

페이스북 내부 고발로 다시 고개 든 플랫폼 책임론과 연일 쏟아져 나오는 규제법안, 어디까지 왔나

문영은 미국 오레건 대학교 저널리즘스쿨 박사 수료



소셜미디어 플랫폼 규제 방향이 다시 한 번 미국 정치권의 뜨거운 감자로 떠올랐다. 이 글에서는 페이스북(현 메타) 내부 고발로 촉발된 빅테크 책임론 관련 주요 법안들을 소개하고 관련 논쟁을 정리하고자 한다.

2021년 10월 5일, 페이스북에서 일했던 전 수석 매니저인 프랜시스 하우젠은 상원 상공 소위원회에 출석하여 페이스북이 이용자의 권리나 안전을 무시하고 회사의 이익을 극대화하는 방식으로 게시물과 알고리즘을 관리해왔다는 것을 폭로했다. 이용자들의 클릭으로 모인 대량의 데이터와 학습된 알고리즘은 결국 자극적 가십, 허위정보, 극단주의와 같은 콘텐츠로 이용자들의 주목을 집중하게 하는데 ‘친구 추천’, ‘관심이 있을 만한 그룹(Group You Should Join)’ 혹은 ‘더 알아보기(Discover)’와 같은 기능들은 이를 더욱 증폭시킨다는 것이다. 하우젠은 또한 이러한 이용자 참여극대화 방식이 십 대 청소년과 아이들에게 왜곡된 신체 이미지를 불러오는 등 자극적인

형태를 띠다고 설명했다. 또한 페이스북과 인스타그램, 이 두 플랫폼은 청소년의 정신건강 악화와 자살률을 높인다는 자체 연구 결과를 알고 있으면서도 내부에서 목인한 점 역시 폭로했다. 실제로 페이스북은 2018년 내부 감사에서 전문가들로부터 알고리즘을 개선할 방법에 대해 제안받았으나, 페이스북 CEO 마크 주커버그는 이용자 감소를 이유로 일부 알고리즘만 조정할 것으로 알려졌다. 그는 또한 2018년 플랫폼이 분열을 조장하고 오프라인 폭력을 선동하는 데 사용되는 것을 막기 위해 최선을 다하지 않았다고 인정하며, 이후 이를 교정하기 위한 후속조치를 약속했지만 실제로 이렇다 할 뚜렷한 성과는 보여주지 못했다. 하우젠은 페이스북의 알고리즘에 대한 공격적인 정비의 필요성과 함께, 페이스북의 이윤창출 욕구(algorithm driven greed)는 자정이 어려울 만큼 강력하기 때문에 정부 당국의 압박과 의회의 입법적 조치를 촉구했다.

하우젠의 증언이 촉발한 페이스북에 대한 논란은 전 미국인들의 공분을 샀고 그 파장은 일파만파로 퍼지고 있는 상황이다. 캘리포니아, 오레건, 플로리다, 켄터키, 매사추세츠, 네브래스카, 뉴저지, 테네시, 버몬트 등 거의 모든 주에서 그녀의 폭로 이후 민주당과 공화당을 막론하고 수사를 위해 초당파 연합을 구성했다. 더그 피터슨 네브래스카 검찰총장은 페이스북이 어린이에게 유해한 환경을 조성함으로써 어린이들을 단순 상품(mere commodities)으로 취급한 것이나 다름없다며, “어린이 및 청소년 이용자들의 참여 빈도와 시간을 늘리기 위해 메타가 활용한 각종 기법들과 이로 인해 생긴 피해”를 면밀히 검토하고 소비자보호법 위반 여부에 대한 수사도 착수하기로 했다. 메타의 대변인인 리자 크렌쇼(Lisa Crenshaw)는 “이러한 혐의는 사실이 아니고 오해에서 비롯됐으며, 온라인에서 젊은이들을 보호하는 데 어려움이 따르는 것은 사실이지만 우리는 집단 괴롭힘, 자살, 자해, 그리고 섭식 장애로 힘들어하는 청소년들을 지원하는 데 있어 힘써 왔다”며 난색을 표했다.

