

국내외 인터넷 개인방송 규제현황 및 규제 방향성 제언

Direction of Laws and Policies for the Regulation of Internet Personal Broadcasting

임한솔*, 정창원**

리얼미터 조사분석본부 법무/미디어 연구원*, 연세대학교 커뮤니케이션연구소**

Han Sol Lim(peculiarhs@yonsei.ac.kr)*, Chang Won Jung(cjung4@me.com)**

요약

본 연구는 국내 인터넷 개인방송의 사회적/법적 현황을 분석하고, 해외 규제 법률과 인터넷 방송의 매체적 특성을 근거로 개인방송 규제의 방향을 제안하는 데 목적을 둔다. 인터넷 개인방송의 영향력이 더욱 커지고 있으며, 음란물, 가짜뉴스 등 사회적/법적 문제점 또한 증가하고 있다. 인터넷 개인방송에 관한 법적 규제가 부재한 상황에서, 학계 역시 개괄적인 분석 수준에서 관련 법제 및 정책을 논의하고 있다. 또한, 급변하는 미디어 환경에 대응하고 새롭게 등장하고 있는 인터넷 방송콘텐츠와 플랫폼에 대응하기 위해 새로운 법제 연구의 필요성이 대두되고 있다. 연구결과 표현의 자유를 중요한 가치로 삼고, 미성년자 대상 음란물은 철저히 규제하되, 관련 기관/사업자 간의 협의회 구성을 통한 자율규제 가이드라인으로 최소한의 범위에서 인터넷 개인방송 규제를 주장한다. 본 연구는 인터넷 개인방송 콘텐츠의 질적 향상과 공정하고 다양한 콘텐츠 개발을 위한 새로운 방송정책 구축, 개인방송 콘텐츠의 효율적/공정한 규제를 위해 실질적이고 구체적인 법률을 제안했다는 점에 큰 의의가 있다.

■ 중심어 : | 인터넷 개인방송 | 1인 미디어 | 방송정책 | 방송규제 | 정보통신망법 | 방송법 | 유튜브 |

Abstract

This study aims to analyze the social and legal status of Internet personal broadcasting in Korea and propose the direction of personal broadcasting regulation based on overseas regulatory laws and the media characteristics of Internet broadcasting. The influence of Internet personal broadcasting has increasing, and social and legal problems such as pornography and fake news have also growing. In the absence of legal regulations on personal broadcasting on the Internet, academia is also discussing relevant legislation and policies at a general level of analysis. In addition, the current study argues that new legislative research is needed to respond to the rapidly changing media environment and to cope with the newly introduced Internet broadcasting content and platforms. The findings suggest that freedom of expression is a significant value, yet obscene materials for minors should be thoroughly regulated, and that internet personal broadcasting should be regulated to the minimum extent through self-regulation guidelines through cooperation between councils and related agencies or businesses. The significance of the current study indicates that it proposed the practical and concrete laws for the improvement of the quality of Internet personal broadcasting content, the establishment of new broadcasting policies for fair and diverse content development, and the efficient and fair regulation of personal broadcasting content.

■ keyword : | Personal Broadcasting | Internet Regulatory Policy | Internet Regulation Law | FCC | Youtube |

I. 연구배경 및 연구문제

1. 연구배경 및 연구목적

인터넷 개인방송은 기존 지상파나 케이블 등 레거시 미디어에서 다루었거나 다루지 못했던 콘텐츠를 개인이 직접 콘텐츠를 개발, 촬영, 송출까지 책임지는 1인 미디어를 의미한다. 정보통신 기술의 발전과 1인 가구 증가, 사회·문화적 의식의 변화 등으로 인해 인터넷 개인방송은 활성화되고 있다[1-3]. 한국언론진흥재단의 2018 언론수용자 의식조사에 따르면 유튜브 등 온라인 동영상 플랫폼 이용률은 33.6%로, 3명 중 1명은 인터넷 방송을 시청하는 것으로 나타났다. 종이신문 17.7%와 라디오 20.8%에 비해 높은 수치이다. 이 중 20대는 64.3%, 30대는 48.0%였다. 인터넷 개인방송 플랫폼인 아프리카TV는 2015년 기준 월평균 방문자 수 683만, 매일 평균 5,000개 방송이 동시 진행되고 있고, 트위치TV는 하루에 970만 사용자가 방송을 시청하며, 매달 200만 명 이상이 개인방송을 진행하고 있다. 인터넷 방송콘텐츠를 총체적으로 관리(기획, 마케팅, 수익, 저작권)해주는 MCN(Multi Channel Network) 산업이 등장했고[4], 크리에이터(콘텐츠 생산자)의 높은 인기와 수익, 사회적 영향력으로 인터넷 방송의 사회문화 경제적 파급력이 향상되고 있다.

레거시 미디어는 방송법 및 방송통신위원회(방통위), 방송통신심의위원회(방심위) 등을 통해 콘텐츠의 질적 규제를 받으나, 인터넷 개인방송은 플랫폼 업체의 자율 규제 정책에 따라 음란물이나 자극적인 내용 또는 위법한 콘텐츠가 아니라면 강한 질적 규제를 받지 않고 있다. 비록 표현의 자유 측면에서 콘텐츠의 다양화와 심의로부터의 자유는 인터넷 개인방송이 지니는 대표적 장점이라고 할 수 있으며, 인터넷 방송 산업 발전에 중요한 역할을 하지만[5], 다양한 문제점(정치편향, 음란물, 가짜뉴스) 및 이로 인한 사회적 비용도 간과할 수 없는 실정이다. 지상파와 케이블에서는 방송될 수 없었던 정치 프로그램들이 인터넷 방송에서 극단적으로 편향된 보수-진보 프레임으로 제약 없이 수용자에게 노출된다. 또한, 청소년들이 음란물에 매우 용이하게 접근할 수 있다. 대형 인터넷 방송 플랫폼에서는 음란물 규제를 하고 있지만, 규제에도 불구하고 여전히 음란 콘텐

츠를 쉽게 찾을 수 있다. 인터넷 방송은 녹화와 저장, 유포가 매우 간단하며, 잠깐 노출된 음란 콘텐츠가 온라인상에 저장 유통되는 사례도 잦다. 일부 콘텐츠 수용자들은 자극적인 콘텐츠에 열광하며, 노이즈 마케팅을 노린 콘텐츠 제작자는 자극적인 콘텐츠를 고의로 송출하기도 한다. 일각에서는 강한 규제를 통해 사회적 비용을 줄여야 한다고 주장하지만, 플랫폼 사업자들은 규제가 아닌 청년창업 등과 관련된 정책을 통해 산업을 육성시키고 자율규제 방식으로 방송 환경을 정화해야 한다고 반박한다. 정부에서는 인터넷 방송이 불법 정보나 청소년 유해 매체에 해당하는 경우 사후심의를 통해 일부 규제를 하고 있으나, 벗방(옷을 벗는 방송), 육배틀(다른 진행자와 욕설 경쟁), 엽기 먹방(비정상적으로 먹는 행위를 보여주는 것), 성희롱, 팩트체크 되지 않은 가짜뉴스 등 불법·유해 콘텐츠 송출을 실질적으로 제어할 수단은 부족하다[6].

인터넷 개인방송에 관한 법적 규제가 부재한 상황에서, 학계 역시 개괄적인 분석 수준에서 관련 법제 및 정책에 관해 논의하고 있다. 또한, 급변하는 미디어 환경에 대응하고 새롭게 등장하고 있는 인터넷 방송 콘텐츠와 플랫폼에 대응하기 위해 새로운 법제 연구가 필요할 것이다. 본 연구에서는 최근 새롭게 논의되고 있는 다양한 사회적·법적 문제점을 살펴보고, 이를 해결하기 위한 관련법을 심층적으로 분석할 것이다.

구체적으로 규제현황과 원리, 규제 근거를 심층적으로 검토하면서, 인터넷 개인방송과 관련된 법률(방송법, 전기통신사업법, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 등)에 대한 방향성을 제시하고자 한다. 문헌 조사를 위해 방송 통신 관련 기관인 방통위, 방심위의 연구 보고서 및 실태조사를 살펴보았다. 규제현황과 법률해석을 위해 국회입법조사처의 개인방송 관련 다양한 연구를 선별하였고, 분산된 연구과제와 국내외 관련 기관들의 다양한 연구 보고서를 종합해 개인방송 규제와 정책에 관해 아카이브 연구 방법으로 총체적으로 정리/분석했다. 마지막으로 국내외규제 및 정책 분석을 통해 인터넷 개인방송 규제의 방향성을 제시하고자 한다. 특히, 유럽연합(EU)의 시청각미디어 서비스 지침을 참고하여 해외 규제와 정책을 바탕으로 국내 인터넷 개인방송 규제가 나아가야 할 방향을 제안하고자 했다.

인터넷 개인방송의 문제점, 규제현황 및 근거를 분석하기 위해 본 연구는 다음의 연구문제를 제안한다.

연구문제 1 - 인터넷 개인방송에 대한 국내의 규제현황은 어떻게 되는가?

연구문제 2 - 인터넷 개인방송의 사회적·법적 문제는 무엇인가?

연구문제 3 - 인터넷 개인방송에 대한 국외의 규제현황과 그 근거는 무엇인가?

II. 정부의 인터넷 개인방송 규제와 문제점

1. 한국의 인터넷 개인방송 규제현황

1.1 방송법상 '방송'과 인터넷 개인방송의 규제

방송법상의 '방송'은 전통적으로 전파의 회소성, 전파의 공공재적 성격을 의미하는 공공성, 보편적 서비스, 소비자 보호, 공동체 유지 등의 근거를 통해 규제의 당위성을 인정받아왔다. 방송법상의 규제를 받는 '방송'은 공적 책임과 사전심의 및 편성의 규제를 받지만, 인터넷 개인방송은 현행법상 정보통신의 영역에 포함되기 때문에 방심위의 심의 규정을 적용받는다. 방송통신심의위원회 설치 및 운영에 관한 법률 제21조 제4호에 따르면 방심위는 플랫폼 사업자에게 "전기 통신회선을 통하여 일반에게 공개되어 유통되는 정보 중 건전한 통신윤리의 함양을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령이 정하는 정보의 심의 및 시정요구"를 할 수 있다. "일반에게 공개되어 유통되는 정보"는 콘텐츠가 이미 공개되고 유통되어야 시정요구를 할 수 있다는 의미이다. 인터넷 개인방송은 방송콘텐츠의 저장 의무가 없어 생방송으로 유통된 콘텐츠가 휘발한 경우 심의 증거자료가 부재하게 된다. 또, 스트리밍으로 방송된 콘텐츠가 유튜브 등 플랫폼에 업로드된 경우 크리에이터를 제외하고 심의대상 사업자를 특정할 수 없게 되어 시정요구 결정을 내리는 것이 불가능해진다[7].

