

미디어의 재현, '타자'에의 연대를 '나'에의 환대를

드라마 <우리들의 블루스> 분석을 중심으로*

김지연 서강대학교 강사**

본 연구는 오늘의 타자 갈등의 문제가 이항 대립적 타자-구조에서 비롯되고 있음을 지적하고 이를 극복할 수 있는 새로운 드라마 서사는 어떤 것일지 TV 드라마 <우리들의 블루스> 분석을 통해 가늠해 보고자 했다. 분석을 위해 본 연구는 '타자-구조의 해체'를 통해 새로운 타자론을 사유했던 질 들뢰즈의 작업을 면밀하게 살펴보고 이를 개념적·이론적 틀걸이로 활용하였다. 분석결과 <우리들의 블루스>는 '그리고'로 연결된 타자라는 가능 세계를 펼쳐내는 독특한 서사구조를 갖고 있음을 알 수 있었다. 아울러 드라마는 사물의 효과로서의 우발적 '사건들'을 배치함으로써 차이와 반복의 시간들을 통해 타자-되기, 나아가 내 안의 타자 환대가 어떻게 가능한지 보여주고 있었다. 마지막으로 본 연구는 드라마가 장애인, 노인 등 우리 사회 타자에 대한 새로운 사유의 이미지를 생성하는 도구로서 어떻게 작동하고 있는지 살펴봄으로써 기존에 고착화된 타자-구조를 해체할 수 있는 사유의 '혁명 기계'가 될 수 있는지 그 잠재성을 진단해 보았다. 연구를 통해 저자는 <우리들의 블루스>와 같은 새로운 드라마 서사들을 통해 타자와 연대하면서 나를 환대할 수 있는 재현의 방정식을 모색해보고자 했다.

핵심어: 우리들의 블루스, 드라마, 타자, 가능세계, 사유의 이미지.

* 이 논문은 2022년도 한국방송학회-GS리테일 특별연구비 지원에 의해 수행되었음

** jjiyeonkim6@naver.com

지상파 TV에 대한 태도와 SNS에 대한 유용성

인스타그램과 페이스북을 중심으로* **

문성준 인하대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수***

지상파 TV와 SNS 채널과의 이종(異種) 미디어를 동시에 사용할 때, 전통적인 지상파 TV에 대한 태도가 SNS 이용 형태에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하기 위해 이 논문을 시작했다. 이를 검증하기 위해, 설문을 진행했고, 지상파 TV에 대한 흥미성이 인스타그램과 페이스북의 유용성에는 정적으로 유의미한 영향을 미쳤다는 것을 발견했다. SNS의 경우는 타 미디어와 협력을 할 수밖에 없는 상황이기 때문에, 지상파 TV와의 SNS와는 공진화성이 존재할 수밖에 없다고 해석했다. 그러나 지상파 TV에 대한 만족감은 인스타그램과 페이스북의 유용성에는 유의미한 영향을 끼치지 못한 것으로 분석되었는데, 그 이유를 혁신을 수용하는 결정요인 중에서 상대적 이점(Relative advantage)이라는 개념을 이용하여 설명했다.

핵심어: 지상파 TV, SNS, 혁신확산이론, 공진화

* 이 논문은 인하대학교의 지원에 의하여 연구되었음.

