



KCSC 2018-006

어린이 · 청소년 인터넷 개인방송 이용실태조사

2018.12

이 보고서는 2018년 방송통신심의위원회의 심의정책 연구개발 사업의 연구결과로서
보고서의 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신심의위원회의 공식 입장은 아닙니다.

어린이·청소년 인터넷 개인방송 이용실태조사

【 연구 진 】

연구수행기관 : 경희대학교 산학협력단

책임연구원 : 이두황(경희대학교 언론정보학과 교수)

연구원 : 정연보(싱가포르 난양공과대학 교수)

연구원 : 이상원(경희대학교 언론정보학과 교수)

목 차

요약문	x
-----------	---

제1장 서론	1
---------------------	----------

제1절 연구의 필요성 및 목표	3
1. 연구의 필요성	3
2. 연구의 목표	7

제2장 인터넷 개인방송 이용실태	11
--------------------------------	-----------

제1절 인터넷 개인방송	13
1. 인터넷 개인방송의 정의와 이용 행태의 특성	13
2. 인터넷 개인방송의 유해성과 어린이 및 청소년의 개인방송 이용실태 조사의 필요성	16
3. 2017 방송통신심의위원회 「어린이·청소년 보호를 위한 융합미디어 콘텐츠 이용실태조사」 연구결과 분석	21
제2절 인터넷 개인방송 콘텐츠 유해성 실태 및 관련 인식 - 주요 선행 연구 분석	23
제3절 주요국의 인터넷 개인방송 대응 및 논의 현황	25
1. 인터넷 개인방송 관련 국내법 및 규제 논의 현황	25
2. 해외의 인터넷 개인방송 관련 규제	29
3. 해외의 인터넷 개인방송 규제 사례 - 싱가포르의 인터넷 개인방송	31
1) 싱가포르의 인터넷 개인방송 개관	32
2) 싱가포르의 인터넷 개인방송의 문제점	35
3) 싱가포르의 방송 규제 시스템	36
4) 싱가포르의 인터넷 개인방송 규제에 관한 논의들	38
5) 소결 및 싱가포르의 전문가 의견	41

제3장 연구 수행체계 및 방법	47
-------------------------------	-----------

제1절 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용에 대한 질적 조사	49
--	----

1. 중·고등학생 대상 초점 집단 인터뷰	49
2. FGI 진행 절차	50
제2절 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용에 대한 양적 조사	53
1. 중·고등학생 대상 온라인 설문	53
1) 조사 대상	54
2) 조사 절차	55
2. 온라인 설문 구성	55
1) 인터넷 개인방송 이용 기본 정보	55
2) 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠 관련 인식	55
3) 인터넷 개인방송 이용 동기	56
4) 인터넷 개인방송 및 개인방송 진행자 규제 방안	57
5) 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 관여하는 심리적 변인들	58

제 4 장 연구 결과 61

제1절 FGI 결과	63
1. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용 행태	63
2. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용 동기	67
3. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 유해성에 대한 인식	68
4. 10대 청소년들의 유해 인터넷 개인방송 이용 방식	71
5. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 규제에 대한 인식	72
6. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 과도한 이용에 대한 대처와 실효성	74
제2절 양적 설문 조사 결과	76
1. 조사 대상의 기본 특성	76
2. 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 실태	77
1) 하루 시청 시간 및 개인방송 기부 경험	77
2) 콘텐츠 형태에 따른 인터넷 개인방송 시청	79
3) 실시간인터넷 개인방송 시청 플랫폼	79
4) 녹화 및 편집된 인터넷 개인방송 시청 플랫폼	82
5) 가장 좋아하는 인터넷 개인방송 BJ	85
6) 주로 보는 인터넷 개인방송 장르	87
3. 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 규제 관련 인식	89
1) 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠 침투성(pervasiveness)에 관한 인식	89
2) 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠 심각성에 관한 인식	95
3) 인터넷 개인방송의 규제 방안에 대한 인식	100
4. 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 영향을 미치는 심리적 변인들	106

1) 인터넷 개인방송 이용 동기	106
2) 청소년 인터넷 개인방송 이용 행태에 미치는 심리적 변인들의 영향력	112

제 5 장 논의 및 결론 119

제1절 10대 청소년 인터넷 개인방송 이용 실태 요약	121
1. 질적 조사 결과의 요약	122
2. 양적 조사 결과의 요약: 인터넷 개인방송 이용과 유해 콘텐츠 관련 인식	125
3. 양적 조사 결과의 요약: 청소년들의 개인방송 이용에 관한 심리적 변인들	130
4. 조사 결과에 대한 논의	131
제2절 정책적 함의	136

■ 참고문헌 141

표 목차

〈표 2-1〉 어린이·청소년의 인터넷 개인방송 이용실태	21
〈표 2-2〉 인터넷 개인방송 콘텐츠 내용분석 주요 결과	24
〈표 2-3〉 일반 방송 및 인터넷 개인방송 주요 법적 규제 비교	27
〈표 2-4〉 해외 인터넷 자율규제 모형	31
〈표 3-1〉 FGI 참가자 정보	51
〈표 3-2〉 인터넷 개인방송 시청 동기 관련 문항 구성	57
〈표 4-1〉 설문 응답자 구성(N = 1,058)	76
〈표 4-2〉 1회 당 기부 금액 분포(N = 256)	78
〈표 4-3〉 라이브 스트리밍 시청 시 주로 이용하는 개인방송 플랫폼 순위 (%)	81
〈표 4-4〉 녹화/편집된 개인방송 콘텐츠 시청 시 주로 이용하는 개인방송 플랫폼 순위 (%) ...	84
〈표 4-5〉 가장 좋아하는 인터넷 개인방송 BJ 응답 결과	86
〈표 4-6〉 청소년들의 개인방송 이용 동기	107
〈표 4-7〉 위계적 회귀 방정식 투입 변인들의 기술 통계량 (N = 1,058)	113

그림 목차

[그림 2-1] 인터넷 개인방송 이용 관계도	16
[그림 2-2] 본 연구의 인터넷 개인방송 이용실태 조사(개념도)	22
[그림 2-3] 인터넷 개인방송 어플리케이션 다운로드 순위 (싱가포르 및 대만)	33
[그림 4-1] 주로 이용하는 인터넷 개인방송 콘텐츠 형태	79
[그림 4-2] 실시간 시청 개인방송 플랫폼 순위 (중복 응답, %)	82
[그림 4-3] 개인방송 녹화/편집본 시청 플랫폼 순위 (중복 응답, %)	85
[그림 4-4] 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 장르 (중복 응답, %)	88
[그림 4-5] 선정적 콘텐츠와 폭력적 콘텐츠 관련 인식 (%)	90
[그림 4-6] 부적절한 언어 사용과 반사회적 콘텐츠 관련 인식 (%)	91
[그림 4-7] 과도한 기부 요구와 사행성 콘텐츠 관련 인식 (%)	92
[그림 4-8] 사생활 침해와 지나친 광고 관련 인식 (%)	94
[그림 4-9] 개인방송 유해 콘텐츠 침투성 순위 (5점 척도 평균)	95
[그림 4-10] 선정성, 폭력성, 부적절한 언어, 반사회적 내용에 대한 심각성 인식 (%)	96
[그림 4-11] 과도한 기부, 사행성 방송, 사생활 침해, 지나친 광고에 대한 심각성 인식 (%) ..	97
[그림 4-12] 개인방송 유해 콘텐츠 심각성 순위 (5점 척도 평균)	99
[그림 4-13] 개인방송 규제 및 현행 플랫폼 자율규제에 대한 입장 (%)	101
[그림 4-14] 시청 등급제 및 “유해 방송” 표시제 도입에 대한 입장 (%)	101
[그림 4-15] 문제 방송 완전 퇴출과 기술적 차단 장치 도입에 대한 입장 (%)	102
[그림 4-16] 문제 방송 법적 처벌과 면허제(허가제) 도입에 대한 입장 (%)	104
[그림 4-17] 심의제 도입에 대한 입장 (%)	105
[그림 4-18] 개인방송 규제 방안 적합도(찬성 정도) 순위 (%)	106
[그림 4-19] 개인방송 이용 동기별 평균 점수 순위 (5점 척도)	112
[그림 4-20] 본 조사의 변인 간 관계도 (재구성)	117

| 요약 문 |

1. 연구의 목적 및 연구방법

- 연구 목적: 어린이와 청소년 보호를 위해 마련되어 있는 국내의 인터넷 개인방송의 규제 원칙과 기준의 적절성을 판단하기 위해 어린이와 청소년들의 개인방송의 이용 현황에 대한 실태조사를 실시함
 - 어린이와 청소년을 유해한 인터넷 개인방송 콘텐츠로부터 보호하는 미디어 환경을 조성할 최소한의 규제 원칙과 기준 수립을 위한 기본적인 가이드라인을 제공할 자료를 제공
 - 어린이와 청소년의 건강한 인터넷 개인방송 이용을 장려하기 위해 사회적으로 합의되고 효율적으로 운영할 수 있는 방안을 논의
- 연구 대상: 질적 조사를 위해 서울과 울산 지역의 남녀 중·고등학생 44명을 대상으로 초점집단인터뷰(FGI)를 진행한 후, 양적 조사를 위해 온라인 전문 조사업체인 마크로밀 엠브레인의 패널로 등록되어 있는 전국의 만 13 ~ 18세의 중·고등학생 중 인터넷 개인방송을 이용해 본 경험이 있는 청소년 1,058명을 대상으로 온라인 설문조사를 진행
- 연구 방법(FGI):
 - 연구 대상: 서울과 울산 지역의 남녀 중·고등학생 44명
 - 연구 진행: 반 구조화(semi-structured)된 자료 수집양식을 적용하여 4차례에 걸쳐 진행. 기존 선행 연구의 설문문항들을 기초로 하여 FGI 설문 항목을 별도로 구성하여 20대 초반의 남·녀 FGI 진행자가 남학생

들과 여학생들을 인터뷰 – 구체적으로 ① 인터넷 개인방송 시청 경험(예: 이용 정도 및 방법, 또래 집단의 이용 정도 등), ② 인터넷 개인방송 이용 동기, ③ 인터넷 개인방송에 대한 금전적 기부(donation) 경험, ④ 인터넷 개인방송의 선정적 콘텐츠 이용 경험, ⑤ 인터넷 개인방송 진행자(BJ, 스트리머, 콘텐츠 크리에이터)에 대한 생각과 사용자와 진행자와의 상호 작용에 대한 의견, ⑥ 인터넷 개인방송 시청의 효과 및 시청에 영향을 미치는 사회적이고 심리적인 요인들, ⑦ 인터넷 개인방송의 유해성과 관련된 범주와 인지된 심각성, ⑧ 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠에 대한 개인적·사회적·국가적 대처 방안에 대한 인식 등을 인터뷰를 통해 파악

○ 연구 방법(설문 조사):

- 연구 대상: 온라인 전문 조사업체인 마크로밀 엠브레인의 패널로 등록되어 있는 전국의 만 13 ~ 18세의 중·고등학생 1,058명
- 설문 항목 1(인터넷 개인방송 이용 행태 및 문제점·규제 관련 인식): FGI와 관련된 미디어 선행연구를 기반으로 설문 문항 작성하여 진행 – 구체적으로 ① 인터넷 개인방송 하루 평균 시청 시간, ② 인터넷 개인방송에 대한 기부 금액(1회 평균), ③ 기부에 사용한 결제 수단(휴대폰, 신용카드, 은행계좌, 온라인 송금 등), ④ 기부한 돈의 출처(용돈, 휴대폰요금, 가족 카드, 친구에게 빌린 돈, 다른 명목으로 부모님에게 받은 돈 등), ⑤ 실시간 시청 시 사용 플랫폼(플랫폼별 상이한 항목제시), ⑥ 개인방송의 녹화 및 편집 영상 시청 시 사용 플랫폼(플랫폼별 상이한 항목제시), ⑦ 주이용 콘텐츠 형태(콘텐츠별 상이한 항목제시), ⑧ 좋아하는 개인방송 진행자, ⑨ 주이용 장르(장르별 상이한 항목제시), ⑩ 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠의 등장 빈도, ⑪ 유해 콘텐츠의 유형(성적 내용, 폭력적 내용, 부적절한 언어, 반사회적 내용, 과도한 기부, 사행성, 사생활침해, 지나친 광고 등 콘텐츠 별 상이한 항목제시), ⑫ 유해한

콘텐츠로 문제를 일으킨 개인방송 및 BJ에 대한 처벌과 규제 방안(규제 필요 없음, 플랫폼회사의 자율규제, 시청 연령등급 의무화, 유해한 방송 표시, 문제가 있는 개인방송과 BJ 완전 퇴출, 문제가 있는 개인방송 시청 기술적 차단, 개인방송 관련자와 BJ는 법적인 처벌, 개인방송 자격 증이나 허가제, 개인방송 사후심의 및 처벌 등 규제 유형별 상이한 항목 제시) 등

- 설문 항목 2(청소년들의 심리 관련 변인): 인터넷 개인방송 이용 동기(일상으로 부터의 도피, 정보추구, 습관, 오락, 사회적지지, 성적인 욕망, 방송 진행자나 다른 시청자로 부터의 반응, 사회적 교류, 휴식, 시간 때우기, 선정적 콘텐츠 소비, 방송진행자에 대한 애정, 대리만족 등 동기별 상이한 항목제시)와 개인방송 이용을 결정할 수 있는 심리적인 요인(외로움, 사회적 불안, 준사회적 상호작용 등) 등의 변인을 투입하여 중·고등 학생의 개인방송 콘텐츠 유해성 및 규제 인식에 대한 조사도 함께 실시

2. FGI 분석 결과

1) 인터넷 개인방송 콘텐츠 이용 현황과 이용 동기에 대한 분석 결과

- 인터넷 개인방송 주 시청 플랫폼 형태: 연령과 성별에 상관없이 인터뷰한 모든 중·고등학생들(44명)이 공통적으로 유튜브를 주로 이용하고 있음. 유튜브를 주로 이용하는 이유는 유튜브 고유의 ‘이용의 용이성’과 ‘추천 시스템’으로 의견을 제시. 유튜브를 제외하면 남학생의 경우, 트위치 TV와 아프리카 TV를, 여학생의 경우 네이버 TV와 V앱을 주로 이용

- 성별에 따른 주 시청 장르 차이: 남학생은 주로 게임, 토크, 스포츠 장르의 방송을 시청하는 반면, 여학생은 뷰티, 예능, 아이돌, 게임, 먹방(먹는 방송) 등의 방송을 시청
- 실시간 방송과 녹화 혹은 편집된 방송 시청 이유: 실시간 방송을 즐긴다는 학생들은 인터넷 개인방송인과 채팅을 통한 의사소통이 가능하다는 점을 이유로 답했고, 다시보기를 통해 방송을 시청한다는 학생들은 방송 시간대를 맞추기가 어렵다는 점과 오히려 편집된 영상이 더 재미있다는 점을 강조
- 방송 진행자인 BJ에게 기부하는 이유: ‘별풍선’, 금전 기부 등 인터넷 개인 방송 진행자에 대한 기부행위 경험이 있는 10대 청소년은 남학생이 여학생보다 많음. 인터넷 방송인의 기부 유도 행위와 시청자의 실제 기부 행위가 남학생들이 주로 시청하는 게임, 토크 방송에서 많이 나타나기 때문이라는 의견 제시함. 기부한 대부분의 학생들은 방송인의 반응이 궁금하여 호기심에 소액으로 한두 번 해본 경험이 있음. 그러나 단순 호기심이 아닌 게임 방송인에게 어떤 ‘미션’을 준 뒤 이를 성공하면 약속한 금액을 후원하는 방식도 존재함
- 인터넷 개인방송 BJ와의 상호작용 이유: 소수의 학생들은 BJ를 실제 세계에서 만나 대화하는 친밀한 사람으로 경험하기도 함. 이는 학생들이 실제 대인관계처럼 특정 BJ가 자신뿐만 아니라 다른 시청자들과 개인방송에서 대화하는 모습을 오랫동안 자주 보았기 때문으로 보임. 한 학생은 대부분 중고등학생 시청자들이 인터넷 개인방송인에 대해 이런 친밀한 관계를 느끼지 않는 이유로 10대들이 주로 이용하는 인터넷 개인방송 플랫폼인 유튜브에서는 다시보기와 편집 영상 위주로 보기 때문인 것 같다는 의견을 제시

- 청소년의 인터넷 개인방송 이용 이유: 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 동기는 크게 오락성 추구 동기와 정보 추구 동기로 나타남. 대부분 남학생들이 게임에 관한 정보를 얻기 위해, 자신의 게임 실력을 높이기 위해 시청한다고 응답함. 몇몇 여학생들은 정보를 얻기 위해 뷰티 관련 동영상을 시청하고 취미로 춤을 배우기 위해 시청한다는 의견을 제시함. 특히 여학생들은 먹방 같은 방송을 시청하면서 대리체험과 만족을 경험하기 위해 개인방송을 신청하는 경우가 많다는 응답함. 또 시간 때우기, 포레 집단 내 의사소통, 심리적 위안 등의 이용 동기로 개인방송을 본다는 의견도 제시함

2) 인터넷 개인방송 콘텐츠의 유해성 인식에 대한 분석 결과

- 대부분의 인터뷰 참여자들은 인터넷 개인방송이 사용하는 욕설과 저속한 표현들이 문제라고 응답했으며, 이러한 개인방송의 언어적 폭력이 포레 집단 사이에서 유행어라는 형태로 재생산되는 현상을 지적함
- 미디어 폭력물에 반복적으로 노출됨에 따라, 해당 미디어에 처음 가졌던 폭력성의 역치가 줄어들어 폭력에 대한 감정적 거부반응이 줄어들면서 둔감해지는 현상이 존재한다는 의견도 제시함
- 불량하고 저속한 유행어는 학생들의 일상생활 속에 깊숙이 침투하여 선생님과의 관계 등에서 문제를 일으키는 실제 사례를 들어 개인방송의 언어적 유해성을 지적. 또한 BJ들이 방송에서 하는 행동들을 학생들이 실제로 따라하고 표현하다가 친구들과의 교우관계에서 문제들이 발생하는 경우도 존재한다는 의견을 제시함

- 언어적 폭력이라는 연장선에서 인터넷 개인방송인의 장애인이나 노약자 등 사회적 소외 계층 비하 표현 사용에 대해서도 지적함. 이런 혐오 표현이 인터넷 개인방송을 통해 전파되어 10대 청소년 또래집단에서 널리 쓰이고 있다는 의견 제시
- 인터넷 개인방송인의 성 행위 묘사, 노출 행위 등과 같은 선정적인 콘텐츠를 유해한 콘텐츠로 지적함

3) 유해한 인터넷 개인방송 콘텐츠의 이용 현황 분석 결과

- 10대 청소년들의 성인용 인터넷 개인방송 이용은 주로 부모와 같은 보호자나 성인인 가족 형제의 주민등록번호를 도용해 플랫폼에 가입해 시청한다는 사례를 제시함. 부모님의 휴대폰으로 성인인증을 받은 뒤 해당 인증 메시지 내역을 삭제하는 방식으로 시청 사실을 부모님에게 숨기는 경향이 있다고 응답함
- 몇몇 남학생 참여자의 경우 성인방송을 인터넷 개인방송 플랫폼을 통해 시청하지 않고, 포르노 사이트에 게시된(uploaded) 영상을 시청한다고 응답함

4) 유해한 개인방송 콘텐츠의 규제의 필요성 및 실효성 인식에 대한 분석 결과

- 대부분 인터뷰 참가자들은 일부 콘텐츠에 있어 문제가 있다는 점에는 동의할 하나 규제 필요성에 대해서는 다른 의견을 개진함. 규제가 필요 없다고 주장한 참여자들은 주로 표현의 자유나 인터넷 개인방송만의 특이성을 그 이

유로 들었고 규제의 필요성을 주장한 참여자들은 규제 방법의 일환으로 인터넷 개인방송 플랫폼 차원에서의 자율적인 규제를 해야 한다는 의견을 제시함

- 그러나 몇몇 참여자들은 플랫폼 차원에서 방송인에게 영구 정지와 같은 규제를 해봤자 새로운 계정을 만들거나 다른 플랫폼으로 옮겨 방송을 진행하는 경우가 많다는 이유를 시하면서 자율규제의 실효성에 의문을 던지기도 함
- 다른 참가자들은 국가 차원에서 기존의 규제를 강화하거나 인터넷 개인방송에 대한 등급 규제나 법적 처벌과 같은 강력한 규제가 필요하다는 의견도 개진함
- 대부분의 참여자들은 인터넷 개인방송을 이용함에 따라 생기는 부정적 영향에 대해 인지하고 있었고, 특히 중독성이 가장 큰 문제라는 의견을 제시함. 중독성의 원인을 단순히 인터넷 개인방송의 재미가 아닌, 플랫폼이 제공하는 추천 시스템 때문이라는 의견이 제시됨. 중독성 때문에 생기는 폐해를 극복하기 일부 참여자들은 스스로 스마트폰을 집이나 학교에 놔두고 등하교하는 등 이용 시간을 줄여보려는 자발적인 노력들도 있었으나, 대체로 그 유혹을 참지 못했고 또래 집단과의 대화에서 멀어져 어쩔 수 없이 다시 이용하게 된다는 의견을 개진함

3. 설문 분석 결과

1) 청소년 인터넷 개인방송 이용실태 조사 결과

- 이용 시간: 전체 설문 응답자(1,058명)의 하루 평균 개인방송 시청시간은 평균 114.88분으로 2시간 가까운 시간동안 개인방송을 이용

- 기부 경험: 전체 설문 응답자의 3/4이상(802명)이 한 번도 방송 진행자에게 기부해 본 적이 없다고 응답. 그럼에도 1/4 정도(256명)는 소액이라도 기부 경험이 있음. 이들의 1회 당 평균기부 금액은 1,423원정도의 천원 내외의 소액이지만, 일부 소수의 응답자들(11명)은 한 번에 최소 5 ~ 10만 원 이상을 기부한 경험이 있다고 응답
 - 기부 수단: 사전 충전 > 카드 > 은행계좌 > 휴대폰 요금, 문화상품권 >페이팔이나 카카오페이 등의 온라인 송금 > 기타(휴대폰 어플리케이션 설치보상)
 - 기부한 돈의 출처: 모아둔 용돈 > 아르바이트로 번 돈 > 부모의 카드 > 부모가 내는 휴대폰 요금 > 선물로 받은 문화상품권이나 기프트콘 > 부모에게 받은 다른 명목(예: 참고서 구입, 학원비)의 돈 > 기타(친구에서 빌린 돈이나 휴대폰 어플리케이션 설치 보상)
- 유형별 콘텐츠 이용 수준: BJ가 편집하여 게시한 편집 영상 > 실시간 시청 영상 > 방송 전체 녹화 영상 > 네티즌이 임의로 편집한 영상
 - 1순위 응답 실시간 방송 개인방송 시청 플랫폼: 유튜브 > 아프리카TV > 트위치 > V앱 > 네이버 > 팍콘 TV > 카카오투 > 판도라 TV
 - 1순위 응답 녹화 및 편집 방송 시청 플랫폼: 유튜브 > 아프리카TV > 트위치 > V앱 > 네이버 > 팍콘 TV > 카카오투 > 판도라 TV
- 가장 좋아하는 BJ 방송진행자: 대도서관(게임) > 김재원(게임) > 이사배(뷰티) > 철구(엽기) > 정선희(토크) > 창현(야외방송), 허수아비(컴퓨터) > 최고다음박(토크), 꽃빈(여캠), 후즈(게임) > 지누(게임), 남순(여캠) > 김이브(여캠), 플레임(게임) > 녹두로(게임), 초코((게임), 눈쟁이(게임), 포니(뷰티), 효크포크(댄스), 홍사운드(먹방)

- 콘텐츠 장르별 이용 수준: 껌방(게임방송) > 먹방(먹는 방송) > 토크방(토크 방송) > 뷰방(뷰티 방송) > 음악방송 > 쿡방(요리방송) > 펫방(애완동물 방송) > 여캠(여자 BJ 방송) > 엽방(여성 BJ 방송) > 공방(공부 방송) > 야방(야외 방송) > 남캠(남성 BJ 방송) > 성방(성인 방송) > 기타 (자율 감각 쾌락 반응, DIY, 슬라임, 영화 리뷰, 미스터리 방송 등)

2) 유해 콘텐츠 이용 및 규제 인식에 대한 설문 분석 결과

- 유해 방송 콘텐츠 침투성 수준 인식: 부적절한 언어 콘텐츠 > 사행성 방송 콘텐츠 > 선정적 콘텐츠 > 지나친 광고/협찬 > 반사회적 콘텐츠 > 폭력적 콘텐츠 > 과도한 기부 요구 > 사생활 침해 콘텐츠
- 유해 방송 콘텐츠 심각성 수준 인식: 부적절한 언어 콘텐츠 > 선정적 콘텐츠 > 폭력적 콘텐츠 > 반사회적 콘텐츠 > 사생활 침해 콘텐츠 > 과도한 기부 요구 > 지나친 광고/협찬 > 사행성 방송 콘텐츠
- 규제 방안에 대한 인식(찬성 정도): 완전 퇴출제 도입 > 유해 방송 표시제 도입 > 기술적 차단 시스템 도입 > (형사) 법적 처벌 제도 도입 > 시청 등급제 도입 > 내용 규제 - 사후 심의제 도입 > 자율 규제 - 플랫폼 규제 유지 > 개인방송 면허제 도입 > 규제 반대

3) 청소년의 인터넷 개인방송 이용에 영향을 미치는 심리적 변인 설문 분석 결과

- 인터넷 개인방송 이용 동기: 어린이와 청소년의 인터넷 개인방송 이용 동기

는 ‘말초적 자극 추구’ 동기, ‘관계에 대한 갈증 해소’ 동기, ‘즐거움 추구’ 동기, ‘개인방송 속 상호작용 추구’ 동기, ‘현실에서의 탈출’ 동기, ‘정보 습득’ 동기, ‘습관’ 동기 등 총 7개의 이용 동기들이 존재. 평균 점수에 따른 각 동기별 순위는 즐거움 추구 동기 > 정보 습득 동기 > 습관 동기 > 현실에서의 탈출 동기 > 관계에 대한 갈증 해소 동기 > 개인방송 상호작용에 대한 동기 > 말초적 자극 추구 순으로 나타남

- 청소년의 개인방송 이용 수준을 결정하는 심리적 요인들: 즐거움 추구 동기, 습관 동기, BJ와의 심리적 거리 인식 등으로 확인. 즉, 청소년 시청자들이 즐거움을 추구하고 습관적으로 개인방송에 접속하고 BJ와 심리적 가깝다고 느낄수록 청소년 개인방송 시청시간이 늘어난다는 것을 의미
- 정부의 유해한 개인방송 내용 규제(심의제) 도입에 청소년의 지지 의향을 결정하는 심리적 요인들: 말초적 자극 추구 동기, 사회적 불안 인식, 현실로부터 탈출 동기, BJ와의 심리적 거리 인식, 즉 청소년 시청자들이 스스로 말초적 자극을 추구하려는 동기로 개인방송을 시청하고, 타인과 사회적 관계를 맺는 것을 불안해하고, 현실에서 탈출하려고 하고, BJ와 심리적으로 가깝다고 느낄수록 개인방송에 내용규제를 도입하는 것을 찬성할 확률이 높아진다는 것을 의미

4. 결론 및 정책 제언

- 개인방송 콘텐츠 중 청소년들의 권리와 복지(well-being)를 침해할 수 있는 유해 콘텐츠들만을 선별적으로 규제하는 방식의 정책이 현실적으로나 논리적으로나 더 적합

- 기존의 인터넷 관련 서비스가 가지고 있는 다양한 정책 문제 해결을 위한 인터넷 개인방송 서비스에 대한 새로운 규제 체계의 확립이 필요 ⇒ 콘텐츠에 대한 편집 통제력이 없는 서비스는 전송 계층으로, 콘텐츠에 대한 편집 통제력이 있는 서비스는 콘텐츠 계층으로 구분
- 인터넷 개인방송 서비스는 경제적 규제보다는 내용 규제와 같은 사회·문화적 규제를 위주로 하되, 기존의 〈방송법〉 상의 방송보다는 약한 규제 적용 ⇒ 현재의 부가통신사업에 대한 규제 보다는 ‘유사 방송 서비스’로 몇 가지 내용 규제가 적용될 수 있도록 하는 방안을 검토할 필요
- 자율 규제의 제도적 확립 및 이용자에 대한 ‘미디어 리터러시(media literacy)’ 교육도 강화할 필요
- 현재 현실적인 규제 방안 중의 하나는 현재 부분적으로 시행되고 있는 내용 규제, 그 중에서도 사후 심의제를 강화할 필요

제 1 장

서론

제1장

서론

제1절 연구의 필요성 및 목표

1. 연구의 필요성

작금(昨今)은 바야흐로 인터넷 개인방송의 시대이다. 인터넷 개인 방송은 생산자가 실시간으로 동영상 콘텐츠를 제작하고 인터넷 상에서 전송하여 소비자가 시청하는 라이브 방송으로 방송과 통신이 결합한 새로운 개념의 영상제공 서비스를 의미한다. 많은 제작 전문가들의 장기간의 협업과 노력이 요구되는 기존의 공중파나 케이블채널 방송제작과 송출 방식과 달리 인터넷 개인방송은 크리에이터인 콘텐츠 제작자가 개인의 아이디어와 능력으로 빠르게 제작할 수 있고, 소비자들은 스마트폰이나 태블릿 PC와 같은 스마트 미디어 기기를 통해 언제 어디서나 쉽고 간편하게 인터넷에 접속해서 실시간 또는 비실시간으로 시청할 수 있기 때문에 영상 콘텐츠 제작자나 소비자 모두가 주목하고 있는 서비스이다(김종무, 2017; 이하림·유홍식, 2007).

현재 국내에서는 아프리카 TV(AfreecaTV)와 유튜브(YouTube)가 대표적인 개인 방송 플랫폼으로 자리 잡고 있으며 개인방송 콘텐츠가 많은 인기를 얻고 있다. 일부 유명 개인방송 운영자(BJ, Broadcasting Jockey)의 월 수익은 무려 수억 원 대에 달하며 그 유명세는 일반 대중들, 특히 영상물에 익숙한 10~20대들에게 웬만한 연예인에 버금가는 것이 현실이다. 가령, 국내 최대 개인방송 플랫폼, 아프리카 TV의 한 여성 BJ는 2017년 상반기에만 무려 5억 원이 넘는 돈을 벌어들였고,¹⁾ 다른 인기 BJ들의 월 수익도 적게는 수천만 원, 많게는 1억 원에 달하는 것으로 확인되었다.²⁾ 한 공중파 TV 예능 프로그램(MBC <마이 리틀 텔레비전>)에서는 인터넷 개인방송의 포맷을 그대

1) <http://www.insight.co.kr/news/124287> 등 참조.

2) <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2017&no=409029> 등 참조.

로 받아들여 활용함으로써 큰 인기를 얻었고, 최근에는 한 축구 전문 BJ가 방송국의 공식 홍보대사에 위촉됨과 동시에 실제 축구 중계에도 해설자로 참여하여 큰 이슈를 낳은 바 있다.³⁾ 또 나름 인기 있는 연예인이 개인방송에 본격적으로 진출하는 것은 이제 흔한 일이 되었으며,⁴⁾ 인터넷 개인방송의 많은 유행어들(예: “오졌다”, “앙, 기모띠” 등)⁵⁾ 일상에서도 그대로 쓰이는 것은 아주 자연스러운 일로 자리 잡은 지 오래이다.

그러나 문제는, 인터넷 개인방송의 이러한 인기와 영향력의 바탕이 되는 개인방송 운영방식과 콘텐츠 내용이 사회적으로 많은 해악을 끼치고 있다는 사실이다(김희경 · 노기영, 2016; 황순학 · 김은영 · 채경진 · 천세학, 2017 등 참조). 인터넷 개인방송 콘텐츠의 음란성과 폭력성, 저열함은 이미 잘 알려져 있으며, 소위 ‘별풍(별풍선)’ – 개인방송 시청자들이 현금으로 구매하여 BJ에게 선물하면 방송 플랫폼을 통해 환급하여 수익을 얻도록 기획된 상품 – 을 노골적으로 구걸하거나 더 많은 돈을 벌기 위해 차마 언급하기 곤란한 수위의 부적절한 행동을 방송에서 노출시키는 예는 셀 수 없을 만큼 많다. 예를 들어, 속칭 ‘아프리카 대통령’으로 불리는 한 BJ는 방송 내내 욕설과 비속어를 남발하는 것은 물론, 내기로 눈썹을 밀고, 간장을 얼굴에 쏟아 붓고, 가구를 미친 듯이 깨부수는 엽기적인 행동으로 백만 명에 이르는 시청자를 끌어 모아 엄청난 돈을 벌고 있다.⁶⁾ 나아가 해당 BJ는 장애인, 기초수급자 등 사회적 약자를 공공연히 비하하고 5. 18 광주 민주화 운동을 ‘폭동’으로 지칭하여 수차례 방송 정지 등 다양한 징계를 당한 바 있으나 그 때마다 형식적 사과만으로 무리 없이 복귀한 바 있다.⁷⁾ 이외에도 생방송 중 자살한 상황이 그대로 중계되고,⁸⁾ 소아 성폭행과 ‘남성 혐오(misandry)’를 주 방송 콘텐츠로 삼고,⁹⁾ 막무가내 길거리 헌팅을 통해 일반인을

3) <http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0600&key=20180425.99099011503> 참조.

4) <http://www.hankookilbo.com/v/386a9d97b8864eeca20f4ec150f0420d> 등 참조.

5) <http://mbkg333.tistory.com/70> 등 참조.

6) <http://www.newstown.co.kr/news/articleView.html?idxno=247913>; http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2017/07/16/2017071600505.html<http://news20.busan.com/controller/newsContro> 등 참조.

7) <http://news.joins.com/article/21590390>; <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2018&no=61018> 등 참조.

8) <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=032&aid=0002855898> 참조.

9) <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=020&aid=0003109830> 참조.

방송에 무작정 노출함으로써 개인의 사생활을 침해하고,¹⁰⁾ 과도한 노출과 자위 등 성 행위를 여과 없이 방송하는¹¹⁾ 등 인터넷 개인방송의 폐해는 이루 다 말할 수 없을 수준까지 악화된 상태라 할 수 있는 것이 부정하기 힘든 현실이다.

더 우려가 되는 일은 이러한 인터넷 개인방송의 주 이용자 계층 중 하나가 10대 청소년들이라는 점에서 부정적 방송 콘텐츠가 우리 사회의 어린이와 청소년에게 거의 아무런 제재 없이 고스란히 노출되고 있다는 것이다(한국언론진흥재단, 2016). 성장 단계에 있는 청소년들은 개인방송을 이용하면 할수록 폭력적이고 선정적인 메시지에 노출되기 쉽고 점점 정서적 측면과 사회화 과정에서 그들의 현실 세계관에 부정적으로 영향을 미치기 쉽다(Gerbner, Gross, Signorielli, & Morgan, 1980; 김우준, 2011). 즉 어린이와 청소년들의 개인방송 이용은 개인적으로나 사회적으로 바람직하지 않은 일종의 ‘습관’처럼 서서히 자리 잡고 있을 공산이 크다. 예컨대, 언론진흥재단(2016)의 조사에 따르면 초등학교 4학년부터 고등학교 3학년까지의 청소년 중 26.7%가 인터넷 개인방송을 이용하는 것으로 나타났으며, 주로 게임 방송(77.5%)과 ‘먹방(food porn)’(38.1%), 그리고 토크/캠방(26.0%) 등의 개인방송 콘텐츠를 이용하는 것으로 밝혀졌다. 또 가장 최근의 조사(방송통신심의위원회, 2017a)에서는 12 ~ 19세의 청소년 중 73.5%가 인터넷 개인방송을 시청한 경험이 있고 개인방송 콘텐츠의 유해성을 타 융합콘텐츠에 비해 더 높게 인식하고 있는 것으로 확인되어 이러한 가정을 간접적으로나마 어느 정도 뒷받침하는 결과를 보고한 바 있다.

이렇게 인터넷 개인방송이 대중들, 특히 어린이와 청소년들에 영향을 미칠 그 내용적 유해성에 대한 깊은 우려에도 불구하고 위에서 언급한 여러 사건에서처럼 선정적이고 음란적인, 그리고 폭력적인 방송 내용에 대한 적절한 규제가 이루어지고 있지 않다. 이는 기타 공중파, 케이블, 위성방송의 프로그램과는 달리 인터넷 개인방송이 내용규제에 대한 법적제도가 모호하기 때문이다. 현재로서 방송통신위원회를 통한 사후심의 규제와 개별 플랫폼 사업자들이 수행하고 있는 자율적인 모니터링에 의존하고 있지만, 이마저도 규제 기준의 모호함과 인력의 부족, 그리고 플랫폼 간 블랙리스트 크리에이

10) <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=020&aid=0003111690> 참조.

11) <http://news1.kr/articles/?3144300>; <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=055&aid=0000583115> 등 참조.

터 BJ에 대한 정보 공유가 어렵기 때문에 효과적인 내용규제가 더욱 이루어지기 어려운 실정이다(김희경 · 노기영, 2016; 김윤명, 2016).

인터넷 개인방송의 유해한 내용에 대한 규제에 대한 문제뿐만 아니라, 규제의 근거가 될 연구 조사 역시 위에서 언급한 극히 일부의 예(방송통신심의위원회, 2017a; 언론진흥재단, 2016)를 제외하고 매우 부족한 상황이다. 현재 인터넷 개인 미디어에 대한 정책적이고 산업적 측면에서의 진흥과 규제에 대한 선행 연구는 있지만(고문정 · 윤석민, 2016; 김윤명, 2016 참조) 개인방송 내용 규제 정책에 대한 10대 어린이와 청소년의 이용 실태와 규제 인식에 대한 연구가 수행될 필요가 있다.

더구나 그 소수의 연구들조차 인터넷 개인방송에 초점을 맞추기 보다는 다른 융합미디어들과 함께 조사되어 인터넷 개인방송에 대한 충분한 정보 제공과 그에 기반을 둔 심도 있는 정책 논의를 이끌어내지 못하고 있다는 한계가 있다. 현재 인터넷 개인방송에 대한 사회적 논의는 대부분 선정적인 특정 사건의 언론 보도에서 간헐적으로 촉발되는 경향이 강하며, 개인방송의 폐해 자체는 전반적으로 대중에게 공감 받고 있지만, 정작 누가, 얼마나, 어떤 방식으로 인터넷 개인방송을 소비하고 있는가 등에 대한 기초적 정보마저 제대로 공개되지 못하고 있는 것이 현실이다. 특히, 이는 어린이와 청소년들 같은 미디어의 부정적 영향에 상대적으로 취약한 계층의 경우 더욱 큰 문제가 된다. 현실적으로 인터넷 개인방송이 어린이/청소년을 포함한 젊은 세대에서 폭발적 인기를 끌고 있고, 많은 개인방송 BJ가 시청자 수의 확대에 의한 광고 수익 증대 또는 개인방송 플랫폼이 제공하는 시스템을 통한 직접적 이익(예: 사이버머니 기부, 별풍선 등 유료 아이템 기부 등)을 더 많이 얻기 위해 점점 더 자극적이고 선정적인(sensational) 콘텐츠를 노출하고 있다는 점을 감안하면(김희경 · 노기영, 2016; 황순학 외, 2017 등 참조) 어린이와 청소년의 개인방송 이용 실태에 조사는 시급히 수행되어야 한다.

이런 의미에서 가장 먼저 수행해야 할 연구 조사는 마땅히 현재 우리나라의 어린이와 청소년들이 인터넷 개인방송을 얼마나 많이 소비하고 있고, 그 소비의 구체적 방식은 어떠한가, 더 나아가서는 인터넷 개인방송 상의 부적절하고 부정적인 유해 콘텐츠에 대하여 그들 자신이 어떠한 생각과 태도를 갖고 있는지를 파악하는 일일 것이다. 이 중에서도 개인방송의 유해 콘텐츠에 대한 어린이 및 청소년의 인식을 파악하는 것은

훨씬 더 중요한 의미가 있다. 이는 제3자가 아닌 인터넷 개인방송 소비자가 직접 자신의 입장에서 평가하는 콘텐츠의 유해성에 대하여 객관적으로 조사하고 파악하는 것은 일방적인(one-way) 규제가 아니라 피(皮)규제자가 어느 정도 동의할 수 있는 상호 이해적인 규제의 기초가 될 수 있을뿐더러 기존 미디어와 전혀 다른, 새로운 미디어 환경의 실질적인 특성을 정책 수립에 반영하여 보다 현실적인 규제 관련 논의를 생산하는 배경으로 기능할 수도 있기 때문이다.

이런 의미에서 본 연구의 필요성은 대략 다음과 같이 정리될 수 있다.

첫째, 과거에 세밀하게 조사되지 못했던 국내 어린이/청소년들의 인터넷 개인방송 이용실태에 대한 체계적이고도 심도 있는 정보를 조사하여 관련 정책 수립의 기초 자료로 활용할 필요가 있다.

둘째, 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠 실태에 대한 조사를 규제 추진자의 입장이 아니라 실제 주소비자인 청소년층의 입장에서 조사함으로써 보다 현실성 있고, 설득력 있으며, 수긍 가능한 규제 정책 수립의 근거로 활용할 필요가 있다.

셋째, 인터넷 개인방송에 특화된 조사를 집중적으로 진행하여 보다 심도 있고, 풍부한 관련 정보를 제공함으로써 대중적 관심을 환기시키고 인터넷 개인방송에 대한 사회적이고 학술적 논의를 진흥할 필요가 있다.

2. 연구의 목표

앞서 언급한 바와 같이, 인터넷 개인방송이 대중들에게 많은 인기를 얻고 있는 가운데, 개인방송의 주 이용자 계층인 10대의 어린이와 청소년에게 유해한 방송 콘텐츠가 거의 아무런 제재 없이 노출되고 있다. 이렇게 급변하는 미디어 환경에서 인터넷 개인방송 내용 규제 체계가 과연 어린이와 청소년의 보호를 위해 효과적으로 대응하고 있지 않은 것 같다. 특히 인터넷 개인방송을 시청한 경험이 있는 10대 청소년들이 개인방송 내용의 유해성을 이슈 동영상, TV 방송, 웹 드라마와 같은 다른 융합미디어

콘텐츠에 비해 높게 인식하고 있다는 연구 결과(방송통신심의위원회, 2017a)는 어린이와 청소년에게 유해한 개인방송 내용 규제 체계의 원칙과 기준을 명확히 마련해야 할 필요가 있음을 제시한다.

이에 본 연구는 어린이와 청소년 보호를 위해 마련되어 있는 국내의 인터넷 개인방송의 규제 원칙과 기준의 적절성을 판단하기 위해 어린이와 청소년들의 인터넷 개인방송의 이용 현황에 대한 실태 조사를 실시하고자한다. 구체적으로 본 연구는 현재 국내 청소년들이 인터넷 개인방송을 이용할 때 사용하는 플랫폼과 시청하는 개인방송 장르를 파악하고 이들의 개인방송 이용량과 이용 동기를 조사하고자 한다. 또한 이들의 개인방송 이용에 관여되는 다른 심리적 변인을 탐색하고 지속적인 이용에 있어서 자신과 방송 진행자 간 사회적 관계에 대한 인식의 역할을 살펴보고자한다. 더 나아가 본 연구는 어린이와 청소년들이 인터넷 개인방송 상의 콘텐츠의 유해성에 대한 그들 자신의 태도와 생각과 함께 방송 내용의 규제에 대한 의견을 파악하고자 한다. 따라서 본 연구의 목표는 실제 어린이와 청소년의 인터넷 개인방송 이용 수준이나 방식, 동기 그리고 심리적 요인의 특성을 파악하는 연구 결과를 바탕으로 어린이와 청소년을 유해한 개인방송 콘텐츠로부터 보호하고 어린이와 청소년이 사용하기에 안전한 개인방송 환경을 조성하도록 개인방송 관련 내용규제의 원칙과 최소한의 규제 기준을 위한 기본적인 가이드라인을 제공하고 그 규제가 사회적으로 합의되어 효율적으로 수립되고 운영할 수 있는 방안을 논의할 것이다.

이러한 연구 목표를 달성하기 위해 본 조사는 1단계로 국내의 중·고등학생들을 대상으로 초점집단인터뷰(Focus Group Interview, FGI)를 실시하여 심층적으로 인터넷 개인방송의 이용동기와 규제의 인식에 대한 질적이고 통찰력 있는 자료를 얻어 심층적으로 어린이와 청소년이 개인방송을 이용하는 행태와 배경 그리고 동기 등을 파악한다. 또한 인터넷 개인방송의 유해한 콘텐츠 이용의 경험과 방송내용 규제에 대한 의견, 그리고 방송진행자인 BJ의 시청자에 대한 영향력에 대한 생각을 알아보고 개인 방송 유해 콘텐츠에 대한 개인적·사회적·국가적 대처 방안 논의를 전개하려 한다. 또한 이러한 질적인 자료를 바탕으로 본 연구의 2단계의 설문을 이용한 양적인 조사의 질문 항목 구성에 반영하고자 한다.

조사의 2단계에서는 좀 더 표준화된 어린이와 청소년 보호규제 및 체계를 마련하기

위해 국내 중·고등학생들 1,058명을 대상으로 한 설문 조사를 수행하여 실증적인 근거를 제시하고자 한다. 설문 조사는 첫째, 국내 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 현황과 BJ에 대한 기부 실태 현황을 파악하는 부분, 둘째, 평소 개인방송 이용 시 경험한 유해 콘텐츠 유형과 그에 대한 여러 규제 방안에 대한 인식 수준을 파악하는 부분, 셋째, 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 관여하는 이용 동기를 조사하는 부분, 그리고 마지막으로 ‘외로움(loneliness)’이나 ‘사회적 불안(social anxiety)’과 같은 심리적 변인들과 자신들이 좋아하는 BJ와의 관계를 가상이 아닌 실제적으로 더욱 친밀한 관계라고 믿게 되는 ‘준사회적 상호작용(parasocial interaction)’ 같은 변인들이 청소년들의 개인방송 이용과 규제에 대한 찬반에 어떠한 영향을 발휘하는가를 실증적으로 탐색하는 부분으로 구분되어 진행될 것이다.

보다 구체적으로, 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 현황 조사에서는 먼저 하루 평균 이용 시간, 시청에 주로 사용하는 플랫폼, 기부 경험, 기부금의 출처 및 결제 수단 등 객관적 이용 실태에 대한 정보들과, 주로 이용하는 개인방송 장르, 좋아하는 BJ 등 청소년 이용자들의 개인방송에 관한 선호(preference)에 관한 정보들이 우선 조사될 것이다.

두 번째로, 청소년들의 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠 경험과 관련해서는 유해 콘텐츠의 유형에 따른 등장(경험) 빈도와 그 심각성 평가, 그리고 인터넷 개인방송에 대한 다양한 수위의 규제 방안들에 대한 인식 등이 조사될 예정이다.

세 번째로는 기존의 미디어 이용 동기(motivation)에 관한 문헌 연구와 전술한대로 수행될 FGI 결과를 토대로 조사 문항을 구성하여, 10대 중·고등학생이 과연 어떠한 심리적 이유에서 인터넷 개인방송을 이용하게 되는지를 정량적으로 파악할 예정이다.

마지막으로 이용 동기와 별도로 청소년들의 인터넷 개인방송 이용을 결정할 수 있는 여러 심리적 변인들을 조사해 그 각각의 변인들이 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 행태와 규제 방안에 어떤 영향력을 행사하는지를 조사할 예정이다. 여기에는 ‘외로움(loneliness)’이나 ‘사회적 불안(social anxiety)’ 같은 청소년들 개개인이 느끼는 개인적 특성(personal traits) 변인들과 자신들이 좋아하는 BJ와의 관계를 가상이 아닌 실제의 관계로 느끼고 해당 BJ를 더욱 친밀한 관계라고 믿게 되는 ‘준사회적 상호작용(para-social interaction)’ 같은 개인방송 속 사회적 커뮤니케이션/상호작용에 연관

된 변인들도 포함될 예정이다.

요약하면, 본 연구는 1단계의 FGI 조사와 2단계의 설문 조사를 통해 외부 전문가나 보호자 입장에서 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 행위를 일방적으로 단정하고 판단하는 오류에서 벗어나, 그들의 입장에서 현재 인터넷 개인방송의 모습을 조망(眺望)하고 그들의 눈높이에서 직접적으로 그들과 함께 이야기하여 그들의 생생한 인식과 태도, 행동을 심층적으로 탐색함으로써, 궁극적으로는 청소년 보호 관점에서 인터넷 개인방송 이용과 그에 대한 규제 인식에 영향을 주는 다양한 요인들을 보다 자세히 살펴 보다 실효성 있는 개인방송 규제 정책을 마련하는데 기여할 수 있도록 노력하고자 한다.

제 2 장

인터넷 개인방송 이용실태

제2장

인터넷 개인방송 이용실태

제1절 인터넷 개인방송

1. 인터넷 개인방송의 정의와 이용 행태의 특성

인터넷 개인방송은 동영상 콘텐츠가 실시간으로 제작되어 인터넷에서 전송되는 라이브 방송으로 방송과 통신이 결합한 새로운 개념의 영상제공 서비스이다. 연구자에 따라 “1인 방송,” “인터넷 라이브 방송,” “라이브 스트리밍(live-streaming),” “라이브 비디오 스트리밍(live video streaming)” 등 다양하게 명명된다(김종무, 2017; Hilvert-Bruce, Neill, Sjöblom, & Hamari, 2018; Yu, Jung, Kim, & Jung, 2018 등 참조).

현재 10 ~ 30대의 젊은 세대일수록 실시간 TV 시청보다 온라인 서비스를 통해 동영상 콘텐츠를 이용하고 있고 지상파 방송의 시청률은 하락 추세이다. 더욱이 이 젊은 세대에게는 스마트폰이 이미 핵심미디어 기기로 이용되고 있고, 인터넷 개인방송 이용률의 인지율에서 10대와 20대는 각각 39.9%와 38.8%로 30대와 40대의 각각 30%와 21.2%의 인지율에 비해 훨씬 높은 수치를 보여주었다(한국언론진흥재단, 2016). 이와 비슷하게 이하림·유홍식(2017)은 10대와 20대가 유튜브의 개인방송 콘텐츠의 주 시청자로 보고했다. 나스미디어(2016)의 조사에도 10대와 20대가 개인방송의 주 소비자로 나타났다. 특히 10대의 청소년들은 주로 게임, 유머, 요리·먹방, 뷰티 순으로 개인방송 장르를 시청하는 것으로 파악됐고, 재미위주의 오락적인 동기로 개인방송을 이용하는 것으로 드러났다. 이와 비슷하게 최근의 한 연구 결과(한국언론진흥재단, 2016)에 따르면, 유머/재미/즐거움(78.2%)이 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 가장 주요한 이용동기이고, TV에서 이용가능하지 않은 콘텐츠 이용(45.2%), 원하는 콘텐츠의 선택적 이용(37.9%), 다른 이용자들의 실시간 댓글이용(23.%%),

BJ를 통한 대리만족(15.4%), BJ와 대화하는 느낌(15.3%) 등이 그 뒤를 이었다.

