

MCN 산업의 자율규제에 관한 연구

한국외국어대학교 신문방송학과 박사과정
반 옥 숙

<국문초록>

인터넷 동영상 플랫폼에서 1인 크리에이터, 콘텐츠가 인기를 끌자 이를 체계적으로 관리하고 수익을 창출하기 위해 MCN 산업이 형성되었다. 몇 년 사이에 MCN과 관련한 다양한 사업자들이 증가하였고, 1인 크리에이터의 인기와 위치 또한 변화하였다. 하지만 아직 안정화되지 않은 수익구조와 체계적인 관리 부족으로 콘텐츠의 폭력성, 선정성 및 다양한 사회적 논란이 야기되고 있다. 이에 따라 방통위와 방심위는 자체적인 모니터링을 강화하겠다고 밝혔고, 인터넷 동영상 사업자들에게도 내부 규제를 강화할 것을 요청하고 있다. 이러한 부정적 이슈의 확대는 MCN 산업의 발전 전망에도 부정적 영향을 끼칠 수 있다. 따라서 본 연구자는 1인 크리에이터에 대한 관리, 질 좋은 콘텐츠 생산을 바탕으로 MCN 산업이 발전하기 위해 자율규제가 확립될 필요가 있다고 판단하였다. 인터넷이라는 매체의 속성과 이를 기반으로 발전해온 UCC, 개인 방송과 관련하여 진행되어 온 규제 관련 논의를 정리하면서 MCN 산업에도 자율규제가 확립될 수 있는 환경이 조성되어야 함을 주장하고자 한다. 또한 현재 MCN 산업 내 자율규제 현황을 살펴보고, 부족한 점은 무엇인지 향후 자율 규제의 방향성에 대해 논의하였다.

키워드 : MCN, 내용규제, 자율규제

1. 서론

멀티채널 네트워크(MCN, Multi-Channel Network)는 서로 다른 플랫폼에서 개인 콘텐츠를 생산하고 있는 1인 크리에이터¹⁾들을 묶어 시너지 효과를 창출하기 위해 시작되었다. 최근에는 플랫폼 동영상 서비스 분야에서 성장 가능성이 가장 높은 비즈니스 분야로 주목받고 있다. MCN이 1인 크리에이터들에게 다양한 혜택을 주고 수익을 공유하는 전문적인 사업으로 발전함에 따라 유튜브(YouTube) 뿐만 아니라 다양한 플랫폼이 관심을 보이면서 점차 진화하는 중이다(김희경·노기영, 2016).

최근 ‘1인 미디어 시청 행태’ 조사에 따르면, 1인 미디어 인지도는 98.1%, 1인 미디어 시청 경험은 82.6%로 높게 나타났다. 응답자들은 향후에도 현재와 비슷한 시청 수준을 유지

1) 인터넷 개인 방송과 MCN 콘텐츠 제작자들에 대한 명칭은 BJ, 창작자, 크리에이터 등 다양하다. 본 연구에서는 최근 경향과 표기의 일관성을 위해 ‘1인 크리에이터’로 명명하고자 한다.

(71.8%)하거나 시청을 다소 늘릴(17.4%)것이라고 응답하였다. 또한 1인 미디어 비인지자 또는 비경험자의 경우에도, 48.0%가 향후 시청할 계획이 있다고 답해 1인 미디어의 시청은 전반적으로 증가할 것으로 예상된다(디지예코, 2016).

현재 진화·발전하고 있는 MCN 산업은 기존의 방송 규제가 적용되지 않기 때문에 이용자의 시선을 끌기 위한 부적절한 콘텐츠가 여과 없이 방송되는 등(최명호, 2015), 여러 가지 논란과 이슈가 발생하기도 한다. 특히 이러한 문제점은 수익구조의 불안전성과 관련이 있다. 국내 인터넷 개인방송 플랫폼인 아프리카TV(AfreecaTV)의 주요 수익모델은 개인 방송중 시청자가 BJ에게 실시간으로 제공할 수 있는 ‘별풍선’이다. 몇몇 BJ는 시청자로부터 별풍선을 받기 위해 위험 행동을 하거나 욕설, 과도하게 선정적인 내용의 방송을 진행하여 논란이 제기되기도 하였다. 또한 아프리카TV의 유명 BJ였던 ‘대도서관’은 회사와 사전 고지 없이 일본 아이돌인 ‘시노자키 아이’와 게임 광고를 했다는 이유로 사측으로부터 방송 정지 처분을 받았다. 이에 대해 아프리카TV 측은 대도서관이 ‘상업정책 위반’을 했다고 광고 비용의 일부를 지불하라는 요구를 했으나 플랫폼 회사의 갑질이라는 여론의 비난과 함께 결국 대도서관을 포함한 인기 BJ들 다수가 아프리카TV를 떠나 유튜브로 전향했다. 유명 BJ들의 대거 이탈 후, 아프리카 TV는 BJ들의 상업 방송에 별도의 비용, 수수료, 호스팅비 등을 요구하지 않겠다고 밝혔다. 그러나 특정 개인 또는 업체나 마케팅 대행사로부터 홍보와 상업성을 목적으로 제작된 상업 방송을 진행하는 BJ들은 사전에 아프리카 TV와 협의해야 한다는 정책을 수립하였다. 이 사건을 계기로 플랫폼 회사와 1인 크리에이터 사이의 광고 수익 분배의 명확한 규정에 관한 문제가 제기되기도 하였다. 급격히 성장하고 있는 MCN 분야에서는 사업자와 1인 크리에이터의 수익 모델, 운영과 관련된 정책, 부적절한 콘텐츠의 범람 등 아직 합의되지 않은 많은 부분에서 논란이 발생하고 있다.

1인 크리에이터의 증가와 MCN 수익 구조의 불안전성으로 인해 발생하는 부적절한 콘텐츠에 대해 규제를 해야 한다는 목소리가 높아지고 있다. 국회 문방위에서는 MCN을 ‘방송’으로 규정하여 허가제를 도입해야 한다는 의견이 제기되었을 뿐만 아니라, 통신으로 규제하더라도 신고제가 아닌 등록제를 도입해야 한다는 움직임도 있었다. 그러나 ‘방송’의 개념에 동영상 플랫폼이나 개인 방송이 포함될 경우, 기존 방송에 대한 개념 정의뿐만 아니라 네트워크와 사업자 역무에 따라 사업자를 분류해 왔던 ‘방송법’과 ‘통신법’ 전반에 대한 수정이 요구된다. 더불어 인터넷 영역에서 발생한 새로운 서비스를 ‘방송’으로 규정하고 규제하고자 하면, 성장하고 있는 비즈니스 모델을 조기에 사장시킬 수 있다는 전문가들의 의견이 제기되면서 이와 같은 국회 측의 건의는 잦아들었다(김희경·노기영, 2016).

초기 인터넷 방송이 등장했을 때에도 규제와 관련하여 제기된 문제점이 바로 인터넷 방송을 방송 규제 시스템에 적용할 것인지 인터넷 규제 시스템에 적용할 것인지에 관한 것이었다(이민영, 2007). UCC와 인터넷 개인 방송에서 진화한 MCN 산업에 대해서도 마찬가지로 규제 논의들이 진행되고 있는 것이다. 더욱이 모바일 단말기를 통한 미디어 이용 행태 및 콘텐츠 소비 행태 변화로 1인 크리에이터들이 제작한 MCN 콘텐츠 시청은 점점 보편화될 것이며, 융합 서비스인 MCN 산업과 관련된 진입, 행위, 내용 등 여러 측면에서의 규제 논의 역시 증가할 것이다.

특히 MCN 콘텐츠와 관련해서는 지난해부터 방송통신심의위원회의 모니터링이 강화되고 있고, 관련 사업자에게 ‘원스트라이크 아웃제’를 제안하는 등 넘쳐나는 MCN 콘텐츠를 관리 감독하기 위한 움직임이 증가하고 있다. 하지만 인터넷 공간에서의 ‘표현의 자유’와 ‘규제의 효율성’ 및 성장 중인 산업의 ‘위축 효과’ 측면에서 타율적 내용 규제는 우려할 만한 부분이 있

다.

