

SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사와 프라이버시 이슈

유 지 연*

근래에 들어 사람들 커뮤니케이션을 촉진·지원하는 SNS 이용이 활성화되고 있다. 그런데, 이 SNS 사이트 상에서 저장·유통되는 정보는 이용자들이 본인이 인지하지 못하는 사이에 활용되어 서비스 이용의 대가를 치르기도 한다. 더욱이 최근에는 기업이 SNS에 나타난 취업희망자의 성향을 조사하여 채용 결정에 이용하기도 한다.

본고에서는 SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사와 프라이버시 이슈에 대해서 미국에서 논의되고 있는 법적 검토사항을 살펴보고 이를 참고하여 시사점을 도출해 보도록 한다.

목 차

- I. 서 론 / 1
- II. 급성장하는 SNS와 취업희망자의 성향조사 / 3
 - 1. 급성장하는 SNS / 3
 - 2. 취업희망자의 성향조사 / 4
- III. 미국의 법적 대응 / 6
 - 1. 프라이버시에 대한 합리적 기대 / 7
 - 2. SNS 정보 수집방법의 적절성 / 9
 - 3. SNS 정보를 이용한 고용 차별 가능성 / 11
- IV. 결론 및 시사점 / 12

I. 서 론

최근에 사람과 사람간 커뮤니케이션을 촉진하는 소셜 네트워킹 서비스(Social Networking Service, 이하, SNS라고 함) 이용이 활성화됨에 따라서 개인적인 일이나 사건의 기록과 동영상 등을 친구와 공유하는 사람들이 더욱 증가하고 있다. 이들 내용에는 마음에 드는 뮤지션이나

* 정보통신정책연구원 미래융합연구실 책임연구원, (02)570-4238, jyy@kisdi.re.kr

영화와 같은 취미 정보뿐만이 아니라, 가치관, 신념, 성에 대한 태도 등이 나타나는 정서 정보와 가족 상황, 질병 등의 신상 정보, 그리고 음주, 약물, 일탈 행위 등과 같은 불건전한 정보나 체험담 등이 포함되어 있다.

그리고 이러한 SNS 사이트 상에 저장, 유통되는 정보는 이용자가 원치 않는 의도와 목적으로 사용됨으로써, 프라이버시에 관한 논란이 끊임없이 제기되고 있다. 일례로 근래에 발생한 네카시즘¹⁾의 대상자들(예: 개동녀, 루저녀 등)에 대한 SNS 정보가 일명 ‘네티즌 수사대’로 알려진 익명의 네티즌들에 의해서 조사·수집되어 프라이버시 침해로 이어지기도 한다. 해당 개인은 물론 가족 및 지인까지 SNS 사이트 상의 개인 신상 정보와 일상 정보가 조사되고 확대 노출되어 일상생활을 유지하기가 어려운 경우까지 발생한다. 심지어는 SNS 이용자의 사생활을 그대로 노출시켜주는 서비스²⁾까지 등장하고 있어서 범죄에 악용될 우려마저 낳고 있다.

이러한 가운데, 최근에는 기업이 취업희망자를 채용하는데 있어서도 취업희망자의 SNS 정보에 주목하고 있다. 구글 검색(이른바, 구글링(googling))을 통하여 SNS 사이트상의 취업희망자 프로필을 탐색하고 거기에 게재되어 있는 대량의 개인정보를 수집함으로써 그 정보에 기초하여 해당자의 채용여부를 결정하는데 이용한다고 한다. 실제로, 취업희망자의 프로필에 게재되어 있는 정보에 근거하여 취업희망자를 채용하지 않은 기업도 다수 존재하는 것으로 나타났다.

- 1) 네티즌(Netizen)과 매카시즘(McCarthyism)의 합성어로 인터넷상에서 익명으로 어떤 이슈에 대해 무차별적으로 가해지는 ‘온라인 폭력’으로 마녀사냥이라고 일컬어지기도 한다. 오마이뉴스의 고재열 기자가 2005년 6월 20일 “하룻밤 사이 ‘공공의 적’이 된 전인권”이라는 제목의 기사에서 처음 사용했다.
- 2) SNS 이용자의 사회적 관계망, 성향 등을 분석해주는 서비스로는 대표적으로 멘션맵(Mentionmap), 플리즈랍미(Please Rob me), 랩리프(Rapleaf) 등이 있다. 멘션맵(Mentionmap)은 트위터의 API를 활용하여 이용자가 주고받은 멘션들을 분석함으로써 이용자의 친한 친구, 관심분야 등 사회적 관계망을 한눈에 알아볼 수 있도록 이용자의 관계망을 보여주는 웹 서비스이다. 플리즈랍미(Please Rob me)는 위치정보기반 SNS인 포스퀘어 이용자들을 대상으로 현재 이용자는 어디에 있는지, 이용자의 집은 비어있는지 등을 알려주는 웹 서비스이다. 랩리프(Rapleaf)는 트위터의 ‘트윗’, 가입한 온라인 커뮤니티, 링크해 놓은 사이트, 블로그 포스트에 남긴 댓글 등을 추적하여 이용자의 취미와 기호, 성향 등을 분석하여 ‘소셜 그래프’라고 하는 소비자 프로파일을 만들어주는 서비스이다.

