

2021 제3호

최신외국법제정보

Issue Brief on Foreign Laws

맞춤형 법제정보

- 멕시코 반부패 관련 법제 현황
- 칠레 반부패 관련 법제 현황
- 페루 반부패 관련 법제 현황

외국법제동향

- 이탈리아 COVID-19 관련 한시적 해고제한법의 주요 내용
- 유럽연합 「디지털 서비스법(안)」의 체계 및 주요 내용
- 중국 「온라인거래 감독관리방법」의 입법 배경 및 주요 내용
- 미국 디지털 플랫폼 규제 관련 입법동향
- 프랑스 보조생식 관련 「생명윤리법」의 입법동향

2021 제3호

최신외국법제정보

Issue Brief on Foreign Laws

유럽연합 「디지털 서비스법(안)」의 체계 및 주요 내용

이창범 | 연세대학교 법무대학원 겸임교수

I. 들어가며

온라인 시장의 급속한 팽창과 함께 온라인 플랫폼 운영자 및 온라인 판매 사업자에 의한 소비자피해가 급증하고 있다. 온라인 시장의 각종 불법 콘텐츠, 불안전 상품, 맞춤형 광고, 기만적이거나 부당한 추천·광고 알고리즘 등으로 인한 소비자피해는 오프라인상의 소비자피해와는 그 내용과 형식을 달리 하며, 소비자는 그 자신이 피해자인지 여부도 알기 어려운 경우가 적지 않다. 온라인 시장의 소비자피해(사기거래, 허위표시, 위조상품 등)는 이전에도 문제가 되었으나, 최근의 소비자 피해사례는 주로 “디지털 플랫폼”의 개입에 따른 피해사례가 많고(추천, 광고 등), 상품이나 서비스의 판매와 직접 관련이 없는 불법·허위 정보와 콘텐츠로 인한 피해(가짜 정보, 페이크 뉴스 등)가 문제되고 있다.

유럽연합은 이와 같은 새로운 유형의 소비자피해 트렌드에 대응하기 위해 2020년 12월 「디지털 서비스법(안)(Digital Services Act)」¹을 제안하고, 2021년 4월 21에는 「인공지능법(안)(Artificial Intelligence Act)」²을 제안하였으며, 일본 정부도 2021년 3월 5일 「거래 디지털 플랫폼을 이용하는 소비자의 이익 보호에 관한 법률(안)」을 발의하였다. 우리나라에서도 2021년 3월 30일 국회에 온라인 플랫폼 규제를 주된 내용으로 하는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부 개정안」(윤관석의원 등 13인 발의)이 발의되었고, 그에 앞서 정부는 2021년 3월 5일 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부 개정안」(공정거래위원회 공고 제2021-14호)을 입법예고한 바 있다. 그러

* 이 글은 2021년 5월 28일 한국인터넷법학회 춘계 학술대회에서 발표한 것입니다.

1 Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC, 15 December 2020. 이하 “Proposal”로 약칭한다.

2 EUROPEAN COMMISSION, Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL LAYING DOWN HARMONISED RULES ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE (ARTIFICIAL INTELLIGENCE ACT) AND AMENDING CERTAIN UNION LEGISLATIVE ACTS, 21.4.2021., 「인공지능법안」은 인공지능 시스템(알고리즘) 및 바이오 인식 서비스로부터 소비자 안전과 기본권 보호를 주된 내용으로 하고 있어 「디지털 서비스법(안)」과 더불어 또하나의 디지털 소비자보호법으로 평가할 수 있을 것이다.

나 이들 법안에 대해서는 개인 판매자의 신원정보 공개, 검색결과 순위결정 알고리즘 공개, 맞춤형 광고 규제 등을 둘러싸고 관련 업계의 반발이 적지 않다.

이하에서는 유럽연합 「디지털 서비스법(안)」의 제안 배경 및 목적, 적용 대상 및 범위, 주요 특징 및 내용 등을 살펴본 다음, 이 법안의 내용과 입안 과정에서의 논의가 국내법에 줄 수 있는 시사점을 분석하는 것으로 한다.

1. 법안의 제안 배경

유럽연합은 2000년 「전자상거래지침(e-Commerce Directive)」³을 채택한 이후 혁신적으로 새롭게 등장한 정보사회서비스들이 EU시민의 삶에 많은 변화를 주었고 특히 소통, 연결, 소비, 비즈니스 등의 방식에 큰 변화를 가져왔다고 평가하고 있다. 동시에 디지털 서비스는 사회와 개인 모두에게 새로운 위험과 도전의 원천이 되고 있다고 진단하기도 한다. 디지털 서비스는 경제적, 사회적, 환경적 지속가능성에 기여함으로써 지속가능한 개발 목표의 달성을 지원할 수 있게 해주고 특히 코로나19 위기에서 그 중요성을 명확히 보여주었지만, 동시에 디지털 기술에 대한 우리 경제와 사회의 의존성을 여실하게 보여줌으로써 그 위험성도 명확히 증명했다는 것이다.⁴

EU는 디지털 서비스의 여러 위험 또는 위험 중에서도 특히 불법 상품, 서비스 및 콘텐츠가 온라인으로 유통되고 교환·거래되는 것에 특별히 주목하고 있다. 또한, 디지털 서비스가 잘못된 정보를 확산시키는데 악용되고 있으며 그밖에 조작된 알고리즘 시스템에 의해서 나쁜 목적으로 이용되고 있는 점에 대해서도 우려를 표하고 있다. 디지털 서비스의 악용사례들이 EU시민의 기본적 인권보호에 큰 영향을 미치고 있다는 것이다. 이에 대응하여 EU는 그동안 부문별로 표적화된 다양한 대책들을 제시해 왔지만 근본적 문제해결에는 이르지 못했다고 자평하고 있다.⁵

이에 따라 유럽위원회는 2020년 2월 발표한 ‘유럽의 디지털 미래 구축(Shaping Europe’s Digital Future)’에 의해서 디지털 서비스 제공자, 특히 온라인 플랫폼의 역할을 하는 자가 이용자와 관계에서의 짙어지는 규칙들을 최신화해야 할 책무를 맡게 되었다.⁶ 사실 불법 콘텐츠 규제를 포함하여 온라인 시장에서 디지털 플랫폼의 역할 정립에 관한 문제는 유럽위원회가 2015년 ‘디지털 단일시장 전략(A Digital Single Market Strategy for Europe)’에서 채택한 16개 로드맵(과제) 중 하나이며⁷ 지난 5년 동안 계속해서 연구되어 온 핵심 주제이기도 하다.

3 Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (‘Directive on electronic commerce’)

4 Proposal 중 EXPLANATORY MEMORANDUM 참조.

5 <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package> (최종방문일: 2021년 7월 11일)

6 European Commission, Shaping Europe’s Digital Future, February 2020

7 European Commission, COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS : A Digital Single Market Strategy for Europe

한편, 유럽의회도 2020년 한 해 동안 디지털 서비스와 관련하여 ① 디지털 서비스법: 단일시장의 기능 향상,⁸ ② 디지털 서비스법: 온라인 사업자에 대한 민·상법 원칙의 적용,⁹ ③ 디지털 서비스법과 기본권 이슈¹⁰ 등 세 개의 중요한 결의안(Resolution)을 채택하였다. 이들 결의안은 서로 보완적인 관계에 있지만, 공통적으로 2000년 「e-Commerce Directive」의 핵심적 원칙을 그대로 유지하고, 온라인 환경에서의 기본권을 보호하며, 기술적으로 가능한 모든 경우에 온라인 익명성을 유지해야 한다는 강력한 요구를 포함하고 있다. 동시에 결의안들은 디지털 서비스 제공자에 대해 투명성, 정보제공 의무, 책임성 등을 요구하고 있으며 온라인상에서 불법적인 콘텐츠를 차단할 의무를 지지하고 있다.¹¹

따라서 2020년 12월에 제안된 「디지털 서비스법(안)(Digital Services Act)」은 디지털 서비스 제공자의 새로운 역할과 책임에 관한 유럽위원회, 유럽의회 및 유럽이사회의 강력한 의사 표현이자 유럽 단일시장을 규율하게 될 새로운 플랫폼 규칙이라고 할 수 있다.

2. 법안의 주요 목적

「디지털 서비스법(안)」 제1조제2항은 이 법의 목적을 (a) 온라인 중개서비스를 위한 내부시장의 적절한 기능에 기여하고, (b) 유럽현장에 명시된 기본적 권리가 효과적으로 보호되는 안전하고 예측가능하며 신뢰할 수 있는 온라인 환경을 위한 통일된 규칙을 설정하는 것이라고 밝히고 있다. 「디지털 서비스법(안)」의 이와 같은 목적은 이 법안의 전신이라고 할 수 있는 2000년 「e-Commerce Directive」에서 이미 제시된 것이다. 그러나 동 지침이 채택된 이후 온라인 환경은 규모, 속도, 내용 면에서 모두 급변하고 있다. 알고리즘에 의한 의사결정 및 온라인 광고 시장의 급성장과 정보 비대칭 현상은 그 대표적인 예라고 할 수 있다. 이에 따라 「디지털 서비스법(안)」은 2000년 「e-Commerce Directive」의 목표를 재확인하면서 여기에 새로 중요한 목적을 몇 가지 추가하고 있다.

2000년 「e-Commerce Directive」는 구체적으로 ① EU 단일시장 내 디지털 서비스의 활발한 작동, ② 이용자의 기본적인 권리를 최대한 존중하는 가운데 온라인에서 불법 콘텐츠의 효과적인 제거, ③ 소비자를 위한 적절한 수준의 정보와 투명성 보장을 목표로 하고 있었다. 이에 더하여 2020년 「디지털 서비스법(안)」은 ④ EU 단일시장 내에서 혁신적인 디지털 서비스의 제공을 위한 최상의 조건들을 보장하고, ⑤ 온라인상에서 이용자 안전과 기본권 보호에 기여하며, ⑥ 중개서비스 제공자에 대한 효과적인 감독을 위한 강력하고 지속적인 거버넌스 체계를 구축하는 것을 기본 목표로 하고 있다.¹²

8 European Parliament, resolution of 20 October 2020 with recommendations to the Commission on the Digital Services Act: Improving the functioning of the Single Market (2020/2018(INL))

9 European Parliament, resolution of 20 October 2020 with recommendations to the Commission on a Digital Services Act: adapting commercial and civil law rules for commercial entities operating online (2020/2019(INL))

10 European Parliament, REPORT on the Digital Services Act and fundamental rights issues posed(2020/2022(INI)), 1.10.2020

11 Proposal 중 EXPLANATORY MEMORANDUM 참조.

12 Proposal 중 EXPLANATORY MEMORANDUM 참조.

구체적으로 「디지털 서비스법(안)」은 불법 콘텐츠를 줄이고, 광고의 투명성을 높이며, 판매자에 대한 추적성 확보를 목적으로 한다.

예컨대, 「디지털 서비스법(안)」은 중개서비스 제공자와 온라인 플랫폼 서비스 제공자(소셜미디어, 마켓플레이스 등)에 대한 책임을 보다 명확히 정의하고자 한다. 특히 대규모 온라인 플랫폼이 EU 경제와 사회에 미치는 특별한 영향을 고려하여 플랫폼 서비스 제공자가 광고를 퍼블리싱하고 알고리즘을 처리하는 과정에서 콘텐츠를 조작하는 방법과 관련하여 보다 높은 수준의 투명성과 책임성 기준을 설정하고, 조작기술의 사용으로부터 서비스의 무결성을 보호하기 위한 적절한 위험관리 도구의 개발을 위해서 그 같은 시스템들이 제기할 수 있는 위험을 평가할 의무를 설정하고 있다.

또한, 불법 콘텐츠에 대한 고지 및 조치 절차(Notice-and-Action Procedures), 플랫폼의 콘텐츠 중재결정에 대한 이의제기 가능성 등을 포함하여 디지털 중개서비스의 상당한 절차적 주의의무(Due-diligence)를 규정함으로써 EU 전역에 걸쳐 온라인 이용자의 안전을 강화하고 기본적 권리를 증진하는 것을 목적으로 한다. 그밖에 온라인 플랫폼 서비스 제공자에게 판매자(Traders)에 관한 정보의 확인 및 제공 의무를 부여함으로써 보다 안전하고 투명한 온라인 소비환경을 보장하려는 것을 목적으로 한다.

「디지털 서비스법」의 제정으로 회원국마다 제각기 제정된 국내법의 차이로 인해 발생할 수 있는 경제활동의 장애를 방지하고 EU시장에서 개발된 혁신적인 국가 간 서비스에 대해서 통일된 조건을 보장할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 또한, 디지털 서비스에 대한 적절한 감독과 당국 간의 협력을 규정함으로써 내부시장에서의 신뢰, 혁신 및 성장을 지원하고, 중개서비스 제공자에게 적용가능한 일관된 접근방식을 보장함으로써 EU 수준의 조치에 대한 예측가능성과 법적확실성을 제공하고 EU 전역에 걸쳐 규정준수비용을 줄여줄 것으로 기대한다. 동시에 이는 중개서비스 제공자의 설립국가와 관계없이 온라인 불법 콘텐츠에 대한 일관된 조치를 보장함으로써 모든 EU시민에 대한 동등한 보호를 제공할 것으로 기대한다.

3. 법안의 특징 및 개요

「디지털 서비스법(안)」은 일종의 온라인 소비자보호 법안이다. 「디지털 서비스법(안)」은 온라인 소비자의 안전과 권리를 잘 보호하면서 디지털 서비스 제공자들에게 과도한 규제가 되지 않도록 하기 위하여 한편으로는 일정한 의무를 준수한 경우 법적 책임을 면제하고 다른 한편으로는 서비스 제공자의 시장에서의 역할, 위상 등에 따라 차별화된 의무를 부여하는 등 전략적인 방법을 채택하고 있다.

첫째, 「디지털 서비스법(안)」은 단순히 정보를 전달만 하거나 캐싱 또는 호스팅 서비스를 제공하고 있는 중개서비스 제공자에 대해서는 불법정보의 전달·저장에 대한 책임을 면제하고 있다(제3조~제5조). 중개서비스 제공자가 자발적으로 불법 콘텐츠를 탐지·삭제·차단 등의 조치를 취하거나 그 밖에 법 준수를 위한 조치를 취했다는 것만으로 면책을 무효화하지 않지만(제6조), 역으로 서비스 제공자에게

불법 콘텐츠에 대한 일상적인 모니터링 의무나 능동적인 사실조사 의무를 부여하지도 않는다(제7조). 부당한 목적을 가지고 불법 콘텐츠 유통에 적극적으로 개입하거나 의도적으로 방치한 경우가 아니면 불법 콘텐츠에 대한 온라인 사업자의 책임을 묻지 않겠다는 취지이다.

둘째, 「디지털 서비스법(안)」은 디지털 서비스 제공자의 시장에서의 역할 및 영향력(서비스유형 및 사업자 규모)에 따라 의무를 차별화하고 하고 있다. 중개서비스 제공자, 호스팅 서비스 제공자, 온라인 플랫폼, 대규모 온라인 플랫폼 등의 순으로 의무가 추가되며, 소규모 사업자에 대해서는 책임을 면제 하는 반면,¹³ 대규모 사업자에 대해서는 다양한 추가의무를 규정하고 있다.¹⁴ 서비스 제공자의 법 준수능력을 고려한 것이라고 할 수 있다.

