

그 작품의 코인은 누가 가져갔을까?

2020년 11월 26일(목) 오후 2시  YouTube 전국여성노조 채널 온라인 생중계

디지털콘텐츠 창작노동자 실태와 대책 마련을 위한 토론회

사 회 나지현 | 전국여성노동조합 위원장

발 제 _____

발 제 ① 플랫폼 디지털산업의 구조와 노동
윤자영 | 충남대학교 경제학과 교수

발 제 ② 디지털콘텐츠창작노동자 노동실태 : 설문조사 분석 결과
윤자호 | 한국노동사회연구소 연구원

발 제 ③ 디지털콘텐츠창작노동자 노동실태 : 면접조사 분석 결과
최혜영 | 일하는여성아카데미 연구원

발 제 ④ 디지털콘텐츠창작노동자 노동환경 개선과제
윤정향 | 한국노동사회연구소 선임연구위원

토 론 _____

토 론 ① 김희경 | 전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자지회 지회장

토 론 ② 최인이 | 충남대학교 사회학과 교수

토 론 ③ 강금봉 | 경제사회노동위원회 전문위원

전체토론 _____

주관 |



전국여성노동조합
KOREAN WOMEN'S TRADE UNION



국회의원 장철민, 유정주, 권인숙, 류호정, 강은미

후원 |



고용노동부

프로그램

○ 사회 : 나지현 (전국여성노동조합 위원장)

개회사 및 인사말 14:00 ~ 14:10 (10분)

발 제 14:10 ~ 15:20 (70분)

1. 플랫폼 디지털산업의 구조와 노동

: 윤자영 (충남대학교 경제학과 교수)

2. 디지털콘텐츠창작노동자 노동실태 : 설문조사 분석 결과

: 윤자호 (한국노동사회연구소 연구원)

3. 디지털콘텐츠창작노동자 노동실태 : 면접조사 분석 결과

: 최혜영 (일하는여성아카데미 연구원)

4. 디지털콘텐츠창작노동자 노동환경 개선과제

: 윤정향 (한국노동사회연구소 선임연구위원)

토 론 15:30 ~ 16:00 (30분)

1. 김희경 (전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자지회 지회장)

2. 최인이 (충남대학교 사회학과 교수)

3. 강금봉 (경제사회노동위원회 전문위원)

전체토론 16:00 ~ 16:30 (30분)

※ 본 토론회는 코로나19 확산 방지를 위해 사회적 거리두기를 실시하고자 온라인으로 진행됩니다.

목 차

인 사 말

| | |
|------------------------|-----|
| 더불어민주당 장철민 국회의원 | 2P |
| 더불어민주당 유정주 국회의원 | 4P |
| 더불어민주당 권인숙 국회의원 | 6P |
| 정의당 강은미 국회의원 | 8P |
| 전국여성노동조합 나지현 위원장 | 10P |

발 제

| | |
|--|------|
| 1. 플랫폼 디지털산업의 구조와 노동 | 12P |
| : 윤자영 (충남대학교 경제학과 교수) | |
| 2. 디지털콘텐츠창작노동자 노동실태 : 설문조사 분석 결과 | 29P |
| : 윤자호 (한국노동사회연구소 연구원) | |
| 3. 디지털콘텐츠창작노동자 노동실태 : 면접조사 분석 결과 | 78P |
| : 최혜영 (일하는여성아카데미 연구원) | |
| 4. 디지털콘텐츠창작노동자 노동환경 개선과제 | 121P |
| : 윤정향 (한국노동사회연구소 선임연구위원) | |

토 론

| | |
|---|------|
| 1. 김희경 (전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자지회 지회장) | 155P |
| 2. 최인이 (충남대학교 사회학과 교수) | 160P |
| 3. 강금봉 (경제사회노동위원회 전문위원) | 164P |

인 사 말



국회의원 장철민

더불어민주당

환경노동위원회

안녕하십니까.

더불어민주당 대전 동구 국회의원 장철민입니다.

코로나19 위기에 나타난 상황들을 보면 우리 사회가 약자에게 얼마나 가혹한지 알 수 있습니다. 위기는 취약계층에게 더 큰 시련으로 다가왔습니다. 우리 사회의 안전망 확대가 얼마나 절실한지 보여주었습니다. 위기는 노동시장에도 찾아오고 있습니다. 기존의 노동법의 테두리 밖에 많은 노동이 생겨났습니다.

급변하는 상황 속 디지털콘텐츠창작노동자의 노동환경을 개선하기 위해 대책을 논의하는 자리를 가질 수 있게 되어 기쁩니다. 토론회 개최를 위해 애써주신 분들과 사회를 맡아주신 나지현 전국여성노동조합 위원장님, 발제를 맡아주신 윤자영 충남대학교 교수님, 윤자호 한국노동사회연구소 연구원님, 최혜영 일하는여성아카데미 연구원님, 윤정향 한국노동사회연구소 선임연구위원님, 토론을 맡아주신 김희경 전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자지회 지회장님, 최인이 충남대학교 사회학과 교수님, 강금봉 경제사회노동위원회 전문위원님 그리고 토론회에 관심을 갖고 참여해 주시는 여러분께 진심으로 감사드립니다.

우리 정부가 예술인복지법을 바탕으로 디지털창작노동자의 사회안전망을 확대하기 위해서 노력 중이지만, 한계가 많습니다. 이번 토론회를 통해서 디지털창작노동자를 보호하기 위한 실질적인 대안들이 마련되고, 더 나아가 예술인 또한 노동자라는 사회적 공감을 이끌어내기를 기대합니다.

이번 토론회에서 가장 기대되는 부분은 디지털콘텐츠창작노동 구조와 실태를 파악하는 것입니다. 일반적인 현황 자료는 사각지대를 세밀하게 보여주지 못합니다. 우리가 목소리를 내어모을 때, 비로소 현장을 반영하는 자료를 구축할 수 있습니다. 이번 토론회가 그 기회가 될 것입니다. 토론회를 통해서 많은 이들이 공감대를 형성하고 실효적인 정책 마련의 계기가 되었으면 좋겠습니다.

다시 한번 토론회를 개최하기 위해 노력해 주신 분들께 감사드립니다. 여러분들이 긍정적인 변화를 일으키기 위해 노력하고 계시는 것을 알고 있습니다. 저 또한 토론회를 통해 발제된 유익한 방안을 지원하고, 전국민고용보험으로 이끌어 여러분의 노력이 결실을 맺도록 노력하겠습니다.

코로나19로 어려움이 있는 가운데 도움을 주시고 관심을 가져주신 모든 분들의 건강과 행복을 기원합니다.

감사합니다.

국회의원 장철민



국회의원 유정주

더불어민주당

문화체육관광위원회

안녕하십니까. 국회의원 유정주입니다.

2018년 만화산업의 총 매출액은 1조 1,786억 원으로 전년 대비 8.9% 증가했습니다. 웹툰을 중심으로 하는 온라인 만화 제작·유통업이 33.9%나 성장하며 전체 산업을 견인한 결과입니다. 덕분에 수출액도 2018년 4,050만 달러로 전년 대비 14.9%나 증가했습니다.

이처럼 웹툰·웹소설 산업은 신한류의 핵심 산업으로 평가받으며 급속도로 성장하고 있지만, 최근 한겨레 보도처럼 신한류의 빛나는 이름 뒤에서 종사하는 작가들의 모습은 50년 전의 봉제공장을 떠올리게 합니다.

자신이 창작한 저작물의 조회수가 얼마나 되는지도 알지 못한 채 수익을 배분 받는 불공정한 정산 방식 문제부터 데뷔라는 희망 고문을 이용해 부당한 업무 지시, 15년여 사이에 회당 3~4배나 증가한 분량을 소화하기 위해 잠만 자고 그림만 그리는 시스템까지 너무 다양한 문제들이 빛나는 성장 뒤에 외면받아 왔습니다. 특히 이 문제들은 신진 작가일수록 힘없이 당하는 경우가 많다는 것입니다.

문제 해결을 위해서는 정확한 진단이 우선입니다. 현장의 목소리를 듣고, 그 목소리를 모아야 합니다. 어떤 문제들이 있는지 구체적으로 알아야 문제 해결의 방법을 찾을 수 있습니다. 그 역할을 지난 몇 달 동안 해오셨습니다. 빛나는 산업의 이면에서 얼마나 힘들게 창작해왔는지 현장의 목소리를 듣고, 그것을 정량화했습니다.

그동안 노력하신 연구 결과를 바탕으로 현장 종사자분들의 여건 개선을 위해 정책적 대안을 모색할 시간입니다. 오늘 토론회가 그 발걸음을 떼는 자리가 될 것입니다. 신한류의 핵심 산업답게 현장 작가분들이 조금이나마 안정적인 환경에서 예술 활동을 펼칠 수 있도록 공정한 환경 조성에 노력하겠습니다.

오늘 토론회가 무사히 열릴 수 있도록 노력하신 장철민 의원님, 권인숙 의원님, 류호정 의원님, 강은미 의원님께 감사드립니다. 사회를 맡아주신 나지현 전국여성노동조합 위원장님과 발제를 맡아주신 윤자영 교수님, 윤자호 연구원님, 최혜영 연구원님, 윤정향 선임연구위원님의 고견과 참석하신 토론자 분들께도 감사 인사 드립니다.

이제 시작입니다. 앞으로 국회에서 웹툰·웹소설·일러스트 등 관련 산업에 종사하는 분들의 노동환경 개선과 공정한 산업생태계 조성을 위해 계속 노력하겠습니다. 고맙습니다.

국회의원 유 정 주



국회의원 권인숙

더불어민주당

여성가족위원회

안녕하십니까?

국회의원 권인숙입니다.

바쁘신 중에도 <디지털콘텐츠창작노동자 실태와 대책을 위한 토론회 : 그 작품의 코인은 누가 가져갔을까>를 함께 주관해주신 장철민 의원님, 유정주 의원님, 류호정 의원님, 강은미 의원님과 전국여성노동조합 나지현 위원장님께 진심으로 감사 말씀드립니다.

플랫폼 산업과 기술의 발달로 디지털기반의 다양한 새로운 일자리가 만들어지고 있습니다. 특히 디지털 기반의 콘텐츠를 생산하는 웹툰·웹소설 작가 등은 청년/여성 창작노동자들이 많이 진출하고 있는 영역 중 하나입니다. 그러나 이러한 디지털콘텐츠 창작노동자는 하루 평균 10시간 이상 노동을 하고, 실적 독촉 등 과중한 노동에 시달리지만, 정작 고용과 소득이 불안정할뿐만 아니라 사회적·법적 보호도 충분히 받지 못하는 것이 현실입니다.

그간 디지털콘텐츠 창작노동자의 작업방식이나 노동조건에 대한 실태가 구체적으로 조사되어 분석되지 못했습니다. 그런 점에서 이번 토론회에서 발표되는 조사 결과 분석 자료는 매우 유의미합니다.

오늘 토론회는 디지털콘텐츠 창작노동자의 일과 삶에 대한 구체적인 실태를 살펴보고, 이달의 노동조건 개선을 다양한 의견을 수렴하는 자리입니다. 코로나19로 인해 현장에서 많은 분들이 함께 할 수 없음에 아쉽지만, 온라인 토론회를 통해 모아진 고견은 법제도와 정책개선에 충분히 반영할 수 있도록 노력하겠습니다.

끝으로 바쁘신 중에도 토론회 사회를 맡아주신 나지현 전국여성노동조합 위원장님, 발제와 토론으로 함께 해주시는 윤자영 교수님, 윤자호·최혜영 연구원님, 윤정향 선임연구위원님, 김희경 디지털콘텐츠창작노동자지회 지회장님, 최인이 교수님, 강금봉 전문위원님께 감사드리고, 온·오프라인을 통해 이 행사에 함께 해주신 모든 분께 다시 한번 감사드립니다.

2020. 11. 26.

국회의원 권인숙



국회의원 강은미

정의당

환경노동위원회

정의당 원내대표 강은미 의원입니다.

오늘 토론회를 준비하고 함께 해주시는 여러분들에게 진심으로 감사드립니다.

아시는 것처럼 우리 사회의 급속한 디지털 전환은 생산과 서비스를 창출하는 방식의 일대 변화를 가져오고 있습니다. 일자리의 질과 양뿐만 아니라, 다양한 형태의 일하는 방식으로 기존 노동관계법의 적용도 나날이 어려워지고 있습니다.

특히 디지털콘텐츠창작노동자들은 플랫폼을 통해 연결되는 서비스의 종류에 따라 일하는 방식의 유연성이 극대화 되고 있습니다. 일면 긍정적인 측면이 있지만, 고용상의 지위가 은폐되거나 명확하지 않아 적절한 권리 향상과 근로 조건 보호를 위한 방안이 마련되지 않을 경우, 불안정 저임금 장시간 일자리만 양산될 수 있다는 우려가 큼니다.

한편, 디지털콘텐츠창작 노동은 주로 여성에게 경력단절 등에 대한 대안적 일자리로 여겨질 수 있으나, 성별 직종 분리로 인해 소득 격차는 커지고, 단순반복적 업무 특성 상 저숙련으로 이어질 가능성이 높습니다. 또한 많은 디지털 플랫폼 노동종사자들의 경우 고용 지위가 명확하지 않기 때문에 적절한 노동권 장과 근로조건 보호조치 이루어지지 않는 경력개발의 사각지대에 존재하기도 합니다.

앞으로 디지털 플랫폼 노동종사자의 근로조건 개선 및 성별 격차 완화를 위해 디지털 플랫폼 노동시장에 적합한 새로운 규범을 만드는 것은 필수적입니다. 그러나 현재 디지털 플랫폼 노동의 정의와 실태가 명확하지 않아 보호 방안 마련하는 데 한계가 있고, 배달 등 오프라인 기반 플랫폼 중심으로만 논의되고 있습니다. 향후 지속적으로 증가할 것으로 예상하는 온라인 기반 플랫폼 창작 노동과 여성 플랫폼 종사자 실태에 관한 진단과 보호 방안을 모색하는 것이 필요해 오늘 토론회가 마련되었습니다.

디지털 플랫폼 노동자의 현황을 파악하고, 앞으로의 구체적인 개선 방향을 도출해보고자 합니다. 디지털 플랫폼의 효과적이고 포용적인 활용을 통해 선제적 경제 성장과 삶의 질 제고가 선순환될 수 있도록 참석해주신 여러분들의 다양하고 활발한 토론을 부탁드립니다. 감사합니다.

국회의원 강은미



나지현

전국여성노동조합 위원장

디지털 콘텐츠 창작노동자들의 밝은 미래를 위하여

안녕하십니까.

올해는 코로나와 함께 보내는 전대미문의 1년을 보냈습니다.

모두가 어려운 시기이지만 특히 청년과 여성, 비정규직에게 혹독한 1년이었습니다. 한 해를 마무리하는 지금, 전국여성노동조합은 뜻 깊은 토론회를 열게 되었습니다. 늘 휴대폰 속에 또는 컴퓨터 화면 속에서 쉽게 접해온 디지털 플랫폼을 풍성하게 해온 창작노동자들에 대한 토론회입니다.

디지털 세상은 메일만 보내고 뉴스만 검색하던 시절을 지나 만화, 소설, 게임 등 다양한 콘텐츠로 우리를 매혹시킵니다. 손가락만 대면 쉽게 접하는 웹툰, 웹소설, 게임이 없는 디지털 세상을 상상하기 어렵습니다. 이 콘텐츠의 이면에는 오늘도 잠을 줄이고 밥을 건너뛰며 글을 쓰고 그림을 그리는 20-30대의 창작노동자들의 땀과 눈물이 있습니다. 노동을, 그것도 창작의 고통을 수

만한 노동을 하고 있지만 이들은 프리랜서로 불리며 사회의 어떤 법적 보호도 받지 못하고 있습니다.

오늘의 토론회는 그들의 노동 현실과 생활 현실을 실태조사와 면접조사를 통해 드러내고 대안을 찾고자 하는 자리입니다. 이들의 현실은 심각합니다. 플랫폼은 날로 거대해지고 세계로 뻗어나가고 있지만 이들은 미래를 도모할 겨를이 없이 이중 삼중으로 창작노동의 댓가를 빼앗기고 있습니다. 지속가능한 디지털 세상과 4차 산업혁명은 콘텐츠를 만드는 청년 창작노동자들에게 정당한 댓가를 주고 건강을 유지하고 미래를 설계할 수 있는 최소한의 법적 제도적 보호가 보장되어야 의미가 있습니다. 오늘 토론회가 그 힘있는 시작이 되기를 바랍니다.

근 6개월동안 함께 토론하고 조사하고 연구하여 오늘의 훌륭한 내용을 만들어주신 윤자영, 윤자호, 최혜영, 윤정향님께 감사드립니다. 또 당사자로서 현실감있는 실태조사가 될 수 있게 해주신 김희경 지회장님과 토론자로 참석해주신 강금봉, 최인이님께도 감사드립니다.

아울러 이 토론회를 함께 주최해주신 다섯 분의 국회의원님들께 감사드립니다. 이후에 법적 제도적 대안을 구체화하는데 기여해 주실 것으로 기대하겠습니다.

날씨가 추워집니다. 코로나도 감기도 모두 이기시고 건강한 모습으로 뵙겠습니다.

발제 1

플랫폼 디지털산업의 구조와 노동

윤자영 (충남대학교 경제학과 교수)

플랫폼 디지털산업 구조와 노동

윤자영(충남대 경제학과)

1. 들어가며

코로나 19로 인한 사회적 거리두기와 함께 비대면 산업을 육성하려는 목소리와 노력이 두드러지게 등장하면서 국내외를 막론하고 온라인 콘텐츠 시장이 활성화되고 있다. 인터넷을 통하여 서비스가 제공되거나 콘텐츠를 제작하여 업로드하는 등 많은 사람이 참여할 수도 있는 양면/다면 서비스가 제공되는 시장 확대는 기술 변화가 불러온 4차 혁명 시대의 필연적인 현제이자 미래로 받아들여지고 있다. 디지털 경제가 가치사슬 창출 과정에서 거래비용을 축소하여, 자본과 기업으로 하여금 생산성 향상, 자원절약, 구인난 해소, 자본 집약도 향상으로 인한 노동 비용 부담 등 기대 효과를 누리게 할 것이라는 기대가 크다.

문제는 디지털 경제와 산업 확대가 가져온 플랫폼 노동 확산이다. 오프라인 작업장에서 주로 조직되던 경제활동이 온라인 플랫폼으로 이동되면서 플랫폼 일자리라는 새로운 노동 형태가 등장했다. 기술 발전이 우리에게 선사하는 경이로운 거래의 속도와 편리함은 노동의 위험과 취약성이라는 댓가를 치루도록 한다. 이광석(2020:6)은 우리 사회의 ‘기술 숭배’와 공존하고 있는 노동 인권의 배제와 실종이라는 이율배반적 특이 상황을 ‘기술 잉여 techno-glut’라는 개념으로 설명한다. 그는 ‘기술 잉여’는 기술의 적용이 한 사회에서 처리하거나 조절할 수 있는 능력 범위를 벗어나서 비정상성의 돌연변이처럼 적용되는 현상이며, 기술 자체가 사회 혁신과 진보로 등치되면서 불안정 노동이 기술로 매개되어 편리와 효율의 시장 논리로 둔갑하고 있는 현실을 비판한다. 기술 잉여는 플랫폼 일자리에서 노동자가 경험하는 불안정과 위험의 어두운 미래를 잘 묘사하고 있다.

플랫폼 디지털 산업은 ‘노동의 미래’를 규정할 중요한 전환적 사건으로 평가되고 있다 (박유리 외, 2016; 이승윤 외, 2020; 최계영, 2020; 장지연, 2017; 2019; 김종진, 2019, 2020; Katz and Krueger, 2016; Huws et. al.; 2016, ILO, 2018). 플랫폼 디지털 산업 가운데서도 O2O 서비스 확산은 노동 시장에 직접적으로 긍정적이거나 부정적인 영향을 가져오고 있다. 온디맨드 서비스가 ‘긱 경제’를 확장하면서 노동 시장에 가져올 변화는, 일자리의 양적 규모뿐만 아니라 기존에 존재하지 않았던 일하는 방식과 계약 형태로 인한 일자리의 질과 관련한 여러 이슈들을 고민하도록 만들다. 플랫폼의 확산이 거래 비용을 감소시켜 노동에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 전망도 있다. 구인과 구직 과정에서 발생하는 시간과 금전 비용을 최소화하여 노동시장의 수급 불균형을 완화시켜 정보의 비대칭성으로 인한 마찰적 실업을 해소하는 수단이 될 수도 있다는 것이다. 온라인 플랫폼은 새로운 고용패러다임을 형성하여 구직자들의 미취업 기간을 단축시킬 수 있고, 다양한 재능을 가진 구직자들이 개인의 선호와 숙련 수준에 부합하는 일자리를 찾는 데 도움을 줄 것으로 기대된다. 그러나 국내외에서 기술 변화가 몰고 온 긱 경제의 확산은 단기 계약

형태의 일자리와 어디에도 종속되지 않는 독립사업자를 확산시키고, 낮은 임금과 사회적 보호의 불평등과 같이 일자리의 질을 저하시키고 있다는 경고와 우려의 목소리가 높다. 우리나라에서도 플랫폼 노동자는 플랫폼 기업과 개별 계약을 맺는 독립계약자로 분류되어 근로기준법상 근로자성을 인정받지 못하고 법적으로 보장된 사회보장제도 혜택을 받지 못하고 있다. 온라인 근로, 재택 근로, 호출 근로 등이 확산하면서 근로시간과 여가 시간의 구분, 근로 공간과 비근로 공간의 구분이 모호해지고 있다. 디지털 기술의 발달은 노동의 탈경계화를 심화시킨다. 시간과 공간에 구애받지 않고 원하는 시간대에 필요한 만큼 일할 수 있는 일하는 방식을 실현할 수 있어 전업주부나 은퇴자들과 같이 임금근로의 표준적 노동 규범을 따를 수 없는 비경제활동인구의 노동시장 재진입 기회가 될 수도 있지만, 그러한 일하는 방식을 여성이 주로 선택하여 우리 사회의 성별 분업을 재생산하거나 시공간의 유연성 확대에 의한 노동 강도의 강화가 나타날 수도 있다(강이수, 2018: 155; 오은진 외, 2020). 플랫폼 기업은 효율과 혁신, 협력과 공유라는 기술 변화와 4차 혁명을 상징하는 긍정적 가치를 내걸지만, 기업의 이윤 추구 과정과 방식은 이용자의 주체성을 알고리즘에 종속시키고, 생산된 데이터를 전유하며, 참여자의 프라이버시 침해와 정치적 조작을 무분별하게 자행하며, 독과점적 시장 지배력으로 지대 취득의 우위를 점한다. 지대의 원천인 플랫폼 이용자들의 자유노동에 대해서 보상을 하지 않고 플랫폼 노동자들에 대한 노동권 침해와 착취를 가한다(최철웅, 2017:57, 최계영, 2020; 장진호, 2020).

플랫폼 디지털 콘텐츠 창작자는 플랫폼 노동자 가운데서도 가장 주목을 받지 못해 왔다. 전통적으로 예술가가 노동자로 온전히 인식되지 못해왔던 분위기와 관행 속에서, 플랫폼을 통해 일하는 노동자 중에서 가장 자유롭게 일하는 방식을 선호할 듯한 집단이다. 근로계약을 맺지 않는 독립적인 사업자인 프리랜서 창작자는 자유롭게 자신의 생산물을 제작하고 그 가치를 현실화시킬 수 있는 것으로 이해된다. 그러나 플랫폼 기업과 거래하는 디지털 콘텐츠 창작자의 실제 노동과정과 계약 관행은 자유롭지 않으며 노동의 가치를 담보하지 못하는 상황에 처해 있다. 디지털 콘텐츠를 유통하는 플랫폼 기업은 다른 어떤 플랫폼 보다도 무소불위의 시장지배력을 소유하게 된다. 일회적으로 작품을 생산하고 위탁 유통하는 일반적인 창작자와는 달리, 일정한 기간 동안에 걸쳐서 콘텐츠를 생산하면서 플랫폼 기업과 이용자에게 통제를 받는 노동 경험을 한다. 디지털 콘텐츠 창작자는 이용자와 창작자 중간에서 플랫폼 기업이 지나친 이득을 취하는 가운데 노동권을 보호받지 못하고 있다.

국내의 선행 연구들이 비교적 플랫폼 기업을 통해 일자리를 중개받으며 건별로 임금을 지급받는 호출형이나 특수고용형태종사자와 유사한 플랫폼 노동 유형에 초점을 두면서, 웹툰, 웹소설, 일러스트 등 디지털 콘텐츠 창작자가 처한 노동 현실과 이슈를 드러내는 데 미흡했다. 일하는 시간을 계약할 수 없고 발생하는 수익도 정확히 알 수 없으며, 프리랜서 이면서도 플랫폼 기업과 에이전시로부터 지시와 통제를 받는 상황은 다른 플랫폼 노동자와 비슷하면서도 다르다. 이 글에서 필자는 플랫폼 디지털산업의 특징과 그 부상이 노동에 가져온 변화를 살펴보고, 선행 연구에서 밝혀진 플랫폼 노동의 유형과 특징을 검토하면서 디지털콘텐츠 플랫폼 노동자가 경험하는 노동 현실과 쟁점에 대한 이해를 제공하고자 한다.

2. 플랫폼 디지털 산업의 부상

‘플랫폼’이란 우리가 알고 있는 기차역 플랫폼에서 유래된 말로서 디지털 산업계에서 통용되는 용어가 되었다. 수많은 열차들이 도착하고 출발하는 하나의 장소인 플랫폼에서 사람들은 열차에 타고 내리거나 다른 열차로 갈아타듯이, 산업계에서 사용하는 플랫폼도 제품과 서비스를 생산하고 이용하는 사람들이 만나거나 서로 연결될 수 있도록 만들어진 공간이다. 플랫폼이 산업의 기반이 될 수 있는 것은, 디지털로 연결과 이용을 편리하게 만든 플랫폼이 등장하면 많은 사람들이 몰려들고 다양한 연관 기업도 잇따라 플랫폼에 자신이 생산하는 재화와 서비스를 추가하기 위해 참여하기 때문이다.

플랫폼 경제(Platform Economy)란 디지털 네트워크를 기반으로 상품 및 서비스의 공급자와 수요자가 거래하는 다양한 생산과 소비가 이루어지는 경제를 일컫는다. 플랫폼 경제는 크게 그 특징에 따라 세 가지로 구분할 수 있다. 첫째는 전자 상거래로서, 상품의 거래가 일어나는 플랫폼이다. 오프라인 점포에서 구매와 판매가 이루어지던 상품이 플랫폼으로 이동하고 전자 화폐로 결제가 이루어진다. 장터가 확장되는 것이다. 둘째는 공유 경제로서 소유하고 있는 물건이나 남는 물건을 서로 공유하는 거래, 즉 자산을 공유하는 형태이다. 에어비앤비나 쏘카처럼 자산의 소유권이나 점유권을 거래한다. 마지막 형태의 플랫폼 경제는 오프라인과 온라인을 중개하는 O2O 거래가 주가 된다. 오프라인에서 거래되는 서비스가 온라인에서 거래된다. 최근 등장한 플랫폼 노동 문제가 발생하는 영역은 마지막의 O2O 거래가 주가 되는 플랫폼 경제이다(최계영, 2020).

O2O 즉 Online to Offline 거래는 전통적으로 존재했던 사업을 플랫폼에서 유통하기 위한 사업 모델을 총칭한다. 보통 기업이 플랫폼을 구축하고 이용자가 제품이나 서비스를 선택하고 온라인에서 결제가 가능하도록 만들어 제품이나 서비스 제공자의 매출을 일으키는 방식이다. 오프라인의 제품/서비스 제공자와 온라인 기술의 결합을 통해 이용자에게 거래의 편리함을 주며 제공자의 매출에도 도움을 주기 때문에 상호 이익을 창출하는 비즈니스 모델로서 각광받는다. O2O 서비스는 오프라인 서비스를 인터넷 플랫폼을 통해 제공하기 때문에 오프라인 ‘중개’ 서비스를 대체하는 경향이 있고, 중개의 대상이 되는 오프라인 서비스를 대체하지는 않는다. 오프라인 서비스 관점에서 O2O 서비스의 확산은 서비스의 제공 채널이 확대되는 것을 의미한다(최계영, 2020).

플랫폼 기업들의 부상은 현재 자본주의의 특징과 변모를 이해하는 데 가장 핵심적인 현상 중 하나이다. 플랫폼 자본주의로의 전환은 최근 노동시장 변화의 중심에 있다. 플랫폼 기업은 1970년대 자본축적의 위기에서부터 2008년 금융위기에 이르기까지 위기에 대한 자본의 대응 과정에서 성장했다. 플랫폼 기업 비즈니스 모델의 핵심은 ICT 기술을 활용한 아웃소싱을 통해 노동비용을 줄이고, 플랫폼을 통해 추출한 빅데이터는 이윤을 추구하는 원천이다. 자본축적의 위기에 대한 대응으로 플랫폼 기업 비즈니스 모델은 아웃소싱의 기본개념을 따르고 있기 때문에, 결과적으로 책임을 지지 않는 불안정하고 파편화된 일자리와 친화적일 수밖에 없다(Srnicek, 2017).

기업이 플랫폼으로 이동 혹은 확장하는 이유는 자신들이 개발한 알고리즘을 통해 사람들을 모이게 하는 전략을 수행하여 많은 사람들이 그 플랫폼에서 활동하게 함으로써 이윤을 극대화할 수 있기 때문이다. 소위 ‘네트워크 효과’(network effects)는 플랫폼 기업의

성장에 있어서 핵심 원리이다. 네트워크 효과는 규모의 경제 및 이용자가 모여드는 피드백(feedback) 효과를 통해 발생하므로, 기업은 단기적으로 이윤보다는 이용자 증대 등 ‘성장’ 전략을 추구하게 된다. 이용자 증대가 네트워크 가치 증대로 이어지는 직접적 효과인 네트워크 효과는 이미 인터넷 관련 분야에서 과거부터 거론되어 온 이슈이지만, 빅데이터·AI를 기반으로 한 플랫폼 경제에서 더욱 중요해졌다(최계영, 2020). 플랫폼 이용자의 수와 활동이 늘어나 데이터의 수집량이 많아질수록 알고리즘의 정밀도는 높아지고, 플랫폼의 중개기능은 더욱 최적화되어 업그레이드된다. 플랫폼 기업의 이윤 추구는 데이터 추출과 네트워크 효과 창출을 바탕으로 하기 때문에 플랫폼은 데이터의 질보다 양과 다양성을 중요하게 인식한다(장진호, 2020).

플랫폼 디지털 산업은 수확체증과 규모의 경제를 기반으로 한다. 기업의 입장에서 보면, 서비스의 생산 측면에서 추가 이용자에 거의 제로(Zero) 한계비용이 발생한다. 플랫폼이 추가 비용 없이 많은 이용자에 접근할 수 있으므로 기업에게 효율적이고, 이용자도 비용 측면에서 혜택을 누리지만, 제로 한계비용은 시장 지배력을 확대한다. 이는 진입장벽을 높이고 작은 규모의 진입자는 경쟁이 어려워진다. 새로운 모델을 만들어 시장에 뛰어든 업체가 선점효과를 통해 급속히 성장하여 경쟁자가 생기거나 도전하기 어려운 환경이 되고 있다. 디지털 시장에서는 일정 시간이 지나면 경쟁 재화 가운데 하나의 시장 점유율이 크게 상승해 독점을 형성하는 경향성이 강하게 나타나는 특징을 보인다. 네트워크 효과, 규모의 경제 등 시장 집중을 초래할 수 있는 이미 알려진 요인들이 빅데이터/인공지능의 대두에 따라 전례 없는 스케일로 동시에 결합되어 결국 플랫폼 경제는 소수 플랫폼 업체가 주도할 수밖에 없어 경쟁 약화에 대한 우려가 증대되고 있다. 디지털 플랫폼 기업의 시장 지배력이 커지면서 시장 경쟁이 제한되어 산업 자체의 건전한 발전과 혁신에 부정적인 영향을 미칠 수 있다(최계영, 2020; 장진호, 2020).

플랫폼 산업의 네트워크 효과는 보통 플랫폼 기업이 누리는 이윤의 원천으로 이용자를 주목한다. 이용자 확대가 플랫폼의 가치를 증대시킨다는 점을 강조하기 때문이다. 기존 연구들은 이러한 네트워크 효과를 창출하는 원천으로 플랫폼 이용자의 활동을 ‘자유노동(free labor)’으로 개념화한다. 이용자의 자유노동은 플랫폼기업들에게 이용자 데이터를 제공하고, 이의 가공과 판매, 활용은 플랫폼 기업들의 큰 수익의 원천이다. 이용자들이 데이터를 제공하는 자유노동을 수행하는 플랫폼은 ‘가상공장’ 혹은 ‘사회-공장(social factory)’으로 명명된다. 이는 물리적 공장과의 대조를 이룬다. 물리적 공장에서는 원재료의 가공 처리가 시공간의 제약 안에서 고용된 노동자들의 노동과 물리적 기계장치에 의해 이루어진다면, ‘사회-공장’에서는 특정 물리적 공간의 경계를 넘어서 24시간 끊임 없이 추출·수집되는 데이터의 제공자인 이용자 활동이 가치의 주요 원천이다. 이용자 노동을 고려하면 플랫폼 지배 기업이 향유하는 경제적 이득이 경제 활동에 기여한 생태계 참여자에 비해 과도하다는 점을 비판한다. 대표적 사례는 사회 관계망 서비스의 페이스북이다. 매출의 대부분은 광고이며 페이스북은 자체적으로 생성하는 콘텐츠가 없다. 사람들이 쓴 글 때문에 광고가 형성되고, 발생하는 광고 수익을 디지털 공간을 만들어 주었다는 이유로 페이스북이 독점하는 구조이다. 이러한 이용자의 여가 행위나 다름없는 ‘자유 노동’에 대해 플랫폼 기업은 보상하지 않는다(장진호, 2020; 광노완, 2020).

디지털 플랫폼 기업이 노동에 미칠 수 있는 힘은 ‘규제자(regulator)’로서의 역할에서

나온다. 디지털 플랫폼 기업은 구매자와 판매자간의 관계를 관리하고 전체 플랫폼의 가치의 증대를 도모하기 위해 전략을 세우고 행동하는 규제자이다. 플랫폼 기업은 플랫폼 내에서 참여자가 따라야 할 규정을 만들고, 디지털 플랫폼 시장 자체를 자신의 의도에 맞추어 만들어가는 능력을 가지고 있다. 플랫폼 기업은 참여자들이 발생시키는 네트워크 효과를 통하여 각 참여자가 독자적으로 고립되어 창출하는 가치의 합보다 높은 가치를 창출하지만, 규제자로서 플랫폼에서 창출된 이익을 참여자간 어떻게 배분할 것인가에 막대한 영향을 미칠 수 있다. 이러한 규제자의 역할을 강조하여 디지털 플랫폼 기업을 일종의 지주(landlord)로 보는 시각도 있다. 지주가 토지 등 한정된 자원에서의 소유권을 통하여 가치를 추출하듯이, 플랫폼 기업은 플랫폼 디자인을 통해 지대(rent)의 배분을 좌우할 수 있다. 디지털 플랫폼은 제공하는 재화와 서비스의 가격과 질로 시장에서 경쟁하고 이윤을 추구하는 것뿐만 아니라 알고리즘 및 플랫폼 디자인의 특성으로 시장을 통제한다. 디지털 플랫폼 기업의 시장지배력이 강할수록 가치/지대에서 많은 몫을 차지하며, 독점적으로 지대를 포획하거나 초과지대를 수취한다(Scholz, 2016; Srnicek, 2017; 백옥인, 2014; 최계영, 2020).

디지털 플랫폼에 대한 강한 규제를 지지하는 움직임이 대두되고 있는 것도 플랫폼 기업의 시장지배력의 강화가 미치는 부정적인 영향이 플랫폼 경제 확산으로 인한 긍정적 영향을 압도할 가능성이 있기 때문이다. 미국의 시장 집중을 제한하는 셔먼 법(Sherman Act) 등 미국 반독점법이 등장하게 된 초기에 영향력을 크게 행사했던 판사 브랜드의 이름에서 유래가 된 신 브랜드 운동(New Brandeis movement)이 펼쳐지고 있다. 구글, 아마존, 페이스북과 같은 기술 분야의 독점을 규제하자는 목소리가 높다. 또한 'Infinite scroll', 'Social Media Addiction reduction Technology (SMART) Act 등 규제 강화 법안이 속속 등장하고 있다. 주요 디지털 플랫폼 기업의 반경쟁 행위를 조사하자는 적극적인 움직임이 등장하면서, 학자들도 디지털 플랫폼의 인수합병이나 경쟁을 감독할 'digital authority'의 설립을 촉구하고 있기도 하다(최계영, 2020).

플랫폼 디지털 산업이 이용자의 무보수 노동과 플랫폼 노동자의 초유연화를 네트워크 효과로 묶어내면서, 글로벌 플랫폼 기업들은 최근 엄청난 성장세를 보이고 있다. 플랫폼 기업들의 시장지배력은 우려할 만한 수준에 와 있다. 주식시장에서 기업의 가치를 나타내는 시가총액 기준으로 대표적인 글로벌 플랫폼의 위상은 지난 10년 동안 <표 1>과 같이 변화했다. 2009년의 경우 시가총액 상위 10개사의 다수가 금융과 석유업종에 포진해 있고, 이 중 정보통신업종의 플랫폼 기업은 마이크로소프트(3위)와 구글의 모회사인 알파벳(10위) 단 둘만 포함되었다. 그러나 10년이 지난 2019년 시가총액 상위 10개사 중 플랫폼 기업이 아닌 경우는 단 3개의 기업(버크셔해서웨이, JP모건, 존슨&존슨)에 지나지 않는다. 전 세계 기업 중 시가총액 기준 최대 규모 기업의 다수가 플랫폼 기업이 차지하게 되었다. 플랫폼 기업의 지배·집중이 심화되면서 노동에 미치는 부정적 영향은 긍정적 영향을 압도할 가능성이 농후하다.

<표 1> 전 세계 시가총액 상위 10개 기업 중 플랫폼 기업 비중 변화

| 순위 | 2009년 | | | 2019년 | | | |
|----|---------|-----|----|---------|----|------------------------|----------------|
| | 기업명 | 국가 | 업종 | 기업명 | 국가 | 사업 현황 | 시가총액 (억 달러) |
| 1 | 페트로차이나 | 중국 | 석유 | 마이크로소프트 | 미국 | PC용OS, 클라우드 플랫폼 | 10,616 |
| 2 | 엑손모빌 | 미국 | 석유 | 애플 | 미국 | 스마트폰, 모바일OS, 앱스토어 | 10,122 |
| 3 | 마이크로소프트 | 미국 | IT | 아마존 | 미국 | 전자상거래, 클라우드 플랫폼 | 8,587 |
| 4 | 중국공상은행 | 중국 | 금융 | 알파벳(구글) | 미국 | 검색엔진, 인터넷/모바일광고, 모바일OS | 8,459 |
| 5 | 월마트 | 미국 | 유통 | 버크셔해서웨이 | 미국 | 금융(투자사, 다국적 지주회사) | 5,097 |
| 6 | 중국건설은행 | 중국 | 금융 | 페이스북 | 미국 | 소셜네트워크 서비스 | 5,081 |
| 7 | BHP그룹 | 호주 | 금융 | 알리바바 | 중국 | 전자상거래, 전자결제(핀테크) | 4,354 |
| 8 | HSBC홀딩스 | 영국 | 금융 | 텐센트 | 중국 | 인터넷포털, 게임, 메신저 | 4,024 |
| 9 | 페트로브라스 | 브라질 | 석유 | JP모건 | 미국 | 금융(투자 및 상업은행) | 3,763 |
| 10 | 알파벳(구글) | 미국 | IT | 존슨&존슨 | 미국 | 계약, 미용, 위생 관련 제품 생산 | 3,415 |

주: 음영표시를 한 부분은 플랫폼 기업임.

자료: 삼정KPMG경제연구원, 「플랫폼비즈니스의 성공 전략」, 『Samjong Insight』 67호, 2019, 3쪽.

자료: 장진호(2020)에서 재인용

디지털 콘텐츠 플랫폼 경제는 네트워크 효과를 바탕으로 무소불위의 시장 지배력을 가진 소수의 기업이 지배하게 되었다. 국내에서도 다음과 네이버 등 대형 포털과 웹툰 전문 플랫폼 등이 덩치를 키우면서 해외로 진출하고 있다. 이용자가 많아질수록 기업에게는 한계 비용이 제로에 가까워지지만, 시장 지배력을 가진 소수의 대형 플랫폼이 형성한 네트워크에서 창작자들은 경쟁 심화와 노동 가치의 하락을 필연적으로 경험하게 된다. 플랫폼 기업은 ‘규제자’로서 창작자의 생산물을 관리·배치하고, 평점과 리뷰를 바탕으로 이용자와 창작자의 상호 작용을 이윤 추구의 원천이 되도록 플랫폼을 디자인하고 있다.

3. 플랫폼 노동과 디지털콘텐츠 노동자

플랫폼 디지털 산업은 기업의 이윤 추구 원천과 방식에 전환을 가져왔고, 그에 따라 노동의 취약성의 다양한 형태를 등장시켰다. O2O 비즈니스 모델은 거래비용을 축소하고 이윤 추구를 목표로 하는 기업의 경영 전략이 기존의 양면시장(two-sided markets)에서 다면시장(multi-sided markets)으로 확장시킨다. 기존의 양면시장에서는 기업이 거래비용을 축소하고 이윤을 추구하기 위해 하청과 아웃소싱을 동원했고 그로 인한 간접 고용이 노동 문제의 이슈였다. 우리나라에서도 1997년 말의 경제 위기를 계기로 기업의 구조 조정 과정에서 분사, 자회사, 외주화 등 노동 유연화가 진행되면서 2000년대부터 간접 고용의 확산으로 인한 노동의 안정성 감소가 주된 노동 문제였다. 현재는 생산과 판매 이외의 서비스 제공 과정까지 자본이 거래 비용을 축소하고 이윤 추구의 수단으로 개입하고 통제하는 과정에서 이용자 등 여러 경제 주체들을 동원하여 고용 관계를 복잡하게 만들고 있다. 외주화가 기업을 통해서 이루어지는 것이 아니라 특수고용형태종사자라고 불리게 된 개인이

나 프리랜서를 통해서 이루어지게 만들어 소위 ‘근로자성’을 인정받지 못하게 되는 노동 문제가 등장했고, 결국 플랫폼을 매개로 하는 다면시장 확대는 하나의 범주로 묶어낼 수 있을 정도로 플랫폼 노동자군을 만들어내었다. 온디맨드 경제는 지난 몇십년 동안 신자유주의적 사회경제 변화 맥락에서 이해되어야 하며, 저임금 서비스 노동자의 취약한 임시계약적 성격의 노동 환경을 악화시킬 뿐이다. 디지털 기술의 발달은 ‘지배하되 책임지고 싶지는 않은’ 자본의 속성에 날개를 달아주고 있다. 플랫폼은 기업과 이용자의 모든 책임을 면제시키며, 노동자에게 관리와 통제를 행사하면서도 그들이 언제라도 대체 가능하다는 인식을 조장한다(장지연, 2017; 전병유, 2019; 장귀연, 2019; van Doorn, 2017).

최근 플랫폼 노동이 확산되면서 이 주제를 다루는 연구가 축적되고 있다. 국내외에서 관찰되고 있는 플랫폼노동의 특징을 바탕으로 플랫폼노동을 정의하고 그 규모를 추정하거나(황덕순 외, 2016; 김준영 외, 2019; 장지연, 2019; Huws et al., 2016), 플랫폼노동의 근로자성과 규제 방안을 노동법 차원에서 검토하거나(조성혜, 2017; 김근주·정영훈, 2018; 이다혜, 2020), 플랫폼노동의 불안정성을 해소하기 위한 사회보장 제도의 개혁방안을 제안(강금봉, 2019; 김종진, 2019; 전병유, 2019; 장지연·이호근, 2019; Eurofound, 2018; ILO, 2018; OECD, 2019, 이승윤 외, 2020)하는 연구들은 모두 플랫폼 노동의 확산에 시급히 대처해야 할 필요성을 강조한다.