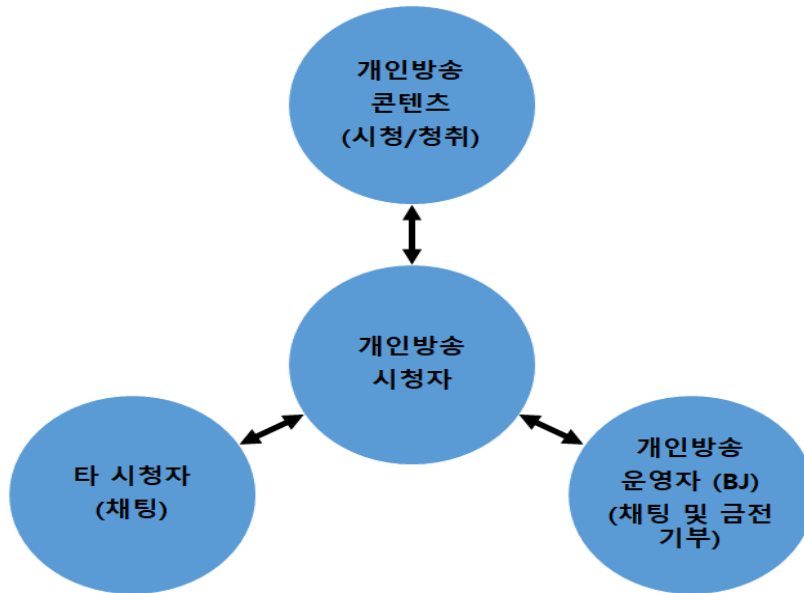
여기에서 주목해야하는 인터넷 개인방송의 핵심은 많은 인력들이 협업을 통해 TV 프로그램을 제작하고 기존의 지상파와 케이블채널을 통해 프로그램을 송출하는 방송과는 달리 개인이 기업이 제공하는 미디어 플랫폼(예: 아프리카 TV)을 통해 자유롭게 방송을 기획/편성/진행하기 때문에 진행자와 시청자들과 일대일이나 일대다로 소통이 가능하다는 것이다. 인터넷 개인방송 이용 동기에서 제시된 것처럼 시청자들은 재미있는 콘텐츠를 선택적으로 이용하기 위해 개인방송을 이용하기도 하지만 동시에 또한 다른 사용자와 BJ와의 상호작용도 이들의 개인방송 이용에 주요한 동기를 제공한다는 것이다. 이는 개인방송을 통해 방송 진행자(BJ)¹²⁾는 물론, 일반적으로 방송 화면과 동시에 제공되는 채팅창을 통해 같은 방송채널에 접속한 다른 시청자들과도 자유롭게 소통하고 상호작용할 수 있는데 이것이 바로 기존의 전통적인 방송과는 차별되는 인터넷 개인방송의 가장 큰 특징이라 해도 무방할 것이다.

보다 산업적 측면에서는, 인터넷 개인방송은 통신과 방송이 결합한 새로운 개념의 방송 서비스로 볼 수 있으며, 기존 방송이 많은 지식과 노하우를 갖춘 전문 인력에 의해 제작되는 반면, 개인방송은 상대적으로 간단한 노력만으로 누구나 시작할 수 있는 장점을 지녔기 때문에 현재 사회와 산업계 모두에서 상당한 주목을 받고 있는 매체 특성이 있다 하겠다(김종무, 2017; 이하림·유홍식, 2017 등 참조). 조금 더 구체적으로 살펴보면, 방송 이용의 측면에서, 시청자가 인터넷 개인방송을 이용하는 방식은 크게 다음과 같은 세 가지 차원으로 정리할 수 있다. 첫째, 시청자는 개인방송의 운영 주체가 제공하는 방송 콘텐츠를 소비하게 되는데 이 경우에 개인방송의 시청은 전통적인 TV/라디오 콘텐츠의 소비와 별 다른 차이가 없다고도 할 수 있다. 다만, 재미있는 사실은 기존 방송 매체가 똑같은 콘텐츠를 제공하는 경우에도 개인방송의 이른바 ‘열혈’ 시청자는 자신이 좋아하는 BJ의 개인방송을 통해 해당 콘텐츠를 시청하는 것을 더 선호할 수 있다는 것이다. 예컨대, 실시간으로 방송되고 있는 야구/해외 축구 중계를 개인방송 BJ가 자신의 방송을 통해 재중계하고, 이 채널에 모여 중계를

12) 인터넷 개인방송 진행자는 국내에서는 통상 “BJ”로 불리지만, 달리 “1인 창작자” “스트리머(streamer)” 또는 “콘텐츠 크리에이터(content creator)”로 불리기도 한다. 창작에 참여하는 많은 이들은 스스로를 1인 창작자나 크리에이터라고 부르지만 여러 사람이 함께 협업하여 창작을 하는 경우도 많이 있기 때문에 1인보다는 개인이라는 말을 사용하는 경우가 많다.

보는 경우가 이에 해당한다. 둘째, 인터넷 개인방송의 시청자는 BJ와 직접적으로 상호 작용할 수 있는데, 많은 경우 이 자체가 중요 방송 콘텐츠가 될 수 있다. 많은 개인방송 시청자가 채팅이나 기부 행위(예: 사이버 머니나 유료 아이템의 기부)를 통해 BJ의 반응을 직접 이끌어 내는데 즐거움을 느끼고, 경우에 따라서는 욕설이나 비하 발언, 또는 지나치게 많은 돈을 선물하는 등 바람직하지 않은 수단을 통해서라도 BJ로부터 자신들이 원하는 반응을 이끌어내려 노력하는 것이 현실인데, 이는 BJ와 시청자 간 직접 소통이 인터넷 개인방송 소비의 중요한 요소임을 반증하는 사례라 하겠다. 소위 ‘별풍 리액션(기부 받을 때마다 과도하게 기부자에게 반응하는 행위)’를 여기에 속하는 대표적 예로 꼽을 수 있을 것이다.

마지막으로 인터넷 개인방송의 시청자들은 같은 방송에 접속한 다른 시청자들과 문자 채팅을 통해 서로 상호작용할 수 있는데, 개인방송 시청자들은 서로 비슷한 채팅을 조직적으로 올림으로써 BJ에게 원하는 반응을 이끌어 내거나 BJ나 방송 콘텐츠와는 상관없이, 오직 다른 시청자들과의 소통을 통해서만도 즐거움을 얻을 수 있다. 개인방송 채팅 창에 타 시청자들과 비슷한 내용을 조직적으로 올림으로써 BJ에게 일종의 압박을 가한다거나 의도적으로 악의적 채팅을 통해 채팅 창 내에서 ‘트롤링’을 하면서 재미를 느끼는 경우가 이에 해당하는 대표적 예이다([그림 2-1] 참조).



[그림 2-1] 인터넷 개인방송 이용 관계도

아프리카 TV와 유튜브가 대표적인 개인방송 플랫폼으로 이용되고 인터넷 개인방송 콘텐츠가 많은 인기를 얻기 시작하면서 ‘다중 채널 네트워크(Multi Channel Network, MCN)’라는 전문 에이전시 서비스가 등장하면서 인터넷 개인방송이 지속 가능한 사업으로 발전할 가능성이 더욱 커졌다. MCN은 BJ와 같은 개인 방송 콘텐츠 제작자들의 활동을 기업에서 관리하고 지원하는 사업을 칭하는 용어인데, 주로 인기 BJ의 콘텐츠 유통과 판매, 그리고 광고유치에 도움을 주고 BJ의 콘텐츠로부터 얻는 수익을 공유하는 미디어 사업을 의미한다. 2007년 5월을 기점으로 유튜브가 콘텐츠 제작자에게 본격적으로 수익 분배를 시작하였고 미국에서 ‘머시니마(Machinima)’, ‘어썸니스TV(Awesomeness TV)’, ‘메이커 스튜디오(Maker Studio)’ 등이 등장했다. 국내에서는 2012년 4월에 다이아 TV가 최초로 등장했고 2013년부터는 대형 기업들이 MCN 사업에 뛰어들었다. 현재 국내의 대표적인 CJ E&M의 다이아 TV, 판도라 TV, 아프리카 TV, 샌드박스 등을 들 수 있다(박현길, 2015; 황순학 외, 2017).

2. 인터넷 개인방송의 유해성과 어린이 및 청소년의 개인방송 이용실태

조사의 필요성

인터넷 개인방송이 많은 사람들에게 인기를 끌고 있는 가운데, 방송 내용의 유해성에 대한 여러 가지 논란과 우려가 나타나고 있다. 이는 인터넷 개인방송이 구독자수와 방문자수를 통한 광고 수익이나 이용자들이 제공하는 ‘별풍선’과 같은 사이버머니를 통해 수익을 창출하는 구조를 가지고 있기 때문에 방송진행자인 BJ들이 구독을 확보하고 늘리기 위해 선정적이거나 폭력적인 내용, 심지어는 반사회적인 내용을 경쟁적으로 보여주는 것과 관련이 깊다(김희경·노기영, 2016; 김윤명 2016).

인터넷 개인방송 콘텐츠의 유해성과 관련된 이런 논란과 우려의 중심에는 10대의 젊은 어린이와 청소년이 개인방송 주요 이용자 계층이라는 사실이 있다. 이들은 성장 단계에서 미디어의 선정적이고 폭력적인 내용의 노출되면 정서적이고 인지적인 측면에서 그 유해한 내용에 쉽게 영향을 받아 사회화 과정에서 미디어를 통한 세계 인식을 실제 현실의 세계관으로 치환할 가능성이 높기 때문이다. 다시 말해, 아직 미성숙한 청소년들이 폭력과 음란 콘텐츠에 지속적으로 노출되면 장기적으로 정서적으로 피폐해지거나 제대로 된 사회화가 불가능해 종래에는 비뚤어지고 바람직하지 못한 가치관을 형성할 가능성이 높다(김우준, 2011; 심재웅, 2008; Gerbner, Gross, Signorielli, & Morgan, 1980; Huesmann, 2010 등 참조). 뿐만 아니라, 단기적으로도 유해 콘텐츠의 높은 선정성으로 인해 지나치게 많은 돈을 인터넷 개인방송에 쓰게 되거나 아니면 개인방송에 과몰입(overindulgence) 하게 되거나 하는 여러 부정적 결과들을 초래할 수 있다는 점에서도 문제가 된다.

사실 학계에서는 폭력적인 미디어 콘텐츠 노출의 부정적인 효과에 많은 연구가 수행되어왔다. 특히, 거브너와 그의 동료들의 ‘문화계발이론(Cultivation Theory)’(Gerbner et al., 1980)은 미디어가 재현하는 폭력이나 음란 행위, 반사회적 언어/행동 등의 유해한 콘텐츠가 시청자들의 실제세계의 인식을 구성하는데에 상당한 부정적 효과를 미친다는 가설을 일관되게 검증하고 지지하고 있다. 이 연구자들은 미국 ABC, CBS, NBC 등 3개 TV 네트워크의 오락프로그램과 드라마의 내용을 분석하여 그 내용에서 나타난 폭력을 지수화하여 측정했다. 결국 그들은 TV 프로그램이 현실에 비해 많은 폭력적 내용을 포함하고 있음을 발견했고, 이런 프로그램에 노출이 많은 중시청

자일수록 노출이 적인 경시청자에 비해 TV 세계처럼 실제세계가 비열하다는 인식(Mean World Syndrome)을 더욱 크게 한다는 결과를 보고했다.

최근 여러 국내 연구들(김현정 · 심재웅, 2013; 이운호 · 정의롬, 2012 등)도 폭력적 영상 노출수준과 청소년의 폭력행위와의 밀접한 관계가 존재한다는 결과를 제시하고 있다. 예를 들면, 김현정과 심재웅(2013)은 사람들이 물리적이고 언어적인 폭력이 담긴 애니메이션 장면에서 반복하여 노출될수록 더욱 폭력에 민감해지고 예민해진다는 것을 실험을 통해 발견했다. 이와 유사하게 이운호와 정의롬(2012)도 청소년이 유해매체물과 폭력성 게임의 이용빈도가 높을수록 폭력적인 행동을 실행할 가능성이 높아진다는 것을 보고했다. 흥미롭게도 김우준(2011)은 청소년들이 폭력적 영상 내용을 많이 시청할수록 폭력행동에 대한 민간도가 낮아지는 이른바 ‘둔감화(desensitization)’ 현상이 나타날 수 있다는 것을 발견했다. 이러한 결과는 폭력 영상의 반복적인 노출이 청소년에게 영향을 주지 않는다는 것을 의미하는 것이 아니라 반복적인 노출로 인해 청소년의 머리 안에 폭력적인 행위가 폭력이라는 것을 의식하지 못할 정도로 자극하지 않아 무의식적으로 폭력적 행위를 정당화하고 습관적으로 그 행위를 모방 할 수도 있는 현상을 경고하는 함의를 가지고 있다.

흥미롭게도 다른 연구들은 이런 둔감화 현상이 미디어 내용의 물리적 폭력뿐만 아니라 언어적 폭력에도 있다는 것을 주목했다. 주로 언어적 폭력은 언어를 통해 타인을 공격하거나 의도적으로 타인의 의견에 해를 가하는 것을 의미한다(Infante & Wigley, 1985; 김정선 · 윤영민, 2011). 사람들은 이러한 언어폭력을 쉽게 모방할 수 있고 그 폭력에 대하여 무감각해지기 쉽다(Jay, 1992). 여러 연구들이 언어폭력을 자주 사용하는 경우에 언어폭력에 반응이 무뎌지며, 폭력적인 행동의 빈도도 늘어난다는 것을 보고했다(Infante, Riddel, Hovath, & Tolmin, 1992; Potter, 2003; 김정선 · 윤영민, 2011; 심재웅, 2013). 예를 들면, 김정선과 윤영민(2011)은 한국 청소년 관람가 영화에서 1990년부터 2010년까지 20 여 년간 폭력적인 욕설과 비속어의 강도가 지속적으로 높아졌다는 결과를 제시했다. 특히 1990년대에 비해 2000년대에 그 강도가 현저하게 높을 것을 발견했고, 부정적인 감정을 포함하지도 않은 일상의 욕설과 비속어가 2000년대에 들어서 계속증가하고 있다는 것을 밝혔다.

한편 미디어 내용의 선정성도 폭력성과 함께 시청자의 인지적, 정서적, 행위적으로

해로운 영향을 끼치는 유해한 미디어 내용의 속성으로 연구되어 왔다. 송경희(1997)는 미디어 선정성을 ‘성적 욕구와 호기심을 불러일으키는 대상물의 속성’으로 정의하였고, 하승태와 박범길, 그리고 이정교(2010)는 영상과 언어 차원을 미디어 선정성의 두 가지 주요 구성 요소로 간주하기도 하였다. 우형진과 이정기(2012)는 사용자들이 선정적인 영상이 가득 찬 포르노를 시청할수록, 그 콘텐츠에 대한 몰입과 중독이 심해져서 결국 시청자의 인지와 정서에 해로운 영향을 미치고 사회적으로 성폭력 등 일탈 행동까지 이어질 수 있다는 결과를 보고했다. 김형지와 윤영민(2011)은 국내 지상파 방송 3사의 청소년 대상 음악프로그램이 전반적으로 선정적이라 것을 밝혀냈다.

한편, 앞서 언급한 것처럼 인터넷 개인방송 플랫폼의 대표라고 할 수 있는 유튜브(YouTube)나 아프리카 TV의 일부 유명 BJ들은 수십, 수백만의 시청자를 보유하고 있으며 그 부와 명예는 이미 웬만한 연예인들을 추월한지 오래이다. 미국의 한 설문조사(Ault, 2014)는 청소년들이 생각하는 가장 영향력 있는 유명인 열 명 중 여덟 명이 유튜브 스타라는 사실을 밝혀 충격을 주었고, 최근 국내의 한 신문 기사(박경은, 2018)는 초등학교 장래 희망 1순위가 ‘1인 미디어 크리에이터’, 즉 개인방송 BJ로 바뀌고 있다고 주장해 논란이 되기도 했다.

문제는 이러한 인터넷 개인방송의 높은 인기와 사회적 파급력이, 개인방송의 주된 수익 구조가 많은 부분 시청자/구독자 수(광고 수익)와 그 시청자들의 적극적인 기부(예: 현금화 가능한 사이버머니, 유료 아이템)에 의존하고 있다는 사실(김희경·노기영, 2016; 황순학 외, 2017)과 맞물려 더 많은 수익을 올리기 위해 더 자극적이고 선정적인 방송 콘텐츠를 여과 없이 노출하는 쪽으로 이어지고 있다는 것이다. 본 연구의 앞부분 - 연구의 필요성 - 에서 적시한 수많은 사례 외에도 방송 중 실제로 범죄를 저지르거나(예: 도박, 추행, 협박 등), 성기 노출과 성 행위를 적나라하게 노출하거나 자살 시도나 변사체 등이 생중계되거나 하는 등 무수한 불법적/반사회적 콘텐츠들이 아무 제재 없이 범람하고 있어 사회와 관련 기관의 경각심을 요청하고 있다(방송통신위원회, 2015; 여성국, 2017; JTBC, 2018 등 참조).

최근 이하림과 유홍식(2017)은 대표적인 개인방송 콘텐츠의 유해 정도에 대한 내용 분석을 실시하였다. 총 27개의 분석대상 콘텐츠에 대해 유해적인 내용을 분석한 결과, 총 1,034개의 유해한 내용이 발견되었으며 평균 1편당 38회, 1분당 3.9회의 유해한

내용이 발견되었다. 문제 언어의 사용이 51.4%로 가장 많았고, 폭력적 내용이 20.4%, 선정적 내용이 15.3%로 뒤를 이었다. 또한 장르별로 토크 콘텐츠가 가장 많은 유해한 내용을 포함하고 있으며 게임 콘텐츠가 가장 높은 유해한 내용의 빈도 수를 나타냈다.

위의 연구들은 인터넷 개인방송도 일반 미디어를 통해 묘사되는 언어적이고 행위적인 폭력 그리고 선정성이 만연되어 있고 그러한 유해한 내용이 시청자들에게 인지적, 정서적, 그리고 행위적으로 매우 부정적인 영향을 줄 가능성이 있음을 암시한다. 인터넷 개인방송의 이러한 유해한 내용의 존재에도 불구하고 현재의 인터넷 개인방송 규제 제도는 법적으로 크게 미비하며, 고작해야 일부 관련 기관의 제한적 모니터링과 개별 사업자의 자율규제에 전적으로 의존하고 있는 형편이다. 더구나 그 한정적인 규제 역시, 인력/예산의 부족, 처벌 근거 불비(不備), 개인방송 개별 플랫폼 사이의 협조 부재 등 다양한 이유로 인해 거의 유명무실한 상태라 할 수 있다. 2018년 3월에야 방송통신위원회의 주도로 설립된 자율규제 단체 ‘클린인터넷방송협의회’가 하루 유료 아이템 결제 한도를 100만 원으로 낮추는 등 일부 의미 있는 개선 조치가 있었으나(김세관, 2018), 이미 여러 번 언급했듯 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠의 폐해는 어린이/청소년들이 단지 돈을 많이 쓰는 것 이상의 중요한 문제라는 점을 감안한다면 여전히 매우 부족한 조치라 하겠다.

이와 관련하여, 지금 현재 어린이와 청소년이 인터넷 개인방송을 어떻게 이용하고 있으며, 나아가 개인방송의 유해 콘텐츠에 얼마나 많이(자주), 어떤 방식으로 노출되며, 그에 대해 어떤 생각과 태도를 견지하고 있는가 등에 대한 기초 정보조차도 정확하게 규명되지 못하고 있어 문제가 된다. 이는 기본적으로 정책의 수립과 시행에 있어, 현상을 제대로 파악하는 일이 가장 기초가 되기 때문인데, 현대 민주주의 국가에서 모든 제도적 규제는 그 당사자의 동의를 얻어야만 정책의 효율성을 담보할 수 있다는 점을 생각한다면, 단지 피상적인 논의나 일탈적 특정 사례에 기반을 둔 정책을 추진하기보다는 객관적 자료로 관련 이해당사자들을 설득하는 것이 훨씬 더 바람직한 일이라 사료된다. 또한 최근 인터넷 개인방송 이용에 관한 조사가 등장하고 있지만, 여전히 질과 양 모두에서 개인방송 유해 콘텐츠로부터 어린이와 청소년을 보호한다는 정책 목표의 근거가 되기에는 부족한 실정이기 때문에 이에 대한 보다 정밀하고 체계적인 조사가 필요하다고 판단된다.

3. 2017 방송통신심의위원회 「어린이·청소년 보호를 위한 융합미디어 콘텐츠 이용실태조사」 연구결과 분석

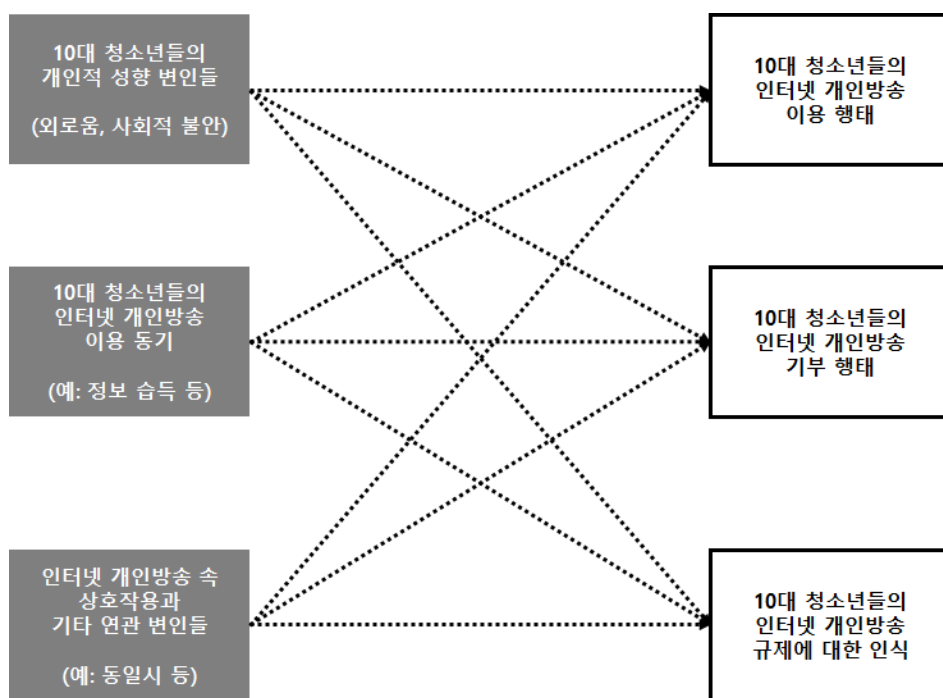
아마도 어린이 및 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 관한 가장 의미 있는 최근 조사는 2017년 시행된 방송통신심의위원회의 「어린이·청소년 보호를 위한 융합미디어 콘텐츠 이용 실태조사」일 것이다. 해당 조사는 개인방송 이용량, 이용 방송 장르, 이용 방식(이용기기, 연결방식), 비용 지불 경험, 이용 서비스 유형 등의 기초적 정보 뿐 아니라, 기본적 이용 동기 및 콘텐츠 유해성 인식 수준, 유해 콘텐츠 이용 경험, 규제 실효성/필요성 인식 등 인터넷 개인방송 이용에 대한 여러 심리적 변인들까지 포괄하여 의미 있는 결과를 산출했다는 큰 장점이 있다. 아래 <표 2-1>은 해당 연구의 주요 결과를 요약하여 정리한 내용이다.

<표 2-1> 어린이·청소년의 인터넷 개인방송 이용실태

조사 변인	주요 결과
이용 기초 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자 비율(N = 653): 전체의 73.5% • 이용 장르(N = 480): 게임(29.4%), 먹방(14.8%), 뷰티(12.1%), 음악(10.0%), 엔터테인먼트(9.4%), 스포츠(7.5%), 토크/캠방(6.9%), 취미/생활정보(4.2%), 시사/교육(3.3%), 키즈(2.1%) • 이용 기기(N = 654, 중복응답): 스마트폰(63.5%), PC(19.6%), 노트북(10.9%), 태블릿 PC(6.1%) • 방송 연결방식(N = 769, 중복응답): 애플리케이션(33.4%), 모바일 인터넷(31.5%), PC 인터넷(17.9%), SNS(17.2%) • 비용 지불 경험자(N = 480): 전체의 16.7%(월 평균 9,786원 사용) • 이용 플랫폼(N = 1,440, 중복 선택): 유튜브(24.7%), 페이스북(19.2%), 아프리카TV(15.4%), 네이버TV(11.5명, 8.0%) 등
이용 동기	<ul style="list-style-type: none"> • 즐거움 획득 > 원하는 콘텐츠 이용 > 시간 보내기 > 이용 편리함 > 스트레스 해소 > 생활 정보 획득 > 친구와의 대화 > 실시간 댓글 확인 > BJ와의 소통
유해성 인식	<ul style="list-style-type: none"> • 유해성 순위: 인터넷 개인방송 > TV > 이슈 동영상 > 웹 드라마 • 개인방송 유해성 평가 이유: 언어/비속어 > 음란성 > 반사회적 행위 > 사생활 침해 > 폭력성
유해 콘텐츠 경험	<ul style="list-style-type: none"> • 유해 콘텐츠 접촉 경로: 이슈 동영상 > TV > 개인방송 > 웹 드라마
규제 필요성 인식	<ul style="list-style-type: none"> • 규제 시급한 매체: 개인방송 > 이슈 동영상 > TV > 웹 드라마

※ 출처: 방송통신심의위원회(2017), 「어린이·청소년 보호를 위한 융합미디어 콘텐츠 이용 실태조사」, 서울: 방송통신심의위원회.

비록 위에서 언급한 방송통신심의위원회(2017)의 조사가 그간 잘 알려지지 않았던 청소년들의 개인방송 이용에 대한 많은 중요한 정보를 제공하기는 하지만 몇 가지 이유에서 여전히 완벽하다고는 보기 어렵다. 우선, 해당 조사는 인터넷 개인방송에만 특화된 것이 아니라, TV(인터넷/모바일을 통한 시청), 이슈 동영상, 웹 드라마 등 다른 융합미디어 이용실태 조사의 일환(부분)으로 시행되었기 때문에 보다 자세하고 세부적인 측정 및 분석이 애초부터 어려웠다는 한계가 있다. 또한 해당 조사의 일부 측정 문항의 경우, 지나치게 간단하거나 모호한 측면이 있어 수정이 요구되며 연구의 모집단이 되는 어린이/청소년의 범주 결정, 표본 선정 및 조사 방법 선택 등 다양한 방법론적 측면에서 한계점을 지니고 있어 보다 정밀한 조사가 필요할 것으로 판단된다.



[그림 2-2] 본 연구의 인터넷 개인방송 이용실태 조사(개념도)

더욱 아쉬운 점은 위 <표 2-1>에 나타나 있는, ‘원하는 콘텐츠 이용’, ‘이용 편리함’, ‘생활 정보 획득’ 같은 단순한 실용적(utilitarian) 차원의 동기만으로는 인터넷 개인방송을 어린이/청소년들이 이용하는 진정한 이유를 파악하기 힘들고, 설사 이러한 시청

동기들을 파악한다고 해도 별다른 유해 콘텐츠 규제에 대한 정책적 함의를 도출하기 어렵다는 것이다. 특히, 이상의 실용적 동기들은 위 [그림 2-2]가 표현하는 인터넷 개인방송의 주 콘텐츠 중 ‘방송 내용의 시청’을 제외한 나머지 두 유형의 콘텐츠(시청자-BJ 상호작용, 시청자 간 상호작용)를 전혀 설명하지 못하는 단점이 있는데, 개인방송의 유해성과 부정적 파급효과, 그 중에서도 반사회적 행동 모사(模寫), 부적절한 언어 사용 등의 경우는 오히려 이 두 유형의 콘텐츠와 긴밀히 연결되는 측면이 있기 때문에 측정 도구의 보완이 요청된다.

앞서 진술한 것처럼 어린이/청소년 인터넷 개인방송 시청자의 이용실태를 보다 정밀하기 위해 본 연구는 심도 있는 문헌 고찰을 통해 ① 어린이/청소년의 심리적 성향과 ② 개인방송 속 시청자와 BJ의 관계성, 그리고 ③ 개인방송을 함께 시청하고 있는 다른 시청자들과의 관계성에 관련된 연구 변인들을 새로 추가하기로 결정하였다. 나아가 본 연구는 이들 새로운 변인들과 기존 이용 관련 변인들이 어린이/청소년 개인방송 시청자의 서비스 향후 이용에 관한 의사와 유해 콘텐츠에 대한 인식, 그리고 개인방송 규제 필요성에 대한 인식 등과 어떻게 연결되어 있는지를 실증적으로 탐구하고자 노력할 것인데, 위 [그림 2-2]는 그 대강의 모습을 형상화 한 것이다.

제2절 인터넷 개인방송 콘텐츠 유해성 실태 및 관련 인식 - 주요 선행 연구 분석

인터넷 개인방송이 사회적으로 큰 폐해를 끼치고 있다는 사실은 일종의 경험칙(經驗則)으로 널리 인정되는 바이지만, 공중파나 케이블 방송에 비해 상대적으로 소수의 시청자를 대상으로, 별도의 자격을 갖추지 않은 개인이 무작위로 실시간 운영하며, 이미 특정 개인방송 채널에 대한 정보를 갖고 있지 않은 제3자의 접근성이 매우 떨어지는 인터넷 개인방송 자체의 특성상, 그 유해 콘텐츠의 종류나 유해 정도 등에 대한 체계적이고 정밀한 분석은 매우 찾기 어렵다. 이런 의미에서 이하림과 유홍식(2017)이 수행한 유튜브(YouTube) 개인방송 콘텐츠에 대한 분석은 상당한 의미를 지닌다 하겠다. 구체적으로 해당 연구는 유명 BJ가 유튜브에 올린 방송 콘텐츠를 양적으로 내용분

석(content analysis)하였는데 아래 <표 2-2>는 그 주요 내용을 요약한 결과이다.

<표 2-2> 인터넷 개인방송 콘텐츠 내용분석 주요 결과

주요 결과
<ul style="list-style-type: none"> • 약 15%의 콘텐츠만 유해성을 경고하는 문구가 표시되고 성인 인증을 요청하는 콘텐츠는 발견되지 않음. • 개인방송 콘텐츠 1편 당 평균 38회, 1분 당 3.9회의 유해 콘텐츠 발견. • 유해 콘텐츠 중 가장 높은 비율을 기록한 것은 문제 언어(ex. 반말/고성/막말, 인신공격 등) 사용(51.4%) 이고 폭력적 콘텐츠 노출(20.4%), 음란 콘텐츠 노출(15.3%), 기타 반사회적 콘텐츠(ex. 여성 혐오, 성 소수자 편견 등) 노출(13.0%)의 순으로 그 뒤를 이음. • 통계적 엄밀성을 보장하는 결과는 아니나, 대체로 구독자 수가 많거나 중간 수준의 개인방송 콘텐츠에서 유해한 방송 내용이 더 발견됨.

※ 출처: 이하림·유홍식(2017).

비록 앞서 말한 것처럼 상기 이하림과 유홍식(2017)의 연구가 국내 인터넷 개인방송 콘텐츠의 유해성을 다룬 흔치 않은 실증 연구라는 가치를 지니기는 하지만, 해당 연구의 분석 대상이 다수의 개인방송 시청자가 실제 접하는 라이브 스트리밍(live-streaming) 콘텐츠가 아닌, 개인방송 운영자에 의해 2차적으로 편집되고 수정된 콘텐츠라는 점은 분명한 연구의 한계점으로 볼 수 있다. 또한 해당 연구는 수많은 BJ들 중 대중성 측면에서 최상위에 위치한 개인방송 운영자들(예: ‘대도서관,’ ‘로이조,’ ‘김이브’ 등)의 극히 일부 방송 콘텐츠만 분석했기 때문에, 결과의 일반화 가능성(generalizability)에도 다소 문제가 있을 수 있다. 물론 실제 플랫폼에서 생방송으로 진행되는 무수한 인터넷 개인방송 콘텐츠를 제대로 분석하여 의미 있는 결과를 산출하기는 현실적으로 불가능한 측면이 없지 않다는 측면에서 어느 정도 이해할 여지는 있으나, 여전히 해당 연구의 결과들은 본 연구의 핵심 주제인 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠가 어린이와 청소년들에게 얼마나 노출되고 있고, 나아가 어떤 부정적 영향을 미치는가에 대해서는 별 정보를 주지 못한다는 측면에서만 보더라도 다른 방식으로 보완될 필요가 있다고 판단된다.

이런 의미에서 인터넷 개인방송 콘텐츠 측면이 아니라, 그것을 이용하는 청소년들의 입장에서 유해성 수준을 측정한 방송통신심의위원회(2017)의 연구는 어린이와 청소년들에 미치는 개인방송 유해 콘텐츠의 부정적 효과를 억제하고자 하는 정책적 목적에

좀 더 잘 부합하며 따라서 실무적 차원에서 보다 의미 있다고 평가할 수 있다. 구체적으로 해당 연구는, 위 <표 2-2>에서 정리된 것처럼 ① 청소년들이 생각하는 매체별 유해성 수준을 평가토록 하고, ② 유해 콘텐츠에 대한 스스로의 경험을 묻고, 아울러 ③ 기존 유해 콘텐츠 규제방안에 관한 인지(認知) 여부와 그 실효성에 대한 평가, 그리고 개인방송 유해 콘텐츠의 규제 필요성 인식 수준을 설문을 통해 측정하였는데, 이들 변인들은 인터넷 개인방송의 실 사용자인 청소년들이 실제 생각하는 개인방송의 유해성 정도를 나타낸다는 점에서, 보다 정책적 현실에 맞는 결과를 산출하는 장점이 있다 하겠다.

그러나 해당 연구, 그 중에서도 인터넷 개인방송 콘텐츠의 유해성에 연관된 실제 측정 문항을 좀 더 자세히 살펴보면, 여기에서도 약간의 문제점들이 발견된다. 먼저 개인방송의 유해 콘텐츠 이용 경험에 관한 설문 문항의 경우, 해당 질문이 “(유해) 콘텐츠(폭력적, 선정적, 비속어, 모방 위험이 있는 반사회적 행위, 프라이버시 침해)”를 이용한 경험이 있는지를 직접 질문했기 때문에 소위 ‘사회적 바람직성 편향(social desirability bias)’이 문제가 될 수 있다. 특히, 조사 대상이 주의 반응에 훨씬 더 민감한 청소년층이라는 점을 감안하면 이러한 편향성의 위험은 더 커진다고 할 수 있다. 두 번째로, 해당 연구는 인터넷 개인방송 규제 실효성/필요성 인식을 측정함에 있어 단일 문항으로 구성된 타 매체(예: TV, 이슈 동영상, 웹 드라마)와 상대 평가를 이용하였기 때문에 연구 결과가 비교 대상인 타 매체에 대한 규제 실효성/필요성 평가에 어느 정도 영향을 받을 수밖에 없고 인터넷 개인방송 규제에 관한 청소년들의 인식에 대한 보다 자세한 정보를 제공하기는 어렵다는 한계가 존재한다.

제3절 주요국의 인터넷 개인방송 대응 및 논의 현황

1. 인터넷 개인방송 관련 국내법 및 규제 논의 현황

인터넷 개인방송은 ‘OTT(Over-the-Top)’ 서비스의 일종으로 분류될 수 있다. OTT 서비스는 ‘범용 인터넷망(Open Internet)’을 통해 최종 이용자에게 콘텐츠와 애플리케이션을 제공하는 서비스로 정의될 수 있으며(BEREC, 2016), 이는 범용 인터넷망을

통해 매우 다양한 애플리케이션을 제공하는 서비스(예: VoIP, 전자메일, 인스턴트 메신저 및 기타 인터넷 개인방송과 같은 동영상 콘텐츠를 제공하는 서비스)를 포괄하는 다양한 형태의 서비스를 의미한다(이상원, 2018). 따라서 이러한 OTT 정의를 받아들이면 OTT 서비스는 매우 유형과 특징이 다양한 하나의 ‘스펙트럼(spectrum)’으로 이해 될 수 있으며, 인터넷 개인방송도 이러한 다양한 OTT 스펙트럼의 일종으로 이해 될 수 있다.

현재 국내에서 OTT 서비스는 ‘QoS(Quality of Service)’를 보장하는 네트워크에 기반을 두고 있지 않고 있어서 기존의 유료 방송과 매우 유사한 방송 프로그램, VOD 및 기타 유사 방송 서비스를 제공함에도 불구하고 규제 적용에 있어서 기존의 방송 사업자와 다른 규제를 받고 있어서 차별적 규제 이슈가 제기되어 왔다(김재철, 2014). 예를 들어 시장 진입 규제의 경우, 기존의 방송법은 허가 절차에 따라 일정한 자격을 갖춘 사업자에 한해 방송 시장 진입을 허용하고 있으나 OTT 서비스는 ‘부가통신사업’으로 분류되어 신고만으로 시장에 진입할 수 있다(김재철, 2014). 또한, 방송 콘텐츠에 대한 내용 규제의 경우, 기존의 방송 서비스는 방송법 및 방송 심의 규정에 따라 공정성, 청소년 보호 등을 위해 프로그램을 규제하고 있으나 OTT 서비스는 신청이나 이용자 신고가 있는 경우에만 주로 심의가 적용되며, 권역 규제의 경우, 기존 방송 서비스는 지역성 구현을 위해 방송 서비스별로 권역을 설정하고 있으나 OTT 서비스는 범용 인터넷망을 사용하기 때문에 방송구역 개념이 적용되지 않는 상황이다(김재철, 2014).

이러한 OTT 서비스 규제 문제 해결을 위하여 최근에는 수평적 규제 체계 도입에 논의도 진행 중이다. 수평적 규제 체계를 도입하게 되면, 콘텐츠에 대한 편집 통제력이 없는 서비스는 전송 계층으로, 콘텐츠에 대한 편집 통제력이 있는 서비스는 콘텐츠 계층으로 구분되며, OTT 서비스 편집 통제력을 기준으로 분류 될 수 있다. 구체적으로 OTT 서비스 중 전송과 패키징 등 단순히 채널을 모아 상품화하여 전송하는 서비스는 ‘OTT 유형 I’으로 분류되어 전송 계층에 속하게 되고, OTT 서비스 중 편집통제력이 있는 동영상 콘텐츠 사업은 ‘OTT 유형 II’로서 콘텐츠 계층으로 분류될 수 있을 것이며 주로 사회·문화적 규제가 주를 이루게 되며, OTT 서비스 중 편집 통제력이 있으나 영상 콘텐츠 외 기타 콘텐츠를 제공하는 서비스는 ‘OTT 유형 III’으로 구분되어 정보 콘텐츠 사업에 속하게 되며, 다양성, 소수자 보호, 음란물 규제 등 사회·문화적 규제

를 받게 되는 규제에 대한 논의가 진행 중이다(이상원·강재원·김선미, 2018). 이러한 수평적 규제 체계의 분류를 따르게 되면 인터넷 개인방송은 OTT 유형 II에 속하게 되어 경제적 규제보다는 사회·문화적 규제를 받게 될 가능성이 높다.

이와 같이 현행법 상 OTT 서비스의 일종인 인터넷 개인방송은 국내에서 현재 부가통신사업으로 분류되어 ‘방송 서비스’가 아닌 ‘인터넷 서비스’로 규정된다. 즉, 인터넷 개인방송은 <방송법>이 아닌 <전기통신사업법> 및 <정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률>의 적용을 받고 있는데, 이런 연유로 기존 방송에 비해 훨씬 더 법적 규제에서 자유로운 특징이 있는데 그 자세한 내용은 다음 <표 2-3>과 같이 요약될 수 있다.

<표 2-3> 일반 방송 및 인터넷 개인방송 주요 법적 규제 비교

	방송 서비스	인터넷 개인방송
방송의 공적 책임	<ul style="list-style-type: none"> • 공적 책임 의무 부과 • 공정성 및 공공성 유지에 관한 사후 심의 의무 	해당 없음
설립 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> • 허가/승인(방송사업자), 등록(방송채널 사업자) 절차를 통과해야 운영 가능 • 방송사업자의 경우, 특정 자격조건을 갖춰야 운영 가능 • 사후 허가/승인, 등록에 관한 취소 가능 	<ul style="list-style-type: none"> • 단순 신고 절차만으로 누구나 운영 가능 • 사후 제재 수단 없음
등급 분류	<ul style="list-style-type: none"> • 아동 및 청소년 보호를 위한 등급 분류 의무 	해당 없음
방송 편성 및 채널 구성	<ul style="list-style-type: none"> • 방송 편성 및 채널 구성에 관한 법적 규제를 받음 	해당 없음

※ 출처: 최진웅(2016. 07. 01). 인터넷 개인방송의 문제점과 개선 방안. 국회입법조사처 발간 「이슈와 논점」 제1187호.

선행 연구(김윤명, 2016; 방송통신심의위원회, 2017b 등)의 논의에 따르면, 국내 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠를 효율적으로 규제하는데 있어서의 가장 큰 난점은 전술한 것처럼 개인방송이 법적으로 ‘방송’이 아니라는 것이다. 구체적으로 말하면, 인터넷 개인방송은 “텔레비전, 라디오 등의 단말기를 사용하지 않고, 이동멀티미디어 방식도 아니기 때문에 <방송법> 상 방송의 범주에 포함될 여지는 없고... (중략) 방송의 서비스 대상이 일방향적 ‘송신’만 가능한 불특정 다수의 시청자라면, 인터넷 개인방

송의 경우는 송신뿐 아니라 수신도 가능한 이용자 개인이 서비스 대상이 되기 때문에 〈방송법〉에서 규정하고 있는 ‘방송 서비스’로 분류하여 규제하기는 어렵다”는 것이다 (방송통신심의위원회, 2017b, p. 52).

이러한 법적 근거 미비 때문에 인터넷 개인방송의 콘텐츠 규제는 〈방송법〉 제32조, 제33조, 제83조, 제86조 등에 의해 엄정히 규제받는 방송 콘텐츠에 비해 현격히 느슨한 규제를 받는 문제가 있다. 물론 현행법상으로도 인터넷 개인방송은 〈정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률〉, 〈청소년보호법〉 등에 따른 규제를 받지만, 가장 중요한 ‘방송의 공공성’ 책임에서 완전히 자유롭기 때문에 그 규제의 수준은 방송에 비교한다면 매우 허술한 것이 사실이다. 이는 앞서 서술한 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠의 심각한 수준과 그 사회적 해악을 고려한다면 시급히 보완되어야 할 필요가 있다고 할 것이다.

인터넷 개인방송의 콘텐츠 내용 규제의 경우, 〈정보통신망법〉 상 ‘불법정보’, 그리고 〈방통위설치법시행령〉 상 ‘유해정보’에 한해 방송통신심의위원회의 심의 대상이 된다. 원칙적으로 방송통신심의위원회는 심의 결과에 따라 정보 삭제/접속 차단, 이용 정지/해지, 유해정보 표시 등의 조치(‘시정요구’)를 취할 수 있는데, 실제 운영자인 개인방송 BJ 개인들을 직접 겨냥하는 것이 아닌, 인터넷 개인방송 플랫폼 사업자를 대상으로 하는 간접적 규제(‘행정 지도’)라는 측면에서 규제의 효율성을 충분히 담보할 수 없는 약점이 있다(박경신, 2013 등 참조).

조금 더 구체적으로 요약하면, 현행 인터넷 개인방송의 규제는 다음과 같은 몇 가지 이유에서 문제가 된다. 첫째, 실질적으로 ‘방송’의 성격을 지니고 있고 많은 시청자들에게 기존 방송과 비슷한 영향력을 행사하고 있음에서 법적 규정의 미비로 인해 규제 근거가 부족하여 효율적 규제가 어렵다. 둘째, 현행법에 따라 가능한 내용적 규제의 경우, 심의에 따른 처벌이 강제성을 띠지 않고(방송통신심의위원회, 2017b; 이향선·황성기·윤성옥·최우정·허진성, 2014 등 참조) 유해성에 대한 책임이 있는 방송 운영자 BJ 개인이 아닌, 플랫폼 사업자를 대상으로 하는 간접 규제라는 측면에서 효율적 규제가 현실적으로 불가능하다. 첨언하면, 만약 플랫폼 자체에서 문제를 일으킨 BJ에게 제재를 가하려고 해도 그 BJ는 언제든지 다른 플랫폼으로 옮겨 활동을 지속할 수 있기 때문에 결과적으로는 규제가 어렵다는 것이다. 이에 대해 인터넷 개인방송 플랫폼 사업자 쪽에서 사회적 문제를 일으킴으로써 결과적으로는 플랫폼에 사회적/경

제적 손실을 가한 BJ에 ‘구상권(求償權)’을 행사하는 방법 등을 생각해 볼 수 있지만 현재까지 이에 대한 구체적 논의는 없는 상태이다. 마지막으로, 현재 방송통신심의위원회의 인터넷 개인방송 규제는 시청자의 신고와 자체 모니터링을 통해 진행되는데, ① 단 수십 명의 모니터링 인력만으로 날마다 수많은 채널이 생겼다가 사라지고, 누구나 쉽게 방송을 개설하고 시간적 제한 없이 방송을 진행할 수 있는 인터넷 개인방송을 모두 효과적으로 감시하는 것은 불가능하며, ② 시청자 신고를 통한 사후 심의의 경우에도 방송 콘텐츠의 보존 의무 자체가 없는 인터넷 개인방송의 특성상 제대로 된 규제가 어렵고, ③ ‘통신 서비스’로 분류되는 인터넷 개인방송의 특성은 방송 콘텐츠에 비해 훨씬 더 유연하고 느슨한 기준을 적용받기 때문에 결과적으로 효율적 심의 및 규제가 어렵게 된다는 것이다.

2. 해외의 인터넷 개인방송 관련 규제

현재까지 전반적으로 해외 주요국(예: 미국, EU, 일본 등)의 인터넷 개인방송 규제는 자율 규제 쪽으로 큰 방향을 잡고 있는 것으로 보인다. 미국의 경우, 인터넷 유해 콘텐츠는 주로 <통신품위법(Communication Decency Act)>에 의해 규율되는데, 어린이 및 청소년(18세 이하)에게 인터넷을 통해 유해 콘텐츠(예: 음란물)를 게시하거나 전송하는 행위를 금지하고 위반 시 처벌하는 것을 주된 골자로 하고 있으나(서순복, 2010; 송은지, 2013 등 참조), 엄밀히 말해 이는 포르노그래피(pornography) 등 유해 콘텐츠의 상업적 유통을 처벌하는 목적에 가깝지 일반 개인의 방송 콘텐츠에 대한 내용 규제와는 실질적으로 다소 거리가 있다 할 수 있다. 한편, 일본 우정성은 지난 2010년 ‘통신방송융합시대의 정보통신정책에 관한 간담회’에서 비록 법적 규제에 관한 가능성은 남겨 놓긴 했지만 기본적으로는 자율 규제를 주축으로 하는 규제 방향 로드맵을 제시한 바 있으며(콘텐츠진흥원, 2010), 현재에도 이에 따르는 방향으로 정책을 수립/실행하는 추세로 판단된다.

EU의 경우, 윤성옥(2017)에 따르면, 미디어 규제는 수평적 규제 체계를 도입하여, ① 전송 규제와 콘텐츠 규제를 구분하고, ② 자유와 다원주의를 이상(理想)으로 삼으며, ③ 공익 보호를 경제와 문화적 관점과 조화롭게 연결시키는데 초점을 맞추고 있다.

최근에 독일의 경우 〈소셜 네트워크 관련 법 집행 개선법(Network Enforcement Act, “NetzDG”)〉 통과를 통해 페이스북이나 트위터와 같은 인터넷 서비스 사업자에게 자신의 서비스 안에서 유통되는 가짜 뉴스와 혐오 발언 등에 대해 이용자 신고를 접수 받고 빠르게 삭제할 의무를 부과하여 이를 따르지 않을 경우 최대 5,000만 유로의 벌금을 부과 있는 인터넷 사업자에 대한 강제 규정이 통과되긴 하였으나, 이는 유대인 학살 등의 역사적 과오 탓에 특정 집단에 대한 증오 범죄에 민감한 독일의 특수성이 반영되었다는 평가가 지배적이며(황용석 · 권오성, 2017), 인터넷 개인방송 자체에 대한 규제 사례가 아니라는 한계를 지닌다.

따라서 EU의 경우, 언급한 수평적 규제 체계의 원칙이 최근의 인터넷 개인방송의 예에도 그대로 적용되고 있다면, EU의 인터넷 개인방송 규제는 미국 등 다른 서구 주요국처럼 자율 규제를 위주로 논의가 진행되고 있다고 볼 수 있다. 실제로 아래 〈표 2-4〉는 미국, 유럽 각국, 일본 등 선진국들이 운영하고 있는 인터넷 자율 규제 모형을 유형별로 정리한 것인데, 다소의 차이는 있어도 전반적으로 자율 규제 기구 중심의 규제를 추진/실행하고 있다는 점을 쉽게 알 수 있다.

문제는 인터넷 방송에 관한 해외 규제에 대한 논의가 분절적으로(in a fragmented fashion) 존재할 뿐만 아니라, 인터넷 개인방송에 정확히 초점을 맞춘 제도 연구는 매우 찾아보기 힘들다는 것이다. 이는 기본적으로 인터넷 개인방송이 각광을 받기 시작하고, 뒤이어 그 사회적 폐해가 우려되기 시작한 시점이 불과 몇 년 되지 않았기 때문에 그에 대한 각국의 입법/제도적 통제가 본격적으로 논의되지 시작한 지도 얼마 되지 않았기 때문이지만, 동시에 이에 대한 학술 차원의 체계적 검토 역시 이슈의 중요성에 비해 부족한 것도 사실이라는 점에서 마땅히 제고될 필요가 있다.

