

유튜버 등 크리에이터와 MCN의 관계



박 상 오 변호사의

콘텐츠 법률 산책

시대와 기술, 문화의 발전에 따라 엔터테인먼트 업계도 끊임없이 변화한다. 유튜브 등 크리에이터와 인플루언서가 등장하면서 새롭게 등장한 MCN 역시 이러한 변화의 산물이다. MCN은 'Multi Channel Network'의 줄임말로 크리에이터나 인플루언서를 모아서 지원, 관리하는 회사를 말한다. 이러한 크리에이터 등과 MCN의 관계는 연예인과 연예기획사(소속사)의 관계와 매우 유사하다.

소속사는 전속계약에 기초해 연예기획사가 소속 가수, 배우 등을 양성해 연예활동이나 창작활동 등을 교육, 기획, 지원 및 관리하는 구조다. 반면 MCN은 위와 같은 역할도 수행하지만 그보다는 크리에이터 등이 스스로 콘텐츠를 창작하는 것을 기본적인 전제로, 그 제작된 콘텐츠를 활용해 수익창출을 하고 크리에이터 등의 전반적인 활동을 지원 및 관리하는 데에 보다 초점이 맞춰져 있는 구조다.

MCN과 크리에이터 등의 관계를 보다

자세히 살펴보면, 먼저 MCN과 크리에이터 등은 전속계약과 유사한 '가입계약'을 체결하는 경우가 많다. 물론 가입계약이라는 명칭을 사용하지 않는 경우도 있고, 기존에 보편적으로 사용되던 대중문화예술인 표준전속계약등을 일부만 수정해 사용하는 경우도 있다.

구체적인 계약 내용의 경우에는 기존 연예기획사와 소속 연예인 사이의 전속계약 내용과 동일하거나 유사한 내용도 다수 포함된다. 크리에이터 등의 경우에는 콘텐츠 창작 등에 있어서 크리에이터 등이 주도적인 역할을 수행하는 경우가 훨씬 많다.

조금 더 자세히 살펴보면, MCN은 소속 크리에이터들이 제작한 콘텐츠를 홍보하고 제작된 콘텐츠 또는 크리에이터의 영향력을 이용해 광고, 이벤트, 프로모션 등을 유치함으로써 크리에이터의 수익 창출을 지원한다. 또 크리에이터가 콘텐츠 제작에만 집중할 수 있도록 저작권 관리, 수익 관리, 정산 업무 등의 부수적인 업무도 수행하기 때문에 이러한 MCN의 전반적인 역할에 관해 계약 내용으로 규정하게 된다.

자금력과 제작 능력을 갖춘 일부 대형

MCN 회사들의 경우에는 콘텐츠 제작 비용, 장비 및 스튜디오(studio), 소속 연예인 또는 크리에이터 등과의 협업(콜라보) 그 외에 저작권 사용 등을 지원함으로써, 소속 크리에이터 등의 콘텐츠 제작에 대해서도 광범위하게 지원하기도 한다. 또한 크리에이터 등이 희망하는 경우에는 MCN이 소재 선정이나 공동으로 방송을 진행할 크리에이터 등의 섭외, 영상편집 등 콘텐츠 기획 및 제작의 전반적인 과정에 개입하기도 한다. 이러한 MCN들은 기존 콘텐츠를 활용해 새로운 2차적 저작물(신규 콘텐츠)을 제작하는 데에도 적극적인 편이다. 위와 같은 경우에는 가입계약의 내용도 필요한 내용을 반영해 작성된다.

한편, 연예인과 연예기획사 간에 전속 계약 분쟁 등의 다양한 법적 분쟁이 발생하는 것처럼 기본적으로 유사한 구조를 취하고 있는 크리에이터 등과 MCN 간에도 가입계약 해지, 수익 배분, 계약 위반에 따른 위약금 지급 등을 둘러싸고 다양한 법적 분쟁이 발생할 수 있다. 이 경우에 기존 전속계약에 적용되던 법리들이 일응 참고가 될 수 있지만, 채널의 소유권 등 크리에이터 등과 관련해 고유하게 발생하는 문제들도 결코 적지 않다.

/법무법인 바른

/법무법인 바른

이재명 정부 향한 외침… “철강산업 살려”



기지 수첩

이 승 용
〈산업부〉

철강산업은 단순한 전통 제조업이 아닌 국가 산업경쟁력과 미래 성장의 토대를 이루는 핵심 산업이다. 한국의 주력 산업들이 세계시장에 진출할 수 있었던 배경에는 굳건한 생산 기반과 경쟁력을 가진 철강산업이 있었다.

