

온라인 동영상 서비스의 혐오표현 콘텐츠 이용 경험과 규제 인식이 이용과 지속 이용 의도에 미치는 영향

김 형 지(제1저자)

서울대학교 언론정보연구소 (선임연구원)

김 유 석(공동저자)

오픈루트 (디지털가치실장)

김 용 희(교신저자)

승실대학교 경영학부 (교수)

The effect of the experience of hate speech and the perception of regulations on the willingness to use online video services

Kim, Hyoung-Jee(First Author)

Institute of Communication Research, Seoul National University (Senior Researcher)

Kim, Yooseok(Co Author)

Open Route (Director of Digital Value)

Kim, Yonghee(Corresponding Author)

College of Business Administration, Soongsil University (Professor)

Abstract

The purpose of this study is to analyze the perception of major online video

service users of hate speech concepts, hate speech content usage experiences, and regulations. It conducted an online survey of 520 users of YouTube, Instagram and TikTok. As a result of the analysis, the level of awareness of self-regulation was high for hate expression regulations. This could be used as a basis for understanding hate speech from the perspective of using online video services and for planning regulatory policies at the service provider and government level. This study is an exploratory study of the relationship between hate speech and service use of online video services. Unlike previous studies focused on legal discussions and fact-finding surveys on hate speech, we analyzed hate speech concepts, regulatory directions from the perspective of users. It is expected to refer to policies and regulations to minimize hate speech on online video service.

Keywords : Hate speech, Online video service, regulation, Freedom of expression
접수일(2021년 02월 25일), 수정일(2021년 03월 12일), 게재확정일(2021년 03월 12일)

I. 서론

온라인 동영상 서비스 이용자들의 혐오표현(hate speech 또는 hate expression)이 심각한 사회문제로 대두되고 있다. 동영상이나 댓글을 통해 특정 개인 또는 집단에 대한 차별과 폭력적인 표현이 일상에서 나타나고 있기 때문이다. 국가인권위원회의 2019년 조사에 따르면 1년 동안 혐오표현을 접한 성인과 청소년 비율은 각각 64.2%, 68.3%였으며, 청소년이 혐오표현을 접한 공간은 SNS나 커뮤니티, 게임 등 대부분(82.9%)이 온라인 환경이었다(국가인권위원회, 2019a; 2019b). 특히, SNS에 대한 빅데이터 분석 결과 2020년 코로나19 팬데믹이 발생하자, 인종차별, 지역혐오 등의 혐오표현이 SNS에서 증가한 것으로 조사되었다(국가인권위원회, 2020).

혐오표현은 대상이 되는 집단과 개인의 존엄과 기본권에 심각한 해악을 야기할 수 있다(박승호, 2019). 특히, 혐오표현은 불특정 다수와 집단뿐 아니라 어린이나 청소년에게도 쉽게 노출될 수 있고, 언제든지 표현이 검색, 복제, 확산될 수 있다는 점에서 규제를 강화해야 한다는 입장이다. 그러나, 온라인 혐오표현의 유해성에 대해서는 공감하면서도 규제의 실효성이나 표현의 자유를 침해한다는 우려 등으로 인해 적절한 대응방안을 찾지 못하고 있다(전창영 외, 2018).

이에 온라인 동영상 서비스 사업자들은 자체적으로 혐오표현 예방 및 안전한 이용

환경을 위한 가이드라인을 마련해 유해 동영상 및 계정에 대한 삭제 등의 조치를 취하고 있다. 온라인 동영상 서비스의 리스크 관리 측면에서 서비스 내 혐오표현을 예방하고 피해를 최소화할 필요가 있기 때문이다. 예를 들면, 틱톡은 2021년 초 미국 내에서 혐오표현 정책 위반 동영상 38만 건 이상을 삭제하고, 혐오 관련 콘텐츠를 게시한 계정 1,300개 이상을 차단했다고 발표했다.* 타인 또는 특정 집단을 비방하거나 악의적 이념이 담긴 콘텐츠, 정서적 불안을 유발할 수 있는 위협적인 콘텐츠를 제한하기 위한 것이다. 또, 틱톡과 유튜브는 청소년 보호를 위해 ‘제한 모드’를 제공하고 있다. 국내에서도 포털사이트인 네이버와 다음은 허위사실 유포 및 인신공격 등의 문제를 차단하기 위해 연예 및 스포츠 기사에 대한 댓글 기능을 삭제한 바 있다.†

이 같은 업계의 자정 노력에도 불구하고 온라인 동영상 서비스에서 여전히 혐오표현이 나타나고 있어 적절한 대응책 마련이 필요한 상황이다. 이를 위해서는 현재 서비스 중인 주요 온라인 동영상 서비스에서 발생하고 있는 온라인 혐오표현에 대한 이용자들의 경험과 인식을 우선해서 파악할 필요가 있다. 이용의 관점에서 혐오표현의 실태를 파악함으로써 온라인 동영상 서비스의 혐오표현 개선을 위한 서비스 개선방안 마련에 활용할 수 있을 것이다. 또한, 혐오표현에 대한 규제의 방향성을 탐색하고자 한다. 따라서 이 연구에서는 주요 온라인 동영상 서비스 이용자를 대상으로 혐오표현 콘텐츠의 이용 경험과 혐오표현에 대한 개념적 인식을 살펴보고자 한다. 또한 혐오표현 규제에 대한 인식과 함께 혐오표현을 접한 이용자의 향후 온라인 동영상 서비스 이용 의도를 분석하고자 한다.

II. 기존문헌 검토

2.1 혐오표현

혐오표현은 특정 대상에 대해 싫어하고 미워하는 감정의 외적 표출이지만, 단순 감정 작용뿐만 아니라 이성적 판단에 기인하는 측면도 있다. 혐오라는 감정에 기초함을 암시하는 듯한 어원적 의미에도 불구하고, 매우 다원적이고 복잡적 속성을 갖고 있다(유의선, 2019). 이 때문에 혐오표현 개념에 대한 정의는 연구에 따라 다르게 나타나고 있다.

