

방통융합정책연구 KCC-2021-21

온라인 서비스 이용자 보호를 위한 피해대응 정책방안 연구

(Policy Study of Efficient Relief System Design
Addressing Online User Damage)

조유리/김현수/강인규

2021. 12

연구기관 : 정보통신정책연구원

이 보고서는 2021년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신
융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해
이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『온라인 서비스 이용자 보호를 위한 피해대
응 정책방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2021년 12월

연구기관: 정보통신정책연구원

총괄책임자: 조유리 연구위원

참여연구원: 김현수 연구위원

강인규 부연구위원

목 차

요약문	x
제1장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성	1
제 2 절 연구의 목적 및 범위	6
제2장 온라인 이용자 피해 현황 및 문제점	12
제 1 절 온라인 피해 발생 현황	12
1. 상거래 분야	12
2. 비금전 분야	20
제 2 절 관련 제도, 정책, 기관 현황	28
1. 상거래 분야	28
2. 비금전 분야	34
제 3 절 시사점	36
제3장 온라인 피해 유형 분류	40
제 1 절 상거래 피해 유형	40
1. 재화 및 서비스(통신, 콘텐츠 제외)	41
2. 통신서비스	61
3. 콘텐츠(구독서비스 포함)	78
4. C2C(개인간) 거래	87
제 2 절 비금전 피해 유형	89
1. 권리 침해	90
2. 불법 콘텐츠	99

3. 성범죄	104
4. 기타 사이버범죄	111
5. 크리에이터	113
6. 집단 내 괴롭힘	115
제3절 시사점	118
제4장 온라인 피해 구제 프로세스 사례 및 시사점	121
제1절 상거래 분야	121
1. 한국소비자원의 피해구제 및 소비자분쟁조정위원회	121
2. 한국인터넷진흥원의 분쟁상담 및 전자문서·전자거래분쟁조정위원회	125
3. 한국콘텐츠진흥원의 분쟁상담 및 콘텐츠분쟁조정위원회	126
4. 한국정보통신진흥협회의 분쟁상담 및 통신분쟁조정위원회	127
제2절 비금전 분야	129
1. 개인정보분쟁조정위원회	129
2. 방송통신심의위원회	131
제3절 시사점	132
제5장 온라인 이용자 피해 대응을 위한 정책방안	133
제1절 온라인 피해 상담센터의 목적 및 차별성	133
1. 온라인 피해 상담센터의 목적과 역할	135
2. 온라인 피해상담센터 구축시 주의사항	142
제2절 온라인 피해 상담센터의 운영	144
1. 피해상담 운영규정의 구조	145
2. 피해상담 운영규정의 내용	146
제6장 결 론	148
참고문헌	152

표 목 차

<표 1-1> 온라인 상거래 분야의 피해유형	8
<표 1-2> 온라인 비금전 분야의 피해유형	10
<표 2-1> 한국소비자원에 접수된 온라인거래 관련 피해구제 현황	13
<표 2-2> 한국소비자원에 접수된 온라인거래 관련 소비자피해 다발 상위 품목	13
<표 2-3> 한국소비자원에 접수된 온라인거래 관련 소비자피해 유형별 현황 ·	14
<표 2-4> 한국소비자원에 접수된 온라인 플랫폼 관련 피해구제 처리결과 ·	14
<표 2-5> 한국소비자원에 접수된 온라인거래 위해물품 관련 피해구제 현황 ·	15
<표 2-6> 한국소비자원에 접수된 온라인거래 위해물품 관련 피해구제 처리결과	15
<표 2-7> 한국소비자원에 접수된 온라인거래 해외사업자 관련 피해구제 현황	16
<표 2-8> 한국소비자원에 접수된 온라인거래 해외사업자 관련 피해구제 처리결과	16
<표 2-9> 전자문서·전자거래분쟁조정위원회에 접수된 전자거래 관련 거래형태별 분쟁조정 신청 현황	17
<표 2-10> 전자문서·전자거래분쟁조정위원회에 접수된 전자거래 관련 유형별 분쟁조정 신청 현황	17
<표 2-11> 콘텐츠분쟁조정위원회에 접수된 콘텐츠 관련 유형별 분쟁조정 상담 현황	18
<표 2-12> 콘텐츠분쟁조정위원회에 접수된 콘텐츠 관련 장르별 분쟁조정 신청 현황	19
<표 2-13> 통신분쟁조정위원회에 접수된 통신 관련 유형별 분쟁조정 상담 현황	20
<표 2-14> 방송통신심의위원회의 불법·유해정보 심의의결 현황	22
<표 2-15> 방송통신심의위원회의 디지털성범죄정보 시정요구 현황	24
<표 2-16> 방송통신심의위원회의 권리침해정보 유형별 시정요구 현황	25

<표 2-17> 방송통신심의위원회의 지식재산권 침해 정보 위반유형별 시정요구 현황	25
<표 2-18> 개인정보보호위원회의 개인정보침해 유형별 신고 및 상담 접수 현황 (2020년 8월까지)	26
<표 2-19> 개인정보보호위원회의 개인정보침해 유형별 신고 및 상담 접수 현황 (2020. 9~12월)	27
<표 2-20> 전자상거래법 소비자(이용자) 보호 관련 내용	29
<표 2-21> 전기통신사업법 이용자 보호 관련 내용	31
<표 2-22> 개인정보 보호법의 정보주체의 권리와 개인정보처리자의 의무 ·	34
<표 2-23> 정보통신망법 이용자 보호 관련 내용	35
<표 3-1> 재화 및 서비스(통신, 콘텐츠 제외) 피해 유형 분류	41
<표 3-2> 통신서비스 피해 유형 분류	61
<표 3-3> 콘텐츠 피해 유형 분류	78
<표 3-4> C2C(개인간) 거래 피해 유형 분류	88
<표 3-5> 권리침해 피해 유형 분류	90
<표 3-6> 불법콘텐츠 피해 유형 분류	99
<표 3-7> 성범죄 피해 유형 분류	104
<표 3-8> 기타 사이버범죄 피해 유형 분류	111
<표 3-9> 크리에이터 피해 유형 분류	114
<표 3-10> 집단 내 괴롭힘 피해 유형 분류	116

그 립 목 차

[그림 2-1] 한국소비자원 피해구제 절차	33
[그림 4-1] 한국소비자원 피해구제 절차도	123
[그림 4-2] 전자문서·전자거래분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차도	126
[그림 4-3] 콘텐츠분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차도	127
[그림 4-4] 통신분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차도	128
[그림 4-5] 개인정보분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차도	130
[그림 4-6] 방송통신심의위원회의 통신심의 절차도	131
[그림 5-1] 온라인 피해 상담센터 도입에 따른 상담체계의 AS-IS와 TO-BE	141

요 약 문

1. 제 목

온라인 서비스 이용자 보호를 위한 피해대응 정책방안 연구

2. 연구 목적 및 필요성

본 연구는 온라인에서 발생하는 이용자 이익 침해 사고가 복잡한 형태로 일어나고 있음에도 피해 유형과 대처에 대한 체계적인 연구는 부족하고 구제기관은 영역별로 흩어져 있어 효과적인 피해구제가 힘들다는 문제의식에서 수행되었다. 이에 따라 이번 연구는 온라인 피해와 관련한 전반적인 현황을 조망하고 이에 대응할 정책 방안을 모색함으로써 온라인 상의 이용자 보호 강화를 도모하고자 한다. 이를 위해 온라인 서비스에서 발생하고 있는 이용자의 다양한 피해 유형을 분석하고, 피해에 신속하고 효과적으로 대응할 수 있는 정책 방안을 도출한다.

3. 연구의 구성 및 범위

세부 연구 내용으로 국내 온라인 이용자 피해 현황 조사(2장), 온라인 피해 유형의 체계화(3장), 피해구제 프로세스 검토(4장), 온라인 이용자 피해 대응을 위한 정책 방안(5장) 등을 다루었다. 특히, 가장 핵심적인 내용으로 3장에서 개인 이용자가 온라인에서 입을 수 있는 피해 유형을 분류하고 각 유형에 대한 대처방안을 체계적으로 정리하였다. 또한, 5장에서 향후 설립 예정인 (가칭) '인터넷 피해 상담 센터'가 가져야 할 목적과 역할, 그리고 다른 구제기관과의 차별점을 짚어보고 이를 효과적으로 실현하기 위한 운영방안 등을 논의하였다.

4. 연구 내용 및 결과

온라인 피해 유형의 분류는 이번 연구의 가장 핵심 내용이다. 그간 온라인 피해 유형이 산발적으로 정리되었던 것과 달리 이번 연구에서는 분야를 나누지 않고 온라인 전 범위에 서의 피해 유형을 분류하였다. 또한, 단순히 피해 유형을 분류하는 데에 그치지 않고 현재 제도적으로 이용자 보호를 위해 보장되고 있는 피해 신고 및 구제 방안을 구체적으로 조사 하고 정리하였다. 피해 유형과 대처방안의 체계화를 위하여 법률, 보고서, 백서 등의 문헌 조사, 각 구제기관에서 관리하는 온-오프라인 자료, 전문가 자문 등 다양한 방법을 활용하 였다.

온라인 피해를 크게 상거래유형과 비금전유형으로 나눈 후, 각각에 대해 대분류, 중분류, 소분류로 나누었다. 상거래유형은 대분류로 재화 및 서비스(통신, 콘텐츠 제외), 통신서비 스, 콘텐츠(구독서비스 포함), C2C(개인간) 거래의 네 개의 범주를 제시하고, 여기서 중분 류 28개, 소분류 77개를 나누었다. 비금전유형의 경우 권리침해, 불법콘텐츠, 성범죄피해, 사이버범죄, 크리에이터, 집단괴롭힘의 6개의 대분류에서 다시 20개의 중분류, 44개의 소 분류가 도출되었다. 각 소분류마다 신고, 상담, 조정 신청할 수 있는 구제 기관과 해당 기 관에서 받을 수 있는 이용자 보호 내역을 기술하였다.

피해유형 분류체계는 향후 여러 용도로 활용될 수 있다. 먼저, 이용자들에게 발생 우려가 있는 피해에 대해 설명하고 대처방안을 알리는 기초 자료로 활용할 수 있다. 또한, 새로 설 립될 예정인 온라인 피해 상담센터에서 상담원의 상담자료나 상담데이터베이스의 열개를 잡는 등의 초기 운영 과정에 활용될 수 있다. 더 나아가, 이번 피해 유형 분류 결과를 활용 하여 더 확장된 형태로 연구가 가능하다. 아직 기초적인 단계인 유형 분류작업에서 나아가 체계를 재조직하거나, 분류항목을 늘려 대응할 수 있는 피해의 범위를 확대할 수 있다. 현 재의 분류 체계를 비추어보았을 때 속하지 않은 새로운 피해 유형을 발굴하는 틀로도 사용 할 수 있다.

향후 더욱 확대될 온라인 환경에서 온라인 이용자 보호를 위해서는 피해 구제의 신속성, 신유형에 대한 재빠른 대응, 복잡한 피해 유형에 대한 기관 간 연계 등의 정책 대안이 필요 하다. 이를 위하여 이번 연구는 해당 정책 목표를 실현할 방안으로 2022년 설립이 예정된 (가칭)‘인터넷 피해 상담 센터’에 관련 역할을 부여할 필요가 있다고 보았다. 온라인 피해

상담센터는 온라인 상에서 발생하는 모든 종류의 피해에 대해 소관을 가리지 않고 민원을 접수하여 상담을 제공하고 피해를 구제하는 일원화된 창구를 제공한다. 이로써 피해 유형 및 구제 관련 제도에 아무런 경험과 지식이 없는 일반인이더라도 손쉽게 접근하여 상담을 마련하도록 센터를 중심으로 기관 간 연계 지원 체계를 구축할 필요가 있다. 또한, 광범위한 온라인 영역에서 주의가 요구되는 급박한 피해 상황의 발생, 새로운 피해 유형의 발생 등을 모니터링하고 분석할 수 있는 기능이 필요하다. 원스톱 피해 상담센터를 통해 광범위한 온라인 피해 상담 내역을 축적함으로써 신규 유형을 발굴하고 현재 제도의 문제점을 도출할 수 있을 것이다.

5. 정책적 활용 내용

본 연구의 결과는 온라인 이용자 보호를 위한 기본 정책자료로 쓰이며, (가칭) ‘인터넷 피해 상담 센터’의 구축에 활용될 수 있다.

6. 기대효과

이번 연구를 통해 온라인 서비스를 사용하는 이용자의 후생 극대화를 도모하고, 이로써 향후 온라인 환경의 혁신과 발전에 기여할 수 있을 것이다.

SUMMARY

1. Title

Policy Study of Efficient Relief System Design Addressing Online User Damage

2. Objective and Importance of Research

Although online services are essential in our daily lives, people are worried that damage relief is not sufficiently effective as there is a lack of systematic research on damage types and responses and relief agencies are scattered in specific areas despite the fact that online user-interest-damaging accidents occur in a complex form. Accordingly, this study aims to look at the overall problems related to online user damage and work out policy measures to resolve the problems, finally protecting the rights and benefits of individual online users. To this end, we analyze various types of damage in online services and draws policy measures that can quickly and effectively respond to the damage.

3. Contents and Scope of the Research

The study reviews the domestic statistics on online user claims (Chapter 2), deals with the typological classification of online damage claimed by individuals (Chapter 3), reviews the currently operating damage relief processes (Chapter 4), and generates policy ideas to improve the current damage relief system (Chapter 5). In particular, as the most essential content, in Chapter 3, the types of damages that individual users may be inflicted online are categorized and the countermeasures for each type are systematically arranged. In addition, in Chapter 5, the purpose, role and operational plan of the (tentative name) ‘Internet Damage Counseling

Center' to be established in the near future, as well as differences from other relief agencies, are discussed.

4. Research Results

The classification of online damage types is the most important content of this study. Unlike previous online damage types that have been sporadically organized, this study classifies the online damage types without dividing the fields. In addition, it does not stop at simply classifying the types of damage, but specifically investigates and organizes damage remedies that are currently institutionally guaranteed for user protection. In order to classify the types of damages and countermeasures, various methods were used, such as literature review such as laws, reports, and white papers, on-offline sources managed by relief agencies, and experts interviews.

After largely dividing online damage claims into commerce type and non-monetary type, types are divided into large, medium, and small categories. As for the types of commerce, four categories of goods and services (communications and contents excluded), communication services, contents (including subscription service), and C2C (interpersonal) transactions are presented as major categories, and 28 medium categories and 77 small categories are shown. In the case of non-monetary types, 20 medium categories and 44 sub-categories were derived from 6 major categories of rights infringement, illegal contents, sexual crimes, cyber crimes, creator problems, and bullying issues. For each sub-category, relief organizations, public or private, that users can report to, be consulted with, and file disputes to are described.

In order to protect online users in the online environment that will further expand in the future, policy alternatives such as swift remedies for damage, quick response to newly arising disturbances, and inter-agency cooperation for complex types of damages are needed. To this end, this study considers that it is necessary to assign related policy roles to the (tentative name) 'Internet Damage Counseling Center', which

is scheduled to be established in 2022. The Internet Damage Counseling Center should provide a unified window for receiving complaints, providing counseling, and relieving damage regardless of jurisdiction for all kinds of damage that occurs online. Accordingly, it is necessary to establish a collaborative structure with other specialized agencies so that the general public with no experience or knowledge in the types of damages and relief-related organizations can easily access to counseling and relieving. In addition, the Center should monitor and analyze the occurrence of serious damages that requires attention in wide online areas and the occurrence of a new type of damage. By accumulating extensive online damage counseling cases through the one-stop damage counseling center, it will be possible to identify newly arising online problems and draw policy measures to improve our online environments.

5. Policy Suggestions for Practical Use

The results of this study can be used as basic policy data for the protection of online users as well as for establishing the (tentative name) ‘Internet Damage Counseling Center’.

6. Expectations

This study will help improve the welfare of users using online services, thereby contributing to the innovations and developments of online ecosystems.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Objective and Importance of Research

Chapter 3. Contents and Scope of the Research

Chapter 4. Research Results

Chapter 5. Policy Suggestions for Practical Use

Chapter 6. Expectations

제 1 장 서론

제 1 절 연구의 필요성

최근 ICT 기술의 발전으로 온라인 서비스는 일상생활에 떼려야 뗄 수 없는 필수 불가결한 요소로 자리잡았다. 데이터통신기술이 급속히 발전하고 스마트폰, 태블릿 PC 등 스마트기기가 확산되면서 언제 어디서든 온라인 서비스를 이용할 수 있게 되었는데, 2020년 대한민국 국민의 인터넷 이용률은 91.9%이고, 지난 5년간 60대 이상 고령층에서 이용률이 약 15% 증가하는 등 대부분의 국민들에게 온라인 활동이 일상화되었다.¹⁾

온라인 서비스는 미디어, 게임 등 특정 콘텐츠에 국한되지 않고 일상생활 전반에 침투하고 있다. 전자상거래, 모빌리티, 교육, banking 등 기존 오프라인 경제활동이 온라인으로 상당부분 대체되는 중이다. 온라인 쇼핑의 거래액은 2020년 159조 원으로 최근 4년간 연평균 19%씩 성장, 모바일 배달앱(배달의 민족+요기요) 결제금액은 2020년 12조 원으로 연간 76%씩 상승하였다.²⁾ 공유경제, O2O 등 실시간 온·오프라인 서비스에 접근할 수 있는 서비스들이 끊임없이 출현하고 있는데, 자전거, 전동킥보드 등 마이크로 모빌리티의 경우 2020.10월 기준 180만 명이 이용중이며 전동킥보드 이용자는 전년 대비 무려 314%가 증가하였다.³⁾

특히, 코로나19 팬데믹으로 디지털 전환이 가속화되면서 온라인 서비스 이용은 더욱 확대되고 있으며 앞으로도 강화될 전망이다. WEF에 따르면, 코로나19 확산 이

1) 과학기술정보통신부·한국지능정보사회진흥원, “2020년도 인터넷이용실태조사”

2) 국가통계포털, “온라인쇼핑 거래액”; 와이즈앱, “2020년 배달 앱 결제규모 2019년 대비 75% 증가”

3) 닐슨미디어(2020.11.30.), “200만 이용자 목전에 둔 ‘퍼스널모빌리티’, 대안 교통수단으로 자리잡나?”

후 인터넷 사용량이 70% 증가, 비디오 스트리밍이 20배 증가했고,⁴⁾ 국내 역시, 2020년 상반기 비대면 온라인 쇼핑이 30.3% 증가, 품목별로는 음식, 음식료품, 생활용품 등 일상생활에 직결된 소비가 크게 증가하였다.⁵⁾ 그간 온라인 구매를 꺼려했던 노령 구매층도 팬데믹 하에서 구매를 경험하면서 온라인 서비스를 활용하는 계층이 확대되었다.⁶⁾

온라인 서비스가 일상화되면서 서비스를 제공하는 인터넷 공간의 영향력도 하루가 다르게 커지고 있다. 온라인 플랫폼은 규모·범위의 경제, 네트워크 효과, 데이터 및 알고리즘 활용이라는 특징을 지니고 있다. 서비스 규모(규모의 경제)나 다양성(범위의 경제)을 통해 비용을 절감할 수 있고, 특히 이용자가 많아지면 많아질수록 개인에게 더 많은 가치를 제공하는 네트워크 효과로 인해 비용절감이 더욱 용이한 구조이다. 또한 이용자의 행태와 특성에 관한 데이터를 알고리즘을 통해 개개인에 특화된 서비스를 제공하는 데 활용하기도 하는데, 이는 규모와 즉시성 측면에서 다른 산업과 구별된다.

문제는 온라인의 즉시성, 규모·범위의 경제, 네트워크 효과, 자동화된 데이터 및 알고리즘 등의 특징이 편익을 제공함과 동시에 피해가 발생했을 때 시공간을 넘어 광범위하게 퍼질 수 있다는 점이다. 예를 들어, 인공지능, 맞춤형 광고 등 플랫폼 기술이 타성, 확증편향과 같은 행동편향 특성을 이용하여 이용자의 최선의 선택을 방해할 수 있고, 데이터와 알고리즘을 활용하여 이용자의 주의를 끌어 정치적, 상업적 용도로 활용할 수도 있다. 사회적 영향력이 커지면 소수 이용자가 겪는 피해가 등한 시되거나 보고되지 않을 수도 있다.

4) WEF(2020.7.), “Digital Transformation: Powering the Great Reset”

5) 한국은행(2020. 9), “비대면 소비행태 확산과 서비스업계의 대응전략”, 《이슈모니터링》.

6) 김현수 (2020.6), “코로나19 이후 글로벌 전자상거래 트렌드”, TRADE FOCUS, 2020년 21호, 한국무역협회.

이용자가 겪을 수 있는 경제적, 사회적 위험성의 증가는 장기적인 온라인 환경의 발전에 악영향을 미칠 수 있다. 이에 따라 각국은 인터넷 플랫폼의 이용자 피해 사례를 지속 발굴하여 대응책을 마련하는 정책 노력을 기울여왔다. 예를 들어, 모바일 앱의 수익모형으로 인앱결제가 활성화되면서 미성년자들의 결제 피해로 다수의 소비자 민원이 제기되자 미국 연방거래위원회(FTC)가 2014년 조사를 시작했고, 이에 애플과 구글은 피해자 보상(애플 \$3,250만, 구글 \$1,900만)과 함께 인앱결제시 계정 보유자(부모)의 동의를 요구하도록 시스템을 변경하였다. EU 소비자보호 협력기구(CPC; Consumer Protection Cooperation)는 인터넷 사기에 노출되는 등 소셜미디어 약관 피해·불만 신고가 증가함에 따라 페이스북 등에 대해 EU 소비자 보호규정에 위반되는 약관 조항 개선 및 불법적 상업게시물 제재 시스템 마련을 2016년 요구하였다. 국내에서도 방통위가 유튜브 프리미엄 서비스의 해지권 제한, 중요사항 미고지 행위에 시정조치 및 중도해지 환불을 유도하였다(2020.1월).

이처럼 정부와 정책기관들이 부단한 노력을 펼치고 있음에도, 현재 온라인에서 발생하고 있는 피해에 대한 국내의 정책적, 사회적 대처에는 미흡한 점이 일부 지적된다. 먼저, 신규 서비스가 지속적으로 개발되면서 신종 피해 유형 역시 지속적으로 나타난다. 앞서 플랫폼 사례로 살펴본 미성년자 인앱결제 피해, 구독서비스 해지 제한 등은 앱마켓, 구독경제가 일반화되기 전에는 특정하기 어려웠던 피해 유형이다. 부동산 중개앱의 허위매물⁷⁾, P2P대출의 투자위험 미고지⁸⁾, 개인직거래(C2C), 라이브커머스, SNS마켓에서의 상거래 피해⁹⁾ 등 새로운 온라인서비스가 성장할 때마다 새로운 이용자 피해가 대두된다.

둘째로, 반복적으로 나타나는 신유형 피해에 대한 제도적 대응이 미비하다. 기존 법령으로 포섭하지 못하는 새로운 서비스의 반복 출현은 이용자 혼란을 가중시킨

7) 한국소비자원(2016.5), “모바일 부동산 중개 서비스 이용 관련 실태조사”.

8) 한국소비자원(2016.6), “온라인 P2P 대출 서비스 실태조사”.

9) 한국소비자원(2020.12), “라이브커머스 광고 실태조사”. 한국소비자원(2019.6), “SNS마켓 소비자문제 실태조사”.

다. 각종 분쟁조정위원회, 명예훼손 분쟁조정부 등은 이미 법에 의해 규제되는 사항에 대하여 다루는 경우가 많다. 하지만, 법령으로 포섭하지 못하는 신종 서비스나 신종 유형의 피해가 지속적으로 발생하고 있어 사각지대가 존재한다.

셋째, 신종 유형을 포함하여 온라인에서 이용자에게 발생할 수 있는 피해에 대하여 체계적으로 정리되어 있지 않다. 이용자가 자신이 피해를 입었음을 판단하고 행동하기 위해서는 온라인 상에서 어떤 피해가 발생할 수 있고, 각각의 피해에 어떻게 대처해야 하는가가 종합적으로 정리되어야 할 필요가 있다. 또한, 현존하는 온라인 피해 내용을 체계적으로 정리해야, 새로운 유형이 발생했을 때 신속한 판단이 가능하다. 하지만, 상거래, 권리침해, 통신분쟁 등 특정 영역을 담당하는 기관에서 해당 분야의 신고나 상담을 개별적으로 유형화한 작업이 산발적으로 존재할 뿐 온라인 이용자 피해 유형 전반에 대하여 체계적으로 관리하지 못하고 있다.

넷째, 피해의 범위와 속도가 더욱 커지고 있다. 인터넷의 비대면성, 즉시성, 확산성에 따라 인터넷사기, 신상털기, 명예훼손 등에서 이용자 피해의 범위와 속도가 확대되는 추세이다. 정확도·신뢰도 낮은 정보가 사실확인이나 검증단계 없이 직접 전달되면서 빠르게 유포되고 확산되며, 소셜미디어가 일상화되면서 피해자 개인이 쉽게 특정, 관련·비관련 개인정보의 노출로 금전적 피해 외에도 ‘신상털기’ 등 정신적 피해가 복합화되는 경향이 높아지고 있다.¹⁰⁾ 불법 유포로 발생한 온라인 상 피해는 회복이 어려운데, 정보통신망법의 불법정보 유통 방지와 서비스사업자 임시조치가 있으나 인터넷 상에서의 완전한 제거는 사실상 불가능하다.

다섯째, 이용자들이 받는 피해의 범위와 속도가 확대되는 반면, 제도에 의한 피해 구제는 많은 비용과 오랜 시간이 소요된다. 상거래 피해는 3일 이내 대금반환 등 신속한 처리를 규정한 반면, 오히려 확산성이 높은 사생활 침해, 명예훼손, 불법정보 등의 구제는 시간 제약이 없는 상황이다. 정보통신망법에 따른 처벌은 사법처리과

10) 이양환(2012), “소셜미디어를 통한 개인 신상정보 침해와 언론보도의 영향”, 언론중재, 언론중재위원회.

정을 필요로 하여 일반인의 접근성이 낮고 고비용이 소모된다. 조속한 대응을 위한 서비스사업자의 임시조치가 있으나 이를 위해서 피해자나 사업자가 불법게시물을 인지해야 하고, 빠르게 신고조치해야 한다. 분쟁조정위원회가 다수 존재하고 있는데, 이들의 조정기간은 45일, 60일 등 장시간이 소요된다. 취약계층일수록 적합한 조직과 지원기관을 탐색하고 조정 및 소송 과정의 비용을 부담하는 등의 피해 대처에 나서기 어려울 수 있다.

여섯째, 피해 대응 기능이 법령에 의거하여 여러 기관으로 분산되어 있어 연계성이 떨어진다. 수요자(피해자) 관점에서의 피해 접수가 아니라 공급자(구제기관) 관점에서 여러 규제주체에 따라 범위와 역할이 분산되어 있는 형태이다. 예를 들어, 가장 민원접수가 많고 접근이 쉬운 피해 접수 창구는 '1372 소비자상담센터'로 모든 재화·서비스의 소비자피해를 접수하는데, '1372 소비자상담센터'는 상거래가 아닌 신상털기, 불법콘텐츠 등의 온라인 피해 접수·처리는 하지 않으며 이에 따라 해당 피해를 입은 이용자는 다른 기관을 찾아야 한다.

이러한 여러 문제점은 급격히 성장하고 있는 온라인 기술 및 서비스 시장에 아직 사회적 인식과 제도적 안전망이 따라가지 못하고 있기 때문이다. 각종 피해사례가 발생하고 있으나, 온라인 특성상 매우 급속하게 확산되고 회복 불가능한 수준에 이르는 경우도 있어, 신속하고 실효성 있는 대처가 매우 중요하다. 그러나 온라인 서비스 관련 각종 제도·정책이 소관에 따라 기관별로 흩어져 있고 일부 사각지대도 존재하여, 이용자의 피해구제가 지체되도록 할 소지가 크다. 구체적으로 이용자가 자신의 피해에 적합한 기관에 피해구제를 신청하기 위해서는 탐색비용이 필요하며, 탐색에도 불구하고 적합하지 않은 기관에 신청할 경우 이관에 시간이 소모됨으로써 피해가 커질 수 있다. 이에 따라 앞서 살펴본 온라인 이용자 피해 현황의 문제점을 완화할 수 있는 정책 방안을 모색할 필요성이 대두되었다.

제 2 절 연구의 목적 및 범위

이번 연구는 온라인 피해의 전반 상황을 조망하고 이에 대응할 정책 방안을 모색함으로써 온라인 상의 이용자 보호 강화를 목적으로 한다. 이를 위해 온라인 서비스에서 발생하고 있는 이용자의 다양한 피해 현황을 분석하고, 피해에 신속하고 효과적으로 대응할 수 있는 정책 방안을 모색한다. 세부 연구 내용으로 국내 온라인 이용자 피해 현황 조사, 온라인 피해 유형의 체계화, 피해구제 프로세스 검토, 온라인 이용자 피해 대응을 위한 정책 방안 등이 다루어진다.

이번 보고서는 온라인 피해를 크게 상거래 분야와 비금전 분야로 나누었다. 두 분야로 나눈 이유는 온라인 피해의 범위가 지나치게 넓어 조사 및 분류 작업의 효율성을 높이고 연구 결과에 대한 독자의 이해를 쉽게 하기 위함이다. 피해의 속성 중 하나인 금전 거래의 개입 유무를 기준으로 간단하게나마 큰 구획을 나눈 것이다. 아래에 기술한 연구 내용은 모두 상거래, 비금전으로 나누어 살펴보았다. 하지만, 이러한 구분은 연구작업 및 이해의 편리성을 위한 것일 뿐, 이용자가 온라인에서 겪는 피해가 상거래나 비금전으로 명확하게 나뉘를 의미하는 것은 아니며, 경계가 모호하거나 두 분야가 혼합하여 나타날 수 있음을 주지해야 한다.

연구 내용을 간략하게 보면, 먼저 국내 온라인 이용자 피해의 현황을 살펴본다(2장). 상거래 분야, 비금전 분야 각각에서의 온라인 피해의 발생 현황, 관련된 제도, 정책, 기관을 전반적으로 검토하여 시사점을 도출한다.

두 번째인 온라인 피해 유형 체계화는 이번 연구의 가장 핵심 내용이다(3장). 그동안 온라인 피해 유형이 산발적으로 정리되었던 것과 달리 이번 연구에서는 분야를 나누지 않고 온라인 전 범위에서의 피해 유형을 분류하였다. 또한, 단순히 피해 유형을 분류하는 데에 그치지 않고 현재 제도적으로 이용자 보호를 위해 보장되고 있는 피해 신고 및 구제 방안을 구체적으로 조사하고 정리하였다. 피해 유형과 대처방안의 체계화를 위하여 법률, 보고서 등 문헌조사, 각 구제기관에서 관리하는 온-오프

라인 자료, 전문가 자문 등 다양한 방법을 활용하였다.

온라인 피해는 크게 상거래유형과 비금전유형으로 나눈 후, 각각에 대해 대분류, 중분류, 소분류로 나누었다. 상거래유형은 대분류로 재화 및 서비스(통신, 콘텐츠 제외), 통신서비스, 콘텐츠(구독서비스 포함), C2C(개인간) 거래의 네 개의 범주를 제시하고, 여기서 중분류 28개, 소분류 77개를 나누었다. 비금전유형의 경우 권리침해, 불법콘텐츠, 성범죄피해, 기타 사이버범죄, 크리에이터, 집단괴롭힘의 6개의 대분류에서 다시 20개의 중분류, 44개의 소분류가 도출되었다. 각 소분류마다 신고, 상담, 분쟁신청할 수 있는 구제 기관과 해당 기관에서 받을 수 있는 이용자 보호 내역을 기술하였다.

온라인 피해 유형과 그에 대한 대처방안이 체계적으로 정리되면 여러 장점이 있다. 가장 먼저, 이용자들이 피해를 입었을 때 어떤 행동을 취할 것인지를 종합적이고 체계적으로 알려줄 수 있다. 흩어져있는 피해상황과 구제기관의 정보가 통합되기 때문이다. 이에 따라 민원인의 피해 신고가 들어왔을 때 구제기관에서 다른 기관으로 빠르게 연계해 줄 수 있다. 또한, 앞서 지적한 바와 같이 기존 유형에 포함되지 않은 신유형 피해를 좀 더 쉽고 빠르게 발굴할 수 있다. 어떠한 제도나 구제기관도 존재하지 않는 피해가 발생했을 때 상황을 정확하게 파악할 수 있다.

세 번째로 여러 피해구제기관에서 제공하고 있는 구제 프로세스를 정리하고 시사점을 제시한다(4장). 이러한 프로세스를 제시함으로써 향후 새로운 피해 구제 기능을 모색할 때 참고할 수 있도록 하였다.

마지막으로 이용자 피해에 대응할 새로운 정책방안이 다루어진다(5장). 이 장에서는 방송통신위원회가 2022년부터 예정하고 있는 (가칭)‘인터넷 피해 상담 센터’의 역할과 운영 방안을 고려하였다. 방송통신위원회는 온라인 이용자 피해와 관련하여 앞에서 서술한 다양한 문제점이 있음을 인식하여, 이를 해결하기 위한 정책체계의 일환으로 ‘원스톱 민원서비스 추진’을 추진하고 있다. 이에 따라 2022년 (가칭)‘인터넷 피해 상담 센터’가 설립될 예정이므로, 상담센터의 목적, 차별성, 운영 방안 등을 중심으로 이용자 편익을 증진할 수 있는 방안을 모색해 보았다.

〈표 1-1〉 온라인 상거래 분야의 피해유형

대분류	중분류	소분류
재화 및 서비스 (통신, 콘텐츠 제외)	청약	청약철회 거부/지연
		법정대리인 동의 없는 청약
		중도 해지 거부/지연
		청약 없이 상품 공급/대금 청구
		과도한 위약금 부과
		재화/서비스 미공급, 일방적 계약취소
	계약 불완전 이행	표시된 것과 다른 상품 공급
		사은품 미지급
		과도한 수리비 부과
		서비스 이용제한
		정보제공(표시) 미흡
	광고/표시	과대광고
		허위 매물
		후기/리뷰 조작
	가격	표시된 것과 달리 할인 미적용
		대납 불이행
		가격 이외의 추가 부담 요구
	결제	자동 유료전환
	품질	제품 불량 및 이에 따른 추가 피해
	AS	AS 거부/지연
		수리 후 동일 하자 발생
		품질보증기간 내 수리비 청구
	반품/환불	반품 과정의 분실
		반품 후 환불 지연
		결제 수단 이외의 환불
	안전	위해물품
통신	가입	명의로용
		가개통
		법정대리인의 동의 없는 계약(앱마켓 포함)
		청약 철회 거부/제한(앱마켓 포함)

대분류	중분류	소분류
		가입 관련 중요사항 미고지·허위고지
		신규설치지연
		사전 고지되지 않은 설치 비용 추가 청구
	단말	①공시내용 및 추가지원금 미게시 ②공시지원금+추가지원금을 초과한 지원금 지급
		지원금과 연계한 개별계약 체결
		25% 요금할인 미제공
		차별적 지원금 등 권유 유도(기변 거부 포함)
	요금	요금불만
		가입요금제
		수신자 부담
		회수대행 관련 피해
		지나친 미납요금 독촉
	품질	통신품질
		서비스 장애
	이용	서비스 이용제한
		자동연장 및 관련 중요사항 미고지·허위고지(앱마켓 포함)
		약관변경 및 관련 중요사항 미고지·허위고지
		정보제공 요청 거부
		이전설치 또는 변경설치 지연 및 이전설치비용 미고지
		멤버십
	해지	해지거부/지연 및 관련 중요사항 미고지·허위고지(앱마켓 포함)
		과도한 위약금 부과
콘텐츠 (구독서비스 포함)	청약	청약철회 거부/지연
		법정대리인 동의 없는 청약(미성년자, 장애인 등)
		중도 해지 거부/지연
		과도한 위약금 부과
	광고/표시	정보제공(표시) 미흡
		과대광고
	이용	콘텐츠 미공급
		자동연장
		자동결제

대분류	중분류	소분류
		사용자의 이용제한
		약관변경
		아이템/캐쉬 복구 및 환불
	가격	부당한 요금청구
	품질	콘텐츠 부실, 불량
		서버 접속 장애로 인한 피해
	개인정보	개인정보 유출
C2C(개인간) 거래	기타	콘텐츠 제작/계약 미이행
	청약	청약철회 거부/지연
	계약 불완전 이행	재화/서비스 미공급, 일방적 계약 취소
		표시된 것과 다른 상품 공급
	광고/표시	정보제공(표시) 미흡
		과대광고
	결제	결제 수단 강요
	품질	제품 불량 및 이에 따른 추가 피해
	반품/환불	반품 후 환불 지연

〈표 1-2〉 온라인 비금전 분야의 피해유형

대분류	중분류	소분류
권리침해	사생활침해·명예훼손	사실 적시
		거짓 적시
	지식재산권 침해	저작권침해(국내)
		지재권침해(해외서버)
		상표권침해
		초상권침해
	개인정보 침해	개인정보 무단처리
		아동(만14세) 개인정보 무단처리
		개인정보 목적 외 이용
		개인정보 훼손·침해·누설
		부당한 앱 접근권한
		정보수집 사기(해킹)
불법 콘텐츠	유통금지 콘텐츠	이용권 침해
		서비스 중단·장애
		계정 정지
		청소년(19세미만) 유해 매체물
		음란물

대분류	중분류	소분류
		스토킹
		도박·사행
		불법 식·의약품
		개인정보거래
		무기정보·기밀누설·국보법위반·범죄교사/방조
	유해정보	불쾌·혐오·잔혹 콘텐츠 차별·비하·욕설, 반인륜·반인격적 콘텐츠
	불법광고	불법스팸
		불법물 광고
		불법금융
성범죄피해	음란행위	성인 피해자
		아동·청소년(19세 미만) 피해자
	성매매 알선 광고	성인 피해자
		아동·청소년(19세 미만) 피해자
	몰래카메라·영상물의 촬영·유포	성인 피해자
		아동·청소년(19세 미만) 피해자
	편집·합성·가공물의 제작·유포	편집·합성·가공물의 제작·유포
	협박	협박
기타 사이버범죄	합의 강요	아동·청소년(19세 미만) 피해자
	피해자 신원 노출	성인 피해자
		아동·청소년(19세 미만) 피해자
	정보통신망 침해	정보통신망 침해
	정보통신망 이용 범죄	사이버 금융범죄
		사이버사기
	부당계약	부당계약
	아동·청소년 크리에이터 미보호	아동·청소년 크리에이터 미보호
집단 내 괴롭힘	학교 폭력	사이버 학교 폭력
	직장 내 괴롭힘	직장 내 괴롭힘·성희롱

제 2 장 온라인 이용자 피해 현황 및 문제점

이번 장은 국내의 온라인 이용자 피해의 전반적인 현황을 점검한다. 제1절은 온라인 피해 발생에 대한 각종 기관의 통계를 살펴보고, 제2절은 관련 법령의 내용을 정리하였다. 제3절은 현황을 통하여 국내 피해 대응의 문제점을 짚어보았다.

온라인 이용자 피해는 금전 거래 개입 유무를 기준으로 크게 상거래 분야와 비금전 분야로 나누었다. 금전거래가 개입하는 경우를 상거래로, 금전거래 없이 정신적, 인격적, 권리상의 피해를 입은 경우를 비금전 분야로 나누어 살펴보았다. 상거래는 판매자와 구매자의 관계, 피해 상황의 판단, 금전적인 보상 방법 등에 대한 비교나 참조가 상대적으로 편리한 측면이 있고 오랫동안 제도적으로 관리되어왔다. 하지만, 비금전 유형의 피해는 온라인 서비스가 일상생활에 필수적인 요소로 자리 잡은 만큼 다양한 방식으로 일어날 수 있음에도 그 피해의 유형, 정도, 보상을 규정하기 어려워 사회적인 논의, 제도적인 정의 등이 중요하게 작용하는 영역으로 볼 수 있다. 다만, 피해를 상거래와 비금전의 두 범주로 나누는 것은 논의의 수월성을 위한 것이지 실제 이용자 피해는 두 분야가 동시에 혹은 복합적으로 결합되어 발생할 수 있음을 유의할 필요가 있다.

