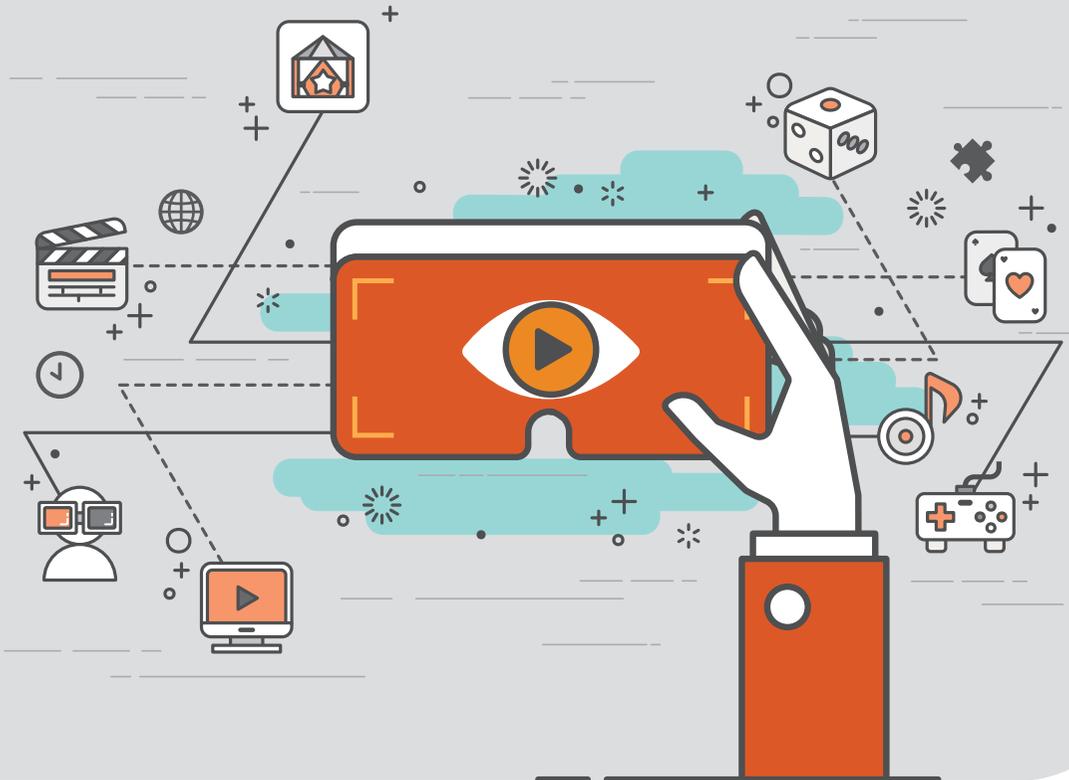


게임이용자보호와 자율규제

통권 제6호



/ Editor's Pick	5
/ 칼럼	7
· COVID-19 시대의 게임과 가족에 대한 단상	9
· 대한민국에서 청소년으로 게임하기	13
· 아이와 함께 게임하기	18
/ 논단	25
· '플랫폼 비즈니스' 관점에서 본 자율규제	27
· COVID-19 시대와 문화콘텐츠 거버넌스	33
· 자율규제의 실효성 - KISO의 자율규제를 통한 기업의 변화 및 지형 변화에 대한 실증적 관점 -	40
/ 2019년 하반기 모니터링 결과	47
/ 자율규제 변화 및 GSOK 연혁과 현황	63
/ 각 위원회 정기회의 주제 및 결과	67
· 자율규제평가위원회	69
· 청소년보호정책위원회	70
· 게임광고자율규제위원회	71
부록	
· 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령	75
· 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 시행세칙	80
· 확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙	85



김양은
편집위원장

COVID-19 대유행이 길어지면서 비대면 사회로의 전환에 대한 논의가 연일 이어지고 있다. 온라인클래스가 시작되면서 가정, 학교에서 어린이, 청소년의 스마트 기기 접속시간과 범위가 넓어지는 상황에 대한 부모세대들의 우려가 다시금 제기되고 있다. 하지만 다른 한편으로는 부모와 아이가 함께 할 수 있는 놀이의 하나로서 게임문화의 가능성에 대한 논의들도 있다.

그래서 이번 호의 칼럼에서는 ‘COVID-19시대의 게임’을 기획 테마로 삼았다. COVID-19 대유행 상황에서 부모와 자녀가 함께 게임하면서 경험하는 상황들을 담아보고자 했다. 또한 대한민국 청소년으로 게임하면서 부딪히는 제도적, 법적 장벽에 대해서도 함께 다뤄보고자 했다. 굳이 대유행 상황을 언급하지 않더라도, 대유행 이후 비대면성이 강화되는 사회를 맞이하게 될 때 여전히 게임은 인간이 대화하고, 만나는 중요한 수단이 되었으면 하는 바람이다.

이번 호의 논단은 ‘자율규제’에 대한 3가지 시선을 담고자 했다. 첫 번째는 플랫폼 비즈니스 관점에서 게임 자율규제를 담아보고자 했다. 두 번째로, 게임 자율규제와 관련한 거버넌스에 관한 내용을 담아보았고, 세 번째로는 ‘인터넷’과 관련한 자율규제를 통해서 기업과 인터넷 지형이 어떻게 변화했는가를 조망 해보고자 했다. 자율규제는 여전히 자율적인 생태계와 협치를 전제로 하고 있다. 이번 호에서는 자율규제를 보다 효율적으로 만들 수 있는 방안에 대한 다양한 시선과 이야기를 담아보고자 했다.

GSOK의 자율규제 정기보고서인 <게임이용자보호와 자율규제>에는 매호 자율규제 모니터링 결과가 실리고 있다. 자율규제는 단기간에 그 성과를 가져올 수는 없다. 매회마다 보고서에 담기는 모니터링 결과들이 쌓여서 자율규제를 위한 밑거름이 된다. 이번 호에서는 자율규제 모니터링 결과를 매호 정기적으로 담아주는 자율규제 모니터링 팀의 노고에 격려를 보낸다.

항상 좋은 의견과 꼼꼼한 검수와 편집과정을 함께 해주시는 편집 위원님들과 사무국, 그리고 좋은 글을 작성해주신 집필진들이 있기에 이번 호를 잘 마무리할 수 있었다. 다시 한번 모두에게 감사 인사를 드린다.

칼럼

- COVID-19 시대의 게임과 가족에 대한 단상
- 대한민국에서 청소년으로 게임하기
- 아이와 함께 게임하기



COVID-19 시대의 게임과 가족에 대한 단상



김상순
서울시립대학교 교수

1. COVID-19 그리고 게임

COVID-19는 우리 생활에 많은 불편한 변화를 가지고 왔다. 공공보건과 개인 건강을 위한 사회적 거리 두기는 우리 모두가 반드시 실천해야 하지만 우리는 사람의 온기를 이전처럼 느끼기 어려워진 새로운 삶의 방식에 어렵게 적응하고 있다. 소위 비대면으로 불리는 새로운 트렌드로 인해 사회 전반에 걸쳐 우리가 서로와 상호작용하는 근본적 원칙이 바뀌고 있고 이는 이전과는 다른 시각에서 사회현상을 바라보게 하는 기회이자 기존에 당연하게 받아들였던 것들을 어찌면 포기해야 할 위기가 되고 있다. 비디오게임에 대한 우리의 생각도 이번 기회에 변화를 겪게 될 것이 당연하다.

필자는 꽤 오랜 시간 다양한 종류의 게임을 해왔다. PC 게임, 콘솔 게임, 모바일 게임을 하면서 많은 밤을 새웠던 기억이 있다. 게임 할 시간에 다른 일을 했으면 인생이 바뀌지 않았겠냐는 이야기를 듣기도 했지만 나에게 게임은 즐거움이고 도전이고 현실에서는 할 수 없는 특이한 경험을 할 수 있는 최고의 놀이거리였다. 새로운 게임을 시작하는 설렘을 즐겼고 쉽지 않은 과정을 거쳐 엔딩크레딧을 볼 때의 뿌듯함도 많이 느꼈다. 그래서인지 아이들에게 게임을 일찍부터 알려주고 같이 플레이하곤 했다. 강산이 몇 번 바뀔 세월 동안 게임을 손에서 놓지 않은 덕분에 아이들에게 공들여 만든 좋은 게임을 추천할 수 있을 정도의 눈을 가지게 된 것과 게임 상황에서 어려운 문제에 부딪혔을 때 해결할 수 있는 노하우를 한두 개쯤을 알고 있게 된 것을 다행스럽게 생각한다. 다소의 어려움이

없었던 것은 아니나 COVID-19로 사회적 거리 두기가 한창인 이때 나는 게임을 통해 나의 삶에서 정말 중요한 것이 회복되는 경험을 하고 있다.

2. 게임에 대한 불편했던 대화(불편한 소통)

사실 게임은 이미 우리 일상의 일부가 된 지 꽤 오래이다. 대중교통을 이용할 때 상황이 허락한다면 모바일 게임을 하기보다는 책을 읽는 것이 더 바람직하다고 생각하지만 너무나 많은 사람들이 게임을 하고 있는 것을 보면 다소 안타까운 마음도 든다. 게임 관련해서 부정적인 뉴스를 접할 때마다 가슴이 답답하다. 그러나 내 아이가 잠을 자고 있을 줄 알았는데 이불을 뒤집어쓰고 몰래 게임을 하고 있는 모습을 봤을 때 화가 치밀어 올라 어찌할 바를 몰라 힘들어했던 때도 있다. 그리고 와이파이 기능도 없는 모양만 스마트폰인 전화기를 구매하기 위해 멀리 있는 매장을 찾기도 했다. 내가 그렇게 좋아하는 게임을 우리 아이들은 왜 이렇게 집착의 대상으로만 생각할까, 어떻게 하면 게임과 평화롭게 공존하는 우리 집을 만들 수 있을지 고민하기도 했다.

COVID-19로 많은 사람들의 생활에 변화가 생기면서 우리 아이들도 생활에 큰 변화를 겪게 되었다. 그중에서도 게임은 단연 최고의 골칫거리가 되어버렸다. 사회적 거리 두기로 인해 비대면으로 수업을 하고 학원을 가지 못하게 되고 친구들과도 놀 수 없게 되자 아이들은 대부분 시간을 게임을 하면서 보내게 되었다. 어른도 이렇게 답답한데 아이들은 얼마나 힘이 들까? 게임이라도 마음껏 하게 해주는 게 좋겠다고 생각하고 게임에 대해 상당히 부정적인 태도를 보이고 있는 아내를 설득했다. 게임을 하는 시간이 늘어나면 학업, 교우 관계, 생활 전반에 나쁜 영향을 미칠 수밖에 없다는 것을 알고 있지만 달리 방법이 없다고 생각했다.

상황을 이해하는 방식도 다양하겠지만 COVID-19 대유행 사태 하의 게임에 대해서는 유독 체념이라는 단어가 생각난다. 나의 주변에는 이미 게임에 대해서 포기 또는 체념을 통해 상황을 받아들인 부모들이 많다. 즉, COVID-19사태 이전에도 게임은 부모들에게 버거운 상대였던 것이다. 유독 필자만 그렇지 않았다고 한다면 아마 거짓말이거나 위선일 것이다. 한때는 아이들에게 할 수 있는 이야기가 “너무 많이 하지는 마라”, “잠은 자면서 해라” 정도였던 것 같다. 아이들에게 게임에 관해 이야기를 해주면 자기들에게 유리한 점만 기억하고 경계하거나 관리해야 할 것들에 대해서는 아예 기억하지도 않으려는 아이들을 볼 때 아내에게 미안하고 내가 그렇게 좋아하고 잘 안다고 생각했던 게임 앞에서 이렇게 무기력할 수가 있을까 하고 자괴감이 들었던 적도 있다.

3. 게임 경험의 공유에서 가족 간 소통으로

사회적 거리 두기 단계가 오르락내리락하는 와중에 아이들은 많은 시간을 게임을 하면서 보냈고 심기가 불편한 아내의 눈치를 보면서 귀가 후 나는 결코 편하지 않은 시간을 보내왔다. 그러던 차에 신기한 경험을 하게 되었다. “아빠, 길드 보상 좀 받아줘” 어느 직장에서 돌아온 나에게 딸아이가 한 말이다. ‘무슨 길드 보상? 내가 딸아리와 같은 게임 길드에 있었던가?’ 순간 딸아이가 하는 말을 이해하지 못하고 있는 나에게 딸아이는 이렇게 말했다. “예전에 아빠가 다운 받아 준 게임 있지? 내가 길드를 만들었거든? 길드원이 나랑 내 친구 두 명밖에 없어서 말이야. 아빠도 길드에 가입하고 길드 랭크업하게 보상 좀 받아주라.” ‘아, 우리 딸아이가 나한테 게임에 관해서 이야기하는구나!’ 어찌나 고맙던지. 그 이후 나는 하지 않고 있던 그 게임을 다시 다운받고 예전의 실력을 발휘하기 시작했다. “아빠, 진짜 잘한다! 나는 이 스테이지에서 자꾸 죽어” “그래? 거기서는 말이야...” 딸아리와 이렇다 할 대화의 공감대가 없었던 나로서는 참 소중한 시작이 아닐 수 없었다. 그 후 딸아리와 나는 내가 퇴근하면 길드 보상을 받았는지, 게임을 어디까지 진행했는지, 어떤 캐릭터를 키우고 있는지에 대해 거의 매일 이야기를 하게 되었다. 가족과 함께 플레이하는 이벤트에서는 딸아리와 나란히 앉아 게임을 하면서 서로를 칭찬하고 격려하면서 최고 기록 달성에 열을 올리기도 했다. 그렇게 몇 달이 지나고 이제는 딸아이가 수십 년 게임을 한 나를 능가하는 ‘고인 물’이 되었다. 지금은 게임 이외의 자기 관심사에 대해 이야기를 하게 되어 게임이라면 눈에 불을 켜고 반대하는 아내도 이런 우리의 모습을 보고 신기해하면서 게임에 대한 불편한 심기가 많이 누그러진 것 같다.

게임을 같이 하면서 딸과 친해진 나는 아들과도 게임을 통해 가까워질 방법을 찾기로 했다. 중학생인 아들은 이미 오랫동안 다양한 게임을 너무 많이 해서 아내의 걱정을 한 몸에 받고 있는 상황이었기 때문에 대유행 이전에도 아내와 나는 어떻게 하면 아들은 게임을 덜 하게 할까에 대해 심각한 대화를 많이 했었다. 문제는 아들은 이미 게임에 대해 나보다 더 많이 알고 있고 누적플레이 시간도 길어 적어도 게임에 대해 이야기하면 말이 너무 잘 통한다는 것이었다. 아내는 게임 말고 아이들 공부와 생활에 도움 되는 이야기를 하라는데 그게 생각처럼 쉽지 않았다. 그래서 딸아리와 경험을 살려 같이 할 수 있는 게임을 찾아봤는데 아들은 배틀로얄 방식의 슈팅 게임을 콘솔에서 하는 것을 좋아한다는 것을 알게 되었다. 그런데 나는 슈팅 게임만 하면 심한 멀미를 하기 때문에 아들의 취향을 알고도 쉽게 같이 해보자는 말을 할 수 없었다. 같이 할 수 있는 게임이 뭐가 있을까 고민 끝에 대전게임이 괜찮겠다고 생각하고 내가 아주 오래 플레이해왔던 대전게임을 사서 아들에게 새로운 게임의 세계를 알려주었다. 아들은 이미 게임에서 이길 수도 질 수도

있다는 것을 알고 있던 터라 나는 사정 안 봐주고 솜씨를 발휘했고 아들은 아버지의 수십 년 내공 앞에서 몇 달을 무력하게 보내게 되었다. 그럼에도 불구하고 아들은 내가 퇴근하면 거의 매일 “아빠 한 판 하자”고 하면서 지루한 수행을 계속했다. 같이 게임을 하면서 집에서 뭘 하면서 보내는지, 공부는 어떻게 하고 있는지, 엄마와 동생은 뭘 하고 지내는지 등을 자연스럽게 이야기할 수 있게 되었다. 이제는 게임이 아니어도 이야기할 주제가 꽤 다양해졌고 공부하다가 막히는 부분을 가지고 와서 질문도 하게 되었다. 이렇게 몇 달을 보내면서 언제부터인가 아들이 나를 이기는 때가 더 많아졌고 지금은 내가 어떤 꼼수를 써도 이길 수 없는 고수가 되었다.

COVID-19로 우리는 생활의 상당 부분에 원하지 않는 변화를 경험하고 있다. 게임을 더 많이 오래 할 수 있게 된 아이들과 많은 사람들이 모이는 PC방보다 차라리 집에서 게임을 하라고 PC를 사주는 부모들 사이의 긴장감이 쉽게 누그러지지는 않을 것이다. 그러나 나는 아이들과 게임을 같이 하면서 더 많은 대화를 나누고 서로에 대해 이해할 수 있는 기회를 가질 수 있는 가능성도 충분히 있음을 알 수 있었다. 길드의 랭크를 올리기 위해 나에게 말을 건 딸아이와 승부욕을 자극해서 몇 달을 나에게 지면서도 끝까지 기술을 연마한 아들을 나에게 이어준 것은 내가 좋아하는 게임이었다. 친해지려면 경험을 공유하는 것이 좋다는 어찌면 당연한 사실에서, 유례없는 대유행 상황에서 나는 아이들과 가까워질 수 있는 실마리를 찾을 수 있게 된 점을 감사하게 생각한다. 가족과 함께 플레이할 수 있는 게임이 많아져서 게임을 통해 대화와 이해의 기회를 가질 수 있기를 희망해 본다. 나는 이제 게임을 하지 않는 우리 가족의 마지막 멤버인 아내와 같이 플레이할 수 있는 게임을 찾아보려고 한다.

대한민국에서 청소년으로 게임하기



강지명
성균관대학교 인권센터 전문위원

1. 들어가며

학부모의 입장에서 ‘청소년으로 게임하기’라는 주제는 고민이 많아지는 화두이다. 청소년기는 급격한 신체 변화가 일어나고 자아 주체성을 확립해나가는 과정으로 부모들은 이 과정을 지지해주고 지원해주는 역할을 하게 된다. 부모들은 청소년이 신체적 성장 과정에서 스스로를 잘 돌볼 수 있게 돕고, 권리와 의무를 단계별로 가르치고, 청소년의 부모로부터의 심리적 독립을 경험하게 된다. 하지만 ‘청소년이 게임하기’에서 부모의 역할은 교과서적으로 움직이지 않는다. 우선, 시험 기간에 게임을 하는 청소년의 모습을 학부모의 입장에서 보면, 마음속에서 화가 치솟는다. 자녀의 입장에서도 ‘잠깐 게임도 못 하게 한다’는 원망의 마음이 일어난다. 자세히 살펴보면 게임 자체가 문제가 아니고, 자녀의 성적과 현실 도피의 문제일 수 있는데, 모두 그것을 인지할 마음의 여유가 없다. 자녀를 사랑하고 잘 돌보고 싶은 부모의 마음과 늘어난 학업량과 기대치, 그리고 내·외면의 정서적인 갈등이 버거운 청소년의 마음을 서로가 직면하여 잘 돌보지 못하는 것이다. 여기에 더해서 사회면을 장식하는 ‘중독, 자살, 도박’이라는 용어가 청소년 게임하기와 더해지면 학부모의 입장은 ‘게임은 완전하게 나쁜 것’이 된다.

