2015
연구보고서-2
ISSUE PAPER

온라인 성차별성 해소를 위한 정책 제언

수행과제명 • 온라인 성차별성 모니터링 및 모니터링 도구개발 연구
과제책임자 • 이수연 선임연구위원

한국여성정책연구원
Korean Women's Development Institute

온라인 성차별성 해소를 위한 정책 제언*

수행과제명 온라인 성차별성 모니터링 및 모니터링 도구개발 연구
과제책임자 이수연 선임연구위원
☞ Tel: 02-3156-7153
☞ e-mail: lsy4026@kwdimail.re.kr

요 약

온라인 공간(뉴스 사이트, 커뮤니티/카페, 인터넷 방송)의 성차별성 현황을 제시하고 이를 해소하기 위한 온라인 언론, 포털 사이트의 자율규제 방안, 온라인 광고 자율심의와 온라인 심의에서 성차별성 조항 포함 방안, 성차별성 표현 금지법 제정, 그리고 시민사회의 역할 등에 대해 논의함.

* 이 이슈페이퍼는 다음과 같이 인용해 주십시오.
이수연·정수연·김수아·나운주(2015). 온라인 성차별성 해소를 위한 정책 제언. 서울: 한국여성정책연구원.

1 배경 및 문제점

▣ 온라인 성차별성

- 오늘날 온라인 공간은 여성을 비하하거나 혐오하는 발언들이 난무하는 성차별적 공간으로 알려지고 있음
- 온라인 전체적으로 볼 때 성차별성은 그다지 높지 않을 수 있으나 사이트별, 그리고 사이트 안에서도 어떤 서비스를 이용하느냐에 따라 성차별성의 편차가 큼. 특히 포털 사이트의 뉴스 댓글, 커뮤니티/카페의 게시글과 댓글, 그리고 인터넷 방송의 채팅 등에서 성차별적 발언과 영상을 볼 수 있음
- 온라인 공간에서 볼 수 있는 성차별적 발언들은 성역할 고정관념과 상대 성에 대한 부정적 태도에 근거한 것으로 여성들에게 심리적으로 손상을 입히고 이들이 온라인에 자유롭게 참여하는 것을 막을 뿐 아니라 온라인을 일상적으로 사용하는 청소년들이 부적절한 성별 의식을 형성하게 하여 문제가 됨

2 조사 및 분석결과

▣ 뉴스 사이트 성차별성

- 뉴스사이트의 성차별성을 확인하기 위하여 포털사이트에 의해 제공되는 온라인뉴스를 대상으로 모니터링을 수행하였음
  - 네이버, 네이트, 다음의 3개 포털사이트가 제공하는 정치, 사회, 연예, 스포츠 4개 영역의 총 720개의 뉴스기사를 중심으로 하여 기사내용, 기사영상, 기사에 달린 댓글, 기사가 게재된 포털사이트 페이지의 영상, 해당기사를 제작한 출처언론사 페이지의 영상을 모니터하였음
- 뉴스 기사 내용의 성차별성

- 뉴스기사 내용의 성차별성은 3.5%로 모니터링한 720건의 기사 중 25건이 성차별적 내용이었으며, 댓글의 경우 전체 87,003건 중 2,264개(2.6%)의 댓글이 성차별적 내용을 포함하고 있었다. 성차별성의 유형은 25건 중 24건이 의견/주장이었다. 뉴스기사와 댓글 모두 네이트가 가장 성차별성이 높은 것으로 나타났으며, 영역별로는 연예기사인 경우가 성차별성이 높은 것으로 확인되었음

● 댓글의 성차별성

- 댓글은 의견/주장과 비하/비난이 각각 42.6%(964건), 913건(40.3%)으로 비슷한 수준이었다. 한편, 포털사이트가 정책적으로 개인정보 유출, 특정 집단에 대한 욕설 등을 내용으로 하는 댓글을 차단하고 있음에도 불구하고 전체 성차별적 댓글 중 17.1%(387건)가 혐오/폭력 유형인 것으로 나타났다. 이러한 댓글들이 순환적으로 포털사이트 공간을 성차별적 공간으로 계속적으로 재생산하고 있다는 점, 그리고 이러한 과정이 진행되는 공간이 여성혐오적으로 알려진 특정사이트의 공간이 아닌, 청소년을 비롯한 일반 대중 모두에게 여과 없이 공개되고 있는 포털사이트라는 점 등을 고려할 때 성차별적 댓글의 문제가 심각하다고 할 수 있다.