본 연구는 여러 측면의 규제 논의 중에서도 MCN 콘텐츠에 대한 내용 규제의 자율성을 중심으로 논의를 진행하고자 한다. 황승흠(2008)에 따르면, 자율 규제는 표현의 자유가 핵심가치로 적용되는 미디어 영역에서 핵심가치를 훼손하지 않고서도 규제목적 달성할 수 있다는 측면에서 새로운 규제 패러다임으로 제시되고 있다. 이외에도 자율 규제의 적절성에 대한 논의를 이어가는 한편, 현재 MCN 산업 내부적으로는 양질의 콘텐츠 생산과 확대를 위해 어떠한 자정적 노력을 하고 있는지를 살펴보고자 한다. 이를 바탕으로 향후 자율 규제의 방향성에 대한 제언점을 도출해내고자 한다.

2. MCN 관련 선행 연구

MCN과 관련된 연구는 최근 들어 증가하고 있다. MCN 동향과 관련한 기관보고서 외에도 MCN에 대한 학술적 관심이 높아지고 있는 것이다. 지금까지 수행된 연구 경향을 살펴본 후 기존 연구들의 의의와 한계를 바탕으로 본 연구 주제의 필요성을 제기하고자 한다. 기존 연구 경향은 크게 네 가지로 분류할 수 있다.

첫째, MCN 산업과 관련된 일반 동향과 전망에 관련된 논문들이 있다. 김치호(2016)는 MCN 산업의 현황 및 향후 극복해야 할 사업구조상의 한계를 지적하였는데, 매출 배분율과 사업 다각화를 핵심으로 수익성의 확보 방안을 제시하였다. 최명호(2015) 역시 MCN 동향을 기술하고 MCN 사업의 발전 모습으로서 네이티브 애드, 데이터에 기반한 콘텐츠 기획·제작·유통, 오리지널 콘텐츠 강화 등 혁신과 다양성에 기반한 MCN 미래 전망에 대한 내용을 논의하였다. 이처럼 MCN 산업 일반과 관련된 논문들은 향후 MCN 산업의 발전 양상에 대한 실천적 함의를 준다는 점에서 의미 있다.

두 번째로는 MCN 산업의 세부적 측면을 살펴본 논문들이 있다. 비즈니스 모델, 기업과 1인 크리에이터 및 콘텐츠 전략과 관련된 연구들이 수행되었다(송민정, 2016; 고문정·윤석민, 2016; 장우린, 2016; 임정수, 2016; 정인숙, 2016). 이들 논문은 MCN 사업자들의 비즈니스 모델을 탐구하고 기존 미디어 기업들의 전략을 분석함으로써 향후 미디어 기업과 MCN 사업자들에게 실천적 함의를 주었다는 점에서 의의를 가진다. 오동일(2016)은 1인 크리에이터에 집중하여, 이들이 거대 기업에 종속되는 산업 생태계 고착화를 막기 위한 대안으로 ‘크리에이터 자체의 기획과 제작 역량의 강화’를 주장하였다. 또한 1인 크리에이터들의 활동을 하나의 특화된 산업분야로 인식하는 정부의 정책적 접근과 인프라 구축의 필요성을 주장하였다. 신희연과 정원식(2015)은 MCN 콘텐츠의 브랜드 전략에 대한 연구를 수행하였다. 모바일 동영상 콘텐츠의 브랜드화 전략으로 스토리텔링 마케팅과 통합 마케팅 커뮤니케이션을 방안으로 제시하면서, 성공사례로 <72초 TV>를 분석하였다. 이와 같은 연구들은 MCN 산업을 다각적인 측면에서 분석하고 제언점을 도출하였으며, 향후 세분화된 연구의 필요성 및 방향성을 제시하고 있다.

셋째, 이용자 측면에서 MCN 콘텐츠의 참여적 특성과 이용 효과 관련 연구가 수행되었다(윤현정, 2016; 홍다현·전종우, 2016; 박진선·지혜민·이현율, 2016). 윤현정(2016)은 실시간 개인 방송의 스토리텔링을 분석하여 ‘이야기’ 개념 변화를 발견하였다. 또한 이러한 콘텐츠가 시청자들로 하여금 ‘게임 보기’에서 ‘게임 하기’로의 새로운 참여 경험을 지시하는 공동체적 이야기 기군의 역할을 부여하고 있다는 것을 확인하였다. 박진선 외(2016)는 <마이리틀텔레비전>과

<네이버 V앱> 게시판 분석을 통해 디지털 콘텐츠 시대의 수용자들이 새로운 콘텐츠에 어떻게 참여하는지를 살피고, 그 과정에서 ‘적응→평가→생산’이라는 노동의 매커니즘을 따르고 있음을 확인하였다. 또한 수용자 계층의 분화는 수용자 즐거움의 차원과도 연결되어 수용자의 참여 활동이 디지털 기술을 통해 자발적으로 이루어지는 한편, 다른 면에서는 생산 노동의 형태로 치환되는 구조를 띠고 미디어 기업의 자본 창출에 동원되는 무급 지식노동의 형태를 보인다고 분석하였다. 마지막으로 홍다현과 전종우(2016)는 MCN 산업에서 브랜드 콘텐츠 효과가 발생한다고 보고 적합도, 친숙도, 노블티, 준사회적 상호작용이 소비자의 공유의도, 콘텐츠 태도, 구매의도에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 이용자 측면에서 수행된 이러한 연구는 융합 특성을 가진 MCN 콘텐츠에 대한 이용자들의 커뮤니케이션 과정을 이해하고 그 의의를 도출해냈다는 점에서 의미 있으며, 이용자 참여와 관련한 활발한 질적·양적 연구의 필요성을 제시하고 있다.

마지막으로 제도적 측면과 관련한 연구로는 김희경·노기영(2016), 김윤명(2016), 김경숙(2017)의 연구가 있다. 김희경과 노기영(2016)은 BI와 개인 방송 동영상 플랫폼에 대한 규제 가능성을 검토하기 위해 「방송법」과 「전기통신사업법」 등과 같은 기존 법의 적용 가능성을 살펴보았다. 먼저 「방송법」에서 ‘방송’의 개념을 검토하고, 「전기통신사업법」상 부가통신 사업자의 지위를 획득한 개인 방송 동영상 플랫폼에 대한 규제 내용을 검토하였다. 기타 관련 법 등에서 이들을 규제할 수 있는 내용이 있는지에 대해서도 추가적으로 살펴보았다. 연구 결과, BI가 현행법의 규제 대상이 되는 것은 불가능하다는 것을 확인하였다. 그러나 동영상 플랫폼 사업자에 대해서는 기존의 「전기통신사업법」상 부가통신 사업자의 지위를 가지고 신고제를 통해 다양한 행위 규제를 적용받고 있으므로 현재의 사회적 이슈에 대한 문제 해결이 충분히 가능하다고 보았다. 따라서 동영상 플랫폼 사업자를 규제하기 위한 법 개정의 신중한 접근이 필요하다고 주장하고 있다. 더불어 신규 서비스가 사회적으로 미치는 파장의 범위가 크다는 것을 이유로 「방송법」 및 「헌법」적 기본권 보장의 관점에서 특수한 공익적 임무를 수행하는 방송·언론의 범위를 확대 해석하고 이를 바탕으로 신규 서비스 규제 확정을 도모하는 것은 결국 표현의 자유에 대한 위축을 초래한다는 점에서 MCN 규제 확대를 우려하였다. 김윤명(2016)은 방송법, IPTV법, 저작권법상에서 MCN의 위치를 살펴보고, 플랫폼 사업자의 책임 범위에 대해 논의하였다. 또한 MCN 산업의 발전을 위해 1인 크리에이터와 플랫폼 사업자가 MCN 콘텐츠를 제공하면서 나타날 수 있는 위법행위를 스스로 차단하거나 개선하는 자율규제의 중요성을 주장하였다. 이러한 연구는 새로운 서비스 출현과 진화하는 서비스에 대한 규제의 방향성을 조정하는 데에 시사점을 제공해 줄 수 있다. 마지막으로 김경숙(2017)은 플랫폼 역할의 관점에서 1인 방송의 법적 성격을 구분하고, 1인 방송 플랫폼이 앞으로 해야 할 과제에 대해 논의하였다. 특히 저작권 침해 문제와 관련하여 앞으로 플랫폼 사업자들의 기술적 보호조치 강구 및 1인 방송 제작단계에서부터 권리처리가 제대로 이루어질 수 있는 시스템을 개발하는 등의 노력을 강조하였다.

