

Media Issue Report

# 미디어 이슈 리포트

2025년 4호

## 플랫폼 사업자의 새도우 배닝 논란과 시사점

김해영·전창영 | 한국언론진흥재단 선임연구위원

I  
새도우 배닝: 비가시적  
통제와 플랫폼 권력

II  
유형별 새도우  
배닝 사례

III  
각국의 규제  
프레임과 동향

IV  
국내 정책적  
시사점과 대응 방향

## I. 새도우 배닝: 비가시적 통제와 플랫폼 권력

### 1. 새도우 배닝의 정의와 특징

- ‘새도우 배닝(Shadow banning)<sup>1)</sup>’이란 플랫폼이 특정 콘텐츠의 노출이나 도달을 제한하는 비가시적 제재 조치를 지칭함
  - 플랫폼에서 최초 게시자 등 사용자에게는 콘텐츠나 댓글 등이 정상적으로 게시되고 유통되는 것처럼 보이지만, 실제로는 다른 이용자에게는 보이지 않거나 도달하지 않도록 제한하는 플랫폼의 검열 조치를 통칭하는 개념임
  - 게시는 허용하되 확산과 전달은 차단하는 ‘비가시적 통제 방식’으로, 사용자의 영향력 감소와 콘텐츠의 도달률 하락을 통해서만 파악 가능하다는 점에서 주목됨
- 제재의 ‘의도성’과 ‘비가시성’을 기준하며, 별도의 사용자 통보가 이뤄지지 않는다는 특징을 가짐
  - 기술적 조정에 기반한 알고리즘적 검열과 유사하나 명확한 기준이 공개되지 않았으며, 노출 가능성 자체를 차단하는 차이점을 가짐.
  - 사용자의 자기 검열을 유도하는 플랫폼 사업자의 콘텐츠 제한 방식으로 폭넓게 활용되고 있으나, 노출의 구조적 차단과 인지 불가라는 이중적 불투명성이 지적됨

### 2. 새도우 배닝의 쟁점

- 명확한 지침의 부재, 기준의 불투명성으로 인한 논란 확산
  - 표현의 자유 침해 가능성: 사용자에게 경고나 설명 없이 콘텐츠 도달을 차단하는 까닭에, 사적 권력에 의한 표현 제약이라는 비판이 제기됨. 임의적이고 정치적인 검열이라는 지적이 다수임
  - 투명성 결여: 게시자는 왜 자신의 콘텐츠가 차단되고 도달되지 않는지, 어떤 기준이 적용됐는지 알 수 없음
  - 자기 검열 유도: 지속적인 노출 감소나 도달률 하락을 통해 콘텐츠 스타일이나 의견을 조정을 유도하기 위한 장치이나 명시적 기준이 공개되지 않아 표현 자체를 위축하는 결과를 가져옴
  - 정책·정치적 편향 가능성: 플랫폼의 알고리즘 설계가 특정 성향이나 주제를 배제하는 방식으로 활용될 수 있다는 우려가 증가함

1) ‘Shadow ban’은 2001년 온라인 포럼 Something Awful의 모더레이터에 의해 처음 사용되었으며, 당시에는 트롤링 사용자에게 게시물이 ‘올라간 것처럼 보이게 하지만 실제로 아무에게도 보이지 않도록 하는 기법을 지칭하였음([https://en.wikipedia.org/wiki/Shadow\\_banning](https://en.wikipedia.org/wiki/Shadow_banning))

● 섀도우 배닝과 유사개념의 비교

구분 항목	섀도우 배닝	계정 정지	콘텐츠 삭제	노출 알고리즘 비우선화
사용자 통보	없음	있음	있음	없음
콘텐츠 존속	존재	삭제	삭제	존재
노출 가능성	없음	없음	없음	낮음
제재 방식	은밀한 제한	공식 제재	공식 제재	기술적 제한
이용자 인지	매우 낮음	높음(통보)	높음(통보)	낮음

II. 유형별 섀도우 배닝 사례

1. 정치인 발언 및 인물 노출 제한

● 미국 상원의원 테드 크루즈(Ted Cruz), 구글의 섀도우 배닝에 대한 문제 제기(2020)

- 미국 공화당 상원위원이자 헌법 소위원회 위원장인 테드 크루즈는 구글(Google)이 보수 성향 매체(예: The Federalist)와 그 콘텐츠를 불리하게 배치하고 노출을 제한했다고 지적함
- 미주리주 법무장관(State Attorney General)은 트럼프의 정치 캠페인과 보수적 의견에 대한 검색 결과 배제 의혹을 조사 중이라고 밝힘
- 구글은 이에 대해 “완전히 잘못된 주장”이라고 반박하였으나, 양자 모두 명확한 근거를 제시하지 못함

● (유튜브) 트럼프의 인터뷰 콘텐츠에 대한 도달 제한(2024)