제 1 절 온라인 피해 발생 현황

1. 상거래 분야

소비패턴이 비대면 거래로 변화하면서 온라인거래¹¹⁾가 급격히 증가함에 따라 소비자피해도 지속적으로 증가하고 있다. 최근 5년(2016년~2020년)간 한국소비자원에 접수된 온라인거래 관련 피해구제 신청은 총 69,452건으로 매년 증가하고 있다.

11) 한국소비자원은 통신판매에 해당되는 판매방법 가운데 TV홈쇼핑을 제외한 전자상거래, 모바일거래, 소셜커머스(쇼핑), 기타 통신판매를 온라인 거래로 분류하고 있다.

〈표 2-1〉 한국소비자원에 접수된 온라인거래 관련 피해구제 현황

(단위: 건, %)

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	합 계
건수	10,331	12,601	13,648	15,898	16,974	69,452
증감률	-	22.0	8.3	16.5	6.8	

자료: 한국소비자원(2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

피해구제 신청 69,452건을 분석한 결과, 964개의 다양한 품목이 접수되었으며, ‘항공여객운송서비스’가 5,898건으로 가장 많았고, 다음으로 ‘투자자문(컨설팅)’이 3,274건, ‘국외여행’ 2,094건 등의 순이었다.

피해유형별로는 계약불이행·계약해제·해지·위약금 등 ‘계약’ 관련 피해가 63.6% (44,189건)로 가장 많았고, 다음으로 ‘품질·AS’ 관련이 5.1%(3,544건), ‘안전’ 관련이 3.6%(2,499건) 등의 순이었다.

〈표 2-2〉 한국소비자원에 접수된 온라인거래 관련 소비자피해 다발 상위 품목

(단위: 건)

순위	품목	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	합 계
1	항공여객운송서비스	906	967	1,054	784	2,187	5,898
2	투자자문(컨설팅)	113	256	744	1,250	911	3,274
3	국외여행	351	470	438	405	430	2,094
4	기타의류·섬유	368	337	283	390	356	1,734
5	잡화·재킷류	235	297	351	381	274	1,538
6	호텔	155	267	302	334	448	1,506
7	기타숙박시설	154	210	220	269	443	1,296
8	인터넷교육서비스	206	244	210	280	341	1,281
9	기타보건·위생용품	30	12	19	35	287	383
10	인터넷정보이용서비스	109	136	99	230	257	831

자료: 한국소비자원(2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

〈표 2-3〉 한국소비자원에 접수된 온라인거래 관련 소비자피해 유형별 현황

(단위: 건, %)

피해유형	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	계	비율
계약	6,279	7,813	8,466	10,176	11,455	44,189	63.6
품질·AS	560	688	681	878	737	3,544	5.1
안전	515	340	569	540	535	2,499	3.6
약관	188	172	155	190	207	912	1.3
부당행위	203	124	178	177	188	870	1.3
가격·요금	93	110	166	176	151	696	1.0
표시·광고	56	56	42	54	84	292	0.4
기타	2,437	3,298	3,391	3,707	3,617	16,450	23.7
합 계	10,331	12,601	13,648	15,898	16,974	69,452	100

자료: 한국소비자원(2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

피해구제 신청 사건(69,452건) 중 주요 9개 ‘온라인 플랫폼 사업자¹²⁾’와 관련한 분쟁은 10,947건으로 15.8%에 이르는 것으로 확인되었다. 이 중 소비자가 환급·배상·계약해제 등으로 피해를 보상받은 비율은 58.6%(6,420건)이었고, 입증 자료 미흡, 판매자 신원정보 미상 등으로 피해보상을 받지 못한 경우가 40.8%(4,464건)로 다른 분야의 피해구제 합의율¹³⁾에 비해 상대적으로 낮았다.

〈표 2-4〉 한국소비자원에 접수된 온라인 플랫폼 관련 피해구제 처리결과

(단위: 건, %)

처리결과	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	계
합의	915 (56.2)	1,184 (59.0)	1,422 (59.7)	1,703 (62.2)	1,196 (54.5)	6,420 (58.6)
미합의	714 (43.8)	822 (41.0)	958 (40.3)	1,034 (37.8)	936 (42.6)	4,464 (40.8)

12) 거래당사자 또는 둘 이상의 이용자들에게 전자적 시스템을 통해 인터넷 영업장소를 대여, 재화·용역의 거래를 중개하거나 정보교환 또는 정보게시 등을 하는 사업자로 11번가, 네이버, 옥션, 위메프, 인터파크, 지마켓, 쿠팡, 카카오, 티몬 등이 해당한다.

13) 다른 분야 피해구제 합의율 : 주식투자서비스(82.8%), 의류 및 신변용품(78.8%), 초고속인터넷서비스(73.0%), 통신교육서비스(64.8%), 국내결혼중개업(61.9%)

처리중	-	-	-	-	63 (2.9)	63 (0.6)
합 계	1,629	2,006	2,380	2,737	2,195	10,947

자료: 한국소비자원(2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

최근 5년간 한국소비자원에 접수된 위해물품 거래 관련 피해구제 사건은 총 1,074건이었다. 위해물품 거래 관련하여 피해구제 신청된 1,074건을 분석한 결과, 환급·배상·교환 등으로 피해를 보상받은 비율은 47.6%(511건)이었고, 피해입증의 어려움이나 판매업자의 연락 두절 등으로 피해보상을 받지 못하는 경우가 52.1%(560건)이었다.

〈표 2-5〉 한국소비자원에 접수된 온라인거래 위해물품 관련 피해구제 현황
(단위: 건, %)

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	합 계
건수	212	219	195	218	230	1,074
증감률	-	3.3	△ 11.0	11.8	5.5	

자료: 한국소비자원(2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

〈표 2-6〉 한국소비자원에 접수된 온라인거래 위해물품 관련 피해구제 처리결과
(단위: 건, %)

처리결과	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	계
합의	103 (48.6)	103 (47.0)	95 (48.7)	110 (50.5)	100 (43.5)	511 (47.6)
미합의	109 (51.4)	116 (53.0)	100 (51.3)	108 (49.5)	127 (55.2)	560 (52.1)
처리중	-	-	-	-	3 (1.3)	3 (0.3)
합 계	212	219	195	218	230	1,074

자료: 한국소비자원(2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

최근 5년간 한국소비자원에 접수된 해외 사업자 관련 피해구제 사건은 총 1,500건이며, 해외 사업자 관련 피해구제 접수 건수는 2017년 이후 매년 증가하는 추세를 보였다.

〈표 2-7〉 한국소비자원에 접수된 온라인거래 해외사업자 관련 피해구제 현황
(단위: 건, %)

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	합 계
전수	270	215	300	304	411	1,500
증감률	-	△ 20.4	39.5	1.3	35.2	

자료: 한국소비자원(2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

피해구제 사건 총 1,500건 중 환급, 배상, 계약해제 등 보상 처리된 사건은 51.6% 이었고, 소비자의 민원 접수 공문이 반송되거나 사업자 연락두절 등으로 보상 처리 되지 않은 사건은 48.2%이었다.

〈표 2-8〉 한국소비자원에 접수된 온라인거래 해외사업자 관련 피해구제 처리결과
(단위: 건, %)

처리결과	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	계
합의	123 (45.6)	116 (54.0)	148 (49.3)	177 (58.2)	210 (51.1)	774 (51.6)
미합의	147 (54.4)	99 (46.0)	152 (50.7)	127 (41.8)	198 (48.2)	723 (48.2)
처리중	-	-	-	-	3 (0.7)	3 (0.2)
합 계	270	215	300	304	411	1,500

자료: 한국소비자원(2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

한편 전자거래¹⁴⁾를 전문으로 담당하는 전자문서·전자거래분쟁조정위원회에 2020년 접수된 분쟁조정 신청을 거래형태별로 구분해보면, 기업과 개인 간 거래형태인 B2C 분쟁이 1,042건(51.4%)으로 가장 많았고, 이어 개인 간 거래인 C2C 분쟁이 906건(44.7%)으로 전년 대비 비중이 크게 늘어난 것으로 나타났다.

14) 전자거래란 재화나 용역을 거래할 때 그 전부 또는 일부가 전자문서에 의하여 처리되는 거래를 지칭하며, 전자상거래는 물론 오프라인 거래 가운데 전자적 수단에 의해 결제가 이루어지는 경우 등이 포함된다.

〈표 2-9〉 전자문서·전자거래분쟁조정위원회에 접수된 전자거래 관련 거래형태별
분쟁조정 신청 현황

(단위: 건, %)

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	증감률
B2C	820 (62.8)	1,357 (66.8)	1,138 (61.7)	1,080 (63.3)	1,042 (51.4)	△ 3.5
C2C	446 (34.2)	620 (30.5)	649 (35.2)	535 (31.4)	906 (44.7)	69.3
B2B	25 (1.9)	43 (2.1)	47 (2.5)	90 (5.3)	61 (3.0)	△ 32.2
기타	14 (1.1)	10 (0.5)	10 (0.5)	-	17 (0.9)	-
합 계	1,305	2,030	1,844	1,705	2,026	18.8

주: 전자거래가 아닌 방문판매, 전화권유 판매 등이 접수된 건

자료: 과학기술정보통신부·한국인터넷진흥원(2021), p. 35.

전자문서·전자거래분쟁조정위원회의 피해유형 분류는 한국소비자원과 유사하지만 좀 더 구체화하고 있을 뿐만 아니라 배송, 시스템오류, 전자문서, 쇼핑몰폐쇄 등을 별도로 구분하고 있다는 점에서 특징적이다. 다만 한국소비자원의 피해유형에 포함된 안전, 부당행위 등에 대해서는 별도로 구분하고 있지 않다.

〈표 2-10〉 전자문서·전자거래분쟁조정위원회에 접수된 전자거래 관련 유형별
분쟁조정 신청 현황

(단위: 건, %)

피해유형	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	증감률
계약취소/교환, 반품	743 (56.9)	1,071 (52.8)	1,050 (56.9)	988 (57.9)	1,136 (56.1)	15.0
재화의 하자	167 (12.8)	258 (12.7)	272 (14.8)	246 (14.4)	352 (17.4)	43.1
계약조건변경/ 불이행	135 (10.3)	277 (13.6)	193 (10.5)	176 (10.3)	203 (10.0)	15.3
배송관련	120 (9.2)	170 (8.4)	147 (8.0)	125 (7.3)	131 (6.5)	4.8

허위/과장광고	25 (1.9)	56 (2.8)	61 (3.3)	72 (4.2)	68 (3.4)	△5.6
상품정보 오기재	40 (3.1)	61 (3.0)	43 (2.3)	32 (1.9)	55 (2.7)	71.9
서비스불만	19 (1.5)	57 (2.8)	18 (1.0)	13 (0.8)	23 (1.1)	76.9
시스템오류	9 (0.7)	17 (0.8)	5 (0.3)	8 (0.5)	6 (0.3)	△25.0
전자문서	-	-	3 (0.2)	7 (0.4)	7 (0.3)	0.0
쇼핑몰폐쇄	11 (0.8)	18 (0.9)	6 (0.3)	6 (0.4)	5 (0.2)	△16.7
기타	36 (2.8)	45 (2.2)	46 (2.5)	32 (1.9)	40 (2.0)	25.0
합 계	1,305	2,030	1,844	1,705	2,026	18.8

주: 기타는 개인정보, 인터넷주소 등

자료: 과학기술정보통신부·한국인터넷진흥원(2021), p. 31.

또한 콘텐츠 거래 또는 이용 분야에 특화된 콘텐츠분쟁조정위원회가 접수한 분쟁 조정 상담 유형을 살펴보면 일반 전자상거래와 유사하며, 기술적 보호조치 미비, 사용자의 이용제한, 콘텐츠 제작/계약 미이행 등 콘텐츠에 특화된 유형이 추가되었다.

〈표 2-11〉 콘텐츠분쟁조정위원회에 접수된 콘텐츠 관련 유형별 분쟁조정 상담 현황
(단위: 건)

피해유형		2019년	2020년
허위, 과장광고	허위, 과장 표시 또는 광고로 인한 콘텐츠 피해	44	62
콘텐츠 및 서비스 하자	콘텐츠 부실, 품질 불량, 서버 접속 장애로 인한 피해	257	613
	고객센터, 연락 두절, 불친절한 서비스 등 서비스 불만족	46	63
기술적 보호조치 미비	해킹 및 개인정보 악용	301	651
사용자의 이용제한	불법 프로그램, 욕설 등 부당행위로 인한 계정정지 등 제재	679	787
부당한 요금청구	자동 계약연장, 동의 없는 정회원 전환 등 부당한 콘텐츠 요금 청구	130	151
미성년자 결제	부모 동의 없는 미성년자의 휴대폰, 신용카드	848	1,205

	콘텐츠 구매		
아이템/캐쉬의 거래이용 피해	아이템 및 캐쉬 복구 및 환불	216	140
	아이템 거래 및 사기로 인한 피해	74	25
결제취소/해지/해제	단순 변심에 의한 청약철회, 계약해제·해지, 수수료 및 위약금과다	1,564	1,030
콘텐츠 제작/계약 미이행	원고료 및 콘텐츠 제작비용 지급	111	179
약관 운영정책	사업자의 약관과 운영정책에 대한 불만	242	300
정보제공 요청 등	법률, 정책, 사업자 관련 정보요청	1,033	2,053
기타	저작권, 쇼핑몰, 통신요금, SNS 등	199	101
합 계		5,744	7,360

자료: 콘텐츠분쟁조정위원회(2021), p. 16.

콘텐츠분쟁조정위원회는 콘텐츠를 크게 게임, 영상, 지식정보, 만화·캐릭터 등 네 개 장르로 구분하여 처리하고 있는데, 2012년부터 2020년까지 9년간 처리한 사건 53,879건 중 게임 장르가 44,995건으로 83.5%를 차지하여 온라인 게임이 주를 이룬 것으로 볼 수 있다.

〈표 2-12〉 콘텐츠분쟁조정위원회에 접수된 콘텐츠 관련 장르별 분쟁조정 신청 현황
(단위: 건)

구 분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	소계
게임	2,908	4,156	2,720	2,492	3,368	4,771	3,849	4,788	15,943	44,995
영상	음악	14	23	21	34	42	50	40	57	354
	영화	3	39	25	14	14	26	34	34	311
	애니메이션	4	7	8	7	13	3	7	4	57
	방송	17	21	17	27	39	84	492	573	1,437
	광고	18	40	51	35	61	29	34	58	468
지식정보	지식정보	334	693	481	200	106	209	230	465	3,018
	콘텐츠솔루션	138	53	69	94	65	70	79	157	912
만화· 캐릭터 등	만화	3	7	5	6	8	14	13	9	74
	캐릭터	-	1	2	4	1	6	9	7	31
	공연	-	5	12	8	243	12	25	65	397
	출판	6	8	2	5	13	4	15	4	59
기타	-	157	137	161	226	186	257	417	225	1,766
합 계	3,445	5,210	3,550	3,087	4,199	5,464	5,084	6,638	17,202	53,879

자료: 콘텐츠분쟁조정위원회(2021), p. 20.

이외에도 통신 분야를 전문으로 담당하는 통신분쟁조정위원회에 2020년 접수된 분쟁조정 신청을 피해유형별로 구분해보면, 서비스 이용계약의 체결·이용·해지 과정에서 발생한 분쟁인 ‘계약체결·해지’가 2,879건으로 전체의 26.1%를 차지하였다. 다음으로 전기통신역무 제공이 중단되는 등 이용자에게 손해를 입혀 발생한 분쟁인 ‘손해배상’이 2,758건(25%), 전기통신서비스 품질과 관련된 분쟁인 ‘서비스 품질’이 2,441건(22.1%), ‘신청 안내’가 1,722건(15.6%) 순으로 나타났다. 통신분쟁조정위원회의 피해유형 분류는 한국소비자원과 유사하지만 단순화한 측면이 있으며, 손해배상을 별도로 구분한 것이 특징적이다.

〈표 2-13〉 통신분쟁조정위원회에 접수된 통신 관련 유형별 분쟁조정 상담 현황
(단위: 건, %)

피해유형	2019년 (‘19.6.12~12.31)	2020년	합계
손해배상	2,388 (35.7)	2,758 (25.0)	5,146 (29.0)
이용약관 위반	596 (8.9)	626 (5.7)	1,222 (6.9)
계약체결·해지	1,398 (20.9)	2,879 (26.1)	4,277 (24.1)
서비스 품질	97 (1.5)	2,441 (22.1)	2,538 (14.3)
중요사항 미고지	396 (5.9)	615 (5.6)	1,011 (5.7)
신청 안내	1,814 (27.1)	1,722 (15.6)	3,536 (19.9)
합 계	6,689	11,041	17,730

자료: 방송통신위원회(2021), p. 17.

2. 비금전 분야

방송통신심의위원회는 정보통신의 올바른 이용환경을 조성하기 위해 정보통신망을 이용하여 일반에게 공개되어 유통되는 불법·유해정보를 심의하고 있으며, 심의

대상 정보를 법질서 위반 정보, 사회법익 침해 정보, 음란·성매매 정보, 유해정보 등 분야별로 구분하여 심의하고 있다. 이를 위반내용별로 분류하면, 법질서 위반 정보는 국민의 경제생활 및 개인정보 관련 분야의 불법정보로서, 사행성 정보(도박·불법 승자투표권 발행 등), 불법금융 정보, 개인정보 침해 정보, 불법 명의거래 정보 등이다. 사회법익 침해 정보의 경우 식·의약품 불법 판매 정보, 헌정질서 위반 등 국가법익침해 정보, 마약류 매매, 문서위조, 자살유발, 불법무기류, 장기매매 정보 등이 해당된다. 음란·성매매 정보는 영리 목적의 국내외 음란사이트를 비롯해 일반 사이트와 카페·블로그, 웹하드, SNS 등 다양한 매체를 통하여 유통되는 음란·선정성 및 불법 성매매 정보이다. 유해정보는 현행 법률을 위반하여 처벌의 대상이 되는 불법정보는 아니지만, 커뮤니티 등 일반사이트, 포털 사이트의 카페·블로그, SNS 등 다양한 정보통신 매체를 통하여 유통되는 정보 중 「정보통신에 관한 심의규정」을 위반하는 사회 해악정보를 심의대상으로 하고 있다. 특정 계층에 대한 혐오 표현, 양성평등을 저해하는 성차별 표현 등 합리적 이유 없이 성별, 종교, 장애, 나이, 사회적 신분, 출신, 인종, 지역, 직업 등을 차별하거나 편견을 조장하는 내용의 차별·비하 정보가 대표적이며, 역사를 현저히 왜곡하는 정보, 사회적 불안감과 혼란을 초래하여 국민의 안전과 건강에 위협이 될 수 있는 정보 등이 포함된다. 과도한 욕설, 저속한 언어 등을 사용하여 혐오감 또는 불쾌감을 주는 정보, 혐오스러운 이미지, 폭력적인 내용 및 과도하게 신체 또는 시체를 손상하는 등 생명을 경시하는 폭력·잔혹·혐오 정보 또한 심의대상이다.

법질서 위반 정보에 관한 심의의 경우 2018년부터 2020년까지 사행성 정보에 대한 시정요구가 166,128건으로 전체의 77.7%를 차지하였으며, 불법금융 정보 34,011건(15.9%), 개인정보 침해 정보 7,994건(3.8%), 불법 명의거래 정보 5,632건(2.6%) 순으로 나타났다. 3년간 불법금융 및 개인정보 침해 정보에 대한 시정요구가 큰 폭으로 증가하였는데, 이는 해외 SNS 서비스의 활성화와 함께 해당 서비스에서 불법정보들의 유통이 늘어난데서 기인한 것으로 평가하고 있다.

사회법익 침해 정보의 위반유형별 심의 현황을 살펴보면, 비아그라, 시알리스 등

발기부전 치료제를 비롯한 식·의약품 불법 판매 정보가 103,273건(64.2%)으로 가장 큰 비중을 차지하였고, 메트암페타민, 대마 등의 마약류 매매 정보가 27,268건(17.0%)을 차지하였다. 또한 불법무기류, 자살유발, 문서위조, 해킹조장, 장기매매, 담배 판매, 낙태 조장 등의 정보도 정보통신망을 통해 다양한 형태로 유통되었다.

음란·성매매 정보의 경우 음란정보가 전체 시정요구의 81.9%로 대부분을 차지하지만, 성매매정보의 시정요구 비율이 전체적으로 증가하는 추세(2018년 14.4%→2020년 21.2%)에 있다.

유해정보 위반유형별 시정요구 현황을 살펴보면, 차별·비하 정보에 대해 4,231건, 폭력·잔혹·혐오 정보에 대해 2,638건 등 총 7,147건의 시정요구가 이루어졌다. 차별·비하 정보가 전체 시정요구의 59.2%로 절반 이상을 차지하고 있으나, 폭력·잔혹·혐오 정보도 36.9%로 적지 않은 비중을 차지하고 있다.

〈표 2-14〉 방송통신심의위원회의 불법·유해정보 심의의결 현황

(단위: 건)

구 분		2018년		2019년		2020년		합 계	
		심의	시정요구	심의	시정요구	심의	시정요구	심의	시정요구
법질서 위반 정보	사행성 정보	66,642	63,435	50,920	50,022	52,680	52,671	170,242	166,128
	불법금융	6,685	6,425	11,424	11,323	16,268	16,263	34,377	34,011
	개인정보 침해	1,640	1,578	2,939	2,921	3,518	3,495	8,097	7,994
	불법 명의거래	4,056	3,860	591	581	1,191	1,191	5,838	5,632
	소계	79,023	75,298	65,874	64,847	73,657	73,620	218,554	213,765
사회법의 침해 정보	불법 식·의약품	37,888	37,705	35,859	35,515	29,526	29,428	103,273	102,648
	마약류	11,576	11,545	7,560	7,551	8,132	8,130	27,268	27,226
	문서위조	2,411	2,410	2,270	2,270	2,022	2,020	6,703	6,700
	국가보안법	1,939	1,939	1,959	1,955	2,119	2,119	6,017	6,013
	자살유발	5,001	2,347	1,965	771	1,254	725	8,220	3,843
	장기매매	630	564	326	319	561	558	1,517	1,441
	불법무기류	1,308	440	955	292	1,333	416	3,596	1,148
	기타	2,615	2,006	238	181	1,304	1,182	4,157	3,369
	소계	63,368	58,956	51,132	48,854	46,251	44,578	160,751	152,388

음란·성매매 정보	음란	70,199	68,210	44,593	42,581	40,639	38,670	155,431	149,461
	성매매	13,205	11,500	11,089	9,911	11,330	10,382	35,624	31,793
	소계	83,404	79,710	55,682	52,492	51,969	49,052	191,055	181,254
유해정보	폭력·잔혹·혐오	1,964	1,547	1,417	801	1,046	290	4,427	2,638
	차별·비하	2,638	2,352	1,886	1,406	1,580	473	6,104	4,231
	기타	445	41	481	22	7,288	215	8,214	278
	소계	5,047	3,940	3,784	2,229	9,914	978	18,745	7,147
합 계		230,842	217,904	176,472	168,422	181,791	168,228	589,105	554,554

자료: 방송통신심의위원회(2021), pp. 148~171. 재구성

한편 방송통신심의위원회는 디지털성범죄정보에 관해서도 심의하고 있으며, 주요 심의대상은 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제14조(카메라 등을 이용한 촬영)에 따른 촬영물 또는 복제물로, 여기에는 카메라 등의 기계장치를 이용해 성적 욕망 및 수치심을 유발할 수 있는 사람의 신체를 촬영 대상자의 동의 없이 촬영하거나, 촬영 당시에는 동의했지만 이후 그 의사에 반해 유포된 성행위 또는 신체 노출 영상 정보가 포함된다. 또한 같은 법 제14조의2(허위영상물 등의 반포등)에 따른 피해자의 얼굴 등이 노출된 이미지를 성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 형태로 편집·유통하는 딥페이크 등의 허위 영상 정보, 같은 법 제24조(피해자의 신원과 사생활 비밀 누설 금지)에 따른 디지털성범죄 피해자의 인적사항이나 사진 등을 구체적인 피해 사실과 함께 공개하는 피해자 신원공개 정보에 대해서도 심의하고 있다.

방송통신심의위원회는 2018년부터 2020년까지 3년간 디지털성범죄정보 79,081건을 심의하여 그 중 78,821건에 대하여 시정요구를 의결하였다. 시정요구의 종류별 현황을 보면, 해외 서버를 통해 유통되는 정보에 대한 ‘접속차단’이 78,670건(99.8%), 국내 서버에서 유통되는 정보에 대한 ‘해당 정보의 삭제’ 및 ‘이용해지’가 151건(0.2%)으로, 디지털성범죄정보 대부분이 국내 단속망을 피해 해외 사이트를 통해 유통되고 있음을 확인할 수 있다.

〈표 2-15〉 방송통신심의위원회의 디지털성범죄정보 시정요구 현황

(단위: 건, %)

구 분	심의	시정요구			
		접속차단	이용해지	해당 정보의 삭제	계
2018년	17,486	17,248(99.3)	-	123(0.7)	17,371
2019년	25,992	25,896(99.9)	-	4(0.1)	25,900
2020년	35,603	35,526(99.9)	2(0)	22(0.1)	35,550
합계	79,081	78,670(99.8)	2(0)	149(0.2)	78,821

자료: 방송통신심의위원회(2021), p. 201.

또한 방송통신심의위원회는 정보통신망을 통해 유통되는 정보 중 사생활 침해 또는 명예훼손 등 개인의 권리를 침해하는 정보로 인해 피해를 입은 경우, 피해자의 상황과 원하는 구제 유형에 따라 권리침해 심의, 명예훼손 분쟁조정, 이용자 정보 제공청구 등 다양한 피해구제 방법을 제공하고 있으며, 저작권 및 상표권 등 지식재산권을 침해하는 정보에 대해서도 권리 당사자 및 그 대리인의 신청에 의해 해당 정보를 심의하여 시정요구하고 있다.

권리침해정보 심의는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조의7제1항제2호와 「정보통신에 관한 심의규정」 제8조제4호에 따라, 사람을 비방할 목적으로 공공연하게 사실이나 거짓의 사실을 드러내어 타인의 명예를 훼손하거나 모욕하는 내용의 정보, 개인정보 유포 등 사생활의 비밀과 자유를 침해할 우려가 현저한 내용의 정보, 정당한 권한 없이 타인의 사진·영상 등을 게재하여 타인의 인격권 및 초상권을 현저히 침해하는 내용의 정보 등을 주요 시정요구 대상으로 하고 있다. 지식재산권침해정보 심의는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조의7제1항제9호와 「정보통신에 관한 심의규정」 제8조제4호마목에 따라, 정당한 권한 없이 타인의 저작재산권을 복제·전시·배포·대여하는 「저작권법」 위반 정보와 유명 브랜드의 위조·모조 상품을 판매하여 「상표법」을 위반하는 내용 등을 대상으로 한다.

권리침해 관련 주요 위반유형은 모욕 등을 포함한 명예훼손과 초상권 침해, 소비자 불만 정보이며, 2018년부터 2020년까지 명예훼손 정보 심의 건수가 가장 많았다.

아울러, 명예훼손 정보의 경우, 2020년에는 2018년(94건), 2019년(91건)보다 2배 이상 많은 236건에 대해 시정요구 조치하였다.

〈표 2-16〉 방송통신심의위원회의 권리침해정보 유형별 시정요구 현황

(단위: 건)

구 분	명예훼손				초상권 침해				소비자 불만				합계
	시정 요구	해당 없음	각하 등	소계	시정 요구	해당 없음	각하 등	소계	시정 요구	해당 없음	각하 등	소계	
2018년	94	530	13	637	73	209	11	293	14	230	-	244	1,174
2019년	91	916	22	1,029	45	159	4	208	2	344	1	347	1,584
2020년	236	904	19	1,159	85	146	7	238	10	267	-	277	1,674
합계	421	2,350	54	2,825	203	514	22	739	26	841	1	868	4,432

자료: 방송통신심의위원회(2021), p. 230.

지식재산권 침해 정보의 위반유형은 저작권 침해 정보와 상표권 침해 정보로 구분되며, 지난 3년 동안 저작권 침해 정보는 총 21,317건, 상표권 침해 정보는 총 1,638건을 시정요구하였다.

〈표 2-17〉 방송통신심의위원회의 지식재산권 침해 정보 위반유형별 시정요구 현황

(단위: 건, %)

구 분	저작권	상표권	합계
2018년	2,338	459	2,797
2019년	11,818	495	12,313
2020년	7,161	684	7,845
합계	21,317	1,638	22,955

자료: 방송통신심의위원회(2021), p. 230.

개인정보침해 신고센터에 2020년 한 해 동안 접수된 개인정보침해 관련 신고·상담 건수는 총 17만 7,457건이었다. 2020년 8월까지 개인정보침해 신고·상담 접수 유형은 주민등록번호 등 타인 정보의 훼손·침해·도용이 8만 4,266건(약 76%), 신용정보 관련 문의 등 정보통신망법 적용 대상 외 관련 건이 1만 5,528건(약 14%)으로, 두 유형이 전체의 90%에 이르며 2019년과 마찬가지로 큰 비중을 차지하였다.

〈표 2-18〉 개인정보보호위원회의 개인정보침해 유형별 신고 및 상담 접수
현황(2020년 8월까지)

(단위: 건)

피해유형	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년 (8월)
이용자의 동의 없는 개인정보 수집	2,634	3,923	2,442	2,568	1,876	2,764	3,237	2,207
개인정보 수집 시 고지 또는 명시 의무 불이행	84	268	65	54	69	112	59	57
과도한 개인정보 수집	1,139	1,200	868	390	681	553	605	346
목적 외 이용 또는 제3자 제공	1,988	2,242	3,585	3,141	3,881	6,457	6,055	3,894
개인정보 취급자에 의한 훼손·침해 등	1,022	1,036	857	622	484	425	388	181
개인정보 처리 위탁 시 고지의무 불이행	44	40	22	25	73	141	139	137
영업의 양수 등의 통지의무 불이행	47	54	41	41	64	107	123	45
개인정보 관리책임자 미지정	51	39	48	123	165	109	197	134
기술적·관리적 조치 미비 관련	4,518	7,404	4,006	2,731	1,768	2,549	2,630	1,866
수집 또는 제공받은 목적 달성 후 개인정보 미파기	602	686	767	545	723	1,036	1,214	810
동의철회·열람 또는 정정 요구 불응	674	792	957	855	862	1,149	1,292	965
동의철회, 열람·정정을 수집보다 쉽게 해야 할 조치 미이행	510	352	381	286	266	364	222	108
아동의 개인정보 수집	36	33	34	33	49	92	78	36
주민등록번호 등 타인 정보의 훼손·침해·도용	129,103	83,126	77,598	48,557	63,189	111,483	134,271	84,266
정보통신망법 적용대상 외 관련(신용정보 관련 문의 등)	35,284	57,705	60,480	38,239	30,972	37,156	8,745	15,528
합 계	177,736	158,900	152,151	98,210	105,122	164,497	159,255	110,580

자료: 개인정보보호위원회(2021), pp. 174~175.

한편, 「개인정보 보호법」과 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 개정(2020. 8. 5. 시행)으로 개인정보보호 관련 법령이 「개인정보 보호법」으로 일원화됨에 따라 2020년 9월부터 기존의 정보통신망법 체계의 침해 유형을 개정된 「개인정보 보호법」 체계에 부합하는 유형으로 변경되었다. 변경된 기준에 따른 개인정보침해 신고·상담 접수 유형(2020. 9.~12.)을 살펴보면 보이스 피싱 등 금융사기 피해 예방이 4만 8,755건(약 73%), 타인 정보의 도용 등 침해 5,880건(약 8%), 개인정보보호 관련 법령 질의 등 기타가 4,463건(약 7%)으로 전체의 88%를 차지하였다.

〈표 2-19〉 개인정보보호위원회의 개인정보침해 유형별 신고 및 상담 접수 현황(2020. 9~12월)

(단위: 건)

피해유형	9월	10월	11월	12월	합계
적법하지 않은 개인정보 수집	423	347	342	397	1,509
적법하지 않은 개인정보 이용 또는 제공	498	465	535	560	2,058
적법하지 않은 개인정보 보유 및 파기	65	56	123	99	343
고유식별정보 처리제한 등	49	57	56	49	211
영상정보처리기기 설치·운영 제한	507	507	407	515	1,936
가명정보 처리 제한	0	1	0	6	7
개인정보의 안전성 확보조치 미비	295	239	248	381	1,163
열람·정정 등 정보주체의 권리 보호 미비	189	133	102	128	552
보이스 피싱 등 금융사기 피해 예방	13,254	9,379	11,446	14,676	48,755
타인 정보의 도용 등 침해	1,631	1,286	1,383	1,580	5,880
개인정보보호 관련 법령 질의 등 기타	1,133	938	1,038	1,354	4,463
합 계	18,044	13,408	15,680	19,745	66,877

자료: 개인정보보호위원회(2021), pp. 174~175.

제2절 관련 제도, 정책, 기관 현황

1. 상거래 분야

온라인 상거래에 특화된 이용자 보호 및 피해구제를 위한 주요 법률은 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률(약칭 전자상거래법)」, 「전자문서 및 전자거래 기본법(약칭 전자문서법)」, 「콘텐츠산업 진흥법(약칭 콘텐츠산업법)」, 「전기통신사업법」 등이 있다. 이외에도 오프라인을 포함한 모든 상거래에 적용되는 「소비자기본법」, 「약관의 규제에 관한 법률(약칭 약관규제법)」, 「표시·광고의 공정화에 관한 법률(약칭 표시광고법)」 등이 있다.

전자상거래법, 콘텐츠진흥법, 전기통신사업법은 상거래 중심으로 청약·계약 관련 과정에서 서비스제공자, 판매업자 등으로부터 이용자 보호에 주안점을 두어 상거래에 필요한 정보의 고지, 이용약관, 청약과정, 청약철회, 분쟁조정 등으로 구성되어 있다.

전자상거래법은 전자상거래 및 통신판매 등에 의한 방법으로 이루어지는 사업자 및 소비자 간의 모든 재화 또는 용역의 거래(B2C)에 대해서 적용된다. 대표적인 법 적용 대상 사업자로 전자상거래사업자, 통신판매업자, 통신판매중개자 등을 들 수 있으며, 통신판매중개자란 사이버몰의 이용을 허락하거나 광고수단을 제공하는 등의 방법으로 거래당사자간의 통신판매를 알선하는 행위를 하는 사업자(예: 오픈마켓)를 지칭한다. 다만, 일부 상품거래 등에 대해 특정 사업자에게 일부 의무규정의 면제를 규정함으로써 법 적용제외를 인정하며, 이에 따라 일상생활용품·음식료 등 인접지역 판매를 위한 거래에 대해서는 법 제12조(통신판매업자의 신고 등) 내지 법 제20조(통신판매중개자의 책임) 규정의 적용을 제외하고 있다.

〈표 2-20〉 전자상거래법 소비자(이용자) 보호 관련 내용

구 분	조항	이용자 보호 내용
청약 단계	재화 등에 대한 사항의 표시·광고·고지(제13조제2항) 및 기록보존(제6조)	- 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수 또는 착오없이 거래할 수 있도록 적절한 방법으로 표시·광고 또는 고지하여야 함 - 사업자는 전자상거래 및 통신판매에서의 표시·광고·계약내용 및 그 이행 등 거래에 관한 기록을 상당한 기간 (6월~5년) 보존하여야 함
	청약확인(제14조) 및 조작실수 방지를 위한 적절한 절차의 구비(제7조)	- 통신판매업자는 소비자로부터 재화등의 거래에 관한 청약을 받은 경우 소비자의 조작 실수로 인한 피해예방을 위해 청약 의사표시의 수신 확인 및 거래대금의 부과시점 또는 계약체결 전에 소비자가 청약의 내용을 확인하고 정정 또는 취소할 수 있도록 적절한 절차를 갖추어야 함
	청약받은 재화 등의 공급이 곤란한 경우 지체 없이 통지(제15조제2항)	- 통신판매업자는 청약을 받은 재화등을 공급하기 곤란함을 알았을 때에는 그 사유를 소비자에게 지체없이 알려야 함
	계약서의 송부(제13조제2항)	- 통신판매업자는 계약을 체결한 소비자에게 계약내용에 관한 서면(전자문서를 포함 : 이메일, 문자메시지 등)을 재화등을 공급할 때까지 교부하여야 함
영업 단계	기간내 재화 등의 공급에 필요한 조치(제15조제1항)	- 통신판매업자는 소비자가 청약을 한 날부터 7일이내(대금의 전부나 일부를 이미 받은 선불식 통신판매의 경우 그 대금을 받은 날부터 3영업일 이내)에 재화 등의 공급에 필요한 조치를 취하여야 함. 단, 별도의 약정이 있는 경우에는 제외
	공급절차 및 진행상황을 확인할 수 있는 조치(제15조제3항)	- 통신판매업자는 소비자가 재화등의 공급 절차 및 진행상황을 확인할 수 있도록 적절한 조치를 하여야 함
	전자적 대금지급사실에 대한 통지 및 자료열람(제8조제3항)	- 사업자와 전자결제업자 등은 전자적 대금지급이 이루어진 경우 전자문서의 송신 등 소비자에게 그 사실을 통보하고, 언제든지 소비자에게 전자적 대금지급과 관련한 자료를 열람할 수 있도록 하여야 함

청약의 철회	청약철회(제17조)	- 통신판매업자와 재화등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 계약서면을 교부받은 날부터(재화등의 공급이 그보다 늦게 이루어진 경우에는 공급이 개시된 날부터) 7일 이내에 청약을 철회할 수 있음 - 다만, 재화등의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 비록 소비자의 귀책사유로 재화등의 멸실·훼손, 가치 감소등이 있어도 당해 재화등을 공급받은 날부터 3월이내, 그 사실을 안날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 청약 철회등을 할 수 있음
	대금의 환급(제18조)	- 통신판매업자가 소비자의 청약철회로 재화등을 반환받은 경우에는 그로부터 3영업일 이내에 대금을 환급하여야 함
중개사업자 책임	통신판매중개자의 의무와 책임(제20조)	- 통신판매중개자가 재화등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우에는, 당해 통신판매와 관련하여 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 그 통신판매중개자는 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 짐 - 통신판매중개자는 통신판매의 중개를 의뢰한 사업자의 신원에 관한 정보를 열람할 수 있는 방법을 소비자에게 제공하여야 하고, 통신판매의 중개를 의뢰한 자가 사업자가 아닌 경우에는 거래당사자들에게 거래상대방의 주소·전화번호 등의 정보를 열람할 수 있는 방법을 제공하여야 함
	통신판매의 중요한 일부 업무를 수행하는 통신판매중개업자의 책임(제20조의3)	- 통신판매업자를 대신하여 청약확인정보, 조작실수방지, 전자적 대금지급 신뢰성 등의 의무 이행
임시중지	임시중지명령(제32조의2)	- 소비자 피해가 명확한 경우 임시중지명령 권한을 공정위에 부여

이에 반해 콘텐츠진흥법과 전기통신사업법은 각각 콘텐츠, 통신서비스에 국한된 거래에 적용된다는 차이점을 지닌다. 콘텐츠진흥법에 의거하여 제정된 「콘텐츠 이

용자 보호지침」은 약관의 적용과 변경, 부당한 표시광고 행위 등의 금지, 부당한 거래유인 및 거래강요 행위의 금지, 청약철회, 콘텐츠 이용계약의 해제 또는 해지의 방법과 그 절차, 과오납금의 환불 방법과 그 절차, 콘텐츠 하자에 따른 이용자 피해 보상의 기준·범위·방법과 그 절차, 이용자의 권익보호, 계약의 자동갱신 및 대금의 자동결제 시 사전고지 등으로 구성되어 있다. 전기통신사업법의 경우 다른 분야와 달리 이용자보호를 위해 요금규제와 같은 사전규제가 부과되고 있다는 점이 특징적이다.