이러한 인터넷 개인방송 라이브 스트리밍 환경에서는 다양한 채널(특히 채팅을 이용한 상호소통)을 통해 불법·유해 정보가 유통되기도 한다. 국회와 정부, 일부 언론은 인터넷 개인방송을 방송법상 '방송'의 기준으로 규제해야 한다고 주장한다[8]. 2017년 미래창조과학부

송통신위원회 국정감사에서는 인터넷 개인방송의 선정성 논란에 대해 언급하며, 현재 개인방송 심의 근거법이 부재하며 제재의 방법이 없다고 지적했다. 당시 방통위원장은 방송의 정의를 재정립하겠다고 밝혔고, 이후 방통위와 20개의 관련 기관·사업자·단체로 구성된 클린인터넷방송협의회가 설립되어 자율규제 가이드라인 등을 마련하려고 시도하기도 했다[9]. 헌법 제21조 제3항은 통신과 방송, 신문의 기능보장을 위해 각각의 매체 특성에 맞도록 규제 및 정책 체계를 법률로 정한다고 규정한다. 기술의 발전으로 인해 방송과 통신의 융합 미디어가 등장하더라도 각각 다른 속성을 가진 매체는 서로 다른 방식으로 규제해야 한다는 의미이다[10]. 개인방송을 획일적으로 방송으로 간주하여 규제하는 것은 각각의 매체 특성에 맞도록 규제하는 것이 아니다. 즉, 본 연구는 인터넷 개인방송 콘텐츠가 일정 부분 사회적 문제를 발생시킨다고 하더라도 위와 같은 방송규제 논리를 적용하는 것에는 무리가 있다고 주장한다. 근본적으로 인터넷 개인방송의 내재적 속성과 사업방식이 매우 다르기 때문이다.

1.2. 공적규제와 자율규제

현재 인터넷 개인방송에 적용하고 있는 규제 체계는 크게 방심위의 통신 심의(법적 규제)와 플랫폼 사업자의 자율규제로 나뉜다. 통신 심의는 이용자들의 신고나 심의기관의 모니터링으로 이루어진다. 이용자신고는 정보통신망법의 규정에 따라 통신 심의를 담당하는 방심위의 민원절차 또는 플랫폼 사업자에 의해 처리된다. 통신 심의제도의 대표적 특징은 불법 및 청소년 유해물 등 문제 콘텐츠에 대한 '시정요구'가 가능하다는 점이다. 그러나 플랫폼 사업자를 통해 해당 콘텐츠의 삭제 또는 접속 차단조치를 하거나 문제가 되는 콘텐츠를 올린 이용자의 계정 해지 및 정지가 통신 심의의 전부이다. 개인방송 플랫폼 사업자들은 자체 이용약관을 통해 규제 및 제재에 대한 기준을 밝히고, 이용자신고와 자체 모니터링을 통한 자율규제를 시행하고 있다.

국내 플랫폼 사업자의 이용약관에는 정보통신망법 제44조의7에 해당하는 불법 정보, 청소년 유해물, 인격권침해와 관련한 내용을 명시한다. 하지만, '불법 정보'의 기준이 모호하고, 표현의 자유를 제한한다는 반론으

로 수많은 콘텐츠를 모두 검열하기 쉽지 않다. 사업자 각자의 자율규제 이외에 한국인터넷 자율기구 등 인터넷 사업자 간의 자율규제 기구에 의한 규제 또한 진행 중이다. 그러나 각 플랫폼 사업자 간의 성격이 다르고, 시장 내에서의 위상이 같지 않기 때문에 완벽한 규제의 방침이 될 수는 없다[11].

그동안 방송 통신 내용규제는 ‘국가 주도’ 방식과 법률에 근거하여 이뤄졌다[12]. 그러나 인터넷 개인방송 플랫폼, 검색 포털, 우버, 타다 등 새로운 플랫폼의 등장은 국가 주도의 공적규제방식에 한계를 드러내게 했다. 이는 공적규제를 바탕으로 자율규제와의 유기적 협력이 중요한 과제가 되었다는 것을 의미한다[13]. 신규 매체의 등장과 사회적 역기능 중심의 규제논의가 미디어 규제 체계가 갖는 기본적인 전제에 관한 질문을 봉쇄한다고 주장했다[14]. 방송과 통신으로 이분화된 규제 틀을 상정하고 이를 새로운 매체에 적용하여 어떤 체계로 편입시킬 것인지 논의하는 방식은 기존 규제 체제 중심의 일시적 봉합일 뿐이며 인터넷 개인방송의 근본적인 문제 해결이 아닐 것이다. 현재까지의 규제논의는 통합 방송법(방송법 전부 개정안)에 개인방송을 포섭하는 것으로 모이고 있는 듯 보이나 표현의 자유를 위해 자율규제를 강화해야 한다는 주장도 강하다[15].

2. 인터넷 개인방송의 문제점

2.1. 사회적 문제

본 연구는 인터넷 개인방송의 큰 영향력으로 인해 개인방송의 음란·폭력성·가짜뉴스와 관련된 문제를 사회적 차원에서 다루어야 한다고 주장한다. 인터넷 개인방송의 주 시청자 계층은 10대 청소년이라는 점에서[16], 사전 심의제도나 법적 제도가 필요하다. 레거시 미디어에서는 미성년자나 시청자에게 혐오감을 주거나, 사회적 물의를 일으킬 수 있는 콘텐츠에 대해 방송법에 기반 등급제나 사전심의를 통해 사전 규제를 하지만 인터넷 개인방송 콘텐츠에 대해서는 사전심어나 시청자 등급제도가 존재하지 않기 때문이다.

언론 보도를 통해 인터넷 개인방송의 선정적, 폭력적, 반사회적 콘텐츠로 인한 사회적 문제는 쉽게 접할 수 있다. 2019년 4분기 경찰청 자료에 따르면, 사이버도박 49명, 신종 사이버범죄 30명, 성폭력 6명, 교통범죄

5명 등 개인방송에서 불법행위를 한 크리에이터가 구속 등의 처벌을 받았다[17]. 음주운전을 실시간으로 하다가 잡히기도 하고, 방송 도중 성폭행을 시도하거나, 차별 발언 등으로 구설에 오르기도 한다[18].

이런 사회적 문제는 두 가지 측면을 살펴야 한다. 먼저, 크리에이터가 자신의 수익이나 인기를 위해 유해한 콘텐츠를 생산하는 것이다. 자극적 콘텐츠가 수익과 구독자 수 증가에 큰 상관관계가 있기 때문이다. 동영상 스트리밍 전후 노출되는 광고와 자극적인 콘텐츠로 인한 시청자의 유료 아이템 구매는 개인방송 콘텐츠 제작자들의 인기와 흥행에 영향을 받기 때문에 인터넷 방송 플랫폼 사업자는 이를 적극적으로 정화하려 하지 않는다. 플랫폼 사업자의 자율규제 가이드라인이 있음에도 불구하고 1인 미디어의 문제점이 끊이지 않는 이유이다[19].

두 번째는 콘텐츠 수용자 측면이다. 크리에이터에게 유료 아이템을 선물하기 위해 회사의 자금을 횡령하고, 빚을 내고 자살하는 등의 문제가 빈번히 일어나고 있다[20]. 문제 해결을 위해 플랫폼 사업자별로 후원 금액에 대한 상한제를 도입하여 시행하기도 한다. 사업자마다 기준이 다르긴 하지만, 1일 기준으로 아프리카TV는 100만 원, 카카오TV는 70만 원, 유튜브는 50만 원이고, 팟콘TV는 상한제가 없다. 2018년 아프리카TV 후원 한도는 3,000만 원에 달했지만, 이러한 폐단을 방지하기 위해 방통위는 유료 아이템의 후원 금액 상한제를 도입하라는 권고안을 전달했다[21].

인터넷 개인방송이 어린이나 청소년에게 주요한 미디어의 역할을 수행하면서 사회 공동의 가치창조를 위해 노력해야 하지만, 폭력적이고 자극적인 콘텐츠의 반복 송출은 부정적 영향을 끼칠 수밖에 없다[22]. 미디어 폭력은 특히 미디어 세계와 현실 세계를 명확하게 구분해 이해하지 못하는 어린이들이나, 판단력이 정립되지 않은 청소년에게 효과가 더 심각하게 나타난다. 폭력물과 청소년 비행의 연관성을 검증한 연구결과에[23] 의하면 학교 폭력, 가정 폭력, 사회 폭력과 연계되는 청소년 비행 및 범죄가 미디어에서 보여주는 공격적 행위 및 폭력적 태도의 학습인 것으로 확인되기도 했다[24]. 선호하는 방송 프로그램에 나온 폭력을 더 쉽게 인지하고 그러한 폭력을 효과적이라고 생각해 폭력 행위를 하

는 경향도 있다[25]. 이러한 연구를 통해 인터넷 개인방송 BJ와 팬덤 형성 및 영향력의 역학관계를 고려해 볼 수 있을 것이다.

결과적으로, 인터넷 개인방송의 규제는 공공의 이익을 위해, 그리고 불필요한 사회적 자원의 낭비를 줄이는 데 필요하다. 개인방송 시청자는 점차 늘어나고 있고, 크리에이터는 독창적인 콘텐츠를 개발할 수도 있지만, 수익을 위해 자극적이고 극단적인 콘텐츠를 방송할 여지가 크며, 이를 관리해야 할 플랫폼 사업자는 기업의 수익 측면에서 이를 방관할 것이다. 따라서 정부에서 불법 콘텐츠에 대해 방송법이나 정보통신망법 등을 통한 제재가 필요하지만, 기존의 '방송'처럼 비속어나 폭력성이 두드러지거나 상식적이지 않은 콘텐츠를 관리할 수 있는 법적 근거가 부재한 상황이다.

2.2 법적 문제

방송법과 정보통신망법으로 방송과 통신에 대해 심의를 하고 있으므로 인터넷 개인방송이 방송인지 통신인지 구분하는 것은 중요한 화두이다. 전기통신 기본법과 방송법에 따르면 방송은 일반 공중에게 일대다 형식으로 전달(송신)하는데 목적을 두고 있지만, '통신'은 일대일 상황을 전제로 '송신'과 함께 '수신' 단계를 포함한다는 점에서 방송과 통신은 차이가 있다[26]. 구체적으로 인터넷 플랫폼 사업자는 정보통신망법 제2조의3에 따라 '정보통신서비스제공자'이며, 전기통신사업법 제2조의13에 따라 '특수한 유형의 부가통신서비스사업자'에 해당한다. 따라서 개인방송 사업 운영에 대한 규제는 방송법상의 '방송 프로그램'에 대한 규제가 아니라 '정보통신 콘텐츠'에 대한 규제를 받는다. 이는 여타 부가통신사업자와 마찬가지로 정보통신망법, 청소년 보호법, 형법 등에 따라 불법 및 위법 여부를 사후적으로 심의받는다. 즉, 방송 프로그램이나 유사방송 콘텐츠보다 현저히 완화된 수준의 규제를 받는다[27].

