

# 미디어 플랫폼 기업의 사회적 활동은 수용자에게 어떤 의미를 가지는가?

최정임\*, 전순영\*\*

\*한국교통대학교 융합경영전공 강사

\*\*한국교통대학교 융합경영전공 교수

\*65134@ut.ac.kr

## The Study of the Media Platform Companies Social Activities on the Audience

Joungim Choi\*, Soonyoung Jun\*\*

\*Lecturer, Department of Convergence Business Management, Korea National  
University of Transportation, Chungju, 380-702, Korea

\*\*Professor, Department of Convergence Business Management, Korea National  
University of Transportation, Chungju, 380-702, Korea

### 요약

기업의 다양한 CSR 활동을 통해 ESG 지표는 기업에게 경영전략의 중대한 의사결정의 근거가 되고 있다. 현대사회 기업의 CSR 활동은 더이상 기업의 선택이 아닌 필수사항이 되어가고 있다. 투자자에게 있어 역시 투자사결정(SRI)에 중요한 역할을 한다. 기업이 사회적으로 기여하는 책임과 기여에 대한 평가의 세부 항목은 환경, 사회, 지배구조 영역에 대한 것으로 일반적으로 ESG로 평가가 진행된다. ESG는 기업의 환경(Environment)·사회(Social)·지배구조(Governance)를 지칭한다. ESG는 UN PRI(UN 사회책임투자원칙)에서 진행되는 기업에 대한 투자사결정을 두고 다양한 요소를 고려하도록 하는 핵심요소로 인식한다. 또한 기업을 바라보는 외부고객의 입장에서 역시 CSR 활동과 ESG 평가는 수용자가 기업을 선택하는 중요 요인으로 자리잡고 있다. 이에 본 논문은 미디어 플랫폼 기업의 CSR 활동과 ESG의 지표에 대한 개념과 현황을 분석하고, 그 결과가 기업과 수용자에게 미치는 영향 관계를 살펴보고, 사회적 책임을 다하는 기업을 평가하는 ESG 평가요소가 기업의 다양한 이해관계자들 의사결정에 있어 정보로써 효과가 있는지 살펴보고자 한다.

### 1. 서론

기업의 지속적인 성장과 경영을 가능케 하기 위해서 기업은 투명한 지배구조를 확립하고 기업의 건전성을 높이는 활동과 기업을 둘러싼 환경과 사회적 측면의 다양한 요소들에 대해 사회적인 책임을 다해야 한다. 하지만 아직 국내 기업의 경영활동은 다소 소극적인 사회적 책임 활동(CSR, Corporate Social Responsibility)으로 기업이 사회에 무엇인가를 주어야만 한다는 수동적인 관점에서 바라보는 수준에 머물러 있다. 따라서 앞으로는 글로벌 기준에 부응하는 적극적인 CSR 활동이 추진되어야 할 필요성이 있다(David et al., 2005).

기업의 CSR 활동과 ESG 평가에 대한 부분이 부각 되고 있다. 기업이 사회에 기여하는 다양한 공익적 활동이 기업의 가치와 능력을 평가하는 척도로 자리 잡고 있다(Poter & Mark, 2006). 국내의 대기업들과 세계 각국에서 글로벌 다국적 기업들은 CSR 활동에 기업의 성공과 실패가 달려있다고 판단하고 기업이 경제적 이익을 추구하면서 동시에 사회적 가치를 공유하기 위해 노력하고 있다. 기업의 다양한 CSR 활동을 통해 ESG 지표는 기업에게 있어 경영의사 결정의 근거가 될 것이며, 투자자에게 있어서는 투자사결정(SRI)에 중요한 역할을 할 것이다. 기업을 바라보는 외부고객 역시 CSR과 ESG 평가는 수용자가 기업을 선택하는 중요 요인이다

(Alhouthi, Johnson & Holloway, 2016). 이에 본 논문은 미디어 플랫폼 기업의 CSR 활동과 ESG 평가가 수용자와 어떤 관계에 있는지 살펴보고자 한다. 또한 사회적 책임을 다하는 기업을 평가하는 ESG 평가요소가 수용자의 의사결정 정보로 효과가 있는지 연계성을 살펴보고자 한다.

