심이 있어서’ 11명, ‘반드시 조항확인을 해야 가입이 돼서’ 11명, 기타 0명으로 나타났다.

#### 4. SNS 정보유출 가능성에 대한 생각



##### 4-1. 정보유출 가능성이 낮다고 생각하는 이유



다음으로, SNS 개인정보 유출 가능성에 대해서는 매우 낮다는 사람이 3명 1.7%, 낮다 11명 6.4%, 보통 45명 26%, 높다 64명 37%, 매우 높다 50명 28.9%를 차지하였다.

SNS 개인정보 유출 가능성이 낮다고 생각하는 이유에 대해서는 ‘해당 SNS의 보안이 철저해서’ 2명 14.3%, ‘정보 유출의 표적이 될 가능성이 낮아서’ 8명 57.1%, ‘업로드 공개 범위에 대해 이용자가 결정할 수 있어서’ 5명 35.7%, ‘업로드 정보의 성격에 대한 이용자가 결정할 수 있어서’ 1명 7.1%, ‘기타’ 0명 0%라고 응답하였다.

##### 4-2. 정보유출 가능성이 높다고 생각하는 이유



#### 5. 개인정보 유출 해결에 있어 중요하다 생각되는 역할



반대로 SNS 개인정보 유출 가능성이 보통이거나 높다고 생각하는 이유에 대해서는 ‘해당 SNS의 보안이 취약해서’ 64명 40.3%, ‘기본적으로 설정된 정보공개범위가 넓어서’ 71명 44.7%, ‘업로드 내용 중에서 개인정보의 비율이 높아서’ 49명 30.8%, ‘기술의 발달로 개인의 의사와 무관하게 정보 취합이 가능해서’ 62명 39%, ‘기타’ 5명으로 3.1%를 차지하였다.

마지막으로 SNS 개인정보보호에 있어서 개인 (ex. 사전 필터링 강화 등)의 역할이 중요하다고 응답한 사람은 55명으로 31.8%, 기업 (ex. 시스템 보안 강화 등)의 역할이 중요하다고 응답한 사람은 53명으로 30.6%, 정부 (ex. 개인정보보호법 강화 등)의 역할이 중요하다고 응답한 사람은 60명으로 34.7%, 기타 응답은 5명으로 2.9%를 차지하였다.

## 2. 정보유출 원인 파악

상술한 조사 대상 SNS 5개 중 정보 유출에 취약한 요소를 알아보기 위해 각 SNS의 특징과 약관 등을 조사하였다. SNS의 특징은 표로 정리한 후 각 요소별로 구분하여 비교하였으며, 각각의 약관은 SNS별 정보 유출 가능성이 높은 부분과 정보 유출에 대한 대응책 등을 발췌하여 비교하였다.

### 1) 대상 SNS의 특징 및 그에 따른 정보 유출 위험요소 비교

#### (1) 대상 SNS의 특징

각 조사 대상 SNS를 ①가입 경로, ②타 이용자 공개 여부, ③게시물별 공개 범위, ④게시물 공유 범위, ⑤PC버전의 유무, ⑥모바일 버전의 유무, ⑦주이용 연령층, ⑧이용자 수, ⑨주로 이용되는 용도, ⑩기타 등 10가지 기준에 따라 비교하였다. 다만 ②타 이용자 공개 여부/③게시물별 공개 범위/④게시물 공유 범위와 ⑤PC버전의 유무/⑥모바일 버전의 유무와 ⑦주이용 연령층/⑧이용자 수는 각각 내용이 비슷하여 같이 묶어 분석하였다.

#### ① 가입 경로

5개 SNS 전부 회원가입 시 이메일 주소를 요구했다. 전화번호는 카카오스토리와 인스타그램을 제외한 3개 SNS가 요구하였으나, 카카오스토리에 가입하는 데 사용되는 카카오계정이 전화번호를 요구하고, 인스타그램은 페이스북 계정으로 회원가입이 가능하므로 사실상 5개 SNS 전부가 선택적으로 전화번호를 요구함을 알 수 있다. 그 외에 각각 SNS별로 특징적인 정보를 통해 가입이 가능했는데, 카카오스토리는 카카오 계정을, 네이버 밴드는 네이버 계정으로, 인스타그램은 상술했듯 페이스북 계정을 통해 가입이 가능했다.

#### ② 타 이용자 공개 여부 / ③ 게시물별 공개 범위 / ④ 게시물 공유 범위

카카오스토리는 다른 카카오스토리 이용자 혹은 카카오톡 친구에게 공개된다. 게시물을 올릴 때 전체 공개, 친구 공개, 편한 친구 공개, 나만 보기 등으로 게시물마다 공개범위 설정이 가능하다. 게시물의 공유 범위는 각 게시물의 공개 범위에 따라 달라지는데, 전체공개는 누구나 공유하고 누구나 볼 수 있다. 단, 메뉴에서 "친구의 공유 허용" 옵션을 끌 수 있다. 친구 공개와 편한 친구 공개는 약간 다른데, 일반적인 친구 공개와 달리 편한 친구 공개는 글 작성 시 편한 친구로 선택한 친구들에게만 공개되며 공유도 허용되지 않는다. 마지막으로 사용자 본인만 볼 수 있는 나만 보기도 존재한다.<sup>9)</sup>

네이버 밴드는 이용자의 밴드 가입 승인 여부, 각 밴드별 비공개/밴드 이름 공개/공개 등을 설정할 수 있다. 게시물별 공개 범위는 따로 설정할 수 없고 밴드 가입자 모두가 보게 된다.

페이스북은 미 이용자에게는 비공개되어 있다. 페이스북 이용자는 본인 계정의 공개/비공개(비활성화) 설정이 가능하다. 단, 계정 비활성화 시 해제하기 전까지 그 계정을 사용할 수 없으므로 실질적으로 사용 가능한 대다수의 계정은 공개되어 있다. 각각의 게시물은 나만 보기/친구 공개/전체 공개 등으로 설정 가능하고, 게시물 공유도 동일하게 세 가지 설정이 있다. 그러나 게시물 공개 범위와 게시물 공유 범위는 서로 연관되지 않아 본인이 공유하고자 하는 게시물의 공개 범위는 자유롭게 설정할 수 있다.

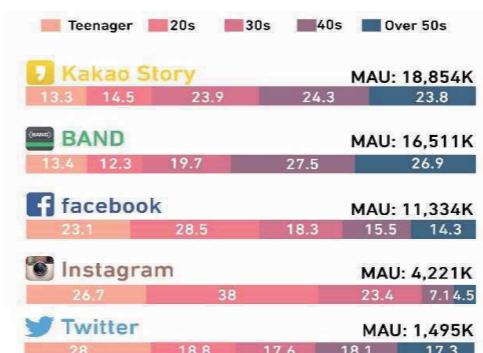
인스타그램은 설정에 따라 계정을 보유하지 않은 사람에게도 공개된다. 인스타그램의 게시물 공개 범위는 세 가지인데, 전체 공개/팔로워 공개/다이렉트 메시지(1대1 메시지) 등이다. 인스타그램의 게시물은 자체 공유가 불가능하고, 페이스북 등 다른 애플리케이션(이하 어플)을 통해 공유가 가능하다. 공유 범위는 각 어플의 기준에 따른다.

트위터 역시 계정 공개/비공개 설정을 자유롭게 할 수 있다. 비공개 계정의 게시물은 승인된 팔로워에게만 공개된다. 단 게시물의 공개/비공개, 공개 범위 설정은 불가능하다. 게시물 공유 범위는 설정이 불가능해 리트윗 기능을 통한 전체 공유만 가능하다.

#### ⑤ PC버전의 유무 / ⑥ 모바일 버전의 유무

5개 SNS 모두가 모바일 버전으로 이용이 가능했다. PC버전은 인스타그램을 제외하고 전부 이용 가능하였으나, 인스타그램은 자체적으로 PC버전 이용이 불가능해 웹 브라우저가

구글 크롬이어야 하고 추가로 플러그인을 설치해야 하는 등의 어려움이 존재한다.



#### ⑦ 주 이용 연령층 / ⑧ 이용자 수

카카오스토리와 네이버 밴드는 다른 SNS에 비해 30대 ~ 50대의 이용 비율이 높았다. 페이스북은 절반 이상이 10대 ~ 20대였고, 인스타그램 역시 마찬가지였다. 반면 트위터는 10대 이용자를 제외하고는 비슷한 비율을 보였다. [그림 2]<sup>10)</sup>에 자세한 사항이 수록되어 있다.

#### ⑨ 주로 이용되는 용도

네이버 밴드를 제외한 4개의 SNS는 개인 사진, 본인의 일상 업로드, 지인 연락 등 사적인 이유로 많이 쓰이고 있다. 네이버 밴드는 같은 밴드 구성원끼리만 공유가 가능하기 때문에 주로 모임의 용도로 이용되고 있다. 이 중 네이버 밴드, 페이스북, 트위터 등은 광고 및 비즈니스 툴, 정보 수집 등 공적인 목적으로 사용된다.

#### ⑩ 기타

네이버 밴드는 카페와 유사한 기능을 가지고 있다. 인스타그램은 이미지 기반의 SNS로 기본적으로 사진을 공유하는 게 목적이다. 트위터는 각 게시물 당 글자가 140자로 제한되어 많은 정보를 공유하는 데 무리가 있으나, 오히려 적은 글자 수와 특유의 리트윗 시스템으로 빠르게 게시물의 확산이 가능하다.

이상 각 분류 기준에 따른 SNS별 특징에 대해 알아봤다. 이를 간략히 표로 정리하면 다음과 같다.

종류 기준	카카오 스토리	네이버 밴드	페이스북	인스타그램	트위터
가입경로	카카오톡 이메일	이메일, 네이버, 페이스북, 전화번호	만 14세 이상 직접가입: 전화번호 또는 이메일	페이스북 계정 이메일	만 13세 이상 직접가입: 전화번호 또는 이메일
타 이용자에 게 공개 여부	다른 카카오스토리 이용자/카카오 톡 친구	비공개/밴드명 공개/ 공개/ 멤버 가입 승인 여부	계정 공개/비공개 설정 가능	계정 공개/비공개 설정 가능	계정 공개/비공개 설정 가능
게시물 공개범위	전체 공개 친구 공개 편한 친구	해당밴드 가입자 (공개범위	전체공개/친구 만/나만 보기	전체, 팔로워 다이렉트(1대1 메시지)	게시물 자체 설정 불가

10) 심상용, “[심근의 모아이] 대한민국 SNS 이용 현황”, 모비인사이드, 2015. 10. 20., [http://www.mobiinside.com/kr/index.php/2015/10/20/korea\\_social\\_network\\_service/](http://www.mobiinside.com/kr/index.php/2015/10/20/korea_social_network_service/)

9) 카카오스토리-설정-고객지원-도움말 참조.

	공개 나만 보기	설정 불가)			
게시물 공유 범위	게시물별 공개 범위에 제약을 받음	공개 범위=자체 어플 공유 범위	공개 범위와 상관없이 공유 범위 따로 설정 가능	공유 불가능 (다른 어플을 통한 공유)	리트윗을 통한 전체 공유
PC 버전	존재함	존재함	존재함	크롬 브라우저 (제한적)	존재함
Mobile 버전	존재함	존재함	존재함	존재함	존재함
주 이용 연령층	30대 ~ 50대	40대 ~ 50대	10대 ~ 20대	10대 ~ 20대	평균연령 39.1세
이용자 수	1인	2인 이상~1000명	1인+페이스북 페이지	1인	1인
주로 이용되는 용도	사적-일상 컨텐츠 업로드	사공적-모임 운영	사적-지인들 소식망 및 정보 공유 공적-광고 및 비즈니스 툴	사적-개인 사진 공유	사적-지인연락 공적-전문가 트윗 등 정보 수집
특이점	카페와 유사한 기능: 사진, 동영상, 각종 파일 공유, 일정관리, 투표	.	.	이미지 기반의 SNS, 주로 해시태그를 통해 내용을 분류하고 소통함	게시물 글자가 140자로 제한됨. 그림 첨부 가능

(자료: 각 기준에 따른 SNS별 특징 비교)

## (2) 특징에 따른 정보 유출 위험요소 비교

지금까지 살펴 본 SNS별 특징을 기준으로 정보 유출 위험요소에 대해 비교했다. 2-1-1과 같은 방식으로 ②타 이용자 공개 여부/③게시물별 공개 범위/④게시물 공유 범위와 ⑤PC 버전의 유무/⑥모바일 버전의 유무와는 각각 둘어서 비교하였다. 단, ⑦주 이용 연령층/⑧이용자 수는 큰 위험요소가 없어 보였으므로 제외하였다.

### ① 가입 경로

카카오스토리, 네이버 브랜드, 인스타그램은 각각 카카오톡, 네이버, 페이스북과 연동하여 가입하도록 유도하고 있다. 각각 모(母)계정과 자(子)계정 중 한 가지만 유출당하더라도 다른 하나까지 같이 유출된다는 문제가 존재한다. 특히 카카오스토리는 카카오톡과 연동해서 가입을 하는 경우 개인정보가 카카오스토리 친구는 아니지만 카카오톡 친구인 사람들에게 공개되는 것으로 기본 설정이 되어있다. 그 외 모든 SNS가 전화번호 혹은 이메일을 요구하여 유출의 위험이 존재한다.

### ② 타 이용자 공개 여부 / ③ 게시물별 공개 범위 / ④ 게시물 공유 범위

②타 이용자 공개 여부는 설정 가능하여 크게 위험한 요소가 아니라고 보이나. 페이스북

의 경우, 특별히 설정을 조절하지 않았을 시 이메일, 프로필, 전화번호 등 개인정보 공개 범위 기본 설정은 전체 공개여서 위험성이 높다. 그러나 ③게시물별 공개 범위는 위험 요소가 존재하는데, 먼저 카카오스토리, 페이스북을 포함한 대다수 SNS의 게시물 공개 범위가 전체 공개로 설정되어 있다. 여기에 트위터는 공개 범위를 마음대로 설정할 수 없다는 점도 존재 한다. 마지막으로 ④게시물 공유 범위에 대해서인데, 카카오스토리와 페이스북은 공개 범위와 공유 범위를 다르게 설정할 수 있다. 두 SNS 전부 자신의 게시물에 대한 타인의 공유 범위를 설정할 수 없기 때문에 본인이 관여하지 않은 형태로 정보의 확산이 일어날 수 있다. 한편 트위터는 리트윗 시스템으로 인한 전체공유로 애초에 범위를 설정할 수 없다는 특성이 존재한다.

### ⑤ PC버전의 유무 / ⑥ 모바일 버전의 유무

PC버전이 존재하는 SNS의 경우 자동 로그인/로그인 상태 유지 등의 기능을 인지하지 못했을 시 자동으로 로그아웃이 되지 않는 문제점이 있다. 한편 PC버전이 존재하지 않는 인스타그램의 경우에는 인스타그램 사람 찾기 사이트가 성행하고 있어, 이에 따른 문제점도 우려된다. 모바일 버전의 경우, 대부분의 SNS가 로그인 상태 유지 기능을 사용하고 있다. 따라서 스마트폰 자체가 해킹된 경우 자동 로그인 기능을 사용하는 모든 SNS가 위험해진다. 한편 카카오스토리는 카카오톡과 연동 가능한 특성으로 인해, 자신의 카카오스토리 프로필이 카카오스토리 친구뿐만 아니라 카카오톡 친구에게까지 카카오스토리 프로필이 노출 된다는 문제점이 있다.

### ⑦ 주로 이용되는 용도

기본적으로 SNS의 목적은 사람들과 관계를 구축하는 것이다<sup>11)</sup>. 따라서 SNS 이용자들은 자연스럽게 개인적인 내용을 업로드하게 된다. 이 때, 문제는 상술한 여러 위험요소에서 유출되는 대상이 개인적 내용 혹은 개인정보라는 점에 있다. 따라서 무분별한 정보가 아닌, 어느 정도 정제된 내용을 업로드하는 것이 바람직하다.