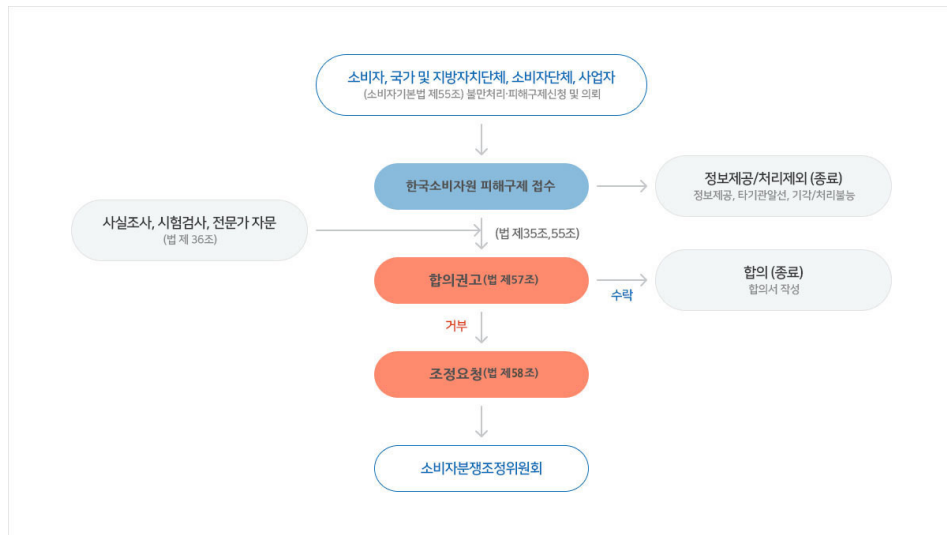
〈표 2-21〉 전기통신사업법 이용자 보호 관련 내용

구 분	조항	이용자 보호 내용
사업중 이용자 보호	이용약관의 신고 등(제28조)	- 일정 규모 이상의 사업자는 서비스별로 요금 및 이용조건에 대한 이용약관 신고 의무
	이용자 보호(제32조)	- 이용자 피해 예방 노력 의무 - 이용자 불만 처리 의무 - 일정 규모 이상 사업자의 계약서 송부 의무 - 선불통화서비스 보증보험 가입 의무
	요금한도 초과 등의 고지 (제32조의2)	- 이동통신사업자의 요금 초과시 고지 의무
	손해배상(제33조)	- 손해발생시 배상 의무
	금지행위(제50조)	- 이용약관 불이행 등 이용자 이익 저해 행위 금지
사업 중단시 이용자 보호	전기통신역무의 정보 제공 (제56조의2)	- 서비스 가능 지역, 제공방식 등 정보 제공 의무
	사업의 휴업·폐업(제19조)	- 기간통신사업자의 휴폐업시 이용자 고지, 이용자 보호 조치 명령 가능
	사업의 휴업·폐업 등(제26조)	- 부가통신사업자의 휴폐업시 이용자 고지 의무
콘텐츠 규제	특수유형부가통신사업자의 기술적 조치 등(제22조의3)	- 웹하드업체의 청소년유해매체물 표시의무, 청소년 대상 광고금지 등을 위한 기술적 조치 의무
	부가통신사업자의 불법촬영물 등 유통방지(제22조의5)	- 부가통신사업자의 불법촬영물 유통방지를 위한 기술적 조치 의무

이밖에도 소비자기본법의 경우 소비자가 물품 등을 합리적으로 선택할 수 있도록 하기 위하여 물품 등의 거래조건·거래방법·품질·안전성 및 환경성 등에 관련되는 사업자의 정보를 소비자에게 제공하도록 규정하고 있다(제13조제2항). 약관규제법은 건전한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호하기 위해 사업자가 거래상의 지위를 남용하여 불공정한 내용의 약관을 작성·통용하는 것을 방지하고 불공정한 내용의 약관을 규제한다. 또한 표시광고법은 상품 또는 용역에 관한 표시·광고에 있어서 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 부당한 표시·광고행위를 방지하고, 소비자에게 바르고 유용한 정보의 제공을 촉진함으로써 소비자를 보호하기 위해 제정되었다.

한편, 소비자기본법은 소비자가 사업자가 제공하는 물품 또는 용역을 사용하거나 이용하는 과정에서 발생하는 피해를 구제받을 수 있도록 한국소비자원이 사실조사, 전문가 자문 등을 거쳐 관련법률 및 규정에 따라 양 당사자에게 공정하고 객관적으로 합의를 권고하는 피해구제 제도를 규정하고 있다(제55조). 한국소비자원의 피해구제를 받기 위해서는 먼저 소비자상담센터(1372번)에 상담 신청이 필요하다. 상담 직원은 소비자 피해에 대한 적절한 처리방법 등을 안내하고, 당사자와의 원만한 처리가 어렵다고 판단되는 건에 대해서는 한국소비자원에 피해구제를 신청하도록 안내하게 된다. 한국소비자원에 접수된 피해구제 신청 건은 피해구제 부서로 이관되어 사건처리 담당직원의 사실조사가 시작되며, 사실조사는 우선 사업자에게 접수사실을 통보하고 지정된 양식에 의해 해명을 요구하게 된다. 이러한 사실조사와 법률조사를 통해 사업자에게 피해보상을 권고하며, 양 당사자가 이를 수용하면 종결 처리되게 된다. 만일 당사자 일방이라도 보상안을 수용하지 않는 경우에는 소비자분쟁조정위원회에 조정을 신청하여 조정 결정으로 처리하게 된다.

[그림 2-1] 한국소비자원 피해구제 절차



소송에 의한 분쟁해결은 상당한 시간과 비용이 소요되기 때문에 민사소송 외에 화해·조정·중재 등 소송대체적 분쟁해결방법이 자주 이용되는데, 온라인 상거래에서 거래상사자 간 분쟁조정제도가 다수 운영중이다. 소송대체적 분쟁해결방법의 하나인 분쟁조정제도는 당사자의 사정을 배려하고 상호양보를 통한 해결방안을 제시함으로써 소송보다 더 유연하게 분쟁이 처리될 수 있고, 분야별 전문가가 직접 참여함으로써 전문성을 확보할 수 있으며, 비용이 거의 들지 않는 등의 장점이 있어 소비자가 좀 더 편리하게 선택할 수 있는 제도이다. 각 분쟁조정위원회에서 성립된 조정은 재판상 화해와 동일한 효력을 갖는다. 전자상거래법에서는 분쟁조정기구로 소비자분쟁조정위원회, 전자거래분쟁조정위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회를 규정하고 있다. 피해구제에서 합의가 이루어지지 않은 경우 소비자기본법 제58조에 근거하여 1987년 설치된 소비자분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있으며, 소비자분쟁조정위원회는 분쟁조정신청을 받은 날로부터 10일 이내의 기간을 정하여 당사자에게 합의를 권고할 수 있고, 소비자기본법 제66조에 의거 부득이한 사유가 없는 한

조정신청일로부터 30일 이내에 조정결정을 하게 된다. 전자문서법 제32조에 따라 2000년 발족한 전자거래분쟁조정위원회는 전자문서의 생성, 유통, 보관 등에서 발생하는 분쟁과 전자거래¹⁵⁾에서 발생한 배송, 계약, 상품정보오기, 반품 및 환불 등에 대한 분쟁을 다룬다. 콘텐츠산업법 제29조에 근거하여 2011년 설치된 콘텐츠분쟁조정위원회는 콘텐츠의 거래 및 이용에 관한 분쟁이라도 저작권, 방송프로그램, 전기통신사업법에 규정된 분쟁에 관해서는 조정할 수 없다. 이외에 통신 분야에 있어 이용자와 전기통신사업자 간 통신분쟁을 해결하기 위한 통신분쟁조정위원회가 2019년 설치되어 운영중이다.

2. 비금전 분야

2020년 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(약칭 정보통신망법)」의 개인정보 보호에 관한 사항을 「개인정보 보호법」에 흡수·통합되어 개인정보의 오·남용 및 유출 등을 감독할 감독기구가 개인정보보호위원회로 일원화되었다. 이에 따라 개인정보 보호법은 개인정보 주체자에게 개인정보 관리권을 보장하는 동시에 개인정보처리자에게 이용자 개인정보의 수집·이용·제공·관리 또는 파기 시 이행해야 하는 각종 의무를 부과하고 있다. 개인정보 보호법 제62조에 근거하여 개인정보 보호위원회는 개인정보침해 신고센터를 운영중이며, 개인정보 보호법 제40조 내지 제50조에 의해 개인정보 관련 분쟁조정 제도가 도입되어 있다.

〈표 2-22〉 개인정보 보호법의 정보주체의 권리와 개인정보처리자의 의무

구 분	조항	이용자 보호 내용
정보주체의 권리	제4조	- 개인정보의 처리에 관한 정보를 제공받을 권리 - 개인정보의 처리에 관한 동의 여부, 동의 범위 등을 선택하고 결정할 권리 - 개인정보의 처리 여부를 확인하고 개인정보에 대해 열람(사본의 발급 포함)을 요구할 권리

15) 재화나 용역을 거래할 때 그 전부 또는 일부가 전자문서에 의하여 처리되는 거래

			- 개인정보의 처리 정지, 정정·삭제 등을 요구할 권리 - 개인정보의 처리로 인해 발생한 피해를 신속하고 공정한 절차에 따라 구제받을 권리
개인정보처리자의 의무	수집	제15조	- 개인정보의 수집·이용
		제22조제6항	- 14세 미만 아동의 개인정보 동의 필요시 법정 대리인 동의
		제16조	- 최소한의 개인정보 수집
		제23조	- 민감정보의 처리 제한
		제24조	- 고유식별정보의 처리 제한
		제24조의2	- 주민등록번호 처리 제한
	이용 및 제공	제18조	- 목적 외 이용·제공 제한
		제17조	- 제3자에의 제공
		제26조	- 개인정보 처리 업무 위탁
		제27조	- 영업양도 등에 따른 개인정보의 이전
	관리(보관)	제29조	- 안전성 확보
		제31조	- 보호책임자의 지정
		제34조	- 유출 통지와 신고
	파기	제21조	- 파기

정보통신망법은 거래관계를 제외한 온라인 환경의 정보 게시 및 공유 차원의 이용자 보호를 중심으로 하며, 서비스제공자를 비롯하여 모든 이용자에게 불법콘텐츠 유통 금지, 사생활 침해 및 명예훼손 정보 유통 금지 등의 의무를 부여하고 있다. 방송통신위원회는 불법정보에 대하여는 방송통신심의위원회의 심의를 거쳐 정보통신 서비스 제공자 또는 게시판 관리·운영자로 하여금 그 처리를 거부·정지 또는 제한하도록 명할 수 있다.

〈표 2-23〉 정보통신망법 이용자 보호 관련 내용

구 분	조항	이용자 보호 내용
정보유통 규제	- 청소년유해매체물의 표시 - (제42조)	- 정보제공자의 청소년유해매체물 표시 의무
	- 청소년유해매체물의 광고금지 - (제42조의2)	- 누구든 청소년에게 유해매체를 광고 금지

	- 청소년 보호 책임자의 지정 (제42조의3)	- 일정 규모 이상 사업자의 청소년 보호 및 불법촬영물 유통방지 책임자 지정 의무
	- 불법정보의 유통 금지 등 (제44조의7)	- 누구든 음란, 비방, 공포, 악성코드, 개인정보 등의 정보 유통 금지 의무
	- 대화형정보통신서비스에 서의 아동 보호(제44조 의8)	- 서비스제공자의 만 14세 미만 아동에게 부 적절한 내용이 제공되지 않도록 노력 의무
	- 불법촬영물 등 유통방지 책임자(제44조의9)	- 일정규모 이상 사업자는 불법촬영물 유통 방지를 위한 책임자 지정 의무
이용자 정보보호	- 접근권한에 대한 동의 (제22조의2)	- 서비스제공자의 이용자 정보 사용 및 단말 기 접근 권한에 대한 동의받을 의무
	- 이용자의 정보보호(제47조4)	- 주요 서비스제공자의 침해사고 발생시 약관 에 따른 보호조치 의무
사생활침해 · 명예훼손 조치	- 정보통신망에서의 권리 보호(제44조)	- 모든 이용자의 사생활 침해 또는 명예훼손 정보 유통 금지 의무
	- 정보의 삭제요청 등(제 44조의2)	- 권리가 침해된 자는 삭제 또는 반박 요청 가능 - 요청시 서비스제공자는 지체없이 삭제 혹은 임시조치(30일)
	- 임의의 임시조치(제44조의3)	- 요청없이도 서비스제공자가 임의로 임시조 치 가능
	- 명예훼손 분쟁조정부 (제44조의10)	- 심의위는 관련한 업무를 위한 명예훼손 분 쟁조정부 운영
광고규제	- 영리목적의 광고성 정보 전송 제한(제50조)	- 누구든 영리목적의 광고성 정보의 전송시 이용자의 동의 필요 - 이용자 거부 및 동의 철회 권리
	- 영리목적의 광고성 프로 그램 등의 설치(제50조의5)	- 서비스제공자는 영리목적의 광고성 프로그 램의 설치시 이용자의 동의 필요
	- 영리목적의 광고성 정보 게시의 제한(제50조의7)	- 누구든 영리목적의 광고성 정보를 홈페이지 에 게시시 운영자의 사전 동의 필요 - 운영자의 거부 및 동의 철회 권리

제3절 시사점

앞서 살펴본 제도적 조치로 기존 체계화된 전자상거래 과정의 정보제공, 청약과
정, 청약철회 등 피해는 다수의 기관을 통해 중재, 조정, 처리가 가능하다. 온라인 쇼
핑이 증가하면서 피해 상담건수 역시 증가하고 있으나, 피해 상황이 비교적 단순하

고 상담·구제 채널이 다양하게 제공되어 이용자 접근이 보장된 편이며, 또한 지속적인 제도 개선 노력이 병행되고 있다. 다만, 새로운 상거래방식의 출현, 인터넷 플랫폼의 영향력 증대 등에 따라 아래와 같은 신규 피해 발생과 그에 따른 위험의 가능성이 상존한다.

첫째, 신종 상거래방식 등 새로운 온라인 서비스가 지속 도입되면서 새로운 유형의 피해가 발생하고 있다. 최근에는 개인직거래(C2C), 라이브커머스, SNS마켓 등이 급성장하면서 상거래 피해가 급증하고 있다. 라이브커머스의 부당한 표시광고 등 법규 위반 소지는 25%에 달했으며, 소비자가 홈쇼핑과 유사하다고 느끼는 반면 콘텐츠 중심의, 중요사항 고지, 자료 보존 등 법적 규제 장치는 미비한 상황이다.¹⁶⁾ SNS 거래는 폐쇄적 특성으로 불법행동이 다수 발생하고 있는데, '19년 266개 조사업체 중 청약철회 방해 금지, 사업자 정보 제공, 거래조건 안내, 결제방식 제한 금지 등의 법규 4가지를 준수한 업체가 전무하였다.¹⁷⁾ 구독서비스의 확산과 함께 비합리적인 결정과 구매를 유도하는 다크네티지(다크패턴) 상술이 확산되는 것으로 보이나, 소비자가 이를 인지조차 하지 못하고 있어 현황 파악마저 어려운 상황이다. 국내 소비자 피해로는 무료 이용 후 유료 자동전환, 총액표시 미흡, 압박판매, 해지방해 등의 사례가 지적되고 있다.¹⁸⁾ Stigler Center는 디지털 플랫폼의 정책제안 보고서에서 다크패턴을 광범위하게 벌어지는 위험한 플랫폼 지배행위로 규정하고 특히 저소득 저학력 취약계층에 위해함을 강조하고 있다.¹⁹⁾

둘째, 인터넷의 비대면성, 즉시성, 확산성에 따라 상거래 외에 인터넷사기, 신상털기 등에서도 이용자 피해의 범위와 속도가 확대되는 추세이다. 비대면 네트워크를 활용하므로 인터넷 상거래 사기, 전자금융사기 등의 불법적 피해가 전국에서 다수의 피해자를 발생시킬 수 있다. 실제로 경찰청의 '2019 상반기 사이버위협 분석보고

16) 한국소비자원(2020.12), “라이브커머스 광고 실태조사”.

17) 한국소비자원(2019.6), “SNS마켓 소비자문제 실태조사”.

18) 한국소비자원(2019. 12), “신유형 소비자문제(다크 네티지) 실태조사”.

19) Stigler Center(2019.9), “Stigler Committee on Digital Platforms Policy Brief”.

서'에 따르면, 해당 기간 사이버범죄는 89,853건으로 전년 대비 22.4%가 증가했으며, 거래사기를 포함한 인터넷사기, 명예훼손 등 정보통신망을 이용하는 범죄가 약 90%를 차지하고 있다. 특히 정확도·신뢰도 낮은 정보가 사실확인이나 검증단계 없이 직접 전달되면서 빠르게 유포되고 확산되는 양상을 보인다. 한국의 트위터 이용자들은 평균 3.8명만 거치면 모두 연결되는 초연결 네트워크로 트윗메시지의 50%가 30분 이내에 확산된다.²⁰⁾ 소셜미디어가 일상화되면서 피해자 개인이 쉽게 특정, 관련·비관련 개인정보의 노출로 금전적 피해 외에도 '신상털기' 등 정신적 피해가 복합화되는 경향을 보인다. 불법정보유통은 정보통신망법에 의해 금지되어 있으나, 군중심리, 온라인 망각, 공명심, 관음증 등의 이유로 무책임한 정보 공유 행태가 일상적으로 반복되고 있는 실정이다.²¹⁾ 불법 유포로 발생한 온라인 상 피해는 회복이 어려운데, 정보통신망법의 불법정보 유통 방지와 서비스사업자 임시조치가 있으나 인터넷 상에서의 완전한 제거는 사실상 불가능하다 할 수 있다. 디지털성범죄피해자지원센터에 따르면, '18년 4~12월 삭제 지원한 불법 촬영물 총 2만8879건 중 가해자를 특정할 수 없는 경우가 60.2%에 달하였다.²²⁾

셋째, 제도에 의한 피해구제에 많은 비용과 오랜 시간이 소요된다. 상거래 피해는 3일 이내 대금반환 등 신속한 처리를 규정한 반면, 오히려 확산성이 높은 사생활 침해, 명예훼손, 불법정보 등의 구제는 시간 제약이 없는 상황이다. 정보통신망법에 따른 처벌은 사법 처리 과정을 필요로 하여 일반인의 접근성이 낮고 많은 비용을 필요로 한다. 조속한 대응을 위한 서비스사업자의 임시조치가 있으나 이를 위해서 피해자나 사업자가 불법게시물을 인지해야 하므로 사실상 완전한 삭제는 불가능하다. 조정위원회 조정기간은 45일, 60일 등 장시간이 소요된다. 취약계층일수록 적합한

20) 이윤희(2014.8), “국내 SNS의 이용 현황과 주요 이슈 분석”, Internet & Security Focus, 한국인터넷진흥원.

21) 이양환(2012), “소셜미디어를 통한 개인 신상정보 침해와 언론보도의 영향”, 언론중재, 언론중재위원회.

22) 매일경제(2019.3.19.), “몰카 피해자 평생의 고통...촬영·유포자는 2%만 구속”.

조직과 지원기관을 탐색하고 조정 및 소송 과정의 비용을 부담하는 등의 피해 대처에 나서기 어렵게 한다.

넷째, 기존 법령으로 포섭하지 못하는 새로운 서비스의 반복 출현으로 이용자 혼란이 가중되고 있는 실정이다. 각종 분쟁조정위원회, 명예훼손 분쟁조정부 등은 이미 법에 의해 규제되는 사항에 대하여 다루는 경우가 많다. 즉, 많은 이용자 피해 통계가 청약·계약 관련에 집중되어 있는 것은 해당 피해에 대한 법률 및 조직이 체계화되어 있기 때문으로 법령으로 포섭하지 못하는 신종 서비스나 신종 유형의 피해가 사각지대로 남아있을 수 있다.

마지막으로 피해 대응 기능이 법령에 의거하여 여러 기관으로 분산됨에 따라 수요자(피해자) 관점에서의 피해 접수가 아니라 공급자 관점에서 여러 규제주체에 따라 범위와 역할이 분산되어 있는 형태이다. 분쟁조정위원회만 하더라도, 통신방송서비스(통신분쟁조정위원회), 전자상거래(전자문서·전자거래분쟁조정위원회, 소비자분쟁조정위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회), 개인정보(개인정보분쟁조정위원회)으로 분리되어 있다. 수요자 입장에서 가장 접근이 쉬운 피해 접수 창구는 '1372 소비자상담센터'로 모든 재화·서비스의 소비자피해를 접수하는데, 상거래가 아닌 '신상털기', '거짓정보유통' 등의 온라인 피해 접수·처리는 어려운 상황이다.

이에 따라, 온라인 피해의 접수창구를 소비자 관점에서 일원화하고 관련 기능과 조직으로 신속히 전달하여 이용자의 탐색비용을 절감하고 효과적인 대응을 지원할 수 있는 체계를 마련할 필요가 있다. 일원화된 이용자 피해 지원 체계는 향후 온라인 피해의 신유형을 신속히 특정하고 정책 대응을 모색할 기반으로도 기능할 수 있다.

제3장 온라인 피해 유형 분류

이번 장은 이용자가 온라인 상에서 입을 수 있는 피해의 유형을 분류한다. 온라인 전 범위를 대상으로 피해의 유형을 분류함으로써 온라인에서 어떤 피해들이 발생하고 있는지 체계적으로 정리하고자 한다. 또한, 각각의 피해에 대한 대처방안을 함께 적어 이용자에게는 대응책을 제시하고, 정책입안자에게는 각 전문영역에 산재해있는 기관들을 확인하고 대응방식을 파악할 수 있도록 하였다. 온라인 전 영역에 대한 유형을 분류하였으므로 향후 신유형 피해를 발굴하는 등의 기반작업에도 활용될 수 있다.

앞서와 마찬가지로 피해 상황에서 금전거래 개입 유무를 기준으로 상거래 피해 유형과 비금전 피해 유형으로 나누어 살펴본다. 제1절은 상거래 유형을 제2절은 비금전 유형을 다루었다. 이번 장의 내용은 앞서 제2장에서 살펴본 각 기관에서 발행한 통계자료, 전문 피해 구제기관의 홈페이지 및 출판 자료, 법령의 세부 내용 등을 기초로 작성되었으며, 또한 해당 분야 전문가의 자문을 거쳤다.

제1절 상거래 피해 유형

제1절은 온라인에서 발생하는 상거래 피해 유형을 크게 네 가지의 대분류로 나누었다. 재화 및 서비스 분야, 통신서비스 분야, 콘텐츠(구독서비스포함) 분야, 그리고 개인간 C2C 거래 분야이다. 아래 소절마다 대분류 유형을 중분류, 소분류로 나누어 피해 유형의 세부 내용, 피해 발생시 대처방안, 그리고 해당되는 구체적인 사례를 제시하였다.

1. 재화 및 서비스(통신, 콘텐츠 제외)

통신, 콘텐츠 제외한 재화 및 서비스 분야의 피해 유형은 청약 관련 피해, 계약 불완전 이행, 광고/표시 관련 피해, 가격 관련 피해, 결제 관련 피해, 품질 관련 피해, AS 관련 피해, 반품/환불 관련 피해로 나눌 수 있다.

〈표 3-1〉 재화 및 서비스(통신, 콘텐츠 제외) 피해 유형 분류

대분류	중분류	소분류	세부설명
재화 및 서비스 (통신, 콘텐츠 제외)	청약	청약철회 거부/지연	① 단순 변심에 의한 청약철회 거부/지연 ② 청약취소에도 불구하고 출고, 배송으로 인한 환급거부/배송비 부담 요구
		법정대리인 동의 없는 청약	미성년자, 장애인 등의 청약
		중도 해지 거부/지연	일정 기간 사용을 약정한 경우 중도 해지를 거부/지연
		청약 없이 상품 공급/대금 청구	소비자의 청약 없이 일방적으로 재화나 서비스 제공 (예. 이용자의 동의 없이 촬영된 예식사진)
		과도한 위약금 부과	청약철회/중도해지에 대한 과도한 위약금, 취소수수료 등의 금전 부과
	계약 불완전 이행	재화/서비스 미공급, 일방적 계약취소	① 청약에 대한 재화/서비스 제공불이행 ② 재화/서비스 제공하지 않기 위해 청약을 일방적으로 취소
		표시된 것과 다른 상품 공급	소비자가 청약한 같은 유형의 물품이지만 규격, 색상 등이 상이한 경우
		사은품 미지급	소비자가 청약한 재화/서비스 이외의 지급하기로 한 경제적 혜택의 미제공
		과도한 수리비 부과	일정 기간 사용후 반환해야 하는 상품(렌터카, 렌탈 상품 등)의 경우 소비자의 부주의로 발생된 파손에 대해 수리비 등을 과도하게 부과
		서비스 이용제한	서비스 제한조치가 불가피한 경우가 아닌 제한 (예. 온라인쇼핑몰 등에서 이용자계정 일방적 차단, 제한)
	광고/표시	정보제공(표시)	소비자가 상품 등의 중대한 결함이나 기능상의 한계

		미흡	등을 정확히 알지 못하여 구매 선택을 하는 데에 결정적인 영향을 미치게 되는 정보 미표시
		과대광고	거짓·과장,기만적,부당하게비교, 비방적 광고
		허위 매물	소비자를 유인하기 위해 실제하지 않은 저렴한 상품 등을 게시
		후기/리뷰 조작	①부정적인 후기/리뷰를 삭제하거나 이용자의 눈에 잘 띄지않게 배치 ②광고상품을 구입한 사업자의 시설·서비스 등이 우수한 것처럼 표시
가격		표시된 것과 달리 할인 미적용	청약시 제공하기로 한 할인 적용하지 않은 정상가격 청구
		대납 불이행	대금 청구시 제공하기로 한 캐쉬백이나 카드할인 등을 미제공
		가격 이외의 추가 부담 요구	청약시 정해진 설치비, 배송비 등에 대해 추가로 부과 (예. 묶음배송에 대해 개별 배송비 청구)
결제		자동 유료전환	소비자의 청약 없이 무료로 제공되던 재화나 서비스를 유료로 전환
품질		제품 불량 및 이에 따른 추가 피해	물품등의 하자 등으로 인한 소비자의 피해
AS		AS 거부/지연	①소비자 과실로 인한 파손 등의 이유로 AS제공 거부 ②부품 없다는 이유로 AS제공 거부
		수리 후 동일 하자 발생	유상으로 수리한 날부터 2개월 이내에 소비자가 정상적으로 물품 등을 사용하는 과정에서 종전과 동일한 고장이 재발한 경우
		품질보증기간 내 수리비 청구	품질보증기간 내 사업자가 부담해야 하는 수리비를 소비자에게 전가
반품/환불		반품 과정의 분실	소비자가 반품하였음에도 사업자가 반환받지 못했다는 이유로 환급, 교환 거부
		반품 후 환불 지연	소비자가 반품하였음에도 사업자가 환불을 지연
		결제 수단 이외의 환불	소비자가 최초 결제 수단 이외의 아이템, 포인트 등의 로의 환불
안전		위해물품	물품 등으로 인하여 소비자의 생명·신체 또는 재산에 위해가 발생하였거나 발생할 우려가 있는 경우

가. 청약 관련 피해

1) 청약철회 거부/지연

- 세부 피해 내용

전자상거래법은 통신판매업자와 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 계약내용에 관한 서면을 받은 날부터 7일(재화등의 내용이 표시·광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 날부터 3개월) 이내에 해당 계약에 관한 청약철회를 할 수 있다고 규정하고 있다(제17조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다. 다만, 일상생활용품·음식료 등 인접지역 판매를 위한 거래(예: 배달 앱)에 관해서는 전자상거래법의 청약철회가 적용되지 않는다(제3조제4항).

- 피해시 대처 방안

소비자의 청약철회에도 불구하고 판매자가 이를 거부하거나 지연한 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

B씨는 2020. 1. 3. 인터넷을 통해 C사로부터 무스탕을 814,000원에 구입. 제품 수령 후, 사이즈 착오 및 단순 변심을 사유로 반품을 요구하자, C사는 환불 불가 제품임을 사전에 고지했고, 주문 즉시 재단되는 주문제작 제품이라는 이유로 반품을 거부. B씨는 구입 당시 사이즈만 선택했으나 주문제작으로 볼 수 없으므로, 제품가액 환급을 요구. 한국소비자원 C사가 판매하는 무스탕은 이미 디자인이 고정되어 있고 단지 사이즈를 선택하는 것에 불과하고, 구입 당시 B씨가 선택한 옵션 사항은 사이즈(프리사이즈 선택)만 있었음이 확인되는 바, 주문제작 사항(치수, 사이즈, 디자인

을 개인에 맞추어 변경)을 선택하는 맞춤형 주문제작 제품에 해당하지 아니하므로, 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제17조 제2항 및 동법 시행령 제21조에서 규정한 청약철회 등의 제한 사유인 '소비자의 주문에 의하여 개별적으로 생산되는 재화'로 보기 어려운 것으로 판단. 사업자는 구입대금 814,000원을 환급 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.178]

2) 법정대리인 동의 없는 청약

- 세부 피해 내용

미성년자, 장애인 등의 청약은 전자상거래법 상의 청약확인 절차를 위반한 경우라 할 수 있다. 전자상거래법은 통신판매업자가 소비자로부터 재화 등의 거래에 관한 청약을 받으면 청약 의사표시의 수신 확인 및 판매 가능 여부에 관한 정보를 소비자에게 신속하게 알려야 하며, 계약체결 전 소비자가 청약내용을 확인하고, 정정하거나 취소할 수 있도록 적절한 절차를 갖추어야 한다고 규정하고 있다(제14조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다. 다만, 일상생활용품·음식료 등 인접지역 판매를 위한 거래(예: 배달앱)에 관해서는 전자상거래법의 청약철회가 적용되지 않는다(제3조제4항).

- 피해시 대처 방안

소비자의 청약철회에도 불구하고 판매자가 이를 거부하거나 지연한 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

3) 중도 해지 거부/지연

- 세부 피해 내용

방문판매 등에 관한 법률은 계속거래업자등과 계속거래 등의 계약을 체결한 소비자는 계약기간 중 언제든지 계약을 해지할 수 있다고 규정하고 있다. 다만, 다른 법률에 별도의 규정이 있거나 거래의 안전 등을 위하여 필요한 경우에는 제외하고 있다(제31조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 중도해지 요청에도 불구하고 판매자가 이를 거부하거나 지연한 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

A씨는 2020. 5. 26. 사업자와 인터넷교육서비스(학습기간 : 12개월) 이용계약을 체결하고 3,168,000원을 지급함. A씨는 3개월 수강하였으나 학습 관리가 제대로 되지 않고 도움이 되지 않는다고 판단하여 2020. 8. 하순경 계약해지를 요구하였고, 사업자는 의무사용기간이 6개월이므로 계약해지가 어렵다고 안내함. A씨는 관련 법률에 의거 해지 요청 시점 기준으로 계약해지 및 환급을 요구. 한국소비자원 1개월 이상 계약인 경우 「방문판매 등에 관한 법률」상 계속거래에 해당되어 동법 제31조에 의거하여 언제든지 중도 해지가 가능하고, 의무사용기간 동안 환급이 불가하다는 것은 「약관의 규제에 관한 법률」 제9조 제1호에 의거하여 무효로 판단. A씨가 이용한 3개월 이용료 재결제 및 기존 선결제한 3,168,000원 취소 처리 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.91]

4) 청약 없이 상품 공급/대금 청구

- 세부 피해 내용

방문판매 등에 관한 법률은 소비자의 청약이 없는데도 일방적으로 재화등을 공급하고 재화등의 대금을 청구하는 행위를 금지하고 있다(제34조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다. 다만, 일상생활용품·음식료 등 인접지역 판매를 위한 거래(예: 배달앱)에 관해서는 전자상거래법의 청약철회가 적용되지 않는다(제3조 제4항).

- 피해시 대처 방안

소비자의 환급 요청에도 불구하고 판매자가 이를 거부하거나 지연한 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

B씨는 2020. 6. 차량의 에어컨 고장으로 인하여 수리를 의뢰하였고, 사업자는 컴프레서 부분이 원인으로 이를 수리하겠다고 함. 이후 사업자는 에어컨 가스 충전 조치도 취했다고 하며 총 81,510원의 수리대금을 청구. B씨는 사전 고지 없이 이루어진 에어컨 가스 충전 관련 대금 환급을 요구. 한국소비자원 소비자분쟁해결기준에서는 수리하지 않은 내용을 청구하거나 사전에 고지하지 않은 부분을 수리하여 수리비를 청구하는 경우 해당 금액을 청구 취소하는 것으로 규정하고 있으므로, 사전 미고지하고 이루어진 에어컨 가스충전 관련 대금은 소비자에게 환급하도록 권고. 사업자가 B씨에게 에어컨 가스충전 수리비용을 환급 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.217]

5) 과도한 위약금 부과

- 세부 피해 내용

전자상거래법은 법률로 정해진 금액을 초과한 위약금 부과해서는 안된다고 규정하고 있다(제19조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다. 다만, 일상 생활용품·음식료 등 인접지역 판매를 위한 거래(예: 배달앱)에 관해서는 전자상거래법의 청약철회가 적용되지 않는다(제3조제4항).

- 피해 시 대처 방안

소비자의 환급 요청에도 불구하고 판매자가 이를 거부하거나 지연한 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

B씨는 2020. 1. 7. 여행사와 2020. 01.24. 출발하는 태국 여행상품 계약을 체결하고 1,796,000원을 지불. 이후 B씨의 아버지가 대상포진 진단을 받고 지속적인 치료를 하였음에도 회복되지 않아 2020. 1. 22. 계약해제를 요구하였으나, 738,800원의 취소 수수료를 제외하고 환급하겠다고 함. B씨는 과다한 위약금 조정을 요구. 한국소비자원 여행자의 질병으로 불가피하게 여행계약을 해제하는 경우 ‘국외여행표준약관’에 따라 손해배상액 없이 계약해제를 할 수 있으나 「민법」 제674조의 3에는 여행사에 발생한 손해가 입증될 시 이를 배상하여야 한다고 규정하고 있어 항공사 취소 수수료 등 실제로생한 손해액 제외 후 B씨에게 환급하는 것이 타당하다고 판단 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.157]

나. 계약 불완전 이행

1) 재화/서비스 미공급, 일방적 계약 취소

- 세부 피해 내용

전자상거래법은 소비자가 청약을 한 날부터 7일 이내, 대금을 전부 또는 일부 지급한 경우 3영업일 이내에 재화등의 공급에 필요한 조치를 취하도록 규정하고 있다(제15조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다. 다만, 일상생활용품·음식료 등 인접지역 판매를 위한 거래(예: 배달앱)에 관해서는 전자상거래법의 청약 철회가 적용되지 않는다(제3조제4항).

- 피해시 대처 방안

소비자의 보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담 센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

2) 표시된 것과 다른 상품 공급

- 세부 피해 내용

전자상거래법은 소비자가 청약을 한 날부터 7일 이내, 대금을 전부 또는 일부 지급한 경우 3영업일 이내에 재화등의 공급에 필요한 조치를 취하도록 규정하고 있다(제15조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다. 다만, 일상생활용품·음식료 등 인접지역 판매를 위한 거래(예: 배달앱)에 관해서는 전자상거래법의 청약 철회가 적용되지 않는다(제3조제4항).

- 피해시 대처 방안

소비자의 교환 요청에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담 센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매

자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

A씨는 2020. 07. 전자상거래를 통해 텐트를 주문. 제품을 수령하여 확인하니 주문한 사이즈와 다른 제품이 배송. A씨는 교환 또는 환불을 요구하였으나 사업자는 소비자 요구를 거부. 한국소비자원 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제17조 제3항에서는 계약 내용과 다르게 이행된 경우에는 그 재화 등을 공급받은 날로부터 3개월 이내, 그 사실을 안 날 또는 알 수 있었던 날부터 30일 이내에 청약철회를 할 수 있도록 규정하고 있어 구입대금 환불이 타당하다고 판단. 사업자가 구입대금 환불 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.135]

3) 사은품 미지급

- 세부 피해 내용

전자상거래법은 소비자가 청약을 한 날부터 7일 이내, 대금을 전부 또는 일부 지급한 경우 3영업일 이내에 재화등의 공급에 필요한 조치를 취하도록 규정하고 있다(제15조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다. 다만, 일상생활용품·음식료 등 인접지역 판매를 위한 거래(예: 배달앱)에 관해서는 전자상거래법의 청약철회가 적용되지 않는다(제3조제4항).

- 피해시 대처 방안

소비자의 사은품 지급 요청에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

A씨는 2020. 09. 13. **마켓에서 B카드사가 진행하고 있는 카드발급 이벤트에 참여하기 위해 카드를 발급 받고 **마켓에서 13만원을 사용. 이벤트 참여 혜택(13만원 캐시백)이 제공되지 않아 B카드사에 문의하니 이벤트 예산 조기 소진으로 2020. 09. 11. 마감되었다고 함. A씨는 이벤트 조기마감 안내를 받은 사실이 없으므로 이벤트 혜택을 제공해 줄 것을 요구. 한국소비자원 B카드사는 이벤트 안내사항으로 “이벤트가 조기에 마감될 수 있습니다.”라고 안내했다고 하지만 A씨가 이벤트 참여 시 조기마감 사실을 알 수 없었고 이벤트 요건을 충족한 사실이 인정되므로 B카드사는 A씨에게 이벤트 혜택을 제공해야 할 책임이 있다고 판단. 카드사가 A씨의 요구사항을 수용하여 이벤트 혜택(13만원 캐시백)을 제공 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.145]

4) 과도한 수리비 부과

- 세부 피해 내용

물품대여서비스에 대한 소비자분쟁해결기준에 따르면 소비자의 귀책사유로 인한 고장·훼손에 대해 소비자의 비용으로 사업자에게 수리 및 부품교환을 요청하도록 규정하고 있다. 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 수리비 조정 요청에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

A씨는 2020. 7. 렌터카를 대여하여 사용 중 단독사고가 발생. 사업자는 수리비, 감가상각비, 휴차료 등으로 2,970,000원을 청구. A씨는 청구금액이 과다하다고 판단되어

소비자분쟁해결기준에 따른 금액 조정을 요구. 한국소비자원 수리에 투입된 부품 관련 공임시간 일부가 과다하게 책정된 점, 사고범위에 비하여 렌터카 가치하락 손해가 과다한 점, 공정거래위원회에서 고시한 자동차대여표준약관에 따르면 휴차료를 일일 대여요금의 50%를 기준으로 산정하고 있는 점 등을 고려해 감액을 권고. 사업자가 청구 금액의 일부를 감액 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.211]

5) 서비스 이용제한

- 세부 피해 내용

서비스 제한 조치가 불가피한 경우가 아닌 제한(예. 온라인쇼핑몰 등에서 이용자 계정 일방적 차단, 제한)은 전자상거래법 상의 청약에 대한 재화/서비스 제공 불이행에 해당될 수 있다. 전자상거래법은 소비자가 청약을 한 날부터 7일 이내, 대금을 전부 또는 일부 지급한 경우 3영업일 이내에 재화등의 공급에 필요한 조치를 취하도록 규정하고 있다(제15조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 서비스 재개 요청에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

J씨는 2년 전 가상화폐거래소 S사에 계정을 만들어 거래를 했으나 4개월 전부터 계정 로그인에 되지 않음. J씨는 S사에게 조속히 계정 로그인이 될 수 있도록 조치를 요구. 한국소비자원 ‘거래 이용 금액이 과도한 경우’, ‘장기간 미접속’, ‘관리자 판단’ 등과 같이 포괄적·자의적인 사유로 이용자의 서비스 이용을 제한하는 내용은 고객이 예상하기 어려운 조항이자 고객에게 부당하게 불리한 조항에 해당하여 무효

이므로 서비스 제한 조치가 불가피한 경우가 아닌 이상 S사의 조치는 부당하다고 판단 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.76]

다. 광고/표시 관련 피해

1) 정보제공(표시) 미흡

- 세부 피해 내용

표시·광고의 공정화에 관한 법률은 소비자가 상품 등의 중대한 결함이나 기능상의 한계 등을 정확히 알지 못하여 구매 선택을 하는 데에 결정적인 영향을 미치게 되는 정보를 제공하도록 규정하고 있다(제4조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

B씨는 2020. 7. 중고차매매업자로부터 상태 점검 후 중고차를 구입. 2020. 8. 운행 중 경고등 점등으로 점검 결과 변속기 내부 밸브 고착 진단을 받았고 2020. 9. 책임 보험사로부터 위 증상에 대해 밸브 불량인 아닌 소비자 과실 없는 침수 이력을 확인 받았으나, 중고차매매업자는 이전 혹은 현재 차주의 거짓 주장이라며 책임을 회피. B씨는 침수 이력이 고지되지 않은 중고차량에 대한 계약해제를 요구. 한국소비자원 소비자분쟁해결기준(중고자동차매매업)에 따르면 중고차매매업자는 침수 사실을 고지하지 않은 경우 구입가 환급 또는 손해배상의 책임이 있어 이를 권고. 사업자는 B씨에게 구입대금을 환급 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.157]

2) 과대광고

- 세부 피해 내용

표시·광고의 공정화에 관한 법률은 거짓·과장, 기만적, 부당하게 비교, 비방적 광고를 금지하고 있다(제3조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

B씨는 2020. 11. 체중 감량 목적으로 전화권유판매를 통해 다이어트 식품을 700,000원에 구매하여 섭취. B씨는 6일간 섭취하는 과정에서 전신열감, 피부발진 등 부작용 발생. B씨는 체중 감량 효과가 없고 부작용이 발생하는 다이어트 식품에 대한 전액 환불을 요구. 한국소비자원 진단서 발급 병원에 확인하니, 신청인의 주장을 참고하여 제시된 추정적인 의견임에 따라 부작용에 대한 보상책임을 묻기는 어렵다고 판단. 또한, 다이어트 식품은 섭취자의 체질 및 의지 등에 따라 효과가 다르기 때문에 효과여부 또한 판단하기 어려움. 다만, 양 당사자 간 계약에 방문판매 등에 관한 법률이 적용되는바, 동법에 따라 원만한 합의를 권고. 판매업자가 소비자에게 개봉하지 않은 박스를 회수하고 400,000원을 환불 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.141]

3) 허위매물

- 세부 피해 내용

표시·광고의 공정화에 관한 법률은 거짓·과장, 기만적, 부당하게 비교, 비방적 광

고를 금지하고 있다(제3조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

부동산중개업, 중고차업, 전자상거래업 등에서 소비자를 유인하기 위해 허위매물 등이 사용될 수 있다.