2. 청소년 보호와 청소년의 게임 이용

게임물 그 자체가 문제는 아니더라도 청소년이 게임을 하는 과정에서 청소년에게 어떤 유해함이 발생할 수 있다면, 당연히 부모는 게임물 이용과정을 관리 감독·훈육해야 한다.

그리고 국가도 ‘게임하기’와 관련한 다양한 법 제도를 마련했다. 대표적인 것이 섯다운제, 게임물 사전등급심의제도가 있으며, 청소년 보호를 직접 목적으로 하는 것은 아니지만, 게임실명제나 대리게임형사처벌제도 등도 일부 기능을 하고 있다. 이러한 국가의 개입은 청소년에게 직접 작용한다기보다는 사업자 및 게임물제공업자에게 적용된다. 이는 술, 담배를 이용하는 청소년을 벌하기보다는 판매자를 처벌하는 것과 같은 청소년 보호 관점의 국가 개입방식이다.

셋다운제는 2011년 11월 20일부터 시행된 청소년보호법상의 제도로 청소년의 수면권 보장을 위해서 밤 12시부터 새벽 6시까지 청소년의 온라인 게임 접속을 제한하는 내용을 담고 있다. 이후, 청소년 직업의 선택 측면에서 국제대회에서 프로게이머의 심야시간 대회용 계정은 예외로 하고 있는 등 청소년을 보호하기 위해 개정도 이루어졌다. 이후 선택적 셋다운제도도 게임산업진흥에관한법률에 마련하였다. 청소년 본인이나 법정대리인이 요청하는 경우 게임물의 이용방법이나 이용시간 등을 제한할 수 있다. 그리고 게임물이 출시되기 전에 사전에 심의해서 연령별로 다양한 측면에서 등급심의를 하여 청소년이 이용 가능한 범위를 정하는 제도도 있다. 나이 제한은 전체이용가, 12세이상이용가, 15세이상이용가, 청소년이용불가로 나뉘며, PC/온라인/모바일/비디오 게임물을 대상으로 등급 구분을 하고 있다. 오락실의 아케이드 게임물은 전체이용가와 청소년이용불가로만 나뉜다. 선정성, 폭력성, 언어의 부적절성, 약물 및 범죄, 사행성의 5가지로 구분하여 종합적으로 등급이 분류된다.

그러나 보호자의 입장에서 보면 청소년들이 새벽도 게임을 하고, 달팽이 사다리 게임과 같은 도박을 하고, 성인물같이 선정적인 장면도 보고, 아이템으로 용돈도 다 쓰고, 부모 돈도 가져다가 쓰는데, ‘도대체, 어째서, 만들어져 있다는 청소년보호 제도는 작동하지 않는지’ 궁금해진다.

우선, 답을 하자면, 위와 같은 경우는 청소년이 합법적인 게임의 세상에서 청소년 명의로, 청소년이 이용 가능한 범위의 게임을 이용하고 있는 상황이 아니기 때문이다. 청소년이용가능 게임물을 청소년명의로 이용하고 있으면, 특별히 요청하지 않는 이상, 자정에서 다음 날 새벽 6시까지 이용이 제한된다. 다시 말해서, 온라인상에서 청소년이면 당연하게 보호를 받지만, 온라인상에서 성인이면 청소년 보호를 위한 법 제도들은 무용지물이 된다.

3. 청소년 명의로 온라인 게임물 이용하기

요즘은 사물인터넷시대(IoT)라서 냉장고로도 인터넷에 접속할 수 있지만, 청소년들이 주로 온라인게임 세상으로 들어가는 기기는 컴퓨터(PC)와 스마트폰 등이다. 접속해 들어간 온라인 세상에서 자신의 정체성을 나타내는 것은 계정(아이디, ID)이며, 이 계정이 청소년인가, 성인인가가 청소년보호제도의 적용대상 여부의 판단기준이 된다. 그러므로 부모들은 자신의 자녀가 자녀명의로 게임을 해야 관련된 제도를 통해서 자녀가 보호를 받을 수 있다는 것을 알고 있어야 하며, 이용과정에서 자녀가 자신의 계정을 사용하도록 살펴야 한다.

일반적으로 게임 계정을 만들 때 실명확인 과정에서 미성년자 여부를 파악해주기 때문에 18세 이하 이용불가 게임물은 ‘게임회사에서 알아서 우리 아이를 받지 않겠지’라고 생각하고 대부분 부모들은 안심한다. 하지만 모바일 게임의 경우, 모바일 스토어에서 게임 앱을 다운받을 때는 휴대폰 계정이 이용된다. 모바일스토어에서는 게임 앱별로 각각의 게임회사에서 연령을 고지받아서 다운 여부를 결정하기 위한 연령을 살피는 것이 아니라, 애플이나 구글 등의 모바일 스토어에 연결된 계정을 통해서 인증한다. 이미 설정된 휴대폰의 계정을 사용하기 때문에 자녀가 부모의 계정이 설정되어 있는 휴대폰을 사용한다면, 모바일 스토어에서 인식하는 휴대폰 이용자는 자녀가 아니라 부모이다.

부모명의로 휴대폰을 개설해주고, 모바일 스토어에서의 계정도 부모의 것이라면, 휴대폰 속 모바일 세상에서의 정체성은 자녀가 아니기 때문에, 청소년보호관련 제도는 적용될 수 없다. 그래서 자녀의 휴대폰의 명의를 자녀의 것으로, 계정도 자녀의 것으로 등록하는 것이 매우 중요하다. 계정뿐만 아니라 만14세 미만의 경우, 여러 사이트 가입과정에서 법정대리인의 동의가 필요하다는 것을 자녀가 스스로 보호자에게 밝히고 가입 절차를 따를 수 있도록 부모는 도와줘야 한다. 번거롭다고 만14세 미만이면서 만14세 이상에 체크를 하거나 보호자의 계정으로 가입하게 된다면, 자녀는 온라인 세상에서 연령에 맞게 구비된 제도의 보호를 받을 수 없다.

한편 이번 COVID-19로 인해서 온라인 학습을 위한 여러 가지 도구들이 필요하게 되었고, 급작스러운 온라인 학습으로 인해 연령별 지원 및 연계체계가 마련되지 않았다. 그래서 키즈 유튜브만으로는 온라인 학습이 불가능하여 어쩔 수 없이 부모의 계정을 연결해 주거나 연령을 상향하여 온라인 세상의 허구의 자녀를 만들어 주는 등, 불가피한 경우가 발생했다. 각 가정에서는 자녀들이 가지고 있는 휴대폰 속의 각종 권한자가 부모로

설정되어 있는지를 잘 확인하고 관리 감독 및 훈육해야 한다. 이런 측면은 휴대폰으로 결제를 하는 과정에서도 나타난다.

4. 청소년이 게임하며 결제하기

만14세 미만자이면 법정대리인의 동의를 받는 등, 청소년이 본인 명의로 게임이용 과정에서 이용료 및 아이템을 구매하는 경우가 발생한다. 청소년기의 금융 활동도 법적으로 여러 가지 보호를 받고 있는데, 이 부분도 만14세, 만19세 미만을 기준으로 조금 다르다. 만14세의 금융 활동은 개인정보보호로 인해서 법정대리인의 동의가 필요하다. 하지만 보호자들이 일일이 매번 동의해주시는 번거롭기 때문에, 동의 기간을 설정해서 한꺼번에 법정대리인의 동의를 받아 두기도 한다. 만14세 미만자의 경우 법정대리인이 동의하더라도 금액은 월 5만 원으로 제한된다. 만12세의 경우, 체크카드가 발급되기는 하지만, 이것은 사용처가 교통카드로 한정되어있는 등 청소년의 금융 활동은 제도적으로 막혀있다. 그래서 만14세 미만의 자녀가 본인 명의의 계정을 가지고 게임을 한다면 결제 관련해서는 부모의 동의가 필요하고, 동의하더라도 월 5만 원으로 PC온라인게임 청소년 결제 한도는 월 7만 원으로 제한된다.

만14세 이상이라 하더라도 미성년자의 경우에는 법정대리인의 동의를 받지 않은 결제에 대해서는 취소할 수 있는데, 결제가 진행된 휴대폰 또는 신용카드 등 결제수단의 명의를 중요하다. 백화점에 아이가 와서 돈을 내고 물건을 샀다면, 상식적으로 부모가 다시 와서 물건을 돌려주며 거래를 취소할 수 있다. 그런데, 부모가 와서 돈을 내고 물건을 가져간 경우라면 아이가 구매한 경우와 같이 취소할 수 없다는 것은 모두가 알고 있는 상식이다.

상식적으로 볼 때 온라인 게임세상에서도, 자녀명의로 게임 계정으로 자녀명의로 결제가 이루어진다면 위 백화점 거래와 같이 보호를 받을 수 있다. 물론 성인이 물건을 사서 사용하고 때를 쓴다면, 물건을 만든 회사가 아니라 구매한 백화점에서 한 번 정도는 원칙에 어긋나지만 고객 서비스 측면에서 환불이나 교환해주기도 하듯이, 구글에서 정책적으로 계정 삭제를 조건으로 환불해주기도 한다. 그러나 이것은 원칙이 아니므로, 부모는 자녀에게 원칙이 무엇인지 현실적으로 예외가 왜 존재하는지 알려주어야 한다.

청소년도 금융회사의 계좌를 개설할 수 있고 본인의 용돈의 범위 내에서 결제할 수 있다. 그리고 자동결제 같은 경우에는 추심권한 위임의 측면에서 법정대리인의 동의가 필요하기 때문에 부모가 알 수 있다.

문제는 자녀가 ‘법정대리인의 동의’를 본인이 처리하는 경우이다. 부모의 동의를 자녀가 임의로 처리하는 경우는 법 제도적으로 청소년보호를 받기 힘들다. 또한, 자녀는 경우에 따라서 형사책임을 져야 할 수도 있다. 법정대리인의 동의를 임의로 처리하는 과정에서 타인의 주민등록번호를 도용하거나, 주민등록증을 복사해서 사용하면 형사처벌을 받게 된다. 이는 게임 계정을 만드는 과정에서도 나타날 수 있는데, 타인의 주민등록번호로 청소년 이용불가 게임물에 가입하여 게임을 진행하는 경우에도 마찬가지로 형사처벌을 받게 된다.

5. 나가며

청소년으로 게임하기가 청소년명으로 이루어진다면 여러 가지 청소년 보호장치의 작동과 가정의 관심을 통해서라도 서두에서 제기한 문제가 각종 미디어의 사회면을 오르내리는 일을 방지할 수 있다.

그러나 현실적으로는 법정대리인의 동의가 부모의 휴대폰 본인 인증을 통해서 손쉽게 이루어지기 때문에, 자녀에게 부모의 명의도용에 대해서는 명확하게 교육을 해야 한다. 부모의 지문과 얼굴 인식, 인증문자를 이용한 본인 인증이나 부모의 주민등록번호를 부모의 허락없이 직접 사용하는 행위가 불법이라는 것은 어릴 때부터 교육되어야 한다. 부모는 자녀에게 명의를 대여하지 않는다는 원칙을 지켜야 한다. 부모는 자녀에게 부모명의의 휴대폰 계정을 허용하는 것이 자녀가 부모의 권한을 가지고 온라인 세상살이를 하도록 허락한 결과에 대한 책임이 발생할 수 있다는 것을 기억해야 한다. 필요한 경우라도 자녀들에게 신용카드 등의 여러 결제를 대리하게 하는 것이 자녀들에게 명의도용이나 대리결제가 무감각한 일상이 되도록 만들 수 있다는 측면을 늘 염두에 두어야 한다.

안타깝게도, 현실적으로 COVID-19로 인한 온라인 학습이 부모명의 계정으로 앱 다운이나 결제를 할 수밖에 없는 상황을 만들고 있다. 하지만 부모명의 대여에 대한 일차적 책임은 우리, 부모들에게 있다. 자녀들이 온라인 세상에서 부모의 권한을 행사하지 않도록, 자녀에 대한 관심과 사랑이 가장 필요한 시점이다.

아이와 함께 게임하기



이정화

비폭력문화학부모연대 공동대표/서대문학부모네트워크 대표

1. COVID-19, 그리고 우리

COVID-19로 가정에서 아이들이 보내는 시간이 많아져 많은 부모님들이 영어 수업을 직접 재미있게 만들어 함께 하기도 하고 색종이 접기도 하고 만들기를 하기도 하고 과학놀이를 하기도 하며 많은 노력을 하시는 모습들을 봤다.

운동도 같이하고 그림도 그리고 노래도 부르며... 학교에서 할 것들이 가정으로 많이 분담되어야 하는 시기가 왔다 싶었다.

가정으로 나누어진 역할들이 무겁지만은 않도록 다양한 방향성이 제안되고 마을이 아이를 함께 키운다는 언젠가부터 귀에 익숙히 들리던 슬로진에서 나아가 이젠 가족 구성원 모두와 더불어 지역사회도 그 중요한 역할을 하겠지만 그와 더불어 다양한 매체의 긍정적 활용도 그 중요성이 더해지는 것 같기도 한순간들이 많다.

나와 아이도 그러한 시기에 부응하고자 발맞추어 가면서도 '아이와 나 모두에게 유익하면서 즐겁고 기쁠 수 있는 게 뭘까'라는 고민과 생각이 자주 드는 것이 사실이다.

현재도 그러하지만, 앞으로는 더더욱 미디어와 친해질 것이고 4차 산업혁명 변화의 중심에 서게 될 아이들에게 그 시기를 막아서거나 금지하는 것이 아닌 함께 받아들이고 자율적으로 스스로의 감정과 시간 등을 조절하는 능력을 키우도록 질문해주고 격려해주면서 책임지는 방법을 알게 해주는 시간을 가지는 것이 무엇보다 중요하다고들

한다.

그러한 시간을 ‘아이가 그토록 좋아하는 게임을 비롯해 앞으로 익숙해져 갈 여러 다양한 매체들을 통해 가져보는 것도 다른 많은 부모님들의 현명한 방법들과 더불어 나에게도 가족에게도 도움이 되는 방법이 되지 않을까?’라는 기대 섞인 질문을 해 본다.

2. 아이와 함께하는 시간에 대한 기대

요즘 아이는 zoom¹⁾의 즐거움에 빠져 어른들이 회의를 하거나 강의를 듣는 그 도구로 아이는 친구들과 대화도 하고 책 읽고 활동해주시는 선생님과 더불어 활동을 같이하는 그룹의 아이들도 익숙하게 만난다.

아직 아이의 학교는 인사 정도로 zoom을 사용하지만 다른 곳들은 수업도 한다고 하니 그제 뭘지도 몰랐던 생소했던 프로그램이 일상에 들어와 습관처럼 돼 가는 것 같아 빠른 변화에 설렘도 두려움도 같이 다가오는 것 같다.

아이와 같이 새로운 변화에 적응해가면서 게임은 좋다 나쁘다 등의 소규모로 내리던 정의는 사라지고 함께 무언가를 겪고 선별하고 선택하는 과정에서 거대한 미래를 힘 모아 맞이하는 동맹 관계로 끈끈해지는 것 같아 두려움보다는 설렘이 더 큰가 싶다.

COVID-19로 게임이나 여러 매체를 이용해 다양한 방법으로 같이하는 시간이 늘면서 아이와 같은 관심사를 나누고 함께 즐거움을 나누는 것을 통해 아이 마음의 회복 탄력성이나 나의 그것, 그리고 강요하거나 금지로는 안 되는 책임지고 조절하는 능력을 가지는 것 등의 긍정적 방향성도 알아가게 되었고, 함께 할 수 있는 비대면 방법 등을 더 활용하는 다양한 방향성을 나눌 수 있는 점 또한 감사하고 있다. (게임을 하면서 아이도 나도 컴퓨터나 태블릿 등을 활용하는 능력이 향상되는 건 인정하지 않을 수 없는 사실이었다.)

COVID-19로 불편함을 말하기보다 화상이나 게임 속 소통을 통해 자유롭게 다양한 분야의 선생님, 다양한 곳에 있는 친구들과 시간을 보내며 또 다른 즐거움으로 시간을 멋지게 보내는 아이를 보며 앞으로 다가올 미래에 대한 기대감이 긍정으로 많은 부분 채워지는 걸 보게 된다.

1) 클라우드 기반의 화상회의 플랫폼

아이 마음에 나와 함께한 즐거운 시간이 깊이 박혀서 앞으로 펼쳐질 어려움에도 그 기억에 기대어 툭툭 털고 일어설 힘이 생긴다는 기대를 안은 부푼 꿈을 꾸어도 본다.

또한, 앞으로도 그런 기대 안에 아이와 웃으며 아이가 좋아하는 게임 속에 들어가 함께 손잡고 즐거운 시간을 매일 보내게 될 것 같아 마음이 벅차기도 한 오늘이다.

3. 아이의 관심사 공유하기

우리 집 막내이자 늦둥이 초1 아들에게 같이 즐거운 걸 공유하고픈 마음에 나는 여러 가지 답을 기대하며, “니가 원하는 놀이나 게임이 있어? 엄마랑 아빠도 같이할 수 있는?”라고 물어본 적이 있다. 아이는 1초의 망설임도 없이 “엄마 아빠랑 같이하는 게임은 나쁜 게임이 많아” “혼자 하는 게임이 좋은 게 더 많아”... 난 아이의 전혀 다른 답에궁금증이 폭발했다. “나쁜 게임은 뭔데?”, “좋은 게임은 뭐야?” 궁금증인지 우려인지 모르는 질문들에 아이는 오히려 차분히 대답한다. “좋은 게임은 악당을 물리치는 거야.” 나쁜 게임이 뭔지 묻기를 주저하는 내게 아이가 말한다. “나쁜 게임은 형들이나 어른들이 하는 거고 막 동물도 사람도 죽이고 좀비가 나타나고 아무것도 안 했는데 혼내고 때리는 거야, 알겠어?” “그럼, 니가 좋아하는 게임, 하고 싶은 게임은 뭐야?” 역시 1초의 고민도 생각도 없이 아이는 답한다. “다. 재밌는 게임 다야.” 아이의 답 뒤로 그 게임은 나쁜 거니? 좋은 거니? 묻고 싶었지만, 그저 게임하는 모습을 보며 지금은 아니구나... 안도하며 “그랬구나, 재밌는 게임이 좋구나.” 라고 같이 멋쩍게 웃었다.

이런 질문과 대답 속에 아이가 세상을 더 확실히 아는 건가 싶은 신기함과 더불어 무언가 모르는 묵직한 숙제가 생긴 기분 속에 그 고사리 같은 손가락으로 움직여지는 게임 안 스토리를 묵묵히 참관(?)했던 그 날의 시간이 유독 잊혀지질 않는다.