## 2) 대상 SNS의 이용약관 분석 및 그에 따른 정보 유출 위험요소 비교

각 조사 대상 SNS의 약관과 개인정보취급방침(이하 약관)을 ①목적 달성을 정보의 보관, ②정보를 수사기관에 제공, ③정보를 제휴/위탁 업체, 타 어플에 제공, ④위치 정보/쿠키 등 의 수집, ⑤공유된 게시물, ⑥의도치 않은 정보 공개 등 총 6가지 기준으로 분류하여 비교하였다. 이 때 각 항목에서 구체적으로 언급된 약관은 항목 하단에 해당 부분을 발췌하여 수록하였다. 마지막으로 각 SNS가 약관에 명시하고 있는 대응 방안에 대해 조사하였다.

### (1) 각 기준별 대상 SNS 이용 약관 분석 및 유출 위험요소

11) "SNS", 네이버 지식백과, <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1526243&cid=42171&category=42180>

#### ① 목적 달성된 정보의 보관

개인정보를 수집하는 자(이하 SNS측)는 개인정보보호법과 표준 개인정보 보호지침, 내부 방침에 의하여 개인정보 보관 목적이 달성되었을 시 이를 자체 없이 파기해야 한다. 그러나 카카오스토리 6개월, 네이버 밴드는 각 정보의 성격에 따라 6개월/5년/3년/3개월 등 SNS측의 개인정보 보관 기간이 전부 다르고, 페이스북과 인스타그램은 구체적인 개인정보 보관 기관과 파기에 대한 기준이 전부 다르다. 언급 없이 모호하게 설명하고 있다. 이는 정보 보유 기간에 따라 해킹 등 개인정보 유출 수단에 노출될 확률이 달라지는 것으로 문제의 소지가 있다.

#### ② 정보를 수사기관에 제공

개인정보보호법은 제18조 2항 7·8호를 통해 수사 등 특정한 목적이 존재할 경우 수집한 개인정보를 수사기관에 제공할 수 있도록 하고 있다. 이는 모든 조사 대상 SNS가 관련된 약관을 명시하고 있다. 그러나 개인정보를 동의 없이 수사기관에 제공할 수 있도록 하여 수사기관의 포괄적 암수수색의 대상이 되었을 시 심각한 정보 유출이 발생할 수 있다는 문제가 있다. 인스타그램은 페이스북에 인수된 영향을 받아 관련 약관이 동일했고, 네이버 밴드는 음란물 등으로 구체적인 예시를 제시하였다.

#### ③ 정보를 제휴/위탁 업체, 타 어플에 제공

SNS측은 개인정보보호법 제17조, 제26조 등에 의하여 동의하에 수집한 개인정보를 제휴/위탁 업체, 혹은 타 어플에 제공할 수 있다. 그러나 이는 여러 가지 문제점을 수반한다. 먼저 정보 제공 과정에서 다양한 업체에 정보가 제공되어 문제가 발생할 소지가 있다. 또한 상술했듯 대다수가 약관을 읽지 않고 동의하는 경향이 있는데, 제휴/위탁 기업 등은 약관에만 명시되어 있는 경우가 대부분이라 본의 아니게 동의함으로써 본인도 모르는 정보 제공이 일어날 수 있다. 게다가 일부 SNS는 타 어플을 사용할 때 해당 SNS 계정을 통해 가입할 수 있게 하는데, 타 어플 자체가 공격당할 경우 그에 연동된 SNS 계정까지 위험해질 수 있다는 문제가 존재한다.

#### ④ 위치 정보/쿠키 등의 수집

인터넷의 발달과 스마트폰 보급으로 인한 GPS의 대중화로 인해 SNS는 이용자의 위치 정보와 쿠키 등을 수집하기 시작했다. 그러나 두 가지 정보 모두 유출시 치명적일 수 있다. 스마트폰 GPS기록이 노출될 경우 실시간으로 SNS 이용자의 위치를 추적할 수 있다는 점에서 치명적이다. 단 네이버 밴드는 위치기반서비스 활용을 원치 않는 경우에 그 기능에 대한 동의만을 유보할 수 있도록 하였으나 그에 대한 자세한 방법도 제시하고 있지 않다. 한편 쿠키 수집도 위험성이 존재한다. 각 PC 혹은 모바일에 저장된 쿠키를 수집함으로써 이용자가 공개하고 싶지 않은 자료도 공개될 수 있다는 문제가 있다.

#### ⑤ 공유된 게시물

SNS는 특유의 개방성으로 인해, 대다수의 게시물을 자유롭게 공유할 수 있다. 그로 인해, 자신의 정보 이용계약이 해지된 후에도 이미 공유된 것에 대해서는 온라인상에 그대로 남아 있기 때문에, 완전한 정보 제거가 불가능하다는 점에서 유출 위험이 있다. 다시 말해서, 다른 이용자들이 이미 내 게시물의 사본을 보유한 경우 당사자의 의사와 무관하게 계속 보관될 수 있다는 점에서 문제가 있다. 트위터 등 자유로운 공유가 가능한 SNS는 사실상 완전하게 스스로의 흔적을 지우는 게 불가능하다.

#### ⑥ 의도치 않은 정보 공개

상술했듯 약관의 복잡성 등으로 인해 대다수가 약관을 읽지 않고 동의한다. 그러나 약관의 허점은 통해 의도치 않은 정보가 공개될 수 있다. 카카오스토리의 경우, 개인위치정보 공개에 관련된 사항이 약관에 명시되어 있지만, 세부적인 사항을 보려면 상세보기를 통해야 한다. 이것을 읽지 않는다면 원하지 않는 경우까지 개인위치정보가 노출될 수 있다. 네이버 밴드의 경우 초대할 때 이름과 프로필 사진이 공개되고 상대방에게 휴대전화번호도 공개될 수 있기 때문에 지인 초대, 특정 맞춤서비스 제공에 활용에 동의 없이 활용될 수 있다. 인스타그램은 국내와 정보보호법이 상이한 외국으로 개인정보 전달이 가능하고, 트위터는 상거래 시 이름, 이메일 주소, 배송지 주소, 결제 정보, 거래정보가 유출될 수 있다.

#### (2) 대상 SNS의 정보 문제 대응 방안

조사 결과, 개인정보취급방침 등 약관에 개인정보 문제에 대한 대처가 명시되어 있는 SNS는 카카오스토리와 네이버 밴드 두 가지뿐이었다. 두 SNS중 더 자세하게 대처 방법이 명시되어 있는 건 네이버 밴드였다. 두 SNS 모두 위치정보책임자/개인정보관리 책임자 및 담당자의 신상 정보를 약관에 공개하여 빠른 대처가 가능하도록 하고 있다. 특히 네이버 밴드는 개인정보 보호에 대해 '밴드 프라이버시 보호 페이지<sup>12)</sup>'를 통해 투명하게 공개하고 있다.

#### 3) 정보 유출 주체별 분류

SNS를 통한 정보 유출 원인을 주체별로 분류·분석해보았다. 크게 개인 측면·국가 측면·기업 측면으로 분류할 수 있었고, 각각 개인 측면은 ①정보 안전 불감증·②개인정보 보호조치 미흡으로, 국가 측면은 ①예방 및 대응방법 홍보 비활성화·②정보 교육 미흡·③SNS 개인정보 유출 관련 법 부재로, 마지막으로 기업 측면은 ①친기업적 약관·②자기정보통제권 미흡·③정보보안 허술로 나눌 수 있었다.

12) 네이버밴드 프라이버시 보호 페이지, <http://www.campmobile.com/band/privacyCenter/>

## (1) 개인 측면

### ① 정보 안전 불감증

자체적으로 설문조사한 바에 따르면, SNS의 정보 유출 가능성이 낮다고 생각하는 이유에서 가장 큰 비율을 차지한 항목은 ‘정보 유출의 표적이 될 가능성이 낮아서’였다. 응답자 중 50%의 비율을 차지하고 있었는데, 가능성이 낮다고 생각하는 이유까지는 질문하지 않았지만 누구든 대상이 될 수 있는 정보유출에서 표적이 될 가능성이 낮다고 생각하는 것은 충분히 안전 불감 (자료: 대도시공공문제론 G조 자체 설문조사) 중이 될 수 있다.



### ② 개인정보 보호조치 미흡

KISA에서 조사한 바에 따르면<sup>13)</sup>, 스마트기기의 개인정보보호를 위한 조치 정도를 묻는 설문조사에서 9.6%의 응답자만이 충분히 조치를 취하고 있다고 응답하였다. 반면 90.4%의 응답자는 조치가 미흡했으며, 심지어 35.1%의 응답자는 거의 조치를 취하지 않는다고 응답했다. 정보 보호 조치를 가장 많은 비율로 취하고 있는 10대조차도 19%로 20%가 채 되지 않았다. 이는 위의 정보 안전 불감증에 기인한 것으로 추정된다.



(자료: 개인정보보호수준 실태조사 보고서)

	충분	미흡	
성	남	12.2	87.8
	여	6.8	93.2
연령	10대	19.0	81.0
	20대	9.8	90.2
	30대	10.6	89.4
	40대	8.0	92.0
	50대	4.0	96.0

## (2) 정부 측면

### ① 정보 교육 미흡

(1)의 ②와 같은 설문에서 기업을 대상으로 개인정보보호에 관련된 정부제도의 적절성 및 부적절한 이유에 대해 조사했는데 44.9%의 응답자가 정부제도는 부적절하다고 지적했고, 그 이유에 대해선 ‘제도에 대한 정보 부족으로 이해하기 어렵다’가 65%를 차지했다. 개인에 대한 홍보 정도는 (1)의 ②를 통해 충분히 설명할 수 있을 것이다.

13) 개인정보보호수준 실태조사 보고서, KISA, 2014.12.

### ② 예방·대응방법 홍보 비활성화

마찬가지로 KISA에서 조사한 바에 따르면, 개인을 대상으로 한 설문조사에서 ‘개인정보보호 교육 홍보물’과 ‘인터넷 내 정보 지킴이’의 효과를 평가한 설문에서 각각 ‘개인정보보호 교육 홍보물’은 20.6%, ‘인터넷 내 정보 지킴이’의 홍보물은 22.8%만이 접촉한 적이 있다고 응답했다. 접촉한 응답자들을 대상으로 도움이 얼마나 되었는지 조사한 자료에서는 전부 과반수이상이 도움이 되었다고 응답하여, 접촉했을 시 효과는 충분히 존재한다고 생각된다. 그러나 5분의 1 정도 만이 이들의 존재를 인식하고 있어, 더 적극적인 교육과 홍보가 필요하다.



[개인정보보호 교육·홍보물]



[인터넷 내정보 지킴이]



(자료: 개인정보보호수준 실태조사 보고서)

### ③ SNS 개인정보 유출 관련 법 부재

개인정보보호법 제34조에서는 주민등록번호가 유출된 경우 5억 원 이하의 과징금을 부과할 수 있다고 명시하고 있다. 한편 제70조 이하로 기타 벌칙 등이 명시되었지만, 주민등록 번호가 가장 처벌 수위가 높고 그 외의 정보들은 최대 1억 원까지밖에 벌금을 부과하지 못하고 있다. 그러나 현재는 인터넷 상에서 극히 일부를 제외하고 주민등록번호를 수집하지 않으며, 이는 현실에 맞춰 개정될 필요가 있다. 실제로 2016년 9월 30일부터 일부가 개정된 상태이다.

## (3) 기업 측면

### ① 친기업적 약관

2)의 (1)에서 상술한 대부분의 문제점·유출 위험요소가 친기업적 약관으로 인한 것이다. 조금 더 실질적인 문제를 살펴보면, 가장 먼저 약관에 대한 포괄적 동의를 들 수 있다. 각각의 약관이 아닌, 모든 약관을 포괄적으로 동의하게 하고 그 외에도 동의 버튼 없이 가입 버튼으로만 동의되게 하는 등 자세한 약관 확인을 하지 않도록 유도하고 있다. 다른 문제는 어려운 전문용어가 쓰였다는 것이다. 법률에 가까운 것이긴 하나 어려운 전문용어는 가독성을 좋지 않게 만들어 약관을 읽지 않고 넘어가도록 유도한다. 이는 자체적으로 실시한 설문 조사에서도 나타났는데, 조항을 잘 읽지 않는 이유에 대해서 조사한 문항에서 62.8%의 응

답자가 조항의 길이가 길기 때문이라고 응답했고, 14.9%의 응답자는 어려운 전문용어가 쓰였기 때문이라고 응답하고 있다.

또 다른 문제로, 약관 변경 시 적극적인 알림의 의무가 없다는 것이다. 실제로 페이스북에서는 약관을 변경할 경우 알람을 게시할 수 있다고 되어 있으며, 계속 서비스를 이용할 경우에는 약관이 게시되지 않았더라도 받아들이는 것으로 간주된다. 네이버 뱅크의 경우에는 회사가 적당하다고 판단하는 방법으로 통지할 수 있다고 명시되었으며, 초기화면 등에 게시함으로써 공지를 갈음할 수 있다고 나와 있다.

### ② 자기정보통제권 미흡

자체적으로 실시한 설문조사의 정보 유출 가능성이 높은 이유를 묻는 설문조사에서 44.7%의 응답자가 기본적으로 설정된 정보 공개 범위가 넓기 때문이라고 응답했다. 각 SNS에서는 정보 공개 범위 설정을 제공하고 있지만, 최대한 많은 범위에 공개하는 것이 기업 입장에서 이익이기 때문에 설정을 변경하기 위해서는 복잡한 과정을 거쳐야 한다. 따라서 자기정보통제권이 미흡하다고 볼 여지가 있다.

### ③ 정보보안 허술

대다수의 선진국들은 정보유출 시 내부자에 의한 유출보다 해킹에 의한 유출이 더 많았다. 그러나 대한민국에서 정보유출 사고는 대부분이 내부 직원이나 용역 직원에 의해 유출된 것으로 보도되고 있다. 그 예로 2016년 5월 25일 국세청에서는 외주업체 프로그램 관리 실패로 자신의 개인정보가 엉뚱한 곳으로 유출되고 있었다. 상술했듯 각 기업들은 수많은 위탁업체에 개인정보를 위탁한다. 일례로 카카오스토리는 10개 사 이상, 네이버 뱅크는 12개 사에게 개인정보를 위탁하고 있다. 위탁업체에 맡기는 것이 더 효율적이고 기술적 측면에서 안전할 수 있지만, 그에 따른 정보교육이 필요하다.

## 3. 정보유출 해결방안 제시

### 1) 개인적 측면

근본적인 해결방안이다. 개인정보보호 시스템이 잘 갖추어져 있어도 개인적인 노력을 게을리 한다면 유출이 되는 것은 시간문제일 것이다.

#### (1) 막연한 기업 신뢰 자체

유명 기업이기 때문에 개인정보를 잘 보호해 줄 것이라는 기대를 가지지 않는 것이 중요하다. 최근의 개인정보 사고들은 개인정보의 양과 금전적 보상 등을 고려하여 대부분 대기업에서 발생하였다.<sup>14)</sup> SNS 사용자가 많을수록, 서비스 제공 범위가 넓을수록 사용자의 개인 정보 보호가 더 중요해 진다는 점을 명심해야 한다.

인정보 보호가 더 중요해 진다는 점을 명심해야 한다.

#### (2) 개인정보 오남용 피해방지 5계명

개인정보침해신고센터 사이트(<http://privacy.kisa.or.kr/>)에는 ‘개인정보 오남용 피해방지 10계명’이 공지되어 있다. 이 내용을 참고하여 SNS개인정보 오남용 피해방지 5계명을 새롭게 만들어 보았다.

#### < SNS개인정보 오남용 피해방지 5계명 >

##### i. 이용약관 꼼꼼히 살피기

- 이용약관을 읽는 것은 자기 정보를 지키는 가장 첫 번째 관문이다. 앞의 통계자료에서도 알 수 있듯이 이용약관을 읽지 않고 넘어가는 사람들이 많았다.

##### ii. 비밀번호 주기적으로 변경하기

- 많은 사이트들이 비밀번호의 안전 정도를 판단해주는 시스템을 가지고 있다. 쉽게 알 수 없는 비밀 번호의 조건은 대부분 영문과 숫자 특수문자를 조합한 경우이고, 키보드 상에서 연결된 글자들을 입력하지 않는 것 등이다. 비밀번호 조합을 여러 개 만들고 번갈아 이용하는 것도 좋은 방법이다.

##### iii. 명의도용확인 서비스 이용하여 가입 정보 확인하기

- 유·무료 명의도용확인 서비스가 존재한다. 개인정보가 누출될 염려가 많거나 경제적 여유가 있는 사람은 이용해보는 것도 좋을 것이다.

