

## 제2장 혐오표현의 확산 및 미디어 규제 환경의 변화

### 제1절 혐오표현의 확산과 규제 필요성

2019년 8월 국가인권위원회에서 진행한 혐오표현 국민인식조사에 따르면, 최근 1년 동안 64.2%가 혐오표현을 접하였다고 응답하였으며, 특히 언론이 혐오표현을 조장하는 부정적 역할을 한다고 답한 비율은 49.1%로 나타났다. 언론이 조장하는 심각한 혐오 유형은 출신 지역 혐오라는 응답이 50.9%로 가장 많았고, 여성혐오(38.0%), 이주민 혐오(32.3%), 성소수자 혐오(24.8%) 순으로 나타났다. 또한 혐오표현이 향후 범죄로 이어질 수 있을 것이라는 응답자는 81.8%, 사회갈등이 더 심해질 것이라는 응답자는 78.4%, 차별현상이 고착화될 것이라는 응답자는 71.4%, 사회적 소수자의 표현의 자유가 더 위축될 것이라는 응답자는 62.8%로 높은 응답률을 보였다.<sup>1)</sup>

2016년 국가인권위원회 연구용역에 따르면 온라인 혐오표현을 경험한 비율의 경우 기타 남성 94.3%, 기타 여성 90.4%, 성소수자 98.0%, 장애인 95.0%, 이주민 50.0%로 나타나서 이주민을 제외한<sup>2)</sup> 집단에서 거의 대부분의 이용자가 온라인에서 혐오표현을 보거나 들은 적이 있다고 답하였다. 혐오표현 경험자들이 혐오표현을 경험한 곳은 채팅앱과 문자메시지, 이메일을 제외하고는 모든 유형에서 본래의 게시물보다 댓글에서 혐오표현을 더 많이 경험하는 것으로 나타났다. 이 중 신문, 방송, 포털 등의 온라인 뉴스 기사나 영상의 댓글에서 혐오표현을 본 경우가 78.5%로 가장 많았으며, 그 다음으로 온라인 카페나 커뮤니티 사이트의 댓글 73.7%, 페이스북의 댓글 73.3% 순이었다. 혐오표현 경험자 중에서 절반 이상이 혐오표현을 경험한 곳은 온라인 뉴스 기사나 영상 사이트, 온라인 카페나 커뮤니티 사이트, 페이스북, 개인이나 단체의 블로그, 유튜브나 네이버캐스트 등 동영상 공유 사이트, 웹툰 등으로, 혐오표현이 일부 공간에 집중되어 있다기보다는 다양한 곳에 광범위하게 퍼져 있는 것으로 보인다.<sup>3)</sup>

1) 국가인권위원회 (2019). <혐오표현 진단과 대안마련 토론회 자료집>. 2019.8.27. 조사기간은 2019년 3월20-22일 성인 1200명 대상 모바일 설문조사로 진행되었다(표본오차 95% 신뢰수준 ±2.8%p).

2) 한국어 능력이나 소속된 커뮤니티, 관심 분야 등에 따라 혐오표현이 많이 발생하는 공간에 접근할 가능성이 다른 집단에 비하여 현저히 낮을 가능성을 감안하여 이주민의 경험을 해석하여야 한다.

