

정책연구 01-05

개인정보보호제도 시행의 경제·사회적 파급효과 분석연구

2001. 12

김철완/정준현/이상원/오영석



정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

서 언

컴퓨터와 통신 기술의 급속한 융합적 발전은 현대인의 생활형태에 대한 근본적 변화를 초래하여 현실공간 위주의 생활관계를 가상공간 중심의 생활관계로 전환하기에 이르렀다 하겠습니다. 따라서, 가상공간이 제공하는 시·공간 초월성이 가져온 사회·경제적 활동의 파급효과와 이에 대한 규범의 가치정립 기능에 상관관계를 분석·평가하여 정보화의 순기능을 극대화하면서도 역기능은 최소화할 수 있는 방안을 검토할 필요가 있다고 할 것입니다.

바꾸어 말하자면, 인터넷이 제공하는 가상공간 내에서 개인이나 기업은 비대면성·익명성·실시간 다수인의 접촉성을 매개로 종래의 현실공간에서는 누려보지 못한 자유를 마음껏 향유하게 되어 전자공동체와 전자민주주의가 꽃을 피우게 되었고, 전자상거래 또한 활성화된 반면, 인간의 가치와 존엄을 목적으로 하는 법과 윤리 등 규범은 제기능을 수행하지 못하게 된 결과 개인정보를 악용하여 개인의 인격을 무단히 침해하거나 개인을 상품화하는 등 각종 역기능 또한 발생하고 있습니다.

이러한 정보화의 역기능에 대한 문제점을 인식하고 “정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률”에 의한 개인정보보호제도의 실시를 전후하여 정보화가 갖는 사회·경제적 파급효과를 조사·연구하여 정보화시대에 있어서 국가의 역할과 그 방향의 설정을 위한 정책자료로서 본 연구를 수행하게 되었습니다. 정보화시대에 있어서 정보주체인 개인이 자신에 대해 갖고 있는 정보의 가치와 정보의 수요자인 기업이 갖고 있는 개인정보에 대한 가치에 대한 계량적 분석과 아울러 개인정보보호제도에 대한 정보이용자 및 정보서비스제공자의 인지도를 조사·분석함으로써 개인정보보호를 위한 국가의 입법정책적 대응방안을 모색한 것입니다. 특히, 자율적 규제의 근간을 이루는 윤리는

경험과 반성의 누적을 통해 형성된다는 점에서 탄력적이고 미래예측적인 입법에 의한 국가의 사이버경찰기능이 기대된다고 할 것입니다.

마지막으로, 이 연구가 정보화시대의 개인정보침해에 따른 문제해소에 관심을 갖고 계신 학계 및 정책실무자에게 도움이 되는 자료가 되기를 바라며, 이 보고서가 나오기까지 노고를 아끼지 아니한 김철완 박사를 비롯하여 선문대학교 법학과의 정준현 교수, 인하대학교의 이상원 교수 그리고 본 연구와 관련하여 편집 등 모든 궂은 일을 마다하지 않고 도맡은 오영석 연구원에게 이 자리를 빌려 깊은 감사의 뜻을 표합니다.

2001년 12월
정보통신정책연구원
원 장 윤 창 번

목 차

서 언	1
요 약 문	11
제 1 장 서 론	24
제 1 절 연구의 배경 및 필요성	24
1. 연구의 배경	24
2. 연구의 필요성	25
제 2 절 연구의 방법	26
제 3 절 연구의 목적	27
제 2 장 정보화사회의 특징과 파급효과	29
제 1 절 정보화사회의 의의	29
1. 정보화사회의 특징	29
2. 정보화사회의 낙관론과 비관론	34
3. 정보사회의 파급효과	36
제 2 절 정보화사회의 긍정적 파급효과	43
1. 사회에 대한 긍정적 파급효과	43
2. 경제에 대한 긍정적 파급효과	45
제 3 절 정보화사회의 부정적 파급효과	50
1. 사회에 대한 부정적 파급효과	50
2. 경제에 대한 부정적 파급효과	59

3. 개인정보 노출에 의한 프라이버시 침해	66
제 4 절 정보와 인간 및 알권리	70
1. 정보와 인간	70
2. 정보와 알권리	71
3. 정보와 프라이버시권	73
4. 알권리와 알리고 싶지 않을 권리로서 프라이버시	80
제 5 절 정보화사회와 개인정보	80
1. 인터넷에서의 개인정보의 의의	81
2. 개인정보의 경제적 가치	82
3. 역기능의 출구로서 개인정보	85
제 3 장 정보화사회에 있어서 국가역할	88
제 1 절 정보사회와 국가역할의 변화	88
1. 정보화사회의 전개	88
2. 커뮤니케이션의 활성화에 의한 자유의 획득	89
3. 국가역할의 변화에서 본 정보사회	90
제 2 절 정보사회와 헌법상 국가의 책임	91
1. 정보사회와 국가의 책임	91
2. 국가의 사이버경찰의무	92
3. 법치국가적 조건의 구조	94
제 3 절 국가규제와 자율규제	95
1. 인터넷에 대한 국가규제	95
2. 인터넷의 자율규제	100
3. 자율규제시스템의 기본전제	101
4. 향후과제	102
제 4 절 개인정보보호제도의 현황	103

1. 일반적 현황	103
2. 정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률의 주요내용	104
3. 법상 이용자의 정보보호권	105
4. 법상 사업자 등의 개인정보보호의무	108
5. 정책적 함의	110
제 4 장 개인정보보호제도 시행의 사회·경제적 파급효과	113
제 1 절 개 설	113
제 2 절 법 제도시행의 파급효과	113
1. 일반적 현황	113
2. 사이트별 개인정보보호정책	117
3. 평 가	135
제 3 절 경제적 측면에서의 파급효과	137
1. 개 설	137
2. 개인정보 공급자측면	139
3. 개인정보 수요자 측면	166
제 5 장 결 론	180
참고문헌	185

표 목 차

<표 1-1> 정보서비스제공자의 정보생산비용	27
<표 1-2> 정보생산의 사회적 비용	27
<표 2-1> 정보화 통계	30
<표 2-2> 주요 정보화사업별 요구내역	42
<표 2-3> 전자상거래가 기업 및 경영환경에 미치는 효과	48
<표 2-4> 전자상거래를 통한 운영자와 소비자의 장점	50
<표 2-5> 1999년~2000년 월별 해킹 피해 접수 현황	62
<표 2-6> 개인정보 유출로 인한 피해경험 및 피해내용	66
<표 3-1> 사업자의 의무	109
<표 3-2> 외부자의 의무	109
<표 4-1> 국내 우수 10개 사이트	118
<표 4-2> 웹사이트 평가	134
<표 4-3> 연령별 분포	141
<표 4-4> 학력별 분포	142
<표 4-5> 직업별 분포	142
<표 4-6> 소득별 분포	143
<표 4-7> 지역별 분포	143
<표 4-8> 개인정보 제공 경험	144
<표 4-9> 개인정보 유출에 따른 피해 경험	145
<표 4-10> 개인정보 유출 가능성	145
<표 4-11> 개인정보 유출에 따른 피해 예상	146
<표 4-12> 유출 가능성과 다른 변수들과의 상관관계	146

<표 4-13> 유출 피해 예상과 유출 가능성의 상관관계	147
<표 4-14> 유출 피해 예상과 다른 변수들과의 상관관계	148
<표 4-15> 개인정보 제공경험 요인분석	149
<표 4-16> 개인정보 유출경험 요인분석	149
<표 4-17> 개인정보 유출 가능성 요인분석	150
<표 4-18> 개인정보 유출에 따른 예상 피해정도 요인분석	151
<표 4-19> 비보호하에서 개인정보의 가치	154
<표 4-20> 강보호하에서 개인정보의 가치	155
<표 4-21> 약보호하에서 개인정보의 가치	156
<표 4-22> 비보호하의 개인정보 가치 요인분석	157
<표 4-23> 강보호하의 개인정보 가치 요인분석	158
<표 4-24> 약보호하의 개인정보 가치 요인분석	159
<표 4-25> WTP 산출방식	160
<표 4-26> 강보호를 위한 WTP 분포	161
<표 4-27> 약보호를 위한 WTP 분포	162
<표 4-28> 강보호를 위한 WTP 요인분석	163
<표 4-29> 약보호를 위한 WTP 요인분석	164
<표 4-30> 매출액 분포	168
<표 4-31> 자본금 분포	168
<표 4-32> 고용규모 분포	169
<표 4-33> 개인정보 내용 분포	169
<표 4-34> 개인정보 보유규모 분포	170
<표 4-35> 기업활동에서 개인정보의 중요성 분포	170
<표 4-36> 개인정보 수집을 위한 유인 분포	171
<표 4-37> 개인정보 활용인지 분포	172
<표 4-38> 개인정보보호를 위한 투자액 분포	172

<표 4-39> 개인정보보호 투자액 변화 분포	173
<표 4-40> 개인정보 유출경험 분포	173
<표 4-41> 개인정보 유출 가능성 분포	174
<표 4-42> 5만명의 개인정보 자산가치 추정액 분포	175
<표 4-43> 20만명의 개인정보 자산가치 추정액 분포	176
<표 4-44> 민간의 정보보호 투자의 Crowding In 분포	178

그림 목차

[그림 1-1] 파급효과의 평가와 전망	28
[그림 2-1] 정보사회의 특징과 정보자기결정권	37
[그림 2-2] 정보격차의 갈등	41
[그림 2-3] 인터넷 이용시 우려사항	51
[그림 2-4] 유해정보 구성비율	56
[그림 2-5] 해킹 피해여부	60
[그림 2-6] 해킹의 형태	61
[그림 2-7] 국제 해킹 발생건수	63
[그림 2-8] 컴퓨터바이러스 피해경험율	65
[그림 2-9] 개인정보 요구항목수	67
[그림 2-10] 역기능의 출구로서 개인정보	86
[그림 3-1] 정보화의 특성과 문제	92
[그림 3-2] 국가의 사이버 경찰기능	93
[그림 3-3] 개인정보보호의 경제·사회적 파급효과와 국가의 역할	96
[그림 3-4] 정보자기결정권의 의의	104
[그림 3-5] 현행 방법의 문제점과 개선방향	112
[그림 4-1] 개인정보관리책임자 지정여부	114
[그림 4-2] 개인정보보호정책 관련	115
[그림 4-3] 서비스제공자의 정보보유기간 및 정보자기결정권 인정여부	116
[그림 4-4] 14세 미만 아동의 개인정보 수집시 법정 대리인의 동의 획득 여부	117
[그림 4-5] 신뢰의 개념	136

[그림 5-1] 신뢰의 발전단계 181

[그림 5-2] 탄력입법에 의한 현실선도 189

요 약 문

제 1 장 서 론

국제사회에서는 1970년대부터 정보유출과 관련된 사생활 보호의 필요성을 인식하여, OECD 국가들을 중심으로 국내법 차원에서 정보유출을 규제하는 것으로 나타났고, 뒤이어 국제법 차원의 필요성에 따라 1980년 ‘사생활 보호와 개인정보의 국제적 유통에 관한 지침’이 채택되었다. 가상공간에서 행위자는 익명성과 비대면성을 빌미로, 정보서비스제공자는 정보 내지 가상공간의 제공자로서 자신의 지위를 악용하여 개인정보를 오·남용하는 사회적 병폐가 심화되고 있어 익명의 개인과 정보서비스제공자로부터 개인의 정보를 보호할 수 있는 제도적 장치의 중요성이 사회·경제적으로 공감대를 형성하고 있다. 이러한 위험으로부터 개인과 사회를 지키기 위해 국가는 인격권인 개인의 정보자기결정권을 확인·보장하고(헌법 제10조), 개인정보보호제도를 시행함에 있어 예상되는 사회·경제적 파급효과를 비교·형량하여 정부규제와 자율규제의 조화를 통한 정보민주화(헌법 제37조제2항, 제119조제2항)를 달성하여야 할 것이다.

본 연구에 있어서 파급효과는 법리적인 분석과 계량적 분석을 병행하되 법리적인 분석은 프라이버시권과 알권리, 정보자기결정권과 사업자측의 의무를 비교형량하는 방법으로 하고, 계량적 분석은 인터넷 이용관계를 갖고자 하는 개인이 자신의 개인정보를 어떠한 수준의 개인정보 보안시스템을 갖춘 업체에 대해 어떠한 대가를 전제로 어느 범위까지의 개인정보를 해당 서비스 업체 및 제3자에 대한 제공을 인정할 것인지에 관하여 무작위의 설문조사를 통한 주관적 가치의 객관화에 한정하기로 한다. 다만, 계량화가 어려운 개인정보침해의 사회적 파급효과의 경우에는 개인정보의 침해에 따른 인격권 침해실태의 유형

을 정리·분석함으로써 필요최소정보와 그렇지 않은 정보를 분류하는 동시에 이에 상응하는 서비스제공자(정보수요자)의 개인정보보호를 위한 보안비용 일만을 살펴봄으로써 간접적으로 그 파급효과를 분석하는 방법을 병행하기로 한다.

정보화 사회에 있어서 국민의 알권리나 표현의 자유 등 기본권을 최대한 보장하면서 개인정보의 침해방지를 최소화할 수 있는 국가규제의 당위성 확보를 연구의 목표로 삼는다.

제 2 장 정보화사회의 특징과 파급효과

개인정보의 개념에 대하여 정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률 제2조제6호는 “개인정보라 함은 생존하는 개인에 관한 정보로서 성명·주민등록번호 등의 사항에 의하여 당해 개인을 알아 볼 수 있는 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 정보(당해 정보만으로는 특정개인을 알아 볼 수 없는 경우에도 다른 정보와 용이하게 결합하여 알아 볼 수 있는 것을 포함한다)를 말한다”고 하여, 인격주체성의 유지라는 측면에서의 소극적인 프라이버시의 측면에서가 아니라 ‘개인에 관한 정보’로서 특정개인을 식별할 수 있는 정보, 즉 그 인격주체성을 ‘현출’할 수 있는 정보라는 점에서 전형적으로 적극적인 프라이버시의 개념을 정하고 있다고 할 것이다. 즉, 이 법에서 말하는 개인정보는 ‘특정 개인의 동일성을 식별할 수 있는 일체의 정보’를 의미하는 것으로 넓게 보아도 무리가 없을 것이다.

기업이 개인정보 특히 잠재적 구매자들에 대한 개인정보를 수집하려는 것은 거래비용 가운데 정보탐색비용을 절감하려는 목적이 가장 크다고 할 수 있다. 한편 소비자의 입장에서도 자신이 구매하고자 하는 상품의 종류와 형태 등을 기업들이 알고 있다면 그 상품을 찾아다니는 수고를 덜 수 있으므로 거래비용을 절감할 수 있을 것이다. 만일 기업이 자사 제품에 대한 잠재적 구매자들의

연령, 성별, 직업, 소득수준, 기호 및 취미, 소비성향 등에 대한 상세한 개인정보 파일을 보유하고 있다면 위와 같은 조사비용을 들이지 않고도 상대적으로 정확한 정보를 획득할 수 있으므로 거래비용 가운데 탐색비용을 대폭 절약할 수 있을 것이다. 개인정보는 이러한 의미에서 기업의 중요한 자산이 되고 있다. 또한 인터넷을 통해 모든 종류의 상품을 모든 소비자들에게 판매하려는 회사보다는 소비자들에 관한 정보를 활용해 특정 고객층이 요구하는 상품과 서비스를 판매하는데 주력하는 회사들이 성공할 것이다. 즉, 기업의 개인정보 이용 목적은 마케팅전략 수립에 활용하는 것이 우선적인 목적이라고 볼 수 있다.

반면에 인터넷의 보급으로 이러한 개인정보유출에 대한 위험성은 더욱 커졌다. 가상공간을 이용해야 하는 사회·경제적 관계가 집중하고 있는 점을 감안할 때 각종 서비스를 제공하고 있는 사이트 운영자가 개인정보보호에 보다 적극적으로 나서야 하며, 국가도 개인정보를 악용하여 타인이 해당 개인의 인격 및 재산을 불법적으로 침해하는 것을 방지하기 위해 필요한 규제를 하여야 할 것이다. 개인정보는 개인이 사이버공간에서 자유로운 활동을 하기 위한 열쇠이지만, 한편 사이버 공간이 갖고 있는 비대면성의 특징상 타인과 각종 법률 행위를 하기 위한 본인확인수단인 점을 악용하려는 자에게 있어서는 본인을 가장한 타인의 불법수단 내지 “정보화역기능의 출구”이기도 한 것이다.

제 3 장 정보화사회에 있어서 국가역할

제 1 절 정보사회와 국가역할의 변화

정보사회에서 지식체계의 변화, 정보와 지식에 의한 개별성의 증대, 그리고 정치적 분권화의 가능성은 자유를 획득하기 위한 유력한 원천이다. 그러나 이들은 국가의 자기이해에도 중대한 변화를 가져온다. 국가활동은 구조적 개혁을 강요받게 되었고 행정절차의 수정을 강요받으며, 그리고 개인의 확인적 행

위과정과 동기적 행위과정을 국가기관의 활동에 포함시킬 것을 강요받게 된다. 이러한 점은 집행권과 입법권 뿐만 아니라 사법권에도 타당하게 된다. 정보를 가진 국민은 모든 국면에서 국가의 의사결정에 참여하려 할 뿐 아니라 사회에 대한 통제 역시 보다 넓은 영역에서 사회의 자율적인 손에 의해 이루어지기를 기대하게 된다.

이러한 경향을 국가가 따르게 될 때 그 변화의 특징을 이루는 것이 바로 후기현대국가의 탈책임화경향이라고 할 수 있다. 이것은 국가가 정보의 자유로운 유통만을 강조한 나머지 헌법상 국가의 최소한 책무인 질서유지의무를 방치하고, 그 책무를 사회의 자율책임사항으로 돌리려는 것을 의미한다.

제 2 절 정보사회와 헌법상 국가의 책임

정보공급에 관한 사회국가적 의무를 지는 커뮤니케이션 국가는 민주주의 원칙상 국민과 사적 기관에 대해 국가와 지역공동체간에 발생하는 모든 현상에 관한 정보의 액세스와 관여를 가능하게 하고 각종 행정정보를 일반인이 이용할 수 있도록 할 의무를 지게 된다. 동시에 모든 사회적 악습과 불의를 타파하며 자율과 조화를 바탕으로 자유민주적 기본질서를 더욱 확고히 하여야 할 헌법 전문 및 헌법 제37조제2항 국가의 책무상 정보화사회의 중추적 역할을 하고 있는 인터넷을 통한 정보의 자유로운 유통을 저해하거나 정보질서를 해치는 행위를 규제하여야 할 의무를 부담하게 된다.

특히 공공의 안녕질서를 확인하고 보장하여야 할 국가의 책무는 시대의 발전에 따른 확대·변화는 있을지언정 포기되어서는 아니될 국가의 기본적 책무임은 의심할 여지가 없다. 오늘날 사회에 대한 정보공급으로서 인프라의 조성·축진뿐만 아니라 정보화사회의 역기능으로부터 정보질서를 유지하는 것 또한 국가의 기본적이고 필수적인 과제이다.

제 3 절 국가규제와 자율규제

인터넷 내용규제와 관련하여 오늘날 핵심적인 문제는 바로 ‘내용규제시스템에 있어서 국가 내지 법의 역할문제’이다. 토론자의 생각으로는 인터넷상에서의 내용규제시스템과 관련해서는 법에 의해 담보되는 ‘규제’에 대한 관념이 이제 바뀌어야 한다고 생각된다. 즉, 국가 내지 법에 의해 강제되는 전통적인 의미에서의 규제관념은 이제 국가에 의한 ‘서비스’라는 관념으로 바뀌어져야 한다고 생각한다. 이것은 결국 인터넷상에서의 내용규제는 시민사회의 자율적인 행동에 의해 담보되어야 하고, 다만 국가는 이러한 자율규제가 제대로 혹은 실효적으로 작동될 수 있도록 서비스를 제공해 주는 역할에 그쳐야 한다는 것을 의미한다. 그 이유는 국가가 주도하는 전통적인 규제방식은 매체환경의 변화로 인해 헌법적 관점에서뿐만 아니라 효율성 내지 현실적인 관점에서 많은 문제점을 노정하기 때문이다. 설령 국가의 규제가 여전히 필요한 영역이더라도 ‘매체규제의 합리화’라는 관점에서 기존의 규제시스템에 대한 제도적 개선이 필요하다고 생각한다.

하지만 자율규제 중심의 규제시스템을 우리 나라에 도입하는 경우에는 다음과 같이 고민하고 해결해야 할 과제가 두 가지 존재한다는 것을 지적하고 싶다. 첫째, 우리 나라의 경우에는 특히 언론분야와 관련해서 ‘자율규제’의 경험이 거의 없다는 점이다. 그 이유는 그 동안의 언론관련법들은 언론을 억압해왔지, 자율규제의 능력을 육성하는 데에는 거의 관심을 기울이지 않았기 때문이다. 그렇다고 해서 언제까지 국가가 주도해야 하는 것은 아니다. 점점 자율규제의 경험을 축적해서 우리 나라에서도 자율규제의 시스템이 정착될 수 있어야 할 것이다. 둘째, 자율규제 중심의 규제시스템을 도입한다고 할 때, 국가의 역할을 구체적으로 어느 범위까지만 인정할 것인가의 문제이다. 이것은 개별 사안마다 구체적으로 사회적 합의를 통해서 도출해야 하지만, 결국에는 입법을 통해서 구현할 수밖에 없을 것이다.

제 4 절 개인정보보호제도의 현황

개정된 “정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률”의 개인정보보호 조항은 OECD의 프라이버시 가이드라인을 비교적 충실하게 적용했을 뿐만 아니라 어떤 부분에서는 상당히 구체적이며 실효성있는 내용들을 규정하고 있어 비교적 잘 된 법률이라고 할 수 있다. 물론, OECD의 프라이버시 골격 자체가 기술중립적으로 구성된 것이어서 기술적 변화와 무관하게 보편적으로 적용가능한 것이긴 하지만 현실적으로는 전자상거래에서 개인화에 이용되고 있는 쿠키(cookie)의 문제와 미성년자의 경우 동의를 어떻게 규제하느냐 하는 문제에 대한 보다 구체적인 검토가 필요하다.

기타, 정보주체에게 있어서는 개인정보가 인격권이라는 측면에서 개인정보의 열람, 정정, 삭제 또는 차단을 요구할 수 있는 당사자의 권리를 법률행위를 통하여 이를 배제 또는 제한할 수 없도록 하여야 할 것이다. 정보자기결정권의 본질내용을 이루는 이들 권리의 중요성을 감안하여 당사자를 보호하기 위해 이들 권리에 대한 처분권을 제한하여야 한다는 것이다. 민간기관에 대하여는 사회적인 종속관계가 존재하는 영역에 있어서 이 규정은 특히 중요한 의미를 갖는다. 권리의 배제는 권리 그 자체를 주장할 수 없도록 하는 것을, 권리의 제한은 법률상 존재하지 않는 부관을 붙여 그 권리의 내용을 한정하거나 그 행사에 불이익을 결부시키는 것을 의미한다. 이것에 반하는 법률행위는 무효로 하는 입법화가 필요한 것이다.

그밖에 정보가 갖는 고도의 위험성을 감안하여 개인정보처리의 위탁에 따른 손해배상책임은 과실책임이 아닌 무과실책임 내지 조직책임으로 되어야 하고 (법 32조, 제23조), 한국정보보호원이나 개인정보분쟁조정위원회, 정보통신윤리위원회 및 도메인이름분쟁조정위원회 등을 통합하여 준사법권과 입법권을 가진 단일 위원회가 설립되어야 할 것이다. 그래야만, 고도의 기술적·전문적인 정보관련분쟁의 신속하고도 경제적인 해소가 가능하게 될 뿐만 아니라, 해당

위원회의 축적된 전문지식을 바탕으로 한 현실 타당한 규범의 정립도 가능하게 되어 법원의 사실확정과 관련한 부담경감 외에 국가입법권의 부담경감으로도 기능하게 될 것이다

제 4 장 개인정보보호제도 시행의 사회·경제적 파급효과

제 1 절 개 설

이 장에서는 2001년 6월 19일부터 10일간 125개 기업을 대상으로 인터넷 및 전화 설문조사와 온라인 방문조사를 통하여 위 법률이 담고 있는 개인정보보호조항에 대한 서비스제공자의 태도변화를 살피고, 2001년 10월 5일을 전후하여 우리나라의 10대 정보제공사이트를 중심으로 위 법조항이 각 사이트의 홈페이지에 적절하게 반영되고 있는지 여부를 살펴보는 방법으로 그 사회적 파급효과를 분석하는 한편 경제적 파급효과는 설문을 이용하여 분석하기로 한다.

제 2 절 법 제도시행의 파급효과

우수 사이트들은 개인정보보호정책을 적게는 7가지부터 많게는 12가지 항목으로 규정하고 있으며, 약관 역시 15개조 내지 25개조로 규정하고 있다. 내용이나 형식면에서 개인정보보호정책은 “정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률” 시행 이전의 법률 제16조부터 제20조 사이의 규정에 근거하고 있는 것으로 보여 개정법의 홍보부족 내지 사업자의 소극성이 현저함을 알 수 있다. 약관 역시 사이트의 성격에 따라 (무료, 유료 콘텐츠 제공이나 기타 쇼핑물 운영 등) 내용 면에서 약간의 차이가 있을 뿐 전체적인 내용은 거의 일치함을 알 수 있다. 10개 사이트 모두 사이트 초기화면에 개인정보보호정책을 공개

하고 있으며, 약관은 한미르와 프리챌, 엠파스를 제외하고는 모두 사이트 초기 화면에 공개하고 있다.

사용자가 위의 사이트에 가입할 경우 바로 가기한 라이코스 코리아를 제외하고는 서비스 약관 내용이 화면에 나오며, 가입시 이용자로 하여금 모든 위험에 대한 예측이 가능하도록 약관을 비롯하여 개인정보보호정책 등에 대한 접근이 용이하도록 하여야 할 것이나 그러하지 않았다. 또한 10개 사이트 모두 가입시 개인정보보호정책은 언급하지 않고 있으며, 그나마 가입 시 읽어 볼 수 있도록 링크 해놓은 곳은 야후코리아와 다음, 네띠앙, 엠파스, 라이코스코리아 5개 사이트뿐이다. 사이트 가입 시 그 사이트에 대한 안내와 서비스 소개 등은 잘되어 있는 것과 비교된다

<표 1> 웹사이트 평가

구 분	초기화면공개 여부(조항 수)		편이도	내용 수준	면책조항 규정 정도	비 고
	개인	약관				
다 음	O (8)	O (15)	상	하	없음	
야후 코리아	O (11)	O (17)	중	상	하	
네이버	O (12)	O (16)	중	하	중	
라이코스코리아	O (13)	O (21)	중	중	상	
드림위즈	O (7)	O (17)	하	하	없음	
엠파스	O (4)	X (22)	하	중	상	
한미르	O (8)	X (23)	하	하	중	
프리챌	O (7)	X (20)	하	중	하	
네띠앙	O (9)	O (24)	상	하	하	
세이 클럽	O (10)	O (22)	하	중	중	

주) ‘개인’은 개인정보보호정책을 ‘약관’은 서비스 약관으로 표기되었으며, 정도평가는 ‘상·중·하’로 한다. 면책조항은 사용자에게 제한이 많을수록 ‘상’으로 표기한다.

인터넷이 발전함에 따라 개인정보 침해 사고는 점증하고 있으며, 그 방법 또

한 아주 다양하고 고도화되어 가고 있다. 일각에서는 주민등록번호 외에 다른 대안이 필요하다는 주장이 나올 만큼 개인정보보호는 현재 쟁점이 되고 있다. 많은 사이트들 중 방문자수를 기준으로 10개 사이트를 살펴보았는데, 다음과 같은 문제가 지적될 수 있다.

첫째, 인터넷 이용자가 사이트에 가입시 개인정보보호정책이나 약관을 제대로 읽지 아니하는 것이 일반적이다. 이것은 이용자의 책임이라기 보다는 사이트상 접근의 불편성에 기인한 것으로 보인다. 기본적인 규정이 없더라도 사이트 운영자는 초기화면에 공개해 놓아야 하며, 개인정보보호정책이나 약관 읽기를 적극적으로 유도하여야 한다. 이것은 위험에 대한 설명의무 및 설득의무의 한 방편으로 볼 수 있다.

둘째, 개인정보보호정책이 있지만 정작 개인정보는 보호되고 있지 못하다는 비판이 많이 나오고 있다. 위에서도 살펴보았지만 각 사이트들은 형식적인 규정만 두는 경우가 많고, 가장 중요한 개인정보보호 보안책이나 관리시스템에 대해서는 자세하게 소개하고 있지 않고, 개인정보로 인한 사고발생시의 규정은 거의 없다. 이것은 개인정보의 침해방식이 다양하기 때문에 하나 하나 일일이 규정하기에는 무리가 있다하더라도, 수단보다는 보호되어야 할 법적 이익에 대한 설명의 방식으로 극복되어야 할 것이다.

끝으로, 각 사이트 운영자의 보다 적극적인 대처가 필요하다. 위에서 살펴보았듯이 각 사이트의 약관이 규정하고 있는 면책조항은 모든 형태의 사고로부터 사이트 운영자의 면책성을 규정한 부당약관으로 볼 수 있다. 이것은 결국 사용자들에게 신뢰를 주지 못하게 되며 인터넷의 활용을 방해하게 될 것이고, 결국에는 사이트의 발전적 운영에도 방해가 될 수 있다. 보다 완화된 면책조항이 필요하다고 생각된다.

올바른 인터넷 생활을 위해서 당사자인 사용자와 사이트간의 원활하고 올바른 규제나 정책이 필요한 것이 현실이다. 사이트 운영자는 개인정보의 중요성을 인식하여, 보안성·안전성 및 사용성을 높히려는 자발적 노력을 통해 신뢰

를 획득하도록 노력해야 할 것이며, 사용자 개개인 역시 자신의 정보 및 타인의 정보에 대한 인격적 의미를 인정하는 태도를 갖추어야 할 것이다.

제 3 절 경제적 측면에서의 파급효과

1. 대상 데이터와 분석방법

정보공급자 측면의 경우에 대하여는 직접 인터뷰에 의한 설문조사에서 총 512개의 데이터를 수집하였으며, 정보수요자 측면의 경우에 있어서는 경실련에서 개인정보보호 모니터링 대상으로 삼고 있는 300개의 기업을 상대로 사전 양해하에 이메일을 사용한 설문방식에 의거 가치상실의 데이터를 배제한 총 35개 기업의 데이터를 사용하였다.

개인정보의 공급자측면과 수요자측면을 구분하여 개인정보의 경제적 가치를 분석하되, 개인 정보가 어떤 형태로든 보호된다는 확신이 없는 “비보호수준”, “개인 정보가 사전에 명시된 대상 및 용도에만 사용되도록 보호된다는 확신이 있는 ”강보호 수준” 및 개인 정보가 사전에 명시된 대상 및 용도와 함께 대상과 용도가 추가적으로 발생한다면 이를 반드시 사전에 허락받을 경우에만 사용되도록 보호된다는 확신이 있는 “약보호 수준” 등의 세 가지 보호 유형에 따른 각각의 개인정보의 경제적 가치 변수들에 대한 일차적 분석인 “일변수분석”과 전술한 변수들이 개인정보를 제공하는 개인의 특성에 따라 어떻게 다른지를 보기 위해 선형모델을 사용하여 분석하는 요인분석을 행하였다.

2. 개인정보 공급자측면

이 분석의 중요한 첫 번째 결과는 개인정보 제공자의 관점에서 본 개인정보 보호를 위한 지불의사가 매우 높다는 것이다. 두 번째 결과는 이러한 개인정보

보호를 위한 지불의사는 개인정보의 제공에 따른 ‘활용의 불확실성에 대한 위험보상’이라는 이론적 가설을 실증적이고 구체적으로 입증하고 있다는 것이다. 이러한 첫 번째와 두 번째 결과는 매우 중요한 정책적 함의를 지니고 있다. 즉, 개인정보 공급자들은 개인정보 활용 불확실성에 대한 매우 높은 위험보상을 요구하고 있는 것이다. 잘 알려진 것처럼 이러한 위험보상은 사회 전체적 관점에서는 필요악으로서 자원분배에서의 사회적 비효율성을 높일 뿐이다. 그러므로 정부는 개인정보보호를 위한 정책을 통하여 사회 전체적으로 ‘활용 불확실성’을 감소시키는 중요한 역할을 할 수 있다.

과다한 위험보상은 거시적인 측면에서 사회적 비효율성을 높이지만, 이러한 위험보상이 개인정보의 공급자와 수요자간에 적절히 조정되고 타협될 경우에 최소한 개인정보보호 시장 나아가 개인정보보호 시장의 상위 시장인 개인정보 시장 그리고 크게는 정보시장의 근본적인 왜곡을 피할 수 있다. 그러나 본 연구의 세 번째 결과는 이러한 시장왜곡 문제의 심각성을 제기하고 있다. 즉, 대부분의 개인정보 시장이 보다 상위의 재화와 서비스 시장에 종속되고 그리고 보조적인 성격을 가지고 있기 때문에 개인정보 시장만을 본다면 이 시장은 상당한 정도로 수요독점적인 성격을 가지고 있다. 이러한 수요독점적인 성격은 본 연구에서 직간접적으로 그리고 실증적으로 규명되고 있다. 이러한 수요독점적 성격은 개인정보 제공자가 당연히 요구할 수 있는 ‘위험보상’을 받을 수 없게 만들어버린다. 이러한 개인정보 시장의 왜곡은 다양한 방향으로 개인정보 시장과 관련을 맺고 있는 정보시장 혹은 일반적 재화나 서비스 시장의 왜곡을 가져올 수 있는 것이다.

이러한 개인정보보호의 불확실성에 따른 사회적 비효율성과 개인정보 시장과 관련 시장의 왜곡을 방지하기 위해서는 개인정보보호에 대한 정부의 개입을 보다 적극적으로 수행해야 할 필요성이 있다고 하겠다.

3. 개인정보 수요자 측면

이 분석에서 구체적으로 보고자 하는 점은 위의 ‘개인정보 공급자측면’에서 규명한 두 가지 결과에 대한 실증적 검증이다. 첫째, 개인정보 시장의 왜곡 상태에 관한 것이고, 둘째, 개인정보 공급자가 원하는 ‘위험보상’에 대한 개인정보 수요자들의 인식에 관한 것이다. 주요 결과 중의 하나는 기업들이 개인정보를 기업의 중요한 활동수단으로 여기고 있음에도 불구하고 공급자에게 어떠한 경제적 유인을 제공하는데 매우 인색하다는 사실이다. 앞의 개인정보 공급자측면’에서도 설명한 바와 같이 개인정보시장은 상위의 재화 및 서비스 시장의 보조적이고 종속적인 위치에 있음을 다시 한번 입증하는 것이다. 이러한 시장구조의 왜곡은 개인정보의 경제적 가치와 개인정보보호를 위한 기업들의 지불의사(WTP : Willing-to-Pay)가 개인정보 공급자들이 원하는 것과는 매우 큰 격차를 보이고 있다는 전술한 분석결과를 통하여 다시 한번 입증하고 있다. 그리고 덧붙여서 정부에 의한 개인정보보호정책이 ‘위험보상’의 지불을 줄여주는 효과를 통하여 기업 자신들을 포함한 사회 전체의 비효율성을 감소시킬 수 있는 역할을 하고 있다는 인식 또한 개인정보보호에서 정부의 역할을 정당화시킨다고 판단된다.

제 5 장 결 론

정보화사회의 발전을 저해하는 정보화의 사회·경제적 역기능현상의 주요 통로역할을 하는 것은 개인정보이며, 이러한 개인정보에 대한 보안성을 기초로 개인과 정보서비스제공자간, 개인과 개인간 및 정보서비스제공자와 정보서비스제공자간의 신뢰 축적이야말로 정보화 성공의 관건이 된다고 하겠다.

정부는 부처이기주의적인 입장에서 경쟁적으로 부처 관할입법을 피하여 국민의 혼란을 가중시킬 것이 아니라 실질적 법치주의의 관점에서 보안규제를

국가입법화하여 신뢰를 도모하여야 할 것이며, 인터넷의 이용관계에 대한 기술적 고찰을 통해 비대면성의 극복을 위한 최소정보와 그 밖의 이용관계상 정보를 특수정보로 하는 입법조치가 수반되어야 할 것이다. 또한 그 규제의 형식 또한 정보의 영역별로 달리 정하여야 할 것이며, 이러한 정보보호를 위한 보안요건의 충족을 정보통신서비스제공업을 위한 시장진입요건으로 규제할 경우에도 규제완화차원에서 정책적인 숙고를 하여야 할 것이다. 입법에 의한 규제의 경우에는 의회입법은 기술적 변화에 탄력적으로 대응할 수 없는 점 등을 종합적으로 고려할 때, 규제법정주의를 원칙으로 예측하기 어려운 한계적 사항에 대한 적절한 규범통제가 이루어져 신뢰의 확산 속에 인터넷 이용관계가 형성되도록 해야 할 것이다. 마지막으로, 정보제공자인 개인과 정보수요자인 정보서비스제공자에 대한 정보화역기능의 문제점에 대한 홍보와 교육 또한 적극적으로 병행되어야 할 것이다.

오늘날 사회적으로 논란이 되고 있는 정보화역기능 현상에서 과학의 급속한 발전이 가져온 새로운 생활관계의 형성은 그에 대응한 법률이나 윤리의 부존재를 낳았고, 이로 인하여 그 과학의 혜택 속에 있는 국민은 어떠한 규범의식 없이 타인의 존엄과 가치를 왜곡시키고 있음을 볼 수 있다. 이러한 점에서 해당 분야별 전문가로 이루어진 행정입법에 의한 사회규범의 선도 필요성은 더욱 중요시 될 것이며, 특히 그때 그때의 과학기술적 수준에 따라 위험의 구체성 정도가 달라질 사항에 대하여 “고시”입법에 의한 탄력적·가치조화적 입법 대응과 그 입법의 홍보·교육을 통한 신뢰구축의 필요성은 더욱 커진다고 할 것이다.

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 필요성

1. 연구의 배경

국제사회에서는 1970년대부터 정보유출과 관련된 사생활 보호의 필요성을 인식하여, OECD 국가들을 중심으로 국내법 차원에서 정보유출을 규제하는 것으로 나타났고, 뒤이어 국제법 차원의 필요성에 따라 1980년 ‘사생활 보호와 개인정보의 국제적 유통에 관한 지침’(Guidelines Governing the protection of Privacy & Transborder Flows of Personal Data)이 채택되었다.

미국의 경우 1970년 ‘공정신용보고법’(Fair Credit Reporting Act)과 1974년 ‘프라이버시법’(Privacy Act), 1978년 ‘전자자금이체법’, 1980년 ‘문서감축법’, 1984년 ‘Cable Privacy법’, 1986년 ‘전자통신프라이버시법’, 1988년 ‘컴퓨터 연결 및 프라이버시 보호법’, 1991년 ‘전화소비자 보호법’, 1997년 ‘인터넷상의 소비자 프라이버시 침해법’ 등 많은 보호입법을 채택하고 있고, 독일도 1977년 ‘정보보호법’, 1977년 ‘데이터 보호법’, 1991년 ‘연방정보보호법’, 1997년 ‘고도정보서비스에서 데이터보호에 관한 법률’을 제정하는 등 정보보호에 관한 입법을 주도하고 있다.

우리 나라는 모든 국민이 사생활 자유와 통신비밀을 침해받지 않는다는 헌법 제17조와 제18조 규정에 따라 1993년 “금융실명거래및비밀보장에관한긴급재정명령”, 1993년 “통신비밀보호법”, 1994년 “공공기관의개인정보보호에관한법률”, 1995년 “전산망보급및이용촉진에관한법률”, “신용정보의이용및보호에관한법률”, “전기통신사업법”, 2001년 “정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률” 등이 제·개정되어 있고 이를 뒷받침하는 정책보고서로는 “국내

외 정보화부작용 사례 및 통계분석”(1998.12.), “98정보화 역기능 실태조사”(1998.12.), “주요국가의 개인정보보호기관 운영상황 연구”(1998.12.) “정보통신서비스에서의 개인정보보호에 관한 지침(안) 연구”(1999.12.), “인터넷 개인정보보호 법·제도연구”(2000.10)“ 등의 정책보고서와 ”OECD 가입국에 있어서 정보화 투자와 경제성장과의 관계“(2000.11.), ”국가정보화평가 발전방안“(1999.12.) 등이 정보통신정책연구원과 한국전산원에서 각각 발간되었다.

2. 연구의 필요성

컴퓨터와 통신 기술의 급속한 발전은 현대인의 생활형태에 대한 근원적 변화를 초래하여 현실공간 위주의 생활관계를 가상공간 중심의 생활관계로 전환하기에 이르렀다. 한편, 가상공간에서 행위자는 익명성과 비대면성을 빌미로, 정보서비스제공자는 정보 내지 가상공간의 제공자로서 자신의 지위를 악용하여 개인정보를 오·남용하는 사회적 병폐가 심화되고 있어 익명의 개인과 정보서비스제공자로부터 개인의 정보를 보호할 수 있는 제도적 장치의 중요성이 사회·경제적으로 공감대를 형성하고 있다.

즉, 정보화시대의 행위 중심지인 가상공간은 얼굴 없는 익명자로 하여금 한층 자유롭게 다양한 의견과 비판을 할 수 있게 함으로써 전자민주주의를 가능하게 하는 반면, 개인, 기업 또는 국가기관 등에 대해 책임의식 없는 비난과 소문을 가능하게 할 뿐 아니라 개인정보의 오·남용을 통해 특정한 개인을 사회적·경제적으로 파탄에 이르게 하는 부작용을 초래하고 있는 것이다. 이러한 위험으로부터 개인과 사회를 지키기 위해 국가는 인격권인 개인의 정보자기결정권을 확인·보장하고(헌법 제10조), 개인정보보호제도를 시행함에 있어 예상되는 사회·경제적 파급효과를 비교·형량하여 정부규제와 자율규제의 조화를 통한 정보민주화(헌법 제37조제2항, 제119조제2항)를 달성하여야 할 것이다. 이러한 점에서 본 연구의 필요성을 찾을 수 있는 것이다.

제 2 절 연구의 방법

본 과제가 목적으로 삼고 있는 개인정보보호제도 시행의 과급효과 분석은 정보화사회의 역기능 현상인 개인정보의 오·남용 등으로 인한 사회·경제적 역기능과 이러한 역기능을 배제하기 위한 수단으로서 개인정보보호제도의 시행을 통해 달성된 순기능간의 계량화를 통한 손익산출을 전제한 것이라고 할 수 있으나, 정보제공 주체의 입장에서 보면, 개인정보는 그 가치의 객관적 산정이 불가능한 명예권 및 프라이버시권 등 인격권으로서 존재하고 이러한 인격권으로서의 개인정보는 해당 개인의 사회적 지위나 신분 내지 학력의 정도 등 주관적 성격이 강하여 사회적 보호법익으로서 그 과급효과의 계량화는 현실상 불가능하다.¹⁾ 이와 달리 정보수용자인 서비스제공자의 입장에서 보면, 개인정보는 기업의 자산으로 기능하기 때문에 기업의 평가에 의한 그 가치의 계량화가 가능하게 된다.

따라서 본 연구에 있어서 과급효과는 법리적인 분석과 계량적 분석을 병행 하되 법리적인 분석은 프라이버시권과 알권리, 정보자기결정권과 사업자측의 의무를 비교형량하는 방법으로 하고, 계량적 분석은 인터넷 이용관계를 갖고 자 하는 개인이 자신의 개인정보를 어떠한 수준의 개인정보 보안시스템을 갖춘 업체에 대해 어떠한 대가를 전제로 어느 범위까지의 개인정보를 해당 서비스 업체 및 제3자에 대한 제공을 인정할 것인지에 관하여 무작위의 설문조사를 통한 주관적 가치의 객관화에 한정하기로 한다. 다만, 계량화가 어려운 개

1) vgl., 민법 제764조에서 말하는 명예란 사람의 품성, 덕행, 명예, 신용 등 세상으로부터 받는 객관적인 평가를 말하는 것이고 특히 법인의 경우 그 사회적 명예, 신용을 가리키는데 다름없는 것으로 명예를 훼손한다는 것은 그 사회적 평가를 침해하는 것을 말한다. ...명예훼손으로 인한 피해자가 그로 인한 손해배상과 아울러 사죄광고를 함께 청구하고 있다면 법원은 그 명예훼손이 있는 것으로 인정될 때 그 청구범위 내에서 명예회복 처분을 금전배상과 함께 명하거나 또는 전자만을 명하거나 아니면 전자를 인정함이 없이 후자만을 명할 수 있다(대법원 1988. 6. 14. 87다카1450).

인정보침해의 사회적 파급효과의 경우에는 개인정보의 침해에 따른 인격권 침해실태의 유형을 정리·분석함으로써 필요최소정보와 그렇지 않은 정보를 분류하는 동시에 이에 상응하는 서비스제공자(정보수요자)의 개인정보보호를 위한 보안비용 일반을 살펴봄으로써 간접적으로 그 파급효과를 분석하는 방법을 병행하기로 한다.

<표 1-1> 정보서비스제공자의 정보생산비용

<p>명시적 비용+잠재적 비용=사적 비용(private cost)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 명시적 비용: 인건비, 시설비 등 - 잠재적 비용: 귀속임금·이자, 손해배상금 등

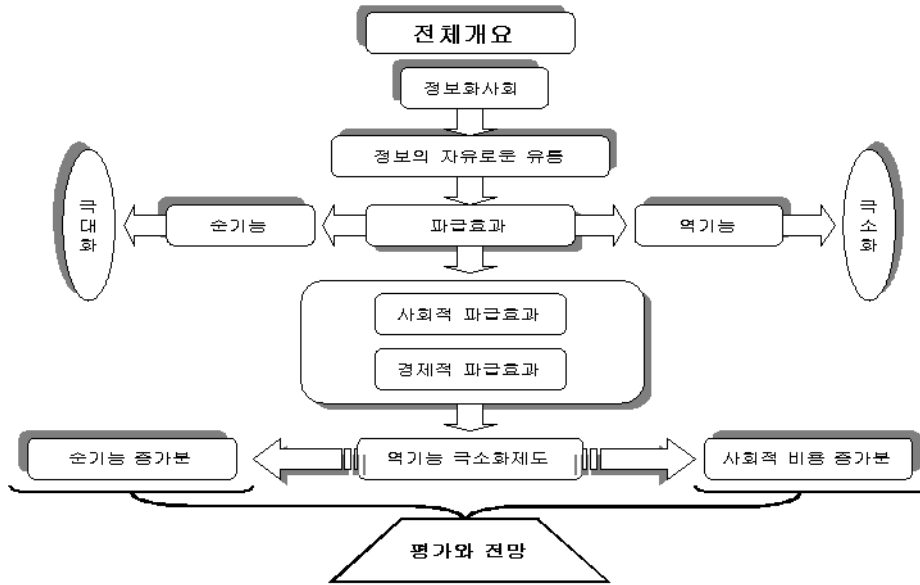
<표 1-2> 정보생산의 사회적 비용

정보생산의 사적 비용 + 정보역기능 방지비용

제 3 절 연구의 목적

정보화 사회에 있어서 국민의 알권리나 표현의 자유 등 기본권을 최대한 보장하면서 개인정보의 침해방지를 최소화할 수 있는 국가규제의 당위성 확보를 연구의 목표로 삼는다. 이러한 목표달성을 위해 본 연구는 첫째, 개인정보의 의의와 개인정보침해의 사회·경제적 문제점을 조망하고 둘째, 개인정보보호의 자율규제와 국가규제의 문제로서 자율규제와 국가규제의 효과분석(정보제공의 사적 비용과 사회적 비용의 분석)을 통한 국가규제의 당위성을 살펴보고, 끝으로 개인정보보호제도의 기본적 방향을 [그림 1-1]과 같이 제기하기로 한다.