미국 정치권에서는 이러한 해악을 수정헌법 보호를 이유로 더 이상 뒷집지고 목인할 수 없다며 빅테크 기업들을 규제하기 위한 다양한 창조적 규제 법안들을 쏟아내고 있다. 사실 정치권에서 이러한 규제와 관련된 법안을 발의한 것은 이번이 처음은 아니다. 지금까지 플랫폼 규제에 대한 토론의 주축이 되었던 것은 1996년에 제정된 통신품위법(Communications Decency Act) 제 230조다. 기본적으로 통신품위법에서는 온라인상 폭력이나 음란 정보를 송신할 경우 2년 이하 징역 또는 25만 달러 이하의 벌금이 부과된다. 제정 당시 통신품위법은 온라인 음란물로부터 미성년자를 보호하려는 명목으로 만들어졌으나, 선한 의도를 가지고 이용자 콘텐츠를 전달, 중재하는 플랫폼 사업자들은 ‘발행자(publisher)’로 보지 않아야 한다는 전제조건이 달리면서 소셜미디어 플랫폼 기업들이 콘텐츠에 대한 대부분의 민사 책임을 면제받을 수 있는 근거가 됐다. 이 법이 제정될 당시 대부분의 초기 인터넷 플랫폼 사업자들은 신생기업들이었기에 이러한 법적 보호 아래 미국 기술 산업의 거점이 될 수 있었다. 하지만, 소위 공통 테크기업의 경우 다양한 차원의 윤리



적 문제가 불거지는 거점이 되었으므로 이제는 디지털 플랫폼을 더욱 엄격하게 규제할 필요가 있다는 사회적 합의가 이루어지고 있다. 지난 대선 이후 대선결과에 불복하고 연방의회 의사당 점거를 불려온 선동성 글이나 사실이 확인되지 않은 정보들을 마구 올리며 트위터에서 블라인드 처리까지 당한 바 있는 트럼프 전 대통령 역시 임기 중 플랫폼의 면책 규정을 해제할 방안을 검토하라는 행정명령을 2020년 5월에 내렸으며, 임기말까지 통신품위법 제230조 개정에 열을 올렸다. 조 바이든 대통령 역시 플랫폼 사업자들이 허위정보에 대해 책임있는 자세를 보이지 않고 있다며 법 개정에 찬성하는 입장이다.

현재까지 통신품위법 제230조가 온라인 플랫폼 사업자들에게 부여해 준 면책 범위를 대폭 제한하는 데 초점을 맞춘 취지의 각종 법안들이 상정되었는데, 그중 대표적인 법안이 악성 알고리즘 방지법(Justice Against Malicious Algorithms)이다. 이 법안은 2021년 10월 하원의 에너지 상업 소위원회에서 프랭크 팔론 주니어(D-NJ), 마이크 도일(D-PA), 안 샤코프스키(D-IL), 안나 에슈후(D-CA) 의원을 중심으로 발의되었다. 이들은 ‘개인맞춤형 추천에 대하여 통신품위법 제230조가 보장한 면책특권을 보장해주지 않도록 법을 수정해야 한다고 목소리를 높였다. 이 법안에는 무분별하게 개인화된 추천을 낱발한 경우 혹은 그러한 추천이 누군가에게 신체적 또는 심각한 정서적 상해를 입히는 데 실질적으로 기여한 경우, 플랫폼 사업자들이 법적인 책임을 져야 한다는 내용이 포함되어 있다.