** 본 논문은 2024년 자생의료재단의 연구비 지원으로 연구되었다.

*** maclean97@hanmail.net, 주저자 및 교신 저자

부정적 ESG 뉴스 보도와 기업 가치 변동

생성형 AI 활용 뉴스 빅데이터 분석을 중심으로*

박노일 차의과학대학교 헬스케어융합학부 부교수**

박대근 차의과학대학교 헬스케어융합학부 조교수***

정지연 홍익대학교 광고홍보학부 교수****

ESG 경영의 중요성에도 불구하고 산업 분야와 기업체별 부정적인 ESG 보도의 영향력을 입체적으로 분석한 연구를 찾기란 쉽지 않다. 이 연구는 국내 상장 기업의 ESG 관련 부정적 뉴스 보도량이 기업 가치(Market to Book Ratio, MTB: 시장가치 대비 장부 가치 비율)에 미치는 영향을 실증 분석하는 데 목적이 있다. 이를 위해 웹 스크래핑 기법과 ChatGPT 4.0 API를 활용하여 2019년 1월 1일부터 2022년 12월까지 코스피와 코스닥 상장기업 1,845개사와 관련한 부정적인 ESG 뉴스 30,098건을 분석한 결과, 상장기업의 재무적 특성, 산업 및 연도, 고정 효과를 통제하고서도 부정적 ESG 뉴스 보도량은 MTB에 통계적으로 유의한 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 아울러 이러한 효과는 환경(E)이나 사회(S) 요인이 아닌 지배 구조(G) 이슈에 의해 주도되는 것을 알 수 있었다. 산업 분야별 분석에서는 의료 의약품, 화학, 금융 산업에서 ESG 뉴스의 부정적 영향이 두드러졌다. 이 연구는 기업의 부정적인 지배 구조 관련 뉴스 쟁점이 기업 가치에 상대적으로 더 큰 영향을 미치고 있음을 실증적으로 보여주며, 특정 산업에 더 큰 충격을 주는 것을 밝힘으로써 기업별 혹은 산업별 맞춤형 ESG 경영 관리에 필요한 실무적 시사점을 제공한다.

핵심어: ESG, 기업 가치, 부정적 뉴스, 지배 구조, MTB

* 이 논문은 서울대학교 보건대학원 민규주 석사과정생이 연구보조원으로 참여하였으며, 2023년 뉴스통신진흥회 연구학술사업의 지원을 받아 수행된 '부정적 ESG 뉴스 보도와 MTB 변동' 연구를 재정리하였음을 밝힙니다.

** no1park@cha.ac.kr, 공동 제1저자

*** dkpark@cha.ac.kr, 공동 제1저자

**** jyjeong@hongik.ac.kr, 교신저자

넷플릭스가 재현하는 '한국성'과 글로벌 K-콘텐츠의 다층적 함의

한국판 리메이크 콘텐츠의 사례를 중심으로*

박수연 한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 석사**

류용재 한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수***

이 연구는 오늘날 전 지구적으로 구축된 OTT 플랫폼 환경과 K-콘텐츠의 부상 간의 관계를 탐색적으로 논의하였다. 이를 위해, 이 연구는 초국적 기업을 통해 전 세계적으로 제작, 유통, 수용되는 'K-콘텐츠'의 혼종적 문화와 그 특성에 주목하였다. 구체적으로 넷플릭스라는 미국발 초국적 기업은 해외에서 제작·유통되어 흥행에 어느 정도 성공한 작품을 한국판으로 리메이크하는 작업을 시도해 왔다. 이러한 과정을 통해 제작된 넷플릭스 오리지널 <종이의 집: 공동경제구역>과 <스마트폰을 떨어뜨렸을 뿐인데>는 미디어 텍스트의 특성상 불가피하거나 의도적으로 노정하게 되는 '문화적 혼종성'으로 인해 문화정치적 차원에서 일련의 이데올로기적 역할을 수행하고 있었다. 또한, 초국적 자본을 통해 제작, 유통, 수용되는 한국의 문화콘텐츠는 '혼종화'의 전략을 적극적으로 체화해 글로벌 미디어와 문화산업의 스타일, 이것이 생성하는 취향과 트렌드를 확산하는 데 활용되고 있었다. 그러나 내용적인 측면에서는 여전히 문제적 스테레오타입을 양산하거나 오리엔탈리즘적 한계를 지니고 있다는 점 또한 확인할 수 있었다. 이 연구는 두 콘텐츠에 대한 면밀한 텍스트 분석과 더불어 심층 인터뷰를 혼용해 수행함으로써 텍스트에 발현된 의미를 분석하고, 동시에 이를 향유하는 글로벌 이용자들의 반응을 함께 살필 수 있었다. 실제로 국내 이용자를 포함해 중국, 일본, 튀르키예 등 다양한 국적의 이용자들에 대한 인터뷰를 진행함으로써, K-콘텐츠에 대한 글로벌 수용자들의 시선과 관점을 이해하고 이것이 어떻게 소구, 인식 혹은 담론화되는지 파악하였다. 이를 통해, 과거 한류로 시작되어 오늘날 K-컬처로 통칭되는 글로벌화한 한국 대중문화의 특징과 함의 등에 관한 깊이 있는 분석과 진단을 제공하고자 하였다. 이 연구는 문화의 지구화가 활발하게 이루어지고 있는 오늘날, K-콘텐츠를 중심으로 확산 및 매개되는 K-컬처가 갖는 글로벌 미디어와 문화 정경의 양가적 특성에 관한 산업적·정책적 함의를 제공한다는 점에서 유용성을 찾을 수 있다.

