

트위터의 소셜시스템과 제한적 본인확인제에 대한 연구

(Study of Twitter Social System and Limited
Verification of Identities)

2010. 10. 31.

연구기관 : 주식회사 드림위즈



방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

1. 본 연구보고서는 방송통신위원회의 출연금 등으로 수행한 방송통신정책연구용역사업의 연구결과입니다.
2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회 방송통신정책연구용역사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

트위터의 소셜시스템과 제한적 본인확인제에 대한 연구

(Study of Twitter Social System and Limited
Verification of Identities)

2010. 10. 31.

연구기관 : (주)드림위즈

총괄 책임자 : 이 찬 진 (드림위즈)

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『트위터의 소셜시스템과 제한적 본인확인제에 대한 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2010. 10.

연구기관 : (주)드림위즈

총괄책임자 : 이찬진 ((주)드림위즈)

참여연구원 : 허윤영 ((주)드림위즈)

전성구 ((주)드림위즈)

김태연 ((주)드림위즈)

박경배 ((주)드림위즈)

윤웅진 ((주)드림위즈)

최동호 ((주)드림위즈)

권태희 ((주)드림위즈)

조재우 ((주)드림위즈)

김도훈 ((주)드림위즈)

요 약 문

1. 제목

트위터의 소셜 시스템과 제한적 본인확인제에 대한 연구

2. 연구 배경

2007년 시행이후 3년이 경과하여 악성댓글 감소를 주목적으로 하는 제한적 본인확인제 실효성 감소에 대한 보완책의 필요성이 대두되어 바람직한 운영방향을 제시하기 위함.

3. 연구 목표 및 주요 핵심 내용

- 소셜 시스템을 이용한 악성 댓글 감소 효과 분석
- 소셜 시스템을 이용한 제한적 본인확인제 대체 효과 분석
- 소셜 댓글 시스템에서 제한적 본인확인제의 취지 달성을 위한 등급제 적용 효과 연구
- 현행 법령의 일일 평균 이용자수의 산정 방법에 대한 연구

4. 추진체계 및 전략

방송통신위원회 인터넷정책과와 정책 목표 및 관련 방안에 대한 의견 조율 및 관련 업계 전문가들의 의견 수렴 운영을 통해 보다 다각적이고 실효성 있는 정책 지원

5. 기대효과 및 활용방안

○ 제한적 본인확인제의 대상 범위를 보다 구체적으로 마련하고, 이용자 수 측정 방법을 달리하여 정보통신 사업자의 부담을 줄여줌과 동시에 정책 집행의 신뢰성을 담보하기 위함.

○ 사용자가 개인 식별 번호를 제출하지 않더라도, 소셜 댓글 시스템을 이용하여 제한적 본인확인제를 수행함으로써 개인 식별 번호 제출에 따른 거부감 해소 및 사용자 개인의 프라이버시권을 보호하는 이중의 효과를 도모하기 위함.

SUMMARY

1. Title

Study of Twitter Social System and Limited Verification of Identities

2. Background

For 3 year after enforcing Limited Personal Identity Verification Policy(referred to below as the "Limited PIV"), the Limited PIV's effect has been gradually going down, and supplementation method is needed. So this study aims to suggest desirable methods for supplementing the Limited PIV.

3. Goal and primary contents

- Analysis of the effect of social system for reducing vicious comments
- Analysis of the effect of substituting the Limited PIV as social system
- Study of the effect of applying level system on social comment system for accomplishing intent of the Limited PIV
- Study of the method of counting average visiting number per day on current law

4. Processing structure and Strategy

- Mediation between policy goal and idea about related methods with KCC Internet Policy department
- Policy supporting more diversely and effectively with gathering IT professionals' idea

5. Expected effect and applying method

- Make the Limited PIV's covering range clear and find different method of counting average visiting number per day to reduce company's load, at the same time, maintain policy credibility

- Users using social comment system can be applied the Limited PIV even if the user does not submit PIN, so it may make user's repulsion about submitting PIN gone down and protect user's privacy.

목 차

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 목적

1. 연구 배경
2. 중점 추진방향
3. 추진목표

제 2 절 연구의 범위와 방법

1. 연구의 범위
2. 연구의 방법

제 2 장 본 론

제 1 절 제한적 본인확인제 하에서의 악성 댓글

제 2 절 소셜 댓글 도입 현황 및 악성 댓글 현황 분석

제 3 절 제한적 본인확인제의 대체 효과 분석

제 4 절 소셜 댓글을 활용한 제한적 본인확인제 등급제 적용 방안 연구

제 5 절 현행 법령의 일일 평균 이용자수의 산정 방법에 대한 연구

제 3 장 결 론

Contents

Chapter 1. Introduction

- A. Purpose of study
 - 1) Background
 - 2) Primary way of study
 - 3) Purpose of study
- B. Range and method of study
 - 1) Range of study
 - 2) Method of study

Chapter 2. Point

- A. Vicious comments on the Limited PIV
- B. Analysis status of Social comments system and vicious comments
- C. Analysis of the effect of substituting the Limited PIV as social system
- D. Study of the effect of applying level system on social comment system for accomplishing intent of the Limited PIV
- E. Study of the method of counting average visiting number per day on current law

Chapter 3. Conclusion

표 목 차

- <표 1> 제한적 본인확인제 적용대상 웹사이트 현황 -- p.13
- <표 2> 분석대상 사이트와 카페의 분석기간과 분석대상 글 및 댓글 수 -- p.14
- <표 3> 악성댓글로 판명되는 단어 -- p.15
- <표 4> 분석 대상 사이트의 분석대상 글 및 댓글 수, 악성 댓글 수 -- p.15
- <표 5> 악성댓글로 판단되는 단어 중 상위 12개의 단어 -- p.16
- <표 6> 악성 댓글의 비율 -- p.16
- <표 7> 합리성 지표 중 욕설비방, 인신공격, 공격적 어휘의 빈도와 비중 -- p.17
- <표 8> 국내 소셜 댓글 라이브리 서비스 설치 현황 -- p.22
- <표 9> 분석 대상 사이트의 분석대상 댓글 수와 악성 댓글 수 -- p.24
- <표 10> 분석 대상 사이트의 대상 ID의 수와 악성 댓글 작성 ID의 수 -- p.24
- <표 11> 댓글 수 기준으로 악성댓글 비율 -- p.24
- <표 12> 계정 수 기준으로 악성댓글 비율 -- p.25
- <표 13> 실명제 이전과 이후의 게시판 참여자의 숫자 및 구성 -- p.36
- <표 14> 실명제 이전과 이후 게시글의 비방과 욕설 정도 -- p.37
- <표 15> 드림위즈/SLR클럽 이용자수와 분석회사 간 이용자수 차이 -- p.41

그 립 목 차

- <그림 1> 기존 마케팅과 소셜 댓글을 이용한 소셜 마케팅 도식 -- p.31
- <그림 2> 굿네이버스 댓글 기부 페이지 -- p.32
- <그림 3> 본인확인제 시행 전·후 전체 수집 글 악성 수위 비교 -- p.37

제 1 장 서 론

제1절 연구의 목적

□ 연구 배경

○ 우리나라의 인터넷 문화는 고도로 발달된 인터넷 인프라와 사용자의 참여적이고 적극적인 사용자 환경 덕분에 세계 최고의 인터넷 이용이라는 긍정적 모습을 보이고 있는 반면에, 악성 댓글(악플)이나 욕설, 명예훼손 등 사이버 폭력이라는 부정적 모습을 가지고 있는 양면성이 두드러지게 나타나고 있음.

○ 우리나라는 정보통신망법, 언론관계법, 저작권 법 등 다양한 법체제에서 사이버 폭력해소를 위한 전반적이고 광범위한 규제체계를 가지고 있고, 이에 대하여 외국의 사례와 비교하여 그 장단점이 논의되고 있으나 우리 법체제는 우리나라만의 독특한 인터넷 문화를 반영한 것이라는 토대 위에서 신중한 논의가 필요하다고 할 것임.

○ 이러한 제도에 대해 참여·개방·공유라는 인터넷 문화의 특성에 부합하지 않는다는 비판론으로부터, 오히려 인터넷의 이용현실 등에 비추어 볼 때 현재의 대응체계는 미흡함으로 보다 강력한 규제가 필요하다는 주장까지 다양한 논의가 전개 되고 있는데, 오늘날 우리 사회의 주요 이슈로 다루어지고 있는 현실임.

○ 이러한 견지에서 최근 개인정보에 대한 이슈화 및 사용자의 개인정보 관련 인식 제고 등으로 인하여 주민등록번호 또는 I-pin 등 개인 식별 번호를 통한 인증에 대한 사용자들의 거부감이 증대하는 등, 현재 단순히 주민등록번호 또는 I-pin 등 개인 식별 번호 인증으로 시행되고 있는 제한적 본인확인제에 대한 보완책이 필요하다고 할 것임.

○ 한편 개인 식별 번호 노출로 인한 부작용 때문에 제한적 본인확인제를 완전히 폐지하자는 것은 악성 게시물의 발생 빈도 통제를 통한 사회적 부작용 감소라는 제한적 본인확인제의 입법 취지와도 어긋나며, 제도 시행 기간중 악성 게시물의 발생빈도가 크던 적던 감소하였다는 것은 각종 연구 결과를 통해 입증된 사실이기 때문에, 개인 식별 번호 제출에 대한 거부감 증대나 악성 게시물 발생 빈

도의 감소폭이 줄어들었다하여 그러한 사실들이 제한적 본인확인제의 효용성에 기인한 긍정적인 효과를 부정할 수는 없음.

○ 따라서 본 연구를 통해 기존 단순 개인 식별 번호 제출로만 이루어지던 제한적 본인확인제에 소셜 댓글 등의 소셜 평판 시스템을 이용하는 방법을 추가 제시함으로써 현재까지의 목표 효과 미비 및 방법론적 거부감이라는 제도 자체에 대한 비난을 줄임과 동시에 사용자들이 거부감 없이 참여할 수 있는 보완적 방법을 제시함으로써, 본래의 입법 취지를 극대화 할 수 있는 방법을 도출할 필요성이 있음.

□ 중점 추진방향

○ 인터넷상의 무분별한 이용의 결과로 나타나는 명예훼손, 욕설, 악성 댓글 등의 사이버 폭력에 대한 문제점을 짚어보고 건전한 인터넷을 이용 환경 조성하고, 인터넷의 발전에 도움을 주고자 함.

○ 본 연구의 추진방향은 제한적 본인확인제하에서의 댓글 성향과 SNS 서비스 등의 형태인 소셜 댓글 시스템 하에서의 악성 댓글 성향 분석을 통해 그 문제점과 개선대책을 도출하여 체계적인 입법 정비에 일조하고자 함.

□ 추진목표

○ 현행 시행되고 있는 제한적 본인확인제하에서의 댓글 성향을 분석하고 본인 확인을 거치지 않는 소셜 평판 시스템 하에서의 댓글 성향을 분석하여 소셜 시스템을 이용한 제한적 본인확인제 대체 효과를 분석하고자 함.

○ 현행 시행되고 있는 제한적 본인확인제의 대상사이트의 선정방식에 대한 의견과 대상사이트의 본인 인증제를 대체할 수 있는 방안을 제시함으로써 그 입법취지와 사용자의 본인인증제에 대한 거부감을 해소할 수 있는 방안을 마련하는데 일조하고자 함.

제2절 연구의 범위와 방법

1. 연구의 범위

가. 기초 연구

- 기존 제한적 본인 확인제하에서의 게시물 분석
 - 기존 제한적 본인확인제 대상 사이트의 댓글 현황조사
 - 대상 사이트의 댓글 중 악성 댓글 현황 조사
 - 전체 댓글 중 악성댓글의 비율 분석

나. 소셜 시스템 하에서의 게시물 분석

- 소셜 댓글의 정의, 유형 및 현황 조사
- 소셜 댓글 시스템을 적용한 대상 사이트의 댓글 현황조사
- 전체 댓글 중 악성 댓글의 비율 분석

다. 소셜 댓글 시스템에서 제한적 본인확인제 취지 달성을 위한 등급제 적용에 대한 연구

- 악성 댓글 등의 방지를 위한 관련 업체의 현황 조사
- 소셜 댓글 시스템하의 댓글 게시자와 제한적 본인확인제 하에서의 댓글 게시자의 본인확인 방법 조사

라. 소셜 댓글이 본인확인 조치의 대체 수단으로 이용 가능한 지에 대한 분석

라. 현행 법령의 일일 평균 이용자수의 산정 방법에 대한 연구

- 현행 제한적 본인확인제하에서 대상사이트 선정 방법
- 이용자수의 선정 방법에 대한 분석
- 대상 사이트 선정에 대한 개선안 마련

2. 연구의 방법

- 제한적 본인확인제 대상 사업자 선정을 통한 댓글 분석
- 소셜 댓글 시스템의 현황 분석
- 소셜 평판 시스템의 본인확인제 대체 효과 분석
- 대상 사이트 선정 방법과 실제 이용자수의 파악을 통한 비교
- 전문가 자문 수행
 - 연구간 자문 및 연구결과에 대한 자문 병행

제 2 장 본 론

제 1 절 제한적 본인확인제 하에서 악성 댓글

1. 기존 제한적 본인확인제 대상 사이트 선정

○ 분석 대상 사이트

- 분석을 위한 분석 대상 선정을 위해 일차적으로 제한적 본인확인제에 속해 있는 167개의 웹 사이트 (2010년 46개의 추가 사이트 포함)를 살펴본 후 인지도가 높으며 이용자수가 많은 사이트를 대상으로 선정함.