● 뉴스사이트 영상의 성차별성

- 포털에서의 성차별적 영상은 뉴스 기사 영상과 이 기사가 실린 포털사이트 페이지의 영상, 두 부분을 중심으로 살펴보았는데, 뉴스영상의 경우 720건 중 16건(2.2%)이 성차별적인 영상으로, 포털별로는 다음이 4.6%(11건)로 성차별적 영상이 가장 많은 것으로 나타났으며, 영역별로는 연예기사 6.7%(12건)로 영상의 성차별성이 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 성차별적 뉴스영상의 상당수는 여성을 대상화하는 노출 형태의 영상이었음
- 포털페이지의 영상의 경우 720건의 뉴스페이지 중 27.6%인 199건의 뉴스페이지에서 성차별적 영상이 있었으며 포털별로 큰 차이가 있는 것으로 나타났는데, 네이트가 전체 페이지 중 67.5%가 1개 이상 성차별적 영상이 존재하는 것으로 확인되어 성차별성이

가장 높은 것으로 나타났다. 성차별적 페이지 당 평균 영상수는 2.6개였으며, 이 역시 네이트가 2.8개로 페이지 당 성차별적 영상수가 가장 많았다. 영상의 유형은 여성을 대상화하는 노출 영상이 역시 압도적으로 많았음

- 모니터링한 720개의 출처언론사 페이지 중 성차별적 영상이 하나라도 발견된 페이지는 총 505건(70.1%)이었다. 이는 포털페이지의 결과(199건, 27.6%)과는 확연한 차이로 포털페이지에 비해 출처언론사 페이지에서 더 많은 성차별적 영상을 경험함을 의미한다. 유형별로 살펴보면, 여성을 대상으로 하는 노출 영상이 505건 중 443건(87.7%)으로 가장 많은 점은 포털페이지의 결과와 유사하지만, 여성을 대상으로 하는 신체분절화와 성적도구화 영상도 각각 255건(50.5%), 182건(36.3%)으로 적지 않은 수가 확인된 점은 포털페이지의 결과와 비교할 만한 지점이라고 할 수 있다. 평균 영상수의 경우, 여성을 대상화 하는 영상이 평균 7.6개로 남성을 대상화하는 영상의 평균수 0.2개와 비교하였을 때 큰 격차가 확인되었음
- 뉴스사이트에서 주목할 만한 것은 기사내용의 성차별성(3.5%)이 댓글의 성차별성(2.6%)보다 높다는 것이다. 뉴스기사의 경우 출처언론사가 제작해서 공급하지만, 그럼에도 불구하고 포털사이트의 편집권이 작용하는 부분으로 이는 포털사들의 명백한 책임 영역이라고 할 수 있다. 실제로 모니터링을 통해 확인된 25건의 성차별적 기사의 14건과 10건이 네이트와 다음인 반면, 네이버인 경우는 1건으로 확인되어 포털별 차이가 확인되었다. 이것은 역으로 성차별적 온라인 공간을 변화시키기 위한 포털사이트의 의지가 있다면 변화가 가능한 부분이라고 해석할 수 있음
- 또한 기사뿐만 아니라 댓글이나 영상의 관리 차원에서도 포털의 의지가 확인된다. 즉, 포털별로 기사, 댓글, 영상의 성차별성의 편차가 큰데 예를 들어 네이트는 모든 영역에서 성차별성이 상대적으로 높았으며 특히 성차별적 영상이 있는 페이지의 비율에 있어

서는 제일 낮은 네이버에 비해 168배, 성차별적 영상의 수에 있어서는 그 포털에 비해 162배의 차이를 보여 성차별성에 대한 민감도가 낮음을 확인할 수 있음

▣ 커뮤니티/카페의 성차별성

● 개요

- 모니터링할 온라인 커뮤니티와 카페는 일평균 조회수가 많은 사이트를 선택하였다. 여성지배적 사이트와 남성지배적 사이트, 그리고 중성적인 사이트로 나누어서 중성적인 사이트 2곳, 여성지배적 사이트 4곳, 남성지배적 사이트 4곳으로 정하였음

〈표 1〉 모니터링 대상 커뮤니티·카페 선정

남성 지배적		여성 지배적		중립적
커뮤니티	카페	커뮤니티	카페	
일간베스트 엠엘비파크	아이러브싸커 디젤매니아	82쿡 베스티즈	쭉방카페 레몬테라스	다음아고라 네이트판