〈표 2-4〉 해외 인터넷 자율규제 모형

	자발적 자율규제	부분위임 자율규제	완전위임 자율규제
정부 개입	—	법률적 승인/관리/감독	법률적/정책적 승인
자율규제 기구의 법률적 위상	—	법률적 지위	법률적 지위 또는 그에 준하는 제도적 협력 지위
기구 운영	다양	이사회 (정부 인사 포함 가능)	이사회
해당 국가	미국	프랑스 (FDI)	영국, 독일, 일본, 프랑스(AFA)

※ 출처: 김유향(2016, 06, 23), “해외 인터넷 자율규제의 동향 및 시사점”, 한국인터넷자율정책기구(KISPO) 저널 제23호에서 발췌/요약.

3. 해외의 인터넷 개인방송 규제 사례 - 싱가포르의 인터넷 개인방송

중국에서는 인터넷 개인방송, 특히 실시간 방송(live-streaming)은 매달 1억 명에 달하는 시청자를 추산할 정도로 수십 억 규모의 산업으로 이미 큰 성공을 거두고 있다 (Lavin, 2018). 중국계 시민이 전체 국민의 과반 이상을 차지하고 있는 싱가포르의 경우도 상황은 비슷해서, 인터넷 개인방송의 인기는 나날이 높아져 가고 있으며 그에 따라 관련 시장도 상당한 성장세를 보이고 있는 것이 현실이다.

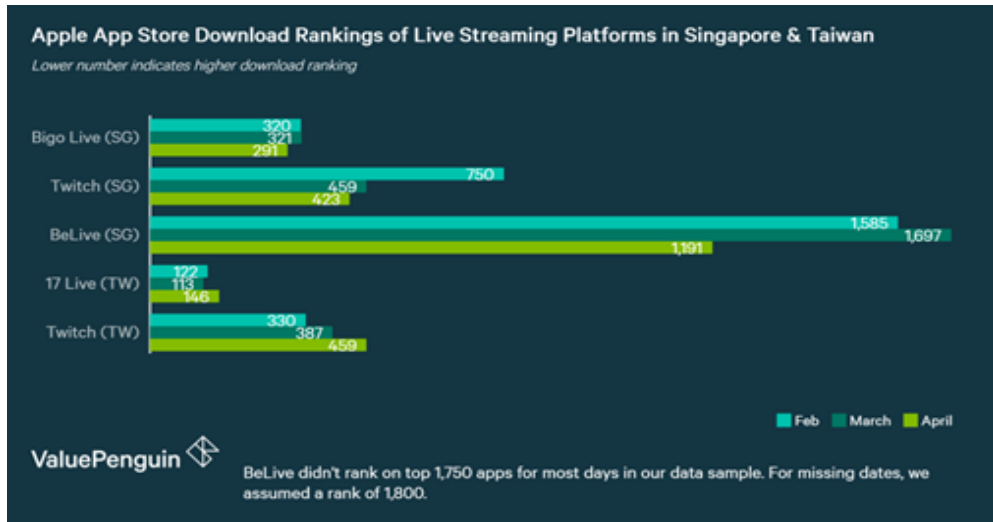
싱가포르 정부는 방송 미디어 산업과 내용 규제에 정보통신부(Ministry of Communications and Information: MCI)를 통해 적극적으로 개입하는 편이다. 기본적으로 싱가포르는 정보통신부를 통해 미디어를 포함한 정보통신(Information and Communication Technology, ICT)과 방송과 관련된 정책과 규제를 담당한다. 특히, MCI의 산하기관인 정보통신미디어개발청(Infocomm Media Development Authority, IMDA)은 혁신적인 정보통신 기술개발과 정보통신 산업의 경쟁을 촉진하고 미디어 산업의 규제를 담당한다. 정부의 최고 정보관리기관으로 IMDA는 1994년에 제정된 방송법(Singapore Broadcasting Act)에 따라 포함된 방송을 시행하고 있고, 2002년에 제정된 <미디어개발청법(Media Development Authority of Singapore Act)>에 의거하여 방송 사업의 면허, 방송 장비 면허, 주파수 대역 할당, 그리고 방송 표준 지정과 관련된 규제와 감독 등을 담당하고 있다.

IMDA의 또 다른 중요한 역할은 어린이와 청소년을 유해 미디어 콘텐츠를 보호하기 위한 내용 규제를 담당하는 것이다. 예를 들면, IMDA는 소비자가 미디어 콘텐츠에 대한 선정성과 폭력성 등과 같은 유해한 내용에 대한 정보를 알고 그 콘텐츠를 이용하도록 콘텐츠 등급제 기준을 미디어 서비스사업자에게 강제한다.

아래는 싱가포르의 인터넷 개인방송의 현황, 그에 대한 사회적 논란과 우려, 싱가포르의 방송 미디어 규제 시스템, 그리고 현지에서 미디어 법 전문가와 업계 및 학계 전문가들의 인터뷰와 자문을 거쳐 인터넷 방송에 대한 여러 시각들을 정리한 내용이다.

1) 싱가포르의 인터넷 개인방송 개관

싱가포르에서 일반적으로 알려진 인터넷 개인방송의 정의는 “실시간으로 생중계 되는 영상을 시청자들에게 인터넷으로 전송하는 방송(the broadcasting of real-time, live video to an audience over the Internet)”로 정리된다. 세계 유수의 국가들과 마찬가지로 싱가포르에도 지난 수년 간 인터넷 개인방송은 자신의 사(私)적인 삶을 불특정 다수에게 노출시킴으로써 온라인을 통해 사회적 관계를 맺는 새로운 방법으로 각광받아 왔고, 지금도 각광받고 있는 것이 사실이다. 선행 연구(Harrison, 2017)에 따르면 아시아에서 인기를 끄는 인터넷 개인방송 플랫폼은 ‘가상 소비(virtual spending)’나 ‘선물 주기(gifting)’ 등 별도의 상호작용 기능을 추가해서 즉각적인 유저 간 연결 욕구를 자극한다는 점에서 이들 아시아의 개인방송 플랫폼들은 유튜브 등 서구의 다른 플랫폼들과 일반적으로 다른 특성을 지니게 되는데, 이는 다시 필연적으로 인터넷 개인방송의 선정성 강화로 이어지기 때문에 문제가 된다 할 수 있다. 즉, 앞서 언급한 소위 ‘가상 선물(virtual gifts)’ 시스템은 어떤 개인방송의 시청자들이나 그 개인방송 진행자의 ‘팬’들이 현금으로 사서 그들에게 주는 선물이 더 많을수록 인터넷 개인방송 진행자들(live-streamers)이 환전을 통해 더 많은 수익을 올리는 구조이기 때문에, 개인방송 진행자들의 입장에서는 자신의 이익을 위해서 방송 내용 측면에서 혹은 그 외 측면에서 더 자극적이고 선정적인 내용을 노출시킴으로써 사람들의 눈길을 끌려 노력하게 되기 때문이란 것이다. 이는 앞서도 여러 번 언급된 우리나라의 대표적 개인방송 플랫폼, 아프리카 TV의 사례와 거의 똑같은 것으로 이해할 수 있겠다.



[그림 2-3] 인터넷 개인방송 어플리케이션 다운로드 순위 (싱가포르 및 대만)

※ 출처: Kang (2018).

보다 구체적으로, 싱가포르에서 현재 가장 인기를 끄는 토착 인터넷 개인방송 플랫폼을 꼽는다면 ‘비라이브(BeLive)’와 ‘비고 라이브(Bigo Live)’를 대표적으로 들 수 있다. 먼저 비라이브는 2017년 3월에 서비스를 개시했으며, 2018년 10월 현재 50만 명의 등록 사용자(registered users)를 보유하고 있고 사용자 중 60% 정도가 싱가포르 국적을 가진 사용자로 추산되고 있다(Ng & Grosse, 2018). 이어 비라이브의 주요 사업 경쟁자로 꼽히는 비고 라이브는 최근 서비스 가능 지역을 20개 국 이상으로 늘리며 국제적으로 성장하고 있으며, 특히 동남아시아 지역에서 강하게 선호되고 있는 인터넷 개인방송 플랫폼이다. 비고 라이브는 지난 2016년 처음 설립되었으며 2018년 10월 현재 전 세계적으로 2억 명 가량의 등록 사용자를 보유하고 있는 것으로 추산된다. 가장 최근에 비고 라이브는 대규모 펀딩(series D funding)을 통해 중국에서 가장 큰 규모의 인터넷 개인방송 어플리케이션(live-streaming app) ‘와이와이(WY)’가 그 최대 주주로 등극하는 변화를 겪은 바 있다(Lee, 2018). 특히 싱가포르의 경우, 비고 라이브는 인용 가능한 특별한 다른 관련 통계는 없지만 2018년 2월에서 3월까지의 애플 앱 스토어(Apple app store) 다운로드 기준으로는 최다 다운로드 수를 기록하여 싱가포르의 가장 대중적인 인터넷 개인방송 플랫폼으로 이미 자리 잡았다(Kang, 2018).

우리나라의 경우와 마찬가지로 싱가포르의 개인방송 콘텐츠는 공부 방송(예: 학교 숙제 해결), 뷰티 방송(예: 메이크업, 패션 코디), 음악 방송, 기타 오락 방송 등 주제가 매우 다양하다(Harrison, 2017). 이러한 보통의 개인방송 콘텐츠 외 싱가포르에서는 가장 최근 전자 상거래(e-commerce)와 실시간 경매(live-bidding)를 소재로 한 방송이 급격히 인기를 얻고 있는 것이 또 하나의 특징이다. 지난 몇 년 간, 싱가포르 개인들과 기업들에서는 유명 개인방송 플랫폼 ‘페이스북 라이브(Facebook Live)’를 통해 옷, 전자기기, 심지어 해산물까지 거의 모든 종류의 상품을 파는 것이 유행이 되어 왔는데, 여기에 ‘실시간 경매’가 지난 2017년 경부터 새로운 요소로 추가되기 시작한 것이다. 현재 ‘그런지 경매(Grunge Bidding)’, ‘몹큐브(MobCube)’, ‘홍 행 모바일 옥션(Hong Heng Mobile Auction)’, ‘라이브 비드 윈(Live Bid Win)’, ‘에스지 옥션 하우스(SG Auction House)’ 등 많은 온라인 상거래 업체가 이러한 실시간 경매 서비스를 지원하고 있는데(Ellis, 2017), 이들은 주로 페이스북 라이브를 경매를 위한 플랫폼으로 사용하며 경우에 따라서는 경매에 참여하는 시청자 수가 순식간에 수백 명으로 불어날 정도로 인기를 자랑하고 있다(Lin, 2017). 가장 최근에는 이른바 ‘에스-훅 판매원(S-hook sales lady)’으로 잘 알려진 리린 여오(Lerine Yeo)가 자신의 의류 브랜드 ‘미스호퍼 부티크(Misshopper Boutique)’의 판매처로 페이스북 라이브를 택해 큰 유명세를 얻기도 했는데, 페이스북 라이브 방송을 통해 많은 시청자들로부터 창의적이고 재미있으며 진실성이 있다는 평가와 함께 100여 벌에 이르는 검정 블라우스를 단 15분 만에 매진시키기도 했다(Tai, 2018). 이러한 그녀의 에스 훅 바이럴 동영상(viral video)은 2백만에 이르는 시청 수(views)와 1만 1천여 개의 ‘좋아요(Likes)’, 그리고 3만 4천 번의 공유 수를 기록하는 등 큰 성공을 거두었다(Ng, 2018).

이상의 직접 수익에 관계되는 측면 외에도 인터넷 개인방송 플랫폼을 통한 판매자와 소비자의 긴밀한 관계는 보다 긴밀하고 끈끈한 관계로 이어지는 동력이 되기도 한다(Chan, 2017; Tai, 2018). 가령, 소비자는 동영상 스레드(video thread)에 댓글을 달면서 구매를 타진하기도 하고, 반대로 판매자는 이렇게 호의를 보이는 자신의 시청자들에게 종종 싱가포르식 영어(Singlish)를 쓰는 등, 정감어린 말투로 친근하게 반응하여 좋은 관계를 유지하는 것이 대표적이다. 또 시간이 지남에 따라 판매자들은 그들의 단골 고객을 단순한 거래 대상이 아니라 개인적 우정의 대상으로 인식하게 되는데,

이는 흥미롭게도 인터넷 개인방송의 오락적 요소와 유명세가 혼합되어 다시 전자 상거래의 새로운 지평을 여는 계기가 된 사례라 할 것이다. 또한 이러한 인터넷 개인방송의 특징은 개인방송의 ‘오락성’과 ‘중독성’이라는 본질적 특성이 얼마나 강한 힘을 발휘할 수 있는가를 보여주는 대표적 예로 볼 수도 있을 것이다. 특히, 인터넷 개인방송이 방송 광고로 상징되는 기존 마케팅 캠페인과 달리, ‘개인’이 직접 방송을 한다는 순수성 또는 진실성(authenticity)으로 무장되어 있고, 커뮤니케이션과 디지털 마케팅 분야의 여러 전문가들에 따르면 바로 이러한 순수성 혹은 진실성이야말로 청중들로부터의 ‘진짜(genuine)’ 상호작용을 이끌어내는 이유가 된다는 평가를 받고 있다는 사실을 감안한다면(Tai, 2018) 인터넷 개인방송의 가치는 더 크다 하겠다.

2) 싱가포르의 인터넷 개인방송의 문제점

싱가포르에서 인터넷 개인방송이 처음 인기를 끌던 지난 2016년 무렵부터 개인방송의 ‘관음증적 특성(voyeuristic nature)’은 점차 더 명명백백 드러나고 있다(How, 2016). 예컨대, 인터넷 개인방송의 시청자들은 방송을 보거나 방송 진행자들(streamers)과 사회적으로 교감하고 소통하는 것 외에도 그들에게 댓글을 통해 특정한 행동이나 말을 하라고 요구할 수 있다. 가령, 스트리머에게 춤을 추라고 요구한다든지 원하는 노래를 부를 것을 시킨다든지, 특정 신체 부위의 노출을 강요한다든지 하는 것은 그리 어렵지 않게 개인방송에서 찾아 볼 수 있는 일이며, 심지어는 전술한 가상 선물의 기부를 댓글로 스트리머의 개인적 신상이나 연락처를 요구하는 일도 왕왕 일어난다. 이러한 인터넷 개인방송만의 독특한 문화는 자연스럽게 개인방송을 통해 자신의 관음증적 욕구를 만족시키고자 하는 시청자들의 잘못된 행태를 더욱 부채질하게 되는데, 그 중에서도 10대 여성 스트리머들의 경우에 가장 문제가 된다. 예를 들어, 2018년 10월 초, 싱가포르의 주요 뉴스 채널인 ‘채널 뉴스 아시아(Channel News Asia)’의 고발 프로그램인 ‘인사이드(Insider)’가 제보를 받아 보도한 바에 따르면, 18살인 한 소녀 제보자의 10살 먹은 조카 하나가 인터넷 개인방송에서 스트립쇼 하는 내용을 아무렇지 않게 시청하고 있는 것을 보면서 경악한 적이 있을 정도로(Ng & Grosse, 2018), 싱가포르에서도 인터넷 개인방송의 선정성이나 반사회적 방송 내용은 이미 큰 사회적 논란을 불러일으키고 있는 실정이다. 더구나 싱가포르의 이러한 개인방송 어플

리케이션들은 종국적으로 미성년자의 성적 착취를 위한 도구로 사용될 수 있어 더욱 문제로 여겨지고 있다. 즉, 먼저 인터넷 개인방송을 통해 친구가 되어 어떤 감정적 연결고리를 만들어 놓은 다음, 미성년자들의 경계가 누그러짐을 틈 타 성적으로 그들을 이용해 자신의 욕망을 채울 수 있다는 것이 그 요지다(Kajai & Pasakorn, 2016). 또한 성 범죄자 혹은 잠재적 성 범죄자가 거액의 기부를 통해 10대 개인방송 스트리머들과 현실에서 실제로 만날 것을 끈질기게 요구하고 미성년자 스트리머들이 그 요구에 응할 경우, 더욱 끔찍한 사태로 이어질 수 있다는 점도 간과해서는 안 될 것이다.

언급한 성적으로 문란하고 논란이 되는 내용(예: 음담패설, 특정 신체 부위에 대한 부적절한 언급 등) 외에도 인종차별이나 특정 대상에 대한 비하적 표현(derogatory remarks) 역시 매우 흔하게 감지된다. 인터넷 개인방송이 실시간으로 진행되기 때문에, 이러한 부정적/반사회적 개인방송 내 메시지들은 통제가 어렵고 일단 발화(發話)되면 마치 산 정상에서 내려오는 눈덩이가 내려올수록 더 큰 눈덩이로 바뀌는 것처럼 또 다른 부정적인 메시지 - 더 강하고 더 직접적으로 공격하는 메시지를 낚는 악순환을 불러오기 때문에 주의가 요청된다. 인터넷 개인방송의 이러한 특성은 페이스북 같은 다른 SNS에서 사람들이 또 다른 누군가의 댓글에 반응하기 위해선 약간이라도 더 시간이 필요하고 자연히 인터넷 개인방송의 즉각적인 반응과 달리 자신의 메시지를 스스로 통제하기가 상대적으로 쉽다는 점과 대비되는 부분이라 하겠다(Kajai & Pasakorn, 2016).

3) 싱가포르의 방송 규제 시스템

싱가포르의 ‘IMDA(Infocomm Media & Development Authority)’는 싱가포르 법에 의해 설립된 정부의 정보통신부(Ministry of Communications and Information: MCI) 산하 미디어 규제 기구이다. IMDA는 “소비자의 이익 보호와 친기업적 규제 촉진이라는 정책 목표 아래, 디지털 컨버전스 시대의 정보 서비스와 미디어 부분을 효과적으로 규제하는 것을 그 주요 설립 목표로 삼는다(IMDA, 2018). 지난 몇 년간 IMDA는 자신의 정책과 현행 규제 제도를 내부적으로 다시 개정하고 검토해 왔는데, 이는 나날이 발전하고 있는 미디어 기술의 발전상을 규제 정책에 반영하고, 미디어 기업의 지속 성장을 위해 규제 당국과 관련 업계가 함께 참여하는 이상적인 ‘공동

규제(co-regulation)’ 모형을 만들어내기 위해서였다. 물론, IMDA의 또 다른 중요한 역할은 공중의 이익과 복지를 지키는 신뢰받는 번견(番犬)으로서의 임무를 다하는 것이고, 그 중에서도 어린이와 청소년을 유해 미디어 콘텐츠로부터 보호하기 위해 ‘콘텐츠 등급제 기준(content classification standards)’을 강제함으로써 미디어 소비자가 정부가 제공하는 미디어 콘텐츠에 대한 정보를 잘 알고 있는 상태에서 미디어를 이용할 수 있도록 끊임없이 노력하고 있다(IMDA, 2017).

보다 구체적으로, 싱가포르의 전통적 방송(예: TV)은 ‘싱가포르 방송법(Broadcasting Act) (Cap. 28)’의 규제를 받으며 IMDA가 발급하는 방송 허가증(broadcasting licence) 없이는 싱가포르 내에서의 혹은 싱가포르로부터의(broadcasting service in or from Singapore) 방송 서비스 제공이 불가하고, 모든 허가 사업자는 미리 약정한 ‘방송 규약(Codes of Practice)’을 준수하여야 한다(Broadcasting Act, 2012). 싱가포르 ‘TV 서비스 방송 콘텐츠 규약(Content Code For Nationwide Managed Transmission Linear Television Services)’는 기본적으로 “싱가포르 방송법에 의해 허가된 방송 사업자에 의해 제공되는 방송 서비스는 공중의 이익과 질서, 국가 차원의 조화, 그리고 높은 기준과 품위 유지에 반하거나 해가 되서는 안된다(programmes on such services offered by service providers licensed under the Broadcasting Act (Cap. 28) are not against public interest or order, or national harmony, or offend good taste and decency)”고 규정하고 있다(IMDA, 2018). 한편, 콘텐츠 규약 제5장에 따르면 싱가포르의 인종 및 종교적 조화와 사회 규범들과 가치는 다른 무엇보다도 우선시 되어야 한다고 규정되어 있으며, 제7장은 방송을 통해 송출되는 방송 콘텐츠는 등급제(ratings ranging from G to R21)의 대상이 되며, 그 분류 방법으로는 주제, 폭력성, 노출(nudity), 성 행위, 언어 표현, 약물(마약) 사용, 공포 등 총 7개의 주요 기준을 사용함을 명시하고 있다(IMDA, 2018).

비록 싱가포르 IMDA가 기존 방송이나 공중에게 송출되는 다른 미디어 서비스에 대해 매우 엄격한 규제 제도를 시행하고 있지만, 인터넷 개인방송을 필두로 하는 새로운 방송에 대해서는 아직 능동적으로 규제하고 있지는 못하다. 기본적으로 IMDA의 인터넷을 통해 유통되는 콘텐츠 규제 방안에 대한 접근법은 “싱가포르의 (사회적) 우려를 사는 콘텐츠 규제, 즉 공공의 이익이나 인종 및 종교적 가치를 저해하는 행위,

포르노그래피 그리고 아이들과 청소년에 유해한 내용(content issues of concern to Singapore, such as those relating to public interest, race, religion, pornography and content harmful to children)“을 규제하는데 그 초점이 맞춰져 있다(IMDA, 2017). 이런 의미에서 지역 인터넷 서비스 사업자들(local Internet Service Providers)은 싱가포르 공동체나 국가적 이익 측면에서 저속하고 유해한 콘텐츠로 대부분이 채워진 웹 사이트들에 대한 대중의 접속을 제한할 의무를 강제받게 된다(IMDA, 2017). 나아가 ‘인터넷 규약(Internet Code of Practice)’에 따라 “사업 허가를 받은 사업자는 누구나, 금지된 유해 콘텐츠가 인터넷을 통해 싱가포르 내 이용자들에게 유통되는 것을 막기 위해 최선의 노력을 경주해야 하는(a licensee shall use his best effort to ensure that prohibited material is not broadcast via the Internet to users in Singapore)” 의무를 지닌다(IMDA, 2016). 그러나 다른 편으로는, IMDA는 “개인이 온라인 콘텐츠나 개인 커뮤니케이션에 참여하는 것을 제한하거나 모니터링하지는 않는다는 사실(does not restrict or monitor individuals’ access to online content or personal communications)”을 언명하여 개인의 자유로운 미디어 이용도 보장하고 있다(IMDA, 2017).

4) 싱가포르의 인터넷 개인방송 규제에 관한 논의들

다른 모든 나라와 마찬가지로 싱가포르에서의 인터넷 개인방송 규제 요구와 그에 대응하는 정부의 정책적 대안 마련의 문제는 결국 누가 부적절한 방송 콘텐츠에 대한 책임을 져야 하는가의 문제로 귀결된다. 싱가포르 유명 변호사 칼코 로우(Kalco Law)는 이를 전화와 괴롭힘(harassment)의 비유를 들어 설명하였는데, 요약하면 ‘누군가 전화로 다른 누군가를 괴롭혔다면 과연 전화를 비난할 수 있을 것인가 혹은 비난하는 것이 온당한가?’ 정도로 이해할 수 있겠다. 이를 인터넷 개인방송의 문제로 치환하면 개인방송을 통해 유통되는 각종 유해 콘텐츠의 규제를 위해 매체(전화기)인 개인방송 자체에 대한 규제를 가하는 것이 과연 옳으냐의 문제가 제기 될 수 있을 것이다.

바로 이런 맥락에서 현재 싱가포르 당국은 어떠한 소셜 미디어 어플리케이션에도 유해성을 이유로 규제를 가하지는 않고 있다. 이는 앞서의 예에서 전화기가 아니라 전화를 걸어 타인을 괴롭힌 사람이 문제라는 시각과 일맥상통할 것이다. 실제로 앞서의

예에서, 싱가포르에서는 ‘괴롭힘으로부터의 보호 법(Protection from Harassment Act)’에 따라 SNS를 통해 타인을 괴롭힌 행위자에 대해 최대 5,000 싱가포르 달러(SGD)의 벌금과(또는) 최대 6개월까지의 수감이 가능하도록 매체 규제가 아닌 행위자 규제를 시행하고 있다(Kajai & Pasakorn, 2016).

한편, 인터넷과 같은 세계적이고 국경이 없는 매체를 규제하는데 현실적으로 많은 장벽이 있음을 인지하고 싱가포르 IMDA에서는 총 3단계에 거친 인터넷 규제를 시행하고 있다(IMDA, 2017). 이 규제에는 정부 및 업계는 물론 시민 사회(공중) 역시 참여하는 것이 독특한 특징이다. 우선 IMDA는 낮은 수준의 규제 단계로 ‘방송 허가에 관한 고지(Broadcasting (Class Licence) Notification)’를 실시하는데, 이에 따르면 인터넷 콘텐츠 사업자들(Internet Content Providers, ICPs)과 인터넷 서비스 제공 사업자들(ISPs)은 “싱가포르의 가치를 해하거나 싱가포르 공동체 입장에서 유해하고 저속한 콘텐츠들을 명시한 인터넷 등급 허가 조건과 인터넷 규약에 순응하며 그러한 콘텐츠들을 감시할 것을 전제로 서비스 제공을 허가 받았다고 간주된다(deemed automatically licensed and have to observe and comply with the Internet Class Licence Conditions and the Internet Code of Practice, which outlines what the community regards as offensive or harmful to Singapore)” (IMDA, 2017). 두 번째로 인터넷 콘텐츠 업계는 “자신들이 송출한 콘텐츠에 대한 사회적 책임을 지며 부적절한 콘텐츠에 대한 자율 규제를 수행할 것을 종용받고(encouraged to self-regulate and be socially responsible for their content)” 콘텐츠 제공 사업자들은 보다 나은 콘텐츠 생태계 구축을 위한 ‘업계 자율 규약(industry codes of practice)’을 수립하고 준수하여 현존 인터넷 콘텐츠 규제의 허점을 스스로 보완할 것을 요구 받는다(IMDA, 2017). 마지막으로 IMDA는 미디어 문맹(media literacy) 개선과 대중 교육을 통한 사이버 웰빙(cyber wellness) 추구가 온라인 이용자들의 책임 있고 의식 있는 매체 이용의 핵심이 됨을 인지하며, 이 목표들을 추구하기 위한 일환으로 ‘미디어 리터러시 협의회(Media Literacy Council)’와 ‘(정부 부처간 사이버 웰빙 추구 위원회)’ 등과 같은 조직을 운영하고 있다(IMDA, 2017).

보다 실무적 차원에서, 인터넷 상의 선정성과 인종차별적 발언에 대응하는 의미에서 인터넷 개인방송 플랫폼들은 그러한 유해한/반사회적 콘텐츠를 걸러내어 제거하기 위

해 여러 조치들을 취하고 있다. 예를 들어, 비라이브는 사용자들에게 개인방송 콘텐츠 중 무엇이 적절하고 무엇이 부적절한지를 고지하는 노력들을 취하고 있다. 플랫폼 운영자들은 매일 24시간 동안 개인방송 콘텐츠를 모니터링하고 있으며 자체 방송 규정을 어긴 방송 진행자들에게 최대 영구 정지라는 강력한 규제를 가하고 있다. 또한 인력에 의한 감시 외에도 비라이브는 ‘이미지 인식 기술(image recognition technology)’을 사용하여 성적 노출을 감지하고 있는데, 가령 피부색에 대한 태그(tag)가 있다고 하면 자동적으로 플랫폼 운영자에게 알리는 방식을 채택하고 있다(“Here’s What You Missed At Content Summit 2017”, 2017). 이와 비슷하게 비고 라이브 역시 24시간 상시 감시 체제를 운영하고 있으며, 별도로 인공지능(artificial intelligence)를 사용한 모니터링 시스템도 운영하고 있다. 비고 라이브의 발표에 따르면 해당 시스템은 부족한 인력에도 불구하고 전체 96%에 달하는 부적절한 방송 콘텐츠를 걸러낼 수 있다고 한다(“BIGO Technology to Drive Its R&D Centre”, 2018). 이러한 검열 시스템 가이드라인의 일환으로 비고 라이브는 사용자들에게 부적절한 방송 콘텐츠를 방송으로 내보낼 경우, 그들의 계정이 일시 정지되거나 영구 이용 금지가 될 수 있다는 점을 시스템 상에서 고지하고 있다. 아울러 비고 라이브의 대변인은 그들의 유해 콘텐츠 검열 인력들이 비고 라이브의 자체 규정을 어기거나 소아 성애와 같은 부적절한 이미지가 방송 콘텐츠에 포함되는 등 부적절한 방송 콘텐츠가 비고 라이브측으로 제보될 경우, 방송 송출자의 계정을 삭제할 것이라 최근 공표한 바 있다. 또한 비고 라이브는 전화 IP 식별자(phone IP Identifier)를 사용, 반복적으로 유해 콘텐츠 방송으로 제재 받은 사용자는 아예 어플리케이션 자체에 접속이 불가하도록 조치할 계획이다(Tay, 2017). 이러한 인터넷 개인방송 플랫폼들의 강력한 규제는 주로 게임 실시간 방송을 콘텐츠로 다루는 트위치 등 다른 방송 플랫폼 역시 마찬가지로 시행하고 있으며, 트위치의 경우는 실제로 한 사용자(@KiaraaKitty)가 인종차별적 행위로 오해할 수 있는 소지가 있는 발언을 했을 때 “증오 행동(hateful conduct)”이라는 명목으로 무려 30일 간의 개인방송 금지 제재를 부과하기도 했다(Kiaraa Kitty, 2018).

5) 소결 및 싱가포르의 전문가 의견

결론적으로 인터넷 개인방송은 새롭고 처녀지적 성격을 띠며 날 것 그대로인 상태의 매체라고 평가할 수 있다. 비록 이미 싱가포르 내에서도 몇 번의 성적인 차원에서의 비행이나 기타 관련된 부정적 일화들이 있기는 하지만 앞으로 어떻게 싱가포르의 인터넷 개인방송 문화가 변해갈지는 정부와 관련 기업, 그리고 시민들의 관심과 노력에 따라 결정될 가능성이 크다 하겠다. 이러한 의미에서 싱가포르의 인터넷 개인방송 어플리케이션들은 내·외부적으로 부여된 방송에 대한 사회적 책임 의식을 견지한 상태에서 다른 나라들에 비해서는 훨씬 더 강한 강도의 방송 내용 규제를 자체적으로 실시하고 있다. 또한 잊지 말아야 할 것은 비록 여러 여건의 미비로 인해 아직 싱가포르 정부의 직접적인 개인방송 규제는 시행되지 않고 있지만, 이미 언급하였듯 싱가포르 안에서도 인터넷 개인방송의 유해성에 대한 사회적 우려는 점점 더 깊어지고 있고 이에 따라 정부 차원의 보다 강력한 규제 역시 점차 가시화되고 있다는 점에 주목할 필요가 있을 것이다.

이런 의미에서 본 조사는 싱가포르 미디어 법 학계 전문가(Prof. Ang Peng Hwa)와 방송 규제 관련 전문가(Dr. Mark Cenite) 2명으로부터 간단한 의견을 청취하였다. 비록 이러한 의견이 이미 확정된 사안이 아니라 어디까지나 전문가 개인의 의견이고 우리 사례에 직접 적용하기는 다소 무리가 있다 하더라도 방향을 전혀 잡지 못하고 있는 인터넷 개인방송의 유해성 규제에 어느 정도는 시사점을 던져 줄 수 있다는 의미에서 나름의 의의를 찾을 수 있겠다. 아래 내용은 연구자들이 인터뷰 발췌한 내용을 정리한 것이다.

질문자: 싱가포르 방송 서비스에 대한 법률 조항과 규제 제도는 어떤가요? 예를 들어, 방송의 공적 책임(public accountability)과 진입 규제(entry restrictions), 콘텐츠 내용규제 같은 규제에 대해 말씀해 주시면 감사하겠습니다.

Ang: 전통적 방송 서비스 같은 경우는 ‘방송법(Broadcasting Act, BA)’에 의해 규제됩니다. 방송법에 따르면 싱가포르 IMDA에 의해 허가받지 않은 사업자는 싱가포르를 대상으로 하거나 또는 싱가포르 내에서 허가가 필요한 어떠한

방송 서비스(any licensable broadcasting service)도 제공하지 못하게 되어 있습니다. 또 여기서 말하는 ‘방송 서비스’란 방송 신호가 적절한 수신 및 송신 장비를 가진 개인들에 의해 전송되는 서비스를 지칭하는데, 허가가 필요한 방송 서비스들의 대표적 예시로는 무료(free-to-air) 라디오나 TV 그리고 유료 라디오와 TV를 들 수 있습니다. 방송법 하에서, IMDA는 프로그램과 광고의 방송 가능 기준을 명시한 방송 규약을 준수하고 그 여부를 감독할 수 있는 권리를 부여 받았습니다. IMDA는 다양한 방송 규약을 명시하고 이를 지키도록 강제하는 역할을 하는데, 그 대상은 라디오와 TV 뿐 아니라 유료 TV 서비스도 포괄합니다. IMDA 방송 규약의 핵심은 방송을 통해 대중에게 노출되는 프로그램들의 내용에 공공의 이익이나 질서, 국가적 안정성이나 조화, 기타 사회의 바람직한 기준이나 품위를 해치는 어떠한 콘텐츠도 포함될 수 없도록 규제하는 것이라 말씀 드릴 수 있습니다.

Cenite: 전통적 방송 매체의 진입 규제에 대해 말씀 드리면, 역시 방송 서비스 허가증이 반드시 필요합니다. IMDA 등 싱가포르 미디어 관계 부처는 그 허가증을 발급하는데 있어 어떠한 제약도 사업자에게 부과할 수 있도록 되어 있습니다. 당연히 방송 허가를 받으려면 ‘프로그램 규약(Programme Code)’과 앞서 언급된 방송 규약에 의해 원천적으로 규제를 받을 수밖에 없으며, 만약 어떤 사업자가 이들 규약을 따르는데 실패하거나 그 준수에 있어 필요한 노력을 충분히 기울이지 않았다고 판단될 경우 무거운 벌금을 물게 될 수도 있습니다.

질문자: 싱가포르에서 혹여 인터넷 개인방송에 대한 어떤 기준이나 규제 제도가 있나요? 만약 있다면, 얼마나 그 규제는 엄격한가요? 좀 더 구체적으로, 우선 싱가포르 정부는 인터넷 개인방송을 하는 사람들에게 공적 책임 의무를 부여하나요? 또 싱가포르에서 개인방송을 하려면 특별한 허가를 받거나 아니면 다른 진입 규제 제도가 있나요? 마지막으로, 싱가포르에서는 검열(censorship) 같은 인터넷 개인방송에 대한 내용 규제 제도가 있나요? 혹시

없다면, 본인이 생각하시기에 인터넷 개인방송에 대한 내용 규제를 해야 할 필요성이 있다고 생각하시나요?

Ang: 먼저, 현재 싱가포르에서 인터넷 개인방송에 특화된 직접적 내용 규제 제도는 없습니다. 다만 싱가포르 국내 법률에 의해 외설(obscurity), 증오 발언(hate speech), 폭력 선동(sedition) 등 문제가 있는 개인방송 콘텐츠에 대해서는 강한 규제가 가능합니다.

Cenite: 조금 다른 의미에서 인터넷에 대한 싱가포르의 규제 제도는 인터넷 개인방송에도 그대로 적용될 수 있습니다. 여기에는 앞서 말씀드린 인터넷 규약 역시 포함되는데, 해당 규약은 인터넷에 오르면 모든 종류의 콘텐츠를 규제의 대상으로 삼으므로 개인방송에서 방송된 콘텐츠도 당연히 규제합니다. 온라인에 어떤 콘텐츠를 게시한 사람은 일종의 ‘등급 면허(class licence)’를 지닌 것으로 간주되는데, 이를 위해 개인방송 운영자가 공식적으로 등록 절차를 밟거나 할 필요는 없지만, 그들이 어떤 방송 콘텐츠를 개인방송 플랫폼을 통해 방송하는 순간 자동적으로 인터넷 규약의 규제 대상으로 자동적으로 설정되며, 만약 인터넷 규약을 따르는데 실패하거나 고의적으로 어기거나 하는 일이 발생하면 그 가상의 면허는 박탈될 수 있습니다. 물론 이러한 종류의 면허 중 일부는 그 등록이 공식적으로 요구될 수도 있습니다. 가령, 어떤 개인방송 운영자 혹은 인터넷 웹 사이트 운영자가 정치적이나 종교적인 콘텐츠를 게시하고자 할 때는 그렇습니다. 또한 싱가포르의 인터넷 규약은 특정 수준 이상의 성적 콘텐츠, 특히 미성년자가 관계된(등장하거나 성적 행위의 대상으로 삼는) 콘텐츠의 경우는 전혀 허용치 않고 금지한다는 점도 싱가포르 인터넷 개인방송 규제에 관해 특기할 만한 규제라고 하겠습니다.

질문자: 싱가포르에는 인터넷 개인방송에 대한 등급제 시스템이 존재하나요? 만약 그렇지 않다면, ‘16세 이하 부모 지도하 관람가(PG 16)’ 같은 등급제로 개인

방송을 규제하는 것이 필요하다고 생각하십니까?

Ang: 앞서와 마찬가지로 인터넷 개인방송에 대한 등급 시스템은 현재 싱가포르에서 도입되고 있지 않습니다. 여기에는 여러 이유가 있는데, 가장 큰 이유는 만약 인터넷 개인방송을 등급제로 규제하려면 엄청나게 많은 개인방송 콘텐츠를 모두 등급화 하는 것이 현실적으로는 불가능에 가깝기 때문입니다. 말할 것도 없이 이러한 작업에는 대단히 많은 시간과 인력, 금전이 필요하고 실시간이라는 인터넷 개인방송 매체 특성에 따라 많은 문제가 발생할 것입니다. 결과적으로 인터넷 개인방송에 대한 등급제 시행은 비효율적이고 그 효과 역시 많은 의문이 들 수밖에 없습니다.

질문자: 싱가포르에서 시행되고 있는 내용 규제의 원칙, 특히 10대 청소년이나 어린이들을 보호하기 위한 규제의 원칙은 무엇입니까?

Ang: 일단 싱가포르에서 실시하고 있는 방송 콘텐츠의 등급제는 ‘G(전 연령 시청 가)’, ‘PG(부모 지도하 전 연령 시청 가)’, ‘NC16(16세 이하 시청 불가)’, ‘M18(18세 이상 시청 가)’, 그리고 마지막으로 ‘R21(21세 이상 성인만 시청 가)’의 총 5개 등급으로 구성됩니다. 이러한 등급제는 그 골격 자체는 다른 아시아 국가와 유사하지만, 싱가포르의 등급제는 특히 폭력성이 아닌 다른 유해 콘텐츠 형태(예: 품위 저해, 선정성 등)에 훨씬 더 엄격히 적용되는 경향이 있습니다. 바로 이점이 성적 노출에 관대한 서양의 등급제와 가장 다른 특징입니다.

Cenite: 앞서 말씀드린 여러 규제 또는 규약 외에도 싱가포르에는 ‘영화법(Films Act)’이 있는데 해당 법률은 진정한 의미에서의 영화 외에도 다양한 종류의 영상에도 적용 가능할 정도로 그 규제 범위가 충분히 넓습니다. 구체적으로 영화법은 정치나 성적으로 부적절한 내용을 담은 모든 종류의 영상 콘텐츠의 게시나 유통을 금지하는 내용을 담고 있고, 공공의 이익에 반하는 내용에 대한 조항을 포함해

다른 많은 일반 규제 역시 포함하고 있습니다. 한편, 다양한 종류의 커뮤니케이션과 관련해서는, 싱가포르 정부는 특정 매체에 한정된 내용 규제 제도는 운용하지 않고 있지만 예를 들어, 폭력을 동반한 난동 교사나 대중 선동, 외설, 그리고 반사회적인 정치적 내용에 대한 콘텐츠는 매우 강하게 규제됩니다.

질문자: 혹시 싱가포르에는 청소년이나 어린이들을 위한 특별한 (미디어) 규제 제도나 법률이 있나요?

Ang: 일반적인 영상 등급제 외의 청소년들만을 위한 특화된 규제 법률이나 기타 규제 제도는 없습니다. 물론 싱가포르에서는 인터넷 내용에 대한 ‘필터링(filtering)’ 시스템이 있지만 이는 어디까지나 자율적인 규제에 해당하기 때문입니다. 참고로 이 제도를 이용하려면 학부모들이 연관된 인터넷 접속 서비스 사업자에게 개별적으로 직접 요청할 필요가 있습니다. 이와 비슷하게, 초등학교와 중학교(Primary and secondary schools) 내 인터넷 시설에서는 유해 콘텐츠, 특히 포르노그래피에 대한 거의 완전한 필터링 시스템이 운영되고 있습니다.

질문자: 그렇다면 현재 점차 논란이 되고 있는 인터넷 개인방송 속 유해 콘텐츠에 대한 싱가포르 정부의 입장이나 추후 액션 플랜(action plan)은 무엇입니까?

Ang: 음, 이렇게 말씀드리긴 다소 모양이 이상하지만 제가 알기로는 싱가포르 정부는 현 시점에서 인터넷 개인방송을 통해 유통되는 부적절한 유해 콘텐츠에 대해 별 생각이 아직 없는 것처럼 보입니다. 왜냐하면 정부의 생각은 싱가포르에서 어차피 포르노그래피를 인터넷을 통해 볼 수 있기 때문에 설사 그보다 낮은 수위의 개인방송 콘텐츠를 규제하는 것은 이상하다고 여기기 때문입니다. 비록 잘 알려진 포르노 사이트인 ‘sex.com’, ‘Playboy’, ‘Penthouse’ 같은 사이트들은 접속이 불가하지만 잘 아시다시피 다른 많은 사이트들이 있고 이들에 접속하는 것은 여전히 가능합니다. 이는 기본적으로 싱가포르 정부가 대체로 모든 사안에 있어 극도의 실용주의를 취하기 때문인데, 의외겠지만

가령 싱가포르에서 매춘(prostitution)이 합법입니다. 그러나 명심할 것은 비록 매춘이 합법이라도 그것을 광고하거나 하는 일체의 행위는 엄중히 처벌되며, 매춘에 종사하는 사람들은 단지 몇몇 장소에서 영업할 것을 구속 받습니다. 만약 이러한 사람들 중 누군가가 온라인으로 매춘을 광고 또는 홍보하는 일이 발생하면 그들은 매춘 자체가 아니라 ‘매춘을 알선한 죄(pimping)’으로 심한 처벌을 받게 됩니다. 또 만약 어떤 사람이 비유를 가장한 증오 발언을 했다면, 싱가포르 정부와 관계 당국은 플랫폼 사업자에게 즉시 관련 콘텐츠를 제거할 것을 요구함과 동시에 그 부적절한 콘텐츠를 올린 사람에 대한 법적 조치에 들어갑니다. 물론, 이러한 강력한 내용 규제가 인터넷 개인방송에 만연하고 있는 기타 저급한 내용에 관한 콘텐츠 내용 규제에까지 그 범위를 확장하고 있지는 않지만 사회 분위기나 정부 방침의 변경 등 외부 요인에 따라서는 언제든지 적용 가능한 일이라 사료됩니다.

Cenite: 전체적으로 싱가포르의 경우, 다양한 법률이 상호 교차적으로 개별 법률이나 제도의 허점이나 미비점을 보완하는 체계를 갖고 있기 때문에 인터넷 개인방송이나 미래에 새로 나올 어떠한 미디어 서비스에도 잘 대응할 수 있을 것이라고 개인적으로는 확신하고 있습니다. 단적으로 말해, 저는 개인 방송이든 뭐든 어떤 미디어 서비스도 싱가포르의 꼼꼼하고 중복적인 규제의 그물을 빠져 나갈 수 있을 것이라 생각되지 않습니다. 제가 생각하는 문제는 이러한 규제 법률(제도)의 여러 규제 조항들이 인터넷 개인방송을 포함한 여러 인터넷 콘텐츠 크리에이터들이 어떤 것이 허용 가능하고 어떤 콘텐츠가 규제 또는 처벌의 대상이 되는지 명확하게 인지할 수 있을 정도로 분명하게 규정되고 있느냐 하는 점입니다.

제 3 장

연구 수행체계 및 방법

제3장

연구 수행체계 및 방법

제1절 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용에 대한 질적 조사

1. 중·고등학생 대상 초점 집단 인터뷰

국내 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용행태를 보다 자세히 탐색한다는 의미에서 본 연구는 먼저 4차례에 걸쳐 총 44명의 중·고등학생을 대상으로 초점 집단 인터뷰(FGI, Focus Group Interview)를 진행하였다. 이 조사들의 기본 목적은 일반적인 중·고등학생들이 지금 현재 인터넷 개인방송을 어떻게 이용하고 그 이용 과정에서 어떤 문제점을 느끼고 있으며, 그에 대한 바람직한 대안으로는 어떤 것들을 생각하고 있는지 등을 그들의 일상과 유리(遊離)되지 않은 맥락 속에서 보다 정확히 파악하기 위한 것이었다. 이런 의미에서 본 연구는 중·고등학생의 인터넷 개인방송 이용에 대한 조사 방법으로 다양한 질적 연구 방법들 중에서도 FGI를 채택하였는데, 이는 FGI가 ① 상대적으로 자유로운 집단 상호작용 속에서 응답자들의 경험을 구체적이고도 생동감 있는 언어로 채집할 수 있으며, ② 고정되고 정형화된 다른 연구 방법들(예: 구조화 설문)과는 달리, FGI는 전통적으로 응답자 답변의 자율성을 어느 정도 보장하는 반구조화(semi-structured)된 자료 채집 양식을 채택함으로써, 현장에서의 응답자들의 반응에 따라 즉각적으로 그 질문 내용을 유동적으로 수정 및 재구성할 수 있어 훨씬 더 창조적이고 성찰적인 통찰력을 얻을 수 있는 등의 장점이 있었기 때문이다. 이에 본 연구진은 우리나라 10대 청소년들의 실제 개인방송 이용 행태를 구체적으로 묘사하고, 그 행간의 함의를 진단하기 위한 본 연구의 의도에 가장 부합하는 것은 또래 집단과의 상호작용을 통한 의미 있는 집단적 통찰(insight)을 기대하기 힘든 심층 인터뷰(in-depth interview)가 아니라 FGI라고 판단하여 이를 채택하여 연구를

진행하였다.

2. FGI 진행 절차

한편, 구체적인 FGI 진행에 있어서는 실제 인터뷰 진행에 앞서 선행 연구 검토와 연구자 간 논의(brainstorming)를 거쳐 예비 질문지를 구성하였는데, 해당 질문지는 대략 ① 인터넷 개인방송 시청 경험(예: 이용 정도 및 방법, 또래 집단의 이용 정도 등), ② 인터넷 개인방송 이용 동기, ③ 인터넷 개인방송에 대한 금전적 기부(donation) 경험, ④ 인터넷 개인방송의 선정적 콘텐츠 이용 경험, ⑤ 인터넷 개인방송 진행자(BJ, 스트리머, 콘텐츠 크리에이터)에 대한 생각과 사용자와 진행자와의 상호작용에 대한 의견, ⑥ 인터넷 개인방송 시청의 효과 및 시청에 영향을 미치는 사회적이고 심리적인 요인들(, ⑦ 인터넷 개인방송의 유해성과 관련된 범주와 인지된 심각성, 그리고 마지막으로 ⑧ 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠에 대한 개인적·사회적·국가적 대처 방안 등의 총 8개 영역으로 구성되었다(〈부록 1〉 참조).

예비 설문지가 준비된 다음, 연구진들의 개인적 인적 네트워크와 소속 기관(경희대학교)의 협조를 활용하여 실제 FGI를 진행할 학교와 참석자를 섭외하였다. 이 과정에서 본 FGI의 조사 대상이 스스로 판단하고 책임질 수 있는 성인이 아닌 청소년임을 고려하여, 모든 FGI 과정에 참석자가 재학 중인 학교 교사 1명 이상이 반드시 참석할 것임을 명시해 미리 전달하였고, 실제로도 그렇게 인터뷰를 진행하여 조사의 모든 과정을 참석자의 보호자(소속 학교 교사)가 가감 없이 관찰할 수 있게 배려함으로써 혹시 있을지 모르는 부적절한 질문이나 응답 유도로 인한 청소년 참석자의 인권 침해 가능성을 원천 봉쇄하였다. 이와 더불어 모든 참석자는 조사 과정에서 응답하기를 원하지 않거나 하는 질문에는 대답하지 않아도 좋고, 조사 자체를 언제라도 거부할 수 있음을 오해 없이 명확히 전달하여 피조사자의 권리를 최대한 보장하려 노력하였다.

실제 FGI는 전술한 과정을 거쳐 선정된 서울의 남자 고등학교 1곳, 남자·여자 중학교 2곳, 그리고 울산의 여자 고등학교 1곳에 소속된 학생들을 대상으로 진행되었다. 구체적으로 1차 FGI는 서울 소재 K 고등학교 소속 남자 고등학생 12명을 대상으로

진행되었고, 2차 FGI는 동 소재지 K 중학교 소속 남자 중학생 10명을 대상으로 진행되었다. 이어 3차 FGI는 울산 소재 S 여고 소속 여자 고등학생 12명을, 마지막으로 4차 FGI는 서울 소재 K 여중 소속 여자 중학생 10명을 대상으로 진행되었다. 또한 각 FGI는 응답자들이 ‘성인용 인터넷 개인방송에 대한 인식’ 또는 ‘실제 개인적 시청 행위’ 등 상대적으로 대답하기 꺼려지는 민감한 주제에 대한 응답에 있어 나타날 수 있는, 소위 ‘사회적 바람직성 편향(social desirability bias)’을 최소화 하기 위해 남학생들과의 FGI 조사(1, 2차)에서는 20대 초반의 남성 대학생들, 여학생들과의 FGI 조사(3, 4차)에서는 20대 초반의 여성 대학생 진행자를 진행자(moderator)로 각기 배치해 FGI를 진행하였다. 한편, 아래 <표 3-1>은 실제로 조사에 참여한 중·고등학생 참여자들의 대략적 특성을 정리한 것이다.