아이의 전혀 기대치 못한 대답에 같이 뭘 할지 이야기 나누려던 시도들은 “그럼 재미있는 것 중에서 어느 걸 같이 하면 좋을까?”라고 묻는걸로 묻혔던 것 같다.

4. 관심사에 대한 소통

이후 숙제를 하는 마음으로 그때 상황의 시작과 우리가 나누는 생각들에 웃지 않을 수 없었다.

사실 아이에게 “우리 같이 게임할까?”라며 가져간 나와 아이 아빠의 손엔 부루마블과 방탈출 보드게임 등이 있었다.

아이가 생각하는 게임은 온라인의 그토록 많은 게임들이었던 것임을 몰랐던 것도 아닌데 왜 그리 멋쩍던지. ‘우리가 원하던 건 아무래도 온라인은 아니었나 보다’, ‘아이 눈높이로 봐야지’ 등 반성과 계획과 약속이 나열되었다.

아이가 좋아하는 것이 무엇인지, 관심 있어 하는 건 무엇인지, 무엇을 함께하는 것이 어려운 COVID-19시기에 정상적인 생활을 못 하는 아이에게 그리고 그를 함께하는 가족에게 같은 양의 즐거움과 보람을 줄 수 있을까?

뭐가 필요했던 걸까?

“엄마, 이걸 이걸 누르고 이걸로 가야 해. 이걸 먹으면 이렇게 되고...” 어찌나 게임 설명을 잘 해주는지 듣다 보면 재미도 있고 하고도 싶고, 그렇게 같이하다 보니 아이도 목소리 톤이 높아지고 어느샌가 그 표정과 목소리에 웃고 있는 나를 본다. ‘왜 하지 말라고 했을까? 나쁜 게임이라는 단어가 주는 의미가 두려웠나?’ 난 이러한 질문을 잠시 뒤로 미루기로 했다.

시간만 잘 정해서 하고 자기조절만 가능하다면 이만큼 아이를 신나게 하는 요즘 놀이쯤이야 얼마든 괜찮다 싶었나 보다. “그렇게 신나?” 나도 모르게 긴장도 했다가 성취감도 느꼈다가 하며 집중하다 보니 어느새 레벨 하나가 마무리 지어지고 ‘시간이 이렇게 빨리 가다니...’ 흠칫 놀라며 아이에게 물었다. “어. 신나.” “그래? 엄마랑 하나까 어때?” “어, 더 신나(엄마를 슬쩍 본다.)?” “엄마도 신나. 니가 신나서 더 신나네. 엄마도 같이 해보니 같이 하는 게임인데도 나쁘지 않은 것 같아서 좋기도 해. 중간에 엄마 캐릭터가 위험할 땐 심장이 두근거리긴 하는 데 성공하니까 기분이 엄청나게 좋아지고 그러더라. 넌 어땠어?.” “응, 엄마도 그래? 나도 그랬어(갈갈거리는 아이). 저녁에 아빠가 ○○○게임 레벨 3까지 같이 가자고 했어. 그것도 좋은 게임이야. 그래서 나 책 다 읽고

일기 쓰고 준비하고 있어야 해(아빠와의 약속). 신나겠지?” ‘같이해서 좋다는 걸까?’, ‘게임을 하는 게 좋다는 걸까?’ 생각은 갈래지어지지만 그래도 무언가 아이가 즐거워하는 걸 같이 하고 공유하니 안심도 되는 것 같고 우리 둘 사이에 끈끈한 무언가가 생겨 우리를 더 가깝게 하는 것도 같았다.

아이 스스로 “이제 그만하고 내일 같이 할 시간을 정하자”고 하는 모습에 대해 무엇이 어찌 된 건지 싶기도 했다. 뭐가 필요했던 걸까….

5. 함께 한다는 것

주말엔 플레이스테이션같이 운동이나 여럿이 함께도 가능한 게임으로 가족이 흥미진진한 시간도 보내곤 하지만 아무래도 손에 잡히기 쉬운 핸드폰이나 태블릿을 이용해서 게임을 하거나 게임을 직접 하는 모습을 보여주거나 설명하는 크리에이터의 영상을 자주 보는 것 같다.

자동차경주 게임 같은 경우엔 집중해서 빠르게 손도 움직이고 “아빠, 지금 00이지? 나 00에 있는데 00을 가져가야 점수가 높아 등” 필요한 말도 하고 하느라 게임 속 채팅창 대화 같은 건 없지만 어느 게임은 대화를 하기도 하고 게임 하는 모습을 설명이나 재미있게 이야기해주는 크리에이터들의 영상 속에서 듣기 불편한 단어들이 게임을 하면서 생기는 우려보다 더 걱정되는 것 같다는 생각을 여러 번 하게 되었고, 지난번 “같이하는 게임은 나쁜 거다.”라는 말도 꼬리에 꼬리를 무는 상황에서 이젠 직접 사진을 찍어 장면을 설명하듯 내 생각은 빼고 상황 그대로 물어보기로 했다.

사실 게임이 재미있어서 좋지만 잘못된 것도 없는데 때리고 죽이는 건 나쁘다는 아이 말에 동감하고 그에 더해서 우린 그 안에서(게임과 게임 관련 영상들) 사용되는 언어들이 나쁨을 더 강조한다는 생각을 하기에 더더욱 사실 그대로의 질문을 하고자 했다.

아이는 “그 말은 직접 뭘 살 때랑 00할 때 쓴다, 다른 아이들도 하지만 난 안 해서 잘 안 쓴다. 게임 영상 누구 형은 좋은 형인데 그 형은 안 쓴다. 나도 안 좋은 줄 안다, 하지만 알고는 있어야 한다.” 등 긴말로 자신의 입장을 설명했고 게임들과 게임 설명 영상 등에서 나오는 많은 단어와 용어들에 대해 구분을 할 수 있다는 자신감도 살짝 보였다.

친구들이 하는 말을 듣고 그 말이 그다지 안 좋게 들리는 걸 깨닫게 되기도 하고 자주 들으니 왠지 불편함도 느껴져 안 쓴다고도 한다. 그 말을 듣고 있는 아이의 표정을 보니 알쏭달쏭했다. “넌 그런 말을 들으면 느낌이 어때?” “응 들으면 안 좋기도 해. 그래서 난 잘 안 써, 그런 말.” 아이는 나에게 그다음 질문을 하는 수고를 덜어준다. “그럼 넌 어떻게 하면 좋겠니?”라는 질문은 그저 마음에 머문다. 아이와 무언가 같은 걸 공유하고 함께 한다는 것, 아이도 나도 알아가고 이해하면서 성장하는 밑거름 같다 여겨졌다.

6. 스스로 회복하는 아이, 그리고 어른

우리는 아이들에게 좋아하는 것을 하면서 스트레스를 풀어라, 힘든 걸 좋아하는 일에 풀고 나면 나아질 거라고 한다.

아이에게 게임을 통해 스트레스를 풀라고 하는 것도 좋지만 같이 나누면서 게임이라는 즐거움을 주는 도구를 통해 아이와 같은 공간과 시간, 재미를 공유하면서 질문하고 답하는 과정에서 스스로 답을 찾아가는 과정을 선물하는 것도 하나의 방법 같다.

그러는 과정에서 생각해보면 세상엔 아이 말대로 나쁜 것과 좋은 것이 정말 많다.

아이들이 말하고 생각하는 어른의(청소년) 게임들도 보면 정말 놀랍도록 정교하고 훌륭하다. 그래서 더 집중하게 되고 현실로 돌아오는 데 시간이 걸리는 것 같고 더 자극적이며 잔인하여 나쁘다는 말이 덧붙여지는 것 같다. 그런 게임에서 자기조절능력이 성장하는 시기의 청소년들은 더더욱 현실로 돌아오기 어렵다는 것, 그리고 채팅 상의 익숙한 대화들이 모두 욕이고 싸움 같은데 현실에서도 자연스럽게 사용하게 된다는 점이 어른(청소년)들이 하는 게임의 어두운 면모 같아서 “나쁘다”라는 말로 우려를 표하게 된다. 그러한 걱정들에 대해 아이는 좋은 것과 나쁜 것이 무엇이다. 라는 표현을 한다. 그것이 우리의 함께한 시간에 대한 수확 같아서 그런 걱정할 시간에 아이가 좋아하는 게임 속에 나도 한 역할을 하면서 아이와 이야기도 나누고 같이 웃고, 걱정되는 건 묻고 답하며 아이도 나도 스스로 어려움에서 회복하는 마음의 힘을 키워가는 것이 더 바람직하지 않을까 하는 생각을 해 본다.



Game User Care & Self-Regulation
Volume 6

논 단

- ‘플랫폼 비즈니스’ 관점에서 본 자율규제
- COVID-19 시대와 문화콘텐츠 거버넌스
- 자율규제의 실효성
 - KISO의 자율규제를 통한 기업의 변화 및 지형 변화에 대한 실증적 관점-



‘플랫폼 비즈니스’ 관점에서 본 자율규제



김태경
광운대학교 경영학부, 부교수

1. 서론

PC 게임, 콘솔 게임, 그리고 모바일 게임 등, 게임의 플랫폼은 다양하다. 이 가운데 모바일 플랫폼은 규모나 내용면에서 세계적으로 가장 크고 영향력이 있다. 이미 2018년에 모바일 게임 플랫폼은 약 639억 달러의 시장을 형성하였다¹⁾. 그 다음인 콘솔 게임 플랫폼이 490억 달러인 점을 고려할 때 게임에 있어, 애플의 앱 스토어(App Store), 구글의 구글 플레이(Google Play)와 같은 모바일 플랫폼은 지배적인 위치에 있다고 봐야 한다.

게임 장르는 모바일 플랫폼의 앱 생태계 유지에도 중요한 역할을 담당하고 있다. 구글 플레이의 경우만 보아도 게임 장르가 전체 앱 판매 수익의 90%를 차지한다²⁾. 모바일 인터넷과 스마트폰이 보급된 지금, 가장 중요한 게임 플랫폼은 모바일이며 앱스토어, 구글 플레이는 게임의 판매에 있어 절대적 위치를 차지하고 있다고 해도 지나치지 않다.

게임 관련 규제가 여러 개 시행되고 있고 사회적 우려와 논의도 활발한 한국의 실정을 생각하면 모바일 게임 플랫폼의 책임과 역할이 과연 무엇인가를 고민하게 된다. 게임 개발은 개발사의 몫이지만 이를 배포하고 결제를 통해 수익을 획득하는 일은 모바일 플랫폼을 거치지 않고는 불가능하다. 특히 배포될 앱에 관한 심사를 실시하고 있으며

1) 한국콘텐츠진흥원. (2019). 2019년 대한민국 게임백서.

2) Hindy, J. (2017). 2016 Recap: 90% of Google Play's Revenue Came from Games. Android Authority.

앱에 관련된 각종 정보를 게임 사용자가 참고할 수 있는 채널 역시 모바일 플랫폼이 제공하는 것이 바람직하다는 점에서 플랫폼 비즈니스 수행자와 지금까지 우리 사회가 논의한 게임의 자율규제를 나란히 놓고 볼 필요가 있다. 유료 게임의 경우 플랫폼 사업자가 함께 수익을 나눠 가지는 구조이므로 게임의 사행성 논란이나 청소년의 과도한 결제로 인한 문제에서 플랫폼 사업자의 책임도 있음을 부인하기는 어려울 것이다.

지금까지 한국 사회에서 확률형 아이템의 규제 문제를 논의하면서 플랫폼 사업자의 역할이나 이들이 자율규제에서 차지하는 역할에 관한 언급은 찾아보기 어려웠다. 예를 들어 최성락(2019)은 자율규제의 무용론까지 제기하며 확률형 아이템의 규제에 있어 보다 더 강력한 정부 규제가 필요하다고 주장한다. 자율규제를 유지할 것인가에 관한 논의는 게임사와 정부, 양자에 집중되어 있음을 남기연 & 박예진(2018)이나 배관표&정준화(2019)에서도 확인할 수 있다. 게임의 유통과 수익 확보에 실질적 문지기 역할을 하는 플랫폼 사업자의 역할에 관한 논의는 사실상 무시되어온 것이다. 일차적으로 모바일 플랫폼의 유통과 관련 정보 채널의 핵심이 되는 모바일 플랫폼은 각종 인증이나 아이템 확률정보 공시 그리고 수익성과 정책의 바람직함을 증재할 수 있는 위치에 있다. 따라서 자율규제의 무용론을 말하기에 앞서 자율규제의 실효성을 높이기 위한 이들 플랫폼 사업자들의 역할을 다시 생각해볼 필요가 있다.

2. 앱 플랫폼 비즈니스와 게임사의 공생

한국의 게임은 이미 글로벌 경쟁을 피해갈 수 없다. 모바일 게임 유통에서 중요한 위치를 차지하는 앱스토어 혹은 플레이 스토어에 올라오는 게임은 다수가 다국어 기능을 갖추고 여러 나라를 대상으로 비즈니스를 수행한다. 무엇보다 배포에 따른 비용 부담이 적고 현지화를 위한 별도의 노력이 다른 플랫폼보다 더 적게 든다. 모바일 앱 유통 플랫폼을 통해 게임사들은 유통 및 배급 관리에 효율성을 추구할 수 있고 게임을 즐기려는 사람들도 손쉽게 많은 게임들을 비교하여 자기가 원하는 상품을 선택할 수 있다.

경제적 측면에서 보면 게임과 같은 응용 소프트웨어가 개발 및 유통 플랫폼에 의존하는 주된 이유는 비용 편익 때문이다. 확립된 개발 플랫폼을 선택하면 개발에 드는 비용을 줄이고 이미 개척된 시장에 편입되기 쉽고 자원과 역량을 차별화 우위를 갖추는 데 집중할 수 있다(Evans et al., 2008). 전통적 생산 기업은 다양한 세분 시장을 공략하면서도 비용 측면의 효율성을 달성하기 위해 플랫폼을 활용했다. 게임 개발사 역시 플랫폼을 근간으로 개발에 드는 시간과 비용을 아끼며 상품이나 서비스의 기능 신뢰성을

높이기를 기대한다(Lee et al., 2006). 플랫폼 없이 처음부터 모든 것을 개발하려면 상당한 노력이 들고 시의적절한 시장 진출이 어려워질 수도 있는 등, 사업상 위험이 높아진다(Economides & Katsamakos, 2006). 모바일 플랫폼은 중소형 게임 개발사가 시장에 진출하여 고객의 선택을 받아볼 수 있도록 하는 기회의 장을 넓힌다는 점에서도 긍정적이다(Bavota et al., 2014).

보다 많은 고객들이 선택한 모바일 운영체제를 바탕으로 개발을 진행하거나 더 많은 고객이 선호하는 디자인 요소를 채택하고, 보다 더 전형적인 게임 진행 방법 등을 참고하는 일은 플랫폼의 선택과도 관련된다(Hu et al., 2012). 플랫폼이 제공하는 분석 도구를 활용하거나, 고객의 평가 데이터, 또한 다른 경쟁사의 게임을 손쉽게 확인하고 특징을 분석할 수 있으며 이들의 성과 역시 객관적으로 알 수 있으므로 성공적인 게임의 전형을 배울 수 있는 것도 플랫폼 선택의 부가적인 혜택이다. 무엇보다 경쟁이 격화된 상황에서는 소프트웨어 기업이 플랫폼 채택을 통해 생존력을 높이고 자원과 역량을 세분 시장에 집중함으로써 차별화 전략을 실행할 수 있다(Ghose et al., 2013). 즉, 자사의 게임이 어떻게 경쟁사와 다른가를 사용자의 리뷰, 다운로드 숫자, 그리고 플랫폼 사업자가 선정한 여러 순위 기준에 따라 선택적으로 보여줄 수 있는 기회가 플랫폼 기반의 시장에 존재한다.

3. 플랫폼 사업자와 확률형 아이템 자율규제

앱 플랫폼 사업자는 개발에 필요한 도구를 제공하는 한편 자신들이 정한 기준에 따라 앱 마켓에 유통되는 상품의 품질이 유지되도록 노력한다. 모든 앱들을 그냥 등록시키는 것이 아니라 일정한 기준을 통과한 것만 선별한다. 구글은 정책 센터(Policy Center)를 통해, 확률형 가상 아이템을 제공할 메커니즘을 갖춘 앱들은 반드시 구매 이전에 아이템(즉, 루트 박스) 획득의 확률을 명백히 공개해야 한다³⁾는 원칙을 세웠다. 애플 역시 비슷한 원칙을 개발자 센터를 통해 공지한다⁴⁾. 앱스토어의 앱 심사 조건으로 이러한 원칙을 고수함으로써 최소한의 책임 있는 자세를 보이려는 노력으로 받아들여진다. 또한, 이러한 원칙들은 2018년 이후 명시적으로 언급되고 있으며 최근 캘리포니아에서 제기된 집단소송의 사례와 같이 앱 플랫폼 사업자 역시 확률형 아이템으로 인한 책임에서

3) "Apps offering mechanisms to receive randomized virtual items from a purchase (i.e. "loot boxes") must clearly disclose the odds of receiving those items in advance of purchase" Google Play Policy Center.

4) "Apps offering "loot boxes" or other mechanisms that provide randomized virtual items for purchase must disclose the odds of receiving each type of item to customers prior to purchase."

자유로울 수 없다는 판단에 기초하는 듯 보인다⁵⁾.

모바일 플랫폼 사업자의 자율규제 노력이 본격화되기 전에 이미 한국에서는 자율규제 노력에 관한 사회적 논의가 지속되었다. 2015년 한국게임산업협회는 자율규제를 전면실시하였고 2017년에 와서 '자율규제 평가위원회'를 구성하기에 이르렀다. 글로벌 시장을 대상으로 하는 모바일 게임 플랫폼 사업자가 가이드라인 정도를 제시하는 것과 한국 정부 및 한국 게임 사업자들의 노력은 뚜렷하게 대조된다. 플랫폼 사업자의 정책 가이드라인은 구체적으로 어떤 방법으로 어떻게 확률을 공시할 것인지, 또한 게임 업데이트를 통해 기존 시스템이 변화될 때 해당 정책의 준수 여부를 어떻게 감시할 것인지에 대한 정확한 설명이 없다. 반면 한국의 경우 상당 기간 자율규제에 관한 논의를 거쳐 적정 수준의 실질적 조치를 위한 준비를 갖추고 나아가고 있다.

4. 협의와 협력의 중요성

규제는 사회적으로 바람직한 상태로 비즈니스의 방향을 유도하기 위하여 행해지는 필요적 수단이다. 예를 들어 환경오염을 방지하기 위해, 인권을 보장하기 위해, 또한 재화나 서비스의 생산과 소비를 공공의 이익에 부합하는 방향으로 조정하려는 목적으로 규제를 위한 법적 근거를 마련하고 공권력을 통해 효력을 창출한다.

게임이 다른 표현물과 마찬가지로 지나친 폭력성, 선정성 그리고 내용 측면에서 윤리적 판단의 대상이며 사회 구성원의 감시를 받는 대상임에는 틀림없다(김명엽, 2012). 한국은 게임산업진흥에 관한 법률을 마련하고 주로 표현의 지나침이나 사행성 조장의 문제에 규제의 초점을 둔다(남기연&박예진, 2018; 서중희, 2017). 게임의 표현이나 내용에 관한 규제는 사회적 합리성을 달성하고 있는 듯하다.

