

암호화폐 온라인 커뮤니티와 유튜브의 역할 및 담론분석 연구 : FGI 인터뷰를 중심으로

Roles and Discourse of Cryptocurrency's Online Community and YouTube : Using Focus Group Interviews

임한솔*, 정창원**

연세대학교 커뮤니케이션연구소*, 연세대학교 커뮤니케이션연구소**

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

요약

본 연구는 FGI 인터뷰를 중심으로 암호화폐 관련 온라인 커뮤니티와 미디어(레거시 미디어와 유튜브)의 역할과 담론을 분석하고, 이를 바탕으로 암호화폐 정책 방향을 제언했다. 문헌 연구를 통해 투자자 특성과 투자 환경 요인으로서의 커뮤니티와 유튜브의 역할을 분석했다. 암호화폐 전문투자자와 커뮤니티 활동가 인터뷰를 통해 커뮤니티 이용 목적과 역할을 파악했고, 구독자 수 상위 5개의 암호화폐 관련 유튜브 채널을 분석하여 주요 논의 주제를 고찰했다. 연구 결과, 암호화폐 투자는 20~30대가 주도했으며, 레거시 미디어 이용보다 뉴미디어의 정보를 선호하고 신뢰했다. 온라인 커뮤니티는 정서적 동질감과 공감 역할을 하였고, 유튜브는 정보 제공의 기능을 주로 수행했다. 담론 분석과 인터뷰 결과, 암호화폐 정책의 일관성과 투자자 보호를 위한 법적 안정성 마련이 필요했다. 본 연구는 문헌 연구, 인터뷰, 커뮤니티/유튜브 내용 분석 등 다양한 연구 방법을 활용해, 뉴미디어의 정보 제공과 정서 공감 역할을 분석했고, 나아가 디지털 뉴딜 블록체인 기술 장려와 금융산업 공정성 저해 방지를 위한 규제 방향성을 제안했다는 점에 의의가 있다.

■ 중심어 : | 암호화폐 | 가상자산 | FGI | 온라인 커뮤니티 | 유튜브 | 디지털 뉴딜 정책 |

Abstract

Conducting Focus Group Interview (FGI), this study examined the roles and discourses of cryptocurrency's online communities and media (legacy media and YouTube), and based on this, the study proposed the direction of cryptocurrency policy. By reviewing previous literature, this study analyzed the characteristics of investors, the online community, and YouTube, which is an investment environment factor. The study figured out the purpose of use and role of the community via interviews with cryptocurrency professional investors and online community members and analyzed main discussion themes of the five top-ranked YouTube channels related to cryptocurrency with the highest number of subscribers. The results suggested that cryptocurrency's investment was led by those who are in their 20s and 30s, the investors preferred and trusted information on new media than legacy media. The online community played the role of emotional homogeneity and empathy, and YouTube mainly performed the informational role. As a result of discourse analysis and interviews, this study argued that the legal stability of cryptocurrency's policy and protection of individual investors are needed. This study's significance indicates that it used various research methods such as literature research, interviews, content analysis of community/YouTube to analyze the informational role and emotional aspects of new media and suggested policy direction of the digital new deal blockchain technology and the fairness of financial industry.

■ keyword : | Cryptocurrency | Virtual Assets | FGI | Online Community | Youtube | Digital New Deal Policy |

I. 서론

1. 연구배경 및 연구목적

2015년부터 2019년까지 국내에서 암호화폐는 2100조 원 이상 거래되었고, 2017년 후반부터 온라인 커뮤니티와 각종 미디어, 소셜 네트워크상에서 가장 많이 언급되는 주제 중 하나이다[1]. 각종 대학 커뮤니티와 디씨인사이드, 클리앙 등 온라인 커뮤니티에 암호화폐 관련 게시판이 개설되었고, 고등학생과 군인까지 암호화폐에 투자하면서 투자 열풍이 불었다. 2018년 시작된 암호화폐 투자 열풍은 온라인 커뮤니티를 넘어 한국 사회에 다양한 이슈를 양산했다. ‘김치 프리미엄’, ‘가즈아’ 등 커뮤니티에서 발생한 용어가 레거시 미디어에서도 자주 사용되며, 암호화폐가 투기와 범죄, 탈세에 악용될 수 있다며 이를 규제해야 한다는 보도가 많았다. 현재, 암호화폐 투자시장은 유가증권 시장에 버금가는 규모로 성장했지만, 투자자 보호나 블록체인 산업 발전 측면에서 법적 안정성이 부족한 실정이다[2]. 또한, 이러한 열풍 속에서 현재, 암호화폐가 지급수단 인지 금융투자 수단인지 여부조차 명확하지 않다[3-5].

유가증권이나 부동산 등 기존 투자 수단과 비교하여 암호화폐 투자자는 젊은 연령층 중심이라는 특수성을 지닌다. 한국예탁결제원의 상장법인투자자 현황 조사에 따르면 70대 이상을 제외한 전 연령에서 20대 투자자가 가장 적었으나, 암호화폐 투자 경험은 20대가 가장 높았다. 암호화폐 열풍을 주도하는 이들은 20~30대 청년층이고[6], 이는 온라인을 이용한 투자에 익숙한 20~30대가 주를 이루는 암호화폐 시장의 특수성에 기인한다. 나아가 암호화폐 정보 공유는 주식과 부동산 투자와 달리 레거시 미디어보다 온라인 커뮤니티와 유튜브가 중심적 역할을 하고 있다[7].

본 연구는 투자 요인 선행 연구[8-11]에서 논의했던, 투자자 특성과 환경요인(투자 정보의 원천)을 중심으로 20~30대 젊은 층이 주도하는 암호화폐 투자를 둘러싼 새로운 미디어 환경(온라인/유튜브) 속에서, 암호화폐 온라인 커뮤니티와 유튜브의 역할에 관해 논의한다. 이를 위해, 온라인 커뮤니티 담론에 관한 선행연구와 인터뷰(Focus Group Interview)-암호화폐 커뮤니티 이용자와 암호화폐 전문가 인터뷰-를 통해 커뮤니티의 역

할과 기능에 대해 분석할 것이다. 본 연구의 이론적 함의를 논의하기 위해, 불확실성 감소이론을 적용하여, 암호화폐 투자자들의 미디어 이용 동기를 설명할 것이며, 미디어의 이용 효용으로서 이용과 충족 이론을 중심으로, 미디어의 역할에 관해 논의할 것이다. 나아가 암호화폐 투자에 관한 레거시 미디어의 부정적 보도 경향과 정보의 신뢰성을 고려하여, ‘유튜브’ 등 뉴미디어가 지닌 투자정보 공유와 정서적 공감 역할을 [그림 1]과 같이 살펴볼 것이다.

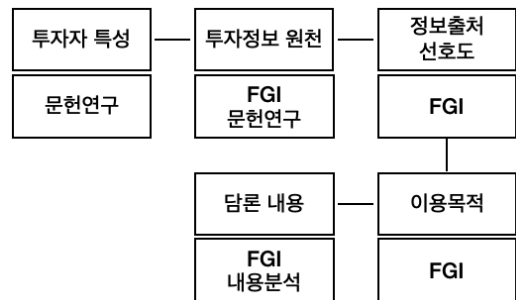


그림 1. 연구개요

한편, 포스트 코로나 시대를 맞아 정부는 ‘한국판 디지털 뉴딜 정책’을 발표하며 암호화폐의 원천 기술인 블록체인 기술을 활용한 스마트 정부 도입을 추진 중이다. 하지만, 디지털 뉴딜 정책에는 블록체인 기술에 관한 언급이 주를 이루며, 암호화폐 관련 정책은 부재한 상황이다. 또한, 암호화폐 투자 규모와 위험성으로 투자자 보호 정책의 필요성이 대두되고 있다. 투자자의 특성과 투자 환경 요인에 따르면 정책 및 규제 관련한 보도나 논의가 많고, 커뮤니티의 이용 목적에 정책 이슈 등 관련 논의가 동반될 수 있다는 점에 착안하여 커뮤니티 담론 내용의 분석에 정책과 규제 이슈를 포함해 살펴보았다[6][8]. 심층적 논의를 위해 암호화폐 전문가의 견해를 정리 분석하여, 암호화폐 정책의 방향성을 제언하고자 한다.

2. 연구문제

2.1 온라인 커뮤니티와 뉴미디어의 역할

한국개발연구원의 소셜미디어와 뉴스 기사 분석에 따르면, 암호화폐에 대한 관심은 2017년 11월부터

2018년 2월까지 가장 많았다. 레거시 미디어의 관련 보도는 2016년 645건에 불과했지만, 2017년에는 4,350건, 2018년에는 1월 한 달간 3,877건으로 나타났다[12]. ‘블록체인 기술’ 보다는 ‘암호화폐’에 보도 내용이 집중되는 경향을 보였고, 이 중 규제와 거래소 해킹 문제 등 부정적 기사가 대부분이었다[13]. 이는 미국 언론의 기사 토픽을 분석한 결과와 -블록체인 기술이나 활용성 등 산업적 측면을 주로 보도 -대조적이다[14]. 또한, 암호화폐, 규제, 문제, 해킹, 투기, 불법 등의 부정어가 2017년 11월 이후 약 두 배가량 증가한 것으로 집계되어, 언론의 부정적 보도 경향 및 암호화폐에 대한 부정적 인식이 강했다[1].