예를 들어, YouTube 사용자가 클릭한 비디오 옆에 함께 추천되는 비디오 중 하나가 제3자의 명예를 훼손하는 것으로 판명되고, 그로 인해 누군가가 ‘심각한 정신적 피해’를 입었다면 이 법안

에 따라 YouTube는 손해배상 책임을 지게 된다. 악성 알고리즘 방지 법안을 발의한 팔론 의원은 “소셜 미디어 플랫폼이 다음 세대를 극단주의에 빠지게 하며 음모론 콘텐츠를 알고리즘을 통해 지속적으로 증가시키 것”을 멈춰야 한다며 발의의 배경을 밝혔다. 이 법은 월별 방문자 500만 명 이상인 플랫폼에 한하여 적용되며 웹호스팅 서비스는 제외된다. 또한 개인화되지 않은 서비스는 영향을 받지 않는다. 가령 일반 대중의 클릭 수에 기반하여 인기를 계산하고 추천에 적용하는 경우나 주류미디어의 인기 있는 콘텐츠가 업로드되는 경우, 해당 플랫폼은 법적 책임으로부터 실질적으로 보호된다. 반면 이와 관련하여 UCLA 유진 보르크(Eugene Volokh) 법학 교수와 같이 이 법안에 맹점이 있다고 지적하는 의견도 있다(Volokh, 2021). 악성 알고리즘 방지법이 제정된다면 일반 사용자들이 직접 만들어 유통하는 콘텐츠(User generated content) 추천을 꺼리고 주류미디어의 콘텐츠를 주로 추천하게 되는 결과를 가져올 수도 있다는 것이 그 근거다. 이러한 전망은 해당 법안이 마케팅에 강한 기존의 주류미디어에만 이득이 되는 문제를 지적한다. 다시 말해 이 법안이 무분별한 소송을 부추길 뿐 아니라, 추천하는 콘텐츠와 관련된 불가피한 법적 문제를 방어할 능력이 없는 소규모 회사에 피해가 갈 것이라는 지적이 반대측 의견에 함축되어 있다.

악성 알고리즘 방지법에 대한 또다른 견해로는 500만 명 이상의 이용자를 가진 플랫폼 중 중간 규모의 회사가 위태로워질 수 있다는 우려도 존재한다. 예를 들어, Strava, MapMyFitness, RunKeeper와 같은 운동 어플리케이션 및 사이트는 여러 사용자의 달리기 및 하이킹 경로를 수집하여 이를 다른 사용자에게 권장하는 기능을 기반으로 운영되는데, 새로운 법안에 의한 알고리즘 기능의 제한은 이러한 기능의 활발한 사용을 저해할 수 있다. 또한, 자신이 원하는 디자인의 수공예품을 만들고자 하는 소비자에게 공예가를 중개해주는 Ravelry와 같은 사이트는 전혀 관련 없는 사람들을 추천하게 되는 예기치 못한 결과를 감수해야 한다(Mullin, 2021). 즉, 개인 맞춤형 알고리즘 자체는 해악이 없는데 의회가 그 원인을 잘못 진단하고 있다는 것이 이들 입장의 핵심이다.

수정헌법 제1조를 들어 이러한 빅테크 책임론에 제동을 거는 주장도 존재한다. 사실 이러한 흐름은 2020년부터 시작되었다. 플로리다, 텍사스 등의 주 법원에서는 일찍이 소셜미디어 기업들이 현재 시행중인 혐오 발언이나 극단적 언행, 혹은 감염병과 관련한 가짜뉴스에 대한 필터링 기능이 정치적 검열이라며 그러한 검열을 제한하는 법안을 2021년 여름 통과시켰다. 공화당 소속의 그레그 애벗(Greg Abbott) 텍사스 주지사는 “소셜미디어는 정보가 자유롭게 흐르는 공론장이어야만 하는데 특정 정치적 관점에 대해 판결을 내리는 심판원 역할을 하고 있다”며 텍사스에서의 언론자유를 위해 이러한 필터링은 없어야 한다고 주장하고 나섰다. 새 법안에 따르면, 온라인 활동에 대해 불공정한 처분을 내렸다고 판단할 경우 소셜미디어 측에서 사용자에게 의무적 통보와 함께 민원제도를 제공해야 함은 물론 소송도 가능하다. 더불어 빅테크 기업은 콘텐츠 순위 조정 방법과 같은 데이터 관리 사례를 밝히고 어떠한 경위로 대상 콘텐츠가 제거되었는지를 상세하

게 공개하는 보고서를 발행해야 한다. 론 디샌티스(Ron DeSanti) 플로리다 주지사도 빅테크 기업을 상대로 사용자의 게시물 삭제 제한하는 법안을 작년에 도입했는데 연방법원이 헌법에 위배된다며 잠정적으로 시행을 저지했다. 그러한 조치에 대해 워싱턴의 공화당 하원의원인 캐시 맥모리스 로저스(Cathy McMorris Rodgers)는 “검열과 침묵시키기보다 더 많은 연설이 답이어야 한다. 그것이 미국식이다. 빅테크가 진실의 중재자가 되어서는 안 된다”고 주장했다.

