

## 콘텐츠 크리에이터

자신의 관심 분야를 쉽고 재미있게 풀어내어 대중과 공유하는 콘텐츠를 만드는 창작자

### 프로그래머 1인 미디어 시대의 무한한 가능성



### 1인 미디어

1인 미디어는 개인 블로그나 트위터, 페이스북과 같은 SNS 등을 기반으로 하여 개인이 다양한 콘텐츠를 생산하고 공유하는 커뮤니케이션 플랫폼을 말하며, 누구나 진행자, 작가, PD가 될 수 있다.

### 1인 미디어의 발달

닐슨코리안클릭에 따르면 지난 6월 유튜브 월 이용자 수가 2,500만 명에 달한 것으로 집계됐다. 이는 전년 동기대비 이용자가 200만 명 이상 늘어난 수치이자 역대 최고치다. 유튜브는 동영상 전문 사이트로 개인들이 쉽게 동영상을 올릴 수 있다는 점에서 접근성이 뛰어나다. 주로 자신이 좋아하는 게임이나 요리, 미용, 실험, 춤, 연주, 토크 등 자유롭게 동영상을 제작해 올린다. 기존의 전통적인 미디어 채널처럼 전문적인 장비나 시스템을 구축하지 않아도 인터넷을 통해 누구나 방송국을 운영할 수 있다. 무엇보다 기존의 전통적인 미디어 채널에 비해 양방향성과 상호작용성이 뛰어나 사용자와 네트워크를 강화해 방송 접근성이 높다. 시청자들은 자기가 좋아하는 크리에이터의 콘텐츠를 '구독(subscription)'하는 형태로 소비한다. 즉, 특정 크리에이터의 새로운 콘텐츠가 업로드 될 때마다 구독자들은 알림을 받고 그 콘텐츠를 시청한다. 1인 방송의 매력은 바로 사용자와의 자유로운 소통이다. 방송 시간 내내 채팅창이 열려 있고 댓글로 시청자의 의견이 바로 방송에 반영한다. 이렇게 참여적이고 개방적인 미디어 환경으로 1인 미디어, 특히 1인 방송은 대중 속으로 빠르게 확산됐다.

### 크리에이터의 정의

유튜브에서는 일반적으로 동영상을 생산하고 업로드하는 창작자를 '크리에이터(Creator)'라고 칭한다. 직역하면 '창조주'라는 뜻으로도 읽힐 수 있는 '창작자'라는 뜻이다. 1인 방송 제작자에게 크리에이터라는 명칭을 쓰는 것은 단순히 동영상의 창작자일 뿐만 아니라 자신이 만든 동영상을 매개로 자신들의 팬 커뮤니티를 만들어 가는 커뮤니티의 창조자 역할도 동시에 감당하기 때문이다. 즉, 자신들의 콘텐츠를 특화해 스스로가 브랜드가 되어 전문 방송을 자처한다.

### 인기 있는 크리에이터

'대도서관', '짬뽕', '도띠', '허팝', '음땡', '밴쯔', '이사배', '캐리' 등은 인기 있는 크리에이터(Creator)로 친숙한 진행과 실시간 소통으로 모두 유튜브에서 활동 중이다.



왼쪽부터 크리에이터 밴쯔(정만수), 찐님(박수혜), 음땡(이채원), 대도서관(나동현). (사진출처-뉴시스)

### 유사용어

국내의 아프리카 TV에서는 방송을 하는 창작자를 'BJ(Broadcasting Jockey)'라고 일컬어 왔다. 게임 전문 MCN인 콩두컴퍼니(Kongdoo Company)는 내부적으로 1인 창작자를 '크루(crew)'라고 명명하고 있다. 또 다른 국내 MCN 쉐어하우스(Sharehows)에서는 크리에이터라는 이름 대신 '하우스메이트(housemate)'라는 용어를 사용한다. 그렇지만 일반적으로 가장 많이 통용되는 1인 창작자들의 명칭은 크리에이터다.

### 크리에이터의 수입

크리에이터의 인기는 곧 수익과 직결된다. 영상에 붙는 광고로 적지 않은 수익을 거둔다. 조회 수에 따른 광고수익이 기본이지만 유명세가 높아지면 간접광고, 협찬 등 다양

한 수익 창출의 기회도 생겨난다.

유튜브의 크리에이터들 중에서 게임 중심의 입담꾼인 스웨덴 출신의 청년 '퓨디파이(PewDiePie)'나 코미디 영상물을 제공하는 '스모쉬(Smosh)' 그리고 온라인 화제 영상으로 콘텐츠를 엮어 가는 '파인브라더스(Fine Brothers)'는 연간 수익이 한국 돈으로 100억 원이 넘는 것으로 알려져 있다. 국내에서도 게임 방송으로 유명한 '대도서관'이나 초등학교들 사이에서 대통령의 영향력을 행사한다고 해서 '초통령'으로 불리는 '양띵' 외에도 '악어', '김이브' 등 유명 크리에이터들은 월 수천 만 원의 수입을 올리고 있다고 한다.