### 2. CSR과 ESG

국내 주요 제조업 기업은 2019년부터 ESG를 강조하는 경영환경 변화에 대응하고 있다. 일부 기업은 주요한 BP(Best Practice)로 세계적으로도 인정받는 기업이 등장하고 있다. 이를 통한 확산세가 빠르게 진행되고 있다. 특히 금융기업 및 대기업을 중심으로 ESG 평가와 관련한 위원회를 설치하고 비재무적 위험에 대응하고 평가하기 위한 노력으로 분주하다. 기업의 CSR 차원에서 챙겨왔던 활동들이 현재는 실질적이고 내재적인 기업 경영활동의 영역에서 논의되고 있다. 그동안 미디어 기업들은 CSR 활동을 기업의 좋은 활동 정도로 사회공헌 또는 홍보·소통 부서 중심의 수세적인 입장으로 생각하는 한계를 가지고 있다. 하지만, 최근 이를 극복하고자 여러 가지 노력이 행해지고 있으며, 이해관계자 및 소비자 또는 미디어 수용자의 입장에서 본격적으로 CSR 활동과 ESG 평가에 대한 관심이 높아지고 있다(김용희, 2021). 수용자 및 투

자자들은 기업들의 사회적 책임 활동에 대한 정보공개와 소통의 요구가 거세지고 있다.

기업의 사회적 책임은 기업이 사회에 전달하는 봉사 차원의 자선적 책임을 넘어선다. 기업들은 투명성과 윤리성이 강조되면서 기업의 사회적 책임에 대한 관심이 높아지고 있다. 일반적으로 제기되는 기업의 CSR 활동은 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임 4가지로 구분한 모델을 의미한다(Carroll, 1979). 기업의 다양한 사회적 책임 활동은 기업의 투명한 성과관리 및 윤리성의 기준으로 재무적 및 비재무적 경영성과의 일환으로 여겨지고 있다(Klein, Niraj, 2004). 기업의 사회적 책임은 CSR로 표현한다. CSR(Corporate Social Responsibility)이란 기업이 경영을 지속하기 위해 관련된 여러 이해관계자를 의미하는 것으로 대표적으로 주주, 구성원, 소비자(수용자), 공급자, 지역공동체, 정부 등에 대한 사회적 책임을 포함하고 있다(Klein, Niraj, 2004).

[표 1] 국제기구에서 제시한 CSR의 개념

국제기구	개념
WBCSD 세계지속가능발전 기업협의회	기업의 구성원들이나 그 가족들은 물론이고 지역사회의 경제적 발전에도 기여하고자 하는 기업들의 지속적 의지
ISO 국제표준화 기구	기업이 사회와 사회공동체 구성원들에게 혜택을 주기 위해서 경제문제, 사회문제, 환경문제 등에 대한 해결에 기여를 하는 것
OECD 경제협력개발기구	기업이 기업과 사회와의 공생관계를 발전시키고 성숙시키기 위해서 자발적으로 취하는 행동
EU 유럽연합	기업에 대해서 강요하지 않아도 스스로가 더 나은 사회와 깨끗한 환경을 위해서 이해관계자들과의 상호작용 안에서 자율적으로 기여하는 활동

## 2.1 CSR 평가

CSR에 대한 정의가 다양하듯 기업의 CSR 활동에 따른 성과의 평가도 다양한 기관에서 다양한 방법으로 실시하고 있다. 한국의 CSR 평가 등급은 경제정의연구소의 경제정의 지수와 한국기업지배구조원의 ESG 평가가 대부분을 차지하고 있다. 다양한 기업의 CSR 활동에 대한 인식이 고조되면서 기업의 CSR 활동을 측정하고 평가함으로써 ESG는 기업을 인식하는 하나의 지표로 자리 잡고 있다. CSR 평가의 세부 항목으로 환경, 사회, 지배구조 영역에 대한 것으로 일반적으로 ESG로 진행된다. ESG는 기업의 환경(Environment)·사회(Social)·지배구조(Governance)를 지칭한다. ESG 지표는 기업에게 있어 경영의사 결정의 근거, 투자자에게 투자의사결정(SRI)에 있어서 매우 중요한 역할을 하고 있다(Barnea & Rubin, 2010).