<표 3-1> FGI 참가자 정보

FGI (대상 학교)	구분 기호	연령 (학년)	주로 이용하는 개인방송 플랫폼	평균 이용시간
1차 (서울 K 고)	남 A	18세 (고등학교 2학년)	유튜브, 트위치	4시간 30분
	남 B	17세 (고등학교 2학년)	유튜브, 트위치, 아프리카 TV	3시간 30분
	남 C	18세 (고등학교 2학년)	유튜브, 아프리카 TV	3시간
	남 D	18세 (고등학교 2학년)	유튜브, 아프리카 TV, 카카오톡 TV, 네이버 TV	1시간
	남 E	17세 (고등학교 2학년)	유튜브, 트위치, 아프리카 TV	1시간
	남 F	18세 (고등학교 2학년)	유튜브	1시간
	남 G	18세 (고등학교 2학년)	유튜브, 아프리카 TV, V앱	30분
	남 H	18세 (고등학교 2학년)	유튜브, 트위치	2시간
	남 I	18세 (고등학교 2학년)	유튜브	1시간
	남 J	18세 (고등학교 2학년)	유튜브	1시간
	남 K	18세	유튜브, 트위치	2시간

FGI (대상 학교)	구분 기호	연령 (학년)	주로 이용하는 개인방송 플랫폼	평균 이용시간
2차 (서울 K 중)		(고등학교 2학년)		
	남 L	18세 (고등학교 2학년)	유튜브	1시간 30분
	남 M	14세 (중학교 1학년)	유튜브	1시간
	남 N	14세 (중학교 1학년)	유튜브	2시간
	남 O	14세 (중학교 1학년)	유튜브, 트위치, 아프리카 TV	1시간 30분
	남 P	16세 (중학교 3학년)	유튜브, 아프리카 TV	1시간
	남 Q	16세 (중학교 3학년)	유튜브, 아프리카 TV, 네이버 TV	2시간
	남 R	16세 (중학교 3학년)	유튜브, 트위치	1시간 30분
	남 S	16세 (중학교 3학년)	유튜브	45분
	남 T	15세 (중학교 2학년)	유튜브	2시간
	남 U	15세 (중학교 2학년)	유튜브, 트위치, 네이버 TV	1시간
	남 V	15세 (중학교 2학년)	유튜브	1시간 30분
3차 (울산 S 여고)	여 A	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, V앱, 네이버 TV	2시간
	여 B	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, 네이버 TV	2시간
	여 C	19세 (고등학교 3학년)	유튜브	1시간 30분
	여 D	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, 네이버 TV	2시간
	여 E	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, 네이버 TV	1시간
	여 F	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, 카카오 TV, V앱, 네이버 TV	10분
	여 G	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, V앱, 네이버 TV	3시간 30분
	여 H	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, V앱, 네이버 TV	4시간

FGI (대상 학교)	구분 기호	연령 (학년)	주로 이용하는 개인방송 플랫폼	평균 이용시간
	여 I	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, 네이버 TV	4시간
	여 J	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, 네이버 TV	2시간
	여 K	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, 네이버 TV	4시간
	여 L	19세 (고등학교 3학년)	유튜브, 카카오 TV, 네이버 TV	2시간
4차 (서울 K 여중)	여 M	15세 (중학교 2학년)	유튜브, 네이버 TV	1시간
	여 N	16세 (중학교 3학년)	유튜브, 네이버 TV	1시간 30분
	여 O	16세 (중학교 3학년)	유튜브, V앱, 네이버 TV	30분
	여 P	15세 (중학교 2학년)	유튜브, 네이버 TV	2시간 30분
	여 Q	15세 (중학교 2학년)	유튜브, V앱, 네이버 TV	3시간 30분
	여 R	15세 (중학교 2학년)	유튜브	1시간
	여 S	16세 (중학교 3학년)	유튜브, V앱, 네이버 TV	30분
	여 T	16세 (중학교 3학년)	유튜브	2시간
	여 U	15세 (중학교 2학년)	유튜브, 네이버 TV	1시간
	여 V	15세 (중학교 2학년)	유튜브, 네이버 TV	1시간 30분

제2절 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용에 대한 양적 조사

1. 중·고등학생 대상 온라인 설문

앞서 언급한 것처럼 본 연구가 수행한 양적 설문의 기본 구조는 방송통신심의위원회 (2017a)가 최근 수행한 「어린이·청소년 보호를 위한 융합미디어 콘텐츠 이용 실태조사」

의 그것(인터넷 개인방송 관련 부분)과 상당한 유사성을 띤다. 이는 해당 조사와 본 연구 최종 조사 자료 간 일종의 연속성을 유지함으로써 통시적 분석 등 인터넷 개인방송에 관한 보다 의미 있는 학술적 · 사회적 논의 생성에 기여하고자 한 의도이다.

1) 조사 대상

선행 연구(방송통신심의위원회, 2017a)에서 밝힌 것처럼 어린이와 청소년 집단의 규정은 연구의 성격(예: 정책 연구, 학술 연구)이나 사회적 기준에 따라 다르게 설정될 수 있다. 보다 구체적으로 본 연구에 앞서 진행된 방송통신심의위원회(2017a)의 융합 미디어 연구는 중 · 고등학생에 비해 상대적으로 이용량이 적고, 미디어 이용 행위로 인한 여러 결과들을 온전히 이해할 수 없는 초등학생을 연구에서 배제한, 만 13세 ~ 18세(중학교 1학년 ~ 고등학교 3학년)까지의 연령 집단을 조사 대상으로 선정하였는데, 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 실태를 분석하고자 하는 본 연구 역시 다음의 이유로 인해 같은 범주로 설문 대상을 선정하였다.

본 연구가 중 · 고등학생에 조사 대상을 한정한 이유는, 먼저 경험적 측면에서 해당 연령 집단의 인터넷 개인방송 이용 실태를 파악하는 실리(實利)가 현저하다고 판단되었기 때문이다. 바꿔 말하면, 사회적으로 이슈나 문제가 되는 인터넷 개인방송의 폐해 - 선정성이나 폭력성 같은 - 에서 사회가 보호해야 할 가장 시급하고 중요한 대상이 일반적으로는 중 · 고등학생으로 여겨지기 때문에 해당 집단에만 온전히 연구의 초점을 맞추는 것이 훨씬 더 효율적이고 의미 있을 것이라는 계산이 나온 것이다. 물론, 현대 어린이들의 육체적 · 정서적 성장을 고려한다면, 특히 그 중에서도 초등학생 고학년의 경우는 중 · 고등학생과 별반 차이가 없다고 할 것이나 두 집단의 성적 호기심이나 또래 집단으로부터 받는 영향력 등을 고려할 때, 그럼에도 여전히 후자가 더 미디어의 선정적 · 폭력적 콘텐츠에 민감하게 반응할 것이라고 봐도 무방할 것이다. 부가적으로, 연구 윤리적 차원에서도 초등학생 어린이를 대상으로 하여 민감한 질문을 하는 것은 상대적으로 더 큰 문제가 될 수 있다는 점도 결정의 이유 중 하나로 작용했다.

결국 최종적으로 선정한 본 연구의 조사 대상은 온라인 전문 조사업체인 마크로밀 엠브레인의 패널로 등록되어 있는 만 13 ~ 18세의 중 · 고등학생 중 인터넷 개인방송을 이용해 본 경험이 있는 청소년 1,058 명으로 결정되었다.

2) 조사 절차

10대 중·고등학생 인터넷 개인방송에 대한 실제 설문은 2018년 9월 21일부터 10월 2일까지의 기간에 시행되었다. 구체적으로, 전술한 온라인 전문 조사기관 마크로밀 엠브레인이 보유한 전국 약 130만 여 명에 달하는 리서치 패널(research panel)의 만 13 ~ 18세에 해당하는 연령대 집단(전체의 약 5%) 중 컴퓨터가 무작위로 선정한 약 2만 여 명에게 전자 우편을 발송하여 우편에 포함된 링크를 통해 설문을 마친 1,208 명을 조사 대상으로 삼았는데, 그 중 불량 데이터(예: 일자 찍기 응답 등)를 스크리닝(screening)하고 남은 1,058 명의 응답이 최종적으로 분석 대상으로 선정되었다.

2. 온라인 설문 구성

1) 인터넷 개인방송 이용 기본 정보

먼저 최종 설문에는 국내 중·고등학생들의 인터넷 개인방송 이용에 관한 기본 정보들을 조사하기 위한 문항들은 다음과 같이 구성되었다. 먼저 응답자의 ① 인터넷 개인방송 하루 평균 시청 시간과 ② 인터넷 개인방송에 대한 기부 금액(1회 평균)은 선행 연구(Hilvert-Bruce et al., 2018)의 예를 따라 개방형(open-ended) 질문들로 구성되었다.

다음으로 위 기부 관련 질문에 연관해서 ③ 기부에 사용한 결제 수단(예: 휴대폰 결제, 신용카드 결제 등)과 ④ 기부한 돈의 출처(예: 용돈, 부모님 카드 등) 등의 질문이, 인터넷 개인방송 주요 플랫폼과 관련해서는 ⑤ 실시간 시청 시 사용 플랫폼과 ⑥ 개인방송의 녹화 및 편집 영상 시청 시 사용 플랫폼 등의 질문이 추가되었다.

마지막으로 인터넷 개인방송의 콘텐츠에 관한 문항으로는 ⑦ 주로 이용하는 인터넷 개인방송 콘텐츠 형태와 ⑧ 좋아하는 개인방송 진행자, 그리고 ⑨ 주로 보는 인터넷 개인방송 장르 등에 관한 질문 등이 포함되었다.

2) 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠 관련 인식

본 연구의 온라인 설문의 두 번째 부분은 청소년들이 피부로 느끼는 국내 인터넷 개인방송 속 유해 콘텐츠에 대한 질문으로 구성되었다. 우선, 설문 응답자가 개인적으로 느끼는 ① 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠의 등장 빈도와 ② 그 심각성이 총 8개의

범주에 걸쳐 각기 조사되었는데, 성적 콘텐츠, 폭력적 콘텐츠(물리적 폭력과 언어적 폭력 모두 포함), 반사회적 콘텐츠, 과도한 광고(예: 간접 광고, 협찬 등) 등이 그 주요 범주에 포함된다. 그 다음으로는 전술한 ③ 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠에 대한 추상적 수준에서의 처벌 및 규제 방안에 대한 적절성 평가와 ④ 응답자가 제안하는 이상적 처벌 및 규제 방안 등에 대한 문항이 포함되었다.

3) 인터넷 개인방송 이용 동기

본 연구의 목적 중 하나는 현재 문제가 되는 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠가 청소년들에 미치는 영향을 보다 근본적인 수준에서 차단하는 방안을 강구하는 것이라 할 수 있다. 이를 위해서는 무엇보다 먼저 실제 당사자인 중·고등학생이 도대체 왜, 무슨 동기에서 인터넷 개인방송을 시청하는가에 대한 기본적 정보를 조사할 필요가 있을 것이다. 이에 본 연구진은 선행 연구(방송통신심의위원회, 2017a)에서 다소 피상적으로만 다뤄진 인터넷 개인방송 시청 동기에 대한 질문을 훨씬 더 자세하게 확장하여 다각도로 조명하려 노력하였는데, 그 구체적 내용은 아래 <표 3-2>과 같이 정리할 수 있다.

〈표 3-2〉 인터넷 개인방송 시청 동기 관련 문항 구성

시청 동기	출처	총 문항 수
(일상으로부터의) 탈출	Rubin (1983)	2
정보 추구	Chang & Zhu (2011)	3
습관	Rubin (1983)	2
오락	Rubin (1983)	2
사회적 지지 추구	Kim, Sohn, & Choi (2011)	2
성적 욕망	Chen, Leung, Chen, & Yang (2013) FGI 결과를 토대로 새 문항 추가	5
인터넷 개인방송 진행자 및 타 시청자들로부터의 반응(responsiveness)	FGI 결과를 토대로 새 문항 추가	3
사회적 교류	Rubin (1983)의 원 문항을 연구 맥락에 맞게 수정	3
휴식	Rubin (1983)	2
시간 때우기	Rubin (1983)	2
선정적 콘텐츠에 대한 욕구	FGI 결과를 토대로 새 문항 추가	1
인터넷 개인방송 진행자에 대한 애정	FGI 결과를 토대로 새 문항 추가	1
대리 만족	FGI 결과를 토대로 새 문항 추가	1

4) 인터넷 개인방송 및 개인방송 진행자 규제 방안

본 연구는 또한 현재 많은 사회적 문제와 논란을 낳고 있는 인터넷 개인방송에 대한 규제를 선행 연구(방송통신심의위원회, 2017a)에 비해 훨씬 더 자세한 수준에서 조사하였다. 해당 질문은 엄격하진 않지만, 전체적으로 낮은 수준의 규제(규제 없음)에서 최고 수준의 규제(법적 처벌)로 가는 일종의 위계 구조(hierarchy)를 구성하는 세부 문항들로 구성되었고, 응답자는 이 각 문항들(규제 또는 처벌 제도들)에 대한 적절성을 판단해 줄 것을 요청받았다. 여기에 포함된 규제 제도로는, ① 규제 없음(인터넷 개인방송의 완전한 자율 보장), ② 인터넷 개인방송 플랫폼 자율 규제, ③ 인터넷 개인방송 시청 등급제, ④ 유해 콘텐츠 표시 의무화, ⑤ 문제 인터넷 개인방송 완전 퇴출, ⑥ 문제 인터넷 개인방송 차단 시스템 도입, ⑦ 문제 인터넷 개인방송 법적 처벌(형사) 강화, ⑧ 인터넷 개인방송 운영 허가제(면허제) 전환, ⑨ 인터넷 개인방송 (사후) 심의

및 처벌(내용 규제) 등의 방안들이 열거되었다.

5) 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 관여하는 심리적 변인들

청소년들의 인터넷 개인방송 이용과 관련하여, 선행 연구(방송통신심의위원회, 2017a)에서 한층 더 진일보한 학술적·사회적 논의를 이끌어 내기 위해 본 연구는 준사회적 상호작용과 다른 여러 이론적 개념들(예: Psychological Distance - Construal Level Theory 등)을 설문지에 추가하였다. 먼저 준사회적 상호작용 개념(Rubin & Perse, 1987)은 많은 뉴미디어 연구에서 기술 사용자(미디어 시청자)가 미디어 속 등장인물 - 가령, 소셜 네트워크 서비스(SNS, Social Network Service) 안에서의 ‘인플루언서(Influencer)’ 또는 ‘파워 블로거(Power Blogger)’ - 에 현실에서의 그것과 마찬가지로, 경우에 따라서는 훨씬 더 강한 애착(attachment)과 몰입(immersion) 또는 동일시(identification) 등을 느낄 수 있을 지시하고 있다. 또한 본 연구의 FGI 결과에서도 인터넷 개인방송의 청소년 시청자들이 주로 시청하는 개인방송의 진행자들에 상당한 정서적 호감과 애정을 가지고 있고, 이는 다시 그들에 대한 반복적·열정적 시청과 기부 등의 행동으로 이어짐을 증언하고 있기 때문에 시청자-개인방송 진행자 간 준사회적 상호작용을 측정하여 해당 변인이 다른 인터넷 개인방송 관련 인식이나 행동 등에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다.

조금 다른 맥락에서 10대 청소년들의 외로움(loneliness, Russell, 1996 등 참조)과 사회적 불안(social anxiety, Watson & Friend, 1969; Caplan, 2006 등 참조) 등 개인적 성향(personal traits) 관련 변인들도 설문에 포함되었다. 이는 한 자녀 가정의 주축이 된, 그리고 무엇보다 좋은 대학을 가기 위해 아주 어린 나이부터 과도한 경쟁에 시달리는, 또 이런 이유들로 인해 반대급부로 긍정적인 방향의 사회화(socialization)와 친밀한 대인관계 형성에 많은 청소년들이 어려움을 겪고 있다는 우리나라의 현실을 반영한 조치라 하겠다. 즉, 본 조사는 오프라인 세상에서 외로움을 느끼고 남들 앞에 나서기를 두려워하는 청소년들이 그 대안으로 온라인으로 연결된 세상 - 인터넷 개인방송 - 에서 결핍되었던 집단의 소속감과 유대, 그리고 정서적 위로와 안정을 찾으려 노력할 것으로 가정하고, 바로 그렇기 때문에 10대 청소년들의 개인방송 이용에 이들 두 변인이 의미 있는 수준에서 긍정적 효과를 발휘할 것으로 예측하고 있는 셈이다.

이와 연계하여 마지막으로 본 조사는 청소년 시청자들과 인터넷 개인방송 BJ 사이에 이른바 ‘동일시(identification, Cohen, 2001 등 참조)’ 현상이 발현될 것으로 기대하며, 같은 맥락에서 시청자와 개인방송 BJ 간 혹은 시청자와 같은 방송을 시청하는 다른 시청자들 간 ‘심리적 거리(psychological distance, Fiedler, Jung, W nke, & Alexopoulos, 2012 등 참조)’ 변인을 설문지와 분석에 포함시켰다. 이는 생각보다 간단한 논리로, 앞서 설명한 여러 심리적·환경적 요인들 때문에 청소년들이 점차 인터넷 개인방송에 즐겨 보고 몰입하게 됨에 따라 그들은 점점 더 개인방송 속 BJ나 다른 시청자들을 실제의 더 가까운 친구나 지인으로 취급하게 되고 더 좋아하게 되며, 경우에 따라서는 그들을 일종의 ‘우상시(idolized)’하여 닮고 싶어 하게 된다는 것이다.

한편, 본 조사의 실제 최종 설문지는 〈부록 2〉에 전문 수록되어 있다.

제 4 장

연구 결과

제4장

연구 결과

제1절 FGI 결과

1. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용 행태

본 연구가 진행한 FGI 분석의 첫 번째 부분은 FGI 참여자인 10대 중·고등학생의 인터넷 개인방송의 이용 행태에 관한 것이다. 구체적으로, 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 행태를 알아보기 위해 주로 이용하는 인터넷 개인방송 플랫폼과 콘텐츠 유형에 대하여 문답하는 FGI를 진행했다. 그 결과, 연령과 성별에 상관없이 모든 학생들이 공통적으로 유튜브를 주로 이용하고 있음을 알 수 있었다. 유튜브를 이용하는 이유는 유튜브 고유의 ‘이용 용이성(ease of use)’과 ‘추천 시스템(recommendation system)’으로 좁혀졌다.

“저는 다른 플랫폼은 따로 앱을 깔아야 하는 번거로움 때문에 (꺼려지는데), 유튜브는 (앱이 스마트폰에) 기본적으로 깔려 있으니까...” <남 F>

“유튜브는 편하게 접할 수가 있어서...” <여 T>

“(유튜브는) 일단 편하고 딱히 회원가입을 하지 않아도 볼 수 있고...” <남 M>

“(유튜브는) 내가 자주 보는 동영상 위주로 맨 처음에 들어 갔을 때 뜨기 때문에...” <남 S>

“(유튜브는) 밑에 관련 영상이 계속 뜨니까 타고 타고 들어가서...” <여 L>

“(유튜브는) 한 개 검색하면 다른 영상도 다 나와서 연관으로...” <여 D>

한편, 유튜브 외에 추가로 이용하는 인터넷 개인방송의 경우 성별 간 차이가 어느 정도는 있는 것으로 보였다. 남학생의 경우, 트위치 TV와 아프리카 TV를, 여학생의 경우 네이버 TV와 V앱을 주로 이용하는 것으로 응답하였다. 또한, 주 시청 인터넷

개인방송 장르에 있어서도 성별 간 차이를 보였다. 남학생은 주로 게임, 토크, 스포츠 장르의 방송을 시청하는 반면, 여학생은 뷰티, 예능, 아이돌, 게임, 먹방 등의 방송을 시청하는 것으로 나타났다. 이러한 성별 간 주 시청 장르의 차이 탓에 성별 간 주이용 플랫폼의 차이가 나타난 것으로 보인다.

“게임을 하는데 그 게임 방송하는 스트리머가 있어요. 그래서 보는데 콘텐츠가 재미 있고 말도 잘하고 해서 그래서 봐요.” <남 G>

“저는 월드컵 기간에는 스포츠를 많이 보는데 월드컵 아닌 기간에는 게임 방송 제일 많이 보고 배틀 그라운드가 가장 재미있는 콘텐츠라고 생각해요.” <남 D>

“요즘에는 아이돌이나 먹방 (장르의 콘텐츠를 주로 시청해요)” <여 M>

“뷰티랑 여행” <여 N>

“재미있는 예능 쪽이나 게임 쪽으로” <여 P>

“저는 슈기(유튜버 이름) 먹방 자주 봐요.” <여 A>

대략 각 절반의 학생들의 인터넷 개인방송 시간대에 맞춰 실시간으로 보거나 녹화된 영상을 통해 다시보기를 한다고 응답했다. 실시간으로 라이브 방송을 보는 것을 즐긴다는 학생들은 인터넷 개인방송인과 채팅을 통한 의사소통이 가능하다는 점을 이유로 답했고, 다시보기를 통해 시청한다는 학생들은 방송 시간대를 맞추기가 어렵다는 점과 오히려 편집된 영상이 더 재미있다는 점을 강조했다.

“실시간은 제가 댓글 남기면 실시간으로 읽어주실 때도 있고 뭔가 소통도 더 잘되는 것 같아서 (좋아요.)” <여 Q>

“생방송은 이제 편집을 안 하고 (실시간으로) 계속 하는 거니까 편집을 안 한걸 제가 볼 수 있는 게 (장점이에요)” <남 B>

“방송 다시보기는 약간 현장감이 떨어지는데, 생방송은 댓글도 보면서 시청할 수 있으니까 생방송이 더 좋은 것 같아요.” <남 D>

“라이브 같은 것은 일정한 (방송) 시간이 있다 보니까 딱 그 때만 볼 수 있고, 다시보기는 아무 때나 볼 수 있으니까 다시보기를 많이 보는 것 같아요.” <남 P>

“저도 다시보기를 주로 보는데 왜냐하면 재미있는 것만 모아놔서 다시 편집을 했기 때문에 그게 좀 더 재미있다고 생각해서 다시보기를 주로 봅니다.” <남 R>

‘별풍선’, 금전 기부 등 인터넷 개인방송인에 대한 기부행위 경험이 있는 10대 청소년은 남학생이 여학생보다 많았다. (<남 M>, <남 O>, <남 B>, <남 C>, <남 K>, <남 G>, <남 A>, <여 B>, <여 C>) 이러한 차이는 인터넷 방송인의 기부 유도 행위와 시청자의 실제 기부 행위가 남학생들이 주로 시청하는 게임, 토크 방송에서 많이 나타나기 때문인 것으로 보인다. 기부한 대부분의 학생들은 방송인의 반응이 궁금하여 호기심에 소액으로 한두 번 해본 것이 전부였다.

“중학교 때 한참 아프리카 TV가 인기였는데, 그 때 하고 싶어서 100원? 1000원? 제일 작은 단위 있잖아요. 그거 한번 췌는데 이름 불러줄 줄 알았는데 무시하더라고요.” <여 B>

“대도서관(유튜버 이름)에게 별풍선 쏘면 (닉네임이랑 메시지를) 읽어주잖아요. 그냥 부러워서 한 번 췌봤어요.” <남 M>

“방송을 많이 보다 보니까 선심 같은 게 생겨가지고 그런 것도 있고, 보낸 다음에 리액션이 재미있어서.” <남 C>

다만 예외적으로 <남학생 B>은 총 20만 원 이상 기부를 한 적이 있었고, 동기도 단순 호기심이 아닌 게임 방송인에게 어떤 ‘미션’을 준 뒤 이를 성공하면 약속한 금액을 후원하는 방식으로 이루어졌다.

“전부 하면 꽤 될 텐데 거의 20만 원 정도? (중략) 그게 그냥 보는 것만으로는 약간 재미가 떨어지기도 하고 배틀 그라운드(게임 이름) 특성상 자유도가 엄청 높아서 시청자들이 미션을 보려고 스트리머(streamer)들이 미션에 성공하면 도네(donation)를 받고 그런 게 있거든요.” <남 B>

한편, ‘미디어 이용자가 미디어 속의 등장인물 - 주로 유명인 - 을 마치 매일 만나서 대화하는 실제 세계의 상대자로 대리 경험하는 인간관계인 준사회적 상호작용이 일부 학생들에게서 단편적으로 나타나기도 했다. 이는 학생들이 실제 대인관계처럼 특정 BJ가 자신뿐만 아니라 다른 시청자들과 개인방송에서 대화하는 모습을 오랫동안 시청했기 때문으로 보인다.

“평소에 BJ 보검이란 사람이라 말하는 게 아니라 자주 보니까 아는 사람인 듯이 그냥 보검이형, 보검이 이러면서 반말하고 친근하게 말하고...” <남 T>

“(BJ를) 아는 형 같이 ”우리 형은 이래“ 이런 투로 이야기를 많이 합니다.” <남 U>

한편, 남학생 T는 자신이나 다른 중고등학생 시청자들이 인터넷 개인방송인에 대해 준사회적 상호작용을 느끼지 않는 이유로 10대들이 주로 이용하는 인터넷 개인방송 플랫폼인 유튜브에서는 다시보기와 편집 영상 위주로 보기 때문인 것 같다고 답했다. 즉, 아프리카 TV는 실시간 방송 위주의 플랫폼이기에 채팅을 통한 시청자와 방송인 간 상호작용이 면 대 면(face-to-face) 커뮤니케이션 상황처럼 활발히 일어나서 BJ와 친밀한 관계형성이 가능하지만, 유튜브에서는 실시간 의사소통이 불가능한 다시보기와 하이라이트 영상 위주이기에 BJ와의 비실시간 상호작용 때문에 관계 형성에 필요한 ‘즉시성(immediacy)’이 부족해서 BJ와의 친근감을 상대적으로 느끼기 어렵다는 이유였다. 이는 실시간 혹은 비실시간 개인방송 플랫폼 유형에 따라 준사회적 상호작용이라는 심리적 반응이 차이가 날 수도 있다는 가능성을 제시한다.

“아프리카 TV에서는 이제 자기가 아이디를 만들어서 그 BJ가 생방송으로 방송하는 그 방에 들어가서 (중략) 실시간으로 채팅도 하고 하는데 (중략) 아프리카 TV 같은 경우에는 별풍선을 많이 써서 BJ가 리액션 해주고 누구누구님 감사해요 하면서 이제 그 사람이 매니저가 되고 매니저하고 BJ랑 대화를 하면서 친해지고 진짜 친구처럼 느끼고, 진짜 열혈 팬들은 직접 만나기도 하고, 그러면서 서로 진짜 알 수도 있고 아니면 방송으로 밖에 못 봤는데 진짜 친한 것처럼 느낄 수도 있고 이렇게 두 가지 반응이 나오는 것 같습니다. 근데 요즘 청소년들은 거의 다 생방송을 안보고 유튜브로 넘어오면서, 이제 유튜브가 활성화되면서 유튜브 생방송 스트리밍도 애들이 거의 안보고 다시 보거나 하이라이트 영상이 훨씬 재밌으니까 이제 그것만 보다 보니까 ‘방송을 실제로 보는 게 아니라 그냥 방송이 이미 끝난 거고 이 사람이 녹화한 게 편집돼서 나한테 보여지는 거다’라는 게 아이들에게 이미 인식이 잡혀 있으니까 친구처럼 느껴지는 것은 좀 약한 거 같아요. 다시보기로 보다 보니까 의사소통이 안 되니까 친밀감을 느끼지 못하는 것 같습니다.” <남 T>

2. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 이용 동기

FGI 분석의 두 번째 부분은 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 동기에 대한 것이다. 개인방송을 이용하는 동기를 질문한 응답의 분석 결과 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 동기는 크게 두 가지로 나뉘어졌다. 먼저 오락성 추구 동기가 가장 크게 나타났다. 단순히 인터넷 개인방송이 재미있어서 시청한다는 내용이었다.

“저는 옛날에는 아예 안 봤는데 애들이 하도 보겔, 보겔(유튜버 이름) 그러길래 대체 뭔지 궁금해서 검색해서 보다가 재미있어서 보게 되었어요.” <남 I>

“심심할 때 보고 있으면 뭔가 기분이 좋아지는” <여 M>

“유튜브를 뒤지다가 물 먹방하는 것을 찾아보고 그 이후로 재밌어서 보다가 그냥 계속 보게 되었어요.” <남 J>

“재미있고, 스트레스도 풀리는 기분이 들어서” <남 Q>

“재미있어서 계속 보게 되는 것 같아요.” <남 O>

다음으로 두드러진 이용 동기는 정보 추구 동기로 나타났다. 대부분 남학생들이 게임에 관한 정보를 얻기 위해, 자신의 게임 실력을 높이기 위해 시청한다는 내용이었다. 예외적으로 <여 B>의 경우 취미인 춤을 배우기 위해 시청한다고 응답했다.

“저는 게임을 하려면 뭘 알아야 하는데, 아무것도 모르고 바로 게임을 하면 룰도 모르고 방법 같은 것도 모르는데, 그래서 찾아보는 것도 있고, 게임에 대하여 팁이나 실력 같은 것을 얻기 위해서도...” <남 T>

“저는 게임을 할 때 뭔가 잘하는 사람들을 참고해서 막 배우려고 하는 스타일이라서 그런 사람들 영상을 쉽게 접하게 된 거 같아요. 그걸 보면서 연습을 하면 실력이 늘기 마련이기도 하고.” <남 B>

“저 같은 경우는 ‘원밀리언’이라는 댄스 그런 것도 좀 자주 보는데, 그런 거 보면서 약간 학습? 춤 어떻게 추는지 (배워요).” <여 B>

한편, 인터넷 개인방송 시청을 통한 대리만족은 여학생들에게서 두드러지게 나타난 이용 동기였다. 주로 ‘먹방’ BJ들에게 대리 만족을 느끼는 것으로 나타났다.

“(먹방 보면) 나 대신에 해줘서.” <여 A>

“직접 체험할 수 없는 부분이 되게 많아서 만약에 연예인이라면 제가 만약 콘서트를 못 가게 되면 그런 영상 올라오는 걸 보고 뭐 여행 영상이라면 저희가 못 가는 그런 부분을 가는 걸 보고 먹방도 저희가 먹을 수 없는 시간이나 이럴 때 하는 걸 보고 (대리 만족을 느껴요).” <여 K>

“(BJ가) 치킨 먹을 때 보면 재미있어요. 대리만족 같은 거” <여 N>

“대리 만족” <여 L>

이 외에도 응답자들이 시간 때우기, 또래집단 내 의사소통, 심리적 위안 등의 이용 동기로 개인방송을 본다는 의견도 존재했다.

“그냥 뭐 심심해서 시간 때우기” <여 U>

“그냥 시간 때우려고” <남 K>

“처음에 (인터넷 방송에 대해) 몰랐는데 친구들이 얘기 해주니까 그런 걸 친구들 통해서 알게 되고, 친구들이 BJ 이야기를 하니까 같이 하게 돼서 재미있었어요.” <남 C>

“그냥 심리적으로 (인터넷 방송을) 보고 있으면 잊게 되잖아요, 현실을.” <여 C>

3. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 유해성에 대한 인식

다음으로 FGI 분석을 통해 인터넷 개인방송인들과 그들이 생산하는 콘텐츠들이 갖는 유해성에 중 고등학생들의 인식 수준을 파악하였다. 대부분의 FGI 참여자들은 인터넷 개인방송이 사용하는 욕설과 저속한 표현들이 문제라고 응답했으며, 이러한 인터넷 개인방송의 언어적 폭력이 또래집단 사이에서 유행어라는 형태로 재생산되는 현상을 지적하기도 했다. 또한 수용자가 미디어 폭력물에 반복적으로 노출됨에 따라, 해당 미디어에 처음 가졌던 폭력성의 역치가 줄어들어 폭력에 대한 감정적 거부반응이 줄어드는 소위 ‘둔감화(desensitization)’ 현상을 나타내기도 했다.

“일단 저는 욕을 처음 배운 게 5학년 때인데, 제가 처음으로 BJ를 본 것도 5학년

때라서 욕을 아마 이런 BJ들을 보고 배우고 그리고 이걸 애들이 이제 많이 사용하다보니 까 거기에 무더져서 계속 나도 사용하는구나.” <남 N>

“저도 처음에는 욕 하는 게 좀 문제가 있다고 생각하고 있었는데, 점점 방송을 보다보니 까 저도 좀 무더진 것 같고 사람들도 이런 거에 둔감해진 것 같다고 생각이 듭니다.” <남 R>

“다른 친구들이 제 주변에서 ‘보이루, 보이루(인터넷 개인방송인 보검의 유행어)’ 이렇게 말을 한다든가 그러면 약간 뭔가 불편함(을 느껴요).” <여 N>

“잘못된 유행 같은 거, 유행어도 그렇고 그 의미도 그 방송을 보는 친구들이 정확하게 알지도 못하면서 그 단어를 다른 친구들한테도 사용하면서 그 친구들도 ‘그게 뭐야?’ 하면서 알게 되잖아요. 그게 유행이 되면서 첫 시작은 그게 잘못된 거였는데 유행처럼 퍼져 버리니까.” <여 F>

그리고 이러한 불량하고 저속한 유행어는 학생들의 일상생활 속에 깊숙이 침투하여 선생님과의 관계 등에서 문제를 일으키는 경우도 있다는 것을 확인할 수 있었다. 또한 BJ들이 방송에서 하는 행동들을 학생들이 실제로 따라하고 표현하다가 친구들과의 교우 관계에서 문제들이 발생하는 경우도 존재했다.

“제 친구들이 하도 (유행어를) 쓰고 다니다 보니까 일상적으로 통용되는 언어라 저도 배워서 친구들한테 사용하기도 합니다. (중략) 많이 사용하다보면 상황의 구별 없이 사용하게 되니까 그럴 때는 서로 안 좋은 점이 있는 것 같아요.” <남 P>

“사람들이랑 대화를 하다보면 진지한 자리에서 실수할 때가 있는데, 이렇게 보검이 말하는 유행어를 가끔씩 사용해서 분위기가 안 좋아질 때가 있어요. (가령) 친구들이랑 말싸움할 때 (BJ) 보검이 하는 말을 비꼬아서 말하면 그 때 (친구와의) 분위기가 많이 안좋아져요.” <남 S>

“(BJ) 감스트의 관제탑 춤을 친구들이 수업시간에 따라하다가 선생님에게 혼난 적이 몇번 있습니다. 선생님이 뒤돌아서 수업하거나 수업 중간에 잠깐씩 자유시간이 있는데 그 때 따라하다가 하도 심해지니까 선생님이 제지하실 때가 있습니다.” <남 T>

“웬만한 BJ들은 화가 나면 샷건이라고 해서 책상을 엄청 두드리는데 2학년 때 제 친구가 따라하겠다고 책상을 쳤다가 책상이 무너져버린 적이 있습니다.” <남 U>

“제 친구는 (유튜버) 신태일을 한 번 따라해 가지고 PC방에서 친구가 컴퓨터 게임하

는 것을 컴퓨터 본체를 꺼버리고 도망가는 영상을 페이스북에 올렸었는데 친구들하고 (인터넷 개인방송인처럼) 관심을 끌어보고 내가 인기가 많아져보겠다는 그런 속셈으로 한 것 같아요.” <남 V>

또한 FGI 참여자들은 언어적 폭력이라는 맥락의 연장선에서 인터넷 개인방송인의 장애인이나 노약자 등 사회적 소외 계층 비하 표현 사용에 대해서도 지적했다. 이러한 혐오 표현 또한 인터넷 개인방송을 통해 전파되어 10대 청소년 또래집단에서 널리 쓰이고 있음을 확인할 수 있었다.

“장애인, 노약자 등 비하발언을 하는 BJ가 좀 많이 적긴 한데 그 적은 애들이 의외로 인기가 많은 애들이라서 문제가 된다고 생각해요.” <남 A>

“인터넷 방송으로 인하여 패드립(패륜적인 애드리브의 준말)도 심한 것 같고, 또 장애인 비하발언도 많이 나와서.” <남 Q>

“저는 옆에서 그런 말 하지 말라고, 장애인 비하 발언이라고, 그런데 자꾸 애들이 무시하고서 하니까” <여 O>

“‘장애인 같다’는 식으로 자꾸 그 사회적으로 소외된 사람들을 비하를 하니까 자기들은 그게 잘못된 걸 알면서도 계속 쓰는 거예요.” <여 G>

FGI 참여자들은 인터넷 개인방송인의 성 행위 묘사, 노출 행위 등과 같은 선정적인 콘텐츠를 지적하기도 했다.

“부부가 나와서 자기가 ‘연애할 때 이렇게 무슨 행위를 했고, 어떤 행위를 했다’ 이렇게 말하는 걸 봤는데 아무 것도 모르는 사람, 막 관계를 안 해본 사람이거나 조금 그런 데에 잘 모르는 사람들이 이 영상을 보면 ‘나도 저렇게 하면 되겠다’라는 것을 느끼게 되잖아요. 그러니까 잘못된 성 개념을 가질 수도 있다?” <여 A>

“인터넷 방송 BJ들이 하는 걸 보고 나도 이런 걸해도 되나 하면서 이제 학교에서 똑같이 행위를 한 적이 많아요. (인터넷 개인방송에) 나온 것 같이 자위 행위는 기본적으로 여러 가지로 많이 하고 성 행위도 많이 하면서...” <남 S>

“이런 (선정적인) 방송이 청소년들한테 쉽게 노출이 되면서 청소년들도 저희 학년만 해도 좀 그런 행동을 따라하는 경우도 있어요. 친구들끼리 장난을 치거나 그 친구들끼리의 성기를 만진다던가 하는 경우가 많아가지고...” <남 T>

한편, FGI 참여자들은 연령대가 자신보다 낮은 시청자 집단은 판단력이 부족하다는 이유에서 인터넷 개인방송의 유해성이 자신보다 더 크게 나타날 것이라고 생각하는 이른바 ‘제3자 효과(the third-person effect)’를 보이기도 했다.

“저희는 그나마 뭔가를 판단하는 능력이 그나마 좀 많은데, 초등학생들은 거의 다 부족하니까 그것 때문에 좀 더 무비판적으로 받아들여서 악영향을 좀 더 많이 끼칠 거 같다 생각해요.” <남 R>

“중학생은 그래도 옳고 옳지 않고 그런 걸 판단할 수 있는데, 이제 초등학생 경우는 다른 나쁜 방송이나 그런 거에 노출이 쉽게 돼서 더 판단을 하지 못하고 무의식적으로 따라하게 되는...” <남 T>

“저희도 다 배운 건 아니지만 그래도 어린 애들은 뭐가 잘못되고 나쁜 건지 모르기 때문에, 저희는 써도 그 잘못된 걸 알면서 쓰는데, 개네들은 잘못된 걸 모르면서 써서 문제인 것 같아요.” <남 F>

“저희는 절제라고 해야 하나? 사리분별을 판단할 수 있는 그런 나이인 것 같은데...” <여 K>

4. 10대 청소년들의 유해 인터넷 개인방송 이용 방식

FGI 분석 결과, 10대 청소년들의 성인용 인터넷 개인방송 이용은 주로 부모와 같은 보호자나 성인인 가족 형제의 주민등록번호를 도용해 플랫폼에 가입해 시청하는 것으로 나타났다.

“저는 친구가 엄마 것으로 인증해서 들어갔더라고요. (그래서) 빌렸어요. 돌려서 쓴 거 같아요.” <남 C>

“(성인인) 형이 보여줬어요.” <남 I>

“ID만 부모님 것으로 만들고 원래 (기부를 위한) 충전은 문화상품권으로...” <여 H>

“엄마 폰으로 봤어요. 보고 싶어서 진짜.” <여 B>

보다 구체적인 성인인증 방법을 설명하자면, 부모님의 휴대폰으로 성인인증을 받은 뒤 해당 인증 메시지 내역을 삭제하는 방식으로 시청 사실을 부모님에게 숨길수 있다.

“인증번호 딱 누르고 인증을 누르면 메시지가 와요. 그러면 그 메시지를 치고, 메시지 랑 기록을 지워요. 그러면 완전범죄가 돼요.” <남 C>

일부 FGI참여자의 경우 인터넷 개인방송 플랫폼을 통해 성인방송을 시청하지 않고, 포르노 사이트에 업로드된 영상을 시청하는 경우도 존재했다.

“전 그냥 텀블러나 구글 뒤지다보면 봐서.” <남 K>

“아이디를 구한 게 아니라 그냥 야동 사이트 그런 걸로 본 거죠.” <남 L>

5. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 규제에 대한 인식

다음으로 FGI 분석을 통해 현재 인터넷 개인방송 규제에 대하여 중·고등학생들의 인식 수준과 규제의 필요성 및 실효성에 대한 인식 수준을 알아보았다. FGI 참여자들에게 인터넷 개인방송에 대한 규제에 대해 어떻게 생각하는지 질문한 결과, 대체로 일부 콘텐츠에 있어 문제가 있다는 점에는 동의를 하나 규제 필요성에 대해서는 의견이 갈렸다. 규제가 필요 없다는 입장은 주로 표현의 자유나 인터넷 개인방송만의 특이성을 그 이유로 들었다.

“일부분의 특정 방송 때문에 아프리카 TV 전체를 규제하는 것은 대부분의 BJ들이 방송하려면 힘들고 열심히 준비해야 되는데 그런 사람들을 좌절시키는 것 같아요.” <남 A>

“규제가 필요한 방송도 분명 있어요. 그런데 그런 쪽은 굉장히 소수고 (규제가) 필요 없는 방송이 대부분이기 때문에 일반적으로는 필요 없다고 생각해요.” <남 C>

“일단 자기가 표현하는 것은 듣는 사람만 거북하게 안하면 되니까 표현하는 것은 자유라고 생각해요.” <남 O>

“방송하는 분들도 어느 정도 자유가 있기 때문에...” <남 V>

“규제를 하면 인터넷 방송 취지랑 안 맞는 것 같아요. 규제를 하면 공중파나 이런 거랑 다를 게 없어지는 것 같아요.” <남 G>

규제의 필요성을 주장한 FGI 참여자들은 규제 방법의 일환으로 인터넷 개인방송 플랫폼 차원에서의 자율적인 규제를 응답하기도 했다.

“BJ가 과도한 노출이나 욕이나 선정적인 수위 높은 그런 것들을 하면 방송사에서 블라인드 처리하거든요. 그런 행위가 강화되어야 한다고 생각해요.” <남 C>

“욕설이나 이런 게 너무 심하다 싶으면 그런 거에 대한 항목으로 제재를 거는 사항을 만들어 놓고 그걸 했을 경우 운영자나 관리자가 제재를 먹이는 게 필요하다고 생각해요.” <남 L>

“그 BJ가 방송하는 플랫폼 사에서 정지 방안을 강화시킨다든가 그래야 될 것 같아요.” <남 E>

“국가 차원에서까지는 아니더라도 플랫폼 자체 내에서 필요하다고 생각해요.” <여 C>

“영상을 올릴 때 누구의 허락을 받고 올리는 게 아니라 그냥 올리면 바로 업로드가 되는 거잖아요. 근데 그 영상이 19세라도 그냥 올릴 수 있는 거잖아요. 그걸 (유튜브에서) 그 영상에 나이 제한 같은 걸, 확인 절차 후 영상을 올릴 수 있게 하거나 그래야 할 것 같아요.” <여 B>

한편, 이러한 자율 규제의 실효성에 의문을 던지는 응답자들 또한 존재했다. 플랫폼 차원에서 방송인에게 영구 정지와 같은 규제를 해봤자 새로운 계정을 만들거나 다른 플랫폼으로 옮겨 방송을 진행하는 경우가 많다는 이유에서였다.

“그 어떤 사람이 영구 정지를 당했는데 계속 계정을 다시 파가지고 (중략) 또 정지당하면 또 해가지고 스물세 번? 그 정도로 계속 만든 거예요. 그래서 그런 거는 강화해도 어차피 그 사람들이 쏙쏙 빠져나가서 할 것 같아서 그런 거 말고 좀 더 확실한 방법들을 다시 개발했으면 좋겠어요.” <여 Q>

“어떤 선정적인 걸 했을 때 아프리카에서 규제가 들어와서 일시적으로 방송이 정지가 된다던지 하고 있는데, 아프리카 같은 경우는 실시간인데 방송이 정지가 된 이후에는 이미 그 방송이 유출이 된 이후니까 이것만으로는 전 좀 부족한 것 같아요. 뭔가 더 국가적으로 이걸 제한을 해야 될 것 같고 지금 가면 갈수록 점점 더 보는 사람이 늘고 있는데 이걸 그냥 현재랑 똑같이 해버리면 아무것도 달라지는 게 없잖아요. 조금 더

센 제제가 필요하다고 생각해요.” <여 C>

“유튜브에는 이렇게 여러 번 경고 받으면 정지를 하는 게 있는데, 그럼 그 사람들이 이런 방송 (플랫폼)들이 많으니까, 다른 방송 (플랫폼)에서 또 그런 거 할 수 있으니까. 자발적으로 할 수 있게 교육하는 방안으로...” <여 I>

나아가, 인터넷 개인방송에 대한 등급 규제나 법적 처벌과 같은 국가 차원에서의 강력한 규제가 필요하다는 학생들도 있었다.

“인터넷 방송이 이제 비약적으로 성장하다 보니까... 이제 드론과 같이 드론도 비약적으로 성장했으니까 법을 만들었는데 인터넷 방송은 아직도 아프리카 TV, 유튜브, 트위치 내에서만 관리자들이 제약을 걸고 있기 때문에 이제 나라에서도 확실히 어떠한 규정이나 법 아니면 방안을 만들어서 해야 한다고 생각해요.” <남 T>

“청소년이 볼 수 없는 그런 성에 대한 방송이나 뭐 잔인한 방송 같은 경우에는 청소년이 아예 못 보게 하거나, 19금을 걸어두거나, 아니면 아예 방송을 정지 시킨다던가 그러면 좋을 거 같아요.” <남 U>

“장애인 비하 발언이나 그런 거는 법적으로 아예 제재를 해야 한다고 생각해요.” <남 C>

“법적 제도를 강화를 하거나 아니면 새로 요즘에는 정보통신 그런 걸로도 법이 많이 생겼으니까 그런 것처럼 그 안에서도 세세하게 뭐 사생활 침해라던가 뭐 반사회적 내용 이런 식으로 사람들에게 잘못된 인식이 안 심어지게 국가에서 법적으로 강하게 처벌을 했으면 좋겠어요.” <여 E>

6. 10대 청소년의 인터넷 개인방송 과도한 이용에 대한 대처와 실효성

마지막으로 FGI 분석을 통해 10대 청소년들이 스스로 인터넷 개인방송 이용을 줄이고자 하는 방법과 그 방법들이 실제 실효성의 인식에 대하여 분석하였다. 대부분의 FGI 참여자들은 인터넷 개인방송을 이용함에 따라 생기는 부정적 영향에 대해 인지하고 있었고, 특히 중독성을 가장 큰 문제라고 생각했다. 그리고 이러한 중독성의 원인 중 하나를 단순히 인터넷 개인방송의 재미가 아닌, 플랫폼이 제공하는 추천 시스템에서 찾는 응답자 또한 있었다.

“계속 보다 보면 이제 관련 동영상으로 그 BJ나 유튜버의 동영상이 계속 나오니까 점점 더 보게 되고 하면서 시간도 뺏기고 이런 게…” 〈남 N〉

“중독성이 좀 있어서. 시간을 너무 많이 소비하는 건 좀 문제 있죠.” 〈남 L〉

“유튜브를 한번 보면 못 꺼요. 그래서 공부 시간이 너무 날아가서 성적이 안 나와요. 되게 부정적인 것 같아요.” 〈남 I〉

“중독되는 거? 계속해서 핸드폰 붙잡게 되면…” 〈여 P〉

“시험 전날 오늘은 밤새울 거니까 12시까지만 보고 하자 했는데, 알고 보니 2시이고 이제 정신 차리면 아침…” 〈여 B〉

그리고 이러한 중독성 때문에 생기는 폐해를 극복하기 위해 일부 FGI 참여자들은 이용 시간을 조절하려는 노력을 기울이기도 했다.

“아예 핸드폰을 엄마한테 준 다음에 어디다 놔두라고 한 다음에 저는 가만히 책 읽고 있거나 그런 적도 한 번 있었고 그냥 스스로 안 보려고 일부러 핸드폰 화면을 꺼진 상태로 유지하고 배터리를 닳게 한 적도 있었고.” 〈남 N〉

“저는 계속 핸드폰이 눈에 보이면 계속 보고 싶으니까 그냥 눈에 안 보이는데다 두고 공부를 한다든지 책을 읽는다든지 그런 활동으로 줄이려고 노력하고 있어요.” 〈남 R〉

“저는 핸드폰을 학교에 두고 갔어요.” 〈여 C〉

“핸드폰을 아까 옆에 갖다 두고 방 안에 들어왔어요.” 〈여 N〉

“아예 (인터넷 개인방송) 어플리케이션 자체를 지우고 (중략) 확실히 마음을 먹으면 심하게는 하지 않는 거 같아요.” 〈여 P〉

이렇듯 인터넷 개인방송의 강력한 중독성에 스스로 이용 시간을 줄여보려는 자발적인 노력들도 있었으나, 대체로 그 유혹을 참지 못했고 또래 집단과의 대화에서 멀어져 어쩔 수 없이 다시 이용하게 된다는 의견이 뒤따르기도 했다.

“이제 시험 얼마 안 남았을 때 유튜브 지워보고 해봤는데, 계속 다시 깔게 되더라고요.” 〈남 E〉

“저는 줄이고 싶고… 가끔씩은 핸드폰 전원을 아예 꺼서 핸드폰 자체를 안보기도

하고... 줄이고는 싶은데 그게 또 계속 보게 되니까..." <남 T>

"저는 (유튜브) 앱을 지웠어요. 앱을 지웠는데 인터넷으로 들어가요." <여 A>

"유튜브 삭제를 해봤는데, 그러면 이제 다른 데서 또 들어가서... 네이버, 유튜브 다 지워봤는데 안 되더라고요. 약간 '문화찐따', '문찐'이라고 애들이 그래도 보잖아요. 시험 기간에도 보면 이야기를 하는데 나는 몰라. 뭐지? 이렇게 하니까." <여 H>

"너무 많이 보다보면 좀 자괴감 들어가지고 '안되겠다' 이러면서 특히 시험기간에 보다가 한 개만 보려고 했는데 막 한 시간 두 시간 이러면..." <여 I>

제2절 양적 설문 조사 결과

1. 조사 대상의 기본 특성

본 연구의 조사 대상으로 선정된 인터넷 개인방송을 시청한 경험이 있는 13세 ~ 18세 (만 나이) 사이의 남녀 중·고등학생의 기초 정보는 다음과 같다. 먼저 응답자의 성별은 전체 응답자 1,058 명 중 471명이 남자(44.5%), 587명이 여자(55.5%)인 것으로 확인되어 비슷한 구성비를 보인 반면, 학년의 경우는 중학생이 173명(16.4%), 고등학생이 885명(83.6%)으로 대부분의 응답자가 고등학교에 재학 중인 것으로 나타나 상대적으로 편중된 비율을 보였다. 또 응답자 연령은 평균 16.78세(SD = 1.20)로 확인되었다. 아래 <표 4-1>은 보다 자세한 조사 대상의 인구통계학적 특성을 적시한 것이다.