앞서 언급했듯이 인터넷 개인방송은 방송법상 방송 콘텐츠가 아니므로 콘텐츠 내용에 대한 사전 규제를 받지 않는다. 또한, 방심위의 개인방송 심의는 일반인 신고 및 자체 모니터링으로 이루어지고 있어, 접수된 신고 중 통신 심의 규정에 해당하지 않으면 '해당 없음'으로 시정요구나 자율규제 권고를 하지 않는다. 2019년

방심위 국정감사에 따르면 최근 5년(2015~2019년 9월)간 신고 건수가 4,914건에 달했고, 2019년 방심위의 심의 건수는 537건으로 2018년 481건보다 증가했다[28]. 2018년까지 3년간 심의 건수는 1,469건이었지만, 시정요구 또는 자율규제 권고는 163건뿐이었다. 1,306건은 해당 없음 처분을 받았다[29]. 본 연구에서는 심의대상 콘텐츠 중 시정요구를 받은 콘텐츠보다 '해당 없음'을 받은 콘텐츠 수가 많은 이유를 두 가지로 분석했다.

먼저, 이용시간과 장소를 볼 때 개인방송은 기존 매체를 위협하고 있다. 일반인의 48.5%가 레거시 미디어와 유사하거나 더 큰 영향력을 끼친다고 평가했다[30]. 즉, 일반인 신고자들은 인터넷 개인방송을 일반적 '방송'으로(방송법상의 정의) 인지하는 경향이 있다. 그러나 인터넷 개인방송은 '방송'이 아닌 '통신'으로 정보통신에 관한 심의 규정에 따라 사후심의가 이루어진다. 둘째로, 인터넷 개인방송은 방송법에 따른 '공공성이나 공정성'이 심의대상에 포함되지 않는다. 인터넷은 표현의 자유가 최대한 보장되며, 통신 심의의 수용범위가 방송에 비하여 넓으므로 개인방송 콘텐츠가 방심위의 심의대상이 아닌 경우가 많아 해당 없음의 비중이 높게 나타난다[31].

방심위는 인터넷 개인방송의 관리·감독 분야 대부분을 플랫폼 사업자의 자율심의에 의존하고 있고 그 중 위반내용이 중대하거나 위법의 소지가 다분한 콘텐츠에 한해 자율규제 권고나 시정요구를 결정해 플랫폼 사업자에게 결정 내용을 전달한다. 또한, 인터넷 개인방송 콘텐츠에는 광고 규제나 등급규제도 적용되지 않는다[6]. 시정요구는 해당 정보 삭제나 접속차단 조치, 이용자에게 대한 이용정지 및 해지 조치이고, 시정요구를 전달받은 사업자는 시정 여부에 관해 방심위에 회신해야 할 의무가 있다. 그러나 자율규제 권고는 규제 여부에 대해 회신의 의무가 없으며, 법정 제재의 근거도 부재하다. 일부 개인방송 콘텐츠의 크리에이터는 재발 방지 서약에도 불구하고 음란하거나 사회질서에 반하는 콘텐츠를 지속해서 송출한다. 결국 방심위의 제재는 실효성이 없다고 해석할 수 있으며, 따라서 현재 수준의 심의와 관련한 법제는 수정 및 보완할 필요성이 있다.

2.2.1. 새로운 법적 제반 구축 필요성

방송 매체의 패러다임 전환이 급속히 이루어지는 시점에서 이용자가 참여하는 신규 서비스까지 강력한 방송의 개념을 확대 적용해 규제하는 것은 어려울 수 있다. 본 연구에서는 인터넷 개인방송과 유사한 신규 및 융합 미디어 사례(IPTV, 팟캐스트, OTT서비스)를 분석하여 인터넷 개인방송 규제에 관해 논의할 것이다. IPTV는 인터넷 멀티미디어 방송사업법(IPTV법)을 입법하며 관련 문제를 해결하였고, 2011년 방송통신심의위원회의 뉴미디어 정보법 신설을 통해 팟캐스트의 불법·유해정보 심의가 가능해졌다[32]. OTT의 경우는 아직 규제와 관련한 여러 논란이 지속되고 있다. OTT 서비스는 전기통신사업법을 적용받아 신고에 의한 사업자 등록, 불법 정보 및 청소년 유해정보에 대한 규제를 받고 있다. 그러나 광고 규제나 권역 규제는 없거나 낮은 수준이다. 가장 큰 문제는 넷플릭스 등 해외 사업자와 국내 사업자 간의 규제 역차별 문제이다. 한국과 유사한 문제를 공유하고 있는 유럽(EU)은 '시청각미디어 서비스지침'을 개정, 유럽의 산업 보호와 문화 다양성 보호를 위해 강한 디지털 보호주의 정책을 펴고 있다[33]. 개정안에는 넷플릭스나 유튜브 등 OTT 사업자와 소셜 동영상 플랫폼 사업자가 규제 영역에 편입되어 쿼터제도 및 재정적 규제 등을 받는다. 미국은 별다른 규제가 없는 상황이다[34]. 현재 방통위는 OTT 사업자를 별도로 정의하는 등 OTT 규제 법제화를 추진하고 있다.

신규 미디어의 출현은 방송과 통신 중 어떤 영역에 포함되어야 하는지가 핵심 주제이다. 인터넷 개인방송은 방송법상의 방송과는 다르며, 방송 진행자가 기획, 제작은 하지만 사실상 편성의 권한이 없다. 불특정 다수의 시청자에게 일방적으로 송신하는 것이 아니라 수신을 하는 시청자가 콘텐츠를 취사 선택해 방송 서비스를 시청하는 상호교환이 이루어지기 때문이다. 그러나 플랫폼 사업자의 경우 콘텐츠의 배열 등 편성에 해당하는 행위를 할 가능성이 있다. 미국의 Pacifica 판결에 따르면, 라디오 등의 방송은 침투성(pervasiveness)을 가진, 이용자가 통제할 수 없는 매체이지만 통신은 이용자가 버튼을 누르는 등의 승낙 행위를 통해 통제권을 가지므로 침투성을 가진 방송과 같은 매체는 더 많은

규제가 행해질 수 있다고 하였다. 인터넷 개인방송의 경우 사회적 영향력과 전파성, 공개성을 가지는 매체에 해당할 수 있어 침투성이라는 가치를 재고할 필요성이 있다.

앞서 지적했듯이, 크리에이터가 사회질서에 반하는 콘텐츠를 송출한 경우 법률에 명시된 특별한 경우를 제외하고 이를 시정하지 않아도 벌칙이 가해지지 않으며, 대부분 강제성이 없는 권고적 행정지도의 수준이다. 즉, 인터넷 개인방송에서 기존의 방송 프로그램과 유사한 콘텐츠를 송출해도, 전통적 방송에 대한 제재에 비해 강제력이 현저히 떨어진다. 또한, 블로그나 소셜미디어 콘텐츠에는 광고나 협찬에 대한 고지의무가 있지만, 인터넷 개인방송 콘텐츠에는 광고 규제나 등급규제 등이 적용되지 않는다[6]. 그러나 개인방송 플랫폼 사업자가 자율규제를 통해 크리에이터 본인이 등급 설정을 하게 되어있으며, 이를 위반하는 경우 콘텐츠 삭제나 계정 정지, 광고 수익 등 제한과 같은 제재를 가하기도 한다.

따라서 본 연구에서는 인터넷 개인방송 매체 규제에 관한 국가 주도(강제적 법률)의 목적성과 가치를 인터넷 방송 매체의 특성과 해외 사례를 중심으로 구체적으로 살펴보려 한다. 음란물, 선정적 콘텐츠, 우발적 행동 등의 급속한 유통 저지를 위해서는 인터넷 개인방송 규제의 목적성이 분명하며, 특히, 국가가 주도적인 역할을 해야 하는 아동·청소년 보호라는 가치는 방송과 통신의 구분 없이 진행되어야 하기 때문이다.

III. 규제 근거

1. 매체 특성론적 고찰

미디어 규제에서 매체 특성론적 접근은 매체의 특성에 따라 서로 다른 규제원리와 방식을 적용해야 한다는 것이다. 최근 미디어 시장은 매체 간의 융합 현상이 매우 빠르다. 융합 현상이 가속화되고 있음에도 불구하고 현재 방송과 통신 관련 규제제도는 여전히 매체별로 분화되어 있다. 이는 방송과 통신의 특성을 기반으로 방송은 공익 서비스이며, 통신은 비즈니스라는 인식의 차이에서 비롯된다. '언론매체에 대한 3분할 커뮤니케이션 시스템'은 전통적으로 매체에 대한 규제 근거로 이

용되어 왔다. 그러나 이 시스템은 신문과 방송을 구분해 차별적으로 규제해야 한다고 봄으로써 비판을 받아왔고, 지금 같은 뉴미디어 시대에 3분할 제도를 기본 패러다임으로 유지하는 것은 적절하지 않다. 특히 인터넷 포털 뉴스의 등장 이후 신문 등의 자유와 기능보장에 관한 법률 등 관련 법률(신문법)의 개정 사례는 미디어 관련 법률이 새로운 시대에 적응해야 한다는 것을 증명한다.

미디어 규제의 3분할 모델에 따르면 인쇄 매체에 대해서는 표현의 자유를 최대한 보장하고 있고, 방송에 대해서는 일부 규제하며, 통신매체의 경우 보편적 서비스를 보장하는 것을 원칙으로 한다. 대표적으로 방송은 희소성의 원칙을 들어 규제를 인정하고 있다. 표현의 자유를 보장하기 위해서는 사상의 시장 모델에 의하여 규제로부터 자유로워야 하는 것이 원칙이나, 방송은 사용하는 주파수가 제한되어 있어 매체에의 접근성이 한정되고, 희소 자원으로써 정부의 허가가 필요하다. 따라서 독점규제와 유사한 지위를 획득하게 된다.

인터넷 개인방송은 방송과 통신의 경계가 무너진 영역에 해당한다. 따라서 전통적인 3분할 커뮤니케이션 분류를 적용하는 것은 무리가 있으며, 기존의 수직적 구조에서 수평적 구조로 규제의 양상이 변화되어야 한다[35]. 콘텐츠의 생산방식과 전달방식, 매체의 이용 동기, 매체 접근 방식 모두가 레거시 미디어와는 다르므로 단선적인 방송 통신 규제가 아닌 새로운 영역으로의 논의가 필요하다.

