

스팸 현황과 대응

한국정보보호진흥원
강달천(법학박사)

I. 일반적 스팸(spam)의 정의

- 원하지 않는 영리목적의 광고성 정보
 - 전자우편
 - 전화(문자메시지, 음성광고 등)
 - 기타(메신저 스팸 등)

II. 현행법상 스팸의 정의

- 정보통신망법 제50조(광고성 정보전송 제한)

(1) 누구든지 수신자의 명시적인 수신거부의사에 반하는 영리 목적의 광고성 정보를 전송하여서는 아니된다(opt-out 방식)

(2) 제1항의 규정에 의한 영리목적의 광고성 정보를 전자우편, 전화, 모사전송 그밖에 대통령령이 정하는 매체를 이용하여 전송하는 자는 대통령이 정하는 바에 따라 다음 각호의 사항을 광고성 정보에 명시하여야 한다.

1. 전송정보의 유형 및 주요내용
2. 전송자의 명칭 및 연락처
3. 전자우편주소를 수집한 출처(전자우편에 한한다)
4. 수신거부의 의사표시를 쉽게할 수 있는 조치 및 방법에 관한 사항

<참고> Opt-out 규제방식과 Opt-in 규제방식

- Opt-out 규제방식
 - 누구나 한번은 광고성 정보를 전송할 수 있으며, 수신자의 수신거부 의사표시에 반한 전송을 금지함
 - 대부분의 국가에서 채택(미국 등)
- Opt-in 규제방식
 - 수신자의 동의를 얻지 않은 광고성 정보의 전송을 금지함(opt-out 방식보다 매우 강한규제)
 - 유럽연합 및 일부 국가에서 채택
 - 헌법상 표현(광고)의 자유와 문제 제기됨
 - 현재 시민단체에서 opt-in 도입을 강하게 주장

Ⅲ. 스팸 관련 상담·신고 현황 (KISA, 불법스팸대응센터)

구분	2000년	2001년	2002년
신고	42	254	90,786
상담	283	2,669	15,290
총계	325	2,923	106,076

스팸 현황(2003년)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	총계
신고	15,439	13,298	13,432	16,547	33,275	91,991
상담	1,244	2,030	2,356	2,059	1,822	9,511

IV. 불법 스팸 전송의 문제점

- “(광고)” 등 문구의 미표기
- 광고주와 광고전송 대행업자의 인식부족
- 이메일주소, 전화번호 등 연락처의 자동생성 및 이메일주소추출기의 사용
- 이동전화서비스를 이용한 음성 및 문자광고 전송
- 기술적 조치를 통한 수신거부의 방해
- 신종 스팸전송 기법의 등장
- 불법 음란성 광고전송의 증가

<참고> 수신 스팸메일 중 음란성 정보의 비율

	2000년		2001년		2002년	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
음란성 정보	334	9.1	367	18.5	1,220	61.0
일반상품/서비스 홍보 및 광고(DM)	1,585	43.3	1,050	52.8	609	30.5
경품 및 돈벌기 정보	1,045	28.5	285	14.3	90	4.5
불법S/W(CD판매등) 홍보 및 광고	494	13.5	246	12.4	56	2.8
도박, 복권 관련 내용	85	2.3	13	0.7	17	0.9
행운의 편지	26	0.7	12	0.6	1	0.1
기타	94	2.6	14	0.7	7	0.4
전체	3,663	100.0	2,000	100.0	2,000	100.0

V. 불법스팸 해결을 위한 접근방법

1. 비공식적 접근방법
 - 사회적 규범 및 자율규제 접근
2. 기술적 접근방법
 - 차단(Filtering or Blocking)
 - ISPs에 의한 차단
 - 이메일주소의 은폐
3. 법적 접근방법
 - 소송의 제기
 - 관련 법규의 제정 및 개정

V-1. 비공식적 접근방법

- 사회적 규범과 자율규제
 - 인터넷 초기에는 비공식적인 네티켓의 원칙들과 다송 막연하게 사용되어 온 이용방침이 광고의 상업적 이용을 제한
 - 경영자와 ISPs를 대표하는 사업자단체들은 안티스팸정책을 내세워 스팸문제를 해결하려고 다양한 노력을 시도
 - DMA (Direct Marketing Association)의 opt-out list 정책
 - 온라인우표제 등 각 웹메일서비스업자의 자율규제
 - 비공식적 노력은 다양하게 시도되어 왔으나 스팸문제의 해결에 별다른 효과를 가지지 못함
 - 스팸발송자들에 의해 여러 자율규제 방안들이 무시됨