- 하원 법사위원장 짐 조던(Jim Jordan)은 트럼프가 참여한 3시간 분량 인터뷰가 유튜브 검색과 메인 노출 화면에서 삭제되었다고 문제를 제기함
- 유튜브는 별도의 설명 없이, 이후 검색 상단에 해당 인터뷰의 노출<sup>2)</sup> 재개 → 플랫폼의 정치적 개입에 대한 의혹이 지속되고 있음

● (트위터) 미국 공화당 의원 관련 검색의 자동완성 제외 논란(2018)

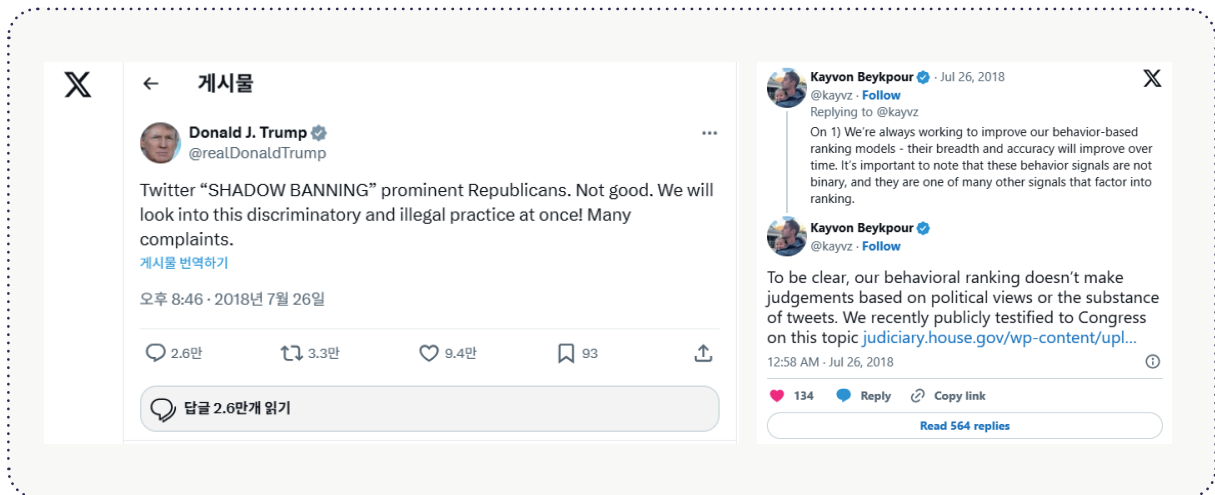
- 2018년 공화당 인사들이 자동완성 검색 목록에 나타나지 않는 현상이 보도됨. 트위터는 이를 ‘소프트웨어 오류’로 해명하고 이후 알고리즘 조정을 시행함<sup>3)</sup>

2) NewYorkPost(2024.10.31.). “Jim Jordan demands answers from Google in potential censorship of Joe Rogan’s Trump interview: ‘Particularly troubling’”. [https://nypost.com/2024/10/31/us-news/jim-jordan-probes-potential-youtube-censorship-of-joe-rogan/?utm\\_source=chatgpt.com](https://nypost.com/2024/10/31/us-news/jim-jordan-probes-potential-youtube-censorship-of-joe-rogan/?utm_source=chatgpt.com)

3) abc news(2018.7.27.). “Twitter denies conservative ‘shadow banning’ claims, but alters search function”. [https://abcnews.go.com/Technology/twitter-denies-conservative-shadow-banning-claims-alters-search/story?id=56841398&utm\\_source=chatgpt.com](https://abcnews.go.com/Technology/twitter-denies-conservative-shadow-banning-claims-alters-search/story?id=56841398&utm_source=chatgpt.com)

● (구글) 세계사회주의웹사이트(WSWS)의 트래픽 감소에 따른 구글 알고리즘 변경 의혹 제기(2017)

- 세계사회주의 웹사이트인 WSWS(World Socialist Web Site: <https://www.wsws.org>)는 2017년 구글의 알고리즘 변경으로 검색 트래픽이 67% 가량 급감했다고 주장함
- 구글은 특정 사이트에 제한은 없다고 해명했으나 알고리즘의 투명성 부족에 대한 논란이 지속됨



● 시사점

- 과거 플랫폼의 고유 권한으로 부여된 검색·추천 우선순위 조정 자체가 실질적 새도우 배닝 수단으로 작동하고 있다는 지적임
- 복잡한 노출·추천 알고리즘의 경우에도 대원칙 등을 제시할 필요가 있음
- 정치적 중립성 담보를 위해 새도우 배닝 논란 시 사전·사후 설명 의무, 분석 과정의 투명화 등 필요성이 제기되고 있음

## 2. 소수자 콘텐츠 제한

● (유튜브) LGBTQ+ 콘텐츠 차단 논란

- 유튜브의 LGBTQ+ 콘텐츠에 대한 '제한 모드' 설정 적용이 논란이 됨. 특히 트랜스젠더 및 퀴어 창작자들은 제한 모드 설정이 "미성년자에게 유해한 콘텐츠로 오해받는다"며 반발하고 있음<sup>4)</sup>