그렇다면, 과연 기업이 SNS에 나타난 취업희망자의 정보를 수집하고 이에 기초하여 채용여부 결정의 근거자료로 활용하는 것이 프라이버시를 침해하는 것은 아닌지 의문시된다.

이에 본고에서는 SNS 이용과 SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사가 활성화 되어 있고 SNS 성향조사의 프라이버시 침해 가능성에 대한 법제도적 논의가 이루어지고 있는 미국 현황을 살펴보고 우리나라 법적 대응 가능성과 관련한 시사점을 도출하도록 한다.

II. 급성장하는 SNS와 취업희망자 성향조사

1. 급성장하는 SNS

SNS란 인터넷을 기반으로 사람과 사람을 연결하고 정보공유, 인맥관리, 자기표현 등을 통해 타인과의 관계를 관리할 수 있는 서비스로서, 개인간 커뮤니케이션을 촉진하고 사회적 네트워크 형성을 가능하게 한다. 친구의 친구, 취미, 거주지역, 직업, 출신학교 등 공통적 주제를 가지고 개인과 개인이 만나 새로운 인간관계를 만들 수 있는 가상 커뮤니티를 제공한다.

이러한 SNS는 젊은 세대를 시작으로 매우 단기간에 급성장하였고, 현재는 10대부터 50대까지 많은 사람들 사이에 인기를 얻고 있으며 사이트 수도 수백 개에 달하고 있다.

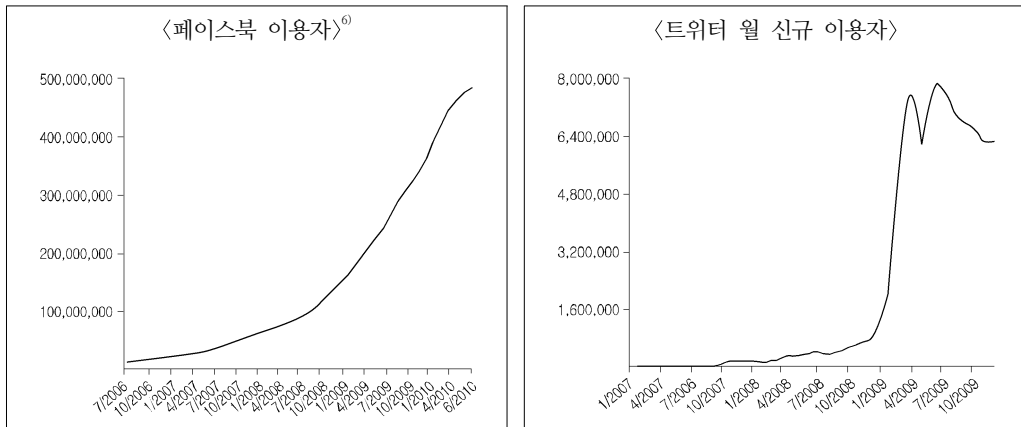
이들 가운데, 특히 세계적으로 인기가 있는 SNS 사이트는 페이스북(Facebook)과 트위터(Twitter)이다. 전세계 페이스북 이용자수는 2010년 6월 현재 기준으로 4억 7,700만명이며,³⁾ 월 순방문자수와 페이지뷰는 각각 5억 4천명과 5,700억 페이지이다.⁴⁾ 그리고 2010년 4월 기준으로 전세계 트위터 이용자수는 1억 580만명이며, 하루 가입자수는 30만명, 한달간 순방문자수는 1억 8,000명이다.⁵⁾

3) Facebakers(2010. 6. 28 확인)

4) Google(2010. 4)

5) HuffingtonPost(2010. 4. 30)

[그림 1] SNS 이용자 추이



출처: InsideFacebook

출처: RJMetrics

미국 페이스북 이용자수는 1억 2,600만명으로 전체 인구 대비 점유율은 41.38%이며, 우리나라 페이스북 이용자수는 110만명으로 전체 인구 대비 점유율은 2.27%이다 (2010. 6 기준).⁷⁾ 또한, 우리나라 트위터 이용자수는 2010년 5월 기준으로 53만명이며, 한달간 순방문자수는 281만명이다.⁸⁾

이러한 SNS 사이트는 ‘프로필’ 또는 ‘자기소개’ 라고 불리는 개인용 웹페이지로 구성되고 글이나 사진 등을 통하여 이용자의 일상, 사진, 취미, 기호, 일기 등이 게재될 수 있도록 구성되어 있다. 또한, 프라이버시 환경설정기능이 있어서 정보의 공개 범위를 제한할 수 있는데, 이용자의 이름, 주소, 전화번호, 이메일 주소 등의 프로필은 대체적으로 ‘모든 사람들에게 공개’가 기본 설정으로 되어 있다.