<표 4-1> 설문 응답자 구성(N = 1,058)

시청 동기		응답자 수 (명)	비율 (%)
성별	남	471	44.5
	여	587	55.5
학년	중학교 1학년	9	.9
	중학교 2학년	39	3.7
	중학교 3학년	125	11.8
	고등학교 1학년	192	18.1
	고등학교 2학년	300	28.4
	고등학교 3학년	393	37.1

시청 동기		응답자 수 (명)	비율 (%)
연령	13세	8	.8
	14세	38	3.6
	15세	136	12.9
	16세	191	18.1
	17세	311	29.4
	18세	374	35.3

2. 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 실태

1) 하루 시청 시간 및 개인방송 기부 경험

조사 결과, 응답 대상인 10대 청소년들은 하루 평균 114.88분($SD = 87.94$) 인터넷 개인방송을 시청하는 것으로 나타났다. 청소년들이 하루에 거의 2시간에 가까운 적지 않은 시간을 인터넷 개인방송 시청에 할애하고 있다는 이러한 사실은 앞서 FGI 응답자 일부가 지나친 개인방송 시청으로 인해 일상이나 학업에 지장을 받는 경우가 많다고 응답한 결과와 더불어 인터넷 개인방송이 청소년들에게 그들의 삶에 이미 깊숙이 파고 들어 삶의 한 부분으로 정착되었을 가능성을 알려 주고, 나아가 그로 인해 상당한 정도의 부정적 영향을 미칠 가능성도 지시(指示)하는 결과라 하겠다.

한편, 현금이나 현금에 준하는 결제 상품(예: 별 풍선 등)을 통한 인터넷 개인방송 진행자에게 기부한 경험에 대한 설문 결과는 응답자 다수(802명, 75.8%)가 한 번도 기부해 본 적이 없다고 응답하여, 10대 청소년들 대부분은 현재 논란이 되고 있는 일부 BJ나 스트리머들의 과도한 기부 유도나 그로 인한 다양한 사회 문제들(예: 가정 경제 파탄, 환급 요구로 인한 BJ-시청자 간 갈등 및 법정 싸움 등)로부터 ‘아직은’ 자유로운 것으로 나타났다. 그럼에도 여전히 응답자의 1/4(256명)은 소액이라도 기부한 경험이 있다고 응답했다. 이들의 1회 당 평균 기부 금액은 1,423.69원($SD = 6736.71$)으로 천 원 내외의 소액으로 나타났는데, 이는 기본적으로 성인 시청자에 비해 청소년 시청자들은 대부분 용돈 등으로 수입이 제한되어 있어 쓸 수 있는 기부 금액에 명확한 한계가 있을 수밖에 없기 때문으로 풀이해 볼 수 있다. 그러나 극히 소수의 사례기는 하지만 본 조사에서도 일부 응답자들(11명, 1.1%)은 인터넷 개인방송에 한 번에 최소 5만 원 ~ 10만 원 이상을 기부한다고 답한 바 있어, 청소년들에게 금전적 여유가 있는 상황이

거나 일시적으로 다른 곳에서 용통할 수 있는 상황(예: 부모 카드 몰래 사용 등)에서라면 전술한 과도한 기부로 인한 문제가 반드시 성인만의 문제라고 함부로 단언하기는 곤란한 상황임을 어렵지 않게 짐작케 하였다(〈표 4-2〉 참조).

〈표 4-2〉 1회 당 기부 금액 분포(N = 256)

기부 금액	응답자 수 (명)	비율 (%)
1,000 원 미만	18	7.03
1,000 원 ~ 10,000 원 미만	185	72.27
10,000 원 ~ 50,000 원 미만	42	16.41
50,000 원 이상	11	4.30

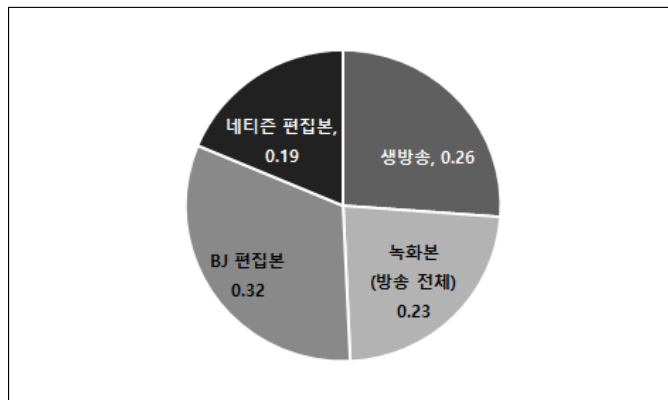
10대 청소년들의 개인방송 기부 수단을 보다 자세히 살펴보면(중복 응답, N = 348) 다음과 같다. 먼저 가장 많이 이용된 기부 결제 수단은 미리 금액을 충전해 놓고 기부에 사용하는 사전 충전 결제(91명, 26.15%)인 것으로 확인되었고, 다음으로는 카드(신용 및 현금 카드) 결제(86명, 24.71%), 은행 계좌 이체를 통한 결제(51명, 14.66%), 휴대폰 요금 결제(44명, 12.64%), 문화상품권 사용 결제(39명, 11.21%),페이팔(PayPal)이나 카카오페이(Kakao Pay) 등을 통한 온라인 송금 결제(34명, 9.77%), 그리고 기타(예: 휴대폰 어플리케이션 설치 보상을 통한 기부 등) (3명, 0.86%)의 순으로 나타났다.

또 인터넷 개인방송에 기부한 돈의 출처를 묻는 질문에서는(중복 응답, N = 322), 모아 둔 용돈(227명, 70.5%)이라는 응답이 가장 많았고, 아르바이트로 번 돈(49명, 15.22%), 다른 사람(예: 부모 등)의 카드(16명, 4.97%), (부모님이 내 주시는) 휴대폰 요금(14명, 4.35%), 선물로 받은 문화상품권이나 기프트콘, 부모님한테 다른 명목(예: 참고서 구입, 학원비 등)으로 얻은 돈(각 5명, 1.55%), 그리고 마지막으로 친구에게 빌려서 기부했거나 휴대폰 어플리케이션을 깔고 받은 보상 등으로 기부한 경우(각 3명, 0.93%) 등의 응답들이 그 뒤를 이었다. 앞서 결제 수단 항목의 경우와 마찬가지로, 기부한 돈의 출처가 대부분 자신의 용돈이었다는 점은 우리나라 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 기부 행위가 아직까지는 건전한 수준에 머무르고 있음을 보여주는 결과라 할 수 있겠으나, 동시에 부모님이나 친척 어른의 카드를 사용한다고 응답한

사례들의 경우는 현실적으로 기부에 관한 허락을 받지 않을 가능성이 크다는 점에서, 휴대폰 요금 결제의 경우는 자칫 ‘통신비 폭탄’으로 이어질 수 있다는 점에서, 그리고 부모님께 거짓말을 하여 타낸 돈으로 기부하거나 친구에게 돈을 빌려 기부하는 사례들은 교육적 관점에서 청소년들에게 매우 부정적인 영향을 미칠 수 있을 뿐 아니라 나아가 청소년 비행이나 범죄로도 이어질 가능성이 있다는 점에서 교육 당국과 미디어 정책 담당자의 주의를 요청하는 결과라 하겠다.

2) 콘텐츠 형태에 따른 인터넷 개인방송 시청

다중응답 분석 결과, 10대 중·고등학생들이 가장 많이 이용하고 있는 인터넷 개인방송 콘텐츠 형태는 BJ가 편집하여 게시한 편집본인 것으로 밝혀졌다(821명, 32.03%). 다음으로 많이 이용하는 개인방송 콘텐츠 형태는 실시간 시청(live-streaming)이었고(670명, 26.14%), 그 다음을 방송 전체 녹화본(593명, 23.14%)과 개인방송 운영자가 아닌, 재미있는 부분 위주로 네티즌이 임의로 편집한 영상(479명, 18.69%)이 차지한 것으로 나타났다(N = 2,563).



[그림 4-1] 주로 이용하는 인터넷 개인방송 콘텐츠 형태

3) 실시간인터넷 개인방송 시청 플랫폼

연구자 간 브레인스토밍(brainstorming)과 모니터링을 통해 사전 선정한 국내 주요 인터넷 개인방송 플랫폼들에 대한 이용 정도를 설문한 결과, 10대 청소년들이 실시간

스트리밍(live-streaming) 방송을 볼 때 가장 많이 이용하는 - 이용 1순위로 응답한 - 개인방송 플랫폼은 유튜브(YouTube, 712명, 67.30%)인 것으로 확인되었다. 다음으로는 아프리카 TV(143명, 13.52%), 트위치(Twitch, 130명, 12.29%), V앱(43명, 4.06%), 네이버 TV(19명, 1.80%), 팍콘 TV(3명, 0.28%), 카카오 TV(2명, 0.19%), 그리고 판도라 TV(1명, 0.09%)의 순으로 나타났다. 이와 별개로 기타 플랫폼(예: 스폰 등)을 1순위로 꼽은 응답자는 5명(0.47%)인 것으로 확인되었다(N = 1,058).

두 번째로 많이 사용한다고 응답한(2순위) 인터넷 개인방송 플랫폼 내역은 다음과 같다. 먼저 앞서 1순위 결과와 마찬가지로 2순위 응답에서 가장 높은 이용 빈도를 나타낸 개인방송 플랫폼은 유튜브(202명, 23.11%)로 나타났고, 그 뒤를 트위치(200명, 22.88%), 아프리카 TV(165명, 18.88%), 네이버 TV(148명, 16.93%), V앱(135명, 15.45%), 카카오 TV(17명, 1.95%), 판도라 TV(3명, 0.34%), 그리고 팍콘 TV(2명, 0.23%) 등이 이었다(기타 2명, 0.23%; N = 874).

주로 이용하는 개인방송 플랫폼의 세 번째 응답 결과는 다음과 같다. 우선 3순위 응답에서 가장 높은 이용 빈도를 기록한 플랫폼은 네이버 TV(107명, 20.86%)였고, 그 다음을 아프리카 TV(100명, 19.49%), V앱(97명, 18.91%), 트위치(95명, 18.52%), 유튜브(56명, 10.92%), 카카오 TV(47명, 9.16%), 판도라 TV와 팍콘 TV(각 4명, 0.78%), 그리고 풀 TV(3명, 0.58%)이 차지한 것으로 밝혀졌다(N = 513).

4순위 응답에서 가장 높은 이용 빈도를 나타낸 인터넷 개인방송 플랫폼은 아프리카 TV(33명, 22.30%)인 것으로 확인되었다. 다음으로는 네이버 TV(28명, 18.92%), 카카오 TV(27명, 18.24%), V앱(26명, 17.57%), 트위치(13명, 8.78%), 유튜브(10명, 6.76%), 판도라 TV와 팍콘 TV(각 4명, 2.70%), 그리고 풀 TV(3명, 2.03%) 등의 순서로 청소년들이 많이 이용한 것으로 밝혀졌다(N = 148).

또 5순위 응답에서 나타난 응답 순위는 아프리카 TV(11명, 20.37%), 네이버 TV(9명, 16.67%), 카카오 TV와 V앱(각 8명, 14.81%), 판도라 TV(7명, 12.96%), 팍콘 TV(4명, 7.41%), 트위치(3명, 5.56%), 그리고 유튜브와 풀 TV(각 2명, 3.70%)의 순서로 나타났고(N = 54), 6순위 응답의 경우는, 카카오 TV(7명, 35.00%), V앱(5명, 25.00%), 트위치와 판도라 TV(각 3명, 15.00%), 그리고 네이버 TV(2명, 10.00%)의 순으로 확인되었다(N = 20).

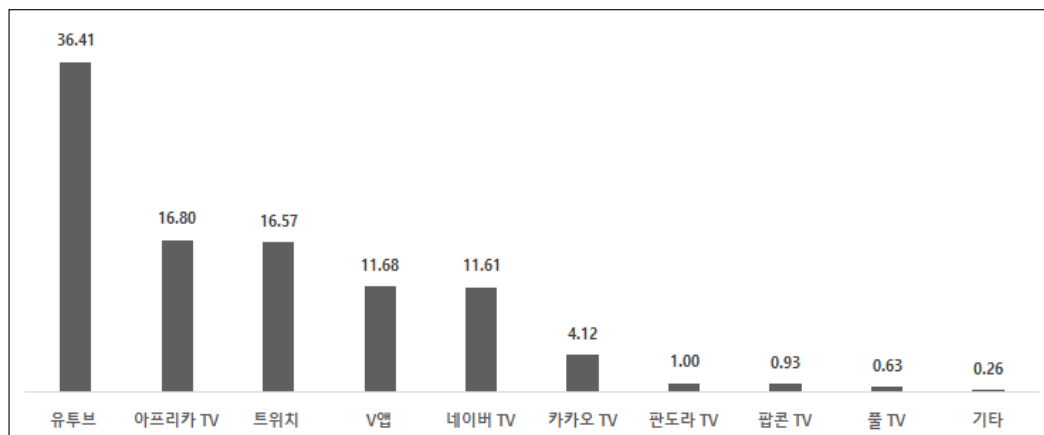
7순위 응답의 결과는 팝콘 TV(4명, 33.33%), 풀 TV(3명, 25.00%), 카카오 TV와 판도라 TV(각 2명, 16.67%), 그리고 아프리카 TV(1명, 8.33%)의 순서로(N = 12), 8순위 응답은 풀 TV(4명, 40.00%), 트위치와 판도라 TV(각 3명, 30.00%) (N = 20), 마지막으로 9순위 응답은 팝콘 TV(4명, 50.00%), 풀 TV(2명, 25.00%), 그리고 카카오 TV와 V 앱(각 1명, 12.50%) (N = 8) 등의 순서로 확인되었다. 아래 <표 4-3>는 라이브 스트리밍 시청 시에 선호하는 1 ~ 9순위 인터넷 개인방송 플랫폼 응답 결과를 정리한 것이다.

<표 4-3> 라이브 스트리밍 시청 시 주로 이용하는 개인방송 플랫폼 순위 (%)

	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위	7순위	8순위	9순위
1	유튜브 (67.30)	유튜브 (23.11)	네이버 (20.86)	아프리카 (22.30)	아프리카 (20.37)	카카오 (35.00)	팝콘 (33.33)	풀 (40.00)	팝콘 (50.00)
2	아프리카 (13.52)	트위치 (22.88)	아프리카 (19.49)	네이버 (18.92)	네이버 (16.67)	V앱 (25.00)	풀 (25.00)	트위치 (30.00)	풀 (25.00)
3	트위치 (12.29)	아프리카 (18.88)	V앱 (18.91)	카카오 (18.24)	카카오 (14.81)	트위치 (15.00)	카카오 (16.67)	판도라 (30.00)	카카오 (12.50)
4	V앱 (4.06)	네이버 (16.93)	트위치 (18.52)	V앱 (17.57)	V앱 (14.81)	판도라 (15.00)	판도라 (16.67)	—	V앱 (12.50)
5	네이버 (1.80)	V앱 (15.45)	유튜브 (10.92)	트위치 (8.78)	판도라 (12.96)	네이버 (10.00)	아프리카 (8.33)	—	—
6	팝콘 (0.28)	카카오 (1.95)	카카오 (9.16)	유튜브 (6.76)	팝콘 (7.41)	—	—	—	—
7	카카오 (0.19)	판도라 (0.34)	판도라 (0.78)	판도라 (2.70)	트위치 (5.56)	—	—	—	—
8	판도라 (0.09)	팝콘 (0.23)	팝콘 (0.78)	팝콘 (2.70)	유튜브 (3.70)	—	—	—	—
—	기타 (0.47)	기타 (0.23)	풀 (0.58)	풀 (2.03)	풀 (3.70)	—	—	—	—
N	1,058	874	513	148	54	20	12	10	8

다중응답 분석 결과, 10대 청소년들이 인터넷 개인방송을 실시간으로 시청할 때 가장 많이 사용하는 플랫폼은 유튜브(982명, 36.41%)인 것으로 확인되었으며, 그 뒤는 아프리카 TV(453명, 16.80%), 트위치(447명, 16.57%), V앱(315명, 11.68%), 네이버 TV(313명, 11.61%), 카카오 TV(111명, 4.12%), 판도라 TV(27명, 1.00%), 팝콘

TV(25명, 0.93%), 풀 TV(17명, 0.63%), 그리고 기타(7명, 0.26%) 등의 순인 것으로 밝혀졌다. 이 중 유튜브와 트위치는 비단 우리나라뿐 아니라 전 세계적으로도 많이 활용되는 개인방송 플랫폼이라는 점에서, 또 아프리카 TV는 국내에서 개인방송을 대표하는 플랫폼이라는 점에서 어느 정도 쉽게 이해가 가는 결과라 하겠다.



[그림 4-2] 실시간 시청 개인방송 플랫폼 순위 (중복 응답, %)

위 결과와 관련, 청소년 보호 측면에서 주목해야 할 사실은 비록 소수기는 하나 일반적으로 성인용 콘텐츠 유통 플랫폼으로 유명한 팝콘 TV나 풀 TV를 주로 시청하는 응답자들도 분명히 존재했다는 것이다. 특히, 위 성인용 플랫폼을 주 시청 플랫폼으로 삼지는 않더라도 최소 다른 플랫폼들과 병용(併用)하는 중·고등학생이 특정 수 있다는 사실은 청소년들에게 미치는 성적, 폭력적 미디어 콘텐츠의 해악을 고려할 때 정책 담당자와 학부모, 교육 당국 등의 관심과 정책적 고려 노력이 반드시 모아져야 할 부분이라 하겠다.

4) 녹화 및 편집된 인터넷 개인방송 시청 플랫폼

인터넷 개인방송의 시청 형태 중 녹화/편집 방송의 시청 시 주로 사용하는 개인방송 플랫폼의 응답결과는 다음과 같다. 먼저 1순위 응답의 경우, 유튜브(857명, 81.00%), 아프리카 TV(71명 6.71%), 트위치(49명, 4.63%), V앱(36명, 3.40%), 네이버 TV(15명, 1.42%), 팝콘 TV(7명, 0.66%), 카카오 TV(4명, 0.38%), 풀 TV(3명, 0.28%), 그리고

판도라 TV(2명, 0.19%)의 순인 것으로 확인되었다(기타 14명, 1.32%; N = 1,058).

이어 2순위 응답은, 트위치(178명, 24.59%), 네이버 TV(158명, 21.82%), 아프리카 TV(124명, 17.13%), V앱(118명, 16.30%), 유튜브(109명, 15.06%), 카카오 TV(22명, 3.04%), 팝콘 TV(5명, 0.69%), 그리고 풀 TV와 판도라 TV(각 3명, 0.41%)의 순서대로 순위가 나타났다(기타 4명, 0.55%; N = 724).

3순위 응답 결과는 다음과 같다. 먼저 네이버 TV(102명, 26.02%)가 3순위에서 가장 높은 빈도를 기록했고, 그 뒤 순위는 V앱(84명, 21.43%), 아프리카 TV(81명, 20.66%), 트위치(68명, 17.35%), 카카오 TV(24명, 6.12%), 유튜브(18명, 4.59%), 판도라 TV(9명, 2.30%), 그리고 팝콘 TV와 풀 TV(각 3명, 0.77%) 등의 순으로 기록되었다(N = 392).

또 4순위 응답은 카카오 TV(21명, 22.58%), 네이버 TV(19명, 20.43%), V앱(18명, 19.35%), 아프리카 TV(17명, 18.28%), 트위치(10명, 10.75%), 판도라 TV와 팝콘 TV(각 3명, 3.23%), 그리고 유튜브(1명, 1.08%)의 순서로 나타났고(기타 1명, 1.08%; N = 93), 5순위 응답의 경우는 아프리카 TV와 네이버 TV(각 8명, 25.00%), 카카오 TV(6명, 18.75%), 트위치와 판도라 TV(각 3명, 9.38%), 그리고 팝콘 TV와 V앱(각 2명, 6.25%)의 순위를 기록하였다(N = 32).

6순위와 7순위 응답은 먼저 6순위가 카카오 TV(4명, 36.36%), 팝콘 TV(3명, 27.27%), 판도라 TV(2명, 18.18%), 그리고 아프리카 TV와 풀 TV(각 1명, 9.09%)의 순으로 나타났고(N = 11), 7순위가 트위치(2명, 40.00%), 그리고 카카오 TV, 판도라 TV, 풀 TV(각 1명, 20.00%)의 순으로 확인되었다(N = 5).

마지막으로 8순위와 9순위 응답의 결과는, 8순위가 팝콘 TV(2명, 50.00%), 풀 TV와 V앱(각 1명, 25.00%)의 순으로(N = 4), 9순위는 네이버 TV와 판도라 TV, 풀 TV가 모두 같은 결과(각 1명, 33.33%)를 보인 것으로 확인되었다(N = 3). 아래 <표 4-40>은 상기 서술한 인터넷 개인방송의 녹화본 및 편집본 시청 시에 선호하는 개인방송 플랫폼 응답 결과를 보기 쉽게 정리한 것이다.

〈표 4-4〉 녹화/편집된 개인방송 콘텐츠 시청 시 주로 이용하는 개인방송 플랫폼 순위 (%)

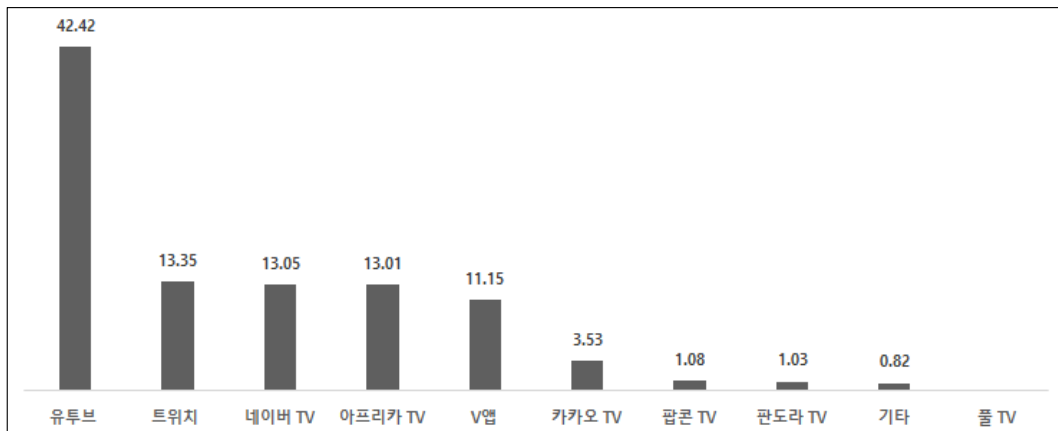
	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위	6순위	7순위	8순위	9순위
1	유튜브 (81.00)	트위치 (24.59)	네이버 (26.02)	카카오 (22.58)	아프리카 (25.00)	카카오 (36.36)	트위치 (40.00)	팝콘 (50.00)	네이버 (33.33)
2	아프리카 (6.71)	네이버 (21.82)	V앱 (21.43)	네이버 (20.43)	네이버 (25.00)	팝콘 (27.27)	카카오 (20.00)	풀 (25.00)	판도라 (33.33)
3	트위치 (4.63)	아프리카 (17.13)	아프리카 (20.66)	V앱 (19.35)	카카오 (18.75)	판도라 (18.18)	판도라 (20.00)	V앱 (25.00)	풀 (33.33)
4	V앱 (3.40)	V앱 (16.30)	트위치 (17.35)	아프리카 (18.28)	트위치 (9.38)	아프리카 (9.09)	풀 (20.00)	—	—
5	네이버 (1.42)	유튜브 (15.06)	카카오 (6.12)	트위치 (10.75)	판도라 (9.38)	풀 (9.09)	—	—	—
6	팝콘 (0.66)	카카오 (3.04)	유튜브 (4.59)	판도라 (3.23)	팝콘 (6.25)	—	—	—	—
7	카카오 (0.38)	팝콘 (0.69)	판도라 (2.30)	팝콘 (3.23)	V앱 (6.25)	—	—	—	—
8	풀 (0.28)	판도라 (0.41)	팝콘 (0.77)	유튜브 (1.08)	—	—	—	—	—
9	판도라 (0.19)	풀 (0.41)	풀 (0.77)	—	—	—	—	—	—
—	기타 (1.32)	기타 (0.55)	—	기타 (1.08)	—	—	—	—	—
N	1,058	724	392	93	32	11	5	4	3

다중응답 분석 결과, 10대 중·고등학생이 녹화되었거나 편집된 인터넷 개인방송 콘텐츠를 주로 보는 플랫폼은 유튜브(985명, 42.42%)인 것으로 밝혀졌다. 그 뒤 순위는 트위치(310명, 13.35%), 네이버 TV(303명, 13.05%), 아프리카 TV(302명, 13.01%), V앱(259명, 11.15%), 카카오 TV(82명, 3.53%), 팝콘 TV(25명, 1.08%), 판도라 TV(24명, 1.03%), 기타(19명, 0.82%), 그리고 풀 TV(13명, 0.56%) 등이 각각 차지한 것으로 나타나, 큰 틀에서는 전술한 실시간 시청의 결과와 별반 차이가 없는 것으로 나타났다.

이는 앞서도 말한 것처럼 언급된 개인방송 플랫폼들이 비단 국내 뿐 아니라, 세계적으로도 가장 높은 인지도를 지닌 플랫폼들이기 때문이라 볼 수 있으며, 아울러 인터넷 개인방송의 운영자들이 자신들의 방송의 녹화 및 편집본을 동영상으로 플랫폼에 게시하는 이유는 별도의 수익(예: 유튜브 광고 수익 등)을 올리려는 기본적 이유와 함께

사람들로 하여금 자신들의 본 방송에 흥미를 느끼고 시청하게 만들려는 일종의 ‘미끼 상품’의 역할도 나름 기대하고 있기 때문에 본 방송과 전혀 다른 혹은 이른바 메이지 플랫폼이 아닌 플랫폼을 이용할 이유가 없기 때문이기도 하다고 이해할 수 있겠다.

문제는 라이브 스트리밍의 경우와 마찬가지로, 우리 10대 청소년들이 녹화/편집된 개인방송 콘텐츠를 팝콘 TV나 풀 TV 같은 성인 콘텐츠 중심의 플랫폼에서 이용하는 사례가 꽤나 있다는 것이다. 이는 앞서의 해석과 결부해 더욱 문제라고 할 수 있는데, 시청자들의 관심을 끌기 위해 개인방송의 녹화/편집본은 주로 가장 재미있거나 흥미로운 부분을 위주로 작성되고 게시되기 때문에, 개인방송 녹화/편집본을 성인용 플랫폼에서 보는 청소년들이 상당수 있다는 말은 그 녹화/편집본이 성인용 콘텐츠라는 말이 되고, 그 중에서도 가장 자극적인 콘텐츠가 유통된다는 말과 어느 정도 연결되기 때문이다. 즉, 이는 다시 청소년들이 이러한 상업적 목적에 의해 더욱 자극적으로 변형된 부적절한 콘텐츠에 별다른 여과 없이 그대로 노출되고 있다는 말과 같기 때문에 관계 당국과 사회의 각별한 주의가 요청되는 부분이라 하겠다.



[그림 4-3] 개인방송 녹화/편집본 시청 플랫폼 순위 (중복 응답, %)

5) 가장 좋아하는 인터넷 개인방송 BJ

개방형 설문 문항으로 10대 청소년들이 가장 좋아하는 인터넷 개인방송 BJ/스트리머를 최대 3명까지 지명해달라고 요청한 결과, 중·고등학생 개인방송 시청자들이 가장 선호하는 BJ는 총 115명이 선택한 게임 방송 BJ “대도서관”인 것으로 나타났다.

다음으로는 21명이 선택한 게임(오버워치) BJ “김재원,” 18명이 선택한 뷰티 방송 BJ(뷰티 크리에이터) “이사배,” 15명이 고른 엽기 방송/게임 방송 BJ “철구” 등이 청소년에게 인기 있는 주요 인터넷 개인방송 BJ들이었 것으로 확인되었다. 아래 <표 4-5>은 이외 다수 선택된 BJ의 이름과 주 방송 콘텐츠를 정리한 것이다.

<표 4-5> 가장 좋아하는 인터넷 개인방송 BJ 응답 결과*

순위	BJ (주요 콘텐츠)	응답 수	순위	BJ	응답 수
1	대도서관 (게임)	115	6	창현 (아외 방송) 허수아비 (컴퓨터)	7
2	김재원 (게임)	21	7	최고다음박 (토크) 꽃빈 (여캠) 후즈 (게임)	6
3	이사배 (뷰티)	18	8	지누 (게임) 남순 (여캠)	5
4	철구 (엽기)	15	9	김이브 (여캠) 플레이밍 (게임)	4
5	정선호 (토크)	8	10	녹두로 (게임) 초코 (게임) 눈쟁이 (게임) 포니 (뷰티) 호크포크 (댄스) 홍사운드 (먹방)	3

* 빼부 (토크), 훌리 (여캠) (각 2명), 그 외 1번만 선택된 BJ는 명기하지 않음.

상기 조사 결과는 크게 두 가지 차원에서 문제가 된다. 먼저 앞서 조사된 FGI 결과와는 달리, 청소년 시청자들에게 특히 부정적인 쪽으로 많은 영향력을 행사할 것이라고 여겨지는 “보겸,” “신태일,” “김윤택,” “브베,” 등 일련의 유명 BJ들이 응답에서 거의 호명되지 않았고, “아리샤,” “셀리” 등 선정적 콘텐츠로 유명세를 탄 여캠 BJ들도 명단에서 대부분 제외되어 전반적으로 현실을 충분히 반영치 못하는 결과를 나타냈다. 이는 기본적으로 본 조사의 청소년 응답자들이 소위 ‘사회적으로 바람직한(socially desirable)’ 응답 편향에서 자유롭지 못해 자신이 실제로 많이 보고, 좋아하는 인터넷 개인방송 BJ를 응답하지 않고 일반적으로 유명하거나 상대적으로 ‘건전한’ BJ들 위주로 응답한 결과로 의심해 볼 수 있을 것이다. 이런 맥락에서 콘텐츠나 방송 운영 측면에서 주 시청자 층이 중·고등학생이라고 보긴 어려운 “대도서관”이 압도적 차이로 가장

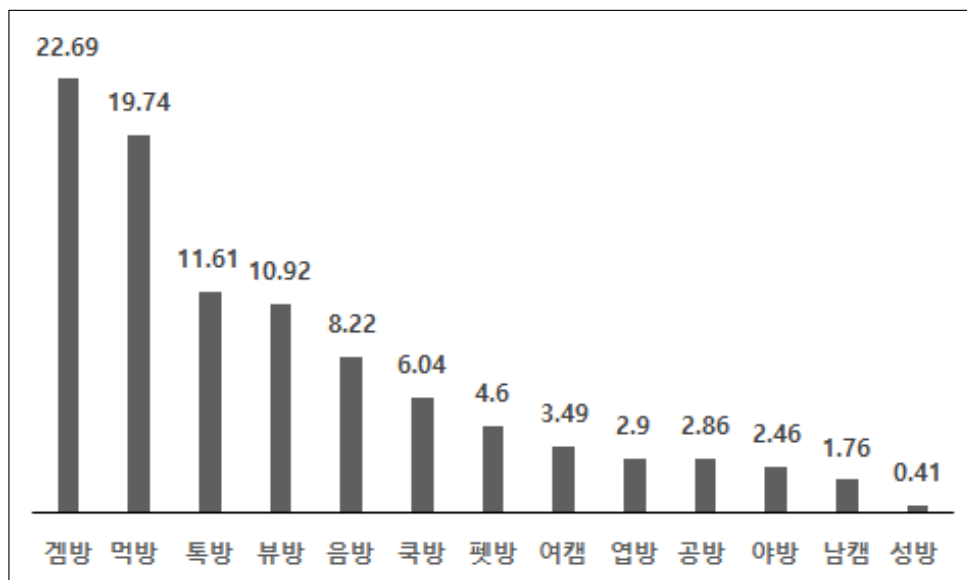
높은 응답 빈도를 보인 사실도 어느 정도 이해가 가능할 것이다.

다음으로, 이러한 응답 편향에도 불구하고 청소년들의 응답 결과를 보면 “철구”나 “최고다음박” 등 과거 방송 내용의 부적절함이나 문제 발언 같은 사회적 문제를 일으킨 경력이 있는 많은 BJ들이 포함되어 있어 문제가 된다. 그 중에서도 BJ 철구는 앞서 설명한 것처럼 엽기적인 방송 콘텐츠와 장애인이나 여성 등 사회적 약자에 대한 부적절한 발언으로 이미 수 회 언론 보도가 될 정도로 상당한 사회적 비판을 받은 바 있어 특별한 주의가 요청된다. 또 비록 한 때기는 하지만 조직 폭력배 등 사회적으로 용인되기 어려운 설정으로 방송을 하거나(예: “최고다 음박”), 모바일 게임을 하며 아이템 뽑기 같은 사행성 짙은 콘텐츠를 여과 없이 방송 내용으로 삼거나(예: “창현,” “철구”), 사회 일반의 건전한 인식과는 전혀 다른 부적절한 발언으로 이슈가 되거나(예: “김이브”) 하는 등 다른 BJ들 역시 청소년들에게 유해한 영향을 미칠 것으로 봐도 충분한 근거가 있는 경우가 대부분이라는 사실 역시 문제가 된다고 하겠다.

6) 주로 보는 인터넷 개인방송 장르

10대 청소년들에게 그들이 가장 많이 보는 인터넷 개인방송 장르(genre)에 대해 묻은 질문을 다중응답 분석을 통해 분석한 결과는 다음과 같다. 먼저 조사 대상인 중·고등학교 생들은 게임 관련 개인방송을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났고(721명, 22.69%), 그 다음으로는 소위 ‘먹방(먹는 방송)’을 많이 보는 것으로 밝혀졌다(627명, 19.74%). 또 인터넷 개인방송 버전의 토크 쇼 개념의 ‘톡방(토크 방송)’(369명, 11.61%), 시청자들에게 화장이나 패션 코디 등에 대한 정보를 주는 ‘뷰방(뷰티 방송)’(347명, 10.92%), 음악 관련 개인방송(261명, 8.22%) 등도 중·고등학생이 즐겨 보는 인터넷 개인방송 장르인 것으로 확인되었다. 이어 요리를 실제 하는 모습을 보여 주거나 요리 레시피에 대한 정보 제공 위주의 ‘쿡방(요리 방송)’(192명, 6.04%), 반려 동물을 주 콘텐츠로 삼는 ‘펫방(애완동물 방송)’(146명, 4.60%), 여성 BJ가 섹시 댄스를 추거나 노출을 하는 ‘여캠(여성 BJ 방송)’(111명, 3.49%), BJ “철구”의 개인방송을 대표적 예로 들 수 있는 ‘엽방(엽기 방송)’(92명, 2.90%), 공부법을 알려주거나 공부하는 모습을 중계하는 ‘공방(공부 방송)’(91명, 2.86%), BJ “창현”처럼 길거리에서 어떤 이벤트를 열고 그것을 생중계하여 방송 콘텐츠로 삼거나, 아니면 길거리 헌팅(예: BJ “민성,” “대륙남” 등)을 주제

로 삼는 ‘야방(야외 방송)’(78명, 2.46%), 여캠의 남성 버전이라 볼 수 있는 ‘남캠(남성 BJ 방송)’(56명, 1.76%), 그리고 일반적 여캠/남캠 보다 더 수위가 센 노출과 음담패설을 방송 콘텐츠로 삼는 ‘성방(성인 방송)’(13명, 0.41%)이 그 뒤를 이었다(N = 3,177). 한편, 기타는 총 73(2.30%)건이었는데¹³⁾ 여기에는 최근 인기를 얻고 있는 ‘자율 감각 쾌락 반응(ASMR, Autonomous Sensory Meridian Response)’, DIY, 슬라임, 영화 리뷰, 미스터리/음모론 등 다양한 주제의 인터넷 개인방송이 포함되었다. 아래 [그림 4-4]는 이상의 결과를 보기 좋게 정리한 것이다.



[그림 4-4] 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 장르 (중복 응답, %)

지금까지 서술한 중·고등학생의 인터넷 개인방송 이용 장르 결과에서 가장 눈에 띄는 것은 역시 여캠, 성방 등으로 상징되는 선정적 개인방송 콘텐츠라 할 수 있다. 비록 다른 이용 장르에 비해 빈도와 점유 비율이 낮은 것은 사실이나, 원칙적 수준에서

13) 통상 계량 분석에 있어서 “기타”로 포함된 범주(category)에 포함된 사례 수는 다른 범주의 사례 수에 비해 반드시 적어야 함이 일반 원칙이다. 그러나 인터넷 개인방송의 경우, 어느 한 범주로 묶기 곤란한 다양한 주제와 콘텐츠가 존재하며 이를 일일이 다 구분하기란 현실적으로 불가능하므로, 본 조사에서는 앞서 밝혔듯, 일반적으로 통용되는 인터넷 개인방송 장르를 제외하고 나머지는 모두 기타로 처리하였다.

청소년들에게 노출되어서는 안 될 유해 콘텐츠가 버젓이 유통되고 원하는 청소년들은 언제든지 그 콘텐츠에 접근 가능하다는 점 자체가 커다란 문제이기 때문이다. 또한 앞서의 결과와 마찬가지로, 청소년들의 사회적 바람직성 편향이 여기에도 작용했을 공산이 크고, 인터넷 개인방송 각 장르 간 명확한 구분이 어렵다는 점 - 가령, 많은 여캠 BJ들은 실제로는 노출이나 섹시 댄스를 주 콘텐츠로 삼으면서도 자신들의 방송을 토크방이나 일상 방송으로 포장하는 경향이 있다 - 그리고 마지막으로 장르 자체로는 건전한 개인방송으로 보이지만 실제 방송 내용에는 폭력과 선정성, 반사회적 행동이나 발언이 포함되는 경우가 매우 흔하다는 점까지 고려한다면 이러한 유해 개인방송 콘텐츠의 위험은 마땅히 더욱 고평가 되어야 할 필요가 있을 것이다. 또 사회적 차원에서는 물론, 법적 차원에서도 청소년들의 접속이 제한되도록 규정되어 있음에도 비록 상대적으로 소수지만 성인용 개인방송을 주로 이용한다고 응답한 응답자가 존재했다는 점도 관련 정책을 구상하는 데 있어 시사하는 바가 크다고 하겠다. 이와 관련해서 가족이나 타인의 개인 정보를 이용해 청소년들이 부적절한 개인방송을 시청하거나, 여러 시스템 상 허점들(loopholes)을 방치해 결과적으로 청소년들의 보호 의무를 방기하고 있는 인터넷 개인방송 운영자와 플랫폼 사업자를 더욱 효과적으로 규제한 정책적 방안에 대해 더욱 깊은 고민과 관심이 요청되는 시점이라 할 수 있겠다.

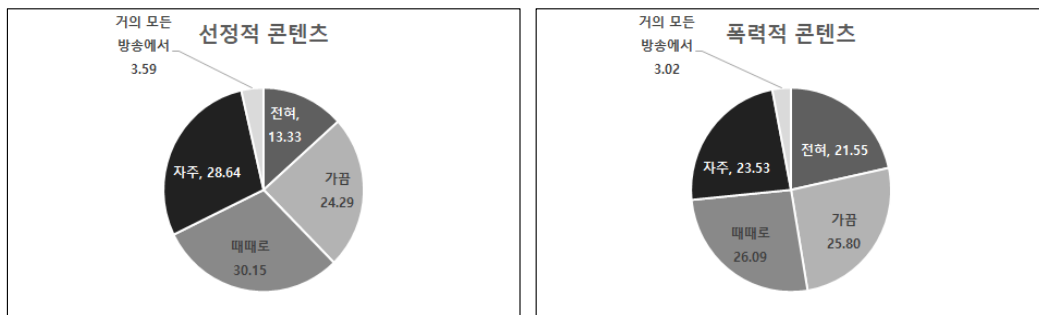
3. 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 규제 관련 인식

1) 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠 침투성(pervasiveness)에 관한 인식

중·고등학생이 현재 그들 스스로가 이용하고 있는 인터넷 개인방송에 폭력성과 선정성, 그리고 반사회적 내용 등 다양한 유해 콘텐츠가 얼마나 만연하다고 생각하고 있는지를 묻은 설문의 분석 결과는 다음과 같다. 우선 성(性)과 결부된 야한 콘텐츠(예: 섹시 댄스, 야설/음담패설 등) 항목의 경우, 청소년들은 평균 2.85점($SD = 1.09$)을 기록하여(5점 척도 기준), 얼핏 보면 그리 심한 문제처럼 보이지 않은 결과가 나왔다. 그러나 세부 결과를 살펴보면, 전체 응답자 1,058명 중 오직 141명(13.33%)만이 성적 콘텐츠가 인터넷 개인방송에 전혀 나오지 않는 것 같다 응답했고, 나머지 86.67%의 응답자는 “가끔”(257명, 24.29%), “때때로”(319명, 30.15%), “자주”(303명, 28.64%),

심지어는 “거의 모든” 개인방송에서(38명, 3.59%) 야한 콘텐츠를 볼 수 있는 것 같다고 응답해 현재의 인터넷 개인방송이 청소년들에게 부적절한 성적 콘텐츠를 일상적으로 노출하고 있음을 간접적으로나마 어느 정도 드러냈다.

다음으로 방송 중 누군가를 때린다던지 물건을 부순다던지, 속칭 “현피”로 불리는, 실제로 싸움을 벌이고 이를 방송으로 중계한다던지 하는 등의 폭력적 개인방송 콘텐츠에 대한 시청자 인식을 물어 본 결과, 평균 2.61($SD = 1.51$)을 기록해 앞 선정성 결과와 비슷한 수준을 나타냈다. 그러나 앞서와 마찬가지로, 야하거나 폭력적 콘텐츠는 청소년들에게 노출되지 말아야 하는 것이 원칙임을 감안한다면 결코 그 유해성을 낮게 판단하지 말아야 할 것이다. 실제로 단 228명(21.55%)의 응답자만이 인터넷 개인방송의 폭력성이 거의 없는 것 같다고 인식했으며, 나머지 78.45%는 “가끔”(273명, 25.80%), “때때로”(276명, 26.09%), “자주”(249명, 23.53%), “거의 모든” 개인방송에서(32명, 3.02%) 폭력적인 콘텐츠를 볼 수 있는 것 같다고 응답하였다. 이는 선정적 콘텐츠와 비슷하게 폭력적인 방송 역시 인터넷 개인방송에서 만연하고 있고 적지 않은 청소년들에게 노출되고 있음을 짐작케 했다.

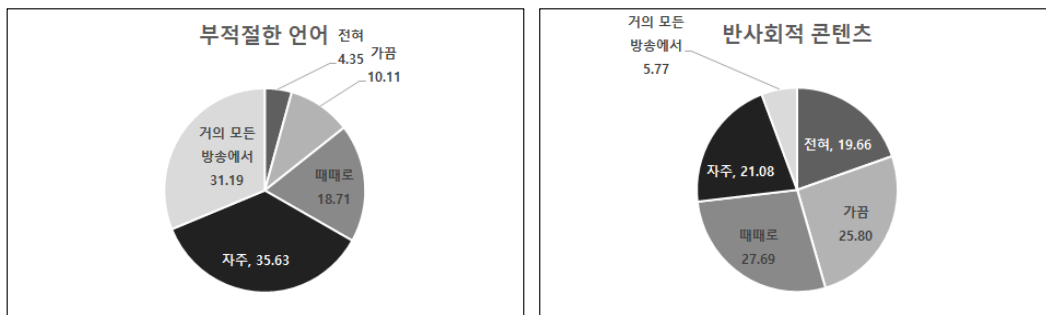


[그림 4-5] 선정적 콘텐츠와 폭력적 콘텐츠 관련 인식 (%)

“오지구요, 지리구요”(BJ 철구) 등 “보이루”(BJ 보검) 등 비속어나 유행어, 또는 기타 부적절한 언어를 사용하는 인터넷 개인방송에 대한 청소년들의 인식은 다음과 같다. 먼저 해당 항목에 대한 전체 응답자의 응답 평균은 3.79($SD = 1.12$)로 앞의 선정성과 폭력성 결과에 비해 1점 가까이 높은 결과를 보였다. 이는 단적으로 중·고등학생 응답자들이 인터넷 개인방송이 투사하는 성적 자극이나 폭력적 자극 보다 인기 BJ들이

즐거 쓰는 신조어, 유행어, 비속어 등 바람직하지 못한 언어 표현에 훨씬 더 많이 노출되고 있음을 지시하는 결과라 하겠다. 이러한 해석을 뒷받침하듯, 세부 결과는 부적절한 언어 사용이 전혀 나오지 않는다고 응답한 사람은 단 46명(4.35%)에 불과하여 앞의 두 가지 결과와는 전혀 다른 패턴을 보였다. 반면, “자주”(377명, 35.63%) 또는 “거의 모든”(330명, 31.19%) 범주의 합은 전체의 과반을 훌쩍 넘는 66.82%가 넘는 결과를 보여 청소년 시청자들의 입장에서 부적절한 언어 사용이 가장 흔하게 느껴지는 유해 콘텐츠임을 알게 했다(“가끔,” 107명, 10.11%; “때때로,” 198명, 18.71%).

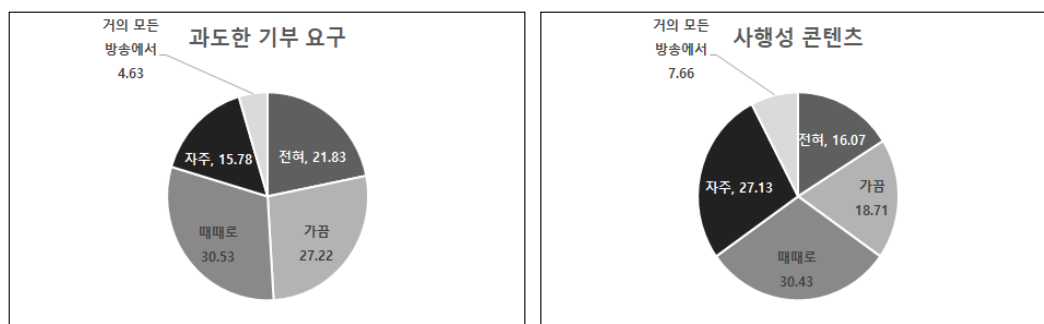
장애인, 여성 등 사회적 약자에 대한 비하나 음주, 흡연, 도박 등 청소년들에게 권장하기 힘든 반사회적 행위에 대한 응답 결과는 다음과 같다. 구체적으로 평균은 2.67($SD = 1.18$), 세부 결과는 “전혀”(208명, 19.66%), “가끔”(273명, 25.80%), “때때로”(293명, 27.69%), “자주”(223명, 21.08%), 그리고 “거의 모든 방송에서”(61명, 5.77%) 등으로 나타났는데, 특히 5%가 넘는 응답자들이 자신이 보는 거의 모든 방송에서 앞서 언급한 반사회적 행위가 등장한다고 인식하고 있는 상황은 생각 보다 인터넷 개인방송의 유해성 수위가 높음을 간접적으로나마 알려주는 지표로 받아들여져야 할 것이다.



[그림 4-6] 부적절한 언어 사용과 반사회적 콘텐츠 관련 인식 (%)

인터넷 개인방송 시청자 입장에서 무시하기 힘든 또 하나의 유해 콘텐츠는 일부 BJ들의 과도한 기부 요구(예: ‘별풍’ 유도 등)이다. 방송 내내 노골적으로 현금 또는 현금화 상품을 기부할 것을 종용한다든가 돈을 내지 않는 시청자들을 기부한 시청자들과 차별한다든가 하는 행위들은 사회적으로 용인되기 힘든 일일 뿐만 아니라 시청자들, 그 중에서도 청소년 시청자들을 ‘압박’함으로써 또 다른 반사회적 행위(예: 타인

카드 몰래 사용, 거짓말 등)로 이어질 가능성이 충분하기 때문이다. 실제 전술한 기부한 돈의 출처 결과에서 비록 소수지만 참고서를 구입 또는 학원비 명목으로 타낸 돈으로 개인방송에 기부한 경험이 있다고 응답한 사례나 친구에게 돈을 빌려 기부했다는 응답 사례는 이러한 추론이 결코 근거 없지 않음을 증명하고 있다 하겠다. 한편, 해당 항목의 응답 결과는 평균이 2.54($SD = 1.13$)였고, 보다 구체적으로는 과도한 기부 및 후원 요구가 개인방송에서 “전혀” 나오지 않는다고 느낀 231명(21.83%)를 제외한 78.17%의 응답자가 어떤 형식으로든 개인방송 BJ의 과도한 금품 요구를 직간접적으로 경험한 것처럼 느낀다고 응답해 자칫 청소년들의 비행이나 반사회적 행위로 연결될 수 있는 과도한 기부 요구가 인터넷 개인방송에 상당히 만연해 있음을 짐작케 했다(“가끔,” 288명, 27.22%; “때때로,” 323명, 30.53%; “자주,” 167명, 15.78%; “거의 모든 방송에서,” 49명, 4.63%).



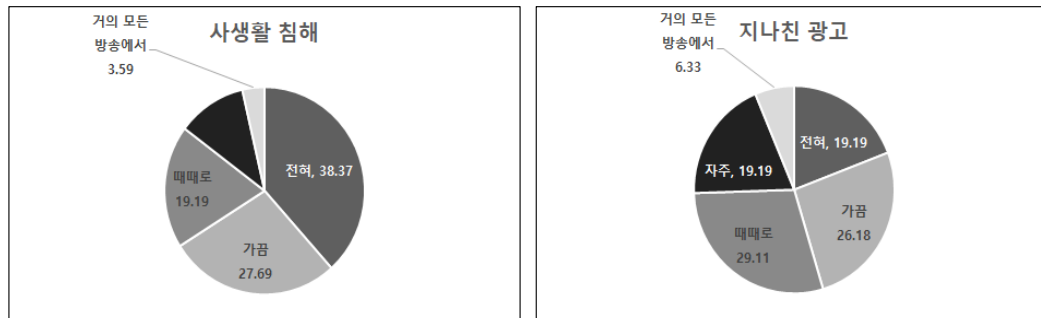
[그림 4-7] 과도한 기부 요구와 사행성 콘텐츠 관련 인식 (%)

비록 넓게 보면 앞서 언급한 반사회적 행위 항목과 겹치는 부분이 있지만 본 조사는 그 중 사행성 행위(예: 게임 아이템 뽑기/강화 방송 등)를 별도의 항목으로 선별해 응답을 요청하였다. 이는 기본적으로 게임 관련 개인방송이나 기타 개인방송에서 사행성 행위 자체를 주 콘텐츠로 삼는 경우가 적지 않다고 판단했기 때문이다. 그 결과, 해당 항목의 평균은 2.92($SD = 1.18$), 세부 결과는 “전혀”(170명, 16.07%), “가끔”(198명, 18.71%), “때때로”(322명, 30.43%), “자주”(287명, 27.13%), 그리고 “거의 모든 방송에서”(81명, 7.66%) 등의 분포를 보였는데, 다른 항목들에 비해 평균이 상대적으로 높았던 점과 거의 모든 방송에서 사행성 행위 관련 콘텐츠가 일상적으로 나오는

것 같다는 응답이 전체의 약 8%에 달했다는 점은 우리나라 인터넷 개인방송이 사행성 행위를 아무렇지 않게 취급하고 별다른 제약 없이 청소년들에게 그대로 노출시키고 있다는 사실을 어느 정도 알려 주는 결과로 이해할 수 있겠다.