2. 해외 인터넷 개인방송 규제

영국, 미국, 독일, 일본의 인터넷 개인방송 규제 정책에는 공통점이 존재한다. 먼저, 강력한 공적규제를 하지 않는다. 표현의 자유나 개인의 프라이버시를 중요한 가치로 여기고 있기 때문이다. 둘째로, 아동과 청소년에 대한 보호를 중요한 가치로 여긴다. 청소년 보호법 등의 관련 법률을 통해 아동포르노나 아동을 상대로 한 음란물을 엄격하게 처벌하고 있다[36]. 이는 국내에서도 청소년 보호법 및 아동·청소년의 성보호에 관한 법률에 따라 보호하고 있는 것으로, 미성숙한 청소년의 성 규범을 보호하고자 하는 세계적 흐름을 파악할 수 있다. 셋째로 저작권자에 대한 보호가 강하다. 분석한

주요 5개 국가 모두 저작권자의 저작권에 대한 보호를 중요한 가치로 지키고 있었다.

세계 각국은 대부분 이용자의 신고나 민간기관 혹은 플랫폼 사업자의 자율규제를 통해 인터넷 개인방송 콘텐츠를 규제하고 있다. 국가 주도에 의한 규제를 시행하는 경우 표현의 자유에 대한 인권 침해의 우려가 크기 때문이다. 그리고 인터넷 개인방송을 직접 규제하는 법률은 어느 국가에도 존재하지 않았다. 인터넷에 대한 직접적인 규제가 한 국가에서만 이루어진다고 해결되지 않기 때문이다. 해외 각국의 인터넷 개인방송 규제 체계 특징을 정리하면 다음 표와 같다. 다음 표는 국회 입법조사처의 인터넷 규제 체계 특징을 참고하였다.

표 1. 국내·외 인터넷 개인방송 규제 체계 특징 표

	규제방식	근거법률	주체	규제대상 선택방법	기타
한국	공적규제 및 자율규제	정보통신망법, 전기통신사업법, 청소년보호법	정부, 플랫폼 사업자	이용자 신고, 모니터링	
영국	공적규제 및 자율규제	수사권 강화법 디지털 경제법	정부, 플랫폼 사업자	이용자 신고, 모니터링	공적규제가 강해지고 있음
미국	자율규제	통신통위법 230(c), 디지털 밀레니엄 저작권법 (DMCA) 등	플랫폼 사업자 법원	이용자 신고	표현의 자유, 아동보호, 개인 프라이버시, 저작권보호 등이 주 규제 가치
독일	공적규제 및 자율규제	텔레미디어법 (컨버전스 영역으로 간주)	연방 정부, 주정부 (내용 규제)	이용자 신고	법적 규제기구의 자율규제 기구 승인 필요
일본	자율규제	통신법 (현행법을 개별적으로 적용하는 방식)	사안별 로 상이	이용자 신고	8개 방송통신 관련법을 4개로 통합, 다양한 자율규제 그룹 존재 (총무성 산하 유해 정보 상담센터나 민간 협회 등)

해외 주요국들은 인터넷 개인방송에 대해 자율규제를 규제의 기본 틀로 두고 있다. 국가의 역할에 따라 크게 세 가지로- 자발적 자율규제, 부분위임 자율규제, 완전위임 자율규제- 나누어 볼 수 있다. 자발적 자율규제의 경우 개인방송 플랫폼 사업자 각자가 기구가 되어 자율적으로 규제를 가하는 방식으로 정부개입 및 법률

적 근거가 없으며, 미국이 대표적인 자발적 자율규제 모형에 해당한다. 부분위임 자율규제는 정부가 법률로써 자율규제 기구에 대한 승인·관리·감독을 맡으며, 법률을 통해 정부의 콘텐츠 규제에 관한 권한을 위임한다. 자율규제 기구는 법률로써 그 지위를 수여 받는다. 정부 인사가 포함되는 이사회를 통해 규제 기구가 운용되며, 프랑스가 대표적인 부분위임 자율규제 모형에 해당한다. 마지막으로 완전위임 자율규제 모형은 부분위임 자율규제와 유사하지만, 정부가 법률 및 정책적 승인을 통해 자율규제 기구에 완전하게 권한을 위임하는 방식이다. 법률적 지위나 그에 준하는 제도적 협력 지위를 통해 자율규제 기구의 법률적 위상이 형성된다. 영국이나 독일, 일본, 한국 등이 완전위임 자율규제 모형에 해당한다[37]. 대부분의 규제 대상은 불법 및 유해 콘텐츠이고, 모니터링과 이용자신고 등을 통해 위법한 콘텐츠의 생산과 확산을 제한하고 있다. 위법의 기준은 국가별로 상이하지만, 미국, 유럽, 일본의 국가들은 아동 및 청소년 음란물 차단에 집중하고 있기 때문에 표현의 자유에 대한 침해 문제는 크게 발생하고 있지 않다[38-40]. 결국, 한국을 포함한 주요국들은 인터넷 개인방송에 불법 정보를 포함하지 않는 한 강력한 공적규제를 취하지 않는 것으로 해석할 수 있으며, 폭력적 언행이나 음란성에 관한 판단은 국가별로 다른 잣대에 의해 자율규제의 형식으로 관리되고 있음을 확인할 수 있었다. 따라서 앞서 언급했던 국내의 인터넷 개인방송의 사회적·법적 문제점을 해결하고 급속하게 변화하고 있는 미디어 환경에 대응하기 위해서는 강력한 공적규제가 해답이 될 수 없다. 본 연구는 자율규제가 표현의 자유와 사업의 자율성을 지키면서 유해정보를 차단하기 위한 실효성이 가장 높은 방식이라고 주장한다. 또한, 정부가 자율규제를 할 수 있도록 방향성을 제시해 주는 것이 세계적 추세에 맞는 규제방안이라 볼 수 있다.

IV. 인터넷 개인방송의 규제 방향 논의

1. 해외 플랫폼 사업자(유튜브와 트위치)의 자율규제 사례를 통해 본 규제 방향 진단

유튜브는 트래픽이 가장 많은 대표적 개인방송 플랫폼

사이트로, 각종 규제나 수익 창출 제도에 있어 관련 사업자에게 가이드라인을 제공하는 선도적 역할을 한다. 특히, 온라인에서 정부의 역할은 제한적일 수밖에 없기에 유튜브는 수익 창출 조건 강화와 커뮤니티 가이드를 통해 부적절 콘텐츠 업로드를 제한하는 미국의 자율규제 모형을 따른다[41]. 현재까지 완전한 자율규제 시스템이 갖추어지지 않은 국내 인터넷 개인방송 시장에서 플랫폼 사업자가 가이드라인을 갖출 수 있도록 관련 조항을 추가하는 것을 고려해 볼 수 있다.

유튜브는 자사 홈페이지의 정책, 신고 및 집행페이지를 통해 정책 및 부적절 콘텐츠 신고에 대한 가이드라인을 제공한다[42]. 특히, 커뮤니티 가이드라는 유튜브의 11개의 핵심원칙 항목을 제시하며 부적절하거나 불법 콘텐츠 등록 행위에 대한 규제 정책을 제시한다. 신고 또는 모니터링을 통해 정책 위반 콘텐츠는 삭제되며, 커뮤니티 가이드를 위반한 영상을 업로드 한 크리에이터는 위반한 경우가 처음이면 채널에 대한 제한 조치 없이 주의를 주고, 처음이 아니라면 채널에 경고 조치가 적용된다. 저작권 위반의 경우 저작권자에 의해 민·형사상의 소송 제기를 당하거나 계정 정지 등 더 강한 제재를 받는다.

2018년 1월, 유튜브는 수익 창출 조건을 변경해 부적절한 동영상의 수익 창출로 이어지지 못하도록 기준을 강화하였다. 기존에는 수익 창출에 관한 조건이 없었으나, 2017년 4월 누적 조회 수 10,000회 이상으로 기준을 강화하였고, 2018년 1월부터 최근 1년간 전체 시청 시간 4,000시간 및 1,000명 이상의 구독자를 보유해야 한다. 해당 기준을 충족시키지 못하는 채널은 광고로 인한 수익 창출이 불가능하다[43]. 또한, 테러리스트를 지지하는 영상에 화장품 회사의 광고가 게재되는 등 부적절 콘텐츠에 광고가 게재되는 경우가 빈번하게 일어났고, 광고주들이 이에 대한 불만을 제기하자 유튜브는 광고주가 광고 게재 콘텐츠를 결정할 수 있는 재량권을 주는 방침을 세우기도 했다[44]. 2020년 현재에도 광고주는 노출을 희망하는 채널을 선택하며, 대부분 자신의 업종과 관련된 카테고리 위주로 채널을 선택한다. 그러나 가짜뉴스나 부적절 영상을 모두 걸러내는 데는 한계가 있다[45].

국내에서는 2019년 6월에 만 14세 미만의 청소년

단독 라이브 스트리밍을 제한하는 미성년자 보호 정책을 시작했다[46]. 14세 미만 미성년자가 방송하기 위해서는 보호자를 동반해야 가능하다. 해외 역시 미성년자 보호를 위한 다양한 정책을 마련하고 있다[47-49]. 유튜브는 음란물이나 폭력 콘텐츠를 머신러닝 등 AI로 걸러내고 있으나 기술적 필터링에는 아직 한계가 있다. 최근 국내 유명 크리에이터는 민머리로 방송을 하다가 유튜브의 필터링 제도에 의해 미성년자 방송으로 인식되어 댓글이 차단된 사례도 있었다[50]. 이런 해프닝을 방지하기 위해 더욱 완벽한 기술이 개발되기 전까지 정책이나 제도를 통해 기술적 부작용을 최소화해야 할 것이다.

게임에 특화된 개인방송 플랫폼인 트위치 또한 완성도 높은 자율규제로 유해 콘텐츠를 규제하고 있다. 트위치는 서비스 약관(Terms of service) 및 커뮤니티 가이드라인(Community guidelines)을 준수하도록 권장한다[51]. 이를 준수하지 않은 계정은 최대 30일까지 계정이 정지될 수 있으며, 3번째 정지 조치를 받는 경우 무기한 정지를 당할 수 있다. 이용자들이 위반의 의심되는 영상을 신고할 수 있는 제도 또한 갖추고 있다. 또한, 트위치는 게임에 특화된 방송 플랫폼답게 ① Cheating in online games(온라인 게임을 하며 부정 행위를 하는 경우) ② Closed Alphas/Betas and Pre-release games(아직 정식 출시가 되지 않은 게임을 하는 경우)에 대한 항목을 별도로 구성하여 규제한다.