● (틱톡) 소수자 콘텐츠 및 정치 콘텐츠의 노출 제한

- LGBTQ+ 또는 장애인 콘텐츠의 노출 가능성이 알고리즘에 의해 인위적으로 낮춰진 사례가 다수 보고

4) teenvogue(2017.3.19.). "YouTube Blocks LGBTQ Videos Under Restricted Mode". <https://www.teenvogue.com/story/youtube-blocks-lgbtq-videos-restricted-mode>

- 틱톡 내부 문건에 따르면 LGBTQ+ 제작자의 관련 콘텐츠 확산을 줄이라는 지침 발견됨
- 콘텐츠가 'For You' 페이지, 해시태그 검색 등에 나타나지 않아 참여가 급감하는 형태로 나타남<sup>5)</sup>



### ● 시사점

- 유해 콘텐츠의 기준이 불명확한 실정임, 이용자 보호 명분이 반대로 표현권의 차별로 작동하는 상황임
- LGBTQ+ 콘텐츠의 경우 국가나 문화적 맥락에 따라 다르게 해석될 수 있으나, 플랫폼은 일관된 기준을 적용할 필요성도 큼
- 소수자 콘텐츠에 대한 알고리즘 제한은 민주적 공론장 축소로 이어질 수 있다는 비판이 제기됨

## 3. 오정보 및 음모이론 관련 콘텐츠 차단

### ● (인스타그램 및 스레드) 백신·코로나 관련 해시태그 차단

- '#vaccinescauseautism', '#vaccineskill' 등 안티백신 해시태그가 사용된 콘텐츠가 검색 및 추천 대상에서 제외됨<sup>6)</sup>
- 스레드에서도 "covid", "vaccine" 등 단어의 검색을 차단한 사례가 발견됨
- 메타(Meta)는 "일시적 조치"이며 품질 보증을 위한 것이라고 해명했으나, 합리적인 근거를 제시하지는 않음<sup>7)</sup>

5) WIKIPEDIA. "Censorship by TikTok". [https://en.wikipedia.org/wiki/Censorship\\_by\\_TikTok?utm\\_source=chatgpt.com](https://en.wikipedia.org/wiki/Censorship_by_TikTok?utm_source=chatgpt.com)

6) theverge(2019.5.10.). "Instagram will begin blocking hashtags that return anti-vaccination misinformation". <https://www.theverge.com/2019/5/9/18553821/instagram-anti-vax-vaccines-hashtag-blocking-misinformation-hoaxes>.

7) cbsnews(2023.10.18.). "Threads ban on search terms like 'COVID' is temporary, head of Instagram says". [https://www.cbsnews.com/news/threads-ban-search-terms-covid-adam-mosseri-meta-instagram-twitter-misinformation/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.cbsnews.com/news/threads-ban-search-terms-covid-adam-mosseri-meta-instagram-twitter-misinformation/?utm_source=chatgpt.com)

### ● (페이스북) 선거 음모 관련 해시태그 차단

- 페이스북에서 #sharpiegate와 #stopthesteal 등 해시태그가 2020년 미국 대선 중 차단됨<sup>8)</sup>
- 페이스북은 해당 해시태그들은 선거 관련 허위 주장을 확산시키는 데 사용되었으며, 플랫폼 정책 위반으로 판단되어 검색 결과 및 노출에서 제거되었다고 밝힘

### ● 시사점

- 허위정보 대응을 위한 검열과 공익적 제한의 경계가 불분명한 상황임
- 허위조작정보나 오정보 등의 규정이 임의적이며, 불명확한 상황에서 과도한 검열 논란이 제기됨
- “임시·품질 관리” 해명이 반복되나, 이와 같은 해명이 이용자로 하여금 더욱 은폐적인 검열로 인식하게 하는 문제점이 대두됨