해외에서도 온라인 혐오표현은 혐오표현 대응에서 매우 중요한 부분을 차지하고 있다. 예컨대, 혐오표현에 대한 대표적인 캠페인인 유럽평의회(Conseil de l'Europe)의 'No Hate Speech Movement'<sup>4)</sup>는 온라인상의 혐오표현에 대한 세계 각 국가와 시민들의 대응과 대항을 촉구하며 활동을 이어나가고 있으며, 미국의 남부빈민법센터(SPLC; Southern Poverty Law Center)<sup>5)</sup>나 반명예훼손연맹(ADL; Anti-Defamation League)<sup>6)</sup>은 인터넷상의 혐오표현의 감시와 모니터링 및 조사를 하며 온라인 혐오표현의 심각성을 알리고 있다. 또한 온라인 혐오표현을 수집하고 조사하는 시민단체 Hate Base에 따르면 인종과 국적을 이유로 한 온라인 혐오표현이 가장 많은 것으로 조사되며, 계급, 종교, 성적지향, 성별, 장애를 이유로 한 온라인 혐오표현이 뒤를 이었다.<sup>7)</sup> 2015년 유럽평의회(Council of Europe)의 'No Hate Speech Movement' 캠페인<sup>8)</sup>에서 실시한 온라인상의 혐오표현 실태조사에 따르면 응답자의 83%가 온라인상 혐오표현을 경험하였다고 응답하였으며, 가장 많은 혐오표현의 대상이 되는 집단은 성소수자, 무슬림, 여성인 것으로 나타났다.

혐오표현의 확산과 그에 따른 해악적 효과가 사회적 문제로 인식된 것은 20세기 부터이지만, 전세계적으로 신자유주의의 확산과 이주민·난민 유입의 증대가 두드러지는 국가들을 중심으로 최근 혐오표현 대응 필요성이 강해지고 있으며 동시에 혐오표현이 유통되는 온라인 환경 변화도 중요한 쟁점으로 떠오르고 있다.

혐오표현이 가지는 해악성은 혐오표현 규제 요청의 배경이 되었던 인종차별 및 인종범죄를 비롯하여 차별과 폭력의 대상으로 지목되어 왔던 특정 집단에 대한 적대적 표현의 효과를 살펴보는 것을 통해 알 수 있다.

첫째, 혐오표현은 가장 일차적으로 그 대상이 되는 대상 집단 구성원의 존엄성을 침해한다. 혐오표현은 지속적·경험적으로 장기간의 차별을 받아온 특정집단에 행해지는 것으로서 혐오표현의 대상은 주로 사회적 소수자로 인지되고 있는 집단구성원들이다. 혐오표현이 대상 집단 구성원에게 주는 공포감은 그것이 대상 집단 구

3) 홍성수 외 (2016). <혐오표현 실태조사 및 규제 방안 연구>. 국가인권위원회, 93-96면.

4) No Hate Speech Movement (URL: <https://www.nohatespeechmovement.org>)

5) 미국 남부빈민법센터 (URL: <https://www.splcenter.org>)

6) 반명예훼손연맹 (URL: <http://www.adl.org>)

7) Hate Base (URL: <https://www.hatebase.org/popular>)

8) 총 30개 언어로 6,601명의 응답을 분석하였다. (URL: <http://www.nohatespeechmovement.org/survey-result>)

성원 개개인이 특정되도록 지목하거나 혹은 면전에서 그들을 향해 직접 발화된 것이든, 대상 집단 구성원이 포함되어 있는 사회전체를 향해 발화된 것이든 정도의 차이는 있을지언정 대상 집단 구성원에게 공포감, 위축감, 좌절감, 내면의 자기부정을 야기한다. 혐오표현이 특정 개인에게 이루어지는 경우뿐만 아니라, 대상 집단 구성원 전체를 칭하는 경우에도 혐오표현은 대상 집단 구성원 개개인에 침투하여 공포와 위축으로 연결된다는 점에서 그 해악성이 증발되지 않는다.