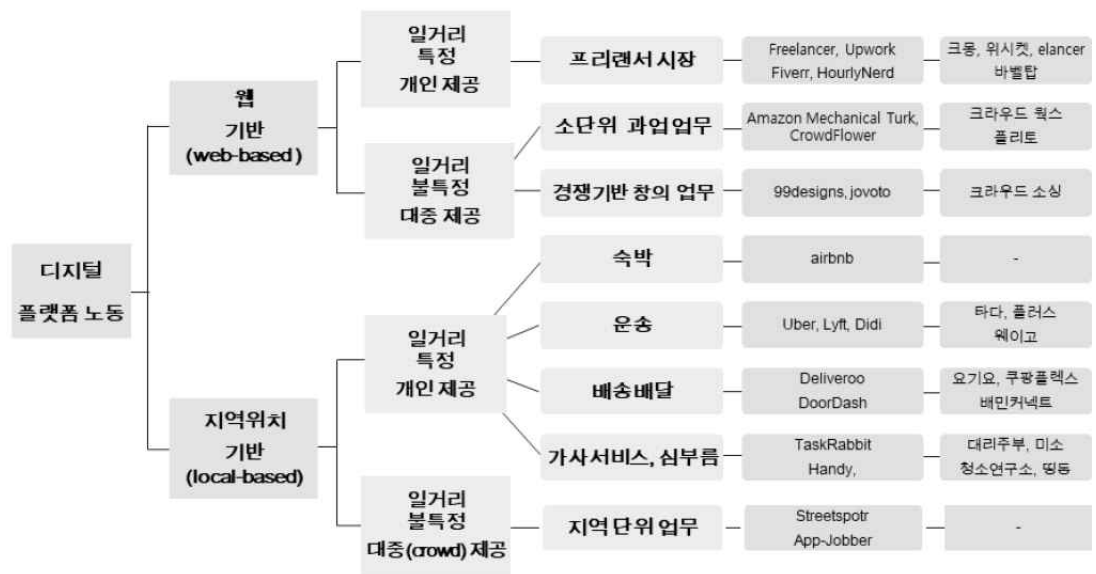
플랫폼노동은 인터넷과 사회관계망 등 이용자와 노동자를 연결하는 플랫폼을 활용하여 서비스를 제공하거나 프로젝트를 수행하는 노동을 통칭한다. ‘온라인 노동’, ‘긱 노동’, ‘주문형 앱노동’, ‘플랫폼노동’ 등의 다양한 명칭으로 불리게 된 새로운 형태의 노동은 기존의 임금근로자와 경험하는 노동관계로 설명하기 어려운 특징을 가지고 있다. 플랫폼 노동은 기존 산업이 플랫폼노동화되는 경우와, 새로운 산업이 플랫폼노동화가 되는 경우로 나눌 수 있다. 전자는 주로 기존 산업에 정보통신기술이 융합되면서 나타나는 현상으로, 차량·운송·물류나 음식배달 등 특정 개인에게 서비스를 제공하는 노동형태다. 후자는 IT 기술발전 과정에서 출현한 새로운 산업으로 미디어, 콘텐츠, 전문서비스 등 완성된 결과물을 특정 개인 혹은 불특정 대중에게 제공하는 노동 형태다(황덕순, 2016).

플랫폼 노동자는 개인사업자로 분류되면서 타인을 고용하여 수익을 창출하지 않고 자신의 노동만을 제공한다는 점에서 특수고용형태의 일종이라 볼 수 있어서 ‘디지털 특수고용’이라고 불리기도 한다. 특수고용형태종사자는 임금노동자처럼 전속성이 강하지만 사용자를 특정할 수 없게 되어, 무책임한 신자유주의적 기업의 속성을 잘 보여준다. 그러나 플랫폼 노동자는 통상 특수고용에 포함되어 있는 노동 형태와 일하는 방식보다 더욱 불안정하다. 특수고용은 보험설계사, 학습지 교사, 골프장 캐디와 같이 노동자가 한 기업과 사업계약을 맺고 계약 기간 동안 그 기업에 노무를 제공하여 한 기업에 매여 있는 전속성이 강하지만, 대다수 플랫폼 노동자가 수행하는 작업은 작업 단위가 매우 짧고 단속(斷續)적이며, 여러 플랫폼을 사용하고 일을 주문하는 사람이 다 달라 전속성이 특수고용형태보다 약하다. 플랫폼 노동의 구체적 유형마다 나타나는 특징이 있지만 기존의 특수고용형태종사자와 구분되는 특징도 많다. 다음 일거리를 보장받을 수 없고, 노동자로서 보호받을 수 있기 위해서 필요한 ‘누가 사용자인지’ 특정하기도 쉽지 않다. 플랫폼은 진입장벽을 제거하기 때문에 일거리를 둘러싼 노동자들의 경쟁이 실제 눈에 보이는 광경으로 가시화된다. 노동과정 중에 직접적인 지시나 감독은 없지만 플랫폼은 데이터를 기반으로 한 자동적 알

고리즘, 평점, 리뷰를 통해 노동자들을 통제한다. 플랫폼의 시스템에 따라 일을 하기 위해서 써야 하는 보상받지 못하는 무급노동시간이 생기거나 생활시간에 노동시간이 침투하면서 노동시간의 경계가 불분명해진다(장귀연, 2019, 2020).

디지털 플랫폼 노동은 일반적으로 일하는 장소와 플랫폼의 역할에 따라 분류된다. 모바일 앱 또는 웹사이트를 통한 특정 서비스의 수요·공급을 연계하는 시스템의 수행 방식에 따라 지역기반(local-based) 및 웹기반(web-based) 플랫폼으로 구분한다. <그림 1>에 제시되어 있듯이 지역위치 기반 플랫폼 노동은 서비스를 특정 지역 안의 이용자에게 제공하는 형태로 숙박, 운송, 배송배달, 가사서비스, 지역단위업무 등을 포함한다. 웹 기반 플랫폼 노동은 서비스를 제공하는 경우보다는 완성된 과업이나 창작물을 이용자에게 제공하는 것이 일반적이다. 독립사업자가 일거리를 받아서 완성하여 이용자에게 직접, 간접적으로 납품하는 형태이다. 디지털 콘텐츠 창작 노동자들은 이러한 유형 분류에 따르면 웹기반 플랫폼의 ‘프리랜서 시장’에 해당한다. 이 프리랜서에는 웹툰, 웹소설, 일러스트 등 창작자들도 포함되지만, 통번역가처럼 완성된 생산물을 납품하는 노동자도 있지만 레슨/강사처럼 대면서비스를 제공하는 전문서비스 노동자도 포함된다. 전문성, 고숙련, 자유로운 노동 이미지 등의 속성을 공유한다는 점에서 ‘프리랜서’로 묶고 있는 듯하다. 플랫폼노동은 3자 혹은 4자 체계를 갖고 있는데, 지역기반 플랫폼 노동이 ‘플랫폼기업-이용자(고객)-공급자(노동자)’ 관계가 주가 된다면, 웹 기반 플랫폼 노동은 ‘플랫폼기업 -대행사(중개업자)-이용자(고객)-공급자(노동자)’ 관계이거나 관계로 구성되기 쉽다(ILO. 2018).

<그림 1> 플랫폼 노동 유형 분류



자료: Smith(2017), ILO(2018)의 분류 기준에 한국 사례를 포함해 필자가 재구성함.

자료: 김종진(2020:301)에서 재인용

한국에서의 지배적인 플랫폼노동은 서비스가 제공되는 작업 지역과 장소가 한정되어 있는 지역기반 앱노동이다. 우리나라에서 시장 규모가 큰 대표적인 지역기반 플랫폼노동은 음식배달업, 가사서비스업, 대리운전이다(황덕순, 2016; 김종진, 2017; 장지연, 2017). 한국

의 플랫폼노동의 규모는 전체 취업자 대비 1.7%에서 2.0% 수준으로 추정되고 있는데, 남성은 주로 대리운전(26.0%), 화물운송(15.6%), 택시운전(8.9%) 순으로 많았고, 여성은 음식점보조·서빙(23.1%), 가사육아도우미(17.4%), 요양의료(14.0%) 순으로 많았다(김준영 외, 2019). 지역 기반 플랫폼 노동에 관한 연구에 초점이 모아졌던 이유는, 이들이 플랫폼 기업에 대한 전속성이 비교적 강하고, 특수고용형태종사자와 유사하게 노동시간과 임금이 특정되기 쉽다는 점이다.

웹 기반 플랫폼노동은 기존과 다른 새로운 형태의 노동 특성이 더 많고, 계약방식이나 작업과정 및 통제 등의 형태도 지역 기반 플랫폼노동과 차이가 있다(김종진, 2020). 그럼에도 웹 기반 플랫폼 노동에 대한 관심은 크지 않았다. 장귀연(2019)의 플랫폼 노동 분류는 비교적 웹 기반 플랫폼 노동, 특히 디지털 콘텐츠 창작 노동자의 속해있는 플랫폼 경제의 특성을 잘 구분해내고 있다. <표 2>에 제시된 바와 같이, 지역기반과 웹기반 플랫폼을 보다 상세하게 구분하여, 호출형 플랫폼, 관리형 플랫폼, 중개형 플랫폼, 전시형 플랫폼, 미세작업 플랫폼 등 5가지로 구분한다. 웹기반 플랫폼을 중개형과 전시형으로 구분하면서, 디지털콘텐츠 창작물 플랫폼의 고유한 특징을 밝히고 있다.

<표 2> 플랫폼 노동 유형 분류

| 유형 | 주요 직종 | 노동의 조직 방식 | 노동의 통제 방식 |
|----------|--------------------------------|--|-------------------------------|
| 호출형 플랫폼 | 대리운전, 퀵서비스, 음식배달, 승객운송, 출동견인 등 | 서비스이용자의 요청이 있을 때 지역적으로 가까운 곳에 위치한 노동자들에게 동시다발적으로 호출을 띄워 먼저 호출을 잡는 노동자가 선점하는 방식 | 호출반경 축소, 지역 호출 |
| 관리형 플랫폼 | 가사, 청소, 홈케어, 수리 | 서비스이용자의 요청이 있을 때 요구사항에 가장 적합하다고 생각되는 노동자에게 일감을 배분(거절할 경우 차순위) | 일감의 배분, 보수의 차등지급 |
| 중개형 플랫폼 | 전문프리랜서 직종, 기사돌봄 | 서비스이용자와 노동자 양쪽 또는 한쪽에서 작업내용과 견적, 프로필 등을 받아 게시하고 매칭하는 수단을 제공 | 게시 자리배치, 서비스 이용자 평가의 노출 |
| 전시형 플랫폼 | 영상, 웹툰, 웹소설 | 노동자의 창작물을 게시하여 서비스이용자가 구독하게 함 | 창작물의 자리배치, 서비스이용자 평가의 노출 |
| 미세작업 플랫폼 | 서베이, 인공지능 훈련용작업, 바이럴 마케팅작업 | 서비스이용자의 의뢰를 게시하거나 전송 | 결과물의 검수(그에 따른 보수 미지급이나 일감 제한) |

자료: 장귀연(2019)에서 재인용

호출형 플랫폼은 서비스 이용자의 주문에 따라 플랫폼 노동자를 즉각적으로 호출할 수 있는 프로그램을 기반으로 한다. 한국에서 가장 많이 연구된 앱호출 노동, 즉 대리운전, 쿡 서비스, 음식배달 등이 여기에 속한다고 볼 수 있다. 지역기반 플랫폼이 대부분 호출형 플랫폼이다. 지역을 기반으로 즉시 출동해야 하므로 규모의 경제가 발생하기 어려워 소규모 업체들이 경쟁한다. 전화나 무선으로 호출하던 오프라인 중개업이 모바일 기술의 발전으로 플랫폼으로 이동한 것이다. 호출형 플랫폼의 노동자들은 앱을 켜면 일을 시작하고 앱을 끄면 퇴근하므로, 일하는 시간과 시간대를 자율적으로 선택하는 것처럼 보이기도 한다. 서비스 이용자의 요청이 들어오면 그 지점에서 가까운 노동자들에게 콜이 표시되고 콜을 먼저 선점한 사람이 일을 수행하는 방식이다. 보수는 건당 정해진 금액을 받고 기업에 수수료를 지불한다. 금액이 정해져 있기 때문에 발생하는 수익과 기업의 지대가 비교적 투명하게 드러난다는 특징이 있다.

관리형 플랫폼은 서비스 이용자와 노동자를 중개하는 지역기반 플랫폼의 또 다른 유형이다. 플랫폼 기업은 가격이나 서비스 품질 등을 표준화하여 제시하는 경우가 많다. 단순히 배송·운송 등 서비스 내용이 복잡하지 않은 일거리를 중개하는 호출형 플랫폼과는 달리, 가사나 돌봄, 청소, 홈케어, 컴퓨터 출장수리 등 주로 고객과 직접 만나서 가정에서 서비스를 제공하는 일이 많고 서비스 내용과 품질이 다양할 수 있기 때문에 이를 세분화하여 표준화시키는 것이다. 호출형 플랫폼의 노동자들과는 달리 서비스를 제공하는 시간을 예약하고 서비스 이용자가 있는 장소로 가서 서비스를 제공한다. 플랫폼 기업은 단지 호출을 띄우는 것이 아니라 일감을 배분하는 역할까지 한다. 노동자가 앱을 통해 자율적으로 일거리를 선택할 수 있는 듯하지만, 콜을 통제하는 알고리즘을 통해 플랫폼은 노동자에 대한 통제력을 갖는다. 때로는 플랫폼 기업은 적극적으로 서비스의 이용자가 서비스를 주문한 시간과 장소에 맞는 노동자를 매칭 시켜 준다. 관리의 내용과 성격에 따라 노동자에 대한 통제력 정도가 달라진다. 보수는 서비스 이용자가 가격대로 플랫폼에 지급하며 플랫폼 기업에서 일정한 수수료를 떼고 노동자에게 지불한다. 김재민(2018)은 가사서비스업에서 온라인 플랫폼을 통한 O2O가 노동자의 서비스 제공 선택권과 자율성, 플랫폼 업체의 노동 통제 강화라는 양면성이 있다고 지적한 바 있다.

중개형 플랫폼은 서비스 이용자와 노동자 간의 일 거래를 중개하는 플랫폼이다. 이용자나 노동자 중 한 쪽 또는 양쪽이 일의 내용, 가격, 프로필 등을 올려놓으면 다른 쪽이 선택해서 연락을 취하고 가격과 일의 내용을 협상을 하여 거래가 이루어진다. 하나는 주로 전문 프리랜서 분야이고 다른 하나는 가사돌봄 같은 대면 서비스 분야이다. IT 분야만 하는 전문 프리랜서 중개 플랫폼인 <위시켓>이나 레슨 전문의 <탈잉>, <크몽>, <오투잡>, <숨고>같은 프리랜서 중개 플랫폼에서 가장 활성화된 분야는 디자인, IT·프로그래밍, 번역, 타이핑, 문서작성 등이며, 대면 접촉 없이 작업을 주문하고 작업 결과를 보낸다. 중개형 플랫폼은 김종진(2020) 등 기존의 플랫폼 노동의 유형 구분에서 '프리랜서' 시장에 포함되며 프리랜서 중개 플랫폼은 대표적인 웹기반 플랫폼이다.

전시형 플랫폼(네트워크크형 플랫폼)도 웹기반 플랫폼이다. 장귀연(2019)는 전시형 플랫폼이 디지털콘텐츠 창작물을 배치하고 전시하는 역할을 한다며 그 고유한 특징을 묘사한다.

작업 결과인 창작물이 플랫폼에 전시되어 노동자들은 그것을 구독하는 사람에 따라 수익을 얻는다. 디지털콘텐츠 플랫폼 노동자가 여기에 속한다고 볼 수 있다. 웹툰이나 웹소설 분야의 플랫폼은 이용자와 창작자의 양적 규모를 확대하기 위한 전략으로 무료 게재와 구독으로 진입 장벽을 낮추고, 독자 수가 많고 평가가 좋은 작품의 작가에게 플랫폼이나 관리업체(에이전시)가 MG(minimum guarantee)나 RS(revenue sharing) 계약을 한다. 구독자 수에 따라 배분되는 수익 배분 구조는 불투명하다. 작품으로 계약하기 때문에 근로시간이 특정되지 않고, 작품이 어느 정도 수익이 났는지 창작자들이 정확히 알 수 없는 경우가 흔하다. 창작자와 소비자로서의 플랫폼 이용자들이 생산과 소비의 주체가 되고 사실상 어떠한 생산 활동에도 참여하지 않는 플랫폼의 소유주가 플랫폼 네트워크에서 창출하는 가치를 전유하는 “지대추구”가 극대화되는 형태가 전시형 플랫폼이다. 원칙적으로 노동과정의 자율성과 유연성이 가장 크다고 생각할 수 있지만, 원하는 시간에만 자유롭게 일할 수 있다는 플랫폼 노동의 역설이 극명하게 나타나는 유형이기도 하다. 웹툰의 경우에는 플랫폼에서 요구하는 작업량이 너무 많기 때문에 쉬고 싶을 때 쉬든지 다른 일을 병행하는 것이 거의 어렵고 노동 시간이 매우 길다. 작가들간의 경쟁이 격화되고, 그 경쟁이 별점이나 독자 평판을 통해 가시화된다는 점이 특징이다. 전시형 플랫폼은 진입장벽이 낮지만 소득 수준이 천차만별이다. Kim and Yu(2019)는 웹툰 산업에서 노동자에 대한 보상은 승자 독식 구조로 이루어짐을 지적한다. 작품의 자리배치가 구독자 수와 직결되는데, 플랫폼이 자리 배치 권한을 가지고 있어 노동자를 통제하는 데 사용 가능하다.

마지막으로 미세작업(microtask) 플랫폼은 우리나라에서 드물게 나타나는 유형이며, 노동 또는 노동의 결과가 온라인 상에서 이루어지거나 온라인 상으로 전달되는 웹 기반 플랫폼이다. 극도로 단순화된 작업이 플랫폼을 통해 불특정 다수의 노동자에게 던져지고 수행된다.

웹 기반 플랫폼 노동에 관한 기존 연구들(이승윤 외, 2020; 김종진, 2019)은 주로 프리랜서 플랫폼, 장귀연(2019)의 분류에 따르면 중개형 플랫폼에 집중되어 있다. 독립사업자 지위를 갖는 중개형 플랫폼의 프리랜서는 과업 단위로 계약하고 완성된 창작물을 이용자/소비자에게 납품하며, 자신의 숙련 수준과 과업량에 기반한 노동시간과 보수의 산정이 가능하다. 일반적인 의미의 프리랜서 플랫폼의 특징은 디지털콘텐츠창작자의 노동 현실을 제대로 설명하지 못하고 있는 듯하다. 웹툰 디지털 플랫폼의 거래 방식은 이용자에게서 일거리를 미리 주문받는 전문가프리랜서 플랫폼과 다르다. 웹툰을 구독하기 원하는 이용자들은 개별 창작자에게 먼저 주문하는 것이 아니다. 잠재적 이용자를 대상으로 작품을 제작해 디지털 플랫폼에 업로드하는 구조로, 상품을 창작자가 먼저 제작하고 다수의 이용자들이 이용하는 구조이다. 이는 온디맨드로 묘사하는 일반적인 직 경제 하의 플랫폼 노동과도 구분되는 지점이기도 한다. 따라서 작품을 선정하고 게재하는 과정에서 플랫폼 기업이 플랫폼 내의 참여자들에 대해 행하는 ‘규제자’로서의 역할을 적극적으로 수행한다.

전시형 플랫폼이라는 유형 구분은 디지털 콘텐츠 창작 노동자들의 플랫폼 노동 경험을 비교적 포괄하고는 있지만 플랫폼 기업의 ‘규제자’로서의 특징을 보다 부각하는 용어이다. 완성된 작품이 전시되고, 전시된 작품을 소비하는 이용자와 그 과정에서 창출되는 가치와 수익 배분의 불투명성을 강조하는 데는 적절하나, 플랫폼 기업-에이전시-이용자-창작자라는 4자 관계에서 비롯되는 노동 과정과 통제, 계약의 속성을 온전히 포착하기는 부족한

점이 있다. Kenney et al.(2018)는 콘텐츠창작자 플랫폼을 위탁플랫폼(Consignment Content Producers)로 유형화하는데, 디지털콘텐츠 플랫폼의 또 다른 특징을 부각시키고 있다. 위탁플랫폼에서 작가는 창작물 카피의 사용을 허락하고 플랫폼 기업은 창작물 카피를 이용자에게 제공한다. 이 플랫폼은 창작자 풀 없이는 가치가 없는 것과 다름없다. 그러나 플랫폼의 시장 지배력이 커지면 권력이 플랫폼 소유자에게 넘어간다. 노동자의 소득은 승자독식 구조이다. 큰 수익을 올리는 소수의 창작자와 거의 벌지 못하는 다수의 창작자가 있다. 인터넷과 플랫폼 존재 이전에, 작가는 소설이나 창작물을 직접 출판사에 찾아가 출판하도록 설득해야만 했다. 출판사는 소수의 작품을 선별하여 시장 문지기 역할을 했고, 선별되지 못한 작품은 시장 가치를 증명할 기회를 갖지 못했다. 플랫폼에서는 전통적인 출판업자가 거절했던 창작물도 시장화할 수 있는 기회를 가질 수 있다. 낮은 진입장벽과 소득 양극화는 위탁플랫폼의 특징이다. 이 연구에서는 디지털콘텐츠 플랫폼을 고유한 유형으로 분리해내고 있으나, 플랫폼 기업과 디지털콘텐츠 창작자 간의 상업적 계약 관계에 초점을 맞추고 있다.

전시형 플랫폼은 일반적인 전문 프리랜서 플랫폼과 다르게, 독립사업자라는 점은 공유하나 사실상 노동 통제가 일어난다. 최인이(2020)는 웹툰(Webtoon) 플랫폼의 사례 연구는 플랫폼의 구조 및 운영방식이 창작자들을 플랫폼에 종속시키고 그들의 창작물뿐만 아니라 그들의 노동까지 통제할 수 있다는 점에서 디지털콘텐츠 플랫폼의 고유한 특징이 있음을 지적한다. 첫째, “연재”라는 작업 방식은, 디지털콘텐츠 노동자가 일반적 플랫폼 노동자와 일하는 방식에서 차별화되는 지점이다. 지역 기반 플랫폼 노동자가 일거리별로 단속적인 노동을 하지만 한 두 개의 플랫폼에 전속되어 있는 특징을 갖는다면, 디지털콘텐츠 노동자는 연재를 통해 하나의 작품을 수행하는 동안 지속되는 노동을 하지만 여러 개의 플랫폼과 상업적 계약을 맺는다.

둘째, 연재를 바탕으로 하는 창작물의 공급방식은 음악이나 영화처럼 완결된 창작품을 매개하는 창작 산업 플랫폼과는 다른 방식으로 창작자들을 종속시킨다. 완결된 창작품을 ‘전시’하고 수익이 발생을 지켜보는 창작물과 달리, 온라인을 통한 플랫폼이나 에이전시의 업무지시 및 수정 요청, 이용자의 평점과 리뷰를 통한 자기 검열과 내용 수정은 노동 과정에서 시간과 장소의 구애를 받지 않는다. 웹툰 작가들은 독립 사업자임에도 불구하고 스스로 자발적 통제를 강화하여 노동강도를 높일 수밖에 없다. 불완전 계약(수정 횟수)으로 인한 무한 노동이 이루어지고 있고 쉽게 휴재를 하지 못하며 이는 심한 노동 강도로 이어진다(디콘지회, 2019). 2019년 한국콘텐츠진흥원의 웹툰 작가 실태조사에 따르면, 웹툰 작가들의 하루 평균 창작 활동 시간은 평균 10.8시간, 주중 평균 창작 활동 일수는 평균 5.7일로 나타났다. 웹툰 작가들은 창작 활동 시 연재 마감 부담으로 인한 작업시간 및 휴식시간 부족(88.1%)과 과도한 작업으로 정신적/육체적 건강 악화(88.1%), 경제적 어려움(적고 불규칙한 수입 및 차기작 준비 중 경제적 어려움)(79.2%) 등을 어려운 점으로 인식하고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2019). 무한정 수행해야 하는 보상받지 못하는 무급 노동은 플랫폼 기업이 디지털 콘텐츠 창작 노동자를 착취하는 경로이다.

셋째, 특히 다른 창작물 유통 플랫폼에서는 발견되지 않는 계약 관행으로 인한 불균등한 권력관계와 수익분배 구조로 분배의 불평등이 극대화되고 있다. 강도 높은 창작 노동 시간 이외의 무급 노동을 동원하여 잉여 가치를 추출할 뿐 아니라 플랫폼 기업은 창작자

에게 위탁받은 저작권을 남용하거나 거기서 발생하는 수익 분배를 전적으로 결정한다. 불공정계약 문제는 대표적인 플랫폼 소유자와 디지털 콘텐츠 창작자 사이에 존재하는 불균등한 권력관계로 인해 발생한다. 예를 들어, 콘텐츠를 업로드하는 시간이 조금이라도 늦으면 “지각비”를 요구하고, 표준계약서 작성을 하지 않으며, 작가도 모르게 재연재하거나, 수익 내역을 정확히 공개하지 않는다. 전송권, 2차 저작권 수익 배분 등과 관련된 계약 관련 용어 사용이 정확하지 않거나 설명을 해주지 않는다. 웹툰 작가들은 플랫폼 업체와의 계약 과정에서 기본적으로 불리한 위치에 놓여 있지만 소위 업계 관행이라거나 계약을 취소당할지도 모른다는 염려로 일방적인 요구사항에 응할 수밖에 없다(디콘지회, 2019).

문제는 이러한 디지털콘텐츠 플랫폼 기업의 횡포가 산업 생태계의 생산 조건이자 환경으로 당연시된다는 점이다. 김수철·이현지(2019)는 웹툰 플랫폼의 폐쇄적이고 지배적 지위가 가져오는 다양한 문제점들이 웹툰산업의 지속가능성과 선순환 구조에 부정적인 영향을 미칠 수 있다고 지적한다. 웹툰플랫폼 기업이 취하는 플랫폼 전략이 단순히 기술적 변화로서 불가피하거나 당연한 것으로 여겨지고 있다는 것이다. 예를 들어, 아날로그 방식에서 디지털 방식으로 전환되면서 컬러 작업 등으로 인해서 보상과 관계없이 실제 일하는 강도는 더 강해졌다. 웹툰플랫폼이 정한 연재 주기는 기존의 만화 단행본 시절에 비해서 시간적 제약과 노동 강도를 강화시키고 절대 작업량을 증가시켰다. 그러나 이러한 새로운 작업 환경은 웹툰산업의 당연한 계약 조건이자 생산 환경으로 치부되고 있다. 작가와 플랫폼 사이의 계약 과정에서 협상의 대상이 되어야 할 부분이, 기술 변화가 가져온 제작 환경과 물적 토대의 자연스런 변화로 인식되고 있다.

4. 나가며

플랫폼 자본주의로의 전환 과정에서 기업의 변화뿐만 아니라 노동력, 재화와 서비스가 온라인 플랫폼을 통해 거래되면서 노동시장 생태계의 근본적 변화가 진행되고 있다. 노동시장 생태계가 변화하고 있다는 것은 일의 조직과 작동방식이 변화하고 있음을 의미한다. 플랫폼 노동은 일자리의 미래에 기회와 위기라는 양면성을 지니고 있다. 플랫폼 노동은 기존 비공식 노동영역의 질적 개선, 특정 기술이나 능력에 대한 수급불균형을 완화해 새로운 일자리 창출, 근로시간 유연성 확대로 비경제활동인구의 노동시장 재진입 기회 부여, 기존 근로자들에게 추가소득의 기회를 제공 등의 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 전망되기도 한다. 그러나 플랫폼 노동은 기존의 법적 기준으로는 노동자성과 사용자성이 명확하지 않아 고용형태를 규정하기가 쉽지 않으므로 노동조건 보호의 사각지대를 확대하여 불안정한 근로자를 양산하고 있다. 디지털 플랫폼 노동종사자들은 일시적 소득 상실, 재해·질병의 위험, 능력개발 기회 부족 등 사회적 위험에 일정 부분 노출될 가능성이 크나, 전통적인 임금노동자, 자영업자, 그리고 특수형태근로종사자와도 일하는 방식이 달라, 기존의 법이나 사회보장시스템 안에서 보호받지 못한다. 노동자에 대한 사회적 보호인 고용보험제도는 상용직 전일제근로자를 주된 적용 대상으로 하고 있어 플랫폼노동자들은 제외되고 있다(황덕순, 2017). 플랫폼노동과 같이 근로일수와 근로시간을 특정하기 어려운 경우, 고용보험 가입 산정이 쉽지 않으며 실직이 일어났을 때 급여 수급 역시 불분명하다. 일의 방식이 변화했기 때문에 ‘실직’시의 사회안전망인 고용보험에의 적용 자체가 어려웠

다. 최근 예술인들에게 고용보험을 적용하는 고용보험 관련 법안이 국회 본회의를 통과하여 공포와 시행을 앞두고 있다. 예술인 고용보험은 예술인 중에 문화예술용역 계약을 체결하고, 자신이 직접 노무를 제공한 자에게 당연가입 방식으로 적용하기로 했지만, 예술인 고용보험 제도가 성공적으로 안착할지 지켜볼 필요가 있다(노성준, 2020).

플랫폼 노동의 유형에 따라 취약성과 직접적으로 요구되는 사회적 보호의 내용과 접근 방식이 다를 수밖에 없을 것이다. 노동이 플랫폼과 결합하는 방식, 플랫폼노동자들의 숙련형성과 일감배치 방식, 노동통제 방식, 근로시간과 일의 대가의 결정 방식 등에서 플랫폼 유형 간 공통점도 있지만 차이점도 크며, 차이점에 주목하여 미세한 정책 방안을 마련해야 한다는 목소리가 높아지고 있다(김종진, 2020; 이승윤 외, 2020). 지역기반 플랫폼노동은 ‘근로자성’과 ‘산업재해’와 같은 전통적 특수형태근로종사자의 문제를 보이기 때문에 전국민 고용보험 제도의 접근 방식인 ‘일하는 사람’ 기반의 사회적 보호 체계는 플랫폼노동이 안고 있는 문제를 어느 정도 해결할 수 있을 수 있다. 그러나 웹 기반 플랫폼노동처럼 프리랜서 형태의 독립 사업자 형태의 일자리는 종속성 문제보다 계약 방식과 수수료와 같은 불공정 계약 수익 구조 개선이 주요 쟁점으로 지적되고 있다. 특히 전문가프리랜서와 달리 디지털콘텐츠 플랫폼 노동자의 웹 기반 플랫폼은 기업의 대규모화와 글로벌화가 진행된다면 기업과 창작자, 기업과 이용자와의 비대칭적인 권력 관계가 불가피하다. 이러한 플랫폼 기업에 대한 규제 목소리가 높은 것은 그들이 창출하는 사회적 가치에 비해 시장 자체와 참여자에게 가져오는 해악이 더 크기 때문이다.

무엇보다 중요한 것은 디지털콘텐츠 노동자들이 원하는 일을 정당한 대우와 보상을 받으며 원하는 한 계속할 수 있는 환경을 만드는 것이다. 김민수 외(2017)는 많은 청년들이 자신이 원하는 방식으로 일할 자유를 위하여 프리랜서가 되었지만, 진정한 자유가 아닌 구속, 보호받지 못하는 구속 상태에 처하게 되었다는 청년 노동자들의 현실을 고발한다. 창작을 계속할 수 없도록 만드는 프리랜서를 지속할 수 없도록 만드는 계약 구조가 바뀌지 않는 한, 불안정성과 착취에 시달리는 창작노동자들이 하고 싶은 일을 계속하고 싶다는 바람 하나만으로 프리랜서 노동을 이어갈 수는 없을 것이다.

참고문헌

- 강금봉(2019), 디지털 플랫폼 노동, 어디까지 와있나-현안과 보호방안, 사회적 대화.
- 강이수(2018), “4차산업혁명과 디지털 성별 격차”. 『페미니즘연구』, 18(1): 143-179.
- 곽노완(2020), “플랫폼 자본주의 시대의 프레카리아트와 기본소득의 확대: 플랫폼 자본의 인클로저 vs. 플랫폼 공유지배당”, 『마르크스주의 연구』, 17(1), 989-119.
- 김민수·나현우·김병철·김영민·이기원·김강호(2017), 『청년 비전형 노동 실태분석과 제도 개선 방안』, 서울연구원.
- 김수철·이현지(2019), “문화산업에서의 플랫폼화: 웹툰산업을 중심으로”, 『문화와 사회』, 95-142.
- 김근주·정영훈(2018), “플랫폼노동의 고용보험 적용에 관한 법적 검토”, 『노동리뷰』, 7월: 40-52.
- 김재민(2018), 심층면접을 통해 본 가사노동시장의 변화와 가사노동 실태, 서울시 가사

서비스 노동자 토론회 자료집.

김종진(2017), “사용자 없는 고용, 플랫폼노동의 확산 위험성: 배달앱 문제 시초”, 제59차 대한직업환경의학회 가을 학술대회 발표자료, 노동의 미래와 직업환경의학, (2017. 11. 7).

김종진(2019), “웹기반과 지역기반 플랫폼노동 특징과 정책과제”, 『노동포럼』, 144: 25-52.

김종진(2020), “디지털 플랫폼 노동 확산과 위험성에 대한 비판적 검토”, 『경제와 사회』, 3호, 296-322.

김준영·권혜자·최기성·연보라·박비곤(2019), 『플랫폼 경제종사자 규모 추정과 특성분석』, 한국고용정보원.

노성준(2020), 『예술인 고용보험 도입의 현황과 과제』, NARS 현안분석 제 137호.

디콘지회(2019), 경제사회노동위원회 플랫폼노동 발표자료.

박유리·오정숙·양수연·임세실·최충·최동욱(2016), 『O2O 비즈니스 확산에 따른 시장 변화 및 정책 방안 연구』, 정보통신정책연구원.

백옥인(2014), “서비스 플랫폼의 전유 방식에 관한 시론: 플랫폼 지대와 이윤을 중심으로”, 『경제와 사회』, 104: 174-196.

오은진·신선미·구미영·권소영·길현종(2020), 『기술발전에 따른 여성 일자리 전망과 대응 전략(II): 플랫폼 일자리를 중심으로』, 연구보고서. 한국여성정책연구원.

이광석(2020), 『디지털의 배신: 플랫폼 자본주의와 테크놀로지의 유혹, 인물과 사상사』.

이다혜(2020), “근로자 개념의 재검토: 4차 산업혁명, 플랫폼 노동의 부상에 따른 ‘종속 노동’의 재조명”, 『노동법연구』.

이승계(2018), “노동의 디지털화와 근로자의 지위 변화에 관한 연구”, 『경영법률』, 28(3): 181-215.

이승윤·백승호·남재욱(2020), “한국 플랫폼노동시장의 노동과정과 사회보장제의 부정합”, 『산업노동연구』, 26(2), 77-135.

장귀연(2020), “플랫폼노동종사자 인권상황 실태조사 결과발표”, 『플랫폼노동종사자 인권상황 실태조사 결과발표 및 정책토론회』, 2020.1.15.(수), 국가인권위원회 인권교육센터.

장귀연(2020), “노동유연화로서 플랫폼노동의 노동조직 과정과 특성”, 『산업노동연구』, 26(2), 183-224.

장지연(2017), “디지털 플랫폼 노동의 확산과 문제점”, 숨겨진 노동을 말하다 2017 한국비정규노동박람회 자료집.

장지연(2017), “프레카리아트의 확산과 사회보험의 미래: 디지털 플랫폼노동을 중심으로”, 제8회 아시아미래포럼 세션 5.

장지연(2019), “한국의 플랫폼노동과 사회보장”, 제10회 아시아미래포럼.

장지연·이호근(2019), “플랫폼 노동자 보호제도의 전망: 노동법적 보호와 사회보장제도 적용을 중심으로”, 『플랫폼경제종사자 고용 및 근로실태 진단과 개선방안 모색 정책토론회』, 한국고용정보원, 49-78.

장진호(2020), “플랫폼 자본주의의 부상과 문제들”, 성신여자대학교 인문과학연구소, 42(1), 161-193.

- 전병유(2019) “변화하는 노동과 노동정책 패러다임: 기술변화를 중심으로”. 『기रो에선 노동』. 사회정책학회 춘계 학술대회.
- 조성혜(2017), “디지털 플랫폼노동종사자의 근로자성 여부”, 『노동법학』, 64.
- 최계영(2020), 『디지털 플랫폼의 경제학 1: 빅데이터·AI 시대 디지털 시장의 경쟁 이슈』, KISDI Premium Report 20-01, 정보통신정책연구원.
- 최인이(2020), “창작물 유통 플랫폼의 노동통제 방식에 관한 연구: 유료 웹툰 플랫폼의 사례를 중심으로”, 산업노동연구, 26(2), 45-76.
- 최철웅. 2017. “플랫폼 자본주의의 정치경제학-사회적 삶의 상품화와 노동의 미래”. 『문화과학』. 92: 48-73.
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 『웹툰 작가 실태조사』.
- 황덕순 외(2016) 『고용관계 변화와 사회복지 패러다임 연구』. 한국노동연구원.
- van Doorn, Niels(2017), ‘Platform labor: on the Gendered and Racialized Exploitation of Low-income Service Work in the ‘On-demand’ Economy’, *Information, Communication and Society*, 20:6, 898-914.
- Katz, Lawrence F. and Alan B. Krueger. 2016. ‘The Rise and Nature of Alternative Work Arrangements in the United States’. 1995-2015 No. w22667. National Bureau of Economic Research.
- Kenney, Martin, Petri Rouvinen and John Zysman(2018), ‘Employment, Work, and Value Creation in the Era of Digital Platforms’, Berkeley Roundtable on the International Economy, BRIE Working Paper 2018-9.
- Kim, Ji-Hyeon and Jun Yu(2019), ‘Platformizing Webtoons: The Impact on Creative and Digital Labor in South Korea’, *Social Media and Society*, October-December, 1-11.
- Schmidt, Florian(2017), “Digital Labour Markets in the Platform Economy: Mapping the Political Challenges of Crowd Work and Gig Work”. FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG.
- Scholz, Trebor(2016), *Platform Cooperativism: Challenging the Corporate Sharing Economy*, Rosa Luxemburg Stiftung.
- Srnicek, Nick(2017), *Platform Capitalism*, John Wiley & Sons.
- Huws, U., Spencer, N. and Joyce, S.(2016), Crowd Work in Europe: Preliminary Results from a Survey in the UK, Sweden, Germany, Austria and the Netherlands, FEPS.
- ILO(2018), Digital Labour Platforms and the Future of Work: Towards Decent Work in the Online World. Geneva.
- OECD(2019), An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/53e5f593-en>.

발제 2

디지털콘텐츠창작노동자 노동실태 : 설문조사 분석 결과

윤자호 (한국노동사회연구소 연구원)

2장. 디지털콘텐츠창작노동자의 노동실태 - 설문조사 분석

윤자호 (한국노동사회연구소 연구원)

1절. 실태조사 개요

1. 조사 대상과 조사 내용

□ 조사 대상과 조사 기간

○ 설문조사 대상은 만15세 이상 만39세 이하 청년 디지털콘텐츠 창작 노동자임. 전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자지회(이하 디콘지회)의 협조 통해 모바일 설문조사를 수행했음. 설문조사는 2020년 8월 3일부터 8월 24일까지, 약 3주간 진행했음.

- 총 471명이 설문조사에 응했으나, 그 중 △조사 대상이 아닌 경우 △한 사람이 복수응답을 한 경우, 그리고 △부분 응답자는 분석 대상에서 제외함. 최종적인 분석 대상은 총 285명임.¹⁾

□ 조사 내용

○ 설문지는 총 세 차례 여성노조-연구진 간 회의를 통해 구성했으며, 디콘지회 조합원의 사전 테스트를 거친 후 최종 확정함.

- 설문 내용은 기본적인 인구사회학적 속성 외에 ①일과 경력 ②계약 ③노동환경 ④부당대우 경험 ⑤이해대변과 정책의견 ⑥창작노동자로서의 인식과 삶 등 총 6가지 항목으로 구성했음.

2. 응답자 특성

○ 응답자 중 다수가 여성(314명, 94.9%)이고 남성은 4.5%(15명)이며, 기타는 0.6%(2명)임.²⁾ 평균 연령은 만30세이고, 남성의 평균 연령(만34세)이 여성 평균 연령(만29세)보다 약 5세 많음.

- 연령 분포는 만30세-만34세(32%) > 만27세-만29세(31.4%) > 만24세-만26세(16.6%) 등 순임.

1) 단, 부분 응답자 중에서 인구사회학적 속성을 모두 답변한 경우는 응답자 특성 분석 대상에 포함함.

2) 향후 성별 비교분석 문항에서, 성별 '기타' 응답자는 '여성'에 포함함.

〈표 3-1〉 응답자 속성: 성별, 연령 (단위: 명, %)

| | | 만18세-만 23세 | 만24세-만 26세 | 만27세-만 29세 | 만30세-만 34세 | 만35세-만 39세 | 전체 | 평균 만 나이 (세) |
|----|----|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------|----------------|
| 여성 | 빈도 | 20 | 55 | 101 | 100 | 38 | 314 | 29 |
| | % | 6.4% | 17.5% | 32.2% | 31.8% | 12.1% | 100.0% | |
| 남성 | 빈도 | 0 | 0 | 2 | 6 | 7 | 15 | 34 |
| | % | 0.0% | 0.0% | 13.3% | 40.0% | 46.7% | 100.0% | |
| 기타 | 빈도 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 | 31 |
| | % | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 50.0% | 100.0% | |
| 전체 | 빈도 | 20 | 55 | 104 | 106 | 46 | 331 | 30 |
| | % | 6.0% | 16.6% | 31.4% | 32.0% | 13.9% | 100.0% | |

○ 혼인상태를 살펴보면 10명 중 9명 정도가 비혼(91.5%)이며, 외별이(41.1%)보다 맞별이(58.9%)가 많음.

- 가족 구성은 1인 가구(25.7%) > 3인 가구(25.1%) > 2인 가구(23.3%) > 4인 가구(21.5%) 등 순으로 나타났음.

〈표 3-2〉 응답자 속성: 혼인 상태, 외별이·맞별이 여부 (단위: 명, %)

| | | 혼인 상태 | | | 외별이, 맞별이 여부 | |
|----|----|--------|--------|------------|-------------|--------|
| | | 비혼/미혼 | 기혼 유배우 | 기타(이혼, 사별) | 외별이 | 맞별이 |
| 여성 | 빈도 | 291 | 23 | 0 | 130 | 184 |
| | % | 92.7% | 7.3% | 0.0% | 41.4% | 58.6% |
| 남성 | 빈도 | 10 | 5 | 0 | 6 | 9 |
| | % | 66.7% | 33.3% | 0.0% | 40.0% | 60.0% |
| 기타 | 빈도 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | % | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 100.0% |
| 전체 | 빈도 | 303 | 28 | 0 | 136 | 195 |
| | % | 91.5% | 8.5% | 0.0% | 41.1% | 58.9% |

〈표 3-3〉 응답자 속성: 가족 인원 수 (단위: 명, %)

| | | 1인 | 2인 | 3인 | 4인 | 5인 | 6인 |
|----|----|-------|-------|-------|-------|------|------|
| 여성 | 빈도 | 83 | 74 | 77 | 66 | 13 | 1 |
| | % | 26.4% | 23.6% | 24.5% | 21.0% | 4.1% | .3% |
| 남성 | 빈도 | 2 | 3 | 5 | 4 | 1 | 0 |
| | % | 13.3% | 20.0% | 33.3% | 26.7% | 6.7% | 0.0% |
| 기타 | 빈도 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | % | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% |
| 전체 | 빈도 | 85 | 77 | 83 | 71 | 14 | 1 |
| | % | 25.7% | 23.3% | 25.1% | 21.5% | 4.2% | .3% |

○ 응답자의 수입이 가구소득에서 차지하는 비중은 평균 33.4%로 나타났으며, 여성 평균(32.3%)이 남성 평균(58.9%)에 비해 낮음.