한편, 레거시 미디어의 영향력이 줄어들면서 블로그나 커뮤니티, 유튜브 등 뉴미디어가 암호화폐 정보의 공급원 역할을 대신하고 있다[15]. 암호화폐 투자자 특성 연구에서 중장년층보다는 청년 세대에서 투자행위가 많았고, 레거시 미디어보다는 뉴미디어를 기반으로 정보를 취득하는 특수성이 있었다[6][11][16]. 엠브레인에 따르면 암호화폐 투자자가 투자 정보를 얻는 경로로 인터넷 검색(52.9%), 전문 커뮤니티(38.1%), 암호화폐 거래소(32.7%), 온라인 카페(29.9%), SNS 대화방(28.4%)으로 나타났다[17]. 즉, 암호화폐 투자시장은 레거시 미디어 보다 주로 온라인 커뮤니티나 유튜브 등의 뉴미디어를 통한 정보공유가 활발한 것으로 보인다.

선행 연구에 따르면, 온라인 커뮤니티는 정보 및 의견 교환과 확산의 역할을 수행한다[표 1]. 커뮤니티는 경험과 정보를 공유하는 역할을 하며[18], 커뮤니티 이용자들의 상호이익이 신뢰를 형성하고, 신뢰감이 정보의 재생산과 활성화에 도움을 준다고 분석했다[19]. 또한, 신뢰성과 시의성이 높을 때 커뮤니티의 정보 수준이 극대화된다고 밝혔다[20]. 커뮤니티 게시글과 수익률의 상관관계 연구[21][22]에서는 게시글과 댓글로 주가를 예측할 수 있었고, 수익률 개선에 도움을 준다는 결과를 도출했으며, 주식 게시판 정보가 주식매수에 영향을 준다고 밝혔다[23]. 따라서, 유가증권 커뮤니티는 투자자들이 정보를 목적으로 이용하며, 매수에도 영향을 미치는 것으로 보인다. 이와 더불어, 커뮤니티는 정보나 경험 공유뿐 아니라 자아의 표현과 타인과의 관계 형성, 정서적 동질감을 공유하는 역할을 하기도 한다.

정보 공유와 정서적 유대감을 공유하기 위해 커뮤니티를 이용하며[24], 커뮤니티에서 정보를 공유하고 자신을 표현하는 행위를 한다는 연구 결과가 있었다[25].

선행 연구에서는 암호화폐와 유가증권 시장의 공통점과 차이점을 비교하여 암호화폐 시장에 대해 파악하려는 시도가 있었지만[2][4][26], 암호화폐 커뮤니티의 역할에 관해서는 아직 연구된 바 없다. 하지만, 두 시장 모두 거래소를 통해 거래가 이루어지며, 불특정 다수 간 대량 거래가 이루어진다는 특징[2]에 착안하여, 본 연구는 ‘유가증권 커뮤니티’의 특징을 다룬 연구를 분석하여 암호화폐 커뮤니티의 특징에 관해 논의하고자 한다. 즉, 암호화폐 투자와 온라인 뉴미디어 이용에 관한 연구의 필요성을 제시하며, 온라인 커뮤니티와 뉴미디어 이용 목적과 역할에 관해 FGI(Focus Group Interview)를 통해 분석할 것이다. [표 1]에서 살펴볼 수 있듯 기존 연구는 암호화폐 투자자의 특성이나 커뮤니티 이용 목적에 관한 양적 연구가 중심이었고, 커뮤니티 내에서 이루어지는 내용 혹은 담론에 관한 질적 연구는 부족했다. 본 연구는 다음의 연구 문제를 설정하였다.

연구문제 1 - 암호화폐 투자자의 온라인 커뮤니티 이용 목적과 커뮤니티의 역할은 무엇인가?

또한, 커뮤니티 이외에 20대와 30대가 가장 많이 이용하는 뉴미디어로 20대의 75.7%, 30대의 64.2%가 유튜브를 이용하는 것으로 나타났다[27]. 유튜브는 대표적인 뉴미디어로서 레거시 미디어의 대안으로 역할을 하고 있다[28]. 본 연구는 레거시 미디어의 대안으로 대표적인 뉴미디어 콘텐츠인 유튜브의 역할과 이용 목적을 암호화폐 투자자 관점에서 분석하고자 한다.

연구문제 2 - 암호화폐 투자자의 뉴미디어(유튜브) 이용 목적과 뉴미디어의 역할은 무엇인가?

2.2. 암호화폐 정책과 규제

소셜 미디어와 뉴스 기사에서 부정적 키워드가 집중된 데에는 정부의 일관적이지 않은 규제 발표와도 다소 연관이 있을 것이다. 2017년 12월 금융위원장은 비트

코인 거래를 전면 금지하겠다고 발표했고, 2018년 1월 법무부는 암호화폐 거래소 폐지 특별법 발표를 예고했다. 한편, 청와대는 법무부의 특별법 발표 예고에 대한 부정적 견해를 동시에 밝혔다[1]. 일관성 없는 규제 발표는 암호화폐 투자자의 불안감을 조성하고, 정부 정책과 규제안의 신뢰도를 감소하게 할 수 있다고 보도됐다[29].

하지만 암호화폐 투자의 위험성이나 책임은 투자자에게 있다는 리더러시가 부재한 채로 투자 전면 금지 등 강한 규제를 발표하는 것은 다소 무리가 있을 것이다. 또한, 암호화폐에 관한 금융 정책 및 투자자 보호 차원에서 명확한 개념 정의가 필요하다. 이를 위해 암호화폐를 고위험금융투자자산으로 분류하여 제도권으로의 편입이 필요하다고 주장하기도 한다[4]. 본 연구는 이러한 분류 기준이 투자자 보호를 위한 정책 및 규제 입법의 전제 조건이 될 수 있다고 고려했다.

지난 20대 국회에서 여러 건의 암호화폐 관련 제정·개정법이 발의되었으나 발행과 유통의 전반적 규제법이 아닌 자금세탁방지만을 다루는 ‘특정 금융정보의 보고 및 이용 등에 관한 법률’(특금법)만 통과되었다. 또한, 기획재정부는 2020년 세법 개정안에서 ‘가상자산 거래소득에 대한 과세안’을 발표했다[30].

한편, 암호화폐 투자시장을 메이저 금융의 영역으로 포섭하거나 금융산업 혁신을 위한 차세대 금융기술로 블록체인 산업을 육성하는 정책은 부재하다. 2020년 5월 블록체인 기술을 활용해 국민 체감도가 높은 분야에 ‘지능형 정부’를 구현한다는 내용을 담은 한국판 뉴딜 종합계획을 발표했다[31]. 그러나 뉴딜 정책에 언급된 블록체인 기술은 프라이빗(폐쇄형) 블록체인으로 토큰 이코노미가 실현되는 퍼블릭 블록체인과는 큰 연관이 없다. 금융위원회에 따르면 퍼블릭 블록체인과 상관관계가 있는 암호화폐 시장은 2018년 936조 원, 2019년 약 488조 원 규모[32]로 작지 않다. 퍼블릭 블록체인에 대한 정책이 필요한 이유는 암호화폐 투자 시장의 발전과 투자자 보호가 퍼블릭 블록체인의 발전에 동력이 될 수 있기 때문이다[33]. 이러한 배경을 바탕으로 암호화폐 투자자들의 커뮤니케이션 담론 형성 공간인 온라인 커뮤니티에서 어떠한 내용이 공유되고 있는지 살펴보고, 전문가 인터뷰를 통해 암호화폐 정책과 규제의 방

향을 제안할 것이다.

연구문제 3 - 전문가들이 진단하는 암호화폐 관련 정책과 규제의 문제와 방향은 무엇인가?