2. 취업희망자 성향조사

젊은 세대 사이에는 페이스북이나 트위터 등의 이용이 확산됨에 따라서 이들 사이

6) 구체적 사항은 Searchengineland(2010. 5. 13) 참조.

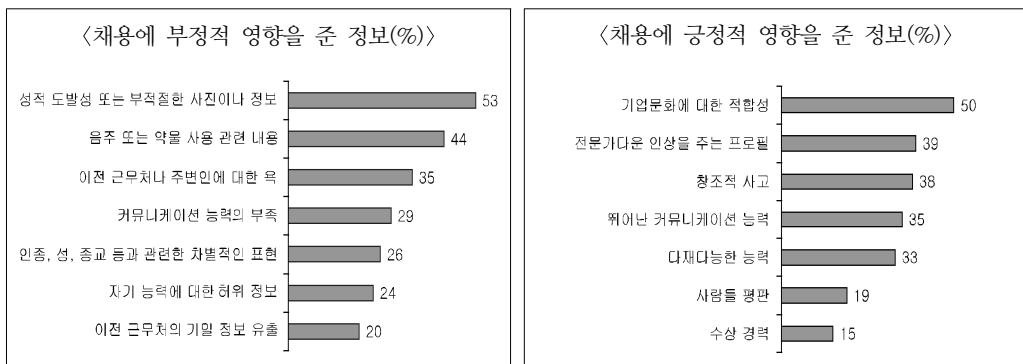
7) Facebookers(2010. 6. 28 확인)

8) KBS(2010. 6. 19)

트에 있는 취업희망자의 프로필을 탐색하고 그들의 행태를 조사하는 기업이 증가하고 있다.

미국 최대 취업정보회사인 캐리어빌더(CareerBuilder)가 2009년 6월에 실시한 조사(인사담당자 2,600명 대상)에 의하면,⁹⁾ 인사 담당자의 45%가 SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사를 실시하고 있는 것으로 나타났으며 이는 2008년 조사 결과인 22%를 크게 상승한 것으로 나타났다. 그리고 SNS를 이용하고 있는 인사 담당자 중 35%가 취업희망자가 프로필에 게재한 정보를 이유로 채용 전형의 대상에서 제외한 적이 있다고 응답했다. 그 이유가 된 정보로 가장 많았던 것은 ‘성적 도발성 또는 부적절한 사진이나 정보(53%)’, ‘음주 또는 약물 사용에 관한 정보(44%)’, ‘이전 근무처나 동료에 대한 욕(35%)’ 등으로 나타났다. 한편, 취업희망자의 프로필이 채용 전형에서 유리하게 작용하기도 한다. SNS에 나타난 성향조사를 한 인사담당자 가운데 취업희망자의 프로필에 게재되어 있는 정보가 채용의 결정적 수단이 되었다고 회답한 사람이 18%인 것으로 나타났다. 채용의 결정에 유리한 영향을 준 정보로는 ‘기업 문화에 대한 적합성(50%)’, ‘전문가다운 인상을 주는 프로필(39%)’, ‘창조적 사고(38%)’ 등으로 나타났다.

[그림 2] SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사내용



9) Careerbuilder(2009. 6. 10)

또한, 우리나라의 취업정보회사인 인크루트가 2010년 6월에 실시한 조사(인사담당자 539명 대상)에 의하면,¹⁰⁾ 인사담당자의 19.5%가 입사지원서에 SNS 주소를 기재하도록 하고 직접 접속하여 확인한다고 응답했다. SNS를 입사지원서에 기재하게 하는 이유는 ‘실제 생활모습이나 인맥, 사회성 등의 파악(68.1%)’, ‘직접 접속하여 지원자의 신상을 자세히 확인(40.5%)’, ‘SNS를 활용하고 있는지 여부 파악(35.3%)’ 등으로 나타났다. SNS에서 가장 중점적으로 보는 것은 ‘대인관계(50.5%)’, ‘평소 언행이나 가치관(35.2%)’, ‘지원 직무 관심도(9.5%)’, ‘해당 기업에 대한 의견(4.8%)’ 등으로 나타났다. 그리고 SNS를 이용하고 있는 인사 담당자중 53.5%가 취업희망자가 프로필에 게재한 정보가 채용 전형에 영향을 미친다고 응답했다.

이 조사 결과로부터, SNS에 나타난 취업희망자 성향조사의 프라이버시 이슈를 논의하는데 있어서 반드시 고려해야 할 점은 취업희망자의 프로필이 고용의 기회에 부정적인 영향을 미칠 수 있지만, 다른 한편으로는 그 게재된 정보에 따라서 취업희망자의 채용여부 결정에 긍정적인 영향을 미칠 수도 있다는 점을 염두해 두어야 한다.