살펴본 것처럼, MCN과 관련하여 최근 연구가 늘어나고 있지만 아직은 산업이 성숙기에 이르지 않은 만큼 학술적 논의 역시 각각의 측면에서 조금씩 수행되고 있다고 볼 수 있다. 또한 MCN의 활성화를 위한 산업적 측면의 연구가 주로 이루어지고 있고, 제도·규제 측면에 대해서는 사회적 논란과 이슈에 비해 학술적 논의는 아직 부족하다. 제도적 측면에서 융합 서비스인 MCN 산업을 방송과 통신 중 어느 쪽으로 구분할 것인가에 대한 논의도 중요하지만, 넘쳐나고 있는 MCN 콘텐츠에 대한 내용 규제가 정말 필요한지, 필요하다면 어떠한 방향으로 나아가야 하는지에 대한 논의 역시 진행되어야 할 시점이다.

본 연구에서는 MCN 콘텐츠의 영향력과 문제점에 대한 논의는 간과해서는 안되는 중요한 부분이라는 문제의식을 바탕으로 기존 논의를 정리하고 앞으로의 자율 규제 방향성을 제안하고자 한다. 우선 MCN의 법적 지위와 적합한 규제 방향성을 확인해보고자 한다. 특히 인터넷 환경을 바탕으로 발전한 MCN 콘텐츠에 대해 왜 자율 규제가 적용되어야 하는지에 대한 논의를 이어갈 것이다. 그리고 현재 MCN 사업자들이 수행하고 있는 자율규제 현황에 대해 살펴본 후, 향후 산업의 발전을 위한 제안점 및 자율 규제의 방향성을 제시하고자 한다. 특히 MCN 산업이 규제 당국의 감시에서 벗어나기 위해 어떠한 방향으로 내부적 협의와 노력을 기울여야 할지에 대해서도 논의해보고자 한다.

3. MCN의 법률적 지위 및 자율규제의 타당성

새로운 기술과 서비스는 기존의 법제도와 충돌하기 쉽다. 따라서 규제와 관련된 논란에서 융합 서비스인 MCN의 법적 성격을 구분하는 것이 무엇보다 중요하다. 통신으로 볼 것인지, 방송으로 볼 것인지에 따라 적용되는 법률 및 이에 따른 사회적 가치가 다르기 때문이다. 만약 MCN을 방송법의 범주로 본다면 방송이 추구하는 공공의 가치와 사회적 책임 역시 뒤따르게 된다. 따라서 MCN이 현행법상 어느 범주에 포함되는지를 확인하는 것은 중요하다.

먼저 김윤명(2016)은 개인방송을 방송법, IPTV법, 저작권법이라는 세 가지 법적 측면에서 어디에 포함되는지 분석한 바 있다. 먼저 방송법의 측면에서 방송이란 ‘방송프로그램을 기호·편성 또는 제작하여 이를 공중(시청자)에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것’을 말한다. 이러한 정의를 기반으로 개인방송은 텔레비전, 라디오 등의 단말기를 사용하지 않고, 데이터나 이동멀티미디어 방식이 아니기 때문에 방송법상 방송의 범주에 포함될 여지는 없다고 분석하였다. 다음으로 IPTV법상에서 ‘인터넷 멀티미디어 방송’은 ‘광대역통합정보통신망을 이용하여 양방향성을 가진 인터넷 프로토콜 방식으로 일정한 서비스 품질이 보장되는 가운데 텔레비전 수상기 등을 통하여 이용자에게 실시간 방송프로그램을 포함하여 데이터·영상·음성·음향 및 전자상거래 등의 콘텐츠를 복합적으로 제공하는 방송’으로 정의하고 있다. 개인방송과 유사한 ‘실시간 방송프로그램’에 대해서는 ‘인터넷 멀티미디어 방송 콘텐츠사업자 또는 「방송법」 제2조 제3호에 따른 방송사업자가 편성하여 송신 또는 제공하는 방송프로그램으로서 그 내용과 편성에 변경을 가하지 아니하고 동시에 제공하는 것’으로 정의하고 있다. 인터넷 멀티미디어 방송은 실시간 개인방송과 녹화된 형태로 제공되는 개인방송(엄밀히 말하자면 통신이 된다)도 포함된다. IPTV사업자는 방송과 통신을 동시에 제공하는 융합서비스사업자의 성격을 갖는다. 따라서 IPTV법상에서 개인방송은 방송콘텐츠사업자가 실시간으로 제공하는 방송프로그램으로 볼 수 있다고 분석하였다. 마지막으로 저작권법 측면에서 살펴본 결과, 방송을 “공중송신 중 공중이 동시에 수신하게 할 목적으로 음·영상 또는 음과 영상 등을 송신하는 것”으로 정의한다. 인터넷과 같은 통신의 개념에 포함되는 전송(傳送)은 “공중송신 중 공중의 구성원이 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근할 수 있도록 저작물 등을 이용에 제공하는 것을 말하며, 그에 따라 이루어지는 송신을 포함한다”고 규정하고 있음을 확인하였다. 이를 바탕으로 저작권법상 개인방송은 인터넷이라는 통신망을 통해 전송되기 때문에 방송이 아닌 전송으로 볼 수 있다고 분석하였다. 종합하자면 방송법, IPTV법, 저작권법에서의 방송에 대한 법적 정의로 보아, 실시간으로 이루어지는 개인방송은 방송법상 방송의 영역에는 포함되기 어려우며, 저작권법상 전송과 IPTV법상 실시간 방송프로그램이라는 2중적 지위를 가진다고 분석하였다. 개인

방송 콘텐츠와 1인 크리에이터, 사업자들이 진화한 형태인 MCN 역시 방송법상 ‘방송’으로 명확히 구분하긴 어려우며, IPTV법상 실시간 방송프로그램 및 저작권법의 측면에서 전송이라는 2중적 지위를 가지고 있다고 분석할 수 있다. 따라서 인터넷상에서 생산되고 확산되는 MCN 콘텐츠의 영향력이 확대된다고 하여 이를 방송 콘텐츠와 같은 범주로 구분하여 강력한 내용 규제를 시도하는 것은 적절하지 않다.

한편 현재 MCN 콘텐츠를 제공하고 있는 동영상 플랫폼 사업자들은 「전기통신사업법」상 부가통신 사업자의 지위를 가지고 신고제를 통한 행위 규제를 적용받고 있다. 또한 「방송법」, 「방송위설치법」, 「정보통신망법」, 「청소년보호법」 등에 의한 규제 역시 가능하다. 특히 방심위는 「방송위설치운영법」 제21조 제4호, 제24조 제2호, 제25조, 동법 시행령 제8조, 「정보통신망법」 제44조의 7에 따라 해당 개인 방송 플랫폼에게 음란 불법 정보에 대하여 시정 요구를 할 수 있고, 시정 요구를 받아들이지 않는 경우에는 취급 거부, 정지 또는 제한의 제재 조치를 수행할 수 있다(김희경·노기영, 2016). 내용 심의는 방심위가 수행하고 있는 모니터링 감시단 활동 및 동영상 플랫폼 사업자가 자율적으로 수행하고 있는 모니터링 시스템이 있다.

새로운 융합 서비스인 MCN 산업은 기술적 환경과 내용의 파급성으로 인해 중복규제의 가능성이 있다. 뉴미디어 환경에서 새롭게 등장한 UCC, 인터넷 방송의 규제와 관련해서도 이와 비슷한 문제가 제기된 바 있다. UCC가 확산되었던 2000년대 중반, 뉴미디어 환경에서 등장한 UCC의 사회적 영향력을 고려하여 내용규제의 필요성이 제기되었으나, 인터넷상에서의 사적인 자기표현 수단인 UCC에 대한 내용규제는 부적절하다는 의견이 많았다. 김유정(2008)은 UCC가 공유와 참여에 의한 자유공간임을 감안하여 UCC가 추구하고자 하는 의미를 공중의 이익과 연계하여 규제에 관한 논의를 풀어가는 것이 중요하다고 언급하였다. 따라서 제도적인 개입에 의존하기보다는 관리차원에서의 사회적 책무 시스템을 가동하는 규제가 적합하다고 주장하였다. 또한 유세경과 김숙(2008)은 인터넷 방송이 부가통신 사업으로 신고하되 내용 규제는 방송법과 정보통신심의규정의 두 가지 기준에 의해 이루어져 중복규제의 소지가 있음을 지적한 바 있다. 이에 대해 인터넷 중심으로 융합된 매체 환경과 넘쳐나는 콘텐츠를 효율적으로 규제하기 위해서는 미디어 사업자를 중심으로 한 자율규제가 훌륭한 모색안이 될 수 있음을 주장하였다. MCN 역시 인터넷을 기반으로 발전한 UCC, 개인 방송이 진화한 형태의 서비스이므로 MCN을 통해 생산되는 수많은 콘텐츠에 대한 효율적인 규제 방향은 MCN 사업자들을 중심으로 수행되는 자율규제가 더욱 적절하다고 판단된다.