- 자녀 수는 1명(14명, 4.2%) 내지는 2명(9명, 2.7%)이고 이중 만 8세 미만 자녀 수는 1명(14명, 4.2%) 혹은 2명(5명, 1.5%)임.

〈표 3-4〉 응답자 속성: 가구소득 비중

| | | 가구소득비중 | | | | 평균 가구소득 비중 (%) |
|----|----|--------|---------|---------|--------|----------------|
| | | 1%-24% | 25%-49% | 50%-74% | 75% 이상 | |
| 여성 | 빈도 | 52 | 63 | 53 | 3 | 32.3 |
| | % | 30.4% | 36.8% | 31.0% | 1.8% | |
| 남성 | 빈도 | 0 | 0 | 9 | 0 | 58.9 |
| | % | 0.0% | 0.0% | 100.0% | 0.0% | |
| 기타 | 빈도 | 2 | 0 | 0 | 0 | 15.0 |
| | % | 100.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | |
| 전체 | 빈도 | 54 | 63 | 62 | 3 | 33.4 |
| | % | 29.7% | 34.6% | 34.1% | 1.6% | |

- 주된 활동분야별로 가구소득 비중을 살펴보면, 웹툰(34.2%)과 일러스트(32.3%)에 비해 웹소설(20.5%)의 평균 가구소득 비중이 낮은 것을 확인할 수 있음.

〈표 3-5〉 가구소득 비중: 주된 활동분야별

| | | 가구소득비중 | | | | 평균 가구소득 비중 (%) |
|------|----|--------|---------|---------|--------|----------------|
| | | 1%-24% | 25%-49% | 50%-74% | 75% 이상 | |
| 웹툰 | 빈도 | 35 | 45 | 42 | 2 | 34.2 |
| | % | 28.2% | 36.3% | 33.9% | 1.6% | |
| 웹소설 | 빈도 | 10 | 7 | 2 | 0 | 20.5 |
| | % | 52.6% | 36.8% | 10.5% | 0.0% | |
| 일러스트 | 빈도 | 7 | 7 | 8 | 0 | 32.3 |
| | % | 31.8% | 31.8% | 36.4% | 0.0% | |
| 기타 | 빈도 | 2 | 4 | 10 | 1 | 43.6 |
| | % | 11.8% | 23.5% | 58.8% | 5.9% | |
| 전체 | 빈도 | 54 | 63 | 62 | 3 | 33.4 |
| | % | 29.7% | 34.6% | 34.1% | 1.6% | |

* 기타: 출판만화, 웹툰 시나리오 및 스토리 등

〈표 3-6〉 응답자 속성: 자녀 유무

| | 빈도 (명) | | 비중 (%) | |
|----|--------|-----|--------|--------|
| | 있음 | 없음 | 있음 | 없음 |
| 여성 | 18 | 296 | 5.7% | 94.3% |
| 남성 | 5 | 10 | 33.3% | 66.7% |
| 기타 | 0 | 2 | 0.0% | 100.0% |
| 전체 | 23 | 308 | 6.9% | 93.1% |

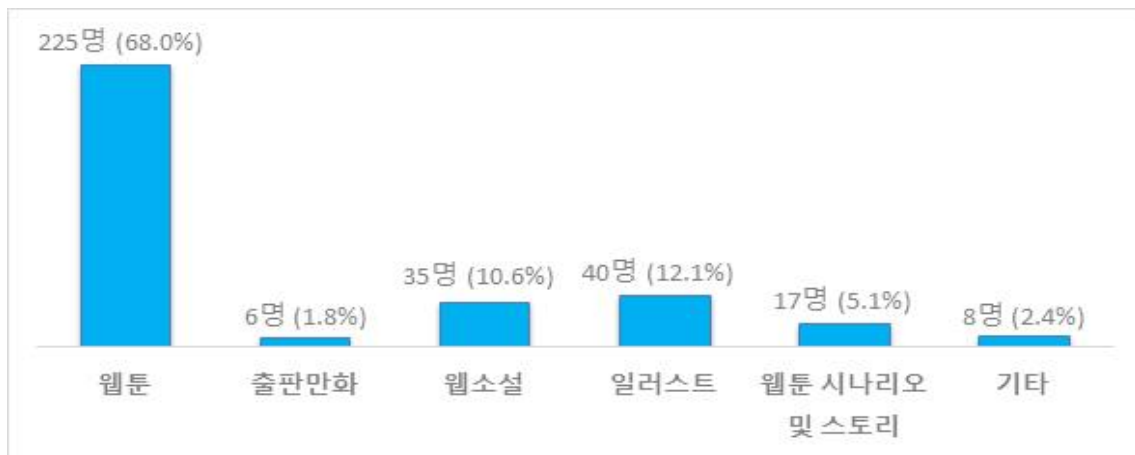
- 응답자 거주지는 경기(29.9%)와 서울(29%)이 절반 이상이고, 그 다음으로 인천(9.4%) > 부산(5.7%) 대구(3.3%) > 대전(3.3%) 등 광역시 순인 것으로 확인됨.

〈표 3-7〉 응답자 속성: 거주지 (단위: 명, %)

| 지역 | 빈도 | 퍼센트 | 지역 | 빈도 | 퍼센트 |
|----|----|------|----------|-----|-------|
| 서울 | 96 | 29.0 | 충북 | 7 | 2.1 |
| 부산 | 19 | 5.7 | 충남 | 9 | 2.7 |
| 대구 | 11 | 3.3 | 전북 | 5 | 1.5 |
| 인천 | 31 | 9.4 | 전남 | 3 | .9 |
| 광주 | 4 | 1.2 | 경북 | 10 | 3.0 |
| 대전 | 11 | 3.3 | 경남 | 6 | 1.8 |
| 울산 | 7 | 2.1 | 제주 | 3 | .9 |
| 세종 | 3 | .9 | 기타(해외 등) | 2 | .6 |
| 경기 | 99 | 29.9 | 합계 | 331 | 100.0 |
| 강원 | 5 | 1.5 | | | |

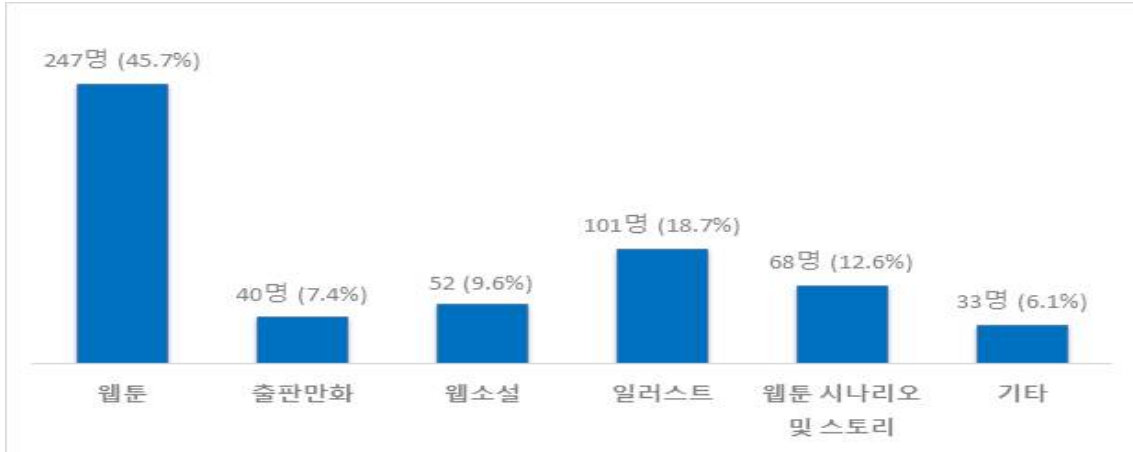
- 응답자의 활동분야(1순위)는 웹툰(68%) > 일러스트(12.1%) > 웹소설(10.6%) > 웹툰 시나리오 및 스토리(5.1%) > 출판만화(1.8%) > 기타(2.4%) 순임.
 - 기타 응답자 활동 분야는 오디오드라마 대본, 게임 그래픽디자이너, 미술학원 강사 및 영상외주, 애니메이션 제작, 코미컬라이징 시나리오, 플랫폼에서 인터넷 그림 강의 등 임.

[그림 3-1] 응답자 속성: 활동 분야 (1순위)



- 응답자 활동분야(복수응답)는 웹툰(45.7%) > 일러스트(18.7%) > 웹툰 시나리오 및 스토리(12.6%) > 웹소설(9.6%) > 출판만화(7.4%) > 기타(6.1%) 등 순으로 나타났음. 웹툰과 웹툰 시나리오를 겸업하는 경우, 웹툰과 일러스트를 겸업하는 경우, 그리고 웹소설과 기타 분야를 겸업하는 경우 등이 확인됨.

[그림 3-2] 응답자 속성: 활동 분야 (복수응답)



2절. 분석 결과³⁾

1. 계약

□ 계약 형태와 서면계약

○ 최근 1년 체결했거나 유지 중인 계약 형태는 작품당 연재계약으로 작업(66.6%)이 2/3에 달하고, 그 다음으로 인적용역 제공하는 한시적 계약(13%) > 개인사업자로 작업(7.8%) > 근로계약으로 작업(6.7%) 등 순임.

- 웹툰은 10명 중 약 7명이 작품 당 연재계약으로 작업(71.1%) 형태로 계약하고, 그 외에 인적용역 제공하는 한시적 계약(13.3%) > 개인사업자로 작업(6.7%) > 근로계약으로 작업(4.9%) 등 순으로 나타났음.

- 웹소설은 작품 당 연재계약으로 작업(82.9%) 비중이 높고, 그 다음으로 개인사업자로 작업(11.4%) > 인적용역 제공하는 한시적 계약(5.7%) 등 순임.

- 일러스트는 작품 당 연재계약으로 작업(45%) > 인적용역 제공하는 한시적 계약(32.5%) > 근로계약으로 작업(5%) 및 비계약형태로 작업(5%) 등 순으로 나타났음.

- 출판만화, 웹툰 시나리오 및 스토리 등 기타는 비계약형태로 작업(9.7%) 비중이 다른 집단에 비해 높은 편임.

3) 2절에서는 플랫폼 기반 청년 창작노동자의 활동분야를 중심으로 분석함. 활동분야(A)는 설문조사 항목 중 활동분야(1순위)를 중심으로, ①웹툰 ②웹소설 ③일러스트 ④기타(출판만화, 웹툰 시나리오 및 스토리)로 구분함. 활동분야(B)는 활동분야 1순위와 2순위를 고려하여 마련한 기준으로, ①웹툰, 출판만화(웹툰, 출판만화 종사하며 웹툰에도 종사) ②웹소설, 시나리오 및 스토리(웹소설과 웹툰 및 출판만화 시나리오 및 스토리 종사) ③일러스트(일러스트 종사자, 다른 일 하며 일러스트를 부업으로 하는 경우)로 나뉨.

〈표 3-8〉 최근 1년 체결했거나 유지 중인 계약 형태 (복수응답)

| | | 빈도 (명) | 근로계약으로 작업(4대보험 가입) | 작품 당 연재 계약으로 작업 | 인적용역 제공하는 한시적 계약 | 개인사업자 로 작업(작가 개인사업자 등록) | 비계약 형태로 작업 | 계약 없음 |
|-----------------|--------------------|-----------|-----------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------------------|------------------|-------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 4.9% | 71.1% | 13.3% | 6.7% | 3.6% | 2.2% |
| | 웹소설 | 31 | 2.9% | 82.9% | 5.7% | 11.4% | 0.0% | 0.0% |
| | 일러스트 | 28 | 5.0% | 45.0% | 32.5% | 2.5% | 5.0% | 0.0% |
| | 기타 | 27 | 19.4% | 64.5% | 19.4% | 12.9% | 9.7% | 3.2% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 5.5% | 72.3% | 13.2% | 6.8% | 4.3% | 2.1% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 6.0% | 76.0% | 12.0% | 12.0% | 0.0% | 2.0% |
| | 일러스트 | 31 | 9.1% | 43.2% | 29.5% | 4.5% | 6.8% | 0.0% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 4.7% | 64.2% | 17.6% | 6.1% | 4.7% | 2.7% |
| | 비조합원 | 167 | 6.7% | 68.4% | 13.0% | 7.8% | 3.1% | 1.0% |
| 전체 | | 285 | 5.9% | 66.6% | 15.0% | 7.0% | 3.8% | 1.8% |

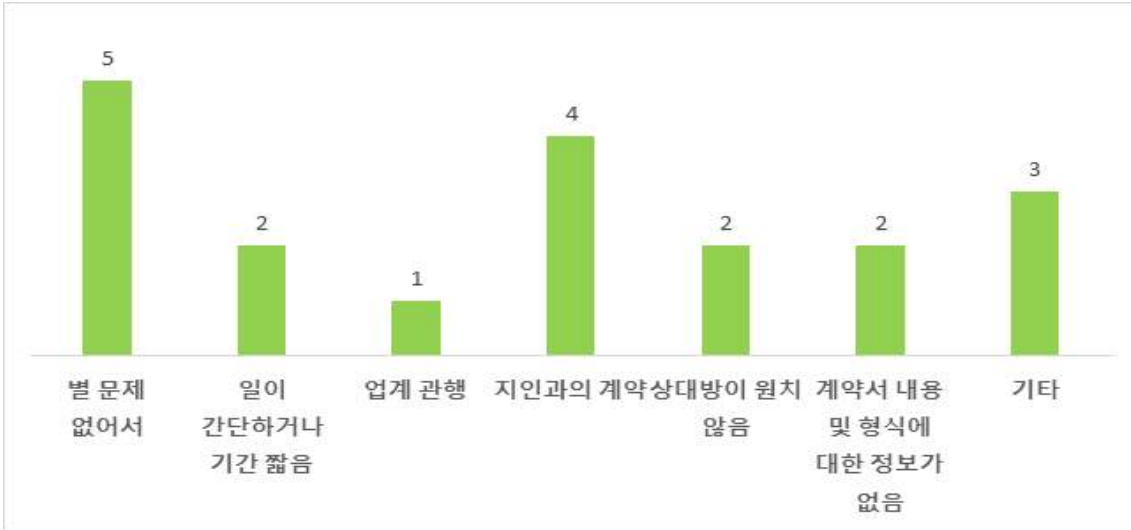
○ 설문 응답자 10명 중 9명이 가장 최근 계약 시 서면계약 체결(93.3%) 했으나, 일러스트의 경우 다른 분야에 비해 서면계약 미체결 비중(14.3%)이 비교적 높은 것을 확인할 수 있음. 기타 활동하며 일러스트 부업으로 하거나, 일러스트를 주업으로 할 경우 역시 서면계약 미체결(16.1%) 비중이 높음.

〈표 3-9〉 서면계약 체결 여부

| | | 빈도 (명) | | 비중 (%) | |
|--------------|--------------------|--------|-----|--------|-------|
| | | 예 | 아니오 | 예 | 아니오 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 188 | 11 | 94.5% | 5.5% |
| | 웹소설 | 30 | 1 | 96.8% | 3.2% |
| | 일러스트 | 24 | 4 | 85.7% | 14.3% |
| | 기타 | 24 | 3 | 88.9% | 11.1% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 196 | 13 | 93.8% | 6.2% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 43 | 1 | 97.7% | 2.3% |
| | 일러스트 | 26 | 5 | 83.9% | 16.1% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 108 | 10 | 91.5% | 8.5% |
| | 비조합원 | 158 | 9 | 94.6% | 5.4% |
| 전체 | | 266 | 19 | 93.3% | 6.7% |

○ 계약서 미작성 이유는 별 문제 없어서(5명)과 지인과의 계약(4명)이 주된 것이고, 그 외에도 △연재가 확정되기 전이어서, △오픈 전 세이브 원고 제작 중이어서 등 기타(3명) 내용이 있었음.

[그림 3-3] 계약서 미작성 이유 (단위: 명)



○ 서면계약 체결 시 명시된 조항은 계약기간 및 관리 유지 기간(82.7%) > 수익배분(81.6%) > 2차적 저작물 재사용 및 이용 등에 대한 허락(67.7%) 등이 많은 편임. 반면, 수정 횟수와 의무(18%)와 계약 내용 변경(29.3%)은 비중이 상대적으로 낮음.

- 서면계약을 체결했으나, 서면계약 체결 시 명시된 조항을 모르는 경우(5.6%)도 있음. 특히 일러스트(16.7%)의 경우 다른 집단에 비해 계약서에 명시된 조항을 모르는 응답자가 비교적 많은 것으로 확인됨.
- 일러스트는 저작권 침해와 공동대응(75%) 비중이 높은 편이고, 수정횟수와 의무(45.8%) 비중 역시 비교적 높은 편임. 하지만 수입배분(54.2%)은 다른 분야에 비해서 비중이 낮음.

<표 3-10> 서면계약 체결 시 명시된 조항

| | | 빈도 (명) | 수정 횟수와 의무 | 저작권 침해와 공동대응 | 2차적 저작물 재사용 및 이용 등에 대한 허락 | 계약 내용 변경 | 수익 배분 | 계약기간 및 권리 유지 기간 | 모름 |
|-----------------|--------------------|-----------|-----------------|--------------------|---|----------------|----------|--------------------------|-------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 188 | 17.0% | 48.9% | 68.1% | 27.7% | 85.1% | 85.6% | 5.3% |
| | 웹소설 | 30 | 13.3% | 40.0% | 70.0% | 33.3% | 86.7% | 83.3% | 0.0% |
| | 일러스트 | 24 | 45.8% | 75.0% | 58.3% | 29.2% | 54.2% | 75.0% | 16.7% |
| | 기타 | 24 | 4.2% | 41.7% | 70.8% | 37.5% | 75.0% | 66.7% | 4.2% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 196 | 16.3% | 49.5% | 68.4% | 28.1% | 85.2% | 84.7% | 5.6% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 43 | 11.6% | 37.2% | 74.4% | 32.6% | 81.4% | 81.4% | 0.0% |
| | 일러스트 | 26 | 42.3% | 73.1% | 53.8% | 30.8% | 57.7% | 73.1% | 15.4% |

| | | 빈도 (명) | 수정 횟수와 의무 | 저작권 침해와 공동대응 | 2차적 저작물 재사용 및 이용 등에 대한 허락 | 계약 내용 변경 | 수익 배분 | 계약기간 및 권리 유지 기간 | 모름 |
|-----------|------|-----------|-----------------|--------------------|---|----------------|----------|--------------------------|------|
| 조합원 여부 | 조합원 | 108 | 13.9% | 45.4% | 67.6% | 30.6% | 84.3% | 84.3% | 3.7% |
| | 비조합원 | 158 | 20.9% | 52.5% | 67.7% | 28.5% | 79.7% | 81.6% | 7.0% |
| 전체 | | 266 | 18.0% | 49.6% | 67.7% | 29.3% | 81.6% | 82.7% | 5.6% |

- 계약기간 정하는 방식은 기간 특정하지 않으며 연재/프로젝트 종료시까지(41.4%) > 연재
 횟수 기준(28.1%) > 일, 월, 분기 등 기간 특정(24.9%) > 기타(5.6%) 순임.
- 웹툰(44.7%)과 일러스트(53.6%)은 기간 특정하지 않으며 연재/프로젝트 종료시까지 비
 중이 가장 높고, 웹소설은 응답자 중 절반 이상이 일, 월, 분기 등 기간 특정(54.8%)하
 는 것으로 나타났음.
 - 웹툰(32.2%)과 웹툰 및 출판만화(32.5%), 그리고 웹소설·시나리오 및 스토리(22.7%)
 는 다른 분야에 비해 연재횟수 기준 비중이 높은 편임.

〈표 3-11〉 계약기간 정하는 방식

| | | 빈도 (명) | 일, 월, 분기 등 기간 특정함 | 기간을 특정하지 않으며 연재/프로젝트 종료시까지 | 연재횟수를 기준으로 함 | 기타* |
|-----------------|--------------------|-----------|----------------------|-------------------------------------|-----------------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 17.1% | 44.7% | 32.2% | 6.0% |
| | 웹소설 | 31 | 54.8% | 25.8% | 9.7% | 9.7% |
| | 일러스트 | 28 | 39.3% | 53.6% | 7.1% | 0.0% |
| | 기타 | 27 | 33.3% | 22.2% | 40.7% | 3.7% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 17.7% | 44.0% | 32.5% | 5.7% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 45.5% | 22.7% | 22.7% | 9.1% |
| | 일러스트 | 31 | 41.9% | 51.6% | 6.5% | 0.0% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 28.8% | 44.1% | 22.0% | 5.1% |
| | 비조합원 | 167 | 22.2% | 39.5% | 32.3% | 6.0% |
| 전체 | | 285 | 24.9% | 41.4% | 28.1% | 5.6% |

* 기타: 연재종료 후 3년~5년, 시즌제, 3년 후 자동연장, 연재회차는 인기여부 따라 등

- 일감 선택 시 가장 중요하게 생각하는 점은 보수(79.6%) > 업무내용(54%) > 거래처
 (33.7%) > 작업기간(28.4%) > 경력도움 정도(23.2%) > 거래업체와 관계유지(12.6%) 순
 임.
- 웹툰(86.9%), 일러스트(85.7%), 웹소설(58.1%) 모두 일감 선택 시 보수를 가장 중요하
 게 생각하는 것으로 나타났음.
 - 일러스트는 작업기간(50%) 비중이 상대적으로 높은 편이고, 웹소설은 전반적으로 다른

분야에 비해 대부분의 항목 비중이 낮은 편임. 단, 거래업체와 관계 유지(16.1%) 비중은 비교적 높은 것으로 나타났음.

〈표 3-12〉 일감 선택 시 가장 중요하게 생각하는 점 (복수응답)

| | | 빈도 (명) | 작업기간 | 보수 | 거래처 | 업무내용 | 경력도움 정도 | 거래업체와 관계유지 |
|-----------------|--------------------|-----------|-------|-------|-------|-------|------------|---------------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 28.1% | 86.9% | 37.7% | 55.8% | 21.1% | 13.6% |
| | 웹소설 | 31 | 25.8% | 58.1% | 32.3% | 45.2% | 16.1% | 16.1% |
| | 일러스트 | 28 | 50.0% | 85.7% | 17.9% | 53.6% | 28.6% | 7.1% |
| | 기타 | 27 | 11.1% | 44.4% | 22.2% | 51.9% | 40.7% | 7.4% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 27.8% | 85.2% | 37.3% | 56.5% | 22.5% | 13.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 20.5% | 52.3% | 29.5% | 40.9% | 18.2% | 13.6% |
| | 일러스트 | 31 | 45.2% | 83.9% | 16.1% | 54.8% | 35.5% | 6.5% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 23.7% | 78.0% | 30.5% | 56.8% | 26.3% | 12.7% |
| | 비조합원 | 167 | 31.7% | 80.8% | 35.9% | 52.1% | 21.0% | 12.6% |
| 전체 | | 285 | 28.4% | 79.6% | 33.7% | 54.0% | 23.2% | 12.6% |

□ 수입과 경비, 그리고 수수료

○ 최근 1년 창작 노동 통한 주된 수입원은 RS(20.5%) > 누적MG(18.4%) > 원고료/고료(16.3%) > 월MG(12.3%) > 매절계약(8.8%) 및 인세/선인세(8.8%) 등 순임.

- 웹툰은 RS(39.6%) > 누적MG(36%) > 월MG(24%) > 해외유통(9.8%) 등 순이고, 웹소설은 인세/선인세(62.9%) 비중이 가장 높고 그 다음으로 원고료/고료(25.7%) > RS(14.3%) 순으로 나타났음.

- 일러스트는 매절계약(40%) > 원고료(27.5%) > 월 MG(15%) > 누적MG(12.5%) 순임. 일러스트의 경우 수입원 기타 비중이 높은 편임.

〈표 3-13〉 최근 1년 창작 노동 통한 주된 수입원 (복수응답)

| | | 월MG | 누적 MG | RS | 원고료/ 고료 | 2차적 저작권 료 | 매절 계약(저 작권 양도 계약) | 광고 수익 | 해외유 통 | 인세/선 인세 | 기타* |
|-----------------|--------------------|-------|----------|-------|------------|-----------------|-------------------------------|----------|----------|------------|-------|
| 성별 | 여성 | 19.1% | 29.3% | 32.8% | 24.5% | 3.8% | 14.3% | 2.9% | 8.3% | 14.3% | 8.3% |
| | 남성 | 26.7% | 26.7% | 20.0% | 40.0% | 26.7% | 6.7% | 6.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 24.0% | 36.0% | 39.6% | 24.0% | 4.4% | 7.6% | 4.0% | 9.8% | 7.6% | 7.1% |
| | 웹소설 | 0.0% | 0.0% | 14.3% | 25.7% | 2.9% | 8.6% | 0.0% | 2.9% | 62.9% | 2.9% |
| | 일러스트 | 15.0% | 12.5% | 5.0% | 27.5% | 5.0% | 40.0% | 2.5% | 2.5% | 7.5% | 12.5% |
| | 기타 | 12.9% | 32.3% | 35.5% | 35.5% | 9.7% | 32.3% | 0.0% | 6.5% | 12.9% | 12.9% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 23.8% | 36.6% | 40.0% | 25.5% | 4.7% | 8.5% | 3.8% | 9.4% | 8.5% | 6.8% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 4.0% | 8.0% | 20.0% | 28.0% | 4.0% | 14.0% | 0.0% | 6.0% | 46.0% | 6.0% |
| | 일러스트 | 13.6% | 13.6% | 6.8% | 25.0% | 6.8% | 40.9% | 2.3% | 2.3% | 6.8% | 13.6% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 7.6% | 17.0% | 21.9% | 16.5% | 2.7% | 11.2% | 0.9% | 6.3% | 11.2% | 4.9% |
| | 비조합원 | 15.8% | 19.5% | 19.5% | 16.1% | 3.4% | 7.0% | 2.7% | 4.0% | 7.0% | 5.0% |
| 전체 | | 12.3% | 18.4% | 20.5% | 16.3% | 3.1% | 8.8% | 1.9% | 5.0% | 8.8% | 5.0% |

○ 최근 계약 시 매출과 RS 리포트 제공 여부는 응답자 중 1/3 가량이 정기적으로 단순 금액만 제공(31.6%) 받고, 또 1/3 정도는 정기적으로 상세하게 제공(31.2%) 받는 것으로 나타났음.

- 웹툰은 정기적으로 단순 금액 제공(36.7%)과 정기적으로 상세하게 제공(34.7%) 등 순이고, 웹소설은 정기적으로 상세하게 제공(48.4%) 비중이 비교적 높고, 그 다음으로 정기적으로 단순금액만 제공(22.6%) > 요청했을 때 단순 금액만 제공(12.9%) 등 순임.
- 일러스트의 경우, 전혀 제공받지 못함(32.1%) 비중이 높은 편이고, 요청했을 때 단순 금액만 제공 받거나(28.6%) 상세하게 제공 받는(10.7%) 경우가 비교적 많은 것으로 나타났다. 한편, 부정기적으로 단순 금액만 제공(10.7%) 비중 역시 다른 분야에 비해 높은 편임.

〈표 3-14〉 최근 계약 시 매출과 RS 리포트 제공 여부

| | | 전혀 제공받지 못함 | 요청했을 때 단순 금액만 제공받음 | 요청했을 때 상세하게 제공받음 | 부정기적으로 단순 금액만 제공받음 | 부정기적으로 상세하게 제공받음 | 정기적으로 단순 금액만 제공받음 | 정기적으로 상세하게 제공받음 |
|-----------|-----------------|------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|-------------------|-----------------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 12.1% | 9.0% | 4.0% | 1.5% | 2.0% | 36.7% | 34.7% |
| | 웹소설 | 3.2% | 12.9% | 6.5% | 3.2% | 3.2% | 22.6% | 48.4% |
| | 일러스트 | 32.1% | 28.6% | 10.7% | 10.7% | 0.0% | 17.9% | 0.0% |
| | 기타 | 25.9% | 14.8% | 22.2% | 0.0% | 0.0% | 18.5% | 18.5% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 12.4% | 10.0% | 3.8% | 1.4% | 1.9% | 35.9% | 34.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 6.8% | 11.4% | 18.2% | 2.3% | 2.3% | 20.5% | 38.6% |
| | 일러스트 | 35.5% | 25.8% | 9.7% | 9.7% | 0.0% | 19.4% | 0.0% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 14.4% | 12.7% | 10.2% | 0.0% | 2.5% | 25.4% | 34.7% |
| | 비조합원 | 14.4% | 11.4% | 4.2% | 4.2% | 1.2% | 35.9% | 28.7% |
| 전체 | | 14.4% | 11.9% | 6.7% | 2.5% | 1.8% | 31.6% | 31.2% |

○ 최근 계약 기준 회당 MG는 67.1만원이고, 중위값은 60만원임. 웹툰 회당 MG는 평균 70.8만원, 중위값 65만원이고 웹소설은 평균과 중위값 모두 40만원임. 일러스트는 평균 54.2만원, 중위값 40만원임.

〈표 3-15〉 최근 계약 기준 회당 MG (단위: 만원)

| | | 평균 | 중위값 | 최소값 | 최대값 |
|-----------|----------|------|------|------|-------|
| 성별 | 여성 | 68.8 | 65.0 | 15.0 | 200.0 |
| | 남성 | 43.5 | 50.0 | 20.0 | 60.0 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 70.8 | 65.0 | 17.0 | 200.0 |
| | 웹소설 | 40.0 | 40.0 | 30.0 | 50.0 |
| | 일러스트 | 54.2 | 40.0 | 15.0 | 130.0 |
| | 기타 | 49.7 | 45.0 | 20.0 | 100.0 |
| 활동 분야 | 웹툰, 출판만화 | 69.8 | 65.0 | 17.0 | 200.0 |

| | | 평균 | 중위값 | 최소값 | 최대값 |
|--------|-----------------|------|------|------|-------|
| (B) | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 48.8 | 40.0 | 20.0 | 85.0 |
| | 일러스트 | 51.0 | 40.0 | 15.0 | 130.0 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 74.2 | 70.0 | 20.0 | 200.0 |
| | 비조합원 | 62.7 | 60.0 | 15.0 | 150.0 |
| 전체 | | 67.1 | 60.0 | 15.0 | 200.0 |

- 활동분야와 경력을 고려하여 회당 평균 MG를 살펴보면, 웹툰과 웹소설은 활동년수가 쌓이며 평균 MG가 높아지는 경향이 보이나, 웹소설의 경우에는 그렇지 않은 것으로 나타났다. 단, 샘플수가 많지 않으므로 해석에 주의를 요할 필요가 있음.

<참조> 최근 계약 기준 회당 MG: 분야 및 경력별 (단위: 만원)

| | | 평균 | 중위값 |
|------|---------------|------|------|
| 웹툰 | 1년 미만 | 62.1 | 60.0 |
| | 1년 이상 - 3년 미만 | 64.6 | 60.0 |
| | 3년 이상 - 5년 미만 | 69.6 | 60.0 |
| | 5년 이상 - 9년 미만 | 83.7 | 72.5 |
| | 10년 이상 | 84.2 | 85.0 |
| 웹소설 | 1년 미만 | - | - |
| | 1년 이상 - 3년 미만 | 45.0 | 45.0 |
| | 3년 이상 - 5년 미만 | 36.7 | 40.0 |
| | 5년 이상 - 9년 미만 | - | - |
| | 10년 이상 | - | - |
| 일러스트 | 1년 미만 | - | - |
| | 1년 이상 - 3년 미만 | 33.3 | 30.0 |
| | 3년 이상 - 5년 미만 | 45.0 | 45.0 |
| | 5년 이상 - 9년 미만 | 63.6 | 50.0 |
| | 10년 이상 | 70.0 | 70.0 |

- 지난 1년 주된 활동 분야(창작) 평균 1년 수입은 2,411만원인데, 중위값은 1,700만원으로 평균값 중위값 사이의 차이가 약 711만원임. 수입 편차가 크기 때문인 것으로 보임.
 - 부업 통한 평균 1년 수입은 약 568만원(중위값 200만원)이고, 총소득은 평균 2,780만원(중위값 2,000만원)임.
 - 웹툰의 경우, 총소득 평균(3,020만원)과 중위값(2,040)의 차이가 큼. 웹소설은 역시 총소득 평균(1,905만원)과 중위값(1,150만원) 차이가 큰 편이고, 특히 주된 활동 분야와 부업 평균값과 중위값 간의 격차가 다른 분야에 비해 큰 편임.
 - 일러스트는 주된 활동 분야 소득은 평균 1,732만원(중위값 1,400만원)이고 총소득은 평균 2,258만원(중위값 2,250만원)인데, 웹툰과 웹소설에 비해 소득의 평균값과 중간값 격차가 크게 나지 않는 것으로 파악됨.

〈표 3-16〉 지난 1년 평균 수입

| | | 주된 활동 분야 | | | 부업 | | | 총 소득 | | |
|-----------|-----------------|----------|-------|--------|-------|-----|--------|-------|-------|--------|
| | | 평균 | 중위값 | 최대값 | 평균 | 중위값 | 최대값 | 평균 | 중위값 | 최대값 |
| 성별 | 여성 | 2,422 | 1,600 | 27,000 | 587 | 200 | 10,000 | 2,804 | 2,000 | 27,000 |
| | 남성 | 2,407 | 2,700 | 3,500 | 259 | 175 | 1,000 | 2,555 | 2,710 | 4,500 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 2,758 | 2,000 | 27,000 | 435 | 100 | 8,000 | 3,020 | 2,040 | 27,000 |
| | 웹소설 | 1,227 | 400 | 8,000 | 1,108 | 500 | 10,000 | 1,906 | 1,150 | 10,200 |
| | 일러스트 | 1,732 | 1,400 | 6,500 | 640 | 300 | 2,400 | 2,258 | 2,250 | 6,500 |
| | 기타 | 1,919 | 1,000 | 10,000 | 745 | 300 | 3,300 | 2,554 | 2,200 | 10,000 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 2,715 | 2,000 | 27,000 | 489 | 100 | 8,000 | 3,012 | 2,088 | 27,000 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 1,431 | 500 | 10,000 | 806 | 300 | 10,000 | 2,017 | 1,350 | 10,200 |
| | 일러스트 | 1,794 | 1,800 | 6,500 | 666 | 360 | 2,400 | 2,352 | 2,300 | 6,500 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 2,552 | 1,929 | 23,000 | 711 | 200 | 10,000 | 2,998 | 2,200 | 23,000 |
| | 비조합원 | 2,311 | 1,600 | 27,000 | 473 | 200 | 4,000 | 2,626 | 2,000 | 27,000 |
| 전체 | | 2,411 | 1,700 | 27,000 | 568 | 200 | 10,000 | 2,780 | 2,000 | 27,000 |

- 최근 1년 창작활동 인한 수입 중 평균 소요 경비는 31%-40%(20.7%) > 21%-30%(20%) > 41%-50%(12.6%) > 11%-20%(12.3%) 등 순으로 나타났음.
- 웹툰은 21%-30%(21.1%)와 31%-40%비중(21.1%)이 높고, 웹소설은 0%-10% 비중(35.5%)이 가장 높고, 일러스트는 11%-20% 비중(35.7%)이 가장 높음.

〈표 3-17〉 최근 1년 창작활동 인한 수입 중 평균 소요 경비

| | | 0%-10% | 11%-20% | 21%-30% | 31%-40% | 41%-50% | 51%-60% | 61%-70% | 71%-80% | 81%-90% | 90%-100% |
|-----------|-----------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 6.0% | 12.1% | 21.1% | 21.1% | 12.1% | 11.1% | 6.0% | 6.0% | 2.0% | 2.5% |
| | 웹소설 | 35.5% | 3.2% | 12.9% | 19.4% | 6.5% | 6.5% | 3.2% | 3.2% | 0.0% | 9.7% |
| | 일러스트 | 3.6% | 35.7% | 14.3% | 21.4% | 14.3% | 0.0% | 3.6% | 0.0% | 3.6% | 3.6% |
| | 기타 | 11.1% | 0.0% | 25.9% | 18.5% | 22.2% | 14.8% | 3.7% | 0.0% | 3.7% | 0.0% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 6.7% | 11.5% | 21.5% | 21.5% | 12.4% | 10.5% | 5.7% | 5.7% | 1.9% | 2.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 27.3% | 2.3% | 15.9% | 15.9% | 11.4% | 11.4% | 4.5% | 2.3% | 2.3% | 6.8% |
| | 일러스트 | 3.2% | 32.3% | 16.1% | 22.6% | 16.1% | 0.0% | 3.2% | 0.0% | 3.2% | 3.2% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 12.7% | 13.6% | 17.8% | 27.1% | 7.6% | 12.7% | 1.7% | 3.4% | .8% | 2.5% |
| | 비조합원 | 7.2% | 11.4% | 21.6% | 16.2% | 16.2% | 7.8% | 7.8% | 5.4% | 3.0% | 3.6% |
| 전체 | | 9.5% | 12.3% | 20.0% | 20.7% | 12.6% | 9.8% | 5.3% | 4.6% | 2.1% | 3.2% |

* 장비구입, 자료수집, 보조작가 비용, 식대, 작업공간 대여 등

- 매출 중 플랫폼 수수료 비중은 “모름”(23.5%) > 41%-50%(20.4%) > 31%-40%(15.8%) > 21%-30%(11.6%) 등 순임. 웹툰은 모름(25.6%) 비중이 가장 높고, 41%-50%(23.6%)과 31%-40%(15.1%) 비중이 높음. 웹소설은 21%-30%(38.7%)와 31%-40%(25.8%) 비중이 높으며, 모름(6.5%) 비중은 낮음. 일러스트의 경우, 모름(35.7%) 비중이 다른 분야에 비해 높고, 그 다음으로 0%(21.4%) > 11%-20%(14.3%) 순임.

〈표 3-18〉 매출 중 플랫폼 수수료 비중

| | | 0% | 1%-10% | 11%-20% | 21%-30% | 31%-40% | 41%-50% | 51%-60% | 61%-70% | 71%-80% | 80% 이상 | 모름 |
|-----------|-----------------|-------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|-------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 2.5% | 4.0% | 5.5% | 6.0% | 15.1% | 23.6% | 11.1% | 5.0% | 1.0% | 0.5% | 25.6% |
| | 웹소설 | 0.0% | 3.2% | 3.2% | 38.7% | 25.8% | 9.7% | 3.2% | 6.5% | 0.0% | 3.2% | 6.5% |
| | 일러스트 | 21.4% | 3.6% | 14.3% | 10.7% | 7.1% | 3.6% | 0.0% | 0.0% | 3.6% | 0.0% | 35.7% |
| | 기타 | 7.4% | 7.4% | 3.7% | 22.2% | 18.5% | 25.9% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 14.8% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 2.4% | 4.8% | 5.7% | 6.7% | 14.8% | 23.4% | 10.5% | 4.8% | 1.0% | 0.5% | 25.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 2.3% | 2.3% | 2.3% | 31.8% | 25.0% | 18.2% | 2.3% | 4.5% | 0.0% | 2.3% | 9.1% |
| | 일러스트 | 22.6% | 3.2% | 12.9% | 12.9% | 9.7% | 3.2% | 0.0% | 0.0% | 3.2% | 0.0% | 32.3% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 5.1% | 3.4% | 5.9% | 16.1% | 22.0% | 15.3% | 6.8% | 3.4% | 0.8% | 0.0% | 21.2% |
| | 비조합원 | 4.2% | 4.8% | 6.0% | 8.4% | 11.4% | 24.0% | 9.0% | 4.8% | 1.2% | 1.2% | 25.1% |
| 전체 | | 4.6% | 4.2% | 6.0% | 11.6% | 15.8% | 20.4% | 8.1% | 4.2% | 1.1% | 0.7% | 23.5% |

○ 매출 중 에이전시 수수료 비중은 평균 37.4%이고, 실질 소득 비중은 57.6%임. 웹툰은 에이전시 수수료 평균 40.8%, 실질소득 평균 53.8%로 다른 분야에 비해 실질소득 비중이 비교적 낮은 편임. 웹소설(33.5%)과 일러스트(25.8%)는 에이전시 수수료 비중이 비교적 낮음.

〈표 3-19〉 매출 중 에이전시 수수료 비중 (단위: %)

| | 빈도 (명) | 에이전시 수수료 | | | 실질 소득 | | | |
|-----------|-----------------|----------|------|------|-------|------|------|-------|
| | | 평균 | 최소값 | 최대값 | 평균 | 최소값 | 최대값 | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 40.8 | 0.0 | 90.0 | 53.8 | 0.0 | 100.0 |
| | 웹소설 | 31 | 33.5 | 10.0 | 70.0 | 66.5 | 30.0 | 90.0 |
| | 일러스트 | 28 | 25.8 | 0.0 | 50.0 | 66.9 | 40.0 | 100.0 |
| | 기타 | 27 | 29.2 | 0.0 | 60.0 | 61.2 | 15.0 | 100.0 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 40.1 | 0.0 | 90.0 | 53.9 | 0.0 | 100.0 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 32.7 | 0.0 | 70.0 | 66.7 | 30.0 | 100.0 |
| | 일러스트 | 31 | 26.1 | 0.0 | 50.0 | 67.1 | 40.0 | 100.0 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 35.5 | 0.0 | 80.0 | 61.7 | 20.0 | 100.0 |
| | 비조합원 | 167 | 39.0 | 0.0 | 90.0 | 54.2 | 0.0 | 100.0 |
| 전체 | | 285 | 37.4 | 0.0 | 90.0 | 57.6 | 0.0 | 100.0 |

○ 주된 보수 책정 기준은 업계 관행(38.9%) > 조회수 및 판매량 등 성과(23.9%) > 경력(19.6%) 등 순임.

- 웹툰은 업계 관행(40.7%)과 조회수 및 판매량 등 성과(24.1%), 그리고 경력(22.6%)이 주된 기준인 것으로 나타났음.
- 웹소설은 조회수 및 판매량 등 성과(48.4%)와 업계 관행(32.3%) 비중이 높음. 일러스트는 업계 관행(28.6%) 비중이 가장 높으나, 작업 난이도(25%)와 경력(25%) 비중 역시 높은 편임.

〈표 3-20〉 주된 보수(책정) 기준

| | | 빈도 (명) | 경력 | 작업에 들어는 시간 | 작업의 난이도 | 업계의 관행 | 조화수 및 판매량 등 성과 |
|-----------------|--------------------|-----------|-------|---------------|------------|--------|----------------------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 22.6% | 4.5% | 8.0% | 40.7% | 24.1% |
| | 웹소설 | 31 | 6.5% | 0.0% | 12.9% | 32.3% | 48.4% |
| | 일러스트 | 28 | 25.0% | 17.9% | 25.0% | 28.6% | 3.6% |
| | 기타 | 27 | 7.4% | 11.1% | 22.2% | 44.4% | 14.8% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 22.0% | 4.8% | 7.7% | 42.1% | 23.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 6.8% | 0.0% | 18.2% | 34.1% | 40.9% |
| | 일러스트 | 31 | 22.6% | 19.4% | 29.0% | 25.8% | 3.2% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 12.7% | 6.8% | 11.9% | 41.5% | 27.1% |
| | 비조합원 | 167 | 24.6% | 5.4% | 11.4% | 37.1% | 21.6% |
| 전체 | | 285 | 19.6% | 6.0% | 11.6% | 38.9% | 23.9% |

- 체감 소득 수준은 “적다(매우 적다+적은 편이다)”가 55%로, 절반 이상이고 “많다(많은 편이다+매우 많다)”는 11.5%에 불과함. 즉, 체감 소득 수준이 매우 낮은 편임(34.3점). 웹툰(35.3점)보다 일러스트(33점) 체감 소득 수준이 낮고, 웹소설(21점점)이 다른 분야에 비해 체감 소득 수준이 가장 낮음.