[그림 1-1] 파급효과의 평가와 전망



제 2 장 정보화사회의 특징과 파급효과

제 1 절 정보화사회의 의의

1. 정보화사회의 특징

가. 정보화사회의 의의

정보화사회란 정보의 대량생산·유통·소비를 특징으로 하는 사회를 의미하는바, 이것은 후기산업사회의 특징적 상황을 나타내는 개념으로 생겨났다. 실체를 확정할 수는 없으나 물자의 생산주체로부터 지식정보의 생산주체 사회로, 컴퓨터를 활용한 시스템중심의 사회로, ‘하드한 사회에서 소프트한 사회로’라는 경향이 그 내용이다. 물질 에너지뿐 아니라 그 이상으로 정보의 역할이 중시되는 사회를 정보화 사회라 하며, 그것에 도달하는 과정을 정보화라 한다. 이러한 발상은 다니엘 벨의 ‘후기산업화 사회’, 앨빈 토플러의 ‘제3의 물결’에서 찾아볼 수 있다. 이에 대해 고도 정보화 사회라는 용어가 정보화 사회와 구별되어 사용되고 있다. 제1차 정보화라는 개념이 1960년대 제3세대의 독립 컴퓨터를 염두에 둔 문제 제기를 위한 관념론이었던데 비해, 제2차 정보화(고도 정보화)는 1980년대의 분산 처리 네트워크화를 전제로 한 문제 해결적 실체론이라는 점이 극히 대조적이다. 또 제1차 정보화 과정에서는 산업 내부의 컴퓨터화(산업의 정보화)와 정보 관련 산업의 탄생(정보의 산업화)이 두드러진 데 비해, 제2차 정보화 단계에서는 개인용 컴퓨터나 문서 처리기가 가정에 보급되고(생활의 정보화), 현금 카드 등의 보급으로 사회 전체의 정보에 대한 의존도가 높아 갈(사회의 정보화) 것으로 예측되고 있다. 나아가서 이러한 사회는

인터넷과 종합정보통신망(ISDN)등 다양한 멀티미디어적 정보기술과 통신망이 가정, 직장, 경제, 문화, 교육 등 사회의 각 분야에 혁신적인 변화를 야기시키는 사회로 인식된다. 구체적인 측면을 이야기한다면, 정보화사회란 극소 전자공학이나 신소재 및 통신 기술 등 소외 첨단 과학이나 기술을 이용한 정보의 창조나 개발이 일반 기계 및 자연 에너지를 이용한 물재(物財) 및 서비스의 산출보다 부가 가치나 인력 분포의 면에서 많은 비중을 차지함으로써 전체 사회가 정보 가치의 창출에 보다 주력하는 상태로서 규정할 수 있다.

<표 2-1> 정보화 통계

구 분		2000.6월	2001.5월	2001.6월	전년 동기 대비(%)	전월대비 (%)	
인 터 넷	인터넷이용자(만명) ¹	-	-	2,223	-	-	
	ISP (개) ²	70	89	91	30	2.2	
	IP(개,C-class)	55,994	82,106	83,642	49.3	1.8	
	도메인등록(개)	기관	426,888	427,644	422,270	△1.1	△1.3
		개인	43,656	31,830	32,529	△25.4	2.1
소계		470,544	459,474	454,799	△3.3	△1.1	
초고속 정보통신망 가입자 (망)	ADSL	678,923	3,268,815	3,505,022	416.3	7.1	
	CATV	563,656	1,861,672	1,953,284	246.5	4.9	
	아파트 LAN	316,504	741,610	782,825	147.3	5.6	
	위성인터넷	15,825	18,031	9,789	△38.1	△45.7	
	소 계	1,574,908	5,891,128	6,250,920	296.9	6.1	
역기능(월별 누계: 건)	해킹신고·접수 ³	721	2,278	2,710	275.8	19	
	바이러스 발생 ⁴	346	84	103	△70.2	22.6	
전자서명 인증서 발급(건수)		-	456,513	658,541	-	44.2	

자료: 정보통신부(2001. 6)

주) 1. 7세이상 월 1회이상 이용자수(2/4)[분기별 산출]

2. ISP는 한국인터넷정보센터에 IP주소 배정을 위한 회원 ISP수입

3. 아파트 및 공동주택에 전화선이나 UTP 케이블을 이용하여 LAN 방식의 초고속 인터넷 서비스를 제공하는 것을 의미함(BWLL,B&A,CATV홈랜 등)

4. 2001.6월부터 조사대상을 기간통신사업자로 한정

정보화사회란 무엇보다도 자신의 존재양상이 정보의 교환양상에 의해서 결정적으로 규정되는 사회이다. 정보화사회에서의 정보는 기존의 지식체계와는 다른 특성을 가지고 있으며, 이러한 지식과 정보의 특징은 새로운 사유방식, 삶의 유형, 그리고 사회관의 도래에 영향을 미치게 된다. ‘정보’를 의미하는 ‘information’은 ‘어떤 것에 형상을 부여하기’(informatio)에서 나온 말로 풀이될 수 있다. 어떤 사람은 이런 어원풀이로부터 정보(화)를 “어떤 무형의 것을 어떤 형태 안에 집어넣는 것”이라고 말한다. 이러한 입장에 따르면, 정보란 “외적으로 주어진 형식 속에서 매개되고 정리되는 내용”이 된다. 이러한 정보를 데이터 및 지식의 관계를 중심으로 규정해 보면 정보는 데이터를 특정 상황에서 평가한 것이다. 정보는 행위의 상황 연관성에 의해 그 특징이 규정되는 이른바 활성화된 지식이다. 따라서 정보는 일시적이고 변하기 쉬운 특성을 갖는다. 그리고 정보사회에서의 정보는 모든 사물과 영상 내지는 기호들을 0과 1의 조합으로 숫자화 함으로써 디지털화 시킨 디지털 코드화된 정보이다. 이는 무한증식이 가능하기 때문에 아무리 이용해도 소모되지 않는 비소모성, 다른 사람에게 지식이 이전되더라도 원본은 손상되지 않고 그대로 남는다는 비이전성, 얼마든지 누적될 수 있다는 누적성 등의 특징을 갖는다. 정보는 한 번 소비하면 없어지는 상품이 아니라 손쉽게 축적되고 가공되며 창조된다. 또한 모든 디지털 코드화된 정보는 자유로운 이동과 초시간적인 합성을 가능하게 해주는 가역성이라는 특징으로 인해 기존의 시간적, 논리적 인과관계에 기반을 두고 있는 논리와는 다른 논리를 파생시킨다. 예를 들어 사이버공간에서의 글쓰기는 다양한 정보와 텍스트들을 시간적, 논리적 선후 관계에 따라서 단선 논리적으로 연결하는 방식을 사용하는 것이 아니라, 텍스트들을 직관적으로 연상적인 방법으로 연결하는 비연속적이며 비약을 허용하는 새로운 방식을 채택한다.

위에서 언급한 모든 형태의 정보를 생성, 전달 또는 활용하는 활동 일체를 ‘정보화’라고 하며, 이러한 정보화가 전체적으로 큰 비중을 차지하는 사회가 ‘정보화 사회’이다. 정보화사회는 인간의 지적 능력이 과거 어느 때보다 크게

요청된다는 점에서 지식사회(knowledge society)라 불리며, 또 정보 연관 기술이 사회 경제활동의 중심이 된다는 점에서 전자기술시대 또는 고도기술사회라고도 불린다. 뿐만 아니라, 그것은 기계 기술에 의한 생산을 기본으로 하는 전통적 산업 사회와 구별하자는 뜻에서 신근대사회, 초산업사회, 후기산업사회, 후기문명시대 또는 새로운 산업사회라고도 불린다. 정보화사회의 역사적 의의를 강조하는 학자들은 오늘날의 신진 사회란, 18세기 말 제1차 산업혁명 이후 약 200년간 존속하여 온 전통적 산업 사회와는 그 성격이 질적으로 판이한 새로운 도약의 상태임을 주지시키고자 한다. 예컨대, 벨은 “후기 산업 사회의 도래”라는 저서에서 후기 산업 사회란 경제 생활의 중심이 물질적 생산에서 서비스(특히 정보 지식 관련 서비스)생산으로 이동하며, 직업 분포상으로는 전문직, 관리직, 사무직 등 정신 노동자층이 전통적 산업 사회의 상징인 육체 노동자층을 넘어서고 과학적, 이론적 지식이 사회 혁신과 정책 결정의 원천이 되며, 기술 통제나 평가를 통한 미래 설계가 이루어지고 대학 및 연구소 등을 거점으로 한 지식 산업이 융성하게 되는 단계로서 특성화된다고 말한다.

더불어 그는 후기 산업 사회로의 이행과 함께 자본주의니, 사회주의니 하는 이념적 대립은 그 의미를 상실하는 탈이데올로기의 시대가 전개되리라 전망하면서 과거 산업 사회에서의 자원과 노동이 그러했던 것처럼 정보화사회에 있어서는 지식·정보가 가장 중추적인 사회 구성적 요인이 되리라고 말한다.

나. 정보화사회의 특징

정보화로 인한 생활 양식의 변화는 우선 최소의 사회 단위라고 하는 가정으로부터 식별할 수 있다. 개인용 컴퓨터를 위시한 정보 기기들이 집집마다 널리 보급되고 이들이 통신망으로 결합됨으로써 가정의 자동화가 촉진되어 원격 조정장치에 의해 음식을 준비하고 집안 정리를 하는 등 사람들은 가사노동의 중압으로부터 해방되며, 또 단말기를 통해 일기 예보나 물가 동향 또는 각종 행

사나 공연 등 생활 정보 및 문화 정보에 쉽게 접할 수 있게 된다. 뿐만 아니라, 홈뱅킹(home banking)이나 홈쇼핑(home shopping)도 가능해, 은행이나 시장을 출입하지 않고 집안에서 금융 업무나 물품 구입을 행할 수 있다. 더구나, 재택 근무가 보편화되면 지금과 같은 교통 체증 하에 많은 시간을 들여 출퇴근하지 않고도 직무를 수행할 수 있으며 구태여 복잡한 도심지에 모여 살지 않고 한적한 전원 지역에 거주할 수 있어, 인구 분산과 지역간 균형 발전을 기할 수 있게 된다. 특히, 컴퓨터 단말기, 팩시밀리, 영상회의 장치 등을 이용한 재택 근무는 가정과 직장의 경계를 완화시켜 주부의 취업률을 증가시키며, 아울러 체력이 약한 고령자나 신체장애자들에게도 취업기회를 확대시키게 된다. 한편, 컴퓨터를 이용한 자동화 공정 및 생산 관리 체계는 생산력 제고와 함께 근로자들의 소득을 향상시킴으로써, 그들을 격무로부터 해방시켜 여가·소비 활동을 확대시킨다. 이 과정에서 인간이 누리는 시간적·심리적 여유는 곧 새로운 규범이나 문화의 창조를 수반하게 된다. 더욱이, 이러한 경향은 다품종 소량 생산이라는 정보화 사회 특유의 유연 생산 방식과 결부되어 생활 양식상의 다양화·개성화를 촉진시켜 나가는데, 이는 다시 개인의 의식이나 사회 구조에 까지 영향을 끼쳐 생의 의의나 만족을 누리게 되는 기준을 사람마다 달라지게 한다. 따라서 과거 대다수 사람들의 목표였던 물질적 소유는 단지 다양한 주관적 욕구의 한 가지 유형에 그치게 된다. 정보화 시대를 사는 사람들의 사고 구조나 정서는 산업 사회의 구성원들에 비해 날로 다양화되어 간다. ‘탈대중화 현상’이라고 명명할 수 있는 이러한 개인생활 세계의 분화는 유선 텔레비전이나 위성 방송 등 정보 선택의 폭을 넓혀 주는 각종 뉴미디어의 발전과 함께 보다 강화되는 추세에 있다.

정보화 사회에 대한 인식은 후기 산업사회, 포스트 모던 사회 등의 이론과 결부되어 다양한 전망이 편재해 있고 따라서 정보화 사회에 대한 이미지는 이중적이다. 특히 정보화 사회로 이행의 문제에 있어서 산업사회와 관련하여 전환론적 관점과 지속론적 관점, 그리고 이 양자를 종합시키려고 하는 신구조화

론이 있다는 것에 주목할 필요가 있다. 전환론적 관점을 주장하는 논자들은 정보화 사회의 불연속성을 주장하고, 지속론적 관점을 주장하는 논자들은 정보화 사회와 근대산업사회와의 연속성을 주장한다. 그리고 이러한 대립적인 논의들 사이에서 절충적 견해를 지지하는 신구조화론을 주장하는 논자들은 정보화 사회의 새로운 구조화 양식이 무엇인지를 해명하는데 관심을 두고 있다. 이들은 각각 정보화 사회의 미래에 대한 전망에서도 차이를 드러낸다.

불연속론자들은 정보기술이 컴퓨터와 통신기술에서의 급진적인 변화가 야기한 혁명적인 기술이라고 파악하고 정보기술은 기술 패러다임을 근본적으로 전환시켰다고 본다. 정보화의 가속화로 인한 새로운 사회적·경제적 욕구에 대하여 정보기술의 성공적인 대응으로 미래사회는 더 많은 민주주의와 더 나은 삶의 질을 누릴 것이라고 예고한다. 이에 반하여 연속론자들은 정보기술을 장기적으로 진행되는 기술변화의 일부분으로 파악하면서 정보기술의 도입이 가져오는 부정적인 변화에 주목하여 이 양상들은 20세기 자본주의에서 지속되어 온 문제들임을 강조한다. 절충적인 신구조화론자들은 정보화는 경제구조와 사회생활의 여러 영역에 새로운 구조화를 야기한다고 본다. 즉 정보화의 확산으로 인해 효율성과 민주성이 동시에 강화될 수 있는 반면에 새로운 형태의 사회적 불평등과 권력 양식이 등장하여 결과적으로 정보화 사회의 미래는 긍정적인 양상들과 부정적인 양상들이 교차하고 있다고 이해하는 것이다.

이와 같이 정보화 사회에 대한 다양한 인식들은 정보통신기술의 발전과 관련하여 사회적 영향과 변화를 서술한 것이다. 이러한 서술적 관점들은 정보화 사회에서 구성원들은 어떠한 윤리규범을 형성하는가에 관한 규범적 관점과도 관련된다.

2. 정보화사회의 낙관론과 비관론

정보사회 일반에 대한 비관적 견해들은 정보통신기술의 발전에 의해 지금까지

지 경험하지 못한 강력한 전체주의적 정치질서가 출현할 것이라는 조지 오웰의 극단적 비관론과 정보의 홍수 속에 정치가 마비상태에 이르거나 대중의 여론에 휘말려 장기적이고 합리적인 정책대안이 좌절될 것이라는 기능적 비관론이 주류를 이루고 있다. 이에 비해 낙관론은 현대 사회의 유권자들이 정치적 비관론자들의 생각처럼 비합리적이거나 수동적이지 않으며, 오히려 새로운 가상공간을 활용한 정치참여가 활성화되어 민주주의의 수준을 한 단계 더 발전시킬 것이라 주장한다. 이러한 정보화사회에 대한 낙관론과 비관론 및 중립론의 내용은 [그림 2-1]에 잘 나타나 있으며, 이를 서술하면 다음과 같다.

가. 낙관론

정보화사회에 대한 낙관론자들은 첫째, 생산력 증대의 결과 생활수준이 높아지고, 노동시간이 감축되는 결과 여가기회가 더 많아지게 되고, 둘째, 사람들은 생존경쟁에서 선택의 자유가 넓어지고, 그만큼 자신의 개성을 분명하게 신장시킬 수 있을 뿐 아니라 물자 또한 풍부해지게 되어 풍요로운 인간사회를 만들게 된다. 그리고 마지막으로 정보기술의 고도화를 통해 쌍방향 커뮤니케이션이 가능하게 되어 종래의 오프라인(off-line) 중심의 교통수단에 의한 집합의 필요성이 적어지고 온라인(on-line)을 통한 시공을 초월한 상호커뮤니케이션이 가능하게 되어 전자민주주의를 구현할 수 있게 한다는 비전이 제시되고 있다.

나. 비관론

이와 달리 비관론자들은 첫째, 사람들이 자동화를 통해서 시간을 벌면 남은 시간을 복지를 위해서 사용해야 하는데 실제로는 그렇지 못하고 오히려 남은 시간에 지금까지 풀 수 없었던 더 복잡한 문제를 풀어야 하고, 그래서 인간은 더욱 바빠지게 되며, 둘째, 각 개인의 인지도와 능력에 따라 정보격차는 커지

게 될 것이고, 마지막으로 그밖에 컴퓨터 사용의 증가는 개인의 비개성화와 자유의 상실, 비인간화를 초래하게 될 것이라고 한다.

다. 종립론

이 견해는 컴퓨터 이용이 인간의 복지에 영향을 미치는 독립변수가 아니고 종립적인 성격을 갖는다는 견해를 취한다. 즉, 컴퓨터의 이용이 사회에 어떠한 영향을 미치느냐 하는 것은 컴퓨터의 속성에서 나오는 것이 아니고 컴퓨터를 이용하는 사회가 갖는 본래적인 속성에서 좌우된다고 보는 것이다. 인간의 존엄성이 인정되고 개인의 자유가 보호되는 사회에서는 컴퓨터 이용이 인간의 존엄성이나 자유의 신장에 기여하고, 개인보다는 사회가 우선되고 국가를 위하여 개인이 희생되어야 한다고 보는 사회에서는 컴퓨터이용이 개인소외와 인간의 존엄성을 침해하는 방향으로 이용할 것이라고 본다.

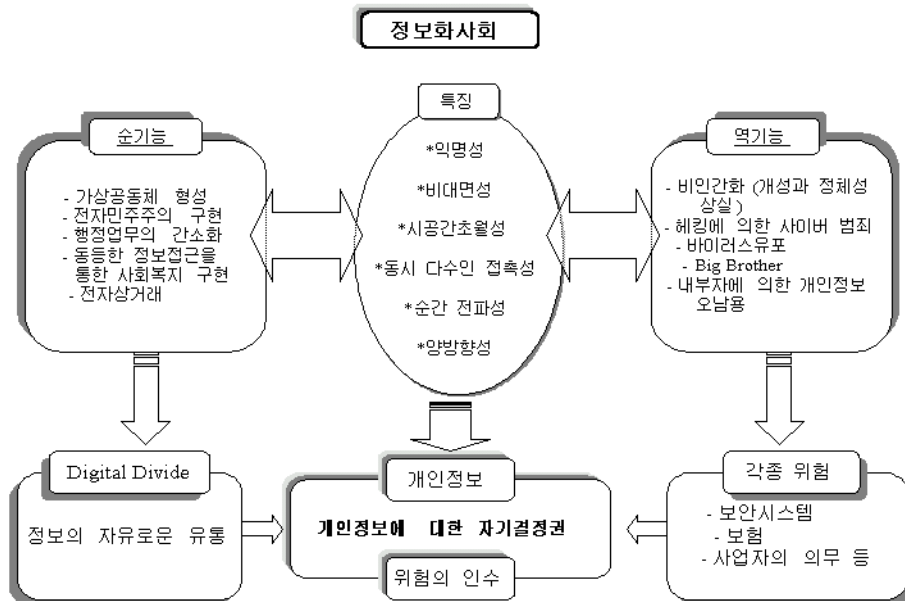
3. 정보사회의 파급효과

국내 인터넷 인구가 2천만 명을 넘어서고 전자상거래 거래 규모는 20조원에 이른다고 한다. 이미 인터넷은 통계로 나타낼 수 없을 정도 우리 생활에 대한 공헌도가 커졌다. 기업 경영의 효율화는 물론 각종 정보와 여가 활용도 인터넷을 통해 해결하고 있으나, 다음의 [그림 2-1]에서 보듯이 이러한 인터넷의 혜택에도 불구하고 인터넷의 역기능이 생겨나 사회 문제를 야기하고 있다.

해킹을 통한 사이버범죄, 불건전 사이트로 인한 사회 질서 파괴, 정보격차에 의한 소외 문제, 스토킹으로 인한 피해 등이 그것이다. 문제는 정책적으로나 기술적으로 이 같은 역기능을 방지한다는 것은 거의 불가능하다는 점이다. 따라서 인터넷의 역기능을 해결하기 위한 또 다른 방법을 모색할 수밖에 없는 상황이다. 바로 그 해결책은 “건강한 인터넷 문화, 즉 자신과 남에게 피해를

주지 않는 범위에서 인터넷을 즐기는 문화의 형성”이다. 안전한 도로 질서를 위해 남을 배려하는 자동차 문화가 필요한 것처럼 미래의 사회 질서를 위해 건강한 인터넷 문화가 필요한 것이다. 이를 위해 먼저 인터넷의 역기능을 거부하는 공감대가 만들어져야 한다. 특히 판단기준이 아직 확립되어 있지 않은 청소년이 인터넷 사용자의 주류를 이루는 국내 현실에서 건강한 인터넷에 대한 가치기준에 대한 공감대 형성은 매우 중요하다.

[그림 2-1] 정보사회의 특징과 정보자기결정권



이러한 공감대를 형성하기 위해 정부, 인터넷기업, 시민단체가 연합하여 광범위한 시민 운동을 전개할 필요가 있다. 사이버 역기능에 대한 정부의 포괄적이고 과감한 투자와 정책적 지원, 인터넷 질서를 위한 기업의 참여, 그리고 역기능을 적극적으로 거부하는 인터넷 사용자의 의지를 결집시키는 계기가 마련돼야 한다. 또한 “공격은 최선의 방어”라는 개념에 근거한 적극적인 역기능 방지대책 역시 중요하다. 현재와 같은 처벌위주의 방법은 단기적이고 소극적인

수밖에 없다. 그보다는 인터넷에서 즐길 수 있는 건강한 콘텐츠의 개발과 건전한 커뮤니티의 확산을 통해 긍정적인 인터넷 문화를 형성하여야 할 것이다.

가. 순기능적 특성

정보화의 진전은 국제화 추세와 더불어 가장 중요한 사회적 변화라고 볼 수 있다. 산업사회의 다음 사회를 엘빈 토플러는 정보사회라고 하였으며, 또한 그의 저서 권력이동에서 기존의 무력과 자본에 앞서는 가치체계가 지식과 정보라는 권력본질에의 이동을 기술하고 있다. 이처럼 정보화 사회는 정보가 기존의 가치체계에 위에 서는 사회라고 할 것이다. 즉, 가치의 전이현상이 이루어지고 있는 사회가 정보사회라고 볼 수 있다.

정보사회는 정보의 부가가치가 중요한 자원으로 가치체계의 주축을 이루는 시대로, 서비스 경제를 창출하는 전문 및 기술적 계층의 우월성, 사회혁신과 정책형성의 원칙으로서의 이론적 지식의 중심역할, 자립적 기술성장의 가능성, 새로운 지적 기술의 개발 등이 이루어지는 사회라고 할 수 있다. 또한, 기본적으로 정보의 가치를 확대하여 물질가치와 비교했을 때, 그 이상으로서 높은 가치가 인정되는 사회로서 컴퓨터와 전기통신의 발전이 상호 융합하면서 이루어지는 사회라고 한다.

뉴미디어 정보통신기기의 발전으로 정보의 최신성이 중요하게 등장하고 있으며, 보다 활발한 커뮤니케이션의 증대를 가져오고 있다. 이로 인하여 보다 풍요로운 정보문화의 혜택을 받을 수 있을 것으로 본다. 정보사회에서는 얼마나 많은 정보를 만들 수 있는가, 또는 얼마나 빠르게 정보를 전달할 수 있는가가 문제가 아니고 정보를 얼마나 유용하고, 유효하게 그리고 효과적으로 활용하느냐가 사회의 성숙도를 가름하게 될 것이다. 이러한 면에서 정보의 평등한 추구는 중요한 사회적 기본이라고 할 수 있을 것이다. 어쨌든, 인류가 바라는 정보사회의 특성은 다음과 같이 집약할 수 있다.

첫째, 사회생활에 있어서의 편리향상을 위한 홈뱅킹, 홈쇼핑, VOD, 재택근무 등을 통해 생기는 시간적 여유를 보다 나은 창조적 활동의 시간으로 가질 수 있으며, 교통이나 주택문제의 해결에도 일조를 하게 될 것이다. 둘째, 정보통신 네트워크의 발전과 확충은 생산, 유통, 판매, 사무관리 등 기업활동 전반에 걸친 합리화, 효율화를 추진하게 될 것이다. 셋째, 정보통신네트워크를 활용하여 정보가 원활히 유통되면 지금까지 대도시에 집중되어있던 사회적 기능을 지역으로 분산시킬 수 있게 될 것이다. 그러면 결과적으로 지역사회의 자립적 발전이 이루어지게 될 것이다. 넷째, 국제사회의 상호이해 증진으로 말미암아 정치경제 등 여러 면에서 상호의존관계를 심화시켜가고 있어 국제협조, 국제협력, 국제유통 등의 중요성이 더욱 높아질 것이므로 이러한 시간과 거리의 극복을 위한 정보통신은 중요한 역할을 하게 될 것이다.

오늘날 정보통신과 컴퓨터 분야에서 가장 발달하고 있는 개념이 멀티미디어이다. 멀티미디어란 말 그대로 여러 가지의 뉴미디어, 즉 정보기기를 한곳에 모아서 공통되고 동시에 이용할 수 있도록 해주는 기술이라고 할 수 있다. 그리고 이러한 멀티미디어가 정보화의 중심이 될 멀티미디어사회는 복잡한 여러 가지 매체가 하나의 개념으로 운영되는 사회라고 할 수 있다. 이러한 사회에서는 인간의 편리성이 극대화되리라는 예측과 함께 미디어의 효율적인 관리와 사용이 중요해지는 사회가 될 것이다.

나. 역기능적 특성

그러나 정보사회는 이렇듯 긍정적인 견해만 있는 것은 아니다. 정보의 보편적인 공유라는 정보사회의 기능 속에서 좋은 일보다 좋지 않은 일들이 더욱 충격적으로 다가오는 미래에 대한 우려가 더욱 깊어지고 있다. 특히, 개인의 컴퓨터 보유가 확산되고 전산망을 통한 정보교류가 활발해지는 반면 국가전산망사업의 일환으로 이루어지고 있는 개인정보의 구축은 개인정보가 유출되었

을 경우 개인의 프라이버시를 침해하는 것은 물론 개인의 명예권 등 권익까지 침해할 수 있는 염려가 있으며, 궁극적으로는 인간존엄성의 침해를 가져올 수 있다. 또한 프라이버시 침해문제는 신용사회와 향후 펼쳐질 고도 정보사회의 기반까지도 위협할 가능성이 있다. 그렇기 때문에 컴퓨터 처리에 관한 개인 데이터를 보호하기 위해 데이터의 적절한 관리나 컴퓨터보안체제의 정비가 특히 중요하게 된다.

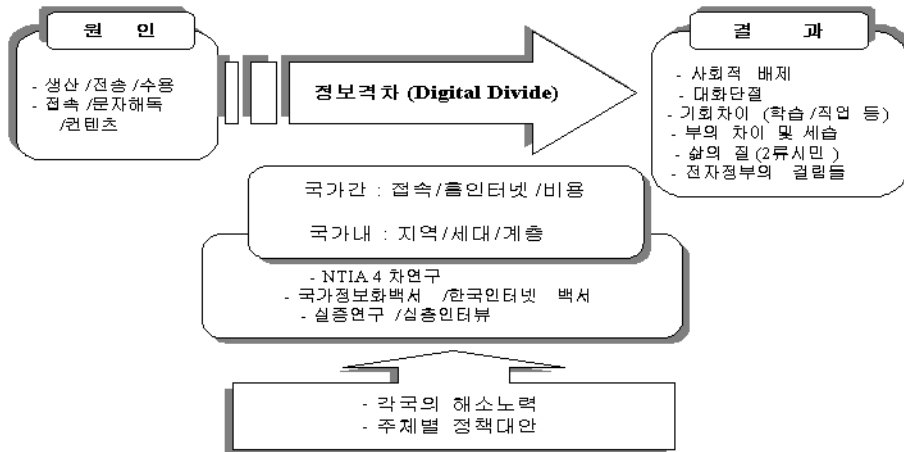
이러한 프라이버시의 침해와 아울러 정보사회의 환경변화를 좌우할 것으로서 정보격차를 예상할 수 있다. 뉴미디어가 등장할 때마다 개인이나 집단사이에서 정보를 많이 가진 자와 그렇지 못한 자의 격차를 해소시키는 것이 아니라, 오히려 심화시킨다는 정보의 “부익부 빈익빈”현상에 대한 것이 자본주의 논리사회에 대비되는 정보사회의 한 현상으로 고착될 위험성이 있는 것이다. 정보란 대도시로 집중되고 그곳에서 더욱 새로운 정보가 생성되어 활성화를 촉진하는 특성 때문에 정보의 지방낙후를 보기도 한다.

그렇지만 이러한 정보격차가 발생하는 근본적인 요인이 모든 것이 중앙에 집중되어 있는 사회의 구성요소상 어쩔 수 없는 것이라고 할 지라도 그것을 이용할 수 있는 통신네트워크 등 컴퓨터 시스템의 발전이 있다면 어느 정도 지역간의 정보격차는 해소시킬 수 있을 것이다. 물론 정보의 격차나 편중은 지역의 개발을 저해할 것으로 보며, 지금까지 지속되어온 지역고립을 심화시킬 것으로 볼 수 있다.

이러한 정보사회의 부정적인 면을 종합해보면, 첫째가 개인의 프라이버시 침해문제이며, 둘째 정보의 폭발적 공급과잉으로 인하여 질적 저하를 가져오며, 셋째 과학기술의 비약적 발달로 문화적 지체현상이 나타날 수 있으며, 넷째 컴퓨터커뮤니케이션으로 인하여 인간의 감정이 이입될 수 없고, 다섯째 과학기술의 발달로 물질적 불균형은 해소되었지만 정보의 소유 및 분배에 있어서의 불균형이 새로운 문제로 등장하였다.²⁾ 마지막으로 선진국과 개도국사이에서 일어나는 정보유통의 구조적 불균형으로 국가간에 있어 정보유통분쟁이

발생할 수 있다는 점이며, 이는 [그림 2-2]에 정리되어 있다.

[그림 2-2] 정보격차의 갈등



이러한 정보의 편중이나 격차를 해소하고 정보의 불법유출을 막아 개인의 프라이버시를 침해시키지 않게 함으로써 진정한 정보복지사회를 이룰 수 있으며, 정보민주주의를 건설할 수 있을 것이다. 지역간의 정보격차해소와 더불어 지역의 균형발전을 위해 필요한 것이 바로 지역의 정보화라고 할 수 있고, 이러한 지역정보화가 하나의 국가정보화로 이루어질 수 있을 때 그것이 바로 국가의 경쟁력을 증가시킬 수 있다.

결국 정보화정책은 정보의 긍정적 효과를 최대한 살리고 부정적 효과를 최소화하는 방향으로 <표 2-2>와 같이 각 부처의 소관별로 추진되어야 할 것이다.

2) 정보격차의 결과로부터 심각한 문제는 정보빈자가 사회적 배제(social exclusion)의 대상이 된다는 점이다. 이는 정보시대의 부자와 빈자의 격차는 산업화시대보다 30배 이상이나 차이가 난다는 주장에서 잘 나타나고 있다. 정보격차는 지식의 차이를 가져오고 이는 부의 차이를 결정하며, 특히 부의 차이가 세습으로 고착될 위험성도 높다. 결국 정보빈자들은 2류 시민으로 전락하게 되고, 이는 전자정부를 구축하려는 각국의 노력에도 부정적 영향을 미칠 것이다.

http://www.kisa.or.kr/policy/sub2/report_20010327_01.html.

<표 2-2> 주요 정보화사업별 요구내역

사업별	사업명	2000예산 (A)	2001요구 (B)	증감(B-A)	
					증가율(%)
합 계		10,529	20,682	10,153	96.4
정통부 소관	소계	3,815	6,724	2,909	76.3
	· 초고속 정보통신망	2,205	3,573	1,368	62.0
	· 정보화촉진지원	671	1,672	1,108	194.0
	- 정보화역기능방지	104	425	321	308.7
	- 정보격차 해소 ¹⁾	95	140	45	47.4
	· 정보통신산업지원	615	1,102	487	79.2
	· 기타	424	370	△54	△12.7
각 부처 소관	소계	6,714	13,958	7,244	107.9
	· 지식관리시스템 구축	5	172	167	33.4
	· 지리정보시스템 구축	499	1,290	791	158.5
	· 정보격차 해소 ²⁾	9	149	140	1555.6
	· 정보화근로사업(계속)	(328) ³⁾	233	233	순증(△29)
	· 교육·산업전산망 구축	274	333	59	21.5
	· 지식정보의 디지털화	37	199	162	437.8
	· 전자정부의 구현	2,015	2,866	851	42.2
	· 지능형교통체계 구축	180	424	244	135.6
	· 첨단 물류·유통체계	80	323	243	303.8
	· 전자도서관 구축	139	902	763	548.9
	· 기타	3,476	7,067	3,591	7103.3

자료 : 기획예산처

- 주) 1. 국민정보화교육, 지역정보접근센터구축 등
 2. 어촌디지털구축사업, 제조자정보화교육 등
 3. 공공근로사업으로 반영

제 2 절 정보화사회의 긍정적 파급효과

1. 사회에 대한 긍정적 파급효과

가. 가상공동체의 형성³⁾

인터넷 공동체는 인터넷을 통해 형성된 사람들의 사회적 관계를 의미하는 것으로 개인의 이해와 관심에 따라 형성된 공동체이다. 인터넷 공동체의 물리적 기반은 유즈넷, 온라인 채팅, 메일링 리스트 등이며, 오늘날 월드와이드 웹은 이러한 온라인 공동체의 물리적 조건을 통합적으로 충족시켜 주는 시스템으로 기능하고 있다. 이러한 온라인 공동체의 유형은 크게 4가지로 나눌 수 있다. 첫째는 유즈넷과 같이 공동체의 경계가 비교적 약한 형태로 익명의 다수가 뉴스그룹에 가입해서 글을 주고받는 전자게시판 형태라 할 것인바, 이들의 소속감은 공통된 관심 주제를 공유하며 주고받는 글을 통해 확인된다. 두 번째 유형은 PC통신이나 인터넷상의 동호회로 경계가 비교적 명확하여 뚜렷한 흥미나 관심, 학연 등 목적을 가진 의도적인 모임으로 국내의 많은 온라인 동호회들은 현실세계에도 영향력을 미치는 실질적인 활동을 하고 있다. 세 번째 유형은 커뮤니티 네트워크로 실제 특정 지역문제를 온라인 상에 구현한 형태로 “한민족 네트워크”나 “지역정보망”이 여기에 속한다. 네티즌들의 사이버 민간 외교사절단인 ‘반크’(www.prkorea.com)가 8.15 광복절을 맞아 ‘동해 지키기 범국민 운동’에 나서고 있는 것은 좋은 예가 될 것이다. 즉, ‘반크’는 2001년 8월 14일 동해를 일본해로 잘못 표기한 외국의 유명 인터넷 사이트들에게 수정을 요구하는 500여통의 항의서한을 이메일로 미국 CNN방송과 라이코스, 비즈니스위크, 미 지질학회, 텍사스 대학, 몬타나 대학, 폭스뉴스,

3) www.digitalkey.co.kr/news08.htm 및 www.cyberculture.re.kr/forum/paper/cybercrime. hwp 등 참조.

미 과학자협회 등 해외 유명 대학과 방송국, 인터넷 업체, 학회 등 모두 16곳에 발송하였고, 실제로 ‘반크’는 동해표기와 관련한 꾸준한 문제제기로 지난 1월 ‘내셔널 지오그래픽’이 일본해(Sea of Japan)와 동해(East Sea)를 함께 표기한 세계지도 수정안을 공식 발표하도록 하는 성과를 거두기도 하였다.⁴⁾ 네 번째는 상업적 계약에 의해 형성되는 공동체로 주로 기업의 상업적 이윤추구가 주된 목적인 것으로 현재 진행되고 있는 정보통신 기술의 발달속도를 보면 인간 삶의 대부분 방식이 인터넷을 통해 구현되는 날도 멀지 않다고 예상할 수 있다.

나. 전자민주주의와 행정업무의 정보화

온라인을 통한 직접 참여로 이루어지는 새로운 민주주의는 더 이상 낯선 이야기가 아니다. 정보화의 눈부신 발전 속에 전자민주주의는 우리 앞에 현실로 다가서고 있다.⁵⁾ 인터넷의 가장 큰 장점은 한쪽에서 일방적으로 내세운 의견을 다른 쪽은 받기만 하는 것이 아니라 자유로운 의견 교환을 통해 더 나은 합의점을 찾아나가는 데 있다. 예컨대, 지난 2000년 4월 13일 국회의원 총선거에서 총선 시민연대에 의한 낙선 운동⁶⁾ 파문은 국민의 알 권리와 자유롭게 의견을 말할 권리에 대해 다시 생각해보는 계기를 제공해 주었다. 정보공유와 자유로운 의견 교환은 인터넷의 기본 성격이다. 전달 방법이나 토론 공간이 상대적으로 부족한 시민단체들이 활용하면서 인터넷은 많은 사람의 목소리를 담는 또 하나의 매체로 새롭게 태어나고 있는 점을 지적할 수 있을 것이다.

4) <http://www.sgt.co.kr/news/news0821?br=&cmd=2&code=20010814.0570>.

5) 현재 “전자정부구현을위한행정업무등의전자화촉진에관한법률”(법률제6439호 신규 제정 2001. 3. 28.)이 시행 중에 있다.

6) <http://www.ngokorea.org>

다. 사회복지

정상인과 장애인이 동등한 기회를 가질 수 있는 사회정보기술의 발전과 더불어 우리는 보다 나은 삶의 질을 누릴 수 있게 되었다. 정보기술은 사회복지, 보건산업, 보건의료, 사회보험, 환경관리 등 우리 생활의 여러 분야에 다양하게 활용되어 우리 삶의 질 향상에 기여하고 있다. 장애인 복지와 관련하여 이동통신사에서 그 개선이 용이하고, 사용하기가 신속·편리한 사서함을 설치하여 시각장애인에게 사업 홍보, 신간 도서 안내, 일간지, 주간지 또는 월간지의 발췌 낭독, 소설 낭독서비스, 여론 수렴 및 각종 필요한 정보 등을 일일이 점자화하여 제공하고 있다는 예를 들어 볼 수 있다.⁷⁾

2. 경제에 대한 긍정적 파급효과⁸⁾

전자상거래의 확산은⁹⁾ 거래당사자인 공급자와 소비자의 거래형태에 대한 변

7) http://www.welfare.or.kr/library/info_age/icc_report/97policy_report/8.htm

8) <http://knh.yeungnam-c.ac.kr/NetworkProg/ec/ecommercial/13.htm>.

9) 통계청이 2001년 8월 13일 발표한 ‘전자상거래 통계조사 결과’에 따르면 사이버 쇼핑몰 운영업체는 2.4분기 1,998개로 1.4분기 1,915개보다 4.3% 증가했다. 매출액은 7078억원에서 7901억원으로 11.6%나 늘어났다. 이중 B2C(기업과 소비자간) 거래는 5253억원에서 5878억원으로 11.9%가 증가했다. B2C 매출액이 소매업 총매출액에서 차지하는 비중은 1.6%에서 1.7%로 높아졌다. 6월말 현재 사이버 쇼핑몰 운영업체중 온라인 업체가 차지하는 비중은 28.9%로 지난 4월 29.6%, 5월 29.1%에 이어 감소세를 보이고 있어 오프라인 업체의 진출이 활발한 것으로 나타났다. 배송 수단별 매출액 구성비를 보면 지하철역이나 편의점, 주유소 등에서 상품을 주고받는 ‘오프라인 제휴’가 1.4분기 3.1%에서 2.4분기 4.9%로 늘어났다. 택배가 차지하는 비중은 71.7%에서 71.8%로 상승했다. 가정용 헬스기구 및 다이어트 운동기구의 매출도 급신장해 스포츠-레저용품의 매출액이 2.4분기에 전분기보다 79.5% 증가했다. 의류-패션-잡화는 33.5%, 가전·전기·통신기기는 21.4% 늘어났다. 2.4분기 제품의 취소 반품 사유 중 품질과 기능 불만이 45.3%로 가장 많았으며, 디자인 색상 불만(19.4%), 배달 지연

화 이외에 거시 경제적인 국가 경제의 총체적인 변화와 함께 개별경제, 사회, 문화, 가정, 개인 등 국가의 각 부문에서 다양한 변화를 가져왔다.

가. 경제적 효과

전자상거래가 국민 경제 전체에 긍정적인 영향을 미쳐서 기업의 저비용 상거래 실현에 의한 가격인하를 유도하고, 유통단계의 단계적 축소로 인한 사회적 비용의 감소, 지속적인 설비 투자로 인한 관련 산업의 발전 및 고용창출의 효과를 결과할 것으로 평가되고 있다.

나. 기업에의 파급효과

기업에 있어서는 효과적이고 경제적인 마케팅 수단이 되어 고객 데이터 베이스를 활용한 효과적이고 차별적인 마케팅을 수행할 수 있으며, 전통적인 마케팅 수단에 비해 저렴한 광고, 홍보, 고객 서비스를 실행하는 한편 전체적으로 기업의 효과는 높이고 비용은 절감하여 고객서비스의 질을 높일 수 있는 효과적인 수단으로서 자리잡게 되었다. 다음의 다섯가지와 같이 기업에의 파급효과를 정리해 볼 수 있다.

1) 구매비용의 감소

EDI¹⁰⁾와 같은 정보통신 기술을 활용할 경우 5~10%의 조달비용을 절약할 (10.4%), 상품 미도착(1.8%) 등이 뒤를 이었다.

10) EDI(Electronic Data Interchange)는 전자 데이터 교환 시스템을 이르는 약어로서 표준화된 상거래 서식 또는 공공 서식을 서로 합의된 통신 표준에 따라 컴퓨터간에 교환하는 정보 전달 방식으로, 전자 데이터 교환 시스템을 말한다. 문서의 수발주(受發注)나 결제 또는 그에 따르는 텍스트 등의 비즈니스 데이터를 네트워크 상에서 전자적으로 주고받을 수 있도록 하는 시스템을 말한다.

수 있고, 인터넷을 이용할 경우에는 그 감소 폭을 더욱 확대할 수 있다.

2) 재고 감소

재고수준의 적절한 운용으로 서비스 향상 및 운영비용의 감소 효과를 기대할 수 있다.

3) 제품생산기간의 단축

공급자와 수요자간의 정보교류 확대로 생산에 소요되는 시간을 단축할 수 있다.

4) 효율적이고 효과적인 고객서비스

제품에 대한 설명, 기술적인 지원, 주문한 제품에 대한 진행 상황 등에 관한 정보를 온라인으로 보유하고 있는 것은 고객 서비스 담당자들이 보다 복잡한 질문을 처리하고 대 고객 관계를 관리하게 함으로써 비용을 절감할 수 있을 뿐만 아니라 고객들을 보다 만족시켜 줄 수 있다.

5) 새로운 시장 개척 및 판매기회 확대

인터넷을 이용함으로써 시공간적 제약을 극복하여, 재화의 생산·판매자는 전세계인을 상대로 언제, 어디에서나 구매자가 원하는 제품을 판매할 수 있다.

다. 기업 경영환경에의 파급효과

인터넷 시장에서의 주요 경쟁전략으로는 상표의 인지도, 사용자 집단 형성을 통한 광고유인, 사용의 편의성 제공, 다양한 부가가치 서비스와 수준 높은 품질의 제품을 제공, 전략적인 제휴관계 구축, 세계시장으로 확대능력 등이 제시되고 있는바, 이러한 전략의 최적화를 도모하기 위해 오늘날의 기업은 실

물경제의 규모에 관계없이 저렴한 비용으로 보다 용이하고 유연성을 가지고 서로 의사소통하며 거래하고, 공동작업을 수행할 수 있는 사이버 판매·경제 체제를 구축하여 현실공간 중심의 기업경영환경을 다음과 같이 두 가지 측면에서 급격하게 변화시키고 있다.

1) 범세계적인 경쟁으로 인한 시장규모의 변화

인터넷을 이용한 전자상거래는 신속하게 변화하고 개방화되며, 참여 구성원들의 수도 날로 증가하는 범세계적인 시장으로 급속하게 확대되고 있다.

<표 2-3> 전자상거래가 기업 및 경영환경에 미치는 효과

구분	기회요인	위협요인
경영활동에의 영향	1. 판매, 운영비용감소 - 유통채널의 단축 - 상점, 종업원 등 고정비용 감소 2. 효율적인 마케팅 - 상품 광고효과 증대 - 데이터베이스 마케팅 - 고객정보, 니즈(needs) 파악용이 3. 대고객 서비스 향상 - 리얼타임 서비스, 24시간 영업 4. 새로운 판매 채널로 활용 - 가치있는 정보 추가 5. 고객 니즈에 맞는 상품개발	1. 높은 투자리스크 2. 기술적 기반의 미성숙 - 전자결제시스템 - 보안유지관리 - 낮은 통신속도 - 높은 통신비용 3. 사회적 기반 미성숙 - 사용층의 소수, 편중 - 상관행 정착에 시간소요 - 관련 법, 제도의 미비
대외경영환경에의 영향	1. 시장확대 - 지역경제를 넘어서 사업 가능 2. 조달의 개방화, 국제화 - 세계 단일시장, 단일물가 3. 새로운 사업기회 - 소자본, 벤처에 매력	1. 시장경쟁 격화 - 소자본으로 사업가능 - 지역간 경계 제거 2. 거점 위주의 유통, 서비스업 침체 3. 정보를 무기로 한 중개업자 탄생 - 판매 경로 장악 4. 경쟁우위 요소의 변화 시장경쟁력 -> 사이버 경쟁력

2) 경쟁우위 원천의 변화

기업들은 경쟁우위의 원천이 거래비용, 운송비용, 관세를 모두 포함한 상대적인 가격, 소비자들이 온라인 시장에 접근할 수 있는 능력과 사용의지, 상표의 인지도와 지역 시장에 대한 밀접성 등으로 변화하였으며, 인터넷 판매업체들은 개별 소비자의 구매와 인구 통계학적인 데이터를 수집, 분석하여 직접 마케팅을 수행하고 일대일 관계를 구축할 수 있기 때문에 지역 시장에서만 사업을 하는 기업들의 경쟁우위를 저하시킬 수 있는 장점이 있는 한편 <표 2-3>에 보여진 바와 같이 위협요인도 존재하고 있다.

라. 소비자에 대한 파급효과

인터넷을 이용할 경우 현실공간이 안고 있는 지리적, 공간적인 제약을 극복할 수 있으며, 전세계 정보와 기업, 제품, 서비스를 선택할 수 있는 선택의 다양성을 향유할 수 있게 되며, 일반적으로 다음과 같은 네 가지 측면의 파급효과를 보인다.

1) 편리성

시간과 공간에 관계없이 온라인으로 제품을 구입할 수 있어 직접 상점에 나가지 않고 제품정보 및 상품이나 서비스를 구매할 수 있다.

2) 풍부하고 좋은 정보

인터넷을 이용하는 소비자들은 다양한 제품에 대한 정보를 얻을 수 있고, 또한 비교·평가하여 손쉽게 원하는 제품을 선택할 수 있다.

3) 제품 가격의 인하

전세계적인 시장경쟁체제가 도입되면서 업체간의 가격경쟁이 심화되고, 또한

지속적인 비용인하 노력으로 가격은 하락될 것이며 매장임대, 관리비, 인건비, 유통채널에 드는 각종 비용 등의 축소로 가격인하의 가능성이 높아지게 된다.

4) 주문형 제품의 제공

개별 고객들에게 주문형 제품을 제공할 수 있는 가능성이 높아지게 된다. 점차적으로 기업들은 고객 개개인마다의 특성을 파악하여 데이터베이스(DB)를 구축하여 고객별 맞춤형 정보나 제품을 제공받을 수 있는 기회가 <표 2-4>에 보인바와 같이 높아지게 된다.

<표 2-4> 전자상거래를 통한 운영자와 소비자의 장점

운영자	<ul style="list-style-type: none"> · 최소의 인원과 최저의 비용으로 운영할 수 있다. · 유통단계 축소로 가격 경쟁력을 확보할 수 있다. · 지역적 제한 없이, 대규모 소비자집단을 대상으로 판매할 수 있다. · 24시간 365일, 컴퓨터가 고객의 주문을 받을 수 있다. · 다양한 정보의 제공 등 우월한 고객 서비스가 가능하다. · 판매 성과 측정 및 고객의 의견 피드백이 쉽다.
소비자	<ul style="list-style-type: none"> · 매장에 나가지 않고도 책상 앞에 앉아서 상품을 구매할 수 있다. · 언제든지 편리한 시간에 상품을 구매할 수 있다. · 다양한 상품을 검색할 수 있으며, 원하는 상품을 쉽게 찾을 수 있다. · 저렴한 가격에 상품을 구매할 수 있다. · 상품에 대한 풍부한 정보를 얻을 수 있다.

