

영유아 유튜브 크리에이터의 특징과 사회문화적 현상에 관한 연구

함 현

청운대학교 방송영화영상학과
e-mail:poparts@chungwoon.ac.kr

A study on the characteristics of infant and toddler YouTube creators and the visual composition of contents

Hyun Hahm

Dept. Broadcasting & Film, Chungwoon University

요약

1인 미디어 시대를 맞이하여 개인 영상 제작 창작자들의 활동과 그 파급효과는 커다란 영향력을 행사한다. 특히 유튜브 매체에서 활동하고 있는 크리에이터들의 영상 제작 범위의 다양성은 구독자들에게 다양한 장르의 볼거리 제공과 관련된 이슈 메이커로 활동하고 있다. 최근 영유아를 대상의 콘텐츠가 저변 확대되면서 발생하는 사회문화적 현상은 다양하다. 본 논문에서는 영유아 크리에이터들의 일상성의 모습을 통해서 남아있고 있는 콘텐츠의 특성을 살펴보고, 아동권리 이슈가 되고 있는 사항들을 살펴보고자 한다.

1. 서론

미디어를 소비하는 수용자의 변화된 측면은 개인화에 따른 선호하는 매체가 극명하게 표출된다는 점이다. 이러한 변화의 중심은 코로나19의 팬데믹 상황에서 시작된 OTT를 선호하는 미디어 수용자의 선택이 현재까지 지속되고 있다는 점이다. 비대면 환경에서 시작된 미디어 소비자들이 OTT를 선호하는 주된 이유는 개인화이며, 이를 '취향 저격'이라고 일컫는다[1]. 이와 같이, 미디어를 소비하는 과정에서 발생하는 개인화의 '취향 저격'을 이끌어가는 원동력은 다양한 장르의 콘텐츠를 제공하는 OTT 서비스가 수용자의 이용과 충족을 만족 시켜나가고 있기 때문이다.

한편, 미디어 유통 구조의 변화를 이끌어가는 OTT 산업의 특징은 기존의 콘텐츠 제작 방식을 벗어나 이용자가 직접 콘텐츠를 제작하고 유통할 수 있는 플랫폼의 개발에서 비롯되었다. 특히 모바일 매체 환경의 변화에 따른 이용자의 편리함이 이용시간의 증가요인은 점진적인 미디어 소비의 개인화를 이끌어가고 있다. 또한 이용자의 미디어 영상제작 방식의 변화는 누구나 참여할 수 있는 기회가 조성되었다는 점이다. 그 중심의 역할과 영향력은 유튜브에서 시작된 공유미디어의 탄생이다.

유튜브가 미디어에 미치는 영향은 매우 크며, 유튜브 동영상 시대를 확고히 하고 1인 미디어 시대를 열었다는 점이다 [2]. 누구에게 개방성이 뛰어난 유튜브 시대에 있어서 1인 미디어 창작자들은 남녀노서를 불구하고 다양한 장르의 영상 콘텐츠를 제작 유통하고 있다. 그 결과, 유튜브가 일상생활에서 미치는 파급효과는 기존의 미디어와는 차별화된 모습이다. 그러므로 본 연구에서는 최근 급부상하고 있는 영유아 유튜브 크리에이터의 특징과 사회문화적 현상에서 발생하는 논의의 대상에 대해 살펴보고자 한다.

2. 영유아 유튜브 크리에이터

영유아를 대상으로 하는 유튜브 크리에이터의 활약과 그 콘텐츠의 유형은 매우 다변화되어 있는 추세이다. 국내에서도 큰 열풍을 이끌었던 키즈 크리에이터 '헤이 지니'는 다양한 장난감 완구를 리뷰하고, 놀이하는 모습을 담아내고, 아이들의 시선에서 놀이 문화를 이끌어가는 매우 영향력 있는 유튜브 크리에이터로 평가 받았다. 키즈 유튜브로 활동하고 있는 보람튜브, Ryan Toysreview, 어썸 하은, 토이 푸딩 등 역대 연봉 키즈 유튜버들의 활약과 더불어 키즈 유튜버를 기르는 학원까지 생겨나고 있다[3].

최근 들어, 출산장려 유튜브 크리에이터들의 활약도 괄목할 만한 대상으로 부각되고 있다. 인구 감소에 따른 출산 장

려의 목적으로 제작되고 있는 영유아 관련 영상의 내용은 출생부터 성장 보고서 중심의 브이로그 또는 일상에서 펼쳐지는 다둥이들과 가족의 모습을 그려내고 있다. 늦둥이서부터 네쌍둥이 가족에 이르기까지 그들이 펼쳐내는 육아일기는 많은 구독자를 확보하고 지속적인 영상이 업로드 되고 있다. 이런 영유아를 대상으로 하는 콘텐츠는 고정 구독자를 확보하고 다양한 댓글 문화를 형성하고 있다.

