



# 트럼프 전 대통령의 트위터, 페이스북 계정 영구 차단을 둘러싼 논란

박아란 한국언론진흥재단 책임연구위원

## 1. 소셜미디어와 위협받는 민주주의

미국 대통령 선거가 끝난 뒤 상·하원이 합동회의에서 바이든 당선인의 대선 승리를 확정하려던 2021년 1월 6일, 트럼프 지지자 수천 명이 의회로 난입하는 초유의 사태가 발생했다. 경찰은 시위대를 저지하려 했으나 결국 난입을 막지 못했고 이 과정에서 시위자가 총에 맞는 등 사망자와 부상자가 속출했다. 시위 주도자인 '큐아논(백인 우월주의 성향의 극우단체) 샤먼'이 빨 달린 털모자를 쓰고 페이스 페인팅을 한 모습으로 의회 중심부에 등장했고, 다른 주동자는 펠로시 하원의장 사무실로 들어가 책상에 다리를 올리고 욕설이 담긴 쪽지를 남겼다. 폭력사태를 지켜본 전 세계 인들은 미국 민주주의가 추락하는 모습을 목도하며 충격에 빠졌다. 세계 각국의 정상들도 민주주의의 상징과도 같은 장소가 짓밟혔다며 탄식을 금하지 못했다.

의회 난입 사태 이후에도 미국의 사회적 혼란은 지속되었다. 도널드 트럼프 전 대통령이 대선에서 승리했다는 잘못된 믿음에 빠진 사람들이 곳곳에서 폭력적 투쟁을 시도했기 때문이다. 캘리포니아에서는 트럼프가 대통령직을 유지할 수 있도록 민주당 인사들 및 관련 시설을 폭파할 계획을 세웠던 남성이 폭발물 제조 혐의로 FBI에 체포되기도 하였다.

이러한 폭력과 사회적 혼란의 배후로 지목된 것은 소셜미디어였다. 트럼프는 소셜미디어를 통해 대선 패배에 불복하며 투쟁할 것을 촉구했고 미 의회에 난입한 시위대를 '승리를 빼앗긴 애국자들'이라고 두둔했다. 트럼프 지지자들은 소셜미디어와 친(親) 트럼프 웹사이트에서 몇 주 전부터 시위를 계획했으며, 시위 전날 밤 유튜브에는 의사당 폭력을 예고하는 영상을 업로드하였다.

온라인 곳곳에서 위험신호가 감지되었지만 공권력이 제대로 대처하지 못했고 결국 의사당은 시위대에 점령되고 말았다.

이 사건 이후 트위터는 추가적 폭력선동의 위험을 막는다는 이유로 트럼프 전 대통령의 개인 계정을 영구정지 시켰으며 대통령 계정이었던 @TeamTrump 계정도 중단했다. 이어서 페이스북과 인스타그램, 스냅챗, 트위치, 유튜브도 트럼프가 계정을 사용하지 못하도록 조치했다. 트럼프는 극우 성향 소셜미디어인 팔러로 갈아타려 했으나 앱 마켓의 양대 산맥인 애플과 구글이 팔러의 다운로드를 차단했다. 트럼프의 측근인 루디 줄리아니 전 뉴욕시장도 자신의 유튜브 계정에서 대선 결과는 사기라는 등의 거짓 주장을 펼침에 따라 유튜브는 광고를 통한 수입창출 기능을 30일 동안 정지시켰다.

트럼프와 지지자의 계정을 차단한 소셜미디어의 대응은 표현의 자유와 관련된 논쟁을 불러일으켰다. 빌 게이츠 마이크로소프트 창업자는 트럼프 전 대통령의 소셜미디어 사용을 다시 허용해야 한다고 주장했다. 지난 2월 빌 게이츠는 언론과의 인터뷰에서 트럼프는 결국 SNS로 돌아올 것이며 트럼프의 발언에 대해 사람들의 관심이 자연스럽게 줄어들 것이므로 계정 사용을 허용해야 한다고 주장했다. 앙겔라 메르켈 독일 총리도 트럼프 전 대통령의 계정이 영구정지된 것은 문제가 있다고 지적했다. 독일 정부 대변인은 "기본권으로서 표현의 자유는 근본적으로 입법기관에 의한 제한은 받을 수 있지만 특정 회사의 조치에 따라 제한되어서는 안 된다"고 말했다. 그러나 소셜미디어 기업은 온라인 공간에서의 정치적 소통이 증오와 폭력선동으로 변질되지 않도록 노력할 책임이 있다고 덧붙였다.