표 1. 선행연구 분석 표

분류	저자(출간연도)	분석대상 및 주제	방법론
암호화폐 개념	전주용, 여은정(2014)	가상 자산의 성격	문헌연구
	허중, 윤태화(2020)	가상자산의 의의, 법적 성격	문헌연구
	장성일, 김정연(2017)	비트코인 자산성격 분류	통계기법
암호화폐 투자자	김민정 외(2019)	투자자 특성 분석	통계기법
	이의선 외(2019)	사회 인구학적 특성 개인 심리적 특성	통계기법
	장영일, 정유수(2018)	성과기대, 사회적 영향, 투자위험 시스템 신뢰도	서베이
	김진민, 권용현(2019)	규제리스크, 신규시장 매스미디어 노출	통계기법
암호화폐 정책	기노성(2020)	법적성격, 거래소 거래 구조, 특성, 규제방안	문헌연구
	권오훈(2019)	금융위원회 정책 흐름, 산업 진흥 가이드라인	문헌연구
	권오훈(2020)	블록체인 합의 알고리즘, 정책 방안	문헌연구
	양영균, 천세희(2019)	각국의 암호화폐 정책	문헌연구
	손새아 외(2019)	한국과 미국 온라인 커뮤니티 와 뉴스 기사 토픽 모델링	통계기법
커뮤니티 정보	경중수, 김명수(2018)	커뮤니티 참여유형, 태도, 정보 확산	통계기법
	박재홍(2014)	주기에측모델, 효율적 시장이론	통계기법
	Chen et al.(2014)	소셜미디어 플랫폼 게시글과 댓글 분석	textual analysis
	최민(2020)	기술적 지표, 소셜네트워크 지표	의사 결정모델
	이애리(2019)	조회수, 댓글수, 추천수를 수치화	통계기법
	이한아, 류석진(2013)	연결망 분석, 커뮤니티 상호작용	연결망 이론
	김현모, 박재홍(2016)	기술적 지표, 소셜네트워크 지표	통계기법
커뮤니티 정서	최아영, 나종연(2010)	주기에측모델, 효율적 시장이론	네트노 그래피
	김현모 외(2014)	소셜미디어 플랫폼 게시글과 댓글 분석	통계기법
	조희정 외(2015)	커뮤니티 이용 목적과 형태	통계기법

II. 본론

1. FGI 연구

1.1. 대상 및 연구방법

전문가와 일반 투자자 집단으로 분류하여 FGI를 진행했다. [집단1]은 전문가 집단으로 암호화폐에 대한 전문성을 지녔거나, 금융, 법 분야의 전문성을 갖춘 3인을

선발했다. 암호화폐 관련 유튜브 제작자(A), 현재 증권 회사에 재직 중인(B), 변호사(C)로 구성했다. [집단2]는 20년 7월 기준 Top Website Ranking의 상위 커뮤니티인 디씨인사이드(7위), 클리앙(32위)과 네이버(1위)의 암호화폐 카페에서 커뮤니티를 적극적으로 이용하는(하루 평균 글 작성 수 2개 이상 및 댓글 10개 이상) 30명을 선정하여 메일 및 쪽지를 발송하였다. 그중 암호화폐 투자 경험이 있고, 유튜브 시청 경험이 있는 연구 참여 의사자 3인을 최종적으로 선정했다. 현재 자영업업을 하고 있는(D)과 직장인(E, F)으로 구성했다. 이후 성별, 연령별 편중을 피하고자 20대 여성 1명(G)과 30대 여성 1명(H), 20대 남성(I)을 추가로 인터뷰하였다. 성별과 연령에 따른 항목에서 유의미한 차이가 있었다. 여성보다는 남성에서, 40대와 50대보다는 20대와 30대에서 암호화폐 투자 비율이 높았다[6][34][35].

2020년 6월 15일부터 9월 23일까지 비구조화된 인터뷰 방식으로 9명의 인터뷰 대상자를 각각 2시간씩 대면 면접을 진행했다. 공통되는 질문을 기반으로 각자의 경험과 생각에 따라 연구 주제에 관한 내용을 물었고, 인터뷰 도중 내용을 녹취/메모하였다. 전문가 그룹 인터뷰에서는 각 전문 분야와 관련된 내용을 심층적으로 질문했다. 전문가 A에게는 일반적인 암호화폐 관련 개념 및 유튜브 현황, B는 유가증권 시장과의 차이점, C는 정책 및 법률에 대해 구체적으로 물었다.

응답자들은 선정 기준의 공통점 외에, 모두 레거시 미디어와 뉴미디어를 통해 암호화폐 관련 보도를 접한 경험이 있었고, 하나 이상의 온라인 커뮤니티를 이용하며, 모두 4년제 대학을 졸업했다. 월 소득은 2019년 기준 직장인 평균 금액 287만 원과 비슷하거나 높은 수준이었다. 그러나, 암호화폐 이외의 투자 경험과 수익률은 각자 달랐다. A를 제외하고, 모두 주식투자 경험이 있었다. 인터뷰 대상자들의 인구통계학적 특징은 다음과 같다.

표 2. 전문가 인터뷰 대상자 인구통계학적 특징

	영역	나이	성별	거주지	소득(월)	기타투자경력	직업
A	미디어	32	남	서울	400	없음	유튜브 제작자
B	금융	38	남	서울	800	부동산, 주식	증권사 재직
C	법률	36	남	서울	500	주식	변호사

표 3. 일반인 인터뷰 대상자 인구통계학적 특징

	나이	성별	거주지	소득(월)	기타투자경력	직업	투자경력
D	32	남	경기	1000	부동산, 주식	자영업	3년
E	34	남	서울	400	주식	직장인	2년
F	36	남	충남	300	부동산, 주식	직장인	4년
G	27	여	서울	220	주식	직장인	1년
H	31	여	서울	250	주식	직장인	3년
I	29	남	경남	280	주식	직장인	3년

1.2. 조작적 정의

본 연구에서 사용되는 용어와 관련하여 다음과 같이 정의했다.

암호화폐. 현재 암호화폐는 전자화폐, 가상자산, 가상화폐 등 명칭이 혼용되어 사용되고 있다. 유럽 중앙은행과 미국 재무부의 ‘가상화폐’ 정의에 따르면 "정부에 의해 통제받지 않는 디지털 화폐의 일종으로 개발자가 발행 및 관리하며 특정한 가상 커뮤니티에서만 통용되는 결제수단을 의미한다." [10] 국내의 경우, 특금법에서 ‘가상자산’을 정의했지만, 암호화폐가 가상자산임을 명시하지는 않았다. 정부 기관과 언론에서도 명확하게 용어를 통일해서 사용하지 않고, ‘암호화폐(가상자산)’ 등으로 표기하고 있다. 따라서 본 연구에서는 가장 널리 사용되고 있는 용어인 ‘암호화폐’를 특금법에서 정의한 ‘가상자산’과 동일한 의미로 통칭해 사용할 것이다.

온라인 커뮤니티. 온라인 커뮤니티는 “인터넷상의 상호작용을 통해 공통적 경험, 관심사, 가치를 공유하는 공동체적 모임”으로 [36], “구성원들에 의한 자생적 콘텐츠에 중점을 두고 커뮤니케이션과 콘텐츠의 통합이 존재하는 컴퓨터를 매개로 한 공간”이다 [37]. 본 연구에서는 Preece와 Hagel & Armstrong의 정의를 바탕으로 ‘공통적 경험과 관심사, 가치를 공유하고 커뮤니케이션과 콘텐츠의 통합이 이루는 공간’을 (온라인) 커뮤니티로 정의하였다.

특히, 암호화폐 커뮤니티를 선정하기 위해 새로운 게시물과 댓글, 조회 수를 통해 게시자(poster)와 잠복 관찰자(lucker)-“특정 커뮤니티에 끊임없이 나타나지만 커뮤니티의 상호작용에는 거의 관여하지 않는”-가 다수인 커뮤니티를 선정했다 [38]. 디씨인사이드와 클리앙 내의 암호화폐 관련 게시판과 네이버 암호화폐 관련 카

폐를 중점적으로 분석했다.

온라인 커뮤니티 역할(정보 교류 및 정서 공유). 문헌 연구 결과 커뮤니티의 이용 목적으로 정보교환과 정서적 유대 및 공동체 의식이 중요한 요소였다[39]. 커뮤니티는 “다양한 참여자들이 약한 사회적 관계를 기반으로 다양한 정보를 생산 및 공유하는 공간이고, 정보의 확산 경로”의 역할을 하며, 관계, 오락, 즐거움 등 감정적이고 인지 연결을 형성하는 역할을 한다[24]. 본 연구는 암호화폐 커뮤니티와 유튜브 이용이 해당 요소의 충족을 위함이라고 가정하였다. 특히, 네트워크 혹은 커뮤니티에서 게시물을 작성하고, 표현(expression)하는 행위가 암 환자들의 삶과 정서적 안정에 도움이 될 수 있다는 연구 결과를 참조하여 FGI 인터뷰를 통해 정보교류와 정서 공유 등 커뮤니티와 유튜브 이용목적에 대해 심층적으로 분석하였다[40-42].

2. 온라인 커뮤니티의 역할

2.1. 레거시 미디어의 한계

인터뷰에 참여한 암호화폐 투자자들은 온라인 커뮤니티를 통해 레거시 미디어의 규제 보도를 접하며, 레거시 미디어의 한계를 느끼고 커뮤니티나 유튜브를 대안 매체로 고려하고 있었다. 일반인 인터뷰 대상자들은 지상파 혹은 종합편성 채널에서 방영한 암호화폐 관련 뉴스나 다큐멘터리에 많은 관심이 있었다. 인터뷰 결과 레거시 미디어에서 직접 시청한 경우보다, 온라인 커뮤니티를 통해 링크된 영상을 접한 경우가 더 많았다. 또한, 암호화폐 투자 관련 정보의 공유도 온라인 커뮤니티에서 더 많이 이루어졌다. 20~30대 청년층의 암호화폐 투자 비율이 높았던 연구 결과[6][16]와 20~30대 연령의 스마트 미디어 중심의 미디어 이용 행태를[27] 고려해 본다면, 새로운 미디어 환경의 변화가 암호화폐 투자 환경에도 직간접적으로 영향을 미치고 있었다.

