

2022년도 해외언론법제연구보고서

유튜브 등 미디어플랫폼상 인격권 보호를 위한 해외법제연구



2022년도 해외언론법제연구보고서

<제6호>

Ⅰ 유튜브 등 미디어플랫폼상 인격권 보호를 위한 해외법제연구

: 허위조작정보 확산 방지 및 댓글 규제를 중심으로

책임연구원 : 박용숙(강원대학교)

공동연구원 : 강명원(국회도서관)

공동연구원 : 고수윤(강원대학교)

< 목 차 >

제1장 서론	1
Ⅰ. 문제 제기	1
Ⅱ. 연구목표	2
Ⅲ. 연구의 내용 및 범위	2
제2장 미디어플랫폼에서의 인격권 침해실태 및 영향력	5
Ⅰ. 서론	5
Ⅱ. 허위조작정보 및 악성댓글	5
1. 허위조작정보	5
2. 인터넷 댓글	12
3. 허위조작정보와 악성댓글의 관계	15

III. 미디어플랫폼에서의 인격권 침해실태	16
1. 허위조작정보 및 악성댓글의 실태	16
2. 온라인에서의 허위조작정보 및 악성댓글에 대한 사용자 인식	17
3. 소결	26
IV. 허위조작정보 및 악성댓글의 영향력	27
1. 표현의 자유와 인격권의 충돌	27
2. 정치적 양극화 및 갈등	31
3. 민주주의 제도 및 공론장에 대한 불신	36
V. 소결	37

제3장 미디어플랫폼에서의 허위조작정보에 대한 국내·외 규제현황 40

I. 서론	40
II. EU	40
1. 허위조작정보에 대한 유럽실행규칙	42
2. 허위조작정보에 관한 유럽연합의 최신 동향	51
III. 프랑스	53
1. 정보조작대처법	55
2. 허위조작정보에 관한 프랑스의 최신 판례	65
IV. 독일	68
1. 개요	68
2. 소셜 네트워크 법집행법	69
3. 허위조작정보에 관한 독일의 최신 판례	75
V. 미국	78
1. 통신품위법 제230조	79
2. 2016년 이후의 서비스 제공자의 책임에 대한 인식변화	86
3. 허위정보와 관련된 최신판례	92
VI. 일본	97
1. 개요	97
2. 허위조작정보에 대한 규제방안	98
3. 허위조작정보 관련 사례 및 판례	103
VII. 우리나라	106
1. 현행 법률상 허위조작정보 규제 가능 법률	106

2. 제21대 국회에서 발의된 허위조작정보 관련 법안	110
3. 허위조작정보와 관련된 판례	118
VIII. 소결 : 각 나라별 내용 종합 및 시사점	123

제4장 미디어플랫폼에서의 악성댓글에 대한 국내·외 규제현황 126

I. 서론	126
II. EU	126
1. 불공정 B2C 상업관행에 관한 2005/29/CE지침	128
2. 유럽연합 집행위원회의 허위리뷰 규제에 관한 최신동향	129
III. 프랑스	131
1. 인터넷에 게시된 악성콘텐츠 및 악성댓글에 대한 책임	131
2. 인터넷 악성댓글에 관한 프랑스 최신 판례	137
IV. 독일	138
1. 악성댓글 규제가능 법률	138
2. 악성댓글에 관한 독일의 최신 판례	139
V. 미국	142
1. 악성댓글 규제가능 법률	142
2. 관련 판례	147
VI. 일본	148
1. 서설	148
2. 악성댓글의 실태	149
3. 법적조치	150
4. 행정적 조치 등	155
5. 악성댓글 관련 최신 판례	156
VII. 우리나라	162
1. 현행법상 악성댓글 규제가능 법률	162
2. 제21대 국회에서 발의된 악성댓글 관련 법안	162
3. 포털과 언론사의 댓글 정책	166
4. 악성댓글 관련 판례	170
VIII. 소결	179

제5장 자율규제에 대한 고찰	183
I. 서론	183
II. 인터넷 자율규제의 역사 및 유형	183
III. EU 및 프랑스	185
1. EU	185
2. 프랑스	188
IV. 미국	189
1. 인터넷 서비스 사업자의 대응	189
2. 포털 및 언론사의 댓글 정책	193
3. 산타클라라 원칙2.0	197
V. 우리나라	202
1. 자율규제 관련 규정	202
2. 게시물 관련 정책	203
VI. 소결	205
제6장 결 론	207
1. 허위조작정보 및 악성댓글의 개념정의	207
2. 미디어플랫폼에서의 인격권 침해실태 및 영향력	208
3. 미디어플랫폼에서의 허위조작정보에 대한 국내·외 규제현황	209
4. 미디어플랫폼에서의 악성댓글에 대한 국내·외 규제현황	210
5. 자율규제에 대한 고찰	214
6. 소결	215
참고문헌	216

< 표 목 차 >

<표 1> 현행 법률에 의한 명예훼손죄 및 모욕죄 처벌	29
<표 2> 허위조작정보 유포에 대한 대응을 위한 온라인 플랫폼 사업자의 협조의무	61
<표 3> 독일 「소셜 네트워크 법집행법」에 따른 허위조작정보 방지 조치 관련 규정	72
<표 4> 제21대 국회에서 발의된 허위조작정보 관련 법안	117
<표 5> 허위조작정보 포함 콘텐츠 지칭 용어	124
<표 6> 허위조작정보 대처와 관련한 각 국의 특징	124
<표 7> 2019년·2020년 인터넷 악성댓글 및 여론몰이 발생 건수	149
<표 8> 제21대 국회에서 발의된 악성댓글 관련 법안	165
<표 9> 인터넷 자율규제 모델의 유형	184
<표 10> 미국 언론사 등의 악성댓글 관리방법	197

< 그림목차 >

[그림 1] 허위조작정보 개념에 대한 분류	11
[그림 2] 가짜뉴스를 접한 경험이 있는가에 대한 답변	17
[그림 3] 허위조작정보를 규제할 수 있는 현행 법률	110
[그림 4] 인터넷상 위법·유해한 정보에 대한 대응 개요	153
[그림 5] 인터넷 상의 악성댓글에의 대응에 관한 정책 패키지	155
[그림 6] 포털 ‘다음’ 뉴스서비스 개편일지	167

I. 문제 제기

우리 사회의 정보통신기술의 비약적인 발전은 사회구성원이 자신의 사상과 의견을 자유롭게 표현하고 교환하는 매체를 구두나 인쇄물에서 전파를 통한 라디오, TV, 더 나아가 월드와이드웹을 구현한 현대적인 인터넷으로 확대시켰다. 기술적 진보는 정보 유통의 패러다임을 변화시키며, 인류에게 지적인 풍요로움과 편리함을 선사한다.

최근에는 유튜브 등 미디어플랫폼을 통해 인터넷 사회를 참여, 공유, 개방의 공간으로 발전시킨 Web 2.0 시대가 도래하면서, 일방적으로 제공되는 정보를 수동적으로 소비하는 것에서 나아가 누구나 정보를 제공하고, 자유롭게 의견을 제시하며, 게시글에 대한 공감 또는 비공감의 표시를 통하여 공개적이고 즉각적인 의사소통과 적극적인 참여가 가능하게 되었다. 즉 미디어플랫폼은 일종의 여론형성의 장이며 전달의 매체로서 기능하고 있으며, 댓글 역시 의사표현의 장으로 활용되고 있다.

문제가 되는 것은, 특정한 의도나 목적을 가지고 허위조작정보 또는 악성댓글 등으로 특정한 방향으로 대중의 의견을 유도하는 것이다. 이러한 허위조작행위나 악성댓글은 인터넷상에서 무한히 확장되고 복제되어 대중의 자유로운 의사형성과정을 방해하고 그로 인해 여론은 왜곡된다. 더불어 피해자의 인격권 침해는 매우 심각하다.

인터넷 콘텐츠로서 유튜브 상의 허위조작정보와 댓글은 상대적으로 소수의 개인 의견이지만 이에 노출되는 사람은 다수가 될 수 있다는 측면에서 그 영향력에 주목할 필요가 있다.

또한 이러한 문제는 우리나라만의 당면한 과제가 아니므로, 해외 각국에서의 허위조작정보 및 악성댓글의 실태와 이에 대한 규제를 고찰하여 우리나라에 시사하는 바를 연구할 필요가 제기된다.

II. 연구목표

유튜브 등 미디어플랫폼상 인격권을 침해하는 행위에 대한 실증적 연구를 통해 언론 중재위원회 및 포털·언론사 등 관계기관의 역할 및 인터넷 상의 건전한 문화 개선 방안을 종합적으로 모색한다.

따라서 유럽, 프랑스, 독일, 일본, 미국 등 주요 선진국에서의 유튜브 등 미디어플랫폼에 있어서의 허위조작정보 및 댓글에 대한 법규와 판례를 살펴봄으로써 현행 법제 내에서의 규제 구조와 실태를 고찰하여, 우리 현행법 및 제도·정책적 개선방안을 도출하고자 한다.

상기의 국가들을 선택하여 고찰한 까닭은 유럽과 미국으로 대별되는 표현의 자유와 인격권 보호의 방식을 기초로 삼아, 유럽 가운데에서도 최근 허위조작정보를 규제하기 위해 새로운 입법을 한 독일과 프랑스를 좀 더 면밀히 검토하기 위함이다. 나아가 독일 법을 계수하고 있는 일본의 법제는 오늘날에는 많은 변화가 있지만 그 동안 우리나라에 많은 영향을 끼쳐왔음을 무시할 수 없으며, 해외법제를 어떻게 수용하였는지 검토할 가치가 충분하다고 생각하기 때문이다.

III. 연구의 내용 및 범위

연구 내용과 범위는 다음과 같다.

첫째, 미디어플랫폼에서의 허위조작정보 및 악성댓글의 개념 정의를 시도한다.

2016년 영국의 브렉시트(Brexit) 투표 및 미국 대통령 선거, 이듬해 프랑스 대통령 선거 과정에서 발생한 사회현상에 대한 위협성과 심각성에 대한 인식으로 대두된 허위조작정보, 일명 ‘가짜뉴스’에 대한 규제의 필요성에도 불구하고, 각 국가별로 허위조작정보에 대한 이해에 있어 차이를 보인다. 따라서, 허위조작정보의 제작의도(속이려는 의도, 목적), 내용(허위의 사실), 형식(언론보도 형식)이라고 하는 개념징표의 측면에서 허위조작정보를 정의하고자 한다.

둘째, 허위조작정보 및 악성댓글 실태와 이에 대한 사용자 인식, 그리고 허위조작정보 및 악성댓글의 영향력을 살펴본다.

일상생활 속에서 나타나는 허위조작정보 및 악성댓글의 실태를 살펴보고, 그와 관련한 사용자의 인식조사, 예를 들면 댓글이 미치는 영향력 또는 댓글에 대한 태도, 악성댓글에 대한 심각성 인식정도 및 이에 대한 대응방식에 대한 인식조사 및 허위조작정보 및 악성댓글의 영향력을 통해 허위조작정보 및 악성댓글을 규제해야 할 당위성을 모색한다.

셋째, 각국의 허위조작정보 및 악성댓글 관련 규제현황 및 관련 판례를 분석한다.

유럽, 프랑스, 독일, 일본, 미국 그리고 우리나라에서의 허위조작정보 및 악성댓글 관련한 규제현황을 살펴보고 최근 판례를 분석하여 이와 관련한 시사점을 모색한다.

- 1) 유럽연합 집행위원회는 온라인 허위조작정보에 대처하기 위한 유럽연합 차원에서 해결방법을 찾고자 고위급 전문가 그룹을 구성했으며, 이 그룹은 논의와 토론 끝에 허위조작 정보에 대처하기 위한 유럽식의 해결방법에 관한 최종보고서를 공개하였고, 이에 따라 허위조작정보에 대한 유럽실행규칙(Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation)을 제정하였다.
- 2) 프랑스는 대통령 선거, 하원의원 선거, 지방의원 선거 및 유럽의회 선거 등이 실시되면서 동시에 허위조작정보 대응에 관한 논의도 치열하게 전개되었는데, 「정보조작에 대처에 관한 2018년 12월 22일 제2018-1202호 법률(LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information), 정보조작대처법」을 제정하였다.
- 3) 독일은 시리아 등으로부터 대거 유입된 난민과 관련하여 정부의 난민정책에 대한 허위조작정보가 생겨나게 되고, 이로 인해 난민에 대한 독일 국민의 혐오여론을 부추기게 되자, 「소셜 네트워크 법집행법」(Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken, NetzDG)을 제정하였다.
- 4) 미국은 허위조작정보가 명예훼손, 고의에 의한 정신적 고통(intentional infliction of emotional distress, IIED), 프라이버시(privacy) 침해, 사기(fraud), 불법적 간섭(tortious interference), 불공정·기만적인 거래 관행 등을 일으킨 경우에 있어서 명예훼손 등을 소인(訴因)으로 하여 허위조작정보를 작성한 자에게

민·형사적 책임을 물을 수 있다. 그러나 ‘허위조작정보’를 작성한 자를 일반적으로 규제하는 법률이 없으며 오히려 「통신망위법」을 통해 일정한 조치를 한 플랫폼 사업자의 민사 책임을 면제시킴으로써 규제하는 방향과는 반대로 표현의 자유를 중시하는 태도를 취하고 있다.

- 5) 일본은 허위조작정보 규제와 관련한 별도 법률을 두고 있지 않으며, 형사상 명예훼손의 범리로 처리하고 있다. 나아가 인터넷상에서의 권리침해 정보의 유통 및 확산방지와 관련하여, 2001년에 제정된 「특정 전기통신 역무제공자의 손해배상책임의 제한 및 발신자 정보의 개시에 관한 법률(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律, 이하, ‘프로바이더 책임제한법’이라 함)」을 기본으로 한 대응이 실무상 정착하여 효과를 발휘하고 있다.

넷째, 각국의 자율규제 현황과 시사점을 분석한다.

1996년 대표적인 인터넷 자율규제기구인 영국의 IWF(Internet Watch Foundation, 인터넷감시재단, 이하 IWF)와 1997년 독일의 자율규제 업계단체인 FSM(Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter, 이하 FSM)이 등장한 이후 각국에서 인터넷 자율규제기구가 속속 설립되었고, 자율규제는 인터넷 규제의 새로운 패러다임으로 주목받아왔다. 이에 인터넷 자율규제의 역사와 자율규제의 대표국가인 미국과 유럽의 상황을 통해 우리나라의 시사점을 고찰하고자 한다.

I. 서론

디지털 미디어 기술의 급속한 발달로 정보 이용의 중심축이 전통적 대중매체(신문, 서적, 방송 등)에서 인터넷매체 영역으로 이동하고 있다. 따라서 이러한 미디어플랫폼에서의 인격권 침해와 영향력에 대한 보다 구체적인 연구가 필요한 시점이다. 즉, 변화무쌍하고 복잡다단한 미디어플랫폼에서의 정보이용과 관련하여 발생하는 인격권 피해와 그로 인한 영향을 적극적으로 고려해야 할 상황이 도래한 것이다.

이하에서는 특히, 허위조작정보 및 악성댓글의 개념에 대한 정리와 그로 인한 침해실태 및 영향력에 대해 살펴보고자 한다.

II. 허위조작정보 및 악성댓글

1. 허위조작정보

1) 허위조작정보의 개념

허위조작정보, 일명 ‘가짜뉴스’에 대한 규제의 필요성이 대두된 원인은 2016년 영국의 브렉시트(Brexit) 투표 및 미국 대통령 선거, 이듬해 프랑스 대통령 선거 과정에서 발생한 사회현상에 대한 위험성과 심각성에 대한 인식이었다.

각 국가별로 허위조작정보에 대한 영어 단어에는 큰 차이를 발견할 수 없지만, 자국의 언어로 번역하거나 이에 대한 개념을 이해함에는 조금씩 차이가 발생한다.¹⁾

1) 대부분의 국가에서는 ‘가짜뉴스(fake news)’라는 영어단어를 사용하며, 해당 용어는 허위조작정보(false information)의 한 유형으로 분류되지만, 뉴스라는 방식으로 유통되기 때문에 통상 ‘가짜뉴스’로 사용하고 있다.

(1) 우리나라에서의 ‘허위조작정보’

우리나라에서의 허위조작정보에 대하여 여러 분야에서 다양한 연구 자료가 출판되고 있지만, 정작 그 개념에 대해서는 통일된 견해를 찾기 어렵고 해외 자료를 소개하거나 나열하는데 지나지 않는 것으로 보인다.²⁾ 대부분은 허위조작정보에 기초한 거짓뉴스를 가짜뉴스라 개념정의하고 있는 듯하다. 그러나 허위조작정보와 가짜뉴스에 대한 각각의 개념 분석을 찾아보기는 어렵다. 즉 특별한 분석은 실시하지 않은 채, 대체로 허위조작정보를 상위 개념으로 이해하고 있다. 이것은 ‘정보’와 ‘뉴스’라는 단어가 함축하는 카테고리에서 연유한 것이라 파악된다.³⁾

우리나라와 유사하게 프랑스에서도 가짜뉴스(fake news)라는 영어단어를 일상적으로 사용하고 있다. 그러나 프랑스 정부에서는 프랑스어로 순화된 ‘les infox’라는 단어를 권고하고 있다.⁴⁾

(2) 학계의 논의

허위조작정보의 개념을 행위의 의도성에 주목하여, “해당 정보가 허위임을 알면서 의도적으로 유포하기 위한 목적으로 (기사형식을 차용하여) 작성된 것”⁵⁾, “인터넷에서 특정한 목적을 가지고 생산 및 유통되는 허위의 정보”⁶⁾라고 정의하는 견해가 있다.⁷⁾ 또한

2) 박아란, 가짜뉴스에 대한 법률적 쟁점과 대책, 가짜뉴스 개념과 대응방안 세미나 자료집, 한국언론학회·한국언론진흥재단, 2017; 배영, 페이크 뉴스에 대한 이용자 인식조사, 페이크 뉴스와 인터넷 세미나 자료집, KISO, 2017; 황용석, 페이크 뉴스 현상과 인터넷서비스사업자 자율규제 현안. 제1회 KISO 포럼: 페이크 뉴스와 인터넷 토론회 자료집, 2017; 황용석·권오성, 가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구; 인터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로. 언론과 법 제16권 제1호, 2017; 임종섭, 언론의 위기와 가짜뉴스 파동-뉴스에 가짜는 없다. 관훈저널 봄호, 2017; 한갑운·윤종민, 가짜뉴스의 규율방법에 대한 법적 고찰, 과학기술과 법, 제8권 제1호, 2017; 윤성욱, 가짜뉴스의 개념과 범위에 관한 논의, 언론과 법, 제17권 1호, 2018; 전훈·최우정·김재선, 허위정보 유통과 민주주의, 법제연구원, 2019 등 참조.

3) 황용석·권오성, 가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구; 인터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로. 언론과 법 제16권 제1호, 2017, 58쪽.

4) 우리나라에서도 초기에는 ‘가짜뉴스’라는 표현이 많이 사용되었으나, 2018년 10월 정부가 ‘허위조작정보’로 단어를 통일하여 사용하고 있다.

5) 박아란, 가짜뉴스에 대한 법률적 쟁점과 대책, 가짜뉴스 개념과 대응방안 세미나 자료집, 한국언론학회·한국언론진흥재단, 2017, 14쪽 재인용.

6) 배영, 페이크 뉴스에 대한 이용자 인식조사, 페이크 뉴스와 인터넷 세미나 자료집, KISO, 2017, 5쪽 재인용.

7) 그리고 허위조작정보를 ① 협의의 허위조작정보, ② 의도된 허위조작정보, ③ 잘못된 정보, ④ 풍자적 허위조작정보 등으로 분류하기도 한다(황용석·권오성, 가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구; 인

허위조작정보의 내용과 형식에 초점을 맞추어 “(기사형식으로 전달되는) 조작된 허위 또는 기만적 정보”⁸⁾라는 견해도 있다. 물론, 뉴스라고 하는 단어가 의미하는 진실성, 사실성, 정확성, 공정성, 균형성, 객관성 등의 측면을 고려하면 뉴스와 가짜는 함께할 수 없기 때문에 가짜뉴스 개념 자체를 부정하는 견해도 있다.⁹⁾

그런데 기술의 발달로 대중매체와 개인매체가 융합된 변화된 현재의 미디어 환경을 고려하면, 허위조작정보의 개념을 정의하는 것은 어쩌면 불가능한 작업일 수도 있다.¹⁰⁾ 그러므로 허위조작정보에 대한 개념은 적극적 개념정의를 취하기보다는 해당 개념의 징표를 통하여 접근하는 것이 바람직하다. 즉 허위조작정보의 제작의도(속이려는 의도, 목적), 내용(허위의 사실), 형식(언론보도 형식)이라는 측면에서 정의되어야 할 것이다.¹¹⁾

첫째, 허위조작정보의 제작의도

허위조작정보라 분류하기 위해서는 해당 정보를 작성하고 유포함에 있어 ‘일정한 의도’가 있어야 할 것이다. 허위조작정보는 해당 정보로 인하여 특정한 또는 특정기업(단체) 등에 일정한 영향을 미치고자 작성·유포하는 것이기 때문이다. 다시 말해, 작성자에게 타인의 명예를 훼손시킬 목적이나 경제적 이익을 얻을 목적, 정치적 의사결정을 왜곡시킬 목적 등의 의도가 있어야 한다. 물론 해당 정보의 내용은 ‘허위적’, ‘허위사실’¹²⁾이어야 한다. 만약 타인의 명예를 훼손시킬 목적이나 경제적 이익을 얻을 목적이 있었다라도 진실한 내용은 허위조작정보라 할 수 없기 때문이다. 물론 사실과 의견의 구분이 어렵기 때문에 허위사실의 판단이 언제나 명백한 것은 아니다.¹³⁾

터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로. 언론과 법 제16권 제1호, 2017, 57쪽. 참조).

- 8) 이재진, 포스트 트루스(Post-Truth) 시대의 페이크 뉴스와 저널리즘, 가짜뉴스 문제점과 대응방안 세미나 자료집, 한국기자협회, 7쪽 재인용.
- 9) 임종섭, 언론의 위기와 가짜뉴스 파동-뉴스에 가짜는 없다. 관훈저널 봄호, 2017, 87~93쪽.
- 10) 전훈·최우정·김재선, 허위정보 유통과 민주주의, 법제연구원, 2019, 35쪽.
- 11) 2017년 2월에 열렸던 한국언론학회-한국언론진흥재단 공동 주최 〈Fake News(가짜뉴스) 개념과 대응 방안〉 세미나에서 황용석은 ‘페이크뉴스’라는 용어를 사용하면서 페이크뉴스는 한 용어 안에 다양한 의미가 혼재되어 있는 우산(umbrella) 용어로 허위조작정보, 오정보(misinformation) 등이 병존하고 있다고 지적하고, 페이크뉴스와 유사하지만 구분되어야 할 용어 및 개념으로 오보(false report, incorrect report, fraud report), 패러디(parody), 루머(rumor)/유언비어, 풍자적 페이크뉴스(satirical fake news), 페이크뉴스사이트(fake news site)를 소개했다.
- 12) 꾸며낸 이야기 또는 객관적인 사실의 일부 혹은 전부를 날조한 이야기 등을 말한다.
- 13) 현재 2009.5.28. 선고 2006헌바09, 판례집 21-1 하 545, 559-560면 참조.

다만, 최근에는 고의나 적극적 의도 없이(과실) 소셜 미디어를 통해 유통되는 확인되지 않은 불확실한 정보 역시 허위조작정보에 포함시켜야 한다는 주장이 강하게 제기되고 있다.¹⁴⁾

둘째, 허위조작정보의 내용

만약 정보의 내용의 핵심적 부분은 진실이지만, 사소한 부분에 허위의 내용이 포함된 경우(사소한 오보), 이것을 허위조작정보라 할 수 있는지 문제가 된다. 실제 우리 대법원에서는 보도와 관련하여 “보도 내용 전체의 취지를 살펴볼 때 중요한 부분이 객관적 사실과 합치된다는 의미이며 세부에 있어서 진실과 약간 차이가 나거나 다수 과장된 표현이 있어도 무방하다”고 판시하면서, “자유로운 견해의 표명과 공개된 토론에서 다수 잘못되거나 과장된 표현은 피할 수 없는 것이며, 표현의 자유를 위해서는 ‘숨 쉴 공간’이 있어야 한다”면서, “진실 부합 여부는 표현의 전체적인 취지가 중시되어야 하는 것이고 세부적인 부분까지 완전히 객관적 진실과 일치할 필요는 없다”고 하였다.¹⁵⁾

셋째, 허위조작정보의 형식

허위조작정보가 일명 ‘가짜뉴스’라고 일컬어지는 이유가 바로 ‘기사형식’으로 유포되기 때문이다. 이들은 기자 이름이 누락되거나 발행일자가 누락되는 경우가 발생하더라도 일반 독자는 뉴스기사로 오인하기 쉽다. 즉, 허위조작정보가 인터넷 신문 등의 기사의 형식을 빌려 인터넷에 게재되면, 이를 접하는 일반 독자의 입장에서는 뉴스가 가지는 진실성, 사실성, 정확성, 공정성, 균형성, 객관성을 바탕으로 해당 정보를 의심 없이 수용하게 된다. 따라서 페이스북, 트위터 등에 게시된 일반인의 게시글 등은 허위조작정보(가짜뉴스)에 포함시킬 필요가 없다는 주장이 제기되기도 한다.¹⁶⁾

그런데, 최근 페이스북, 유튜브 등의 미디어플랫폼에서는 알고리즘에 의한 정보제공이 이루어지고 있는 상황 아래 소셜미디어에 게시된 ‘특정한 목적을 가지고 생산 및 유통된 허위정보’를 배제하는 것이 타당한가에 대해서는 의문이 든다.

14) 전훈·최우정·김재선, 허위정보 유통과 민주주의, 법제연구원, 2019, 36-37쪽 참조.

15) 대법원 2002. 1. 22. 선고 2000다37524 판결. 자세한 내용은 박용숙, 공인의 명예보호와 표현의 자유, 강원대학교 박사학위논문, 2014, 95쪽 이하 참조.

16) 한갑운·윤종민, 가짜뉴스의 규율방법에 대한 법적 고찰, 과학기술과 법, 제8권 제1호, 2017, 61쪽 이하.

나아가 유명 유튜버, 파워 블로거 등의 파급력을 고려하면, 특정한 목적을 가지고 생산 및 유통된 허위정보의 형식이 반드시 ‘기사형식’이 아니더라도 ‘허위조작정보’의 개념에 포섭될 수 있다고 생각된다.

(3) 법률안

2016년 이후 우리 국회에서 논의된 허위조작정보 관련 법률안은 40여 건이 넘으며, 신문·방송·인터넷 등 미디어, 선거, 성폭력 범죄, 국가정보화, 교육 등과 관련된 것이다.

제20대 및 제21대 국회에서 발의되었던 법률안 가운데 국회의안정보시스템¹⁷⁾을 통해 ‘가짜뉴스’, ‘허위조작정보’, ‘허위사실’, ‘허위정보’ 등으로 검색한 결과 허위조작정보와 관련된 법률안은 44건이었다.

이 중 법률 제정안은 3건이고, 철회 1건, 「성폭력 범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 1건과 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 1건이 의결되었다. 이 가운데 가짜뉴스 또는 허위조작정보에 대한 정의개념을 담고 있는 법률안은 5건으로 다음과 같다.

① 가짜뉴스 유통 방지에 관한 법률안(박광온 의원 발의)¹⁸⁾

해당 법률안에서는 가짜뉴스를 “언론사가 유통한 정보 중 언론사가 정정보도 등을 통하여 그 내용이 사실이 아니라고 인정한 정보, 언론중재위원회에서 그 내용이 사실이 아니라고 결정한 정보, 법원의 판결 등에 의하여 그 내용이 사실이 아니라고 판단된 정보, 중앙선거관리위원회가 허위사실 공표, 지역·성별 비하 및 모욕으로 삭제 요청한 정보”로 정의하고 있다.

② 가짜뉴스대책위원회의 구성 및 운영에 관한 법률안(강효상 의원 발의)¹⁹⁾

해당 법률안에서는 제2조 제1호에서 가짜뉴스를 “정치적 또는 경제적 이익을 위하여 신문·인터넷신문·방송 또는 정보통신망에서 생산된 거짓이나 왜곡된 내용의 정보로서

17) <http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

18) 의안번호 2012927, 제안일자 2018.4.5., 임기만료폐기 (소관위원회 : 과학기술정보방송통신위원회)

19) 의안번호 2013495, 제안일자 2018.5.9., 임기만료폐기 (소관위원회 : 과학기술정보방송통신위원회)

「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 제2조제15호에 따른 언론보도 또는 언론보도로 오인하게 하는 내용의 정보를 말한다”로 정의하고 있다.

③ 언론중재 및 피해 구제 등에 관한 법률 일부개정법률안(강효상 의원 발의)²⁰⁾

해당 법률안에서는 제4조 제4항에서 “언론은 정치적 또는 경제적 이익을 위하여 고의로 거짓이나 왜곡된 사실을 언론보도로 오인하게 하는 내용의 정보(이하 ‘가짜뉴스’라 한다)의 유통 방지를 위하여 노력하여야 한다”고 규정하면서, 가짜뉴스를 정의하고 있다.

④ 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안(김성태 의원 발의)²¹⁾

해당 법률안에서는 제44조 제1항 제2호에서 “정치적 또는 경제적 이익을 위하여 고의로 거짓 또는 왜곡된 사실을 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 제2조제15호의 언론보도로 오인하게 하는 내용의 정보(이하 ‘가짜뉴스’라 한다)”를 규정하고 있다.

⑤ 허위조작정보 제재 및 반론권 강화를 위한 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 「정보통신망법」 개정안, 김종민 의원 발의)²²⁾

해당 법률안에서는 제2조 제1항 제14호에서 “‘허위조작정보’란 정치·경제적 이익 또는 음해, 혐오 조장, 헐박, 선전선동 등의 목적으로 부호·문자·음성·화상 또는 영상 등을 본질적인 내용이나 사실과 다르게 생성·변형·조합하여 사실로 오인하도록 조작한 정보로 허위사실의 입증이 가능한 정보를 말한다”고 규정하고 있다.

결국 이들 법률안은 학설과 마찬가지로 허위조작정보에 대해 내용과 형식을 중심으로 개념정의하거나 목적과 의도 및 저널리즘의 기본 기능인 사실검증 기능이 배제된 채 사실처럼 포장된 허위정보라는 입장 등 정리되지 못하고 있는 실정이다.

그런데, 허위조작정보에 대한 규제 자체는 미디어플랫폼을 비롯한 인터넷 이용자의 기본권을 제한할 가능성이 크다. 따라서 어떤 행위가 불법적인 행위인지를 사전에 충분

20) 의안번호 2013494, 제안일자 2018.5.9., 임기만료폐기 (소관위원회 : 문화체육관광위원회)

21) 의안번호 2014625, 제안일자 2018.7.30., 임기만료폐기 (소관위원회 : 과학기술정보방송통신위원회)

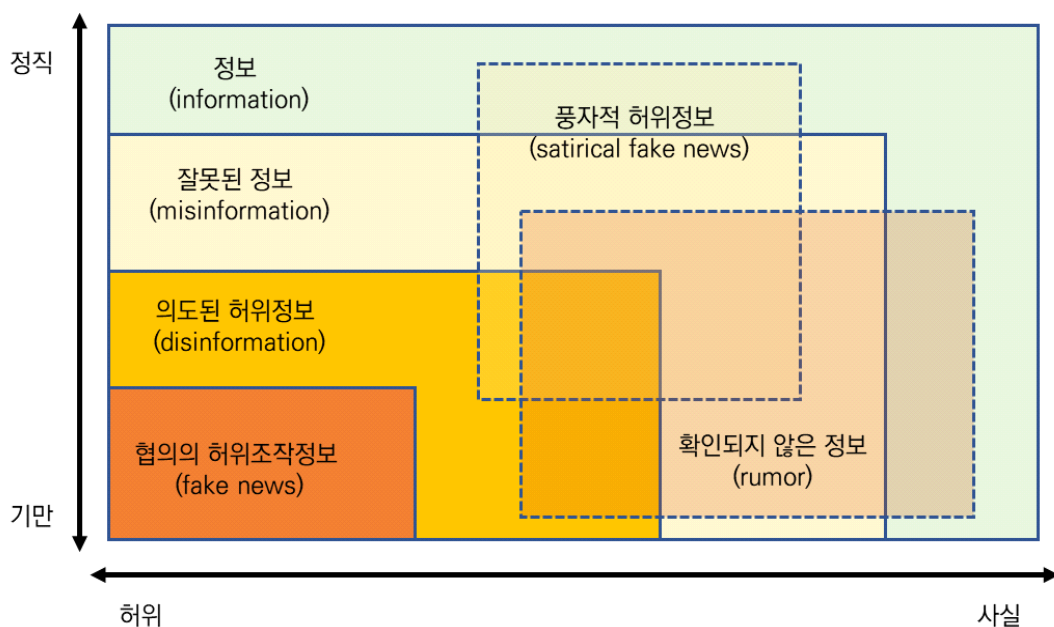
22) 의안번호 2115428, 제안일자 2022.4.27. (2022. 7. 현재 위원회 심사중)

히 예측 가능하도록 명확히 정의되어야 할 것이며, 허위조작정보의 구성 요건 등과 관련하여는 예시 또는 열거 규정을 통해 구체적으로 제시되어야 할 것이다.²³⁾

2) 정리

허위조작정보의 개념 징표로 파악되는 ‘허위조작정보의 제작의도(목적)’, ‘허위조작정보의 내용(허위성)’, ‘형식(기사형식)’이라는 측면을 기준으로 살펴본 바, 형식적 요소인 기사형식은 이미 그 의미를 상실했다고 판단된다. 그렇다면, 허위조작정보는 ‘내용(허위성)’, ‘목적(제작의도)’의 2가지 개념요소로 정리될 수 있다. 그러한 개념 징표로 정보를 분류하면 아래의 <그림 1>과 같이 나타낼 수 있다.

[그림 1] 허위조작정보 개념에 대한 분류



출처: 황용석·권오성, 가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구, 언론과법, 16(1), 58쪽.

사실에 근거한 정확한 정보(information)로 생성·유통되는 정보와 잘못된 정보로 제작되었더라도 악의적인 의도성이 없다면 잘못된 정보(misinformation, 단순오정보)로

23) 김종현, 가짜뉴스의 규제에 관한 비교법적 연구 -미국의 논의를 중심으로-, 서울대학교 法學, 2019, 71쪽.

분류될 수 있다. 그리고 정보와 (의도성 없는) 잘못된 정보는 일반적으로 뉴스로 분류된다. 그렇지만 오늘날 이슈화 되고 있는 허위조작정보는 의도된 잘못된(허위) 정보, 의도된 조작정보이고, 흔히 이들을 ‘가짜뉴스(Fake news)’라 통칭한다. 그런데 EU 집행위원회(EC)와 영국 하원은 ‘가짜뉴스(Fake news)’라는 용어사용의 문제점을 지적함과 더불어 ‘가짜뉴스(Fake news)’를 대신하여 ‘허위조작정보(Disinformation)’라는 용어사용을 권고²⁴⁾하였다.

그렇다면, 결론적으로 허위조작정보는 ‘협의의 허위조작정보(Fake news)’와 ‘의도된 허위정보’를 포함하는 개념으로 이해하는 것이 타당하다.

2. 인터넷 댓글

1) 댓글의 개념

댓글이란, ‘대답하다, 응수하다’를 뜻하는 영어 단어 ‘리플라이(reply)’를 옮긴 것이다. 댓글의 시초는 벽서(괘서)²⁵⁾ 또는 대자보가 아닐까 한다. 자신의 견해를 알리기 위해 붙이는 대형의 게시문을 댓글의 시초로 봐도 무방할 것 같다.

좀 더 형식적인 우리나라 최초의 댓글은 근대 신문인 ‘독립신문’에서 찾아볼 수 있다. 이후 동아일보에서 1920년 4월 8일에 ‘독자의 성(聲)’이란 게시판을 마련했고, 조선일보에서도 1924년 11월 24일 조간 1면에 ‘독자기자체’라는 란을 마련하여 독자들이 제작에 참여할 수 있게 하였다. 이 밖에도 한국일보, 중앙일보, 국민일보 등 신문사 모두는 독자란을 구성하여 운영해 왔다. 이와 같은 독자 스스로가 신문에 대한 피드백의 일종으로 자신의 의견을 게재하는 것도 일종의 댓글이라고 할 수 있다.²⁶⁾

인터넷 댓글의 정의를 내리자면, 댓글은 인터넷 공간에서 게시물에 대한 수용자(독자)의 응답행동의 결과물이자 메시지 형태로 나타내는 글이다. 반면 악성댓글(악플-악성 리플)은 내용과 상관없이 게시자 또는 특정인을 비난하거나 조롱하는 내용을 의도적으로 게시하는 답글이다. 그러므로 악성댓글은 타인(기업 포함)에 대한 욕설이나 비방,

24) <https://www.hankyung.com/international/article/201908270636i> (2022. 10. 20. 최종 접속).

25) 벽에 써 붙인 글로서 주로 누구를 비방하거나 드러내 놓고 할 수 없는 말 등을 익명(匿名)으로 나타낸다.

26) 노은정, 인터넷 댓글에 관한 헌법적 연구, 성균관대학교 석사학위논문, 2014, 6쪽.

사생활 침해, 폭력 또는 사형성 조장, 음담패설, 도배글 등을 포함하게 된다.²⁷⁾ 악성댓글은 인터넷상에서 이뤄지는 폭력행위의 일종이라 할 수 있다.

2) 댓글의 특징

댓글은 다음과 같은 특징을 지닌다. 첫째, 댓글은 원 게시글 하단에 덧붙여 쓰여진 것으로 일반 게시글과의 공간성에서 차이를 지닌다. 둘째, 댓글은 원 게시물에 대한 또는 원 게시물과 관련된 의견을 주 내용으로 하는 쌍방성의 특성을 지닌다. 셋째, 댓글은 일반적으로 한 단어에서 몇 문장 정도로 그 길이가 짧다는 특성을 지닌다. 넷째, 댓글은 누구든지 제한 없이 읽고 쓸 수 있는 공개된 게시물에서 이뤄진다. 따라서 댓글로 인한 파급력은 상당할 수밖에 없다.

3) 댓글의 기능

(1) 사회 참여적 기능

쌍방성의 특성을 가지는 댓글은 사회적 공론장으로 정보의 교환 및 토론을 활성화시키는 기능을 하게 된다. 이로써 모든 사람의 사회참여가 가능하게 된다. 비록 특정 해당 주제에 관한 심도 있는 토론이 이뤄지는 형태는 아니지만, 공동체의 이슈에 대해 가볍게 또는 즉각적인 구성원의 반응을 확인하는 좋은 수단으로 기능하게 된다.

(2) 정치적 기능

일반적으로 댓글은 익명으로 이뤄지게 된다. 따라서 기존의 권력에 대항하는 의견을 자유롭게 표출할 수 있는 대안으로 자리잡고 있다. 즉, 댓글은 익명 표현의 자유를 보장하고 있는 것이다. 일반적으로 뉴스를 소비하는 과정에서 독자(시청자)는 댓글이라는 수단을 이용하여 참여자 간의 대등한 관계 속에서 자유로운 의사소통을 실시하고 있는 것이다.

27) 안태현, 악성 댓글의 범위와 유형, 우리말글 제43권, 2013, 112쪽.

(3) 유희적 기능

댓글은 형식이나 제약, 그리고 부담감이 일반 게시물보다 훨씬 덜하다. 그러므로 이용자들은 댓글을 하나의 놀이로 활용하는 모습도 살펴볼 수 있다. 해당 게시물에 누가 제일 먼저 댓글을 달았는지를 겨루는 ‘등수놀이’, 다른 사람이 적은 댓글의 형식이나 내용과 통일성을 맞추어 댓글을 작성하는 ‘리플놀이’ 등이 대표적이다.

4) 댓글의 분류

일반화된 댓글 분류는 현재까지 존재하지 않지만 댓글 규제를 위하여 진행된 다양한 연구에서 댓글을 분류한 사례가 있다. 우선 BEEP!에서 수집된 뉴스 댓글 데이터를 분석하여 혐오 표현 요소를 분류한 연구에 따르면 댓글을 편견, 혐오, 모욕, 무례한 언사 4가지로 분류하였다.²⁸⁾ 이는 구체적으로 다음과 같이 분석되었다. 여기서 편견(bias)은 ‘이러이러한 사람’은 ‘이러이러한 특징’을 가질 것이다 라는 것으로 단순한 판단(judgement)과 다를 수 있다. 혐오(hate)란 ‘이러이러한 특징’을 가진 집단에 대한 적대감으로서 이는 불경스러운 말(profanity terms)로도 표출될 수 있지만, 그렇다고 해서 혐오인 것은 아니다. 모욕(insult)이란 개인 및 집단의 사회적 체면을 깎을 수 있는 언사로 많은 불경스러운 말(profanity terms)이 여기에 해당한다. 무례한 언사(offensive)는 혐오나 모욕에는 미치지 못하지만, 대상이나 보는 이를 기분 나쁘게 할 수 있으며 냉소, 비꼼, 넘겨짚기, 반인륜적 표현 등이 이에 해당한다.

한편 국내 대표적인 플랫폼인 네이버에서는 뉴스, 카페, 쇼핑, SNS 등의 서비스에서 수많은 악성댓글로 인한 문제를 인식하고 이를 AI 기술을 통해 해결하고자 하였으며 네이버의 이용자 피드백 플랫폼을 통해 악성댓글에 대한 사용자 반응을 지속적으로 모니터링하고, 악성댓글과 관련된 학술 연구 자료와 방송통신심의위원회의 기준 등 여러 자료들을 검토하여 악성댓글에 대해 유형화한 바 있다. 네이버에서 참고한 학술 연구 자료 중 ‘악성댓글의 사용 실태와 개선 방안 연구’²⁹⁾에서는 악플의 유형을 욕설, 비속

28) 이 연구는 두터운 독자층과 타겟이 확실하고, 관찰되는 갈등이 특정 집단에 치우치지 않는 온라인 포털 연례 뉴스 기사를 사용하였으며 2018년도 1월부터 2020년도 2월까지의 기간으로 23,700개의 기사에서 10,403,368개의 댓글 수집하고 특정 기간의 기사에 몰리지 않도록 기사 1,580개씩 층별 표본 추출하고 상위 댓글 20개를 추출하고 전처리 과정으로 중복된 댓글이나 단일 토큰 그리고 100자 이상의 댓글은 제거한 후 최종적으로 랜덤한 10,000개의 댓글을 샘플링하여 진행되었다.

어, 유언비어, 선정적 표현, 폭력적 표현, 조롱적 표현, 차별적 표현, 총 7가지로 구분하였다. 네이버는 이러한 자료를 참고하여 댓글 실정에 맞도록 악성 댓글에 나타나는 표현을 유형화하였으며 이는 다음과 같다.³⁰⁾

- 욕설: 일반적인 욕설, 네이버 내부적으로 가지고 있는 욕설 데이터에 포함된 표현
- 저속한 표현: 타인에게 불쾌감을 주는 속되고, 격이 낮은 표현
- 선정적인 표현: 성적으로 자극적인 표현
- 폭력적인 표현: 신체적 위협에 대한 표현
- 차별적인 표현: 지역/인종/국가/종교 등에 기반한 차별 표현
- 비하적인 표현: 상대방에게 모멸감과 수치심을 주는 비하 표현

3. 허위조작정보와 악성댓글의 관계

허위조작정보와 악성댓글을 어떻게 규제해야 하는가에 대해 논쟁이 뜨겁다. 전술한 바와 같이 허위조작정보는 ‘내용(허위성)’, ‘목적(제작의도)’의 2가지 개념요소로 정리할 수 있으며, 악성댓글은 ‘욕설, 비속어, 유언비어, 선정적 표현, 폭력적 표현, 조롱적 표현, 차별적 표현’ 등으로 구분하여 왔다.

그런데 허위조작정보의 경우 상대의 인격권을 침해하려는 목적, 이로 인해 경제적 이익을 얻으려는 목적 또는 정치적 의사결정을 왜곡시키려는 목적 등으로 실시되는데, 악성댓글의 경우 과거 주된 목적은 상대의 인격권을 침해하려는 목적으로 행해졌다. 그러나 최근에는 악성댓글을 통해 정치적 의사결정을 왜곡시키려는 시도 및 경제적 이익을 얻으려는 시도도 어렵지 않게 발견할 수 있다. 이에 허위조작정보와 악성댓글의 구분이 모호해지고 있으며, 이로 인한 영향(부작용) 역시 그 차이를 구분하기 어려운 실정이다.

29) 구현정·서은아, “악성 댓글의 사용 실태와 개선 방안 연구”, 한말연구 제20권, 한말연구학회, 2012.

30) <https://d2.naver.com/helloworld/7753273> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

III. 미디어플랫폼에서의 인격권 침해실태

1. 허위조작정보 및 악성댓글의 실태

2020년 허위조작정보로 회사 명예를 훼손한 인터넷 게시자 3명을 연합뉴스가 경찰에 고소하였다. 게시자는 허위조작정보를 연합뉴스 기사인 것처럼 꾸며 인터넷 커뮤니티 ‘디시인사이드’에 ‘[일반][속보] 문 대통령, 코로나19 확진 양성’이란 제목의 허위조작정보(가짜뉴스)를 올렸다. 본문에는 “속보) 문인재 통대령, 신종 코로나 19 확진(1보)”라는 허위 사실이 담겼다.³¹⁾

이러한 허위조작정보의 유포는 유명한 관련 사건에 대한 것에 국한되지 않고 일반인에 혼란을 주는 사건도 있다. 학교 익명 커뮤니티에 코로나19와 관련하여 학교 강좌 수강생 중 자가격리자가 발생하여 비대면 수업으로 변경되었다는 게시물로 정상적인 수업에 영향을 준다는지, ‘어떤 교수가 강의 도중 부적절한 발언을 했다’는 부적절한 게시물로 특정 교수의 실명이 언급된다든지 하는 것이다.

또한 그 심각성은 공적 영역인 수사에도 영향을 주기도 한다. 일례로 2010년 2월 24일 부산의 주택가에서 13살의 한 여학생이 실종된 사건이 있었다. 동 사건에서 과학수사(CSI)팀은 빈집에서 음식을 먹은 흔적을 발견하고 지문과 디엔에이(DNA)를 확보하여 유력한 용의자 김길태가 머물렀던 흔적을 찾아내었고 아이 주검 발견 3일 후 결국 김길태는 체포되었다. 그런데 한 네티즌은 인터넷 포털사이트에 김길태의 팬카페를 개설하고 허위사실을 유포했다. 팬카페 메인 화면에 네티즌은 “사랑해요 김길태”라는 글을 올렸고, 카페 공지란에 ‘김길태의 디엔에이가 일치하지 않아 풀려났다’는 제목의 기사를 만들어놓았다. 이러한 허위사실이 인터넷에 공유되면서 담당 경찰은 가짜뉴스에 의해 그 범인을 풀어준 당사자가 되어 있었고 부산지방경찰청으로 가서 ‘피해자’ 조사를 받았다.³²⁾

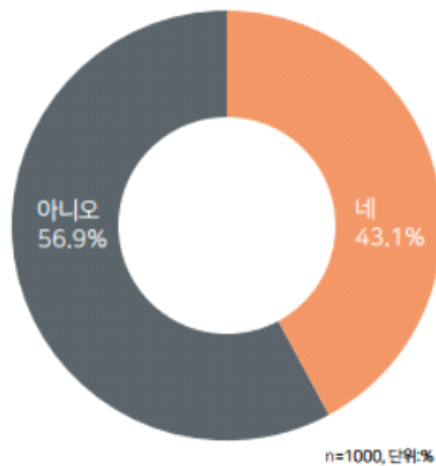
허위조작정보의 유포는 인터넷 발달로 인해 자신의 SNS 홍보, 카톡, 페이스북, 인스

31) 연합뉴스, “연합뉴스 “가짜뉴스로 회사 명예훼손” 누리꾼 고소”, 한경, 2020.03.10. (최종방문일 2022년 10월 22일).

32) 권일용, “[프로파일러 권일용] 가짜뉴스의 피해자가 되다”, 한겨레, 2021.02.18. (최종방문일 2022년 10월 22일).

타그램, 유튜브 등을 이용하여 사람들에게 쉽게 정보를 전달할 수 있다는 편리성이 있고 이를 정치적 도구로 사용하기도 좋고 혹은 자신의 존재를 드러내거나 이익을 취할 수도 있다는 점에서 다수 제작된다. 이러한 이유로 우리나라 국민의 43.1%는 허위조작 정보(가짜뉴스)를 접한 경험이 있다고 한다.³³⁾

[그림 2] 가짜뉴스를 접한 경험이 있는가에 대한 답변



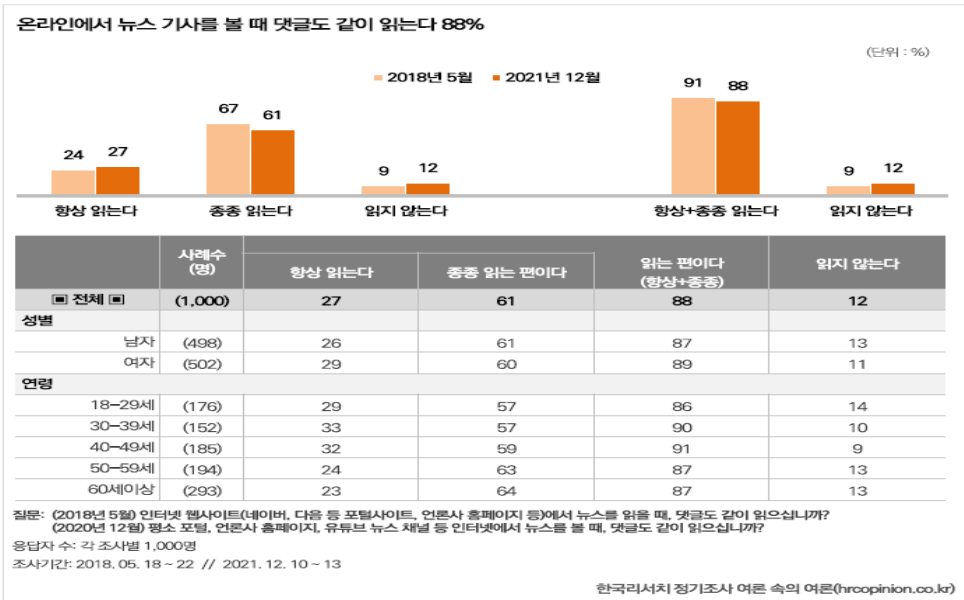
2. 온라인에서의 허위조작정보 및 악성댓글에 대한 사용자 인식

1) 허위조작정보 및 악성댓글의 영향력

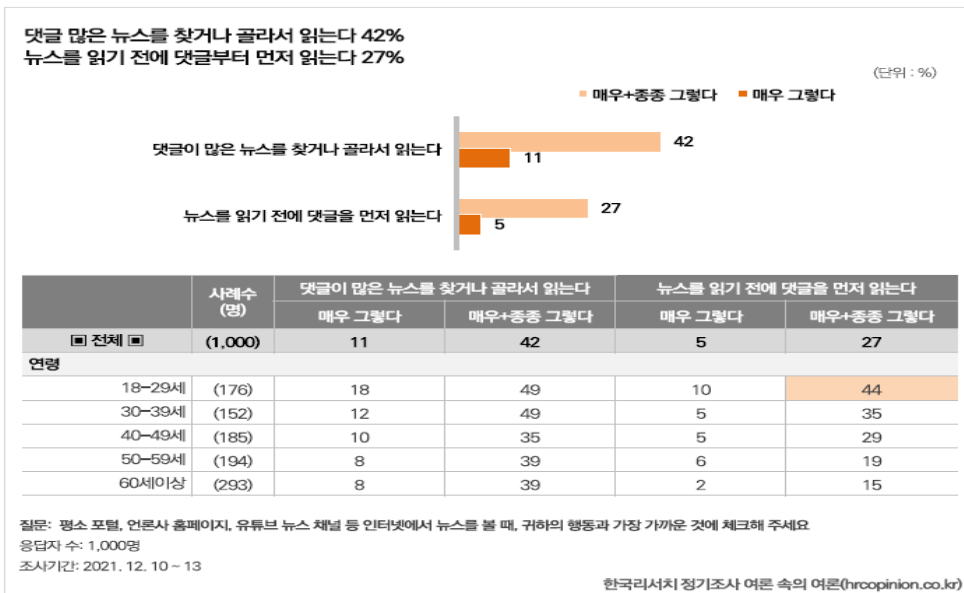
뉴스를 읽을 때 댓글이 미치는 영향력에 대하여 조사한 설문에 따르면, 10명에서 9명은 기사를 볼 때 댓글도 같이 읽으며, 10명 중 4명은 댓글이 많은 뉴스를 찾거나 골라서 읽는다. 게다가 댓글을 더 적극적으로 읽는 연령대는 10대와 20대이다.

2021년 12월 10일 ~ 13일 전국 만 18세 이상 남녀 1,000명을 대상으로 진행한 조사에서, 전체 응답자의 88%가 포털, 언론사 홈페이지, 유튜브 뉴스 채널 등 인터넷에서 뉴스를 볼 때 댓글도 같이 읽는다고 답했다(항상 읽는다 27%, 종종 읽는 편이다 61%).

33) 김민하·장채원·국한별, “가짜뉴스로 인한 피해.. 대체 언제까지...?”, 전주대신문, 2021년 4월 1일, (최종 방문일 2022년 10월 22일).



댓글 자체가 뉴스 선택의 기준이 되기도 하는데, 전체 응답자의 42%는 댓글이 많은 뉴스를 찾거나 골라서 읽는다고 답했다. 또는 뉴스 내용보다 댓글을 더 궁금해 하는 사람들도 있어서, 전체 응답자 10명 중 3명(27%)이 뉴스를 읽기 전에 댓글부터 먼저 읽는다고 답했다.



댓글을 더 적극적으로 읽는 연령대는 10대와 20대이다. 18~29세 응답자는 ‘가장 위에 보이는 주요 댓글 몇 개를 읽는다’는 진술에 51%가, ‘가장 위에 보이는 주요 댓글 외에 다른 댓글들도 같이 읽는다’는 진술에 32%가 ‘매우 그렇다’고 답했는데, 이는 다른 연령대에 비해 높은 결과이다. 또한 28%는 ‘댓글에 달린 댓글(대댓글)도 읽는다’는 진술에 ‘매우 그렇다’고 답했는데, 이 역시 다른 연령대에 비해 높은 결과이다.³⁴⁾

연령대가 낮을수록 댓글을 더 적극적으로 읽는다고 답해

(단위 : %)

	사례수 (명)	주요 댓글(가장 위에 보이는 댓글) 몇 개도 같이 읽는다		주요 댓글(가장 위에 보이는 댓글) 외에 다른 댓글들도 같이 읽는다		댓글에 달린 댓글(대댓글)도 읽는다	
		매우 그렇다	매우+중중 그렇다	매우 그렇다	매우+중중 그렇다	매우 그렇다	매우+중중 그렇다
■ 전체 ■	(1,000)	30	89	21	77	15	65
연령							
18-29세	(176)	51	93	32	86	28	80
30-39세	(152)	37	92	28	80	15	76
40-49세	(185)	32	92	19	77	13	67
50-59세	(194)	24	85	17	71	11	55
60세이상	(293)	17	85	13	75	10	56

질문: 평소 포털, 언론사 홈페이지, 유튜브 뉴스 채널 등 인터넷에서 뉴스를 볼 때, 귀하의 행동과 가장 가까운 것에 체크해 주세요
 응답자 수: 1,000명
 조사기간: 2021. 12. 10 ~ 13

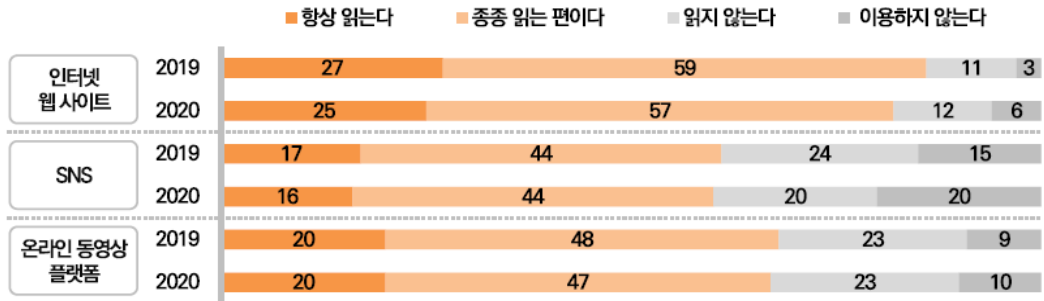
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

온라인 콘텐츠를 이용할 때에도 댓글을 읽는 응답자 수가 과반수를 넘었고 인터넷 웹사이트(82%), 온라인 동영상 플랫폼(67%), SNS(60%)의 순으로 나타났다. 댓글을 항상 읽는다는 응답은 연령별로 큰 차이를 보였다. 18~29세를 제외한 연령대에서는 인터넷 웹사이트의 댓글을 항상 읽는다는 비율이 가장 높게 나타났다.³⁵⁾

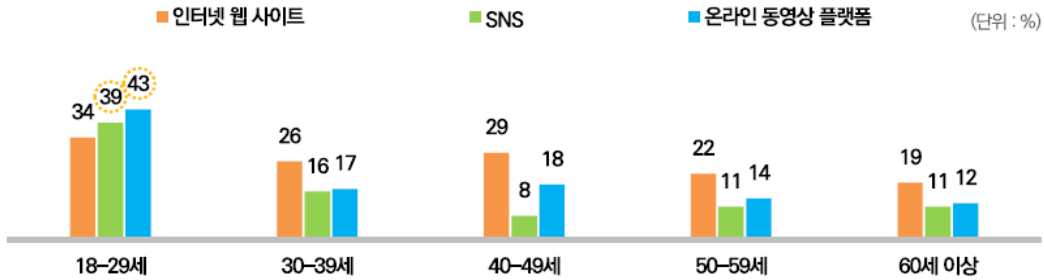
34) 이동한, “[기획] 뉴스기사 댓글에 대한 인식”, 여론속의 여론, 2022년 2월 8일, hrcopinion.co.kr (최종 방문일, 2022년 10월 21일).

35) 정관철, “[기획] 악성 댓글, 규제와 차단이 최선인가 - 댓글에 대한 인식 조사”, 여론속의 여론, 2021년 1월 20일, <https://hrcopinion.co.kr/archives/17398> (최종방문일, 2022년 10월 21일)

온라인 콘텐츠 이용 시 댓글도 함께 읽는다
인터넷 웹 사이트 82%, 온라인 동영상 플랫폼 67%, SNS 60% (단위 : %)



온라인 콘텐츠 이용 시 댓글을 항상 읽는 비율 20대 상대적으로 높아,
인터넷 웹 사이트 34%, SNS 39%, 온라인 동영상 플랫폼 43% (단위 : %)



질문 : 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털 사이트, 언론사 등 홈페이지)와 SNS(페이스북, 인스타그램, 트위터 등) 또는 온라인 동영상 플랫폼(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등)의 콘텐츠를 이용할 때 댓글도 함께 읽으십니까?

비고: 항상 읽는다 응답

조사 기간: 2019.11.15 ~ 11.18, 2020.11.27 ~ 11.30

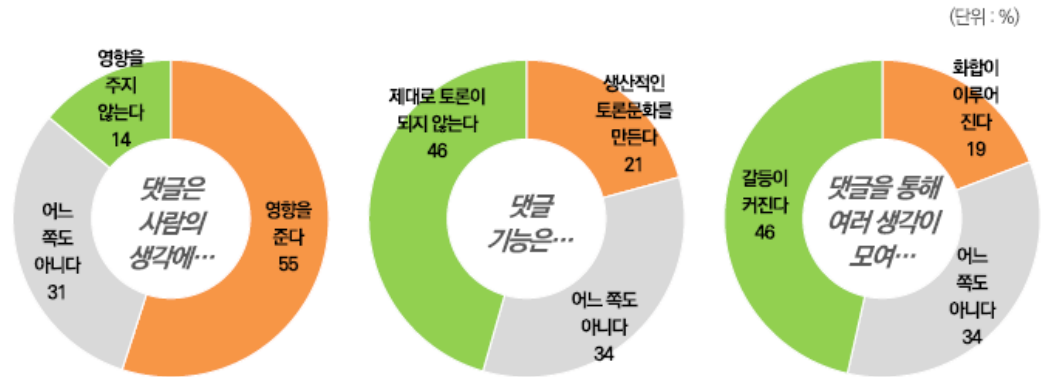
응답자 수 : 각 조사별 1,000명

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

10명 중 5명은 댓글이 뉴스를 읽는 사람의 생각에 영향을 준다고 생각했다. 댓글이 뉴스를 읽는 사람의 생각에 영향을 준다는 응답이 55%로, 영향을 주지 않는다(14%)는 응답보다 높았다. 그러나 동시에, 다양한 댓글이 생산적인 토론문화를 만든다는 응답(21%)보다는 각자 주장만을 앞세우기 때문에 제대로 토론이 되지 않는다는 응답(46%)이 우세하고, 댓글을 통해 모인 의견으로 화합(19%)을 이루기보다는, 갈등이 더 커지는 것(46%)으로 인식하고 있었다.³⁶⁾

36) 이동한, “[기획] 뉴스기사 댓글에 대한 인식”, 여론속의 여론, 2022년 2월 8일, hrcopinion.co.kr (최종 방문일, 2022년 10월 21일).

댓글이 뉴스를 읽는 사람의 생각에 영향을 준다 55%
 댓글을 통해 여러 다른 생각이 분출되어 갈등이 커진다 46%



(단위 : %)

	사례수 (명)	댓글은 사람의 생각에...			댓글 기능은...			댓글을 통해 여러 생각이 모여...		
		영향을 준다	영향을 주지 않는다	어느 쪽도 아니다	생산적인 토론문화를 만든다	제대로 토론이 되지 않는다	어느 쪽도 아니다	화합이 이루어진다	갈등이 커진다	어느 쪽도 아니다
□ 전체 □	(1,000)	55	14	31	21	46	34	19	46	34
평소 댓글 읽는 빈도										
항상 읽는다	(274)	63	13	25	32	43	25	24	47	29
종종 읽는 편이다	(606)	53	14	33	17	46	36	18	45	38
읽지 않는다	(120)	49	13	38	13	48	38	16	52	32

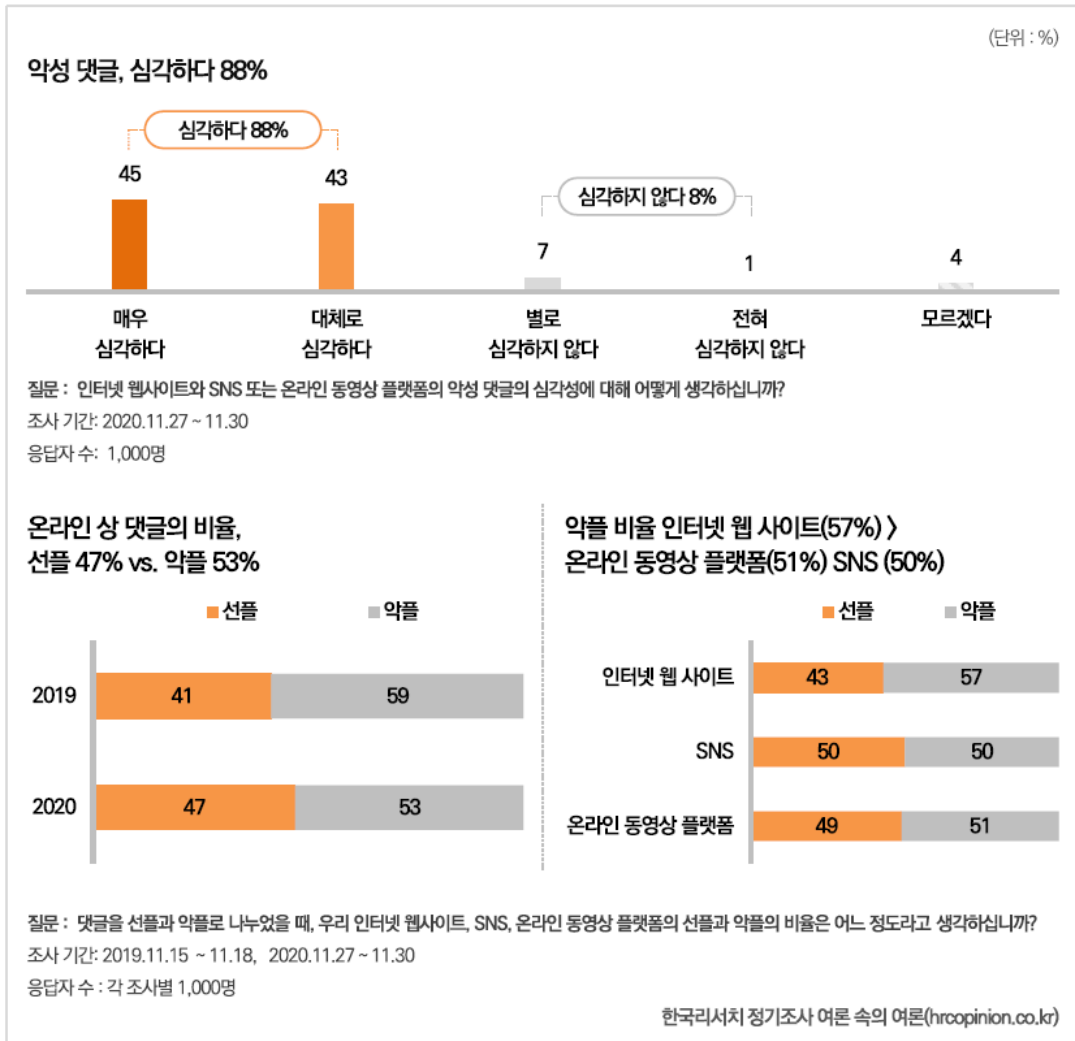
질문: 뉴스기사의 댓글에 대한 다음 의견 중, 귀하의 생각과 가까운 것에 체크해 주세요

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2021. 12. 10 ~ 13

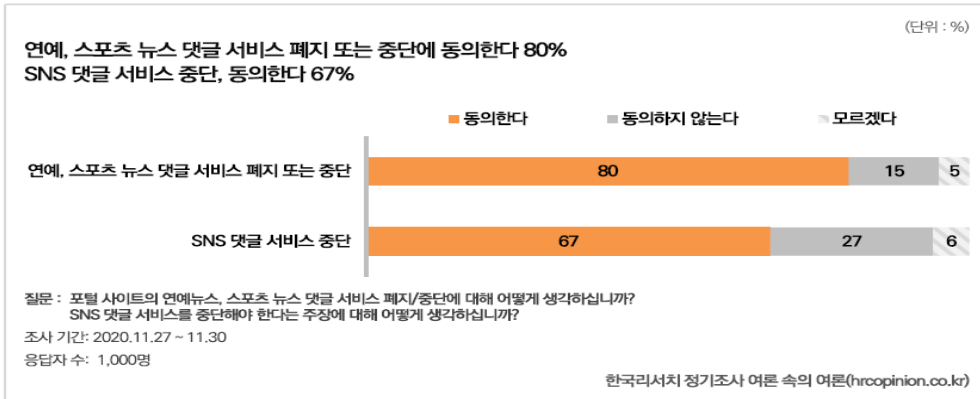
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

국민 10명 중 9명은 온라인상 악성댓글이 심각한 것으로 인식하고 있었다. 응답자가 생각하는 온라인 플랫폼별 악플 비율은 인터넷 웹 사이트(57%), 온라인 동영상 플랫폼(51%), SNS(50%) 순으로 나타났다.

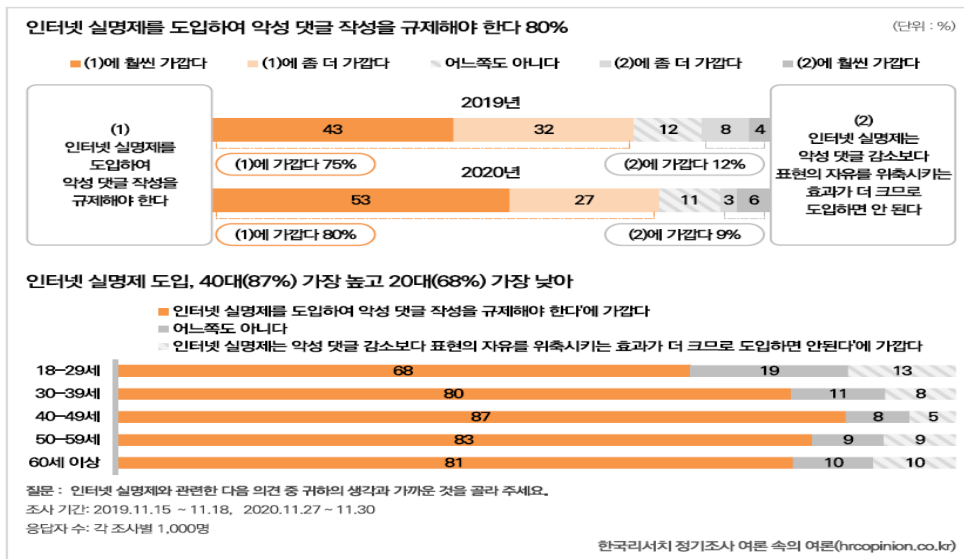


2) 대응방식에 대한 인식

10명 중 8명은 연예뉴스와 스포츠 뉴스의 댓글 폐지 및 중단에 대하여 찬성한다. 폐지 또는 중단에 동의한다는 응답은 80%, SNS 댓글 서비스 중단 동의 응답은 67%이다. 18~29세 연령대에서는 연예뉴스와 스포츠 뉴스의 댓글 서비스 폐지 또는 중단 동의율이 71%, SNS 댓글 서비스 중단 동의율이 46%로 나타나 다른 연령대 대비 동의율이 상대적으로 낮았다.

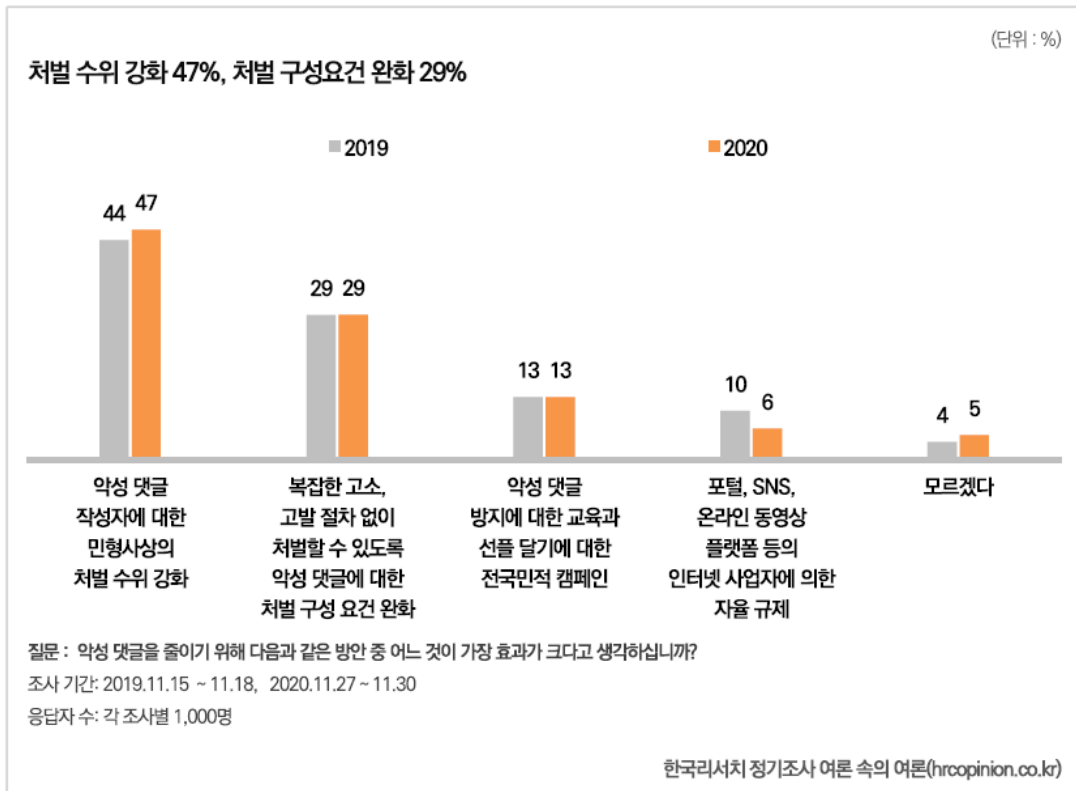


또한 10명 중 8명은 인터넷 실명제³⁷⁾를 도입하여 악성댓글을 규제해야 한다고 생각한다. 규제해야 된다는 의견은 2019년보다 2020년이 더 높은 비율을 차지했다. 연령별로는 도입에 대하여 40대가 87%로 가장 높은 동의율을 보였고 18~29세에서는 인터넷 실명제에 대한 동의율이 68%로 상대적으로 낮다.



37) 인터넷 실명제 : 실명과 주민등록번호 등을 통해 본인 확인이 되어 인터넷 게시판에 글을 올릴 수 있는 제도로, 2007년 포털 사이트 등을 중심으로 도입되었다. 그런데 인터넷 실명제가 악성 댓글 감소보다는 게시판 기능 즉 표현의 자유를 위축시키는 효과가 더 크다는 지적이 나오는 등 문제점이 노출돼, 결국 2012년 헌법 재판소는 '인터넷 실명제가 불법 정보를 줄였다는 증거를 찾을 수 없고, 표현의 자유를 위축시킨다'며 위헌 결정을 내렸다.

10명 중 7명은 악성댓글을 규제하는 방식에 있어 법적 규제가 필요하다는 인식이 컸다. 민형사상 처벌 수위를 높이자는 응답(47%)과, 처벌이 좀 더 쉽게 이루어지도록 처벌 구성요건을 완화하자는 응답(29%)이 비교적 높은 응답률을 보였고, 교육(13%), 인터넷 사업자의 자율규제(6%) 순으로 나타났다.³⁸⁾



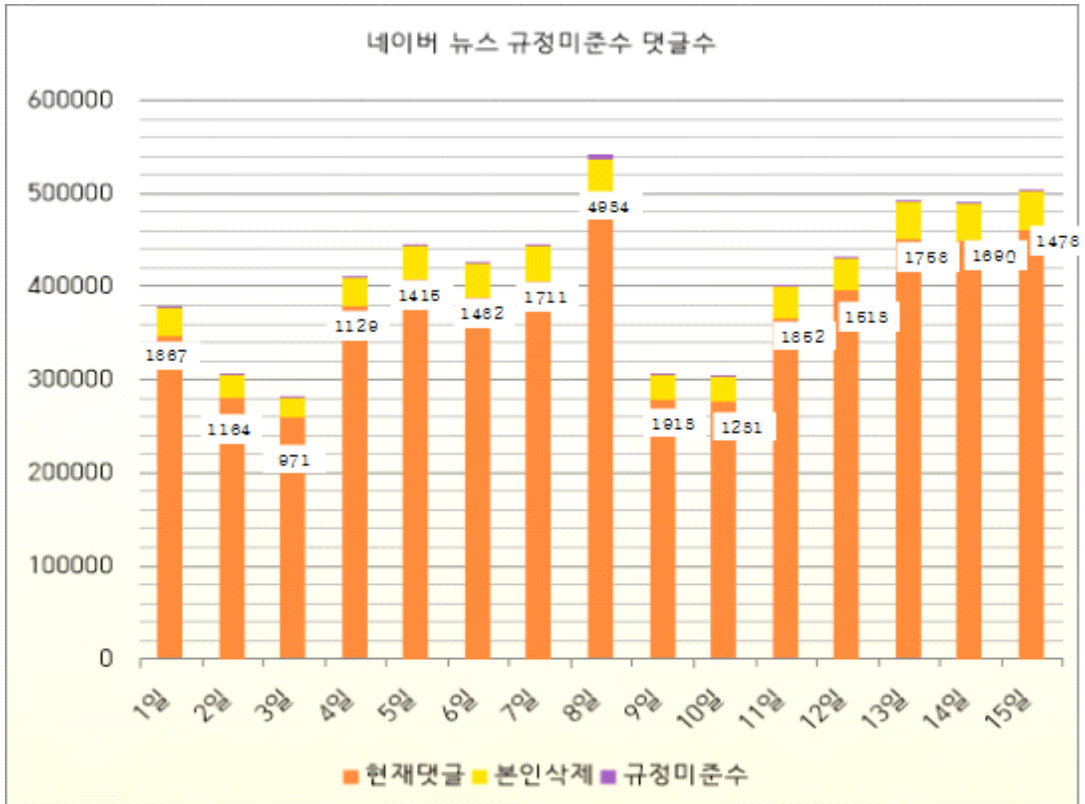
3) 적극적 대응 사례 및 결과

우리나라 네이버는 2020년 6월 18일 클린봇 2.0이라는 악플 탐지 모델을 통해 악성 댓글에 대처하고 있다.³⁹⁾ 또한 뉴스댓글통계를 제공하고 있으며 2022년 7월 1일부터 15일까지 2주간 댓글통계에 따르면 규정 미준수 댓글 수는 최소 971개에서 최대 4,984개에 이르렀다.⁴⁰⁾

38) [기획] 악성 댓글, 규제와 차단이 최선인가 - 댓글에 대한 인식 조사 (hrcopinion.co.kr)

39) <https://d2.naver.com/helloworld/7753273> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

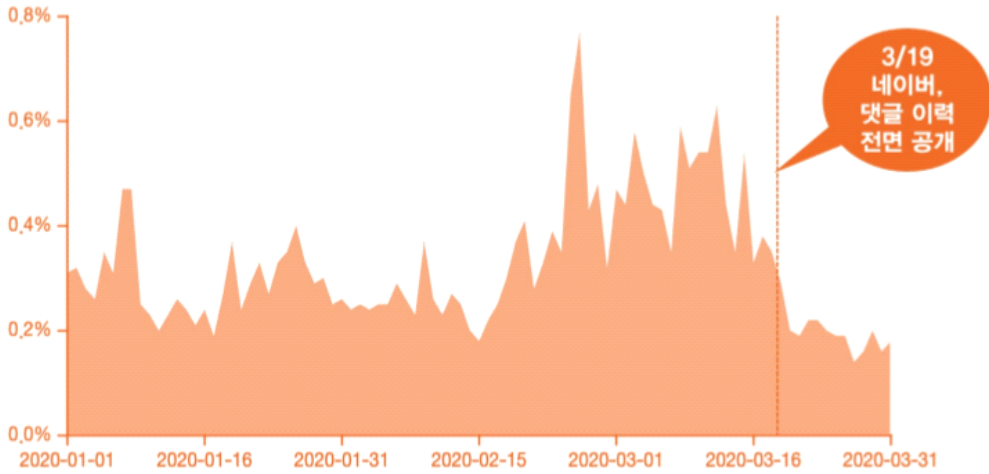
40) 뉴스댓글통계 : 네이버 데이터랩 (naver.com)



우리나라 네이버는 2020년 3월에 연예 뉴스 댓글을 폐지한 바 있으며, 2020년 3월 19일에는 네이버가 댓글 이력을 전면 공개하는 제도적 조치를 단행했다. 시행 기간이 짧아 속단할 수 없으나 효과가 있는 것으로 분석되는데, 날짜에 따라 편차가 있지만 한 때 0.77%까지 증가했던 규정 미준수 댓글 비중은 3월 27일에는 2020년 들어 최저치까지 감소했다.⁴¹⁾

41) [S&T GPS][이슈분석 137호] AI를 활용한 악성댓글 차단 동향과 시사점 (k2base.re.kr)

〈네이버의 전체 뉴스 댓글 중 규정미준수 댓글 비중 추이〉



※ 자료: 네이버 데이터랩

3. 소결

허위조작정보로 인한 피해는 유명인의 명예를 훼손하는 사건에서 더 나아가 일반 개인의 삶에 부정적 영향을 주고 있다. 또한 공적인 영역에도 악영향을 미치고 있는 상황이다. 특히 가짜뉴스는 국민 43.1%가 경험할 만큼 심각한 수준이다. 가짜뉴스보다 더욱 허위조작정보가 쉽게 작성될 수 있는 댓글 또한 심각하다. 네티즌은 뉴스를 읽을 때 10명 중 9명은 댓글을 같이 읽고 있으며 4명은 댓글이 많은 뉴스를 골라 읽고 3명은 댓글부터 읽는다고 응답했고 댓글은 10대와 20대에서 더욱 적극적으로 읽는 상황이며 10명 중 5명은 댓글이 뉴스를 읽는 사람의 생각에 영향을 준다고 생각한다. 악성댓글에 대하여 10명 중 9명은 심각하게 인식하고 있으며 연예뉴스와 스포츠 뉴스의 댓글을 폐지한 다거나 인터넷 실명제 도입, 법적 규제 도입 등 규제가 필요하다는 인식이 높다. 우리나라 네이버는 2020년 3월에 연예 뉴스 댓글을 폐지한 바 있는데 규정 미준수 댓글 비중이 최저치까지 감소함으로써 시행 기간이 짧아 속단할 수 없으나 효과가 있는 것으로 분석되었다.