- 모든 온라인 중개서비스 제공자는 관계당국 등이 직접 소통할 수 있는 단일 연락창구를 개설해야 하고(제10조), 회원국에서 설립되지 않은 중개서비스 제공자는 법률대리인을 지정해야 하며(제11조), 중개서비스 이용시 부과될 수 있는 제한사항을 이용약관에 명시해야 하고(제12조), 불법 콘텐츠로 간주되거나 약관에 위배되는 정보의 삭제·차단과 관련하여 투명성보고서(콘텐츠 조정 보고서)를 발간·공표할 의무를 진다(제13조).
- 호스팅 서비스 제공자는 (일반 중개서비스 제공자의 의무에 더하여) 제3자가 불법 콘텐츠를 알릴 수 있는 신고 메커니즘을 구축해야 하며(제14조), 서비스 이용자가 제공한 정보를 삭제·차단하기로 결정한 경우에는 해당 서비스 이용자에게 그 이유를 설명해야 한다(제15조).
- 온라인 플랫폼은 (호스팅 서비스 제공자의 의무에 더하여) 서비스 이용자가 이용할 수 있는 자체 불만처리시스템을 운영해야 하고(제17조), 분쟁해결을 위해 서비스 이용자가 선택한 소송 외 분쟁해결절차에 협력할 의무를 지며(제18조), '지정신고자(Trusted Flagger)'의 신고사건을 우선적으로 처리할 의무를 진다(제19조). 또한, 불법 콘텐츠를 반복해서 게시한 서비스 이용자에 대한 대책을 이용약관에 명시해야 하고(제20조), 생명·안전과 관련된 범죄 의심정보 발견시 즉시 사법기관에 신고해야 한다(제21조). 또한, 판매자의 신원을 확인하고 판매자의 신원이 부정확한 경우 플랫폼 서비스 제공을 거절·중단해야 하며, 판매자가 EU 소비자 및 상품 안전법을 준수할 수 있도록 인터페이스를 구성하여야 한다(제22조). 특히, 불법정보 등의 삭제·차단과 관련한 활동결과에 대해 보고할 의무가 있고(제23조), 광고를 노출시킬 이용자를 결정하는데 사용되는 주요 매개변수 등을 실시간으로 확인할 수 있도록 해야 한다(제24조). 다만, 소기업인 온라인 플랫폼에 대해서는 이상의 의무는 적용되지 않는다(제16조).

13 소규모 사업자(micro or small enterprise)에 대해서는 ①투명성보고서 발간 의무(제13조), ②자체 불만처리시스템 구축(제17조), ③ADR에 의한 분쟁해결 절차(제18조), ④지정신고자의 신고 우선 처리(제19조), ⑤오남용 이용에 대한 서비스 제공 등 중단 조치(제20조), ⑥범죄혐의 신고 의무(제21조), ⑦판매자 신원 확인 및 추적(제22조), ⑧추가적인 투명성 보고 의무(제23조), ⑨온라인 광고의 투명성 의무(제24조)는 적용되지 않는다.

14 대규모 플랫폼에 대해서는 ①위험 평가 및 완화 조치, ②독립적 감사 실시, ③준법감시인 지정·신고, ④추천 시스템의 매개변수 명확화, ⑤추가적인 온라인 광고 투명화 조치, ⑥규제당국의 데이터에 대한 접근권 보장, ⑦ 추가적인 투명성보고서 발간 의무가 적용된다.

- 대규모 온라인 플랫폼은 (온라인 플랫폼의 의무에 더하여) 플랫폼 서비스의 구조적 위험에 대해 연 1회 이상 위험평가를 수행해야 하고(제26조), 식별된 위험에 대한 완화 조치를 취해야 하며(제27조), 연 1회 이상 법 준수에 대해 독립적인 외부감사를 받아야 한다(제28조). 또한, 추천 시스템에 이용되는 주요 매개변수를 이용약관에 명시하고 서비스 이용자가 언제든지 이를 변경할 수 있게 해야 하며(제29조), 1년 이상 광고주, 광고내용 등의 정보를 보관해 두었다가 누구든지 이용할 수 있게 해야 한다(제30조). 특히, 관계당국 등과 관계당국이 선정한 연구자들이 법 위반 여부를 평가하고 구조적 위험을 식별할 수 있도록 데이터에 접근할 수 있도록 해야 하고(제31조), 준법감시인을 지정해야 하며(제32조), 콘텐츠 조정 보고서 이외에 위험도 평가결과, 감사보고서, 감사이행보고서 등을 공개하여야 한다(제33조).

표1 온라인 서비스 유형별 의무의 차등화

구분	온라인 중개서비스	호스팅 서비스	온라인 플랫폼	대규모 플랫폼
투명성보고서 공개 의무	●	●	●	●
제한사항(콘텐츠 삭제, 차단 등의 조건)의 이용약관 명시 의무	●	●	●	●
관계당국등과의 협력의무	●	●	●	●
연락창구 개설 의무 및 법률대리인 지정 의무	●	●	●	●
신고 시스템 구축 및 삭제·차단 조치 설명 의무		●	●	●
불만·피해구제 시스템 구축 및 소송외 분쟁해결 협력 의무			●	●
Trusted Flaggers(지정신고자) 신고 사건의 우선처리 의무			●	●
상습적 신고 및 이의제기에 대한 대응조치 의무			●	●
써드파티 공급자의 거래자격(신원 등) 확인 의무			●	●
온라인 광고의 대(對) 이용자 투명화 의무			●	●
범죄행위 신고 의무			●	●
위험(risk)의 평가·관리 및 준법감시인 지정 의무				●
위험(risk)에 대한 독립된 감사 및 공적 책임				●
추천시스템의 투명화 및 이용자 선택권 보장 의무				●
관계당국 및 선정 연구자에 대한 정보 접근권 보장 의무				●
행동규약 제정 의무				●
위기대응 협력 의무				●

출처: European Commission, The Digital Services Act: ensuring a safe and accountable online environment

셋째, 「디지털 서비스법(안)」에 의해서 도입된 서비스 제공자의 의무를 내용별로 분류해 보면

- 불법정보의 삭제·차단에 관한 것(불법 콘텐츠 신고 메커니즘 구축, Trusted Flagger 신고사건의 우선 처리, 범죄 의심정보 신고의무 등)
- 투명성 강화를 위한 것(독립적인 외부감사, 콘텐츠 조정 보고서 공개, 불법정보 조치 활동결과 보고, 광고 알고리즘 등 공개, 광고내용 등 보관 및 공개, 추천 시스템 알고리즘 등 공개, 위험 평가 보고서 공개, 감사보고서 공개 등)
- 피해예방 및 신속한 피해구제를 위한 것(위험평가 의무화, 이용약관에 제한사항 명시, 준법감시인 지정, 자체 불만처리 시스템 운영, 불법정보 반복 게시자에 대한 처리기준 공개, 판매자 신원 확인·제공 의무, 소송 외 분쟁해결절차 협력, 코디네이터에 대한 불만신고 등)
- 법 집행을 위한 것(단일 연락창구 개설, 법률대리인 지정, 약속의 구속력 있는 결정으로의 전환, 긴급명령, 조사권 등, 제재규정 등)

으로 구분할 수 있다. 서비스 제공자 자신의 위법행위에 따른 책임보다는 중개서비스의 준(準) 공공재로서의 기능과 역할에 따른 공공적 책임이 중심을 이루고 있다는 점이 특징이라고 할 수 있다.

넷째, 「디지털 서비스법(안)」은 감독기관-서비스 제공자-서비스 이용자-지정신고자(아동보호단체, 법집행기관, 공공기관, 준공공기관, NGO, Europol 등) 간 책임과 역할의 적절한 분담, 다양한 협력 모델의 제시(단일 연락창구 지정, 지정신고자 제도, 감독기관-선정연구자와 데이터 공유, 법률대리인 지정, 준법감시인 지정·신고, 소송 외 분쟁해결제도 등) 등을 통해서 문제해결을 시도하고 있다. 감독기관의 독자적 감시활동이나 서비스 제공자에 대한 일방적 책임 전가만으로는 문제해결이 어렵기 때문이다.

다섯째, 「디지털 서비스법(안)」은 서비스 제공자에게 불법 콘텐츠 신고시스템 구축, 판매자 신원 확인 및 검증 의무, 불만처리시스템 및 ADR 절차 도입, 위험평가 및 완화조치, 준법감시인 지정, 독립적 감사 시행, 투명성보고서 발간, 추천·광고 알고리즘 공개 등의 의무에서부터 전 세계 매출액의 6% 이하의 과징금 또는 일일 평균 매출액의 5% 이하의 이행강제금 부과에 이르기까지 서비스 제공자에게 많은 의무를 부과하고 있다. 특히 이들 의무는 대부분 사전적·절차적 의무여서 서비스 제공자에게 자율규제의 기회를 준 것이라는 주장도 있으나 현실적으로는 서비스 제공자에게 많은 경제적 부담을 가져다 줄 수 있다.

여섯째, 「디지털 서비스법(안)」은 유럽연합 단일법이지만 「디지털 시장법(안)」과는 달리 동법의 집행 권한을 유럽위원회가 직접 행사하지 않고 회원국마다 디지털 코디네이터를 지정하도록 하여 원칙적으로 코디네이터가 독립적으로 법을 집행하도록 책임과 의무를 부여하고 있다. 코디네이터는 EU의 디지

털 중개서비스 감독기구인 ‘유럽 디지털 서비스 위원회’의 구성원이 되며 법 집행에 있어서 동 위원회와 상호협력한다. 다만, 대규모 온라인 플랫폼에 대해서는 유럽위원회에 의한 강화된 감독과 집행이 적용된다.

4. 제안 경과 및 향후 일정

유럽위원회는 「디지털 서비스법(안)」 제안과 관련하여 지난 5년 동안 디지털 서비스 제공자, 기업이용자, 최종이용자, 사업자단체, 시민사회단체, 소비자단체, 학술·연구기관, 기술커뮤니티, 국가기관, 국제기구, 일반 대중을 포함하여 다양한 이해관계자들과 협의해왔고, 지난 몇 년간은 일련의 선별된 자문 단계를 통해 디지털 서비스 및 플랫폼과 관련된 문제에 대한 이해관계자의 관점을 철저히 파악했다고 밝히고 있다.

그밖에도 유럽위원회는 일련의 워크숍, 컨퍼런스, 전문가 인터뷰, 전자상거래 전문가그룹 자문, 양자 회담, 논문, 판례 등을 통해 전문지식과 의견을 활용하였으며, 2020년 6월 2일부터 9월 8일까지 진행된 공개 의견수렴 기간 중 다양한 이해관계자 그룹으로부터 2,863개의 질의와 약 300개의 의견서가 접수되었다고 밝히고 있다. 다만, 「디지털 서비스법(안)」은 아직 법률로 채택된 것은 아니다. 향후 유럽연합의 일반적인 입법절차에 따라 회원국, 유럽이사회, 유럽의회의 추가 논의를 거친 후 유럽이사회와 유럽의회가 최종적으로 채택을 결의하여야 한다. 유럽위원회는 내부적으로 2022년을 목표로 하고 있지만 이에 대한 구체적인 일정은 아직 제시되어 있지 않다.

II. 법안의 적용 대상 및 다른 법률과의 관계

1. 법안의 적용 대상 및 범위

「디지털 서비스법(안)」은 온라인상에서 상품, 서비스, 콘텐츠와 소비자를 연결하는 중개자 역할을 하고 있는 디지털 중개서비스의 의무를 규율한다. 「디지털 서비스법(안)」은 디지털 서비스에 관한 정의 규정을 두고 있지는 않지만, 일반적으로 디지털 서비스에는 간단한 웹사이트에서부터 인터넷 인프라 서비스 및 온라인 플랫폼에 이르기까지 다양한 종류의 온라인 서비스가 포함되는 것으로 보고 있다.¹⁵ 사실상 ‘정보사회서비스’와 같은 의미로 사용되고 있으며, 주된 대상을 온라인 중개자 및 플랫폼으로 하고 있다. 이에는 온라인 마켓플레이스, 소셜네트워크, 콘텐츠 공유 플랫폼, 앱스토어, 온라인 여행 및 숙박 플랫폼 등이 포함된다.

¹⁵ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>(European Commission, The Digital Services Act package 공식홈페이지)

(1) 보호대상

1) (최종) 소비자

「디지털 서비스법(안)」의 주요 보호대상은 소비자이다. ‘소비자(Consumer)’란 자신의 거래(Trade), 사업 또는 직업 이외의 목적을 위해 행동하는 자연인과 법인을 의미한다(제2조(c)). 따라서 자신이 소유하고 있는 중고상품을 판매하기 위해 중개서비스를 이용하는 판매자는 소비자에 포함되지 않는다. 그러나 「디지털 서비스법(안)」에서는 소비자라는 용어는 거의 사용되고 있지 않다.

2) 서비스 이용자

서비스 이용자는 「디지털 서비스법(안)」에서 가장 많이 등장하는 용어이다. ‘서비스 이용자(Recipient of the Service)’란 관련 중개서비스를 이용하는 자연인 또는 법인을 의미한다(제2조제(b)). 우리나라 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률」상 이용자의 개념과 유사하다.¹⁶ 서비스 이용자는 이 법안의 주된 보호대상자이자 때로는 의무주체가 되기도 한다.

3) 판매자

‘판매자(Trader)’란 자신의 거래, 사업, 기술(Craft), 직업과 관련된 목적으로 자신의 이름으로 또는 대리인을 통해 행동하는 모든 자연인 또는 법인을 말한다. 「디지털 서비스법(안)」에서 판매자는 특별히 어떤 권리도 의무도 부여되어 있지 않는 제3자의 지위에 남아 있다. 때로는 중개서비스 제공자에 대해서 신원확인 의무 등을 부담하기도 하지만, 콘텐츠 조정 보고서, 온라인 광고의 투명성 강화, 추천 시스템의 알고리즘 투명화 등에 의해 보호를 받기도 한다.

(2) 의무주체

1) 중개서비스

‘중개서비스(Intermediary Service)’는 「디지털 서비스법(안)」에서 가장 기본적이고 중심이 되는 규제 대상으로 아래와 같은 3가지 유형의 서비스를 포함한다(제2조(f)).¹⁷

16 정보통신망법 제2조제1항 4. “이용자”란 정보통신서비스 제공자가 제공하는 정보통신서비스를 이용하는 자를 말한다. 정보통신망법에서도 이용자에는 자연인(개인이용자)과 법인(기업이용자)이 모두 포함되는 것으로 해석되고 있다.

17 EU P2B Regulation의 적용을 받는 “온라인 중개서비스(online intermediation services)”와는 다른 개념이다.

- ① 단순정보전달 서비스(Mere Conduit) : 통신 네트워크에서 서비스 이용자가 제공하는 정보를 단순히 전송만 해주거나 서비스 이용자가 통신 네트워크에 접속할 수 있게 해주는 서비스. 이른바 ‘도관서비스’라고 할 수 있다.
- ② 캐싱 서비스(Caching) : 다른 서비스 이용자에게 정보를 보다 효율적으로 전달하기 위한 목적으로 그의 요청에 따라 통신 네트워크에서 서비스 이용자가 제공하는 정보를 전송해주는 서비스. 이 경우 전달 목적 범위 내에서 서비스 이용자가 제공하는 정보의 자동저장, 중간저장 및 임시저장을 포함한다.
- ③ 호스팅 서비스(Hosting) : 서비스 이용자의 요청이 있는 경우 그가 제공한 정보를 자신의 서버에 저장해 주는 서비스

2) 온라인 플랫폼

‘온라인 플랫폼(Online Platform)’이란 서비스 이용자의 요청에 따라 공개정보(Public Information)를 저장하고 배포하는 호스팅 서비스를 제공하는 자를 말한다. 다만, 그와 같은 저장·배포 활동이 다른 서비스를 위한 사소하고 순전히 부수적인 기능에 불과하거나, 기술적인 사항을 포함하여 객관적으로 보아 다른 서비스 없이는 저장·배포 기능을 이용할 수 없는 것이어서는 안 되며, 동시에 해당 기능을 다른 서비스에 통합하는 것이 「디지털 서비스법(안)」의 적용을 회피하려는 수단이 아니어야 한다(제2조(h)). 다만, Directive 2003/361/EC에 따라 소기업(Micro or Small Enterprise)¹⁸으로 인정되는 온라인 플랫폼에 대해서는 온라인 플랫폼에 관한 특칙 규정이 적용되지 않는다(제16조).