4) 후기/리뷰 조작

- 세부 피해 내용

표시·광고의 공정화에 관한 법률은 거짓·과장, 기만적, 부당하게 비교, 비방적 광고를 금지하고 있다(제3조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

배달앱, 숙박앱, 해외 호텔예약 대행앱 등에서 부정적인 리뷰나 평점을 자의적으

로 삭제조치하거나 감출 수 있다.

라. 가격 관련 피해: 표시된 것과 달리 할인 미적용, 대납 불이행, 가격 이외의 추가 부담 요구

1) 세부 피해 내용

청약시 제공하기로 한 할인을 적용하지 않은 정상가격을 청구하거나 대금 청구시 제공하기로 한 캐쉬백이나 카드할인 등을 제공하지 않거나 청약 시 정해진 설치비, 배송비 등에 대해 추가 비용(예. 묶음 배송에 대해 개별 배송비 청구)을 부과하는 것은 전자상거래법 상의 청약철회 사유에 해당된다. 전자상거래법은 통신판매업자와 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 계약내용에 관한 서면을 받은 날부터 7일(재화등의 내용이 표시·광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 날부터 3개월) 이내에 해당 계약에 관한 청약철회를 할 수 있다고 규정하고 있다(제17조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

2) 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

마. 결제 관련 피해 : 자동 유료전환

1) 세부 피해 내용

방문판매 등에 관한 법률은 소비자의 청약이 없는데도 일방적으로 재화등을 공급하고 재화 등의 대금을 청구하는 행위를 금지하고 있다(제34조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한

자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

2) 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

3) 피해 사례

C씨는 2019. 9. 14. 사업자와 인터넷교육서비스에 가입한 후 7일 무료체험상품을 이용하고자 해당상품을 0원에 결제. C씨는 2019. 10. 13. 사업자의 7일 무료체험상품을 이용하고자 다른 계정으로 가입하고 해당 상품을 0원에 결제. C씨는 2020. 9. 14. 두 개의 상품이 가입 7일 후 자동으로 유료로 전환되어 매달 9,900원이 청구되어 총 25차례 결제된 사실을 확인하고 사업자에게 환급을 요구. 사업자는 2020. 9.에 청구된 요금에 대해서만 결제를 취소. C씨는 이용하지 않은 이용대금 전액 환급을 요구. 한국소비자원 ‘콘텐츠이용자 보호지침(문화체육관광부고시 제2015-10호)’ 제 25조에 따르면 대금을 자동으로 결제하는 경우 사업자는 결제되기 전에 그 내역에 대해 소비자에게 고지하여야 하며, ‘소비자분쟁해결기준 (공정거래위원회 고시 제 2020-16호)’에 따르면 해당 고지를 하지 않은 경우 사업자가 유료 청구된 금액을 환급해주어야 하는 것으로 판단. 사업자는 유료 청구된 이용대금 전액 환급 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.93]

바. 품질 관련 피해 : 제품 불량 및 이에 따른 추가 피해

1) 세부 피해 내용

소비자기본법 시행령은 판매자가 물품등의 하자 등으로 인한 소비자의 피해에 대하여 수리·교환·환급 또는 배상을 하거나, 계약의 해제·해지 및 이행 등을 해야 한다고 규정하고 있다(제8조). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판

매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

2) 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

3) 피해 사례

B씨는 2020. 8. 전자상거래를 통해 프라모델 제품을 예약 주문. 제품 수령하여 개봉한 후 확인하니 가동 범위 내의 오른쪽 부위 관절이 파손되어 사업자에게 정상제품으로 교환을 요구. 사업자는 소비자의 가동 중 파손이라는 이유로 교환을 거부. 한국소비자원 『전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률』 제17조에서는 소비자에게 책임이 있는 사유로 재화 등이 멸실되거나 훼손된 경우 청약철회를 할 수 없으나, 이러한 규정에도 불구하고 재화 등의 내용이 표시·광고의 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우에는 청약철회를 할 수 있으며, 재화 등의 훼손에 대해서 소비자의 책임이 있는지 여부는 사업자가 증명하도록 규정하고 있어 외부 충격 등 소비자의 객관적 과실을 사업자가 증명하지 못한다면 사업자가 제품을 환불하는 것이 타당하다고 판단. 사업자는 구매대금 환불 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.136]

사. AS 관련 피해

1) AS 거부/지연

- 세부 피해 내용

소비자기본법 시행령은 수리는 지체 없이 하되 수리가 지체되는 불가피한 사유가 있을 때는 소비자에게 알려야 하며, 소비자가 수리 의뢰한 날부터 1개월이 지난 후에도 수리된 물품등을 소비자에게 인도하지 못할 경우 품질보증기간 이내일 때는 같은 종류의 물품 등으로 교환하거나 환불하고, 품질보증기간이 지났을 때에는 구

입가를 기준으로 정액 감가상각하고 남은 금액에 품목별 소비자분쟁해결기준에서 정하는 일정금액을 더하여 환급하도록 규정하고 있다(별표1). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

2) 수리 후 동일 하자 발생

- 세부 피해 내용

소비자기본법 시행령은 물품 등을 유상으로 수리한 경우 유상으로 수리한 날부터 2개월 이내에 소비자가 정상적으로 물품 등을 사용하는 과정에서 종전과 동일한 고장이 재발한 경우에는 무상으로 수리하되, 수리가 불가능한 때에는 종전에 받은 수리비를 환급하도록 규정하고 있다(별표1). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

B씨는 2020. 3. 25. 농업용 기계의 엔진고장으로 400,000원을 지급하고 수리. 수리 후 두 달이 지나지 않아 동일한 하자가 발생하여 사업자에게 재 수리를 요구하였으나, 사업자는 유상수리만 가능하다고 함. 한국소비자원 일반적 소비자분쟁해결기준(소비자기본법 시행령 제8조 제2항) 상 물품 등을 유상으로 수리한 경우 수리한 날부터 2개월 이내에 소비자가 정상적으로 물품 등을 사용하는 과정에서 그 수리한 부분에 동일한 고장이 재발한 경우에는 무상으로 수리하도록 규정하고 있어 무상수리가 타당하다고 판단. 사업자가 무상 수리 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.81]

3) 품질보증기간 내 수리비 청구

- 세부 피해 내용

소비자기본법 시행령은 품질보증기간 동안의 수리·교환·환급에 드는 비용은 사업자가 부담하고, 다만 소비자의 취급 잘못이나 천재지변으로 고장이나 손상이 발생한 경우와 제조자 및 제조자가 지정한 수리점·설치점이 아닌 자가 수리·설치하여 물품 등이 변경되거나 손상된 경우에는 사업자가 비용을 부담하지 않아도 된다고 규정하고 있다(별표1). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화 등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

- 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

아. 반품/환불 관련 피해 : 반품 과정의 분실, 반품 후 환불 지연, 결제 수단 이외의 환불

1) 세부 피해 내용

소비자가 반품하였음에도 사업자가 반환받지 못했다는 이유로 환급, 교환을 거부하거나 소비자가 반품하였음에도 사업자가 환불을 지연하거나 소비자가 최초 결제 수단 이외의 아이템, 포인트 등으로의 환불할 경우 전자상거래법 상의 환급 지연에 해당할 수 있다. 전자상거래법은 소비자에게 재화등의 대금 환급을 지연한 때에는 지연이자를 지급하도록 규정하고 있다(별표1). 통신판매중개자(플랫폼)의 경우 재화등을 판매함에 있어서 책임이 없다는 사실을 약정하지 아니하거나, 미리 고지하지 아니하고 통신판매의 중개를 한 경우, 통신판매의 중개를 의뢰한 자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대하여 중개를 의뢰한 자와 연대하여 배상할 책임을 지게 된다.

2) 피해시 대처 방안

소비자의 환불/보상 요구에도 불구하고 판매자가 이를 거부할 경우, 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회/한국소비자단체협의회 內 자율분쟁조정위원회 분쟁조정을 신청할 수 있다.

3) 피해 사례

A씨는 2020. 3. 14. B항공사의 호놀룰루-마우이 왕복항공권 1매를 구매하고 148,600원을 신용카드로 지급. 해당 항공권 결항되어 대금 환급을 요구하였으나, B항공사는 2년 내에 사용가능한 바우처로 환급하겠다고 답변. 이에 A씨는 최초 결제 수단인 신용카드로 환급해 줄 것을 요구. 한국소비자원 「약관의 규제에 관한 법률」 제9조 제4호에 따라 계약의 해제로 인한 원상회복 의무를 상당한 이유 없이 과중하게 부담시키거나 고객의 원상회복 청구권을 부당하게 포기하도록 하는 조항으로 무효로 규정하고 있으므로 항공사는 고객의 최초 결제수단인 신용카드를 통해 구매 대금을 환급하는 것이 타당하다고 판단. 사업자가 신청인이 결제한 신용카드를 통해 구매 금액 전액 환급 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.253]

자. 안전 관련 피해 : 위해물품

1) 세부 피해 내용

제조물 책임법은 제조업자가 제조물의 결함으로 생명·신체 또는 재산에 손해를 입은 자에게 그 손해를 배상하여야 한다고 규정하고 있다(제3조).

2) 피해시 대처 방안

소비자안전센터(043-880-5500)에 위해물품을 신고할 수 있다.

3) 피해 사례

대전시 한 아파트에서 (주)위니아딤채가 2003년에 생산한 김치냉장고로 인한 화재 발생('21.4.2.), 전북 전주시 한 아파트에서 (주)위니아딤채가 2005년 9월 이전에 생산한 김치냉장고의 화재로 1천 7백여만원의 재산피해를 입게 됐고 12명이 대피하고, 24명이 구조되는 사고 발생('21.4.23.) → 자발적 리콜 실시

2. 통신서비스

통신서비스 분야의 피해 유형은 가입 관련 피해, 요금 관련 피해, 품질 관련 피해, 이용 관련 피해, 해지 관련 피해로 나눌 수 있다.

〈표 3-2〉 통신서비스 피해 유형 분류

대분류	중분류	소분류	세부설명
통신	가입	명의도용	이용자의 가입의사를 확인하지 않고 이용계약을 체결
		가개통	전기통신사업자가 정당한 사유 없이 타인의 명의로 개통하여 전기통신서비스를 제공
		법정대리인의 동의 없는 계약(앱마켓 포함)	미성년자, 장애인 등의 청약
		청약 철회 거부/제한 (앱마켓 포함)	이용자의 전기통신서비스 신청 후 개통이 이루어지기 전까지 전기통신서비스의 신청 철회를 정당한 사유 없이 거부하거나 제한

		가입 관련 중요사항 미고지·허위 고지	①이용자를 모집하기 위하여 약정조건 및 서비스 내용 등에 관한 중요한 사항을 거짓으로 또는 과장하여 설명 또는 고지 ②이용계약을 체결할 때 사업자명, 이용요금, 지원금, 요금할인, 경품, 할부수수료, 보험료, 약정기간, 위약금, 손해배상, 결합판매 구성상품의 전체·개별할인을 등의 약정조건, 서비스 개시전의 신청철회권 행사방법 등 중요한 사항을 설명 또는 고지하지 않거나 거짓으로 설명 또는 고지 ③이용계약을 체결한 경우 계약체결 사실, 서비스개시일 등을 고지하지 않는 행위
		신규설치지연	이용자와 사전 협의한 최종설치일로부터 5일 이내(영업일 기준)에 사업자 측 사유로 장비를 설치하지 못해 서비스 미제공된 경우
		사전 고지되지 않은 설치 비용 추가 청구	청약 시 정해진 설치비 이외의 설치비 추가로 부과
	단말	①공시내용 및 추가지원금 미게시 ②공시지원 금+추가지원 금을 초과한 지원금 지급	①이동통신사업자는 이동통신단말장치별 출고가, 지원금액, 출고가에서 지원금액을 차감한 판매가 등 지원금 지급 내용 및 지급 요건에 대하여 이용자가 알기 쉬운 방식으로 공시하여야 하며, 공시한 내용과 다르게 지원금을 지급하여서는 아니 된다. ②대리점 또는 판매점은 이동통신사업자가 공시한 지원금의 100분의 15의 범위에서 이용자에게 지원금을 추가로 지급할 수 있으며, 이동통신사업자가 공시한 내용과 추가 지원금을 이용자가 쉽게 인식할 수 있도록 영업장 등에 게시하여야 한다.
		지원금과 연계한 개별계약 체결	이동통신사업자, 대리점 또는 판매점은 이용자와의 이동통신서비스 이용계약을 체결할 때 이용약관과 별도로 지원금을 지급하는 조건으로 특정 요금제, 부가서비스 등의 일정기간 사용 의무를 부과하고 이를 위반 시 위약금을 부과하는 등 서비스 가입, 이용 또는 해지를 거부·배제하거나 그 행사를 제한하는 내용의 개별계약을 체결하여서는 아니 된다.
		25% 요금할인	이동통신사업자는 이동통신서비스 가입 시 이용자 차별 해소와 이용자의 합리적 선택을 지원하기 위하여 이동

		미제공	통신사업자에게 지원금을 받지 아니하고 이동통신서비스에 가입하려는 이용자(이동통신단말장치를 구입하지 아니하고 서비스만 가입하려는 이용자를 포함한다)에 대하여 지원금에 상응하는 수준의 요금할인 등 혜택을 제공하여야 한다.
		차별적 지원금 등 권유 유도 (기변 거부 포함)	이동통신사업자, 대리점 또는 판매점은 번호이동, 신규 가입, 기기변경 등 가입 유형, 이동통신서비스 요금제 등의 사유로 부당하게 차별적인 지원금을 지급하여서는 아니 된다.
	요금	요금불만	요금 관련 프로그램의 조작 등을 통하여 이용자가 부담해야 하는 요금과 다르게 요금을 청구
		가입요금제	이용계약과 다른 내용으로 요금을 청구
		수신자 부담	수신자 부담 전화에 대한 부당한 요금청구
		회수대행 관련 피해	콘텐츠이용료를 통신요금과 함께 청구·징수 것과 관련 이용자의 콘텐츠이용료의 CP 지급 유예 신청
		지나친 미납요금 독촉	①채무자 또는 관계인을 폭행·협박·체포 또는 감금하거나 그에게 위계나 위력을 사용 ②정당한 사유없이 반복적으로 또는 야간에 전화하는 등 말·글·음향·영상 또는 물건을 채무자나 관계인에게 도달하게 함으로써 공포심이나 불안감을 유발하여 사생활 또는 업무의 평온을 심하게 해치는 행위 등
	품질	통신품질	전송속도 저하 등에 대한 불만
		서비스 장애	장애나 기기불량, 천재지변 등으로 발생하는 접속불가
	이용	서비스 이용제한	정당한 사유 없이 전기통신서비스의 가입·이용을 제한 또는 중단
		자동연장 및 관련 중요사항 미고지·허위 고지 (앱마켓 포함)	*전기통신서비스의 추가적인 이용에 대하여 가입자의 의사를 확인하는 절차를 거치지 않고 이용계약을 체결 *약정기간 만료에 따라 이용계약이 자동으로 연장되는 경우 이용자에게 약정기간 만료일, 약정기간 만료후의 이용요금 및 이용조건, 이용계약이 자동으로 연장된 이후에 이용요금 할인 등 혜택을 받을 수 있는지 여부, 해지(결합판매 구성상품의 일부 해지를 포함한다)시 위약

			금이 부과되지 않는 사실 등을 사전에 설명 또는 고지하지 않는 행위
		약관변경 및 관련 중요사항미고지·허위고지	*정당한 사유없이 이용계약에 관한 중요사항을 변경 *약정기간 중에 전기통신사업자가 전기통신서비스의 이용조건을 변경하려는 경우 이용자에게 이용조건 변경사항을 사전에 설명 또는 고지하지 않는 행위
		정보제공 요청 거부	이용자가 본인의 전기통신서비스 이용 조건 및 이용 내역 등을 확인하기 위하여 관련 자료를 요청하는 경우 정당한 사유 없이 이를 거부
		이전설치 또는 변경설치 지연 및 이전설치비용 미고지	이용자와 사전 협의한 이전/변경설치일로부터 5일 이내(영업일 기준)에 사업자 측 사유로 장비를 설치하지 못해 서비스 미제공된 경우
		멤버십	멤버십 적립, 사용 등에 관한 피해
	해지	해지거부/지연 및 관련 중요사항 미고지·허위 고지 (앱마켓 포함)	*정당한 사유없이 이용계약의 해지를 거부·지연하거나 제한 *①약정기간 중에 이용자의 요청에도 불구하고 이용자에게 서비스 및 이용계약 해지 등에 관한 중요한 사항을 설명 또는 고지하지 않거나 거짓으로 설명 또는 고지 ②이용계약 해지시 이용자에게 이용계약의 해지 접수 및 계약해지 완료사실 등을 설명 또는 고지하지 않는 행위
		과도한 위약금 부과	①정당한 사유없이 과도한 위약금을 제안·부과하거나 추가 조건 등을 제안하는 등 이용자의 해지권을 제한 ②품질이 현저히 저하되는 지역으로의 이사 등 이용자의 귀책사유가 없는 경우 이용계약 해지시 정당한 사유없이 전기통신서비스의 위약금을 부과

가. 가입 관련 피해

1) 명의도용

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 이용자의 가입의사를 확인하지 않고 이용계약을 체결

하는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

명의로용에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

이용자 미납문자가 와서 확인하니 인터넷, TV가 개통되어 명의로용으로 고객센터에 신고하였으나 해지되지 않고 청구된 요금 및 미납금 이자 손해배상 요청. 사업자 판매자가 고객 명의를 이용하여 허위로 개통시킨 뒤 수수료를 편취하였다는 내용으로 사법기관에 고소/고발이 이루어진 건으로, 피신청인 역시도 판매자의 불법행위로 인하여 피해를 입은 상황. 통신분쟁조정위원회 판매자가 사기 혐의로 고소된 상태이며, 판매자와 설치 기사가 수수료 편취 목적으로 허위 개통 신고를 한 상황을 고려하여 피신청인은 신청인이 신청하지 않은 서비스에 대한 해지, 미납금액 면제 및 인터넷 및 IPTV와 관련하여 이미 납부된 요금은 반환하도록 함 [‘19-’20년 통신분쟁조정사례집, p.34]

2) 가개통

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 전기통신사업자가 정당한 사유 없이 타인의 명의로 개통하여 전기통신서비스를 제공하는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

가개통에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

3) 법정대리인의 동의 없는 계약(앱마켓 포함)

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 이용자의 가입의사를 확인하지 않고 이용계약을 체결

하는 행위를 금지하고 있다(별표4). 한편 2021년 9월 14일 전기통신사업법 개정으로 앱마켓에서의 이용요금 결제, 결제 취소 또는 환급에 관한 분쟁이 통신분쟁조정위원회의 분쟁조정 대상으로 추가되었다(제45조의2).

- 피해시 대처 방안

법정대리인의 동의 없는 계약에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

이용자 지적장애와 기초생활보장 수급자인 사촌 동생이 길거리 판촉으로 무리한 단말기 약정계약 및 통화품질 불량으로 위면해지 및 손해배상 요청. 사업자 신청인과의 서비스 이용 계약에 의거하여, 정상적으로 서비스를 제공하고 계약 내용을 모두 이행. 통신분쟁조정위원회는 지적장애가 있는 장애인을 대상으로 한 가입신청 절차에 대하여 그 효력을 인정하기 어려우므로 신청인은 개통대리점에 단말기를 반환하고, 피신청인은 가입한 이동전화 서비스에 대하여 위약금 없이 해지 처리하도록 함 [‘19-’20년 통신분쟁조정사례집, p.51]

4) 청약 철회 거부/제한(앱마켓 포함)

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 이용자의 전기통신서비스 신청 후 개통이 이루어지기 전까지 전기통신서비스의 신청 철회를 정당한 사유 없이 거부하거나 제한하는 행위를 금지하고 있다(별표4). 한편 2021년 9월 14일 전기통신사업법 개정으로 앱마켓에서의 이용요금 결제, 결제 취소 또는 환급에 관한 분쟁이 통신분쟁조정위원회의 분쟁조정 대상으로 추가되었다(제45조의2).

- 피해시 대처 방안

청약 철회 거부/제한에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

5) 가입 관련 중요사항 미고지·허위고지

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 이용자를 모집하기 위하여 약정 조건 및 서비스 내용 등에 관한 중요한 사항을 거짓으로 또는 과장하여 설명 또는 고지하는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

가입 관련 중요사항 미고지·허위고지에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

이용자: 휴대전화를 표준요금제로 변경하고 착신전환하였으나, 구글 앱이 자동 업데이트되면서 데이터 요금이 과다하게 발생. 표준요금제를 사용하는 경우, 앱 자동 업데이트 등으로 데이터 요금이 과다청구되는 문제를 예방하기 위해서는 ‘무선 데이터 차단 서비스’ 신청이 필요한데, 해당 내용을 사전에 전혀 안내받지 못하여 구글 앱 자동 업데이트에 따라 과다 청구된 데이터 요금 전액 환급과 표준요금제 관련 시스템 개선을 요청

사업자: 데이터를 기본제공하지 않는 요금제를 이용하는 이용자에게 과다요금이 청구되는 것을 방지하기 위해 ‘무선 데이터 차단 서비스(무료)’를 제공하고 있으며, 대리점 및 고객센터를 통해 요금제 변경 시, 해당 내용을 안내

통신분쟁조정위원회: 이용자가 휴대전화 단말기 내에서 ‘모바일 데이터’ 차단 설정을 통해 무선 데이터 차단이 가능한 점, ‘무선 데이터 차단 서비스(부가 서비스)’가 자동 적용되도록 할 경우, 이용자 동의가 없는 부가서비스 임의가입 문제가 대두될 수 있는 점, 피신청인 측에서 데이터 요금 관련 정보를 이용자에게 더욱 원활히 고지할 수 있는 방안을 검토하겠다고 답변한 점 등 제반 사정을 종합적으로 고려하여 피신청인은 신청인에게 청구된 데이터 요금 중 50%에 해당하는 금액을 환급하도록 함 [‘19-‘20년 통신분쟁조정사례집 , p.92]

6) 신규 설치 지연

- 세부 피해 내용

통신서비스 맞춤형 피해구제기준(초고속인터넷분야)에 따르면 이용자와 사전 협의한 최종 설치일로부터 5일 이내(영업일 기준)에 사업자 측 사유로 장비를 설치하지 못해 서비스가 제공되지 못한 경우 청약을 철회할 수 있도록 규정하고 있다.

- 피해시 대처 방안

신규 설치 지연에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

7) 사전 고지되지 않은 설치 비용 추가 청구

- 세부 피해 내용

통신서비스 맞춤형 피해구제기준(초고속인터넷분야)에 따르면 청약 시 정해진 설치비 이외의 설치비를 추가로 부과한 경우 사전 고지 없이 설치 시점에 현장에서 추가로 청구된 금액을 환불하도록 규정하고 있다. 다만 설치 전 사업자가 사전 방문하여 설치환경을 확인한 결과 대량설치 등 특수한 사정으로 인해 추가 비용이 예상되어 이용자와 사전협의 후 청구하는 비용은 제외된다.

- 피해시 대처 방안

신규 설치 지연에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

나. 단말 관련 피해

1) 공시내용 및 추가지원금 미게시, 공시지원금+추가지원금을 초과한 지원금 지급

- 세부 피해 내용

이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률은 이동통신사업자가이동통신단말장치별 출고가, 지원금액, 출고가에서 지원금액을 차감한 판매가 등 지원금 지급 내용 및 지급 요건에 대하여 이용자가 알기 쉬운 방식으로 공시하여야 하며, 공시한

내용과 다르게 지원금을 지급하여서는 아니 된다고 규정하고 있다. 또한 대리점 또는 판매점은 이동통신사업자가 공시한 지원금의 100분의 15의 범위에서 이용자에게 지원금을 추가로 지급할 수 있으며, 이동통신사업자가 공시한 내용과 추가 지원금을 이용자가 쉽게 인식할 수 있도록 영업장 등에 게시하여야 한다고 규정하고 있다(제4조).

- 피해시 대처 방안

지원금 미공시·미게시나 초과 지원금에 따른 피해에 대해 먼저 이동전화 불공정 행위 신고센터에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

통신사 고객센터 상담을 통해 단말기의 공시지원금을 확인하고 000유통점을 방문. 000유통점은 공시지원금 및 추가지원금을 미게시하고 있었으며, 해당 공시 지원금이 사라졌으니 비싼 요금제 가입을 해야 단말기 할부금 지원이 된다고 오안 내하여 소비자의 금전적 피해 발생.

2) 지원금과 연계한 개별계약 체결

- 세부 피해 내용

이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률은 이동통신사업자, 대리점 또는 판매점이 이용자와의 이동통신서비스 이용계약을 체결할 때 이용약관과 별도로 지원금을 지급하는 조건으로 특정 요금제, 부가서비스 등의 일정기간 사용 의무를 부과하고 이를 위반 시 위약금을 부과하는 등 서비스 가입, 이용 또는 해지를 거부·배제하거나 그 행사를 제한하는 내용의 개별계약을 체결하여서는 아니 된다고 규정하고 있다(제5조).

- 피해시 대처 방안

지원금과 연계한 개별계약으로 인한 피해에 대해 먼저 이동전화 불공정행위 신고 센터에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

000유통점은 고액의 요금제와 특정 유료 부가서비스를 00개월 유지해야 단말기 할부 지원금을 지원해줄 수 있다고 안내. 또한 고액의 특정 요금제가 아니면 가입을 진행하지 않겠다며 소비자의 요금제 선택권을 제한.

3) 25% 요금할인 미제공

- 세부 피해 내용

이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률은 이동통신사업자가 이동통신서비스 가입 시 이용자 차별 해소와 이용자의 합리적 선택을 지원하기 위하여 이동통신사업자에게 지원금을 받지 아니하고 이동통신서비스에 가입하려는 이용자(이동통신단말장치를 구입하지 아니하고 서비스만 가입하려는 이용자를 포함한다)에 대하여 지원금에 상응하는 수준의 요금할인 등 혜택을 제공하여야 한다고 규정하고 있다(제6조).

- 피해시 대처 방안

25% 요금할인 미제공으로 인한 피해에 대해 먼저 이동전화 불공정행위 신고센터에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

000유통점은 선택적 요금할인 약정이 가능한 경우임에도 불구하고 불가능하다고 안내, 가입을 거부하여 소비자의 가입유형 선택권을 제한.

4) 차별적 지원금 등 권유 유도(기변 거부 포함)

- 세부 피해 내용

이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률은 이동통신사업자, 대리점 또는 판매점은 번호이동, 신규가입, 기기변경 등 가입 유형, 이동통신서비스 요금제 등의 사유로 부당하게 차별적인 지원금을 지급하여서는 아니 된다고 규정하고 있다(제3조).

- 피해시 대처 방안

차별적 지원금으로 인한 피해에 대해 먼저 이동전화 불공정행위 신고센터에 민원

을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

OOO유통점은 최신 단말기를 신규, 번호이동 가입 시 공시지원금과 추가지원금(공시지원금의 15% 이내)를 지원하지만, 기기변경의 경우 공시지원금만 지원. 가입 유형에 따른 차등적인 지원금 지급으로 기기변경을 통해 단말기를 구입하고 싶은 소비자에게 통신사 변경을 유도.

- 다. 요금 관련 피해

- 1) 요금불만

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 요금 관련 프로그램의 조작 등을 통하여 이용자가 부담해야 하는 요금과 다르게 요금을 청구하는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

요금불만에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

이용자: '14.8월경 인터넷을 통신사 이전 후 장비를 회수하였으나 해지가 되지 않아 14.8월~19.8월까지 요금 환불과 피해 배상을 요청

사업자: 2015.8월경 해지 관련 상담 이력 및 해지 접수 및 장비 회수 이력 없음

통신분쟁조정위원회: 신청인과 피신청인 모두 해지 관련 증빙이 어려운 점, 신청인의 인터넷 접속기록이 없는 점 등 관련 기록에 나타난 제반 사정을 종합적으로 참작하여 신청인이 반환 요청한 금액 40% 반환하도록 함 [‘19-’20년 통신분쟁조정사례집 , p.24]

- 2) 가입요금제

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 이용계약과 다른 내용으로 요금을 청구하는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

가입요금제에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

이용자: 18.4월부터 500MB가 인터넷을 신청하여 요금을 납부하고 있으나 실제 100MB가 인터넷 제공이 된바 인터넷 요금이 청구된 '19.7월부터 12개월간 납부한 500MB와 100MB 인터넷 기본료 차액분에 대한 보상 요청

사업자: 500MB 인터넷을 무료 사용 중이었으나, '19년 7월 서비스를 변경하여 인터넷 기본료 50% 할인되고 있음이 확인

통신분쟁조정위원회: 신청인이 가입 시 인터넷 속도 보장이 안 되는 사실을 확인한 점, 피신청인이 인터넷 속도 저하에 따른 요금을 할인한 점 등 관련 기록에 나타난 제반 사정을 종합적으로 참작하여 신청인에게 인터넷 요금 0만원 환불 하도록 함 ['19-'20년 통신분쟁조정사례집 , p.27]

3) 수신자 부담 전화

- 세부 피해 내용

전화를 걸면 통화 요금이 전화를 받는 사람에게 청구되는 수신자 부담 전화에 대해서 발신자에게 요금이 청구될 경우 이중 과금이 이루어지므로 부당하다.

- 피해시 대처 방안

수신자 부담 전화로 인한 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

4) 회수대행 관련 피해

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용료를 통신요금과 함께 청구·징수하는 것과 관련 이용자의 콘텐츠이용료가 부당하게 청구될 경우 콘텐츠사업자(CP)에 지급을 유예해 줄 것을 신청하는 것이다.

- 피해시 대처 방안

회수대행으로 인한 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

이용자: 신청인은 독거중이며 청각장애인으로서 어느 누구한테도 휴대폰을 빌려준 적도 없고 콘텐츠 용어도 모르며 게임 등을 할 줄 모르는데 콘텐츠 이용료가 부과되어 콘텐츠 이용요금에 대해 청구취소를 요청했으나 불가능하다고 하여 수사기관에 동 사건을 접수

사업자: 콘텐츠 이용료 결제 취소 또는 환급은 구글 Play스토어 또는 서비스 제공업체를 통한 처리가 필요

통신분쟁조정위원회: 신청인의 주장과 수사기관에 명의도용으로 인한 소액 결제 피해 사건으로 접수한 점 등을 고려하여 피신청인은 강서경찰서의 수사 결과가 명의도용으로 확인되는 즉시, 신청인에게 사용하지 않은 콘텐츠이용료를 환급하도록 함 [‘19-‘20년 통신분쟁조정사례집 , p.35]

5) 지나친 미납요금 독촉

- 세부 피해 내용

채권의 공정한 추심에 관한 법률은 정당한 사유없이 반복적으로 또는 야간에 전화하는 등 말·글·음향·영상 또는 물건을 채무자나 관계인에게 도달하게 함으로써 공포심이나 불안감을 유발하여 사생활 또는 업무의 평온을 심하게 해치는 행위 등을 금지하고 있다(제9조).

- 피해시 대처 방안

지나친 미납요금 독촉으로 인한 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)

에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국
번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

라. 품질 관련 피해

1) 통신품질

- 세부 피해 내용

전송속도 저하 등 통신품질에 대한 불만이 제기되는 경우로서 전기통신사업법은
전기통신사업자가 제공하는 전기통신역무의 품질을 개선하기 위하여 노력하여야
한다고 규정하고 있다(제56조제1항).

- 피해시 대처 방안

통신품질에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할
수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)
에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

B씨는 2019. 6. 통신사 대리점에서 이동전화서비스 이용계약을 체결하고 정상적
으로 사용하고 있었으나 2020. 1. 이사 후 통화품질 불량을 겪게 됨. B씨는 통화중
끊김 현상 및 인터넷 데이터 연결 불능 등 이동통신서비스 이용이 원활하지 않았으
나 통신사는 입주민 미동의로 중계기 설치가 불가능하고, 외부 통신환경 개선 없이
는 개별 중계기로도 통화품질 개선이 불가능하다고 함. B씨는 이사 후 통화품질 불량
현상을 겪고 있으므로 피신청인에게 개별 중계기를 설치와 이용하지 못한 기간 동
안의 요금 및 위자료를 요구. 한국소비자원 B씨 아파트 입주자대표회의에서 통신사
의 광케이블 설치를 거부하고 있어 통신사의 고의 또는 과실로 인하여 통화품질 불
량이 발생한 것으로 보기 어렵고, 통신사 측에 개별중계기를 설치하도록 강제하기
도 어려움. 다만, B씨가 이사 후 통화품질을 겪고 있는 점 등을 고려하여 요금을 감
면해 줌이 타당. 통신사가 6개월분의 기본요금 중 30%를 지급 [2020 소비자 피해
구제 연보 및 사례집, p.185]

2) 서비스 장애

- 세부 피해 내용

네트워크 장애나 기기불량, 천재지변 등으로 발생하는 접속불가에 의한 피해로 전기통신사업법은 전기통신역무의 제공이 중단되는 등 전기통신역무의 제공과 관련하여 이용자에게 손해를 입힌 경우 이용자에게 배상을 하도록 규정하고 있다(제33조)

- 피해시 대처 방안

서비스 장애에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

마. 이용 관련 피해

1) 서비스 이용제한

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 정당한 사유 없이 전기통신서비스의 가입·이용을 제한 또는 중단하는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

서비스 이용제한에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

2) 자동 연장 및 관련 중요사항 미고지·허위고지(앱마켓 포함)

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 전기통신서비스의 추가적인 이용에 대하여 가입자의 의사를 확인하는 절차를 거치지 않고 이용계약을 체결하거나 약정기간 만료에 따라 이용계약이 자동으로 연장되는 경우 이용자에게 약정기간 만료일, 약정기간 만료 후의 이용요금 및 이용조건, 이용계약이 자동으로 연장된 이후에 이용요금 할인 등 혜택을 받을 수 있는지 여부, 해지(결합판매 구성상품의 일부 해지를 포함한다) 시 위약금이 부과되지 않는 사실 등을 사전에 설명 또는 고지하지 않는 행위를 금지하

고 있다(별표4). 한편 2021년 9월 14일 전기통신사업법 개정으로 앱 마켓에서의 이용요금 결제, 결제 취소 또는 환급에 관한 분쟁이 통신분쟁조정위원회의 분쟁조정 대상으로 추가되었다(제45조의2).

- 피해시 대처 방안

자동 연장 및 관련 중요사항 미고지·허위고지에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

3) 약관변경 및 관련 중요사항 미고지·허위고지

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 정당한 사유 없이 이용계약에 관한 중요사항을 변경하거나 약정기간 중에 전기통신사업자가 전기통신서비스의 이용조건을 변경하려는 경우 이용자에게 이용조건 변경 사항을 사전에 설명 또는 고지하지 않는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

약관변경 및 관련 중요사항 미고지·허위고지에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

4) 정보제공 요청 거부

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 이용자가 본인의 전기통신서비스 이용 조건 및 이용 내역 등을 확인하기 위하여 관련 자료를 요청하는 경우 정당한 사유 없이 이를 거부하는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

정보제공 요청 거부에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

5) 이전설치 또는 변경설치 지연 및 이전설치비용 미고지

- 세부 피해 내용

이용자와 사전 협의한 이전/변경설치일로부터 5일 이내(영업일 기준)에 사업자 측 사유로 장비를 설치하지 못해 서비스 제공되지 못하는 경우로서 전기통신사업법은 전기통신사업자가 정당한 사유 없이 전기통신역무의 제공을 거부하여서는 아니 된다고 규정하고 있다(제3조).

- 피해시 대처 방안

이전설치 또는 변경설치 지연 및 이전설치비용 미고지에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

6) 멤버쉽

- 세부 피해 내용

멤버쉽 적립, 사용 등에 관한 피해로서 전기통신사업법은 기간통신사업자가 이용자에게 전기통신서비스 이용에 따라 적립되는 경제상의 이익을 제공하는 때에는 경제상의 이익의 사용범위, 유효기간, 이용방법 등을 과학기술정보통신부장관에게 신고하여야 한다고 규정하고 있다(제32조의9).

- 피해시 대처 방안

멤버쉽 적립, 사용 등에 관한 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

바. 해지 관련 피해(앱마켓 포함)

1) 해지 거부/지연 및 관련 중요사항 미고지·허위고지

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 정당한 사유 없이 이용계약의 해지를 거부·지연하거나 제한하는 행위를 금지하고 있다(별표4). 또한 약정기간 중에 이용자의 요청에도 불구하고 이용자에게 서비스 및 이용계약 해지 등에 관한 중요한 사항을 설명 또는 고

지하지 않거나 거짓으로 설명 또는 고지, 이용계약 해지 시 이용자에게 이용계약의 해지 접수 및 계약 해지 완료 사실 등을 설명 또는 고지하지 않는 행위를 금지하고 있다. 한편 2021년 9월 14일 전기통신사업법 개정으로 앱 마켓에서의 이용요금 결제, 결제 취소 또는 환급에 관한 분쟁이 통신분쟁조정위원회의 분쟁조정 대상으로 추가되었다(제45조의2).

- 피해시 대처 방안

해지 거부/지연 및 관련 중요사항 미고지·허위고지에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

2) 과도한 위약금 부과

- 세부 피해 내용

전기통신사업법 시행령은 정당한 사유 없이 과도한 위약금을 제안·부과하거나 추가조건 등을 제안하는 등 이용자의 해지권을 제한하거나 품질이 현저히 저하되는 지역으로의 이사 등 이용자의 귀책사유가 없는 경우 이용계약 해지 시 정당한 사유 없이 전기통신서비스의 위약금을 부과하는 행위를 금지하고 있다(별표4).