##### iv. 개인정보 자기 검열하기

- 글을 올리기 전에 개인정보가 포함되었는지 스스로 검열할 필요가 있다. 모니터링과 같은 검열 관련 시스템이 도입되기 전까지는 스스로 개인정보 누출을 최소화하는 방안을 찾아야하기 때문이다. 전화번호는 물론이고 대학교 학번이나 사진 속 위치정보 확인 단서 등을 꼼꼼히 확인해보는 것이 좋다.

##### v. 개인정보침해신고센터 적극 활용하기

- 개인정보가 유·누출 되었을 때 국가와 사기업이 운영하는 개인정보침해신고센터 이용을 추천한다. 매뉴얼에 따라 대처 할 수 있다.

#### (3) 개인 정보, 보안 설정 변경

##### ① 개인정보 설정 조정

Internet Explorer의 개인 정보 설정을 조정하면 웹 사이트가 온라인 작업을 모니터링 하는 방법에 영향을 줄 수 있다. 저장되는 쿠키, 사이트가 사용자 위치 정보를 사용할 수 있는 방법과 시기를 결정하고 원하지 않는 팝업을 차단할 수 있다. 또한 보안 설정을 변경하여 악의적일 수 있는 웹 콘텐츠로부터 PC를 보호하는 방법을 지정할 수 있다.

SNS 앱의 설정 탭을 클릭하면 정보를 통제할 수 있는 방법이 생각보다 많다. 페이스북과

14) 이충훈 외 2명, '프라이버시 패러독스 영향 요인 연구: SNS를 중심으로 = A Study on the Factors Affecting Privacy Paradox: Focusing on SNS', (주)엘지씨엔에스(구 LG CNS 엔트루정보기술연구소), 2015

카카오 스토리의 경우 쿠키와 검색설정, 글쓰기설정 방법까지 통제할 수 있다. 다른 SNS 앱들은 쿠키가 아니더라도 검색 기록을 지우는 등의 기능을 가지고 있다.

## ② 보안 설정 조정

Internet Explorer는 자동으로 모든 웹 사이트를 인터넷, 로컬 인트라넷, 신뢰할 수 있는 사이트 또는 제한된 사이트 중 하나의 보안 영역에 할당한다. 각 영역에는 해당 사이트에서 차단할 수 있는 콘텐츠 종류를 결정하는 다른 기본 보안 수준이 있다. 사이트의 보안 수준에 따라, 허용할 때까지 일부 콘텐츠가 차단되거나, ActiveX 필터링 사용이 자동으로 실행되지 않거나, 특정 사이트에서 경고 메시지가 표시될 수 있다. 각 영역의 설정을 사용자 지정하여 어느 수준의 보호를 원하는지 또는 원치 않는지 결정할 수 있다.

### (4) 시크릿 모드를 사용하여 비공개로 탐색

매번 쿠키와 검색기록 등을 삭제하는 것이 번거롭다면 개인정보의 보호가 요구될 때마다 시크릿 모드를 이용하는 것도 좋은 방법이다. 대표적인 두 가지 브라우저의 경우는 다음과 같다.

#### ① Chrome 시크릿 모드

시크릿 모드를 사용한 후 템을 모두 닫으면 시크릿 템에서 본 페이지는 브라우저의 방문 기록, 쿠키 저장소, 검색 기록 어디에도 남지 않는다. 단, 다운로드한 파일이나 생성한 북마크는 유지된다. 그러나 시크릿 모드로 탐색해도 회사, 인터넷 서비스 제공업체(ISP), 고용주(직장컴퓨터) 또는 방문한 웹사이트에 저장된 흔적까지 없앨 수는 없다.

#### ② InPrivate 브라우징

Internet Explorer가 사용자의 검색 세션에 관한 데이터를 저장하지 못하도록 한다. 데이터에는 쿠키, 임시 인터넷 파일, 열어본 페이지 목록 및 기타 데이터가 포함된다. 기본적으로 도구 모음 및 확장 프로그램은 '사용 안 함'으로 설정된다.

## 2) 국가 제도적 측면

### (1) 이용자에게 개인정보 유출에 대한 예방 및 대응 방법 전파<sup>15)</sup>

#### ① 개인정보 보호 관련 사이트 홍보 강화

우리나라는 보호나라(<http://www.boho.or.kr/main.do>)와 개인정보침해신고센터(<http://privacy.kisa.or.kr/main.jsp>), 개인정보보호 종합지원 포털([www.privacy.go.kr](http://www.privacy.go.kr)), 개인정보보

15) 박수황, 장경배, 『소셜 네트워크 서비스 및 개인정보유출에 대한 사례연구』, 보안공학연구지원 센터(JSE), 2014

호 포털(<https://www.i-privacy.kr/servlet/command.user4.IndexCommand>) 등 개인정보 유출을 예방하고 사후대처를 할 때 도움이 되는 홈페이지가 있다. 하지만 많은 사람들이 평소 사이트에 관심을 가지고 있지 않기 때문에 그것의 존재 목적이 위협받고 있다. SNS 가입화면이나 정보 설정 변경 탭 등에 링크를 포함하는 등의 홍보방안을 마련한다면 쉽게 이용할 수 있을 것이다.

## ② 공익광고 활용

빅데이터 분석 결과 개인정보유출에 관한 공익광고는 이미 존재하지만, 그 수가 많지 않고 최근에 만들어지거나 홍보된 것은 없었다. 또한 기존 공익광고를 살펴보았을 때 '개인정보를 보호해야 한다.'는 큰 의미만 내포하고 있을 뿐 실질적으로 예방하거나 대처할 수 있는 방안은 포함되지 않았다. 피상적인 내용이 아닌 실질적인 내용을 담아야 한다. 또한 이용자로 하여금 개인정보를 보호해야하는 이유를 납득시킬 수 있어야 하므로 피해사례나 유출경로를 보여주는 것이 효과적일 것이다.

### (2) 교육

잇따른 개인정보 유출사건이 이슈가 되면서 관련 기업과 기관들은 개인정보보호법 의무교육에 대해 관심이 높다. 특히 각 기업이나 기관의 담당자들은 개인정보보호 교육을 어떻게 어디서 받아야 하는지, 1년에 몇 번이나 받아야 하는지, 미 교육 시 처벌은 받는지 등에 대해 궁금해 하고 있다.<sup>16)</sup> 따라서 SNS 이용자를 대상으로 한 개인정보유출방지 교육이 확대되어야 한다. 또한 의무교육과정에 개인정보교육을 포함하여 법적 책임의 인식을 키우는 프로그램을 마련하면 SNS를 가장 활발하게 사용할 잠재적 이용자들에게 효과적이다. 현재 학교에서 진행되는 정보교육은 한시적인 경우가 많으며 그 내용에 SNS를 포함하지 않는 등 시대의 변화에 따라가지 못하는 부분이 많다. 국가차원에서 빠르게 변하는 사이버공간의 질서와 중요가치를 전파하는 것이 중요하다.

### (3) 개인정보 이슈에 관한 법제화 : 잊혀 질 권리의 존중

#### ① 개인정보 사용 관련 법제화의 필요성

디지털 기반의 SNS 시대에 맞도록 기존 수사 관행을 새로운 법으로 대체할 필요가 있다. 예컨대 미국에서는 이미 1980년대에 디지털 증거의 포괄적 압수수색의 문제점을 의식한 연방법원이 '범죄와 무관한 자료와 유관한 자료가 혼합되어 현장에서 분리할 수 없으면 수사기관은 자료를 봉한 후 별도 영장을 발부받아야 한다.'는 판결을 내놓기도 했다.<sup>17)</sup> 소셜 네

16) 김태형, 「개인정보처리자 의무교육, 어떻게 해야 하나?」, 보안뉴스, 2014.09.18. <http://www.boanews.com/media/view.asp?idx=43032>

17) 김승중 외 2명, 「당신의 프라이버시는 죽었다 - SNS의 보이지 않는 위협」, Lori Andrews, 영진.com(영진닷컴), p.99

트워크의 본질은 항상 변하고 있고, 새로운 기술이 도입되며 개별 사용자가 새로운 문제에 직면하고 있는 상황에서 엄격하고 융통성 없는 규칙이 아닌 유연하고 탈피할 수 없는 기본 원칙의 마련이 필요하다. 대략적인 내용은 국민의 재산, 프라이버시, 생명, 자유에 대한 권리의 원칙을 지켜야 한다는 것, 업로드 한 타인의 개인정보를 마음대로 이용하는 것의 처벌(매수자 위험 부담 원칙), 적법 절차 사전 공지 원칙에 의해 소셜 네트워크 가입 시 입력한 정보의 사용내역 열람이 가능해야 하는 것 등이 있다. 이를 바탕으로 우리는 소셜 네트워크 헌법을 만들어 볼 수 있으며 이 헌법은 이용자, 정책 입안자, 소셜 네트워크 기업 모두를 포함하여 적용 가능하여야 한다.<sup>18)</sup>

## ② 소셜 네트워크 헌법

사이버 공간 시민들은 완전한 인터넷을 형성하기 위해, 우리의 기본권과 자유를 지키기 위해, 우리의 정체성, 꿈, 관계를 찾고 우리 디지털 자아를 보호하기 위해, 기술에 대한 동등한 접근, 차별과 불공정 감소, 민주주의적 원칙을 촉진하고 공공적 복지를 이루기 위해 다음과 같이 선언합니다.

1. 연결될 수 있는 권리. 연결 권한은 개인의 성장, 정치 담론, 사회적 교류를 위해 필수적이다. 어떠한 정부도 연결할 수 있는 권리를 침해할 수 없다. 정부는 인터넷을 통한 교신을 감시하거나 소스나 콘텐츠를 조작할 수 없다.

2. 언론의 자유와 표현의 자유. 표현이 심각하게 선동을 조장하거나 막대한 피해를 입히거나 개인을 헐뜯지 않는 경우에 한해서 자유롭게 말할 수 있고 표현할 수 있는 권리는 침해될 수 없다. 개인들은 필명을 쓸 수 있는 자유가 있다. 타인에게 심각한 피해를 입히지 않은 이상 고용주와 학교는 소셜 네트워크에 접근하여 개인이 표현하거나 공개한 내용을 기반으로 개인에게 불리한 행동을 취할 수 없다.

3. 위치 및 정보 보호의 권리. 소셜 네트워크, 계정, 연관된 행위, 프라이버시 권리는 정보와 장소의 보안을 포함한다. 적극적인 보안설정, 개인이 디지털 자아를 보호하기 위한 노력에 상관없이 소셜 네트워크는 개인적인 공간이어야 한다.

4. 개인적인 생각, 감정, 정서의 권리. 소셜 네트워크는 개인에게 표현할 수 있고 성장할 수 있는 장소를 제공한다. 사람의 생각, 감정, 정서 그리고 다른 사람들이 본 사람의 특성은 주체의 의지에 반하여 소셜 네트워크 기관이나 정부, 학교, 기업, 보험, 법정에서 이용될 수 없다.

5. 자신의 이미지를 컨트롤 할 수 있는 권리. 각 개인은 소셜 네트워크에서 자신의 이미지를 통제할 수 있다. 사람의 이미지는 본인의 동의 없이 상업적이나 다른 용도로 소셜 네트워크 밖에서 쓰일 수 없다.

6. 공정한 재판을 받을 권리. 소셜 네트워크의 증거는 납득할 수 있는 사유와 영장이 발부되면 형사재판에만 수집될 수 있다. 명예훼손, 갈취, 프라이버시 침해, 혹은 재판관 부당 변경 등이 아닐 경우, 소셜 네트워크 사이트에서의 증거는 민사사건에는 수집되지 않을 수

18) 김승중 외 2명, 「당신의 프라이버시는 죽었다 - SNS의 보이지 않는 위협」, Lori Andrews, 영진.com(영진닷컴), p.307

있다. 소셜 네트워크의 증거는 만약 그것이 직접적으로 범죄와 민사사건에 연관되어 있을 경우에 오직 1심 법정에서만 사용될 수 있다. 제시하는 증거가 선례보다 더 가치 있거나 증거가 연관성 있고, 증거가 적절하게 인증될 때, 증거로 인정받는다. 그렇지 않으면 다른 민사, 형사 절차를 따라야 한다.

7. 공정한 배심을 받을 권리. 배심원은 소셜 네트워크, 검색, 또는 다른 정보원으로부터 취득한 추론이 아니라 법원에 제출된 증거를 기반으로 결정해야 한다.

8. 법의 적법절차와 통보 받을 권리. 개인은 사전 통보와 온라인에서의 개인정보에 대한 통제, 수정, 삭제의 적법 절차를 받을 권리가 있다. 사전 고지 없이 어떠한 정보도 수집되거나 분석되지 않을 것이다. 통지와 함께 정보의 수집 및 분석을 위한 구체적인 용도나 목적에 대한 설명을 포함해야 한다. 특정 정보를 수집하는 데 동의할 수 있는 경고가 있어야 한다. 수집, 분석, 또는 정보의 보급에 동의하지 않는다고 해서 소셜 네트워크에 접근하는 것이 거부되어서는 안 된다. 개인정보 약관이 변경될 시 이용자의 동의를 얻어야 한다.

9. 차별에서 자유로울 수 있는 권리. 소셜 네트워크에서의 행위가 명백히 범죄와 불법 행위일 때를 제외하고 어떠한 사람도 소셜 네트워크의 활동이나 프로필, 데이터 어그리게이션에 의해서 차별되어서는 안 된다.

10. 연대의 자유. 사람들은 소셜 네트워크에서 연대할 수 있는 자유가 있고 그 연대를 비공개로 할 수 있는 권리가 있다.

## 3) 기업적 측면

### (1) 친이용자적인 약관

SNS를 시작하려는 사람들은 가입절차에서 약관을 만나게 된다. 개인정보에 대한 조사·취급 형태, 정보 내용, 정보 처리 형태를 불문하고 자신에 관한 정보를 누군가 조사·처리해도 되는지 여부와 그 시기·방법·범위 및 목적 등에 대하여, 소비자는 명확하게 알 권리가 있고, 일부 항목에 대해서는 자율적으로 결정할 권리가 있다.<sup>19)</sup> 하지만 소비자들은 이러한 권리가 있음에도 약관이 소비자보다는 기업위주로 구성되어 있어 제대로 활용하고 있지 못하다. 이에 대한 명확히 제시만 해준다면 신뢰를 얻을 수 있어 장기적으로 SNS기업에게 긍정적인 영향을 줄 것이다.

#### ① 가시성과 가독성을 높인 약관 제공

-가입할 때, 약관에 대한 목차를 제시한다. 해당 목차를 누르면 관련 약관을 볼 수 있도록 표시한다.

-단, 이때 목차의 순서는 국가에서 제시한 모든 SNS별로 유사한 순서를 유지하여 내용과 약이 용이하도록 한다. 현재 가입약관은 크게 이용약관, 개인정보 취급방침 두 개로 나누

19) 민현홍, 「빅데이터 시대의 개인정보 제공에 영향을 미치는 프라이버시 요인 연구」, 숭실대학교, 2015, P.51

어져 있을 뿐, 세부적인 내용순서는 제각각이어서 알고자 하는 약관 내용의 대략적인 위치도 찾기 어렵다. 이러한 문제를 해소하기 위해 유사한 목차의 순서를 유지하는 것이 필요하다.

- 꼭 읽어야 하는 필수약관은 눈에 띠는 색으로 표시하고 이를 읽어야만 가입이 가능하도록 강제성을 부여한다.

- 기본 약관은 반드시 누구나 이해할 수 있도록 쉬운 어휘를 사용하는 동영상으로 만들어서 제공한다. 아래의 예시는 유튜브 오디오 라이브러리의 이용약관 동영상<sup>20)</sup>인데, 빨간색 배경에 흰 글씨라서 보기도 힘들고, 굳이 동영상으로 만들 필요가 없을 정도로 글만 적혀있다. 이러한 점을 보완해야 한다.

- 전문용어는 커서를 대면 뜻이 제공되도록 설정한다.



## ② 동의 범위의 세분화

- 현재 대부분의 SNS 약관은 세부 동의가 아니라 포괄 동의로 진행되고 있는데 약관을 자세히 들여다보지 않으면 자신도 모르게 원하지 않는 곳에도 개인정보 사용을 동의할 수 있다. 이를 해결하기 위해서 개인정보 유출과 직접적으로 관련되는 사항들은 포괄동의가 아닌 개별동의를 받을 수 있도록 제시해야 한다. 또한 개별동의를 받는 것은 반드시 이용자들이 선택할 수 있도록 자유를 주어야 한다. SNS에 필요한 최소한의 동의만 받는 것을 원칙으로 한다.