통신품위법 제230조의 수정을 담은 또다른 법안으로는 민주당 마크 워너(Mark Warner), 매지 히로노(Mazie Hirono), 에이미 클로버샤(Amy Klobuchar)가 주축이 되어 발의한 ‘세이프테크법: 사기, 착취, 위협, 극단주의 및 소비자 피해방지법(Safe Tech Act, Safeguarding Against Fraud, Exploitation, Threats, Extremism and Consumer Harms)’이 있다. 이 법은 피해자의 권리와 소비자 보호를 위한 법으로 ‘돌이킬 수 없는 피해’를 유발하는 자료에 대해 플랫폼 회사가 적절한 조치를 취하지 않을 경우, 이 회사를 상대로 소송을 제기할 수 있도록 허용한다는 점에서 가장 적극적이고 강력한 법으로 일컬어진다. 이 법에서는 통신품위법 제230조의 ‘정보(information)’를 ‘진술(speech)’로 수정하였다. 워너 의원에 따르면 이 법은 플랫폼이 사기를 조장하는 각종 글에 취약한 소비자를 보호하기 위해 사용자 생성 콘텐츠는 물론 이 콘텐츠로 인한 광고까지 포함하여 수익 창출 콘텐츠가 첨부될 때마다 회사가 매번 책임을 지도록 한다. 즉, 사기성 콘텐츠를 ‘중개’하기만 한 플랫폼이라도 그 콘텐츠가 연방 및 주 시민권법, 사이버 스토킹법 등을 위반할 경우 면책특권을 주장할 수 없다. 문제는 이 법안 속 단어가 생각보다 광범위하게 작용한다는 데 있다. 비록 세이프 테크법안은 사용자에게 무료서비스가 지배적인 소셜미디어 서비스에 초점을 맞추고 있지만, 대부분의 온라인 콘텐츠 회사들이 페이지 등으로 결제 및 수익화를 포함하기에 이 법으로 인해 선의의 피해자도 발생할 수 있다는 지적도 나오고 있다.

악성 알고리즘 방지법이 개인화된 알고리즘을 규제하는 데 초점을 맞추고 세이프테크법이 유해 콘텐츠의 수익성을 막는 데 방점을 둔다면, ‘위험한 알고리즘으로부터 미국인을 보호하기 위한 법안(the Protecting Americans from Dangerous Algorithms Act)’은 콘텐츠 자체의 폭력성과 극단성에 초점을 맞춘 법안이다. 이 법안은 통신품위법 제230조를 수정한다는 데서 다른 법안들과 궤를 같이 하지만, 오프라인 피해로 이어지는 알고리즘이 증가시키는 콘텐츠의 적용범위를 보다 좁게 설정한다. 다시 말해 이 법안은 알고리즘 고유의 위험을 다루는 대신 극단적인 발언의 방지에 초점을 맞추는 것이다. 이는 2014년부터 시작된 페이스북을 상대로 한 소송, 예를 들어 하마스 테러 공격 희생자 가족들이 “페이스북이 이슬람 극단 단체인 하마스의 전술과 작전 정보를 공유하는 데 활용되었다는 것은 테러에 가담한 것이나 다름없다”며 “테러에 의해 죽음을 당한 미국인 5명에 대한 책임은 물론 테러 단체에 어떤 실질적 지원을 하지 못하게 한 반(反)테러법을 위반”했다는 이유로 페이스북을 상대로 제기한 소송 Force vs. Facebook에 대한 판결을 뒤집는 것이나 다름없다. 페이스북이 각 이용자의 공통 관심사에 따라 서로를 연결시키고 뉴스피드에 하마스

에 대한 콘텐츠를 게시함으로써 물질적인 지원을 제공한 것이나 다름없다는 것이 피해자들의 주요 논지였던 반면, 페이스북 측은 알고리즘이 페이스북의 편집 의사결정을 자동화하기 때문에 사실상 페이스북의 알고리즘 사용은 출판인의 범위를 벗어난다고 주장하였다.