분류	사이트 수	분류	사이트 수
교육	1개	비즈니스	9개
금융	8개	생활/레저	11개
미디어 (인터넷언론 포함)	42개	쇼핑/경매	33개
엔터테인먼트	28개	인터넷서비스	18개
포털	17개		

<표 1> 제한적 본인확인제 적용대상 웹사이트 현황(출처 : 방송통신위원회)

- 개인식별 번호 체계 하의 5개 사이트 분석 (게시글당 댓글 20개 이상일 경우만 분석대상에 포함)

2. 분석 대상 사이트 게시물 수집

○ 분석 대상 글/댓글 자료 수집 내역

- 다음 아고라/정치토론방 : 2010.09.01 00:10 ~ 2010.09.20 12:44

(<http://bbs1.agora.media.daum.net/gaia/do/debate/list?bbsId=D101>)

- 네이트 판/이슈토론: 10.08.31 23:55 ~ 2010.09.24 04:49

(<http://pann.nate.com/c8327>)

- Cetizen 자유게시판 : 2010.08.21 20:59 ~ 2010.09.26 00:02
(<http://community.cetizen.com/bbs.php?id=board&category=0101>)
- 뽀뿌 자유게시판 : 2010-09-01 06:49 ~ 2010-09-28 10:10
(<http://ppomppu.co.kr/zboard/zboard.php?id=freeboard>)
- 드림위즈 g카페 : 2010-09-01 00:00 ~ 2010-10-20 13:00

연예가중계 2,227개, 네티즌세상 2,704개, 성인게시판 1,331개)에 등록된 모든 게시물 기준

(http://gstar.dreamwiz.com/gstar/gstar_list.php)

(http://gnetizen.dreamwiz.com/netizen/netizen_list.php)

(http://gadult.dreamwiz.com/gadult_list.php)

○ 참고 분석 자료(토론사이트 평가 연구지표 소개 부제: 한국인의 온라인 토론 성적표, 2009, YCCL)

명칭	분석기관	분석글수	분석댓글수
다음 아고라	2009.06.26~2009.06.26	99개	371개
한토마	2009.06.25~2009.06.30	24개	57개
재오사랑	2008.12.29~2009.07.15	38개	72개
안티이명박	2009.02.23~2009.06.26	25개	23개
레몬테라스	2009.06.01~2009.06.29	57개	232개
계		243개	755개

<표 2> 분석대상 사이트와 카페의 분석기간과 분석대상 글 및 댓글 수

3. 게시물 분석 방법

○ 분석 방법

- 악성 댓글의 단어 선정은 닐슨코리아클릭에서 제시한 319개의 악성댓글 포함 단어를 기준으로 함.

- 게시물과 댓글을 전수 조사

183개|18놈|18X|6 O 9|6o9|6O9|6o9|72.34.243.33|9nara|9-nara|ㄱ ㅈ|강간도|같은
 년|개 새 ㄱ|개.독|개.새.ㄱ|개같은|개같은년|개같은놈|개걸레|개나라|개놈|개독|개
 독교|개보지|개부털|개상도|개새끼|개새이|개색기|개색히|개세기|개세끼|개소리|개
 쌍도|개새끼|개쌍도|개에이시익기|개자숙|개자식|개자아숙|개자쥐|개자지|개좌식|
 개후래자식|걸레같은년|걸레입|개 보 지|개세기|개자숙|공6공|공육공|공육공|공
 |깡깡이|깡깡이|꼬올토웅세이|꼴.통|공육공|니 |넷 동넛|넛동|노개구리|놈현|놈현
 똥꼬|뇌마모|뇌빠 새리|뇌빠새리|니기미|니미랄|니미럴|니애비|닝기미|닭 대가리들
 |닭대가리아|대갈박|대갈통|돼져라|뒤져라|등신|디져빠라|떠라이|또라이|똥마니|똥
 아이|똥추|똥구녕|똥구멍|떠블|라이브 바카라|미 친 개|미 친 놈|미 친 십 색 히
 미 친놈|미 친놈이|미/친/넛|미이친|미이친넛|미쥬|미쥬년|미친 넛|미친 놈|미친
 놈|미친넛|미친년|미-친-넛|미친노움|미친놈|미친새끼|미칭년|미칭놈|미틴|미틴놈|
 바카라게임|벌린후장|병신|벼영신|병/신|병쥬|병신|보신탕척결|보오지|보쥬털|보지
 가|보지털|부랄|부비존|붕신|뷰웅신|붕 신|붕신|비웅신|비잉신|빙시|빙신|빠구리|뽀
 오지|뽀쥬|뽀지|뽕년|뽕시나|뽕신|새~끼|새~끼|새77I|새 ㄱ|새-ㄱ|새-끼|새키|색스|
 색키|색히|색히들|샌치|샌치|세끼들|섹 스|섹*스|섹끼|섹-끼|섹스|섹스궁합|섹스테
 크닉|섹스테크닉|센치|쥬끼|쥬이|쥬이끼|쥬키|섹|쥬발|쥬벌넛|스*와*핑|스와핑오프
 모임

<표 3> 악성댓글로 판명되는 단어 (319개)

4. 게시물 분석 결과

○ 분석결과

- 최종적 분석 대상에 포함된 게시물 수와 분석 댓글 수, 악성 댓글의 개
 수는 다음과 같음

명 칭	분석 게시물 수	분석 댓글 수	악성 댓글의 수
다음	458	19,895	1,696
네이트 판	233	24,706	2,430
뽐뿌	4,960	33,588	146
세티즌	38	670	2
드림위즈 지카페	6,262	705	21
계	11,951	79,564	4,295

<표 4> 분석 대상 사이트의 분석대상 글 및 댓글 수, 악성 댓글 수

구분	다음 아고라	세티즌	네이트 판	뽀뿌	드림위즈			전 체	비 고
	정치 토론방	자유 게시판	이슈 게시판	자유 게시판	연예가	네티즌	성인		
병신	0	0	499	7	1	2	0	509	11.90%
지랄	108	0	253	5	0	0	0	366	8.50%
개소리	96	0	200	20	2	1	0	319	7.40%
개독	144	0	147	4	0	0	0	295	6.90%
취새끼	241	0	3	0	0	0	0	244	5.70%
또라이	96	0	103	6	0	0	0	205	4.80%
초딩	27	2	95	29	0	2	0	155	3.60%
색히	72	0	61	1	0	0	0	134	3.10%
미친놈	34	0	79	8	1	0	0	122	2.80%
등신	59	0	47	0	0	1	0	107	2.50%
미친년	0	0	96	6	0	1	0	103	2.40%
새키	12	0	87	2	0	0	0	101	2.40%
- 중 략 -									
계	1,696	2	2,430	146	4	17	-	4,295	100.00%

<표 5> 악성댓글로 판단되는 단어 중 상위 12개의 단어 (전체 단어 자료는 별첨 1참고)

명 칭	분석 댓글 수	악성 댓글의 수	악성 댓글/분석 댓글
다음	19,895 개	1,696 개	8.52 %
네이트 판	24,706 개	2,430 개	9.84 %
뽀뿌	33,588 개	146 개	0.43 %
세티즌	670 개	2 개	0.29 %
드림위즈 지카페	705 개	21 개	2.98 %
계	79,564 개	4,295 개	5.40 %

<표 6> 악성 댓글의 비율

욕설비방	다음아고라		재오사랑		한토마		안티이명박		레모테라스	
없음	76	76.8%	37	97.4%	23	95.8%	22	88.0%	54	96.4%
있음	23	23.2%	1	2.6%	1	4.2%	3	12.0%	2	3.6%
인신공격	다음아고라		재오사랑		한토마		안티이명박		레모테라스	
없음	73	73.7%	37	97.4%	20	83.3%	22	88.0%	51	91.1%
있음	26	26.3%	1	2.6%	4	16.7%	3	12.0%	5	8.9%
공격적 어휘	다음아고라		재오사랑		한토마		안티이명박		레모테라스	
없음	76	76.8%	35	92.1%	8	33.3%	16	64.0%	52	92.9%
있음	23	23.2%	3	7.9%	16	66.7%	9	36.0%	4	7.1%

<표 7> 합리성 지표 중 욕설비방, 인신공격, 공격적 어휘의 빈도와 비중, YCCL,2009

5. 분석 대상 사이트 댓글 수집 결과 분석

○ 결론

- 전체적으로 다음, 네이버 판 등 토론사이트의 형태를 띄고 있는 게시판 사이트가 욕설 및 인신공격, 기타 공격적 어휘의 비중이 더 높은 것으로 조사됨

- 전체 어휘 중 컨텍스트에 따라 공격 성향을 판단하기 힘든 기타 공격 어휘를 제외하고 욕설 비속어 및 인신공격성 어휘를 통합해 분석해본 결과, 이러한 부정적 어휘의 비중이 네이버 판에서 가장 높게 나타남

- 댓글의 수가 많은 사이트의 경우 댓글의 절대 수에 비해 댓글의 적절성이 높은 댓글의 비중은 낮은 편이다.

- 현재 제한적 본인확인제가 실행되고 있는 사이트의 경우에도 악성댓글의 발현은 여전하다고 할 수 있으며 불필요한 감정적인 배척과 악기능이 발생되면 온라인에서의 갈등이 오프라인 사회에 까지 영향을 줄 수 있는 것으로 판단됨.

제 2 절 소셜 댓글 도입 현황 및 악성댓글 현황 분석

1. 댓글과 소셜 댓글에 대한 정의

○ 소셜 댓글

소셜 댓글이란 주민등록번호나 아이디 등으로 인증 후 로그인하는 것이 아니라 소셜네트워킹서비스(Social Networking Service; SNS)나 마이크로블로깅의 아이디로 특정 사이트의 게시판에 댓글을 달면 본인 SNS에 관련 댓글과 URL이 함께 기재되는 서비스를 말한다. SNS 계정을 가지고 있지 않은 방문자는 이메일/비밀번호/아이디를 통해 쉽게 라이브러리 계정을 만들 수 있다. 댓글을 SNS로 옮길 필요가 없어 편리할 뿐 아니라 댓글의 건전성 및 소통과 공유의 확대, 언론사 사이트 트래픽 증대에 기여하는 장점이 있다. S.R.S(Social Reply Service)로 불리기도 한다.

- 매경이코노미 제 1572호(10.09.08) 新경제 용어 사전 참고

소셜 댓글은 웹2.0의 특징인 참여와 공유의 특성을 잘 반영하고 있다. 댓글이 게시물 하단이라는 제한된 공간을 넘어서 SNS 포스팅을 통한 친구나 지인들과 공유가 가능해졌고, 참여자들에 의한 콘텐츠의 재생산 뿐 아니라 댓글 스스로 콘텐츠의 배포 역할까지 담당할 수 있게 되었다.

국내 소셜 댓글 서비스 발생의 특이점은 악성 댓글의 피해를 감소시키고자 하는 연구에서 시작되었다는 점이다. 2009년 11월 20일 연세대학교 언론홍보영상학부 내 연구기관인 YCCL(Yonsei Cyber Communication Lab)의 제 1회 정기 컨퍼런스에서 악성댓글에 관한 연구와 함께 소셜 댓글 플랫폼 라이브리가 소개되면서 시작되었다. 정치인, NGO 단체, 언론사 사이트, 기업 등이 도입하고 있다. 소셜 댓글의 대표적인 해외 서비스로는 디스커스(Disqus), 에코(Echo) 등이 있다

○ 댓글

댓글은 게시글이나 멀티미디어 등의 콘텐츠의 아래 작성되는 짧은 글이다. 덧글, 코멘트(comment), 리플(reply)이라고도 한다. 우리나라는 '리플'이라고 나름의 애칭을 가지고 있는데 한국의 댓글 개념의 Reply의 성격이 강하기 때문이다. 한국인이 특별히 RT를 많이 한다는 연구 결과와 같은 맥락이다. 댓글은 게시물을 보완하는 성격을 가지고 있다.

다양한 대화와 논리적인 토론 및 토의가 가능 하지만, 실제로는 감정적인 반대나 지극히 단순한 맞장구와 같은 일이 자주 있다. 일부 사이트나 기업이 광고를 달기도 하고, 고의적으로 유해 사이트 링크를 걸기도 한다. 일부 네티즌(=누리꾼)들은 '1빠', '1등' 과 같이 누가 먼저 댓글을 달았는지 겨루는 등수 놀이를 하기도 한다.