그러나 확률형 아이템 혹은 루트 박스(Loot Box)의 경우 게임의 디자인 요소와 밀접하게 관련이 있다는 점에서 규제 가이드라인의 실효적 적용이 특히 어렵다. 등급분류를 받아 일종의 사업권을 취득하거나 이용자 활동을 제한하는 시스템 요소를 갖추는 문제와는 달리 게임이 만들어진 이후에 사후적 처리를 통해 이용자의 흥미를 더하는 요소를 추가하는 과정에서 확률형 아이템의 디자인은 동적으로 변화되고 조정될 가능성이 존재한다.

5) <https://lawstreetmedia.com/tech/google-faces-class-action-over-google-play-loot-box-apps/>

이러한 상황에서 게임의 플랫폼을 제공자가 자율규제의 내용에 실효성을 부여하는 일차적인 역할을 수행할 수 있다. 한편으로 이것이 너무 느슨해서도 너무 선제적이어서도 안 된다. 단순히 지금과 같이 정책 가이드라인을 제시하고 자의적 판단에 가까운 선별을 해서는 곤란하다. 또한 부모의 책임 기능(Parent Control)을 제공하는 것으로 모든 책임을 다 했다고 주장하는 것도 부족하다. 보다 책임 있는 자세로 게임사들이 활용할 수 있는 공시 채널을 제공하거나 그 수준과 내용에 있어서도 우리 사회와 게임사 모두가 공감할 수 있어야 한다. 한편으로 너무 강한 규제나 국가별로 다른 기준을 적용하여 차별이 생기는 일도 경계해야 한다.

앱 비즈니스 사업자는 지금까지 앱 생태계의 형성과 발전을 주도했던 것과 마찬가지로 자율규제에 있어서 정부와 게임사 모두의 이해 관계를 조정하는 책임 있는 자세를 가져야 한다. 그렇지 않으면 자율규제에 실질적인 강제력을 행사할 수 없는 상황에서 그 실효성이 끝없이 논란거리가 될 것이다. 정부 역시 자율규제냐 아니냐 하는 논쟁에 함몰될 것이 아니라 플랫폼 비즈니스 사업자가 자기의 사회적 책임을 다할 수 있도록 필요한 조치에 먼저 나서야 한다.

□ 참고문헌

- 김명엽. (2012). 게임 섯다운제의 문제점과 개선에 관한 연구. *입법정책*, 6(1), 61-88.
- 남기연&박예진. (2018). 모바일 게임 내 확률형 아이템의 규제에 관한 연구. *법학논총*, 42(3), 387-416.
- 배관표&정준화. (2019). 인터넷 게임의 확률형 아이템 자율규제와 정부의 역할. *입법과 정책*, 11(2), 295-314.
- 서종희. (2017). 게임과 관련된 자율규제 모델 해외 사례-일본의 확률형 아이템 및 미국의 DFS (Daily Fantasy Sport) 사례를 중심으로. *외법논집*, 41(2), 31-53.
- 최성락. (2019). 확률형 아이템 자율규제의 적정성에 대한 연구. *한국사회와 행정연구*, 30(3), 153-174.
- Bavota, G., Linares-Vasquez, M., Bernal-Cardenas, C. E., Di Penta, M., Oliveto, R. & Poshyvanyk, D. (2014). The impact of api change-and fault-proneness on the user ratings of android apps. *IEEE Transactions on Software Engineering*, 41(4), 384-407.
- Economides, N., & Katsamakos, E. (2006). Two-sided competition of proprietary vs. open source technology platforms and the implications for the software industry. *Management science*, 52(7), 1057-1071.
- Evans, D. S., Hagiu, A., & Schmalensee, R. (2008). *Invisible engines: how software platforms drive innovation and transform industries* (p. 408). The MIT Press.
- Ghose, A., Goldfarb, A., & Han, S. P. (2013). How is the mobile Internet different? Search costs and local activities. *Information Systems Research*, 24(3), 613-631.
- Hu, D., Zhao, J. L., & Cheng, J. (2012). Reputation management in an open source developer social network: An empirical study on determinants of positive evaluations. *Decision Support Systems*, 53(3), 526-533.
- Lee, E., Lee, J., & Lee, J. (2006). Reconsideration of the winner-take-all hypothesis: Complex networks and local bias. *Management Science*, 52(12), 1838-1848.

COVID-19 시대와 문화콘텐츠 거버넌스



김병철

충부대학교 게임소프트웨어학과 교수

1. 들어가며

COVID-19라는 전대미문의 바이러스는 우리를 새로운 시대에 직면하게 하였다. 의료뿐만 아니라 사회·경제적 구조 및 활동, 국제관계지형까지 이전에는 상상하기 어려운 형태와 수준으로 변화하고 있으며, 구체적으로는 우리가 일상을 살아가는 방식 하나하나까지도 남김없이 바뀌어 가고 있다. 게다가 이것은 예전의 형태로 돌아가기 어려운, 상당부분 비가역적인 양상을 보이고 있다. 소위 ‘뉴노멀(New Normal)’의 시대다.

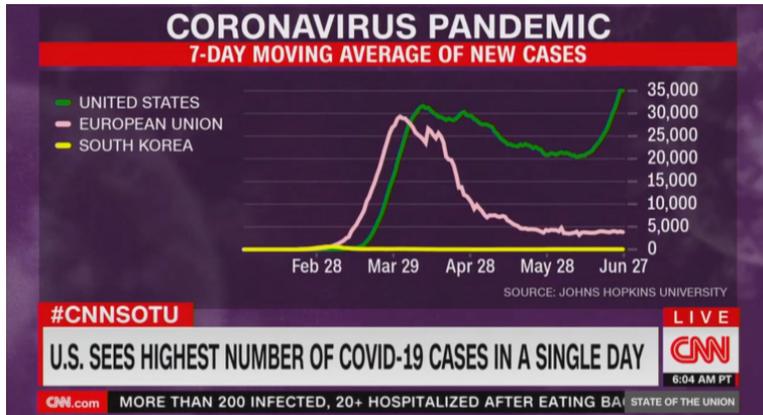
이 뉴노멀에 대비하는 각국 정부의 자세와 정책은 어떠하였는가. 그 구체적인 내용을 다루는 것은 이 글의 범위를 벗어나므로 초기 대응의 두 가지 큰 방향성을 살펴보자. 그것은 봉쇄(Lock Down)와 자가격리(Self Quarantine)이다.

전자는 주로 초기 구미권의 대응이었다. 우선 외부에 대한 봉쇄, 즉 바이러스가 급속히 확산되던 아시아 몇 개국으로부터의 입국 금지 조치였다. 이것이 실패하면서 이어진 것은 내부에 대한 봉쇄, 즉 시민들과 사업장의 이동금지 조치였다. 이것은 어느 정도 바이러스 확산을 늦출 수 있었으나 전 국가적인 봉쇄는 몇 개월도 지속되기 어려웠다. 결국 봉쇄는 해제되고, 바이러스 확산은 재개되었다.

후자는 우리나라의 대응이었다. 확진자와 접촉자를 끈질기게 추적하고 격리하였으며, 시민들에게 자율적인 마스크 착용과 사회적 거리두기를 강력하게 권장하였다. 이에

대한 실증적 근거는 실험과 시뮬레이션, 확산 저감 결과 등을 통해 나중에야 확보되었으나 시민들은 정부의 선제적 조치를 믿고 따랐다. 그 결과, 글을 쓰고 있는 현재 우리나라는 전국적 봉쇄조치없이 초기 확산을 막은 거의 유일한 나라로 세계에 자리매김하게 되었다(그림 1).

[그림 1] COVID-19 바이러스 신규 확진자수 7일 이동평균 (미국, 유럽연합, 한국)



[출처 : 미국 CNN, State of the Union with Jake Tapper. 2020년 6월 28일]

COVID-19에 대한 대처 방식과 뉴노멀 시대가 문화콘텐츠, 그 중에서도 게임계에 던지는 화두는 무엇일까. 아니, 게임계에 참여하고 있는 우리 모두는 그로부터 무엇을 배워야 하는가.

2. 유사 생명체로서의 문화콘텐츠

생물학자인 리처드 도킨스(Richard Dawkins)는 그의 책 「이기적 유전자(The Selfish Gene)」에서 반복적으로 ‘유전되고 변이되어 자연 선택을 받아’ 살아 남는 유전자(Gene)를 생명체의 본질로 보았다. 그리고 그러한 진화생물학적 관점을 문화 현상에도 적용하여 모방(Mimesis)적으로 ‘유전·변이·선택’ 되는 문화적 요소를 하나의 유사 생명체인 밈(Meme)으로 정의하였다. 문화콘텐츠를 포함한 문화적 요소·재료들은 ‘살아 남기’ 위해서 끊임없이 변화되어 퍼져나가는 하나의 생명으로 이해할 수 있다는 것이다.

이러한 관점을 통해 우리가 깨달을 수 있는 것은, 유사 생명체로 여겨지는 생물학적 바이러스의 확산을 우리가 근원적으로 막을 수 없는 것과 마찬가지로 밈 또한 우리가 강제로 막을 수 없다는 것이다. 다만, 유전자의 ‘탈 것(Vehicle)’이라고 말해졌던 숙주인

인간의 행동을 통제함으로써 확산의 수준과 변이의 양상에 간접적으로 영향을 미칠 수 있을 뿐이다.

그렇다면 이 행동은 어떻게 통제해야 하는가.

극단적으로 강제하는 방식, 즉 ‘봉쇄’가 유효하지 않다는 것은 이번 COVID-19 대처에서 세계적으로 확인되었다. 최소한의 의식주 생활을 해야 하는 ‘인간 모두’를 장기간 봉쇄할 수는 없기 때문이다. 문화콘텐츠의 경우도 마찬가지다. 문제가 있어 보이는 특정 문화콘텐츠를 봉쇄한다고 해도 그를 즐기는 ‘향유자’가 있는 이상, 그것이 ‘변이되어 유전되는’ 것을 막을 수가 없는 것이다. 따라서 우리는 문화콘텐츠에 대해서도 우리나라 방역당국이 채택하였던 자율에 기반한 추적과 격리 전략을 도입할 필요가 있다.

3. 자율과 규제

기존에 없던 것을 창의적으로 만들어내거나 기존의 해석을 바꾸어 새로운 의미를 창출해 내는 문화콘텐츠는, 그 본질상 끊임없이 사회적 논란거리를 생산해 낼 수밖에 없다. 특히 상호작용에 기반해 즐기는 컴퓨터 게임(이하 게임)의 경우, 몰입성이 높고 콘텐츠 향유 시간이 상대적으로 길어 여러 사회적 논의를 촉발시키고 있다. 이러한 상황에 대응하기 위해서 「게임산업진흥에 관한 법률」(이하 게임법)이 2006년에 제정되어 정부 중심의 규제 행정이 시행되고 있다.

그러나 문화콘텐츠 중에서도 기술 기반으로 가장 역동적으로 빠르게 변화하는 콘텐츠 중 하나인 게임을 경직된 법조문에 근거하여 규제하는 것은 게임 향유자 및 제작자 모두에게 불편과 불만을 불러 일으켰다. 이에 ‘법적 규제’에 대항하여 게임 산업 참여자들이 자발적으로 부작용을 최소화해 나가는, 소위 ‘자율 규제’에 대한 논의와 활동이 시작되었다.

문제는 ‘자율 규제’라는 용어에 논리적으로 모순이 있다는 것이다. ‘자율’은 스스로 하는 것인데 ‘규제’는 남이 시키는 것이기 때문이다. 스스로 하지 않기 때문에 남이 강제로 하는 것이 규제인데, ‘자율 규제’를 하거나 할 수 있다는 것은 논리적으로도 실효적으로도 성립되지 않는다. 그러므로 현재 논쟁되고 있는 ‘법적 규제’와 ‘자율 규제’라는 대립구도는 애초에 논리적으로 흠결이 있어 논의가 공전될 수밖에 없는 구도이다.

또한 ‘규제의 관점’에서 진행되는 이러한 논쟁은 문화콘텐츠의 특성을 이해하지 못하고 이분법(Dichotomy)적으로 문제를 해결하려는 비효율적 시도라고 할 수 있다. 문화콘텐츠의 전파는 ‘봉쇄적으로’ 막을 수 없으므로 봉쇄(규제)냐 아니냐 하는 극단적 해결 방식은 실효성을 담보하기 어렵기 때문이다. 특히 국제 플랫폼을 통해 디지털 서비스화 된 지 오래된 게임은 특정 국가의 (법적이든 자율이든) 규제를 우회하여 소비되는 경우까지 발생하고 있다.

따라서 ‘자율 규제’는 ‘자율 &(and) 규제’로 바꾸어 읽어야 한다. 그리고 자율과 규제의 ‘사이(間)’를 인정하고 이 간극을 메우는 노력을 정책적으로 시행해야 한다. 이를 위해서는 소위 거버넌스를 정립해야 한다.

4. 첨단기술기반 문화콘텐츠와 거버넌스

거버넌스(Governance)란 직역하면 어떤 조직이나 사회의 지배 방식 혹은 지배 구조를 뜻하지만, 최근의 함의는 단순한 지배 구조, 특히 일방향적·독점적 지배 구조가 아니라 다양한 정체성·주체성을 가진 그룹들의 공통의 관심사에 대한 협력적·합의적 지배 구조에 초점을 맞추고 있다. 그래서 거버넌스는 ‘협치’로 번역되어 이해되기도 한다.

문화콘텐츠 중에서도 게임은 특히 이 거버넌스가 더욱 필요한 분야이다. 한 번 제작되면 향유자에게 거의 일방향적으로 전달되지만 하는 다른 문화콘텐츠와 달리 게임은 향유자가 능동적으로 콘텐츠와 상호작용(Interaction)하면서 몰입적으로 즐기는 형태이다. 게임 제작자(사)가 ‘게이머’들의 향유 패턴과 요구사항을 최대한 신속히 반영하여 주기적으로 업데이트 혹은 소위 패치(Patch)를 내놓게 되는 것 또한 바로 이러한 특성 때문이다.

따라서 이렇게 끊임없이 빠른 속도로 변화(혹은 진화)되어 나가는 게임에 사회적으로 부정적인 요소가 포함될 때 이를 바로잡는 데에는 정부기관의 개입뿐만 아니라, 게임제작사 및 게이머들의 적극적 협력이 필요하다. 특히 첨단기술기반 문화콘텐츠로서 새로운 세계(Another World)를 창조해 나가는 게임은 기존 세계에서 논의되지 않았던 혹은 문제되지 않았던 여러 이슈들을 돌발적으로 또 날카롭게 제기하는 경우가 많으므로 다양한 관점을 가진 시민사회의 성숙된 논의 또한 마찬가지로 필요하다. 즉, 게임의 제작과 향유에 직·간접적으로 참여하고 영향을 받는 다양한 이해관계자들이 협의하고 협력하여 문제를 해결해 나가는 거버넌스가 필수적으로 요구되는 것이다.

5. 게임 생태계를 위한 거버넌스

사실 게임의 특성을 고려한 거버넌스 체제는 이미 걸음마를 시작한 지 오래다. 2013년에 출범한 게임물관리위원회는 바로 이러한 사회적 협의기구의 성격을 바탕으로 ‘사후 관리’에 초점을 맞추어 설립된 공공기관이다. 2014년 출범한 게임콘텐츠등급분류위원회(GCRB) 또한 민간등급분류기관으로서 ‘규제’에 참여하고 있으며, 2016년경부터는 게임서비스를 제공하는 기업 또한 자체등급분류사업자로 지정되어 이에 참여하고 있다.

상기의 기관/기업들이 법령에 근거하여 규제 행정을 대리하는 것이라면, 순전히 민간에서 ‘자율’적으로 운영하는 기관들도 지속적으로 늘어나고 있다. 2016년 출범한 게임이용자보호센터, 2018년 출범한 한국게임정책자율기구, 그리고 이를 바탕으로 한 각종 민간 위원회들이 그것이다.

그러나 자율과 규제의 양 측면에서 태동·발전하고 있는 기관 및 기구들은 여전히 거의 독립적으로 운영되고 활동할 뿐 유의미하게 ‘협의·협력’하지는 못하고 있다. 양쪽의 입장의 차이에서 기인하는 바도 있겠지만, 다음 세 가지 요인을 더 생각해 볼 수 있을 것이다.

첫 번째는 게이머들의 입장을 대변하는 기구의 결여다. 결국 자율도 규제도 게이머들을 위한 것임에는 재론의 여지가 없다. 그러나 정작 그 논의와 운영에서 게이머들의 목소리를 담아 전할 수 있는 명시적 틀이 빠져있다는 것이 현재 구도의 근원적 한계다. 결국 양쪽의 입장차를 좁힐 동인(動因)은 콘텐츠의 소비자이자 ‘자율&규제’의 수혜자인 게이머의 의견과 행동에서 비롯될 수밖에 없다. 또한 게임을 밭의 관점에서 본다면, 이 밭의 생존을 결정하는 선택 권한을 가지고 있는 것은 그 향유자인 게이머이기에 이러한 ‘실질적 권력’의 의견을 ‘자율&규제’에 반영하는 것이 당연하다 할 수 있다.

두 번째는 과학적·기술적 메커니즘과 데이터에 기반한 논의 플랫폼 부재이다. 게이머들이 주관적이고 체감적으로 인식하고 있는 게임 서비스의 형태와 게임 제작/제공자들이 파악하고 있는 운영 데이터, 행정 기관이 보유하고 있는 게임 산업에 대한 데이터가 서로 다르거나 중첩되지 않으므로 논제의 설정, 논의의 근거에 대한 상호 신뢰, 문제의 수준에 대한 인식 등에서 차이가 커 유효한 논의를 이끌어 가기 어렵다. COVID-19 확진자의 추적과 격리 및 사회적 거리두기도 과학적으로 검증된 진단키트, 확진자수 추이 및 확진자 동선 공개, 확산 시뮬레이션 검증 등을 바탕으로 한 신뢰 위에서 시민들의 협력

하에 가능했던 것을 상기해 보면, 객관적 검증 혹은 납득이 가능한 공통 기반(Common Ground)을 만들 수 있어야 자율과 협력에 기반한 실효성 있는 거버넌스 체제 구축이 가능할 것임을 이해할 수 있다.

세 번째는 명시적 거버넌스 체계의 부재다. 게임물관리위원회의 위원 위촉에는 시민사회 각 영역에서의 추천이 뒷받침되고 있고, 민간등급분류기관 및 자체등급분류사업자 또한 법령에 근거하고 있다. 그러나 거버넌스에 대한 이러한 종류의 ‘묵시적 명문화’는 단지 규제 행정의 기준에서 참여자들을 ‘수직화’하는 결과를 낳을 뿐 대등한 협의와 협력이 필요한 거버넌스 체제 구축을 촉진하지는 못한다. 요컨대 이미 주어진 법령의 미묘한 자구 해석 이상의 결과물을 내놓을 수 없는 구조인 것이다. 이는 매일 매시간 변화되어 가는 진화생명체로서의 문화콘텐츠를 사전에 정의한 법문의 기준에 가두고 참여자들이 ‘죽은 논의’밖에 할 수 없게 만든다.