상기된 통신품위법 제230조 개정을 위한 법안들에 대해 자유언론 옹호단체인 자유언론행동(Free Press Action)의 정책 부사장 매튜 우드(Matthew wood)는 법안들이 기술로 매개된 현대 사회를 살아가는데 필요한 유망한 개념을 소개하고 있다고 말하면서도 각 법안들이 사용하는 단어에 대해서는 우려를 표했다. 통신품위법 제230조는 중소 규모의 창조적 기술 회사들 뿐만 아니라, 그들의 서비스를 사용하고 온라인에서 아이디어를 공유하는 수억 명의 개인들에게 혜택을 주고 있기 때문이다. 우드는 현 법안의 강력한 혜택과 알고리즘의 해악성 사이에서 올바른 균형을 맞추는 것이 필요하며 의회가 통신품위법 제230조의 혜택을 보존하는 동시에 법안의 내용과 실제 현실 사례, 재판결과를 일치시키기 위한 개정을 고려하는 것이 중요하다고 말했다.

지금까지 소개한 법들이 주로 거대 테크기업과 취약한 개인 사이의 불평등한 관계 속 소비자를 보호하는 데 초점을 맞추었다면, 켄벅(Ken Buck, R-CO) 의원과 데이비드 시실린(David Cicilline, D-RI) 의원 등이 발의한 ‘필터 버블 투명성 법안(Filter Bubble Transparency Act)’은 빅테크 기업이 민주주의에 끼치는 해악을 막자는 취지에서 발의되었다. 이 법안은 필터버블 현상, 즉 자신이 믿는 신념이나 체계에 위배되는 정보를 거부하고 기피하며 비슷한 견해를 가진 사람들만을 대상으로 의견을 공유하게 되는 현상을 방지하는 것을 목적으로 한다. 기본적으로 이





법안은 소비자들에게 직접 정보를 취사 선택할 권리를 보장하므로, 이 법안이 실행된다면 각 플랫폼들은 개인의 특성에 맞춰진 콘텐츠 뿐만 아니라 성별이나 거주 지역, 검색 기록 등 개개인 고유의 데이터에서 벗어난 추천 콘텐츠를 같이 구성해 제공해야 한다. 또한 이 법안은 개인 맞춤형 알고리즘을 이용하고 싶지 않은 이용자가 언제든지 그 개인화 옵션을 손쉽게 바꿀 수 있도록 하는 방안을 포함했다.

이렇게 다양한 규제 법안이 의회에서 쏟아지는 가운데 스탠포드 사이버 정책 연구소 나타니 엘 퍼실리 교수는 이러한 플랫폼 규제 법안 이전에 빅테크 기업들이 연구자들에게 데이터를 제공하는 것이 문제의 실마리가 될 것이라고 제안한다. 그는 2018년 페이스북과 협력하여 Social Science One을 런칭하였으나 페이스북이 실제로는 지극히 제한된 데이터만을 제공하고 있다고 지적하였다. 시리큐스대학 제니퍼 스트로머-갈리(Jennifer Stromer Galley) 교수 역시 연구 분석에 요구되는 페이스북 광고 데이터베이스에 대한 접근 권한을 요청하며 “광고 아카이브에 대한 API 접근 권한조차 얻지 못하고 있다”고 불만을 토로했다.