인터넷을 통해 생산되고 배포되는 MCN 콘텐츠에 대한 규제는 자칫 인터넷에 대한 규제로 인식될 수 있다. 인터넷 규제에 대해 헌법재판소는 다음과 같이 판시한 바 있다. “인터넷은 공중파방송과 달리 ‘가장 참여적인 시장’, ‘표현촉진적인 매체’이다. 공중파 방송은 전파자원의 희소성, 방송의 침투성, 정보수용자 측의 통제능력의 결여와 같은 특성을 가지고 있어서 그 공적 책임과 공익성이 강조되어, 인쇄매체에서는 볼 수 없는 강한 규제 조치가 정당화되기도 한다. 그러나 인터넷은 위와 같은 방송의 특성이 없으며, 오히려 진입장벽이 낮고, 표현의 쌍방향성이 보장되며, 그 이용에 적극적이고 계획적인 행동이 필요하다는 특성을 지닌다. 오늘날 가장 거대하고, 주요한 표현 매체의 하나로 자리를 굳힌 인터넷상의 표현에 대하여 질서위주의 사고만으로 규제하려고 할 경우 표현의 자유 발전에 큰 장애를 초래할 수 있다. 표현 매체에 관한 기술의 발달은 표현의 자유의 장을 넓히고 질적 변화를 야기하고 있으므로 계속 변화하는 이 분야에서 규제의 수단 또한 헌법의 틀 내에서 다채롭고 새롭게 강구되어야 할 것이다(헌재 2002.6.27.99헌마480).” 이 판결문 내용은 인터넷이 갖는 속성을 자율적이고 자발적인 참여가 이루어지는 시장이라는 점을 강조한 것이다(김윤명, 2016). 따라서 MCN 콘텐츠 역

시 법적 규제보다는 자율규제가 더욱 적절하다.

박은희(2009)는 융합 미디어 시대의 콘텐츠에 대한 자율규제는 행정적으로도 불가피한 방향일 수밖에 없다고 주장하였다. 콘텐츠의 양적 증가는 사후 심의를 주로 하는 행정서비스로는 더 이상 감당해낼 수 없을 정도이고 규제에 들어가는 비용도 감당하기 어렵다. 또한 융합 콘텐츠의 특성상 이용자 개인이 만들어내는 콘텐츠의 비중이 더 많이 차지하게 될 것이고, 이러한 경우 발생할 수 있는 표현의 자유와 자율규제 충돌 가능성을 지적하며 결국 자율규제가 합리성과 효율성 모두를 충족시킬 수 있는 대안이 될 수 있다는 점을 강조하였다.

한편 융합 미디어에 대한 내용 규제가 더욱 강조되어야 한다는 주장도 있다. 이는 채널의 다양성이 확대되면서 제한된 시청자들을 대상으로 더욱 선정적이고 자극적인 내용으로 경쟁이 치열해질 수 있으므로 내용 규제는 더욱 심화될 것이라는 주장(하윤금, 2003)이다. 유세경과 김숙(2008)은 인터넷의 보급이 급속히 확산되고 다양한 서비스가 가능해지면서 인터넷의 사회적 영향력 또한 강력해졌으며, 따라서 인터넷 또한 사회적인 근거에 의해 규제할 필요가 있음을 지적하였다. 박선영(2002)은 표현의 자유도 타인의 명예훼손, 타인의 사생활 침해, 공중도덕과 사회윤리의 위반(음란 또는 외설), 범죄나 공공질서의 교란 또는 국가질서파괴에 대해서는 제한받을 수 있음을 지적한 바 있다. 표현의 자유를 저해한다는 이유로 내용규제에 대한 정당성을 인정하지 않는 것은 잘못된 것이라는 스캔론(Scanlon, 1990)의 주장을 바탕으로, 김유정(2008) 역시 UCC가 인터넷상에서 불특정 다수에게 공개되고 유통된다는 점에서 공적인 책임이 수반된다고 주장하였다. 특히 UCC가 갖고 있는 사회적 영향력을 감안한다면 전문성이나 윤리적 책임감을 상실한 이용자의 무분별한 제작, 콘텐츠에 대한 사업자의 품질관리 소홀로 인한 부적절한 콘텐츠 범람에 대해 단순한 책임부여를 넘어선 통제차원에서의 사회적 책무를 부여하는 것이 적절하다고 지적하였다.

강휘원(2002)은 인터넷 공간에서 자율규제를 어렵게 하는 장애요인으로 다섯 가지를 지적한 바 있다. 첫째 인터넷 관리조직 간 조정의 어려움, 둘째 자율규제 적용의 보편성 문제, 셋째 자율규제 과정의 임의성 및 사회적 책임의 부재의 문제, 넷째 자율규제의 위반 시 제재 및 구제수단의 부족, 다섯째 무법천지 및 준정부규제의 문제가 그것이다. 하지만 이러한 장애 요인에도 불구하고 인터넷상에서의 자율규제는 다음과 같은 이유에서 정부규제의 대안적 요소를 갖추고 있다고 보았다. 인터넷의 급속한 발전과 속성을 고려할 때, 정부의 직접규제는 유연성이 부족하고 지역적으로도 한계를 지닐 수밖에 없다. 또한 자율규제는 역동적이고 진화중인 정보환경에 보다 유연하게 적응할 수 있으며, 기업과 업계의 행동강령, 교육과 홍보를 통한 이용자의 권한 강화, 자율적 콘텐츠 등급분류와 선별 시스템의 장치들을 통해 효율성을 증대시킬 수 있다는 것이다. 또한 김유정(2008)은 자율규제의 장점으로 규제의 효율성과 융통성의 증진, 규제에 따르는 사회적 비용의 절감, 표현영역에 있어서 정부의 간섭 최소화 등을 제시하였다. 무엇보다 자율규제가 갖는 장점이라면 '당사자'들이 참여한다는 점인데, 당면한 문제들과 직접 관련이 있는 당사자가 스스로 자기규제에 참여하는 것만이 가장 빠른 문제해결 방안이 될 수 있기 때문이다.

이혜수와 유승호(2009)는 인터넷 포털의 자율규제에 대한 논문에서 인터넷 포털의 특성을 바탕으로 자율규제의 필요성에 대해 언급하였는데, 이를 MCN 산업에 적용시켜보면 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 인터넷 공간과 MCN은 기본적으로 가변성을 전제한다. 규제 대상의 가변성과 모호성은 일관되고 정형화된 정부 규제에 하여금 변화에 능동적으로 대처할 수 없도록 만든다. 또한 현재 MCN이 갖고 있는 서비스 특성과 기능이 몇 년 후에까지 동일하게 지속될 수 있으리라는 보장은 없다. MCN이 지금과는 다른 새로운 형태로 진화할 가능성이

존재하기 때문이다. 따라서 이러한 변화의 속도에 빠르게 대응할 수 있는 자율규제 모형이 보다 더 적합하다고 볼 수 있다. 둘째, 자율규제는 기본적으로 이용자의 동의를 기반하며 인터넷의 민주주의적 가능성을 훼손하지 않을 수 있다. 즉 자율규제에서 이용자들은 피규제자의 기존 위치에서 벗어나 규제자에게 역으로 영향을 행사할 수 있는 힘을 가지며, 이를 통해 인터넷 민주주의의 새로운 가능성을 탐색할 수 있다.

사적 개인들의 이야기·영상이 기록되고 빠른 속도로 소통되는 MCN 산업 환경에서 다양한 부작용이 발견되는 것은 피할 수 없는 인간커뮤니케이션 현상이다. 필연적으로 나타날 수밖에 없는 부정적인 면 때문에 긍정적 측면을 감퇴시키는 것은 민주주의 발전에도 바람직하지 않다(황용석, 2012). 자율규제는 MCN을 구성하는 다양한 행위자들이 콘텐츠를 생산·전송하면서 나타날 수 있는 위법행위를 스스로 차단하거나 개선하는 것이다. 따라서 부정적 측면을 감소시킬 수 있는 자정적 노력과 시스템을 구축할 수 있도록 자율규제의 방향성에 대해 더욱 활발한 논의가 필요할 것이다.