둘째, 혐오표현은 대상 집단 구성원을 침묵시켜 공적 토론에 참여할 실질적 기회를 박탈하는 방법으로, 그리고 여타의 사회구성원들이 몸담고 있는 공론장 전체에 대상 집단에 대한 적대적 사상을 만연시키는 방법을 통해 공론장을 왜곡한다. 혐오표현을 포함하여 다양한 방법으로 외현화되는 대상 집단에 대한 차별적 환경 하에 대상 집단 구성원은 공적 토론의 장에서 자신의 견해를 드러내는 데 두려움을 가지게 되고 자유로운 표현행위가 상대적으로 억제된다. 따라서 대상 집단에 의해 발화되는 의견은 공론장에 모습을 드러내기 어렵거나 영향력을 발휘하기 힘들다.<sup>9)</sup> 한편 혐오표현의 발화자는 이러한 두려움 없이 공론장에서 편견에 기반한 적대적 표현을 반복함으로써 공론장에서 자신의 차별적이고 적대적인 견해를 관철시키고자 한다. 공론장 내에서 이들의 불균형은 때로는 다른 시민들에 의해 조정될 수도 있지만, 조정이 좌절된 불균형한 공론장에서 대상 집단의 차별을 정당화하는 합의로 귀결될 수도 있다. 혐오표현은 이와 같이 공론장 내에 편견을 확산시키고 정당화시키는 작용을 가지며 이것이 다른 시민들에 의해 억제되지 못하게 된다면 공론장 전체의 왜곡을 가져오게 된다. 그 결과 혐오표현을 통해 나타나는 일련의 주장이 의도하는 바대로 그 주장이 공적 토론에 중대한 영향을 미치게 되며, 민주주의가 갖추어야 하는 다원성과 숙의는 다수의 의견에 의해 단지 외형적으로만 실현된 것으로 보이고 그것이 고착화될 때 공론장은 스스로의 조정기능과 자정기능을 현저히 잃게 된다. 나아가 국가 정책 등에 반영되어 현실화된다면 이는 혐오표현이 담고 있는 대상 집단에 대한 차별과 박해에 대한 국가의 행위를 외형상 민주적으

---

<sup>9)</sup> 설사 대상 집단 구성원이 과거의 차별경험의 상기와 미래에 발생할 공격에 대비해야 할 두려움을 극복하고 발언을 한다고 하더라도 혐오표현이 만연함으로 인해 이미 대상 집단 구성원이 발화하는 것 자체가 가치가 떨어지는 상황이 만들어져 있으며 그 발언은 권위를 갖지 못하고 '마치 아무것도 말하지 않은 것'이 된다. Barendt, Eric. (2013. 11. 21). Hate Speech: Lecture Given At Hull, p.11; Fiss, Owen. (1998). *The Irony of Free Speech*. Harvard University Press, p.16.

로 정당화시키는 결과를 초래한다.

셋째, 대상 집단 구성원의 존엄성 침해와 공론장 왜곡으로 인한 사회전체에 미치는 해악은 궁극적으로 대상 집단에 대한 차별을 공고화함으로써 불평등한 사회를 지속시키는 효과로 귀결된다. 대상 집단 구성원의 인격을 저해하고 공포감을 심는 것으로 인해 대상 집단 구성원에게 자기부정과 자기비하가 내면화될 때 대상 집단 구성원들은 차별받는 상황을 납득하고 정당화하는 것으로 이어질 수 있다. 동시에 사회 전반에서의 대상 집단에 대한 부정적인 인식과 편견의 확산은 대상 집단 구성원이 차별의식에 노출된 일상생활을 영위하도록 만든다. 나아가 혐오표현으로 인한 공론장의 왜곡은 정책과 제도상의 불평등을 촉진하거나 혹은 불평등 방지 및 시정을 회피하게 만든다. 이와 같이 혐오표현의 해악의 효과로서 차별의 내면화, 일상의 차별 및 제도적 차별은 상호 연계되거나 결합되어 나타나며, 모든 층위에서 대상 집단에 대한 평등의 실현을 방해한다.<sup>10)</sup>

## 제2절 미디어 규제 환경의 변화

1990년대 이후 인터넷이 세계적으로 확산되면서 2018년 현재 전세계의 과반수에 달하는 40억 명 이상이 인터넷을 사용하고 있다.<sup>11)</sup> OECD 국가의 인터넷 이용률은 87.3%이며, 전 세계 기준 80%의 청소년(만15세-24세)이 인터넷을 이용하고 있다.<sup>12)</sup>

나아가 정보통신기술 발달이 가속화되면서 통신은 기존의 매체와 분리되는 것이 아니라 다양한 미디어와 융합되어 가고, 기존의 전통적인 신문과 방송 매체를 대체하거나 새로운 미디어로 변화하고 있다. 따라서 미디어별 규제체제의 차이 역시 변화를 요구하고 있으며 새로운 미디어 규제체제에 대한 논의가 활발히 진행 중에 있다.