3) 대규모 온라인 플랫폼

‘대규모 온라인 플랫폼’은 온라인 플랫폼 중 EU시장 내에서 4천 5백만명(EU인구의 약 10%) 이상의 월평균 유효 서비스 이용자에게 서비스를 제공하고 있는 온라인 플랫폼을 의미한다(제25조제1항). 이 경우 월평균 유효 서비스 이용자의 수를 계산하는 구체적인 방법은 유럽위원회가 유럽 디지털서비스위원회와 협의한 후 위임입법으로 정한다(제25조제3항).

18 COMMISSION RECOMMENDATION of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises(Directive 2003/361/EC) 제2조 1. The category of micro, small and medium-sized enterprises (SMEs) is made up of enterprises which employ fewer than 250 persons and which have an annual turnover not exceeding EUR 50 million, and/or an annual balance sheet total not exceeding EUR 43 million. (직원 250명 미만이고 연간 매출액 5,000만 유로 및/또는 연간 대차대조표 총액 4300만 유로 이하)

2. Within the SME category, a small enterprise is defined as an enterprise which employs fewer than 50 persons and whose annual turnover and/or annual balance sheet total does not exceed EUR 10 million. (직원 50명 미만이고 연간 매출액 및/또는 연간 대차대조표 총액 1,000만 유로 이하)

3. Within the SME category, a microenterprise is defined as an enterprise which employs fewer than 10 persons and whose annual turnover and/or annual balance sheet total does not exceed EUR 2 million. (직원 10명 미만이고 연간 매출액 및/또는 연간 대차대조표 총액 200만 유로 이하)

(3) 역외의 중개서비스 제공자

온라인 시장에서 모든 이용자를 공평하고 효과적으로 보호하고 EU를 기반으로 설립된 디지털 서비스 제공자가 상대적으로 불이익을 받는 것을 방지하기 위해서 EU시장에서 활동하는 EU 밖에서 설립된 온라인 중개서비스 제공자에 대해서도 동일한 규제가 적용되어야 한다는 것이 EU의 일관된 입장이다. 이에 따라 「디지털 서비스법(안)」 제1조제3항은 명시적으로 '이 규정은 해당 서비스 제공자의 설립 장소에 관계없이 EU에 주소지(Place of Residence) 또는 설립지(Place of Establishment)를 두고 있는 서비스 이용자에게 제공되는 중개서비스에 적용된다'라고 규정하고 있다.

이 경우 "EU에서 서비스를 제공한다"라는 것이 의미하는 것은 하나 이상의 회원국의 법인 또는 자연인이 EU와 실질적인 연계가 있는 정보사회서비스 제공자의 서비스를 이용할 수 있게 하는 것을 의미하고, 그러한 실질적인 연계는 서비스 제공자가 EU에 시설을 가지고 있는 경우에 존재하는 것으로 간주된다. 그러나 EU에 시설을 가지고 있지 아니한 경우에도 서비스 제공자가 하나 이상의 회원국에서 상당한 수의 이용자를 보유하고 있거나 하나 이상의 회원국을 활동의 대상(Target)으로 하고 있으면 실질적인 연계가 있는 것으로 평가한다(제2조(d)). '상당한 수의 이용자를 보유'하는 것만으로 실질적인 연계가 있는 것으로 평가한다는 점이 GDPR 제3조의 역외적용 규정과 다르다.

경쟁법 영역에서는 전통적으로 역외적용의 이론적 근거를 경제적 동일체이론(One Economic Unit), 실행(Implementation)이론, 영향이론 또는 효과주의(Effects Doctrine)에서 찾지만, 「디지털 서비스법(안)」 제1조가 어떤 이론에 근거한 것인지 분명하지 않다. EU 내 시설, 이용자 등의 존재를 요건으로 하고 있다는 점에서 속지주의를 기반으로 하여 Doing Business 이론을 입법화한 것으로 보인다.

2. 다른 법률 및 정책과의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 원칙적으로 디지털 서비스와 관련된 유럽연합 또는 회원국의 다른 법률 또는 정책과 충돌되거나 모순되지 않는다. 상호보완적이거나 보충하는 관계이다.

(1) 「유럽위원회 디지털 전략」과의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 2020년 2월 「유럽 디지털 미래 구축(Shaping Europe's Digital Future, 2020.2)」 커뮤니케이션에서 공개한 3가지 정책방향 및 목표와 일치하며¹⁹, '특히 사람들을 위한 기술(Technology that Works for People)' 및 '개방적이고 민주적이며 지속가능한 사회(An Open, Democratic and Sustainable Society)'와 밀접한 관련이 있다.

19 3가지 정책 방향이란 1)Technology that works for people(사람들을 위한 기술), 2)A fair and competitive economy(공정하고 경쟁력 있는 디지털 경제), 3)An open, democratic and sustainable society(개방적이고 민주적이며 지속 가능한 사회)를 말한다. European Commission, Shaping Europe's digital future, February 2020

(2) 「유럽 전자상거래지침」과의 관계

디지털 서비스를 규율하는 현재의 EU 법률 프레임워크는 2000년 채택한 「e-Commerce Directive (Directive 2000/31/EC)」이다.²⁰ 「디지털 서비스법(안)」은 「e-Commerce Directive」를 침해하지 않으며 동 지침에서 규정하고 있는 사항들, 특히 제3조에 명시된 ‘내부시장 원칙’을 기반으로 하며, 중개서비스 제공자에 대한 면책을 규정하고 있는 「e-Commerce Directive」의 제12조~제15조를 그대로 승계하고 있다.

(3) 「디지털 시장법(안)(DMA)」과의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 2020년 12월 15일 같은 날 함께 제안된 「디지털 시장법(안)(Digital Markets Act, DMA)」과도 지향하는 목적이 일치한다.²¹ 전자는 중개서비스 이용자 보호를 직접적인 목적으로 하고, 후자는 온라인 시장구조 개선을 목적으로 한다는 점이 다르다. 즉, 「디지털 시장법(안)」은 게이트키퍼의 불공정한 사업 관행, 인접시장(서비스)으로의 영역 확대, 플랫폼 시장의 경쟁성 약화 등과 같은 구조적 이슈를 다루고 있고, 「디지털 서비스법(안)」은 써드파티(Third Party) 콘텐츠에 대한 온라인 중개자의 책임, 온라인 이용자의 안전, 온라인 중개서비스가 야기할 수 있는 사회적 위험에 따른 정보사회서비스 제공자의 차별화된 의무 등에 초점을 맞춘 수평적인 규제를 주된 내용으로 한다.

(4) 「P2B 중개서비스 규정」과의 관계

「P2B 온라인 중개서비스의 공정성 및 투명성 촉진에 관한 규정(P2B Regulation)」²²은 온라인 중개서비스와 온라인 검색엔진을 이용할 때 이용자에게 공정하고 투명하며 예측가능한 환경을 제공하기 위해 제정된 EU 최초의 플랫폼 규제 법률이다. 디지털 플랫폼에 대한 보다 직접적인 국가의 개입 근거를 마련한 것으로 디지털 시장에 대한 EU의 새로운 접근방법을 시도하고 있다는 점에서 의미가 크다. “온라인 중개서비스”에는 전자상거래 마켓플레이스(아마존, 이베이 등), 앱스토어(구글 플레이, 애플 앱스토어, 마이크로소프트 스토어 등), 소셜미디어 서비스(페이스북, 인스타그램 등), 가격비교 사이트 등이 포함되지만, 온라인 지불 서비스(페이팔 등)와 온라인 광고 톨은 포함되지 않는다. “온라인 검색 엔진”은 원칙적으로 웹사이트상에 질문을 입력하여 정보검색이 가능한 모든 디지털 서비스가 포함된다(구글, Bing, 기업이 운영하는 웹사이트 등). 주로 마켓플레이스를 이용한 판매자, 예약 플랫폼을 이용하고 있는 호텔, 앱 개발자, 중소기업 등이 보호대상이다.

20 각주 1) 참조

21 Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act), 2020.12.15.

22 Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (Text with EEA relevance)

표2 「P2B Regulation」의 주요 내용²³

구 분	내 용
서비스 제한, 정지 및 중단 금지	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 중개서비스 제공자는 명확한 이유 없이 서비스 제공을 제한하거나 일시정지하거나 중단할 수 없음 • 서비스 제한 조치 등을 취하기 위해서는 30일 전에 미리 그 사유를 알려 주어야 하고 이의제기 절차도 마련해 두어야 함
약관의 투명한 공개 및 변경 통지	<ul style="list-style-type: none"> • 이용약관은 쉽게 접근할 수 있어야 하고 평이하고 이해하기 쉬운 언어로 제공되어야 함 • 또한, 이용약관을 변경할 때에는 적어도 15일 전에는 사전통지를 하여야 함
내부 불만처리시스템 도입	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 플랫폼은 기업이용자가 무료로 쉽게 이용할 수 있는 내부 불만처리시스템을 구축해야 하며, 불만이 합리적인 기간 내에 처리되도록 보장해야 함 • 또한, 중재자를 통해서 문제를 해결할 수 있는 추가적인 옵션을 제공해야 함. 기업이용자 단체는 플랫폼이 위반행위를 중단하도록 법원에 소를 제기할 수 있음
검색순위 결정 방식 공개	<ul style="list-style-type: none"> • 마켓플레이스와 검색엔진은 자신의 웹사이트에서 노출되는 상품과 서비스의 순위를 결정하는데 이용되는 주요 매개변수(파라미터)를 공개하여 판매자가 자신의 입장을 최적화할 수 있는 방법을 이해할 수 있게 하여야 함 • 또한, 마켓플레이스 제공자이자 해당 마켓플레이스에서 자신의 상품 또는 서비스를 판매하는 판매자이기도 한 온라인 플랫폼은 다른 사업자의 상품이나 서비스에 비하여 자신의 상품이나 서비스에 대해서 제공하고 있는 혜택을 투명하게 공개해야 함
데이터 수집·이용 및 공유 공개	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 플랫폼은 어떤 데이터를 수집하고, 수집한 데이터를 어떻게 이용는지 공개해야 하고, 특히 그들이 관계를 맺고 있는 비즈니스 파트너들과 어떤 데이터를 어떻게 공유하는지 공개해야 함 • 만약 해당 데이터가 개인정보라면 GDPR의 규정도 준수해야 함

반면, 「디지털 서비스법(안)」의 규제 대상은 P2B 중개서비스에 한정되지 않고 모든 플랫폼 서비스에 적용된다. 즉, 「디지털 서비스법(안)」은 온라인 시장에서 불법 콘텐츠를 유포하고, 불법 상품과 서비스를 판매하는 수단으로 이용되며, 온라인 거래 및 데이터 공유를 위한 준 공공장소(Quasi-public Spaces)로서 역할을 수행하고, 종종 이용자 권리, 정보 유통, 대중 참여에 특별한 위험을 초래하고 있는 전체 디지털 플랫폼이 규제 대상이다. 또한, 「디지털 서비스법(안)」은 온라인상에서 불법적인 콘텐츠, 상품, 서비스를 보다 신속하게 제거하고, 이용자의 기본적 권리를 포괄적으로 보호하기 위한 새로운 질서를 제시하며, 전 유럽에 걸쳐서 “디지털 서비스”에 공통적으로 적용될 수 있는 구속력 있는 의무를 규율하고 있다는 것에서 차이가 있다.

(5) 「유럽일반개인정보보호규정(GDPR)」과의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 「유럽일반개인정보보호규정(General Data Protection Regulation)」,²⁴ 「전자통신 프라이버시보호지침(ePrivacy Directive)」²⁵ 및 그 밖의 프라이버시 및 개인정보보호에

²³ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/platform-business-trading-practices> 참조.

²⁴ Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation)

²⁵ Directive 2002/58/EC of the European Parliament and of the Council of 12 July 2002 concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector (Directive on privacy and electronic communications).

관한 EU 규정이나 지침을 침해하지 않는다. 예를 들어, 「디지털 서비스법(안)」에서 규정하고 있는 온라인 플랫폼상의 광고에 관한 규정은 개인정보처리 동의 및 개인정보처리 정지 요구권에 관한 GDPR의 규정을 보완하지만 수정하지는 않는다. 「디지털 서비스법(안)」은 디지털 서비스 제공자에게 개인정보처리와 관련하여 추가적으로 투명성 의무를 부과하고 이를 통해 이용자가 정보주체로서 자신의 권리를 더 잘 행사할 수 있게 해주고 있다. 또한, 「디지털 서비스법(안)」의 관련 규정은 광고가 노출되고 타겟이 설정되는 방식에 대해 규제당국과 연구자들이 조사를 할 수 있는 권한을 부여해 준다.

(6) 불법정보에 관한 그 밖의 개별법 등과의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 온라인 불법정보에 대해서 규율하고 있는 기존의 EU 및 회원국의 개별법에 영향을 미치지 아니하고 해당 개별법의 공백을 보완한다. 예컨대, 「디지털 서비스법(안)」은 콘텐츠, 상품, 서비스 등의 불법성에 대한 별도의 정의 규정을 두지 아니하고²⁶ 기존 개별법상의 정의에 맡기고 있다. 구체적으로 「디지털 서비스법(안)」 제1조제5항은 아래의 규정이나 지침을 침해하지 않는다고 명시하고 있다.

- 전자상거래에 관한 EU 지침: Directive 2000/31/EC(Directive on Electronic commerce)
- 비디오 공유 플랫폼 제공자에 관한 EU 지침: Directive 2010/13/EC, Directive (EU) 2018/1808 등
- 저작권 및 관련 권리 보호에 관한 EU법: Directive (EU) 2019/790 등
- 테러 관련 온라인 콘텐츠 확산 방지 관련 규정
- 형사상 전자증거의 생산 및 보존 명령에 관한 EU 규정 및 형사소송에 있어서 증거수집 목적 법정대리인 임명에 관한 통일 규칙의 제정에 관한 지침
- 폭발물 전구체(Explosives Precursors)의 판매 및 이용에 관한 규정: Regulation (EU) 2019/1148
- P2B 온라인 중개서비스 관련 규정: Regulation (EU) 2019/1150
- 소비자보호 및 상품안전 관련 EU 규정: Regulation (EU) 2017/2394 등
- 개인정보보호 관련 EU 규정 및 지침: Regulation (EU) 2016/679, Directive 2002/58/EC 등

26 「디지털 서비스법(안)」 제2조 (g)는 '불법 콘텐츠'에 대한 정의를 규정하고 있는데 '불법 콘텐츠(illegal content)'란 해당 법률의 정확한 주제 또는 성격과 관계없이, 그 자체 또는 상품 판매/서비스 제공을 포함한 활동과 관련하여 EU법 또는 회원국의 법률을 준수하지 않는 모든 정보를 의미한다고 규정하고 있다.