ESG는 UN PRI(UN 사회책임투자원칙)에서 기업에 대한 투자자의사결정을 두고 다양한 요소를 고려하도록 하는 핵심요소로 인식한다. 기업은 투명한 지배구조를 확립하고 기업의 건전성을 높여 환경과 사회적 측면의 다양한 요소들이 기업에 미치는 영향을 평가한다. 이를 통해 기업들은 장기적으로 지속적인 성장을 이루도록 하는 지속가능경영에 힘쓰고 있다. 지속가능경영을 위해 기업의 CSR은 이제 기업의 전략적인 부분으로 자리 잡고 있다. 기업의 사회적 기여와 책임에 대한 요구의 증가, 기업의 투명한 경영에 대한 사회적 요구, 다양한 환경에 대한 리스크에 직면하고 있다.

[표 2] CSR 평가 가이드라인

경제	직·간접 경제영향	고객, 협력업체, 직원 자본제공 자 공공부문
사회	노동관행 좋은일자리 인권, 사회, 제품 책임	고용, 노사관계, 보건, 안전, 교육, 훈련, 다양성과 기회 강제 및 강요노동, 징계관행, 보안관행, 생득권 지역사회, 뇌물과 부패, 정치자금기부, 경쟁과 가격정책
환경	환경	자재, 에너지 물, 생명다양성, 배출, 폐수, 폐기물, 공급자, 제품과 서비스, 법규준수, 운송, 종합

다양한 기관에서 실시하는 CSR 평가가 해당 기업의 이미지에 많은 영향을 준다. 결국 기업의 가치와 기업 평가에 영향을 미치고 있다는 결과이다(김현식 & 이명호, 2015). 다양한 국제기구에 대한 CSR 평가 역시 중요한 부분을 차지하고 있다. 먼저 GRI(Global Reporting Initiative)는 기업의 CSR 경영과 관련해 다양한 측면에서 가이드라인을 만들어 제시하고 있다. GRI는 UN의 협력기관으로써 전세계의 다양한 기업들은 GRI 보고서를 스스로 발간해 제출하고 있다. 현재 한국 기업들도 GRI 가이드라인에 맞추어 지속가능경영보고서를 작성하고 제출함으로써 CSR 평가를 받는다.

CSR 평가기구는 ISO(국제표준화기구)이다. ISO는 세계적으로 통일된 표준을 제정함으로써 상품과 서비스의 교역을 촉진하고 과학·기술·경제 전반의 국제협력증진을 위한 국제기구로 1947년 설립되었다. ISO의 창설 이후 19,500건의 국제표준을 제정·공표하였는데, 그중 ISO 26000은 CSR에 대한 국제표준이다. ISO 26000은 사회책임에 대한 지침(Guidance on Social Responsibility)으로 CSR 평가의 ISO 표준으로 본다(KOREAN STANDARDS ASSOCIATION, 2023). 기업은 CSR을 통해 지속가능경영을 가능하게 만들고자 노력하고 있으며, 더불어 CSR 활동이 다양한 이해관계자들에게 한층 부각되고 있으며, ESG 지표에 대한 관심도 함께 확대되고 있다.

## 2.2 ESG 평가

국내 기업의 경우도 마찬가지로 CSR과 ESG에 대한 관심이 함께 높아지고 있다. 한국기업지배구조원(CGSI)은 2011년부터 기업의 ESG 수준을 평가하여 ESG 통합등급 및 각 부문별 등급을 공표하고 있다(한국지배구조원). 일반적으로 기업의 ESG 평가는 경영활동 전반에서 환경(Environment)·사회(Social)·지배구조(Governance) 즉, 기업의 사회적 활동의 핵심요소를 기준으로 평가한다. 기업은 투명한 지배구조를 확립하고 기업의 건전성을 높여 환경과 사회적 측면의 다양한 요소들이 기업에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다(Black et al., 2010).

### 1) 환경

- ISO 14001(환경경영시스템)\_요구사항

환경을 보호하고, 사회경제적 니즈와 균형 있게 변화하는 환경여건에 대응함으로써 환경사고의 사전 예방 및 최소화, 환경 법규 준수 등에 기여한다. 기업 경영활동에 관한 환경의 영향, 기업의 준수 의무사항, 비상사태 대비 등의 요구사항을 제공받아 평가한다.