- 피해시 대처 방안

과도한 위약금 부과에 따른 피해에 대해 먼저 방송통신위원회(02-500-9000)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 시정되지 않을 경우 통신분쟁조정위원회(국번 없이 142-246)에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

3. 콘텐츠(구독서비스 포함)

콘텐츠 분야의 피해 유형은 청약 관련 피해, 광고/표시 관련 피해, 이용 관련 피해, 가격 관련 피해, 품질 관련 피해, 개인정보 관련 피해로 나눌 수 있다.

〈표 3-3〉 콘텐츠 피해 유형 분류

대분류	중분류	소분류	세부설명
콘텐츠 (구독서비스 포함)	청약	청약철회 거부/지연	단순 변심에 의한 청약철회 거부/지연
		법정대리인 동의 없는 청약(미성년자, 장애인 등)	부모 동의 없는 미성년자의 휴대폰, 신용카드 콘텐츠 구매
		중도 해지 거부/지연	일정 기간 사용을 약정한 경우 중도 해지를 거 부/지연
		과도한 위약금 부과	중도해지에 대한 과도한 위약금, 취소수수료 등 의 금전 부과
	광고/표시	정보제공(표시) 미흡	사업자, 콘텐츠 및 거래조건 등에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고하지 않는 행위
		과대광고	거짓·과장, 기만적, 부당하게 비교, 비방적 광고
	이용	콘텐츠 미공급	청약에 대한 콘텐츠 제공 불이행
		자동연장	이용자 동의 없는 자동 유료전환
		자동결제	이용자 통지 없이 결제
		사용자의 이용제한	불법 프로그램, 욕설 등 부당행위로 인한 계정 정지 등 제재
		약관변경	이용자 동의 없는 약관의 변경
		아이템/캐쉬 복구 및 환불	사업자 귀책사유로 과요금 발생
	가격	부당한 요금청구	동의 없는 정회원 전환 등 부당한 콘텐츠 요금 청구
	품질	콘텐츠 부실, 불량	콘텐츠 품질 불량
		서버 접속 장애로 인한 피해	서버 다운, 기술적 장애
	개인정보	개인정보 유출	개인정보 유출
	기타	콘텐츠 제작/계약 미이행	원고료 및 콘텐츠 제작비용 지급

가. 청약 관련 피해

1) 청약철회 거부/지연

- 세부 피해 내용

콘텐츠산업법은 청약철회 및 계약의 해제가 불가능한 콘텐츠의 경우에는 그 사실을 콘텐츠 또는 그 포장에 표시하거나 시용(試用)상품을 제공하거나 콘텐츠의 한시적 또는 일부 이용이 가능하도록 하는 등의 방법으로 청약철회 및 계약의 해제의 권리 행사가 방해받지 아니하도록 조치하도록 하고 있다(제27조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

청약철회 거부/지연에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

A씨는 2020. 2. 12. 사업자가 서비스하는 모바일게임서비스를 구매하며, 130,000원을 결제. A씨는 이틀 후 구입한 게임을 사용하지 않은 상태에서 사업자에게 청약철회를 요청하는 이메일을 발송하였으나 회신이 없었고, 전화문의도 해보았으나 연결되지 않음. A씨는 같은 달 17일 사업자를 찾아가 청약철회한 모바일게임 유료재화의 환급을 요청하였으나 이행되지 않음. A씨는 이용하지 않은 모바일게임 아이템 청약철회를 요구. 한국소비자원 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제17조 제2항에서 규정하고 있는 청약철회 제한 사유에 해당되지 않아 청약철회가 타당한 것으로 판단. 사업자가 아이템을 회수하고 구입대금을 환급 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.86]

2) 법정대리인 동의 없는 청약(미성년자, 장애인 등)

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 이용자로부터 콘텐츠의 거래에 관한 청약을 받은 경우

그 수신 확인 및 판매 가능 여부에 관한 정보를 이용자에게 신속하게 통지. 계약 체결 전 이용자가 청약의 내용을 확인하고, 정정 또는 취소할 수 있도록 적절한 절차를 갖추도록 하고 있다(제8조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

법정대리인 동의 없는 청약(미성년자, 장애인 등)에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

B씨는 2020. 3. 9.부터 같은 달 15일까지 미성년자인 B씨의 자녀 (2011년생)가 여러 게임의 아이템을 구입하며 9,547,200원이 결제된 사실을 알게 됨. B씨는 사업자로부터 게임 아이템 구입에 대한 연락을 받지 못해 위 사실을 인지하지 못하다가 신용카드사 안내 문자를 전송받은 후 알게 돼 사업자에게 환급을 요구하였으나, 사업자는 내부 규정상 환급이 불가하다고 함. B씨는 미성년자인 자녀가 실수로 결제한 게임 아이템 구입 대금의 환급을 요구. 한국소비자원 사업자가 결제가 수차례 이뤄지는 과정에서 신용카드 정보를 새로 입력하게 하는 방법 등으로 B씨의 의사에 의해 사용되는지 확인하지 않은 것으로 판단. 사업자가 구입 대금 전액(9,547,200원)을 환급 [2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집, p.87]

3) 중도 해지 거부/지연

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 이용자가 원할 경우 언제든지 중도해지를 수용(다른 법률에 별도의 규정이 있거나 거래의 안전 등을 위하여 필요한 경우 제외)하도록 규정하고 있다(제13조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

중도 해지 거부/지연에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민

원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

4) 과도한 위약금 부과

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 정해진 금액을 초과한 위약금을 부과해서는 안된다고 규정하고 있다(제16조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

과도한 위약금 부과에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

나. 광고/표시 관련 피해

1) 정보제공(표시) 미흡

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 이용자가 실수 또는 착오 없이 거래할 수 있도록 사업자, 콘텐츠 및 거래조건 등에 관한 정보를 적절한 방법으로 표시·광고하거나 알리도록 규정하고 있다(제7조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

정보제공(표시) 미흡에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

2) 과대광고

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 콘텐츠의 내용이 표시·광고 내용과 다르거나 계약내용과 다르게 이행된 경우 3개월 이내 청약철회 수용하도록 규정하고 있다(제3조). 콘

콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

과대광고에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 다. 이용 관련 피해

- 1) 콘텐츠 미공급

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 이용자가 청약을 한 날부터 7일 이내, 대금을 전부 또는 일부 지급한 경우 3영업일 이내에 콘텐츠의 공급에 필요한 조치를 취하도록 규정하고 있다(제23조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

콘텐츠 미공급에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 2) 자동연장

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 콘텐츠의 무료 이용기간이 경과하여 유료로 전환할 경우와 유료이용기간이 종료하여 이를 갱신하고자 하는 경우, 사전에 이용자의 유료 전환에 대한 동의를 받도록 규정하고 있다(제18조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

자동연장에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을

신청할 수 있다.

3) 자동결제

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 콘텐츠계약이 1개월 이상이고 매월 또는 일정 시기에 대금을 자동으로 결제하기로 한 경우 사업자는 결제가 이루어지기 전에 이용자에게 결제될 내역에 대하여 전자우편 또는 문자메시지 등으로 통지하도록 규정하고 있다(제19조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

자동결제에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

4) 사용자의 이용제한

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 법률이나 이용자와 사업자간에 약정한 계약에 근거하여 이용자의 콘텐츠 이용 중단, 제한이 가능하도록 규정하고 있다(제14조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

사용자의 이용제한에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

- 피해 사례

이용자: '12년부터 피신청인 서비스 계정을 개설하여 이용중이었는데, '20년 7월 생년월일 변경을 시도하다가 계정 접속차단 조치를 받게 되었음. 이에 계정 접속차단 조치 해제를 요구

사업자: 1인 복수 계정, 실제와 다른 생년월일 입력 등 피신청인 이용약관을 위반하여 계정 접속이 차단된 것으로 판단

통신분쟁조정위원회: 이용약관 위반으로 피신청인측에서 신청인의 계정 접속차단 조치 해제가 어려운 상황이라면, 접속차단 조치 해제는 차치하고, 자녀와의 소중한 추억이 담긴 계정 안에 있는 게시물(사진, 동영상)이라도 신청인에게 제공되어야 한다고 사료됨. 다만, 해당 사항을 이행하기 위해서는 신청인과 피신청인 간의 상호협력의 필요함, 제반 사정을 종합적으로 고려하여 신청인은 접속차단 계정이 본인 계정임을 증빙할 수 있는 자료(사진, 동영상 등)를 피신청인에게 제출하고, 피신청인은 제출자료와 접속차단 계정에 있는 기존자료(사진, 동영상 등)를 비교·검토하여, 동일성이 인정되면, 접속차단 계정에 있는 기존자료(사진, 동영상 등)를 신청인에게 제공하도록 함 [‘19-’20년 통신분쟁조정사례집 , p.37]

5) 약관변경

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 약관을 변경할 경우 적용일자 및 변경사유를 명시하여 현행 약관과 함께 서비스 초기화면에 그 적용일 최소 7일(이용자에게 불리하거나 중대한 사항을 변경할 경우 30일) 이전부터 적용일 후 상당한 기간동안 공지와 함께 변경약관의 적용에 대한 이용자의 동의 여부를 확인하도록 규정하고 있다(제5조, 제6조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

약관변경에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

6) 아이템/캐쉬 복구 및 환불

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 사업자의 책임있는 사유로 과오금이 발생한 경우 사업

자는 계약비용·수수료 등에 관계없이 과오금 전액을 환급하도록 규정하고 있다(제10조). 다만 이용자의 책임있는 사유로 과오금이 발생한 경우, 과오금을 환급하는데 소요되는 비용을 합리적인 범위 내에서 공제할 수 있도록 하고 있다. 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

아이템/캐쉬 복구 및 환불에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

라. 가격 관련 피해: 부당한 요금청구

1) 세부 피해 내용

동의 없는 정회원 전환 등으로 부당하게 콘텐츠 요금이 청구되는 경우로서 콘텐츠이용자보호지침은 콘텐츠계약이 1개월 이상이고 매월 또는 일정 시기에 대금을 자동으로 결제하기로 한 경우 사업자는 결제가 이루어지기 전에 이용자에게 결제될 내역에 대하여 전자우편 또는 문자메시지 등으로 알리도록 규정하고 있다(제19조).

2) 피해시 대처 방안

부당한 요금청구에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

마. 품질 관련 피해

1) 콘텐츠 부실, 불량

- 세부 피해 내용

콘텐츠 품질에 대한 불만이 제기된 경우로서 법령상 사업자에 대한 명시적 의무를 규정하고 있지는 않다.

- 피해시 대처 방안

콘텐츠 부실, 불량에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원

을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁 조정을 신청할 수 있다.

2) 서버 접속 장애로 인한 피해

- 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 이용자의 수, 이용시간 등을 감안하여 이용자가 원활하게 콘텐츠를 이용할 수 있도록 서버다운, 기술적 오류 등에 대비한 설비를 구축하고 필요한 조치를 취하도록 규정하고 있다(제26조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

- 피해시 대처 방안

서버 접속 장애로 인한 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁 조정을 신청할 수 있다.

바. 개인정보 유출 관련 피해

1) 세부 피해 내용

콘텐츠이용자보호지침은 이용자의 개인정보가 유출되었음을 알게 되었을 때에는 지체없이 이용자에게 알리도록 규정하고 있다(제20조). 콘텐츠산업법은 전자상거래법을 준용하도록 규정하고 있으나 통신판매중개자(플랫폼)를 포섭하지 못하고 있다.

2) 피해시 대처 방안

개인정보 유출에 따른 피해에 대해 먼저 한국콘텐츠진흥원(1588-2594)에 민원을 제기할 수 있으며, 이를 통해 해결되지 않을 경우 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁 조정을 신청할 수 있다.

4. C2C(개인간) 거래

최근 C2C 플랫폼이 다양해지고 개인 간 중고명품거래 등이 활성화됨에 따라 이용자 피해가 크게 늘어나고 있으나 판매자가 개인이라는 이유로 현행 소비자보호법

의 사각지대에 놓여 있다. 특히 개인간 거래다 보니 일반 재화나 서비스에 비해 청약철회 거부/지연, 재화/서비스 미공급, 표시된 것과 다른 상품 공급, 정보제공(표시) 미흡, 과대광고, 결제수단 강요, 제품 불량 및 이에 따른 추가 피해, 반품 후 환불 지연 유형이 대다수를 차지하고 있다. 피해시 대처 방안으로는 1372 소비자상담센터(국번없이 1372) 상담을 통해 한국소비자원에 피해구제를 신청할 수 있다. 판매자가 한국소비자원의 피해구제 합의권고에 응하지 않을 경우 소비자분쟁조정위원회 또는 전자문서·전자거래분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

〈표 3-4〉 C2C(개인간) 거래 피해 유형 분류

대분류	중분류	소분류	세부설명
C2C(개인간) 거래	청약	청약철회 거부/지연	①단순변심에 의한 청약철회 거부/지연 ②청약취소에도 불구하고 출고, 배송으로 인한 현금 거부/배송비 부담 요구
	계약 불완전 이행	재화/서비스 미공급, 일방적계약취소	①청약에 대한 재화/서비스 제공 불이행 ②재화/서비스 제공하지 않기 위해 청약을 일방 적으로 취소
		표시된 것과 다른 상품 공급	소비자가 청약한 같은 유형의 물품이지만 규 격, 색상 등이 상이한 경우
	광고/표시	정보제공(표시) 미흡	소비자가 상품등의 중대한 결함이나 기능상의 한계 등을 정확히 알지 못하여 구매 선택을 하 는 데에 결정적인 영향을 미치게 되는 정보 미 표시
		과대광고	거짓·과장, 기만적, 부당하게 비교, 비방적 광고
	결제	결제 수단 강요	현금결제 유도
	품질	제품 불량 및 이에 따른 추가 피해	물품등의 하자 등으로 인한 소비자의 피해
	반품/환불	반품 후 환불 지연	소비자가 반품하였음에도 사업자가 환불을 지연

제2절 비금전 피해 유형

이번 절은 이용자들이 온라인에서 입을 수 있는 피해 중 권리침해, 콘텐츠 내용에 따른 정신적 피해, 사기 및 폭력 관련 피해 등으로 통칭하여 비금전 피해 유형을 살펴본다. 상거래는 판매자와 구매자의 관계, 피해 상황의 판단, 금전적인 보상 방법 등에 대한 비교나 참조가 가능하여 예전부터 제도적으로 관리되어왔다. 하지만, 비금전 유형의 피해는 온라인 서비스가 일상생활에 필수적인 요소로 자리 잡은 만큼 다양한 방식으로 일어날 수 있음에도 그 피해의 유형, 정도, 보상을 규정하기 어려운 측면이 있다. 이에 따라, 아래 서술된 비금전 피해 유형은 국내에서 제도적으로 온라인 피해로 규정되거나 구제 체계가 마련되어 있는 피해 유형들을 중심으로 서술하였다. 이 외에도 다양한 상황에서 다양한 형태로 비금전 유형이 발생할 것으로 예상되기 때문에, 이번 절의 내용을 시작점으로 삼아 제도 범위 밖에 있는 신유형을 꾸준히 발굴하고 유형화하는 작업이 필요할 것이다.

이번 절은 온라인에서 발생하는 비금전 피해를 크게 여섯 가지의 대분류로 나누었는데, 권리침해, 불법콘텐츠, 성범죄, 사이버범죄, 크리에이터, 집단 내 괴롭힘이다. 여섯 가지의 대분류 유형을 하나씩 소절에서 다루었으며, 소절 안에서 대분류를 다시 중분류, 소분류로 나누어 살펴본다. 개별 유형마다 현재 제도적으로 혹은 공공기관을 통해 마련된 피해 구제 방법을 제시한다. 이번 절의 피해유형 분류 및 구제 방법은 여러 문헌과 관련 기관의 웹사이트 자료를 참고하여 작성되었으며, 해당 자료는 각 소절의 각주에 표기되어있다.

1. 권리 침해²³⁾

비금전적인 온라인 피해 중 하나는 권리침해 유형이다. 권리침해는 다시 네 가지의 중분류로 나눌 수 있는데, 사생활 침해를 비롯한 명예훼손, 지식재산권 침해, 개인정보 침해, 이용권 침해이다.

〈표 3-5〉 권리침해 피해 유형 분류

대분류	중분류	소분류	세부설명
권리 침해	사생활침해 · 명예훼손	사실 적시	사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 사실을 드러내어 사생활 침해하거나 명예훼손하는 경우
		거짓 적시	사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 거짓의 사실을 드러내어 사생활 침해하거나 명예훼손하는 경우
	지식재산권 침해	저작권침해 (국내)	불법복제, 배포 등 창작물 저작자의 권리를 온라인에서 침해당한 경우
		지재권침해 (해외서버)	해외서버를 통해 유통되는 저작권 및 상표권 등의 지재권 침해 경우
		상표권침해	브랜드, 표장 등의 상표권을 온라인에서 침해당한 경우
		초상권침해	개인의 초상이 승낙없이 온라인에서 사용되었을 경우
	개인정보 침해	개인정보 부당처리	기업, 공공기관 등이 개인정보보호법을 위반하여 개인정보를 처리하는 경우 (미동의, 과수집, 미파기, 조치미비, 누설·유출·훼손, 열람·정정·삭제·처리정지·동의철회 요구 불응 등)
		아동(만14세) 개인정보 부당처리	기업, 공공기관 등이 개인정보보호법을 위반하여 아동의 개인정보를 처리하는 경우 (법정대리인 동의의무 위반)

23) 권리침해의 피해유형과 구제방법은 방송통신심의위원회 홈페이지, 제4기 방송통신심의위원회 백서, 방송통신심의연감(2019), 방송통신심의위원회 인터넷권리침해 예방가이드북, 법제처 생활법령정보 홈페이지, 한국인터넷진흥원 홈페이지 등의 문헌과 웹사이트를 참고하였다. 또한, 네이버, 카카오, 구글, 유튜브 등의 포털사업자의 고객센터, 이용자 보호 현황 등의 웹사이트에서 정보통신망 사업자의 실제 조치 방식을 참조하였다. 부당한 앱 접근권한과 관련하여 ‘스마트폰 앱 접근권한 개인정보보호 안내서’를 참조하였다.

		개인정보 목적 외 이용	동의범위를 초과한 개인정보 이용, 동의없는 제3자 제공 등 목적 외 이용
		개인정보 훼손·침해·누설	정보통신망에 의하여 처리·보관·전송되는 타인의 정보를 훼손하거나 타인의 비밀을 침해·도용·누설하는 경우
		부당한 앱 접근권한	이용자 동의없이 이동통신단말장치 내의 정보 및 기능 접근권한을 설정하거나, 동의의 사후철회가 불가하거나, 필수적이지 않은 접근권한을 동의하지 않았단 이유로 서비스 제공을 거부하는 등
		정보수집 사기(해킹)	정보통신망을 통하여 속이는 행위로 다른 사람의 정보를 수집하거나 다른 사람이 정보를 제공하도록 유인하는 행위
	이용권 침해	서비스 중단·장애	사전 안내 없이 서비스의 전부 또는 일부가 중단되는 경우
		계정 정지	사업자가 이용자의 계정을 일시 혹은 영구 정지시키고 사용을 제한하는 경우

가. 사생활침해·명예훼손

1) 세부 피해 내용

사생활침해, 명예훼손에 의한 피해 유형은 정보통신망법에 의해 규정된다. 정보통신망법은 ‘사람을 비방할 목적으로 공공연하게 사실이나 거짓의 사실을 드러내어 타인의 명예를 훼손하는 내용의 정보’를 불법으로 규정하고 있으며(제44조의7 불법 정보의 유통금지 등), 이용자와 사업자가 해당 정보를 유통하지 않도록 하고 있다(제44조 정보통신망에서의 권리보호).

2) 피해시 대처 방안

이용자가 사생활침해 및 명예훼손의 피해를 입었을 경우, 가장 먼저 해당 정보통신망 사업자에게 임시조치를 요청할 수 있다(제44조의2 정보의 삭제요청 등, 제44조의3 임의의 임시조치). 임시조치란 정보통신서비스 제공자가 침해 피해자의 요청에 따라 해당 정보를 차단하는 것이다. 권리의 침해 여부를 판단하기 어렵거나 당사자 간에 다툼이 예상되는 경우에 임시적으로 차단하는 조치이며, 30일 이내라는 기간이 정해져 있다. 온라인 정보는 굉장히 빠른 속도로 전파되어 회복불가능한 손해가 발생할 수 있으므로 명예훼손 정보는 피해로 인정되기 전이라도 임시조치의 대

상이 된다. 또한, 피해자의 사생활침해, 명예훼손이 확실시되면 해당 정보는 삭제된다. 사생활침해나 명예훼손 침해 피해는 피해자의 요청이 있어야 임시조치나 삭제가 이루어지므로, 피해자는 반드시 정보통신망 사업자에 피해 요청을 해야 한다.

피해자는 다음으로 방송통신심의위원회에 심의를 요청하거나 상담할 수 있다. 방심위는 권익보호국을 운영하여 사생활침해 및 명예훼손 피해에 대한 구제를 전담 수행한다. 방심위는 심의를 거쳐 사업자에게 해당 정보에 대한 접속차단, 삭제를 시정요구할 수 있으며, 가해이용자에 대한 이용정지, 이용해지 등도 요구할 수 있다. 또한, 명예훼손분쟁조정부를 운영하고 있는데, 사생활침해·명예훼손 관련한 분쟁의 조정을 시도하고, 피해자가 소송하려는 경우 가해자의 개인정보를 사업자에게 청구할 수 있도록 한다(제44조의6 이용자 정보의 제공청구, 제44조의10 명예훼손 분쟁조정부).

명예훼손 피해시, 경찰청 신고도 가능하다. 정보통신망법은 사생활침해·명예훼손 정보의 게시자는 사실을 적시하는 경우 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금, 거짓을 적시하는 경우 7년 이하의 징역이나 5천만 원 이하의 벌금에 처하도록 하고 있다(제70조 벌칙). 이에 따라 경찰에 수사를 요청할 수 있다.

3) 피해 사례

“국내 사이트에서 과거 연인과의 사연을 서술하면서, 과거 연인을 상대로 한 소송 진행 비용 등을 게재한 경우이다. 방송통신심의위원회는 신고인과 게시자가 지속적으로 성관계를 했다는 등의 개인적인 내용을 상세히 서술하는 것은, 설령 해당 내용이 사실이라 하더라도 당사자의 사회적 가치 또는 평가를 침해할 수 있는 구체적인 사실 적시로 볼 수 있는 점, 이러한 내용을 서술하는 과정에서 당사자의 신원을 노출시키는 행위는 비방의 목적이 큰 것으로 볼 수 있어 신고인의 명예를 훼손하는 내용의 정보로 판단해 시정요구(해당정보의 삭제)를 결정했다.” (2019년 방송통신심의연감)

“Q: 저는 펜션을 운영하고 있는 사람입니다. 얼마전 숙박 앱을 통해 저희 펜션을 이용한 사람이 있었습니다. 그 사람은 저희 펜션이 기존 후기와는 다르게 내부 위생

상태가 매우 불량하다고 주장하면서 저에 대한 모욕적인 표현과 함께 악의적인 이용후기를 올렸습니다. 그 이용후기가 올라온 후 예약이 줄어들고 영업에 큰 지장이 있습니다.

A: 해당 후기의 내용이 악의적으로 허위사실을 게시하는 등 비방의 목적이 있다면 사이버 명예훼손에 해당할 여지가 있습니다. 다만, 해당 후기의 내용이 사실에 기반하여 소비자의 합리적인 선택을 유도하기 위해서 작성된 공익적인 목적의 내용일 경우는 명예훼손에 해당하지 않을 수 있습니다.” (방심위 인터넷권리침해 예방가이드북)

나. 지식재산권 침해

1) 세무 피해 내용

창작물을 불법복제, 배포하는 저작권 침해나 브랜드, 표장 등이 도용되는 등의 상표권 침해, 개인의 초상이 승낙 없이 온라인에서 사용되어 초상권이 침해되는 경우이다.

2) 피해시 대처 방안

저작권 침해의 경우 국내에서 일어나는 경우와 해외에 서버를 두었을 때의 대처 방안이 다르다. 국내에서의 침해 피해는 저작권법에 의해 보호받을 수 있다(저작권법 제103조 복제·전송의 중단, 제125조 손해배상의 청구, 제133조의2 정보통신망을 통한 불법복제물등의 삭제명령 등). 가장 먼저, 해당 정보통신망 사업자에게 신고하면 임시조치가 가능하고, 해당 침해물의 복제 및 전송을 중단시킬 수 있다. 또한 한국저작권보호원에 상담을 요청할 수 있으며, 해당 보호원 내의 저작권보호심의위원회에 저작권 침해에 대한 심의를 신청할 수 있다. 심의위는 심의를 통해 정보통신망 사업자에게 복제물의 삭제 또는 전송중단, 해당 계정정지 명령, 해당 침해자의 정보 제공 청구 등을 시정요구할 수 있다. 또한, 한국저작권위원회에 저작권과 관련한 분쟁조정을 신청할 수 있다. 저작권 침해자는 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금으로 형사처벌이 가능하며, 소송을 통해 부당한 이익에 대한 손해배상이 가능하다.

해외에 서버를 두고 불법 다운로드를 제공하는 등 저작권을 침해한 경우에는 국내 규제의 적용이 어렵다. 방심위에 심의를 거쳐 해당 경로를 차단하거나 삭제하는 방법으로 대처할 수 있다.

상표권과 초상권의 경우, 해당 정보통신망 사업자에게 침해사실을 신고하여 임시 조치 및 게시중단을 조치하도록 하고, 다음으로 방심위에 심의를 신청하여 해당 게시물의 삭제 및 접속차단, 게시자의 이용정지 및 이용해지 등을 시정요구하도록 한다. 손해배상은 민사소송을 통한다.

3) 피해 사례

“신고인의 초상과 함께 www.○○c○6.com 이라는 사이트명이 적시된 경우이다. 적시된 사이트는 불법 도박 사이트로 통신심의소위원회에서 시정요구(접속차단) 결정된 바 있으며, 불법 도박 사이트 URL 노출에 신고인의 사진을 사용하는 것은 신고인의 초상을 상업적으로 이용했다고 볼 수 있는 측면이 있는 바, 신고인의 인격권을 현저히 침해하는 내용으로 판단하여, 시정요구(접속차단) 결정하였다.”(제4기 방송통신심의위원회 백서)

다. 개인정보 침해

1) 세부 피해 내용

개인정보침해는 개인정보 부당처리, 아동 개인정보 부당처리, 목적 외 이용, 훼손·침해·누설, 부당한 앱 접근권한, 수집사기(해킹)의 여섯 가지 소분류로 나뉜다. 개인정보의 처리, 이용에 대한 내용은 개인정보 보호법에 의해 크게 규율되며, 온라인상 훼손·침해·누설, 앱 접근권한, 해킹 등 온라인에 특정된 사안은 정보통신망법이 내용을 담고 있다.

먼저 개인정보 부당처리는 개인정보 미동의, 과수집, 미파기, 열람·정정·삭제·처리중지·동의철회 등의 요구에 불응하는 등 기업, 공공기관 등이 개인정보보호법에서 제시한 의무를 위반하여 피해를 입은 경우이다(제 15조 개인정보의 수집·이용, 제16조 개인정보의 수집 제한, 제21조 개인정보의 파기, 제29조 안전조치의무, 제35조 개인정보의 열람, 제36조 개인정보의 정정·삭제, 제37조 개인정보의 처리정

지 등). 아동 개인정보 부당처리는 여기에 법정대리인의 동의를 받아야 하는 의무의 위반을 추가한다(개인정보보호법 제22조 동의를 받는 법, 제38조 권리행사의 방법 및 절차, 제39조의3 개인정보의 수집·이용 동의 등에 대한 특례).

개인정보의 목적 외 이용은 동의 범위를 벗어나 개인정보를 이용했거나 동의하지 않은 제3자에게 개인정보를 제공하는 등의 피해를 입은 경우를 말한다(개인정보보호법 제17조 개인정보의 제공, 제18조 개인정보의 목적 외 이용·제공 제한). 개인정보의 훼손·침해·누설 피해 유형은 정보통신망에 의하여 처리·보관·전송되는 타인의 정보를 훼손하거나 타인의 비밀을 침해·도용·누설하는 경우이다(정보통신망법 제49조 비밀 등의 보호, 개인정보보호법 제59조 금지행위). 부당한 앱 접근권한 설정은 이용자 동의없이 이동통신단말장치 내의 정보 및 기능 접근권한을 설정하거나, 동意的 사후철회가 불가하거나, 필수적이지 않은 접근권한을 동의하지 않았단 이유로 서비스 제공을 거부하는 등을 말하며, 정보통신망법에 의해 금지되어 있다(정보통신망법 제22조의2 접근권한에 대한 동의).

마지막 유형은 정보수집사기(해킹) 피해로, 정보통신망을 통하여 속이는 행위로 다른 사람의 정보를 수집하거나 다른 사람이 정보를 제공하도록 유인하는 행위를 말한다. 정보통신망법에 의해 금지된다(정보통신망법 제49조2 속이는 행위에 의한 정보의 수집금지 등, 제72조 벌칙, 제73조 벌칙, 개인정보보호법 제59조 금지행위).

2) 피해시 대처 방안

피해시 대처방안은 피해 유형에 따라 다른데, 주요 처리 기관은 한국인터넷진흥원(KISA), 개인정보보호위원회, 그리고 경찰청이다.

먼저 (아동) 개인정보 부당처리의 경우에는 해당 개인정보처리자인 기업이나 기관에 열람, 정정, 삭제 등의 권리 보장을 요구한다. 이와 함께 한국인터넷진흥원(KISA)의 개인정보침해신고센터(전화번호 118)에 신고할 수 있는데, 신고센터에서는 사실조사를 수행하고 행정처분을 의뢰할 수 있다. 이에 따라 개인정보보호위원회는 개인정보의 부당 수집, 미동의, 미고지 등 부당행위에 대한 행정처분으로 5천 만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있다. 또한, 피해자는 경찰청에 신고할 수 있는데,

개인정보 부당처리자는 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처해진다.

개인정보의 목적 외 이용 피해를 입은 경우, 경찰청에 상담 및 신고한다. 목적 외 사용한 기업이나 기관에 대하여 개인정보보호위원회는 매출액 3% 이하의 과징금을 부과할 수 있으며, 형사처벌로는 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금이 가능하다.

개인정보가 훼손·침해·누설되었을 때에는 먼저 해당 정보통신망 사업자에 신고하여 해당 정보를 삭제하거나 임시조치할 수 있도록 해야 한다. 경찰청에 상담 및 신고할 수 있으며, 방송통신심의위원회에 심의요청이 가능하다. 방심위는 사업자에게 해당 정보에 대한 삭제, 접속차단, 이용자에 대한 이용정지 등을 시정요구할 수 있고, 형사처벌은 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금이 가능하다.

부당한 앱 접근권한 설정 피해는 가장 먼저 앱마켓 사업자에 신고하여 앱마켓 사업자로 하여금 정정할 수 있도록 한다. 또한 한국인터넷진흥원(KISA)에 신고하고, 방송통신위원회의 민원상담을 이용할 수 있다. 정보통신망법에 의해 방송통신위원회는 필수적이지 않은 접근권한을 동의하지 않았단 이유로 서비스 제공을 거부하거나 접근권한의 동의 및 철회 방법을 마련하지 않은 경우 3천만 원 이하의 과태료, 동의 없이 개인정보를 수집한 자는 5천만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있다.

해킹 피해를 당한 경우에는, 정보통신망 사업자에 신고하여 해당 정보물을 삭제하거나 임시조치할 수 있도록 한다. 한국인터넷진흥원(KISA)에 신고할 수 있으며, 경찰청에도 신고할 수 있다. 속이는 행위로 정보를 수집한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금에 처할 수 있다.

3) 피해 사례

“개인정보 침해와 관련된 대표적인 사례는 개인의 성명, 주민등록번호, 금융기관 거래정보 등 각종 개인신용정보를 집약시킨 DB를 판매하는 정보이다.

개인신용정보는 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률에 의거, 상거래관계의 설정 및 유지 여부를 판단하는 목적으로만 사용되어야 함에도 불구하고, 관련 DB 판매 정보를 통해 이를 취득하여 자사 홍보수단으로 삼거나, 나아가 사기 및 보이스피

상에 이용하는 등 범죄수단으로 활용되는 경우가 빈번히 일어나고 있다. 이 외에도 포털 사이트 아이디나 SNS 계정을 판매하는 정보, 타인의 사생활을 침해하는 스파이앱 판매정보 등도 국내외 사이트를 통해 유통되고 있다.

방송통신심의위원회는 이러한 개인정보 침해 정보에 대해 한국인터넷진흥원, 금융감독원 등 관계기관과 협력하여 모니터링하고 신속히 심의하여 시정요구 조치하고 있다”(2019 방송통신심의연감).

라. 이용권 침해

1) 세부 피해 내용

이용권 침해의 소유형으로는 서비스 중단·장애와 계정 정지를 들 수 있다. 서비스 중단·장애는 사전 안내 없이 통신 및 온라인 서비스의 전부 또는 일부가 중단되는 피해를 말한다. 계정 정지는 사업자가 이용자의 계정을 일시 혹은 영구 정지시키고 사용을 제한하는 것이다.

2) 피해시 대처 방안

서비스가 중단되는 경우 가장 먼저 해당 정보통신망 사업자에게 원인 및 해결방법을 상담한다. 기간통신 사업자는 통신서비스 장애의 경우 중단 사실을 고지하거나 일정 수준 이상의 서비스 장애에 대하여 손해배상할 책임이 있다.²⁴⁾ 피해자는 과학기술정보통신부나 방송통신위원회에 민원 신청을 할 수 있으며, 통신분쟁조정위원회에 조정신청할 수 있다. 과학기술정보통신부나 방송통신위원회는 사업자에게 시정명령이나 과태료 처분을 내릴 수 있다(전기통신사업법 제33조 손해배상, 제92조 시정명령 등, 제104조 과태료).

이용자의 계정이 정지되었을 때에는²⁵⁾ 역시 가장 먼저 해당 정보통신망 사업자에게 원인을 확인해야 한다. 이용자의 행위에 불법이나 약관위반 소지가 없을 경우 사

24) 통신 서비스 장애 문의 및 보상 처리는 상거래 유형의 (대분류)통신서비스 > (중분류)이용 > (소분류)서비스 이용제한 피해유형과도 연계된다.

25) 계정정지 관련은 상거래 유형의 (대분류)콘텐츠 > (중분류)이용 > (소분류)사용자의 이용제한 피해유형과도 연계된다.

업자는 정지를 해제한다. 계정 정지에 따라 금전피해가 발생했을 때에는 한국소비자원에 상담 및 구제 신청을, 개인정보 침해에 따른 계정 정지 피해는 한국인터넷진흥원(KISA)에 신고하여 개인정보침해 사실조사를 요청한다. 추가적으로 통신분쟁조정위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회에 분쟁조정을 신청할 수 있다.

3) 피해 사례

“Q: 온라인 PC 게임 이용자입니다. 저는 단 한 번도 써본 적 없는데 불법프로그램을 사용했다며 영구정지를 당했습니다. 억울한 마음에 “제가 불법 프로그램을 사용한 날짜와 위치(장소)라도 알려 달라”는 메일을 여러 번 보냈지만 오로지 “불법 프로그램을 사용했으니 계정을 풀어줄 수 없다”라는 똑같은 답변만 오고 있어요. 계정 정지를 풀어달라고 할 방법이 없을까요?

A: 게임사의 계정정지조치에 대하여 이의신청이 가능합니다. 불법프로그램 사용은 게임 내 질서를 무너뜨려 게임을 즐기는 다른 이용자들에게 피해를 주고 게임 서버에 과부하를 가져오는 등 게임 운영에 있어 치명적인 방해 요소입니다. 따라서 대부분의 게임사는 이용약관에 「불법프로그램 사용자에 대한 제재」 항목을 두고, 불법프로그램을 사용하는 이용자를 찾아내기 위하여 이용자의 로그 기록 분석 및 모니터링 등을 진행하고 있습니다. 위 사례와 같이 이용자가 법령이나 약관에서 정한 금지 행위를 한 적이 없음에도 사업자가 이용자의 계정을 정지한 경우, 이용자는 사업자에게 이의신청을 할 수 있습니다. 이 경우 사업자는 이용자의 어떤 행위로 인하여 계정정지조치를 취했는지 답변하는 등의 조치를 취하여야 합니다”(콘텐츠분쟁조정위원회 홈페이지 사례).

2. 불법 콘텐츠²⁶⁾

온라인으로 불법 콘텐츠를 유통하는 것은 금지되어 있다. 이로 인해 피해를 받았을 경우 경찰에 신고하거나 방송통신심의위원회에 심의를 요청하여 게시중단이나 삭제토록 하는 것이 가능하다. 불법콘텐츠를 중분류로 나누면, 유통금지콘텐츠, 유해정보, 불법광고의 세 가지로 나눌 수 있다. 각 중분류를 다시 소분류로 나누고 대처방안에 대하여 살펴본다. 불법콘텐츠에 대한 제도적 장치는 대부분 정보통신망법에 의한다.

〈표 3-6〉 불법콘텐츠 피해 유형 분류

대분류	중분류	소분류	세부설명
불법 콘텐츠	유통 금지 콘텐츠	청소년(19세미만) 유해 매체물	유해매체물 표기를 하지않고 영리 목적으로 제공하거나, 정보통신망을 통해 청소년에게 전송하거나, 청소년 접근을 제한하는 조치없이 공개적으로 전시한 경우
		음란물	음란한 내용을 배포·판매·임대·공공연하게 전시하는 경우
		스토킹	공포심이나 불안감을 유발하는 내용을 반복적으로 상대방에게 도달하도록 하는 경우
		도박·사행	도박사이트, 불법 스포츠 베팅 사이트 등 정보통신망에서 다수인으로부터 재물 또는 재산상의 이익을 모아 우연적 방법에 의하여 득실을 결정하여 재산상의 이익 또는 손실을 주는 행위나 그에 대한 정보를 정보통신망에서 유통하는 경우
		불법 식·의약품	온라인에서 의약품, 마약류, 식품, 건강기능식품, 화장품, 의료기기 등에 대한 허위·과장광고 및 불법유통하는 경우
		개인정보거래	불법 명의거래 등 개인정보를 거래하는 행위나 그에 대한 정보를 정보통신망에서 유통하는 경우
		무기정보· 기밀누설·	- 정보통신망에 다음의 정보를 유통하는 경우 - 총포·화학류를 제조법이나 설계도 등

- 26) 불법 콘텐츠의 분류와 대처방안을 살펴보기 위해 참고한 자료로는 방송통신심의위원회 홈페이지, 2019 방송통신심의연감, 제4기 방송통신심의위원회 백서, 법제처의 찾기쉬운 생활법령정보 웹사이트 등이 있다. 소분류 중 불법 식·의약품 관련 내용은 식품의약품안전처 홈페이지를 참조하였다.

		국보법위반·범죄교사/방조	- 국가기밀정보 - 국가보안법에서 금지하는 행위 정보 - 범죄를 목적으로 하거나 교사, 방조하는 내용의 정보
	유해 정보	불쾌·혐오·잔혹 콘텐츠	선량한 풍속, 사회질서를 현저히 해할 우려가 있는 내용으로 폭력성·잔혹성·혐오성 등이 심각한 정보
		차별·비하·욕설, 반인륜·반인격적 콘텐츠	선량한 풍속, 사회질서를 현저히 해할 우려가 있는 내용으로 사회통합 및 사회질서를 저해하는 정보
	불법 광고	불법스팸	사전 동의 없이 혹은 수신거부의사를 밝혔음에도 영리목적의 광고성 정보를 전송
		불법물 광고	법으로 금지한 재화 및 서비스에 대한 광고성 정보를 전송
		불법금융	불법물 광고 중 미등록 대부업, 불법 대출 알선 등의 불법금융 정보

가. 유통금지 콘텐츠

1) 세부 피해 내용

온라인에서 유통이 금지된 콘텐츠의 소분류는 정보통신망법 제44조의7(불법정보의 유통금지 등)에 의해 분류할 수 있다. 해당 조문은 온라인에서 배포하거나 공공연하게 전시해서는 안되는 콘텐츠로 청소년 유해 매체물 표기가 되지 않은 유해 매체물, 음란물, 공포심이나 불안감을 유발하는 내용을 반복적으로 전달하는 사이버 스토킹, 도박·사행 정보, 불법 식·의약품 정보, 개인정보 거래, 기타 불법 정보 등으로 구분하였다. 기타 불법 정보로는 총포·화학류의 제조법이나 설계도, 국가기밀정보, 국가보안법에서 금지하는 행위에 대한 정보, 범죄를 목적으로 교사, 방조하는 내용의 정보 등이 포함된다.