10) 조소영 외 (2016). <혐오표현(hate speech) 규제개선방안 연구>. 방송통신심의위원회.

11) The World Bank homepage (URL: [https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?year\\_high\\_desc=false](https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?year_high_desc=false)), We are Social homepage(URL: <https://wearesocial.com/us/blog/2018/01/global-digital-report-2018>)

12) Internet World Stats(URL: <https://www.internetworldstats.com/stats16.htm>), ITU homepage (URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2017.pdf>)

예를 들어 인터넷동영상(Over-the-Top: OTT)서비스의 경우 2018년 기준으로 전세계에서 약 7억6,500만 명이 한 달에 한 번 이상 OTT서비스를 이용할 것으로 예측되어 전세계 인구의 10.2%에 이르며, OTT시장의 예상 성장률은 24%에 달하고 있다.<sup>13)</sup> 또한 영화, 드라마, 뉴스 등 콘텐츠의 종류를 막론하고 미디어 소비 플랫폼이 다양화되고 있으며, 방송 플랫폼의 경쟁이 로컬에 머물지 않고 글로벌화 되어 넷플릭스와 같은 OTT의 영향이 확대되고 있다.<sup>14)</sup>

넷플릭스와 유튜브와 같은 OTT를 통한 미디어 시장의 변화는 크게 3가지로 요약할 수 있다. 1) 미디어산업이 기존의 TV 스크린을 통한 실시간 방송 위주에서 인터넷 기반의 스트리밍 미디어 형태로 진화하고 있다는 것이다. 고객의 수요도 언제 어디서나 원하는 콘텐츠를 소비할 수 있는 스트리밍 서비스로 옮겨가는 양상이 뚜렷하다. 2) 이러한 스트리밍 서비스는 시공 제약이 없는 서비스 속성에 따라 미디어 사업의 글로벌화를 촉진하고 있다. 그 최전선에 유튜브와 넷플릭스가 자리 잡고 있다. 구글 플랫폼의 파워를 기반으로 입지를 구축해온 유튜브는 동영상 공유를 통한 새로운 개인 미디어 시장을 만들어냈고, 넷플릭스는 미디어 기술력과 콘텐츠 경쟁력을 바탕으로 전 세계 시장에 빠르게 침투하고 있다. 3) 글로벌 OTT에 대응한 기존 방송사업자들의 대응 노력이 적극적으로 전개되고 있다. 넷플릭스의 영향으로 코드커팅을 경험하고 콘텐츠 Time share 축소로 인한 광고수익의 축소를 우려하고 있는 북미의 거대 미디어 사업자들은 대형 M&A를 통해 상황의 반전 전략을 펴하고 있다. 최근 AT&T의 Time Warner 인수가 최종 허가되었고, 디즈니의 Fox사 엔터테인먼트 자산 인수도 마무리되는 형국이다.

더 나아가, 최근 5G네트워크 등 전송기술의 비약적인 발전으로 인해 ‘1인 미디어’<sup>15)</sup>가 활성화되어 인터넷을 통한 개인들의 콘텐츠 전송행위가 사회적 이슈가 되

13) “eMarketer Releases New Worldwide OTT Video Service Figures”(URL: <https://www.emarketer.com/content/emarketer-releases-new-worldwide-ott-figures>)

14) 글로벌 미디어 시장의 트렌드를 대표한다고 평가할 수 있는 넷플릭스는 그간 전파를 통해 제공되던 방송을 인터넷 기반의 스트리밍 미디어 소비 형태로 진화시켰고, 가입형 VOD(Subscribed VOD, 이하 ‘SVOD’)라는 블루오션 시장을 개척해 수익력을 높이고, 콘텐츠 투자를 통해 선순환하는 나름대로의 미디어 생태계를 구축해 가고 있다.