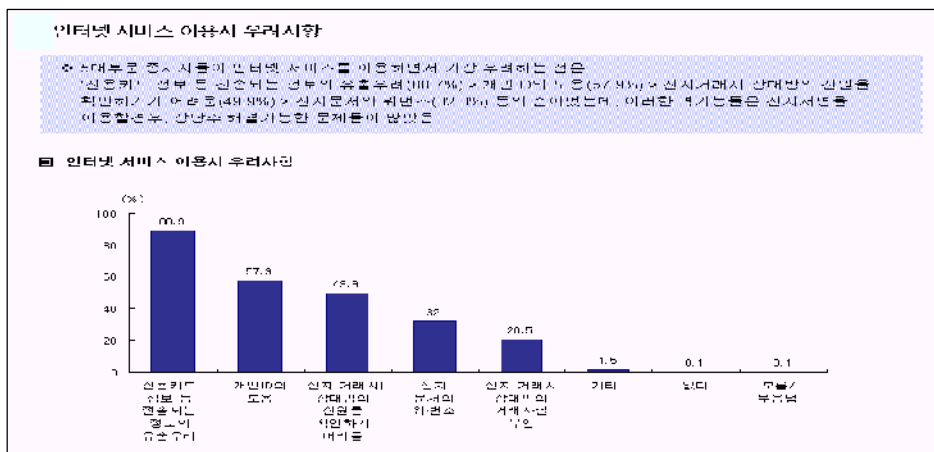
제 3 절 정보화사회의 부정적 파급효과

1. 사회에 대한 부정적 파급효과

정보사회에서는 불건전 정보의 유통으로 말미암아 생기는 문제뿐만 아니라, 컴퓨터 및 각종 정보통신 매체가 생활에서 차지하는 비중이 커지고 이것에 대

한 인간의 의존성이 높아짐에 따라 비인간화, 정보격차의 심화, 노동문제, 가족공동체의 와해 등 갖가지 사회문제를 [그림 2-3]에 보여진 바와 같이 나타나고 있다.

[그림 2-3] 인터넷 이용시 우려사항



자료 : 한국정보보호진흥원(2001. 10)

주 : 5대부분 중사자들이 인터넷 서비스를 이용하면서 가장 우려하는 점은 TM신용카드 정보 등 전송되는 정보의 유출 우려(88.7%)>개인 ID의 도용(57.9%)>전자거래시 상대방의 신원을 확인하기가 어려움(49.9%)>전자문서의 위변조(32.0%) 등의 순이었는데, 이러한 역기능들은 전자서명을 이용할 경우, 상당수 해결가능한 문제들이 많았음

특히, 인터넷 이용자들 중 77.3%는 인터넷 비사용자 계층과 의사소통 문제로 갈등을 겪어본 경험이 있다고 밝혔다. 이는 1998년(63.4%), 1999년(65.5%)에 비해 꾸준히 증가하는 추세로 정보격차가 점차 심해지고 있음을 알 수 있다. 정보격차 해소를 위해서는 먼저 정보소외 계층 가운데 ‘도시저소득자’(28.3%), ‘농어촌 거주자’(20.1%), ‘주부’(17.9%) 등의 순으로 국가·사회적 지원책이 요구되고 있으며, 지원책으로는 ‘공용정보 이용시설 설치’(32.0%)가 가장 먼저 거론되었고 인터넷 사용에 대한 금단 현상도 2년전인 1998년의 4.4%에 비해 2배가 증가한 8.8%로 나타났다.¹¹⁾

가. 비인간화

비인간화란 인간이 어떤 조건이나 상황에서 자신의 본래 성향인 자연스런 인간성을 침해당하거나 상실하게 되어 인간답지 못하게 되는 현상을 일컫는다.

특히, 정보사회에서 발생하는 비인간화의 문제로는 비인격적인 간접적 관계가 많아짐에 따라 생기는 인간 소외와 그로 인한 개인의 정체성 상실, 그리고 컴퓨터나 통신에 지나치게 몰두하는 중독증 등을 들 수 있다.

나. 정보격차에 따른 빈부격차, 소외현상

정보화사회는 정보자본화, 음란정보로 인한 저질문화의 확산, 개인정보 유출로 인한 사생활 침해, 통신 및 인터넷 중독증, 빈번한 실업과 직업전환, 가족 공동체의 위기, 과도한 정보로 인한 스트레스 등 수많은 부작용이 예상되지만 최대의 사회문제는 바로 정보약자의 문제이다. 정보시스템 보유정도 및 이용능력에 따라 빈부격차, 사회경제적 불평등은 심화될 수 있고 나아가 정보이용능력이 없는 사람은 생활행위의 무능력자로 전락할 수 있다.

사회가 정보화되어 간다는 것은 삶의 양식이 점점 더 정보시스템 의존적이 되어 감을 의미한다. 과거의 정보시스템은 정보획득 또는 의사소통의 수단에 불과하였으나 이제는 홈쇼핑, 홈뱅킹, 원격 민원서비스, 재택근무, 원격교육, 원격진료, PC통신학습, 온라인교실 등 직접적인 행위의 수단이 되어 가고 있어 정보시스템 보유정도 및 이용능력에 따라 빈부격차, 사회경제적 불평등은 심화될 수 있고 나아가 정보이용능력이 없는 사람은 생활행위의 무능력자로 전락하게 된다.

11) http://www.kisa.or.kr/K_trend/KisaNews/200102/focus2.html

정보격차에 따른 빈부격차, 이것이 정보화시대에 있어 가장 심각한 사회문제가 될 것이다. 사회적 약자들은 정보기술에 의해 장애를 극복하는 등의 혜택을 얻는 것 같으나 그것보다 더 빠르게 그리고 더 영향력있게 정보격차에 따른 장벽을 경험하게 될 것이다. 가난한 사람과 장애인, 노인들은 대체로 정보약자로서 돈이 없어 컴퓨터나 모뎀, 휴대폰 등 각종 통신기기 및 정보통신서비스를 구매할 수 없거나 또는 배우지 못해 이용할 수 없고, 당장 생계에 쫓겨 정보통신서비스를 이용할 여력이 없는 등 여러 가지 이유로 인하여 상대적으로 정보약자에 속하는 계층이다.

누구나 이용하는 전화기, 공중전화, 컴퓨터, 컴퓨터통신과 인터넷 등의 각종 정보통신기기나 서비스에 장애 때문에 접근되지 못함으로써 장애인은 절대적 정보약자이다. 누구나 볼 수 있는 PC통신 정보나 TV를 시각장애 때문에 볼 수 없고 일반적으로 이용하는 전화서비스를 청각·언어장애 때문에 이용할 수 없어, 장애인은 균등한 기회를 부여받지 못하고 있다. 결국 1차적 클라이언트라고 할 수 있는 사회적 약자들은 절대적 또는 상대적 정보약자이다. 정보약자는 정보화의 진전에 따라 점점 더 소외되어지고 상대적 빈곤은 심화되며, 이는 다시 더 큰 정보격차를 낳고 악순환을 진행해 갈 것이다. 이 문제는 다음과 같은 두가지 차원에서의 접근이 이루어져야 한다.

1) 보편적 설계, 보편적 접근, 보편적 서비스

정보격차의 문제를 해결하기 위해 정보통신쪽에서 접근하는 방법이 보편적 설계(universal design), 보편적 접근(universal access)의 정책이다. 일반적인 정보기기나 서비스를 장애, 지역, 경제력에 구애없이 이용할 수 있도록 하자는 것으로 예를 들어, 전화기를 만들 때 난청인도 이용할 수 있게 증폭기능을 내장하거나 시각장애인을 위해 통신의 정보들을 그림 대신 문자로도 제공하며, 공중전화의 높이를 낮추어 휠체어 사용자도 이용할 수 있게 하는 것이 그 예이다. 이러한 보편적 설계는 장애인에게만 유용한 것이 아니고 일반인도 더욱 편리하게 이

용할 수 있게 한다. 증폭기능이 내장된 전화기라면 시끄러운 곳에서도 통화할 수 있고 노인들도 잘 사용할 수 있으며, 높이가 낮은 공중전화는 키가 작은 사람이나 어린이, 허리가 굽은 노인들도 편리하게 이용할 수 있다. 청각장애인을 위해 설계한 TV자막은 건청인의 외국어 학습에도 도움이 되고 옆 사람에게 피해를 주지 않고 조용히 시청할 수 있으며, 전화통화를 하면서도 시청할 수 있게 한다. 누구나 이용할 수 있게 보편적으로 설계하는 것이 어려울 때는 청각장애인이 문자전화기나 중계서비스를, 지체장애인이 컴퓨터의 특수 입력장치를, 그리고 시각장애인이 음성합성장치를 이용할 수 있도록 보조기기나 소프트웨어를 개발·보급하여야 한다.

2) Problem-Identification System

정보격차의 문제를 해결하기 위한 또 다른 방법은 정보약자인 소외계층과 서비스사이에 제 3자를 개입시키는 것이다. 정보 이용능력이 있는 사람으로 하여금 중개역할을 하도록 하는 것이다. 일반 시민들이 자기 주변의 어려운 사람들을 발견했을 때 적절한 복지기관 등에 알려 주거나 정보와 자원을 이들에게 연결시켜 주도록 하는 것이며, 도움이 필요한 사람에게 어떻게 응대하고 도와주어야 할 것인지에 관한 정보를 정보시스템을 통해 제공하는 것이다. 가상공간의 네티즌들을 조직화하여 ‘Problem-Identification System’으로 활용하기 위한 사회사업적 접근이 가상공동체(virtual community) 사업의 하나로 다루어져야 한다.

다. 노동으로부터의 소외

미래학자들은 21세기의 최대 사회문제를 ‘실업문제’로 보고 있다. 정보기술의 발달에 의해 많은 일자리들이 없어질 것이라고 하는 한편, 어떤 학자들은 정보기술은 또 다른 일자리들을 창출해 낼 것이므로 실업 그 자체가 문제라기보

다는 ‘빈번한 실업과 재취업’을 문제로 파악하기도 한다. 미래사회는 서비스부문, 그리고 정보기술을 필요로 하는 새로운 직종과 일자리가 증가하고 단순노동이나 지식산업은 퇴조할 것이다. 어쨌든 정보사회에서 실업률이 증가하지 않더라도 노동과 관련하여서는 첫째, 노동시장으로부터 사회적 약자들이 소외된다는 것이다. 정보기술 및 컴퓨터기술의 발달에 의해 지금의 사회적 약자들의 일자리들부터 없어질 것이고, 이와 반대로 새로 창출되는 것은 주로 고도의 정보기술과 정보시스템 접근능력을 필요로 하는 ‘고급직종’들 일 것이다. 서비스 부문에 수많은 일자리가 생겨나겠지만, 그것은 건강하고 잘 생기고 지적이며 세련된 사람들을 위한 자리에 불과할 것이기 때문에 가난하고 건강하지 않으며 세련된 복장이나 외모를 갖지 못한 약자들은 서비스 부문의 노동시장에서도 소외될 것이고 고급직종의 노동시장에서도 상대적으로 불리한 입장에 있게 된다.

적어도 지금의 소외계층 대다수는 정보사회의 노동시장에서 경쟁력을 갖기 어렵고 따라서 이들에게는 실업률 그 자체가 문제가 될 것이다. 둘째, 빈번한 실업과 재취업의 적응에 도움이 필요하다는 점이다. 어느 날 갑자기 정보기술이 자신의 일자리를 빼앗아 가버린다면 그로 인한 사회적, 가정적, 심리적 문제를 경험하게 될 것이고 또한 새로운 일자리를 찾아 신기술을 배우고 준비해야 할 것이기 때문이다.¹²⁾

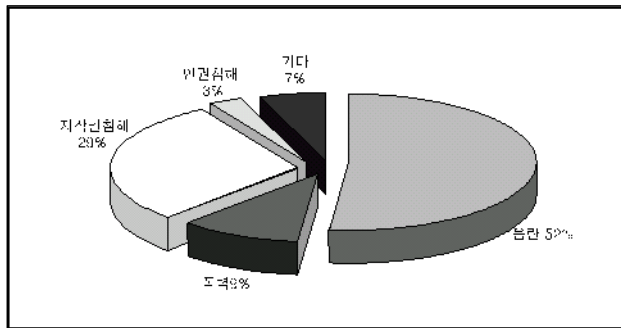
라. 장애인에 대한 온라인 착취 및 폭력·유해정보로부터의 보호

정신지체인이나 청각장애인 복지 분야의 전문가들은 정보사회에서 이들을

12) 강 봉균 한국개발연구원 원장은 “미국이 정보산업 부문의 과잉투자로 경기침체 국면을 맞게 되었으나, 지난 10년간의 장기호황은 구조조정과 정보화를 동시 추진하였기 때문에 가능했던 사실에 주목해야만 한다. 경기가 나쁠 때 정보화투자를 먼저 감축하거나 구조조정을 위하여 정보화 인력부터 줄이는 기업에게 미래는 없다”고 하였다. “경기침체와 구조조정 그리고 정보화”, 정보화저널, 20018권 3호.

보호하는 것도 중요한 사회적 과제라고 한다. 정신지체자나 청각장애자들 중 어떤 이들은 느끼는 대로 행동하고 충동적으로 행동하는 경향이 있으며, 절제할 줄 아는 판단력과 의지가 다소 부족하다고 한다. 따라서 가상공간에서는 [그림 2-4]에 보여진 바와 같이 전자상거래나 유해정보에 쉽게 피해를 입게 되며, 정보폭력 및 착취의 표적이 될 가능성이 크기 때문에 정보시장이나 가상공동체로부터 이들을 보호하기 위한 제도적 개입이 필요하다.

[그림 2-4] 유해정보 구성비율



자료: 정보통신윤리위원회(1988)

주) 1998년의 유해정보 구성비율을 보면 음란정보가 전체 12,404건 중 6,580건으로 52%를 차지하고 있음

마. 공동체 기능의 와해

현대사회에 있어서 복지문제가 심각해진 이유 중의 하나는 공동체와 그 복지기능의 약화에 있다. 따라서 사회복지의 활성화를 위해서는 공동체가 보유하고 있던 복지기능을 복원 및 강화하는 것이 필요하다. 이것은 정보화의 역기능 중 하나인 “가족 속의 개인”이라는 문제에 대처할 수 있는 중요한 방법론이기도 하다. 귀가하여서도 아버지는 아버지대로 컴퓨터 앞에 앉아 자기 일을 보고, 아이들도 컴퓨터통신에서 타인과 대화에 몰두하는 소위 “가족 속의 개인현상”이 뚜렷해진다. 가족공동체의 관계이완 등 기존 공동체의 위상

이 약화되고 반대로 새로운 가상공동체에서의 집단들이 더 큰 영향력을 발휘하게 되어 전통적으로 가족이 해왔던 역할을 다른 공동체에서 대신 또는 보완해 주어야 할 필요가 생겨나게 된다. 그래서 기존 공동체의 기능을 보완 또는 대체하기 위한 가상가족, 가상형제, 가상관계를 의도적으로 만들어낼 필요가 있다. 한마디로 정보화시대의 주요 사회문제에 대한 사회학적 대응이 필요하다.

바. 인터넷 범죄

역기능으로서 사회적으로 문제되고 있는 사이버 범죄는 크게 인터넷 시스템을 대상으로 하는 것과 인터넷을 이용한 범죄로 분류될 수 있으며, 사이버공간의 법적 규제는 현실의 법과는 다른 양상을 가지므로 다음과 같은 각 부분에 새로운 법 규정이 필요하다.

1) 사이버 테러(cyberterrorism)

인터넷을 이용하여 개인이나 집단에 가하는 폭력을 말한다. 현실의 테러가 주로 물리적인 성격을 띠는데 반해, 사이버 테러는 주로 무형의 자료나 정신적 피해를 유발하지만 물리적 성격을 띠기도 한다. 예를 들어 항공사의 관제시스템이나 국방부의 미사일시스템을 조작하는 경우는 대량 살상으로 이루어질 수 있다. 이처럼 사이버 테러는 가해자가 피해현장과 관련없는 다른 곳에서 편하게 테러를 저지를 수 있으므로 오히려 위험성이 크다.

2) 해킹(hacking)

인터넷상에서 타인의 시스템이나 프로그램들의 ‘숨어 있는’ 부분을 건드림으로써 어떤 것의 작동을 개선하거나 정보를 훔치며, 또는 파괴하는 행위를 말한다. 해킹과 구별되어야 할 것으로는 핵티비즘(hacktivism)이 있는데, 이것은

‘hacker’와 ‘activism’의 합성어로 해커의 활동 정신을 말한다. 정보의 공유를 주장하고 불법 검열을 반대하는 장점을 가지고 있는 반면, 음란정보나 상업 프로그램의 유통을 조장하는 단점을 갖는다.

3) 크랙킹(cracking)

정보 훔치기, 파괴 등 악의적인 목적으로 타인의 컴퓨터에 무단침입하는 행위로 “악의”가 있는 점에서 해킹과 구분된다.

4) 불법복제(와레즈 : warez) 등

프로그램의 복사방지장치나 등록장치 또는 쉐어웨어(shareware)의 시간제한 등을 풀어서 누구나 제한 없이 사용할 수 있게 만들어 각종 지적재산권을 무력화하는 행위로 해당 소프트웨어를 일컬어 와레즈라고도 한다.¹³⁾

5) 스팸메일(spam mail)

자동 프로그램을 이용하여 불특정 다수에게 보내는 광고성 메일을 말한다.

6) 전자우편폭탄(mail bomb)

스팸메일의 일종으로 상업적 선전의 목적이 아닌 메일서버를 다운시킬 목적으로 서버의 용량을 초과하는 메일을 자동으로 보내는 행위를 말한다.

13) 법무부 관계자는 “국내 소프트웨어 불법복제율은 70%에 이른다”면서 “미국 수준(27%)으로만 낮춰도 2001년까지 2만8,000개의 일자리가 생기고 1조500억원의 세수가 창출된다”고 말했다. “소프트웨어 불법복제 등 지적재산권 침해사범 대대적 수사” 1999. 4. 1. 매일경제 31면.; 그 어원에 대해서는 ‘Where it is’의 구어체적 발음표기라는 주장과 ‘(Soft)Ware’의 복수형 ‘wares’의 표기가 일부 바뀐 것이라는 설이 있다.

2. 경제에 대한 부정적 파급효과

가. 지적재산권 침해와 전자상거래 피해

소프트웨어 불법복제 및 지적재산권 침해에 대한 조사결과, 정품을 더 많이 사용하는 경우가 47.8%인 것으로 나타났다. 1998년 조사(32.2%)에 비해 정품사용비율이 다소 늘어난 것으로 조사됐으나 불법복제품이 주로 유통되고 있는 와레즈 사이트 방문경험은 71.1%에 달했는데, 66.5%가 불법복제의 온상이 아닌 '정보공유의 장'으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 한편 전체 응답자의 78.5%가 전자상거래 경험이 있으며, 23.5%가 전자상거래를 통한 피해경험이 있다고 밝혔다. 피해유형은 '대금결제 후 배달오류'(40.5%), '계약해지불가능'(18.2%) 등으로 조사됐다.

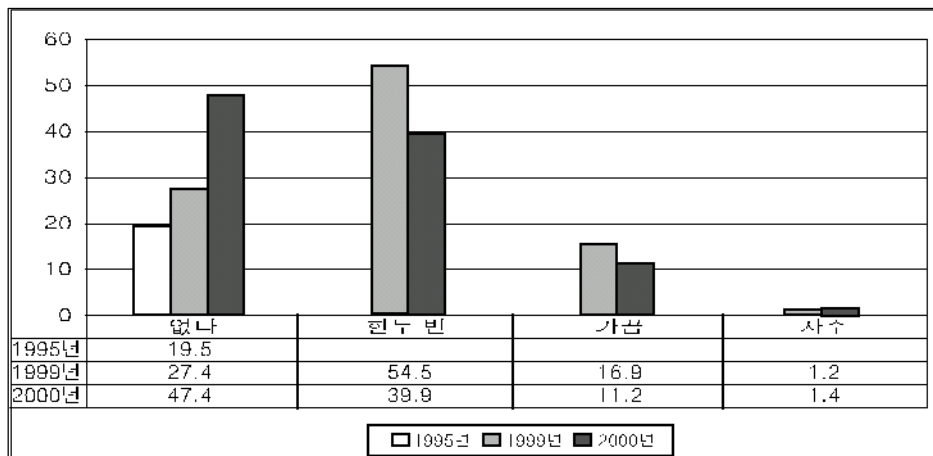
나. 해킹 및 컴퓨터 바이러스

컴퓨터 바이러스 피해 경험율은 52.6%로 여전히 높게 나타나고 있으나 증가하는 바이러스를 고려하여 전년도와 비교해 볼 때 감소하고 있는 추세로, 감염 경로는 '인터넷/PC통신'(36.3%)이 일반적인 것으로 나타났다. 그리고 '전자우편'(24.1%), '내부네트워크'(16.1%), '저장매체'(7.5%)에 의한 감염 비율도 상승하고 있는 것으로 조사됐다. 특히 전자우편에 의한 피해는 1999년 9.7%보다 2배 이상 증가한 것으로, 이는 네티즌의 전자우편 이용률이 높아지면서 바이러스 경로가 다양화됐기 때문인 것으로 풀이된다. 전체 응답자의 89.1%가 컴퓨터 바이러스에 대해 우려하고 있고 91.1%는 바이러스 백신 프로그램을 이용한다고 응답해 높은 관심을 보이고 있으며, 바이러스 백신업체나 한국정보보호센터의 '사이버 118'의 노력이 효과를 본 것으로 파악된다. 피해 유형으로는 '시스템 일부 파괴 및 저장자료 손실'(46.2%)이 가장 많았으며, '시스템 전체파괴' 경우도

12.8%나 되어 컴퓨터 바이러스로 인한 피해가 심각한 것으로 나타났다.

해킹 등 정보시스템 불법침입에 대한 조사결과, 인터넷 이용자중 20.1%가 피해경험이 있는 것으로 나타났다. 이 중 37.9%가 별다른 피해가 없었다고 응답한 반면, 22.4%는 ‘시스템 마비’, 14.4%는 ‘정보도난’ 피해를 입었다고 응답했다. 한편 해킹관련 정보이용경험은 56.6%에 달했으며, 20.0%는 해킹시도 경험이 있다고 응답해 높은 관심을 보이고 있었다. 해킹사고 방지를 위해 47.6%가 보안솔루션 및 자체 개발 보안기술을 이용하고 있는 것으로 나타난 반면, 아무런 대처를 하고 있지 않거나(25.1%), 대처여부를 모르겠다(27.3%)는 응답비율도 꽤 높은 것으로 [그림 2-5]와 같이 조사됐다.

[그림 2-5] 해킹 피해여부

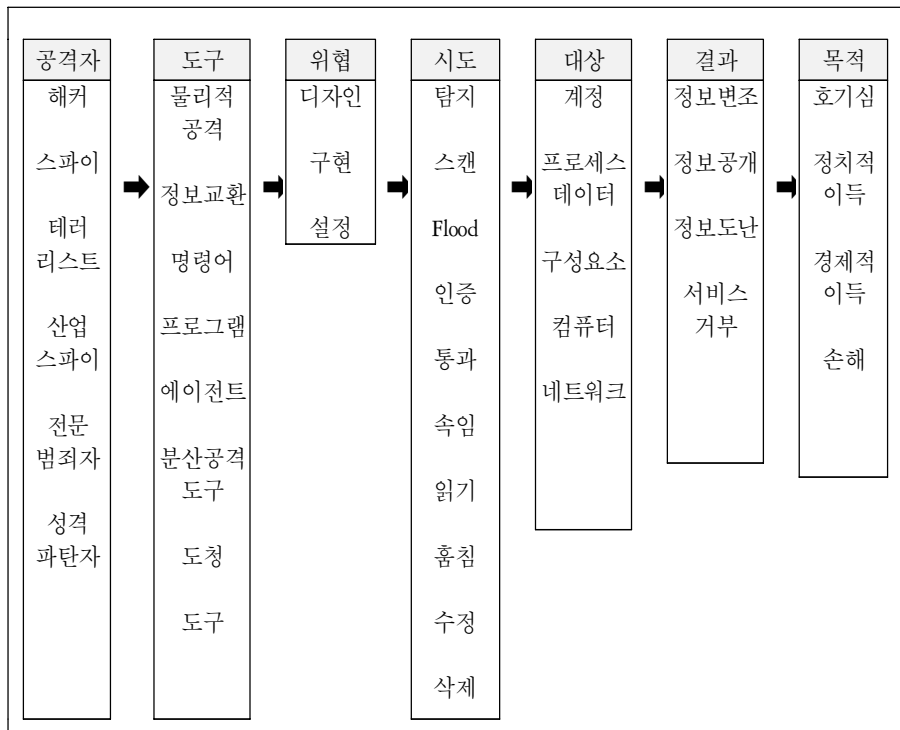


1) 해킹

해킹이란 본래 컴퓨터 조작을 즐긴다는 뜻이나, 근래에는 [그림 2-6]과 같이 소프트웨어의 수정을 통한 조작, 특정 네트워크의 침입을 통한 시스템 교란, 정보 유출, 서비스의 파괴 등 대부분의 비정상적인 컴퓨터 및 네트워크 운용을 하는 행위를 말한다.

최근에는 인터넷이 부각됨에 따라 네트워크에 연결된 시스템으로의 침입 행위를 해킹으로 간주하는데, 이러한 침입 경로에 대하여는 많은 수법이 알려져 있으나 크게 다음과 같이 분류해 볼 수 있다. 첫째, 해커가 목표로 삼은 원격지의 시스템이 접근을 허용하는 시스템이나 네트워크로 잠시 위장하는 방법, 둘째, 정당한 방법으로 등록된 타인의 ID를 도용하는 방법, 셋째, 시스템의 버그를 찾아 이를 접근지점으로 이용하는 방법, 넷째, 시스템에 갑작스런 부하를 주어 정상적인 동작을 방해하는 방법, 다섯째, 시스템 관리자에게 영향을 주어 정당한 사용자로 변경하는 방법 및 시스템이나 네트워크 프로토콜 등 기술적인 구조를 공격하는 방법 등이 있다.¹⁴⁾

[그림 2-6] 해킹의 형태



14) <http://myid.co.kr/data/data.htm>.

컴퓨터 바이러스와 해킹 등 사이버 테러가 최근 들어 급증하여 해킹 공포가 확산되고 있다. 250개 공공기관 및 기업 무더기 해킹사건은 다행히 대형 사고로 이어지지 않았지만 업계에는 빈발한 해킹으로 ‘사이버 아마겟돈’(컴퓨터 시스템 대란)이 오는 게 아니냐는 공포감마저 들고 있다. 정보통신부와 경찰청은 “해커의 침입경로를 추적하고 있으나 해외 해커로 추정되는 것 외에는 아직 밝혀진 것이 없다”며, “서비스 거부방식으로 침입한 경우는 추적이 어렵기 때문에 해커의 정체를 밝히는 데 상당한 시간이 소요될 전망”이라고 한다. 특히, 보안전문가들은 이 사건과 관련, “국내 전산망의 보안수준이 전세계 초보 해커들의 훈련장 정도로 여겨지고 있기 때문에 해외 해커들이 단골로 드나들고 있는 것”이라고 그 원인을 분석하였다. 국내 기업의 상당수가 컴퓨터 보안의 개념조차 없고, 또 보안장비를 설치해 놓고도 제대로 활용하지 않는 등 사실상 해킹에 무방비 상태라는 진단이다.

또 보안체계의 중요성이 계속 제기됐음에도 국가정보원과 국세청 전산망 정도를 제외한 대부분의 공공전산망 보안벽은 여전히 취약하다는 것이 전문가들의 지적이다. 특히, 민간 인터넷 사이트의 경우 수많은 이용자가 출입하는 데다 정보를 공개해야 하는 특성 때문에 해킹에 더 취약한 실정이다. 전문가들이 가장 우려하는 것은 증권전산망으로 사이버거래가 크게 늘고 있는 상황에서 해킹으로 거래가 지연된다면 엄청난 혼란이 일어날 수밖에 없다. 지난 1998년 국내 해킹 건수는 158건에 불과했으나 1999년 572건, 2000년 7월 현재 721건이 발생했다.

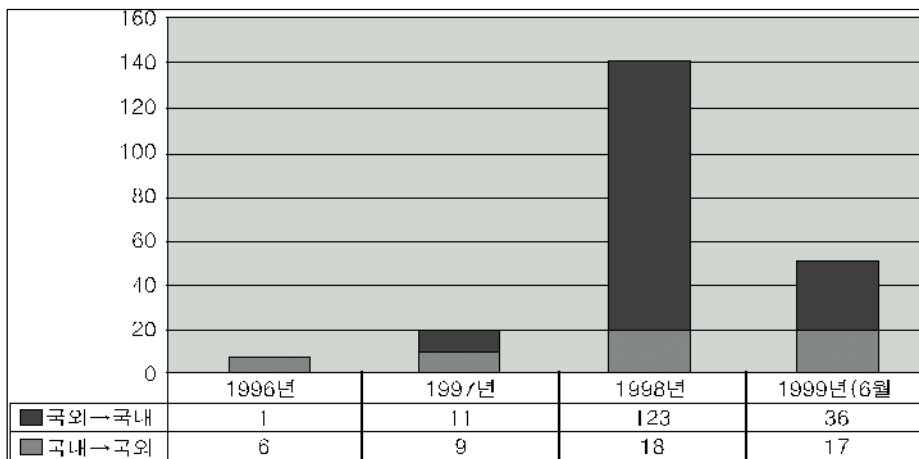
<표 2-5> 1999년~2000년 월별 해킹 피해 접수 현황

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
1999년 건수	27	34	26	34	32	40	45	43	38	41	116	96	572
2000년 건수	108	113	129	117	137	117	278	239	237	156	227	85	1,943

특히 우리 나라는 초고속통신망과 인터넷 보급률이 높은 반면 보안체계가 허술해 외국 해커들이 공공기관이나 기업의 전산망에 침투하는 사례가 늘고 있다.

최근 한번에 250개 업체가 무더기로 공격을 받은 해킹수법은 의외로 간단한 ‘서비스 거부’ 방식이며, 이 수법은 해커들이 특정 컴퓨터에 침입해 자료를 삭제하거나 훔쳐 가는 것이 아니라 대량의 접속을 유발해 컴퓨터를 마비시켜 사이버공간에 교통체증을 유발하는 것이다. 특히 해커는 자신의 컴퓨터로 직접 공격하는 것이 아니라 다른 컴퓨터를 1차로 공격·해킹한 뒤, 그 컴퓨터를 통해 동시에 특정컴퓨터를 공격하는 것이어서 미 연방수사국(FBI) 등 수사기관조차 해킹 경로를 추적하기는 힘들다는 것이다.

[그림 2-7] 국제 해킹 발생건수



자료: 한국정보보호센터(1999)

주) 1998년 국제 해킹 발생건수는 141건으로 국내에서 국외로의 경우가 13%인 18건이고 국외에서 국내로의 경우가 87%인 123건이다. 매년 국외에서 국내로 해킹하는 건수가 증가하고 있으며, 특히 1998년들어 증가율이 높아졌다.

물론, 기업도 해커의 공격에 대비해 나름대로 안전장치를 만들어 놓았지만 결국 해킹을 당하고 있다는 점에서 국내 보안체계 및 데이터 관리체계가 개선

돼야 한다는 의견이 많다. 한국정보보호센터 관계자는 “현재 다양한 해킹에 대비한 복구도구들이 개발돼 있지만, 이를 활용할 전문인력이 없는 것이 가장 큰 문제”라며 “사용자 계정과 패스워드, 파일시스템 등을 안전하게 관리하고 해킹방지 보안도구와 네트워크 방화벽시스템 등을 설치하면 해킹을 어느 정도 막을 수 있다”고 한다

2) 컴퓨터바이러스

2000년 현재 전세계적으로 컴퓨터 바이러스로 인한 피해액이 1조5,000억 달러를 넘어설 것이라는 연구결과가 나왔다.¹⁵⁾ 인터넷 연구 및 미디어 기업인 인포메이션위크 리서치는 “멜리사”나 “러브 바이러스” 등의 피해를 집계할 수 있는 미국 내 5만여개 기업이 2001년 컴퓨터 바이러스와 해킹으로 입은 피해는 2,660억 달러에 이를 것이라 한다.

2,660억 달러는 미국 국내 총생산의 약 2.5%에 달하는 것이다. 연구팀을 이끈 존 디스테파노는 “2,660억 달러라는 피해액은 1,000명 이상을 고용하고 있는 미국 기업의 피해만 반영한 것으로 중소기업을 포함한 미국 내 바이러스 피해는 훨씬 커질 것”이라고 한다. 이들의 연구에 따르면 바이러스가 컴퓨터 네트워크의 속도를 저하시키면 미국에서만 2001년 6,882인년¹⁶⁾의 생산성이 손실되며, 세계적으로는 3만9,363인년의 손실이 발생하게 된다. 연구팀에 따르면 3만9,363인년은 금액으로 1조5,200억 달러가 된다고 밝혔다.

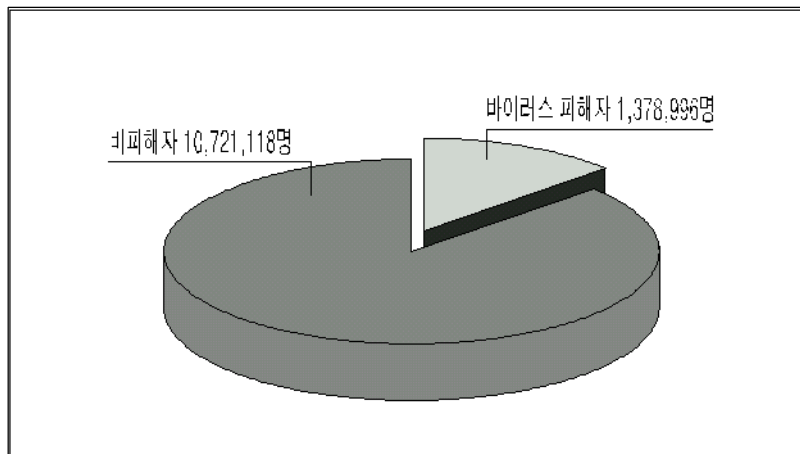
인포메이션위크는 세계 30개국의 정보기술(IT) 전문가 4,900명을 대상으로 조사한 이 같은 연구결과를 10일 공개할 예정이다. 디스테파노는 “정보기술이 현재 세계 경제를 움직이기 때문에 컴퓨터 시스템을 중지시키는 것은 경제를 중지시키는 것”이라며, “이 같은 손실은 월스트리트에서나 다른 세계 시장에 서도 무시할 수 없는 규모”라고 한다.

15) 서울경제, 2000. 7. 9.

16) 인년(人年) : 한사람이 1년간 하는 작업량

그밖에, 컴퓨터 바이러스 백신 및 데이터 복구 프로그램전문 개발 업체인 (주)하우리는 2001년3월26일 해킹 도구로 이용되는 백도어 프로그램인 ‘서브세븐’(SubSeven)의 2.2 버전이 최근 해커들에 의해 개발됨에 따라 PC 사용자들의 각별한 주의가 요구된다고 경고했다. 서브세븐은 오래 전부터 해킹 도구로 사용되어 온 악명 높은 백도어 프로그램으로 일단 이 프로그램이 사용자 PC에 설치되면 해당 PC에서 수행되는 모든 작업과 저장된 데이터까지 해커가 임의대로 조종할 수 있다. 최근 업그레이드된 서브세븐 2.2의 경우 다른 사람의 PC를 원격 조종하는 해커를 추적할 수 없도록 포트번호를 임의적으로 생성 조작하는 등 역추적 방지기능이 추가됐다. 또한 CGI(Common Gateway Interface) 프로그램을 통해 해킹 상대의 정보를 실시간으로 저장할 수 있다. 하우리 측은 “서브세븐은 인터넷이나 통신의 자료실에 올려진 프로그램을 내려받을 때 함께 설치될 수 있다”며 “프로그램을 다운받을 때 각별한 주의를 해야 하며, 바이러스 감염여부를 백신으로 진단해야 한다”고 당부했다.¹⁷⁾

[그림 2-8] 컴퓨터바이러스 피해경험율



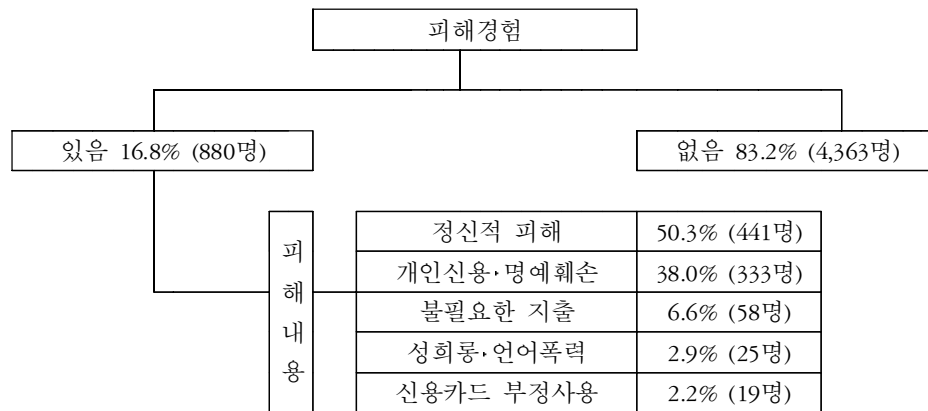
주) 전체 PC이용자인 12,100,114명 중 실제 바이러스 피해를 경험한 이용자는 전체의 11.4%로서 1,378,996명이다.

17) 시민행동 2001. 3. 28. <http://www.privacy.or.kr/>

3. 개인정보 노출에 의한 프라이버시 침해

개인정보 제공을 가장 많이 하는 웹사이트로는 ‘인터넷 쇼핑몰’(45.7%), ‘전문정보 사이트’(13.1%), ‘금융기관’(9.6%) 등의 순으로, 영리목적의 웹사이트가 개인정보를 요구하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 그러나 응답자 대다수(95.2%)가 프라이버시 침해 가능성을 우려하고 있었으며, 예금계좌번호, 신용카드번호, 주민등록번호 등의 정보제공을 가장 꺼려하고 있었다.

<표 2-6> 개인정보 유출로 인한 피해경험 및 피해내용



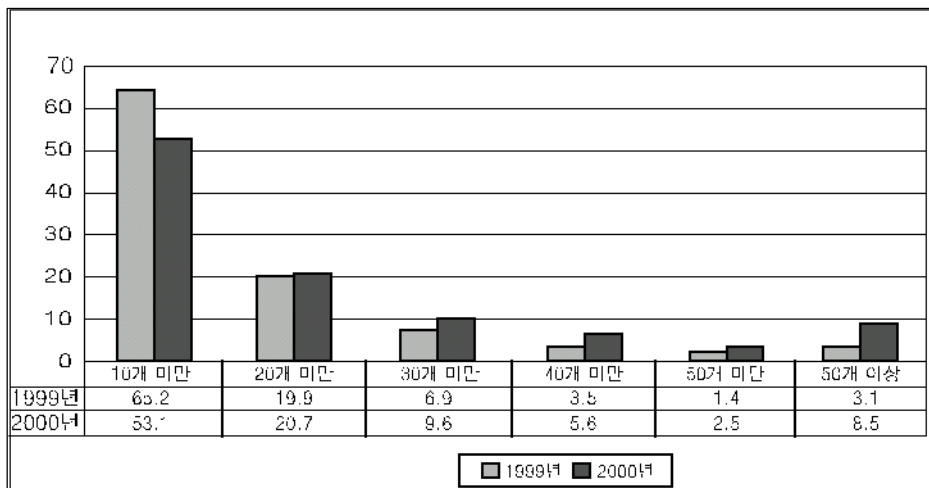
주) 위 자료는 2001년1월17일 소비자보호원의 보도자료에서 인용한 것임.

개인정보를 제공하는 목적으로는 정보서비스를 받기 위해서(49.6%)가 가장 많았으며, 경품 등을 받기 위해(30%), 상품 및 서비스 구매(17.7%)가 뒤를 이었다. 이는 반드시 필요한 정보를 원하는 경우 소중한 개인정보를 제공하고 무분별한 개인정보제공은 자제하는 경향으로 파악된다. 개인정보의 제공에 따른 피해를 방지하기 위한 법률적 조치로 개인정보 수집시 이에 대한 방침을 게시하도록 하고 있다. 이에 대한 관심은 응답자의 61.9%가 개인정보보호방침을 확인하고 있다고 응답하여 비교적 높게 나타나고 있으나, 76.0%는 인터넷 사이트들의 개인정보보호 방침 확인이 불편하다고 응답해 이에 대한 개선이 요

구된다.

한편 무료 이메일 서비스 등 전자우편 사용이 늘어감에 따라 스팸메일의 수신도 점차 늘어가고 있다. 일주일 평균 20개 미만의 스팸메일 수신은 전년도에 비해 줄어들거나 변화가 거의 없으나, 20개 이상을 수신한다는 응답자는 현격히 늘어나고 있다. 응답자가 수신하는 전자우편 가운데 평균 13.2%가 스팸메일이라고 응답하고 있으며, 주로 ‘홍보 및 광고성 메일’(43.3%), ‘경품 및 돈벌기 정보’(28.5%), ‘불법 S/W 정보’(13.5%) 등이었다. 음란물 등 불건전 정보유통과 관련해서, 음란물 접촉경험은 예년과 비슷한 81.0%이었으며, 접촉경로는 무료 사이트(78.5%)가 가장 많았다.

[그림 2-9] 개인정보 요구항목수



가. 전자상거래상의 개인정보 누출

1) 쿠키기능에 의한 누출

쿠키(cookies)란 웹서버에 의해 발생해 다음 접속을 대비해 사용자의 컴퓨터에 저장되는 정보의 조각으로 사용자의 컴퓨터와 서버에 HTML 정보로 저장된

다. 한편 쿠키기능이란 인터넷 이용자가 웹사이트에 접속할 때마다 각 웹사이트에 사용자 접속횟수, 사용자ID, 비밀번호(password)나 신용카드번호와 같은 정보를 자동등록하는 기능으로, 사용자가 로그인 했을 때 쿠키기능이 자동적으로 각 웹사이트에 보내짐으로써 웹서버는 자동적으로 인터넷상의 이용자 행동을 관찰할 수 있다.

쿠키기능이 프라이버시 및 개인정보의 침해문제와 관련되는 이유는 쿠키기능이 데이터 저장과 데이터 베이스 관리를 용이하게 하기 때문에 웹사이트 운영자들이 사업을 위해 개인정보를 부당하게 사용하거나 제3자와 개인의 데이터를 교환할 가능성이 있기 때문이다. 쿠키기능과 유사한 Broad Vision의 'One to One application' 기술은 주문 홈페이지, 광고나 마케팅을 하기 위해 개발된 것으로 이 기술 역시 인터넷상에서 이용자행위에 관한 정보를 기록하여 이용자에게 알리지 않고 기술을 사용하는 기업에 정보를 전송할 수 있다.

2) 인증기관을 통한 누출

인터넷상의 가상공간에서 거래가 이루어지는 전자상거래의 특성상(즉, 무인판매, 무인구매) 본인 여부를 확인하는 인증제도가 필요하다. 이 경우 인증기관에는 막대한 개인정보가 축적되므로 이에 대한 오·남용의 소지가 있다. 따라서 이를 방지하기 위하여 암호화(cryptography) 기법이 개발되어 사용되고 있으나 아직까지 완벽한 보장은 어렵다.

3) 대금결제에 따른 누출

전자지불방법으로 신용카드, 전자화폐, 전자수표와 전자자금이체 등에 의한 지불방법이 있다. 인터넷을 통해 신용카드로 대금결제를 하는 경우, 신용카드 정보의 전송시 이를 중간에서 도청 또는 저장된 신용카드 정보가 타인에게 노출되어 불법적으로 사용될 수 있다. 이는 인터넷상에서 이루어지는 교신의 내

용에 대한 보안 장치의 부재로 교신과정에 제3자가 쉽게 접속하여 내용을 알아낼 수 있기 때문이다. 전자화폐에 의한 경우는 소비자가 전자화폐를 전자은행 또는 전자지불회사로부터 인출할 때 일련번호를 사용하는데, 이 때 은행이나 지불회사는 소비자의 현금 사용내용을 역추적하여 사용자의 개인정보를 침해할 수 있다.

나. 카드회사의 고객신용정보 판매

고객의 신상정보를 보험회사에 제공하고 매달 수천만원의 채권 대형 신용카드 업체들이 검찰에 적발됐다. 이 카드사들은 ‘업무제휴’라는 명목 아래 단순한 개인식별정보뿐 아니라 고객의 카드 사용실적 등 중요 신용정보까지 팔아 넘긴 것으로 드러났다. 서울지검 컴퓨터수사부는 비씨카드, 국민카드, 다이너스카드 등 3개 신용카드사와 국민카드 최모(45) 총괄팀장 등 이들 회사 관계자 3명을 신용정보의 이용과 보호에 관한 법률 위반 혐의로 각각 벌금 1000만~3000만원에 약식기소한 사례가 있다. 검찰은 S-O-L-H사 등 다른 7개 신용카드사도 고객정보를 보험사에 넘겨준 사실을 확인했으나, 이름과 주소 등 단순 개인식별정보만 제공한 점을 감안해 입건하지 않았다. 검찰에 따르면 기소된 3개 업체는 2000년 7월부터 2001년 4월까지 고객동의 없이 업무제휴를 맺은 S-L-D-K-E 보험회사에 이름, 주소, 전화번호, 주민등록번호, 직장, 보수 등 개인식별정보와 카드 사용실적 등 각종 신용정보를 제공한 혐의를 받고 있다. 검찰은 카드업체들이 이를 대가로 보험료 수입의 5~7%를 수수료로 받아 매달 수천만원에서 수억원을 챙겼다고 밝혔다. 카드사들은 회사건물 일부를 보험사 텔레마케팅 부서로 임대해주고 근거리통신망(LAN)을 통해 고객정보를 보험사 단말기에 입력하거나 고객정보가 담긴 명단을 직접 건넸으며, 일부는 아예 고객정보 조회가 가능한 단말기를 보험사에 설치한 사례도 적발됐다.

카드사가 이처럼 고객정보를 공공연히 거래하고 있는데에는 관련법 미비도

한 몫을 하고 있다는 지적이다. 개인식별정보 거래행위는 현행 신용정보의 이용과 보호에 관한 법에 처벌규정이 전무한 실정이다. 또 ‘공공기관의개인정보 보호에 관한법률’과 ‘정보통신망이용촉진과정보보호등에관한법률’로 개인식별정보의 무단거래를 처벌할 수 있지만 적용대상을 공공기관과 정보통신서비스 제공업체로 제한하여 카드사 등 일반 민간업체는 처벌이 불가능한 상태라고 검찰은 밝혔다.¹⁸⁾

다. 공개된 자료로부터의 개인정보수집

미국연방통신위원회(FTC)는 아마존닷컴의 웹검색 소프트웨어 개발부서 알렉사(Alexa)가 고객의 이름과 이메일 주소를 임의로 수집한 것이 미국 연방거래법 조항을 위반한 것이라고 최종 판시했다. 그러나 FTC는 아마존사가 이미 이 건과 관련해 집단소송을 낸 원고 측과 190만 달러를 지급하기로 합의했기 때문에 추가제재 없이 회사의 프라이버시 관련 조항을 수정토록 하는 선에서 소송을 마무리 짓기로 했다.¹⁹⁾

제 4 절 정보와 인간 및 알권리

1. 정보와 인간

개인은 어떠한 정보이든 정보가 없다면 생존할 수 없다. 이 점에 정보의 가치를 적극적으로 인정할 수 있는 근거를 찾을 수 있다. 그러나 정보에 의하여 개인은 또한 자신의 행동과 의사결정에 구속을 받게 되기도 한다. 이러한 이유로 개인의 개방은 정보의 개방을 의미하게 되고, 이것을 달리 표현하면 정보의

18) 세계일보 2001. 7. 16.

19) 뉴욕=티케이 김 통신원 nybull@consultant.com

자유를 의미하게 된다. 그리고 인간이 사회적 존재라는 사실을 부인할 수 없는 한 정보의 자유를 제약하는 것은 그 제약을 정당화하는 국가적 또는 사회·경제적 이익을 엄격하게 심사할 필요가 있다.

확실히 정보는 인간을 키우기도 하는 한편 인간을 죽일 수도 있는 위험을 갖고 있다. 정보의 자유로운 유통은 인간의 선량한 면과 함께 병적인 측면, 악한 측면도 동시에 유포하게 된다. 그 병적 내지 악의 판단은 개개인의 독자적인 판단으로 할 수 있는 것이 아니다. 사회의 판단이나 국가의 판단도 더해져야 하는 것이다. 본질적으로 “정보의 포로”로부터 결코 풀려날 수 없는 것이 인간이라고 할지라도 자유로운 정보사회 속에서 생존하는 한 자신이 접한 정보에 대해 보다 올바른 판단을 자신의 책임 하에 할 수 있도록 정보의 자유로운 유통 등의 정보자기결정권이 보장되는 건전한 정보사회가 구현되도록 하여야 할 것이다. 이와 관련하여 개인의 정보판단이 사회의 정보판단과 맞부딪쳐 검증될 수 있는 각종 사이버 공간의 조성의 확보 또한 중요하게 된다.