국가인권위원회는 UN이나 유럽인종차별위원회, 유럽평의회 등 국제기준과 해외 입

* 쿠키뉴스(2020.8.21.), 틱톡, 美서 혐오표현 정책위반 동영상 38만개 삭제

† 동아닷컴(2020.9.16.), 틱톡 등 온라인 업계, 혐오 메시지 근절에 팔 걸었다

법례 등을 바탕으로 혐오표현을 정의했다. 이에 따르면 혐오표현이란 성별, 장애, 종교, 나이, 출신지역, 인종, 성적지향 등을 이유로 어떤 개인·집단에 대한 모욕, 비하, 멸시, 위협 또는 차별, 폭력의 선전과 선동을 함으로써 차별을 정당화·조장·강화하는 표현을 의미한다(국가인권위원회, 2019c). 박용숙(2014)은 혐오표현을 “인종, 민족, 종교, 성별 등을 근거로 대상에 대한 증오를 표명하는 것으로 집단적 특징을 근거로 그 집단이 열등하다는 편견을 퍼트리는 행위”로 정의했다. 혐오표현을 일종의 권력 수단으로 이해하는 경우도 있다. 혐오표현의 대상은 주로 역사적·사회적 억압을 받아온 소수집단이나 그에 속한 개인이 되는 경우가 많기 때문이다(김민정, 2014). 김경희·조연하·배진아(2020)의 조사결과 대학생들은 인터넷에서 여성, 노인, 성소수자, 지역에 대한 혐오표현에 노출된 경험이 있는 것으로 나타났다. 이처럼 혐오표현은 표현 주체의 외적인 부정적 감정 표출로서, 그 대상이 역사적·사회적으로 억압과 차별을 받아온 특정 소수집단이거나 그 성원이며, 표출 형태는 단순한 말과 글 외에도 사진, 연극, 이미지, 영화, 음악 등 다양한 형태가 있다(배영주, 2020).

또한, 혐오표현의 유형은 소수자에 대한 희롱과 괴롭힘 형태의 ‘괴롭힘 혐오표현’, 차별적 의견 표명을 의미하는 ‘의견표시 혐오표현’, 경멸하는 표현인 ‘모욕적 혐오표현’, 소수자 집단에 대한 차별, 적의, 폭력을 선동하는 ‘선동적 혐오표현’으로 구분할 수 있다(홍성수, 2017; Waldron, 2012). 혐오표현은 불평등과 차별을 지지하면서 혐오대상 집단을 침묵시키고 시민으로서의 참여를 제한한다(Gelber, 2002). 혐오표현은 사회적 약자 또는 소수자에 대한 비하, 위협, 모욕적 표현과 이를 선동하려는 의도가 있으며, 특정 집단이나 사회 전반에 대한 해악을 끼친다(Sellar, 2016).

한편, 배영주(2020)는 혐오표현을 폭행, 살인 등 극단적 혐오범죄(hate crime)와는 구별되는 개념이라고 설명한다. 혐오범죄는 인종, 종교, 민족, 성적지향 등에 대한 혐오와 편견을 동기로 하는 범죄로 특정 집단이나 개인에 대한 편견과 혐오를 폭력적으로 드러내는 행위(이형석·전정환, 2020)로서 폭력성과 범죄라는 측면이 강하다. 다만, 온라인 혐오표현이 오프라인의 폭력과 적대 활동으로 연결될 수 있다는 사실이 물러와 슈왈츠(Muller & Schwarz, 2018)의 연구에서 확인되었다. 독일 내 반이민 정서가 소셜미디어에 확산되던 시기에 방화, 폭행 등 혐오범죄 발생률이 증가했다는 것이다. 또한, 온라인 혐오표현은 익명성 속에서 지속적으로 온라인 네트워크를 통해 순회하고, 국경과 관할권을 초월하는 영향으로 인해 더욱 광범위하고 지속적인 해악을 미칠 뿐만 아니라 규제하기도 어려운 특성을 갖는다(Gagliardone et. al., 2015).

혐오표현을 구성하는 요소에는 단순한 부정적 감정의 외적 표출뿐만 아니라 대상이 되는 특정 개인이나 집단과 표현 또는 발언의 맥락이 존재한다. 혐오표현의 내용, 의도, 해악 등을 구성요소로 보기도 한다(Marwick & Miller, 2014). 혐오표현이 내재한 감정 수준이 단순 적대감이나 불관용에서 폄하·조롱·모욕·박해에 이르기까지 매우

다양하다는 점에서, 혐오표현에 대한 판단을 위해서는 특정한 표현 자체보다 그 표현이 나타나는 맥락과 동기를 이해할 필요가 있다(배영주, 2020). 온라인 혐오표현은 혐오를 조장하는 사회적, 역사적 맥락과 온라인 미디어 환경을 배경으로 나타나는 사회적 현상이기 때문이다(이동후 외, 2019). 따라서 혐오표현을 규정할 때 거시적 맥락과 미시적 맥락을 고려하여 규정할 필요가 있다(Sellars, 2016).

<표 1> 혐오표현 및 혐오범죄의 유형

구분		내용	출처
혐오 표현	괴롭힘	소수자에 대한 희롱과 괴롭힘	홍성수(2017) 김민정(2020) Waldron, J.(2012) 인권위(2019)
	모욕	차별적 의견 표명	
	의견표시	경멸하는 표현	
	선동	소수자 집단에 대한 차별, 적의, 폭력을 선동	
	조장	차별을 정당화·조장·강화하는 표현	
혐오범죄		특정 집단이나 개인에 대한 편견과 혐오를 폭력적으로 드러내는 행위	배영주(2020) 이형석·전정환(2020)

2.2 혐오표현 규제

2.2.1 규제 필요성

혐오표현은 그 대상이 되는 개인이나 집단의 인격권 및 평등권을 제약한다는 점에서 규제의 필요성과 방법에 대한 논의가 이뤄져 왔다. 헌법은 개인적 또는 집단적 ‘표현의 자유’를 포괄적으로 보장(제21조제1항)하면서도, “타인의 권리나 명예”를 침해하는 표현행위를 제한할 수 있도록 했다(제21조제4항). 이준일(2014)는 상충하는 기본권에 대해 양자택일 방식으로 실현하기보다 서로 일정 부분 제한함으로써 균형적이고 조화롭게 실현할 필요가 있다고 했다. 또한, 혐오표현을 금지하고 처벌하는 보호입법의 필요성이 있지만, 이를 위해서는 죄형법정주의에 입각한 법률명확성의 원칙*에 따라 범죄의 구성요건을 명확하게 표현할 수 있어야 한다. 이 외에 시정명령, 과태료 부과 등 행정적 규제를 통해 신속한 제재와 규제 방식을 선택할 수도 있다.