핵심어: K-콘텐츠, 넷플릭스, 로컬리제이션, 리메이크, 문화적 혼종성, 한국성

* 이 연구는 제1저자의 석사학위 논문(2024년 2월)에서 일부 내용을 발췌해 재구성한 것임.

** sparky29@naver.com, 제1저자

*** wjryoo@hanyang.ac.kr, 교신저자

사회적 재난 방송 뉴스 보도 화면 분석

이태원 참사 보도 화면 구성으로 본 저널리즘 실천 방식*

윤호영 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 조교수**

오 령 고려대학교 정보문화연구소 연구교수***

본 연구는 사회적 재난에 대한 방송 뉴스의 저널리즘 역할 실천을 보도 화면 구성과 기법을 통해 살펴 보았다. 재난 보도에 대한 기존의 지적과 방송 뉴스 재난 이미지에서 발생하는 문제점을 짚어보고, 재난 보도에서 필요한 저널리즘 역할 수행이 어떻게 이루어졌는지를 논의하였다. 이태원 참사 보도를 사례로 선택해 방송 뉴스 이미지 구성 분포를 조사하였는데, 구체적으로는 전반적인 이미지 구성 분포와 흐림처리 기법이 적용된 화면의 분포를 보도 날짜와 방송사별로 알아보았으며, 이를 통해 재난 보도가 목격 저널리즘과 감시견 저널리즘 역할 이행에서 어떠한 흐름을 보이는지 분석했다. 이태원 참사 발생 이후 3일간 보도된 지상파 3사(KBS, MBC, SBS)와 종편 3사(JTBC, 채널 A, TV조선) 저녁 메인 뉴스 프로그램 전체를 수집해 키프레임 이미지를 추출하고, 심층 학습 이미지 클러스터링으로 화면을 30개의 이미지 군집으로 구분하였으며, 군집별 흐림처리 화면 분포를 분석하였다. 분석 결과에 따르면 시간이 지날수록 보도 방식은 목격 저널리즘 실천이라 볼 수 있는 피해 발생 현장 화면이 보도 1일차 이후 줄어들고, 보도 3일차에 이르면 책임 소재나 대책과 관련된 화면이 늘어나는 감시견 저널리즘 실천으로 옮겨갔다. 그럼에도 불구하고 감소하는 피해 현장 화면 보도 군집의 빈도 내에서 흐림처리 화면의 비중 변화가 크지 않아 피해 발생 현장 화면의 자극 강도는 사흘동안 유지된 것으로 파악되었다. 방송사에 따라서는 지상파와 종편이 보도 화면 구성 분포 차이와 흐림처리 화면 사용 방식에서 상호 구분되는 차이가 존재하는 것 역시 알 수 있었다.

핵심어: 이태원 참사, 이미지 클러스터링, 흐림처리, 방송 뉴스, 목격 저널리즘, 감시견 저널리즘

* 본 연구는 2023년 방송문화진흥회 방송연구지원사업의 지원을 받아 수행되었음.