댓글은 많은 사람들이 자신의 의견이나 주장을 마음껏 펼 수 있다는 긍정적인 측면이 있는 반면, 인터넷 게시판의 익명성을 악용하여 악의적으로 남을 공격하고 상습적으로 남을 헐뜯거나 허위 사실을 퍼뜨리는 댓글문화인 악플문화가 발전하는 부정적인 측면도 있다. 참고로 악플은 '악성 리플'의 줄임말로 악성 댓글이라고도 한다. 그리고 악성 댓글은 언어폭력이기도 하다.

2. 소셜 댓글 한국내 서비스 사업자 현황

○ 한국 사업자 현황

한국에는 라이브리(LiveRe)서비스와 티토크(T-talk)서비스가 있다. 라이브리는 2009년 10월부터 베타서비스를 시작해 한국에서는 최초로 소셜댓글 서비스를 제공했다. 티토크의 경우는 언론사에 같은 기사를 공급한 후 그것에 대한 댓글을 모아 보여주는 기능을 소셜 댓글이라 정의하여 서비스하다가 최근 SNS로그인을 지원해 라이브리와 같은 형식의 소셜 댓글서비스로 진화했다.

현재(2010.10.27) 한국에서 서비스되고 있는 소셜 댓글 서비스의 90%는 라이브리(LiveRe)서비스다. 라이브리는 언론사, 정부기관, NGO, 대학교, 기업, 일반블로그 등 약 60여개의 사이트에 설치되어 있으며 티토크는 한겨레, 스포츠동아 등 언론사 5개, 기부사이트 1개 사이트에 설치되어 있다.

3. 소셜 댓글 서비스 적용시 장/단점

○ 소셜 댓글 서비스 적용시 장점

- ① 로그인 편의 제공 : 해당 서비스 로그인 없이 SNS 계정으로 댓글을 등록할 수 있어 기존 SNS사용자들에게 편의성을 제공
- ② 콘텐츠의 확산 : 댓글 작성과 동시에 콘텐츠 링크가 첨부되어 SNS에 등록됨에 따라 관계 맺은 사람들에게 콘텐츠가 홍보되고 트래픽이 증가하는 효과 발생
- ③ 북마크 기능 : 유익한 기사 또는 콘텐츠의 경우 자신의 SNS에 쉽게 북마크 가능
- ④ 댓글 통계자료 제공 : 댓글 관련 통계자료 제공으로 마케팅이나 정책 전달의 효율 측정용이
- ⑤ 악성댓글 및 스팸차단 : 네티즌 스스로의 자정작용으로 악성댓글이 적게 달리며 편리한 관리자단 제공 (라이브리의 경우는 '메이드리')
- ⑥ 디바이스 친화력 : 아이폰이나 아이패드 전용 어플리케이션 제공 등 다양한 디바이스를 통해 댓글을 관리할 수 있는 툴 제공. 이를 통해 실시간 삭제와 댓댓글을 달아주는 등의 대응이 가능
- ⑦ 고객, 독자와의 소통 : 댓글을 단 사람의 SNS 계정으로 가서 관계를 형성하여 메시지 전달이 가능
- ⑧ 온라인 토론 연령대의 다양화 : 미투데이 사용자의 경우, 주로 10~20대이고 트위터나 페이스북의 사용자는 다양한 연령층이 고루 분포하고 있다.
- ⑨ 국내 거주 외국인과의 소통 가능성
- ⑩ 개인의 개인정보 노출의 부담감 감소

○ 소셜 댓글 적용시 단점

① 서비스 운영자의 댓글 관리 권한이 제한됨

이전에는 서비스 운영자가 댓글을 삭제할 권한이 있었다면 소셜 댓글이 적용된 대 다수의 사이트는 다수 사람들의 삭제 요청이 있을 경우 삭제되는 것을 가짐

→ 기업이나 언론사의 경우는 운영자 전용 관리 페이지를 제공하여 문제를 해결하는 중

② 소셜댓글로 인한 댓글 감소

전체 댓글의 수가 감소하는 현상이 일어남

→ 시간이 지나면서 댓글수가 기하급수적으로 성장하고 있음. 곧 댓글수의 증가는 이루어질 것으로 기대됨. SNS 계정을 가지지 않은 사용자들에게 비회원 글쓰기를 제공한 사이트는 댓글의 수가 크게 변하지 않은 것으로 판단 됨.

③ 비밀글 기능의 부재

4. 소셜 댓글 적용 사이트 현황

분류	설치 형태	소셜 댓글 설치 사이트
인터넷 포털	Moderating Module	-
언론사	Selective Reply Module	조인스닷컴 : http://joinsman.com 매일경제 : http://www.mk.co.kr 일간스포츠 : http://isplus.joins.com 블로터 닷넷 : http://www.bloter.net
정부 홍보 기관	정책 또는 선거공약에 대한 게시판	기획재정부 : http://bluemarbles.tistory.com 서울시 블로그 : http://blog.seoul.go.kr 충무로 국제영화제 블로그 : http://chiffs.tistory.com 문화관광부 블로그 : http://culturenori.tistory.com 전국 청소년 영상제 : http://www.suff.co.kr/
정치인	시민과의 대화 채널	민주당 한명숙의원 : http://www.hanms.net/ 민주당 정동영의원 블로그 : http://cdy21.tistory.com 한나라당 강승규 의원 : http://kangnara.com/ 민주당 정세균의원 블로그 : http://skchung.tistory.com
대학	Interactive Debating	연세대학교YCCL : www.yccl.or.kr
NGO	기부 Module	굿네이버스 : http://gni.givestart.org 월드비전 : http://www.worldvision.or.kr UN foundation : http://netsgoseoul.tistory.com/ 아름다운재단 : http://www.beautifulfund.org/foundation
사회적 기업	독자와의 피드백 module	캡틴팩토리 : http://captainfactory.tistory.com 터치포굿 : http://touch4good.tistory.com/ 에코팜므 : http://ecofemme.or.kr/ 선플 : http://sunfull.or.kr
기업 프로모 션		기아 포르테 소셜 런칭쇼 : http://fortesns.kia.co.kr GM 아이디어스퀘어 : http://idea.gmdaewoosquare.co.kr/ 미스터피자 : http://mrpizza.adartcomm.com/event_open.html KT 스마트 Wifi : http://smart-wifi.kt.com/ GM 대우 알페온 : http://socialreply.gmalpheon.co.kr/ 코오롱스포츠 : http://www.headsports.co.kr/transroader/event_talk.jsp 솔레미오 : http://solemiopasta.tistory.com 몽싸닷컴 : http://moongssa.com/ 래빗 : http://wrabbit.co.kr
일반 블로그	피드백 module	장또루푸 : http://changdoc.blogist.net 빅뽕의 스토리 : http://encubic.com

<표 8> 국내 소셜 댓글 라이브리 서비스 설치 현황

5. 소셜 댓글 적용 사이트의 악성 댓글 현황
- 분석 대상 사이트 - 매일경제
 - 사이트/섹션명 한글 : 매일경제
 - 영문 : Mail Business Newspaper
 - 사이트주소 www.mk.co.kr
 - 분석 대상 선정 이유
 - 매일 경제는 지난 8월 13일부터 소셜 댓글 라이브리(LiveRe)가 설치되어 운영되고 있음
 - 소셜 댓글을 도입한 후 온라인에서 가장 많이 인용되는 신문으로 꼽혀 주목을 받았음
 - 소셜 댓글을 일간지에서 도입한 첫 사례로 설치 당시 악성댓글 문제를 겪었고 극복한 경험이 있어 대상으로 선정함.
 - 현재(2010.10.27) 매일경제는 온라인 뉴스&미디어 매체 중에서 일간지 형태의 경제 신문으로는 3위를 차지하고 있음.
 - 분석 대상 글/댓글 자료 수집 내역
 - 매일경제 전 기사 분석 : 2010.08.13 00:00 ~ 2010.09.27 12:00
(<http://www.mk.co.kr>)
 - 분석 방법
 - 소셜 댓글은 악성댓글 판단하는 기준 단어가 있는 것이 아니라 사용자들 간의 신고와 소셜댓글 제공사 안에서의 담당인력의 판단으로 삭제가 진행되고 있으므로 삭제된 댓글을 악성·스팸 댓글로 봄 (이와 같은 삭제 방식에 대한 문제 제기나 부당하게 삭제된 아이디 피해는 발생하지 않았음)
 - 게시글과 댓글을 전수 조사
 - 언론사에 설치된 소셜 댓글의 경우는 기존의 언론사 회원가입을 통해 생성된 아이디로 작성되는 댓글과 새롭게 SNS로 로그인하여 작성되는 댓글로 나뉜다.
 - 이 두 가지 방식으로 생성된 댓글을 비교 분석하면 실명인증기반의 댓글과 사회적 평판 시스템을 기반으로 한 댓글의 차이를 찾아낼 수 있다.

6. 소셜 댓글의 분석 및 결과

○ 분석 결과

- 최종적 분석 대상에 포함된 댓글 수와 악성 댓글의 개수는 다음과 같다.

(단위 : 개)

SNS ID 댓글 수	5,008	SNS ID 악성 댓글 수	1,773
매일경제 ID 댓글 수	155,402	매일경제 ID 악성 댓글 수	154,895
총 댓글 수	160,410	총 악성 댓글 수	156,668

<표 9> 분석 대상 사이트의 분석대상 댓글 수와 악성 댓글 수 (제공 : CIZION)

(단위 : 개)

SNS ID 수	19,500	SNS 악성 댓글 ID 수	187
매일경제 ID 수	12,000	매일경제 악성 댓글 ID 수	800
총 ID 수	31,500	총 악성 댓글 ID 수	987

<표 10> 분석 대상 사이트의 분석대상 계정(ID)의 수와 악성 댓글 작성 계정(ID)의 수 (제공: CIZION)

SNS ID 악성 댓글 비율 (SNS ID 악성 댓글 수/SNS ID 댓글 수)	26.15 %
매일경제 ID 악성 댓글 비율 (매일경제 ID 악성 댓글 수/매일경제 ID 댓글 수)	49.92 %
총 댓글 악성 댓글 비율 (총 악성 댓글 수/총 댓글 수)	49.40 %

<표 11> 댓글 수 기준으로 악성댓글 비율

SNS ID 악성 댓글 비율 (SNS 악성 댓글 ID 수/SNS ID 수)	0.95 %
매일경제 ID 악성 댓글 비율 (매일경제 악성 댓글 ID 수/매일경제 ID 수)	6.25 %
총 댓글 악성 댓글 비율 (총 악성 댓글 ID 수/총 ID 수)	4.59 %

<표 12> 계정 수 기준으로 악성댓글 비율

○ 결론

- 기존 언론사 회원가입을 통해 생성된 아이디로 작성한 댓글은 6.25%의 계정(ID)에 의해 전체 댓글의 49.92%에 해당하는 악성댓글이 작성되었다. 즉 극소수 계정(ID)이 전체 댓글 수의 절반 정도에 해당하는 악성댓글과 스팸성 광고를 생성하고 있다는 것이다.

- SNS 로그인을 통해 작성한 댓글 역시 극소수의 계정(ID)에 의해 악성 댓글과 스팸성 광고가 생성되고 있었다.

- 하지만 약 1%의 계정(ID)만이 차단되었으며 이들이 만들어 냈던 악성 댓글의 비중도 26.15 %에 그쳤다.

제 3 절 제한적 본인확인제의 대체 효과 분석

1. 제한적 본인확인제에서 사용하는 기존 실명확인 시스템의 맹점

1) 개인 정보 도용 사건의 수 증가

- 웹사이트에서 개인의 주민등록번호가 수집되고 이용되는 과정에서 주민등록번호가 거짓으로 생성되거나 대규모 유출되는 사건이 일어나게 됨

- 한국인터넷진흥원이 집계한 개인정보 침해 신고 건수는 2005년부터 해마다 20%씩 가파르게 늘어나다가 인터넷 실명제가 도입된 2007년 2만 5965건에서 2008년 3만 9811건으로 53%나 급증했다. 인터넷 실명제가 확대 적용된 2009년도 3만 5167건에서 올해는 4월 기준으로 5만 1573건으로 늘어났다. 올해 말까지 46% 이상 급증할 전망이다.

- 온라인상의 가상 주민등록번호인 아이핀(I-pin)역시 부정으로 발급될 가능성이 있다.

2) 개인 정보 노출에 대한 반감 발생

- 개인 정보 보호에 대한 시민들의 인식이 높아지면서 주민등록번호나 아이핀(I-pin) 사용에 대한 반감이 높아졌다.

3) 해외 사이트는 규제대상에 벗어나는 비대칭성

- 유튜브가 국내법으로 실명제 대상이 되자 ‘표현의 자유를 보장하기 위함’이라는 명분으로 한국에서의 서비스를 중단했다.