법치에 근간한 민주주의를 지향하는 우리나라에서 모든 사회적 행동은 법에 기초할 수밖에 없다. 그러나 창의와 자유가 핵심인 문화콘텐츠의 영역에서 법은 사회적 논의가 포용적으로 일어날 수 있는 틀을 마련하는 데 그쳐야 한다. 물론 위험부담이 있을 수 있다. 너무 빠르게 자유도를 높이다 큰 사회문제에 맞닥뜨린 경험도 우리는 가지고 있다. 따라서 차근차근 발전시켜 나가야 하겠지만, COVID-19 대처에서 확인한 우리나라 시민들의 민주적 역량은 이전보다 훨씬 성숙되어 있었으며, 이에 대한 신뢰를 바탕으로 조금 더 미래지향적인—뉴노멀 시대에 걸맞는 거버넌스를 구축할 만한 시기가 되지 않았을까 기대해 본다.

6. 마치며

밈 학자(Memeticist)인 수전 블랙모어(Susan Blackmore) 박사는 인공지능 기술혁명 시대에서의 밈 현상을 다시금 고찰하여 ‘팀(Teme; Technological Meme)’이란 개념을 제안하였다¹⁾²⁾. ‘진화생명체’ 생존에 대한 선택의 권한이 자연(Gene)에서 인간(Meme), 다시 기술/기계(Teme)로 넘어가는 현상을 날카롭게 지적한 것이다. 이를 통해 우리는 영화나 소설 등에서 디스토피아적 미래 세계 모습이 그려지는 기저 메커니즘을 명료하게 이해할 수 있다. 요컨대 자연으로부터 권한을 넘겨받은 우리가 다시 그 권한을 놓치게 되는 것에 대한 본능적·직관적 두려움인 것이다.

1) Susan Blackmore, (2008). Memes and “temes.” TED2008 February Conference.

2) Susan Blackmore. (2010). The Third Replicator. The Stone, The New York Times, Aug. 22, 2010.

그러한 암울한 미래 세계의 도래를 미연에 방지하기 위해서는 ‘선택의 권한’을 놓지 않으려는 노력만으로는 부족할 것이다. 권한을 일부러 내려놓은 것이 아니라 권력이 이동(Power Shift)한 것이기 때문이다. 따라서 우리가 취할 수 있는 실효적인 방법은 실질 권한을 가진 다양한 참여자들을 인정하고 이들을 모두 포함한 협의·협력 체제를 구축하는 것이다. 그것이 성숙한 민주주의 위에서 효과적인 COVID-19 방역을 달성해낸 우리나라가 첨단기술기반 문화콘텐츠 또한 건강하게 발전시켜 나갈 수 있는 합리적인 전략일 것으로 생각한다.

자율규제의 실효성 : KISO자율규제를 통한 기업의 변화 및 지형변화에 대한 실증적 관점



나현수

(사)한국인터넷자율정책기구 정책팀 팀장

1. 들어가며

전 세계적으로 인터넷이 본격적으로 상용화된 2000년 이후 사람들은 인터넷이라는 새로운 미디어, 공론장에 열광하면서도 다른 한편 부작용으로 인한 규제가 필요하다는 의견을 모으기도 하였다. 특히 1990년대 후반 정부가 주도적으로 인터넷망을 확충하면서 세계에서 가장 빠르게 초고속 인터넷망을 갖추게 된 우리나라의 경우 인터넷을 통한 새로운 산업의 성장, 문화의 발전과 같은 장점 이외에도, 명예훼손, 청소년 유해물의 범람과 같은 역기능도 나타나 사회문제화 되었다.

정부는 이러한 인터넷의 역기능을 최소화하기 위해 다른 국가와는 다른 방식으로 대응해왔다. 외국은 인터넷 매체가 가진 개방성이라는 장점을 살리면서 반드시 규제가 필요한 부분에 대한 대응을 주로 해왔다. 이로 인해 독일의 미디어자율규제기구(FSM), 영국의 인터넷 감시재단(IWF) 등이 출범하기도 하였다. 하지만, 우리 정부는 국가 주도 하에 공적규제를 강화하는 방향으로 인터넷을 규율해왔다. 인터넷 제한적 실명제, 포괄적인 불법 게시물 유통금지 조항 등이 그러하였다.

강력한 정부규제는 인터넷상 표현의 자유에 대한 지나친 위축효과를 낳았음에도, 이후에도 규제 목표였던 인터넷 환경의 역기능 현상을 효과적으로 해결하지는 못했다. 실명제 하에서도 이른바 ‘악플’ 문제는 해결되지 않았으며, 강력한 청소년 보호 정책에도 인터넷에서는 지금도 음란물을 쉽게 찾아볼 수 있다. 효과가 적은 공적규제를 대신하여 인터넷 서비스 업체를 중심으로 공동 자율규제를 마련함으로써, 인터넷의 개방성을

살리면서도, 역기능을 효과적으로 제어하는 것이 필요하다는 의견이 제시됐다.

이러한 배경하에 2008년 3월, 인터넷 사업자들이 이용자들의 표현의 자유를 신장하는 동시에, 이용자의 책임을 제고해 인터넷이 신뢰받는 정보소통의 장이 될 수 있도록 하는 것을 목표로 (사)한국인터넷자율정책기구(이하 'KISO')를 설립하게 된다.

본 글에서는 그간의 KISO의 자율규제 역할을 돌아보고, 이러한 역할이 회원사 나아가 사회 문화 전체에 어떠한 영향을 주었는지를 간단히 설명해보고자 한다.

2. KISO 자율규제의 역할

가. KISO의 자율규제의 환경

KISO는 다양한 성격의 사업자가 참여하고 있다. 대형 포털을 운영하는 사업자뿐만 아니라, 소규모 커뮤니티 서비스 사업자 등도 참여하고 있어, 각 회원사의 규모, 주요 서비스가 다양하다. 또한 민간 자율규제는 법적으로 어떠한 영역을 반드시 수행하여야 하는 의무와 역할이 있는 것은 아니다. 더 나아가 사업자가 자신의 서비스에 맞춰 자체적으로 자율규제를 수행할 수 있는 특징이 있다.

따라서, KISO의 자율규제는 공적규제와 달리 인터넷의 모든 문제를 해결하는데 그 목적을 가지고 있지 않다. 다양한 회원사가 모두 공통으로 규칙이 필요하다고 인정한 부분을 중심으로 정책과 사안을 검토하고 이에 대해 역량을 집중하고 있다. 인터넷의 환경의 변화, 회원사 혹은 사회적 요구에 따라 기능이 추가되고, 일부 변경되기도 하지만, 게시물 등의 명예훼손 등에 대한 처리와 국민의 표현의 자유, 알권리 보호를 중심으로 활동하고 있다. 이러한 영역은 하나의 사업자보다 다양한 사업자가 공동으로 기준을 따를 때 그 효과가 극대화되기 때문이다.

나. KISO 자율규제의 역할

1) 공동의 규칙 마련

KISO 자율규제의 가장 중요한 역할은 공동의 규칙 마련이다. 법적으로 시행이 강요되는 공적규제와 달리 자율규제는 참여자들의 자발적 실행이 중요하므로, 공동의 규칙을 마련하는 역할은 자율규제의 가장 중요한 역할이면서 가장 어려운 역할이기도 하다. 참여하는 사업자의 경제적, 기술적 여건, 이용자의 성격, 제공하는 서비스 등이 전부 다른 상황에서, 이상적이지만 일부 회원사만 수행가능할 정도로 비용이 드는 공동규제,

특정 이용자층에게 불이익을 주는 자율규제, 실제 사업자에게 필요한 규제 효과 없는 자율규제는 실효성이 떨어진다. 이를 해결하기 위해 KISO는 내부 정책결정기관인 정책위원회를 통해 외부 전문가, 회원사 실무진 간의 치열한 토론을 통해 공동의 규칙을 마련하고 있다. KISO의 규칙은 법률과 같이 엄격한 것이 아니므로 새로운 상황에 맞춰 수정이 가능하지만, 쉽사리 제정 혹은 수정 되는 것을 막고 모든 사업자가 참여할 수 있도록 제정과 수정에 정책위원 전원의 동의를 그 요건으로 하고 있다.

KISO는 명예훼손 주장 게시물 처리와 관련하여 그 임시 처리 절차 및 분쟁조정 절차를 규정하여, 명예훼손 피해를 예방하기 위해 노력하였다. 이와 동시에 국민의 알권리 등이 우선되는 정무직 공무원 등 공인에 대한 일정한 경우는 엄격한 소명을 요구하는 규정을 마련하여 현재까지 시행하고 있다. 또한 검색어에 대한 기준 역시 마련하여 이용자의 편의성, 국민의 알권리를 보장하면서도 검색어 서비스로 인한 명예훼손을 최소화할 수 있는 방안을 마련하고 있다.

2) 개별 사안에 대한 자문

KISO는 마련한 자율정책을 바탕으로 회원사의 구체적인 서비스 운영에 대한 자문을 수행한다. KISO의 ‘심의결정’은 개별 게시물 등에 대해 정책에 맞춰 처리 방안을 질의하면 이에 대해 회원사 소속이 아닌 외부 전문가로 구성된 정책위원회에서 다수결로 게시물 등의 삭제 여부를 심의한다. 이러한 과정에서 새로운 정책 마련 혹은 기존 정책 수정의 단초가 제공되기도 한다. 심의결정은 질의한 회원사에게 공개하는 것을 넘어, 다른 회원사 및 일반에게 공개하여 KISO 정책의 투명성을 높이고, 다른 회원사에게도 유사한 건에 대한 처리 기준을 제공하기도 한다.

[표 1] 연도별 심의결정 대상 건수 (안건)

연도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
심의 건수	22	9	19	50	21	31	17	20	18	11	5
총 합											223

3) 자율규제 직접 수행 등

이러한 역할을 넘어 회원사의 요청에 의해 검증한다. 또한 KISO가 직접 자율규제를 수행하거나, 회원사가 수행한 자율규제를 평가·검토하는 역할도 일부 수행하고 있다.

KISO 산하 부동산매물클린관리센터는 온라인상의 거짓 부동산 매물에 대해 이용자 신고가 있을 경우 직접 확인을 통해 해당 물건이 진실한 물건인지를 검토하고 있다. 해당 광고가 허위로 밝혀질 경우 해당 매물을 올린 부동산 공인중개사에게 규정에 정의된 페널티를 부여하기도 한다.

또한, 네이버 검색어 검증위원회는 독립적으로 네이버의 실시간 급상승 검색어, 연관검색어 등의 운영 및 처리가 적절하게 수행되었는지를 평가한다. 검증위원회는 독립적으로 검토할 사항을 정하고, 자료를 네이버에 요청하여 이를 바탕으로 검증한다. 또한 검증결과를 공개하여 투명성을 높이고 있다.

3. KISO 자율규제가 가져온 지형의 변화

가. 회원사의 변화

KISO 자율규제가 지속될 수 있는 가장 큰 이유는 무엇보다 참여하는 회원사가 KISO의 공동자율규제를 수행하고 있기 때문이다. 이러한 자율규제의 수행에 따라 회원사에게 생긴 변화를 간단히 설명하면 다음과 같다.

1) 서비스 운영 개선

KISO가 주로 자율규제 하는 명예훼손 관련 게시물 등의 정책은 명예훼손을 효과적으로 제어하면서도, 정무직 공무원 등의 공인에 대한 비판은 허용할 수 있는 토대를 마련했다. 게시물뿐만 아니라 연관검색어·자동완성 검색어 등도 명확한 처리가 가능해져 이용자에게 알권리를 보장할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

KISO의 게시물 관련 정책 초기에 혼란이 전혀 없던 것은 아니었다. 특히 KISO의 정책이 원칙적으로 사회적으로 저명한 정무직 공무원 등 공인에 대한 비판을 삭제하지 않는 것이기 때문에, 기존에 삭제 또는 차단해왔던 공인에 대한 게시물 삭제를 거절하는 것이 사업자에게 부담을 줄 수밖에 없기 때문이다. 다만, 지속적으로 모든 회원사가 KISO의 정책에 따라 공인에 대한 명예훼손 게시물 임시조치를 제한하고, 허위사실이 소명된 경우 등 일정한 경우에만 처리하는 것을 반복한 결과, 현재는 해당 조항의 대상이 되는 정무직 공무원 등 공인도 해당 조항의 필요성을 인정하고, 그에 맞춰 허위 사실임을 적극적으로 소명하여 게시물의 삭제를 진행하려는 방식으로 변화하고 있다.

또한, 명예훼손성 게시물 등은 기존 법리와 KISO 정책에 따라 본인의 신청을 통해 삭제 등을 처리하는 것이 원칙이다. 그러나 사회적으로 주요 사건이 나타날 때, 사업자가 자체적으로 해당 게시물을 모니터링해서 처리하지 않는다는 비판도 수차례 있었다. 그럼에도 불구하고 법령과 KISO 정책에 따라 지속적으로 처리한 결과, 이제는 외부에서도 명예훼손성 게시물의 처리에 대한 처리 절차가 확립되어 가고 있다.

이러한 과정에서 관련한 외부 커뮤니케이션을 명확히 할 수 있는 점 역시 공동규제의 장점 중 하나다. 권리침해 주장자 혹은 게시자에게 다양한 사업자가 공동으로 준수하는 KISO 규정을 바탕으로 절차가 진행된다는 점을 설명하는 것이 외부 커뮤니케이션에 더 효율적이기 때문이다. 또한 앞서 설명한 대로 필요한 경우 사업자는 언제든지 게시물 처리에 대한 심의를 통해 사업자의 처리 방향에 대해 KISO의 도움을 받을 수 있다는 점도 장점일 것이다.

2) 주요 이슈에 대한 공동의 대처 유도

특히 게시물과 관련한 분야에서, 현재도 다양한 공적규제가 마련되고 있다. 최근에도 이른바 ‘엔(n)번방 방지법’ 등 다양한 이유로 게시물에 대한 공적규제가 마련되고 있는데, 이러한 법안 중 반드시 공적으로 처리될 필요가 있는 사안을 제외하더라도, 사업자에게 과도한 부담을 주거나, 이미 자율적으로 처리하고 있는 영역에 대한 규제와 관련하여 비슷한 고민을 하는 사업자 간에 원활한 소통을 통해 공동으로 대응할 수 있는 장점이 있다. 그리고 기존의 이익단체와 다르게 단순히 회원사의 이익을 대변하는 구조가 아니라, 해당 규제가 해당 법이 의도하는 공공의 이익을 위해 효과 있는 규제인지, 법체계에는 부합하는지 등에 대해 외부 전문가와 함께 ‘정책위원회’를 통해 논의한 결과를 제공함으로써, 전문적인 의견을 규제 당국에 전달하고 있다.

또한, 반드시 법으로 규제되지 않는다 하더라도, 최근의 ‘혐오표현’ 등 사회에서 논의되는 이슈에 대해 KISO를 중심으로 사례를 다른 회원사와 공유하고 있다. 이를 통해 KISO 정책 등으로 논의하는 과정을 통해 단순히 한 사업자 내부에서 고민하는 것 보다 더 효과적인 자율규제 방안을 마련하도록 유도하고 있다.

3) 소결

소규모 사업자의 경우 특히 더 KISO회원 가입 이전에는 명확한 규정 혹은 절차 없이 운영자의 임의적 판단에 의해 처리되는 사안들이 간혹 있어 왔다. 물론 서비스의 특성에 따라 운영자가 책임을 지고 운영을 하는 것이 더 적절한 게시물 등의 관리 방법일 수 있을

것이다. 그러나 이러한 구조는 이용자의 확대에 따라 이용자와 갈등을 빚는 원인이 되기도 한다. KISO의 회원사가 된 이후에는 KISO의 규정 등을 통해 명확히 게시물을 처리하는 것이 필요하다고 인정하고 이를 통해 처리하고 있다. 이는 궁극적으로 이용자에게 더 나은 서비스를 제공하는 데 도움을 주고 있다.

나. 환경의 변화

KISO가 처음 창립한 2008년에는 자율규제라는 단어 자체가 널리 알려져 있지 않은 시기였다. 또한 자율규제는 단순히 정부의 공적규제에 반대하고, 참여하는 기업의 이익을 따르는 것으로 이해하는 경우가 많았다. 하지만 KISO는 회원사에 대한 자문, 검증 등의 역할을 수행하고, 기존의 협회와는 다른 공익적인 관점에서의 KISO 만의 목소리를 내면서 자율규제의 이해도가 높아지고 있다.

이러한 변화는 단순히 정부 등 규제당국뿐만 아니라, 이용자의 인식 역시 개선되고 있는 것으로 보인다. 자율규제의 역량을 믿고 KISO에 적극적인 신고 및 의견을 제시하는 경우가 증가하고 있다. 특히 2019년 ‘가짜뉴스 신고센터’ 개소 이후, 2020년 코로나 사태를 거치면서, 3천 건이 넘는 게시물 2020년 1월 1일 ~ 2020년 4월 23일까지의 통계 이 KISO를 통해 유입되었고, KISO는 정책위원회에서 정한 규칙에 따라 해당 신고를 처리하였다.

4. 결론

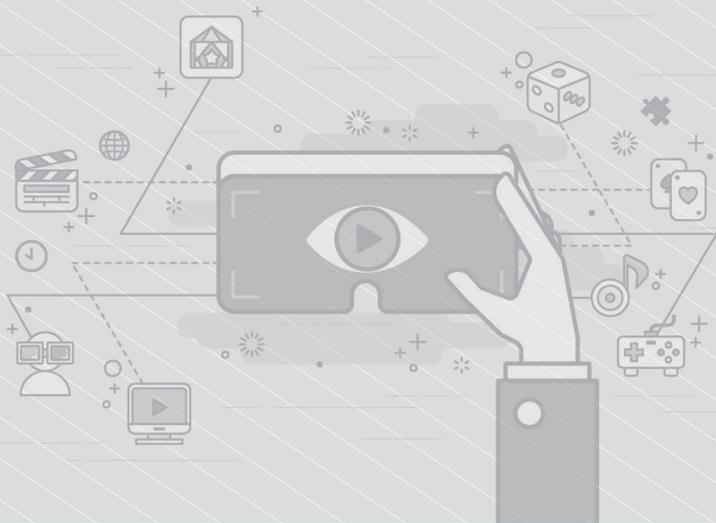
2008년 설립된 이후 KISO의 주요 자율규제 역할과 이에 따른 회원사 및 환경의 변화를 간단히 살펴보았다. 공동 자율규제를 수행하는 KISO가 그간의 운영 과정에서 중요하다고 판단한 것은 다음과 같다.