1) 「비디오 공유 플랫폼서비스 지침」과의 관계

시청각 콘텐츠 및 시청각 광고정보와 관련하여 비디오 공유 플랫폼 제공자(AVSM)의 의무를 규정하고 있는 Directive 2010/13/EC(Audiovisual Media Services Directive)²⁷와 Directive (EU) 2018/1808(개정 Audiovisual Media Services Directive)²⁸은 「디지털 서비스법(안)」에도 불구하고 여전히 유효하게 계속해서 적용된다. 그러나 Directive 2010/13/EC와 Directive (EU) 2018/1808 및 온라인 테러 콘텐츠 확산 방지에 관한 EU 규정(Proposal)에 시청각 콘텐츠 및 시청각 광고 정보에 관하여 보다 구체적인 다른 내용이 포함되어 있지 아니하면 「디지털 서비스법(안)」이 이들 규정 또는 규칙을 보충할 수 있다.

2) 소비자보호 관계 법령과의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 정보사회서비스에 의해서 제공되고 있는 특정 기능(Features)의 투명성을 높이기 위하여 필요한 규칙들을 규정하고 있는 Directive (EU) 2019/2161,²⁹ Council Directive 93/13/EEC,³⁰ Directives 98/6/EC,³¹ 2005/29/EC,³² 2011/83/EU³³ 등 소비자보호 관계 법령을 침해하지 않고 오히려 소비자 보호 권리를 보완한다.

3) 「유럽 민주주의 행동 계획」과의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 시민들에게 자율적인 권한을 부여하고 EU 전역에 걸쳐 보다 복구능력이 강한 민주주의를 구축하는 것을 목표로 하는 「유럽 민주주의 행동 계획(European Democracy Action

27 Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) 참조

28 DIRECTIVE (EU) 2018/1808 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities 참조.

29 Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules

30 Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts

31 Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on consumer protection in the indication of the prices of products offered to consumers

32 Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive')

33 Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council

Plan, COM(2020) 790 Final)」³⁴에 의하여 보완된다. 특히, 행동계획은 「디지털 서비스법(안)」에 규정된 “행동규약(Code of Conduct)”의 시행을 위한 근거 규정으로 활용될 수 있고, 유럽위원회의 지침을 기반으로 제정된 허위정보(Disinformation)에 관한 실천규약에 의해서 보완될 수 있다.

4) 「유럽위원회의 유럽평등 전략」과의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 평등한 유럽을 구축하기 위해 유럽위원회가 채택한 「유럽위원회 평등 전략」을 준수하며 또한 이 전략을 지원한다. 또한, 디지털 플랫폼을 통해서 일하는 사람들의 근로조건 개선을 목표로 하여 유럽위원회가 채택한 유럽위원회의 이니셔티브를 침해하지 않는다.

5) 「온라인 불법 콘텐츠 제한조치 권고」와의 관계

「디지털 서비스법(안)」은 2018년 「온라인 불법 콘텐츠 제한조치 권고(Recommendation on Illegal Content Online, C(2018) 1177 final)」³⁵를 기반으로 하고 있으며, 상품 안전 서약(Product Safety Pledge), 위조품 양해 각서(Memorandum of Understanding against Counterfeit Goods), 불법적인 혐오 표현 행동 규약(Code of Conduct against Illegal Hate Speech), 테러 콘텐츠와 관한 EU 인터넷 포럼(EU Internet Forum with regard to Terrorist Content) 등 유럽위원회가 지원하는 각종 자율규제 노력을 통해 얻은 경험을 고려하고 있다.

III. 온라인 중개서비스 제공자의 의무와 면책

1. 중개서비스 제공자의 면책과 자발적 모니터링 제한

「디지털 서비스법(안)」은 2000년 「전자상거래지침」을 이어 받아 단순정보전달 서비스, 캐싱 서비스, 호스팅 서비스만을 제공하고 있는 중개서비스 제공자에 대해서는 불법 콘텐츠의 전송, 저장 등의 행위에 대해서 법적 책임을 면제하고 있다.³⁶ 이는 중개서비스 제공자가 자율규제의 이름으로 온라인 상에 유통되는 콘텐츠의 내용을 상시 모니터링하는 등 사실상 사전검열관으로서의 역할을 수행함으로써 정보 유통에 과도하게 개입하여 표현의 자유를 침해하지 않도록 하기 위한 것이다.

34 COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS On the European democracy action plan

35 Commission Recommendation (EU) 2018/334 of 1 March 2018 on measures to effectively tackle illegal content online.

36 Directive 2000/31/EC 제12조~제14조 참조.

(1) 중개서비스 제공자의 책임면제

1) 단순정보전달 서비스의 면책

단순정보전달 서비스 제공자는 통신망을 통해 서비스 이용자의 정보를 전송하거나 통신망에 접속을 허용하는 경우 (a) 그 전송 행위를 자신이 개시(Initiate)하지 않고, (b) 전송된 정보의 수신자를 자신이 선택하지도 않으며, (c) 전송된 정보의 내용을 자신이 선택하거나 수정하지 아니한 경우에는 전송된 정보에 대해 책임을 지지 않는다(제3조제1항). 이 경우 전송 및 접속 서비스 제공에는 전송된 정보의 자동저장, 중간저장, 임시저장이 포함된다. 다만, 이는 통신망에서 해당 정보를 전송하기 위한 목적 범위 내에서만 허용되며 정보 전송을 위해 합리적으로 필요한 기간보다 오래 저장되지 않아야 한다(제3조제2항).

2) 캐싱 서비스의 면책

캐싱 서비스 제공자는 서비스 이용자가 제공한 정보를 다른 서비스 이용자의 요청에 따라 전달하는 경우 (a) 자신이 해당 정보를 수정하지 않고, (b) 정보에 대한 접근 조건을 준수하며, (c) 업계에서 널리 인정되고 이용되는 방식으로 정보 업데이트에 관한 규칙(Rules)을 준수하고, (d) 정보이용에 필요한 데이터를 얻기 위해 업계에서 널리 인정되고 이용되는 기술을 합법적으로 이용하는 행위를 방해하지 않으며, (e) 정보가 통신망(최초 소스)에서 제거되거나 접근 차단 조치가 취해진 사실을 인지한 즉시 또는 법원 또는 당국이 그러한 정보의 제거 또는 차단 조치를 명령한 사실을 인지한 즉시 신속하게 저장된 정보를 제거하거나 차단 조치를 취한 경우에는 정보의 효율적인 전달을 유일한 목적으로 해당 정보를 자동저장, 중간저장, 임시저장한 것에 대해서 책임을 지지 아니한다(제4조제1항).

3) 호스팅 서비스의 면책

호스팅 서비스 제공자는 서비스 이용자가 제공한 정보와 관련하여 (a) 불법행위 또는 불법 콘텐츠의 존재에 대해서 실제로 알지 못하였고, (b) 손해배상청구와 관련해 불법행위 또는 불법 콘텐츠임이 명백하다는 사실이나 상황에 대해서 인지하지 못한 경우, (c) 그와 같은 사실을 알게 되거나 인지한 즉시 불법 콘텐츠를 제거하거나 접속 차단을 위해 신속하게 조치한 경우에는 서비스 이용자의 요청에 따라 저장한 정보에 대해 책임을 지지 아니한다(제5조제1항).

다만, 서비스 이용자가 서비스 제공자의 권한 또는 통제하에 행동하는 경우에는 면책을 주장할 수 없다(제5조제2항). 또한, 평균적이고 합리적인 소비자라면 거래의 대상인 정보, 상품, 서비스가 온라인 플랫폼 그 자체에 의해서 또는 그의 권한 또는 통제 아래 있는 서비스 이용자에 의해서 제공되고 있다고 믿도록 유도하는 방식으로 온라인 플랫폼이 문제의 정보를 제공하거나 문제가 되는 거래를 가능하게 한 경우 소비자와 판매자가 원격계약을 체결하도록 허용한 온라인 플랫폼은 소비자보호법에 따른 책임이 면제되지 않는다(제5조제3항).

(2) 자발적 모니터링 등의 효과와 한계

1) 자발적 모니터링 등의 효과

중개서비스 제공자가 불법 콘텐츠를 탐지, 식별, 제거하거나 접근을 차단하기 위한 목적으로 자발적으로 자체 조사 또는 그 밖의 조치를 했다는 이유만으로 또는 「디지털 서비스법(안)」에 명시된 책무를 포함하여 EU법의 요구 사항을 준수하기 위해 필요한 조치를 취했다는 이유만으로 면책 자격이 상실되는 것으로 간주되어서는 안 된다(제6조). 단순히 자발적인 모니터링 활동을 했다는 이유만으로 면책을 인정하지 아니할 경우 서비스 제공자들이 불법정보를 방지할 우려가 있기 때문이다.

2) 모니터링 의무 등의 부과금지

중개서비스 제공자는 전송 또는 저장하는 정보를 모니터링해야 할 일반적인 의무는 없다. 또한, 불법적인 활동을 나타내는 사실이나 상황을 적극적으로 찾아야 할 일반적인 의무도 없다(제7조). 이와 같은 의무를 부과할 경우 자칫 과도한 검열, 삭제, 차단 등으로 이어져 표현의 자유를 침해할 수 있기 때문이다.

(3) 불법 콘텐츠에 대한 시정명령 등

1) 불법 콘텐츠에 대한 조치 명령

회원국의 사법기관 또는 행정당국은 EU법 또는 국내법에 근거하여 중개서비스 제공자에게 불법 콘텐츠에 대한 조치를 명할 수 있고 이 경우 중개서비스 제공자는 조치 결과를 지체 없이 통지하여야 한다(제8조제1항).

2) 서비스 이용자에 관한 정보 제공 명령

회원국의 사법기관 또는 행정당국은 서비스 이용자의 법 준수 여부를 확인하기 위하여 EU법 또는 국내법에 근거하여 중개서비스 제공자에게 자연인인 서비스 이용자에 관한 정보의 제공을 명할 수 있고 이 경우 중개서비스 제공자는 지체 없이 해당 정보를 제공하여야 한다(제9조제1항). 이 경우 사법기관 또는 행정당국은 중개서비스 제공자가 중개서비스 제공 목적으로 이미 수집하였고 그의 통제 범위 내에 있는 정보만 제공하도록 요구하여야 한다(제9조제2항(b)).

2. 온라인 중개서비스 제공자의 의무

(1) 온라인 중개서비스 제공자의 의무

1) 연락창구의 지정 및 공개

모든 중개서비스 제공자는 관계당국, 유럽위원회 및 유럽디지털서비스위원회가 이 법을 집행하기 위하여 전자적 수단을 통해 직접 통신할 수 있는 단일 연락창구를 지정하여야 하고 연락에 필요한 정보를 공개(public)하여야 한다(제10조). 연락을 할 수 있는 기능만 수행하면 되므로 반드시 물리적인 위치를 가지고 있어야 하는 것은 아니다.

2) 법률대리인의 지정

EU에 시설을 가지고 있지 않은 중개서비스 제공자는 자신이 서비스를 제공하는 회원국 중 하나에 서면으로 법률대리인을 지정하여야 한다. 법률대리인은 법인 또는 자연인으로 지정할 수 있다(제11조제1항). 중개서비스 제공자는 이 규정에 따라 내려진 결정의 수신, 준수, 이행을 위해 필요한 모든 사안에 대해서 법률대리인이 그와 함께 또는 그를 대신해서 관계당국, 유럽위원회 및 유럽디지털서비스위원회와 협력하고 그들이 내린 결정을 준수하는 데 필요한 권한과 자원을 법률대리인에게 제공해야 한다(제11조제2, 3항). 또한, 중개서비스 제공자는 법률대리인이 설립되거나 거주하고 있는 회원국의 디지털 서비스 코디네이터에게 법률대리인의 이름, 주소, 전자메일주소 및 전화번호를 통지해야 한다(제11조제4항).

3) 이용약관의 작성 및 공개 의무

모든 중개서비스 제공자는 중개서비스 이용과 관련하여 부과하는 모든 제한사항에 대한 정보를 이용약관에 포함시켜야 한다. 해당 정보에는 알고리즘에 의한 의사결정 여부, 인적 개입(Human Review)이 있는지 여부 등을 포함하여 콘텐츠 조정(Content Moderation)³⁷ 목적으로 사용되는 모든 정책, 절차, 조치 및 도구에 대한 정보가 포함되어야 하고, 명확하고 모호하지 않은 언어로 설정되어야 하며, 쉽게 액세스할 수 있는 형식으로 공개적으로 사용할 수 있어야 한다. 또한, 그 같은 제한을 적용하고 집행함에 있어서는 서비스 이용자의 기본권을 포함하여 모든 당사자의 권리와 이익을 고려하여 진지하고 객관적이며 비례적으로 행동해야 한다(제12조).

37 '콘텐츠 조정(content moderation)'이란 서비스 이용자가 제공하는 불법 콘텐츠 또는 이용약관에 부합하지 않는 정보를 탐지·식별·해결하기 위해 중개서비스 제공자가 수행하는 활동을 의미하며, 이에는 권한 강등, 접근 차단, 콘텐츠 삭제 등과 같이 해당 불법 콘텐츠 또는 정보의 가용성(availability), 가시성(visibility), 접근성(accessibility)에 영향을 미치거나 서비스 이용자의 계정 정지 또는 중지와 같이 해당 콘텐츠 또는 정보를 제공할 수 있는 권한에 영향을 주는 조치들이 포함된다(제2조(p)).

4) 투명성보고서 발간 의무

모든 중개서비스 제공자는 모든 “콘텐츠 조정”에 대해 적어도 1년에 한 번 이상 명확하고 이해하기 쉬우며 상세한 보고서를 발간하여야 한다. 해당 보고서에는 (a) 불법 콘텐츠의 유형별로 관계당국으로부터 접수한 시정명령 또는 공개명령의 수와 해당 명령에 명시된 조치를 취하는데 필요한 평균 시간, (b) 불법 콘텐츠 유형별로 접수받은 불법 콘텐츠 신고 건수, 법률에 근거한 것인지 이용약관에 근거한 것인지 구분하여 신고받은 콘텐츠에 대해 취해진 조치, 조치를 취하는데 필요한 평균 시간, (c) 중개서비스 제공자가 자발적으로 수행된 콘텐츠 조정의 수와 유형 및 그와 같은 조치를 취한 이유 및 근거의 유형, (d) 내부 불만처리시스템을 통해 접수된 불만 건수 및 근거, 그 불만과 관련된 결정, 그 결정을 내리는데 필요한 평균 시간과 결정이 취소된 수 등에 관한 정보가 포함되어야 한다(제13조). 다만, Directive 2003/361/EC³⁸에 따른 소규모 사업자(Micro or Small Enterprises)는 보고서 발간 의무가 면제된다.

(2) 호스팅 서비스 제공자에 대한 특칙

1) 불법정보 신고 메커니즘의 구축 및 운영

호스팅 서비스 제공자는 불법 콘텐츠에 대응하기 위하여 개인 또는 기관이 불법 콘텐츠라고 생각하는 정보가 서비스 내에 존재한다는 사실을 신고할 수 있는 메커니즘(Notice and Action Mechanisms)을 마련하여야 한다. 이러한 메커니즘은 쉽게 액세스할 수 있고, 이용자 친화적이며, 전자적 수단으로 신고할 수 있어야 한다. 호스팅 서비스 제공자는 신고자의 이름과 전자메일주소가 포함되어 있는 경우에는 즉시(Promptly) 신고가 접수된 사실을 회신해 주어야 하고, 또한 신고를 받은 정보에 대한 결정 결과와 그 결정에 대하여 이의제기를 할 수 있다는 정보를 신고자에게 지체 없이(Without Undue Delay) 회신해야 한다(제14조). 서비스 이용자, 콘텐츠 제공자, 서비스 제공자의 권리·의무를 공평하게 조화시키기 위한 절차적 규정이라고 할 수 있다.³⁹

신고 메커니즘을 통해 접수된 신고는 충분히 정확하고 적절하게 입증된 것이어야 하고 이를 통해 성실한 경제운영자가 해당 콘텐츠의 불법성을 식별할 수 있어야 한다. 이를 위해 호스팅 서비스 제공자는 아래의 사항들이 모두 포함된 신고가 이루어지도록 필요한 조치를 취해야 한다.