- 국내 포털에서는 각 포털이 서비스하는 동영상 서비스가 유튜브에 비해 시장우위를 점하지 못한 이유가 제한적 본인확인제로 인한 사용자 등록의 불편함 때문이라는 불만을 제기하고 있다.

4) 악성댓글이 작성되는 원인에 대한 이해 부족으로 인한 대안 제시의 미숙

- 악성댓글은 사람이 작성하는 것이기도 하지만 봇 등의 프로그램으로 자동적으로 생성되기도 한다.

- 봇으로 생성되는 댓글은 존재하지 않는 주민등록번호를 생성하거나 개인정보가 불법적으로 거래되는 곳에서 주민등록번호를 도용하는 경우가 대다수다. 이런 경우는 삭제도 전문 프로그램의 힘을 빌려야 한다.

- 하지만 사람이 악성댓글이 작성하는 이유는 다양하기 때문에 이에 대한 충분한 이해가 필요하다.

- 사람이 악성댓글을 작성하는 가장 큰 심리적 이유는

① 자신을 파악할 수 없는 익명성 때문

오프라인 상의 정체성(identity)가 반영되지 않아 책임감이 없어짐.

② 댓글을 쓰고 책임질 필요가 없는 구조 때문

한번 댓글을 작성하면 그 사이트에 재방문하지 않는 경우 댓글에 대한 피드백을 받을 방법이 없기 때문에 그 댓글이 만들어내는 파장에는 무관심하게 됨

③ 로그인이 어렵기 때문

댓글을 달기 전 로그인이 어려우면 대다수의 의견들은 작성되기가 포기된다. 이런 경우 극단적인 의견이 있는 사람만이 번거로운 로그인 절차를 받아들이고 댓글을 작성하게 된다. 이럴 경우 의견이 극단으로 편향되는데 이러한 현상을 ‘집단극화(Group polarization)’이라고 한다.

- 지금의 주민등록번호나 아이디를 기반으로 한 댓글 공간은 ① 자신의 정체성이 드러나지 않고 ② 댓글에 대한 피드백을 확인할 방법이 부재하고 ③ 로그인이 번거로워 댓글의 절대 양이 부족해 중도의 의견 노출이 일어나지 않고 있다.

2. 사회적 평판 시스템과 악성댓글이 적게 달리는 원인

1) 사회적 평판 시스템이란?

소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 개인이 생성중인 아이디가 네트워크 안의 다수의 사용자에게 글과 생각 등을 평가받게 되는 시스템이다. SNS는 기본적으로 타인과의 관계망을 유지·확대하는 곳인데 그곳에 악성댓글이나 스팸성 광고 메시지를 올린다면 그 사람의 인터넷 평판은 떨어진다. 그럴 경우 소셜 네트워크 안에서 자연스럽게 배제된다. 사회적본인확인제라는 말로도 불리우고 있다.

2) 악성 댓글이 적게 달리는 논리 구조

① 자신의 정체성을 댓글에 부여

로그인 계정으로 이용하게 되는 SNS 아이디는 자신의 관심사나 직·관점적인 정체성(identity)을 포함하고 있다. 특히 프로필 사진이 노출되면 정체성이 작성하는 글에 더 많이 반영된다. 이와 같은 기능은 자신의 Profile과 Avatar를 스스로 관리하게 한다.

② 댓글에 대한 피드백을 받아볼 수 있는 구조

댓글을 작성하면 게시물 아래 게재됨과 동시에 사이트 링크를 포함한 글이 자신의 SNS로 포스팅되는데 이 때 관계를 맺고 있는 사용자에게 자연스럽게 노출하게 된다. 트위터는 Follow, 미투데이는 미친, 페이스북은 프렌드에게 메시지가 전달되는 것이다. 이들은 SNS안에서 댓글에 대한 피드백을 해주는 역할을 하게 된다. 텍스트 기반의 피드백일 수도 있고 관계의 차단을 통한 행동적 피드백이 될 수도 있다. 이와 같이 댓글을 SNS로 멀티 포스팅하는 것은 심리적 마찰력을 발생시켜 넛지효과(Nudge Effect) 일으킨다.

③ 로그인이 쉽다

로그인이 쉬워지면서 양극단의 의견 뿐 아니라 단순 관심의 표명과 짧은 메시지까지 작성되면서 다양한 댓글 스펙트럼이 나타나게 된다. 감정적으로 격한 메시지의 비중이 작아지면서 갈등을 축소시키고 욕설이나 비방의 단어 사용이 감소된다. 집단극화는 일정 정도의 논의가 진행되면 일하는 현상이지만 그 정도가 완화되고 속도가 늦어지는 효과가 있을 수 있다.

3. 소셜 댓글 도입 사이트 유형별 효과

1) 언론사

- 언론사는 정보기술 인터넷언론인 블로터닷컴(www.bloter.net)에서 국내에서는 최초로 소셜 댓글 서비스를 도입한 것을 시작으로 매일경제, 중앙일보(조인스MSN) 등 메이저 언론사에서도 소셜 댓글을 도입했다.

- 소셜 댓글 도입 이후 악성댓글이 현저하게 감소하는 효과를 보았다.

- SNS로 기사의 URL이 전달·유통되면서 각 SNS상에서 다시 기사가 소비되는 현상이 발생했다. 또한 기자와 독자가 대화하는 선순환도 형성되었다. 이를 통해 기사가 정정되거나 새로운 기사가 작성되기도 했다.

- 특히 조인스닷컴(중앙일보)은 얼마 전 MSN과 합병해서 포털화 했는데 사이트 전체적으로 소셜 댓글을 도입해 기사 뿐 아니라 기타 콘텐츠에도 모두 소셜 댓글이 설치되어 있다.

2) 정부 홍보 기관

- 정부기관 기관 주요 부처에 설치되어 있다. 정부의 정책이나 관련 행사를 소개하는 용도로 사용되고 있다.

- 하지만 소셜 댓글이 도입되고 나서 큰 효과를 보았다고 할 수는 없다. 대부분의 사이트는 기존 블로그가 지원하는 회원가입형 댓글 모듈도 병행해서 운영하고 있다.

- 지난 9월에 진행된 충무로국제영화제에서는 블로그에 설치되어 영화에 대한 피드백, 행사 진행 전반에 대한 문의 등이 댓글을 통해 이루어졌다.

- 얼마 전 10월 초에는 행정안전부와 선플달기운동본부, 소셜댓글 공급업체가 함께 '선플달기운동'을 진행했다. 초등학생들이 20개의 선플을 달면 봉사활동 1시간을 인정해주는 운동으로 청소년들에게 건전한 네티즌십을 교육하는 활동으로 주목받고 있다. (<http://www.sunfull.or.kr>)

3) 정치인 및 연예인

- 소셜댓글을 설치한 국회의원들은 지난 6.2일 지방선거를 전후로 설치해 지금까지 소셜 댓글을 적극적으로 사용하는 사용자다.

- 정치인은 욕설이나 비방에 노출되기 쉬운 직업이지만 시민들과 소통을 하고자 하는 욕구가 강한 직업이다. 그래서 SNS활용이 유난히 활발했었다고 할 수 있다. 이들은 소셜 댓글을 통해 자신의 블로그와 SNS를 연동해 이와 같은 욕구를 해소했다.

- 실제 소통이 일어난 정도보다는 이들이 시민들의 의견을 듣겠다는 열린 자세를 갖췄다는 인상을 주었던 점도 도움이 되었다.

- 소셜 댓글을 설치한 국회의원은 기존에도 IT에 대한 지식수준이 높고 활용도 활발했던 공통점이 있다. 이들은 비서를 통하지 않고 직접 커뮤니케이션했으며 아이폰등의 기기를 적극적으로 활용, 실시간으로 소통을 진행했다.

4) NGO 및 국제구호단체

- 가장 큰 수혜를 입은 산업군 중 하나다. 이들은 소셜 댓글을 활용해 댓글 기부를 진행하거나 관련 행사를 홍보했다.

- SNS의 확산력을 토대로 기부를 요청하는 메시지가 급속도로 확산됐고 소셜 댓글을 통해 다시 기부를 할 수 있는 사이트로 유입되면서 정기기부가 크게 성장하는 등의 실질적인 효과를 봤다.

- 한국의 NGO과 구호단체는 국제적인 활동을 하는 경우가 많기 때문에 외국인 참여자들과의 소통으로도 잘 활용되었으며 UN foundation과 같은 해외 구호 단체와 직접적인 거래가 발생하기도 했다.

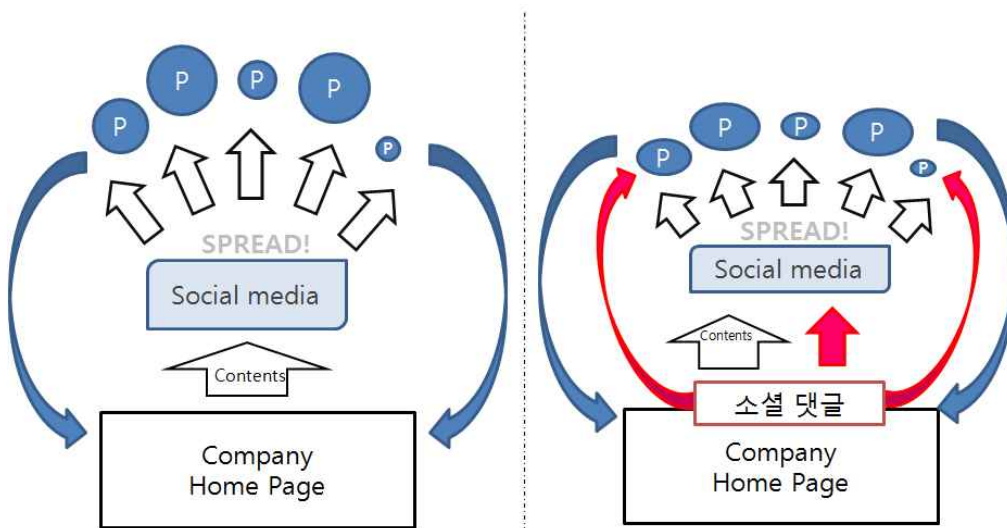
5) 사회적 기업, 기업프로모션

- 소비자가 가격 정보나 제품 정보를 쉽게 파악할 수 있게 되면서 소비자의 파워가 증가하고 있다. 이에 각 회사의 마케팅 담당자들은 이들의 수요를 더욱 적극적으로 파악해야 하는 도전을 받고 있다.

- 또한 SNS를 통해 관계 중심적인 마케팅이 대두되면서 여러 소통 채널을 마련해야 하는 홍보담당관 들은 모든 채널을 관리해야 하는 부담감을 가지고 있었다.

- 소셜 댓글은 기존에 활용하던 블로그나 기업 홈페이지를 활용하면서도 SNS에서의 활동까지도 증폭시키는 역할을 하기 때문에 마케팅적인 관점이 있다.

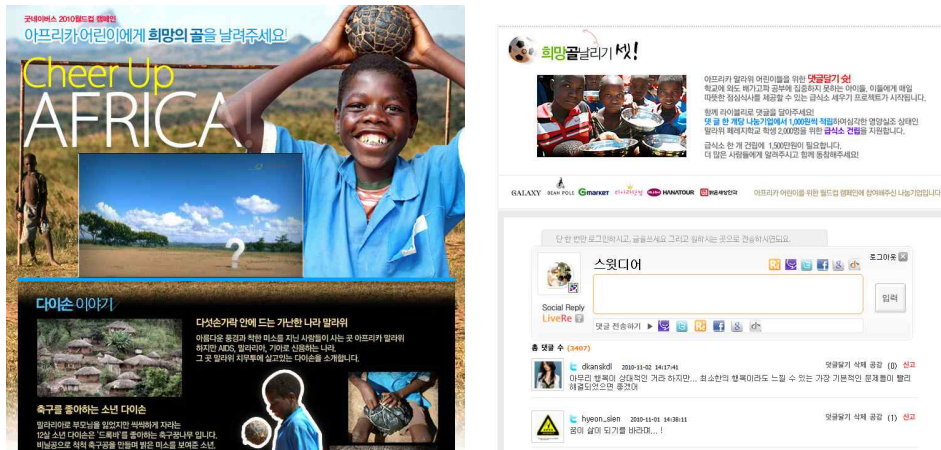
<기존 marketing과 소셜댓글을 활용한 Social marketing 도식>



<그림 1> 기존 마케팅과 소셜 댓글을 이용한 소셜 마케팅 도식

- GM대우 알페온이 홈페이지에 여러 가지 질문을 올려 소비자의 반응을 물어보는 형식의 프로모션을 진행, 많은 호응을 얻었다. 이에 뒤이어 현대 자동차와 기아 포르테에서 댓글을 활용한 프로모션을 진행했다. 특히 기아 포르테 GDI는 소셜댓글과 아프리카 온라인 생중계만을 활용해 런칭쇼를 진행했으며 런칭쇼가 끝난 1달여가 지나도록 페이지가 활발하게 운영되고 있다.