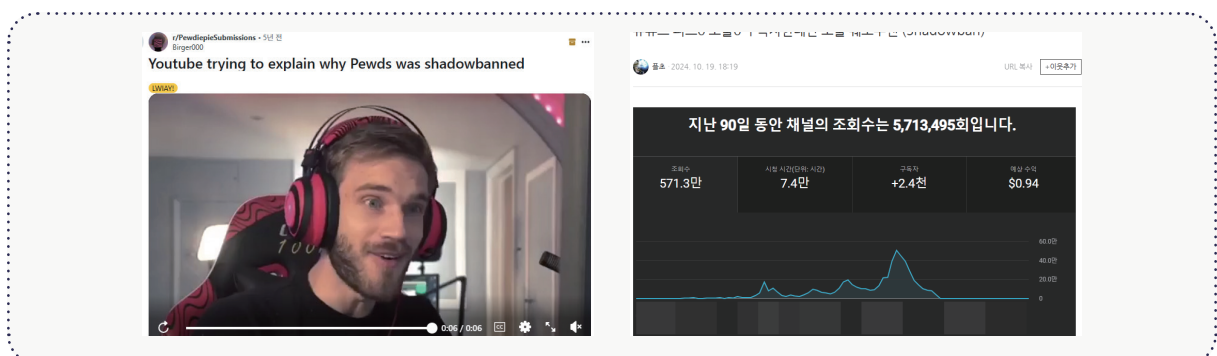
## 4. 채널 및 계정 새도우 배닝

### ● (유튜브) 특정 크리에이터 채널 검색 불가

- 유명 크리에이터 '퓨디파이(PewDiePie)'의 동영상과 채널이 검색 결과에 전면 제외되는 현상이 발생<sup>9)</sup>
- 크리에이터와 구독자들이 제기한 새도우 배닝 의혹에도 불구하고, 유튜브는 공식적으로 부인함

### ● (유튜브) 쇼츠 조회수 급감 사례

- 평균 조회수 10만 이상의 유튜브 쇼츠가 갑자기 조회수 0으로 변경된 사례가 다수 보고됨
- '재사용된 콘텐츠'라는 판정된 이후, 해당 콘텐츠가 구독자에게만 노출되는 새도우 배닝 현상이 발생함
- 관련한 이의제기가 승인된 이후에도 수익창출 제한만 해지되었을 뿐, 구독자에게만 노출되는 현상이 지속됨<sup>10)</sup>



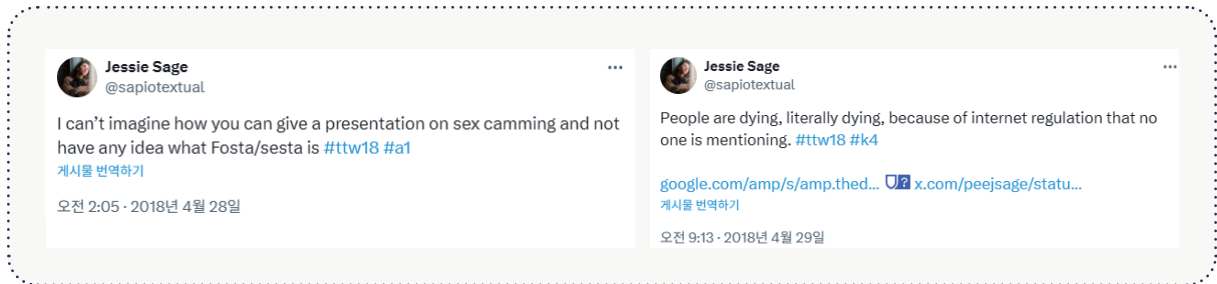
8) TechCrunch(2020.11.5.). "Facebook blocks hashtags for #sharpiegate, #stopthesteal election conspiracies". [https://techcrunch.com/2020/11/05/facebook-blocks-sharpiegate-hashtag-election-conspiracies/?utm\\_source=chatgpt.com](https://techcrunch.com/2020/11/05/facebook-blocks-sharpiegate-hashtag-election-conspiracies/?utm_source=chatgpt.com)

9) Newsweek(2020.10.22.). "YouTube Allegedly Shadowbanned Its Biggest Creator PewDiePie and People Aren't Happy". <https://web.archive.org/web/20201102064835/https://www.newsweek.com/youtube-allegedly-shadowbanned-its-biggest-creator-pewdiepie-people-arent-happy-1541498>

10) <https://blog.naver.com/foxc987/223625338561>

### ● (트위터) 사회 운동가의 해시태그 노출 차단

사회 운동가 제시 세이지(Jessie Sage)의 성매매 방지법 관련 트윗 게시글이 해시태그 검색에서 노출되지 않는 현상이 나타남. 본인 화면에는 정상 표시되는 새도우 배닝의 전형적 형태로 지적됨<sup>11)</sup>



### ● 시사점

- 계정·채널 단위 차단은 창작자의 영향력을 근본적으로 약화시키는 수단이지만, 관련한 기준은 모호함
- 명확한 차단 기준이 공개되지 않는 사례가 다수이며 기준이 임의적이라는 비판이 제기되는 상황임
- 이의제기 절차의 확립과 외부 감사 필요성이 제기됨

## 5. 수익화 제한

### ● 재사용된 콘텐츠와 YouTube 파트너 프로그램(YPP)

- 유튜브는 정책상 단순히 타인의 영상을 편집하거나 재업로드하는 '창의성 없는 콘텐츠'를 수익 창출 대상으로 인정하지 않는다고 명시함
- 명백한 정책 위반에 해당할 경우 YPP에서 강제 퇴출하거나 수익 창출을 차단함. 다만 모호한 경우에 알고리즘이 자동으로 추천·노출을 줄여버리는 방식으로 새도우 배닝 효과가 발생함<sup>12)</sup>
- YPP 심사 과정에서 거부 사유가 되거나, 수익 창출이 갑작스럽게 중단되는 사례가 다수 발생함. 임의적인 광고 제한·수익화 거부, 구독자 등에 고지 미비 등 문제가 지적됨