- 특히 제휴업체에 정보전달을 허용하는 약관과 위치정보 동의 약관은 따로 분리하여, 원치 않으면 동의하지 않음으로써 제휴업체에 의한 쿠키수집 및 위치정보 수집을 막아 개인정보가 유출되지 않을 수 있도록 해야 한다.

- 페이스북의 경우, 친구 찾기 기능 사용에 동의한 회원들을 상대로 친구 목록이나 개인주소록에 정리된 이메일 주소를 이용, 가입 권유 메일 발송 등에 사용해 왔다. 이러한 점을 알고 있는 사람은 많지 않다. 따라서 단순히 친구 찾기 기능 사용의 동의여부만 물어볼 것이 아니라 그에 관련된 개인정보 취급형태 등의 하위항목 또한 추가로 결정할 수 있도록 해야 할 것이다.

## ③ 약관변경사실의 명확한 통보

- 현재 개별적으로 고지하거나 일정 기간 홈페이지에 게시하는 방식이 있는데, 대부분 제



20) 유튜브 오디오 라이브러리 이용약관, <https://youtu.be/ekcYoTVkPkE> (2015.05.23.)

대로 이루어지고 있지 않다.

- 에어비앤비 앱의 경우 업데이트된 서비스 약관을 팝업창으로 띄워주고 있는데 이를 참고하여 바뀐 약관이 시행되기 전까지 매일 팝업창으로 시각적으로 제시한다. 바뀐 사항의 전, 후를 명확히 표시한다. 약관에 대한 문의를 위한 연락처도 함께 제시하여 소비자들의 편의를 도모한다.

### ④ 정보유출 대응방안 제시

- 카카오스토리와 네이버 밴드 외에는 정보유출이 되었을 때 대응방안을 제시하고 있지 않았다. 개인정보보호 담당자의 이메일이나 전화번호를 남겨서 빠른 대응이 가능하도록 해야 한다.

- 개인정보유출신고할 수 있는 최신의 공공기관의 홈페이지 주소를 함께 고지하여 해당 SNS 담당자가 연락이 되지 않을 경우를 대비해야 한다. 네이버 밴드의 경우, 개인정보침해 신고센터와 대검찰청 사이버범죄수사단, 경찰청 사이버테러대응센터의 홈페이지 주소를 알려주고 있다. 하지만 개인정보침해신고센터 홈페이지를 둘러보니 홈페이지가 열리지 않았다. 새로 바뀐 주소는 <http://www.privacy.go.kr/wcp/dcl/spl/splRptInfo.do> 인데 업데이트가 되지 않아 있었다.

### (2) 이용자의 자기정보통제권 보장

자기정보통제권이란 자신의 개인정보에 대한 배타적 통제권을 가질 권리를 의미한다.<sup>21)</sup> 즉, SNS를 사용하는 과정에서 자신에 관한 정보의 공표 여부를 결정할 뿐만 아니라 공표된 정보를 열람, 정정, 삭제하는 권한까지 포함하는 데에서 다른 사람이나 혹은 다른 기관에 제공된 자신에 관한 개인정보의 유통과 활용과정에 관여할 수 있는 권리를 함께 포함한다. 따라서 이용자가 자기정보통제권을 100% 활용할 수 있도록 기업에서는 기술적인 장치를 마련해놓아야 한다. 이 방침은 모든 SNS에 공통적인 사항이 될 수 있도록 합의가 필요하다.

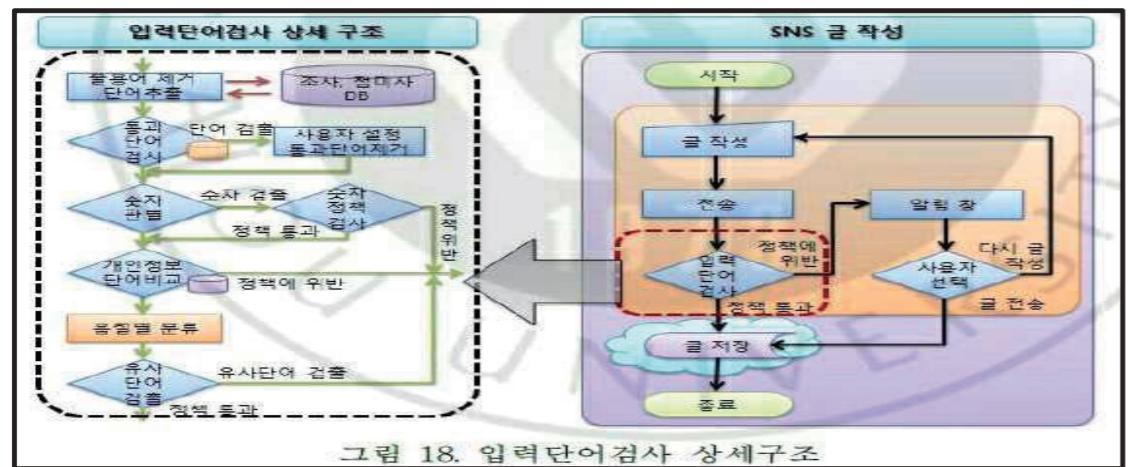
#### ① 개인정보 유출 위험 알리미 시스템

이 시스템은 사용자가 글이나 사진을 업로드하거나, 댓글을 다는 경우, 주민번호, 계좌번호 등과 같은 유사한 패턴의 개인정보가 포함되었을 경우에는 자동으로 사용자에게 알림을 제공하여 개인정보 포함유무를 확인할 수 있도록 안내하는 시스템이다. 이는 메시지 필터링 기법을 통해 충분히 구현가능하다.<sup>22)</sup> SNS에 전송될 글을 입력하면 이 글을 가지고 조사, 접미사와 같은 불용어를 제거하여 SNS에 전송되는 글에 대한 명사를 추출하게 된다. 명사만 남은 단어는 사용자가 지정한 사용자 설정 통과단어와 비교하게 되고 단어 검출 시 통과

21) 민현홍, 「빅데이터 시대의 개인정보 제공에 영향을 미치는 프라이버시 요인 연구」, 숭실대학교, 2015, P.39

22) 윤용석, 「SNS 개인정보보호를 위한 음절기반 메시지 필터링 기법」, 아주대학교, 2013, P. 37

단어로 제거하게 된다. 사용자 통과단어는 개인정보단어와 비슷하지만 개인정보가 아닌 유사단어가 자주 알림 창에 알려줄 경우 사용자 정책에 의해 통과시킬 수 있다. 통과단어 검사 후 불용어 제거 시 추출해낸 값에 숫자가 있으면 숫자정책에 의해 주민등록번호나 휴대폰 번호 등과 같은 숫자로 이루어진 개인정보를 검출하고 이어서 사용자가 설정한 개인정보 단어를 검사하게 된다. 개인정보 단어 검사 시 사용자가 설정한 개인정보가 검증되지 않으면 사용자 개인정보 단어와 불용어가 제거된 SNS 전송 글을 가지고 음절별로 복합명사를 분리해내고 유사도를 측정하여 개인정보로 의심 가는 글이 있을 경우 사용자에게 알려주게 된다. 이와 같은 과정을 통해 업로드 내용에 대해서 재고할 수 있는 기회를 제공함으로써 SNS 상에서 스스로 개인정보를 유출하는 상황을 최소화할 수 있을 것이다.



(자료: SNS 개인정보보호를 위한 음절기반 메시지 필터링 기법 중 입력단어검사 구조)

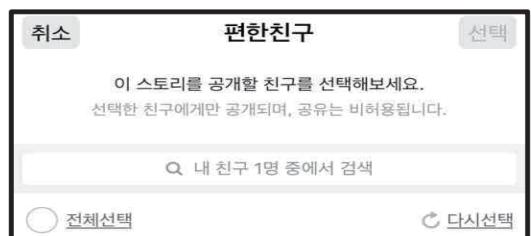
## ② 게시물 공개범위, 공유범위의 자유로운 설정

기존에는 공개범위가 임의로 설정되어 있었고, 공유범위설정은 가능하지 않았다. 이로 인해 무분별한 공유가 가능했고 이후 문제발생 시 삭제가 어려웠다. 이러한 문제를 해결하고자 기업에 의한 임의적인 기본설정을 없애고 대신 사용자 스스로가 게시물을 업로드 할 때마다 그 범위를 지정하도록 해야 한다. 하지만 매번 설정하는 것이 번거로울 수 있다. 그러므로 팝업창으로 ‘이전 게시물의 설정범위를 유지하시겠습니까?’를 보여준 후 ‘예’를 누르면 따로 설정하지 않아도 이전과 동일한 범위를 이용할 수 있도록 한다.

- 게시물 공개범위: 게시물의 공개범위는 나만 보기/선택한 친구만 보기/친구만 보기/전체 보기 등으로 세분화하여 선택권을 주어야 한다. ‘선택한 친구만 보기’의 경우 전체 친구 중에서도 공개하고 싶은 친구들만 선택할 수 있게 하는 것이다. 이미 카카오스토리에서 세분화하여 제공하고 있는 기능이므로 실현가능성은 높다. 단, 카카오톡과 카카오스토리와 같이 연동되는 SNS의 경우, 게시물 공개범위를 선택할 때, 카카오스토리에서 친구가 아니어도 카카오톡 친구라면 ‘친구공개’의 범위에 자동으로 포함이 된다. 이러한 사실과 친구 연동기능을 OFF하는 방법까지 포함하여 팝업창으로 알려주어야 한다.



(자료: 카카오스토리 공개범위설정)



(자료: 카카오스토리 편한친구 설정)



(자료: 카카오스토리 공유범위 설정)

- 게시물 공유범위: 게시물의 공유범위의 경우, 공개범위와는 별개로 공유를 할 수 있는 자격을 제한하는 것을 의미한다. 게시물의 공유범위는 나만 공유/선택한 친구만 공유/친구만 공유/전체공유 등으로 세분화하여야 한다. 공유범위에 해당하지 않는 이용자의 경우, 해당 게시물을 무단 복사, 복제를 할 수 없도록 오른쪽 마우스 클릭을 금지시키고, 공유 버튼도 존재하지 않도록 설정하는 것이다. 이는 오른쪽 마우스 클릭을 금지시키는 것은 보편적인 포털사이트에서 제공하고 있으며, 카카오스토리에서는 공유범위를 설정할 수 있도록 하고 있어서 실현 가능한 기능으로 볼 수 있다.

## ③ 개인정보활용발자취 제공

가입 이후 약관을 클릭하면 목차 밑에 개인정보활용실태를 표시해 놓는 방식으로 “개인정보활용발자취”를 제시하여야 한다. 발자취의 내용은 이용하거나 제공하는 개인정보 또는 개인정보파일의 명칭, 이용기관 또는 제공받는 기관의 명칭, 목적, 법적 근거, 개인정보의 항목, 이용 또는 제공의 날짜, 주기 또는 기간, 이용하거나 제공하는 형태, 법령에 따라 제한하거나 필요한 조치를 요구한 경우 그 내용을 주요 골자로 한다.<sup>23)</sup> 이는 현재 자신의 개인정보의 활용결과를 파악할 수 있게 해주어 수상한 기록에 대해서 바로 신고조치를 취하는 등 고객이 적극적으로 개인정보를 보호하려는 노력을 촉구할 수 있다. 또한 투명하게 개인정보활용 내역을 공개함으로써 기업의 신뢰도와 이미지 제고에 일조할 수 있고 장기적인 가치창출에 큰 도움을 줄 수 있다.

### (3) 보안체계 및 관리체계 강화

23) 개인정보종합포털, 「2016년 공공부문 개인정보보호 1회차 전문교육 교육자료 - 5교시 개인정보 보보호 관리수준 진단」, P.24

① 내부관리자의 접근권한 최소화<sup>24)</sup>

#### -물리적 보안 분야

물리적 보안은 정보를 수록하거나 처리하는 매체로부터 사용자의 물리적 접근을 통제함으로써 이루어지는 보안의 영역이다.흔히 물리적 보안은 정보의 보관이나 열람을 직접 통제하거나, 또는 컴퓨터실과 같은 특정 공간이나 지역의 전체에 대해 출입을 통제함으로써 이루어진다.

##### 1.1. 정보자료의 보관·열람 통제

조직 내부에서 생성하거나 외부로부터 전달받아 사용·보관하여 관리되는 정보는 정해진 기준에 따라 비밀등급을 정한다.

조직 내 정보자료의 물리적 보안을 위한 관리적 기준 및 시설에 대해서는 내부 구성원들의 규범적인 또는 자발적인 준수가 이루어지도록 해야 하며, 주기적인 실태조사 및 평가가 이루어지도록 해야 한다. 물리적 보안의 효과 또는 효율성을 위해서는 가능한 보안기술의 효율적인 도입 및 신기술의 적용이 적극적으로 이루어져야 한다.

##### 1.2. 출입통제

출입통제는 내부직원 및 외부 방문자에 대해 보호대상 지역을 공간적으로 물리적 접근을 통제하는 것이다. 출입통제가 이루어지는 경우는 주로 건물 전체의 출입을 통제하기 위해 실시하는 정문출입통제와 같은 ‘전체 출입통제’, 컴퓨터 서버실과 같은 특정 사무실에 대해 출입을 통제하는 ‘부분 출입통제’ 등으로 나누어 볼 수 있다.

#### -관리적 보안 분야

관리적 보안은 보안정책, 보안절차, 보안인원, 복구절차 등으로 구성되는데, 각각의 구성 분야에서 정보유출방지를 위한 방안을 포함하는 것이 필요하다.

- 보안정책의 수립: 정보보안 및 제반 보안활동의 상위지침이나 기준 등을 규정화하여 준수하도록 한다.

- 보안절차 관리: 데이터베이스의 백업, 네트워크 또는 시스템의 관리, 보안감사 등에서 필요한 정보보안 및 유출방지 를 위해 필요한 절차를 수립하여 실행하도록 한다.

- 보안인원 관리: 조직 전체 또는 부서별로 정보보안을 관리하고 필요한 업무를 수행할 관리자 또는 책임자를 선정하여 정보보안을 체계적으로 운영할 수 있는 인원을 관리 한다. 그리고 보안인원의 보안지식이나 보안의식 함양 등을 위한 보안교육의 실시, 신규채용 인력에 대한 보안서약 등도 보안인원 관리에 포함된다.

- 복구절차 관리: 정보보안 사고가 실제로 발생한 경우에 대비하여, 이를 복구할 수 있는 사전 준비절차와 계획을 수립하여 피해를 최소화할 수 있도록 대처하여야 한다.

24) 윤한성, 「내부보안위협과 정보유출방지 -내부자 정보유출의 기술적 대응방향」, 한국학술정보 (주), pp.21~32.

일반적으로 기업을 비롯한 업무조직에서는 보안업무규정과 같이 명시적인 기준을 통하여 조직의 전반적인 정보보안 및 자료통제의 관리적 기준을 제공하고 있다. 예를 들어, 조직의 보안업무규정은 보안업무관리체계, 문서 및 암호 보안, 인원 보안, 시설 보안, 정보통신보안, 보안침해사고 대응 등으로 구성할 수 있다.

전반적인 문서자료에 대한 관리적 보안의 적용과정은 관련되는 보안업무규정에 따라 적절히 관리되는 경우가 많으나, 조직 구성원 개개인이 자율적으로 활용하는 개인용 PC 및 인터넷 영역은 관리적 보안수단만으로 통제가 어려운 경우가 많아 정보자료 유출의 위험성이 상존하고 있다. 따라서 내부인원의 정보자료 유출을 방지하기 위해서는 내부 구성원의 정보 기기 활용을 감시 및 통제하는 기술적 보안방안에 의한 보완이 필요하다고 할 수 있다.

#### -기술적 보안 분야

기술적인 보안은 관리적 보안 또는 물리적 보안과 상호 보완적이며, 관리적·물리적 보안을 효과적 또는 효율적으로 가능하게 하는 기술적 요소의 집합체와 운영방식으로 볼 수 있다. 정보기술 측면의 범위에서 정보보안 및 정보유출방지를 위한 기술적 요소를 컴퓨터 네트워크 분야, PC활용분야, 정보자료저장 분야, 정보자료인쇄 분야 등에서 각각 다음과 같이 정리할 수 있다.

