

동의 없는 통화녹음, 손해배상책임 질 수 있다



김대희 변호사의
즐거로운 법 생활

일반 전화기가 스마트폰으로 대체되면서 언제, 어디서든 녹음이 가능한 시대다. 이는 법률 분쟁에도 많은 영향을 주고 있다. 대화 녹음파일 및 녹취록이 소송 등에서 증거로서 광범위하게 사용되고, 그에 따라 때로는 사건의 행방이 좌우되기도 한다. 그래서 대화, 통화 등에 대해 분쟁의 우려가 있는 경우 많은 사람들이 녹음을 한다. 그런데 대화녹음은 상대방의 동의가 있는지, 대화에 녹음행위자가 포함되어 있는지 등에 따라 그 법률효과가 달라진다.

대화 당사자가 아닌 제3자가 다른 사람들 사이의 대화를 녹음하면 통신비밀보호법에 따라 형사처벌을 받을 수 있다. 자신의 권리를 실현하기 위한 증거 확보 목적이라도 허용되지 않으며, 불법 녹음으로 확보한 자료는 재판에서 증거로 사용할 수도 없다. 대화자 중 한 명의 동의를 받았더라도 마찬가지다. 대화당사자 전원의 동의가 없는 한 외부인이 제3자 간의 대화를 녹음하는 것은 허용되지 않는다.

반대로 대화자 사이의 녹음은 형사적으로 문제가 되지 않고, 증거로도 사용이 가능하다. 다만 대화자가 녹음을 한다는 것은 녹음하려고 하는 의사와 녹음행위가 존재해야 한다. 이를테면, 녹음기를 몰래 대화자의 주머니에 넣어놓고, 대화자가 이를 모른 채 다른 사람과 대화했는데, 그대화내용이 녹음되었다면 녹음기를 소지한 대화자는 녹음의 의사나 녹음행위를 했다고 볼 수 없기 때문에 대화자의 녹음이라고 볼 수 없다. 녹음행위자는 녹음기를 대화자의 주머니에 집어넣은 사람이 된다. 따라서 녹음행위자가 대화에 참여한 것이 아니므로 녹음행위자는 통신비밀보호법을 위반해 타인간의 대화를 녹음한 것이 된다.

대화자의 녹음일지라도 상대방의 동의를 얻지 않으면 민사적으로 문제가 될 여지는 있다. 대화자중 1인이 상대의 동의를 받지 않고 녹음을 하는 경우 형사상 문제될 것은 없으나, 경우에 따라서는 민사상 불법행위가 인정되어 손해배상책임을 부담할 수 있다. 대법원은 상대방의 동의 없는 무단 녹음, 녹음된 음성체의 방송, 배포행위는 원칙적으로 상대방의 음성권을 침해할 수 있다고 보고 있다. 이때 중요한 기준은 상대방이 명시적인 반대의를 표시했는지 여부다. 상대방이 대

회사직전에 명시적으로 녹음에 대해 반대한다는 의사를 밝혔음에도 불구하고, 녹음한다는 사실을 숨기고 녹음하는 경우에는 민사상 불법행위가 성립해 손해배상책임을 질 수 있는 것이다.

그러나 비밀녹음의 경우에도 이를 통해 침해되는 음성권자의 음성권 침해이익보다 이를 통해 달성하고자 하는 공익이 더 클 경우에는 비밀녹음에도 불구하고, 위법성이 조각되어 민사상의 책임을 부담하지 않을 수도 있다. 특히 공적영역에서의 녹음이나 공적인물의 발언에 대한 녹음은 위법성이 조각돼(결국으로는 범죄처럼 보이는 행위라도, 법이 정한 특별한 사정이 인정되어 그 행위를 '위법'으로 보지 않음) 불법행위가 성립할 가능성이 더 낮아진다.