** hoyoungyoon@ewha.ac.kr, hoyoungemail@gmail.com, 제1저자

*** vxxohr@gmail.com, 교신저자

양성애자를 재현하는 리얼리티 연애 프로그램의 함의

<좋아하면 울리는 짹! 짹! 짹!>에 관한 양성애자 시청자의 해독을 중심으로*

장서홍 고려대학교 미디어학과 석사과정**

박지훈 고려대학교 미디어학부 교수***

한국의 리얼리티 연애 프로그램에서는 드물게 <좋아하면 울리는 짹! 짹! 짹!>에서 양성애자의 서사가 주요하게 다루어졌다. 본 연구는 양성애자 시청자들이 국내 리얼리티 연애 프로그램에서 재현된 양성애를 해독하는 방식을 분석함으로써 양성애자가 미디어와 사회에서 어떻게 위치하고 있는지, 이때 리얼리티 프로그램이라는 장르적 특성이 어떻게 작용하는지 논의한다. 참여자들은 양성애자가 과소재현되는 현실과 프로그램의 퀴어베이팅을 지적하며 양성애자에 대한 왜곡된 이미지가 재현을 우려했다. 해당 프로그램은 퀴어 인물과 서사로 당사자들의 갈등을 해소시키지만, 정상성과 이성애로 환원하는 것처럼 보이는 결말은 이성애규범주의를 강화할 수 있다. 그럼에도 이 프로그램은 현실성과 진실성을 표방하는 리얼리티 프로그램의 장르적 특성을 통해 양성애자에 대한 자연스러운 재현으로서 의미를 갖는다. 본 연구 결과는 성소수자에 대한 고정관념 형성을 경계하고 성소수자의 다양한 삶과 차이를 충분히 검토한 섬세한 재현방식의 필요성을 제기한다.

핵심어: 리얼리티 연애 프로그램, 성소수자, 양성애자, 미디어 재현, 수용자 해독

* 이 연구는 2023년 한국소통학회 봄철 정기학술대회에서 발표한 발제문을 수정 보완한 논문임. 또한 본 연구는 과학기술정보통신부 및 정보통신기획평가원의 대학ICT연구센터육성지원사업의 연구결과로 수행되었음(IITP-2024-2020-0-01749)

** tighd675@gmail.com, 제1저자

*** winterof93@korea.ac.kr, 교신저자

미세 플라스틱 관련 환경정보 탐색과 처리가 친환경행동의도에 미치는 영향

위험정보 탐색처리모형(RISP)을 중심으로*

장혜연 서강대학교 신문방송학과 박사과정**

채윤정 서강대학교 신문방송학과 석사과정***

최의락 서강대학교 신문방송학과 석사과정****

조재희 서강대학교 지식융합미디어대학 교수*****

본 연구는 미세 플라스틱과 관련한 환경정보가 부정감정, 정보의 주관적 규범, 정보 불충분성, 정보탐색, 정보회피, 정보의 체계적 처리, 정보의 주변적 처리와 같은 RISP 모델의 주요 변인 이용하여 친환경 행동의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 미세 플라스틱 관련 환경정보 탐색과 처리의 맥락에서 각 변수 간 경로에 미치는 영향력을 파악한 결과 부정감정과 정보의 주관적 규범 간 관계와 정보의 주관적 규범과 정보탐색, 정보회피, 정보의 체계적 처리, 정보의 주변적 처리 간 관계는 모두 통계적으로 유의했다. 그러나 환경정보 불충분성 인지는 정보탐색, 정보회피, 정보의 체계적 처리, 정보의 주변적 처리로 가는 경로에 모두 유의한 영향을 미치지 못하였다. 정보탐색과 친환경 행동의도 간 경로와 체계적 정보처리와 친환경 행동의도 간 관계도 정(+)적으로 유의했다. 특히 정보의 주관적 규범의 경우 정보의 탐색과 처리과정에 각각 유의한 영향을 미쳤는데, 이는 미세 플라스틱 관련 친환경 행동의도에 있어 개인이 느끼는 부정감정 혹은 정보 불충분성 인지보다 주변인의 기대, 도덕성과 같은 주관적 규범의 원리를 이용한 친환경 행동유도가 더 효과적일 수 있다는 점을 확인하였다.