15) 1인 미디어 중 ‘인터넷을 통한 방송’을 하는 형태를 ‘인터넷 방송’이라 한다. 따라서 ‘인터넷 방송’은 개념상 ① 1인(또는 1개 집단) 미디어의 일종으로서, ② 인터넷을 통해 전송되며, ③ 기존 방송처럼 시청각서비스를 제공하며, ④ 당해 시청각서비스가 개인 간의 단순 커뮤니케이션 수단이 되기보다는 일정한 사회적 영향력을 가지는 경우라는 특징을 가진다. 인터넷 방송의 유형은 다양한 기준에 의해 분류가 가능한데, 콘텐츠의 제공방식을 기준으로 ① 실시간 방송형, ② VOD형, ③ 복합형 등 3가지의 유형으로만 구분한다.

고 있다. ‘1인 미디어’란 개인이 다양한 콘텐츠를 직접적으로 생산·유통·공유할 수 있도록 해주는 커뮤니케이션 플랫폼이다. 최근 1인 미디어는 인터넷 개인방송을 위주로 비약적인 발전을 거듭하고 있다. 구글사의 ‘유튜브’라든가 국내의 ‘아프리카 TV’가 대표적인 1인 미디어 플랫폼이다. 수년 전에는 상상할 수도 없었던 속도로 대량의 영상정보가 전송되고, 제작·편집·공유 기술의 발달과 일반화로 인해 인터넷 시청각 콘텐츠의 제작 및 송출이 용이해지면서 개인들에 의한 시청각 서비스 제공 행위가 매우 활발해졌다. 특히 스마트폰의 보급으로 인해 공급자는 실시간으로 현장감 있는 서비스를 제공할 수 있게 되었고, 수요자는 시·공간의 제약 없이 언제 어디서나 방송을 시청할 수 있는 환경이 제공되고 있다.<sup>16)</sup>

향후 차세대 통신망인 5G 통합망(Convergence Network)이 보편화되면 각 시청각 서비스들이 상호 유기적으로 작동하게 되어 다양한 멀티미디어 제공이 가능해지기 때문에 인터넷 방송이 더욱 활성화될 것이다. 인터넷 방송은 방송사업자가 향유하던 독점적 지위를 허물고 인터넷이라는 통합적인 정보망을 통해 개인 간의 물리적 격차를 해소하고 사회적 평등을 구현해 낼 수 있는 가능성을 열어 놓았다.

본래 인터넷은 ‘가장 참여적인 시장’인 동시에 ‘표현 촉진적인 매체’로서 표현의 쌍방향성 보장과, 낮은 진입장벽 및 그 이용에 적극성·계획성이 필요하다는 특징이 있다.<sup>17)</sup> 따라서 전통적으로 인터넷을 통한 표현의 자유는 언론의 자유라기보다는 개인의 표현의 자유의 영역으로 다루어져 왔다.

반면, 우리 헌법 제21조 제1항에 의하면 “언론·출판의 자유를 … 가진다.”라고 규정하여 언론·출판과 표현의 자유를 보장하고 있다. 언론을 통한 의사표현의 자유는 여전히 개인의 자기결정 및 인격발현을 위한 기본적 요소이자 동시에 자유민주적 국가질서를 구성하는 요소이다. 언론·출판의 자유 중 특히 방송의 자유는 개인의 방송의 자유보다는 시청자들의 권리가 더 강조되는 객관적인 성격의 봉사하는 자유(dienende Freiheit)라는 것이 일반적인 견해이다.<sup>18)</sup>

16) 국내의 대표 1인 미디어 플랫폼인 아프리카TV의 월 평균 방문자 수는 매해 약 100만 명씩 증가하여, 2016년에 이미 1,000만 명을 넘었다고 한다. 인터넷 방송의 실태와 문제점에 대한 상세한 사항은 한국소비자원 (2017). <신유형 1인 미디어 콘텐츠 소비실태조사> 참조.