- ISO 50001(에너지경영시스템)\_요구사항



<그림 2> 한국표준협회에서 제공하는 ESG 인증표준

에너지 효율, 이용 및 사용/소비량을 포함하여 지속적으로 에너지 성과를 개선. 에너지 성과 접근법을 도입하여 체계적이고 데이터 중심 및 사실 기반프로세스에 대한 요구사항을 평가한다.

2) 사회

- ISO 45001(안전보건경영시스템)\_요구사항  
위험성 평가 등 근로자의 건강과 안전 관련 리스크를 관리함으로써 근로자의 상해 및 건강상 재해를 예방하고 안전하고 건강한 작업장을 구축에 기여하는 항목이다. 특히, 2022년 1월 시행예정인 ‘중대재해처벌법’으로 산업재해에 경영책임자의 형사처벌이 강화되는데, 이를 대응하기 위해 ISO 45001은 필수적으로 자리잡고 있다.

- ISO 27001(정보보호경영시스템)\_요구사항  
정보보호 위험평가 프로세스를 통해 유·무형 정보들의 기밀성, 무결성, 가용성을 보장하여 리스크를 선제적으로 대응한 부분을 의미한다. IT 기술의 발전으로 정보보호의 중요성이 지속적으로 높아지고 있으며, 정보기술, 보안기술, 정보보호 등의 목표를 달성하기 위한 요구사항을 제공받아 평가한다.

- 인권경영시스템(ISO 26000, 국가인권위원회 및 UN Global Compact 등 지침 반영)\_요구사항  
인권영향 평가 등을 바탕으로 조직의 인권방침 및 인권경영 활동 등에 기여하는 부분이다. 기업의 경영활동으로 인해 이해관계자의 인권에 영향을 미칠 수 있는 실제적·잠재적 인권리스크를 파악 및 평가한다.

3) 지배구조

- ISO 37001(부패방지경영시스템)\_요구사항  
다양한 윤리적 이슈와 반부패 법규 등 부패리스크에 대해 체계적으로 대응책을 마련함으로써 기업이 청렴 경영을 지속적으로 실현할 수 있도록 기여한다. ‘부정청탁 및 금품 등 수수의 금지법’ 등 부패방지를 위한 노력이 행해지는 데 그 일환으로 부패인식교육, 부패리스크 관련 재무적 통제 등의 요구사항을 제공하는 ISO 37001이 중요해지고 있다.

- ISO 37301(준법경영시스템)\_요구사항  
법률, 규정, 규범, 행동·윤리강령 등과 관련된 의무를 정하고 수행함으로써 준법경영을 실현할 수 있도록 기여하는 부분이다. 기존에 기업들은 자체적으로 공정거래 자율준수 프로그램

램(CP)을 도입하여, 공정문화를 확립해왔다. 이는 ESG에서 준법경영으로 확대되면서, 컴플라이언스 방침, 문화 등의 구축을 위한 요구사항을 제공하는 ISO 37301 도입이 필요하다.

[표 4] 2022년 ESG 평가 기업

구 분	2022년 수상기업	
	지배구조 우수기업	ESG 우수기업
명예 기업	SC제일은행	
대상	-	KB금융지주
최우수기업	현대글로벌비스 신한라이프	지역난방공사
우수기업	SK가스 롯데하이마트	LG이노텍 현대바이오랜드(코스닥)
	클래시스(코스닥/개선) 농협생명보험 삼성화재해상보험	LX세미콘(개선) JB금융지주 삼성카드

최근 주요 글로벌 금융회사들의 인식전환으로 ESG 경영은 주요 글로벌 경영 트렌드로 지속가능성은 이미 기업의 주요 의사결정 요인 중 하나로 부상하고 있다. ESG 평가는 기업의 평판과 가치를 재무성과로 이어주는 역할을 함께 하고 있다. 이에 가치 소비를 지향하는 소비자(수용자)들이 부상하면서 ESG 평가는 기업의 경영 리스크 측면에서도 그 중요성이 높아지고 있다.