4. 소셜 댓글을 활용한 기부 사례 및 효과



<그림 2> 굿네이버스 댓글 기부 페이지

- 사단법인 굿네이버스인터내셔널 www.gni.kr (국제구호개발 NGO)
 - 회장 : 이일하
- 굿네이버스 댓글 기부
 - 사이트 : 기부스타트 (<http://lr.cx/317>)
 - 프로젝트 명 : Cheer Up Africa!'Project (기부스타트)
 - 사업자 : 라이브리 (LiveRe)
 - 프로젝트 시작일 : 2010년 6월 1일
 - 후원 기업 : GALAXY, 빈폴, G마켓, 티아라닷컴, 하나투어 등
 - 내용: 댓글 한 개당 나눔 기업에서 1,000원씩 적립해서 심각한 영양실조 상태인 말라위 페레지 학교 학생 2,000명을 위한 급식소 건립을 지원하는 프로젝트. 라이브리(LiveRe)의 '재능 나눔'로 진행된 프로젝트다. 사용자가 남긴 댓글은 굿네이버스 홈페이지뿐 만 아니라 트위터, 미투데이, 페이스북 등에 동시에 전송되어 기부가 활성화 되었다.

“SNS는 직접적인 기부 채널로서의 기능도 있지만 SNS 특유의 ‘신속성’과 ‘다수성’으로 ‘나눔 문화’ 확산에 큰 기여를 하고 있다. 온라인 및 SNS으로 요약되는 e-나눔은 그 참여 방법도 쉽고 다양해 해마다 기부자 수가 꾸준히 늘고 있다”

- 굿네이버스 양진옥 나눔사업본부장 /조선일보 2010.07.21

○ 결과

- 정기기부금이 140% 증가하였다
- 주로 트위터 유저가 금요일에 댓글을 1.6개 작성, lr.cx 링크 한 개당 1.4번의 RT를 하였고, 시작 후 30일 동안 Twitter.com에서 45만번 노출되었다.
- 신규방문자비율: 84% (vs. 재방문율: 16%)
- 주요 유입경로
 - 1위. 굿네이버스홈페이지
 - 2위. 미투데이(SNS)
 - 3위. 트위터(SNS)
 - 4위. 사이드매치(광고)
 - 5위. 트위터kr(SNS)
 - 6위. 2PM 재범 팬 페이지
 - 12위. 파코즈(IT커뮤니티)
 - 13위. 페이스북(SNS)
 - 22위. 네이트커넥팅(SNS)

○ 분석

- 사회적 평판 시스템은 부정적인 메시지의 사실 여부를 판단하고 정보를 선별하는 기능을 통해 악성댓글을 억제하는 것 뿐 아니라 긍정적인 메시지를 적극적으로 확산시키는 역할도 하게 된다.
- 콘텐츠를 이러한 사회적 평판 시스템으로 연결시켜주는 소셜 댓글의 경우 기부와 같은 도움이 필요한 메시지의 유통에도 도움이 되는 것으로 해석이 가능하다.
- ‘퍼블리즌(Publicity + Citizen)’이 늘어남에 따라 온라인과 소셜 네트워크(Social Network Service; 이하 SNS) 등을 통해 기부와 자원봉사를 하는 ‘e-나눔’이 활발해지고 있다.

제 4 절 소셜 댓글을 활용한 제한적 본인확인제 등급제 적용 방안 연구

1. 제한적 본인확인제하에서의 댓글 시스템

하루 평균 방문자수가 10만 명 이상인 인터넷 포털 사이트와 언론사 사이트 등의 게시판에 이용자가 글을 올리려면 서비스 사업자가 실시하는 본인 확인 절차를 거치도록 의무화하는 제도. 2006년 12월 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부 개정안이 국회를 통과하여 도입되었습니다. 인터넷 실명제라고도 하며 본인이 확인되면 필명이나 ID를 사용할 수 있습니다.

2. 정보통신 사업자의 악성 댓글 등 자정 노력

가. 자율규제협의기구

- 2008년 12월 16일 국내 포털사업자들은 인터넷 이용자 피해구제 및 권익 보호와 악성 댓글 등 불법유헤정보에 대하여 공동으로 대응하기 위하여 '건강한 인터넷을 위한 포털 자율규제협의회'라는 자율규제협의기구를 발족하기로 결정

- 위 결정에 따른 토의와 기구발족 준비과정을 거쳐 2009년 3월3일 한국인터넷자율정책기구(KISO)114가 정식 출범

- 자율기구는 현재까지 4건의 정책결정을 한 바 있음

1. 첫 번째 정책결정은 2009. 4. 21. 하였으며, 내용은 이종걸 의원의 국회발언을 계기로 제기된 명예훼손성 게시물의 처리와 관련된 정책 결정

2. 두 번째 결정은 명예훼손성 게시물의 임시조치와 관련된 결정으로 특히 국가기관 및 지방자치단체는 명예훼손관련 임시조치 요청의 주체가 아닌 것으로 결정

3. 세 번째 결정은 허위사실 관련 게시물 처리절차에 관한 정책결정

4. 네 번째 결정은 방송통신심의위원회가 시정 요구한 게시물에 대한 처리 정책 결정

나. 댓글블라인드처리

- 명예훼손을 일으킬만한 내용의 기사 및 댓글 차단
- 자살 등 특정인과 관련하여 명예를 훼손할 수 있는 악플이 달릴 염려가 있는 관련 기사 및 댓글 창에 쓰기금지를 설정하여 댓글을 달지 못하게 함으로서 해당 기사에 관련하여 악플을 방지

다. 업체별 게시판 등의 운영지침 마련

- 욕설로 인해 불쾌감을 일으키는 글
- 타인/타국가/타민족을 모욕하거나 비방하는 글
- 타인 사생활을 침해 혹은 개인정보를 본인의 동의 없이 게시하는 글
- 홍보성 글 (돈 벌기 사이트, 경품 지급, 상품광고, 사이트 홍보)
- 타인의 저작권을 침해하거나 불법자료 유통과 관련된 글
- 폭력, 비행, 사행심을 조장하는 글
- 윤락행위 / 원조교제 등 불법 성행위를 제의하는 글
- 음란성 글 (비정상적인 성적 표현을 포함한 글)
- 도배 글 (같은 내용의 글 반복 게시)
- 기사 내용과 관련 없는 글
- 악성코드 배포나 시스템 장애를 유도하는 글
- 지역감정을 야기할 수 있는 글
- 서비스 운영자 및 관계자를 사칭하는 글
- 장애인, 여성 등 사회 소수 계층이나 특정 종교 등을 비하하는 글
- 인명을 경시하는 글
- 청소년 보호위원회 심의 규정에 부적합한 글

3. 제한적 본인확인제 취지 달성을 위한 차별화된 시스템 관리

가. 현행 시스템의 문제점

현행 시행되고 있는 제한적 본인확인제는 1일평균 이용자기준 10만명이 상의 사이트의 경우 본인확인의 절차를 거치도록 일원화 되고 있다. 이는 정보통신사업자들의 악성 댓글 형태의 인터넷상에서 표현되는 비적절한 표현을 감소시키는 효과를 불러오기보다는 전체 사용자들의 표현의 자유를 제약함으로써 인해 양적 감소 뿐만 아니라 댓글의 질적 감소에도 영향을 미치고 있습니다.

서울대 행정대학원 우지숙 교수가 행정대학원이 발간하는 '행정논총'에 실은 논문 <인터넷 게시판 실명제의 효과에 대한 실증 연구>에 따르면, 실명제 이전 13.9%였던 비방 게시 글은 실명제 이후 12.2%로 나타났습니다. 비방 글이 다소 감소하기는 했지만 실명제 효과라고 하기에는 미미한 셈입니다.

반면, 실명제 실시로 게시판에 글을 올린 참여자 수는 대폭 감소했습니다. 조사기간에 인터넷에 글을 쓴 아이피 수는 2천585개에서 737개로 크게 감소해 인터넷 여론이 크게 위축됐음이 증명됐습니다. 인터넷 실명제의 효과는 제한적이지만, 커뮤니케이션 위축 효과는 뚜렷하게 나타난 것입니다.

글쓰기특성	실명제 실시 이전		실명제 실시 이후	
	아이피 수	게시글 수	아이피 수	게시글 수
중게시자	16(0.6%)	1,428(12.0%)	5(0.7%)	456(17.6%)
보통게시자	273(10.6%)	5,324(44.8%)	47(6.4%)	850(32.8%)
경게시자	2,296(88.8%)	5,134(43.2%)	685(92.9%)	1,283(49.6%)
합계	2,585(100%)	11,886(100%)	737(100%)	2,589(100%)

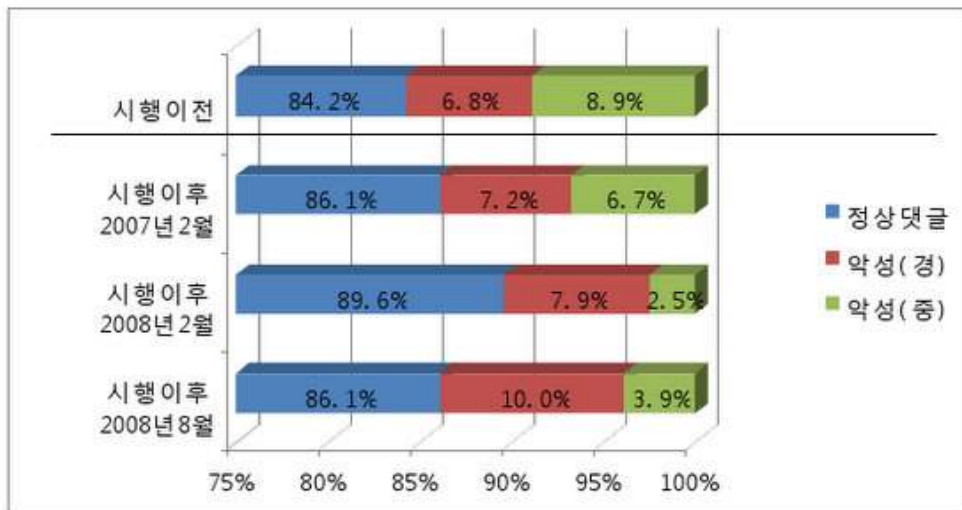
<표 13>. 실명제 이전과 이후의 게시판 참여자의 숫자 및 구성, 행정논총48권 제 1호, 우지숙외 2

게시글의 비방정도				게시글의 욕설 사용 정도			
	실명제 이전	실명제 이후	전체		실명제 이전	실명제 이후	전체
비방 글	50 (13.9%)	33 (12.2%)	83 (13.2%)	욕설 포함된 글	17 (4.7%)	7 (2.6%)	24 (3.8%)
비방이 아닌 글	309 (86.1%)	238 (87.8%)	547 (86.8%)	욕설 포함 안된 글	342 (95.3%)	264 (97.4%)	606 (96.2%)
전체	359 (100%)	271 (100%)	630 (100%)	전체	359 (100%)	271 (100%)	630 (100%)

<표 14> 실명제 이전과 이후 게시글의 비방과 욕설 정도, 행정논총48권 제1호, 우지숙외 2

<그림 4-2> 본인확인제 시행전 후 전체 수집 글 악성수위 비교

(중복포함, 단위: 개, %)



<그림 3> 본인확인제 시행 전·후 전체 수집 글 악성 수위 비교, 송실대 연구팀의 제한적 본인확인제 효과연구, 2008

나. 시스템의 개선방향

위에서도 언급한 바와 같이 현행 시스템은 악성댓글의 감소뿐만 아니라 올바른 댓글 이용자들의 참여를 감소시키는 원인을 제공하고 있습니다. 이로 인해 실제 전체 댓글 게시물 수는 감소하는 효과를 보이고 있으나 악성댓글의 비중은 늘어나는 구조로 변모되고 있습니다.

정보통신사업자들의 자율적인 악성댓글 등의 감소노력에도 불구하고 악성 댓글의 비중이 늘어나는 것은 소수의 악성 댓글 게시자들의 댓글 도배질로 인해 전체 댓글의 표현을 제약하는 결과를 초래하고 있습니다.