해외 플랫폼 사업자들의 자율규제 사례는 하나의 중요한 통찰을 제공한다. 국내에 클린인터넷방송협회가 존재하긴 하나 2018년 자율규제안을 발표한 이후 아무런 활동도 없는 상황이다. 기업 자체적인 노력과 협의회에서의 노력도 없다면 인터넷 개인방송의 폐해는 지속될 수밖에 없다. 따라서, 협의회의 구성 및 지속적으로 자율적인 노력이 가능하도록 기반을 마련해 주어야 한다.

2. 수직 · 수평적 규제논의

4차 산업혁명을 필두로 5G 네트워크 통신기술의 발전은 방송 통신 분야의 법률제도 변화의 필요성을 수반한다. 5G 기술은 다양한 산업과의 융합이라는 복합적

특징을 지니고 있어, 단편적 규제가 아닌 타 산업과의 특수성을 고려한 규제가 필요할 것이다. 나아가 인터넷 개인방송 역시 5G 통신기술, 방송기술, 새로운 모바일 기기의 개발, 플랫폼 사업의 발전 등으로 인해 더욱더 많은 이용자가 영상을 간단하고 빠르게 촬영하고, 송신, 수신할 수 있는 새로운 미디어 환경에 처해 있다.

앞서 언급했듯이 국내 미디어 관련 법률은 방송은 방송법, 통신은 전기통신사업법으로 규제하는 수직적 규제방식을 따른다. 수직적 규제(Vertical Regulatory System)는 방송과 통신이 각각 다른 네트워크를 통해 서비스와 콘텐츠가 제공되는 것으로 보고 방송과 통신을 각각 다른 법체제로 규제한다. 하지만 수직적 규제는 세 가지 문제점이 있다. 먼저, 규제의 초점이 독점사업자에게 맞추어져 있어 기존 사업자들이 신규 사업자의 진입을 방지하는 수단으로 악용될 소지가 있다. 둘째, 신규 IT 사업 등에 대한 투자를 불확실하게 해 이용자의 편익이 감소한다. 셋째, 방송 통신기술 발달 패러다임의 속도를 규제의 속도가 따라오지 못한다. 인터넷 개인방송은 물론이고 IPTV나 OTT 서비스 같은 경계가 모호한 새로운 미디어 환경에 빠르게 규제를 적용하기 어려워 미디어 다양성에 대한 개념을 재정립할 필요가 있다[52].

수직적 규제의 배경에는 방송의 공익성이 크게 작용한다. 지역성과 다양성, 공정성, 소수자 보호 원칙 등이 중요한 가치로 여겨졌기 때문이다. 하지만 인터넷 개인방송은 레저시 미디어에 비해 공익성이 적게 요구되는 편이다[53]. 시청자가 채널이나 프로그램을 선택할 수 있는 선택권이 있고, 기존 미디어와 달리 수없이 다양한 채널과 프로그램이 존재하기 때문이다. 또, 현행법상 인터넷 개인방송은 '방송'이 아닌 '통신 서비스'로 수직적 규제를 적용하여 인터넷 개인방송을 방송과 다르게 취급하는 것이 이를 뒷받침한다.

하지만 수직적 규제의 한계로 인해 인터넷 개인방송을 수평적으로(Horizontal Regulatory System) 규제해야 한다는 주장이 다수이다[27][36]. 수평적 규제 체계는 특정 네트워크나 서비스와 관계없이 동일한 계층에 동일한 규제를 적용한다[54]. 특정 기술에 기반을 둔 규제에서 벗어나 서비스 중심의 규제로 명확하고 공정한 규제의 틀을 만드는 것이다. 인터넷 개인방송에서

음란물이나 불법행위에 해당하는 콘텐츠가 송신되는 경우 사후적으로 청소년 보호법 등을 통해 처벌할 수 있다[55]. 그러나 방송법상에서 문제가 되는 폭력적이거나 자극적 콘텐츠에 대해서는 방송법상의 규제를 적용하지 못한다. 대부분의 규제 찬성론자들은 이 부분을 핵심으로 꼽는다. 수직적 규제가 아닌 수평적 규제방식으로 기존의 미디어와 같은 동일한 규제를 적용해야 레거시 미디어에서 적용하고 있는 시청자 보호 규칙을 개인방송에도 적용할 수 있다.

수평적 규제를 적용한다고 하더라도 인터넷 개인방송으로 인한 자극적 콘텐츠는 지속해서 반복될 것이다. 공산국가 방식의 엄격한 규제가 아니고서는 온라인의 모든 폭력적이고 자극적인 방송콘텐츠를 검수할 수 없으며, 대부 광고 등 협찬 광고를 규제할 방법이 없다. 국회와 정부는 인터넷 개인방송의 장점보다는 문제점을 중점적으로 부각하고 있으며, 언론 역시 인터넷 개인방송의 순기능보다는 부정적인 부분을 위주로 보도하는 경향이 있으므로 정부, 국회 및 일부 언론들은 명백하게 허용된 것이 아닌 모든 것을 금지하는 포지티브 방식의 규제를 취하려고 한다[56]. 포지티브 규제는 국가의 관리 측면에서나 실질적인 콘텐츠 규제에 있어 간편할 수 있지만, 일률적으로 모든 인터넷 콘텐츠를 규제하는 식의 강한 규제는 표현의 자유나 미디어의 자율성 등의 측면에서 적합하지 않다.

OTT 산업의 사례를 통해 인터넷 개인방송 정책의 방향에 관한 힌트를 얻을 수 있다[57]. 한국과 일본의 경우 OTT에 방입 정책을 취하고 있고 미국이나 유럽 연합(EU)은 규제 정책으로 방향을 선회하고 있다. 일본과 한국에서 OTT는 인터넷 개인방송과 마찬가지로 전기통신사업법상의 부가통신사업자이다. 따라서 동일한 정보통신 서비스 제공자 및 온라인 서비스 제공자의 지위를 가지며 동일한 규제를 받는다. 그러나 2014년 미래창조과학부는 OTT 서비스에 대해 이머징 미디어(Emerging Media)로 규정하고 네거티브 최소 자율규제의 원칙을 적용하겠다고 밝혔다[58].

미국의 경우 초반에는 OTT 서비스를 진흥하기 위해 인터넷 개인방송과 마찬가지로 기존의 방송 사업자와 동일한 규제를 적용하지 않았다. 그러나 최근 기존 사업자에게 미치는 영향력을 고려해 실시간 방송규제를

시도하고 있다[59]. 그리고 최근 유럽의 방송 통신 정책 지침에 따르면 명백하게 금지된 것을 제외한 모든 것을 허용하는 '네거티브 규제' 방식을 도입하고 있다[60]. 즉, 전송방식과 콘텐츠에 따라 '동일 서비스, 동일 규제'라는 수평적 규제논의가 이루어지고 있으며 이는 곧 공익성 심사와 내용규제 방안을 고려하고 있다는 의미이다.

유튜브, 트위치 등의 해외 플랫폼이 국내 플랫폼을 압도하는 현 상황에서 수직 vs. 수평규제는 매우 신중하게 고려해야 할 것이다. 산업적 측면에서 방입 정책을 시행하게 되면 국내 플랫폼 사업자의 발전보다 해외 플랫폼 사업자에게 더 큰 기회를 줄 수 있기 때문이다. 물론 OTT와 인터넷 개인방송은 사업의 주체나 플랫폼의 역할, 콘텐츠 제작 주체 등 다른 측면이 매우 많다. 또한, OTT 서비스에서의 표현의 자유는 중요한 이슈가 아니지만, 인터넷 개인방송에서 표현의 자유는 매우 중요하다. 현재 인터넷 개인방송에 관한 규제는 거의 없으므로 네거티브 규제를 받고 있다고 볼 수 있다. 누구나 방송을 할 수 있고, 불법 정보 대상의 콘텐츠가 아니라면 내용에 구애받지 않고 콘텐츠 제작과 송출을 할 수 있다. 하지만, 불필요한 사회적 비용을 줄이기 위해 공익성 심사와 내용규제 등의 법제화 논의와 함께 '융합 서비스'로서의 인터넷 개인방송 관련 조항이 필요할 것이다. 방송의 규제는 명백히 위법한 콘텐츠를 처벌해야 할 뿐 아니라 시청자에게 유해할 우려가 있는 콘텐츠를 사전에 방지하는 것도 포함되어야 하기 때문이다.

3. 포털 뉴스의 언론법 적용과의 비교 논의

새로운 콘텐츠와 플랫폼 등장과 같이 급변하는 미디어와 규제 사례로 인터넷 포털 사이트의 뉴스 관련 이슈를 고려해 볼 수 있다. 2018년 언론진흥재단의 수용자 의식조사에 따르면 응답자들은 스마트폰, 태블릿 등 모바일 기기(80.8%)를 이용하여 뉴스에 가장 많이 접속했다. '뉴스'에 대한 포털의 역할과 포털에 의한 기사의 확산 역할이 매우 커졌음을 시사한다. 뉴스 유통과 기사의 큐레이션이 포털에 집중되고, 그 권한은 포털이 차지하게 되었다. 언론사들은 포털에 의존하고, 결국 포털 내에서 언론사의 특정 기사가 상위에 위치하는가에 따라 기사의 확산속도가 달라진다. 포털은 뉴스 기사의

노출을 어디에 할지 결정할 수 있는 권한이 생기게 되었다. 하지만, 포털 뉴스는 기사 생산 기능이 없으므로 미디어의 성격을 가졌는지 여부를 놓고 많은 논의가 있었다[61]. 포털 뉴스와 관련된 논의는 인터넷 개인방송의 발달과정과 유사하게 양면적인- 긍정적 기능과 부정적 기능- 특성을 보인다. 부정적 역할의 대두로 인해 공직선거법, 신문 등의 진흥에 관한 법률(신문법), 언론중재 및 피해구제에 관한 법률(언론중재법) 각각의 목적에 따라 포털 뉴스에 대해 상이한 법적 지위를 부여한다.

그러나 이런 노력에도 불구하고 포털의 편집권에 대한 논쟁은 끊이지 않고 있다[62]. 댓글 조작이나, 자극적인 제목 및 기사 내용 생산은 언론으로서의 포털 기능을 규제해야 한다는 주장을 지속해서 뒷받침한다. 오세정 의원은 포털은 급격히 늘어난 사회적 영향력에 걸맞게 스스로 공정한 생태계를 조성하는 노력해야 한다고 지적했다[63]. 그러나 포털을 언론법의 영역에서 규제한다면 규제법령과 조치가 이원화될 가능성이 존재한다고 덧붙이기도 했다. 결국, 약 2000년대 초반부터 시작된 포털 뉴스 서비스의 언론성과 법적 책임에 대한 문제는 약 20년이 지난 지금까지도 해결되지 않고 있다.

