

‘사이버 레커’ 이슈 대응의 핵심 과제:

익명성 극복과 2차 피해 차단

글 | 양재규 언론법 전문 변호사 eselltrees92@gmail.com

교통사고가 발생하면 현장으로 가장 먼저 달려가는 차량이 있다. 바로 견인차다. 견인차의 영어 명칭이 ‘레커(wrecker)’다. 이 익숙한 현상에 착안한 누군가가 이슈가 터지면 사이버 세상에 득달같이 콘텐츠를 만들어올리는 크리에이터 혹은 채널을 가리켜 ‘사이버 레커’라고 불렀을 것이다. 이것이 기발한 신조어 ‘사이버 레커’의 기원이다. 법안 마련이 시급하다며 국회의원들까지 발 벗고 나서고 있는 사이버 레커 대처방안에 대해 함께 알아보도록 하자.



Q

이른바 '사이버 레커'로 인한 피해가 심각함에도 불구하고 제도적 대응이 쉽지 않은 것으로 알고 있다. 이에 일부 기업에서는 내부 대응 체계를 구축하고 모니터링 시스템을 강화하는 등 자체적인 사이버 레커 대응 전략 내지 가이드라인을 만들거나 준비 중인 것으로 알고 있다. 일반적으로 알려진 사이버 레커 대응 방안 외에 보다 효과적인 방안은 없는지 궁금하다.

A

익명 뒤에 숨은 자, 사이버 레커의 정체

유튜브 세상에는 정치·경제·음악·여행·패션·음식 등 정말 다양한 주제의 채널들이 있다. 이 중에서 사건·사고를 다루는 채널들을 가리켜 '이슈 유튜브'라 부른다. 연예인으로 대표되는 유명인 관련 사건·사고를 선정적으로 다룬다는 점에서 사이버 레커는 이슈 유튜브의 일종 혹은 변종에 해당한다. 다시 말해, 용어만 새로울 뿐 본질적으로 새로운 현상이 아니라는 뜻이다. 사실무근의 비방 내지 허위 사실 유포, 무차별적 사생활 폭로는 수단과 방식, 정도만 다를 뿐 항상 있는 일이다. 한동안 전성기를 구가한 인터넷 개인방송이 그러했고, 현재도 연예 전문을 표방한 수많은 인터넷매체가 선정적인 보도에 열을 올리고 있다. 모두 명예 훼손, 업무 방해, 사생활 침해 등에 해당할 가능성이 크며 그에 준해서 대응하면 된다.

물론, 사이버 레커만의 특징도 있다. 일단, 주목도가 곧 수익으로 직결된다는 점이다. 사이버 레커에서 주목도 높은 유명인을 주된 공격 대상으로 삼는 것도 결국에는 수익과 직결되어 있는 조회수, 댓글수를 늘리기 위함이다. 사회적 논란이 커질수록 수익이 극대화된다는 점

때문에 사이버 레커는 자극적인 콘텐츠를 생산하기 쉬운 구조 속에 놓여있다. 사이버 레커의 또 다른 특징으로 익명성을 들 수 있다. 한때 사이버 레커로 악명 높았던 <탈덕수용소> 역시 익명으로 운영되었으며 <오징어게임>에 나오는 요원들처럼 가면 쓰고 목소리까지 변조한 상태에서 영상을 찍어 올리는 채널들도 있는 것으로 안다. 바로 이 지점에서, 해당 유튜버를 상대로 법적인 조치를 취하기 어려운 원초적인 문제가 발생한다. 문제를 삼으려면 가해자를 특정해야 하는데 가해자가 누구인지 모르는 난감한 상황에 직면하는 것이다.

사이버 레커 대응,

'익명성 벽' 넘는 4가지 방법

익명성을 극복하는 것이 사이버 레커 문제 해결의 전부라 해도 지나침이 없다. 과연 익명성의 커튼을 어떻게 걷어낼 것인가? 일단, 파편적인 정보라도 확보해 놓은 것이 있다면 이를 토대로 통신사나 국세청, 은행과 같은 관계기관의 협조를 받아 가해자의 이름과 주소를 알아 낼 수 있다. 이를 위해서는 먼저 고소나 소송을 통해 사건이 수사기관이나 법원에 있어야 한다.