자유로운 커뮤니케이션의 장, 사회공공토론의 장 등이 결코 정보의 낙원이 될 수는 없다. 정보는 때때로 거세게 흐르는 탁류로 변화될 위험을 갖고 있기 때문이다. 자유로운 정보의 순기능을 극대화할 수 있는 방안을 마련하는 것은 개인 내지는 사회 및 국가의 과제로 대두되었다. 그리고 정보약자나 정보피해자를 보호하는 것은 현대사회의 국가 과제이다. 인간은 통상 인간을 신뢰하면서도 인간을 의심한다. 법적 대응의 곤란성은 이러한 점에 기인한다.

2. 정보와 알권리

국민의 알 권리가 헌법에 명문으로 보장되어 있는 것은 아니다. 그러나 알 권리는 현대 민주국가에 있어서는 중요한 권리이기 때문에 헌법상의 근거가 모색되게 된다. 실정법상 명문의 근거를 탐구하는 법실증주의적 해석으로는 곤란하기 때문에 목적적·기능적 해석에 의존하게 된다.

알권리에 대하여는 일반적으로 다음과 같은 근거가 제시된다. 첫째로, 헌법 제10조의 개인의 존엄 내지 행복추구권이 제시된다. 즉, 개인 존엄의 전개로서 인격형성 내지 발전에 있어서 알 권리는 필요 불가결한 권리로 된다는 것이다. 둘째로, 헌법 전문, 제1조 제1항과 제2항 등에서 규정하고 있는 국민주권·민주주의에 기초하여 자치·자율에 근거한 자기통제에 입각하여 알 권리는 그 전제조건으로 되는 권리라고 하는 주장이 그것이다. 셋째로, 헌법 제21조를 근거로 표현의 수단으로서 알 권리, 그 목적적·기능적 해석에서 표현의 자유가 갖는 우월적 지위로서 자기표현, 자기통제, 진리에의 도달로서의 의사의 자유시장, 사회의 안정과 변화의 균형을 위하여 필요 불가결한 청구권적 성질을 갖는 권리로 주장된다. 넷째로, 건강하고 문화적인 최저한도의 생활을 영위할 목적과 함께 생존권의 청구권적 성질에서 헌법 제34조를 근거로 하는 입장도 있다. 그와 관련해서 헌법 제31조의 교육을 받을 권리는 당연히 알 권리의 범주에 포함되게 된다. 다섯째로, 헌법 제22조제1하의 학문연구의 자유는 진리를 탐구하는 정신활동이기 때문에 알 권리를 근거로 하고 있다.

한편 헌법재판소나 대법원은 “국민의 알 권리, 특히 국가정보의 접근권리는 우리 헌법상 기본적으로 표현의 자유와 관련하여 인정되는 것으로 그 권리의 내용에는 일반 국민 누구나 국가에 대하여 보유·관리하고 있는 정보의 공개를 청구할 수 있는 이른바 일반적인 정보공개청구권이 포함되고, 이 청구권은 공공기관의정보공개에관한법률이 1998. 1. 1. 시행되기 전에는 구 사무관리규정(1997. 10. 21. 대통령령 제15498호로 개정되기 전의 것) 제33조 제2항과 행정정보공개운영지침(1994. 3. 2. 국무총리 훈령 제288호)에서 구체화되어 있다”고 하여 헌법상 표현의 자유에서 그 근거를 찾고 있다.²⁰⁾ 국민의 알 권리는 오늘날 두 가지의 성격을 갖는 것으로 일반적으로 시인되고 있는바, 그 한가지는 소극적 방어권적 성질을 갖는다는 것이다. 즉, 국민이 알고자 하는 것을 방해

20) 헌법재판소 1989. 9. 4. 88헌마22; 대법원 1989. 10. 24. 88누9312 ; 대법원 1992. 6.

23. 92추17 1999. 9. 21. 97누5114 등 참조.

하거나 저지해서는 아니 된다는 측면이다. 다른 한 가지는 적극적 청구권적인 성질을 갖는다. 즉, 공권력 주체가 보유하고 있는 정보를 공개할 것을 요구한다고 하는 측면이다.

다만, 국민의 알 권리는 소극적 방어권적인 자유권으로서 최대한의 보장이 요구되고, 적극적 측면으로서의 정보공개청구는 원칙적으로는 국회의 제정법이 필요하다. 법원이 재판의 전제로서 법률의 위헌심사제청권(헌법 제107조제1항, 제111조제1항제1호) 및 하위법령에 대한 위헌심사권(헌법 제107조제2항)을 갖고 있기는 하지만, 알 권리를 재판상의 권리로 승인하기 위하여는 알 권리의 권리로서 주제, 형식, 절차, 내용, 한계 또는 재판상의 구제방법에 대한 입법이 필요하고 이를 위해서도 정보공개법이 필요하게 된다.

3. 정보와 프라이버시권²¹⁾

가. 프라이버시의 의미

프라이버시 개념의 정의에 대해서는 다음과 같은 견해가 있다. 첫째, L. Brandeis는 개인의 “혼자 있을 권리”(right to be left alone)로 이해하여, 민주주의에서 가장 중요한 자유로서 헌법에 반영되어야 한다고 주장하였다.²²⁾ 둘째, Alan Westin는 프라이버시는 어떠한 환경에서든지 자신의 신체, 태도와 행위를 타인에게 어느 정도 노출시킬 수 있는가는 자신이 자유롭게 선택할 수 있는 자유라고 파악하였다.²³⁾ 셋째, Edward Bloustone는 프라이버시란 인간 인격권의 법익이므로 인격의 침해, 개인의 자주성, 존엄과 완전성을 보호하는 것이라고

21) http://www.e-gija.com/egija/netizen/netizen_write_method13.html.

22) Samuel Warren and Louise Brandeis, “The Right to Privacy,” Harvard Law Review 4, 1890, pp.193-220.

23) Alan F. Westin, Privacy and Freedom, Atheneum(N.Y.), 1967, p.7.

한다.²⁴⁾ 넷째, Ruth Gavison은 프라이버시의 세 가지 요소로서 비밀(secretcy), 익명성(anonymity), 고독(solitude)을 가지며, 그것이 자신의 선택에 의해서 또는 타인의 행위에 의해서 상실할 수 있는 상태를 말한다고 한다.²⁵⁾

다섯째, 영국의 Calcutt Committee에서는 프라이버시의 만족할 수 있는 법률 규정은 찾아보기 어렵기 때문에 “개인의 생활과 일거리 또는 그의 가족 생활과 일들을 직접 물리적인 수단이나 정보공개에 의해서 침해되는 것을 방지하는 권리”로 선언하였다. 호주의 프라이버시 헌장의 서문에는 “자유로운 민주사회는 개인의 자주성을 존중하며, 그러한 자주성을 침해하는 국가나 사적 단체의 권한을 제한하며, 프라이버시는 인간존엄의 본질과 결사 및 표현 자유의 핵심 가치이다”. 이는 기본적인 인권으로서 모든 인간의 합리적인 기대이다. 여섯째, 프라이버시의 주체를 식별할 수 있는 개인정보를 대상으로 한다. 이러한 개인정보가 그 주체에게 사적으로 특별히 민감하고 당혹감을 줄 수 있는 경우는 말할 필요가 없고, 비록 그 정보가 평범하거나 사소한 것이라도 그 주체의 의사에 반한 것으로 추정되는 경우에는 프라이버시의 보호대상에 해당한다.²⁶⁾

요컨대, 프라이버시는 개인의 사생활이나 사적인 일과 관련해서 개인의 의사와 상관없이 공개되거나 간섭받지 않을 자유를 뜻하는 것으로 이해할 수 있다. 즉, 일반적으로 타인에게 알리고 싶지 않은 개인의 사적인 ‘무형의 비밀’로 설명할 수 있다. 명예훼손이 사람에게 대한 사회적 평가가 저하될 때 발생하는 반면 프라이버시 침해는 단지 개인의 주관적 감정이 손상되는 경우에도 성립되는 것으로 본다. 명예훼손은 보도, 출판의 경우 기사화된 사실이 진실일 경

24) Edward Bloustone, “Privacy as an Aspect of Human Dignity,” 39 New York Univ. Law Review, 1964, p.971.

25) Ruth Gavison, “Privacy and the Limits of Law,” Yale Law Journal 421, 1980, p.428.

26) 정영화, “사이버스페이스와 프라이버시” 헌법학연구(제6권제3호), 한국헌법학회, 2000.10, 51-53면.

우 면책받을 수 있으나,²⁷⁾ 사생활 침해는 공개된 사실의 진실 여부에 관계없이 감추고 싶은 사생활 문제를 폭로했을 경우 그 행위 자체가 침해로 되는 점에 특징이 있다. 따라서 상대방이 비밀로 하고자 하는 개인에 대한 난처한 사적 사항을 공개하는 것은 설사 그것이 사실 그대로 공개되는 것이라 해도 허용되지 않는다. 다만 이른바 ‘유명인사’, 즉 ‘공인’의 경우 또는 정당한 공익을 위한 경우에는 예외이다.

나. 공인과 프라이버시

공인이란 그 재능이나 명성, 직업 때문에 일반인이 관심을 가지는 공적 인사가 된 사람을 뜻한다. 자의로 유명인이 된 사람(정치인, 운동선수, 연예인 등)이 이에 해당되지만 자의와 상관없이 유명인이 된 사람(범인과 그 가족, 피의자)도 이에 속한다. 공인의 경우는 프라이버시가 일반인에 비해 제한되는 까닭에 자신의 프라이버시가 공개되는 것을 어느 정도 감수해야 하는 경우가 많다. 일단 공인이 되면 사생활의 일정 부분을 포기했다고 간주될 수 있기 때문이다. 요컨대 공인의 인격이나 사건은 이미 공적인 것이 돼 있으므로 프라이버시로 볼 수 없으며, 공표자는 일반인이 정당한 관심을 가지는 공인에 대해서는 그들에게 그것을 알릴 권리를 가지고 있다고 할 수 있다. 따라서 공인의 경우 공익이나 공공성과 관련된 사생활에 관해서는 공개할 수 있다.

그러나 단순히 타인의 호기심을 충족시키는 데 불과한 사항은 해당되지 않으며, 공인이라 하더라도 사적 공간이나 비밀 등은 법에 의해 보호를 받는다.

27) 사실을 적시하는 표현행위로 인한 명예훼손의 불법행위에 있어서는 그 행위가 공공의 이해에 관한 사항에 관계되고, 그 목적이 오로지 공익을 도모하기 위한 것일 때에는 적시된 사실이 진실이라는 증거가 있거나, 적시된 사실이 진실이라는 증거가 없더라도 표현행위를 한 사람이 적시된 사실이 진실이라고 믿을 만한 상당한 이유가 있는 경우에는 위법성이 없다. 대판 1999, 2. 9 98다31356 참조.

한 예로 1980년 7월 일본의 한 월간지가 인기 스타들이 불량한 교우관계가 있는 것처럼 삽화를 그려 넣은 기사를 게재한 후 다른 주간지도 이 기사를 인용해 보도했다가 두 잡지 모두 명예훼손죄로 고소당한 사건이 있었다. 잡지사 측은 텔런트는 프라이버시를 포기할 수밖에 없는 존재로서 프라이버시에 저촉되는 사실을 기사화 하더라도 내용이 진실일 경우 허용되어야 한다고 주장했다. 그러나 도쿄지방법원은 “연예인이라 해도 성(性)에 관한 사항은 가장 사적인 생활영역에 속하는 것으로 특별히 공익을 위한 필요성이 인정되는 경우를 제외하고 제3자가 이것을 언급하거나 또는 비판을 덧붙일만한 사항이 아니다”며 프라이버시를 침해할 경우 “사실 유무에 관계없이” 유죄가 된다는 판결을 내렸다.

다. 프라이버시와 공익

국민의 알권리와 관련된 사안일 경우 국민에 알릴 권리가 개인의 프라이버시에 우선한다고 보는 것이 일반적이다. 보도가치, 교육가치 또는 계몽가치가 있는 사실은 일반에게 알리는 것이 공익에 도움이 된다고 보기 때문에 그런 내용을 공개하는 것은 프라이버시의 침해로 보지 않는다. 대법원 판례는 이러한 “공익”의 범위에 대해 “적시된 사실이 공공의 이익에 관한 것인지의 여부는 해당 사실의 구체적 내용, 해당 사실의 공표가 이루어진 상대방 범위의 포괄 정도, 그 표현의 방법 등 그 표현 자체에 관한 제반 사정을 감안함과 동시에 그 표현에 의해 훼손되거나 훼손될 수 있는 타인의 명예 침해의 정도도 비교, 고려하여 결정하여야 한다. 또 개인의 사적 신상에 관한 사실이라고 하더라도 그가 관계하는 사회적 활동의 성질이나 이를 통해 사회에 미치는 영향력의 정도 등의 여하에 따라서는 그 사회적 활동에 대한 비판 내지 평가의 한 자료가 될 수 있는 것이므로 공공의 이익에 관한 것으로 볼 수 있는 경우가 있다”고 밝히고 있다.²⁸⁾

예컨대 공인의 프라이버시에 대해서는 기사에 공익성이 인정되고 기사화된 사실이 진실이라면 면책받을 수 있다. 따라서 국회의원, 지방의회 의원, 상급 공무원, 교사, 법조인, 경찰 관계자, 기업이나 단체의 간부 등 사회적 영향력을 가진 공인이 뉴스의 대상자로서 그 내용이 정치활동, 범죄, 반윤리적 행위, 주요한 민사사건 등 공공의 이해에 관련돼 있을 경우 프라이버시에 저촉되더라도 그것이 진실이라면 실명으로 보도해도 좋다고 할 수 있다.

라. 프라이버시권의 성립 요건

프라이버시권이 성립되기 위해서는 첫째, 공표된 내용이 일반인들에게 사생활에 대한 사실이나 사실처럼 받아들여질 우려가 있어야 한다. 둘째, 통상의 사회 관념, 인식, 관습으로 미루어 ‘공개’됨으로써 심리적 부담이나 불안을 갖게 될 수 있는 것이어야 한다. 셋째, 일반인에게는 아직 공개되지 않은 것으로 그 공개로 인해 당사자가 실제로 불쾌감이나 불안감을 가져야 한다. 넷째, 공개된 사적 사항이 피해자에 관한 것이라는 증명이 필요하다. 다섯째, 공표된 개인적 사항의 진실성이나 공개자의 악의 결여는 항변이 될 수 없으나, 당사자의 사전 동의가 있는 경우에는 그렇지 않다.

마. 프라이버시권의 한계

프라이버시권은 우리 생활에 필요한 권리지만 무제한적으로 보장되는 권리는 아니다. 특히 민주사회에서 필수적인 여러 종류의 자유가 균형있게 전개되기 위해 프라이버시권은 그 보호와 더불어 다른 자유와의 한계 결정이 중요한 문제가 된다. 이와 함께 공공의 이익은 프라이버시권보다 우선하는 것으로 국민의 알권

28) 대판 1998. 7. 4 96다17257 사건 참조.

리를 충족시키는, 사회 구성원이 정당한 관심을 가지는 어떤 사실을 아는 것이 사회에 이익이 될 때 공공의 이익에 해당하는 것이라고 할 수 있다. 일반인의 알권리 대상이 되는 것은 어떤 가치를 가지는 것이냐가 문제가 되는데, 미국의 판례는 보도적 가치, 교육·계몽적 가치, 오락적 가치 등을 들고 있다.

여기서 일반인의 정당한 관심의 대상이 되는 사건을 가능한 한 빨리 보도하는 경우나 일반인에게 어떤 지식을 제공해 교육·계몽하는 가치를 지닌 경우 공익에 부합한다고 할 수 있다. 이와 함께 오락적 가치의 경우 대중을 즐겁게 한다는 점에서 공익성을 갖고 있기는 하나 오락은 신속한 보도를 생명으로 하는 것이 아니며 학문적·교육적 가치도 희박하므로 프라이버시권이 우선적으로 보호되는 경우가 많다. 또 “사생활의 비밀과 자유가 침해되었다고 주장하는 사람의 사회적 지위에 따라 사생활의 비밀과 자유의 한계가 결정돼야 한다”는 ‘공적 인물 이론’의 측면에서 프라이버시권의 한계를 결정할 수도 있다.

바. 범죄보도와 프라이버시

최근에는 사건과 직접적 관계없이 범죄에 관련된 주변 인물들이나 범죄 피해자 또는 그 가족들에 대한 기사 때문에 프라이버시를 침해받는 사례가 증가하고 있는 추세여서 이들의 프라이버시 보호문제가 새로운 쟁점으로 떠오르고 있다. 이에 대해서는 1997년 일본에서 발생, 엄청난 파문을 던졌던 “고베 거주 소년의 초등학교 살인사건”을 참고로 할만하다.

이 사건을 둘러싸고 초등학교를 토막 살해한 범인이 15세 소년임이 밝혀지면서 미성년자인 범인에 대한 프라이버시를 지켜주어야 한다는 배려의 소리가 높게 제기됐다. 그럼에도 불구하고 일부 언론들은 용의자인 소년과 그 가족 등 개인적인 부분까지 상세히 보도함으로써 프라이버시 침해의 문제가 대두되었다. 특히 소년에 의해 잔인하게 살해된 초등학교 6학년이었던 피해자와 그 가

족의 사생활마저 언론의 경쟁적인 기사화로 노출되면서 대중 언론의 본질에 대한 점검이 필요하다는 소리가 높았다. 급기야 이 사건은 일부 잡지²⁹⁾가 용의자 A소년의 얼굴 사진까지 게재함으로써 일본 정부가 소년법 개정과 미디어 규제의 필요성을 제기하는 계기로 작용했다.

사. 프라이버시 보호의 실례

공인과는 달리 일반인의 사건, 사고를 보도할 경우 실명으로 보도해야 하는 피해자에 대해서는 그 피해자가 비밀을 지키고 싶어하는 사생활이 있을 경우 그 부분을 기사화하지 않아야 할 것이나 그 사생활이 기사의 주요 부분과 밀접한 관련이 있어 도저히 사생활을 노출시킬 수밖에 없다면 전체를 가명이나 익명으로 처리하도록 한다. 다만, 당사자의 허락을 얻어 사회적으로 타당하다면 실명으로 프라이버시 부분을 보도할 수 있을 것이다. 일반적으로 미성년자가 반인륜적 죄를 범했거나 흉악범죄를 범한 후 도주해 지명 수배된 경우 등을 제외하고는 익명으로 보도하며, 미성년자의 보호자도 특별한 사유가 없는 한 익명으로 한다.

사자(死者)의 경우 실명은 사자 혹은 유족 등 생존자의 명예를 손상시킬 우려가 있을 경우 익명으로 보도한다. 사건, 사고 보도의 경우 피의자라 하더라도 현행범인 경우를 제외하고는 법원에서 유죄가 확정될 때까지는 범인으로 단정하지 말아야 한다. 수사당국이 공표하는 피의자의 혐의 사실을 보도할 때 피의자의 인권이 부당하게 침해받지 않도록 신중을 기해야 하며, 범죄사건을 다룰 때에는 용의자나 범인의 가족과 주변 인물에 대한 불필요한 언급을 삼가하며 피해자와 관련된 사항도 꼭 필요한 내용만을 보도해야 한다.

29) FOCUS, 1997年 9月號; 週刊新潮, 1997年10月號.

전염병 환자와 장애인, 그 보호자의 신원은 밝히지 않도록 한다. 정신장애인의 범죄, 자살, 사고는 익명으로 보도하는 것을 기본으로 한다. 예를 들어 정신장애인이 가족을 살해한 것과 같은 경우는 전원 익명이나 가명으로 처리한다. 다만, 그 피해자 중에 사회적으로 알려진 유명인이 있을 경우는 유명인만을 실명으로 한다. 그리고 자살한 사람의 신원은 밝히지 아니하되, 공인과 그에 준하는 인사가 자살했거나 사인(私人)의 자살이 사회적으로 교훈이 될 만하다고 판단될 경우에는 그 신원을 밝힐 수 있다.

4. 알권리와 알리고 싶지 않을 권리로서 프라이버시

그러나 프라이버시의 보호는 반드시 알 권리나 정보공개제도와 대립하는 것만은 아니다. 최근에는 프라이버시권은 “자기정보를 통제하는 권리” 내지 “개인정보의 자기결정권”으로 해석되고 있다. 이러한 견지에서 공중은 공적 기관이나 사적 기관이 보유하는 자기자신에 관한 정보가 잘못되었는지 여부를 열람하고 정정하기 위하여 그 정보의 공개를 청구할 권리가 있으며, 자신에 관한 잘못된 정보가 외부로 확산·유포되는 것을 신속하게 막기 위한 차단청구권이 프라이버시 보호법 가운데 보장되게 되었다. 이러한 면에 한정해서 볼 때는 프라이버시의 보호도 정보공개와 모순하는 것은 아니고 오히려 현대사회에 있어서 인권보장이라고 하는 공통의 목표를 가지는 것이라고 할 수가 있다.

제 5 절 정보화사회와 개인정보

오늘날 전세계적으로 범집행 기관과 기업은 인터넷과 다양한 미디어매체의 발전에 힘입어 개인의 일거수 일투족에 대한 감시가 용이하게 되었는바, 인체의 유전정보, 사적 개인정보, 인터넷에 의한 통신정보 및 위성을 통한 불법감

열과 감시가 행해지면서 개인의 프라이버시에 대한 사망선고를 예고하고 있는 것이다. 이러한 개인의 감시는 국민의 국가에 대한 감시가 역전되어 민주주의가 포기되고 정보를 지배하는 사기업을 포함한 개인에 의하여 개인의 지배가 가능하게 되는 사태와 기술에 의한 인권침해를 당연한 결과로 수용하는 위험 사회로의 종말을 초래할지도 모른다.

1. 인터넷에서의 개인정보의 의의

정보사회에서 일컬어지는 ‘정보’의 의미는 포괄적으로는 ‘공동체에서 생산·유통되어서 그 가치를 지니고 있는 유·무형의 정신’을 말하겠지만, 인터넷상에서의 정보에 한정하여 말한다면 ‘컴퓨터와 통신의 결합으로 신속·광역성과 몰개인성(沒個人性)을 지니면서 전파될 수 있는 정보, 예컨대 디지털 커뮤니케이션(digital communications)에 의한 정보’를 가리킨다. 개인정보의 개념에 대하여 정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률 제2조제6호는 “개인정보라 함은 생존하는 개인에 관한 정보로서 성명·주민등록번호 등의 사항에 의하여 당해 개인을 알아 볼 수 있는 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 정보(당해 정보만으로는 특정개인을 알아 볼 수 없는 경우에도 다른 정보와 용이하게 결합하여 알아 볼 수 있는 것을 포함한다)를 말한다”고 하여, 인격주체성의 유지라는 측면에서의 소극적인 프라이버시의 측면에서가 아니라 ‘개인에 관한 정보’로서 특정개인을 식별할 수 있는 정보, 즉 그 인격주체성을 ‘현출’할 수 있는 정보라고 할 수 있다는 점에서 전형적으로 적극적인 프라이버시의 개념을 정하고 있다고 할 것이다. 즉, 이 법에서 말하는 개인정보는 ‘특정 개인의 동일성을 식별할 수 있는 일체의 정보’를 의미하는 것으로 넓게 보아 무리가 없을 것이다.

2. 개인정보의 경제적 가치³⁰⁾

가. 거래비용의 절감

급속한 기술력 확산과 산업능력의 세계적 분산이 진행되는 글로벌 경제에서 기업은 생존을 위해 보다 치열한 경쟁에서 우위를 차지해야 한다. 경쟁에서 우위를 점하기 위해서는 생산비용 뿐만 아니라 거래비용과 물류비용 등 총비용을 최소화하는 것이 중요한 전략이 되고 있다. 본질적으로 거래비용은 정보가 불완전하고 그것을 얻는데 비용이 들기 때문에 발생한다. 여기에서 말하는 거래비용이란 R. Coase, Oliver E. Williamson 등이 개척한 신제도주의이론(New Institutional Theory)에서 중시되고 있다.

기업이 개인정보 특히 잠재적 구매자들에 대한 개인정보를 수집하려는 것은 거래비용 가운데 정보탐색비용을 절감하려는 목적이 가장 주요한 것이다. 신제도주의 이론에서 말하는 탐색비용은 산출물과 투입물의 가격과 그 속성, 잠재적 구매자 또는 판매자 그리고 그들의 행위와 상황에 관한 적절한 정보 탐색비용을 말한다. 한편 소비자의 입장에서조차 자신이 구매하고자 하는 상품의 종류와 형태 등을 기업들이 알고 있다면 그 상품을 찾아다니는 수고를 덜 수 있으므로 마찬가지로 거래비용을 절감할 수 있을 것이다. 따라서 이러한 구매자들 중 일부는 개인적 선호 등 자신에 관한 개인정보가 기업에게 알려지기를 원할 것이다.

Hal R. Varian은 경제적 거래에서 개인정보의 역할을 기술하면서, 소비자들은 그들 자신에 관한 어떤 정보는 생산자들이 알고 있기를 합리적으로 원하지만 어떤 종류의 정보는 비밀로 하기를 원한다고 하였다. 예컨대 소비자들은 구매하고자 하는 제품에 관한 기호를 판매자들이 알고 있기를 원하지만, 지불하고자 하는 가격에 대한 정보는 판매자가 알지 못하기를 원한다.

30) http://eagle.kisa.or.kr/K_trend/KisaNews/200009/special4-3.html .

나. 고객 확보 및 고객관리

기업의 입장에서 소비자들에 대한 개인정보는 소비자 관계관리(CRM : Consumer Relations Management)면에서도 중요한 자원으로 활용될 수 있다. 글로벌 경제에서는 생산자 수가 이전에 비해 훨씬 많으므로 생산자 위주의 시장이 아니라 소비자 지향적 시장으로 변화하고 있어, 기업은 고객이 원하는 바를 정확히 알아야 하며 고객 지향적 네트워크를 관리할 수 있는 능력을 지녀야 한다. 기업은 소비자가 원하는 바를 파악하기 위해서 다양한 수단과 방법을 동원할 수 있다. 예컨대 시장가격 및 거래량 추이 조사, 설문조사, 시제품 호응도 조사, 인구통계학적 조사 등이 전통적으로 많이 쓰이던 방법이다. 그러나 만일 기업이 자사 제품에 대한 잠재적 구매자들에 대한 연령, 성별, 직업, 소득수준, 기호 및 취미, 소비성향 등에 대한 상세한 개인정보 파일을 보유하고 있다면 위와 같은 조사비용을 들이지 않고도 상대적으로 정확한 정보를 획득할 수 있으므로 거래비용 가운데 탐색비용을 대폭 절약할 수 있을 것이다.

개인정보는 이러한 의미에서 기업의 중요한 자산이 되고 있다. 최근 미국에서 파산한 기업들이 보유했던 고객에 관한 개인정보 파일을 수 백만 달러에 팔아 넘기는 사례가 종종 발생하고 있다는 사실로부터 우리는 간접적으로 개인정보의 가치를 짐작할 수 있을 것이다. Kenneth C. Laudon(1996)에 따르면, 미국을 비롯한 정보화 선진국에서는 이미 전국적인 수준의 개인정보시장이 형성되어 있어 개인정보가 공공연하게 거래되고 있다. 물론 대부분 개인정보의 구매자는 기업이다. 거래되는 개인정보의 내용은 예를 들어 ‘주택 구입에 관심을 갖는 20~35세의 기혼자 명단 및 주소’와 같은 비교적 덜 민감한 내용에서부터 병원에서 수집한 환자기록 내용과 같은 민감한 내용에 이르기까지 매우 다양하다. 이러한 개인정보를 구입하는 주택판매회사나 제약회사가 경쟁사에 비해 판매 전략면에서 우위를 점할 수 있다는 것은 불을 보듯 명확하다.

다. 마케팅에 활용

기업이 개인정보를 수집하는 이유 가운데 하나로 마케팅 측면에서 판매촉진을 위해 중요하다는 것은 『온라인 소매업: “소비자 정보 활용이 성공 관건”』이라는 미국시장에 대한 보고서에 잘 나타나 있다. 미국의 온라인 소매 시장 규모가 2001년 2백2억 달러를 기록하고 2004년에는 1천8백40억 달러를 돌파할 것으로 전망되는 가운데, 인터넷을 통해 모든 종류의 상품을 모든 소비자들에게 판매하려는 회사보다는 소비자들에 관한 정보를 활용해 특정 고객층이 요구하는 상품과 서비스를 판매하는데 주력하는 회사들이 성공할 것이다.

즉, 기업의 개인정보 이용 목적은 마케팅전략 수립에 활용하는 것이 우선적인 목적이라고 볼 수 있는데, 이를 세분하면 다음과 같다. 상품판매업체(고객 확보, 고객에 대한 판촉 방법 개발시 참고자료로 활용), 제조업체(제품 생산시 특정 품목의 수요 예측, 예를 들면, 제약회사의 경우 의료기록을 활용, 특정 약품에 대한 수요 예측), 금융업체(신용조사 자료로 활용, 우수고객 유치), 보험업체(보험상품 개발, 보험료를 산정시 참고자료로 활용), 리서치업체(표본조사시 인구통계학적 참고자료로 활용), 광고업체(특정 광고물 전달 대상 선정자료로 활용), 그리고 통신업체(가입자 유치, 확보 및 탈퇴 방지 등 관리자료로 활용) 등 다양한 마케팅에 활용되어진다.

라. 새로운 상품 및 서비스의 개발

시장조사 기업인 포레스터(Forrester Research)가 발표한 보고서 “Post-Web Retail”에서는 전자상거래 시장이 성숙되면서 소비자 수요예측능력이 있고, 재래식 매장, 카탈로그, 콜 센터, 웹 사이트, 대화형 텔레비전, 휴대형 기기를 비롯한 다양한 판매 채널을 복합적으로 활용할 수 있는 “Post-Web” 소매 회사들이 부상할 것이라고 전망했다. 포레스터에 따르면, Post-Web 소매상으로서 성

공하려면 소비자들의 구매 기록, DM(direct mail) 반응도, 온라인 상점 방문시 클릭 데이터를 비롯한 소비자 관련 정보를 종합적으로 분석해 가장 높은 이윤을 확보할 수 있는 소비자 계층을 파악할 수 있는 능력을 갖춰야 한다고 하였다. 또한 포레스터는 가장 적합한 영업 대상이 되는 소비자 계층을 파악하고, 이들에게 가장 매력적인 상품 카테고리를 균형 있게 선정하는 것이 Post-Web 소매상들의 가장 어려운 과제가 될 것이라고 지적했다.

포레스터는 Macy's, Wal-Mart와 같은 백화점 형태의 소매상들은 판매 이익을 가장 많이 낼 수 있는 소비자 계층을 파악한 후 이들에게 적합한 종류의 상품을 판매하는 방식으로 상품 카테고리를 좁혀 나갈 필요가 있다고 지적했다. 반면, Smarter Kids.com, Gap과 같은 전문점들은 시장성이 높은 제품들을 Post-Web 소매 업계의 주요 회사들과의 제휴를 통해 판매하는 전략을 강구해야 할 것으로 지적했다. 이 보고서에서 포레스터는 온라인 쇼핑에 나서는 미국 가구 수가 2001년 말 1천7백만을 돌파하고 2004년에는 4천9백만으로 증가할 것이라고 전망했다. 동시에, 미국의 온라인 가구 당 온라인 쇼핑 금액은 1999년 1천1백67달러에서 2004년에는 3천7백38달러로 높아질 것으로 예상하였다.

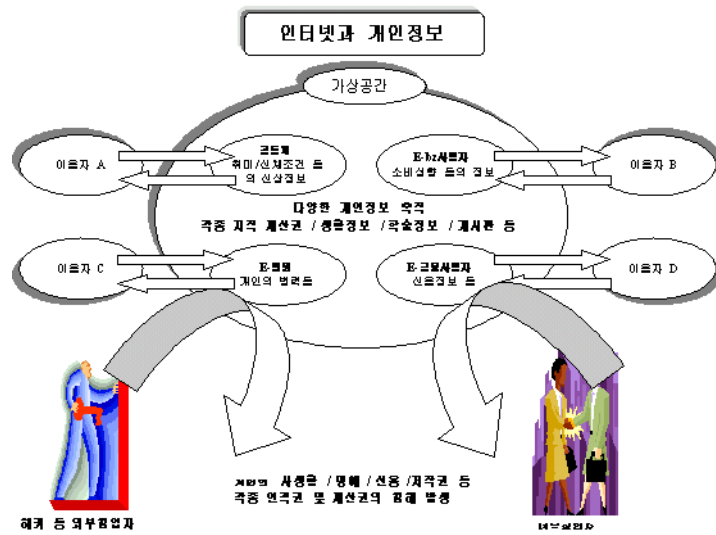
3. 역기능의 출구로서 개인정보

자신의 개인정보가 타인에게 알려졌을 때 어떤 일들이 발생 할 수 있을까? 불과 1년 반전에 대구은행에서 고객의 개인정보를 빼내 불법으로 신용카드를 복제하여 돈을 빼낸 사건이 있었다. 이때 불법 신용카드를 만들기 위해 필요한 개인정보는 카드번호와 비밀번호였다. 타인의 주민등록번호와 개인정보를 입수한 후 신용카드를 만들어서 수천만 원어치의 물품을 구입한 사건은 이후에도 계속 발생하고 있다. 1994년에는 개인정보 유출과 관련된 더욱 황당한 사건이 발생하여 사람들을 놀라게 했다. 살인범죄집단인 '지존파'의 범행대상은 'H 백화점 압구정점'의 직원이 빼낸 '우수고객 명단'이었다. 이 명단은 백화점 우

수고객 1천2백 명의 이름, 주소, 전화번호, 거래금액이 적힌 개인정보이었고 지존과는 유출된 그 개인정보를 가지고 범행대상을 물색하였다.

이는 개인정보 유출로 인하여 범죄의 대상이 되고 살해당할 수도 있다는 것을 증명한 사례로 개인정보 유출이 얼마나 큰 문제이고 위험한 일인지 단적으로 보여주는 사건이었다. 인터넷의 보급으로 이러한 개인정보유출에 대한 위험성은 더욱 커졌다. 가상공간을 이용해야 하는 사회·경제적 관계가 점증하고 있는 점³¹⁾을 감안할 때 각종 서비스를 제공하고 있는 사이트 운영자가 개인정보보호에 보다 적극적으로 나서야 하며, 국가도 개인정보를 악용하여 타인이 해당 개인의 인격 및 재산권을 불법적으로 침해하는 것을 방지하기 위해 필요한 규제를 하여야 할 것이다.

[그림 2-10] 역기능의 출구로서 개인정보



31) 2001년 6월말 현재 우리 나라 7세 이상 월평균 한번 이상 인터넷을 이용하는 사람은 모두 2,223만명(이용률 51.6%)으로 지난 2001년 3월말 2,093만명(48.6%)에서 3개월동안 130만명(3.0%p)이 증가하였다. 하지만, 지난번(2000년말 → 2001년 3월말 : 189만명(3.9%p) 증가)보다 증가세가 다소 둔화된 것으로 나타났다(※ 표본오차 : 95% 신뢰수준에서 최대 허용오차 ±0.907%자료), 한국인터넷정보센터, 2001.7.12..

여컨대 [그림 2-10]과 같이 개인정보는 개인이 사이버공간에서 자유로운 활동을 하기 위한 열쇠이지만, 한편 사이버 공간이 갖고 있는 비대면성의 특징상 타인과 각종 법률행위를 하기 위한 본인확인수단인 점을 악용하려는 자에게 있어서는 본인을 가장한 타인의 불법수단 내지 “정보화역기능의 출구”이기도 한 것이다.

제 3 장 정보화사회에 있어서 국가역할

제 1 절 정보사회와 국가역할의 변화

1. 정보화사회의 전개

커뮤니케이션국가에 있어서 정보의 폭발적인 증대는 사회가 산업사회에서 정보사회로 변화된 결과라 할 수 있다. 이러한 정보사회는 국민의 커뮤니케이션의 가능성과 그 수요의 폭발적인 증가를 특징으로 한다. 이러한 특징을 갖는데에는 여러 가지 이유가 있겠지만, 가장 중요한 것은 정보사회는 사회전체의 합리화과정을 상징한다고 하는 점에 있다. 그 합리화과정에 있어서 중요한 역할을 하는 것이 생활의 개인화, 사회의 가치변화, 시민사회의 기능적 분화 및 기술문명의 진전이다.

주로 과학기술의 진보를 특징으로 하는 합리화 과정에 있어서 정보는 지식을 생산하는 결정적인 원료이며, 지식체계를 변화시키는 추진제이다. 즉, 정보 그 자체가 중요한 것이 아니라 보다 많은 정보의 수집이 지식으로 되며, 그 지식을 자아 발견을 위한 자기조직화과정에 연결시키는 것이 정보화사회의 중핵을 형성하게 된다. 이처럼 자기를 조직화하는 과정에서 지식의 네트워크가 구축되고 재구성되며 확대되는 것이다. 따라서 정보내용의 중요성이나 진실성에 관계없이 모든 형태의 정보를 결합하여 새로운 정보창출로서 지식의 가공이 이루어지게 되고 이를 위한 “정보의 자유로운 유통”이 요구되게 된다. 이와 동시에 사회에서는 과학적·기술적인 토론에 입각하여 데이터를 중심으로 문제를 처리하려는 합리성의 요구가 있게 된다.

이러한 현상을 사회의 정보화라고 한다. 정보화사회에 있어서는 정보의 자

유로운 유통을 담보할 수 있는 커뮤니케이션 기술이 핵심기술 내지 문제해결의 최적기술로 승격되고, 이러한 커뮤니케이션 기술은 정보의 수집·가공 및 이용에 관한 기술과 개인용 컴퓨터, 전화, 팩스, 이동통신, 전자메일 등의 미디어와 결합하여 지구촌 정보에의 접근가능성을 열어주는 네트워크화(인터넷)가 형성되었다.

2. 커뮤니케이션의 활성화에 의한 자유의 획득

커뮤니케이션 활성화는 오랜 역사를 갖고 있는바, 19세기말 전화망의 정비로부터 시작하여 교통망을 거쳐 오늘날에는 가상공간의 커뮤니케이션을 가능하게 한 인터넷에 이르고 있다. 즉, 인터넷에 의한 커뮤니케이션은 사자(使者), 마차, 비행기 등 전통적인 교통네트워크를 대신하는 전자커뮤니케이션 네트워크를 통하여 “거리의 제약” 뿐만 아니라 “시간의 제약”마저 극복하기에 이르렀다.

그 결과 현대국가에서는 정치적 분권화가 그 어느 때보다 가속화되고 있으며, 커뮤니케이션 네트워크 내의 모든 참가자는 항상 다른 참가자와의 커뮤니케이션을 보장받을 수 있게 되었다. 즉, 토지에 구속된 교통네트워크로부터 커뮤니케이션이 자유롭게 됨으로써 중심점 내지 인간과 여러 기관을 상호 맺어주는 관계의 밀도가 비약적으로 증대하게 되었고, 그 결과 정보사회에서는 지식체계의 변화뿐만 아니라 정치적 분권화(지방화)도 가일층 강화되게 되었다.

정보기술에 의하여 고도로 통합된 사회에서 커뮤니케이션의 활성화는 개개의 국민이 자유롭게 활동할 수 있는 기회를 늘리고 동시에 개인화과정을 촉진시킨다. 그것은 기술의 진보가 국가의 전체주의적 정보독점을 용납하지 않기 때문이다. 지식사회에 있어서 국내 및 국제적인 국민경제의 생사는 그 담당자인 학자, 기술자 및 경영자 등에게 지식의 원천에 대한 자유로운 접근이 허용

되어 있는지 여부에 의하고, 지식의 원천에 대한 자유로운 접근을 매개·촉진하는 과학기술은 정보를 더욱 널리 확산시킨다.

이와 같은 정보사회에 있어서 개인화(個人化)는 자유획득(自由獲得)을 의미하고, 정보통신망의 촉진은 정보의 상호교환을 통하여 사람과 사람간의 커뮤니케이션 기회를 더욱더 증대시키게 될 것이어서 자유의 획득 못지 않게 타인에 의한 자유의 침해 또한 우려되기도 한다.³²⁾

3. 국가역할의 변화에서 본 정보사회

정보사회에서 지식체계의 변화, 정보와 지식에 의한 개별성의 증대, 그리고 정치적 분권화의 가능성은 자유를 획득하기 위한 유력한 원천이다. 그러나 이들은 국가의 자기이해에도 중대한 변화를 가져온다. 국가활동은 구조적 개혁을 강요받게 되었고 행정절차의 수정을 강요받으며, 그리고 개인의 확인적 행위과정과 동기적 행위과정을 국가기관의 활동에 포함시킬 것을 강요받게 된다. 이러한 점은 집행권과 입법권 뿐만 아니라 사법권에도 타당하게 된다. 정보를 가진 국민은 모든 국면에서 국가의 의사결정에 참여하려 할 뿐 아니라

32) 공동저작물에 관한 권리가 침해된 경우에 각 저작자 또는 각 저작재산권자는 다른 저작자 또는 다른 저작재산권자의 동의 없이 저작권법 제91조의 규정에 의한 저작권 등의 침해행위금지청구를 할 수 있고, 같은 법 제93조에 의하여 저작인격권을 제외한 저작재산권의 침해에 관하여 자신의 지분에 관한 손해배상의 청구를 할 수 있으며, 같은 법 제95조에 의한 저작인격권의 침해에 대한 손해배상이나 명예회복 등 조치청구는 저작인격권의 침해가 저작자 전원의 이해관계와 관련이 있는 경우에는 전원이 행사하여야 하지만, 1인의 인격적 이익이 침해된 경우에는 단독으로 손해배상 및 명예회복조치 등을 청구할 수 있고, 특히 저작인격권 침해를 이유로 한 정신적 손해배상을 구하는 경우에는 공동저작자 각자가 단독으로 자신의 손해배상청구를 할 수 있다. ... 원고의 지분에 따른 저작재산권의 침해로 인한 손해액으로 금 47,866원을 인정하고, 원고의 저작인격권인 성명표시권과 동일성유지권 침해에 대한 위자료로 각 금 4,000,000원씩으로 평가산정하였다(대판 1999. 5. 25. 98다41216).

사회에 대한 통제 역시 보다 넓은 영역에서 사회의 자율적인 손에 의해 이루어지기를 기대하게 된다.

이러한 경향에 국가가 따르게 될 때 그 변화의 특징을 이루는 것이 바로 후기현대국가의 탈책임화경향(verantwortungsdistanzierung)이라고 할 수 있다. 이것은 국가가 정보의 자유로운 유통만을 강조한 나머지 헌법상 국가의 최소한의 책무인 질서유지의무를 방치하고³³⁾ 그 책무를 사회의 자율책임사항으로 돌리려는 것을 의미한다.

제 2 절 정보사회와 헌법상 국가의 책임

1. 정보사회와 국가의 책임

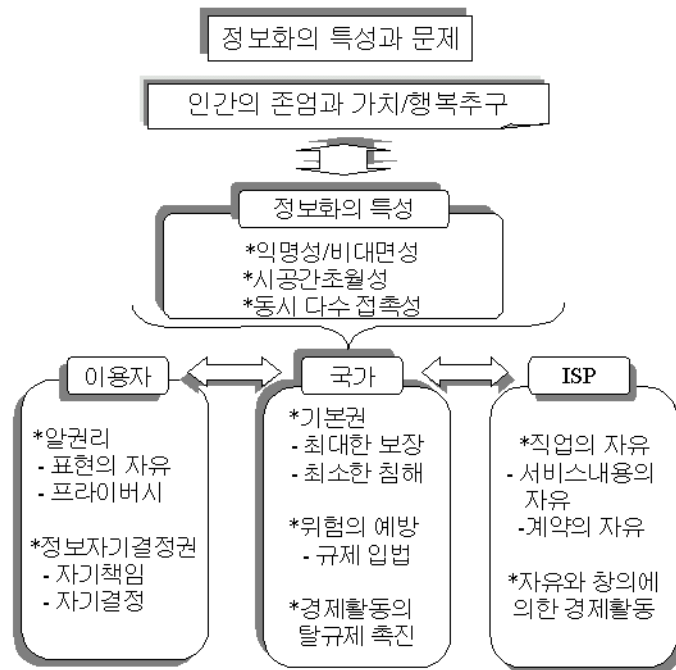
정보사회라는 관점으로부터 책임을 자각하고 기능적으로 분화되어 있는 사회에 대한 현대국가의 자기이해가 어떻게 변화되었는지를 이해할 수 있다. 그 변화는 대부분 논의되고 있지는 않지만, 사회변화와 국가의 자기이해 변화는 법적인 문제이다. 정보공급에 관한 사회국가적 의무를 지는 커뮤니케이션 국가는 민주주의 원칙상 국민과 사적 기관에 대해 국가와 지역공동체간에 발생하는 모든 현상에 관한 정보에의 액세스와 관여를 가능하게 하고 각종 행정정보를 일반인이 이용할 수 있도록 할 의무를 지게 된다.³⁴⁾ 동시에 모든 사회적 약속과 불의를 타파하며, 자율과 조화를 바탕으로 자유민주적 기본질서를 더욱 확고히 하여야 할 헌법 전문 및 헌법 제37조제2항의 국가의 책무상 정보화

33) 우리 헌법 제37조제2항이 기본권제한의 근거로서 질서유지를 들고 있음에 주목할 필요가 있을 것이다.

34) 이를 위한 방편으로 제218회 임시국회는 정부와 이상희 의원이 공동으로 발의한 “電子政府具現을위한行政業務等の電子化促進에관한法律”(이하 “전자정부법”)을 심의·의결하여 현재 시행하고 있다.

사회의 중추적 역할을 하고 있는 인터넷을 통한 정보의 자유로운 유통을 저해하거나 정보질서를 해치는 행위를 규제하여야 할 의무를 부담하게 된다.

[그림 3-1] 정보화의 특성과 문제

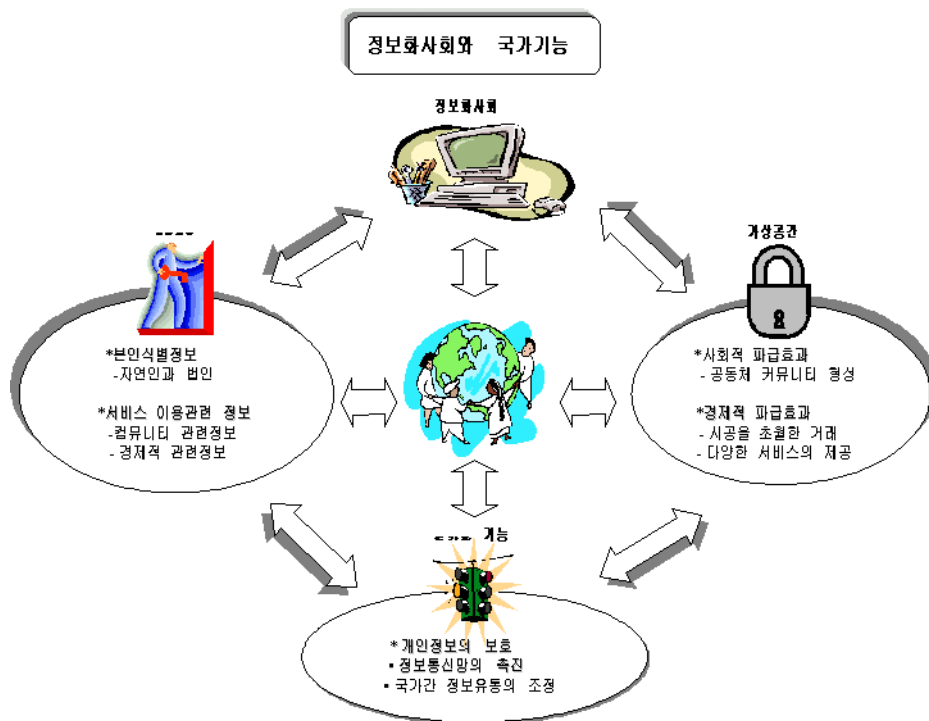


2. 국가의 사이버경찰의무

현대 정보화 물질은 국가책무의 상황을 변하게 하였다. 즉, 국가의 책무는 국가제도의 변화 속에서 증가하거나 감소하였으며, 어떤 책무는 바로 당시의 사회적·정치적 선택에 의하여 국가가 수행해야 할 책무로 고양되기도 한다. 그것은 국가 자체가 사회의 정치조직으로서 전개된 결과 국가는 도구로서의 성격을 갖기 때문이다. 따라서 국가는 결코 자신을 위해 존재하는 것이 아니라 그 구성원이 생존하기에 필요한 본질적 조건을 보장하기 위해 사회에 봉사하

여야 한다.³⁵⁾ 이 점에서 국가책무의 개방성에도 불구하고 모든 국가가 불변적인 것으로서 받아들여야 할 핵심적 책무를 찾아 볼 수 있다. 특히 공공의 안녕 질서를 확인하고 보장하여야 할 국가의 책무는 시대의 발전에 따른 확대·변화는 있을지언정 포기되어서는 아니될 국가의 기본적 책무임에는 의심할 여지가 없다. 오늘날 사회에 대한 정보공급으로서 인프라의 조성·촉진뿐만 아니라 정보화사회의 역기능으로부터 정보질서를 유지하는 것 또한 국가의 기본적이고 필수적인 과제이다.