2) 피해시 대처 방안

유통금지 콘텐츠가 유통되는 것을 발견했을 때 가장 먼저 취할 수 있는 조치는 해당 정보통신망 사업자에 신고하고, 방송통신심의위에 심의요청 및 신고하는 것이다. 사업자는 즉시 해당 콘텐츠를 게시중단 혹은 삭제할 수 있으며, 방심위는 사업자에게 삭제, 접속차단, 이용정지 등의 시정요구 및 제재조치를 명령할 수 있다.

또한, 경찰 신고를 통해 해당 콘텐츠를 게시한 자는 징역 또는 벌금에 처해질 수

있다. 형량은 콘텐츠 유형에 따라 상이한데, 정보통신망법에 의하거나 혹은 관련된 다른 법률, 예를 들어 마약류의 경우에는 마약류 관리에 관한 법률, 총포·화학류의 제조법이나 설계도는 총포·도검·화학류 안전관리법에 의해 형사처벌이 결정된다.

콘텐츠 종류에 따라 신고처가 추가되는데, 도박·사행 정보는 불법사행감시신고센터, 불법 식·의약품은 식품의약품안전처에도 신고할 수 있다. 식약처는 해당 정보가 허위·과장광고임을 판단하여 영업정지나 과징금 처분을 내릴 수 있다.

3) 피해 사례

“Q: 저는 온라인 게임을 즐기는 고등학생이에요. 지난 주 게임에서 채팅으로 다툼이 있었는데, 그 후 그 사람이 제 아이디를 알아내어 매일 욕하는 쪽지를 보내고 제 블로그에 욕하는 댓글을 계속 씁니다. 그만 하라고 답장도 보냈지만 아무 소용이 없었어요. 나중에 전화나 주소까지 알아낼까봐 무섭습니다. 오늘 쪽지가 몇 개나 와 있을지도 걱정이네요.

A: 정보통신망을 통해 공포심이나 불안감을 유발하는 정보를 지속적으로 상대방에게 보내는 사이버스토킹은 정보통신망법 등에 의해 처벌될 수 있습니다”(방심위 인터넷권리침해 예방가이드북).

나. 유해정보

1) 세부 피해 내용

유해정보는 정보통신망법 제44조의7에 해당하지는 않으나 선량한 풍속, 사회질서를 현저히 해할 우려가 있는 내용으로 방송통신심의위원회의 심의 대상이 되는 정보를 의미한다. 정보통신에 관한 심의규정 제8조에서 유통금지콘텐츠와 유해콘텐츠를 다루고 있는데, 제8조 2항의 불쾌·혐오·잔혹 콘텐츠, 제8조 3항의 차별·비하·욕설이나 반인륜·반인격적 콘텐츠의 두 소분류를 들 수 있다.

2) 피해시 대처 방안

유해정보의 대처방안은 해당 정보통신망 사업자에게 신고하여 게시중단과 삭제를 요청하고, 방송통신심의위원회에 심의를 요청하는 것이다.

3) 피해 사례

“차별·비하 정보는 비록 불법적인 내용은 아니지만 합리적 이유 없이 사회적 약자나 성별, 종교, 출신지역, 인종, 장애, 직업 등이 다른 대상을 차별하거나 비하·혐오적 표현을 사용하여 편견을 조장하는 내용의 정보이다.

차별·비하 정보의 주된 유형은 양성평등을 저해하는 성차별 정보, 특정 지역이나 특정 지역 출신자를 비하하고, 성소수자, 장애인, 노약자 등 특정 대상을 차별하고 혐오하거나 일본군 위안부, 5·18민주화운동 및 유공자 등을 비하·조롱하는 내용의 정보 등으로, 위원회는 상시모니터링, 심의 및 시정요구를 통하여 차별·비하 정보의 유통과 확산을 방지하기 위해 노력하고 있다.”(제4기 방송통신심의위원회 백서).

다. 불법광고

1) 세부 피해 내용

불법광고를 소분류로 나누면 불법스팸, 불법물 광고, 불법금융으로 나눌 수 있다. 불법스팸은 사전 동의 없이 혹은 수신거부의사를 밝혔음에도 영리 목적의 광고성 정보 전송을 말하며(정보통신망법 제50조 영리목적의 광고성 정보 전송 제한), 불법물 광고는 법으로 금지한 재화 및 서비스에 대한 광고성 정보를 전송함을 말한다(정보통신망법 제50조의8 불법행위를 위한 광고성 정보 전송금지). 불법금융은 불법물 광고 중의 하나로 볼 수 있는데, 미등록 대부업, 불법 대출 알선 등의 금융 관련 불법물을 광고하는 것이다.

2) 피해시 대처 방안

불법광고 역시 여타 불법콘텐츠에서의 대처방법과 마찬가지로 가장 먼저 해당 정보통신망 사업자에 신고하여 임시조치나 삭제조치를 취한다.

추가적으로 불법스팸의 경우에는, 한국인터넷진흥원(KISA)의 불법스팸대응센터에 신고하면 KISA는 사실조사나 행정처분을 의뢰할 수 있다. KISA의 조사결과에 따라 방송통신사무소는 불법스팸의 경우 3천만 원 이하의 과태료 처분을 내린다.

불법물 광고는 KISA의 불법스팸대응센터에 신고하고 방송통신심의위원회에 심의를 요청할 수 있다. 불법스팸대응센터는 경찰청 등 수사기관으로 수사정보를 제

공하며, 방심위는 심의를 통해 삭제, 접속차단 등 정보통신망 사업자로 하여금 조치를 취하게 할 수 있다. 수사결과에 따라 형사처벌이 내려질 수 있는데, 1년 이하의 징역 또는 1천만 원 이하의 벌금이며, 재난상황을 이용할 시는 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금도 가능하다.

불법금융광고는 추가로 금융감독원에 신고할 수 있다. 이 경우, 방심위는 금감원의 요청에 따라 심의한다. 금감원은 광고를 한 사업자에게 시정명령이나 징계를 내릴 수 있다.

3) 피해 사례

“Q: 휴대폰으로 계속하여 광고메시지가 날아옵니다.

A: 영리를 목적으로 광고성 정보를 전송하는데 있어 수신거부 철회를 방해하거나 광고 전송 출처를 은폐하기 위한 각종 조치를 할 경우와 불법행위를 위한 광고성 정보를 전송할 경우에 형사처벌이 가능합니다.

수신자의 거부 의사에 반하는 스팸광고 및 전송자 연락처, 수집출처 등 미표시 등의 경우는 과태료 부과사안으로 방송통신위원회(kcc.go.kr, 전화 02-500-9000)의 소관업무입니다.

불법스팸에 대한 신고접수 및 과태료 부과에 대한 기본적인 사항에 대해서는 담당기관인 방송통신심의위원회(국번 없이 1377) 및 한국인터넷진흥원 불법스팸대응센터(국번 없이 118)에 신고해 주시기 바랍니다”(경찰청 사이버범죄 신고시스템 ECRM FAQ).

3. 성범죄²⁷⁾

성범죄 피해는 피해가 빠르게 확산될 수 있는 온라인 특성에 따라 빠른 대처가 요구되는 유형이다. 중분류로 음란행위, 성매매 알선 광고, 영상물의 촬영·유포, 편집·합성·가공물의 제작·유포, 협박, 합의강요, 피해자 신원 노출의 일곱 가지를 들 수 있다. 중분류에서 소분류로의 전개는 성범죄 피해자가 성인인가 아동·청소년인가에 따른다. 온라인 성범죄 피해에 대한 제도적 규제는 성폭력처벌법, 아동·청소년의 성보호에 관한 법률, 정보통신망법에 걸쳐서 다루어진다.

〈표 3-7〉 성범죄 피해 유형 분류

대분류	중분류	소분류	세부설명
성범죄 피해	음란 행위	성인 피해자	자기 또는 다른 사람의 성적 욕망을 유발하거나 만족시킬 목적으로 통신매체를 통하여 성적 수치심이나 혐오감을 일으키는 내용을 상대방에게 도달하게 하는 경우
		아동·청소년(19세 미만) 피해자	아동·청소년(19세 미만)의 성적 착취를 목적으로 정보통신망을 통하여 성적 욕망이나 수치심 또는 혐오감을 유발할 수 있는 대화를 지속적 또는 반복적으로 하거나 대화에 참여시키는 행위
	성매매 알선 광고	성인 피해자	인터넷 등으로 성매매 또는 음란행위 등의 직업 소개·알선 광고, 성매매 업소 광고, 성매매 권유나 유인하는 광고하는 경우
		아동·청소년(19세 미만) 피해자	정보통신망에서 아동·청소년(19세 미만)의 성매매 알선 광고를 업으로 하는 경우
	몰래카메라	성인	성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 사람의 신체를 촬

27) 성범죄 피해 유형의 분류와 대처방안을 살펴보기 위해 참고한 자료로는 방송통신심의위원회 홈페이지, 2019 방송통신심의연감, 제4기 방송통신심의위원회 백서, 방송통신심의위원회의 인터넷권리침해 예방가이드북, 디지털성범죄 피해자지원센터 홈페이지 등이 있다. 또한, 네이버, 카카오, 구글, 유튜브 등의 포털사업자의 고객센터, 이용자 보호 현황 등의 웹사이트에서 정보통신망 사업자의 실제 조치 방식을 참조하였다.

	라·영상 물의 촬영·유포	피해자	영대상자의 의사에 반하여 촬영하거나 촬영물을 반포·판매·임대·제공·전시·상영하는 경우
		아동·청소년(19세 미만) 피해자	아동·청소년(19세 미만)의 성착취물을 제작·수입·수출하거나 판매·대여·배포·제공·소지·운반·광고·소개·전시·상영하는 경우 / 아동·청소년 성착취물임을 알면서 아동·청소년을 제작자에게 알선하는 경우
	편집·합성·가공물의 제작·유포		반포등을 목적으로 대상자의 의사에 반하여 얼굴·신체·음성 등을 성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 형태로 편집·합성·가공하는 경우 / 해당 가공물 또는 복제물을 반포등을 하는 경우
	협박		성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 촬영물 또는 복제물을 이용하여 협박하는 경우
	합의 강요		아동·청소년 (19세 미만) 성범죄 피해자 또는 그 보호자를 상대로 합의를 강요한 경우
피해자 신원 노출		성인 피해자	성폭력범죄 수사 또는 재판에 관여하는 공무원 또는 그 직에 있었던 자가 피해자의 인적사항, 사생활을 공개하거나 누설하는 경우 / 누구든 피해자의 동의 없이 인적사항이나 사진 등을 신문, 방송, 정보통신망에 공개하는 경우
		아동·청소년(19세 미만) 피해자	아동·청소년 성범죄 수사 또는 재판에 관여하는 공무원 또는 그 직에 있었던 자가 아동·청소년 성범죄 피해자의 인적사항, 사생활을 공개하거나 누설하는 경우 / 누구든 피해 아동·청소년의 인적사항이나 사진 등을 신문, 방송, 정보통신망에 공개하는 경우

가. 음란행위

1) 세부 피해 내용

음란행위는 자기 또는 다른 사람의 성적 욕망을 유발하거나 만족시킬 목적으로 통신매체를 통하여 성적 수치심이나 혐오감을 일으키는 내용을 상대방에게 도달하게 하는 경우이다(성폭력처벌법 제13조 통신매체를 이용한 음란행위). 아동·청소년 피해 유형은 19세 미만의 아동·청소년의 성적 착취를 목적으로 음란행위를 지속적 또는 반복적으로 하거나 대화에 참여시키는 경우에 해당한다.

2) 피해시 대처 방안

경찰에 신고한다. 가해자는 2년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금 처벌이

가능하다. 아동·청소년 피해의 경우에는 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금형이다.

나. 성매매 알선 광고

1) 세부 피해 내용

인터넷 등으로 성매매 또는 음란행위 등의 직업 소개·알선 광고, 성매매 업소 광고, 성매매 권유나 유인하는 광고하는 경우이다(성매매알선등 행위의 처벌에 관한 법률 제4조 금지행위, 아동·청소년의 성보호에 관한 법률 제15조 알선영업행위 등).

2) 피해시 대처 방안

경찰에 신고한다. 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금형에 처할 수 있다. 아동·청소년을 대상으로 성매매 알선 광고를 한 경우는 7년 이상의 유기징역에 처할 수 있다. 또한, 방송통신심의위원회에 심의를 요청하면 해당 온라인 정보를 삭제, 차단 등 시정조치가 가능하다.

3) 피해 사례

“주요 성매매 정보에는 오프라인 상의 유흥업소(성매매)를 광고하는 유흥업소 정보 제공 사이트, 개인 간의 불건전 만남을 유도하는 조건만남 사이트 등이 있으며, 이들 성매매 사이트는 성매매 가격 조건, 업소 위치, 연락처, 성매매 이용 후기 등을 제공하여 일반인의 성매매를 유도하고, 일부 사이트는 음란 동영상 및 이미지 등을 함께 제공하기도 한다.

스마트폰 시대가 도래하면서 누구나 손쉽게 성매매 정보에 접근 가능한 상황이다. 다양한 성매매 경험과 정보는 끊임없이 공유·유통되고 있어, 청소년들도 이러한 성매매 정보에 무방비로 노출될 수 있다. 방송통신심의위원회는 이러한 성매매 정보를 중점 조사하여 시정요구 조치하는 한편, 수사기관 정보 제공 등의 유관기관 협력을 통해 성매매 근절을 위해 노력하고 있다. 또한, 포털 카페, 블로그 등을 통해 유통되는 성매매 알선 게시물 등에 대해서는 포털 사업자와 자율심의 협력시스템을 운영하여 게시물에 대한 접근제한 조치를 신속히 할 수 있도록 하고 있다”(2019 방송통신심의연감).

다. 몰래카메라·영상물의 촬영·유포

1) 세부 피해 내용

성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 사람의 신체를 촬영대상자의 의사에 반하여 촬영하거나 촬영물을 반포·판매·임대·제공·전시·상영하는 피해 유형으로(성폭력처벌법 제14조 카메라 등을 이용한 촬영), 배포가 쉬운 온라인 특성상 높은 피해 강도가 우려되는 유형이다.

아동·청소년 피해 유형은 아동·청소년(19세 미만)의 성착취물을 제작·수입·수출하거나 판매·대여·배포·제공·소지·운반·광고·소개·전시·상영하는 경우이며, 아동·청소년 성착취물임을 알면서 아동·청소년을 제작자에게 알선하는 경우도 포함한다(아동·청소년의 정보보호에 관한 법률 제11조 아동·청소년성착취물의 제작·배포 등).

2) 피해시 대처 방안

먼저 해당 게시물이 올라온 정보통신망 사업자에 삭제 및 접근제한을 요청한다. 사업자는 해당 정보를 정지, 제한, 거부할 수 있다. 방송통신심의위원회에 심의를 요청하여 삭제, 접속차단, 이용정지 등의 시정요구할 수 있도록 한다. 또한, 디지털성범죄 피해지원센터에 영상물의 삭제지원을 요청한다. 지원센터는 여러 포털 등과 공조하여 영상물을 빠르게 삭제할 수 있도록 돕고 있다.

다음으로, 경찰에 신고한다. 피해 정도가 높기 때문에 형사처벌 정도도 다른 어떤 온라인 피해 유형보다 높다. 촬영자와 배포자는 7년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처하며, 영리 목적인 경우 3년 이상의 징역형이다. 피해 영상물을 소지·구입·저장·시청한 자도 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금이 가능하다. 아동·청소년 성착취물의 제작·수입·수출, 영리 목적으로 판매·대여·배포·소지·운반한 자는 5년 이상의 유기징역에 처한다. 상습자는 가중처벌하고, 미수에 그쳐도 동일하게 처벌한다.

3) 피해 사례

”Q: 저는 휴학중인 대학생입니다. 얼마전 채팅 앱을 통해 알게된 사람에게 휴대전

화번호, 주소 등의 개인정보를 알려주었습니다. 그 사람에게 저의 사진과 사적인 영상을 보내주었는데, 그 사람은 계속 다른 영상을 요구하면서 요구를 들어주지 않으면 제 신상정보와 사적인 영상을 인터넷에 유포하겠다고 합니다. 제 영상이 인터넷에 유포될까봐 너무 두렵고 하루하루 우울증에 시달리고 있습니다.

A: 사생활 동영상을 유포하는 등의 행위는 '성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특별법' 등에 의해 처벌될 수 있으며, 해당 영상물이 아동·청소년을 대상으로 하고 있는 경우에는 '아동·청소년의 성보호에 관한 법률' 등에 의해 보다 강력하게 처벌될 수 있습니다”(방심위 인터넷권리침해 예방가이드북).

라. 편집·합성·가공물의 제작·유포

1) 세부 피해 내용

반포 등을 목적으로 대상자의 의사에 반하여 얼굴·신체·음성 등을 성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 형태로 편집·합성·가공하거나 해당 가공물 또는 복제물을 반포 등을 하는 경우이다(성폭력처벌법 제14조의2 허위영상물 등의 반포등).

2) 피해시 대처 방안

앞서의 영상물 촬영 및 유포와 대처 방안은 유사하다. 게시된 정보통신망 사업자에게 삭제 및 임시조치 등을 통해 접속제한을 요청하고, 방심위에 심의를 신청하며, 디지털성범죄 피해자지원센터를 통해 온라인상에서 해당 가공물의 삭제 지원을 요청한다.

그리고 경찰에 신고한다. 제작자와 배포자는 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금이며, 영리 목적인 경우 7년 이하의 징역으로 가중된다. 상습자는 가중처벌하고 미수범도 동일하게 처벌한다.

3) 피해 사례

“성적 허위 영상 정보란 연예인 및 일반인의 영상 등을 성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 형태로 편집·합성·가공하여 유통하는 정보이다. 대표적으로 유명 아이돌 등 우리나라 연예인의 영상이 음란한 영상과 합성되어 해외 딥페이크 전문 사이트 또는 SNS 계정을 통해 ‘○○○ 딥페이크’ 등으로 다수 유통되고 있다. 이들

허위영상들은 매우 정교하게 합성되어 실제와 구분하기 힘든 수준으로, 일부 사이트에서는 약 이백여 명에 달하는 연예인의 음란한 허위영상 천여 건 이상이 유통되고 있는 것으로 확인되었다.

한편, 의뢰자의 요청으로 지인의 영상을 음란한 형태로 편집하여 ‘지인합성, 합사(합성사진)’ 등의 키워드로 제공하는 일명 합성 정보도 확인되었는데, 해당 정보에는 피해자 이름과 나이 및 거주지 등 개인정보도 함께 유출되어 사회적 문제가 되고 있다.

이에 위원회는 해외 딥페이크 사이트, SNS 계정을 상시모니터링하고, 국제공조점검단을 통해 원 정보의 삭제를 추진하는 한편, 허위영상물 제작 및 유포 행위 근절을 위해 경찰청 수사 의뢰등의 조치로 적극 대응하고 있다”(제4기 방송통신심의위원회 백서).

마. 협박

1) 세부 피해 내용

성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 촬영물 또는 복제물을 이용하여 협박을 당하는 피해 유형이다(성폭력처벌법 제14조의3 촬영물 등을 이용한 협박·강요).

2) 피해시 대처 방안

위의 두 가지 유형과 마찬가지로 정보통신망 사업자에게 삭제 및 임시조치를 신청하고, 방심위에 심의요청하며, 디지털성범죄 피해자지원센터에 삭제지원을 요청하고, 경찰에 신고한다. 협박자는 1년 이상의 유기징역에 처하며, 상습자는 가중처벌하고, 미수범도 동일하게 처벌한다.

바. 합의 강요

1) 세부 피해 내용

아동·청소년(19세 미만) 성범죄 피해자에 대한 2차 피해 유형으로, 아동·청소년 피해자 또는 그 보호자를 상대로 합의를 강요한 경우이다(아동·청소년의 성보호에 관한 법률 제16조 피해자 등에 대한 강요행위).

2) 피해시 대처 방안

경찰에 신고한다. 가해자는 7년 이하의 유기징역에 처할 수 있다.

사. 피해자 신원 노출

1) 세부 피해 내용

성폭력범죄 수사 또는 재판에 관여하는 공무원 또는 그 직에 있었던 자가 피해자의 인적사항, 사생활을 공개하거나 누설하였거나 누구든지 피해자의 동의 없이 인적사항이나 사진 등을 신문, 방송, 정보통신망에 공개하여 피해를 입는 유형이다(성폭력처벌법 제24조 피해자의 신원과 사생활 비밀 누설 금지, 아동·청소년의 성보호에 관한 법률 제31조 비밀누설 금지).

2) 피해시 대처 방안

영상물 피해의 경우와 마찬가지로, 신원 정보가 게시된 정보통신망 사업자에게 임시조치 및 삭제, 차단 등을 요청, 방송통신심의위원회에 심의신청하여 시정명령, 디지털성범죄 피해자지원센터에 삭제지원 요청, 그리고 경찰에 신고한다. 신원을 노출한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금이라는 형사처벌을 받게 되며, 피해자가 아동·청소년인 경우 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금으로 처벌이 강화된다.

3) 피해 사례

“디지털성범죄정보는 한번 유포될 경우, 확산이 빠른 특성이 있을 뿐 아니라, 개인이 특정될 수 있다는 점에서 피해자의 인격적 가치와 사생활 비밀을 현저히 훼손할 수 있다. 최근 온라인 커뮤니티 사이트, 주요 포털, SNS 등을 통해 디지털성범죄 피해자의 성명, 나이, 학교, 연락처 등 인적사항이나 사진 등을 피해 사실과 함께 공유하여 피해자를 특정할 수 있는 정보가 유통되고 있는 것으로 확인되었다.

이 중 다수는 국내 커뮤니티 사이트 게시 정보(댓글단위 포함)로 확인되었으며, 이에 위원회는 심의 전 자율규제 조치 및 미 조치 건에 대해서는 시정요구 결정하여 피해자 인격권을 보호하고 있다”(제4기 방송통신심의위원회 백서).

4. 기타 사이버범죄²⁸⁾

앞서의 불법콘텐츠, 성범죄를 제외한 온라인상에서의 사이버범죄는 정보통신망을 침해하는 유형과 정보통신망을 이용한 유형으로 다시 나눌 수 있다.

〈표 3-8〉 기타 사이버범죄 피해 유형 분류

대분류	중분류	소분류	세부설명
기타 사이버 범죄	정보통신망 침해		악성프로그램(웜 등), 서비스거부공격(D-DOS 등)
	정보 통신망 이용 범죄	사이버 금융범죄	이용자의 의사에 반하여 통신과금서비스가 제공되었거나 피해를 금융계좌로 송금·이체한 경우 (피싱, 파밍, 스미싱, 메모리해킹, 뮌캠피싱)
		사이버사기	정보통신망을 통하여 이용자들에게 물품이나 용역을 제공할 것처럼 기망하여 금품을 편취한 경우

가. 정보통신망 침해

1) 세부 피해 내용

정보통신망을 침해하는 범죄는 웜 등의 악성프로그램을 유포하거나 디도스 등 서비스거부 공격을 통해 통신망 이용을 어렵게 하는 것이다(정보통신망법 제48조 정보통신망 침해행위 등의 금지).

2) 피해시 대처 방안

침해당한 사업자에게 신고하면, 사업자는 접속을 일시 제한하면서 침해신고 및 침해원인분석을 수행한다. 한국인터넷진흥원(KISA)의 인터넷보호나라가 침해원인을 분석하고 확산방지 등의 대책을 세우므로 인터넷보호나라에 신고한다. 경찰에 신고하여 형사처벌할 수 있는데, 침해자는 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금형이다.

3) 피해 사례

28) 사이버범죄의 유형 및 대처 방안을 조사하기 위해 경찰청 사이버수사국의 사이버범죄 신고시스템(ECRM) 홈페이지를 참조하였다.

“Q: 서버가 해킹되어 파일이 삭제되고 새로운 폴더가 생성되었습니다.

A:정당한 접근권한 없이 또는 허용된 접근권한을 초과하여 정보통신망에 침입하여 파일을 삭제하고 새로운 폴더를 생성하였다면 정보통신망이용촉진및정보보호에 관한법률위반으로 형사처벌 대상이 됩니다.

우선 서버를 변경하지 마시고 서버 로그 자료를 확인하여 백업하여 놓은 다음 경찰에 신고하시기 바랍니다”(경찰청 사이버범죄 신고시스템 ECRM FAQ).

나. 정보통신망 이용 범죄

1) 세부 피해 내용

소분류로 사이버 금융범죄와 기타 사이버사기로 나눌 수 있다. 사이버 금융범죄는 피싱, 파밍, 스미싱, 메모리해킹 등 이용자의 의사에 반하여 통신과금서비스가 제공되었거나 피해금을 금융계좌로 송금·이체하여 피해가 발생한 것이다. 사이버 사기는 정보통신망을 통하여 이용자들에게 물품이나 용역을 제공할 것처럼 기망하여 금품을 편취한 경우이다.

2) 피해시 대처 방안

사이버 금융범죄의 피해를 당한 경우, 한국인터넷진흥원(KISA)의 인터넷보호나라에 신고하면 KISA는 원인을 분석하고 피해 확산을 방지한다. 통신과금서비스에 의해 피해를 당했다면, 해당 통신과금서비스 제공자에게 지급유보를 신청하고 휴대폰·ARS결제중재센터에 중재를 요청할 수 있다. 금융기관을 통해 송금한 경우 해당 금융기관에 피해구제를 신청할 수 있으며, 해당 금융기관은 사기에 이용된 계좌를 지급정지시킨다(전기통신금융사기법 제3조 피해구제의 신청). 마지막으로 악성프로그램 전달 및 유포자는 7년 이하의 징역 또는 7천만 원 이하의 벌금이라는 형사처벌이 가능하므로 이를 위하여 경찰에 신고할 수 있다.

물품을 보내줄 것처럼 기망하는 사이버사기에 대한 대처방안은 경찰 신고이다. 온라인 유형에 대한 별도의 제도는 없으며 형법에 의해 사기죄로 10년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금으로 처벌한다. 또한 정보통신망 사업자에게 신고하면, 해당 정보의 게시를 중단시킬 수 있다.

3) 피해 사례

“060 등 전화결제 서비스는 온라인게임의 아이템 구매 및 사이버캐시(머니) 충전 등 최근 여러 결제수단으로 이용되고 있습니다.

예를 들면 온라인 게임사이트에서 전화를 이용하여 아이템을 구매하는 경우, 전화결제를 신청한 후 승인번호를 받고 결제승인번호를 선택한 전화번호로 이를 입력하는데 이는 요금이 청구되는 전화번호로만 입력이 가능합니다.

따라서 가족이나 주변 친인척 중에 사용한 사람이 있는지 먼저 확인하시되 숨기는 경우도 있으므로 신분증을 지참하시어 가까운 전화국을 방문, 발신 통화내역을 받아보신다면 보다 확실히 확인하실 수 있습니다.

또한 게임사이트상 채팅 등을 통해 아이템을 준다고 속여 아이템 수락번호를 가장하여 위와 같이 결제승인번호를 입력토록 하는 경우도 있으므로 주의하시기 바랍니다.

또한 이미 청구되거나 납부한 요금의 환불과 관련한 문제는 민사사안인 바, 요금을 청구한 기간통신사업자 고객만족센터나 휴대폰/ARS 결제 중재센터(www.spayment.org)에서 도움을 받아 해결하시기 바랍니다”(경찰청 사이버범죄 신고시스템 ECRM FAQ).

5. 크리에이터

크리에이터와 관련된 피해는 부당계약과 아동·청소년 미보호의 두 가지 중분류로 나눌 수 있다. 특히 크리에이터의 부당계약은 크리에이터 활동인구의 증가에도 불구하고 ‘온라인 플랫폼-크리에이터 상생 및 이용자 보호 가이드라인’ 외에 법적 제도나 규제 기관이 없는 대표적인 사각지대의 피해 유형이다.

〈표 3-9〉 크리에이터 피해 유형 분류

대분류	중분류	세부설명
크리에이터	부당계약	서비스 기획·제작·유통, 수익 정산, 저작권 등에 대한 계약체결 시 문서가 없거나 부당한 조건을 제시하는 등의 경우
	아동·청소년 크리에이터 미보호	아동·청소년에게 장시간용역, 야간용역, 부당하거나 차별적인 계약 강요, 아동·청소년의 건강, 학습권, 인격권, 수면권, 휴식권, 자유선택권 등의 인권 미보호, 폭력적인 장면이나 아동청소년이 출입할 수 없는 장소에서의 촬영 등

가. 크리에이터 부당계약

1) 세부 피해 내용

크리에이터와 플랫폼, 크리에이터와 다중채널네트워크사업자(혹은 매니지먼트사) 사이에서 서비스 기획·제작·유통, 수익 정산, 저작권 등에 대한 계약체결 시 문서가 없거나 부당한 조건을 제시하는 등의 피해를 입은 경우이다.

2) 피해시 대처 방안

방송통신위원회에서 민원상담을 제공하고, 크리에이터와 공정한 계약을 체결할 것을 ‘온라인 플랫폼-크리에이터 상생 및 이용자 보호 가이드라인’을 권고하고 있으나, 자발적인 참여에 의존한다. 현재 제도적으로 강제되는 대처방안이나 피해 구제 방안은 거의 없다. 근로계약인 경우에 한하여 근로기준법이 적용되어 근로계약을 하지 않으면 500만 원 이하의 벌금형이 부여될 수 있으나 대부분 근로계약형태가 아닐 가능성이 높다. 다중채널네트워크사업자(혹은 매니지먼트사)와 크리에이터와의 계약은 도급계약, 약관, 근로계약 등 다양한 형태로 볼 수 있어 상황에 따라 다르고 전문기관이 존재하지 않으며 많은 경우 송사로 연결될 가능성이 높아 현재로서는 대처가 용이하지 않은 사각지대로 분류될 수 있다.

나. 아동·청소년 크리에이터 미보호

1) 세부 피해 내용

대중문화예술산업발전법에 의해 아동·청소년은 드라마, 영화 등의 대중문화서비

스에서 장시간용역, 야간용역이 금지되어 있으며, 보호자, 제작자 등은 아동·청소년의 건강, 학습권, 인격권, 수면권, 휴식권, 자유선택권 등의 인권을 보장해야 한다. 또한 폭력적인 장면을 촬영해서는 안 되며 아동·청소년이 출입할 수 없는 장소에서의 촬영도 금지된다. 부당한 계약이나 차별적인 계약을 체결해서는 안 되며, 반드시 보호자가 아니라 본인에게 용역 대가를 지불해야 한다(대중문화예술산업발전법 제20조 청소년 관련 금지행위, 제21조 청소년의 대중문화예술용역 제공, 제22조 15세 미만 청소년의 대중문화예술용역 제공, 제23조 15세 이상 청소년의 대중문화예술용역 제공, 제24조 청소년 대중문화예술용역 관련 시정조치, 제25조 청소년 대중문화예술용역보수의 청구).

유튜브 등의 크리에이터 분야는 아직까지 대중문화예술산업법에 포함되지 않았으나, 방송통신위원회의 ‘인터넷개인방송 출연 아동·청소년 보호지침’이 존재한다. 아동·청소년에게 해로운 콘텐츠는 제작하지 않도록 하며, 제작 과정에서 야간 생방송, 장시간 출연 등을 지양한다.

2) 피해시 대처 방안

대중문화예술서비스의 경우 문화체육관광부에 아동·청소년 부당용역을 신고할 수 있다. 국민신문고를 통한다. 아동·청소년 부당용역에 해당하면 문화체육관광부는 대중문화예술기획업의 등록을 취소할 수 있다. 고용노동부의 근로계약 민원상담을 통해 보호자는 미성년자에게 불리한 근로계약을 해지할 수 있다. 방송통신위원회에서는 보호지침과 관련하여 상담을 제공한다.

6. 집단 내 괴롭힘²⁹⁾

온라인은 시공간의 제약을 줄여 의사소통을 쉽게 만들지만 동시에 비대면에 따른

29) 집단 내 괴롭힘 유형의 분류와 대처 방안을 조사하기 위하여 경찰청의 안전Dream 아동·여성·장애인 경찰지원센터의 홈페이지, 푸른나무재단 홈페이지, 청소년사이버상담센터 홈페이지, 법제처의 생생법정보 직장 내 괴롭힘 금지법 관련 웹페이지, 고용노동부의 직장 내 괴롭힘 대응 매뉴얼 등을 참조하였다.

비인격적 특성으로 인해 개인에 대한 폭력적 행위도 쉬워지는 경향이 있다. 여러 명이 집단을 이루어 소수를 꺾박하거나 조직 내 상하관계를 악용하는 집단 내 괴롭힘은 오프라인에서도 법적 규제 대상이지만, SNS 등 온라인을 매개로 이루어지는 경우도 마찬가지로 제도적 도움을 받을 수 있다. 집단 내 괴롭힘의 중분류로 사이버 학교 폭력, 직장 내 괴롭힘의 두 가지를 제시한다.

〈표 3-10〉 집단 내 괴롭힘 피해 유형 분류

대분류	중분류	세부설명
집단 내 괴롭힘	사이버 학교 폭력	인터넷, 휴대전화 등 정보통신기기를 통해 학생들에게 지속적, 반복적으로 심리적 공격을 당하거나 개인정보 또는 허위사실이 유포되는 경우
	직장 내 괴롭힘·성희롱	직장 내 우위를 이용하여 사내메신저, SNS 등 온라인 공간에서 지속적인 폭언, 집단 따돌림, 능력이나 성과를 조롱, 근로계약에 명시되지 않은 일의 지시, 성적 굴욕감 또는 혐오감을 느끼게 하거나 성적 언동 또는 그 밖의 요구 등에 따르지 아니하였다는 이유로 근로조건 및 고용에서 불이익을 주는 등

가. 사이버 학교 폭력

1) 세부 피해 내용

인터넷, 휴대전화 등 정보통신기기를 통해 학생들에게 지속적, 반복적으로 심리적 공격을 당하거나 개인정보 또는 허위사실이 유포되는 경우의 피해를 말한다.

2) 피해시 대처 방안

학교폭력예방 및 대책에 관한 법률로 규율된다. 가장 먼저, 해당 학교의 상담교사 및 교장에게 상담 및 신고하도록 한다. 학교는 자체해결 프로세스를 가지고 있으며, 학교폭력심의위원회를 열어 피해자와 가해자를 분리하는 등의 조치를 취하게 되어 있다. 학교의 해결방식에 이의가 있을시 행정심판을 신청할 수 있고, 교육청의 학교폭력대책심의위원회에 분쟁 조정을 신청할 수 있다.

학교 외에 1388청소년사이버상담센터에 상담 및 신고할 수 있으며, 경찰청의 학

교폭력신고센터에도 신고할 수 있다. 물리적인 폭행은 형법으로 처벌할 수 있으며, 음란물 등을 전송했을 경우 정보통신망법에 의해 처벌한다. 사생활침해나 명예훼손의 경우 앞서 해당 피해유형에 대한 대처 방안을 따른다.

나. 직장 내 괴롭힘·성희롱

1) 세부 피해 내용

직장 내 우위를 이용하여 사내메신저, SNS 등 온라인 공간에서 지속적인 폭언, 집단 따돌림, 능력이나 성과를 조롱, 근로계약에 명시되지 않은 일의 지시, 성적 굴욕감 또는 혐오감을 느끼게 하거나 성적 언동 또는 그 밖의 요구 등에 따르지 아니하였다는 이유로 근로조건 및 고용에서 불이익을 주는 등의 경우이다.

2) 피해시 대처 방안

근로기준법은 직장 내 괴롭힘을 금지하고 발생 시 조치사항을 제시하며(제76조의2 직장 내 괴롭힘의 금지, 제76조의3 직장 내 괴롭힘 발생 시 조치), 남녀고용평등법에서 직장 내 성희롱에 대한 조치사항을 정한다(제14조 직장 내 성희롱 발생 시 조치, 제14조의2 고객 등에 의한 성희롱 방지).

피해자는 사업주, 인사팀 등에 신고하는데, 사용자는 사실조사 후 피해근로자를 보호조치하고, 행위자를 징계하며, 업무상 재해로 인정해야 한다. 조치를 취하지 않으면 500만 원 이하의 과태료에 처해질 수 있다. 사용자가 가해행위를 한 경우에는 1천만 원 이하의 과태료 처분을 받는다. 피해를 신고한 근로자를 불리하게 대우할 경우 사업자는 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금을 받을 수 있다. 직장 내 괴롭힘 상담센터(1522-9000)에 상담 신청할 수 있으며, 관할 지방고용노동관서에 행정지도를 요청할 수 있다.

3) 피해 사례

“<직장 내 괴롭힘으로 볼 수 있는 사례>

(사례1) 상사가 아침 일찍 갑자기 모바일메신저 단체채팅으로 아무런 설명없이 O시까지 조기 출근하라고 지시하여 직원들이 급하게 출근하고 있었으나, 회사 도착 직전에 단체채팅으로 그냥 다음에 얘기하자며 정시 출근시간에 출근하라고 함. 이

와 같이 아침, 점심, 퇴근 후, 밤 12시 할 것 없이 단체채팅을 하는데, 대부분 급한 전달 상황도 아니고 본인 감정이 상한 일들을 하나하나 따지는 말임. 이에 응답하지 않는 직원에 대하여는 모바일메신저 단체채팅 등을 통해 화풀이를 함.

(사례2) 가해자들은 장기간에 걸쳐 사내 SNS를 이용하여 피해자들에 대한 성희롱적 발언, 음담패설을 함. 다른 직원들로부터 제재를 받은 바 있음에도 SNS를 통한 가해자들의 행위는 지속됨”(고용부 직장내 괴롭힘 판단 및 예방 대응 매뉴얼, p.54)

제3절 시사점

이번 장에서는 온라인에서 발생하는 이용자 피해 유형을 상거래 유형과 비금전 유형으로 나누어 살펴보았다. 각 유형 정리를 통해 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다.

상거래에서 발생할 수 있는 유형을 재화 및 서비스, 통신서비스, 콘텐츠 분야로 나누어 살펴 본 결과, 청약/가입, 계약 불완전 이행/이용, 광고/표시, 가격/요금, 품질 등 중분류에서는 유사한 측면이 있지만, 분야에 따라 빈번하게 발생하는 피해 유형이 달라 소분류에서는 많은 차이를 보이고 있다. 소비자기본법의 안전과 관련된 위해물품 항목은 통신서비스나 콘텐츠 분야에서는 찾아볼 수 없는 반면, 통신서비스의 가개통이나 명의도용, 콘텐츠 분야의 아이템/캐쉬 복구 및 환불과 같은 항목 역시 다른 분야에서 나타나지 않는다. 이러한 특수 분야는 이용자 피해에 대해 어느 기관에 문의해야할지 명확할 수 있다는 점에서 긍정적일 수 있다. 그러나 대다수의 피해유형이 분야에 상관없이 비슷하다는 점은 이용자가 피해구제를 받기 위해 시간과 노력을 들여 정보를 탐색해야 적합한 기관을 찾을 수 있다는 점을 의미한다. 또한, 상거래에서 하나의 피해 사례를 상담기관에 따라 다르게 분류할 수 있는 가능성이 있고, 이로 인해 피해구제의 결과가 달라질 수 있어 피해 유형을 분류하는 기준이 분야에 상관없이 통일될 필요가 있는 것으로 판단된다.