* 법률이 처벌하고자 하는 행위가 무엇이고, 그에 대한 형벌이 어떠한 것인지를 누구나 예견할 수 있으며, 그에 따라 자신의 행위를 결정할 수 있도록 구성요건을 명확하게 규정하여야 하는 것을 의미(헌재 2012. 3. 29. 2010헌바83)

배영주(2020)는 혐오표현이 역사적으로 불이익을 겪어온 집단의 사회적 이미지와 명예를 실추함으로써 불평등 관계를 고정관념화하는 부당한 권력 지배 문제로 간주할 수 있다고 했다. 특정 집단이 열등하거나 위협하거나 배제시켜야 할 대상이라는 메시지에 반복적으로 노출될 경우, 공동체 구성원으로서의 일상과 존엄이 침해될 수 있다는 것이다. 특히, 혐오표현이 일회성인 경우와 달리 반복적으로 발생하는 경우 피해의 지속성에 따라 규제 필요성이 높아질 수 있다(이준일, 2014).

혐오표현에 대한 규제 필요성에 대한 다수의 논의에도 불구하고, 규제대상이 되는 혐오표현을 특징하는 기준을 정리하는 것은 어려운 과제로 남아있다. 김민정(2020)은 혐오표현을 법적 규제가 필요한 혐오표현(차별/적의/폭력을 선동하는 표현)과 시장·자율·형성적 규제 등 기타 방식으로 규제되어야 할 혐오표현(모욕, 비하, 멸시, 위협 표현 및 공격하거나 경멸적, 차별적 언어를 사용하는 표현)으로 구분했다. 이준일(2014) 역시 개념적으로는 단순히 차별의 감정만을 표현하는 ‘순수한 차별적 표현’도 존재할 수 있다고 했다. 이 경우 차별적 표현의 대상이 되는 자의 평등권을 제약할 수 있지만, 차별의 합리적 근거가 있는지에 따라 처벌 가능 여부가 달라진다.

유의선(2019)은 혐오표현의 법적 규제에 대하여 규제옹호론과 규제제한론을 비교하면서 가장 핵심적인 논쟁은 혐오표현을 법적 차원에서 규제할 것인지, 아니면 사회의 자정 기능에 맡길 것인지에 대한 판단이라고 했다. 즉, 혐오표현은 즉각적이고 회복 불가능한 피해를 줄 수 있으니 규제가 필요하다는 논리와 자의적이고 광범위한 과잉규제는 위헌적 소지가 있으므로 규제를 최소화해야 한다는 논리가 상충하고 있다.

2.2.2 규제 방식

혐오표현에 대한 규제는 헌법과 민주 사회의 주요 가치 중 하나인 표현의 자유와 충돌할 우려가 상당한 만큼 신중한 접근이 요구된다. 혐오표현에 대한 법적 규제를 위해서는 규제 대상과 수단이 명확해야 한다(이형석·전정환, 2020). 또한, 규제 대상이 되는 혐오표현이 사회적으로 유의미한 가치를 배제 또는 훼손할 수 있다고 인정되는지 여부를 검토할 필요가 있다(이정남, 2016).

혐오표현 규제와 관련하여 ①혐오표현도 표현의 자유에 의해 보장되며 외부적 규제가 아닌 자율규제가 바람직하다는 입장, ②타인의 권리를 침해하는 혐오표현에 대한 민사(손해배상) 또는 형사(형벌) 규제가 필요하다는 입장, ③자율적 분쟁 해결방식인 조정이나 중재가 적합하다는 입장이 존재한다(이준일, 2014). 박현아·이재진(2019)은 넓은 의미에서 혐오의 감정을 옹호·확산·조장·정당화하는 모든 표현행위를 금지하는 유럽식 광범위 규제 방식과 차별·적대·폭력이라는 구체적 결과를 유발하는 직접적 선동 유도 행위만을 규제하는 미국식 최소 규제 방식으로 구분했다. 또한, 온라인 게임

에서의 혐오표현에 대한 규제 가능성을 검토한 결과, 국가부터 대중매체, 인터넷 서비스 사업자, 개인 등 온라인 공간의 모든 주체가 강제적인 규제와 자율적·형성적 방안을 중층적으로 시행할 필요가 있다고 했다.

그 외에도 여러 연구에서 법적 규제 외에 정책적 뒷받침 등의 중요성을 공통적으로 강조했다. 배영주(2020)는 혐오표현 해소가 법적 규제를 통해 가능한 것이 아니라, 적극적인 시민의 실천을 통해 가능하다는 점을 강조했다. 플랫폼 사업자들이 이용자 보호를 위해 콘텐츠 필터링 등을 통해 자율적으로 규제할 필요가 있다는 주장도 있다 (Balkin, 2018; Klonick, 2017). 혐오표현에 대한 사후적인 법적 규제보다 예방적 조치의 필요성이 강조되고 있다(홍성수, 2018). 행위에 대한 직접적 규제가 아니라 혐오표현을 줄일 수 있는 환경조성과 자율규제 등을 적극적으로 검토할 필요가 있다는 것이다. 국가인권위원회(2019c) 역시 혐오표현 대응방법과 그 고려사항으로 행위규제와 함께 환경조성, 자율규제 등을 논의했다.