미국 의사당 폭력사태 이후 폐쇄되었던 극우 SNS 팔러도 한 달 만에 사이트를 다시 오픈했으며 이제 신규 가입자도 받고 있다. 하지만 애플과 구글이 팔러 앱을 복구하지 않아서 앞으로의 전망은 불투명하다. 그러나 이를 대체할 새로운 극우 성향의 SNS가 부상할 가능성도 높다. 그렇다면 소셜미디어를 통한 정치적 표현의 자유는 어디까지 허용될 수 있을지, 향후 유사한 사태가 발생한다면 소셜미디어가 자체적으로 판단하여 이용자 계정을 폐쇄하는 것이 타당한 것인지에 대한 논쟁도 반복될 것이다.

## 2. 소셜미디어와 정치의 상호작용

트럼프 지지 시위대의 의사당 난입사건 이전부터 페이스북은 커다란 정치적 논란에 휩싸인바 있다.

2016년 6월, 영국은 국민투표 개표 직후 브렉시트라는 예상치 못한 결과를 직면하게 되었다. 2년여 뒤, 놀랍게도 이러한 결정이 내려진 배경에는 캠브리지 애널리티카(Cambridge Analytica)라는 데이터 분석업체가 개입한 정황이 드러났다. 데이터를 이용하여 정치자문서비스를 제공하던 캠브리지 애널리티카는 페이스북 사용자 8,700만 명의 개인정보를 불법 수집했고, 브렉시트를 주장하던 진영은 이러한 정보를 바탕으로 페이스북 부동산을 타깃으로 삼고 거짓광고를 내보냈던 것이다. 이 회사는 2016년 미 대선 당시에도 트럼프 캠프를 위해 불법수집정보를 제공한 것으로 드러났다.

온라인 허위정보도 소셜미디어를 통해 지속적으로 확산되고 있다. 트럼프 전 대통령이 미국의 파리협정 탈퇴를 발표한 2017년 6월 1일을 전후한 두 달 동안 트위터 봇(기계)에 의해 운영되는 가짜 트위터 계정이 기후변화 관련 트윗의 약 25%를 작성했다는 연구결과도 최근 언론을 통해 발표되었다.<sup>1)</sup> 이 연구팀은 160만 명 사용자가 보낸 트윗 680만개를 분석한 결과, 분석대상 사용자 중 9.5%가 트위터 봇으로 추정되며 이들의 트윗이 기후변화 관련 전체 트윗의 25%를 차지했다고 분석했다.

트럼프의 트위터 계정이 영구 정지된 후 소셜미디어에서 미국 대선과 관련된 허위정보가 급감했다는 분석도 나왔다. 워싱턴포스트에 따르면 소셜미디어 분석기업 '지그널 랩스'가 트럼프의 계정이 정지된 다음날부터 일주일간 소셜미디어 콘텐츠를 분석한 결과, 허위정보가 이전 1주간 250만 건에서 68만8천 건으로 급격히 줄었다고 발표했다.<sup>2)</sup> 트럼프 지지 시위대의 난동과 연계된 해시태그도 95% 이상 감소했다고 한다.

이제 디지털 플랫폼과 정치는 분리하여 생각할 수 없다. 수집된 개인의 데이터를 바탕으로 맞춤형 게시물이 추천되고 사회적 논란이 있는 틈새를 허위정보가 파고든다. 캠브리지 애널리티카의 핵심 내부 고발자였던 브리태니 카이저는 회고록 <타겟티드(Targeted)>에서 2016년 미국 대선 때 페이스북 이용자들의 '좋아요'를 분석하여 개인성향을 파악했다고 털어놓았다. 누군가가 누른 페이스북 '좋아요' 68개를 분석하면 피부색, 정치성향, 이혼 여부 등을 알 수 있으며, 70개의 '좋아요'를 분석하면 그 사람의 친구들이 알고 있는 것보다 더 많은 것을, 300개의 '좋아요'를 분석하면 배우자보다 더 많은 정보를 파악할 수 있다는 것이다.

디지털 환경에서 부상하고 있는 미디어 플랫폼의 정치·경제·사회적 중요성으로 인해 플랫폼 사업자의 위법한 콘텐츠에 대한 책임 및 규제 필요성도 점차 커지고 있다. 런던정경대(LSE) 다미안 탐비니 교수는 소수의 지배적 플랫폼이 전 세계적으로 막강한 영향력을 행사하는 현상에 주목



하면서 지배적 플랫폼이 특정 게시물이나 이용자, 주제나 이슈를 삭제하거나 차단하는 것은 새로운 검열로 봐야한다고 주장했다.<sup>3)</sup> 글로벌 플랫폼사업자들이 온라인 세계의 새로운 검열자로서 정보 권력을 획득함을 경계하려는 것이다.

