

해킹 정황 시 정부 현장조사... 정보통신망법 손질

정보통신망법 개정안 국회 통과
침해사고 반복 땐 매출 3% 과징금
ISMS·ISMS-P 인증제 실효성 개선

국회와 정부가 지난해 연이은 해킹 사태로 드러난 제도적 허점을 보완하기 위해 동시에 움직였다. 핵심은 여야가 발의한 20여 개 법안을 통합한 정보통신망법 개정안 의결과, 정보보호 인증제 전반의 실효성 강화다.

25일 국회에 따르면 이번에 통과된 정보통신망법 개정안은 해킹 사고의 예방부터 대응, 사후 제재까지 전 과정을 강화하는 데 초점을 맞췄다. 특히 사고 발생 시 통지·조사·제재 체계를 대폭 손질하고, 그간 논란이 됐던 정부의 현장조사 권한을 명문화했다.

개정안은 해킹 사고 정황이 있을 경우 기업 신고 이전에도 정부가 현장조사에 착수할 수 있도록 했다. 조사 과정에서 자료 제출을 거부하거나 허위로 제출하는 경우, 현장조사를 방해하거나 시정명령을 이행하지 않을 경우에는 이행강제금을 부과할 수 있다. 이행강제금은 하루 기준 평균 매출액의 0.03% 범위에서 부과된다. 자료 보존 의무 위반에 대한 처벌도 기존 2년 이하 징역 또는 2000만



지난해 연말에 일어난 기업들의 해킹 사태로 드러난 제도적 허점을 보완하기 위해 국회와 정부가 나섰다. /ChatGPT로 생성한 이미지

원 이하 벌금에서 5년 이하 징역 또는 5000만원 이하 벌금으로 강화됐다.

아울러 정보통신서비스 제공자가 고의 또는 중과실로 5년 내 2회 이상 침해사고를 일으킬 경우, 매출액의 3% 이하 범위에서 과징금을 부과할 수 있도록 했다. 이는 오는 9월 시행 예정인 개인정보보호법 개정안의 징벌적 과징금(최대 매출액의 10%)과는 별도의 규율이다.

정부는 인증제 개선도 동시에 착수했다. 과학기술정보통신부와 개인정보보호위원회는 한국인터넷진흥원(KISA), 금융보안원 등과 함께 ISMS·ISMS-P

인증제 실효성 강화를 위한 현장 간담회를 열고 제도 개선 방향을 공개했다.

ISMS-P는 기업이나 기관이 정보보호와 개인정보보호를 체계적으로 관리·운영하는지를 평가하는 국가 공인 인증제다. 다만 지난해 대형 해킹 사태 당시 인증 기업에서도 사고가 발생하면서 실효성 논란이 불거진 바 있다.

정부는 ▲인증 의무대상 확대 및 기준 강화 ▲예비심사 도입과 기술심사·현장실증형 심사 적용 등 심사방식 개편 ▲유출사고 방지를 위한 사후관리 강화 ▲심사기관 감독 강화 및 심사원 전문성

제고 등을 주요 개선 과제로 제시했다.

앞서 개인정보보호위원회는 반복적이거나 중대한 개인정보 유출 기업에 대해서는 정부가 전체 매출액의 최대 10%까지 징벌적 수준의 과징금을 부과하고 대표(CEO)와 개인정보보호책임자(CPO)의 책임을 강화하는 내용을 담은 개인정보보호법 개정안을 10일 공포했다.

개인정보보호위원회 관계자는 “전 분야를 대상으로 한 실태점검 체계를 마련할 예정”이라며 “기업들이 책임성을 기반으로 자율적 예방에 나설 수 있도록 유도하겠다”고 밝혔다.

이 같은 입법·정책 동시 추진은 지난해 연이어 발생한 대형 해킹 사고의 영향이 크다. SK텔레콤을 비롯해 롯데카드, KT, 쿠팡 등 주요 기업들이 잇따라 침해사고를 겪으며 수백 명에서 수천만 명에 이르는 개인정보 유출이 발생했다. 일부 기업에서는 초기 조사 방해 의혹까지 제기됐고, 사고 기업 대부분이 ISMS-P 인증을 보유하고 있었다는 점도 비판을 키웠다.

전문가들은 기존의 사후 제재 중심 체계를 사전 예방 중심으로 전환해야 한다고 지적했다. /김서현 기자

seoh@metroseoul.co.kr



metro

LG U+ 현대카드 다이브 디지털 콘텐츠 추가

LG유플러스는 현대카드의 디지털 문화 콘텐츠 플랫폼 ‘현대카드 다이브(DIVE)’와 협업해 디지털 콘텐츠 라인업을 확대한다고 25일 밝혔다.