도리어 실명제를 전혀 사용하지 않는 미국의 웹사이트를 보면 욕설이 많이 보이지 않는데 그 이유는 이용자의 분신인 사이버인격에 책임을 지도록 하기 때문입니다. 즉, 익명제 하에서도 게시물은 특정 아이디와 결부되어 올려지는데 사이버 상의 언행에 대해서는 그 아이디가 대표하는 사이버인격이 책임을 지게 할 수 있는 것입니다. eBay를 보면, eBay에 물건을 사고 팔기위해 실명을 쓰지 않습니다. 각 아이디를 통해 이루어진 거래내역에 대해 신뢰성에 대한 등급이 매겨지고, 그 등급은 eBay의 다른 사용자에게 의해 투표로 매겨지는데 중요한 것은 이와 같은 소비자들의 평가 역시 익명으로 이루어진다는 점입니다. 이렇게 되면 등급이 낮은 아이디와는 소비자들이 거래를 피하게 되는 것입니다. 실명제 없이도 사이버인격에게 거래에 대한 책임을 지우는 것으로 실제인물에 책임을 지우게 되는 것과 동일한 효과를 볼 수도 있는 것입니다. 확실한 것은 욕설을 줄이는 방법은 욕을 한 사이버인격의 실명을 아는 것이 아니라 그 욕설에 대해 책임을 사이버인격에 지우는 것입니다. 그리고 그 책임을 사이버인격에 가장 빨리 효과적으로 지우는 길은 다른 네티즌들이 자유롭게 논평을 할 수 있도록 하는 것이고 이를 위해서는 익명성이 필수불가결하다고 할 것입니다.

4. 소셜 댓글을 활용한 등급제 도입 방안

악성댓글의 유형은 기존 특정단어에서 현재는 변형된 단어에 이르기까지 매년 그 단어의 종류와 형태는 변형되어지고 있습니다. 변형된 단어의 경우 인터넷진흥원등에서 매분기 혹은 매반기 형태로 정보통신사업자에게 제공할 경우 금칙어 설정 등으로 인해 악성댓글 감소효과를 볼 수 있습니다.

현재 시행되고 있는 제한적 본인확인제를 정보통신사업자의 악성댓글 자정 노력과 악성댓글의 빈도, 신고 등에 대한 조정등을 기준으로 아래와 같은 형태로 분류하는 방안입니다. 이는 단순히 이용자수를 기준으로 하던 방식에서 이용자수와 악성 댓글 자정 노력 및 악성댓글 신고 빈도 등을 감안한 수치를 토대로 산출한 방식입니다.

- 기준 1) 댓글 모니터링제 실시여부
- 2) 신고센터 운용여부
- 3) 신고된 댓글 24시간 내 처리여부
- 4) 금칙어 반영 여부
- 5) 신고기관 신고건수
- 6) 방송통신위원회 등의 시정명령건수
- 7) 방송통신위원회 등의 제재 건수

레벨 1. SNS(트위터, 페이스북 등) 인증을 통한 댓글

레벨 2. 소셜 댓글 서비스(라이브리와 같은 형태)

레벨 3. 소셜댓글 서비스와 본인 인증 혼용

레벨 4. 현재와 같은 본인인증만 가능

레벨 3과 레벨 4의 사이트의 경우 악성댓글의 빈도 등이 타 사이트에 비해 우려되는 수준의 경우를 대상으로 집행하는 것으로써 관리의 용이성등 악성댓글의 방지에 효과가 있을 것으로 보입니다.

제 5 절 현행 법령의 일일 평균 이용자수의 산정 방법에 대한 연구

1. 정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률

가. 정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률 제44조의 5 제1항 제2호의 규정

제44조의 5(게시판 이용자의 본인확인) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자가 게시판을 설치·운영하려면 그 게시판 이용자의 본인 확인을 위한 방법 및 절차의 마련 등 대통령령으로 정하는 필요한 조치(이하 "본인확인조치"라 한다)를 하여야 한다.

2. 정보통신서비스 제공자로서 제공하는 정보통신서비스의 유형별 일일 평균 이용자 수가 10만 명 이상이면 대통령령으로 정하는 기준에 해당되는 자

나. 동법 시행령 제30조의 규정

제30조 (정보통신서비스 제공자 중 본인확인조치의무자의 범위) ① 법 제44조의5제1항제2호에서 "대통령령으로 정하는 기준에 해당되는 자"란 전년도 말 기준 직전 3개월간의 일일평균 이용자가 10만 명 이상인 정보통신서비스 제공자를 말한다.

다. 시행일

위 법률조항은 2007. 1. 26. 공포되어 부칙에 의하여 6개월 후인 2007. 7. 26.부터 시행되고 있으며, 동법 시행령 제30조 제1항은 2009. 1. 28.부터 시행되고 있습니다.

2. 본인확인제도

- 정보통신망법상 본인확인제는 인터넷게시판운영자가 인터넷 게시판을 이용하는 자의 불법적인 정보의 게재를 방지하기 위하여 게시판 이용 시에 본인임을 확인하는 제도를 말합니다.

- 이 제도는 모든 인터넷웹사이트를 대상으로 하는 것이 아니라, 일정한 규모이상의 웹사이트, 일정한 서비스를 제공하는 웹사이트, 게시행위가 가능한 게시판을 설치 운영하는 웹사이트를 대상으로 하기 때문에 "제한적 본인확인제"라고 불리고 있습니다.

- 이 제도는 명예훼손 등 사이버 폭력 방지를 위하여 익명표현의 자유를 제한하는 것으로써 세계 최초로 도입한 것 입니다.

3. 정보통신서비스 제공자로서 일일평균이용자수의 산정에 대한 문제

가. 대상 정보통신서비스 제공자 선정방식

각각의 정보통신 서비스 제공자의 “일일 평균이용자수”의 산정은 매년 10월1일부터 12월 31일까지의 3개월을 기준으로 랭키닷컴, 코리아 클릭, 인터넷메트릭스 3개사의 추정치를 기준하고 있습니다.

나. 이용자의 숫자

3개 트래픽 분석회사의 경우, 각 회사 나름의 방법으로 확보한 일정 수의 이용자들(표본 집단)의 컴퓨터에 해당 분석회사가 제공하는 프로그램을 설치하게 하고, 이들 이용자들의 접속 형태를 분석하여 얻은 자료를 통계적으로 추산하여 이용자수를 제시하고 있습니다.

또한 스마트폰의 확산으로 인해 모바일 사용자수가 급격하게 증가하고 있으나 그에 따른 분석 도구 부재로 인해 이용자 파악이 어려워 실제 이용자수의 산출이 어려운 것이 현실입니다.

다. 웹서버 로그(log) 파일을 통한 이용자수와 분석회사의 이용자수 차이

구분	드림위즈			SLR클럽		
	로그파일	메트릭스	코리아 클릭	로그파일	메트릭스	코리아 클릭
2009년 10월	57,227	642,000	120,446	77,536	258,000	92,708
2009년 11월	59,281	563,000	124,766	70,567	274,000	80,254
2009년 12월	59,188	406,000	121,486	68,290	293,000	78,497

<표 15> 드림위즈, SLR클럽의 이용자수와 트래픽 분석회사 간 이용자수 차이

라. 이용자의 산정 방식에 대한 문제점

본인확인제의 적용범위에서 일일이용자수의 산정은 중요한 개념임에도 불구하고 이를 어떻게 산정할 것인지 또 이용자수의 개념에 대한 정의가 명확하게 법령에 정하여져 있지 아니하여 규제방법의 명확성의 원칙에 반한다고 할 것입니다.

3. 사업자 선정과 이의신청 등을 통한 대상 사이트 선정

가. 사업자 선정에 대한 문제

1일 평균 이용자 기준으로 10만 이상을 대상으로 하는 제한적 본인확인제의 경우 실제 사이트 이용자수와 3개 기관의 이용자수 산정 방식의 문제가 있습니다.

또한 대표 포털사이트 중의 하나인 구글과 세계 최대 UCC 동영상 사이트인 유튜브가 한국 사이트의 실명제 도입을 거부하여 논란이 되기도 하였으며, 이로 인해 유튜브는 제한적 본인확인제 대상 사이트에서 제외되기도 하였습니다. 이로 인해 국내 UCC 사업자인 판도라TV의 경우 국내업체의 역차별 문제를 제기하기도 하였습니다.

게시판 설치 및 운영자에게 본인확인시스템의 설치 및 운영의무를 부담시킴에 따라 그에 따른 재정적 부담을 발생시키고, 본인확인시 취득한 본인확인정보는 정보개재일로부터 6개월 보관토록하고 있는데(정보통신망법시행령 제22조의 2 제2호), 보관기간이 적절한지 그리고 보관의 필요성이 있는지 등에 대한 부분도 검토의 대상이 되어야 할 것입니다.

나. 사업자 선정 시 이의신청을 통한 대상사이트 선정

제한적 본인확인제 대상사이트의 선정 후 이의신청기간동안 해당 사이트의 실제 이용자수를 파악할 수 있는 장구를 마련하여 해당 사업자들의 실제 사이트 이용자들을 분석하여야 할 것입니다. 이를 통해 정보통신사업자들의 부담을

감소시킴으로써 사업자의 경쟁력을 강화시키는 계기를 마련함과 동시에 경제 발전에 일조할 수 있을 것입니다.

그 방안으로는 정보통신사업자의 경우 해당 로그파일(log) 형태의 인증된 시스템을 도입하거나, 방송통신위원회에서 해당 사이트 이용자수를 산정할 수 있는 공통된 시스템을 해당 사업자에게 제공함으로써 공정한 시스템 구축을 할 수 있을 것입니다. 이를 통해 방송통신위원회는 정보통신사업자들의 1일이용자수의 파악 또한 용이할 것으로 판단됩니다.

이는 이의신청제도를 적극 활용함으로써 정보통신사업자들의 부담을 감소시키고, 제한적 본인확인제 대상 사이트를 압축함으로써 악성댓글의 모니터링을 보다 강화시킬 수 있을 것으로 보입니다.

또한 기존의 악성댓글의 경우 제한적 본인확인제 대상 사이트에 국한된 문제가 아니라 모든 인터넷을 운영하고 있는 정보통신 사업자들의 공통된 문제일 것입니다.

제 3 장 결 론

오늘날 인터넷에 무분별한 욕설, 명예훼손, 악성댓글(악플) 등 사이버 폭력이 만연하고 있고, 그에 대한 규제의 필요성에 대해서는 방법의 차이는 있을지 몰라도 그를 부인하는 의견은 찾아보기 어렵습니다. 그러한 의견들을 바탕으로 우리나라는 정보통신망법, 방통위설치법, 공직선거법, 저작권법, 언론관계법 등에서 사이버 폭력에 대한 법제적 대응방법을 규정하고 있습니다.

본 연구는 제한적 본인확인제로 시행 이후 댓글의 성향 분석과 사용자들의 표현의 자유에 대한 제약과 이로 인한 정보통신 제공 사업자들의 경제적 부담 등에 대하여 문제점을 도출하고, 그 문제점에 대한 개선방안을 제시하는 것을 본 연구의 목표로 삼고 있습니다.

본론 제1절에서는 기초 작업으로서 제한적 본인확인제 대상사이트의 악성댓글에 대한 현황을 살펴보고, 제2절에서는 소셜 댓글 시스템 하에서의 댓글형태를 살펴보고 악성댓글 형태를 비교 분석하였는바, 소셜 댓글 시스템 하에서의 댓글의 경우 악성댓글의 비중이 급격히 줄어들고 있는 것으로 나타났습니다. 제3절에서는 제한적 본인확인제에서의 소셜 댓글 시스템 대체효과분석을 하였고, 제4절에서는 소셜 댓글 시스템을 활용한 제한적 본인확인제의 등급제 적용방안에 대하여 그 대안을 마련하였고, 제5절에서는 제한적 본인확인제 대상선정방식 중 일일평균이용자수 산정에 대한 문제점 및 개선방안을 마련하고 있습니다.

이러한 연구를 통하여 제한적 본인확인제 대상사이트 선정 및 본인확인 방식에 대하여 대안을 제시하고자 합니다. 첫째, 트위터, 페이스북 등의 소셜 네트워크 서비스 사용자들의 경우 실명인증을 거치지 않았더라도 자신의 관심사나 직간접적인 정체성을 포함하고 있습니다. 정보통신 제공사업자에게 실명인증을 시스템을 강요하기 보다는 소셜 댓글 등의 시스템을 통하여 사용자들의 표현을 자유를 보장하고 사업자에겐 경제적 부담을 완화하여야 할 것입니다. 둘째 제한적 본인확인

제 대상 사이트를 보다 엄격히 구분하여 관리하여야 할 것입니다. 악성댓글의 발생빈도와 제재건수 그리고 사업자의 악성댓글 등의 방지책 마련 현황 등을 토대로 등급별로 나눠서 관리하는 것을 제안합니다. 셋째 현행 제한적 본인확인제 대상사이트 선정 시 기준이 되는 일일이용자수의 산정과 이용자수는 중요한 개념임에도 불구하고 이를 법령에 정하여져 있지 아니합니다. 또한 이의 신청제도를 적극 활용하여 사업자의 의견을 적극 반영하여야 할 것입니다.

결론적으로 이러한 연구를 제한적 본인확인제의 입법 취지와 정보통신 제공사업자들의 부담을 해소하는 동시에 소셜 댓글 시스템의 도입을 통한 사용자들의 다양한 의견을 도출할 수 있는 계기가 되기를 기대합니다.