우선 자율규제를 수행하는 영역에서 특정 분야에서 전문성을 발휘하여 기존의 이익단체와는 다른 목소리를 낼 수 있어야 한다는 점이다. 자율규제의 역사가 짧고 국가후견주의적 성향이 강한 한국에서 자율규제는 국가의 역할 방기 혹은 단순히 사업자가 공적 규제를 회피하기 위한 수단이라는 인식이 있다. 이러한 인식을 단기간에 바꾸기는 어렵지만, 기존 KISO의 운영 경험으로 보아 전문적이고 실효성 있는 자율규약(Code of Conduct)을 지속적으로 운영하는 것이 인식 개선에 도움이 된다. 이러한 자율규약을 만들기 위해서는 모든 영역을 망라하는 정책을 만드는 것보다는 전문성이 있는 특정한 분야에 자율규제를 집중할 필요가 있다. 이를 통해 자율규제에 대한 인식이 증가하여

자율규제를 정립되는 데 크게 기여한 경험이 있다.

자율규제가 공적규제를 비교하면 빠르고 유연하게 변화하는 상황에 적응할 수 있다는 장점이 있는 반면, 실행을 강제할 수 있는 수단이 없다는 단점도 있다. 자율규제의 강점을 강화하고, 단점을 극복할 수 있는 체계를 만드는 것은 지속가능한 자율규제를 운영하는 데 큰 도움이 될 것이다. 이는 적극적으로 사업자가 자율규제 논의에 참여함으로써 달성할 수 있다. 현업에서 필요한 자율규제 사항을 자율규제 기구에 제기할 수 있어야, 새로운 이슈에 대한 빠른 대응이 가능하고, 이러한 결과로 만들어진 자율규약은 사업자가 원하는 부분에 대한 전문적인 논의의 결과이기 때문에 사업자가 자율규제를 준수할 것이기 때문이다. KISO는 정책위원회 뿐만 아니라, UGC 협의체, 인물정보서비스자문위원회, 정책협의체 등을 통해 적극적으로 회원사의 의견과 현안을 교류하고, 이를 바탕으로 정책을 마련해왔다. 외부 전문가와 회원사의 의견 교류와 치열한 토론은 현업에서 필요하고 또한 실천 가능한 자율규제를 만드는 데 도움이 되었다.

2020년 상반기 모니터링 결과



2020년 상반기 자율규제 모니터링 결과

□ 개요

1. 기간

- 2020년 1월 1일(수) ~ 6월 30일(화)

2. 대상

- 캡슐형 유료 아이템 제공 게임물 전체

대상	온라인	모바일
기준	게임트릭스 (www.gametrics.com) '전국표본PC게임사용량' 1~100위	게볼루션 (www.gevolution.co.kr) 모바일 게임 종합순위 1~100위

3. 주요 내용

○ '건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령' 준수 여부 확인

- 개별 확률 및 아이템 목록 공개

주요 준수 항목	
1	결과물의 구성 비율에 관한 정보 등을 확인할 수 있는 위치를 구매화면 등 안내 또는 표기
2	캡슐형 유료 아이템 결과물의 개별 구성 비율 모두 공개 (모든 아이템의 명칭, 등급 등 표기)
3	유료 아이템만을 사용하여 강화/합성을 시도할 경우 성공/실패 확률 안내 여부 - 게임 내 시스템으로 구현 또는 별도의 링크, 배너, 팝업 등을 통해 이용자가 확인할 수 있을 것

확률형아이템 자율규제 준수율 현황

구분		1월	2월	3월	4월	5월	6월
전체	준수율	77.2%	75.2%	80.9%	78.4%	82.7%	82.7%
	온라인	93.6%	93.6%	94.8%	94.9%	96.2%	94.9%
	모바일	61.3%	57.8%	67.5%	63.1%	69.9%	71.4%
개발사 국적별	국내업체 준수율	97.1%	96.2%	96.3%	95.5%	97.3%	97.2%
	온라인	98.5%	98.5%	98.5%	98.6%	100.0%	98.6%
	모바일	94.6%	91.9%	92.5%	90.2%	93.0%	95.0%
	해외업체 준수율	37.7%	35.7%	46.9%	42.3%	49.0%	52.8%
	온라인	60.0%	60.0%	66.7%	66.7%	66.7%	66.7%
	모바일	32.6%	30.4%	42.5%	37.2%	45.0%	50.0%
순위별	1~50위 준수율						
	온라인	89.5%	92.1%	91.9%	92.1%	92.1%	92.1%
	모바일	65.2%	60.9%	72.3%	68.2%	71.7%	72.7%
	50~100위 준수율						
	온라인	97.5%	95.0%	97.5%	97.5%	100.0%	97.5%
	모바일	55.9%	54.1%	60.6%	57.5%	67.6%	70.0%
회원사 기준	회원사 준수율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	온라인	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	모바일	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	비회원사 준수율	37.9%	34.4%	47.4%	40.7%	50.9%	54.8%
	온라인	50.0%	50.0%	60.0%	60.0%	70.0%	63.6%
	모바일	35.4%	31.4%	44.7%	36.7%	46.8%	52.9%

1. 전체 준수율

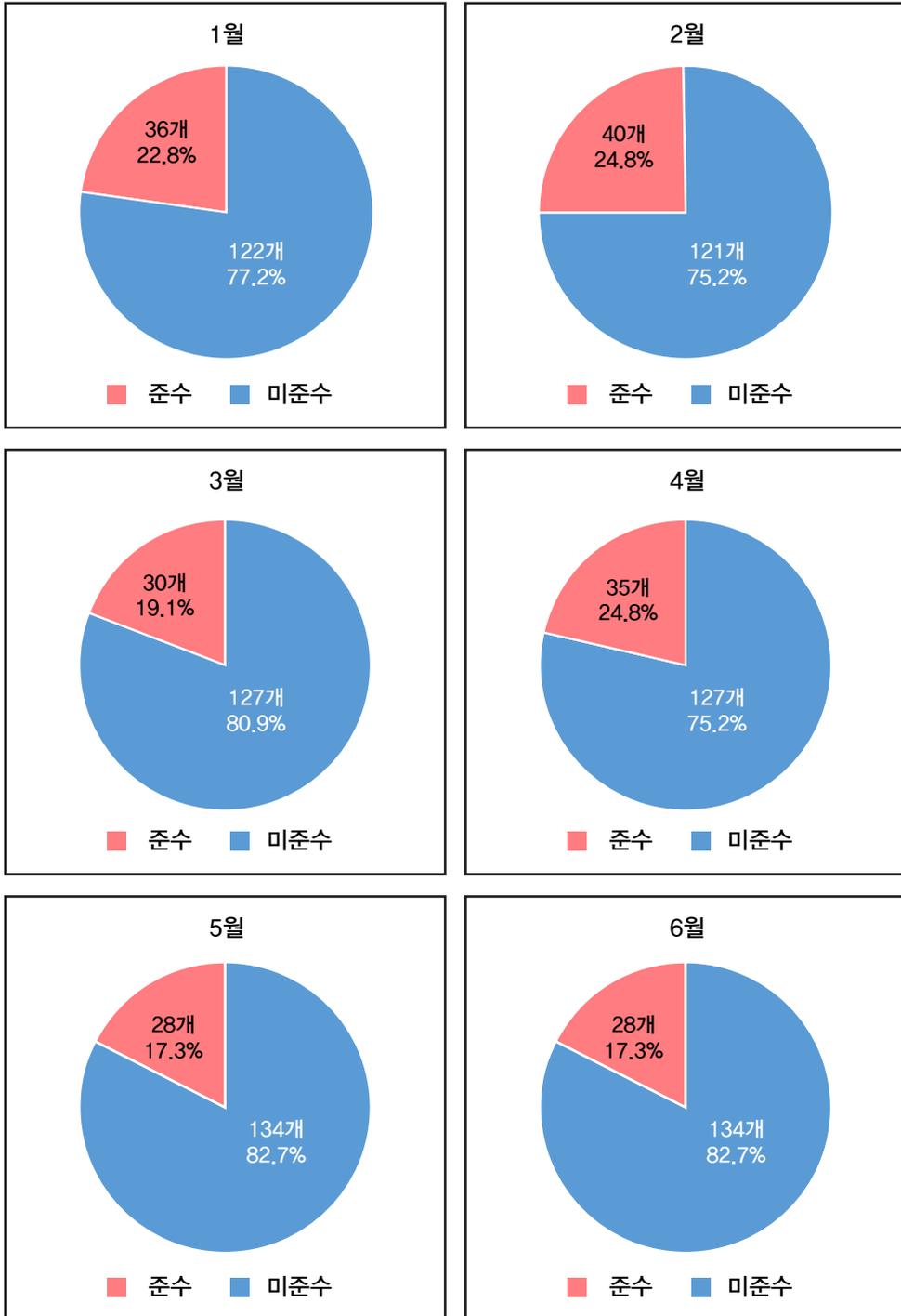
“해외 개발사의 강령 준수로 전체 준수율 상승 (1월 77.2% → 6월 82.7%)”
 “해외업체 모바일 게임 준수율이 지속적 상승세를 보임 (1월 32.6% → 6월 50.0%)”
 “(사)한국게임산업협회 회원사 준수율 100% 달성”

- 전체 준수율은 2020년 1월 77.2%에서 6월 82.7%로 증가하였다. 이는 국내 업체보다 해외 업체의 준수율 상승이 크게 영향을 미쳤으며, 그동안 기구의 자율규제 동참 촉구 노력이 성과를 보이는 것으로 판단된다.
- 해외 모바일 게임물의 준수율이 지속적 상승세를 보이고는 있으나 여전히 국내 업체의 자율규제 준수율보다는 상대적으로 낮은 만큼 기구에서는 그 격차를 해소하기 위해 노력해야 할 것으로 판단된다.
- 준수대상 게임물은 2019년 하반기 평균 167건에 비해 평균 160건으로 4.2%p 감소하였다.

〈표 1〉 전체 게임 준수율

구 분	준수대상(개)	준수게임(개)	준수율
1월	158	122	77.2%
2월	161	121	75.2%
3월	157	127	80.9%
4월	162	127	78.4%
5월	162	134	82.7%
6월	162	134	82.7%

[그림1] 월별 확률형아이템 자율규제 준수현황



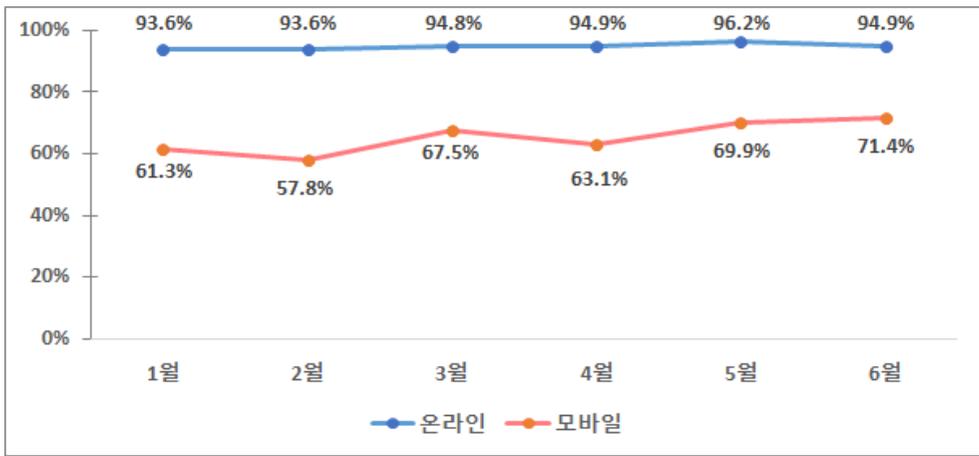
2. 플랫폼별 준수율

- 온라인 자율규제 준수율은 1월 93.6%에서 6월 94.9%로 별다른 변화가 없는 것으로 나타났다.
- 온라인 플랫폼 특성상 모니터링 대상이 되는 인기게임 순위의 변동이 적기 때문에 기존 게임물의 준수 여부에 영향을 많이 받는다. 따라서 지난 6개월간 온라인 게임 준수율에 큰 변화가 없었던 것으로 추정된다.
- 모바일 게임물의 준수율은 1월 61.3%에서 6월 71.4%까지 큰 폭으로 상승하였다. 이는 장기간 미준수 처리되고 있던 몇몇 해외 모바일 게임물들이 지난 6개월간 준수로 전환된 영향이 있는 것으로 추정된다.
- 모바일 플랫폼 특성상 신규 출시 게임물의 유입이 많음에도 불구하고 자율규제 준수율이 꾸준히 상승하는 것은 게임사들이 유료 확률형 아이템에 대한 획득 확률 공개의 필요성을 인식하고 게임 개발 단계부터 해당 내용을 고려하여 신규 게임을 출시한 것으로 판단된다.

〈표 2〉 온라인/모바일 게임 준수율

구 분	온라인	모바일
1월	93.6%	61.3%
2월	93.6%	57.8%
3월	94.8%	67.5%
4월	94.9%	63.1%
5월	96.2%	69.9%
6월	94.9%	71.4%

[그림 2] 온라인/모바일 게임 준수율



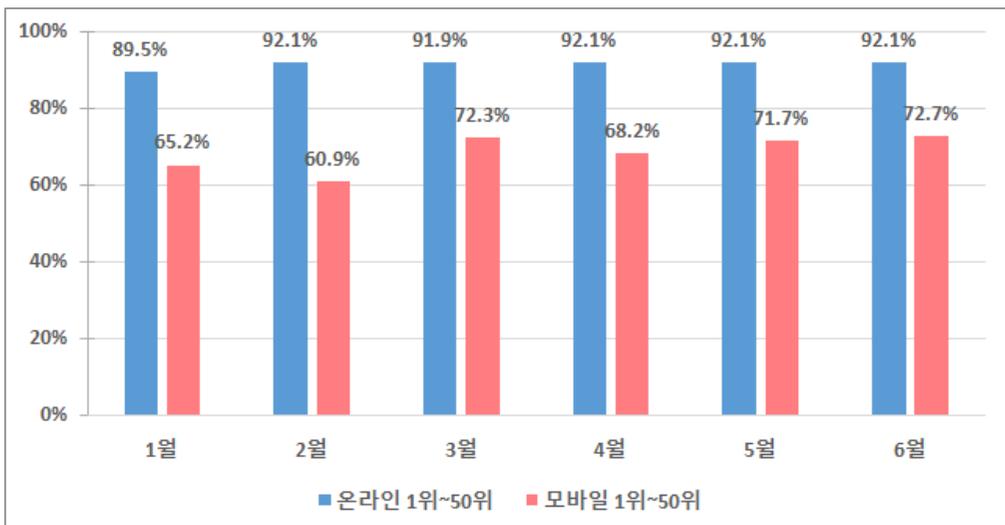
3. 인기 상위게임 준수 현황 (1~50위)

- 온라인 인기 상위게임의 경우 지난 3월 이후 기존 미준수 게임 중 1개가 미 대상 게임으로 전환되면서 준수율이 소폭 상승하였다.
- 모바일 인기 상위게임의 경우 상반기 평균 68.5% 정도의 준수율을 기록 하였는데, 이는 해외 신규 게임물과 기존 미준수 게임물의 유입 정도에 따라 순위가 빈번하게 변동하기 때문에 준수율의 증감을 예측하기 어렵다.

〈표 3〉 온라인/모바일 인기 상위게임 준수율

구 분	온라인	모바일
1월	89.5%	65.2%
2월	92.1%	60.9%
3월	91.9%	72.3%
4월	92.1%	68.2%
5월	92.1%	71.7%
6월	92.1%	72.7%

[그림 3] 온라인/모바일 인기 상위게임 준수율



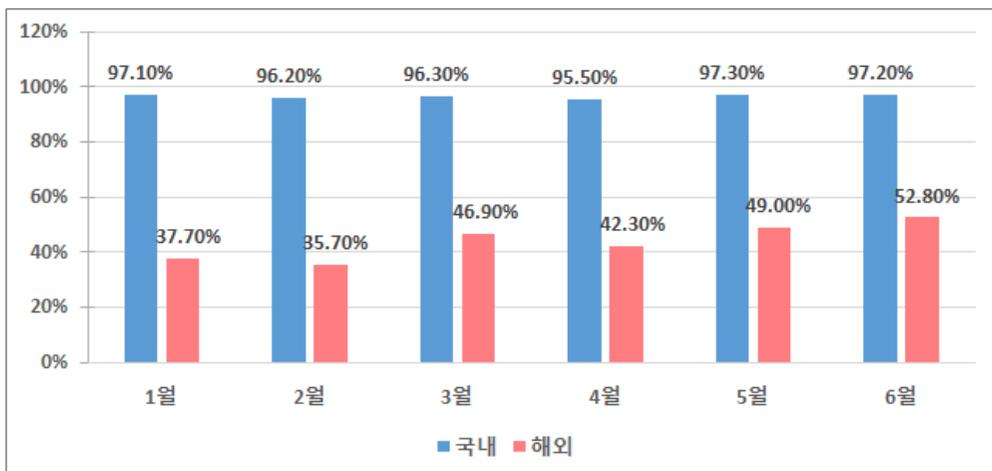
4. 개발사 국적별 준수율

- 국내 개발사 게임은 96.6%, 해외 개발사 게임은 44%가 준수로 나타났다.
- 해외 개발사의 경우 최근 장기 미준수 처리된 게임들이 준수 전환된 경우가 다수 확인되었는데, 이는 국내 개발사보다 미준수 사항에 대한 전달이 쉽지 않았고 미준수 사항에 대한 내부 논의 및 수정에 시간이 소요되어 빠른 수정에 어려움이 있었던 것으로 판단된다.