〈표 3-21〉 체감 소득 수준

| | 빈도 (명) | 체감 소득 수준 | | | | | 평균 (100점 만점) | |
|-----------------|--------------------|----------|-----------|-------|-----------|-------|--------------------|------|
| | | 매우 적다 | 적은 편이다 | 보통이다 | 많은 편이다 | 매우 많다 | | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 16.6% | 38.2% | 33.2% | 11.6% | 0.5% | 35.3 |
| | 웹소설 | 31 | 48.4% | 22.6% | 25.8% | 3.2% | 0.0% | 21.0 |
| | 일러스트 | 28 | 17.9% | 35.7% | 42.9% | 3.6% | 0.0% | 33.0 |
| | 기타 | 27 | 11.1% | 29.6% | 37.0% | 22.2% | 0.0% | 42.6 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 16.7% | 37.8% | 32.5% | 12.4% | 0.5% | 35.5 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 36.4% | 25.0% | 31.8% | 6.8% | 0.0% | 27.3 |
| | 일러스트 | 31 | 16.1% | 32.3% | 45.2% | 6.5% | 0.0% | 35.5 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 18.6% | 27.1% | 40.7% | 13.6% | 0.0% | 37.3 |
| | 비조합원 | 167 | 20.4% | 41.3% | 28.7% | 9.0% | 0.6% | 32.0 |
| 전체 | | 285 | 19.6% | 35.4% | 33.7% | 10.9% | 0.4% | 34.2 |

* 평균점수는 매우 적다 0점 ~ 매우 많다 100점으로 환산한 값임

2. 일과 경력

- 평균 활동년수는 3.8년이고, 평균 공백기는 0.8년임. 평균 활동년수는 일러스트(5년) > 기타(4.8년) > 웹툰(3.5년) > 웹소설(3.2년) 등 순으로 나타났음.
- 평균 공백기는 대체적으로 1년 미만이나, 웹툰 및 출판만화(5년) 웹소설(7년) 일러스트 및 기타(3년) 등 최대 공백기가 3년~7년에 이르는 경우가 있는 것으로 확인되었음.

〈표 3-22〉 평균 활동년수 및 공백기

| | 빈도 (명) | 활동년수 | | | 공백기 | | | |
|--------------|-----------------|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|
| | | 평균 | 최소값 | 최대값 | 평균 | 최소값 | 최대값 | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 3.5 | 0.0 | 11.4 | 0.8 | 0.0 | 5.0 |
| | 웹소설 | 31 | 3.2 | 0.3 | 9.9 | 0.7 | 0.0 | 7.0 |
| | 일러스트 | 28 | 5.0 | 0.4 | 13.0 | 0.7 | 0.0 | 3.0 |
| | 기타 | 27 | 4.8 | 0.4 | 13.4 | 1.0 | 0.0 | 3.0 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 3.5 | 0.0 | 13.0 | 0.8 | 0.0 | 5.0 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 3.4 | 0.3 | 10.0 | 0.7 | 0.0 | 7.0 |
| | 일러스트 | 31 | 5.4 | 0.4 | 13.0 | 0.7 | 0.0 | 3.0 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 4.4 | 0.0 | 13.4 | 0.9 | 0.0 | 5.0 |
| | 비조합원 | 167 | 3.3 | 0.1 | 13.0 | 0.7 | 0.0 | 7.0 |
| 전체 | | 285 | 3.8 | 0.0 | 13.4 | 0.8 | 0.0 | 7.0 |

* 활동년수는 최초 유료계약 기준이며, 공백기 포함된 기간임

** 공백기에서 작품 준비기간은 제외됨

- 현재 분야 입문 동기는 “활동분야에 대한 열정이 있어서(39.6%)” 비중이 가장 높고, 그 다음으로 “관련 재능이 있어서(23.5%)” > “취미생활 하다가 입문(20%)” 등 순으로 나타났음.
- 대부분의 분야에서 “활동 분야에 대한 열정이 있어서” 및 “재능이 있어서” 응답 비중이 높은 편이나, 웹소설의 경우 “취미생활을 하다가 입문(45.2%)” 비중이 가장 높음.

〈표 3-23〉 현재 분야 입문 동기

| | 빈도 (명) | 활동 분야에 대한 열정이 있어서 | 관련 학과 및 학원 등을 다녀서 | 관련 재능이 있어서 | 전문지식 및 기술이 있어서 | 취미생활을 하다가 입문 | 활동 분야의 전망이 좋아서 | 기타 | |
|--------------|-----------------|-------------------------------|----------------------------|------------------|----------------------|--------------------|-------------------------|------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 43.2% | 8.0% | 24.1% | 2.5% | 17.6% | 0.5% | 4.0% |
| | 웹소설 | 31 | 19.4% | 6.5% | 16.1% | 9.7% | 45.2% | 3.2% | 0.0% |
| | 일러스트 | 28 | 42.9% | 17.9% | 25.0% | 0.0% | 10.7% | 0.0% | 3.6% |
| | 기타 | 27 | 33.3% | 0.0% | 25.9% | 18.5% | 18.5% | 0.0% | 3.7% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 43.1% | 7.7% | 24.4% | 2.4% | 18.2% | 0.5% | 3.8% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 22.7% | 4.5% | 18.2% | 13.6% | 36.4% | 2.3% | 2.3% |

| | | 빈도 (명) | 활동 분야에 대한 열정이 있어서 | 관련 학과 및 학원 등을 대녀서 | 관련 재능이 있어서 | 전문지식 및 기술이 있어서 | 취미생활을 하다가 입문 | 활동 분야의 전망이 좋아서 | 기타 |
|-----------|------|-----------|-------------------------------|----------------------------|------------------|----------------------|--------------------|-------------------------|------|
| | 일러스트 | 31 | 38.7% | 16.1% | 25.8% | 6.5% | 9.7% | 0.0% | 3.2% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 39.0% | 5.1% | 26.3% | 6.8% | 17.8% | 0.0% | 5.1% |
| | 비조합원 | 167 | 40.1% | 10.2% | 21.6% | 3.0% | 21.6% | 1.2% | 2.4% |
| | 전체 | 285 | 39.6% | 8.1% | 23.5% | 4.6% | 20.0% | 0.7% | 3.5% |

○ 최근 1년 일감 구한 경로는 “회사에 직접 지원(25.6%)” > “친구/선후배/지인(16.5%)” > “에이전시/프로덕션 소개(14%)” > “공모전(10.8%)” 등 순임. “회사/플랫폼/에이전시의 컨택(7.4%)”인 경우도 일정 정도 확인됨.

- 웹툰은 회사에 직접 지원(24.6%)과 친구/선후배/지인(17.1%), 그리고 에이전시/프로덕션 소개(13.1%)와 공모전(13.1%) 등 순이고, 웹소설은 회사에 직접 지원(29%) > 플랫폼 중개(19.4%) > 에이전시/프로덕션 소개(16.1%) 등 순임.
- 일러스트는 에이전시/프로덕션 소개(17.9%)가 가장 높은 가운데 잡 포털 사이트·온라인 커뮤니티·회사에 직접 지원(14.3%) 비중이 고르게 나타났음.

〈표 3-24〉 최근 1년 일감 구한 경로

| | | 잡 포털 사이트 | 온라인 커뮤니티 통해서 | 친구/선 후배/지 인 | 플랫폼 중개 | 에이전시/ 프로덕션 소개 | 회사에 직접 연락 지원) | 공모전 | 본인이 속한 단체 소개 | 회사/플 랫폼/에 이전시의 컨택 | 기타 |
|-----------------|--------------------|-------------|--------------------|-------------------|-----------|---------------------|------------------------|-------|-----------------------|----------------------------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 2.5% | 9.0% | 17.1% | 4.5% | 13.1% | 24.6% | 13.1% | 0.5% | 8.5% | 7.0% |
| | 웹소설 | 9.7% | 0.0% | 3.2% | 19.4% | 16.1% | 29.0% | 6.5% | 0.0% | 6.5% | 9.7% |
| | 일러스트 | 14.3% | 14.3% | 21.4% | 0.0% | 17.9% | 14.3% | 7.1% | 0.0% | 7.1% | 3.6% |
| | 기타 | 0.0% | 0.0% | 22.2% | 11.1% | 14.8% | 40.7% | 3.7% | 3.7% | 0.0% | 3.7% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 2.4% | 8.6% | 17.2% | 4.3% | 13.9% | 25.4% | 12.4% | 0.5% | 8.1% | 7.2% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 6.8% | 0.0% | 6.8% | 20.5% | 11.4% | 36.4% | 6.8% | 0.0% | 4.5% | 6.8% |
| | 일러스트 | 12.9% | 12.9% | 22.6% | 0.0% | 19.4% | 12.9% | 6.5% | 3.2% | 6.5% | 3.2% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 4.2% | 5.1% | 12.7% | 7.6% | 14.4% | 28.8% | 7.6% | 1.7% | 9.3% | 8.5% |
| | 비조합원 | 4.2% | 9.6% | 19.2% | 5.4% | 13.8% | 23.4% | 13.2% | 0.0% | 6.0% | 5.4% |
| | 전체 | 4.2% | 7.7% | 16.5% | 6.3% | 14.0% | 25.6% | 10.9% | 0.7% | 7.4% | 6.7% |

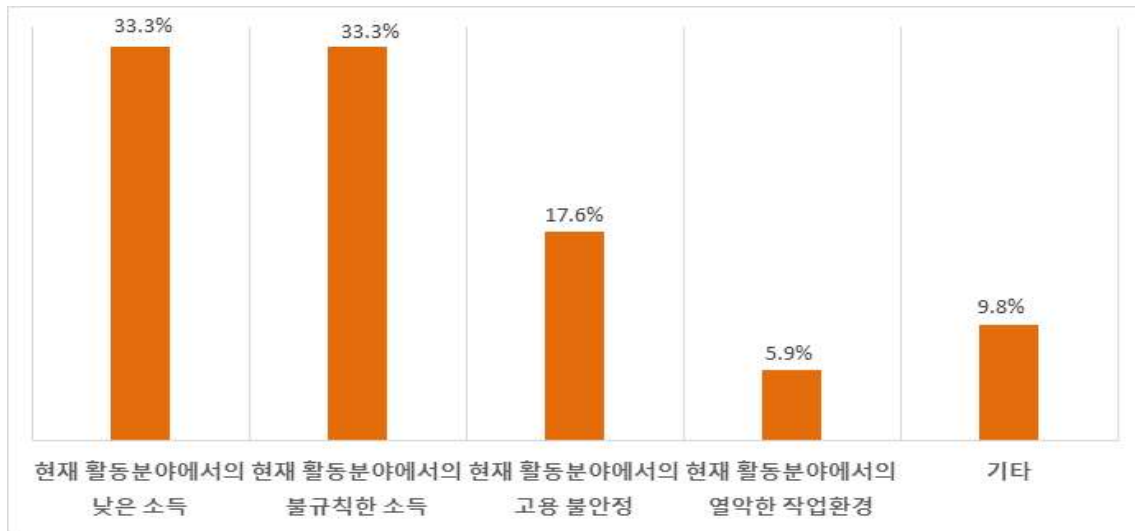
○ 활동분야 전업 및 부업 여부는 “주업이고, 창작노동에만 종사(75.8%)”가 가장 많고, 그 다음으로 “주업이나, 다른 일도 하고 있음(17.5%)” > “부업이고, 주업이 따로 있음(6.7%)” 등 순임. 웹소설의 경우 “주업이나 다른 일도 하고 있음(38.7%)”과 “부업이고, 주업이 따로 있음(25.8%)” 비중이 다른 분야에 비해 높은 편임.

〈표 3-25〉 활동분야 전업 및 부업 여부

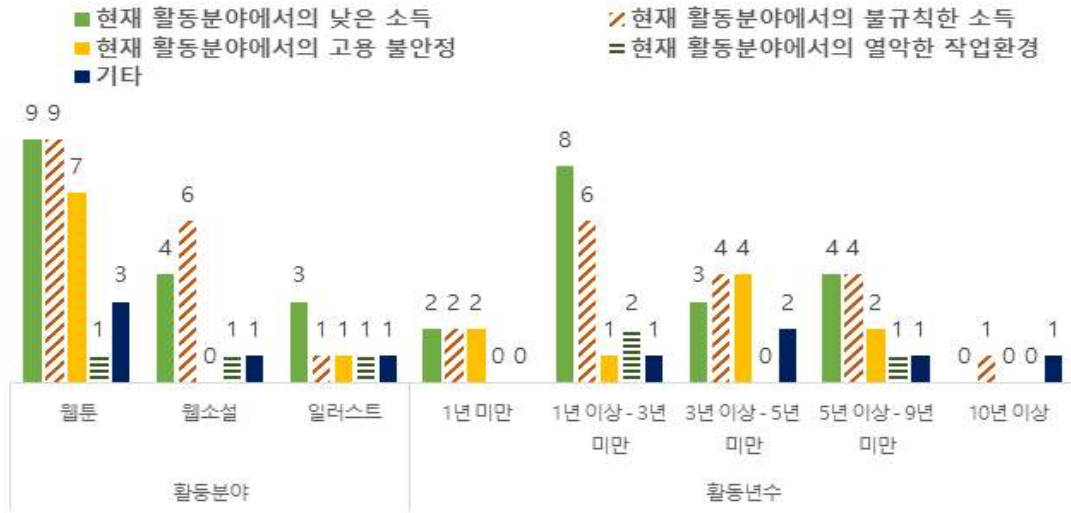
| | | 빈도 (명) | 주업이고, 창작노동에만 종사 중임 | 주업이나, 다른 일도 하고 있음 | 부업이고, 주업이 따로 있음 |
|-----------------|--------------------|-----------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 83.4% | 14.1% | 2.5% |
| | 웹소설 | 31 | 35.5% | 38.7% | 25.8% |
| | 일러스트 | 28 | 67.9% | 25.0% | 7.1% |
| | 기타 | 27 | 74.1% | 11.1% | 14.8% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 82.8% | 13.9% | 3.3% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 45.5% | 31.8% | 22.7% |
| | 일러스트 | 31 | 71.0% | 22.6% | 6.5% |
| 일러스 트 | 조합원 | 118 | 70.3% | 20.3% | 9.3% |
| | 비조합원 | 167 | 79.6% | 15.6% | 4.8% |
| 전체 | | 285 | 75.8% | 17.5% | 6.7% |

- 창작노동이 주업이나, 다른 일도 하고 있는 경우 해당 분야 외 직업을 가지게 된 이유는 불규칙한 소득(33.3%)과 낮은 소득(33.3%) 그리고 고용 불안정(17.6%)이 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 확인됨.
- 기타 응답으로는 "위기의식을 느끼며 동료를 위한 서비스 개발" "전부 해당" "이전에 하던 일 외주가 들어와서" "해당 분야 만족도가 높아서" "사상검증 사태로 업계가 싫어져서" "다양한 경험을 쌓고 싶어서" 등의 내용이 있음.

[그림 3-4] 해당 분야 외 직업을 갖게된 이유 (n= 51)

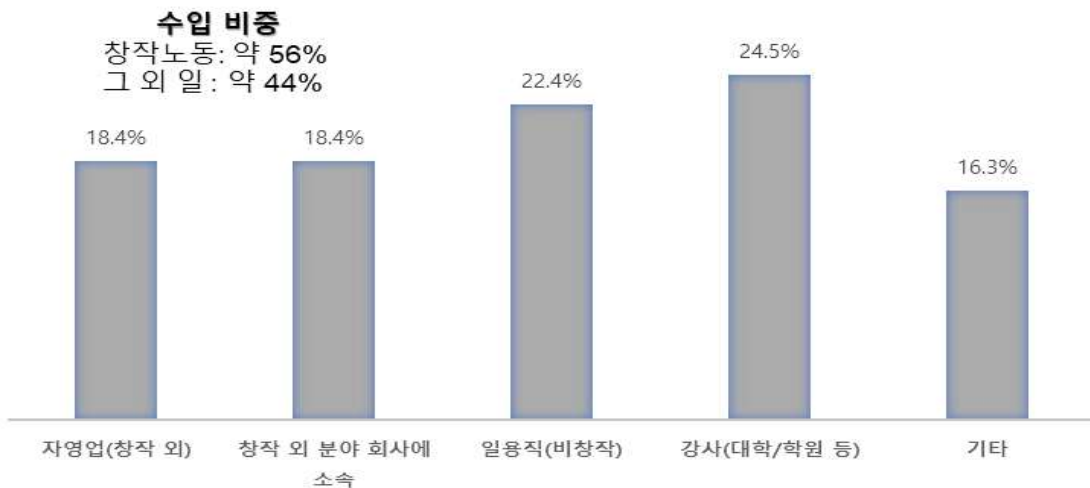


[그림 3-5] 활동분야 외 직업을 갖게된 이유: 활동분야별, 경력별 (단위: 명)



○ 창작노동이 부업인 경우, 현재 하는 일 외 주된 소득원은 대학/학원 등 강사(24.5%) > 비 창작 분야 일용직(22.4%) > 창작 외 분야 회사 소속(18.4%) 및 자영업(18.4%) 순임. 평균 수입 비중은 창작노동 약 56%, 그 외 일 약 44%인 것으로 나타났음.

[그림 3-6] 현재 하는 일 외 주된 소득원 (n=49)



○ 플랫폼-에이전시-기타 회사 등 계약 업체 현황은 에이전시와 계약(40%) > 플랫폼 직계약 (27.9%) > 기타 회사와 계약(20.7%) > 에이전시 및 기타 회사 계약(11.4%) 순으로 나타났음.

- 웹툰은 에이전시 계약(41.1%)이 가장 많고, 그 다음으로 플랫폼 직계약(37.2%) > 기타

- 회사 계약(11.7%) > 에이전시 및 기타 회사 계약(9.7%) 순임.
- 웹소설은 기타 회사 계약(62.1%)이 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 그 다음으로 에이전시 계약(24.1%)와 플랫폼 직계약(6.9%) 및 에이전시·기타 회사 계약(6.9%) 순으로 나타났음.
 - 일러스트는 기타 회사 계약(39.3%) > 에이전시 계약(35.7%) > 에이전시, 기타 회사 계약(14.8%) > 플랫폼 직계약(11.1%) 등 순임.

〈표 3-26〉 거래 업체 유형: 활동 분야별

| | | 에이전시 없음 (플랫폼 직계약)* | 에이전시 계약 | 기타 회사 계약 | 에이전시, 기타 회사 계약 | 전체 |
|------|----|-----------------------|---------|-------------|-------------------|--------|
| 웹툰 | 빈도 | 73 | 81 | 23 | 19 | 196 |
| | % | 37.2% | 41.3% | 11.7% | 9.7% | 100.0% |
| 웹소설 | 빈도 | 2 | 7 | 18 | 2 | 29 |
| | % | 6.9% | 24.1% | 62.1% | 6.9% | 100.0% |
| 일러스트 | 빈도 | 0 | 10 | 11 | 7 | 28 |
| | % | 0.0% | 35.7% | 39.3% | 25.0% | 100.0% |
| 기타 | 빈도 | 3 | 14 | 6 | 4 | 27 |
| | % | 11.1% | 51.9% | 22.2% | 14.8% | 100.0% |
| 전체 | 빈도 | 78 | 112 | 58 | 32 | 280 |
| | % | 27.9% | 40.0% | 20.7% | 11.4% | 100.0% |

* 에이전시 없음(플랫폼 직계약)은 에이전시 수수료를 '0'으로 입력한 경우임

- 한해 평균 신규 프로젝트 수는 2개이고, 평균 거래업체 수는 연재 플랫폼 2곳, 에이전시 1곳, 그리고 기타 2곳임. 일러스트의 경우 신규 참여 프로젝트 수 평균값(6개)과 최대값(40개)이 다른 분야에 비해 높은 편임.

〈표 3-27〉 평균 참여 신규 프로젝트(작품 등) 수, 거래업체 수

| | | 참여 신규 프로젝트 수 (개) | | | 평균 거래 업체 수 (곳) | | |
|--------------|--------------------|------------------|-----|-----|----------------|-----------|----|
| | | 평균 | 최소값 | 최대값 | 에이전시 | 연재 플랫폼 | 기타 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 1 | 0 | 6 | 1 | 2 | 1 |
| | 웹소설 | 2 | 0 | 8 | 1 | 2 | 2 |
| | 일러스트 | 6 | 1 | 40 | 1 | 2 | 5 |
| | 기타 | 2 | 0 | 3 | 1 | 1 | 2 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 1 | 0 | 6 | 1 | 2 | 1 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 2 | 0 | 8 | 2 | 2 | 2 |
| | 일러스트 | 6 | 1 | 40 | 1 | 2 | 5 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 2 | 0 | 40 | 1 | 2 | 3 |
| | 비조합원 | 1 | 0 | 6 | 1 | 2 | 2 |
| 전체 | | 2 | 0 | 40 | 1 | 2 | 2 |

- 웹툰의 경우 참여 신규 프로젝트 수 1개(67.3%) 내지는 2개(16.1%)가 대부분이고, 웹소설은 1개(41.9%) 혹은 2개(25.8%)가 2/3 이상임. 일러스트는 3개(35.7) > 4개(17.9%)가 절반 이상이고 10개 이상 비중(10.7%)이 높음.

〈표 3-28〉 참여 신규 프로젝트 수: 활동분야별

| | | 참여 신규 프로젝트 수 (개) | | | | | | | |
|-----------|-----------------|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | | 0개 | 1개 | 2개 | 3개 | 4개 | 5개-6개 | 7개-9개 | 10개 이상 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 8.0% | 67.3% | 16.1% | 6.0% | 1.0% | 1.5% | 0.0% | 0.0% |
| | 웹소설 | 9.7% | 41.9% | 25.8% | 16.1% | 3.2% | 0.0% | 3.2% | 0.0% |
| | 일러스트 | 0.0% | 10.7% | 14.3% | 35.7% | 17.9% | 3.6% | 7.1% | 10.7% |
| | 기타 | 7.4% | 44.4% | 33.3% | 14.8% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 8.6% | 66.5% | 16.3% | 6.2% | 1.0% | 1.4% | 0.0% | 0.0% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 6.8% | 45.5% | 27.3% | 15.9% | 2.3% | 0.0% | 2.3% | 0.0% |
| | 일러스트 | 0.0% | 9.7% | 19.4% | 35.5% | 16.1% | 3.2% | 6.5% | 9.7% |
| 전체 | | 7.4% | 56.8% | 18.6% | 10.9% | 2.8% | 1.4% | 1.1% | 1.1% |

- 거래 플랫폼의 경우, 웹툰은 10명 중 8명 이상(81.4%)이 플랫폼과 거래하고 있으며, 플랫폼 수는 1개(57.8%) 내지는 2개(17.1%) 비중이 높음. 웹소설은 10명 중 약 4명~5명 (48.4%)이, 그리고 일러스트는 10명 중 약 6명(60.7%)이 플랫폼과 거래하고 있음.

〈표 3-29〉 거래 플랫폼 수: 활동분야별

| | | 빈도 (명) | 미입력 (없음) | 있음 | 거래 플랫폼 수 | | | | | | |
|-----------|-----------------|--------|----------|-------|----------|-------|------|------|------|------|--------|
| | | | | | 1개 | 2개 | 3개 | 4개 | 5-6개 | 7-9개 | 10개 이상 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 18.6% | 81.4% | 57.8% | 17.1% | 2.0% | 0.5% | 1.5% | 1.0% | 1.5% |
| | 웹소설 | 31 | 51.6% | 48.4% | 25.8% | 12.9% | 0.0% | 0.0% | 6.5% | 0.0% | 3.2% |
| | 일러스트 | 28 | 39.3% | 60.7% | 42.9% | 10.7% | 3.6% | 0.0% | 0.0% | 3.6% | 0.0% |
| | 기타 | 27 | 22.2% | 77.8% | 59.3% | 14.8% | 3.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 18.7% | 81.3% | 58.4% | 16.7% | 1.9% | 0.5% | 1.4% | 1.0% | 1.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 40.9% | 59.1% | 36.4% | 15.9% | 0.0% | 0.0% | 4.5% | 0.0% | 2.3% |
| | 일러스트 | 31 | 38.7% | 61.3% | 41.9% | 9.7% | 6.5% | 0.0% | 0.0% | 3.2% | 0.0% |
| 전체 | | 285 | 24.6% | 75.4% | 53.0% | 15.8% | 2.1% | 0.4% | 1.8% | 1.1% | 1.4% |

- 웹툰(49.7%)과 일러스트(39.3%)에 비해 웹소설은 에이전시 없는 경우(71%)가 많은 것으로 나타났다. 웹툰은 에이전시와 거래하는 경우, 1곳(44.7%)이 가장 많고, 일러스트 역시 1곳(42.9%)이 가장 많으나 2곳 비중(17.9%)이 비교적 높음.

〈표 3-30〉 거래 에이전시 수: 활동분야별

| | | 빈도 (명) | | | | | 비중 (%) | | | | |
|-----------|-----------------|-------------|-----|-----|----|----|-------------|-------|-------|-------|------|
| | | 미입력 (없음) | 있음 | 1곳 | 2곳 | 3곳 | 미입력 (없음) | 있음 | 1곳 | 2곳 | 3곳 |
| | | | | | | | | | | | |
| | 웹소설 | 22 | 9 | 6 | 3 | 0 | 71.0% | 29.0% | 19.4% | 9.7% | 0.0% |
| | 일러스트 | 11 | 17 | 12 | 5 | 0 | 39.3% | 60.7% | 42.9% | 17.9% | 0.0% |
| | 기타 | 9 | 18 | 11 | 6 | 1 | 33.3% | 66.7% | 40.7% | 22.2% | 3.7% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 100 | 109 | 96 | 13 | 0 | 47.8% | 52.2% | 45.9% | 6.2% | 0.0% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 28 | 16 | 9 | 6 | 1 | 63.6% | 36.4% | 20.5% | 13.6% | 2.3% |
| | 일러스트 | 12 | 19 | 13 | 6 | 0 | 38.7% | 61.3% | 41.9% | 19.4% | 0.0% |
| | 전체 | 141 | 144 | 118 | 25 | 1 | 49.5% | 0.4% | 49.5% | 41.4% | 8.8% |

- 웹소설(64.5%)과 일러스트(64.3%)는 10명 중 약 6명이 기타 업체와 거래하고 있는데, 이는 게임회사나 출판사와의 거래인 것으로 파악됨. 웹소설은 거래업체 수가 1개(38.7%) 혹은 2개(12.9%)가 절반 수준이나, 일러스트는 1개~3개(14.3%) 비중이 각각 고르게 나타나는 가운데 10개 이상(10.7%) 비중 역시 높은 편임.

〈표 3-31〉 기타 거래업체 수: 활동분야별

| | | 빈도 (명) | 미입력 (없음) | 있음 | 비중 (%) | | | | | | |
|-----------|-----------------|-----------|-------------|-------|--------|-------|-------|------|------|------|--------|
| | | | | | 1개 | 2개 | 3개 | 4개 | 5-6개 | 7-9개 | 10개 이상 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 78.9% | 21.1% | 15.6% | 2.0% | 3.0% | 0.0% | 0.5% | 0.0% | 0.0% |
| | 웹소설 | 31 | 35.5% | 64.5% | 38.7% | 12.9% | 6.5% | 3.2% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |
| | 일러스트 | 28 | 35.7% | 64.3% | 14.3% | 14.3% | 14.3% | 3.6% | 0.0% | 7.1% | 10.7% |
| | 기타 | 27 | 63.0% | 37.0% | 18.5% | 18.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 78.9% | 21.1% | 15.3% | 2.4% | 2.9% | 0.0% | 0.5% | 0.0% | 0.0% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 43.2% | 56.8% | 31.8% | 15.9% | 4.5% | 2.3% | 2.3% | 0.0% | 0.0% |
| | 일러스트 | 31 | 35.5% | 64.5% | 19.4% | 12.9% | 12.9% | 3.2% | 0.0% | 6.5% | 9.7% |
| | 전체 | 285 | 68.4% | 31.6% | 18.2% | 6.0% | 4.2% | 0.7% | 0.7% | 0.7% | 1.1% |

- 하루 평균 작업시간은 9.5시간이고, 평균 주당 노동일수는 5.7일, 그리고 평균 주당 노동시간은 52.5시간임. 웹툰 평균 노동시간이 59시간으로 다른 집단에 비해 많으며, 웹소설의 평균 노동시간은 35.4시간으로 비교적 짧음.

- 계약 전 작품 비축 및 준비기간은 1년 중 평균 5.7개월로, 1년 중 약 절반 정도를 작

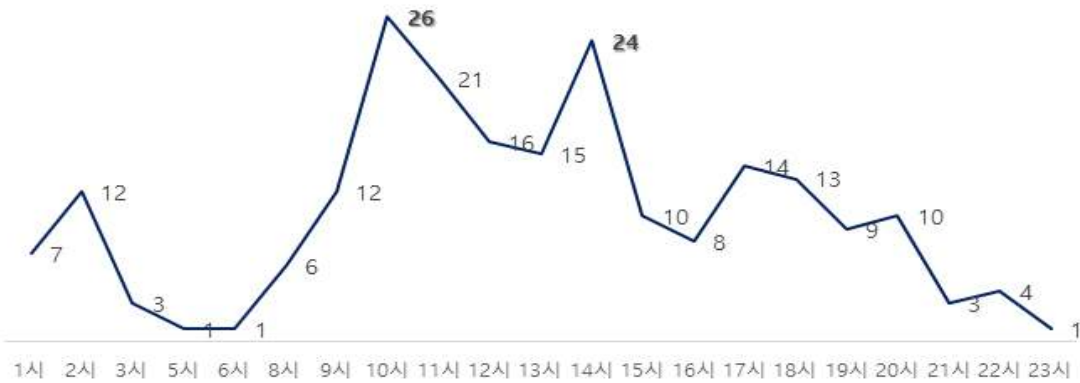
품 비축 및 준비기간으로 사용하고 있는 것으로 나타났음. 단, 일러스트(2.8개월)의 경우 계약 전 작품 비축 및 준비기간이 다른 분야에 비해 짧은 편임.

〈표 3-32〉 평균 노동시간, 지난 해 평균 작품 비축 및 준비기간

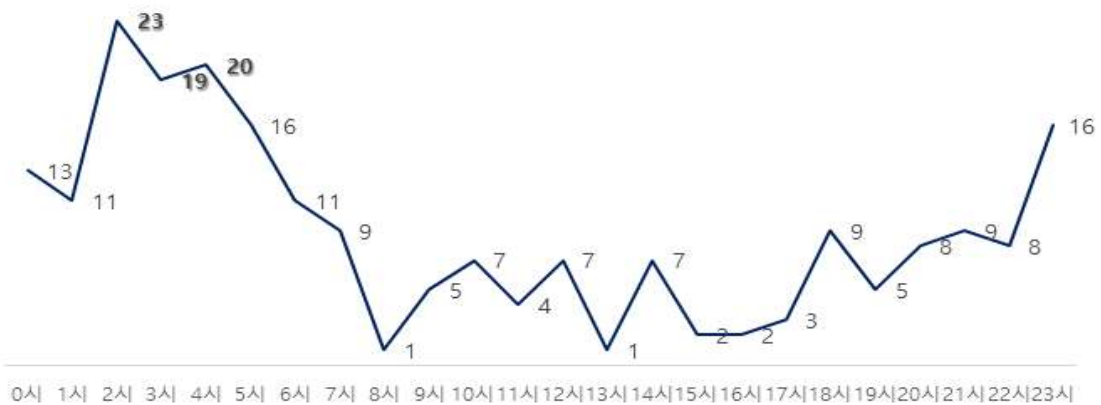
| | | 하루 평균 작업시간 (시간) | 평균 주당 노동일수 (일) | 평균 주당 노동시간 (시간) | 계약 전 작품 비축 및 준비기간 (개월) |
|--------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|------------------------------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 10.2 | 6.0 | 59.0 | 6.4 |
| | 웹소설 | 6.6 | 5.1 | 35.4 | 5.7 |
| | 일러스트 | 8.0 | 4.9 | 40.1 | 2.8 |
| | 기타 | 8.7 | 5.0 | 41.1 | 3.6 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 10.1 | 5.9 | 58.0 | 6.3 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 7.3 | 5.1 | 37.5 | 5.1 |
| | 일러스트 | 8.3 | 5.0 | 40.1 | 2.7 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 8.9 | 5.5 | 48.6 | 5.7 |
| | 비조합원 | 9.9 | 5.9 | 55.4 | 5.7 |
| 전체 | | 9.5 | 5.7 | 52.5 | 5.7 |

[그림 3-7] 주로 일하는 시간대: 전체 (단위: 명)

일 시작하는 시간

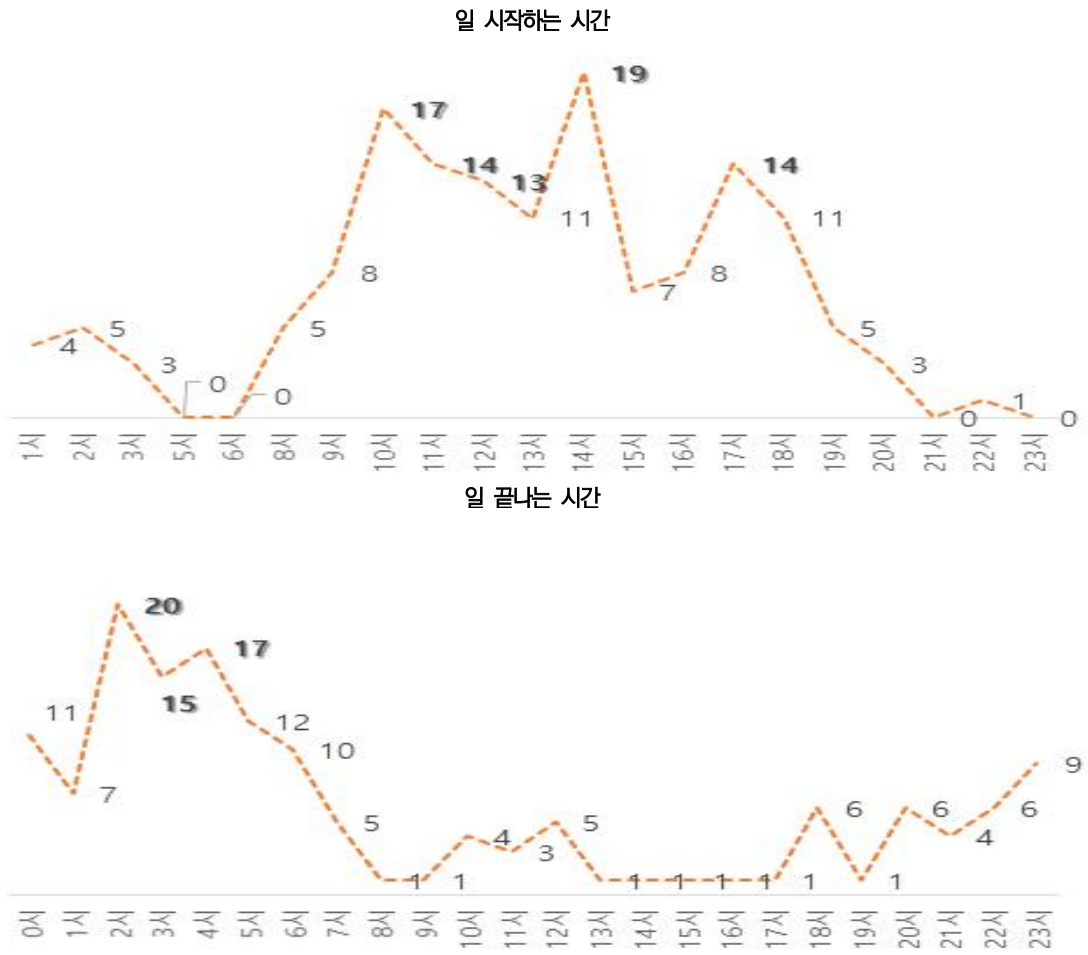


일 끝나는 시간



- 웹툰의 경우, 하루 평균 작업시간(10.2시간) 및 휴식시간 고려했을 때, 오전 10시~12시에 일 시작해 23시~24시에 작업 마치거나 14시~16시에 일 시작해 2시~3시에 작업 마치거나 혹은 18시~19시에 일 시작해 6~7시까지 일하는 경향 살펴볼 수 있음. 즉, 심야 노동이 잦은 편임.

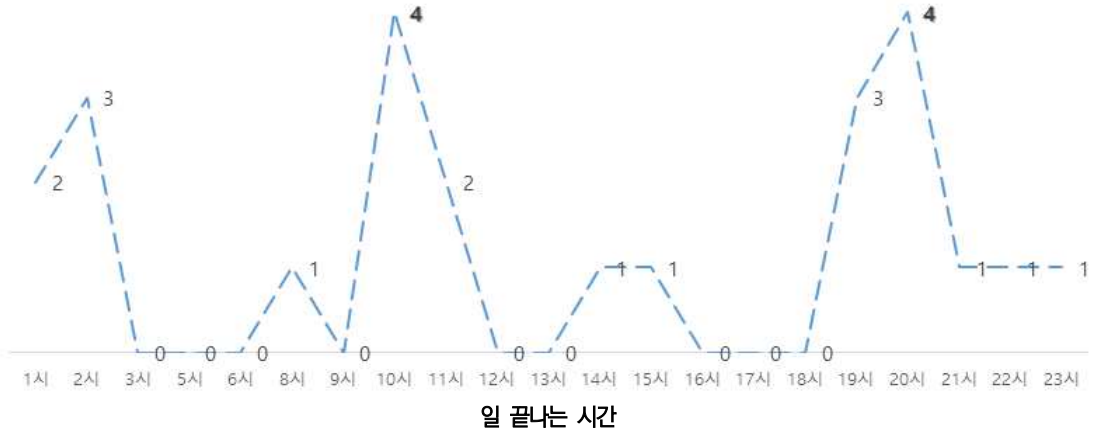
[그림 3-8] 주로 일하는 시간대: 웹툰 (단위: 명)



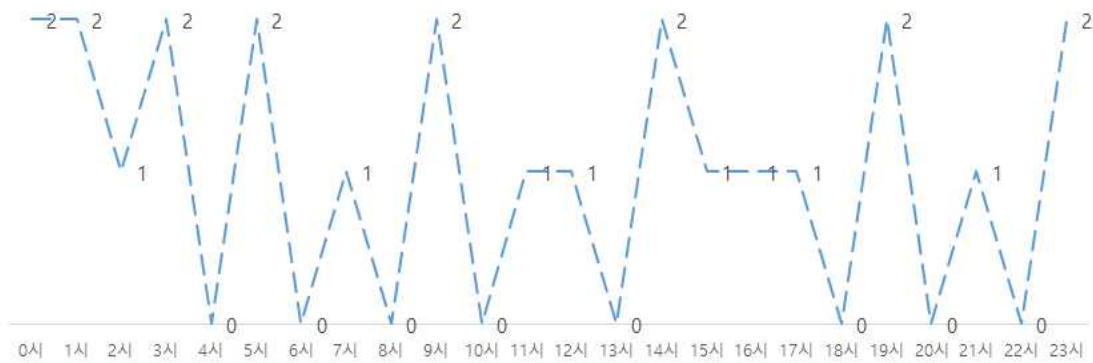
- 웹소설은 오전 10시에 일을 시작하거나 18시 이후 일을 시작하는 경우로 나뉘고, 일이 마치는 시간은 고르게 나타났음. 응답 사례수가 적어 패턴을 특정하기 어려우므로 해석에 주의를 요함.

[그림 3-9] 주로 일하는 시간대: 웹소설 (단위: 명)

일 시작하는 시간

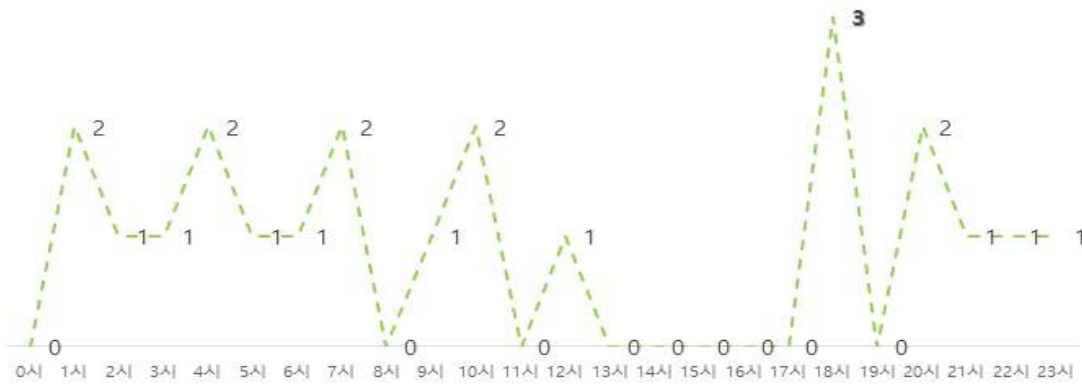
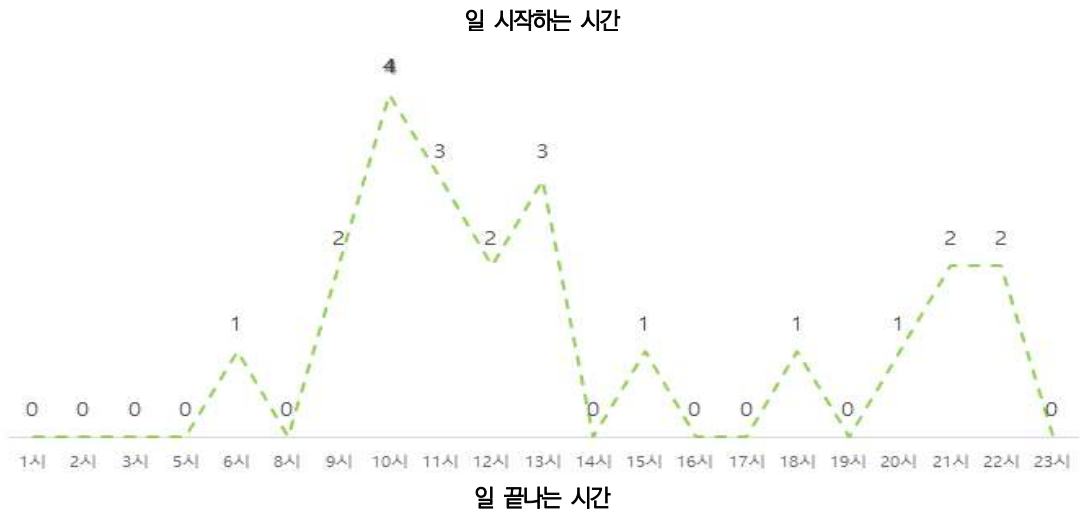


일 끝나는 시간



- 일러스트는 응답 사례수가 적어 패턴을 포착하기 어려우나, 9시(2명)~13시(3명) 사이에 일 시작하는 경우가 많고 18시~19시에 일 끝나는 패턴이 다른 분야에 비해 비교적 많은 것으로 추정됨.

[그림 3-10] 주로 일하는 시간대: 일러스트 (단위: 명)



- 계약 전 작품 비축 및 준비기간을 가질 경우, 12개월(56명)과 6개월(55명)이 가장 많음.

[그림 3-11] 계약 전 작품 비축 및 준비기간 (단위: 명)



- 업무수행 장소는 자택(79.3%) 비중이 가장 높고, 그 다음으로 작업실(12.6%) > 제작 및 행사현장(2.8%) 혹은 카페 스타디움 도서관 등(2.8%) 순임. 웹소설(22.6%)과 일러스트(25%), 그리고 기타(22.7%) 분야는 작업실 비중이 비교적 높고, 웹툰은 자택(86.4%) 비중이 높음.