V-2. 기술적 접근방법

- 최종 수신자의 차단(Filtering)
 - 웹메일서비스제공자들이 제공하는 필터링 프로그램 사용하여 (광고) 문구 등을 차단함으로써 스팸을 감소시킴
- ISPs에 의한 차단
 - 중간에서 스팸의 발송의 왕래를 차단함으로써 최종 수신자에 의한 차단방법보다 효과적임
- Blackhole List의 사용
 - 스팸발송자들의 접속이 잦은 인터넷호스트를 DB상에 올려 수신서버의 운영자가 메시지의 전송을 확인하고 거부하는데 이 용함
- 이메일주소의 은폐
 - 수신자 자신의 이메일주소를 위장하거나 변경
 - 다수의 이메일 계정 사용 및 웹응답서비스의 이용
- 이메일주소추출방지 프로그램의 사용

■ 기술적 접근방법의 한계

- 반스팸기술의 발전과 더불어 이를 회피하기 위한 기술도 발전하여 기술적 접근방법만으는 효과를 거두지 못함
 - 기술적 차단방법은 최종적으로 일반 인터넷 사용자에게 상당한 비용의 부담을 유발하며, 기타 적법한 통신 등에 대하여도 악영향을 끼칠 수 있음
 - 자유로운 정보의 교환을 원하는 인터넷사용자들에게는 비실용적임

V-3. 법적 접근방법

- 소송의 제기
 - ISPs(수신서버 운영자)에 의한 소송
 - 수신서버 장비의 무단사용에 근거한 “재산침해” 또는 불법전용
 - 불법침해, 사기, 부당표시(상표도용), 과실, 계약관계에 대한 불법적 방해
 - 수신자에 의한 소송
 - 재산적·정신적 손해에 대한 손해배상 청구
 - 그러나 발송자 추적의 어려움, 국가간 관할권의 문제, 재산적·정신적 손해액 추정의 어려움 등에 한계가 드러나고 있음
- 법률의 제정 및 개정
 - 스팸금지법의 제정
 - 현행법의 개정을 통한 스팸규제 강화
 - 법률의 경직성과 신속하지 못한 대응에 한계점 있음

VI. 결론

- 기술적 장치와 법적 장치의 공조
 - 전술했던 각각의 접근방법은 거의 대부분이 기대만큼의 효과를 거두지 못함
 - 또한, 모든 형태의 스팸을 금지하는 것은 불가능하며, 정보화 시대에서의 이메일마케팅을 무조건 적대시 할 수 없음
 - 개별적인 접근방법의 한계를 극복하여 보다 효율적인 스팸문제 해결이 바람직

- 결국, 스팸방지를 위한 기술적 장치들이 효율적으로 작동할 수 있도록 정부차원에서의 법적 뒷받침이 필요함
 - 법률로서 스팸발송자들이 기술적 차단장치를 회피할 수 없도록 하고,
 - 스팸문제의 기초가 되는 기술들의 개략적인 이해를 구체화하는 법률을 제정하거나 신설함

<참고>정보통신망법 스팸관련 조항

- 제42조의2 (청소년유해매체물의 광고금지) 정보통신서비스제공자는 청소년보호법 제7조제4호의 규정에 의한 매체물로서 동법 제2조제3호의 규정에 의한 청소년유해매체물을 광고하는 내용의 정보를 전자우편·전화·모사전송 그 밖에 대통령령이 정하는 매체를 이용하여 동법 제2조제1호의 규정에 의한 청소년에게 전송하여서는 아니된다.
- 제50조 (영리목적의 광고성 정보전송의 제한<개정 2002.12.18>) ①누구든지 수신자의 명시적인 수신거부의사에 반하는 영리목적의 광고성 정보를 전송하여서는 아니된다.
②제1항의 규정에 의한 영리목적의 광고성 정보를 전자우편·전화·모사전송 그 밖에 대통령령이 정하는 매체를 이용하여 전송하는 자는 대통령령이 정하는 바에 따라 다음 각호의 사항을 광고성 정보에 명시하여야 한다. 다만, 제3항에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다. <개정 2002.12.18>
 1. 전송정보의 유형 및 주요내용
 2. 전송자의 명칭 및 연락처
 3. 전자우편주소를 수집한 출처(전자우편에 한한다)
 4. 수신거부의 의사표시를 쉽게 할 수 있는 조치 및 방법에 관한 사항