IV. 허위조작정보 및 악성댓글의 영향력

앞서 허위조작정보를 ‘협의를 허위조작정보(가짜뉴스)’와 ‘의도된 허위정보’로 분류하였는데, 실제 허위조작정보는 진실과 거짓이 섞여 사실상 허위성에 대해 전문가도 구별하기 어려운 정도가 되었다. 따라서 허위조작정보를 정확한 정보인지, 잘못된 정보(단순 오정보)인지, 허위조작정보인지를 구분하는 것보다 중요한 것은 그 허위조작정보가 가지는 목적(의도성) 및 그 목적을 위해 정보를 어떻게 조작했는지 파악하는 것이다. 허위조작정보의 궁극적인 목표는 지도자와 그의 추종자의 합일이고 본인이 속한 집단과 다른 집단에 대한 혐오를 통해 그 목표를 달성하고자 한다.⁴²⁾

댓글의 경우 ‘익명성’과 ‘비대면성’을 바탕으로 더욱 활발한 의사소통이 이뤄지고 있다. 그런데 이러한 ‘익명성’과 ‘비대면성’으로 인해 댓글의 상대방의 인격권이 훼손되는 사례가 증가하고 있다.⁴³⁾ 이하에서는 허위조작정보와 악성댓글의 그러한 영향력⁴⁴⁾에 대해 살펴보도록 하겠다.

1. 표현의 자유와 인격권의 충돌

대의민주주의의 발전을 위해서 표현의 자유는 최대한 보장되어야 하며 최소한의 제한이 취해져야 할 것이다. 그렇지만 표현의 자유의 과도한 보장은 다른 법적 가치들과 충돌을 야기하게 된다. 대표적으로, 인격권(명예권, 프라이버시권 등)과의 충돌이다.

일반적 인격권은 자연적 인격을 보호대상으로 한다. 일반적 인격권은 인격의 자유로운 형성, 인격의 자유로운 유지 및 인격의 자유로운 표현을 보장한다. 모든 사람은 자신의 정체성을 발견하고 유지하며, 이를 표현할 수 있다. 인격의 자유로운 형성이란 인격을 스스로 결정하고 발견하고 판단할 수 있는 권리를 말한다.⁴⁵⁾ 인격의 자유로운 유

42) 김진애, 프로파간다에 의해 조작된 집단의식에 대한 아도르노의 비판, 시대와 철학 29권 4호, 2018

43) 무엇보다도 댓글은 내용과 형식에 제약이 없기 때문에 타인의 인격권을 더 쉽게 침해할 수 있으며, 해당 내용이 2차, 3차 다른 곳으로 공유됨에 따라 파급력이 더욱 커지게 된다.

44) 일반적으로 영향력(influence)이란 사람들의 인지, 태도 및 행동을 변화시키는 것을 말한다(Raven, B. H. 1964. "Social Influence and Power," CALIFORNIA UNIV LOSANGELES.).

45) B. Pieroth/B. Schlink, a.a.O., Rn. 374; 자신의 혈통을 알고자 할 때 이를 막을 수 없고(BVerfGE 90, 263/270), 자신의 이름을 보유하는 것을 금할 수 없다(BVerfGE 78, 38/49). 친생부인의 소의 제소기간 제한(헌법재판소 95헌가14 결정)이나 예외 없는 부성주의의 강제(헌법재판소 2003헌가5 결

지란 인격에 대한 외부적 간섭을 배제할 수 있는 권리를 말하는데, 인격의 유지는 사회적으로 이해되어야 한다. 또한 인격권은 인격의 자유로운 표현, 즉 왜곡되어 표현되지 않을 권리를 보장한다. 따라서 자신을 폄하하는 표현이나 자신의 의사에 반하는 자신의 표현에 대하여 방어할 수 있으며, 개인의 명예·초상·성명·개인정보자기결정권·반론권 등이 이에 해당된다.⁴⁶⁾ 본고에서는 일반적 인격권 가운데 명예(모욕)와 프라이버시권, 그리고 개인정보자기결정권에 한정하여 살펴보도록 하겠다.

1) 명예훼손 및 모욕

흔히 「명예」라 함은 그 과정과 결과물이 대중으로부터 선망이 대상이 될 수 있을 만큼 사회가 원하는 이상적인 방향으로 이루어졌을 때 그것을 우리는 명예라고 부른다. 예를 들면, 단순히 대중에게 주목 받고픈 욕구 정도라면 인터넷 댓글의 악플 또는 흉악한 범죄 등을 통해 얼마든지 세간의 주목을 받을 수 있을 것이다. 하지만 그것은 사회가 이상적으로 추구하는 것이 아니다. 그러므로 이를 명예라 여기지는 않는다. 명예라 함은 사회의 안녕을 위하여 목숨 바쳐 전쟁에 뛰어들다거나, 예술 또는 운동 같은 것을 통해 국위선양에 기여한다거나 하는 것을 의미한다. 결국 그 사회에 이득이 될 만한 행동을 하는 것이 대부분의 사회가 원하는 것이며 이러한 일을 해낸 자들에게 대중은 좋은 시선을 보내줄 것이고 이렇게 해서 얻은 대중적 인지도를 명예라 할 수 있을 것이다.⁴⁷⁾

즉, '명예'란 특정인의 인격적 가치에 대한 사회적 평가⁴⁸⁾를 말하며 누구든지 사회적 평가와 명성을 침해당하지 아니할 권리인 명예권을 가지게 되며, 이러한 명예권은 헌법상 보장되는 인격권의 일종으로서 헌법 제10조 또는 제37조 제1항을 근거로 기본권 주체에게 인정된다.⁴⁹⁾ 이는 인간의 존엄의 핵심을 이루는 기본권으로서 주관적 명예개념인 명예감정(Ehrgefühl)⁵⁰⁾ 등과 같은 내부적 명예나 사회적 평가라는 외적 명예

정)는 인격의 자유로운 결정에 대한 제한이다.

46) 박용숙, 공인의 명예보호와 표현의 자유, 강원대학교 박사학위논문, 2014, 23쪽.

47) 박용숙, 공인의 명예보호와 표현의 자유, 강원대학교 박사학위논문, 2014, 24쪽.

48) 헌법재판소 1999. 6. 24. 97헌마265 결정.

49) 김용호, 인터넷 뉴스 기사의 악성 댓글로 인한 명예훼손 피해 방지를 위한 연구, 한국치안행정논집 제 17권 제2호, 2020, 77쪽.

50) 명예감정은 자기의 인격적 가치에 대한 자신의 주관적인 평가 내지 감정이므로, 가별성이 피해자의 주관적인 감정에 좌우될 수 있는 위험성 때문에 보호법익으로 삼기 어렵다(대법원 1987.5.12. 선고 87도 739 판결; 대법원 1985.10.22. 선고 85도1629 판결).

(außere Ehre)⁵¹⁾를 모두 포함하므로 외적 명예만 보호하는 형법상 명예 개념보다 넓다.

그리고 명예는 사실을 적시하지 않고 사회적 평가를 저하시킬만한 추상적 판단이나 경멸적 감정⁵²⁾을 의미하는 모욕과 구별되며, 모욕의 경우 모욕죄를 규정하고 있는 「형법」 제311조에 따른 규율을 받게 된다.⁵³⁾

현행 우리나라 「형법」은 명예훼손죄 및 모욕죄를 규정하여 허위조작정보 및 악성댓글에 대처하고 있다. 명예훼손죄는 제307조의 명예훼손죄, 제308조의 사자명예훼손죄, 제309조의 출판물 등에 의한 명예훼손죄로 분설(分設)하여 규정하고 있는데, 제307조의 명예훼손죄와 제309조의 명예훼손죄는 각각 사실적시에 의한 명예훼손죄 및 허위사실적시에 의한 명예훼손죄로 나누고 허위사실적시에 의한 명예훼손의 경우를 더 무겁게 처벌하고 있다.

그리고 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하, ‘정보통신망법’이라 함)에서도 사실적시에 의한 명예훼손죄 및 허위사실적시에 의한 명예훼손죄를 구분하여 규정하고 있다.

〈표 1〉 현행 법률에 의한 명예훼손죄 및 모욕죄 처벌

구분		형법	정보통신망법
명예훼손죄	사실적시 명예훼손	§307 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 공연히 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자 → 2년 이하 징역이나 금고 또는 500만 원 이하의 벌금 	§70 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 사람을 비방할 목적으로 정보통신망법을 통하여 공공연하게 사실을 드러내 다른 사람의 명예를 훼손한 자 → 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금
	허위 사실적시 명예훼손	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 공연히 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자 → 5년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 1천만 원 이하의 벌금 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통해 공공연하게 거짓의 사실을 드러내 다른 사람의 명예를 훼손한 자 → 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 5천만 원 이하의 벌금
모욕죄		§311 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 공연히 사람을 모욕한 자 → 1년 이하의 징역이나 금고 또는 200만 원 이하의 벌금 	□ 규정없음

51) 외적명예란 일반적으로 사람의 품성·덕행 등의 인격적 가치에 대해서 사회로부터 받는 객관적 평가, 명성을 말하는 것으로, 사회적 평가 또는 가치판단 혹은 사회의 사실적·주관적 평가라 할 수 있다.

52) 대법원 2008. 7. 10. 선고 2008도1433 판결.

53) 김연진, 허위조작정보 규제에 관한 헌법적 연구, 성균관대학교 박사학위논문, 2021, 64쪽

2) 프라이버시권

우리 헌법은 미국에서 프라이버시권을 보호하는 방식과 달리 개인의 사생활 보호를 공간·내용·전달수단의 측면으로 나누어 보호하는 규범구조를 택하고 있다. 다시 말해, 제16조에서는 ‘주거의 자유’를, 제17조에서는 ‘사생활의 비밀과 자유’를, 그리고 제18조에서는 ‘통신의 비밀’을 보장하고 있다. 그러므로 미국에서의 프라이버시권에 대한 보호와는 달리 우리 헌법상에서는 사생활영역에서 ‘개인의 인격적 지표’와 관련되고 ‘자아실현’과 관련되어 있는 사항일지라도, 보호영역과 범위에 따라 보호의 근거를 구분해야 한다.⁵⁴⁾

특히, 헌법 제17조에서 규정하는 ‘사생활의 비밀’은 국가 또는 사인(개인)이 사생활 영역을 들여다보는 것에 대한 보호를 의미하며, 사생활의 자유는 국가 또는 사인이 사생활의 자유로운 형성을 방해 또는 금지하는 것에 대한 보호를 의미하는 기본권이다.⁵⁵⁾ 그리고 헌법 제18조에서의 ‘통신의 비밀’은 서신·우편·전신의 통신 수단을 이용하여 개인 간의 의사 또는 정보의 전달과 교환(의사소통)이 이루어지는 때, 통신의 내용 및 통신이용의 상황이 개인의 의사에 반하여 공개되지 아니할 자유를 의미한다.⁵⁶⁾

다만, 사생활 영역에 해당하는 경우라도 문제되는 것이 개인정보와 관련된 사항이라면, ‘사생활의 비밀과 자유의 보호영역이 개인정보자기결정권의 보호영역과 중첩되는 범위에서만 관련되어 있으므로, 개인정보자기결정권에 대한 침해 여부를 판단함으로써 사생활의 비밀의 자유의 침해 여부에 대한 판단이 함께 이루어지는 것으로 볼 수 있어, 그 침해 여부를 별도로 판단하지 아니한다’는 헌법재판소의 판시⁵⁷⁾에 따라 사생활권(프라이버시권) 보호의 문제가 아니라 별도의 기본권인 개인정보자기결정권⁵⁸⁾의 문제로 파악되게 된다.⁵⁹⁾

54) 조소영, 지능정보사회에서 인격권의 새로운 보호체계 검토, 공법학연구 제21권 제3호, 2020, 118쪽.

55) 헌법재판소 2016. 11. 24. 2014헌바401

56) 헌법재판소 2016. 11. 24. 2014헌바401

57) 헌법재판소 2016. 12. 29. 2015헌바196등

58) 개인정보자기결정권의 보호대상이 되는 개인정보는 개인의 신체, 신념, 사회적 지위, 신분 등과 같이 개인의 인격주체성을 특징짓는 사항으로서 그 개인의 동일성을 식별할 수 있게 하는 일체의 정보다(헌재 2005. 7. 21. 2003헌마282)

59) 조소영, 지능정보사회에서 인격권의 새로운 보호체계 검토, 공법학연구 제21권 제3호, 2020, 119쪽.

3) 정보관련기본권(개인정보자기결정권)

최근 새로운 기본권영역으로 가장 주목받고 있는 권리를 포괄적 명칭으로 칭하면 ‘정보관련기본권’이라 할 수 있다. 명칭 자체에 대해서도 이미 정보기본권 또는 IT기본권 혹은 정보적 인격권⁶⁰⁾이라고 명명되고 있지만, 개인의 정보와 관련된 기본권이라는 것 이외에 그 범주에 포함된 개별기본권들의 내용이나 성격이 달라서 하나의 기본권으로 칭하는 것이 타당한가에 대한 비판적 견해들도 있다.⁶¹⁾ 하지만 정보가 우리 생활의 주요한 배경이 된 현대사회에서 정보의 문제는 기본권의 문제일 수밖에 없다.

이런 정보관련 기본권 가운데 개인의 인격권과 관련된 가장 중요한 기본권은 개인정보자기결정⁶²⁾이라 할 수 있다. 개인정보자기결정권 문제에서 1차적 판단사항은 정보주체와의 동일성을 식별할 수 있는 개인정보에 해당되는가의 문제이며, 본질적 판단사항은 정보주체가 본인에 관한 정보가 언제 누구에게 어디까지 전송되고 또 이용되도록 할 것 인지를 스스로 결정했는가를 판단하는 문제이다. 그래서 지능정보사회에서의 개인정보자기결정권의 보호문제는 보호의 대상이 되는 개인정보 해당범위 설정 및 정보주체의 자의적 결정을 어떻게 보호하고 인정할 수 있을 것인가가 중요한 사항이 된다.⁶³⁾

4) 소결

결론적으로, 허위조작정보 및 악성댓글에 대한 표현의 자유를 강조하게 되면, 해당 게시물의 정보주체는 자신의 명예권(허위사실적시 명예훼손, 모욕죄), 프라이버시권, 나아가 자기정보결정권을 침해받게 된다.

2. 정치적 양극화 및 갈등

2019년 연구결과⁶⁴⁾에 따르면, 미국에서 65세 이상의 연령층에서 허위조작정보를 서

60) 양천수, 현대 초연결사회와 새로운 인격권 보호체계, 영남법학 제43집, 2016, 229쪽.

61) 제20대 개헌특별위원회 자문위원회 보고서(기본권편) 참조.

62) 대법원은 개인정보보호법의 제정 전에도 일반적인 인격권에서 개인정보 보호의 근거를 찾고, 현대사회에서 중요한 의미를 가지는 개인정보에 대한 보호를 인정했다(대법원 2011.9.2. 선고 2008다4230 전원합의체 판결).

63) 조소영, 지능정보사회에서 인격권의 새로운 보호체계 검토, 공법학연구 제21권 제3호, 2020, 121쪽.

로 공유할 가능성이 가장 높은 것으로 보고되고 있다. 구체적으로 45세부터 64세까지의 연령층과 비교하면 그 비율이 무려 2배에 달하였으며, 18세에서 29세의 젊은 연령층과 비교하면 무려 7배에 달하였다.⁶⁵⁾ 그러나 일명 'Z세대(Z generation)'⁶⁶⁾라 일컬어지는 10대와 20대는 다른 연령층보다 디지털 환경에 익숙하기 때문에, 허위조작정보와 진실 정보를 구별하기 수월할 수도 있다.

또한 미국 오하이오주립대 연구진이 2021년 6월 국제 학술지 '사이언스 어드밴시스'에 발표한 연구 결과⁶⁷⁾에 따르면, 정치적으로 보수가 진보보다 허위조작정보를 공유할 가능성이 4배가 넘는다고 한다. 즉, 미국에서 공화당 지지자이면서 보수인 사람이 허위조작정보를 공유하는 비율은 18%로 조사된 반면, 민주당 지지자이면서 진보인 사람들은 4%에 불과했다.⁶⁸⁾ 물론 우익에 편향된 허위조작정보가 훨씬 더 많은 까닭도 있다. 연구결과에 따르면, 일반적으로 사람들이 접하는 진실 정보의 약 65%는 진보주의자에게 유리한 것인 반면, 보수주의자에게 유리한 것은 10% 정도에 그쳤다. 그리고 사람들이 접한 허위조작정보의 46%는 보수주의자에게 유리한 것인 반면, 진보주의자에게 유리한 것은 23%로 적은 비율이었다. 이와 같은 차이는 보수주의자들이 잘못된 정보를 걸러내는 것을 더욱 어렵게 만든다.

최근 우리나라에서도 사람들이 유튜브가 만들어내는 콘텐츠를 얼마나 신뢰하는지, 허위조작정보라도 자신과 같은 정치 성향의 유튜브의 콘텐츠라면 신뢰하는가에 대한 실험연구를 진행((2022년 7월 29일~8월 1일)한 바 있다.⁶⁹⁾ 결론적으로 자신이 지지하는

64) Guess A., Nagler J., Tucker J. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on facebook, *Science Advance*, 5(1). 2019.

65) <http://advances.sciencemag.org/content/5/1/eaau4586/tab-pdf> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

66) 1990년대 중반~2000년대 초반 출생한 세대를 통칭하는 말이다. 디지털 환경에 익숙하고, 최신 트렌드와 남과 다른 이색적인 경험을 추구하는 특징을 보인다.

67) 연구팀은 온라인 여론조사업체 '유고브(YouGov)'를 통해 2019년 1월부터 6월까지 미국 성인남녀 1204명을 대상으로 정보 의존성을 조사했다. 연구팀은 실험 참여자들에게 2주 간격으로 SNS에서 많이 언급된 진짜 뉴스 10건, 가짜뉴스 및 오보 10건을 제시했다. 참여자들은 20건의 뉴스를 읽은 뒤 뉴스 한 건당 20개씩 제시된 문장에 대해 우선 참, 거짓을 평가하고 자신의 생각과 얼마나 일치하는지를 4점 척도로 답하도록 했다. 또 연구팀은 참여자 중 진보주의자 5명과 보수주의자 5명을 뽑아 정치, 사회, 과학, 문화, 스포츠 등 다양한 주제에 대해 다른 관점을 보이는 진술 240개를 제시한 뒤 평가하도록 했다. 이와는 별도로 온라인에서 사람을 모아 똑같은 뉴스를 주고 해당 정보들이 사실이라고 할 때 진보에 유리할지, 보수에 유리할지 아니면 중립적인지를 판단하도록 했다.

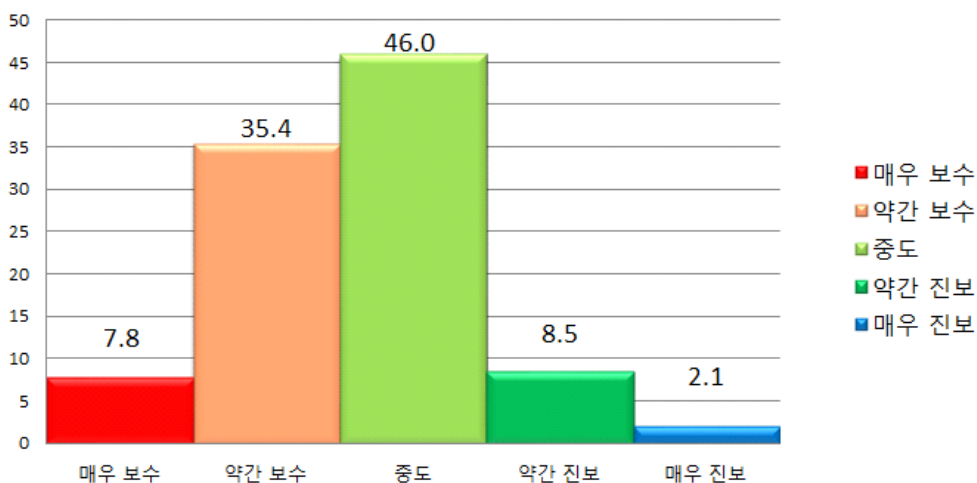
68) https://www.hani.co.kr/arti/science/science_general/997850.html (최종방문일, 2022년 9월 30일)

69) 한국일보는 유튜브 채널 '가로세로연구소'와 '서울의소리'가 보도했던 내용에 허위사실을 추가한 뒤, 이를 인용 보도하는 형태로 가짜뉴스를 제작해 실험을 진행했다. 실험은 이종명 경북대 사회과학연구

정치 성향 유튜브의 허위조작정보에 특히 취약한 것으로 드러났다. 보수 성향의 경우 보수 유튜브 출처의 허위조작정보를, 진보 성향의 경우 진보 유튜브 출처의 허위조작정보를 믿는 경향이 강했다는 의미이다.⁷⁰⁾

좀 더 구체적으로 살펴보면, 실험 결과 전체 응답자(700명)의 가운데 141명(20.1%)은 ‘가로세로연구소(이하, 가세연) 출처의 허위조작정보’를 신뢰했다. 해당 응답자의 정치 성향을 분석해 보면, 보수(43.2%)가 진보(10.6%)보다 4배 정도 높게 나타났다. 즉, 보수 성향일수록 가세연 출처의 콘텐츠와 여기에 허위사실을 추가한 콘텐츠를 더욱 쉽게 신뢰한 것이다. 응답자의 연령대를 살펴보면, 60대 이상(48.2%)이 가장 많았고, 50대(23.4%)가 그 뒤를 이었다.

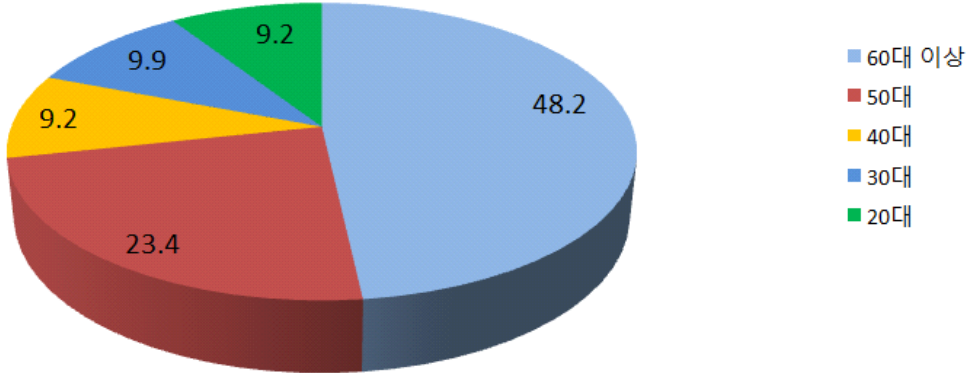
가로세로연구소 출처 허위조작정보를 신뢰한 경우
(단위 : %)



원 연구원의 검수를 거쳤으며, 이에 대한 설문조사는 한국리서치에 의뢰해 만 18세 이상 전국 성인 남녀 700명(지역별·성별·연령별 인구 구성비로 할당)을 대상으로 7월 29일~8월 1일 실시했다. 조사는 컴퓨터를 이용한 웹 조사(CAWI) 방식으로 진행됐으며 표집오차는 95% 신뢰수준에 ±3.7%포인트다.

70) <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2022081723480004933?did=NA> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

가로세로연구소 출처 허위조작정보를 신뢰한 경우
(단위 : %)

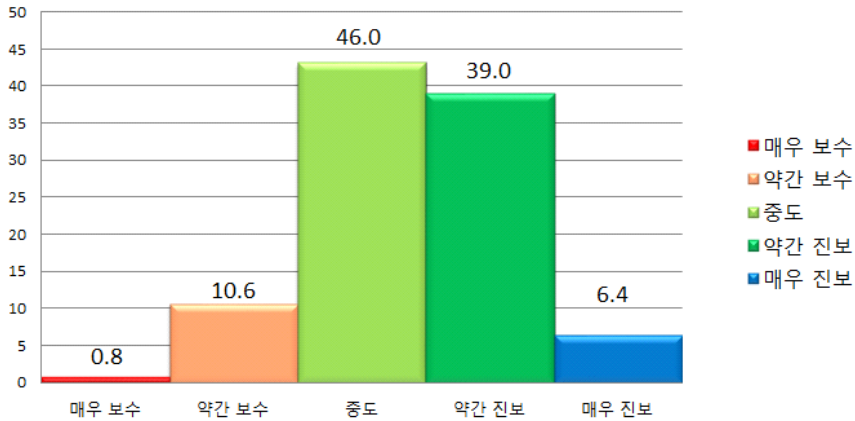


해당 응답자들이 가세연 출처 콘텐츠를 신뢰하는 이유로는 ‘사실 자체가 믿음직스러워서’(42.0%), ‘제보자가 등장했기 때문’(31.9%) 이었다. 10명 가운데 6명(59.6%)은 해당 정보와 관련한 추가 정보를 찾아볼 의향이 있다고 했으며, 그 이유로는 ‘진짜라고 생각해 풍부한 정보를 얻고 싶어서’라고 주로 답했다. 반면에 기사는 신뢰하지만 일부 의문스러운 점이 있어 팩트체크를 위해 추가정보를 찾아보겠다고 답한 비율은 6%에 불과했다. 그리고 추가 정보 탐색 방법으로는 관련 내용의 언론 기사(47.6%) 검색이 가장 많았고, 그 다음으로는 유튜브 검색(41.7%) 순이었다.

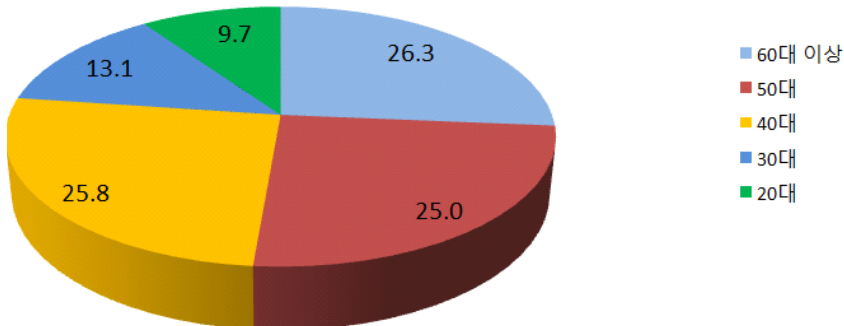
‘서울의소리 출처의 허위조작정보’를 신뢰하는 경우는 전체 응답자 가운데 236명(33.7%)이었다. 해당 응답자의 정치 성향이 진보(45.2%)에 가까울수록 서울의소리 출처 콘텐츠를 더 신뢰했다.⁷¹⁾ 그런데 앞서 ‘가세연 출처의 허위조작정보’를 믿었던 응답자와는 달리, 서울의소리 콘텐츠를 신뢰한다고 답한 응답자는 40대(25.8%), 50대(25%), 60대(26.3%)가 비교적 골고루 섞여 있음을 알 수 있었다.

71) 보수 성향은 11.3% 신뢰하였다.

서울의 소리 출처 허위조작정보를 신뢰한 경우
(단위: %)



서울의소리 출처 허위조작정보를 신뢰한 경우
(단위: %)



해당 응답자들이 서울의소리 출처 콘텐츠를 신뢰하는 이유로는 ‘제보자가 등장했기 때문에’(49.5%), ‘사실 자체가 믿음직스러워서’(33.9%)라고 답한 응답자가 많았다. ‘추가 정보 탐색 의지’(58.9%)도 높았는데, 가세연과 마찬가지로 ‘진짜라고 생각해 보다 풍부한 정보를 얻기 위해서’(54.7%)가 가장 높았고, 다음으로 ‘주제에 관심이 가서’(38.8%) 정보를 더 찾아보겠다는 응답순이었다. 이번 실험을 통해 50대 이상 응답자들이 유튜브 출처의 허위조작정보를 믿는 경향이 높다는 점을 확인할 수 있었다. 가세연 출처의 허위조작정보의 경우 50대 이상은 10명 중 7명(71.4%)이, 서울의소리 출처의 허위조작정보는 10명 중 5명(51.3%)이 신뢰한다고 답했다.

앞선 여러 연구결과를 종합하면, 앞으로 유튜브 채널 출처의 허위조작정보가 정치적 양극화 및 세대 간 갈등을 촉발할 수 있는 새로운 진원지가 될 수 있음을 의미한다. 무엇보다도 아직까지 대부분 유튜버들의 취재 관행에 진실 추구하고 사실 검증의 과정, 그리고 데스크의 게이트키퍼 등이 존재하기는 어려워 보인다.⁷²⁾ 그런데 점차 유튜브를 저널리즘으로 여기는 수용자가 증가하고 있으며 이들은 해당사항을 크게 염두에 두고 있지 않는다.

나아가, 넷플릭스, 유튜브 등 다양한 OTT 서비스(Over-the-top media service)는 알고리즘을 이용한 동영상 추천 시스템을 통해 우리 일상 속에 자리잡고 있다. 여기서 쓰이는 동영상 추천 알고리즘은 사용자가 이용하는 서비스 정보 혹은 사용자와 유사한 성향의 사용자가 이용하는 서비스 정보를 바탕으로 사용자가 선호할 만한 동영상을 추천한다.⁷³⁾ 그리고 사용자는 그러한 알고리즘 추천에 의해 자신의 기호에 맞는(또는 자신의 정치적 성향에 맞는) 영상들을 중심으로 반복적으로 시청하게 된다. 이로 인해 정치적 양극화와 갈등은 더욱 첨예하게 된다.

3. 민주주의 제도 및 공론장에 대한 불신

현재 대의민주주의(representative democracy)는 각국의 다양한 역사를 바탕으로 발전되어 오면서 가장 이상적인 제도로 그 입지를 굳혀가고 있다. 하지만 대의민주주의는 ‘규모의 정치’에서 비롯되는 어쩔 수 없는 한계가 있고, 이는 ‘참여의 위기’와 ‘대표성의 위기’로 표출되고 있다. 따라서 ‘민주적 참여(democratic participation)에 의한 정부 구성’과 ‘민주적 책임성(democratic accountability)의 확보’가 더욱 강조되고 있다.

대의민주주의 문제의 해결방안으로 하버머스는 공론장(agora, 광장)을 활용한 ‘숙의 민주주의(deliberative democracy)’⁷⁴⁾를 제안했다. 이는 ‘대표의 실패’와 ‘참여의 약

72) 이종명, 불신의 시대, 맹신의 유튜브 - 대선 국면을 뒤흔드는 유튜브의 ‘저널리즘 실천’ 속 난맥상, 관혼저널, 2022, 25쪽.

73) 김인식·김자미, 유튜브 알고리즘과 확장편향, 한국컴퓨터교육학회 학술발표대회논문집, 2021.01, 71쪽.

74) 숙의 민주주의(熟議 民主主義)는 deliberative democracy를 번역한 용어이다. 때론 심의 민주주의, 토론 민주주의, 토의 민주주의, 연술 민주주의, 숙고적 민주주의 등으로 다양하게 번역되었다. 이중 가장 많이 쓰이는 번역어는 심의 민주주의와 토의 민주주의이다. 먼저 ‘심의 민주주의’로 번역할 경우 발생할 수 있는 문제를 살펴보자. ‘심의(審議)’의 사전적 의미는 ‘제출된 안건을 상세히 검토하고 그 가부를 논의함’이다. 이 경우 의사결정의 대상은 ‘제출된 안건’으로 제한되기에 시민사회가 주체적으로 공론을

화'를 극복하기 위해 기획된 민주주의 모델의 하나이다.

최근 들어 이러한 공론장은 미디어와 다양한 매체들의 개발에 따라 그 영역이 넓어지며 영향력 또한 확장되고 있다. 무엇보다도 인터넷상의 공론장은 인간의 합리적 의사소통 능력을 충분히 발현시킬 수 있는 방안으로 기대되었다.

그런데 사람들의 편리를 위해 다이어마이트를 발명한 노벨의 의도와는 달리, 오히려 다이어마이트로 사람들을 해치고 있는 것처럼 인간이 발명한 기술은 기술이 본래 지향하는 가치보다 인간의 욕망에 의해 잘못 사용되는 경우가 많다.

마찬가지로 인터넷에서 유통되는 정보의 양은 가늠할 수 없을 정도이다. 현대를 살아가는 우리는 누구나 이러한 정보에 쉽게 접근할 수 있다. 그런데 이런 수많은 정보는 오히려 시민들로 하여금 정치적 무관심을 초래할 수 있다. 정보의 홍수로 시민들 각자는 자신이 필요로 하는 또는 자신이 관심을 갖고 있는 특정 목적 및 특정 행태의 정보만을 검색하게 된다. 자신의 취향 또는 개인적 관심사에만 몰입하여 관련 주제에 대해서만 인터넷 또는 미디어플랫폼을 활용하게 되면 대의민주주의의 문제점의 해결방안으로 제시되던 인터넷은 더 이상 공론장이 될 수 없다.

나아가 전술한 바와 같은 미디어플랫폼상의 정치적 양극화 및 갈등도 결국 민주주의 제도와 공론장에 대한 불신으로 귀결된다.

V. 소결

허위조작정보나 악성댓글은 인터넷상에서 무한히 확장되고 복제되어 대중의 자유로운 의사형성과정을 방해하고 그로 인해 여론은 왜곡된다. 또한 그와 더불어 이로 인한 피해자의 인격권 침해는 매우 심각하다. 이러한 측면에서 본 장에서는 허위조작정보와 악성댓글의 인격권 침해실태 및 영향력을 검토하여 보았다.

형성한다는 의미는 악화될 수밖에 없다. 또한 참여의 주체를 따져볼 때 '심의'란 용어는 '개인적 판단과 행위'보다는 '집단적 판단과 행위'가 강조된다. 이는 연구자가 민주주의의 중요한 원리로 강조하고자 하는 주체적 공론 형성의 의미를 약화시키고, 정치 참여의 최종적 주체는 집단이 아닌 개인이 될 수밖에 없다는 점에서도 잘 맞지 않는다.

우리나라에서의 허위조작정보와 가짜뉴스에 대한 각각의 개념 분석을 찾아보기는 어렵지만 대체로 허위조작정보를 상위 개념으로 이해하고 있으며 ‘정보’와 ‘뉴스’라는 단어가 함축하는 카테고리에서 연유한 것이라 파악된다. 허위조작정보라 분류하기 위해서는 해당 정보를 작성하고 유포함에 있어 ‘일정한 의도’가 있어야 하며, 해당 정보의 내용은 ‘허위적’, ‘허위사실’이어야 한다. 종전에는 ‘기사형식’으로 유포되었으나 반드시 ‘기사형식’이 아니더라도 ‘허위조작정보’의 개념에 포섭될 수 있다고 생각된다.

정보는 사실에 근거한 정확한 정보(information)로 생성 유통되는 정보와 잘못된 정보로 제작되었더라도 악의적인 의도성이 없다면 잘못된 정보(misinformation, 단순오정보)로 분류될 수 있다. 그리고 정보와 (의도성 없는) 잘못된 정보는 일반적으로 뉴스로 분류된다. 그렇지만 오늘날 이슈화 되고 있는 허위조작정보는 의도된 잘못된(허위) 정보, 의도된 조작정보이고, 흔히 이들을 ‘가짜뉴스(Fake news)’라 통칭한다. 그렇다면, 결론적으로 허위조작정보는 ‘협의의 허위조작정보(Fake news)’와 ‘의도된 허위정보’를 포함하는 개념으로 이해하는 것이 타당하다.

한편, 댓글이란 ‘대답하다, 응수하다’를 뜻하는 영어 단어 ‘리플라이(reply)’를 옮긴 것이다. 댓글은 사회 참여적 기능, 정치적 기능, 유희적 기능을 가진다. 일반화된 댓글 분류는 존재하지 않지만 편견, 혐오, 모욕, 무례한 언사로 4가지 분류한 연구, 욕설, 비속어, 유언비어, 선정적 표현, 폭력적 표현, 조롱적 표현, 차별적 표현, 총 7가지로 구분한 연구 등이 있다.

그런데 허위조작정보의 경우 상대의 인격권을 침해하려는 목적, 이로 인해 경제적 이익을 얻으려는 목적 또는 정치적 의사결정을 왜곡시키려는 목적 등으로 실시되는데, 악성댓글의 경우 과거 주된 목적은 상대의 인격권을 침해하려는 목적으로 행해졌다. 그러나 최근에는 악성댓글을 통해 정치적 의사결정을 왜곡시키려는 시도 및 경제적 이익을 얻으려는 시도 또한 어렵지 않게 발견할 수 있다. 이에 허위조작정보와 악성댓글의 구분이 모호해지고 있으며, 이로 인한 영향(부작용) 역시 그 차이를 구분하기 어려운 실정이다.

허위조작정보로 인한 피해는 유명인의 명예를 훼손하는 사건에서 더 나아가 일반 개인의 삶에 부정적 영향을 주고 있다. 또한 공적인 영역에도 악영향을 미치고 있는 상황이다. 특히 가짜뉴스는 국민 43.1%가 경험할 만큼 심각한 수준이다. 가짜뉴스보다 더욱 허위조작정보가 쉽게 작성될 수 있는 댓글 또한 중요하다. 뉴스를 읽을 때 댓글이

미치는 영향력에 대하여 조사한 설문에는 따르면, 10명에서 9명은 기사를 볼 때 댓글도 같이 읽으며, 10명 중 4명은 댓글이 많은 뉴스를 찾거나 골라서 읽는다. 온라인 콘텐츠를 이용할 때에도 댓글을 읽는 응답자 수가 과반수를 넘었고 인터넷 웹사이트(82%), 온라인 동영상 플랫폼(67%), SNS(60%)의 순으로 나타났다. 국민 10명 중 9명은 온라인상 악성댓글이 심각한 것으로 인식하고 있었고, 10명 중 8명은 연예뉴스와 스포츠 뉴스의 댓글 폐지 및 중단에 대하여 찬성하며 인터넷 실명제를 도입하여 악성댓글을 규제해야 한다고 생각한다. 또한 10명 중 7명은 악성댓글을 규제하는 방식에 있어 법적 규제가 필요하다는 인식이 컸다. 실제 우리나라 네이버는 2020년 3월 19일에는 댓글 이력을 전면 공개하는 제도적 조치를 단행했고 한때 0.77%까지 증가했던 규정 미준수 댓글 비중은 3월 27일에는 2020년 들어 최저치까지 감소한 바 있어 속단할 수 없으나 효과가 있는 것으로 분석되었다.

허위조작정보에 있어서는, 2019년 미국의 연구결과에 따르면 허위조작정보를 65세 이상의 연령층에서 서로 공유할 가능성이 가장 높은 것으로 보고되었고 최근 우리나라에서 진행된 연구에 따르면 자신이 지지하는 정치 성향 유튜브의 허위조작정보에 특히 취약한 것으로 드러났다. 앞으로 유튜브 채널 출처의 허위조작정보가 정치적 양극화 및 세대 간 갈등을 촉발할 수 있는 새로운 진원지가 될 수 있음을 의미한다. 그리고 미디어 플랫폼상의 정치적 양극화 및 갈등은 결국 민주주의 제도와 공론장에 대한 불신으로 귀결될 수 있다. 또한 댓글의 경우 ‘익명성’과 ‘비대면성’을 바탕으로 더욱 활발한 의사소통이 이뤄지고 있는데 이러한 ‘익명성’과 ‘비대면성’으로 인해 댓글의 상대방의 인격권이 훼손되는 사례가 증가하고 있다. 그러나, 대의민주주의의 발전을 위해서 표현의 자유는 최대한 보장되어야 하며 인격권(명예권, 프라이버시권, 개인정보자기결정권 등)과의 조화 속에 최소한의 제한이 취해져야 할 것이다.

미디어플랫폼에서의 허위조작정보에 대한 국내·외 규제현황

I. 서론

소셜네트워크 및 1인 미디어 등의 미디어플랫폼의 등장으로 온라인 정보통신서비스를 이용한 사상 및 의견의 표현이 더욱 활발하게 이루어지게 되었다. 더불어 세계 각국에서는 미디어플랫폼을 중심으로 ‘허위조작정보’가 광범위하게 유포됨에 따라 사회 문제로 부상하게 되었다. 예를 들어, 독일에서는 난민포용정책 확대와 관련하여, 프랑스와 미국에서는 대선기간 중 큰 이슈로 곤혹을 치른바 있다.

이에 각국에서는 허위조작정보를 심각한 사회문제로 인식하고 이에 대응하기 위한 규제를 마련하고 있다. 이하에서는 우리나라와 주요국의 미디어플랫폼에서의 허위조작정보에 대한 규제현황과 실태에 대해 살펴보고자 한다.

II. EU

최근 유럽연합 집행위원회(la Commission européenne)는 온라인 허위조작정보에 대처하기 위한 유럽연합 차원에서의 해결방법을 찾고자 고위급 전문가 그룹⁷⁵⁾을 구성했으며, 이 그룹은 논의와 토론 끝에 허위조작정보에 대처하기 위한 유럽식의 해결방법에 관한 최종보고서⁷⁶⁾를 2018년 6월 28일 공개하였다. 이 보고서에는 허위조작정보

75) 전문가 그룹은 총 39명으로 구성되어 있으며 구글, 페이스북, 트위터 및 파이어 폭스, 유럽미디어뉴스, 스카이 뉴스, 유럽에 위치한 대학의 대표 등으로 구성됨. <https://wayback.archive-it.org/12090/20201215232514/https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/experts-appointed-high-level-group-fake-news-and-online-disinformation> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

76) European Commission, A multi-dimensional approach to disinformation(Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, Directorate-General for Communication Networks, Content and Technology, 2018.

전파로 인해 발생하고 있는 문제를 해결하기 위해 유럽전역에서 시행되고 있는 다양한 계획을 담고 있는데, 이러한 계획은 다음을 인정하고 있다.

예를 들어 첫째, 유럽연합, 유럽연합 회원국 및 기타 이해관계자가 취한 조치는 온라인 허위조작정보의 발생 및 영향을 제한해야 하고 유럽연합 기본권헌장에서 제공하는 법적 틀의 맥락에서 채택되어야 하며, 둘째, 표현의 자유는 유럽연합 기본권헌장 제11조와 협약 제10조에 규정된 것처럼 사회에서 건전한 의사결정을 할 수 있도록 자유롭고 민주적이어야 하며, 셋째, 표현의 자유는 인쇄, 방송 및 온라인 미디어와 관련되기 때문에 공공기관의 간섭이나 국경에 관계없이 의견을 보유하고, 정보 또는 아이디어를 수신하거나 전달할 권리 및 미디어의 자유와 다원주의의 가치를 포함하여야 한다는 등이다.

계속해서 최종보고서에는 유럽연합 집행위원회 발표에서도 명시되었듯이 허위조작정보(Désinformation)를 “허위 또는 오도하는 것으로 확인될 수 있는 정보의 누적”으로 정의하고 있다. 구체적으로 허위조작정보는 영리를 위해 또는 대중을 오도할 의도로 작성, 제시 및 배포되고 공공의 이익 침해할 가져올 가능성이 있으며, 민주주의의 정치 및 민주적 정책결정 과정과 공공재에 대해 위협(예를 들어 유럽연합 시민의 건강, 환경 또는 안보보호에 대한 위협 등)할 수 있는 정보를 의미한다고 하였으나, 이러한 허위조작정보 개념에는 오해의 소지가 있는 광고, 잘못된 인용, 풍자, 패러디 또는 명확하게 식별된 당파 정보 및 논평은 포함되지 않기 때문에 위 개념은 구속력 있는 법적의무, 광고업계의 자율규제법 및 오해의 소지가 있는 광고와 관련된 표준을 침해하지 않는다고 하였다.

한편, 유럽연합 집행위원회는 표현의 자유와 개방된 인터넷에 대한 기본적 권리뿐만 아니라 합법적인 콘텐츠 확산과 허위조작정보 유포 영향을 제한하기 위해 이루어져야 하는 균형을 염두에 두고 있다. 더불어 허위조작정보 확산이 다면적이고 매우 많은 수의 행위자들에 의해 유포된다는 점을 감안할 때, 이로 인한 영향을 받는 모든 이해관계자는 허위조작정보 확산에 맞서 싸워야 할 역할이 있다고도 하였다.⁷⁷⁾

이에 따라 유럽연합 집행위원회는 2018년 10월에 허위조작정보에 대한 유럽실행규칙(Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation)을 제정하였고, 최근 2022년에는 강화된 허위조작정보에 대한 유럽실행규칙을 발표하여 가짜 계정 생성,

77) https://eos.cartercenter.org/uploads/document_file/path/825/35._Code_of_Practice_on_Disinformation_FR.pdf (최종방문일, 2022년 9월 30일)

봇 사용 또는 허위조작정보를 유포하기 위한 초현실적인 비디오 트릭과 같은 새로운 유형의 조작 행위 방지 등을 보완하여 유럽연합 내 허위조작정보의 발생 및 확산을 방지하고 있다.⁷⁸⁾

1. 허위조작정보에 대한 유럽실행규칙

(Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation)

이 규칙과 관련하여 유럽연합 집행위원회는 유럽연합 및 그 회원국에서 시행 중인 법률의 틀 내에서 적용되어야 하며 특히, 어떠한 경우라도 회원국에서 이미 시행 중인 기존의 법률을 해석하거나 대처하는 것으로 간주되어서는 안 된다고 하였다. 뿐만 아니라 유럽연합 기본권헌장(Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne), 유럽 인권협약(Convention européenne des droits de l'homme), 2000/31CE 지침(directive 2000/31/CE,⁷⁹⁾ 특히 해당지침의 제12조에서 제15조까지), 개인 데이터 처리 및 해당 데이터의 자유로운 이동과 관련된 개인정보보호에 관한 2016/679 유럽연합규칙(Règlement(UE)2016/679 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données), 내부시장에서의 불공정한 B2C상업 관행에 관한 2005/29/CE 지침(Directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur), 오해의 소지가 있는 광고 및 비교 광고에 관한 2006/114/CE 지침(Directive 2006/114/CE en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative), 유해콘텐츠 및 그 유통에 대한 접근을 제한하기 위한 조치의 비례성에 관한 유럽연합재판소 및 유럽인권재판소의 판례(Jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne

78) Le Brief, Un nouveau code de bonnes pratiques contre la désinformation en Europe, 2000 - 2022 INpact MediaGroup - SARL de presse, membre du SPIIL. N° de CPPAP 0326 Z 92244, 2022

79) Directive 2000/31/CE, et en particulier ses articles 12 à 15, qui s'appliquent à toute obligation du présent code ciblant ou assumée par les fournisseurs de simple transport, de stockage sous forme de «cache» ou d'hébergement, tels que les fournisseurs de réseau, les moteurs de recherche, les navigateurs, les plateformes de blogs en ligne, les forums en ligne, les plateformes de partage de vidéos, les réseaux sociaux, etc

et de la Cour européenne des droits de l'homme relative à la proportionnalité des mesures destinées à limiter l'accès au contenu préjudiciable et la circulation de ce dernier)와 부합하여야 한다고 하였다.

1) 제정목적

허위조작정보에 대한 유럽실행규칙 제정의 목적은 동 규칙에 서명한 유럽연합 회원국이 허위조작정보 유포와 관련된 문제를 해결하기 위해 취할 수 있는 조치를 결정할 수 있도록 하는 것에 있다. 특히, 동 규칙에 서명한 회원국은 허위조작정보 확산에 대처하기 위한 유럽집행위원회 공식 발표에 부합하도록 다음을 위한 노력의 중요성을 공동으로 인식하고 있다.

- ① 허위조작정보에 대한 안전장치 제공
- ② 허위조작정보 벡터의 수익을 줄이기 위해 광고 게재에 대한 통제 개선
- ③ 사용자가 특정광고의 대상이 된 이유를 이해할 수 있도록 정치 및 사회적 책임광고에 대한 투명성 보장
- ④ 사실을 허위로 진술하는 행위에 대한 합리적인 정책의 적용 및 촉진
- ⑤ 허위 계정을 차단하고 그 효과를 입증하기 위한 노력을 강화하며, 로봇의 활동이 인간의 상호작용과 혼동되지 않도록 보장하기 위하여 로봇과 관련한 명확한 시스템 및 규칙 수립
- ⑥ 허위조작정보 유포를 목적으로 하는 계정과 관련하여 서비스의 무결성을 보장하기 위한 노력을 강화
- ⑦ 유럽인권 협약 제10조 및 표현의 자유 원칙에 따라 자동분류 대상인 연구, 스트림 또는 기타 배포 채널과 관련성이 있고 신뢰할 수 있는 권위 있는 정보를 선호하는 기술적 수단에 투자 / 사용자가 콘텐츠, 소스, 미디어 소유권 및 신원 확인의 신뢰성 지표를 통해 제공된 정치 및 사회적 책임광고의 대상이 된 이유를 이해할 수 있도록 투명성 보장
- ⑧ 신뢰할 수 있는 콘텐츠의 검색 가능성을 개선하여 허위조작정보의 가시성을 희석하고, 대조되는 관점을 제공하는 다양한 정보 소스에 인터넷 사용자가 보다 쉽게 접근하도록 하며, 허위조작정보 사례를 보고하기 위해 보다 쉽게 접근할 수 있는 도구를 제공함과 동시에 개인화 및 온라인 상호작용 도구를 제공하는 것을 고려
- ⑨ 사실 확인 및 연구 활동을 위해 데이터에 대한 개인정보보호를 보장하는 액세스를 제공하고 서비스 운영에 대한 관련 데이터 제공에 협력하기 위해 합당한 조치 수행(학계 연구자의 독립적인 연구를 위한 데이터 및 알고리즘에 대한 일반정보 포함)

한편, 이 유럽실행규칙은 온라인 플랫폼의 허위조작정보 확산방지를 목적으로 하는 다른 법령 및 지침 등의 영역을 침해하지 않는다.

2) 주요내용

(1) 광고게재 통제(Contrôle des placements de publicité)

유럽실행규칙에 서명한 회원국은 온라인 플랫폼 광고게재에 대한 통제 시 몇 가지 사항을 반드시 고려하여야 한다. 구체적으로 첫째, 유럽연합 집행위원회 공식발표에서 밝힌 바와 같이 규정된 목표를 상기함과 동시에 상업적 측면은 허위조작정보의 여러 측면 중 하나일 뿐임을 인식하여야 한다. 또한, 허위조작정보 벡터의 수익을 줄이기 위해 광고게재에 대한 통제를 크게 개선할 필요가 있음을 인정하여야 한다.

둘째, 서명 회원국은 정책 및 프로세스를 구현하기 위해 상업적으로 합당한 노력을 기울여야 하며 정보체계를 체계적으로 왜곡하거나 다른 방식으로 홍보하는 계정 및 웹사이트로부터 기부금(Rémunération)을 받지 않아야 한다.

셋째, 서명 회원국은 온라인 광고 생태계 전반에 걸쳐 투명성을 개선하고 허위조작정보 유포자가 소유한 계정 및 웹사이트에 대한 광고게재를 효과적으로 검토, 모니터링을 제한하기 위하여 온라인 광고의 구매, 판매 및 광고 관련 서비스 제공에 관련된 모든 당사자가 협력해야 함을 인정하여야 한다.

넷째, 온라인 허위조작정보 사이트에 광고가 게재되지 않도록 하기 위해 이러한 사이트의 특성을 고려하고, 허위조작정보 문제에 지속적으로 대처가 가능하도록 널리 사용되는 검인된 안전 도구를 개선하여야 한다. 마지막으로 서명 회원국은 신뢰성 지표와 사실 확인기관의 정보 및 유럽연합 집행위원회가 지원하는 허위조작정보 벡터에 관한 추가정보를 제공하는 새로운 사실체크의 독립네트워크를 인정하여야 한다.

한편, 서명 회원국은 자국 또는 자국에 대한 중요한 정보를 허위로 표시하는 등 문제가 되는 행동에 대한 광고와 수익창출 인센티브를 중단하는 정책 및 프로세스를 공개할 수 있다. 예를 들어 이러한 정책 및 프로세스에는 광고 서비스 제한 또는 유료 게재위치 제한 등이 포함될 수 있으며, 사실 확인기관과 협력하여 다양한 제한을 구현할 수 있다. 더불어 아래와 같은 사항을 추가할 수 있다.

- ① 안전을 보장하기 위한 검증도구 및 도구의 사용 촉진
- ② 제3자 입장에 있는 검증회사와 협력 가능
- ③ 광고주에 의한 미디어 구매 전략 및 온라인 평판 위험 평가 및 이러한 전략과 평가를 지원하도록 허용
- ④ 특정 고객 계정에 대한 접근 권한을 광고주에게 부여하고, 광고주가 광고 게재 위치를 규제하고 게재 위치를 선택하도록 허용

(2) 정치 및 사회적 책임 특성의 광고(Publicité à caractère politique et publicité engagée)

정치 및 사회적 책임 특성을 갖는 광고는 다음의 사항을 고려하여야 한다. 첫째, 서명 회원국은 유럽집행위원회 공개발표와 같이 정치 및 사회적 책임 광고의 투명성 보장의 중요성을 인식하여야 한다. 둘째, 사용자가 특정 광고의 대상이 된 이유를 이해할 수 있도록 투명성을 강화하여야 한다. 셋째, 서명 회원국은 사회적 책임광고 시 정치 및 사회적 책임광고에 대한 유럽 시장의 동향을 반영하여야 한다. 또한, 유럽의회 선거의 맥락에서 선거협력 네트워크, 온라인 투명성, 사이버 보안 사고에 대한 보호 및 허위조작정보 확산방지 캠페인에 대한 유럽연합 집행위원회의 권고사항을 고려하여야 한다.

한편, 서명 회원국은 모든 광고 게재 시 형식 및 매체와 관계없이 유럽실행 규칙(뉴스를 포함한 편집내용과 명확하게 구별되어야 한다고 명시하고 있는 부분)과 자국 및 유럽연합 법령에 규정된 요구사항을 준수할 것을 약속하여야 한다. 또한, 뉴스나 사실 내용이 포함된 매체에 광고가 게재되는 경우 유료통신으로 쉽게 인식할 수 있는 방식으로 광고를 표시하여야 하고, 후원자의 실제 신원과 지출금액을 밝힐 수 있는 정치적 성격의 광고(자국 및 유럽선거 기간 동안 후보자 또는 국민투표를 지지하거나 반대하는 광고)의 경우 공개를 허용해야 한다.⁸⁰⁾

이와 더불어 서명 회원국은 ‘사회적 책임광고’의 게시 방법을 고안하기 위해 합당한 노력을 할 것을 약속하여야 하며, 이를 위해 정치적 토론에 대한 보고와 정치적 의견의 공개를 제한하지 않는 광고를 제외하는 사회적 책임광고의 개념을 규정하여야 한다. 또한, 표현의 자유 적용과 관련하여 서명 회원국은 기본권을 존중하면서 투명성을 보장하는 접근 방식을 모색하기 위해 이해관계자와의 협력을 장려하여야 하며, 사회적 책임광

80) https://eos.cartercenter.org/uploads/document_file/path/825/35._Code_of_Practice_on_Disinformation_FR.pdf (최종방문일, 2022년 9월 30일)

고의 개념을 규정 시에는 광고 분야의 자율규제 기관이 다루는 영역을 침해하지 않도록 해야 한다.

(3) 온라인 서비스의 무결성(Intégrité des services)

서비스의 무결성을 위해 서명 회원국은 다음을 인식하여야 한다.

첫째, 유럽연합 집행위원회 공개발표에 부합하도록 서명 회원국은 허위 계정을 폐쇄하고 이러한 폐쇄 효과를 입증하는 노력을 강화하는 것뿐만 아니라 로봇의 활동이 인간 상호작용과 혼동되지 않도록 하기 위하여 로봇에 관한 명확한 마킹 시스템 및 규칙수립의 중요성을 인식하여야 한다.

둘째, 서명 회원국은 온라인 서비스 내에 허위조작정보에 대한 보호 장치를 설치하고 촉진하도록 하는 일의 중요성을 인식해야 한다.

셋째, 서명 회원국은 새로운 온라인 서비스를 시작하기 전에 사실에 대한 허위조작정보에 대한 보호조치를 구현하고 촉진하는 것을 항상 고려하여야 한다.

넷째, 서명 회원국은 이전의 보호조치가 적용되도록 가능한 기존 온라인 서비스 내용을 모두 검토하여야 한다.

다섯째, 서명 회원국은 허위조작정보를 유포하는 것이 목적인 계정과 관련 평가 및 세부사항 결정에 관해 조치를 취하고 이러한 노력의 효과를 입증함으로써 온라인 서비스의 무결성을 보장하기 위한 노력을 강화하여야 한다. 마지막으로 유럽 인권협약 제8조에 따라 서명 회원국은 계정 및 온라인 서비스를 익명으로 사용하거나 가명으로 사용하는 것을 금지해서는 안 된다.

한편, 서명 회원국은 온라인 서비스 무결성을 위해 다음을 준수하여야 한다. 우선 서명 회원국은 온라인 서비스에서 자동화된 로봇의 신원 및 오용에 관한 명확한 정책을 마련하고 이러한 정책을 유럽연합 내에서 적용하는데 동의하여야 하며, 자동화된 시스템 내에서 허용되지 않는 사용을 규정하는 정책을 마련하고 이러한 정책을 온라인 플랫폼에 공개함과 동시에 유럽연합 사용자가 접근할 수 있도록 동의하여야 한다.

(4) 소비자의 책임(Responsabilisation des consommateurs)

소비자의 책임을 명확하게 하기 위해 다음을 고려하여야 한다.

첫째, 유럽 인권협약 제10조 및 표현의 자유원칙에 따라 서명 회원국은 '허위'로 간주된다는 이유만으로 합법적인 콘텐츠 또는 메시지를 삭제하거나 액세스를 차단하도록 강요해서는 안 되며 이와 관련한 자발적 정책을 채택해서도 안 된다.

둘째, 서명 회원국은 신뢰할 수 있는 콘텐츠의 검색 가능성을 개선하여 허위조작정보의 가시성을 희석하는 것의 중요성을 인식하고, 의사소통 중 허위조작 정보사례를 보고하기 위해 쉽게 접근할 수 있는 도구뿐만 아니라 사용자가 콘텐츠를 보다 쉽게 검색하고 다양한 정보소스에 보다 쉽게 접근할 수 있도록 개인화 및 온라인 상호작용 도구를 제공하여야 한다.

셋째, 서명 회원국은 자동분류대상, 검색, 피드 또는 기타 배포 채널에서 관련성이 있고 확실하며 권위 있는 정보를 선호하는 기술적 수단에 투자해야 한다.

넷째, 서명 회원국은 사용자가 특정 정치적 광고 또는 정치적 동기가 부여된 광고의 대상이 된 이유를 이해할 수 있도록 투명성이 보장되어야 함을 인정하여야 한다.

다섯째, 서명 회원국은 이러한 투명성 보장을 위해 콘텐츠 출처, 미디어 소유권 및 신원 확인의 신뢰성 지표를 통해 콘텐츠를 쉽게 평가하는 것의 중요성을 보여주어야 한다. 다만, 이러한 지표는 저널리즘 원칙 및 절차에 따라 객관적인 기준을 기반으로 하고 뉴스미디어 협회의 승인을 받아야 한다.

여섯째, 서명 회원국은 인공 지능 및 유럽연합 소비자보호 분야의 전문가에 의해 구상 중인 입법안에 포함될 주요 순위 매개변수의 투명성 표준을 개발해야 한다는 인식이 있어야 한다.

한편, 서명 회원국은 잠재적으로 유해한 온라인 허위조작정보에 직면했을 때, 시민들이 정보에 입각한 결정을 내리도록 돕기 위해 정보 생태계와 협력하여 효과적인 신뢰성 지표를 개발, 적용지원을 포함한 기술 및 프로그램에 투자하기로 약속하여야 한다. 더불어 검색, 피드 또는 기타 자동 분류된 배포 채널에서 관련성 있고 신뢰할 수 있는 정보가 선호되도록 허용하는 기술적 수단에 투자할 것을 약속하여야 한다.

계속해서 서명 회원국은 시민들이 공익 문제에 대한 다양한 관점을 쉽게 찾을 수 있도록 하는 장치와 도구에 투자할 것을 약속하고, 시민사회, 정부, 교육 기관 및 기타 이해 관계자와 협력하여 비판적 사고 및 디지털 미디어 활용 능력을 향상시키기 위한 노력을 지원하기로 약속하여야 한다. 이와 더불어 소비자가 특정 광고를 보는 이유를 이해하는데 도움이 되는 유틸리티의 시장진입을 장려하여야 한다.

(5) 연구공동체의 책임(Responsabilisation de la communauté de la recherche)

고위급 전문가 그룹 최종보고서 및 유럽연합 집행위원회 공식발표에 따라 허위조작 정보 대처에 대한 유럽실행규칙에 서명한 회원국은 사실 확인 및 연구목적으로 데이터(개인 정보 존중) 접근을 가능하게 하는데 필요한 조치를 취하고 제공하는 데 협력하는 것과 서비스 운영 관련 데이터 제공(특히, 학계 연구자의 독립적인 연구를 위한 데이터 및 알고리즘에 대한 일반정보 포함) 협력의 중요성을 인식하여야 한다.

구체적으로 서명 회원국은 첫째, 허위조작정보를 추적하고 그 영향을 파악하기 위해 신뢰성을 갖추고 동시에 독립적인 노력을 지원하기로 약속해야 하는데, 이 지원에는 유럽연합 집행위원회가 지원할 독립적인 사실 확인 네트워크(Réseau indépendant de vérificateurs de faits dont la Commission européenne)도 포함된다. 특히 이러한 지원에는 관련성이 있고 가능한 경우 개인정보 보호 데이터 세트 공유, 공동연구 수행 또는 적절한 경우 학계 및 시민 사회조작과의 기타 파트너십 구축도 포함된다.

둘째, 서명 회원국은 자국 내의 플랫폼에서 허위조작정보 및 정치적 광고에 관한 선의의 연구를 금지하거나 방해하지 않을 것에 동의하여야 하며, 셋째, 허위조작정보 및 정치적 광고에 관한 연구를 장려할 것과 마지막으로 넷째, 서명 회원국은 학계, 사실 확인 공동체 및 이해관계에 있는 구성원과의 토론을 촉진하기 위해 연례행사를 개최할 것을 약속하여야 한다.

3) 효율성 측정 및 모니터링(MESURE ET SUIVI DE L'EFFICACITÉ DU CODE)과 평가 기간(PÉRIODE D'ÉVALUATION)

(1) 핵심성과지표(Indicateurs de performance clés)

핵심성과지표는 유럽 실행규칙 주요 내용에 대한 약속과 관련하여 각 서명 회원국에 적용된다. 구체적으로 서명 회원국은 공개적인 이용이 가능하고 제3자의 검토를 받는 보고서 형식으로 허위조작정보 방지 활동을 매년 보고할 것을 약속하여야 한다. 특히 이 보고서에는 허위조작정보에 대한 투명성을 개선하기 위해 서명 회원국이 취한 조치 및 진행 상황에 대한 자세한 정보가 포함될 수 있다.

구체적인 핵심성과지표의 내용으로는 첫째, 허위조작정보 제공자의 수익 창출 기회 감소와 관련된 정책 및 실행 활동, 둘째, 정치적 광고 사례에 대한 소비자의 가시성을 개선하기 위한 조치, 셋째, 허위조작정보 맥락에서 온라인 서비스의 무결성과 관련된 정책을 통합하고 배포하기 위한 조치, 넷째, 소비자에게 제품, 도구, 기술 및 프로그램을 제공하기 위한 조치 및 허위조작정보에 대한 소비자의 인식과 우려, 다섯째, 시민들에게 공익 문제에 대한 다양한 관점을 찾을 수 있는 도구를 제공, 여섯째, 정치광고의 범위와 규모를 모니터링 하는 연구자와 시민 사회단체의 능력을 개선하기 위한 조치, 일곱째, 비판적 사고뿐만 아니라 미디어 및 디지털 기술 교육의 장려, 마지막으로 여덟째, 해당 연도에 선의의 연구 및 사실 확인 네트워크를 지원하기 위한 서명 회원국의 노력이다.

한편, 광고주와 관련하여 세계광고주연대(Fédération mondiale des annonceurs)는 브랜드 소유자가 수행한 다양한 브랜드 안전 활동 및 정책을 추적하고 문서화한 브랜드 집계보고서를 제공하고 있으며, 유럽통신대행사 협회(Association européenne des agences de communications)는 광고대행사가 수행하는 다양한 브랜드 안전 활동 및 정책을 추적하고 매핑하기 위해 집계보고서(관련 도구의 홍보, 제3자 검증회사와의 협력, 미디어 구매전략을 평가하고 허위조작정보 위험과 관련하여 광고계재 위치를 선택하는데 사용하는 방법을 포함)를 제공한다.

계속해서 IAB 유럽⁸¹⁾은 서명 회원국 및 유럽 내의 광고사무소가 수행하는 상표의 안

81) IAB 유럽은 디지털 마케팅 및 광고 생태계를 위한 유럽 차원의 협회이다. <https://iabeurope.eu/> (최종 방문일, 2022년 9월 30일)

전 보장검토를 위한 다양한 활동과 정책을 모니터링하고 식별하기 위해 종합보고서를 제공하고 있는데, 여기에는 온라인 광고 생태계 전반의 이해관계자가 포함된다. 특히 서명 회원국은 객관적인 제3자 기관을 선택하여 서명 회원국이 제출한 연례 자체 평가 보고서를 검토하고 기존에 준수하기로 한 사항의 진행 상황을 평가받을 것을 선언하고 있다. 또한, 서명 회원국은 사회적 책임광고를 게시하는 방법을 설계하는데 상당한 발전을 이루기 위해 기본권을 존중하면서 투명성을 보장하는 가장 효과적인 접근 방식의 기초가 될 유럽 실행규칙의 개념 정의를 유럽연합 집행위원회와 기타 주요 이해관계자와 협력하고 있다.

(2) 평가 기간(PÉRIODE D'ÉVALUATION)

평가는 유럽 실행규칙에 서명한 회원국이 서명 후 12개월 기간 동안 진행되며, 이 기간 동안 서명 회원국은 정기적으로 회동하여 진행 상황, 유럽 실행규칙의 구현 및 운영을 분석하며, 평가 기간 종료 시에는 앞서 언급한 준수사항과 관련하여 유럽 실행규칙의 효율성을 평가하고 있다. 또한, 서명 회원국은 유럽 실행규칙의 연속성에 대해 논의하고 적절한 경우 후속 조치를 제안하고 있으며, 이러한 후속 조치에는 유럽 실행규칙에 따라 서명 회원국의 노력을 모니터링 하는 방법에 대한 변경 및 유럽 실행규칙이 허위조작정보에 미치는 영향이 포함된다.

평가결과는 서명 회원국의 준수사항의 이행여부 및 핵심성과 지표에 대한 결과를 포함하는 평가보고서에 요약되어 삽입되며, 평가기간 후 서명 회원국은 매년 1회 정기적 회동을 통해 유럽실행규칙을 검토하고 필요한 경우 새로운 조치를 채택하고 있다. 또한, 서명 회원국들은 필요하다고 판단되는 경우 유럽실행규칙 운영에 관해 논의하기 위해 더 많은 회동을 할 수 있다.

한편, 평가보고서는 유럽실행규칙의 기능과 효율성을 평가하기 위해 개선될 수 있으며, 서명 회원국들은 유럽실행규칙에 관한 평가보고서 개선 시 유럽연합 집행위원회와 협력해야 하는데, 이러한 협력에는 다음이 포함될 수 있다. 구체적으로 서명 회원국들은 유럽연합 집행위원회의 요청 시 적절한 정보를 제공해야 하고, 서명 회원국의 서명 또는 철회는 반드시 위원회에 통보하여야 하며, 위원회의 질문 및 협의에 응답하여야 한다. 뿐만 아니라 서명 회원국 회의에서 기존에 언급한 평가 및 보고서에 대한 논의

시 그리고 모든 서명 회원국 회의 시 위원회를 포함시켜야 한다.⁸²⁾

2. 허위조작정보에 관한 유럽연합의 최신 동향

유럽연합 시민들은 종종 유럽연합이 ‘허위조작정보’와 ‘인포데믹(infodemic)’에 맞서 싸우기 위해 무엇을 하고 있는지 묻기 위해 유럽의회를 방문하고 있다. 즉, 극단주의 운동과 같은 국내외 비국가 행위자뿐만 아니라 점점 더 많은 세계 각국 정부가 알고리즘, 자동화, 인공지능을 포함하여 점점 더 정교한 기술을 사용하여 유럽연합 내에 허위조작정보(의도적으로 기만적인 정보를 의미)를 퍼뜨리고 있는 상황에 관해 유럽연합의 대처를 묻는 것이다.

특히, 우크라이나 전쟁으로 외국, 특히 러시아가 유럽연합 국가들 내부에 혼란을 일으키고 사회를 양극화하여 민주주의를 약화시키려는 목적으로 미디어와 소셜 네트워크에 점점 더 많은 간섭을 하고 있다고 하였다. 이에 유럽연합은 최근 민주적 절차가 조작되지 않도록 보호하기 위한 노력을 강화하고 있다.

1) 유럽연합 의회에서 취한 조치

유럽연합 의회는 허위조작정보에 대처하기 위해 유럽연합 공동대응을 지속적으로 추진해 왔는데, 최근 유럽연합 국가와 그 주변 지역에서 허위조작정보를 근절하기 위해 예산 권한과 결의안을 통해 더 많은 자원을 요구하였다. 구체적으로 2022년 3월 결의안에서 허위조작정보를 포함한 유럽연합의 모든 민주적 절차에 대한 외국 간섭에 대한 특별위원회(Special Committee on Foreign Interference, INGE)의 작업을 기반으로 의회는 악의적인 외국의 간섭에 관해 유럽연합의 인식부족과 대응 조치가 미흡했음을 인정하였다. 이에 유럽연합 의회는 다음을 요구하였다.

첫째, 러시아의 선전채널을 금지하고 온라인 플랫폼의 정보조작과 간섭을 감소시키기 위해 온라인 플랫폼이 자신의 제 역할을 하도록 요구하는 공통전략, 둘째, 독립적이고 다원적이며 널리 배포되는 미디어 및 사실 확인 기관에 대한 더 많은 공적 자금의 지원, 셋째, 외국이 전직 고위 정치인을 고용하는 것에 대한 방지책을 요구하였다. 계속해서

82) https://eos.cartercenter.org/uploads/document_file/path/825/35._Code_of_Practice_on_Disinformation_FR.pdf (최종방문일, 2022년 9월 30일)

2022년 3월, 유럽연합 의회는 외국 간섭에 관한 새로운 특별위원회(New special Committee on Foreign Interference, INGE2)를 구성하여 악의적인 목적으로 악용될 수 있는 유럽연합 법률의 공백을 식별⁸³⁾토록 하였다. 또한, 유럽연합 의회의 허위조작정보 방지팀⁸⁴⁾은 허위조작정보를 모니터링 및 분석하고 타 기관 및 시민사회와 협력하며, 교육 및 인식제고를 위한 활동을 조직하였다.⁸⁵⁾

한편, 유럽연합 국가들이 코로나 바이러스 공중보건 비상사태에 직면하여 이에 대한 정보가 정확하지 않아 혼란스러웠을 때 유럽연합 시민들의 질문에 과학적인 기반의 답변을 하도록 돕기 위해 유럽과학 미디어허브(European Science-Media Hub, ESMH)라는 유용한 사실 확인 이니셔티브 목록이 포함된 전용 웹사이트를 개설하였다.

2) 유럽연합 집행위원회가 취한 조치

허위조작정보에 반대하는 유럽연합의 2018년 행동계획(The EU's 2018 action plan)과 2020년 유럽 민주주의 행동 계획(2020 European democracy action plan)의 결과는 다음과 같다. 첫째, 양질의 저널리즘과 미디어 리터러시를 위해 자금과 훈련을 포함한 더 많은 지원을 하였다. 둘째, 주요 소셜네트워크 온라인 플랫폼 및 광고주 간의 허위조작정보에 대한 실행규칙을 제정하였다. 주요 내용은 이 실행규칙에 서명한 자는 허위조작정보에 대한 모범 사례를 채택하고 가짜계정을 삭제하며 이러한 자신의 행동들을 보고할 것을 약속하는 것이다. 한편, 2021년 5월 유럽연합 집행위원회는 이러한 실행규칙을 강화하기 위한 개선된 지침⁸⁶⁾을 발표하였다.

셋째, 2020년 12월 유럽연합 집행위원회는 디지털 서비스 법(Digital services act)을 제안하였다. 디지털 서비스 법은 모든 디지털 서비스 사용자의 기본권리가 보호되는 보다 안전한 디지털 공간을 만드는 것을 목적으로 하고 있다.⁸⁷⁾ 넷째, 유럽연합 집행위

83) 권장사항을 제시하는 데 약 1년의 기간이 소요될 것으로 예측된다.

84) 시민들은 eu-parl-spox@ep.europa.eu.를 통해 유럽의회 허위조작정보 방지팀과 연락할 수 있으며, 더불어 유럽연합 의회는 허위조작 정보와 싸우는 방법에 대한 웹페이지를 구축하였고, 소셜 미디어 채널을 통해 내부 연구와 미디어 리터러시 및 신뢰할 수 있는 출처에 대한 정보를 공유하고 있다.

85) 유럽의회 연구 사이트, 인용 : <https://epthinktank.eu/2022/04/21/eu-action-against-fake-news/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

86) 유럽연합 집행위원회 사이트, 인용 : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_2585 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

원회는 InVID('In video veritas' - 또는 In video, there is truth의 약자) 프로젝트에 자금을 지원하고 있다. 구체적으로 이 프로젝트는 음모론 및 기타 거짓을 퍼뜨리는 소셜 미디어의 가짜 비디오 문제를 해결하는 것을 목표로 하고 있으며, 온라인 플랫폼을 통해 사용자는 비디오의 역 이미지 검색을 수행하여 이미지가 다른 컨텍스트에서 사용되었거나 조작되었는지 여부를 감지할 수 있다.

마지막 다섯째, 유럽연합 집행위원회는 유럽의 사실 확인 기관과 연구자를 모아 허위 조작정보에 맞서 싸울 수 있도록 하기 위해 허위조작정보 관찰 및 미디어 분석을 위한 소셜 관측소(Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis, SOMA)를 지원하고 있다.

3) 유럽연합 이사회가 취한 조치

러시아의 크렘린 궁의 허위조작정보 캠페인의 위협에 직면한 유럽연합 이사회는 2015년 East Strat Com 태스크포스를 구성하였다. 태스크포스는 유럽연합 내 허위조작정보(EU vs Disinfo)라는 폭로 사이트를 운영하고 유럽연합을 약화시키려는 러시아 및 러시아와 가까운 행위자들의 허위조작정보를 폭로하고 있다.

또한, 유럽연합 이사회는 유럽연합 국가 및 기관에 신속경보시스템(Rapid Alert System, RAS)을 설치하여 허위조작정보에 대한 지식을 공유하게 하였는데, 이 시스템은 2019년 5월 유럽선거를 앞두고 전염병 기간 동안 코로나 바이러스에 대한 잘못된 정보를 퇴치하기 위해 사용되었다.

III. 프랑스

최근 프랑스는 대통령선거, 하원의원 선거, 지방의원선거 및 유럽의회 선거 등이 실시되면서 동시에 허위조작정보 대응에 관한 논의도 치열하게 전개되었는데, 주요한 원인으로서는 최근 몇 년 동안 프랑스에서 정치에 관한 허위조작정보가 눈에 띄게 증가하였고,

87) 유럽연합의회 사이트, 인용 : <https://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-a-europe-fit-for-the-digital-age/file-digital-services-act> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

이러한 허위조작정보가 투표에 증대한 영향을 미칠 위험이 실제로 존재할 수 있다는 인식이 확산되었기 때문이다.

이에 프랑스는 온라인 플랫폼에 새로운 의무를 부과하고 허위조작정보에 대한 대응에 전격적으로 돌입하기로 결정하였다. 구체적으로 허위조작정보를 위한 프레임워크로서 온라인 플랫폼에 새로운 의무를 부과하였다. 좀 더 자세히 말하면 프랑스의 허위조작정보 방지법(Loi anti-fake news)으로 잘 알려진 「정보조작에 대처에 관한 2018년 12월 22일 제2018-1202호 법률(LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information),⁸⁸⁾ 정보조작대처법이라 함」을 2018년 말에 제정하였는데, 이 법률의 주요영역은 다음과 같이 구성되어 있다.⁸⁹⁾

첫째, 정보조작대처법은 고등시청각위원회(Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, CSA)⁹⁰⁾에 새로운 권한을 부여하였다. 특히 CSA에 선거 기간 동안 외국의 영향을 받거나 통제를 받는 TV 채널의 프랑스 방송을 일시적으로 중단을 권한을 부여하였다. 또한, 선거 기간 중 즉, 총선 전 3개월 동안 온라인 공영방송 서비스에 대한 허위조작정보 유포를 차단하기 위하여 투표의 진정성을 변경할 가능성이 있는 경우 가치분(juge des référés)신청이 가능하도록 하였다.

둘째, 온라인 플랫폼에 새로운 의무를 부과하였다. 즉, 정보조작대처법은 온라인 플랫폼 내에 인터넷 사용자에게 허위조작정보를 통지할 수 있는 장치를 제공하게 하고 투명성 의무를 부과하여 다음을 준수할 수 있도록 하였다. 첫째, 자연인 또는 법인 및 해당되는 경우 대리인의 신원에 대한 공정하고 명확하며 투명한 정보를 인터넷 사용자에게 제공하게 하였고, 공익토론과 관련된 정보 콘텐츠의 홍보에 대한 대가로 온라인 플랫폼에 대한 보수를 지급하도록 하였다. 계속해서 공익토론과 관련된 정보 콘텐츠 홍보의 범위 내에서 인터넷 사용자의 개인 데이터 사용에 대한 공정하고 명확하며 투명한 정보를 온라인 플랫폼이 제공하도록 하였다. 또한, 보수 금액이 결정된 한계치를 초과하는 경우

88) 프랑스 법령사이트, 인용 : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000037847559/2022-07-23/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

89) <https://info.haas-avocats.com/droit-digital/loi-anti-fake-news-les-plateformes-font-de-la-r%C3%A9sistance> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

90) 고등시청각위원회(CSA)는 1969년에 설립된 프랑스의 공공기관으로 라디오, 텔레비전과 같은 다양한 전자적 수단 매체의 규제가 주요한 임무이다. 고등시청각위원회 사이트, 인용 : <https://www.csa.fr/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

해당 정보 콘텐츠 홍보에 대한 대가로 얻는 금액을 공개하도록 하였다.

셋째, 정보조작대처법은 「선거법전(Code électoral)」 내에 제L.163-1조를 신설하여 위에서 언급한 온라인 플랫폼의 새로운 의무를 대중에게 공개하고, 정기적으로 최신화 되는 문서에 이 정보를 제공하도록 규정하고 있다.

한편, 프랑스 내에서는 정보조작대처법에 대한 비판도 있다. 비판의 핵심은 정보조작대처법의 규제내용이 너무 과도하다는 것이다. 비판 운동을 처음 시작한 기업, 소셜 네트워크 트위터(Twitter) 운영자는 정보조작대처법의 의무를 준수하지 않기 위해 유럽 의회 선거(Élections européennes)와 관련하여 프랑스를 대상으로 한 표적광고를 하지 않기로 결정하였고, 정보조작대처법 위반 우려를 표명하면서 차후 유럽의회 선거에서 시민들에게 투표를 장려하기 위한 내무부의 캠페인 방송을 거부하였다. 결국, 프랑스 정부와 협상 끝에 트위터 운영자는 입장을 변경하여 정치캠페인이 아닌 홍보캠페인으로 판단된 내무부 캠페인 방송을 진행하기로 합의하였다.