Ⅲ. 미국의 법적 대응

프라이버시권은 일반법상 ‘혼자 있을 권리(the right to be let alone)’¹¹⁾로서, 그 침해는 4가지 유형의 불법행위, 즉 ① 사생활에 대한 침입(Intrusion upon the plaintiff's seclusion or solitude, or into his private affairs), ② 사생활의 부당한 공표(Public disclosure of embarrassing private facts about the plaintiff), ③ 오해를 낳는 공표(Publicity which places the plaintiff in a false light in the public eye), ④ 사생활의 영리적 이용(Appropriation, for the defendant's advantage, of the plaintiff's name or likeness) 등으로 정리되고 있다.¹²⁾¹³⁾

10) 인크루트(2010. 6. 4)

11) Samuel D. Warren, Louis D. Brandeis(1890)

12) William L. Prosser(1960)

이 가운데, 채용 전형에 있어서 취업희망자의 성향조사는 첫 번째 유형인 ‘사생활에 대한 침입’과 관련이 있다.¹⁴⁾ 이 유형은 개인의 사생활을 들여다보거나 또는 이것을 공개, 폭로하여 사람을 불쾌하게 함으로써 불행에 빠뜨리는 행위라 할 수 있다. 이에 기업이 SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사를 실시하고 그 정보에 기초하여 취업희망자의 채용 결정에 반영하는 것은 취업희망자 사생활에 침입하여 개인으로 하여금 불안이나 불쾌감 등을 유발하는 프라이버시 침해의 여지가 있다.¹⁵⁾

아직까지, 미국에서도 SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사가 프라이버시권 침해에 해당하는지에 대한 판례는 없다. 그 대신 미국에서 논의되고 있는 법제도적 검토사항과 쟁점들에 대해서 살펴보고자 한다.

1. 프라이버시에 대한 합리적 기대

취업희망자 성향조사와 프라이버시 문제에 있어서 가장 먼저 고려되어야 하는 것은 성향조사의 대상이 된 SNS에 게재된 글 또는 사진 등의 정보가 프라이버시에 대한 합리적인 기대를 가지고 있는지 하는 점이다. 미국의 프라이버시 보호범위는 기본적으로 ‘프라이버시에 대한 합리적 기대(reasonable expectation of privacy)’에 의하여 설정된다.¹⁶⁾ 즉, 프라이버시의 보호범위는 자신이 사적 영역(private)을 유지하려는 노력의 합리적인 결과물로서 정해진다.

페이스북이나 트위터 등의 SNS 사이트에는 개인 프로필을 열람할 수 있는 대상의 범위를 제한하는 프라이버시 환경설정기능이 갖추어져 있다. 그러나, 이 기능에 대한 무지(無知) 혹은 이해 부족으로 그 초기설정을 변경하여 열람할 수 있는 사람들의 범위를 한정하는 이용자는 그렇게 많지 않다.¹⁷⁾ 이 때문에 많은 사람들의 프로필 공개

13) Restatement(Second) of Torts § 652B(1977)

14) 네 번째 유형인 ‘사생활의 영리적 이용’도 관련될 수 있으나, 취업희망자의 채용과 기업 이익의 관계성에 대해서는 여러 가지 이견이 있을 수 있으므로, 본고에서는 첫 번째 유형인 ‘사생활에 대한 침입’에 한정시킨다.

15) W. Prosser & E. Keeton, The Law of Torts § 177(5th ed. 1984)

16) 박경신(2003)

범위는 초기설정인 채로 액세스하는 모든 사람들이 열람할 수 있는 상태로 되어 있다.¹⁸⁾ 그럼에도 불구하고, 다수의 이용자들은 SNS 사이트상에 게재하는 스스로의 표현 활동에 대해서 주관적인 사고로 프라이버시에 대한 기대를 안고 있는 것 같다.

우선, 취업희망자의 프로필이 액세스하려고 하는 모든 사람들에게 ‘공개’로 설정되어 있는 경우에 대해서 살펴본다. 일반적으로 인터넷상에서 이용할 수 있는 정보는 배타적 권리를 포기한 ‘일반 공중에 속한 상태(public domain)’라고 미국 사법부는 간주하는 경향이 있다.¹⁹⁾ 이는 ‘가시(可視)범위의 원칙(plain view doctrine)’에 따라서 자신이 스스로 공중의 가시범위(plain view)에 공개한 사실에 대해서는 프라이버시 법익이 이미 사라진다고 보는 것이다.²⁰⁾ 이 때문에 SNS 사이트상에 게재한 정보는 공개된 정보로 ‘일반 공중에 속하는 상태(public domain)’이며 누구라도 이용할 수 있다’라는 기본원칙의 적용이 가능하다.²¹⁾ 즉, 이에 대해서는 취업희망자가 프라이버시에 대한 합리적인 기대를 주장하는 것이 곤란하다. 따라서 취업희망자의 프로필이 모든 사람들에게 ‘공개’되어 있는 경우에는 기업이 그 정보를 탐색·열람하여 정보를 수집했어도 이 행위는 프라이버시 침해로 인정받지 못한다.