### ● 시사점

- 수익 창출 금지 등 경제적 제재는 직접적인 창작 위축으로 이어짐
- '창의성 없는 콘텐츠'의 수익화 제한은 본래 창의적인 콘텐츠의 확산을 도모하기 위한 것이나 역설적으로 창작 활동 자체를 위축시키는 효과가 발생한다는 지적임

11) Nicholas, G. (2023). 'Sunsetting' Shadowbanning'. Yale Law School Information Society Project Platform Governance Terminologies Essay Series.

12) <https://www.youtube.com/watch?v=EqrH9AJel4&t=108s>

## - 플랫폼의 정책이 창작자 자기검열·혁신 저해로 이어질 위험성이 제기

## 채널에서 몇 가지 문제가 확인되었습니다

채널의 일부 콘텐츠가 **YouTube 채널 수익 창출 정책**을 준수하지 않을 가능성이 있는 것으로 확인되었습니다.

## 검토자 의견

정책: 재사용된 콘텐츠

정책 설명: 콘텐츠가 이 채널의 자체 제작 콘텐츠가 아닌 것이 확실합니다. [자세히 알아보기](#)

아직은 채널에서 수익이 창출되고 있지만 YouTube에 추가 정보를 제공하지 않을 경우 **2024.**에 YPP 참여가 정지됩니다. 채널의 YPP 참여가 정지되면 수익을 창출할 수 없고 수익 창출 도구 및 기능도 이용할 수 없게 됩니다.

## 취해야 할 조치

YouTube 스튜디오의 **수익 창출 페이지**로 이동하여 채널의 문제를 검토하세요. 이 결정에 이의신청하려면 채널에 대한 추가 정보를 제공하는 동영상상을 만드세요. [자세히 알아보기](#)

감사합니다.  
YouTube팀

표 1 | 플랫폼별 콘텐츠 제한 사례

플랫폼	조치 유형	사례 요약
유튜브	콘텐츠 제한	Joe Rogan - 트럼프 인터뷰 영상 검색·추천에서 사라짐, 이후 복구됨
	콘텐츠 제한	LGBTQ 콘텐츠가 '제한 모드'에서 차단되어 트랜스·퀴어 크리에이터 반발
	채널 검색 불가	PewDiePie 채널과 영상이 검색에서 보이지 않음 → 새도우 배닝 의혹
	수익화 제한	'재사용된 콘텐츠'의 수익화 불가, 광고 제한·추천 배제 등
	노출 제한	숏츠 영상 평균 조회수 10만 → 0으로 급감, 구독자 외 비노출 현상
트위터(X)	검색 제한	2018년 공화당 의원 계정이 자동완성 검색에서 제외됨, 트위터는 오류라고 해명
	해시태그 제한	Jessie Sage(성노동자 활동가) 트윗이 해시태그 검색에 노출되지 않음
	경고 라벨 부착	백신 허위 트윗에 '경고 라벨(soft moderation)' 부착
인스타그램	추천, 해시태그 제한	퀴어, 트랜스젠더 등 콘텐츠 추천·해시태그에서 억제
	오정보 차단	안티백신 해시태그(#vaccineskill 등) 검색·추천에서 삭제
스레드	오정보 차단	"covid", "vaccine" 키워드 검색 차단, Meta는 임시조치라고 설명
틱톡	콘텐츠 노출 제한	BLM 관련 영상이 'Fou You' 페이지에 잘 노출되지 않음
	콘텐츠 노출 제한	LGBTQ+, 장애인 등 소수자 콘텐츠 확산 줄이라는 지침 존재
	해시태그 검색 차단	백신·코로나 오정보 콘텐츠가 해시태그 변형, 암호화 키워드로 유통됨
페이스북	해시태그 검색 차단	#stopthesteal, #sharpiegate 해시태그 검색 차단(2020 미국 대선)
	콘텐츠 노출 제한, 광고 금지	안티백신 콘텐츠 노출 제한, 광고 금지, WHO 정보 배너 제공



### III. 각국의 규제 프레임과 동향

#### 1. 미국: 통신품위법 제230조(Section 230) 중심의 플랫폼 면책 구조

##### ● 제230조(c)(1): 플랫폼 면책

- 통신품위법 제230조 C항 1목은 “인터랙티브 컴퓨터 서비스의 제공자 또는 사용자는 타인의 정보를 퍼블리싱한 것에 대해 발행인 또는 발언자의 책임을 지지 않는다”고 명시함(No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider).