[그림 3-2] 국가의 사이버 경찰기능



35) 허영교수는 “국가는 사회를 그 바탕으로 해서 ...정의로운 사회질서와 사회평화의 확립·보장을 위해 존재한다”고 한다, 韓國憲法論, 博英社 2001, 5쪽.

3. 법치국가적 조건의 구조

이러한 인프라의 구축과 확충, 특히 정보질서의 유지(사이버경찰)는 국가의 정보화정책에 대한 법치국가적 조건을 수정할 것이 요구된다. 그 이유는 지금까지 사회의 공공안녕과 질서는 현실공간에서 이루어진 반면, 오늘날의 그것은 정보화기술에 의하여 만들어진 공간, 즉 가상공간에서 이루어진다는 점에 있기 때문이다 즉, 가상공간의 대표적 수단인 인터넷은 다음의 특징과 문제점을 갖는다.

1) 공간의 가상성(假想性)

상대방과의 직접적인 대면성이 없는 관계로 현실공간과 달리 접속자들은 대담성·윤리박약성·옛보기심리 등이 강하게 작용하는 반면, 이러한 심리를 기초로 가상공간에서 이루어진 행위가 현실공간 속에서의 행위와 동일한 결과를 야기할 수 있다는 인식이 결여된 결과 현실공간 보다 공공의 안녕질서에 대한 위협의 수준이 현저하게 높다.

2) 공간의 초지역성(超地域性)

인터넷이라는 하나의 공간 속에 인종과 국가를 초월한 접속성이 실현되는 결과 특정한 국가의 법규범이나 윤리에 의한 일방적 규제의 어려움이 있게 된다는 것이다. 그 결과 특정지역에 특유한 윤리나 법규범을 파괴할 수 있는 장소로 악용될 가능성이 매우 높다는 것이다(예 : 미국의 서버를 이용한 국내업자의 음화전시, 판매행위 등).

3) 공간의 동시다접속성(同時多接續性)

한 사람과 수만 내지 수억의 사람이 접속가능(홈페이지 등)하고 확인되지 아니한 사실의 순간적 확산 가능하다는 점에서 최소한의 공간 속에서 다중다양

한 불법행위가 자행될 수 있다. 특히, 특정인에 대한 비방이나 프라이버시 침해가 이루어질 경우 그 회복이 불가능하게 될 뿐 아니라, 고의 또는 과실에 의한 거짓정보 또는 확인되지 아니한 정보를 순간적으로 확산시킴으로써 국가·사회에 대한 예측 불가능한 혼란을 야기할 수 있는 것이다.

제 3 절 국가규제와 자율규제

1. 인터넷에 대한 국가규제

가. 헌법상 근거

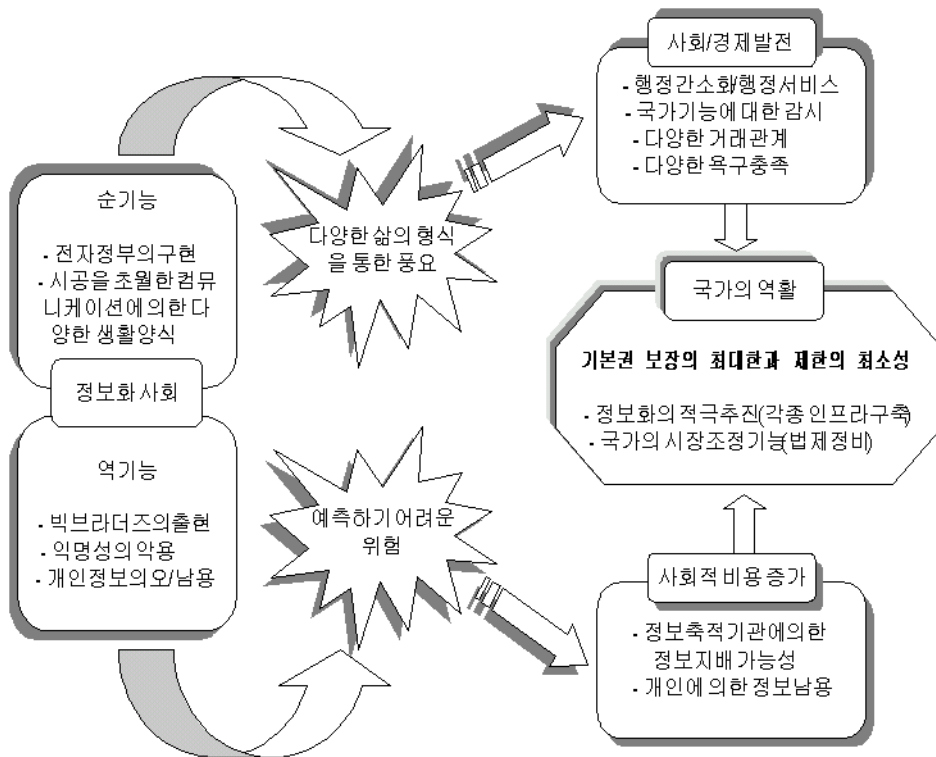
현행 헌법은 사생활권을 보장함과 아울러(제18조), 질서유지 또는 공공복리를 위하여 필요한 경우 법률로써 헌법상 보장된 알권리나 표현의 자유에 대한 제한이 가능하다(37조).³⁶⁾

특히, 정보시장과 관련 개인과 기업의 경제상의 자유와 창의를 존중함을 원칙으로(제119조제1항) 균형있는 국민경제의 성장 및 안정과 적정한 소득의 분배를 유지하고 시장의 지배와 경제력의 남용을 방지하며, 경제주체간 조화를 통한 경제의 민주화를 위한 경제에 관한 규제와 조정을 할 수 있는 국가의 권

36) 민주주의 국가에서는 여론의 자유로운 형성과 전달에 의하여 다수의견을 집약시켜 민주적 정치질서를 생성·유지시켜 나가는 것이므로 표현의 자유, 특히 공익사항에 대한 표현의 자유는 중요한 헌법상의 권리로서 최대한 보장을 받아야 하지만, 그에 못지 않게 개인의 명예나 사생활의 자유와 비밀 등 사적 범익도 보호되어야 할 것이므로, 인격권으로서의 개인 명예의 보호와 표현의 자유 보장이라는 두 법익이 충돌하였을 때 그 조정을 어떻게 할 것인지는 구체적인 경우에 사회적인 여러 가지 이익을 비교하여 표현의 자유로 얻어지는 이익, 가치와 인격권의 보호에 의하여 달성되는 가치를 형량하여 그 규제의 폭과 방법을 정하여야 한다(대법원 1998. 7. 14 96다17257).

한을 인정하고 있는 결과(제119조제2항) 정보의 불균형이나 독점을 방지하기 위해서도 국가가 일정한 규제를 가할 수 있음을 명시하고 있다.

[그림 3-3] 개인정보보호의 경제·사회적 파급효과와 국가의 역할



나. 규제의 필요성 여부³⁷⁾

국가 규제권의 남용으로부터 시장의 자율성을 보장하기 위해 민간부분에 대한 정부규제를 가하고자 할 경우에는 다음과 같은 점이 고려되어야 한다.

37) <http://kiss2000.co.kr/environment/endb/sence/data/cost-4.htm>.

1) 비용분담원칙과 갈등해소 방안

비용분담원칙과 갈등해소방안은 형평성과 효율성이라는 두 가지 관점에서 평가될 수 있다. 형평성의 원칙은 매우 다양하고 이들간에 선택기준이 모호한 이유로 많은 경우 정책의 분석은 효율성 측면에 집중되는 경향이 있다. 하지만 최소한의 형평성에 대한 기준의 확립은 필수적이며, 이를 기초로 한 효율성의 추구가 바람직하다.

2) 형평성

형평성의 구체적 기준에 관하여는 다양한 원칙이 주장되고 있지만 이 가운데 어느 것을 선택하여야 하는지에 관해서는 일정한 원칙이 없다. 관련 경제주체의 경제적 능력, 행위의 법적·도덕적 정당성과 같은 요인이 형평성의 문제를 복잡하게 한다. 현실적으로는 이들 원칙간에 선택이 상황에 따라 달리 이루어지고 있고, 관련 경제주체가 모두 동일한 조건을 갖고 있다면 동일한 비용을 부담하는 수평적 형평성의 적용이 바람직하지만 경제주체의 재정적 능력, 혹은 부담능력에 차이가 있다면 이를 감안하는 능력기준 형평성이 적합하다. 가장 적극적인 빈부격차의 해소는 Rawls가 주장한 최대·최소기준 하에서 실현 가능하다. 최대·최소 기준의 극단적인 적용은 모든 경제주체의 사후적 부를 동일하게 만들 수 있다. 이해당사자가 자치단체나 국가일 경우에는 비용분담의 대상을 주권적 단위로 해야 하는지 개별 단위에 소속된 개인을 기준으로 해야하는지를 결정하게 된다. 따라서 문제의 성격에 따라 주권기준 형평성을 우선할 것인가, 개인단위의 평등주의를 우선할 것인가를 선택한다. 모든 관련 주체의 순이익이 증가할 수 있다면, 즉 호혜적인 해결책이 있다면 이는 가장 우선적으로 고려해야 한다. 합의에 따른 비용부담은 호혜적 형평성을 만족할 수 있다.

하지만 합의는 분쟁해결의 결과로서 이루어지는 것이어서 분쟁의 해결 자체

를 위해 의미있는 원칙을 제시하지는 못한다는 단점이 있다. 형평성은 효율성의 문제와도 관련된다. 예를 들면 소득수준이 높을수록 화폐적 보상의 한계효용이 체감한다면 이는 저소득층의 비용분담액이 작아야 함을 뜻하며, 필요보상액의 차원에서 동일한 피해(효용의 감소)를 상쇄하기 위해서 고소득층에 대해 더 많이 보상해야 한다는 것을 의미한다.

3) 정태적 효율성과 동태적 효율성

효율성의 기준은 갈등해소의 결과가 ‘사회적 부를 최대화하는가’를 뜻한다. 사회적 불안사회의 구성원 모두가 부여하는 가치의 총합으로 이해할 수 있는데, 경제학적으로 그러한 가치의 화폐적 환산량을 의미한다. 효율성은 정태적 효율성과 동태적 효율성으로 구분한다. 정태적 효율성은 갈등이 해결된 일정 시점에서의 결과적 상태가 ‘사회적 부를 최대화하였는가’를 의미한다. 정태적 효율성에 대한 기본원칙은 오염절감의 한계비용과 사회적 한계피해가 같은 수준일 때 자원배분의 효율성이 극대화된다는 한계비용일치 조건이다. 동태적 효율성은 갈등해소정책이 장기적으로 미래의 사회적 부를 극대화하는 결과를 유도하며, 종종 정태적 효율성의 극대화는 동태적 효율성에 악영향을 끼칠 수 있다. 예를 들면 오염세 정책 하에서 오염세가 오염으로 인한 사회적 한계피해와 같은 수준의 세율에 따라 ‘오염총량’에 대하여 세금을 부과한다면 이는 정태적으로는 효율적 자원배분을 달성할 수 있지만 장기적으로는 오염유발기업의 진입을 지나치게 제한하는 효과를 초래해 동태적 효율성을 저해할 수 있다.

4) 결과의 효율성과 과정의 효율성

갈등의 해소는 최종 결과의 효율성뿐만 아니라 갈등해소과정 자체도 효율적이어야 한다. 예를 들면 갈등의 발생 이후에 극단적인 대립상태가 오랫동안 지속되고 이로 인한 이해당사자의 피해가 누적된 다음에야 해소과정의 비효율성으로 인하여 사회적으로 입게 된다. 거래비용의 개념은 과정의 효율성을 총체

적으로 평가되도록 도와준다. 거래비용은 협상비용과 갈등의 지속의 따르는 시간비용, 협약의 체결과 이행에 소요되는 비용 등을 포함하는 개념으로서 분쟁해소절차에 있어서 무시되기 쉬운 비용요소들을 고려되어야 함을 알려준다.

다. 불량규제³⁸⁾

불량규제란 기대되는 효과(편익)에 비하여 사회적 비용이 막대한 규제를 의미한다. 여기서 “사회적 비용”이라 함은 행정집행 비용뿐 아니라, 피규제자가 준수를 위해 지출해야 하는 준수비용, 규제를 우회하기 위해 지출해야 하는 왜곡비용, 기타 부작용 등을 망라한 경제적 총 비용 개념으로서 첫째, 특정 집단에게 특혜를 제공하거나 시민의 경제적 자유와 기회(즉, 공정한 경쟁기회)를 제한하는 규제(이러한 규제는 한 번 만들면 바꾸거나 폐지하는 것이 매우 곤란함), 둘째, 규제집행자에게 과도한 재량권을 부여하여 비리의 소지를 발생시키는 규제(규제의 기준과 절차가 집행자의 편의 위주로 이루어져 피규제자의 입장에서 매우 모호하고 불투명한 규제를 포함), 셋째, 규제의 효과적 집행이 사실상 불가능하나 그 집행을 외면하여 규제준수율이 매우 낮은 규제(이러한 규제는 실효성이 없을 뿐만 아니라, 정직하고 성실한 국민들로 하여금 상대적으로 손해를 보도록 하여 국민들의 법 감정과 법의식만 훼손하는 규제라고 할 것이다. 특히 법대로 집행할 의사나 능력도 없으면서 국민들 의식만 탓하는 행정관료의 전근대적인 사고 행태에서 만들어지는 규제임), 넷째, 기준과 절차가 지나치게 이상론에 치우친 나머지 사실상 사문화된 비현실적 규제(이는 규제 준수율을 낮추게 할뿐만 아니라, 비리의 원인이 되기도 하는 것으로 이러한 규제는 현실적으로 규제집행자와 피규제자가 현장에서 타협하는 행태의 규제행정이 이루어져 사실상 규제의 공백상태를 초래하게 될 것이다) 등이 여기에 속한다.

38) http://gangseo.seoul.kr/buseo/gi/minwon_112.html.

2. 인터넷의 자율규제

오늘날 전세계적으로 인터넷이라는 새로운 매체환경이 조성되면서 그에 대한 규제방식을 둘러싸고 많은 논란이 일어나고 있을 뿐만 아니라, 새로운 방식에 대한 시도가 진행중이다. 하지만 분명한 것은 인터넷의 등장으로 대표되는 매체환경의 변화가 ‘청소년의 보호’라는 규제목표의 변화까지 요구하는 것은 아니다. 즉 청소년보호라는 규제목표는 여전히 유효하지만, 단지 그 규제목표를 달성하는 방법의 변화가 요구될 뿐이다.

다만 여기에는 다음과 같은 두 가지 변수가 존재한다. 첫째, 매체의 특성이 다. 즉 청소년보호를 위한 규제시스템이 규제의 효율성과 표현의 자유 극대화라는 두 마리의 토끼를 잡기 위해서는 매체의 특성을 반영하지 않을 수밖에 없다. 따라서 매체의 특성을 고려하지 않는 표현물 규제시스템은 청소년보호라는 목표를 달성할 수 없을 뿐만 아니라, 또한 표현의 자유를 과도하게 제한할 위험성을 내포할 수도 있다. 둘째, 규제수단의 효율성이다. 규제수단의 효율성은 청소년보호라는 규제목표의 정당성을 인정하는 한, 그 목표달성을 위해 필수적인 것이다. 결국 이 두 가지 변수로 인하여 규제방법의 변화는 필수적인 것으로 보인다.

그런데 오늘날 위와 같은 규제방법의 변화와 관련하여 설득력 있게 제기되고 있는 것이 자율규제방식이다.³⁹⁾ 이와 관련하여 토론자는 자율규제를 ‘자율방임’이 아닌 “민간영역이 전통적인 정부영역에 해당되었던 규제영역에 적극적으로 참여함으로써, 규제의 합리화 및 효율성을 추구하는 규제방식”으로 이해하고 싶다. 즉 불법정보에 대한 종국적인 규제권한은 여전히 국가가 가지고 있고, 단지 민간영역이 주도하는 자율규제시스템은 민간영역의 구성원들에 대해서 자신들의 책임 범위 및 한계를 명확히 하고(responsibility), 불법정보를 받

39) “인터넷 자율규제의 의미와 향후 과제”, 황성기(헌법재판소 헌법연구원 · 법학박사), http://www.jabo.co.kr/61th/61_disc5.htm.

견하여 사법기관에 신고하며(reporting), 인터넷상의 청소년유해정보로부터 청소년의 접근을 통제하기 위한 적절한 콘텐츠분류체계(rating)를 적용할 수 있도록 함으로써 인터넷을 보다 안전한 공간으로 만들기 위한 하나의 규제방식이라는 점이다.

하지만 위와 같은 자율규제방식은 정부영역의 지원 없이는 결코 효율적으로 기능할 수 없다고 본다. 왜냐하면 자율규제는 민간영역 구성원들의 자발적인 자율규범과 이의 준수를 전제로 하기 때문에, 분명히 한계가 있다. 따라서 자율규제시스템의 구축은 정부영역, 사업자영역, 이용자영역(자율규제기구 포함)들간의 상호협조에 의해 이루어져야 하고, 자율규제와 법적 규제는 상호보완적인 장치가 될 수 있도록 해야 한다.

3. 자율규제시스템의 기본전제

자율규제를 정착시키기 위한 기본전제로는 여러 가지 요소들을 들 수 있겠지만, 일단 민간영역(사업자 및 이용자)의 책임과 의무에 대한 명확한 인식과 규제기관의 권한행사에 있어서의 예측가능성 보장을 들 수 있다.

우선 인터넷사업자영역과 이용자영역으로 구분되는 민간영역은 자율규제를 운영하는 주체인 동시에 자율규제의 규율대상이 되는 객체가 된다. 자율규제를 정착시키기 위해서는 자율규제의 주체이자 객체인 민간영역은 청소년보호와 관련된 자신의 책임과 의무에 대해서 명확하게 인식해야 한다. 이러한 책임과 의무에 대한 인식 없이는 정부영역의 지원과 정책은 의미를 갖지 못한다.

한편 자율규제시스템이 정착되고 원활하게 운영되기 위해서는 특히 규제기관의 권한행사가 예측가능성을 담보해야 한다. 예측가능성을 보장하기 위해서는 규제기관이 보유하고 있는 규제권한의 융통성 있고 신중한 행사가 필요하다. 규제기관에 의한 규제권한의 발동이 융통성 있고 신중하게 이루어져야 하는 이유는 그 운영의 경직성이 자율규제의 정착을 위한 토대마련에 있어서 악

영향을 미칠 수 있기 때문이다. 사법기관의 권한행사에 있어서 예측가능성이 보장되어야 하는 또 다른 이유는 행동강령에 의한 자율규제나 자율심의가 정착될 수 있도록 하기 위한 기본전제가 되기 때문이다. 즉, 행동강령은 자율규범이기 때문에 행동강령에 의한 자율규제나 자율심의가 이루어진다고 하더라도 그 자체로 법집행의 대상에서 면제되는 것이 아니다. 다시 말하면 행동강령에 의한 자율규제나 자율심의가 이루어졌다고 하더라도 콘텐츠의 내용에 대한 법적 책임이 면책되는 것은 아니다. 따라서 이 점은 바로 자율규제의 한계로서도 작용하는데, 결국 자율규제가 정착되기 위해서는 규제기관의 합리적인 권한행사가 필수적이다.

그런데 현재까지 규제기관에 의한 규제권한의 행사는 다소 경직되어 있는 것으로 보인다. 예컨대 1998년의 이승희씨 누드사진 사건, 1998년의 PC통신회사의 성인마당사건, 2001년 초의 성인인터넷방송사건에서부터 최근의 김인규 교사 사건과 아이노스쿨 사건까지 규제기관의 규제권한발동은 이러한 예측가능성을 보장해 주지 못하였다는 점에서 비판받을 여지가 크다. 더 나아가서 최근의 김인규 교사사건과 아이노스쿨 사건의 발단이 된 전기통신사업법 제53조의 불온통신조항은 위헌적 요소가 있는 것으로 보이므로 개선되어야 한다고 생각한다.

4. 향후과제

인터넷 내용규제와 관련하여 오늘날 핵심적인 문제는 바로 ‘내용규제시스템에 있어서 국가 내지 법의 역할문제’이다. 토론자의 생각으로는 인터넷상에서의 내용규제시스템과 관련해서는 법에 의해 담보되는 ‘규제’에 대한 관념이 이제 바뀌어야 한다고 생각된다. 즉, 국가 내지 법에 의해 강제되는 전통적인 의미에서의 규제관념은 이제 국가에 의한 ‘서비스’라는 관념으로 바뀌어져야 한다고 생각한다. 이것은 결국 인터넷상에서의 내용규제는 시민사회의 자율적

인 행동에 의해 담보되어야 하고, 다만 국가는 이러한 자율규제가 제대로 혹은 실효적으로 작동될 수 있도록 서비스를 제공해 주는 역할에 그쳐야 한다는 것을 의미한다. 그 이유는 이제 국가가 주도하는 전통적인 규제방식은 매체환경의 변화로 인해 헌법적 관점에서뿐만 아니라 효율성 내지 현실적인 관점에서 많은 문제점을 노정하기 때문이다. 설령 국가의 규제가 여전히 필요한 영역이더라도 ‘매체규제의 합리화’라는 관점에서 기존의 규제시스템에 대한 제도적 개선이 필요하다고 생각한다.

하지만 자율규제 중심의 규제시스템을 우리 나라에 도입하는 경우에는 다음과 같이 앞으로 고민하고 해결해야 할 과제가 두 가지 존재한다는 것을 지적하고 싶다. 첫째, 우리 나라의 경우에는 특히 언론분야와 관련해서 ‘자율규제’의 경험이 거의 없다는 점이다. 그 이유는 그 동안의 언론관련법들은 언론을 억압해 왔지 자율규제의 능력을 육성하는 데에는 거의 관심을 기울이지 않았기 때문이다. 그렇다고 해서 언제까지 국가가 주도해야 한다는 것은 아니다. 점차 자율규제의 경험을 축적해서 우리 나라에서도 자율규제의 시스템이 정착할 수 있도록 하여야 한다. 둘째, 자율규제 중심의 규제시스템을 도입한다고 할 때, 국가의 역할을 구체적으로 어느 범위까지만 인정할 것인가의 문제이다. 이것은 개별 사안마다 구체적으로 사회적 합의를 통해서 도출해야 하지만, 결국에는 입법을 통해서 구현할 수밖에 없을 것이다. 따라서 앞으로 지속적인 비판과 연구가 필요하게 된다.

제 4 절 개인정보보호제도의 현황

1. 일반적 현황

현재까지 우리의 법제 현실에서 보면 개인정보보호 혹은 프라이버시 보호에 관한 현행 법률은 크게 세 가지 범주로 나누어진다. 그 하나는 국가의 공

권력이 개인정보를 취급할 때에 이를 규율하는 법제로서 “공공기관의개인정보보호에관한법률” 및 동법률의 시행령과 시행규칙 등이 있고, 다른 하나는 민간부문의 정보통신 영역에서 개인정보보호와 관련된 “정보통신망이용촉진 및정보보호등에관한법률” 및 동법시행령·시행규칙 등이 있다. 그밖에 “신용정보의이용및보호에관한법률” 및 동법시행령·시행규칙 등과 같이 민감한 정보에 관한 별도의 법률이 있다. 이같은 현행제도와 관련된 여러 법령들의 존재 자체가 사실은 개인정보의 보호에 대한 사회적 요구를 반영한 것으로 볼 수 있다.⁴⁰⁾

이하에서는 본 연구의 대상이 되는 민간부문에 있어서의 개인정보보호법제인 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률을 중심으로 개인정보보호를 위한 주요내용 및 문제점을 간략하게 살펴보도록 한다.

2. 정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률의 주요내용

오늘날 급속한 정보화의 진전은 공공부문 뿐만 아니라 민간부문에 있어서도 “빅브라더즈”의 출현가능성에 대한 시민사회의 우려는 더욱 높아져 가고 있다. 즉, 단순히 소수의 정보통신망 서비스제공자 뿐만 아니라 정보통신 네트워크를 이용하는 거의 모든 사업분야에서 개인정보의 취급이 가능해졌고, 또 개인정보의 관리가 용이해졌기 때문에 이를 사회제도적인 차원에서 규율해야 할 필요성 또한 높아졌다고 할 수 있는 것이다. 이러한 맥락에서 정부는 정보통신망의 이용촉진에 역점을 둔 “(구)정보통신망이용촉진에관한법률”을 전면개정하여 그 명칭의 변경과 아울러 정보통신서비스 이용자의 개인정보보호를 대폭 강화하는 내용의 “정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률”을 공포(2001. 1. 16.)·시행(2001. 7. 1.)하고 있는바, 그 주요내용은 다음과 같다.

40) 정응휘, “전자상거래에서의 개인정보보호제도”, http://nader.consumernet.or.kr/book/2000/month_04/p22.htm

- 1) 정보통신서비스제공자가 개인정보의 수집·처리·관리 등을 타인에게 위탁하는 경우에 그 타인의 개인정보보호위반행위에 대하여 책임을 지도록 하고, 정보통신망을 이용하여 개인정보를 수집·저장·처리하는 경우에도 이 법에 의한 개인정보보호관련의무를 부과한다.(제25조 및 제58조)
- 2) 14세 미만의 아동으로부터 개인정보를 수집하는 경우 법정대리인의 동의를 받도록 하고 법정대리인에게 아동의 개인정보에 대한 열람 및 정정요구권을 부여한다.
- 3) 개인정보와 관련된 분쟁을 간편신속하게 조정하기 위하여 개인정보분쟁조정위원회를 설립하고, 동 위원회의 구성·운영 및 조정절차 등에 관한 사항을 정하고 있다.(제33조 내지 제40조)
- 4) 타인의 정보통신서비스제공을 위하여 집적된 정보통신시설을 운영·관리하는 사업자에게 정보통신시설의 안정적 운영, 보호조치 등을 마련하도록 하고 있다.(제46조)
- 5) 컴퓨터바이러스를 전달·유포하거나 타인 정보통신망의 안정적 운영을 방해할 목적으로 대량의 정보를 전송하는 등의 행위에 대한 처벌근거를 두고 있다.(제48조 및 제62조)

3. 법상 이용자의 정보보호권

헌법 제10조의 인격권으로 이해되고 있는 정보자기결정권을 구체화하고 있는 “정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률(이하 ‘망법’이라 한다)”에 보장되고 있는 개인정보보호권의 내용은 다음과 같다.

1) 보호대상으로서의 개인정보

망법 제2조제5호는 “생존하는 개인에 관한 정보로서 성명·주민등록번호 등에 의하여 당해 개인을 알아 볼 수 있는 부호·문자·음성·음향 및 영상 등

의 정보(당해 정보만으로는 특정 개인을 알아 볼 수 없는 경우에도 다른 정보와 용이하게 결합하여 알아 볼 수 있는 것을 포함한다)를 말한다”고 규정할 뿐 이어서 개인화에 의한 인격침해의 단서가 되는 쿠키가 개인정보에 포함되는지 여부가 불분명할 뿐 아니라 최소정보에 대한 구별을 두지 않아 인터넷의 특성상 개인정보가 인터넷 역기능의 출구가 된다는 측면을 무시한 점이 문제로 지적될 수 있다.

2) 정보열람청구권

개정법 제30조제2항은 자신에 관하여 수집 또는 저장된 개인정보에 대한 열람권을 인정하고 있으나 그 출처 및 수령자에 관한 것을 포함하는지 여부에 대해 침묵하고 있어 향후 다툼이 될 수 있다.

3) 정보정정청구권

개정법 제30조제2항 후단은 개인정보에 대한 오류의 정정권을 보장하고 있으나, 가치판단과 관련 오해의 소지가 있는 부분에 대한 해당 개인의 반론권을 포함한 정정청구권⁴¹⁾으로 확대될 필요가 있다. 기타, 정보서비스사업자가 개인정보에 객관적으로 명백한 오류가 있다고 판단될 경우에는 당사자의 청구를 기다리지 않고 지체없이 정정하고 그러한 사실을 당사자에게 통지하는 규정의 도입도 검토할 필요성이 있다.

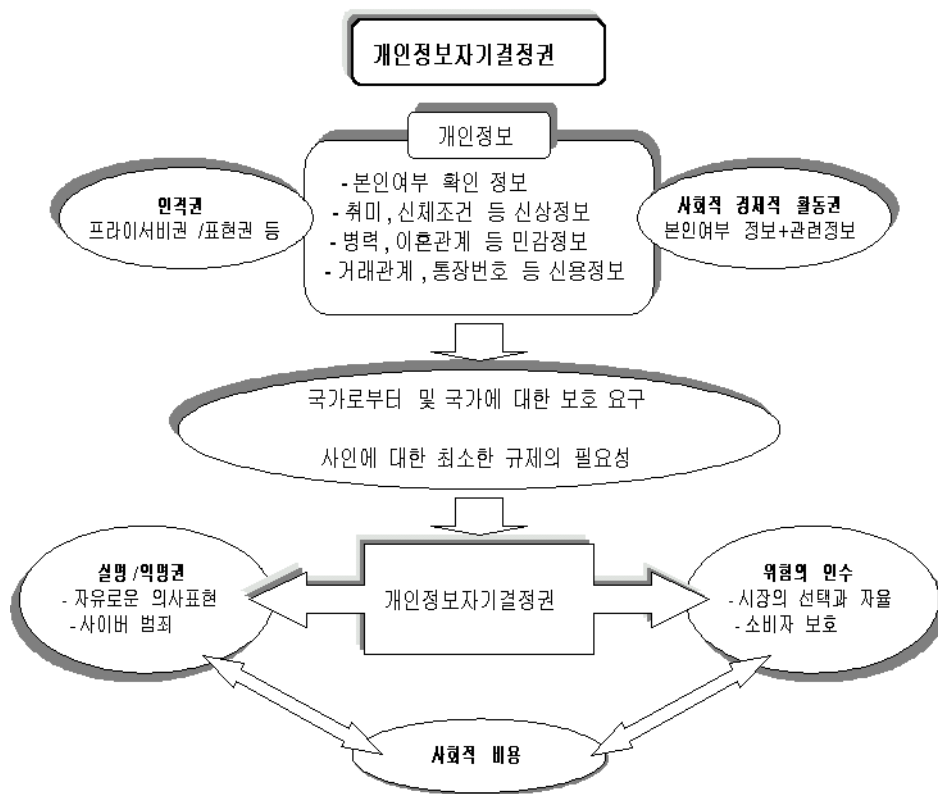
4) 정보차단청구권

정보차단청구라 함은 개인정보제공자가 정보서비스사업자에게 자신의 정보에 대한 일반인이나 그 밖의 권한없는 사업자로부터의 불법적인 접근을 지속적으로 막아 줄 것을 요구할 수 있는 권리⁴²⁾외에 진위여부에 대해 다툼

41) 김일환, “個人情報保護法の改正必要성과 내용에 관한 研究”, 公法研究 第26輯 第2號, 237쪽.

이 있는 기간동안 해당 정보에의 접근을 막을 것을 요구할 수 있는 권리로서 개정법 제30조제5항과 제4항의 필요한 조치가 이를 의미하는 것으로 볼 수 있다.

[그림 3-4] 정보자기결정권의 의의



42) 개인정보의 무단유출을 막기 위한 방어벽의 구축없이 정보통신부에 신고만으로 운영이 가능한 회원모집사이트로 인한 피해가 급증하고 있는 실정이어서 정보차단권을 침해한 사이트운영자에 대한 민·형사상의 책임규정 또한 강구되어야 할 것이다. 중앙일보, ‘사이트 90%가 보안장치없어’ 및 ‘벌거벗은 개인정보’ 2000. 8. 24., 26·27면 참조.

5) 정보삭제(파기)청구권

정보제공자는 원칙적으로 언제든지 자신에 대한 정보의 삭제를 청구할 수 있도록 하는 것으로 개정법 제29조, 제30조제3항 및 제1항, 제40조에서 규정하고 있다. 이러한 삭제는 통상 본인의 이익을 위해 인정되나, 법률, 정관 또는 계약이 정한 보존기간이 삭제를 방해하는 경우 및 삭제에 의해 정보서비스사업자의 보다 큰 보호이익이 침해될 경우에는 삭제를 제한할 필요 또한 있다.

4. 법상 사업자 등의 개인정보보호의무

망법은 사회적 비용으로 평가될 수 있는 정보통신서비스제공자인 사업자의 의무와 권한없는 제3자의 의무를 각각 규정하고 있는 바, 그 주요내용은 다음과 같다.

가. 사업자측의 의무

망법은 사업자에 대해 다음의 표와 같은 의무 및 의무위반에 대한 과태료 및 형벌규정을 두고 있다.

나. 외부자에 대한 의무

망법은 개인정보를 위해 권한없는 자에 대해 다음의 표와 같은 금지의무 및 그 의무위반에 대한 처벌규정을 두고 있다.

<표 3-1> 사업자의 의무

유 형	제 재	비 고
동의를 의한 수집(§ 22 ①)	과태료(§ 67①3)	
목적 등의 고지의무(§ 22 ②)	과태료(§ 67①4)	
수집대상의 제한(§ 23 ①)	과태료(§ 67①5)	거부제한
목적외 이용/제공 제한(§ 24 ① ②)	형벌(§ 62 1, 2)	
정보취급자의 비밀유지의무(§ 24④)	형벌(§ 62 3)	
정보취급자 수의 최소화(§ 24 ③)		자율
수집/취급/관리의 제3자 위탁(§ 25①)	과태료(§ 67 ① 6)	
영업양수 · 도 통지(§ 26)	과태료(§ 67 ① 7)	
관리책임자 지정(§ 27 ①)	과태료(§ 67 ① 8)	
개인정보 파기의무(§ 29)	과태료(§ 67 ① 9)	
요구에 의한 파기의무(§ 30 ③)	과태료(§ 67 ① 10)	
열람 · 정정조치의무(§ 30 ④)		
차단의무(§ 30 ⑤)		
열람/정정요구 등 절차간소화(§ 30 ⑥)		
법정대리인의 동의를 통한 수집의무(§ 31 ①)	과태료(§ 67 ① 11)	
입증책임전환(§ 32)	손해배상책임	
정보통신시설의 보호조치의무, 시정명령(§ 46 ① ③)	과태료(§ 67 ① 14)	
보험가입의무(§ 46 ②)	과태료(§ 67 ① 13)	

<표 3-2> 외부자의 의무

유 형	금지의무부여	제재규정	비 고
침해행위	§ 48 ①	형벌(§ 63 1)	해킹행위(부정접근)
바이러스	§ 48 ②	형벌(§ 62 4)	악성프로그램유포
폭탄메일	§ 48 ③	형벌(§ 62 5)	통신망 장애
사생활침해	§ 49	형벌(§ 62 6)	타인 비밀의 침해/도용/누설
광고성메일	§ 50	과태료(§ 67 ① 15)	영리목적

5. 정책적 함의

개정된 “정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률”의 개인정보보호 조항은 OECD의 프라이버시 가이드라인을 비교적 충실하게 적용했을 뿐만 아니라 어떤 부분에서는 상당히 구체적이며 실효성있는 내용들을 규정하고 있어 비교적 잘 된 법률이라고 할 수 있다. 물론, OECD의 프라이버시 골격 자체가 기술중립적으로 구성된 것이어서 기술적 변화와 무관하게 보편적으로 적용가능한 것이긴 하지만 현실적으로는 전자상거래에서 개인화에 이용되고 있는 쿠키의 문제와 미성년자의 경우 동의를 어떻게 규제하느냐 하는 문제에 대한 보다 구체적인 검토가 필요하다.

기타, 정보주체에 있어서는 개인정보가 인격권이라는 측면에서 개인정보의 열람, 정정, 삭제 또는 차단을 요구할 수 있는 당사자의 권리를 법률행위를 통하여 이를 배제 또는 제한할 수 없도록 하여야 할 것이다. 정보자기결정권의 본질내용을 이루는 이들 권리의 중요성을 감안하여 당사자를 보호하기 위해 이들 권리에 대한 처분권을 제한하여야 한다는 것이다. 민간기관에 대하여는 사회적인 종속관계가 존재하는 영역에 있어서 이 규정은 특히 중요한 의미를 갖는다. 권리의 배제는 권리 그 자체를 주장할 수 없도록 하는 것을, 그리고 권리의 제한은 법률상 존재하지 않는 부관을 붙여 그 권리의 내용을 한정하거나 그 행사에 불이익을 결부시키는 것을 의미한다. 이것에 반하는 법률행위를 무효로 하는 입법화가 필요한 것이다.⁴³⁾

그밖에 정보가 갖는 고도의 위험성을 감안하여 개인정보처리의 위탁에 따른 손해배상책임은 과실책임이 아닌 무과실책임 내지 조직책임으로 되어야 하고 (법 32조, 제23조)⁴⁴⁾, 한국정보보호원이나 개인정보분쟁조정위원회, 정보통신윤

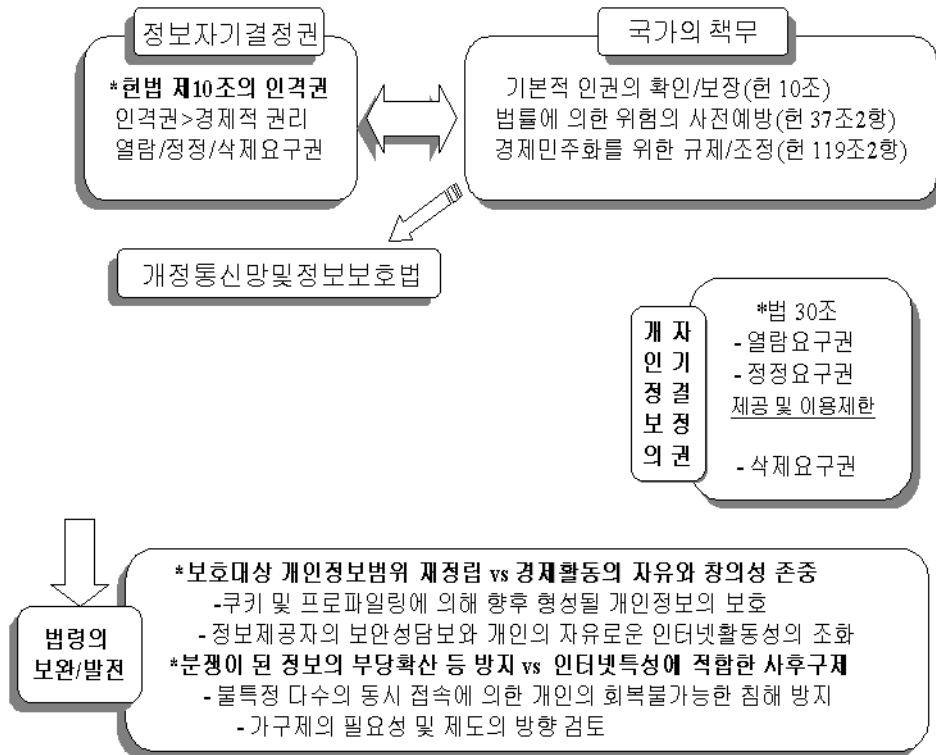
43) 민법 제103조에서 반사회질서의 법률행위에 대해 무효를 규정하고 있기는 하지만, 망법에서 “이용자의 정보자기결정권은 이를 포기할 수 없다”고 따로 명시할 필요가 있다.

리위원회 및 도메인이름분쟁조정위원회 등을 통합하여 준사법권과 입법권을 가진 단일 위원회가 설립되어야 할 것이다. 그래야만 고도의 기술적·전문적인 정보관련분쟁의 신속하고도 경제적인 해소가 가능하게 될 뿐만 아니라 해당 위원회의 축적된 전문지식을 바탕으로 한 현실 타당한 규범의 정립도 가능하게 되어, 법원의 사실확정과 관련한 부담경감 외에 국가입법권의 부담경감으로도 가능하게 될 것이다⁴⁵⁾.

44) 독일의 연방데이터보호법(BDSG) 제8조는 “자동화된 데이터처리가 이 법 또는 데이터보호에 관한 그 밖의 법령에 의해 부적법 또는 부정확하다는 이유로 당사자가 비공공기관(非公共機關)에 대해 손해배상청구권을 주장하고 손해가 저장기관의 책임으로 돌릴 사정의 결과인지 여부가 다투어지고 있는 때에는 저장기관이 입증 책임을 부담한다”고 하여 규정하고 있다. 이것은 자동화된 데이터 처리과정에 대한 이해를 전제로 당사자에 의한 위법의 발견을 기대하기 어렵다는 사정을 고려한 것이나, 공공기관(公共機關)에 대하여는 무과실책임을 인정하는 것(제7조)과 달리 입증책임의 전환에 그치고 있다.

45) 청소년에게 유해한 매체물을 적시하여 청소년에 대한 판매·대여 등을 제한하고자 하는 경우에는 각 매체물의 내용을 실제로 확인하여 유해성 여부를 판단할 수밖에 없는데, 그때마다 법 또는 하위법령을 개정하여 직접, 개별 매체물을 규정하는 것은 현실적으로 거의 불가능하고 법령의 개정에 소요되는 시일로 인하여 규제의 실효성도 기할 수 없게 될 것이므로 청소년유해매체물이 결과적으로 범죄의 구성요건의 일부를 이루게 되더라도 이 사건 법률조항에서 직접 청소년유해매체물의 범위를 확정하지 아니하고 행정기관(청소년보호위원회 등)에 위임하여 그 행정기관으로 하여금 청소년유해매체물을 확정하도록 하는 것은 부득이하다고 할 것이다. ... 따라서 이 사건 법률조항이 형벌법규의 위임의 한계를 벗어나거나 불명확하여 죄형법정주의에 위반된다고 할 수 없다. 청소년보호위원회 등에 의한 청소년유해매체물의 결정은 그것이 이 사건 법률조항에 따라 그 위임의 범위 내에서 행하여지는 이상 법률상 구성요건의 내용을 보충하는 것에 불과하므로 이를 토대로 재판이 행하여진다 하더라도 그로 인하여 사실확정과 법률의 해석·적용에 관한 법관의 고유권한이 박탈된 것이라 할 수 없으며, 더욱이 법관은 청소년보호위원회 등의 결정이 적법하게 이루어진 것인지에 관하여 독자적으로 판단하여 이를 기초로 재판할 수도 있으므로 청소년유해매체물의 결정권한을 청소년보호위원회 등에 부여하고 있다고 하여 법관에 의한 재판을 받을 권리를 침해하는 것이라고는 볼 수

[그림 3-5] 현행 망법의 문제점과 개선방향



없다(헌재 2000.6.29. 99헌가 16).

제 4 장 개인정보보호제도 시행의 사회·경제적 파급효과

제 1 절 개 설

민간부문에 있어서의 개인정보보호와 관련한 중요한 규정을 담고 있는 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률이 2001년 1월 16일 제정되고 같은 해 7월 1일부터 시행되게 됨으로써 동 법률이 사회·경제적으로 미치게되는 파급효과를 살펴 봄에 있어 이 장에서는 2001년 6월 19일부터 10일간 125개 기업을 대상으로 인터넷 및 전화 설문조사와 온라인 방문조사를 통하여 위 법률이 담고 있는 개인정보보호조항에 대한 서비스제공자의 태도변화를 살피고, 2001년 10월 5일을 전후하여 우리나라의 10대 정보제공사이트를 중심으로 위 법조항이 각 사이트의 홈페이지에 적절하게 반영되고 있는지 여부를 살펴보는 방법으로 그 사회적 파급효과를 분석하는 한편 경제적 파급효과는 설문지에 대한 분석의 방법으로 살펴보기로 한다.

제 2 절 법 제도시행의 파급효과

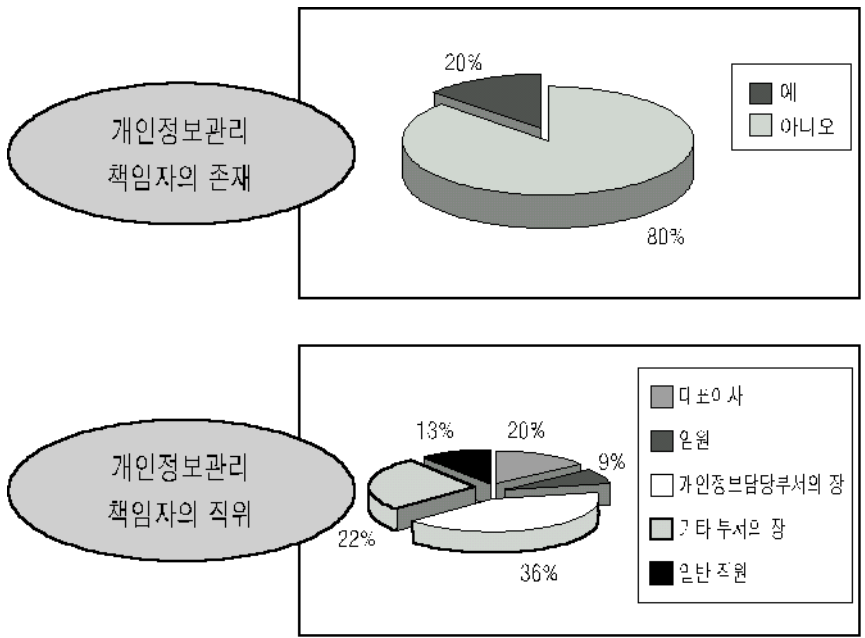
1. 일반적 현황

정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률상 개인정보의 보호와 관련있는 개인정보관리책임자의 지정(제27조), 개인정보자기결정권의 내용과 행사방법에 대한 고지여부(제30조), 서비스제공자의 개인정보보유기간 및 아동에 대한 개인정보수집(제31조) 등에 대한 서비스제공자의 의식을 살펴보면 다음과 같다.

1) 개인정보관리책임자

응답 업체 중 80%(100개)가 개인정보관리책임자를 지정하고 있다. 이 중 65%(63개)의 업체가 개정법에서 규정하고 있는 개인정보관리책임자의 직위에 해당하는 자를 지정하고 있으나, 여전히 35%(34개)는 개인정보에 관하여 책임을 지지 않거나 관련이 없는 자를 지정하고 있어서 개인정보에 관한 권리보호에 미흡한 것으로 나타났다.

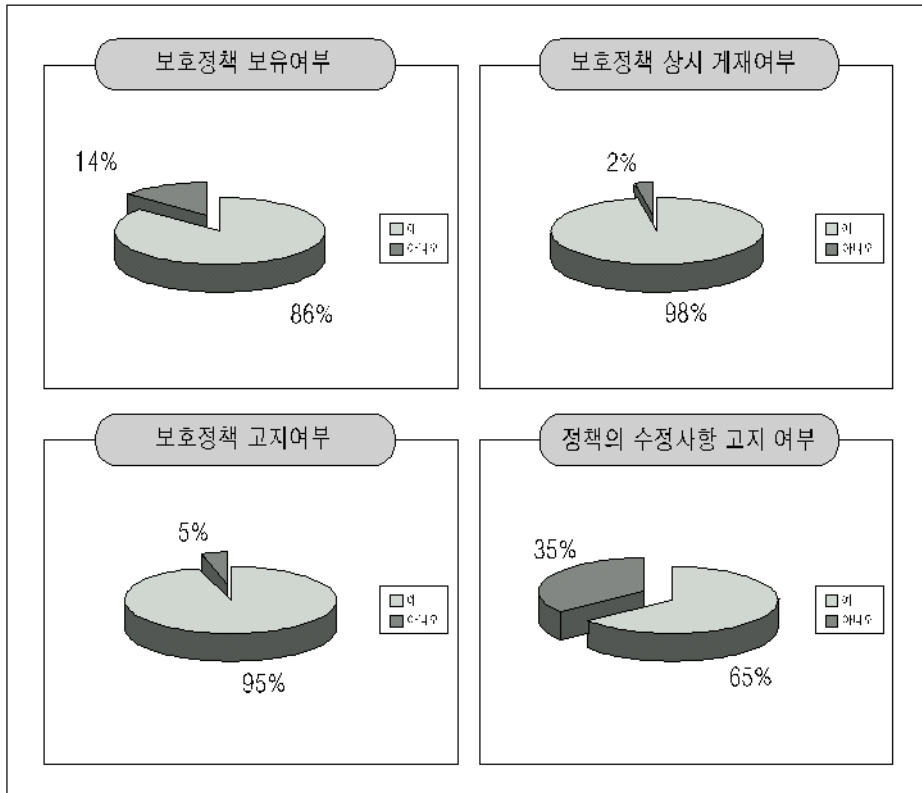
[그림 4-1] 개인정보관리책임자 지정여부



2) 개인정보보호정책 보유·고지 등

정보이용자의 자기결정에 따른 위험인수와 관련있는 정보서비스제공자의 정보보호정책에 대한 서비스제공자의 관심은 다음의 그림에서 볼 수 있는 바와 같이 긍정적인 것으로 평가된다.