결국, 뉴스 미디어 소비 패턴의 변화가 뉴스 미디어 환경/시장 전반을 변화시켰다는 점은 본 연구에서 지적한 인터넷 개인방송의 사회적 파급력 및 다양한 문제점 진단과 유사하다. 포털을 언론사로 고려하여 언론법을 적용하는 것이 어려운 것처럼, 인터넷 개인방송을 방송으로 간주하는 것은 불가능할 것이다. 포털사이트가 전통적인 의미에서의 매체에는 해당하지만, 전통적 의미에서의 언론에는 해당하지 않는다는 점을 논증하기도 했다[64]. 즉, 포털사이트가 뉴스 전달이나 매개 서비스를 제공하고 있지만 뉴스나 기사 제작을 하지 않기 때문이다.

위 논의를 종합해 보면, 인터넷 개인방송 서비스를 방송으로 간주하고 방송법상의 규제를 하는 것은 현실적으로 많은 무리가 있다. 모든 개인방송 콘텐츠에 대한 사전·사후 검열은 불가능에 가깝기 때문이다. 인터넷 개인방송으로 인한 문제점 혹은 야기될 수 있는 문제점들을 예측해 피해 발생을 최소화하고 극복해야 하

는지가 인터넷 개인방송 규제 및 정책의 주안점이 되어야 할 것이다.

V. 결론 및 한계

1. 결론

2016년 국회에서 인터넷 개인방송에 대한 정의 규정을 신설하고 인터넷 개인방송 사업자에 대해 음란 및 불법 정보의 삭제 또는 유통을 차단하도록 하며, 이를 삭제하거나 차단하지 않은 경우 3천만 원 이하의 과태료를 부과하는 등의 내용이 포함된 정보통신망법 개정안이 발의된 바 있다[65]. 그러나 해당 법안은 국회 본회의를 통과하지 못했다. 국회 검토보고서는 다음과 같은 문제점을 지적했다. 인터넷 개인방송이 방송법에 따른 방송으로 오인될 소지가 있는 '방송', '출연', '제작', '송신' 등의 용어를 사용하고 있다. 두 번째로, 인터넷 개인방송 사업자는 전기통신사업법상 부가통신사업자에 해당하며, 전기통신사업법 제22조의5 개정 법안이 이미 통과되었다. 해당 개정안은 부가통신사업자가 자신이 운영하는 사이트에 불법 정보가 유통되는 것을 인식한 경우 삭제 및 차단하여야 하며, 삭제 등의 조치를 취하지 않는 경우 2천만 원 이하의 과태료를 부과하도록 하는 내용이다. 따라서 정보통신망법에 정의 규정 신설 없이 전기통신사업법 개정안으로 불법 정보를 차단할 수 있는 여건이 마련됐다. 그러나 전기통신사업법 제22조의5는 부가통신사업자의 불법 촬영물 등 유통방지에 관한 관련 조항으로 성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법 제14조에 해당하는 음란물과 불법 촬영물에 대한 유통에만 적용 가능한 조항이다. 따라서 해당 개정안이 인터넷 개인방송의 포괄적 문제점에 대한 해결책이 되긴 어렵다.

정보통신망법 개정 이외에 EU의 방송 통신 규제 체계를 참조하여 방송법상 인터넷 개인방송의 정의를 추가하는 방안도 해결방안일 수 있다. 그러나 두 가지의 이유로 인해 방송법보다는 정보통신망법의 개정을 통한 규제가 적합하다고 본다. 첫째, 방송법에 인터넷 개인방송에 관한 정의조항 추가는 인터넷 개인방송의 자율성과 독립성을 침해하게 될 가능성이 커지며, 방송

법의 목적인 방송의 공적 책임 증대에 부합하기 위해 표현의 자유가 침해될 가능성이 크다. 두 번째는, 2018년 12월 정보통신망법 제44조의8 조항이 신설되었는데 이 조항은 대화형정보통신 서비스에서의 아동보호 관련 조항으로 최근 인공지능 스피커 및 대화형 정보통신 서비스가 대중화됨에 따라 이를 규율하는 내용이다. 인터넷 개인방송도 대화형 정보통신 서비스와 마찬가지로 새로운 정보통신 서비스가 대중화된 것으로 볼 수 있다. 따라서 방송법이나 타 법률에서 인터넷 개인방송을 정의하는 것보다는 정보통신망법으로 규율하는 것이 바람직해 보인다.

위 논의를 기반으로 본 연구는 플랫폼 사업자와 크리에이터의 위법 콘텐츠 생성 및 유통 규율하기 위해서 다음의 조항 신설 및 개정을 제안한다. 인터넷 개인방송 및 플랫폼 사업자에 관한 정의 규정 추가이다. 정의 규정은 법령에 쓰이는 용어의 뜻을 명확하게 정하는 규정으로 법령을 해석하고 적용할 때 나타나는 의문점을 없애고 법적 분쟁을 미리 예방함으로써 일관성 있게 법령을 집행하고 국민의 권익을 보호하려는 목적을 갖는다[66]. EU의 시청각미디어 서비스 지침 최근 개정(2018년 11월)의 정의 규정을 보면, 유튜브 등 인터넷 개인방송 및 이용자 동영상(user-generated video) 등 공유기능을 제공하는 플랫폼을 동영상 공유플랫폼(video-sharing platforms)으로 규정한다. 이와 마찬가지로 인터넷 개인방송과 플랫폼 사업자를 정의하여 공적 또는 자율규제를 장려할 수 있는 기반을 마련할 수 있다. 정보통신망법 정의조항인 제2조 제1항의 3의 2와 3을 다음과 같이 입법할 수 있다. 후단의 제안 법률은 이은권의원이 대표 발의한 정보통신망법 일부개정법률안을 바탕으로 본 연구를 통해 분석한 여러 논의점과 해외 규제안을 적용해 수정 및 추가 하였다.

제2조(정의) 3의 2. “인터넷 개인방송”이란 정보통신망을 통하여 1명 또는 복수의 진행자가 출연하여 제작한 영상 및 음성 콘텐츠를 송신하는 것을 말한다.

3의 3. “인터넷 개인방송사업자”란 인터넷 개인방송을 매개하는 정보통신 서비스 제공자를 말한다.

위의 두 정의조항 신설을 통해 인터넷 개인방송 서비

스의 의미를 명확히 하고, 현재 발생하고 있는 사회적 문제 또는 앞으로 발현하게 될 사회적 비용증가의 문제에 빠른 대처가 가능할 것이다. 차후 인터넷 개인방송으로 인한 입법이 필요할 때 정의조항이 존재한다면 신속한 입법 및 법안 검토의 시간이 줄어들 수 있다.

다음으로, 인터넷 개인방송 사업자 간의 협의회 구성을 법률로 규정하여 관계 행정기관과의 협회가 필요한 사항을 효율적으로 협의하도록 할 수 있다. 현재 클린인터넷방송협회가 존재하지만, 지속적인 정책이나 규제 협의가 이루어지지 않는다. 따라서 구체적인 협의회 설립과 협의 진행에 힘을 실어야 한다.

제12조(인터넷개인방송협의회 등의 설치)

① 인터넷 개인방송 관련 정책을 종합적인 관점에서 일관성 있게 수립·추진하고, 관계 행정기관 간의 협회가 필요한 사항을 효율적으로 협의·조정하기 위하여 방송통신위원회에 인터넷개인방송협의회를 둔다.

② 인터넷개인방송협의회는 회의의 효율적 운영을 위하여 관련 실무협의회를 둘 수 있다.

③ 인터넷 개인방송의 사회적 질서 확립 등을 협의하기 위하여 인터넷 개인방송 관계기관협의회를 둔다.

④ 제1항에 따른 인터넷개인방송협의회, 제2항에 따른 관련 실무협의회 및 제3항에 따른 인터넷 개인방송 관계기관협의회 등의 구성·운영, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

협의회의 설립을 통해 이루고자 하는 것은, 개인방송에 대한 자율규제의 실효성을 얻기 위함이다. 모든 개인방송 콘텐츠를 레거시 미디어와 마찬가지로 규제하는 것은 물리적으로 불가능하고, 표현의 자유 측면에서도 적절하지 못하다. 따라서 사업자 등 관련 기관의 자율규제 기구를 통해 합리적이고 사회적 비용이 줄어들 수 있는 환경을 조성할 수 있다.

다음은, 인터넷 개인방송 사업자의 불법 정보에 관한 삭제 조항 신설이다. 불법 정보에 대해서는 정보통신망법 제44조의7(불법 정보의 유통금지)에 불법 정보의 생산과 유통에 관한 규제 조항이 존재하나, 인터넷 개인

방송의 규제라는 명확한 대상 설정이 있어야 인터넷 개인방송 콘텐츠로 인한 불법 정보의 생산이 있는 경우 그 유통을 저지할 수 있다. 이미 관련 조항은 존재하나 사회적 문제가 여전히 발생하고 있으므로 인터넷 개인방송을 특정해 플랫폼 사업자로 하여금 불법 정보에 대한 삭제 의무와 가이드라인을 주어 크리에이터들이 수익 창출을 위해 과도한 유해 콘텐츠를 제작하는 것을 방지할 수 있다.

제44조의9(인터넷 개인방송 사업자의 불법 정보 삭제)

① 인터넷 개인방송 사업자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 제44조의7 제1항 1호에 따른 불법 정보가 유통되는 사정을 명백히 인식한 경우에는 지체 없이 해당 정보를 삭제 또는 그 유통을 차단하여야 한다.

② 인터넷 개인방송 사업자는 인터넷 개인방송에서 제44조의7에 따른 불법 정보가 유통되지 않도록 실시간 인터넷 개인방송 모니터링, 녹화 등 인터넷 개인방송 가이드라인을 정하여 시행하여야 한다.

③ 제2항의 가이드라인을 정할 때는 제12조에 의해 설립된 인터넷개인방송협의회의 협의 내용을 따른다.

④ 제1항에 따라 삭제 또는 유통 차단 대상 불법 정보의 구체적인 내용, 제2항에 따른 인터넷 개인방송 가이드라인에 포함되어야 할 내용 등 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

44조의9 사업자의 불법 정보 삭제 조항을 따르지 않는 사업자에 대해 과태료를 부과하는 벌칙 조항을 추가하여 인터넷 개인방송 플랫폼 사업자가 이를 준수하도록 할 수 있다. 그러나 이 조항은 크리에이터의 창작성을 저해할 우려가 있으며, 과도한 표현의 자유 침해로 이어질 수 있다. 따라서 3항을 통해 인터넷개인방송협의회의 협의 내용을 준용하도록 하였다.