- 커뮤니티와 카페의 성차별성은 게시글과 댓글의 성차별성으로 판단하였다. 모니터링한 게시글은 모두 624개이고 이 중 성차별적인 게시글은 71개로 전체 게시글의 11.3%에 달했다. 이 게시글에 달린 댓글의 전체 개수는 78,899개인데 이 중 모니터링한 댓글 개수는 43,990개이고 댓글의 수가 가장 작은 것은 3개, 가장 많은 것은 1,759개이고 평균 댓글 수는 126.4개였다. 이 중 성차별적인 댓글은 모두 1,222개로 모니터한 댓글의 2.8%이었음

● 게시글과 댓글의 성차별성

- 게시글 중 성차별적 글의 비율은 11.3%, 댓글 중의 성차별적 글의 비율은 2.8%로 댓글보다 게시글의 성차별성 비율이 높았다. 이는 게시글은 댓글이 많은 순으로 선정한 반면 댓글은 그 게시글에

달린 200개까지를 모두 선정한 표집방법의 차이에서 기인한 것으로 추정할 수 있다. 즉, 게시글은 많이 읽힌 순으로 선택이 되었고 성차별적 발언은 대중의 관심을 끌 수 있는 주제 중에 하나였다는 것이다. 반면에 댓글은 한 게시글 당 200개까지 선정하였기 때문에 댓글들 사이의 다양성이 크고 특히 게시글 자체가 성별 이슈를 다루지 않을 경우 특별히 성차별적 발언이 나올 확률이 낮음

- 게시글과 댓글의 성차별성 유형은 보면 게시글은 의견/주장이 43건으로 60.6%, 비난/비하가 22건으로 31%, 혐오/폭력이 6건으로 8.5%이고 댓글은 의견/주장이 43건으로 66%, 비난/비하가 22건으로 17.4%, 혐오/폭력이 6건, 16.6%로 게시글에 비해 댓글의 혐오/폭력 유형 비율이 두 배 정도 높았고 비난/비하는 두 배 정도 낮았다. 이처럼 댓글이 게시글보다 혐오/폭력적 표현의 비율이 높은 것은 댓글은 길이가 더 짧고 이성에 호소하기보다는 즉흥적이며 감정적인 표현이 많기 때문이라고 할 수 있다. 이 댓글들은 합리적인 이유에 근거했다기보다는 무조건적인 부정적 태도나 혐오감들을 표현하고 있는 경우가 많음
- 출현빈도에 있어서 게시글에서 댓글에서보다 많은 성차별적 발언을 발견할 수 있다. 게시글에서는 모니터링한 게시글 중 10분의 1이 넘는 게시글이 성차별적으로 밝혀져 우려를 낳는다. 또 이 성차별성의 82%가 여성을 대상으로 하는 것이다. 특히 이 성차별성이 '여성은 성적 대상이다'이라는 고정관념이나 '여성에 대한 적대감'에 근거한 비율이 가장 높았음
- 댓글은 게시글에 비해 성차별성의 비율이 2.7%로 낮았다. 하지만 게시글의 성차별성에 따라 편차가 큰데 성차별적 게시글에 달린 댓글에서는 7.9%의 댓글을 발견할 수 있었다. 댓글에서도 역시 여성에 대한 차별 발언의 비율이 역시 높았는데 성차별성의 유형에 따라서 혐오/폭력 표현에서는 여성에 대한 차별이 84.9%, 비난/비하에서는 69.4%, 그리고 의견/주장에서는 71.9%이었다. 혐오/폭력에서 나타나는 고정관념 중 가장 많은 것이 '여성 혹은 특정

여성집단에 대한 적대감(53.4%)' 다음이 '여성운동, 여성가족부, 여성단체 등에 대한 무차별적 비난(10.3%)'인 것도 우려할 만한 사실이다. 비하/비난에서도 '여성 혹은 특정 여성집단에 대한 적대감'이 가장 많았으며 다음으로 '여성에게는 외모가 중요하다' 이었다. 여기서 보면 커뮤니티와 카페에서 나타나는 성차별성은 대체로 여성에게 향해 있고 '여성은 성적 대상' 같은 극단적인, 혹은 '여성에게는 외모가 중요하다'는 외모지상주의적 고정관념에 근거하거나 더 나아가 여성에 대한 무조건적 적대감에 근거함을 알 수 있다.