온라인에서 발생하는 인격적, 정신적, 정서적 피해를 비금전유형이라 통칭하고, 권리침해, 불법콘텐츠, 성범죄피해, 사이버범죄피해, 크리에이터 피해, 집단 내 괴롭힘의 여섯 가지로 나누어 피해의 유형과 대처방안을 살펴보았다. 피해 유형에 따라 다양한 법률에 의해 피해가 규정되고 구제방법이 제시되고 있다. 소분류 유형에서는 다소 다를 수 있으나 크게 보았을 때, 권리침해와 불법콘텐츠는 정보통신망법이 주요 법률로써 방송통신심의위원회, 한국인터넷진흥원이 주된 역할을 수행하고, 성범죄피해는 성폭력처벌법, 청소년성보호법이 규율하고 경찰청이 주요 업무를 맡는다. 그 외 기타 사이버범죄는 정보통신망법에 의하며, 한국인터넷진흥원과 경찰청에서 다룬다. 집단 내 괴롭힘은 학교폭력의 경우 학교폭력예방법, 직장 내 괴롭힘의 경우 근로기준법 등에 의해 피해 조치 프로세스가 정해져 있다.

부당계약 등 크리에이터의 피해 유형은 현재까지 제도와 기관이 부재한 유형에 속한다. 근로자에 해당하는 경우 근로계약으로 보아 근로기준법을 적용하거나, 아동·청소년의 출연은 대중문화산업법으로 규제하고 있다. 하지만 실시간 방송 등 현재 많은 크리에이터 분야는 근로기준법, 대중문화산업법의 테두리에 속하지 못하여, 방통위는 온라인 플랫폼-크리에이터 상생 및 이용자 보호 가이드라인, 방송출연 아동·청소년의 권익보호를 위한 표준제작 가이드라인, 인터넷개인방송 출연 아동·청소년 보호지침 등을 지정하여 자율적인 권익 보호를 권장하고 있다.

크리에이터 분야와 같이 앞으로 제도적 장치가 부재한 온라인 피해 유형이 계속 등장할 것이다. 예를 들어, 인공지능이 제작한 콘텐츠에 대한 저작권 이슈, 온라인 가상세계 캐릭터에 대한 괴롭힘, 명예훼손 이슈 등이 사각지대 유형으로 부상할 수 있다. 온라인 기술에 따른 생활방식의 변화에 따라 지금은 예상하지 못한 새로운 정신적 피해가 발생할 여지가 있다.

제도적 장치가 부재한 회색지대에서의 피해 발생은 꾸준한 모니터링을 통해서 발굴해야 한다. 이 장에서 다룬 대부분의 비금전 피해 유형은 법률이나 구제기관이 존재하기 때문에 유형화할 수 있었다. 소관 법률과 기관이 부재한 경우에는 피해 발생 여부, 피해의 정도, 피해의 구체적인 사례 등을 수집하기가 어렵다. 때문에, 각종 소

관 기관에서는 온라인 피해 상황을 꾸준히 모니터링하되, 소관기관이 없는 경우의 피해가 소멸되지 않고 수집되어 사례로 구축될 수 있도록 노력해야 한다. 이를 위해 여러 기관의 협력 관계가 반드시 필요하다.

또한, 이용자들이 현재의 제도와 기관을 충분히 활용할 수 있도록 이에 대한 교육이나 홍보 활동도 필요하다. 피해 유형의 분류에서 살펴본 바와 같이, 많은 제도와 기관이 온라인 피해와 관련하여 혹은 피해를 구제하기 위해 운영되고 있는데, 해당 업무를 수행하는 관련자가 아닌 이상 일반인이 모든 항목을 파악하기에는 어려움이 있다. 따라서 온라인 상에서 이용자는 어떤 피해에 노출될 수 있고 피해가 발생하면 어떤 대처를 취할 수 있는지를 기본적으로 교육하고, 피해가 다발하는 온라인공간에 꾸준히 홍보할 필요가 있다.

제 4 장 온라인 피해 구제 프로세스 사례 및 시사점

앞서 제3장의 피해 유형 분류 및 대처방안을 통해 이용자 피해에 대하여 다양한 구제기관과 구제 프로세스가 마련되어 있음을 보았다. 다만, 대처 방안은 어느 기관으로부터 어떤 보호를 받을 수 있는가의 정보를 간략하게만 기술하였다.

이번 장에서는 각각의 기관이 어떠한 피해 구제 프로세스를 제공하는지 좀 더 구체적으로 살펴본다. 이용자에게는 피해 구제 진행에 대한 정보를 제공하고, 향후 피해 구제를 목적으로 설립되는 기관에게는 타 기관의 구제 프로세스에 대한 참고자료로 활용될 수 있을 것이다. 이번 장에서도 상거래 분야와 비금전 분야로 나누어 구제 처리 방법을 살펴보는데, 이는 이해를 돕기 위한 것이지 온라인 피해가 반드시 하나의 분야에서만 발생하는 것이 아님을 다시 한번 환기한다.

제 1 절 상거래 분야

1. 한국소비자원의 피해구제 및 소비자분쟁조정위원회

한국소비자원의 피해구제를 받기 위해서는 먼저 소비자상담센터(1372번)에 상담 신청³⁰⁾이 필요하다. 상담직원은 소비자 피해에 대한 적절한 처리방법 등을 안내하고, 당사자와의 원만한 처리가 어렵다고 판단되는 건에 대해서는 한국소비자원에 피해구제를 신청하도록 안내하게 된다.

한국소비자원에 접수된 피해구제 신청³¹⁾ 건은 피해구제 부서로 이관되어 사건처

30) 피해를 입은 소비자는 전화, 서신, 팩스, 인터넷, 방문 등의 다양한 방법을 통해 소비자상담센터에 상담을 신청할 수 있으며, 국가(지방자치단체), 소비자단체 또는 사업자도 소비자로부터 피해구제 신청을 받은 때에는 한국소비자원에 그 처리를 의뢰할 수 있다.

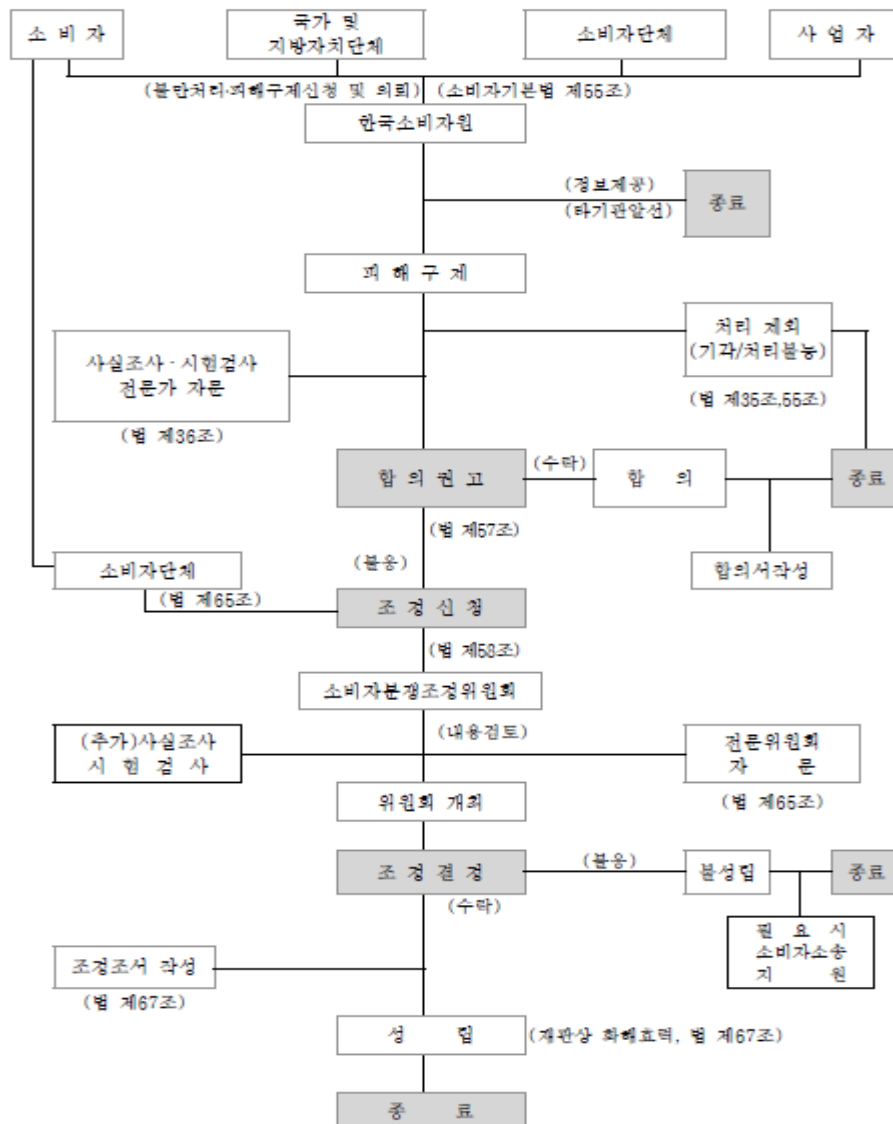
리 담당직원의 사실 조사가 시작되는데, 사실조사는 우선 사업자에게 접수사실을 통보하고 지정된 양식에 의해 해명을 요구하게 된다. 이러한 사실조사와 법률조사를 통해 사업자에게 피해보상을 권고하며³²⁾, 양 당사자가 이를 수용하면 종결 처리되게 된다. 만일 당사자 일방이라도 보상안을 수용하지 않는 경우에는 소비자분쟁조정위원회에 조정을 신청하여 조정 결정으로 처리하게 된다.

소비자분쟁조정위원회는 소비자기본법 시행령 제54조에 따라 분쟁조정신청을 받은 날로부터 10일 이내의 기간을 정하여 당사자에게 합의를 권고할 수 있으며, 소비자기본법 제66조에 의거 부득이한 사유가 없는 한 조정신청일로부터 30일 이내에 조정결정을 하게 된다. 다만, 당사자의 요구나 원인규명을 위한 시험검사 등 부득이한 사정으로 조정결정 기간이 연장되어야 하는 경우에는 그 사유와 기한을 명시하여 당사자에게 통지하여야 한다. 조정위원회는 분쟁조정을 위해 필요한 경우 전문위원회 자문 및 이해관계인, 소비자단체 또는 주무관청의 의견을 청취할 수 있다. 최종적으로 내린 조정결정 내용에 대하여 양 당사자에게 서면 통보 후 15일 이내에 수락 여부를 확인하게 되며, 조정결정이 양 당사자에 의해 수락되거나 조정결정 내용을 당사자가 수령한 후 15일 이내에 양 당사자가 수락거부 의사를 서면에 의해 표시하지 않는 경우 조정이 성립되며, 이 경우 조정위원회는 조정서를 작성하여 원본은 위원회가 보관하고 정본은 양 당사자에게 송달한다. 성립된 조정결정 내용은 재판상 화해와 동일한 효력을 갖게 된다.

31) 한국소비자원에 대한 피해구제의 신청 또는 의뢰는 서면 또는 전자문서(긴급을 요하거나 부득이한 경우에는 구술 또는 전화도 가능)로 하도록 되어 있다.

32) 한국소비자원은 사실조사 및 법률조사를 통해 확인된 내용, 전문위원회의 자문 및 시험검사 결과 등을 종합적으로 검토한 후, 이를 근거로 사업자에게 피해보상을 권고하게 되며, 이러한 합의권고에 대해 분쟁 당사자 일방이라도 수용하지 않아 피해구제 신청일로부터 30일 이내(단, 사실조사 과정에서 원인 규명을 위한 전문가 감정 및 자문, 시험검사 등의 사유 발생시 90일까지 기간연장 가능)에 합의가 성립되지 아니할 때에는 지체 없이 소비자분쟁조정위원회에 조정을 신청하게 된다.

[그림 41] 한국소비자원 피해구제 절차도



자료: 한국소비자원(2021), p. 23.

조정위원회의 조정결정에 대해 양 당사자 중 일방이라도 수락 거부 의사를 15일 이내에 서면으로 표시한 경우에는 조정결정이 성립되지 않으며, 이 경우에는 법원에 의한 사법적 구제 절차인 민사소송절차에 따라 해결하게 된다. 만약, 조정위원회의 조정결정이 사업자의 수락거부로 조정이 불성립된 건에 대하여 소비자가 민사소송을 원하는 경우에는 한국소비자원은 일정 범위 내에서 ‘소송지원변호인단’에 소속된 변호사로 하여금 해당 사건의 소송업무를 지원토록 하고 있다. 또한, 조정위원회가 내린 조정결정이 성립은 되었으나, 당사자 일방이 결정 내용대로 이행하지 않을 경우에는 대법원 규칙 제1768호 (「각종 분쟁 조정위원회 등의 조정조서 등에 대한 집행문 부여에 관한 규칙」)에 따라 관할법원으로부터 집행문을 부여받아 강제집행을 실시할 수 있다.

한편, 다수의 소비자에게 같거나 비슷한 유형의 피해가 발생한 경우, 소비자분쟁조정위원회에서 일괄적으로 분쟁조정을 할 수 있는 집단분쟁조정제도가 운영중이다. 집단분쟁조정은 국가, 지방자치단체, 한국소비자원 소비자단체, 소비자 또는 사업자가 의뢰하거나 신청할 수 있으며, 집단분쟁조정의 대상은 피해를 입은 소비자의 수가 50인 이상이고, 사건의 중요한 쟁점이 사실상 또는 법률상 공통되어야 한다. 소비자분쟁조정위원회는 동일한 피해를 입은 소비자가 분쟁조정의 당사자로 추가로 참여할 수 있는 기회를 제공하기 위해 한국소비자원 홈페이지 및 전국을 보급 지역으로 하는 일간 신문에 14일 이상 그 절차의 개시를 공고하여야 한다. 그 절차에 참가하려는 소비자는 개시공고기간 내에 서면으로 참가신청을 해야 한다. 소비자분쟁조정위원회는 집단분쟁조정 절차 개시 공고가 종료한 날로부터 30일 이내에 분쟁조정을 마쳐야 하며, 조정결정된 내용은 즉시 당사자에게 통보되고 당사자가 통보를 받은 날로부터 15일 이내에 분쟁조정 내용을 수락하거나 수락거부 의사를 서면에 의해 표시하지 않는 경우 조정은 성립되게 된다. 조정이 성립된 경우, 그 조정내용은 “재판상 화해”와 동일한 효력을 지닌다. 즉 민사소송법상의 확정판결과 동일한 효력이 발생하므로 성립 후 당사자 일방이 이를 이행하지 않는 경우에는 법원(청주지방법원)으로부터 집행문을 받아 강제집행을 할 수 있다. 소비자분쟁조정

위원회는 집단분쟁조정の内容을 수락한 사업자에게 집단분쟁조정의 당사자가 아니지만 피해를 입은 소비자에 대한 보상계획서를 조정위원회에 제출하도록 권고할 수 있고, 사업자는 권고를 받은 날부터 15일 이내에 권고의 수락 여부를 조정위원회에 통보하여야 한다.

2. 한국인터넷진흥원의 분쟁상담 및 전자문서·전자거래분쟁조정위원회

전자문서·전자거래분쟁조정위원회는 i) 상담 → ii) 단순상담 종료 또는 사건 접수 → iii) 피신청인 통보 → iv) 양 당사자 의견 조율 및 사무국 조정 → v) 조정부 회의 소집 → vi) 조정부 결정 통보 → vii) 조정 결정 승낙 여부 확인 및 조정 종료로 이루어진다. 조정 상담은 주로 신청인(주로 물품 구매자)이 피신청인(주로 쇼핑몰)과 체결한 계약 내용과 분쟁 발생 상황에 대한 확인을 하고자 진행된다. 조정신청은 상대방과 조정 절차에 적극적으로 임하겠다는 것이므로, 계약 내용, 그 동안의 경과, 상대방 회사의 특성 등을 정확히 알아야 한다. 신청 절차는 신청인의 접수, 피신청인에 대한 통지, 사무국의 조정 전 합의 유도 등의 과정을 포함한다. 접수 이후에는 계약의 적법성, 이행 가능성, 계약 해제 및 위약금 지급 여부, 유사 조정사례 등을 전반적으로 검토하고, 나아가 조정 전 원만한 합의를 유도한다.

이외에도 실제 업무 절차에 있어서는 양 당사자와 유선으로 통화하면서 의견을 좁혀나가는 “사무국 합의권고”도 중요한 조정 과정이다. 또한 조정은 반드시 결과를 따라야 하는 강제성이 없기 때문에, 조정결정 이후 결정내용을 당사자에게 충분히 이해시키고, 합의를 도출하는 과정도 필요하다.

[그림 4-2] 전자문서·전자거래분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차도



자료: 전자문서·전자거래분쟁조정위원회 홈페이지(<https://usr.ecmc.or.kr/>)

3. 한국콘텐츠진흥원의 분쟁상담 및 콘텐츠분쟁조정위원회

콘텐츠분쟁조정위원회는 콘텐츠 사업자 간, 콘텐츠 사업자와 이용자 간, 콘텐츠 이용자 간의 콘텐츠 거래 및 이용에 관한 분쟁을 조정하는 기구로 국민 누구나 콘텐츠 분쟁과 관련하여 조정제도를 이용할 수 있다. 조정위원회에서는 분쟁에 대한 상담, 조정절차 안내, 조정신청서 접수 및 통보, 조정회의 지원, 조정서 작성 및 송달 등 조정절차 전반을 지원하고 있으며, 온라인 상담 및 조정 신청 접수를 위해 홈페이지

이지(<http://www.kcdrc.kr/>)를 운영하고 있다. 조정 신청이 접수되면 조정위원회에서 당사자 간 원만한 합의를 유도하고, 당사자 간 동의가 있으면 조정회의에 회부하여 조정안을 제시한다. 조정회의에서 양 당사자가 조정안을 수락할 경우 발급되는 조정서는 확정 판결과 동일한 효력을 지닌다. 각 사건의 처리기한은 조정 신청이 접수된 날로부터 60일이며, 「콘텐츠분쟁조정규정」 제30조에 따라 1회 연장할 수 있다.

[그림 4-3] 콘텐츠분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차도



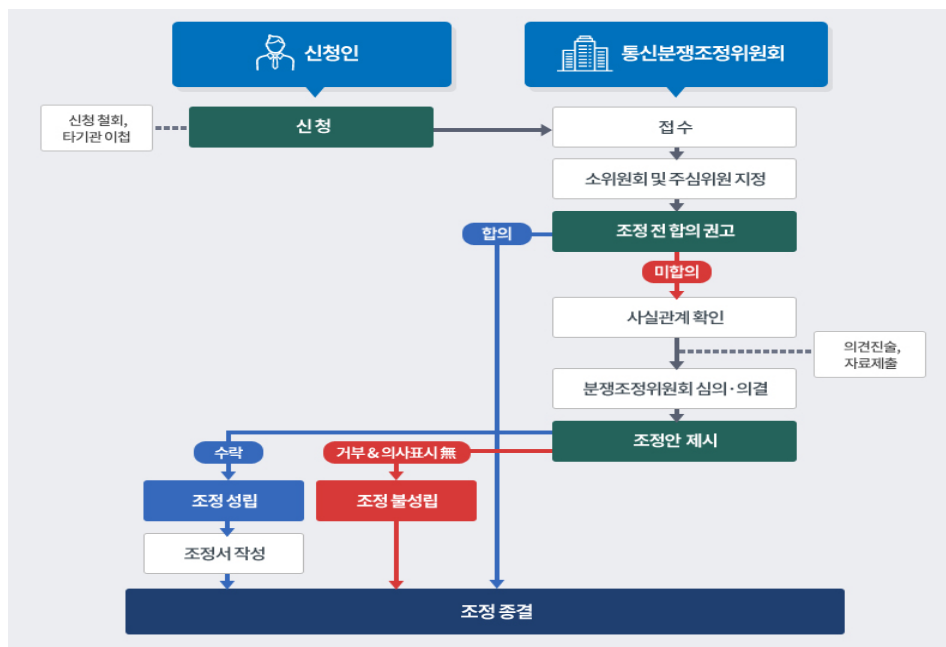
자료: 콘텐츠분쟁조정위원회 홈페이지(<https://www.kcdrc.kr/>)

4. 한국정보통신진흥협회의 분쟁상담 및 통신분쟁조정위원회

분쟁조정을 신청하고자 하는 자(또는 대리인)는 신청서를 작성하여 통신분쟁조정 위원회에 제출하여야 한다. 분쟁조정 신청은 온라인, 우편 등을 통해 신청인이 직접 또는 대리로 신청할 수 있으며, 분쟁조정 사건이 접수되면, 신청자와 상대방에게 접수사실이 통보된다. 통신분쟁조정위원회는 조정 전 일정기간 동안 당사자간 합의를 권고할 수 있으며, 합의가 이루어질 경우 조정이 종료되며, 조정 전 합의가 이뤄지

지 않을 경우 조정절차가 진행되게 된다. 통신분쟁조정위원회는 분쟁조정 신청을 접수한 날부터 60일 이내에 심사하여 조정안을 작성하며, 부득이한 경우 1회에 한해 30일 이내의 범위에서 처리기간을 연장할 수 있다.

[그림 4-4] 통신분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차도



자료: 통신분쟁조정위원회 홈페이지(<https://www.tdrc.kr/extrl/main/main.do#AC=/extrl/main/detail.do&VA=content>)

통신분쟁조정위원회는 분쟁조정을 마친 때에는 조정안을 작성하여 당사자에게 통지하며, 당사자는 그 통지를 받은 날부터 15일 이내에 조정안 수락서에 서명 또는 기명·날인하여 분쟁조정위원회에 알려야 한다. 당사자 전원이 수락하는 경우 조정이 성립되며, 당사자 중 누구라도 수락하지 않거나 의사를 표시하지 아니한 경우에는 조정을 거부한 것으로 본다. 조정이 성립되면 통신분쟁조정위원회 위원장은 지체없이 조정서를 작성하여 당사자 전원에게 송달하며, 통신분쟁조정위원회 위원장

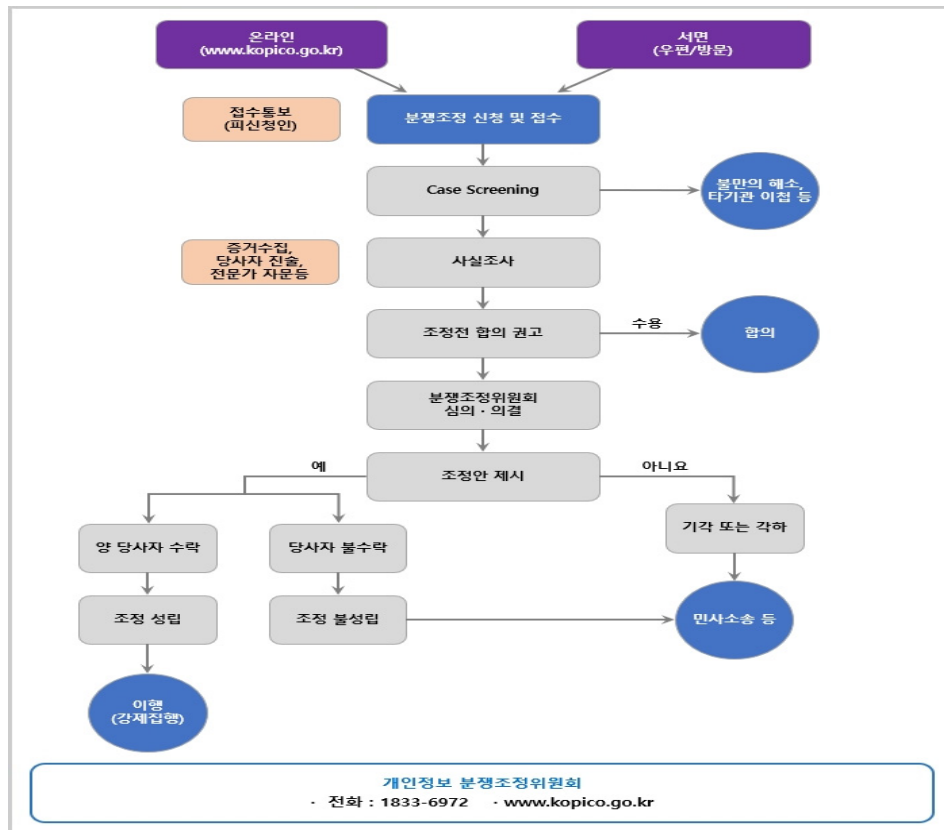
및 각 당사자는 조정서에 서명(또는 기명)·날인한다. 위원장 및 당사자 전원이 서명(또는 기명)·날인한 조정서는 집행력있는 집행권원과 같은 효력을 가진다. 집행권원이란 국가의 강제력에 의해 실현될 청구권의 존재와 범위를 표시하고 집행력이 부여된 공정증서를 말하는 것으로, 당사자는 이를 근거로 법원에 강제집행을 신청할 수 있다.

제2절 비금전 분야

1. 개인정보분쟁조정위원회

개인정보에 관한 분쟁조정은 웹사이트, 우편 등을 통해 신청인이 직접 또는 대리로 신청할 수 있으며, 분쟁조정사건이 접수되면 신청자와 상대방에게 접수사실이 통보된다. 사건담당자는 전화, 우편, 전자우편 등 다양한 수단을 이용한 자료 수집을 통해 분쟁조정 사건에 대한 사실조사를 실시하고, 사실조사가 완료되면 이를 토대로 사실조사보고서를 작성하여 위원회에 회부하게 된다. 개인정보분쟁조정위원회는 조정에 들어가기 앞서 당사자간의 자율적인 노력에 의해 원만히 분쟁이 해결될 수 있도록 합의를 권고할 수 있으며, 합의권고에 의해 당사자간의 합의가 성립하면 사건이 종결된다. 조정 전 합의가 이루어지지 않으면 위원회를 통해 조정절차가 진행된다. 조정절차가 진행되면 당사자의 의견 청취, 증거수집, 전문가의 자문 등 필요한 절차를 거쳐 쌍방에게 합당한 조정안을 제시하고 이를 받아들일 것을 권고하며, 이 경우 사건의 신청자나 상대방은 위원회의 회의에 참석하여 자신의 의견을 개진할 수 있다. 개인정보분쟁조정위원회의 조정을 통해 내려진 결정에 대하여 조정안을 받은 날부터 15일 이내에 신청인과 상대방이 이를 수락한 경우에는 조정이 성립되게 된다. 양 당사자가 모두 조정안을 수락하면 조정이 성립되어 조정서가 작성되고 조정절차가 종료된다. 개인정보분쟁조정위원회의 조정 결정에 대해 신청인과 상대방이 이를 수락하여 조정이 성립된 경우, 「개인정보 보호법」 제47조제5항의 규정에 따라 양 당사자간의 조정서는 재판상 화해와 같은 효력을 갖게 된다.

[그림 4-5] 개인정보분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차도



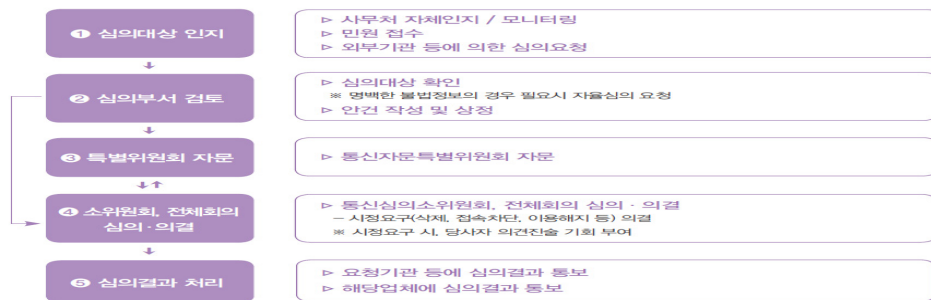
자료: 개인정보분쟁조정위원회 홈페이지(<https://www.kopico.go.kr/>)

한편, 개인정보 유출사고와 오남용 사고는 대부분 집단성을 띠고 있고, 유출되거나 오남용된 개인정보의 항목이나 피해의 유형도 같거나 비슷하여 이를 효율적으로 신속하게 처리하기 위하여 하나의 분쟁조정절차를 통해 일괄적으로 해결하기 위한 집단분쟁조정 제도가 운영중이다. 집단분쟁조정절차는 개인정보 분쟁조정 절차와 달리 피해 또는 권리침해를 입은 정보주체의 수가 50인 이상이어야 하고, 사건의 중요한 쟁점이 (「개인정보 보호법 시행령」 제52조) 사실상 또는 법률상 공통되어야 한다.

2. 방송통신심의위원회

방송통신심의위원회의 통신심의는 결과에 대해 양 당사자의 수락이 있어야만 효력을 지니는 일반적인 분쟁해결제도와 다르지만, 절차는 분쟁해결제도와 유사하다. 일반적으로 일반인 신고, 관계기관 심의신청 등 심의대상 인지, 사무처 검토, 통신심의소위원회 심의·의결 순으로 이루어진다. 사무처는 다양한 경로를 통해 인지된 심의대상 정보에 대해 증거자료 채증, 사실관계 확인 등의 검토를 거쳐 통신심의소위원회에 안건을 상정하며, 그중 명백한 불법정보에 대해서는 자율심의협력시스템에 참여하는 정보통신서비스 제공자에게 자율규제를 요청하고 있다.

[그림 4-6] 방송통신심의위원회의 통신심의 절차도



자료: 방송통신심의위원회(2021), p. 118.

제3절 시사점

여러 분야에서 운용되고 있는 피해구제나 분쟁조정제도는 분쟁조정 대상이 다를 뿐 절차나 운영 상 상당한 유사점을 보이고 있다. 다만 피해구제의 측면에서 소비자 기본법에 규정된 한국소비자원의 피해구제 제도는 사실조사가 수반되며, 피해 보상에 관한 합의를 권고할 수 있다. 이와 달리 다른 분쟁조정위원회의 경우 별도의 피해구제 절차가 법령상 규정되지 않아 사실조사에 대한 권한이 제한적일 수밖에 없으며, 조정전 합의 권고의 성격이 조정절차 개시의 요건이라 보기 어려운 측면이 존재한다.

또한 소비자분쟁조정위원회와 개인정보분쟁조정위원회는 집단 분쟁조정을 통해 유사한 피해자를 일괄 처리할 수 있는 절차가 마련되어 있어 더 많은 피해자를 대상으로 보다 신속하게 피해를 구제할 수 있다. 특히 소비자분쟁조정위원회는 집단분쟁조정의 내용을 수락한 사업자에게 집단분쟁조정의 당사자가 아니지만 피해를 입은 소비자에 대한 보상계획서를 조정위원회에 제출하도록 권고할 수 있다는 점에서 보다 적극적인 피해구제에 나설 수 있다는 장점을 지닌다.

제5장 온라인 이용자 피해 대응을 위한 정책 방안

온라인 서비스는 향후 지속적으로 확대될 것이며 일상생활에 더욱 더 필수불가결한 요소로 자리잡을 것이다. 이에 따라 온라인 상에서 더 다양한 피해 유형이 발생할 수 있는데, 피해에 대한 장기적이고 체계적인 제도 기반을 마련해야 할 뿐 아니라 개개인의 피해를 최소화하는 신속한 대처 역시 필요하다.

이에, 방송통신위원회는 2022년부터 온라인 피해를 입은 이용자들이 소관을 구분하지 않고 어떤 피해를 입었든 그 대처방안에 대한 상담 및 지원을 받을 수 있는 (가칭)‘인터넷 피해 상담 센터’를 구축할 예정이다. 이번 장은 온라인 피해 상담센터의 구축과 관련한 정책 방향을 모색하고자 한다.

제1절 온라인 피해 상담센터의 목적 및 차별성

현재 온라인에서 발생하는 피해에 대응하는 다수의 기관들이 설립되어 있다. 앞서 피해유형과 대처방안, 프로세스 등을 살펴보면서 유형에 따라 대처 기관들을 망라하였다. 먼저, 대부분의 경우 해당 피해가 발생한 온라인 서비스의 사업자가 일차적으로 민원을 접수할 수 있다. 사업자 외에 주요 기관을 요약하면, 상거래 중 재화·용역은 1372소비자상담센터, 통신분야는 방송통신위원회와 통신분쟁조정위원회, 콘텐츠는 한국콘텐츠진흥원과 콘텐츠분쟁조정위원회, C2C는 1372소비자상담센터와 한국인터넷진흥원의 전자거래분쟁조정위원회가 있다. 비금전피해 중 권리침해는 방송통신심의위원회, 불법콘텐츠는 방송통신심의위원회와 한국인터넷진흥원, 성범죄피해는 경찰청 등이 주로 담당한다. 하지만, 관련 제도 및 정책이 소관에 따라 기관별로 흩어져 있고 일부 사각지대도 존재함에 따라, 기관 간 협력을 통해 온라인 피해 전반에 대해 종합적이고 체계적인 지원 체계를 갖출 필요성이 대두되었다.

온라인 피해에 대한 체계적 구제 및 조정 기능의 필요성은 최근 발의된 다수의 온라인 서비스 관련 법률 개정안에서 관련 조항을 담고 있다는 것에서 재확인할 수 있다. 공정위의 전자상거래법 전부개정안은 온라인 플랫폼 사업자의 분쟁해결의무를 명문화하고자 하며, 박광온 의원 대표발의 정보통신망법 일부개정안(의안번호 제2107565호)은 온라인분쟁조정위원회를 설치하여 현재의 명예훼손분쟁조정부의 업무범위를 확대하여 불법정보와 관련된 당사자 간 분쟁의 조정을 담당하는 안을 제시하였다. 이외에도 제정안이 발의된 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안, 온라인 플랫폼 이용자 보호에 관한 법률안 등에도 온라인 플랫폼과 관련한 분쟁조정기능을 다루고 있다.

많은 법률안들이 온라인 분쟁조정 기능을 포함하고 있으나 현실적으로 해당 기능이 어떤 업무 범위에서 어떤 역할을 수행하는지에 대한 구체성이 결여되어 있다. 일례로 정보통신망법 일부개정안에 대한 검토보고서³³⁾는 “(온라인)분쟁조정위원회의 업무인 ‘불법정보와 관련된 분쟁의 조정업무’가 불법정보 해당 여부에 대한 심의가 아니라 당사자 간 분쟁에 관한 것임을 법률에 명확히 하기 위해 분쟁의 범위, 조정의 대상, 결정의 내용 등을 더욱 구체화할 필요가 있을 것으로 보임. (중략) 온라인 상 권리침해를 받은 자에 대한 효과적인 피해 구제를 위해서는 분쟁조정뿐만 아니라, 관련 절차 상담·신고 및 분쟁조정 전반에 대해 전문적이고 체계적인 피해지원을 수행할 수 있는 통합 시스템을 방통위가 관계기관과 협력하여 구축·운영하는 것이 바람직하다는 입장임.”이라고 서술하기도 하였다.

따라서 이번에 설립되는 온라인 피해 상담센터는 사회적, 정책적 관심이 높은 온라인 피해구제 및 분쟁조정 기능에 대하여, 포괄적이고 체계적인, 또한 구체적이고 선도적인 역할을 필요로 한다.

33) 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안 검토보고(<정보통신망에서의 이용자 권익 보호>, 박광온의원 대표발의, 의원번호 제2107565호), 제385회 국회(임시회) 제1차 과학기술정보방송통신위원회.

1. 온라인 피해 상담센터의 목적과 역할

온라인 피해상담센터는 온라인 상에서 발생하는 모든 종류의 피해에 대해 소관을 가리지 않고 민원을 접수하여 상담을 제공하고 피해를 구제할 목적으로 설립된다. 일원화된 창구를 제공함으로써 이용자들이 피해 유형 및 구제 관련 제도에 대한 경험과 지식이 없어도 손쉽게 접근하여 상담을 받을 수 있도록 지원체계를 마련하는 것이다. 또한, 광범위한 온라인 피해 상담 내역을 축적함으로써 신규 유형을 발굴하고 현재 제도의 문제점을 도출하는 등 이용자 보호를 위한 인프라로 기능한다.

이에 따라, 온라인 피해상담센터는 세부적으로 다음과 같은 역할을 수행할 수 있다.
가. 온라인 피해 대처방안에 대한 프레임워크 확보

온라인 피해의 내용에 따라 개인으로서의 대응, 관련 기관의 존재, 기관으로부터 받을 수 있는 지원과 보호에 대한 구조화된 프레임워크와 데이터베이스를 확보한다. 이러한 구조화가 중요한 이유는 신규 상담센터의 기능이 분야와 소관을 가리지 않고 전 범위의 온라인 민원에 대응해야 하기 때문이다. 특히, 체계적인 유형 시나리오를 구비하지 못하면 상담원 개개인의 판단과 능력에 의존하게 되어 일관적인 상담이 어려울 수 있으므로 초기 구축단계에서부터 온라인 피해 상담의 내용에 대한 프레임워크를 준비해야 한다.

이번 보고서의 3장이 피해 대응 방안의 초보적인 뼈대로 활용될 수 있다. 3장은 현재 온라인 서비스 상에서 발생할 수 있는 민원 유형을 체계적으로 구조화하고 이에 대한 대응방식을 담고 있다. 하지만, 이번 보고서의 피해 유형은 제도 기반의 하향식 관점으로 구조화되어있고, 피해 유형의 추상화 수준 또한 높은 편이다. 따라서, 보고서의 3장은 기초 프레임 작업에 참조하되 구체적이고 자세한 실질적인 상담용 데이터베이스는 새로이 구축할 필요가 있다.

나. 이용자가 손쉽게 접근할 수 있는 온·오프라인 창구 제공

온라인 피해상담센터는 이용자가 손쉽게 접근할 수 있도록 온라인, 오프라인의 창구를 제공한다. 온라인에서 일어나는 피해를 상담하므로 온라인으로 간소화된 접

수 절차를 제공하는 것이 민원인 대부분의 접근성 측면에서 바람직하다.

다만, 피해 규모나 복잡성에 따라 접수를 이원화하는 것도 고려해 볼 만 하다. 피해 구제를 전문적으로 담당하는 기관에 대한 단순한 안내나 접수 대행 정도의 상담은 접수를 간소화하되, 피해 규모가 크거나 상황이 복잡한 경우 온라인에서 심층 단계를 접수하거나, 오프라인에서 상담 기회를 제공하는 등 창구를 계층화할 수 있다. 접수 단계 이분화는 운영 절차가 복잡해지는 단점이 있으나, 상담원의 업무부담을 줄이고 상담의 체계성을 확보하기에 더 유리할 수 있다.

또한, 소외계층을 고려한 채널도 필요하다. 비록 온라인에서 발생한 피해 상황을 다루더라도 그 피해의 파급효과는 온라인 사용이 쉽지 않은 계층에서 더 커질 수 있다. 고령층, 저소득층, 외국인 등 온라인 접속 및 활용에 어려움을 겪는 층이 사용할 수 있는 오프라인 채널이 비록 비용이 소요되더라도 반드시 필요하다.

다. 이용자에게 온라인 피해 구제에 대한 전문적인 지식을 제공

상담사들이 온라인 피해에 대한 전문성을 신장하고 효과적으로 상담을 수행할 수 있도록 지속적인 교육이 필요하다. 온라인 서비스는 앞으로 새로운 서비스가 계속 등장하고, 미처 예기치 못한 또 다른 피해 유형이 발생하며, 피해 구제에 대한 제도도 계속 진화할 것이다. 이를 상대해야 할 상담원도 변화하는 환경과 제도를 주시하여 신속하게 반영할 수 있어야 한다. 빠르게 변화하는 환경에 대처해야 한다는 차원에서, 상담원 교육은 일방향 제공방식이 아니라, 상담원을 포함한 관련자들이 서로 새로운 정보를 공유하고 논의하는 토의 방식으로 이루어질 필요가 있다.

마찬가지로, 상담 데이터베이스의 구축 역시 상담원이 함께 업데이트할 수 있도록 절차를 마련해야 한다. 상담 데이터베이스는 상담센터의 가장 중요한 유형자산이다. 상담원들이 효과적으로 상담할 수 있도록 상담DB가 구축되어야 하며, 또한 상담DB의 오류나 보완사항 역시 상담원들이 가장 잘 알고 있다. 따라서 지속적으로 관리되고 수정되고 축적되어야 하며, 이를 위한 상담원들의 적극적인 참여를 유도할 수 있어야 한다.