이러한 맥락 속에서 김민정(2020)은 소셜미디어 플랫폼상의 혐오표현의 공동규제 모델을 제시한 바 있다. 이때 ‘공동규제’란 복수의 규제 주체들 간의 공동노력 방식 자체를 의미하는 포괄적 용어로서, 법적 규제와 시장규제, 자율규제를 하부 요소로 한다. 다만, 법적 규제가 필요한 혐오표현은 차별, 적의, 폭력을 선동하는 경우로 제한할 것을 제안했다.* 그 외에 모욕, 비하, 멸시, 위협 표현 및 공격하거나 경멸적, 차별적 언어를 사용하는 표현에 대해서는 시장규제, 자율규제 등의 접근방식이 적합하다는 것이다.

이상의 논의를 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다. 주요하게는 온라인 동영상 서비스 이용이 대중화된 현시점에서 혐오표현의 실태를 이용의 관점에서 살펴보고, 혐오표현과 관련한 다양한 이용자 변인이 온라인 동영상 서비스의 이용 및 만족, 지속 이용 의도와와의 관계에서 어떠한 영향력을 보이는지 탐색적으로 살펴보고자 한다.

연구문제 1: 온라인 동영상 서비스의 이용량에 영향을 미치는 혐오표현 관련 변인 (이용 경험, 규제 필요성 인식)은 무엇인가?

연구문제 2 : 온라인 동영상 서비스의 이용 만족에 영향을 미치는 혐오표현 관련 변인(이용 경험, 규제 필요성 인식)은 무엇인가?

* 이는 “차별(discrimination), 적의(hostility) 또는 폭력(violence)의 선동(incitement)이 될 민족적, 인종적, 또는 종교적 증오(hatred)의 고취(advocacy)는 법률에 의하여 금지된다”는 「시민적 및 정치적 권리에 관한 국제규약(International Covenant on Civil and Political Rights)」 제20조 제2항에 근거를 두고 있다.

연구문제 3 : 온라인 동영상 서비스의 지속 이용 의도에 영향을 미치는 혐오표현 관련 변인(이용 경험, 규제 필요성 인식)은 무엇인가?

연구문제 4 : 혐오표현 규제 시, 온라인 동영상 서비스의 지속 이용 의도에 영향을 미치는 혐오표현 관련 변인(이용 경험, 규제 필요성 인식)은 무엇인가?

III. 연구 설계

3.1 연구대상의 수집

이 연구는 온라인 조사 업체((주)마켓링크)를 통해 지난 2021년 1월에 약 2주간 온라인 동영상 서비스 이용 경험이 있는 이용자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 유튜브, 네이버TV, 틱톡 등 온라인 동영상 서비스 이용이 주로 10대를 중심으로 대중화되었지만, 20대와 30,40대도 절반 이상이 해당 서비스를 이용하고 있다는 점(한국언론진흥재단, 2019)에서 이 연구는 온라인 동영상 서비스 가입에 제한이 없는 14세 이상 청소년부터 20~40대 성인까지를 연구대상으로 선정하였다. 연구문제의 분석은 불성실한 응답자를 제외한 520명을 응답자료를 사용하였다.

표본의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 성별은 남성 260명(50.0%), 여성 260명(50.0%)이었으며, 이들의 평균 연령은 30.32세였다. 학력 수준은 대학교 재학 및 졸업이 332명(63.8%)으로 가장 많았으며, 가구의 월 평균 소득 수준은 200만원 이상 499만원 이하가 160명(30.8%)로 가장 많았다.

<표 2> 표본의 특성

변인	항목	빈도(비율)
성별	남	260(50.0)
	여	260(50.0)
연령대	10대(14세-19세)	130(25.0)
	20대	130(25.0)
	30대	130(25.0)
	40대	130(25.0)
학력 수준	중학교	19(3.7)
	고등학교	121(23.3)
	대학교(재학, 졸업)	332(63.8)
	대학원(재학, 졸업)	48(9.2)
소득 수준 (가구 월 평균 소득)	200만원 이하	33(6.3)
	200만원~399만원 이하	160(30.8)
	400만원~599만원 이하	143(27.5)
	600만원~799만원 이하	76(14.6)
	800만원~999만원 이하	45(8.7)
	1000만원 이상	29(5.6)
	기타	34(6.5)

3.2 측정변인의 측정

3.2.1 이용량

이용량은 이용자가 온라인 동영상 서비스를 지난 일주일 동안 평균적으로 이용하는 정도로 측정하였다. 설문 문항은 ‘온라인 동영상 서비스(예, 유튜브, 페이스북, 네이버 TV, 인스타그램, 틱톡 등)를 지난 일주일간 평균적으로 얼마나 이용하셨습니까?’로, 응답자는 이용 정도에 따라 ‘전혀 이용하지 않았다(1)’부터 ‘매우 자주 이용했다(5)’까지 5점 척도(Likert scale)로 답하였다($M=4.52$, $SD=.73$).

3.2.2 이용 만족

이용 만족은 온라인 동영상 서비스 이용이 ‘즐겁다’, ‘나의 욕구를 충족시켜 준다’, ‘좋아한다’, ‘만족한다’로 총 4문항으로 구성하였으며, 응답자는 동의하는 정도에 따라 ‘전혀 그렇지 않다(1)’부터 ‘매우 그렇다(5)’의 5점 척도로 답하였다($M=4.06$, $SD=.66$, Cronbach's $\alpha=.89$).

3.2.3 혐오표현 콘텐츠 이용 경험

혐오표현 콘텐츠 이용 경험은 영상과 댓글로 구분하여 측정하였다. 온라인 동영상 서비스에서 혐오표현이 담긴 영상을 ‘보기’, ‘올리기’, ‘공유하기’로 총 3문항($M=1.67$, $SD=.97$, Cronbach's $\alpha=.78$)으로 설문을 구성하였으며, 댓글 역시 ‘보기’, ‘달기’, ‘공유하기’로 총 3문항($M=2.40$, $SD=1.03$, Cronbach's $\alpha=.78$)으로 구성하였다. 응답자는 동의하는 정도에 따라 ‘전혀 이용한 적이 없다(1)’부터 ‘매우 자주 이용한다(5)’의 5점 척도로 답하였다.