4. 자율규제 구분 및 방향성

자율규제는 이용자, 사업자, 민간 기구들이 일련의 장치들을 활용하여 주도적으로 규제에 참여하고 국가와 법률이 이를 협력, 지원함으로써 합리성과 실효성을 동시에 추구한다. 또한 법령 또는 그에 준하는 행동규칙의 제정, 규범 집행, 위반 시의 제재 등을 포함한다(황용석·이동훈·김준교, 2009).

자율규제의 개념은 정부에 의해 규제 권한이 사업자에게 형식적으로 위임되는 것에서부터 사업자와 기타 민간영역에 의하여 자발적으로 조직화되고 관리되는 규제에 이르기까지 다양하다(최병선, 2006). 자율규제는 정부와의 관계를 중심으로 위임적 자율규제, 승인적 자율규제, 강제적 자율규제, 자발적 자율규제의 네 가지 유형으로 분류된다. 자발적 자율규제란 규칙의 제정과 집행을 모두 민간이 직접 수행하며 정부 개입이 없는 형태를 말하며, 강요적 자율규제란 민간 영역이 스스로 규제 형성 및 의무를 부과하나 그 실행여부를 국가가 관리·감독하는 형태를 말한다. 승인적 자율규제란 민간영역이 스스로 규제하되, 규제 내용에 대해서 정부의 승인을 받는 형태이며, 강제적 자율규제란 민간영역이 정부가 정의하는 틀 안에서 규범을 만들고, 정부가 그 규범 준수를 강제하는 규제를 뜻한다(Price & Verhulst, 2000).

인터넷 공간에는 최소규제의 원칙이 적용되어야 하며, 규제에 적용되는 불법의 정의도 명확히 하고 그것의 판단주체 및 규제대상을 최소화해야 한다. 규제방안은 인터넷의 분산성, 수평성, 역동성 등 소통적 특성과 이용자 권리보호라는 제도적 실익, 표현의 자유라는 기본권의 균형을 고려하여 민간영역의 자율성을 최대한 보장하는 가운데 정부영역의 개입은 최소화될 필요가 있다(황용석, 2012). 인터넷 기술과 특성을 바탕으로 발전한 MCN 역시 최소규제의 원칙이 적용된다면 향후 발전의 가능성과 진화의 다양성은 확대될 것이다. 정부의 규제를 최소화하는 ‘자발적 자율규제’ 산업으로 인식되려면 협회와 사업자, 1인 크리에이터 등 MCN 산업 내 다양한 행위자들이 적극적으로 참여하고 협력하여 정부 규제의 필요성을 최소화 할 수 있는 산업 환경을 조성해야 한다.

그렇다면 현재 MCN 산업에서 수행할 수 있는 자율규제 범위를 확인해볼 필요가 있다. 김희경과 노기영(2016)은 사업자에게 모니터링과 관리, 불법 정보의 판단을 자율적으로 맡길 경우의 법리적 문제점이나 부작용도 면밀히 검토해 보아야한다고 언급한 바 있다. 자체 모니터

링을 할 수 있는 인력, 전문성 등의 능력을 가진 사업자가 많지 않으며, 또한 「정보통신망법」상 불법 정보 외에도 저작권 규제(권리자의 사업자에 대한 민·형사 소송 등)도 받고 있어 사업자가 느끼는 영업 비용과 영업 위험의 강도가 상당히 높은 편이라고 지적하였다. 이에 대한 대안적 방법으로 MCN 협회 등 관련 이해 당사자들이 이해관계를 수렴하기 위해 조성한 단체를 통해 자율 규제를 실시할 것을 제안하였다. 즉, 개별 사업자들이 자율 규제를 수행하는 데 소요되는 노력과 비용의 일부를 회비나 수수료의 명목으로 지불하고 해당 단체에 모니터링을 위임하는 구조다. 단체에 등록된 MCN 회원을 중심으로 전문 인력이 전담팀을 구성하는 구조로 운용하면 상시적으로 실시간 모니터링을 수행할 수 있는 가능성이 높고, 이를 통해 1인 크리에이터들의 일탈 행위 역시 보다 전문적으로 규제할 수 있을 것으로 예측하였다.

현재의 상황에서는 MCN 협회, 규모가 큰 MCN 사업자 및 그에 소속된 유명 1인 크리에이터들을 중심으로 자율 규제에 대한 논의를 확대해나가는 것이 필요하다. MCN 산업 내 행위자들이 스스로 자정적 노력을 취하지 않는다면 규제기관은 입법을 통해 처벌 수준을 강화하려고 할 것이다. MCN 산업 내의 개별 사업자들이 자발적 자율규제를 모두 수행할 수 없는 현재의 상황에서, MCN 협회와 주요 사업자들을 중심으로 자율규제 수행 방안을 수립해나가는 것은 효율적인 대안이 될 수 있을 것이다. 향후 MCN 자율 규제 방향성을 논의하기 위해 다음에서는 현재 진행중인 산업 내 자율규제 현황에 대해 살펴보고자 한다.

5. MCN 자율규제 현황

내용규제는 전통적으로 부정적 규제와 긍정적 규제로 나뉘는데 부정적 규제는 제공되어서는 안 되는 내용물을 규정하고 기준을 정하는 방식으로 적용되어 온 반면 긍정적 규제는 내용물의 질적 제고와 다양성 혹은 다원성 확보를 목적으로 하고 있다(박은희, 2009). 현재 국내 MCN 사업자에 대한 내용심의 규제는 부정적 규제의 측면이 크다고 할 수 있으며, 방송통신심의위원회를 통한 규제와 개별 플랫폼 사업자들이 수행하고 있는 모니터링이 있다.

2016년 3월 방송통신위원회는 미래창조과학부, 경찰청, 방송통신심의위원회와 아프리카TV, 판도라 TV, 다음TV팟, 팝콘TV 등의 주요 인터넷방송사업자가 참가한 가운데 협의회를 갖고 무분별하게 확산되고 있는 ‘막장 1인 인터넷방송’의 문제점을 개선하기 위한 방안을 논의하였다. 일부 1인 크리에이터의 탈법적 행위가 문제가 되면서 방심위는 모니터링을 강화하겠다고 밝혔고, 플랫폼 사업자에게는 자체인력을 보강하고 음란·도박·성매매 등 명백한 불법정보를 방송하는 악성 1인 크리에이터에 대해 즉시 이용을 해지하는 ‘원스트라이크 아웃제’를 도입하는 등 규제 강화를 요청하였다. 또한 방심위는 인터넷방송 모니터링 강화 및 신속한 통신 심의를 통해 적극 대응하고 VOD·댓글 형태로 유통되는 불법유해정보에 대해서도 집중 모니터링과 통신심의 후 시정요구 조치를 수행할 것이라고 밝혔다. 사업자들은 자체 모니터링 인력 보강 및 악성 1인 크리에이터에 대해 즉시 이용을 해지시키는 등의 자율규제를 강화해 나가기로 합의하였다(뉴스1, 2016.3.31). 이후 2016년 11월부터 방심위는 “그동안 방심위는 인터넷 방송 플랫폼들의 자체적인 자정 노력을 우선시 했다. 하지만 일부 BJ들의 적절치 않은 방송 내용에 대해 언론들의 질타가 이어지고 정치권에서까지 이를 문제 삼으면서 모니터링단까지 출범시키게 됐다”라며 인터넷방송 모니터링단을 공식 출범시켰다. 모니터링단은 총 66명으로 구성되었으며, 기간은 2017년 3월까지 5개월간 한시적으로 운영한다고 밝혔다(이데일리, 2016.11.1.). 이처럼 MCN 산업에 대한 자율규제는 정부기관이 주도하여 사업자들에게 모니터링을 강화하

는 형태로 진행되고 있다.

한편 정부 기관의 내용 규제 개입에 대응하여 플랫폼 회사별로 방송 가이드 위반자의 대해 이용 정지, 계정 폐쇄 등 가이드라인이나 이용약관에 따른 징계를 내리고 있으며, 상습 위반자는 블랙리스트로 관리 중이다.