- 또한 사이트별 편차가 큰 것으로 나타났다. 대부분의 커뮤니티나 카페에서는 성차별성 발언이 간간히 나타나는 정도였지만 모니터링한 10개 사이트 중 5개에서는 게시글 당 평균 두 개 이상의 성차별적 발언이 나타났고 가장 성차별성이 심한 두 사이트에서는 평균 세 개 이상, 그리고 최대 성차별적 댓글 수가 각각 60개와 71개로 나타났다. 예상과는 달리 남성 지배적 사이트보다 중립적인 사이트의 성차별성이 더 높았으나 이는 통계적으로 유의미하지는 않았고 남성지배적 사이트 한 군데와 중립적 사이트 한 군데의 성차별성이 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 남녀가 같이 모이는 곳에서 성별 이슈를 논하다보면 성차별성이 높아질 수 있음을 보여주는데 그럼에도 특별히 성차별적으로 알려진 남성지배사이트의 성차별성은 예상과 같이 높았음

▣ 아프리카TV의 성차별성

개요

- 아프리카TV의 성차별성을 확인하기 위하여 147명의 BJ의 총 149건의 방송을 대상으로 모니터링을 수행하였다. BJ의 성별로 보면 여성 BJ의 방송 72건 (48%), 남성 BJ의 방송이 77건 (52%) 이었으며 방송 주제별로는 게임 (13.4%), 음식 및 먹방 (16.1%), 개인 일상 (50.3%), 음악 (10.1%), 기타 (10.1%)이었다. 각 방송의 10분간 중

나타나는 실시간 채팅 내용들을 대상으로 모니터 하였다. 방송의 내용은 모니터링 대상에서 배제하고 실시간 채팅 내용을 중심으로 살펴보았음

- '성차별적 방송' 이란 10분간의 방송 분량 중 1회 이상의 성차별적 발언이 나타났음을 의미한다. 우선, 아프리카 TV의 성차별적 방송은 전체 149건의 방송 중 85건 (57%)으로 나타났으며, 그 중 여성 BJ의 방송 건수는 53건, 남성 BJ의 방송은 32건으로 확인되었다. 이는 BJ 성별로 살펴봤을 때 성차별적 발언이 남성 BJ보다 여성 BJ의 방송에서 상대적으로 더 많이 나타나고 있는 것으로 볼 수 있음
- 성차별적 방송의 비율을 방송 주제별로도 나누어 볼 수 있는데, 특히 개인 일상 및 잡담을 주제의 방송이 57건으로 전체 중 67.1%에 해당하는 지배적인 수치임을 알 수 있었다. 이 외에 성차별적 방송에 포함된 주제별 분포는 음식 및 먹방을 주제로 하는 방송 (20%), 게임 (4.7%), 기타 항목으로 분류된 방송 (4.7%), 음악 (3.5%) 순으로 나타났다. 따라서, 개인 일상을 소재로 하는 방송에서 성차별적 발언이 높았음을 알 수 있는데, 이때 여성 BJ의 방송 비율이 75% (43건) 으로 지배적인 수치를 나타냈음
- 성차별적 방송의 평균 성차별적 발언 수도 살펴보았는데, 총 85건의 방송의 성차별적 발언은 전부 715건이었으며 이 때 가장 많이 보인 횟수는 63회 (10분당) , 가장 적은 횟수는 1회 (10분당)였고 평균 발언수는 8.4회로 확인되었다. BJ 성별에 따른 성차별적 발언 수에도 격차가 보였는데, 여성 BJ의 방송에서 9.8회가 나타났던 반면 남성 BJ의 방송에서는 6.1회였음
- 주제별로 성차별적 발언수는 개인 일상을 주제로 한 방송에서 평균 8.0회로 나타나 가장 높은 수치를 보였다. 이와 비교하여 타 주제에서는 다소 낮은 결과를 보였는데, 음식 방송에서는 평균 3.3개, 기타로 분류된 방송에서는 2.7개 음악 주제는 평균 0.7개, 게임 방송에서는 0.4개로 나타났음