38 각주 18) 참조.

39 신고 메커니즘은 인간 존엄권, 아동의 권리, 재산권(지식재산권 포함), 차별을 받지 않을 권리 등 불법 콘텐츠로 영향을 받게 될 일반 시민의 기본권을 보호하는 것이 목적이나, 동시에 콘텐츠 제공자의 표현의 자유, 정보의 자유, 사생활의 비밀 및 자유, 개인정보 보호, 차별금지, 효과적인 권리 구제 등에 관한 권리도 보호를 해야 하고, 서비스제공자의 영업의 자유(계약의 자유 포함)도 보호를 해야 한다(전문 제41항).

- (a) 해당 정보를 불법 콘텐츠로 생각하는 이유에 대한 설명
- (b) 해당 정보의 전자적 위치 특히 정확한 URL에 관한 표시 및 필요한 경우 해당 불법 콘텐츠를 식별할 수 있는 추가 정보
- (c) 신고를 한 개인 또는 기관의 이름 및 전자우편주소. 다만, 아동 포르노그래피에 관련한 「EU Directive 2011/93/EU」⁴⁰의 제3조부터 제7조의 규정 위반과 관련된 정보인 경우에는 제외
- (d) 신고 내용과 주장이 정확하고(Accurate) 완벽하다고(Complete) 생각한 개인 또는 기관의 믿음이 선의임을 확인시키는 진술

호스팅 서비스 제공자가 이 조에 따른 신고를 받은 경우에는 제5조와 관련하여 해당 정보가 불법정보임을 실제로 알거나 알 수 있었던 것으로 간주되어야 한다. 따라서 호스팅 서비스 제공자는 신고를 적시에 성실하고 객관적인 방식으로 처리하여야 한다.

2) 접근차단 조치 등의 고지 및 설명 의무

호스팅 서비스 제공자는 서비스 이용자가 제공한 정보를 삭제하거나 접근을 차단하기로 결정한 경우에는 늦어도 삭제 또는 차단 시점에 서비스 이용자에게 결정 사실을 알리고, 그 이유를 명확하고 구체적으로 설명하여야 하며, 유럽위원회가 관리하고 있는 데이터베이스(해당 데이터베이스는 누구든지 공개적으로 접근할 수 있다)에 결정 사실과 그 이유를 게시하여야 한다. 그와 같은 설명에는 최소한 아래의 정보가 포함되어야 한다(제15조).

- (a) 해당 정보의 삭제 또는 접근 차단이 수반되는지 여부 및 접근 차단인 경우 그 지역적 범위
- (b) 결정을 내리는데 의존한 사실과 상황(제14조에 따른 개인 또는 기관의 신고에 의한 경우에는 그 사실 포함)
- (c) 결정이 자동화 수단에 의하여 이루어진 경우에는 자동화 수단의 이용에 관한 정보(자동화 수단을 이용하여 콘텐츠를 탐지하거나 식별한 것을 포함)
- (d) 불법 콘텐츠에 관한 결정의 경우 법적 근거 및 그 근거에 기해서 정보가 불법으로 간주되는 이유에 대한 설명
- (e) 결정이 이용약관을 준수하지 아니한 것으로 보아 내려진 경우에는 해당 정보가 이용약관을 준수하지 않는 것으로 판단한 이유에 관한 설명과 해당 약관조항
- (f) 결정과 관련하여 서비스 이용자가 이용할 수 있는 구제수단에 관한 정보(자체 불만처리시스템, 소송 외 분쟁해결방안, 사법적 구제 등)

⁴⁰ Directive 2011/93/EU of the European Parliament and of the Council of 13 December 2011 on combating the sexual abuse and sexual exploitation of children and child pornography, and replacing Council Framework Decision 2004/68/JHA

(3) 온라인 플랫폼에 대한 특칙

1) 자체 불만처리시스템의 구축 및 운영

온라인 플랫폼(소규모 사업자 제외)은 서비스 이용자가 제공한 정보가 불법 콘텐츠이거나 이용약관을 준수하지 않았다는 이유로 해당 정보의 삭제 또는 접속 차단 결정, 플랫폼 서비스의 제공 종료 또는 중지 결정, 계정 해지 또는 중지 결정 등을 내린 경우 그 결정에 대하여 최소 6개월 동안 불만처리시스템을 통해 전자적으로 불만을 제기할 수 있도록 하여야 한다. 이 경우 불만처리시스템은 쉽게 접근할 수 있고, 이용자 친화적이어야 하며, 충분히 정확하고 적절하게 입증된 불만을 무료로 제기할 수 있어야 한다(제17조제1,2항).

온라인 플랫폼은 불만처리시스템을 통해 제기된 불만을 적시에 성실하고 객관적으로 처리하여야 하며, 그 결과를 지체 없이(Without Undue Delay) 민원인에게 알려야 한다. 이 경우 법원 외 분쟁해결 방안, 사법적 구제방법 등 그 밖의 권리구제수단을 함께 알려야 한다. 이는 콘텐츠 조정에 대하여 이의를 제기할 수 있도록 하여 서비스 이용자의 권리를 효과적으로 보호하기 위한 장치라고 할 수 있다. 플랫폼은 이와 같은 불만처리를 자동화된 수단에 의해서만 처리해서는 안 된다(제17조제3~5항).

2) 법원 외 분쟁해결방법에 의한 분쟁해결

서비스 이용자는 자체 불만처리시스템을 통해서 해결하지 못한 불만을 포함해 온라인 플랫폼이 내린 결정과 관련된 분쟁을 해결하기 위하여 '법원 외 분쟁해결방식(ADR)'을 선택할 수 있다. 온라인 플랫폼(소규모 사업자 제외)은 서비스 이용자가 선정한 법원 외 분쟁해결기구의 분쟁해결절차에 성실히 임해야 하며 그 기구가 내린 결정에 구속(Bound)된다. 다만, 서비스 이용자는 본조에 따른 법원 외 분쟁해결절차를 거부하고 다른 법령에 의해 구제받을 수 있는 권리를 침해받지 아니한다(제18조제1항). 또한, 본 조는 소비자보호를 위하여 Directive 2013/11/EU⁴¹에서 마련한 소송 외 분쟁해결절차를 침해하지 않는다(제18조제6항).

디지털 서비스 코디네이터는 요청을 받을 경우 아래의 요건을 모두 충족한 자를 소송 외 분쟁해결기구로 인증하고 그 활동의 일부 또는 전부를 지원할 수 있다(제18조제2, 4항).

- (a) 온라인 플랫폼과 서비스 이용자 모두로부터 독립적이고 공정할 것
- (b) 하나 이상의 불법 콘텐츠 영역에서 발생하는 문제와 관련해서 또는 하나 이상의 온라인 플랫폼 유형에 관한 이용약관의 적용 및 시행과 관련해서 필요한 전문지식을 갖추고 있어서 분쟁 해결에 효과적으로 기여할 수 있을 것

41 Directive 2013/11/EU of the European Parliament and of the Council of 21 May 2013 on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR)

- (c) 전자통신기술을 이용해서 분쟁해결절차에 쉽게 접근할 수 있을 것
- (d) 최소한 하나의 EU 공식 언어를 사용해 신속하고 효율적이며 경제적인 방식으로 분쟁을 해결할 수 있을 것
- (e) 분쟁해결이 명확하고 공정한 절차에 따라 수행될 것

분쟁해결절차에서 온라인 플랫폼이 패배한 경우에는 플랫폼이 분쟁해결 비용을 부담하지만, 서비스 이용자가 진 경우 수신자는 비용을 부담하지 않는다. 분쟁해결기구는 미리 수수료 또는 수수료를 결정할 메커니즘을 당사자에게 알려야 하며 어떤 경우에도 수수료가 비용을 초과해서는 안 된다(제18조제3항).

3) 지정신고자에 의한 신고의 우선 처리

온라인 플랫폼(소규모 사업자 제외)은 제14조에 따른 불법정보 신고 메커니즘을 통해 '신뢰할 수 있는 지정신고자(Trusted Flaggers)'가 신고한 사건을 우선적으로 지체 없이 처리할 수 있도록 필요한 기술적·관리적 조치를 취해야 한다(제19조제1항). 이를 위해 온라인 플랫폼은 지정신고자와 협력체계를 구축해야 한다.

디지털 서비스 코디네이터는 요청이 있는 경우 아래의 요건을 모두 충족한 자에게 '신뢰할 수 있는 지정신고자(Trusted Flaggers)'의 지위를 부여할 수 있다(제19조제2항). 유럽위원회는 디지털 서비스 코디네이터로부터 통지받은 '지정신고자'의 이름, 주소 및 전자우편주소를 누구든지 접근할 수 있는 데이터베이스에 게시·공개하여야 한다.

- (a) 불법 콘텐츠를 탐지, 식별 및 신고할 수 있는 특별한 전문성과 역량을 갖추고 있을 것
- (b) 집단적 이익을 대변하며 온라인 플랫폼으로부터 독립적일 것
- (c) 적시에 성실하고 객관적으로 신고가 이루어질 수 있도록 활동을 수행할 것

이와 같이 지정신고자는 불법 콘텐츠를 다루는데 있어 필요한 전문적 역량과 공정성·객관성·성실성을 바탕으로 집단적 이익을 대표할 수 있는 기관이나 단체만 지정받을 수 있고 개인은 지정받을 수 없다. 예컨대, 회원국의 법 집행기관이거나 Europol과 같은 공공기관일 수도 있고(테러정보, 범죄정보 등), 아동성범죄 신고 핫라인인 INHOPE 네트워크나 온라인상에서 인종차별 및 외국인혐오 표현을 적발하는 단체 등 준(準)공공기관일 수도 있으며, 지식재산권 단체와 같은 사업자단체일 수도 있다(전문 제46항).

그러나 이 규정이 온라인 플랫폼이 지정신고자로 지정받지 못한 단체, 기관 및 개인으로부터 받은 불법 콘텐츠 신고를 처리해서는 안 되는 것으로 해석되거나 그와 같은 단체 및 기관과 협력을 해서는 안 되는 것으로 해석되어서는 안 된다(전문 제46항).

온라인 플랫폼은 자체 불만처리시스템 또는 불법정보 신고 메커니즘의 운영 과정에서 알게 된 정보를 통해서 '지정신고자'가 부정확하거나 부적절한 신고를 반복해서 제출한 경우에는 디지털 서비스 코디네이터에게 그 사실을 알릴 수 있다. 코디네이터는 온라인 플랫폼의 제보, 자체조사, 그 밖의 제3자로부터 수집한 정보를 바탕으로 '지정신고자'의 지위를 박탈할 수 있다.

4) 오남용에 따른 서비스 제공 등의 중단

온라인 플랫폼(소규모 사업자 제외)은 명백하게 불법적인 콘텐츠를 반복해서 제공하는 서비스 이용자 대해 사전경고를 발행한 후에 합리적인 기간 동안 서비스 제공을 중단해야 하고, 역으로 명백하게 불법적인 신고 또는 불만을 자주 제기하는 개인 또는 기관에 대해서 사전 경고를 발행한 후 합리적인 기간 동안 그가 접수한 신고 또는 불만처리를 중단해야 한다(제20조제1, 2항).

이를 위해 온라인 플랫폼은 오남용(Misuse)을 판단할 때 고려할 사항 및 정황(Facts and Circumstances)을 포함하여 서비스 제공 및 처리 중단에 관한 정책을 이용약관에 명확하고 상세히 설명해야 한다. 이 경우 고려사항 및 정황에는 최소한 아래의 사항이 포함되어야 한다(제20조제3항).

- (a) 지난해에 접수된 명백히 불법적인 콘텐츠의 절대수(Absolute Numbers) 또는 명백히 근거 없는 신고 또는 불만의 절대수(Absolute Numbers)
- (b) 지난해에 제공된 정보의 총수(Total Number) 또는 접수받은 신고의 총수(Total Number) 대비 오용 건수의 상대적인 비율
- (c) 오용의 심각성과 그 결과
- (d) 서비스 이용자, 개인, 기관, 불만신청자의 의도

5) 범죄 혐의의 신고의무

온라인 플랫폼(소규모 사업자 제외)은 사람의 생명이나 안전을 위협하는 심각한 형사범죄가 발생했거나, 발생 중이거나, 발생할 가능성이 있다고 의심되는 정보를 인지하게 된 경우 이를 즉시 관련 회원국의 법집행기관 또는 사법당국에 알리고 가용한 모든 정보를 제공하여야 한다(제21조). 이 경우 관련 회원국이란 해당 범죄가 발생했거나, 발생하고 있거나, 발생할 가능성이 있는 것으로 의심되는 회원국 또는 혐의가 있는 범죄자가 거주하거나 소재한 회원국 또는 범죄의 피해자가 거주하거나 소재한 회원국을 의미한다.

6) 판매자의 신원 확인·추적·공개 등

온라인 플랫폼(소규모 사업자 제외)은 판매자가 플랫폼 서비스를 이용하여 소비자에게 상품 또는 서비스를 홍보하거나 판매하도록 허용하기 전에 다음 각 호의 사항을 모두 확인하여야 하고, 판매자가

이를 입증하지 못하면 플랫폼 서비스의 이용을 허용해서는 안 되며, 추후 위반사항이 발견된 경우에는 지체 없이 플랫폼 서비스의 제공을 중단하여야 한다(제22조제1, 3항). 이는 불법 상품이나 콘텐츠를 판매한 자를 추적 가능하게 하기 위한 것이다.

- (a) 판매자의 이름, 주소, 전화번호 및 전자우편주소
- (b) Regulation (EU) No 910/2014(e IDAS)⁴² 제3조에 정의된 판매자의 신분증 또는 기타 전
자신분증 사본
- (c) 판매자가 자연인인 경우 판매자의 은행계좌 정보
- (d) Regulation (EU) 2019/1020⁴³ 제3조(13) 및 제4조 또는 EU의 관련법에 따른 경제운영
자의 이름, 주소, 전화번호 및 전자우편주소
- (e) 판매자가 사업자인 경우 사업자등록증 및 사업자등록번호
- (f) EU법을 준수하는 상품 또는 서비스만을 제공하겠다는 판매자의 자기 인증서

온라인 플랫폼은 자유롭게 접근할 수 있는 공식 온라인 데이터베이스를 이용하거나, 회원국 또는 EU가 제공한 온라인 인터페이스를 이용하거나, 판매자에게 믿음만한 출처가 발급한 문서를 요구하여 (a), (d), (e)의 정보가 신뢰할 수 있는지 것인지 여부를 확인하기 위해 합리적인 노력을 기울여야 한다(제22조제2항). 또한, 온라인 플랫폼은 판매자, 공개 데이터베이스, 인터페이스 등을 통해서 수집한 정보를 해당 판매자와 계약을 유지하는 동안 안전한 방식으로 보관하여야 한다(제22조제2, 4항).

온라인 플랫폼은 회원국의 규제당국 또는 유럽위원회의 명령 등 관계 법령에 따라 요구되는 경우가 아니면 수집한 정보를 제3자에게 공개할 수 없다. 다만, (a), (d), (e) 및 (f)에 언급된 정보는 명확하고 쉽게 접근할 수 있으며 이해하기 쉬운 방법으로 서비스 이용자가 이용할 수 있도록 하여야 한다(제22조제5, 6항).