<표 1> 주요 개인 방송 플랫폼사의 규정 위반 시 징계 절차

아프리카 TV	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 송출차단/서비스 이용 경고 조치/서비스 이용 정지 조치 - 7일/30일/6개월/영구 이용정지(저작권, 미풍양속 위배 시) - 누적 시마다 처벌 수위 상승
다음카카오	<ul style="list-style-type: none"> - 음란, 불법 등의 내용을 방송할 경우 1회 규제로 영구 방송 정지 - 약관위반(저작권), 욕설 등의 내용을 방송할 경우 1회(1일), 2회(7일), 3회(영구 정지)규제 적용
팝콘TV	<ul style="list-style-type: none"> - 1회 위반 시 경고 및 이용 정지 최소 1일 - 2회 위반 시 경고 및 이용 정지 최소 3일 - 3회 위반 시 경고 및 이용 정지 최소 7일 - 기타 영구 정지

출처 : 김희경·노기영(2016)

또한 동영상 플랫폼 사업자들은 내부 모니터링 강화를 위해 노력하고 있다. 아프리카TV의 경우 50명의 내부 운영자가 24시간 3교대로 방송을 모니터링 해왔지만 문제 부분을 놓치는 경우가 자주 발생했다. 이용자 신고를 통해 걸러지기도 하지만 운영자가 통제하는 경우가 대부분이었다. 아프리카TV가 보유한 채널이 약 10만개에 달하고, 피크타임(오후 10시~익일 오전 1시)대에 5,000~7,000개 방송이 한꺼번에 쏟아지기 때문에 기존 방식으로는 한계가 있었다. 이를 보완하고 내부 모니터링 강화를 위해 아프리카 TV는 교수나 시민단체 인사 등으로 구성된 외부 감시단을 준비중이다. 운영 시기는 2017년 하반기쯤이며 구성인원 등 세부적인 내용은 아직 정해지지 않았으나(서울경제, 2017.1.12), 이러한 시도가 사업자들의 자율 규제를 위한 자정적 노력에 긍정적 영향을 줄 수 있을 것으로 판단된다.

판도라 TV는 홈페이지에 청소년보호정책과 게시물 운영정책을 공지하고 있으며, 구체적인 사항은 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 판도라 TV의 청소년보호정책 및 게시물 운영정책

청소년 보호정책 활동	<ul style="list-style-type: none"> - 청소년유해정보로부터의 청소년보호계획의 수립 - 청소년유해정보에 대한 청소년접근제한 및 관리조치 - 정보통신업무 종사자에 대한 청소년유해정보로부터의 청소년보호를 위한 교육 - 청소년유해정보로 인한 피해상담 및 고충처리 - 그 밖에 청소년유해정보로부터 청소년을 보호하기 위하여 필요한 사항
-------------------	---

게시물 운영정책	- 게시가 거부된 게시물을 반복적으로 등록하게 되면 경고 메일을 발송하고 패널티를 적용
판도라 TV 게시물 거부기준	
저작권	<ul style="list-style-type: none"> - 저작권자의 이용허락 없이 온라인상에서 전송(유통)되어지는 음악, 영화, 방송, 출판 등 모든 저작물 - 서비스나 사이트에서 허락되지 않은 자료를 퍼오거나 링크하는 경우 - 정품 CD를 사용하지 않고 무료 다운로드 등 불법 복제를 권하는 내용 - 와레즈사이트를 권하는 경우 - 타인의 권리에 속하는 저작권, 상표권, 의장권 등을 무단으로 침해하는 내용 - 자신의 저작권을 침해한 게시물(침해 주장 게시물)이 있는 경우, 게시중단 요청서비스를 통해 직접 게재중단을 요청 가능
음란성 성인성	<ul style="list-style-type: none"> - 남녀의 성기·음모·항문을 묘사하거나, 직접적이고 노골적인 성행위 등을 표현하는 내용 - 청소년 성매매·매춘 등을 권유·유도·조장하는 내용 - 어린이 또는 청소년을 성 유희의 대상으로 묘사한 내용 - 성적학대·변태적인 성행위를 묘사한 내용 - 하드코어 포르노 물 - 성범죄를 구체적이고 사실적으로 묘사하거나 미화한 내용 - 음란 사이트, 자료를 링크한 경우
풍기문란	<ul style="list-style-type: none"> - 자살을 미화·권유하거나 자살방법을 적시하는 내용, 동반자살을 유도하는 내용 - 범죄 관련 내용을 미화·권유·조장하는 내용 - 프로그램의 버그, 치트, 핵 등을 의도적으로 사용하여 불법적인 권한을 획득하는 내용 - 특정 계층이나 종교를 비하하는 내용 - 성폭력 마약복용 등 퇴폐적 행위를 자극하거나 미화하는 내용 - 살인을 청탁하거나 이를 권유 유도 매개하는 내용 - 사회 윤리적으로 용납되지 않은 행위를 매개하는 경우 - 사이버 스토킹에 관한 내용 - 처형장면, 시체 등 혐오감을 일으키는 이미지를 수록하거나 링크시키는 경우 - 부녀자 및 어린이 학대 등 폭력행위를 미화하는 내용 - 미신 또는 비과학적인 생활태도를 조장하는 내용 - 사회적 혼란을 야기시키는 허위 사실인 내용
명예 훼손	<ul style="list-style-type: none"> - 개인의 사생활 침해·초상권을 침범한 내용 - 개인이나 단체에 대한 비방이나 허위 사실에 관한 내용 - 욕설 또는 언어폭력 등의 저속한 표현으로 특정인의 인격을 모독하거나

	불쾌감 또는 혐오감을 불러일으키는 내용
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 판도라TV 서비스에 위해를 가하거나 고의로 방해하는 행위 - 범죄와 결부된다고 객관적으로 판단되는 행위 - 관리자, 운영자를 사칭하는 경우 - 광고를 게시하여 홍보용으로 사용하는 경우

출처 : 판도라TV 홈페이지(<http://www.pandora.tv/>)

사업자들의 자체적인 모니터링 효율성에 대해 회의적인 시각도 존재한다. 일부 1인 크리에이터의 경우, 고정 팬을 확보하고 있어서 플랫폼 사업자들이 사면을 남발하는 경향이 다소 존재한다. 또한 문제를 일으키는 일부 크리에이터의 경우 다른 사람의 명의로 가입하거나 복수의 아이디로 플랫폼사의 단속을 피하는 경우도 있기 때문이다(김희경·노기영, 2016). 그리고 일부 사업자들은 자율규제에 상당한 자원을 투자하는 반면 다른 사업자들은 그것을 완전히 무시하는 소위 '무임승차'의 문제가 발생할 수 있다(황성기·최승훈, 2001)는 것이다.

따라서 협회를 중심으로 다양한 측면에서의 협의과정이 필요한 상황이다. 하지만 2016년 만들어진 MCN 협회의 활동은 주로 산업적 측면에서 활성화 방향에 대해서는 활발한 논의가 이루어지고 있지만, 사업자와 크리에이터, 이용자간 협의를 통해 자율규제 방안을 논의하는 활동은 아직 부족하다. 2016년 11월에 정부·공공기관에 의한 내용규제에 반대하며 '국내 플랫폼 역차별, 모호한 적용 대상 기준, 표현의 자유 제한, 시장의 성장 저해, 방송의 개념 정의, 중복 규제의 문제' 등을 담은 '인터넷 개인방송사업자 규제법발의'에 대한 의견서를 전달한 바 있지만, 협회에 소속된 회원사 및 MCN 관련 다양한 사업자들간의 협의를 통한 자율 규제 방안에 대한 구체적인 논의는 진행된 바 없다.

방송 미디어의 제도화 과정을 보면, 초기에 결정된 규제모델이 이후 산업에 지속적으로 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라서 초기 규제모델 형성시기에 사회적 책무와 관련한 사업자의 자율대응이 중요하다. 사업자들이 자기규제를 강화하고 사회요구에 빠르게 응답할 경우, 제도적 규제 목소리는 줄어든다. 민간영역의 자율적 대책 장치로서 자율규제 활성화는 미디어가 사회적 신뢰를 형성하는 주요한 방법이며 동시에 불필요한 제도적 규제를 줄이는 방법이다(황용석·이동훈·김준교, 2009). 따라서 MCN 산업 역시 우리 사회 내 주요한 미디어의 한 축으로 건강하게 성장하고 활성화되기 위해 현재의 자율적 규제의 목표와 방향, 구체적 내용 등을 정립하고 수행해나가야 할 필요가 있다.