퍼실리 교수는 플랫폼 기업들이 연구자들에게 데이터를 공개할 경우 외부인이 플랫폼 데이터에 액세스할 수 있다는 사실만으로도 플랫폼 정책과 회사의 운영 방침에 영향을 미치게 될 것이라고 설명했다. 그는 이러한 시스템의 핵심 기능은 (1) 회사에 직접적으로 관련되거나 회사가 선택하지 않은 연구자에게 (2) 회사 자체 데이터 분석가가 분석할 수 있는 데이터와 동일한 범위로 액세스가 가능하도록 하며 (3) 최대한 사용자 개인 데이터 프라이버시권을 보호하는 방식으로 이루어져야 한다고 덧붙였다. 여기서 데이터의 범위는 상업적 주체나 광고주에게 판매할 수 있는 모든

데이터 혹은 실제 시행하고 있는 표준(예: 증오심 표현으로 지정되고 삭제된 콘텐츠의 수) 등의 데이터를 모두 포함하며, 이는 학문적 분석에 사용할 수 있도록 개방되어야 한다. 그는 이외에도 사용 가능한 데이터 세트의 주요 유형에 ‘누가’, ‘어떠한’ 콘텐츠를 ‘언제’, ‘어떻게’ 보고, 참여(리트윗, 댓글)했는지를 포함한 데이터가 필요하다고 강조한다. 플랫폼은 이미 그러한 성격의 데이터를 수집하고 있지만 외부와 공유하고 있지 않기 때문에 이러한 사회적 문제가 발생한 것이며, 하우젠과 같은 내부 고발자가 나타나기 전까지 손놓고 지켜 볼 수 밖에 없는 실정이었다는 것이다. 더 나아가 퍼실리 교수는 일련의 정책 입안자들 역시 이러한 종류의 질문에 대한 답을 필요로 하고 받을 자격이 있으며, 정부가 외부 연구원 접근을 개발하고 위임해야만 효과적인 정책을 만드는 데 필요한 답변을 얻을 수 있을 것이라고 예측했다.

비영리 단체인 정보기술혁신재단(ITIF)의 로버트 앳킨슨(Robert Atkinson) 회장의 말처럼 인터넷 업계에서 향후 최소 2년은 힘든 여정이 될 것이다. 현 시점에서는 빅테크에 대한 규제 여부 자체에만 어느 정도의 사회적 합의가 모아졌을 뿐, 앞서 소개한 다양한 규제안들에서 볼 수 있듯 알고리즘의 투명성과 책임성에 대해 접근하는 관점은 다양하며 그에 따라 규제의 범위와 대상이 달라질 수 있다. 아울러 여러 관점의 법안이 수반하는 문제점도 각각 다르게 나타날 수 있음은 물론, 이러한 법안들이 실제적인 규제로 연결되기 위해서는 넘어야 할 문제들이 산적해 있다. 분명한 것은 어떤 식으로든 현 논의는 달라진 미디어 환경에 발맞추어 알고리즘의 투명성과 사회적 책임이라는 사회적 기준에 부합하기 위한 개선 요건은 무엇인지, 어떠한 기술적 대안이 존재하는지, 단순 규제를 넘어 어떠한 관리운영 방식을 통해 빅테크 기업들이 사회적 책무성을 다할 수 있는지에 대해 보다 구체적 대안과 적극적이고 제도적인 관심을 수면 위로 끌어올렸다는 점에서 의의가 있다. 📖

참고 문헌

- 1) Mullin, J. (2021, 11). Lawmakers Choose the Wrong Path, Again, With New Anti-Algorithm Bill. (Electronic Frontier Foundation), URL: <https://www.eff.org/deeplinks/2021/11/lawmakers-choose-wrong-path-again-new-anti-algorithm-bill>
- 2) Vanian, J. (2018, 11). Facebook Is the Least Trusted Major Tech Company When it Comes to Safeguarding Personal Data, Poll Finds. (Fortune), URL: <https://fortune.com/2018/11/08/mark-zuckerberg-facebook-reputation/>
- 3) Volokh, E. (2021, 12). § 230 and the Justice Against Malicious Algorithms Act. (Reason), URL: <https://reason.com/volokh/2021/12/01/s-230-and-the-justice-against-malicious-algorithms-act/>