##### 3.1. 컴퓨터 네트워크 분야

-인터넷을 비롯한 외부의 컴퓨터 네트워크와 연결이 가능하다면, 내부 정보자원을 보호하기 위해 컴퓨터 네트워크를 통한 ‘외부→내부’ 또는 ‘내부→외부’로의 데이터 흐름을 차단하기 위한 방화벽을 설치하여야 한다.

##### 3.2. PC 활용 분야

-업무분야 또는 업무특성에 따라 개별 PC에 별도의 보안시스템을 설치하여, PC를 통한 정보자료처리 및 자료유출에 관한 감시·통제를 정보 기술적으로 구현할 수 있다. 또한 개별 PC에 설치된 보안시스템을 통해 전체 PC에 대한 감시·통제를 중앙에서 집중적으로 처리할 수 있다.

##### 3.3. 정보자료 저장분야

- 자료 저장의 집중화를 위해서는 개인용 PC의 자료저장을 제한하여야 하므로, 개인용 PC에 설치한 감시·통제 프로그램을 통하여 개인 PC의 디스크 및 휴대용저장장치 등의 자료저장을 제한하여야 한다.

- 집중화된 File서버 저장자료에 대한 보안수단의 미흡은 대량 자료유출 또는 해킹에 의한 위험성이 있으므로, 암호화 저장 등을 통해 저장자료의 보호방안이 필요하다.

### 3.4. 정보자료 인쇄 분야

내부 구성원 개개인이 직접 작성하거나, 외부로부터 전송받아 생성하거나, 또는 저장매체에 저장된 정보자료의 인쇄는 개인별 로컬프린터 또는 구성원 간에 공유하는 네트워크 프린터를 사용할 수 있다. 정보자료의 인쇄에서 발생할 수 있는 자료유출보안위협에 대응하기 위해 다음과 같은 수단을 활용할 수 있다.

- 정보자료의 프린트에 대한 사용자별 인쇄권한 관리
- 사용자, 인쇄시점, 인쇄양 등의 인쇄이력 관리 및 인쇄제한
- 워터마킹 등

정보자료의 인쇄작업에 대한 통제관리 및 워터마킹(인쇄물에 사용자, 이름, 부서명, 특별한 문양 등을 삽입하는 방식) 등은 개별 PC에 설치한 인쇄관리용 소프트웨어를 통해 구현할 수 있다.

-현재 주류를 이루고 있는 개인정보 보호 솔루션은 대체로 비슷한 기능과 성능을 제공하기 때문에 기술의 우위를 따지기는 어렵다. 그래서 사용자 행위분석 기술(UBA), 이상거래 탐지기술(FDS)을 접목해 개인정보와 중요정보 유출 정황을 탐지하는 모니터링 솔루션, 다양한 암호화 기술을 사용해 정보가 유출된다 해도 사용되지 못하게 하는 기술 등 새로운 기술을 접목한 개인정보 보호 솔루션도 제안된다.<sup>25)</sup>

#### ② 수탁자 교육 및 관리감독

현재 개인정보를 위탁하는 업체는 약 14곳 정도로 그 수가 적지 않다. 이로 인해 SNS 내 자체적으로 보안을 유지한다고 해도 수탁업체에서 정보가 유출된다면 큰 위험이 발생할 것이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서 26)먼저 개인정보 처리업무 위탁 시, 처리에 관한 사항을 문서화해야 한다. 위탁계약의 목적, 위탁업무 목적 및 범위, 재위탁 제한, 안전성 확보조치(기술적, 관리적 보호조치), 처리금지, 관리현황 점검 등 감독, 손해배상 등이 포함되어야 한다. 다음으로는 수탁자(수탁업체) 교육, 관리 및 감독을 강화해야 한다. 개인정보가 분실, 도난, 유출, 변조 또는 훼손되지 않도록 정기적으로 수탁자를 교육하는 것이 필요하다. 또한 수탁자가 개인정보를 안전하게 처리하는지 정기적으로 감독해야 한다. 그 감독 내용으로는 개인정보처리 현황 및 실태, 목적 외 이용 및 제공, 재위탁 여부, 안전성 확보조치 여부 등이 있다.

#### ③ 보안시스템 강화

##### -개인정보 암호화 후 보관<sup>27)</sup>

25) 김선애 기자, “천편일률 개인정보 보호 솔루션…체계화된 관리 방법 마련해야”, <http://datanet.co.kr/news/articleView.html?idxno=95937>, (2016.04.10.)

26) 개인정보종합포털, 「2016년 공공부문 개인정보보호 1회차 전문교육 교육자료 - 5교시 개인정보보호 관리수준 진단」, P.11

27) 뉴딜코리아 네이버 카페, ‘업무용 PC에서 개인정보 저장, 반드시 암호화!', <http://cafe.naver.com/rapid7/2310>

개인정보보호법 제29조와 시행령 제30조에 의하여 개인정보가 분실·도난·유출·변조 또는 훼손되지 않도록 안전성 확보조치를 취하도록 규정하고 있다. 특히 비밀번호, 바이오정보, 주민등록번호 등과 같은 중요한 개인정보의 경우에는 암호화하여 전송 또는 저장하도록 하고 있다.

업무용 PC에 저장하여 사용하는 정보 중에 고유식별정보, 바이오정보 등과 같이 암호화 대상 정보가 있는 경우에는 상용 암호화 소프트웨어나 DRM 등과 같이 안전한 암호화 알고리즘을 이용하는 소프트웨어를 사용하여 정보를 암호화하여야 한다. 한글이나 엑셀과 같은 상용프로그램의 경우에는 각 프로그램에서 제공하는 비밀번호 설정기능을 사용하여 암호화를 적용하면 된다. 아울러 개인정보의 안전한 관리를 위해 개인정보는 DRM 등과 같이 안전한 암호화 알고리즘을 이용하는 안전성 조치가 갖추어진 정보시스템에 보관하여 만일의 경우 발생할 수 있는 유출 및 침해에 대비하는 것이 바람직하다.

##### -안전성 입증을 위한 인증제도 실시<sup>28)</sup>:

ISO/IEC 27001은 국제표준화기구 (ISO : International Organization for Standardization) 및 국제전기기술위원회 (IEC : International Electrotechnical Commission)에서 제정한 정보보호 관리체계에 대한 국제 표준이자 인증이다. 정보보호정책, 보안정책, 위험관리 등 정보보안 관련 11개 영역, 133개 통제항목에 대한 심사와 검증을 통과해야 인증을 얻을 수 있다.

##### -정기적인 정보보호안전진단 실시<sup>29)</sup>

[1] 자가진단 수행 → [2] 자율개선조치 → [3] 개선지원 요청 → [4] 개선지원 (KISA)

자가진단 수행 후, 개선조치가 어렵거나 지원이 필요한 분야에 대해 개선 지원을 한다. 또한 온라인(전화, 이메일) 및 현장방문을 통해 문의 가능하고 위탁업체 관리, 개인정보 안전성 확보조치 등 취약분야 중심으로 진단이 이루어 질 것이다.

#### ④모니터링을 통한 관리체계 강화

-모니터링이란 계시글을 회사 측에서 수집하여 개인정보 유출의 가능성에 있다고 판단되는 계시글에 한해 조치를 취하는 방식이다. 이는 사후처방식의 시스템이기에 정보유출을 완전히 차단할 수는 없겠지만 신속한 대응과 2차 피해를 방지하기 위해서는 필요하다. 현재 BAND에서 청소년 유해정보를 막기 위한 목적으로 모니터링이 이용되고 있고 그 밖에는 신고를 통해 계시물을 접수하고 있다. 하지만 불건전 정보유통뿐만 아니라 저작권 침해 및 개인정보 유출을 막기 위한 것으로 그 범위를 확대시켜야 한다.

28) [네이버 지식백과] ISO/IEC 27001 [ISO/IEC 27001] (환경 경제용어사전, 한국경제신문/환경닷컴)<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2075491&cid=42107&categoryId=42107>

29) 개인정보종합포털, 「2016년 공공부문 개인정보보호 1회차 전문교육 교육자료 - 5교시 개인정보보호 관리수준 진단」, P.5

- 모니터링의 대상은 모든 이용자가 아니라, 다음 4가지 경우에 해당되는 이용자들을 대상으로 한다.

1) 개인정보누출: 필터링의 대상이었던 이용자로, 게시물이 수정되지 않고 그대로 개인정보가 누출된 채 업로드 된 경우

2) 개인정보유출: 유출신고를 받은 계정

3) 개인정보유출유도(계정해킹의심): 게시물, 댓글, 메신저를 통해 금전 및 신용정보를 요구한 경우

- 이 세 가지 경우에 해당되면, 개인정보누출이용자에게는 게시글을 내리라는

경고알림창을 띄우게 되고, 개인정보유출이용자와 유출을 유도한 이용자는

잠재범죄대상자로 여기고 증거자료를 수집한 후 수사 당국과 함께 조사하게 된다.

- 이 때 이용되는 기술로는 30) 사용자 행위분석 기술(UBA), 이상거래탐지기술(FDS)이 있다.

률이 높은 5개의 SNS를 가입경로, 타이용자에게 공개여부, 게시물 공개범위, 게시물 공유범위, PC버전, mobile 버전, 주이용 연령층, 이용자 수, 주로 이용되는 용도 등의 다양한 기준을 세워 직접 분석하고 통계를 내보았다. 이는 기존의 문헌들과는 차별화되었다는 점에서 의의가 있다.

## 2. 연구의 한계

### (1) SNS 정보 유출에 대한 자료 부족

개인정보유출경로에서 SNS가 차지하는 비율을 찾았더라면 보다 명확히 SNS정보 유출의 심각성을 보여줄 수 있었겠지만 그에 대한 자료를 찾지 못해 부족한 부분이 있다. 일반적인 정보 유출에 비해 ‘SNS를 통한 개인정보 유출’이라는 세부적인 자료가 부족하다. 이는 SNS가 급부상한 지가 그렇게 오래되지 않았다는 점, 또 SNS 개인정보 유출을 파악하기 어렵다는 점 등에서 자료 부족의 문제가 있다고 볼 수 있다.

### (2) 설문조사 인원의 대표성 부족

표본의 대표성을 최대한 확보하기 위해 다양한 연령대의 설문 응답을 확보했지만, 그럼에도 불구하고 그들이 전체 SNS 이용자를 대표한다고 보기에는 무리가 있다. 표본의 대표성을 확보하고 정확한 통계를 집계하기 위해서는 더 큰 규모의 체계적인 설문조사 연구가 필요할 것이다.

### (3) 기업의 부정적 자세

애초에 기업의 목적은 영리추구이다. 본 연구에서 제안하는 해결방안에 필요한 투자 비용들이 기업의 영리추구 목적의식에 부합하지 않는다고 판단되는 경우에는 기업에서 이러한 내용을 받아들일 필요성을 느끼지 못하게 된다.

## III. 결론

### 1. 연구의 의의

#### (1) SNS 이용약관 및 개인정보취급방침의 철저한 분석

본 연구는 SNS 정보 유출의 실태 및 근본적인 원인을 파악하고 이용자들과 기업, 정부의 안전 의식을 고취시켜 문제를 해결할 수 있도록 하는 데 의의를 두었다. 특히나 근본적인 원인 파악을 위해 직접 새롭게 가입을 시도하여 모든 SNS약관을 수집하였고, 수집한 이용약관 및 개인정보취급방침을 면밀히 분석하고 서로 비교하였다. 이를 통해 약관들의 공통적인 문제점을 파악할 수 있었다. 한편으로 특정 SNS의 약관은 다른 SNS보다 더 이용자들에게 편리한 점도 있어서 이러한 점은 해결방안에 참고하기도 하였다.

#### (2) 실제 이용률 높은 5가지 SNS 분석

SNS는 최근 급격히 성장하고 발전해오면서 그 수 또한 급증하고 있다. 하지만 늘어나는 SNS들에 대한 이용자들의 안전 의식은 높지 않고, 기업 역시 성장에 치중한 채 개인정보 보안에 있어서는 다소 소홀한 모습을 보인다. 따라서 본 연구는 이러한 현실을 보다 정확하게 파악해보기 위해, 기존의 문헌조사에만 의지하는 것이 아니라, 실제 우리나라에서 이용

30) 김선애 기자, “천편일률 개인정보 보호 솔루션…체계화된 관리 방법 마련해야”, <http://datanet.co.kr/news/articleView.html?idxno=95937>, (2016.04.10.)

## 참고 문헌

개인정보종합포털, 「2016년 공공부문 개인정보보호 1회차 전문교육 교육자료 - 5교시 개인정보보호 관리수준 진단」, 2016, 5.

김승중 외 2명, 「당신의 프라이버시는 죽었다 - SNS의 보이지 않는 위협」, Lori Andrews, 영진.com(영진닷컴)

민현홍, 「빅데이터 시대의 개인정보 제공에 영향을 미치는 프라이버시 요인 연구」, 숭실대학교, 2015

박수황, 장경배, 『소셜 네트워크 서비스 및 개인정보유출에 대한 사례연구』, 보안공학연구지원센터(JSE), 2014

윤용석, 「SNS 개인정보보호를 위한 음절기반 메시지 필터링 기법」, 아주대학교, 2013

윤한성, 「내부보안위협과 정보유출방지 -내부자 정보유출의 기술적 대응방향」, 한국학술정보(주)

이윤희, 「국내 SNS의 이용 현황과 주요 이슈 분석」, 한국인터넷진흥원, 2014. 8.

이진형, 「SNS(Social Network Service)의 확산과 동향」, 한국방송통신전파진흥원, 2012.1.

이충훈 외 2명, '프라이버시 패러독스 영향 요인 연구: SNS를 중심으로 = A Study on the Factors Affecting Privacy Paradox: Focusing on SNS', (주)엘지씨엔에스(구 LGCNS 엔트루정보기술연구소), 2015

임채린 외 3명, 폐쇄형SNS의 학술적 정의와 경험적 특성에 대한 연구: 개방형 SNS와의 비교, 한국경영정보학회, 2015.

한국인터넷진흥원, 「인터넷이용실태조사 최종 보고서」, 2016

KISA, 「개인정보보호수준 실태조사 보고서」, 2014.12

## 신문기사

김선애 기자, “천편일률 개인정보 보호 솔루션…체계화된 관리 방법 마련해야”, <http://datanet.co.kr/news/articleView.html?idxno=95937>, (2016.04.10.)

김태형, 「개인정보처리자 의무교육, 어떻게 해야 하나?」, 보안뉴스, 2014.09.18., <http://www.boannews.com/media/view.asp?idx=43032>

김현주, '좋아요' 안 눌렀는데...페이스북 페이지, 개인정보 유출 논란", 세계일보, 2016.01.19, <http://www.segye.com/content/html/2016/01/19/20160119001320.html>

송길호, “수시합격생 명의도용 꽈 합격 취소 '날벼락'...경찰 수사”, 중부일보, 2015.01.09, < <http://www.joongboo.com/news/articleView.html?idxno=966253>>

안희권, “페이스북, 모바일 광고 덕에 4분기 매출 49%↑”, 아이뉴스, 2015.01.29, [http://news.inews24.com/php/news\\_view.php?g\\_serial=879777&g\\_menu=020600&rrf=nv](http://news.inews24.com/php/news_view.php?g_serial=879777&g_menu=020600&rrf=nv)

오원석, “트위터 해킹…25만명 개인정보 유출”, 블로터, 2013.02.03

<http://www.bloter.net/archives/142528>

임아영, “‘집 비운다’ 트위터 올렸다가 빈집털이 당해”, 경향일보, 2011.01.03, [http://news.khan.co.kr/kh\\_news/khan\\_art\\_view.html?artid=201101030008245&code=940202](http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201101030008245&code=940202)

## 웹사이트

네이버 밴드 개인정보 취급방침 <http://band.us/policy/privacy>

네이버 밴드 이용약관 <http://band.us/policy/terms>

네이버 지식백과, ISO/IEC 27001 [ISO/IEC 27001] (환경 경제용어사전, 한국경제신문/환경닷컴)

<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2075491&cid=42107&categoryId=42107>

뉴딜코리아 네이버 카페, ‘업무용 PC에서 개인정보 저장, 반드시 암호화!’