6. 결론

방송과 통신의 융합은 단순히 관련 산업의 성장뿐만 아니라 '생산·소비, 생활양식의 변화, 의사소통 체계의 원활화를 통한 민주주의 고양, 아마추어리즘의 부흥을 통한 창조성 고양 및 다양성 실현 등 경제, 정치, 문화' 등 사회 전반에 새로운 변혁의 구심점으로 작용한다. 규제 체계의 정립은 더 나은 규제환경 조성을 목적으로 융합이 가져올 잠재된 편익을 극대화하고, 융합을 지지하고 촉진할 수 있어야 한다(오용수·정희영, 2006).

미디어 규제 영역에서 오랜 기간 공적 규제가 주를 이루어 왔던 우리나라는 인터넷 내용규

제와 관련해서도 자율규제의 역사와 인프라가 빈약하다. 그 이유에 대해 황성기(2009)는 다음과 같이 분석한 바 있다. 첫째, 우리나라는 미디어 규제에 있어서 전통적으로 미디어의 사회적 영향력에 따른 책임론을 바탕으로 규제의 효율성 제고에 초점을 맞추어 왔다. 둘째, 인터넷을 공론장으로 기능하는 대안매체로 보는 시각이 지배적이었던 서구와 달리, 영향력 있는 매스미디어 개념의 연장선상에서 안전하지 못한 공간으로 보는 시각이 앞섰다. 셋째, 인터넷 규제와 관련하여 스스로의 역할에 대한 정부의 정확한 인식 부족으로 시장 영역에 맡길 것과 정부가 개입할 것 사이에 구분이 불분명했다. 지금부터라도 표현의 자유 측면에서 국가주도의 규제시스템이 갖는 한계를 극복하고, 인터넷이라는 매체의 속성상 규제의 효율성을 확보하기 위한 방법으로 자율규제를 활성화하는 것이 중요하다(이향선, 2012). 나아가 인터넷을 기반으로 진화한 MCN 산업 및 향후에 새롭게 생겨날 방송·통신 융합 서비스에 대해서도 내용적 측면에서만은 자율규제를 기본 방향으로 설정하고 산업 내 행위자들간 협의와 실천이 가능한 환경을 조성하는 것이 더욱 중요할 것이다.

본 연구자는 MCN 산업이 급격히 발전하면서 나타나는 부정적 이슈와 정부의 규제 개입 현상을 확인하고, 정부·공공기관 주도의 자율규제보다는 MCN 내부 행위자들의 주도적이고 자율적인 규제가 산업 발전과 미디어 기능 수행에 더욱 효과적일 수 있다고 판단하였다. 이러한 주장을 뒷받침하기 위해 MCN과 관련한 기존 연구, 뉴미디어 등장과 규제 및 자율규제 방향성에 대한 논의들을 정리하였다. 이를 통해 MCN 제도·규제 관련 논의가 부족하다는 것을 확인하였다. 또한 인터넷 환경 하에서 발전한 UCC, 개인방송 및 MCN 산업 진화 과정에서 수행된 규제 관련 연구를 정리하면서 방송·통신 융합 서비스인 MCN 콘텐츠에 대해서도 자율규제가 더욱 적절하다는 것을 확인할 수 있었다. 한편 현재 MCN 산업에 속한 기업과 협회, 1인 크리에이터들의 자정적 노력과 자율규제를 위한 협의의 과정이 아직은 체계적이고 구체적이지 못하여 향후 자율 규제 방향성에 대해 다음 몇 가지를 제안하고자 한다.

MCN 협회를 중심으로 더욱 활발한 규제 논의가 이루어져야 할 것이다. MCN 현황을 살펴본 결과, 주로 산업적 측면에서의 활성화 방향에 대해서는 활발한 논의가 이루어지고 있는 데 반해 규제에 대한 논의는 미비한 것을 확인할 수 있었다. 현재 개별 사업자들이 모니터링을 수행하고 있지만, 기업 규모에 따라 모니터링을 원활히 수행하기에 어려움이 있다. 따라서 효율적인 모니터링 수행 및 양질의 콘텐츠 생산·관리를 위해 우선적으로 MCN 협회를 중심으로 자율규제 개념과 방향성에 대한 합의가 이루어져야 할 필요가 있다. 특히 광고수익과 관련하여 1인 크리에이터와 사업자 간 분쟁이 종종 발생하는 만큼, 내용에 대한 자율규제 뿐만 아니라 문제가 발생하는 여러 쟁점에 대한 논의와 합의도 필요할 것이다.

이와 함께 MCN 산업 전체를 아우르는 협회로써 기능하기 위해 소속 회원사를 확대할 필요가 있다. 현재 MCN 협회에는 '크리에이터 보유 및 콘텐츠 제작 기업, 광고기획 및 세일즈 기업, 콘텐츠 유통·플랫폼 운영 기업, MCN 관련 비즈니스 기업' 4개 분과 총 57개 사업자들이 등록되어 있다. 하지만 인터넷 개인 방송 주요 사업자인 아프리카TV, 다음카카오, 팝콘TV 등 주요 개인 방송 플랫폼들은 소속되어 있지 않다. MCN 협회가 중심이 되어 주요 기업 및 신생 사업자들과 원만한 합의를 이루기 위해서는 소속 회원사에 대한 외연 확대가 필요할 것으로 판단된다.

다음으로 MCN 협회는 1인 크리에이터에 대한 교육에도 책임감을 가져야 한다. 특히 어린이 청소년 대상 콘텐츠와 1인 크리에이터의 경우, MCN 산업의 특성을 이해시키고 양질의 콘텐츠를 제작할 수 있는 환경을 조성해야 한다. 한국언론진흥재단이 발표한 '2016 10대 청소년 미디어 이용 조사 보고서'에 따르면, 청소년 26.7%가 유튜브·아프리카TV 등 1인 방송을 이용

하는 것으로 나타났다. 우리나라 청소년 4명 중 1명은 1인 방송을 보는 것이다(조선미디어, 2017.1.5). 또한 유튜브에는 크리에이터를 꿈꾸는 초등학생들의 영상이 적지 않다. 초등학교 최린(11) 군이 운영하는 '마이린TV' 채널의 구독자는 17만7000여 명이며 전체 동영상 조회수는 4000만 뷰에 이른다(뉴스원, 2017.1.29). MCN의 장기적인 발전을 위해서는 이와 같은 어린이 콘텐츠와 크리에이터에 대한 관리 및 교육 역시 필요하다고 생각된다. 개별 MCN 사업자들 역시 이에 대한 중요성을 인식하고 아직은 미비하지만 어린이 크리에이터 육성과 교육을 위한 프로그램들을 수행하고 있다. 국내 MCN 사업자인 트레저헌터는 연에 기획사의 조기 발굴 시스템을 도입하고 있다. 키즈 유튜버의 줄임말인 '키버 아카데미'를 통해, 초중고생을 대상으로 재능 있는 어린 크리에이터를 발굴·양성하는 프로그램을 진행한 바 있다. 키버 아카데미에서는 영상의 썸네일 제작 방법부터 적절한 BGM 선정 방식에 이르는 세세한 콘텐츠 제작 노하우를 소속 크리에이터가 직접 교육한다. 아직까지는 MCN에 대한 기본적인 개념 이해를 돕는 수준에서 진행되고 있지만, 점차 체계화된 커리큘럼을 마련하기 위해 노력중이다(플랫폼, 2016. 1. 7). 'DIA TV' 역시 키즈 전문 채널 투니버스와 함께 키즈 크리에이터를 발굴·육성하고, 다양하고 체계적인 활동 혜택을 제공하고자 'DIA TV 키즈 크리에이터 선발대회'를 개최하고 있다. 이처럼 MCN 주요 기업 몇몇은 어린이·청소년 콘텐츠와 1인 크리에이터에 대한 교육을 진행하고 있으나, 모든 사업자들이 이와 같은 투자를 할 수 있는 상황은 아니다. 따라서 MCN 협회를 중심으로 더 많은 사업자들이 어린이·청소년 콘텐츠, 1인 크리에이터에 대한 교육의 필요성을 느끼고 활발히 참여할 수 있는 환경을 만들어야 할 것이다.