- 성차별적 발언들의 유형은 의견/주장의 형태가 전체의 69%로 가장 많았으며, 비하/비난이 28%, 혐오/폭력은 4%로 나타났다. 세 유형의 발언들 속 차별 대상을 살펴봤는데, 그 결과 여성을 대상으로 한 표현이 지배적이었다. 고정관념 중에서는 '여성에게는 외모가 중요하다'가 307건 (42.9%)로 가장 높았으며 그 다음으로는 '여성은 성적대상이다.' 18.6%, '여성은 외모가꾸기/성형에 몰두한다' 6.6% 순으로 나타났음
- 남성을 차별대상으로 하는 고정관념의 경우, '남성에게도 외모가 중요하다'가 79건으로 (11.0%) 가장 높게 나타났으며, '남성은 성적대상이다'가 25건 (3.5%) 으로 뒤를 이었다. 반면, 여성을 차별 대상으로 할 때와는 대조적으로 남성의 역할 및 속성에 대한 언급은 낮은 것으로 보임
- 성차별 발언의 강도와 해당 방송 내용과의 관련성은 어느 정도 되는지를 살펴봤는데, 이 경우 총 63건의 표현이 1회 이상 반복된 것으로 나타났다. 그 중 '2회 반복'이 30건으로 전체 중 47.6%를 차지했으며 그 다음은 '1회 반복'은 24건 (38.1%) 로 뒤를 이었다. 동일 표현을 가장 많이 반복한 횟수로는 9회였으며, 이에 해당되는 표현은 '괴물'로 여성 BJ의 방송에서 발견되었음
- 성차별적 발언의 방송 내용과의 관련성을 분석한 결과, 전체 715건의 발언 중 204건 (28.5%)이 해당 방송 내용과는 무관한 내용으로 확인되었다. 이 중 여성 BJ의 방송인 비율이 66.7%, 남성 BJ의 방송인 경우가 33.3%로 나타났다. 또한 대부분의 방송과 무관한 성차별적 발언의 내용이 '여성 전체 혹은 특정 여성 집단에 대한 적대감'으로 확인되었는데, 전체 중 53.4%의 비율을 보였다. 반면, 남성을 차별 대상으로 한 경우는 '남성의 성격, 행동에 대한 고정관념'에 대한 내용이 전체 중 12.3%를 차지하며 가장 높은 비중을 차지했음

● 아프리카 TV 성차별성의 특성

- 첫째는 성차별 발언 내용의 차별 대상의 경우 남녀 모두 '외모가 중요하다'라는 고정관념에 기반한 비중이 가장 컸다는 것이다.

뉴스와 커뮤니티의 매체와는 달리 발언 시 그 대상에게 직접적으로 전달 가능하다는 1인 미디어의 특성상 해당 방송의 BJ를 겨냥한 차별적 발언이 대부분이었다. 여기서 남성의 외모를 내용으로 한 차별적 발언들도 눈에 띄었는데, 여성을 대상으로 한 경우와 마찬가지로 의견/주장의 형태가 지배적이었다. 이것은 개인 방송의 실시간 채팅이 해당 BJ의 외모를 주관적으로 평가하고, 더 나아가 구체적인 외모에 대해 논하기도 하는 것으로 보인다. 특히 아프리카티비 만의 특성으로 여성의 가슴에 대한 언급이 대단히 많았는데 앞의 사례에서 보는 것처럼 가슴이 크다, 작다, 수술했다 등 노골적으로 여성을 신체를 대상화하는 성차별성을 보이고 있다. 여기서 그치는 것이 아니라, 특정인의 외모에 대해 직접적으로 비하 및 비난을 하기도 하며 이 때 나타나는 내용은 당사자가 느꼈을 때 심한 모멸감을 느낄만한 폭력적 형태의 발언으로 보이기도 하였다. 또한 여성 BJ의 방송안에서 나타나는 여성의 외모에 대한 고정관념에 기반한 차별적 언급만이 아닌 남성 BJ의 외모를 대상으로 한 발언들도 주목해야 할 것임

- 해당 성차별적 발언이 방송 내용과의 관련이 없을 경우 더욱 합리적인 근거 없이 나타나는 성적인 내용이 대다수였다는 것이다. 그 언급의 대상은 여성 BJ가 압도적이고 조금 더 자세히 살펴보자면, 특히 성적 함의 또는 성희롱적 의도가 보이는 발언들을 확인할 수 있었는데 이와 같이 방송 내용과는 무관하게 나타나고 있는 무분별한 성희롱적 언급에 대한 규제장치가 시급할 것으로 보임
- 동일한 표현을 반복하는 것 또한 좀 더 강한 의도를 지닌 폭력적 형태의 성차별적 발언이라 간주 되었다. '1회 이상' 반복 된 표현 중 대부분이 여성 BJ의 방송에서 나타나고 있었다. 여기에 포함된 사례에는 "진짜 이쁘다" , "진짜 귀엽다" 등의 단순한 의견/주장 형태의 내용들도 포함되어 있으나, 8회 및 9회 이상의 횟수를 비정상적으로 반복하는 경우 "괴물," "꽃뱀년"처럼 개인에 대한 모욕감을 줄 수 있는 언급들이었음