레거시 미디어 보도의 논조에 관한 질문에 대해 일반인 응답자들은 미디어의 보도가 대체로 부정적이라고 답했다. 특히 암호화폐 관련 투자가 과열되었고 매우 위험한 투기라는 식의 보도가 대부분이었다고 말했다. 이는 언론 보도에 관한 선행연구[14] 결과와- 암호화폐 투자 관심이 높았던 시기에, 투기 및 규제 키워드의 보도가 다수- 유사한 맥락이었다.

또한, 응답자들은 암호화폐와 관련된 언론의 정보를 신뢰하지 않았다. 특히 D는 “요즘 20대, 30대들은 기본적으로 투자와 관련된 언론 보도를 신뢰하지 않고, 오히려 언론과 반대로 해야 수익을 낼 수 있다”라고 언급했다. E는 언론의 신속, 공정, 신뢰성에 강한 불신을 나타냈다. 암호화폐 투자에 관한 언론의 입장이 다소 부정적이기 때문에, 투자 정보 획득을 위해 매스미디어를 활용하는 것은 큰 의미가 없을 것이라고 했다. 나아가 암호화폐 투자행위 자체에 부정적인 영향을 미칠 수도 있다고 응답했다.

E: “언론의 공정성에 대한 생각을 많이 해봤다. 유튜브나 커뮤니티에서는 주로 암호화폐를 통해 새로운 시대가 열린다는 내용이 다수이지만, 레거시 미디어는 열풍은 금방 식는다거나, 정부에서 부정적인 코멘트를 한 것을 중점적으로 다루기만 한다.”

G: “처음 암호화폐를 알게 된 것은 언론의 보도를 통해서인데, 위험한 투기라고 생각했다. 그런데, 암호화폐에 대해 인터넷 검색을 해보고 커뮤니티 글을 보면서 투자를 해도 나쁘지 않겠다고 생각 했다. 레거시 미디어와 온라인의 온도 차를 여실히 느꼈다.”

따라서 인터뷰 결과와 청년층의 미디어 이용 행태에 따르면 20대와 30대는 새로운 미디어 환경 변화와 암호화폐에 관한 레거시 미디어의 부정적이며 편향된 보도로 인해 레거시 미디어의 한계를 느끼고 온라인 환경 기반인 커뮤니티와 유튜브를 중심으로 암호화폐 투자에 관한 정보를 교류하고 담론을 형성하고 있다.

2.2.1. 투자 정보 출처로서의 온라인 커뮤니티

앞서 논의한 대로 레거시 미디어는 다소 부정적이며 편향된 정보를 제공하는 경향이 있었다. 그 대안으로 어디서 혹은 어떤 매체를 통해 암호화폐에 관한 정보를 얻고 있는지 질문했다. 일반인 응답자들은 암호화폐 정보를 얻으려는 의도와 심리적 위안을 동시에 충족하기 위해 커뮤니티를 주로 이용한다고 답했다. 선행연구 분석 결과 커뮤니티는 정보 제공 또는 정서적 동질감 및 정서 공유의 역할을 하는 것으로 분류할 수 있었다[표 1]. 따라서 본 연구는 암호화폐 커뮤니티가 정보제공과

정서적 동질감을 나눌 수 있는 공간임을 고려하며 인터뷰를 진행했다.

F는 “뉴스나, 신문에서 투자 광풍과 규제 이슈를 주로 다루기 때문에 레거시 미디어가 정보의 원천이 되지 못했다.”고 응답했다. 이어, 인터뷰 대상자들은 디씨인사이드 ‘비트코인 갤러리’나 클리앙의 ‘가상화폐당’, 네이버 카페, 암호화폐 전문 커뮤니티, 유튜브를 통해 가상화폐 관련 정보를 주로 얻는다고 답했다. 커뮤니티 정보의 특징에 대한 질문에 전문가 B는 레거시 미디어는 자극적인 투자 형태를 보도하는 경향이 있지만, 온라인 커뮤니티는 기술적인 지식을 바탕으로 블록체인 기술을 상세하게 작성한다고 주장했다. 또한, 주식 커뮤니티와의 비교를 통해 암호화폐 커뮤니티를 설명했다. 주식 커뮤니티(게시판)는 객관적인 증권사 애널리스트의 자료를 제시하는 경우가 많으나, 암호화폐 커뮤니티는 코인 발행처가 발간하는 백서(white paper)를 기반으로 암호화폐의 블록체인 기술의 특징을 주로 언급하는 경우가 많아 주식과 비교해 정보원 자체가 다르다고 밝혔다.

하지만, 전문가 A는 일반 투자자들이 온라인 커뮤니티 글을 투자행위 기준으로서 활용한다는 점을 우려했다. 또한, 투자 성공 인증 글이 많은데, 일반 투자자들은 이런 인증 글만 보고 암호화폐 투자에 뛰어드는 것이 아닌지 염려가 된다고 지적했다.

A: “암호화폐 가격 예측에 관한 사실을 확인할 수도 없고, 유머 글이나 수익인증 등 흥미 위주의 글이 주가 되어 있어 시간 보내기용으로는 좋으나 투자에 대한 기준을 마련하는 수단으로는 미약하다.”

나아가, 정보 원천으로서의 커뮤니티에 대한 질문에 응답자들은 대체로 해외 커뮤니티와 국내 커뮤니티를 비교했다. 정보원으로서의 국내 커뮤니티의 한계를 드러낸 것으로 보인다. 전문가 A는 국내 커뮤니티보다는 해외 커뮤니티인 스팀잇¹을 주로 사용한다고 밝혔다. 스팀잇은 주로 이공계 출신이 기술적인 내용을 전문적

으로 설명한 글이 많아 해당 암호화폐가 어떤 기술을 이용하는지 확인하는 데 도움이 되는 경우가 있고, 그 자료를 바탕으로 암호화폐 유튜브 영상을 제작했다고 밝혔다.

해외 커뮤니티의 특징에 대해 F는 “해외는 포럼 형식으로 댓글과 대댓글로 채팅같이 이어진다. 논문처럼 연결해가는 학술적 느낌이 매우 강하다. 그래서 해외를 선호한다. 진지한 얘기도 많고, 정보의 출처도 명확하게 남긴다. 그런데 국내 커뮤니티는 전문적인 내용보다는 농담과 광고 위주의 게시물이 다수여서 해외 커뮤니티가 부럽기도 했다.”고 말했다. 해외 커뮤니티에 대해 D는 다음과 같이 답했다. “주로 레딧이나 해외 블로그에서 ICO(가상화폐공개, Initial Coin Offering) 정보를 얻고 일명 ‘잡코인’에 투자했다. 이게 성공률이 가장 높기 때문이다.”

선행연구에서는 대체로 커뮤니티를 정보 공유 공간으로 파악하고 있었다. 본 연구의 인터뷰 결과, 정보를 공유하고 생산하는 선행연구 결과를 일부 지지하지만, 대체로 ‘진정한 정보 공유의 공간’ 인지 여부에 대해서는 전문가와 일반인 그룹 모두 의문을 제기하였다. 특히, 국내 커뮤니티는 해외 커뮤니티보다 정보의 질적 측면에서 수준이 높지 않다는 특징도 있었다.

2.2.2. 정서적 동질감으로서의 온라인 커뮤니티

앞서 언급했듯이 암호화폐 온라인 커뮤니티는 레거시 미디어보다는 정보 공유의 역할을 수행하나, 특히 국내 암호화폐 커뮤니티는 광고가 많고 시장 분석 정보가 거의 없어 정보 원천으로 미흡한 측면이 있었다.

응답자들은 암호화폐 커뮤니티의 특성에 관한 질문에 ‘시간 보내기’, ‘흥미’, ‘위로와 소속감’이라는 단어를 사용하며 커뮤니티를 정서적 동질감을 제공하는 공간으로 인식하고 있었다. E는 온라인 커뮤니티가 투자행위를 직접적으로 일으키는 역할보다는 많은 회원 수를 기반으로 같은 관심사를 공유하고 회원들 간 시간을 보내며, 위로와 소속감을 얻을 수 있다는 점이 커뮤니티 이용의 주된 목적일 수 있다고 언급했다.

커뮤니티에서 어떤 담론이 주로 일어나는지에 대한 질문에서 ‘현실과 박탈감’이라는 단어가 전문가 그룹 및 일반인 그룹 모두에서 공통으로 언급됐다. 온라인 커뮤

1 암호화폐 전문가들은 전문적인 가상화폐 정보를 공유하고 있는 스팀잇(Steemit)을 선호했다. 스팀잇은 글을 작성하고 추천을 많이 받으면 암호화폐인 ‘스팀 코인(Steemcoin)’을 지급해, 이용자로 하여금 검증된 정보를 올릴 동기를 부여하고 있다.