## 크리에이터를 신직업으로 인정

크리에이터들이 만든 콘텐츠를 많은 사람들이 구독 시청하면서 이들이 만든 동영상 콘텐츠에 대한 가치가 상승해 수익이 발생하면서 크리에이터는 어엿한 하나의 직업으로 자리 잡게 되었다. 아마추어 창작자가 '프로'가 된 것이다. 크리에이터들의 1인 방송을 수익 산업으로 만든 것이 MCN(Multi Channel Networks)인데, 인기 크리에이터들은 이미 영향력 있는 셀러브리티(celebrity)다. 실제로 개정된 통계청의 한국표준직업분류에 '미디어 콘텐츠 창작자'라는 항목이 생겼다. 크리에이터(영상 창작자)를 정식 직업으로 인정한 것이다.

## 1인 미디어의 문제점

1인 미디어는 누구나 쉽게 방송을 시작할 수 있고, 수익의 비즈니스적 측면이 강조될수록 광고와 연계한 콘텐츠의 왜곡 가능성은 커진다. 또한 수익 아이템에 집착하면서 선정적이고 부적절한 발언이 여과 없이 노출될 수 있다. 그러다 보니 다소 폭력적이고 자극적인 장면이 무방비하게 노출된다는 비판과 함께 저작권 침해 우려도 제기되고 있다. 또 1인 방송은 실시간 정보로 모니터링이 어렵다는 한계가 있다. 다양한 시청층이 포진돼 있는 만큼 업체의 자정작용과 정부의 실효성 있는 규제가 시급한 상황이다.

[출처] 시사매거진, IT 과학, 2018. 10. 5.

[출처] 커뮤니케이션북스, MCN, 2016. 4. 25.

[출처] [네이버 지식백과] 1인 방송과 크리에이터

### 직업UP 더 알아보기

### 1인 미디어 이모저모

'개인방송' 하면 떠오르는 이미지



재미있다 / 다양한 정보가 있다



비속어가 난무한다 / 자극적이다

과거 대비 인터넷 방송 진행자에 대한 인식변화

인터넷 방송 B/D 하나의 직업이다



(출처 : 리서치기업 M사 블로그)

## 직업UP 멘토 인터뷰: 크리에이터 130만명 구독 유튜브 요리채널 운영자 이OO

**Q. 콘텐츠 크리에이터에 도전하게 된 계기는 무엇이었나요?**  
제 전공은 요리와 전혀 관계가 없어요. 저는 그래픽 디자인을 전공했고, 첫 직장에서는 화장품 디자인 업무를 맡았었죠. 요리를 전문적으로 배운 적은 없지만 자취 생활을 오래 하다 보니 실력이 자연스럽게 늘게 되었고, 제가 만든 요리나 저만의 레시피를 블로그에 올리다 보니 파워 블로거가 되었어요. 그러던 어느 날 우연히 뉴스를 보는데 한 유명 크리에이터분이 나와서 1인 미디어 시장에 대해 설명\*하시더라고요. 그걸 보고 유튜브를 시작하게 되었습니다. (\*SBS 뉴스, 유튜브 통해 '억대 연봉' 받는 일반인들, 2013. 10.)

**Q. 저도 1인 미디어를 시작하고 싶은데, 좋은 장비를 준비해야 하나요?**

좋은 장비를 준비할 필요는 없어요. 저는 간단한 장비를 사용해요. 장비를 자주 교체하지도 않고 심지어 조명을 사용하지도 않아요. 조명을 사용하지 않는다고 하면 다들 놀라시더라고요. 사실 스마트폰으로도 충분히 예쁜 영상을 찍을 수 있거든요. 모든 장비와 환경을 완벽히 구축하고 유튜브 방송을 시작하려 하기보단, 일단 해보면서 부족함을 느낄 때 구매하는 것이 더 좋다고 생각합니다.

**Q. 멘토님만의 콘텐츠 조회수를 올리는 전략이 있나요?**

저는 콘텐츠 조회수보다는 저 자신의 만족도를 더 중요시해요. 채널 운영에 있어 저만의 철학이 있죠. 저만의 포트폴리오를 만든다는 느낌으로 콘텐츠를 제작하고 있습니다. 예를 들어 장르마다 다른 전략으로 콘텐츠를 올리기도 해요. 평일에는 보기 좋은 영상을 올려요. 베이킹이나 디저트류를 만드는 영상이죠. 반면 주말에는 간단하고 쉽게 누구든지 따라할 수 있는 요리를 올려요. '어떤 콘텐츠를 어떻게 보여주세요?' 를 항상 고민하는 것도 크리에이터의 역할 중 하나랍니다. (출처 : 블로터, 크리에이터 탐구생활 ②, 2017.07. )

## 직업UP SNS로 새로운 진로를 찾게 된 사람들 김윤재 씨, SNS를 통해 애플 디자이너가 되다

디지털미디어디자인을 전공한 김윤재 씨는 졸업을 앞두고 자신이 디자인한 여행 관련 아이콘을 비헨스(Behance)라는 디자인 커뮤니티에 올렸다. 그의 아이콘 디자인은 세계적인 그래픽 디자이너이자 전 로드아일랜드디자인스쿨 총장인 존 마에다의 트위터를 통해 소개되었고, 그 후 애플과 에어비앤비(Airbnb) 등 해외 기업에서 그에게 러브콜을 보냈다. 현재 그는 애플에서 디자이너로 일하고 있다.



(이미지 출처: (좌)존 마에다의 트위터 화면, (우)김윤재 디자이너의 아이콘

[출처] 드림레터, 2018년 9월, 22호