- 즉, 플랫폼의 콘텐츠 ‘삭제’ 혹은 ‘노출차단’에 대한 법적 면책을 명시한 바, 행위 자체를 보호하는 조항으로 작용함

##### ● 사례: Gonzalez v. Google 판례

- 2015년 파리 테러 희생자 노헤미 곤잘레스(Nohemi Gonzalez)의 유족이 Google(YouTube 운영사)을 상대로 제기한 소송 사례

- 원고는 유튜브 알고리즘이 ISIS 선전 콘텐츠를 추천해 테러 조직 활동을 방조했으며, 이는 미국 반테러법(Anti-Terrorism Act, ATA) 위반에 해당한다고 주장함

- Google은 제230조(c)(1)을 근거로 면책을 주장했고, 미국 대법원은 제230조는 ‘책임있는 관리’의 개념이 아니라 ‘플랫폼의 관리는 자율 영역’으로 해석, 반테러법(ATA)상 요건 불충분으로 원고 패소 판결을 내림

- 해당 판례는 “적극적인 알고리즘 추천도 면책 범위에 포함되는가?”라는 제230조의 근본 쟁점을 부각시켰으며, AI 기반 추천 시스템에 대한 법적 책임 여부는 여전히 불확정인 상태임

##### ● Section 230(c)(2): ‘선의의 차단’에 대한 보호

- 플랫폼이나 사용자가 선의로, 외설·혐오·불쾌감을 유발하는 콘텐츠(음란, 폭력, 괴롭힘 등)를 차단할 수 있음을 명시, 수정헌법상 보호받는 표현을 차단하는 경우에도 민사상 책임을 면제함

- 자의적인 새도우 배닝에 대한 직접적인 면책 조항으로 작용함

##### ● FTC(미 연방거래위원회)의 플랫폼 조사 착수 (2025.2)

- 2025년 2월 20일, 연방거래위원회(FTC)는 소셜미디어 및 온라인 플랫폼에 대한 새도우 배닝(Shadow Banning), 수익 창출 금지(Demonetization), 사용자 차단(Deplatforming) 조사 시작, 공개의견 수렴(RFI, Request for Information)에 착수함

▲ 플랫폼의 사용자 콘텐츠 노출을 제한 여부

▲ 이용자에 대한 이유 및 통보 과정 공개, 항소 기회의 제공 여부

▲ 내부 기준 및 공개 정책과 실제 행위 간 일치 여부

▲ 해당 정책 적용으로 인한 경쟁 제한 또는 소비자 피해 여부

- 해당 조사는 통신법 제230조의 한계를 인정하되, 공정경쟁 논거에 따라 새도우 배닝을 규제하려는 시도임

#### ● 미 법원, 구글을 광고 시장 규제 대상으로 지정 (2025.4)

- 2025년 4월, 미 법원은 구글이 광고 기술 시장에서 불법적으로 독점적 지위를 행사했다고 판단하고, 구글이 검색·광고 시장 규제 대상이라고 결정함

플랫폼의 콘텐츠 차단 외에도 광고 규제가 공정경쟁 원칙을 침해할 가능성을 시사함

#### ● 규제 한계

- 미국 수정헌법 제1조는 정부의 표현 제한 행위를 엄격하게 금지, 새도우 배닝과 새도우 배닝 규제는 모두 위헌 논란이 제기될 수 있음

- 미국에서는 새도우 배닝 여부를 법적으로 판단하거나 외부 감독하는 체계가 미비한 실정임

- 본질적으로 새도우 배닝의 개념이 모호한 측면이 있는 바, 공정거래 행위 차원에서 FTC 등이 구글 등 플랫폼 관련 조사와 의견 수렴 착수 단계에 있음, 다만 정치적인 목적의 새도우 배닝 등을 규정하기는 어려움

- 비가시적 검열의 방지 가능성이 증대되는 상황임

## 2. EU: 디지털서비스법(DSA)을 통한 플랫폼 책임 강화

#### ● EU 디지털서비스법(Digital Services Act, DSA)의 핵심 규정

- DSA는 플랫폼에 위험 평가 및 투명성 보고서 제출 의무를 부과함, 새도우 배닝을 가시화하고 플랫폼의 책임으로 설정하여 원천적으로 새도우 배닝 가능성을 낮추는 효과를 얻음

#### ● 핵심 규정별 새도우 배닝 관련성

규정 항목	내용	shadow banning 관련성
알고리즘적 투명성	추천 알고리즘 작동 방식 개요를 사용자와 감독 기관에 공개해야 함	자동화된 콘텐츠 배제/억제 판단에 대한 설명 요구 가능
콘텐츠 삭제/비노출 시 통지 의무	플랫폼이 콘텐츠를 삭제하거나 비노출했을 경우, 사용자에게 그 이유를 통지해야 함	숨겨진 shadow banning을 '가시화'시키는 효과
'설명 가능성' 보장	콘텐츠 추천 또는 비추천의 결정 요인에 대해 설명을 요구할 수 있어야 함	추천 제외가 검열적 의도를 띠는 경우 추적 가능
알고리즘 대체 선택권 보장	이용자에게 '알고리즘 추천 기반이 아닌 피드'를 선택할 수 있는 권리 보장	이용자의 자율성 강화 → 간접적 억제 가능
위험 평가 및 감시 보고 의무	대형 플랫폼은 사회적 영향(예: 여론 왜곡, 차별 조장 등)에 대한 자체 위험 평가를 하고 EU에 보고해야 함	구조적 shadow banning 우려를 공식 보고하도록 함