〈표 3-33〉 주된 업무 수행 장소

| | | 빈도 (명) | 거래업체 가 지정한 장소 | 제작 / 행사 현장 | 작업실(자 택 외) | 자택 | 카페, 스타디움, 도서관 등 | 기타 |
|-----------------|--------------------|-----------|---------------------|---------------|---------------|-------|-----------------------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 1.0% | 1.0% | 7.5% | 86.4% | 2.5% | 1.5% |
| | 웹소설 | 31 | 0.0% | 3.2% | 22.6% | 67.7% | 6.5% | 0.0% |
| | 일러스트 | 28 | 0.0% | 7.1% | 25.0% | 67.9% | 0.0% | 0.0% |
| | 기타 | 27 | 0.0% | 11.1% | 25.9% | 51.9% | 3.7% | 7.4% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 1.0% | 1.4% | 8.1% | 85.2% | 2.9% | 1.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 0.0% | 6.8% | 25.0% | 63.6% | 4.5% | 0.0% |
| | 일러스트 | 31 | 0.0% | 6.5% | 25.8% | 61.3% | 0.0% | 6.5% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 0.0% | 4.2% | 12.7% | 79.7% | 0.8% | 2.5% |
| | 비조합원 | 167 | 1.2% | 1.8% | 12.6% | 79.0% | 4.2% | 1.2% |
| 전체 | | 285 | 0.7% | 2.8% | 12.6% | 79.3% | 2.8% | 1.8% |

- 체감 업무 강도는 힘들다(힘들다+매우 힘들다)가 78.6%로, 응답자 10명 중 7~8명이 업무 강도가 힘든 편이라고 느끼고 있음. 평균 체감 업무 강도가 가장 높은 분야는 웹툰(81.8)이고, 그 다음으로 웹소설(71점) > 기타(67점) > 일러스트(51.8점) 순임.

〈표 3-34〉 체감 업무 강도

| | | 빈도 (명) | 체감 업무 강도 | | | | | 평균 (100점 만점) |
|-----------------|--------------------|-----------|-----------|-------|-------|-------|-----------|--------------------|
| | | | 아주 편하다 | 편하다 | 보통이다 | 힘들다 | 매우 힘들다 | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 0.0% | 1.0% | 11.6% | 46.7% | 40.7% | 81.8 |
| | 웹소설 | 31 | 0.0% | 6.5% | 19.4% | 58.1% | 16.1% | 71.0 |
| | 일러스트 | 28 | 7.1% | 10.7% | 50.0% | 32.1% | 0.0% | 51.8 |
| | 기타 | 27 | 0.0% | 7.4% | 25.9% | 63.0% | 3.7% | 65.7 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 0.0% | 1.0% | 12.9% | 47.4% | 38.8% | 81.0 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 0.0% | 4.5% | 20.5% | 61.4% | 13.6% | 71.0 |
| | 일러스트 | 31 | 6.5% | 12.9% | 45.2% | 35.5% | 0.0% | 52.4 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 0.8% | 2.5% | 11.9% | 57.6% | 27.1% | 76.9 |
| | 비조합원 | 167 | 0.6% | 3.6% | 21.6% | 41.3% | 32.9% | 75.6 |
| 전체 | | 285 | 0.7% | 3.2% | 17.5% | 48.1% | 30.5% | 76.1 |

* 평균 점수: 아주 편하다 0점 ~ 매우 힘들다 100점으로 환산하여 평균 낸 값

- 업무 강도가 높은 원인(1순위+2순위)은 과도한 노동량(37%) > 결과물의 질 유지(23.4%) > 낮은 단가(23.2%) > 독자의 기대 부응(7.4%) 등 순으로 나타났음.

[그림 3-12] 업무 강도 높은 원인 (1순위+2순위)



- 업무 강도 높은 원인을 분야별로 살펴보면, 웹툰은 과도한 노동량(62.8)과 낮은 단가(17.1) 비중이 높은 편임. 웹소설의 경우 낮은 단가(32.3%) > 결과물의 질 유지(29%) > 과도한 노동량(16.1%)과 독자의 기대 부응(12.9%) 비중이 상대적으로 높음. 일러스트는 낮은 단가(39.3%) > 결과물의 질 유지(25%) > 과도한 노동량(14.3%) 등 순임.

<표 3-35> 업무 강도 높은 원인 (1순위)

| | | 힘들지 않음 | 낮은 단가 | 과도한 노동량 | 작품 활동 이외의 요구 | 결과물의 질 유지 | 발주처의 과도한 수정 요구 | 독자의 기대 부응 | 기타 |
|-----------|-----------------|--------|-------|---------|--------------|-----------|----------------|-----------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 0.5% | 17.1% | 62.8% | 0.0% | 13.6% | 1.5% | 2.5% | 2.0% |
| | 웹소설 | 3.2% | 32.3% | 16.1% | 0.0% | 29.0% | 0.0% | 12.9% | 6.5% |
| | 일러스트 | 0.0% | 39.3% | 14.3% | 3.6% | 25.0% | 7.1% | 3.6% | 7.1% |
| | 기타 | 3.7% | 40.7% | 29.6% | 0.0% | 14.8% | 0.0% | 7.4% | 3.7% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 0.5% | 19.1% | 60.3% | 0.0% | 13.9% | 1.4% | 2.9% | 1.9% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 4.5% | 31.8% | 20.5% | 0.0% | 25.0% | 0.0% | 11.4% | 6.8% |
| | 일러스트 | 0.0% | 35.5% | 22.6% | 3.2% | 22.6% | 6.5% | 3.2% | 6.5% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 0.0% | 20.3% | 47.5% | 0.0% | 19.5% | 1.7% | 5.9% | 5.1% |
| | 비조합원 | 1.8% | 25.1% | 51.5% | 0.6% | 14.4% | 1.8% | 3.0% | 1.8% |
| 전체 | | 1.1% | 23.2% | 49.8% | 0.4% | 16.5% | 1.8% | 4.2% | 3.2% |

- 현재 일 끝난 후 재연재 및 재계약 가능성은 "있다(약간 그렇다+매우 그렇다)"가 52.3%로, 대략 절반 수준임. "없다(전혀 그렇지 않다+별로 그렇지 않다)"는 15.4%로, 10명 중 1명~2명이 재연재나 재계약 가능성이 낮은 것으로 파악하고 있음.

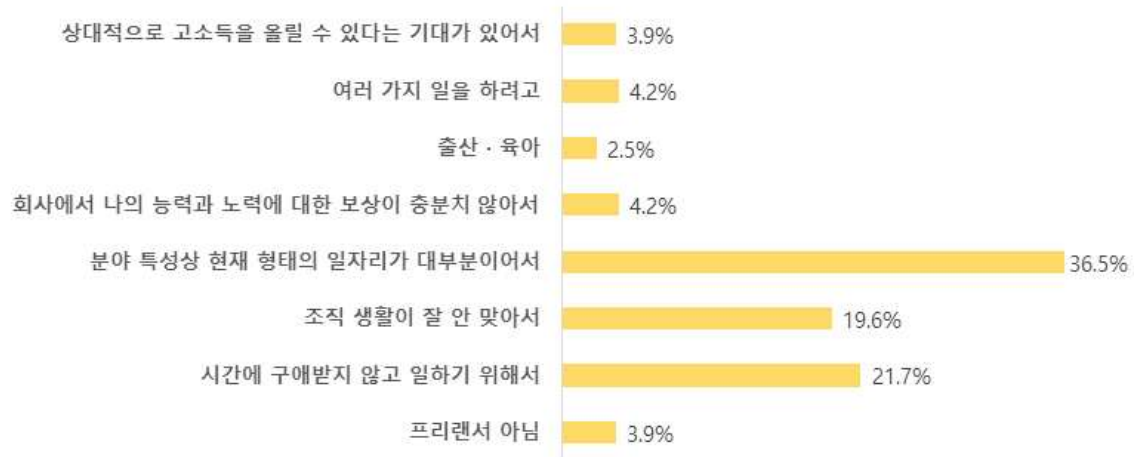
〈표 3-36〉 현재 일 끝난 후 재연재·재계약 가능성 전망

| | 빈도 (명) | 재연재·재계약 가능성 전망 | | | | | 평균 (100점 만점) | |
|-----------------|--------------------|-----------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|--------------------|------|
| | | 전혀 그렇지 않다 | 별로 그렇지 않다 | 그저 그렇다 | 약간 그렇다 | 매우 그렇다 | | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 3.0% | 10.1% | 33.2% | 30.2% | 23.6% | 65.3 |
| | 웹소설 | 31 | 3.2% | 25.8% | 12.9% | 35.5% | 22.6% | 62.1 |
| | 일러스트 | 28 | 0.0% | 14.3% | 39.3% | 39.3% | 7.1% | 59.8 |
| | 기타 | 27 | 11.1% | 7.4% | 40.7% | 18.5% | 22.2% | 58.3 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 3.8% | 9.6% | 33.5% | 29.7% | 23.4% | 64.8 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 4.5% | 18.2% | 25.0% | 31.8% | 20.5% | 61.4 |
| | 일러스트 | 31 | 0.0% | 16.1% | 35.5% | 35.5% | 12.9% | 61.3 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 1.7% | 15.3% | 27.1% | 32.2% | 23.7% | 65.3 |
| | 비조합원 | 167 | 4.8% | 9.6% | 35.9% | 29.3% | 20.4% | 62.7 |
| 전체 | | 285 | 3.5% | 11.9% | 32.3% | 30.5% | 21.8% | 63.8 |

* 평균 점수: 전혀 그렇지 않다 0점 ~ 매우 그렇다 100점으로 환산하여 평균 낸 값

- 활동분야에서 프리랜서로 일하는 이유는 “분야 특성상 현재 형태의 일자리가 대부분이어서”(36.5%) > 시간에 구애받지 않고 일하기 위해서(21.7%) > 조직 생활이 잘 안 맞아서 (19.6%) 등 순으로 나타났음.

[그림 3-13] 활동분야에서 프리랜서로 일하는 이유 (1순위)



- 웹툰은 분야 특성상 현재 형태의 일자리가 대부분이어서(53%)가 절반 이상이고, 웹소설의 경우 분야 특성상 현재 형태의 일자리가 대부분이어서(29%)가 가장 높으나 시간에 구애받지 않고 일하기 위해서(22.6%) 비중 역시 높은 편임. 일러스트는 시간에 구애받지 않고 일하기 위해서(39.3%) 비중이 가장 높음.

〈표 3-37〉 활동분야에서 프리랜서로 일하는 이유 (1순위)

| | | 프리랜서 아님 | 시간에 구애받지 않고 일하기 위해서 | 조직 생활이 잘 안 맞아서 | 분야 특성상 현재 형태의 일자리가 대부분이 어서 | 회사에서 나의 능력과 노력에 대한 보상이 충분치 않아서 | 출산· 육아 | 여러 가지 일을 하려고 | 상대적으 로 고소득을 올릴 수 있다는 기대가 있어서 | 기타 |
|-----------------|--------------------|------------|---------------------------------|-------------------------|--|---|-----------|-----------------------|--|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 3.5% | 15.2% | 14.1% | 53.0% | 4.0% | .5% | 2.5% | 3.5% | 3.5% |
| | 웹소설 | 9.7% | 22.6% | 19.4% | 29.0% | 3.2% | 6.5% | 6.5% | 0.0% | 3.2% |
| | 일러스트 | 7.1% | 39.3% | 21.4% | 28.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.6% |
| | 기타 | 7.4% | 7.4% | 25.9% | 48.1% | 3.7% | 0.0% | 7.4% | 0.0% | 0.0% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 3.8% | 14.9% | 14.4% | 52.9% | 3.8% | .5% | 2.9% | 3.4% | 3.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 6.8% | 15.9% | 25.0% | 36.4% | 4.5% | 4.5% | 4.5% | 0.0% | 2.3% |
| | 일러스트 | 9.7% | 35.5% | 19.4% | 29.0% | 0.0% | 0.0% | 3.2% | 0.0% | 3.2% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 2.6% | 21.4% | 9.4% | 51.3% | 5.1% | 1.7% | 3.4% | 1.7% | 3.4% |
| | 비조합원 | 6.6% | 15.0% | 21.6% | 44.9% | 2.4% | .6% | 3.0% | 3.0% | 3.0% |
| 전체 | | 4.9% | 17.6% | 16.5% | 47.5% | 3.5% | 1.1% | 3.2% | 2.5% | 3.2% |

3. 노동환경과 부당대우 경험

- 업무 수행 과정 지시 및 감독 주체는 플랫폼 관리자(33.3%)와 에이전시 관리자(33.3%)가 가장 높고, 그 다음으로 별도 지시나 감독 없음(17.5%) > 타 업체 관리자/관계자(9.8%) 등 순임.
 - 플랫폼과 직계약을 했을 경우 10명 중 7명~8명이 플랫폼 관리자(78.2%)의 지시나 감독을 받고, 에이전시 계약을 한 경우 에이전시 관리자(57.1%) > 플랫폼 관리자(17.9%) > 위탁업체 관리자/관계자(13.4%) 등 순으로 나타났음. 기타 회사와 계약한 경우, 별도 지시나 감독 없음(31%) 비중이 비교적 높음.

〈표 3-38〉 업무 수행 과정 지시·감독 주체

| | | 빈도 (명) | 에이전시 관리자 | 플랫폼 관리자 | 플랫폼이나 에이전시로부터 위탁받은 업체 관리자/관계자 | 별도의 지시나 감독 없음 | 기타 |
|----------------|-----------------------|-----------|-------------|---------|--|------------------|-------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 36.2% | 40.2% | 6.0% | 13.6% | 4.0% |
| | 웹소설 | 31 | 25.8% | 3.2% | 16.1% | 41.9% | 12.9% |
| | 일러스트 | 28 | 28.6% | 28.6% | 14.3% | 21.4% | 7.1% |
| | 기타 | 27 | 25.9% | 22.2% | 25.9% | 14.8% | 11.1% |
| 거래 업체 유형 | 에이전시 없음 (플랫폼 직계약)* | 78 | 1.3% | 78.2% | 3.8% | 14.1% | 2.6% |
| | 에이전시 계약 | 112 | 57.1% | 17.9% | 13.4% | 9.8% | 1.8% |
| | 기타회사 계약 | 58 | 19.0% | 19.0% | 10.3% | 31.0% | 20.7% |
| | 에이전사·기타회사** 계약 | 32 | 53.1% | 9.4% | 12.5% | 21.9% | 3.1% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 35.6% | 21.2% | 11.9% | 22.9% | 8.5% |
| | 비조합원 | 167 | 31.7% | 41.9% | 8.4% | 13.8% | 4.2% |
| 전체 | | 285 | 33.3% | 33.3% | 9.8% | 17.5% | 6.0% |

* 에이전시 없음(플랫폼 직계약)은 에이전시 수수료를 '0'으로 입력한 경우임

** 기타회사는 출판사, 게임회사 등 '에이전시'나 '플랫폼'이라고 하기 어려운 경우를 포함함.

○ 현재 일 하며 어려운 점은 장시간의 과도한 노동(19.4%) > 작품 준비기간 수입공백 (17.1%) > 낮은 작업 단가(16.1%) > 무리한 일정(11.7%) 등 순으로 나타났음. 웹툰은 장 시간 과도한 노동(22.5%) 비중이 가장 높고, 웹소설은 작품준비기간 수입 공백(24.4%) 비중이 가장 높음. 일러스트의 경우, 낮은 작업 단가(16.2%) 비중이 가장 높은 가운데 일감 구하기(14.9%) > 업체의 잦은 요구 변경(12.2%) 비중 역시 높은 것으로 파악됨.

- 기타 어려운 점(3.8%)으로는 불법사이트로 인한 수입감소, 구두로 말했던 예상 회차까지 하지 못함(빠른 완결 압박), 정신적 스트레스, 차기작 불안정성, 마감지각, 휴가없음, 플랫폼 및 에이전시의 갑질, 일방적 계약변경(월 mg에서 누적 mg로), 보조 인력 관리와 비용, 프로모션 미비 및 없음, 사상검증 등의 다양한 내용들이 있었음.

〈표 3-39〉 현재 일 하며 어려운 점 (복수응답)

| | | 일감 구하기 | 일방적 계약해지 | 낮은 작업 단가 | 보수 미지급/지 연 지급 | 업체의 잦은 요구 변경 | 무리한 일정 | 플랫폼/출 판사와의 관계 | 독자 평점으로 인한 스트레스 | 장시간의 과도한 노동 | 작품 준비기간 수입공백 | 없다 |
|-----------------|--------------------|-----------|-------------|-------------|---------------------|--------------------|-----------|---------------------|--------------------------|-------------------|--------------------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 8.0% | 2.6% | 15.7% | 1.5% | 5.1% | 12.6% | 7.7% | 6.5% | 22.5% | 17.2% | 0.5% |
| | 웹소설 | 3.7% | 7.3% | 13.4% | 2.4% | 4.9% | 7.3% | 7.3% | 17.1% | 12.2% | 24.4% | 0.0% |
| | 일러스트 | 14.9% | 5.4% | 16.2% | 9.5% | 12.2% | 10.8% | 2.7% | 8.1% | 8.1% | 10.8% | 1.4% |
| | 기타 | 8.2% | 5.5% | 21.9% | 2.7% | 9.6% | 9.6% | 8.2% | 8.2% | 11.0% | 13.7% | 1.4% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 8.1% | 2.6% | 15.7% | 1.7% | 5.4% | 12.4% | 7.7% | 6.5% | 22.1% | 17.3% | 0.4% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 5.0% | 6.7% | 16.8% | 1.7% | 5.9% | 7.6% | 8.4% | 15.1% | 10.9% | 21.0% | 0.8% |
| | 일러스트 | 13.6% | 6.2% | 17.3% | 8.6% | 11.1% | 12.3% | 2.5% | 7.4% | 9.9% | 9.9% | 1.2% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 8.6% | 4.0% | 13.4% | 2.9% | 5.6% | 11.8% | 8.0% | 9.1% | 18.5% | 17.7% | 0.3% |
| | 비조합원 | 7.9% | 3.1% | 18.0% | 1.9% | 6.4% | 11.6% | 6.8% | 6.8% | 20.1% | 16.6% | 0.8% |
| 전체 | | 8.2% | 3.5% | 16.1% | 2.4% | 6.1% | 11.7% | 7.3% | 7.8% | 19.4% | 17.1% | 0.6% |

○ 지난 1년 업무로 인한 질병 경험은 두통, 눈의 피로(82.5%) > 어깨, 목, 팔 등 근육통 (76.8%) > 요통 (허리)(64.9%) 등 전반적으로 질병 경험이 높은 것으로 나타났음.

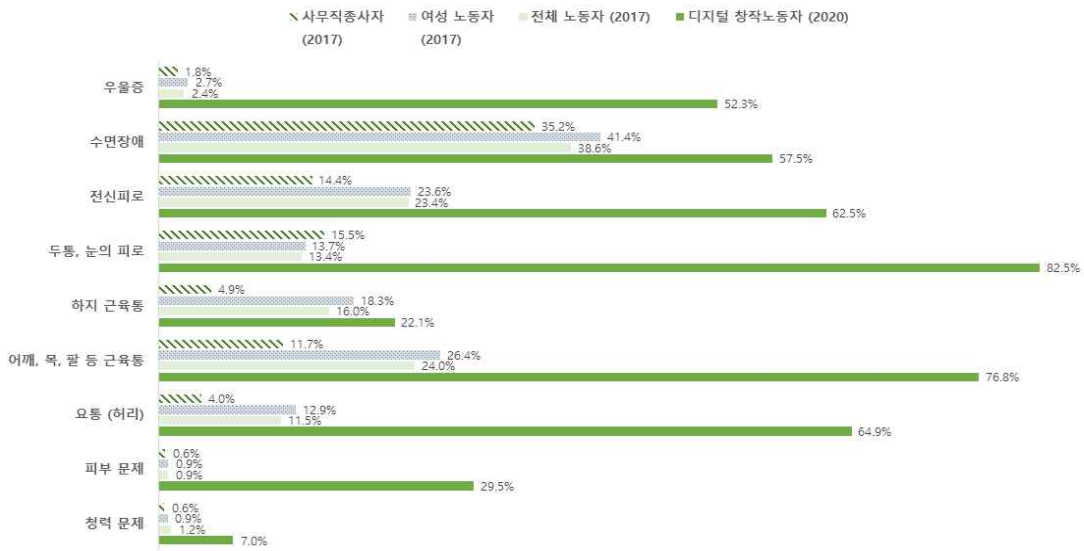
- 근로환경조사(2017) 결과와 비교했을 때 디지털콘텐츠 창작노동자는 한국 전체 노동자 평균에 비해 질병 경험률이 매우 높은 것으로 파악됨. 질병으로 인해 쉬 기간은 평균 25.4일임,

〈표 3-40〉 지난 1년 업무로 인한 질병 경험

| | | 청력 문제 | 피부 문제 | 요통 (허리) | 어깨, 목, 팔 등 근육통 | 하지 근육통 | 두통, 눈의 피로 | 복통 (위장, 소화장애) | 건초염 | 전신피로 | 수면장애 | 우울증 | 기타* |
|-----------|-----------------|-------|-------|---------|----------------|--------|-----------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 7.6% | 31.1% | 60.9% | 73.3% | 20.0% | 75.6% | 51.1% | 32.0% | 58.7% | 54.2% | 48.4% | 10.7% |
| | 웹소설 | 0.0% | 14.3% | 51.4% | 48.6% | 20.0% | 62.9% | 45.7% | 22.9% | 54.3% | 51.4% | 42.9% | 2.9% |
| | 일러스트 | 5.0% | 10.0% | 42.5% | 55.0% | 10.0% | 57.5% | 20.0% | 12.5% | 27.5% | 25.0% | 35.0% | 7.5% |
| | 기타 | 3.2% | 16.1% | 41.9% | 48.4% | 22.6% | 64.5% | 35.5% | 22.6% | 51.6% | 45.2% | 35.5% | 3.2% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 7.2% | 31.1% | 60.0% | 72.3% | 20.0% | 75.7% | 49.8% | 31.5% | 58.7% | 54.0% | 48.5% | 10.2% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 2.0% | 14.0% | 50.0% | 48.0% | 20.0% | 64.0% | 48.0% | 22.0% | 52.0% | 50.0% | 42.0% | 4.0% |
| | 일러스트 | 4.5% | 9.1% | 43.2% | 54.5% | 13.6% | 56.8% | 20.5% | 13.6% | 31.8% | 27.3% | 31.8% | 6.8% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 5.1% | 25.4% | 60.2% | 73.7% | 16.9% | 83.1% | 58.5% | 37.3% | 63.6% | 56.8% | 52.5% | 11.0% |
| | 비조합원 | 8.4% | 32.3% | 68.3% | 79.0% | 25.7% | 82.0% | 48.5% | 28.7% | 61.7% | 58.1% | 52.1% | 9.6% |
| 전체 | | 7.0% | 29.5% | 64.9% | 76.8% | 22.1% | 82.5% | 52.6% | 32.3% | 62.5% | 57.5% | 52.3% | 10.2% |

* 기타: 생리불순, 호르몬대사 및 면역대사, 불안 및 공황장애, 하혈, 변비, 항문질환, 암, 탈모, 비만, 자율신경계 이상, 근육감소, 영양실조 등

〔참조〕 지난 1년 질병경험 비교: 디지털 창작노동자, 사무직노동자, 여성노동자, 전체노동자

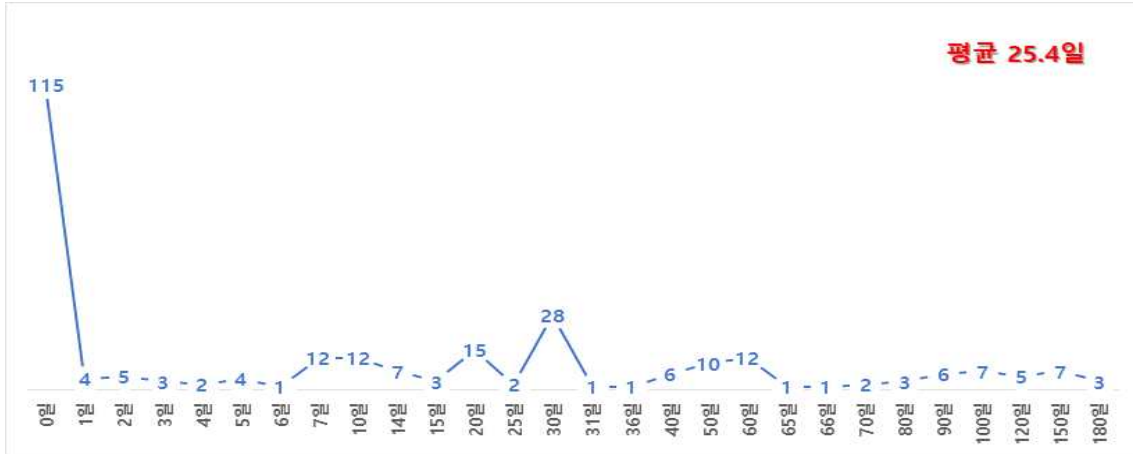


자료: 안전보건공단 산업안전보건연구원 근로환경조사(2017), 전국여성노동조합 플랫폼기반 청년 노동자 실태조사(2020)

* 수면장애: 근로환경조사(2017) Q.63 지난 12개월 동안 수면과 관련하여 다음과 같은 문제가 얼마나 있었습니까? A. 잠들기가 어려움, 깨 일, △한주에 여러 번, △한 달에 여러 번, △드물게를 합산한 값임

** 디지털 창작노동자(2020)는 '업무로 인한 질병'이고, 전체노동자(2017)는 업무 외, 업무로 인한 질병 경험이므로 해석에 주의를 요함

[그림 3-14] 질병으로 인해 일을 쉬 기간



○ 현재 분야에서 일 그만두고 다른 일 할 의향은 “있음(일자리 계속할 의향 없음)”이 38.6% 인데, 이는 여성가족패널조사(2019) 특수형태근로종사자 결과(현재 일자리 계속할 의향 없음, 2.8%)에 비해 매우 높은 수준임.

<표 3-41> 현재 분야에서 일 그만두고 다른 일 할 의향

| | | 빈도 (명) | | 비중 (%) | |
|-----------|---------------|--------|-----|--------|-------|
| | | 예 | 아니오 | 예 | 아니오 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 80 | 119 | 40.2% | 59.8% |
| | 웹소설 | 7 | 24 | 22.6% | 77.4% |
| | 일러스트 | 11 | 17 | 39.3% | 60.7% |
| | 기타 | 12 | 15 | 44.4% | 55.6% |
| 활동 연수 | 1년 미만 | 9 | 14 | 39.1% | 60.9% |
| | 1년 이상 - 3년 미만 | 35 | 59 | 37.2% | 62.8% |
| | 3년 이상 - 5년 미만 | 34 | 55 | 38.2% | 61.8% |
| | 5년 이상 - 9년 미만 | 29 | 35 | 45.3% | 54.7% |
| | 10년 이상 | 3 | 12 | 20.0% | 80.0% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 44 | 74 | 37.3% | 62.7% |
| | 비조합원 | 66 | 101 | 39.5% | 60.5% |
| 전체 | | 110 | 175 | 38.6% | 61.4% |

<참조> 일자리 지속 의향 (단위: %, 명(%))

| 구분 | 플랫폼 기반 청년노동자 실태조사 (2020) | 여성가족패널조사(2019)* | | | |
|----------------|--------------------------|-----------------|--------------|------------|-----------------|
| | | 임금근로자 | 비임금 근로자 | 특수형태근로종사자 | 계 |
| 계속할 의향 있음 | 175(61.4) | 97.4 | 97.2 | 97.2 | 9,302,000(97.4) |
| 계속할 의향 없음 | 110(38.6) | 2.6 | 2.8 | 2.8 | 250,000(2.6) |
| 새로 창업 | - | 2.5 | 2.9 | 0.0 | 6,000(2.5) |
| 새로 취업 | - | 66.9 | 26.7 | 10.2 | 138,000(55.4) |
| 창업이나 취업할 의사 없음 | - | 30.6 | 70.4 | 89.8 | 105,000(42.1) |
| 계 | 285(100.0) | 7,140(100.0) | 2,074(100.0) | 338(100.0) | 9,552(100.0) |

* 출처: 한국여성정책연구원(2019), 「2019년 여성가족패널조사 연구보고서」, p. 105

- 현재 분야 그만두려는 이유는 과도한 작업량(65.5%) > 직업의 불안정(60%) > 보수가 적어서(39.1%) > 근무환경이 열악해서(32.7%) 등 순으로 나타났음. ‘기타’ 비중(11.8%)이 높은 편인데, 불법사이트 팽배 및 가상검증, 너무 많은 수정요구와 간섭, 정신적 고통, 시장 전망이 좋지 않음 등의 내용이 있었음.

〈표 3-42〉 현재 분야 그만두려는 이유 (복수 응답)

| 개인 사정 | 빈도 (명) | 비중 (%) | 업무 특성 | 빈도 (명) | 비중 (%) |
|--------------------------|--------|--------|-----------------------|--------|--------|
| 과도한 작업량(작업시간 등) | 72 | 65.5% | 전망이 없어서 | 17 | 15.5% |
| 직업의 불안정 | 66 | 60.0% | 기타 | 13 | 11.8% |
| 대체로 보수가 적어서 | 43 | 39.1% | 업무가 적성에 맞지 않아서 | 12 | 10.9% |
| 근무환경이 열악해서(복지혜택, 시설환경 등) | 36 | 32.7% | 기술 또는 기능 수준이 맞지 않아서 | 6 | 5.5% |
| 건강상의 이유로 | 35 | 31.8% | 집안 사정 때문에(육아, 가사부담 등) | 6 | 5.5% |
| 현재 일에 보람을 느끼지 못해서 | 19 | 17.3% | 작업물량의 감소 | 6 | 5.5% |
| | | | 일할 때 인간관계의 어려움 | 2 | 1.8% |

- 활동분야별로 현재 분야 그만두려는 이유를 살펴보면 아래와 같음.

〈표 3-43〉 현재 분야 그만두려는 이유: 분야별

| | | 빈도 (명) | 1순위 | 2순위 | 3순위 | 4순위 |
|-----------|------|--------|-------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 80 | 과도한 작업량 (64명, 80.0%) | 직업의 불안정 (51명, 63.8%) | 대체로 보수가 적어서 (33명, 41.3%) | 근무환경 열악 (32명, 40.0%) |
| | 웹소설 | 7 | 대체로 보수가 적어서 (4명, 57.1%) | 업무가 적성에 맞지 않아서 (3명, 42.9%) | 과도한 작업량 (3명, 42.9%) | 직업의 불안정 (3명, 42.9%) |
| | 일러스트 | 11 | 직업의 불안정 (5명, 45.5%) | 현재 일에 보람을 느끼지 못해서 (4명, 36.4%) | 건강상의 이유로 (3명, 27.3%) | 대체로 보수가 적어서 (3명, 27.3%) |
| | 기타 | 12 | 직업의 불안정 (7명, 58.3%) | 과도한 작업량 (4명, 33.3%) | 업무가 적성에 맞지 않아서 (3명, 25.0%) | 대체로 보수가 적어서 (3명, 25.0%) |

- 부당대우 경험은 작업 내용 변경(44.9%) > 불공정 계약조건 강요(36.1%) > 계약조건 외 작업 요구(32.3%) > 부당한, 지속적 수정 요구(29.1%) 등 계약 및 이행에 대한 내용이 많은 것으로 파악됨.

- 보수 지급에서는 정산자료 미공개(25.6%)와 보수 지연 지급(23.5%)이 많고, 저작권은 저작권 포괄적 양도 요구(15.4%)가, 그리고 인권 침해에서는 고객에 의한 인권 침해 (23.5%) 경험률이 높은 편임.

〈표 3-44〉 부당대우 경험

| 유형 | 부당한 대우 | 예 | 아니오 | 해당 없음 |
|---------|---|-------|-------|-------|
| 계약 및 이행 | 불공정 계약조건 강요 | 36.1% | 44.6% | 19.3% |
| | 계약조건 외의 작업 요구 | 32.3% | 50.5% | 17.2% |
| | 작업 내용 변경 | 44.9% | 41.8% | 13.3% |
| | 부당한 지속적인 수정 요구 | 29.1% | 56.5% | 14.4% |
| | 기간 일방적 연장 | 11.2% | 67.0% | 21.8% |
| | 일방적 계약 해지 | 22.1% | 61.1% | 16.8% |
| | 프로모션을 이유로 한 과도한 수수료 책정 | 19.6% | 51.6% | 28.8% |
| 보수 지급 | 보수 미지급 | 7.7% | 73.0% | 19.3% |
| | 보수 지연 지급 | 23.5% | 58.6% | 17.9% |
| | 보수 일방적 삭감 | 8.4% | 69.8% | 21.8% |
| | 저작권 관련 로열티 미지급 | 6.3% | 56.1% | 37.5% |
| | 계약종료 후 로열티 미지급 | 3.9% | 56.8% | 39.3% |
| | 거래업체(혹은 발주처) 귀책사유에 따른 계약파기시 과도한 손해배상 요구 | 5.6% | 58.6% | 35.8% |
| | 정산 자료 미공개 | 25.6% | 52.3% | 22.1% |
| 저작권 | 저작권 불인정 | 9.1% | 65.6% | 25.3% |
| | 저작권 포괄적 양도 요구 | 15.4% | 59.6% | 24.9% |
| | 2차 저작물 침해 | 7.7% | 62.8% | 29.5% |
| 인권 침해 | 거래업체 임직원에 의한 성희롱·성폭력 | 5.3% | 67.7% | 27.0% |
| | 거래업체 임직원에 의한 폭언·폭행 | 6.0% | 66.3% | 27.7% |
| | 거래업체 임직원에 의한 그 밖의 괴롭힘 | 8.1% | 64.2% | 27.7% |
| | 고객(관객, 독자 등)에 의한 인권침해 | 23.5% | 54.0% | 22.5% |

○ 웹툰은 작업내용 변경(45.7%) > 불공정 계약조건 강요(36.7%) > 계약조건 외 작업 요구 (34.7%) > 부당한, 지속적 수정 요구(29.6%) > 일방적 계약 해지(21.1%) 등 순임. 웹소설의 경우 프로모션 이유로 한 과도한 수수료 책정(48.4%) 비중이 매우 높음. 일러스트는 작업 내용 변경(57.1%)과 부당한, 지속적 수정 요구(46.4%) 비중이 높은 것으로 나타났음.

〈표 3-45〉 부당대우 경험: 계약 및 이행

| | | 빈도 (명) | 계약 및 이행 부당대우 경험 | | | | | | 프로모션을 이유로 한 과도한 수수료 책정 |
|-----------|---------------|--------|-----------------|---------------|----------|----------------|-----------|-----------|------------------------|
| | | | 불공정 계약조건 강요 | 계약조건 외의 작업 요구 | 작업 내용 변경 | 부당한 지속적인 수정 요구 | 기간 일방적 연장 | 일방적 계약 해지 | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 36.7% | 34.7% | 45.7% | 29.6% | 7.0% | 21.1% | 16.6% |
| | 웹소설 | 31 | 25.8% | 3.2% | 22.6% | 6.5% | 9.7% | 19.4% | 48.4% |
| | 일러스트 | 28 | 25.0% | 50.0% | 57.1% | 46.4% | 28.6% | 32.1% | 7.1% |
| | 기타 | 27 | 55.6% | 29.6% | 51.9% | 33.3% | 25.9% | 22.2% | 22.2% |
| 활동 연수 | 1년 미만 | 23 | 26.1% | 8.7% | 39.1% | 30.4% | 4.3% | 26.1% | 4.3% |
| | 1년 이상 - 3년 미만 | 94 | 29.8% | 28.7% | 41.5% | 26.6% | 6.4% | 14.9% | 19.1% |
| | 3년 이상 - 5년 미만 | 89 | 37.1% | 31.5% | 40.4% | 23.6% | 14.6% | 20.2% | 25.8% |
| | 5년 이상 | 79 | 45.6% | 44.3% | 55.7% | 38.0% | 15.2% | 31.6% | 17.7% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 47.5% | 34.7% | 38.1% | 25.4% | 12.7% | 25.4% | 21.2% |
| | 비조합원 | 167 | 28.1% | 30.5% | 49.7% | 31.7% | 10.2% | 19.8% | 18.6% |
| | 전체 | 285 | 36.1% | 32.3% | 44.9% | 29.1% | 11.2% | 22.1% | 19.6% |

- 보수 지급 관련 부당대우에서는 보수 지연 지급이 전반적으로 높은 가운데 웹툰(25.6%)과 웹소설(29%)은 정산 자료 미공개 비중이 비교적 높은 것으로 나타났음. 특히 활동년수가 오래될수록, 정산자료 미공개 비중이 높은 경향이 있음.

〈표 3-46〉 부당대우 경험: 보수 지급

| 활동 분야 (A) | 빈도 (명) | 계약 및 이행 부당대우 경험 | | | | | | | 정산 자료 미공개 |
|-----------|---------------|-----------------|----------|-----------|----------------|----------------|---------------------------------|-------|-----------|
| | | 보수 미지급 | 보수 지연 지급 | 보수 일방적 삭감 | 저작권 관련 로열티 미지급 | 계약종료 후 로열티 미지급 | 거래업체 귀책사유에 따른 계약파기시 과도한 손해배상 요구 | | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 5.0% | 21.6% | 9.0% | 5.5% | 2.0% | 4.5% | 25.6% |
| | 웹소설 | 31 | 12.9% | 16.1% | 6.5% | 9.7% | 12.9% | 6.5% | 29.0% |
| | 일러스트 | 28 | 14.3% | 39.3% | 10.7% | 3.6% | 3.6% | 10.7% | 14.3% |
| | 기타 | 27 | 14.8% | 29.6% | 3.7% | 11.1% | 7.4% | 7.4% | 33.3% |
| 활동 년수 | 1년 미만 | 23 | 8.7% | 8.7% | 8.7% | 4.3% | 4.3% | 0.0% | 8.7% |
| | 1년 이상 - 3년 미만 | 94 | 4.3% | 25.5% | 3.2% | 5.3% | 3.2% | 5.3% | 23.4% |
| | 3년 이상 - 5년 미만 | 89 | 5.6% | 25.8% | 10.1% | 7.9% | 5.6% | 6.7% | 23.6% |
| | 5년 이상 | 79 | 13.9% | 22.8% | 12.7% | 6.3% | 2.5% | 6.3% | 35.4% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 11.9% | 25.4% | 12.7% | 5.1% | 3.4% | 8.5% | 29.7% |
| | 비조합원 | 167 | 4.8% | 22.2% | 5.4% | 7.2% | 4.2% | 3.6% | 22.8% |
| 전체 | | 285 | 7.7% | 23.5% | 8.4% | 6.3% | 3.9% | 5.6% | 25.6% |

- 일러스트의 경우 저작권 포괄적 양도 요구(32.1%) 비중이 비교적 높은 것으로 나타났음. 인권침해에 있어서 관객이나 독자 등 고객에 의한 인권 침해가 가장 높음. 웹소설 종사자는 거래업체 임직원에 의한 폭력(9.7%)과 괴롭힘(9.7%) 비중이 다른 분야에 비해 높은 편임. 단, 샘플수가 작아 과잉대표됐을 가능성 있음.

〈표 3-47〉 부당대우 경험: 저작권, 인권침해

| 활동 분야 (A) | 빈도 (명) | 저작권 부당대우 경험 | | | 인권침해 경험 | | | | |
|-----------|---------------|-------------|---------------|-----------|----------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|-------|
| | | 저작권 불인정 | 저작권 포괄적 양도 요구 | 2차 저작물 침해 | 거래업체 임직원에 의한 성희롱·성폭력 | 거래업체 임직원에 의한 폭언·폭행 | 거래업체 임직원에 의한 그 밖의 괴롭힘 | 고객(관객, 독자 등)에 의한 인권침해 | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 7.0% | 14.6% | 7.5% | 4.0% | 6.0% | 6.5% | 21.6% |
| | 웹소설 | 31 | 9.7% | 3.2% | 6.5% | 9.7% | 6.5% | 9.7% | 35.5% |
| | 일러스트 | 28 | 14.3% | 32.1% | 3.6% | 7.1% | 7.1% | 3.6% | 39.3% |
| | 기타 | 27 | 18.5% | 18.5% | 14.8% | 7.4% | 3.7% | 22.2% | 7.4% |
| 활동 년수 | 1년 미만 | 23 | 8.7% | 4.3% | 0.0% | 4.3% | 4.3% | 4.3% | 21.7% |
| | 1년 이상 - 3년 미만 | 94 | 9.6% | 8.5% | 5.3% | 4.3% | 2.1% | 6.4% | 19.1% |
| | 3년 이상 - 5년 미만 | 89 | 9.0% | 19.1% | 10.1% | 3.4% | 7.9% | 6.7% | 23.6% |
| | 5년 이상 | 79 | 8.9% | 22.8% | 10.1% | 8.9% | 8.9% | 12.7% | 29.1% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 6.8% | 16.9% | 9.3% | 5.9% | 5.9% | 13.6% | 26.3% |
| | 비조합원 | 167 | 10.8% | 14.4% | 6.6% | 4.8% | 6.0% | 4.2% | 21.6% |
| 전체 | | 285 | 9.1% | 15.4% | 7.7% | 5.3% | 6.0% | 8.1% | 23.5% |

- 부당대우 경험 시 대응은 개인적으로 항의(38.2%) > 참고 견딤(36.1%) 등 개인적 차원의 대응이 대부분인 것으로 나타났다. 노동조합 조합원의 경우, 민사 처리(11%)와 관련 단체나 협회 도움(21.2%) 비중이 비교적 높음.

〈표 3-48〉 부당대우 경험 시 대응

| | | 빈도 (명) | 참고 견딘다 | 개인적으로 항의한다 | 민사상으로 처리한다 | 관련 단체(노조) 나 협회의 도움을 받는다 | 공적기관의 도움을 받는다 | 기타 |
|-----------------|--------------------|-----------|-----------|---------------|---------------|-------------------------------------|---------------------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 34.2% | 40.7% | 2.5% | 16.1% | 0.5% | 6.0% |
| | 웹소설 | 31 | 45.2% | 29.0% | 9.7% | 16.1% | 0.0% | 0.0% |
| | 일러스트 | 28 | 42.9% | 42.9% | 7.1% | 3.6% | 3.6% | 0.0% |
| | 기타 | 27 | 33.3% | 25.9% | 22.2% | 14.8% | 3.7% | 0.0% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 33.5% | 40.2% | 3.3% | 16.7% | 0.5% | 5.7% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 45.5% | 27.3% | 13.6% | 13.6% | 0.0% | 0.0% |
| | 일러스트 | 31 | 41.9% | 38.7% | 9.7% | 3.2% | 6.5% | 0.0% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 27.1% | 36.4% | 11.0% | 21.2% | 0.0% | 4.2% |
| | 비조합원 | 167 | 42.5% | 39.5% | 1.8% | 10.2% | 1.8% | 4.2% |
| 전체 | | 285 | 36.1% | 38.2% | 5.6% | 14.7% | 1.1% | 4.2% |

4. 이해대변과 정책의견

- 부당대우 경험 시 지원기관 필요성은 “필요(필요한 편+매우 필요)”가 91.6%로, 지원 기관 필요성 인식이 매우 높음.

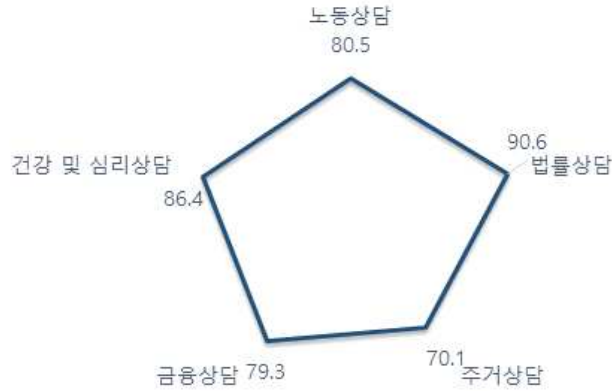
〈표 3-49〉 부당대우 경험 시 지원 기관 필요성 인식

| | | 빈도 (명) | 부당대우 경험 시 지원 기관 필요성 인식 | | | | | 평균 (100점 만점) |
|-----------------|--------------------|-----------|------------------------|--------------|-------|-------|-----------|--------------------|
| | | | 전혀 필요 없음 | 필요하지 않은 편 | 보통 | 필요한 편 | 매우 필요함 | |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 0.5% | 0.5% | 3.5% | 27.1% | 68.3% | 90.6 |
| | 웹소설 | 31 | 3.2% | 6.5% | 9.7% | 19.4% | 61.3% | 82.3 |
| | 일러스트 | 28 | 0.0% | 0.0% | 17.9% | 39.3% | 42.9% | 81.3 |
| | 기타 | 27 | 0.0% | 0.0% | 14.8% | 25.9% | 59.3% | 86.1 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 0.5% | 0.5% | 4.3% | 26.3% | 68.4% | 90.4 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 2.3% | 4.5% | 11.4% | 25.0% | 56.8% | 82.4 |
| | 일러스트 | 31 | 0.0% | 0.0% | 16.1% | 38.7% | 45.2% | 82.3 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 0.8% | 0.8% | 5.9% | 20.3% | 72.0% | 90.5 |
| | 비조합원 | 167 | 0.6% | 1.2% | 7.2% | 32.3% | 58.7% | 86.8 |
| 전체 | | 285 | 0.7% | 1.1% | 6.7% | 27.4% | 64.2% | 88.3 |

* 평균점수는 전혀 필요없음 0점 ~ 매우 필요함 100점으로 환산한 값임

- 상담지원사업 필요성은 법률상담(90.6점) > 건강 및 심리상담(86.4점) > 노동상담(80.5점) > 금융상담(79.3점) > 주거상담(70.1점) 순임.