동일한 맥락에서 구글도 정보조작대처법의 적용을 받지 않기 위하여 공익토론에 관한 정보 콘텐츠를 홍보하는 방송을 금지하기로 결정하였다. 이에 따라 구글은 일반사용 조건을 수정하고 유럽의회선거에 관한 모든 방송을 금지하는 결정을 하였다. 그러나 프랑스 정부와 트위터의 사례를 통해 구글은 예외를 두고 여전히 정부의 공식 커뮤니케이션 기관이 방송하는 중립적인 선거정보 광고를 홍보하는 데에는 동의하였다.

한편, 온라인 플랫폼들은 관련된 모든 콘텐츠의 유포를 금지함으로써 정보조작대처법에 의해 규정된 새로운 의무를 회피하였는데, 만약 이러한 전략이 법적으로 문제가 되지 않는다면 이는 정보와 그 보급을 통제하는 온라인 플랫폼의 역할에 대한 논쟁이 다시 발생할 것이라는 문제가 여전히 남아 있다.

1. 정보조작대처법(LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information)

1) 정보조작대처법 제정 이전의 규정

2018년 12월 22일 정보조작대처법 공포 당시에 이미 프랑스는 허위조작정보 유포 방지를 위한 몇 가지 규정이 이미 존재하고 있었다.

(1) 「언론의 자유에 관한 1881년 7월 29일 법률(Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse)」 제4장과 제5장

① 법률의 주요내용

「언론의 자유에 관한 1881년 7월 29일 법률」 제4장과 제5장 내에는 고의로 오류가 있는 허위조작정보를 통해 명예를 훼손 또는 모욕, 도발적인 표현을 방지하기 위해 관련 내용을 제4장과 제5장에 규정하고 있다. 허위조작정보 유포를 통한 범죄가 프랑스 법률에 최초로 규정된 시기는 1849년으로, 이후에 언론의 자유에 관한 법률로 알려진 1881년 7월 29일 법률 제27조에서도 이 개념을 계승, 유지하고 있다.

현재에도 여전히 유효한 이 조항은 “어떠한 수단을 불문하고 조작, 위조 또는 거짓으로 제3자에게 귀속된 자료를 악의적으로 게시, 보급 또는 복제하는 경우 이는 공공질서를 교란하거나 교란할 가능성이 있다”라고 밝히고 있다. 따라서 허위조작정보 유포는 이 규정에 따라 45,000 유로의 벌금에 처해질 수 있는 형사적 처벌이 선고될 수 있으며, 논쟁의 여지가 있는 출판물이 군대의 규율이나 사기를 훼손하거나 국가의 전쟁수행 노력에 방해할 가능성이 있는 경우 벌금은 최대 135,000 유로까지 증액될 수 있다.

한편, 허위조작정보를 전파하거나 전파한 사람의 악의는 명예훼손과 마찬가지로 소송절차 개시의 필수적인 기준이기 때문에 이에 따라 비난받을 만한 허위조작정보는 공공질서를 교란할 가능성이 반드시 있어야 하며, 이 기준은 판사의 전적인 재량에 맡겨지는데 이들은 자신들의 결정을 정당화하기 위해 수많은 가설을 자유롭게 세울 수 있고, 때때로 공공질서 교란의 개념에 관해 광범위한 시각을 가질 수도 있다.

② 주요 판례

㉠ 프랑스 대법원(Cour de Cassation) 형사재판부는 1963년 11월 7일 판결(Arrêt du 7 novembre 1963)에서 해당 행위는 1881년 7월 29일 법률 제27조의 규정(“공공의 평화를 교란하고 군대의 규율과 사기를 훼손할 수 있다”)의 요건을 충족한다고 하면서 국제관계를 교란할 가능성이 있는 허위조작정보라고 판결하였다.

구체적으로 위의 해당행위는 알제리 전쟁 당시 마라케시 기지(Base de Marrakech)가 오라니(Oranie)지역에 폭격을 가하기 위한 출발점이 될 것이라고 주장한 프랑스 정치,

경제, 문학에 관한 언론의 효시격인 ‘프랑스 관찰자(France Observateur)’의 기사였다. 프랑스 대법원은 이 기사에 관해 다음과 같이 판단하였는데, 즉 마라케시 기지는 폭격장치가 없고, 폭격기와 같은 종류의 비행기가 공격을 받거나 접근한 적이 없는 비행학교이기 때문에 해당 기사는 완전히 거짓주장을 구성한다는 점을 강조하였다. 또한, 마라케시 기지에는 프랑스군 외에도 수많은 캄보디아인, 라오스인, 튀니지인, 심지어는 모로코인 훈련병들도 있었고, ‘프랑스 관찰자’가 이러한 사실을 몰랐을 리가 없다고 하였다.

따라서 프랑스 대법원은 “이 기사는 프랑스와 모로코 간의 관계를 심각하게 교란시킬 수 있는 언론인들의 허위조작정보이며, 언론인들은 이러한 허위조작정보를 정치적으로 이용하여 공공의 평화를 혼란 속에 빠뜨릴 의도가 있었다”고 판결하였다.

㉠ 2000년 12월 13일, 프랑스 낭테르 지방법원(Tribunal de grande instance de Nanterre)은 언론사가 유포한 허위조작정보 사건에 관해 판결을 선고하였다. 실제로 재판부는 다음과 같이 언급하였는데, 즉 언론사가 유포한 유료 부가세, 입주민이 빌려준 아파트에서 가짜 냉장고 던지기, 연출기교에 의한 이벤트로 만들어진 의상의 대여는 실제 사실이 아니라고 하였다.

또한, 재판부는 인터뷰 보고서 어디에도 나오지 않는 ‘재연’이라는 용어는 사건이 이미 발생한 것으로 정확히 가정하고 기자가 사진과 설명캡션을 통해 매 순간을 세분화하여 이러한 내용을 사실로 설명하려고 강조하였다고 하였다. 더불어 이 사건에서 피고는 경찰에게 냉장고를 던진 사건이 며칠, 몇 주 또는 몇 달 전에 콜롬비아에서 발생했다는 것을 입증하지 못했고, 또한 독자들이 믿게 만들기 위해 궁극적으로 존재하지 않았던 장면을 보도하는 과정에서 실제 보도의 환상을 주는 완전히 조작된 부분을 기반으로 구축된 허위조작정보를 유포하였다고 하였다.

결론적으로 재판부는 “민주주의 가장 근본적인 근간인 언론의 자유의 한계는 독자를 오도하는 가장 불공정한 방법, 신용의 남용, 허위조작정보를 용납할 수 없는데 있다”라고 단언함으로써 위의 해당행위를 허위조작정보 유포 범죄로 결론지었다. 추가로 재판부는 허위조작정보 유포 범죄에 대한 공소는 검찰에 의해서만 제기될 수 있어 공공질서의 수호가 검사의 권리 중 하나라는 사실이 명확히 증명되었고, 더불어 허위조작정보 유포 범죄처벌이 사실상 공공질서를 방해하지 않는 사익을 보호하기 위한 것이 아님을

분명히 하였다.

한편, 이후 이러한 허위조작정보 범죄의 빈도가 어느 정도 감소하자 검찰은 다양한 정보를 통제할 가능성에 무게를 두지 않았다. 그러나 여전히 검찰은 법무부 장관 아래 소속되어 있어 정부의 범죄예방정책을 실행해야만 했고 지금도 여전히 실행 중에 있다. 이에 따라 프랑스 정부는 이미 존재하는 이러한 메커니즘, 즉 검사가 정보통제 가능성에 무게를 옮겨 허위조작정보에 대처할 수 있는 선택을 할 수도 있기 때문에 2018년 새롭게 제정된 정보조작대처법이 불필요해 보일 수도 있다.

그러나 「언론의 자유에 관한 1881년 7월 29일 법률」은 1789년 인간과 시민의 권리 선언(Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789)의 소산이고, 특히 제11조에서 표현의 자유를 보장하더라도 절대적인 것은 아니며 한계가 설정되어 있다. 다시 말하면 제10조⁹¹⁾에 규정된 바와 같이 공공질서를 수호하는 것이 표현의 자유를 제한하는 것을 정당화하는 유일한 방법이기 때문에 공공질서를 방해하지 않는 사익에 대한 대처에 한계가 있다.

(2) 「선거법전(Code électoral)」 제L.97조 및 제L.52-1조

「선거법전」 제L.97조 및 제L.52-1조는 선거선전 목적으로 허위조작정보 및 상업광고의 유포를 방지함으로써 선거운동의 원활한 운영을 보장하는 것을 목표로 하고 있다. 특히 「선거법전」의 규정은 「언론의 자유에 관한 1881년 7월 29일 법률」의 규정보다 허위조작정보에 대해 더 강화된 제재를 가한다는 점을 주목할 필요가 있다. 구체적으로 「선거법전」 제L.97조는 “허위조작정보, 중상루머 또는 기타 사기적인 책략을 사용하여 투표를 기피하거나 기권을 하게 한 유권자가 1명 이상인 경우 1년의 구금(Emprisonnement)과 15,000 유로의 벌금을 부과한다”라고 명시하고 있다.

91) 어느 누구도 그 의사에 있어서 종교상의 것일지라도 그 표명이 법에 의해 설정된 공공질서를 교란하지 않는 한 방해될 수 없다.

(3) 「형법전」 제226-8조 등

프랑스 「형법전」에는 2018년 「정보조작대처법」이 제정되기 이전 이미 허위조작정보 개발 및 유포를 제재하는 완전한 규정이 존재하고 있었다. 구체적으로 허위 몽타주 제작(제226-8조)부터 소셜 네트워크상의 신분도용(제226-4-1조), 중상모략(제226-10조), 재난을 믿게 하는 허위조작정보(제322-14조) 등이다. 그러나 이러한 형법전 규정은 사후 대처라는 점에서 사전예방에 목적을 가지고 있는 2018년 「정보조작대처법」과 구별된다고 할 수 있다.

(4) 기타 법률조항

프랑스 법령에는 앞서 언급한 법률 이외에 특정 허위조작정보 유포 억제를 위한 다른 특정한 법적규정이 있다. 첫째, 「소비자법전(Code de la consommation)」 제L.132-2조는 오해의 소지가 있는 광고를 제재하고 있으며, 둘째, 「통화 및 금융법전(Code monétaire et financier)」 제L.465-3-3조는 경제 분야에서 주식시장의 가격을 조작할 목적으로 허위조작 금융정보를 유포하는 행위에 대해 제재를 가하고 있다.

구체적으로 제L.465-3-3조는 어떤 사람이 발행인의 상황이나 전망 또는 제안에 대해 허위로 정보를 조작하거나 오해의 소지가 있는 표시를 제공하는 정보를 어떤 수단으로든 유포한다는 사실, 금융상품의 수요 또는 가격 또는 금융상품의 가격을 비정상적이거나 인위적인 수준으로 고정하거나 고정할 가능성이 있다는 사실이 확인되면 5년의 구금 및 1억 유로의 벌금을 부과한다고 규정⁹²⁾하고 있다.

셋째, 「디지털 경제에 대한 신뢰의 관한 2004년 6월 21일 법률(Loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique)」 제6조 제1항 제8호는 “사법당국은 온라인 공중통신 서비스의 내용으로 인한 피해를 방지하거나 중단하기 위한 조치를 약식 절차 또는 요청에 따라 규정할 수 있다”라고 명시⁹³⁾하고 있다.

넷째, 「상법전(Code du commerce)」 제L.443-2조 제1항은 “공적이든 사적이든 상

92) 프랑스 법령사이트, 인용 : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000032745439 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

93) 프랑스 법령사이트, 인용 : https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000045292730 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

품이나 서비스의 가격을 인위적으로 높이거나 낮춘 경우 특히, 원격 경매의 경우 2년의 구금과 30,000 유로의 벌금에 처한다”라고 규정하고 있다.

다섯째, 「공중보건법전(Code la santé publique)」 제L.2223-2조는 “전자적 수단 또는 온라인, 특히 설득을 목적으로 자발적인 임신 중절의 특성 또는 의학적 결과에 대해 의도적으로 오도할 가능성이 있는 주장 또는 표시의 전파 또는 전송을 포함하여 자발적인 임신 중절 또는 사전행위에 대한 정보를 얻거나 그러한 행위를 방지 또는 방지하려는 사실에 대해 2년의 구금과 30,000 유로의 벌금에 처한다”라고 규정하고 있다.

2) 정보조작대처법

(1) 제정취지(Objet de la loi du 22 décembre 2018)

이 법률의 제정 취지는 3가지로 요약할 수 있다. 첫째, 선거 선전 목적의 상업 광고 금지 규정 준수를 위해 선거 기간 동안 허위조작정보 대처를 강화하기 위한 새로운 입법 도구의 근거를 마련하고, 둘째, 게시된 콘텐츠의 ‘후원자’를 공개하여 허위조작정보 캠페인을 조기에 감지할 수 있도록 온라인 플랫폼에 더 강화된 투명성을 부여하며, 마지막으로 셋째, 법원의 판단이 이전보다 더 빨리 결정될 수 있도록 허용하는데 있다.⁹⁴⁾

한편, 프랑스 의회 의원들은 이 법률이 구성하고 있는 내용이 자유에 대한 위협이 될 수 있음을 인식하여 제정동기(Exposé des motifs) 부분에서 다음과 같이 명확히 밝히고 있다. “제안된 조치는 표현의 자유의 보존과 조화되어야 하며 무역 및 산업의 자유를 과도하게 침해하여서는 안 된다.”⁹⁵⁾

(2) 정보조작대처법의 구성

2018년에 제정된 프랑스 정보조작대처법은 총 20개의 조항으로 구성되어 있다. 구

94) 프랑스 시앙스포 법학논집 사이트, 인용 : <https://www.revuedesjuristesdesciencespo.com/index.php/2019/12/26/lutte-contre-les-fake-news-gene-se-objet-critiques-et-droit-compare/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

95) Les mesures proposées dans cette perspective doivent toutefois être conciliées avec la préservation de la liberté d’expression » et « sans porter une atteinte disproportionnée à la liberté du commerce et de l’industrie

체적으로 총 5장으로 구성되어 있는데, 제1장(제1조 내지 제4조)은 기존의 「선거법전」의 규정을 추가, 수정하는 내용을 담고 있으며, 제2장(제5조 내지 제10조)은 기존의 「커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 법률(Loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication)⁹⁶⁾」을 변경하는 내용으로 구성되어 있다. 계속해서 제3장(제11조 내지 제15조)은 허위조작정보 유포에 대한 대응을 위한 온라인 플랫폼 사업자의 협조 의무에 관해 상세히 규정하고, 제4장(제16조 내지 제19조)에서는 미디어 및 정보 활용 능력에 관한 내용을 언급하고 있으며, 마지막으로 제5장(제20조, 1개 조항)에서는 해외국가에 관한 조항을 규정하고 있다.

특히, 제3장 허위조작정보 유포에 대한 대응을 위한 온라인 플랫폼 사업자의 협조 의무는 다음과 같은 내용으로 구성되어 있다.

〈표 2〉 허위조작정보 유포에 대한 대응을 위한 온라인 플랫폼 사업자의 협조 의무

조 항	규 정 내 용
제11조	선거법전 제L.163-1조 제1항에 언급된 온라인 플랫폼 운영자는 커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 제86-1067호 법률 제33-1-1조 제1항에 언급된 공공질서를 교란하거나 투표의 진정성을 변경할 수 있는 허위조작정보 유포 방지를 위한 조치를 시행하여야 한다. 특히 제3자를 대신하여 홍보된 콘텐츠에서 가져온 경우 인터넷 사용자가 이러한 허위조작정보를 운영자에게 통지할 수 있도록 쉽게 액세스하고 볼 수 있는 장치를 설정하여야 한다. 또한, 다음과 관련된 추가조치를 구현하여야 한다. 제1호 알고리즘 투명성, 제2호 기업, 언론사 및 시청각 커뮤니케이션 서비스의 콘텐츠 홍보, 제3호 허위조작정보를 대량으로 유포하는 계정에 대한 조치, 제4호 공익토론에 관한 정보 콘텐츠의 홍보에 대한 대가로 보수를 지급하는 자연인의 신원 또는 회사명, 등록된 사무소 및 법인의 목적에 관한 사용자 정보, 제5호 콘텐츠의 성격, 출처 및 배포방법에 관한 사용자 정보, 제6호 미디어 및 정보 교육 이러한 조치와 이에 투입된 비용은 공개된다. 온라인 플랫폼 각 운영자는 위의 조치를 구현하기 위하여 절차가 명시된 선언문을 매년 시청각 및 디지털 통신문에 제출한다.
제12조	고등시청각위원회(CSA)는 공공질서를 교란하거나 「커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 법률」 제33-1-1조 제1항에 언급된 투표 중 하나의 진정성에 영향을 미칠 수 있는 허위조작정보 유포방지 조치에 기여하여야 한다. 필요한 경우 선거법전 제L.163-1조 제1항에 언급된 온라인 플랫폼 운영자에게 허위조작정보 유포 방지를 개선하기 위한 권장사항을 부과할 수 있다. 정보조작대처법 제11조에 규정된 조치를 취해야 하는 온라인 플랫폼 운영자의 의무에 대한 모니터링을 보장한다. 온라인 플랫폼 운영자의 의무 적용과 효과에 대한 정기적인 검토를 공개하고 이를 위해 보고서를 작성하는데 필요한 모든 정보를 정보조작대처법 제19조에 명시된 조건에 따라 온라인 플랫폼 운영자로부터 수집한다.

96) 프랑스 법령사이트, 인용 : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000512205/2022-07-29/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

97) Ordonnance n° 45-2646 du 2 novembre 1945 portant réglementation des agences de presse

조 항	규 정 내 용
제13조	선거법전 제L.163-1조 제1항에 언급된 온라인 플랫폼 운영자는 「디지털 경제에 대한 신뢰의 관한 2004년 6월 21일 제2004-575호 법률」 제6-1조 제7항과 이 장에 명시된 규정적용을 위해 프랑스 영토에서 연락담당자의 기능을 수행하는 법적대리인을 지정하여야 한다.
제14조	선거법전 제L.163-1조 제1항에 언급된 온라인 플랫폼 운영자는 공익토론에 관련된 정보콘텐츠를 추천, 분류 또는 참조하기 위한 알고리즘을 사용하는 작업에 대한 통계를 게시하여야 한다. 각 콘텐츠에 대해서 다음을 언급하여야 한다. 제1호 추천, 순위지정 또는 참조 알고리즘에 의존하지 않는 직접 액세스 부분, 제2호 한편 해당되는 경우 온라인 플랫폼 내부 검색 엔진 알고리즘, 다른 한편으로 콘텐츠 액세스에 개입한 온라인 플랫폼 추천, 분류 또는 참조의 또 다른 알고리즘-이러한 통계는 온라인에 게시되며, 모든 사람이 무료 및 공개형식으로 액세스 할 수 있도록 해야 한다.
제15조	선거법전 제L.163-1조 제1항에 언급된 온라인 플랫폼 운영자, 언론사를 규제하는 1945년 11월 2일 제45-2646호 법률명령 ⁹⁷⁾ 의 의미 내에서의 언론사, 언론의 법적체제를 개혁하는 1986년 8월 1일 제86-897호 법률 ⁹⁸⁾ 의 의미 내에서 언론 간행물 또는 온라인 언론 서비스의 발행인, 커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 제86-1067호 법률 ⁹⁹⁾ 의 의미 내에서 시청각 통신 서비스의 게시자, 소비법전(Code de la consommation)의 의미 내에서 광고주, 언론인을 대표하는 조직 및 허위조작정보 확산 방지에 기여할 가능성이 있는 기타 조직은 허위조작정보 유포 방지와 관련하여 협력계약을 체결할 수 있다.

(3) 허위조작정보 유포 전 방지 및 유포 후 조치

① 허위조작정보 유포 전 방지(La lutte contre les fake news avant leur diffusion)

2018년에 제정된 정보조작대처법은 허위조작정보가 인터넷에 게시되기 전에 이를 근절하기 위한 다양한 조치와 새로운 도구의 구현을 가능하게 하였다. 이러한 다양한 조치 중에서 우선 온라인 플랫폼에 대한 강화된 투명성 의무 부여를 들 수 있다. 구체적으로 첫째, 정보조작대처법은 기존 「선거법전(Code électoral)」 제L.163-1조에 제1항을 신설하여 다음 내용을 추가하였다. “사전 선거 및 선거 기간 동안 형사적 처벌을 받은 온라인 플랫폼에 대한 강화된 투명성 의무를 부여한다.”

둘째, 정보조작대처법 제5조는 기존의 「커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 법률」 제33-1조를 수정하여 CSA에 다음의 권한을 부여하였다. 즉, “라디오 또는 텔레비전 서비스의 방송이 인간의 존엄성, 타인의 자유와 재산, 사고와 의견의 흐름, 표현의 다원적 성격, 아동 및 청소년 보호를 침해할 심각한 위험을 수반하는 경우 공공질서의 수호, 국방의 필요 또는 국가의 기본적 이익을 위해 협약체결을 거부할 수 있다. 또한,

98) Loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse

99) Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication

CSA는 외국과 연결된 법인에 의해 라디오 또는 텔레비전 서비스 운영자가 다른 전자적 공공 통신 서비스에 게시하기로 한 내용이 명시된 계약체결 요청을 평가할 수 있다.”

셋째, 정보조작대처법은 허위조작정보 근절에 대한 온라인 플랫폼 사업자의 협력의무를 확대하기 위하여 제11조에 사용자 보고 시스템 구현, 제13조에 프랑스 영토 내 담당자 지정 등의 의무를 부과하고 있다.

② 허위조작정보 유포 후 조치(La lutte contre les fake news après leur diffusion)

정보조작대처법은 첫째, 기존 「선거법전(Code électoral)」 제L.163-2조에 제1항을 신설하여 호스트 책임에 대한 질문과 무관하게 허위조작정보 유포를 막기 위해 총선이 있는 달의 1일을 기준으로 3개월 전부터 선거일까지 선거법전 내에 가처분 조치가 가능하도록 규정하였다.

그러나 프랑스 헌법재판소(Conseil constitutionnel)는 이 조항에 대한 해석을 함에 있어 문제의 주장이 부정확하거나 오보라는 것이 명백한 경우에만 가처분 절차 내에서 특정 정보 콘텐츠의 유포 중단을 명령할 수 있다고 결정하였다. 이와 마찬가지로 투표도 진정성을 변경할 위험이 명백하여야 가처분 결정을 할 수 있다고 하였다.

둘째, 정보조작대처법은 「커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 법률」 내에 제33-1-1조를 신설하는 제6조에서 특정 행위가 곧 다가오는 선거의 진정성을 훼손할 목적이나 효과를 위해 선거 기간 중 계약된 서비스의 방송을 중단하는 예외적 절차 규정을 명시하였다. 그러나 프랑스 헌법재판소는 위와 마찬가지로 이 조항에 대한 해석을 함에 있어 문제의 주장이 부정확하거나 오보라는 것이 명백한 경우에만 가처분 절차 내에서 특정 정보 콘텐츠의 유포 중단을 명령할 수 있다고 결정하였다. 이와 마찬가지로 투표도 진정성을 변경할 위험이 명백하여야 가처분 결정을 할 수 있다고 하였다.

셋째, 정보조작대처법은 「커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 법률」 제42-6조를 수정하는 제8조에서 라디오나 텔레비전 서비스가 특히 허위조작정보를 유포하여 국가의 근본적 이익을 해칠 경우 외국의 영향을 받는 법인과 함께 「커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 법률」 제33-1조에 따라 체결된 계약을 일방적으로 종료할 수 있다고 규정하고 있다.

넷째, 정보조작대처법은 「커뮤니케이션 자유에 관한 1986년 9월 30일 법률」 제 42-10조를 수정하는 제10조에서 CSA 위원장은 외국의 영향을 받은 시청각 통신서비스가 허위조작정보를 유포하여 국가의 근본적인 이익을 해칠 경우 배급업자 및 방송인이 해당 서비스의 방송 또는 배포를 중단하도록 프랑스 행정최고재판소(Conseil d'État)에 시청각서비스에 관한 가치분 결정을 해 줄 것을 요구할 수 있도록 규정하고 있다.¹⁰⁰⁾

(4) 정보조작대처법에 관한 의문(Interrogations s'agissant de la loi)

① 정보조작대처법은 자유를 침해하는가?

프랑스에서 제정한 「정보조작대처법」과 유사한 독일의 법률은 'NetzDG' 법률(Loi 'NetzDG')로 2018년 1월 1일 발효되었고, 허위조작정보 유포 방지를 위해 허위조작 정보임이 확인된 콘텐츠 삭제를 거부하는 온라인 플랫폼 운영자에게 최대 5천만 유로의 벌금을 부과하고 있다. 그러나 이 규정으로 인해 독일의 많은 법률가들의 심히 강한 우려를 표명하였다. 예를 들어 트위터 플랫폼이 최대 5천만 유로를 지불해야 할 것을 우려하여 독일의 풍자 신문(타이타닉)의 계정을 삭제함에 따라 표현의 자유와 언론의 자유라는 민주주의 2가지 기본원칙이 침해되었다고 하였다.

② 정보조작대처법은 조급함과 혼란을 조장하는가?

정보조작대처법은 허위보조정보 방지를 위해 가치분 절차가 가능하다고 규정하고 있다. 즉, 정보조작대처법은 판사로 하여금 허위조작정보를 유포하거나 온라인 플랫폼에 대한 액세스를 차단하기 위해 긴급결정(48시간 이내)을 할 수 있도록 규정하고 있는데 구체적으로 해당 온라인 플랫폼의 목록 삭제 및 허위조작정보 게시의 철회 및 재업로드 금지, 반복적으로 이러한 행위를 하는 사용자의 계정 폐쇄를 명령할 수 있는 권한을 부여하였다.

이러한 측면에서 정보조작대처법은 확실히 긴급성을 충족할 수 있도록 규정되었지만 과도한 긴급성은 맹목적인 억압의 위험을 포함하여 성급한 결정으로 이어질 수도 있다.

100) 프랑스 시앙스포 법학논집, 인용 : <https://www.revuedesjuristesdesciencespo.com/index.php/2019/12/26/lutte-contre-les-fake-news-gene-se-objet-critiques-et-droit-compare/> (최종 방문일, 2022년 9월 30일)

예를 들어 앞서 언급한 독일의 허위조작정보 유포방지법('NetzDG' 법률)은 독일 풍자 신문 타이타닉 내의 트위터 계정의 삭제라는 결과를 낳았다. 더불어 이 법률은 이해관계가 있는 모든 사람이 허위조작정보로 간주되는 정보에 대해 검찰에 신고할 수 있도록 했을 뿐만 아니라 판사에게 가처분 결정 신청을 할 수 있도록 규정하고 있다. 즉 자발적으로 잘못되었거나 완전히 허위라고 의심되는 정보에 의해 직접적으로 피해를 입은 사람이 아니라도 누구든지 판사에게 가처분 결정을 신청할 수 있도록 하여 이미 존재하는 명예훼손 소송과의 관계에서 남용이나 혼란의 원인이 될 수 있다.

③ 정보조작대처법은 과도한 보호주의(Protectionnisme) 경향이 있는가?

실제로 정보조작대처법 제정 동기(Exposé des motifs)을 살펴보면 이 법률은 고등시청각위원회(CSA)에 새로운 권한을 부여할 것이라고 명시되어 있다. 즉 새롭게 부여되는 권한은 “자국이 아닌 외국의 통제 하에 있는 TV 서비스가 자국의 근본적인 이익(Intérêts fondamentaux)을 침해 또는 기업에 참여하여 국가기관에 불안정한 영향을 미칠 시에는 해당 방송을 중단할 수 있도록 하는 것이다.”

예를 들어 러시아(지난 대통령 선거에서 미국이 겪었던 간섭에 크게 관여한 국가)와 같은 외국 국가가 인권이 보장된 프랑스에서 표현의 자유를 박탈당할 것인가? 라는 문제가 발생할 수 있다.

2. 허위조작정보에 관한 프랑스의 최신 판례

파리지방법원 2019년 5월 17일 제19/53935호 판결(TGI Paris, 17 mai 2019, n° 19/53935)¹⁰¹⁾ - 정보조작대처법에 근거한 가처분 결정의 첫 사례

1) 가처분 신청 배경

2019년 5월 1일, 유럽의회 의원 마리 피에르 비외(Marie-Pierre Vieu)와 상원의원 피에르 오줄라스(Pierre Ouzoulias)는 내무부 장관 크리스토퍼 카스타네르(Christophe

101) 프랑스 DALLOZ 사이트, 인용 : <https://www.dalloz-actualite.fr/flash/loi-fake-news-premiere-application-du-refere#.YuOKfLdByUk> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

Castaner)의 트윗 방송에 이의를 제기하였다. 트윗 방송의 내용은 “위 2명의 의원이 파리에 위치한 Pitié-Salpêtrière 대학병원에서 근무하고 있는 간호사를 폭행하였고 이를 제재하기 위해 출동한 경찰관에게도 부상을 입혔다”는 것이다.

위 2명의 의원은 정보조작대처법에 근거하여 2019년 5월 10일 파리 지방법원 (Tribunal de grande instance de Paris)¹⁰²⁾에 트위터 프랑스에 이 트윗 방송을 삭제하여 줄 것을 요청하는 가처분을 신청하였다. 가처분 심리는 6일 후인 5월 16일에 열렸고 결정은 5월 17일에 확정되었다.

2) 프랑스 파리 지방법원의 판단

프랑스 지방법원은 선거법전 제L.163-2조의 내용은 매우 제한적이라는 점을 상기시켰다. 즉, 선거 기간 동안 온라인 플랫폼의 콘텐츠 삭제를 허용하기 위해서는 첫째, 차기 투표의 진정성을 변경할 가능성이 있는 사실에 대한 부정확하거나 오해의 소지가 있는 주장 또는 비난, 둘째, 고의적이거나 인공적 또는 자동화된 방식으로 유포, 셋째 온라인 커뮤니케이션 서비스를 통한 대규모 유포의 요건을 충족하여야 한다고 실시하였다. 이러한 측면에서 프랑스 파리 지방법원은 트위터 프랑스(société Twitter Franc)라는 회사는 실제 데이터 컨트롤러인 트위터 인터내셔널 회사의 정보네트워크에서 수익을 창출하는 것이 유일한 활동이라고 정당화한 다음 이에 따라 트위터 프랑스에 무죄를 선고하였다.

계속해서 법원은 트위터 인터내셔널 회사는 크리스토퍼 카스타네르와 마찬가지로 자발적인 개입을 할 수 있었다고 판단한 다음 먼저 트윗에 포함된 주장이 부정확하거나 오해의 소지가 있는지 확인하려고 하였다. 법원은 당사자들이 작성한 여러 언론 기사에 기초하여 크리스토퍼 카스타네르가 작성한 메시지가 공격 및 부상이라는 용어를 불러 일으키는 것처럼 과장된 것으로 보인다면 이 과장은 실제 사실, 즉 2019년 5월 1일 Pitié-Salpêtrière 대학병원 부지에 시위대가 침입한 것과 관련이 있다고 하였다. 따라서 트윗의 정보는 실제 사실과의 연결이 결여되어 있지 않으며, 크리스토퍼 카스타네르의 주장도 명백하게 부정확하거나 오해의 소지가 있는 것이 아니라고 하였다.

102) Tribunal de grande instance은 예전 프랑스 지방법원의 명칭으로 현재는 지방법원과 지방법원의 지원과 통합되어 Tribunal judiciaire라는 명칭으로 불린다.

한편, 파리지방법원은 가치분의 경우 허위정보가 누적적이며 대량으로 자동화되고, 고의적이며 온라인 대중 통신서비스에서 작동해야 한다고 하면서 정보조작대처법 입법 동기에 따르면 ‘인공 또는 자동화된’ 문자는 정보의 보급 또는 붓 사용을 인위적으로 확장하는 제3자의 지불에 의해 설정된다고 하면서 이 기준도 충족되지 않는다고 하였다.

마지막으로 가치분을 인용하기 위해서는 투표의 진정성을 변경할 수 있는 위험의 명백한 특성이 있어야 하는데, 유럽의회 2명의 의원에 대한 내무부 장관의 발언은 “사람들이 폭력적인 분위기를 믿게 하여 공포와 혼돈을 불러일으키는 것을 목표로 하고 있는데, 이는 유럽선거 캠페인을 방해할 뿐이다”라고만 하였다. 즉 파리지방법원은 “트윗이 과장된 용어를 사용했을 수도 있지만, 즉각적인 논쟁이 있었기 때문에 토론을 흐리게 만들지 않았으며, 이는 각 유권자가 명백한 위험 없이 정보에 입각한 의견을 형성할 수 있게 하였다”라고 하였다.

결과적으로 파리지방법원은 선거법 제L.163-2조에 명시된 조건이 충족되지 않아 철회요청을 승인할 필요가 없다고 하였고 재판비용은 2명의 유럽의회 의원이 지불하도록 명령하였다.

(3) 평가

위 가치분에서 판사의 결정과 반대되는 결정을 얻기 위해서는 앞서 언급한 바와 같이 3가지 요소가 충족되어야 한다. 즉, 원고는 인공적이거나 자동화된 유료를 어떻게 증명할 것인가? 더불어 기술보고서 또는 전문 지식이 필요한지 검토할 필요가 있는가? 또한, 어떤 내용을 대중 방송으로 간주할지 판단하는 것은 판사의 몫이다. 이러한 측면에서 트윗도 마찬가지로 인위적이거나 자동화된 대규모 배포가 없다면 새로운 법률의 제재 적용범위에 포함되지 않을 것이다.

IV. 독일

1. 개요

독일의 경우, 허위조작정보에 대하여 법적·제도적 규제가 필요하다는 여론은 2016년 미국의 대선을 통해 이슈가 되었던 일명 ‘가짜뉴스’를 계기로 촉발되었다. 물론 독일에서 허위조작정보로 인하여 직접적으로 피해를 입은 것은 난민과 관련된 것으로, 시리아 등으로부터 난민이 대거 유입된 독일에서 정부의 난민정책에 대한 허위조작정보가 생겨난 것이다. 이러한 허위조작정보의 내용은 아랍계 난민들이 독일 교회에 방화를 저질렀다거나 난민이 소녀를 강간했다는 등의 난민에 대한 독일 국민의 혐오여론을 부추기는 것이 대부분이었다.

총래 독일은 인터넷상에서의 개인적 사상의 자유 및 표현의 자유에 대한 제한 문제보다는 인터넷 또는 미디어플랫폼을 이용한 반민주적 기본질서를 지향하는 세력의 집단적 의견표명, 특히 허위사실을 바탕으로 하는 혐오표현 및 허위조작정보의 문제점에 대해 더욱 심각하게 받아들이고 있다. 이것은 과거 제1차 및 제2차 세계대전을 통한 역사적 경험을 바탕으로 ‘방어적 민주주의’를 채택하고 있는 「독일 기본법」의 정신이기도 하다.

그런데, 유럽연합은 2002년 규제 프레임워크(Framework Directive)를 만들어서 총래의 미디어에 대한 수직적 규제 체계를 수평적 규제 체계¹⁰³⁾로 전환하였는데, 독일 역시 수평적 규제 체계가 법제화되었다.¹⁰⁴⁾ 그런데 수평적 규제 체계는 전송계층에 대

103) 수평적 규제 체계의 특징은 다음과 같다. 첫째, 기존의 네트워크와 기술, 그리고 서비스를 동일시하던 기술 특정적인 규제를 지양하며 기술 중립적인(technological neutrality) 규제를 지향한다. 총래에는 전송 네트워크에 따라 지상파 방송, 케이블 방송, 위성 방송, 유선전화, 무선전화 등으로 구분하고 그 하위에 서비스들을 특정 짓는 방식으로 기술과 서비스를 일치시켜 왔다. 그러나 이제는 모든 네트워크가 비슷한 서비스 번들링(Triple Play Service : TPS)을 제공하게 되면서 이러한 구분이 무의미하게 되었다. 그러므로 기술 종속적인 체계에서 기술 중립적인 체계로 변화된 것이다. 즉, 콘텐츠계층과 전송계층으로 나누어 콘텐츠계층에 대해서는 선형과 비선형 제공 콘텐츠에 대해 달리 규제를 하고 있으며 전송계층에 대해서는 기술적인 부분에 대한 중립적 규제를 취하고 있다. 둘째, 네트워크와 서비스를 구분하게 됨에 따라, 총래의 규제 체계에 변화를 야기하게 되었다. 네트워크의 속도 및 용량이 증가하게 되며, 압축 기술 및 저장 능력이 향상됨에 따라, 네트워크 상에서 제공되는 서비스 영역이 확대되고 있다. 즉 텔레비전, 전화, 인터넷을 하나의 네트워크에서 제공 가능하게 되었다. 셋째, 유사한 서비스에 대하여 일관적인 규제가 가능하게 되었다. 이 점은 변화무쌍한 인터넷 서비스 환경에서 규제 체계가 특정 서비스를 차별하게 되는 상황이 발생하지 않도록 차단한다는 측면에서 매우 중요하다. 서비스를 네트워크 또는 기술에 종속된 것으로 여기지 않고 독립하여 고려함으로써 유사 서비스에 대해 일관되게 규제할 수 있게 된 것이다.

해 중립적 규제를 하고 있기 때문에, 전송계층이 알고리즘 및 필터기능을 통해 정보를 제공하는 경우 이들에 대한 규제의 공백의 우려가 발생할 수 있다. 따라서 이와 관련한 입법의 필요성에 의해 「소셜 네트워크 법집행법」(Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken, NetzDG)을 제정하게 되었다.¹⁰⁵⁾ 즉, 독일은 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 대표 기업인 페이스북, 유튜브, 트위터 등의 플랫폼을 이용하여 제공되는 혐오표현, 성별 또는 인종 차별적 표현, 허위 정보를 통한 정치적 선전선동 등의 생산 및 확대에 대한 대응을 위하여 「소셜 네트워크 법집행법」을 제정하여, 2017년 10월 1일부터 발효되었다.¹⁰⁶⁾

2. 소셜 네트워크 법집행법

1) 입법과정

전술한 바와 같이, 독일은 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 대표 기업인 유튜브, 페이스북, 트위터 등의 플랫폼을 이용하여 제공되는 혐오표현, 성별 또는 인종 차별적 표현, 허위 정보를 통한 정치적 선전·선동 등의 생산 및 확대에 대한 대응을 위하여 「소셜 네트워크 집행법」을 제정하였다. 2016년 당시 미국 대통령 선거에서 허위조작정보(가짜뉴스)에 의해 여론이 영향을 받게 되고 이것이 선거에 결정적 영향을 미치게 된 사건이 본 법의 제정배경으로 여겨지고 있다. 제정 당시 본 법은 진보정당, 극우정당 등 야당의 강력한 반대에도 불구하고 대연정 3당을 중심으로 2017년 6월 30일 의결을 거쳐, 10월 1일부터 발효되었다.¹⁰⁷⁾ 다만, 실행에 요구되는 제도 기간을 거쳐 2018년 1월부터 시행되었다.¹⁰⁸⁾

사실, 독일은 본 법의 제정 이전인 2015년부터 수평적 규제체계 하에서의 혐오표현이나 기타 법에 저촉될 여지가 있는 게시물의 유통과 관련하여 플랫폼 사업자에게 스스

104) 김대호, 미디어 산업에 대한 규제 체계의 패러다임 변화, 사이버커뮤니케이션학보 통권 제24호, 2007, 197-198쪽.

105) 이권일, 소셜 네트워크 시대에 가짜뉴스(fake news) 규제에 관한 헌법적 고찰, 공법학연구 제20권 제1호, 85쪽.

106) 이권일, 소셜 네트워크 시대에 가짜뉴스(fake news) 규제에 관한 헌법적 고찰, 공법학연구 제20권 제1호, 85쪽.

107) 이권일, 소셜 네트워크 시대에 가짜뉴스(fake news) 규제에 관한 헌법적 고찰, 공법학연구 제20권 제1호, 84쪽.

108) Gollatz, Riedle & Pohlmann, 2018. 8. 16; Human Rights Watch, 2018. 2. 14

로 검토하고 24시간 이내 삭제하는 책임을 부과시키고 있었다.¹⁰⁹⁾ 하지만 청소년보호 네트워크(Jugendschutz.net 2017. 3. 14.) 자료에 따르면, 유튜브의 경우에는 90% 정도의 불법 콘텐츠를 자율규제의 방식으로 삭제하였으나, 페이스북(39%) 및 트위터(1%)는 만족스러운 삭제율의 성과를 내지 못하고 있었다.¹¹⁰⁾

따라서 정부는 소셜 네트워크 사업자에게 콘텐츠 삭제조치 이행 강제 및 혐오표현 등에 효과적이고 즉각적으로 대응 가능하도록 소셜 네트워크 사업자에게 최대 5천만 유로의 벌금을 부과하는 법률안을 제안하였다.

법률안 제출 당시에는 야당의원은 물론 정부와 여당 내부에서도 강한 반대에 처하게 되었다. 그리고 명확성 원칙 및 소셜 네트워크 사업자에게 과도한 부담을 지움으로 인한 직업의 자유를 침해한다¹¹¹⁾는 주장과 표현의 자유의 측면에서 소셜 네트워크 사업자에 의한 사실상 검열을 허용하는 결과 초래와 이에 대한 사업자들의 남용에 대한 우려가 제기되었다. 그렇지만 혐오표현 또는 허위정보에 의거한 허위조작정보의 폐해의 심각성으로 인하여 오히려 민주주의의 근간인 표현의 자유 및 선거권에 대한 침해에 대한 우려가 강력하게 제기됨에 따라 일부 수정을 거쳐 의회를 통과하게 되었다.¹¹²⁾

이것은 히틀러 정권을 경험을 바탕으로 학습한 ‘방어적 민주주의’와 혐오 및 증오 표현의 유포, 확대 재생산이 독일 사회에 끼치는 해악을 더 이상 방관할 수 없다는 판단과 난민에 대한 혐오발언 등을 이용하여 세력을 확장한 ‘독일을 위한 대안당(Alternative für Deutschland : AfD)’¹¹³⁾을 견제하기 위한 정치적 요인이 작용했기 때문이라 생각된다.¹¹⁴⁾

109) 독일 연방 법무부 및 소비자 보호부는 소셜 미디어 사업자와 시민단체 대표들과 전담반(태스크 포스 팀)을 운영하며 자율규제 협의안을 맺었다.

110) 심영섭, 독일 총선 관련 언론 보도와 이슈. 신문과 방송, 2017년 5월호(통권 557호), 20-25.

111) H. Gersdorf, Hate Speech in sozialen Netzwerken, MMR, 2017, S. 439ff.

112) 이권일, 소셜 네트워크 시대에 가짜뉴스(fake news) 규제에 관한 헌법적 고찰, 공법학연구 제20권 제1호, 85쪽.

113) 2013년 창당한 독일 극우정당인 ‘독일을 위한 대안당’의 연방의회 선거 득표율은 2013년 4.6%에서 2017년 12.6%로 증가하여 연방의회 진출에 성공하였다(정병기, 독일 극우 정당의 발흥과 2017년 연방의회 선거, 의정연구 제23권 제3호, 2017, 227-237쪽).

114) 김성화, 독일의 SNS규제와 표현의 자유, 인권법평론 제22호(2019년), 9쪽 이하.

2) 개요

「소셜 네트워크 법집행법」은 수익 창출을 목적으로 이용자 간 임의의 콘텐츠를 다른 이용자와 교환 및 공유하거나 공중이 이용하도록 이용자가 콘텐츠를 공개적으로 게시할 수 있는 인터넷 플랫폼을 제공하는 통신미디어서비스(telemedia service) 제공자(즉, 소셜 네트워크 사업자)에게 적용된다.¹¹⁵⁾ 다만, 서비스 제공자의 직접적인 책임 하에 보도적인 내용을 편집하여 만든 제공물로 구성된 뉴스 웹사이트, 개인 커뮤니케이션 또는 특정 콘텐츠의 유포를 위해 정해진 플랫폼인 이메일이나 문자서비스 사업자는 예외이며(제1조 제1항), 독일 내 200만 명 미만의 등록 이용자를 보유한 제공자는 적용 제외된다(제1조 제2항).¹¹⁶⁾

동법에 따라 규제되는 대상은 ‘위법한 콘텐츠(rechtswidrige Inhalte)’(제1조 제3항)로서, 독일 형법에 규정된 범죄모의, 테러·폭력 선동, 아동포르노, 혐오선동, 모욕, 명예훼손, 나치 찬양 내용이나 나치 문양, 홀로코스트(유대인 대학살) 부정 등 독일 형법 22개 조항에 해당되는 불법적인 표현물¹¹⁷⁾이다. 즉, 위법한 콘텐츠는 허위조작정보보다 범위가 넓다. 허위조작정보는 주로 「형법」상 모욕(제185조), 비방(제186조), 중상(제187조) 등에 해당하지만,¹¹⁸⁾ 위법한 콘텐츠는 허위조작정보 이외에도 나치찬양, 범죄모의, 테러선동, 아동음란물 등도 포함하고 있기 때문이다.

115) 「소셜 네트워크 법집행법」 제1조 적용범위

116) 즉, 등록된 이용자 수가 200만 명 이상인 대형 소셜미디어플랫폼 사업자가 그 대상으로서, 페이스북, 트위터, 유튜브를 위시하여 레드잇(Reddit), 텀블러(Tumblr), 인스타그램, 러시아 소셜네트워크 VK, Vimeo, Flickr, 스냅챗 등이 모두 해당되는데, 개인 메신저 왓츠앱(WhatsApp) 등은 제외된다(Gesley, 2017).

117) 「소셜 네트워크 법집행법」에 적용되는 형법 22개 조항 : 6조(반헌법적 기구의 선전물 유포), 86a조(반헌법적기구의 상징사용), 89a조(국가를 위해하는 중대한 폭력행위 준비), 90조(연방 대통령의 명예훼손), 90a조(국가 및 국가상징의 명예훼손), 90b조(헌법기관에 대한 반헌법적 명예훼손), 91조(국가를 위해하는 중대한 폭력행위 조장), 100a조(반역적 위조), 111조(범죄의 공개적 선동), 126조(범죄행위 위협을 통한 공공평화 위반), 129a조(테러단체구성), 129b조(외국의 범죄 및 테러 조직의 독일 내 확산 및 연계), 130조(증오선동), 131조(폭력묘사물 유포), 140조(범죄행위의 보상 및 승인), 166조(종교, 종교단체 및 이념단체 명예훼손), 184b조(폭력이나 납색을 묘사하는 포르노그래피 전송), 184d조(방송과 텔레미디어를 통한 포르노그래피 전송), 185조(모욕), 186조(명예훼손), 241조(위조행위 위협), 269조(증거데이터 조작).

118) Deutscher Bundestag, Fake-News: Definition und Rechtslage(WD 10 - 3000 - 003/17), S. 11-12.

3) 위법한 콘텐츠에 관한 처리 등

소셜 네트워크 사업자는 허위조작정보에 대하여 다음과 같이 조치해야 한다(제3조 제2항).

- ① 신고 접수 후 지체 없이 해당 콘텐츠의 위법성을 검토해야 한다(제1호).
- ② 명백히 위법한 콘텐츠(offensichtlich rechtswidriger Inhalt)는 신고 접수 후 24시간 이내에 삭제 또는 접근 차단해야 한다(제2호).
- ③ 그 외의 위법한 콘텐츠는 원칙적으로 신고 접수 후 7일 이내에 처리해야 한다(제3호). 다만, 명백히 위법한 콘텐츠와 그 외의 위법한 콘텐츠를 구별하는 기준에 관한 규정은 없다¹¹⁹⁾
- ④ 모든 결정에 대해 신청인 및 이용자에게 지체 없이 알리고, 결정의 근거를 설명해야 한다(제5호).

동법의 의무사항을 위반한 사업자는 「질서위반법」 제30조 제2항 제3문을 적용하여 최고 500만 유로의 벌금이 부과된다(제4조 제2항). 2018년 3월 독일 연방 법무부는 위반 정도 및 사업자 규모에 따라 벌금을 차등적으로 부과할 수 있는 기준을 발표하였다. 이에 따르면 사업자 규모의 경우 이용자 수에 따라 4단계(A에서 D)로 구분하고, 위반의 경중, 반복성, 위반사업자의 협조 정도를 고려하도록 규정하고 있다.¹²⁰⁾

나아가 법의 실효성 확보를 강화하기 위하여 독일 영토 밖의 행위에 대해서도 규제가 가능하도록 ‘역외조항’을 규정하고 있다(제4조 제3항)

〈표 3〉 독일 「소셜 네트워크 법집행법」에 따른 허위조작정보 방지 조치 관련 규정

구분	내용
적용대상 사업자	회원 수가 200만 명 이상인 소셜 네트워크 운영자 (제1조 제1항 및 제2항)
조치대상 콘텐츠	위법한 콘텐츠(제1조 제3항) - 「형법」상 22개 규정의 범죄에 해당하는 표현물 - 허위조작정보 이외에 범죄모의, 테러선동, 아동음란물 등도 포함
조치의무	신고 접수 후, 삭제 또는 접근차단(제3조 제2항) - 명백히 위법한 콘텐츠: 24시간 이내 - 그 외의 위법한 콘텐츠: 7일 이내
의무 위반 시 제재	500만 유로 이하의 벌금(제4조 제2항)

119) ‘명백성’ 판단기준에 관하여 학설도 통일되어 있지 않다(rbs/Kohlhaas/Liesching, 222. EL Dezember 2018, NetzDG § 3 Rn. 9).

120) Wessing, T. (2018. 8. 6). Germany’s Network Enforcement Act and its impact on social networks. Lesology. Retrieved from <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=fb107efe-70ae-4e97-9913-5035aeeb518a>

4) 비판 및 시사점

전술한 바와 같이, 「소셜 네트워크 법집행법」은 이미 입법과정에서부터 법률의 형식적¹²¹⁾ 및 실질적 위헌성 논란에 직면하였다.

(1) 표현의 자유 침해

「소셜 네트워크 법집행법」은 헌법상 기본권을 제한할 가능성이 매우 높다. 무엇보다도 언론출판의 자유, 정보의 자유, 방송의 자유 등의 표현의 자유 및 평등권에 대한 제한이다. 「소셜 네트워크 법집행법」은 이용자의 게시물에 대하여 소셜 네트워크 사업자의 판단에 따라 위법하다고 인정된 표현물에 대하여 24시간 이내에 삭제 또는 차단하도록 규정하고 있다. 이에 따르면 해당 소셜 네트워크 이용자의 표현의 자유(사상표현의 자유, 정보유통 및 정보에의 접근의 자유, 언론출판의 자유, 방송의 자유, 검열 등)는 제한 또는 침해될 수밖에 없다. ‘표현의 자유에 대한 UN 특별보고관(UN special rapporteur on freedom of opinion and expression)’인 데이빗 케이(David Kaye)도 「소셜 네트워크 법집행법」이 표현의 자유 관점에서 국제인권기준에 부합하지 않는다고 판단하고 있다.¹²²⁾

(2) 형벌의 사유화 및 직업행사의 자유 침해

「소셜 네트워크 법집행법」은 형벌의 사유화(Privatisierung des Strafrechts)를 초래한다는 비판이 줄곧 제기되고 있다. 위법한 콘텐츠로 판단되면 소셜 네트워크 사업자가 해당 콘텐츠를 24시간 이내에 차단 또는 삭제를 해야 한다. 그리고 소셜 네트워크 사업자가 이와 같은 삭제 또는 차단의 의무를 이행하지 않는 경우에는 막대한 벌금이 부과된다. 그런데 만약 이러한 삭제 또는 차단을 당한 서비스 이용자(콘텐츠 게시자)가

121) 연방과 주(州)의 입법관할과 관련한 문제를 야기한다는 비판이 제기된다. 즉, 경제에 관한 권한은 연방의 권한이지만 「소셜 네트워크 법집행법」의 내용은 1차적으로 미디어 내용물과 관련한 규제이므로 이 문제는 연방이 아니라 주의 권한에 속한다. 그러므로 연방법으로 만든 이 법의 형식적 위헌성이 제기되고 있다(박신욱, 독일의 가짜정보 대응과 미디어 리터러시 교육, 교육법학연구, 제30권 3호, 2018.12, 66쪽).

122) Human Rights Watch. Germany: Flawed Social Media Law(2018. 2. 14). Retrieved from <https://www.hrw.org/news/2018/02/14/germany-flawed-social-media-law> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

이와 관련하여 소를 제기한다면 삭제 및 차단 행위에 대한 타당성 및 위법한 콘텐츠에 대한 증명은 오롯이 소셜 네트워크 사업자가 부담하게 되며, 사업자의 오판으로 인한 삭제 또는 차단인 경우에는 불법행위에 의한 손해배상 책임을 부담하게 된다.¹²³⁾ 결국, 형벌의 사유화 및 소셜 네트워크 사업자의 직업행사의 자유를 침해하게 되는 것이다.

(3) 미디어법 적용여부

전술한 바와 같이, 「소셜 네트워크 법집행법」은 표현의 자유를 제한하고 있다. 그런데 소셜 네트워크 이용자가 해당 사이트에 게시한 게시물의 성격에 따라서 「소셜 네트워크 법집행법」보다는 「방송법(RfStV)」, 「텔레미디어법(TMG)」¹²⁴⁾ 등의 미디어법¹²⁵⁾을 우선 적용할 가능성이 높다. 즉, 게시물 내용의 성격이 저널리즘적이고 연출된 것이라 판단가능하다면 방송법의 적용을 받게 된다.

5) 실무상 운영상황

「소셜 네트워크 법집행법」의 직접적인 적용 대상자인 페이스북 독일법인은 혐오표현과 허위조작정보에 대응하기 위하여 “FSM이 jugendschutz.net 및 다른 자율통제기관과 긴밀한 협조체계를 구축하였다.”¹²⁶⁾ 또한, 각 관할 국가기관과의 협력을 통해 위법 콘텐츠 생성 및 유포의 해결을 위하여 독자적인 시스템을 구축·운영하고 있다. 페이스북이 위법콘텐츠를 규제하기 위해 사용하고 있는 것은 허위조작정보 필터링 시스템이다. 베를린의 비영리 언론기관 ‘코렉티브(Correctiv)’는 허위조작정보를 걸러낼 수 있는 ‘팩트체크 서비스’를 제공하고 있다. 독일의 소셜 네트워크 이용자들이 허위조작정보라고 의심되는 게시물을 코렉티브로 보내면 이에 대한 진위여부가 판단가능하다. 분석 결과 허위조작정보 혹은 허위조작정보로 의심된다고 판단되면, 해당 게시물에는 ‘논란의 여지가 있음(Disputed)’ 또는 ‘진위가 불분명함(Untrustworthy)’이라는 라벨이 붙여

123) H. Gersdorf: Hate Speech in sozialen Netzwerken, MMR 2017, 439ff.

124) 게시물의 성격을 개인적, 사업적, 상업적으로 분류하고 이에 따라 각기 다른 규제를 규정하고 있기 때문에, 이에 해당하지 않는 경우에 비로소 「소셜 네트워크 법집행법」의 적용이 가능하다.

125) 물론, 출판법의 경우에는 해당 게시물이 출력에 의해 생산된 것이 아니므로 적용될 가능성은 희박하다.

126) heise online, “De Maiziere lobt Zusammenarbeit mit Facebook im Kampf gegen Hassrede”, 2016

진다. 페이스북 독일법인은 2017년부터 이 시스템을 이용하여 허위조작정보를 알고리즘 우선순위에서 제거하는 방식을 통해 허위조작정보를 걸러내고 있는 것이다.¹²⁷⁾¹²⁸⁾

6) 소결

독일 「소셜 네트워크 법집행법」은 그 동안 우리나라에서 이른바 ‘가짜뉴스 규제법’으로 자주 소개되어 온 법률이다. 그런데 살펴본 바와 같이, 유럽연합 등에 사용하고 있는 허위조작정보의 개념정의와는 사뭇 다르다는 점을 발견할 수 있다. 다시 말해 본 법률은 허위조작정보로 인한 폐해에 대한 우려로 도출된 것이지만, 규제대상으로 새로운 유형의 정보를 상정한 것이 아니라 기존 법률(형법)에서 불법으로 규정한 정보의 인터넷 유통을 보다 효과적이며 즉각적으로 차단하기 위해 소셜 네트워크 사업자의 책임을 강화한 것으로 이해할 수 있다.

3. 허위조작정보에 관한 독일의 최신 판례 :

BVerfG, Stattgebender Kammerbeschluss vom 19. Dezember 2021-1 BvR 1073/20¹²⁹⁾

1) 개요

이 사건은 1986년 베를린 하원에서 가정폭력에 관한 논의 가운데 아동에 대한 성행위의 처벌에 관한 질의응답에서 비롯되었다. 녹색당의 어느 정치인이 폭력이 없다면 처벌되지 않을 수 있다는 취지로 발언한 내용이 2015년 인터넷에서 재차 논란이 된 것이다. 어느 네티즌이 이에 관한 내용을 블로그에 게재하였고, 발언의 당사자가 블로그 소유자를 고소하며 1만 5천 유로의 손해배상을 요구하였다. 그리고 블로그 소유주가 이 사실을 인터넷에 재차 공개하고 불특정 다수의 페이스북 사용자들에게도 알려지며 이

127) <https://www.yna.co.kr/view/AKR20170116060700009> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

128) 물론 해당 기사는 라벨이 붙더라도 공유 자체가 금지되는 것은 아니다. 하지만, 신뢰할 수 없는 기사라는 경고와 이에 대한 구체적이고 자세한 설명이 포함된 링크가 생성되어 사람들이 허위조작정보임을 알 수 있도록 안내하고 있다. 나아가 또 다른 페이스북 이용자가 해당 기사를 공유하려고 하면 경고창을 통해 해당 게시물에 대한 경고 사유 및 공유를 줄일 수 있도록 경고하도록 되어있다.

129) 독일연방헌법재판소 2021년 12월 19일 자 결정

용자들이 여러 댓글을 달게 되었다. 문제되는 내용은 발언 당사자를 향하여 소아성애자, 결레, 머리에 총을 맞아 뇌가 없다, 뇌 절단, 이년은 변태, 유해폐기물 등 22가지가 있다.

독일형법(Strafgesetzbuch, StGB) 제185조(모욕)는 모욕행위에 대한 일반적 처벌규정이다. 모욕행위가 게재된 소셜 네트워크 사업자는 소셜 네트워크 법집행법(Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken, NetzDG)의 적용을 받는다. 또한, 인터넷상 익명 게시자를 특정하기 위해서는 텔레미디어법(Telemediengesetz)에 따라 인터넷 서비스 제공자에게 이용자의 정보제공을 위한 법원의 결정이 필요하다.

이 사건에서 당사자는 위 표현을 한 네티즌들을 특정하기 위하여 구 텔레미디어법 제14조 제3항에 의한 해당 이용자의 정보제공을 요청하였으나, 베를린 지방법원은 2019. 09. 09. 자 결정으로 기각하였다. 베를린 지방법원은 페이스북 이용자의 반응은 허용된 의견표현으로 판단하였다. 이러한 이용자의 댓글이 다소 과장되며 성차별적이기는 하지만, 당사자는 정치인으로, 대중에게 영향을 미치는 특수한 지위에 있고, 해당하는 표현들이 사실에 기반한 언급이라는 점을 들어 독일형법 제185조의 모욕행위가 아니라는 것이다. 그러나 이후 베를린 지방법원은 결레, 유해폐기물, 이년 변태 등의 표현에 대한 정보 제공 요청을 일부 인용하였다. 그렇지만 소아성애자, 뇌 절단 등의 표현은 상당히 모욕적인 표현은 맞지만 개인에 대한 폄훼나 비방의 목적이 인정될 수준은 아니라고 보았다.

이에 당사자는 독일헌법 제1조 제1항과 관련된 제2조 제1항의 일반적 인격권이 침해당했다고 주장하며 연방헌법재판소에 헌법소원을 제기하였다.

2) 쟁점

이 사건은 인터넷상에서 이루어진 정치인에 대한 경멸적인 비방표현과 모욕죄에서의 모욕행위의 기준 또한, 표현의 자유라는 기본권과 일반적 인격권의 침해의 판단기준이 문제된다.

3) 독일 연방헌법재판소의 판단

독일 연방헌법재판소는 우선 표현에 의한 일반적 인격권의 침해가 문제되는 경우 관련 보호법익인 개인의 명예와 가해자와 관련된 이익인 표현의 자유 사이의 계량이 요구

됨을 지적하고 있다. 모욕죄와 관련된 표현이 모두 이러한 계량을 요구하는 것은 아니고, 경멸적인 비방(Schmähung)이나 모욕적인 비난(Schmähkritik)과 같이 인간존엄을 침해하는 방식인 경우에는 보호법익과 표현의 자유 사이의 계량이 고려되지 않는다고 한다. 이 측면에서 개별법원이 독일형법 제185조의 모욕에 관한 표현을 오직 개인에 대한 폄훼와 비방으로 이해하는 것은 인격권을 잘못 이해하고 있다고 지적하였다.

이처럼 예외적인 상황이 아니라면 표현의 자유와 관련되는 기본권에 대한 고려가 필요하다라는 것이다. 독일 연방헌법재판소는 계량을 위한 방식으로 문제되는 표현이 나온 구체적인 경우와 상황에 대한 포괄적인 검토가 필요함을 밝히고 있다. 구체적으로 관련된 표현의 내용, 형식, 원인 및 결과, 표현을 한 사람, 표현과 관련된 사람 등이 고려대상으로 제시하고 있다.

독일 연방헌법재판소는 이러한 보호법익과 표현의 자유 사이의 구체적인 계량을 다음과 같이 제시하고 있다. 문제되는 표현을 통해 공적인 여론형성에 기여하고자 하는 목표가 더 클수록 표현의 자유가 더 높은 가치로 인정될 것인 반면, 개인에 대한 감정적 표현의 살포라는 측면이 더 인정될수록 표현의 자유는 더 낮은 가치로 인정된다는 것이다.

한편, 표현의 자유에 대한 보호가 지닌 권력에 대한 비판적 기능은 여전히 중요하지만, 공개적 장소에서 이루어진 표현은 여전히 이익계량의 대상이 된다고 한다. 이 점에서 공직자나 정치인에 대한 모욕은 물론 사적인 모욕도 허용되지 않게 된다고 한다. 이는 헌법이 표현의 자유를 보장하면서도 동시에 제한을 하고 있기 때문이라는 것이다. 따라서 공무원 등 공적 업무를 수행하는 사람 역시 일반적 인격권의 보호 대상이므로 그 대상에서 면제될 수는 없게 된다. 인터넷상 소셜 네트워크를 통해 여러 정보들을 전파하는 것에는 인격권에 대한 효과적인 보호도 고려되어야 한다고 한다. 그리고 국가와 사회에 참여하고자 하는 의지도 오직 인격권에 대한 적절한 보호가 보장되는 경우에 공익적 목적이 인정될 수 있음을 지적한다.

결론적으로 지방법원의 결정은 모욕행위(Beleidigung)와 경멸적인 비방(Schmähkritik)은 서로 다르게 판단되어야 함에도 잘못된 기준으로 판단하였다는 잘못이 있고, 이러한 이유 때문에 문제되는 표현과 관련된 상황을 상세히 고려하지 않았다고 판단하였다. 이는 당사자의 인격권을 침해하였으므로 지방법원결정을 취소하여야 한다고 하였다.

4) 평가

독일에서도 모욕죄는 보호법익을 명예로 하고 있으며 구체적 사실의 적시가 있는 경우 인정되는 명예훼손죄와도 법적 성격이 다르다. 모욕행위는 사실의 적시가 아닌 경멸적 표현이나 욕설 등이 포함된다. 그렇지만 인터넷이 지닌 여론형성의 기능과 공인에 대한 감시 및 표현의 자유라는 측면에서 공인에 대한 모욕은 평가를 달리할 수 있다. 이는 독재정권 하에서 공인, 특히 권력자에 대한 모욕적인 표현을 엄격하게 금지하고 있는 것과 표현의 자유가 폭넓게 보장되는 미국의 태도에서 차이를 확인할 수 있다.

모욕의 대상인 공인 역시 본질적으로 인격을 지니고 있다는 점은 인격권에 대한 침해의 부분도 고려해 볼 지점으로 보인다. 독일 연방헌법재판소는 이를 정확하게 지적하고 있다. 더 나아가 모욕적 표현에 대해 표현의 자유와의 계량이 필요한 모욕과 인격에 대한 본질적 공격을 목적으로 하는 경멸적인 비방을 서로 구분하고 있는 것으로 보인다. 특히 후자의 경우라면 표현의 자유와 계량이 배제되므로 공적인 성격을 가진 정치인이나 공직자에 대한 본질적인 인격권의 보호가 이루어질 수 있다.

V. 미국

미국은 허위조작정보가 명예훼손, 고의에 의한 정신적 고통(intentional infliction of emotional distress, IIED), 프라이버시(privacy)침해, 사기(fraud), 불법적 간섭(tortious interference), 불공정·기만적인 거래 관행 등을 일으킨 경우에 있어서 명예훼손 등을 소인(訴因)으로 하여 허위조작정보를 작성한 자에게 민·형사적 책임을 물을 수 있다.¹³⁰⁾ 그러나 '허위조작정보'를 작성한 자를 일반적으로 규제하는 법률이 없으며¹³¹⁾ 오히려 「통신품위법」¹³²⁾을 통해 일정한 조치를 한 플랫폼 사업자의 민사 책임

130) 김창화, 미국의 가짜 뉴스 대응과 미디어 리터러시 교육, *교육法學研究*, 第30卷 3號, 2018.12., 3-7쪽.

131) 김종현, 가짜뉴스의 규제에 관한 비교법적 연구- 미국의 논의를 중심으로 -, 『서울대학교 法學』 제60권 제3호 2019년 9월, 75쪽 ; 미국 연방방송통신위원회(FCC)는 1992년 '허위방송 금지결정(47 C.F.R. 73.1217)'을 제정하여 허위 '방송'에 대하여는 처벌하는 규정을 마련한 바 있다. 해당 조항은, i) 중대한 공익의 침해(substantial public harm)를 실제적으로 야기한 허위의 정보를, ii) 그러한 공익의 침해가 일어날 수 있는 가능성을 충분히 예견하고, iii) 또한 그 정보가 허위임을 인지하고도 방송한 행위를 처벌할 수 있도록 했다(이향선, 가짜뉴스 대응 개선을 위한 정책 방안 연구, KCSC, 2018-008(방송통신위원회, 2018, 88쪽).

을 면제시킴으로써 규제하는 방향과는 반대로 표현의 자유를 증시하는 태도를 취한다. 2016년 대통령 선거에서 발생한 허위정보가 소위 가짜뉴스(Fake News)라고 불리면서 관련 논의가 진행된 바 있지만 미국에서는 허위조작정보에 대처하는 입법을 제정하기 보다 자율규제를 하는 방향을 채택하고 있다.

1. 통신품위법 제230조

1) 통신품위법 제230조 제정 배경

인터넷이 지금과 같이 활성화되기 이전 시기에 판례법은 콘텐츠의 출판자와 콘텐츠 유통자 사이의 책임을 명확히 구분했다. 출판사는 출판하는 자료를 인식할 것이 기대되므로 출판한 불법콘텐츠에 대해 책임을 부담할 필요가 있지만, 유통자는 인식하지 못할 가능성이 있으므로 면제되었다. 이러한 구분은 1959년 Smith vs. California¹³³⁾ 소송에서 확립된 바 있다.

1990년대 초반에는 인터넷이 널리 상용화되었다. 인터넷은 사용자가 대화하며 다른 사용자의 콘텐츠에 참여할 수 있게 만들었다. 이러한 변화 속에 출판자와 유통자 사이의 구분이 불분명해졌고, 사용자가 생성한 콘텐츠에 대하여 서비스 제공자가 책임을 지는 소송이 다수 일어나게 되었다. 결정적으로 통신품위법 제230조 제정을 촉발시킨 것은 1990년대 서로 상이한 결론을 내린 두 개의 판결 때문이었다. 첫 번째 판결은 Cubby, Inc v. Compu Serve, Inc 사건으로 뉴욕 남부지구 연방판사는 콘텐츠를 조정하지 않았던 Compu Serve사에 대하여 컴퓨터 서비스는 '유통자(distributor)'이므로 명예훼손 혐의가 있는 진술이 거짓임을 알았거나 알았어야 했다는 증거가 없으면 온라인으로 유통한 콘텐츠에 대해 책임을 지지 않는다고 판결했다.¹³⁴⁾ 4년 후, 뉴욕 주 법원은 Stratton Oakmont, Inc. v. Prodigy Services Co. 사건¹³⁵⁾에서 컴퓨터 네트워

132) Communications Decency Act, CDA

133) Smith vs. California, 361 US 147 (1959)

134) 776 F.Supp. 135, 140-141 (S.D.N.Y. 1991)

135) 동 사건은 사기 주식 중개 기업 Stratton Oakmont와 그 사장 대니 포루쉬(Danny Porush)에 대한 명예훼손을 이유로 한 손해배상 소송으로, 원고 Stratton Oakmont는 미국 소재 PC 통신 기업인 Prodigy의 금융 게시판 서비스(Bulletin Board Service: BBS) 이용자가 Prodigy의 서비스를 이용하여 대니 포루쉬의 명예를 훼손했으며, 그렇기에 Prodigy 역시 명예훼손적 자료를 출판한 출판자로서 손해배상책임을 부담해야 한다고 주장하였다.

크 조작자(operator)는 ‘게시판’에 대한 콘텐츠 가이드라인이 있고 ‘편집권’을 행사하기 때문에 ‘출판사(publisher)’로서 책임을 질 수 있다는 정반대의 결론을 내렸다.¹³⁶⁾ Stratton은 플랫폼이 일부러 사용자의 온라인 콘텐츠를 조정하지 않음으로써 책임을 회피하게 하는 왜곡된 인센티브를 만들 수 있음을 우려하였다. 이후 의회는 이와 관련하여 제230조를 포함한 「통신품위법」을 제정하게 되었다.¹³⁷⁾ 제230조는 “인터넷을 만든 26단어”라고 불릴 만큼 현대 인터넷 서비스의 기초가 된 조문이 되었다.¹³⁸⁾ 인터넷 서비스 제공자가 콘텐츠 삭제 또는 접근을 방지하기 위한 합리적인 조치를 취하는 한, 콘텐츠의 중개자 역할을 하는 셰이프하버를 제공한다. 이러한 보호는, 법적 리스크에 대한 염려 없이 인터넷에서 실험적이고 참신한 애플리케이션을 가능하게 하여 고급 검색엔진과 같은 최신의 인터넷 서비스의 기반을 구축하게 만들었다.¹³⁹⁾

2) 통신품위법 제230조의 내용

통신품위법 §230 원문

47 U.S. Code § 230¹⁴⁰⁾ - 저속한 자료의 사적 차단 및 선별 행위에 대한 보호

(a) (의견) 본 의회는 다음과 같은 의견이다:

- (1) 급속하게 성장하여 현재 미국 국민에게 제공되고 있는 인터넷 및 기타 대화형 컴퓨터 서비스는 교육적 및 정보적 자원의 국민 보급에 있어 중요한 발전을 가져다주었다.
- (2) 이러한 서비스들은 이용자들이 선택적으로 정보를 습득하는 데에 유용하게 활용되고 있으며, 미래에 기술이 발전하며 더욱 유용하게 활용될 잠재력을 가지고 있다.
- (3) 인터넷 및 기타 대화형 컴퓨터 서비스는 다양한 정치적 담론, 문화 개발의 기회 및 무수한 지적 활동의 장을 제공한다.

이에 대해 피고는 1991년의 *Cubby Inc. v. CompuServe Inc.* 판례를 인용하여 자사는 출판자가 아닌 유통자이며, 따라서 이용자가 업로드한 명예훼손적 글의 내용에 대하여 책임을 질 필요가 없다고 반박하였다. 이에 뉴욕주 1심 법원(The Supreme Court of the State of New York)은 원고의 손을 들어주었는데, 그 이유는 (1) 피고가 대중과 이용자들을 상대로 게시판에 게재되는 글들의 내용을 규제하고 있다는 점, (2) 피고가 실제로 게시판에 게재되는 이용자 메시지와 글들을 규제하였다는 점에 비추어 볼 때 피고의 행위는 출판 업체가 행사하는 편집권(editorial control)에 상응한다고 판단하였기 때문이다. 결과적으로는 Prodigy가 서비스 이용자의 불법행위에 대하여 책임을 지게 되었다(윤병희, 미국 통신품위법상 대화형 컴퓨터 서비스 제공자의 면책과 EARN IT Act의 이해, 문화·미디어·엔터테인먼트법 제14권 제2호, 중앙대학교 법학연구원 문화·미디어·엔터테인먼트법연구소, 2020. 12, 135-137쪽.).

136) 1995 WL 323710, at *5 (N.Y. Sup. Ct. May 24, 1995).

137) O'MELVENY&MYERS LLP, "CDA Section 230: Its Past, Present, and Future", omm.com, p.4.

138) "인터넷을 만든 26단어"는 JEFF KOSSEFF의 저서명이기도 하다.

139) NERA, "Economic Value of Internet Intermediaries and the Role of Liability Protections", Insight in Economics, 5 June 2017, p.3.

- (4) 인터넷 및 기타 대화형 컴퓨터 서비스는 다양한 정치적 담론, 문화 개발의 기회 및 무수한 지적 활동의 장을 제공한다.
- (5) 미국 국민은 이러한 대화형 미디어에 점점 더 의지하여, 다양각색의 정치, 교육, 문화, 오락 서비스에 접속하고 있다.

(b) 정책 미국 연방 정부의 정책은 다음과 같다 -

- (1) 인터넷, 타 대화형 컴퓨터 서비스 및 대화형 미디어의 개발을 지속하고;
- (2) 인터넷 및 타 대화형 컴퓨터 서비스의 활기차고 경쟁력 있는 자유 경쟁 시장을 연방 및 주 규제로부터 보존하고;
- (3) 인터넷 및 타 대화형 컴퓨터 서비스를 사용하는 개인, 가족, 학교의 정보 수신에 통제를 극대화하고;
- (4) 불쾌하고 부적절한 온라인 콘텐츠에 자녀가 접속하는 것을 부모가 제한할 수 있게 하는 차단 및 필터링 기술의 개발 및 사용 저해 요소를 제거하고;
- (5) 연방 형사법을 강력하게 집행하여, 컴퓨터를 통한 외설, 스토킹, 희롱 행위 등을 저지 및 처벌한다.

(c) “선한 사마리아인”의 저속한 소재 차단 및 감시 행위에 대한 보호

- (1) 출판사 혹은 발언자 취급
어떠한 대화형 컴퓨터 서비스의 제공자 및 이용자도 제3의 정보제공자가 제공한 정보에 대한 출판사 또는 발언자로 취급되지 아니한다.
- (2) 민사 책임
어떠한 대화형 컴퓨터 서비스의 제공자 및 이용자도 다음과 같은 행위에 대하여 책임지지 아니한다 -
 - (A) 헌법상 보호받는 소재인지 여부와 무관하게, 제공자 혹은 이용자 판단하에 외설적이거나, 선정적이거나, 음란하거나, 추잡하거나, 과도한 폭력성을 내포하거나, 성희롱이거나, 그밖에 불쾌감을 주는 소재의 접근 또는 이용가능성을 제한하기 위하여 선의를 가지고 자발적으로 취하는 조치; 또는
 - (B) 정보 콘텐츠 제공자 혹은 타 행위자가 (1)¹⁴¹호에 포함된 소재의 접속을 기술적으로 제한할 방법을 제공하거나, 가능하게 하는 행위

(d) 대화형 컴퓨터 서비스의 의무

대화형 컴퓨터 서비스 제공자와 고객이 대화형 컴퓨터 서비스 제공 계약을 체결할 시, 제공자 판단하에 적절한 방식으로 그 고객에게 자녀 보호 기능(고객의 자녀가 유해한 소재에 접속하는 것을 제한할 수 있게 돕는 컴퓨터 하드웨어, 소프트웨어, 필터링 서비스 등)이 상업적으로 제공될 수 있음을 통지할 의무가 있다. 그러한 통지는 위와 같은 보호 기능 제공자 목록을 포함하거나, 또는 제공자 목록에 접속할 수 있는 정보를 포함하여야 한다.

(e) 본 법령이 타 법령에 미치는 영향

그 어떠한 대화형 컴퓨터 서비스의 제공자 및 이용자에게도 다음과 같은 행위에 대하여 책임을 묻지 아니한다.

- (1) 형법에 아무런 영향을 주지 아니함
본 절의 어떠한 내용도 본 법령의 223절 혹은 231절, 연방 법전 18편의 71장(외설 관련) 혹은 110장(아동 성범죄 관련), 혹은 타 연방 형법의 집행을 방해하는 의미로 해석되어서는 아니 된다.
- (2) 지식재산권법에 아무런 영향을 주지 아니함
본 절의 어떠한 내용도 지식재산권 관련법을 제한하거나 확대하는 의미로 해석되어서는 아니 된다.
- (3) 주법
본 절의 어떠한 내용도 그 어떠한 주 정부의 (본 절과 일관된) 주법 집행을 방지하는 의미로 해석되어서는 아니 된다. 주법 또는 지방법의 내용이 본 절의 내용과 부합하지 않는 경우 그에 따른 어떠한 소송도 제기할 수 없으며, 법적 책임도 부과할 수 없다.
- (4) 전자통신개인정보보호법에 아무런 영향을 주지 아니함
본 절의 어떠한 내용도 1986 전자통신개인정보보호법(Electronic Communications Privacy Act of

- 1986), 그 수정안, 또는 그와 유사한 주법의 적용을 제한하는 의미로 해석되어서는 아니 된다.
- (5) 성매매법에 아무런 영향을 주지 아니함
 본 절의 어떠한 내용도 ((c)(2)(A)관 제외) 다음을 손상하거나 제한하는 의미로 해석되어서는 아니 된다 -
 (A) 18장 1595절에 따라 제소된 민사소송에서 주장하는 법적 권리 (주장의 기저를 이루는 행위가 같은 장 1591절의 위반행위일 경우);
 (B) 주법에 따라 기소된 형사소송의 고발 내용 (형사 고발의 기저를 이루는 행위가 18장 1595절의 위반행위일 경우); 혹은
 (C) 주법에 따라 기소된 형사소송의 고발 내용 (형사 고발의 기저를 이루는 행위가 18장 2421A절의 위반행위이며, 피고인의 매춘 홍보 및 조장 행위가 있었던 관할에서 그러한 행위가 불법일 경우)

「통신법」은 1934년 「통신법(the Communications Act of 1934)」에 제230조를 추가한 것으로, 일부 예외를 제외하지만 일반적으로 서비스 사용자가 만든 콘텐츠로 인한 법적 책임으로부터 온라인 서비스 제공자를 보호하는 내용을 담고 있다.

(1) 제230조의 목적

의회의 핵심 목적은 인터넷 플랫폼이 사용자가 게시한 콘텐츠를 호스트하고, 책임에 대한 두려움 없이 공격적으로 콘텐츠 삭제를 할 수 있도록 하는 것이었다. 의회는 “인터넷에서 자유롭고 규제되지 않는 언론의 자유를 발전을 장려”하려고 했다. 의회는 호스트 사이트에게 조정(moderation) 능력을 부여하면 외설적이거나 불쾌감을 주는 콘텐츠를 줄여서, 사용자가 보다 환영하는 광장을 제공함으로써 언론의 자유를 장려할 것이라고 예측했고, 인터넷서비스 제공자는 사용자가 게시한 콘텐츠에 대해 책임을 지지 않게 되면 언론을 위한 광장을 적극적으로 제공할 것이라고 생각했다. 반대로 콘텐츠 조정 및 필터링을 위한 적절한 도구가 없다면, 온라인은 외설, 허위정보, 악의적 행위자에 의한 불쾌한 콘텐츠로 가득차게 되어 온라인에서의 자유로운 의사소통을 저해할 것이라고 보았다.

제230조를 제정하면서, 의회는 정부규제 없는 지속적인 인터넷의 발전을 촉진하는 것, 개인이 보고 듣는 정보에 대한 사용자 제어를 최대화하는 것, 차단 및 필터링 기술을

140) 번역문은 “윤병희, 미국 통신법위법상 대화형 컴퓨터 서비스 제공자의 면책과 EARN IT Act의 이해, 문화·미디어·엔터테인먼트법 제14권 제2호, 중앙대학교 법학연구원 문화·미디어·엔터테인먼트법연구소, 2020. 12, 138-141쪽” 참조.