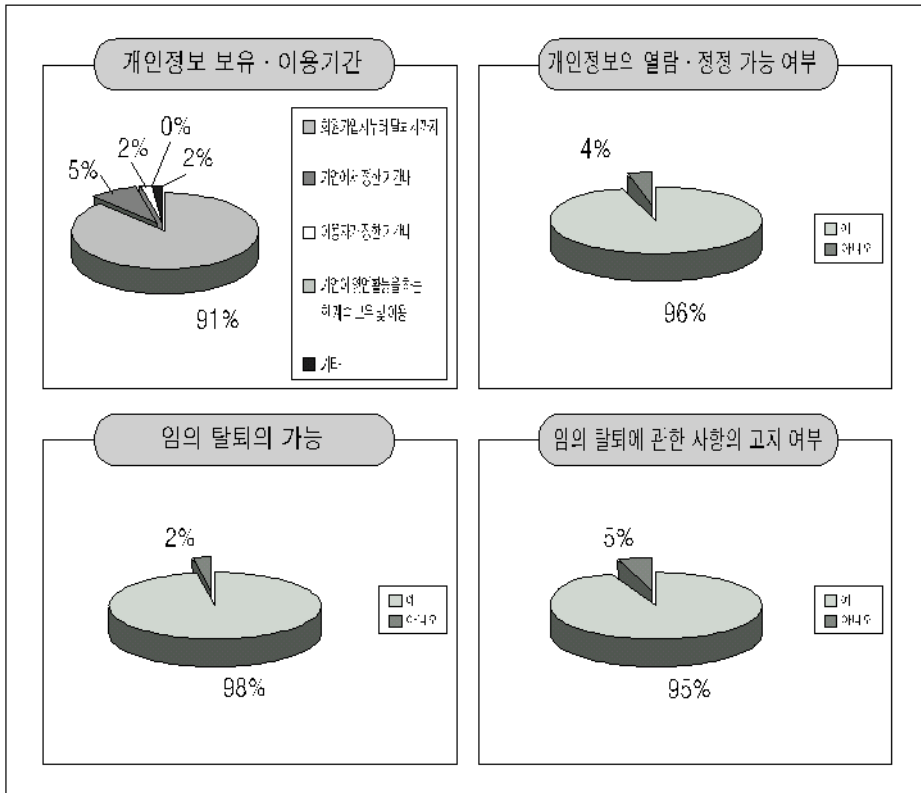
[그림 4-2] 개인정보보호정책 관련



3) 서비스제공자의 정보보유기간 및 정보자기결정권 인정여부

개정법 제29조는 서비스제공자로 하여금 목적을 달성했을 때 지체없이 수집한 개인정보를 파기할 것을 명하고 있고, 제30조에서는 정보제공자의 탈퇴권 및 열람·정정청구권을 인정하고 있다. 다음의 그림에서 알 수 있듯이 개인정보자기결정권에 관한 큰 문제가 보이지 아니하나 응답한 서비스제공자의 91%가 영업활동이 존속하는 한 개인정보를 보유하려는 경향을 보여 법 제29조의 존립은 상당한 위협을 받고 있음을 알 수 있다.

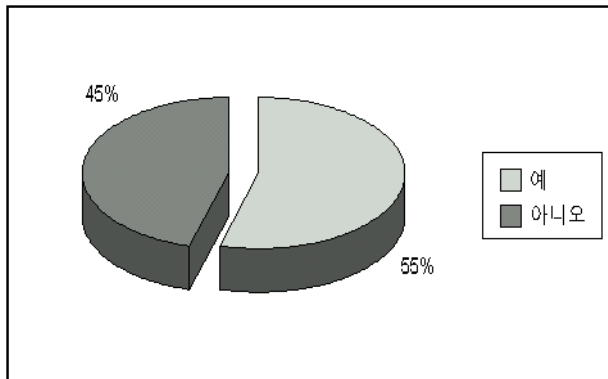
[그림 4-3] 서비스제공자의 정보보유기간 및 정보자기결정권 인정여부



4) 아동에 대한 개인정보수집

개정법에는 14세 미만 아동의 개인정보를 수집하는 경우에 그 법정 대리인 으로부터 동의를 받도록 규정하고 있다. 현재 이에 대비하여 법정 대리인의 동의를 받고 있는 업체도 많았지만, 45%(33개)에 달하는 기업들은 현재까지 이에 대한 절차를 마련하지 않은 것으로 드러났다. 응답업체 중 55%(41개)가 법정 대리인의 동의를 받고 있다. 따라서 2001년 7월 1일부터 시행되는 개정 법하에서 14세 미만 아동의 개인정보보호에 관한 실효성을 확보하기 위하여, 이에 대한 업계의 자발적인 노력이 시급히 요구된다.

[그림 4-4] 14세 미만 아동의 개인정보 수집시 법정 대리인의 동의 획득 여부



2. 사이트별 개인정보보호정책

개인정보침해신고센터(<http://www.cyberprivacy.or.kr>)의 주요신고 사례를 보면 회원탈퇴의 어려움, 이메일주소의 유출, 동의 없이 행한 다른 사이트에 대한 개인정보 유출, 회원탈퇴 후 개인정보의 계속 보유, 그리고 ID도용으로 인한 과도한 통신요금 청구 및 주민등록번호의 도용 등이 주류를 이루고 있는바, 위 문제의 원인은 사이트의 관리소홀이라고 말할 수 있다. 일반인이 이용하고 있는 정보통신서비스업체로서 국내 우수사이트라고 평가받는 10개의 사이트를 골라 현행 정보통신망이용촉진및개인정보보호법의 시행 후의 개인정보보호정책 및 약관 그리고 가입시 원하는 개인정보들을 분석하여 실태(2001년 10월 5일 현재)를 살펴보면 다음과 같다.

가. 국내 우수 10 사이트

대상 사이트들 중에서 가장 많은 정보를 가지고 있는 랭키(<http://www.rankey.com>)에 방문자 수 기준(2001년 10월 5일자)에 따른 우수 사이트들은 다음의 표와 같다.

<표 4-1> 국내 우수 10개 사이트

순위	사이트	순위	사이트
1	다음(http://www.daum.net)	6	엠포스(http://www.empas.com)
2	야후코리아 (http://www.yahoo.co.kr)	7	한미르(http://www.hanmir.com)
3	네이버(http://www.naver.com),	8	프리챌(http://www.freechal.com)
4	라이코스 코리아(http://www.lycos.co.kr)	9	네티앙(http://www.netian.com)
5	드림위즈 (http://www.dreamwiz.com)	10	세이클럽 (http://www.sayclub.com)

나. 조사항목

이들 사이트에 대하여는 첫째, 사이트 초기화면에 개인정보보호정책 및 개인정보 관리책임자가 공개되어 있으며, 그 연락방법이 올바르게 기재되어 있는지 여부, 둘째, 개인정보보호정책이 자세하게 공개되어 있는지 여부, 셋째, 서비스 약관이 초기화면에 공개되어 있으며, 그 내용이 정당한지 여부, 넷째, 개인정보에 관한 사고 발생시 조치방법, 다섯째, 가입시 가입자에게 원하는 정보가 올바르게 그 용도가 자세히 공개되어 있으며, 탈퇴시 개인정보 삭제가 엄격한지 여부 등의 5가지로 되어 있다.

다. 사이트별 평가

1) “다음”(http://www.daum.net)

다음은 우리 나라 대표적인 사이트로 초기에는 한메일 위주의 메일 시스템에서 포털사이트로의 발전을 거듭하여 왔다. 한메일은 우리나라 대표메일이 되었고 다른 포털 사이트와는 차원을 달리하는 카페 외에도 많은 유·무료 서비스를 제공하고 있으며, 사이트의 불황을 타개하기 위해 유료교육(IT,영어등)을 집중 운영하고 있다.

가) 사이트 초기화면에 개인정보보호정책(이하 ‘개인정보정책’)과 서비스 약관을 공개하고 있으며, 개인정보 관리책임자와 관리담당자 모두를 공개하고 있다. 연락처는 이메일과 유선전화로 표기되어 있다. 다만, 책임자는 인프라 총괄 이사인데 반해 관리 담당자는 마케팅팀에 속해있는 것이 타 사이트에 비해 눈에 띈다.

나) “다음”의 개인정보정책은 8가지를 규정하고 있으며, 타 사이트와 비교해 볼 때 군더더기 없이 정리되어 있다. 다만, 사용자가 볼 때 내용이 너무 상식적인 수준에 머물러 있지 않나 하는 생각이 든다. 극히 상식적인 사항들로만 나열되고 설명되어 있다. 예를 들면 쿠키에 관한 사항이라든지, “바이러스 예방을 위해 백신프로그램을 사용하고 있다” 등의 어귀가 그러하다.

다) “다음”의 서비스 약관은 총 15조로 규정하고 있으며, 약관 역시 타 사이트에 비해서 적지도 많지도 않은 내용들로 되어 있다. 눈에 띄는 것은 약관의 내용 중에 사용된 단어들 중 난해한 단어들이 있다는 것이다. 예를 들면, ‘상관습에 의한다’ 라든지 ‘기타 공서양속에 반하는’ 등의 단어 사용은 명확해야 하는 약관의 규정을 흐리게 하지 않나 라는 생각이 든다. “다음”은 유료 콘텐츠 제공이 상당히 많은데도 그에 대한 언급이 전혀 없는 것도 의문이다. 유료 콘텐츠를 많이 보유하고 있는 프리챌은 약관을 무료 사용자, 유료 사용자 등으로 세분하여 공개하고 있고 아바타와 세이캐쉬 등 역시 유료화가 많은 세이클럽의 약관과 비교된다.

라) 개인정보에 관한 사고 발생시를 “다음”은 두 가지 문장으로 나타내고 있다. 모든 개인정보정책에 나와 있듯이 “다음의 고의 또는 중과실로 인한 손해를 보상할 책임이 있다”와 아이디와 비밀번호의 중요성을 강조하여 사용자의 의무를 강조하고 있다. 개인정보에 관한 사고가 많고 다양하여 일일이 규정할 수 없는 문제가 있겠지만, 중과실과 경과실의 경계가 그려져 있지 않다는 점이 지적된다.

마) “다음”의 가입절차는 크게 3단계이며, 타 사이트에 비해서 원하는 정보

도 많고 단계도 간단하지 않은 편이다. 다음은 사람 찾기나, 쇼핑, 다음매거진 등의 서비스 때문에 맞춤형 서비스 제공이라며 많은 정보 제공을 원하지만 그렇기 때문에 더더욱 개인정보 관리에 힘써야 하는 것을 잊어서는 안될 것이다.

2) “야후 코리아”(http://www.yahoo.co.kr)

야후코리아는 초기 인터넷 검색엔진의 선두주자로 검색엔진으로 시작하여 엄청난 정보를 가지고 있는 포털사이트의 개념을 정착한 사이트이다. 전 세계적으로 같은 디자인과 비슷한 형식의 사이트로 ‘인터넷상의 맥도널드’라는 별명이 붙어있을 정도이며, 최근에는 전문화되고 차별한 검색엔진들과 좀 더 발전적인 모습의 포털사이트들에게 밀리는 듯한 모습을 보이고 있다.

가) 사이트 초기화면에 개인정보정책과 서비스 약관을 공개하고 있으며, 관리책임자는 고객지원실과 고객지원실 팀장으로 명시하고 있다. 연락처, 이메일, 유선전화 다 표기되어 있다.

나) 야후의 개인정보정책은 11가지를 규정하고 있다. 규정사항은 타 사이트에 비해 많은 편에 속하며, 내용도 자세하고 광범위하게 규정되어 있는 편이다. 쿠키에 대해 많은 양을 할애하고 있는 것이 눈에 띄며, 개인정보공유 문제도 많은 설명을 하고 있다. 다만, 야후는 검색엔진과 야후쇼핑을 사용함에 있어 적극적인 개인정보보호 의무는 없다고 말하는 경향이 보인다. 예를 들어, - “야후!”에 광고를 올리는 광고주나 링크가 되어 있는 웹사이트들이 귀하에 대하여 개인적으로 식별할 수 있는 정보를 수집할 수 있다는 점을 명심하시기 바랍니다. “야후!”에 링크되어 있는 웹사이트들이 귀하의 개인 정보를 수집하는 행위에 대해서는 본 ‘개인정보보호정책’이 적용되지 않습니다 - 는 내용이나, - “야후!”는 귀하가 “야후!”쇼핑 등을 이용하실 경우 상기에 명시된 결제, 본인확인 및 배송 등을 위해 귀하의 주민번호, 신용카드번호 및 주소 등을 제3자(입점업체 및 결제기관 등)에 제공합니다. “야후!”가 귀하의 개인정보를 제3

자에게 제공하는 경우의 제공받는 자, 제공목적 및 제공할 정보의 내용과 관련된 구체적인 내용(예: 입점업체의 개인정보 담당 연락처, 제공받는 자의 제공 후 이용목적, 개인정보에 대한 책임 부담의 범위 등)은 해당 페이지의 도움말 등을 참조하시기 바랍니다 - 또, - 정보가 공유되는 것을 원하지 않으신다면, 특정한 서비스를 이용하지 않으시거나 특정한 관측행사나 콘테스트에 참여하지 않으시면 됩니다 - 등 보다 적극적인 모습은 보이지 않는 것 같다. 또한, 개인정보보호정책이 너무 길어 읽는 사람이 핵심을 놓치기 쉽다.

다) 야후의 서비스 약관은 초기화면에 공개되어 있고, 17가지를 규정하고 있다. 약관도 개인정보정책과 마찬가지로 자세하고 내용이 많다. 쇼핑 등 유료콘텐츠에 대한 내용이 전혀 없는 다음과 비교할 수 있겠다. 하지만, 약관에서도 역시 야후는 소극적인 규제에 말이 곳곳에 보인다. 예를 들어, - “야후!” 경매를 통한 거래에 대해서는 판매자와 구매자가 전적으로 그 위험과 책임을 부담함을 인정합니다. 특히 외국으로부터의 물품 수입이나 외국으로의 수출시 외국 환관리법 및 규정, 관세법, 대외무역법, 약사법 기타 관련 법규에 저촉되는지 여부는 판매자와 구매자가 미리 검토하여 숙지하고 있어야 하며, 판매자나 구매자의 법규위반으로 인한 책임으로부터 야후를 면책할 것을 동의합니다 - 나 - “야후!” 온라인 제품 또는 서비스로부터 제공되는 정보의 보안을 확실하게 보장할 수는 없으며, 이러한 위험은 귀하가 부담하셔야 합니다 - 등은 선의의 거래자의 생각과 많은 차이가 날것으로 보인다.

라) 개인정보에 관한 사고발생 시 야후는 다른 사이트와 마찬가지로 정확한 방법을 규정하고 있지는 않다. 다만, ‘예방을 위해서 이런 방법을 사용하고 있다’ 정도의 내용이다.

마) 야후는 원래 로그인 없이 필요없는 사이트였으나, 야후 메일 계정이 생기면서 회원가입이 생겨나게 되었다. 가입시 야후가 원하는 정보는 단순한 편이며, 가입을 원할 경우 서비스 약관이 다른 사이트들은 축소되어 나오는 반면, 야후는 화면 전체에 나와서 읽어보게 하는 용이성이 눈에 띈다.

3) “네이버” (<http://www.naver.com>)

네이버는 초기 단순한 검색엔진을 단 포털사이트로 출발하였으나, 현행 최대의 온라인 게임사이트인 한게임(<http://www.hangame.com>)을 합병하고 신한 컨설팅과 함께 차별화된 포털사이트를 지향하고 있다. 다른 포털사이트 보다 많은 양의 정보가 있는 것은 아니나, 메일·홈페이지 만들기 또는 사진 앨범 등을 이용하는데 회원가입이 필요하다.

가) 사이트 초기화면에 개인정보정책과 서비스 약관이 모두 공개되어 있으며, 개인정보 관리책임자와 담당자도 표기되어 있으나 책임자의 유선전화 번호가 나와 있지 않다.

나) 네이버의 개인정보정책은 12가지 사항을 규정하고 있다. 각 규정들은 비교적 간단 명료하고 내용의 수준은 “다음”정도이나, 그렇게 자세하지는 않다. 쿠키와 개인정보의 기술적·관리적 대책에 대한 비중이 높으며, 다른 사이트와 달리 개인정보 위탁처리 조항을 두고 있다. 고객의 개인정보는 외부에 위탁해서 처리할 수 있음을 고지하여 소극적인 다른 사이트와 비교된다.⁴⁶⁾

또한, 유일하게 개인정보정책 본문에 개인정보침해신고센터를 안내하고 있는 것도 다른 사이트와 다른 점이다. 웹상에서 14세 미만의 어린이들을 위해 주니어 네이버라는 공간을 마련하고 있고, 어린이를 위한 조항은 아주 간단하게 규정하고 있다.

다) 네이버의 서비스 약관은 초기화면에 공개되어 있고, 16개 조항을 규정하고 있다. 서비스의 중지나 이용제한 및 해제 등에 관한 규정은 상세한 편

46) 네이버의 개인정보의 위탁처리 안내문 :

네이버컴은 서비스 향상을 위해서 이용자들의 개인정보를 외부에 위탁하여 처리할 수 있습니다. 개인정보의 처리를 위탁하는 경우에는 미리 그 사실을 이용자들에게 공지할 것입니다. 또한 위탁계약 등을 통하여 서비스제공자의 개인정보보호 관련 지시엄수, 개인정보에 관한 비밀유지, 제3자 제공의 금지 및 사고시의 책임부담 등을 명확히 규정하고 당해 계약내용을 서면 또는 전자적으로 보관할 것입니다.

이며, “야후코리아”와 비슷한 내용이나 세부사항은 보다 자세한 면책조항⁴⁷⁾을 두고 있다.

이 면책 조항은 나머지 사이트에서도 그렇듯이 검색엔진과 쇼핑몰이 있는 포털사이트의 경우에 많이 볼 수 있다. 한마디로 사이트에서는 상호간에 연결 역할만 하여, 그에 따른 책임에 대하여는 소극적이라는 문제가 지적된다.

라) 개인정보에 관한 사고의 발생시 네이버 역시 다른 사이트와 마찬가지로 사고가 생기지 않도록 예방에 힘쓰고 있다는 정도의 안내정도에 머물고 있다.

마) 네이버는 다른 사이트들과 달리 가입시에 개인정보보호정책의 링크가 잘되어 있으며, 한번 읽어 볼 것을 권하고 있다. 가입시 원하는 정보는 보통 수준이며, 주민등록 입력시에 주민등록을 올바르게 적지 않으면 법적 제재가 가할 수 있다고 안내하는 것도 실명을 위한 노력이라 생각한다.

4) “라이코스코리아”(http://www.lycos.co.kr)

라이코스코리아는 야후 코리아와 마찬가지로 세계적으로 유명한 검색엔진 포털사이트 중의 하나로서 미디어와 동영상 디렉토리를 나누고 미디어 중심으

47) 네이버의 면책조항

제16조(면책) ①회사는 이용고객이 회사의 서비스제공으로부터 기대되는 이익을 얻지 못하였거나 서비스 자료에 대한 취사선택 또는 이용으로 발생하는 손해 등에 대해서는 책임이 면제됩니다.

② 회사는 이용고객의 귀책사유로 인하여 서비스 이용의 장애가 발생한 경우에는 책임이 면제됩니다.

③ 회사는 이용자가 게시 또는 전송한 자료의 내용에 대해서는 책임이 면제됩니다.

④ 회사는 이용자 상호간 또는 이용자와 제3자 상호간에 서비스를 매개로 하여 물품거래 등을 한 경우에는 책임이 면제됩니다.

⑤ 회사는 모든 서비스의 자료 보관 및 전송에 관한 책임이 없으며 자료의 손실이 있는 경우에도 책임이 면제됩니다.

⑥ 본 조에 정하지 않은 세부사항은 각 서비스별 이용규칙에 따라 네이버는 면책됩니다.

로 방향을 잡아 나가고 있는 포털사이트이다. 막대한 정보 양의 야후와 자세한 검색의 엠파스에 비해 깔끔한 검색과 많은 디렉토리로 승부하고 있다.

가) 라이코스 코리아(이하 “라이코스”)는 초기화면에 개인정보정책과 서비스 약관을 공개하고 있으며, 개인정보 관리책임자는 연락처와 성명 등이 명시되어 있으나 담당자는 보이지 않는 점으로 조직상 전임 담당자가 없는 것으로 보인다.

나) 라이코스의 개인정보정책은 13개 항목에 대해 규정하고 있으며, 다른 사이트들에 비해 가장 많은 항목을 규정하고 있다. 또한, 다른 사이트들이 화면을 넓게 쓰는 것과 달리 라이코스는 프레임을 나누어서 약관은 답답해 보이는 반면, 링크를 사용함으로써 편리함을 추구하였다. 내용은 개인정보 공유사항과 개인정보 오·남용을 막는 방법에 관한 규정이 가장 자세하다. 또한 라이코스는 다른 사이트와 달리 개인정보 위탁업무 기업을 공개하고 있으나, 연락방법을 명시해 놓지 않은 것이 아쉽다. 라이코스의 개인정보정책이 많은 것은 라이코스가 금융정보관리나 개인정보 보안책 등의 비중을 높이고 있기 때문이지만, 내용 면에서는 야후 등의 다른 사이트와 별반 다르지 않다.

다) 라이코스는 초기화면에 서비스 약관을 명시하고 있으며, 드림위즈와 함께 유일하게 평문형의 약관을 쓰고 있다. 약관은 총 21가지를 규정하고 있으며, 다른 사이트들과 형식과 내용에서 약간의 차이가 난다. 우선 다른 사이트들은 개인정보정책의 규정을 폭넓게 서비스 약관으로 크게 규정하고 있는 반면, 라이코스의 약관은 개인정보의 성격과 차이를 크게 두지 않으면서 21가지 중 4가지 정도를 제외하고는 전부 라이코스의 책임범위로 설명하고 있으나 그 내용은 대부분 ‘책임을 지지 않는다’로 일관하고 있어 문제점으로 지적된다.

라) 라이코스 사용자는 개인정보에 관한 사고의 발생과 관련하여 다른 사이트의 규정과 달리 사용자에게 단지 아이디와 비밀번호 관리에 힘써달라는 형태를 취하여 형식에 치우친 감이 있으며, 보안정책이나 관리시스템에 대한 소개는 결여되어 있다.

마) 라이코스의 가입정보는 표준적이나, 약관이 화면에 나타나지 않고 링크 시킨 것에 불과하다. 개인정보정책 역시 링크를 시켜놨지만, 약관은 화면에 나타내도록 해야 할 것이다.

5) “드림위즈”(http://www.dreamwiz.com)

포털 사이트중의 하나인 드림위즈는 생활 속의 인터넷을 기치로 하는 우리의 토종 포털 사이트 중의 하나이다. PC통신 시대에 잠깐 주목을 받았다가 주춤했으나, 드림위즈 홈페이지계정과 그 외에도 여러 가지 차별화된 서비스로 발전하고 있다.

가) 드림위즈는 초기화면에 개인정보정책과 서비스 약관을 모두 공개하고 있고, 개인정보정책은 컬러를 서로 다르게 하여 정리의 효과를 나게 한 반면 글자가 너무 작은 경향이 있다. 개인정보 관리책임자와 담당자 모두 표기되어 있기는 하나 관리자의 이메일 주소가 없으며, 담당자의 이메일 역시 주소를 갖다 붙여서 메일을 써야 하는 번거로움이 있다.

나) 개인정보정책은 다소 낮은 수준을 유지하고 있다. 규정하고 있는 7가지 중에 자세하게 서술하고 신경 쓰고 있다는 인상을 주는 항목은 없으며, 쿠키에 대한 설명마저도 아주 간략하게 서술하고 있다. 드림위즈가 다른 포털사이트만큼의 서비스와 영향력을 행사할 수 있다고 볼 때 너무 무성의 한 개인정보 정책이 아닌가 생각된다.

다) 사이트 초기화면에 공개되어 있는 서비스약관 역시 글자가 너무 작다는 인상을 주며, 규정하고 있는 17개 항목 역시 10개 사이트 중에서 가장 작은 수이다. 전반적인 내용을 보면 드림위즈는 포털사이트면서도 의외일 정도로 간단한 약관을 가지고 있으며, 옥션과 함께 하는 경매 외에도 쇼핑 등 많은 유료 서비스가 있으면서도 이런 언급은 전혀 없다. 홈페이지에서 규정하고 있는 서비스 약관 외에도 다른 부분적인 약관이 따로 있나 살펴보았으나, 이용안내와 질문 코너 정도가 있을 뿐 부분적 약관은 전혀 없었다. 경매 코너가 있는 “야후”나,

“프리첼” 등의 약관과 비교할 때 심각한 문제라고 할 수 있다.

라) 드림위즈 사용자의 개인정보보호에 이상이 생겼을시 대책은 역시 구체적으로 명시하고 있지 않으며, 그에 대한 보호책이나 예방책도 다른 사이트에 비해 아주 빈약하다. 예를 들면, - 개인정보의 보안유지는 아이디와 비밀번호에 의해 유지되므로, 공공장소나 기타 인터넷 카페 등에서는 로그아웃을 하는 것이 좋습니다 - 정도의 수준이다. 좀 더 많은 개인정보보호정책에 관한 설명과 고지가 필요한 것으로 판단된다.

마) 드림위즈 가입시 원하는 정보는 다른 사이트들과 별로 다르지 않으며, 많은 정보를 원하는 편은 아니다. 다른 사이트와 달리 해외거주자용 가입란이 따로 있는 것이 눈에 띈다.

6) “엠파스”(http://www.empas.com)

국내 검색엔진 중에 야후 코리아가 승승장구 할 무렵 야후보다 강력한 검색이라는 문구로 나타난 엠파스는 현재 네티즌이 검색할 때 사용하는 검색엔진 1위이며, 다른 검색엔진과 달리 문장 검색, MP3검색, 사용자만의 환경설정 등으로 새롭게 발전하고 있다. 엠파이라는 메일서비스를 시작하였으며, 다양한 정보와 정리로 검색엔진 중에 급부상하고 있다.

가) 엠파스는 초기화면에 개인정보정책을 표기하고 있으며, 개인정보정책은 드림위즈와 마찬가지로 글자가 작은 것이 흠이다. 개인정보정책은 크게 4부분으로 규정하고 있고, 이를 다시 세부적으로 나누어서 정리하고 있다. 개인정보 관리 책임자로 개인정보 관리이사(CPO)를 한 명 소개하고 있으며, 연락처는 유선전화, 이메일을 표기하고 있다. 언뜻 보아서 다른 사이트에 비해 약관 분위기가 난다.

나) 개인정보정책을 세부적으로 보면 쿠키에 관한 내용이 가장 많고, 개인정보 공유 부분도 많은 비중을 차지하고 있다. 다른 포털사이트에서 볼 수 있는 면책에 관한 조항이 보이지 않는 것이 특징이나, 초기화면의 개인정보보호정

책 옆에 책임의 한계와 법적 고지라고 명시되어 있다. 이 고지에는 동 약관이 가입자 뿐만 아니라 모든 사용자에게 적용된다고 명시하고 있으며, ‘모든 이용자에게 사용되는 엠파스의 정보는 책임이 없다’는 것과 고지내용은 인터넷 산업의 상관례에 따라 ‘사전 통보없이 변경이 가능하다’는 것을 내용으로 담고 있다. 개인정보정책 내용 중 ‘분쟁조정을 위하여 한국정보보호센터 내의 개인정보분쟁조정위원회에 처리를 의뢰할 수 있다’는 항목은 다른 사이트와 구별되나 다른 사이트들과 크게 다르지 않다.

다) 엠파스는 10개 사이트 중 “프리첼”과 “한미르”와 함께 초기화면에 약관을 공개하지 않고 있다. 프리첼은 약관을 무료·유료·쇼핑몰약관 등으로 세분화하고 있어서 그런 것 같으나, 한미르와 엠파스의 약관이 초기화면에 없다는 것은 이해하기 어렵다. 엠파스의 약관은 가입 시에 볼 수 있도록 하고 있으나, 초기화면에 공개되지도 않아 가입시에도 약관을 간과하기 쉽다. 약관은 총 22개 항목을 규정하고 있으며, 그 내용은 다른 10개의 사이트 내용에서 크게 벗어나지 않는다. 주목할 것은 신용불량자의 가입배제와 한국정보보호센터 내의 개인정보분쟁조정 위원회에 처리를 의뢰할 수 있다는 것과 다른 포털 사이트 수준의 면책이 규정되고 있다는 것이다.

라) 사용자의 개인정보에 관한 사고 발생시, 엠파스 역시 다른 사이트와 마찬가지로 구체적이고 자세한 규정보다는 예방과 관리를 이렇게 하고 있다는 것에 그치고 있다.

마) 엠파스가 요구하는 가입시의 개인정보는 다른 사이트에 비해서 약간 많은 편이나, “다음”정도의 수준으로 2단계로 이루어져 있다.

7) “한미르”(http://www.hanmir.com)

한미르는 우리나라 고유의 포털사이트 중의 하나로 한국통신의 힘을 받아 다양한 검색을 제공하는 것이 장점으로 알려져 있다. 일본 사이트 우리말 검색, 전화번호 검색, 신문 검색 등 다양한 서비스로 많이 알려진 사이트이다. 가

입하면 메일서비스와 홈페이지 계정 등의 서비스가 제공되며, 일반회원과 초중고 학생과 교사의 가입을 각각 다르도록 하고 있다. 이것은 초중고 재학생과 교사에게는 인터넷에 관한 교육을 무료로 제공하기 때문이다.

가) 한미르는 초기화면에 개인정보정책을 공개하고 있으며 개인정보 관리책임자만 공개하고 있다. 연락처로는 유선전화번호가 표기되어 있으며 메일주소는 따로 되어 있는데, 이 메일 주소가 관리책임자의 메일인지 의문이 생긴다. 외관상은 엠파스 등과 같이 글자가 작은 편이라 보기에 불편하다.

나) 한미르의 개인정보정책은 8가지를 규정하고 있으며, “다음”과 함께 10개 사이트 중 작은 수의 규정에 속한다. 한미르나 이와 비슷한 “다음”의 개인정보정책은 가장 기본적인 규정만 소개되어 있다.

다) 한미르도 초기화면에 서비스 약관을 공개하고 있지 않으며, 일반회원과 초중고 재학생과 교사를 구분하여 약관을 두고 있다. 일반인의 경우 약관은 23개조로 되어 있으며, 내용은 10개 사이트 중에서 가장 서술적이고 자세하게 규정되어 있다. 약관 외의 사항은 관련법률에 의한다는 약관 외 준칙이나, 사용자는 한미르의 지위를 양도하거나 담보로 제공할 수 없다는 규정은 다른 사이트에서 보기 드문 규정이다. 다른 사이트와 마찬가지로 면책조항이 있으며, 다른 사이트의 강한 면책 조항보다는 약간 여유가 있는 모습이다. 다만, 일반인의 약관이나 초중고 재학생과 교사 가입자들을 위한 약관이 차이가 없는 점에서 초기화면에 약관을 기재하지 않았는지 의문이 남는다.

라) 한미르의 사용자가 개인정보에 관한 사고가 났을 경우 다른 사이트와 마찬가지로 특별한 언급은 없다. 보안관리에 대한 설명도 그렇게 자세하게 하고 있지는 않다.

마) 한미르가 원하는 가입정보는 보통 수준이다. 초중고 재학생과 교사의 경우는 학교에 관한 정보를 추가로 작성해야 한다.

9) “프리챌”(http://www.freechal.com)

프리챌은 국내 최대의 온라인 게임 사이트 한게임(http://www.hangame.com)을 운영함으로써 전통적인 포털사이트라기 보다는 커뮤니케이션과 솔루션에 중점을 두고 있는 종합사이트로서 발전하고 있다. 프리챌의 커뮤니티는 다음카페를 위협하고 있는데, 이는 다른 포털사이트에서는 볼 수 없는 채팅이나 게임이 한 몫하고 있다. 프리챌은 사이트의 불황을 이룬바 ‘아바타 마케팅’으로 타개한 사이트로도 유명하다.

가) 프리챌은 초기화면에 개인정보정책만 공개하고 있으며, 약관은 3가지로 분류되어 가입시 나타난다. 개인정보 관리 책임자와 담당자 모두 표기되어 있으며, 연락처도 유선전화와 이메일로 표기되어 있으나 개인정보정책은 역시 글자가 작고 촘촘하여 불편하다.

나) 프리챌의 개인정보정책은 총 7가지를 규정하고 있으며, 10개의 사이트 중 가장 작은 수이다. 내용을 보면, “다음”이나 “한미르”의 8가지 규정에서 쿠키가 빠진 상태로 간략하게 설명되어 있다. 개인정보의 관리와 보안에 관한 사항도 별다른 내용 없이 ‘사용 후에는 로그아웃을 해야한다’거나, ‘프리챌은 강력한 보안프로그램으로 개인정보를 보호하고 있다’는 정도이다.

다) 프리챌의 서비스 약관은 초기화면에 공개되어 있지 않은데, 가입시에 보면 약관이 무료서비스 약관, 유료 서비스 약관 및 쇼핑몰에 관한 약관으로 나누어져 있고, 각각 20조, 10조, 25조로 된 방대한 양이나 초기화면에 공개되지 아니한 아쉬움이 남는다. 기본적인 약관의 내용은 비교적 상세한 설명을 담고 있다. 이는 개인정보정책을 약간 섞어 넣은 듯한 느낌이 남는다. 사용자의 행동규범 및 서비스 이용제한 조항이 가장 길며, 제한을 많이 두고 있다. 한미르 약관에서 보인 양도금지 조항도 보인다.

프리챌은 기본적으로 사용자의 의무와 책임에 비중을 두고 있다. 프리챌이 따로 규정하고 있는 유료서비스 약관은 유료서비스를 하면서도 별도의 약관을

두지 않은 다른 사이트와 구별되거나 일반약관의 차이점이 별로 없고, 약관 또한 불필요하게 세분화되었다는 것이 단점으로 지적될 수 있다. 이것은 프리챌이 드림챌, 조이챌, 현챌 등 여러 회사로 구성된 데에 따른 현상으로 보인다. 마지막으로 같이 분류되어 있는 쇼핑몰인 ‘바이챌’ 약관은 총 25조로 되어 있으며, 프리챌의 기본약관에 물품 물품구입이나 반품 등에 관한 조항이 추가되어 있다. 이것 역시 긍정적으로는 약관을 하나로 통합하지 않고 세분함으로써 분쟁 시 전문적이고 수월한 해결을 꾀한다고 할 수도 있겠으나, 통합가능한 것으로 보인다. 내용수준도 다른 사이트와 다를 것이 없기 때문이다.

라) 프리챌 가입자에게 개인정보에 관한 사고 발생시 개인정보정책이나 약관에는 규정된 것이 없고, 개인정보 관리나 보안사항만 규정하고 있다. 방화벽과 침입탐지 시스템을 사용한다는 정도로 명시되어 있다.

마) 프리챌 가입시 원하는 정보는 약간 많은 편이며, 가입은 2단계로 이루어져 있다. 약관은 다른 사이트와 마찬가지로 스크롤바를 내려서 볼 수 있으며, 개인정보정책의 링크는 되어 있지 않다.

9) “네띠앙”(http://www.netian.com)

네띠앙은 국내 최초로 홈페이지 서비스를 인터넷에 시작한 사이트이다. 사용자의 홈페이지를 기반으로 한 포털사이트로 발전했으며, 주요 서비스로는 메일, 홈페이지 등록, 제작, 클럽, 쇼핑 등이 있다. 고급 PC방을 추구하는 예카스테이션, 한글과 컴퓨터, 하늘사랑 등 자회사들도 많은 편이며, 분야도 다양하다.

가) 네띠앙은 초기화면에 개인정보정책과 약관을 공개하고 있으며, 개인정보정책은 링크가 매우 잘되어 있는 편이다. 글자가 작은 것이 흠이긴 하나 다른 사이트와 달리 프레임을 나누어서 링크 시킨 것이 눈에 띄며, 이용약관 링크도 잘되어 있다. “개인정보보호 시민행동의 프라이버시 보호 핸드북”까지 다운 받을 수 있게 한 것은 다른 사이트와 비교된다. 개인정보 관리자, 담당자

모두 공개되어 있고 연락처도 올바르게 표기되어 있다.

나) 네띠앙의 개인정보정책은 9가지를 규정하고 있으며, 그 수준은 보통 수준으로 보면 된다. 쿠키에 관한 설명은 아주 짧으며, 개인정보 관리와 보안, 공유 문제 설명은 가장 길다.

다) 초기화면에 서비스 약관을 표시하고 있으며, 개인정보정책과 같이 링크가 많이 되어 있으나 다른 사이트처럼 화면 전체에 약관이 있지 않고 스크롤 바를 내려야 하는 불편이 있다.

링크는 서비스별 FAQ를 링크 해놓고, 고객센터업무, 대표 운영자메일 등의 링크를 해놓았는데 다른 사이트에 비해서 사용자의 편리를 적극적으로 도모하고 있다. 약관은 총 24개조로 되어 있으며, 10개의 사이트 중에서 가장 많은 규정이다. 내용을 보면, 다른 사이트에는 없는 개인홈페이지에 관한 규정이 눈에 띄며, 네띠앙은 개인회원들의 의무와 계약해지, 이용제한에 관한 규정이 가장 많다. 나름대로 많은 부분에 관해 규정하고 있으며, 다른 사이트에 비해서 면책조항은 약한 편이다.

라) 네띠앙 사용자에게 개인정보 사고가 생겼을시 조치에 대해서는 구체적인 언급이 없으며, 개인정보정책에서도 간단하게 보안과 관리에 힘쓴다는 정도로 되어 있다. 다만, 다른 사이트와 다른 내용은 24시간 시스템 모니터링을 한다는 점일 것이다.

마) 네띠앙에 사용자가 가입시 원하는 정보는 다른 사이트에 비교해서 조금 많은 편이며, 단계는 3단계로 되어 있다.

10) “세이클럽”(http://www.sayclub.com)

인터넷 기업인 네오위즈의 자회사로 국내 최대 채팅사이트인 하늘사랑(http://www.skylove.com)을 능가하는 다양한 디자인, 분야별 채팅, 그리고 아바타를 활용하여 꾸준히 발전하는 채팅 포털사이트이다. 동호회, 쇼핑, 메시지 등의 서비스를 받을 수 있다.

가) 세이클럽은 초기화면에 개인정보정책과 서비스 약관을 공개하고 있으며, 개인정보관리책임자와 담당자 모두 표기되어 있다. 이메일 주소와 유선전화 모두 표기되어 있으나 이메일은 주소를 갖다 붙여야 하는 번거로움이 있으며, 책임자는 사업기획팀장, 담당자는 커뮤니티 팀장으로 되어 있고 담당자의 근무시간이 표기되어 있다.

나) 세이클럽의 개인정보정책은 본문이 전체화면으로 되어 있지 않고, 스크롤바를 내려서 보게 되어 불편하다. 특별한 링크는 없으며, 10개의 규정으로 되어 있고 쿠키에 대해 자세한 설명이 있으나 수준은 보통이다.

다) 세이클럽의 서비스 약관은 초기화면에 공개되어 있고, 개인정보정책과 같은 형식으로 스크롤바를 내리면서 봐야 하기 때문에 보기에는 불편할 수 있다. 약관은 기본약관 22조항, 그리고 세이클럽 유료지불을 규정하는 세이캐쉬 정책 6조로 규정되어 있다. 형식은 법조항식 보다는 일반 정리 식으로 되어 있고, 내용은 자세히 정리되어 있는 편이다. 세이클럽 역시 사용자의 의무와 계약 해지, 이용제한 등의 규정에 비중을 많이 두고 있으며, 광고계재 조항이 눈에 띈다. 광고계재 조항은 ‘서비스회원은 이용 시 노출되는 광고계재에 동의하는 것으로 간주한다’와 ‘광고활동에 사용자가 교신 또는 거래를 했을 경우 발생하는 손실과 손해에 책임을 지지 않는다’는 것으로 되어 있으며, 약간의 무리수가 있는 조항이라고 볼 수 있다. 세이캐쉬 정책은 사용자가 세이클럽의 유료 서비스 이용 시 사이버 머니의 이용에 관하여 규정하고 있다. 총 6조로 되어 있으며, “프리챌”의 유료 서비스 이용약관과 비슷하다고 할수 있다. “프리챌”은 유료 이용 시 그에 따른 지불수단이나 면책 등을 규정하고 있고, 세이클럽의 세이캐쉬 정책은 사이버 머니를 이용하기 때문에 원클릭 페이(One Click Pay)라는 사이트를 가입해야 이용할 수 있는 것이 다르다.

라) 세이클럽 사용자가 개인정보에 관한 사고를 당했을시 조치사항에 관하여 세이클럽은 특별한 규정을 두고 있지는 않으며, 타 사이트와 마찬가지로 보안, 관리에 관하여 그리고 사용자가 이용시 숙지하여야 할 사항 등을 나타내고 있다.

마) 세이클럽 가입시 원하는 정보는 보통으로 3단계로 되어 있다. 가입시 14세 이상과 이하로 나뉘어서 가입하도록 되어 있는 것이 눈에 띈다.

라. 총 평

우수 사이트들은 개인정보보호정책을 적게는 7가지 부터 많게는 12가지 항목으로 규정하고 있으며, 약관 역시 15개조 내지 25개조로 규정하고 있다. 내용이나 형식면에서 개인정보보호정책은 “정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률” 시행 이전의 법률 제16조부터 제20조 사이의 규정에 근거하고 있는 것으로 보여 개정법의 홍보부족 내지 사업자의 소극성이 현저함을 알 수 있다.⁴⁸⁾ 약관 역시 사이트의 성격에 따라 (무료, 유료 콘텐츠 제공이나 기타 쇼핑몰 운영 등) 내용 면에서 약간의 차이가 있을 뿐 전체적인 내용은 거의 일치함을 알 수 있다. 위 10개 사이트 모두 사이트 초기화면에 개인정보보호정책을

48) 정보통신부와 한국정보보호진흥원 개인정보침해신고센터가 2001년 6월 18일 부터 10일동안 300개 인터넷사이트를 대상으로 개인정보 수집시 정보보호 관련사항 고지의무와 회원탈퇴의 용이성 등을 조사한 결과에 의하더라도 이러한 현상이 나타났다. 현행 정보통신망이용촉진법은 인터넷업체가 개인정보를 수집할 때 미리 개인정보 관리책임자, 정보수집과 이용 목적, 정보의 이용과 보유기간, 회원탈퇴 방법, 정보의 열람과 정정에 관한 사항을 고지하도록 하고 있으나 이 규정을 지킨 업체는 전체의 47%(140개사이트)에 불과했다. 인터넷업체들은 또 개인정보 수집(회원가입)은 쉽게 하면서도 정보삭제(회원탈퇴) 요구는 어렵도록 하고 있는 것으로 드러났다. 조사대상 사이트들은 모두 인터넷상의 메뉴기능을 이용해 개인정보를 수집하고 있으나 이용자가 메뉴를 통해 회원탈퇴를 할 수 있도록 한 사이트는 40%(120개 사이트)에 불과했다. 나머지 37%(111개사이트)는 전화나 전자우편을 통해 탈퇴를 신청하도록 하고 있으며, 23%(69개 사이트)는 회원탈퇴 방법을 제시하지 않고 있다. 또 현행법은 만14세 미만 어린이의 개인정보를 수집하는 경우 부모의 동의를 얻도록 하고 있으나 조사대상 사이트의 대부분이 아예 이를 고지하지 않거나 구체적인 동의절차와 방법을 제시하지 않고 있다. 매일경제, 2001. 8. 3.

공개하고 있으며, 약관은 한미르와 프리챌, 엠파스를 제외하고는 모두 사이트 초기화면에 공개하고 있다.

사용자가 위의 사이트에 가입할 경우 바로 가기한 라이코스 코리아를 제외하고는 서비스 약관 내용이 화면에 나오며, 가입시 이용자로 하여금 모든 위험에 대한 예측이 가능하도록 약관을 비롯하여 개인정보보호정책 등에 대한 접근이 용이하도록 하여야 할 것이나 그러하지 않았다. 위의 10개 사이트 모두 가입시 개인정보보호정책은 언급하지 않고 있으며, 그나마 가입 시 읽어 볼 수 있도록 링크 해놓은 곳은 야후코리아와 다음, 네띠앙, 엠파스, 라이코스코리아의 5개 사이트뿐이다. 사이트 가입 시 그 사이트에 대한 안내와 서비스 소개 등은 잘되어 있는 것과 비교된다

<표 4-2> 웹사이트 평가

구 분	초기화면공개 여부(조항 수)		편이도	내용 수준	면책조항 규정 정도	비 고
	개인	약관				
다 음	O (8)	O (15)	상	하	없음	
야후 코리아	O (11)	O (17)	중	상	하	
네이버	O (12)	O (16)	중	하	중	
라이코스코리아	O (13)	O (21)	중	중	상	
드림위즈	O (7)	O (17)	하	하	없음	
엠파스	O (4)	X (22)	하	중	상	
한미르	O (8)	X (23)	하	하	중	
프리챌	O (7)	X (20)	하	중	하	
네띠앙	O (9)	O (24)	상	하	하	
세이 클럽	O (10)	O (22)	하	중	중	

주) ‘개인’은 개인정보보호정책을 ‘약관’은 서비스 약관으로 표기되었으며, 정도평가는 ‘상·중·하’로 한다. 면책조항은 사용자에게 제한이 많을수록 ‘상’으로 표기한다.

3. 평 가

인터넷이 발전함에 따라 개인정보 침해 사고는 점증하고 있으며, 그 방법 또한 아주 다양하고 고도화되어 가고 있다. 일각에서는 주민등록번호 외에 다른 대안이 필요하다는 주장이 나올 만큼 개인정보보호는 현재 쟁점이 되고 있다. 많은 사이트 중 방문자수를 기준으로 위의 10개 사이트를 살펴보았는데, 다음과 같은 문제가 지적될 수 있다.