### ● DSA의 이중성 : 표현의 자유 vs. 플랫폼 자율성

시각	주장	새도우 배닝과의 관계
플랫폼의 자유 제한 우려	플랫폼의 배열·노출 권한까지 규제하면 표현의 자유를 위축시킬 수 있음	새도우 배닝의 기준이 과잉규제로 전이될 가능성
표현의 자유 보호 강화	플랫폼이 은밀하게 콘텐츠를 억제하는 행위는 사용자 표현권을 침해함	새도우 배닝을 외부 통제 가능 구조로 전환함

### ● 시사점

- DSA는 '노출되지 않을 자유'나 '노출될 자유'보다 '노출되었는지 확인받을 권리'를 보호하는 형태임
- 즉, 검열 자체를 제한하기 보다는 알고리즘 투명성을 제고하여 비가시적인 검열을 억지하는 구조임
- 표현의 자유의 보호대상을 국가권력에서 플랫폼 권력으로 확장하는 시도이며, 새로운 규제 패러다임으로 작용하고 있음

## 3. 미국·EU 법제 비교 요약

### ● 규제 프레임의 차이

항목	미국 (Section 230)	EU (DSA)
기본 원칙	표현의 자유 원칙에 따른 개입 금지, 플랫폼의 면책 보장	표현 권리의 공적 보장과 균형
규제 주체	사법부 중심	감독기관 중심
콘텐츠 제한 통보	없음	통지 의무 명시
알고리즘 공개	의무 없음	개요 수준의 설명 의무
규제 주체	사법부 중심/민사책임 중심	감독기관 중심/공공감시 구조
새도우 배닝 통제가능성	낮음 (자율권 강조)	높음 (규범화 시도 중)

### ● 규제 패러다임의 대조

- 미국: 표현의 자유를 정부 간섭으로부터의 자유로 설정한 바, 사적 기업인 플랫폼의 자율성을 우선적으로 최대한 보장하는 형태임
- EU: 표현의 자유를 이용자의 실질적 권리 보장으로 설정한 바, 플랫폼에도 투명성 제고와 설명 책임을 부과하는 형태임

## V. 국내 정책적 시사점과 대응 방향

### 1. 국내 제도의 현주소: 유해정보 및 허위정보, 새도우 배닝 대응의 복합적인 공백

#### ● 법·제도적 미비

- 정보통신망법: 명예훼손 및 불법 정보 등의 삭제는 이용자 요청에 한정하는 수비적 조항으로 설정됨
- 언론중재법 개정안은 언론보도 등에 대한 징벌적 손해 배상과 관련한 논의에 집중되어 있으며, 플랫폼 편집권·배열 알고리즘의 투명성과 같은 새도우 배닝 관련 핵심 문제는 다루지지 않고 있음

#### ● 규제 관점의 부재

- 온라인 콘텐츠 유통에서 포털과 해외 플랫폼 의존성이 높은 바, 플랫폼 공정성에 대한 법제적 논의 자체가 부족한 상황임
- 알고리즘 운영과 콘텐츠 추천의 불투명성, 콘텐츠 노출 기준의 자의성을 통제하거나 감시할 법적 장치가 부재한 상황인 바, 관련 논의를 촉진할 필요성이 큼

### 2. 위험 구조: 플랫폼-언론-사용자 삼자 간 비대칭

#### ● 공론장의 위험 요인

위험 요소	설명
콘텐츠와 기사의 의미기반 노출 감소	클릭률, 체류시간 중심 알고리즘이 심층보도나 창의적 콘텐츠를 배제할 가능성
지역·소규모 언론 및 군소 콘텐츠 제작자 고사	초기 노출의존 구조 속에서 신생언론·지역언론·신규 콘텐츠 제작자 소외, 공론장의 다양성 감소
여론 형성의 독점	대형 언론사와 포털 편집 알고리즘 결합 → 이중 필터에 따른 정보 편향 심화
정치·경제 권력의 간접적 영향력 확대	플랫폼-언론 유착 시 콘텐츠 노출에 정치적·상업적 외압 작용 가능성
언론사 자율성·기자 및 콘텐츠 생산자의 영향력 위축	기자의 취재 역량이나 콘텐츠 가치보다 배열 알고리즘 최적화 능력이 더 중요해짐
검열회피 및 자체 검열 강화	이용자의 필요보다 플랫폼의 요구조건을 충족하는 콘텐츠가 확산됨