이렇듯, 1인 미디어 시대를 이끌어가는 유튜브 크리에이터들은 영유아의 영역까지 확장되고 있으며, 가족의 일상생활의 모습이 수용자의 적극적인 반응을 이끌어내는 현상은 괄목할만한 대상이다. 그럼에도 불구하고 15세 미만 아동 유튜브에 대한 규제 강화 요구의 필요성이 제시되고 있는 상황이다. 아이들 사이에서도 유튜브를 미래의 직업으로 생각하고 있는 환경이 조성된 현 시점에서 중요한 사항이다. 왜냐하면, 유튜브 활동은 노동이며, 근로기준법상 만 15세 미만의 자의 노동은 제한되기 때문이다[4]. 그러므로 현 시점에서 아동 유튜브에 대한 규제 마련 및 인권보호, 수익구조와 관련된 사항들에 대한 점검의 필요성이 요구된다.

3. 아동권리와 유튜브

콘텐츠의 지식재산권(Intellectual property:IP)은 콘텐츠를 바탕으로 다양한 장르나 분야로 확장하거나 부가사업을 가능하게 하는 IP를 뜻하며, 법적으로는 저작권과 상표권을 그 권리의 기반으로 삼고 있는[5]것은 매우 중요한 사항중의 하나이다. 또한 영상 제작과 유통의 관점에서 저작권과 법정 규제의 필요성에 대한 의견들이 증가하고 있는 추세이다. 특히 아동 권리 침해하는 ‘키즈 유튜브’ 법적 규제 장치의 필요성이 요구되고 동영상 제작 자체가 어린이에겐 놀이가 아닌 스트레스를 주는 노동[6]이라는 주장이 제기되기도 한다. 그에 따른 어린이가 출연하는 유튜브 영상에 대한 보호책 마련을 위한 연구도 활발히 진행 중이다.

국내 영유아를 대상으로 제작되는 유튜브 영상은 활발하게 진행 중이다. 그럼에도 불구하고 아동 권리를 침해하는 다양한 요소에 대한 법적 규제는 미흡한 상황에서 발생하는 사회문화적 규범에 따른 법전 안정장치 마련하고 지속적인 보호장치에 대한 논의가 지속되어야 한다. 또한 자극적인 영상의 사회적 이슈 및 논쟁의 대상은 보호관찰의 의무와 책임이 뒤따른다. 또한 수익구조와 관련된 미성년자들의 법적 제도적 장치의 기준도 마련되어야 할 것이다.

4. 결론

이상과 같이 살펴본 결과, 미디어 소비의 개인화에 따른 수용자의 접근방식의 간편한 플랫폼의 개발은 적극적인 수용자를 유입하는 견인차 역할을 하고 있는 것으로 판단된다. 특히, 1인 미디어 시대를 이끌어 가는 유튜브 크리에이터들의 다양한 장르의 콘텐츠 제작 방식과 수용자의 참여를 유도하는 스토리텔링의 전략과 표현 방식은 중요한 사항이다.

그럼에도 불구하고, 1인 미디어 시대를 이끌어가는 유튜브 크리에이터의 현 상황에서 발생하는 아동 관련 콘텐츠 제작 범위의 확산과 법적 제도적 규제 방안을 모색하기 위한 장치의 필요성이 요구되고 있는 상황이다. 유튜브에서 제작 유통되고 있는 영유아 콘텐츠의 확산에 따른 아동 보호 관련 지침은 매우 중요한 사항으로 논의가 되고 있다. 그러므로 아동의 권리와 인권 보호 측면의 다양한 법적 또는 제도적 규범의 강화를 통해서 그 영향력이 발휘되어야 할 것으로 판단된다.

참고문헌

- [1] 송민정, 「OTT 미디어 산업론」, 박영사, p.42, 2022
- [2] 김대호, 「한국의 미디어 거버넌스」, 커뮤니케이션북스, p.315, 2020
- [3] 인터넷
<https://allets.com/contents/?contentsId=29581>
- [4] 인터넷
<https://m.blog.naver.com/baramyess/221660261185>
- [5] 송민정, 위의 책, p.389
- [6] 인터넷
<http://www.civicnews.com/news/articleView.html?idxno=33804>