첫째, 인터넷 이용자가 사이트에 가입시 개인정보보호정책이나 약관을 제대로 읽지 아니하는 것이 일반적이다. 이것은 이용자의 책임이라기 보다는 사이트 접근의 불편성에 기인한 것으로 보인다. 기본적인 규정이 없더라도 사이트 운영자는 초기화면에 공개해 놓아야 하며, 개인정보보호정책이나 약관 읽기를 적극적으로 유도하여야 한다. 이것은 위험에 대한 설명의무 및 설득의무의 한 방편으로 볼 수 있다.⁴⁹⁾

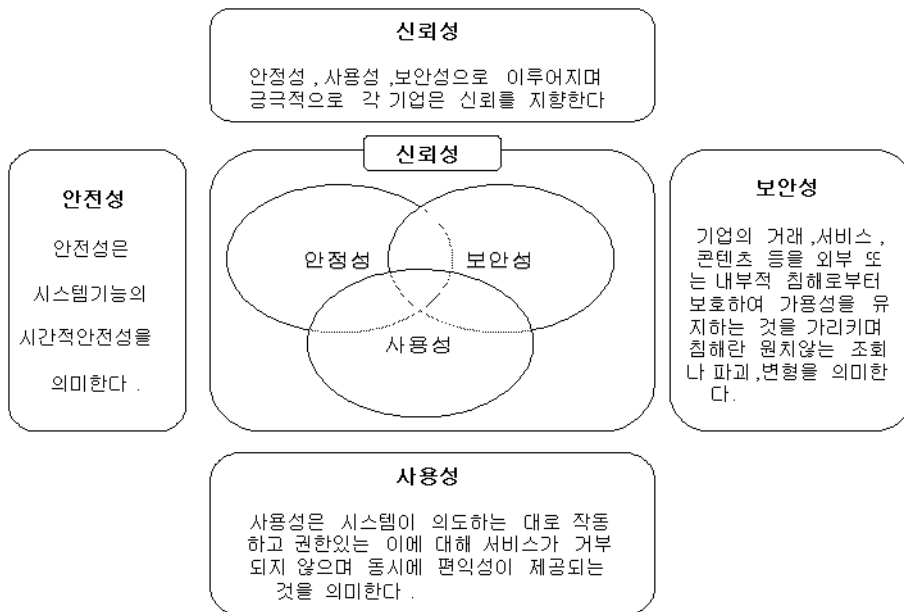
둘째, 개인정보보호정책이 있지만, 정작 개인정보는 보호되고 있지 못하다는 비판이 많이 나오고 있다. 위에서도 살펴보았지만 각 사이트들은 형식적인 규정만 두는 경우가 많고 가장 중요한 개인정보보호 보안책이나 관리시스템에

49) 일반적으로 의사는 환자에게 수술 등 침습을 가하는 과정 및 그 후에 나쁜 결과 발생의 개연성이 있는 의료행위를 하는 경우 또는 사망 등의 중대한 결과 발생이 예측되는 의료행위를 하는 경우에 있어서 진료계약상의 의무 내지 침습 등에 대한 승낙을 얻기 위한 전제로서 당해 환자나 그 법정대리인에게 질병의 증상, 치료 방법의 내용 및 필요성, 발생이 예상되는 위험 등에 관하여 당시의 의료수준에 비추어 상당하다고 생각되는 사항을 설명하여 당해 환자가 그 필요성이나 위험성을 충분히 비교해 보고 그 의료행위를 받을 것인가의 여부를 선택할 수 있도록 할 의무가 있는 것이지만, 의사에게 당해 의료행위로 인하여 예상되는 위험이 아니거나 당시의 의료수준에 비추어 예견할 수 없는 위험에 대한 설명의무까지 부담하게 할 수는 없으며, 설명의무의 주체는 원칙적으로 당해 처치의사라 할 것이나 특별한 사정이 없는 한 처치의사가 아닌 주치의 또는 다른 의사를 통한 설명으로도 충분하다(대판 1999. 9. 3. 99다10479).

대해서는 자세하게 소개하고 있지 않았으며, 개인정보로 인한 사고발생시의 규정은 거의 없다. 이것은 개인정보의 침해방식이 다양하기 때문에 하나 하나 일일이 규정하기에는 무리가 있다하더라도, 수단보다는 보호되어야 할 법적 이익에 대한 설명의 방식으로 극복되어야 할 것이다.

끝으로, 각 사이트 운영자의 보다 적극적인 대처가 필요하다. 위에서 살펴본 듯이 각 사이트의 약관이 규정하고 있는 면책조항은 모든 형태의 사고로부터 사이트 운영자의 면책성을 규정한 부당약관으로 볼 수 있다. 이것은 결국 사용자들에게 신뢰를 주지 못하게 되며, 인터넷의 활용을 방해하게 될 것이다. 결국에는 사이트의 발전적 운영에도 방해가 될 수 있다. 보다 완화된 면책조항이 필요하다고 생각된다.

[그림 4-5] 신뢰의 개념



올바른 인터넷 생활을 위해서 당사자인 사용자와 사이트간의 원활하고 올바른 규제나 정책이 필요한 것이 현실이다. 사이트 운영자는 개인정보의 중요성

을 인식하여 보안성, 안전성 및 사용성을 높히려는 자발적 노력을 통해 신뢰를 획득하도록 노력해야 할 것이며, 사용자 개개인 역시 자신의 정보 및 타인의 정보에 대한 인격적 의미를 인정하는 태도를 갖추어야 할 것이다.

제 3 절 경제적 측면에서의 파급효과

1. 개 설

가. 대상 데이터와 분석방법

1) 데이터의 수집

정보공급자 측면의 경우에 대하여는 직접 인터뷰에 의한 설문조사에서 총 512개의 데이터를 수집하였으며, 수집된 데이터는 잠재적 설문대상자들이 가지는 학력별·직업별·소득별·지역별 분포를 감안하여 사전 통제없이 무작위로 수집하여 분석의 객관성을 꾀하는 한편 개인정보보호의 사회전체적·경제적가치 산정의 단순함에 따른 데이터의 대표성문제를 해소하기 위해 혼합방식에 의한 데이터수집을 피하여 편차를 최소화하였다.

그리고 정보수요자 측면의 경우에 있어서는 경실련에서 개인정보보호 모니터링 대상으로 삼고 있는 300개의 기업을 상대로 사전 양해하에 이메일을 사용한 설문방식에 의거 가치상실의 데이터를 배제한 총 35개 기업의 데이터를 사용하였다.

2) 분석 방법

개인정보의 공급자측면과 수요자측면을 구분하여 개인정보의 경제적 가치를 분석하되, 개인 정보가 어떤 형태로든 보호된다는 확신이 없는 “비보호수준”, “개인 정보가 사전에 명시된 대상 및 용도에만 사용되도록 보호된다는 확

신이 있는 "강보호 수준" 및 개인 정보가 사전에 명시된 대상 및 용도와 함께 대상과 용도가 추가적으로 발생한다면 이를 반드시 사전에 허락받을 경우에만 사용되도록 보호된다는 확신이 있는 "약보호 수준" 등의 세 가지 보호 유형에 따른 각각의 개인정보의 경제적 가치 변수들에 대한 일차적 분석인 "일변수분석"과 전술한 변수들이 개인정보를 제공하는 개인의 특성에 따라 어떻게 다른지를 보기 위해서 선형모형을 사용하여 분석하는 요인분석에 의하여 그 각각에 대한 분석을 행하였다.

나. 분석의 의의

경제적 측면에서의 효과분석은 개인정보보호의 경제적 가치를 측정하고 이러한 양적 가치와 이를 도출하는 과정에서 나오는 여러 가지 분석 결과가 개인정보보호를 위한 정부 정책의 필요성과 내용에 주는 정책적 의미를 모색하는데 있다. 개인정보 제공자(공급자)의 입장에서 본 개인정보보호의 현황과 인식에 대한 분석, 개인정보의 경제적 가치 분석 그리고 개인정보보호 가치 분석 등 세 부분의 실증적 분석, 특히 개인정보보호에 영향을 줄 수 있는 개인적 특성의 연구인 요인분석 등을 통하여 개인정보보호와 관련하여 정부의 역할은 무엇인가에 분석 목적이 있다.

정보공급자에 대한 경제적 분석에 이어 개인정보를 수집하여 기업활동에 사용하고 있는 개인정보 수요자들에 대한 실증적 분석이 또한 필요하게 된다. 즉, 기업활동 중에서 개인정보의 활용 및 개인정보보호와 관련된 기업들의 현황 및 인식에 대한 실증적 분석과 기업이 가지고 있는 대규모 개인정보의 경제적 가치 측정과 개인정보보호를 위한 지불의사의 측정 등 두 가지 부문에 대한 분석이 이루어져야 하는 것이다. 보다 구체적으로는 공급자 측면에 대한 개인정보의 경제적 분석에서 도출될 중요한 결론 중의 하나인 개인정보보호에 대한 정부 개입의 필요성을 개인정보 수요자의 입장에서 검증해보고자 하는데 그 의의가 있는 것이다.

2. 개인정보 공급자측면

가. 연구의 초점과 방법

1) 연구의 필요성

정보화 사회의 발전은 가치있는 정보의 효율적인 생산과 배분에 있다. 그러나 생산되고 배분되는 정보 자체가 가치를 가지고 있다는 사실은 역설적으로 그 정보를 보호해야 한다는 사실을 동시에 내포하고 있다. 그러므로 자율적 시장 기능을 통한 혹은 어느 정도의 정부 개입을 통한 정보의 원활한 교환과 정보의 보호라는 상호모순적인 활동은 서로 조정되고 적절하게 타협되어야 한다.

그러므로 본 보고서에서는 정보의 보호에 대한 시장 기능과 정부 개입의 관계에 대해서 연구하고자 한다. 그러나 현실적으로는 정보 시장에서는 다양한 형태와 매체를 통하여 정보가 생산, 교환되고 있으므로 연구자원의 다양한 제약에 의해 모든 종류의 정보에 대하여 연구할 수는 없다. 그리하여 본 연구에서는 개인정보보호에 국한하여 연구하고자 한다.

2) 연구의 초점

연구를 위한 가장 기본적인 인식은 개인정보는 경제재라는 사실에서부터 출발하여 일반적인 경제재와 다른 그 특수성을 동시에 고려하는 것으로 시작된다. 나아가 개인정보보호는 일반적인 재화나 서비스의 수요나 공급이 아닌 개인정보 수요나 공급으로부터 도출된 수요나 공급이라는 특수성을 감안하여야 한다. 그리고 개인정보보호는 상시적인 수요나 공급이 아닌 불특정한 시각에 불특정한 대상을 염두에 둔 불확실성을 가장 중요한 특성으로 가지게 된다. 그러므로 일반적인 불확실성을 가진 재화나 서비스와 유사한 연구 접근방법을 사용할 수 있다. 즉, 불확실성이 수요자나 공급자에게 어떤 영향을 미치고 그

리고 전체적으로 개인정보보호 시장에 어떤 영향을 미칠 수 있으며, 이러한 영향에 정부는 어떤 역할을 할 수 있을 것인가 하는 경제학적 접근방법을 사용하고자 한다.

3) 연구의 내용

본 보고서에서는 개인정보보호의 경제적 가치를 측정하고 그리고 이러한 양적 가치와 이를 도출하는 과정에서 나오는 여러 가지 분석 결과가 개인정보보호를 위한 정부 정책의 필요성과 내용에 주는 정책적 의미를 연구하고자 한다. 첫째, 개인정보 제공자(공급자)의 입장에서 본 개인정보보호의 현황과 인식에 대한 분석, 개인정보의 경제적 가치 분석 그리고 개인정보보호 가치 분석 등 세 부분의 실증적 분석을 행하고, 둘째로는 개인정보보호 시장에서의 수요자와 공급자간의 정보 비대칭성이라는 상대적 불확실성과 위에서 설명한 개인정보보호가 근본적으로 가지는 절대적 불확실성을 ‘불확실성에 대한 위험보상(risk premium)’의 개념을 사용하여 분석하며, 끝으로 위험보상의 크기와 비대칭성 그리고 위에서 설명한 개인정보보호 시장의 보조적 그리고 종속적 성격의 실증적 규명을 통하여 개인정보보호에서 정부의 역할을 분석하고자 한다.

나. 데이터 수집

1) 수집 방법

개인정보보호의 경제적 가치를 측정한 기존의 데이터는 존재하지 않기 때문에 세심하게 설계된 설문지를 개인정보의 잠재적 공급자인 개인들에게 직접 인터뷰하는 방식을 통하여 가능한 한 대표성을 가진 데이터를 만들고자 하였다.

2) 데이터 특성

직접 인터뷰에 의한 설문조사에서 총 512개의 데이터를 수집하였으며, 수집된 데이터는 잠재적 설문대상자들이 가지는 여러 특성들에 대하여 골고루 잘 분포되어 수집된 것으로 나타났다. 수집된 데이터의 여러 특성들에 대한 분포는 다음과 같다.

가) 성별 분포

총 512개의 데이터 중 남자는 308명(약 60%) 그리고 여자는 204명이다. 이러한 분포는 자연스러운 성 비율은 아니지만 개인정보의 제공은 사회 및 경제활동의 정도와 밀접하게 관련되어 있고, 우리나라에서는 남자의 사회 및 경제 활동이 여자에 비해 보다 많다는 점을 감안하여 사전에 이와 같은 비율로 통제하였다.

나) 연령별 분포

총 512개 데이터의 연령별 분포는 <표 4-3>과 같다. 평균연령은 약 37세이고, 개인정보 제공이 사회 및 경제활동의 정도와 갖는 관련성을 고려하여 30대와 40대를 중심으로 최소한의 고른 분포를 갖도록 사전에 통제하였다.

<표 4-3> 연령별 분포

연령구간	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
20세 - 25세	72 (.1406)	72 (.1406)
25세 - 30세	47 (.0918)	119 (.2324)
30세 - 35세	96 (.1875)	215 (.4199)
35세 - 40세	73 (.1426)	288 (.5625)
40세 - 45세	88 (.1719)	376 (.7344)
45세 - 50세	71 (.1387)	447 (.8730)
50세 - 55세	47 (.0918)	494 (.9648)
55세 - 60세	18 (.0352)	512 (1.0000)

다) 학력별 분포

학력별 분포는 사전 통제 없이 완전 무작위로 수집되었다. 수집된 결과는 <표 4-4>와 같다.

<표 4-4> 학력별 분포

학 령	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
대학교 졸업 이상	245 (.4785)	245 (.4785)
고등학교 졸업	251 (.4902)	496 (.9688)
중학교 졸업 이하	16 (.0313)	512 (1.0000)

라) 직업별 분포

직업별 분포는 사전통제 없이 완전 무작위로 수집되었다. 수집된 결과는 <표 4-5>와 같다.

<표 4-5> 직업별 분포

직 업	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
사무직 회사원	123 (.2402)	123 (.2402)
생산직 회사원	58 (.1133)	181 (.3535)
교 직	17 (.0332)	198 (.3867)
공 무 원	37 (.0723)	235 (.4590)
자 영 업	112 (.2188)	347 (.6777)
기타(전업주부 포함)	165 (.3223)	512 (1.0000)

마) 소득별 분포

월 평균소득에 대한 설문은 주관식으로 하지 않고 각 구간을 30만원으로 하여 11개의 구간을 설정한 객관식 설문을 행하였다. 소득별 분포는 사전 통제 없이 무작위로 수집하였다. 소득별 분포는 <표 4-6>과 같다.

<표 4-6> 소득별 분포

소득구간(만원)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
100 미만	19 (.0371)	19 (.0371)
100 - 160	55 (.1074)	74 (.1445)
160 - 210	107 (.2090)	181 (.3535)
210 - 270	165 (.3223)	346 (.6758)
270 이상	166 (.3242)	512 (1.0000)

바) 지역별 분포

지역별 분포는 최소한의 사전통제하에서 대도시, 중소도시 그리고 소도시 및 농어촌을 대상으로 수집하였다. 지역별 분포는 <표 4-7>과 같다.

<표 4-7> 지역별 분포

지 역	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
대도시	180 (.3523)	180 (.3523)
중도시	213 (.4168)	393 (.7691)
소도시 및 농어촌	118 (.2309)	511 (1.0000)

3) 수집된 데이터의 특성

일반적으로 데이터의 수집대상은 주어진 수집범위에 대하여 무작위 수집을 원칙으로 한다. 그러나 본 보고서에서는 개인정보의 제공 및 보호라는 특수성을 감안하여 데이터 수집 대상의 여러 특성에 대하여 사전통제(성별, 연령별, 지역별)와 무작위 혼합을 실시하였다.

이러한 방법은 개인정보 및 개인정보보호의 사회전체적·경제적가치를 산정 하고자 할 때 각 개인 가치의 단순합(equal weight simple sum)을 사용하는 것은 데이터의 대표성에 문제가 있을 수 있다. 그러나 데이터 수집을 위한 자원의 제약 하에서 보다 효율적인 분석을 위하여 혼합방식을 채택하여 데이터를 수집하였다. 그러나 위의 ‘데이터 특성’에서 본 수집된 데이터의 속성을 고려해보면 데이터의 대표성에 큰 바이어스(bias)는 존재하지 않는다.

다. 개인정보보호의 현황과 인식에 대한 분석

개인정보의 제공에 따른 개인정보보호에 대한 현황과 인식에 대하여 분석하고자 한다. 분석의 방법은 세 가지 방법으로 나누어 진행한다.

- 일변수 분석: 개인정보 제공 및 개인정보보호의 현황과 인식에 관련된 변수들에 대한 일차적 분석이다.
- 상관관계 분석: 위의 변수들간의 상관관계에 관한 분석이다.
- 요인분석: 위의 변수들이 개인정보를 제공하는 개인의 특성에 따라 어떻게 다른지를 보기 위해서 선형모형을 사용하여 분석한다.

1) 일변수 분석

가) 개인정보의 제공 경험

위의 ‘연구의 초점과 방법’에서 설명한바와 같이 제공되는 개인정보의 내용은 매우 구체적으로 설정되어 있다. 약 72%의 응답자가 이러한 수준의 민감한 개인정보를 제공한 경험이 있고, 약 37%의 응답자가 2회 이상의 경험을 가지고 있는 것으로 나타난다.

<표 4-8> 개인정보 제공 경험

제공 경험	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
전혀 없다	143 (.2793)	143 (.2793)
제공해본 적이 있다	181 (.3535)	324 (.6328)
가끔 있다	90 (.1758)	414 (.8086)
자주 있다	80 (.1563)	494 (.9648)
매우 자주 있다	18 (.0352)	512 (1.0000)

나) 개인정보의 유출 경험

전체 응답자의 약 32%가 개인정보의 유출에 의해 피해를 본 경험이 있다고 응답하였다. 개인정보의 유출 및 악용 사례가 일반적으로 생각하는 것보다는

훨씬 심각한 수준임을 알 수 있다. 위의 ‘개인정보의 제공 경험’에서 개인정보를 한번이라도 제공해본 응답자(369명)의 경우만 본다면 실제적인 피해비율은 약 45%에 이른다는 것을 알 수 있다.

<표 4-9> 개인정보 유출에 따른 피해 경험

피해 경험	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
전혀 없다	347 (.6777)	347 (.6777)
유출·악용된 적이 있다	155 (.3027)	502 (.9805)
여러번 유출·악용되었었다	10 (.0195)	512 (1.0000)

다) 개인정보 유출 가능성

약 88%의 응답자가 미래에 자신이 제공한 개인정보가 유출되어 악용될 가능성이 있다고 생각하고 있다. 그리고 개인정보 유출 가능성을 심각하게 여기고 있는 응답자도 약 56%에 이른다. 이러한 결과로 현재의 민간이나 정부에 의한 개인정보보호의 노력이나 제도에 대한 신뢰도가 매우 낮음을 알 수 있다.

<표 4-10> 개인정보 유출 가능성

제공 경험	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
전혀 없다	14 (.0273)	14 (.0273)
낮다	47 (.0918)	61 (.1191)
보통 정도	166 (.3242)	227 (.4434)
높다	160 (.3125)	387 (.7559)
매우 높다	125 (.2441)	512 (1.0000)

라) 개인정보 유출에 따른 피해 예상

약 94%의 응답자가 만약 개인정보가 유출되어 악용된다면 개인적 피해는 심각할 것이라고 응답하였고, 약 73%의 응답자는 그 피해의 정도를 매우 심각하게 생각하고 있다. 위의 ‘개인정보 유출가능성’과 여기에서의 피해 정도

를 동시에 고려해보면 개인정보를 제공하는 공급자들은 개인정보보호를 매우 심각하게 생각하고 있다는 것을 알 수 있다.

<표 4-11> 개인정보 유출에 따른 피해 예상

제공 경험	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
전혀 없다	7 (.0137)	7 (.0137)
작다	26 (.0508)	33 (.0645)
보통 정도	107 (.2090)	140 (.2734)
크다	194 (.3789)	334 (.6523)
매우 크다	177 (.3457)	511 (.9980)

1) 상관관계 분석

가) 유출 가능성과 다른 변수들과의 상관관계

개인정보의 장래 유출 가능성은 과거의 경험에 크게 의존하고 있다. 즉, 개인정보를 제공한 경험이 많을수록 그리고 과거에 개인정보 유출에 따른 피해 경험이 많을수록 장래의 개인정보 유출가능성을 보다 높게 예상하고 있다.

<표 4-12> 유출 가능성과 다른 변수들과의 상관관계

변수	계수 추정치	P-value
상수	2.695646885	.0000
제공 경험	.2786530580	.0000
유출 경험	.2338062901	.0064

나) 유출 피해 예상과 유출 가능성의 상관관계

개인정보 유출에 따른 피해규모의 예상과 유출 가능성의 예상은 매우 밀접한 양의(+) 관계를 가지고 있다. 개인정보보호 문제의 두 가지 핵심 사항인 유출 가능성과 피해 규모는 매우 밀접하게 관련을 맺고 있다는 점에서 개인정보 제공자는 개인정보보호 문제를 매우 심각하게 생각하고 있다는 것을 알 수 있다.

<표 4-13> 유출 피해 예상과 유출 가능성의 상관관계

변 수	계수 추정치	P-value
상수	1.956811562	.0000
유출 가능성	.5596539178	.0000

다) 유출 피해 예상과 다른 변수들과의 상관관계

장래의 개인정보 유출에 따른 피해 규모의 예상은 과거의 제공 경험과 밀접한 관계를 가지고 있으나, 과거의 개인정보 유출에 따른 피해 경험과는 관계가 없다. 두 번째 결과는 이해하기 힘들어 보일 수도 있지만 개인정보의 유출에 따른 피해 예상은 경험적인 것이 아니라 차라리 선형적이라는 것을 분명히 보여주는 것이다. 위의 ‘유출 가능성과 다른 변수들과의 상관관계’와 여기에서의 첫 번째 결과는 매우 흥미로운 해석이 가능하다. 즉, 유출 가능성과 피해의 예상은 과거의 악용 경험을 충분히 감안하더라도 개인정보의 제공 경험과 뚜렷한 양의 관계를 갖고 있다는 것이다. 이러한 결과는 두 가지 해석이 가능하다. 첫 번째 해석은 악용 경험이라는 직접적인 경험 이외에도 단순히 개인정보를 제공함에 따른 다른 사람들의 피해에 대한 간접적인 경험이 장래의 유출 가능성과 피해 규모를 예상하는 데 크게 영향을 미치고 있다는 것이다.

그러나 이러한 해석은 여기에서의 두 번째 결과인 유출에 따른 직접적인 피해 경험이 아무런 영향을 못 주고 있다는 사실을 보면 크게 신빙성이 있는 해석이 되지 못할 수도 있다. 두 번째 해석은 개인정보의 제공에 대한 보다 경제적인 해석에 기인한다. 즉, 개인정보 제공자는 자신의 정보가 유출될 가능성도 많고, 그리고 이에 따른 피해 규모도 클 수가 있다는 것을 알고 있음에도 불구하고 개인정보 제공에 따르는 선택의 여지가 매우 낮다(즉, 탄력성이 매우 낮다)는 것으로 해석될 수 있다. 현실에서 대부분의 경우와 같이 개인정보의 제공이 특정 서비스를 받기 위한 선택사항이 아닌 의무사항이기 때문에 개인정보의 유출 위험을 충분히 알면서도 제공할 수밖에 없는 상황을 반영하고 있다

는 해석이 보다 현실적이다.

이러한 해석은 개인정보보호에서의 정부의 역할을 보다 비중 있게 만들어 준다. 즉, 각 개인이 자신의 개인정보에 대한 가치를 충분히 인식하고 있음에도 불구하고, 그리고 유출 위험이 크다는 것을 알고 있음에도 불구하고 개인정보의 제공자(공급자)가 개인정보의 수요자에 대해서 선택 탄력성이 매우 낮을 수밖에 없다는 사실은 제공자가 느끼는 개인정보 가치 및 개인정보보호 가치를 시장에서 제대로 구현할 수 없다는 것을 의미한다. 이러한 문제의 근본 원인은 개인정보가 그 자체로 교환되는 것이 아니라 다른 종류의 재화 및 서비스 교환의 보조수단으로 행해지고 있기 때문이다. 그러므로 개인정보 제공자들의 낮은 탄력성에 의해서 생기는 문제에 대하여 정부가 어느 수준에서는 개입하여야 할 필요성이 존재한다.

<표 4-14> 유출 피해 예상과 다른 변수들과의 상관관계

변 수	계수 추정치	P-value
상수	3.766354195	.0000
제공 경험	.1205887791	.0015
유출 경험	-.3241783263E-01	.7004

3) 요인분석: 선형 모델 회귀분석

가) 개인정보 제공경험 요인분석

개인정보의 제공 경험은 대체로 개인의 특성들에 관계없이 대체로 보편적인 현상이다. 그러나 현저하지는 않지만 나이가 적을수록, 주거지역과 함께 소득이 높을수록 그리고 공무원의 경우에는 개인정보 제공의 경험이 더욱 많아진다.

<표 4-15> 개인정보 제공경험 요인분석

변수	계수 추정치	P-value	
상수	2.854594173	.0000	
성별	-.1413325877	.1988	
나이	-.2617054534E-01	.0000*	
학력	.9756858554E-01	.3685	
직업	사무직	-.8532037325E-01	.5691
	생산직	.1861091534	.2984
	교직	.9283955222E-01	.7536
	공무원	.6468543878	.0036*
	자영업	.1319057827	.4102
소득	.3541256967E-01	.0946*	
주거지역	-.2153362062E-02	.0533*	

나) 개인정보 유출 경험 요인분석

개인정보가 유출된 경험은 개인정보의 제공 경험보다 더 보편적이다. 즉, 개인정보의 제공경험이 많을수록 유출 경험이 높아질 뿐 어떠한 개인 특성변수도 거의 영향을 주지 않는다.

<표 4-16> 개인정보 유출경험 요인분석

변수	계수 추정치	P-value	
상수	1.228351799	.0000	
개인정보 제공 경험	.1058947045	.0000*	
성별	-.5412302594E-02	.9128	
나이	-.5280265247E-02	.0375	
학력	-.4147732267E-01	.3946	
직업	사무직	.6855406927E-01	.3081
	생산직	.2434030338E-01	.7621
	교직	.8234807994E-01	.5349
	공무원	-.8994310726E-01	.3705
	자영업	.4292557634E-01	.5506
소득	.1460173268E-01	.1256	
주거지역	-.3582573912E-03	.4754	

다) 개인정보 유출 가능성 요인분석

위의 ‘개인정보 유출 경험 요인분석’의 개인정보 유출 가능성과 다른 변수들의 상관관계에서 본 바와 크게 다르지 않게 개인정보 유출 가능성과 가장 큰 관계를 갖고 있는 것은 개인정보 제공 경험과 개인정보 유출 경험 변수들이다. 개인 특성변수 중에서는 학력이 높을수록, 소득이 높을수록 그리고 공무원일수록 개인정보의 유출 가능성을 보다 높게 예상한다.

<표 4-17> 개인정보 유출 가능성 요인분석

변 수	계수 추정치	P-value	
상수	2.979087675	.0000	
개인정보 제공 경험	.2411872734	.0000*	
개인정보 유출 경험	.2083353356	.0123*	
성별	-.1094738372	.2339	
나이	-.4378306132E-02	.3559	
학력	-.2366187559	.0091*	
직 업	사무직	-.1720852806	.1695
	생산직	-.1380555476	.3560
	교직	-.1403817894	.5698
	공무원	.5932585668	.0015*
	자영업	-.9586667401E-01	.4739
소득	.6197074124E-01	.0005*	
주거지역	-.4352982741E-03	.6413	

라) 개인정보 유출에 따른 예상 피해정도 요인분석

위의 ‘상관관계 분석’의 ‘유출 피해 예상과 다른 변수들과의 상관관계’에서 개인정보 유출에 따른 예상 피해정도 변수와 다른 변수들과의 상관관계 분석의 결과와는 사뭇 다른 결과를 보인다. 또한 ‘상관관계 분석’의 ‘유출 피해 예상과 다른 변수들과의 상관관계’와 유사하게 개인정보 유출 경험은 개인정보 유출 예상 피해정도와 관련성이 없으나, 상기 결과와는 다르게 개인정보 제공 경험도 관련성이 없는 것으로 나타났다.

차라리 몇 개의 개인특성변수들이 예상 피해정도에 보다 큰 영향을 주는 것으로 나타났는데, 공무원일수록 그리고 소득이 높을수록 그 피해정도가 클 것으로 예상하고 있다. 위의 ‘요인분석’ 중 ‘개인정보 유출 가능성 요인분석’과 마찬가지로 유출 가능성과 유출 예상피해 정도에서 공무원이 인지하는 심각성의 정도가 매우 높은 것으로 나타난 것은 특이한 현상이다.

<표 4-18> 개인정보 유출에 따른 예상 피해정도 요인분석

변 수	계수 추정치	P-value	
상수	3.831438557	.0000	
개인정보 제공 경험	.9049563124E-01	.0190*	
개인정보 유출 경험	-.6842692745E-01	.4138	
성별	-.1326867077E-01	.8860	
나이	-.1083098699E-01	.0232*	
학력	-.7541518190E-01	.4087	
직 업	사무직	.1345634712	.2858
	생산직	.2628738089	.0808*
	교직	.1387712606	.5767
	공무원	.5345494656	.0045*
	자영업	.1954982877	.1467
소득	.5905037933E-01	.0010*	
주거지역	.2023321993E-03	.8296	

라. 개인정보의 경제적 가치

1) 측정 방법

가) 개인정보의 내용

일반적으로 정보의 가치는 정보의 내용에 따라 달라진다. 본 연구에서는 이러한 가변적 가치를 감안하여 분석의 초점을 보다 명확하게 하기 위하여 제공하고자 하는 정보의 내용을 구체적으로 설정하였다. 본 연구에서는 제공하고

자 하는 그리고 보호하고자 하는 개인 정보의 내용을 다음과 같은 두 가지 개인 정보를 모두 포함하는 것으로 설정하였다.

- 기본적인 개인신상 정보: 성명, 나이, 본적, 주민등록번호, 주소, 성별, 전화번호(유선 및 무선)와 이메일 주소, 학력, 직업, 결혼 여부 및 가족관계

- 개인의 경제적 환경에 관한 정보: 근무처 이름, 월평균 소득(근로소득 및 자산소득), 재산(부동산 및 동산자산) 및 부채(보증 포함), 거래 은행 및 소유 신용카드 종류, 신용불량 유무 및 내용

나) 개인정보의 제공 방식

위에서도 설명한 바와 같이, 개인정보도 일종의 독립적인 경제재이지만 대부분의 경우 현실에서는 다른 종류의 경제적 거래에 수반되어 제공되고 수집되는 것이 일반적이다. 그래서 본 연구에서는 개인정보의 가치 측정 상황도 이러한 현실과 유사하게 특정한 목적을 위하여 특정한 타인에게 개인정보의 제공(예: 신용카드 발급, 은행대출 신청, 특정서비스 회원 가입 등)이라는 상황을 설정하였다.

다) 개인정보의 활용 방식:

개인정보의 경제적 가치는 개인정보가 어떤 용도로 혹은 어떤 범위 내에서 활용되는가에 따라 달라진다. 본 연구의 목적이 개인정보보호에 있으므로 개인정보의 활용범위를 보호되고 있는 범위인지 혹은 보호되지 않고 있는 범위인지로 구분하여 개인정보의 가치를 측정한다. 본 연구에서 사용하는 개인정보 ‘보호’의 개념은 “본인도 모르게 자신의 개인 정보가 유출되어 악용되는 것으로부터 자신을 보호하는 행위”로 정의하였다.

라) 개인정보의 가치와 ‘위험보상’

위의 정의에 따르면 ‘보호’와 ‘비보호’의 구분은 제공자 본인의 ‘인지’ 여부에 있다. ‘보호’에 대한 이러한 일반적인 정의는 경제학적 관점에서는 다른 시각에서 해석될 수 있다. 즉, ‘개인정보의 보호된 활용’은 개인정보의 활용범위에 불확실성이 없다는 것이고 ‘개인정보의 보호되지 않은 활용’이란 개인정보

의 활용범위에 불확실성이 내포되어있다고 해석되어질 수 있다. ‘비보호’를 이렇게 ‘활용범위의 불확실성’으로 해석하는 것은 아래의 분석에서 아주 분명하게 나오는 것처럼 개인정보 제공자의 관점에서는 개인정보의 제공은 위험을 수반하는 행위이므로 개인정보의 가치에 ‘위험보상(risk premium)’이 포함될 수 있다는 것이다. 이러한 개인정보의 불확실성과 이에 수반된 위험보상의 존재는 전형적인 ‘시장실패(market failure)’의 한 원인이 될 수 있다는 점에서 개인정보보호에 정부의 역할을 필요로 할 수 있게할 수 있다.

마) 개인정보보호의 세가지 유형

본 연구에서는 다음과 같이 개인정보보호의 세 가지 유형을 설정하여 개인정보의 가치를 측정하였다.

- 비보호 수준 : 개인 정보가 어떤 형태로든 보호된다는 확신이 없을 경우
- 강보호 수준 : 개인 정보가 사전에 명시된 대상 및 용도에만 사용되도록 보호된다는 확신이 있는 경우
- 약보호 수준 : 개인 정보가 사전에 명시된 대상 및 용도와 함께 대상과 용도가 추가적으로 발생한다면 이를 반드시 사전에 허락받을 경우에만 사용되도록 보호된다는 확신이 있는 경우

2) 분석 방법

제공자(공급자)가 가지고 있는 개인정보의 경제적 가치를 분석하고자 한다. 분석의 방법은 두 가지 방법으로 나누어 진행한다.

가) 일변수 분석

세 가지 보호 유형에 따른 각각의 개인정보의 경제적 가치 변수들에 대한 일차적 분석이다.

나) 요인분석

위의 변수들이 개인정보를 제공하는 개인의 특성에 따라 어떻게 다른지를 보기 위해서 선형모형을 사용하여 분석한다.

3) 일변수 분석

가) 비보호하에서 개인정보의 가치

개인정보 제공자가 가지고 있는 비보호하에서 개인정보 가치의 평균값은 16만 9,900원이고 표준 편차는 5만 2,300원이다. 개인정보 가치의 분포는 다음의 표와 같다. 응답자의 70%이상이 객관식 항목으로 설정한 가치의 최고액을 선택하였다. 일반적으로 생각하는 것과는 매우 달리 개인정보 제공자는 자신의 개인정보 가치를 매우 높게 여기고 있는 것이다. 일반적으로 우리가 개인정보 제공자들이 가지는 개인정보 가치가 낮을 것이라고 여기는 이유는 대부분의 경우 개인정보의 제공이 다른 경제거래의 보조적 수단으로 거래되기 때문에 큰 거부감없이 개인정보를 제공하는 것처럼 여기기 때문이다.

<표 4-19> 비보호하에서 개인정보의 가치

가치범위(만원)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
1.0 - 4.8	21 (.0410)	21 (.0410)
4.8 - 8.6	19 (.0371)	40 (.0781)
8.6 - 12.4	58 (.1133)	98 (.1914)
12.4 - 16.2	55 (.1074)	153 (.2988)
16.2 - 20.0	359 (.7012)	512 (1.0000)

나) 강보호하에서 개인정보의 가치

강보호하에서 개인정보 가치의 평균값은 12만 3,000원이고 표준편차는 6만 4,800원이다. 위의 ‘비보호하에서 개인정보의 가치’와 비교해보면 개인정보의 가치는 평균적으로 약 4만6천원이나 낮아진다. 아래의 요인분석에서 보다 분명하게 분석되겠지만 여기서의 4만6천원은 ‘개인정보 활용 불확실성’에 따른 ‘위험보상’이라고 해석할 수 있다.

본 연구에서 크게 주목하여야 할 것은 위험보상의 크기이다. 비보호하에서 개인정보 가치의 약 25%가 위험보상이다. 이러한 크기는 상식적으로 생각해보

면 매우 크다고 할 수 있다. 즉, 공급자의 입장에 있는 개인정보 제공자의 불확실성 회피정도는 매우 크다고 말할 수 있다. 이러한 크기의 위험보상 자체가 개인정보보호의 미흡에 따른 과도한 사회적 비효율성이고, 나아가 이렇게 공급자가 요구하는 위험보상이 개인정보시장 구조의 특수성에 따라 충분히 실현될 수 없기 때문에 개인정보 시장은 이중으로 왜곡될 수밖에 없다.

<표 4-20> 강보호하에서 개인정보의 가치

가치범위(만원)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
1.0 - 4.8	72 (.1406)	72 (.1406)
4.8 - 8.6	55 (.1074)	127 (.2480)
8.6 - 12.4	130 (.2539)	257 (.5020)
12.4 - 16.2	89 (.1738)	346 (.6758)
16.2 - 20.0	166 (.3242)	512 (1.0000)

다) 약보호하에서 개인정보의 가치

약보호하에서 개인정보의 가치는 평균값이 약 13만5,100원이고 표준편차는 6만800원이다. 비보호하에서의 가치인 16만 9,900원에 비해 약 3만4,800원이 낮아진다. 위의 ‘강보호하에서 개인정보의 가치’의 해석과 결합해보면 4만6천원의 위험보상이 3만4,800원으로 낮아진 것은 위험보상 자체가 낮아진 것이 아니라 강보호에 비해 약보호의 활용범위 확대에 따른 효용가치의 증가가 1만1,200이 된다고 해석할 수 있다. 혹은 약보호는 사후적인 수락하의 정보활용이라는 불확실성을 여전히 가지고 있지만, 사후적 수락에 의한 정보 활용은 아무런 인지도 없는 비보호에서의 활용에 비해 개인정보의 활용이 악의적이지 않을 것이라는 해석하에서는 여기에서의 3만4,800원은 ‘악의적인 활용 불확실성’에 대한 위험보상이라고 해석할 수 있다.

<표 4-21> 약보호하에서 개인정보의 가치

가치범위(만원)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
1.0 - 4.8	43 (.0840)	43 (.0840)
4.8 - 8.6	58 (.1133)	101 (.1973)
8.6 - 12.4	111 (.2168)	212 (.4141)
12.4 - 16.2	110 (.2148)	322 (.6289)
16.2 - 20.0	190 (.3711)	512 (1.0000)

4) 요인분석

가) 비보호하의 개인정보 가치 요인분석

비보호하에서 개인정보의 가치는 개인정보의 제공 및 보호와 직접적으로 관련된 변수들과는 밀접한 관계를 가지고 있지만 개인특성변수들에는 거의 영향을 받지 않는다. 물론 개인특성변수들은 개인정보의 제공 및 보호와 직접적으로 관련된 변수들을 통해서 간접적으로 개인정보의 가치에 영향을 줄 수 있다. 비보호하에서 개인정보의 가치는 제공경험이 많을수록, 유출경험이 작을수록, 장래 유출가능성을 높게 볼수록, 그리고 유출 피해정도를 심각하게 생각할수록 그 가치를 높게 평가한다. 여기서 주목할 만한 결과는 크게 두 가지라고 생각된다. 첫 번째는 유출경험이 많을수록 개인정보의 가치를 낮게 평가한다는 것이다. 유출위험에 따른 위험보상요인은 아래의 두 변수인 유출 가능성과 유출 피해정도에 의해 반영되었다는 것을 감안하면 이러한 결과는 보호될 것이라는 확신이 없는 상황에서 유출경험이 많은 사람들은 자신의 개인정보 가치가 시장에서 매우 낮게 평가되고 있다는 사실을 심각하게 경험한 결과라고 해석할 수 있다. 즉, 경험적으로 유출 피해를 당해보지 않은 사람들에 비해 유출피해를 당해본 사람들은 실제적으로 시장에서 자신들의 개인정보가 매우 낮은 값으로 평가되고 있다는 사실을 잘 알고 있다는 것이다. 이러한 저평가는 위에서도 반복적으로 설명한바와 같이 개인정

보 시장의 보조적이고 종속적 관계에서 발생한다. 두 번째, 위의 ‘일변수 분석’에서 예견한 바와 같이 비보호하에서 개인정보의 가치에는 유출위험에 따른 위험보상이 크게 반영되고 있다는 것을 여기서 확인할 수 있다. 즉, 위험보상을 결정하는 유출가능성과 유출에 따른 피해정도가 비보호하에서 개인정보의 가치에 매우 큰 영향을 주고 있다는 결과를 통해서 위의 ‘일변수 분석’의 가설을 구체적으로 입증할 수 있다.

<표 4-22> 비보호하의 개인정보 가치 요인분석

변 수	계수 추정치	P-value	
상수	10.49383987	.0000	
개인정보 제공 경험	.7407868899	.0004	
개인정보 유출 경험	-1.626969719	.0003	
개인정보 유출 가능성	.8146658017	.0052	
개인정보 유출 피해정도	.8733783045	.0026	
성별	-.4975005126	.3063	
나이	.1059500375E-01	.6737	
학력	-.3742251601	.4378	
직	사무직	1.096466173	.0997
	생산직	.5933524316	.4562
	교직	2.153715573	.0990
업	공무원	.7695885983E-01	.9385
	자영업	.3907408461	.5824
소득	.5292299128E-01	.5782	
주거지역	-.1437800413E-02	.7707	

나) 강보호하의 개인정보 가치 요인분석

강보호하에서 개인정보의 가치는 개인정보의 제공 및 보호와 직접적으로 관련된 변수들과는 밀접한 관계를 가지고 있지만 개인특성변수들에 의해서도 영

향을 받고 있다. 자영업을 하는 사람일수록 그리고 소득이 높을수록 강보호하에서 개인정보의 가치를 높게 평가하고 있다.

비보호하에서 개인정보의 가치와 비교해보면 위험보상의 문제가 강보호하에서는 현저히 줄어들게 된다는 이론적 결과를 나름대로 확인할 수 있다. 즉, 위험보상의 크기에 영향을 줄 수 있는 유출 피해정도 변수의 영향이 강보호하에서 개인정보의 가치변수에 주는 영향은 거의 소멸해버린다는 것이다.

<표 4-23> 강보호하의 개인정보 가치 요인분석

변수	계수 추정치	P-value	
상수	5.508678179	.0157	
개인정보 제공 경험	1.255631339	.0000	
개인정보 유출 경험	-1.514039132	.0074	
개인정보 유출 가능성	1.117913340	.0025	
개인정보 유출 피해정도	.1507976474E-01	.9673	
성별	.3919254696	.5251	
나이	.3146301133E-01	.3242	
학력	.6042944926	.3233	
직업	사무직	.7711244015	.3612
	생산직	1.398959988	.1660
	교직	1.025222085	.5358
	공무원	.9052950591	.4746
	자영업	2.448368085	.0066
소득	-.20202	.0942	
주거지역	.5861863748E-02	.3489	

다) 약보호하의 개인정보 가치 요인분석

약보호하에서 개인정보의 가치는 개인정보의 제공 및 보호와 직접적으로 관련된 변수들과는 밀접한 관계를 가지고 있지만 개인특성변수들에 의해서도 영향을 받고 있다. 자영업을 하는 사람일수록 그리고 소득이 높을수록 강보호하

에서 개인정보의 가치를 높게 평가하고 있다. 이러한 결과는 강보호하에서 개인정보의 가치와 매우 유사한 결과이다.

비보호하에서의 개인정보의 가치와 비교해보면 위험보상의 문제가 약보호하에서도 현저히 줄어들게 된다는 이론적 결과를 나름대로 확인할 수 있다. 즉, 위험보상의 크기에 영향을 줄 수 있는 유출 가능성과 유출 피해정도 변수의 영향이 약보호하에서 개인정보의 가치변수에 주는 영향이 낮아진다는 것을 알 수 있다. 위의 ‘일변수 분석’에서도 설명한바와 같이 약보호하에서 개인정보의 가치에도 위험보상이 포함되어있다. 그러나 비보호하에서의 위험보상과는 달리 여기서의 위험보상은 ‘비악의적인 활용 불확실성’에 따른 위험보상이 되므로 비보호하에서의 ‘악의적인 활용 불확실성’에 따른 위험보상 부분은 소멸된다는 것을 확인할 수 있다.

<표 4-24> 약보호하의 개인정보 가치 요인분석

변수	계수 추정치	P-value	
상수	8.779487501	.0001	
개인정보 제공 경험	.7260742474	.0048	
개인정보 유출 경험	-.9662953721	.0761	
개인정보 유출 가능성	.7809341672	.0287	
개인정보 유출 피해정도	.3872123421	.2751	
성별	.5200285332	.3820	
나이	.2518278232E-01	.4133	
학력	-.1028749455	.8616	
직업	사무직	.9965899735	.2212
	생산직	.2664555046	.7845
	교직	1.181618411	.4594
	공무원	.1119089593	.9270
	자영업	1.697199169	.0509
소득	-.2362216973	.0425	
주거지역	-.5722110306E-03	.9245	

마. 개인정보보호의 가치

1) 측정방법

가) 간접적인 측정

개인정보의 잠재적 제공자에게 개인정보보호를 위한 지불의사(WTP: Willing-to-Pay)를 직접적으로 설문하여 측정하는 것은 바람직한 방법이 아닌 것으로 생각된다. 왜냐하면 개인정보보호 수요는 직접적인 효용가치를 가지는 수요가 아니고 개인정보를 제공하는 과정에서 나오는 이차적인 수요이기 때문이다. 그리고 개인정보보호를 위한 특정한 수단과 방법을 제시하기도 어려우며, 일반적인 응답자에게는 그러한 설명도 매우 낮은 문제이기 때문에 설문과정에서 측정오차의 문제를 심각하게 야기시킬 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 각 유형의 보호 상태하에서 개인정보의 가치를 질문하고, 이에 근거하여 간접적으로 개인정보보호의 WTP를 산출하는 방식을 선택하였다. 즉, 특정 유형의 보호를 수요하고자 하는 WTP는 <표 4-25>와 같이 산정하였다.

<표 4-25> WTP 산출방식

$\text{개인정보보호 WTP} = \text{비보호하에서 개인정보의 가치} - \text{특정 유형의 보호하에서 개인정보의 가치}$

나) ‘위험보상’의 해석

위의 ‘개인정보의 경제적 가치’에서 설명한 바와 같이 개인정보보호 WTP는 이론상으로도 그리고 본 연구의 구체적인 산정 방식에서도 ‘유출위험에 대한 위험보상’으로 해석될 수 있다.

2) 분석방법

제공자(공급자)가 가지고 있는 개인정보보호를 위한 WTP를 분석하고자 한

다. 분석의 방법은 두가지 방법으로 나누어 진행한다.

가) 일변수 분석

비보호를 제외한 두가지 보호 유형에 따른 각각의 개인정보보호를 위한 WTP 변수들에 대한 일차적 분석이다.

나) 요인분석

위의 변수들이 개인정보를 제공하는 개인의 특성에 따라 어떻게 다른지를 보기 위해서 선형모형을 사용하여 분석한다.

3) 일변수 분석

가) 강보호를 위한 WTP

강보호를 위한 WTP의 평균값은 4만6,900원이고 표준 편차는 5만9,100원이다. 위의 ‘측정방법’에서 설명한 바와 같이 이것은 위험보상으로 해석될 수 있다. 위의 ‘개인정보의 경제적 가치’에서 설명한바와 같이 강보호를 위한 WTP는 일반적으로 생각하고 있는 것보다 상당히 큰 값을 가진다는 것을 알 수 있다.

<표 4-26> 강보호를 위한 WTP 분포

가치범위(만원)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
0 - 1.6	224 (.4375)	224 (.4375)
1.6 - 4.5	43 (.0840)	267 (.5215)
4.5 - 7.4	98 (.1914)	365 (.7129)
7.4 - 10.3	48 (.0938)	413 (.8066)
10.3 - 13.2	57 (.1113)	470 (.9180)
13.2 - 16.1	11 (.0215)	481 (.9395)
16.1 - 19.0	31 (.0605)	512 (1.0000)

나) 약보호를 위한 WTP

약보호를 위한 WTP의 평균값은 3만4,700원이고 표준 편차는 5만3,900원이다. 위의 ‘측정방법’에서 설명한 바와 같이 이것은 위험보상으로 해석될 수 있다. 위의 ‘개인정보의 경제적 가치’에서 설명한바와 같이 약보호를 위한 WTP는 일반적으로 생각하고 있는 것보다 상당히 큰 값을 가진다는 것을 알 수 있다.

<표 4-27> 약보호를 위한 WTP 분포

가치범위(만원)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
0 - 3.8	253 (.5352)	274 (.5352)
3.8 - 7.6	130 (.2539)	404 (.7891)
7.6 - 11.4	76 (.1484)	480 (.9375)
11.4 - 15.2	16 (.0313)	496 (.9688)
15.2 - 19.0	16 (.0313)	512 (1.0000)

4) 요인분석

가) 강보호를 위한 WTP 요인분석

개인특성변수들은 WTP에 거의 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 물론 직접적인 영향은 없지만 개인정보 가치, 제공 경험, 유출 경험, 유출 가능성 그리고 유출 피해정도 등의 변수들을 통하여 개인특성변수들은 간접적으로 영향을 주게된다. 앞서 설명한바와 같이 WTP는 위험보상적인 성격이 강하다는 가설은 여기서도 사실로 입증되고 있다. 즉, 위험보상의 크기를 결정하는 주요 변수인 유출 가능성과 유출 피해정도 변수가 WTP에 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 여기서 흥미로운 결과는 과거의 유출경험이 WTP에 부정적으로 작용한다는 것이다. 또한 상기 설명한 것처럼 개인정보 시장에서의 왜곡이 이러한 현상을 낳는 것으로 해석된다.