3 정책제언

제안 1) 온라인 언론의 책임성 강화

- 온라인 언론사는 현재 신고에 의해 설립할 수 있기 때문에 규모가 영세한 경우도 많고 언론으로서의 도덕성이나 책무성을 갖추지 못한 경우도 많다. 무엇보다 온라인의 불안정한 수익구조 때문에 도덕성을 희생하는 경향도 있다. 문제는 오프라인 신문사가 온라인 신문을 경영할 경우도 오프라인과는 다른 도덕적 기준을 적용한다는 것이다. 이때문에 오프라인 신문사의 자매언론인 온라인 신문들의 성차별성이 높은 것을 볼 수 있다. 따라서 무엇보다 온라인 언론사 자체의 책임성을 강화하고 스스로 성차별성을 해소하려는 노력이 필요하다. 모니터링한 77개의 언론사 중 21개의 언론사 페이지에서는 아무런 성차별적 영상이 발견되지 않았다는 사실에서도 온라인 언론사의 태도에 따른 차이를 볼 수 있음
- 온라인 언론사들의 개별적인 책무성 강화와 함께 온라인 언론단체의 책무성 강화도 중요하다. 현재 36개의 회원사를 가지고 있는 한국인터넷신문협회는 온라인 언론의 자율규제를 담당하고 있는데 성차별성 관련 자율규제 방안을 마련하는 것이 요구됨

제안 2) 포털사이트 및 한국인터넷자율정책기구(KISO)의 역할 강화

- 온라인의 성차별성 해소를 위해 포털사이트의 역할은 아무리 강조해도 지나치지 않다. 포털사이트가 콘텐츠를 제작하지 않고 다른 언론사의 콘텐츠 혹은 광고대행사의 광고를 배치하는 것 뿐이라는 사실이 포털운영자에게 완전한 면죄부를 줄 수는 없다. 이번 모니터링에서 성차별성인 포털과 그렇지 않은 포털로 나뉘었다는 사실이 이를 증명한다. 성차별성이 낮게 나타난 포털은 자체적으로

이를 위한 정책을 실시하고 있다(정민하, 2014). 따라서 성차별성이 높게 나타난 포털사는 하루 빨리 성차별 해소 정책을 마련하여 북상의 여성혐오 발언과 이미지 게시에 대한 항의에 수긍하여 여성혐오발언 근절을 자체 정책으로 채택한 바 있다(Doug, G., 2013, 이수연 등, 2014, 53에서 재인용). 또한 트위터 영국 지사장도 여성들의 트위터 상의 여성혐오발언을 문제삼는 여론에 공개사과를 하였고 이에 대한 신고기능을 시행할 것을 약속하였다(Townsend와 Moon, 2013, ibid, 53에서 재인용).

- 이는 키소 차원에서 이루어질 때 상생적인 효과를 가질 수 있을 것이다. 키소는 2008년 “포털 자율규제협의회”로 출발하여 현재 주요 포털과 UGC(user generated contents) 회원[1], 아프리카 티비 등 11개 회원사가 있다. 키소의 주요기능은 “정책결정/심의결정을 통한 회원사게시물 자율규제지원”으로서 “회원사등으로부터 요청받은 인터넷 게시물 처리정책에 관한 사항”을 공동으로 논의하고 있다(http://www.kiso.or.kr/기구소개/기구정보). 따라서 금칙어 명단[2]에 성차별적 단어를 보완하거나 공동으로 성차별성을 모니터링을 주기적으로 실시함으로써 포털사이트 정화에 기여할 것이다. 또 개인 인터넷 방송인 아프리카 티비도 회원으로 가입하고 있어 이 플랫폼의 성차별성 해소에도 큰 도움이 될 것이다. 키소의 정책으로서 성차별성 금지를 채택하는 것은 키소의 정책방향을 국제적인 조류에 맞게 정립하는 것이다.

  이 외에 키소 산하 조직으로서 온라인광고심의위원회를 두고 있어 온라인 광고 자문 및 심의를 하고 있는 것으로 되어있다. 하지만 성차별성에 대해서는 특별한 제재를 가하고 있지 않아 이를 구체화

1) 회원들이 나누는 정보가 중요 콘텐츠인 정보공유 커뮤니티를 말함. 뽐뿌, 오늘의유머, SLR 클럽, 클리앙 등이 있다.

2) 본 모니터링을 통해 파악한 추가해야 할 금칙어는 오크녀, 인조인간, +아#몰랑, +된장녀, 꽃뱀, 성괴, +년,닭,+폐#년,녀,페미, +(시)충, 낙태, 보지, 보지년, 미친년, +김치#녀, 씨#발#년, +한국#여자, +아#몰랑, +노#답, +된장녀, 씹 등이 있다.