17) 헌재결 2002.6.27. 99헌마480. (「전기통신사업법」 제53조 위헌확인); Vgl. BVerfGE 57, 295(320); 73, 118(152); 74, 297(323).

18) 언론출판과 방송의 자유 및 인터넷언론에 대해서는 성낙인 (2019). <헌법학>. 법문사, 1149-1193면; 허영 (2015). <한국헌법론>. 박영사, 577-599면; 전광석 (2016). <한국헌법론>. 집현재, 363-393면; 김영석 등 (2004). <인터넷언론과 법>. 한국언론재단; 성낙인 (1994). 한국언론법제의 특징과 문제점. <언론중재>, 50, 6-20면; 권영호(2002). 언론·출판의 자유에 관한 연

이렇게 현재까지 언론(특히 방송)의 자유와 인터넷상의 표현의 자유는 서로 규범적 성격이 상이한 기본권으로 여겨져 왔다. 그런데 인터넷 방송을 통해 음란성과 불법성이 짙은 시청각 서비스들이 다수 제공되기 시작하면서부터 인터넷 방송을 단순히 인터넷을 통한 개인의 표현의 자유의 대상으로 볼 수 없고, 방송과 유사한 서비스(소위 '유사방송서비스')로 보아 방송에 준하는 규제를 가해야 한다는 주장이 제기되고 있다.

이와 같이 새로운 미디어의 등장은 새로운 규제체계의 등장을 요구하고 있으며, 동일한 콘텐츠가 다양한 융합매체를 넘나들며 유통된다는 점에서 콘텐츠 자체의 불법성과 내용규제 여부를 판단하는 것만으로는 충분하지 않게 되었다.

예를 들어 전술한 인터넷 방송을 기존의 통신매체와 같이 규제할지, 방송매체와 같이 규제할지를 판단하기 위해서는 인터넷 방송의 개념 자체의 다양한 논의부터 살펴보아야 한다.

현재 '인터넷 방송'이라는 서비스들은 편성시간, 방송 프로그램의 양, 운영형태 면에서 매우 다양하다. '인터넷 방송'의 범위가 불분명하고 기술적 특성이 상이하야 명확히 정의하기가 어렵다. OECD에서는 인터넷 방송에 대해 'Webcasting' 또는 'Netcasting'이라 하면서 '인터넷을 통해 기존 미디어의 기능을 하는 모든 것을 포함하는 것'이라고 매우 폭 넓게 규정하고 있다.<sup>19)</sup> 한편, 국제웹캐스팅협회(International Webcasting Association, IWA)에서는 '인터넷 방송(Webcasting)'이란 '인터넷을 통해 시청자에게 디지털방송에 접속하도록 해주는 PC와 방송의 결합체'라고 정의하고 있다.<sup>20)</sup>

일반적으로 '인터넷 방송'이라고 불리는 인터넷상의 동영상 또는 음성·문자서비스는 2010년대 초반까지는 '웹캐스팅(Webcasting)'이라는 용어와 혼재되어 사용되었다. 이는 '인터넷 방송'은 기존 방송사업자가 행하는 동영상서비스를 의미하며, 방송사업자가 아닌 개인에 의한 인터넷을 통한 동영상서비스는 '방송'이라는 용어

---

구, <고시계>, 47(11), 39-52면; 권영호 (1997). 헌법 제21조 언론·출판의 자유의 해석에 관한 연구. <법과 정책>, 3, 209-223면; 양건 (1989). 방송에서의 표현의 자유와 공적 규제: 헌법론적 소고. <방송연구>, 28, 34-49면; 양건 (1995). 표현의 자유에 관한 법과 현실의 변화. <법학논총>, 12, 211-230면 등을 참조.