다음으로, 취업희망자가 프라이버시 환경설정기능을 이용하여 프로필을 열람할 수 있는 ‘공개 범위를 제한’한 경우에는 모든 사람들에게 ‘공개’되어 있는 경우와는 달리, 게재한 정보에 대해서 프라이버시에 대한 합리적인 기대를 주장할 수 있는 가능성이 높아진다.²²⁾ 하지만, 실제로 SNS 사이트상에 게재한 정보에 대해서 취업희망자가 프라이버시에 대한 합리적인 기대를 가질지에 대해서는 제반의 사정을 고려하여 경우에 따른 판단을 해야 한다. 이때에 다음의 사항들을 고려할 수 있다.²³⁾ ① 프라이버시 환경설정기

17) SNS 이용자의 80~99%는 기본설정을 바꾸지 않는다(Joseph Bonneau & Sören Preibusch(2009): 김상현(2010) 재인용).

18) 전세계 45개 SNS 사이트 중 60%가 ‘모든 사람들에게 공개’를 기본 설정으로 해 놓고 있다 (Joseph Bonneau & Sören Preibusch(2009): 김상현(2010) 재인용).

19) Ian Byrnside(2008)

20) 박경신(2003)

21) Ian Byrnside(2008)

22) Robert Sprague(2007)

능의 이용이 가능했는지, ② 프라이버시 환경설정기능을 이용하려고 시도했는지, ③ 설정할 수 있었던 프라이버시 레벨, ④ 정보 열람 공개 범위 및 공개 그룹 유형, ⑤ 정보 열람이 허용되지 않은 사람이 해당 정보를 입수한 방법의 적절성 여부 등이다. 이들 사항들에 근거하여 취업희망자의 프라이버시에 대한 합리적 기대가 인정되면, 기업에 의한 프라이버시 침해가 성립하게 될 것이다. 즉, 취업희망자 스스로가 프라이버시 환경설정기능을 사용하여 프로필을 열람할 수 있는 사람들의 대상 범위를 ‘친구’로 한정하면, 보통 기업은 ‘친구’ 그룹에 속하지 않기 때문에 취업희망자의 프로필에 액세스할 수 없을 것이다. 그럼에도 불구하고 성향조사를 위하여 기업이 SNS 사이트의 액세스 제한 범위를 벗어나 ‘친구’가 되거나 ‘친구의 친구’가 되거나 하는 등 취업희망자의 프로필에 액세스하여 개인정보를 수집하게 되면, 이는 사람을 속여 민감한 개인정보를 취득하는 행위로서 프라이버시 침해에 해당한다.²⁴⁾ 따라서, 취업희망자가 프라이버시의 확보를 위해 의식적으로 자기 자신의 프로필을 열람할 수 있는 사람들의 범위에 대해 엄격하게 제한하고 있는 경우에는 기업이 그 정보를 탐색·열람하여 정보를 수집하는 것이 불법 행위로서 프라이버시 침해에 해당한다.

2. SNS 정보 수집방법의 적절성

전술한 취업희망자의 프라이버시에 대한 합리적 기대에 있어서 두 번째 경우인 SNS 사이트 공개 범위 설정과 관련하여 기업이 SNS 정보의 공개 대상이 아닌데도 취업희망자의 정보 수집을 실시하는 경우에는 전자통신보호법, 특히 저장된 통신법(The Stored Communications Act(SCA), 18 U.S.C. § § 2701~2711, Title II of Electronic Communications Privacy Act(ECPA) of 1986)에 저촉될 수 있다. 저장된 통신법(SCA)은 그 목적의 하나가 저장되어 있는 통신에 권한이 없는 액세스를 금지하는 것으로서 인터넷 웹사이트 상에 보존되어 있는 통신에 대해서 프라이버시 보호를 제공한다.

23) Carly Brandenburg(2008)

24) 자세한 사항은 Johnson v. K-Mart Corporation, n23 N·E. 2d 1192(III App. ct. 2000) 참조.