141) 원문에 (1)호라고 쓰여 있으나 이는 오타자로, (A)목을 뜻할 가능성이 크다(윤병희, 미국 통신법위법상 대화형 컴퓨터 서비스 제공자의 면책과 EARN IT Act의 이해, 문화·미디어·엔터테인먼트법 제14권 제2호, 중앙대학교 법학연구원 문화·미디어·엔터테인먼트법연구소, 2020. 12, 139쪽.)

저해하는 것을 제거하는 것, 외설, 스토킹, 희롱행위에 대한 형법집행을 촉진하는 것을 목표로 했다.¹⁴²⁾

(2) 제230조의 적용범위

제230조의 ‘선한 사마리아인’ 조문은 두 가지 중요한 내용 즉, “정보 서비스 제공자는 제3자로부터 정보의 ‘출판자 또는 발언자’로 취급되어서는 안 된다”는 것과 ‘정보서비스 제공자가 “외설적이거나, 선정적이거나, 음란하거나, 추잡하거나, 과도한 폭력성을 내포하거나, 성희롱이거나, 기타 불쾌한’ 것으로 간주하는 콘텐츠를 삭제하거나 제한하는 경우에는 그러한 소재인지 여부에 관계없이 민사책임에서 면제된다”는 것을 규정하고 있다.

우선, 제230조(c)(1)는 “어떠한 대화형 컴퓨터 서비스의 제공자 및 이용자도 제3의 정보 제공자가 제공한 정보에 대한 출판자 또는 발언자로 취급되지 아니한다”라고 규정되어 있다. 법원은 제230조(c)(1)에 있어 ‘대화형 컴퓨터 서비스’ 제공자에게 제3자가 만들어 서비스 제공자가 게시한 콘텐츠에 대하여 광범위한 면책을 제공한다. 법원은 제230조에서 제공하는 면책의 적용여부에 대하여 일반적으로 3가지 테스트를 적용한다. 즉, 피고가 면책 받으려면 ① 피고는 “대화형 컴퓨터 서비스의 제공자 또는 사용자”일 것 ② 정보는 “제3자 정보 콘텐츠 제공자가 제공”한 것일 것(즉, 피고는 문제의 유해한 정보의 ‘정보 콘텐츠 제공자’가 아니어야 함) ③ 원고가 주장하는 소인(訴因)에 있어 피고를 문제의 유해한 정보의 ‘출판자 또는 발언자’로 취급할 것이라는 3가지 요건을 모두 충족해야 한다.¹⁴³⁾

① 피고는 “대화형 컴퓨터 서비스의 제공자 또는 사용자”일 것

‘대화형 컴퓨터 서비스’는 특히 인터넷 접속 제공 서비스 또는 시스템을 포함하여 다수의 이용자가 컴퓨터 서버에 접속 가능할 수 있게 하거나, 그 접속을 제공하는 모든 정보 서비스, 시스템, 또는 접속 소프트웨어 제공자를 말한다(CDA 제230조(f)(2)). 이

142) See <https://www.eff.org/issues/cda230>.; O’MELVENY&MYERS LLP, “CDA Section 230: Its Past, Present, and Future”, omm.com, pp.4-5.

143) 이하 요건에 대한 자세한 설명은 Kathleen Ann Ruane, “How Broad A Shield? A Brief Overview of Section 230 of the Communications Decency Act”, Congressional Research Service, February 21, 2018, pp.2 참조.

는 광대역 인터넷 접속 서비스 제공자(예를 들어, Verizon FIOS, Comcast Xfinity), 인터넷 호스팅 회사(예를 들어, DreamHost, GoDaddy), 검색 엔진(예를 들어, Google, Yahoo!), 온라인 메시지 게시판, 다양한 온라인 플랫폼을 포함하여 온라인으로 운영되는 많은 매체를 포괄하는 것으로 해석된다. 그러나 인터넷을 통해 운영되는 모든 기업이 대화형 컴퓨터 서비스 공급자가 될 수 있는 것은 아니며, 법원은 온라인 서비스와 관련 없는 피고에 대하여 면책을 제공함에 있어 의문을 표명했다.

② 정보는 “제3자 정보 콘텐츠 제공자가 제공”한 것일 것

제230조는 제3자가 불법으로 의심되는 콘텐츠를 유포할 때 대화형 컴퓨터 서비스 제공자를 보호하지만, 이러한 콘텐츠 생성에 일부분이라도 책임이 있는 경우에는 보호되지 않는다. 특히 제230조는 문제시되는 콘텐츠의 ‘정보 콘텐츠 제공자’의 역할을 하지 않는 경우에만 피고를 보호한다. 법령에서 ‘정보 콘텐츠 제공자’는 인터넷 또는 기타 대화형 컴퓨터 서비스를 통해 제공되는 정보의 생성 또는 개발에 대하여 전체적으로 또는 부분적으로 책임 있는 개인 혹은 단체를 의미한다(CDA 제230조(f)(3)). 피고인이 해당 콘텐츠에 대한 ‘정보 콘텐츠 제공자’인지 여부를 평가함에 있어서, 법원은 통상 피고가 콘텐츠의 불법성 혐의에 실질적으로 기여했는지 여부를 검토한다. 제6순회 항소법원에 따르면 “콘텐츠의 불법성에 대한 실질적 기여란 불법으로 의심되는 콘텐츠를 게시(display)함에 있어 필요한 조치를 단순히 했다는 것만을 의미하는 것이 아니다. 오히려, 게시된 콘텐츠가 불법이라고 주장되는 원인에 대해 “‘전체적으로 또는 부분적으로’ 책임이 있음을 의미한다”라고 판결했다. 법원은 불법으로 의심되는 콘텐츠의 문법을 교정한 것만으로는 제230조의 적용을 받기 어렵다고 보았다. 또한 법원은 콘텐츠를 생성하거나 개발하기 위한 중립적인 툴(tool)을 제공하는 자는 제230조의 보호받지 못하는 정보 콘텐츠 제공자가 아니라고 판결했다. 반면에, 불법 콘텐츠 개발을 권유하고 적극적으로 참여하는 것은 면책받지 못한다.

③ 원고가 주장하는 소인(訴因)에 있어 피고를 문제의 유해한 정보의 ‘출판자 또는 발언자’로 취급할 것

제230조는 대화형 컴퓨터 서비스의 제공자 또는 사용자를 제3자 콘텐츠의 출판자 또

는 발언자로 취급하는 것을 금지한다. 이에 법원은 소송의 소인(訴因)이 피고의 전통적인 출판 기능 수행에 근거하는지 여부를 검토한다. 출판되는 콘텐츠의 선택 또는 콘텐츠 제외와 같은 편집 결정에 기초하여 소송이 법적 책임을 묻는 경우에는 제230조상의 책임을 금지할 수 있다.

또한 제230조(c)(2)에서는 대화형 컴퓨터 서비스 제공자가 문제가 있다고 판단한 정보에 대해 접속제한, 차단, 또는 접속제한을 위해 기술적 수단을 제공하는 등 자율적 통제를 하는 행위에 대해서도 법적 책임을 지지 않도록 보장해주고 있다.¹⁴⁴⁾

(3) 제230조의 적용예외 Liability Shield Exceptions

제230조의 면책조항은 온라인 서비스 제공자에게 제기된 많은 민사소송과 주의 형사 기소에 광범위하게 적용되지만 무한정 책임이 면제되는 것은 아니다. 제230조(e)에서는 면책되지 않는 경우를 열거하고 있다. 이에 따르면 제230조는 연방형법, 지식재산권법, 1986년 전자통신 개인정보보호법(the Electronic Communications Privacy Act of 1986), 1986년 전자통신 개인정보보호법과 유사한 주법에는 적용되지 않는다. 예를 들어, 제230조는 상업적 성매매에 대한 금지에 대한 연방법(15 U.S.C. 1591)에 기초한 기소에 대하여 범죄요건이 충족되는 경우에는 대화형 컴퓨터 서비스 제공자를 면책하지 않는다.¹⁴⁵⁾

또한 판례에 따르면, CDA는 대화형 서비스 제공업체가 전적으로 자체 제작하거나 개발한 콘텐츠에 대해 면제를 제공하지 않는다고 보고 있으며,¹⁴⁶⁾ 제230조는 회사직원이 문제의 콘텐츠를 제거하겠다는 약속을 하고 이를 하지 않은 사건에서 이러한 약속에 따른 금반언 청구에 기한 불법행위 주장을 방해하지 않는다고 판결하였다.¹⁴⁷⁾

144) 이향선, 가짜뉴스 대응 개선을 위한 정책 방안 연구, 방송통신심의위원회, 2018.12., 90쪽.

145) Kathleen Ann Ruane, “How Broad A Shield? A Brief Overview of Section 230 of the Communications Decency Act”, Congressional Research Service, February 21, 2018, pp.2-3.

146) Anthony v. Yahoo! Inc., 421 F.Supp.2d 1257 (NDCal. 2006) <https://www.eff.org/issues/cda230/cases/anthony-v-yahoo-inc> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

147) Barnes v. Yahoo!, 570 F.3d 1096 (9th Cir. 2009) <https://www.eff.org/issues/cda230/cases/barnes-v-yahoo> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

2. 2016년 이후의 서비스 제공자의 책임에 대한 인식변화

1) 입법이후의 주요 변화

미국은 제230조과 관련하여 1997년 소송인 *Zeran v. AOL* 사건¹⁴⁸⁾ 이후 거의 10년간 서비스 제공자에게 거의 완전한 면책을 주는 판결을 내렸다. 그러다가 2008년 *FairHousing Council v. Roommates.com* 사건¹⁴⁹⁾에서 서비스 제공자의 면책을 인정하지 않으면서 이러한 면책이 무한정적인 것이 아니라는 것을 보였다.¹⁵⁰⁾

그러다가 2016년 미국 대통령 선거에 러시아가 페이스북, 구글과 같은 소셜미디어 사이트를 사용하여 가짜뉴스를 유통하여 영향을 미쳤던 사건으로 인해 소셜미디어 책임론이 강하게 대두되었다.¹⁵¹⁾ 다시 말해서, 통신품위법 제230조는 서비스 제공자에게 광범위한 면책을 제공하는데 이를 역이용하여 동 법이 제공하는 절대적 법적 보호에 기초하여 민주주의를 훼손하고 플랫폼을 남용한 사람들에게 서비스 제공자가 적극적으로 조치를 취할 것을 촉구하기 시작한 것이다. FOSTA-SESTA 법¹⁵²⁾이 성립된 후, 의회는 제230조의 내용을 넘어서 서비스 제공자에게 이러한 악의적인 인물에 대하여 조치를 취하는 것을 요구하도록 동 조문을 변경할 수 있다는 점을 인식했다.¹⁵³⁾

2) 2020년 법무부 보고서

미국 법무부는 “인터넷은 1996년 이후로 크게 바뀌었다.”¹⁵⁴⁾ ‘오늘날의 인터넷 구

148) *Zeran v. Am. Online, Inc.*, 129 F.3d 327, 331 (4th Cir. 1997)

149) *FairHousing Council v. Roommates.com, LLC* 521 F.3d 1157 (9th Cir. 2008), <http://www.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2008/04/02/0456916.pdf> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

150) 동 사건은 Roommates.com 서비스에 대한 것인데 이 서비스는 자신이 만든 프로필을 기반으로 임차인을 매칭하는 것을 돕는 서비스이었다. 해당 프로필은 필수 설문지에 의해 만들어지며 이에 성별, 인종, 원하는 룸메이트의 인종에 대한 정보가 포함되어 있었는데 원고는 이것이 차별을 만들어 공정주택법을 위반했으며 해당 서비스에 책임이 있다고 주장했고 이에 대하여 법원은 필수 프로필 시스템에 대하여 피고가 정보 콘텐츠 제공자가 되기 때문에 제230조(c)(1)의 면책을 받지 못한다며 서비스 제공자의 책임을 인정한 것이다.

151) 이향선, 가짜뉴스 대응 개선을 위한 정책 방안 연구, 방송통신심의위원회, 2018.12., 73쪽.

152) FOSTA-SESTA 법은 ‘the Stop Enabling Sex Traffickers Act (SESTA) and the Fight Online Sex Trafficking Act (FOSTA)’으로 온라인 플랫폼이 매춘을 조장하는 것으로 보이는 경우 보호를 중단하도록 통신품위법 제230조를 개정한 것이다.

153) *Senators to Facebook, Google, Twitter: Wake up to Russian threat - POLITICO*

154) *Id.* at 1

측’에서 제230조가 수행한 ‘유익한 역할(beneficial role)’이 더 이상 필요하지 않을 수 있음을 인식하면서 이와 관련하여 2020년 6월 제230조에 대한 ‘핵심사항 및 권장 사항’을 발표했다. 이 보고서와 일치하여, 당시 법무장관이었던 윌리엄 바(William Barr)는 2020년 9월 대통령과 의회에 “온라인 플랫폼이 서비스의 범죄 콘텐츠를 더 잘 처리하고, 합법적인 발언을 제거할 때 더 투명하고 책임을 지도록 장려하기 위해” 제 230조의 수정안을 제안했다.¹⁵⁵⁾

Barr 법무장관은 온라인에서 ‘불법 콘텐츠’를 줄이는 것의 중요성을 인정하면서도 동시에 불쾌한 콘텐츠를 제거하는 플랫폼의 능력을 제한할 것을 제안한다. 특히, 법무부는 인터넷플랫폼이 “악의로 합법적인 발언을 검열하고 자신의 서비스약관과 일치하지 않는 것에 제230조를 방패”로 삼는 것을 방지하고, “온라인에서 증가하는 불법 콘텐츠를 처리하기 위해 플랫폼에 인센티브를 제공”할 것을 제안하기 위해 면제범위를 명확히 할 것을 권장한다. 즉, 제230조가 (사용자 또는 플랫폼에 의해) “외설적이거나, 선정적이거나, 음란하거나, 추잡하거나, 과도한 폭력성을 내포하거나, 성희롱이거나, 그밖에 불쾌감을 준다고”¹⁵⁶⁾ 여겨지는 자료에 접근을 제한하는 것에 대해 인터넷 플랫폼에 면제를 제공하는데, 여기서 “그밖에 불쾌감을 주는” 유형은 잠재적으로 “플랫폼이 원하는 콘텐츠를 삭제하는데 백지수표”를 제공하기 때문에 “그밖에 불쾌감을 주는”이라는 단어를 삭제할 것을 제안한다.

법무부는 또한 플랫폼이 삭제하는 말(speech)이 열거된 유형 중 하나에 속한다는 “객관적으로 합리적 믿음(objectively reasonable belief)”을 가질 것을 요건으로 하고, “합법적인 콘텐츠의 기만적인 게시 중단을 방지”하기 위해 게시 중단 결정에 대한 선의의 요건(goodfaith requirement)을 포함할 것을 권장한다.¹⁵⁷⁾ 이는 “정보의 생성 또는 개발에 전체 또는 부분적으로 책임이 있는” 플랫폼을 제230조 면제로부터 배제하기 위해 ‘정보 콘텐츠 제공자(information content provider)’의 정의를 명확히 할 것을 제안한다.¹⁵⁸⁾ 법무부는 호스팅 플랫폼에게 ‘책임’을 부여하는 수준에 이르는 활동

155) Letter from Attorney General William Barr to Hon. Michael Pence, Pres. of U.S. Senate (Sept. 23, 2020) [“DOJ Letter”], <https://www.justice.gov/file/1319346/download>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

156) *Id.* at 2

157) *Id.*

158) *Id.* at 3

임을 보여주는 예시를 제공하지 않지만, 법무부의 제안에 따르면, 해당 플랫폼이 “다른 사람 또는 단체의 콘텐츠를 수정하거나 변경할 것을 요청, 언급, 자금조달, 긍정적 기여” 하는 경우에는 호스팅하는 콘텐츠에 ‘책임있을’ 수 있다고 한다.¹⁵⁹⁾

또한 법무부는 플랫폼이 (1) 연방형법을 위반하는 콘텐츠를 “의도적으로 부추기는 (purposefully promotes) 경우” (2) 호스팅된 특정 콘텐츠가 연방법을 위반한다는 것을 사실상 알고 있는 경우 (3) 법원 명령 등에 따른 불법 콘텐츠를 제거하지 않은 경우와 같이 플랫폼에 의한 특정 개별행위를 대상으로 삼는다.¹⁶⁰⁾ 법무부는 플랫폼이 ‘아동 착취 및 성적 학대’, ‘테러리즘’, ‘사이버 스토킹’ 및 ‘반경쟁 행위’의 소송(claims)으로부터 보호(insulated from)되어서는 안된다고 하였다.¹⁶¹⁾

3) 제230조 개정안

미국 상하원 의원은 제230조를 수정하기 위해 24개 법안을 발의했고 이 중 상정된 법안은 다음과 같다.¹⁶²⁾

(1) EARN IT Act

상호작용 기술의 남용 및 만연한 방치 근절법(The Eliminating Abusive and Rampant Neglect of Interactive Technologies Act, ‘EARN IT Act’)은 상원의원으로 구성된 초당파 그룹에 의해 2020년 3월 5일에 발의되었다.¹⁶³⁾ EARN IT은, 기업이 책임에 대한 세이프하버(safe harbors)를 포함하여 아동 성적학대와 관련된 위반에 대한 책임 보호를 ‘획득’할 것을 요구하고, 학대 생존자에게 민사상 구제수단을 제공함으로써, 온라인 아동 착취에 초점을 둔다. EARN IT은 기업이 아동착취로부터 제품을 보호하기 위해 활용해야 하는 모범사례를 제시하고, 이러한 관행을 활용하면, 민사 소송에 대한

159) *Id.*

160) *Id.*

161) *Id.* at 4

162) 이하 법안의 내용은 “O’MELVENY&MYERS LLP, “CDA Section 230: Its Past, Present, and Future”, omm.com, pp.10-11” 참조.

163) <https://www.judiciary.senate.gov/press/rep/releases/graham-blumenthal-hawley-feinstein-introduce-earn-it-act-to-encourage-techindustry-to-take-online-child-sexual-exploitation-seriousl> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

방어로 사용될 수 있다.

(2) PACT

2020년 6월 상원의원 Brian Schatz(D-Hawaii)와 John Thune(R-South Dakota)은 또 다른 초당적 법안인 플랫폼 책임 및 소비자 투명성(the Platform Accountability and Consumer Transparency Act, 'PACT')¹⁶⁴⁾ 법안을 발의했다. PACT는 기술 회사에 (1) 사용자에게 회사의 콘텐츠 조정 정책을 미리 알리는 “허용되는 이용 정책”을 가지는 것 (2) 14일 이내에 조정 결정을 사용자에게 알리고 이의를 제기할 수 있도록 하는 이의신청 시스템(민원 시스템, complaint system)을 갖추어 소비자에게 절차적 보호를 제공하는 것을 요구함으로써, 온라인 투명성, 책임성, 소비자보호를 강화하는 것을 목표로 한다.¹⁶⁵⁾

(3) See Something, Say Something Online Act

2020년 9월에 상원에서 도입된 See Something, Say Something Online Act라는 세 번째 초당파 법안은 불법 약물의 온라인 판매를 방지하기 위한 것이다.¹⁶⁶⁾ 이 법안은 기업에 의심스러운 활동을 법 집행 기관에 보고하는 것; 이러한 보고를 위해 정보교환소 역할을 하는 법무부 내에 사무실을 만드는 것; 사용자의 프라이버시(개인정보)를 보호하는 방식으로 중범죄 신고(보고) 기준을 낮추는 것; 불법적 활동을 예방하거나 해결하기 위해 기업에 합리적인 조치(reasonable steps)를 취할 것을 요구하는 것;을 하도록 요구한다.¹⁶⁷⁾

164) <https://www.schatz.senate.gov/imo/media/doc/OLL20612.pdf>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

165) <https://www.schatz.senate.gov/press-releases/schatz-thune-introduce-new-legislation-to-update-section-230-strengthen-rulestransparency-on-online-content-moderation-hold-internet-companies-accountable-for-moderation-practices>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

166) https://www.manchin.senate.gov/imo/media/doc/2020_0928%20See%20Something%20Say%20Something%20Online%20Act.pdf?cb. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

167) <https://www.manchin.senate.gov/newsroom/press-releases/manchin-cornyn-bill-to-require-companies-report-illicit-online-drugsales>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

(4) the Online Freedom and Viewpoint Diversity Act

일부 공화당 의원들도 제230조의 개정을 권장했다. 공화당 상원의원 그룹은 온라인 자유 및 관점 다양성법(the Online Freedom and Viewpoint Diversity Act)을 도입했는데,¹⁶⁸⁾ 이는 콘텐츠를 접근 제한하기 전에 특정범주에 콘텐츠가 속한다는 “객관적으로 합리적인 믿음(objectively reasonable belief)”이 있는 제공자에게만 책임으로부터 광범위한 보호를 제공한다.¹⁶⁹⁾

(5) the Limiting Section 230 Immunity to Good Samaritans Act

공화당은 또한 제230조의 선한 사마리아인 면책법(the Limiting Section 230 Immunity to Good Samaritans Act)을 도입했다.¹⁷⁰⁾ 이 법안은 기술 회사가, 선의(in good faith)의 자료에 대한 접근제한 또는 이용가능성과 관련된 모든 정책과 관련된 것인, 서비스약관을 업데이트하지 않으면 면책받지 못하도록 한다.¹⁷¹⁾

(6) the Protecting Americans from Dangerous Algorithms Act

민주당 의원들은 나름대로 다양한 개혁을 제안했다. 예를 들어, Representatives Anna Eshoo(D-California)와 Tom Malinowski (D-New Jersey) 하원의원은 위험한 알고리즘으로부터 미국인 보호법(the Protecting Americans from Dangerous Algorithms Act)을 도입했는데, 이 법은 시민권 침해 및 기타 극단주의 활동을 이끄는 콘텐츠를 증폭하는 알고리즘을 사용하는 플랫폼에 대한 면책을 제거하는 것이다.¹⁷²⁾ 이는 월 방문

168) <https://www.commerce.senate.gov/2020/9/wicker-graham-blackburn-introduce-bill-to-modify-section-230-and-empowerconsumers-onl> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

169) <https://www.commerce.senate.gov/services/files/94D0F3C6-B927-46D2-A75C-17C78D0D92AA>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

170) <https://www.hawley.senate.gov/sites/default/files/2020-06/Limiting-Section-230-Immunity-to-Good-Samaritans-Act.pdf>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

171) <https://www.hawley.senate.gov/sites/default/files/2020-06/Limiting-Section-230-Immunity-to-Good-Samaritans-Act.pdf>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

172) https://malinowski.house.gov/sites/malinowski.house.gov/files/MALINJ_103_xml%5B2%5D%5B2%5D%5B2%5D.pdf; <https://malinowski.house.gov/media/press-releases/rep-malinowski-and-eshoo-introduce-bill-hold-tech-platforms-liable-algorithmic>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

자가 5천만 명 미만인 플랫폼은 제외된다.¹⁷³⁾

4) 대통령의 행정명령

트럼프 행정부는 2020년 5월 28일에 “온라인 검열 방지에 관한 행정 명령(행정 명령)”¹⁷⁴⁾을 발표하여 제230조에 영향을 미쳤다.¹⁷⁵⁾ 이는 트위터 조정자가 부정선거 의혹에 대해 대통령의 트윗에 허위조작정보(misinformation)가 포함된 것으로 사실확인 통지(fact-checking notice)를 추가한지 이틀만이였다.¹⁷⁶⁾ 일반적으로 행정명령의 목표는 트위터와 같은 소셜 미디어 회사에 대한 제230조의 보호를 제한하는 것이다. 여기에는 몇 가지 범주의 지침이 포함되어 있다.

2020년 7월 27일 미국 전기통신 및 정보청(the National Telecommunications and Information Administration, NTIA)은 연방통신위원회(the Federal Communications Commission, FCC)에 제230가 소셜 미디어 플랫폼에 제공하는 면제 범위를 명확히 해 줄 것을 요청하는 규칙 제정 청원서를 발행했다. 2020년 10월 15일, FCC 의장 Ajit Pai 는 “명확한 규칙 제정으로 앞으로 나아가겠다”는 의도를 담은 보도 자료를 발표했다.¹⁷⁷⁾

또한 행정명령(Executive Order)은 법무부는 해당 플랫폼이 “시각차(viewpoint discrimination), 소비자 기만, 기타 나쁜 관행으로 인한 정부연설을 위한 문제가 되는 수단”인지 여부를 평가할 수 있도록 하기 위해서, 각 집행부서와 기관의 책임자에게 온라인 플랫폼에 지불되는 광고에 대한 기관의 연방 지출을 검토하도록 명령하는 것으로

173) https://malinowski.house.gov/sites/malinowski.house.gov/files/MALINJ_103_xml%5B2%5D%5B2%5D%5B2%5D.pdf. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

174) Executive Order on Preventing Online Censorship(Executive Order)

175) Exec. Order No. 13,925, 85 Fed. Reg. 34,079 (May 28, 2020). UPDATE: Section 230 and the Executive Order on Preventing Online Censorship (congress.gov) DCPD-202000404.pdf (govinfo.gov) /트럼프 행정명령 (ko).pdf

176) Issie Lapowsky, A New Lawsuit Against Trump’s Section 230 Executive Order Argues It Chills Speech About Voting, Protocol (Aug. 27, 2020), <https://www.protocol.com/lawsuit-trump-section-230>.

177) Emily Birnbaum, Ajit Pai is distancing himself from President Trump, Protocol (Jan. 7, 2021), <https://www.protocol.com/ajit-paidistancing-trump>; Kelcee Griffis, Outgoing FCC Chair Says Time’s Up For Section 230 Rule, Law360 (Jan. 11, 2011), <https://www.law360.com/articles/1343479/outgoing-fcc-chair-says-time-s-up-for-section-230-rule>. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

알려져 있다.¹⁷⁸⁾

더해서 행정 명령은 연방거래위원회(the Federal Trade Commission, ‘FTC’)가 불공정하거나 기만적인 관행에 대해 소셜 미디어 플랫폼에 대한 조치를 취하는 것을 고려하도록 지시했다.¹⁷⁹⁾

마지막으로, 행정 명령은 법무장관에게 소셜 미디어 플랫폼에 대한 “불공정하거나 기만적인 행위 또는 관행”을 금지하는 주법의 잠재적 집행에 관한 실무 그룹을 구성하고 행정 명령의 정책 목표를 촉진하기 위한 입법 제안을 개발할 것을 명령했다.¹⁸⁰⁾

3. 허위정보와 관련된 최신판례

1) *Herrick v. Grindr*, 765 F. App'x 586 (2nd Cir.2019)¹⁸¹⁾

(1) 사실관계

이는 원고 매튜 헤릭(Matthew Herrick)의 전 파트너가 데이트앱인 그라인더(Grindr)로 헤릭을 사칭하고 해코지하는데 반복적으로 사용한 사건이다. 2016년 10월 헤릭이 파트너와 헤어진 후, 파트너는 그라인더에서 헤릭을 사칭하는 가짜 프로필을 만들었다. 피고는 플랫폼에서 해당 프로필로 노골적인 강간 환상과 역할극에 대한 헤릭의 관심을 거짓으로 알리며 다른 남자들과 의사소통을 했다. 피고는 구혼자들을 헤릭의 집과 직장으로 불러들여 성관계를 가졌다. 이들 구혼자 중 일부는 헤릭과 헤릭의 친구, 직장동료를 신체적으로 폭행하고 위협했다고 헤릭은 주장했다. 헤릭은 그라인더에 계정 사칭과 그에 따른 해코지에 대해 대략 100회에 걸쳐 알렸다. 그라인더는 자동응답 이외에는 어떤 대응도 하지 않았다.

178) Exec. Order No. 13,925, 85 Fed. Reg. 34,079 (May 28, 2020).

179) Leah Nylen, et al., Trump Pressures Head of Consumer Agency To Bend On Social Media Crackdown, Politico (Aug. 21, 2020), <https://www.politico.com/news/2020/08/21/trump-ftc-chair-social-media-400104> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

180) 이상의 내용은 O'MELVENY&MYERS LLP, “CDA Section 230: Its Past, Present, and Future”, omm.com, p.12참조.

181) 이하 판결의 내용은 “AMICUS BRIEFS, “*Herrick v. Grindr, LLC*”, [epic.org \(https://epic.org/documents/herrick-v-grindr-llc/\)](https://epic.org/documents/herrick-v-grindr-llc/) 참조.

(2) 뉴욕 대법원 판결

헤릭은 2017년 1월 27일, 뉴욕대법원에 그라인더를 상대로 잠정적 금지명령(Temporary Restraining Order) 소송을 제기했다. 그날 대법원은 그라인더에 “즉시 원고의 이름으로 만들어진 즉, 원고, 원고의 사진, 주소, 전화번호, 이메일 계정, 직장 및 관련된 정보를 알게 하는 모든 사칭 프로필을 비활성화” 하도록 잠정적 금지명령을 내렸다. 본래 소송장에는 뉴욕일반기업법(New York General Business Law) 제349-50조에 따른 과실적 허위진술과 기만적 사업관행 및 허위광고 뿐만 아니라 고의와 과실적 정서적 고통의 가해, 경고 불이행도 포함되어 있었다.

(3) 미국 연방지방법원 뉴욕남부지구 판결

2017년 2월 8일, 그라인더는 복수 주간 관할에 따라 뉴욕남부지구에서 해당 조치를 제거했다. 이후 헤릭은 지방법원이 통신품위법(Communications Decency Act) 제 230조는 그라인더의 과실책임, 경고 불이행, 과실적 정서적 고통의 가해에 대한 법적 책임을 면제한다고 판결하며 각하시킨 대법원의 잠정적 금지명령을 연장하고자 하였다.

헤릭은 그라인더를 ‘안전한 공간’으로 표현한 그라인더의 광고상의 과실적 허위진술, 기만적 사업관행 및 허위광고 주장들에 기초된, 이러한 표현을 신뢰했기 때문에 그라인더에 2011년 처음 가입했다고 주장했다. 지방법원은 그라인더의 표현에 기초한 헤릭의 신뢰와 헤릭의 손해 사이의 인과관계가 너무 약하며 동떨어져 있다고 판결하며 잠정적 금지명령(TRO)에 기초한 주장을 기각했다.

2017년 3월 31일 헤릭은 사용자가 앱을 쉽게 조작하여 오용할 수 있고 그라인더는 프로필 사칭을 중지하기 위한 적절한 조치를 취하지 않았기 때문에 그라인더에 프로필 사칭에 대한 책임이 있다고 주장하면서 수정된 소장장을 제출했다. 수정된 소장장에서 처음 소장에 주장된 것에 더해 추가적인 소인으로 제조물 책임, 과실적 디자인, 금반언 및 사기, 저작권 침해에 대하여 주장했다. 그라인더는 해당 사건을 기각하도록 신청했고, 2018년 1월 25일 소송 기각 신청은 (헤릭이 수정 허가가 있는 저작권 주장에 적용되는 경우를 제외하고) 받아들여졌다.

2018년 2월 9일, 헤릭은 제2순회 항소법원에 항소했다.

(4) 미국 제2순회 항소법원¹⁸²⁾

그라인더는 고의로 매튜 헤릭의 범죄적이며 불법적인 스토킹을 조장했다. 헤릭은 그라인더에 수습 차례 도움을 요청했으나 그라인더는 헤릭을 무시했다. 모든 노력이 실패했을 때 헤릭은 소송을 제기했다. 그라인더는 통신품위법(CDA) 제230조를 들어 위험한 제품에 대한 법적 책임 면제를 주장했다. 법원은 지방법원의 결정에서 통신품위법 제230조에 대한 확대된 해석은 법령의 문구, 의회의 의도, 관련 판례법에 반한다. 이것은 기술 회사를 대중에 대한 무책임에서 면제시키는 위험하고 결함 있는 해석이며 지방법원은 사실에 대한 중대한 분쟁에도 불구하고 제12조(b)(6) 신청을 약식 판결을 위한 것으로 전환하지 않은 채, 헤릭의 수정된 소장을 각하하고 수정 허가를 기각했다고 하였다. 이에 법원은 지방법원의 결정을 번복하여 환송하도록 판결한다.

2) Milgram V Orbitz, LLC, ESX-C-142-09 (NJ Super. Ct 2010)¹⁸³⁾

(1) 사실관계

티켓네트워크(TicketNetwork)는 티켓 재판매를 위한 온라인 마켓 플레이스 ‘티켓네트워크 익스체인지(TicketNetwork Exchange)’를 운영하는 소프트 회사로 티켓익스체인지에서는 판매자가 판매 티켓을 나열할 수 있고 구매자는 이 판매자로부터 직접 티켓을 구입하게 되며 티켓네트워크는 판매되는 실제 티켓을 보유하지 않는다. 오빗 월드와이드(Orbitz Worldwide, LLC)는 티켓네트웍스 익스체인지와 유사한 사이트 칩티켓 익스체인지를 운영하면서 티켓네트워크와 계약을 통해 칩티켓의 목록을 티켓네트워크 익스체인지에서도 사용할 수 있게 했다. 티켓네트워크 가이드북에 따르면 판매자는 판매하는 티켓의 좌석 위치를 정확히 명시하도록 했고 소유하지 않은 티켓의 판매는 금지된다. 또한 티켓네트워크는 구매자가 구매한 것과 동등하거나 더 좋은 좌석을 보장하며 티켓이 제시 시간에 도착하지 않거나 유효하지 않은 경우에는 전액 환불을 제공한다.

뉴저지 소비자 담당부서(New Jersey Division of Consumer Affairs)는 칩티켓 사이트에서 브루스 스프링스틴(Bruce Springsteen) 콘서트 공개판매일 6일 전에 두 장

182) Case 18-396, Document 44, 05/24/2018, 2311294

183) <https://www.scribd.com/doc/37008339/Milgram-v-Orbitz> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

의 티켓을 구입했는데 티켓은 공개판매 날짜에 인쇄되어 판매되었다. 앤 밀그램 법무장관은 5명의 온라인 티켓 재판매업자에 대하여 뉴저지 소비자 사기법(New Jersey's Consumer Fraud Act)과 주의 광고 규정(state's Advertising Regulations) 위반으로 소송을 제기했다. 밀 그램은 판매당시 없었던 티켓에 대해 소비자에게 판매할 티켓이 있다고 한 것은 명백한 사기라고 했으며 주법상 오빗과 티켓네트워크는 출판사 혹은 발언자가 아닌 '상업적 행위자'로서 티켓 리스트 작성에 적극적으로 참여했기 때문에 단순히 대화형 컴퓨터 서비스 제공업체가 아닌 정보 콘텐츠 제공업체이며 이에 통신품위법 제230조(c)(1)에 따른 면책대상이 되지 않는다고 하였다. 재판매업자 중 2명은 합의했으나 오빗과 티켓 네트워크는 1996년 통신품위법에 따라 면책을 주장하며 주정부의 소송에 대해 소기각신청을 했다.

(2) 판결

법원은 피고가 통신품위법상 대화형 컴퓨터 서비스 제공업체로서의 자격을 갖추고 있다는 주장에 대해 “논란의 여지가 없다”라고 판결했다. 또한 법원은 피고인이 '상업적 행위자'라고 해서 통신품위법의 보호가 부정되는 것은 아니며 통신품위법 제230조(c)(1)상 피고가 위반한 의무라고 원고가 주장하는 의무가 피고가 '출판사 혹은 발언자'라는 피고의 지위 또는 행위에서 비롯된 경우에 책임이 면제된다고 하면서, 피고가 상업적 행위자로서 통신품위법에 적용을 받지 않는다는 원고의 주장을 기각했다. 이에 법원은 피고의 활동은 통신품위법의 범위에 해당한다고 판결하였다. 더해서 법원은 오빗과 티켓네트워크가 정보 콘텐츠 제공자라는 주정부의 주장을 기각했다. 오빗은 대체로 형식적인 관리, 즉, Orbitz의 이름, 로고 및 기타 디자인 요소가 어디에 있어야 하는지에 대한 요건에 대하여 관리하였으나, 특정 링크 삽입 및 콘텐츠 제거를 요청할 수도 있었다. 티켓네트워크는 결제서비스, 고객 서비스, 확인 이메일을 제공했고, 일정 수준의 이벤트 및 브로커의 검증을 수행했다. 법원은 피고인들의 행동은 출판사의 전통적인 편집 기능 행사에 지나지 않는다면 부정확하거나 오해의 소지가 있는 티켓 정보는 피고가 아닌 제3자 판매자가 제공한 것이라며 오빗과 티켓네트워크가 정보 콘텐츠 제공자가 아니라고 하였다.¹⁸⁴⁾

184) WIKIPEDIA, “Milgram v. Orbitz”, https://en.wikipedia.org/wiki/Milgram_v._Orbitz

3) *Goddard v. Google, Inc.*, C 08-2738 JF (PVT, 2008 WL 5245490, 2008USDist. LEXIS 101890¹⁸⁵)

(1) 사실관계

원고 고다드(Goddard)는 구글(Google) 검색페이지에서 사기성 웹사이트로 연결되는 광고를 클릭했고 벨소리 다운로드를 위해 사기성 사이트에 자신의 휴대전화번호를 입력하면서 자신도 모르는 사이에 기소되었다. 2008년 4월 13일 원고는 구글이 사기 사이트를 지원하고 선동함으로써 적절하게 시행하지 못한 구글의 애드워드 콘텐츠 정책(Google's AdWords Content Policy)의 의도된 제3의 수혜자라고 주장하면서 구글을 상대로 소송을 제기했다. 이에 구글은 웹사이트가 제3자 콘텐츠의 '출판사 혹은 발언자'로 취급되는 것을 막는 통신품위법에 의해 원고의 각 주장이 금지된다고 주장했다.

(2) 판결

통신품위법 제230조(c)(1)에서는 어떠한 대화형 컴퓨터 서비스의 제공자 및 이용자도 제3의 정보제공자가 제공한 정보에 대한 출판자 또는 발언자로 취급되지 아니한다고 하고 있다. 법원은 웹사이트 운영자가 특정 도구의 이용가능성이 부적절한 콘텐츠 게시를 촉진할 수 있다는 것을 알았어야 한다는 주장만으로는 원고가 개발자 책임을 입증할 수 없다고 하면서, 원고의 주장은 구글을 제3자 콘텐츠의 출판사 혹은 발언자로 취급하지만 통신품위법의 범위에 해당하지 않는 수준으로는 입증하지는 못하였으며, 통신품위법은 단순히 궁극적인 책임으로부터 웹사이트를 보호하도록 해석되어야 할 뿐만 아니라 비용이 많이 들고 장기간에 걸친 법적 투쟁을 해야 하는 것으로부터 웹사이트를 보호하도록 해석되어야 한다면서 원고의 청구를 소장 수정허가 없이 기각했다.¹⁸⁶

185) <https://docs.justia.com/cases/federal/district-courts/cases/federal/district-courts/california/candce/5:2008cv02738/203854/48/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

186) WIKIPEDIA, "Goddard v. Google, Inc.", https://en.wikipedia.org/wiki/Goddard_v._Google,_Inc.

VI. 일본

1. 개요

일본 총무성의 플랫폼 서비스에 관한 연구회(プラットフォームサービスに関する研究会)¹⁸⁷⁾ 자료에 의하면, 최근 일본에서는 연간 2,615건, 1일 평균 7.2건의 허위조작정보로 의심되는 게시물이 확산되고 있다. 실제 2020년 9월 15세에서 69세 남녀(5,991명)를 대상으로 코로나 19 관련 허위조작정보 10건, 일본 국내정치관련 허위조작정보 10건, 합계 20건의 허위조작정보를 대상으로 조사한 결과, 코로나 19와 관련하여 허위조작정보임을 알아챈 독자는 58.9%이었고, 일본 국내정치관련 정보에서는 18.8%에 그치고 말았다.

그럼에도 일본은 허위조작정보 규제와 관련한 별도 법률을 두고 있지 않다. 물론 일본 정부(총무성)가 허위조작정보에 대한 규제를 검토¹⁸⁸⁾하지 않은 것은 아니다. 하지만 검토 결과 허위조작정보에 대한 규제는 헌법상 보장하는 표현의 자유(「일본국헌법」¹⁸⁹⁾ 제21조)¹⁹⁰⁾를 과도하게 억제할 우려가 있다는 점에서 법률 제정을 보류하게 되었다.¹⁹¹⁾

일본에서는 표현의 자유가 중시되고 있는데, 이것은 미국 헌법의 영향을 받은 것으로 파악된다. 제2차 세계대전 이후 일본에 주둔한 연합군 최고사령관 총사령부(GHQ (General Headquarters)/SCAP(Supreme Commander of the Allied Powers))는

187) https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/platform_service/index.html (최종방문일, 2022년 9월 30일)

188) 総務省, “諸外国におけるフェイクニュース及び偽情報への対応”, 2019.
<http://www.soumu.go.jp/main_content/000621621.pdf>;
総務省, “プラットフォームサービスに関する研究会における中間報告書”
<http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000061.html> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

189) 日本国憲法 <http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_annai.nsf/html/statics/shiryo/dl-constitution.htm> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

190) 일본 최고재판소는 이러한 표현의 자유가 “민주주의 국가의 정치적 기반을 이루며, 국민의 기본적인 인권 중에서도 특히 중요한 것으로 법적으로도 함부로 제한할 수 없는 것이다”라고 판시하였다(猿払事件判決·最大判 昭和 49年 11月 6日 刑集 28卷 9号 393頁). 자세한 내용은, 市川正人「表現の自由とヘイトスピーチ」『立命館法學』2015年2号(360号), 2015, 123(517)頁 참조.

191) 成原慧, “フェイクニュースの憲法問題：表現の自由と民主主義を問い直す”, 法学セミナー 772, 2019.; 木内登英. “日本でもフェイクニュース対策”, 2019.
<<https://www.nri.com/jp/knowledge/blog/lst/2019/fis/kiuchi/0131>> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

일본국헌법을 개정하는데 적극적으로 관여하였으며, 과거 일본정부나 황실에 대한 비판적 표현을 규제한 것에 대한 비판 및 반성의 움직임이었다. 즉 일본 학계와 실무에서는 표현의 자유를 제한하는 것에 대해 소극적인 입장을 취하고 있으며, 표현의 자유에 대한 과도한 제한은 표현의 자유를 위축시킬 우려가 있다는 위축효과(chilling effect) 이론을 전개하고 있다.

따라서 허위조작정보에 대한 규제는 형사상 명예훼손의 범리로 처리하고 있다. 「형법」¹⁹²⁾ 제230조는 ‘명예훼손죄’를 규정하고 있고, 제230조의2에서는 공공 이해와 관련된 경우 개인의 명예와 정당한 언론 보장에 관한 특례를 정하고 있다.¹⁹³⁾

2. 허위조작정보에 대한 규제방안

1) 법률

(1) 형법

전술한 바와 같이, 일본에서는 허위조작정보 규제와 관련한 별도 법률을 두고 있지 않다. 따라서 혐오표현(Hate speech)에 대해서는 「형법」상 명예훼손죄(제230조), 모욕죄(제231조), 신용훼손·업무방해죄(제233조), 위력에 의한 업무방해죄(제234조) 등으로 규율하고 있다. 나아가 「본국(일본) 이외의 출신자에 대한 부당한 차별적 언동의 해소를 위한 대책 추진에 관한 법률(本邦外出身者に対する不当な差別的言動の解消に向けた取組の推進に関する法律)」(이하, ‘헤이트스피치 억제법’이라 함)¹⁹⁴⁾과 「오사카시 헤이트스피치대처에 관한 조례(大阪市ヘイトスピーチ對處に關する條例)」¹⁹⁵⁾ 및 「가와사키시

192) 刑法 <https://elaws.e-gov.go.jp/search/elawsSearch/elaws_search/lsg0500/detail?lawId=140AC000000045> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

193) 水谷瑛嗣郎, “思想の自由市場の中の「フェイクニュース」”, 慶應義塾大学 メディア・コミュニケーション研究所, 2019.

194) 일본의 의회는 2016년 5월 이른바 「헤이트스피치 억제법」을 제정하였다. 이 법률은 ‘부당한 차별적 언동’을 일본 이외 지역의 출신자에 대하여 차별을 조장하거나 유발할 목적으로 공공연히 생명·신체·명예·재산에 위해를 가하는 의도를 고지하거나, 이들을 ‘현저하게 모욕하는’ 등 일본지역 이외 출신자를 지역사회로부터 배제하고자 선동하는 언동으로 정의하고, 이러한 언동은 용납될 수 없음을 명시적으로 선언하였다. 국가 및 지방공공단체는 이러한 부당한 차별적 언동의 해소를 위해 대책을 마련해야 할 책임이 있음을 명기하였고, 상담체제의 정비, 교육 및 홍보활동의 실시 등을 기본 시책의 내용으로 담고 있다.

195) 2016년 7월 1일부터 시행되기 시작한 이 조례는 인간으로서 존엄을 해치고, 사회에 차별의식을 야기하는 언동 ‘혐오표현(헤이트스피치)’에 대해, 시의 입장에서 ‘용납하지 않는다.’고 하는 자세를 명확히

차별 없는 인권존중 마을 만들기 조례(川崎市差別のない人権尊重のまちづくり条例)」¹⁹⁶⁾ 등을 제정하여 혐오표현에 대응하고 있다.

(2) 프로바이더 책임제한법

현재 인터넷상에서의 권리침해 정보의 유통 및 확산방지와 관련하여, 2001년에 제정된 「특정 전기통신 역무제공자의 손해배상책임의 제한 및 발신자 정보의 개시에 관한 법률(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律, 이하, ‘프로바이더 책임제한법’이라 함)」을 기본으로 한 대응이 실무상 정착하여 효과를 발휘하고 있다.¹⁹⁷⁾ 물론, 허위조작정보로 인한 명예훼손과 모욕의 경우에는 전술한 「형법」 제230조의 명예훼손죄와 제231조의 모욕죄 등으로 규율된다. 그러나 인터넷을 통한 허위조작정보의 유포 및 확산 위험이 매우 심각하며 이에 따라 소셜 네트워크 사업자인 프로바이더의 책임이 무엇보다 중요해짐에 따라 이 법이 제정된 것이다.

「프로바이더 책임제한법」에 의거하여, 자기의 권리를 침해당한 특정 개인은 프로바이더 등에 대해 삭제요청을 행할 수 있으며, 삭제요청을 받은 프로바이더 등은 법이 규정하는 요건을 충족한 경우에는, 삭제 등의 조치를 강구하여도 손해배상책임을 부담하지 않는다.¹⁹⁸⁾ 이에 프로바이더 등에 의한 임의 삭제조치가 촉진되었다.

하고, 시민 등의 인권을 옹호하며, 혐오표현의 역제를 꾀하는 것을 목적으로 하고 있다.

196) 가와사키시(川崎市)는 일본 각지방만 아니라 해외로부터 많은 사람들이 이주하여 지역의 뿌리를 내리고 살면서 다양한 문화가 교류하는 「다문화 사회」로 발전하는 가운데, 「가와사키시 외국인 시민대표자 회의조례(川崎市外国人市民代表者会議条例)」의 제정을 시작으로, 「가와사키 아이들의 권리에 관한 조례(川崎市子ども権利に関する条例)」나 「남녀평등 가와사키 조례(男女平等かわさき条例)」를 제정하는 등 착실하게 인권시책을 실시해 왔다. 그런데 최근 본토 이외의 출신자에 대한 부당한 차별적 언동, 이른바 「혐오표현」이나 인터넷을 이용한 인권침해 등의 인권문제가 대두되자, 2016년 7월 가와사키시장이 「가와사키시 인권시책 추진 협의회(川崎市人権施策推進協議会)」에 「혐오표현 대책에 관한 것」의 우선 심의를 의뢰함과 더불어, 그 해 12월에는 동 협의회가 시장에게 「혐오표현 대책에 특화한 것이 아니라, 혐오표현으로 이어지는 토양에 직접 대처하는 광의의 조례로서 혐오표현 대책까지 포함된 다문화 공생, 인종차별 철폐 등 인권전반을 고려한 조례」의 제정을 권고했다. 이에, 2019년 6월 24일, 「차별 없는 인권 존중의 도시 만들기 조례(안)」을 의회에 제출했다. 이 조례는 혐오표현을 금지하고, 일본에서 처음으로 혐오표현에 대한 실효적 조치(벌금상한 50만 엔)를 제정한 것으로, 2019년 12월 12일 제정되었다.

197) 지성우·윤성욱·박용숙·이승현, 2019년도 해외언론법제연구보고서 : 해외 각국의 혐오표현 관련 미디어 규제 현황과 법제 연구, 언론중재위원회, 2019, 136쪽.

198) 그러나 동(同) 법률은 프로바이더, 다시 말해, 플랫폼 사업자의 책임을 약화시키고 있다는 점에서 문제가 제기되고 있다. 인터넷 상에서 허위조작정보는 SNS 등 플랫폼을 통해 급속히 유포될 수 있다. 그렇기 때문에 플랫폼 사업자 등에게 그 책임을 강화시키는 법이 세계 각국에서 제정되는 오늘날의 현실과 모순된다는 의견이다. 물론 프로바이더가 송신방지조치를 취하게 되면 더 이상 허위조작정보는

또한, 「프로바이더 책임제한법」은, 자기의 권리를 침해받은 특정인에게 프로바이더 등에 대해 발신자 정보공개청구권을 부여하고 있으며, 이로 인해 위법한 게시를 한 개인에 대해 책임 추궁이 가능해졌다. 그러나 프로바이더 책임제한법이 삭제요청·발신자 정보공개청구의 대상으로 하는 “타인의 권리를 침해한 정보”는 현재 특정개인의 권리를 침해하는 정보에 한정되는 것으로 해석되고 있으며, 어떤 인종·민족에 속하는 불특정 다수를 향한 혐오표현에 대해서는 동법의 적용을 받지 못한다.

2) 민간에 의한 규제

(1) 플랫폼 사업자의 대응

① Yahoo!

Yahoo! JAPAN의 허위조작정보가 문제가 될 수 있는 주요 서비스로는, ㉠ 뉴스 플랫폼 서비스인 ‘야후! 뉴스’, ㉡ 개인이 자유롭게 게시 가능한 ‘야후! 지식꾸러미’, ㉢ 검색 서비스가 존재한다.

야후! 뉴스의 경우, 콘텐츠 제공원이 되는 매체사 및 개인 작성자는 Yahoo! JAPAN과 계약한 파트너이고, 근거 없는 허위조작정보가 게시되기 어려운 구조로 이뤄져 있다. 구체적으로는 매체선별이나 계약 시에 정보제공원에 관한 신뢰성·전문성 등의 조사가 실시¹⁹⁹⁾됨과 동시에 개별 기사의 입고 후에는 매체사 또는 Yahoo! JAPAN 자체의 판단 또는 외부로부터의 지적에 근거하여 기사의 철회나 수정이 검토되는 경우가 있고, 그 후 일정한 요건을 만족하는 경우²⁰⁰⁾에는 계약의 해지가 이뤄진다. 또한 잘못된 정보의 확산이

유포되지는 않을 것이다. 하지만 송신방지조치를 하였다든 이유만으로 프로바이더의 손해배상책임이 면제된다고 하면 이미 권리가 침해된 자는 침해정보를 게시한 발신자에게 손해배상청구권을 행사해야 하는 바, 발신자로부터 손해배상을 받는 것은 쉽지 않으므로 동(同) 법률은 피해자 보호에 미흡하다. 피해자는 동(同) 법률 제4조에 따라 발신자의 정보개시를 프로바이더에게 청구할 수 있으며, 이에 따라 피해자가 발신자에 대한 손해배상청구권을 행사할 수 있겠지만 발신자의 재정적 상황이 좋은 경우는 많지 않기 때문에 발신자로부터 손해배상을 받는 데에 어려움이 있다. 이러한 경우 프로바이더가 손해배상책임을 부담하게 된다면 피해자는 프로바이더 또는 발신자에 대한 손해배상청구권을 선택하여 행사할 수 있으므로 보다 쉽게 손해정보를 받게 될 것이다. 향후 이러한 개선점을 반영하여 허위조작정보를 제한하기 위한 구체적이고도 실효적인 법률 제정이 필요하다는 견해이다. 이와 관련한 자세한 내용은, 김연진, 허위조작정보 규제에 관한 헌법적 연구, 성균관대학교 박사학위논문, 2021. 123-125쪽 참조.

199) 기사 내용은 정보제공원의 책임으로 되고 있다.

200) 기사를 변경하지 않는 경우, 기사의 질이 일정 수준에 이르지 못하다고 판단되는 경우 등.

발생한 경우 등에는 그 내용을 이용자에게 홈페이지 상에서 설명을 실시하고 있다.

야후! 지식꾸러미의 경우, 서비스 이용에 있어서의 준수사항으로서 법령을 위반하는 행위, 권리 침해 행위, 사회규범·공서양속에 반하는 행위 등에 대해서 금지하고 있는 것 이외에, Yahoo! JAPAN에서는 투고내용의 신빙성이나 정확성을 보증하지는 않지만, 이용자 자신의 책임과 판단으로 이용할 것을 요구하는 주의환기가 이뤄지고 있다.

검색서비스의 경우, '검색결과와 프라이버시에 관한 전문가회의'를 설치하고 검색서비스의 사회적 역할과 대응방침에 대해 설명하고 있다.²⁰¹⁾ 또한 암 또는 백신 반대 등, 의료에 관한 정보에 대해서는 통상의 검색 결과와는 별도의 틀의 전문기관에 의한 정보를 표시시키는 방법으로 대응하고 있다.

② LINE

LINE에서 허위조작정보가 문제로 될 수 있는 주요 서비스로는 ㉠ 클로즈드 SNS인 LINE, ㉡ 뉴스 플랫폼 서비스인 LINE NEWS, ㉢ 광고 전달 서비스인 LINE 공식 계정이 존재한다.

LINE NEWS의 경우, 정보 제공원의 미디어와 제휴를 실시하여, 미디어의 뉴스를 전달하고 있다. 제휴에 있어서는 사전에 매체의 편집 방침·기사 내용 등의 심사를 실시하고 있다. 또 큰 트래픽이 예상되는 기사 전달에 있어서는 LINE 측의 편집자에 의해 수동으로 뉴스를 선별해, 기사 내용의 확인을 실시한 후에 게재를 실시함으로써 오보가 있었을 경우에는 정정 플로우 등의 가이드라인을 정비하고 있다. 편집부가 수동으로 선별하지 않은 기사에 대해서는 독립한 교정·교열 전문팀을 조직해, 필요에 따라 1차 소스의 확인이나 사실 오인·미스 리드의 배제를 위한 노력을 기울이고 있다.

광고 전달 주체로서의 LINE 공식 계정 서비스에서는 계정 개설에 있어서 개설 기준²⁰²⁾을 정하고 있다. 디스플레이 광고와 관련해서도 광고표현에 관하여 주의·제한사항을 정하고 있으며,²⁰³⁾ 부당표시 등에 관한 금지행위도 규정하고 있다. 이들은 이용자

201) <https://publicpolicy.yahoo.co.jp/2015/03/3016.html>

202) 현 시점에서 정당은 계정을 개설할 수 없도록 되어 있다.

203) 디스플레이 광고에는 정당으로부터의 광고를 받아들이지 않는다.

에게 표시 전에 확인하고 있지만, 특히 공식계정에서는 개설 후에도 규칙위반이 발생하지 않는지 확인하고 있다.

그 외, 방재·재해와 관련한 허위조작정보에의 대책으로서 LINE에서는 내각부의 전략적 혁신 창조 프로그램(SIP)을 활용하여, 재해 발생시에 LINE 공식 계정과 공조하여 신속하고 적절한 정보 수집 또는 정보 제공이 가능한 AI 방재 채팅봇의 연구개발에 힘쓰고 있다.²⁰⁴⁾ 특히 허위조작정보에 대한 대책으로서 국립연구개발법인 정보통신연구기구(NICT)가 개발한 SNS 상의 재해 관련 정보를 실시간 집약, 분석, 정리하는 ‘DISAANA’나 ‘D-SUMM’ 등의 기술도 활용하여 대처하고 있다.²⁰⁵⁾

(2) 팩트체크를 통한 대응

일본에서는 2012년 4월에 미디어 오보를 검증하는 사이트 ‘GoHoo’가 개설되고, 2017년 6월에는 비영리단체인 FIJ(Fact Check Initiative Japan)²⁰⁶⁾가 설립되어 팩트체크를 하고 있다. 아사히 신문사 역시 2017년부터 정치인의 발언을 임의로 팩트체크하고 있다.²⁰⁷⁾

FIJ의 대표활동으로는 AI 기술을 활용한 팩트체크 활동의 지원을 들 수 있다. 자연어 처리 기술을 응용하여 SNS 상의 정보로부터 팩트체크의 단서가 되는 ‘의심되는 정보’의 후보를 자동적으로 포착, 수집 및 선별하는 시스템을 개발하여 미디어에 제공·실시하고 있다.²⁰⁸⁾

(3) 인터넷 미디어의 대응

2019년 4월 인터넷상에서 발신되는 미디어 정보의 신뢰성을 높이고 허위조작정보에

204) 국립연구개발법인 방재과학기술연구소, 웨더뉴스 및 NICT와 연계하고 있다.

205) 구체적으로는 트위터 등의 눈 또는 LINE의 방재 챗봇에 투고된 정보에 대해 그것과 모순되는 정보가 발견된 경우에는 양쪽의 정보를 병기해 지시하는 것으로 이용자가 허위조작정보의 가능성을 판단하기 위한 자료를 제공하는 등 정확한 정보수집, 정보제공을 목표로 한 대응이 이뤄지고 있다.

206) FIJ(Fact Check Initiative Japan)는 일본 팩트체크 보급활동을 행하는, 정부와 모든 조직으로부터 독립적인 비영리단체이다. 회비와 기부금으로 운영되며, 현역 기자와 전문가 등 10여명의 개인회원과 법인회원이 FIJ 활동을 재정적으로 지원하고 있다. 이에 대하여는 FIJ(ファクトチェック・イニシアティブ), “FIJとは”, <https://fij.info/about> 참조 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

207) 白崎護, “フェイクニュースとメディア環境”, 「関西外国語大学研究論集」第112号2020, 337頁.

208) <http://archive.fij.info/project/technology> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

대항하는 것을 목적으로 인터넷 미디어협회(JIMA)가 설립되었다. JIMA에는 뉴스 미디어나 콘텐츠 미디어 등 다양한 레이어의 주요 미디어가 참가하고 있다.

JIMA에서는 윤리강령의 책정, 발신자로서의 신뢰향상을 위한 대응의 공유, 각 매체의 자주적인 가이드라인 책정 등을 서포트하기 위한 지식 공유, 독자의 리터러시 교육 등 계발 활동에의 대응을 실시한다.

3. 허위조작정보 관련 사례 및 판례

1) 사례

(1) 구마모토 지진 트윗사건²⁰⁹⁾

지진발생 직후에 어두운 거리를 사자가 배회하는 영상과 함께 ‘어~ 장난하나! 지진 때문에 우리 집 근처 동물원에서 사자가 탈출했는데, 구마모토’라는 트윗이 발신되었다. 이 트윗은 1시간 동안 2만 건 이상 리트윗되며 동물원에 100건 이상의 문의가 쏟아졌다. 그러나 이것은 사실에 근거하지 않은 허위조작정보였다. 해당 허위조작정보의 발신자는 이후 위계업무방해죄로 체포되었다.

(2) 오키나와현 지사선거

2018년 9월 30일 행해진 오키나와현(沖縄県) 지사 선거중 ‘오키나와현지사선거 2018.com(沖縄県知事選挙 2018.com)’이라는 사이트가 등장하고 입후보자 타마키(玉城) 현 지사를 비판하는 진위 불명의 정보와 동영상이 게재되었다. 9월 12일에 사이트는 삭제되었으나 동영상은 유튜브에 남아 선거 종료 후에야 삭제되었다. 문제가 된 정보의 내용은 다음과 같다. 타마키 데니(デニー) 지사의 오키나와 진흥 정책은 속임수이며, ① 1,993억 원의 국고지출금은 소용없는 것이라며, ② 대체재원(代替財源)으로 법정 외 목적세 ‘(가칭) 관광·환경협력세(観光・環境協力税)’에서는 수십억 원의 세수(稅収)밖에 예상하지 못한다는 것이다. 요컨대, 타마키 데니 지사에 의하면, 오키나와 경제는 즉시 사망하며, 그렇지 않다면, 1,993억 원의 대체재원을 제시해야 한다는 것이다.

209) 古賀純一郎『すべてを疑え！フェイクニュース時代を生き抜く技術』(旬報社、2019年) 27頁参照。

그러나 FIJ에 의한 사실확인 결과에 의하면, ① 타마키 후보는 “국가의 보조금에 의존하지 않은 자립형 경제를 목표로 합니다”라는 취지의 발언은 하고 있지만 “국고 지출금은 필요 없다”는 취지의 발언은 발견되지 않았다. ② 타마키 후보의 발언은 “새로운 자원(新たな財源)”이며 대체재원이라는 말은 없었다.

이 밖에도 ‘사키마 아즈시(佐喜真淳) 후보의 정책 문자수는 2.2만자를 넘었고, 타마키 데니 후보는 약 800자’라는 정보가 유포되었다. 그러나 사키마 정책의 ‘2.2만자’는 정책집의 전문의 문자수였는데 반하여, 타마키의 ‘약 800자’는 공식사이트에 게재된 정책의 요약문의 글자수였다. 해당 허위조작정보의 내역은 트윗·리트윗의 90%가 비방·증상으로 대부분이 기지 반대파인 타마키 후보에 집중하고 있었다. 이것은 사실에 근거하고 있지만 발신자가 의도적으로 인상을 조작하기 위해 수정한 정보를 유포한 사례이다.

(3) 난폭운전(あおり運転) 폭행사건

2019년 8월 10일에 일어난 난폭운전 폭행사건으로 ‘미야자키 후미오(宮崎文夫) 용의자와 동승하고 있던 용의자’라며 다른 여성의 개인정보가 인터넷상에 유포된 사건이다. 해당 여성이 대표를 맡고 있는 회사에는 이날 오전부터 허위조작정보를 접한 것으로 보이는 사람들의 전화가 쇄도해 업무에 필요한 전화를 받지 못했다.

또한 2017년 6월에 도우메이 고속도로(東名高速道路)에서 발생한 난폭운전으로 정지한 왜건차가 대형 트럭에 충돌하여 부부가 사망한 사고를 둘러싸고, 무관한 기타큐슈의 건설회사에 선동적인 악선전과 개인신상이 인터넷에 게재되는 일이 발생했다.²¹⁰⁾ 선동적 게시물을 작성한 11명은 명예훼손 등의 죄로 기소되었다.

2) 판례

(1) 신문에서의 허위조작기사 (동경지법 2016년 7월 28일 판례)²¹¹⁾

아사히 신문사(朝日新聞社)가 허위조작기사²¹²⁾를 신문에 게재하였다고 하여, 원고들의

210) 피해를 입은 건설회사는 이시바시 건설공업(石橋建設工業)인데, 왜건차의 진로를 방해하여 체포된 남성이 성이 ‘이시바시(石橋)’로 자택이 기타큐슈에서 가까운 후우오카현 나카마시(中間市)였던 까닭에, 이시바시 사장을 ‘용의자의 아버지’, 이시바시 건설을 ‘용의자의 근무처’로 허위조작한 정보가 유포된 것이었다.

211) 新聞におけるフェイクニュース 東京地判 平成28年 7月 28日 (LEX/DB 文献番号25534768)。

‘국민적 인격권·명예권’ 혹은 ‘알권리’를 침해했다고, 또한 기사가 오보인 것이 발각되었음에도 불구하고 오랫동안 정정되지 않음에 따라, 상기 각 권리를 침해했다고 하여 민법 제723조에 따른 사죄광고의 게재 및 민법 제709조에 따른 손해배상을 요구한 사안이다.

이에, 동경지법은 특정개인의 명예권을 훼손한 경우가 아니라고 하여 원고의 청구를 인정하지 않았다.²¹³⁾

(2) 라면체인점 명예훼손 사건 (최고재판소 2011년 3월 15일 판례)²¹⁴⁾

개인 Y가 스스로 홈페이지에 라면점의 체인을 운영하는 X사가 썬트적인 신홍종교단체 Z와 밀접하고 부적절한 관계를 가지고 있다고 적시하였다. 이에 X사가 Y를 형사고소하여 검찰이 Y를 기소한 사건이다.

최고재판소는 개인이용자가 인터넷상에 게재한 것이라 할지라도, 독자에게 신뢰성이 낮은 정보로 인식되는 것은 아니며, 상대의 근거 없음을 판단할 때에 이것을 일률로 개인이 다른 표현수단을 이용한 경우와 구별하여 판단할 이유가 없다고 판시하였다. 그리고 인터넷상에 게재된 정보는 불특정 다수의 인터넷 이용자가 한순간에 열람 가능하고 이에 의한 명예훼손의 피해는 때때로 심각할 수 있으며, 한 번 손상된 명예의 회복은 쉽지 않고, 인터넷상에서 반론에 의해 충분히 그 회복을 도모할 수 있는 것도 아니라고 판단하고 있다.

또한 인터넷 개인 이용자에 의한 표현행위의 경우에도 다른 경우와 마찬가지로 행위자가 적시한 사실을 진실하다고 오신한 것에 대해 확실한 자료, 근거에 비추어 상당한 이유가 있다고 인정될 때에만 명예훼손죄는 성립하지 않는 것으로 해석함이 상당하다고 하여, 명예훼손죄를 인정하였다.

212) 기사내용은 ‘일반 독자의 보통의 주의를 읽는 방법을 기준으로 해석한 경우, 舊’ 일본군이 다수의 조선인을 한반도에서 끌어내고 특히 조선인 여성에 대해서는 조직적으로 성적 자유를 유린하고 생명도 위협하다는 비인간적인 행위를 하고 있었다는 인상을 주고, 이러한 피해를 받은 자에 대해 일본 정부가 부당한 대응을 하고 있다는 인상을 주는 것’ 이었다.

213) 新·判例解説 Watch, “虚偽の新聞記事の掲載等に対し、「国民的人格権・名誉権」及び「知る権利」が侵害されたとして、謝罪広告と損害賠償を求めた事例”
(http://lex.lawlibrary.jp/commentary/pdf/z18817009-00-011201445_tkc.pdf) (최종방문일, 2022년 9월 30일)

214) ラーメンチェーン店名誉毀損事件 最決 平成23年 3月 15日 刑集 64卷 2号 1頁.

Ⅶ. 우리나라

1. 현행 법률상 허위조작정보 규제 가능 법률

1) 형법

형법은 명예훼손을 처벌하는 것을 통하여 허위조작정보를 규제할 가능성이 있는 법률이다. 형법 제307조 제2항에 따르면 ‘공연히 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자는 5년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 1천만 원 이하의 벌금에 처한다’고 규정하고 있다. 또한 이러한 명예훼손이 출판물 등을 통한 것이라면 좀 더 중한 처벌을 받는다. 형법 제309조 제2항에 따르면 사람을 비방할 목적으로 신문, 잡지 또는 라디오 기타 출판물에 의하여 공연히 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자에게는 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 1천 500만 원 이하의 벌금을 물도록 하고 있다. 다만 형법 제310조를 통해 이 행위가 “진실한 사실로서 오로지 공공의 이익에 관한 때에는 처벌하지 않는다”고 예외를 두고 있다.

더해서 제311조는 모욕죄를 처벌하는데 “공연히 사람을 모욕한 자는 1년 이하의 징역이나 금고 또는 200만 원 이하의 벌금에 처한다”라고 규정하고 있다.

또한 형법 제314조 업무방해죄에 따라서 허위의 사실을 유포하거나 기타 위계로써 사람의 업무를 방해한 자는 5년 이하의 징역 또는 1천 500만 원 이하의 벌금에 처할 수 있다.

2) 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률

언론중재법 제14조 제1항에 따르면 “사실적 주장에 관한 언론보도등이 진실하지 아니함으로 인하여 피해를 입은 자는 해당 언론보도등이 있음을 안 날부터 3개월 이내에 언론사, 인터넷뉴스서비스사업자 및 인터넷 멀티미디어 방송사업자에게 그 언론보도등의 내용에 관한 정정보도를 청구할 수 있다”라고 규정하고 있다. 또한 사실적 주장에 관한 언론보도등으로 인하여 피해를 입은 자는 그 보도 내용에 관한 반론보도를 언론사 등에 청구할 수 있으며 이러한 청구는 보도 내용의 진실 여부와 상관없이 할 수 있다(언론중재법 제16조). 허위조작정보를 통해 피해를 입은 자는 언론중재법을 통해 정정보도 및 반론보도를 청구할 수 있다.

또한 언론중재법 제32조에서는 언론중재위원회가 언론의 보도 내용에 의한 국가적 법익, 사회적 법익 또는 타인의 법익 침해사항을 심의하여 필요한 경우 해당 언론사에 서면으로 그 시정을 권고할 수 있도록 하고 있다.

3) 방송법

방송법에는 허위조작정보를 규제하는 문구는 없지만 방송이 타인의 명예를 훼손하는 것을 금지하도록 하고 있어 허위조작정보로 명예를 훼손하는 경우 뿐만 아니라 진실한 사실의 적시에 따른 명예훼손까지도 규제가능하다. 방송법 제5조에 따르면 “방송은 타인의 명예를 훼손하거나 권리를 침해하여서는 아니된다”라고 규정되어 있다.

4) 공직선거법

공직선거법 제110조는 선거운동을 위해 후보자에 연관된 정보에 관하여 허위로 공표하는 것을 금지하면서 제250조에 따라 허위사실공표죄를 처벌하도록 규정하고 있다. 그리고 법에서는 정보통신망을 통해 허위의 사실을 유포하는 것도 금지하도록 규정하고 있다(공직선거법 제82조의4). 구체적으로 공직선거법 제110조 제1항에 따르면 “누구든지 선거운동을 위하여 후보자, 후보자의 배우자 또는 직계존비속이나 형제자매의 출생지·가족관계·신분·직업·경력등·재산·행위·소속단체, 특정인 또는 특정단체로부터의 지지여부 등에 관하여 허위의 사실을 공표할 수 없으며, 공연히 사실을 적시하여 사생활을 비방할 수 없다. 다만, 진실한 사실로서 공공의 이익에 관한 때에는 그러하지 아니하다”라고 규정하고 있다. 그리고 공직선거법 제250조 허위사실공표죄 규정에 따르면 제1항에서는 “당선되거나 되게 할 목적으로 연설·방송·신문·통신·잡지·벽보·선전문서 기타의 방법으로 후보자에게 유리하도록 후보자, 후보자의 배우자 또는 직계존비속이나 형제자매의 출생지·가족관계·신분·직업·경력등·재산·행위·소속단체, 특정인 또는 특정단체로부터의 지지여부 등에 관하여 ‘허위의 사실’을 공표하거나 공표하게 한 자와 ‘허위의 사실’을 게재한 선전문서를 배포할 목적으로 소지한 자는 5년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금에 처한다”라고 규정하고 있으며 제2항에서는 “당선되지 못하게 할 목적으로 연설·방송·신문·통신·잡지·벽보·선전문서 기타의 방법으로 후보자에게 불리하도록 후보자, 그의 배우자 또는 직계존·비

속이나 형제자매에 관하여 ‘허위의 사실’을 공표하거나 공표하게 한 자와 ‘허위의 사실’을 게재한 선전문서를 배포할 목적으로 소지한 자는 7년 이하의 징역 또는 500만 원 이상 3천만 원 이하의 벌금에 처한다”라고 규정하고 있다. 공직선거법 제82조의4 제2항에 따르면 “누구든지 …… 정보통신망을 이용하여 후보자, 그의 배우자 또는 직계존·비속이나 형제자매에 관하여 허위의 사실을 유포하여서는 아니되며, 공연히 사실을 적시하여 이들을 비방하여서는 아니된다. 다만, 진실한 사실로서 공공의 이익에 관한 때에는 그러하지 아니하다”라고 규정하고 있다.

또한 선거에 관한 여론조사결과를 왜곡하여 공표하는 것을 금지한다. 공직선거법 제96조에 따르면 “누구든지 선거에 관한 여론조사결과를 왜곡하여 공표 또는 보도할 수 없다”라고 규정하면서, 방송·신문·통신·잡지, 그 밖의 간행물을 경영·관리하는 자 또는 편집·취재·집필·보도하는 자가 “1. 특정 후보자를 당선되게 하거나 되지 못하게 할 목적으로 선거에 관하여 허위의 사실을 보도하거나 사실을 왜곡하여 보도 또는 논평을 하는 행위, 2. 여론조사결과 등과 같은 객관적 자료를 제시하지 아니하고 선거결과를 예측하는 보도를 하는 행위”를 할 수 없다고 한다.

나아가 선거기사심의위원회를 설치하여 선거기사의 공정성을 유지하기 하도록 하고 있다. 이때 선거기사는 뉴스통신에 게재된 것도 포함함으로써 인터넷기사에 대한 공정성을 관리하도록 규정하고 있다. 즉, 공직선거법 제8조의3에 따르면 선거기사심의위원회는 신문, 잡지·정보간행물·전자간행물·기타간행물 및 뉴스통신에 게재된 선거기사의 공정 여부를 조사하여야 하고, 조사결과 선거기사의 내용이 공정하지 아니하다고 인정되는 경우에는 해당 기사의 내용에 대하여 “1. 정정보도문 또는 반론보도문 게재, 2. 경고결정문 게재, 3. 주의사실 게재, 4. 경고, 주의 또는 권고”에 해당하는 제재조치를 결정하여 이를 언론중재위원회에 통보하여야 하며, 언론중재위원회는 불공정한 선거기사를 게재한 정기간행물등을 발행한 자에 대하여 통보받은 제재조치를 지체 없이 명하도록 하고 있다.

5) 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률

언론이 아닌 자가 생산한 허위조작정보로 인해 피해가 발생할 경우 정보통신망법의 제재를 받는다. 정보통신망법 제70조 제2항은 “사람을 비방할 목적으로 정보통신망을

통하여 공공연하게 거짓의 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처한다”라고 규정하고 있다. 나아가 동법은 정보통신망을 통하여 명예훼손을 한 경우에는 정보의 삭제 또는 반박내용의 게재를 요청할 수 있으며 권리침해 여부를 당장 판단하기 어려운 경우에 정보통신서비스 제공자는 해당 정보에 대한 접근을 임시적으로 차단하는 조치를 취할 수 있도록 규정하고 있다. 즉, 정보통신망법 제44조의2에 따르면 정보통신망을 통하여 일반에게 공개를 목적으로 제공된 정보로 사생활 침해나 명예훼손 등 타인의 권리가 침해된 경우 그 침해를 받은 자는 해당 정보를 처리한 정보통신서비스 제공자에게 침해사실을 소명하여 그 정보의 삭제 또는 반박내용의 게재를 요청할 수 있으며, 정보통신서비스 제공자는 해당 정보의 삭제등을 요청받으면 지체 없이 삭제·임시조치 등의 필요한 조치를 하고 즉시 신청인 및 정보게재자에게 알려야 한다. 정보통신서비스 제공자는 이러한 필요한 조치를 하면 이로 인한 배상책임을 줄이거나 면제받을 수 있다. 또한 정보통신서비스 제공자는 정보의 삭제요청에도 불구하고 권리의 침해 여부를 판단하기 어렵거나 이해당사자 간에 다툼이 예상되는 경우에는 해당 정보에 대한 접근을 임시적으로 차단하는 조치(임시조치)를 할 수 있다. 정보통신서비스 제공자는 필요한 조치에 관한 내용·절차 등을 미리 약관에 구체적으로 밝혀야 한다.

6) 민법

고의 또는 과실로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 자는 그 손해를 배상할 책임이 있으며, 타인의 신체·자유 또는 명예를 해하거나 기타 정신상 고통을 가한 자는 재산 이외의 손해에 대하여도 배상할 책임이 있다.²¹⁵⁾²¹⁶⁾

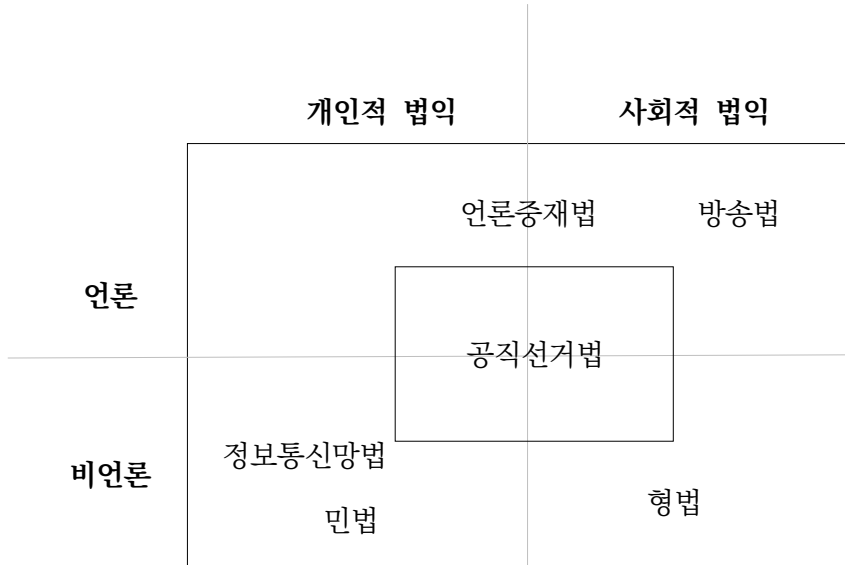
215) 제750조(불법행위의 내용) 고의 또는 과실로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 자는 그 손해를 배상할 책임이 있다.

제751조(재산 이외의 손해의 배상) ①타인의 신체, 자유 또는 명예를 해하거나 기타 정신상 고통을 가한 자는 재산 이외의 손해에 대하여도 배상할 책임이 있다.

②법원은 전항의 손해배상을 정기금채무로 지급할 것을 명할 수 있고 그 이행을 확보하기 위하여 상당한 담보의 제공을 명할 수 있다

216) 이상의 내용은 황용석·권오성, “가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구 - 인터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로 -”, 언론과 법, 제16권 제1호(2017). 70쪽 이하 황용석·권오성, “가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구 - 인터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로 -”, 언론과 법, 제16권 제1호(2017). 70쪽 이하 및 최종선, “허위조작정보 규제 시도에 대한 비판적 고찰”, 홍익법학 제21권 제1호 (2020), 374-376쪽 참조

[그림 3] 허위조작정보를 규제할 수 있는 현행 법률²¹⁷⁾



2. 제21대 국회에서 발의된 허위조작정보 관련 법안

제21대 국회에서 발의된 허위조작정보 관련 법안은 현재 정보통신망법 개정안 5건, 언론증재법 개정안 5건이 있으며, 허위조작정보와 같은 무분별한 정보 속에 분별력 있게 미디어를 이용할 수 있도록 미디어교육을 활성화하는 내용을 담은 ‘미디어교육 활성화를 위한 법률안’ 2건이 있다.

1) 정보통신망법 개정안(의안번호 2100815)

2020년 6월 22일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2100815)은 제2조 제1항 제14호에 ‘허위조작정보’에 대한 정의를 규정한다. 안에 따르면 ‘허위조작정보’란 정보통신망을 통하여 상업적 또는 정치적으로 정보를 매개로 타자를 속이려는 기만적 의도성을 가진 행위로 수용자가 허구임을 오인하도록 언론보도의 양식을 띤 정보 또는 사실 검증이라는 저널리즘의 기능이 배제된 가운데 검증된 사실로 포장하는 행위를 말한다.

217) 황용석·권오성, “가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구 - 인터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로 -”, 언론과 법, 제16권 제1호(2017), 71쪽 그림을 수정 및 재구성.

정보통신서비스 제공자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 제2조제1항제14호에 따른 허위조작정보가 게재되어 있을 경우 지체 없이 그 내용을 삭제하도록 책무를 부여하며(법안 제44조의2제7항) 정보통신서비스 제공자가 이를 이행하지 않을 경우 과태료를 부과해(법안 제76조제1항제6호) 허위조작정보에 의한 피해를 예방할 수 있도록 하고 있다.

2) 정보통신망법 개정안(의안번호 2102291)

2020년 7월 22일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2102291)은 거짓의 사실을 드러내어 타인의 명예를 훼손하는 내용의 정보 또는 불법정보 생산·유통으로 명예훼손 등 손해를 입은 경우 손해액의 3배를 넘지 아니하는 범위에서 손해배상을 청구할 수 있도록 규정한다. 다만, 손해를 입힌 이용자가 고의 또는 중대한 과실이 없음을 입증한 경우에는 제외된다(개정안 제44조의11).