- ③전화 그 밖에 대통령령이 정하는 매체를 이용하여 음성으로 영리목적의 광고성 정보를 전송하는 자는 수신자가 쉽게 알 수 있도록 해당 음성 정보가 시작되는 때에 광고성 정보임을 먼저 밝혀야 한다. 다만, 전자상거래등에서의 소비자보호에관한법을 제13조제1항의 규정에 의한 광고 및 방문판매등에관한법을 제6조제3항의 규정에 의한 전화권유의 경우에는 그러하지 아니하다.

- ④영리목적으로 광고성 정보를 전송하는 자는 수신자의 수신거부를 회피하거나 방해할 목적으로 기술적 조치를 하여서는 아니된다.
⑤영리목적으로 광고성 정보를 전송하는 자는 수신자가 수신거부를 할 때 발생하는 전화요금 그 밖에 대통령령이 정하는 금전적 비용을 수신자가 부담하지 아니하도록 대통령령이 정하는 바에 따라 필요한 조치를 하여야 한다.

- ⑥누구든지 숫자·부호 또는 문자를 조합하여 전화번호·전자우편주소 등 수신자의 연락처를 자동으로 생성하는 프로그램 그 밖의 기술적 장치를 이용하여 영리목적의 광고성 정보를 전송하여서는 아니된다.

- 제50조의2 (전자우편주소의 무단 수집행위 등 금지) ①누구든지 전자우편주소의 수집을 거부하는 의사가 명시된 인터넷 홈페이지에서 자동으로 전자우편주소를 수집하는 프로그램 그 밖의 기술적 장치를 이용하여 전자우편주소를 수집하여서는 아니된다.
②누구든지 제1항의 규정을 위반하여 수집된 전자우편주소를 판매·유통하여서는 아니된다.
③누구든지 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 수집·판매 및 유통이 금지된 전자우편주소임을 알고 이를 정보전송에 이용하여서는 아니된다.
- 제50조의3 (영리목적의 광고성 정보 전송의 위탁 등) ①영리목적의 광고성 정보의 전송을 타인에게 위탁한 자는 당해 업무를 위탁받은 자가 제50조 및 제50조의2의 규정을 위반하지 아니하도록 관리·감독하여야 한다.
②제1항의 규정에 의하여 영리목적의 광고성 정보 전송을 위탁받은 자는 당해 업무와 관련한 법을 위반하여 발생한 손해의 배상책임에 있어 정보 전송을 위탁한 자의 소속 직원으로 본다.

- 제50조의4 (정보전송 의무 제공 등의 제한) ①정보통신서비스제공자는 반복적인 광고성 정보의 전송 또는 수신으로 인하여 의무의 제공에 장애가 일어나거나 일어날 우려가 있는 경우 또는 이용자가 해당 정보의 수신을 원하지 않는 경우에 해당 의무의 제공을 거부하는 조치를 할 수 있다.
 - ②정보통신서비스제공자가 제1항의 규정에 의한 거부조치를 하고자 할 때에는 해당 의무 제공의 거부에 관한 사항을 그 의무의 이용자와 체결하는 정보통신서비스이용계약의 내용에 포함하여야 한다.
 - ③정보통신서비스제공자는 제1항의 규정에 의한 거부조치를 하고자 할 때에 그 의무를 제공받는 이용자 등 이해관계인에게 그 사실을 통지하여야 한다.
- 제50조의5 (영리목적의 광고성 프로그램 등의 설치) 정보통신서비스제공자는 영리목적의 광고성 정보가 보이도록 하는 프로그램을 이용자의 컴퓨터 그 밖에 대통령령이 정하는 정보처리장치에 설치하고자 할 때에 이용자의 동의를 얻어야 한다. 이 경우 해당 프로그램의 용도와 삭제할 수 있는 방법을 고지하여야 한다.