니티에서 그들은 모두 함께 모여 정서적 동질감을 느끼며 일종의 하위문화를 형성해 가는 것으로 해석할 수 있다. 커뮤니티 내의 담론에 대한 물음에 응답자들은 다음과 같이 대답했다.

D: “우리나라의 민족 정서를 반영하는 말 중에 ‘웃음으로 눈물 닦기’라는 말이 있다. 20대와 30대의 현실이 힘들고 만족감이 없지만 웃음을 통해 그 한을 승화시키는 것이다. 암호화폐 투자와 온라인 커뮤니티의 유머 코드에도 이런 정서가 많이 투영되어 있다고 생각한다.”

E: “부동산 가격의 폭등과 취업난 등을 겪으며 상대적 박탈감을 느꼈다. 암호화폐는 실제로 많은 수익을 내고 기득권층에 편입될 수 있도록 하는 탈출구다. 어려운 현실과 불안한 암호화폐 시장, 기득권에 대한 열망과 박탈감을 온라인 커뮤니티에 표출하고, 이를 서로 공감하며, 암호화폐 투자자들의 특수한 문화가 형성된 것 같다.”

H: “우리 연령대에 온라인 커뮤니티는 사실상 정보와 재미를 동시에 추구하는 역할을 하는 것 같다. 패션이나 외인같은 취미를 공유하기도 하고, 암호화폐나 주식, 부동산에 대한 대화도 나누며, 여러 정부 이슈에 대한 논의도 매우 활발하게 이루어진다. 커뮤니티를 이용하면서 친밀감이나 정서적 동질감을 느낄 수 있다.”

전문가 B는 오프라인 ‘객장’의 역할을 온라인 커뮤니티가 하고 있다고 밝혔다. 유가증권시장이 처음 등장했을 때는 이러한 온라인 커뮤니티는 존재하지 않았으며, 객장에서 정보 교류, 커뮤니케이션, 주식 거래 및 경험/감정 교류가 이루어졌다. 2017년 암호화폐 오프라인 거래소가 열렸지만, 2019년에는 비용 문제 등으로 폐쇄되기도 했다. 전문가 B는, 이미 온라인 커뮤니티에 익숙한 20~30대 투자자들이 면대면 중심의 오프라인 커뮤니케이션보다는 온라인상에서 교류하는 것을 선호하는 현상이 두드러지기 때문이라고 언급했다. 따라서 온라인 커뮤니티가 정보 교류를 위한 객장의 역할을 하며, 동시에 정서적 교류의 역할을 하고 있었다고 분석할 수 있다.

암호화폐 커뮤니티는 이전의 주식 객장과 같은 복합적인 공간으로 고려될 수 있을 것이다. 20대와 30대 투자자들이 모여 레거시 미디어에서 다루지 않는 정보를 공유하며, 다양한 경험과 감정을 교류하고 있었다. 인터뷰 결과, 온라인 커뮤니티는 ‘투자 정보 출처’ 보다는 ‘정서적 교류’ 역할을 주로 했다. 현재 기득권층에 대한 반감이나 취업난, 폭등하는 부동산을 바라보며 자신들에게는 이게 마지막 기회일 수 있다는 동질감을 공유하고, 커뮤니티를 이용하도록 하는 요인으로 작용하고 있었다.

3. 유튜브의 역할

인터뷰 결과, 암호화폐 투자자에게 레거시 미디어는 부정적 보도를 파악하는 데 사용되고 있으며, 커뮤니티는 정보제공보다는 정서적 교류의 역할이 더 컸다. 유튜브를 레거시 미디어의 대안으로 파악하고 있다는 조사[43]에 근거하여, 암호화폐 투자자에게 암호화폐를 다룬 유튜브를 분석해보고, 인터뷰를 통해 그 역할에 대해 살펴보았다.

유튜브에서 ‘암호화폐’ 및 ‘가상화폐’, ‘가상자산’의 키워드로 2020년 8월 기준 구독자 수 3만 이상이며, 암호화폐를 메인 콘텐츠로 다루는 상위 5개의 채널을 검색해 분석했다. 분석 채널들은 채널별 평균 1,000개의 영상이 업로드되어 있었다. 분석 대상 채널은 차트 및 시황 분석, 시장의 전망을 분석하는 콘텐츠를 공통으로 제공하고 있었다. 채널별로 재생 수(View)가 가장 많은 상위 10개의 영상을 정렬하여 분석한 결과 암호화폐 매수 방법과 투자 노하우 등 기본적인 투자 방법론을 제시한 콘텐츠가 포함되어 있었다. 또한, 알트코인²에 대한 정보와 국내 규제에 대한 방안, 미국 증시 및 국내 증시와의 비교와 같은 내용을 다루기도 했다. 그러나 대부분의 콘텐츠는 수익 금액을 인증하는 영상 등 자극적이거나, 광고로 분류할 수 있는 ICO 관련 콘텐츠가 다수인 것으로 분석됐다.

2 AlternativeCoin의 축약어로 비트코인 이외의 이더리움, 리플 등 암호화폐를 의미한다.

표 4. 유튜브 콘텐츠 내용분석 결과

채널명	구독자 수(만)	영상 수(개)	콘텐츠 내용
금융인 강은호	8.41	55	시황 분석, 투자 경험 공유, 암호화폐 역사 등
비트고수	5.56	989	차트 분석, 알트코인 정보, 현황분석, 시장전망
찰리브라운	4.54	810	시장 전망, 알트코인 정보, 현황분석, 과세·규제 정보
신의두뇌	4.32	1118	시장 전망, 알트코인 정보, 현황 분석, 거래 방법 등
크립토토마토	3.63	1501	해외 관련 판결, 현황 분석, 시장 전망, 과세·규제 정보
력하구봉	2.92	1789	차트 분석, 시장 전망, 알트코인 정보, 거래방법 등

유튜브는 영상 매체로 제작되어 난해한 기술적 정보를 쉽게 해석해 준다는 특징이 있었다. 유튜브의 역할에 대해 전문가 A는 유튜브 콘텐츠의 장점으로 어려운 블록체인 기술적 정보를 일반인이 알아듣기 쉽게 해석해 준다는 점에서 좋다고 답했다. 그러나 유튜브 콘텐츠는 대체로 광고나 스캠(사기) 코인의 확률이 커 이용자들이 주의해야 한다고 밝혔다. H는 정서적 동질감을 커뮤니티에서 주로 느끼지만, 관련 정보는 유튜브를 통해 얻는다고 언급했다.

A: “유튜브가 커뮤니티보다 정보 제공 측면에서 나은 면이 있다. 커뮤니티는 아무 글이나 퍼오거나 작성하기가 쉽지만, 유튜브는 제작하면서 신경도 써야 하고 자정적으로 팩트 체크도 하므로 정제된 정보로 콘텐츠를 만든다. 정보 제공 역할을 한다. 하지만, 웹진 형태로 운영하기도 하고, 채널을 키워 ICO 하려는 업체 광고를 수수하려는 경우도 있는 등 콘텐츠 제작 의도를 알 수 없어서, 정보의 선별이 중요하다.”

H: “커뮤니티는 게시글이나 댓글이 올라오는 속도도 빠르고, 개인적으로 정보를 얻기가 쉽지는 않다. 하지만 유튜브는 내가 원하는 정보를 검색해서 찾아보기도 좋고, 영상으로 콘텐츠가 제작되어 있어 쉽게 보기가 편하다.”

한편, 유튜브는 댓글 이외에 소통이 이루어지는 공간이 없어서 정서 공유 역할보다는 일반적으로 정보를 제공하는 역할에 근접했다. 그러나 전문가 인터뷰에서 지적한 대로 유튜브 콘텐츠와 정보 선별의 필요성도 고려해 볼 수 있었다. 채널 운영자의 수익을 목적으로 광고를 포스팅하는 사례가 정보원 역할을 희석할 수도 있

다. 한편, 유튜브 상위 채널 분석에서 확인한 바와 같이 유튜브 콘텐츠에서도 정부의 규제와 과세 제도에 대한 비판의 내용을 많이 다루고 있었다. 일반인 응답자 F는 SNS에서 유튜브 영상 공유에 대해 “친구들과의 SNS 단독방에서, 암호화폐 투자를 하는 친구들은 종종 유튜브 영상 링크를 보내온다. 대부분의 영상은 정부에서 과세한다는 내용, 이번 뉴딜 정책에서 블록체인 기술이 언급되었다는 내용의 영상이다.”라고 답했다.

레거시 미디어가 과거 수행했던 정보 제공의 역할을 유튜브가 수행하고 있었으며, 암호화폐 투자자들은 커뮤니티의 정보 제공 역할보다 유튜브가 그 역할에 더 충실하다고 응답했다. 그러나 유튜브는 스캠코인 광고 등 홍보 수단으로 악용되는 사례도 있었다. 투자자 보호나 암호화폐 투자 시장의 건전한 발전을 위한 정책과 규제에 관한 논의가 필요할 것이다.