3) 정보통신망법 개정안(의안번호 2107093)

2020년 12월 31일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2107093)은 가짜뉴스에 대한 정의를 규정하였다. 법안 제2조제1항에 제14호상 ‘가짜뉴스’란 정치적 또는 경제적 이익을 위하여 공연히 거짓 또는 왜곡된 허위의 사실을 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 제2조제15호의 언론보도로 오인하게 하는 내용의 정보를 말한다고 명시한다. 또한 제44조에 ‘정보’를 “정보 또는 가짜뉴스에 해당하는 정보”로 구체화시키며 이용자가 사생활 침해 또는 명예훼손 등 타인의 권리를 침해하는 정보 또는 가짜뉴스에 해당하는 정보를 정보통신망에 유통시켜서는 아니 된다고 규정하여 이용자가 가짜뉴스를 유통시키지 않도록 규정하고 있으며, 이에 대한 가짜뉴스 유포자에 대한 처벌 근거규정을 마련하고 있다(법안 제70조 제2항)

정보통신서비스 제공자에게 가짜뉴스 상시 모니터링 의무 및 삭제의무를 규정하고(법안 제44조의2) 이러한 의무를 위반하여 조치를 취하지 아니한 자에 대한 벌칙을 규정하고 있다(법안 제72조 및 제74조). 가짜뉴스에 대한 ‘입의 임시조치’도 가능하도록 규정하였고(제44조의3), 불법정보 유통금지를 규정하고 있는 제44조의7에 가짜뉴스를 추가하였다. 또한 의무를 미이행한 정보통신서비스 제공자에 대한 제재로서 이행명령

및 영업정지 또는 폐쇄조치가 가능하도록 규정하고 있다(제44조의11).²¹⁸⁾

4) 정보통신망법 개정안(의안번호 2107285)

2021년 1월 11일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2107285)은 표현의 자유를 보장하는 방향으로 개정안을 발의하였다. 제안이유에 따르면 “최근 사회적 영향력이 있는 주요 인사들이 가짜뉴스 등 법에서 명확하게 규정하고 있지 않은 개념들에 대하여도 그 유포자를 엄정 처벌하겠다는 의지를 시사하였다는 언론보도가 있는 바, 이는 국민이 누려야 할 표현의 자유를 심각하게 침해할 소지가 있음”을 서술하고 있다.

정보통신망법 제44조의7 제1항에서는 불법정보를 열거하고 있는데, 누구든지 정보통신망을 통하여 유통되는 정보가 현행법에서 불법정보로서 열거된 어느 하나에 해당함이 명백한 경우를 제외하고는 해당 정보를 게재한 이용자의 권리를 방해하여서는 안 됨을 명시적으로 규정을 하고 있다(개정안 제44조의7에 제5항).

5) 정보통신망법 개정안(의안번호 2115428)

2022년 4월 27일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2115428)는 허위조작정보에 대하여 제도를 강화하고 있다. 우선, 개정안에서는 ‘허위조작정보’에 대하여 정치·경제적 이익 또는 음해, 혐오 조장, 협박, 선전선동 등의 목적으로 부호·문자·음성·화상 또는 영상 등을 본질적인 내용이나 사실과 다르게 생성·변형·조합하여 사실로 오인하도록 조작한 정보로 허위사실의 입증이 가능한 정보를 말한다고 규정한다(개정안 제2조 제1항 제14호). 과학기술정보통신부장관 또는 방송통신위원회는 정보통신망의 이용촉진 및 안정적 관리·운영과 이용자 보호 등을 통하여 정보사회의 기반을 조성하기 위한 시책 마련시 정보통신망에서 유통되는 정보의 신뢰도 제고하는 시책도 마련할 것을 규정하면서(개정안 제4조제2항의9) 방송통신위원회가 정보통신망에 유통되는

218) 이 개정안은 가짜뉴스의 범위를 ‘언론보도로 오인하게 하는 내용’의 정보로 제한하여 보도 형식을 취하지 않는 허위정보는 정작 규제대상에서 제외되는 결과를 초래할 위험이 있다. 또한 표현의 자유 제한 가능성으로 인해 논란이 있는 ‘입의 임시조치’ 대상에 가짜뉴스를 포함시켜, 권리침해를 주장하는 자의 요청이 없음에도 임시조치가 가능하게 하여 사적 검열의 가능성도 제기될 수 있다 (<http://cdss.yonsei.ac.kr/index.php/issue-brief/?mod=document&uid=121>). (최종방문일, 2022년 9월 30일)

허위조작정보로 인하여 발생하는 권리침해를 방지하기 위한 시책을 마련하도록 하고 있다(개정안 제44조제4항).

정보통신망을 통하여 일반에게 공개를 목적으로 제공된 정보로 타인의 권리가 침해된 경우 사실 확인 및 반박내용의 게재 요청을 할 수 있게 하면서(안 제44조의2제1항), 사실확인 및 반박내용의 게재 요청시 정보통신망 이용자가 알 수 있도록 공시 의무를 부여하는 한편(안 제44조의2제3항), 정보게재자 및 정보통신서비스 제공자의 온라인분쟁조정위원회 심의 요청 보장하고 있다(안 제44조의2제4항 및 제6항).

또한 ‘명예훼손분쟁조정부’ 대신 ‘온라인분쟁조정위원회’를 설치하고 조직을 개편하고(안 제44조의10) 온라인분쟁조정위원회의 결정에 따른 의무 미이행자에 대한 과태료 부과함으로써 실효성을 확보하고 있다(안 제76조제1항의6).

6) 언론중재법 개정안(의안번호 2110702)

2021년 6월 9일 발의된 언론중재법 개정안(의안번호 2110702)은 허위조작정보를 유통하는 언론을 규제하고자 한다. “국민 대다수는 가짜뉴스나 허위·조작·과장정보 유통에 대해 매우 우려하고 있고, 그 피해를 최소화 시킬 대책으로 징벌적 손해배상제도를 도입할 필요가 있다는 것에 동의하고 있다”며 “언론의 자유는 최대한 보장하되, 온·오프라인상의 언론(방송, 신문, 잡지 등 정기간행물, 뉴스통신 및 인터넷신문), 인터넷뉴스서비스 및 인터넷 멀티미디어 방송이 단순한 오보(誤報)가 아닌 고의적으로 사실관계를 왜곡하여 가짜뉴스를 보도하거나 정보통신망을 통해 허위·조작정보를 유통시켜 개인이나 단체·조직 등에 대해 명예훼손 또는 사생활 침해 등의 불법을 저질렀을 때는 손해액의 3배를 넘지 않는 범위에서 징벌적 손해배상을 하도록” 규정하고 있다(법안 제30조제5항부터 제7항).

7) 언론중재법 개정안(의안번호 2110947)

2021년 6월 21일 발의된 언론중재법 개정안(의안번호 2110947)은 언론등이 허위의 사실을 드러내어 타인의 명예를 훼손함으로써 손해가 발생한 경우에 손해를 입은 자는 그 피해에 대한 손해배상을 언론사에 청구할 수 있도록 규정하고 손해배상액은 손해액의

3배를 넘지 않도록 하면서 손해배상액을 정할 때 고려사항을 명확히 하고 있다(개정안 제50조 제5항 내지 제7항).

8) 언론중재법 개정안(의안번호 2111047)

2021년 6월 23일 발의된 언론중재법 개정안(의안번호 2111047)은 허위·조작정보의 보도에 따른 손해배상책임을 강화하는 규정을 담고 있다. 개정안은 허위·조작보도에 대한 정의를 신설하는데 이에 따르면 ‘허위·조작보도’란 허위의 사실 또는 사실로 오인하도록 조작한 정보를 언론, 인터넷뉴스서비스, 인터넷멀티미디어방송을 통해 보도하거나 매개하는 행위를 말한다(개정안 제2조 제17호의2).²¹⁹⁾

뉴스서비스사업자에게 위법한 기사를 매개한 것에 대한 독립적인 책임을 부과하면서 “인터넷뉴스서비스사업자는 기사제공언론사의 위법이 있는 경우 그 위법한 기사 등을 제공이 아닌 매개하였다는 이유로 면책을 주장할 수 없으며, 그 매개에 따른 독립적인 책임을 진다”라고 규정하고 있다(개정안 제17조의2제5항).

언론등의 고의 또는 중대한 과실로 인한 허위·조작보도에 따른 피해자는 인정되는 손해액의 3배 이상 5배 이하의 배상을 언론사등에 청구할 수 있고, 구체적인 손해액 산정이 어려운 경우 피해 정도 등을 종합하여 5,000만 원 이상 1억 원 이하의 범위에서 손해액을 정하면서, 다만, 정무직공무원과 대기업 주요주주, 임직원에 대하여는 해(害)할 목적이 있는 경우에 한하여 위 배상방법을 적용하도록 규정한다(개정안 제30조의2). 또한 언론등의 기사제목이 허위·조작보도를 목적으로 하는 경우 독립적인 손해배상 사유로 하고(개정안 제30조의3), 언론보도등이 허위·조작보도와 관련성이 강한 경우 언론사등의 고의 또는 중과실이 있는 것으로 추정하도록 규정한다(개정안 제30조의4). 다만, 언론보도등이 진위 여부에 대한 충분히 검증절차를 거친 경우 등 정론보도를 위하여 노력한 경우 손해배상책임을 면하도록 하고 있다(개정안 제30조의5).

219) 이러한 정의를 따를 경우 유튜브나 소셜 미디어를 통해 확산되는 허위정보는 그 적용대상에서 배제될 수 있어서 허위정보의 범위가 결과적으로 좁아졌다.
(<http://cdss.yonsei.ac.kr/index.php/issue-brief/?mod=document&uid=121>) (최종방문일, 2022년 9월 30일)

9) 언론중재법 개정안(대안번호 2112222)

2021년 8월 발의된 언론중재법 개정안(대안번호 2112222)은 16건의 법률안을 통합·조정한 대안으로 언론중재위원회 위원 구성을 보완하고, 정정보도등의 효과를 제고하며, 허위·조작보도에 따른 손해배상책임을 강화하여 언론보도등으로 인한 피해구제의 실효성을 높이는 내용을 담고 있다(대안의 제안이유). 이는 ‘허위·조작보도’의 개념에 대하여 “허위의 사실 또는 사실로 오인하도록 조작한 정보를 언론, 인터넷뉴스서비스, 인터넷 멀티미디어 방송을 통해 보도하거나 매개하는 행위를 말한다”라고 규정하면서(제2조 17호의3) 허위·조작보도에 대한 특칙으로 법원은 언론등의 명백한 고의 또는 중과실로 인한 허위·조작보도에 따라 재산상 손해 등이 있다고 판단되는 경우에 손해액의 5배를 넘지 않는 범위에서 손해배상액을 정할 수 있도록 하고 고의 또는 중과실을 추정할 수 있도록 하되, 정무직공무원과 후보자 등, 공익침해행위와 관련한 언론보도 등에는 적용하지 않도록 규정하고 있다(개정안 제30조의2).

10) 언론중재법 개정안(의안번호 2113251)

2021년 11월 11일 발의된 언론중재법 개정안(의안번호 2113251)은 피해자의 인격권을 보호하기 위해 검색배제청구권을 신설하고 있다. 이는 ‘보도 내용의 전부 또는 일부가 진실하지 않은 것’에 대한 정정보도 등이 있는 경우에는 검색배제청구를 할 수 있도록 함으로써 인터넷신문사업자 또는 인터넷뉴스서비스사업자에 대하여 진실이 아닌 언론보도 등의 삭제 또는 피해 확산 방지에 필요한 조치를 하도록 한다(개정안 제17조의3).

11) 공직선거법 개정안(의안번호 2114203)

2021년 12월 30일 발의된 공직선거법 개정안(의안번호 2114203)은 인터넷 상의 댓글 순위 조작 등을 통하여 선거의 공정을 저해하는 행위를 명확히 제재하고자 당선되게 하거나 되지 못하게 할 목적으로 컴퓨터등 정보처리장치에 허위의 정보 또는 부정한 명령을 입력하거나 기타 방법으로 정보처리에 장애를 발생하게 하여 정보처리장치에 유통되는 정보의 통계 집계 업무를 방해하거나 하거나 자에 대하여 7년 이하의 징역 또는 500만 원 이상 3천만 원 이하의 벌금에 처하도록 규정하고 있다(개정안 제82조의8 및 제252조의2).

12) 미디어교육 활성화 및 지원에 관한 법률안(의안번호 2103202)

2020년 8월 24일 발의된 미디어교육 활성화 및 지원에 관한 법률안(의안번호 2103202)은 최근 디지털 기술의 발달로 미디어의 영향력 및 파급효과가 커지는 동시에 허위조작 정보(일명 가짜뉴스)와 같은 무분별한 정보가 생산·유통되는 등 그 부작용도 커지고 있어 분별력 있는 미디어를 이용할 수 있도록 하는 미디어교육이 중요성이 커지고 있기에 미디어교육의 활성화를 도모하고자 제안되었다(제안이유). 법률안은 미디어교육을 체계적으로 지원하고 수행하는 데 필요한 사항을 정함으로써 국민의 미디어와 미디어콘텐츠에 대한 올바른 이해와 능동적 활용 능력을 강화하여 바람직한 미디어 이용문화 조성과 국민의 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 한다(법률안 제1조). 법률안은 ‘미디어교육’을 방송, 통신 등을 포함한 미디어와 미디어를 통해 전달되는 콘텐츠에 대한 올바른 이해와 활용능력 증진, 미디어의 역기능 대응 등을 목적으로 하는 모든 형태의 교육을 말한다고 정의한다(법률안 제2조 제2호). 미디어교육과 관련하여 국가등의 책무(법률안 제5조), 미디어 관련 사업자의 사회적 책무(법률안 제6조)를 명시하고 방송통신위원회 소속의 미디어교육위원회를 설치하여 미디어교육 지원에 관한 주요 정책과 사업을 조정하고 예산의 효율적인 운영 등에 관한 사항을 심의하도록 규정하고 있다(법률안 제8조).

13) 미디어교육 활성화에 관한 법률안(의안번호 2111508)

2021년 7월 14일 발의된 미디어교육 활성화에 관한 법률안(의안번호 2111508)은 미디어 정보에 대하여 분별력 있는 접근·활용능력, 이해·비평능력과 민주적 소통능력을 증진시켜 국민의 시민윤리의식을 함양하고 이를 바탕으로 미디어를 통한 사회참여를 활성화하도록 하는 미디어교육이 모든 국민에게 차별 없이 이루어질 필요가 있기에 미디어교육의 활성화를 도모하고자 제안되었다(제안이유).

법률안은 ‘미디어교육’을 미디어를 통하여 전달되는 정보와 내용물에 대한 접근·활용능력, 이해·비평능력과 민주적 소통능력을 증진시켜 시민윤리의식을 함양하고 미디어를 통한 사회참여를 활성화하기 위한 모든 형태의 교육으로 정의하며(법률안 제2조 제2호) 모든 국민에게 미디어교육을 받을 권리를 규정한다(법률안 제3조). 미디어교육과 관련하여 국가등의 책무(법률안 제5조), 미디어 관련 사업자의 사회적 책무(법률안 제6조)를 명시하고 미디어교육위원회를 설치하여 미디어교육에 관한 정책을 종합적·체계

적으로 추진하도록 규정하고 있다(법률안 제8조). 이 법에 따른 미디어교육은 교육부, 문화체육관광부 및 방송통신위원회가 공동주관한다(법률안 제12조).

〈표 4〉 제21대 국회에서 발의된 허위조작정보 관련 법안(220)

	개정법안	발의일	의안번호	발의자	주요내용
1	정보통신망법 개정안	2020. 6.22.	2100815	정필모의원 등 39인	허위조작정보 개념 정의, 정보통신서비스제공자 삭제의무 부과, 위반시 과태료 부과
2	정보통신망법 개정안	2020. 7.22.	2102291	윤영찬의원 등 34인	생산·유통으로 명예훼손 등에 대한 손해배상 청구
3	정보통신망법 개정안	2020. 12.31.	2107093	서영교의원 등 10인	가짜뉴스 개념 정의, 사업자의 삭제 및 지속적 모니터링 의무 부과, 위반 사업자 대상으로 방송통신위원장의 영업정지 또는 폐쇄조치
4	정보통신망법 개정안	2021. 1.11	2107285	허은아의의원 등 12인	명백하게 유통 금지되는 불법정보 이외에는 정보 게재자의 권리방해 금지
5	정보통신망법 개정안	2022. 4.27.	2115428	김종민의의원 외 170인	허위조작정보 개념 정의, 허위조작정보로 발생하는 권리침해 방지 시책 마련, 사실 확인 및 반박 내용의 게재 요청, 온라인분쟁조정위원 설치
6	언론중재법 개정안	2021. 6.9.	2110702	박정의원 등 10인	언론이 허위사실로 명예훼손 시 손해액의 3배까지 배상 가능
7	언론중재법 개정안	2021. 6.21.	2110947	윤영찬의원 등 10인	언론이 허위사실로 명예훼손 시 손해액의 3배까지 배상 가능
8	언론중재법 개정안	2021. 6.23.	2111047	김용민의의원 등 10인	허위·조작보도의 개념 정의, 언론의 허위·조작보도에 대해서는 손해액의 3배 이상 5배 이하 배상 청구 가능, 언론 보도의 고의·중과실 추정 규정
9	언론중재법 개정안	2021. 8. .	2112222 (대안번호)	문화체육관광 위원장	허위·조작보도 개념 정의, 언론의 명백한 고의 또는 중과실의 허위·조작보도에 대해서는 손해액의 5배 이하 배상청구 가능, 언론 보도의 고의·중과실 추정 규정
10	언론중재법 개정안	2021. 11.11	2113251	김의겸의원 등 12인	검색배제청구권 규정
11	공직선거법 개정안	2021. 12.30.	2114203	김도읍의원 등 10인	정보처리장치에 허위 정보 등을 입력하여 정보의 통계집계 업무 방해자 처벌
12	미디어교육 활성화를 위한 법률안	2020. 8.24.	2103202	정필모의원 등 12인	미디어교육 개념 정의, 국가 및 사업자의 책무, 미디어교육위원회 설치
13	미디어교육 활성화를 위한 법률안	2021. 7.14.	2111508	권인숙의원 등 14인	미디어교육 개념 정의, 국가 및 사업자의 책무, 미디어교육위원회 설치

220) 디지털사회 제37호: 온라인 허위정보(disinformation)와 미디어 플랫폼 규제 - 디지털사회과학센터 (Center for Digital Social Science) (yonsei.ac.kr) 표 수정 및 재구성.

3. 허위조작정보와 관련된 판례

- 1) 의정부지법 2011. 6. 30. 선고 2010가합1958 판결 - 허위 제보 기사 게재에 대한 손해배상 인정 사건

(1) 사실관계

甲, 乙 등의 제보로 기자 丙이 丁에 관한 기사를 작성하여 인터넷뉴스에 게재하였는데, 丁이 허위 기사의 제보 및 게재행위에 의하여 자신의 명예가 훼손되고 정신적 고통을 입었다고 하여 제보자 甲·乙 등, 丙, 발행인 戊를 상대로 위자료를 청구한 사안에서, 丁과 관련된 기사 부분이 모두 진실에 반하므로 戊는 정정보도할 의무가 있고, 丁의 성명이 기사에 명시되어 있지는 아니하나 표현 내용을 종합하여 보면 丁에 관한 것으로 특정할 수 있고 기사의 제보 및 게재로 인하여 丁에 대한 사회적 평가가 저하됨으로써 丁의 명예가 훼손되었으므로, 특별한 사정이 없는 한 戊는 인터넷뉴스의 발행인 겸 丙의 사용자로서, 丙은 기사 작성자로서, 나머지 甲, 乙 등은 제보자로서 각자 丁에게 손해를 배상할 책임이 있다고 한 사례이다.

(2) 정정보도청구에 대한 판단

구체적으로 법원은 정정보도청구에 대한 판단에 있어 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 제14조 제1항은 ‘사실적 주장에 관한 언론보도가 진실하지 아니함으로 피해를 입은 자는 당해 언론보도가 있음을 안 날부터 3월 이내에 그 보도내용에 관한 정정보도를 언론사에 청구할 수 있다’고 규정하고 있으므로, 위 법에 의한 정정보도를 청구하기 위하여는 당해 언론보도가 사실적 주장에 관한 것으로서 진실하지 아니함을 요한다고 할 것인바, 여기에서 언론보도의 진실성이란 그 내용 전체의 취지를 살펴볼 때 중요한 부분이 객관적 사실과 합치되는 사실이라는 의미로서 세부에 있어 진실과 약간 차이가 나거나 다소 과장된 표현이 있더라도 무방하다(대법원 2007. 9. 6. 선고 2007다2275 판결 등 참조)고 판단하였다.

(3) 명예훼손의 성립 및 손해배상책임의 발생 여부 판단

민법 제750조에 기한 명예훼손의 성립 및 손해배상책임의 발생 여부에 대하여 판단함에 있어서는 민법상 불법행위가 되는 명예훼손이란 공연히 사실을 적시함으로써 사람의 품성, 덕행, 명성, 신용 등 인격적 가치에 대하여 사회적으로 받는 객관적인 평가를 침해하는 행위를 말하며(대법원 1988. 6. 14. 선고 87다카1450 판결, 대법원 1992. 10. 27. 선고 92다756 판결 등 참조) 신문 등 언론매체의 어떤 기사가 타인의 명예를 훼손하는지의 여부는 일반 독자가 기사를 접하는 통상의 방법을 전제로 그 기사의 전체적인 취지와 연관하에서 기사의 객관적 내용, 사용된 어휘의 통상적인 의미, 문구의 연결방법 등을 종합적으로 고려하여 그 기사가 독자에게 주는 전체적인 인상을 기준으로 판단하여야 하고, 여기에다가 당해 기사의 배경이 된 사회적 흐름 속에서 당해 표현이 가지는 의미를 함께 고려하여야 한다(대법원 2008. 4. 24. 선고 2006다53214 판결 등 참조)고 판단하였다.

2) 인천지법 2010. 12. 24. 선고 2010노3208 판결 - 인터넷 블로그의 명예훼손 부정 사건

(1) 사실관계

피고인이 수험생들 사이에서 인지도가 매우 높은 온라인 강의 업체 유명강사인 甲이 과거 허위학력 논란에 대한 사과나 해명 없이 강사활동을 계속하는 것은 기회주의적인 행태라는 취지의 비난글을 사진과 함께 실명을 거론하면서 2회에 걸쳐 인터넷 블로그에 올림으로써, 甲을 비방할 목적으로 정보통신망을 이용하여 공공연하게 거짓의 사실을 드러내어 그 명예를 훼손하였다는 내용으로 기소된 사안이다.

(2) 원심 판단

원심은, 피고인은 피해자가 학력논란으로 EBS에서 퇴출되었다는 사실이 거짓임을 인식하지 못하였고, 피해자를 비방할 목적이 없었다는 취지의 피고인 주장에 대하여, 그 판시 사정에 의하여 그 주장을 배척한 후 판시 증거들에 의하여 이 사건 공소사실을 유죄로 판단하였다.

(3) 상고심 판단

이에 대하여 상고심은 다음과 같이 판단하였다. 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제70조 제2항의 ‘사람을 비방할 목적’이라 함은 가해의 의사 내지 목적을 요하는 것으로서 공공의 이익을 위한 것과는 행위자의 주관적 의도의 방향에 있어 서로 상반되는 관계에 있다고 할 것이므로, 드러낸 사실이 공공의 이익에 관한 것인 경우에는 특별한 사정이 없는 한 비방할 목적은 부인된다고 봄이 상당하고, 여기에서 ‘드러낸 사실이 공공의 이익에 관한 경우’라 함은 드러낸 사실이 객관적으로 볼 때 공공의 이익에 관한 것으로서 행위자도 주관적으로 공공의 이익을 위하여 그 사실을 드러낸 것이어야 하는데, 공공의 이익에 관한 것에는 널리 국가·사회 기타 일반 다수인의 이익에 관한 것뿐만 아니라 특정한 사회집단이나 그 구성원 전체의 관심과 이익에 관한 것도 포함하는 것이며, 드러낸 사실이 공공의 이익에 관한 것인지 여부는 당해 명예훼손적 표현으로 인한 피해자가 공무원 내지 공적 인물과 같은 공인(公人)인지 아니면 사인(私人)에 불과한지 여부, 그 표현이 객관적으로 국민이 알아야 할 공공성·사회성을 갖춘 공적 관심 사안에 관한 것으로 사회의 여론형성 내지 공개토론에 기여하는 것인지 아니면 순수한 사적인 영역에 속하는 것인지 여부, 피해자가 그와 같은 명예훼손적 표현의 위험을 자초한 것인지 여부, 그리고 그 표현에 의하여 훼손되는 명예의 성격과 그 침해의 정도, 그 표현의 방법과 동기 등 제반 사정을 고려하여 판단하여야 할 것이다. 또한 허위사실 적시에 의한 명예훼손죄에 있어서 그 죄가 성립하기 위하여는 범인이 공연히 사실의 적시를 하여야 하고, 그 적시한 사실이 사람의 사회적 평가를 저하시키는 것으로서 허위이어야 하며, 범인이 그와 같은 사실이 허위라고 인식하였어야 하는데, 그 적시된 사실이 허위의 사실인지 여부를 판단함에 있어서는 적시된 사실의 내용 전체의 취지를 살펴볼 때 중요한 부분이 객관적 사실과 합치되는 경우에는 세부에 있어서 진실과 약간 차이가 나거나 다소 과장된 표현이 있다 하더라도 이를 허위의 사실이라고 볼 수는 없다(대법원 2007. 6. 1. 선고 2006도1538 판결 등 참조)고 할 것인바, 이러한 법리는 이 사건 공소사실인 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 ‘거짓의 사실을 드러내어’ 다른 사람의 명예를 훼손한 죄의 경우에도 마찬가지로 할 것이다.

이에 상고심은 피고인이 위 글을 게시하게 된 동기나 그 경위 및 배경, 위 글의 전체적인 구성, 글 표현의 정도와 수법 등에 비추어 보면, 피고인이 위 글을 게시한 것은 그

주요한 동기 내지 목적이 공공의 이익을 위한 것으로 볼 수 있고, 비록 위 글에 일부 객관적인 사실과 다른 부분이 있으며 드러낸 내용으로 침해되는 甲의 개인적 법익이 가법지 않고 피고인이 블로거(blogger)로서 온라인상에서 인기와 심리적 만족감을 얻고자 하는 동기가 일부 있었더라도 그것은 부수적인 목적·동기에 그친다고 보여 결국 공공의 이익을 위한 것이라는 점을 부정하기는 어려울 뿐만 아니라, 글의 전체적인 취지를 살펴볼 때 중요한 부분이 객관적 사실과 합치되므로 일부 사실과 다른 부분이 있다 하여 이를 거짓의 사실을 드러낸 것으로 볼 수 없고, 피고인이 일부 사실과 다른 부분이 있음을 인식하였다고 보기도 어려운데도, 위 공소사실을 유죄로 인정한 원심판결에 사실오인 또는 법리오해의 위법이 있다는 이유로 파기하고 무죄를 선고하였다.

3) 대법원 2009. 4. 16. 선고 2008다53812 판결 - 인터넷 종합 정보제공 사업자의 명예훼손 책임 인정 사건

(1) 사실관계

인터넷 종합 정보제공 사업자가 보도매체가 작성·보관하는 기사에 대한 인터넷 이용자의 검색·접근에 관한 창구 역할을 넘어서서, 보도매체로부터 기사를 전송받아 자신의 자료저장 컴퓨터 설비에 보관하면서 스스로 그 기사 가운데 일부를 선별하여 자신이 직접 관리하는 뉴스 게시공간에 게재하였고 그 게재된 기사가 타인의 명예를 훼손하는 내용을 담고 있다면, 이는 단순히 보도매체의 기사에 대한 검색·접근 기능을 제공하는 경우와는 달리 인터넷 종합 정보제공 사업자가 보도매체의 특정한 명예훼손적 기사 내용을 인식하고 이를 적극적으로 선택하여 전파한 행위에 해당하므로, 달리 특별한 사정이 없는 이상 위 사업자는 명예훼손적 기사를 보도한 보도매체와 마찬가지로 그로 인하여 명예가 훼손된 피해자에 대하여 불법행위로 인한 손해배상책임을 진다고 판단한 사건이다.

(2) 인터넷 종합 정보제공 사업자의 명예훼손 게시물에 대한 삭제 및 차단 의무의 발생 요건

인터넷 종합 정보제공 사업자의 명예훼손 게시물에 대한 삭제 및 차단 의무의 발생 요건에 대하여 다수의견은 명예훼손적 게시물이 게시된 목적, 내용, 게시 기간과 방법,

그로 인한 피해의 정도, 게시자와 피해자의 관계, 반론 또는 삭제 요구의 유무 등 게시에 관련한 쌍방의 대응태도 등에 비추어, 인터넷 종합 정보제공 사업자가 제공하는 인터넷 게시공간에 게시된 명예훼손적 게시물의 불법성이 명백하고, 위 사업자가 위와 같은 게시물로 인하여 명예를 훼손당한 피해자로부터 구체적·개별적인 게시물의 삭제 및 차단 요구를 받은 경우는 물론, 피해자로부터 직접적인 요구를 받지 않은 경우라 하더라도 그 게시물이 게시된 사정을 구체적으로 인식하고 있었거나 그 게시물의 존재를 인식할 수 있었음이 외관상 명백히 드러나며, 또한 기술적, 경제적으로 그 게시물에 대한 관리·통제가 가능한 경우에는, 위 사업자에게 그 게시물을 삭제하고 향후 같은 인터넷 게시공간에 유사한 내용의 게시물이 게시되지 않도록 차단할 주의의무가 있고, 그 게시물 삭제 등의 처리를 위하여 필요한 상당한 기간이 지나도록 그 처리를 하지 아니함으로써 타인에게 손해가 발생한 경우에는 부작위에 의한 불법행위책임이 성립한다고 보았다.

별개의견은 인터넷 종합 정보제공 사업자의 명예훼손 게시물에 대한 삭제의무는 특별한 사정이 없는 한 위 사업자가 피해자로부터 명예훼손의 내용이 담긴 게시물을 '구체적·개별적으로 특정'하여 '삭제하여 달라는 요구'를 받았고, 나아가 그 게시물에 명예훼손의 불법성이 '현존'하는 것을 '명백'히 인식하였으며, 그러한 삭제 등의 조치를 하는 것이 '기술적·경제적으로 가능'한 경우로 제한하는 것이 합리적이고 타당하다고 판결하였다.

4) 서울남부지법 2019. 6. 13. 선고 2018가단226347 판결 - 허위글을 SNS 및 국민청원에 올린 사건

(1) 사실관계

甲이 유튜브(youtube) 및 자신의 에스엔에스(SNS)에 “자신은 최근 유출된 출사 사진 사건의 피해자이고, 3년 전 乙 지하철역 3번 출구 근처의 한 스튜디오에서 진행된 촬영회는 자신을 기망하여 이루어진 성범죄 현장이었다”는 내용의 동영상과 글을 올리자, 乙 지하철역 3번 출구 근처에서 丙 스튜디오를 운영하는 丁이 丙 스튜디오 인터넷 카페에 丙 스튜디오는 위 사건과 무관하다는 내용의 해명글을 올렸고, 그 후 언론에 丙 스튜디오는 甲의 촬영회를 진행한 스튜디오가 아니라고 丁이 반박하였다는 내용의 기사가 보도되기 시작하였는데, 위 해명글 게시 직후 戊가 청와대 홈페이지 국민소통 광장

국민청원 게시판에 “丙 스튜디오 불법 누드촬영”이라는 제목으로 甲이 SNS에 올린 글 전문을 그대로 인용한 청원글을 게시하고, 위 반박 기사가 보도된 후 인스타그램 팔로워(instagram follower) 수가 870만 명에 이르는 유명 연예인인 己가 자신의 인스타그램 스토리에 위 청원글에 동의하였음을 알리는 인증사진을 게시한 다음 그 인증사진 게시 경위 등을 기재한 글을 올리고, 그 후 다시 庚이 청와대 홈페이지 국민소통 광장 토론방 게시판에 “丙 스튜디오 불법 누드촬영”이라는 제목으로 위 청원글 전문을 인용한 글을 게시하는 일이 발생하자, 丁이 戊, 己, 庚을 상대로는 명예훼손에 따른 손해배상을 청구하고, 국가를 상대로는 국민청원 게시판 관리자의 주의의무 위반을 이유로 국가배상을 청구한 사안이다.

(2) 판단

법원은 戊, 己, 庚의 행위가 丁의 사회적 가치 내지 평가가 침해될 만한 구체적인 허위 사실을 적시한 명예훼손 행위로서 불법행위를 구성하고 그 불법행위들은 丁에 대한 권리침해 및 손해발생에 공통의 원인이 되었으므로 戊 등은 민법 제760조 제1항에 따라 공동불법행위책임을 진다고 판단한 다음, 국가배상청구에 대해서는 게시판 관리자가 청원글을 즉시 삭제하는 등 상당한 기간 내에 丁의 피해를 방지할 수 있는 조치를 취할 주의의무를 위반하였다고 인정하기 어렵다는 이유로 그 청구를 기각하였다.

VIII. 소결 : 각 나라별 내용 종합 및 시사점

앞서 살펴본 각 국가는 ‘허위조작정보’를 아래의 표와 같이 가짜뉴스, 위법한 콘텐츠 또는 혐오표현 등으로 달리 부르고 있지만, 이는 정보의 진위여부와 더불어 온라인 상 또는 기타 이와 유사한 수단 등에 의해 대량으로 유포될 수 있는 가능성이 그 본질이라 할 수 있다.

〈표 5〉 허위조작정보 포함 콘텐츠 지칭 용어

	허위조작정보 포함 콘텐츠 지칭 용어
EU	• 허위조작정보(disinformation)
프랑스	• 가짜뉴스(fausse nouvelles) • 허위조작정보(fausse information)
독일	• 위법한 콘텐츠(rechtswidrige Inhalten)
미국	• 가짜뉴스(Fake News)
일본	• 혐오표현(Hate speech)

한편, 각 국가는 허위조작정보 대처와 관련하여 아래 표에 기술된 특징처럼 자신들의 법률체계, 법의 역사, 법의 문화 그리고 자국민의 관심이 쏠려있는 분야의 허위조작정보에 대한 인식에 따라 다양한 분야에서 여러 가지 형태(대표적으로 법률에 의한 규제, 자율규제 등)로 규제하고 있다.

〈표 6〉 허위조작정보 대처와 관련한 각 국의 특징

	특징
EU	<ul style="list-style-type: none"> • 플랫폼사업자(Google, Facebook, Twitter 등)에 대해 행동규범(codeofpractice)에 서명을 요구하여, 행동규범에 근거한 자주적 대처를 추진 • 각 사업자에 의한 대처의 효과가 불충분한 경우에는 규제적 조치를 강구할 가능성을 시사함과 동시에, 각 사업자의 대처 상황을 정기적으로 평가하면서, 플랫폼 사업자에 의한 적극적인 대응을 추진
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 「정보조작 대처에 관한 법률(loi relative à la lutte contre la manipulation de l'information)」을 제정 • 선거기간 3개월 전부터 선거에 관한 허위조작정보에 대해 신고가 있을 경우에 법관이 48시간 이내에 송신방지의 판단을 행함 • 표현의 자유, 보도의 자유의 침해나 단시간에서의 판단의 곤란성에 대한 우려가 제기되고 있음
독일	<ul style="list-style-type: none"> • 2017년 「소셜 네트워크 법집행법(Netzwerkdurchgesetz)」을 제정 • 24시간 또는 7일간 이내에 소셜 네트워크 사업자는 정보의 위법성을 판단하여 삭제할 의무를 가짐 • 대상 콘텐츠가 넓고, 고액의 과료, 판단의 곤란성으로부터 과잉 삭제의 우려가 제기되고 있음
미국	<ul style="list-style-type: none"> • 2016년 대통령선거 당시 허위조작정보의 문제가 계기로, 연방의회에서 플랫폼사업자의 대처에 대한 공청회가 이루어지는 등 허위조작정보 대책 조사와 논의가 이뤄짐 • 이러한 공청회 등의 움직임을 근거로, 플랫폼 사업자에 의한 대처 및 대응이 진행되고 있음
일본	<ul style="list-style-type: none"> • 허위조작정보에 대한 대응을 위한 입법 제정에 미온적 태도를 보임 • 팩트 체크기구를 통한 사실확인 및 자율규제의 입장을 강조하고 있음

구체적으로 EU 같은 경우 법률적으로 대처하기 보다는 자율규제에 더 방점을 두고 이에 따라 유럽연합 집행위원회가 2018년 10월에 허위조작정보에 대한 유럽실행규칙(Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation)을 제정하고, 이후 더 강화된 유럽실행규칙을 발표하여 유럽연합 내 허위조작정보의 발생 및 확산을 방지하고 있다. 프랑스의 경우에는 선거 선전 목적의 상업 광고 금지 규정 준수를 위해 선거 기간 동안 허위조작정보 대처를 강화, 온라인 플랫폼에 더 강화된 투명성을 부여, 허위조작정보에 대한 법원의 단기간 판단 결정을 위해 2018년 정보조작대처법을 제정하여 시행 중에 있다.

독일 같은 경우 2017년 소셜 네트워크 법집행법을 제정하여 제1조 제3항에 '위법한 콘텐츠'을 규정하고 처벌행위 대상을 독일 형법에 규정된 22개 조항에 해당되는 불법적인 표현물로 하고 있다. 즉, 위법한 콘텐츠는 허위조작정보보다 범위가 넓다. 미국의 경우 2016년 대통령 선거에서 발생한 허위정보가 소위 가짜뉴스라고 불리면서 관련 논의가 진행된 바 있지만 미국에서는 허위조작정보에 대처하는 입법을 제정하기보다 자율규제를 하는 방향을 채택하고 있는데 다만, 허위조작정보가 명예훼손, 고의에 의한 정신적 고통, 프라이버시 침해, 사기 등의 소인이 될 경우 작성자는 민·형사적 책임을 지고 있다.

한편, 일본의 경우에는 현재까지 허위조작정보 규제 입법제정 노력을 위한 적극적 태도를 보이고 있지 않은데, 이는 팩트 체크기구를 통한 사실 확인 및 자율규제의 입장을 조금 더 강조하고 있기 때문으로 풀이된다.

미디어플랫폼에서의 악성댓글에 대한 국내·외 규제현황

I. 서론

악성 댓글과 관련한 문제는 인터넷 사용이 보편화되면서부터 발생한 것으로 어제 오늘의 문제는 아니다. 그런데 과거에는 주로 공인(정치인, 유명연예인, 스포츠스타 등)과 관련된 언론 기사에 달리는 악성댓글에 대한 문제가 주로 논의되었던 반면에 최근에는 쌍방향 미디어플랫폼의 영향력으로 일반인을 상대로 한 악성댓글도 사회문제로 인식되기 시작한 것이다.

과거 우리나라에서는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」을 통해 악성 댓글을 규제하기 위하여 정보통신서비스 제공자들을 대상으로 본인확인 조치를 강제한 바 있었다. 그러나, 헌법재판소의 위헌 결정²²¹⁾으로 악성댓글에 대한 직접적 규제의 시도는 성공하지 못하였다. 이에 최근에는 처벌강화, 혐오표현 규제 확장, 준-인터넷 실명제 강제 등의 방법으로 규제하고자 하는 입법움직임이 나타나고 있다.

이하에서는 우리나라 및 세계 각국에서는 미디어플랫폼에서의 악성댓글을 어떻게 규제하고자 있는지 살펴보고자 한다.

II. EU

유럽연합 차원에서는 악성댓글에 대한 정책이나 규제법률 및 지침 등은 명시적으로 규정한 법률이나 지침은 존재하지 않지만, 이와 비교적 유사한 지침(허위리뷰 규제)인 불공정 B2C 상업관행에 관한 2005/29/CE 지침(Directive 2005/29/CE relative aux

221) 헌법재판소 2012. 8. 23, 2010헌마47, 252(병합)

pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs)이 제정되어 시행중에 있다.

위 지침에 따라 유럽연합 집행위원회(Commission européenne)와 국가소비자 보호당국(Autorités nationales chargées de la protection des consommateurs)은 최근 소비자의 허위리뷰(Avis trompeurs)²²²⁾에 대해 EU 전체 웹사이트에 대한 조사 결과를 발표²²³⁾하였는데, 분석된 상점, 시장, 예약 사이트, 검색 엔진 및 온라인 비교서비스 사이트의 약 3분의 2에 달하는 리뷰의 신뢰성에 대한 의구심을 표명하였다.

즉, 유럽연합 집행위원회는 확인된 223개의 웹사이트 중 144개 웹사이트에 대해 인터넷 사이트 운영자 또는 관리자가 제품이나 서비스를 실제로 사용한 소비자가 게시한 리뷰가 진짜인지 아니면 허위인지 확인하기 위해 충분한 노력을 기울였는지 확인할 수 없었다고 하였다.

구체적으로 첫째, 모니터링 되는 223개 웹사이트 중 104개 웹사이트가 소비자에게 리뷰가 수집되고 처리되는 방식을 알리지 않았으며, 84개 웹사이트만이 리뷰 페이지 자체에서 소비자에게 이러한 관련 정보를 제공하고 있었다고 하였다.(예를 들어 법적이고 지 및 조건과 같이 '작은 글씨'로 표시) 둘째, 118개 웹사이트는 오해의 소지가 있는 리뷰를 방지하는 방법에 대한 정보가 포함되어 있지 않아 이 경우 소비자는 해당 상품 및 서비스를 실제로 사용한 소비자가 작성한 리뷰인지 여부를 확인할 수 없었다고 하였다. 셋째, 176개 웹사이트는 권장된(즉, 재정적으로 보상 등) 리뷰가 내부 정책에 의해 금지되거나 금지되어 있다는 표시를 명확하게 식별되는 방법으로 명시하지 않았다고 하였다.²²⁴⁾

이에 따라 유럽연합은 소비자의 신뢰를 높이고 기업, 특히 중소기업이 국경을 넘어 무역을 더 쉽게 할 수 있도록 불공정 B2C 상업관행에 관한 2005/29/CE 지침을 제정하였다. 이 지침은 B2C 거래가 발생하기 전, 중, 후에 발생하는 불공정한 상업 관행을

222) 허위리뷰는 온라인 플랫폼에서의 구매, 할인 및 잘못된 댓글 또는 오해의 소지가 있는 댓글과 관련이 있다.

223) 유럽연합 집행위원회 조정 하에 26개 회원국, 아이슬란드, 노르웨이 당국은 223개의 주요 웹사이트에서 소비자가 게시한 허위리뷰를 확인하였다.

224) 유럽연합 집행위원회 사이트, 인용 : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/ip_22_394 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

규제하는 가장 중요한 EU의 지침으로 국가집행기관이 광범위한 불공정 사업 관행을 억제할 수 있도록 한다(불공정한 사업관행의 예로는 소비자에게 거짓 정보를 제공하거나 소비자의 선택에 영향을 미치기 위한 공격적인 마케팅 기업을 들 수 있음).

1. 불공정 B2C 사업관행에 관한 2005/29/CE지침

(Directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs)²²⁵⁾

1) 지침의 목적

이 지침은 유럽연합 차원에서 금지하는 불공정한 B2C 사업관행을 정의한다. 즉 다시 말하면 이 지침은 전문가가 소비자에 대한 제품의 판촉, 판매 또는 공급과 직접적으로 관련된 모든 작위 또는 누락과 관련하여 상거래 수행 전, 중, 후에 소비자의 경제적 이익의 보호를 목적으로 하고 있고 있으며, EU 내에서 구매하거나 판매하는 위치에 관계 없이 모든 소비자에게 동일한 수준의 보호를 보장한다. 또한, 시장, 특히 온라인 마케팅의 새로운 발전을 고려하여 EU 소비자 보호규칙의 더 나은 시행 및 현대화와 관련하여 이전의 2019/2161 지침을 수정하였다.

2) 지침 중 허위리뷰에 관한 내용

(1) 오해의 소지가 있는 사업관행(Pratiques commerciales trompeuses)

사업관행에 거짓 또는 오해의 소지가 있는 정보가 포함되어 있거나 이 정보가 사실 정확하더라도 일반 소비자를 오도할 수 있고, 그렇지 않았다면 취하지 않았을 구매 결정을 내리게 할 가능성이 있는 경우 오해의 소지가 있는 사업관행으로 간주하고 있다. 허위 정보 또는 오해의 소지가 있는 정보의 종류는 다음과 같다. 첫째 제품의 존재 또는 특성, 제품의 주요 특성(이용가능성, 장점, 위험, 구성, 지리적 출처, 사용으로 예상되는 결과 등), 둘째, 회사의 약속범위(회사가 구속되기로 동의한 약관 등에서), 셋째, 가격 또는 특정 가격 이점의 존재, 넷째, 서비스 또는 수리의 필요성이다.

225) 유럽연합 법률사이트, 인용 : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32005L0029> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

(2) 오해의 소지가 있는 누락(Omissions trompeuses)

일반 소비자가 정보에 입각한 구매 결정을 내리는 데 필요한 실질적인 정보가 불명확하거나, 이해할 수 없거나, 모호하거나, 뒤늦게 숨겨진 정보가 제공되어 소비자의 구매를 유도할 가능성이 있는 경우 상업적 관행은 오해의 소지가 있는 누락으로 간주된다.

2. 유럽연합 집행위원회의 허위리뷰 규제에 관한 최신동향

1) 허위리뷰 댓글 규제

유럽연합 의회는 인터넷 사이트에서 허위리뷰 댓글을 끝내기를 원하고 있다. 이에 따라 앞서 언급한 바와 같이 최근 소비자 보호 규칙을 개정하였으며, 메뉴에서 온라인 제안순위, 특히 제품에 대한 고객의 의견이 더 투명해졌다. 그러나 이에 그치지 않고 유럽연합 집행위원회는 2018년 4월, 소비자 권리 특히 그 적용을 강화할 것을 내용으로 하고 있는 ‘소비자를 위한 뉴딜 패키지(Nouvelle donne pour les consommateurs)’를 제안하였다.

제안의 목적 중 하나는 소비자 보호를 온라인 구매로 확장하는 것이었다. 위원회의 제1부위원장인 Frans Timmermans는 2018년 4월, 보도 자료에서 “소비자는 온라인 구매 시 거래 대상 또는 판매자가 누구인지, 검색결과에 표시하기 위해 비용을 지불했는지 여부를 알게 될 것”이라고 설명하였다. 이후 2019년 1월 22일, 유럽의회의 내부 시장 및 소비자 보호 위원회는 유럽연합 집행위원회가 제안한 ‘소비자를 위한 뉴딜 패키지’의 일부인 소비자 보호규칙 업데이트를 찬성하였다.

채택된 제안에 따르면 아마존, 에어비앤비 또는 스카이스캐너와 같은 온라인 마켓플레이스 또는 비교업체는 사용자가 검색할 때 제안 순위를 지정하는데 사용되는 매개변수를 공개하여야 한다. 이러한 온라인 플랫폼은 또한 제품과 관련하여 남겨진 댓글의 진정성을 확인하여야 한다. 예를 들어 온라인 구매자들은 판매 사이트의 고객리뷰 댓글을 호텔 예약의 경우에는 85%, 레스토랑 예약의 경우에는 62%가 예약 전에 읽는다. 이러한 맥락에서 온라인 플랫폼이 고객리뷰 댓글을 확인할 때 투명성에 대한 책임을 지도록 만드는 것이 필수적이다.²²⁶⁾

2) 소비자를 위한 뉴딜패키지(Nouvelle donne pour les consommateurs)²²⁶⁾

(1) 온라인 구매에 대한 소비자 권리 강화

온라인 마켓플레이스의 투명성 향상과 온라인 플랫폼 전반에서 검색결과와 투명성 향상 - 온라인 마켓플레이스에서 구매할 때 소비자에게 전문 거래자 또는 개인으로부터 제품 또는 서비스를 구매하는지 명확하게 알려야 하는데, 왜냐하면 위와 같은 조치는 문제 발생 시 소비자가 자신의 권리로 보호되는지 명확하게 알 수 있기 때문이다.

(2) 소비자가 자신의 권리를 주장하고 보상을 받을 수 있는 수단

유럽식 집단 구제- 소비자를 위한 뉴딜 패키지 덕분에 자격을 갖춘 단체(예, 소비자 방어조직)가 불법 상업행위로 피해를 입은 소비자 그룹을 대신하여 보상, 교체 또는 수리의 형태로 구제책을 수행할 수 있다. 일부 회원국에서는 이미 소비자가 법원에 집단 소송을 제기할 수 있었으나 소비자를 위한 뉴딜패키지로 이제 모든 유럽연합 국가에서 가능해진다.

(3) 유럽연합 소비자법 위반에 대한 효과적인 처벌 시행

유럽연합 소비자 보호당국은 유럽연합 전역의 많은 소비자에게 영향을 미치는 대량 피해를 유발하는 관행을 제재할 적절한 수단이 없었다. 현재 제재수준은 회원국마다 매우 다르며, 특히 국경을 넘어 대규모로 운영되는 회사에 실질적인 억제효과를 주기에는 너무 낮다. 그러나 소비자를 위한 뉴딜패키지 제안에 따라 국가소비자보호 당국은 조정된 방식으로 효과적이고 비례적이며 억제적인 처벌을 부과할 권한을 갖게 되었다.

(4) 소비자 제품의 품질 차이와의 싸움

유럽연합 집행위원회 2017년 9월 지침(Directrices de la Commission de septembre

226) <https://www.euractiv.fr/section/economie/news/le-parlement-europeen-veut-mettre-fin-aux-avis-truques-sur-internet/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

227) 유럽연합 법집행위원회 사이트, 인용 : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_18_3041 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

2017)에 따라 불공정 상업관행을 업데이트하여 국가 당국이 여러 회원국에서 소위 동일 제품(구성이나 특성이 현저히 다른 제품에도 불구하고)의 마케팅과 관련된 오해의 소지가 있는 상업관행을 평가하고 이에 대해 조치를 취할 수 있음을 명시적으로 규정하였다.

(5) 기업의 운영 체제개선

‘소비자를 위한 뉴딜 패키지’는 특히 철회할 권리와 관련하여 기업에 부담을 주는 의무를 제거함으로써 기업의 불필요한 부담을 덜어줄 것이다. 따라서 소비자는 더 이상 사용하지 않고 단순히 시도하지 않은 제품을 반품할 수 없으며 기업은 더 이상 실제로 반품된 제품을 받기 전에 소비자에게 배상할 필요가 없다. 또한 ‘소비자를 위한 뉴딜 패키지’는 거래자가 소비자와 의사소통하는 방식에 더 큰 유연성을 도입하여 소비자가 기업과의 교환을 추적할 수 있는 경우 전자메일 대신 대화형 양식이나 대화방을 사용할 수도 있다.

III. 프랑스

1. 인터넷에 게시된 악성콘텐츠 및 악성댓글에 대한 책임

인터넷상의 악성 댓글(문자, 동영상, 사진 등)과 관련하여 피해를 입은 경우 신고 및 삭제를 요청할 수 있다. 또한 악성콘텐츠를 작성한 사람과 인터넷 사이트 호스트에 대해 고소를 할 수 있다. 악성콘텐츠를 작성한 사람이 법을 위반하는 경우(인종차별, 모욕, 사생활 침해 등)와 인터넷 사이트 호스트가 의도적으로 이러한 악성콘텐츠(불법콘텐츠)를 온라인에 업로드하거나 방치한 사실이 입증될 경우 법률상 처벌을 받을 수 있다.

1) 악성콘텐츠 및 악성댓글 관련 내용

인터넷에 게시된 악성콘텐츠는 프랑스 사법부에 의해 기소될 수 있는데 즉, 프랑스에서 프랑스어로 프랑스 국민을 대상으로 하는 경우 또는 프랑스에 거주하는 사람의 이익을 침해하는 경우이다. 더불어 악성콘텐츠 작성자가 프랑스에 거주하지 않아도 되며, 악성콘텐츠가 업로드 된 인터넷 사이트가 프랑스 사이트가 아니더라도 기소여부에 영향을 미치지 않는다.

더불어 위 인터넷 사이트를 포함하여 개인블로그, 비디오 또는 소셜 네트워크의 악성 게시물 그리고 이러한 게시물에 사용자가 악성콘텐츠를 업로드 하는 것도 기소될 수 있다. 뿐만 아니라 악성콘텐츠를 인터넷을 사용하는 모든 사용자가 액세스할 수 없는 경우에도 기소될 수 있는데 예를 들어, 소셜 네트워크의 특정 친구만 액세스할 수 있는 경우이다.

한편, 프랑스 법률에 금지되어 범죄로 처벌을 받을 수 있는 인터넷 사이트상의 악성 콘텐츠의 내용은 구체적으로 반인륜적 내용, 테러, 인종혐오 조장, 폭력적이거나 소아성애적 이미지 유포, 폭력선동, 성적 및/또는 젠더 기반 폭력, 인간 존엄성에 대한 침해, 괴롭힘, 인종비방, 성차별적 모욕, 중상, 초상권 및 사생활 침해 등이다.

2) 악성콘텐츠 및 악성댓글 삭제요청

프랑스에서 인터넷 사이트에 업로드 된 악성콘텐츠를 삭제하려면 인터넷 사이트 호스트가 정한 절차를 따르거나 법적절차를 따르면 된다. 첫째, 인터넷 사이트 호스트 절차에 따라 악성콘텐츠 삭제를 요청할 수 있다. 이는 인터넷 사이트를 포함한 여러 비디오 사이트 호스트들이 저작권 침해, 모욕 및 불쾌감을 주는 내용이나 이미지 등이 포함된 악성콘텐츠 삭제에 대한 자체 조건을 설정하고 있으며, 이를 위한 특정보고 규칙을 두고 있기 때문이다.

다만, 인터넷 사이트 호스트들이 자체적으로 설정하고 있는 악성콘텐츠 삭제요청 절차는 프랑스에서 적용되고 있는 법률과 일치하지 않을 수 있고, 인터넷 사이트 호스트마다 다를 수 있으며, 악성콘텐츠 삭제요청에 대한 소셜 네트워크 자체조건이 있을 수도 있다. 즉 악성콘텐츠 삭제를 위해서는 각 인터넷 사이트별 규정에 따라 요청을 해야 한다. 둘째, 프랑스는 각 인터넷 사이트 호스트들이 정한 특정한 규칙이 아니라 법률에 의해 각 인터넷 사이트 호스트들에게 악성콘텐츠 삭제 절차를 부과하고 있다.

(1) 악성콘텐츠의 경우(Cas général)

피해를 입은 자연인(Personne physique) 또는 법인(Personne morale)의 경우 악성콘텐츠 삭제를 위해서는 가장 먼저 악성콘텐츠 작성자에게 통보하여야 한다. 통보 후에도

악성콘텐츠 작성자가 삭제를 하지 않으면, 인터넷 사이트 호스트에게 연락을 하여야 한다 (호스트의 연락처 정보는 인터넷 사이트에 표시되어야 한다). 왜냐하면, 인터넷 사이트 호스트는 자신이 저장하고 있는 모든 콘텐츠를 영구적으로 모니터링 할 의무가 없기 때문이다.

그러나 호스트가 그 특정내용을 알고 있는 경우에는 악성콘텐츠 요청에 대한 절차진행과 이에 관한 결과를 피해를 당한 자연인에게 통지하여야 한다. 더불어 인터넷 사이트상에는 악성콘텐츠 뿐만 아니라 이미지 또는 비디오 등도 저장되기 때문에 이에 대한 대처도 악성콘텐츠와 동일하게 처리해야 한다.

계속해서 법적인 맥락에서 악성콘텐츠에 의해 피해를 입은 자연인이 인터넷 사이트 호스트에게 이러한 악성콘텐츠를 신고하려면 해당 사이트가 설정하고 있는 삭제요청 절차를 따라야 하며 여기에는 다음과 같은 사항이 포함되어야 한다. 첫째, 자연인의 성, 이름 및 이메일 주소(신고 당시 인터넷 사이트에 연결되어 있고 자신의 식별요소가 이미 등록되어 있는 경우에는 필요하지 않음), 둘째, 논쟁의 여지가 있는 악성콘텐츠에 대한 설명, 인터넷 사이트의 정확한 위치 및 가능한 경우 해당 악성콘텐츠에 액세스 할 수 있게 하는 링크 주소, 셋째, 악성콘텐츠 삭제에 대한 법적 근거(악성콘텐츠가 명백히 법률에 위반된다는 규정내용), 넷째, 악성콘텐츠 작성자에게 통보한 1차 삭제요청 내용 사본 및 연락불가 증명문서(가장 중대한 범죄: 테러, 소아성애, 반인도적 범죄 등 법률이 금지하고 있는 형벌을 받을 수 있는 악성콘텐츠 작성행위에는 필요하지 않음)이다.

이러한 내용을 포함하여 인터넷 사이트 호스트에게 악성콘텐츠에 대한 삭제요청을 했음에도 불구하고 신속히 삭제되지 않은 경우(명시적인 거부 또는 무응답 포함) 해당 악성콘텐츠에 관한 고소를 진행할 수 있다. 고소내용은 법률에 저촉되는 내용(모욕, 인종차별, 동성애혐오, 성차별적 발언 등)을 근거로 하여야 한다.

한편, 이러한 악성콘텐츠 삭제요청은 인터넷 사이트상에서 접수할 수 있고, 등기우편으로도 신청할 수 있으며, 필요하다면 변호사의 도움을 받을 수 있다. 그리고 사법위원(구 집행관 및 사법감정사)이 찍은 악성콘텐츠의 스크린 샷을 첨부할 수도 있다. 그러나 악성콘텐츠가 아님을 알고도 신고하는 경우에는 최대 1년의 구금과 15,000 유로의 벌금에 처해질 수 있다.²²⁸⁾

228) 프랑스 공공서비스 사이트, 인용 : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F32075> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

(2) 악성댓글의 경우(Pour un commentaire)

피해를 입은 자연인이나 법인은 가장 먼저 악성댓글이 업로드 된 인터넷 사이트 담당자에게 문의하여야 한다. 이때 악성콘텐츠와 마찬가지로 인터넷 사이트상에서 접수할 수도 있고 등기우편으로도 신청할 수 있으며, 변호사의 도움을 받을 수 있다. 또한 사법위원(구 집행관 및 사법감정사)이 찍은 악성콘텐츠의 스크린 샷을 첨부할 수도 있다.

다만, 주의하여야 할 점은 인터넷 사이트상에 업로드 된 악성댓글 삭제요청 시에는 가능한 정확하게 관련내용과 포함되어야 할 내용을 작성 후 호스트에게 보내야 한다(예를 들어 법률에서 금지하고 있는 행위 또는 불쾌감을 주는 악성댓글의 링크 주소 등). 만약, 이러한 삭제요청을 받은 인터넷 사이트 관리자가 해당 악성댓글을 즉시 삭제하지 않으면, 해당 위반에 대해 해당 관리자를 고소할 수 있다.

3) 사법절차(Procédure judiciaire)

(1) 악성콘텐츠의 경우

자신이 인터넷 사이트에 게시된 악성콘텐츠 및 악성댓글의 피해자라고 생각된다면 작성자(블로그 편집자, 비디오 감독, 사진작가, 댓글 작성자 등)를 상대로 정의를 구현하기 위해 고소장을 제출할 수 있는데, 해당 작성자의 신원을 알 수 없는 경우에는 X로 표시하여 고소할 수 있다.

한편, 악성콘텐츠 및 악성댓글에 대한 삭제요청을 받은 인터넷 사이트 호스트가 이를 처리하기 위한 절차를 수행하지 않은 경우를 제외하고 악성적인 내용으로 업로드 된 콘텐츠 또는 댓글을 관리하는 인터넷 사이트 호스트는 책임을 지지 않는다. 왜냐하면, 인터넷 사이트 호스트는 기술적인 수단만을 제공하고 있을 뿐 그러한 악성적인 내용을 온라인에 업로드 하는 것을 자신이 선택하지 않았기 때문이다.

그러나 인터넷 사이트 호스트는 유죄로 된 악성콘텐츠 및 악성댓글의 작성자의 신원을 확인할 수 있도록 피해를 입은 자연인 또는 법인에게 허용하여야 하여야 하며, 위 자연인 및 법인은 고소내용을 증명하기 위해 스크린샷을 포함하여 어떠한 방법으로도 직접증거를 수집할 수 있고 이를 위해 사법위원(구 집행관 및 사법감정사)에게 관련 사항을 요청할 수 있다.

(2) 악성댓글의 경우

프랑스 내 다수의 웹사이트(정보 사이트, 블로그 등)는 인터넷 사용자에게 기사내용 아래에 위치하고 있는 전용공간에서 자신의 콘텐츠에 대해 논평할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 구체적으로 예를 들어 모욕, 명예훼손, 인종혐오 선동 등의 경우에는 악성댓글 작성자가 자신의 발언에 책임이 있으며 이에 따라 피해를 입은 자연인이나 법인은 이 악성댓글이 업로드 된 인터넷 사이트 호스트나 관리자가 아니라 문제가 된 악성댓글의 작성자를 대상으로 고소를 진행하여야 한다.

한편, 직접적인 피해자가 아니더라도 위와 같은 악성댓글을 경찰과 헌병에 신고할 수 있는데 이는 고소가 아니다.²²⁹⁾

4) 악성콘텐츠 및 악성댓글 규제 법률

(1) 디지털 경제 신뢰를 위한 2004년 6월 21일 제2004-575호 법률(Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique) : 악성콘텐츠 규제

프랑스 「디지털 경제 신뢰를 위한 2004년 6월 21일 제2004-575호 법률」에서는 악성콘텐츠를 규제하기 위하여 제6조²³⁰⁾에 관련 사항을 규정하고 있으며 주요 내용은 다음과 같다.

- ① 제1항 제1호 : 온라인으로 대중에게 통신서비스에 대한 액세스를 제공하는 활동을 하는 사람은 특정 서비스에 대한 액세스를 제한하거나 선택하고 추가비용 없이 이러한 수단 중 하나 이상을 제공할 수 있는 기술적 수단의 존재를 온라인 사용자에게 알려야 한다.
- ② 제1항 제2호 : 온라인 공공통신 서비스를 통해 대중에게 모든 종류의 신호, 글, 이미지, 사운드 또는 메시지의 저장을 보장하는 자연인 또는 법인은 이러한 서비스를 받는 사람의 요청에 따라 저장된 활동 또는 정보에 의해 발생한 결과가 명시적으로 불법적인 성격이나 이러한 성격을 초래하는 사실 및 상황을 실제로 인식하지 못한 경우 또는 이러한 사실을 알게 된 순간부터 이러한 데이터를 제거하거나 액세스를 불가능하게 만들기 위해 즉시 조치를 취한 경우에는 민사적 책임이 없다.

229) 프랑스 공공서비스 사이트, 인용 : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F32075> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

230) 프랑스 법령사이트, 인용 : https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000045292730/2022-09-28/ (최종방문일, 2022년 9월 30일)

- ③ 제1항 제3호 : 제2항에 규정된 자연인 또는 법인은 활동 또는 정보의 명백한 불법적 성격을 실제로 인식하지 못한 경우 또는 이를 알게 된 순간부터 이 정보를 제거하거나 접근을 불가능하게 만들기 위해 즉시 조치를 취한 경우에는 형사상 책임을 지지 않는다.
- ④ 제1항 제4호 : 누구든지 삭제를 얻거나 배포를 중지하기 위해 제2항에 규정된 자연인 또는 법인에게 정보가 정확하지 않다는 것을 알면서도 콘텐츠 또는 활동이 불법이라고 제시한 사실이 있는 자는 1년의 구금과 15,000 유로의 벌금에 처해진다.
- ⑤ 제2항 제1호 : 제1항 제1호 및 제2호에 규정된 활동 중 하나를 수행하는 자연인 또는 법인의 법적 또는 사실상 관리자가 의무를 이행하지 않은 사실에 대해서는 1년의 구금과 250,000 유로의 벌금에 처한다.

(2) 시청각통신에 관한 1982년 7월 29일 제82-652호 법률(Loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle) : 악성댓글 규제

프랑스는 「시청각통신에 관한 1982년 7월 29일 제82-652호 법률」에서는 악성댓글을 규제하기 위하여 제93-3조에서 관련 사항을 규정²³¹⁾하고 있으며 주요 내용은 다음과 같다.

- ① 제1항 : 「언론의 자유에 관한 1881년 7월 29일 법률(loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse)」 제4장에 규정된 위반 중 하나가 공개책임자 또는 「시청각통신에 관한 1982년 7월 29일 제 82-652호 법률」 제93-2조 제2항에 규정 내의 공동 공개책임자에 의해 대중과의 통신을 위한 전자적 수단을 통해 저질러진 경우(불쾌감을 주는 메시지를 대중에게 전달되도록 업로드) 정범으로 기소될 수 있다.
- ② 제3항 및 제4항 : 공개책임자 또는 공동공개책임자가 연루되면 악성댓글 작성자는 공범으로 기소되며, 「형법전(Code pénal)」 제121-7조 규정의 적용을 받는 자도 공범으로 기소될 수 있다.
- ③ 제5항 : 인터넷 사용자가 온라인 공공통신 서비스에 업로드한 메시지의 내용으로 인해 또는 이 서비스에 의해 개인이 메시지를 작성할 수 있는 공간에서 법률위반 행위가 발생한 경우 공개책임자 또는 공동 공개책임자는 메시지가 온라인에 게시되기 전에 메시지에 대한 실제 인식이 없었다는 것이 확인되거나 메시지를 알게 된 순간부터 즉시 이 메시지를 삭제하기 위해 조치를 취한 경우 형사 책임을 지지 않는다.

231) 프랑스 법령사이트, 인용 : https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000020740559/2022-09-28/ (최종방문일, 2022년 9월 30일)

2. 인터넷 악성댓글에 관한 프랑스 최신 판례

2018년 3월 20일 민사 1부 다종 항소법원 제15/02004호 판결(Cour d'appel de Dijon, 1re chambre civile, 20 mars 2018, n° 15/02004)²³²⁾

악성댓글 작성자는 'le clarifieur'라는 가명으로 웹사이트 www.pagesjaunes.fr에 명망 높은 레스토랑에 대해 2가지 불쾌한 악성댓글을 게시하였는데, 첫 번째 악성댓글 게시 당일에는 레스토랑이 아직 정식 오픈하기도 전이었다. 심지어 악성댓글 작성자는 첫 번째 댓글을 삭제한 후 동일한 사이트에 새로운 악성댓글을 게시(논쟁의 여지가 있는 논평은 삭제한 후 약간 수정함)하였지만, 레스토랑에 자주 가 본적이 없다고 인정하였다. 악성댓글은 다음과 같았는데, “레스토랑은 매우 과대평가 되었으며, 모든 것이 미완성이며 접시에 있는 것은 거의 없었지만, 가장 잘 채워진 접시는 청구서 접시이다”라는 내용이었다.

한편, 악성댓글 작성자는 레스토랑의 품질에 대한 긍정적이든 부정적이든 표현된 의견은 작성자의 형사책임을 물을 가능성이 있는 결함으로 간주될 수 없다고 주장하면서 제1심에 대한 결정에 대해 항소를 제기하였다. 즉, 게시된 댓글은 Loiseau des Ducs 레스토랑이 아니라 les Vauban 레스토랑에 관한 것이었는데, 레스토랑 Loiseau des Ducs 페이지에 언급된 것은 오류의 결과였다는 것이었다.

그러나 다종 항소법원은 “웹사이트에 게시된 혜택 또는 서비스에 대한 비판적 논평이 그 자체로 결함을 구성하지 않는 경우, 작성자가 비판을 받는 서비스나 혜택으로부터 이익을 얻지 못하고 해를 입히려는 의도에서 진행될 때 비로소 결함이 된다”라고 판시한 제1심 법원의 결정을 인정하였다. 그리고 이 경우, 다시 말하면 웹사이트 www.pagesjaunes.fr에 게시된 유명 레스토랑에 대한 댓글은 해당 레스토랑을 운영하는 회사에 해를 끼치려는 의도가 완벽하게 특징지어지기 때문에 댓글 작성자의 형사책임을 물을 가능성이 있는 명백한 폄하를 구성(댓글은 레스토랑의 잠재고객이 자주 방문하지 못하도록 하기 위한 것임)한다고 하였다.

232) 프랑스 법해석 사이트, 인용 : <https://www.doctrine.fr/d/CA/Dijon/2018/C4767C4769EC429795578> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

IV. 독일

1. 악성댓글 규제가능 법률

독일에서는 페이스북, 유튜브 등과 같은 SNS의 이용자가 증가하면서 이러한 미디어 플랫폼상에서의 악성댓글²³³⁾이 급증함에 따라, 이들이 삭제되지 않고 공중에 그대로 노출됨으로써 심각한 사회문제가 야기되고 있다.

특히, 모욕적 발언의 경우 대중선동죄²³⁴⁾에 해당하는 죄로서, 특정 개인 또는 집단에 대하여 공공의 안녕을 해하는 형태로 증오를 드러내는 것을 금지하고 있다. 그리고 1994년 형법개정에 의하여, 이른바 ‘아우슈비츠의 거짓말’ 역시 금지대상에 포함되었고,²³⁵⁾ 나아가 2005년 개정에서는 나치의 폭력적 지배 또는 자의적 지배의 선동 및 왜소화 등도 금지대상에 포함되었다.²³⁶⁾

독일에서 가장 심각하게 문제가 된 것은 SNS 이용자가 작성한 모욕적 발언이었다. 2015년 독일로 시리아 난민 등의 대규모 이주에 대해 배타적 성향을 가진 일부 SNS 이용자가 난민 및 이들을 지원하는 단체 등에 모욕적 발언을 표출하였다. 이와 같은 모욕적 발언은 일반 대중인 인터넷 이용자뿐만 아니라 반이슬람 운동조직²³⁷⁾ 등의 활동가²³⁸⁾와 2017년 9월 독일 연방의회 선거에서 상당한 의석을 획득한 ‘독일을 위한 대안’(Alternative für Deutschland: AfD) 소속의 정치가에 의해서도 이루어졌다.²³⁹⁾ 시리아로부터 난민 등이 독일로 유입되면서 난민수용과 관련한 인터넷상의 이러한 모욕적 발언이 급증하였다. 이에, 2015년 9월 당시 법무부장관인 하이코 마스(Heiko Maas)는 구글, 유튜브, 페이스북, 트위터 등 미디어플랫폼 사업자의 자율규제기관 또는 비정부기구(NGO) 등에 호소하게 되었다. 또한 이러한 모욕적 발언을 규제하기 위

233) 모욕적 발언(hate speech)과 명예훼손 등 형법에서 금지된 표현

234) 독일 형법 제130조 제1항 및 제2항

235) 독일 형법 제130조 제3항

236) 독일 형법 제130조 제4항

237) 대표적으로 Patriotische Europäer Gegen die Islamisierung Des Abendlandes (PEGIDA) 등이 있다.

238) Spiegel Online vom 30. 11. 2016. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/lutz-bachmann-pegida-gruender-musswegen-volksverhetzung-9600-euro-zahlen-a-1123765.html> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

239) (FAZ vom 2. 1. 2018. <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/netzdg-beatrix-von-storch-und-alice-wei-delhaben-twitter-aerger-15369259.html#void>) (최종방문일, 2022년 9월 30일)

한 입법의 필요성을 주창하였다.

이에, 2015년 12월 SNS 사업자에게 민원이 접수되는 경우에는 24시간 이내에 민원의 내용이 위법한지 여부를 검토하고, 만일 그 내용이 위법하다고 판단될 경우에는 이를 삭제한다는 방침에 대한 합의가 이루어졌다.²⁴⁰⁾ 따라서 SNS 사업자는 민원처리절차에 관한 체계를 구축하고, 만일 민원이 있는 경우 전문가에 의하여 24시간 이내에 검토하며, 해당 내용이 법률에 위배될 경우에는 삭제 등의 조치를 취하여야 한다.

그리고 전술한 바와 같이 「소셜 네트워크 법집행법」(Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken, NetzDG)을 제정하게 되었으며, 2017년 10월 1일부터 발효되었다.²⁴¹⁾

2. 악성댓글에 관한 독일의 최신 판례 :

LG Frankfurt, Beschluss vom 20. Januar 2021-2-03 O 1/21-242)

1) 개요

신청인은 자신의 사진이 들어간 기사의 부정적 댓글을 보고 확산을 금지하기 위한 목적으로 프랑크푸르트 지방법원에 기사의 배포금지를 위한 가처분 신청을 하였다. 신청인은 다음 두 가지의 이유를 제시하고 있다. 첫 번째는 기사의 사진의 댓글에 치매에 관한 언급이 있고, 엄청난 악성댓글(Shitstrom)을 받는다는 내용 등이 들어있다는 것이다. 두 번째는 “이런 농담같은 일에 대하여 팬들은 웃을 수 없었다”라는 기사제목이 부정적 사실이라는 점이다.

2) 쟁점

악성댓글(Shitstrom) 등의 표현을 사실에 관한 주장으로 볼 것인지 아니면 단순한

240) Fabian Reibold, Hetze im Netz, Maas lässt Facebook gewären, Spiegel Online v. 15. 12. 2015

241) 이권일, 소셜 네트워크 시대에 가짜뉴스(fake news) 규제에 관한 헌법적 고찰, 공법학연구 제20권 제1호, 85쪽.

242) 프랑크푸르트 지방법원 2021. 01. 20. 자 결정

의견표명으로 볼 것인지, 그렇다면 그 구분기준을 다루고 있다. 이는 공개적 장소에 등장하는 다소 과격한 표현이 표현의 자유로 보호되어야 할 것인지, 인격권에 대한 침해로 볼 것인지에 관한 것이다. 이는 일반적 인격권과 표현의 자유가 충돌할 경우의 구별 기준에 관한 문제도 뒤따르게 된다.

3) 법원의 판단

프랑크푸르트 지방법원은 가처분 신청에 대하여 독일헌법 제1조 제1항과 관련된 제2조 제1항의 일반적 인격권이 침해되는 경우를 먼저 제시하고 있다. 일반적 인격권은 범위가 절대적으로 고정되어 있지 않지만 기본권이 보호하고자 하는 이해관계를 계량하여야 한다고 밝힌다. 그리고 개별적인 경우 유럽인권협약에서 규정된 기본권 보장이 해석의 지침으로 고려되어야 한다고 밝히고 있다. 당사자의 인격권은 당사자의 보호되어야 하는 이익이 상대방의 이익보다 더 큰 경우에 침해된다는 것이다. 여기에서 독일헌법 제2조 제1항, 제1조 제1항에 따른 당사자의 이익은 독일헌법 제5조 제1항의 표현의 자유를 가진 상대방의 권리와 계량된다.

그리고 일반적 인격권과 표현의 자유와 같이 상충하는 기본권 관계가 있을 경우의 표현에 대한 허용에 대한 판단기준은 사실에 관한 주장인지 의견표명인지에 따라 그 결과가 달라짐을 밝히고 있다.

재판부는 사실에 입각한 주장이라면 이해관계의 계량은 그 내용의 진실성에 달려있다고 한다. 원칙적으로 사실에 입각한 주장일 경우, 당사자는 그 진실성의 결과에 따라 불리한 결과도 감내하여야 한다는 것이다. 반면 독일헌법 제5조 제1항의 표현의 자유가 보호하는 범위를 벗어난 허위 주장은 일반적으로 보호받기 어려움을 지적한다. 이 점에서 단순한 의견표명이라면 사실의 진실성에 대한 별도의 판단을 거치지 않게 된다.

그렇다면 이러한 사실에 관한 주장과 의견표명간의 구별 기준이 문제된다. 재판부는 해당 표현의 전반적인 맥락을 살펴보고 판단하여야 한다고 밝히고 있다. 즉 해당하는 내용이 일반인의 시각에서 객관적으로 사실에 근거한 주장인지 일정한 가치판단의 기준이 되는지를 검토하여야 한다는 것이다. 표현의 동기나 형성이 일정한 신념에 있어 그 내용의 사실성이 열다면 의견표명으로 보게 된다.

재판부는 이러한 내용을 바탕으로 신청인의 두 가지 이유에 대하여 판단하였다. 첫 번째는 치매나 악성댓글 관련된 표현은 허용가능한 의견표명이라는 것이다. 욕설도 없기 때문에 일반적 인격권의 고려대상도 아니라고 한다. 두 번째로 기사 제목에 대한 문구에서 사실이 아닌 표현이 들어가 있지 않으므로 금지요청을 할 수 없다고 판단하여 신청인의 가처분 신청을 기각하였다.

4) 평가

언론이나 인터넷상 댓글이 특정인을 공격하는 것에 관한 문제는 당사자가 주관적으로 느끼기에는 인격권에 대한 침해라고 받아들인다는 점에서 출발하고 있다. 따라서 주관적 판단에 의존할 경우 객관적인 기준을 제시하기 어렵다는 문제가 있다. 특히 인터넷이 발달하여 이제는 유명인뿐만 아니라 일반인들도 언론이나 SNS에 얼굴 등이 노출되거나 악플 등에 시달리는 사례가 많아지고 있다. 독일에서도 이러한 문제는 마찬가지로 발생하고 있다.

이 지방법원 판례는 언론기사나 인터넷상 악성댓글이 사실에 근거한 주장인지 단순한 의견표명인지에 따라 그 법적 성격이 달라짐을 보여주는 판례라고 하겠다. 특히 법원은 이 사건처럼 치매에 걸렸다는 취지나 엄청난 악성댓글을 받는다는 식의 표현이 있거나 다소 부정적인 기사제목을 포함하고 하더라도 이는 허용가능한 의견표명으로 판단하고 있다.

우리도 명예훼손이나 모욕과 관련하여 사실과 모욕, 단순한 의견에 대해 독일과 유사한 법리를 가지고 있다. 그렇지만 이 문제는 본질적으로 표현의 자유와 인격권과 결부되어 있으므로 여기에 대한 심도있는 접근이 요구될 것이다.

결국 표현도 인간의 언어를 기반으로 하고 있으므로, 사실에 근거한 주장과 의견표명의 경계가 더 모호하게 될 우려를 늘 가지고 있다. 언어의 의미가 시간에 따라 변하기도 하며 새로운 말이 만들어지기도 하기 때문이다. 구체적 사건에서 이를 어떻게 적용하여야 하는지는 더 두고볼 문제라고 하겠다.

V. 미국

1. 악성댓글 규제가능 법률

미국에서 악성댓글을 다는 것은 표현의 자유로 보호받지만 이것이 누군가의 명예를 훼손하거나 사이버폭력이 되는 경우에는 민형사상으로 처벌이 가능하다.

1) 보통법상 명예훼손

미국에서 명예훼손은 불법행위법을 구성할 수 있다. 인터넷상에서 악성댓글로 타인의 명예를 훼손한 경우에는 불법행위에 기한 손해배상을 청구할 수 있는 것이다. 여기서 명예훼손은 “타인의 명성에 해를 끼쳐 공동체에서의 그의 평가를 저하시키거나 제3자가 그와 교제하거나 거래하는 것을 방해하게” 하는 커뮤니케이션을 말한다.²⁴³⁾ 명예훼손이 인정되기 위해서는 (1) 원고에 대한 피고의 진술이 거짓이면서 명예를 훼손하는 것이어야 하고 (2) 진술이 권한없이 제3자에게 공개되었으며, (3) 피고의 행위에 과실(적어도 부주의)이 있어야 하고 (4) 진술 그 자체가 또는 진술의 공개가 특별한 피해를 입혔어야 한다.²⁴⁴⁾

악성댓글은 제3자에 대한 거짓 진술로 타인의 평판에 해를 끼치는 행위이기 때문에 논리적으로 명예훼손을 구성할 여지가 있어 보인다. 하지만 실제 미국에서 이러한 명예훼손 소송이 승소하기는 매우 어렵다. 왜냐하면 명예훼손은 그 진술이 (a) 거짓이면서 (b) 평판에 심각한 손상을 입혀야 하기 때문이다. 우선 (a) 거짓이라는 말은 진술이 의견이 아니고 사실이면서 사실 중에 거짓이어야 한다는 의미이다.²⁴⁵⁾ 댓글에서는 사실적인 반박이 어려울 수 있는 의견, 조롱 등이 포함될 경우가 많은데 이러한 경우는 명예훼손에 기인한 불법행위를 구성하지 않게 되는 것이다. 또한 (b) 평판에 심각한 손상을 입혀야 하는데, 실제 받은 피해를 숫자적으로 증명할 수 없다면 승소하기 어렵다. 게다가 공인의 경우에는 명예훼손의 행위가 악의적 의도를 바탕으로 했다는 요소를 갖

243) Restatement (2d) of Torts § 558

244) Civil Liability for Cyberbullying (uci.edu) 1229쪽

245) Constitutionality of Cyberbullying Laws: Keeping the Online Playground Safe for Both Teens and Free Speech (vanderbilt.edu) 852쪽

취야 한다.²⁴⁶⁾

물론 진술이 타인에 특징을 부정적으로 반영하고 진실된 사실로 뒷받침될 수 있다는 주장에 근거한 경우에 해당 의견은 명예훼손으로 불법행위법을 구성한다.²⁴⁷⁾

2) 통신품위법

통신품위법 제223조는 한정적이긴 하지만 대화형 컴퓨터 서비스를 통한 댓글을 규제하는 내용을 담고 있다.