〈표 4〉 개발사 국적별 준수율

구 분	국내	해외
1월	97.1%	37.7%
2월	96.2%	35.7%
3월	96.3%	46.9%
4월	95.5%	42.3%
5월	97.3%	49.0%
6월	97.2%	52.8%

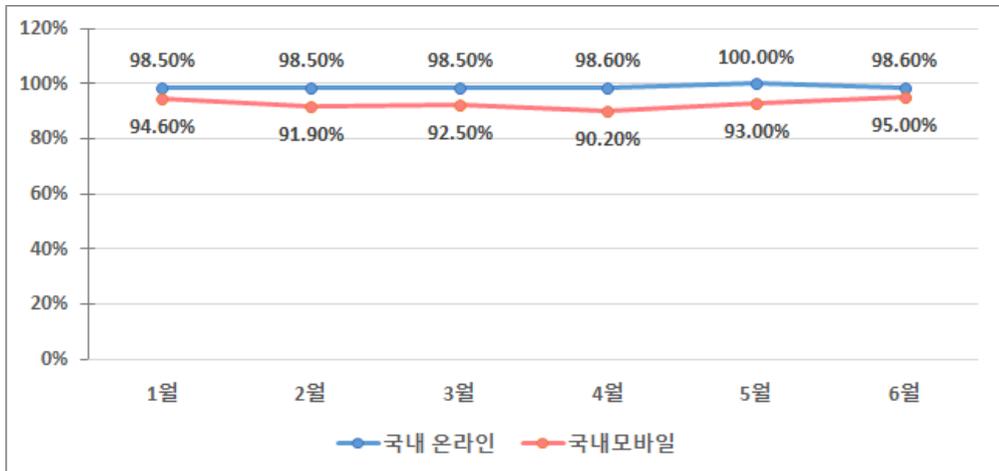
[그림 4] 개발사 국적별 준수율



〈표 5〉 국내 온라인/모바일 개발사 게임물 준수율

구 분	온라인	모바일
1월	98.5%	94.6%
2월	98.5%	91.9%
3월	98.5%	92.5%
4월	98.6%	90.2%
5월	100.0%	93.0%
6월	98.6%	95.0%

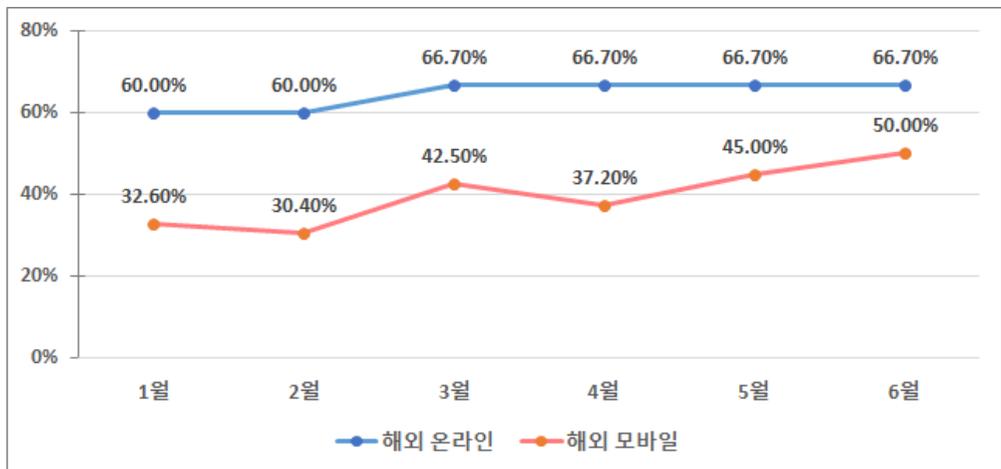
[그림 5] 국내 온라인/모바일 개발사 게임물 준수율



〈표 6〉 해외 온라인/모바일 개발사 게임물 준수율

구 분	온라인	모바일
1월	60.0%	32.6%
2월	60.0%	30.4%
3월	66.7%	42.5%
4월	66.7%	37.2%
5월	66.7%	45.0%
6월	66.7%	50.0%

[그림 6] 해외 온라인/모바일 개발사 게임물 준수율



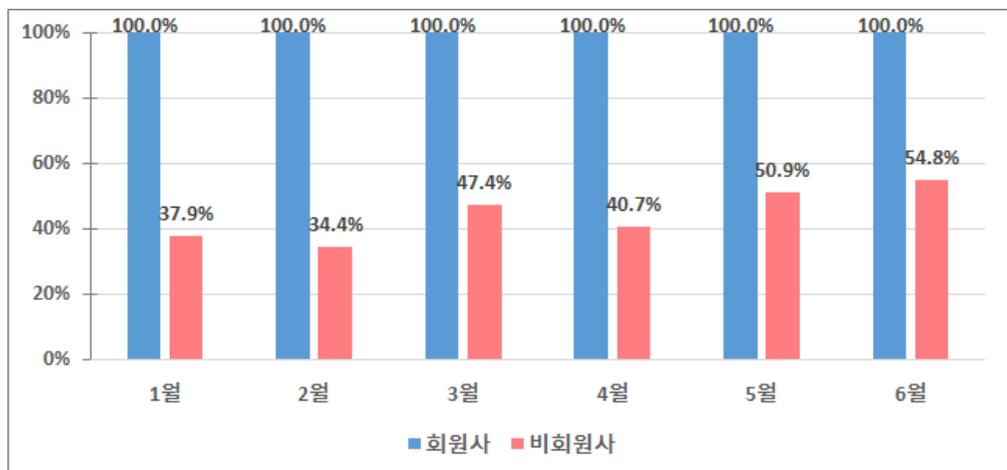
5. (사)한국게임산업협회 회원사 / 비회원사 자율규제 준수율

- 회원사 준수율의 경우 지난 6개월간 100%의 준수율을 기록하였으며, 비회원사 준수율의 경우 평균 44.3%의 준수율을 기록하였다. 비회원사의 평균 준수율이 1월 이후 꾸준히 상승한 것으로 보아 회원사뿐만 아니라 비회원사들도 자율규제를 준수하려는 경향이 나타나는 것으로 판단된다.

〈표 7〉 회원사/비회원사 준수율

구 분	회원사	비회원사
1월	100.0%	37.9%
2월	100.0%	34.4%
3월	100.0%	47.4%
4월	100.0%	40.7%
5월	100.0%	50.9%
6월	100.0%	54.8%

[그림 7] 회원사/비회원사 준수율



〈표 8〉 회원사 온라인/모바일 게임물 준수율

구 분	온라인	모바일
1월	100.0%	100.0%
2월	100.0%	100.0%
3월	100.0%	100.0%
4월	100.0%	100.0%
5월	100.0%	100.0%
6월	100.0%	100.0%

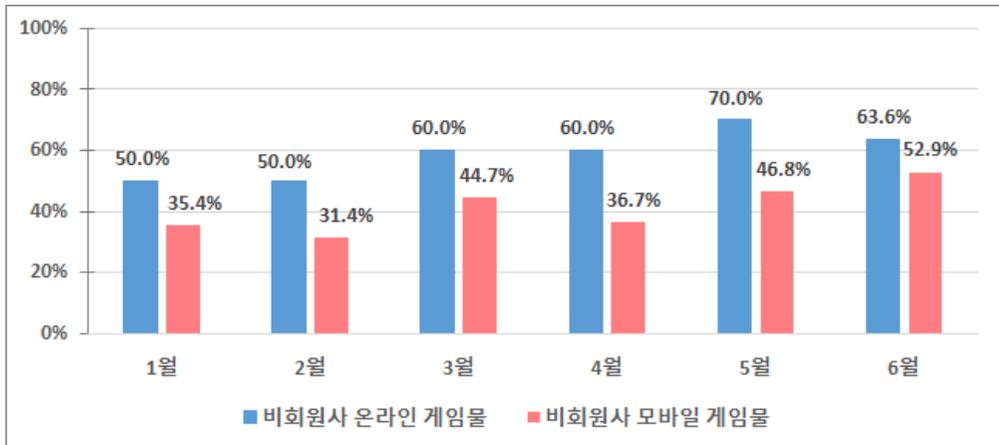
[그림 8] 회원사 온라인/모바일 게임물 준수율



〈표 9〉 비회원사 온라인/모바일 게임물 준수율

구 분	온라인	모바일
1월	50.0%	35.4%
2월	50.0%	31.4%
3월	60.0%	44.7%
4월	60.0%	36.7%
5월	70.0%	46.8%
6월	63.6%	52.9%

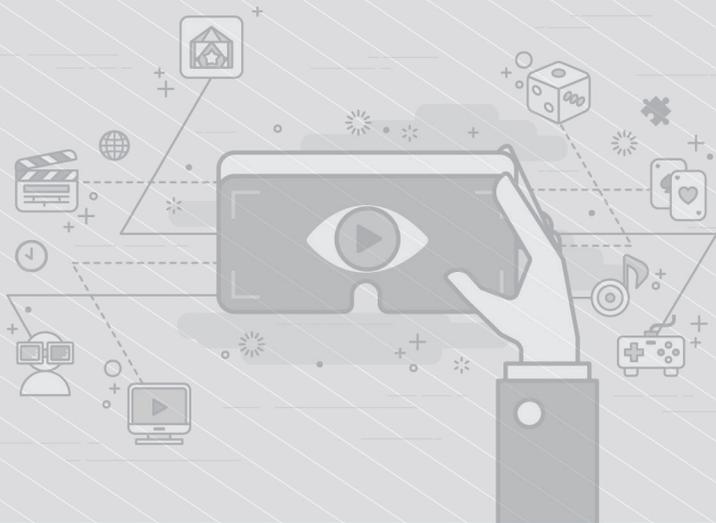
[그림 9] 비회원사 온라인/모바일 게임물 준수율



6. 종합결과

- 2020년도 상반기 국내 개발사 게임물의 경우 평균 준수율 96.6%를 기록하였고, 미준수 처리된 국내 개발사 게임은 대부분 소규모 개발사의 신규 출시 게임이거나 해외 서비스를 중점적으로 하는 경우로 확인되었다. 국내 인디게임 등 소규모 개발사의 경우 자율규제 강령에 대한 인식을 하고 있더라도 실제 게임에 반영시키기 어려운 상황인 것으로 보여 이에 대한 개선책을 마련해야 할 필요가 있을 것으로 보인다.
- 해외 개발사 게임물의 평균 준수율은 44.1%로 나타나 국내 개발사 게임물의 평균 준수율과 비교했을 때 52.5%p 낮은 준수율을 보여주었다. 이는 단기간에 준수 전환이 될지라도 매달 빈번한 순위 변동으로 인해 성과가 눈에 띄지 않고, 새로운 미준수 게임물은 매달 상당수가 유입되기 때문에 국내 개발사 게임물에 비해 준수율이 상승하기 어려운 것으로 보인다.
- (사) 한국게임산업협회 회원사 준수율은 100%를 기록하였으며, 비회원사의 경우 1월 37.9%에서 6월 54.8%의 변화를 보인 것으로 나타났다. 비회원사와 회원사 간의 평균 준수율은 여전히 큰 격차를 보이고 있지만 비회원사의 평균 준수율이 1월에 비해 큰 폭으로 상승한 만큼 비회원사의 자율규제 동참을 적극적으로 독려하고 지속적인 모니터링을 통해 게임 내에 유료 확률형 아이템과 관련된 상세 정보 제공이 이루어질 수 있도록 노력할 필요가 있을 것이다.

자율규제 변화 및 GSOK 연혁과 현황



자율규제 및 자율기구 연혁

□ 자율규제의 변화

구분	최초 자율규제('15.7~)	1차 개선 자율규제('17.7~)	2차 개선 자율규제('18.7~)
적용 대상	청소년 이용불가 게임물을 제외한 모든 온라인·모바일 게임 강화 확률형 아이템(인챈트)제외		플랫폼 등급 구분 없이 캡슐형 유료 아이템을 제공하는 모든 게임물
확률 공개 방법	아이템 등급별 구간 확률 정보 (예시 : S, A, B, C 등급 등)	개별 구성 비율을 공개 (확률 전체 공개), 등급별 구성 비율 공개의 두 가지 방법 중 한가지를 선택하여 공개	확률형 아이템 결과물에 대한 개별 확률 공개
확률 안내 방법	사업자 자율 (대표 홈페이지 등)	결과물 구성 비율에 관한 정보를 확인할 수 있는 위치를 게임 내 등에 안내 및 구성 비율에 변경이 발생할 경우 사전 공지	결과물의 확률에 관한 정보확인위치를 이용자의 식별이 용이한 게임 내 구매화면 등에 안내 및 변경

□ 한국게임정책자율기구 연혁



□ 한국게임정책자율기구 현황





Game User Care & Self-Regulation
Volume 6

각 위원회 정기회의 주제 및 결과

- 자율규제평가위원회
- 청소년보호정책위원회
- 게임광고자율규제위원회



GSOK 각 위원회 정기회의 주제 및 결과 정리

□ 자율규제평가위원회 목적

- 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」에 따라 자율규제 개선 및 이행현황 감독·평가

□ 2020년 상반기 경과 보고

일정	주요 검토내용
제15차 회의 20.01.09(목)	- 12월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 전월 대비 전체 준수율 증가 및 모바일 준수 게임물 수의 증가
제16차 회의 20.02.12(수)	- 1월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * (모바일 미준수 게임물의 증가로) 전월 대비 전체 준수율 하락
제17차 회의 20.03.11(수) ~20.03.13(금)	- 2월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 전월 대비 전체 준수율 하락
제18차 회의 20.04.08(수)	- 3월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 전월 대비 전체 준수율 증가 - 보상 목록 갱신 시스템의 강령 적용대상 여부 협의 △ 현재 자료만으로 판단하기 어려운 상황이므로 게임사측의 보충자료 및 집행 가능성에 대한 확인을 진행 한 후 적용 대상 여부를 판단하기로 함
제19차 회의 20.05.13(수)	- 4월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 전월 대비 전체 준수율 하락 및 모바일 준수 게임물 수의 감소
제20차 회의 20.06.17(수)	- 5월 모니터링 결과* 보고 및 자율규제 미준수 게임물 공표 심의 * 전월 대비 전체 준수율 증가 및 모바일 준수 게임물 수의 증가 - 장기간 미준수 해외 게임들이 지속적인 준수 안내와 준수 권고를 통해 전환 사례 확인

□ 청소년보호정책위원회 목적

- 청소년의 게임 내 청약철회·환불 정책에 대한 이행현황 감독 및 청소년보호 등을 위한 사항을 심의·의결

□ 2020년 상반기 경과 보고

일정	주요 검토내용
<p>제7차 회의 20.01.22(화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 제도적·환경적 기타 청소년 보호 관련 쟁점 논의 △ ‘게임이용자 본인인증제도 개선을 위한 법안 및 토론회’ 주요 내용 검토 및 논의 - 전자상거래 이용자보호지침 철회권 관련 내용 논의 (논의내용) △ 콘텐츠분쟁조정위원회에서 제공한 ‘콘텐츠이용자보호지침 개정연구 보고서(비공개자료)’ 중 관련 부분 검토 △ 개정 취지는 디지털콘텐츠로 지침 적용범위 한정을 통한 모든 콘텐츠 거래 포섭 및 지침의 활용성 제고로, 이에 따라 오프라인 콘텐츠 제외 및 청약철회 등에서 디지털콘텐츠의 특성을 반영 △ 지침은 강제성이 없어야 함에도 법의 형식을 갖고 업체들에 대한 강제력을 행사하고 있으며 소규모 업체일수록 지침 의존도도 높음 △ 청약철회 관련 법률 및 연구보고서를 통해 배제시점 관련 내용과 타당성 검토하기로 함 - 청소년 관련 게임 환불기준 마련 방안 논의 (논의내용) △ 게임사에서 제공하는 게임아이템의 세부유형 자료 검토 후 청약철회와 관련하여 논의하기로 함
<p>제8차 회의 20.06.16(화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 연구용역보고서 내용 검토 및 신규 연구용역 진행 일정 논의 (논의주제) △ 전자상거래에서의 청소년 환불 정책 분석을 통한 게임 분야 분쟁해결 방안 연구’ 주요 내용 검토 및 논의 △ ‘청소년의 본인명의 게임이용관련 법제도 현황과 개선 방향성’ 일정 논의 - 게임사에서 제공하는 세부 아이템 유형 검토 및 관련 사항 논의 △ 게임사업자가 제공하는 게임 아이템 유형 세분화 자료 확인 및 쟁점 사항 검토

□ 게임광고자율규제위원회 목적

- 게임광고의 자율성과 신뢰성을 높이고자 게임광고자율규제와 관련한 제반 사항을 다루기 위한 광고위원회를 설치

□ 2020년 상반기 경과 보고

일정	주요 검토내용
제3차 회의 20.01.17(금)	<ul style="list-style-type: none"> - 위원별 검토의견서를 반영하여 수정한 '게임광고자율심의기준(안)'을 중심으로 회의 진행 - '게임광고자율심의기준(안)'에 대한 신설조항 필요성에 대한 의견 검토 진행 - 게임광고 심의 운영을 위하여 플랫폼별 게임광고 집행현황 파악 필요성 제기
제4차 회의 20.02.21(금)	<ul style="list-style-type: none"> - '게임광고자율심의기준(안)'에 대한 위원별 신설조항 의견을 중심으로 회의 진행 - '게임광고자율심의기준(안)' 수정본을 바탕으로 게임광고 시범 모니터링 운영에 대한 논의
제5차 회의 20.03.18(수)	<ul style="list-style-type: none"> - 시범 모니터링 결과를 중심으로 회의 진행 (논의주제) △ 사무국에서 사전 선별한 18건의 게임광고를 대상으로 심의 진행함 - 심의 관련 절차에 대한 의견 제시 (논의주제) △ 사무국에서 사전 모니터링을 통한 심의대상 선별의 건 △ 심의결과문 작성을 위한 기준 양식 마련의 건 △ 최종 심의결정문 작성의 건 - 게임광고자율심의기준(안)에 대한 보충 의견이 제시됨
제6차 회의 20.04.28(화)	<ul style="list-style-type: none"> - 게임광고 모니터링 심의결과를 중심으로 회의 진행 (논의주제) △ 게임과 게임광고 내용이 동일하지 않은 경우와 관련하여, 게임과 달리 게임광고는 불특정 다수에게 노출됨을 감안하여 게임과 별도로 게임광고 내용에 한하여 심의하기로 함 △ 심의의결 단계는 '주의/ 경고' 등 2단계로 구분, '경고' 단계에 해당하는 게임사 리스트를 언론에 공개하기로 함* * 이와 관련하여, 8월 12일 추가적으로 진행된 회의(참석자: 문철수 위원장, 사무국)를 통하여, 차후 게임광고 모니터링 심의결과는 기구 홈페이지 업로드 및 분기별 언론을 통한 공표 등 의견이 제시됨 - 게임광고자율심의기준(안)에 대한 보충의견에 대한 논의

<p>제7차 회의 20.05.22(금)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 게임광고자율심의기준(안) 검토 (논의내용) △ 전반적인 조항의 행위주체는 일반 광고에서 일컬어지는 '소비자'로 통일 △ 기타 전체조항의 균형 및 통일성을 위하여 생략 및 수정 작업하기로 함 - 게임광고사전심의위원회운영규정(안) 검토의 건 (논의주제) △ 내부적으로 게임광고 모니터링 시범운영을 통하여 세부적인 운영규정 사항에 대하여 수정하고자 함
<p>제8차 회의 20.06.30(화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 게임광고 최종 심의 결정의 건 (논의내용) △ 게임광고와 해당 게임물등급과의 연결성 및 심의 의결 단계에서 필요한 '게임광고자율심의기준' 조항 신설 필요성 제기 - 게임광고사전심의위원회운영규정(안) 검토의 건 (논의내용) △ 현재 게임광고 모니터링이 사후심으로 진행되고 있음을 감안하여 별도의 '게임광고사후심의위원회규정(안)'을 새로 수립 검토

부 록

- 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령
- 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 시행 세칙
- 확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙



건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령

제정 : 2017.02.15.

개정 : 2018.07.01.

【전문】

(사)한국게임산업협회(이하 'K-GAMES'라 한다)는 건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령(이하 '강령'라 한다)을 제정한다. K-GAMES의 모든 회원사 및 이 강령에 동참 의사를 표현한 게임물 관련 사업자(이하 '참여자'라 한다)는 강령 준수의 의무를 갖는다.