웹사이트나 블로그에 대해서 권한없는 액세스는 위법하다는 것을 보여주는 판례가 있다. Robert Konop v. Hawaiian Airlines, Inc. 사건(2001)²⁵⁾은 항공회사(피고)에 다니는 파일럿(원고)이 웹사이트를 개설해 운영하면서 회사와 노동조합에 대한 비판적인 글을 게재했다. 해당 웹사이트는 액세스 제한이 이루어지고 있어서 특정 파일럿 및 피고용자에 대해서만 액세스 열람을 허용하였으며 그 이외의 사람에 대해서는 그 이용을 허용하지 않았다. 또한 해당 웹사이트에는 경영진에 의한 열람 금지와 이용자에 의한 게재 내용의 게시 금지 등이 이용 조건으로 부과되어 있었다. 이러한 상황에서 회사 부사장이 원고 파일럿의 허가도 없이 액세스 권한이 있는 다른 파일럿의 이름을 빌려서 해당 웹사이트에 액세스했다. 이에 미국 재판부는 회사 부사장의 해당 웹사이트의 열람에 대해서 저장된 통신법(SCA)이 금지하는 ‘권한이 없음에도 불구하고, 고의로 전자통신서비스를 제공하는 시설에 액세스하였으며 또한 그곳에 보존되어 있는 정보를 열람한 것’은 위법 행위²⁶⁾라고 판결했다. 그러나, 해당 사건에서 가장 중요한 쟁점은 액세스 권한이 있는 파일럿으로부터 이용자 이름을 빌려서 해당 웹사이트의 이용 허가를 받았기 때문에 회사 부사장의 액세스는 법적 책임이 면제되는 것인지 아니면 면제되지 않는 것인지의 여부이다. 즉, 저장된 통신법(SCA)에는 ‘해당 서비스의 이용자에 의한 또는 해당 이용자 범위 내 통신에 관해서 해당 이용자로부터 권한이 주어진 행위’에 대해서는 법적 책임을 면제한다는 규정²⁷⁾을 두고 있어서 회사 부사장의 행위가 여기에 해당하는지의 여부이다. 미국 재판부는 원고 파일럿의 웹사이트에 회사 부사장의 액세스를 가능하게 한 파일럿은 확실히 그 액세스 권한이 있는 사람이지만, 실제로 파일럿 당사자가 액세스 권한을 이용하고 있었다는 명백한 증거가 없기 때문에 해당 파일럿은 저장된 통신법(SCA)이 정한 ‘이용자’에 해당하지 않으므로 면제 규정이 적용되지 못한다고 판결했다.

이상에서 보는 바와 같이, SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사에 있어서 SNS 정

25) 자세한 사항은 Konop v. Hawaiian Airlines, Inc., 302 F.3d 868(9th cir.2002) 참조.

26) 18 U.S.C § 2701(a)(1).

27) 18 U.S.C § 2701(a)(2).

보에 대한 액세스가 가능하고 또한 실제로 이용하고 있는 취업희망자의 친구나 지인 등으로부터 기업이 해당 액세스 권한을 부여받지 않은 한, 기업이 액세스 제어 하에 있는 취업희망자의 SNS 정보에 액세스하려고 시도하면 저장된 통신법(SCA) 위반으로 법적 책임을 추궁할 수 있다.

3. SNS 정보를 이용한 고용 차별 가능성

채용 전형의 정보 수집 및 이용에 있어서 또 한가지 고려해야 할 점은 해당 정보가 고용상 불평등한 차별대우를 받을 수 있는 정보인가 하는 점이다. 미국에서는 공민공법(Title VII of the Civil Right Act of 1964, 42 U.S.C. § § 2000 e-2000 e(17))을 통하여 인종, 피부색, 종교, 성, 출신국 등을 이유로 기업이 취업희망자 및 피고용자를 차별하는 것을 금지하고 있다. 이 외에도 고용연령차별금지법(Age Discrimination in Employment Act of 1967, 29 U.S.C. § § 621~634)은 연령을 둘러싼 질문 등을 규제하며, 미국 장애인법(Americans with Disabilities Act of 1990, 42 U.S.C. § § 12101~12213)은 고용 이전에 직무와 관련성이 없고 장애 유무 내지 그 정도 등에 대한 질문 혹은 조사를 실시하거나 또는 장애를 가진 취업희망자를 선별하는 검사를 실시하는 것을 금지하고 있다. 더불어서 주 레벨에서도 연방과 같은 또는 그 이상의 고용차별금지법에 근거하여 기업에 의한 취업희망자의 관련 정보 수집이 법적으로 규제되고 있다.

SNS 사이트상에는 취업희망자의 개인 신상 정보와 글이나 사진을 통해 이용자의 얼굴, 취미, 기호, 일기 등이 게재되어 있다. 이러한 SNS 정보에는 이용자의 인종, 피부색, 종교, 장애에 관한 정보, 성적 취향, 정치 성향, 연령 또는 결혼 여부 등에 관한 정보도 수집가능하다. 기업이 취업희망자의 SNS 정보를 열람했다고 반드시 취업희망자를 차별 대우하는 것은 아니지만, 취업희망자의 여러가지 민감한 개인정보가 담긴 SNS 정보에 기초하여 기업이 취업희망자의 채용 여부를 결정하면 공민공법, 고용연령차별금지법 등의 고용차별금지법 위반으로 추궁당할 가능성이 있다.²⁸⁾

28) EEOC Guide to pre-Employment Inquiries(1992), 8A Fair Empl. Prac. Man.(BNA) 참조.