3.2.4 혐오표현 규제 필요성 인식

혐오표현 규제 필요성 인식은 ‘표현의 자유’와 ‘자율 규제’, ‘법적 규제’로 구분하여 측정하였다(국가인권위원회, 2019; 유의선, 2019). 설문 문항은 다음과 같다. 표현의 자유는 온라인 동영상 서비스에 게시한 ‘영상/댓글은 이용자의 표현의 자유이므로 존중되어야 한다’, 온라인 동영상 서비스에 게시한 ‘영상/댓글을 사업자가 임의로 삭제하면, 이용자의 표현의 자유를 침해하는 것이다’로 총 2문항으로 구성하였다($M=2.69$, $SD=1.08$, Cronbach's $\alpha=.77$). 자율 규제는 이용행위 제한과 예방조치로 구분하였다. 이용행위 제한은 서비스 사업자는 ‘혐오표현이 있는 영상/댓글을 삭제/제한해야 한다’, ‘혐오표현을 반복해서 사용하는 계정을 중지/비활성화 또는 퇴출시켜야 한다’, ‘사전에 혐오표현을 걸러내야/필터링, 정제해야 한다’로 총 3문항($M=4.06$, $SD=.85$, Cronbach's $\alpha=.85$)으로 구성하였으며, 예방 조치는 ‘서비스 사업자는 혐오표현에 대한 자체 가이드라인을 만들어야 한다’, ‘자체 가이드라인을 이용자에게 알려야 한다’, ‘혐오표현 예방, 억제, 근절을 교육/홍보/캠페인/연구지원 등의 환경을 조성해야 한다’로 총 3문항($M=4.15$, $SD=.78$, Cronbach's $\alpha=.83$)으로 구성하였다. 마지막으로 법적 규제는 댓글 서비스 중지와 법적 조치 강화로 구분하였다. 댓글 서비스 중지는 ‘서비스 사업자는 댓글 기능을 없애야 한다’($M=2.71$, $SD=1.20$) 1개 문항으로, 법적 조치 강화는 ‘혐오표현 가해자는 민형사상의 법적 처벌을 받아야 한다’, ‘혐오표현에 대한 민형사상의 법적 처벌을 강화해야 한다’, ‘서비스 사업자의 혐오표현 가이

드라인을 법적으로 의무화 해야 한다' 등 총 4문항($M=3.96$, $SD=.80$, Cronbach's $\alpha=.89$)으로 구성하였다.

이때, 표현의 자유, 자율규제, 법적 규제에 대해 응답자는 필요성 인식에 동의하는 정도에 따라 '전혀 그렇지 않다(1)'부터 '매우 그렇다(5)'의 5점 척도로 답하였다.

3.2.5 온라인 동영상 서비스 지속 이용 의도

연구는 지속 이용 의도를 일반적인 상황과 규제 상황으로 구분하였다. 즉, 온라인 동영상 서비스 지속 이용 의도와 혐오표현 규제 시 지속 이용 의도로 각각 측정하였다. 먼저, 지속 이용 의도는 온라인 동영상 서비스를 '앞으로도 이용할 의향이 있다', '지금처럼 계속 이용할 것이다'로 총 2문항으로 구성하였다($M=4.37$, $SD=.71$, Cronbach's $\alpha=.83$). 한편, 혐오표현 규제 시 지속 이용 의도는 '서비스 사업자가 혐오표현 영상/댓글을 삭제한다면', '서비스 사업자가 혐오표현 예방, 억제, 근절 캠페인 및 연구지원 등에 참여한다면', '서비스 사업자가 댓글 서비스를 중단한다면', '혐오표현 가해자에 대한 민형사상의 법적 처벌을 강화한다면' 지금처럼 온라인 동영상 서비스를 이용할 의향이 있다 등으로 총 8개 문항으로 구성하였다($M=3.68$, $SD=.78$, Cronbach's $\alpha=.65$). 응답자는 동의하는 정도에 따라 '전혀 그렇지 않다(1)'부터 '매우 그렇다(5)'의 5점 척도로 답하였다.

IV. 연구 결과

4.1 온라인 동영상 서비스의 혐오표현 이용과 이용 만족 간의 관계

먼저, 혐오표현 관련 변인이 온라인 동영상 서비스의 이용과 이용 만족에 미치는 영향을 살펴보았다. 이를 위해 온라인 동영상 서비스 이용량과 이용 만족을 각각 종속변인으로 하는 회귀분석(regression)을 실시하였으며, 독립변인으로서는 혐오표현 콘텐츠 이용 경험과 혐오표현 규제 필요성 인식을 투입하였다. 이때, 성별과 연령을 통제하였으며, 성별은 남성을 1로 가변인(dummy)처리하여 사용하였다.

다음의 <표 3>에서와 같이 온라인 동영상 서비스 이용량에 영향을 미치는 혐오표현 관련 변인은 이용 경험이었다. 즉, 혐오표현이 담긴 영상과 댓글을 접한 경험은 온라인 동영상 서비스 이용에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤다. 즉, 혐오표현 영상 이용 경험이 많을수록 온라인 동영상 서비스 이용이 감소했다($\beta=-.17$, $t=-2.90$, $p<$

.01). 반면에 혐오표현 댓글 이용 경험이 많을수록 온라인 동영상 서비스 이용이 증가했다($\beta=.17, t=3.17, p<.01$). 그러나 혐오표현 규제 필요성 인식은 온라인 동영상 서비스 이용량에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않았다($p=n.s.$). 이때, 통제변인으로 투입했던 연령이 이용량에 미치는 영향력이 확인되었으며, 어릴수록 온라인 동영상 서비스 이용이 많았다($\beta=-.23, t=5.51, p<.001$).