7) 투명성보고서 발간 의무의 추가

온라인 플랫폼 제공자(소규모 사업자 제외)는 제13조에 따라 모든 중개서비스 제공자가 발간하도록 되어 있는 투명성보고서에 아래의 정보를 추가하여야 한다(제23조제1항).

42 Regulation (EU) No 910/2014 of the European Parliament and of the Council of 23 July 2014 on electronic identification and trust services for electronic transactions in the internal market and repealing Directive 1999/93/EC

43 Regulation (EU) 2019/1020 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on market surveillance and compliance of products and amending Directive 2004/42/EC and Regulations (EC) No 765/2008 and (EU) No 305/2011 (Text with EEA relevance.)

- (a) 제18조에 따라 법원 외 분쟁해결기구에 제출된 분쟁 건수, 해결 결과 및 분쟁해결에 소요된 평균 시간
- (b) 제20조에 따라 명백히 불법적인 콘텐츠의 제공, 명백히 근거 없는 신고의 제출, 명백히 근거 없는 불만의 제기 등에 대해서 내려진 중단 조치의 횟수
- (c) 콘텐츠 조정의 구체적인 목적, 그 같은 목적 달성에 있어서 자동화된 수단의 정확성 지표, 적용된 보호조치 등을 포함해 '콘텐츠 조정'을 위한 자동화 수단의 이용 여부

또한, 온라인 플랫폼은 제25조제2항에 따라 지난 6개월 동안 각 회원국의 월평균 유효 서비스 이용자에 관한 정보를 최소 6개월에 한 번 이상 공개하여야 한다(제23조제2항).

8) 온라인 광고의 투명성 확보 의무

온라인 플랫폼(소규모 사업자 제외)은 서비스 이용자가 자신에게 노출된 광고에 대해서 모호하지 않은 방식으로 (a) 해당 정보가 광고라는 사실, (b) 광고주(자연인도 포함), (c) 광고가 노출될 서비스 이용자를 결정하는데 이용된 주요 매개변수에 관한 의미 있는 정보를 실시간으로 식별할 수 있도록 하여야 한다(제24조).

(4) 대규모 온라인 플랫폼에 대한 특칙

1) 서비스에 대한 위험평가 및 위험 완화 조치

① 위험의 식별, 분석 및 평가

대규모 온라인 플랫폼은 적어도 1년에 한 번 이상 플랫폼 서비스의 기능에서 야기되거나 플랫폼 서비스의 이용에서 야기된 중대한 구조적 위험(Systemic Risks)을 식별, 분석 및 평가해야 한다. 대규모 온라인 플랫폼은 위험평가를 수행할 때 불법 콘텐츠와 이용약관에 위반한 정보의 급속하고 광범위한 유포 가능성을 포함하여 자신의 콘텐츠 조정 시스템, 추천 시스템, 광고 선택 및 노출 시스템이 구조적 위험에 어떤 영향을 미치는지 고려해야 한다(제26조제2항). 위험평가는 서비스별로 수행되어야 하며, 아래의 세 가지 관점에서 분석한 구조적 위험이 모두 포함되어 있어야 한다(제26조제1항).

- (a) 불법 콘텐츠 유포 등의 서비스 오남용 위험 : 아동 성학대 자료, 불법 혐오 발언 등 불법 콘텐츠의 유포, 위조품 등 법률에 의해 금지된 상품 또는 서비스 판매 행위. 이와 같은 불법 콘텐츠 유포와 불법 상품 판매는 대규모 플랫폼 서비스를 이용한 광범위하게 증폭될 수 있는 구조적 위험을 구성할 수 있다.

- (b) 기본권 행사에 대한 서비스의 부정적 영향 : 유럽헌장에 명시된 사생활 및 가정생활을 존중받을 권리(제7조), 표현 및 정보의 자유(제11조), 차별 금지(제21조), 아동의 권리(제24조) 등에 위함. 이와 같은 기본권 침해 위험은 대규모 온라인 플랫폼들이 이용하는 알고리즘 기반의 시스템 설계 또는 그와 같은 플랫폼 서비스를 모욕적 언행, 표현행위 방해 등의 수단으로 오남용하는 행위와 관련될 수 있다.
- (c) 플랫폼 서비스의 의도적인 조작 위험 : 공중보건·미성년자·사생활·시민담론 등의 보호에 실제적·잠재적 영향을 미치거나 선거절차·국가안보·공공질서·상관행 등에 실제적·잠재적 영향을 미치는 서비스의 의도적인 조작 위험. 이와 같은 위험은 불법 콘텐츠나 이용약관에 반하는 정보를 대량으로 신속하게 유포할 수 있는 가짜 계정의 생성, 봇의 사용, 기타 자동화된 기술의 사용과 관련될 수 있다.

② 식별된 위험의 완화 조치

대규모 온라인 플랫폼은 위험평가 결과 식별된 구조적 위험에 맞게 합리적이고, 비례적이며, 효과적인 위험 완화 조치를 마련하여야 한다. 위험 완화 조치에는 아래의 내용이 포함될 수 있다(제27조제1항).

- (a) 콘텐츠 조정, 추천 시스템, 해당 시스템들의 의사결정 프로세스, 서비스의 특성 또는 기능, 약관조항 등의 수정·보완
- (b) 광고의 노출을 제한하기 위한 맞춤형 조치
- (c) 구조적 위험을 탐지하기 위한 내부 프로세스 또는 감독의 강화
- (d) '지정신고자(Trusted Flaggers)'와의 협력 개시 또는 조정
- (e) 행동규약(제35조) 및 위기 프로토콜(제37조)을 통한 다른 온라인 플랫폼들과의 협력의 개시 또는 조정

한편, 유럽 디지털서비스위원회는 유럽위원회와 협의하여 연 1회 종합 보고서를 발간하여야 하며 보고서에는 아래의 내용이 포함되어 있어야 한다(제27조제2항).

- (a) 대규모 온라인 플랫폼이 보고하거나 다른 정보 소스(특히 제31조 및 제33조에 따라 제공받은 정보)를 통해 확인된 가장 두드러지고 반복되는 구조적 위험의 식별 및 평가
- (b) 식별된 구조적 위험을 완화하기 위한 대규모 온라인 플랫폼을 위한 모범관행(Best Practices)

유럽위원회는 모범사례를 제시하고 가능한 조치를 권고하기 위해 디지털 서비스 코디네이터와 협력하여 특정 위험과 관련된 위험을 완화하기 위한 일반지침을 발표할 수 있다(제27조제3항).

2) 독립적인 감사의 실시 및 감사 이행 조치

대규모 온라인 플랫폼은 자체 비용으로 최소한 1년에 한 번 이상 감사를 실시해 이 법에서 중개서비스 제공자에게 부과된 의무, 행동규약(제35조, 제36조), 위기 프로토콜(제37조)에 따른 약속을 잘 준수하고 있는지 여부를 평가해야 한다. 감사조직은 해당 대규모 온라인 플랫폼으로부터 독립적이어야 하고, 위험관리, 기술능력과 역량이 입증된 전문성을 보유하고 있어야 하며, 행동규약 또는 관련표준을 기반으로 입증된 객관성과 직업윤리를 가지고 있어야 한다(제28조제1,2항). 이 경우 감사보고서에는 아래의 사항이 포함되어야 한다(제28조제3항).

- (a) 대규모 온라인 플랫폼의 이름, 주소 및 연락처, 감사 기간
- (b) 감사 수행 조직의 이름과 주소
- (c) 감사를 받은 요소들에 대한 설명과 감사에 적용된 방법론
- (d) 주요 감사 결과에 대한 설명
- (e) 대규모 온라인 플랫폼이 의무와 약속을 준수했는지 여부에 대한 감사 의견
- (f) 감사 의견이 부정적인 경우 이 법 준수를 위한 특정 조치에 대한 운영상의 권고

대규모 온라인 플랫폼은 감사보고서에 따른 권고사항을 이행하고 1개월 이내에 감사이행보고서를 채택하여야 하며, 권고사항을 이행하지 못한 경우에는 감사이행보고서에 그 이유를 설명하고 미이행 사항을 해결하기 위하여 취할 수 있는 대체 조치를 제시하여야 한다(제28조제4항).

3) 추천 시스템의 매개변수 명확화

대규모 온라인 플랫폼은 이용약관에 명확하고 접근가능하며 쉽게 이해할 수 있는 방식으로 추천 시스템⁴⁴에 이용되는 주요 매개변수와 서비스 이용자가 그 매개변수를 변경하거나 매개변수에 영향을 줄 수 있는 선택권을 명시하여야 한다. 그와 같은 선택권에는 프로파일링(Regulation (EU) 2016/679) 제4조제4호)을 기반으로 하지 않는 하나 이상의 옵션이 반드시 포함되어야 한다. 또한, 대규모 온라인 플랫폼은 온라인 인터페이스를 통해서 서비스 이용자가 언제든지 추천 시스템이 자신에게 제시하는 정보의 순위를 결정하는 옵션을 선택·변경할 수 있게 하여야 한다(제29조제1, 2항).

44 “추천 시스템(recommender systems)”이란 온라인 인터페이스에서 서비스 이용자에게 특정 정보를 제안하기 위해 온라인 플랫폼이 이용하는 완전히 또는 부분적으로 자동화된 시스템을 의미한다(제2조(o)). 예컨대, 수신자에 의한 검색의 결과 또는 제시되는 정보의 상대적 순서 또는 중요도의 결정 등이 포함된다.

4) 온라인 광고의 투명성 의무 추가

대규모 온라인 플랫폼은 제24조에 따른 투명성 의무 이외에 광고가 온라인 인터페이스에 마지막으로 노출된 후 1년 동안 (a) 광고 내용, (b) 광고주(자연인도 포함), (c) 광고가 노출된 기간, (d) 광고가 특정 서비스 이용자 그룹에게만 노출되도록 의도한 것인지 여부(타깃 광고인지 여부) 및 그 경우 사용된 주요 매개변수, (e) 광고에 노출된 전체 서비스 이용자의 수 및 광고가 대상으로 했던 전체 서비스 이용자 그룹의 수(타깃 광고의 경우로 한정) 등의 정보가 포함된 파일(Repository)을 저장해두어 누구든지 공개적으로 애플리케이션 프로그래밍 인터페이스를 통해 이용할 수 있도록 하여야 한다. 다만, 광고에 노출되거나 노출될 수 있었던 서비스 이용자의 개인정보가 포함되어서는 안 된다(제30조).

5) 데이터에 대한 접근 및 조사 허용

대규모 온라인 플랫폼은 디지털 서비스 코디네이터 또는 유럽위원회가 이 규정 준수 여부를 모니터링하고 평가하는데 필요한 데이터에 접근할 수 있도록 하여야 하고, 심사를 거쳐 선정된 연구자들(Vetted Researchers)⁴⁵이 제26조에 따른 구조적 위험을 식별하고 이해하는데 도움이 되는 연구를 수행할 수 있도록 데이터에 접근 권한을 부여하여야 한다(제31조제1,2항). 플랫폼이 작동하는 방식과 온라인 위험이 진화하는 방식을 면밀히 조사하기 위한 것이다. 이 경우 데이터에 대한 접근은 가능한 온라인 데이터베이스 또는 애플리케이션 프로그래밍 인터페이스를 통해서 할 수 있어야 한다. 그밖에 유럽위원회는 영업비밀, 서비스의 보안유지 등 대규모 온라인 플랫폼과 서비스 이용자의 권리와 이익이 침해되지 않도록 고려하면서 데이터에 대한 접근을 허용하는 기술조건, 데이터의 이용목적 등 데이터 접근에 필요한 구체적인 기준을 위임입법을 통해 규정하여야 한다.

대규모 온라인 플랫폼이 데이터에 대한 접근 권한이 없거나 데이터에 대한 접근 권한을 부여할 경우 서비스 보안 또는 비밀정보 특히 영업비밀 보호에 심각한 취약점이 발생할 수 있다는 이유로 데이터에 대한 접근 권한을 부여할 수 없는 경우에는 접근 요구를 받은 후 15일 이내에 디지털 서비스 코디네이터 또는 유럽위원회에게 해당 요구를 변경해달라고 요청할 수 있다(제31조제6항). 이 경우 대규모 온라인 플랫폼은 해당 데이터 또는 대체 데이터에 접근할 수 있는 하나 이상의 대안을 제출하여야 한다.

6) 준법감시인의 지정·신고 및 업무

대규모 온라인 플랫폼은 (a) 디지털 서비스 코디네이터 및 유럽위원회와 협력, (b) 제28조에 따른 독립적인 감사 활동의 조직 및 감독, (c) 경영진 및 직원들에 대한 조언, (d) 의무 준수 모니터링 등에 관

45 심사를 거친 연구자(vetted researchers)가 되기 위해서는 학술기관에 소속되어 있어야 하고, 상업적 이해관계로부터 독립적이어야 하며, 해당 위험과 관련된 분야에서 전문성을 입증할 수 있는 기록을 가지고 있어야 하며, 데이터 보안 및 기밀성 요구사항을 준수할 능력이 있어야 한다(제31조 제4항).

한 업무를 수행하는데 필요한 전문자격, 지식, 경험과 능력을 갖춘 사람을 준법감시인으로 지정하여야 한다. 준법감시인은 대규모 온라인 플랫폼의 직원이거나 계약을 통해 해당 업무를 수행할 수 있다. 대규모 온라인 플랫폼은 준법감시인이 독립적으로 업무를 수행할 수 있도록 조치하여야 하고, 업무 수행에 필요한 적절한 자원을 제공해야 하며, 최고 경영진에 직접 보고하게 하여야 한다. 또한, 준법감시인의 이름과 연락처를 디지털 서비스 코디네이터 및 유럽위원회에 신고하여야 한다(제32조제1~3항).

7) 투명성보고서 발간 의무의 추가

대규모 온라인 플랫폼은 일반 중개서비스 제공자와 달리 “6개월 마다” 제13조에 따른 투명성보고서(콘텐츠 조정 보고서)를 발간하여야 하고, 이에 더하여 최소한 1년에 한 번 이상 제28조에 따른 감사 이행보고서 채택 후 30일 이내에 제26조에 따른 위험평가 결과를 설명하는 보고서, 제27조에 따라 식별된 위험 완화 조치, 제28조에 따른 감사보고서 및 감사이행보고서를 누구든지 공개적으로 이용할 수 있게 하고, 이를 디지털 서비스 코디네이터와 유럽위원회에 제출하여야 한다.

해당 정보의 공개로 인해 자신 또는 서비스 이용자의 비밀정보가 공개될 수 있다거나, 서비스 보안에 심각한 취약점을 유발할 수 있다거나, 국가안보를 해할 수 있다거나, 서비스 이용자에게 피해를 줄 수 있다고 판단되는 경우 대규모 온라인 플랫폼은 보고서에서 그 같은 정보를 삭제할 수 있다. 이 경우 해당 플랫폼은 공개보고서에서 정보를 삭제한 이유에 대한 설명과 함께 전체 보고서를 디지털 서비스 코디네이터와 유럽위원회에 제출하여야 한다(제33조).

IV. 조사, 집행, 모니터링 및 제재 조치

1. 유럽위원회의 권장사항

유럽위원회는 산업표준의 개발·시행을 장려하고(제34조), 행동규약(Code of Conduct)의 제정을 장려하며(제35조), 특히 온라인 광고에 관한 행동규약의 제정을 강력히 권고해야 한다(제36조). 또한 국가안보, 공중위생 등 위기상황 대응을 위한 위기관리 프로토콜(Crisis Protocols)의 수립 및 개정을 권고할 수 있다(제37조).