핵심어: 미세 플라스틱, 위험정보탐색처리모형(RISP), 부정감정, 친환경 행동의도

* 이 논문은 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2022S1A3A2A02089938).

** jhy268@sogang.ac.kr, 주저자

*** y_jenny1031@naver.com

**** urock0708@naver.com

***** jcho76@sogang.ac.kr, 교신저자

하이퍼로컬 미디어를 통한 지역공동체 의식의 강화 가능성에 대한 실증분석

“당근마켓” 이용동기 및 행동이 사회적 결속과 지역 애정도에 미치는 효과 분석*

조재희 서강대학교 지식융합미디어학부 교수**

주 남 서강대학교 일반대학원 신문방송학과 박사과정 수료***

본 연구는 하이퍼로컬 미디어인 당근마켓이 개인의 사회적 결속, 지역 애정도 및 주관적 안녕감에 미치는 영향을 파악하는 데에 그 목적을 두고 있다. 이를 위해 당근마켓 이용을 설명하는 네 가지 동기(오락, 편리성, 경제성, 지역성)를 독립변수로 설정하였으며, 네 가지 이용동기와 당근마켓 이용행동, 지식공유, 사회적 결속, 지역 애정도 그리고 주관적 안녕감 간의 관계를 구조방정식 모형을 통해 분석하였다. 특히 본 논문은 당근마켓 이용을 ‘거래적 이용’과 ‘지역생활 관련 이용’ 두 가지로 구분함으로써 변수 간의 관계를 보다 면밀하게 살펴보았다. 당근마켓 사용경험이 있는 성인들로부터 수집된 정량적 데이터($N=1000$)를 분석한 결과로 첫째, 오락, 경제성, 지역성은 당근마켓의 거래적 사용에 긍정적인 영향을 미쳤고, 오락과 편리성은 지역생활 관련 이용을 촉진한 것으로 나타났다. 둘째, 당근마켓의 거래적 이용은 사회적 결속에 통계적으로 유의한 직접효과를 미쳤으며, 지역생활 관련 이용은 지식공유를 통해 사회적 결속을 간접적으로 높이는 것으로 나타났다. 셋째, 사회적 결속은 주관적 안녕감에 유의한 직접 영향을 미쳤고, 이 영향력은 지역 애정도에 의해 부분적으로 매개되었다. 마지막으로 당근마켓 거래적 이용과 지역생활 관련 이용은 모두 지역 애정도와 주관적 안녕감에 유의한 긍정적 간접효과를 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 하이퍼로컬 미디어인 당근마켓이 개인에게 미치는 효과에 대해 실증적으로 분석했고, 디지털 미디어 시대에 동네의 의미를 확장했다는 점에서 이론적 그리고 실천적 함의를 갖는다.

핵심어: 하이퍼로컬, 당근마켓, 사회적 결속, 지역 애정도, 주관적 안녕감

* 이 논문은 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2022S1A3A2A02089938).