<표 3> 온라인 동영상 서비스 이용량 및 이용 만족의 예측 변인 분석 결과

변인			이용량	이용 만족
			final β	final β
step1	통제변인	D성별(남1여0)	.05	.05
		연령	-.23***	-.20***
step2	혐오표현 콘텐츠 이용 경험	영상	-.17**	-.06
		댓글	.17**	.02
	혐오표현 규제 필요성 인식	표현의 자유	.06	.21***
		자율 규제	.10	.20**
		법적 규제	.04	.04
adj. R^2, F			.10, 8.24***	.11, 8.59***

주 1. $n=520$

주 2. * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

다음으로 온라인 동영상 서비스의 이용 만족에 영향을 미치는 혐오표현 관련 변인을 살펴보았다. 그 결과, 혐오표현 규제 필요성 인식이 온라인 동영상 서비스 이용 만족에 유의한 영향을 미쳤다. 구체적으로 살펴보면, 혐오표현에 대한 표현의 자유의 필요성 인식이 높을수록 이용 만족이 높았고($\beta=.21, t=4.66, p<.001$), 자율규제에 대한 필요성 인식이 높을수록 이용 만족이 높았다($\beta=.20, t=3.38, p<.001$). 그러나 규제 필요성 인식 중에서 법적 규제는 온라인 동영상 서비스 이용 만족에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않았다($p=n.s.$). 또한, 혐오표현 콘텐츠 이용 경험 역시 온라인 동영상 서비스 이용 만족에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않았다($p=n.s.$). 한편, 통제변인으로 투입했던 연령이 이용량에 미치는 영향력이 확인되었으며, 어릴수록 온라인 동영상 서비스 이용이 많았다($\beta=-.20, t=-4.62, p<.001$).

4.2 온라인 동영상 서비스의 혐오표현과 지속 이용 의도의 관계

다음으로 혐오표현 관련 변인이 온라인 동영상 서비스의 지속 이용 의도와 혐오표현을 규제할 때의 지속 이용 의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 이를 위해 온라인 동영상 서비스 지속 이용 의도와 규제 시의 지속 이용 의도를 각각 종속변인으로 하는 회귀분석을 실시하였으며, 독립변인으로는 혐오표현 콘텐츠 이용 경험과 혐오표현 규제 필요성 인식을 투입하였다. 이때, 성별과 연령, 온라인 동영상 서비스 이용량 및 이용 만족을 통제하였으며, 성별은 남성을 1로 가변인 처리하여 사용하였다.

분석결과, <표 4>에서와 같이 온라인 동영상 서비스의 지속 이용 의도에 영향을 미치는 혐오표현 관련 변인은 이용 경험과 규제의 필요성 인식이었다. 구체적으로 살펴보면, 혐오표현이 담긴 영상을 접한 경험이 많을수록 온라인 동영상 서비스의 지속 이용 의도는 감소하였다($\beta = -.17, t = -4.12, p < .001$). 또, 혐오표현 규제에 대한 필요성 인식에서도 자율규제에 대한 필요성 인식이 높을수록 지속 이용 의도가 증가하였지만($\beta = .22, t = 4.90, p < .001$), 법적 규제에 대한 필요성 인식이 높을수록 지속 이용 의도는 감소하였다($\beta = -.16, t = -3.78, p < .001$). 이때, 통제변인으로 투입했던 이용량과 이용 만족은 지속 이용 의도에 미치는 영향력이 확인된다. 이용량이 많을수록($\beta = .31, t = 8.75, p < .001$), 이용 만족이 높을수록($\beta = .46, t = 12.87, p < .001$) 온라인 동영상 서비스의 지속 이용 의도는 증가하였다.

마지막으로, 온라인 동영상 서비스상의 혐오표현을 규제했을 때 지속 이용 의도에 영향을 미치는 변인을 살펴보았다. 그 결과, 혐오표현 규제에 대한 필요성 인식 중에서 자율 규제와 법적 규제에 대한 필요성 인식만이 혐오표현에 대한 규제 시의 지속 이용 의도에 유의한 영향을 미쳤다. 즉, 자율 규제가 필요하다고 인식하는 정도가 높을수록 혐오표현 규제 시에도 온라인 동영상 서비스를 계속 이용할 의향이 증가하였다($\beta = .25, t = 5.00, p < .001$). 법적 규제 역시 혐오표현 규제 시의 지속 이용 의도에 정적 영향을 미쳤다($\beta = .40, t = 8.33, p < .001$).

<표 4> 온라인 동영상 서비스 지속 이용 의도 예측 변인 분석 결과

변인			지속 이용 의도	규제시 지속 이용 의도
			final β	final β
step1	통제변인	D성별(남1 여0)	.01	-.01
		연령	.01	-.03
		이용량	.31***	.05
		이용 만족	.46***	.10
step2	협오표현 콘텐츠 이용 경험	영상	-.17***	.11
		댓글	.05	.06
	협오표현 규제 필요성 인식	표현의 자유	-.01	-.07
		자율 규제	.22***	.25***
		법적 규제	-.16***	.40***
	adj. R^2 , F			.55, 67.92***

주 1. $n=520$

주 2. * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

V. 결 론

이 연구는 사회적으로 온라인상의 혐오표현에 대한 우려가 커지고 있는 상황에서 온라인 동영상 서비스 이용자를 대상으로 혐오표현을 얼마나 경험하고 있으며, 혐오표현 규제에 대해서는 어떻게 인식하고 있는지 살펴보았다. 특히, 서비스 이용의 관점에서 혐오표현 콘텐츠의 이용 경험과 규제에 대한 필요성 인식이 온라인 동영상 서비스 이용에 미치는 영향을 탐색적으로 살펴보았다. 온라인상의 혐오표현과 사회문제에 대해 우리 사회는 온라인 동영상 서비스 사업자의 적절한 대응과 선제적 예방을 강조하고 있지만, 정부의 혐오표현 규제에 대한 사업자 간 견해 차이는 여전히 존재하고 있다. 이러한 상황에서 이 연구는 이용자의 관점에서 혐오표현과 관련 규제에 대한 인식과 태도를 이해하고, 온라인 동영상 서비스 이용과의 관계까지 살펴봄으로써 사업자의 사회적 역할과 정부규제의 방향성을 논의하고자 했다.