유럽연합(EU) 티에리 브르통 위원은 트럼프 계정 영구 정지가 온라인 네트워크 규제의 전환점이 될 것이라고 내다봤다. 브르통 위원은 정치전문매체인 폴리티코에 기고한 글에서 “9/11이 전 세계 안보정책의 패러다임 전환을 가져왔듯이 우리는 민주주의에 있어 디지털 플랫폼의 역할이 전환되는 시기의 증인이 될 것”이라고 하였다. 그는 미국 의회 난입사건에서 온라인 플랫폼이 시스템적 주체가 되었다며 플랫폼기업들이 더 이상 사회적 책임을 부인할 수 없을 것이라고 예측했다.<sup>4)</sup>

한편으로는 미디어 플랫폼이 게시물을 자의적으로 차단하는 것에 대해 반대하는 목소리도 높다. 미국의 저명한 헌법학자인 유진 볼록 교수는 팔러와 같은 극단적 플랫폼일지라도 이러한 플랫폼이 게시물 차단 의무가 있는 것인지 의문을 제기한다.<sup>5)</sup> 우체국은 가짜뉴스가 적혀있거나 유해한 의견을 담고 있는 우편물이 발송되는 것을 차단하지 않으며, 전화회사도 백인우월주의 단체인 KKK(Ku Klux Klan)가 통신서비스나 문자서비스를 이용하는 것을 차단하지 않듯이 소셜미디어도 그렇게 작동해야 된다는 것이다. 온라인 게시물의 내용에 대한 판단은 이용자들의 몫으로 남겨둬야 하며 게시물이 법을 위반한 경우 법집행기관에게 맡겨야 한다고 볼록은 주장한다.

1) Thomas Marlow, Sean Miller & J. Timmons Roberts (2021, 1, 15). Bots and Online Climate Discourses: Twitter Discourse on President Trump's Announcement of U.S. Withdrawal from the Paris Agreement. <Climate Policy>. URL : <https://doi.org/10.1080/14693062.2020.1870098>

2) Elizabeth Dwoskin & Craig Timberg (2021, 1, 16). Misinformation Dropped Dramatically the Week After Twitter Banned Trump and Some Allies. <The Washington Post>. URL : <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/01/16/misinformation-trump-twitter/>

3) Damian Tambini (2018). Social Media Power and Election Legitimacy. In Martin Moore & Damian Tambini (Eds.), Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple.

4) Thierry Breton (2021, 1, 10). Capitol Hill- the 9/11 Moment of Social Media. URL : <https://www.politico.eu/article/thierry-breton-social-media-capitol-hill-riot/>

5) Eugene Volokh (2021, 2, 17). Why I'm Happy That We're on Parlor. <The Volokh Conspiracy> URL : <https://reason.com/volokh/2021/02/17/why-im-happy-that-were-on-parler/>

### 3. 미국의 통신품위법 제230조

미국의 역대 대통령 중에서 소셜미디어를 가장 활발하게 활용했던 트럼프 전 대통령은 재임기간 동안 디지털 플랫폼 기업들과는 대립각을 세웠다. 트럼프 4년을 상징하는 키워드 중 하나가 '통신 품위법 제230조'라고 할 만큼 그는 플랫폼사업자들을 면책시키는 당해 조항이 개정되어야 한다고 주장했다. 2019년 5월에는 연방통신위원회(FCC)에 통신품위법 제230조의 문제점을 분석하라고 행정명령을 내린바 있다.

그렇다면 미국에서 플랫폼사업자의 면책규정인 통신품위법 제230조는 어떻게 해서 탄생하게 되었으며 법 개정의 필요성은 왜 주장되고 있는지 살펴보기로 한다. 플랫폼사업자의 게시물 책임을 이해하기 위해서는 원칙적으로 영미법상 보통법(common law)에서 명예훼손적 표현물을 재생산한 자의 법적 책임이 어떻게 나뉘는지를 이해할 필요가 있다. 명예훼손적 표현물을 재생산한 자의 불법행위책임은 세 가지 범주로 나뉘게 된다. 첫째, 발행인 책임(명예훼손적 표현물에 대해 편집권을 갖는 경우로서 당해 표현물의 작성자와 동등한 책임을 진다), 둘째, 배포자 책임(도서관 사서나 서점 주인처럼 자신이 명예훼손적 표현물을 배포했음을 알았거나 알 수 있었을 경우에 책임을 진다), 셋째, 단순전달자 책임(전화회사처럼 문제가 된 표현물을 단순히 전달만할 뿐 표현물에 대한 관리 감독권이 없다면 책임을 지지 않는다)으로 구분된다. 그렇다면 인터넷 기술과 함께 출현한 인터넷 서비스사업자는 온라인 이용자가 작성한 명예훼손적 표현물에 대해 세 가지 범주 중에서 어떠한 책임을 부담하게 될 것인가 1990년대 초반부터 미국에서 문제가 되었다.