할 필요가 있음

제안 3) 온라인 광고 자율심의 성차별성 조항 포함 및 구체화

- 현재 온라인 광고 심의를 자율심의하고 있는 한국인터넷광고심의기구인 한국온라인광고협회의 심의규정은 '성차별성'에 관한 조항을 포함하고 있지 않아 성차별성의 개념을 구체화하는 조항을 마련하고 또 이 조항이 잘 적용될 수 있도록 여성가족부 차원에서 협의가 필요할 것임다. 유사한 항목으로 인터넷광고심의규정(한국온라인광고협회, http://onlinead.or.kr/?p=1133) 제6조는 '인간의 생명, 존엄성 및 문화의 존중 등'에 관한 사항에서"10. 특정 성을 비하하거나 성적 수치심을 느끼게 하는 표현"을 하지 말 것을 명시하고 있지만 이를 성차별성에 대한 금지로 해석하기는 힘들어 명확한 성차별성 금지의 조항이 필요하다. 또한 제18조 ⑥항 청소년에게 배포 금지되는 인터넷 광고에 '성차별성'인 광고를 포함하여야 한다.

  또 업계마다 온라인 광고를 포함한 모든 광고에 대한 업계의 광고 기준을 정하고 있다. 이는 대체로 앞의 인터넷광고심의규정에 준하고 있는데 온라인 광고에 높은 비중을 차지하는 업계의 광고에는 특별히 성차별성이나 여성대상화를 금지하는 항목을 추가할 필요가 있다. 예를 들어 온라인에서 성형 관련 광고의 비중이 높은 것을 고려해 의료광고의 기준을 보완할 필요가 있다. 현재 대한의사협회 의료광고심의위원회 심의기준(대한의사협회, 2014, http://www.admedical.org/_front_/index.php)에는 '소비자 현혹 및 오인'을 금하는 조항이 있는데 여기에 '외모지상주의를 부추키는 광고, 여성의 몸을 대상화하는 광고'에 대한 금지조항을 포함할 필요가 있음.

제안 4) 온라인 심의에서 성차별성 기준 포함

- 현재 온라인 심의는 방송통신심의위원회에서 관장하고 있다. 이 기관은 관련법규[3]에 의해 “유·무선 인터넷, 포털, UCC, 화상채팅, 모발일, 웹하드, P2P 등 정보통신망를 통하여 일반에게 공개되어 유통되는 정보 중 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 및 동법 시행령」이 정하는 정보”에 대하여 사후 심의를 하고 있다(방송통신심의위원회, 2014, 7). 이는 앞의 법 제44조 7항에서 정하는 음란, 명예훼손, 사이버스토킹, 해킹/바이러스 유포, 청소년 유해매체물 표시의무 위반, 도박 등 사행행위, 국가기밀 누설, 국가보안법 위반, 범죄 관련 정보에 해당하는 것이다(ibid., 8). 그런데 이 조항에는 성차별성 금지 항목이 없다. 만약 성차별성이 너무 모호하다면 성폭력이나 혐오의 표현에 대한 금지가 필요할 것임
- 또 이 규정에서 언급하고 있는 청소년 유해매체물의 정의에도 성차별성을 포함시킬 필요가 있다. 청소년유해매체물은 “「청소년보호법」 제7조 및 11조에 의하여 청소년보호위원회가 청소년에게 유해한 것으로 결정·확인하거나 방송통신심의위원회 등 각 심의기관이 청소년에게 유해한 것으로 심의·확인하여 고시한 매체물(ibid., 8)”로서 아래와 같은 사항을 금지하고 있음
- 청소년에게 성적인 욕구를 자극하는 선정적인 것이거나 음란한 것
- 청소년에게 포악성이나 범죄의 충동을 일으킬 수 있는 것
- 성폭력을 포함한 각종 형태의 폭력행위와 약물의 남용을 자극하거나 미화하는 것
- 도박과 사행심을 조장하는 등 청소년의 건전한 생활을 현저히 해칠

3) 방송통신위원회 설치 및 운영에 관한 법률, 방송통신위원히 설치 및 운영에 관한 법률 시행령, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령, 정보통신에 관한 심의규정, 방송법, 방송심의에 관한 규정, 공직선거법, 청소년보호법 등(국가법령정보센터 사이트)