속칭 누군가의 ‘신상 털기’를 방송에서 수행하거나 특정인의 개인 정보를 노출시키는 등 사생활을 침해하는 행위에 대한 청소년들의 인식 항목의 결과는 다음과 같다. 먼저 해당 항목의 평균은 2.14($SD = 1.15$)로 타 유해성 항목들에 비해 상대적으로 약간 낮은 점수를 기록하였고, 세부 결과 또한 “전혀”(406명, 38.37%), “가끔”(293명, 27.69%), “때때로”(203명, 19.19%), “자주”(118명, 11.15%), 그리고 “거의 모든 방송에서”(38명, 3.59%) 등의 분포를 보였는데, 인터넷 개인방송에서 사생활 침해 행위를 전혀 보지 못한 것처럼 느낀 응답자의 수가 전체의 20% 수준을 기록한 다른 항목들의 약 2배에 달한 것으로 나타난 해당 항목의 결과는 타 유해성 차원에 비해 사생활 침해 문제는 그나마 나은 수준이라는 것을 알게 했다. 그러나 이는 어디까지나 개인방송 운영자들이 불필요한 소송이나 법적 처벌에서 벗어나고자 조심한 결과라 봐야할 것이기 때문에 그 해석을 너무 긍정적으로 – 인터넷 개인방송이 사생활 침해에서 자유롭다 – 하는 것은 주의할 필요가 있겠다.

마지막으로 노골적 PPL이나 협찬 등 과도한 인터넷 개인방송의 과도한 마케팅 활동에 대한 청소년들의 인식 결과는 다음과 같이 요약될 수 있다. 우선 해당 항목의 평균은 2.67($SD = 1.17$), 범주별 응답 분포는 “전혀”(203명, 19.19%), “가끔”(277명, 26.18%), “때때로”(308명, 29.11%), “자주”(203명, 19.19%), 그리고 “거의 모든 방송에서”(67명, 6.33%) 등으로 나타났다. 이는 현재의 개인방송 운영자가 보다 많은 수익을 올리기 위해 자신의 방송에 지나치게 많은 광고를 심거나 협찬을 받은 상품을 노골적으로 언급/홍보하는 행위가 적지 않음을 알려주고, 나아가 앞서 과도한 기부 요구 항목과 함께 인터넷 개인방송이 과도한 상업화의 방향으로 나아가고 있으며, 그 과정에서 선정성 등 사회적으로는 문제가 되더라도 시청자의 관심을 끌 수만 있다면 개의치 않는 행태를 보이는 이유를 불완전하게나마 어느 정도 설명해주는 결과로 받아들일 수 있겠다.

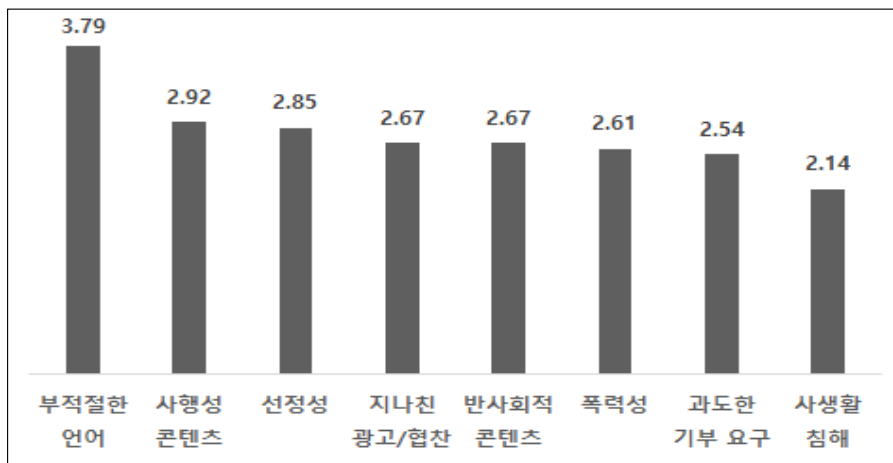


[그림 4-8] 사생활 침해와 지나친 광고 관련 인식 (%)

한편, 아래 [그림 4-9]는 위 결과들을 종합해 평균값을 기준으로 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠 종류별 침투성 순위를 매긴 것이다. 이미 서술한 것처럼 청소년들의 머릿속에서 가장 ‘만연하다고’ 느낀 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠는 5점 척도 기준 평균 3.79점($SD = 1.12$)을 기록한 부적절한 언어 사용인 것으로 나타났으며, 그 뒤를 사행성 방송 콘텐츠($M = 2.92$, $SD = 1.18$), 선정적 콘텐츠($M = 2.85$, $SD = 1.09$), 지나친 광고/협찬($M = 2.67$, $SD = 1.17$), 반사회적 콘텐츠($M = 2.67$, $SD = 1.18$), 폭력적 콘텐츠($M = 2.61$, $SD = 1.51$), 과도한 기부 요구($M = 2.54$, $SD = 1.13$), 그리고 특정인의 사생활 침해 콘텐츠($M = 2.14$, $SD = 1.15$) 등이 이었다.

이상의 결과에서 특기할만한 사실은 역시, 청소년들이 느끼기에 혹은 생각하기에 현행 인터넷 개인방송의 가장 큰 문제점은 언어 파괴적인 유행어를 개인방송 BJ들이 무분별하게 사용하고 있다는 점이었다는 것이다. 이는 기본적으로 청소년들이 또래 집단 속에서 개인방송으로부터 유래된 이러한 부적절한 언어 표현들이 빈번하게 사용되며 또 일종의 ‘밈(meme)’처럼 크게 유행되는 것을 직접 목격한 바가 크기 때문이라 할 수 있을 것이다. 아울러 <그림 12>의 결과들은 원칙적으로라면 당연히 청소년들에게 노출이 금지되어야 할 사행성 콘텐츠가 청소년들이 보기에 우리 개인방송 속에서 버젓이 하나의 ‘콘텐츠’로 유통되고 있고, 선정적 콘텐츠 등 여러 다른 부적절한 방송 콘텐츠들 역시 일상적으로 노출되고 있다는 사실을 어느 정도 알려 주기 때문에 주목할 필요가 있다 하겠다. 더욱 문제인 것은, 일부 청소년들의 머릿속에서 이미 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠에 대한 일종의 ‘둔감화 현상(desensitization)’이 진행되고 있을 가능성인데, 앞의 FGI 결과나 경험칙(經驗則)에 의거한 관찰 결과가 모두 개인방

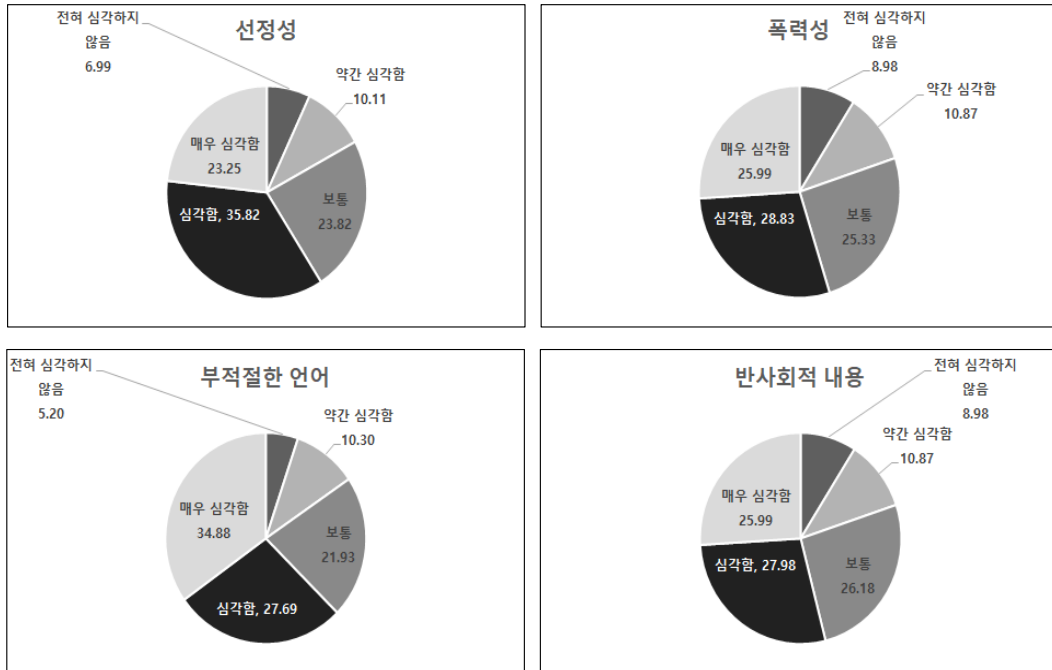
송의 유해성에 대해 강하게 동의하고 있음에도, 정작 청소년 이용자들 일부는 이를 ‘개인방송의 원래 특성’ 줌으로 인식하여 특별히 문제가 있는 것으로 인식하지 못할 수 있다는 것이 그 요지(要旨)다. 비록 이러한 해석은 현 단계에서 하나의 추론에 지나지 않으나 앞서 말한 것처럼 많은 언론의 보도 내용과 일반적 사회 인식, 그리고 다른 여러 정황 증거들을 토대로 볼 때 적어도 상당히 가능성이 높은 추론이라 할 수 있겠다.



[그림 4-9] 개인방송 유해 콘텐츠 침투성 순위 (5점 척도 평균)

2) 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠 심각성에 관한 인식

10대 중·고등학생들이 전술한 인터넷 개인방송의 각종 유해 콘텐츠에 대해 느끼는 심각성을 조사한 결과, 먼저 청소년들은 개인방송의 성적 콘텐츠에 대해 평균 3.58($SD = 1.15$)의 점수로 중점(3점) 보다 높게 심각성을 평가했는데, 특히 1점(전혀 심각하지 않다)으로 평가한 응답자는 단 74명(6.99%)에 불과한데 비해, 개인방송의 선정적 콘텐츠가 매우 심각한 문제(5점)라고 평가한 응답자의 수는 그 3배를 넘는 246명(23.25%)에 달해, 청소년들의 입장에서 현행 인터넷 개인방송의 선정성은 이미 적절한 선을 한참 넘는 문제로 비춰지고 있음을 알게 하였다. 나머지 점수 분포는 4점(심각한)이 379명(35.82%), 3점(보통)이 252명(23.82%), 그리고 2점(약간 심각한)이 107명(10.11%) 등으로 나타났다.

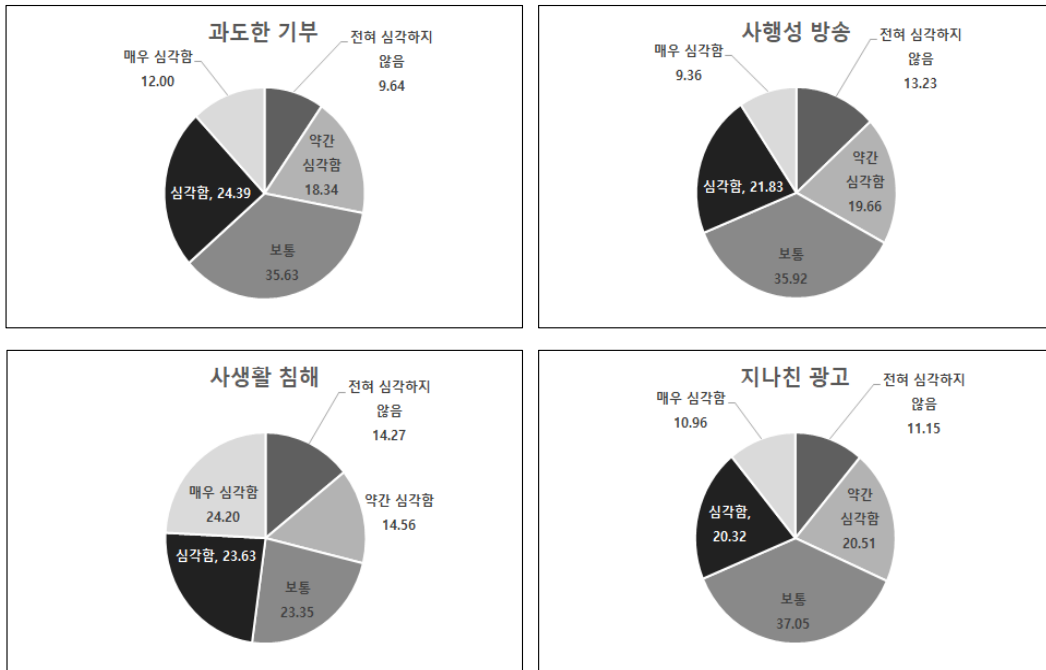


[그림 4-10] 선정성, 폭력성, 부적절한 언어, 반사회적 내용에 대한 심각성 인식 (%)

다음으로 폭력성에 대한 심각성 평가에 있어서도 청소년들은 평균 3.52($SD = 1.24$)의 점수를 기록해 인터넷 개인방송의 선정성만큼이나 폭력성도 심각한 문제라고 평가하고 있다는 사실을 알 수 있었다. 마찬가지로 세부 결과에 있어서도 폭력성은 1점이 95명(8.98%), 2점이 115명(10.87%), 3점이 268명(25.33%), 4점이 305명(28.83%), 그리고 5점이 275명(25.99%)으로, 선정성과 대략 비슷한 분포를 보여 중·고등학생 응답자들은 인터넷 개인방송의 폭력성도 큰 문제로 취급하고 있음을 알게 했다.

인터넷 개인방송에서 노출하는 부적절한 언어 사용의 항목에서 10대 청소년들은 평균 3.77($SD = 1.18$)의 점수를 기록해 오히려 전술한 선정성과 폭력성의 문제 보다 바람직하지 못한 언어가 제약 없이 노출되고, 이것이 다시 현실 속에서, 특히 청소년 또래 집단 사이에서 무분별하게 유행되는 문제를 매우 심각하게 받아들이고 있다는 사실을 어느 정도 파악할 수 있었다. 해당 항목의 점수 분포를 봐도, 1점(55명, 5.20%)인데 반해 부적절한 언어 사용에 대한 심각성을 5점으로 평가한 응답자 수는 무려 7배 가까이 많은 369명(34.88%)에 달해 전체 5개의 범주 중에서 가장 높은 빈도를

기록하였다는 사실에서 이러한 해석이 그리 틀리지 않았음을 알 수 있었다. 나머지 결과는, 2점이 109명(10.30%), 3점이 232명(21.93%), 그리고 4점이 293명(27.69%) 등으로 나타났다.



[그림 4-11] 과도한 기부, 사행성 방송, 사생활 침해, 지나친 광고에 대한 심각성 인식 (%)

한편, 인터넷 개인방송에서 노출하는 반사회적 내용의 심각성은 평균 3.51($SD = 1.24$), 점수 별 분포가 1점(95명, 8.98%), 2점(115명, 10.87%), 3점(277명, 26.18%), 4점(296명, 27.98%), 5점(275명, 25.99%) 등으로 확인되어 앞서의 폭력성에 대한 평가와 대략 비슷한 수준인 것으로 밝혀졌고, 개인방송 BJ들의 과도한 기부 요구 문제에 대한 심각성 평가는 평균 3.11($SD = 1.13$), 세부 분포는 1점(102명, 9.64%), 2점(194명, 18.34%), 3점(377명, 35.63%), 4점(258명, 24.39%), 그리고 5점(127명, 12.00%) 등으로 기록되어 청소년들의 입장에서는 상대적으로 앞서의 유해 콘텐츠들에 비해 상당히 덜 심각하게 받아지고 있다는 사실을 알 수 있었다. 이러한 개인방송 BJ들의 지나친 기부 요구에 대한 10대 청소년들의 비교적 관대한 평가는 인터넷 개인

방송이란 매체 자체를 시청자들의 기부를 요청하고 받는 것이 ‘당연한’ 또는 ‘자연스러운’ 관습을 지닌 매체로 이해하고 있기 때문일 가능성이 있다.

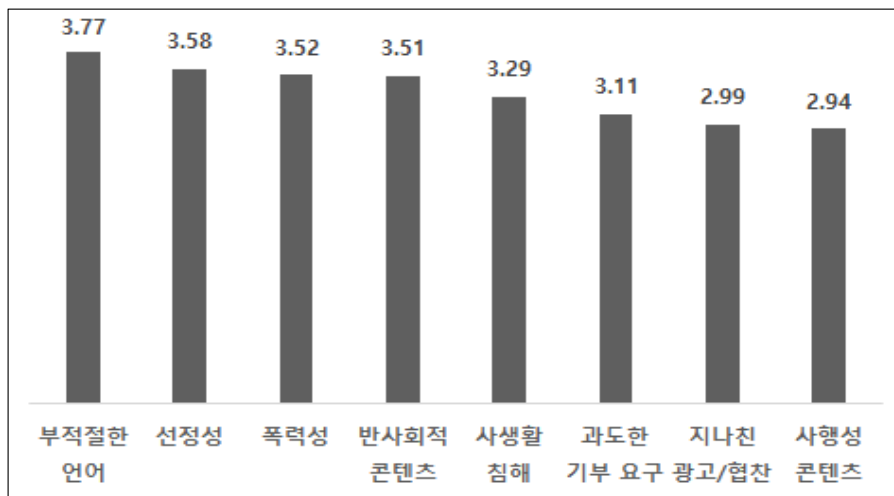
이와 비슷하게 인터넷 개인방송의 사행성 콘텐츠에 대해서도 중·고등학생 개인방송 이용자들은 상당히 너그러운 평가를 내리고 있는 것으로 나타났다. 보다 구체적으로 사행성 개인방송 콘텐츠에 대한 청소년들의 심각성 평가 수준은, 평균 2.94($SD = 1.15$), 세부 결과는 1점(140명, 13.23%), 2점(208명, 19.66%), 3점(380명, 35.92%), 4점(231명, 21.83%), 5점(99명, 9.36%) 등으로 확인되어, 오히려 앞서 기부 요구 항목 보다 그 심각성을 더욱 낮게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이는 기부와 마찬가지로 그간 인터넷 개인방송을 이용하는 과정에서 청소년들이 겪은 경험이 그들로 하여금 사행성 행위를 ‘개인방송만의 독특한 콘텐츠’ 정도로 잘못 이해하고 있을 가능성을 지시할 수 있으므로 관계 당국과 학교, 부모의 주의가 요청된다 하겠다.

인터넷 개인방송의 사생활 침해 콘텐츠에 대한 청소년 응답자들의 심각성 인식 결과는 다음과 같다. 먼저 응답자 평균은 3.29($SD = 1.36$)로 나타났고 점수 분포는 1점(151명, 14.27%), 2점(154명, 14.56%), 3점(247명, 23.35%), 4점(250명, 23.63%), 5점(256명, 24.20%) 등인 것으로 확인되었다. 해당 결과에서 인터넷 개인방송의 사생활 침해가 매우 심각하다고 평가한 응답이 가장 높은 빈도를 보인 점은 최근 개인방송으로 인한 여러 피해 사례와 그에 대한 사회적 논란이 어느 정도 영향을 미친 것으로 짐작해 볼 수 있을 것이다.

마지막으로 과도한 PPL, 협찬 등 인터넷 개인방송의 지나친 광고 행위에 대한 청소년들의 심각성 인식의 평균은 2.99($SD = 1.14$), 세부 결과는 1점(118명, 11.15%), 2점(217명, 20.51%), 3점(392명, 37.05%), 4점(215명, 20.32%), 5점(116명, 10.96%) 등으로 큰 차이는 아니나 다른 유해성 항목 결과들에 비해 덜 심각한 것으로 인식되고 있는 것으로 나타났다.

결론적으로 인터넷 개인방송을 시청하는 중·고등학생이 현재 가장 심각한 문제라고 보는 개인방송의 주요 유해 요소는 부적절한 언어 사용, 선정성, 폭력성, 반사회적 내용 등 주로 개인방송의 내용적 요소들인 것으로 볼 수 있다. 이는 기본적으로 청소년들이 접속 가능한 인터넷 개인방송, 그 중에서도 유명한 BJ들이 방송 관계자라면 당연히 지켜야 할 청소년의 보호 의무를 방기하고 그들에게 노출되어서는 안 될 부적절하고

장·단기적으로 유해한 영향을 미칠 수 있는 방송 콘텐츠를 아무런 제재 없이 마구잡이로 노출하고 있기 때문으로 볼 수 있을 것이다. 더구나 본 조사의 응답자들이 인터넷 개인방송의 사용자들이며, 따라서 다른 사람들에 비해 개인방송 자체나 그 행태에 대해 상대적으로 긍정적인 공산이 크다는 점까지 감안하면, 개인방송 시청자의 입장에서도 상당히 심각한 문제라고 인식되고 있는 인터넷 개인방송의 내용(유해 콘텐츠)을 청소년 보호를 위해 규제해야 할 사회적·교육적·정책적 필요성이 제기된다 하겠다.



[그림 4-12] 개인방송 유해 콘텐츠 심각성 순위 (5점 척도 평균)

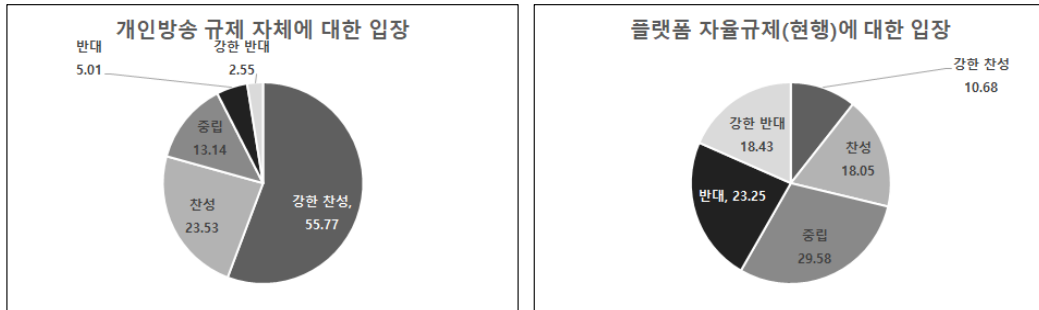
한편 위 [그림 4-12]는 10대 청소년들이 생각하는 개인방송 유해 콘텐츠의 심각성 순위를 유형별로 나열한 것이다. 전술한 것처럼 청소년들이 생각하는 가장 ‘심각한 정도의 유해성’을 지닌 인터넷 개인방송의 콘텐츠는 평균 3.77점($SD = 1.18$)을 기록한 부적절한 언어 사용인 것으로 나타났다. 다음으로는 선정적 콘텐츠($M = 3.58$, $SD = 1.15$), 폭력적 콘텐츠($M = 3.52$, $SD = 1.24$), 반사회적 콘텐츠($M = 3.51$, $SD = 1.24$), 사생활 침해 콘텐츠($M = 3.29$, $SD = 1.36$), 과도한 기부 요구($M = 3.11$, $SD = 1.13$), 지나친 광고/협찬($M = 2.99$, $SD = 1.14$), 그리고 사행성 방송 콘텐츠($M = 2.94$, $SD = 1.15$) 등의 순으로 나타났다.

인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠의 심각성 인식(평가) 결과의 의미는 대략적으로 다음과 같이 요약될 수 있을 것이다. 우선, 앞서 침투성의 결과와 마찬가지로 개인방송

속의 부적절한 언어 표현 사용의 심각성이 평균적으로 가장 높게 평가되었는데, 이는 개인방송의 실제 이용자인 청소년들의 관점에서 현재 가장 문제가 되는 부분이 바로 BJ들의 부적절한 유행어/언어 사용이라는 점을 지시한다. 다음으로, 앞서의 결과와 조금 다르게 청소년들은 개인방송 속 선정성과 폭력성, 그리고 (BJ들의) 반사회적 언행을 가장 심각한 문제들로 인식하고 있었다. 이는 비록 그들이 인터넷 개인방송 속 야하거나 폭력적이거나 아니면 사회적으로 바람직하지 않은 콘텐츠가 개인방송의 ‘일상적’ 콘텐츠로 인식하고 있다 하더라도 그 해악에 대해서는 매우 현실적으로, 다시 말해 매우 심각하게 받아들이고 있을 가능성을 지시하기 때문에 시사하는 바가 크다 하겠다.

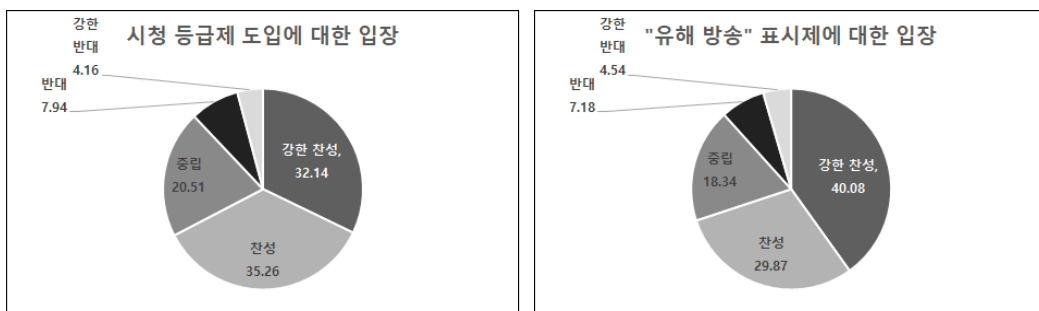
3) 인터넷 개인방송의 규제 방안에 대한 인식

전술한 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠의 심각성 인식 결과와 같은 맥락에서 10대 중·고등학생이 생각하는 여러 개인방송 규제 제도에 대한 생각을 조사하였다. 먼저 인터넷 개인방송 규제 자체에 대한 찬반을 알아보기 위해, “인터넷 개인방송은 누구나 자유롭게 할 수 있는 방송이므로 설사 문제를 일으키더라도 어떠한 처벌이나 규제도 없어야 한다.”라는 명제에 찬성하는 정도를 물어 본 결과, 응답 평균은 1.75($SD = 1.03$), 응답 범주별 빈도 분포는 1점(“전혀 동의하지 않음,” 590명, 55.77%), 2점(“동의하지 않음,” 249명, 23.53%), 3점(“중립,” 139명, 13.14%), 4점(“동의함,” 53명, 5.01%), 5점(“전적으로 동의함,” 27명, 2.55%) 등으로 나타났다. 이상의 결과에서 평균이 1점대 - 점수가 낮을수록 개인방송 규제에 찬성함 - 에 위치하고, 규제에 강한 찬성을 보이는 입장(1점)이 전체의 과반을 넘는 반면 규제를 반대(강한 반대 및 반대 입장)하는 입장은 두 범주를 합한 점유 비율이 단 7.56%에 불과해, 결론적으로 중·고등학생 인터넷 개인방송 이용자들은 개인방송 규제를 강하게 지지하고 있다는 사실을 확인할 수 있었다.



[그림 4-13] 개인방송 규제 및 현행 플랫폼 자율규제에 대한 입장 (%)

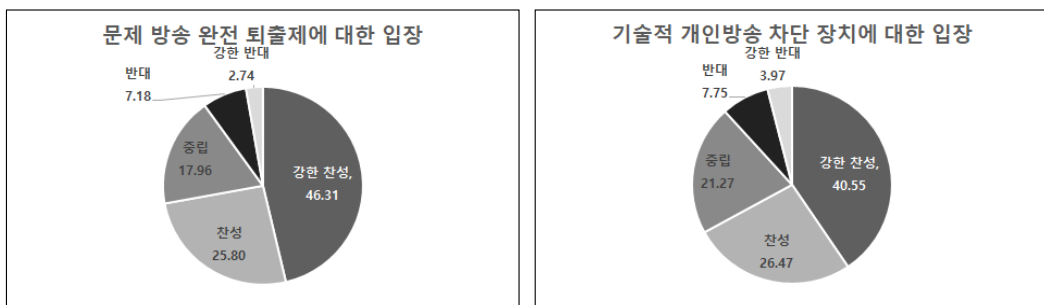
두 번째로 현행 규제 제도라 할 수 있는 개인방송 플랫폼에 의한 자율규제 제도에 대한 청소년 이용자들의 인식을 파악하기 위해, “문제를 일으킨 인터넷 개인방송이나 BJ는 지금처럼 개인방송 플랫폼 회사(예: 아프리카 TV, 유튜브)에서 자율적으로 제재 하면 된다.”라는 진술문에 대한 동의 정도를 물은 결과, 전체 평균은 2.79(SD = 1.24), 세부 분포는 1점(195명, 18.43%), 2점(246명, 23.25%), 3점(313명, 29.58%), 4점(191명, 18.05%), 5점(113명, 10.68%) 등인 것으로 밝혀졌다. 이는 전반적으로 앞서 규제 자체에 대한 찬성 보다는 약하지만, 청소년 개인방송 이용자들이 현재 우리나라에서 적용되고 있는 사업자 자율 규제 보다 더 강하고 효율적인 새로운 규제 제도가 필요하다고 판단하고 있다는 것을 보여주는데, 플랫폼에 의한 자율규제에 반대하는 입장(강한 반대, 반대)이 전체의 41.68%를 차지한 반면, 현재 제도에 찬성하는 입장은(강한 찬성, 찬성)의 합은 28.78%에 불과하다는 사실을 그 대표적 증거로 들 수 있을 것이다.



[그림 4-14] 시청 등급제 및 “유해 방송” 표시제 도입에 대한 입장 (%)

다음으로 인터넷 개인방송 ‘시청 등급제’ 도입에 대한 청소년 시청자들의 의견을 물었다. 그 결과, 전체 평균은 3.83($SD = 1.09$)로 나타났고 세부 결과는 1점(44명, 4.16%), 2점(84명, 7.94%), 3점(217명, 20.51%), 4점(373명, 35.26%), 5점(340명, 32.14%) 등의 분포를 보였다. 등급제 도입에 반대하는 입장은 12.1%에 불과한 반면, 그 필요성에 동의하는 입장은 전체 응답자의 약 70%에 육박하는 결과를 보였기 때문에, 인터넷 개인방송의 중·고등학생 시청자들은 전반적으로 현재 개인방송의 사회적·문화적 폐해가 매우 심각하며, 이에 따라 TV나 영화 등 다른 영상 매체의 경우와 마찬가지로 등급에 맞는 시청자들에게만 선별적으로 노출되는 방식으로 바뀔 필요성이 있다고 스스로 느끼고 있음을 알 수 있었다.

위 시청 등급제와 비슷한 맥락에서 현행 “유해 매체물” 표시제를 인터넷 개인방송의 사례에 적용하는 방안에 대한 청소년들의 의견을 물은 결과, 평균은 3.94($SD = 1.13$), 세부 분포는 1점(48명, 4.54%), 2점(76명, 7.18%), 3점(194명, 18.34%), 4점(316명, 29.87%), 5점(424명, 40.08%) 등의 결과를 나타냈다. 문제가 있는 인터넷 개인방송에 “유해 방송”이란 경고문 삽입을 의무화하고 어린이들은 접근을 금지시켜야 한다는 주장에 강하게 동의한 응답자가 전체의 40%를 넘고, 도입에 찬성하는 응답자 비율이 등급제의 경우와 마찬가지로 70%에 거의 근접했다는 사실은 청소년들의 인식 속에서 현재의 인터넷 개인방송이 얼마나 문제가 많고 어린이와 청소년들에게 해악을 끼치는 존재로 상정되어 있는지를 여실히 보여주는 좋은 증거로 마땅히 이해되어야 할 것이다.

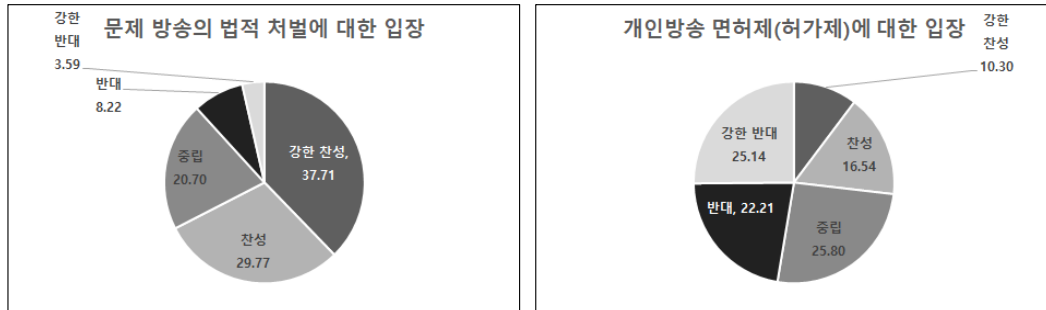


[그림 4-15] 문제 방송 완전 퇴출과 기술적 차단 장치 도입에 대한 입장 (%)

문제 인터넷 개인방송의 ‘완전 퇴출제’ 도입에 대한 의견을 조사한 결과는 다음과 같다. 먼저 전체 평균은 4.06($SD = 1.08$), 응답 범주별 결과는 1점(29명, 2.74%), 2점(76명, 7.18%), 3점(190명, 17.96%), 4점(273명, 25.80%), 5점(490명, 46.31%) 등으로 나타났는데, 이는 유해 방송 표시제 도입에 대한 의견처럼 청소년 개인방송 시청자들이 사회적으로 문제를 일으키거나 부적절한 방송 콘텐츠로 논란의 대상이 된 개인방송과 그 BJ들에 대해 생각 보다 강경한 자세를 유지하고 있다는 해석이 가능하다. 실제로 해당 항목의 평균은 기본적으로 도입 찬성에 해당하는 4점대에 위치하고, 전체 응답자의 거의 50%에 육박하는 응답자들이 문제 개인방송의 완전 퇴출에 강한 동의를 표시하고 있어 유해한 인터넷 개인방송에 청소년들의 대한 태도가 얼마나 부정적인지를 대략적으로나마 엿볼 수 있게 했다.

유해 웹 사이트 차단 소프트웨어(예: 아이눈 등)와 비슷한 방식으로 유해한 인터넷 개인방송을 기술적으로 원천 차단할 수 있는 장치를 도입하자는 제안에 대한 청소년 개인방송 이용자들의 의견을 물은 결과, 응답 평균은 3.92($SD = 1.13$), 세부 결과는 1점(42명, 3.97%), 2점(82명, 7.75%), 3점(225명, 21.27%), 4점(280명, 26.47%), 5점(429명, 40.55%) 등으로 나타났다. 이는 앞서 완전 퇴출에 대한 입장과 비슷한 결과기 때문에, 중·고등학교 개인방송 시청자들이 인터넷 개인방송의 유해성에 굉장히 민감하고 강경히 반응하고 있음을 알 수 있게 했다.

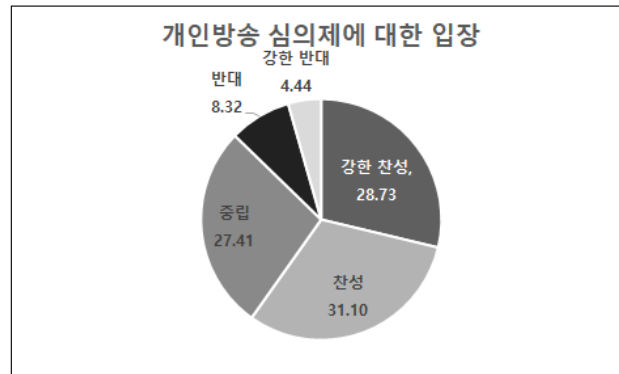
조금 현실성이 떨어질 수 있겠으나 문제를 일으킨 인터넷 개인방송과 그 운영지들에 대한 별도의 법적(형사) 처벌과 개인방송 운영 주체에 대한 면허제 도입에 대한 의견도 각각 질문되었다. 먼저 문제 방송에 대한 법적 처벌에 대한 결과는 평균이 3.90($SD = 1.11$), 세부 응답 분포는 1점(38명, 3.59%), 2점(87명, 8.22%), 3점(219명, 20.70%), 4점(315명, 29.77%), 5점(399명, 37.71%) 등으로 나타나 기술적 차단 장치 도입의 경우와 비슷한 결과를 보였고, 면허제 경우는 평균 2.65($SD = 1.30$), 세부 결과는 1점(266명, 25.14%), 2점(235명, 22.21%), 3점(273명, 25.80%), 4점(175명, 16.54%), 5점(109명, 10.30%) 등으로 나타나 앞서의 항목들과는 다르게, 처음으로 규제에 반대하는 의견이 더 우세한 것으로 밝혀졌다.



[그림 4-16] 문제 방송 법적 처벌과 면허제(허가제) 도입에 대한 입장 (%)

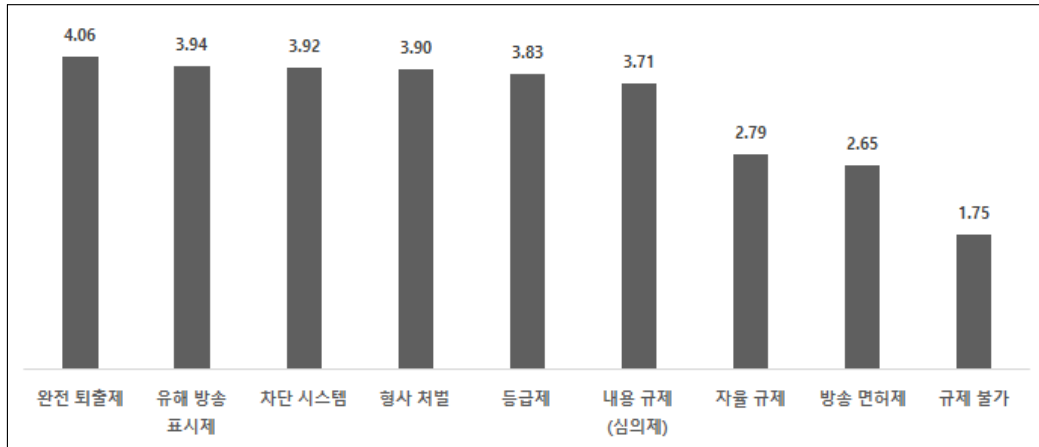
마지막으로 청소년 개인방송 이용자들에게 “영화나 드라마를 심의하는 것처럼 인터넷 개인방송을 나중에라도 꼭 심의해서 문제가 있으면 반드시 처벌을 받도록 해야 한다.”라는 진술문에 얼마나 동의하는지를 물어봤다. 해당 질문은 소위 말하는 내용 규제, 그 중에서도 (사후) 심의제의 도입에 관한 시청자의 의견을 시청자 자신의 입장에서부터 청취하기 위한 것이었다. 결과적으로 10대 중·고등학생 개인방송 시청자들은 인터넷 개인방송에 대한 심의제를 도입하는 방안에 대해 매우 긍정적으로 반응했는데, 구체적으로 해당 항목에 대한 응답 평균은 3.71(SD = 1.10), 세부 응답 분포는 1점(47명, 4.44%), 2점(88명, 8.32%), 3점(290명, 27.41%), 4점(329명, 31.10%), 5점(304명, 28.73%) 등으로 나타났다. 인터넷 개인방송의 내용 심의제에 대한 부정적 응답의 총 비율이 12.76%에 불과한데 반해, 찬성 입장의 응답 비율은 전체 응답의 59.83%나 차지하는 것으로 밝혀졌기 때문에, 결국 10대 청소년들은 인터넷 개인방송에 대한 전반적인 내용 심의가 필요하며, 동시에 그 결과에 기반을 둔 문제 개인방송에 대한 (법적·행정적) 처벌 역시 수행될 필요가 있다고 생각하고 있는 것을 확인할 수 있었다. 정책적 입장에서 이러한 결과들은 상당한 의미를 지닌다고 여겨지는데, 그 이유는 무엇보다 제3자가 아닌 인터넷 개인방송이란 매체를 일상적으로 소비하고, 누구 보다 개인방송의 현실에 대해 정확히 알고 있는 청소년 개인방송 이용자들의 생생한 의견이기 때문이다. 더욱이 청소년들을 포함한 젊은 세대들은 일반적으로 규제, 특히 정부 기관의 규제에 대해서는 매우 부정적인 의견을 고수하는 경향이 있는데도 불구하고, 인터넷 개인방송의 심의를 통한 내용 규제에는 오히려 스스로 규제가 필요하다는 압도적인 응답을 보였다는 사실은 교육 전문가 및 정책 담당자들에게 시사

하는 바가 크다 하겠다.



[그림 4-17] 심의제 도입에 대한 입장 (%)

앞서의 분석들과 마찬가지로 아래 [그림 4-18]은 10대 중·고등학생들이 생각하는, 여러 인터넷 개인방송 유해 콘텐츠 규제 방안들에 대한 찬성 정도를 순위에 따라 나열한 것이다. 우선 청소년 개인방송 이용자들이 가장 도입에 찬성하는 개인방송 규제 방안은 문제를 일으킨 개인방송과 그 BJ를 향후 방송에서 완전히 퇴출하는 처벌을 내리는 것이었다($M = 4.06$, $SD = 1.08$). 이어 해당 개인방송이 “유해”하다고 표시할 것을 강제하는 방안($M = 3.94$, $SD = 1.13$)과 기술적으로 방송에의 접근 자체를 원천 차단할 수 있는 시스템 도입($M = 3.92$, $SD = 1.13$), 그리고 형사 위주의 법적 처벌 제도 도입($M = 3.90$, $SD = 1.11$) 등이 그 뒤 순위를 차지했고, 시청 등급제($M = 3.83$, $SD = 1.09$), 사후 심의제와 연계한 처벌을 기본으로 하는 내용 규제 제도 도입($M = 3.71$, $SD = 1.10$), 현행 플랫폼 자율 규제 유지($M = 2.79$, $SD = 1.24$), 개인방송 면허제 시행($M = 2.65$, $SD = 1.30$), 그리고 인터넷 개인방송에 대한 어떠한 규제도 반대하는 입장($M = 1.75$, $SD = 1.03$)이 다시 그 뒤를 이었다.



[그림 4-18] 개인방송 규제 방안 적합도(찬성 정도) 순위 (%)

위 [그림 4-18]의 결과와 관련하여, 가장 주목할 만한 결과는 역시 현재 스스로 개인방송을 이용하고 있는 청소년 이용자들의 입장에서, 일단 어떤 문제를 일으킨 인터넷 개인방송과 그 운영자(BJ)는 다시는 방송을 할 수 없도록 해야 한다는 매우 강한 수준의 규제에 대한 찬성이 가장 높은 평균 점수를 기록했다는 것이다. 이는 앞서 여러 번 언급한, 외부로부터 규제나 압력을 싫어하는 청소년 집단의 특성을 고려하면, 또 응답자들이 개인방송의 이용자들이라는 점을 고려하면 매우 놀라운 결과가 아니라 할 수 없을 것이다. 또 청소년들은 개인방송에 현재 상대적으로 피동(被動)적/제한적으로 실시되고 있는 내용 규제를 더욱 강화해야 한다는데 이의가 없다고 응답한 것은 물론, 유해 방송 표시제, 차단 시스템, 등급제, 심지어 법적 처벌까지 전반적으로 찬성하는 모습을 보였는데, 이는 그만큼 청소년들이 인식하는 현행 개인방송 채널들의 방송 행태가 심각한 수준임을 역으로 증명하는 결과라 할 수 있을 것이다.

4. 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 영향을 미치는 심리적 변인들

1) 인터넷 개인방송 이용 동기

매체 이용, 특히 TV 시청과 SNS 이용 동기에 대한 선행 연구들(Chang & Zhu,

2011; Kim, Sohn, & Choi, 2011; Rubin, 1983 등 참조)과 청소년들의 불건전한 매체(예: 인터넷 포르노그래피 등) 이용 동기에 관한 연구들(Chen, Leung, Chen, & Yang, 2013 등 참조), 그리고 전술한 10대 청소년 인터넷 개인방송 이용에 관한 질적 조사(FGI) 결과를 종합하여 추출한 총 35개의 개인방송 이용 동기에 관한 질문들을 대상으로, 직각 회전법(Varimax Rotation)을 사용한 주성분 분석(PCA, Principal Component Analysis)을 시행하였다. 해당 분석의 이유는 현재까지 분절적인 방식으로(in a fragmented way) 논의되어 온 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 동기를 통계 처리를 통해 보다 명확히 드러내기 위함이었다. 그 결과 다음 7 개의 이용 동기 요인(말초적 자극추구, 관계에 대한 갈증해소, 즐거움 추구, 개인방송 속 상호작용 추구, 현실에서 탈출, 정보습득, 습관)이 추출되었는데, 아래 <표 4-6>는 그 결과를 보기 쉽게 정리한 것이다.

<표 4-6> 청소년들의 개인방송 이용 동기

이용 동기	하부 분류 (실제 문항)	설명 변량 (%)
말초적 자극 추구	1. (성적) 욕망을 충족시키기 위해 2. (성적으로) 흥분되니까 3. 뭔가 야한 것을 보고 싶어서 4. (성적) 호기심에서 5. 친구들이 (야하다고) 추천해서 6. 뭔가 흥분되는 것을 보기 위해서 7. 뭔가 흥미진진하고 자극적인 것을 보기 위해서 8. 거침없이 욕 하거나 때리는 등 방송 내용이 거칠 것 없고 속 시원하니까 9. 뭔가 자극적인 것이 보고 싶어서	19.48
관계에 대한 갈증 해소	1. 다른 사람들과 무언가에 대해 함께 이야기하고 싶어서 2. 같이 무언가를 할 수 있는 사람들을 만나고 싶어서 3. 개인방송을 보는 집단의 일원으로 섞이고 싶어서 4. 고민을 털어놓고 조언을 얻기 위해서 5. 릴렉스 하려고 6. 날 이해해줄 누군가에게 솔직히 내 감정을 털어놓기 위해서 7. 좋아하는 BJ에게 도움이 되고 싶어서	13.10
즐거움 추구	1. 재미있으니까 2. 심심할 때 시간 때우려고 3. 보는 게 즐거우니까 4. 할 일이 없어서 5. BJ가 좋아서 6. 긴장이나 스트레스가 풀리니까	10.31

이용 동기	하부 분류 (실제 문항)	설명 변량 (%)
인터넷 개인방송 속 상호작용	1. BJ가 내게 반응해주는 것이 좋아서(예: 내 아이디를 언급하거나 내가 단 댓글에 응답해 줌) 2. BJ가 내가 말하거나 요청한 행동을 해주는 것이 좋아서(예: 내가 부탁한 멘트나 행동 수행) 3. 다른 시청자들이 내게 반응해주는 것이 좋아서(예: 내 아이디를 언급하거나 내가 단 댓글에 응답해 줌) 4. BJ가 내가 시키는 대로 행동하거나 말하는 것이 좋아서	9.05
현실에서의 탈출	1. 학교 성적, 공부 등 현실에서의 골치 아픈 일들에서 잠시라도 벗어나기 위해 2. 지금 하고 있는 일을 잠시라도 잊기 위해 3. 부모와의 갈등 등 가정에서의 복잡한 일들에서 잠시라도 벗어나기 위해	6.95
정보 습득	1. 필요한 정보를 얻기 위해서 2. 모르고 있었던 것들을 배우기 위해서	5.68
습관	1. 그냥 방송이 하고 있으니까 2. 그냥 습관적으로	5.32

분석 결과, 10대 중 · 고등학생이 인터넷 개인방송을 시청하는 가장 주된 이유는 뭔가 자극적이고 말초적인 방송 콘텐츠를 원하기 때문인 것으로 나타났다. 여기에는 여캠, 성방 등으로 대표되는 성(性)적 콘텐츠가 주가 되지만, 폭력이나 사회적 일탈 행위 등 청소년들을 일종의 흥분과 각성(arousal) 상태로 이끄는 다른 형태의 선정적(sensational) 방송 콘텐츠도 모두 포함된다. 가령, 어떤 BJ가 일반적 사회 상식 내지는 규범에 반하는 행위(예: 새벽 고성방가, 여성에게 면전에서 욕을 함 등)를 한다면 이는 그 행위를 보는 시청자들로 하여금 자신이 직접 할 수 없는(하지 않는) 행위를 경험한다는, 일종의 대리 만족감과 짜릿함을 줄 수 있다. 바로 이것이 많은 엽기 개인 방송 BJ들이 등장하는 근본 이유이며, 그것이 성 행위와 관련된 내용이든 폭력적 내용이든 전반적으로 인터넷 개인방송이 점점 더 자극적이고 선정적인 방향으로 방송의 방향이 변해가는 이유이다. 각설하면, 인터넷 개인방송의 청소년 이용자들은 다른 사람들과 마찬가지로 성적으로, 폭력적으로, 사회적으로, 또는 어떤 의미에서건, ‘자극적 방송’을 보고 싶어 하며, 나아가 이는 개인방송 BJ들로 하여금 이러한 일탈적 욕구에 부응하기 위해, 다시 말해 더 많은 인기와 그로 인한 부(富)를 얻기 위해 방송 콘텐츠를 더욱 더 자극적으로 만들게 되는 근본적 원인이 되고 있다고 진단할 수 있겠다. 본 조사는 인터넷 개인방송 시청에 대한 이러한 욕구 또는 동기를 “말초적 자극

추구”라는 이름으로 명명하였다.