MCN 협회가 산업 발전을 위해 주도적인 역할을 해야 할 강제성은 없다. 하지만 협회를 중심으로 사업자와 1인 크리에이터, 이용자가 공진화한다면 정부 규제에 대한 필요성은 줄어들고 스스로 조성한 환경 속에서 다양한 모습으로 발전해나갈 수 있을 것이다. 따라서 시장 내 협력을 통해 나름의 규칙과 방향성을 설정해 나가는 것이 필요하다고 생각된다.

본 연구는 MCN에 대한 정부규제의 필요성이 제기되는 시점에서 MCN 등장 환경과 융합 산업이라는 특성상 '방송'의 범주로 MCN 산업을 구분하고 자율규제하려는 것 보다는 인터넷 환경의 속성과 표현의 자유 관점에서 자율규제가 더욱 적절하다는 점, 그리고 향후 산업의 발전을 위해서라도 자율규제보다는 산업 내 행위자들간 협의를 통한 자율규제가 더 효과적일 수 있음을 나타내고자 하였다. 본 연구는 MCN 산업의 발전을 위해 자율 규제 논의 필요성을 제기하고 다양한 행위자간 합의를 위한 협회 활동에 대한 방향성을 제시하였다는 점에서 의미 있다고 판단된다. 하지만 연구의 논지를 뒷받침하기 위해 주로 기존 연구를 정리하고 뉴스 기사와 관련 홈페이지를 통한 자료 수집이 이루어졌다. 자율 규제의 방향성에 대한 사업자, 협회 관계자, 1인 크리에이터와 이용자 및 다양한 의견 수렴을 통해 구체적 방향성을 제시하지 못한 점은 아쉬움으로 남는다. 이는 후속 연구에서 구체적인 연구문제의 설정과 체계적인 연구방법 수행을 바탕으로 개선되어야 할 부분이다.

- 참고문헌 -

- 강휘원(2002). 자율규제적 인터넷 거버넌스 : 설계와 정책적 함의. 한국행정학보, 36(2), 185-205.
- 고문정·윤석민(2016). 온라인 플랫폼에서의 다중 채널 네트워크(MCN) 비즈니스 모델 탐색. 정보통신정책연구, 23(1), 59-94.
- 김경숙(2017). 인터랙티브 미디어서비스 환경에서의 1인 방송의 법적 성격 : 플랫폼 역할의 관점에서. 법학연구, 25(1), 127-152.
- 김유정(2008). UCC와 내용규제 : 부적절한 콘텐츠 생산과 유통에 대한 사회적 책무를 적용한 규제 논의. 사이버커뮤니케이션학보, 25(2), 263-294.
- 김윤명(2016). MCN환경하에서 실시간 개인방송의 법적 쟁점. 정보와통신, 33(4), 79-84.
- 김치호(2016). MCN 사업의 현황과 과제. 인문콘텐츠, 40, 167-187.
- 김희경·노기영(2016). MCN 비즈니스에서 BJ와 동영상 플랫폼에 대한 현행법 적용 가능성 분석. 방송통신연구, 95, 9-34.
- 디지에코(2016). 1인 미디어 시청 행태. DMC REPORT. Issue & Trend.
- 박선영(2002). 언론정보법연구 I. 서울: 법문사.
- 박은희(2009). 미디어 융합시대 내용규제 패러다임의 변화. 동서언론, 12, 219-246.
- 박진선·지혜민·이현율(2016). 새로운 콘텐츠 수용 과정에 나타난 참여와 노동에 대한 관찰. 한국방송학보, 30(5), 117-156.
- 송민정(2016). 글로벌 5대 MCN 미디어 기업들의 비즈니스 모델 연구. 방송통신연구, 96, 38-67.
- 신희연·정원식(2015). 모바일 동영상 콘텐츠의 브랜드화 특성 연구. 영상문화콘텐츠연구, 9, 23-46.
- 오동일(2016). 소셜 크리에이터 산업의 활성화 요인 연구. 애니메이션연구, 12(1), 53-68.
- 오용수·정희영(2006). 방송·통신 융합에 따른 규제체계 전환의 정책방향. 방송통신연구, 62, 137-169.
- 유세경·김숙(2008). 융합형 미디어 서비스에 대한 바람직한 내용 규제체계 연구. 사회과학연구논총, 20, 65-93.
- 윤현정(2016). MCN 게이밍 콘텐츠의 스토리텔링 연구. 한국영상학회논문집, 14(2), 23-37.
- 이향선(2012). 인터넷 내용규제 패러다임의 변화. 한국방송학보, 26(4), 215-264.
- 이혜수·유승호(2009). 정보사회 인터넷 포털의 자율규제. 동향과전망, 76, 306-335.
- 임정수(2016). MCN에 대한 미국 레거시 미디어 기업의 대응 전략 모델. 방송통신연구, 95, 35-63.
- 장우린(2016). 방송플랫폼 융합의 국제적 흐름과 MCN에 대한 연구 : 해외한국어방송사의 돌파와 지원을 위한 모색을 중심으로. 기초조형학연구, 17(2), 423-435.
- 정인숙(2016). MCN의 플랫폼 대응과 기존 미디어 사업자의 MCN 대응이 주는 시사점. 방송통신연구, 95, 64-88.
- 최명호(2015). MCN동향 : 모바일 친화적 콘텐츠로 부상. 디지에코 보고서 Issue&Trend.
- 최병선(2006). 정부규제론. 서울: 법문사.
- 이민영(2007). 컨버전스에 있어서 콘텐츠 규제의 정책방향. 정보통신정책, 19(4), 1-23.
- 하운금(2003). 방송의 내용 규제와 영향력 평가. KBI연구 03-1. 한국방송영상산업진흥원.

홍다현·전종우(2016). MCN(Multi Channel Network)의 브랜드 엔터테인먼트 콘텐츠 효과. 언론학연구, 20(4), 171-194.

황성기·최승훈(2001). 인터넷 콘텐츠 자율규제의 개념과 장치들. 정보사회와미디어, 3, 222-252.

황성기(2009). 한국에서의 인터넷 자율규제 활성화를 위한 제도적 방안. KISO저널, 1, 40-55.

황승훈(2008). 인터넷 콘텐츠 규제에 있어서 법제도와 사업자 자율규제의 결합에 관한 연구. 공법학연구, 9(4), 261-288.

황용석·이동훈·김준교(2009). 미디어 책무성 관점에서의 인터넷 자율규제제도 비교연구. 언론과사회, 17(1), 102-134.

황용석(2012). 표현매체로서 SNS(Social Network Service)에 대한 내용규제의 문제점 분석. 한국언론정보학보, 58, 106-129.

Scanlon, T. M.(1990). Content regulation reconsidered. In J. Lichtenberg(ed.), Democracy and the mass media. Cambridge, UK: Cambridge Univ. Press.

Price, Monroe E., & Steffan G. Verhulst(2000). The Concept of Self-Regulation and the Internet Content, in Jens Waltermann & Marcel Machill (eds.), Protecting Our Child on the Internet: Toward a New Culture of Responsibility, Gütersloh: Bertelsmann Foundation Publishers.

판도라TV 홈페이지 : <http://www.pandora.tv/>

아프리카 TV 역차별 받나..'인터넷방송 모니터링단' 출범(2016.11.1)
<http://www.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?SCD=JE31&newsid=03529286612841456&D&CD=A00503&OutLnkChk=Y>

청소년 4명 중 1명 이용하는 '1인 방송' 이끄는 '콘텐츠 크리에이터'(2017.1.5)
<http://pub.chosun.com/client/news/viw.asp?cate=C01&mcate=M1004&nNewsNumb=20170122568&nidx=22569>

'막장 1인 방송' 철폐...정부, 원스트라이크 아웃제 도입(2016.3.31)
<http://news1.kr/articles/?2620677>

요즘 애들 장래희망 "유튜버, 셰프"... '사'짜 직업 옛말(2017.1.29)
<http://news1.kr/articles/?2897945>

아프리카TV "선정성·사행성 오명 씻는다"(2017.1.12)
<http://www.sedaily.com/NewsView/1OASG5ECFX>

장래희망란에 '양평'을 적는 아이들 ... MCN 그리고 트레저헌터(2016. 1. 7)
<http://platum.kr/archives/53048>