<참고문헌, 자료>

1) YTN 2008년 10월 16일 - 일반인, '악성댓글' 피해 급증 (경찰청 사이버테러대응센터 조사)

2) 아시아경제, 2009년 8월 '이민영 사건' 당시 악플러의 벌금형 액수가 200만원을 곱하여 산출 (위자료 청구액은 3000만원)

3) 서울대 행정대학원 우지숙 교수, 2010년 4월 8일 <행정논총> 논문 - <인터넷 게시판 실명제의 효과에 대한 실증연구>

4) 행정안전부 2009년 <인터넷을 통한 여론형성 과정> 보고서

(ㄱ) 만18세 이상 인터넷 사용자의 57.1%는 '인터넷에서는 TV, 신문 등에서 다루지 않는 다양한 정보나 의견을 접할 수 있다'고 생각하고 있으며, '오프라인에서 말할 수 없었던 주장/의견의 자유로운 표현' 및 '의견 작성, 인터넷 투표 등을 통해 누구나 여론 형성에 영향을 미칠 수 있다고 생각하는 경우도 각각 49.0%, 39.8%로 조사됨.

(ㄴ) '나와 다른 의견에 대해 본인의 의견을 주장하거나 반론을 제기하는 경우'는 29.8%로 상대적으로 낮게 나타남.

(ㄷ) 한편, 29.1%는 'TV, 신문 등에서 제기되는 주장보다 인터넷상에서 논의되는 일반인들의 의견이 여론'이라고 생각하고 있으며, 전반적으로 연령이 낮을수록 인터넷상의 일반인들의 의견을 여론으로 인식함.

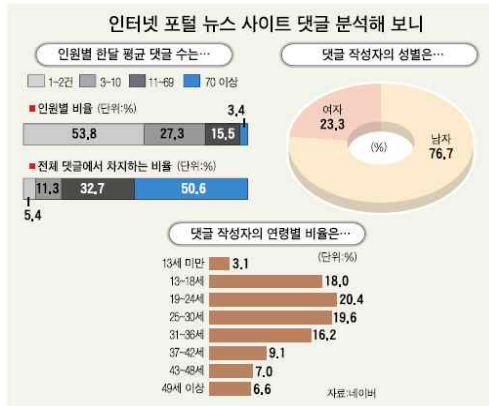
5) 2010년 6월 16일 한국기자협회- 송경재 경희대 학술연구교수 - 지방선거와 유쾌한 소셜미디어 활용

6) 마이크로블로그 랭키닷컴 순위 (2010년 3월 10일)

7) KAIST 문화기술대학원, Steve Han (한상기) 교수

8) 연세대학교 커뮤니케이션 연구소(토론사이트 평가지표 소개 및 솔루션 제안, 2009.11)

<참고 도표>



<참고 기사>

1) 최진실씨 자살 사건 관련 기사



최진실 사망 1년... 그녀를 잃은 반성은 온데간데 없고 욕설·악플... 사이버폭력 '기승'

지난해 10월2일 웹 톨런트 최진실씨가 스스로 목숨을 끊은 뒤 여러 가지 추측이 무성했다. 최씨가 인터넷에 유포된 '25억 원 사채 과달' 때문에 괴로워한 사실이 알려지면서 '사이버 모욕' 신설 주장에 힘이 실렸고, 이른바 '최진실 법안'이 만들어졌으나 표현의 자유 침해 논란 속에 국회에 계류만 돼 있다. 1년이 지났으나 사이버폭력은 나아질 기미가 보이지 않는다.

29일 경찰청에 따르면 전국 경찰청에 작달된 사이버 폭력 건수는 지난 8월 말 현재 7558건에 이른다. 2005년 9227건, 2006년 9436건, 2007년 1만2905건, 지난해 1만3819건 등으로 증가 추세다. 특히 사이버 폭력 중 가장 큰 비중을 차지하는 사이버 명예훼손은 2005년 3094건에서 지난해 4451건, 지난 8월 현재 2695건으로 크게 늘고 있다.

지난 6월에는 인터넷상에서 한 여성 톨런트에게 악성 댓글을 올린 네티즌 4명이 불구속입건됐고, 지난 28일에는 한 유명 연예인의 합성된 나체사진을 인터넷에 퍼뜨린 네티즌 6명이 적발되기도 했다.

사이버 폭력으로 인해 피해를 보는 대상은 유명인사만이 아니다. 지난해 곁과본 인근 상인들이 훔칠시위와 관련해 소송을 제기하자 누리꾼들이 이들의 개인정보를 인터넷에 공개했다가 경찰에 붙잡혔다. 최근에는 한 산부인과와 원무과장이 인

**작년 1만3819건... 3년새 4000건 늘어
유명인사서 일반인까지 무차별 공격
전문가 "네티즌 자정 의지 없어 악화"**

타넷 카페 게시판에 올라온 경쟁 병원에 대한 질문에 수십 차례 악성 댓글을 단 혐의로 기소돼 실형을 선고받기도 했다.

전문가들은 우리 사회가 사이버 폭력으로 인한 대가를 치르면서도 제도적인 대응책은 물론이고 네티즌의 자정 의지가 없다 보니 상황이 조금도 나아지지 않고 있다고 지적한다. 특히 인터넷이라는 개방된 공간에서 이뤄지는 욕설과 악플 등을 폐쇄적인 화상실 나서함으로 여기면서 표현의 자유만을 내세우는 풍도가 사이버 폭력의 확산을 키우고 있다는 분석이다.

사이버 폭력 증가 현황 (단위: 건)

연도	사이버 명예훼손	개인정보 침해	사이버 성폭력	사이버 스토킹	사이버 협박강요
2005년	3094	2889	1769	333	1142
2006년	3435	2227	1504	533	1637
2007년	4213	3741	1942	834	2175
2008년	4451	5129	1027	1018	2194
2009년 8월 현재	2695	2443	658	614	1148

자료: 경찰청

수사당국은 적극적인 고소·고발이 없으면 수사에 나서기가 쉽지 않고 인터넷 특성상 가해자를 특정하기도 쉽지 않다는 입장이다. 피해자들이 가해자를 처벌하고 싶어도 절차가 번거로워 포기하는 일이 비일비재하다.

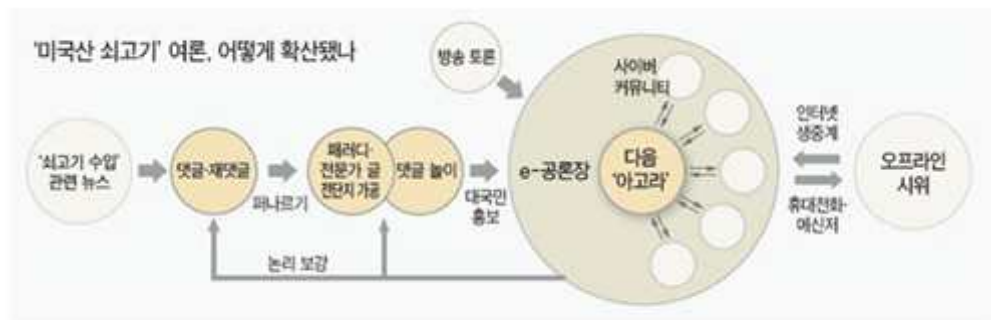
방송통신심의위원회 명예훼손 분쟁조정부에 해당 이용자의 기본정보를 요청하는 '이용자에 대한 정보제공 청구제도'가 있지만 지난해 88건 중 50건, 올해 8월 현재 143건 중 52건에 대해서만 정보제공이 이뤄졌다. 지난 1년간 방송통신위원회에 95건의 분쟁조정 신청이 제기돼 48건이 조정 합의의 또는 조정 결정을 받았을 정도로 피해 구제도 제대로 이뤄지지 않고 있다.

강지원 전 방송통신위원회위원장은 "인터넷 문화만 급속히 확산됐을 뿐 댓글에 대한 윤리적인 문제의식이 없다 보니 익명성에 숨어 사이버 폭력이 공공연하게 일어나고 자살과 같은 피해가 늘고 있다"며 "오프라인상에서 윤리 교육과 함께 온라인상에서도 사이버 폭력에 제동을 걸 수 있는 시스템 마련이 시급하다"고 지적했다.

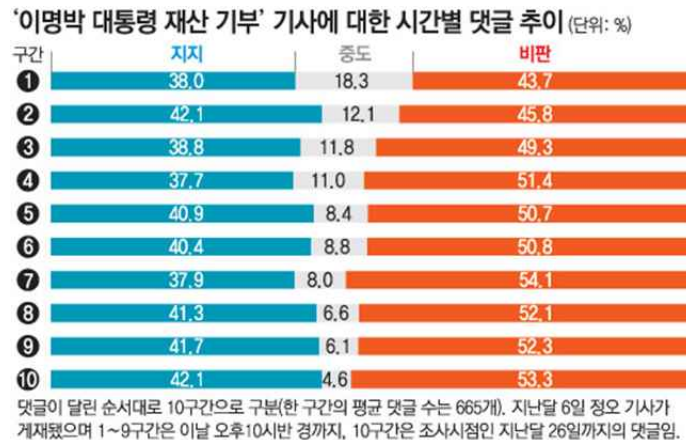
이태영 기자 wooahan@segye.com

2) 자료출처 : 중앙 SUNDAY 2008년 6월 8일

<http://sunday.joins.com/article/view.asp?aid=7507>



3) 침묵의 나선 효과와 집단 극화



<참고사이트>

블로터닷컴: <http://www.bloter.net/archives/40607>

개인 블로그(bobacomm.): <http://bodacommblog.blog.me/150096015630>

개인 블로그(Social Link): <http://sociallink.kr/archives/1109>

광주수석고등학교: <http://www.sosok.hs.kr/bbs/zboard.php?id=student10&no=75>

<소셜 댓글 라이브리(LiveRe) 관련 기사 - 시지온(CIZION) 제공>

기사제목				URL
1	홍석우 중기청장 '녹색 중소기업 1000개 육성'			http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2009031040831
	한국경제	이정선	09-03-11	
2	청년, 날다. CEO의 세계로...			http://www.fnnews.com/view?ra=Sent1501m_View&corp=fnnews&arcid=090625182007&cDateYear=2009&cDateMonth=06&cDateDay=25
	파이낸셜 뉴스	조윤주	09-06-25	
3	악플없는 사회는 이렇게			http://www.sisapress.com/news/articleView.html?idxno=50503
	시사저널	이은지	09-10-28	
4	소셜벤처, 맞춤형 창업 지원으로 제 2의 진화			링크 없음
	연합뉴스		09-12-16	
5	공익-수익 다잡자' 청년 사업가들의 도전			http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2010010401030927258002
	문화일보	강버들	10-01-04	
6	언론사와 소셜 미디어 점점 찾기			http://www.journalist.or.kr/news/articleView.html?idxno=23146
	한국기자협회	최진순	10-04-22	
7	벤처 CEO와 '아이언맨2'			http://www.bloter.net/archives/30904
	블로터닷컴	이희욱	10-05-12	
8	선플 문화 선도해 건강한 웹 생태계 꿈꾸다			http://www.seoultimes.net/news/articleView.html?idxno=519
	인터넷 서울타임즈	김문수	10-05-30	
9	당신의 '착한 댓글', 아프리카에 '희망' 되어			http://www.bloter.net/archives/32293
	블로터닷컴	이희욱	10-06-03	
10	노블리스 오블리주' 꿈꾸는 청년들			http://businessnews.chosun.com/site/data/html_dir/2010/07/05/2010070501647.html
	조선일보	최보윤	10-07-05	
11	'에스 챌린지2010' 참가신청 14일까지			http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2010070602011174660004
	디지털데일리	(보도자료)	10-07-05	
12	국내 첫 '기부 어플' 출시 초읽기...SNS에도 e-나눔 열풍			http://edu.chosun.com/site/data/html_dir/2010/07/21/2010072101040.html
	조선일보	(보도자료)	10-07-21	

13	악플 걸러내는 사회적 기업 창업 ... ‘취업 새 길’ 열었다			http://article.joins.com/article/article.asp?TotalID=4340175
	중앙일보	김효은	10-07-27	
14	인터넷실명제 웃음거리 만든 ‘소셜 댓글’			http://www.hani.co.kr/arti/economy/it/432165.html
		구본권	10-07-26	
15	Inadvertentprogress The Korea Times			http://www.koreatimes.co.kr/www/news/biz/2010/08/123_71915.html
		김동형	10-08-24	
16	매일경제가 시지온과 손잡고 소셜 댓글을 도입했습니다.			http://mkmobile.tistory.com/14
	매일경제		10-08-24	
17	메이저 언론사에도 ‘소셜 댓글’ 바람			http://news.mk.co.kr/v3/view.php?year=2010&no=455650
	매일경제	(뉴스속보부)	10-08-24	
18	소셜 댓글’바람, 메이저 언론까지 연합뉴스			http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LS&mid=sec&sid1=102&oid=001&aid=0004619846 http://news.mk.co.kr/v3/view.php?year=2010&no=455650
		이광빈	10-08-24	
19	언론사 소셜 댓글 서비스 도입 늘어난다.			http://onlinejournalism.co.kr/1196230935
	개인 블로그	최진순	10-08-24	
20	트위터하면서 매경뉴스 댓글 달아요			http://news.mk.co.kr/v3/view.php?year=2010&no=457423
	매일경제	최순욱	10-08-24	
21	소셜 댓글, 본인확인제 위반일까			http://www.zdnet.co.kr/Contents/2010/08/25/zdnet20100825162112.htm
	Zdnet	임민철	10-08-25	
22	빅브라더’ MB정부, 트위터로 ‘댓글’써도 안돼!			http://www.vop.co.kr/A00000315166.html
	민중의 소리	조태근	10-08-26	
23	소셜 댓글의 바람...인터넷 실명제 넘어서나			http://biz.heraldm.com/common/Detail.jsp?newsMLId=20100826000228
	헤럴드경제	고승희	10-08-26	
24	소셜 댓글’은 인터넷 실명제 위반?			http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=90429
	미디어 오늘	이정환	10-08-26	