마지막으로 상대방의 동의를 얻은 녹음의 경우에는 민형사상 대부분의 책임으로부터 자유로워진다. 다만, 이러한 동의를 함에 있어서는 동의의 내용을 명확하게 하는 것이 바람직하다. 예를 들어, 녹음행위는 허용하되, 이를 제3자 또는 공중에 유포하는 것은 금지하는 식으로 그 사용 범위를 한정할 수도 있다. 그래야 녹음과일이 음성권자의 의도와는 다르게 사용, 배포되는 것을 막을 수 있다.

/법무법인 바른

AI는 넘치는데 왜 ‘생활 AI’는 없을까



기지 수첩

최 빛 나

〈IT부〉

네이버와 카카오를 취재하다 보면 하루에
도 몇 번씩 ‘AI’라는 단어를 듣는다. AI 브리
핑, AI 검색, AI 에이전트, AI 데이터센터,
AI 팩토리, AI 반도체, AI 투자 등.

발표만 보면 한국은 이미 AI 강국이다. 실제로 국내 플랫폼 기업들은 뒤처지지 않는다. 네이버는 자체 AI 모델을 고도화하는 동시에 앤비디아, 브룩필드와 함께 초대형 AI 인프라 구축에 나섰다. 카카오는 카니니를 앞세워 AI 서비스를 확대하고 있다. 투자 규모와 기술 경쟁력만 놓고 보면 글로벌 빅테크와 경쟁하겠다는 목표도 충분히 현실적이다.

그런데 취재를 마치고 회사 밖으로 나오면 문득 다른 질문이 떠오른다. ‘그래서 지금 국

민이 가장 많이 쓰는 국산 AI는 무엇일까.’
의외로 쉽게 답이 나오지 않는다.

챗GPT는 모르는 사람이 없고 퍼플렉시티와 제미니이도 빠르게 이용자를 늘리고 있다. 반면 국내 AI 서비스는 이름은 알지만 매일 사용하는 서비스로 자리 잡았다고 말하기에는 아직 갈 길이 남아 있다.

기술력이 부족해서일까. 오히려 그 반대다. 국내 플랫폼 기업들은 AI 모델 성능과 추론 능력, 멀티모달 기술을 꾸준히 끌어올리고 있다. 문제는 기술보다 생활이다.

플랫폼의 성공은 원래 기술만으로 결정되지 않았다. 네이버는 원하는 정보를 가장 쉽게 찾게 했고, 카카오톡은 가장 많은 사람들이 쓰는 소통 창구가 되면서 생활의 기준이 됐다. 결국 플랫폼은 기술을 습관으로 만드는 산업이었다.

하지만 AI 시대에는 다시 기술이 뉴스의 중심이 됐다. GPU는 몇 개를 확보했는지, 파

라미타는 얼마나 되는지, 벤치마크 점수는 얼마나 올랐는지가 화제가 된다. 그러나 이 용자는 그런 숫자를 기억하지 않는다. “오늘도 이 서비스를 열었다.” “없으면 불편하다.” 그 경험만 기억한다.

AI 경쟁도 결국 그 지점에서 승부가 난다. 더 큰 모델을 만드는 기업보다 더 자주 실행되는 서비스를 만드는 기업이 이긴다. 네이버와 카카오는 이미 검색과 메신저라는 ‘국민 서비스’를 만들어 본 경험이 있다. 그래서 AI 시대에 더 큰 기대를 받는다. 이제 필요한 것은 또 하나의 AI 모델이 아니라 또 하나의 국민 AI다.

AI 경쟁의 마지막 승부처는 데이터센터도, GPU도 아니다. 국민이 아침에 스마트폰을 켰을 때 가장 먼저 누르는 AI를 누가 만들 것인가. 그 질문에 답하는 기업이 AI 시대의 진짜 플랫폼이 될 것이다.