연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 온라인 동영상 서비스 이용은 혐오표현

영상을 접한 경험이 많을수록 감소하였고, 댓글을 접한 경험이 많을수록 증가하였다. 둘째, 이용 만족은 혐오표현을 어떤 차원에서 규제할 것인가, 즉 혐오표현을 표현의 자유로 인식할수록, 사업자 자율에 맡길 필요가 있다고 인식할수록 이용 만족은 증가하였다. 셋째, 온라인 동영상 서비스상에서 혐오표현을 경험하고, 혐오표현 규제를 사업자 자율 또는 법적으로 조치할 것인가의 필요성에 대한 인식차는 앞으로도 해당 서비스를 이용할 의도의 영향을 미쳤다. 즉, 혐오표현 영상을 접할수록 온라인 동영상 서비스를 지속해서 이용할 의도는 감소하였다. 또한, 혐오표현에 대한 사업자의 자율 규제의 필요성 인식이 높을수록 지속 이용 의도를 증가한 반면, 법적 규제의 필요성 인식이 높을수록 지속 이용 의도는 감소하였다. 넷째, 혐오표현을 규제할 때에도 이용자가 온라인 동영상 서비스를 계속 이용할 것인가는 규제에 대한 필요성 인식의 영향을 받았다. 즉, 자율이든 법적으로든 혐오표현에 대한 규제는 필요하다고 인식할수록 온라인 사업자의 혐오표현 규제 시에도 서비스를 계속 이용할 의도가 증가하였다.

이미 우리사회는 온라인상의 혐오표현이 남성이나 여성, 성소수자, 장애인 등 특정 집단이나 대상에게 매우 일상으로 만연하여 발생하고 있다(국가인권위원회, 2016). 청소년들의 상당 부분(68.3%)은 주로 SNS나 커뮤니티, 게임 사이트에서 혐오표현을 직접 사용하거나 경험했다고 답하였으며, 성인의 경우(64.2%)에도 적지 않게 인종차별이나 지역혐오 등의 의도적인 집단혐오적 표현을 접한 적이 있다고 한다(국가인권위원회, 2020). 정서적, 인지적으로 미성숙한 10대 청소년에게 노출되는 혐오표현 콘텐츠는 직, 간접적으로 청소년 개인의 정신과 사회관계 차원에서 병리적 문제를 유발할 수 있다. 또한, 무의식적으로 노출되는 혐오표현 콘텐츠는 특정 대상이나 집단에 대한 잘못된 고정관념을 심어줄 수 있어 부정적인 영향이 매우 크다. 무엇보다 혐오표현을 접했을 때 청소년들은 행동이 위축되고, 두려움이나 공포심을 느낀다고 한다(국가인권위원회, 2019). 결국, 혐오표현이 만연한 온라인 동영상 서비스에 대한 인식은 이용량이나 이용 만족, 지속 이용 의도에도 영향을 미칠 것이다. 본 연구의 결과에 따르면 혐오표현이 담긴 영상의 노출은 온라인 동영상 서비스의 이용량을 감소시켰다. 일종의 혐오적 영상물에 대한 심리적 저항으로도 해석해 볼 수 있다. 그러나 문제는 혐오표현이 담긴 댓글의 이용은 오히려 이용량과 정적인 관계를 보였다. 콘텐츠에 대한 평가나 의사표현, 피드백의 공유 등 상호작용이 활발한 댓글의 이용은 서비스에 대한 이용자의 참여(engagement)를 유도할 수 있다. 그러나 댓글에 혐오적인 표현이나 부적절한 언어가 담겨 무방비로 노출된다면 온라인상의 언어적 폭력이나 사이버 범죄 같은 사회 문제를 유발할 가능성도 있다. 건전한 댓글 문화를 조성하고 사업자의 댓글 관리가 활성화될 필요가 있다.

그렇다면, 온라인 동영상 서비스 이용자는 무엇을 혐오표현이라고 생각하고 있을까. 연구에서는 청소년과 성인 모두 특정 대상에게 고통을 주는 말로 괴롭히는 것을 혐오

표현이라고 포괄적으로 이해하고 있었다. 또한 의도적으로 혐오표현을 사용하는 것에 대해서도 인지 수준이 높았다. 성인의 경우에는 공개적이고, 조장되는 혐오표현에 대해 민감하게 반응하는 편이었고, 청소년의 경우에는 확산되고 공유되는 혐오표현에 대해 민감하게 반응하는 편이었다. 혐오표현이 공동체 안에서 악의적으로 잘못 쓰이는 것에 대한 우려가 높다는 것을 짐작할 수 있었다. 결국, 혐오표현은 언어나 행위로 서 표현 자체보다는 그 표현의 쓰임이나 맥락 안에서 의도화된 조장과 확산이 사회적으로 규제의 대상으로 논의될 필요가 있겠다(배영주, 2020; 이동후 외, 2019).

혐오표현에 대한 규제와 서비스 이용 간의 영향 관계를 살펴볼 때, 온라인 동영상 서비스 사업자가 이용자의 표현의 자유를 인정하는 것은 분명 서비스 이용 자체를 활성화할 수 있을 것이다. 그러나 서비스 사업자의 자율적이고 선제적 규제에 대한 이용자의 공감대 형성 역시 온라인 동영상 서비스 이용에 긍정적으로 작용할 가능성도 연구 결과를 통해 확인했다. 다만, 서비스 이용의 자유도를 제약하는 강제적이고 법적인 규제의 강화는 온라인 동영상 서비스 이용에 대한 만족을 저해할 우려가 있다는 점도 고려할 필요가 있겠다. 결국, 혐오표현에 대한 이용자의 리터러시 수준이 건전한 온라인 동영상 서비스 이용에 영향을 미칠 수 있을 것이며, 무엇보다 혐오표현에 대한 이용자의 자발적 개선을 유도할 수 있는 서비스 사업자의 캠페인, 홍보, 교육 등의 환경조성을 위한 노력이 제도적으로 요구되어야 할 것이다.