47 U.S. Code § 223 - Obscene or harassing telephone calls in the District of Columbia or in interstate or foreign communications

(a) 일반적으로 금지된 행위
누구든지—

(1) 주(州) 또는 외국 커뮤니케이션에서—

(A) 통신장치를 통해 고의로—

타인을 학대, 위협, 괴롭힐 의도로 음란하거나 아동 포르노에 해당하는 모든 의견, 요청, 제의, 제안, 묘사 등 기타 커뮤니케이션을

(i) 만들고, 생성하고, 요청하며,

(ii) 전송하는 것

(B) 통신장치를 통해 고의로—

커뮤니케이션의 작성자가 전화를 걸거나 커뮤니케이션을 시작했는지 여부에 관계없이 커뮤니케이션의 수신자가 18세 미만임을 알면서, 음란하거나 아동 포르노에 해당하는 모든 의견, 요청, 제의, 제안, 묘사 등 기타 커뮤니케이션을

(i) 만들고, 생성하고, 요청하며,

(ii) 전송하는 것

(C) 대화나 커뮤니케이션이 이루어졌는지에 관계없이, 자신의 신원을 공개하지 않고 특정인을 학대, 위협, 괴롭힐 의도로 전화통화나 통신장치를 사용하는 것

(D) 특정인을 괴롭힐 의도로 타인의 전화를 반복해서 또는 계속해서 울리게 하거나 울리게 만드는 것

(E) 대화나 커뮤니케이션이 이루어지는 동안 오로지 특정인을 괴롭힐 목적으로 반복적으로 전화를 걸거나 반복적으로 통신장치로 커뮤니케이션을 시작하는 것

(2) 자신의 통제하에 있는 통신시설이 그와 같은 행위에 사용된 의도로 제(1)항에 금지된 행위에 사용될 것을 고의로 허용하는 것은, 제18장의 벌금 또는 2년 이하의 징역에 처하거나, 병기될 수 있다.

(d) 18세 미만자에게 불쾌한 자료를 전송하거나 보여주는 것—

(1) 주(州) 또는 외국 커뮤니케이션에서 고의로—

(A) 대화형 컴퓨터 서비스를 사용하여 특정인 또는 18세 미만자에게 보내는 것

(B) 대화형 컴퓨터 서비스를 사용하여 커뮤니케이션의 작성자가 전화를 걸거나 커뮤니케이션을 시작했는지 여부에 관계없이, 음란하거나 아동 포르노에 해당하는 모든 의견, 요청, 제의, 제안, 묘사 등 기

246) 15. 한국과 크게 다른 미국의 명예훼손소송 (lawtimes.co.kr)

247) 04-12_08_28.hwp (koreascience.kr) 30-32쪽.

- 타 커뮤니케이션을 18세 미만자가 이용할 수 있는 방식으로 보여주는 것
- (2) 자신의 통제하에 있는 통신시설이 그와 같은 행위에 사용된 의도로 제(1)항에 금지된 행위에 사용될 것을 고의로 허용하는 것은, 제18장의 벌금 또는 2년 이하의 징역에 처하거나, 병기될 수 있다.
- (e) 법에 의해 가능한 다른 항변에 추가적 항변 :
- (1) 그 누구도 본인의 통제 밖의 시설, 시스템, 네트워크에 오로지 액세스 또는 연결을 제공할 목적으로서, 커뮤니케이션 콘텐츠를 생성하지 않는 해당 액세스 또는 연결을 부수적으로 제공하는 전송, 다운로드, 중간저장, 액세스 소프트웨어, 기타 관련 기능으로 (a)항 또는 (d)항을 위반한 것으로 판단되어서는 안 된다.
- (2) 본 조문의 (1)항에 규정된 항변은 본 조문을 위반하는 커뮤니케이션 생성에 적극적으로 관여하거나 고의로 유통하는 공모자, 또는 고의로 해당 커뮤니케이션의 이용가능성을 광고하는 자에게는 적용되지 않는다.
- (3) 본 조문의 (1)항에 따른 항변은 본 조문 위반과 관련된 시설, 시스템, 네트워크에 액세스 또는 연결을 본인의 소유 또는 통제하에 제공하는 자에게는 적용되지 않는다.
- (4) 고용인 또는 대리인의 행위가 고용의 범주 내에 있거나 또는 대리점과 고용주가 (A) 해당 행위를 알면서 해당 행위를 승인하거나 비준한다거나, (B) 해당 행위를 무모하게 무시하지 않는 한, 어떤 고용주도 고용인 또는 대리인의 행위에 대해 본 조문을 위반한 것으로 판단되어서는 안 된다.
- (5) 이것은 (a)(1)(B)항에 따른 행위를 위한 시설의 사용과 관련하여, (a)(1)(B)항 또는 (d), 또는 (a)(2)에 기한 기소에 대한 항변이다—
- (A) 해당 조항에 명시된 커뮤니케이션에 미성년자가 액세스하는 것을 제한하거나 방지하기 위해 그 상황에서 선의며(in good faith), 합리적이고, 효과적이며, 적절한 조치를 취한 자, 여기서 조치는 사용가능한 기술에서 가능한 모든 방법을 포함하여 미성년자를 해당 커뮤니케이션을 제한하는 모든 적절한 조치를 포함한다.
- (B) 확인된 신용카드, 직불 계정, 성인 액세스 코드, 성인 개인식별 번호의 사용을 요구하여 해당 커뮤니케이션에 접근을 제한하는 자
- (6) 위원회는 (d)항에 따른 금지된 커뮤니케이션의 액세스를 제한하는 합리적이고, 효과적이며, 적절한 조치를 기술한다. 본 조문은 위원회에 집행 권한을 부여한다거나, 위원회가 해당 조치의 사용을 승인, 제재, 허가할 권한을 제공하기 위한 것이 아니다. 위원회는 해당 조치를 활용하지 못한 것에 대한 집행 권한이 없다. 위원회는 해당 조치와 관련된 특정 제품을 보증하지 않는다. 해당 조치의 사용은 (d)항에 따른 모든 조치에서 (5)항의 목적을 위한 선의의 노력(good faith efforts)의 증거로서 인정된다. 본 조문은 대화형 컴퓨터 서비스를 일반통신업체 또는 전기통신업체로 취급하는 것으로 해석되지 않는다.

통신품위법 제223조 (a)(1)항에 따르면 누구든지 커뮤니케이션에서 통신장치를 통해 타인을 학대, 위협, 괴롭힐 의도로 음란하거나 아동 포르노에 해당하는 의견 등을 만들고 전송하는 행위를 금지하고 있다. 특히 (C)항에 따르면 “대화나 커뮤니케이션이 이루어졌는지에 관계없이, 자신의 신원을 공개하지 않고 특정인을 학대, 위협, 괴롭힐 의도로 전화통화나 통신장치를 사용하는 것”을 규제한다. 본 조문은 특히 미성년자에 대한 스토킹 혹은 사이버폭력을 금지하기 위한 규정이지만 해당 조문의 내용에 따르면 통신장치를 사용하여 타인을 괴롭힐 목적으로 자신을 공개하지 않고 악성댓글을 달아 자신의 의견을 개진하는 자에 대하여도 적용가능할 것으로 보인다. 또한 해당 행위를 하는 자 뿐 아니라 이런 행위에 사용되는 통신시설을 통제하는 자도 해당 행위를 고의로

허용하여 통신시설을 이용하게 했다면 벌금형과 징역형에 처할 수 있도록 규정하고 있다(제223조 (a)(2)항). 또한 동 조문은 18세 미만자에게 고의로 외설적 의견을 보내는 것과 이를 고의로 허용하는 통신시설 제공자를 규제하는 규정도 담고 있다(제223조 (d)항).

그러면서도 제230조에 따른 대화형 컴퓨터 서비스에 부여되는 항변에 더해 추가적인 항변을 인정하고 있다. 제233조 (e)에 따르면 본인의 통제 밖의 시설, 시스템, 네트워크에 오로지 액세스 또는 연결을 제공할 목적으로서, 커뮤니케이션 콘텐츠를 생성하지 않는 해당 액세스 또는 연결을 부수적으로 제공하는 전송, 다운로드, 중간저장, 액세스 소프트웨어, 기타 관련 기능을 제공하는 것은 (a)항 또는 (d)항을 위반한 것으로 판단되지 않는다(제233조 (e)(1)항). 또한 고용인 또는 대리인의 행위가 고용의 범주 내에 있거나 또는 대리점과 고용주가 (A) 해당 행위를 알면서 해당 행위를 승인하거나 비준한다거나, (B) 해당 행위를 무모하게 무시하지 않는 한, 어떤 고용주도 고용인 또는 대리인의 행위에 대해 본 조문을 위반한 것으로 판단되지 않는다(제233조 (e)(4)항). 특별히 일정한 조치를 선의로 취한 자를 면책하고 있다. 조문에 따르면 “해당 조항에 명시된 커뮤니케이션에 미성년자가 액세스하는 것을 제한하거나 방지하기 위해 그 상황에서 선의며(in good faith), 합리적이고, 효과적이며, 적절한 조치를 취한 자”와 “확인된 신용카드, 직불 계정, 성인 액세스 코드, 성인 개인식별 번호의 사용을 요구하여 해당 커뮤니케이션에 접근을 제한하는 자”를 면책한다(제233조 (e)(5)항).

3) 형법

형법상에도 악성댓글에 대해 직접적으로 규제하는 내용은 없다. 하지만 연방 형법 제 2261A 스토킹을 금지하는 규정이 있으며 이를 통해 사이버폭력을 제재하고 있다. 특히 동 규정은 상당한 정신적 고통을 유발하는 전자메일, 전자통신수단에 의한 통신을 포함한다고 규정함으로써 광의의 사이버스토킹 개념을 채택하였다.

사이버스토킹은 1998년 이래 캘리포니아 형법전의 관련 조문들에서 범죄화되었다. 캘리포니아는 스토키에 의해 5명의 여성이 살해되었던 1990년에, 최초로 반-스토킹 입법을 하였다. 이 법은 1998년 위협의 수단으로 ‘전자통신수단’을 포함하였고, 그 결과 광의의 사이버스토킹 개념을 채택하였다. 다른 주들은 괴롭힘 또는 스토킹 입법에 사이버스토킹을 반대하는 금지를 포함함으로써 캘리포니아의 예를 따랐다. 플로리다는

2003년 사이버스토킹을 금지하기 위해 형벌을 포함하는 반-스토킹법의 개정을 통과시켰다. 현재, 47개 주는 현존하는 스톱킹 또는 괴롭힘을 규제하는 법을 개정함으로써 전자형태 통신의 사용을 명확히 범죄화하는 법을 시행하고 있다. 전자통신에 관한 명확한 언급을 포함하고 있지 않는 주들조차도 사이버스토커들에게 반-스토킹법을 여전히 적용할 수 있다.²⁴⁸⁾

광의의 사이버스토킹 개념에 따라 전자통신수단을 사용한 악성댓글이 타인을 괴롭혀 정신적 고통을 유발한다면 동 조문을 적용받을 가능성이 있다.

§2261A. 스톱킹 ²⁴⁹⁾

누구든지—

- (1) 타인을 살인, 상해, 괴롭힘, 위협할 의도로 살인, 상해, 괴롭힘, 괴롭힘, 감시하에 둘 의도를 가지고, 미국의 특별 해양 관할권 및 영토 관할권 내에서 주(州)내 또는 외국 상업으로 여행하거나 현존하거나, 또는 인도국가에 입출국하고, 해당 여행 또는 현존의 과정에서 또는 그 결과로 다음과 같은 행위를 하는 경우—
 - (A) 특정인을 다음의 사람에 대한 살해 또는 심각한 신체적 상해에 대한 합리적인 공포에 처하게 하는 경우—
 - (i) 특정인;
 - (ii) 특정인의 직계가족원(제115조에 정의) ;
 - (iii) 특정인의 배우자 또는 친밀한 파트너 ; 또는
 - (iv) 특정인의 애완동물, 도우미 동물, 정서지원 동물, 말 ; 또는
 - (B) (A)항의 (i), (ii), (iii)항에 기술된 자에게 상당한 정신적 고통을 유발하거나, 유발시키는 시도를 하거나, 합리적으로 유발될 것이 예상되는 경우 ; 또는
- (2) 타인을 살인, 상해, 괴롭힘, 위협할 의도로 살인, 상해, 괴롭힘, 괴롭힘, 감시하에 둘 의도를 가지고, 주(州)내의 상업적인 메일, 대화형 컴퓨터 서비스, 전자통신 서비스, 전자통신 시스템 또는 기타 주(州)내 또는 외국 상업 시설을 사용하는 과정에서 다음과 같은 행위에 관여한 경우—
 - (A) 특정인을 (1)(A)항의 (i), (ii), (iii), (iv)에 기술된 자, 애완동물, 도우미 동물, 정서지원 동물, 말에 대한 살해 또는 심각한 신체적 상해에 대한 합리적인 공포에 처하게 하는 경우 ; 또는
 - (B) (1)(A)항의 (i), (ii), (iii)항에 기술된 자에게 상당한 정신적 고통을 유발하거나, 유발시키는 시도를 하거나, 합리적으로 유발될 것이 예상되는 경우에는,

본 장의 제2261(b)조에 규정대로 처벌된다.

형법 제2261A조 (1)항에 따르면 살해, 상해, 괴롭힘 등의 의도를 가지고 피해자 본인 · 직계가족 · 배우자 · 반려동물 등의 사망이나 중상에 대한 공포를 주는 행위를 하거나 피해자 본인 · 직계가족 · 배우자에게 상당한 정신적 고통을 유발하는 행위를 할 경우,

248) 이상현, 미국 사이버범죄의 현실, 법, 실무, 연구총서 10-16-01, 한국형사정책연구원, 2010, 54-55쪽.

249) United States Code Title 18-Crimes and Criminal Procedure USCODE-2013-title18-part1-chap110A-sec2261A.pdf (govinfo.gov)

연방법상 형사처벌 대상이다. (2)항에서는 “메일, 대화형 컴퓨터 서비스, 전자통신 서비스, 전자통신 시스템”을 사용하는 과정에서 살해, 상해, 괴롭힘 등의 의도를 가지고 피해자 본인·직계가족·배우자·반려동물 등의 사망이나 중상에 대한 공포를 주는 행위를 하거나 피해자 본인·직계가족·배우자에게 상당한 정신적 고통을 유발하는 행위를 하는 경우를 규제한다. 원칙상 괴롭힘(harassment)은 귀찮게 함(annoyance)과 쉽게 구별되지 않는다.

스토커는 벌금형 또는 징역형에 처하며, 징역형의 장기(長期)는 피해의 경중에 따라 낮게는 5년 이하 혹은 피해자가 사망한 때에는 최고 종신형 등으로 규정되어 있다. 또한 피해자가 18세 미만이라면 5년을 가중하여 처벌할 수 있다.²⁵⁰⁾

4) 주(州) 형법

미국 연방 형법은 사이버폭력을 법적으로 규정하지는 않으나, 주별로 ‘사이버불링(cyberbullying)법’이 제정돼 있다. 미 사이버폭력연구센터에 따르면 2021년 11월 기준 총 48개 주가 사이버불링을 법에 규정하고, 이 중 44개 주가 사이버불링에 형사적 제재를 가하고 있다.²⁵¹⁾

2. 관련 판례

1) Independent Newspapers, Inc. v. Brodie, 966 A.2d 432(Md. 2009) - 인터넷상 익명의 필자 신원 공개를 위한 브로디 테스트(Brodie Test)

이는 인터넷 명예훼손사건이다. 3인의 익명의 피고인들은 사용자명으로 피고 중 하나이며 인터넷서비스 제공업체인 Independent Newspapers가 제공하는 온라인 커뮤니티나 게시판에 원고인 Zebulon J. Brodie가 유지 관리하는 지역 비즈니스와 지역 농장 부지 개발에 대한 그의 관여에 대해 부정적인 의견이 담긴 명예훼손 댓글을 남겼다. 원고는 신문사에 피고인 3인의 신원을 넘겨줄 것을 요청했으나 신문사는 3명의 Doe 피고인의 정보가 수정헌법 제1조에 의해 보호된다는 이유로 이를 거절했다. 2006년 5월

250) 세계 각국의 스토킹범죄 규정 < World < 법제동향 < 자료실 | 세계법제정보센터 (moleg.go.kr)

251) <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2019101614270620926> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

사업가 Brodie는 Independent Newspapers, Inc.에서 관리하는 온라인 Independent Newspapers, Inc.와 사용자명만으로 알려진 John Doe 피고 3명을 피고인의 명예를 훼손하는 게시물을 작성했다고 주장하며 명예훼손으로 소를 제기했고 1심법원은 신문사에 정보제공을 명령했다. 신문사는 이에 항소했다.

메릴랜드주 항소법원은 원고가 소장에서 신문사의 온라인 커뮤니티 내의 정확한 참가자의 이름을 밝히지 않았다는 이유로 제1심의 명령을 번복하였다. 1심의 명령을 번복하면서, 항소법원은 익명의 필자와 관련된 향후 인터넷 명예훼손 사건에 관한 재판 가이드라인을 제공했다. 해당 가이드라인인 ‘브로디 테스트(Brodie Test)’는 (1) 소환장 또는 공개명령 대상임을 익명의 필자에게 고지할 것 (2) 조치를 보류하고 익명의 필자에게 답변할 기회를 줄 것 (3) 명예훼손으로 주장된 문장을 정확하게 식별할 것 (4) 일단 명예훼손 소송이 성립될 것 (5) 다른 모든 요소를 만족시키면서, 공개를 명령하기 전에, 익명의 필자의 수정헌법 제1조의 표현의 자유와 원고가 제출한 명예훼손 사건 및 익명의 피고의 신원을 공개할 필요성 간에 균형을 이룰 것이라는 5가지 요소로 구성되었다.²⁵²⁾

VI. 일본

1. 서설

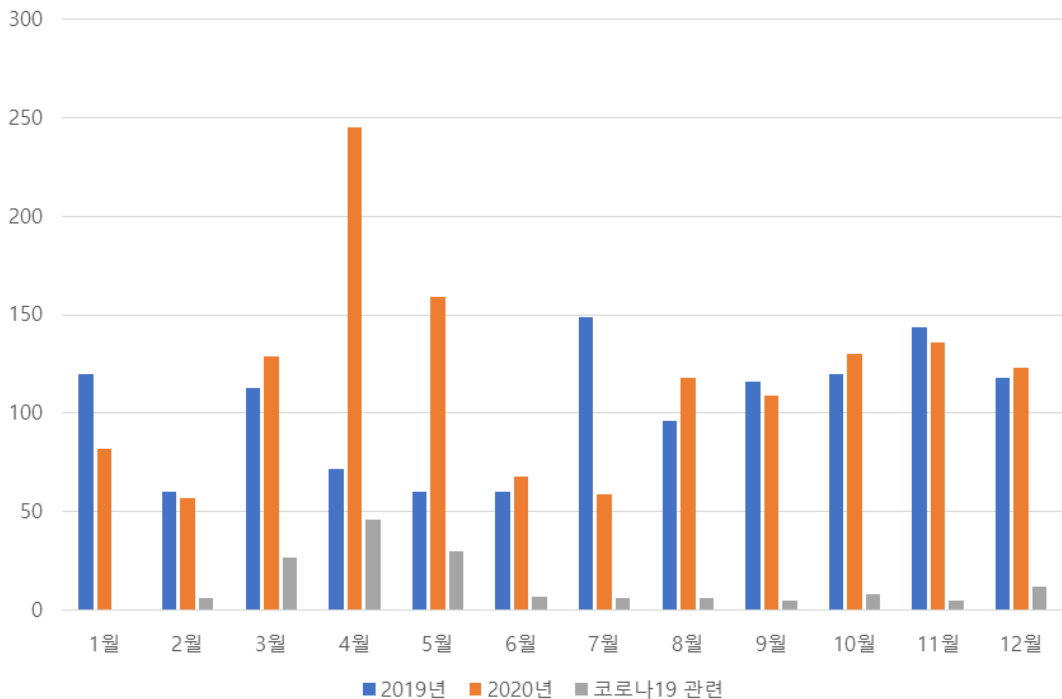
2020년 5월 일본 tv 프로그램 리얼리티 방송에 출연했던 여자 프로레슬링 선수인 키무라 하나(木村 花)가 SNS(회원제 교류사이트)의 악성댓글로 고민하다가 사망함으로써 일본에서는 인터넷 상에서의 악성댓글을 규제하는 제도 마련에 대한 논의가 정부, 국회, 민간사업자 등에서 시작되었다. 특히 국회에서는 발신자를 특정하기 위한 ‘절차의 간소화’ 또는 ‘엄벌화’ 등이 논의되었다.²⁵³⁾

252) 통신품위법과 유사하게 메릴랜드 법원의 Brodie 테스트는 명예를 훼손당한 원고가 인터넷 명예훼손에서 승소하는 것을 더 어렵게 만들었다(배성호, “인터넷 명예훼손 방지를 위한 정책과 법안에 관한 연구- 미국의 통신품위법과 Brodie 사건을 중심으로”, 디지털정책연구 제10권 제8호(2012.9), 34-35쪽). ; 자세한 내용은 “RECENT CASES”, HARVARD LAW REVIEW [Vol. 123:10112010] 1011-1018쪽. (independent_newspapers_v_brodie.pdf (harvardlawreview.org)) 참조. (최종 방문일, 2022년 9월 30일)

2. 악성댓글의 실태

특히, 2020년 4월에는 코로나 19로 인하여 일본 국내에서 정부로부터 외출자제 요청이 내려짐에 따라, 인터넷 악성댓글 및 여론몰이가 전년도 동월 대비 3.4배 증가하였다. 이것은 소셜 네트워크를 이용하는 시간이 증가한 가운데, 정보를 접할 기회도 늘어남으로써 댓글 작성의 빈도가 높아짐에 따른 결과이기도 하다. 그리고 코로나 19로 사회 전체에 불안감이 고조되자 사람들은 스트레스와 불안을 느끼게 되었고, 이를 사회적 「악자(悪者)」를 찾아 비판함으로써 불안을 해소하고자 한 것으로 주장하는 의견도 있다.²⁵⁴⁾

〈표 7〉 2019년·2020년 인터넷 악성댓글 및 여론몰이 발생 건수



253) 渋井哲也「テラハ事件, テレビとSNS ユーザーが『共犯者』になった重すぎる教訓」DIAMOND on-line 2020. 6. 5 5:20<<https://diamond.jp/articles/-/239340>> (2022년 1월 17일 확인)。(최종방문일, 2022년 9월 30일)

254) https://www.softbank.jp/sbnews/entry/20200818_01 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

3. 법적조치

1) 소셜 네트워크상의 악성댓글 사안에의 대응

범죄에 대한 처벌은 어디까지나 사후적으로만 가능하며, 인터넷을 악용한 침해에 의한 피해의 확대를 막기 위해서는 정보를 삭제하고 유통을 멈추는 것이 무엇보다 우선 요구된다. 그러나 소셜 네트워크 사업자인 프로바이더 등이 통신 기록을 공개하지 않는 한, 가해자를 특정하는 것은 매우 어려우며, 프로바이더 입장에서는 각 개인이 작성하는 방대한 양의 게시물을 권리침해 유무를 개별적으로 확인하는 것은 통신의 비밀과의 관계에서도 불가능하고, 권리침해 방지와 안정된 서비스 제공, 피해자 보호를 어떻게 할 것인가가 문제시 되었다.

그래서, 전술한 바와 같이 프로바이더 등에 대해 인터넷을 이용한 권리침해에 관계하는 발신자의 개인정보를 수사기관이나 피해자 등의 요구에 따라 공개하는 체제를 마련하는 한편, 권리침해의 수단을 제공한 공급자 등의 책임을 감면하는 법률로 「프로바이더 책임제한법」이 2001년 제정되었다.

프로바이더 책임제한법에서는, 특정 전기통신에 의한 정보의 유통에 의해 타인의 권리가 침해된 경우에 대해, ① 특정전기통신²⁵⁵⁾ 서비스 제공자의 책임의 제한, ② (피해를 입은 사람의) 발신자 정보의 공개청구권에 대하여 규정하고 있다.

여기서 권리를 침해했다고 하는 것은 해당 정보를 작성한 것 등이 문제가 되는 것이 아니라, 어디까지나 해당 정보를 특정 전기통신에 의해 불특정인이 수신할 수 있는 상태에 둔 것 즉, ‘정보유통’이 문제가 되고 있는 것이다. 또한 권리의 침해²⁵⁶⁾가 ‘정보유통’ 자체에 의해 생긴 경우를 대상으로 하는 것이다.

이 법률의 제정에 의해, 프로바이더 등은 특정의 조건 하에서 인터넷 등을 이용한 권리 침해에 관한 책임을 지지 않는 한편, 민사소송의 절차를 거치지 않고 권리침해에 관

255) 인터넷의 웹페이지 또는 전자게시판 등의 불특정한 자에 의해 수신되는 것을 목적으로 하는 전기통신의 발신

256) 권리의 침해란, 개인적 법익의 침해로서 민사상의 불법행위 등의 요건으로서의 권리침해에 해당하는 것이다. 여기서 침해되는 권리에 대해서는 특별히 제한되지 않는다.

総務省『特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律——解説』(2017年) <https://www.soumu.go.jp/main_content/000461787.pdf>1-2頁。(최종방문일, 2022년 9월 30일)

련된 자의 개인정보를 신속하게 공개할 수 있게 되었다.

현행 제도에서는, 발신자 정보를 공개하기 위해서는, 콘텐츠 프로바이더²⁵⁷⁾를 상대로 가처분 등의 절차를 거친 후에, 인터넷 접속 서비스 사업자 등의 액세스 프로바이더²⁵⁸⁾를 상대로 한 소송도 제기할 필요가 있다. 이처럼 2번의 재판절차에 드는 비용 등 지출이 부과되는 것이 문제로 되어 공개되었다고 해서 발신자에게 민사소송을 제기해도 절차에 들어가 비용의 회수가 어려웠다. 또한 콘텐츠 제공자가 해외 법인인 경우에는 국제 송달을 실시할 필요가 있고, 정보공개 완료까지 1년 이상 필요할 수도 있었다.²⁵⁹⁾ 이에 기술적 지식이 충분하지 않은 피해자가 포기해버리기 일쑤였다. 게다가 공개절차 가운데 공개대상으로 하는 통신기록의 보관기간이 지나버렸거나, 삭제되는 사태를 방지하기 위해 해당 통신 기록을 보존하기 위한 가처분 신청을 별도로 제기할 필요도 있었다. 그리고 현행법은 '계재 당시 IP 주소'를 전제로 만들어져 있기 때문에, 사이트 관리자가 '계재 당시 IP 주소'를 보유하지 않고 '로그인 당시 IP 주소' 밖에 공개하지 않는 경우에는 법을 적용하기 어려운 문제가 발생했다.

2) 「프로바이더 책임제한법」의 개정

2021년 1월 「프로바이더 책임제한법」의 개정안이 각의결정되어, 2월 26일 국회에 제출되어, 4월 21일 통과되었다.²⁶⁰⁾

개정 목적은 인터넷에서의 댓글 등의 권리침해에 대해 보다 원활하게 피해자 구제제도모하기 위해 발신자 정보공개에 대한 새로운 재판절차(비송절차)를 창설하는 등 제도적 검토를 포함에 있다.²⁶¹⁾ 이 법 개정은 총무성의 「발신자 정보공개의 존재방식에 관한 연구회」에서 법 개정을 위한 조사연구²⁶²⁾에 근거한 것이지만, 전술한 리얼리티 프

257) 디지털 정보를 제공하는 사업을 의미하며, 주로 인터넷 검색 서비스, 게시판 또는 SNS 등을 운영하는 사업자 등을 예로 들 수 있다.

258) 인터넷 접속 서비스를 제공하는 사업자를 말하며, 주로 휴대전화 또는 인터넷 통신회사 등을 예로 들 수 있다.

259) 朝日新聞2020年 6月 23日参照.

260) 법 개정은 공포일로부터 1년 6개월 이내에 시행한다(부칙 1조)고 규정되어, 2022년 가을 무렵 시행될 것으로 보인다.

261) 総務省「プロバイダ責任制限法の一部を改正する法律案(概要)」.

262) 「発信者情報開示の在り方に関する研究会 最終とりまとめ」(2020年)

(https://www.soumu.go.jp/main_content/000724725.pdf).(최종방문일, 2022년 9월 30일)

로그래밍의 사건이 계기가 되어 여론의 움직임에 따라 법 개정이 가속된 것으로 보인다.

이번 개정의 주요 포인트는, ① 게시자(투고자)의 정보공개를 용이하게 하는 새로운 재판절차의 창설, ② 로그인형 투고²⁶³⁾에 있어서의 로그인 관계정보의 공개제도의 신설에 있다. 이번 절차에서는 법원에 의한 다음의 3가지 명령이 신설되었다.

㉠ 발신자 정보공개 명령(新 제8조)

이것은 발신자 정보공개를 공개 관계업무 제공자에게 명할 수 있는 절차이다. 이 절차는 지금까지의 가처분이나 통상소송과는 달리 비송절차이며, 개정법은 해당 절차에 관한 재판관할과 절차내용을 규정하고 있다(新 제9조~제14조)

결정을 하는 경우에는 당사자의 의견을 들을 필요가 있다(新 제11조 제3항). 법원의 비송절차에 의해 발신자 정보의 공개가 가능하게 되었지만, 현행법과 마찬가지로 가처분과 소송의 2단계로 발신자 정보를 공개 청구하는 것도 인정되고 있다.²⁶⁴⁾

㉡ 제공명령(新 제15조)

신설된 제공명령에는 1호명령(콘텐츠 프로바이더에 대한 액세스 프로바이더 정보의 제공) 및 2호명령(1호의 제공명령에 의해 특정가능한 액세스 프로바이더에 대한 발신자 정보의 제공)의 2개가 있다(新 제15조 제1항).

제공명령의 1호, 2호 공통요건으로는, ① 발신자 정보공개 명령 사건이 계속하는 법원에 대한 신청일 것,

② 침해정보의 발신자를 특정할 수 없게 되는 것을 방지할 필요가 있을 것 등을 들 수 있다.

1호의 고유요건은, 보유하고 있는 발신자 정보에 의해 해당침해 정보에 관한 다른 공개 관계 서비스 제공자의 성명 또는 명칭 및 주소(다른 공개 관계 서비스 제공자)를 특정할 수 있는 경우이다.

2호의 고유요건은, 1호의 제공명령에 의해 제공을 받은 액세스 프로바이더를 상대로 하는 발신자 정보 공개 명령의 신청을 한 취지의 통지를 행한 경우이다.

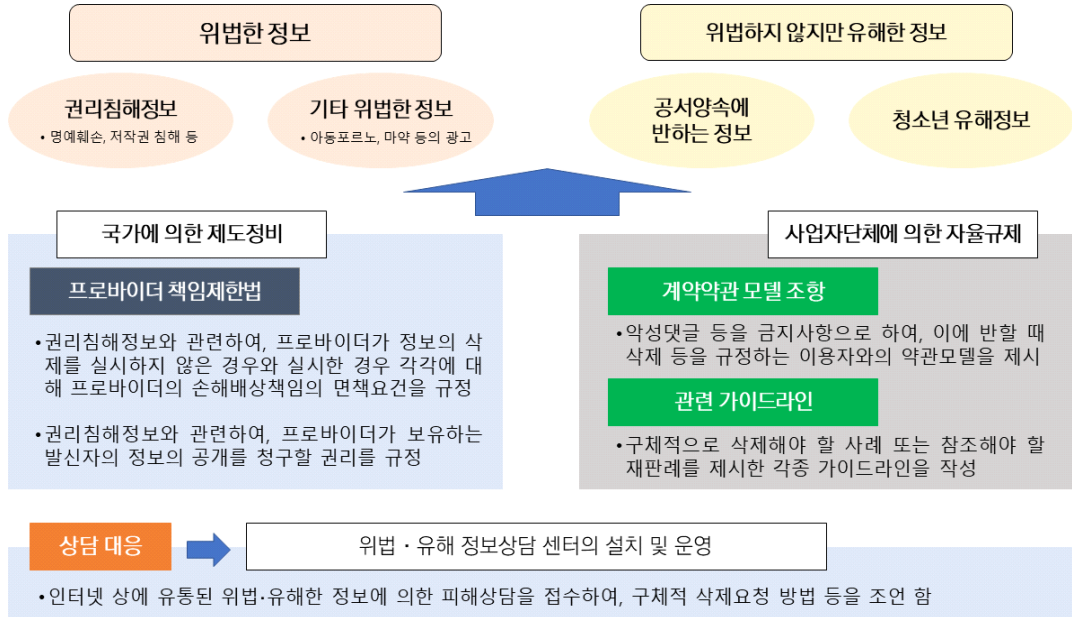
㉢ 삭제금지명령(新 제18조)

지금까지의 로그 보존 가처분에 상당하는 것이다. 공개청구의 대상이 되고 있는 발신자 정보의 삭제를 금지하는 명령을 행할 수 있다. 삭제를 금지하는 것은 발신자 정보 공개명령 사건이 종료될 때까지의 기간이다. 이 삭제금지명령에 대해 공개 관계 서비스 제공자는 즉시항고를 할 수 있다.

263) 로그인 이후 작성이 가능하므로 로그인형 투고라 하며, 로그인 당시의 정보 밖에 기록되지 않고, 투고시의 기록이 없는 타입을 말한다.

264) 소송절차와 비송절차 모두 선택도 가능하다.

[그림 4] 인터넷상 위법·유해한 정보에 대한 대응 개요



출처 : 일본 총무성 홈페이지 자료를 바탕으로 편집.²⁶⁵⁾

3) 「형법」 개정에 대한 움직임

범무성은 인터넷상에서의 악성댓글 등의 게시는 중대한 인권침해로 연결되는 것으로 사안이 해마다 증가하고 있는 점, 최근 코로나 19의 영향이 심각해지는 가운데 감염증과 관련된 악성댓글로 심각한 피해가 사회문제화 되고 있는 점으로부터 관계부처와 연계하면서 검토를 진행하기 위해, 2020년 6월 1일 「인터넷 상의 악성댓글에 대한 범무성의 프로젝트팀(인터넷 상의誹謗中傷等に対する法務省プロジェクトチーム)」을 창설하고, 정책입안총괄심의관(政策立案総括審議官)에게 총괄하게 한 다음,²⁶⁶⁾ 모욕죄의 벌칙 등과 관련된 논의를 진행하였다.²⁶⁷⁾

그동안 자유민주당의 프로젝트팀으로부터도 다양한 제언이 이루어졌지만, 정보통신전략조사회(情報通信戦略調査会)의 「인터넷 상의 악성댓글대책 소위원회(ネット上の誹

265) https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/ihoyugai.html

266) 法務省 「法務大臣閣議後記者会見の概要 令和 2 年 6 月 2 日 (火)」
 〈https://www.moj.go.jp/hisho/kouhou/hisho08_00088.html〉 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

267) 法務省 「法務大臣閣議後記者会見の概要 令和 2 年 8 月 7 日 (金)」
 〈https://www.moj.go.jp/hisho/kouhou/hisho08_00110.html〉 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

「ネット上の誹謗中傷対策等小委員会」는 2021년 6월 17일에 전술한 리얼리티 프로그램 사건의 유족으로부터의 청문회, 요청서의 제출을 받아, 당내에서 논의를 거듭하여 「인터넷 상의 악성댓글에 대응하기 위한 긴급제언(ネット上の誹謗中傷に対応するための緊急提言)」을 작성하여,²⁶⁸⁾ 정부의 관련 부처에 제출하였다.²⁶⁹⁾

이 긴급제언은 SNS 등의 인터넷에서의 악성댓글 등은 해마다 증가하는 경향이 있으며, 그 대책을 서둘러 새로운 생활양식 하에서 제발과 피해구제의 실효성을 확보하는 것이 요구된다는 관점에서, 긴급하게 다루어야 할 내용을 정리한 것이다.

구체적인 내용은, ① 피해의 심각화 방지, ② 모욕죄의 개정, ③ 발신자 정보 공개의 원활한 실시, ④ 플랫폼 사업자의 적극적 대응 촉진, ⑤ 해외 SNS 사업자 등의 회사법에 있어서의 외국회사 등기의 철저, ⑥ SNS 교육 충실, ⑦ 수사기관에서의 체제강화이다.

법무성은 자유민주당으로부터의 제언을 근거로, 모욕죄 등의 재검토를 실시하고 형법의 모욕죄에 징역형을 도입할 방침을 확고히 하고, 9월 19일 열린 제191회 법제심의회 총회에서 형법개정을 자문했다.²⁷⁰⁾ 법정형에 대해서는, 「1년 이하의 징역 혹은 금고 또는 30만엔 이하의 벌금 또는 구류 혹은 과료」로 상향시키는 것을 제안하고 있다.

이 자문을 받아, 법제심의회내에 형사법(모욕죄의 법정형 관계) 부회가 설치되었고, 동(同)부회에서 2회에 걸쳐 자문에 붙은 골자에 대한 논의가 이뤄졌다.

부회 내에서는 모욕죄를 법정형으로 상향할 필요가 있다는 것 자체는 이론을 보이지 않았지만, 상향의 상당성에 관해서는 191회 총회에서의 표현행위에 대한 위축효과를 우려하는 발언²⁷¹⁾이 있었다는 점을 근거로 하여, “모욕죄에 해당할 수 있지만, 정당한 표현행위로 처벌되지 아니한 경우의 유무·근거”, “정당한 표현행위에 대해서 모욕죄에 의거 처벌되지 않는다는 뜻의 규정의 필요성 여부” 및 “정당한 표현행위에 대한 ‘위축 효과’”²⁷²⁾에 대한 논의가 이뤄졌다.

268) 山田太郎 「ネット上の誹謗中傷対策等小委員会にて緊急提言をまとめました！」(2021年 6月 19日)

〈<https://taroyamada.jp/?p=14097>〉(최종방문일, 2022년 9월 30일)

269) 自由民主党 「ネット上の誹謗中傷に対応するための緊急提言」(2021年 6月 17日)

〈<https://www.jimin.jp/news/policy/201741.html>〉(최종방문일, 2022년 9월 30일)

270) 諮問118号。

271) 法制審議会第191回会議事録 19頁(大迫唯志委員発言)。

272) 法制審議会刑事法(侮辱罪の法定刑関係)部会 第2回 会議配布資料4。

부회에서는 법정형의 상향 자체에 대한 이론은 보이지 않고, 법정형을 상향하는 것은 필요하고 상당하는 요강(골자)안을 지시하는 의견이 대세를 차지했기 때문에, 자문에 붙여진 요강(골자)에 대해서 찬성다수에 의해 요강대로 법정비를 실시해야 한다는 결론에 이르렀다.

그리고 2021년 6월 19일 개최된 192회 법제심의회에 그 취지가 보고되어, 투표결과 찬성 다수에 의해 의결되어 법무부 장관에게 답신이 이뤄졌다.

4. 행정적 조치 등

1) 총무성(総務省)의 대응

인터넷상의 악성댓글에 대해, 총무성에서는 관계부처 및 산학민의 이해관계자와 제휴하여 조속히 대응해 나가야 할 대응방안에 대해 구체화를 도모하기 위해, 2020년 9월 1일, 「인터넷 상의 악성댓글에의 대응에 관한 정책 패키지」를 아래와 같이 요약, 공표하였다.²⁷³⁾

[그림 5] 인터넷 상의 악성댓글에의 대응에 관한 정책 패키지

사용자에 대한 정보모델 및 ICT 리터러시의 향상을 위한 계발활동	발신자정보개시에 관한 대책
<ul style="list-style-type: none"> ① 「인터넷 트러블 사례집(2020년) 증보판」을 작성·공표하고, 전국 종합통신국이나 교육위원회 등을 통하여 교육현장에 고지 ② 「e-넷 캐러밴」의 강좌내용에 인터넷 상의 악성 댓글에 관해서 추가 ③ 「#NoHeartNoSNS 특설사이트」의 확장 등에 의해 사회전체에 정보모델이나 ICT 리터러시가 함양되도록 강화 	<ul style="list-style-type: none"> ① 전화번호를 개시대상에 추가하는 부령개정을 실시하여, 변호사회 조회에 응하여 전화번호에 붙어있는 성명·주소를 회답가능함을 가이드라인에서 명확화 ② 새로운 재판절차의 창설이나 특정 통신 로그의 신속보전을 위한 대책에 대한 법개정 실시 ③ 개시대상이 되는 로그인 당시 정보를 명확화하기 위해, 법개정을 실시 ④ 요건해당성의 판단에 기여하는 민간상단기간의 설치 또는 가이드라인의 충실에 관한 민간 대책을 지원

273) https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/hiboutyusyou.html (최종방문일, 2022년 9월 30일)

플랫폼 사업자의 자주적 대처의 지원과 투명성·설명책임의 향상
① 실무자 검토회를 개최하고, 법무성 인권옹호기관으로부터 삭제의뢰에 대한 사업자의 원활한 대응을 촉진
② 사업자 및 사업자단체와의 의견교환을 통해, 악성댓글대처의 실무 또는 유효성의 검토를 실시
③ 자주적 대응의 보고 등에 의해, 사업자에 의한 투명성·설명확보방책을 촉진하며, 대응 상황 파악과 평가방법의 검토를 실시
④ 국제적 제도 또는 대응상황을 주시하고, 국제적 대화를 심화

상담대응의 충실을 향한 제휴 및 체제정비
① 위법 유해정보상담 센터에 대해, 상담원의 증원 등에 의한 체제강화를 도모함에 동시에, 상담건수 및 내용의 분석을 실시
② 상담내용에 따른 상담기관간의 소개를 실시하는 등, 다른 상담기관의 연계대응을 충실히 수행
③ 복수의 상담창구의 특징이나 메리트를 기재한 안내도의 작성 등을 통해 사용자가 쉽게 알 수 있는 상담창구의 안내를 실시

이 밖에도 「플랫폼 서비스에 관한 연구회(이하, '플랫폼 연구회)」를 구성하여 인터넷 상의 악성댓글에 대해 종합적인 대책을 검토하여 제언하고 있다.

2) 야후, 페이스북 등 민간사업자의 대응방침

야후 주식회사(Yahoo! JAPAN)는 2020년 「플랫폼 연구회」로부터 개인에 대한 악성 댓글 등에의 대응과 관련한 제언서를 받았다.

본 제언서는 지금까지 Yahoo! JAPAN의 각 서비스에서의 악성댓글의 대처를 돌아봄과 더불어, 향후 대책의 방향성에 대해 큰 틀(지침)을 제시하고 있다. Yahoo! JAPAN은 본 제언서에 근거해 향후 각 서비스 정책이나 삭제 기준의 명확화, 댓글 대책 강화 및 그 효과 측정 등을 실시하고 있다. 또한 행정에 있어서 플랫폼 검토회의 투명성 리포트의 책정에 대해 논해지고 있는 바와 같이, 민간사업자에 의한 자주적 악성댓글에의 대책에서는 삭제 기준이나 그에 근거한 조치건수, AI를 이용한 조치에 관한 알고리즘과 합리성을 담보하기 위한 제도 설계에 관한 설명 등, 세상에 대한 설명의 중요성을 강력하게 인식하고 있다.

5. 악성댓글 관련 최신 판례

1) 관련 최고재판소 판례

인터넷상의 투고 등의 불법성 및 그 삭제에 관한 금지 청구권과 관련한 판단 또는 그

판단 기준에 대한 최고재판소의 판단은, 현재까지 검색 사업자가 제공하는 검색 결과의 삭제에 대해 판단한 2017년 판례²⁷⁴⁾가 유일하다.

해당 사례는, 민사보전사건(가처분)에서 어떤 사람의 프라이버시권에 속하는 사실을 포함하는 기사 등이 게재된 웹 사이트의 URL 및 당해 웹 사이트의 표제 및 발췌(이하, 'URL 등 정보'라고 한다)를 검색결과의 일부로 제공하는 행위가 불법인가 여부는, 해당 사실을 공표되지 않는 법적 이익과 URL 등 정보를 검색결과로 제공하는 이유에 관한 여러 사정을 비교형량하여 판단하여야 하며, 그 결과, 해당 사실이 공표되지 않는 법적 이익이 우월한 것이 분명한 경우(이하, '분명한 요건'이라 한다)에 URL 등 정보를 검색 결과로부터 삭제할 것을 요구할 수 있다고 판시한 것이다.

해당 판례 이외에, SNS, 전자 게시판, 블로그 등에 있어서의 악성댓글의 투고에 대해서, 그 불법성 및 삭제에 관한 금지 청구권의 판단 기준이나 판단에 대해 실시한 최고재판소 판례는 없다. 다만, 하급심 판례에 있어서는, 최고재판소의 2017년 판례의 판단 기준을 SNS 등에 있어서의 투고에 대해서도 적용하고 있다.²⁷⁵⁾

(1) 개요

본건 가처분에 관련된 채권자는 아동성매매를 했다고 하는 피의사실에 근거해 2014년 법률 제79호에 의해 개정 전의 아동매춘, 아동 포르노에 관련된 행위 등의 처벌 및 아동의 보호 등에 관한 법률 위반 혐의로 2011년 11월에 체포되어, 같은 해 12월에 동법 위반의 죄로 벌금형에 처해진 자이다. 동인이 상기 혐의로 체포된 사실은 체포 당일 보도되고 그 내용의 전부 또는 일부는 인터넷상의 웹사이트의 전자 게시판에 다수 게재되었다. 한편, 채무자는 이용자의 요구에 따라 인터넷상의 웹사이트 정보를 검색하고 웹사이트 식별 부호인 URL을 검색결과로서 해당 이용자에게 제공하는 일을 행하는 검색사업자인 「Google」을 관리·운영하는 미국법인이다.

채무자의 검색 시스템에서는 이용자가 채권자의 성명 및 거주하는 현(県)을 검색하면,

274) 最決 平成29年1月31日 民集71卷1号63頁

275) 京都地判 平成29年4月25日 D1-Law28252196(피고가 관리하는 웹사이트상의 투고), 東京高決 令和2年6月8日 D1-Law28283592(단문투고사이트에서의 투고), 東京高判 令和2年6月29日 判タ1477号44頁(Twitter), 札幌地決 令和3年1月13日D1-Law28290468(YouTube) 등

복수의 웹사이트에 대해 그 URL, 표제 및 발췌(「URL 등 정보」)가 검색결과로 제공되는데, 그 가운데 본건 범죄사실 등이 기록된 웹사이트 URL 등 정보가 포함되어 있다.

이에 채권자는 인격권(당초는 ‘갱생을 방해받지 않을 권리’ 보전의의신청심 이후는 「잊힐 권리」를 주장)의 침해를 이유로, 상기 검색결과와 삭제청구권을 가진다고 주장하여, 민사보전법 제23조 제2항의 임시지위를 정하는 가처분 명령으로서, 상기 검색 결과의 임시 삭제결정을 요구하였다.

(2) 재판소의 판단

2017년 1월 31일 최고재판소²⁷⁶⁾ 가처분결정 인가결정에 대한 항고심의 취소결정에 대하여 허가항고사건에서, 보전항고심의 판단을 지지하며 항고를 각하한다고 결정했다.

최고재판소는, 전과조회사건 최고재판소 판결²⁷⁷⁾과 「역전(逆轉)」사건 최고재판소 판결²⁷⁸⁾ 등을 거론하면서, 「검색사업자가 어느 사람에 관한 조건에 의한 검색 요구에 따라, 그 사람의 프라이버시에 속하는 사실을 포함한 기사 등이 게재된 웹 사이트의 URL 등 정보를 검색결과와 일부로서 제공하는 행위가 위법한가 여부는 해당 사실의 성질 및 내용, 해당 URL 등 정보가 제공됨으로써 그 사람의 프라이버시에 속하는 사실이 전달되는 범위와 그 사람이 입는 구체적 피해의 정도, 그 사람의 사회적 지위 또는 영향력, 상기 기사 등의 목적이나 의의, 상기 기사 등이 게재되었을 때의 사회적 생활과 그 후의 변화, 상기 기사 등에 있어서 해당 사실을 기재할 필요성 등, 해당 사실을 공표하지 않을 법적 이익과 해당 URL 등 정보를 검색결과로서 제공하는 이유에 관한 여러 사정을 비교 형량하여 판단해야 하며, 그 결과 해당 사실을 공표하지 않을 법적이익이 우월한 것이 분명한 경우에는 검색 사업자에 대해 해당 URL 등 정보를 검색결과로부터 삭제하는 것을 요구할 수 있는 것으로 이해한다」라고 하는 판단 기준을 제시했다.²⁷⁹⁾

276) 平成29年1月31日最高裁第三小法廷

277) 昭和56年4月14日民集35卷3号62頁・1981WLJPCA04140001

278) 平成6年2月8日民集48卷2号149頁・1994WLJPCA02080001

279) <https://www.westlawjapan.com/column-law/2017/170609/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

(3) 평가

본 사건은 인터넷(특히 웹사이트)상의 정보에 대한 검색사업자를 상대방으로 하여 그 검색결과와 삭제제를 요구하는 가치분이 인정되는지가 겨루어진 것으로, 채권자측이 「잊힐 권리」를 주장해 최고재판소가 이를 '부정했다'고 널리 보도된 적도 있어 큰 주목을 받았다.

2) 관련 하급심 판례

최고재판소 2017년 판결 이후 재판례 가운데, 인격권으로 명예권을 바탕으로 금지청구를 하여 인터넷상의 투고 등의 삭제에 대한 판단을 한 것을 중심으로 살펴보면, (1) 프로바이더 사업자 등을 상대방으로 하는 경우(2022년 4월 5일 기준으로 5건²⁸⁰⁾)와 (2) 투고자를 상대방으로 하는 경우(2022년 4월 5일 기준으로 18건²⁸¹⁾)로 나누어 볼 수 있다.

(1) 프로바이더 사업자 등을 상대방으로 하는 경우

프로바이더 사업자는 통상 SNS, 전자 게시판, 블로그 등 그 이용자가 표현행위를 하는 장소를 제공하는 것이며, 이러한 매체에 있어서 투고자에 의해 행해진 표현행위에 대해 프로바이더 사업자 등도 표현행위를 하고 있다고 해석하는 것은 어렵다고 생각된다.²⁸²⁾ 그러나 프로바이더 사업자는 명예권을 침해하는 정보가 투고된 매체를 관리

280) 徳島地判令和2年2月17日D1-Law28280788·18; 東京地判平成30年8月8日D1-Law29053631·23; 東京高判平成30年7月12日D1-Law28263992·24; 東京地判平成30年6月28日D1-Law29050392·27; 東京地判平成31年4月24日D1-Law28273432·31

281) 東京地判平成30年10月23日D1-Law29052176·17; 東京地判平成29年11月8日D1-Law28260798·19; 東京地判令和2年2月27日D1-Law29059232·20; 東京地判令和2年12月21日D1-Law28290544·21; 平成29年10月17日D1-Law29037915·22; 東京高判平成30年1月17日D1-Law28260878·25; 東京地判令和元年10月18日D1-Law29056397·16; 東京地判平成30年11月30日D1-Law29052934·26; 東京地判平成30年6月19日D1-Law28270331·28; 東京地判令和2年3月13日D1-Law29060007·39; 東京地判平成30年1月30日D1-Law29049080·30; 東京地判令和元年9月12日D1-Law29056802·32; 東京地判令和元年8月28日D1-Law29055976·33; 東京地判平成30年12月4日D1-Law29051312·34; 東京地判平成30年10月5日D1-Law29051926·35; 東京地判令和元年6月28日D1-Law29057241·36; 東京地判平成26年3月4日判時2225号83頁·37; 東京地判令和2年2月26日D1-Law29059204·38

282) 물론 이와 관련하여 프로바이더를 표현의 자유의 주체로 봐야 한다는 견해도 있다. (松井茂記「インターネットの憲法学[新版]」(岩波書店, 2014年) 349頁)

하고 있는 측면에서 해당투고에 관한 인격권에 근거하는 삭제청구의 상대방이 될 수 있다고 생각된다.

전술한 5개의 판례를 분석하면, 인터넷상의 투고 등의 삭제에 대해, 표현행위에 대한 금지라는 것만을 이유로 엄격한 요건을 부과하고 있지는 않다. 무엇보다 한정적이기는 하지만, 삭제됨에 따라 해당 투고 등이 독자에게 도달하는 범위가 제약되어, 알권리에도 영향을 미치는 점에서 손해배상의 경우보다는 표현의 자유에 미치는 영향이 크다는 점은 부정하기 어렵다. 그리고 명예훼손의 경우 불법행위법상의 위법성조각사유의 주장입증책임이 청구의 상대방에게 부과되고 있는데, 삭제의 경우도 이와 동일하면 투고 등에 대한 상세한 정보를 가지지 않는 프로바이더 사업자 등에는 위법성조각사유에 관한 유효한 주장입증이 어렵기 때문에, 투고자를 상대방으로 한 경우에는 투고자에 의한 위법성조각사유의 주장입증이 성공하는 것으로 삭제되지 않는 투고 등도 삭제되어 버리는 결과가 되어, 표현의 자유가 부당하게 제약될 우려가 있다.

그렇다면, 인터넷상의 투고 등의 삭제가 표현의 자유에 미치는 영향이 한정적임을 근거로 해도, 표현의 자유의 보장의 관점에서는 위법성조각사유의 부존재의 주장입증책임을 삭제청구자에게 부과하여 금지청구 요건으로 하는 것이 상당하다고 생각된다.

(2) 투고자를 상대방으로 하는 경우

투고자는 표현행위를 행한 사람이기 때문에, 금지청구의 상대방이 되는 것에는 문제가 없고, 명예권과의 비교형량도 투고자의 해당 표현에 관련된 표현의 자유와의 사이에서 이루어진다.

그런데 이와 관련한 판단기준으로 북방저널 사건(北方ジャーナル事件)²⁸³⁾의 최고재판소 판결²⁸⁴⁾의 엄격한 요건을 그대로 사용하거나 표현행위의 금지임을 이유로 엄격한 요건으로 할 이유는 없다고 생각할 수 있다. 또한 손해의 회복 곤란성 또는 중대성을

283) 일본 공직선거의 후보자가 명예훼손에 해당하는 출판물의 출판금지청구를 구하여, 이를 인정한 상대방의 출판사가 손해배상을 청구한 사건을 의미한다. 인격권에 근거한 금지청구권이 인정되는가, 사전 금지가 검열에 해당하는가가 문제가 되어, 표현의 자유에 관한 판례로 알려져 있다.

284) 最高裁判所大法廷 昭和61年6月11日 昭和56(オ)609 民集第40卷4号872頁
https://www.courts.go.jp/app/hanrei_jp/detail2?id=52665 참고. (최종방문일, 2022년 9월 30일)

요건으로 하는 것이 타당하지 않다고 여겨지는 것에 대해서는 청구의 상대방이 프로바이더 사업자 등인지 투고자인지에 의해 좌우되는 것은 아니라 생각된다.

한편, 위법성조각사유가 없는 것을 금지청구의 요건(청구원인)으로 할 것인가에 대해 살펴보면, 프로바이더 사업자 등과 달리 투고자는 위법성조각사유의 주장입증을 보다 잘 수행할 수 있는 입장이기 때문에, 위법성조각사유가 없는 것을 금지청구의 요건으로 할 필요는 없고, 불법행위의 경우와 마찬가지로 투고자에 있어서 위법성조각사유가 있는 것을 주장입증해야 한다고 판단하는 것이 타당하지 않을까 생각된다.

인터넷상의 투고 등이 삭제되는 것에 의한 표현의 자유 또는 알권리에의 영향이 손해 배상의 경우보다 큰 것은 프로바이더 사업자 등에 대한 청구의 경우와 다르지 않지만, 위법성조각사유의 주장입증책임을 투고 등에 관한 상세한 정보를 가지지 않는 프로바이더 사업자 등에 부과하는 경우와 투고자에게 부과하는 경우와는 그 결과로서 인터넷상의 투고 등에 관한 표현의 자유 또는 알권리에 미치는 영향의 정도는 후자 쪽이 작다고 생각된다.

또한 인터넷상의 투고 등의 삭제에 의한 표현의 자유 또는 알권리에 미치는 영향도, 출판 미디어의 종이 매체의 출판물에 대한 사전금지의 경우와 비교하여 상당히 한정적임을 고려한다면, 투고자를 금지청구의 상대방으로 하는 경우에, 표현의 자유 보장의 관점에서 위법성조각사유의 부존재의 주장입증책임을 삭제청구자에 부과할 필요까지는 없다고 생각된다.

(3) 소결

2017년 판례의 판단 기준은, 검색 사업자가 제공하는 검색 결과 이외의 인터넷상의 투고의 삭제의 사례에는 즉시 적용되지 않는다. 따라서, 인터넷상의 투고의 삭제의 판단 기준은 명예권이나 프라이버시권 등의 개별 인격권마다 개별 구체적으로 검토할 필요가 있다.

VII. 우리나라

1. 현행법상 악성댓글 규제가능 법률

국내법상 악성댓글에 대하여 명시적으로 규제하고 있는 규정은 존재하지 않는다. 대신 허위조작정보의 규제와 같이 인터넷 규제의 틀 속에서 악성댓글에 대한 규제를 할 수 있는 상황이다. 규제의 유형은 크게 3가지 범주를 생각할 수 있는데 첫째는 댓글의 내용에 대한 규제이다. 댓글의 내용이 명예훼손 및 모욕에 해당할 경우 해당 댓글 작성자를 처벌할 수 있다. 일반적 명예훼손은 「형법」상 명예훼손죄(제307조)가 적용되며, 온라인상 명예훼손은 「정보통신망법」상 사이버 명예훼손죄(제70조)로 가중 처벌된다. 한편 모욕행위에 대해서는 「형법」상 모욕죄(제311조)로 처벌하고 있다.

둘째는 악성댓글을 매개하는 자에 대한 규제이다. 정보통신서비스 제공자는 정보통신망을 통하여 일반에게 공개를 목적으로 제공된 정보로 사생활 침해나 명예훼손 등 타인의 권리가 침해된 경우 해당 정보의 삭제 등을 요청받으면 지체 없이 삭제·임시조치 등의 필요한 조치를 하고 즉시 신청인 및 정보제공자에게 알려야 한다(「정보통신망법」 제44조의2). 또한 온라인상 불법정보로 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공공연하게 전시하는 내용의 정보 등이 규제되는데 이러한 온라인상 모든 불법정보에 대해서 방송통신위원회는 운영자들에게 삭제 명령을 할 수 있고(제44조의7 제2항, 제3항), 이를 이행하지 않는 경우 운영자는 형사처벌 대상이 된다.

셋째는 인터넷댓글을 조작하는 행위에 대한 규제이다. 매크로 프로그램 등을 동원한 인터넷댓글 조작을 특정하여 처벌하는 조항은 존재하지 않지만, 위법 행위에 대해서는 「형법」상 업무방해죄(제314조 제2항), 「형법」상 컴퓨터등사용 사기죄(제347조의2), 「정보통신망법」상 정보통신망 침해죄(제48조 제3항)를 적용하여 처벌할 수 있다.²⁸⁵⁾

2. 제21대 국회에서 발의된 악성댓글 관련 법안

제21대 국회에서 발의된 악성댓글 관련 법안은 현재 형법 개정안 1건, 정보통신망법

285) 최진용, 인터넷 댓글 규제의 현황과 입법적 검토 과제, 『이슈와 논점』 제1457호, 국회입법조사처, 2018년 4월 30일.

개정안 5건, 신문법 개정안 1건이 있으며, 악성댓글을 게시한 자에 대한 규제, 정보통신서비스 제공자에 대한 규제 등의 내용을 담고 있다.

1) 형법 개정안(의안번호 2114848)

2022년 3월 2일 발의된 형법 개정안(의안번호 2114848)은 악성 댓글 등 이른바 ‘온라인 집단 린치’로 인하여 극단적인 선택을 한 상황에 대응하여 관련 범죄의 예방효과를 제고하고자 ‘통신매체를 이용한 명예훼손, 모욕’에 대한 규정을 신설하여 사이버상의 폭력행위 등에 대한 처벌규정을 명시하고 있다(개정안 제311조의2).

2) 정보통신망법 개정안(의안번호 2104964)

2020년 11월 5일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2104964)은 표현의 자유를 과도하게 제한하지 않으면서 악성 댓글로부터 당사자를 심리적으로 보호할 구체적인 조치로써 댓글로 인하여 심리적으로 중대한 피해를 받은 경우 그 피해를 받은 자가 정보통신서비스 제공자에게 침해사실을 소명하여 해당 댓글이 게재된 게시판의 운영 중단 등 게시판 운영 제한조치를 요청할 수 있도록 하고, 정보통신서비스 제공자도 임의로 같은 조치를 임시적으로 할 수 있도록 규정하고 정보통신서비스 제공자는 게시판 운영 제한조치 요청에도 불구하고 심리적인 중대한 침해 여부를 판단하기 어렵거나 이해 당사자 간에 다툼이 예상되는 경우에는 30일 이내의 기간 동안 임시적으로 게시판 운영 제한조치를 할 수 있도록 규정함으로써 해당 조치가 표현의 자유를 현저히 위축시키지 않도록 하고 있다(개정안 제44조의2 및 제44조의3).

3) 정보통신망법 개정안(의안번호 2105312)

2020년 11월 13일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2105312)은 정보통신망에서의 민주주의 여론형성기능을 왜곡·저해하는 행위를 사전에 방지하고자 ‘계정정보’에 대한 정의를 명시하고(개정안 제2조 제6호), 매크로프로그램을 사용하여 게시판에 특정 정보를 반복적으로 게시하거나 특정 정보에 대한 조회수·추천수를 조작하는 등 여론형성을 왜곡하는 행위를 금지하며, 이에 대한 처벌 규정을 두고 있다(개정안 제48조제4항, 제73조제5호의2).

4) 정보통신망법 개정안(의안번호 2106387)

2020년 12월 11일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2106387)은 악성댓글을 해결하고자 인터넷 준실명제를 도입하고자 한다. 이용자가 게시판의 게시글 및 댓글 등의 매개 수단을 통하여 정보통신망에 따른 정보를 유통할 때에 일일 평균 이용자 수가 10만 명 이상이면서 대통령령으로 정하는 기준에 해당되는 정보통신서비스 제공자로서 하여금 해당 이용자의 정보통신서비스 이용 아이디(이용자식별부호) 및 인터넷 프로토콜 주소를 함께 표시하도록 하고 정보통신서비스 제공자가 이를 위반할 시 3천만 원 이하의 과태료에 처하도록 하고 있다(개정안 제44조의5 및 제76조제1항제6호).

5) 정보통신망법 개정안(의안번호 2107566)

2021년 1월 22일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2107566)은 정보통신망에서의 건전한 여론 형성에 기여하고자 매크로프로그램을 사용하여 게시판에 특정 정보를 반복적으로 게시하거나 특정 정보에 대한 조회수·추천수를 조작하는 등 여론 형성을 왜곡하는 행위를 금지하고, 이에 대한 처벌 규정을 두고 있다(안 제48조제4항 및 제73조제5호의2).

6) 정보통신망법 개정안(의안번호 2113859)

2021년 12월 10일 발의된 정보통신망법 개정안(의안번호 2113859)은 편향적인 댓글을 조작·작성하도록 권유하거나 유도하는 행위를 통하여 여론을 조작하는 것을 막기 위하여 유통이 금지되는 불법정보에 선거운동기간 내에 타인으로 하여금 불법선거운동 정보를 게시판 또는 인터넷뉴스서비스 댓글에 게시하도록 유도하는 정보 및 이미 게시되어 있는 불법선거운동정보를 추천하도록 유도하는 정보를 포함하도록 하고(개정안 제44조의7 제1항 제10호), 방송통신위원회가 해당 불법정보에 대하여 그 처리를 거부·정지 또는 제한을 명하도록 하는 동시에 관할 선거관리위원회에 해당 사실을 통보하도록 규정하고 있다(개정안 제44조의7 제4항).

7) 신문법 개정안(의안번호 2106163)

2020년 12월 7일 발의된 신문법 개정안(의안번호 2106163)은 인터넷뉴스서비스사업자가 연예·체육 분야의 기사를 제공 또는 매개하는 경우 독자가 생산한 의견 등을 표시하는 게시판에 명예훼손정보를 유통하여서는 아니 된다는 내용의 경고문구를 표기하도록 규정하고 있다(개정안 제10조 제4항).

〈표 8〉 제21대 국회에서 발의된 악성댓글 관련 법안²⁸⁶⁾

	개정법안	발의일	의안번호	발의자	주요내용
1	형법 개정안	2022.3.2.	2114848	이병훈의원 등 11인	통신매체를 이용한 명예훼손, 모욕 처벌
2	정보통신망법 개정안	2020.11.5.	2104964	양기대의원 등 14인	게시판 운영제한조치 규정
3	정보통신망법 개정안	2020.11.13	2105312	김기현의원 등 19인	계정정보 정의, 매크로프로그램을 통한 여론 형성 왜곡 행위 처벌
4	정보통신망법 개정안	2020.12.11	2106387	박대출의원 등 10인	인터넷 준실명제 도입, 미준수시 일일 평균 이용자 수가 10만명 이상 정보통신서비스 제공자 과태료
5	정보통신망법 개정안	2021.01.22	2107566	이종배의원 등 11인	매크로프로그램을 사용해 여론 형성 왜곡 행위 처벌
6	정보통신망법 개정안	2021.12.10	2113859	허은아의원 등 15인	불법정보 유형에 불법선거운동 정보 댓글을 유도하는 정보 및 불법선거운동정보 추천 유도 정보 추가, 불법정보 처리를 거부·정지 또는 제한 명령 규정
7	신문법 개정안	2020.12.07	2106163	김예지의원 등 10인	인터넷뉴스서비스사업자가 명예훼손정보를 유통 하여서는 아니 된다는 내용의 경고문구를 표기 하도록 규정

286) 디지털사회 제37호: 온라인 허위정보(disinformation)와 미디어 플랫폼 규제 - 디지털사회과학센터 (Center for Digital Social Science) (yonsei.ac.kr) 표 수정 및 재구성.

3. 포털과 언론사의 댓글 정책

1) 다음 카카오

기본적으로 뉴스 게시물 운영정책은 카카오 운영정책에 기반하며 <서비스 이용 시 금지하는 활동>에 해당하는 경우 또는 위반 활동이 누적되는 경우, 뉴스 서비스 이용이 일시적 제한에서 영구적 제한으로 단계적으로 제한된다. <서비스 이용 시 금지하는 활동>에는 타인의 개인정보 또는 기기를 도용·탈취하거나 허위의 정보를 입력하여 계정과 아이디를 생성·이용·탈퇴하는 행위, 타인에게 성적 수치심이나 불쾌감·혐오감을 유발할 수 있는 내용을 게시하는 행위 등이 있다.²⁸⁷⁾ 게재 불가 게시물 기준에 해당하는 내용을 반복해서 게시하는 사용자는 서비스 이용이 일시적 또는 영구적으로 제한될 수 있고 비정상적인 패턴으로 글쓰기, 찬성, 반대 등이 발생하는 것으로 시스템이 판단하는 경우, 해당 IP나 사용자가 일시적 또는 영구적으로 제한될 수 있다. 게시물로 인해 명예훼손, 개인정보 노출, 저작권 침해 등 권리침해를 입은 당사자가 삭제를 요청한 경우, 게시물로 인한 침해여부를 판단할 수 없는 경우에는 신고된 게시물은 임시조치되며, 임시조치된 내용이 공지된다. 또한 게재 불가 게시물을 게재한 경우, 해당 게시물은 운영원칙에 따라 삭제될 수 있으며, 삭제 조치 내용이 공지된다. 권리침해 신고에 따라 피해가 확대되지 않도록 개별 기사의 댓글창의 노출을 제한할 수 있다. 게시물로 인해 명예훼손, 개인정보 노출, 저작권 침해 등 권리침해를 입은 경우 24시간 뉴스센터를 통해 뉴스 주요영역과 검색에서 해당 내용이 노출되지 않도록 게시중단 요청을 할 수 있다.²⁸⁸⁾

2022년 1월 26일 각 언론사가 개별 기사 단위로 댓글 서비스 여부를 선택하도록 뉴스 댓글 제공 방식을 변경하였다. 또한, 뉴스 댓글 영역은 접힘 상태로 기본 제공되며 on/off 버튼 통해 댓글을 확인할 수 있다.²⁸⁹⁾ 다음 댓글은 무분별한 스팸 댓글 작성을 방지하기 위해 24시간 기준 30개로 댓글 등록을 제한하고 있으며 댓글을 등록 후 15초 이내에는 추가 등록이 불가하다. 댓글 1건당 글자수는 300자로 제한된다. 댓글 제한의 개수에는 답글 및 삭제한 댓글까지 포함된다.²⁹⁰⁾²⁹¹⁾

287) <http://www.kakao.com/policy/oppolicy?lang=ko> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

288) <https://news.daum.net/info/bbsrule> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

289) 다음뉴스 공지사항, “Daum 뉴스 댓글 제공 방식 변경 안내”, 2022. 1. 26., https://magazine.daum.net/daumnews_notice/61f092fb75becd2159bdf8f6 (최종방문일, 2022년 9월 30일)

[그림 6] 포털 '다음' 뉴스서비스 개편일지

2019년 10월25일	카카오톡 샵(#)탭에서 실시간 이슈 검색어 노출 중단
10월31일	연예뉴스 댓글 잠정 폐지
12월23일	인물 관련 검색어 폐지 및 서제스트 기능 개편
2020년 2월20일	실시간 이슈 검색어 폐지
8월7일	스포츠뉴스 댓글 잠정 폐지
2021년 3월23일	다음 뉴스에 언론사 선택 기능 제공
8월3일	카카오톡 콘텐츠 큐레이션 서비스 '카카오 부' 출시
2022년 1월26일	모바일 다음 첫화면에 '카카오 부' 확대 적용
8월25일(예정)	다음에서 카카오 부 제외, 언론사 홈 신설 및 이용자 구독기능 추가

그래픽: 김지영 디자인가자

2) 네이버

인터넷 게시판 이용자 본인확인제(실명제)의 위헌 판결에 따라, 인터넷 공간에서 이용자의 자유로운 표현을 위해 네이버 뉴스 댓글 서비스 등에 적용됐던 인터넷 실명제를 폐지하였다. 그러나 댓글모음 페이지에서 설정한 프로필 정보를 댓글목록에서도 서비스하여 댓글모음 페이지에 가지 않아도 댓글 사용자를 쉽게 알 수 있도록 하여 사용자 간의 소통의 활성화를 꾀하고 있다. 또한 댓글 팔로우 기능을 통해 특정 이용자가 작성한 댓글을 쉽고 편리하게 볼 수 있다.

뉴스 댓글은 언론사별 선택제를 시행하여 언론사가 기사의 댓글 제공 여부, 본문 하단 댓글 노출 여부, 댓글 정렬 방식을 선택하여 운영할 수 있다. 다만 댓글 언론사별 선택제는 연예, 스포츠 기사에는 미적용하고 있다. 댓글을 게시한 이후에도 언론사 설정에 따라 노출이 중단될 수 있으며, 댓글모음페이지에서는 작성한 댓글의 확인은 가능하다.

290) 다음뉴스 고객센터, <https://cs.daum.net/faq/63/4639.html?page=2#37181> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

291) <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2022081915371834873&outlink=1&ref=https%3A%2F%2Fsearch.daum.net> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

네이버는 독자적으로 개발한 악성 댓글 탐지 모델을 2020년 6월 18일 클린봇 2.0이라는 이름으로 공개하고 서비스에 활용하고 있다. 클린봇은 AI기술을 이용해서 불쾌한 욕설이 포함된 댓글을 체크 후, 자동으로 숨겨주는 기능으로 클린봇 ON 상태가 기본적으로 설정돼 있으며, 클린봇을 활성화하면 악성 댓글이 자동으로 숨겨진다.²⁹²⁾

3) 조선일보

조선일보는 조선닷컴²⁹³⁾에 가입한 계정만 댓글을 달 수 있으며, 책임 있는 글쓰기를 장려한다는 취지 하에 실명제로 운영되고 있다. 실명 인증 완료 후에 댓글을 달 수 있다. 조선일보는 사용자 개인의 댓글을 모아볼 수 있는 서비스를 제공하며, ‘100자평 많은 뉴스’라는 항목으로 댓글 많은 뉴스를 우측에 노출하고 있다. 또한 ‘오늘의 100자평’ 섹션으로 사용자의 댓글을 큐레이션하여 제공하는 서비스 또한 운영하고 있다. 오늘의 100자평은 내용이 좋거나 공감을 많이 받은 댓글로, 에디터에 의해 선정되고, 날짜별로 볼 수 있다. 1인이 작성할 수 있는 댓글은 1일 50건으로 한정되며, 댓글 삭제 기준에 따라 댓글 글쓰기 권한이 제한된다. 최근 10일간 삭제된 댓글이 5건 이상이면 10일간 댓글 작성이 제한되며, 30일간 삭제된 댓글이 15건 이상이면 영구적으로 댓글 작성이 금지된다.²⁹⁴⁾

4) 동아일보

동아일보는 동아닷컴에 가입한 계정만 댓글을 달 수 있다. 댓글이 이용약관²⁹⁵⁾에 위반되는 경우 사전통지 없이 삭제할 수 있다. 이용약관 제12조에 따르면 ① 타인의 ID 및 비밀번호, 이메일 주소, 주민등록번호를 도용하는 경우, ② 범죄행위와 관련되는 경우, ③ 공공질서 및 미풍양속에 반하는 경우, ④ 타인의 명예를 훼손하거나 불이익을 주는 경우, ⑤ 서비스에 위해를 가하는 등 건전한 이용을 저해하는 경우, ⑥ 기타 관계법령에 위배되는 경우에는 사전통지 없이 회원의 이용계약을 해지하거나 또는 일정기간 서

292) NAVER, “뉴스 고객센터, 댓글/공감/삭제”, <https://help.naver.com/service/5603/contents/18881?lang=ko> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

293) www.chosun.com (최종방문일, 2022년 9월 30일)

294) 김선호·오세욱, “뉴스 댓글 운영 현황과 개선방향”, 한국언론진흥재단, 2018, 27쪽.

295) <https://secure.donga.com/membership/policy/service.php> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

비스 이용을 제한할 수 있다.

5) 중앙일보

중앙일보는 가입한 계정만 댓글을 달 수 있다. 중앙일보는 회원이 자신의 의견을 개진하고, 공동의 관심사를 공유할 수 있도록 각종 커뮤니티 게시판 및 댓글 서비스를 운영하고 있다. 중앙일보 사이트 이용약관²⁹⁶⁾에 따르면 각 커뮤니티 서비스 게시판에 글을 게시하거나 등록하는 서비스 내의 내용물이 1. 다른 회원 또는 제3자를 비방하거나 중상모략으로 명예를 손상시키는 내용인 경우, 2. 공공질서 및 미풍양속에 위반되는 내용을 유포하거나 링크 시키는 경우, 3. 범죄행위에 결부된다고 인정되는 내용일 경우, 4. 회사 기타 타인의 저작권 등 권리를 침해하는 내용인 경우, 5. 회사에서 규정한 게시기간을 초과한 경우, 6. 회원이 자신의 홈페이지 또는 게시판으로 링크하게 한 경우, 7. 게시판의 성격에 부합하지 않는 게시물의 경우, 8. 기타 관계법령에 위반된다고 판단되는 경우에 해당한다고 판단되는 경우 중앙일보는 회원 사전동의 없이 해당 내용의 삭제·이동 또는 등록 거부와 게시자의 이용을 제한할 수 있다.

6) 한겨레

한겨레 신문은 시지온의 소셜 댓글 서비스인 라이브리와 파트너십을 맺고 소셜 댓글을 제공하고 있다. ‘소셜 댓글’은 제한적 본인 확인제와 맞물려 등장한 서비스다. 댓글을 언론사의 서버에 저장하지 않고, 다른 소셜 서비스에 남긴 내용을 댓글의 형식으로 보여주는 방식으로, 2007년 시행된 제한적 본인 확인제를 우회하는 서비스로 주목 받았다. IT 전문매체 블로터에서 댓글 게시판을 없애며 “자신의 의견을 꼭 실명 확인 후에만 할 수 있어야 한다는 것을 인정할 수 없다”²⁹⁷⁾는 취지로 처음 도입한 바 있다. 라이브리를 활용하는 사용자는 다양한 서비스와 사이트에 남긴 댓글을 한번에 관리할 수 있다. 라이브리와 파트너를 맺은 언론사에도 다양한 통계분석을 그래프로 제공한다. 공감/비공감, 로그인에 사용할 수 있는 소셜 계정 종류, 정렬 방식 등을 언론사에 맞게 맞

296) <https://bbs.joongang.co.kr/policy> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

297) [블로터공지] 앞으로 댓글은 받지 않겠습니다, 2010-04-01, <https://www.bloter.net/newsView/blt201004010006> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

출형으로 사용할 수 있다. 한겨레의 경우 한겨레 계정을 포함해 대표적인 소셜 계정들의 로그인을 지원하고 있다. 댓글은 최신순을 기본으로 제공하며, 독자와 소통이 이뤄지고 있는 페이스북 포스트의 댓글까지 볼 수 있게 돼 있다.²⁹⁸⁾

4. 악성댓글 관련 판례

1) 서울중앙지방법원 2008. 9. 11. 선고 2008노1719 판결 - 성형외과 비방 댓글 사건

(1) 사실관계

피고인은 피해자 공소외인이 운영하는 ○○성형외과에서 턱부위 고주파시술을 받았으나 부작용이 발생하여 공소외인을 찾아가 항의를 하였으나 시술전 부작용에 대하여 충분한 설명을 해 주었으니 자신은 아무런 잘못이 없다면서 별다른 조치를 취해 주지 않은 것에 불만을 품고, 포털사이트 네이버에 접속하여 지식검색 질문&답변 게시판에 여러차례 글과 댓글을 게시한 행위에 대하여 명예훼손 및 모욕죄로 공소된 사건이다.

(2) 판단

법원은 피고인이 작성한 글 및 댓글 중 일부는 단지 ○○ 성형외과라고 표현했을 뿐 운영하는 의사의 성명이나 병원의 위치에 대하여 아무런 언급을 하지 않았고, 위 게시판을 보는 일반인의 관점에서 피고인이 작성한 ○○ 성형외과에 대한 글로써 피해자 공소외인을 특정할 수 있다고는 보이지 않는다고 보고 피고인이 작성한 글로 인한 피해자가 특정되지 않는 이상 위 글이 피해자의 명예를 훼손하였거나 피해자를 모욕하였다고 볼 수 없다고 판단하였다.

반면 일부 댓글의 경우에는 피해자의 이름을 언급하고 있고, 그 댓글이 작성되기 전에 이미 있던 댓글과의 관계에 비추어 보아도 피해자 공소외인에 대한 것으로 특정되었음은 명백하고, 기재 글은 질문의 제목과의 관계에서 피해자 운영의 ○○ 성형외과를 지칭하고 있음이 드러나므로 피해자가 특정되었으며, 피고인이 작성한 위 각 글의 내용은 사용된 어휘의 통상적 의미, 기존의 댓글과의 관계 등 게시물의 전체적인 흐름, 문

298) 김선호·오세욱, 뉴스 댓글 운영 현황과 개선방향, 한국언론진흥재단, 2018, 28-29쪽.

구의 연결방법 등을 기준으로 보건대, 이는 단순한 의견표명이 아니라 피해자의 명예를 훼손할 만한 구체적인 사실을 적시한 것이고, 한편 위와 같은 적시 사실의 내용과 성질, 당해 공표가 이루어진 상대방의 범위, 그 표현의 방법 등 그 표현 자체에 관한 제반 사정을 감안함과 동시에 그 표현에 의하여 훼손될 수 있는 명예 침해의 정도 등을 비교·고려하는 등 이를 종합하여 보면, 피고인에게는 피해자를 비방할 목적이 있었다고 봄이 상당하므로, 피고인이 비방의 목적으로 공연히 사실을 적시하여 피해자의 명예를 훼손하였다는 이 부분 주위적 공소사실을 충분히 인정할 수 있다고 판단하였다.