** jcho76@sogang.ac.kr

*** kelly716@sogang.ac.kr

어린이 영상콘텐츠 품질지수 개발을 위한 자동화 분석

인지, 정서, 사회화 차원을 중심으로*

최윤정 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 교수**

양아정 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어연구소 연구교수***

정유진 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어연구소 박사후연구원****

김 은 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 박사과정*****

어린이들의 유튜브 시청 시간이 급증함에 따라 어린이들이 시청하는 영상콘텐츠의 분석이 중요해지고 있다. 본 연구는 어린이들이 자주 보는 유튜브 영상에서 주요 발달영역인 인지, 정서, 사회화와 관련된 내용의 양과 표현방식을 살펴보기 위해 만 4~7세 어린이들이 자주 본다고 응답한 유튜브 상위 20개 채널 내 영상콘텐츠의 자동화 분석을 실시했다. 인지 분야는 페이싱과 언어, 정서 분야는 정서 표현, 사회화 분야는 성역할 고정관념과 사회적 상호작용으로 나누어 각 분야에 맞는 알고리즘을 적용하였다. 인지 차원의 페이싱 분석은 평균 3초당 1개의 장면이 전환되는 것으로 나타나, 교육프로그램의 평균(7~8초당 1개)보다 빠른 것으로 집계되었으며, 언어 분석에서는 평균 분당 어절수는 52.02개이며 비속어와 은어가 다수 등장했다. 정서 차원에서는 독립적 표현이 가장 많고, 이어 긍정적 표현이 많았으며, 부정적 정서 표현도 나타났으나 혐오 표현은 상대적으로 적은 것으로 확인되었다. 사회화 차원에서는 객체 검출 알고리즘을 사용, 각 캐릭터의 등장 크기와 성별 등을 분석했다. 어린이들이 주로 보는 영상콘텐츠에는 여성캐릭터보다 남성캐릭터가 많이 등장하고, 남성캐릭터의 등장크기가 더 큰 경우가 많아 어린이들이 시청하는 애니메이션이 성역할 고정관념을 강화할 가능성을 확인했다. 사회적 상호작용 측면에서는 성별 차이가 두드러지지 않았다. 연구 결과는 어린이 영상의 품질을 평가하는 지수 개발의 기초자료로 활용될 것이며, 부모와 교사 등 어린이의 올바른 영상 시청 지도에 유용한 정보로 활용될 것으로 예측한다.

핵심어: 어린이 영상콘텐츠, 어린이 미디어, 어린이 애니메이션, 인지, 정서, 사회화 발달, 영상품질지수

* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2020S1A3A2A02095619).

** yunchoi@ewha.ac.kr, 제1저자 및 교신저자

*** ahjung002@ewha.ac.kr

**** chungyoojin621@gmail.com

***** 211ccg06@ewhain.net

공영방송의 개인 콘텐츠 제작자에 대한 저작권 행사에 관한 범위 검토*

홍순건 서울고등법원 춘천재판부 판사**

김대규 서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 박사***

유튜브 등을 통해서 방송 콘텐츠의 유통 경로가 폭발적인 정도로 다양해졌고, 방송 콘텐츠는 인터넷망을 통해서도 적극적으로 유통되고 있는 것이 현실이다. 이와 같은 콘텐츠 유통경로 및 양의 폭 증은 저작권 문제와 연결되었다. KBS와 같은 방송사는 위와 같이 개별적으로 유통되는 자사 제작 콘텐츠에 대하여 적극적으로 저작권을 행사하기 시작하였고, 현재 대부분의 개인 콘텐츠 제작자들은 방송사의 콘텐츠를 이용하여 자신만의 콘텐츠를 제작·배포함으로써 표현의 자유를 행사하는 것이 사실상 불가능에 가까워졌다. 본 연구에서 KBS와 EBS와 같은 방송사의 위치를 공영방송사로 진단한 후 공영방송이 가진 여러 측면에서의 공적 책무와 그 근거를 살피고, 일반국민들 즉, 개인들의 표현의 자유를 최대한 발휘시킬 수 있도록 하는 것이 공영방송사의 중요한 공적 책무임을 파악한다. 한편, 표현의 자유는 민주주의의 초석이자 가장 기초가 되는 핵심적인 헌법상 기본권으로서 의미가 있음을 살핀다. 이와 같은 공적 책무를 부담하는 공영방송사가 그 책무와 대조적으로 어떠한 법적 권리를 가지고 있으며, 그 권리에 관한 언론학적·법학적 근거를 검토한다. 본 연구에서 가장 중심이 되는 공영방송사의 법적 권리 중 저작권을 살펴보면서 공영방송사 제작 콘텐츠에 대한 저작권의 인정 근거와 목적이 공영방송사의 재산권 보호와 아울러 국민들의 표현의 자유 신장과 같은 정책적 함의도 있다는 점을 지적하면서, 공영방송사의 저작권 행사와 개인의 표현의 자유와의 관계가 상충될 수 있고, 공영방송사의 저작권 행사가 무제한적으로 인정될 수 없음을 본다. 구체적으로, KBS와 같은 공영방송사가 공공기관의 운영에 관한 법률에 따른 공공기관은 아니나 기본적으로 공법인으로서의 성격을 가지고 있는 전제하에 공적 조직의 기본권 보호의무, 공영방