[그림 3-15] 상담지원사업 필요성 인식 (100점 만점)



<표 3-50> 상담지원사업 필요성 인식 (100점 만점)

| | | 빈도 (명) | 노동상담 | 법률상담 | 주거상담 | 금융상담 | 건강 및 심리상담 |
|-----------------|--------------------|-----------|------|------|------|------|--------------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 199 | 80.3 | 93.1 | 71.7 | 81.2 | 89.6 |
| | 웹소설 | 31 | 78.2 | 89.5 | 66.9 | 77.4 | 86.3 |
| | 일러스트 | 28 | 79.5 | 83.0 | 59.8 | 70.5 | 70.5 |
| | 기타 | 27 | 86.1 | 81.5 | 72.2 | 76.9 | 79.6 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 209 | 81.0 | 92.8 | 71.7 | 80.7 | 89.6 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 44 | 78.4 | 85.2 | 69.3 | 77.8 | 84.1 |
| | 일러스트 | 31 | 79.8 | 83.1 | 59.7 | 71.0 | 67.7 |
| 조합원 여부 | 조합원 | 118 | 83.5 | 90.9 | 66.5 | 77.8 | 86.7 |
| | 비조합원 | 167 | 78.4 | 90.4 | 72.6 | 80.4 | 86.2 |
| 전체 | | 285 | 80.5 | 90.6 | 70.1 | 79.3 | 86.4 |

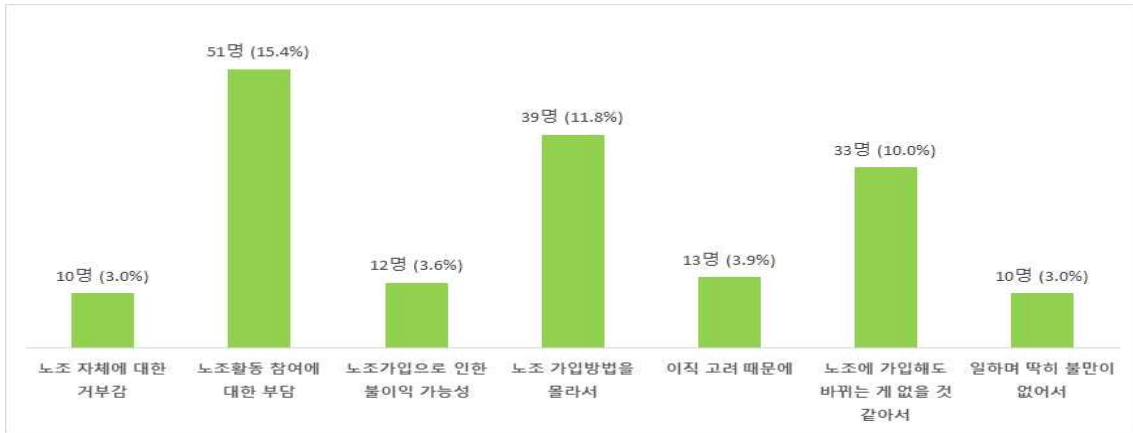
* 평균점수는 매우 불필요 0점 ~ 매우 필요 100점으로 환산한 값임

- 노조 가입하지 않은 응답자에게 노조가입 의향을 물어봤을 때, 10명 중 6명~7명(67.3%)가 “있다”고 응답했음. 노조에 가입하지 않은 이유는 노조활동 참여에 대한 부담(15.4%) > 가입 방법 모름(11.8%) > 가입해도 바뀌는 게 없을 것 같아서(10%) 등 순으로 나타났음.

〈표 3-51〉 노조 가입 여부 및 가입 의향

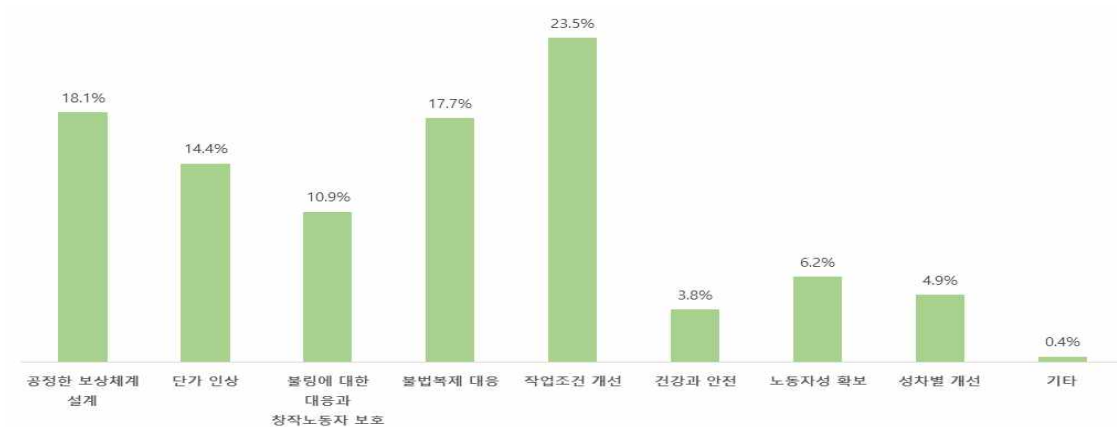
| | | 노조 가입 여부 | | | | 노조가입 의향 | | | |
|-----------|-----------------|----------|-----|--------|-------|---------|-----|--------|-------|
| | | 빈도 (명) | | 비중 (%) | | 빈도 (명) | | 비중 (%) | |
| | | 예 | 아니오 | 예 | 아니오 | 있음 | 없음 | 있음 | 없음 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 69 | 130 | 34.7% | 65.3% | 69 | 130 | 69.5% | 30.5% |
| | 웹소설 | 20 | 11 | 64.5% | 35.5% | 20 | 11 | 45.5% | 54.5% |
| | 일러스트 | 13 | 15 | 46.4% | 53.6% | 13 | 15 | 73.3% | 26.7% |
| | 기타 | 16 | 11 | 59.3% | 40.7% | 16 | 11 | 54.5% | 45.5% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 75 | 134 | 35.9% | 64.1% | 75 | 134 | 70.4% | 29.6% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 27 | 17 | 61.4% | 38.6% | 27 | 17 | 41.2% | 58.8% |
| | 일러스트 | 15 | 16 | 48.4% | 51.6% | 15 | 16 | 68.8% | 31.3% |
| 전체 | | 118 | 167 | 41.4% | 58.6% | 118 | 167 | 67.3% | 32.7% |

[그림 3-16] 노조에 가입하지 않은 이유 (N=168)



- 노조가 집중해야 하는 활동영역은 작업조건 개선(23.5%) > 공정한 보상체계 설계(18.1%) > 불법복제 대응(17.7%) > 단가 인상(14.4%) > 불링에 대한 대응과 창작노동자 보호(10.9%) 등 순임.

[그림 3-17] 노조가 집중해야 하는 활동영역 의견 (1순위+2순위)



- 노조가 집중해야 하는 활동영역 의견을 활동분야별로 살펴보면, 웹툰은 작업조건 개선(26.1%) > 불법복제 대응(19.6%) > 공정한 보상체계 설계(19.1%) > 단가인상(17.1%) 순으로 나타났음. 웹소설은 공정한 보상체계 설계(32.3%) 비중이 높음.
- 일러스트는 공정한 보상체계 설계(28.6%)과 불링에 대한 대응과 창작노동자 보호(25%) 비중이 높은 편이며, 노동자성 확보(14.3%) 비중이 비교적 높음.

〈표 3-52〉 노조가 집중해야 하는 활동영역 의견 (1순위)

| | | 공정한 보상체 계 설계 | 단가 인상 | 불링에 대한 대응과 창작노 동자 보호 | 불법 복제 대응 | 작업 조건 개선 | 건강과 안전 | 노동자 성 확보 | 성차별 개선 | 기타 |
|-----------------|--------------------|-----------------------|----------|-------------------------------------|----------------|----------------|-----------|----------------|-----------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 19.1% | 17.1% | 6.5% | 19.6% | 26.1% | 2.5% | 6.0% | 2.5% | 0.5% |
| | 웹소설 | 32.3% | 12.9% | 16.1% | 16.1% | 12.9% | 3.2% | 3.2% | 3.2% | 0.0% |
| | 일러스트 | 28.6% | 7.1% | 25.0% | 10.7% | 7.1% | 0.0% | 14.3% | 7.1% | 0.0% |
| | 기타 | 29.6% | 3.7% | 18.5% | 18.5% | 7.4% | 3.7% | 14.8% | 3.7% | 0.0% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 20.1% | 16.7% | 7.7% | 19.1% | 24.9% | 2.4% | 6.2% | 2.4% | 0.5% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 31.8% | 9.1% | 15.9% | 15.9% | 13.6% | 4.5% | 4.5% | 4.5% | 0.0% |
| | 일러스트 | 25.8% | 6.5% | 22.6% | 16.1% | 6.5% | 0.0% | 16.1% | 6.5% | 0.0% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 26.3% | 11.0% | 14.4% | 11.0% | 16.9% | 0.8% | 14.4% | 4.2% | 0.8% |
| | 비조합원 | 19.8% | 16.8% | 7.8% | 23.4% | 24.0% | 3.6% | 2.4% | 2.4% | 0.0% |
| 전체 | | 22.5% | 14.4% | 10.5% | 18.2% | 21.1% | 2.5% | 7.4% | 3.2% | 0.4% |

5. 창작노동자로서의 인식과 삶

- 여성정책연구원에서 개발한 ‘한국형 남녀평등의식검사’ 지표 중 일부를 사용했을 때 창작노동자 내에서 성별 성평등 의식 차이가 큰 것을 확인할 수 있었음.

〈표 3-53〉 성평등 의식 (단위: 점, 100점 만점)

| | | 공정영역에서의 성평등에 대한 태도 | | | 여성 권리 요구에 대한 태도 | | |
|-----------|-----------------|--------------------------------|--|---|---|--|--|
| | | 남녀가 함께 근무하는 부서 책임자는 남자가 되어야 한다 | 자격이 같은 남녀직원 중 한명만 승진할 수 있다면 남자를 시켜야 한다 | 여성 장관이나 고위 공무원이 적은 것은 여성의 능력이 부족하기 때문이다 | 평등을 주장하는 여성들은 의무를 다하지는 않으면서 사실상 특별대우를 원한다 | 여성에 대한 차별이나 불평등은 거의 사라졌으므로 더 이상의 성평등 정책이나 제도는 필요없다 | 가정과 직장 등 거의 모든 분야에서 여성의 발언권이 지나치게 높은 것이 사실이다 |
| 성별 | 여성 | 2.8 | 3.5 | 3.9 | 6.3 | 5.1 | 4.4 |
| | 남성 | 19.6 | 17.9 | 30.4 | 39.3 | 35.7 | 48.2 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 2.1 | 2.8 | 3.4 | 5.3 | 3.9 | 4.6 |
| | 웹소설 | 4.0 | 4.8 | 8.1 | 11.3 | 9.7 | 8.9 |
| | 일러스트 | 6.3 | 6.3 | 8.0 | 9.8 | 8.0 | 7.1 |
| | 기타 | 11.1 | 12.0 | 12.0 | 21.3 | 21.3 | 16.7 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 2.6 | 3.2 | 3.7 | 5.7 | 4.2 | 4.8 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 6.3 | 6.8 | 9.7 | 15.3 | 15.9 | 13.1 |
| | 일러스트 | 6.5 | 7.3 | 8.9 | 12.1 | 9.7 | 8.9 |
| | 전체 | 3.6 | 4.2 | 5.2 | 7.9 | 6.6 | 6.5 |

* 전혀 그렇지 않다 0점 ~ 매우 그렇다 100점 기준으로 환산한 값이며, 점수가 높을수록 해당 문항에 동의하는 것임

** 출처: 여성정책연구원(2018), 「한국형 남녀평등의식검사 개발」

○ 여성혐오적이거나 성차별적인 사이버불링 경험률은 절반 수준(54.8%)인 가운데, 활동년수가 많아질수록 높아지는 경향이 있는 것으로 나타났음.

- 남성(42.9%)이 여성(36.8%)에 비해 여성혐오적이거나 성차별적인 불링 경험률이 높은 것으로 나타났으나, 성차별 경험과 인식을 살펴봤을 때 여성이 남성에 비해 △계약조건에서의 불이익, △임금 차별, △다른 분야와 비교했을 때 성차별 정도 △여성 작가 불링 노출 가능성 등을 더 높게 인식하고 있는 것으로 파악됨(〈표 3-55〉 참조).

〈표 3-54〉 여성혐오적이거나 성차별적인 사이버불링 경험 여부

| | | 빈도 (명) | | 비중 (%) | |
|-----------|---------------|--------|-----|--------|-------|
| | | 예 | 아니오 | 예 | 아니오 |
| 성별 | 여성 | 99 | 170 | 36.8% | 63.2% |
| | 남성 | 6 | 8 | 42.9% | 57.1% |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 68 | 131 | 50.0% | 50.0% |
| | 웹소설 | 14 | 17 | 34.2% | 65.8% |
| | 일러스트 | 15 | 13 | 45.2% | 54.8% |
| | 기타 | 9 | 18 | 53.6% | 46.4% |
| 활동 년수 | 1년 미만 | 6 | 17 | 26.1% | 73.9% |
| | 1년 이상 - 3년 미만 | 23 | 71 | 24.5% | 75.5% |
| | 3년 이상 - 5년 미만 | 35 | 54 | 39.3% | 60.7% |
| | 5년 이상 - 9년 미만 | 34 | 30 | 53.1% | 46.9% |
| | 10년 이상 | 8 | 7 | 53.3% | 46.7% |
| | 전체 | 106 | 179 | 54.8% | 45.2% |

〈표 3-55〉 성차별 경험 및 인식

| | | 여성은 단가(고료), 수익배분 등 계약조건에 있어서 비슷한 경력의 남성 에 비해 불이익을 받는다 | 동일직무, 동일시간 노동임에도 여성 노동자가 남성 노동자보다 수입이 적다 | 다른 분야에 비해 성차별이 덜 나타난다 | 여성직가는 불링에 노출될 가능성이 더 높다 | 이용자의 부정적 반응이나 사이버불링, 계약상 불이익 등을 우려해 작품에 페미니즘 성향이 드러나지 않도록 한다. | 이용자의 부정적 반응이나 사이버불링, 계약상 불이익 등을 우려해 사적인 발언이나 SNS 상에서 페미니즘 성향이 드러나지 않도록 한다 |
|-----------------|--------------------|--|---|-----------------------------|-------------------------------|--|--|
| 성별 | 여성 | 80.5 | 82.0 | 32.3 | 90.6 | 50.6 | 54.2 |
| | 남성 | 50.0 | 41.1 | 55.4 | 55.4 | 51.8 | 51.8 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 79.3 | 81.0 | 33.3 | 89.4 | 50.1 | 53.9 |
| | 웹소설 | 83.9 | 81.5 | 26.6 | 92.7 | 41.9 | 46.8 |
| | 일러스트 | 68.8 | 73.2 | 34.8 | 85.7 | 63.4 | 62.5 |
| | 기타 | 82.4 | 78.7 | 43.5 | 84.3 | 50.0 | 50.9 |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 79.8 | 81.2 | 34.1 | 89.6 | 50.1 | 54.1 |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 81.3 | 78.4 | 30.7 | 88.1 | 42.6 | 44.9 |
| | 일러스트 | 70.2 | 74.2 | 33.9 | 85.5 | 64.5 | 63.7 |
| 전체 | | 79.0 | 80.1 | 33.7 | 88.9 | 50.5 | 53.7 |

○ 주말·휴일 여가활동은 'TV, DVD 시청, 컴퓨터 게임, 인터넷 검색 등'(28.8%) > 휴식(26.7%) 창작적 취미나 스포츠 활동(12.6%) 등 순으로 나타났음. 일러스트는, 다른 분야에 비해 여행(10.7%)과 문화예술 및 스포츠 관람(10.7%) 비중이 비교적 높고, 웹소설은 가사일(16.1%) 비중이 비교적 높음.

〈표 3-56〉 주말·휴일 여가활동 (1순위)

| | | TV, DVD 시청, 컴퓨터 게임, 인터넷 검색 등 | 여행 | 문화예술 및 스포츠 관람 | 창작적 취미나 스포츠 활동 | 자기 개발 | 봉사 활동 | 종교 활동 | 가사일 | 육아 | 휴식 | 사회 관련 일 | 기타 |
|-----------------|--------------------|--|-------|------------------------|-------------------------|----------|----------|----------|-------|------|-------|---------------|------|
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 31.2% | 1.5% | 4.0% | 8.0% | 2.0% | 0.0% | .5% | 7.5% | .5% | 32.2% | 7.0% | 5.5% |
| | 웹소설 | 22.6% | 3.2% | 6.5% | 19.4% | 6.5% | 0.0% | 0.0% | 12.9% | 3.2% | 16.1% | 6.5% | 3.2% |
| | 일러스트 | 28.6% | 10.7% | 10.7% | 17.9% | 0.0% | 0.0% | 3.6% | 0.0% | 3.6% | 14.3% | 7.1% | 3.6% |
| | 기타 | 18.5% | 3.7% | 3.7% | 33.3% | 3.7% | 0.0% | 0.0% | 7.4% | 3.7% | 11.1% | 7.4% | 7.4% |
| 활동 분야 (B) | 웹툰, 출판만화 | 30.6% | 1.9% | 4.3% | 8.6% | 2.4% | 0.0% | .5% | 7.7% | 1.0% | 30.6% | 6.7% | 5.7% |
| | 웹소설, 시나리오 및 스토리 | 22.7% | 2.3% | 4.5% | 22.7% | 4.5% | 0.0% | 0.0% | 11.4% | 2.3% | 15.9% | 9.1% | 4.5% |
| | 일러스트 | 25.8% | 9.7% | 9.7% | 22.6% | 0.0% | 0.0% | 3.2% | 0.0% | 3.2% | 16.1% | 6.5% | 3.2% |
| 조합원 여부 | 조합원 | 21.2% | 3.4% | 4.2% | 16.9% | 2.5% | 0.0% | 0.0% | 11.9% | 2.5% | 26.3% | 9.3% | 1.7% |
| | 비조합원 | 34.1% | 2.4% | 5.4% | 9.6% | 2.4% | 0.0% | 1.2% | 4.2% | .6% | 26.9% | 5.4% | 7.8% |
| 전체 | | 28.8% | 2.8% | 4.9% | 12.6% | 2.5% | 0.0% | 0.7% | 7.4% | 1.4% | 26.7% | 7.0% | 5.3% |

○ 일-생활 갈등은 업무/일로 인해 자기개발이나 여가생활을 하기 어렵다(76점) > 작업 후 몸

시 피곤하여 집안일을 못한다(70.5점) > 업무/일 때문에 가족과 함께 보낼 시간이 부족하다(73.8점) > 일과 삶 중 무엇이 먼저인지 갈등하는 상황이 생긴다(60점) 등 순으로 나타나, 디지털콘텐츠 창작노동자들이 일-삶의 균형에서 애로사항을 느끼고 있는 것을 확인할 수 있음.

- 자녀가 있는 경우, 일과 삶 중 무엇이 먼저인지 갈등하는 상황이 생긴다(70점) > 가사나 육아로 인해 심신이 피곤해 작업에 집중하기 어렵다(65점) 가사나 육아로 인해 급한 일이 있어도 더 많이 일하지 못한다(62.5점)가 비교적 높은 것으로 파악됨.

〈표 3-57〉 일-삶 균형

| | | 일-생활 갈등 | | | 생활-일 갈등 | | |
|-----------|--------|-----------------------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| | | 작업 후 몹시 피곤하여 집안일을 못한다 | 업무/일 때문에 가족과 함께 보낼 시간이 부족하다 | 업무/일로 인해 자기개발이나 여가생활을 하기 어렵다 | 가사나 육아로 인해 심신이 피곤해 작업에 집중하기 어렵다 | 가사나 육아로 인해 급한 일이 있어도 더 많이 일하지 못한다 | 일과 삶 중 무엇이 먼저인지 갈등하는 상황이 생긴다 |
| 성별 | 여성 | 71.5 | 75.5 | 78.0 | 43.0 | 38.6 | 60.2 |
| | 남성 | 58.9 | 44.6 | 37.5 | 48.2 | 44.6 | 53.6 |
| 혼인 여부 | 비혼/미혼 | 70.9 | 74.6 | 76.3 | 42.3 | 37.3 | 59.4 |
| | 기혼 유배우 | 67.0 | 65.0 | 72.0 | 54.0 | 55.0 | 66.0 |
| 자녀 유무 | 있음 | 66.3 | 67.5 | 62.5 | 65.0 | 62.5 | 70.0 |
| | 없음 | 70.8 | 74.2 | 77.0 | 41.7 | 37.1 | 59.2 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 72.4 | 77.6 | 79.9 | 40.6 | 35.9 | 60.8 |
| | 웹소설 | 63.7 | 65.3 | 62.1 | 54.8 | 50.0 | 62.9 |
| | 일러스트 | 64.3 | 64.3 | 67.9 | 48.2 | 41.1 | 55.4 |
| | 기타 | 71.3 | 64.8 | 71.3 | 45.4 | 45.4 | 55.6 |
| 전체 | | 70.5 | 73.8 | 76.0 | 43.3 | 38.9 | 60.0 |

* 평균점수는 전혀 없다 0점 ~ 항상 그렇다 100점으로 환산한 값임

3절. 소결

1) 계약

- 최근 1년 체결했거나 유지 중인 계약 형태는 작품당 연재계약으로 작업(66.6%) > 인적용역 제공하는 한시적 계약(13%) > 개인사업자로 작업(7.8%) 등 순임
 - 웹툰: 작품 당 연재계약으로 작업(71.1%)
 - 웹소설: 작품 당 연재계약으로 작업(82.9%)
 - 일러스트: 작품 당 연재계약으로 작업(45%) > 인적용역 제공하는 한시적 계약(32.5%)

- 서면계약 체결 시 명시된 조항: 계약기간 및 관리 유지 기간(82.7%) > 수익배분(81.6%/일러스트 54.2%) > 2차적 저작물 재사용 및 이용 등에 대한 허락(67.7%)
 - 수정 횟수와 의무(18%/일러스트 45.8%)와 계약 내용 변경(29.3%)
 - 서면계약 체결했음에도 계약 내용 모름(5.6%)

- 최근 1년 창작 노동 통한 주된 수입원: RS(20.5%) > 누적MG(18.4%) > 원고료/고료(16.3%) > 월MG(12.3%) > 매절계약(8.8%) 및 인세/선인세(8.8%)
 - 웹툰: RS(39.6%) > 누적MG(36%) > 월MG(24%) > 해외유통(9.8%)
 - 웹소설: 인세/선인세(62.9%) > 원고료/고료(25.7%) > RS(14.3%) .
 - 일러스트: 매절계약(40%) > 원고료(27.5%) > 월 MG(15%) > 누적MG(12.5%)

- 최근 계약 시 매출과 RS 리포트 제공 여부: 정기적으로 단순 금액만 제공(31.6%) 혹은 정기적으로 상세하게 제공(31.2%)
 - 웹툰: 정기적으로 단순 금액 제공(36.7%), 정기적으로 상세하게 제공(34.7%)
 - 웹소설: 정기적으로 상세하게 제공(48.4%) > 정기적으로 단순금액만 제공(22.6%) > 요청했을 때 단순 금액만 제공(12.9%)
 - 일러스트: 전혀 제공받지 못함(32.1%) > 요청했을 때 단순 금액만 제공 받거나(28.6%) 상세하게 제공 받는(10.7%) 경우가 비교적 많음. 부정기적으로 단순 금액만 제공(10.7%) 비중 비교적 높은 편.

- 최근 계약 기준 회당 MG는 67.1만원이고, 중위값은 60만원임. 웹툰 회당 MG는 평균 70.8만원, 중위값 65만원이고 웹소설은 평균과 중위값 모두 40만원임. 일러스트는 평균 54.2만원, 중위값 40만원임.

- 지난 1년 주된 활동 분야(창작) 평균 1년 수입(2,411만원)과 중위값(1,700만원) 간 차이가 커, 수입 편차가 큰 것을 확인할 수 있음.
 - 웹툰: 총소득 평균(3,020만원)과 중위값(2,040)의 차이가 큼.
 - 웹소설: 총소득 평균(1,905만원)과 중위값(1,150만원) 차이가 큰 편이고, 특히 주된 활동 분야와 부업 평균값과 중위값 간의 격차가 다른 분야에 비해 큰 편.
 - 일러스트: 주된 활동 분야 소득은 평균 1,732만원(중위값 1,400만원)이고 총소득은 평균 2,258만원(중위값 2,250만원)임. 웹툰과 웹소설에 비해 소득의 평균값과 중간값 격차가 크게 나지 않는 것으로 파악됨.

| | | 주된 활동 분야 | | | 부업 | | | 총 소득 | | |
|-----------|------|----------|-------|--------|-------|-----|--------|-------|-------|--------|
| | | 평균 | 중위값 | 최대값 | 평균 | 중위값 | 최대값 | 평균 | 중위값 | 최대값 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 2,758 | 2,000 | 27,000 | 435 | 100 | 8,000 | 3,020 | 2,040 | 27,000 |
| | 웹소설 | 1,227 | 400 | 8,000 | 1,108 | 500 | 10,000 | 1,906 | 1,150 | 10,200 |
| | 일러스트 | 1,732 | 1,400 | 6,500 | 640 | 300 | 2,400 | 2,258 | 2,250 | 6,500 |
| | 기타 | 1,919 | 1,000 | 10,000 | 745 | 300 | 3,300 | 2,554 | 2,200 | 10,000 |
| 전체 | | 2,411 | 1,700 | 27,000 | 568 | 200 | 10,000 | 2,780 | 2,000 | 27,000 |

- 플랫폼 수수료 분포 에이전시 평균 수수료, 그리고 디지털콘텐츠 창작노동자의 실질소득은 아래와 같음. 디지털콘텐츠창작노동자는 플랫폼 수수료를 파악하지 못하는 경우마저 있으며, 매출 대비 자신의 수입을 정확하게 파악하기 힘든 구조임.

플랫폼 및 에이전시 수수료와 창작노동자 실질 소득 현황

| 플랫폼 | | 수수료 | | 에이전시 | | 실질 소득 | | |
|------|----------|---------|----------|----------|--------------|--------------|------------|------------|
| | 수수료 비중 | 응답 비중 | | | | 1년 평균 수입(원)* | | |
| 웹툰 | •모름 | (25.6%) | 평균 40.8% | 평균 33.5% | 웹툰 | (중위) 2,000만원 | 평균 2,758만원 | |
| | •41%-50% | (23.6%) | | | | (중위) 400만원 | | 평균 1,227만원 |
| | •31%-40% | (15.1%) | | | | (중위) 1,400만원 | | |
| 웹소설 | •21%-30% | (38.7%) | 평균 25.8% | 일러스트 | (중위) 2,000만원 | 평균 2,758만원 | | |
| | •31%-40% | (25.8%) | | | (중위) 400만원 | | 평균 1,227만원 | |
| | •모름 | (6.5%) | | | (중위) 1,400만원 | | | 평균 1,732만원 |
| 일러스트 | •모름 | (35.7%) | 평균 25.8% | 평균 25.8% | (중위) 2,000만원 | 평균 2,758만원 | | |
| | •0% | (21.4%) | | | (중위) 400만원 | | 평균 1,227만원 | |
| | •11%-20% | (14.3%) | | | (중위) 1,400만원 | | | 평균 1,732만원 |

* 총 소득 아닌 주된 활동분야에서의 소득

- 주된 보수 책정 기준: 업계 관행(38.9%) > 조회수 및 판매량 등 성과(23.9%) > 경력 (19.6%)

- 웹툰: 업계 관행(40.7%) > 조회수 및 판매량 등 성과(24.1%) > 경력(22.6%)
- 웹소설: 조회수 및 판매량 등 성과(48.4%) > 업계 관행(32.3%)
- 일러스트: 업계 관행(28.6%) > 작업 난이도(25%) > 경력(25%).

2) 일과 경력

- 평균 활동년수: 3.8년/평균 공백기:0.8년
 - 평균 활동년수: 일러스트(5년) > 기타(4.8년) > 웹툰(3.5년) > 웹소설(3.2년)
- 현재 분야 입문 동기: “활동분야에 대한 열정이 있어서(39.6%)” > “관련 재능이 있어서 (23.5%)” > “취미생활 하다가 입문(20%)”
 - 웹툰, 일러스트는 “활동 분야에 대한 열정이 있어서” 및 “재능이 있어서” 응답 비중이 높은 편이나, 웹소설은 “취미생활을 하다가 입문(45.2%)” 비중이 가장 높음.
- 활동분야 전업 및 부업 여부: “주업이고, 창작노동에만 종사(75.8%)” > “주업이나, 다른 일도 하고 있음(17.5%)” > “부업이고, 주업이 따로 있음(6.7%)”
 - 웹소설: “주업이나 다른 일도 하고 있음(38.7%)”과 “부업이고, 주업이 따로 있음 (25.8%)” 비중이 다른 분야에 비해 높은 편임.
- 창작노동이 주업이나, 다른 일도 하고 있는 경우 해당 분야 외 직업을 가지게 된 이유는 불규칙한 소득(33.3%)과 낮은 소득(33.3%) 그리고 고용 불안정(17.6%)이 큰 비중을 차지 하고 있는 것으로 확인됨.
- 플랫폼에이전시·기타 회사 등 계약 업체 현황: 에이전시와 계약(40%) > 플랫폼 직계약 (27.9%) > 기타 회사와 계약(20.7%) > 에이전시 및 기타 회사 계약(11.4%)
 - 웹툰: 에이전시 계약(41.1%) > 플랫폼 직계약(37.2%) > 기타 회사 계약(11.7%) 등
 - 웹소설: 출판사 등 기타 회사 계약(62.1%) > 에이전시 계약(24.1%)와 플랫폼 직계약 (6.9%) 및 에이전시·기타 회사 계약(6.9%)
 - 일러스트: 기타 회사 계약(39.3%) > 에이전시 계약(35.7%) > 에이전시, 기타 회사 계약(14.8%) > 플랫폼 직계약(11.1%)
- 한해 평균 신규 프로젝트 수: 2개 / 평균 거래업체 수: 연재 플랫폼 2곳, 에이전시 1곳, 기타 2곳.

| | | 참여 신규 프로젝트 수 (개) | | | 평균 거래 업체 수 (곳) | | |
|--------------|------|------------------|-----|-----|----------------|--------|----|
| | | 평균 | 최소값 | 최대값 | 에이전시 | 연재 플랫폼 | 기타 |
| 활동 분야 (A) | 웹툰 | 1 | 0 | 6 | 1 | 2 | 1 |
| | 웹소설 | 2 | 0 | 8 | 1 | 2 | 2 |
| | 일러스트 | 6 | 1 | 40 | 1 | 2 | 5 |
| | 기타 | 2 | 0 | 3 | 1 | 1 | 2 |
| 전체 | | 2 | 0 | 40 | 1 | 2 | 2 |

○ 평균 주당 노동시간: 52.5시간(웹툰 59시간, 웹소설 35.4시간, 일러스트: 40.1시간) 심야·새벽노동 빈번

- 계약 전 작품 비축 및 준비기간: 1년 중 평균 5.7개월(웹툰 6.4개월, 웹소설 5.7개월, 일러스트 2.8개월)

○ 업무 강도 높은 원인 “과도한 노동량”

- 웹툰: 과도한 노동량(62.8) > 낮은 단가(17.1)

- 웹소설: 낮은 단가(32.3%) > 결과물의 질 유지(29%) > 과도한 노동량(16.1%) > 독자의 기대 부응(12.9%)

- 일러스트: 낮은 단가(39.3%) > 결과물의 질 유지(25%) > 과도한 노동량(14.3%)

3) 노동환경과 부당대우 경험

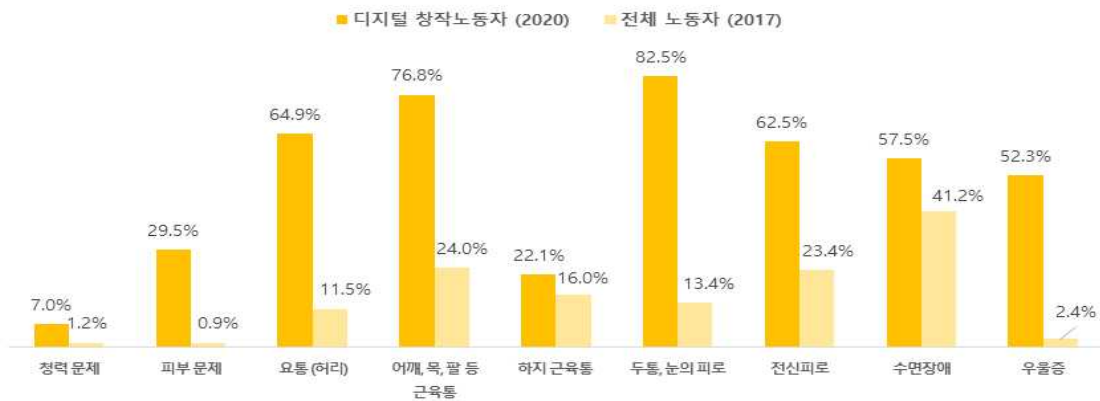
○ 업무 수행 과정 지시 및 감독 주체: 에이전시 없는 경우 플랫폼 관리자(78.2%) 비중 가장 높음. 에이전시 계약인 경우 에이전시 관리자(57.1%), 플랫폼 관리자(17.9%), 위탁업체 관리자/관계자 모두의 지시 및 감독 받을 가능성 높음.

| | | 빈도 (명) | 에이전시 관리자 | 플랫폼 관리자 | 플랫폼이나 에이전시로부터 위탁받은 업체 관리자/관계자 | 별도의 지시나 감독 없음 | 기타 |
|----------------|-----------------------|-----------|-------------|---------|--|------------------|-------|
| 거래 업체 유형 | 에이전시 없음 (플랫폼 직계약)* | 78 | 1.3% | 78.2% | 3.8% | 14.1% | 2.6% |
| | 에이전시 계약 | 112 | 57.1% | 17.9% | 13.4% | 9.8% | 1.8% |
| | 기타회사 계약 | 58 | 19.0% | 19.0% | 10.3% | 31.0% | 20.7% |
| | 에이전시기타회사** 계약 | 32 | 53.1% | 9.4% | 12.5% | 21.9% | 3.1% |
| 전체 | | 285 | 33.3% | 33.3% | 9.8% | 17.5% | 6.0% |

* 에이전시 없음(플랫폼 직계약)은 에이전시 수수료를 '0'으로 입력한 경우임

** 기타회사는 출판사, 게임회사 등 '에이전시'나 '플랫폼'이라고 하기 어려운 경우를 포함함.

- 현재 일 하며 어려운 점: 웹툰(장시간 과도한 노동, 22.5%) / 웹소설(작품준비기간 수입 공백, 24.4%) / 일러스트(낮은 작업 단가, 16.2%; 일감 구하기, 14.9% ; 업체의 잦은 요구 변경, 12.2%)
- 디지털콘텐츠 창작노동자는 지난 1년 업무로 인한 질병 경험이 매우 높고, 현재 분야 일 지속 의향 없음(38.6%) 비중이 여성 특수형태근로종사자(2.8%) 비중에 비해 매우 높음.
 - 과도한 노동량, 낮은 단가 등의 문제와 이로 인한 건강 문제 등이 복합적으로 작용한 결과라고 볼 수 있음.



- 부당대우 경험: 내용 변경(44.9%) > 불공정 계약조건 강요(36.1%) > 계약조건 외 작업 요구(32.3%) > 부당한, 지속적 수정 요구(29.1%) 등 계약 및 이행에 대한 내용 많음
 - 보수지급: 정산자료 미공개(25.6%)와 보수 지연 지급(23.5%)
 - 저작권: 저작권 포괄적 양도 요구(15.4%) / 인권침해: 고객에 의한 인권 침해(23.5%)
- 부당대우 경험 시 대응: 개인적으로 항의(38.2%) > 참고 견딤(36.1%)
 - 노동조합 조합원: 민사 처리(11%), 관련 단체나 협회 도움(21.2%) 비중이 비교적 높음.

4) 이해대변과 일-삶의 균형

- 부당대우 경험 시 지원기관 필요성: “필요(필요한 편+매우 필요)” 91.6%
- 노조가 집중해야 하는 활동영역: 작업조건 개선(23.5%) > 공정한 보상체계 설계(18.1%) > 불법복제 대응(17.7%) > 단가 인상(14.4%) > 불링에 대한 대응과 창작노동자 보호(10.9%)

- 웹툰: 작업조건 개선(26.1%) > 불법복제 대응(19.6%) > 공정한 보상체계 설계(19.1%) > 단가인상(17.1%)
- 웹소설: 공정한 보상체계 설계(32.3%).
- 일러스트: 공정한 보상체계 설계(28.6%) > 불링에 대한 대응과 창작노동자 보호(25%)

○ 여성혐오적이거나 성차별적인 사이버불링 경험률은 절반 수준(54.8%)인 가운데, 활동년수가 많아질수록 높아지는 경향이 있는 것으로 나타났다.

- 여성이 남성에 비해 △계약조건에서의 불이익, △임금 차별, △다른 분야와 비교했을 때 성차별 정도 △여성 작가 불링 노출 가능성 등을 더 높게 인식하고 있는 것으로 파악됨

○ 일-생활 균형

- 일-생활 갈등: 업무/일로 인해 자기개발이나 여가생활을 하기 어렵다(76점) > 작업 후 몹시 피곤하여 집안일을 못한다(70.5점) > 업무/일 때문에 가족과 함께 보낼 시간이 부족하다(73.8점) > 일과 삶 중 무엇이 먼저인지 갈등하는 상황이 생긴다(60점)
- 자녀가 있는 경우: 생활-일 갈등 높음. (일과 삶 중 무엇이 먼저인지 갈등하는 상황이 생긴다(70점) > 가사나 육아로 인해 심신이 피곤해 작업에 집중하기 어렵다(65점) 가사나 육아로 인해 급한 일이 있어도 더 많이 일하지 못한다(62.5점))

발제 3

디지털콘텐츠창작노동자 노동실태 : 면접조사 분석 결과

최혜영 (일하는여성아카데미 연구원)

3장. 디지털콘텐츠 창작노동자 노동실태: 면접조사 분석 결과

최혜영 (일하는여성아카데미 연구원)

I. 면접조사 개요

1. 면접조사 내용과 기간

면접조사는 디지털콘텐츠 창작 노동자의 일과 삶의 경험을 살펴보기 위해 진행했다. 면접조사는 계약관련 사항, 노동(작업)과정과 조건, 일과 생활, 젠더 이슈를 중심으로 한 차별과 부당대우 경험, 사회적 안전망 등의 내용을 중심으로 구성된 반구조화된 설문지를 바탕으로 했으며, 면접참여자의 응답에 따라 질문의 내용을 조절하며 면접을 진행하였다. 면접은 2020년 7월 중순부터 8월 중순까지 한 달여에 걸쳐, 면접 한 회당 2시간 안팎으로 진행했다. 면접참여자의 동의를 얻어 면접 대화 내용을 녹음하고 녹취록을 작성해 자료로 사용했다.

1. 면접 대상

면접 대상은 청년 디지털콘텐츠 창작노동자이다. 전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자 지회(이하 디콘지회)에서 면접참여자를 모집하였으며, 총 12명의 면접참여자와 면접을 실시했다. 이중 10명은 디콘지회 조합원이자 여성이며, 2명은 비조합원으로 남성이다. 면접참여자의 활동 분야를 보면 웹툰이 다수로, 10명이 웹툰 분야에 종사하고 있다. 이중 2명은 일러스트 활동도 겸하고 있으며, 다른 2명은 웹소설 창작 활동을 겸하고 있다. 웹소설 분야에서만 창작활동을 한 경우와 일러스트 활동만 한 경우는 각 1명이다.

<면접참여자 인적 특성>

| 사례 | 연령 | 성별 | 디콘 창작 데뷔 년도 | 분야 | MG/선인세 | 사회보험 가입 (건강보험외) | 작품수 |
|----|--------|----|-------------------|--------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| A | 30대 후반 | 여 | 2015 | 웹툰 | 고료 50만 | 국민연금 | 3작품 |
| B | 20대 후반 | 여 | 2015 | 웹툰 | 80만 | 없음 | 3작품 |
| C | 30대 초반 | 여 | 2013 | 일러스트 (웹소설 삽화) | 장당 11만 매절 | 없음 | |
| D | 30대 후반 | 여 | 2013 | 웹툰, 일러스트 | 선인세 2000만(화당 200만) | 국민연금 | 삽화 다수 웹툰2작품 |
| E | 20대 후반 | 여 | 2015 | 웹툰 | | 국민연금 | 1작품 |
| F | 20대 후반 | 여 | 2013 | 웹툰 시나리오 | 45만(글·그림 150만) | 국민연금 | 4작품 |
| G | 20대 후반 | 남 | 2015 | 웹소설 (현) 게임회사 | 선인세 500만 | 없음 | 웹소설 3작품 |
| H | 30대 초반 | 여 | 2017 | 웹소설, 웹툰 시나리오 | | 국민연금 | 웹소설1 웹툰시나리 오4-5 |
| I | 20대 후반 | 여 | 2018 | 웹툰 | 고료 50만 | 국민연금 | 2작품 |
| J | 20대 후반 | 여 | 2013 | 웹툰, 일러스트 | 100만 | 없음 | |
| K | 40대 초반 | 남 | 2015 | 웹툰 | 500만 | 없음 | 3작품 |
| L | 20대 후반 | 여 | 2014 | 웹툰 시나리오, 웹소설 | 시나리오20만 선인세300만 | 국민연금 | 다작 |

웹툰분야 종사 참여자 중 4명은 만화 혹은 애니메이션 관련 학과 출신이다. 데뷔경로는 공모전 당선이가 가장 많았고, 개인 SNS나 홈페이지에 있는 포트폴리오(작품)보고 업체에서 연락을 주어 계약하게 된 경우와 지인 소개가 그 다음 순이었다. 웹툰의 경우 에이전시에서 글, 그림 작가를 따로 두거나 웹소설을 웹툰화하려고 웹툰시나리오 작가와 그림 작가를 따로 두고 팀으로 작업하는 작업을 한 경험이 있는 면접참여자 5명이었다.

II. 면접조사 내용

2. 플랫폼 기반 디지털 콘텐츠 창작의 작업방식/노동조건 - 과중노동의 표준화

(1) 작품 창작활동 전 과정: 긴 작업기간, 짧은 소득기간

작품 하나를 창작하는 전체 과정은 작가가 플랫폼에 작품 연재를 하는 기간보다 상당히 긴 사이클을 필요로 한다. 이 전체과정은 작품 준비-구상 단계, 연재처나 에이전시 등의 업체 접촉을 위한 초기 작품화 단계, 업체와 계약 및 기획 단계, 플랫폼 런칭 전 작품 비촉 단계, 작품 플랫폼 런칭, 런칭 후 연재 작업, 완결 등으로 이루어진다. 경우에 따라서 업체와 계약이나 유료화 전에 작품을 무료 플랫폼에서 상당기간 연재 후 계약이 성사되기도 한다. 작품 구상부터 완결까지의 기간은 연재 기간보다 짧게는 수개월 더 길고, 길게는 2배 이상의 기간이 더 소요된다. 이는 업체와의 계약 전과 계약 후 기획 수정 및 비촉 단계에 상당 기간이 걸리기 때문이다.