<sup>19)</sup> OECD (1997). *Webcasting and Vonvergence: Policy Implications*. OECD/GD(97)221; Onay, I. (2009). Regulating webcasting: An analysis of the Audiovisual Media Services Directive and the current broadcasting law in the UK. *Computer Law & Security Review*, 25(4), p.335-351.

<sup>20)</sup> URL: <http://www.webcasters.org>.

를 사용함으로써 발생할 수 있는 문제점을 회피하기 위한 목적 하에 의도적으로 ‘웹캐스팅’이라는 전문적인 개념을 사용했던 것으로 보인다.

규범적으로는 ‘인터넷 방송’을 ‘인터넷을 통한 방송행위’라고 풀이한다면 ‘인터넷을 통한 방송행위’에는 ① 기존 방송사업자의 시청각서비스제공행위<sup>21)</sup>와 ② 기존 방송사업자가 아닌 자에 의한 시청각서비스제공행위로 구분할 수 있다.

현행 「방송법」상 심의의 대상은 전자인 기존 방송사업자에 의한 시청각서비스제공행위에 한정된다. 후자에 해당하는 기존 방송사업자가 아닌 자에 의한 시청각서비스제공행위는 개인의 표현의 자유의 영역에 속하므로 일반적인 통신과 표현의 자유의 원리에 의해 규율된다. 국내에서는 2015년 방송통신심의위원회가 ‘자율규제 가이드라인’을 정비하여 사업자들에게 인터넷 방송에 대한 모니터링 협조를 요청하였으며<sup>22)</sup>, 2018년부터는 인터넷 개인방송에 대한 집중 모니터링 실시하고 시정요구역시 증가하고 있는 상황이다.<sup>23)</sup> 따라서 방송사업자가 아닌 자(특히 개인)에 의한 ‘인터넷을 통한 시청각서비스 제공행위’를 ‘방송’이라고 명명할 경우에는 자칫 기존의 방송개념과 비교하여 혼란을 야기할 수도 있다.<sup>24)</sup> 어떤 용어를 사용하든지 ‘기존방송사업자가 아닌 자에 의한 인터넷을 통한 시청각서비스 제공’ 분야는 현재 규제의 공백으로 인해 사회적 문제가 되고 있으며,<sup>25)</sup> 현재의 미디어 규제 체제는 전반적으로 과도기적인 단계에 있다고 할 것이다.

이상의 점을 감안하여, 본 보고서는 해외 미디어규제 법제 연구자료로서 앞으로의 논의자료로 활용하기 위하여 온라인과 오프라인을 막론하고 표현내용, 즉 콘텐츠으로써 규제대상이 되는 혐오표현 법제를 정리하고 특히 온라인 혐오표현 대응을 목적으로 한 규제 사례를 정리하고자 한다.

21) 동영상·음성을 기존 방송사업자가 인터넷을 통해 방영하는 행위의 유형은 ① 기존의 방송사나 언론사의 인터넷상 웹사이트에서 음성 또는 동영상 형태의 서비스를 제공하는 형태, ③ 기존의 방송사업자가 기존의 방송에 디지털 정보를 추가하여 인터캐스트 서비스를 추가하여 다양한 서비스를 제공하는 경우 등이 있을 수 있다. 후자의 예로는 방송사업자들이 이미 방영한 콘텐츠를 들을 실시간 방송 또는 VOD의 형태로 각색하거나 원형 그대로 방영하는 경우이다.

22) 박미숙·추지현 외 (2017). <혐오표현의 실태와 대응방안>. 한국형사정책연구원, 239면.

23) 2017년 인터넷 개인방송 관련 불법 유해 정보에 대한 시정요구가 26건인데 비해 2018년은 84건으로 3배 이상 증가하였다. 방송통신심의위원회 (2019). <2018 방송통신심의 연감>. 130면.

24) 이러한 이유로 국내의 일부 저서·보고서에서는 ‘1인 미디어콘텐츠 소비’ 등의 용어를 사용하고 있다.

25) 최진웅 (2016). 인터넷 개인방송의 문제점과 개선방안. <이슈와 논점>, 1187면.