제1조 (목적) 이 강령은 게임물 이용자의 합리적 소비를 위하여 참여사가 준수하여야 할 사항 및 이용자에게 제공하여야 할 정보의 내용과 전달 방식 등 자율규제의 내용을 규정함으로써, 건강한 게임문화 조성에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조 (용어의 정의) 이 강령에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. 무료 아이템 : 게임 내에서 획득할 수 있는 아이템
2. 유료(캐시) 아이템 : 이용자가 유료 구매를 통해 획득할 수 있는 아이템
3. 캡슐형 유료 아이템 : 이용자가 유료 구매 후, 우연성에 의해서 그 내용물이 제공되는 아이템

제3조 (적용대상)

- ① 이 강령은 캡슐형 유료 아이템을 제공하는 모든 게임에 적용한다.
- ② 제1항에 따른 게임물의 구체적인 범위는 제7조의 자율규제 평가위원회에서 매년 검토하여 결정한다.

제4조 (캡슐형 유료 아이템 운용)

- ① 참여사는 캡슐형 유료 아이템의 기획 시 다음 각 호의 사항을 하여서는 아니 된다.
 1. 캡슐형 유료 아이템의 이용 조건이나 아이템의 내용에 대해서 사실과 다른 표시, 게임물 이용자가 오인할 만한 표시를 하는 행위
 2. 캡슐형 유료 아이템의 결과물에 유료 캐시를 포함하는 행위
 3. 캡슐형 유료 아이템의 결과물로 아무것도 제공하지 않는 행위
 4. 캡슐형 유료 아이템의 결과물 중 다음 단계의 게임 진행을 위한 필수 아이템을 포함하는 행위
- ② 캡슐형 유료 아이템의 결과물로 유료(캐시) 아이템을 제공하는 경우 다음 각 호중 하나의 행위를 준수하여야 한다.
 1. 캡슐형 유료 아이템의 결과로 제공되는 유료(캐시) 아이템의 가치는 캡슐형 유료 아이템 1회 구입가격과 동등하거나 그 이상으로 할 것
 2. 캡슐형 유료 아이템 10회 구매 시 제공되는 유료(캐시) 아이템의 기대가치는 캡슐형 유료 아이템 10회 구입가격과 동등하거나 그 이상으로 할 것
 3. 그 외 제1호와 제2호에 준하여 구입가격과 동등하거나 그 이상의 유료(캐시) 아이템을 제공할 것

제5조 (캡슐형 유료 아이템 등의 표시)

- ① 참여사는 캡슐형 유료 아이템에 대하여 다음 각 호의 내용을 표시하여야 한다.
 1. 캡슐형 유료 아이템을 통해 제공되는 모든 아이템의 명칭, 등급
 2. 캡슐형 유료 아이템의 제공 수나 제공 기간이 한정되는 경우 해당 정보
 3. 별표 1의 예시에 따른 캡슐형 유료 아이템 결과물의 개별 구성 비율 등에 관한 사항
- ② 참여사는 전항의 내용을 이용자가 쉽게 확인할 수 있도록 표시하여야 하며, 결과물의 구성 비율에 관한 정보를 확인할 수 있는 위치를 구매화면 등에 안내하여야 한다.
- ③ 캐릭터 및 아이템 등의 성능을 상승시키는 기능이 존재하며 그 결과로 성능 하락 또는 캐릭터 및 아이템 등의 소멸이 발생할 수 있는 경우, 참여사는 그 성공 확률에 대하여 게임 내 등에 안내하여야 한다. 단, 게임 내에서 무료로 획득할 수 있는 캐릭터 및 아이템이 사용되는 경우는 제외한다.

④ 참여사는 제1항 및 제3항에 따라 제공하는 정보에 변경이 발생할 경우 사전에 공지하여야한다. 단, 게임 서비스의 운영 중 기술상 긴급을 요할 경우에는 변경이 발생한 시점에서 지체 없이 그 취지 및 내용을 고지한다.

제6조 (내부 점검)

- ① 참여사는 이 강령이 적절하게 운용되도록 내부 점검을 실시한다.
- ② 참여사는 전항의 점검 결과 이 강령에 위반되는 사실이 발견되었을 경우 다음 각 호의 조치를 취한 후 해당 내용을 K-GAMES 및 제7조의 자율규제 평가위원회에 통보한다.
 1. 위반 내용에 대한 신속한 시정 조치
 2. 위반 원인분석 및 재발방지책 마련

제7조 (자율규제 평가위원회)

- ① 자율규제 개선 및 이행 현황을 감독하기 위하여 한국게임정책 자율기구에 자율규제 평가위원회(이하 '평가위원회')를 설치한다.
- ② 평가위원회는 게임 및 이용자 보호와 관련된 5~10인의 평가위원으로 구성한다.

제8조 (평가위원회의 역할)

- ① 평가위원회는 다음 각 호의 업무를 수행한다.
 1. 자율규제 준수방법의 적절성 평가
 2. 자율규제 인증제도
 3. 자율규제 이행현황 모니터링 및 결과에 따른 모니터링 준수 권고, 경고, 미준수 사실의 공표
 4. 자율규제 모니터링 결과 공개 및 정기 보고서 발간
- ② 평가위원회는 전항의 업무 이외에도 기구의 운영 목적 및 자율규제 개선에 필요한 사업을 진행할 수 있다.

제9조 (시행세칙) 이 강령의 시행 및 목적 달성을 위하여 필요한 구체적인 사항은 제7조의 평가위원회에서 시행세칙으로 정한다.

부칙 <2017. 2. 15>

제1조 (시행일) 이 강령은 2017년 7월 1일부터 시행한다.

부칙 <2018. 7. 1>

제1조 (시행일) 이 강령은 2018년 7월 1일부터 시행한다.

제2조 (한국게임정책자율기구에 관한 경과조치) 강령 제8조의 규정은 한국게임정책자율기구 출범 전까지 2018년 7월 1일 개정 전의 구 강령과 같이 수행한다.

제3조 (권리·의무 및 자산의 승계 등) 한국게임정책자율기구의 설립과 동시에 종전의 자율규제 평가위원회는 폐지된 것으로 보며, 한국게임정책자율기구는 그 설립일부터 종전의 자율규제 평가위원회가 가진 모든 권리·의무 및 유·무형 자산 등을 승계한다.

[별표 1]

〈제정 2017.02.15〉

〈개정 2018.07.01〉

캡슐형 유료 아이템의 표시(제5조 관련)

캡슐형 유료 아이템의 결과물로 제공되는 개별 아이템의 구성 비율 등을 다음과 같이 안내하는 것을 원칙으로 한다.

등급	아이템	구성 비율
전설	a	0.5%
	b	0.7%
	c	1.0%
고급	d	1.5%
	e	2.2%
	f	2.5%
	g	3.0%
	h	3.8%
	i	4.5%
중급	j	5.0%
	k	5.5%
	l	5.9%
	m	6.5%
	n	6.8%
	o	7.0%
일반	p	7.5%
	q	8.3%
	r	8.8%
	s	9.0%
	t	10.0%

건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령 시행세칙

제정 : 2017. 5. 10.

개정 : 2017. 8. 18.

개정 : 2018. 6. 18.

제1조 (목적) 이 시행세칙은 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」(이하 “강령”이라 한다) 제9조에서 위임한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조 (유·무료 아이템) ① 강령 제2조제1호의 “무료 아이템”은 게임 진행 과정에서 보상 등으로 획득하거나 무료로 획득한 재화를 통해 교환한 아이템을 의미한다.
② 강령 제2조제2호의 “유료(캐시) 아이템”은 이용자가 현금으로 직접 구입하거나 현금 지급을 통해 획득하는 재화를 통해 교환 또는 구입한 아이템을 의미한다.
③ 제1항 및 제2항의 기준에 따른 구분이 명확하지 않은 경우, 아이템 구매의 수단이 되는 재화의 청약철회 및 환불 가능 여부에 따라 유료와 무료 아이템을 구분한다.

제3조 (캡슐형 유료 아이템) 강령 제2조제3호의 “캡슐형 유료 아이템”은 우연성에 의해 획득 결과물이 결정되는 성격의 아이템이면서 결과물 획득 과정에서 이용자의 유료 지불 행위가 포함된 것을 의미한다.

제4조(평가위원회 검토) 강령 제7조제1항에 의해 한국게임정책 자율기구 내에 설치되는 자율규제 평가위원회(이하 “평가위원회”라 한다)가 강령 제3조제2항에 따른 강령의 적용대상 게임물의 범위를 검토·결정하는 경우에는 다음 각 호 사항을 고려하여야 한다.

1. 자율규제 모니터링 결과
2. 자율규제 관련 이용자 민원
3. 확률형 아이템 관련 정책동향
4. 참여사 및 유관 협·단체의 의견
5. 기타 적용대상 게임물의 범위 검토·결정을 위해 평가위원회가 의결한 사항

제5조 (필수 아이템) 강령 제4조제1항제4호의 “필수 아이템”이라 함은 게임의 시작 및 다음 단계 진행을 위해 필수적으로 요구되는 아이템을 의미하며, 단순히 게임진행을 유리하게 하는 아이템은 포함되지 아니 한다.

제6조 (유료(캐시) 아이템의 가치산정) ① 강령 제4조제2항제1호의 유료(캐시) 아이템의 가치는 해당 아이템의 구입 및 교환에 필요한 현금 혹은 유료 재화의 양을 기준으로 한다.

② 강령 제4조제2항제2호의 유료(캐시) 아이템의 기대가치는 제1항에 따른 유료(캐시) 아이템의 가치에 해당 아이템의 캡슐형 유료 아이템 내 구성 비율을 곱하여 산정한다.

③ 제1항에 따른 아이템의 가치 산정이 불가능한 경우, 해당 아이템과 유사한 기능 및 속성을 가진 아이템의 가치를 참고하도록 한다. 다만, 아이템을 별도로 판매하지 않는 등 명확한 기준 가치 산정이 불가능한 경우 제1항 및 제2항의 기준은 적용되지 아니한다.

④ 참여사는 강령 제4조제2항제3호에 따른 조치를 취할 경우 평가위원회를 통해 이용자 보호 실효성에 대한 검토를 받을 수 있다.

제7조 (캡슐형 유료 아이템의 명칭, 등급 등의 표시 방법 등) ① 강령 제5조제1항제1호에 따른 아이템의 명칭, 등급 표시는 다음 각 호의 기준에 따른다.

1. 게임 내에서 아이템들의 명칭, 등급이 구분되어 있는 경우, 해당 내용을 표시
 2. 게임 내 아이템들의 등급이 구분되어 있지 않는 경우, 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성비율 순으로 등급을 구분하여 표시
- ② 강령 제5조제1항제3호에 따른 캡슐형 유료 아이템 결과물의 구성비율은 백분율로 표시함을 원칙으로 한다. 다만, 부득이한 사유로 강령 [별표 1]의 예시와 같이 표시할 수 없는 경우에는 평가위원회의 승인을 거쳐 분수 또는 함수 등 다른

방법으로 표시할 수 있다.

③ 강령 제5조제2항에 따른 구매화면 등의 안내는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 한다.

1. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보(구성비율에 관한 정보 포함, 이하 같다)의 구매 화면 내 공개
2. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보 공개 웹페이지에 대한 링크버튼의 구매화면 내 제공
3. 캡슐형 유료 아이템 관련 정보의 열람방법의 구매화면 내 안내 또는 공지

④ 강령 제5조제3항에 따른 게임 내 등의 안내는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방법으로 한다.

1. 성공 확률 관련 정보의 게임 내 공개
2. 성공 확률 관련 정보 공개 웹페이지에 대한 링크버튼의 게임 내 제공
3. 성공 확률 관련 정보의 열람방법의 게임 내 안내 또는 공지

제8조 (내부점검 결과에 대한 적절성 평가) 평가위원회는 강령 제6조에 따른 참여사의 시정조치 및 재발방지책의 적절성에 대한 평가를 할 수 있다.

제9조 (평가위원회의 구성 및 운영 등) 위원 임기 등 평가위원회의 구성 및 운영 등에 관하여 필요한 사항은 평가위원회 운영규정으로 정한다.

제10조 (자율규제 인증제도) ① 강령 제8조제1항제2호에 따른 자율규제 인증은 참여사의 신청에 따라 평가위원회가 강령 및 이 시행세칙에서 정한 사항의 준수 여부를 평가하여 인증부여 여부를 결정한다.

② 제1항 따른 인증의 유효기간은 인증부여일로부터 1년으로 한다.

제11조 (상시 모니터링) 강령 제8조제1항제3호의 자율규제 이행현황 모니터링은 매월 게임 플랫폼별 인기 순위 게임물에 대해 실시하는 것을 원칙으로 한다.

제12조 (자율규제 미준수 게임물 및 사업자에 대한 조치) 강령 제8조제1항제3호에 따라 평가위원회는 자율규제 미준수 게임물 및 사업자에 대해 다음 각 호의 조치를 취하여야 한다.

1. 1차 미준수 : 미준수 게임물 및 사업자에 대한 준수 권고
2. 2차 미준수 : 미준수 게임물 및 사업자에 대한 경고
3. 3차 미준수 : 미준수 사실(미준수 게임물 및 사업자 관련 정보 포함)의 공표 및 자율규제 인증 취소

제13조 (시행세칙 개정) 평가위원회는 이 시행세칙의 개정이 필요한 경우 관련 주체의 의견 수렴을 거쳐 상시로 이를 개정할 수 있다.

〈부 칙〉

2017. 5. 10.

제1조 (시행일) 이 세칙은 2017. 7. 1.부터 시행한다.

〈부 칙〉

2017. 8. 18.

제1조 (시행일) 이 세칙은 2017. 8. 18.부터 시행한다.

〈부 칙〉

2018. 6. 18.

제1조 (시행일) 이 세칙은 2018. 7. 1.부터 시행한다.

확률형아이템 자율규제 인증제도 시행세칙

제정 : 2018. 12. 10.

제1조 (목적) 이 시행세칙은 「건강한 게임문화 조성을 위한 자율규제 강령」제8조 제1항제2호에서 규정하는 확률형아이템 자율규제 인증제도의 운영에 필요한 구체적인 사항을 정함을 목적으로 한다.

제2조 (신청) ① 확률형아이템 자율규제 인증(이하 '인증'이라 한다)을 받고자 하는 자는 한국게임정책자율기구 사무국(이하 '기구'라 한다)을 통해 신청하여야 한다.

② 인증을 신청한 자는 다음 각 호의 서류를 구비하여 제출하여야 한다.

1. 확률형아이템 자율규제 인증 신청서 (별지 제1호 서식) 1부
2. 법인 등기사항 증명서 또는 사업자등록증 사본 1부
3. 확률형아이템 자율규제 체크리스트 (별첨 제1호 양식) 1부

③ 기구는 전항에서 정한 구비서류에 미비한 사항이 있을 경우 인증을 신청한 자로 하여금 보완하도록 할 수 있다.

제3조 (수수료) ① 기구에서 수행하는 인증업무에 소요되는 비용은 인증을 신청한 자가 부담한다.

② 자율규제 평가위원회(이하 '평가위원회'라 한다)는 인증에 필요한 제반 비용 등을 감안하여 수수료를 산정한다.

제4조 (심의) 평가위원회는 인증의 부여, 갱신, 취소 등 인증제도의 운영에 관한 주요 사항을 심의·의결한다

제5조 (결과 안내) 기구는 인증심의 결과를 홈페이지를 통해 안내한다.

제6조 (변경사항의 고지) 인증을 받은 자는 인증 신청 시 기재한 사항에 변경이

발생한 경우에는 그 사유가 발생한 날로부터 15일 이내에 변경사항과 그 사유를 기구에 알려야 한다.

- 제7조 (인증 유효기간 및 갱신)** ① 인증의 유효기간은 인증일로부터 1년으로 한다.
② 인증을 갱신하고자 하는 경우에는 인증 만료일로부터 1개월 이전까지 수수료를 납부하여야 한다.
③ 전항의 인증 갱신을 하지 않은 경우에는 유효기간 만료 시 재신청하여야 한다.

- 제8조 (인증마크의 사용 및 홍보)** ① 인증을 받은 자는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에서 정하는 규정에 따라 [별표 1]의 인증마크를 홈페이지에 게시하거나 게임물 등에 사용할 수 있다.
② 인증을 받은 자는 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」에서 정의하는 언론에 인증 사실을 공표하거나 홍보할 수 있다.

- 제9조 (사후관리)** ① 기구는 인증의 사후관리를 담당하며, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사항에 대해 사실 확인을 할 수 있다.
1. 이용자 민원이 제기된 미준수 사항
 2. 기구 모니터링을 통해 발견된 미준수 사항
 3. 기타 평가위원회가 필요하다고 인정하여 위임하는 사항
- ② 평가위원회는 전항의 사실 확인 결과 자율규제 미준수 업체에 대하여 시정을 요구할 수 있다.

- 제10조 (인증 취소)** ① 평가위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 심의·의결을 거쳐 인증을 취소할 수 있다.
1. 시정요구를 받고 기일 내에 시정하지 아니한 경우
 2. 허위 또는 부정한 방법으로 인증을 받은 경우
 3. 서비스 종료 등으로 자율규제 이행이 불가능한 경우
- ② 평가위원회는 인증 기준이 변경된 경우 변경 전에 인증된 게임물이 변경된 기준을 3개월 이내에 충족하지 못할 경우 인증을 취소할 수 있다.
③ 인증이 취소된 게임물은 취소 처분을 받은 날로부터 인증마크를 사용할 수 없다.

제11조 (유사명칭 사용 금지) 인증을 받은 자가 아닌 경우 자율규제 인증마크, 확률형 아이템 인증, 자율규제 인증업체, 확률형아이템 인증 게임물 등의 유사한 명칭을 사용할 수 없다.

제12조 (비밀유지) 인증과 관련된 업무를 수행하는 자는 업무추진 과정에서 알게 된 영업 비밀에 속하는 사항을 공표·누설하거나 업무 수행을 위한 목적 외에 이용하여서는 아니 된다.

제13조 (시행세칙 개정) 평가위원회는 이 세칙의 개정이 필요할 경우 관련 주체의 의견 수렴을 거쳐 상시로 개정할 수 있다

〈부칙〉

2018.12.10.

제1조 (시행일) 이 세칙은 2018.12.10.부터 시행한다.

[별표 1]

확률형아이템 자율규제 인증마크 (제2조 관련)

※ 확률형아이템 자율규제 인증마크는 확률의 의미를 담은 보물상자를 아이콘으로 나타내어 예측가능성을 담보하고자 하는 뜻을 표현하고자 함

기본	
기본형	
가로 A	
가로 B	
세로형	

발 행 인 : 황성기(한국게임정책자율기구 의장)

편 집 인 : 김양은(서강대학교)

편집위원 : 김양은(서강대학교)
김병철(중부대학교 게임소프트웨어학과)
송민수(한국소비자원)
전성민(가천대학교 경영대학)
조영기(한국게임정책자율기구)
최승우(한국게임산업협회)

발 행 일 : 2020년 9월 30일

발 행 처 : 한국게임정책자율기구

(06755) 서울시 서초구 바우뫼로20길 서두빌딩 401호
Tel : 02-6952-1375 / Fax : 02) 6952-1377

정기간행물 등록번호 : 서초 00080

ISSN 2586-6559

※ 본 보고서 내용의 무단 전재 및 재배포를 금지하며, 가공·인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.