2. 코디네이터의 지정 및 권한

회원국은 이 규정의 집행을 담당할 관할당국을 지정하고 관할당국 중 하나를 디지털 서비스 코디네이터로 지정하여야 한다. 코디네이터는 이 규정의 적용 및 집행과 관련된 모든 문제에 대해서 책임을

진다(제38조). 코디네이터는 이 규정에 따라 업무를 수행하고 권한을 행사할 때 완전히 독립적으로 행동해야 하고, 직접적이든 간접적이든 외부의 영향으로부터 자유로워야 하며, 다른 공공기관이나 개인의 지시를 구하거나 지시를 받지 않아야 한다(제39조).

코디네이터는 중개서비스 제공자에 대하여 정보제공, 현장조사, 설명 등을 요구할 수 있는 조사권을 보유하고, 중지명령, 과징금, 이행강제금, 임시조치(긴급조치) 등을 부과할 수 있는 집행권한을 가진다(제41조). 또한, 코디네이터는 서비스 이용자의 중개서비스 제공자에 관한 불만을 접수받을 수 있다(제43조). 코디네이터는 대규모 온라인 플랫폼이 이 규정을 위반했다고 의심할만한 상당한 이유가 있는 경우 유럽위원회에 필요한 조사 및 집행을 요청할 수 있다(제46조제2항).

3. 과징금 기준의 제정 및 부과

회원국은 이 규정 위반에 대해서 적용할 과징금(Penalties)의 부과기준을 정하여야 한다. 명시된 의무 미준수에 대해 부과되는 과징금의 최대 금액은 해당 중개서비스 제공자의 연 수입 또는 매출액(Annual Income or Turnover)의 6%를 초과하지 않도록 해야 하고, 부정확하거나, 불완전하거나, 기만적인 정보를 제공하거나 현장조사에 응하지 아니한 경우의 과징금은 연 수입 또는 매출액의 1%를 초과할 수 없다. 또한, 이행강제금은 일당 일일 평균 매출액의 5%를 초과하지 않도록 해야 한다(제42조).

4. 대규모 온라인 플랫폼에 대한 조사 및 조치

대규모 온라인 플랫폼이 추가 의무(이 규정 제3장 제4절의 의무)를 위반한 경우에는 강화된 감독체계가 적용된다. 유럽위원회는 법 위반 사실을 조사·확인하기 위하여 필요한 경우 관계인에 대한 정보요청(제52조), 관계자에 대한 인터뷰(제53조), 법 위반자 등에 대한 현장조사(제54조), 심각한 피해에 대한 임시조치(긴급조치)⁴⁶(제55조) 등의 권한을 행사할 수 있다.

(1) 약속의 구속력 있는 결정으로의 전환

유럽위원회는 대규모 온라인 플랫폼이 법 준수를 약속한 경우 결정으로 해당 약속에 구속력을 부여하고 조사를 중단할 수 있다. 국내법상 “동의의결”에 해당하는 제도이다. 그러나 (a) 결정의 근거가 된 사실에 중대한 변화가 있는 경우, (b) 플랫폼이 약속에 반하는 행위를 한 경우, (c) 결정이 불완전하거나, 부정확하거나, 기만적인 정보를 기반으로 내려진 경우에는 조사절차를 재개할 수 있고 플랫폼이 제시하는 약속이 미흡하다고 판단하는 경우에는 해당 약속에 대한 구속력 부여 결정을 거부할 수 있다(제56조).

46 서비스 이용자에게 심각한 피해가 우려될 경우 유럽위원회가 내릴 수 있는 임시조치로서 임시조치의 구체적인 내용이나 수단·방법·절차 등은 마련되어 있지 않다.

(2) 데이터베이스 및 알고리즘에 대한 접근 등

유럽위원회는 대규모 온라인 플랫폼이 이 규정을 준수하는지 여부를 모니터링하는데 필요한 조치를 취할 수 있고, 데이터베이스 및 알고리즘에 대한 접근과 설명을 명할 수 있다. 이와 같은 조치 명령에는 유럽위원회의 모니터링 활동을 지원하고 전문지식과 이해를 제공할 독립적인 외부 전문가나 감사인의 임명이 포함될 수 있다(제57조).

(3) 법위반의 결정 및 과징금 등의 부과

유럽위원회는 대규모 온라인 플랫폼이 본 규정의 관련 조항, 임시조치명령(제55조), 구속력 있는 약속(제56조) 중 어느 하나 이상을 준수하지 아니한 경우 “미준수(Non-compliance)” 결정을 내려야 한다(제58조). 유럽위원회는 미준수 결정을 채택하기 전에 관련 대규모 온라인 플랫폼에 예비조사 결과를 전달해야 한다. 유럽위원회는 예비조사 결과에서 고려 중인 조치 또는 대규모 온라인 플랫폼이 취해야 한다고 판단되는 조치를 설명하여야 한다.

유럽위원회는 미준수가 대규모 온라인 플랫폼의 고의 또는 과실에 기인한 것이라고 판단한 경우에는 이전 회계연도 총매출액의 6%를 초과하지 않은 범위 내에서 과징금을 부과할 수 있고(제59조), 부정확하거나, 불완전하거나, 기만적인 정보를 제공하거나, 정해진 기간 내에 정보를 제공하지 않거나, 정해진 기간 내에 부정확하거나, 불완전하거나, 기만적인 정보를 수정하지 않거나, 현장실사를 거부하는 경우에는 이전 회계연도 총매출액의 1%를 초과하지 않는 과징금을 부과할 수 있다.

그 밖에 유럽위원회는 정보제공, 현장조사, 임시조치, 구속력 있는 약속을 이행할 때까지 대규모 온라인 플랫폼 또는 법위반 관련 정보를 알 수 있는 자에게 정기적으로 이행강제금을 부과할 수 있다. 이 경우 이행강제금은 1일당 전년도 일일 평균 매출액의 5%를 넘지 않아야 한다(제60조). 유럽위원회는 임시조치(제55조), 약속의 전환(제56조), 법령 미준수(제58조), 과징금 및 이행강제금 부과(제59조, 제60조) 등의 결정을 내린 경우에는 그 사실을 공표하여야 하고 공표 내용에는 당사자의 이름과 주요 결정 내용이 포함되어야 한다(제64조).

V. 나가며

1. 온라인 중개서비스 제공자의 의무 차등화

「디지털 서비스법(안)」은 온라인 중개서비스 제공자의 온라인 시장에서의 역할과 위상, 즉 서비스의 유형과 사업자의 규모에 따라 책임과 의무를 차등화하고, 책임 준수(부담) 능력이 낮은 소규모 사업자에 대해서는 일부 법조항의 적용을 면제함으로써 영세상인들을 배려하고 있다. 온라인 환경은 오프라인과 달리 하나의 공유 생태계 내에 다수의 플레이어들이 참여하고 참여자들의 역할과 지위가 각기 달라 획일적인 의무를 부여할 경우 불필요한 규제를 양산하고 법 집행력이 떨어질 수 있다.

정부가 2021년 3월 8일 입법예고한 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정 법률안」(이하 「입법예고안」이라 한다)도 사업자의 유형에 따라 책임과 의무를 달리 규정하고 있다. 입법예고안은 적용 대상 사업자를 크게 ‘온라인 플랫폼 운영사업자’, ‘온라인 플랫폼 이용사업자’, ‘자체 인터넷 사이트 등 이용사업자’로 구분하고, ‘온라인 플랫폼 운영사업자’는 다시 거래방식 및 관여도 등에 따라 ‘정보교환 매개 서비스’, ‘연결수단 제공 서비스’, ‘거래중개 서비스’ 등 3가지 유형으로 구분하고 있다. 그러나 이와 같은 서비스 분류는 “거래”에 초점을 두고 있어 「디지털 서비스법(안)」과 같이 중개서비스 제공자의 온라인 시장에서의 역할과 위상에 따른 차별화된 규제는 어려울 것으로 보이며, 실제 서비스 유형간 의무의 차이가 명확해 보이지 않는다.

2. 삭제 등의 대상이 되는 불법정보의 명확화

「디지털 서비스법(안)」은 삭제·차단의 대상이 되는 불법정보 또는 불법 콘텐츠를 별도로 정의하지 않고, ‘해당 법률의 정확한 주제 또는 성격과 관계없이 상품 판매 또는 서비스 제공을 포함하여 그 자체로 또는 그 활동과 관련하여 EU법 또는 회원국의 법률을 준수하지 않은 모든 정보를 의미한다’라고 하여 불법정보 또는 불법 콘텐츠에 관한 정의를 EU 및 회원국의 개별법에 맡기고 있다(제2조(g)). 유럽 위원회는 ‘유해하지만 반드시 불법이 아닌 콘텐츠’가 「디지털 서비스법(안)」에 정의되어서는 안되며, 삭제·차단 의무의 대상이 되어도 안된다는 일반적인 합의가 있었음을 강조하고 있다. 표현의 자유 보호는 인권, 자유, 민주주의, 평등, 법의 지배 등 유럽의 가치들과 밀접한 관련이 있는 민감한 영역이기 때문이다.⁴⁷

불법 콘텐츠뿐만 아니라 불법 상품 및 서비스의 제공 또는 판매와 관련한 정보도 규제 대상이 된다. 따라서 위조품 또는 위험하거나 안전하지 않은 상품을 판매하거나 광고하는 것도 불법정보로 보게 된

47 Proposal 중 EXPLANATORY MEMORANDUM 참조.

다. 아울러 중개서비스 제공자가 공개한 이용약관에 배치된 정보도 불법정보와 마찬가지로 삭제·차단의 대상이 될 수 있다. 이에 따라 「디지털 서비스법(안)」 상의 온라인 중개서비스 제공자는 우리나라 「정보통신망법」 제44조의7 등에 따른 불법정보, 청소년 유해매체, 사생활 침해 또는 명예훼손 정보 등과 「전자상거래법」 상의 거래관련 정보 등을 포함하여 광범위한 정보를 규제 대상으로 하고 있다. 이에 따라 「디지털 서비스법(안)」에서는 중복규제 이슈가 발생할 여지가 없으나 국내법에서는 중복규제 문제가 발생할 수 있다.

3. 영업비밀 등 보호와 투명성 의무의 강화

「디지털 서비스법(안)」은 준법과 투명성 강화에 많은 할애를 하고 있다. 특히 대규모 플랫폼은 “위험 기반 접근방식”에 따라 준법감시인을 지정하고, 독립적인 외부감사를 받아야 하며, 콘텐츠 조정 보고서(투명성보고서), 불법정보 조치 활동결과, 광고 및 추천 시스템의 알고리즘, 위험평가보고서, 감사보고서 등을 공개하여야 한다. 또한, 1년 동안 광고의 내용 등을 보관 및 공개해야 하고, 관계당국과 선정 연구자가 데이터베이스 및 알고리즘에 접근할 수 있도록 해야 한다. 광고의 경우 서비스 이용자가 광고의 수신 여부를 선택할 수 있어야 하고 추천 시스템의 경우에는 추천에 이용되는 매개변수를 이용자가 변경할 수 있어야 한다. 데이터베이스 및 알고리즘에 대한 접근은 단순히 불법 여부를 판단하는 것을 넘어 알고리즘의 발전과정을 분석하는 목적으로 접근하는 것까지 허용해야 한다.

이와 같은 의무를 부여하게 된 배경으로 유럽연합은 알고리즘 시스템이 온라인 정보의 흐름을 형성하는 방식, 특히 정보검색 및 광고노출의 우선순위를 정하는 방식이나 광고의 대상(타겟)을 정하는 방법과 관련하여 이해관계자는 물론 시민사회와 학계로부터 알고리즘의 책임 및 투명성에 대한 감사 필요성을 지적하는 의견이 많았고, 온라인 광고에 대한 소비자 및 이용자의 권리가 충분히 보장받고 있지 못하며, 관계당국 등에 의한 의미 있는 감독·집행이 이루어지지 못하고 있는 것에 대한 광범위한 우려를 반영한 것이라고 설명하고 있다.⁴⁸ 대규모 플랫폼이 상거래, 여론형성, 정보전파 등에 미치는 영향력을 그대로 방치할 경우 특정 그룹이나 개인이 성별, 인종, 민족, 종교, 신념, 장애, 연령, 성적 지향 등으로 인해 불이익을 받거나 차별을 받을 수 있다는 것이다. 따라서 이용자는 플랫폼 서비스 제공자가 공개하는 정보 이외에 독립 감사인, 검증된 연구자가 공개한 보고서를 통해 플랫폼의 행동을 면밀히 조사할 수 있어야 한다고 강조한다.

그러나 국내에서는 알고리즘 공개에 대해서조차 입장이 크게 대립되고 있다. 온라인 중개 사업자와 광고업계는 대체로 영업비밀 침해 등을 이유로 강하게 반대하고 있으나,⁴⁹ 소규모 광고주들과 시민단체는 광고 시스템, 추천 시스템 등의 알고리즘 공개를 강력히 주장하고 있다.⁵⁰ 공공연히 알려져 있지

48 Proposal 중 EXPLANATORY MEMORANDUM 참조.

49 파이낸셜 뉴스, “플랫폼 알고리즘은 영업비밀” 전자상거래법 손질 들어가나, 2021.4.6.자 기사

50 국회 토론회 자료, 온라인 플랫폼 공정화법, 어떻게 도입할 것인가?, 2021.3.11.

아니하고 독립된 경제적 가치를 지니는 것으로서 합리적인 노력에 의하여 비밀로 유지된 생산방법, 판매방법, 그밖에 영업활동에 유용한 기술상 또는 경영상 정보는 영업비밀로서 보호를 받는 것은 당연하다(「부정경쟁방지 및 영업비밀 보호에 관한 법률 제2조」). 다만, 그것이 영업비밀에 해당한다고 해서 불법, 불공정, 차별적인 알고리즘까지 절대적으로 보호받을 수 있는 것은 아닐 것이다. 인터넷 행태정보, 조회수, 판매량, 상품가격, 광고비 유무, 상품의 공급자가 누구인지 등에 관한 정보를 매개변수로 하여 검색·노출 순위가 결정되는 광고·추천 알고리즘의 비밀 아닌 비밀과 소비자의 기본적 권리(알권리, 선택할 권리 등)를 어떻게 균형 있게 보호할 것인가가 과제로 남는다.

4. 모니터링의 제한과 표현의 자유 보호

디지털 중개서비스 제공자는 불법정보의 삭제 및 차단을 위한 특별한 의무를 부담하고, 소비자 및 이용자의 피해 예방을 위한 다양한 조치를 취해야 한다. 불법 콘텐츠 신고 메커니즘을 구축해야 하고, Trusted Flagger의 신고사건을 우선 처리하기 위한 조치를 마련해야 하며, 범죄 의심정보는 사법당국에 신고해야 한다. 또한, 자체적인 비용으로 서비스의 구조적 위험을 평가해야 한다. 그러나 중개서비스 제공자는 능동적, 적극적으로 불법정보를 모니터링할 의무를 부담하지 않는다. 신고시스템을 통해서 신고를 받거나 불만처리시스템을 통해서 신청을 받은 경우에 한해서 조치를 하면 된다. 유럽연합은 이를 모니터링 금지로 표현하고 있으며⁵¹ 자율적 모니터링 활동에 대하여 어떤 인센티브도 부여하지 않는다는 입장이다. 이는 기본권 간의 균형을 위해서도 필요하고 개인정보보호를 위해서도 필요한 조치라고 보고 있다.⁵² 표현의 자유를 충분히 보장하기 위한 것으로 모니터링이 표현활동에 대한 사전 검열로 이어지는 것을 경계한 것이다. 유럽연합은 온라인상에서 불법정보도 문제이지만 표현의 자유가 제한받고 있는 것도 문제라고 보고 있다. 대신, 유럽연합은 보다 전문적인 기관이나 단체에 의한 통제가 가능하도록 Trusted Flagger 제도를 도입하고 있다.