3. 미디어 플랫폼 기업의 ESG

미디어 기업들은 환경적 측면의 검토가 부족한 현실이다. 예를 들어 최근 세계적으로 인기를 끌고 있는 넷플릭스의 한국 드라마 콘텐츠 “오징어 게임”을 살펴보자. 콘텐츠와 관련한 출연 배우, 시놉시스 등과 콘텐츠의 흥행과 수익에는 관심이 많지만, 우리가 작품 한 회를 시청하면 얼마나 많은 탄소나 폐기물이 발생하는지에 대한 관심은 상대적으로 부족하다. 플랫폼 사업자가 콘텐츠를 이용자에게 전달하는 과정에서 데이터를 저장하는 데이터센터, 전송망, 셋톱박스나 라우터, 이용자의 노트북이나 TV, 스마트폰 등을 구동하기 위해서 많은 전력이 필요하며 이는 많은 탄소를 배출한다. 그러나 이런 문제에 대해서는 논의하거나 측정하고자 하는 시도가 부족한 실정이다(ITU, 2019). 미디어 산업은 C-P-N-D (Contents - Platform - Network - Device) 구조를 형성하기 때문에 다른 단일 제조업 산업과는 차이를 갖는다. 인프라나 다양한 콘텐츠, 통신 등 다양한 요소를 지니고 있기 때문에 미디어 산업의 ESG 평가에 대한 파급효과가 클 수 있다. 그럼에도 불구하고 ESG에 대한 깊은 검토가 이뤄지지 않는 문제가 존재한다(ITIF, 2020). 이러한 문제에 대해 해외 사업자들은 ESG를 재무적·비재무적 관점에서 접근하고 있다. 세계적인 투자회사들이나 연기금 등에서 투자를 받고자 하거나 ESG 주주 제안 등으로 관련 활동에 대한 보고와 투자를 활성화하고 있다(Carbon Trust & DIMPACT, 2021). 미디어 플랫폼 기업의 ESG 위험과 그에 대한 해결책의 사례를 살펴보면 아래와 같다(ITU, 2020).

3.1 미디어 플랫폼 기업의 ESG 사례

## 1) Vivendi

프랑스 최대 미디어 기업인 비방디(Vivendi)는 이탈리아 시장에서 미디어셋(Mediaset)과 소송 및 독과점 문제로 관계 당국에 규제, 프랑스의 CSA는 비방디가 운영 중인 C8은 Touche Pas à Mon Poste에서 동성애 관련된 이슈(프라이버시 존중과 차별 위반)로 인해 300만 유로 벌금 부과, 기업의 이미지 저하 및 비재무적 위협(시민사회 등을 비롯한 이용자들의 강한 비판에 직면)이 극대화 되었으며 향후 글로벌 자본의 투자에 많은 애로점 발생하는 사례가 있다.

## 2) Informa

영국의 대표적인 연구 및 학술 출판 기관인 인포마(Informa)는 개인정보보호 및 데이터, 시스템 관리, 규정 준수, 기업 평판에 대한 위험 존재한다. 최근 독일과 프랑스의 고등교육 기관과 구독 및 출판 비용과 관련 협상이 교착되어 사회적으로 비판 직면하였으며 도서관 및 연구 예산의 융합 추세가 뚜렷해짐에 따라 학술 자료 구독 비용과 관련된 잠재된 위험이 증가하여 오픈액세스에 대한 수요가 증가하고 있다. 인포마는 수년간 오픈 액세스에 대해 투자를 확대하고 연구자들에게 출판에 대한 다양한 선택권을 제공하고 있다.

## 3) GRUPOGLOBO

브라질 최고의 미디어 사업자인 글로보는 방송 콘텐츠 및 정치적인 의제와 관련된 문화 및 규제 문제에 노출되었다고 판단하고 이는 시청자가 시청 보이콧을 통해 시청률 저하 문제가 발생하거나 관계 당국의 규제 위협에 대해서 구체적인 검토하고 있다. 광고주와 같은 이해관계자의 이익을 보호하기 위한 위협으로 판단하고 높은 수준의 독립적인 경영과 지배구조를 보장하여 공정하고 전문적인 경영진을 고용하여 위험을 회피하는 전략 마련하고 이를 적극적으로 미디어 수용자에게 공지하고 있다.