<http://cafe.naver.com/rapid7/2310>

심상용, “[심군의 모아이] 대한민국 SNS 이용 현황”, 모비인사이드, 2015. 10. 20., [http://www.mobiinside.com/kr/index.php/2015/10/20/korea\\_social\\_network\\_service/](http://www.mobiinside.com/kr/index.php/2015/10/20/korea_social_network_service/)

유튜브 오디오 라이브러리 이용약관, <https://youtu.be/ekcYoTVkPkE> (2015.05.23.)

인스타그램 개인정보 취급방침

[https://help.instagram.com/155833707900388/?ref=hc\\_fnav](https://help.instagram.com/155833707900388/?ref=hc_fnav)

인스타그램 이용약관 <https://help.instagram.com/478745558852511>

카카오스토리 개인정보 취급방침 <http://www.kakao.com/policy/privacy>

카카오스토리 이용약관 <http://www.kakao.com/policy/terms>

카카오스토리 위치기반서비스 이용약관 <http://www.kakao.com/policy/location>

트위터 개인정보 취급방침 <https://twitter.com/privacy?lang=ko>

트위터 이용약관 <https://twitter.com/tos?lang=ko>

페이스북 개인정보취급방침 <https://www.facebook.com/privacy/explanation>

페이스북 이용약관 <https://www.facebook.com/policies/?ref=pf>

페이스북 쿠키 정책 <https://www.facebook.com/help/cookies/?ref=sitefooter>

kisa 개인정보보호 포털, “유출된 개인정보의 위험성”, 『kisa 개인정보보호 포털』, <http://www.privacy.go.kr/nns/ntc/pex/personalExam.do> (2016.05.12.)



# 오픈넷 장학생 논문 발표

인터넷 제한조치 규제와 WTO법의 역할: 국가의 인터넷 검열 및 데이터현지화 조치를 중심으로  
- 김승민(연세대학교 연구교수)

SNS 검열(담론)의 사회적 구성 - 2008년 이후 SNS 검열 사례에 대한 비판적 분석을 중심으로  
- 홍남희(연세대학교 커뮤니케이션연구소 전문연구원)

모자이크 도시: 판교테크노밸리의 공간적 특성과 게임 개발자들  
- 윤기준(카이스트 과학기술정책대학원)

# 인터넷 제한조치 규제와 WTO법의 역할

: 국가의 인터넷 검열 및 데이터현지화 조치를 중심으로

김승민  
연세대학교 연구교수

## Covered Issues (Abridged Version)

### Q1. 오픈넷의 위기, 무엇이 문제인가?

- (문제의 원인과 내용)  
- 국가 인터넷 통제의 배경과 근거(rationales)  
- 인터넷 제한조치의 종류와 유형  
- 부정적 효과 및 문제 해결이 어려운 이유

### Q2. WTO법을 통한 인터넷 제한조치 규제가 가능한가?

- (통상법 적용가능성 및 합치여부 검토)  
- 신규 인터넷 서비스의 WTO법 적용가능성  
- 인터넷 제한조치의 WTO법 합치여부

### Q3. 앞으로 어떻게 진행될 것인가? 무엇을 대비해야 하는가?

- (향후 진행방향에 대한 전망과 과제)  
- 현행 WTO법의 한계와 개선방향  
- 신규 인터넷 통상규범의 등장: TPP협정 & TISA협상  
- 대한민국의 향후과제

## 1. 오픈넷의 위기, 무엇이 문제인가? (문제의 원인과 내용)

- 인터넷 제한조치의 종류와 유형
- 국가 인터넷 통제의 배경과 근거(rationales)
- 부정적 효과 및 문제 해결이 어려운 이유

### 1. 오픈넷의 위기, 무엇이 문제인가? (문제의 원인과 내용)

- 인터넷 제한조치의 유형과 배경, 부정적 효과

인터넷 검열	데이터현지화	
특정한 인터넷 서비스, 인터넷 주소, 정보 등에 대한 접근 및 이용을 제한 또는 금지하는 조치  ○ 인터넷 필터링 / 접속차단 ○ 게시물 삭제/인터넷 셧다운 등  Ex) 중국의 인터넷 검열 구글(Google)의 사업 철수 국내 인터넷 서비스에 대한 필터링	특정 국가 영토 내에 물리적으로 위치하는 인터넷 서버 또는 서비스제공자 등을 통해서만 데이터와 정보를 저장 및 처리할 수 있도록 강요하는 조치  ○ 영역 내 인터넷 설비구축/국산 네트워크 사용요구 ○ 영역내 생성, 취득, 가공된 정보 또는 자국민에 관한 정보의 해외이동 금지 등  EX) 러시아의 개인정보보호법(연방법 No.242-FZ) 호주의 개인정보전자건강기록법 (PCEHR Act)	
인터넷 기술에 대한 국가의 영향력	정책환경의 변화 국가가입 요구 증대	국가주권과 관할권 (인터넷 주권)
이용자의 권리 침해: 자유권적 권리 & 사회권적 권리 인터넷 무역 및 경제혁신의 저해 사회문화적 손실		

## 2. WTO법을 통한 인터넷 제한조치 규제가 가능한가? (통상법 적용가능성 및 합치여부 검토)

- 인터넷 제한조치 관련 적용가능한 WTO법 의무
- 신규 인터넷 서비스의 WTO법 적용가능성
- 인터넷 제한조치의 WTO법 합치여부

### 2. 실제로 WTO를 통한 인터넷 제한조치 규제가 가능한가? (통상법 적용가능성 및 합치여부 검토)

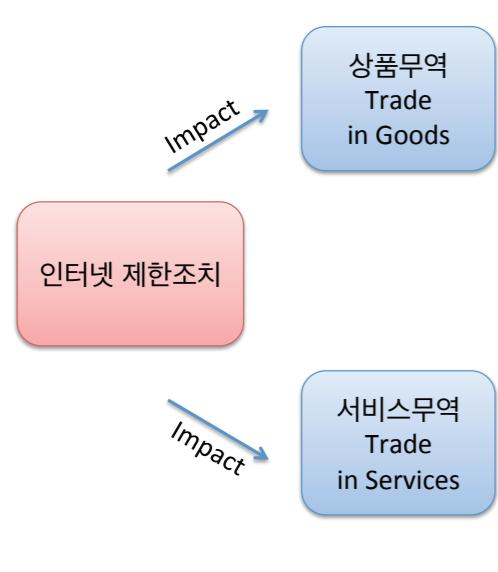
#### ○ 신규 인터넷 서비스의 WTO법 적용가능성

W/120 분류	UNCPC 잠정목록 분류
a. 음성 전화서비스	7521: 공중전화서비스 75211: 공중시내전화서비스 75212: 공중장거리전화서비스
b. 패킷교환데이터전송서비스	7523**: 데이터 및 메시지 전송서비스
c. 회선교환데이터전송서비스	
d. 텔레스서비스	
e. 전신서비스	7522: 비즈니스 네트워크 서비스 7521**: 공중전화서비스
f. 팩스서비스	
g. 전용회선서비스	7529**: 기타 통신서비스 7523**: 데이터 및 메시지 전송서비스 7522**: 비즈니스 네트워크 서비스
h. 전자메일	
i. 음성메일	
j. 온라인 정보/데이터 검색	7523**: 데이터 및 메시지 전송서비스
k. EDI (Electronic Data Interchange)	
l. 고도/부가가치 팩스	
m. 부호/프로토콜 변환	해당 CPC 없음
n. 온라인 정보/데이터 처리	843**: 데이터처리서비스 84330**: 시간공유서비스
o. 기타	해당 CPC 없음

통신서비스의 분류표 (W/120 및 UNCPC잠정목록의 비교)

### 2. 실제로 WTO를 통한 인터넷 제한조치 규제가 가능한가? (통상법 적용가능성 및 합치여부 검토)

#### ○ 인터넷 제한조치 관련 적용가능한 WTO법 의무



### 2. 실제로 WTO를 통한 인터넷 제한조치 규제가 가능한가? (통상법 적용가능성 및 합치여부 검토)

#### ○ 인터넷 제한조치의 WTO법 합치여부

[호주의 데이터현지화 조치 (개인통제전자건강기록법)의 상품협정 내국민대우 의무 적용사례]

GATT Art. III.4 요건 검토	국내판매 등에 영향을 미치는 국내규제	= 국내시장에서 국산품과 수입품 간의 경쟁조건을 불리하게 변경할 수 있는 모든 조치 [Panel Report, Canada – Autos (2000) 등]  ○ 이용자 정보의 수집, 저장, 처리 제한 → 스마트 상품의 본질적 기능, 부가가치, 경쟁력에 영향
	불리하지 않은 대우	= 형식적 동일성 여부 X; 경쟁조건의 불리한 변경 유무로 판단  ○内外국인 비차별, 국내설비 임대 대안존재, but 불필요한 비용, 절차
	동종성 요건 (likeness)	= 물리적 특성, 최종용도, 관세분류, 소비자 기호 및 습관 등을 고려  ○ 판례: 상품성질성 중심 → 동종상품
TBT Art. 2.1 요건 검토	기술규정 해당 여부	= 적용 가능한 행정규칙을 포함하여 상품의 특성 또는 관련 공정 및 생산방법이 규정되어 있으며 그 준수가 강제적인 문서 판례: 3단계 테스트 (i)상품의 특성에 관한 내용을 규율 (ii)기술규정의 이행의 강제성 (iii)식별가능(Identifiable)한 상품/상품군에 적용
	불리하지 않은 대우	= 정당한 규제인지 여부 (경쟁조건의 불리한 변경 있는 경우에도) : 기술규정의 구조, 디자인, 운영, 적용방식의 공정성 여부 (자의성, 정당화될 수 없는 차별)
동종성 요건	○ 판례: 상품성질성 중심 → 동종상품	

2. 실제로 WTO를 통한 인터넷 제한조치 규제가 가능한가? (통상법 적용가능성 및 합치여부 검토)

○ 인터넷 제한조치의 WTO법 합치여부

[중국의 인터넷 검열조치(구글, 카톡 필터링)의 서비스협정 시장접근 의무 적용사례]

GATS Art. XVI 요건 검토	구체적 약속의 존재	= 해당 제한조치가 적용된 서비스 분야에 대한 시장개방 약속							
		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인터넷 제한조치의 적용대상 서비스 = 주로 부가통신서비스 ex) W120목록 중 (j)'온라인 정보 및 데이터베이스 검색' 서비스, (n)'온라인 정보 및 데이터처리(거래처리 포함) 서비스, or (o)'기타' 서비스</li> </ul>							
	금지제한조치 해당 여부 (2항)	<ul style="list-style-type: none"> <li>= 약속표 미기재된 '양적제한' &amp; '서비스 공급방식 및 외국지분 제한' Ex) 수량쿼터: '서비스공급자의 수', '서비스영업의 총수', '산출량', '서비스의 공급에 필요한 자연인의 수'</li> <li>○ 수량제한 존재여부는 조치형태의 수량적 속성 X → 내재적 속성을 검토 (US-Gambling 사건) : 국경간/주간 도박서비스 금지로 인한 '제로쿼터'의 위법성 인정</li> </ul>							
약속보다 불리한 대우 해당 여부 (1항)	<ul style="list-style-type: none"> <li>= 직접관련 판정례 X, But 약속한 대우 = 최소대우 기준이므로, 회원국은 이보다 덜 제한적인 국내조치는 채택 가능(China – Publications and Audiovisual Product)</li> <li>: 약속보다 불리한 대우 =&gt; '약속된 조건보다 제한적인 조치' 암시</li> <li>○ 중국의 구체적 약속: 부가통신서비스 개방(제한: Joint Venture, 외자50%) : 내용 검열, 키워드 검색 제한 등 검열의무를 부과 &amp; 불이행시 차단/셧다운 → 보다 불리한 대우로서 위법성 인정 가능</li> </ul>	인터넷 제한조치 관련 현행 WTO법의 내적한계]							
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>비차별대우 의무 (NT/MFN) In GATT GATS</th> <th>차별성 요건</th> <th>국적을 불문한 강력하고 비차별적인 인터넷 제한조치의 경우 (보다 불리한 효과, 무역에 부정적인 영향 X)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>동종성 요건 (likeness)</td> <td>데이터가 처리 및 저장되는 '장소' 또는 '지역'이 특정한 시장환경에서 는 상품의 물리적 특성이나 최종용도 또는 소비자의 기호 등에 영향을 미치는 요소로서 인정될 경우 (동종성 불인정 가능성)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>시장접근 의무 (MA) In GATS</td> <td>구체적 약속의 존재 요건</td> <td>인터넷 서비스 관련된 분야를 양허를 하지 않은 경우 or 강력한 정량적 또는 정성적 제한과 조건을 부과하고 있는 경우 (ex, 중국의 WTO/GATS 부가통신서비스 시장개방 약속현황)</td> </tr> </tbody> </table>	비차별대우 의무 (NT/MFN) In GATT GATS	차별성 요건	국적을 불문한 강력하고 비차별적인 인터넷 제한조치의 경우 (보다 불리한 효과, 무역에 부정적인 영향 X)	동종성 요건 (likeness)	데이터가 처리 및 저장되는 '장소' 또는 '지역'이 특정한 시장환경에서 는 상품의 물리적 특성이나 최종용도 또는 소비자의 기호 등에 영향을 미치는 요소로서 인정될 경우 (동종성 불인정 가능성)		시장접근 의무 (MA) In GATS
비차별대우 의무 (NT/MFN) In GATT GATS	차별성 요건	국적을 불문한 강력하고 비차별적인 인터넷 제한조치의 경우 (보다 불리한 효과, 무역에 부정적인 영향 X)							
동종성 요건 (likeness)	데이터가 처리 및 저장되는 '장소' 또는 '지역'이 특정한 시장환경에서 는 상품의 물리적 특성이나 최종용도 또는 소비자의 기호 등에 영향을 미치는 요소로서 인정될 경우 (동종성 불인정 가능성)								
시장접근 의무 (MA) In GATS	구체적 약속의 존재 요건	인터넷 서비스 관련된 분야를 양허를 하지 않은 경우 or 강력한 정량적 또는 정성적 제한과 조건을 부과하고 있는 경우 (ex, 중국의 WTO/GATS 부가통신서비스 시장개방 약속현황)							

3. 앞으로 어떻게 진행될 것인가? 무엇을 대비해야 하는가? (향후 진행방향에 대한 전망과 과제)

○ 현행 WTO법의 한계와 개선방향

[인터넷 제한조치 관련 현행 WTO법의 내적한계]

분류	시장접근제한	내국민대우제한
h. 전자메일	M1: MB 참조	M1: 제한없음
i. 음성메일	M2: 제한없음	M2: 제한없음
j. 온라인 정보/DB 검색	MB: 외국인 사업자는 합자회사(Joint Venture) 설립 가능 (외국인 사업자수 제한없음)	M3: 제한없음
k. EDI(Electronic Data Interchange)		
l. 고도/부가가치 팩스		
m. 부호/프로토콜 변환	외국인 지분제한 50% (지역제한 없음)	
n. 온라인 정보/데이터 처리(거래처리포함)	M4: 수평적 양허 외 미양허	M4: 수평적 양허 외 미양허

주) M1:국경간공급(Mode1); M2:해외소비(Mode2); M3:상업적주재(Mode3); M4:자연인의 이동(Mode4)

3. 앞으로 어떻게 진행될 것인가? 무엇을 대비해야 하는가?  
(향후 진행방향에 대한 전망과 과제)

- 현행 WTO법의 한계와 개선방향
- 신규 인터넷 통상규범의 등장: TPP협정 & TISA협상
- 대한민국의 향후과제

3. 앞으로 어떻게 진행될 것인가? 무엇을 대비해야 하는가? (향후 진행방향에 대한 전망과 과제)

○ 신규 인터넷 통상규범의 등장: TPP협정

[TPP 협정: 전자상거래 챕터]

국경간정보이동 허용의무	Art.14.11.2	Each Party shall allow the cross-border transfer of information by electronic means, including personal information, when this activity is for <u>the conduct of the business</u> of a <u>covered person</u>
컴퓨팅설비현지화 금지의무	Art.14.13.2	No Party shall require a <u>covered person</u> to use or locate computing facilities in that Party's territory as a condition for <u>conducting business</u> in that territory.
적용대상인 (covered person)	Art. 14.1	금융기관에 대한 투자자 및 금융서비스 공급자를 제외한 투자자와 서비스 공급자
업무수행 (conducting business)	관련규정 X →여러가지 해석 가능성	(협의) '적용대상인'의 적용대상 투자 또는 서비스 공급에 본질적으로 관련된 행위의 직접적 수행 / 내부적인 서비스(internal services)의 아웃소싱 등에만 한정하는 제한적 해석? vs (광의) 관련된 모든 측면의 행위들을 포함하는 폭넓은 해석?