더 나아가 유럽연합은 시민들이 온라인상에서 보다 자유롭게 의사표시를 할 수 있는 안전장치가 필요하다고 보고 있다. 중개서비스 제공자는 표현의 자유를 침해하지 않도록 이용약관에 제한사항(삭제·차단 조치 기준, 알고리즘 의사결정 여부 등 포함)을 명시해 두어야 하고, 불법정보 반복 게시자에 대한 처리기준을 공개해야 하며, 효과적인 권리구제를 위하여 자체 불만처리시스템 운영, 분쟁해결기구에 의한 분쟁해결절차에의 협력 등과 같은 소송 외 피해구제시스템도 구축하여야 한다. 또한, 부당하게 표현의 자유를 침해받은 자는 언제든지 플랫폼의 결정에 이의를 제기할 수 있어야 한다. 이와 관련하여 「디지털 서비스법(안)」은 중개서비스 제공자가 제한 조치를 취할 때에는 성실하고, 객관적이고, 비례적이어야 하며, 유럽 헌정에 명시된 서비스 이용자의 기본적 권리를 포함하여 관련된 모든 당사자의 권리와 정당한 이익을 합법적으로 고려하여야 한다고 규정하고 있다(제12조제2항). 유럽위원회는

51 Proposal 중 EXPLANATORY MEMORANDUM

52 「디지털 서비스법(안)」 제7조는 ‘중개서비스 제공자는 전송 또는 저장하는 정보를 모니터링하거나 불법 활동을 나타내는 사실이나 상황을 적극적으로 찾아야 하는 일반적인 의무는 부과되지 않는다.’라고 명시하고 있다.

이와 같은 조치들을 현대적이고 미래지향적인 제도라고 부르고 있다. 「정보통신망법」상 임시조치제도의 개선 및 발전에 참고가 될 것으로 보인다.⁵³

5. 판매자의 신원정보 확인·제공 의무와 개인정보보호

「디지털 서비스법(안)」은 온라인 플랫폼 서비스 제공자에게 판매자에 관한 신원정보의 수집·확인 의무와 서비스 이용자에 대한 신원정보의 제공 의무를 규정하고 있다. 이 경우 판매자에는 개인판매자와 기업판매자가 모두 포함된다. 판매자가 개인인 경우에는 이름, 주소, 전화번호, 전자우편주소, 전자신분증, 은행계좌 정보, 법령 준수 상품·서비스만 판매한다는 서약서를, 판매자가 기업(사업자)인 경우에는 이름, 주소, 전화번호, 전자우편주소, 전자신분증, 사업자등록증 및 사업자등록번호, 법령 준수 상품·서비스만 판매한다는 서약서를 수집하고, 이들 정보를 믿을만한 출처가 발급한 문서를 통해 확인하여야 한다. 온라인 플랫폼은 수집한 정보를 해당 판매자와 계약을 유지하는 동안 보관하여야 하고, 서비스 이용자들이 해당 정보(전자서명과 계좌정보는 제외)에 쉽게 접근해서 이용할 수 있도록 해야 한다.

우리 정부 입법예고안도 온라인 플랫폼 운영사업자에게 개인판매자의 성명, 주소, 전화번호 등 대통령령으로 정하는 신원정보를 수집·확인하고, 개인판매자와 소비자 사이에 분쟁이 발생한 경우에는 소비자에게 그 정보를 제공하여 분쟁해결에 협조하여야 한다고 규정하고 있다. 표현상으로는 협조의 무이지만 개인판매자의 정보를 제공하지 않거나 제공한 정보가 사실과 다른 때에는 개인판매자의 고의 또는 과실로 소비자에게 발생한 손해에 대해서 개인판매자와 연대해서 배상할 책임을 지게 되므로 사실상 정보를 제공하지 않을 수 없을 것이다(제29조). 이에 대해서 업계에서는 이 규정이 개인정보보호원칙에 반한다거나 신상털기, 사적 복복에 악용될 우려가 크다는 이유로 반대하고 있다.⁵⁴ 사실 2021년 3월 5일 발의된 일본의 「거래 디지털 플랫폼을 이용한 소비자의 이익 보호에 관한 법률(안)」을 기초할 때에도 일부 전문가들 사이에서 판매자의 정보(이름, 주소, 그밖에 내각부령으로 정한 정보)를 공개하는 것은 신중해야 한다는 지적이 있었다.⁵⁵ 이 같은 업계의 반대를 의식하여 정부안을 기초로 하여 윤관석의원이 2021년 3월 8일 대표 발의한 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정 법률(안)」(이하 “의원발의안”이라 한다.) 제29조제1항은 제공 대상 정보에서 “주소”를 제외하고 있다.

온라인상에서는 불량판매자에 의한 소비자피해 발생 가능성이 크고 소비자가 민사소송을 제기하기 위해서는 개인판매자에 관한 최소한의 정보가 필요하기 때문에 해당 조항이 개인정보보호원칙에 반한

53 국내에서는 2007. 1. 26.에 정보통신망법 제44조의2(정보의 삭제요청 등)와 제44조의3(임의의 임시조치)이 신설되어 「디지털 서비스법(안)」 상의 “신고 및 조치(notice and action) 제도”가 도입되었다.

54 쿠키뉴스, 전자상거래법 입법예고 마무리, 개인정보 침해 논란 해결될까?, 2021.4.14.자 기사

55 lexology.com, デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引に関する新法制定に向けた動き, 2021年1月7日号 참조

다는 주장은 타당하지 않다. 「개인정보 보호법」은 다른 사람의 생명·신체·재산상의 이익 보호를 포기 하면서까지 정보주체의 권리를 보호하고 있지 않다. 또한, 「정보통신망법」은 온라인상에서 사생활 침해 또는 명예훼손 등의 권리를 침해하였다고 주장하는 자는 민·형사상의 소를 제기하기 위하여 침해 사실을 소명하여 명예훼손 분쟁조정부에 정보통신서비스 제공자가 보유하고 있는 해당 이용자의 정보(성명·주소 등 대통령령으로 정하는 최소한의 정보)를 제공하도록 청구할 수 있도록 규정함으로써 이미 정보 게시자에 관한 정보제공의무를 부여하고 있다(제44조의6). 다만, 제공된 정보가 사적 보복에 악용될 가능성도 배제하기 어려우므로 분쟁조정에 실패한 경우에 한해서 소송 제기 목적으로만 이용자에게 직접 제공하도록 하는 방안을 고려해 보아야 할 것이다.

6. 추적기술에 기반을 둔 맞춤형 광고의 제한

「디지털 서비스법(안)」은 디지털 플랫폼 서비스 제공자에게 광고 알고리즘을 투명하게 공개하고 소비자가 맞춤형 광고를 선택하지 않을 권리를 부여해야 한다고 규정하고 있다. 온라인 추천 시스템에 대해서도 검색의 우선순위를 결정하는 알고리즘(매개변수 등)을 투명하게 공개하도록 요구하고 있다. 유럽위원회는 이용자가 광고 또는 추천 시스템을 이해하고 정보에 입각한 결정을 내릴 수 있도록 해야 하며, 자신이 광고·추천의 타깃이 되었는지 여부, 그 이유, 누가 광고비를 지불하는지 등을 명확히 알 수 있도록 해야 한다고 생각한다. 이와 같은 정보를 투명하게 공개하도록 하는 것이 GDPR에 따른 타깃 마케팅에 대한 이용자의 동의권 또는 반대권의 행사에 기여할 것이라고 보고 있다.⁵⁶

그러나 유럽연합 최고의 개인정보보호 감독기구인 유럽개인정보보호감독관(European Data Protection Supervisor, EDPS)은 「디지털 서비스법(안)」과 「디지털 시장법(안)」이 제안되자마자 인터넷 이용자의 온라인 활동에 기반을 둔 온라인 타깃 광고는 금지되어야 한다는 평가를 내놓았다. 그는 ‘침해적인 추적(Pervasive Tracking) 기술’에 기반을 둔 타깃 광고는 투명성을 높이는 것만으로는 부족하고 그 자체 금지되어야 하고, 타깃 광고 목적으로 데이터를 처리하거나 제3자 또는 광고주에게 데이터를 제공·공개하는 행위도 금지해야 한다고 촉구하였다.⁵⁷ 그러나 온라인 타깃 광고 금지는 주로 맞춤형 광고에 의존하고 있는 소규모 사업자들에게 큰 타격을 줄 것이라는 우려도 적지 않다. 다만, 전문가들은 유럽개인정보보호감독관의 이와 같은 주장이 동의(Opt-in)에 기반을 둔 타깃 광고까지 금지해야 한다는 것으로는 보이지 않는다는 입장이다.⁵⁸ 이에 따라 애플, 구글 등 일부 글로벌 플랫폼 회사들은 타깃 광고를 사전동의 기반으로 전환하고 있다.

56 European Commission, Digital Services Act – Questions and Answers

57 TechCrunch, EU's top privacy regulator urges ban on surveillance-based ad targeting, 2021.2.11.

58 Compliance Week, EDPS opinion puts targeted advertising in crosshairs, 2021.1.23.

7. 온라인 서비스 제공자에 대한 규제체계 재설계

정부 입법예고안과 의원발의안은 둘 다 온라인 시장을 규율하기 위하여 새로운 규제수단과 정책수단을 도입하고 있으나 EU의 「디지털 시장법(안)」과는 많이 다르다. 「디지털 시장법(안)」은 불법 콘텐츠와 불법 상품 및 서비스(위조상품, 안전성 결여, 허위 정보, 페이크 뉴스 등) 전반을 다루고 있는 반면, 정부 입법예고안과 의원발의안은 주로 불법 상품 및 서비스 관련 정보로 제한되고 있다. 우리 정부 입법예고안과 의원발의안이 불법 콘텐츠 규제를 제외한 이유는 불법 콘텐츠의 경우 「정보통신망법」에 의하여 규율을 받고 있기 때문으로 보인다.

이처럼 정부 입법예고안과 의원발의안은 애써 불법 콘텐츠를 규율대상에서 제외하고 있지만, 광고규제, 추천시스템 규제(검색엔진 규제), 구매권유 광고규제, 금지행위 등은 「정보통신망법」과 규율대상이 중복되어 중복규제 이슈 외에도 온라인 이용자 보호와 관련하여 관할 다툼이 예상된다. 또한, 국내 대리인도 각각의 법률마다(「정보통신망법」, 「전기통신사업법」, 「전자상거래법」 등) 따로따로 지정하도록 되어있고 법률마다 운영방식에 차이가 있어 해당 사업자 입장에서는 부담이 클 것으로 예상된다. 관할 중복은 중복규제 문제뿐만 아니라 보호의 사각지대 문제도 발생할 수 있는 만큼 「디지털 시장법(안)」의 협력모델(Trusted Flagggers 제도를 통한 규제기관 간 협력 등)을 참고하여 중개서비스 제공자 규제체계 전반에 대한 검토 및 재설계가 필요해 보인다.

참고문헌

- 공정거래위원회, “전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안 입법예고안”, 2021.
- 국회 토론회 자료집, “온라인 플랫폼 공정화법, 어떻게 도입할 것인가?”, 2021.
- 국회의안정보시스템, “온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(정부)”, 2021.
- 국회의안정보시스템, “전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 전부개정법률안(윤관석의원 등 13인)”, 2021.
- 김현수·전성호, “유럽연합 디지털서비스법안(Digital Services Act)의 주요 내용 및 시사점”, 정보통신정책연구원, 2020.
- 나성현·이창범 외, “4차 산업혁명 시대의 인터넷 산업 패러다임 변화와 정책 프레임워크 연구”, 정보통신정책연구원, 2018.
- 신민경, “전자상거래법 입법예고 마무리, 개인정보 침해 논란 해결될까?”, 쿠키뉴스(2021.4.14.), <http://www.kukinews.com/newsView/kuk202104130170>
- 오은선, “‘플랫폼 알고리즘은 영업비밀’ 전자상거래법 손질 들어가나”, 파이낸셜뉴스(2021.4.6.), <https://www.fnnews.com/news/202104061816369944>
- 이창범, 유럽연합 디지털 시장법안의 주요 내용 분석, Global Legal Issues 1호, 한국법제연구원, 2021.
- 일본 소비자청, 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案, 2021.
- COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS : A Digital Single Market Strategy for Europe
- Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (“Directive on electronic commerce”)
- EUROPEAN COMMISSION, Impact assessment of the Digital Services Act(1, 2), COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT, 2020.
- European Commission, New rules for Artificial Intelligence – Questions and Answers, 2021.
- European Commission, Shaping Europe’s Digital Future, 2020.
- European Law Institute, Model Rules on Online Platforms, 2019.
- European Parliament, REPORT on the Digital Services Act and fundamental rights issues 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案posed(2020/2022(INI)), 2020.
- European Parliament, resolution of 20 October 2020 with recommendations to the Commission on a Digital Services Act: adapting commercial and civil law rules for commercial entities operating online(2020/2019(INL))
- European Parliament, resolution of 20 October 2020 with recommendations to the Commission on the Digital Services Act: Improving the functioning of the Single Market(2020/2018(INL))
- European Parliamentary Research Service, Online platforms: Economic and societal effects, 2021.
- lexology.com, デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引に関する新法制定に向けた動き, 2021.
- Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC, 2020.
- Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act), 2020.
- Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services(Text with EEA relevance).
- EUROPEAN COMMISSION, Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL LAYING DOWN HARMONISED RULES ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE (ARTIFICIAL INTELLIGENCE ACT) AND AMENDING CERTAIN UNION LEGISLATIVE ACTS, 2021.

KLRI

맞춤형 법제정보 신청 안내

한국법제연구원 글로벌법제전략팀은 정부부처, 공공기관 등을 대상으로 외국 법제 조사 신청을 받아, 조사결과를 무료로 제공하고 있습니다.

제공내용 정보

- 주요 국가(미국, 영국, 캐나다, 호주, 독일, 프랑스, 일본, 중국 등)법령의 제·개정 내용
 - 국내 현안에 대한 외국 법제 현황 및 내용
 - 정부 입법 정책 수립에 필요한 외국 법령 정보
 - 정부 부처 관련 업무에 대한 법령 정보
- ※ 개인적인 연구(예, 학위논문 작성) 관련 및 단순 법령은 제외되며, 내용이 지나치게 광범위하거나 모호한 범위의 정보제공은 불가능할 수 있습니다.

신청방법

- 한국법제연구원 홈페이지(www.klri.re.kr)를 통하여 신청을 받습니다.
⇒ 홈페이지 접속 → 하단의 수요자 맞춤 서비스 중 “맞춤형 외국법제정보 신청” Click (회원가입 후 로그인)
- 최신외국법제정보 담당자에게 메일로 신청하실 수 있습니다.
⇒ 신청메일주소 : foreignlaw@klri.re.kr
※ 신청시, 대상 국가 법령 및 제도의 명칭 등을 구체적으로 명시하여야 합니다.

접수 및 문의



TEL. (044) 861-0471 FAX. (044) 868-1947
E-Mail. foreignlaw@klri.re.kr www.klri.re.kr

배포

- 정기간행물 형식으로 발간되고 있으며, 정부부처, 공공기관 등에 배포 중입니다.
- 신청하시는 경우 ‘최신외국법제정보’를 무료로 보내드립니다.

미래혁신과 국민행복을
추구하는 글로벌 입법
연구 플랫폼
한국법제연구원



발행일 2021년 8월 31일 | 발행인 김계홍 | 발행처 한국법제연구원(www.klri.re.kr)

주소 30147 세종특별자치시 국책연구원로15 한국법제연구원

TEL (044) 861-0300 | FAX (044) 868-9913