4. 정부의 정책과 암호화폐 투자

암호화폐 온라인 커뮤니티의 주요 담론 분석 결과와 유튜브 콘텐츠 내용 분석 결과, ‘정부 규제와 정책’을 둘러싼 주제에 관한 내용이 다수 존재했고, 선행연구 [2][14][33][44][45]에서도 많은 논의가 있었다. 일반인과 전문가 인터뷰를 바탕으로 커뮤니티와 유튜브에서 언급되었던 정부 정책과 규제가 어떤 담론을 형성하고 있는지 분석하여 암호화폐 정책 방향성을 제안했다.

전문가와 일반인 그룹 모두 커뮤니티와 유튜브에서 ‘정부가 암호화폐 투자 시장이 ‘탈중앙화’라는 특수성을 고려하지 않고 유가증권 시장과 유사한 잣대로 규제 및 과세안을 제시하고 있다’는 논의가 있다고 언급했다.

D: “커뮤니티에서 많이 언급되는 주장은, 정부가 개인을 규제할 것이 아니라 거래소에 대해 규제를 해야 한다는 것이다. 암호화폐 시장은 주식시장과 유사하지만, 탈중앙화라는 특수성이 존재한다. 암호화폐는 전 세계적으로 가격을 공유하는 특수성이 있는데, 이에 대한 고려 없이 개인 거래에 규제의 초점을 맞추려 한다.”

I: “정부가 주식시장과 암호화폐 투자 시장을 동일하게 규제하거나 과세하는 것은 커뮤니티나 투자자 입장에서 찬반이 나뉘는 것 같다. 하지만, 암호화폐 거래소의 건전성이나 투자시장 장려 등에 대한 고려 없이 규

제만 하는 것은 문제가 있다고 생각한다.”

응답자들은 정부가 소수 투자자의 '투기 현상'에 증점을 두고 과세 방안을 마련하고 규제를 시행한다고 언급했다. 거래소 파산과 같은 투자 거래의 안정성과 스캠 코인의 문제점을 해결하는 것에 초점을 두어야 한다고 말했다. 거래소 시스템에 대한 불신은 선행연구[11]에서도 논의됐다. 거래소와 스캠 코인 문제 해결은 투자자 보호를 위한 것이며, 궁극적으로 블록체인의 기술 산업 발전을 유도하는 방안이 될 수 있다.

E: “가상화폐 거래소의 해킹, 파산 문제나 스캠 코인 사고를 보면 거래소나 ICO 내용을 규제해야지 개인을 규제한다고 나아지는 것은 없다. 개인의 암호화폐 투자는 퍼블릭 블록체인에서 발행하는 코인에 투자하는 것이기 때문에 블록체인 기술 발전에도 도움이 된다. 이를 위해서는 투자 동기가 필요한데, 개인을 규제하면 투자 심리가 얼어붙고, 투자하지 않게 되며, 결국 블록체인 산업 발전도 더더질 것이다.”

G: “주식시장처럼 엄격한 상장요건을 갖추게 하거나, 거래소의 안정성 문제를 해결한다면 암호화폐 투자에 대한 리스크가 줄어들고 관련 산업에 대한 투자도 늘 것으로 생각한다.”

2020년 3월, 특금법 개정안이 국회 본회의를 통과했다. 특금법은 가상자산과 가상자산사업자의 정의 규정을 통해 암호화폐의 법률 용어를 규정했고, 자금세탁 방지를 위한 거래 실명제 및 정보보호관리체계 등을 갖추고 금융정보분석원(FIU)에 영업 신고를 해야 한다는 조항 등 사업자에 대한 의무를 부과하도록 했다. 전문가 인터뷰에 따르면, 특금법 통과로 암호화폐 시장이 제도권에 편입되어 그동안 투명하지 못했던 거래소의 문제를 해결할 수 있는 계기라고 보는 입장과 새로운 과세기준 및 규제 준수를 위한 부담으로 작용해 블록체인 산업의 진흥을 방해할 우려가 있다는 입장으로 나뉜다.

전문가 C는 특금법의 실효성에 대한 의문을 제기했다. 특히, 일반 금융시장이나 유가증권 시장의 특성을 암호화폐 시장과 동일하게 여기는 것 같다고 주장하며

특금법의 문제점과 암호화폐 거래시장의 특수성을 고려한 자율적 기회를 제공해야 한다고 주장했다.

C: “유가증권 시장은 자본시장법에 따라 한국거래소(KRX)에서 총괄하고 있지만, 암호화폐 시장은 금융위원회와 금융정보분석원이 간접적으로 규제하고 있다. 거래소의 경우 금융당국은 현재 몇 개의 거래소가 운영되고 있는지도 모를 정도로 관리가 안 되고 있다. 특금법 개정안이 시행되는 2021년부터는 직접 감독이 가능해지지만, 개정안 시행 이후에도 여러 개의 거래소가 운영될 것으로 보인다. 하지만 정해진 가이드라인이 없으니 거래소마다 기준이 다르고, 내부 규정에 차이가 발생하고, 투자자는 혼란스러워지게 될 것이다. 또한, 특금법에서 거래소 규정을 둔 것은 사실상의 허가제를 시행하겠다는 것이다. 금융위원회가 시장의 특수성을 파악하고 있는지도 의문이다. 유가증권 거래소에 대해서는 국가에서 시장 육성을 위해 법률을 통한 시장 형성 의지가 있었지만, 자율적으로 시장이 형성되는 암호화폐 거래시장은 자율적 기회 제공이 더욱 중요하다.”

전문가 B는 투자자 보호를 위해 정부의 일관적인 규제가 필요하다고 주장했다.

B: “유가증권 시장은 기업공개(IPO) 요건이 매우 엄격하나, 코인 발행을 위한 ICO는 매우 쉬워 수천 종류 코인이 거래되고 있다. 종목 관리가 되지 않기에 스캠 코인으로 인한 투자 사기 사례가 다수 발생한다. 한국은 ICO를 전면금지하고 있지만, 이를 우회하여 국내 블록체인 관련 기업이 해외에서 ICO를 진행하기도 한다. 국내 투자자들은 커뮤니티와 유튜브를 통해 손쉽게 ICO 백서 정보를 얻고 투자를 한다. 올바른 방식의 ICO도 있지만, 유튜브나 커뮤니티에서 합법적인 정보인 것처럼 보이는 불법 다단계형 ICO의 광고 노출도 많다. 투자자 보호를 위해 신규 상장 코인의 중요 내용 규약 등을 종합적인 가이드라인으로 규정할 필요가 있다. 유가증권은 정보 공시 의무가 있지만, 암호화폐는 없다. 또한, 암호화폐 시장에서는 미공개정보 이용이나 시세조종 같은 불공정 거래 행위가 자주 일어나는데 제대로 규제할 방안이 없다. 유가증권 시장처럼 규제하려

면 이를 고려한 규제와 정책이 필요하다.”

정부 정책에 대한 전문가와 일반인 인터뷰 결과, 정부 정책은 암호화폐 투자 열풍 초창기부터 일관성이 부족하다고 언급했다. 그러나 모든 이용자가 정부의 규제에 대한 조건 없는 반대를 하기보다는 제대로 된 방향을 찾아갈 수 있다고 생각하고 있었다. 시의적절한 정책을 통해 산업을 육성해야 하고, 규제를 통해 투자자 보호를 위한 법적 안정성을 갖춰야 한다. 또한, 본 연구는 유가증권의 법적 기준을 그대로 적용하기보다는 블록체인과 암호화폐 시장의 특수성을 고려한 전문적이고 일관성 있는 정책과 규제의 필요성을 제안한다.

III. 결론 및 한계

본 연구는 문헌 연구와 암호화폐 커뮤니티 이용자 및 암호화폐 전문가 FGI를 통해 암호화폐 커뮤니티의 역할과 기능을 주제로 논의했고, 레거시 미디어의 대안으로서 유튜브의 역할, 기능, 및 투자를 위한 매체 이용 목적을 분석했다. 또한, 전문가 인터뷰를 통해 국내 암호화폐 정책과 규제의 현황, 문제점 및 방향성을 제언했다. 연구 결과, 20~30대 청년층을 중심으로 암호화폐 투자가 이루어지고 있으며, 남성 투자자가 여성보다 많았다. 인터뷰 결과, 투자자들은 레거시 미디어와 뉴미디어 환경(온라인 커뮤니티/유튜브)을 기반으로 투자 정보 획득 및 커뮤니케이션을 하고 있었다. 하지만, 레거시 미디어보다는 커뮤니티나 유튜브를 통해 투자 정보를 얻었는데, 투자자들이 암호화폐에 대한 불확실성을 감소하고자 하는 동기로 뉴미디어를 통해 정보를 추구하고 공유했다고 분석할 수 있다.