* 이 연구는 2024년 한국방송학회 봄철 정기학술대회의 방송산업과 정책 연구회에서 발표된 원고를 수정 보완한 논문임.

** hsk771@scourt.go.kr, 제1저자

*** click781@naver.com, 교신저자

송사의 제한된 기본권 주체성, 재산권 행사가 공공복리에 적합하여야 한다는 내재적 한계와 더불어 공영방송사가 부담하여야 할 공적 책무와 표현의 자유를 보장하고 민주주의 창달에 기여하여야 한다는 방송의 객관적 가치질서 등을 전제로 공영방송사의 개인 콘텐츠 제작자들을 향한 적극적인 저작권 행사는 표현의 자유를 퇴색시킬 우려가 있다는 점을 살펴본다. 끝으로, 공영방송사의 지적재산권(저작권)과 국민의 표현의 자유의 충돌 상황을 어떻게 조화롭게 해결할 수 있을지 현행 저작권법상의 공정이용 제도와 법정허락 제도를 검토한다. 그 연구 결과 현재 공정이용 제도보다는 법정허락 제도의 보완을 통하여 공영방송사의 저작권을 최소한으로 제약하면서도 개인 콘텐츠 제작자와 같은 국민들의 표현의 자유를 보다 신장시킬 수 있는 가능성이 있음을 시론적인 차원에서 제안한다.

핵심어: 저작권, 표현의 자유, 공영방송, 법정허락, 공적 책무

1. 문제의 제기

방송 콘텐츠의 유통 경로가 다양해졌다. 방송 콘텐츠는 지상파와 유료방송과 같은 전통적인 매체뿐 아니라 범용 인터넷망을 통해서도 적극적으로 유통되고 있다. 방송 콘텐츠는 더 이상 '방송'만의 전유물이 아니게 되었다. 전통적인 방송사업자는 전 세계 최대 온라인 동영상 유통 플랫폼인 유튜브에 채널을 개설하고 적극적으로 자사 콘텐츠를 유통하고 있다. 빠르게 변화하는 환경 속에서 방송 플랫폼만을 통해 콘텐츠를 유통하기에는 대중에게 도달하는 범위에 있어 제약이 크기 때문이다.

온라인 동영상 유통 환경의 고도화에 따라 과거 콘텐츠 생산에 있어 수동적 객체에 머물렀던 개인들은 콘텐츠를 적극적으로 생산하는 주체로 떠올랐다. 온라인 동영상 유통 환경에서 개인은 적극적으로 콘텐츠를 생산해내며 새로운 문화를 만들어 내는 문화 생산의 주체로서 기능한다. 세계 최대 온라인 동영상 플랫폼인 유튜브는 전통미디어가 하지 못했던 대중의 참여를 이끌어내는 참여 문화의 핵심 공간으로서 기능하고 있다. 유튜브는 미디어 제작과 소셜 네트워크 서비스의 교차점에 위치하여, 사용자들이 자신의 콘텐츠를 만들고 새로운 사회적 연결을 형성할 수 있게 하는 도구로서 기능한다(Finlayson, 2022). 이러한 환경 속에서 각 개인들은 헌법이 보장하는 표현의 자유를 마음껏 활용하여 무제한에 가까운 소재