가해자에 관해서 아는 것이 전무하다면, 이때는 유튜브 운영사인 구글에 도움을 요청하는 수밖에 없다. 구글은 문제의 유튜브 채널 가입자 정보를 가지고 있다. 그런데 구글은 미국 기업이다. 국내 기업이라면 별것 아닌 일이 미국 회사라는 이유로 어렵고 복잡해진다. 다행히 지난 2023년 가수 장원영의 소속사가 구글 미국 본사를 상대로 <탈덕수용소> 운영자의 개인정보를 받아낸 바 있다. 미국법에 있는 '디스커버리' 제도를 활용한 것으로 매우 값진 선례가 되고 있다. 제법 지난한 과정이지만 그래도 선례를 따라가기만 하면 되니 충분히 해볼 만

한 일이 되었다. <탈덕수용소> 사건을 맡아 구글 본사로부터 가입자 정보를 받아낸 법무법인 리우의 정경석 변호사가 제시한 구체적인 사건 프로세스는 다음과 같다.¹⁾

<탈덕수용소> 사건 프로세스

소송 제기 → 미국 법원에 디스커버리 신청 → 인용결정
문 확보 → 구글 본사에 결정문 송달 → 계정 운영자 정보
(이름, 주소, 휴대폰 번호, 로그인 IP 정보 등) 확보 →
국내 기관을 통해 정보의 정확성 재확인 → 당사자 특정
후 소송을 계속 진행

사실 익명성 문제만 해결되면 사이버 레커에 대응할 제도화된 방안은 이미 충분하다. 명예훼손이나 업무방해 등으로 형사고소를 할 수 있고(①), 손해배상 및 동영상 게시중단 청구소송을 제기할 수도 있으며(②), 방송통신심의위원회에 권리침해정보로 신고할 수도 있고(③), 맨 마지막으로 구글에 직접 문제 제기하는 방법(④)도 있다. 이들 방안에는 각각의 장단점이 있는데, ①과 ②는 반드시 익명성 문제부터 해결해야 한다. ③은 권리침해정보의 유통을 차단하는 것으로 정보 게시자의 신상정보가 없어도 진행이 가능하다. 이와 동시에, 우회 기술로 접속 차단 조치를 쉽게 피할 수 있어 한계 또한 명확하다.

④는 유튜브에서 자체적으로 제공하는 창구를 이용하는 방안인데 글자수(1,000자) 제한으로 콘텐츠의 위법성을 충분히 소명하기 어렵다는 단점이 있다.²⁾ 또 한국과 미국의 법제가 달라서 생기는 관점의 차이도 존재한다. 미국은 우리나라에 비해 표현의 자유를 매우 우선시한다. ④를 이용하고자 한다면, 미국의 기준에 비추어 위법하다고 볼 만한지, 또 위법성에 대한 소명이 가능하겠는지를 먼저 검토해 볼 필요가 있다.

마지막으로, 기업 홍보담당자 입장에서 2차 피해를 차단하기 위한 조치에 좀 더 집중할 필요도 있다고 본다. 사이버 레커를 통해 논란이 촉발될 경우, 이를 확대·재생산하는 것은 언론매체다. 언론매체에 의한 기사화만 막아도 찻잔 속 태풍에 그칠 수 있다. 그러니 홍보담당자로서는 이슈가 언론매체로 옮겨가지 않도록 이 단계에서 선제적으로, 그리고 사후적으로 가용한 모든 자원을 동원해 적극 대응할 필요가 있겠다.

1) 아래의 내용은 2025. 4. 15. 국회에서 열린 <사이버레커 이제는 숨을 수 없다> 토론회 자료집에 실린 정경석 변호사의 자료를 토대로 정리 및 재구성한 것이다.

2) 같은 자료집에 실린 법무법인 시우의 양태영 변호사 토론문을 참고했다.



필자 | 양재규

언론중재위원회에서 조정본부장을 맡고 있는 양재규 변호사는 풍부한 이론과 경험을 바탕으로 언론보도, 인격권 분야에서 언론법 전문 변호사로 활동하고 있다.