<표 4-28> 강보호를 위한 WTP 요인분석

변 수		계수 추정치	P-value
상수		8.416575736	.0000
강보호하의 개인정보 가치		-.6229106031	.0000
개인정보 제공 경험		.2673016258	.1579
개인정보 유출 경험		-1.056041616	.0074
개인정보 유출 가능성		.3931125346	.1289
개인정보 유출 피해정도		.8676918851	.0007
성별		-.6452914515	.1313
나이		-.1269364219E-02	.9543
학력		-.6020982058	.1560
직	사무직	.8056833372	.1691
	생산직	.6581945364E-01	.9252
	교직	1.767115196	.1238
업	공무원	-.2644183080	.7633
	자영업	-.5325127983	.3974
소득		.1291058112	.1238
주거지역		-.3648247079E-02	.4007

나) 약보호를 위한 WTP 요인분석

개인특성변수들은 WTP에 거의 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 물론 직접적인 영향은 없지만 개인정보 가치, 제공 경험, 유출 경험, 유출 가능성 그리고 유출 피해정도 등의 변수들을 통하여 개인특성변수들은 간접적으로 영향을 주게된다. 그러나 소득이 높을수록 그리고 미약하나마 여자일수록 WTP가 낮아지는 것으로 나타났다. 위에서 설명한바와 같이 WTP는 위험보상적인 성격이 강하다는 가설은 여기서도 사실로 입증되고 있다. 즉, 위험보상의 크기를 결정하는 주요 변수인 유출 가능성과 유출 피해정도 변수가 WTP에 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 여기서 흥미로운 결과는 과거의 유출경험이 WTP에 부정적으로 작용한다는 것이다. 이는 앞서 설명한 것처럼 개인정보 시장에서의 왜곡이 이러한 현상을 낳는 것으로 해석된다.

<표 4-29> 약보호를 위한 WTP 요인분석

변수	계수 추정치	P-value	
상수	3.505266657	.0560	
강보호하의 개인정보 가치	-.3251078083	.0000	
개인정보 제공 경험	.4229281951	.0527	
개인정보 유출 경험	-1.152900291	.0112	
개인정보 유출 가능성	.3971739903	.1835	
개인정보 유출 피해정도	.4910685117	.0949	
성별	-.89011110153	.0711	
나이	-.4358907912E-02	.8645	
학력	-.7488935651E-01	.8784	
직업	사무직	.3505747632	.6039
	생산직	.7817097426	.3339
	교직	1.305404867	.3243
	공무원	.2593683931	.7978
	자영업	-.5104747411	.4819
소득	.2234636330	.0209	
주거지역	.1040148293E-02	.8354	

그리고 이미 설명한 바와 같이 약보호를 위한 WTP에는 ‘악의적인 활용 불확실성’에 대한 위험보상만을 포함하고 있으므로 유출 가능성과 유출 피해정도 변수들이 WTP에 주는 영향은 강보호를 위한 WTP보다 적은 영향만을 주는 것으로 나타나고 있다.

사. 평가

정책적 함의와 관련하여 수행된 이러한 분석의 중요한 첫 번째 결과는 개인정보 제공자의 관점에서 본 개인정보보호를 위한 지불의사가 매우 높다는 것이다. 두 번째 결과는 이러한 개인정보보호를 위한 지불의사는 개인정보의 제

공에 따른 ‘활용의 불확실성에 대한 위험보상’이라는 이론적 가설을 실증적이고 구체적으로 입증하고 있다는 것이다. 이러한 첫 번째와 두 번째 결과는 매우 중요한 정책적 함의를 지니고 있다. 즉, 개인정보 공급자들은 개인정보 활용 불확실성에 대한 매우 높은 위험보상을 요구하고 있는 것이다. 잘 알려진 것처럼 이러한 위험보상은 사회 전체적 관점에서는 필요악으로서 자원분배에서의 사회적 비효율성을 높일 뿐이다. 그러므로 정부는 개인정보보호를 위한 정책을 통하여 사회 전체적으로 ‘활용 불확실성’을 감소시키는 중요한 역할을 할 수 있다.

과다한 위험보상은 거시적인 측면에서 사회적 비효율성을 높이지만, 이러한 위험보상이 개인정보의 공급자와 수요자간에 적절히 조정되고 타협될 경우에 최소한 개인정보보호 시장 나아가 개인정보보호 시장의 상위 시장인 개인정보 시장 그리고 크게는 정보시장의 근본적인 왜곡은 피할 수 있다. 그러나 본 연구의 세 번째 결과는 이러한 시장왜곡의 문제 심각성을 제기하고 있다. 즉, 대부분의 개인정보 시장이 보다 상위의 재화와 서비스 시장에 종속되고 그리고 보조적인 성격을 가지고 있기 때문에 개인정보 시장만을 본다면 이 시장은 상당한 정도로 수요독점적인 성격을 가지고 있다. 이러한 수요독점적인 성격은 본 연구에서 직간접적으로 그리고 실증적으로 규명되고 있다. 이러한 수요독점적 성격은 개인정보 제공자가 당연히 요구할 수 있는 ‘위험보상’을 받을 수 없게 만들어버린다. 이러한 개인정보 시장의 왜곡은 다양한 방향으로 개인정보 시장과 관련을 맺고 있는 정보시장 혹은 일반적 재화나 서비스 시장의 왜곡을 가져올 수 있는 것이다.

이러한 개인정보보호의 불확실성에 따른 사회적 비효율성과 개인정보 시장과 관련 시장의 왜곡을 방지하기 위해서는 개인정보보호에 대한 정부의 개입을 보다 적극적으로 수행해야 할 필요성이 있다고 하겠다.

3. 개인정보 수요자 측면

가. 연구의 초점과 방법

1) 연구의 초점

여기에서는 개인정보를 수집하여 기업활동에 사용하고 있는 개인정보 수요자들에 대한 실증적 연구로, 첫째, 기업 활동 중에서 개인정보의 활용 및 개인정보보호와 관련된 기업들의 현황 및 인식에 대한 실증적 분석, 둘째, 기업이 가지고 있는 대규모 개인정보의 경제적 가치 측정과 개인정보보호를 위한 지불의사의 측정 등 두 가지 부문에 초점을 두고자 한다.

이에 기초하여 이 절의 ‘개인정보 공급자측면’에서 도출된 결론 중의 하나인 개인정보보호에 대한 정부 개입의 필요성을 개인정보 수요자의 입장에서 검증해보고자 하는데, 그 구체적인 연구 초점을 두고 있다. 보다 구체적으로는 개인정보 공급자의 입장에서 규명한 두 가지 결과에 대한 실증적 검증이다. 첫째, 개인정보 시장의 왜곡 상태에 관한 것이고, 둘째, 개인정보 공급자가 원하는 ‘위험보상’에 대한 개인정보 수요자들의 인식에 관한 것이다.

2) 연구의 제약

개인정보 수요자에 대한 데이터는 근본적인 이유에서 그리고 연구자원의 제약에 의해 개인정보 공급자들에 대한 데이터보다 양과 질에서 훨씬 불리한 것을 사용하지만 데이터의 대부분이 개인정보를 기업활동에서 중요하게 다루고 있는 기업을 대상으로 한 것이므로 본 장의 분석 결과에 지나치게 낮은 신뢰성을 부여할 필요는 없다고 생각된다.

나. 데이터의 수집

1) 데이터 수집 대상과 방법

가) 데이터 수집 대상

데이터 수집대상은 가급적 개인정보의 수요가 기업활동에 중요한 역할을 하는 기업에 한정하고자 하였다. 그리고 비록 무작위적인 수집 원칙을 다소 저하시키더라도 연구자원의 제약을 고려하여 개인정보보호에 대한 기본적인 인식이 있는 기업들에 한정하고자 하였다. 이를 위하여 설문 대상을 경실련에서 개인정보보호 모니터링 대상으로 삼고 있는 300개의 기업⁵⁰⁾을 설문 수집대상으로 하였다. 이들 기업들은 인터넷을 정도의 차이는 있지만 적극적으로 활용하고 있는 16개의 분야인 교육, 쇼핑, 포털사이트, 방송, 취업, 메일서비스, 서점, 이벤트, 증권, 경매, 뉴스, 영화, 커뮤니티, 신문, 게임, 메신저서비스 등에서 기업활동을 하고 있다.

나) 데이터 수집 방법

소극적인 설문지 우송방식이 가지고 있는 저조한 반응율을 조금이라도 극복하기 위해서 먼저 설문대상기업의 담당자 전화번호를 찾아서 미리 설문의 취지를 설명하고, 그리고 이메일을 사용하여 설문지를 우송하고 반응하는 방식을 사용하였다. 총 51개의 응답지 중에서 불성실한 16개를 제외한 35개 기업의 데이터를 사용하였다.

2) 데이터 특성

가) 매출액

응답한 35개 기업의 평균 매출액은 53억 6,000만원이다. 그러나 응답한 기업의 규모는 대부분 20억 미만의 소규모 업체이다.

50) <http://www.myprivacy.or.kr>에 리스트 수록

<표 4-30> 매출액 분포

매출액(백만원)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
0 - 555	11 (.3143)	11 (.3143)
555 - 1111	11 (.3143)	22 (.6286)
1111 - 2222	3 (.0857)	25 (.7143)
2222 - 6666	2 (.0571)	27 (.7714)
6666 - 10000	3 (.0857)	30 (.8571)
10000 - 64000	5 (.1429)	35 (1.000)

나) 자본금

평균 자본금 규모는 39억4,7000원이다. 약 50%의 기업이 자본금 13억 이하의 기업이다.

<표 4-31> 자본금 분포

자본금(백만원)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
0 - 421.0	11 (.3143)	11 (.3143)
421.0 - 842.0	4 (.1143)	15 (.4286)
842.0 - 1263.0	3 (.0857)	18 (.5143)
1263.0 - 2526.0	5 (.1428)	23 (.6571)
2526.6 - 5025.2	6 (.1714)	29 (.8286)
5025.2 - 50000.01	6 (.1714)	35 (1.0000)

다) 고용규모

평균 고용규모는 약 53명이다. 약 절반의 기업이 고용규모 25명 이하의 기업들이다.

<표 4-32> 고용규모 분포

고용규모(명)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
3 - 10	8 (.2286)	8 (.2286)
10 - 17	3 (.0857)	11 (.3143)
17 - 24	5 (.1429)	16 (.4571)
24 - 31	5 (.1429)	21 (.6000)
31 - 52	7 (.2000)	28 (.8000)
52 - 250	7 (.2000)	35 (1.000)

다. 개인정보와 관련된 기업활동 현황 및 인식

1) 일변수 분석

가) 개인정보 수집여부

약 89%의 기업인 31개 업체가 기업활동의 일환으로 직간접적으로 개인정보를 수집하고 있다.

나) 개인정보의 내용

개인정보를 수집하는 모든 기업들이 기본 개인정보와 추가적인 개인신상정보(아래 표 참조)를 수집하고 있다. 본 절의 ‘개설’에서 설정한 개인의 경제상황에 관한 정보를 수집하는 기업은 없다.

<표 4-33> 개인정보 내용 분포

정 보 내 용	빈도 (상대빈도)	축적빈도 (상대축적빈도)
수집 안함	4 (.1143)	4 (.1143)
기본 개인정보 (성명, 성별, 주민등록번호, 주소, 연락처 등)	20 (.5714)	24 (.6857)
위의 정보에 추가적인 신상정보 (직업, 근무처, 학력, 결혼)	11 (.3143)	35 (1.0000)
위의 정보에 추가적인 정보 (소득, 재산, 부채, 신용카드, 신용상태)	0 (.0000)	35 (1.0000)

다) 개인정보 보유 규모

기업들은 평균적으로 약 92만 4,600명의 개인정보를 보유하고 있다. 약 45%의 기업들이 20만명 이하의 개인정보를 보유하고 있다. 그러나 60만명 이상의 정보를 보유하고 있는 기업도 25%나 된다. 본 연구에 사용한 데이터들이 대부분 소규모의 기업임을 감안하면 대부분의 기업들이 갖고 있는 개인정보의 규모는 매우 크다고 판단된다.

<표 4-34> 개인정보 보유규모 분포

보유규모(명)	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
0 - 200000	16 (.4571)	16 (.4571)
200000 - 400000	7 (.2000)	23 (.6571)
400000 - 600000	3 (.0857)	26 (.7429)
600000 - 7000000	9 (.2571)	35 (1.0000)

라) 기업활동에서 개인정보의 중요성

설문에 응답한 기업의 77%가 개인정보가 자신의 기업활동에 중요하다고 생각하고 있다. 이러한 결과는 설문 기업의 범위와 수집된 데이터 규모가 작다는 것을 감안해도 대부분의 기업에서 나타나는 보편적인 현상이라고 생각된다.

<표 4-35> 기업활동에서 개인정보의 중요성 분포

중요도	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
전혀 중요하지 않다	1 (.0286)	1 (.0286)
최소한의 중요도	3 (.0857)	4 (.1143)
약간 중요하다	4 (.1143)	8 (.2286)
중요하다	13 (.3714)	21 (.6000)
매우 중요하다	14 (.4000)	35 (1.0000)

마) 개인정보 수집을 위한 유인

이 결과는 본 절에서 간접적으로 입증한 개인정보시장의 구조를 보다 정확

하게 파악할 수 있게 한다. 즉, 대부분의 기업들이 개인정보가 자신의 기업활동에 중요하다고 하면서도 약 75%의 기업들이 개인정보를 수요하면서도 아무런 경제적 유인을 제공하지 않는다. 이러한 사실은 대부분의 기업들이 개인정보를 다른 재화나 서비스 거래의 전제 필수조건으로 내세워서 개인정보의 경제적 가치나 개인정보보호의 WTP는 상위 시장에 의해 현시되고 그리고 서로 조정되지 않는다는 것을 알 수 있다.

<표 4-36> 개인정보 수집을 위한 유인 분포

유 인	빈도 (상대빈도)	축적빈도 (상대축적빈도)
수집하지 않는다	1 (.0286)	1 (.0286)
수집하지만 아무런 유인도 제공하지 않는다 (예: 회원등록을 위한 필수 조건)	26 (.7429)	27 (.7714)
경제적 유인을 제공한다 (예: 사은품 증정, 할인혜택, 간접적인 개인정보 구매를 위한 구매비용 등)	6 (.1714)	33 (.9429)
기본적인 개인정보에는 유인을 제공하지 않지만 추가적인 정보를 위해서는 경제적 유인을 제공한다	2 (.0571)	35 (1.0000)

바) 개인정보 활용범위의 인지 정도

응답 기업의 약 90%가 개인정보보호정책을 명시적으로 가지고 있으며, 개인정보를 제공받을 시에 이러한 개인정보보호정책을 주지시킨다. 그리고 단순한 기업의 내부활용과 기업 내부활용과 함께 사전 명시된 기업 외부 활용의 경우가 약 반반씩 된다.

<표 4-37> 개인정보 활용인지 분포

인 지 정 도	빈도 (상대빈도)	축적빈도 (상대축적빈도)
개인정보를 전혀 수집하지 않거나 혹은 간접적으로 구매한다.	2 (.0571)	2 (.0571)
개인정보를 직접 수집하지만 명문화된 어떤 약속도 하지 않는다.	1 (.0286)	3 (.0857)
제공받은 개인정보를 기업내부에서만 활용한다.	17 (.4857)	20 (.5714)
유출행위 혹은 판매행위를 하지 않을 것을 명시적으로 약속한다. 제공받은 개인정보를 기업내부 활용과 사전에 명시된 범위 내에서 기업외부 활용에만 국한할 것을 명시적으로 약속한다.	15 (.4286)	35 (1.0000)

사) 개인정보보호를 위한 투자액

각 기업들이 보유하고 있는 개인정보를 내부 및 외부에 의한 불법 유출 혹은 파괴행위로부터 보호하기 위한 장비와 인력에 투자한 2000년도의 규모는 약 60%가 매출액의 2%이하라고 응답하였다.

<표 4-38> 개인정보보호를 위한 투자액 분포

투자액	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
개인 정보를 수집하지 않는다	1 (.0286)	1 (.0286)
2000년도 매출액의 1%이하	12 (.3429)	13 (.3714)
2000년도 매출액의 1% ~ 2%	9 (.2571)	22 (.6286)
2000년도 매출액의 2% ~ 3%	2 (.0571)	24 (.6857)
2000년도 매출액의 3% ~ 4%	0 (.0000)	24 (.6857)
2000년도 매출액의 4% ~ 5%	2 (.0571)	26 (.7429)
2000년도 매출액의 5% 이상	9 (.2571)	35 (1.0000)

<표 4-39> 개인정보보호 투자액 변화 분포

투자액 변화	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
감소한다	0 (.0000)	0 (.0000)
약간 감소한다	1 (.0286)	1 (.0286)
변화없다	14 (.4000)	15 (.4286)
약간 증가한다	13 (.3714)	28 (.8000)
증가한다	7 (.2000)	35 (1.0000)

아) 개인정보보호 투자액 변화

2000년도에 비해 2001년의 정보보호 투자액은 약 57%의 기업들이 다소라도 증가한다고 응답하였다.

자) 개인정보 유출 경험

기업들이 보유하고 있던 개인정보가 유출된 경험에 관해서는 약 82%가 전혀 없다고 응답하였고, 약 17%의 기업만이 1회의 경험이 있다고 응답하였다.

<표 4-40> 개인정보 유출경험 분포

유출 경험	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
없다	29 (.8286)	29 (.8286)
1회	6 (.1714)	35 (1.0000)
2회	0 (.0000)	35 (1.0000)
3회	0 (.0000)	35 (1.0000)
4회	0 (.0000)	35 (1.0000)
5회이상	0 (.0000)	35 (1.0000)

차) 개인정보 유출 가능성 정도

보유하고 있는 개인정보가 내부 및 외부에 의한 불법 유출 혹은 파괴행위로부터 얼마나 안전하게 보호되고 있다고 생각하는가에 관한 설문에서 약 60%의 기업들이 보통 수준 이상이라고 응답하였다.

<표 4-41> 개인정보 유출 가능성 분포

유출 가능성	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
개인정보를 수집하지 않는다	1 (.0286)	1 (.0286)
상당히 위험하다	0 (.0000)	1 (.0286)
위험하다	0 (.0000)	1 (.0286)
다른 유사한 기업과 비슷하다	13 (.3714)	14 (.4000)
안전하다	16 (.4571)	30 (.8571)
매우 안전하다	5 (.1429)	35 (1.0000)

라. 개인정보 및 개인정보보호의 경제적 가치

1) 개인정보의 가치

가 개인정보 5만명 규모의 가치

상기 설정한 구체적인 개인정보 5만명의 자산가치 추정액의 평균값은 약 8억 28만원이다. 즉, 추정된 가장 낮은 가치의 개인정보(강보호하의 가치)의 개별가격은 12만 3천원이므로 단순합으로만 산정하여 보아도 5만명 규모의 개인정보 가치는 61억 5천만원이나 된다.

이러한 개인정보 공급자와 개인정보 수요자의 가치 격차는 개인정보 수요자에 대한 데이터부족으로 인한 신뢰성 부족 가능성을 감안하더라도 쉽사리 설명할 수 없는 격차이다. 비록, 데이터의 개수가 부족하기는 하지만 위에서 설명한 바와 같이 응답한 대부분의 기업들이 기업활동에서 개인정보의 중요성이 높다는 사실을 고려하면 이러한 격차는 단순히 통계학적 오차범위를 충분히 벗어나 있다고 말할 수 있다.

그러므로 이러한 격차는 개인정보 시장의 구조적 문제에 의해 개인정보 공급자와 개인정보 수요자의 경쟁적인 균형 상태가 아닌 수요독점적인 성격을 가진 개인정보 시장의 심각한 왜곡을 의미한다고 말할 수 있다.

<표 4-42> 5만명의 개인정보 자산가치 추정액 분포

자산가치	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
0 - 20.0	4 (.1143)	4 (.1143)
20.0 - 40.0	1 (.0286)	5 (.1429)
40.0 - 60.0	5 (.1429)	10 (.2857)
60.0 - 120.0	5 (.1429)	15 (.4286)
120.0 - 200.0	3 (.0857)	18 (.5143)
200.0 - 465.0	5 (.1429)	23 (.6672)
465.0 - 970.0	4 (.1143)	27 (.7815)
970.0 - 30000.0	5 (.1429)	32 (.9244)
3000.5 - 50000.0	3 (.0857)	35 (1.000)

나) 개인정보 20만명 규모의 가치

본 절에서 설정한 구체적인 개인정보 20만명의 자산가치 추정액의 평균값은 약 35억 29만원이다. 5만명 규모에 비해 단순함이 적용되지 않고 규모가 크짐에 따라 그 가치는 체감하고 있음을 알 수 있다. 즉, 5만명 규모의 가치는 8억 28만원이므로 단순함이 적용된다면 20만명의 가치는 적어도 40억원이어야 하나 그 가치는 규모에 따라 체감하고 있다.

즉, 추정된 가장 낮은 가치의 개인정보(강보호하의 가치)의 개별가격은 12만 3천원이므로 단순함으로만 산정하여 보아도 20만명 규모의 개인정보 가치는 246억이나 된다. 여기서도 위의 ‘개인정보 5만명 규모의 가치’에서처럼 심한 가치 격차를 보이고 있다. 그러므로 다시 한번 이러한 격차는 개인정보 시장의 구조적 문제에 의해 개인정보 공급자와 개인정보 수요자의 경쟁적인 균형 상태가 아닌 수요독점적인 성격을 가진 개인정보 시장의 심각한 왜곡을 의미한다고 말할 수 있다.

<표 4-43> 20만명의 개인정보 자산가치 추정액 분포

자산가치	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
0 - 50.0	4 (.1143)	4 (.1143)
50.0 - 200.0	2 (.0571)	6 (.1714)
200.0 - 250.0	5 (.1429)	11 (.3143)
250.0 - 500.0	6 (.1714)	17 (.4857)
500.0 - 1500.0	6 (.1714)	23 (.6571)
1500.0 - 2000.0	6 (.1714)	29 (.8285)
2000.0 - 7000.0	3 (.0857)	32 (.9142)
25000.0 - 40000.0	3 (.0857)	35 (1.000)

2) 개인정보보호를 위한 투자가치

가) 개인정보 5만명 규모의 보호 WTP

본 절에서 설정한 구체적인 개인정보 5만명의 보호를 위한 개인정보 수요자의 WTP의 평균값은 약 3억 1,400만원이다. 즉, 추정된 가장 낮은 가치의 개인정보(약보호하의) 보호를 위한 개별 WTP는 3만 4,700만원이므로 단순합으로만 산정하여 보아도 5만명 규모의 개인정보보호 가치는 17억 3,500만원이나 된다.

이러한 개인정보 공급자와 개인정보 수요자의 보호 가치 격차는 개인정보 수요자에 대한 데이터 부족으로 인한 신뢰성 부족 가능성을 감안하더라도 쉽사리 설명할 수 없는 격차이다. 특히, 비록 데이터의 수가 부족하기는 하지만 위에서 설명한 바와 같이 응답한 대부분의 기업들이 기업활동에서 개인정보의 중요성이 높다는 사실을 고려하면 이러한 격차는 단순히 통계학적 오차범위를 충분히 벗어나 있다고 말할 수 있다.

그러므로 이러한 위험보상에 대한 당사자의 심각한 격차는 개인정보 시장의 구조적 문제에 의해 개인정보 공급자와 개인정보 수요자의 경쟁적인 균형 상태가 아닌 수요독점적인 성격을 가진 개인정보 시장의 심각한 왜곡을 의미한다고 말할 수 있다.

나) 개인정보 20만명 규모의 보호 WTP

본 절에서 설정한 구체적인 개인정보 20만명의 수요자의 보호 WTP 추정액의 평균값은 약 6억 1,800만원이다. 5만명 규모에 비해 단순함이 적용되지 않고 규모가 크짐에 따라 그 WTP는 체감하고 있음을 알 수 있다. 즉, 5만명 규모의 WTP는 3억 1,400만원이므로 단순함이 적용된다면 20만명의 WTP는 적어도 12억원이어야 하나 그 WTP는 규모에 따라 체감하고 있다.

즉, 추정된 가장 낮은 가치의 개인정보(약보호하의) 보호 WTP는 3만 4,700원이므로 단순함으로만 산정하여 보아도 20만명 규모의 개인정보 WTP는 34억 7천만원이나 된다. 여기서도 위와 마찬가지로 심한 가치 격차를 보이고 있다. 그러므로 다시 한번 이러한 격차는 개인정보 시장의 구조적 문제에 의해 개인정보 공급자와 개인정보 수요자의 경쟁적인 균형 상태가 아닌 수요독점적인 성격을 가진 개인정보 시장의 심각한 왜곡을 보여주고 있다고 말할 수 있다.

다) 개인정보보호정책과 민간의 정보보호 투자의 Crowding-In

현재 우리나라에서 시행하고 있는 개인정보보호정책에 대한 대인정보 수요자들의 의견을 묻고자 하였다. 특히, 현재의 정책이 경제적으로 긍정적 역할을 하는지 혹은 부정적 역할을 하는지에 관한 설문이었다.⁵¹⁾

이러한 설문에 대한 응답 중 ‘변화없다’를 제외한 응답 중 보호를 위한 투자액을 줄이는 방향보다는 늘이는 방향을 선택한 기업이 두 배가 넘는다. 이러한 사실은 위에서 설명한 것처럼 개인정보보호에 대한 국가의 개입은 사회 전체적으로 ‘위험보상’이라는 사회적 비효율성을 감소시키는 긍정적 역할을 하고 있다는 점을 개인정보 수요자들도 동감하고 있음을 입증하는 것이다.

51) 설문 내용 :

현재 우리나라에서는 개인정보의 불법유출을 엄격하게 규제하고 있습니다. 이러한 국가차원의 규제가 없어져서 보유하고 있는 개인정보의 보호를 귀사의 자유재량에 전적으로 맡긴다면 투자액은 어떻게 변화되겠습니까?

<표 4-44> 민간의 정보보호 투자의 Crowding In 분포

투자액 변화	빈도(상대빈도)	축적빈도(상대축적빈도)
크게 줄인다	0 (.0000)	0 (.0000)
줄인다	4 (.1143)	4 (.1143)
변화없다	22 (.6286)	26 (.7429)
늘인다	7 (.2000)	33 (.9429)
크게 늘인다	2 (.0571)	35 (1.0000)

마. 평 가

개인정보 수요자에 대한 데이터는 근본적인 이유에서 그리고 연구자원의 제약에 의해 개인정보 공급자들에 대한 데이터보다 양과 질에서 훨씬 불리한 것을 사용하지만 위에서 설명한대로 데이터의 대부분이 개인정보를 기업활동에서 중요하게 다루고 있는 기업을 대상으로 한 것이므로 여기에서 행한 분석 결과에 지나치게 낮은 신뢰성을 부여할 필요는 없다고 생각된다.

여기에서 구체적으로 보고자 하는 점은 위의 ‘개인정보 공급자측면’에서 규명한 두 가지 결과에 대한 실증적 검증이다. 첫째, 개인정보 시장의 왜곡 상태에 관한 것이고, 둘째, 개인정보 공급자가 원하는 ‘위험보상’에 대한 개인정보 수요자들의 인식에 관한 것이다. 여기에서의 주요 결과 중의 하나는 기업들이 개인정보를 기업의 중요한 활동수단으로 여기고 있음에도 불구하고 공급자에게 어떠한 경제적 유인을 제공하는데 매우 인색하다는 사실이다. 앞의 ‘개인정보 공급자측면’에서도 설명한 바와 같이 개인정보시장은 상위의 재화 및 서비스 시장의 보조적이고 종속적인 위치에 있음을 다시 한번 입증하는 것이다. 이러한 시장구조의 왜곡은 개인정보의 경제적 가치와 개인정보보호를 위한 기업들의 WTP가 개인정보 공급자들이 원하는 것과는 매우 큰 격차를 보이고 있다는 전술한 분석결과를 통하여 다시 한번 입증하고 있다. 그리

고 덧붙여서 정부에 의한 개인정보보호정책이 ‘위험보상’의 지분을 줄여주는 효과를 통하여 기업 자신들을 포함한 사회 전체의 비효율성을 감소시킬 수 있는 역할을 하고 있다는 인식 또한 개인정보보호에서 정부의 역할을 정당화시킨다고 판단된다.

제 5 장 결 론

정보화혁명에 가속도가 붙으면서 사이버 스페이스는 지리적 공간의 한계를 극복할 수 있는 생활공간의 중심축으로 이전되어 가고 있는 한편, 이에 비례하여 정보통신망을 통한 해킹, 바이러스나 음란물 유포, 허위사실의 공표에 의한 타인의 인격이나 명예의 훼손, 개인화에 의한 개인의 취미나 정치적·경제적 성향의 일방적 형성 등 각종 정보화의 역기능 현상도 갈수록 증가되고 있다. 이러한 정보화 역기능은 인권과 재산권 침해, 그리고 사회질서의 교란에 그치지 않고 사회기반 시설을 통제하는 통신 시스템에 침입하여 국가 안보까지 위협하는 사이버 테러(cyberterror)상황으로 발전하고 있는바, 이러한 현상의 상당 부분은 인터넷이 가상공간이기 때문에 그 파급효과 또한 가상적일 뿐이라는 오해와 개인정보의 가치에 대한 정보공급자나 정보수요자, 더 나아가서는 입법자의 인식부족의 결과라고도 평가할 수 있다.

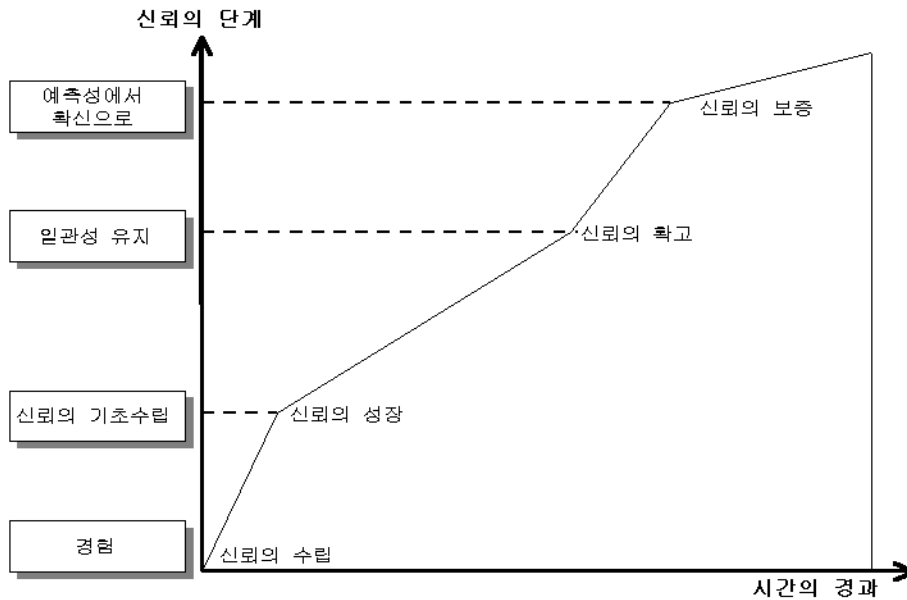
요컨대, 정보화사회의 발전을 저해하는 정보화의 사회·경제적 역기능현상의 주요 통로역할을 하는 것은 개인정보이며, 이러한 개인정보에 대한 보안성을 기초로 개인과 정보서비스제공자간, 개인과 개인간 그리고 정보서비스제공자와 정보서비스제공자간의 신뢰 축적이야말로 정보화 성공의 관건이 된다고 하겠다.

객관적 가치의 형량이 어려운 개인정보의 주관적 가치에 대한 설문조사의 결과나 정보통신망이용촉진및개인정보보호등에관한법률의 시행 후에 행하여진 서비스제공자에 대한 설문조사 및 주요사이트별 홈페이지 조사에서도 밝혀진 바와 같이 개인정보 공급자들은 개인정보 활용 불확실성에 대한 매우 높은 위험보상을 요구하고 있다. 잘 알려진 것처럼 이러한 위험보상은 사회 전체적 관점에서는 필요악으로서 자원분배에서의 사회적 비효율성을 높일 뿐이기 때

문에 정부는 개인정보보호를 위한 정책을 통하여 사회 전체적으로 “활용 불확실성”을 감소시키는 중요한 역할(사이버경찰기능)을 수행할 것이 요구되고 있다. 하지만 대다수의 서비스제공자들은 개인정보를 기업의 자산으로 인식하여 자산관리차원에서 사이트를 운용할 뿐 개인의 인격으로서 개인정보를 관리하려는 의식이 결여되어 있어 정보화사회 발전의 열쇠인 신뢰성이 배제되어 있다 하겠다.

따라서 최근 인터넷 비즈니스의 성장과 함께 등장하고 있는 인터넷 이용관계의 안정성(reliability), 사용성(usability), 보완성(security) 등의 신뢰개념 요소 중 정보화 사회의 핵심문제로 대두되고 있는 “정보보호의 문제”, 즉 안정성의 제도적 확보를 통한 신뢰의 구축은 무엇보다도 중요하다고 할 것이다. 이처럼 정보 시스템과 네트워크가 개방화되고 시스템 용량과 성능의 향상, 전자거래가 활성화됨에 따라 정보보호의 중요성은 더욱 커지고 있다.

[그림 5-1] 신뢰의 발전단계



이러한 점에서 정부가 부처이기주의적인 입장에서 경쟁적으로 부처 관할입법⁵²⁾을 피하여 국민의 혼란을 가중시킬 것이 아니라 모든 국가기관과 국민에 향하여 “인간의 가치와 존엄”이라는 법철학적 명제에서 출발한 실질적 법치주의의 관점에서 보안규제를 국가입법화하여 신뢰를 도모하여야 할 것이며,⁵³⁾ 사회적 공익으로서 개인정보를 보호한다고 할 경우에도 인터넷의 이용관계에 대한 기술적 고찰을 통해 비대면성의 극복을 위한 최소정보와 그 밖의 이용관계상 오프라인의 인감이나 서명 또는 필요한 개인적·사회적 및 경제적인 민감정보를 특수정보로 하는 입법조치가 수반되어야 할 것이다. 그 규제의 형식 또한 정보의 영역별로 달리 정하여야 할 것이며, 이러한 정보보호를 위한 보안요건의 충족을 정보통신서비스제공업을 위한 시장진입요건으로 규제할 경우에도 규제완화차원에서 허가 대체적 신고업 아니면 허가업으로 할 것인지, 이

52) 예컨대, 전자정부와 관련된 공적 부문에 있어서 개인정보보호를 행정자치부가 관장하는 것은 정부조직법의 체계면에서 문제가 없으나, 민간부문에 있어서 공정거래위원회가 “전자상거래에 있어서 소비자보호법”을 의원제안입법형식으로 입법추진을 하면서 소비자개인정보를 “전자상거래업자”의 “경영자산화”하는 입법을 추진한다거나 산업자원부에서 정부조직법의 한계를 벗어난 입법조치를 피하는 것은 부처 과시욕에 지나지 않고 헌법상 권한분장을 통한 상호견제와 균형의 원리에도 반하는 것으로 경계되어야 할 부분이라 하겠다. 따라서 정보화를 추진하고 그에 따른 기술적 문제와 미래에 대한 예측능력을 향상시키고 있는 정보통신부의 역할과 책임이 그 만큼 강조된다고 할 것이다.

53) 우리 나라의 헌법에서도 “모든 국민은 인간으로서의 존엄과 가치를 지니며 이를 위하여 국가는 개인의 기본적 인권을 최대한으로 보장할 의무를 진다”고 표현되어 있다. 이것은 실질적(實質的) 의미(意味)의 법치국가개념(法治國家概念)이다. 이것이 형식적(形式的) 의미(意味)의 법치국가개념(法治國家概念)과 다른 점은 두 단계에 걸친 정당화(正當化)를 필요로 한다는 데 있다. 즉, 그 법치국가(法治國家)는 첫째 단계로 법(法)에 의하여 정당화(正當化)되고, 둘째 단계로 인간가치(人間價値)에 의하여 정당화(正當化)된다는 점이다. 형식적(形式的) 법치국가(法治國家)는 제1단계인 법(法)에만 구속되고 그 법(法)이 다시 인간가치(人間價値)에 구속된다는 전체를 알지 못한다. 심재우, “법치주의 원리에 관한 법철학적 고찰”

러한 보안등급제를 정부규제가 아닌 자율규제방식인 민민규제로 할 것인가,⁵⁴⁾ 또는 양자의 혼합형으로 할 것인가는 향후 정책적인 숙고를 통해 판단할 일이다.

특히, 입법에 의한 규제에 경우에 의회입법은 기술적 변화에 탄력적으로 대응할 수 없는 점, “과학기술은 사회의 다른 영역과는 달리 복잡성과 난해함을 그 특징으로 하고 있기 때문에 전문적인 훈련을 받은 전문가들인 자신들만이 과학기술과 관련된 결정을 내리거나 혹은 통제할 수밖에 없다”는 인식적 토대를 기초로 과학자들만이 과학기술정책을 결정할 수 있다는 과학기술의 예외주의가 존재하고 있다는 점⁵⁵⁾ 및 현행 헌법상 위임입법권을 갖는 행정각부는 자신의 소관업무에 따라 다양한 전문가들로 구성되어 있는 점 등을 종합적으로 고려할 때, 규제법정주의를 원칙으로 “법령이 전문적·기술적 사항이나 경미한 사항으로서 업무의 성질상 위임이 불가피한 사항에 관하여 구체적으로 범위를 정하여 위임한 경우에는 고시 등으로 정할 수 있도록” 한 행정규제기본법 제4조제2항을 적극적으로 활용하여 예측하기 어려운 한계적 사항에 대한 적절한 규범통제가 이루어져 신뢰의 확산 속에 인터넷 이용관계가 형성되도록 해야 할 것이다.

마지막으로, 정보제공자인 개인과 정보수요자인 정보서비스제공자에 대한 정보화역기능의 문제점에 대한 홍보와 교육 또한 적극적으로 병행되어야 할 것이다. 즉, 인터넷이용관계의 특징과 이로 인한 사회·경제적 파급효과에 대한 교육과 개인정보의 제공에 따른 각종 위험과 정보자기결정권이 갖는 법적 의의 등에 대한 교육이 충분하게 이루어지게 될 때 정보화사회의 구성원으로서 자신의 행위에 대한 책임과 윤리의식이 형성될 것이다. 특히, 사회적으로

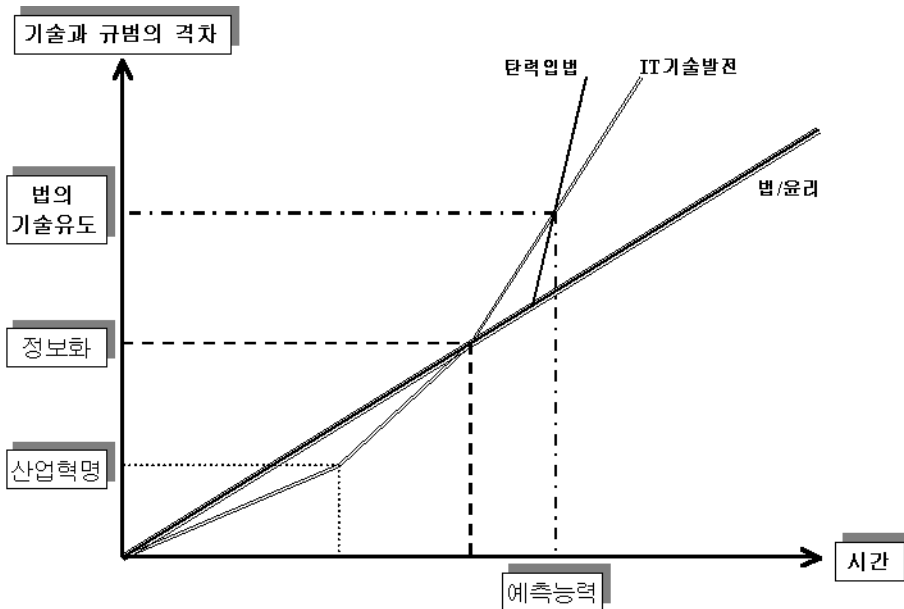
54) 오준근, “행정규제기본법 개정내용에 대한 법제기술적 검토”, 한국법제연구원, 1999, 44쪽 이하 참조.

55) Bimber & Guston, , Politics by the Same Means: Government and Science in the United States. 1989.

약자인 개인에 대하여는 정보서비스업자에 의한 일정한 개인정보의 제공이 갖는 위험에 대한 설명과 설득의무를 법정화하여 개인의 정보자기결정권이 올바르게 행사될 수 있도록 하여야 할 것이 요구된다.

오늘날 사회적으로 논란이 되고 있는 정보화역기능 현상에서 과학의 급속한 발전이 가져온 새로운 생활관계의 형성은 그에 대응할 법률이나 윤리의 부존재를 낳았고, 이로 인하여 그 과학의 혜택 속에 있는 국민은 어떠한 규범의식 없이 타인의 존엄과 가치를 왜곡시키고 있음을 볼 수 있다. 이러한 점에서 해당 분야별 전문가에 따른 행정입법에 의한 사회규범의 선도 필요성은 더욱 중요시 될 것이며, 특히 그때 그때의 과학기술적 수준에 따라 위험의 구체성 정도가 달라질 사항에 대하여 ‘고시’입법에 의한 탄력적·가치조화적 입법대응과 그 입법의 홍보·교육을 통한 신뢰구축의 필요성은 더욱 커진다고 할 것이다.

[그림 5-2] 탄력입법에 의한 현실선도



참고문헌

1. 국내문헌

- 강봉균, “경기침체와 구조조정 그리고 정보화”, 정보화저널, 20018권 3호.
- 강경근, “인터넷에서의 개인정보보호”, 2001 2. 28.
- 김철완 외, “건전한 정보통신 윤리확립과 개인정보보호대책방안 연구”, 정보통신연구원, 2001. 2.
- _____, “인터넷 개인정보보호에 관한 법제도 연구”, 정보통신연구원, 2000. 12.
- 김일환, “개인정보보호법의 개정필요성과 내용에 관한 연구”, 공법연구 제26집 제2호
- 김주환(통역), “The Death of Property in Cyberspace”(John P. B.), 디지털 정보 누구의 것인가, 유네스코 정보사회 성찰포럼, 2000. 12.
- 박영도, “입법과정의 이론과 실제”, 한국법제연구원, 945.
- 신국환, “e-비즈니스는 우리 경제의 새로운 성장동인”, 인터넷법률 2000. 11.
- 신일순 외, “전자상거래 국가전략 수립을 위한 분야별 정책연구”, 정보통신정책연구원, 2000. 6.
- 오준근, “행정규제기본법 개정내용에 대한 법제기술검토”, 한국법제연구원, 1999. 11.
- 윤기호 외, “지식정보화사회에서의 지적 재산권보호에 대한 경제적 분석”, 정보통신정책연구원, 1999. 12.
- 이광진, “인터넷 시대에서의 표현의 자유”, 인터넷법률 2001. 9.
- 이인호, “주민등록번호 · 지문날인과 개인정보자기결정권”, 인터넷법률 2001. 9.

- 이호룡, “각국의 개인정보보호법제 동향”, 인터넷법률 2001. 9.
- 장경덕, “인터넷업체들이 개인정보보호에 여전히 소홀한 것으로 나타났다”, 매일경제 2001. 8. 3.
- 정영화, “사이버스페이스와 프라이버시” 헌법학연구(제6권 제3호), 한국헌법학회, 2000.10.
- 정 완, “인터넷 이용과 그 법적 규제”, 형사정책 연구소식, 1997. 5/6월호(통권 41호).
- 정응희, “전자상거래에서의 개인정보보호제도”, http://nader.consumer.net.or.kr/book/2000/month_04/p22.htm
- 최영호, “인터넷 세상, 어떻게 지킬 것인가?”, 인터넷법률 2001. 9.
- 하중현, “개인정보보호제도의 딜레마와 효과적인 도입방안”, 한국정보보호센터, 1999.
- 허 영, “한국헌법론”, 박영사, 2001.
- 현대호, “인증기관의 감독과 규제”, 인터넷법률 2000. 11.
- _____, “디지털시대에 있어서 데이터 베이스의 법적 보호”, 인터넷법률 2001. 5.
- 황성기, “인터넷 자율규제의 의미와 향후 과제”, http://www.jabo.co.kr/61th/61_disc5.htm.
- 중앙일보, “별거벗은 개인정보”, 2000. 8. 24.
- 한국전산원 전략개발부, “OECD 가입국에 있어서 정보화 투자와 경제성장과의 관계”, 한국전산원, 2001.

2. 국외문헌

- 内野正幸 外, “現代の法 14 - 自己決定權 - ”, 岩波書店, 1998.
- 田村善之, “情報・秩序・ネットワーク”, 北海島大學圖書刊行會, 2000.

- 加藤尚武, “現代倫理學入門”, 講談社學術文庫, 1997.
- 多賀谷一照, “行政とマルチメディアの法理論”, 弘文堂, 平成 7年.
- 星野英一/田中成明編, “法哲學と實定法學の對話”, 有斐閣, 1989.
- 市川嘉一, “ドイツ都市行政の革新 - 企業型運營への轉換(上)”, 地方財務 52號 (1998).
- 阿部照哉編, “比較憲法入門, 有斐閣”, 1994.
- 井上達夫, “共生の作法”, 創文社, 1986.
- A. dトクウィル(井伊玄太郎譯), “アンシャン・レジマと革命”, 講談社學術文庫, 1997.
- 阪本昌成, “プライバシー-と自己決定の自由”, 樋口陽一編, 講座憲法學3, 日本評論社, 1994.
- 和田英夫・原田三明・日笠完治・鳥居壯行, “情報の法と倫理”, 1999.
- Samuel Warren and Louise Brandeis, “The Right to Privacy”, Harvard Law Review 4, 1890.
- Alan F. Westin, “Privacy and Freedom”, Atheneum(N.Y.), 1967.
- Edward Bloustine, “Privacy as an Aspect of Human Dignity”, 39 New York Univ. Law Review, 1964.
- Ruth Gavison, “Privacy and the Limits of Law”, Yale Law Journal 421, 1980.
- C. Koenig, “Die öffentlichrechtliche Verteilunglenkung”, Grund und Grenzen einer Deregulierung, 1994.
- Fred H. Cate, “Privacy in the Information Age”, Brookings Institutions Press, 1997.
- Mark H. Grunewald, E-FOIA and the “Mother of All Complaints”: Information Delivery and Delay Reduction, 50 Administrative Law Review 345, 365(1988).
- Michael E. Tankersley, “How the Electronic Freedom of Information Act Amendments of 1996 Update Public Access for the Information Age, 50”, Administrative Law Review 421, 432(1998).

Stober, “Deregulierung im Wirtschafts- und Umweltrecht”, 1990.

Bimber & Guston, “Politics by the Same Means: Government and Science in the United States”, 1989.

3. 인터넷 자료

“개인화”, <http://dblab.ewha.ac.kr/hsyong/teach/etc/seminar2000-2-report/esora1.htm>.

“획득사업 정보공개 확대 필요”, <http://dapis.go.kr/mndweb/daily/1999/04/0411-12.htm>

“관공비 공개운동 전국네트워크 발족(People’s Solidarity for Participatory Democracy)”, http://www.peoplepower21.org/2000/0629_tx.html.

“전자정부와 개인정보”, <http://biho.taegu.ac.kr/~ilsub/privacy.htm>

”행정 편의주의의 뒤에 숨은 감시와 통제“, <http://voice21.com/online/27/27-03.htm>.

“비공개대상정보의 예”, 재정경제부부, <http://www.ipc.go.kr/intra/homepage.nsf/HomePage?OpenFrameset>

“디지털시대의 전자정부”, <http://reform.go.kr/html/hb.html>.

“개인정보보호에 민감해진 기업들”, <http://www.hankooki.com/netInfo/200007/ni20000713195854n10178.htm>.

“정보보호의 개념” <http://apollon.dpc.ac.kr/9711014/6-1.htm>

• 저 자 소 개

김 철 완

- University of Pennsylvania 경영학 박사
- Georgia Tech 경영대학 조교수 역임
- 현, 정보통신정책연구원 연구위원

이 상 원

- Univ. of Rochester 경제학 박사
- 현, 인하대학교 경제학과 교수

정 준 현

- 고려대학교 대학원 법학 박사
- 현, 선문대학교 법학과 교수

오 영 석

- 단국대학교 대학원 경영학 석사
- 현, 정보통신정책연구원 위촉연구원

정책연구 01-05

**개인정보보호제도 시행의 경제·사회적 파급
효과 분석연구**

2001년 12월 일 인쇄
2001년 12월 일 발행

발행인 윤 창 번
발행처 정보통신정책연구원
경기도 과천시 주암동 1-1
TEL : 570-4114 FAX : 579-4695~6
인 쇄 (주)유 성 사