○의의: 국경간정보이동 및 데이터현지화 직접규율하는 최초의 국제규범  
→ 과도한 제한조치를 통상법으로 규율하여 자유롭고 개방적인 인터넷 환경 보존에 기여  
한편, 국가의 규제관할권 행사, 공공정책(개인정보보호 등) 목적 달성과 배치할 우려  
→ So, 예외규정(Art. 14.11.3 및 Art. 14.13.3) & 개인정보보호 관련 의무조항(Art. 14.8) 포함

3. 앞으로 어떻게 진행될 것인가? 무엇을 대비해야 하는가? (향후 진행방향에 대한 전망과 과제)

### ○ 향후과제: TISA 협상

[TPP협정의 향배: ACTA의 반복?]

[TISA협상: 한, 미, 일, EU 등 총24개 당사자(개별국 기준 50개국, 세계 서비스무역의 70% 상회)

국경간정보이동 허용의무 In E-Commerce 부속서	Art. 2.1 By 미, 캐, 일, 콜, 대만, 멕시코	[CA/TW/CO/JP/MX/US propose: No Party may prevent a service supplier of another Party [CO/JP propose: or consumers of those suppliers,] [CA/CO/JP/TW/US propose: from transferring, [accessing, processing or storing] information, including personal information, within or outside the Party's territory, where such activity is carried out in connection with the conduct of the service supplier's business.]
	Art. 2.5 By 스위스	[CH propose; CO/US oppose: Parties should not prevent foreign suppliers of electronic commerce or customers of such suppliers, from electronically transferring information internally or across borders, accessing publicly available information, or accessing their own information stored abroad]
주요 쟁점	○ 국경간정보이동 허용의무 적용범위: 영토적 범위, 인적범위, 물적범위(입장대립) ○ 소비자 및 개인정보보호: 관련 조치 도입할 의무에 대한 입장대립 - 한국, 홍콩: 사전동의(informed consent) 강경 주장 - 스위스: 소비자보호조치 도입(3항) 및 데이터/프라이버시 법 집행력 강화(4항) 의무	
한국제안문	[...] Korea is of the view that any movement of information arising from the actions of a service supplier must be based on "informed consent[...]"	

감사합니다.

김승민

justinlaw@naver.com

3. 앞으로 어떻게 진행될 것인가? 무엇을 대비해야 하는가? (향후 진행방향에 대한 전망과 과제)

### ○ 향후과제: TISA 협상

데이터현지화 금지의무 In E-Commerce 부속서	Art. 9.1 By 미국 주도	[CO/US propose: No Party may require a service supplier, as a condition for supplying a service or investing in its territory, to: (a) use <u>computing facilities</u> located in the Party's territory; (b) use <u>computer processing or storage services</u> supplied from within the Party's territory; or (c) otherwise <u>store or process data</u> in its territory.]
	Art. 9.3 By 일본 주도	[KR oppose: [JP propose: No Party shall] [CH propose: Parties should not] [JP/CH propose: require] [JP propose: ICT service suppliers] [CH propose: suppliers of electronic commerce] [JP/CH propose: to use] [CH propose: or establish any] [JP /C H propos: local infra structure as a condition for] [JP propose: supplying] [CH propose: the supply of][JP/CH propose: services.]]
	Art. 9.4 By 일본 주도	[KR oppose: [JP propose: No Party shall require ICT service suppliers to establish a local presence as a condition for the cross-border supply of services.]] → 현지주재 요구금지로 확장
주요 쟁점	○ 데이터현지화 금지의무 적용범위: 인적범위, 물적범위(입장대립) - 특히 우리나라는 제1항에 유보 등 강경반대 입장(국내통신법과 불합치 우려표명) (사업법87조) 기간통신서비스의 국경간 공급조건: 국내사업자와 상업적 약정 체결 (사업법12조) 기간통신서비스 허가요건: 관련 통신설비 구축 요건 (정보통신망법53조 등) 통신과금서비스공급자 등록 요건: 전산설비 및 프로그램 구축	

## SNS 검열의 제도화 과정에 대한 연구

홍남희

연세대학교 커뮤니케이션 연구소 전문연구원

## 검열이란 무엇인가

- 국경없는 기자회  
Enemies of the Internet (2012)에서 “Countries under surveillance”
  - 프리덤 하우스 : “partly free”
  - 앤네스티 인터내셔널
  - UN 의사 표현의 자유 특별 보고관 프랭크 라루
  - New York Times



Censorship

## 검열이란 무엇인가

- 1996년 구(舊) 영화법에 대한 위헌결정

(현재 1996. 10. 4. 93헌가13, 91헌바10)

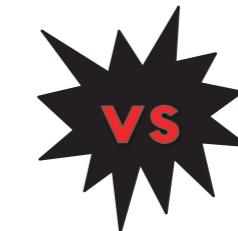
### • 검열

“행정권이 주체가 되어 사상이나 의견 등이 발표되기 이전에 예방적 조치로서 그 내용을 심사, 선별하여 발표를 사전에 억제하는, 즉 허가받지 아니한 것의 발표를 금지하는 제도”

### • 검열의 요건

- 1) 표현물의 제출 의무
- 2) 행정권의 사전심사절차
- 3) 허가받지 않은 의사표현 금지
- 4) 심사절차 관철할 수 있는 강제수단

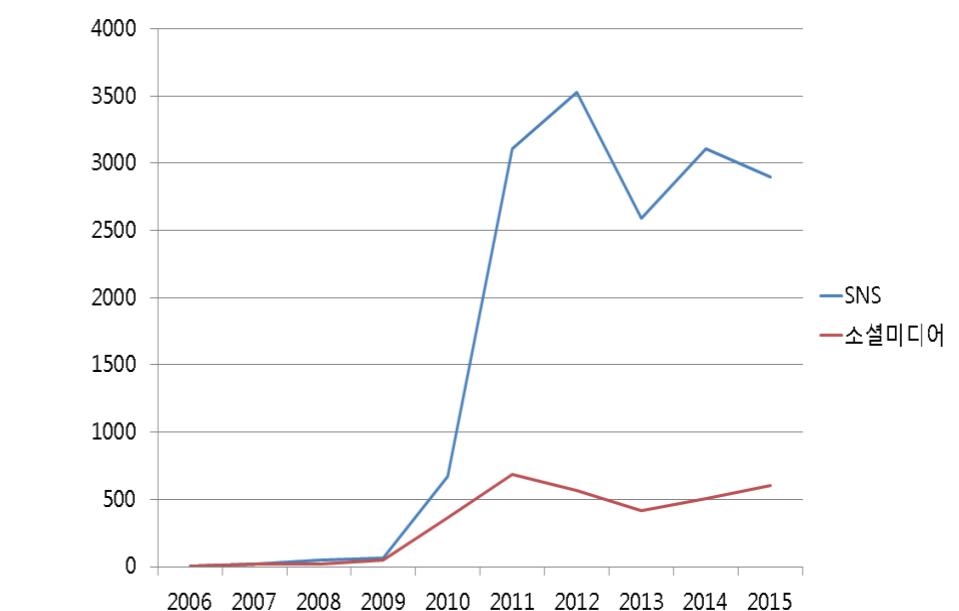
## 왜 2008인가?



ipp2016 Platform society Sep 22-23

## 신(新) 검열 논의

- 검열에 대한 인식론의 확장
- 검열의 주체, 방식, 대상의 확장
  - 주체: 국가+ 자본
  - 방식: 금지, 억압, 법 + **기술, 담론, 제도**
  - 대상: 표현을 직업으로 삼는 집단+ **일반 개인**
- **권력의 작동 방식으로써의 검열**
- **법적 검열이 아니면 검열이 없는 것인가?**



## SNS 관련 담론의 형성

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	총 개수
SNS	2	22	46	65	<b>674</b>	<b>3,111</b>	3,528	2,588	3,107	2,898	16,041
소셜 미디어	7	16	22	51	<b>363</b>	<b>684</b>	563	419	504	606	3,235

## SNS 관련 연도별 담론 추이

2006 ~2007		웹 2.0 화두와 SNS 부상에 대한 전망, 해외 및 국내 SNS 기업 창업주 및 10대, 여성 IT 업계 종사자 관련 기사, 국내 SNS 싸이월드 인기와 국내 SNS 개발 소식
2008	<b>이명박 정권 출범 11월 미네르바사건</b>	페이스북이 성범죄자와 음란 내용물로부터 미성년자 보호하기 위한 규정 마련, 미국판 싸이월드 마이스페이스 한국 상륙, 페이스북에서 한글 사용 가능, 오바마 선전의 배경으로 페이스북 거론, 광우병 촛불집회와 괴담
2009	<b>신종플루 유행</b>	국내에서 SNS 인기 얻기 시작. 연예인, 정치인과 기업 마케팅 용도로 트위터 이용 증가, 한국형 트위터 미투데이, 소셜 게임 인기
2010	<b>6.2 지방선거</b>	재난 등의 위기 상황에서 트위터의 '속보성'에 기반한 대안매체적 성격 강조, SNS와 정치적 지형 변화, 선거운동 관련한 SNS의 기능, 해외 SNS와 아이폰 인기에서 국내 IT 산업 경쟁력 강화, SNS와 개인정보보호의 문제, 트위터의 '전파성'에 대한 우려

## SNS 관련 연도별 담론 추이

2011	10.26 재보선 한·미FTA 법안 국회통과 방송통신심의위원회 뉴미디어정보 심의팀 설립 공직선거법 위헌	공직선거법 제93조 제1항(인터넷 선거운동 규제 관련) 위헌 판결과 SNS에서 적절한 선거운동의 한계, 판사/공무원/군인 SNS 이용 관련한 문제와 조직 내 가이드라인 마련의 필요성, 사회운동(Occupy Wall Street, 희망버스 등)과 SNS의 대중동원과의 관계, SNS와 좌파·괴담의 연결, SNS 마녀사냥, 사이버 왕따, 음란 범죄 관련한 역기능 문제, SNS 규제 적절성에 대한 문제
2012	군인 SNS 가이드라인 마련/인터넷 설명제 위헌/대통령 선거	SNS에서의 여론 극화 현상과 2030세대 및 진보세력의 매체로서 SNS, 대통령 선거에서 국정원의 댓글 조작 및 SNS 여론 인위적 조작을 통한 대선 개입, SNS와 투표 독려 및 선거운동의 관계
2013	박근혜 정권 출범/ 국정원, 국방부 사이버사령부 대선 개입 의혹	철도 민영화 등에 대한 SNS 상 의견을 '괴담'으로 칭하며 광우병 악몽과 연결, 스마트 기기와 미디어 리터러시 및 윤리 필요성, SNS 중독과 내밀한 일상 공개에 대한 비판, 새누리당 SNS TF팀 마련, 국내 SNS 서비스 종료와 IT 기업 경쟁력, 종북몰이와 SNS
2014	4.16 세월호 참사/카카오톡 시찰/검 찰 사이버전담팀 마련	세월호 관련 유언비어와 대통령 모독의 공간으로서 SNS, 국가권력에 의한 SNS 감시 및 시찰 문제
2015	메르스 유행/IS 가담 김군 사건/IS 파 리 테러/국정화 교과서 추진	메르스와 SNS 유언비어, SNS에서 테러리스트의 선동 봉쇄 및 청소년 연관, IS 테러 관련하여 테러방지법과 국정원 기능 강화, 집회 중 복면착용금지법, 음란물 유통 ISP 책임

## SNS 운영 지침

- 정부의 소셜 미디어 활용 구조
- 문화체육관광부 중심으로 40개 부처
- 청와대-> 문화체육관광부-> 각 부처

## 담론의 변환: '관리'의 대상으로

- 2008년 촛불집회 이후
- 2008년 미네르바 사건 이후
- 웹 2.0 패러다임 하에 “1인 미디어 중심의 소셜 네트워크”로 미디어 환경이 변화하고 있으며, 특히 미네르바 사건의 경우 “인터넷 문화에 대한 정부의 이해력 부족”이 드러난 경우 (한국정보화진흥원, 2009.11.19.)
- 소셜 미디어를 비롯한 뉴미디어를 통한 정책 홍보 필요성 (한국정보화진흥원, 2011. 12. 23.).

## 괴담, 위험의 공간으로써 SNS

2010.4.16	[심층분석] [트위터의 명암] [上] 마음껏 지저귀고 놀다간 중독된다
2010.4.17	[심층분석] [트위터의 명암] [下] “휴가중” 글 올렸다가... 빈집털이 당할 수도
2011.11.10	[괴담의 나라] 2030세대 84%가 10가지 괴담 중 한 가지 이상 믿어
2011.11.10	[괴담의 나라] 그나마... “FTA 땐 빗물을 받아쓰게 될 것” 황당 괴담 69%가 안 믿어
2011.11.10	[괴담의 나라] 배우 김여진 신뢰도가 박 전대표보다 높아
2011.11.10	[괴담의 나라] 30대가 20.40대보다 괴담 더 신뢰

조선일보

## 괴담, 위험의 공간으로써 SNS

2013.2.7	[지금 SNS에서는] 'SNS 괴담' 의 사회학
2013.2.28	[지금 SNS에서는] 잊혀질 권리
2013.6.14	[지금 SNS에서는] SNS 스트레스를 어찌할꼬
2013.12.6	[지금 SNS에서는]소녀들의 트위터 노출증
2013.12.27	[지금 SNS에서는]당신의 미저리 지수
2014.1.10	[지금 SNS에서는]‘일베 스크린 닷컴’ 을 아십니까

동아일보

## 부정확한 정보의 공간

- 정보 양은 급증했으나 정보의 “질과 정확성은 확신할 수 없는 상황”
- 광우병 괴담(‘뇌송송 구멍탁’, 미국산 쇠고기=광우병 등)을 비롯한 여러 가지 근거 없는 정보들이 유포되어 소모적 사회갈등을 야기 (한국정보화진흥원, 2009.11.19., 9쪽)

## 관련 지식의 구축 1) 통계조사

제목	발간기관	대상	방법	참고사항
SNS이용실태조사 (2009)	방송통신위원회· 한국인터넷진흥원	만12~49세 인터넷이용자 3,000명	온라인조사/	
상반기스마트폰 이용실태조사 (2011)	방송통신위원회· 한국인터넷진흥원	만12~59세 스마트폰이용자 4,000명	온라인조사/	
인터넷이용 실태조사 (1999.10부터 매년)	미래창조과학부· 한국인터넷진흥원	전국 25,000가구 및 만3세 이상 가구원	약 65,000명	SNS 이용자(률) 조사도 포함
인터넷 중독 실태조사 (2004년부터 매년)	미래창조과학부 · 한국정보화진흥원	만3~59세 인구	온라인 조사/ 18,500명	
정보문화실태조사 (2008년부터 매년)	미래창조과학부 · 한국정보화진흥원	만 6세 이상 인터넷 이용자	가구 방문 통한 개별 면접조사/ 4,300명	건전한 정보문화 조성 목적 정책자료
정보격차지수 실태조사 (2002년부터 매년)	미래창조과학부 · 한국정보화진흥원	장애인/장노년층/기초생활수 급자/농어민	대인면접/ 계층별 각 2,700명	2014년 기준/ 2014년
		북한이탈주민/결혼이민자	대인면접/ 계층별 각 600명	신(新) 디지털 소외 계 층 벌굴
		만 7세 이상 전체국민	대인면접/ 5,500명	

## 2) 불법, 유해 정보의 공간

- “SNS의 빠른 전파성 및 확산성”이라는 특성을 고려하여 불법정보에 대한 “지속적인 모니터링과 심의를 강화할 계획”  
(방송통신심의위원회, 2013.1.7. 보도자료).