2) 대법원 2008. 7. 10. 선고 2008도2422 판결 - 추가 댓글 명예훼손 사건

(1) 사실관계

인터넷 포털사이트의 기사란에 마치 특정 여자연예인이 재벌의 아이를 낳았거나 그 대가를 받은 것처럼 댓글이 달린 상황에서 같은 취지의 댓글을 추가 게시한 경우, 구 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제61조 제2항의 명예훼손죄가 성립한다고 한 사례이다.

(2) 명예훼손죄가 성립하기 위한 '사실의 적시'의 정도

법원은 구 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(2007. 12. 21. 법률 제 8778호로 개정되기 전의 것, 이하 '구 법'이라고만 한다) 제61조 제2항에 규정된 정보통신망을 이용한 명예훼손죄에 있어서의 사실의 적시란 반드시 사실을 직접적으로 표현한 경우에 한정할 것은 아니고, 간접적이고 우회적인 표현에 의하더라도 그 표현의 전 취지에 비추어 그와 같은 사실의 존재를 암시하고, 또 이로써 특정인의 사회적 가치 내지 평가가 침해될 가능성이 있을 정도의 구체성이 있으면 족한 것인데(대법원 1991. 5. 14. 선고 91도420 판결, 대법원 2003. 1. 24. 선고 2000다37647 판결 등 참조) 댓글이 이루어진 장소, 시기와 상황, 그 표현의 전 취지 등을 위 법리에 비추어 보면, 피고인의 위와 같은 행위는 간접적이고 우회적인 표현을 통하여 위와 같은 허위 사실의 존재를 구체적으로 암시하는 방법으로 사실을 적시한 경우에 해당한다고 보았다.

(3) 적시한 사실이 이미 사회의 일부에서 다루어진 소문인 경우의 공연성 인정 여부

법원은 구 법 제61조 제2항 위반죄에 있어서 공연성이란 불특정 또는 다수인이 인식할 수 있는 상태를 의미하는 것인바(대법원 2004. 6. 25. 선고 2003도4934 판결, 대법원 2008. 2. 14. 선고 2007도8155 판결 등 참조), 적시된 사실이 이미 사회의 일부에서 다루어진 소문이라고 하더라도 이를 적시하여 사람의 사회적 평가를 저하시킬 만한 행위를 한 때에는 명예훼손에 해당한다 할 것이고(대법원 1994. 4. 12. 선고 93도3535 판결 참조), 이에 피고인이 위와 같이 인터넷 포털사이트의 기사란에 댓글을 게재한 행위는 당연히 공연성이 있는 것이라고 할 것이라고 판단하였다.

3) 서울고등법원 2020. 11. 6. 선고 2019노461 판결 - 댓글 순위 조작 사건

피고인과 공소외 1 등은 공모하여, (프로그램명 생략)을 이용하여 2016. 12. 21. 10:02경 뉴스1으로부터 송고된 『與 비주류, 27일 탈당 결행 ... 35명 동참 의사(상보)』라는 제목의 네이버 뉴스 기사를 발견하고, 위 뉴스 기사 하단에 있는 댓글 중 “얼른 정리하고 제대로 된 당 만드시길..”이라는 내용의 댓글에 같은 날 11:45:04경부터 12:36:39경까지 141회의 비공감 클릭을 하여 마치 백여 명의 네이버 이용자들이 실제로 네이버에 접속하여 비공감 클릭을 한 것처럼 허위의 비공감 클릭 신호를 보내어 네이버 통계집계시스템에 반영되도록 한 것을 비롯하여 위 일시경부터 2017. 12. 29. 01:07:19까지 총 58,024개의 네이버 뉴스 기사의 각 댓글 290,410개에 총 17,643,415회의 공감/비공감 클릭 신호를 보내고, 2017. 6. 11. 16:35:19부터 2017. 6. 15. 22:26:26까지 및 2017. 12. 29. 06:03:14부터 2018. 2. 8. 03:28:38까지 총 7,264개의 네이버 뉴스 기사의 각 댓글 216,913개에 총 29,399,513회의 공감/비공감 클릭 신호를 보내 네이버 통계집계시스템에 반영하도록 하였고, 같은 방법으로 2017. 2. 5. 18:13:53부터 2017. 12. 27. 20:50:08까지 총 192개의 다음 뉴스 기사의 각 댓글 570개에 총 16,778회의 추천/반대 클릭 신호를 보내고, 2017. 12. 30. 18:57:59부터 2018. 2. 1. 20:06:20까지 총 52개의 다음 뉴스 기사의 각 댓글 315개에 총 7,242회의 추천/반대 클릭 신호를 보내어 다음 통계집계시스템에 반영하도록 하였다.

이로써 피고인은 공소외 1 등과 공모하여 위와 같이 허위의 정보 또는 부정한 명령을 입력하거나 기타의 방법으로 네이버, 다음, 네이트의 각 정보처리장치의 통계집계시

시스템에 장애를 발생시킴으로써 피해자 회사들의 댓글 순위 산정 업무를 각각 방해한 사건으로 법원은 해당 행위를 컴퓨터등장애업무방해죄를 유죄로 판단하였다.

4) 대법원 2018. 4. 19. 선고 2017도14322 전원합의체 판결 - 국가정보원 사이버팀의 인터넷 댓글 게시 등 사건

(1) 사실관계

국가정보원의 원장 피고인 甲, 3차장 피고인 乙, 심리전단장 피고인 丙이 심리전단 산하 사이버팀 직원들과 공모하여 인터넷 게시글과 댓글 작성, 찬반클릭, 트윗과 리트윗 행위 등의 사이버 활동을 함으로써 국가정보원 직원의 직위를 이용하여 정치활동에 관여함과 동시에 제18대 대통령선거와 관련하여 공무원의 지위를 이용한 선거운동을 하였다고 하여 구 국가정보원법(2014. 1. 14. 법률 제12266호로 개정되기 전의 것, 이하 같다) 위반 및 구 공직선거법(2014. 2. 13. 법률 제12393호로 개정되기 전의 것, 이하 같다) 위반으로 기소된 사안이다.

(2) 판단

다수의견은 국가정보원의 정보기관으로서의 조직, 역량과 상명하복에 의한 업무수행 체계, 사이버팀 직원들이 범행을 수행한 구체적인 방법과 모습, 피고인들이 각각 국가정보원의 원장과 3차장, 심리전단장으로서 사이버팀을 지휘·감독하던 지위와 역할, 사이버 활동이 이루어질 당시 피고인들이 회의석상에서 직원들에게 한 발언 및 지시 내용 등 제반 사정을 종합하면, 사이버팀 직원들이 한 사이버 활동 중 일부는 구 국가정보원법상 국가정보원 직원의 직위를 이용한 정치활동 관여 행위 및 구 공직선거법상 공무원의 지위를 이용한 선거운동에 해당하며, 이러한 활동을 구 국가정보원법에 따른 직무범위 내의 정당한 행위로 볼 수 없고, 피고인들이 실행행위자인 사이버팀 직원들과 순차 공모하여 범행에 대한 기능적 행위지배를 함으로써 범행에 가담하였다는 등의 이유로, 피고인들에게 구 국가정보원법 위반죄와 구 공직선거법 위반죄를 인정한 원심판단이 정당하다고 하였다.

반면 반대의견은 국가정보원의 원장 피고인 甲과 3차장 피고인 乙의 경우, 심리전단장으로서 사이버팀 직원들의 업무에 직접 관여한 피고인 丙과는 달리 실행행위자인 사

이버팀 직원들과 사이에 제18대 대통령선거와 관련하여 구체적으로 어떠한 내용의 업무지시 및 보고가 이루어졌는지 알 수 있는 객관적인 자료가 없고, 피고인 甲, 乙이 순차적·암묵적으로라도 사이버팀 직원들과 선거운동을 공모하였다는 점을 증명할 직접 증거가 없으며, 다수의견이 제시한 여러 간접사실 내지 정황사실은 이를 인정하기 위한 증거로 부족하고, 합리적 의심을 불러일으키기에 충분한 다른 사정이 있다는 등의 이유로, 피고인 甲, 乙에게도 구 공직선거법 위반죄를 인정한 원심판단에 공모에 관한 분명한 증거 없이 유죄를 인정함으로써 증거재판주의 등을 위반한 위법이 있다고 하였다.

5) 서울동부지방법원 2015. 5. 15. 선고 2014고합10 판결 - 댓글을 통한 정치관여 사건

(1) 사실관계

이 사건은 국군사이버사령부 소속 ○○○단장이던 피고인이 국군사이버사령관 공소외 3, 공소외 4 및 ○○○단 소속 부대원들과 공모하여 총 12,844회에 걸쳐 피고인이 직접 또는 ○○○단 소속 부대원들이 인터넷 사이트 및 SNS 등에 댓글을 작성하거나 타인의 글을 리트윗하는 등의 방법으로 정치적 의견을 공표하고, 소속 부대원들로 하여금 위와 같은 정치관여 행위와 관련된 증거들을 인멸하도록 교사한 사안이다.

(2) 정치관여죄 판단

피고인은 국군사이버사령부가 창설된 때부터 약 4년간 ○○○단의 단장으로 재직인 사람으로 소속 부대원들의 정치활동 관여행위를 방지해야 할 위치에 있었음에도 불구하고 오히려 ○○○단 부대원들로 하여금 정부의 국정운영 방침에 반대하는 정당이나 정치인들을 반대 내지 비난하도록 지시함으로써 ○○○단 부대원들의 조직적인 정치관여를 야기 내지 조장하였다. 특히 이 사건 사이버활동은 주권자인 국민의 정치적 의사를 왜곡함과 동시에 합리적인 정치적 선택을 위하여 정당과 정치인들에게 부여한 자유경쟁의 기회를 침해하였다. 국민들의 자유로운 의사 표현과 합리적인 토론을 통한 여론의 형성은 우리 헌법이 채택하고 있는 대의민주주의의 핵심적인 요소이므로 국가기관이 특정한 여론을 조성할 목적으로 자유로운 여론 형성 과정에 불법적으로 개입하는 행위는 어떠한 명분을 들더라도 허용될 수 없다고 하면서 유죄를 판결하였다.

6) 의정부지법 2014. 10. 23. 선고 2014고정1619 판결 - 인터넷 아이디에 대한
허위사실 적시 사건

(1) 사실관계

피고인이 특정 인터넷 카페 게시판에 인터넷 아이디(ID)만 알 수 있을 뿐 그와 같은 아이디를 가진 사람이 누구인지 추지할 자료가 없는 피해자에 대해 허위사실을 적시하여 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 위반(명예훼손)으로 기소된 사안이다.

(2) 명예훼손 성립여부 판단

법원은 명예훼손죄와 모욕죄의 보호법익은 다 같이 사람의 가치에 대한 사회적 평가인 이른바 외부적 명예인 점에서는 차이가 없고, 명예의 주체인 사람은 특정한 자임을 요하지만 반드시 사람의 성명을 명시하여 허위의 사실을 적시하여야만 하는 것은 아니므로 사람의 성명을 명시한 바 없는 허위사실의 적시행위도 표현의 내용을 주위사정과 종합 판단하여 그것이 어느 특정인을 지목하는 것인가를 알아차릴 수 있는 경우에는 특정인에 대한 명예훼손죄를 구성한다고 하면서, 위 카페의 회원수가 18,800여 명에 이르고 카페 내에서는 실명이 아닌 별명을 사용하도록 되어 있는 점, 피해자는 카페 내에서 갑이라는 이름으로만 글을 올려 왔을 뿐 갑이 을이라는 사람임을 알 수 있는 어떠한 정보도 게시되어 있지 않은 점, 피해자는 피고인을 고소하면서 피고인의 아이디(ID)만을 기재하였을 뿐 구체적인 정보에 대해서는 서로 알지 못했고, 피고인 역시 갑이 어떤 실체적 인물인지에 대해서는 알지 못했던 점 등에 비추어, 갑에 대한 댓글만으로 특정한 사람인 을에 대하여 외부적 명예를 보호법익으로 하는 명예훼손죄가 성립한다고 보기 어렵다고 판단하였다.

7) 서울중앙지방법원 2012. 11. 29. 선고 2012고합142 판결 - 주식투자 게시판에
거짓의 표시를 한 사건

(1) 사실관계

피고인 1은 상장증권인 공소외 1 회사 주식의 매매를 유인할 목적으로, 피고인과 피고인의 투자자문을 받은 공소외 2 연구소 회원들이 최대주주 지분을 능가하는 대량의

공소외 1 회사 주식을 매입하여 보유하면서 소위 ‘물량잡그기’를 하고, 피고인이 위 공소외 2 연구소 회원들을 대리하여 직접 공소외 1 회사의 경영에 참여하여 주가를 관리하는 등의 방법으로 공소외 1 회사 주식의 시세가 자기의 시장 조작에 의하여 변동한다는 말을 유포함과 동시에 위 주식의 매매를 함에 있어서 중요한 사실인 피고인이 사실상 최대 지분을 보유한 피고인 2 회사 회원들을 대리하여 공소외 1 회사 경영에 참여한다는 점에 관하여 인터넷 부동산포털사이트(인터넷주소 생략)에 주식투자자문 등을 목적으로 개설한 ‘○○○ ○○’의 게시판을 통하여 거짓의 표시 또는 오해를 유발시키는 표시를 한 사건이다.

(2) 판단

이 사건 범행은 주식 등 거래의 공정성 및 유통의 원활성 확보를 심각하게 훼손한 것으로서 그 죄질이 매우 나쁘고 그로 인하여 회피한 손실액도 23억 4,000여만 원에 이르는 점, 특히 ‘○○○ ○○’은 수십만 원에 이르는 연회비를 납부하지 않고서는 접근할 수 없는 공간으로서 위 ‘○○○ ○○’의 정보를 접하는 사람들로서는 피고인 1로부터 보다 더 정확하고 신뢰성 있는 정보를 얻을 수 있을 것으로 기대하였던 점, 그럼에도 불구하고 피고인 1은 정확하지 않은 정보를 바탕으로 하여 공소외 1 회사 주가의 상승을 단정적으로 예견하면서 피고인 2 회사 회원들에게 ‘집을 팔아서라도 공소외 1 회사 주식을 매수하라’와 같은 공격적인 투자 방법을 권유하는 등 피고인 2 회사 회원들에게 거래행위에 필연적으로 수반되는 위험성에 대한 올바른 인식을 방해하거나 과도한 위험성을 수반하는 거래를 적극적으로 권유하였고, 그로 인하여 많은 피고인 2 회사 회원들이 손해를 입은 점, 그럼에도 불구하고 피고인 1은 범행을 부인하면서 잘못을 반성하지도 않는 점 등을 고려하면, 피고인들을 엄벌에 처하여야 한다.

다만 피고인 1에게 이종의 가벼운 벌금형 전과를 제외하고는 별다른 전과가 없는 점, 피고인들 역시 재매수한 공소외 1 회사 주식을 현재까지 보유하고 있어 많은 금액의 손실을 입은 점, 비록 피고인 1이 수많은 게시글을 통하여 공소외 1 회사 주식의 매수를 강력하게 추천하였다고 하더라도 주식거래는 원래 주가에 영향을 미치는 여러 가지 요인들의 불확실성에 따라 일정한 위험이 수반되는 것이므로, 제반 위험성을 스스로 신중하게 검토하지 않고 공소외 1 회사 주식에 투자한 사람들의 책임도 큰 점, 공소외 1

회사 주식 투자로 인하여 손해를 본 사람의 수 및 그 손해액이 많아진 데에는 2009. 12월경부터 영화 '☆☆☆'의 열풍으로 이른바 '3D 관련주'의 주가가 급상승한 것도 한 요인이 되는 점, 이 사건 자본시장법위반죄는 주식의 소유자 등 개개인의 재산적 법익은 직접적인 보호법익이 아닌 점, 피고인 1에게 징역형과 더불어 거액의 벌금형을 병과하고, 피고인 2 회사에게도 거액의 벌금형이 선고되는 점 및 피고인의 연령, 성행, 직업, 경력, 범행 후의 정황 등 기록과 변론을 통하여 알 수 있는 제반 양형 요소들을 종합하여 이번에 한하여 피고인 1에 대한 징역형의 집행유예하기로 판결하였다.

8) 서울고등법원 2010. 12. 1. 선고 2010나34892 판결 - 허위 기고문의 명예훼손 판결에 따른 정정보도 사건

(1) 사실관계

원고는 ○○○당 소속 제18대 국회의원이고, 피고는 계간지 <창작과 비평>을 발행하는 회사이다. '아고라'에서 '권태로운 창'이라는 대화명으로 글을 자주 써 온 제1심 공동피고가 피고에 '이것이 아고라다'라는 제목의 글을 기고하였는데, 위 기고문에는 '비밀의 권력, 그 허물을 조롱한다'라는 소제목 하에 네티즌들 사이의 소통의 공간 또는 여론 형성의 장으로서의 '아고라'의 역할에 관한 필자의 의견개진과 함께 '다사랑(덧글 사건에서 문제의 덧글을 단 것은 위에서 본 바와 같이 피고는 <창작과 비평> 2008년 겨울호에서 이를 '스마일'로 정정하였다)'이라는 대화명을 사용하여 원고를 옹호하는 내용의 덧글을 단 것이 IP 주소 추적에 의하여 원고의 집무실인 것으로 밝혀졌고, 네티즌들의 추적 결과 원고가 '스마일'이라는 대화명으로 '아고라'에 2008. 5. 한 달 동안 무려 846개의 글을 올려 '아고라'를 혼탁하게 하였음을 밝혀냈으며, 네티즌들이 뜻을 모아 '18원' 후원금으로 이에 대응하였다는 내용이 포함된 기고문을 <창작과 비평> 2008년 가을호(이하 '이 사건 계간지'라고 한다) 제94면 이하에 게재하였다.

그 무렵 원고의 고소로 '아고라의 스마일'이 원고라는 소문을 인터넷상에서 유포한 네티즌들에 대한 수사가 진행 중이었는데, 이들에 대한 수사 및 재판 과정에서 '아고라의 스마일'은 원고와 동일인이 아닌 것으로 밝혀졌고, 위 네티즌들에 대하여서는 허위 사실을 적시하여 원고의 명예를 훼손하였다는 범죄사실로 유죄가 확정되어 정정보도를 청구한 사건이다.

(2) 판결

피고는 이 판결 확정 후 피고가 최초로 발행하는 계간지 <창작과 비평> 제12면에 정정보도문을 정정보도 대상 기고문의 제목 및 본문과 같은 크기, 활자체, 줄간격으로 게재하고, 위와 같은 정정보도가 있음을 알리는 표시를 위 서적의 목차 부분에 게재하도록 판결하였다.

9) 대법원 2009. 10. 29. 선고 2009도4783 판결 - 허위사실 적시에 대한 정당행위 판단 사건

(1) 사실관계

피고인은 심천사혈요법 피해대책위원회 운영위원으로 활동하고 있는 피해자 공소의 1에게 불만을 품고, 피해자가 운영하는 ‘명칭 생략’ 홈페이지에 피해자가 게시한 글들을 공소의 2가 운영하는 인터넷 다음 카페 ‘(명칭 생략)’ 게시판에 퍼온 뒤, 이에 대하여 ‘호로 XX’, ‘견 같은 새끼’ 등의 피해자의 사회적 평가를 저하시키기에 충분한 모욕적인 표현을 사용하여 댓글을 달거나, ‘피해자가 심천사혈요법학회를 마음대로 주물럭거리고, 부당한 이익금을 챙기며, 심천의 지회체계를 무너뜨리려고 하였다’거나 ‘당시 피해자가 심천에 충성을 다할 것을 맹세하였다’는 등의 취지의 허위사실을 적시한 사건이다.

(2) 정당행위 여부 판단

위 인터넷 다음 카페 ‘(명칭 생략)’는 심천 동호인들이 주된 회원이나, 일반인들도 누구나 접속하여 글을 볼 수 있도록 공개된 사이트이며, 피고인이 ‘유XX’ 또는 ‘유X근’이라고 지칭한 경우에도 위 사이트의 공지사항에 ‘공소의 1의 정보를 수집한다’고 되어 있어 이 사이트를 이용하는 대부분의 사람들은 그것이 피해자를 가리키는 것임을 충분히 알 수 있는 점 등을 종합하여 보면, 비록 피고인이 이 사건 댓글을 게재한 경위에 다소 참작할 만한 사정이 있다 하더라도 이를 사회상규에 위배되지 않는 정당행위로 평가할 수 없다고 판단하였다.

VIII. 소결

이상에서는 미디어플랫폼에서의 국·내외 악성대글 규제현황에 대하여 살펴보았다.

유럽연합 차원에서는 악성댓글에 대한 정책이나 규제법률 및 지침 등이 명시적으로 존재하지 않지만, 이와 유사한 지침인 불공정 B2C 상업관행에 관한 2005/29/CE 지침(Directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs)이 제정되어 시행중에 있다. 지침 중 허위리뷰에 관한 내용으로는 오해의 소지가 있는 상업관행(Pratiques commerciales trompeuses)과 오해의 소지가 있는 누락(Omissions trompeuses)이 있다. 유럽연합 집행위원회는 허위리뷰 댓글 규제를 하고 있으며 2018년 4월, 소비자 권리 특히 그 적용을 강화할 것을 내용으로 하고 있는 ‘소비자를 위한 뉴딜 패키지(Nouvelle donne pour les consommateurs)’를 제안하였다. 이는 온라인 구매에 대한 소비자 권리를 강화하고 소비자가 자신의 권리를 주장하고 보상을 받을 수 있는 수단을 제시하며 유럽 연합 소비자법 위반에 대한 효과적인 처벌 시행 등의 내용을 담고 있다.

인터넷에 게시된 악성콘텐츠는 프랑스 사법부에 의해 기소될 수 있는데 프랑스 법률에 금지되어 범죄로 처벌을 받을 수 있는 인터넷 사이트상의 악성콘텐츠의 내용은 구체적으로 반인륜적 내용, 테러, 인종혐오 조장, 폭력적이거나 소아성애적 이미지 유포, 폭력선동, 성적 및/또는 젠더 기반 폭력, 인간 존엄성에 대한 침해, 괴롭힘, 인종비방, 성차별적 모욕, 중상, 초상권 및 사생활 침해 등이다. 구체적으로 프랑스 「디지털 경제 신뢰를 위한 2004년 6월 21일 제2004-575호 법률」에서는 악성콘텐츠를 규제하기 위하여 제6조에 관련 사항을 규정하고 있고, 「시청각통신에 관한 1982년 7월 29일 제 82-652호 법률」에서는 악성댓글을 규제하기 위하여 제93-3조에서 관련 사항을 규정하고 있다. 관련하여 최근 ‘le clarifieur’라는 가명으로 웹사이트 www.pagesjaunes.fr에 명망 높은 레스토랑에 대해 2가지 불쾌한 악성댓글을 게시한 사건에서는 형사책임을 물을 가능성이 있다고 판결한 바 있다.

독일에서는 2015년에 대규모 시리아 난민 등이 독일에 오게 됨에 따라 배타주의적 성향을 가지는 일부 SNS 이용자의 난민과 난민을 지원하는 단체 등에 대한 모욕적 발언이 문제가 되어 이를 규제하기 위한 입법안에 대한 논의가 촉발되었으며 방침에 대한

합의가 이루어졌다. 사실 독일에서 모욕적 발언은 대중선동죄(독일 형법 제130조 제1항 및 제2항)에 해당하는 죄로서, 이는 특정한 개인이나 집단에 대해 공공의 안녕을 해치는 형태로 증오를 표출하는 것을 금지하고 있다. 또한 1994년 형법의 개정에 따라, 이른바 ‘아우슈비츠의 거짓말’도 금지의 대상이 되었고(독일 형법 제130조 제3항), 2005년에는 나치의 폭력적 지배나 자의적 지배의 선동과 왜소화 등도 금지의 대상으로 개정되었다(같은 조 제4항). 최근 독일 프랑크푸르트 지방법원은 원고의 사진이 들어간 기사의 부정적 댓글을 보고 확산을 금지하기 위한 목적으로 기사의 배포금지를 위한 가처분 신청한 사건에서 허용가능한 의견표명이라는 이유로 이를 기각한 바 있다.

한편, 미국에서 기본적으로 악성댓글을 다는 것은 표현의 자유로 보호받는다. 하지만 이것이 누군가의 명예를 훼손하거나 사이버폭력이 되는 경우에는 민형사상으로 처벌이 가능하다. 미국에서 명예훼손은 불법행위법을 구성할 수 있으며 통신품위법 제223조는 한정적이긴 하지만 대화형 컴퓨터 서비스를 통한 댓글을 규제하는 내용을 담고 있다. 형법상에도 악성댓글에 대해 직접적으로 규제하는 내용은 없다. 하지만 연방 형법 제2261A에는 스토킹을 금지하는 규정이 있으며 이를 통해 사이버폭력을 제재하고 있다. 사이버스토킹은 1998년 이래 캘리포니아 형법전의 관련 조문들에서 범죄화 되었다. 광의의 사이버스토킹 개념에 따라 전자통신수단을 사용한 악성댓글이 타인을 괴롭혀 정신적 고통을 유발한다면 동 조문을 적용받을 가능성이 있다. 또한 미국 연방 형법은 사이버폭력을 법적으로 규정하지는 않으나, 주별로 ‘사이버불링(cyberbullying) 법’이 제정돼 있다. 관련 판례를 살펴보면, 기본적으로 악성댓글을 단 것에 대하여 문제가 된 것이 아니라 댓글을 단 것이 인터넷 명예훼손으로 성립된 사건으로 *Independent Newspapers, Inc. v. Brodie*가 있다. 본 사건은 인터넷상 익명의 필자 신원 공개를 위한 브로디 테스트(Brodie Test)를 판시하였으며 이는 (1) 소환장 또는 공개명령 대상임을 익명의 필자에게 고지할 것 (2) 조치를 보류하고 익명의 필자에게 답변할 기회를 줄 것 (3) 명예훼손으로 주장된 문장을 정확하게 식별할 것 (4) 일단 명예훼손 소송이 성립될 것 (5) 다른 모든 요소를 만족시키면서, 공개를 명령하기 전에, 익명의 필자의 수정헌법 제1조의 표현의 자유와 원고가 제출한 명예훼손 사건 및 익명의 피고의 신원을 공개할 필요성 간에 균형을 이룰 것이라는 5가지 요소로 구성된다는 것이다.

일본에서는 여자 프로레슬링 선수인 키무라 하나(木村 花)가 SNS(회원제 교류사이트)의 악성댓글로 고민하다가 사망한 이후, 인터넷 상에서의 악성댓글을 규제하는 제도 마

련에 대한 논의가 일었으며 프로바이더 등에 대해 인터넷을 이용한 권리침해에 관계하는 발신자의 개인정보를 수사기관이나 피해자 등의 요구에 따라 공개하는 체제를 마련하는 한편, 권리침해의 수단을 제공한 공급자 등의 책임을 감면하는 법률로 「프로바이더 책임제한법」이 2001년 제정되었다. 프로바이더 책임제한법에서는, 특정 전기통신에 의한 정보의 유통에 의해 타인의 권리가 침해된 경우에 대해, ① 특정전기통신 서비스 제공자의 책임의 제한, ② (피해를 입은 사람의) 발신자 정보의 공개청구권에 대하여 규정하고 있다. 2020년 6월 1일 법무성은 모욕죄의 벌칙 등과 관련된 논의를 진행하여 「1년 이하의 징역 혹은 금고 또는 30만 엔 이하의 벌금 또는 구류 혹은 과료」로 상향시키는 것을 제안하였으며 2021년 6월 19일 개최된 192회 법제심의회에 그 취지가 보고되어, 투표결과 찬성 다수에 의해 의결되어 법무부 장관에게 답신이 이뤄졌다. 총무성에서는 2020년 9월 1일, 「인터넷 상의 악성댓글에의 대응에 관한 정책 패키지」를 공표하였다. 이 밖에도 「플랫폼 서비스에 관한 연구회」를 구성하여 인터넷상의 악성댓글에 대해 종합적인 대책을 검토하여 제안하고 있으며 야후, 페이스북 등 민간사업자들도 대응방침을 내놓고 있다.

우리나라에서는 악성댓글에 대하여 명시적으로 규제하고 있는 규정은 존재하지 않는다. 대신 허위조작정보의 규제와 같이 인터넷 규제의 틀 속에서 악성댓글에 대한 규제를 할 수 있는 상황이다. 규제의 유형은 크게 세가지 범주를 생각할 수 있는데 첫째는 댓글의 내용에 대한 규제로, 일반적 명예훼손은 「형법」상 명예훼손죄(제307조)가 적용되며, 온라인상 명예훼손은 「정보통신망법」상 사이버 명예훼손죄(제70조)로 가중 처벌된다. 한편 모욕행위에 대해서는 「형법」상 모욕죄(제311조)로 처벌하고 있다. 둘째는 악성댓글을 매개하는 자에 대한 규제인바, 정보통신서비스 제공자는 정보통신망을 통하여 일반에게 공개를 목적으로 제공된 정보로 사생활 침해나 명예훼손 등 타인의 권리가 침해된 경우 해당 정보의 삭제등을 요청받으면 지체 없이 삭제·임시조치 등의 필요한 조치를 하고 즉시 신청인 및 정보게재자에게 알려야 한다(「정보통신망법」 제44조의2). 또한 온라인상 불법정보로 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공공연하게 전시하는 내용의 정보 등이 규제되는데 이러한 온라인상 모든 불법정보에 대해서 방송통신위원회는 운영자들에게 삭제 명령을 할 수 있고(제44조의7 제2항, 제3항), 이를 이행하지 않는 경우 운영자는 형사처벌 대상이 된다. 셋째는 인터넷댓글을 조작하는 행위에 대한 규제로서, 매크로 프로그램 등을 동원한 인터넷댓글

글 조작을 특정하여 처벌하는 조항은 존재하지 않지만, 위법 행위에 대해서는 「형법」상 업무방해죄(제314조 제2항), 「형법」상 컴퓨터등사용 사기죄(제347조의2), 「정보통신망법」상 정보통신망 침해죄(제48조 제3항)를 적용하여 처벌할 수 있다. 현재 제21대 국회에서 발의된 악성댓글 관련 법안은 현재 형법 개정안 1건, 정보통신망법 개정안 5건, 신문법 개정안 1건이 있으며, 악성댓글을 게시한 자에 대한 규제, 정보통신서비스 제공자에 대한 규제 등의 내용을 담고 있는 상황이다. 이와 관련된 국내판례에는 성형외과 비방 댓글 사건(2008노1719 판결), 같은 취지의 댓글을 추가 게시한 추가 댓글에 대한 명예훼손 사건(2008도2422 판결), 댓글 순위 조작 사건(2019노461 판결), 국가정보원 사이버팀의 인터넷 댓글 게시 등 사건(2017도14322, 전원합의체 판결), 댓글을 통한 정치관여 사건(2014고합10 판결), 특정 인터넷 카페 게시판에 인터넷 아이디(ID)만 알 수 있을 뿐 그와 같은 아이디를 가진 사람이 누구인지 추지할 자료가 없는 피해자에 대해 허위사실을 적시한 것에 대한 명예훼손 성립여부를 판단한 사건(2014고정1619 판결), 주식투자 게시판에 거짓의 표시를 한 사건(2012고합142 판결), 허위 기고문의 명예훼손 판결에 따른 정정보도 사건(2010나34892 판결), 허위사실 적시에 대한 정당행위 판단 사건(2009도4783, 판결)이 있다.

I. 서론

인터넷 규제에 대한 논의는 인터넷의 역사와 더불어 시작되었지만, 1996년 대표적인 인터넷 자율규제기구인 영국의 IWF(Internet Watch Foundation, 인터넷감시재단, 이하 IWF)²⁹⁹와 1997년 독일의 자율규제 업계단체인 FSM(Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter, 이하 FSM)³⁰⁰이 등장한 이후 각국에서 인터넷 자율규제기구가 속속 설립되었고, 자율규제는 인터넷 규제의 새로운 패러다임으로 주목받아왔다.³⁰¹ 그런데 SNS 등과 같은 플랫폼이 자리 잡아 감에 따라 인터넷 규제 논의의 변화가 일어났다. 이하에서는 인터넷 자율규제의 역사와 자율규제의 대표국가인 미국과 유럽의 상황과 우리나라의 변화에 대해 살펴보도록 하겠다.

II. 인터넷 자율규제의 역사 및 유형

일반적인 규제 모델과 마찬가지로 인터넷규제도 시장모델, 정부모델, 자율모델로 구분하는 것이 가능하다. 미국은 전형적으로 시장모델인 반면, 유럽과 일본 등은 정부모델과 자율모델이 조화를 이루는 방식의 인터넷 거버넌스를 발전시켜 오고 있다. 그런데, 일반적으로 정부모델과 자율모델이 결합된 방식을 좀 더 많은 국가에서 받아들이고 있는 것으로 보여진다.

나아가 인터넷 자율규제는 국가의 역할에 따라 자발적 자율규제와 부분위임 자율규제, 그리고 완전위임 자율규제로 구분할 수 있다. 자발적 자율규제는 정부개입 및 법률적

299) <https://www.iwf.org.uk/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

300) <https://www.fsm.de/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

301) <https://journal.kiso.or.kr/?p=7543> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

근거 없이 순수하게 시민과 소비자의 자발성을 바탕으로 운영되는 것으로 대표적 국가는 미국이다. 반면, 부분위임 자율규제의 경우에는 정부의 법률적 승인에 근거하여 자율규제기구가 구성되며, 콘텐츠 규제의 일부 권한을 법률에 의거하여 정부로부터 위임 받는 방식으로서 프랑스의 FDI(인터넷권리포럼)가 있다. 한편 완전위임 자율규제의 경우에는 정부의 법률적 승인 또는 정책적 승인이 있는 경우와 그렇지 않은 경우로 구분이 가능하지만, 원칙적으로 정부가 자율규제기구에 권한을 완전하게 위임하는 방식이다. 그러나 완전위임 자율규제의 경우 정부로부터 권한 위임이 완전히 이루어진다 하더라도 사실상 정부와 밀도 높은 제도적 협력관계를 유지하는 형태가 일반적이다. 대표적으로는 독일의 FSM, 일본의 IAjapan(Internet Association Japan, 이하 IAJ)³⁰²⁾, 프랑스의 AFA(인터넷서비스엑세스제공협회)³⁰³⁾ 등이 있다.

〈표 9〉 인터넷 자율규제 모델의 유형

	자발적 자율규제	부분위임 자율규제	완전위임 자율규제
해당국가	미국	프랑스 FDI	독일 FSM, 일본 IAJ, 프랑스 AFA
심의 콘텐츠	불법·유해 콘텐츠		
정부개입	×	법률적 승인/관리/감독	법률적 또는 정책적 승인
기구의 법률적 위상	×	법률적 지위	법률적 지위 또는 그에 준하는 제도적 협력적 지위
정부기구와의 관계	위임 관계없음	법률적 위임	법률적 위임 또는 그에 준하는 제도적 협력 관계
담당 자율기구 수	복수	단수 또는 복수	단수 또는 복수
자율기구 형태	비영리법인		
자율기구 운영	다양	이사회 (장부 인사 포함 가능)	이사회
자율기구 주요기능	교육/핫라인/정책연대	교육/핫라인 /정책연대/분쟁조적	교육/핫라인 /정책연대/분쟁조적
자율기구의 재정	기금, 기부, 회비 등		

302) <https://www.iajapan.org/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

303) <http://www.afa-france.com/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

전술한 바와 같이, 다수의 국가에서 채용하고 있는 정부모델과 자율모델이 결합된 인터넷 공동규제모델의 경우에는 누가 주도적 역할을 하느냐에 따라 ‘정부중심형 공동규제 모델’과 ‘민간중심형 공동규제모델’으로 세분화된다. 프랑스의 FDI가 대표적 정부중심형 공동규제모델이며, 독일과 일본이 민간중심형 공동규제모델의 대표적 사례라 할 수 있다.

우리나라의 경우 2008년 포털사이트 다음의 아고라에서의 논란으로 한국인터넷자율정책기구(Korea Internet Self-Governance Organization, KISO)가 만들어지게 되었다. 당시 ‘미국산 쇠고기 파동’으로 전국이 시끄러워지면서 이명박 정부와 포털 기업들은 긴장 관계를 가질 수밖에 없었고, 2008년 12월 다음, 네이버, SK커뮤니케이션즈, 야후코리아, KTH, 하나로드림, 프리챌은 ‘포털 자율규제 협의회’를 발족하게 된다.³⁰⁴⁾ 당시 KISO라는 우리나라 인터넷 자율정책기구가 없었다면 인터넷 규제는 보다 강력하게 진행되었을거라 생각된다. 그 만큼 지금까지 KISO는 우리나라의 인터넷 규제와 관련하여 큰 존재감을 발하고 있다. 그런데, KISO를 중심으로 한 현재의 자율규제 시스템에 대한 만족도는 높지 않다. 이용자들이 느끼는 인터넷에 대한 신뢰는 여전히 낮으며, 인터넷을 국가가 규제해야 안심할 수 있다는 과거 정치권의 인식은 여전히 바뀌지 않고 있다.

III. EU 및 프랑스

1. EU

EU의 인터넷 자율규제 기구는 대표적으로 국제인터넷 핫라인 협회(International Association of Internet Hotlines, INHOPE),³⁰⁵⁾ 범 유럽 게임정보(Pan-European Game Information, PEGI),³⁰⁶⁾ 유럽 인터넷 서비스 공급자 협회(European Internet Services Providers' Association, EuroISPA),³⁰⁷⁾ 차일드 넷 인터내셔널(Childnet

304) <https://journal.kiso.or.kr/?p=9363> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

305) 국제인터넷 핫라인 협회 사이트, 인용 <https://www.inhope.org/EN> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

306) 범 유럽 게임정보 사이트, 인용 <https://www.saferinternetday.org/supporters/pegi> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

307) 유럽 인터넷 서비스 공급자 협회 사이트, 인용 : <https://www.ispa.org.uk/policy/euroispa/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

International)³⁰⁸⁾이 있으며, 주요 사업으로는 아동포르노 등 불법정보 유해물 국제 핫라인, 유럽 게임 등급심의, 유럽 인터넷 산업 전반, 아동청소년보호를 하고 있다. 앞서 언급한 4개 기구 모두 민간기구이지만, INHOPE는 국제기구이기도 하다. 각 기구에 관해 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 국제인터넷 핫라인 협회(INHOPE)

INHOPE는 1999년 창설되어 아동보호를 주요 목적으로 하고 있다. 구체적으로 INHOPE의 임무는 INHOPE 핫라인이 디지털 세계에서 아동 성 착취 자료를 신속하게 식별하고 제거할 수 있도록 지원하고 활성화하는 것이며, 비전은 온라인상 아동의 성 착취 콘텐츠가 없는 세상을 만드는 것이다. 즉 국경 없는 디지털 세계에서 온라인상의 아동에 대한 성적 착취는 전 세계적으로 결과를 초래하기 때문에 INHOPE는 이러한 현상에 대처하기 위해 창설되었다.

INHOPE는 민간기구이지만 국제기구답게 유럽, 아시아, 남아프리카, 북미 및 남미, 아시아, 호주 및 뉴질랜드 등 거의 모든 국가에서 전 세계적으로 운영되는 핫라인을 구축하고 있으며, 아동 성 착취 예방을 위한 교육 및 모범사례를 제공하여 핫라인 및 파트너 조직을 지원하고 있다. 최근 2021년 INHOPE 연례보고서에서는 핫라인 네트워크의 활동, 운영환경 및 아동 콘텐츠의 온라인 성 착취에 대한 싸움에서 전반적인 영향을 분석하고 이에 대한 대책을 마련한다는 내용을 포함하였다.

2) 범 유럽 게임정보(PEGI)

PEGI는 유럽의 컴퓨터 비디오 게임 등급 심의 단체로서 유럽 인터랙티브 소프트웨어 협회에 의해 2003년 4월 창설되었다. 현재 PEGI의 등급 체계는 약 30개 국가에서 사용 중에 있으며 독일은 자국법 체계로 편입하여 게임물 등급 심의를 하고 있다. 그러나 앞서 언급한 바와 같이 PEGI는 민간기구이기 때문에 법적인 권한을 가지고 있지 못하다. 즉 PEGI가 게임을 심의하여 낸 결론은 유럽 각국이 참조만 할 뿐이며, 법적인 구속력은 없다는 것이다.

308) 차일드넷 인터내셔널 사이트, 인용 :<https://www.childnet.com/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

구체적으로 PEGI가 분류한 게임심의 등급은 3세 이상, 7세 이상, 12세 이상 대상, 16세 이상 대상 그리고 18세 이상 대상으로 분류하고 있으며, 3세 이상에서는 욕설 및 선정성이 허용되지 않고 매우 미미한 판타지적 폭력만이 허용된다. 7세 이상에서는 약간의 경미한 폭력 및 공포장면이 허용되고, 약간의 놀라움을 줄 수 있는 괴물, 유령 등이 포함될 수 있다.

계속해서 12세 이상에서는 사람에 대한 경미한 폭력과 사행성, 선정성, 욕설 등이 포함될 수 있고 경미한 흡연 및 음주장면도 가능하다. 16세 이상에서는 현실적인 폭력, 일부장면을 모자이크 처리한 성관계 장면이나 현실과 매우 유사성이 있는 사행성 장면이 포함될 수 있고, 가장 흔하게 사용되는 욕설(예를 들어 FUCK 등)이나, 빈번한 흡연 및 음주장면을 포함하여 마약흡입 장면(간헐적으로, 명백하게 부정적으로 표현되어야 함)도 허용된다.

마지막으로 18세 이상에서는 아동이용불가 단계로 신체훼손이 들어가 극단적인 폭력 및 노골적인 성관계 장면이 포함될 수 있고 실제와 매우 유사한 도박장면도 포함될 수 있다. 예를 들어 잔혹한 범죄 장면, 매춘 및 마약, 살인 장면, 차별과 비하를 선동하는 내용이 포함된 장면이 있을 경우 18세 이상 등급으로 분류된다.

3) 유럽인터넷 서비스 공급자 협회(EuroISPA)

EuroISPA는 세계 최대의 인터넷 서비스 제공업체 협회로 11개 업체회원으로 구성되어 있으며, 유럽 전역의 2,300개 이상 기업의 이익을 대변하고 있다. 특히 ISPA UK는 EuroISPA를 설립하는데 중요한 역할을 하였다. EuroISPA는 회원을 대신하여 정보, 사회 정책 문제의 전체 스펙트럼에 대해 EU 수준에서 참여하고 다양한 국제 인터넷 거버넌스 포럼에서 활발히 활동하여 인터넷의 미래에 대한 논의의 최전선에 유럽의 목소리가 들릴 수 있도록 하고 있다.

또한, EuroISPA 이사회는 정책, EU 인터넷 산업에 주요한 문제 및 조직 관리에 대해 공식적으로 논의하기 위해 매년 최소 4번의 회의를 개최하고, 그들을 대표할 위원장을 선출하며 협회의 의견을 안건으로 제공하고 있다.³⁰⁹⁾ 현재 EuroISPA는 유럽 ISP

309) 유럽인터넷 서비스 공급자 협회 사이트, 인용 : 2022.9.30. <https://www.ispa.org.uk/policy/euroispa/>

산업의 목소리로 인정받고 있으며, 이러한 평가가 가능한 이유 중 가장 큰 요인은 회원 기반 전체에서 모든 규모의 ISP 의견을 반영하고 있기 때문이다.

4) 차일드 넷 인터내셔널(Childnet International)

차일드 넷 인터내셔널은 어린이, 청소년 그리고 온라인 생활에서 그들을 지원하는 사람들에게 권한을 부여하는 영국기반 자선단체로 사명은 다른 사람들과 협력하여 인터넷을 어린이와 청소년을 위한 훌륭하고 안전한 장소로 만드는 것이다.

한편, 차일드 넷 인터내셔널의 공개 웹사이트가 공개된 지 불과 2년 후부터 차일드 넷은 온라인 안전에 대한 권한 부여, 청소년 주도, 증거기반 및 협력적 접근방식으로 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 인터넷을 안전하고 긍정적으로 만들며, 어린이와 청소년이 탐색하는데 필요한 기술을 제공하고 있다.

2. 프랑스

프랑스의 인터넷 자율규제 기구는 대표적으로 신세대 인터넷 재단 협회(Association pour la Fondation d'un Internet Nouvelle Génération, Fing)³¹⁰와 프랑스 인터넷 서비스 제공업체 협회(Association Française des Prestataires de l'Internet, AFPI)³¹¹가 있다. Fing와 AFPI 모두 민간기구로 인터넷 윤리성과 사회성 연구와 인터넷 사업자 윤리 등 규범정립 및 불법콘텐츠 신고처리를 주요 활동으로 하고 있다. 각 기구에 관해 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 신세대 인터넷 재단 협회(Fing)

신세대 인터넷 재단 협회는 2000년, 5년으로 제한된 수명을 가진 집합적 R&D 프로젝트로 '신세대 인터넷 서비스' 애플리케이션 및 사용을 중심으로 설립되었다. 그 후 몇 년 동안 디지털 기술의 사회적, 변혁적 도전에 대한 대중의 인식을 높이는데 필수적인

310) 신세대 인터넷 재단 협회 사이트, 인용 : 2022.9.30. <https://fing.org/>

311) 프랑스 인터넷 서비스 제공업체 협회, 인용 : 2022.9.30. <https://egalitecontreracisme.fr/partenaires/afpi-association-francaise-des-prestataires-de-linternet>

역할을 감당하고 있다. 그러나 코로나 19 바이러스 팬데믹 기간에 그 활동이 뜸해져 2022년 4월 21일 신세대 인터넷 재단 협회 이사회는 파리지방법원(Tribunal Judiciaire de Paris)과의 활동을 중단하기로 결정하였다.

2) 프랑스 인터넷 서비스 제공업체 협회(AFPI)

1997년 당시 주요 인터넷 액세스 제공업체의 주도로 설립된 AFPI는 총 4가지(액세스, 호스팅, 연구 및 커뮤니티 네트워크) 특정 비즈니스를 중심으로 인터넷 기술 서비스 제공업체를 한데 모아 설립되었다. 1998년부터는 불법 인터넷 콘텐츠 신고를 위해 Point de Contact 온라인 서비스를 운영하고 있고, 국제 인터넷 핫라인 INHOPE 협회 창립회원으로 활동하고 있으며, 목표는 국내 및 국제수준에서 실제 윤리강령 개발이다. 한편, AFPI의 주요임무는 공공기관과 함께 기술 인터넷 중개자를 대표하고, 해당 직업에 특정한 윤리규칙을 개발하며, 국내 및 국제적으로 법집행기관 및 업계와 협력하여 Point de Contact를 통해 불법콘텐츠와의 싸움에 기여하는 것이다.

IV. 미국

1. 인터넷 서비스 사업자의 대응

1) 허위정보 생산자의 경제적 이득을 제한하는 방식

2016년 구글은 허위정보 콘텐츠를 생산한 사이트들을 구글 애드센스(AdSense) 서비스 대상에서 제외하겠다는 방침을 내놓았다.³¹²⁾ 구글 애드센스는 온라인에서 돈을 내고 광고를 하고자 하는 사람(광고주)와 광고를 게재하고 돈을 받고자 하는 사람(광고 발행인)을 연결시켜 주는 세계 최대 서비스이다. 구글은 애드센스에 게재되는 광고의 콘텐츠 등을 규제하는 ‘금지된 콘텐츠(Prohibited content)’에 대한 규정에 ‘속여서

312) Nick Wingfield, Mike Isaac and Katie Benner, (2016. 11. 14), “Google and Facebook Take Aim at Fake News Sites”, The New York Times, <https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-that-host-fake-news-from-using-its-ad-service.html> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

전하는 콘텐츠(Misrepresentative content)’라는 신규 항목을 추가하여 포르노, 향락성 약물, 주류 등을 판매하는 사이트 뿐만 아니라 허위정보를 제공하는 사이트에 애드센스 광고 서비스를 제공하지 않게 했다.

페이스북³¹³⁾도 허위정보 생산자에 대한 광고를 제한하는 정책을 만들어 광고 파트너에 대한 규약인 오디언스 네트워크 정책(Audience Network Policy)을 개정했다.³¹⁴⁾ 페이스북은 오디언스 네트워크 정책 개정을 통해 “오도하거나 불법적인 콘텐츠”를 보여주는 사이트의 경우 광고를 게재할 수 없게 제한한다.

2) 알고리즘을 사용하는 방식

페이스북은 2017년 1월 31일 새 뉴스피드 정책을 발표하면서 가짜뉴스를 뉴스피드의 우선 순위에서 후 순위로 보내는 새로운 알고리즘을 도입했다. 페이스북은 허위조작정보에 대응해서 대량의 정보를 처리하는 알고리즘에 ‘출처가 분명한 콘텐츠(Authentic Content)’라는 요소를 선별하도록 추가한 것이다.³¹⁵⁾

구글 역시 자사의 검색 품질 모니터 요원의 가이드라인에 이용자가 “당황하거나(upsetting) 공격적(offensive)”이라고 느낄 콘텐츠가 있는지 여부가 새롭게 추가하는 방식으로 알고리즘을 개선하였다.³¹⁶⁾

3) 팩트체크 전문가와 협업하는 방식

구글의 미디어 혁신 프로젝트 조직인 구글 뉴스랩은 2017년 4월 프랑스 대선 국면

313) 페이스북은 2021년 메타(Meta)로 명칭을 바꾸었으나 이전 자료와의 혼동을 방지하고자 본 보고서는 페이스북으로 통일하여 작성한다.

314) Meta Audience Network Policy, <https://developers.facebook.com/docs/audience-network/optimization/best-practices/an-policy> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

315) Akos Lada, Research Scientist, James Li, Research Scientist, and Shilin Ding, Engineering Manager, (2017, 1, 31), News Feed FYI: New signals to show you more authentic and timely Stories., <https://www.baypayforum.com/news-from-the-industry/members-press-releases/entry/news-feed-fyi-new-signals-to-show-you-more-authentic-and-timely-stories> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

316) Danny Sullivan, (2017, 3, 14), “Google launches new effort to flag upsetting or offensive content in search”, Search Engine Land, <https://searchengineland.com/google-flag-upsetting-offensive-content-271119> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

에서 전통 언론사와 협업해 가짜뉴스를 선별하는 ‘크로스체크’라는 사이트를 열었다. 크로스체크는 퍼스트드래프트라는 비영리 조직이 이끄는 프로젝트로, 퍼스트드래프트는 구글 뉴스랩을 비롯한 스토리풀(Storyful), 미단(Meedan) 등 미디어 디지털 기업 9곳이 주축이 되어 만든 미디어 혁신 조직이다. 크로스체크에는 AFP를 비롯한 34개의 전통 뉴스룸 조직과 페이스북을 비롯한 인터넷 기업들이 참여하고 있다. 크로스체크의 검증 대상 가짜뉴스는 사람들의 제보 또는 자체적인 모니터를 통해 선정된다. 수상한 뉴스에 대한 검증을 원하는 이는 크로스체크 홈페이지 또는 파트너사의 신청 메뉴를 통해 검증을 요청할 수 있다. 또한 크로스체크 팀은 자체적으로 구글 트렌드와 소셜미디어 모니터를 통해 검증이 필요한 대선 관련 관심뉴스를 추려 낸다. 검증은 파트너사에 속한 전문 저널리스트들이 각자 개별적으로 검증을 수행한 뒤 사실인지 거짓인지에 대해 토론을 벌여 상호확인(크로스체크)하는 식으로 이뤄진다. 독자적으로 검증을 수행한 팩트 체커 최소 두 곳에서 동일한 결론을 내려야 결정이 공개된다. 또한 어떻게 그런 결론에 도달했는지를 사이트를 통해 상세히 설명하고 근거를 함께 제공한다.³¹⁷⁾

페이스북은 미국을 시작으로 포인터 국제 팩트 체킹(Poynter International Fact Checking) 그룹과 협업해 자체적으로 페이스북 안의 가짜뉴스를 탐지하고 표시하는 기능도 도입했다.³¹⁸⁾ 페이스북은 우선 이용자가 사기물이라고 생각하는 콘텐츠를 쉽게 신고할 수 있도록 했다. 다수의 신고를 받은 게시물은 사실 확인을 위해 전문 팩트 체커 그룹의 연합체인 포인터 그룹에 넘겨진다. 포인터 그룹에는 현재 스노프(Snope), 팩트체크닷오알지(Factcheck.org),³¹⁹⁾ 폴리팩트(PolitiFact)³²⁰⁾ 등 전문 팩트 체크

317) CrossCheck (2017), FAQ, <https://crosscheck.firstdraftnews.com/france-en/faq/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

318) Adam Mosseri, VP, News Feed, (2016, 12, 15), “Addressing Hoaxes and Fake News”, <https://about.fb.com/news/2016/12/news-feed-fyi-addressing-hoaxes-and-fake-news/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

319) FactCheck.org는 펜실베이니아대학교의 Annenberg Public Policy Center의 프로젝트로서 시작되었다. FactCheck.org는 미국정치의 허위로 인한 기만과 혼란의 정도를 줄이기 위하여 유권자들의 결합한 초당적이고 비영리적인 소비자 단체라고 볼 수 있다. 이 기관은 TV광고나 토론, 연설, 인터뷰, 보도자료 등의 형태로 이루어지는 미국 주요 정치인들의 주요 발언들을 감시한다. 이들이 감시하는 정보의 주제는 대통령이나 행정부 고위관료, 의회, 주요 정당 지도부의 발언들의 진위여부이다. 각 선거마다 주제의 선정은 조금씩 다르며, 보통 공화당이나 민주당의 주장을 검토하는데 그 역할을 하고 있다(이준형, “허위조작정보의 규제와 표현의 자유”, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2021, 106-107쪽.).: FactCheck.org 홈페이지: <https://www.factcheck.org/>

320) 폴리팩트는 2007년 탬파베이 타임즈의 선거 프로젝트로 시작한 기관이다. 에디터와 기자들에 의해 팀이 운영되며, 외부기관으로부터 독립적으로 운영된다. 폴리팩트는 Poynter Institute for Media

사이트와 에이비시뉴스(ABC News), 에이피(AP), 워싱턴포스트를 비롯한 전통 언론사 등 세계 각지의 41개 단체가 참여하고 있다.³²¹⁾ 팩트 체크 기관이 사용자들이 요청한 게시물에 대해 거짓 판정을 내리면 해당 게시물에는 ‘서드파티 팩트-체커에 의해 논란 게시물로 표시(Disputed by 3rd Party Fact-Checkers)’라는 표시와 함께 이유에 대한 링크가 붙게 된다. 해당 게시물은 여전히 공유할 수 있지만, 그때마다 경고 표시가 뜬다. 일단 표시가 붙은 게시물은 페이스북의 광고나 프로모션 기능을 사용할 수 없다.

구글도 검색 결과에 팩트 체크를 포함시켰다. 논쟁적인 사안에 대한 검색 결과에는 폴리티팩트(Politifact)나 스노프(Snopes) 같은 전문 팩트 체크 서비스가 제공하는 정보가 별도의 상자로 처리돼 검색 결과 상단에 노출된다.³²²⁾

4) 기타

트위터는 명시적으로 가짜뉴스에 대한 대책이라 밝히고 도입한 대책은 없으나, 이에 대응하는 기능을 도입한 바 있다. 계정을 삭제한다는지, 특정 단어가 포함된 알림을 사용자가 끌 수 있는 기능, 안전 검색(safe search) 기능과 같은 것이 있다. 특히 안전 검색은 ‘낮은 품질(low quality)’의 트윗들이 검색 결과에서 나오지 않게 하는 기능이다.³²³⁾

구글의 자회사인 유튜브는 관련 대응으로 영국에서 10대 사용자에게 어떻게 가짜뉴스를 구분하는지 교육하는 워크숍을 개최하기도 하였다.³²⁴⁾³²⁵⁾

Studies가 소유하고 있으며, 폴리티팩트 소속의 기자들은 독립과 공정의 원칙을 지키기 위해 각자의 의견을 따로 두고 있으며, 어떠한 정치행위에도 참여하지 않는다. 또한 SNS를 통한 정치의사를 표현도 자제한다(이준형, “허위조작정보의 규제와 표현의 자유”, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2021, 106-107쪽.); politifact 홈페이지: www.politifact.com (최종방문일, 2022년 9월 30일)

321) Alisa Karovi. (2016, 12, 19). “Facebook has a plan to fight fake news. Here’s where we come in”, <https://zastone.ba/en/facebook-plan-fight-fake-news-heres-come/>

322) N. Summers, (2017, 4, 7). “Google will flag fake news stories in search results”, Engadget. <https://www.engadget.com/2017-04-07-google-fake-news-fact-check-search-results.html> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

323) Davey Alba, (2017. 2. 8). “Silicon Valley finally gets real about troll control”, Wired. <https://www.wired.com/2017/02/twitters-long-overdue-anti-abuse-tools-join-welcome-trend/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

324) BBC, (2017. 4. 21), “YouTube to offer fake news workshops to teenagers”, BBC, <https://www.bbc.com/news/newsbeat-39653429> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

325) 인터넷 서비스 사업자의 대응에 관한 자세한 내용은 “황용석·권오성, 가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구 -인터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로-”, 언론과 법 제16권 제1호 2017, 81-91쪽 참조.

2. 포털 및 언론사의 댓글 정책

댓글을 관리하기 위하여 포털과 각 언론사는 제도적 방법과 기술적 방법을 사용하고 있다. 제도적 방법으로는 댓글쓰기를 금지한다거나 로그인한 실명 확인 사용자에게만 작성이 가능하도록 제한하는 방식 등이 있다. 기술적 방법으로는 AI기술을 활용하여 악성댓글을 관리하는 방식이다. 미국은 포털보다는 개별 언론사 사이트를 통해 뉴스가 유통되며 주로 쓰이는 포털인 구글은 뉴스 검색이 가능하지만, 자체 사이트를 통해 별도로 제공하지 않고 있다.³²⁶⁾

1) CNN

온라인 트롤과 소셜미디어의 출현으로 2014년 이후 댓글을 단계적으로 폐지하였다. 대부분 댓글이 비활성화 되었지만, 편집자가 고품질의 토론 잠재력을 가졌다고 판단하거나, 작가와 편집자가 적극적으로 대화에 참여하고 증재할 수 있는 스토리는 선택적으로 댓글이 활성화 된다.³²⁷⁾

2) LA타임스(Los Angeles Times)

LA타임스는 댓글을 달기 위해 회원가입하고 로그인을 해야 한다. 그리고 모든 기사에 대한 댓글이 있지는 않고 토론을 원하는 기사를 매일 몇가지 선택하며 일정시간만 댓글을 달 수 있도록 하고 있다.

댓글 가이드라인을 두고 있는데, 이에 따르면 댓글은 첫째, 토론주제와 관련성을 유지해야 한다. 이에 관련없는 상업적 메시지는 허용되지 않는다. 둘째, 타인을 존중해야 한다. 모욕적이거나 공격적인 언어, 위협, 혐오발언, 명예훼손, 인신공격 등을 금지한다. 셋째, 타인의 것을 도용하지 않아야 한다. 다른 사람의 계정을 사용한다거나 타인 소유의 저작물을 게시하지 않아야 한다. 넷째, 자신이나 타인의 전화번호, 주소 등 개인 정보를 게시하지 말아야 한다. 다섯째, 이러한 지침을 위반하는 댓글에 대하여 신고하

326) <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2019101614270620926> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

327) <https://edition.cnn.com/2014/11/21/tech/web/online-comment-sections/index.html> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

여 중재하도록 도와야 한다.

이를 위반한 부적절한 댓글은 삭제될 수 있으며, 지침을 위반한 사용자는 댓글을 달 수 없고 이전 댓글도 삭제된다.³²⁸⁾

3) 뉴욕타임즈

뉴욕타임즈는 전체기사의 10% 가량의 기사에 한해 일정기간 동안만 댓글을 허용한다. 댓글 섹션을 통해 독자가 선택한 기사에 대한 의견을 읽고, 댓글을 달고 추천하고, 플래그를 지정할 수 있고 뉴욕타임즈 커뮤니티 팀에서 이를 검토한다. 일반적으로 기사에 대한 댓글은 24시간 동안 열려 있으며 24시간이 지나면 댓글이 닫히게 된다.³²⁹⁾

최근 구글의 퍼스펙티브 API를 통해 욕설이나 온라인 괴롭힘 등을 채점하고 이 정보를 사용하여 댓글작성자에게 실시간 피드백을 제공하며 인간인 중재자가 더 빨리 댓글을 정렬할 수 있도록 지원하고 있다. 이를 통해 타임즈는 댓글을 제공하는 기사의 수를 세 배로 늘릴 수 있었다.³³⁰⁾

4) 워싱턴포스트

워싱턴포스트에 댓글을 달기 위해서는 계정을 만들어야 하며 댓글을 달 때 이름이 표시된다. 이름은 댓글의 신뢰성을 위해 실명제를 권고하지만 반드시 실명을 사용할 필요는 없다. 첫 번째로 댓글을 달 때에는 사이트에 게시 전에 중재자가 검토하게 된다. 첫 번째 댓글이 승인되면 다음 댓글부터는 즉시 게시된다.

댓글에 대한 다섯 가지 금지사항을 규정하고 있는데, 우선, ‘보수주의’, ‘자유주의’와 같은 당파적 고정관념이나 성별, 인종, 계급, 민족, 정치적 신념, 출신 국가, 종교, 성적 취향, 장애 등에 근거하여 타인을 비하하는 것을 금지한다. 둘째, 욕설과 같은 저속한 언어를 쓴다거나 타인을 헐박하거나 비하하거나 괴롭히는 것을 금지한다. 셋째, ‘트롤’

328) <https://www.latimes.com/about/story/2019-07-16/commenting-guidelines> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

329) <https://help.nytimes.com/hc/en-us/articles/115014792387-The-Comments-Section> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

330) <https://perspectiveapi.com/case-studies/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

이나 타인의 댓글에 대해 잘못되었다고 공격하려는 시도를 금지한다. 넷째, 추측, 허위 정보, 부정확한 정보를 의도적으로 유포하는 것을 금지한다. 자신의 소속이나 신원을 허위로 올리는 것도 금지다. 다섯째, 주제에 벗어난 댓글을 금지한다. 여섯째, 불법 또는 폭력행위를 포함하거나 옹호하는 댓글과 타인의 지식재산권을 침해하거나 위반하는 게시물을 금지한다. 일곱째, 댓글로 홍보하거나 광고하는 것, 중복적으로 댓글을 다는 것은 금지된다.

이와 같은 규칙에 위배될 때 댓글이 편집되거나 삭제될 수 있다. 중재자는 위반자에 대하여 일시중지하거나 금지할 수 있는데, 일시중지는 1시간, 3시간, 1주일 등이 있고 금지는 영구적으로 사이트에 댓글을 달지 못하도록 차단되는 것이다. 물론 이 경우에도 기사를 읽는 것은 가능하다. 또한 기사가 게시되기 전이나 토론 중에 규칙에 위배되는 경우 기사에 대한 댓글이 폐지된다.³³¹⁾

워싱턴포스트는 '모드봇(ModBot)'이라는 인공지능을 이용해 댓글을 관리한다. 모드봇은 사람이 중재했던 댓글 평가를 훈련하여 댓글을 평가한다. 모드봇은 자동으로 댓글을 필터링하고 워싱턴포스트의 정책에 따라 댓글을 승인하거나 삭제한다.³³²⁾

5) 허프포스트(HUFFPOST)

허프포스트는 댓글에 대한 4가지 행동원칙을 두고 있다. 이에 따르면 (I) 직간접적인 공격, 모욕 또는 트롤 등 같은 것으로 감정적인 반응으로 몰아넣으려는 의도적인 시도 되는 댓글은 삭제되며, 필요시 영구적으로 제외될 수 있다. (II) 의견이 즉시 게시되지 않고 사이트에 표시되기 전에 중재팀에서 사전 검토하여 승인을 받게 된다. (III) 타인인 척 하거나 허위진술, 잘못된 정보를 퍼트리면 해당 진술이 제거된다. (IV) 직간접적으로 개인 또는 집단의 신체적 또는 정신적 안녕을 위협하는 경우 즉시 삭제되며, 위협이 가해질 경우 법집행기관에 보고된다. 댓글섹션에는 구성원 보호를 위해 이름, 주소, 전화번호, 메일주소 등 개인식별정보가 게시되지 않게 한다.³³³⁾

331) <https://www.washingtonpost.com/discussions/2020/04/13/community-rules/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

332) 워싱턴 포스트는 댓글 조정에 인공 지능을 활용 - 워싱턴 포스트 ([washingtonpost.com](https://www.washingtonpost.com))

333) <https://www.huffpost.com/static/comment-policy> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

6) 글로벌 뉴스(Global NEWS)

글로벌 뉴스는 댓글을 다는 자에게 Facebook을 통해 로그인을 하도록 하고 있으며 Globalnews.ca Facebook 댓글 플러그인을 통해 댓글을 관리한다. 또한 명예훼손, 불법, 악의적, 위협적, 지나치게 성적으로 노골적이거나, 모독적이거나, 폭력을 옹호하는 발언으로 다른 사람들을 괴롭히거나 공격하는 경우에는 예고 없이 댓글이 삭제된다. 심각한 경우 영구적으로 금지하며 스팸, 캠페인, 광고도 엄격히 금지한다.³³⁴⁾

7) 구글

2017년 2월 구글은 자회사 직소(Jigsaw)와 공동으로 개발한 인공지능 악성댓글 인식기술 '퍼스펙티브 API(Perspective API)'를 개발하여 오픈소스로 공개하였다.³³⁵⁾ 이는 온라인에서 더 나은 대화를 주최하는 데 도움이 되는 무료 API이며, 머신러닝(ML)을 사용하여 텍스트 문자열을 분석하고 신원공격, 모욕, 위협, 모독, 성적 노골성 등의 특성에 따라 점수를 매기고 개발자와 게시자는 이 점수를 사용하여 댓글 작성자에게 피드백을 제공한다. 이는 중재자가 댓글을 보다 쉽게 검토하도록 돕고 해당 텍스트가 대화에 미칠 수 있는 영향을 예측할 수 있게 한다. 이는 아랍어, 중국어, 체코어, 네덜란드어, 영어, 프랑스어, 독일어, 힌디어, 힌글리시, 인도네시아어, 이탈리아어, 일본어, 한국어, 폴란드어, 포르투갈어, 러시아어 및 스페인어로 사용할 수 있다.³³⁶⁾

8) 유튜브

유튜브(YouTube)는 커뮤니티의 안전을 위해 커뮤니티 가이드를 마련했다. 이는 유튜브에서 허용되는 콘텐츠와 허용되지 않는 콘텐츠를 명시하며, 동영상, 댓글, 링크, 미리보기 이미지 등 플랫폼에 존재하는 모든 유형의 콘텐츠에 적용된다. 명의도용, 허위 참여 등의 스팸 및 현혹 행위, 과도한 노출 및 성적인 콘텐츠와 같은 민감한 콘텐츠, 사이버폭력 같은 폭력적이거나 위협한 콘텐츠, 총기류와 같은 규제상품, 허위정보로 분류

334) <https://globalnews.ca/pages/global-news-commenting-policy/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

335) 정보통신기술평가원, "AI를 활용한 악성댓글 차단 동향과 시사점", 과학기술&ICT정책·기술동향, 과학기술정보통신부·한국과학기술평가원, 2020, 6쪽.

336) 관점 API - 작동 방식 (perspectiveapi.com)

하여 가이드라인을 규정하고 있다.³³⁷⁾

유튜브에서는 머신러닝 시스템을 활용해 스팸을 자동으로 식별하고 삭제할 뿐만 아니라 이미 검토를 거쳐 정책을 위반한 것으로 확인된 콘텐츠가 다시 업로드된 경우에도 해당 콘텐츠를 삭제한다. 유튜브는 사용자가 신고한 콘텐츠에 대해서도 숙련된 검토자의 검토를 거쳐 조치를 취한다.³³⁸⁾

〈표 10〉 미국 언론사 등의 악성댓글 관리방법

포털 및 언론사	실명인증	댓글페이지 (일부 기사하용)	중재자 통한 댓글관리	댓글삭제	기술도입
CNN		√			
LA타임스	√	√		√	
뉴욕타임즈		√	√		√
워싱턴포스트	√		√	√	√
허프포스트			√	√	
글로벌 뉴스	√			√	√
구글	√		√		√
유튜브	√		√	√	√

3. 산타클라라 원칙2.0

미국은 일반적으로 허위정보와 악성댓글에 있어 통신품위법 제230조에 기초하여 인터넷서비스 사업자의 자율규제를 진행하지고 있지만 이러한 방식에 대하여 사적 검열 논란, 특히 콘텐츠를 조정할 권리는 있지만 사업자에 의무는 지지 않는 태도,³³⁹⁾ 알고리즘의 무결성 보장의 어려움³⁴⁰⁾ 등 현재 자율규제의 한계를 인식하고 콘텐츠 조정에

337) https://www.youtube.com/intl/ALL_kr/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/#community-guidelines (최종방문일, 2022년 9월 30일)

338) https://www.youtube.com/intl/ALL_kr/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/#taking-action-on-violations (최종방문일, 2022년 9월 30일)

339) 예를 들어, 클라우드 컴퓨팅 서비스인 Amazon Web Services는 ‘사용 제한 정책’(2016년 최종 업데이트)에서 “당사는 본 정책의 위반 또는 서비스 또는 AWS 사이트의 오용을 조사할 권리를 보유하지만 의무를 지지 않습니다. 우리는 ... 본 정책 또는 서비스 또는 AWS 사이트 사용에 대한 귀하와 체결한 기타 계약을 위반하는 콘텐츠나 리소스를 제거, 액세스 비활성화 또는 수정합니다.”라는 내용을 명시하고 있다.

340) 알고리즘은 모유수유 사진을 포르노 사진으로 분류할 수 있으며, 편향성을 가지고 검열할 수 있다는

대한 논쟁을 확대하고 좀더 나은 방향으로 콘텐츠 규제를 하기 위하여 노력하고 있다.³⁴¹⁾ 이러한 노력의 일환으로 인터넷 프로토콜에 대한 논의도 진행되었으며 이에는 산타클라라 원칙이 있다.

2018년부터 애플, 페이스북(메타), 구글, 레딧, 트위터, 깃허브 등 열두 개의 주요 기업들이 산타클라라 원칙을 지지했으며 2020년과 2021년에는 산타클라라 원칙2.0을 개발했다. 산타클라라 원칙2.0은 기본원칙과 운영원칙으로 이루어져 있다.³⁴²⁾

1) 기본원칙

1. 인권 및 적법절차

원칙: 기업은 콘텐츠 조정절차의 전단계에서 인권과 적법절차상 고려사항이 통합되도록 해야하며 이러한 통합이 어떻게 이루어졌는지에 대한 정보를 게시해야 한다. 기업은 자동화된 프로세스의 품질과 정확성에 대한 충분히 높은 확신이 있는 경우, 사람의 검토에 의해 보완되는지 여부에 관계없이, 자동화 프로세스로 콘텐츠 식별 및 제거, 또는 계정 일시중지를 해야한다. 기업은 사용자에게 콘텐츠 및 계정 작업이 발생한 경우 지원을 받을 수 있는 명확하고 접근가능한 방법을 제공해야 한다.

구현: 사용자는 다음의 정보를 포함하여 콘텐츠 조정 프로세스의 전 단계에서 인권 및 적법한 프로세스 고려사항이 통합되었음을 보장해야 한다.

- 기업이 내규 및 정책 개발시 인권(특히 표현의 자유와 차별 금지에 대한 권리)을 고려한 방법
- 기업이 규칙 및 정책 시행시 적법절차의 중요성을 고려한 방법, 특히 프로세스가 무결성을 가지며 공정하게 관리되는 방법
- 기업이 콘텐츠 조정에서 자동화 프로세스를 사용하는 정도와 기업이 해당 사용에서 인권을 고려한 방법

2. 이해하기 쉬운 규칙과 정책

원칙: 기업은 사용자의 콘텐츠 또는 계정과 관련하여 언제 조치를 취할지와 관련된 명확하고 정확한 규칙과 정책을 쉽게 접근할 수 있는 중앙에 게시해야 한다.

구현: 사용자는 다음을 쉽게 이해할 수 있어야 한다.

- 허용 및 금지 콘텐츠의 상세지침 및 예시와, 기업이 금지하며 제거될 수 있는 콘텐츠의 유형
- 알고리즘 다룬 랭킹과 같이, 각 유형의 콘텐츠 및 조치에 대한 상세지침 및 예와, 회사가 삭제 이외의 조치를 취하는 콘텐츠의 유형
- 기업이 사용자의 계정을 영구적으로 또는 일시적으로 중지하는 상황

우려도 있다.

341) Tarleton Gillespie, Patricia Aufderheide, Elinor Carmi, Ysabel Gerrard, Robert Gorwa, Ariadna Matamoros-Fernández, Sarah T. Roberts, Aram Sinnreich, Sarah Myers West, “Expanding the debate about content moderation: scholarly research agendas for the coming policy debates”, Internet policy review, Volume9, Issue4, 21 Oct 2020, (DOI: 10.14763/2020.4.1512).

342) <https://santaclaraprinciples.org/> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

3. 문화적 역량

원칙: 문화적 역량은 무엇보다도 중재 및 항소 결정을 내리는 사람들이 중재 중인 게시물의 언어, 문화, 정치적, 사회적 맥락을 이해해야 한다는 것이다. 기업은 규칙과 정책, 및 시행이 플랫폼과 서비스를 이용할 수 있고 사용되고 있는 문화와 상황의 다양성을 고려하도록 보장해야 하며, 이러한 고려사항이 운영원칙과 관련하여 어떻게 통합되었는지에 대한 정보를 게시해야 한다. 기업은 보고, 통지 및 이의 제기 프로세스를 사용자가 서비스와 상호 작용하는 언어로 제공해야 하고 사용자가 언어, 국적, 지역으로 인하여 콘텐츠 조정 프로세스 중에 불이익을 받지 않도록 해야 한다.

구현: 사용자는 자신이 사용하는 언어 또는 방언으로 된 규칙과 정책 및 통보, 항소, 보고 메커니즘에 액세스할 수 있어야 한다. 또한 사용자는 다음에 대해 확신이 있어야 한다.

- 중재 결정은 관련 언어 또는 방언에 익숙한 사람들이 내린다.
- 중재 결정은 관련된 모든 지역적 또는 문화적 맥락에 대한 충분한 인식하에 이루어진다.
- 기업은 서비스를 제공하는 사용자를 위해, 콘텐츠 중재자의 언어적 지리적 분포를 보여주는 수치와 같이, 언어적, 지역적, 문화적 역량을 보여주는 데이터를 보고한다.

4. 콘텐츠 조정에 있어 국가 관여

원칙: 기업은 콘텐츠 조정 프로세스에 국가 개입으로 인한 사용자 권리에 대한 특정 위험을 인식해야 한다. 이는 현행 법률을 준수하거나 타국의 이익을 위해 기업의 규칙 및 정책의 개발 및 시행에 국가가 관여하는 것을 포함한다. 특별한 우려는 콘텐츠 삭제 또는 계정정지에 대한 국가 행위자(정부기관, 규제당국, 법집행 기관 및 법원)의 요구 및 요청으로 인해 제기된다.

구현: 사용자는 국가 행위자가 콘텐츠 또는 계정에 대한 모든 확인조치를 요청하거나 참여할 경우 알아야 한다. 사용자는 기업이 관련 법률에 따라 확인조치가 필요하다고 여기는지 여부도 알아야 한다. 일부 기업은 투명성 보고의 일환으로 법률에 따른 콘텐츠 제한에 대한 국가의 요구를 보고하지만, 다른 국가의 개입은 공개적으로나 조치를 취한 사용자에게나 보고되지 않는다. 그러나 기업은 기업의 규정 및 정책의 시행에 국가의 개입이 있는 경우 사용자에게 명확하게 보고해야 한다.

특히, 사용자는 다음에 액세스할 수 있어야 한다:

- 전세계에 적용되는지 또는 특정 관할에 적용되는지 관계없이 현행법률의 요구를 반영하는 규칙 또는 정책의 세부정보
- 콘텐츠 또는 계정 신고나 기업이 취한 기타 조치에 관하여 기업이 국가 행위자와 맺은 공식 또는 비공식 업무 관계 및/또는 계약에 대한 세부정보
- 기업의 규칙이나 정책 또는 현행법률을 기반으로 하는지 여부와 관계없이, 국가 행위자가 신고한 콘텐츠 또는 계정이 평가되는 프로세스의 세부정보
- 게시물 및 계정에 대한 조치에 대한 국가 요청의 세부정보

5. 무결성과 설명 가능성

원칙: 기업은 자동화된 구성 요소와 자동화되지 않은 구성 요소를 포함한 콘텐츠 조정 시스템이 안정적이고 효과적으로 작동하도록 해야 한다. 여기에는 탐지 방법상 정확성과 차별 금지를 추구하고, 정기적인 평가를 제출하며, 통지 및 항소 메커니즘을 공정하게 제공하는 것이 포함된다. 기업은 높은 신뢰 수준을 보장하기 위해 의사 결정의 품질을 적극적으로 모니터링해야 하며, 시스템의 정확성에 대한 데이터를 공개적으로 공유하고 프로세스 및 알고리즘 시스템을 정기적인 외부 감사에 공개하도록 권장된다. 기업은 확인조치 요청이 진짜이며 보트(bot)나 조정된 공격의 결과가 아닌지 확인하기 위해 노력해야 한다.

자동화 시스템에는 수많은 구체적인 우려가 있으며, 기업은 자동화 시스템에 대한 신뢰가 있을 때에만 투명하고 책임있는 방식으로 자동화 시스템을 사용해야 한다.

구현: 사용자는 자신의 콘텐츠에 대한 결정이 매우 신중하고 인권을 존중하여 이루어진다는 확신을 가져야 한다. 사용자는 콘텐츠 중재 결정이 자동화된 도구에 의해 이루어지거나 또는 자동화된 도구에 의해 지원되었을 때 알아야 하며, 콘텐츠 관련 자동화 프로세스에 사용되는 의사결정 논리에 대하여 높은 수준의 이해가 있어야 한다. 또한 기업은 알고리즘 시스템을 사용하여 콘텐츠를 선별하는 방식을 관리할 수 있도록 사용자가 액세스할 수 있는 제어기능과 이러한 제어기능이 사용자의 온라인 경험에 미치는 영향을 명확하게 설명해야 한다.

2) 운영원칙

1. 통계

원칙은 자신의 발언에 대한 결정을 이해하고자 하는 사용자와 사회 전반에 걸쳐 콘텐츠 관리에 있어 투명성의 중요성을 반영한다. 기업은 사용자 콘텐츠 및 계정이 기업 규칙 및 정책의 위반에 대해 취할 수 있는 모든 조치를 반영한 정보를 보고하여 사용자와 연구자가 시스템을 이해하고 신뢰할 수 있도록 해야 한다. 기업은 국가 또는 지역별로, 가능하다면, 위반한 규칙 범주로 분류하여 조치가 취해진 콘텐츠 및 계정에 대한 정보를 다음의 각 범주로 게시해야 한다.