인터넷서비스사업자의 명예훼손적 게시물 책임에 대한 첫 번째 판결은 1991년 커비 대 컴퓨서브<sup>6)</sup> 사건이다. 이 사건에서 온라인게시판 사업자는 게시물에 대한 관리감독 권한을 갖지 않았으므로 법원은 게시판 사업자가 '단순전달자'에 불과하다고 판단하여 면책시켰다. 그러나 1995년 스트라톤 오크몬트 대 프로디지<sup>7)</sup> 사건에서는 정반대의 판결이 내려졌다. 온라인게시판 운영회사인 프로디지는 게시물에 대해 강력한 관리감독을 행하였고 안전하고 깨끗한 온라인 게시판을 이용자들에게 홍보하며 마케팅 전략으로 삼았다. 하지만 프로디지의 홍보 전략은 스스로 발목을 잡게 되었다. 강력한 관리감독을 한다는 주장은 프로디지가 관리감독권 있는 '발행인'이라고 자처한 셈이 되었고, 그 결과 법원은 프로디지가 명예훼손적 게시물에 대해 '발행인'으로서 책임을 져야한다고 판결했다.

컴퓨서브와 프로디지 판결은 '온라인의 역설'이라는 모순적 상황을 발생시켰다. 온라인 게시판에 대해 아무런 관리감독을 하지 않으면 위법한 게시물이 있더라도 면책되고, 강력한 관리감독을 시도한다면 게시물에 대해 책임을 지게 되는 것이다. 또한 온라인 게시물에 대해 책임을 질 경우 인터넷서비스사업자들이 유해하다고 판단되는 게시물들을 자의적으로 삭제하여 온라인 표현의 자유를 침해할 것이라는 우려의 목소리도 높았다.

이러한 우려를 반영하여 미 의회는 1996년 통신품위법(Communications Decency Act) 제230조를 제정했다. '선한 사마리아인(Good Samaritan)' 조항이라고 불리는 제230조 (c)(1)항은 '컴퓨터서비스제공자나 사용자는 다른 콘텐츠 제공자가 작성한 정보에 대해 발행인(publisher)이나 화자(speaker)로서 책임을 부담하지 않는다'라고 규정하여 인터넷서비스사업자가 이용자들이 작성한 인격권 침해적 게시물로 인한 법적 책임으로부터 면책되도록 하였다.

법 제정 당시 통신품위법 제230조의 입법목적은 크게 두 가지였다. 첫째, 인터넷서비스사업자가 유해한 온라인 게시물을 관리·감독하는 '선한 사마리아인' 역할을 할 경우 면책시켜서 자율규제 환경을 조성하는 것이었다. 둘째, 정부 규제로부터 온라인 표현의 자유를 최대한 보장하는 것이었다. 결국 이 법조항은 미국의 인터넷서비스사업자를 위한 강력한 방패로 작동하기 시작했다. 통신 품위법 제230조는 인터넷사업자를 명예훼손 책임뿐만 아니라 프라이버시 침해, 스팸 필터링, 감정적 고통 유발 등 다양한 불법행위 책임으로부터 벗어나게 하였다. 그러나 이 조항은 디지털 밀레니엄저작권법(Digital Millennium Copyright Act: DMCA)이 적용되는 저작권 사건에는 적용되지 않으며, 연방 차원의 범죄 기소, 온라인 성매매와의 전쟁법(Fight Online Sex Trafficking Act: FOSTA), 전자적 커뮤니케이션 프라이버시법(Electronic Communications Privacy Act: ECPA)과 관련된 범죄에는 적용되지 않는다.

통신품위법 제230조의 문제점은 온라인 표현물에 대해 인터넷서비스사업자를 일괄적으로 면책

6) Cubby, Inc. v. CompuServe, Inc., 776 F. Supp. 135 (S.D.N.Y. 1991).

7) Stratton Oakmont, Inc. v. Prodigy Services Co., 1995 WL 323710 (N.Y. Sup. Ct. 1995).