우리나라 경제 발전의 핵심 동력 중 하나였던 철강산업이 최근 휘청거리고 있다. 중국산 저가 철강재의 공세, 글로벌 공급과잉 위협, 미국의 보호무역 강화, EU의 탄소중립을 내세운 무역장벽 등이 있다.

또한 산업용 전기요금 인상과 내수 부진 장기화로 어려운 상황에서 산업경쟁력 보다는 온실가스 감축을 중시하는 규제까

지 강화되면서 피해는 더욱 커지고 있다. 이로 인해 포스코, 현대제철, 동국제강 등은 설비폐쇄와 가동중단을 선언했고, 중소철강기업들은 줄줄이 가동률 저하와 수익성 악화에 허덕이고 있다. 설상가상 최근 트럼프 대통령이 수입 철강·알루미늄에 대한 관세율을 25%에서 50%로 기습 인상하면서 수익성에 더욱 빨간불이 켜진 상황이다.

철강업계가 기댈 수 있는 곳은 새롭게 출범한 이재명 정부지만, 후보시절 공약 집에는 철강산업 부흥에 대한 자세한 내용을 찾아보기 힘들다. 포항 지역의 경제를 활성화, 경상북도 그린 철강 산업 육성 등이 전부다. 이는 추상적인 발언에 불과해 철강산업을 위한 구체적인 지원방안은 사실상 없는 셈이다.

철강 산업은 조선 산업에도 영향을 준다. 실제 트럼프 대통령이 S0S를 외친 한국의 조선산업은 수소운반선, 암모니아추

진선을 통해 탈탄소화를 주도하면서 경쟁력을 더욱 높여나갈 것으로 예상되지만 이를 가능하게 만들어 주는 것이 철강재다. 철강은 전기차, 재생에너지, 탈탄소 인프라, 통신장비에도 필수불가결한 소재를 공급하는 현재의 주력산업이자 미래 산업이다. 가장 기본적인 산업이 힘들어질 경우 주변 산업들 역시 같이 무너지게 되어 있다.

새롭게 시작한 이재명 정부가 AI, 반도체 등의 산업에만 관심을 보이지 말고 우리나라 경제를 이끌었던 산업 역시 되돌아볼 필요가 있다.

철강산업 위기극복이나 보호를 넘어, 경쟁여건 정상화, 비용 경쟁력 향상, 저탄소 투자 지원 등 미래 한국 제조업의 핵심 산업을 위한 지지와 구체적 지원방향을 담아내는 정책 설계가 필요하다. 한번 주저앉은 산업은 다시 재건하기 힘들다는 것을 명심해야 한다.