제76조(과태료) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 3천만 원 이하의 과태료를 부과한다.

5의 3. 제44조의9 제1항을 위반하여 불법 정보를 삭제하거나 그 유통을 차단하지 아니한 자

5의 4. 제44조의9 제2항을 위반하여 인터넷 개인방

송 가이드라인을 정하여 시행하지 아니한 자

전기통신사업법에 따라 부가통신사업자의 하나인 인터넷 개인방송 사업자가 불법 정보의 유통 등에 대해 삭제의 의무를 갖게 되었지만, 음란물과 불법 촬영물의 삭제에만 국한되어 있기 때문에 실질적으로 인터넷 개인방송의 문제점인 폭력적이고 자극적인 콘텐츠의 규제는 불가능에 가깝다. 길거리 방송을 통해 사람들에게 욕을 하거나, 미성년자가 담배를 사는 법 등을 알려주는 콘텐츠는 현행법을 위반하지는 않으나 사회적 문제는 분명히 존재한다. 따라서 인터넷 개인방송의 영향력이 점차 커지고 있다는 점, 법적 안정성의 추구라는 목적 달성을 위해 전기통신망 법에 명확한 규정을 제시해주는 것이 타당하다.

인터넷 개인방송에 관한 공적규제를 명문화하는 것은 관련 산업의 위축 및 해외 플랫폼 사업자와의 역차별 문제를 야기할 수 있다. 국내 플랫폼 사업자들은 해외 플랫폼 사업자에 비해 매우 영세하며, 이미 많은 부분에서 시장을 잠식당했다. 그러나 인터넷 개인방송은 공공재인 통신망을 이용하여 서비스되는 것으로 공공성이나 사회적 책무에서 벗어날 수 없다. 또한, 콘텐츠 크리에이터가 청소년들의 장래 희망 3위로 조사된 현 상황에서[67] 플랫폼 사업자의 자율규제에 전적으로 규제방식을 미루는 것은 국가의 책임을 다하지 못하는 것이다.

현재 성장단계에 있는 인터넷 개인방송은 플랫폼 사업자별로 상이한 자율규제 방침을 가지고 있고, 운영정책 및 대응 방식이 매우 다르다. 유튜브와 같은 대형 사업자는 자정 노력을 기울이지만, 영세한 플랫폼 사업자는 수익과 같은 다양한 이유로 인해 부적절 콘텐츠에 대해 뚜렷한 조치를 취하고 있지 않다. 기술적 차원으로 머신러닝을 활용한 필터링 시스템을 적용하는 것 또한 기술적 완성도가 높지 않고, 책임이나 의무와 같은 제도적 보완이 이루어지지 않고 있어 적용하기가 어렵다. 새로운 산업 육성정책인 정부의 규제 샌드박스과 같은 노력이 존재하지만, 일시적이고 완전한 해결책이라고 보기 힘들다. 따라서, 인터넷 개인방송 산업 발전과 양질의 콘텐츠 생산을 위해서 최소한의 공적규제를 통해 규제의 부작용을 줄이고, 플랫폼 사업자, 크리에이

터, MCN 사업자 등 다양한 이해관계자들이 협력하여 자율규제안을 마련하고, 수평적 규제제도를 통해 자율성을 높여야 할 것이다. 즉, 규제의 칼날만이 아니라 진흥정책과 함께 관련 산업의 발전을 이루어야 할 것이다. 방탄소년단으로 대표되는 K-POP 열풍의 시작은 가수들이 직접 인터넷 개인방송을 통해 그들의 노래와 실력을 알리며 성장했다[9]. 최근 인기를 얻고 있는 EBS의 펑수도 마찬가지이다. 새로운 기술과 미디어의 등장은 긍정적인 측면뿐만 아니라 많은 문제를 야기하고 있지만, 강한 잣대를 통한 공적규제를 일관하거나 관련 산업의 발전도 가로막을 수 있는 규제는 적절하지 않을 것이다. 다양한 이해관계자들과 관련 산업 분야 전문가들의 의견을 수렴하여 규제의 방향성을 설정해야 할 것을 제안한다.

방송법과 인터넷 멀티미디어 방송사업법, 정보통신망법 등 인터넷 개인방송과 관련된 국내 법률의 목적조항은 “환경을 조성하여 국민 생활의 향상과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.”라는 대의적인 목적을 명시한다. 본 연구는 인터넷 개인방송 콘텐츠의 질적 향상과 공정하고 다양한 콘텐츠 개발을 위한 새로운 방송정책 구축, 개인방송 콘텐츠의 효율적/공정한 규제(특히 아동·청소년에게 유해하거나 사회에 물의를 일으키는 콘텐츠)를 위해 실질적이고 구체적인 법률을 제안했다는 점에 큰 의의가 있다. 개인방송과 관련된 여러 기관은 본 연구에서 고찰하고 제언하는 항목을 참조하여 국민 생활의 향상과 공공복리의 증진을 위한 정책과 규제의 제정을 이루어야 할 것이다.

2. 후속 연구 제언

미국의 표현의 자유와 관련한 대법원(United States Supreme Court, USSC)판결 중 하나인 *Reed v. Town of Gilbert, Arizona*(2015)¹ 사건이 있다. 미국 애리조나주 길버트 시 선거 캠페인 관련 표지판과 행사 표지판 크기와 설치기간에 관한 규제법이 수정헌법 제 1조를 위반한다고 위헌 결정한 사건이다. 표현의 자유가 신성불가침한 원칙임을 확인하는 계기가 되었다.

방송에 대한 규제는 자원의 희소성에 준거해 표현의

자유와 일정 부분 제약을 받는다. 방송은 공공성 측면에서 규제의 정당성이 인정되기 때문이다. 하지만 인터넷 개인방송은 ‘방송’이란 단어를 사용하고 있지만, 통신 서비스에 가깝다. 이 문제는 유사방송 콘텐츠 혹은 융합 방송 서비스라는 새로운 개념을 통해 어느 정도 해결할 수 있을 것이다. 그렇다면, 유사방송 콘텐츠를 어떻게 규제해야 인간의 기본권인 표현의 자유를 침해하지 않고 공익을 추구하고 질서를 유지할 수 있는가가 중요한 화두로 남게 될 것이다. 새로운 산업의 발전을 위한 조건 없는 규제는 지지될 수 없다. 사회적 문제를 일으키지 않는 선에서, 인터넷 개인방송의 주 시청자인 청소년과 청년층에게 유해하지 않고, 수많은 저작권자와 이차적 저작물을 생산해내는 콘텐츠 생산자들을 위한 최소한의 규제가 필요하다. 불법 콘텐츠 생산을 통해 많은 수입을 거두는 현행 수익방식을 개선하는 것이 인터넷 개인방송 규제 방법의 일차적 목적이 될 것이다.

본 연구를 뒷받침하기 위해 해외 주요국의 규제현황을 중점적으로 살펴보았다. 그러나 아직 미국, 영국, 프랑스, 일본 등 해외 주요국은 인터넷 개인방송에 대한 완벽한 규제가 정립되어 있지 않았다. 특히, 미국의 경우는 표현의 자유를 매우 중시하는 국가로서 인터넷 개인방송이 아닌 일반 방송콘텐츠에도 한국처럼 강력한 질적 규제를 하지 않고 있다[68]. 유럽은 공공성을 중요시하는 특성을 보이기 때문에 공적 가치를 기반으로 개인의 권리를 보장하고자 하여 한국의 상황과는 또 다르다. 또한, 인터넷 개인방송 콘텐츠는 사회·문화적 차이가 매우 극명하게 드러나기 때문에 언어적 폭력이나 자극적 콘텐츠의 내용을 국가별로 다르게 인식하기도 하며, 개인별·세대별 인식 또한 매우 다르게 받아들여질 것으로 예상된다. 따라서 후속 연구에서는 인터넷 개인방송 콘텐츠에 대해 세대별로 혹은 국가별로 어떻게 폭력성 등의 자극물을 받아들이는지 수용자 대상 양적 연구를 거쳐 수용자들이 콘텐츠에 대해 어떻게 생각하며 해당 문제를 어떻게 개선할 수 있을지 알아볼 필요가 있다.

인터넷 개인방송의 플랫폼은 구글, 페이스북 등 미국의 글로벌 기업이 주도하고 있다. 법적 문제가 발생한 경우 관할권의 문제도 발생한다. 특히 국내의 인터

1 https://www.supremecourt.gov/opinions/14pdf/13-502_90lb.pdf

넷 개인방송 관련 규제는 해외 사업자에게는 무용지물이 되는 경우도 많고, 국내의 법 규제를 해외 사업자들이 빠져나갈 수 있는 틈이 많아 오히려 국내 플랫폼 사업자에게 불리한 규제안이 될 가능성이 크다. 저작권과 같이 개인방송 등 미디어 시장에 대한 국제적 협약이 없다면 글로벌 미디어 환경 시대에 해결책은 존재하지 않을 것이다. 해외 규제 법률이 명확하게 정리가 되어 있다면 이를 바탕으로 국내에서 발생하는 문제점을 개선하는 규제안을 제시할 수 있겠지만, 아직 전 세계적으로 개인방송으로 인한 문제점 논의를 지속하고 있으므로 많은 어려움이 따른다. 이와 관련한 전문가 FGI 연구 등 후속 연구도 필요할 것이다.

* 본 연구는 제1저자의 학위논문을 바탕으로 작성되었다.

참 고 문 헌

[1] 윤영석, 이현우, “개인 방송 플랫폼 기술: 아프리카 TV와 유튜브를 중심으로,” 한국정보통신학회지(정보와통신), 제33권, 제4호, pp.56-63, 2016.

[2] 이동후, 이철희, “인터넷 개인방송 bj의 노동 과정에 대한 탐색: 아프리카tv 사례를 중심으로,” 한국언론학보, 제 61권, 제2호, pp.127-156, 2017.

[3] 심재용, “개인방송과 미디어 리터러시,” 미디어와 교육, 제7권, 제2호, pp.16-27, 2017.

[4] 문서영, “개인방송의 대두와 법적쟁점 -저작권법과 표현의자유를 중심으로,” KHU 글로벌기업법무리뷰, 제 10권, 제1호, pp.15-35, 2017.

[5] 광동균, 권용재, 김호정, 박희영, “인터넷 동영상 서비스에 대한 합리적 제도화 방안 연구,” 정책연구, 제34호, pp.1-151, 2015.

[6] 방송통신심의위원회, *유사방송 콘텐츠 규제 개선 방안 연구*, pp.1-140. 2016.