분석으로부터 추출된 두 번째 동기는 놀랍게도 청소년들의 사회적 관계성과 연결되어 있다. 구체적으로 청소년들은 다른 사람들과 ‘함께’ 이야기하거나, ‘같이’ 무언가를 하거나, ‘집단’ – 특히, 특정 BJ의 방송을 보는 집단 – 의 일원이 되거나, 누군가에게 자신의 이야기를 솔직히 털어놓고 ‘공감’하고 싶어 하는 욕구가 있는 것으로 확인되었고, 바로 이러한 관계에 대한 결핍이 인터넷 개인방송을 보게 되는 원인으로 작용하게 될 수 있음을 지시하고 있기 때문에, 진정한 의미에서 청소년의 인터넷 개인방송 이용에 관한 제(諸) 문제들(예: 과도한 이용 및 몰입 등)을 해결하기 위해서는 그들의 관계에 대한 욕망을 이해하고 존재할 수 있는 심리적 결핍을 함께 고민하고 치유하는 과정 역시 필요하다는 결론이 도출된다 하겠다. 이러한 의미에서 청소년들의 개인방송 이용의 두 번째 동기는 “관계에 대한 갈증 해소”로 이름 붙여졌다.

청소년들의 인터넷 개인방송 이용의 세 번째 동기는 TV나 SNS 등 기존 매체 이용 연구에서 흔하게 발견되는 ‘오락(entertainment)’ 또는 ‘즐거움(enjoyment)’ 동기와 거의 유사했다. 응답자들은 재미있거나 시간을 때우거나 방송을 보는 것이 즐거워서 인터넷 개인방송을 이용한다고 응답했기 때문이다. 이는 비록 인터넷 개인방송이 새롭게 등장한 매체이고 대중(mass)을 상대로 하는 기존 방송과 몇 가지 측면에서 다른 특징을 지니기는 하나 여전히 ‘방송’이라는 특성을 공유한다는 차원에서 쉽게 이해가 가는 부분이라 할 수 있을 것이다. 그러나 앞서 개인방송 이용의 첫 동기가 소위 방송의 ‘선정주의(sensationalism)’와 긴밀히 연결되었다는 점을 감안하면, 즐거움을 추구하는 청소년들의 성향은 언제든지 더 강한 자극, 더 말초적인 자극에 대한 욕구로 이어질 수 있다는 점도 유념할 필요가 있겠다.

10대 중·고등학생 개인방송 시청자들의 네 번째 주요 동기는 “인터넷 개인방송 속 상호작용”으로 명명되었다. 여기서 말하는 상호작용이란 정확히 개인방송을 이용하는 과정에서 BJ나 다른 시청자들(co-viewers)과 맺는 대인 간 커뮤니케이션(interpersonal communication)을 지칭하는데, 청소년들이 상당액의 금전적 기부를 하면 BJ가 기부한 사람의 이름(개인방송 ID)을 언급해주거나 하는 등의 일종의 ‘반응(reaction)’을 보여주는 것이 현재 인터넷 개인방송의 일반적 행태임을 그 대표적 예로 들 수 있다. 수많은 시청자들 속에서 익명의 군중 속 개체(one of them)로 존재하는

어떤 시청자가 개인방송의 중심이자 주인공인 BJ로부터 주목 받고 인지되는(recognized) 경험을 하게 되는 것은 실제로 만족감과 즐거움을 줄 확률이 크다. 이는 사람들이 타인들로부터 주목 받기를 원하고 호의적으로 자신들을 대하기를 기대하는 것과 같은 이치다. 문제는, 이러한 과정 속에서 청소년들은 개인방송 속 다른 시청자들이나 BJ로부터 자신들을 ‘알아주고’, 자신들에게 ‘반응을 보여주는’ 즐거운 경험에 함몰되어 주목을 유지하기 위해 아니면 자신이 지금까지 형성한 좋은 평판이나 인상을 유지하기 위해 점점 더 과도한 행동을 하거나 지나치게 많은 금액을 기부하려 할 수 있다는 것이다. 실제로 대부분의 인기 개인방송 BJ들은 이 점에 착안하여 기부를 유도하는데, 돈을 많이 낸 방송 시청자들을 공개적으로 칭찬한다든지 아니면 반대로 돈을 내지 않는 시청자들을 무시하고 비하한다든지 하는 행동들이 여기에 속한다.

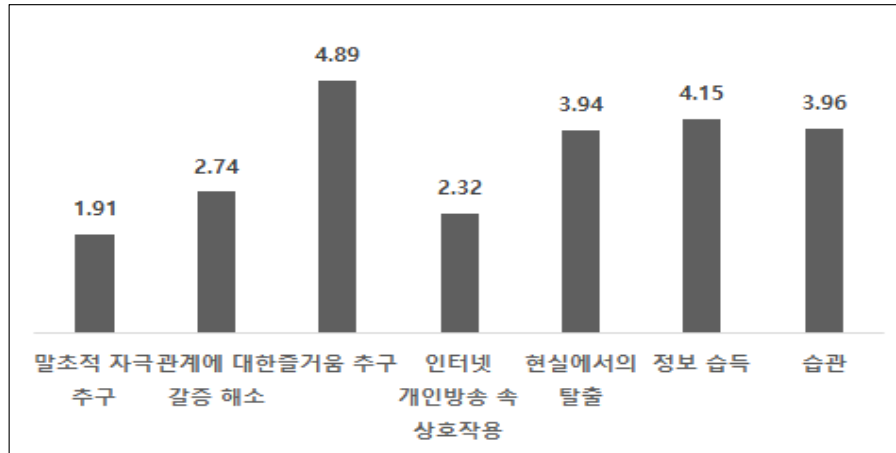
한편, 보다 큰 틀에서 이러한 개인방송 속 상호작용에 대한 욕구는 전술한 관계의 결핍을 해소하기 위한 또 하나의 방편으로도 이해할 수 있다. 현실 세계 속 인터넷 개인방송 이용자의 수거나 본 조사가 수행한 FGI 응답에서 쉽게 관찰할 수 있듯이, 많은 개인방송 시청자들은 개인방송 BJ가 (돈을 기부함으로써) 그들이 말한 대로 행동하거나 다른 시청자들이 (돈을 기부하거나 눈에 띄는 언행을 함으로써) 그들을 칭찬해주고 ‘띄워주는’ 경험에 의해 생각지 않았던 추가 기부를 하거나 더 그 방송에 몰입하게 된다. 또한 말할 것도 없이, 자아에 대한 확고한 믿음이나 인식이 아직 자리 잡지 않은 청소년들의 경우에는 더욱 그렇게 될 공산이 크다. 이렇게 볼 때 본 조사에서 찾아낸 “개인방송 속 상호작용” 동기는 상당한 설득력을 지니며, 청소년들의 유해 개인방송 콘텐츠 이용을 막고 그 부작용을 최소화 하는 정책적 방안을 찾고자 하는 본 조사의 목적에서 보더라도 큰 의의가 있다 하겠다.

비록 지금까지 설명한 개인방송 이용 동기들에 비해 설명력이 다소 낮지만, 청소년들은 학교나 가정에서 부딪히는 여러 골치 아픈 일들(예: 성적, 가정 내 불화 등)에서 잠깐이라도 벗어나기 위해서(“현실에서의 탈출”), 게임 등 자신의 취미나 다른 주제에 관해 필요한 정보를 얻고자(“정보 습득”), 또는 그냥 습관적으로(“습관”) 인터넷 개인방송을 보는 것으로 밝혀졌다. 이 중 탈출 동기는 매체 이용 동기, 특히 ‘이용과 충족 이론(UGT, Uses & Gratification Theory)’에서 다양한 매체에 걸쳐 지속적으로 발견될 뿐 아니라, 어떤 의미로는 앞서 언급한 관계에 대한 갈망 또는 결핍 문제와도 긴밀히

연결될 수 있다는 점에서 의미를 지닌다. 또 정보 습득 동기 같은 경우는 인터넷 개인방송에서 가장 많이 활용되는 주제가 ‘리그 오브 레전드(League of Legends)’나 ‘오버워치(OverWatch)’ 같은 온라인 게임이며, 따라서 청소년들이 원하는 ‘정보’란 일반적으로 생각되는 실용적 정보(예: 공부법, 악기 연주법 등)와는 상당히 괴리되었을 가능성이 크다는 점도 그 해석에 반영되어야 할 것이며, 마지막 습관 동기는 현실적으로 우리나라 청소년들이 여가를 활용할 마땅한 방법이 매우 부족하고, 그렇기 때문에 더욱 인터넷 개인방송에 의존하게 된다는 쪽으로도 해석할 여지가 있다 하겠다.

지금까지 서술한 각 인터넷 개인방송 이용 동기별 응답 평균 점수로 순위를 매긴 결과는 다음과 같다. 먼저 가장 높은 점수를 기록한 이용 동기는 즐거움 추구 동기로 나타나($M = 4.89$, $SD = 1.16$), 다른 많은 오락 매체와 마찬가지로 청소년들은 ‘즐거기’ 위해 또는 여가를 선용하기 위해 개인방송을 본다는 사실을 알 수 있었다. 또 두 번째로 높은 점수를 기록한 정보 습득 동기($M = 4.15$, $SD = 1.61$)의 경우, 많은 수의 인터넷 개인방송 채널들이 속칭 ‘게임 방송’을 표방하고 있고 실제로도 많은 청소년들이 게임 스킬이나 노하우 등을 배우기 위해 이들 방송을 시청하는 사례가 많다는 점을 고려하면 쉽게 이해가 가는 결과라 하겠다.

세 번째와 네 번째로 높은 점수를 기록한 습관 동기($M = 3.96$, $SD = 1.61$)와 (현실에서 의) 탈출 동기($M = 3.94$, $SD = 1.54$)는 큰 틀에서 즐거움 추구하고 비슷한 맥락에서 이해할 수 있는데, 청소년들이 학업이나 친구들 혹은 가족 간의 관계 등 여러 그들만의 고민에서 탈출하고 싶은 욕망이 있다는 사실과 이러한 욕망은 다시 TV를 비롯한 전통적 매체 이용으로 이어질 가능성이 높다는 것은 이미 잘 알려진 바 있고, 결과적으로 이는 습관적으로 특정 매체 이용하게 되는 원인이 된다는 것도 어느 정도 합의가 이뤄진 사실이기 때문이다.



[그림 4-19] 개인방송 이용 동기별 평균 점수 순위 (5점 척도)

이어 관계에 대한 갈증 해소 동기($M = 2.74$, $SD = 1.31$)와 인터넷 개인방송 속 상호작용에 대한 동기($M = 2.32$, $SD = 1.51$)은 이미 앞에서 충분히 설명하였듯, 우리나라 청소년들이 현재 얼마나 사회적으로 고립되어 있으며 그 반작용으로 다른 누군가로부터의 위로와 그들과 솔직한 이야기를 나누는 경험에 목말라 있는지를 잘 나타내주는 예시라 하겠다. 다만 여기에서 주목할 것은 가장 낮은 점수를 기록한 말초적 자극 추구 동기($M = 1.91$, $SD = 1.17$)와 함께 이들 동기의 점수가 전반적으로 응답 척도의 중점(3점)에 못 미치는 상대적으로 낮은 점수를 기록하였다는 사실인데, 이는 전술한 것처럼 해당 동기에 대한 솔직한 응답이 앞서의 비교적 ‘건전한’ 응답에 비해 한결 어려웠기 때문으로 봐야 할 것이다. 쉽게 말해, 이들 항목은 청소년들에게 ‘당신이 외롭고 누군가가 필요하며(관계에 대한 갈증 및 개인방송 속 상호작용에 대한 동기), 또 성적이거나 자극적인 것을 보고 싶냐(말초적 자극 동기)’고 묻는 것과 크게 다르지 않기 때문에, 응답자들은 자신의 대외 평판이나 자아 정체성 등을 지키기 위해 사회적으로 바람직하게 응답할 확률이 높아져, 최종적으로는 이들 동기의 평균 응답 점수가 낮아지는 결과를 불러왔다는 해석이 바로 그것이다.

2) 청소년 인터넷 개인방송 이용 행태에 미치는 심리적 변인들의 영향력

10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 시간에 미치는 여러 심리적 변인들을 파악하

기 위해서 위계적 다변인 회귀 분석(hierarchical multiple regression)을 시행하였다. 먼저 회귀 분석의 첫 단계(block 1)에서는 중·고등학생의 개인적 심리 변인(특히 부정적 변인들)의 영향력을 알아보기 위해 ‘외로움(loneliness, Russell, 1996 등 참조)’과 ‘사회적 불안(social anxiety, Caplan, 2006; Watson & Friend, 1969 등 참조)’의 두 가지 변인을 투입하였고, 2단계(block 2)에서는 앞서 서술했듯 주성분 분석으로 추출한 7가지 이용 동기들을 투입하였다. 또한 마지막 단계(block 3)에서는 청소년 시청자들이 인터넷 개인방송 BJ를 마치 매일 만나서 대화하는 실제 세계의 상대방처럼 대리 경험하는 ‘준사회적 상호작용(para-social interaction, Rubin & Perse, 1987)’, BJ와의 ‘동일시(identification, Cohen, 2001 등 참조)’, 그리고 BJ와의 ‘심리적 거리(psychological distance, Fiedler, Jung, W nke, & Alexopoulos, 2012 등 참조)’를 투입하였다. 아래 <표 4-7>은 회귀 방정식에 투입된 각 독립 변인들의 정보를 정리한 것이다.

<표 4-7> 위계적 회귀 방정식 투입 변인들의 기술 통계량 (N = 1,058)

구분	변인	평균	표준편차
Block 1	외로움	2.20	0.93
	사회적 불안	3.36	1.45
Block 2	말초적 자극 추구	1.91	1.17
	관계에 대한 갈증 해소	2.74	1.31
	즐거움 추구	4.89	1.16
	인터넷 개인방송 속 상호작용	2.32	1.51
	현실에서의 탈출	3.94	1.54
	정보 습득	4.15	1.61
	습관	3.96	1.61
Block 3	준사회적 상호작용	3.61	1.48
	동일시	3.30	1.34
	심리적 거리	4.10	1.07
종속 변인	개인방송 이용 시간	114.88	87.94
	개인방송 기부 금액	1423.69	6736.71
	내용 규제(심의제) 필요성 판단	3.71	1.10

회귀 분석 결과, 1단계 분석(block 1 - 청소년 심리 변인 투입)은 청소년들의 인터넷

개인방송 이용에 전혀 영향을 미치지 못한 것으로 밝혀졌다, $F(2, 1,055) = 0.11$, $p > .05$. 그러나 2단계 분석(block 2 - 개인방송 이용 동기 투입)은 청소년의 개인방송 이용 시간 변인의 총 변량 중 약 5.5%를 통계적으로 유의미한 수준에서 설명하는 것으로 나타났으며, $F(9, 1,048) = 6.79$, $p < .01$, 마지막 단계 분석(block 3 - 개인방송 이용 관련 심리 변인 투입)에서는 종속 변인 전체 변량의 약 6.7%를 유의미하게 설명하는 것으로 확인되었다, $F(12, 1,045) = 6.27$, $p < .01$.

구체적으로 청소년의 인터넷 개인방송에 유의미한 영향력을 발휘하는 개별 변인들은 다음과 같다. 먼저 2단계 분석에서 통계적으로 유의미한 효과를 미친 변인은 즐거움 추구 동기($\beta = .14$, $p < .01$)와 습관 동기($\beta = .09$, $p < .01$)이었다. 이는 앞서 설명한 것처럼 인터넷 개인방송의 장르 특성이 TV를 필두로 하는 기존의 방송 매체와 근본적으로 크게 다를 바 없기 때문으로 해석해 볼 수 있을 것이다. 다음으로 최종 분석 단계에서 유의한 변인은 즐거움 추구 동기($\beta = .14$, $p < .01$)와 습관 동기($\beta = .10$, $p < .01$), 그리고 인터넷 개인방송에 대해 시청자가 느끼는 심리적 거리($\beta = -.07$, $p < .05$)였다. 즉, 해당 결과는 시청자들이 즐거움을 추구하고 습관적으로 개인방송에 접속하고 BJ와 심리적 가깝다고 느낄수록 청소년 개인방송 시청시간이 늘어난다는 것을 의미한다.

이 중 심리적 거리 변인의 결과는 특기할 만하다. 이는 청소년 개인방송 이용자가 즐겨 보는 개인방송의 BJ나 그 시청자, 혹은 방송 내용 등에 대해 심리적으로 멀게 느낄수록 방송을 덜 보게 된다는, 반대로 가까울수록 더 많이 보게 된다는 것을 의미하기 때문에 BJ와의 사회적 관계가 청소년의 개인방송 시청에 있어서 매우 중요한 결정 요인이라는 것을 제시한다. 다시 말해, 이는 10대 청소년들의 인터넷 개인방송의 시청에 그들이 느끼는 심리적 요인(예: 심리적 근접성, 편안함, 익숙함 등)이 현실적으로 상당한 영향력을 행사할 가능성이 높다는 것을 지시함으로써 관련 정책의 마련에 있어 참고할 수 있는 좋은 제언을 제공하는 의의가 있다 하겠다.

한편, 청소년들의 인터넷 개인방송에 대한 기부 행위(평균 1회 기부 금액)로 종속 변인을 바꿔 다시 동일한 회귀 분석을 시행한 결과는 다음과 같다. 우선 전술한 분석과는 달리, 해당 분석의 1단계 분석 모형은 기부 금액 변인 전체 변량의 약 0.6%를 통계적으로 유의한 수준에서 설명하는 것으로 나타났다, $F(2, 1,055) = 3.37$, $p < .05$. 이어 2단계 분석 모형 역시 종속 변인 전체 변량의 약 5.9%를 설명하는 유의한 모형으로

밝혀졌고, $F(9, 1,048) = 7.25, p < .01$, 마지막 모형도 전체 변량의 약 6.5%를 설명하는 통계적 유의성을 확보한 모형인 것으로 확인되었다, $F(12, 1,045) = 6.08, p < .01$.

단계별로 종속 변인에 유의한 효과를 미치는 개별 변인들을 적시하면 다음과 같다. 먼저 1단계 분석에서는 외로움($\beta = .10, p < .05$)이 유효했고, 2단계 분석에서는 인터넷 개인방송 속 상호작용 동기($\beta = .26, p < .01$)와 정보 습득 동기($\beta = -.07, p < .05$)가 유의한 영향 변인들인 것으로 밝혀졌다. 이어 마지막 단계에서는 인터넷 개인방송 속 상호작용 동기($\beta = .26, p < .01$)와 정보 습득 동기($\beta = -.07, p < .05$), 그리고 심리적 거리($\beta = -.07, p < .05$)가 유의한 영향 변인으로 확인되었다. 즉, 해당 결과는 청소년 시청자들이 개인방송에서 BJ나 타인과 상호작용하고 싶어하고, 정보를 습득하고 싶고, BJ와 심리적 가깝다고 느낄수록 청소년 개인방송 기부행위 확률이 높아진다는 것을 의미한다.

이상의 결과에서 주목할 점은, 우선 비록 다른 변인들, 특히 인터넷 개인방송 속 상호작용 동기가 투입됨에 따라 그 효과가 유의하진 않게 되었지만, 청소년들이 느끼는 외로움이 인터넷 개인방송에 대한 기부 행위로 이어질 가능성이 보였다는 점이다. 또 외로움 측정 평균이 2점대 초반에 머무른 사실에서 어느 정도 짐작할 수 있듯, 외부의 시선과 평판에 민감할 수밖에 없는 청소년들이 스스로를 ‘외롭다’고 솔직히 답하기가 어려웠을 설문 상황을 감안한다면, 그럼에도 불구하고 개인방송 기부와 연관 관계를 맺고 있음이 일부나마 드러났다는 사실은 시사하는 바가 나뉠 크다고 해야 할 것이다. 즉, 추측컨대 우리 중·고등학생들은 일상에서 조사한 결과 보다 외로움을 더 느낄 공산이 크며, 이를 채우기 위해 인터넷 개인방송에 적극적으로 관여하고 그 결과로 좋아하는 방송에 더 몰입하게 된다는 것이 요지이다.

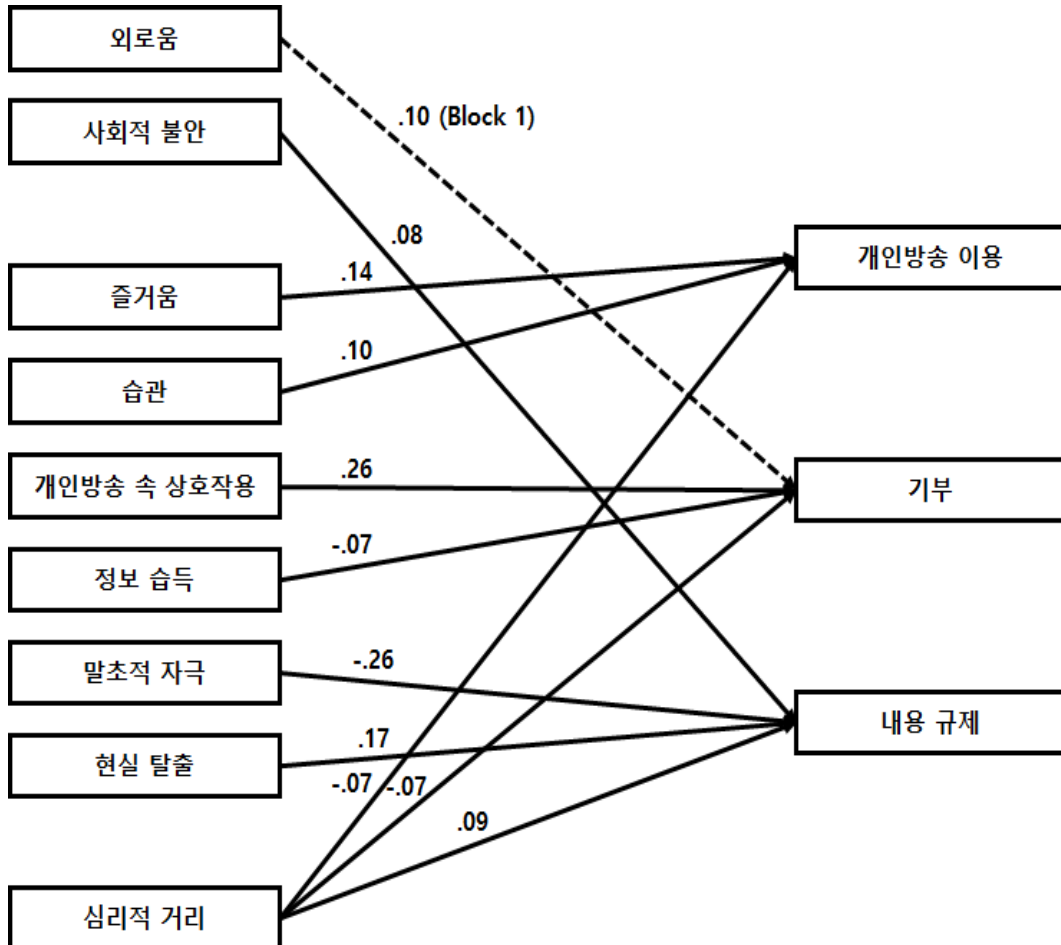
흥미로운 사실은 앞서 이용 시간 분석과는 달리, 기부 금액 분석에서는 개인방송 속 상호작용에 관한 동기와 정보 습득 동기가 유의한 결정 변인들로 확인되었다는 것이다. 보다 구체적으로 상호작용에 관한 동기는 앞서 설명한 외로움과 같은 맥락에서 현실 세계에서 결핍되거나 얻기 힘든 (그들의 입장에서) 대인 간 커뮤니케이션, 특히 긍정적인 상호작용을 개인방송이라는 온라인 세계를 일종의 대체제로 삼아 대리 만족한다는 해석이 가능할 것이다. 반면, 정보 습득 동기는 기부 행위와 부적(-) 영향 관계를 구성하는 것으로 나타났는데, 이는 통상 어떤 ‘정보’를 얻기 위해 보는 인터넷

개인방송 채널은 ‘관계’를 중요시 하는 개인방송 채널 이용과 확연이 구분된다는 차원에서 이해될 수 있을 것이다. 예컨대, 게임 방송에서 게임 내 스킬이나 효과적인 레벨업 방법을 배우려 하는 시청자는 그 게임 BJ와의 사적 대화나 기타 커뮤니케이션적 상호작용에 힘쓰려 하지 않고 이에 따라 기부 여부나 금액 자체도 낮은 수준에 머무르는 것이 일반적이다. 반대로 여캠 방송의 이른바 ‘열혈’ 시청자들은 방송 내용이나 기타 부가적 사항에 대한 관심 보다는, BJ가 자신에게 보이는 관심이나 행동에 집중하는 것이 상례이며 그 반응이 호의적이거나 설사 호의적이지 아니더라도 호의적 반응으로 이끌기 위해 더 열심히 방송에 몰입하며 그 수단 중 하나로 기부 행위를 할 가능성이 크다는 것이 그 해석의 요지이다.

마지막으로 심리적 거리는 앞서 이용 시간의 경우와 마찬가지로 기부 행위에도 유효한 영향력을 행사한다는 사실이 밝혀져 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 행태에 전반적으로 큰 영향력을 행사하는 변인임을 어느 정도 짐작케 했다.

마지막으로 청소년들이 인터넷 개인방송에 대한 내용 규제(심의제) 도입에 얼마나 찬성하는가를 종속 변인으로 설정하고 동일한 회귀 분석을 시행한 결과는 다음과 같다. 먼저 해당 분석의 1단계 분석 모형은 통계적으로 유효하지 않은 것으로 나타났다, $F(2, 1,055) = 2.92, p > .05$. 반면 2단계 분석 모형은 종속 변인 전체 변량의 약 5.9%를 유효한 수준에서 설명하였고, $F(9, 1,048) = 7.27, p < .01$, 마지막 모형은 전체 변량의 약 6.8%를 설명하는 통계적으로 유의한 모형인 것으로 확인되었다, $F(12, 1,045) = 6.35, p < .01$.

단계별로 종속 변인에 유효한 효과를 미치는 개별 변인들을 적시하면 다음과 같다. 먼저 2단계 분석에서는 사회적 불안($\beta = .08, p < .05$), 말초적 자극 추구 동기($\beta = -.20, p < .01$), 그리고 현실에서의 탈출 동기($\beta = .17, p < .01$)가 유효한 영향 변인들로 나타났다. 또 마지막 단계에서는 사회적 불안($\beta = .08, p < .05$), 말초적 자극 추구 동기($\beta = -.20, p < .01$), 현실에서의 탈출 동기($\beta = .17, p < .01$), 그리고 심리적 거리($\beta = .09, p < .01$)가 유효한 영향 변인으로 확인되었다. 즉, 해당 결과는 청소년 시청자들이 타인과 사회적 관계를 맺는 것을 불안해하고, 스스로 말초적 자극을 추구하려는 동기로 개인방송을 시청하고, 현실에서 탈출하려고 하고, BJ와 심리적으로 가깝다고 느낄수록 개인방송에 내용규제를 도입하는 것을 찬성할 확률이 높아진다는 것을 의미한다.



[그림 4-20] 본 조사의 변인 간 관계도 (재구성)

이 중 인터넷 개인방송에 대한 심의제 도입에 찬성하는 정도에 영향을 미치는 변인 중 사회적 불안은, 개인방송 이용자 중 대인관계나 사회적 커뮤니케이션에 어려움을 겪는 사람일수록 규제에 더 찬성한다는 것을 나타내므로 상당히 재미있는 결과라 할 수 있다. 왜냐하면 현실 속 커뮤니케이션에 서툰 사람은 온라인 환경에서도 그럴 가능성이 상대적으로 높을 공산이 큰데, 그런 개인방송 시청자들은 개인방송에 몰입하는 정도도 자연히 낮을 것이므로 반대로 이를 규제하는 것에 더 긍정적이라는 말과 같게 때문이다.

심의제 도입에 대한 의견에 대한 분석 결과에서 가장 주목해야 할 것은 청소년 시청

자들의 선정적인 개인방송 콘텐츠에 대한 욕구가 높을수록 규제에 반대한다는 것이다. 어떤 의미에서 이는 전술한 사회적 불안 변인의 결과와 상통하는 측면이 있는데, 이는 소통에 서툰 개인방송 시청자가 몰입을 덜 해서 개인방송의 규제에 찬성한다면 선정적이고 자극적인 욕구를 채우기 위해 인터넷 개인방송을 시청하는 청소년들은 당연히 자신의 욕구 충족을 위해 그런 콘텐츠를 제공하는 개인방송 채널들에 대한 규제에 반대한다고 봐야 할 것이기 때문이다. 반면, 청소년 시청자들의 현실에서의 탈출 동기는 조금 다른 맥락에서 설명할 수 있는데, 일상의 곤란이나 어려움에서 잠시라도 벗어나고픈 욕구가 강한 청소년들은 자신들의 욕구의 배출구로 인터넷 개인방송을 택했을 뿐 특별히 자극적인 콘텐츠를 원하는 것은 아니며, 오히려 그 욕구를 충족시키는 과정에서 개인방송의 유해 콘텐츠로 인한 사회적 낙인이나 오명을 피하기 위해 부적절한 개인방송에 대한 규제를 찬성한다는 해석이 바로 그것이다.

끝으로, 심리적 거리는 앞서 두 가지 분석들에서 이미 논한 것처럼 심의제에 대한 찬성에도 유효한 영향력을 행사한다는 사실이 밝혀졌는데, 이 경우 청소년들이 BJ와 심리적으로 가깝다고 느낄수록 BJ에 대하여 주위 친구들과 함께 이야기하면서 부정적인 영향력에 대하여 인지할 가능성을 제기한다. 그 과정에서 유해한 콘텐츠에 대한 내용 규제의 필요성을 느꼈을 수 있다. 이처럼 심리적 거리는 청소년들의 인터넷 개인방송 이용, 기부행위, 그리고 내용규제 인식에 큰 영향력을 행사하는 변인임을 다시 한 번 확인할 수 있었다.

제 5 장

논의 및 결론

제5장

논의 및 결론

제1절 10대 청소년 인터넷 개인방송 이용 실태 요약

현재는 이른바 ‘디지털 프로슈머(Digital Prosumer)’, 즉 미디어 콘텐츠 생산자와 소비자를 서로 구분할 수 없는, 소비자가 곧 콘텐츠 생산자의 시대이다(Ritzer, Dean, & Jurgenson, 2012; Ritzer & Jurgenson, 2010 등 참조). 이런 의미에서 인터넷 개인방송은 방송에 대한 특별한 지식이나 노하우 없이도 누구나 자신만의 방송 콘텐츠를 제약 없이 방송할 수 있는 특성을 지닌 인터넷 개인방송은 이러한 시대적 추세를 가장 잘 대표하는 매체라 할 수 있다. 더구나 전통적인 방송 매체인 TV나 라디오가 SNS나 인터넷 포털, 또는 ‘팟캐스트(pod-cast)’ 등 다양한 디지털 미디어에 의해 점차 대체되고 있는 현실을 감안할 때, 인터넷 개인방송의 중요성도 더욱 높게 평가되어야 할 것이다.

그러나 본 조사의 서두에서 이미 자세히 설명하였듯, 현재 우리나라에서 일어나고 있는 인터넷 개인방송에 대한 여러 가지 사회적 논란들, 특히 그 인터넷 개인방송을 통해 청소년들에게 무분별하게 노출되고 있는 여러 유해 콘텐츠들로부터 연원한 논란들을 생각해보면 이미 높아진, 그리고 계속 높아지고 있는 개인방송의 대중적 인기와 이용률을 마냥 환영할 수는 없는 형편이다. 더욱이 이러한 인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠의 해악성은 직접 방송을 보는 청소년 당사자들 외에도 그들이 일상적으로 접촉하고 서로 관계를 맺는 다른 또래 집단들에게도 간접적으로 영향을 미쳐, 결국에는 국가의 미래 세대 전반에 부정적 효과를 발휘한다는 점까지 감안해 본다면 상황은 더욱 심각하다 하겠다.

이러한 문제의식 아래, 본 조사는 극히 일부 사례(방송통신심의위원회, 2017a; 2017b)를 제외하고는 그간 한 번도 본격적으로 연구되지 못했던 10대 청소년(중·고

등학생)의 인터넷 개인방송 이용 실태와, 그 유해 콘텐츠(예: 선정성, 폭력성 등)에 대한 인식, 그리고 유해 콘텐츠 규제 제도에 대한 여러 생각 등을 질적인 방법(FGI)과 양적인 연구 방법(설문 조사)을 모두 사용해 다각적으로 조사하였다. 이는 궁극적으로 어떠한 종류의 매체라도 결코 예외가 될 수 없는 청소년 보호 의무를 현재의 우리나라 인터넷 개인방송은 방기(放棄)하고 있다는 상황 판단 아래, 이를 개선하기 위한 바람직하고 효율적인 정책 방안을 마련하는데 도움이 될 근거를 마련하기 위한 조치였으며, 조사 결과 실제로 사회적으로, 또 정책적 측면에서도 상당히 의미 있는 결과들이 도출되었다고 판단된다. 아래는 본 조사의 구체적 결과들을 독자(讀者)의 이해 편의를 위해 조사 방법 별로 다시 한 번 정리한 내용이다.

1. 질적 조사 결과의 요약

실제 중·고등학교에 재학 중인 10대 청소년들 44명을 대상으로 복수의 FGI를 통해 현실에서의 인터넷 개인방송 이용 경험과 관련된 제(諸) 내용을 심층 조사한 결과, 먼저 우리 10대 청소년들은 비록 다소의 성별 간 차이는 있으나 주로 유튜브나 트위치 TV, 아프리카 TV, 네이버 TV, V앱 등의 플랫폼들을 통해 인터넷 개인방송을 이용하고 있는 것을 알 수 있었다. 또 주로 이용하는 개인방송 장르 측면에서는 남학생의 경우, 게임이나 토크 방송 이용이 두드러진 반면 여학생들은 뷰티, 아이돌, 예능 방송 등을 주로 이용하고 있는 것으로 나타났다.

청소년들의 개인방송 시청은 또 크게 인터넷 개인방송을 실시간으로 시청하거나 아니면 녹화된 방송을 보는 두 가지 형태로 나뉘었는데, 전자의 경우는 개인방송 BJ와의 커뮤니케이션과 상호작용이, 후자는 시청 시간의 편의성과 편집 영상의 우월한 오락성이 주로 원인이 됨을 알 수 있었다. 한편, 인터넷 개인방송에 대한 금전적 기부 경험에 대해서는 남학생들이 여학생 보다 기부한 경험이 많은 것으로 나타났고, 기부자들은 대부분은 BJ의 기부에 대한 ‘리액션’에 대한 호기심 차원에서 소액을 기부해 본 것으로 밝혀졌다. 그러나 여기에도 예외는 있어, 한 응답자는 특정 BJ에게 어떤 ‘미션’을 주고 그 성공 보수 성격으로 무려 수십 만 원에 달하는 큰 금액을 지불한 적이 있다고 응답하여, 자칫 개인방송에 대한 기부가 청소년들의 일탈이나 부적절한

행동으로 이어질 가능성이 충분함을 부분적으로나마 드러내기도 했다.

본 조사가 수행한 FGI 결과에서 가장 흥미로운 부분 중 하나는 소위 말하는 준사회적 상호작용이 청소년들의 인터넷 개인방송 이용과 기부에 상당한 역할을 수행할 수 있다는 가능성이 탐지된 것이다. 또 이러한 준사회적 상호작용은 개인방송 플랫폼, 더욱 정확히는 개인방송 콘텐츠의 이용 형태 - 실시간 시청 또는 편집/녹화본 시청 - 에 따라 극과 극으로 달라질 수 있다는 점이 드러났는데, 이는 기본적으로 준사회적 상호작용이 상대적으로 지속적인 관계 형성, 그러니까 좋아하거나 즐겨 보는 개인방송 BJ와 직접 얼굴을 맞대는 경험을 꾸준히 지속하는 특정 매체(예: 아프리카 TV)나 이용 형태(실시간 시청) 조건에서만 유효하기 때문으로 풀이할 수 있을 것이다. 즉, 아프리카 TV 등 시청자-BJ 간 상호작용이 직접적으로 일어나는 매체 조건, 또는 그 상호작용이 기본적으로 가능한 실시간 시청 조건이 아니면 화면 속 BJ를 실제의 지인이나 친구처럼 느끼게 되는 준사회적 상호작용 경험 생성은 실질적으로는 거의 불가능에 가깝게 된다는 것이다. 정책적으로 이러한 특성은 다시 중요한 의미를 지니는데, 간단히 말하면 인터넷 개인방송에 대한 규제 대상의 선정에 있어 그 중요도는 실시간 방송을 송출하는 개인방송 채널에 맞춰져야 한다는 것이 그 요지(要旨)가 된다.

한편, FGI를 통해 드러난 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 시청 동기는 ‘재미’, ‘정보’, ‘또래 집단 내 의사소통’, ‘시간 때우기’, ‘대리 만족’, ‘심리적 위안’ 등을 꼽을 수 있는 것으로 확인되었다. 이 중 특기할만한 청소년들의 심리적 동기는 대리 만족과 심리적 위안이라 할 수 있는데, 그 이유는 이 두 가지 동기가 역설적으로 우리 청소년들이 학교나 가정에서 또래들과 가족구성원들과의 유대감을 형성하고 서로를 이해하는 상호 의존적 관계가 약해져 있는 상황을 잘 나타내줄 수도 있기 때문이다. 다시 말해, 현재 청소년들은 오프라인 현실 세계에서 쉽게 찾을 수 없는, 사람 대 사람의 소통과 관계 형성, 그리고 그것들이 주는 심리적 안정감을 온라인 세계 속 개인방송에서 찾고 있는 셈이 되고, 이는 다시 청소년들로 하여금 현실이 아닌 가상 세계, 인터넷 개인방송에 대해 더 집착하고 몰두하게 되는 원인이 될 수 있기 때문에 교육당국과 부모, 정책 담당자들의 특별한 주의가 요청될 필요가 있다는 것이다. 실제로 본 조사의 서론 부분에서 언급된 수많은 개인방송의 일탈 사례들은 더 많은 돈을 벌기 위한 BJ들의 잘못된 행태에 기인하기도 하지만, 분명 그에 호응하거나 심지어 적극적으로 부추긴

시청자들의 행태도 원인의 하나로 지목될 수 있으며, 거시적 차원에서 이는 결국 BJ와 (시청자) 자신이 그러한 행동을 통해 현실에서 결핍된 무언가를 채우고자 하는 욕망이나 욕구에서 비롯되었다고도 해석할 수 있다는 점에서 그러하다는 것이다.

인터넷 개인방송의 유해 콘텐츠에 관해서는 먼저 FGI 참석자들은 대부분 개인방송의 부적절한 언어 사용(예: 욕설, 저속한 표현 등)을 가장 큰 문제로 인식하고 있음이 드러났으며, 특히 이러한 부적절한 언어 사용은 다시 실제 세계에서 또래 집단 내에서 유행됨으로써 재생산되어 그 폐해는 마치 눈덩이처럼 커질 가능성을 지시하기도 하였다. 아울러 이러한 과정은 지속적으로 반복되어 점점 더 많은 청소년들에게 반복적으로 노출되기 때문에, 궁극적으로 이러한 언어 차원의 유해 콘텐츠를 아무렇지도 않게 받아들이게 되는 둔감화(desensitization)가 일어나게 되는 것도 인터넷 개인방송의 중요한 폐해라는 청소년 스스로의 지적도 들을 수 있었다.

FGI 참석자들은 또한 부적절한 언어 사용 뿐 아니라 현재의 인터넷 개인방송은 사회적 약자에 대한 비하나 특정 집단에 대한 혐오 표현(hate speech) 역시 빈번하게 노출시키고 있음을 증언한 바 있으며, 앞서의 비속어나 유행어의 경우와 마찬가지로 비하나 혐오 표현 역시 청소년들 사이에서 유행하고 있음을 솔직히 털어 놓기도 했다. 게다가 여성 BJ들의 지나친 수준의 노출이나 음담패설을 아무렇지도 않게 방송을 통해 내보내는 경우도 매우 흔한 것으로 나타나, 전반적으로 우리나라 인터넷 개인방송 콘텐츠의 수준이 얼마나 품위가 없고(indecent), 선정적이며, 자라나는 미래 세대에 커다란 부정적 영향력을 발휘할 수 있는 위험을 잠재적으로 갖고 있는지를 어렵지 않게 짐작하게 했다. 더구나 일부 FGI 참석자들은 청소년들이 완전한 ‘19금’ 방송을 표방하는 인터넷 개인방송의 성인용 콘텐츠 역시 가족이나 타인의 신분증 정보를 이용하여 얼마든지 이용할 수 있고, 실제로도 이용하고 있음을 증언하여 개인방송 유해 콘텐츠 문제의 심각성이 예상에 비해 훨씬 더 심각함을 증언하기도 하였다.

주목할 만한 사실은 FGI 참석자 중 상당수 청소년들이 인터넷 개인방송의 현행 자율 규제(플랫폼 자체 규제)가 별 효과가 없다는 반응을 드러냈다는 것이다. 이는 해당 참석자들이 통상적으로 어떠한 형태의 ‘규제’도 부정적으로 인식하고 반응하기 쉬운 나이의 청소년들이라는 사실을 감안하면 매우 의외의 결과라 할 수 있다. 역설적으로 이러한 결과는 청소년 스스로가 즐겨 보는 인터넷 개인방송을 업계 스스로가

아닌, 정부 등 외부의 손으로 감시하고 규제해야 할 정도로 현행 개인방송의 유해 콘텐츠 문제가 심각하다고 피부로 느끼고 있음을 의미하기 때문에 주목할 필요가 있다. 보다 구체적으로 자율 규제의 효율성에 의문을 제기한 참석자들은 현행 자율 규제가 실질적으로는 유명무실하며, 설사 부적절한 방송 내용에 대해 어떤 BJ에게 개인방송 플랫폼 측이 방송 정지 등 징계를 가하더라도 다른 플랫폼으로 옮겨 가서 비슷한 내용의 방송을 재개하거나 아예 새 계정을 만들어 징계를 피하는 사례가 비일비재함을 고발하였는데, 이는 문자 그대로 자율적으로 스스로를 규제하는 제도가 현실적으로는 어떤 효용도 없음을 대변하는 것이기 때문에 커다란 문제가 되며, 나아가서는 이를 해결하기 위한 인터넷 개인방송에 대한 새로운 형태의 규제가 필요함을 함께 지시하는 결과로 받아들여져야 할 것이다.

FGI 참석자들로부터 나온 또 다른 특기할 만한 결과는 인터넷 개인방송의 ‘중독성’ 문제에 관한 내용이다. 일부 참석자들은 자신 스스로가 개인방송에 지나치게 몰입하여 현실 생활에도 적지 않은 영향을 받고 있음을 고백하였고, 같은 맥락에서 이를 자신의 힘으로 극복해 보고자 휴대폰 데이터 사용에 스스로 제한을 두거나 아예 컴퓨터나 전화기를 부모 손에 맡기는 방법까지 실행해 봤음에도 결국에는 개인방송에 대한 유혹에서 벗어나지 못했다는 경험을 토로하기도 하였다. 이는 인터넷 개인방송이 컴퓨터 게임 등 그간 ‘중독적인’ 매체로 인식되어 왔던 매체들과 비록 그 작동 기제(mechanism)은 다를지 모르지만, 큰 틀에서 그리 다를 바 없음을 의미하는 결과기 때문에 상당한 의미를 지닌다 하겠다. 즉, 게임에 대한 과몰입/과사용 문제와 마찬가지로 인터넷 개인방송에 대한 지나친 몰입이나 과도한 시청 문제를 정책적으로 접근해 나가야 할 필요성이 다른 누구도 아닌 개인방송의 이용자 입장에서 나왔다는 사실은 관련 정책 마련에 적지 않게 시사하는 바가 크다 할 수 있다는 것이다.

2. 양적 조사 결과의 요약: 인터넷 개인방송 이용과 유해 콘텐츠 관련 인식

10대 청소년 개인방송 이용자 1,058을 대상으로 시행한 설문 조사의 결과 중 주요 결과들을 요약하면 다음과 같다. 우선 조사 결과, 우리나라 청소년들은 평균 2시간에

가까운 시간을 인터넷 개인방송에 투자하고 있다는 사실이 밝혀졌으며, 이렇게 많은 시청 시간에도 불구하고 인터넷 개인방송에 대한 기부 경험을 지닌 이용자는 상대적으로 적은 것을 확인할 수 있었다. 또 전체의 약 25%를 차지하는, 얼마 되지 않는 수의 기부 경험자들 또한 1회 평균 약 1,500 원 정도의 금액만을 기부한 것으로 나타나 개인방송에 대한 기부 문제는 적어도 아직까지는 그리 큰 문제라 볼 수 없다는 사실을 알게 했다. 그러나 동시에, 이미 전술한 것처럼 일부 응답자는 십여 만 원에 이르는 많은 돈을 기부한 적이 있다고 응답하기도 해 과도한 기부 문제에 대한 완전한 안심은 금물이라는 사실을 기억할 필요가 있어 보인다.

실시간 시청이나 편집 영상 시청의 경우를 막론하고, 청소년들이 인터넷 개인방송을 시청할 때 가장 많이 사용하는 플랫폼은 유튜브, 아프리카 TV, 트위치 TV 정도인 것으로 밝혀졌다. 다만, 특기할만한 사실은 청소년임에도 성인용 개인방송 콘텐츠로 유명한 일부 플랫폼들(예: 팝콘 TV, 풀 TV)을 이용한다는 응답이 일부지만 존재했다는 사실이다. 말할 것도 없이 이는 현재의 인터넷 개인방송이 청소년 보호라는 사회적 책임을 제대로 이행하고 있지 못하다는 사실을 잘 알려주는 결과이기 때문에 주의할 필요가 있겠다.

설문 조사를 통해 나타난 10대 중·고등학생 개인방송 시청자들이 주로 이용하는 개인방송 장르는 게임 방송, 먹는 방송, 토크 방송, 뷰티 방송 정도인 것으로 밝혀졌다. 하지만 앞서 이용 플랫폼 결과와 마찬가지로, 여성 BJ가 과도한 노출을 하거나 성적 뉘앙스가 짙은 언행을 주 방송 콘텐츠로 삼는 소위 ‘여캠’ 방송이나 방송 중 머리카락 눈썹을 민다든가 도저히 먹기 힘든 역겨운 음식을 먹는다든가 하는 엽기적 내용으로 인기를 끄는 ‘철구’, ‘신타일’ 등 일부 BJ로 대표되는 엽기 개인방송을 이용하는 경우도 상당히 많은 것으로 나타나 경각심을 갖게 했다.

한편, 인터넷 개인방송의 유형별 유해 콘텐츠에 대한 인식을 조사한 결과, 응답자의 약 90%에 가까운 절대 다수가 개인방송에서 선정적 콘텐츠를 볼 수 있고, 전체의 30%를 넘는 수의 응답자들은 자주 혹은 거의 모든 인터넷 개인방송에서 성(性)적으로 음란하거나 외설적인 내용이 노출된다고 응답하여 개인방송의 선정성이 매우 심각한 수준에 도달했다는 것을 어느 정도 짐작할 수 있게 했다. 이러한 결과는 개인방송의 폭력성 항목에서도 비슷하게 나타났는데, 전체의 약 80%에 가까운 응답자가 폭력적

개인방송 콘텐츠를 경험했다고 응답했으며 그 중 약 30%는 일상적으로 폭력적 콘텐츠를 볼 수 있다고 응답하여 개인방송의 선정성만큼이나 폭력성도 큰 문제임을 그리 어렵지 않게 짐작케 했다.

이어 인터넷 개인방송의 부적절한 언어 사용은 단 4% 정도의 소수를 제외하고 거의 모든 응답자들이 개인방송에서 경험한 적이 있다고 응답하였고, 그 중 70%에 가까운 응답자들은 심지어 인터넷 개인방송과 욕설, 비속어 등 부적절한 언어 사용은 떼려야 뗄 수 없는 관계와 마찬가지로 것처럼 응답하여 이야말로 여러 개인방송의 유해 콘텐츠들 중 가장 심각한 유해 콘텐츠임을 알게 하였다.

인터넷 개인방송에서 노출되는 반사회적 행위 역시 응답자의 80% 이상이 경험하였고 약 절반에 가까운 응답자들은 이를 일상적으로 본다고 응답하여 해당 유해 콘텐츠의 문제도 더 이상 간과할 수 없는 수준임을 드러냈고, 인터넷 개인방송 BJ에 의한 과도한 기부 유도 역시 비슷한 결과를 보여 그 심각성을 같은 맥락에서 이해할 수 있었다. 사행성 행위의 노출 역시 전체의 약 35%에 달하는 응답자들이 자주 혹은 거의 모든 개인방송에서 볼 수 있다고 응답하여, 앞서 두 가지 유해 콘텐츠에 비해 다소 그 비율이 줄어든 것을 제외하면 역시 무시할 수 없는 문제임을 알게 했다.

이에 반해, 인터넷 개인방송의 특정 개인의 사생활 침해 콘텐츠는 전체의 약 40%에 해당하는 응답자가 전혀 경험하지 못한 것으로 응답하여 다른 유해 콘텐츠들에 비해 조금 상황이 나은 것으로 밝혀졌고 PPL이나 협찬 등 개인방송의 과도한 상업적 메시지 투사의 경우는 약 25% 정도의 응답자들이 일상적으로 노출된다고 응답하여 전체적인 인터넷 개인방송의 방송 진행이 지나친 상업화 쪽으로 흘러가고 있음을 간접적으로나마 알 수 있게 했다.

앞서 각 개인방송 유해 콘텐츠들의 ‘침투성(pervasiveness)’에 이어 그 각 콘텐츠들의 심각성을 조사한 결과는 다음과 같이 요약된다. 먼저 청소년 응답자들은 선정적 콘텐츠의 심각성을 평균(5점 척도 상 중점인 3점) 이상으로 평가했고, 매우 심각한 문제로 응답한 응답자들의 비율 역시 전체의 약 25%에 육박해 인터넷 개인방송의 선정성이 매우 심각하다고 인식하고 있는 것을 확인할 수 있었다.

이와 비슷하게 폭력성에 대한 심각성 인식 항목도 응답자들은 평균(3점) 이상의 평균 점수를 기록하여 전술한 선정성에 대한 인식만큼이나 폭력적 콘텐츠 역시 현재

우리나라의 인터넷 개인방송에 있어 심각한 문제로 보고 있음이 밝혀졌고, 부적절한 언어 콘텐츠 역시 앞서의 침투성 결과와 마찬가지로, 선정성과 폭력성 항목을 뛰어넘는 평균 점수를 기록하여 청소년들 스스로는 부적절한 언어 콘텐츠를 오히려 이 두 가지 유해 콘텐츠보다도 더 심각한 문제로 인식하고 있음을 쉽게 알 수 있었다.