불확실성은 복잡하거나 예측할 수 없을 때, 정보가 일정하지 않은 등의 상황에 발생한다[46]. 불확실성을 감소하기 위해 정보 추구 행위 등을 한다는 불확실성 감소이론(Uncertainty Reduction Theory)의 이론적 틀을 통해 암호화폐 커뮤니티의 역할과 기능을 이해할 수 있었다[47]. 암호화폐에 대한 레거시 미디어의 다소 편향된 정보 제공과 투자 목적물의 급격한 가격 변동성 및 예측의 어려움으로 인해, 불확실성을 관리 또는 감

소하기 위하여 온라인 커뮤니티와 유튜브를 통해 정보를 추구하고자 하는 동기를 제공했다.

나아가, 암호화폐 투자자들은 정보교류나 정서 공유라는 목적을 가지고 투자 정보 획득 또는 정서적 동질감 공유 등의 욕구 충족을 위해 뉴미디어인 온라인 커뮤니티나 유튜브를 능동적으로 선택해 이용하고 있었다. 이는 능동적인 미디어 수용자가 특정한 욕구를 충족시키기 위해 목적 지향적으로 미디어를 이용한다는 이용과 충족 이론(Uses and Gratifications Theory)의 이론적 틀에 부합했다. 이용과 충족은 신문과 방송 등 레거시 미디어 이용 행태 연구를 위한 이론적 틀로 활용되었고[48][49], 뉴미디어 환경에서 매체 이용자가 추구하는 욕구와 기대에 관한 연구가 있었다[50-51]. 미디어 이용 동기는 이용자가 미디어를 선택, 사용, 해석, 공유하는 커뮤니케이션 행위에 유의미한 영향을 미치게 되는데[50][51], 본 연구 결과 뉴미디어 환경에서 발생한 커뮤니케이션은 정보 획득, 정보 교류, 정서 교감을 충족시키는 역할을 하였다. 암호화폐 투자자들이 투자 불확실성 감소 동기를 위해 능동적으로 특정 매체를 활용했으며, 특정 미디어 매체 이용은 이용자의 기대와 욕구를(정보 획득/교류 혹은 정서 교감) 충족시킬 수 있는 역할을 수행했다. 특히, 온라인 커뮤니티는 선행연구에서 논의됐던 정보 공유 역할보다는 정서적 동질감을 공유하는 공간의 역할을 수행하고 있었다. 유튜브는 레거시 미디어나 커뮤니티보다 정서적 동질감 공유는 일부 수행하나, 정보 제공의 역할에 더 충실한 것으로 나타났다. 커뮤니티와 유튜브 담론을 분석한 결과, 정부 정책과 규제논의가 다수였다. 개인의 투자에 대한 규제보다는 거래소나 신규 암호화폐 상장 등을 대상으로 규제하는 것이 우선되어야 한다고 주장했다. 특히, 특금법의 역할에 관해 암호화폐 시장이 제도권으로 편입될 수 있다는 기대와 블록체인 시장을 경색하게 하는 역할을 할 수 있다는 우려가 동시에 존재했다.

표 5. 연구 결과

항목	연구 결과
투자자 특성	20대와 30대가 다수 여성보다 남성 투자자가 다소 많음
정보출처 및 선호도	레거시 미디어와 뉴미디어(국내외 온라인 커뮤니티, 유튜브) 레거시 미디어는 암호화폐 투자에 대해 비판적 보도 다수 2030 투자자 특성상 뉴미디어 선호

커뮤니티 이용목적	정보교류의 역할 정서적 공감대 형성 과거 유가증권 시장의 오프라인 객장 역할
유튜브 이용목적	정보교류의 역할 정서적 공감대 형성
정보출처 선호도	정보교류의 역할로 국내보다 해외 커뮤니티 선호 온라인 커뮤니티보다는 유튜브를 통한 정보교류
주요담론 (미디어)	레거시 미디어에 대한 부정적 담론 암호화폐 시장 전반에 대한 담론 커뮤니티를 통한 정서적 동질감 공유 2030의 특수한 문화 형성(유머 등)
주요담론 (정책)	정부의 정책과 규제에 대한 담론 주식시장과 암호화폐 투자 시장의 차이에 대한 논의 정부 정책과 규제의 일관성 필요 논의 국내 거래소의 안정성 문제 특금법과 관련한 논의 다수

암호화폐 투자 열풍이 불었던 2017~2018년, 정부는 부처별로 상이한 규제 계획을 발표하며 시장에 혼란을 주었다. 인터뷰 결과에 따르면 정부의 현 정책 및 규제는 명확한 법적 정의와 방향성이 부재하며, 주식 투자자 보호를 위해 한국거래소가 존재하는 것처럼 암호화폐 거래소의 관리와 거래소 운영 내규에 대한 명확한 가이드라인 제시도 필요하다. 규제뿐 아니라 블록체인의 발전을 위한 정책도 전문적이고, 일관성 있게 진행되어야 할 것이다. 나아가 커뮤니티와 유튜브에는 가짜뉴스나 거짓 정보 등 교묘한 광고가 적지 않았지만 이를 방지할 방안이 부재했다. 암호화폐 투자자 보호와 건전한 산업 발전을 위해 이를 규제할 방안도 고려되어야 할 것이다. 또한, 유가증권과 같은 기준이 아니라 암호화폐 시장의 특수성을 고려해 문제점을 줄이고, 투자를 확대해 산업의 발전이 가능하도록 정책과 규제가 필요할 것이다.

본 연구는 전문가와 일반인 투자자 인터뷰를 통해 암호화폐 투자자의 커뮤니티와 뉴미디어 이용 의도와 목적을 살펴보았으며, 정부가 투자자 보호를 중심으로 블록체인 산업뿐 아니라 전반적인 블록체인 시장의 발전을 위한 정책의 필요성을 제언한 점에 의의가 있다. 하지만, 암호화폐 커뮤니티와 유튜브 콘텐츠의 이용 의도와 목적을 파악하기 위해 표적집단면접으로서 한정된 집단을 대상으로 정성적 연구를 진행하여 일반화하는 데에는 한계가 있으며, 인터뷰 대상자의 대부분이 남성인 점에서 성별 적 특성이 연구 결과에 반영되었을 가능성이 있다. 암호화폐 투자자의 주요 연령이 20~30대인 점에 착안해, 인터뷰 대상자를 선별했지만, 40대 이

상 투자자의 의견이 반영되지 않았다는 한계가 있다. 또한 FGI 조사방법론의 절차적 한계로 인해 결과의 분석과 해석에 연구자의 주관이 다소 개입된 부분이 있다. 그러나 본 연구에서는 커뮤니티 내용과 유튜브 분석을 통해 연구의 객관화를 추구하였다.

앞서 언급했듯이, 암호화폐 커뮤니티와 유튜브 이용에 관한 의도와 목적을 파악하기 위해, 본 연구에서는 제한된 연령층과 성별을 대상으로 논의했다. 다양한 인구사회학적 변수를 고려하여 성별, 연령별, 직업별, 소득별로 기대되는 커뮤니티와 유튜브의 기능과 역할을 분석할 필요가 있다. 또한, 추후 연구에서는 투자 자금의 규모와 투자 경험에 따라 커뮤니티의 기능이, 본 연구 결과에서 제시한 바와 같이, 정서적 동질감을 위한 역할을 우선하는지 논의할 필요성이 있다.

정부와 입법부의 노력을 통한 특금법 개정안을 시작으로 암호화폐 투자 시장은 제도권 내의 건전한 투자수단으로 발돋움할 수 있고, 국내 블록체인 산업의 발전에도 도움이 될 수 있다. 추후, 관련 입법 및 추가 개정 등을 위해 암호화폐 투자자와 유가증권 등 투자자와의 비교 분석 및 인과 관계 연구 등 암호화폐 투자 시장의 안정성 및 신뢰성 확보 등을 위한 다양한 정책 및 규제 연구가 이뤄져야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] KDI경제정보센터, “블록체인, 온라인어론은? 신기술에 대한 기대-논쟁적 어젠다로 확대-기술 활용 논의,” e경제정보리뷰, 제1권, 2020.
- [2] 기노성, “가상자산 거래의 법적 쟁점과 규제 방안 - 시장의 신뢰성 확보를 위한 방안을 중심으로 -,” 금융법 연구, 제17권, 제1호, pp. 67-96, 2020.
- [3] 전주용, 여은정, “비트코인의 이해,” Korea Business Review, 제18권, 제4호, pp.211-239, 2014.
- [4] 장성일, 김정연, “비트코인의 자산 성격에 관한 연구,” 한국전자거래학회지, 제22권, 제4호, pp.117-128, 2017.
- [5] 허중, 윤태화, “가상자산에 관한 과세방안 연구, 상업교육연구,” 제34권, 제2호, pp.145-171, 2020.
- [6] 조혜진, 김은미, 김민정, 광민주, “암호자산 투자자는 누구인가? - 암호자산 투자자 특성 및 투자 결정요인