[7] 이동후, “스마트 미디어 시대 인터넷 개인방송 규제 체계 정비,” 국회입법조사처, pp.1-96, 2016a.

[8] 헤럴드경제, “文정부, 인터넷·방송 통제 가속...연예인 외모까지 규제,” 2019.

[9] 전자신문, “인터넷개인방송, 신산업 VS 규제대상,” 2018.

[10] 이윤호, 헌법과 방송규제, 오래, 2014.

[11] 이민영, “인터넷 자율규제의 법적 의의,” 저스티스, 제116호, pp.133-160, 2010.

[12] 박우귀, 권상희, “방송통신내용 규제에 대한 이해관계자 집단 간의 인식차이 연구: 융합미디어와 소셜미디어 성격과 규제 인식을 중심으로,” 한국소통학보, 제24호, pp.7-48, 2014.

[13] 심재철, 오미영, “방송통신심의위원회 위상과 나아갈 방향에 대한 시론,” 한국언론학회 심포지움 및 세미나, 제11호, pp.3-18, 2011.

[14] 이동후, “1990년대 미디어 환경과 자아 경험 - 미디어 기억의 자기 구술 사례를 중심으로,” 인간·환경·미래, 제17호, pp.3-39, 2016b.

[15] 미디어오늘, “오락가락 통합방송법, 아프리카TV 규제 입장 번복,” 2019.

[16] 한국언론진흥재단, “2018 언론수용자 의식조사,” 한국언론진흥재단, pp.1-464, 2018.

[17] 서울경제, “도 넘은 인터넷 개인방송…BJ가 출연자 성폭행하고 대리도박,” 2020.

[18] 주간동아, “개인방송 콘텐츠는 모두 저질이고, 자극적이다?,” 2019.

[19] 파이낸셜뉴스, “선정적 ‘뱃방’ 난무하는데, 처벌 피하는 개인방송,” 2017.

[20] MBC뉴스, “별풍선 사려고 회삿돈 횡령해 인터넷 BJ에 ‘평평,’” 2015.

[21] YTN, “인터넷 개인방송 하루 결제 한도 100만 원으로 축소,” 2018.

[22] 유은, 송해엽, 정재민, 김영주, “인터넷 개인방송의 영향력에 대한 인식과 규제 지지 평가: 국내 이용자와 비이용자의 차이 비교,” 한국방송학보, 제33권, 제3호, pp.108-140, 2019.

[23] 권구환, 장수미, 홍석호, “Akers의 사회학습이론을 적용한 청소년 비행 연구에 대한 체계적 문헌고찰,” 제39권, 제2호, pp.424-468, 2019.

[24] 노이균, “대중 전달 매체에 나타난 글로벌 폭력의 영향에 관한 연구,” 조형미디어학, 제21권, 제1호, pp.94-100, 2018.

[25] T. Hartinagel, J. Teevan, and J. McIntyre, “Television violence and violent behavior,” Social Forces, Vol.54, pp.341-351, 1975.

[26] 홍대식, 김성유, “스마트 미디어 환경에서의 방송 개념의 재정립,” 방송통신연구, 제78호, pp.9-44, 2012.

- [27] 박주연, 손승혜, 김해원, 반옥숙, 이혜민, “인터넷 개인방송 자율규제에 관한 탐색적 연구 - 플랫폼 및 MCN 사업자의 자율규제 현황분석을 중심으로,” 정보사회와미디어, 제19권, 제3호, pp.129-157, 2018.
- [28] 중앙일보, “미성년자 폭행·성희롱…규제없는 인터넷 방송, EBS도 터졌다,” 2019.
- [29] 디지털투데이, “[국감] 1인방송 문제는 많아지는데… 대표들 불출석에 불난 과방위,” 2018.
- [30] 전자신문, “[딜라이브-KAIST 미디어융합발전 연구 과제], 인터넷 개인방송 '규제된 자율규제' 필요,” 2018
- [31] 박주연, 손승혜, 김해원, “인터넷 개인방송 산업 현황 및 자율규제조사,” 방송통신심의위원회, pp.1-176, 2017.
- [32] 최진용, “인터넷 개인방송의 문제점과 개선방안,” 국회입법조사처, pp.1-4, 2016.
- [33] L. M. Woods, “Video-sharing platforms in the revised Audiovisual Media Services Directive,” Communications Law, Vol.23, No.3, pp.127-140, 2018.
- [34] 서울신문, “[기고] OTT 규제 경로의 우려점/황용석 건국대 미디어커뮤니케이션학과 교수,” 2019.
- [35] 황성기, “OTT 서비스 규제기준에 관한 연구 - 내용적 규제를 중심으로,” 법학논총, 제34권, 제1호, pp.1-25, 2017.
- [36] 흥남회, “영국 인터넷 개인방송의 현황과 쟁점,” 방송통신심의동향, 제14호, pp.35-43, 2017.
- [37] 김유향, “해외 인터넷 자율규제의 동향 및 시사점,” KISO저널, 제23호, pp.44-49, 2016.
- [38] T. Milosevic, “Social media companies' cyberbullying policies,” International Journal of Communication, Vol.10, pp.5164-5185, 2016.
- [39] T. Flew, F. Martin, and N. Suzor, “Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance,” Journal of Digital Media & Policy, Vol.10, No.1, pp.33-50, 2020.
- [40] T. Quintel and C. Ullrich, “Self-Regulation of Fundamental Rights? The EU Code of Conduct on Hate Speech, Related Initiatives and Beyond,” Fundamental Rights Protection Online: The Future Regulation Of Intermediaries, Edward Elgar Publishing, 2019.
- [41] 한국인터넷자율정책기구, “해외 동영상서비스 사업자의 자율규제 정책 소개,” KISO저널, 제33호, pp.42-47, 2018.
- [42] S. Jiang, R. E. Robertson, and C. Wilson, “Bias Misperceived: The Role of Partisanship and Misinformation in YouTube Comment Moderation,” Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, Vol.13, No.1, pp.278-289, 2019.
- [43] 공감신문, “부적절한 콘텐츠, 광고수익 NO! ... 유튜브, 광고기준 대폭 강화,” 2018.
- [44] 이데일리, “왜 우리 광고가 테러지 콘텐츠에 실려야 하나?,” 2017.
- [45] ThePR, “유튜브 속 당신의 광고는 안전한가요?,” 2019.
- [46] 법률방송뉴스, “유튜브, 만14세 미만 아동·청소년 단독 생방송 불허... 표현의 자유제한 논란,” 2019.
- [47] A. L. Cullen and B. Ruberg, “Necklines and 'naughty bits' constructing and regulating bodies in live streaming community guidelines,” Proceedings of the 14th International Conference on the Foundations of Digital Games, pp.1-8, 2019.
- [48] M. Desai, “Children in Conflict with Law and Need for Child Protection Services,” In Rights-based Integrated Child Protection Service Delivery Systems, Springer, Singapore, 2020.
- [49] <https://youtube.googleblog.com/2019/09/update-on-kids.html> 2019
- [50] YTN, “주호민 유튜브 댓글기능 차단 의문 풀렸다 “민머리 때문.”, 2019.
- [51] <https://www.twitch.tv/p/legal/community-guidelines>
- [52] 배진아, “MCN크리에이터의 세계, 그리고 크리에이터 콘텐츠에 대한 단상,” 스낵미디어 산업 동향, pp.1-9, 2019.
- [53] 김윤명, “MCN환경하에서 실시간 개인방송의 법적 쟁점,” 정보와통신, 제33권, 제4호, pp.79-84, 2016.
- [54] 김대호, “방송·통신 융합 규제 체계로서 수평적 규제 체계의 쟁점,” 정보통신정책연구, 제14권, 제1호, pp.19-43, 2007.

[55] T. Flew, P. Iosifidis, and J. Steemers, "Global media and national policies: The return of the state," In *Global Media and National Policies*, pp.1-15, Palgrave Macmillan, London, 2016.

[56] Y. S. Christopher, "금지되지 않은 모든 것은 허용된다: 규제와 혁신에 대한 미국의 시각," 서울대학교 공익산업법센터 국제학술대회, 과학기술의 혁신과 경제규제, 2016.

[57] G. Dagnino, "Regulation and co-regulation of product placement for OTT SVODs: The case of Netflix," *International Journal of Digital Television*, Vol.9, No.3, pp.203-218, 2018.

[58] 배기형, *OTT서비스의 이해*, 커뮤니케이션북스, 2015.

[59] 강명현, "방송환경 변화에 따른 채널규제의 법제도 정립방안에 관한 연구," 정치커뮤니케이션연구, 제42호, pp.5-38, 2016.

[60] M. Willoughby, "A review of the risks associated with children and young people's social media use and the implications for social work practice," *Journal of Social Work Practice*, Vol.33, No.2, pp.127-140, 2019.

[61] 임중수, "포털 미디어 재매개에서의 뉴스 소비," 한국방송학보, 제19권, 제2호, pp.8-46, 2005.

[62] 임종섭, "언론 위기 국면에 국제 뉴스 통신사들의 사례 분석을 통한 연합뉴스의 역할 고찰," 언론과학연구, 제19권, 제2호, pp.112-153, 2019.

[63] 디지털투데이, "국내법으로는 손 못대는 유튜브... 인터넷 방송 규제도 '역차별'," 2017.

[64] 황성기, "뉴스 플랫폼 다변화에 따른 미디어 관련 법제 개선방안 - 신문법을 중심으로," 제3권, 제1호, pp.47-98, 2017.

[65] 한국소비자원, "신유형 1인 미디어 콘텐츠 소비 실태 조사 -인터넷 개인방송을 중심으로," 한국소비자원 시장조사국, pp.1-78, 2017.

[66] 법령입안심사기준, 법제처, pp.1-786, 2017.

[67] 국민일보, 새롭게 떠오른 장래희망 "크리에이터·심리상담사·화학공학자...", 2019.

[68] J. Lipschultz, *Free expression in the age of the Internet: Social and legal boundaries*, Routledge, 2018.

저 자 소 개

임 한 솔(Han Sol Lim)

정회원



- 2019년 8월 : 연세대학교 언론홍보영상학과 석사(M.A.)
- 2020년 현재 : 리얼미터 조사분석본부 법무/미디어 연구원

<관심분야> : 미디어정책, 언론법, 디지털미디어, 빅데이터 분석

정 창 원(Chang Won Jung)

정회원



- 2017년 12월 : University of Wisconsin at Madison(Ph.D.)
- 2020년 현재 : 연세대학교 커뮤니케이션연구소 선임 연구원

<관심분야> : 게임 커뮤니케이션, 엔터테인먼트 미디어, 정치 커뮤니케이션