#### ● 플랫폼별 알고리즘 투명성 부족

- 네이버 AiRS, 다음 루빅스 등 포털 추천 시스템은 알고리즘 구조를 외부에 명확히 공개되지 않은 상황, 일부 운영 구조가 공개되었으나 일반의 이해는 낮은 상황임
- 포털 댓글, 실시간 검색어, 자동완성 기능 등은 과거부터 조작 가능성·정치적 영향력 문제에 대한 지적이 반복되는 바 논란이 지속되고 있음

● (시사점) '사적 기업'인 플랫폼이 사실상 공론의 편집자 역할을 수행

- 공적 책임이나 설명 의무 등 플랫폼의 책무성 자체를 명확히 할 필요성이 있음
- 정보 다양성, 지역성, 표현 다양성이 구조적으로 억제될 가능성이 상존하는 바, 사전에 관련 원칙을 검토할 필요성이 큼

### 3. 대응 방향: '보이지 않는 검열'에 대한 규범적 재설계

● 개념적 전환의 필요성

- 새도우 배닝은 정치적 '표현 억압'에 국한되지 않는 바, '공정한 정보 유통 질서'의 침해로 문제의식을 확장할 필요가 있음
- 콘텐츠제작자와 플랫폼 간의 공정경쟁 문제와 정치적 중립성, 다양성 등을 종합적으로 고려해야 함
- 플랫폼 알고리즘은 중립적 기술이 아닌 제도적 조치로 간주할 필요성이 제기됨

● 정책·입법 과제

영역	제안 내용
투명성 확보	콘텐츠 노출/비노출 기준의 개요 수준 공개 의무화 (예: EU DSA와 유사한 설명권·통지권)
설명 가능성 보장	노출 제한 또는 추천 제외 시 사용자에게 통보 및 이의제기 절차 마련
외부 감시 기구 도입	포털·플랫폼의 뉴스 배열 및 알고리즘 가중치 조정 등에 대한 외부 독립 감사 또는 시민 패널 운영
제도적 분쟁 해결 장치	창작자, 언론사, 사용자 간 노출 제한 관련 분쟁을 중재할 준사법적 기구 도입 검토
알고리즘 규제 프레임 정비	'포털 알고리즘 투명화' 또는 '플랫폼 정보공정성' 등 관련 입법 모델화 필요

● 규범적 균형: '자율성'과 '책임성'의 조화

- 플랫폼과 이용자의 권한을 동시 고려: 플랫폼의 설명 책임과 공적 통제 구조의 병존을 통해 통제와 검열의 정당성 확보하는 것이 바람직함
- '설명 가능한 자율성(Explainable Autonomy)'이라는 규범적 균형 지점 도출이 필요한 상황임

### 4. 표현의 자유 vs. 사적 검열의 역설

● 국제 NGO ARTICLE 19는 미국 통신법 제230조 개정·제한 시, 플랫폼이 위험 회피를 위해 더 광범위한 검열을 자행할 가능성을 경고함

- 이는 표현 자유 보호를 위한 법령이 오히려 표현 위축을 낳는 규범적 역설을 지적한 것임

- 국내 논의에서도 면책 축소나 규제 강화가 표현의 자유를 확장하는 결과로 이어지지 않을 수 있음에 주의할 필요성이 있음

- **규범적 역설:** 정책 입안 시 표현 자유 보호를 위한 법령이나 규정이 오히려 자의적이고 임의적인 검열을 확대해 표현을 위축하게 됨을 고려해야 함

- **국내 시사점**

- 플랫폼에 대한 단순 규제 강화가 곧 표현 자유 보장으로 이어지지 않음

- 입법 설계 시 섀도우 배닝 남용 방지 장치(투명성·항소권·외부 감사) 병행 필수 → “보호와 억압의 이중 효과”를 인정한 균형적 제도 설계가 필요함

# 미디어 이슈 리포트

2025년 4호

발행인 김효재

편집인 남정호

기획 한국언론진흥재단 미디어연구센터

발행일 2025년 08월 29일

## 한국언론진흥재단 미디어연구센터

04520 서울특별시 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 13층

전화 (02) 2001-7744 팩스 (02) 2001-7740

[www.kpf.or.kr](http://www.kpf.or.kr)

## 편집 (주)나눔커뮤니케이션

04034 서울특별시 마포구 잔다리로7길 16 교평빌딩 304호

전화 (02) 333-7136 팩스 (02) 333-7146

© 한국언론진흥재단 미디어연구센터 2025

※ 한국언론진흥재단은 정기간행물 『미디어정책리포트』의 제호를  
2025년부터 『미디어이슈리포트』로 변경하였습니다.

〈미디어 이슈 리포트〉는 한국언론진흥재단의 정부광고 수수료로 제작되었습니다.  
자세한 내용은 QR코드를 통해 확인해 주세요.