- 분석,” 소비자학연구, 제30권, 제3호, pp.153-176, 2019.
- [7] 임준환, *국내 가상화폐거래의 특징과 시사점*, 보험연구원 KIRI 리포트, 2018.
- [8] 민재형, 구기동, “불확실성 하에서의 개인의 투자행태 및 투자결정요인,” 서강경영논총, 제15권, 제2호, pp.111-132, 2004.
- [9] J. Clayton, Statement on Cryptocurrencies and Initial Coin Offerings, U.S. Securities and Exchange Commission, 2017.
- [10] 이희종, 조재영, “암호화폐에 관한 연구,” 비교사법, 제25권, 제2호, pp.657-696, 2018.
- [11] 장영일, 정유수, “기술수용모형(TAM)을 통한 암호화폐 투자요인 분석,” e-비즈니스연구, 제19권, 제2호, pp.139-158, 2018.
- [12] 한국언론진흥재단, “투자냐 투기냐, 대한민국 휘감은 코인 광풍 뉴스빅데이터로 보는 가상화폐,” 신문과방송, 제566권, pp.122-124, 2018.
- [13] 이새미, 홍순구, “특허 및 뉴스 기사 텍스트 마이닝을 활용한 정책의제 제안,” 디지털융복합연구, 제18권, 제3호, pp.1-12, 2020.
- [14] 손새아, 전병진, 김희웅, “텍스트 마이닝을 활용한 블록체인 이슈 분석:한국과 미국,” 한국IT서비스학회지, 제18권, 제1호, pp.45-61, 2019.
- [15] K. Thorson and C. Wells, “Curated flows: A framework for mapping media exposure in the digital age,” *Communication Theory*, Vol.26, No.3, pp.309-328, 2016.
- [16] 문정숙, 옥경영, 이의선, “블록체인에 대한 소비자 인지도와 수용, 저항 분석,” 소비자학연구, 제30권, 제3호, pp.51-72, 2019.
- [17] 이코노미스트, “암호화폐 거래 설문조사 결과 보니 암호화폐 인지도 빗썸 93% 최고,” 2018.
- [18] 김현모, 윤호영, 소리, 박재홍, “온라인 주식게시판 정보와 주식시장 활동에 관한 상관관계 연구,” *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 제24권, 제4호, pp.559-575, 2014.
- [19] 이현아, 류석진, “온라인 커뮤니티의 사회적 자본과 제도,” *정보사회와 미디어*, 제27권, pp.25-55, 2013.
- [20] 이애리, “온라인 토론 커뮤니티에서의 익명성과 개인 및 집단 정체성, 토론의 질 간의 영향 연구,” *Information Systems Review*, 제21권, 제3호, pp.63-86, 2019.
- [21] H. Chen, P. De, Y.J. Hu, and B. H. Hwang, “Wisdom of crowds: The value of stock opinions transmitted through social media,” *The Review of Financial Studies*, Vol.27, No.5, pp.1367-1403, 2014.
- [22] 최민, *소셜미디어 데이터와 기계학습을 활용한 주식 투자 전략*, 서울대학교 대학원, 국내석사학위논문, 2020.
- [23] 김현모, 박재홍, “온라인 주식게시판 정보가 주식투자자의 거래행태에 미치는 영향,” *Information Systems Review*, 제18권, 제2호, pp.23-38, 2016.
- [24] 경중수, 김명수, “참여유형에 따른 온라인 커뮤니티 태도 형성과 정보확산 활동에 미치는 영향,” e-비즈니스연구, 제19권, 제5호, pp.267-281, 2018.
- [25] 나종연, 최아영, “네트노그래피를 활용한 소비자의 온라인 소비자 커뮤니티 참여행동 분석,” 소비자학연구, 제21권, 제1호, pp.1-31, 2010.
- [26] 김진민, 권용현, “암호화폐의 가격결정요인에 관한 실증연구: 규제리스크, 매스미디어 노출 및 신 규상장 효과에 관하여,” *정보사회와 미디어*, 제20권, 제2호, pp.1-29, 2019.
- [27] 방송통신위원회, 2019 방송매체 이용행태 조사, 2019.
- [28] 임한솔, 정창원, “국내외 인터넷 개인방송 규제현황 및 규제 방향성 제안,” 한국콘텐츠학회논문지, 제20권, 제2호, pp.248-264, 2020.
- [29] KBS, “[인터뷰] 이병태 KAIST 교수 “정부의 ‘오락가락’행보…가상화폐 가격 ‘출렁’”①,” 2018.
- [30] 기획재정부, 2020년 세법개정안 발표, 2020.
- [31] 기획재정부, 한국판 뉴딜 종합계획 발표, 2020.
- [32] 서울신문, “암호화폐 5년간 2100조 거래…는 뜨고 세금 수조원 놓쳤다,” 2020.
- [33] 양영균, 천세학, “블록체인 기술의 활용 현황과 발전 방안에 관한 연구: 해외의 암호화폐 정책을 중심으로,” 제33권, 제2호, pp.47-70, 2019.
- [34] 김동섭, 전제훈, 신지원, “2017년 지급수단 이용행태 조사결과,” 한국은행 지급결제조사자료, 2018.
- [35] 한국금융투자자보호재단, “2017 투자자서베이 결과,” 2018.
- [36] B. Nonnecke and J. Preece, “Lurker demographics: counting the silent CHI 2000a,” *The Hague ACM Press*, pp.73-80, 2000.
- [37] J. Hagel and A. Armstrong, “Net Gain:

- ExpandingMarkets through Virtual Communities,” Harvard Business School Press, 1997.
- [38] S. Honeychurch, A. Bozkurt, and L. Singh, “Learners on the periphery: lurkers as invisible learners,” *European Journal of Open, Distance and e-Learning*, Vol.20, No.1, pp.192-212, 2017.
- [39] R. Cullen and S. Morse, “Who’s contributing: do personality traits influence the level and type of participation in online communities,” *Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2011.
- [40] B. McLaughlin, W. Yoo, J. D’Angelo, S. Tsang, B. Shaw, D. Shah, and D. Gustafson, “It is out of my hands: How deferring control to God can decrease quality of life for breast cancer patients,” *Psycho-Oncology*, Vol.22, No.12, pp.2747-2754, 2013.
- [41] B. McLaughlin, S. Hull, K. Namkoong, D. Shah, and D. Gustafson, “We All Scream for Ice Cream: Positive Identity Negotiation in the Face of Cancer, In *Defining identity and the changing scope of culture in the digital age*, IGI Global, pp.81-98, 2016.
- [42] K. Namkoong, B. McLaughlin, W. Yoo, S.Hull, D. Shah, S. Kim, and D. Gustafson, “The effects of expression: how providing emotional support online improves cancer patients’ coping strategies,” *Journal of the National Cancer Institute Monographs*, Vol.47, pp.169-174, 2013.
- [43] 마정미, “유튜브 저널리즘과 공론장(public sphere)에 관한 연구,” *한국소통학보*, 제19권, 제1호, pp.217-246, 2020.
- [44] 권오훈, “가상통화와 관련한 정부 정책 -한국형 가이드라인을 중심으로,” *일감법학*, 제43권, pp.3-27, 2019.
- [45] 권오훈, “블록체인 합의 알고리즘과 암호화폐의 법적 쟁점,” *일감법학*, 제45권, pp.3-29, 2020.
- [46] A. Babrow, S. Hines, and C. Kasch, “Managing uncertainty in illness explanation: An application of problematic integration theory,” In B. Whaley (Ed.), *Explaining illness: Research, theory, and strategies*, Hillsdale, Erlbaum, pp.41-67. 2013.
- [47] C. Berger and R. Calabrese, “Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication,” *Human Communication Research*, Vol.1, pp.99-112, 1975.
- [48] A. Carolyn, “Looking Back: The Contribution of Blumler and Katz’s ‘Uses of Mass Communication’ to Communication Research,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.40, No.4, pp.574-581, 1996.
- [49] 정인숙, *커뮤니케이션 핵심 이론*, 커뮤니케이션북스, 2013.
- [50] P. Haridakis and G. Hanson, “Social interaction and co-viewing with YouTube: Blending mass communication reception and social connection,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.53, No.2, pp.317-335, 2009.
- [51] 한영주, 하주용, “미디어 이용 동기, 개인적 성향, 인지된 개혁의 특성이 1인 방송 시청에 미치는 영향 : 이용과 충족 이론과 개혁의 확산 이론을 중심으로,” *방송통신연구*, 제107호, pp.152-190, 2019.

저 자 소 개

임 한 솔(Han Sol Lim)

정회원



- 2019년 8월 : 연세대학교 언론홍보영상학과(M.A.)
- 2020년 현재 : 연세대학교 커뮤니케이션연구소 연구원

〈관심분야〉 : 미디어정책, 언론법, 디지털 미디어, 빅데이터 분석

정 창 원(Chang Won Jung)

정회원



- 2006년 5월 : New York University(M.A.)
- 2017년 12월 : University of Wisconsin at Madison(Ph.D.)
- 2020년 현재 : 연세대학교 커뮤니케이션연구소 선임 연구원

〈관심분야〉 : 게임 커뮤니케이션, 엔터테인먼트 미디어, 디지털 미디어, 정치 커뮤니케이션