우려가 있는 것
- 청소년의 건전한 인격과 시민의식의 형성을 저해하는 반사회적·비윤리적인 것
- 그밖에 청소년의 정신적·신체적 건강에 명백히 해를 끼칠 우려가 있는 것(청소년 보호법 제9조, 국가법령정보센터 사이트)
  여기에 “성차별에 근거한 비하, 폭력적 표현”을 추가할 것을 고려해 볼 필요가 있을 것임

제안 5) 성차별조항 추가한 혐오표현금지법 제정

현재 온라인에서 발견되는 비하와 혐오 표현의 수위는 사회의 건전성을 위협할 정도로 심각해졌다. 그런데도 현재로서는 온라인 상의 발언을 언론의 자유의 보호를 받아야 할 대상으로 간주하고 있어 발언자를 통제할 방법이 없다. 따라서 상대의 성별에 근거한 혐오발언을 금지하는 법을 제정할 필요가 있다. 전술했듯이 이미 발의된 “혐오금지법”을 발전시킬 수도 있는데 이 때 ‘성차별’을 혐오의 근거로 포함시켜야 할 것임

제안 6) 온라인 성차별성에 대한 사회적 감시 및 의제화

- 성차별성 특히 성별에 근거한 비하와 혐오발언은 온라인을 이용하는 청소년들이 성에 대한 왜곡된 이미지를 형성하게 할 수 있고 성별 갈등 등 사회적 분열을 일으킬 수 있어 사회적비용을 발생시킬 수도 있다. 따라서 성별에 근거한 비하, 혐오적 발언에 대해서는 문제의식을 공유하고 이런 현상이 일어나지 않도록 사회적 감시가 필요하다. 그리고 양성 사이의 관계는 경쟁적인 관계가 아니며 상대의 손실로 인해 이익을 얻게 되는 영점 게임도 아님에 대한 사회적 인식을 확산해야 함
- 그렇기 위해서는 시민단체를 중심으로 성차별적 표현에 대한 모니터링이 정기적으로 행해져야 한다. 본 연구에서처럼 모니터링

사업을 하고 이를 위해 모니터링 요원 교육을 시키는 것 자체가 성차별 의식 해소에 기여를 할 것이다. 따라서 이번 연구에서 개발한 모니터링 도구를 가지고 많은 시민과 단체들이 참여하여 모니터링을 할 수 있도록 여가부 차원에서 지원이 필요할 것이며 한국여성정책연구원에서 시민단체를 교육하고 지원하는 업무를 수행할 수도 있을 것임

제안 7) 제작자 성평등의식 교육 및 지침 마련

- 온라인에 콘텐츠를 공급하는 기자, 사진기자, 광고대행사들은 온라인 성차별성에 일차적인 책임을 가지고 있다. 그런데 성차별적 기사나 영상, 광고를 만드는 이들의 목적은 독자들의 시선을 끌기 위한 것이다. 이들은 자신의 콘텐츠가 성차별적인 것을 인지하지 못할 수 있다. 따라서 이들에게 성차별성에 대해 교육하고 성차별적 콘텐츠를 만들지 않도록 제작 가이드라인을 주는 것이 현실적으로 온라인 콘텐츠의 성차별성을 해소하는데 도움이 될 것임
- 온라인에 사진을 공급하는 사진기자는 프리랜서일 경우가 많고 광고대행사도 영세하여 이들에 대한 접근이 쉽지 않다. 따라서 온라인 교육자료와 가이드라인을 활용하는 것이 좋은데 포털의 협조를 얻어서 포털사이트에 올리면 접근성이 높아질 것임

4 기대효과

- 온라인 성차별성 해소를 위한 법·제도적 기반 구축
- 온라인 자율규제 노력의 구체화
- 온라인 관련 심의에 있어 성인지적 시각 통합
- 온라인 성차별성 해소를 위한 시민사회의 역할 명시

참고자료

국가법령정보센터, http://www.law.go.kr/mail.html

대한의사협회, http://www.admedical.org/_front_/index.php

방송통신심의위원회(2014). 1013 통신심의사례집.

정민하(2014). “여성 이용자 권리보호를 위한 사업자 자율규제 노력,” 한국여성정책연구원 자문회의(2014년 7월 8일).

한국인터넷자율정책기구, http://www.kiso.or.kr/

Doug, G.(2013). CNN 보도, 2013. 5. 20, 이수연, 이혜림, 김수아, 김하얀(2014), 53에서 재인용.

Townsend, M. & Moon, L. The Guardian 보도, 2013. 8. 13, 이수연, 이혜림, 김수아, 김하얀(2014), 53에서 재인용.

주관부처 : 여성가족부 성별영향평가 담당 등
관계부처 : 방송통신심의위원회, 문화체육관광부