작품을 구상하여 계약할 업체를 접촉하기 위해서는 초기 작품화가 필요하다. 웹툰의 경우 업체 접촉을 위해서는 구상 및 작품기획을 마치고, 시놉시스를 작성하고, 콘티를 짜고, 4화 정도 분량의 완성된 작품원고를 준비해야 한다. 이 정도의 초기 작품화 작업이 진행된 상태에서 업체를 만나게 되는데, 보통 그 과정에 소요되는 기간은 짧으면 수개월 길면 1-2년이 걸린다. 이 정도로 작품화된 작품원고를 가지고 여러 업체를 만나 연재처(플랫폼)나 대리인(에이전시)과 계약을 하게 되는데 업체와 계약이 성사되지 않을 경우에는 평균적으로 반 년 이상의 시간과 그동안 공들인 작업이 물거품이 되기도 한다.

작품 끝나면 그 다음 작품까지 6개월 이내에 보통 다 준비해서 또 계약하고, 보통 일 년 작품 끝나고, 실제로 다음 작품이 연재되기까지는 웹상에서는 일 년 정도 걸리는데, 그 전에 준비하고 뭐 그런 기간 있잖아요. 계약하러 다니고 이런 건 6개월 10개월 그정도 안에 계속 연달아서 했던 거 같아요. (B)

단편의 경우 수개월 연재, 장편의 경우 1-2년 동안의 연재가 끝나고 완결이 나면 한 작품의 작업과정이 완료가 된다. 완결이후에는 수입이 급감하기 때문에 경제적 압박이 심해진다. 특히, MG를 차감하고 남은 정도의 수익이 발생하지 않을 경우에는 마지막 화 원고를 송고한 다음부터는 월수입이 전혀 없는 상태가 된다. 한 작품이 끝나고 다음 작품을 계약하고 원고 입고를 해 MG를 받기 전까지 평균적으로 반 년 이상 정도의 기간 동안 수입이 전혀 없게 되는 것이다. 연재가 끝난 뒤 마음편한 휴식기간을 갖지 못하고 다음 작품을 빨리 계약해야 한다는 압박과 경제적 압박감을 갖게 된다. 연재할 때에 비해 비교적 몸은 편하지만, 경제적 압박으로 마음이 불안한 일상이 되는 것이다.

그때(연재 끝나고, 다음 작품 구상단계) 가 나름 여유가 있는거죠.(그때는 어때요, 일상이 좀...) 일상이 항상 불안해요.[웃음] 이게 몸은 편한데요. 마음이 불안한 거 있죠. 다음 작품 뭐해야 되지.(구체적으로 불안함을 표현한다고 하면) 마치 이걸 한, 지금 이제 4년에서 5년차 넘어가는 백수가 된 기분,(중간 중간 계속 작업했는데도) 네, 아니 이제 뭐 연재가 끝나버리면 아무것도 없잖아요. 네박쳐진 거예요 세상에. 근데 그러면 이제 뭔가 다음 작품을 가지고 있어야, 그래도 뭐 찢어보기라도 하고 이럴텐데, 그때는 아무것도 안가지고 있으니까 그냥 머릿속에 대략의 구상만 떠돌아 다니고, 이거를 좀 실체화시키고, 상업화시키고, 작품화시켜야 어디 가서, 가져가서 들이밀 거 아니에요. 그때는 이제 쉬고 있지만 쉬고 있는 거 같지 않은, 마치 마감 이 30일인데, 28일날 여행 간 거 같은,[웃음] 일상이 그런 느낌이랄까 (B)

작품 연재를 시작하면 완결을 낼 때까지 휴재하는 것이 거의 불가능할뿐더러 웹툰의 경우 매주 한 화씩 수개월 혹은 일 년 넘게 쉬지 않고 작품을 만들어 내야하는 구조이다. 디지털 콘텐츠 창작노동자들은 이러한 조건 속에서 연재 핑크가 나는 사태에 대비하기 위해 작품을 플랫폼에 런칭하기 전에 최대한 비축분을 축적하려고 노력하고 있다. 이를테면 웹툰 50화를 연재할 경우, 플랫폼에 매주 1화씩 업데이트가 되므로 50주 동안 연재가 되지만, 작가가 50주 동안만 작품 작업을 하는 것은 아니다. 연재 되는 50주에 더해서 비축분 원고를 쌓는 기간만큼 원고 작업을 한다. 비축분 축적 기간은 창작자에 따라 다르지만, 비축원고 없이 연재를 런칭하는 경우는 거의 없을 만큼 필수적이 되었다.

아까 이 방법을, 비축을 되게 일년 이년동안 되게 많이 하고, 연재 때 하나씩 끝면서 이렇게 하는 방법도 있죠. 기간대비 소득은 줄겠지만... 드물게 여기서도 협상력이나 경력이 있으면 2주로 할 수도 있어요. 근데 신인들한테는 절대 2주 연재 안 시켜주죠. 일주일이 제일 잘 팔리니까. 일주일을 해야합니다. (D)

MG가 작업원고 분량만큼 지급되는 점을 고려할 때, 비축기간을 늘려 안정적으로 연재할 수 있는 작업기간을 확보하는 것은 분량당 책정된 금액의 개선 없이는 기간대비 단위(월) 소득이 줄어드는 결과를 낳을 수 있다.

(2) 수익 증대에 눈 먼 생산·유통 방식과 작업량

디지털 콘텐츠 창작물의 연재주기를 보면, 웹툰의 경우 주 단위 연재가 가장 보편화된 연재 방식이며, 웹소설의 경우는 주 5일 연재하거나 주 2-3회 연재가 일반적이다. 창작노동자가 연재주기를 결정하는 것이 아니라 플랫폼에서 정한 연재주기에 맞추어야 한다. 앞서 면접참여자 D가 언급한 것처럼 창작자가 협상력이나 경력이 있으면 2주마다 연재하는 것으로 협상해 볼 여지가 있지만, 이는 매우 예외적인 경우로 신인

작가에게는 허용되지 않으며 주간연재가 전제 된다.

업계는 연재주기가 짧은 것을 선호하는데, 그 이유는 자주 연재하는 것이 작품의 수익성을 높이기 때문이다. 아래 K가 설명하고 있듯이 작품이 더 자주 나올수록 독자들에게 어필이 된다. 주간 연재는 2주 마다 연재하는 것과 '비교도 안 될'만큼 경쟁력이 있다. 업계는 '주 2회 연재도 구상'하고 있다는 K의 이야기는 시장 경쟁력 확보를 위해 작품의 연재주기가 업체에 의해 관리되고 있음을 시사한다. 업체는 수익을 최대화하는 방식으로 연재주기와 같이 작업량 및 작업 강도에 직접적인 영향을 미치는 구조를 설정하고 있는 것이다.

일단.. 저같은 스타일도 다작을 못하는 스타일이라.. 그 한 작품만.. 한 작품이 집중하는 스타일이다 보니까.. 그래서 작품의 퀄리티는 높은 거고~ 그러다보니까 지금 현재 시장에서는 경쟁력이 떨어져버리는 거고~ 예.. 지금은 어쨌든 빨리 나오는 게 더.. 퀄리티가 낮더라도.. 빨리 나오는 게 독자들한테 더 어필이 되는.. 시장이다보니까! (2주마다 하는 것보다 주간연재가 더..) 비교가 안돼요. (업계에서는) 절대로 (주간연재 포기)못하죠. 그리고 지금은.. 주 2회 연재도.. 구상들 하고 있어요. (K)

수익성 확보를 위해 작품이 매주 꾸준히 연재되도록 업계가 관리하는 또 다른 '규칙'이 있다. 정기휴재를 허용하지 않는 것이다. 업계에 표준화된 연재주기와 방식에 정기휴재라는 체계가 존재하지 않으며, 휴재는 곧장 '수익 감소'로 직결된다고 보는 업계 인식이 작동하고 있다. 이같은 조건에서 창작자는 연재 기간 중 휴재를 할 수도 있다는 생각, 나아가 '정기적인 휴식이나 휴가를 갖는다'는 생각 자체를 제거한 채 연재에 임하게 된다. 휴재와 휴식의 가능성이 창작자의 인식에서 완전히 배제된 것은 단지 창작자의 자발적 순응으로 보기는 어렵다. 면접참여자 B가 언급하듯이 플랫폼은 '50화(약 1년 작업 분량)까지는 휴재하지 않을 것'을 계약 요구사항으로 내걸고 있다. '연재 기간 중 휴재없음'이 업계 표준으로 자리잡는 데 업체의 요구가 분명히 작동하고 있음을 보여준다.

하루라도 휴재를 하면 결국에는 성적에, 자신의 성적에 반영이 되기 때문에 연독률이 깎여요(연동은 계속 꾸준한...) 연독률이라고 해서 내가 이번 일화를 올렸을 때 천명이 봤는데 2화는 보통은 950명이 보거든요. 1화가 마음에 안 들었으니까. (근데 더 많이 볼 수도 있겠죠 하하하) 더 많이 볼 순... 이게 유료화로 들어가면. 왜냐하면 유료에서 유입되는 경우는 거의 없어요. 계속 깎여와요. 수익은. 그렇기 때문에... 근데 문제는 한번 휴재를 하면 원래 50명 깎일게 100명 깎여요. (아, 휴재를 하게 되면은) 그래서 작가들이 자발적으로 휴재를 안 하려고 하죠. 왜냐하면 수익에 바로 타격이 오니까. (G)

저는 일단 그런 개념(정기적인 휴식이나 휴가) 자체가 없어서, 작품을 시작하면, 작품을 하는 동안에, 그런 건 없다 라고 생각을 해요. 제가 그걸 요청을 해봤자 씨알도 안 먹히지만, 씨알도 안 먹혀서 그런지 몰라도, 요청자체를 안하기도 하고, 불가

능해요. 거기선 업체 측에서는 연재하는 일 년 특히, 제일 큰 업체들 네이버, 카카오페이지 이런데서는요. 요청을 해요. 그냥 계약하기 전에 일 년 50화이상은 절대 휴재 없다. 그렇게 말을 하고 이거 자신 있으면 연재해야 된다. 자신 없으면 연재 계약 안 해준다. (그쪽에서 아예 조건을 걸어요) 네, 요청을 강력히 해요. 그래서 (요청이 아니라 계약사항인거죠) 그쵸, 뭐 담당자입장에서는 그쵸. [중략] 그때 네이버로 갔을 때 그 얘기도 또 왔었거든요. 절대 50화 이상 될 때까지 절대 휴재 없다, 그래서 이거 꼭 지켜주셔야한다, 이런 얘기 자꾸 하시더라구요. 그래서 작품이 하는 동안에 그런 건 될 수 없다 라고, 작품에 임하구요. (B)

웹툰의 경우 주간으로 작품을 게재하는 것이 업계 표준으로 자리를 잡았지만, 이는 창작노동자에게 결코 적절한 작업량이 아니다. 주간 연재에 맞춰 매주 한 화 분량의 작품을 꾸준히 완성해 가는 일은 안정적이고 인간다운 작업 활동이 보장되는 지속가능한 작업량이 아니다. 안정적으로 주간 연재 스케줄을 맞추기 어려운 만큼, 창작자에게 ‘연재 핑크’는 어쩌다 발생하는 불미스러운 ‘사고’가 아니라, 예견되는 일이고, 대비가 필요한 일이 된다. 주간연재 시스템에 맞추기 위해 창작자들은 연재 런칭 전에 비축 원고를 최대한 쌓는 방식으로 개인적인 교육지책을 마련하고 있다. 하지만 작품 런칭 후 독자의 반응에 따라 수정이 발생할 가능성을 고려한다면 비축원고를 무작정 많이 축적하는 것만이 능사는 아니다. 이 경우에는 이미 완성된 분량만큼의 수정 작업량이 추가되기 때문이다. 수익 증대를 목적으로 업체에서 설정한 연재 주기가 애초에 창작자의 지속가능한 작업량, 작업 강도를 고려하지 않았기 때문에, 연재주기에 맞춰 작품을 연재하기 위해서 감수해야 하는 부담이 오롯이 창작자 개인에게 전가된다. 아래 사례는 주간 연재라는 시스템이 창작자에게 얼마나 부담스러운지, 창작자가 개인적으로 어떤 방법을 강구하며 그런 구조에서 살아남기 위해 애쓰고 있는지 보여준다. 주간연재 작업분량을 지속적으로 ‘도저히 못 맞출’ 것 같다는 면접참여자 1는 5화 연재하고 1주 휴재하는 방식으로 정기휴재를 원하고 있다. 1주 휴재를 하는 기간동안 작업을 보충해 6주 동안 5화 분량의 원고를 생산하는 것으로, 5화 분량의 작업을 위해 5주가 아닌 6주를 확보하는 셈이다. 작업기간을 늘려서 작업강도를 조절하는 것으로 주간연재라는 무리한 조건에서 살아남는 것은 창작자 개인의 몫이 되어 버렸다.

저 같은 경우 왜 들어가고 싶었냐면, 약간 작품특성이 카카오페이지에서 잘 팔리는 종류이기도 하고, 정기휴재를 하고 싶은 거예요. 주간연재를 못 하겠는 거예요. 좀 퀄리티를 높이니까. 정기휴재 없이는 도저히 연재를 못할 거 같아서, 정기휴재 하고 싶은데 어떻게 하면 되겠냐하니까, 카카오페이지밖에 없는데요, 하시는 거예요. (카카오페이지는 정기휴재가 있어요?) 거기서는 이제 에이전시한테 알아서 맡기니까, 정기휴재를 해도 되나봐요. 네이버나 다음은 무조건 주간연재이기 때문에, 약간 시즌휴재라서, 한 달 휴재하는 거 아니면은 도중에 휴재는 할 수 없는 거예요. 그래서 만약에 저는 정기휴재 한다면 5화 연재하고, 1주 휴재 이렇게 할 거거든요. [중략] (휴재 기간에) 사실 쉬는 건 아니예요. 쉬 수가 없는데, 주간으로 할 수가 없는 거예요. 작업량이. 그래서 어쩔수 없이 지금~ 이렇게 한주를 (휴재를)안하면은, 할 수가

없어서. (공식적으론 휴재인데 실제는) 작업하고 있어요. 이때 그림콘티 다하고, 배경채색한 다음에, 다음 주에는 인물작화 채색하고.... 이때는 콘티할려고..... (I)

컬러 작업, 한 화당 요구되는 컷 수도 연재주기와 함께 복합적으로 작용하며 과도한 작업량을 형성하고 과중노동을 야기하는 조건이 된다. 현재 웹툰은 1화당 70컷 내외로 요구하고, 웹소설은 5500자가 기준으로 되어 있다.

근데 사실 한 화에서~ 원하는 게 플랫폼에서 70컷 정도 디폴트로 잡아놓고 풀 컬러를 요구를 하잖아요. (J)

새롭게 신작 계약하면서 알아보러 다니니까, 에이전시에서 약간 엠지를 좀 더 많이 주고, 담당피디가 보통 작품을 만드는 작품의 경우에는, 컷 수가~ 65컷을 기준으로 계약서에 써 있더라구요. (I)

처음에는 (1일 1화, 1화 5500자 기준) 너무 높다고 생각했고, 지금도 높은 게 맞아요. 하지만 적응한 사람만 살아남는거죠.. [중략] 5500자가 매일 연재에서 나오는 그들의 규격화가 안 맞는 작가가 분명히 있어요. 진득하니 감각적인 글을 쓰는 작가도 있고, 이거는 충분히 팔수도 있는데 여기에 맞지 않아서 못 파는 거잖아요. 그것도 아쉽다고 생각하는거죠. 뭐 문제가 많긴하죠. [중략] 저희도 이게 되게 하드한 거고, 말도 안되는 작업량이라고 하는데, 뭐 어찌겠어요. (G)

사례 G의 지적처럼 작품 게재를 위해 플랫폼에서 요구하는 분량만도 이치에 맞지 않는 “말도 안되는 작업량”으로 창작활동의 지속가능성을 위협하기에 충분하다. 그런데 그 외에도 디지털 콘텐츠 창작 환경에서 부가적으로 요구되는 활동이 있어 노동량은 더 늘어난다. 이러한 부가적인 노동은 보통 부불노동이라는 특성을 띠기도 한다. 대표적인 추가노동으로는 수정요청으로 발생하는 노동이 있다. 작품 수정 요청의 빈도와 그로 인한 작업량은 작가의 성향에 따라 크게 다를 수 있고 계약서에 명시 되어 있기도 하다. 반면, 신인작가는 업체의 부당한 수정 요청에 더 취약하다. 특히, 업체가 신인작가의 취약성을 악용해 계약도 하지 않은 상태에서 끝없이 수정 노동을 요구하는 경우마저 보고되고 있다.

글 작가님이, 이 에이전시하고, 다른 작품도 많이 하셨는데요. 다른 것도 동시에 진행을 하셨었는데, 그때는 당시에 다른 작가분이랑 하는데, 그런 콘티 이거에 수정요청이 많이 들어왔대요. 피드백이. ‘이렇게 바꿔주시고, 이렇게 연출해 주시고’ 그게 되게 많았대요. 근데 저는 그게 별로 없어서, 그분이, ‘아 이거 이렇게 많이 수정요청 들어와도 되는건가?’ 이렇게 얘기를 하셨대요. 저는 근데, 그게 [중략] 물어봤는데, ‘연출에 그게 딱 괜찮아서 수정을 안드렸어요’ 라고 말을 하시는데, 뭔가 불안한 게, 또 그림 작가분이 아직 대학생이 이셨대요. 그전에도 다른 작품을 하기는 했는데, 다른 웹소설 원작으로, 이 에이전시랑. 근데 또 학생이시다고 하니까 20대 초반 이실꺼 아니예요, 저는 이미 30대를 넘어선 나이고, 그러다 보니까, 약간 왜 이게 결국에는 ‘그 만만한 사람한테 더 쉽게 얘기하는 그런 거면 어떨하나.’ 하는 걱정

을 좀 했었거든요. (A)

그 외에도 작품이 게시되는 플랫폼 화면에 보여질 표지나 썸네일 편집을 창작자에게 요구하기도 한다. 또한, 작품에 대한 독자 반응에 대한 대응도 거의 작가의 몫이 되고, SNS를 통한 작품 홍보 활동을 요구하기도 한다. 디지털 콘텐츠 창작자들은 SNS 활동에 익숙하고, 왕성하게 활동하는 경우도 많다. SNS에서 인지도가 높은 작가의 경우에는 작가의 홍보가 작품 홍보에 큰 효과가 있기 때문에 업체가 작가에게 홍보라는 추가적인 노동을 '권유'하고 있다.

작품 런칭할 때, 작가님 작품오른하신 거 한번씩 두 번씩 업데이트 되면 글 좀 한번 써보세요, 약간 지나가는 말로 그런 얘기는 있었는데, 적극적으로 작가님 작품 홍보 해야하니까 sns하세요, 이렇게 강압을 한 적은 없어요. 그냥 지나가는 말로 한 두 번 건넨 적은 있는데, 강압은 하지 않았어요. (B)

창작쪽 웹툰할 때, SNS 홍보를 권장 하면서 기프트콘을 제공받았어요. (기프트콘을 제공받아서 독자들한테 주라고) 그죠. 그거는 사실 양심적인 쪽에 속하긴 하는데, 굳이 그런 홍보까지 작가가 써야하나, 생각은 있죠. 홍보까지 우리가 해야하면, 돈을 더 줘야지. [웃음] 그렇지 않나~~~~. (H)

(3) 노동시간: 안 자고 안 먹고 작업

디지털 콘텐츠 창작자들은 공통적으로 “하루 종일 일 한다.”고 할 만큼 장시간 노동을 하고 있다. 면접참여자의 다수는 작품 연재 기간 중 수면시간이 하루 6시간 이하이고, 마감 직전에는 잠을 전혀 자지 못한 채 작업을 지속하기도 한다. 디지털 콘텐츠 창작자에게 작업하지 않는 시간으로 명확하게 구분되는 시간은 거의 잠잘 때뿐이다. 잠자고, 밥 먹는 시간을 뺀 시간에는 작업을 계속해야 주간 연재 작업량을 달성할 수 있다는 의미이다. 2019년 한국 콘텐츠 진흥원에서 실시한 웹툰 작가 실태조사에 따르면 웹툰작가의 하루 평균 창작 활동시간은 10.8시간, 주 평균 창작 활동 일수는 5.7일이다.

연재할 때는 눈뜨고 먹는 시간 제외하고는 다 작업해야해요 그래야 해요. 저는 그림이 좀 손이 많이 가는 스타일이라. [중략] 이런 중에는 긴장을 하다보니까 4시간만 자다 깨고 4시간만 자면 깨고 그런식으로 많이 되거든요. 그러면은 4시간만 자고 깨고. 그래도 최소한 6시간을 잔다고 칠 때 억지로라도, 그거 외에는 계속 뭐 그림그린다고 보시면되요. [중략] 마지막 날에는 꼭 밤을 썼어요. 그래도 이때는 마감을 끝내면 그래도 8시간 길게 잘 수 있어요. 4시간이상. [중략] 수면의 질이 굉장히 떨어지는 거죠. 뭐 6시간 잘 봐주면 6시간? (D)

눈뜨면 한.. 11시 10시 된다고 치면은, 사실 그것도 정확하지는 않고 그냥. 졸리면 잤다가 바로 일어나서 하는 수준이라. 그러면은 아침밥 먹을 수 있으면 먹고, 커피한 잔 마시고 바로 작업 들어가서 쭉~욱 일하다가 한 7, 8시간 정도 일하면은 다시 배고프니까 밥먹고, 다시 앉아서 마감하고. 그다음에 그렇게 해서 또 쭉~~ 하다가 새벽 되고 이러면은 졸릴 때 잠깐 누워서 눈 부치고, 한 6시간 이하로 잤다가 일어나서 다시 반복하고. (J)

요즘은 뭐 아침 9시, 10시쯤 일어나세요. 밥 먹고 좀 씻고, 정신 차리면 11시, 12시 돼있고, 그러면 그때부터 컴퓨터 켜서 콘티해야 되면 콘티하고, 완성원고 해야 되면 완성원고 하다가, 한 3-4시쯤에 점심 먹고, 그리고 한 쪼금 셔요. 한 시간 두 시간 멍 때리다가, 다시 한 7시? 그때부터 7시부터 한 새벽 4-5시까지 계속 작업해요. 그리고 한 새벽 대여섯시 쯤에 자고, 다시 9시 10시쯤에 일어나고, 요즘 그러고 있습니다. (B)

공들여서 쓰면 하나 쓰는데 5시간 6시간정도 써요. 그러면 탈진하죠. 그러면 다음엔 안 써요. 쓸 생각도 안 들고... 근데 (그럼 한화밖에 못 쓴다는 거죠 완전 몰입해서 쓰기 때문에) 왜냐하면 저는 집필시간은 5시간 정도지만 이 플롯을 짜는 거잖아요. 앞서 말했듯이 머리를 써서 독자들이 하차를 안 시킬려면 (다이내믹을 넣어야 하니까) 저는 그래서 하루 온종일 잡아먹는데... (G)

디지털 콘텐츠 창작자들은 별도의 작업 공간 없이 주로 집에서 작업을 하는 경우가 많다. 작업하는 공간과 생활하는 공간이 분리되지 않는 조건에서 출퇴근과 같이 정해진 노동시간이 별도로 구획되지 않는 상태에 있다. 잠자고, 밥 먹는 것 같이 가장 기초적인 생명유지를 위한 활동 외에는 작업하지 않는 시간을 구별해 내기 어렵다. “눈뜨면 그냥 한다”, “하루종일 계속한다” “끝날 때까지 한다” 등으로 작업시간을 묘사하는 이유도 이같은 조건과 관련이 있다. 작업시간이 별도로 구획되기 어려운 만큼, 창작노동은 시간의 대부분을 차지한다.

저는 스토리작가로서 제가 하는 일은 하나하나, 이제 전체스토리를 정하고, 하나당~콘티를 짜는 일을 하고 있거든요. 그러면 하루에 일어나면 그냥, 계속 일해요. 솔직히 말해서 일하는 시간을 어떻게 그... 계량화하기가 좀 애매해요. 왜냐면, 작업하다가 스트레스 받으면... 영화를 본 다던가 다른 걸 한 다던가, 아니면 다시 작업을 한다던가, 아무튼 자기 직전까지는 계속 제가 작업을 하고 있다라는 생각을 하고 있어요.(F) 밥 먹은 다음에, 아~ 콘티 안 나온다, 어떡하지, 이 생각하면서 막~ 자기 도피로 게임을 해도, 게임을 하면서도, 아... 이거 한 다음에, 작업해야 하는데 (그쵸) 하루 온종일 생각~하하 (F)

창작 활동인 만큼 작업의 능률에 따라, 창작자의 컨디션에 따라 작업에 소요되는 시간 변동이 크다. 일이 잘 풀리지 않을 때 작업이 진척되지는 않지만, 머리 속으로는 작품에 대한 궁리를 계속 하고 있기 때문에 쉬고 있어도 휴식이 아니다. 이렇게 눈뜨고 깨어 있는 종일 창작활동의 연장선에 있다. 공간적 분리나 다른 활동으로 ‘작품

혹은 작품에 대한 생각'을 강제적으로 멈출 수 있는 구조가 아닌 환경, 그리고 작업 분량을 마치기에 늘 시간이 빠듯한 상황으로 인해 창작자는 '할 수 있는 만큼 계속해서' 일을 할 수밖에 없게 된다. 가급적 작업시간을 최대한 확보할 수 있는 방식으로 시간을 조정하기 마련이다. 아래 면접참여자 E가 시사하듯이 작품활동시 작업시간은 최대한 확보할 수 있는 만큼의 시간이 되는데, 마감일정에 따라 작업시간은 '자고 먹는 시간을 뺀 시간'이 되거나, '잠자고 먹는 것마저도 포기한 시간'이 된다.

시간표를 하기에는... 예를 들어서 일이 그 시간 안에 명확하게 끝난다고 정해진 게 아니니까, 약간 아침에 일어나서 자기 전까지 계속 일을 하돼, 그 텐션에 차이가 있는 거 같아요. 마감이 가까워져 올 때는 정말 바쁘고 빠른 텐션인데, 그렇다고 마감이 며칠 남았다고 여가시간이거나 딱히 그렇게 되는 게 아니라, 그냥~ 느린 텐션으로 일을 하고 있는 거죠. (E)

이렇게 '잠자고 밥 먹는 시간 빼고 작업하는' 날이 일주일 중 6일 이상 계속되는 경우가 흔하다. 웹툰 주간 연재의 일주일 단위 작업공정을 보면 웹툰 한 화 제작을 위해 콘티-스케치-펜선(붓터치)-채색/배경-보정/효과 등의 과정과 순서로 진행이 된다. 각 공정별로 1-2일, 혹은 2-3일이 소요된다. 작업이 원활하게 잘 진행이 되면 일주일에 하루정도 쉴 수 있게 된다.

<겸업 웹툰작가의 주간연재 일주일단위 작업 공정 예시>

| | 작업공정 | 작업시간 | 기타 |
|---|----------------|----------------|--------------|
| 일 | 콘티 | 반나절 작업, 반나절 휴식 | |
| 월 | 스케치 | 오후 1시~ 오전 12시 | 오전 8시~12시 겸업 |
| 화 | 펜선 | 오후 1시~ 오전 3~4시 | |
| 수 | | | |
| 목 | 편집, 식자, 먹칠, 톤칠 | 오후 1시~ 오전 3~4시 | |
| 금 | | | |
| 토 | | | |

위의 웹툰작가는 만화 동인지 활동으로 시작해 출판만화 데뷔 경험이 있는 만화 경력이 짧지 않은 웹툰작가이다. 돈이 안 되는 마이너한 장르의 작품을 주로 창작했고, 수입이 적고 불안정하기 때문에 생계별이를 위해 오랫동안 다른 임금노동을 겸해왔다. 위의 일주일 단위 작업 공정을 보면, 일주일에 휴식시간은 일요일 반나절이 전부이며, 월요일부터 토요일까지 하루 4시간 겸업활동 외에 짧게는 하루 12시간, 길게는 하루 15시간 웹툰 작업을 했다. 이같은 일상은 “밥 먹는 (데 시간을 쓰는) 것도 싫”어서 당분을 채우기 위해 “음료수와 사탕으로 끼니를 떼우”며 작업을 하는 상황으로 악화되기도 했다. 일상생활은 물론 식사시간까지 아껴가며 작업을 해야 주간연재를 위

한 작업분량을 맞출 수 있는 것이다.

(4) 너무 가까운 독자와의 거리: 교류와 심리적 중노동(노동환경 악화) 사이.

디지털 콘텐츠 창작활동은 기존의 창작활동에 비해 독자와의 거리가 매우 가까워졌다. 대부분의 플랫폼에서 작품마다 댓글 창을 제공하고, 독자들은 작품에 대한 소감, 평가, 추천, 요구사항 등의 댓글을 단다. 이런 댓글 창은 누구나 쉽게 보고 읽을 수 있으며, 잠재적 독자뿐만 아니라 창작자 본인도 읽을 수 있다. 독자들의 교류는 댓글 창뿐만 아니라 웹툰 갤러리나 웹소설 갤러리를 통해서도 활발하다. 창작자들은 갤러리를 독자와의 소통을 위한 창구로 활용하거나 갤러리에서 작품 홍보 활동을 하기도 했다.

아무래도 거리가 더 가까워져있죠. 피드백이 바로 오고 무엇보다 지금 웹소설 남성 작가들이나 소비자들이 주축으로 있는 곳이 결국 디씨예요. 디씨인사이드. 그리고... (거기도 뭐가 올라와요?) 거기 웹소설 연재갤러리, 판타지 갤러리, 장르소설 갤러리라고 아예 웹소설과 밀접하게 연계된 게 갤러리... (G)

저 같은 경우는 그래도 댓글이 사납게 달리면 안 볼 거 같은데, 아직까진 괜찮아 갖고... 그래서 저는 아직까진 확인하고 있어요. 그리고 이게 상업만화다 보니까, 독자의 니즈를 맞춰야 돈을 버는 게 있으니까, 좀 보긴 해야 될 거 같더라고요. 그래서... 보고 있습니다. (I)

작품의 성패에 댓글 등을 통한 독자의 반응이 얼마나 주요한가에 대해 창작자들은 의견의 차이를 보인다. 그렇지만, 플랫폼 기반 디지털콘텐츠 시장에서 댓글에 나타난 독자의 평가와 반응은 작품활동에서 무시하기 어려운 요소이며, 특히, 작가의 심리상태나 작업환경에 즉각적인 영향을 미칠 수 있다는 점을 부정하지는 않는다.

웹툰하고 있어서 다른 점은 뭐냐면 웹소설은 웹툰보다 더 즉각적이에요. 하루 한 페이지씩 올라가고. 그렇기 때문에 댓글 보면은 댓글에 휘둘릴 수밖에 없어요. [중략] 한 세 네 작품하면 헛소리 하는 게 느껴지니까 괜찮은데, 신인 분들은 힘들어하죠. (G)

너무 거리가 가까워졌죠. 저는 그림 자존심이 많이 다운됐어요. 자존감이 많이 떨어져 있었어요.. 내 그림이 별론가? 라던가, 악플이 또 달리면 기분 안 좋고, 물론 칭찬도 달려요, 하다 보면, 그러면 그럴 땐 기분이 좋죠, 그것보다 악플이 좀 더 이제 타격이 오니까 기분이 상하죠. 그런 리플 같은 것 보면 또 출판사나 회사도 이 작가는 반응이 안 좋으니깐 다음에 쓰지 말자 이럴 수도 있고, 좀 그런 면이 있어요. 불안하죠, 그런 것이 달리면..(면: 신경을 많이 쓸 수밖에 없겠네요.) 네. (C)

댓글이나 독자와의 상호작용이 작품의 방향과 내용에 영향을 주기도 하지만, 인신공

격적 악성 댓글로 인한 스트레스, 독자 반응에 지속적인 노출로 야기되는 심리적 피로감, 나아가 일자리/연재처 상실에 대한 불안감 등이 더 가까워진 독자와의 거리로 인한 직접적인 효과라고 할 수 있다. 심리적 고충이 누적되는 상태는 작업 능력을 저하시키는데 큰 영향을 주고 창작활동에 힘이 많이 들도록 만드는 만큼 노동 환경이 악화되는 것을 의미한다. 특히, 일러스트 창작노동자들이 악플 등으로 인한 고충이 크다. 일러스트 창작노동자의 대다수는 여성이고, 게임 일러스트 작업이나, 웹소설 삽화 작업을 주로 한다. 게임업계 사상검증으로 알려진 사건은 남성 커뮤니티에서 활동하는 남성이용자가 남성 이용자가 많은 게임의 일러스트 여성작가를 ‘메갈리아 커뮤니티 활동을 했다’는 이유로 ‘여성단체를 팔로우했다’는 이유로, ‘82년생 김지영이라는 소설에 관심을 가졌다’는 이유로¹⁾ 게임업체에 항의해 일자리를 잃게 만든 일련의 사건으로 일러스트 창작노동자의 노동환경을 악화시키고 일자리 상실의 불안을 가중시키는데 이용자가 어떻게 영향을 미칠 수 있는지를 적나라하게 보여주는 대표적인 사건이다.

독자의 즉각적인 반응에 나타나는 요구와 평가의 관점은 작품의 장르가 무엇인지, 주 이용자층의 특성이 어떠한지에 따라 다르다. 디지털 콘텐츠 시장은 소셜미디어 온라인 플랫폼과 분리되기 어려운 지형에 있다. 디지털 콘텐츠 창작자들은 소셜미디어 온라인 플랫폼에서 활발히 활동하는 경우가 많으며 소셜미디어 온라인 플랫폼 이용자와 디지털 콘텐츠 주요 이용자는 중첩되는 경향이 있다. 최근 소셜미디어 상에서 페미니즘을 둘러싼 논쟁이 뜨거운 만큼, 페미니즘이 작품에 대한 평가와 비판의 기준으로 작용하는 경우도 꽤 있다. 특히, BL이나 GL 장르에서 ‘페미니스트 검열’이 나타나기도 한다.

솔직히 두 개의 검열을 당하는 거 같아요. 이쪽에서는 애는 메갈이다 이라고 이쪽에서는 애는 페미니스트가 아니야 이라고 아~ 참~ (박: 근데 이게 딱 과도기라 하고서 생겨난 일이라고 생각해요. 인식이...) 그만큼 논의가 많이 되고 있으니까 일어나는 변화라고는 생각하지만, 어찌됐건 거기에 대해서 생계적 타격을 받으면, 이쪽에서 휘청거리는 건 이쪽(작가)이다 보니까... (E)

반 여성혐오, 반 성차별 입장을 표명했다가 일명 ‘메갈작가’ 리스트에 포함된 작가 E는 ‘메갈작가’를 타겟으로 한 스토킹을 겪기도 했다. 한편으로는 ‘작품을 뺐다²⁾’라는 비난과 함께 독자들로부터 ‘진정한 페미니스트가 아니라’는 비난을 듣기도 했다. 창작자는 두 개의 서로 다른 검열의 잣대를 마주하고 있는 상황이다. 주로 여성이용자가 많은 장르의 작품을 창작하고 스스로 페미니스트로 정체화한 작가 E는 ‘메갈작

1) “게임업계 사상검증으로 여성노동자는 설 곳이 없다”, (사)서울여성노동자회 「우린 달라진 세상을 살거야」, 2020.

2) “원래는 신체적 매력이 부족하다고 느껴지는 사람의 외모를 비하하는 데에만 쓰였으나 트위터 등지에서 인권감수성이 부족한 사람을 두고 '머리(또는 생각)가 뺐다'라고 표현하기 시작하면서 그러한 사람이나 작품을 나타내는 말로도 쓰이게 되었다.”, Femiwiki 검색일 2020.11.18.

가' 타이틀로 인한 스톡킹보다 '진정한 페미니스트인가' 하는 검열이 더 무섭다고 한다. 사회적 이슈인 만큼 이러한 논의를 피해갈 수는 없지만, 이로 인해 "구설수에 휘말리면" 생업에 직접적인 타격이 생길 수 있는 만큼 경계할 수밖에 없는 것이다. 독자와의 거리는 노동환경을 틀짓는 하나의 요인이 된다.

(5) '대박 작가'의 허상

보통 창작활동은 고용에 의한 노동과 달리 창작자가 '시간, 공간, 지시 등의 제약없이' 자율적으로 원하는 내용과 형식으로 작품을 만들어 내는 활동으로 이해된다. 마찬가지로 프리랜서 디지털 콘텐츠 창작활동은 그 작업 과정이 고용관계에 있는 '임금노동'과 달리 정해진 노동시간이 없어 시간사용이 자유롭고, 업무지시나 감독·통제로부터 자유로우며, 구속받지 않고 자율적으로 작업할 수 있다고 인식된다. 무엇보다 활동/노동에 대한 보상 또한, 제한되지 않고 '능력과 노력'만큼 보상받을 수 있다고 여겨진다. 즉, '얼매이지 않고 자유롭게 일하고, 노력한 만큼 대가를 받을 수 있다'는 인식이 프리랜서 계약을 바탕으로 한 디지털 콘텐츠 창작노동에 대한 표면적 이해라고 할 수 있다.

그렇지만 앞서 살펴본 바와 같이, 잠자고 밥먹는 시간을 아껴가며 작업하는 디지털 콘텐츠 창작노동자에게 작업활동에 있어 시간 사용, 작업량 조절 등의 자율성이 얼마나 있을까? 사실상 디지털 콘텐츠 창작자는 플랫폼 연재에 맞추어 일에 완전히 종속된 상태로 작업을 하고 있다. 시간에 구애받지 않고 정해진 시간없이 창작노동에 매여 작업을 하고 있다면 이는 시간 사용이 자유롭지도 용이하지도 않음을 반증할뿐더러 작업에 종속된 상태를 의미한다. 디지털 콘텐츠 창작노동자의 작업 종속은 일차적으로 플랫폼에서 요구하는 작업분량에서 비롯된다. 플랫폼을 기반으로 한 디지털 콘텐츠 시장은 연재주기, 화당 글자 수 혹은 컷 수, 컬러 등 작업량을 결정지을 만한 사항에 있어서 이미 표준이라고 여길만한 조건을 형성해 왔고, 창작노동자들이 플랫폼 연재를 하기 위해서는 이러한 조건을 따라야 한다. 연재분량, 연재기일에 맞추어 입고하기 바쁜 창작노동자들에게 시간을 자율적으로 사용하며 작업한다고 하는 것은 허상일 뿐이다. 오히려 작업분량에 의해 창작노동자들의 삶이 통제되고 있다. 자율적 시간사용을 불가능하게 만드는 구조가 업체에 의해 표준으로 자리잡혀 있기 때문에 작업시간 사용에서 디지털콘텐츠 창작노동자가 누리는 자율성은 극도로 제한된다.

일에 대한 금전적 보상의 측면에서 보면, 디지털 콘텐츠 창작자의 소득은 작품이 얼마나 팔리는지에 따라 천차만별이다. 이른바 작품이 대박 나면 월급쟁이가 상상하기 어려운 정도의 소득이 발생하기도 하지만 이는 대다수의 디지털 콘텐츠 창작자의 이야기는 아니다. MG를 차감하고도 수익배분이 가능할 만큼의 작품 수익이 발생하지

않는 많은 창작자에게 작품활동을 통해서 얻은 수입은 화당 받은 MG가 전부이다. 신인이거나 비인기 소수장르 웹툰 작가가 받은 MG는 현재 화당 50만원 정도이다. 주간 연재가 표준화된 만큼, 한 달 동안 총 4편(화)의 원고를 플랫폼에 게재하는 것이 가장 일반적이다. 산술적으로 보면 웹툰 창작노동을 통해 한 달에 200만원의 수입이 생긴다. 이러한 단편적인 산술로 웹툰 작가가 월 200만원은 번다고 하면 현실은 왜곡된다. 창작활동에 대한 보상은 완성원고를 입고하는 기간동안만 그 화수에 따라 지급되지만, 창작활동의 전체 기간은 완성원고 작업기간 보다 훨씬 길다. 또한 앞서 살펴보았듯이 매주 1화씩 씬없이 원고를 완성시키기 어려운 작업량인 만큼 연재 런칭 전에 가급적 많은 비축원고를 축적하는 상황이므로 실질적으로는 한 달에 4편의 원고를 완성할 수도 없다.

<작품 전체 작업 기간 대비 실질 월 소득 예시>

| MG/화 | 화 | 총 MG | 연재기간(월) | 완성원고작업기간(월) | 구상 및 초기작품준비기간(월) | 업체 컨택 및 기획의 | 작품전체기간(월) | 실질 월수입 |
|---------|----|------------|---------|-------------|------------------|-------------|-----------|-------------|
| 500,000 | 50 | 25,000,000 | 12.5 | 13.8 | 6 | 2 | 21.8 | 1,149,425.3 |
| 800,000 | 50 | 40,000,000 | 10.5 | 18 | 6 | 2 | 26 | 1,538,461.5 |

위의 예시에서처럼 총 50화 웹툰을 주간 연재로 제작할 때 연재기간은 12.5개월이지만 비축원고 작업까지 포함한 완성원고 작업기간은 총 13.8개월 정도가 된다. 그 외 작품 초기 준비기간이 평균 6개월 정도이고, 작품화된 초기 원고를 가지고 연재처와 계약을 하고 업체와 작품 내용을 협의/수정 기획 하는 기간을 2개월 정도로 잡는다면 해당 작품활동 전체 기간은 21.8개월에 달한다. 이 때 화당 받은 MG외에 별도의 수익이 발생하지 않는다면 작품 전체 기간 대비 실질 월 소득은 월 120만원이 채 되지 않는 셈이다. 게다가 이 소득은 순수입도 아니다. 작품활동에 드는 제반 비용을 작가가 감당해야 하기 때문이다. 장비 및 프로그램 구입비용이나 경우에 따라 어시스턴트 비용이 발생할 수도 있다.

이는 휴일도 없이 '잠자고 밥만 먹으면서' 작품활동을 한 노력/노동에 대한 최소한의 대가인 셈인데, 이것이 사회적으로 정당하다고 인정될 수 있는지 질문 해 볼 필요가 있다.

3. 디지털콘텐츠 창작노동자의 일과 삶

구속받지 않고 하고 싶은 일을 자유롭게 하며 삶을 일구는 모습이 프리랜서 노동자의

생활을 그리는 일반적인 이미지이다. 이 절에서는 일과 생활이 균형을 이루는 건강하고 지속가능한 삶이라는 관점에서 디지털콘텐츠 창작노동자의 창작활동이 지속가능하며, 건강하고 인간답게 삶을 지속할 토대가 되는지 디지털콘텐츠 창작노동자의 현실을 살펴본다.

(1) 단절과 고립을 가져오는 노동

디지털 콘텐츠 창작 노동자들은 고립감으로 인한 어려움을 많이 호소한다. 디지털 콘텐츠 창작 노동자는 주로 동료 없이 집과 같이 고립된 장소에서 혼자 작품을 활동하는 환경에 있다. 최근들어 웹툰의 경우에 에이전시나 스튜디오에서 팀작업을 하는 경우가 늘어나고 있지만, 이런 경우에도 시나리오 작가와 그림 작가는 개별적 공간에서 각자 작업을 한다. 에이전시가 그림작가와 글 작가가 직접 자주 소통하고 교류하는 것을 탐탁지 않게 여겨, 에이전시만을 통해서만 소통할 것을 요구하기도 한다.