시킨다는 것이다. 연방의회는 게시물에 대해 철저히 관리·감독을 행한 인터넷서비스사업자가 법률적 책임을 지는 부담을 덜어주기 위해 면책규정을 만들었지만, 결과적으로 인터넷서비스사업자는 게시물을 방치하더라도 책임을 지지 않는 시스템이 되었다. 표현의 자유와 인격권을 비교·형량하여 어느 것을 우위에 둘지 결정해야 함에도 불구하고 통신품위법 제230조는 일방적으로 표현의 자유 쪽으로 무게 추를 옮겨버린 것이다.


#### 4. 디지털 플랫폼 변화의 움직임

구글과 페이스북 등 플랫폼사업자들에게 유해한 게시물에 대한 관리책임을 지워야 한다는 목소리가 높아지면서 통신품위법 제230조 관련 법 개정안들이 연달아 발의되고 있다. 가장 최근 발의된 법안인 ‘SAFE TECH(Safeguarding Against Fraud, Exploitation, Threats, Extremism and Consumer Harms: SAFE TECH) Act’는 제230조의 적용을 제한하고 있다. 즉, 인터넷서비스사업자가 회복 불가능한 해악을 끼칠 표현물에 대해 삭제나 차단, 유통방지에 실패하여 피해자가 금지명령(injunction)을 구할 경우, 보호받는 계층에 대한 차별이 발생했을 경우 등에는 제230조에 의한 면책이 적용되지 않도록 규정하고 있다.

하지만 통신품위법 제230조를 개정하거나 폐지하는 것에 대해서는 여전히 반대의 목소리가 높다. 미국이 전 세계 인터넷 산업의 주도권을 쥐 수 있었던 것은 통신품위법 제230조라는 초석 위에서 가능했던 것이므로 이러한 조항을 없애거나 변경하는 것은 미국의 인터넷산업 기반을 흔들어버릴 것이라는 우려가 크다. 통신품위법 제230조의 강력한 수호자인 에릭 골드만(Eric Goldman) 교수는 온라인 평판이 수익으로 이어지는 산업 구조 속에서 유해한 콘텐츠를 생산하는 플랫폼은 도태될 것이라며 면책조항이 유해한 콘텐츠를 매개하는 웹사이트를 양성한다는 주장에 반박한다.<sup>8)</sup> 또한 보통법상의 법률적 책임구조로 회귀한다면 플랫폼들은 위험해 보이는 게시물을 마구 삭제하는 결과를 초래할 것이고 이는 수정헌법 제1조가 강력하게 보호하는 표현의 자유에 심각한 위해가 될 것이라고 비판하였다.

플랫폼 기업들도 자구책을 찾고 있다. 페이스북의 경우 2020년 콘텐츠 감독위원회(Oversight Board)를 결성하여 자율규제를 시도하고 있다. 콘텐츠 감독위원회는 페이스북의 콘텐츠 삭제나 차단에 대해 이용자의 이의제기가 있을 경우 이를 심리하는 독립기구이다. 감독위원회는 세계 각국에서 선발된 법률가, 언론인, 인권운동가, 인터넷검열 전문가 등 20인의 전문직 위원으로 구성되어 있으며 인권 및 표현의 자유와 관련 있는 중요한 사안에 대해 선별적으로 심리를 맡게 된다. 페이스북 감독위원회는 트럼프 전 대통령의 페이스북 영구정지에 대해서도 논의하기로 결정했는데

4월 중에 그 결과를 발표할 것으로 예상된다.

미디어 플랫폼 게시물에 대한 규제는 표현의 자유와 직접적으로 충돌한다. 따라서 게시물과 관련된 결정은 신중할 수밖에 없지만 그렇다고 마냥 손을 놓고 있을 수도 없는 형편이다. 해법을 찾기가 쉽지 않은 상황 속에서 소셜미디어를 통해 유포되는 유해한 게시물을 막기 위해서는 그 게시물의 내용에 초점을 맞추기보다 유해 게시물이 배포되고 확산되는 시스템과 알고리즘을 들여다볼 필요가 있다. 소셜미디어의 알고리즘은 주목받는 게시물이 눈에 띄도록 설계되어 있기 때문에 자극적이거나 선정적 게시물이 전면에 배치될 가능성이 높기 때문이다. 결국 플랫폼 테크놀로지를 적절하게 통제하고 관리할 수 있는 시스템과 제도적 장치를 마련하는 것이 디지털 민주주의 시대의 관건이 될 것이다. 

<sup>8)</sup> Eric Goldman (2018). An Overview of the United States' Section 230 Internet Immunity. Santa Clara Univ. Legal Studies Research Paper.