계속해서 반사회적 개인방송 콘텐츠의 심각성 역시 평균 이상이었고, 매우 심각하다고 응답한 응답자 비율 역시 전에 서술한 폭력성 항목과 비슷한 수준으로 확인되어 청소년들에게 비슷한 정도의 심각한 문제로 인식되고 있다는 사실이 밝혀졌고, 이에 반해 개인방송 BJ들의 과도한 기부 요구 문제에 대한 심각성 평가는 비록 평균 이상의 점수를 기록했지만 전체적으로 다른 유해 콘텐츠들에 비해 상대적으로 덜 심각하게 받아지고 있다는 것으로 나타났다. 이는 인터넷 개인방송의 사행성 콘텐츠의 경우도 그리 다르지 않아, 10대 청소년들 시청자들의 입장에서 해당 콘텐츠의 심각성 인식은 평균에 못 미칠 정도로 너그럽게 인식되고 있다는 것이 밝혀졌다. 그러나 침투성 항목과는 달리, 사생활 침해에 대한 심각성 인식은 평균 이상의 점수를 기록함은 물론, 전체의 약 25%에 해당하는 응답자들이 매우 심각한 것으로 평가하여 결과적으로는 ‘일상적으로 노출되고 있지는 않지만 그 폐해는 매우 심각한 것으로’ 청소년 개인방송 시청자들에게 인식되고 있음을 알 수 있었다. 끝으로, 인터넷 개인방송의 지나친 광고 행위에 대한 청소년들의 심각성 인식의 평균은 중점 가까이 형성되어 타 유해 콘텐츠 유형에 비해서는 비교적 덜 심각한 문제로 느끼고 있음을 짐작케 했다.

마지막으로, 언급된 인터넷 개인방송의 여러 문제점들에 대한 규제 방식의 필요성에 대한 청소년 이용자들의 인식을 조사한 결과는 아래와 같다. 우선 인터넷 개인방송에 대한 어떠한 규제도 불가하다는 입장에 찬성하는 응답 평균은 단 1점에 머물렀고, 반대로 동의하지 않는 응답의 비율은 전체의 80%에 달하는 것으로 나타나 어떤 방식이든 현재의 개인방송은 규제되어야 함이 청소년들의 일반적 의견임을 알게 했다.

다음으로 현재 시행되고 있는 인터넷 개인방송 플랫폼에 의한 자율규제에 찬성하는 정도는 약 30%에 불과했고 평균 점수도 2점대에 머물러 전반적으로 10대 청소년들은 플랫폼에 의한 자율규제 제도를 불신하고 있다는 해석을 불완전하게나마 가능케 했다.

또 인터넷 개인방송 시청 등급제 도입에 대한 의견을 물은 결과, 전체 평균은 거의 4점에 가깝고 전체 찬성 입장의 비율이 약 70%에 가까울 정도로 청소년 개인방송

이용자들은 해당 제도의 도입이 필요한 것으로 생각하고 있다는 사실이 드러났고, 개인방송에도 ‘유해 매체 표시제’를 강제하자는 방안에도 응답자들은 전반적으로 찬성하고 있는 것으로 확인되었다.

흥미로운 것은 사회적으로 물의를 일으키거나 부적절한 방송 콘텐츠를 방송한 인터넷 개인방송 채널이나 개인방송 BJ들을 이후 완전히 방송에서 퇴출하는 방안을 도입하자는 의견에 대해 청소년들은 무려 4점을 넘는 가장 높은 평균 점수를 기록하였을 뿐만 아니라 전체 찬성 입장의 비율이 전체의 70%를 넘는 결과를 기록하여, 전반적으로 가장 찬성하는 모습을 보였다는 점이다. 덧붙여, 기존 인터넷 웹 사이트에 적용되는 차단 소프트웨어를 개인방송에 도입하여 문제 채널에 대한 어린이 및 청소년들의 접근 자체를 막는 방안에 대해서도 청소년 응답자들은 거의 4점에 육박하는 응답 평균과 70%에 가까운 찬성 비율을 보임으로써 전반적으로 현재 개인방송의 유해 콘텐츠를 매우 강하게 규제해야 한다는 의견을 품고 있다는 것을 확인할 수 있었다. 인터넷 개인방송을 이용하는 청소년들 스스로가 개인방송의 여러 폐해에 대해 이렇듯 강경한 입장을 고수하는 경향을 보이는 것은 이미 여러 번 언급한 대로 현재의 우리 인터넷 개인방송이 얼마나 저급한 방식으로, 또 10대 청소년들에게 유해한 방식으로 운영되고 있는가를 적나라하게 보여주는 사례로 해석해야 할 것이다.

한편, 유해 인터넷 개인방송에 대한 법적 처벌 방안을 찬성하는 설문 응답자들의 목소리도 위에서 언급한 완전 퇴출과 기계적 차단 방안의 사례들과 비슷한 수준으로 상당히 높은 것으로 나타났다. 그러나 이와 반대로 인터넷 개인방송 운영자에게 일종의 면허를 부여해 자격 있는 사람들에게만 방송을 허용하자는 방안에 대해서는 앞서 모든 항목들과는 조금 다르게, 상당히 부정적인 쪽으로 응답이 형성되었는데, 이는 기본적으로 개인방송 자체의 매체적인 개념이 ‘누구나 자유롭게 할 수 있는 방송’ 정도로 일반적인 인식이 형성되어 있어, 이에 정면으로 반하는 면허제에 반감이 상대적으로 많았기 때문으로 풀이할 수 있을 것이다.

마지막으로 본 조사가 열거한 모든 종류의 개인방송 규제 방안 가운데 가장 현실성이 높다고 볼 수 있는 인터넷 개인방송 심의제 도입에 대한 청소년 응답자들의 찬성 정도는 그 응답 평균이 거의 4점에 가깝게 형성되었고, 전체 찬성의 비율이 60%에 이를 정도로 전반적으로 지지를 얻고 있다는 사실을 쉽게 확인할 수 있었다. 반면, 심의제에

대한 반대 입장은 전체의 10% 가량에 머물렀는데, 이와 같은 결과들을 종합하면 실제 개인방송을 이용하고 있는 청소년 이용자들의 입장에서조차 현재의 인터넷 개인방송은 문제가 많고 유해한 매체로 인식되고 있으며, 따라서 정부의 내용 규제를 통해서라도 그 유해 콘텐츠들의 유통을 강제해야 할 필요성이 있다고 여겨지고 있다는 뜻으로 볼 수 있을 것이다.

3. 양적 조사 결과의 요약: 청소년들의 개인방송 이용에 관한 심리적 변인들

청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 관여할 것으로 예상되는 여러 심리적 변인들을 설문문을 통해 조사한 결과는 다음과 같이 요약될 수 있다. 먼저 복잡다기한 세부 개인방송 이용 동기들을 통계 처리를 통해 데이터를 축약한 결과, 우리나라 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 관한 동기들은 크게 ① 말초적 자극 추구, ② 관계에 대한 갈증 해소, ③ 즐거움 추구, ④ 인터넷 개인방송 속 상호작용, ⑤ 현실에서의 탈출, ⑥ 정보 습득, 그리고 마지막으로 ⑦ 습관 등으로 구분되는 것으로 나타났다.

끝으로 10대 중·고등학생 인터넷 개인방송 이용자들이 갖고 있는 개인적 특성 변인(외로움, 사회적 불안)과 전술한 7개의 개인방송 이용 동기, 그리고 인터넷 개인방송 안에서 일어나는 시청자와 BJ, 시청자와 다른 시청자들과의 사회적 상호작용 변인(준 사회적 상호작용, 동일시, 심리적 거리)들이 청소년들의 개인방송 이용 행태(이용 시간, 기부 금액)와 개인방송 규제에 대한 입장(내용 규제에 관한 입장 - 심의제 찬성 정도)에 어떤 영향력을 발휘하는가를 위계적 회귀 분석을 통해 알아본 결과, 먼저 청소년 시청자들의 인터넷 개인방송 평균 이용 시간에는 즐거움 추구 동기와 습관 동기가 긍정적인 영향력을, 그리고 심리적 거리가 반대로 부정적 효과를 미치는 것을 확인하였고, 기부 금액의 크기에는 개인방송 속 상호작용에 관한 동기가 긍정적인 영향력을, 그리고 정보 습득 동기와 심리적 거리는 부정적 영향력을 행사한다는 사실이 각각 밝혀졌다. 또 내용 규제(심의제)에 대한 찬성 정도에는 사회적 불안과 현실에서의 탈출 동기가 긍정적인 효과를, 그리고 말초적 자극 추구 동기와 심리적 거리가 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 인터넷 개인방송 관련 정책 수립에

시사하는 바가 꽤나 큰 결과라 하겠다.

4. 조사 결과에 대한 논의

전반적으로 이제까지 서술한 본 조사의 다양한 결과들은 다음과 같은 청소년 보호에 관한 몇 가지 중요한 시사점을 던져 준다. 우선 현재의 인터넷 개인방송에 대해 가장 먼저 언급해야 할 점은, 이미 개인방송의 이용은 청소년들에게 있어 지극히 일반적이고 익숙한 ‘일상’으로 자리 잡았다는 사실이다. 이는 학교나 학원, 숙제 등 중·고등학생들의 하루 대부분이 이미 타의에 의해 강제되는 일과에 할당되고 따라서 그들 자신이 자유롭게 쓸 수 있는 시간은 수면 시간을 줄이는 경우를 제외하면 얼마 되지 않음에도, 평균적인 청소년 개인방송 이용자의 방송 시청 시간이 2시간에 육박한다는 사실, 그리고 FGI 응답에서 여러 번 언급된 것처럼 청소년들의 또래 집단 사이에서 인터넷 개인방송의 방송 내용, 그 중에서도 부적절한 언어 사용이나 선정성, 폭력성 같은 유해 콘텐츠가 실제로 일종의 ‘유행’이나 ‘놀이’처럼 유통되는 사례가 결코 적지 않다는 사실 등에 의해 어느 정도 증명된다 하겠다. 가령, 유명 인터넷 개인방송 채널들에서 유래된 “앙, 기모띠,” “(~가) 오졌구요, 지렸구요,” 또는 “보이루” 같은 정체를 알 수 없는 언어 파괴적 유행어는 현재 청소년들과 어린이 집단뿐 아니라 TV나 다양한 인터넷 커뮤니티들에서 일상적으로 사용되고 있으며, 특정 BJ의 방송 콘텐츠나 인터넷 개인방송 자체의 방송 포맷이 오프라인 미디어와 젊은 세대의 놀이 문화에 그대로 유입되는 경우도 점차 늘어나고 있는 것이 이러한 본 조사의 결론을 뒷받침하는 좋은 정황 증거라 할 수 있을 것이다.

그렇다면 정책적 규제 측면에서 이렇게 이미 청소년들의 생활 속으로 깊숙이 들어온 인터넷 개인방송의 문제점은 무엇일까? 아마도 가장 큰 문제점은 높아진 개인방송의 인기로 인해 개인방송에 더욱 더 많은 인력이 몰리고 그 채널의 수가 이미 통제가 불가할 정도로 많아졌다는 점을 꼽을 수 있을 것이다. 쉽게 말해, 한정된 인력과 예산으로 우후죽순 격으로 수가 늘은, 또 앞으로도 계속 늘어 갈 인터넷 개인방송의 엄청난 수의 채널들을 효과적으로 모니터링 하기는 현실적으로 불가능하기 때문에 규제 자체가 어렵다는 것이다. 또한 실시간 방송이 청소년들의 인터넷 개인방송 이용의 상당 부분을 차지하고 있다는 본 조사의 결과까지 감안하면, 그 어려움은 배가(倍加)된다

하겠다. 아울러 이미 청소년들이 주로 이용하는 오락 매체가 되어버린 인터넷 개인방송의 현실을 고려할 때, 어떤 선제(先制)적 규제 조치(예: 청소년 시청 제한 등)의 도입도 실질적으로는 어려울 수밖에 없다고 판단되는데, 이는 기본적으로 어떤 정책도 이미 벌어진 일 혹은 상황을 수습하여 애초 그 상황이 일어나지 않은 상태로 되돌리기는 지난(至難)하기 때문이다. 즉, 청소년들이 이미 개인방송을 즐겨 보고, 심지어는 가족이나 타인의 명의를 도용해서 성인용 방송까지 보는 현 상황에서는 설사 특정 정책이나 법의 도입/발효로 인해 그 시청을 어떠한 방식으로든 제한하는 것은 효율성을 담보하기 극히 어려워질 확률이 높아진다는 것이다.

이렇게 볼 때, 결국 청소년들의 인터넷 개인방송 이용 자체를 규제하는 방안 보다는 규제의 비용 대비 효율을 고려하여, 개인방송 콘텐츠 중 청소년들의 권리와 복지(well-being)를 침해할 수 있는 유해 콘텐츠들만을 선별적으로 규제하는 방식의 정책이 현실적으로나 논리적으로나 더 적합하다 볼 수 있다. 그렇다면 남은 문제는 위에서 언급된 개인방송 채널 수 대비 규제 자원의 한계로 인해 과연 그것이 가능하겠느냐의 여부일 것인데, 이는 후술할 다른 인터넷 개인방송의 문제점들의 내용과도 긴밀히 연결되므로 후에 더 자세히 언급하기로 한다.

두 번째로 본 조사의 결과로부터 유추할 수 있는 청소년 보호 관련 사안은 지난 몇 년 간 언론 보도와 인터넷 담론을 통해 회자되어 이러저러한 사회적 논란의 중심에서 온 우리 인터넷 개인방송의 폐해가 단지 특별한 예외적 사례 몇몇이 과장된 것이 아니라 실제로도 쉽게 봐서는 안 될 정도로 심각한 수준에 이미 도달했다고 것이다. 앞에서 몇 번이고 서술한 바이지만, 본 조사의 조사 대상은 10대 중·고등학생이고 이들은 일반적으로 외부로부터의 간섭과 제재를 싫어하는 반항적인 성향을 지니는데, 그럼에도 불구하고 이들 청소년 개인방송 이용자들의 입장에서 봐도 현재의 인터넷 개인방송의 방송 행태는 그냥 묵과하기 어려울 정도로 그 유해성이 심각하다는 결과가 여러 경로를 통해 여실히 드러났기 때문이다. 또 청소년들은 우리 인터넷 개인방송이 저질의 부적절한 언어 표현과 과도한 선정성, 폭력성, 반사회적 언행 등 거의 모든 유해 방송 콘텐츠를 여과 없이 내보내고 있다고 대부분 인식하고 있었으며, 그 규제의 필요성에 상당히 공감하고 일반적 논의와는 다르게 오히려 더욱 더 강한 규제 제도의 도입(예: 완전 퇴출, 사법 처리 등)이 꼭 필요하다고 느끼고 있는 것으로 확인되었다.

이러한 본 조사의 결과들을 종합하면, 현행 인터넷 개인방송에 대한 있으나 마나 한 규제(플랫폼에 의한 자율 규제)를 보다 효율적이고 청소년 이용자들에 대한 유해 콘텐츠의 영향력을 보다 강하게 차단할 수 있는 규제 제도의 수립을 진지하게 고민해 볼 필요가 있다 할 것이다. 왜냐하면 청소년들의 눈높이에서 ‘이 방송은 문제다’라고 느껴지는 유해 개인방송 콘텐츠는 부모나 교사, 또는 다른 사회 구성원들의 입장에서선 더욱 더 ‘심한’ 수준의 유해성을 보유한 콘텐츠로 인식될 가능성이 농후하기 때문이다.

다음으로 본 조사의 결과에서 특기할만한 사실은 청소년 시청자들의 개인방송 이용 동기 중 성(性)이나 폭력 등 어떤 말초적 자극에 대한 욕구가 개인방송을 보게 되는 전체 동기들의 약 20%를 설명하는 가장 강력한 동기로 밝혀졌다는 것이다. 이는 ‘이용과 충족(Uses and Gratification)’을 주된 이론 틀로 삼은 개인방송 이용 동기에 관한 선행 연구들(Hilvert-Bruce et al., 2018; Sjöblom & Hamari, 2017)에서 전혀 드러난 바 없는, 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 대한 새로운 심리적 기제(機制)라 할 수 있는데, 비단 이론적 측면에서뿐 아니라 현실에서의 정책 대안을 마련해야 하는 입장에서든 귀담아 들을 필요가 있는 매우 중요한 사안이라 판단된다. 즉, 기존 청소년 보호 대(對) 미디어 정책 또는 관련된 사회적 논의가 청소년들을 수동적으로 판단해 온 일반적인 경향 - 더 직접적으로 말하면 ‘순수한 청소년들을 돈을 벌기 위한 나쁜 매체들이 성적으로 또는 도덕적으로 더럽히는’ 구도를 암묵적으로 상정하는 경향 - 이 기실 온전한 것이 아니라 기껏해야 반쪽짜리에 불과하기 때문에, 진정으로 청소년들을 유해 매체로부터 보호하고자 한다면 그들의 선정적 방송 콘텐츠에 대한 욕구를 먼저 솔직히 인정하고 이러한 욕구를 어떻게 좀 더 긍정적이고 사회적으로 바람직한 방향으로 유도할 것인가를 규제 제도와 함께 고민해야 마땅하다는 것이다. 더구나 본 조사의 FGI나 설문 결과에서도 드러났듯, 청소년들에게 문제가 되는 개인방송 시청을 금지한다고 하더라도 그러한 규제를 회피할 수 있는 방법을 모두 차단하는 것은 현실적으로 가능하지 않고, 만약 가능하다 하더라도 온라인에는 여전히 청소년들의 이러한 욕구들을 충족시킬 다른 대안들이 무수하게 존재하므로, 어떤 의미로는 인간이라면 누구나 갖고 있는 이러한 욕망을 무리하게 억제하기 보다는 이를 보다 긍정적인 방향으로 해소할 수 있도록 도와주는 방안을 제도적/사회적 차원에서 고민하는 것이 더 좋을 수 있다는 결론이 나온다는 것이다.

본 조사의 결과에서 또 하나 특기할만한 사실은 우리 청소년들의 다양한 심리 상태가

인터넷 개인방송의 이용과 그에 대한 규제 방안에 대한 인식에 실제로 유의미하게 효과를 미쳤다는 점이다. 가령, 청소년들이 스스로 느끼고 있는 외로움의 정도는 비록 제한적이거나 인터넷 개인방송에 대한 기부 행위(기부 금액)에 긍정적인 효과를 미쳤는데, 이는 앞서 청소년들의 개인방송 이용 동기 중 (사회적·인간적) 관계에 대한 갈증 해소에 대한 동기가 전체 동기의 상당 부분을 설명한 결과와 함께 다른 중요한 정책적 시사점을 준다고 하겠다. 다시 말해, 이러한 결과들은 현재 우리나라의 청소년들은 원래라면 현실 세계에서 충족되어야 할 사람과 사람 사이의 어떤 관계적 만족 혹은 그 관계로부터 얻는 심리적 평안을 현실이 아닌 가상 세계, 그 중에서도 인터넷 개인방송에 찾는 경향이 있고 이는 경제적으로 여유가 별로 없는 청소년들이 일부로 돈을 줄 정도로 개인방송에 몰입하게 되는 이유가 되고 있기 때문에, 결과적으로 이러한 현실을 개선하기 위해서는 인터넷 개인방송에 대한 직접적 규제 이외의, 청소년들의 관계에 대한 현실 속에서 욕구를 충족시킴으로써 개인방송에 대한 지나친 몰입을 막는 여러 정책/교육 방안들을 모색할 필요가 있다는 말이 된다는 것이다.

또 비슷한 맥락에서 10대 청소년들의 인터넷 개인방송 속 대상과의 상호작용에 대한 욕구가 기부 금액의 크기에 정적(+) 영향력을 행사한다는 사실이 나타났는데, 이는 바로 위에서 언급한 온라인 속 가상 관계가 오프라인 속 관계에 대한 욕구를 대리 충족하는 또 하나의 좋은 예에 해당하며, 사회적 측면에서는 최근 심각한 문제가 되고 있는 인터넷 BJ의 과도한 기부 요구와 반대로 BJ에 대한 기부를 미끼로 성적 희롱이나 부적절한 행위를 자행하는 시청자들의 몰지각함을 설명할 수 있는 심리적 요인으로도 이해될 수 있을 것이다.

한편, 인터넷 개인방송 속 BJ나 다른 시청자들과의 상호작용을 위해 개인방송을 시청한다는 본 조사의 결과는 앞서 언급한 준사회적 상호작용 이론이나 동일시(identification) 이론 등 가상 세계에서의 유사 사회적 관계에 대한 설명들이 인터넷 개인방송의 사례에 잘 들어맞을 가능성을 제기한다. 그러나 본 조사의 결과에서는 이런 추측과는 달리 준사회적 상호작용과 동일시가 청소년들의 개인방송 이용 행태에 영향을 거의 미치지 못하는 것으로 나타났는데, 이는 전술한 FGI 결과에서 부분적으로나마 언급되었듯 설문 조사의 대상이 가상 세계의 소통 대상과 상대적으로 장기적, 일관적으로 커뮤니케이션할 수 있는 실시간 시청뿐 아니라 주로 재미있는 부분만을 추린 개인방

송 편집본을 시청하는 사례까지 포괄했기 때문으로 풀이해 볼 수 있을 것이다. 요약하면, 회귀 분석 결과에서는 준사회적 상호작용 등 가상 인간관계 관련 변인들이 청소년들의 인터넷 개인방송 이용에 별 효과를 미치지 못하는 것으로 나타났지만, 실제로는 청소년 시청자들이 얼마나 개인방송 속에서 만나는 커뮤니케이션 대상, 그 중에서도 BJ와 밀접한 인간관계를 구축하느냐가 중요한 결정 변인(determinant)이 될 가능성이 크다는 것이다. 이는 인터넷 개인방송에 대해 청소년들이 느끼는 심리적 거리가 멀수록 개인방송의 이용 시간이 줄어들고, 기부 금액도 적어지는 것으로 나타난 본 조사의 다른 결과에 의해서도 어느 정도는 증명되는 측면이 있다 하겠다.

마지막으로 본 연구자들이 판단하기에 가장 현실성 있고 중요한 인터넷 개인방송의 내용 규제(사후 심의제) 도입에 대한 청소년 이용자들의 인식에 전술한 각 변인들이 어떤 영향을 미치는지를 확인한 결과, 말초적 자극을 추구하는 동기가 상대적으로 커다란 부적(-) 효과를 발휘했다는 점을 주목할 필요가 있다. 이는 우선, 청소년 개인방송 시청자들이 자신들 스스로가 소위 ‘불건전한’ 의도에 의해 인터넷 개인방송을 보고자 한다는 사실을 자인(自認)하고 있음을 드러내며, 나아가 선정성에 대한 이러한 심리적 욕망은 자연스럽게 그 욕구를 충족하는데 방해가 되는 규제를 반대하는 결과로 이어진다는 뜻이 되기 때문에 주목할 만하다 하겠다. 또한 심리적 거리 변인의 경우, 이용 행태에 대한 영향력과는 반대로 청소년들이 개인방송에 대해 느끼는 심리적 거리가 멀수록 개인방송 유해 콘텐츠에 대한 내용 규제에 더 긍정적으로 반응하는 것으로 확인되었는데, 이는 개인방송에 대한 몰입 정도가 더 약할수록 그에 대한 객관적 시선이 유지된다는 뜻으로 해석해야 할 것이다. 요약하면, 청소년 시청자들은 이미 자신들이 즐겨 보는 인터넷 개인방송에 여러 가지 종류의 유해 콘텐츠들이 심각한 수준으로 만연해 있다는 사실을 분명히 인지하고 있으며, 자신들 스스로가 성적인 충동이나 가학적/피학적 욕망 등으로 인해 인터넷 개인방송을 보고 싶어 한다는 사실 또한 명확히 인식하고 있으며, 이러한 제반 과정을 거쳐 인터넷 개인방송에 지나치게 몰입하거나 개인방송 속 BJ와 과도한 가상의 상호작용을 맺게 되면 개인방송의 폐해에서 애써 눈을 돌리는 습성이 있다고 하겠다.

제2절 정책적 함의

문헌 연구 부분에서 언급했듯, 국내에서 인터넷 개인방송은 범용 인터넷망을 통해 최종 이용자에게 콘텐츠와 애플리케이션을 제공하는 서비스 중 하나인 OTT 서비스의 일종에 포함되어, 기존의 방송과 유사한 방송 서비스를 제공함에도 불구하고 규제 적용에 있어서 기존의 방송 사업자와 달리 다른 규제를 받고 있다는 특징을 지니다. 특히 인터넷 개인방송은 규제 체계에 있어서 ‘부가통신사업’으로 분류되어 단순한 신고만으로 아무 제한 없이 시장에 진입할 수 있고, 그 내용에 대한 규제의 경우도 기존 방송 서비스가 〈방송법〉 및 〈방송심의규정〉에 따라 공정성, 청소년 보호 등을 위한 규제가 적용되지만 인터넷 개인방송은 법적으로 ‘방송’이 아니기 때문에 이러한 기존의 관련 규제가 적용되지 않고 있다. 이러한 현행 규제 체계 하에서 본 조사의 결과는 다음과 같은 정책적 함의를 가진다 하겠다.

첫째, 기존의 인터넷 관련 서비스가 가지고 있는 다양한 정책 문제 해결을 위한 인터넷 개인방송 서비스 등 OTT 서비스에 대한 새로운 규제 체계의 확립이 필요하다. 인터넷 개인방송을 필두로 하는, ‘가입자형’ VOD 및 ‘광고형’ VOD 서비스 등 다양한 OTT 관련 산업의 성장과 발전 추세를 고려한다면, 수평적 규제 체계를 도입하여 OTT 서비스의 유형에 따라 새로운 규제 체계를 확립할 필요가 요청된다. 새로운 수평적 규제 체계 하에서는, EU의 수평적 규제 체계와 같이 콘텐츠에 대한 편집 통제력이 없는 서비스는 전송 계층으로 콘텐츠에 대한 편집 통제력이 있는 서비스는 콘텐츠 계층으로 구분하고, OTT 서비스도 편집 통제력을 기준으로 콘텐츠 또는 전송 계층으로 분류할 수 있다. 이러한 분류 체계 하에서 편집 통제력이 있는 동영상 콘텐츠 사업에 해당되는 인터넷 개인방송은 유럽의 예를 따르면, 소위 ‘OTT 유형 II’로 구분되어 콘텐츠 계층으로 분류될 수 있을 것이며 주로 사회·문화적 규제가 주를 이루게 된다. 이러한 새로운 규제 체계 하에서는 연구 결과에서 제시된 인터넷 개인방송이 가지고 있는 다양한 사회·문화적인 이슈 등을 고려하여 현행 법 체계 하에서의 인터넷 개인 방송에 대한 사회·문화적 규제 중 하나인 내용 규제는 반드시 좀 더 강화되는 방향으로 설정될 필요가 있다고 하겠다.

둘째, 제시된 새로운 규제 체계 하에서의 인터넷 기반의 유사 방송 서비스에 대한

규제 수준에 대한 조정의 필요성이다. 전술한 바와 같이 기존의 방송 및 통신 관련 법 체계 하에서는 인터넷 개인방송에 대한 자율 규제가 주를 이루고 기존 방송에 적용되는 다양한 내용 규제가 적용되지 못하는 구조였지만, 새로운 규제 체계 하에서는 OTT 서비스의 경우 경제적 규제는 기존 유료 방송과 거의 동일한 OTT 서비스(예: OTT 유형 I)에게만 적용되고, 인터넷 개인방송과 같은 서비스는 경제적 규제보다는 내용 규제와 같은 사회·문화적 규제를 위주로 하되, 기존의 <방송법> 상의 방송보다는 약한 규제를 받게 되지만, 현재의 부가통신사업에 대한 규제 보다는 ‘유사 방송 서비스’로 몇 가지 내용 규제가 적용될 수 있도록 하는 방안을 검토할 필요가 있다. 예를 들어, 기존의 인터넷 개인방송 규제에 적용되지 못했던 시청 등급제, 유해방송 표시제 등을 인터넷 개인방송에 대한 규제로 검토할 필요가 있다. 이와 함께 중·장기적인 사회적 합의를 거쳐서 개인방송에 대한 사후적 심의와 같은 이슈를 논의할 필요가 있다. 시청 등급제, 유해방송 표시제 등 이러한 규제 수준에 대한 조정을 통해 기존의 방송법이 보호하고자 했던 청소년을 포함한 이용자 보호에 한 걸음 다가설 수 있을 것으로 보인다.

셋째, 위와 같은 새로운 규제 체계 확립과 사회·문화적 규제 수준의 조정과 함께 자율 규제의 제도적 확립 및 이용자에 대한 ‘미디어 리터러시(media literacy)’ 교육도 강화할 필요가 있다. 전술한 바와 같이 규제 체계 및 일부 규제 수준 조정만으로 기존의 인터넷 개인방송이 가지고 있는 다양한 사회문제를 해결하기 어려울 것으로 판단되며, 이러한 규제 체계 차원에서 개선과 함께 제도적으로 실효성 있는 자율 규제 체계를 정립하고 실제적으로 인터넷 개인방송을 이용하는 이용자들에 대한 미디어 교육을 강화한다면 인터넷 개인방송이 현재 가지고 있는 다양한 문제를 해결할 수 있을 것으로 보인다. 이러한 자율 규제 제도의 정착은 정부에 의한 타율규제의 필요성과 규제로 인한 의도되지 않은 부작용을 줄일 수 있을 것으로 판단된다. 따라서 이러한 맥락에서 인터넷 개인방송 자율규제를 위한 공동기구 확립과 합리적 가이드라인 제시가 필요하며, 인터넷 개인방송 사업자는 개인방송 출연자에 대한 교육 및 모니터링 등의 공적 책무를 수행할 필요가 있다(박주연, 2018).

결론적으로 본 조사가 제안하고자 하는 인터넷 개인방송에 대한 개선된 규제 방안은 자율 규제와 타율 규제가 함께 어우러진 일종의 ‘투 트랙(two track)의 ‘양면 규제’

시행으로 요약할 수 있다. 비록 본 설문 조사가 산출한 많은 결과들이 개인방송 수용자의 입장에서 청소년들이 강한 수준의 타율 규제를 요청하고 있는 것은 사실이지만, FGI 조사에서 나타난 것처럼 청소년들이 헌법 상 중요 가치인 ‘표현의 자유’ 측면에서 개인방송을 완벽한 타율 규제로 통제하는 것은 위헌의 소지나 사회적 반발 등 많은 부작용을 낳을 수 있다는 가능성도 함께 제기했음을 상기할 필요가 있다. 그러나 -본 조사의 여러 결과들이 인터넷 개인방송에 대한 자율 규제만으로 이미 미래 세대인 청소년들의 이익과 복지를 심하게 저해할 수 있는 위험이 있는 개인방송의 다양한 유해 콘텐츠를 효과적으로 규제할 수 없다는 것을 생생이 보여주고 있는 바와 같기 때문에 유해 방송 표시제나 등급제 등 타율 규제적 요소의 도입이 반드시 필요한 것도 부정할 수 없는 사실이라 하겠다.

그렇다면 과연 헌법이 보장하는 가치를 훼손하지 않으면서도 현 실태를 효과적으로 개선할 수 있는 이상적인 인터넷 개인방송의 규제 방안은 무엇일까? 비록 본 조사의 전반적 초점은 현재 우리나라의 청소년들이 어떻게 개인방송을 이용하고 그 안의 여러 유해 콘텐츠에 대해 어떻게 인식하고 있는가에 맞춰져 있기 때문에 해당 문제에 대한 명확한 규제 정책 솔루션을 제공할 수는 없지만, 조사 결과들과 여타 사회적 관련 논의들을 근거로 할 때 잠정적으로 제안하는 가장 현실적인 규제 방안은 현재 부분적으로 시행되고 있는 내용 규제, 그 중에서도 사후 심의제를 강화하는 것으로 보인다.

사후 심의제를 강화해야 하는 몇 가지 이유가 있는데, 그 내용은 다음과 같다. 첫째, 타율 규제 세부 방안 중 시청 등급제와 유해 방송 표시제는 현실적으로 적용이 어려운 데, 인터넷 개인방송의 수많은 채널들이 운영자의 자의에 따라 언제든지 폐쇄와 재개설이 가능하고 문자 그대로 ‘누구나’ 개인방송을 할 수 있는 매체 특징을 생각하면 방송 내용을 사전에 점검하여 등급을 나누거나 그 결과를 바탕으로 특정 유해 콘텐츠 혹은 문제 채널을 골라내어 ‘유해하다’는 딱지를 붙이는 것은 현재 상태로서는 불가능하게 보이기 때문이다. 더구나 현재의 개인방송, 특히 실시간 방송은 드라마나 영화처럼 하나의 단일 주제나 소재로 방송되기 보다는 그날그날 다양한 콘텐츠를 자유롭게 선택하여 운영되며, 방송 자체의 시행 시점 역시 완전히 BJ나 운영자의 자의에 맡겨져 있다는 점도 언급된 타율 규제 제도들을 개인방송에 적용하기 어려운 원인으로 작용한다는 점도 유념할 필요가 있을 것이다. 둘째, 인터넷 개인방송의 운영을 ‘허가’하거나

필요한 ‘면허’를 필요조건으로 부과하는 방안은 전술한 것처럼 헌법 가치인 표현의 자유를 심각하게 침해하고 사회 일반의 격렬한 반발을 불러올 공산이 크며, 산업적 측면에서 ‘누구나 할 수 있는’ 인터넷 개인방송만의 특징점을 훼손하여 결과적으로 관련 산업 발전을 심각히 저해할 위험성이 있다는 점에서 신중한 접근이 요청된다. 셋째, 이미 본 조사의 서두에서 충분히 설명한 것처럼 현행 플랫폼 주축의 자율 규제를 유지하거나 다른 자율 규제 제도를 새롭게 도입·운용하는 방안은 그 효과를 담보하기가 어렵고, 설사 보다 효과가 있는 새로운 제도를 도입한다고 해도 결국은 이익 중심으로 움직일 수밖에 없는 개인방송 플랫폼 사업자 혹은 개인방송 운영자에게 최종 권한이 주어짐으로써 본 조사를 통해 나타난 수많은 유해 콘텐츠를 ‘스스로 알아서’ 효과적으로 규제할 것이라 믿기 어렵다는 측면에서 별 소용이 없을 확률이 크다 하겠다.

이렇게 일종의 소거법(消去法)을 통해 논의를 전개하면, 결과적으로 남는 타율 규제 방안은 오직 사후적 심의제라 할 것인데, 해당 규제 역시 아무런 문제가 없는 것은 아니지만 - 가령, 제한된 인력 및 자원으로 수많은 개인방송의 유해 콘텐츠를 모두 통제하기는 어렵다 - ① 청소년을 보호한다는 정책 목표가 법적으로, 또 사회적으로 이미 확고한 근거를 보유하고 있는 상황이기 때문에 제도 자체의 존립 근거가 확실하고, ② 전술한 싱가포르 등 미디어 제도 부분의 선진국에서도 어린이 및 청소년 보호를 위해 각론의 차이는 있지만 전체적으로 비슷한 형태의 규제 체계를 갖추고 있고, ③ 위에서 언급된 인력적·자원적 한계는 예산과 인력을 증액한다든가 하는 등의 제도의 운영 측면에서 융통성을 발휘하면 얼마든지 극복할 수 있는 문제이며, ④ 내용 심의를 통해 실질적인 개선 효과를 기대하기 어렵다든가 하는 문제는 앞과 마찬가지로 처벌을 대폭 강화하여(예: 삼진 아웃제, 벌금 증액 등) 해결을 모색할 수 있다는 점에서 본 조사에서 논의된 다른 규제 방안에 비해 훨씬 실현 가능성이 높다 할 수 있겠다.

본 연구는 그동안 세밀하고 체계적으로 조사하지 못한 어린이 청소년들의 인터넷 개인방송 이용실태에 대한 조사를 통해 문제가 되는 개인방송 운영방식과 유해한 콘텐츠 이용으로부터 어린이와 청소년을 보호하기 위한 정책 수립의 기초 자료를 제공하고자 하였다. 특히 청소년들의 관점에서 그들의 개인방송 이용과 그에 대한 규제 인식에 영향을 주는 다양한 요인들을 탐색함으로써 그 연구 결과를 사회 구성원들이 합의할 수 있도록 설득적이고 현실적인 규제 정책 수립의 근거로 활용되기를 기대한다. 향후

에는 본 연구가 발견한 결과를 바탕으로 어린이와 청소년의 인터넷 개인방송 이용과 내용 규제에 관련된 조사를 더욱도 세밀하고 정교하게 진행하여 건강한 인터넷 개인방송에 대한 사회적이고 학술적인 논의를 더 확대하기를 바란다.

참고문헌

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 김세관 (2018. 03. 12). “인터넷방송 별풍선 결제 100만원 제한…연령등급제 도입 검토”, 머니투데이. 출처: <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2018031213223017079>.
- 김재철 (2014). <한국의 미디어 법제와 정책해설>, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김우준 (2011). 폭력적 영상물예의 노출이 청소년의 비행행동에 미치는 영향. <한국치안행정논집>, 8권 1호, 305-326.
- 김유향 (2016). 해외 인터넷 자율규제의 동향 및 시사점. <한국인터넷자율정책기구 (KISPO) 저널>, 23호. 출처: <http://journal.kiso.or.kr/?p=7543>.
- 김윤명 (2016). MCN 환경 하에서 실시간 개인방송의 법적 쟁점. <정보와 통신>, 33권 4호, 79-84.
- 김종무 (2017). 인터넷 라이브 방송 시청동기가 시청만족도와 지속시청의도에 미치는 영향 분석. <한국디자인문화학회지>, 23권 2호, 141-152.
- 김태용·박재영 (2005). 발성사고법 (Think Aloud) 을 이용한 인쇄신문 독자의 기사 선택 과정 연구. <한국언론학보>, 49권 4호, 87-109.
- 김현정·심재웅 (2013). 반복적 폭력 애니메이션 노출이 여대생들의 폭력에 대한 감정과 인지 변화에 미치는 영향. <미디어와 공연예술연구>, 8권 1호, 121-142.
- 김혜성 (2014). 비만예방 인쇄광고의 효과적인 비주얼 활용에 관한 실증 연구. <디자인학연구>, 27권 1호, 257-273.
- 김혜성·김수정 (2011). 발성사고법을 활용한 금연광고의 효과분석. <디자인학연구>, 24권 1호, 165-174.
- 김희경·노기영 (2016). MCN 비즈니스에서 BJ와 동영상 플랫폼에 대한 현행법 적용가능성 분석. <방송통신연구>, 95권, 9-34.
- 박경신 (2013). <표현·통신의 자유>. 서울: 논형.

- 박정은 (2018. 03. 04). “1인 미디어 크리에이터 전성시대” 경향신문. 출처: http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201803040944031&code=940100#csidxae4f8fde14676ebb47daab439efd8a3.
- 박주연 (2018). 인터넷 개인방송 플랫폼 사업자 및 MCN 사업자 자율규제 현황 분석. 2018 한국정보사회학회·한국미디어경영학회 봄철 정기학술대회.
- 서순복 (2010). 청소년보호를 위한 인터넷상 사이버음란물 표현내용규제 관련 미국 입법과 판례에 관한 연구. <미국헌법연구>, 21권 2호, 317-364.
- 송은지 (2013). 청소년 인터넷 규제 개선방향에 대한 제언: 주요국의 인터넷 규제를 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지>, 13권 11호, 690-698.
- 심재웅 (2008). 포르노그래피 이용이 성차별주의에 미치는 영향에 대한 연구. <한국언론학보>, 52권 6호, 167-188.
- 여성국 (2017. 07. 06). “다같이 욕하고 따라해요. 저질 인터넷 방송에 노출된 초등학교생들”. 중앙일보. 출처: <http://news.joins.com/article/21733124>.
- 윤성옥 (2017). 온라인 동영상 서비스의 내용규제 방향. <한국방송학보>, 31권 3호, 189-215.
- 이상원 (2018). 차세대 미디어 OTT는 어떻게 성장하고 있는가?. <대한민국 ICT의 미래 어떻게 준비할 것인가?>, 154-168, 서울: 한울
- 이상원·강재원·김선미(2018). OTT 제도화와 수평적 규제체계. 2018 한국정보사회학회·한국미디어경영학회 봄철 정기학술대회.
- 이윤호·정의롭. (2012). 청소년의 유해매체물 이용이 폭력행위에 미치는 영향. <한국범죄심리연구>, 8호, 173-191.
- 이하림·유홍식 (2017). 국내 유튜브 1인 창작자 콘텐츠의 내용적 유해성에 대한 분석 연구. <스피치와 커뮤니케이션>, 16권 1호, 119-152.
- 이향선·황성기·윤성옥·최우정·허진성 (2014). <인터넷 공동규제 시스템 정립 방안 연구>. 서울: 방송통신심의위원회.
- 방송통신심의위원회 (2017a). <어린이·청소년 보호를 위한 융합미디어 콘텐츠 이용 실태조사>. 서울: 방송통신심의위원회.
- 방송통신심의위원회 (2017b). <인터넷 개인방송 산업 현황 및 자율규제 조사>. 서울:

방송통신심의위원회.

방송통신위원회 (2015). <방송영상 웹 콘텐츠 현황 및 활성화 방안>. 서울: 방송통신위원회.

언론진흥재단 (2016). <10대 청소년 미디어 이용 조사>. 서울: 언론진흥재단.

콘텐츠진흥원 (2010). <해외시장동향 통권 121호 - 일본, 인터넷 방송 자율규제 노선 유지하기로>. 서울: 콘텐츠진흥원.

황경아·김태용 (2012). 다문화 공익광고의 메시지 유형이 수용자의 신념과 태도에 미치는 효과. <미디어, 젠더 & 문화>, 22호, 257-293.

황순학·김은영·채경진·천세학 (2017). 다중 채널 네트워크(Muti Channel Network) 비즈니스의 수익 모델과 마케팅 전략: 국내 MCN 의 사례를 중심으로. <예술인 문사회융합멀티미디어논문지>, 7호, 17-24.

JTBC (2018. 03. 08). “여성 BJ, 투신 장면 그대로…도 넘은 인터넷 1인 방송”. 출처: http://news.jtbc.joins.com/article/article.aspx?news_id=NB11599992.

2. 외국문헌

Ault, S. (2014. 08. 05). *Survey: YouTube Stars More Popular Than Mainstream Celebs Among U.S. Teens*. Retrieved from: <http://variety.com/2014/digital/news/survey-youtube-stars-more-popular-than-mainstream-celebs-among-u-s-teens-1201275245/>.

Body of European Regulators for Electronic Commerce (2016). Report on OTT services. Riga: BEREC.

BIGO *Technology to Drive Its R&D Centre in Singapore and Be A Global AI Solution Provider to Companies and Governments*. (2018, June 05). Retrieved October 26, 2018, from <http://www.asiaone.com/business/bigo-technology-to-drive-its-rd-centre-in-singapore-and-be-a-global-ai-solution-provider-to>.

Broadcasting Act, Rev. ed. Cap 28. (2012).

- Camp, B. W., & Bush, M. A. (1981). *Think aloud: increasing social and cognitive skills—A problem solving approach for children: Primary level*. Champaign, IL: Research Press.
- Caplan, S. E. (2006). Relations among loneliness, social anxiety, and problematic Internet use. *CyberPsychology & Behavior*, 10(2), 234–242.
- Chan, M. (2017, May 24). *This Trio Found An Ingenious Way To Sell “10x More Items” Than Their Mobile Shop – Livestreaming*. Retrieved October 26, 2018, from <https://vulcanpost.com/611338/singapore-livestreaming-auction-hong-heng-mobile>.
- Chang, Y. P., & Zhu, D. H. (2011). Understanding social networking sites adoption in China: A comparison of pre-adoption and post-adoption. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1840–1848.
- Chen, A. S., Leung, M., Chen, C. H., & Yang, S. C. (2013). Exposure to internet pornography among Taiwanese adolescents. *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 41(1), 157–164.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1–15.
- Ellis, J. (2017, June 8). *Facebook Live Auctions come to Singapore*. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.techinasia.com/singapore-facebook-live-auctions>.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., & Morgan, M. (1980). Aging with television: Images on television drama and conceptions of social reality. *Journal of Communication*, 30(1), 37–47.
- Gunther, A. C., & Thorson, E. (1992). Perceived persuasive effects of product commercials and public service announcements: Third person effects in new domains. *Communication Research*, 19(5), 574–595.
- Harrison, V. (2017, December 06). *Cashing in on Asia's huge appetite for live streaming*. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.bbc.com/>

news/business-42007408.

Here's What You Missed At Content Summit 2017 – Part 2. (2017, October 31). Retrieved October 26, 2018, from <https://vulcanpost.com/624620/content-summit-2017-recap-part-2/>.

Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67.

How, M. (2016, December 15). *Bigo Live streaming app from S'pore is a voyeur's wet dream come true*. Retrieved October 27, 2018, from <https://mothership.sg/2016/12/bigo-live-streaming-app-from-spore-is-a-voyeurs-wet-dream-come-true/>.

Huesmann, L. R. (2010). Nailing the coffin shut on doubts that violent video games stimulate aggression: Comment on Anderson et al. (2010). *Psychological Bulletin*, 136(2), 179–181.

IMDA (2016, October 1). *Internet Code of Practice*. Retrieved October 27, 2018, from <https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulation-licensing-and-consultations/codes-of-practice-and-guidelines/acts-codes/19-policiesandcontentguidelinesinternetinternecodeofpractice.pdf?la=en>.

IMDA (2017, November 3). *Internet*. Retrieved October 27, 2018, from <https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/content-standards-and-classification/standards-and-classification/internet>.

IMDA (2017, November 3). *Overview*. Retrieved October 27, 2018, from <https://www.imda.gov.sg/regulations-licensing-and-consultations/overview>.

IMDA (2018, March 1). *Content Code For Nationwide Managed Transmission Linear Television Services*. Retrieved October 27, 2018, from <https://www.imda.gov.sg/-/media/imda/files/regulation-licensing-a>

- nd-consultations/codes-of-practice-and-guidelines/acts-codes/managed-linear-tv-services-content-code-1mar2018.pdf?la=en.
- IMDA (2018, June 13). *What We Do*. Retrieved October 27, 2018, from <https://www.imda.gov.sg/about/what-we-do>.
- Kajai, I. D., & Pasakorn, M. (2016, September 10). *Darker side to hit app: Strangers tell teens to show off their bodies*. The New Paper. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.tnp.sg/news/singapore/darker-side-hit-app-strangers-tell-teens-show-their-bodies>.
- Kang, D. (2018, May 10). *Apple App Store Download Rankings of Live Streaming Platforms in Singapore & Taiwan [Digital image]*. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.valuechampion.sg/live-streaming-platforms-asia-will-they-overcome-twitch>.
- Kang, D. (2018, May 10). *Live Streaming Platforms in Asia: Will They Overcome Twitch?* Retrieved October 26, 2018, from <https://www.valuechampion.sg/live-streaming-platforms-asia-will-they-overcome-twitch>.
- Kiarra Kitty (2018, August 28). *Hi, this is the reason I got banned for.. I am sorry I should had behave better. Finally after 24 hrs of trying to accept it and reflecting, I understand it was my mistake. I will be back with stronger content. Will be spending 1 month in gearing up for amazing content #twitch [Twitter Post]*. Retrieved from <https://twitter.com/kiaraakitty/status/1034619336432832514?lang=en>.
- Kiaraa Kitty (2018, September 5). *I Got Banned On Twitch For Hateful Speech?! =(My Thoughts? Reflection? [Video File]*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=niRtB5TCNYo>.
- Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 365–372.

- Lavin, F. (2018, June 19). *China's Live Streaming Industry Is Booming -- Here's How It Works*. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.forbes.com/sites/franklavin/2018/06/19/why-does-china-lead-in-live-streaming/#3c4e5ba75dca>.
- Lee, T. (2018, June 5). *China's largest livestreaming app leads \$272m funding round for Singapore's Bigo*. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.techinasia.com/chinas-largest-live-streaming-app-leads-272m-investment-singapores-bigo>.
- Lin, M. (2017, July 8). *Live online auctions inject life into retail*. The Straits Times. Retrieved October 27, 2018, from <https://www.straitstimes.com/singapore/live-online-auctions-inject-life-into-retail>.
- Ng, D., & Grosse, S. (2018, October 19). *Nudity, public sex, stalkers: What children are in for on live-streaming apps*. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.channelnewsasia.com/news/cnainsider/parents-children-live-streaming-apps-online-porn-virtual-gifts-10838726>.
- Ng, J. (2018, September 21). *I cannot stop laughing! She's so funny! Her serious look makes it funnier! No hand no problem, buy many S hook. Hook wanton mee, kuay png and even din dao! [Facebook Post]*. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.facebook.com/joanne.ng.4599/videos/10156858532523760/>.
- Ritzer, G., Dean, P., & Jurgenson, N. (2012). The coming of age of the prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 379–398.
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, presumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36.
- Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 27(1), 37–51.

- Rubin, A. M., & Perse, E. M. (1987). Audience activity and soap opera involvement a uses and effects investigation. *Human Communication Research*, 14(2), 246–268.
- Russell, D. W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, validity, and factor structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20–40.
- Sj blom, M., & Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985–996.
- Tai, J. (2018, September 30). *Finding the right hook: Meet Lerine Yeo, the ‘S hook sales lady’ whose live sales video has gone viral*. The Straits Times. Retrieved October 26, 2018, from <https://www.straitstimes.com/singapore/streaming-live-from-a-screen-near-you-quirky-sales-pitch-hooks-not-included>.
- Tay, V. (2017, April 28). *Streaming app BIGO Live under scrutiny for indecent posts*. Retrieved October 27, 2018, from <https://www.marketing-interactive.com/streaming-app-bigo-live-under-scrutiny-for-indec-ent-posts/>.
- Watson, D., & Friend, R. (1969). Measurement of social-evaluative anxiety. *Journal of Consulting & Clinical Psychology*, 33(4), 448.
- Yu, E., Jung, C., Kim, H., & Jung, J. (2018). Impact of viewer engagement on gift-giving in live video streaming. *Telematics and Informatics*. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585318301011>.

어린이·청소년 인터넷 개인방송 이용실태조사

펴 낸 날 : 2018년 12월

펴 낸 이 : 강 상 현

펴 낸 곳 : 방송통신심의위원회 조사분석팀

홈페이지 : <http://www.kocsc.or.kr/>

주 소 : 서울특별시 양천구 목동동로 233

방송회관 15~19층

전 화 : 02) 3219-5114(대표)

팩 스 : 02) 3219-5039(대표)

인 쇄 처 : 더크리홍보 주식회사 (02-737-5377)

ISBN : 979-11-87948-23-0 93330

이 보고서는 방송통신위원회의 방송통신발전기금을 지원받아 제작하였습니다.