/lsy2665@metroseoul.co.kr

/lsy2665@metroseoul.co.kr

김상회의 四季

신들의 세상



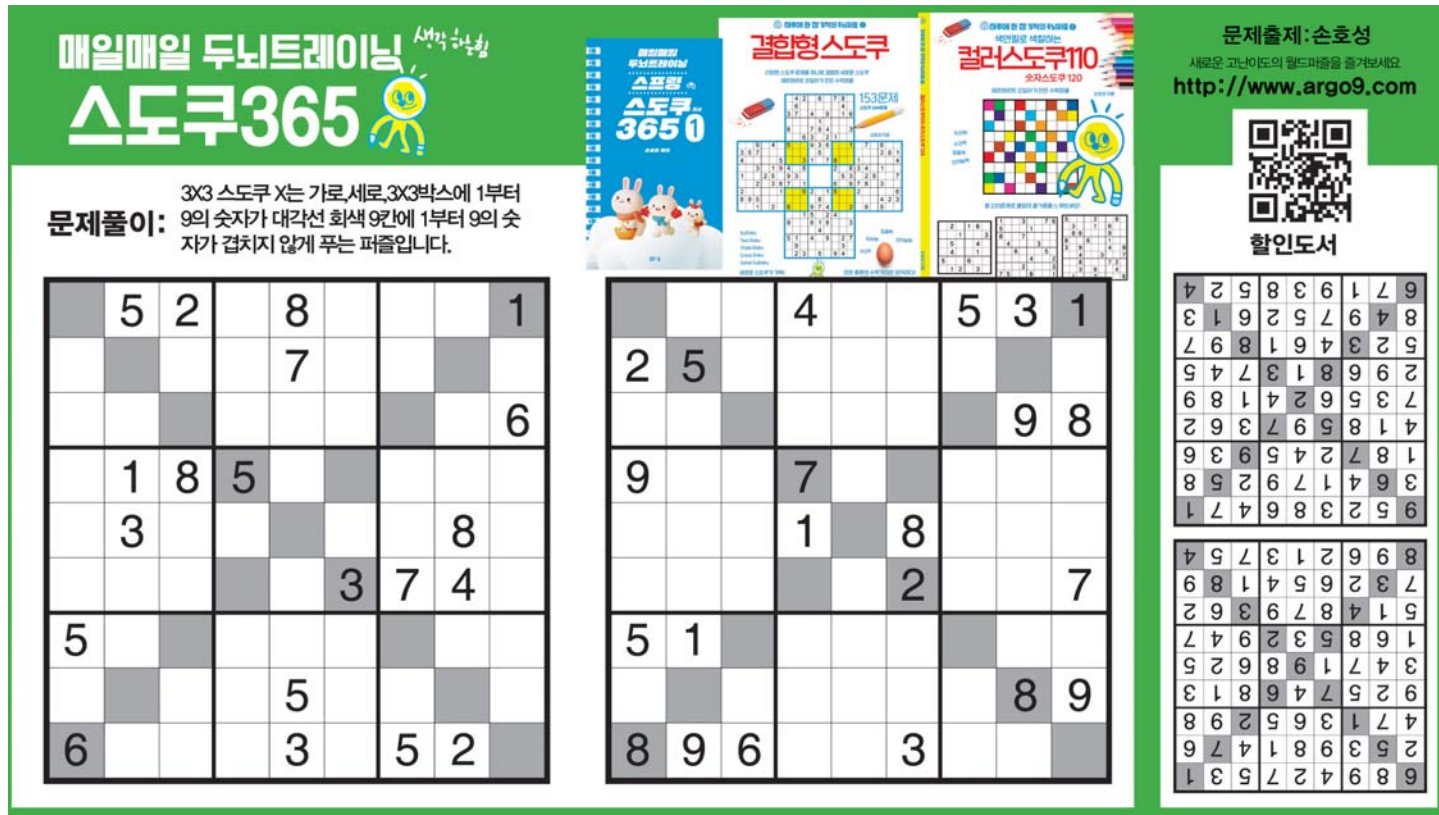
명심보감의한구절을 인용하다보니 ‘동악성제’라는 신명이 나온다. 동악성제(東岳聖帝)는 중국 도교에서 숭배하는 신선으로서 중국의 유명한 다섯 산인 오악(五岳)중 동쪽의 태산(泰山)을 관장하는 신을 뜻한다. 태산은 중국에서 가장 신성한 산으로 여겨지며, 동악성제는 이 산의 수호신으로서 별(星)로, 인간의 선악을 감시하고 복과 화를 주판하는 역할을 한다고 전해진다. 자, 여기서도 알 수 있듯이 동악성제가 있다면 서악 북악 남악 등에도 성제라 불리는 신선들이 거하는 것이며 특히나 산이 많은 우리나라에 산신 신앙이 일반적인 것도 너무나 당연하다.

우리가 알고 있는 것보다 신들은 그 수도 많고 반드시 선신(善神)만 있는 것이 아니다. 그리스·로마신화에도 보자면 바람피우고 질투하며 거의 인간의 성정과 다를 바 없는, 어쩌면 인간들의 도덕과 윤리보다도 더 낮은 수준의 오욕칠정을 고스란히 보여주는 신들이 대부분이다. 오감과 오욕을 지니고 있되 능력이 인간 이상이며 수명도 상대적으로 엄청 길다는 그 차이이다. 그에 비해 동북아권인 우리나라나 중국 신들의 경우, 신들은 고상하고 엄정하여 청정하지 않은 것들을 몹시도 꺼리며 선함과 도의(道義)를 좋아하고 거저짓되거나 탐욕을 부리면 복을 빼앗고 재앙을 내린다는 권선징악 적 의미가 강하다.

사람들도 자기보다 더 능력과 권한을 가진 이들에게 도움을 요청하면 인정에 따라 들어주는 경우가 많고 신들에게 구하면 그 정성에 감응하여 뭔가 일이 잘 풀리게 도와주고 힘을 준다는 믿음이다. 신은 성스럽고 초자연다운 존재로서 인간이 기대하는 초월적 능력을 또 다른 의미로는 에너지의 응결체 힘의 에너지이니 초월적 존재들은 저 높은 하늘에 거한다고 보는 것이다.

‘김상회의 사계’에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.

김상희 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com



 메트로미디어			
서울시 중로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551			
발행·편집인	이창규	편집국장	윤휘중
인쇄인	중앙일보(주)		
광고문의 / 독자센터	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206	2002년5월28일 제5685호	
일간 메트로경제	서울 가50111	2017년3월09일 제1789호	