LG유플러스는 지난해 10월부터 통합 앱 ‘유플러스원(U+one)’ 내 디지털 콘텐츠 채널 ‘플러스 메뉴’를 운영하고 있다. 해당 채널에는 다양한 주제의 콘텐츠가 정기적으로 제공되고 있다.

이번 협업을 통해 플러스 메뉴에는 현대카드 다이브의 콘텐츠가 추가된다. 해당 콘텐츠는 통신사와 관계없이 누구나 이용할 수 있다.

양사는 협업을 기념해 공동 프로모션도 진행한다. 다음달 17일까지 플러스 메뉴에서 현대카드 DIVE 콘텐츠를 3개 이상 시청한 뒤 선호 콘텐츠를 선택해 응모하면 경품을 제공한다. LG유플러스 고객이 아니어도 참여 가능하다.

경품은 발뮤다 더 토스터 프로(1명), 이솝 사위 룸 세레나데 세트(3명), 신세계 상품권 5만원권(6명) 등이다.

오프라인 혜택으로는 이달 말까지 서울 용산구 현대카드 스토리지에서 열리는 ‘도널드 저드: 퓨처(Donald Judd: Furniture)’ 전시를 무료로 관람할 수 있다. 유플러스원 앱을 통해 전시 페이지를 제시하면 입장이 가능하다.

이와 함께 현대카드 DIVE 플랫폼에서는 LG유플러스가 기획한 전시 ‘권오상의 심플렉서티(Simplexity): AI, 인간 그리고 예술’ 관련 이벤트도 진행된다. 해당 전시 페이지에 참여한 뒤 오프라인 공간을 방문하면 추첨을 통해 전시 관련 경품을 제공한다. /김서현 기자

카카오게임즈, 지분구조 재편으로 글로벌 경쟁력 강화

LAAA 인베스트먼트, 최대 주주로
카카오 게임즈, 약 3000억 자금 확보
등 해외시장서 사업기회 확대

카카오게임즈가 글로벌 시장 공략과 중장기 성장 기반 강화를 위해 전략적 투자 유치 및 지분구조 재편을 추진한다. 이번 거래에는 라인야후가 출자한 투자 목적 법인 엘트리플레이(LAAA) 인베스트먼트가 참여한다.

25일 카카오게임즈의 공시에 따르면 LAAA 인베스트먼트는 카카오가 보유한 카카오게임즈 지분 일부를 인수하고, 동시에 카카오게임즈가 발행하는 신주와 전환사채(CB)에도 투자할 예정이다.

거래는 5월 중 완료를 목표로 진행되며, 완료 시 LAAA 인베스트먼트가 카카오게임즈의 최대주주로 올라설 예정이다. 카카오는 2대 주주로 남아 전략적 협력 관계를 이어간다.



한상우 카카오게임즈 대표이사

이번 지분구조 재편은 단순 자금 조달을 넘어 글로벌 확장 전략과 맞물린 결정으로 읽힌다. 카카오게임즈는 약 3000억 원 규모의 자금을 확보해 재무 안정성을 높이고, 글로벌 시장에서의 사업 경쟁력을 강화하는 데 활용할 계획이다.

특히 일본을 포함한 주요 해외 시장에서 새로운 최대주주와의 협업을 기반으로 사업 기회를 확대해 나간다는 방침이다.

카카오는 구조 재편을 일부 재투자하며 카카오게임즈와의 관계를 유지한다. 최대주주 지위는 내려놓지만 전략적 파트너로서 역할을 지속하며 회사의 안정적인 운영과 중장기 성장 기반 강화를 지원한다는 구상이다. 지배구조를 유연하게 조정하면서도 사업 시너지를 유지하려는 구조로 해석된다.

업계에서는 이번 거래를 카카오게임즈의 글로벌 전략 본격화 신호로 보고 있다. 국내 중심 사업 구조에서 벗어나 글로벌 게임 및 콘텐츠 기업으로 도약하기 위한 자본과 파트너십을 동시에 확보했다는 점에서 의미가 있다는 평가다. 특히 LY주식회사(라인야후)와의 연결을 통해 아시아 시장에서의 협업 가능성이 확대될 것이라는 전망도 나온다.