이 연구는 온라인 동영상 서비스의 혐오표현과 서비스 이용 간의 관계에 대한 탐색적 연구이다. 연구의 결과는 온라인 동영상 서비스 사업자 자체적으로 혐오표현 개선을 위한 운영관리정책과 정부 차원의 법제도 개선에 도움이 될 만한 기초자료를 제공했다는 점에서 의의가 있다. 또한, 기존 연구들이 혐오표현에 관한 법적 논의와 실태 조사에 집중한 것과 달리, 이용자 관점에서 혐오표현 개념, 규제방향 및 이용의도 등을 분석했다는 점에서 의의가 있다. 다만, 기존 연구에서도 나타난 것과 같이 혐오표현의 거시적·미시적 맥락을 고려할 필요가 있지만, 이용자 조사에서 이를 반영하기 어려웠다는 점은 연구의 한계로 남아있다. 향후 전문가 조사를 통해 온라인 혐오표현을 실질적으로 개선할 수 있는 구체적인 대응방안에 대한 연구를 제안하고자 한다.

참고문헌

- 국가인권위원회 (2016). *혐오표현 실태조사 및 규제방안 연구*, 국가인권위원회
- 국가인권위원회 (2019a), *2019년 혐오차별 국민인식 조사*, 국가인권위원회
- 국가인권위원회 (2019b), *혐오표현에 대한 청소년 인식조사*, 국가인권위원회
- 국가인권위원회 (2019c), *혐오표현 리포트*, 국가인권위원회
- 국가인권위원회 (2020), *코로나19와 혐오의 팬데믹*, 국가인권위원회
- 김경희, 조연하, 배진아(2020), 인터넷 혐오표현 대응방안에 관한 탐색적 연구: 노출 경험 사례 및 전문가 심층인터뷰 분석을 중심으로, *한국콘텐츠학회논문지*, 20(2), 499-510
- 김민정 (2014), 일베식 “욕”의 법적 규제에 대하여: 온라인상에서의 혐오표현에 대한 개념적 고찰, *언론과 법*, 13(2), 131-163
- 김민정 (2020), 소셜미디어 플랫폼상의 혐오표현 규제, *방송문화연구*, 32(1), 7-54.
- 박승호 (2019), 혐오표현의 개념과 규제방법. *법학논총* 31(3). 45-88
- 박용숙 (2014), 미국에서의 증오표현행위의 규제에 관한 판례경향, *강원법학*, 41(1), 467-509
- 박현아, 이재진 (2019), 온라인게임 공간의 혐오표현 규제 가능성: 시론적 연구, *언론과 법*, 18(2), 225-263
- 배영주 (2020), 혐오표현 문제 해소를 위한 시민교육 구상: 대학생의 혐오표현 인식 및 경험을 중심으로, *현대사회와다문화*, 10(1), 31-65
- 석보라, 김활빈 (2019), 유튜브(YouTube) 1인 미디어 뷰티 채널의 이용 동기가 채널 평가, 제품태도 및 구매 의도에 미치는 영향에 관한 연구, *한국광고홍보학보*, 21(4), 168-198
- 이준일 (2014), 혐오표현과 차별적 표현에 대한 규제의 필요성과 방식 *고려법학*, (72), 65-90
- 유의선 (2019), 혐오표현의 법적 규제에 대한 일 고찰: 규제옹호론과 규제제한론의 비교 분석을 중심으로, *언론과 법*, 18(2), 193-224
- 이동후, 김민정, 김수아, 홍성일 (2019), *온라인 상 혐오표현 유통방지를 위한 법제도 개선 방안 연구*, 방통융합정책연구 KCC-2019-18, 방송통신위원회
- 이창호, 신나민 (2014), *청소년 사이버불링 실태 및 대응방안 연구*. 연구보고 14-R07, 한국청소년정책연구원.
- 이형석, 전정환 (2020). 증오범죄와 표현의 자유: 표현의 자유 위축효과와 헌법적 정당성을 중심으로, *법학연구*, 20(3), 359-389

- 전창영, 나은희, 최철호, 김민정 (2018), 방송통신심의위원회의 혐오표현 통신심의에 대한 탐색적 고찰: 온라인 혐오표현의 실태 및 규제 현황, *방송통신연구*, (104), 70-102
- 홍성수(2018), *말이 칼이 될 때: 혐오표현은 무엇이고 왜 문제인가?*, 서울: 어크로스
- Balkin, J. M. (2018), A First Amendment for All? Free Expression in an Age of Inequality, *Columbia Law Review*, 118(7), 2011-2056
- Muller, K., & Schwarz, C. (2018), Fanning the flames of hate: Social media and hate crime. Available at SSRN 3082972.
- Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T., & Martinez, G. (2015), *Countering online hate speech*. Unesco Publishing
- Gelber, K. (2002), *Speaking back: The free speech versus hate speech debate*, 유민석 역 (2019), *말대꾸: 표현의 자유 vs. 혐오표현*. 서울: Editus
- Klonick, K. (2017). The New Governors: The People, Rules, and Processes Governing Online Speech, *Harvard Law Review*, 131, 1598-1670
- Marwick, A. E., & Miller, R. (2014), Online harassment, defamation, and hateful speech: A primer of the legal landscape. *Fordham Center on Law and Information Policy Report*
- Sellers, A. F. (2016). Defining Hate Speech, *Berkman Klein Center Research Publication*, No. 2016-20.
- Waldron, J. (2012), The harm in hate speech. 홍성수·이소영 역 (2017), *혐오표현: 자유는 어떻게 해약이 되는가*, 서울: 이후.

*** 저자소개 ***

· **김 형 지(hjeekim.onto@gmail.com)**

고려대학교에서 언론학 박사학위를 취득했다. 현재 서울대학교 언론정보연구소 선임연구원으로 재직 중이며, 주요관심 분야는 미디어 중독, 리터러시, 빅데이터 분석이다.

· **김 유 석(yskim@openroute.kr)**

고려대학교에서 언론학 박사과정을 수료했다. 현재 오픈루트 디지털가치실장으로 재직 중이며, 주요 관심분야는 미디어산업 및 정책, 이용자 보호 등이다.

· **김 용 희(yh.kim@soongsil.ac.kr)**

송실대학교에서 경영학 박사학위를 취득했다. 주요 관심분야는 미디어기업의 혁신 전략, 미디어 산업 및 정책, 미디어 기업의 사회·경제적 가치 등이다.