/vitna@metroseoul.co.kr

매일매일 두뇌트레이닝 생각의 힘을 스도쿠365

문제풀이: 3X3 스도쿠 X는 가로,세로,3X3박스에 1부터 9의 숫자가 대각선,화색 9개에 1부터 9의 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

		6			2		9	8
	3				7			
				9				6
			2	6		4		
6		8				2		5
		4		5	9			
2				7				
			5				6	
8	4		1			3		

			3	9			2	7
				3		6		
			7	1			9	
		3	1					2
2								9
9						7	8	
		9			7	4		
			8		3			
6	4				2	3		

문제출제: 손호성

서로로 그나마도 월드피플을 즐겨보세요

<http://www.argo9.com>

할인도서

7	9	8	9	2	1	6	7	8
2	9	6	8	7	9	7	1	3
1	7	8	3	6	9	9	9	2
3	7	9	6	9	8	7	2	1
9	1	2	4	8	7	8	6	9
6	8	7	1	9	2	3	7	9
9	3	1	9	6	7	2	8	7
7	9	2	7	8	9	1	3	6
8	6	7	1	2	3	8	9	4

8	1	3	2	6	9	7	9	7
7	6	9	3	7	8	9	2	1
5	2	7	7	1	9	6	8	3
7	8	7	1	3	2	9	9	6
6	3	1	1	9	7	8	7	2
2	9	9	6	8	7	1	8	7
3	9	6	8	7	2	7	7	9
4	1	8	9	7	3	2	6	9
9	7	2	7	9	6	3	1	8

김상회의 四季

병오년 백중



음력 7월 15일이 양력으로서는 8월 27일 큰 사찰은 물론이거니와 작은 암자들에서도 백중은 석가탄신일 다음으로 중요하게 여기는 행사이다. 백중일의 유래는 불교가 그 시발점이지만 입재·조재·막재까지 최소 일곱 번의 일정으로 제사를 올리며, 다른 이름으로는 백중, 망훈일, 중원, 우란분절이라고도 불린다. 지옥문이 열리는 날로서 조상의 혼이 극락왕생 내지는 도과를 얻는 기회를 얻는 날로서 석가모니의 상수 제자 중 한 명인 목련존자의 효심을 바탕으로 우란분절 법회를 열어 영가를 천도하는 데서 출발한 것이다. 부처님 제자 중 신동이 제일 뛰어났던 목련존자는 자신의 신통력으로도 지옥고에 떨어진 어머니를 구할 수 없었다. 비탄에 빠진 목련존자는 부처님께 슬퍼하며 묻는다. 그러자 부처님은 정성껏 재를 준비하여 꽃과 과일 그리고 음식을 정성껏 준비하여 우안거를 마치고 나오는 수행자들에게 공양을 올리라 하였다. 공양을 성대히 받은 수행자들은 마음을 담아 영가들의 천도를 발원한다.

괄괄할만한 것은 제사의 당사자들은 조부모님 등 7대에 이르는 선망 부모, 집안의 친족·연족은 물론 가족이 아닌 모든 인연 영가, 이름하여 이름모를 유주무주 영가까지도 포함된다. 인연으로 함께 머무는 모든 존재를 포함하니 개인 천도재와 달리 모두가 함께 기도하는 합동 천도재라고 할 수 있다. 인연이 있거나 없거나 지옥고 또는 4악처를 떠도는 모든 영가가 함께 구원을 받는다는 것이다. 불교에서는 사람이 목숨을 마치면 모든 것이 이바로 끝나고 사라지는 것이 아니라 육도윤회를 하며, 다음 생을 받기 전까지 과정이 있을 뿐만 아니라 이미 어떤 생을 받았다 하더라도 가족과 후손들이 정성껏 공덕을 지어 올리면 그 공덕이 영가는 물론 계속 주고받는다. 영가들이 편안하면 산사람들도 편안하다. 명을 마쳤다고 끝이 아니다.

‘김상회의 사계’에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.

김상희 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com

 메트로미디어			
서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551			
발행·편집인	이 장 규	편집국장	윤 휘 중
인 쇄 인	중앙일보(주)		
광고문의 / 독자센터	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206	2002년5월28일 제5965호	
일간 메트로경제	서울 가50111	2017년3월09일 제2069호	
본지는 한국신문윤리위원회의 서약사로서 신문윤리강령을 준수합니다.			