카카오게임즈는 이번 재편을 계기로 개발력과 서비스 역량을 기반으로 글로벌 사업을 단계적으로 확대해 나갈 계획이다. 기존 IP 경쟁력에 더해 해외 유통, 협업, 콘텐츠 확장까지 아우르는 구조를 강화하고 다양한 파트너십을 통해 새로운 성장 기회를 모색한다는 전략이다.

아울러 카카오는 이번 계약에서 임직원의 고용 안정과 기존 근로조건 승계를 명문화했다. 이를 통해 조직의 연속성과 기업 문화의 안정성을 유지하며 변화에 따른 내부 리스크를 최소화한다는 방침이다.

카카오게임즈 관계자는 “이번 전략적 투자 유치와 지분구조 재편은 글로벌 경쟁력을 한 단계 높이고 지속 가능한 성장 기반을 다지는 중요한 전환점”이라며 “파트너사들과의 협력을 바탕으로 글로벌 시장에서 새로운 성장 기회를 확대해 나가겠다”고 밝혔다. /최빛나 기자 vitna@

SKB, 경남 합천·창원 경로당에 ‘Btv 온애드’ 구축

스마트경로당 사업 확대

SK브로드밴드는 경남 합천군과 창원시 경로당에 디지털 사이니지 서비스 ‘Btv 온애드’ 구축을 완료하고 스마트경로당 사업 확대에 나섰다고 25일 밝혔다.

스마트경로당은 과학기술정보통신부가 ICT 기술을 활용해 고령층 복지 여건 개선을 목표로 추진하는 스마트빌리지 사업의 일환이다. ‘Btv 온애드’는 경로당 내 디지털 정보제공과 프로그램

운영을 지원하는 서비스다.

SK브로드밴드는 지난해 3월 합천군 내 경로당 50개소를 대상으로 ‘Btv 온애드’를 시범 운영했으며, 올해 2월에는 470개소를 확대 구축을 마쳤다. 창원시에서는 올해 1월부터 경로당 40개소를 대상으로 시범 운영을 진행 중이다.

‘Btv 온애드’는 방송 서비스와 디지털 사이니지를 결합한 형태로, 이용자는 건강체조, 노래교실 등 여가·복지 프로그램과 교육 콘텐츠를 손쉽게 이용할

수 있다. 지자체는 별도 조작 없이 원격으로 시정 홍보, 영상회의, 공지사항 등을 편성·송출할 수 있다.

창원시는 해당 서비스를 활용해 인지기능 교육, 치매예방교육 등 프로그램을 운영했으며 약 1000명이 참여했다. 합천군은 ICT 기반 감염병 예방 교육에 활용했다. 전북 남원시는 경로당과 행정복지센터에 도입해 지역 행사와 소통 프로그램 등에 활용하고 있다. 이 서비스는 월 구독 방식으로 제공되며, 타사 인



SK브로드밴드 ‘Btv 온애드’가 설치된 경로당에서 어르신들이 댄스 교실에 참여하고 있는 모습을 연출한 생생형시 사진. /SKB

터넷 회선에서도 이용 가능하다. 전국 단위 유지보수망을 통해 24시간 상담과 장애 대응도 지원한다. /김서현 기자

네이버 광고 플랫폼 통합으로 편의성·효율 높인다

네이버가 광고주의 편의성과 운영 효율을 높인 신규 광고 플랫폼을 도입한다고 25일 밝혔다. 기존에 별도로 운영되던 검색 광고와 디스플레이 광고를 하나의 플랫폼으로 통합해 단일 환경에서 캠페인을 관리할 수 있도록 한 것이 핵심이다.

이번 개편으로 광고주는 광고 유형에 관계없이 한 화면에서 성과를 확인하고 운영할 수 있게 됐다. 신규 플랫폼에는 캠페인 성과와 주요 지표를 한눈에 볼 수 있는 대시보드 기능이 추가됐고, 요일별·시간대별·전환유형별 데이터도 통합 제공된다.

성과 분석 기능도 강화했다. 유효 클릭 기반의 ‘기여전환 지표’를 도입해 사용자 반응 흐름을 보다 정밀하게 파악할 수 있도록 했고, 기간 비교 기능을 통해 광고 성과 변화를 직관적으로 확인할 수 있게 했다.

AI 기반 기능도 포함됐다. ‘인사이트’ 기능을 통해 추천, 운영, 프로모션 등 맞춤형 정보를 제공한다. 특히 추천 인사이트는 광고 데이터를 분석해 개선 방향과 대응 전략을 제시한다. 네이버는 중소기업인 광고주에게도 실질적인 운영 도구가 될 것으로 기대하고 있다. /최빛나 기자