- 조치가 취해진 콘텐츠 및 정지 계정의 수
- 콘텐츠 조치결정 또는 계정 정지 결정에 대한 이의제기의 수
- 콘텐츠 또는 계정이 복원에 성공한 이의제기의 수(또는 백분율)와 실패한 이의제기의 수(또는 백분율)
- 자동 감지에 의해 처음 신고된 콘텐츠의 이의제기 성공 또는 실패 수(또는 백분율)
- 기업이 잘못된 조치 또는 정지를 인지한 후, 이의제기 없이, 적극적으로 복원한 게시물 또는 계정의 수
- 기업이 특정 그룹에 대한 데이터를 수집해서는 안되지만, 명백한 경우, 특정 그룹 또는 특성별로, 혐오표현 정책의 시행을 반영하는 수
- 코로나19 대유행 및 폭력 분쟁 기간 같은 위기기간 동안 만들어진 콘텐츠 삭제 및 제한과 관련된 수

특별보고 요건은 국가 행위자 참여로 내려진 결정에 적용되며, 이는 국가별로 다음과 같이 세분화되어야 한다:

- 조치를 취할 콘텐츠 또는 계정에 대한 국가 행위자의 요구 또는 요청의 수
- 개별 요청에 대한 국가 행위자의 ID
- 콘텐츠가 법원 명령/판사 또는 기타 유형의 국가 행위자에 의해 신고가 되었는지 여부
- 국가 행위자의 요구 또는 요청으로 조치가 취해진 총계 및 조치가 취해지지 않은 요구 또는 요청의 수
- 개별 위반표시에 근거가 기업의 규칙 및 정책(만약 그렇다면 해당 규칙이나 정책) 또는 현지 법률(만약 그렇다면 현지법률의 해당 조항) 또는 둘다에 대한 위반 혐의인지 여부
- 콘텐츠에 취해진 조치가 기업의 규칙 및 정책의 위반 또는 현지 법률의 위반에 근거한 것인지 여부

신고 프로세스가 남용될 것이라는 특별한 우려가 있기 때문에, 기업은 사용자와 연구자가 해당 남용의 빈도와 기업이 이를 방지하기 위해 취한 조치를 평가할 수 있는 데이터에 대한 보고를 고려해야 한다. 특정 정량적 및/또는 정성적 보고는 특정한 지역적 맥락에서 남용 관련 경향을 식별하는데 도움이 되도록 고안될 수 있다. 기업은 가능한 경우, 국가별 또는 지역별로 세분화 된 다음의 사항을 수집하고 보고하는 것을 고려해야 한다.

- 특정 기간에 받은 신고의 수
- 보트(bots)로 추적된 신고의 총계
- 다음으로 세분화 된 신고된 전체 게시물 및 계정의 수
- 규칙 및 정책의 위반 혐의
- 신고의 출처(국가 행위자, 신뢰할 수 있는 신고자, 사용자, 자동화 등)

콘텐츠 조정에서 자동화된 프로세스의 역할이 증가함에 따라, 기업의 프로세스와 시스템을 포괄적으로 이해하려면 자동화된 의사결정 도구 사용에 대한 투명성이 필요하다. 위에서 언급한 자동화 사용에 대한 수 외에도, 기업은 다음과 관련된 정보를 게시해야 한다.

- 콘텐츠 조치시 (단독이든 인간의 감독이 있든 간에) 자동된 프로세스가 사용되는 시기와 방법
- 자동화된 프로세스가 사용되는 콘텐츠의 범주와 유형
- 의사결정을 위해 자동화된 프로세스에서 사용하는 핵심기준
- 시간에 따른 변화와 언어와 콘텐츠 범주 간의 차이를 포함한 자동화된 프로세스의 신뢰도/정확도/성공률
- 사용자가 자동화된 콘텐츠 조정결정에 대한 인간의 검토를 요구할 수 있는 기능을 포함하여, 전체 자동화된 프로세스에 인간의 감독이 있는 범위
- 콘텐츠 또는 계정이 자동 감지로 처음 신고되었을 경우, 콘텐츠 형식 및 위반 유형별로 분류된, 성공한 또는 실패한 이의제기의 수(또는 백분율)
- 산업 간 해시-쉐어링 데이터베이스 또는 기타 이니셔티브에 참여하고 기업이 이러한 이니셔티브를 통해 신고된 콘텐츠에 대응하는 방법

모든 데이터는 공개적으로 라이선스가 부여되며, 기계 가독 형식으로 (이상적으로는 분기별로) 정기 보고서로 제공되어야 한다.

2. 공지사항

기업은 콘텐츠가 삭제되거나, 계정이 정지되거나, 서비스 규칙 또는 정책을 준수하지 않아 기타 조치가 취해진 경우, 개별 사용자에게 삭제, 정지, 조치의 이유에 대하여 통지해야 한다. 예를 들어 콘텐츠가 스팸, 피싱, 멀웨어에 해당하는 경우와 같이, 이 규칙에 대한 예외는 기업의 규칙 또는 정책에 명확하게 명시되어야 한다.

사용자에게 게시물이 조치된 이유에 대한 통지를 제공할 때, 기업은 통지에 다음이 포함되도록 해야 한다.

- URL, 콘텐츠 인용, 및/또는 조치된 콘텐츠를 식별하기에 충분한 기타 정보
- 해당 콘텐츠가 위반한 것으로 확인된 가이드라인의 특정 조항
- 콘텐츠가 감지되고 제거된 방법(다른 사용자, 신뢰할 수 있는 신고자, 자동 감지, 외부 법률 또는 기타 이의신청에 의해 신고 됨)
- 신고 또는 조치 명령에 국가행위자의 참여에 대한 특정정보. 국가행위자에 의해 신고된 콘텐츠는 법률에 의해 금지되지 않는 한, 그렇게 식별되어야 하고, 특정 국가 행위자는 식별되어야 한다. 콘텐츠가 기업의 규칙 및 정책에 반하여 현저법률을 위반한다고 주장된 경우, 사용자에게 현저법률의 관련 조항을 알려야 한다.

적절한 통지의 기타 기준은 다음을 포함한다:

- 통지는 시기적절해야 하며, 제척기간 또는 관련 절차 요구사항을 포함하여, 사용자가 결정에 대한 이의제기할 수 있는 프로세스에 대한 설명을 포함해야 한다.
- 통지는 사용자 계정이 중지되거나 해지된 경우에도 액세스할 수 있는 영구적 형식으로 제공되어야 한다.
- 콘텐츠를 신고한 사용자는 보고한 콘텐츠의 로그와 조정 프로세스의 결과를 제공받아야 한다.
- 통지는 원본 게시물의 언어 또는 사용자가 선택한 사용자 인터페이스 언어로 이루어져야 한다.
- 통지는 사용자에게 사용가능한 사용자 지원 채널 및 이에 액세스 하는 방법에 대한 정보를 제공해야 한다.
- 적절한 경우, 통지는 그룹 관리자 및 신고자를 포함하여, 다른 관련 개인에게도 제공되어야 한다. 이에는 삭제된 콘텐츠의 원래 위치에 게시된 알림이 포함되어야 한다.

3. 이의제기

이의제기 원칙은 사용자가 설명, 검토, 이의제기 프로세스를 사용할 수 있도록 하는 기업의 의무를 다룬다. 사용자는 처음 조치결정이 내려졌을 때 조치결정 및 사용가능한 이의제기 프로세스에 대한 정보를 제공하는 지원 채널에 충분히 액세스 할 수 있어야 한다. 기업은 콘텐츠 삭제 결정, 신고된 콘텐츠

의 유지 결정, 계정 정지 결정, 표현의 자유를 포함하여 사용자의 인권에 영향을 주는 기타 유형의 조치 결정에 적시에 이의제기 할 수 있는 의미있는 기회를 제공해야 한다. 비례의 원칙에 따라, 기업은 콘텐츠 삭제 및 계정 정지와 같은, 가장 심각한 제한에 대한 이의제기 제공을 우선시해야 한다.

기업은 이의제기에 다음을 포함하도록 해야 한다:

- 사용자에게 제공되는 타임라인에 대한 세부정보 및 진행상황을 추적할 수 있는 기능을 가진, 사용자에게 분명하고 쉽게 액세스할 수 있는 프로세스
- 초기결정에 관여하지 않은 개인 또는 패널에 의한 인간 검토
- 이의제기와 관련된 콘텐츠의 언어적 문화적 맥락을 잘 알고 있는, 검토에 참여한 개인 또는 패널
- 사용자가 검토에서 고려될, 이의제기를 뒷받침하는 추가 정보를 제시할 수 있는 기회
- 검토결과와 통지 및 사용자에게 결정을 이해할 수 있도록 하기에 충분한 추론의 진술

장기적으로, 독립적인 검토 프로세스도 사용자가 시정을 요청할 수 있는 중요한 요소가 될 수 있다. 이와 같은 프로세스가 있는 경우, 기업은 사용자에게 프로세스 액세스에 대한 정보를 제공해야 한다. 기업은 독립적인 검토 프로세스를 통제하거나 영향력을 행사하는 범위 내에서, 산타클라라 원칙도 수용해야 하고, 정기적인 투명성 보고, 이의제기 상태에 대한 명확한 정보, 결정의 근거를 사용자에게 제공해야 한다.

기업은 특정 상황에서, 이의제기 프로세스를 신속하게 처리해야 하는지 여부를 고려해야 한다(예: 영향을 받는 사용자가 모욕적 게시 중단 계획의 대상이 될 수 있거나 영향을 받는 콘텐츠가 선거기간동안의 정치적 콘텐츠와 같이 시간에 민감한 경우). 이의제기 프로세스가 신속하게 처리되는 경우, 기업은 이의제기 시기와 사용자가 신속한 이의제기를 요청할 수 있는지 여부에 대한 명확한 규칙과 정책을 제공해야 한다.

V. 우리나라

1. 자율규제 관련 규정

자율규제를 실시하기 위한 법적 근거가 반드시 필요한 것은 아니다. 그러나, 우리 현행법에는 인터넷의 자율규제와 관련된 규정을 찾아볼 수 있다. 2007년 1월 26일 국회는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 대한 법률」(이하, ‘정보통신망법’이라 함) 개정과정에서 ‘자율규제’ 관련 조항을 마련하였다.³⁴³⁾ 해당 조문은 2008년 6월 13일 약간의 자구 수정을 거쳐 2018년 12월 24일 전면 개정되었다.³⁴⁴⁾ 또한 2018년 개정

343) 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 [시행 2007. 7. 27] [법률 제8289호, 2007. 1. 26, 일부개정] 제44조의4(자율규제) 정보통신서비스제공자단체는 이용자를 보호하고 안전하며 신뢰할 수 있는 정보통신서비스의 제공을 위하여 정보통신서비스제공자 행동강령을 정하여 시행할 수 있다.

344) 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제44조의4(자율규제) ① 정보통신서비스 제공자단체는 이용자를 보호하고 안전하며 신뢰할 수 있는 정보통신서비스를 제공하기 위하여 정보통신서비스 제공자 행동강령을 정하여 시행할 수 있다. <개정 2018. 12. 24.>

에서는 청소년유해정보 및 불법정보에 대한 모니터링 가이드라인의 제정 및 자율규제 단체를 위한 활동지원 근거가 신설되었다.³⁴⁵⁾ 물론, 해당 조문만으로 자율규제의 행동 강령 및 모니터링 가이드라인의 근거 혹은 법적 효력이 부여된다고 하기는 어려울 것이며, 나아가 이러한 조문이 규정됨으로써 법적 지원과 관련된 문제가 모두 해결된 것이라고 하기도 어렵다. 물론 자율규제단체의 행동강령 및 가이드라인에 자치법적 의미가 없다고는 할 수 없지만, 근본적으로 자율규범도 집행상 면책을 받으려면 국가 법체계의 수용이라는 한계를 벗어날 수 없다. 그러므로 해당 조문이 보다 의의를 가지려면, 자율규제를 통한 행위에 대한 책임감면 등 법집행상의 예외규정이 추가되어야 할 것이다.

2. 게시물 관련 정책

한국인터넷자율정책기구(KISO)의 가장 주된 역할인 게시물 정책은 내용규제정책과 관계된다. 2002년 헌법재판소의 위헌결정³⁴⁶⁾이 내려지기 전까지 「(舊)전기통신사업법」에는 ‘불온통신에 대한 심의제도’³⁴⁷⁾가 실시되었는데, 2002년 12월 26일 ‘불온통신’을 ‘불법통신’으로 변경하며 9개로 유형화하였고,³⁴⁸⁾ 2007년 정보통신망법에서 ‘불법정

345) 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제44조의4(자율규제) ② 정보통신서비스 제공자단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보가 정보통신망에 유통되지 아니하도록 모니터링 등 자율규제 가이드라인을 정하여 시행할 수 있다. <신설 2018. 12. 24.>

1. 청소년유해정보

2. 제44조의7에 따른 불법정보

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

346) 헌재 2002. 6. 27. 99헌마480결정

347) (舊)전기통신사업법 제53조 (불온통신의 단속) ① 전기통신을 이용하는 자는 공공의 안녕질서 또는 미풍양속을 해하는 내용의 통신을 하여서는 아니된다.

② 제1항의 규정에 의한 공공의 안녕질서 또는 미풍양속을 해하는 것으로 인정되는 통신의 대상은 대통령령으로 정한다.

③ 정보통신부장관은 제2항의 규정에 의한 통신에 대하여는 전기통신사업자로 하여금 그 취급을 거부·정지 또는 제한하도록 명할 수 있다.

348) (舊)전기통신사업법[시행 2003. 3. 27.] [법률 제6822호, 2002. 12. 26., 일부개정] 제53조 (불법통신의 금지 등) ① 전기통신을 이용하는 자는 다음 각호의 행위를 하여서는 아니된다.

1. 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공연히 전시하는 내용의 전기통신

2. 사람을 비방할 목적으로 공연히 사실 또는 허위의 사실을 적시하여 타인의 명예를 훼손하는 내용의 전기통신

3. 공포심이나 불안감을 유발하는 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 반복적으로 상대방에게 도달하게 하는 내용의 전기통신

4. 정당한 사유없이 정보통신시스템, 데이터 또는 프로그램 등을 훼손·멸실·변경·위조하거나 그 운용을 방해하는 내용의 전기통신

보'349)로 변경되어 오늘날까지 계속되고 있다.

이러한 내용규제정책은 청소년 보호를 위한 게시물정책에도 영향을 미쳤다. 「청소년 보호법」과 「정보통신망법」에서는 인터넷상에서 청소년을 보호하기 위한 다양한 제도를 마련하고 있다. 그런데 이러한 불법정보 또는 청소년유해정보와 관련된 게시물정책은 KISO의 자율규제 영역의 측면보다는 국가의 인터넷 내용규제 정책 혹은 회원사의 게시물정책으로 운영되고 있는 실정이다. 그런 점에서 보면, 인터넷심의는 국가공권력을 이용한 내용규제 정책으로서 자율규제 영역과는 구분되어지는 별개의 게시물정책이라고 할 수 있을 것이다.³⁵⁰⁾

내용규제 정책보다 좀 더 직접적으로 영향을 미친 것은 사생활 침해 또는 명예훼손적 표현에 대한 정보통신망법상 '임시조치제도'일 것이다.³⁵¹⁾ 임시조치제도는 인터넷에서

-
5. 청소년보호법에 의한 청소년유해매체물로서 상대방의 연령확인, 표시의무 등 법령에 의한 의무를 이행하지 아니하고 영리를 목적으로 제공하는 내용의 전기통신
 6. 법령에 의하여 금지되는 사행행위에 해당하는 내용의 전기통신
 7. 법령에 의하여 분류된 비밀 등 국가기밀을 누설하는 내용의 전기통신
 8. 국가보안법에서 금지하는 행위를 수행하는 내용의 전기통신
 9. 범죄를 목적으로 하거나 교사 또는 방조하는 내용의 전기통신
- 349) 정보통신망법 제44조의7 (불법정보의 유통금지 등) ① 누구든지 정보통신망을 통하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보를 유통하여서는 아니 된다.
1. 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공연히 전시하는 내용의 정보
 2. 사람을 비방할 목적으로 공연히 사실 또는 허위의 사실을 적시하여 타인의 명예를 훼손하는 내용의 정보
 3. 공포심이나 불안감을 유발하는 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 반복적으로 상대방에게 도달하게 하는 내용의 정보
 4. 정당한 사유없이 정보통신시스템, 데이터 또는 프로그램 등을 훼손·멸실·변경·위조하거나 그 운용을 방해하는 내용의 정보
 5. 「청소년보호법」에 따른 청소년유해매체물로서 상대방의 연령확인, 표시의무 등 법령에 따른 의무를 이행하지 아니하고 영리를 목적으로 제공하는 내용의 정보
 6. 법령에 따라 금지되는 사행행위에 해당하는 내용의 정보
 7. 법령에 따라 분류된 비밀 등 국가기밀을 누설하는 내용의 정보
 8. 「국가보안법」에서 금지하는 행위를 수행하는 내용의 정보
 9. 그 밖에 범죄를 목적으로 하거나 교사 또는 방조하는 내용의 정보
- 350) 이에 대하여, KISO 정책규정은 국가적 법익 침해와 관련한 게시물처리(제8조), 청소년보호를 위한 검색어정책 등(제30조 내지 제32조)의 경우에는 위 게시물정책을 그대로 시행하지 않고 별도의 규정을 두고 있다.
- 351) 정보통신망법 제44조의2(정보의 삭제요청 등) ① 정보통신망을 통하여 일반에게 공개를 목적으로 제공된 정보로 사생활 침해나 명예훼손 등 타인의 권리가 침해된 경우 그 침해를 받은 자는 해당 정보를 처리한 정보통신서비스 제공자에게 침해사실을 소명하여 그 정보의 삭제 또는 반박내용의 게재(이하 "삭제등"이라 한다)를 요청할 수 있다. <개정 2016. 3. 22.>
- ② 정보통신서비스 제공자는 제1항에 따른 해당 정보의 삭제등을 요청받으면 지체 없이 삭제·임

의 명예훼손과 같은 인격적 권리침해에 대한 피해구제제도로서 고안된 것으로, 임시조치의 요건에 대한 판단이 쉽지 않은 경우 이를 자율정책기구인 KISO의 심의로 해결하고 있다. 이것은 임시조치의 주체가 '정보통신서비스 제공자'라는 점에서 자율규제단체에서 심의하는 것이 적합하다고 생각된다.

VI. 소결

유튜브 등 미디어플랫폼의 서비스가 개인에게 특화되면 될수록 표현에 대한 규제 또는 처벌은 사생활 침해 논란을 동반하게 되므로, 인격권 보호를 위한 제도적 장치 마련에 어려움을 더한다.

그렇다면, 이러한 미디어플랫폼에 대한 별도의 규제가 필요한 것일까. 별도의 규제 체계 수립은 표현의 자유를 침해(위축효과)할 수 있다는 비판을 피하기 어렵다. 나아가 우리나라는 사실적시 명예훼손, 명예훼손 형사처벌, 모욕죄, 국가보안법, 공직선거법상 허위사실 유포죄 등 표현물 규제가 강력하다는 점도 함께 고려해야 한다.

최근 유튜브로 인한 논란이 끊이지 않고 있다. 그러나 발생하는 모든 문제적 표현행위를 '법률'이라는 틀로 막을 수는 없을 것이다. 결국 규제를 신설하더라도 여전히 '사

시조치 등의 필요한 조치를 하고 즉시 신청인 및 정보게재자에게 알려야 한다. 이 경우 정보통신서비스 제공자는 필요한 조치를 한 사실을 해당 게시판에 공시하는 등의 방법으로 이용자가 알 수 있도록 하여야 한다.

③ 정보통신서비스 제공자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 제42조에 따른 표시방법을 지키지 아니하는 청소년유해매체물이 게재되어 있거나 제42조의2에 따른 청소년 접근을 제한하는 조치 없이 청소년유해매체물을 광고하는 내용이 전시되어 있는 경우에는 지체 없이 그 내용을 삭제하여야 한다.

④ 정보통신서비스 제공자는 제1항에 따른 정보의 삭제요청에도 불구하고 권리의 침해 여부를 판단하기 어렵거나 이해당사자 간에 다툼이 예상되는 경우에는 해당 정보에 대한 접근을 임시적으로 차단하는 조치(이하 "임시조치"라 한다)를 할 수 있다. 이 경우 임시조치의 기간은 30일 이내로 한다.

⑤ 정보통신서비스 제공자는 필요한 조치에 관한 내용·절차 등을 미리 약관에 구체적으로 밝혀야 한다.

⑥ 정보통신서비스 제공자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 유통되는 정보에 대하여 제2항에 따른 필요한 조치를 하므로 이로 인한 배상책임을 줄이거나 면제받을 수 있다.

제44조의3(임의의 임시조치) ① 정보통신서비스 제공자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 유통되는 정보가 사생활 침해 또는 명예훼손 등 타인의 권리를 침해한다고 인정되면 임의로 임시조치를 할 수 있다.

② 제1항에 따른 임시조치에 관하여는 제44조의2제2항 후단, 제4항 후단 및 제5항을 준용한다.

각지대'는 남게 된다. '미디어 리터러시'는 추상적이고 당장 가시적인 효과도 발견하기 어려워 보이지만 어쩌면 법률로 해결할 수 없는 부분이 많기에 여전히 주목해야 할 대안 가운데 하나임이 분명하다.

해외에서는 미디어플랫폼을 규제하기 위한 움직임이 포착되지만, 우리나라는 우리나라 현실에 부합하는 공정한 플랫폼 생태계를 위한 규제를 수립할 필요가 있다. 즉, 특정 플랫폼을 금지시키는 규제보다는 우려되는 몇몇 사항을 보완할 수 있는 합리적 규제가 바람직하다고 생각된다.

EU의 경우 경쟁력 있는 토종 플랫폼이 없기 때문에, 규제를 통해 외산 플랫폼에 대한 견제를 하고 있으며, 미국의 경우 온라인 플랫폼 영향력이 강력해지면서 소비자 선택 감소, 미국 경제의 혁신과 기업가 정신 침식, 사생활 침해 야기 등을 이유로 일정 조건 이상을 만족하는 기업을 사전에 지정하고 금지하는 행위를 정하고 있다.

우리나라도 각 부처에서 온라인 플랫폼 공정화법과 온라인 플랫폼 이용자 보호법이 발의되며 규제 움직임이 일고 있다. 또한 2022년 8월 19일 '플랫폼 민간 자율기구 출범식'이 개최되었다.³⁵²⁾ 이는 민간 스스로 자율규제 방안을 마련하기 위해 구성된 논의기구로서, 민간이 주도하여 운영하고 정부는 정책적으로 지원할 계획이다. 그리고 과학기술정보통신부는 2022년 9월 6일 서울 여의도 전경련회관에서 '디지털 플랫폼 자율규제' 관련 데이터·인공지능 분과와 (가칭)환경·사회·투명(ESG) 분과 첫 회의를 개최하는 등 디지털 플랫폼 자율규제 분야 민관협력 논의를 본격화하고 있다.³⁵³⁾

352) <https://www.korea.kr/news/pressReleaseView.do?newsId=156521669> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

353) <https://www.msit.go.kr/bbs/view.do?sCode=user&bbsSeqNo=94&nttSeqNo=3182114> (최종방문일, 2022년 9월 30일)

본 연구를 통해 도출한 결론은 다음과 같다.

1. 허위조작정보 및 악성댓글의 개념정의

허위조작정보나 악성댓글은 인터넷상에서 무한히 확장되고 복제되어 대중의 자유로운 의사형성과정을 방해하고 그로 인해 결과적으로 여론은 왜곡되어버린다. 게다가 이로 인한 피해자의 인격권 침해는 매우 심각하여 좌시할 수 없는 상황이다. 그런데, 허위조작정보 및 악성댓글에 대한 개념이 통일되어 있지 않다. 이에 이와 관련한 개념정의부터 실시하였다.

우리나라의 경우, 허위조작정보와 가짜뉴스에 대한 각각의 개념 분석을 찾아보기는 어렵지만 대체로 허위조작정보를 상위 개념으로 이해하고 있으며 ‘정보’와 ‘뉴스’라는 단어가 함축하는 카테고리에서 연유한 것이라 파악된다.

허위조작정보의 개념 징표로 파악되는 ‘허위조작정보의 제작의도(목적)’, ‘허위조작정보의 내용(허위성)’, ‘형식(기사형식)’이라는 측면을 기준으로 살펴본 바, 형식적 요소인 기사형식은 이미 그 의미를 상실했다고 판단된다. 그렇다면, 허위조작정보는 ‘내용(허위성)’, ‘목적(제작의도)’의 2가지 개념요소로 정리될 수 있다. 이러한 징표를 바탕으로 정보를 분류하면, 정보(information), 악의적인 의도성이 없다면 잘못된 정보(misinformation), 의도된 허위정보(disinformation), 혐의의 허위조작정보(Fake news)로 분류할 수 있다. 그런데 사실에 근거한 정확한 정보(information)로 생성 유통되는 정보와 잘못된 정보로 제작되었더라도 악의적인 의도성이 없다면 잘못된 정보(단순오정보)는 일반적으로 뉴스로 분류될 수 있는 반면, 오늘날 이슈화 되고 있는 허위조작정보는 의도된 잘못된(허위) 정보와 의도된 조작정보이다. 흔히 이들을 ‘가짜뉴스(Fake news)’라 통칭한다. 그런데 EU 집행위원회(EC)와 영국 하원은 ‘가짜뉴스(Fake news)’라는 용어사용의 문제점을 지적함과

더불어 ‘가짜뉴스(Fake news)’를 대신하여 ‘허위조작정보(Disinformation)’라는 용어 사용을 권고하였다.

그렇다면, 결론적으로 허위조작정보는 ‘협의의 허위조작정보(Fake news)’와 ‘의도된 허위정보’를 포함하는 개념으로 이해하는 것이 타당하다.

한편, 댓글이란 ‘대답하다, 응수하다’를 뜻하는 영어 단어 ‘리플라이(reply)’를 옮긴 것이다. 댓글은 사회 참여적 기능, 정치적 기능, 유희적 기능을 가진다. 일반화된 댓글 분류는 존재하지 않지만 편견, 혐오, 모욕, 무례한 언사로 4가지 분류한 연구, 욕설, 비속어, 유언비어, 선정적 표현, 폭력적 표현, 조롱적 표현, 차별적 표현, 총 7가지로 구분한 연구 등이 있으며 방송통신심의위원회에서는 노출, 성행위, 폭력, 언어, 기타라는 5가지 항목을 두고 등급 기준을 구분한 바 있다.

그런데 허위조작정보의 경우 상대의 인격권을 침해하려는 목적, 이로 인해 경제적 이익을 얻으려는 목적 또는 정치적 의사결정을 왜곡시키려는 목적 등으로 실시되는데, 악성댓글의 경우의 경우 과거 주된 목적은 상대의 인격권을 침해하려는 목적으로 행해졌다. 그러나 최근에는 악성댓글을 통해 정치적 의사결정을 왜곡시키려는 시도 및 경제적 이익을 얻으려는 시도도 어렵지 않게 발견할 수 있다. 이에 허위조작정보와 악성댓글의 구분이 모호해지고 있으며, 이로 인한 영향(부작용) 역시 그 차이를 구분하기 어려운 실정이다.

2. 미디어플랫폼에서의 인격권 침해실태 및 영향력

허위조작정보의 유포는 인터넷 발달로 인해 자신의 SNS 홍보, 카톡, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등을 이용하여 사람들에게 쉽게 정보를 전달할 수 있다는 편리성이 있고 이를 정치적 도구로 사용하기도 좋고 혹은 자신의 존재를 드러내거나 이익을 취할 수도 있다는 점에서 다수 제작된다. 이러한 이유로 우리나라 국민의 43.1%는 허위조작정보(가짜뉴스)를 접한 경험이 있다고 한다.

뉴스를 읽을 때 댓글이 미치는 영향력에 대하여 조사한 설문문에 따르면, 10명에서 9명은 기사를 볼 때 댓글도 같이 읽으며, 10명 중 4명은 댓글이 많은 뉴스를 찾거나 골라서 읽는다. 온라인 콘텐츠를 이용할 때에도 댓글을 읽는 응답자 수가 과반수를 넘었고 인터넷 웹 사이트(82%), 온라인 동영상 플랫폼(67%), SNS(60%)의 순으로 나타났다.

다. 국민 10명 중 9명은 온라인상 악성 댓글이 심각한 것으로 인식하고 있었고, 10명 중 8명은 연예뉴스와 스포츠 뉴스의 댓글 폐지 및 중단에 대하여 찬성하며 인터넷 실명제를 도입하여 악성댓글을 규제해야 한다고 생각한다. 또한 10명 중 7명은 악성댓글을 규제하는 방식에 있어 법적 규제가 필요하다는 인식이 컸다. 실제 우리나라 네이버는 2020년 3월 19일에는 네이버가 댓글 이력을 전면 공개하는 제도적 조치를 단행했고 한때 0.77%까지 증가했던 규정 미준수 댓글 비중은 3월 27일에는 2020년 들어 최저치까지 감소한 바 있어 속단할 수 없으나 효과가 있는 것으로 분석되었다.

허위조작정보에 있어서는, 2019년 미국의 연구결과에 따르면 허위조작정보를 65세 이상의 연령층에서 서로 공유할 가능성이 가장 높은 것으로 보고되었고 최근 우리나라에서 진행된 연구에 따르면 자신이 지지하는 정치 성향 유튜브의 허위조작정보에 특히 취약한 것으로 드러났다. 앞으로 유튜브 채널 출처의 허위조작정보가 정치적 양극화 및 세대 간 갈등을 촉발할 수 있는 새로운 진원지가 될 수 있음을 의미한다. 그리고 미디어 플랫폼상의 정치적 양극화 및 갈등은 결국 민주주의 제도와 공론장에 대한 불신으로 귀결될 수 있다. 또한 댓글의 경우 ‘익명성’과 ‘비대면성’을 바탕으로 더욱 활발한 의사소통이 이뤄지고 있는데 이러한 ‘익명성’과 ‘비대면성’으로 인해 댓글의 상대방의 인격권이 훼손되는 사례가 증가하고 있다. 대의민주주의의 발전을 위해서 표현의 자유는 최대한 보장되어야 하며 인격권(명예권, 프라이버시권, 자기정보결정권 등)과의 조화 속에 최소한의 제한이 취해져야 할 것이다.

3. 미디어플랫폼에서의 허위조작정보에 대한 국내·외 규제현황

EU, 프랑스, 독일, 미국, 일본 등 국가에서는 ‘허위조작정보’를 가짜뉴스, 위법한 콘텐츠 또는 혐오표현 등으로 달리 부르고 있지만, 이는 정보의 진위여부와 더불어 온라인상 또는 기타 이와 유사한 수단 등에 의해 대량으로 유포될 수 있는 가능성이 그 본질이라 할 수 있다.

한편, 각 국가는 허위조작정보 대처와 관련하여서는 자신들의 법률체계, 법의 역사, 법의 문화 그리고 자국민의 관심이 쏠려있는 분야의 허위조작정보에 대한 인식에 따라 다양한 분야에서 여러 가지 형태(대표적으로 법률에 의한 규제, 자율규제 등)로 규제하고 있다.

구체적으로 EU 같은 경우 법률적으로 대처하기 보다는 자율규제에 더 방점을 두고 이에 따라 유럽연합 집행위원회는 2018년 10월에 허위조작정보에 대한 유럽실행규칙(Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation)을 제정하고, 이후 더 강화된 유럽실행규칙을 발표하여 유럽연합 내 허위조작정보의 발생 및 확산을 방지하고 있다. 프랑스의 경우에는 선거 선전 목적의 상업 광고 금지 규정 준수를 위해 선거 기간 동안 허위조작정보 대처를 강화, 온라인 플랫폼에 더 강화된 투명성을 부여, 허위조작정보에 대한 법원의 단기간 판단 결정을 위해 2018년 「정보조작대처법」을 제정하여 시행 중에 있다.

독일 같은 경우 2017년 「소셜 네트워크 법집행법」을 제정하여 제1조 제3항에 ‘위법한 콘텐츠’를 규정하고 처벌행위 대상을 독일 형법에 규정된 22개 조항에 해당되는 불법적인 표현물로 하고 있다. 즉, 위법한 콘텐츠는 허위조작정보보다 범위가 넓다. 미국의 경우 2016년 대통령 선거에서 발생한 허위정보가 소위 가짜뉴스라고 불리면서 관련 논의가 진행된 바 있지만 미국에서는 허위조작정보에 대처하는 입법을 제정하기보다 자율규제를 하는 방향을 채택하고 있는데 다만, 허위조작정보가 명예훼손, 고의에 의한 정신적 고통, 프라이버시 침해, 사기 등의 소인이 될 경우 작성자는 민·형사적 책임을 지고 있다.

한편, 일본의 경우에는 현재까지 허위조작정보 규제 입법제정 노력을 위한 적극적 태도를 보이고 있지 않은데, 이는 팩트 체크기구를 통한 사실 확인 및 자율규제의 입장을 조금 더 강조하고 있기 때문으로 풀이된다.

4. 미디어플랫폼에서의 악성댓글에 대한 국내·외 규제현황

유럽연합 차원에서는 악성댓글에 대한 정책이나 규제법률 및 지침 등은 명시적으로 존재하지 않지만, 이와 유사한 지침인 불공정 B2C 상업관행에 관한 2005/29/CE 지침(Directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs)이 제정되어 시행중에 있다. 지침 중 허위리뷰에 관한 내용으로는 오해의 소지가 있는 상업관행(Pratiques commerciales trompeuses)과 오해의 소지가 있는 누락(Omissions trompeuses)이 있다. 유럽연합 집행위원회는 허위리뷰 댓글 규제를 하고 있으며 2018년 4월, 소비자 권리, 특히 그

적용을 강화할 것을 내용으로 하고 있는 ‘소비자를 위한 뉴딜 패키지(Nouvelle donne pour les consommateurs)’를 제안하였다. 이는 온라인 구매에 대한 소비자 권리 강화하고 소비자가 자신의 권리를 주장하고 보상을 받을 수 있는 수단을 제시하며 유럽연합 소비자법 위반에 대한 효과적인 처벌을 시행하는 등의 내용을 담고 있다.

인터넷에 게시된 악성콘텐츠는 프랑스 사법부에 의해 기소될 수 있는데 프랑스 법률에 금지되어 범죄로 처벌을 받을 수 있는 인터넷 사이트상의 악성콘텐츠의 내용은 구체적으로 반인륜적 내용, 테러, 인종혐오 조장, 폭력적이거나 소아성애적 이미지 유포, 폭력선동, 성적 및/또는 젠더 기반 폭력, 인간 존엄성에 대한 침해, 괴롭힘, 인종비방, 성차별적 모욕, 증상, 초상권 및 사생활 침해 등이다. 구체적으로 프랑스 「디지털 경제 신뢰를 위한 2004년 6월 21일 제2004-575호 법률」에서는 악성콘텐츠를 규제하기 위하여 제6조에 관련 사항을 규정하고 있고, 「시청각통신에 관한 1982년 7월 29일 제82-652호 법률」에서는 악성댓글을 규제하기 위하여 제93-3조에서 관련 사항을 규정하고 있다. 관련하여 최근 ‘le clarifieur’라는 가명으로 웹사이트 www.pagesjaunes.fr에 명망 높은 레스토랑에 대해 2가지 불쾌한 악성댓글을 게시한 사건에서는 형사책임을 물을 가능성이 있다고 판결한 바 있다.

독일에서는 2015년에 대규모 시리아 난민 등이 독일에 오게 됨에 따라 배타주의적 성향을 가지는 일부 SNS 이용자가 난민과 난민을 지원하는 단체 등에 대한 모욕적 발언이 문제가 되어 이를 규제하기 위한 입법안에 대한 논의가 촉발되었으며 방침에 대한 합의가 이루어졌다. 사실 독일에서 모욕적 발언은 대중선동죄(독일 형법 제130조 제1항 및 제2항)에 해당하는 죄로서, 이는 특정한 개인이나 집단에 대해 공공의 안녕을 해치는 형태로 증오를 표출하는 것을 금지하고 있다. 또한 1994년 형법의 개정에 따라, 이른바 ‘아우슈비츠의 거짓말’도 금지의 대상이 되었고(독일 형법 제130조 제3항), 2005년에는 나치의 폭력적 지배나 자의적 지배의 선동과 왜소화 등도 금지의 대상으로 개정되었다(같은 조 제4항). 최근 독일 프랑크푸르트 지방법원은 원고의 사진이 들어간 기사의 부정적 댓글을 보고 확산을 금지하기 위한 목적으로 기사의 배포금지를 위한 가처분 신청한 사건에서 허용 가능한 의견표명이라는 이유로 이를 기각한 바 있다.

한편, 미국에서 기본적으로 악성댓글을 다는 것은 표현의 자유로 보호받는다. 하지만 이것이 누군가의 명예를 훼손하거나 사이버폭력이 되는 경우에는 민형사상으로 처벌이

가능하다. 미국에서 명예훼손은 불법행위법을 구성할 수 있으며 통신품위법 제223조는 한정적이긴 하지만 대화형 컴퓨터 서비스를 통한 댓글을 규제하는 내용을 담고 있다. 형법상에도 악성댓글에 대해 직접적으로 규제하는 내용은 없다. 하지만 연방 형법 제 2261A에는 스톡킹을 금지하는 규정이 있으며 이를 통해 사이버폭력을 제재하고 있다. 사이버스토킹은 1998년 이래 캘리포니아 형법전의 관련 조문들에서 범죄화 되었다. 광의의 사이버스토킹 개념에 따라 전자통신수단을 사용한 악성댓글이 타인을 괴롭혀 정신적 고통을 유발한다면 동 조문을 적용 받을 가능성이 있다. 또한 미국 연방 형법은 사이버폭력을 법적으로 규정하지는 않으나, 주별로 「사이버불링(cyberbullying) 법」이 제정돼 있다. 관련 판례를 살펴보면, 기본적으로 악성댓글을 단 것에 대하여 문제가 된 것이 아니라 댓글을 단 것이 인터넷 명예훼손으로 성립된 사건으로 Independent Newspapers, Inc. v. Brodie가 있다. 본 사건은 인터넷상 익명의 필자 신원 공개를 위한 브로디 테스트(Brodie Test)를 판시하였으며 이는 (1) 소환장 또는 공개명령 대상임을 익명의 필자에게 고지할 것 (2) 조치를 보류하고 익명의 필자에게 답변할 기회를 줄 것 (3) 명예훼손으로 주장된 문장을 정확하게 식별할 것 (4) 일단 명예훼손 소송이 성립될 것 (5) 다른 모든 요소를 만족시키면서, 공개를 명령하기 전에, 익명의 필자의 수정헌법 제1조의 표현의 자유와 원고가 제출한 명예훼손 사건 및 익명의 피고의 신원을 공개할 필요성 간에 균형을 이룰 것이라는 5가지 요소로 구성된다는 것이다.

일본에서는 여자 프로레슬링 선수인 키무라 하나(木村 花)가 SNS의 악성댓글로 고민하다가 사망한 이후, 인터넷상에서의 악성댓글을 규제하는 제도 마련에 대한 논의가 일어났다. 이에 프로바이더 등에 대해 인터넷을 이용한 권리침해에 관계하는 발신자의 개인정보를 수사기관이나 피해자 등의 요구에 따라 공개하는 체제를 마련하는 한편, 2001년 제정된 권리침해의 수단을 제공한 공급자 등의 책임을 감면하는 「프로바이더 책임제한법」을 통해 규제하고 있다. 프로바이더 책임제한법에서는, 특정 전기통신에 의한 정보의 유통에 의해 타인의 권리가 침해된 경우에 대해, ① 특정전기통신 서비스 제공자의 책임의 제한, ② (피해를 입은 사람의) 발신자 정보의 공개청구권에 대하여 규정하고 있다. 2020년 6월 1일 법무성은 모욕죄의 벌칙 등과 관련된 논의를 진행하여 「1년 이하의 징역 혹은 금고 또는 30만 엔 이하의 벌금 또는 구류 혹은 과료」로 상향시키는 것을 제안하였으며 2021년 6월 19일 개최된 192회 법제심의회에 그 취지가 보고되어, 투표결과 찬성 다수에 의해 의결되어 법무부 장관에게 답신이 이뤄졌다. 총무성에

서는 2020년 9월 1일, 「인터넷 상의 악성댓글에의 대응에 관한 정책 패키지」를 공표하였다. 이 밖에도 「플랫폼 서비스에 관한 연구회」를 구성하여 인터넷상의 악성댓글에 대해 종합적인 대책을 검토하여 제언하고 있으며 야후, 페이스북 등 민간사업자들도 대응방침을 내놓고 있다.

우리나라에서는 악성댓글에 대하여 명시적으로 규제하고 있는 규정은 존재하지 않는다. 대신 허위조작정보의 규제와 같이 인터넷 규제의 틀 속에서 악성댓글에 대한 규제를 할 수 있는 상황이다. 규제의 유형은 크게 세 가지 범주를 생각할 수 있는데 첫째는 댓글의 내용에 대한 규제로, 일반적 명예훼손은 「형법」상 명예훼손죄(제307조)가 적용되며, 온라인상 명예훼손은 「정보통신망법」상 사이버 명예훼손죄(제70조)로 가중 처벌된다. 한편 모욕행위에 대해서는 「형법」상 모욕죄(제311조)로 처벌하고 있다. 둘째는 악성댓글을 매개하는 자에 대한 규제인바, 정보통신서비스 제공자는 정보통신망을 통하여 일반에게 공개를 목적으로 제공된 정보로 사생활 침해나 명예훼손 등 타인의 권리가 침해된 경우 해당 정보의 삭제 등을 요청받으면 지체 없이 삭제·임시조치 등의 필요한 조치를 하고 즉시 신청인 및 정보게재자에게 알려야 한다(「정보통신망법」 제44조의2). 또한 온라인상 불법정보로 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공공연하게 전시하는 내용의 정보 등이 규제되는데 이러한 온라인상 모든 불법정보에 대해서 방송통신위원회는 운영자들에게 삭제 명령을 할 수 있고(제44조의7 제2항, 제3항), 이를 이행하지 않는 경우 운영자는 형사처벌 대상이 된다. 셋째는 인터넷댓글을 조작하는 행위에 대한 규제로서, 매크로 프로그램 등을 동원한 인터넷댓글 조작을 특정하여 처벌하는 조항은 존재하지 않지만, 위법 행위에 대해서는 「형법」상 업무방해죄(제314조 제2항), 「형법」상 컴퓨터등사용 사기죄(제347조의2), 「정보통신망법」상 정보통신망 침해죄(제48조 제3항)를 적용하여 처벌할 수 있다. 현재 제21대 국회에서 발의된 악성댓글 관련 법안은 현재 형법 개정안 1건, 정보통신망법 개정안 5건, 신문법 개정안 1건이 있으며, 악성댓글을 게시한 자에 대한 규제, 정보통신서비스 제공자에 대한 규제 등의 내용을 담고 있는 상황이다. 이와 관련된 국내판례에는 성형외과 비방 댓글 사건(2008노1719 판결), 같은 취지의 댓글을 추가 게시한 추가 댓글에 대한 명예훼손 사건(2008도2422 판결), 댓글 순위 조작 사건(2019노461 판결), 국가정보원 사이버팀의 인터넷 댓글 게시 등 사건(2017도14322, 전원합의체 판결), 댓글을 통한 정치관여 사건(2014고합10 판결), 특정 인터넷 카페 게시판에 인터넷 아이디(ID)만 알 수 있을 뿐 그

와 같은 아이디를 가진 사람이 누구인지 추지할 자료가 없는 피해자에 대해 허위사실을 적시한 것에 대한 명예훼손 성립여부를 판단한 사건(2014고정1619 판결), 주식투자 게시판에 거짓의 표시를 한 사건(2012고합142 판결), 허위 기고문의 명예훼손 판결에 따른 정정보도 사건(2010나34892 판결), 허위사실 적시에 대한 정당행위 판단 사건(2009도4783, 판결)이 있다.

5. 자율규제에 대한 고찰

유튜브 등 미디어플랫폼의 서비스가 개인에게 특화되면 될수록 표현에 대한 규제 또는 처벌은 사생활 침해 논란을 동반하게 되므로, 인격권 보호를 위한 제도적 장치 마련에 어려움을 더한다.

그렇다면, 이러한 미디어플랫폼에 대한 별도의 규제가 필요한 것일까. 별도의 규제 체계 수립은 표현의 자유를 침해(위축효과)할 수 있다는 비판을 피하기 어렵다. 나아가 우리나라는 사실적시 명예훼손, 명예훼손 형사처벌, 모욕죄, 국가보안법, 공직선거법상 허위사실 유포죄 등 표현물 규제가 강력하다는 점도 함께 고려해야 한다.

최근 유튜브로 인한 논란이 끊이지 않고 있다. 그러나 발생하는 모든 문제적 표현행위를 ‘법률’이라는 틀로 막을 수는 없을 것이다. 결국 규제를 신설하더라도 여전히 ‘사각지대’는 남게 된다. ‘미디어 리터러시’는 추상적이고 당장 가시적인 효과도 발견하기 어려워 보이지만 어쩌면 법률로 해결할 수 없는 부분이 많기에 여전히 주목해야 할 대안 가운데 하나임이 분명하다.

해외에서는 미디어플랫폼을 규제하기 위한 움직임이 포착되지만, 우리나라는 우리나라 현실에 부합하는 공정한 플랫폼 생태계를 위한 규제를 수립할 필요가 있다. 즉, 특정 플랫폼을 금지시키는 규제보다는 우려되는 몇몇 사항을 보완할 수 있는 합리적 규제가 바람직하다고 생각된다.

EU의 경우 경쟁력 있는 토종 플랫폼이 없기 때문에, 규제를 통해 외산 플랫폼에 대한 견제를 하고 있으며, 미국의 경우 온라인 플랫폼 영향력이 강력해지면서 소비자 선택 감소, 미국 경제의 혁신과 기업가 정신 침식, 사생활 침해 야기 등을 이유로 일정 조건 이상을 만족하는 기업을 사전에 지정하고 금지하는 행위를 정하고 있다.

우리나라도 각 부처에서 「온라인 플랫폼 공정화법」과 「온라인 플랫폼 이용자 보호법」이 발의되며 규제 움직임이 일고 있다. 또한 2022년 8월 19일 ‘플랫폼 민간 자율기구 출범식’이 개최되었다. 이는 민간 스스로 자율규제 방안을 마련하기 위해 구성된 논의기구로서, 민간이 주도하여 운영하고 정부는 정책적으로 지원할 계획이다. 그리고 과학기술정보통신부는 2022년 9월 6일 서울 여의도 전경련회관에서 ‘디지털 플랫폼 자율규제’ 관련 데이터·인공지능 분과와 (가칭)환경·사회·투명(ESG) 분과 첫 회의를 개최하는 등 디지털 플랫폼 자율규제 분야 민관협력 논의가 본격화하고 있다.

6. 소결

우리나라는 이미 「형법」과 「정보통신망법」 등의 해석 및 적용을 통해 어느 정도 허위조작정보 및 댓글로 인한 인격권에 대한 침해가 발생한 경우 대처가 가능하다고 생각된다. 따라서 현행 관련 법률 등을 통하거나 관련 법률 등의 개정을 통해, 프랑스, 독일 등과 같이 별도의 입법 없이 유사한 효과를 거둘 수 있을 거라 생각되며, 관련 게시물에의 임시조치와 관련해서는 현행 법률의 개정으로도 해결 가능하다고 판단된다.

물론 허위조작정보 및 악성댓글이 인종차별 선전 및 선동, 혐오범죄 증가 등 사회적 혼란을 야기하거나 정치적 의사결정의 왜곡을 초래하여 사회적·국가적 법익을 침해하는 경우에는 이를 규제할 필요성이 인정된다. 다만, 이러한 경우에도 ‘보호하고자 하는 법익’이 무엇이고 이로써 제한되는 ‘표현’이 무엇인지 명확히 설정하여 명확성의 원리에 위배되지 않도록 하여야 할 것이다. 특히 허위조작정보와 관련해서는 해당 게시물의 ‘내용(허위성)’이 아니라 생성 및 유포 ‘목적’에 보다 무게를 두어 판단되어야 하며, 더불어 차후 우리나라 관련 법률 개정 시 프랑스의 정보조작대처법처럼 허위조작정보 유포 방지에 대한 사전 예방적 측면을 고려해 볼 만하다.

참 고 문 헌 REFERENCE

<단행본>

- 계희열, 『헌법학(중)』, 박영사, 2000.
- 권영성, 『헌법학원론』, 법문사, 2007.
- 김성돈, 『형법각론』, 성균관대학교 출판부, 2018.
- _____, 『형법총론』, 성균관대학교 출판부, 2017.
- 김성룡 외, 『독일법』, 신론사, 2013.
- 김철수, 『헌법학신론』, 박영사, 2013.
- 김학성·최희수, 『헌법학원론』, 피앤씨미디어, 2021.
- 문광삼, 『한국헌법학』, 삼영사, 2011.
- 서울대학교 법학연구소, 『법학통론』, 서울대학교출판부, 2007.
- 성낙인, 『헌법학』, 법문사, 2020.
- 신동희, 『인간과 컴퓨터의 어울림』, 커뮤니케이션북스, 2014.
- 양 건, 『헌법강의』, 법문사, 2016.
- 이가은, 『세계사 500년』, 그린비, 1998.
- 장영수, 『헌법학』, 홍문사, 2017.
- 전광석, 『한국헌법론』, 집현재, 2019.
- 정종섭, 『헌법학원론』, 박영사, 2018.
- 정하중, 『행정법개론』, 법문사, 2014.
- 한수웅, 『헌법학』, 법문사, 2020.
- 허 영, 『한국헌법론』, 박영사, 2019.
- 古賀純一郎『すべてを疑え！フェイクニュース時代を生き抜く技術』(旬報社、2019年)

<논문>

- 강명현, “OTT 방송환경에서 지역성 구현을 위한 규제정책에 관한 연구 : 해외OTT 규제사례 분석을 중심으로”, 「언론과학연구」 제18권 제4호, 2018.
- 계승균, “가짜뉴스와 저작권”, 「계간 저작권」 통권 제124호, 2018.
- 김대호, “글로벌 정보사회의 관점에서 본 인터넷 거버넌스”, 「인터넷정보학회논문지」 제16권 제4호, 2015.
- 김대호, “미디어 산업에 대한 규제 체계의 패러다임 변화”, 사이버커뮤니케이션학보 통권 제24호, 2007.

- 김선호·오세욱, “뉴스 댓글 운영 현황과 개선방향”, 한국언론진흥재단, 2018.
- 김성화, “독일의 SNS규제와 표현의 자유”, 인권법평론 제22호, 2019.
- 김세환·황용석, “가짜뉴스에 대한 한국과 EU의 비교정책 연구 - 정책형성 담론을 중심으로-”, 「언론정보연구」 제56권 제2호, 2019.
- 김연진, 허위조작정보 규제에 관한 헌법적 연구, 성균관대학교 박사학위논문, 2021
- 김연진·지성우, “일본에서의 혐오표현 규제에 관한 연구”, 「성균관법학」 제32권 제4호, 2020.
- 김용호, “인터넷 뉴스 기사의 악성 댓글로 인한 명예훼손 피해 방지를 위한 연구”, 한국치안행정논집 제17권 제2호, 2020.
- 김인식·김자미, “유튜브 알고리즘과 확증편향”, 한국컴퓨터교육학회 학술발표대회논문집, 2021.
- 김종현, “가짜뉴스의 규제에 관한 비교법적 연구-미국의 논의를 중심으로-”, 서울대학교 法學, 2019.
- 김진애, “프로파간다에 의해 조작된 집단 의식에 대한 아도르노의 비판”, 시대와 철학 29권 4호, 2018.
- 김창화, “미국의 가짜 뉴스 대응과 미디어 리터러시 교육”, 教育法學研究, 第30卷 3號, 2018.12
- 김희경, “앱 마켓 등 해외 플랫폼 사업자에 대한 역외적용 가능성 고찰: 전기통신사업법상 부가통신사업에 대한 실태조사 도입을 중심으로”, 「사이버커뮤니케이션학보」 통권 제37권 제2호, 2020.
- 노은정, “인터넷 댓글에 관한 헌법적 연구”, 성균관대학교 석사학위논문, 2014.
- 문연주, “일본의 혐오표현과 규제: 교토지방법원의 “가두선전금지 등 청구사건” 판결 사례를 중심으로”, 「일본연구논총」 제39권.
- 문재완, “허위사실의 표현과 표현의 자유”, 「공법연구」 제39집 제3호, 2011.
- 민혜민·최윤정, “온라인 루머 전파에서 사회적 동조의 역할: 사회적 동조가 루머 신뢰, 루머 전파에 영향을 미치는 경로분석” 방송과 커뮤니케이션(18:4), 2017.
- 박신욱, “독일의 가짜정보 대응과 미디어 리터러시 교육”, 교육법학연구, 제30권 3호, 2018.12.
- 박아란, “가짜뉴스에 대한 법률적 쟁점과 대책”, 가짜뉴스 개념과 대응방안 세미나 자료집, 한국언론학회·한국언론진흥재단, 2017.
- 박용숙, “공인의 명예보호와 표현의 자유”, 강원대학교 박사학위논문, 2014.
- _____, “혐오표현에 대한 규제방법의 모색을 위한 시론적 연구”, 「법학논총」제38권 제2호, 2018.

- 배성호, “인터넷 명예훼손 방지를 위한 정책과 법안에 관한 연구- 미국의 통신품위법과 Brodie 사건을 중심으로”, 디지털정책연구 제10권 제8호, 2012.
- 배 영, “페이크 뉴스에 대한 이용자 인식조사”, 페이크 뉴스와 인터넷 세미나 자료집, KISO, 2017.
- 손승혜 · 이귀옥 · 홍주현 · 최지향 · 정은정, “트위터는 어떻게 가짜뉴스를 유통시키는가?: <교통법규 개정설>과 <9월 전쟁설>의 트위터 유통 패턴과 유력자, 빈출단어 분석,” 사이버커뮤니케이션학보 (35:4), 2018.
- 심영섭, “독일 총선 관련 언론 보도와 이슈”, 신문과 방송, 2017.
- 안수길, “가짜뉴스에 맞서는 독일 ‘사회관계망집행법’의 내용과 쟁점”, 「법학논총」 제36권 제1호, 2019.
- 안태현, “악성 댓글의 범위와 유형”, 우리말글 제43권, 2013.
- 오일석 · 지성우 · 정운갑, “가짜뉴스에 대한 규범적 고찰”, 「미국헌법연구」 제29권 제1호, 2018.
- 윤병희, “미국 통신품위법상 대화형 컴퓨터 서비스 제공자의 면책과 EARN IT Act의 이해”, 문화 · 미디어 · 엔터테인먼트법 제14권 제2호, 중앙대학교 법학연구원 문화 · 미디어 · 엔터테인먼트법연구소, 2020
- 윤성옥, 가짜뉴스의 개념과 범위에 관한 논의, 언론과 법, 제17권 1호, 2018.
- 윤하나 · 정정주, “게이트키퍼 이론의 재해석 : 뉴미디어 환경에서 큐레이션을 중심으로”, 「언론과학연구」 제20권 제3호, 2020.
- 이권일, “소셜 네트워크 시대에 가짜뉴스(fake news) 규제에 관한 헌법적 고찰”, 공법학연구 제20권 제1호
- 이상현, “미국 사이버범죄의 현실, 법, 실무”, 연구총서 10-16-01, 한국형사정책연구원, 2010.
- 이재진, “포스트 트루스(Post-Truth) 시대의 페이크 뉴스와 저널리즘”, 가짜뉴스 문제점 과 대응방안 세미나 자료집, 한국기자협회.
- 이종명, 불신의 시대, 맹신의 유튜브 - 대선 국면을 뒤흔드는 유튜브의 ‘저널리즘 실천’ 속 난맥상, 관훈저널, 2022.
- 이종임 · 홍주현 · 설진아, “트위터에 나타난 미투 (#Me Too) 운동과 젠더 갈등이슈 분석: 네트워크 분석과 의미분석을 중심으로,” 미디어, 젠더 & 문화(34:2), 2019.
- 이준형, “허위조작정보의 규제와 표현의 자유”, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2021.
- 이향선, “가짜뉴스 대응 개선을 위한 정책 방안 연구”, 방송통신심의위원회, 2018.
- 임종섭, “언론의 위기와 가짜뉴스 파동-뉴스에 가짜는 없다”, 관훈저널 봄호, 2017.

- 전훈·최우정·김재선, 허위정보 유통과 민주주의, 법제연구원, 2019.
- 정병기, “독일 극우 정당의 발흥과 2017년 연방의회 선거”, 의정연구 제23권 제3호, 2017.
- 정보통신기술평가원, “AI를 활용한 악성댓글 차단 동향과 시사점”, 과학기술&ICT정책·기술동향, 과학기술정보통신부·한국과학기술평가원, 2020
- 조소영, “지능정보사회에서 인격권의 새로운 보호체계 검토”, 공법학연구 제21권 제3호, 2020.
- 지성우, “독일의 혐오표현 관련 규범 및 판례에 대한 헌법적 평가”, 「성균관법학」 제31권 제4호, 2019.
- 지성우·윤성옥·박용숙·이승현, “2019년도 해외언론법제연구보고서 : 해외 각국의 혐오표현 관련 미디어 규제 현황과 법제 연구”, 언론중재위원회, 2019.
- 최진용, “인터넷 댓글 규제의 현황과 입법적 검토 과제”, 『이슈와 논점』 제1457호, 국회입법조사처, 2018년 4월 30일.
- 한갑운·윤종민, “가짜뉴스의 규율방법에 대한 법적 고찰”, 과학기술과 법, 제8권 제1호, 2017.
- 황용석, “페이크 뉴스 현상과 인터넷서비스사업자 자율규제 현안”, 제1회 KISO 포럼: 페이크 뉴스와 인터넷 토론회 자료집, 2017.
- 황용석·권오성, “가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구; 인터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로”, 언론과 법 제16권 제1호, 2017.

- Abbasi, A., Hossain, L., and Leydesdorff, L. 2012. “Betweenness Centrality as a Driver of Preferential Attachment in the Evolution of Research Collaboration Networks,” *Journal of Informetrics* (6:3), pp. 403-412.
- Ahmadi, M., Ulyanov, D., Semenov, S., Trofimov, M., and Giacinto, G. 2016. “Novel Feature Extraction, Selection and Fusion for Effective Malware Family Classification,” *Proceedings of the sixth ACM conference on data and application security and privacy*, pp. 183-194.
- Ahmed, H. 2017. “Detecting Opinion Spam and Fake News Using N-Gram Analysis and Semantic Similarity.”
- Ahmed, H., Traore, I., and Saad, S. 2018. “Detecting Opinion Spams and Fake News Using Text Classification,” *Security & Privacy* (1:1), p. e9.
- Ahn, J.-S., and Lee, W.-j. 2011. “Effect of Social Conformity and Individuals Information Processing Tendencies on Trust in Rumor Messages,” *Journal of Communication Science* (11:4), pp. 296-320.
- Ajao, O., Bhowmik, D., and Zargari, S. 2019. “Sentiment Aware Fake News Detection

- on Online Social Networks,” ICASSP 2019-2019 IEEE International Conference on Acoustics, Speech and Signal Processing (ICASSP): IEEE, pp. 2507-2511.
- Akrimi, Y., and Khemakhem, R. 2012. “What Drive Consumers to Spread the Word in Social Media?,” *Journal of marketing research case studies* (2012), p. 1.
- Al-Rawi, A. 2019. “Twitter Influentials and the Networked Publics’ Engagement with the Rohingya Crisis in Arabic and English,” *The SAGE Handbook of Media and Migration*), p. 192.
- AlGhamdi, K. M., and Moussa, N. A. 2012. “Internet Use by the Public to Search for Health-Related Information,” *International journal of medical informatics* (81:6), pp. 363-373.
- Ali, J., Khan, R., Ahmad, N., and Maqsood, I. 2012. “Random Forests and Decision Trees,” *International Journal of Computer Science Issues* (9:5), p. 272.
- Allcott, H., and Gentzkow, M. 2017. “Social Media and Fake News in the 2016 Election,” *Journal of economic perspectives* (31:2), pp. 211-236.
- Allison, P. D. 2010. “Survival Analysis,” *The reviewer’s guide to quantitative methods in the social sciences*), pp. 413-425.
- Amari, S.-i., and Wu, S. 1999. “Improving Support Vector Machine Classifiers by Modifying Kernel Functions,” *Neural Networks* (12:6), pp. 783-789.
- Apostolato, I.-A. 2013. “An Overview of Software Applications for Social Network Analysis,” *International Review of Social Research* (3:3), pp. 71-77.
- Asch, M. J. 1951. “Nondirective Teaching in Psychology: An Experimental Study,” *Psychological Monographs: General Applied* (65:4), p. i.
- Balmas, M. 2014. “When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism,” *Communication research* (41:3), pp. 430-454.
- Bao, W., Lianju, N., and Yue, K. 2019. “Integration of Unsupervised and Supervised Machine Learning Algorithms for Credit Risk Assessment,” *Expert Systems with Applications* (128), pp. 301-315.
- Barabási, A.-L., Jeong, H., Néda, Z., Ravasz, E., Schubert, A., and Vicsek, T. 2002. “Evolution of the Social Network of Scientific Collaborations,” *Physica A: Statistical mechanics its applications* (311:3-4), pp. 590-614.

- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., and Teel, J. E. 1989. "Measurement of Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence," *Journal of consumer research*(15:4), pp. 473-481.
- Berinsky, A. J., Huber, G. A., and Lenz, G. S. 2012. "Evaluating Online Labor Markets for Experimental Research: Amazon. Com's Mechanical Turk," *Political analysis* (20:3), pp. 351-368.
- Berman, R., and Katona, Z. 2020. "Curation Algorithms and Filter Bubbles in Social Networks," *Marketing Science* (39:2), pp. 296-316.
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., and Welch, I. 1992. "A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Informational Cascades," *Journal of political Economy* (100:5), pp. 992-1026.
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., and Welch, I. 1998. "Learning from the Behavior of Others: Conformity, Fads, and Informational Cascades," *Journal of economic perspectives* (12:3), pp. 151-170.
- Bild, D. R., Liu, Y., Dick, R. P., Mao, Z. M., and Wallach, D. S. 2015. "Aggregate Characterization of User Behavior in Twitter and Analysis of the Retweet Graph," *ACM Transactions on Internet Technology* (15:1), pp. 1-24.
- Bondielli, A., and Marcelloni, F. 2019. "A Survey on Fake News and Rumour Detection Techniques," *Information Sciences* (497), pp. 38-55.
- Bordia, P., and Rosnow, R. L. 1998. "Rumor Rest Stops on the Information Highway Transmission Patterns in a Computer-Mediated Rumor Chain," *Human Communication Research* (25:2), pp. 163-179.
- Brandes, U., Borgatti, S. P., and Freeman, L. C. 2016. "Maintaining the Duality of Closeness and Betweenness Centrality," *Social Networks* (44), pp. 153-159.
- Breiman, L. 2001. "Random Forests," *Machine learning* (45:1), pp. 5-32.
- Briones, R., Nan, X., Madden, K., and Waks, L. 2012. "When Vaccines Go Viral: An Analysis of Hpv Vaccine Coverage on Youtube," *Health communication* (27:5), pp. 478-485.
- Budak, C., Agrawal, D., and El Abbadi, A. 2011. "Limiting the Spread of Misinformation in Social Networks," *Proceedings of the 20th international conference on World wide web*, pp. 665-674.
- Buhrmester, M., Kwang, T., and Gosling, S. D. 2016. "Amazon's Mechanical Turk:

- A New Source of Inexpensive, yet High-Quality Data?,”).
- Bulger, M., and Davison, P. 2018. “The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy,”).
- Burt, R. S. 2009. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Harvard university press.
- Cakim, I. 2007. “Online Opinion Leaders: A Predictive Guide for Viral Marketing Campaigns,” in *Connected Marketing*. Routledge, pp. 143-154.
- Campan, A., Cuzzocrea, A., and Truta, T. M. 2017. “Fighting Fake News Spread in Online Social Networks: Actual Trends and Future Research Directions,” 2017 IEEE International Conference on Big Data (Big Data): IEEE, pp. 4453-4457.
- Carson, S. J., Madhok, A., Varman, R., and John, G. 2003. “Information Processing Moderators of the Effectiveness of Trust-Based Governance in Interfirm R&D Collaboration,” *Organization science* (14:1), pp. 45-56.
- Cha, M., Haddadi, H., Benevenuto, F., and Gummadi, P. K. 2010. “Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy,” *Icwsn* (10:10-17), p.30.
- Chai, S., Bagchi-Sen, S., Morrell, C., Rao, H. R., and Upadhyaya, S. 2009. “Internet and Online Information Privacy: An Exploratory Study of Preteens and Early Teens,” *IEEE Transactions on Professional Communication* (52:2), pp. 167-182.
- Chaovalit, P., and Zhou, L. 2005. “Movie Review Mining: A Comparison between Supervised and Unsupervised Classification Approaches,” *Proceedings of the 38th annual Hawaii international conference on system sciences: IEEE*, pp. 112c-112c.
- Chen, C., Wu, K., Srinivasan, V., and Zhang, X. 2013. “Battling the Internet Water Army: Detection of Hidden Paid Posters,” 2013 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM 2013): IEEE, pp. 116-120.
- Chen, T., and Guestrin, C. 2016. “Xgboost: A Scalable Tree Boosting System,” *Proceedings of the 22nd acm sigkdd international conference on knowledge discovery and data mining*, pp. 785-794.
- Chen, T., He, T., Benesty, M., Khotilovich, V., and Tang, Y. 2015a. “Xgboost: Extreme

- Gradient Boosting,” R package version 0.4-2), pp. 1-4.
- Chen, Y., Conroy, N. J., and Rubin, V. L. 2015b. “Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as False News”, Proceedings of the 2015 ACM on workshop on multimodal deception detection, pp. 15-19.
- Cheung, C. M., Chiu, P.-Y., and Lee, M. K. 2011. “Online Social Networks: Why Do Students Use Facebook?,” *Computers in human behavior* (27:4), pp. 1337-1343.
- Chi, H.-H. 2011. “Interactive Digital Advertising Vs. Virtual Brand Community: Exploratory Study of User Motivation and Social Media Marketing Responses in Taiwan,” *Journal of Interactive Advertising* (12:1), pp. 44-61.
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., and Wang, E. T. 2006. “Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories,” *Decision support systems* (42:3), pp. 1872-1888.
- Chua, A. Y., and Banerjee, S. 2017. “To Share or Not to Share: The Role of Epistemic Belief in Online Health Rumors,” *International journal of medical informatics* (108), pp. 36-41.
- Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoti, E., Schmidt, A. L., Zola, P., Zollo, F., and Scala, A. 2020. “The Covid-19 Social Media Infodemic,” *arXiv preprint arXiv:2005.0004*.
- Conroy, N. K., Rubin, V. L., and Chen, Y. 2015. “Automatic Deception Detection: Methods for Finding Fake News,” *Proceedings of the Association for Information Science & Technology* (52:1), pp. 1-4.
- Dang, Y., Zhang, Y., and Chen, H. 2009. “A Lexicon-Enhanced Method for Sentiment Classification: An Experiment on Online Product Reviews,” *IEEE Intelligent Systems* (25:4), pp. 46-53.
- Dawson, P., Scott, J., Thompson, J. L., and Preece, D. 2011. “The Dynamics of Innovation and Social Capital in Social Enterprises: A Relational Sense-Making Perspective,”).
- Della Vedova, M. L., Tacchini, E., Moret, S., Ballarin, G., DiPierro, M., and de Alfaro, L. 2018. “Automatic Online Fake News Detection Combining Content and Social Signals,” 2018 22nd Conference of Open Innovations Association (FRUCT): IEEE, pp. 272-279.

- Deutsch, M., and Gerard, H. B. 1955. "A Study of Normative and Informational Social Influences Upon Individual Judgment," *The journal of abnormal & social psychology* (51:3), p. 629.
- Dey, A. 2016. "Machine Learning Algorithms: A Review," *International Journal of Computer Science & Information Technologies* (7:3), pp. 1174-1179.
- Dietterich, T. G. 2000a. "Ensemble Methods in Machine Learning," *International workshop on multiple classifier systems*: Springer, pp. 1-15.
- Dietterich, T. G. 2000b. "Hierarchical Reinforcement Learning with the Maxq Value Function Decomposition," *Journal of artificial intelligence research* (13), pp. 227-303.
- Dubois, E., and Gaffney, D. 2014. "The Multiple Facets of Influence: Identifying Political Influentials and Opinion Leaders on Twitter," *American behavioral scientist* (58:10), pp. 1260-1277.
- Eagly, A. H., and Chaiken, S. 1993. *The Psychology of Attitudes*. Harcourt brace Jovanovich college publishers.
- Epstein, S. 2003. "Cognitive-Experiential Self-Theory of Personality," *Handbook of psychology*, pp. 159-184.
- Emily Birnbaum, Ajit Pai is distancing himself from President Trump, Protocol (Jan. 7, 2021)
- European Commission, A multi-dimensional approach to disinformation(Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, Directorate-General for Communication Networks, Content and Technology, 2018.
- Fetzer, J. H. 2004. "Disinformation: The Use of False Information," *Minds & Machines* (14:2), pp. 231-240.
- Freeman, L. C., Roeder, D., and Mulholland, R. R. 1979. "Centrality in Social Networks: Ii. Experimental Results," *Social networks* (2:2), pp. 119-141.
- Garcia-Gavilanes, R., Quercia, D., and Jaimes, A. 2013. "Cultural Dimensions in Twitter: Time, Individualism and Power,").
- Gayo-Avello, D. 2013. "Nepotistic Relationships in Twitter and Their Impact on Rank Prestige Algorithms," *Information Processing & Management* (49:6), pp. 1250-1280.

- Gillin, P. 2007. *The New Influencers: A Marketer's Guide to the New Social Media*. Linden Publishing.
- Gladwell, M. 2006. *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. Little, Brown.
- Goldberg, Y. 2017. "Neural Network Methods for Natural Language Processing," *Synthesis Lectures on Human Language Technologies* (10:1), pp. 1-309.
- Goldenberg, J., Libai, B., and Muller, E. 2001. "Talk of the Network: A Complex Systems Look at the Underlying Process of Word-of-Mouth," *Marketing letters* (12:3), pp. 211-223.
- Gollatz, Riedle & Pohlmann, 2018. 8. 16; Human Rights Watch, 2018. 2. 14
- Gonçalves, B., Perra, N., and Vespignani, A. 2011. "Modeling Users' Activity on Twitter Networks: Validation of Dunbar's Number," *PloS one* (6:8), p. e22656.
- Grabner-Kraeuter, S. 2002. "The Role of Consumers' Trust in Online-Shopping," *Journal of Business Ethics* (39:1-2), pp. 43-50.
- Granik, M., and Mesyura, V. 2017. "Fake News Detection Using Naive Bayes Classifier," 2017 IEEE First Ukraine Conference on Electrical and Computer Engineering (UKRCON): IEEE, pp. 900-903.
- Granovetter, M. 1983. "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited," *Sociological theory*, pp. 201-233.
- Guess A., Nagler J., Tucker J. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on facebook, *Science Advance*, 5(1). 2019.
- Guo, L., A. Rohde, J., and Wu, H. D. 2020. "Who Is Responsible for Twitter's Echo Chamber Problem? Evidence from 2016 Us Election Networks," *Information, Communication & Society* (23:2), pp. 234-251.
- Gvili, Y., Kol, O., and Levy, S. 2020. "The Value (S) of Information on Social Network Sites: The Role of User Personality Traits," *European Review of Applied Psychology* (70:2), p. 100511.
- H. Gersdorf: Hate Speech in sozialen Netzwerken, *MMR* 2017, 439ff.
- Issie Lapowsky, A New Lawsuit Against Trump's Section 230 Executive Order Argues It Chills Speech About Voting, *Protocol* (Aug. 27, 2020)
- Kathleen Ann Ruane, "How Broad A Shield? A Brief Overview of Section 230 of the Communications Decency Act", *Congressional Research Service*, February 21, 2018

- Lacy, S., and Stamm, M. 2016. "Reassessing the People's Choice: Revisiting a Classic and Excavating Lessons for Research About Media and Voting," *Mass Communication & Society* (19:2), pp. 105-126.
- Lambert, S. D., and Loiselle, C. G. 2007. "Health Information—Seeking Behavior," *Qualitative health research* (17:8), pp. 1006-1019.
- Leah Nylen, et al., Trump Pressures Head of Consumer Agency To Bend On Social Media Crackdown, *Politico* (Aug. 21, 2020)
- Le Brief, Un nouveau code de bonnes pratiques contre la désinformation en Europe, 2000 - 2022 INpact MediaGroup - SARL de presse, membre du SPIIL. N° de CPPAP 0326 Z 92244, 2022
- Moon, Jihyung, Won Ik Cho, and Junbum Lee. "BEEP! Korean corpus of online news comments for toxic speech detection." *arXiv preprint arXiv:2005.12503* (2020)
- Myers, S. A., and Leskovec, J. 2014. "The Bursty Dynamics of the Twitter Information Network," *Proceedings of the 23rd international conference on World wide web*, pp. 913-924.
- Nahapiet, J., and Ghoshal, S. 1998. "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage," *Academy of management review* (23:2), pp.242-266.
- Ngai, E. W., Hu, Y., Wong, Y. H., Chen, Y., and Sun, X. 2011. "The Application of Data Mining Techniques in Financial Fraud Detection: A Classification Framework and an Academic Review of Literature," *Decision support systems* (50:3), pp. 559-569.
- Osei-Frimpong, K., Donkor, G., and Owusu-Frimpong, N. 2019. "The Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: An Emerging Market Perspective," *Journal of Marketing theory & Practice* (27:1), pp.103-121.
- Oshikawa, R., Qian, J., and Wang, W. Y. 2018. "A Survey on Natural Language Processing for Fake News Detection,").
- Pacini, R., and Epstein, S. 1999. "The Relation of Rational and Experiential Information Processing Styles to Personality, Basic Beliefs, and the Ratio-Bias Phenomenon," *Journal of personality & social psychology* (76:6), p.972.
- Pennycook, G., Cannon, T. D., and Rand, D. G. 2018. "Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News," *Journal of experimental psychology:general*

- (147:12), p. 1865.
- Pentina, I., Zhang, L., and Basmanova, O. 2013. "Antecedents and Consequences of Trust in a Social Media Brand: A Cross-Cultural Study of Twitter," *Computers in Human Behavior* (29:4), pp. 1546-1555.
- Pérez-Rosas, V., Kleinberg, B., Lefevre, A., and Mihalcea, R. 2017. "Automatic Detection of Fake News,").
- Petty, R. E., and Cacioppo, J. T. 1986. "The Elaboration Likelihood Model of Persuasion," in *Communication and Persuasion*. Springer, pp. 1-24.
- Phang, C. W., Zhang, C., and Sutanto, J. 2013. "The Influence of User Interaction and Participation in Social Media on the Consumption Intention of Niche Products," *Information & management* (50:8), pp. 661-672.
- Pornpitakpan, C. 2004. "The Effect of Celebrity Endorsers' Perceived Credibility on Product Purchase Intention: The Case of Singaporeans," *Journal of international consumer marketing* (16:2), pp. 55-74.
- Pothast, M., Kiesel, J., Reinartz, K., Bevendorff, J., and Stein, B. 2017. "A Stylometric Inquiry into Hyperpartisan and Fake News,").
- Prodhomme, M. 2018. "Alecia Swasy (2016), How Journalists Use Twitter. The Changing Landscape of Us Newsrooms. Londres, Lexington Books," *Communication. Information médias théories pratiques* (35:2).
- Raven, B. H. 1964. "Social Influence and Power," CALIFORNIA UNIV LOS ANGELES.
- Reichelt, J., Sievert, J., and Jacob, F. 2014. "How Credibility Affects Ewom Reading: The Influences of Expertise, Trustworthiness, and Similarity on Utilitarian and Social Functions," *Journal of Marketing Communications* (20:1-2), pp.65-81.
- Richardson, J. C., Maeda, Y., Lv, J., and Caskurlu, S. 2017. "Social Presence in Relation to Students' Satisfaction and Learning in the Online Environment: A Meta-Analysis," *Computers in Human Behavior* (71), pp. 402-417.
- Riddell, J., Brown, A., Kovic, I., and Jauregui, J. 2017. "Who Are the Most Influential Emergency Physicians on Twitter?," *Western Journal of Emergency Medicine* (18:2), p. 281.
- Rosen, E. 2000. "The Anatomy of Buzz: How to Create Word-of-Mouth Marketing," *Marketing Management* (9:4), p. 62.

- Rosnow, R. L., Yost, J. H., and Esposito, J. L. 1986. "Belief in Rumor and Likelihood of Rumor Transmission," *Language & Communication Quarterly*).
- Rubin, V. L., Chen, Y., and Conroy, N. K. 2015. "Deception Detection for News: Three Types of Fakes," *Proceedings of the Association for Information Science & Technology* (52:1), pp. 1-4.
- Schmierbach, M., and Oeldorf-Hirsch, A. 2012. "A Little Bird Told Me, So I Didn't Believe It: Twitter, Credibility, and Issue Perceptions," *Communication Quarterly* (60:3), pp. 317-337.
- Schultz, F., Utz, S., and Göritz, A. 2011. "Is the Medium the Message? Perceptions of and Reactions to Crisis Communication Via Twitter, Blogs and Traditional Media," *Public relations review* (37:1), pp. 20-27.
- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., and Liu, H. 2017. "Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective," *ACM SIGKDD explorations newsletter* (19:1), pp. 22-36.
- Singer, J. D., and Willett, J. B. 1993. "It's About Time: Using Discrete-Time Survival Analysis to Study Duration and the Timing of Events," *Journal of educational statistics* (18:2), pp. 155-195.
- Siroky, D. S. 2009. "Navigating Random Forests and Related Advances in Algorithmic Modeling," *Statistics Surveys* (3), pp. 147-163.
- Sohn, D. 2014. "Coping with Information in Social Media: The Effects of Network Structure and Knowledge on Perception of Information Value," *Computers in Human Behavior* (32), pp. 145-151.
- Terwel, B. W., Harinck, F., Ellemers, N., and Daamen, D. D. 2009. "How Organizational Motives and Communications Affect Public Trust in Organizations: The Case of Carbon Dioxide Capture and Storage," *Journal of Environmental Psychology* (29:2), pp. 290-299.
- Tian, Z.-p., Nie, R.-x., and Wang, J.-q. 2019. "Social Network Analysis-Based Consensus-Supporting Framework for Large-Scale Group Decision-Making with Incomplete Interval Type-2 Fuzzy Information," *Information Sciences* (502), pp. 446-471.
- Till, B. D., and Busler, M. 2000. "The Match-up Hypothesis: Physical Attractiveness, Expertise, and the Role of Fit on Brand Attitude, Purchase Intent and

- Brand Beliefs,” Journal of advertising (29:3), pp. 1-13.
- Williams, N., Zander, S., and Armitage, G. 2006. “A Preliminary Performance Comparison of Five Machine Learning Algorithms for Practical Ip Traffic Flow Classification,” ACM SIGCOMM Computer Communication Review (36:5), pp. 5-16.

- 市川正人 「表現の自由とヘイトスピーチ」『立命館法學』2015年2号(360号), 2015
- 渋井哲也 「テラハ事件, テレビとSNSユーザーが『共犯者』になった重すぎる教訓」DIAMOND on-line 2020. 6. 5 5:20
- 白崎 護 「フェイクニュースとメディア環境」, 『関西外国語大学研究論集』第112号 2020
- 成原 慧 「フェイクニュースの憲法問題: 表現の自由と民主主義を問い直す」法学セミナー 772, 2019
- 水谷瑛嗣郎 「思想の自由市場の中の「フェイクニュース」」, 慶應義塾大学 メディア・コミュニケーション研究所, 2019.
- 山田太郎 「ネット上の誹謗中傷等対策小委員会にて緊急提言をまとめました!」(2021年 6月 19日) 新・判例解説 Watch, “虚偽の新聞記事の掲載等に対し、「国民的人格権・名誉権」及び「知る権利」が侵害されたとして、謝罪広告と損害賠償を求めた事例”

〈기타〉

- 自由民主党, 「ネット上の誹謗中傷に対応するための緊急提言」(2021年 6月 17日)
- 総務省, “諸外国におけるフェイクニュース及び偽情報への対応”, 2019.
- 総務省, 「プロバイダ責任制限法の一部を改正する法律案(概要)」。
- 総務省, 『特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律—解説』(2017年)
- 総務省, “プラットフォームサービスに関する研究会における中間報告書”
- 法務省, 「法務大臣閣議後記者会見の概要・令和 2 年 6 月 2 日(火)」
- 法務省, 「法務大臣閣議後記者会見の概要・令和 2 年 8 月 7 日(金)」

2022년도 해외언론법제연구보고서

유튜브 등 미디어플랫폼상 인격권 보호를
위한 해외법제연구

PRESS ARBITRATION COMMISSION

ISSN 2635-8522

해외언론법제연구보고서 제6호

2022년 10월 31일 발행

편집 · 발행 : 언론중재위원회
02)397-3041~4
www.pac.or.kr

인 쇄 : (주)계문사

-
- 이 책은 「방송통신위원회 방송통신발전기금」을 지원받아 제작한 것입니다.
 - 저작권법에 따라 이 책에 수록된 글의 무단 복제와 전재 및 상업적 이용을 금합니다.

2022년도
해외언론법제연구보고서



언론중재위원회
Press Arbitration Commission