<별첨>

별첨자료 1. 악성댓글로 판단되는 단어

구분	다음 아고라	세티즌	네이트 판	뽀뿌	드림위즈			전 체	비 고
	정치토 론방	자유계 시판	이슈계 시판	자유계 시판	연예 가	네티 즌	성 인		
병신	0	0	499	7	1	2	0	509	11.90%
지랄	108	0	253	5	0	0	0	366	8.50%
개소리	96	0	200	20	2	1	0	319	7.40%
개독	144	0	147	4	0	0	0	295	6.90%
취새끼	241	0	3	0	0	0	0	244	5.70%
또라이	96	0	103	6	0	0	0	205	4.80%
초딩	27	2	95	29	0	2	0	155	3.60%
섹히	72	0	61	1	0	0	0	134	3.10%
미친놈	34	0	79	8	1	0	0	122	2.80%
등신	59	0	47	0	0	1	0	107	2.50%
미친년	0	0	96	6	0	1	0	103	2.40%
새끼	12	0	87	2	0	0	0	101	2.40%
붕신	38	0	51	0	0	0	0	89	2.10%
개독교	11	0	62	4	0	0	0	77	1.80%
빙신	63	0	10	2	0	1	0	76	1.80%
섹스	4	0	62	7	0	0	0	73	1.70%
같은년	0	0	64	0	0	0	0	64	1.50%
새끼	12	0	38	0	0	0	0	50	1.20%
개같은	20	0	27	2	0	0	0	49	1.10%
자빠졌네	11	0	38	0	0	0	0	49	1.10%
섹히들	23	0	23	1	0	0	0	47	1.10%
웨이	18	0	6	14	0	0	0	38	0.90%
개나라	37	0	0	0	0	0	0	37	0.90%
섹	16	0	14	1	0	1	0	32	0.70%
미친넙	22	0	9	0	0	0	0	31	0.70%
붕신	27	0	1	0	0	0	0	28	0.70%
취랄	23	0	5	0	0	0	0	28	0.70%
웨이	21	0	6	0	0	0	0	27	0.60%
대갈통	16	0	10	0	0	0	0	26	0.60%
시끼	14	0	9	2	0	0	0	25	0.60%
개자식	15	0	9	0	0	0	0	24	0.60%
섹키	20	0	4	0	0	0	0	24	0.60%
웨이	11	0	13	0	0	0	0	24	0.60%
ㄱ ㅂ	4	0	16	0	0	0	0	20	0.50%

눔현	18	0	2	0	0	0	0	20	0.50%
쌍년	0	0	20	0	0	0	0	20	0.50%
쌍눔	17	0	2	0	0	0	0	19	0.40%
쌍년	0	0	18	1	0	0	0	19	0.40%
잡눔	12	0	7	0	0	0	0	19	0.40%
미촛	10	0	8	0	0	0	0	18	0.40%
부랄	12	0	6	0	0	0	0	18	0.40%
썩새	3	0	12	0	0	1	0	16	0.40%
시발눔	6	0	10	0	0	0	0	16	0.40%
지럴	14	0	2	0	0	0	0	16	0.40%
시발릅	0	0	16	0	0	0	0	16	0.40%
씨벌	13	0	3	0	0	0	0	16	0.40%
지롤	10	0	6	0	0	0	0	16	0.40%
뜯아이	8	0	6	1	0	0	0	15	0.30%
개자늑	13	0	2	0	0	0	0	15	0.30%
육갑	13	0	2	0	0	0	0	15	0.30%
씨불	7	0	6	0	0	1	0	14	0.30%
니애비	4	0	9	1	0	0	0	14	0.30%
깁깁이	10	0	2	1	0	0	0	13	0.30%
존나	9	0	0	0	0	2	0	11	0.30%
미틴	6	0	4	1	0	0	0	11	0.30%
쓰벌	9	0	1	1	0	0	0	11	0.30%
뜯마니	8	0	1	2	0	0	0	11	0.30%
새~끼	11	0	0	0	0	0	0	11	0.30%
뒤저라	3	0	6	1	0	0	0	10	0.20%
지 랄	2	0	8	0	0	0	0	10	0.20%
조 켜징	1	0	1	8	0	0	0	10	0.20%
떠라이	7	0	2	0	0	0	0	9	0.20%
똥구멍	4	0	3	1	0	0	0	8	0.20%
병썩	5	0	3	0	0	0	0	8	0.20%
썩끼	4	0	4	0	0	0	0	8	0.20%
잡년	1	0	6	1	0	0	0	8	0.20%
죇만환	5	0	2	1	0	0	0	8	0.20%
뜯추	2	0	5	0	0	0	0	7	0.20%
개상도	7	0	0	0	0	0	0	7	0.20%
개색히	4	0	3	0	0	0	0	7	0.20%
세끼들	4	0	3	0	0	0	0	7	0.20%
쓰 ㅣ	2	0	5	0	0	0	0	7	0.20%
씨방새	2	0	5	0	0	0	0	7	0.20%
썩팔	7	0	0	0	0	0	0	7	0.20%
죇도	1	0	6	0	0	0	0	7	0.20%
18눔	6	0	0	0	0	0	0	6	0.10%
개쌍도	6	0	0	0	0	0	0	6	0.10%
ㄱ ㅣ	2	0	4	0	0	0	0	6	0.10%

니미럴	6	0	0	0	0	0	0	6	0.10%
미친 놈	4	0	2	0	0	0	0	6	0.10%
방시	4	0	2	0	0	0	0	6	0.10%
색끼	6	0	0	0	0	0	0	6	0.10%
줍새	6	0	0	0	0	0	0	6	0.10%
좃같은	2	0	4	0	0	0	0	6	0.10%
니기미	4	0	0	0	0	1	0	5	0.10%
벼영신	3	0	1	0	0	1	0	5	0.10%
개놈	1	0	4	0	0	0	0	5	0.10%
개색기	2	0	2	1	0	0	0	5	0.10%
ㄴ ㅣ	1	0	4	0	0	0	0	5	0.10%
뒤저라	2	0	3	0	0	0	0	5	0.10%
쉬발	2	0	3	0	0	0	0	5	0.10%
쓰레기새끼	0	0	5	0	0	0	0	5	0.10%
좃같은	4	0	1	0	0	0	0	5	0.10%
조까라	4	0	1	0	0	0	0	5	0.10%
미친 녀	4	0	0	0	0	0	0	4	0.10%
병/신	1	0	3	0	0	0	0	4	0.10%
센치	0	0	3	1	0	0	0	4	0.10%
쌍념	3	0	1	0	0	0	0	4	0.10%
썩새	1	0	1	0	0	1	0	3	0.10%
개같은년	0	0	3	0	0	0	0	3	0.10%
개새이	3	0	0	0	0	0	0	3	0.10%
비잉신	3	0	0	0	0	0	0	3	0.10%
시벌념	3	0	0	0	0	0	0	3	0.10%
씨뱅	1	0	2	0	0	0	0	3	0.10%
씨부랄	3	0	0	0	0	0	0	3	0.10%
씨팔	1	0	2	0	0	0	0	3	0.10%
ㅈ ㅣ 랄	1	0	2	0	0	0	0	3	0.10%
지이랄	1	0	0	0	0	1	0	2	0.00%
뷰웅신	1	0	1	0	0	0	0	2	0.00%
강간도	0	0	1	1	0	0	0	2	0.00%
미틴놈	1	0	1	0	0	0	0	2	0.00%
뽕신	1	0	1	0	0	0	0	2	0.00%
시발념	1	0	1	0	0	0	0	2	0.00%
십쇄	0	0	2	0	0	0	0	2	0.00%
쌍놈	0	0	2	0	0	0	0	2	0.00%
씨다바리	2	0	0	0	0	0	0	2	0.00%
씨벨	2	0	0	0	0	0	0	2	0.00%
좃현	2	0	0	0	0	0	0	2	0.00%
좃같은	0	0	2	0	0	0	0	2	0.00%
색스	0	0	0	1	0	0	0	1	0.00%
개걸래	1	0	0	0	0	0	0	1	0.00%
개새끼	0	0	0	1	0	0	0	1	0.00%

개같은놈	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
개새끼	1	0	0	0	0	0	0	1	0.00%
개새끼	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
개새끼	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
니미랄	1	0	0	0	0	0	0	1	0.00%
떠볼	1	0	0	0	0	0	0	1	0.00%
보오지	1	0	0	0	0	0	0	1	0.00%
보지가	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
시바새끼	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
신발넘	1	0	0	0	0	0	0	1	0.00%
신발넘	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
십.새	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
십.새.	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
십팔	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
씨불놈	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
썸알	1	0	0	0	0	0	0	1	0.00%
쫓빠	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
쫓도	0	0	1	0	0	0	0	1	0.00%
씨불넘	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨불랄	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨봉	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨빌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨뿌랄	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썸.췌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썸길	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
ㅇ6ㅇ	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
애*인*대*행	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
엠뵙	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
열린보지	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
열무개당	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
엠벼영	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
와와디스크	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
유-두	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
육시컬	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
이-년	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
인생풀이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
자=위	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
자빠 져네	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
자-위	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
자위하는 사진	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
자취털	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
자지털	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
저 까 라	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
저-년	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%

전만한넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
젓또	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
정신빠진눔	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
젓꼭지 노출	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
젓데이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
젓만한	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
존만쉐키	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋까라	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋데이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋본	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋뿐	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋같은	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋까라	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋데이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋만한	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋만한넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋빠	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋까라	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋데이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋만한	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋만한넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죽 일 눔	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
췌댕이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
쥐랄이고	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
적일눔	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
지 랄병	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
지/랄	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
지라르	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
지랄	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
충격영상 도살장	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
캐쉬스파이더	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
페로 몬	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
향기사주	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨발	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
짱꼴라	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
빠구리	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
죋도	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
183끼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
18X	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
6 O 9	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
6o9	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
6O9	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
6o9	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
72.34.243.33	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%

9nara	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
9-nara	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개 새 까	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개.독	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개.새.까	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개보지	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개부털	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개세기	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개쌍도	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개에이시익기	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개자아속	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개자쥐	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개자지	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개좌식	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개후래자식	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
걸레같은년	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
걸레입	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개 보 지	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
개자속	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
공6공	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
공육공	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
공육꿍	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
꿍꿍이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
꼬올토웅세이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
꿀.통	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
꿍육꿍	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
넛 동넛	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
넛동	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
노개구리	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
눔현똥꼬	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
넉마모	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
넉빠 새리	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
넉빠새리	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
넉기미	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
닭 대가리들	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
닭대가리야	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
대갈박	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
디저빠라	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
똥구녕	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
라이브 바카라	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미 친 개	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미 친 눅	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미 친 십 색 히	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미 친눅	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%

미 친놈이	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미/친/넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미이친	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미이친넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미쥔넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미친놈	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미-친-넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미친노움	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미친세끼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미칭넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
미칭놈	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
바카라게임	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
벌린후장	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
뱅신	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
보신탕척결	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
보쥬털	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
보지털	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
부비존	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
븜 신	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
비용신	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
뽀오지	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
뽀쥬	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
뽀지	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
뽕넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
뽕시나	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
새~~끼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
새77I	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
새-까	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
새-끼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
샌척	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
샌치	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
섹 스	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
섹*스	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
섹-끼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
섹스궁합	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
섹스테크닉	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
섹스테크닉	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
웨이끼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
쉬벌넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
스*와*핑	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
스와핑오프모임	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
시벌넌	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
신발름	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
십 색 히	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%

십알년	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
싸가지없는놈	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썩끼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썩치	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썩끼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썩스	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썩치	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썩치	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
썩불	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
쓰버스키	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
쓰벌년	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
쓰브컬	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨 발 뇨	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨발 뇨	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨배럴	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨벨 뇨	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨벨 뇨아	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨벌 뇨마	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨벌 럼	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨배럴	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
씨봉새	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00%
계	1,696	2	2,430	146	4	17	-	4,295	100.00%