취업희망자의 인종, 피부색, 장애 등의 정보는 면접시험을 통해서 기업이 알아낼 수 있는 정보이나 서류전형이라는 채용 전형의 초기단계에서는 일반적으로 알아내기 어려운 정보이다. 더욱이 성적 취향, 정치 성향 등에 관한 정보는 취업희망자에게 직접적으로 질문하지 않는 한 확인하기 어렵다. 그러므로 기업이 SNS 정보를 열람하고 그 정보에 기초하여 취업희망자를 채용하지 않았을 경우에, 해당 SNS 정보에 근거하여 채용이 거부된 것이라는 취업희망자의 주장이 제기되면 기업은 그에 대한 항변이 어렵고 여러 가지 고용차별금지법 위반을 추궁당할 수 있다. 특히, 채용 전형 과정의 초기 단계에서 기업이 취업희망자의 프로필을 열람하여 일정한 보호 대상 집단에 속한 취업희망자들의 채용을 계획적으로 거부했을 경우에는 더욱이 그러하다.²⁹⁾

IV. 결론 및 시사점

전술한 바와 같이, 기업이 SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사를 실시하는 것과 관련하여 미국 법제도상의 주요 쟁점사항으로 프라이버시에 대한 기대, SNS 정보 수집 방법의 적절성, SNS 정보를 이용한 고용 차별 가능성 등에 대해서 살펴보았다.

우리나라의 경우에는 이들 사항과 관련하여 적용가능한 법률은 세가지이다. 먼저, 정보 수집 방법의 적절성과 관련하여 취업희망자가 프라이버시 환경설정기능을 이용하여 SNS 사이트 액세스 공개 범위를 ‘친구’로 제한한 경우에 기업이 ‘친구’ 권한의 도용 혹은 해킹 등의 부정한 방법으로 프로필에 액세스하여 정보를 수집하는 것은 정당한 접근권한 없이 또는 허용된 접근권한을 넘어 정보통신망에 침입하는 것으로, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제48조(정보통신망 침해행위 등의 금지)의 적용이 가능하다. 그리고 SNS 사이트 상에 게재된 성별, 신앙, 연령, 신체조건, 사회적 신분, 출신지역, 출신학교, 혼인·임신 또는 병력 등의 정보에 기초하여 채용 전형 과정에서 불평등한 대우를 준다면, 이는 고용정책기본법 제7조(취업기회의 균등한 보장)의 적용이 가능하다. 또한 채용 당사자가 공공기관인 경우는 공공기관의 개

29) George Lenard(2006)

인정보보호에 관한 법률 제4조(개인정보의 수집)의 적용이 가능하다.

그런데, 이러한 법률 적용은 부적절한 방법에 의한 SNS 접근과 SNS에 나타난 사회적 차별의 원인이 되는 정보를 이용하여 채용 결정에 있어서 부당한 대우를 한 경우만 해당한다.

요컨대, 우리나라에서는 SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사 자체에 대한 판단을 내릴 수 있는 보다 구체적인 법제도가 요구된다. 사실 기업의 SNS를 이용한 성향조사가 채용여부 결정에 긍정적인 영향을 미칠 수도 있기 때문에 부적절한 행위라고 할 수는 없으나, SNS에 게재된 정보의 수집에 있어서 그 대상 및 범위, 그리고 정보의 활용에 대해서 판단할 수 있는 보다 구체적인 법제도가 필요하다. 현재 우리나라에서는 체계적인 관련 법률이 미비하고 현행 개인정보보호 관련 법률은 정보서비스 제공 등 특정분야에 한정되어 있어서 사회 전반에 걸쳐 광범위하게 수집·처리되고 있는 다양한 형태의 개인정보를 적절하게 보호하고 있지 못하다. 일례로 일본에서는 개인정보보호법을 갖추고 있으며 직업안정법 5조의4에서 기업에 의한 취업희망자의 개인정보 취급에 대해서 구체적으로 명시되어져 있어서 기업의 SNS를 통한 취업희망자 성향조사 자체가 위법한 방법에 의한 정보 수집이라고 평가되고 있다. 이에 우리나라에서도 여러 해 동안 제기되어온 문제인 개인정보보호법안의 제정과 관련 법률 정비를 통하여 프라이버시 관련 이슈를 적절하게 판단하고 대처할 수 있는 체계화가 요구된다.

그리고 이러한 법제도적 검토와 별도로, 프라이버시를 가늠하는 사적 영역과 공적 영역을 구별하는 기준에 대한 사회적 논의가 필요하다. 일례로, SNS는 개인간 커뮤니케이션이 이루어지는 공간으로서 사적 영역이며, 이에 SNS 사이트에 게재한 정보가 기업 혹은 타인에 의해서 조사되고 공적 영역에서 이용된다면 정보의 공개 범위 제한 여부에 관계없이 모두 공개되어 있는 정보라 해도 프라이버시 침해로 봐야 한다는 시각도 있을 수 있다. 즉, 프라이버시에 대한 인식이 사람마다 다르고 사이버사회와 현실사회가 혼재하면서 사적 영역과 공적 영역에 대한 구분이 더욱 모호해졌다. 통일된 기준을 마련하는 것은 어려우나, 프라이버시 침해 여부를 누가나 판단할 수 있는

보다 구체적이고 명확한 근거 혹은 고려사항 등이 마련되어야 한다. 이는 프라이버시에 대한 일반인의 인식 제고에도 도움을 줄 것이다.