## 제도화

- 1) 방송통신심의위원회 뉴미디어정보심의팀: 일상화, 행정화
- 2) 검찰 사이버모니터링 전담팀: 행위의 제한
- 3) 중앙선거관리위원회 : 개인의 규범
- 4) 사법적 판례: 개인 처벌/매체 성격 규정
- 5) 각 기관별 SNS 이용 가이드라인

## 검찰의 사이버모니터링전담팀

- “대통령 모독 발언이 도를 넘었다”  
「사이버상 허위사실 유포 사범 엄단」 회의
- 입법 과정의 자연, 정치적 쟁점화  
-> 검찰 조직 내 전담팀을 통한 ‘검열’
- 방송통신심의위원회 ‘정보통신에 관한 심의규정’ 개정

## 방송통신심의위원회 뉴미디어정보심의팀

- 명확한 불법성과 유해성만 심의하는 것이기 때문에,
- 정보통신망법에 명시되어 있지 않은 ‘정치적인 내용에 대한 심의’는 할 수도 없고 하여서도 안 되는 것임.
- 일부에서는 내년 총선과 대선을 겨냥하여 정치적 표현을 통제하려는 의도가 아니냐는 의혹을 제기하고 있으나,
- SNS 등 정보통신망을 통한 「공직선거법」 위반 사항은 동법 제82조의4(정보통신망을 이용한 선거운동)에 따른 선거관리위원회의 소관사항

출처 : 방송통신심의위원회 보도자료 (2011. 11. 1)

## 사이버 망명



## 사법적 판례: 개인 처벌/미디어 성격 규정

- 전파성, 공연성
- 박정근 사건
  - “불특정 다수인에게 공개
  - 리트윗 행위로 게시글이 광범위하고 신속하게 전파
  - ‘우리민족끼리’ 리트윗이 북한에 대한 풍자와 조롱이라는 박정근 측의 주장에 대해 법원은 지속적으로 박정근의 타임라인을 주의해서 보지 않는 이상 이러한 ‘의도’를 파악할 수 없다고 판시
- (수원지방법원 2012.11.21. 선고, 사건번호 2012고단324).
- 트위터는 “불특정 다수인”에게 의견을 전파, 싸이월드, 인터넷 카페 등보다 영향력이 크며, 단순히 “사적 공간이라 보기 어렵다”  
(의정부지방법원 2011.10.14. 선고 2011고합127판결)

## SNS 이용 가이드라인

- 군 장병들에 대한 SNS 이용 가이드라인을 배포(2012.1.31., <군 장병 SNS 활용 가이드라인>)
- 공무원, 언론인 등 SNS 이용 가이드라인

## SNS 이용 가이드라인

- “법관이 SNS를 사용할 때 유의할 사항”
- 첫째, 법관은 SNS의 특성을 잘 이해하고 사용법을 숙지함으로써 SNS를 사용하는 과정에서 의도하지 않은 결과가 발생하지 않도록 주의해야 합니다.
- 넷째, SNS의 공개적 성격으로 인하여, 법관은 SNS 상에서 구체적 사건에 관하여 논평하거나 의견을 표명하는 것이 제한되고(대법원 공직자윤리위원회 권고의견 제3호 “구체적 사건에 관한 법관의 공개적 논평이나 의견표명 시 유의할 사항” 참조),
- 다섯째, 법관은 SNS 상에서 사회적·정치적 쟁점에 대하여 의견 표명을 하는 경우에도 자기절제와 균형적인 사고를 바탕으로 품위를 유지해야 하고,

## 규제 정당화 논리

SNS	공(公)적 공간	사(私)적 공간
법관	공연성(공개성), 전파성(확산성)	개인적, 사적, 폐쇄적
공인	국가, 국민에 의해 임명된 ‘공직자’로서의 공인→공적 공간에서 개인 의견 표명 자제 모두에게 ‘공통된’ 일을 하는 사람 → 공익과 무관한 ‘사적’ 의견을 공적 공간에서 표명할 수 없음	‘공인’ 이므로 ‘사적 의견’은 ‘사적 공간’에서도 표명 불가(법관의 품위 유지는 사적 공간에서도 유지되어야 함) 공무원에게도 정치적 표현 의무 헌법이 보장
사인	공식적, 공적 업무 담당자→ 업무 무관한 개인 의견 표명하지 말아야 함	‘공인’이라 해도 업무 외 사적 공간이므로 개인적 발언 가능
	법관도 사적 시민이며, SNS는 개인적 공간이므로 의견 표명 가능	

## 신 검열 논의의 의미

- SNS가 기존 규제 제도로 편입되어 가는 과정
- 검열 ↔ 표현의 자유 ???
- 담론의 역할: 매체 특성 규정
- 규제의 정당화, 일상화, 행정화  
-> 사회적 논의 및 합의 과정의 차단

## 모자이크 도시:

판교테크노밸리의 공간적 특성과 게임 개발자들

윤기준

카이스트 과학기술정책대학원

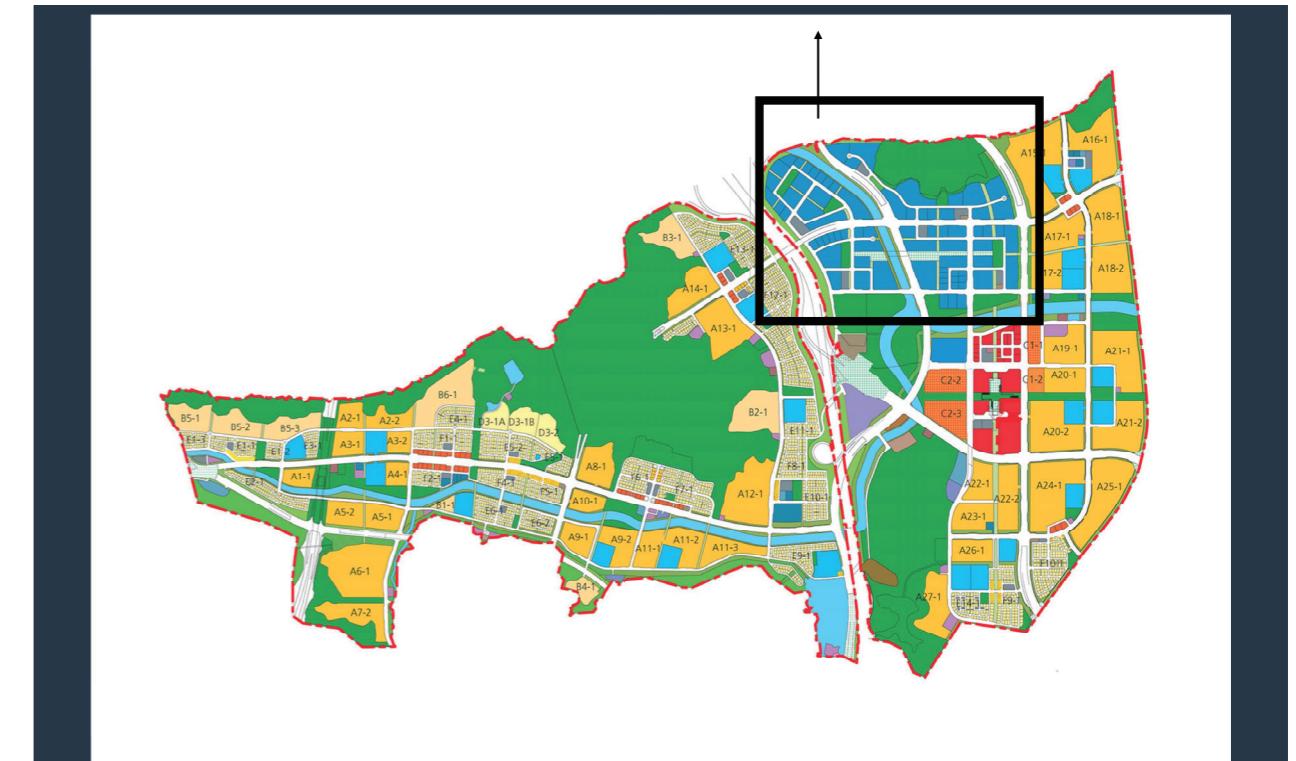
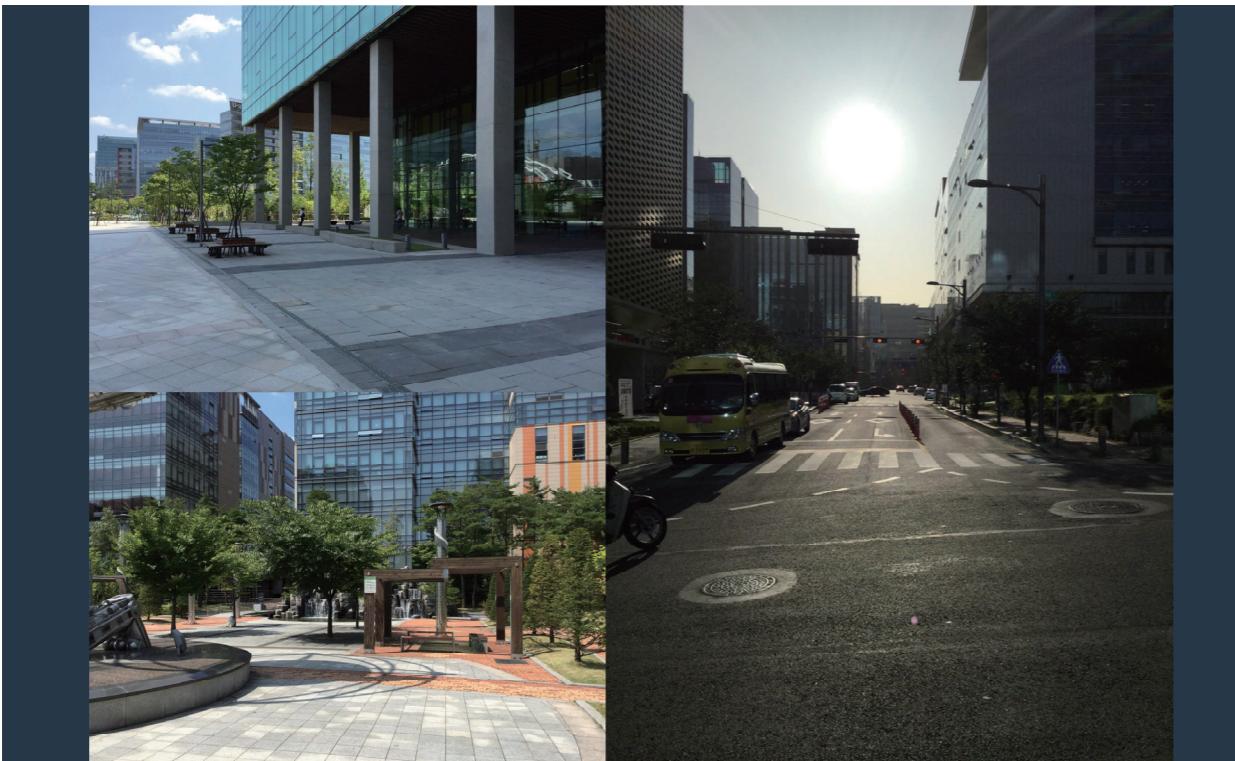
The End





## 왜 거리에 사람이 없을까?

- 게임의 유사성과 비밀주의 문화
- 수직적으로 통합된 게임 개발 시스템
- 각종 생활편의시설이 집중된 건물



## Strict control on the cluster

- Strict zoning policy
  - General Company Zone
  - Invited Research Centers
  - Commercial Area & Governmental Organizations
- Limited kinds of industries
  - IT
  - Bio technology
  - Nano technology
  - Culture technology



왜냐하면 12층까지 올라가게 되면 사람들이 섞여 지지가 않아요. 그냥 그 건물에서 하루 종일 살고 끝나는데, 낮으니까 바깥으로 뛰어나가서 놀게 되요. 그래서 모빌리티가 높아져요. 모빌리티의 한계가 12층 정도가 된다는 거죠. 실리콘밸리 가 보세요. 높은 빌딩 없지 않습니까? 그러니까 바깥에서 수시로 만나고 모임 갖죠. 그런데 빌딩이 너무 높게 되면 뚝 떨어져요 그게. 오히려 지금은 판교가 고도제한에 걸린 게 판교를 활성화시키는데 도움이 된다 이렇게 얘기 하죠.



경기과학기술진흥원 원장 광재원

“왜 판교테크노밸리인가?”, 2015.02.06 한국기자협회 초청강연

### 성남판교지구 택지개발사업 기본구상 및 개발수요 분석 연구 - 벤처, 업무단지 개발방안

2) 벤처·업무단지내 유치업종

- 판교벤처단지가 단순히 기업들의 공간적 집중지역에 그치지 않고, 장기적으로 발전하기 위해서는 상호연관성이 높은 업종을 모두 입주시키기보다는 특정 산업을 우선적으로 유치하는 것이 바람직
- 성남시가 강점을 가지는 전자·정보산업 클러스터의 형성을 지원하기 위하여 전자기기, 정보통신 기기(음향 등 포함), 컴퓨터 및 정보 처리 서비스업 등을 중점적으로 육성할 필요

○ 거점(anchor) 시설의 유치

- 판교벤처단지가 서울시 기업의 일시적 체류지에 그치지 않고 독자적 생존력을 지닌 산업 클러스터로 성장하기 위해서는 거점시설로서 역할을 할 수 있는 대단위 공공지원시설, 관련분야의 주요 연구 시설, 대기업 등을 지역내에 유치할 필요가 있음
- 거점 시설에 대해서는 지자체가 주도적으로 해당기관과의 협상을 추진하되 해당 부지의 별도 확보, 지가의 대폭 인하 등 별도의 유 인책을 강구

그런데 이제 건물이 확실히 좋아졌어. 우리 건물이 되니까, 예전보다 좁지 않고 예전 주차는 실장 이상만 할 수 있었는데 지금은 일반 직원도 추첨을 통해서 할 수 있고. 안에 있는 식당도 생기고, 그 다음에 주변 환경 자체가 테헤란로 차들 막 다니고 막하고 복잡하고 여유가 없는 곳인데 여기는 삭막하게 건물들밖에 없긴 하지만 주변에 걸어다닐 수도 있고 나무들도 있고 천도 흐르고 하니까. 그런 여유는 있는 것 같아. 그런데 결국 회사에 와서 나가지를 않으니까 크게 차이는 없는데 가장 큰 차이는 확실히 건물인 것 같아.

인터뷰, 넥슨 개발자 류영무



“아니요. 전혀 없어요. 전혀 없다고 확답드릴 수 있는 게 작년에 혹시 NC경영권 분쟁 사건 아세요? 넥슨이랑 NC랑 가깝게 있죠. 그런데 시너지가 생겼어요? 안 생겼어요. 내부에서도 전혀 느끼지 못했어요. [...] 제가 알기로는 적어도, 그런 거 없어요, 시너지, 왜냐하면 게임 만드는 거 자체가 노하우를 이끌어 내는 과정인데 그 노하우를 이끌어 내려면 집단이 필요하지 사람이 필요하지 않아요. [...] 적어도 제가 보기에는 없어요. 굉장히 특수하기 때문에.”

게임 디자이너 김진호



## 같은 게임, 다른 개발 과정

- 엔진, 프로그래밍 언어, 개발 툴
- 커뮤니케이션 스타일 (메신저, 보드, 직접 대화 등)
- 의사결정과정
- 투자자/퍼블리셔와의 관계

Photograph by Jaeyoung Ryu



아까 보셨던 카페가 있고요. 식당이 있고요. 식당에서 아침, 점심, 저녁을 다 주고요. 편의점이 있고요. ATM이 두갠가 있고, 체력단련시설, 어린이집, 골프, 헬스, 요가, 필라테스 이런 것들이 있고, 그 다음에 샤워실, 되게 좋은 샤워실들, 그 다음에 숙직실, 취침을 할 수 있는. [그리고] 동호회들이 쓰는 룸들이 있고. 아까 보셨던 아트쪽 같은 공간이 있고요. 쪼꼬만 응급 처치를 할 수 있는 의무실 같은 곳도 있고 그래서 사실 밖에 나갈 일이 없어요. 담배 살 때 빼고는 나갈 일이 없어요. 그리고 문서수발실도 다 안에 있어서 우체국 갈 일도 없어요.

넥슨 개발자 마



다리를 건넌다고 하는데 유스페이스로 넘어가는 다리를 넘어가는 경우가 저녁에 맥주 한 잔 마시러 가는 경우를 빼고는 특별하게 없는 것 같아요. 안에서 다 해결이 되니까. 저기 맨날 가지는 않아요.

넥슨 개발자 마