## 4. 결론

글로벌 미디어 기업을 포함한 주요 기업들의 지속 가능한 사회적 활동의 준수 및 관리에 대한 요구가 지속적으로 확대되고 있다. 미디어 기업의 ESG 평가에 대한 투자와 대응 없이는 더이상 경쟁력 있는 경영이 사실상 어려워지고 있다. 기업의 처한 환경이나 사회 문제 그리고 지배구조에 대한 미디어 기업의 역할 확대가 요구되고 있다. 이제는 한 두개 부서의 사회적 활동 수준에서 CSR과 ESG 변화에 대한 대응이 어렵기 때문에 미디어 플랫폼 기업들의 많은 노력이 필요한 실정이다. 기업은 다양한 방법으로 자발적이고 적극적인 사회 문제 해결방안을 모색하고 CSR을 통해 사회 전체의 공익에 기여하고자 노력해야 한다. 이제 기업의 다양한 사회적 활동은 성공을 위한 필수요인이 동시에 기업이 사회와 지속적인 긍정적 관계를 유지하고, 성공과 성장을 강화시키기 위한 지속가능한 발전전략의 중요한 수단으로 자리잡고 있다. 지속가능한 발전은 미래 세대에게 필요한 자원과 잠재력을 훼손하지 않으면서 경제적 및 사회적 수요를 충족시키려는 방안을 찾아야 한다. 인구 및 빈곤의 증가, 온난화 및 기후변화, 환경 파괴 등 앞으로 직면해 있는 재난 및 재해를 맞이하여 과국이 아닌 경제 발전을 위한 지속가능한 패러다임 전환이 필요하다는 공감대가 필요하다. 기업의 CSR과 ESG 평가는 이제 많은 국가와 대부분의 산업에서 기업의 지속가능성

을 담보하는 주요한 개념이다. 이는 미디어 기업의 전략 수행이나 지속성에도 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 미디어 기업의 사회적 영향력과 이해관계자들의 연결성을 고려하면 CSR과 ESG 평가에 대한 적극적인 관심과 투자가 필요하다.

## 참고문헌

- 1) David, P., Kline, S. & Dai, Y. (2005), "Corporate Social Responsibility Practice, Corporate Identity and Purchase Intention: A Dual-Process Model", *Journal of Public Relations Research* 17(3), pp.329-342.
- 2) Poter, M. E. & Mark R. K. (2006), "Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review* 84(12), pp.78-92.
- 3) Alhouti, S., Johnson, C. M. & Holloway, B. B. (2016), "Corporate Social Responsibility Authenticity: Investigating Its Antecedents and Outcomes", *Journal of Business Research* 69, pp.1242-1249.
- 4) 김용희(2021). 미디어 산업계의 ESG 확산과 대응 필요성, *Media Issue & Trend*, 2021, Vol.46.
- 5) Carroll, A. (1979), "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *The Academy of Management* 4(4), pp.497-505.
- 6) Klein, J. & Niraj, D. (2004), "Corporate Social Responsibility and Consumers' Attributions and Brand Evaluations in a Product? Harm Crisis International", *Journal of Research in Marketing* 21(3), pp.203-217
- 7) Klein, J. & Niraj, D. (2004), "Corporate Social Responsibility and Consumers' Attributions and Brand Evaluations in a Product? Harm Crisis International", *Journal of Research in Marketing* 21(3), pp.203-217
- 8) Baranea, A. & Rubin, A. (2010), "CSR AS A Conflict Between Shareholders", *Journal of Business Ethics* 97(1), pp71-86.
- 9) 김현식, 이명호(2015), 기업가치평가모형을 활용한 CSR 수행 성과 분석에 관한 연구, *한국고객만족경영학회, 고객만족연구*, 17(1).
- 10) 대한민국지속가능지수 ([www.ksa.or.kr](http://www.ksa.or.kr))
- 11) Black, B. S., Kim, W., Jang, H., & Park, K. S. (2010), "How corporate governance affects firm value: Evidence on channels from Korea," *ECGI Finance Working Paper*
- 12) 한국기업지배구조원 사이트([www.cgs.or.kr](http://www.cgs.or.kr))
- 13) ITU Publications(2019). Turning digital technology innovation into climate action .
- 14) ITU, 2020: Recommendation ITU-T L.1470 - Greenhouse gas emissions trajectories for the information and communication technology sector compatible with the UNFCCC Paris Agreement
- 15) Carbon Trust & DIMPACT(2021). Carbon impact of Video Streaming.
- 16) ITIF(2020). Beyond the Energy Techlash: The Real Climate Impacts of Information Technology