다음으로, SNS에 나타난 취업희망자의 성향조사와 관련하여 법적 조치가 가능하다고 하더라도 현실에서는 SNS를 통한 성향조사가 취업희망자가 모르는 사이에 실시되기 때문에, 취업희망자는 스스로의 권리가 침해되고 있다는 사실조차 인식하지 못할 것이다. 또한, 취업희망자가 조사 사실을 알게 되어서 스스로의 권리 회복을 위하여 재판을 받으려고 해도 침해 사실을 입증하려면 어려움이 있을 것으로 예상된다. 그렇기 때문에 취업희망자는 SNS 활동 및 이용에 주위를 기울일 필요가 있다. 즉, 기업 혹은 타인에게 SNS 정보가 보여질 수 있다는 사실을 전제로, 어떠한 정보를 게재할 것인지 또는 어떠한 정보를 삭제할 것인지에 대해서 신중하게 고려해야 한다. 만약에 기업 혹은 타인에게 부정적인 평가를 받게 되더라도 현재의 SNS 정보를 그대로 유지하고 싶거나 향후에도 부정적인 평가에 상관없이 정보를 게재하고자 한다면, 적어도 프라이버시 환경설정기능을 사용하고 거기에 액세스할 수 있는 사람들의 범위를 엄격하게 제한해야 할 것이다.

더불어서 SNS 등 인터넷서비스업체들은 이용자가 프라이버시를 확보할 수 있도록 다양하면서도 간편한 프라이버시 환경설정기능의 제공, 프로필 등 개인정보 공개에 따른 잠재적 위험성 경고 등 SNS의 프라이버시 확보를 위한 대응책 마련에 보다 적극적인 고민을 함께 해야 할 것이다.

참고자료

- 김상헌 (2010), “SNS 시대의 Privacy”, NETSEC 2010 발표자료.
- 박경신 (2003), “명예, 초상, 프라이버시, 그리고 표현의 자유에 관한 비교법적 분석”, 헌법실무연구회 제41회 발표회 발표문, 2003. 10. 10.
- 성낙인 (1996), “자동화사회와 프라이버시 보호”, 《법제연구》, 통권 11호, 한국법제연구원.

- 오정연 (2009), “한·미·일 SNS 서비스 비교분석”, 『국가정보화기획단 IT정책연구 시리즈』 제11호, 2009. 12. 10.
- 한국인터넷진흥원 (2009), “인터넷 이용자의 SNS 이용실태조사”, 인터넷통계보고서. 《IDG》, (2010. 6. 1), “소셜 네트워킹 시대, 중요해 지는 온라인 평판 관리”.
- 《KBS》, (2010. 6. 19), “감성다큐 미지수: 트위터를 해보셨나요?”.
- 《디지털타임즈》, (2010. 5. 10), “트위터 등 SNS 이용자 개인정보 줄줄 샌다”.
- 《인크루트》, (2010. 6. 4), “인사담당자 5명중 1명, 지원자 블로그·미니홈피 확인한다”.
- Careerbuilder (2009. 6. 10). “More Employers Screening Candidates via Social Networking Sites”.
- George Lenard (2006). “Employers Using Facebook for Background Checking: Is It Legal?”. www.collegerecruiter.com/weblog/2006/09/employers_using.php.
- Google (2010). “The 1000 most-visited sites on the web”, 2010. 4.
- Ian Byrnside (2008). “Six Clicks of Separation: The Legal Ramifications of Employers Using Social Networking Sites to Research Applicants”, 10 Vand. J. Ent. & Tech. L. 445, 461.
- Joseph Bonneau, Sören Preibusch (2009). “Privacy Jungle”, WEIS 2009: The Eighth Workshop on the Economics of Information Security, London, UK, 2009. 6. 24.
- Samuel D. Warren, Louis D. Brandeis(1890). “The Right to Privacy”, Harvard Law Review, Vol. IV December 15, 1890 No. 5.
- William L. Prosser (1960). “Privacy, California Law Review Vol. 48.
- Robert Konop v. Hawaiian Airlines, Inc. (2001). 262 F.3d 972(9th Cir. 2001), 2001. 8. 28.
- Robert Sprague (2007). “Googling Job Applicants: Incorporating Personal Information into Hiring Decisions”, 23 Lab. Law. 19, 32.
- 《HuffingtonPost》, (2010. 4. 30), “Twitter User Statistics REVEALED”.

《Searchengineland》, (2010. 5. 13), “Has Facebook’s Active User Growth Dropped 25% to 50%?”.

《Webtrends》, (2010. 3. 8), “There are more FarmVille players than Twitter users”.

Facebakers 홈페이지 www.facebakers.com

Greyreview 홈페이지 www.greyreview.com

InsideFacebook 홈페이지 www.insidefacebook.com

RJMetrics 홈페이지 www.rjmetrics.com

Twitter 홈페이지 www.twitter.com