라. 상담 프로세스를 효과적으로 관리하는 시스템의 구축

피해 민원이 접수되고, 이용자에게 상담을 제공하며, 안내 및 구제되어 종결되는 일련의 프로세스를 효과적으로 관리할 수 있도록 물리적, 조직적 시스템이 구축되어야 한다. 물리적 시스템은 서버, 상담DB, 운영소프트웨어 등이며, 조직적 시스템은 센터의 조직체계, 운영규정 등을 말한다. 기존에 유사한 상담 기능을 운영한 경험이 있는 기관이 초반 구축에 참여하는 것이 좋다.

마. 피해 구제 담당 기관으로의 이관을 위한 협력체계 확보

피해 구제를 담당하는 전문 기관과의 협력체계를 확보해야 한다. 이번 온라인 피해 상담센터는 상담을 위주로 운영된다. 피해에 대하여 구제하거나 분쟁을 조정할 권한은 주어지지 않은 상태로 설립될 예정이다. 따라서 집행 혹은 행정 권한이 있거나 피해 조정 기능을 제도적으로 부여받은 기관, 또는 온라인 사업자들의 민간자율 협력기관 등과의 적극적인 협력이 매우 중요하다.

상담센터와 전문구제기관의 협력체계는 여러 층위에서 가능하다. 먼저, 1단계로는 단순 연락하여 정보를 확인하는 수준이다. 이 수준에서는 피해 민원의 내용을 알리고 해당 기관이 적절한 구제방안을 제공하는지 확인하여 민원인에게 해당 내용을 전달하는 정도를 수행할 수 있다. 2단계는 민원의 접수를 대행하여 민원인으로부터 서류를 갖추어 담당기관으로 직접 이관하는 단계이다. 피해 민원인이 상담센터에 접수한 것만으로 전문기관의 접수가 이루어진다는 점에서 편리하다. 접수를 대행할 수 있을 정도의 절차 및 시스템의 사전 협조가 사전에 이루어져야 하고, 이관 절차에 대한 프로토콜이 확립되어 있어야 한다. 3단계는 상담센터와 전문기관이 함께 피해 구제를 위해 노력하는 단계이다. 여러 기관이 복합적으로 대응해야 하는 피해 민원인 경우에 요구되는 협력 수준이다. 피해를 접수한 상담센터에서 피해 이용자와의 소통채널을 일원화하면서 각 기관에서의 피해구제 진행상황을 파악하고 기관 간의 의사소통을 원활히 진행하는 등의 역할을 수행할 수 있다. 상담진행 관리 시스템 내부에서 각 기관 간의 시스템 연결이 필요할 수 있어, 가장 높은 수준의 협력체계를 필요로 한다.

상담센터는 관련 기관과의 일상적인 의사소통 외에도 간담회, 워크숍 등 지속적인 유대관계를 유지해야 한다. 상담 내용의 이관과 처리에 관한 상호 피드백도 필요하다. 피해를 효과적으로 발굴하고 구제하는 발전적인 방향에서의 기관 간 상담 네트워크를 구축한다.

바. 온라인 피해 상황을 모니터링하여 분석

온라인 상담센터는 모든 종류의 온라인 피해상황을 접수하기 때문에, 국내 온라인 서비스 피해 상황을 가감없이 확인하기에 가장 적절한 창구가 될 수 있다. 따라서 센터는 반드시 피해 상황의 모니터링 및 분석 기능을 도입해야 한다. 주의가 요구되는 급박한 피해 상황의 발생, 새로운 피해 유형의 보고 등을 분석하여 관련 정부부처나 전문기관에 알린다. 이를 통해 온라인 피해에 대한 종합적이면서 신속한 대처를 가능케 할 수 있다.

효율적인 분석 기능을 위해서는 민원의 세부 내용을 파악한 상담사들이 본인의 판단내용을 간단하게 표기하는 등의 기능을 운영 소프트웨어에 미리 반영해 둘 필요가 있다. 상담 내용을 원시자료 상태에서부터 분석하는 것은 많은 인력과 시간이 소요되므로 월이나 분기별로 간헐적으로 진행한다. 하지만 상담사들이 최근 갑자기 상담건이 증가하는 것으로 판단되거나 피해가 중한데 내용을 논의하거나 이송할 기관이 전혀 없는 것으로 파악되는 것을 표기할 수 있도록 하여, 매일 혹은 매주 관리자가 단기적인 확인용으로 사용한다.

사. 신유형에 조속히 대처하기 위한 통합협의체 구축

새로운 서비스에서의 피해 발생이나 새로운 유형의 피해가 발생하는 경우 어떤 제도나 기관도 해당 피해에 대하여 구제할 방법이 없는 경우가 발생할 수 있다. 온라인 상담센터는 이러한 신유형의 피해에 대하여 조속히 대처할 수 있도록 관련 정부부처, 유관기관, 사업자, 법률기관 등과의 협의체를 운영할 수 있다. 통합협의체는 우선 임시조치 등의 선제적인 조치를 취하여 해당 피해의 확산을 막고, 이후 해당 유형에 대한 제도적인 대안을 모색하는 역할을 수행한다. 신유형에 대한 대처방안을 모색한다는 점에서 앞서 설명한 일상적인 협력체계와 다르다.

새로운 피해 유형이 발생하면, 사업자, 기관 등은 소관이 아니라거나 관련 제도가 부재하다는 등의 사유로 구제에 소극적일 수 있다. 반대로, 무조건적인 구제나 방임은 잘못된 이용자 행태를 권장하여 사업자의 경제활동 및 구제기관과 정부의 정책 방향에 악영향을 끼칠 수 있다. 따라서 대처하기 어려운 상황에서의 책임을 나누고 대안을 도모하는 역할을 수행하는 협의체를 운영할 필요가 있다. 또한, 공식 협의체의 의견을 전달함으로써 피해 이용자들에게 현재 제도적 상황을 알리고 이해를 구하는 등의 행위에 좀 더 설득력을 얻을 수 있을 것이다.

2. 타 피해구제 기관과의 차별성

이번에 설립되는 온라인 피해 상담센터는 두 가지 면에서 기존 기관들과 차별화될 것으로 기대한다. 첫째, 온라인 전 범위를 상대로 하여 피해 발생을 접수한다. 둘째, 제도적으로 대처하기 어려운 사각지대에서 새로이 발생하는 피해에 대하여 정부·유관기관, 전문가, 업계가 발빠르게 대처할 수 있는 협력체계를 도입한다.

첫 번째, 모든 범위의 온라인 피해를 대상으로 하는 이유는 그렇게 함으로써 이용자들에게 상담 문턱을 낮출 수 있기 때문이다. 피해나 민원이 발생했을 때 많은 이용자들이 해결 방법이 존재하는 것을 모르거나 어렵듯이 알아도 정확하게 어느 단체에 요청할 것인지 찾는 수고로움을 겪게 된다. 지금도 많은 지원 수단과 기관이 생겨나고 사라지고 이름을 바꾸는데, 앞으로 더 많은 지원기능이 생겨나면 이러한 복잡성은 더 증가할 우려가 있다. 따라서 이용자들에게 편리하게 접근할 수 있는 일원화 창구를 제공한다는 차원에서 전 범위를 대상으로 삼는다.

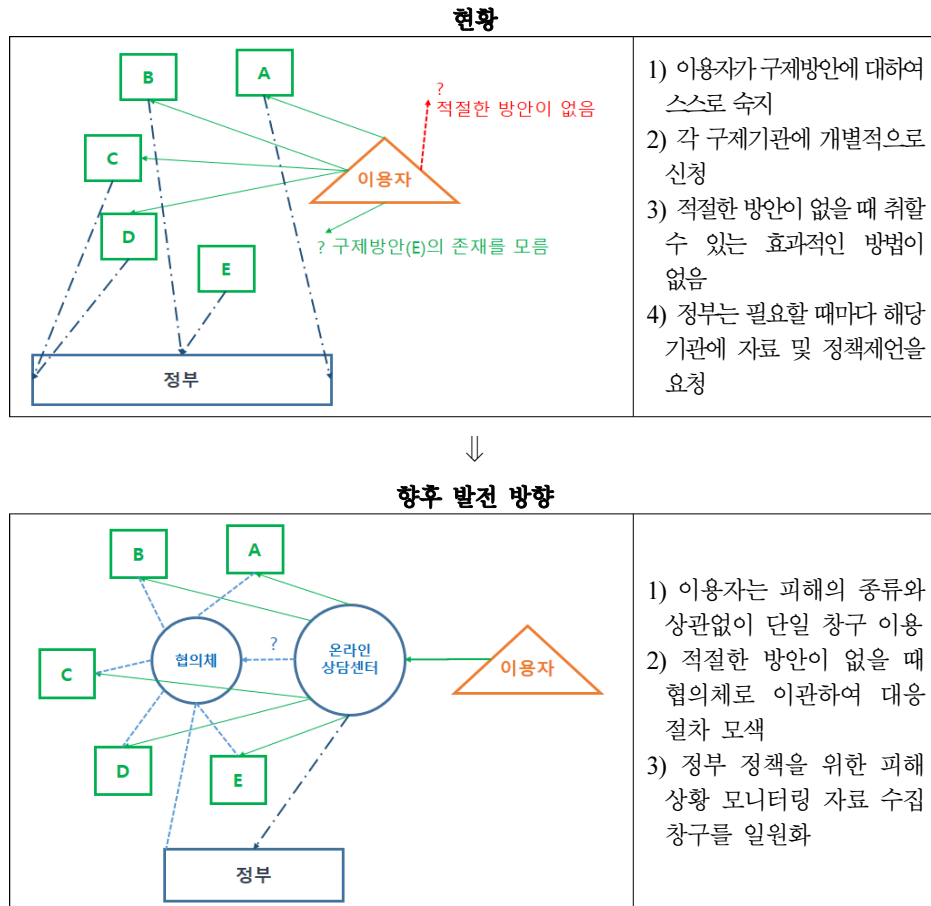
이를 위해 온라인 상담센터는 온라인 피해 전반에 대한 광범위한 지식이 필요하다. 어떤 피해가 발생할 수 있고 각 피해마다 어떤 기관이 어디까지 도움을 줄 수 있는지를 알고 있어야 하며, 또한 개별 기관들과의 구체적인 연락망을 확보하여 수시로 정보를 교류해야 한다. 온라인 피해에 대처하는 네트워크 허브로 기능하는 것이다. 각 전문기관들이 피해구제에 대한 자율적 혹은 제도적인 권한을 부여받고 해결을

위한 세부적인 조정지침 등의 전문적이고 특화된 노하우를 보유하는 것과 차별화된다.

온라인 상에서 발생하는 모든 형태의 피해 접수 및 상담은 정책공급자 측면에서도 일원화된 채널이 될 수 있다. 온라인 정책의 설계 및 입안자는 국내 온라인 피해 현황을 객관적으로 파악할 수 있는 수단이 필요하다. 3장에서 살펴본 대로 각 기관들은 특정 분야에 특화된 상담과 피해구제를 제공하고 있기 때문에 해당 분야에서의 민원이 집중적으로 수집된다. 예를 들어, 한국인터넷진흥원은 불법스팸, 개인정보, 통신망침해 등의 피해민원을 접수하고 한국콘텐츠진흥원은 콘텐츠 정기결제제의 환불과 관련한 민원을 수집한다. 소관이 다르기 때문에 각 기관의 피해 민원 내용이 서로 공유되기 어렵다. 따라서 온라인 상의 피해 상황을 전체적으로 조망할 수 있는 종합적인 정보를 습득하여 제도와 정책적 방안을 마련해야 하는 정부 입장에서는 민원의 객관적이면서 일원화된 수집 창구가 요구된다. 즉, 온라인 전 범위 상담은 피해를 입은 이용자에게도, 민원에 대응해야 하는 정책입안자에게도 일원화된 창구를 제공한다는 차원에서 큰 의의가 있다.

두 번째의 차별화는 신유형에 대한 협력체계 기능이다. 온라인 피해상담센터가 현재 운영중인 많은 기관들과 동일한 피해 구제 기능을 갖추는 것은 현실적으로 가능하지 않고 또한 필요하지도 않다. 해당 분야의 전문적인 피해구제가 가능한 사업자 자율조직이나 공공 구제 기관들이 있으며, 이들의 기능을 상담센터가 중복하여 개발할 필요는 없다. 하지만, 기관들과의 협력체계는 반드시 필요하다. 새로이 발견되는 신유형에 대한 협력체계는 여러 조직들의 허브 역할을 하는 기관에서만 수행할 수 있기 때문이다.

[그림 5-1] 온라인 피해 상담센터 도입에 따른 상담체계의 AS-IS와 TO-BE



온라인 상담센터는 관련 정부부처, 유관기관, 사업자, 법률기관 등과의 협의체를 운영하여 신유형의 피해에 대하여 조속히 대처해야 한다. 협의체는 우선 임시조치 등의 선제적인 조치를 취하여 해당 피해의 확산을 막고, 이후 신유형에 대한 제도적인 대안을 모색하는 역할을 수행한다.

이를 위해서 온라인 상담센터는 변화하는 인터넷 환경과 축적되는 민원 사례를 꾸준히 모니터링하고 분석할 수 있어야 한다. 국민신문고처럼 행정상담이 주가 되

는 센터가 아니라 온라인에서 발생하는 온갖 종류의 피해를 다루게 되므로 온라인 기술, 사회 및 환경 진화에 밀접하게 연관될 수 밖에 없다. 일상적인 상담 기능과 인력 외에 분석 부서가 필요할 수 있다. 민원 발생 현황을 지속적으로 모니터링하여 특수 유형의 발생을 추적하고 발굴한다. 신유형 발생 내역을 협의체로 연결하여 빠르게 대응할 수 있도록 한다.

3. 온라인 피해상담센터 구축시 주의사항

피해상담센터는 원스톱으로 온라인 관련 민원을 접수하고 피해구제의 전문성을 가진 기관을 소개하거나 연결하는 허브 역할을 수행한다. 이러한 허브 역할에서 다음과 같은 사항에 주의가 필요하다.

가. 여러 기관에 걸친 동일 민원의 반복 접수

온라인 이용자가 자신의 민원을 사업자, 기관, 상담센터 등에 동일한 내용으로 여러 번 접수할 수 있다. 각 기관의 접수자 및 상담원들은 동일한 민원을 여러 번 응대해야 하며, 민원인은 동일한 내용에 서로 다른 응답을 얻었을 경우 이에 다시 민원을 제기하는 등 처리과정이 한결 복잡해질 수 있다. 국민신문고는 본인인증을 거쳐 접수내역을 관리할 수 있고, 민원처리법에 의해 행정기관 간 민원인의 개인정보를 공유할 수 있다. 또한 동일한민원을 3번 이상 접수했을 경우 행정기관장은 종결처리할 수 있다. 하지만 이러한 제도적 지원이 뒷받침되지 않으면 상담센터는 민원인의 개인정보를 무단으로 공유할 수 없으며 개인을 특정할 수 없다.

따라서 허브로서 상담센터는 동일 민원이 접수되고 중복처리되어 기관들의 업무가 가중되지 않도록 절차를 마련해야 한다. 해당 민원을 다른 기관에도 접수한 적 있는지 이용자에게 일차적으로 확인하는 방법, 피해상황 기술시에 ID, 등록번호 등 해당 시스템의 고유값을 확인하는 방법, 기관 간 개인정보를 공유할 수 있도록 동의 받는 방법 등을 검토할 수 있다.

나. 센터 내 성과지표 관리

온라인 피해에 적절한 기관을 연결하는 허브로서, 센터는 성과지표의 관리에 어려움이 있을 수 있다. 일반적인 민원구제기관은 최초의 민원 접수자가 피해 구제를 완료하는 완결율, 1차 처리율로 가장 기초적인 성과를 평가한다. 하지만 허브기관은 피해를 구제하는 기능이 거의 없기 때문에 완결율을 성과로 사용할 수 없다. 따라서, 피해상황과 기관을 얼마나 제대로 유의미하게 연결시켰는가의 정도로 가장 기초적인 지표로 관리되어야 한다. 완결율과 유사하게 이송성공률 정도로 볼 수 있다. 민원인의 재인입 혹은 재문의 비율, 연결기관에서의 재분류 요청비율 등도 이송성공률의 역의 개념으로 활용될 수 있다.

이송성공률과 유사하게 이용자들의 상담 만족도도 중요한 지표가 될 것이다. 동일한 자원제약 하에서 양적 지표와 질적 지표는 서로 상충한다. 센터 설립 초기에는 일원화된 창구로서의 홍보효과를 위해 전략적으로 양적 지표에 중심을 둘 수 있으나, 이용자들이 양질의 상담을 통해 적절한 피해 구제 기능에 도달할 수 있어야 허브 역할 정체성을 확고히 할 수 있다. 여러 기관이 관계하는 복합 피해 민원의 대처에 더 높은 평가를 주어야 하는 것도 같은 맥락이다.

다. 사각지대 피해민원에 대한 대응

전문적인 대응 기관이 부재한 사각지대의 피해가 발생하는 경우에 대한 대비가 필요하다. 속도 면에서 온라인 분야 이용자 보호 제도는 시장의 변화 상황에 따라 뒤따를 수 밖에 없어, 제도적인 뒷받침이 없는 상황이 필연적으로 발생할 것이고 이에 유연한 대처는 필수적이다.

앞서 통합협의체를 운영하고 회색지대의 민원을 이관하여 사업자, 기관, 부처가 협의하여 문제에 대응할 것을 제안하였다. 센터 초기에 협의체가 구성 및 운영하지 못하더라도 주무부처인 방송통신위원회가 피해를 중재하는 등의 역할을 수행할 수 있도록 체계를 갖출 필요가 있다. 중재의 노력이 축적되면 제도 개선의 실증적인 근거로 활용될 수 있다.

라. 주무부처의 적극적인 운영지원과 정책기획

주무부처인 방송통신위원회가 상담센터의 운영을 적극적으로 지원하고, 피해상담 내역에서 도출되는 분석 내용을 활용하여 효과적으로 정책을 기획하는 선순환 상호작용이 필요하다. 피해구제 기능이 없는 단순 상담 센터가 기관 간의 협력을 조정하는 허브로 자리잡으려면 부처의 적극적인 지원이 있어야 한다. 또한, 허브에서 수집되는 피해 자료를 중요한 자산으로 생각하여 온라인 이용자 보호 정책에 충분히 반영하는 등 정책기획과 연결시킬수록 상담센터의 가치가 상승할 것이다.

제2절 온라인 피해 상담센터의 운영

이번 절은 새로 설립될 온라인 피해 상담센터의 상담운영규정에 포함될 내용에 대하여 서술한다. 설립 후 조기 정착을 목적으로 기본적인 상담 운영 방침과 절차에 대한 대략적인 방향을 제시한다. 상담센터의 규정은 인사, 회계, 감사 등의 일반규정과 민원상담 관련 규정으로 구성될 수 있는데, 이번 절에서는 민원상담 규정에 초점을 맞출 것이다. 일반규정의 내용은 상담센터를 운영하게 될 기관에서 기관 상황 및 특성에 따라 마련하게 된다.

온라인 피해 상담센터 운영에 대한 벤치마킹 대상으로 넓은 범위의 민원을 접수하는 기관인 국민신문고와 서울시출연재단인 120다산콜재단을 들 수 있다. 다산콜재단의 상담규정³⁴⁾은 단순하고 이해하기 쉬운 장점이 있고, 국민신문고의 운영규정³⁵⁾은 법령으로 지정되어 복잡하고 중복적이나 복합민원의 분류 및 분할에 대하

34) 120다산콜센터는 서울시 및 산하기관의 행정민원을 접수 및 처리하는 행정민원센터로, '민원처리에 관한 법률'과 그 시행령을 기초로 작성된 '민원사무처리규정'을 재단 규정집에 두고 있다. 규정은 민원처리법령의 내용을 필요에 따라 차용하고 간략화한 형태로, 규정에서 정하지 않은 사항은 민원처리법 등을 따르도록 하고 있다. 총 4장으로 민원처리 절차에 따라 접수·분류 → 이송·처리 → 조정 → 결과통지 → 확인·점검의 순서로 구성되어 있다.

35) 국민신문고는 '민원처리에 관한 법률' 및 그 시행령과 시행규칙을 기반으로 운영

여 기술한 장점이 있다. 따라서 120다산콜재단의 규정을 주로 참조하되 복합피해상담의 경우를 국민신문고 규정을 참고하여 보완하는 것을 제시한다. 다만, 다산콜재단과 국민신문고는 모두 행정민원만을 대상으로 하며, 민원을 직접 처리하거나 소관 기관에 처리 의무를 지우는 등의 민원처리기능을 가진 것과 달리 온라인 피해 상담센터는 민원의 범위가 훨씬 광범위하고 현재 부여된 기능은 상담으로 한정된다는 것에 유의해야 한다.

1. 피해상담 운영규정의 구조

운영규정의 열개는 상담의 접수부터 완결까지 절차에 따라 구조화한다. 상담처리 절차는 크게 접수, 분류, 상담, 전문기관으로의 이송, 결과통보(혹은 종결처리), 모니터링 등으로 구성된다. 구제나 조정 기능이 없으므로 상담이나 이관 절차의 효과성을 높이는 것이 상담 운영 과정에서 가장 중요할 수 있다.

규정과 절차는 상담의 종류에 따라 세부 내용이 추가될 수 있다. 상담의 종류는 한 기관이나 단체에서 처리할 수 있는 단순피해와 여러 기관이 연계하여 해결해야 할 복합피해로 나눌 수 있다. 예를 들어, 성범죄 영상물 유출피해의 경우 망사업자, 경찰청, 방심위, 피해자지원센터가 동시에 신속하게 피해구제에 나서야하므로 복합 피해상담으로 분류된다. 복합피해는 분류에서부터 종결처리까지 절차가 더 복잡해질 것이다.

또한 피해상황분석 기능과 협의체로의 이관 등의 내용이 포함된다. 상담규정은 해당 기능의 내용과 운영을 다루지는 않으나, 상담과정에서 해당 기능과의 연계가 필요한 부분을 서술해 두어야 한다. 통합협의체는 신유형 피해를 파악하고 효과적

되며, 그 외 하위 훈령으로 ‘온라인 국민참여포털의 운영에 관한 규정’, 예규로 ‘국민권익위원회 고충민원 처리지침’을 두고 있다. 또한, 국민신문고 운영 자체는 부패방지권익위법과 그 시행령에 따른 ‘온라인 국민참여포털의 운영에 관한 규정’에 의한다. 운영규정은 참여포털 운영과 관련한 권익위(총괄기관) 업무범위를 지정하고, 행정기관(처리기관)에게 권익위에 민원담당자를 통보하고 처리할 의무를 지운다.

으로 구체하기 위하여 관련 기업, 기관, 부처 간 협의를 도모하는 기능조직으로 별도의 운영규정이 필요하며, 상담운영규정에서는 상담 과정에서 신유형으로 분류되어 협의체로의 이관해야 하는 피해 상황 등을 규정상에 포함해야 할 것이다. 분석 기능도 마찬가지로 적절한 구제기관의 부재, 상담DB의 부적합하거나 불충분한 내용 등을 알리고 수정 보완하는 방법 등 상담과정과 연계된 내용을 상담규정에 반영한다.

2. 피해상담 운영규정의 내용

피해상담 운영규정은 크게 총칙, 민원상담, 협의체 및 자료 분석에 대한 내용으로 구성될 수 있다.

가. 총칙

먼저 총칙에서 상담 대상과 범위를 지정한다. 상담 대상은 개인 이용자, 범위는 온라인에서 발생하는 피해 민원으로 한다. 총칙은 또한 상담의 기본 원칙을 제시해야 하는데, 불필요한 처리 지연을 금지하고 민원인 개인정보 보호 방침을 명시한다.

나. 민원상담

민원상담에 대한 운영내용은 상담 대응 절차에 따라 규정한다.

1) 접수: 접수창구를 구체화하고 접수시 필요한 정보와 서류를 나열한다. 여기서 온라인 이용자 피해로 보지 않는 접수예외 사유 목록을 지정할 수 있다.

2) 분류 및 배정: 민원인의 피해 내용을 검토하여 센터 내 담당자에게 배정한다. 이 단계에서 단순피해상담과 복합피해상담을 구분하고, 복합피해상담인 경우 주관 담당자와 협조담당자로 나누어 배정한다. 동일한 민원인이 비슷한 상담을 중복 요청했을 경우 병합하고, 독립적으로 처리해야 하는 민원이 하나로 접수되었을 경우에는 분할하는 등의 과정을 거친다. 담당자의 재분류 요청이 있을 시 재분류할 수 있음을 규정화한다.

3) 처리 및 이송: 상담담당자는 해당 피해 내용에 적합한 대처방안을 제시하고, 신청인의 요청이 있을 경우 구제기관으로 신청을 대리하거나 이송 처리한다. 전문구제기관의 상담접수, 민원이송, 개인정보활용 등에 대한 상호협조가 선행되어 있어야 한다. 복합피해상담인 경우, 주관담당자가 절차를 총괄처리할 수 있게 한다.

4) 처리기간: 접수 후 상담 과정에 소요되는 기간을 지정하고 기간 연장이 가능한 조건을 명시한다.

5) 타기관 재이송: 구제기관이 소관이 아님을 이유로 재이송을 요청했을 경우에 대한 재검토 절차를 제시한다.

6) 악성민원: 폭언, 욕설, 성추행 등의 문제성 민원이나 같은 민원을 반복적으로 신청하는 민원 등에 대한 종결 처리 방식을 명시한다.

7) 조정 및 감독: 심사관, 조정위원회 등 상담을 위한 분류와 처리를 조정하고 감독할 직급이나 조직과 설치 및 운영 방식을 규정한다.

8) 완결 및 점검: 상담이 끝났음을 표시하는 완료 방식을 규정화하고, 상담의 처리과정과 내용을 점검하는 프로세스를 확보하도록 한다.

다. 협의체 이관 절차

상담과정에서 협의체로의 연계 기능을 상담규정에 포함시킨다. 협의체는 대처할 대표기관이 없는 신규 유형의 민원에 대하여 조속히 처리하고 또한 새로운 제도를 모색하는 민간사업자, 유관기관 등으로 구성된 협력체제이다. 협의체의 역할, 범위, 참여자는 별도의 규정을 필요로 하며, 상담규정은 협의체로의 피해사례 이관 절차를 수록한다.

라. 모니터링 및 분석을 위한 절차

상담 과정에서 필요한 분석용 작업을 명시한다. 예를 들어, 상담 과정에서 적절한 구제기관이 부재한 피해 상황을 표기할 수 있도록 한다. 혹은 현재 다발하여 적극적인 관심이 필요하다고 판단되는 경우도 표기한다. 이러한 프로세스를 추가함으로써 관리자의 피해 상황 모니터링 분석을 도울 수 있다. 관리자의 조속한 평가를 거쳐 이용자에게는 적절한 상담을 제공하고 해당 내용을 협의체 등에 이관하는 등의 빠른 대응이 가능하다.

제 6 장 결 론

이번 연구는 온라인에서 발생하는 이용자 이익 침해 사고가 복잡한 형태로 일어나고 있음에도 피해 유형과 대처에 대한 체계적인 연구는 부족하고 구제기관은 영역별로 흩어져있어 효과적인 피해구제가 힘들다는 문제의식에서 수행되었다. 이에 따라 이번 연구는 개인이용자가 온라인에서 입을 수 있는 피해 유형을 분류하고 각 유형에 대한 대처방안을 체계적으로 정리하였다. 또한, 온라인 이용자의 피해상담 센터가 가져야 할 목적과 역할, 그리고 다른 구제기관과의 차별점을 짚어보고 이를 효과적으로 실현하기 위한 운영방안 등을 논의하였다.

이번 연구에서 정리한 온라인 이용자 피해 유형 분류 체계는 분야별로 산발적으로 흩어져있던 피해의 유형과 대응 방안을 온라인이라는 커다란 범위 아래에 하나의 프레임으로 묶었다는 데에 의의가 있다. 연구 결과, 온라인 피해의 유형을 크게 상거래유형과 비금전유형으로 구분하였다. 상거래유형은 금전적인 거래가 개입하는 상황에서의 피해 유형으로, 그간 소비자보호법, 전자상거래법, 약관법 등에서 구체적이고 엄격한 제도 하에 있었다. 통신서비스, 콘텐츠 등 특수한 유형의 경우에는 전기통신사업법, 콘텐츠이용자보호지침 등으로 규율하고 있다. 상거래유형은 재화 및 서비스(통신, 콘텐츠 제외), 통신서비스, 콘텐츠(구독서비스 포함), C2C(개인간) 거래의 네 개의 대분류를 제시하고, 여기서 중분류 28개, 소분류 77개를 나누었다. 비금전유형은 금전거래가 없으며 사회적, 정서적, 인격적 피해를 받게 되는 상황을 의미하는데, 상거래유형에 비해 상대적으로 제도적 장치가 엄격하지 않으나, 최근 인터넷 환경이 급격히 진전되면서 문제가 빈번하게 발생하고 있는 영역이다. 비금전유형을 권리침해, 불법콘텐츠, 성범죄피해, 기타 사이버범죄, 크리에이터, 집단괴롭힘의 6개의 대분류로 나누고, 이들 대분류로부터 총 20개의 중분류, 총 44개의 소분류가 도출되었다. 모든 유형에 대하여 관련 법, 제도, 문헌에 의해 정의를 내리고,

각 유형의 피해를 입었을 시 대처할 수 있는 방안을 병기하였다. 각 유형에 대하여 신고, 상담, 구제, 조정 등을 전문적으로 다루는 기관이나 조직을 제시하고, 이들이 각 유형의 피해자에게 제공하는 이용자 보호 조치를 기술하였다.

피해유형 분류체계는 향후 여러 용도로 활용될 수 있다. 먼저, 이용자들에게 발생 우려가 있는 피해에 대해 설명하고 대처방안을 알리는 기초 자료로 활용할 수 있다. 또한, 새로 설립될 예정인 온라인 피해 상담센터에서 상담원의 상담자료나 상담데이터베이스의 열개를 잡는 등의 초기 운영 과정에 활용될 수 있다. 더 나아가, 이번 피해 유형 분류 결과를 활용하여 더 확장된 형태로 연구가 가능하다. 아직 기초적인 단계인 유형 분류작업에서 나아가 체계를 재조직하거나, 분류항목을 늘려 대응할 수 있는 피해의 범위를 확대할 수 있다. 현재의 분류 체계를 비추어보았을 때 속하지 않은 새로운 피해 유형을 발굴하는 틀로도 사용할 수 있다.

유형분류체계를 정리하면서 지금도 많은 제도와 기관들이 각종 온라인 피해와 분쟁에 대응하기 위하여 조직되어 있고 활발히 기능하고 있음을 알 수 있었다. 하지만, 온라인 서비스가 국민들의 생활에 급속히 침투하면서 일부는 사각지대가 발생하고 일부는 프로세스가 복잡하여 이용자들이 현존하는 제도를 효과적으로 사용하지 못하기도 한다. 이에 따라 보고서의 서두인 1장과 2장에서 현재 온라인 이용자 피해와 관련하여 피해 구제의 신속성, 신유형에 대한 조속한 대응, 복잡한 피해 유형에 대한 기관 간 효과적인 연계 등이 필요함을 설명하였다. 이번 연구는 위의 정책 목표를 실현할 방안으로 2022년 설립이 예정된 (가칭) ‘인터넷 피해 상담 센터’에 관련 역할을 부여할 필요가 있다고 보았다.

온라인 피해상담센터는 온라인 상에서 발생하는 모든 종류의 피해에 대해 소관을 가리지 않고 민원을 접수하여 상담을 제공하고 피해를 구제하는 일원화된 창구를 제공한다. 상담센터는 각 분야의 피해구제기관과 이용자를 이어주는 허브로 기능한다. 이로써 피해 유형 및 구제 관련 제도에 아무런 경험과 지식이 없는 일반인이더라도 손쉽게 접근하여 상담을 받을 수 있도록 센터를 중심으로 기관 간 연계 체계를 구축할 필요가 있다. 또한, 원스톱 피해 상담센터를 통해 광범위한 온라인 피해 상

담 내역을 축적함으로써 신규 유형을 발굴하고 현재 제도의 문제점을 도출하는 등 정책적 효과도 기대할 수 있다.

이를 위하여, 온라인 피해 상담센터는 온라인 피해 대처 방안에 대한 구체적인 프레임워크를 확보할 필요가 있다. 이번 보고서의 유형분류체계가 일차적으로 활용될 수 있다. 또한, 이용자가 손쉽게 접근할 수 있도록 온오프라인 창구를 제공해야 한다. 온라인에서 일어나는 피해를 상담하므로 온라인으로 간소화된 접수 절차를 제공하되, 피해 규모나 복잡성, 온라인 소외계층 등을 고려하여 온라인과 오프라인을 이원화하는 방법도 고려할 만하다. 신규 서비스와 신규 유형이 지속 발생하는 온라인 특성상 상담사들이 꾸준히 상담정보를 업데이트하고 전문성을 높여야 한다.

또한, 온라인 피해 상담센터는 허브 역할을 수행하기 위하여 피해 구제를 담당하는 전문기관과 필요에 따라 여러 층위에서 협력체계를 확보해야 한다. 단순히 정보를 확인하는 낮은 단계에서부터 피해를 접수하여 이관하거나 여러 기관이 협력하여 복합민원에 대응하는 고위 단계까지의 협력 체계가 필요하다. 추가로 광범위한 온라인 영역에서 주의가 요구되는 급박한 피해 상황의 발생, 새로운 피해 유형의 발생 등을 모니터링하고 분석할 수 있는 기능이 필요하다. 이를 통해 신규 유형을 발굴하거나 제도개선 방향을 모색할 수 있기 때문에 반드시 구축되어야 하는 기능이다. 협력체계와 분석기능이라는 두 기반을 바탕으로 센터는 신규 피해 유형에 조속히 대처하기 위한 통합협의체를 구축할 수 있다. 정부부처, 유관기관, 사업자, 법률기관 등으로 이루어진 협의체는 제도권에 포함되지 않는 신유형 피해가 발생했을 때 우선 임시조치 등의 선제적인 조치를 취하여 해당 피해의 확산을 막고, 이후 해당 유형에 대한 제도적인 대안을 모색하는 역할을 수행할 수 있을 것이다.

이제 모든 분야, 모든 사람에게 온라인 서비스는 필수불가결하다. 상거래, 금융, 교육, 미디어, 교통, 엔터테인먼트 등 생활 전역에서 사람들은 실시간으로 온라인에 연결된다. 오프라인에서와 마찬가지로 온라인 세계에서 사람과 사람 간의 다양한 문제가 생겨난다. 시공을 가볍게 넘는 온라인의 특성 때문에 오히려 오프라인보다 더 많은 문제가 발생하고 해결은 더욱 어렵다. 온라인에서 발생하는 문제를 오프라

인의 법제도를 차용할 수 있느냐를 넘어 온라인 특유의 문제를 해결하기 위한 제도가 더욱 필요할 수도 있다. 제도를 도입하거나 다루기 전에 가장 먼저 필요한 것은 관련 문제가 어떻게 얼마나 발생하고 있는지를 파악하는 것이다. 이번 연구는 온라인 피해 유형 분류를 체계화함으로써 어떤 문제가 존재하고 어떻게 대응해야 하는지를 보았고, 온라인 피해 상담센터를 구축함으로써 이용자들의 실제 피해를 수집하여 신유형 피해를 발견할 토대에 대하여 설명하였다. 이번 연구가 인터넷 환경의 건전성과 혁신성을 더욱 제고할 수 있는 밑거름이 되길 바란다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

고용노동부 (2019), 『직장 내 괴롭힘 판단 및 예방·대응 매뉴얼』.

개인정보보호위원회 (2021), 『2021 개인정보보호 연차보고서』, 개인정보보호위원회.

김현수(2020.6), “코로나19 이후 글로벌 전자상거래 트렌드”, TRADE FOCUS, 2020년 21호, 한국무역협회.

국가통계포털, “온라인쇼핑 거래액” ;

과학기술정보통신부·한국인터넷진흥원 (2021), 『2021년 전자거래분쟁조정사례집』, 한국인터넷진흥원.

과학기술정보통신부·한국지능정보사회진흥원 (2021), 『2020년도 인터넷이용실태조사』.

닐슨미디어(2020.11.30.), “200만 이용자 목전에 둔 ‘퍼스널모빌리티’, 대안 교통수단으로 자리잡나?”

매일경제(2019.3.19.), “몰카 피해자 평생의 고통...촬영·유포자는 2%만 구속”.

방송통신심의위원회 (2020), 『2019 방송통신심의연감』.

_____ (2020), 『따뜻한 인터넷 세상 우리 함께 만들어요: 인터넷권리침해 예방 가이드북』.

_____ (2021), 『제4기 방송통신심의위원회 백서』.

방송통신위원회 (2021), 『'19~'20년 통신분쟁조정사례집』, 방송통신위원회.

방송통신위원회·행정자치부·한국인터넷진흥원(2017), 『스마트폰 앱 접근권한 개인정보 보호 안내서』.

이양환 (2012), “소셜미디어를 통한 개인 신상정보 침해와 언론보도의 영향”, 언론중재, 언론중재위원회.

이윤희(2014.8), “국내 SNS의 이용 현황과 주요 이슈 분석”, Internet & Security Focus, 한국인터넷진흥원.

와이즈앱, “2020년 배달 앱 결제규모 2019년 대비 75% 증가”

콘텐츠분쟁조정위원회 (2021), 『2021 콘텐츠분쟁조정사례집』, 한국콘텐츠진흥원.

한국소비자원 (2021), 『2020 소비자 피해구제 연보 및 사례집』.

_____ (2016.5), “모바일 부동산 중개 서비스 이용 관련 실태조사”.

_____ (2016.6), “온라인 P2P 대출 서비스 실태조사”.

_____ (2019.6), “SNS마켓 소비자문제 실태조사”.

_____ (2019.12), “신유형 소비자문제(다크 넷지) 실태조사”.

_____ (2020.12), “라이브커머스 광고 실태조사”. 한국소비자원(2019.6), “SNS마켓 소비자문제 실태조사”.

_____ (2021.1.21.), “온라인 거래 소비자피해 지속적으로 증가”

한국은행(2020. 9), “비대면 소비행태 확산과 서비스업계의 대응전략”, 《이슈모니터링》.

경찰청 사이버범죄 신고시스템(<https://ecrm.cyber.go.kr>).

경찰청 안전Dream 아동·여성·장애인 경찰지원센터 홈페이지(<https://www.safe182.go.kr>).

구글 개인정보 보호 및 약관(<https://policies.google.com/?hl=ko>).

네이버 고객센터 홈페이지(<https://help.naver.com>).

디지털성범죄 피해자지원센터 홈페이지(<https://d4u.stop.or.kr>).

방송통신심의위원회 홈페이지(<http://www.kocsc.or.kr>).

법제처 블로그 생생법정보(<https://moleg.tistory.com/5546>).

법제처 찾기쉬운 생활법령정보 홈페이지(<http://www.easylaw.go.kr>).

식품의약품안전처 홈페이지(<https://www.mfds.go.kr>).

유튜브 정책 및 가이드라인(<https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/copyright-guidelines?hl=ko>).

청소년사이버상담센터 홈페이지(<https://www.cyber1388.kr>).

카카오 이용자 보호 현황 홈페이지(<https://clean.kakao.com/transparency/report>).

푸른나무재단 홈페이지(<http://btf.or.kr>).

한국인터넷진흥원 홈페이지(<https://www.kisa.or.kr>).

[해외 문헌]

Stigler Center(2019.9), “Stigler Committee on Digital Platforms Policy Brief” .

WEF(2020.7.), “Digital Transformation: Powering the Great Reset”

● 저 자 소 개 ●

조 유 리

- 서울대 산업공학과 졸업
- KAIST 경영공학 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

김 현 수

- 고려대 법학과 졸업
- 고려대 법학과 석사
- 고려대 법학과 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

강 인 규

- 고려대 경제학과 졸업
- 고려대 경제학과 석사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

방송통신융합 정책연구 KCC-2021-21

온라인 서비스 이용자 보호를 위한

피해대응 정책방안 연구

(Policy Study of Efficient Relief System
Design Addressing Online User Damage)

2021년 12월 31일 인쇄

2021년 12월 31일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장

발행처 방송통신위원회

경기도 과천시 관문로 47

정부가천청사 2동

TEL: 02-2110-1323

Homepage: www.kcc.go.kr