약간 이게 되게 고립감이 커서 혼자하는 작업이고 저는 되게 그림은 되게 좋아하는데 이런 고립감은 참을 수가 없어서가지고 그래서 행아웃 같은 걸로 다른동료 작가분이라 농성대화하면서 하거나 (아, 작업하는 동안에?) 네 약간 이 아까 말씀드린 콘티작업은 머리를 많이 쓰는 작업이라 이때는 불가능한데 한 요때 썸부터는... 노가다의 영역이라서 대화를 하면서 계속... 스케치까지만 해도 조금 생각을 해야하는데 스케치, 펜터치를 따라 그리는 거라서... 그렇게 많이 고립감을 달라고 그리고 만나는건 사실 연재중에는 누가 만나자고 해도 부담스러워가지고 참 큰맘먹고 만나야 되고... (D)

작가 시작하면 주변에 친구가 없어져요. 심지어 온라인 친구까지, 온라인에서 항상 교류하던 sns상에서 같은 직종에 있거나, 아니면 그림을 같이 그리던 친구까지도, 제 작업 제 그림을 그리느라 너무 바빠서, 교류를 안 하니까, 심지어 온라인 지인들까지도 다 멀어져서, 되게 힘들어요. 혼자 해결해야 되니까....(B)

디지털 콘텐츠 창작 노동자가 고립감을 갖는 것은 단순히 작업집중으로 인한 일시적인 현상이 아니다. 고립이 창작자가 혼자 하는 작업이라는 창작작업 특성에 배태되어 있는 측면이 다소 있지만, 단지 작업특성의 문제만은 아니다. 면접참여자 D와 같이 소셜미디어 사용에 익숙한 디지털 콘텐츠 창작 노동자들은 고립감, 단절감을 해소하기 위해 ‘단순 작업’중에는 소셜미디어를 통해 동료 작가와 대화를 하면서 작업을 하기도 한다. 그럼에도 불구하고 D는 작품 연재 중에 사람을 만나는 것에 대한 부담감을 피력한다. B는 개별 창작 노동자의 작업 특성이 아니라 디지털 콘텐츠 창작 노동구조 자체가 인간관계의 고립을 초래하는 환경이라고 설명한다. 연재주기에 따라 작업량에 맞추어서 작품을 완성하기 바빠기 때문에 주변사람들과 교류할 심리적 여유뿐만 아니라 물리적 시간이 없기 때문이다. 작품이 장편이면 이러한 관계의 단절이 1년

이상 지속되고 인간관계의 손실이 생긴다. 또한 뒤에서 살펴보겠지만, 이러한 고립감과 인간관계의 손실이 건강상의 문제를 야기하기도 한다.

작가들 힘든 것 중에 집에서 일을 하잖아요. 일단 햇빛을 못 보기도 하고 그러다보니까 운동량이 출퇴근을 하시는 분보다, 턱없이 모자라서 거의 하루운동량이 기어다니는 수준이라던지 그런 문제도 되게 큰 거 같고, 그리고 대화할 사람이 되게 없어요. 작가님들이 모이면 계속 말을 하고 싶어서, 저도 떠들고 있지만 평소에 떠들 사람이 너무 없어가지고, 그런 것도 정신적으로 힘들잖아요. 교류를 해야 되는데 워낙 아예 마주치는 사람 자체가 적다보니까, 그런 것도 힘든 요인 중에 하나인거 같아요. (중요한 이유인거 같아요. 혼자 고립되어 있다는) 완전히 고립되어 있고, 그러다보니까 출판사에서 받는 대우가 좋은 대우인지, 나쁜 대우인지 분간이 힘들어진단든지 [중략] 웹소설이 진짜 점조직인거 같아요. (H)

이렇게 완전히 고립된 상태는 인간적인 생활 측면에서도 고충을 야기하지만, 나아가 디지털 콘텐츠 창작 노동자의 개별화된 상태는 업체와의 협상 혹은 업계에 대한 집단적 대응에서 불리한 위치에 남게 한다.

(2) 일상생활이 실종된 ‘끝장 노동’

주변사람들과 관계가 끊어지고 “친구도 없어질” 정도로 창작 작업이 기타 일상생활을 압도한다. 많은 디지털 콘텐츠 창작 노동자들은 수면시간이 짧을 뿐만 아니라 새벽까지 일하고 늦게 자고 늦게 일어나는 생활 패턴을 보인다. 하루 일과를 늦게 시작하고 늦게 작업을 시작하기 때문에 작업이 늦게 끝나는 것이 아니라, 작업량이 많아 새벽까지 작업을 하게 되고, 그 결과 늦게 잘 수밖에 없는 현실이 되풀이 된다. 아래 (H)가 설명한 바와 같이 “오늘 이걸 끝내야 돼”라는 작업부담에서 일을 멈추지 못하고 새벽까지 더 일하게 되고, 그 결과 인간다운 생활리듬은 깨지고 불규칙해진다. 디지털 콘텐츠 창작 노동자에게 ‘워라벨’은 판세상 이야기가 된다.

과노동이 패턴을 어그러 뜨리고... 오늘 이걸 끝내야돼, 이러면 새벽까지 더 일하게 되고.... 생각해보면 웹툰 작가분 중에 누구였는지는... 마감 당시에 화장실 갈 시간도 촉박하니까, 아까워 하다가, 방광염이 심하게 걸렸다 이런 얘기도 하셨거든요. 워라벨... 이라는 거 자체가 약간 판세상 얘기 같은 업종. (H)

저는~ 뻥뻥 때는, 잠자고 밥먹고 뭐 이러는 시간 빼도, 대충 한 18시간 (18시간 일한다고요?)네. 원래는 (잠자는 시간이 그러면 몇 시간이라는 거예요?) 근데 거의 마감 중에는~ 4시간 5시간 정도, 그래도 이제는 좀 자거든요. 근데 예전에는, 아예 잠 못 자고, 정말 한 32시간 정도 계속 일하고 그랬었는데, 이제는~ 체력이 떨어져서 못하겠어서, 이제는 조금이라도 자서 18시간이에요. (이게 마감직전?) 네. [중략] 예전에는 금요일에 일어나서, 월~요일 아니다, 토요일 아침에 일어나서, 월요일 새벽에 자고 그랬거든요. 그동안 계속 마감을 하는 거예요. (E)

잠자고 밥먹는 시간 빼고 작업을 해야 하는 작업량은 일 이외의 다른 일상생활을 거의 불가능하게 만든다. 아래 B의 사례처럼 연재 작업을 하는 동안에는 사회활동, 사교활동은 물론 건강관리를 위한 운동을 하거나 정기적으로 휴일, 휴식시간을 갖기도 어렵다. 작품 작업을 이외의 활동은 모두 작품을 끝낸 다음으로 미뤄지게 마련이다. 창작 작업에 완전히 매여 여타의 삶이 없는 생활이 작품 연재기간 내내 지속되는데, 장편 작품 작업을 하고 있다면 이런 상태가 일 년 넘게 지속되는 것을 의미한다. 아래 면접참여자 F는 직장을 다니며 임금노동을 한 경험이 있다. 그 당시에는 퇴근 시간이 있어서, 퇴근 후에는 취미, 여가, 사교 활동 등의 일상생활을 할 수 있는 ‘나만의 시간’이 있었다고 회상한다. 반면, 주간연재 웹툰 작품 작업을 할 때는 일이 끝나는 시간이 정해져 있지 않기 때문에 일상활동을 위한 시간 계획을 세울 수가 없고, 다만 ‘짜투리’ 시간이 있어도 작업시간의 연장선으로 포섭된다고 한다.

그래서 작품이 하는 동안에 그런건 쉴 수 없다라고, 작품에 임하구요. 이제 작품이 끝나고 나서 다음 작품 준비하기 전까지 이제 제가 자의적으로 쉬잖아요, 그때 이제 다 몰아서해요. 여행을 가도 그때 다 몰아서 가고, 그때부터 다시 헬스도 다니고, 그때부터 다시 뭐 하고.... (B)

제가 이전에 회사생활 했다고 했잖아요. 5개월 정도 그때~는 정해져있으니까, 출근하고 퇴근한 다음에는 퇴근한 시간은 온전히 나만의 시간 이렇게 되는데. 지금처럼 웹툰 작업을 할 때는 그냥 짜투리 남으면 일한다 라는 생각으로 하고 있어서... (F)

불규칙하고, 일밖에 없는 생활을 개선하고 균형잡힌 일과 일상생활을 통해 삶의 질을 향상시킬 필요를 느낀 경우에는 디지털콘텐츠 창작노동자들은 작업 및 생활 시간 관리를 시도해 보기도 한다. 일상활동이 거의 실종된 상태에서 시간배분, 관리를 통해 일상활동을 위한 시간을 만들고 일상생활을 회복해 보고자 하는 것이다. 그렇지만 아래 사례처럼 하루 일정, 시간표를 정하고 실천을 해보려고 노력을 해도 결국에는 수포로 돌아간다. 그 이유는 창작 작업이 잘 안 풀리면 시간을 많이 잡아먹게 되고, 일에 발이 묶이고 정해진 시간표 상의 활동은 우선적으로 뒷전으로 밀린다. 빠듯한 작업 스케줄 상 작업을 멈추거나 미룰 수는 없기 때문이다.

어.... 일단.... 그게 되게 애매한 게, 이제 제가 아 이렇게 살면 안되겠어 해가지고는, 하루~~ 원래 제가 늦게 일어나거든요. 원래 이 시간에 일어나지 않는데, 흐흐 일찍 일어나서 운동하고 밥하고 작업을 해야 하는데, 작~업이 잘 풀리면 좋아요. 그러면 그 날의 하루 일정을 다 소화할 수 있는데, 작업이 안 나오면 새벽까지 결국 못자고, 새벽까지 계속 작업을 하다가 겨우겨우 나오게 된다면, 늦게 자면 또다시 도루묵이 되는.... [중략] 저 같은 경우는, 그게 잘 안 되는~ 아무리 제가~ 다 하루 날을 잡아가지고, 표를 만들어서, 이 시간까지는 이 걸하고, 저 시간까지는 뭘 해야 된다, 정해봐도... 당장에 스토리가 안 떠올라지고, 당장에 일이 안 풀리면, 결국 계속 정체되는~~ 시간은 늘어나고, 일을 해야 하는 시간은 늘어나고... 이게 뭐~ 안

그러시는 작가님도 계시겠지만, 대부분 작품 안 나오면, 다~ 하루의 일상이 와장창 되는 느낌일거예요. 노련하신 분들은, 안 나오더라도 나는 잘거야, 나는 이거 할거야 이렇게 되는데, 저 같은 경우는 그게 잘 안돼 가지고~ 약간 잘 ㅎㅎ 난리가 나는 케이스죠. ㅎㅎ (F)

항상 마음을 먹는데요. 계획을 하려면 결국엔 감독하는 건 저 같아요. 그래서 항상~~그걸.... 성공했을 때 나를 칭찬하기보다, 그거를 성공하지 못했을 때 나를 비난하게 되고, 그래서 더.... 스스로에 대한 질책? 이어지고, 이러면서 좀 괴로워지는 것에 반복이 되다보니깐, 서서히 포기하게 되고... 약간 이렇게 되는거 같아~~ 계획성이나 이런 거에 대해서.... 그런 부분이 되면 좋겠다, 매년 신년계획인거죠. (전체 하하) (E)

일상생활의 균형을 잡아보고자 하는 계획이 실패로 돌아가고 그런 시도를 포기하게 되는 것은 개별 창작노동자가 시간관리 노력으로 달성할 수 있는 것이 아니며, 디지털 콘텐츠 창작노동의 작업량이 이미 창작노동자가 일과 생활이 균형잡힌 삶을 설계하기 불가능하게 하는 과중한 상태라는 점을 시사한다. 시간배분의 문제나 시간관리의 문제로 치환될 수 없다. 이렇게 개인적인 시간관리 차원의 문제로 접근하게 되면 오히려 '시간관리도 잘 못하는 사람'이라는 자기비난과 심리적 괴로움으로 작업환경의 악화를 초래하며 일과 생활이 균형잡힌 삶에서 더욱 멀어지기만 할 뿐이다.

가장~ 어려운... 거... 마감시간이 너무 과노동... 과노동이 제일 심한 거 같고. 주간연재에서 원하는 분량~을 맞추는 거, 그게 사실 작업시간이 너무 많으니까. 나의 일상 자체는 거의 없다시피 한거죠. [중략] 컷 수를 (줄이는)... 그러면은 작가들 훨씬 더, 지금보다야 자기 일상생활 즐기면서 쪼끔은... (J)

주간연재의 작업량을 맞추기 위해 디지털 콘텐츠 창작노동자는 일중심의 '끝장 노동'으로 일상생활을 실종한 현실 속에 있다. 위의 (J)가 지적한 바와 같이 작업량을 줄이는 것이 일상생활을 회복하고 일에 압도되지 않은 삶을 찾을 수 있는 출발점이 될 수 있다.

(3) 연재/마감에 저당잡힌 삶과 건강

과중 노동이 야기하는 귀결 중에 하나는 장시간 씹없는 노동으로 인해 건강을 해친다는 점이다. 건강이 안 좋아지는 점은 디지털 콘텐츠 창작노동의 디폴트(기본) 값으로 여겨진다. 오래 일하고, 오래 앉아 있고, 컴퓨터 앞에서 반복적인 작업을 계속하는 만큼, 디스크, 손목 통증 등 근골격계 질환은 디지털 콘텐츠 창작노동자들에게 거의 공통적이다.

건강 나빠지는거야 뭐 디폴트고,[웃음] 쓰레기같이, 일어나서 앉아서 그림만 그리고, 허리 다 망가지고, 살찌고. 뭐 저는 원래도 날씬한 편은 아니었는데요. 건강한 근육돼지였거든요.[웃음] 원래 건강한 근육돼지였는데 작품하면서, 맨날 밥 먹고 그림 그리고, 밥 먹고 자고 그림 그리고, 밥먹고 자고 그림 그리고, 이러다 보니까 작품하나 끝나면, 막 심키로씩 붙어있고 이러니까, [중략] 이제 살찌면서 건강악화가 되는 거죠. 그리고 그때 당시에 헬스를 하고 그래도, 일단 수면자체가 안되니까, 수면이 안되면 몸이 안좋아져요. (B)

그 목디스크도 이제 생기니까~ 이게 막 아프고.. 병원가면 병원에서 그러거든요. 어.. 그래서.. “만화를 관두시면 안 됩니까?” [웃으며] 그런 질문을 해요. (K)

지금은 손목이 심하게 이제 되가지고 더 이상 그림은 못 그리고 이제 글로...글만쓰고 있어요. (일을 하면서 얻게 되는 병인가요?) 네 손목터널증후군이 오고 그 다음에 건초염이 오고 하는식으로 돼서요. (L)

위의 사례 중 (L)은 웹툰 작업으로 인해 손목에 심각한 문제가 발생해 더 이상 그림을 그릴 수 없는 상황에 처했다. 그로 인해 그림을 포기하고 웹소설과 시나리오 작가로 전향해야 했다. (K) 사례에서 “만화를 관두면 안되겠냐”는 의사의 말이 시사하듯이 이 일을 계속하는 한 건강을 회복하기 거의 어렵다. 수면의 부족과 수면의 낮은 질도 면역 문제 등 지속적으로 건강악화를 야기하는데, 이는 디지털 콘텐츠 창작노동자의 노동환경 및 생활의 질과 떼어 놓을 수 없는 문제이기도 하다. 사례 B가 지적하는 바와 같이 “밥 먹고 자고 그림 그리고, 밥 먹고 자고 그림 그리고” 하는 “쓰레기”같은 생활에 악화된 건강은 좋아질 수가 없는 상황이다.

잠을 못자서 면역체계가 다 망가져서 피부가 다 일어났어요. (병원은 가보셨어요) 낮는 수준이 아니에요. 병원에서 치료할 수준이 아니라서(쉬어야 되는거네) 그쵸, 좋은 공기 마시면서 스트레스 받지 않고,[웃음] 건강하고 좋은 음식 먹으면서 가끔 운동하고 햇볕도 쬐주고 그래야 낮는건데.... 이게 다, 피부 다 이래요. 지금 몸이 다 이래요. 웃으로 가져진 데는 다 이래가지고 (건선?) 네 건선. 이게 작품하면서 생긴 병이에요. 원래 저 엄청 건강했거든요. 제가 몸집은 있어도 되게 건강했어요. 근데 작품하면서 병자가 돼버렸어요. (B)

또한, 디지털 콘텐츠 창작노동자들에게서 매우 흔하게 발견할 수 있는 문제는 정신 건강상의 문제이다. 면접참여자 중에는 공황장애나 우울증 등으로 정신과 상담을 받고, 약을 먹고 있는 경우가 그렇지 않은 경우보다 많았다. 정신 건강상의 문제는 주로 디지털 콘텐츠 창작노동으로 인해 받은 스트레스, 부담감 등이 해소되지 못하고 누적되어 발생한다. 아주 강력한 충격으로 인해 트라우마가 유발되기도 한다.

지금은 병원 다니고 있어요. 정신과 약 먹고, 진료 받고. 병원 다니지 한 2년 정도 됐고요, 그런데 어쨌든.. 네, 한동안 계속 그래서.. 그림도 거의 못 그리고 지금도 그림을 그리는 게 많이 힘들고 무섭고 그래요. 캔버스 보면 막 무섭고 아무것도 못

하겠고, 하기 싫고, 괴롭고 막 숨도 못 쉴 것 같고, 골때리고 아니면 메일 받거나, 문자 받거나 이러면 막 (가슴이) 벌렁거려요. 막. 공황오는 것...(C)

일단 조울증으로 병원을 한 이년 넘은 거 같아요, 쪽 다니고 있고요. 내일도, 모래도 가야되고. 이년반 다니고 있고 앞으로도 계속 가야 될 거 같아요. 많이 좋아지긴 했는데.... (약 먹고) 훨씬 많이 나아졌어요. 약이~~ 예전은 진짜..... 조울증 때문에 갔는데 조증상태일 때는 하루에 이만자씩도 쓸 수 있고, 잠도 막 이틀에 한번 잘까말까 하고, 그러다가 그 시기가 일 이주되는 시기가 딱 끝나면, 완전히 폐인이 되어 버린다던지, 그러면 평균적인 능력은 훨씬 떨어지고, 심적으로도 힘들고 좀 사람이 사람답지 못하게 사는..... (H)

아래 사례들은 정신건강 악화가 개인적 '정신력'의 문제가 아니라는 점을 분명히 해준다. 작업량에 따른 스트레스와 부담감, 휴식과 일상생활이 실종된 쫓기는 듯한 생활, 수면의 불규칙과 장애, 악성 댓글로 누적되는 심리적 정신적 고충 등 디지털 콘텐츠 창작 노동의 노동여건과 삶의 현실이 정신 건강에 위협이 되고 있다. 디지털 콘텐츠 창작노동자들은 고립과 인간관계의 손실을 겪는데, 이러한 조건이 정신 건강상의 문제가 해소되지 못하고 악화되게 만든다. 심리적 어려움을 겪을 때는 주변 인간관계 속에서 위로와 지지가 이를 극복하는데 큰 도움이 되기도 한다. 그렇지만 인간관계가 거의 단절되고 고립된 상태에 있는 디지털 콘텐츠 창작노동자들은 이를 오롯이 혼자 감당해야 한다.

늘 (부담감) 있죠. 이 직종은 다 그렇지 않을까 싶은데, 삼년내내 늘 그랬어요. 마음 편하게 쉬는 순간이 거의 없었다고 해야 되나, [중략] 제일 힘든건 아까도 계속 애기했지만, 쉴 때 죄책감 있는거... 그것 때문에 정신이 좀 너무 안버터져요. 정신적으로 너무 힘들어요.(정신적으로 소진되는)네. 쉬는 게 쉬는게 아니니까 머릿속으로는 계속 일을 하고 있으니까, 그게 진짜 제일 힘들고 그러다보면 번아웃이 당연히 오니까, 죄책감은 이만큼 느끼는데 능력은 오히려 떨어지고, 이게 저는 제일 힘들어요. (H)

일·생활 균형과 휴식은 심리적 신체적 재생산을 위해 중요하지만 디지털 콘텐츠 창작노동자에게 편안한 휴식은 거의 실종 상태이다. 마감, 연재주기에 맞추어 일을 해내야 한다는 부담감과 일을 해내지 못할까봐 생기는 불안감은 스스로 쉬기 어렵게 하고, 쉬어도 마음이 편하지 않고 불안하며, 몸은 일하지 않아도 머리는 일하게 만든다. 특히, 작품 작업이 잘 되지 않는 것은 능력 탓, 창작자가 관리를 잘 못해서 그런 것, 창작자 스스로를 탓하게 되는 환경으로 인해 쉴 때 오히려 죄책감을 갖기까지 한다.

건강적인 문제 말씀하셨을 때, 그래서 약을 먹다던가 전 상담받고 있거든요. 예술인복지재단 상담~~ 지원해 주는 걸로 지금 상담받고 있거든요. 그거라도 안하면 정말... (F) 그때부터 너무 스트레스 받아서, 상담도 그때부터 쪽 받고 있고요. 지금은 정신과에서 우울증약 계속 일년~~좀 넘게 받아다 먹고 있거든요. 근데 또 sns에서 약간씩

구설~~수에 오르는 게, 막~ 아무것도 몰랐던 신인시절에는 아 막~ 뭐래 나는 내 길을 간다 이랬는데, 이제 누적되고 누적되고 누적되니까. (E)

심리상담과 우울증 약을 복용하고 있는 위의 두 사례는 악성 댓글로 인한 정신적 손상을 보여준다. 두 창작자는 악성 댓글에 휘둘리지 않고 ‘나는 내 할 말 한다’는 강한 태도를 가지고 있지만, 그럼에도 불구하고 댓글이나 SNS상에서 구설수에 오르내리는 것이 누적되면 심리적 부담이 생기는 것을 인정한다. 악성 댓글이나 SNS상에서의 논란은 창작자의 그에 대한 태도와 상관없이 정신적 스트레스를 유발하며 정신 건강을 악화시키는 요인이 되고 있다.

저는 계약관련된 이슈가.. 그렇게.. 상대방이 너무 노골적으로 나쁜 계약서를 보내잖아요? 그러면은 좀 트라우마가 있나봐요. 생겼나봐요. 약간 공황이 올라와요. 예.. 약~간. 예 [중략] 말도안돼는.. 누가 봐도.. 산수로만 해봐도.. 지네가 한 70.. 아무것도 안하고 한 70가져가겠다는 계약서들이 있어요. 그런걸 보면! 아니면.. 저작권을 아예 가지고 가겠.. 가지고 간다는 식의 계약서들이 날라오면! 이제 화가 나니까... 그리고 그때는 뭐라고 해야되지.. 이상하게 대응을 잘 못해요. 그정도 계약서가 오면! ... 즉각 대응을 못해요. (약간 멍해지고.. 판단이 ...) 화가 확 났다가.. 아무것도 하기 싫어져요. 아무것도 할 수가 없어. 아무것도 할 수가 없어요. 그냥 머엉... (K)

뭐~ 손목 같은 거 아픈 거... 제가 그때 작업하면서 너무 스트레스를 받다보니까, 공황장애가 와갖고, 작업을 못하겠더라구요. (그때 00 때문에?) 네네 공황장애로 내내 어지러워서 작업을 전혀 못해서... 사실 지금도 안나왔어요. 약먹으면 조금 나아지는데, 앓튼 지금도 낫지 않았어요. 공황장애가~. [중략] (면: 진짜 많더라구요. 심리적이나 정신적으로 어려움을 호소하는 분들이.) 아무래도 밤샘 작업하니까, 공황장애증상이 심장이 엄청 뛰어갖고, 죽을 거 같은 느낌 들고 그런데, 아는 작가님이랑 숨차서 우리 마감하느라 심장병걸린거 아닌가 그랬는데, 알고보니 공황장애 인거예요. [웃음] 그거 때문에 밤새고, 그런거 때문에 스트레스 많으니까... (I)

업체와의 관계나 거대 플랫폼에 의한 부당대우나 행위 등이 정신 건강에 위해 요소로 작용하기도 한다. 위의 사례 (K)는 에이전시와 계약문제로 인해 소송을 경험한 적이 있다. 부당한 계약이었지만, 믿고 사인한 계약서 한 장으로 인해 소송에서 패하면서 계약과 관련해 더 예민해 질 수밖에 없었다. 물론 여전히 계약에 있어서 업체와 ‘동등한 협상’이나 계약사항에 대한 ‘완벽한 이해’를 할 수 있는 것은 아니라고 한다. 그럼에도 너무나 공정하지 못하고 ‘후려치기’ 하려드는 계약서를 보면 트라우마로 인해 공황 상황이 발생한다. 또한 (I)는 몇 년 전 플랫폼의 무단 연재중단을 간접적으로 경험한 적이 있다. 이때 심각한 스트레스로 인해 어지럽고 심장이 빨리 뛰며 죽을 것 같은 공황장애를 심하게 겪었고, 공황장애는 그 후로도 완전히 낫지 않고 지속되고 있다.

(4) 기본값= 돌봄 하지 않는 창작노동자

업계 표준화된 작업량에 적응하고 살아남아 경력을 쌓아가는 것은 창작 노동자 개개인의 몫으로 당연하게 여겨지는 경향이 있다. 각자가 개인 역량껏 능력을 발휘해 살아남고 경력과 인지도를 쌓으며 경제적 수입을 만들어 가는 것은 상호 '계약'에 의거해 자유롭게 일하는 시장에서 당연히 요구되는 경쟁력이라는 인식이 디지털 콘텐츠 창작 노동시장에서도 낫설지 않는 것이다.

처음에는 (1일 1화, 1화 5500자 기준) 너무 높다고 생각했고, 지금도 높은 게 맞아요. 하지만 적응한 사람만 살아남는거죠.. [중략] 5500자가 매일 연재에서 나오는 그들의 규격화가 안 맞는 작가가 분명히 있어요. 진득하니 감각적인 글을 쓰는 작가도 있고, 이거는 충분히 팔수도 있는데 여기에 맞지 않아서 못 파는 거잖아요. 그것도 아쉽다고 생각하는거죠. 뭐 문제가 많긴하죠. [중략] 저희도 이게 되게 하드한 거고, 말도 안되는 작업량이라고 하는데, 뭐 어찌겠어요. (G)

업계 표준화된 작업량이 지속불가능한 작업량을 전제하고 있더라도, 그것에 적응한 사람만 살아남고 그렇지 못하다면 자연도태된다는 생존법칙이 디지털콘텐츠 업계를 지배하고 있다. 그 작업량이 얼마나 '과중한가', '비인간적'인가와 상관없이 절이 싫으면 종이 떠나라는 듯이 업계 표준은 각 개인이 거부하거나 협상할 수 있는 대상이 아니다. 조건을 충족할 '능력'이 안 되는 사람은 도태되거나 전업하면 된다는 자유경쟁 시장 인식의 메커니즘은 '게임의 법칙' 그 자체에 대한 의문을 간단히 무력화시킨다. 각종 매체를 통해 '대박 작가'가 디지털 콘텐츠 창작노동자로 과잉 표상이 되면서, 누구나 열심히 하면 한 만큼 벌 수 있고, 누구에게나 동등하게 적용되는 게임의 법칙은 공정하다는 인식이 강화된다. 능력주의, 자유경쟁 시장 원리가 지배하는 프레임에서 살아남지 못한 사람은 능력이 부족한 실패자가 된다. 자유경쟁 게임은 위험을 수반하는 만큼, 게임에 '자발적'으로 참여해 실패했을 때, 실패는 개인의 능력부족에 기인하는 것이고 개인이 책임져야 할 문제로 치부된다. 이러한 프레임은 구조적 접근을 어렵게 한다. 그러나 기본 필수 조건 자체가 개인의 능력으로 충족될 수 있는 기준인가, 적응하고 살아남기 위해서는 어떤 조건과 상태가 요구되는지, 업체가 시장을 키우고 수익 증대를 목적으로 설정한 표준화된 작업량이 가정하고 있는 창작노동자의 조건이 무엇인지 등 게임의 법칙이 검토될 필요가 있다.

“말도 안되는 작업량”을 완수하기 위해 ‘끝장 노동’을 하고 일상생활이 실종된 삶을 요구받는 상황에서 살아남을 수 있는 디지털 콘텐츠 창작노동자는 어떤 조건을 가진 사람인가? 독립적으로 내 필요에 따라 ‘끝장 노동’이 가능하고, 나의 일상생활이 어그러지거나 실종되어도 주변에 피해가 덜 가는 사람이다. 과도하게 일만 해야 하는

생활이라도 그것이 가능하려면 일 이외에 다른 활동이나 노동의 부담이 없어야 가능하다. ‘끝장 노동’과 ‘일상생활 실종’로 축약되는 현재의 주간 연재 작업량은 돌봄노동은 물론 자기관리(돌봄)노동도 어렵게 하는 작업구조로 전적으로 연재활동에만 매진할 것을 요구하고 전제한다. 그렇지 못하다면 축출되고, 경력단절로 이어질 수 있다.

저는 재택근무를 하고 할머니랑 같이 거주를 하고 있다 보니까 부모님보다는 제가 아주 간병을 하게 되면서 마감, 연재마감과 간병을 동시에 하기가 굉장히 힘들었는데 결국은 그때 좀 마감도 많이 그르치고 할머니를 이제 제가 퇴원을 시켰는데 다음 날 돌아가시더라고요. 그래서 이제 다시 연재를 할 엄두가 안 나더라고요. 완결은 냈는데, 그래서 만화가는 못하겠다! 싫어가지고, 하고는 싶은데 못 하겠더라고요. 마감이나... 이런... 그러니까 약간 이제 상황이 악화, 좋지 않은 상황이 돌봄노동이라는 게 겹쳐있었는데, 또 그로 인해서 일을 많이 그르치다보니까 다시하기가 엄두가 안 나서 무섭더라고요. [중략] 근데 나는 어쩔 수 없었는데(약간 울먹) 안봐주시더라고요. (업체에서)이해를 못 하더라고요. 이해를 못하겠다고... 왜 당신이 간병을 하는지 모르겠다고...근데 집안마다 사정이 다 있잖아요. 근데 이사람도 저한테 뭐라고 했냐면은 당신 때문에 내 경력이 엉망이 됐고 막 되게 악에 받친 소리를 많이 하셨는데 그분 입장을 충분히 이해하고 제가 민폐끼친 건 맞긴한데 되게 상황적으로 좀 어려웠어요. 재택근무를 한다는 이유만으로 나는 되게 이때 딱 처음 데뷔한 거고 정말 어릴적 부터 꿈을 이루던 과정이었는데 그런게... 근데 또 할머니를 저버릴 순 없고... (D)

위의 사례 D는 연재 작품 활동을 포기했던 경험이 있다. 간병과 연재 작업을 병행 중에 마감을 맞추지 못해 업체에 ‘폐’를 끼쳤다는 트라우마로 인해 ‘마감’에 대한 공포가 생겼다. 결국 다시 연재를 시작할 엄두가 나지 않아, 꿈이었던 만화가를 포기했던 적이 있다. ‘작품 활동을 해야 하는 사람이 “왜 간병을 하는지 모르겠다”며 상황을 이해 못하겠다는 업체의 반응은 연재 작품 활동의 구조는 관계나 돌봄 책임에서 ‘탈피’한 창작자를 전제한다는 업계의 인식을 뒤집어 보여준다. 이는 곧 디지털 콘텐츠 창작 노동 시장에 여성들이 빠지기 쉬운 이중의 덫이 있음을 의미한다. 재생산노동, 돌봄노동을 해야 하는 창작노동자라면, 그러한 책임을 온전히 회피하기 어려운 경우라면, 지금과 같은 방식의 주간연재 작업량을 충족하기가 불가능하다.

아는 작가님 한 분이 육아를 하시면서 연재를 하시는데, 그걸 너무 힘들어 하시는 거예요. 근까 주간 연재를 해야 되는데 애기~가 너무 어리니까. 지치고 힘들고. 근데 어시스턴트를 완전히 고용을 해서 쓸 수 있는 엠지도 아니고. 그래가지고 그것 때문에 힘들어 하셔서, 어시스턴트를 도와주는 걸 계속 병행을 하면서 제 연재를 했거든요. [연재] 연재 하면서 계속 도와줬어요. 몇 년간. (의리로?) 그~췌. 약간, 그분도 미안하니까는 돈을 주기는 줬는데. 정말 그냥 의리로 도와준 수준. 그렇게 안 했으면 아마 그분 연재를 못하셨죠. 경력단절 되셨죠. (J)

위의 사례는 육아를 하면서 주간 연재량을 맞추는 노동의 고충을 보여준다. 위 사례와 달리, 작업을 도와줄 사람이 주변에 없다면 연재는 불가능하고, 창작노동자는 경력

이 단절되기 쉽다. 우리사회에서 이런 처지에 놓이는 것은 주로 여성이다. 떠남길 수 없는 돌봄노동을 감당해야 하는 창작자들은 경력관리가 매우 어렵다. 그리고 그들은 주로 여성이다. 디지털 콘텐츠 창작자들은 주로 집에서 작업을 한다. 재택으로 일하는 상황에 돌봄노동 및 재생산 노동으로 부서의 분리는 더 어려워진다. 앞서 면접참여자 D의 사례에서 보았듯이 집에서 작업하는 D가 할머니 간병에 가장 큰 역할과 책임을 맡게 되는 것과 같이 공간적으로 분리되지 않으면 돌봄 역할과 책임으로부터 멀어지기 더 어렵고 돌봄노동은 가중된다.

앞자리에 앉으신 작가분이 막 신혼이고, 결혼하고 아이가 막 태어났는데, 부인분도 만화가시래요. 근데 인제... ‘아 여자들은, 진짜 애 태어나고 그러면은 작업하기 힘들 것 같아요’ 이렇게 얘기하는 거예요. ‘애가 집에서 맨날 울어갖고. 자기가 그전에 작업실을 하나 얻었는데 그러길 정말 잘했다’고 하면서. 사실은 부인분은 커리어 끊기고 집에서 아이를 보고 계시고 자기는 나와서 작품을 하고 있는 거예요. 그런데 그런 얘기를 막 하는 거예요. [중략] 그 이야기를 하시는 분이 부부가 만화가셨는데, 이분이 하는 얘기가, 그렇게 얘기를 하다말고 ‘진짜 힘드시겠네요’, 이런 얘기를 하다말고 갑자기 ‘근데 결혼은 한번쯤 하면 좋아요’, 이런 얘기를 하는 거예요. 그래서 제가 ‘아니 지금 결혼하셔서 부인분이 애 낳고 경력 끊겼다는 이야기를 하시는데, 저희한테 결혼을 해보라고하시는 거예요?’ 이렇게 얘기를 했거든요... (A)

돌봄노동, 재생산노동의 책임으로부터 좀 더 수월하게 빠져나갈 수 있는 사람은 누구인가? 나아가 자기돌봄(관리)노동도 남에게 의존하고 전적으로 작품활동에 ‘매진’할 수 있는 사람은 누구일까? 위 사례는 이 질문에 대해 시사점을 준다. 돌봄을 필요로 하는 대상이 있을 때 집에서 주간 연재 작업량을 맞추기가 얼마나 어려운지를 간접적으로 알려주며, 동시에 공동의 돌봄 책임이 있는 경우에도 누가 책임을 회피하기 용이한가를 단적으로 보여준다. 부부는 동일하게 만화가로 활동을 해왔다. 육아는 공동으로 책임을 져야 하는 상황이지만, 그로 인해 경력에 가져오는 결과는 성별로 큰 차이가 난다. 여성은 출산과 함께 연재 작업이 불가능하고 경력이 단절된다. 공동의 육아 책임이 있는 남성은 커리어를 계속 이어간다. 이 부부 만화가가 개인적으로 다른 선택을 했을 수도 있을 것이고, 그래서 이것을 개인적 선택의 문제로 생각해야 할까? 두 부부가 공동으로 육아의 돌봄노동을 나누어 수행하면서 각자 만화 창작자 경력을 이어갈 수 있었을까? 경제적 여건이나 작업방식에 따라 전혀 불가능한 것은 아니다. 그렇지만, 기본적으로 주간 연재를 하는 디지털 콘텐츠 창작노동에 요구되는 작업량은 일상생활이 실종된 ‘끝장 노동’을 해야 달성할 수 있는 수준이다. 둘이 공동으로 육아 및 가사 등 재생산노동을 분담한다고 해도 각자가 각각의 작품 연재 작업량을 맞추어 낼 수 있을지 의구심을 갖는 것이 불합리하다고 보긴 어렵다. 특히, 경제활동을 일시적으로라도 중단할 수 없는 상황이라면 적어도 한 명은 ‘제대로 된’ 수입을 창출해야 한다. ‘제대로 된’ 수입을 위해서는 작품 창작 활동에 ‘올인’이 필요하다. 돌봄노동의 분담은 어려워진다.

이 사회는 여성이 돌봄에 더 많은 역할을 감당하는 것을 ‘자연스럽다’고 보고 여성에게 더 많은 책임감을 기대한다. 집에서 일한다면 감당해야 할 돌봄노동의 비중은 더 커진다. 반면 업계는 ‘끝장 노동’과 ‘일상생활 실종’을 전제로 한 작업량을 표준으로 두고 창작자는 작품에만 ‘올인’할 것을 요구한다. 이렇게 업계에서 당연한 것으로 여기는 조건은 여성들에게 이중의 함정이며, 누구나 공유해야 하는 돌봄노동을, 자기 돌봄노동 마저도 방치하고, 회피하고, 남에게 떠맡기게 만들며, 돌봄노동의 책임을 갖는 창작자를 디지털 콘텐츠 창작노동 시장에서 배제시키는 차별적 메카니즘에 다르 아니다.

20대 30대 그리고 원로 작가요. 그러니까 이런 식으로 좀 중간이 없고 그리고 2,30대가 많았어요. 근데 20대가 특히 많고(20대가 진짜 많고) 그리고 10대도 좀 있고 그러니까 신인 작가가 되게 많은 거예요. 근데 이 신인 작가분들이 한 번 연재하고 나가떨어지는 경우도 되게 많아요. 너무 힘드니까. 아니면 뭐 뭔가 여러 가지로 힘들어서 힘든 게 크죠. 노동이든 뭐든 여러 가지 요소가 있을 텐데 근데 한 번 연재하고 아 다시 작가 안 해 이렇게 가시는 경우도 많고. (A)

작가들도 임신 때문에 뭐 만만치 않던데요. 애 낳고 나면 작품 중지돼 버리니까. [중략] 그 친구(남자)들은 경력단절이 되는게 아니라 군대를 다녀오고나서 삼십대부터 데뷔를 해서 쪽 가는 거죠. 오히려 이십대 때 데뷔하고 경력단절이 되는 게 아니라, 그냥 늦게 시작해서 그냥 쪽 가는 거 같아요. (B)

앞서 살펴본 ‘돌봄 하지 않는 창작자’를 전제한 디지털 콘텐츠 창작 노동시장은 위의 두 면접참여자가 지적한 지점에 대한 설명을 보충해 준다. 왜 여성 창작노동자 중에는 20-30대가 가장 많고, 중간층이 없는지, 남자 작가들은 왜 경력을 계속 이어가는 경우가 많은지 가늠할 수 있는 단초를 제공한다. 돌봄노동 등의 재생산 노동을 할 시간을 갖기 어렵게 만드는 작업량은 그 노동이 가능한 집단을 특정짓고 조건을 충족시키기 어려운 집단을 시장에서 배제시킨다. ‘돌봄노동 하지 않는 창작자’를 가정하는 시스템 설계는 험사리 여성의 커리어를 희생하는 선택을 하게 만들고 여성을 축출하는 차별적 장치이며, 돌봄노동에서 탈피가능한 인간을 상정함으로써 돌봄을 방치하고 돌봄노동을 회피하도록 만드는 메카니즘으로 이는 반사회적이다.

(5) 창작노동자 단속, 길들이기: 신념·사상 표현의 제한

디지털 콘텐츠 창작노동자에게 소셜미디어는 그들의 삶의 일부이자 창작 활동의 발판이 되기도 한다. 업체는 창작자의 SNS 활동과 그로 인한 인지도를 창작물 홍보에 이용한다. 그러나 SNS활동은 악성 댓글과 그로인한 SNS 상에서의 공격에 더 많이 노출되는 위험요소로 작용한다. SNS활동은 디지털 콘텐츠 창작노동자에게 양날의 검인 셈이다.

근데 그런거~~ 웹툰작가의 작품 홍보나 기본적으로 회사가 작가sns에 맡기는 편이거든요. 왜냐면 애초에 sns에서 유명한 사람을 캐스팅 해와서 이사람의 인지도에 기대서, 작품을 흥하게 하고 싶은 쪽이기 때문에, 회사측에서 sns나 이런 걸을 좀 더 독려하기도 해요. 그러니까 그런 쌍~~~부담이 되는 거죠. (E)

저는 플랫폼이 너무 무책임하다고 생각해요. 그러니까 그... 부정적인 댓글을 본 작가 입장에서는 자기가 세상이랑 싸워야 될 거 같은데.. 혼자 싸워야 되잖아요 [웃음] 플랫폼에서 일정부분에 일케 정화장치를 해줘야 된다고 생각해요. 신인작가한테 너무 가혹한 일이라.. [중략] 이게 정말 주홍글씨처럼 낙인이 찍혀버렸을 때 그 작가 인생은 어떻게 하지? 이런 걱정은 좀 들죠.. (K)

회사는 창작자의 SNS 인지도를 작품 홍보 등의 수단으로 활용하지만 악성 댓글이나 SNS 상에서의 공격에 대해서는 무책임한 태도를 보인다. 이는 창작자 개인의 사적인 영역의 문제이자 창작자가 오롯이 혼자 감당해야 할 몫이 된다. 악성 댓글이나 SNS 상에서의 논란과 업체의 무책임한 태도는 디지털콘텐츠 창작노동자가 ‘몸을 사리고, 조심하며’ 작품상에서 자기검열을 하는 기제가 된다. 이러한 자기검열이 심리적 부담감이나 피로감, 혹은 노동환경의 악화 때문만은 아니다. 연재처 상실이라는 위협이 도사리고 있기 때문이다.

그건 제가 몸을 사려가지고 재미 속 일부러 활동도 안하고 저는 엄청 조심한 편이고, 저 이전에 다른 여자 작가들이 굉장히 그런 곤욕을 겪는 것을 많이 봤기 때문에 저는 조심해서 안 한 것 같아요. (일부러 신경을 좀 쓰셨어요?) 네 (어떻게 할려고 신경을 쓰셨어요) 일단 SNS 활동을 일체 안 하는 게 가장 포인트같아요. (아 일체 안 한다?) 네 SNS활동을 일체 안하고 방금 말씀드렸듯이 이제 그런 검열하는 거, 이게 폐미요소가 됐든 어떤 검열하는 거, 뭐 글썄 자잘하게 신경쓰는 것들은 많이 있는데... (L)

디지털콘텐츠 창작노동자는 자기가 직접 당하지 않았다 할지라도 다른 창작자들이 치르는 ‘곤욕’을 지켜보면서, 모든 책임을 창작자에게 지우는 업체의 태도와 연재처 상실의 위험을 배운다. 이는 창작자를 길들이는 방법이다. 특히, 게임업계 사상검증으로 다수의 일러스트레이터들이 일자리를 잃고, 업계에서 지워진 피해는 당사자에게 말하기 어려운 고통이고, 그 피해를 목도한 디콘 창작노동자에게도 상처를 남겼다. 자기검열은 창작물 내용뿐만 아니라 개인적 SNS 활동에까지 이른다. 위의 (L)은 일절 SNS 활동을 하지 않는 방식으로 조심하고 있다. 앞서 보았듯이 소셜미디어는 디지털콘텐츠 창작노동자에게 업무 관련공간일 뿐만 아니라 개인적 신념을 표출하는 공간이며, 소셜미디어 활동은 디지털콘텐츠 창작노동자에게는 하나의 삶의 양식이기도 하다. 이런 의미를 가지는 SNS 활동의 통제는 디지털 콘텐츠 창작노동자에게 삶의 제약, 개인적 사상 표현의 제한을 의미한다. 플랫폼이나 에이전시 등 업체가 창작자의 사상

이나 신념에 근거한 개인 활동에 제약을 가하고 통제하는 방법이 간접적이지만은 않다.

제가 옛날에 블로그를 했거든요. [중략] 제 개인적인 심정 그런 것도 가감없이 썼어요. 막 우울하고 죽고싶다 이런 거. 눈 찢러 버리고 싶다 이런 거 막 쓰니까, [웃음] 그 기자님이 작가님 제발 그런 거 쓰지마세요. 그래가지고 그 블로그 그거 때문에 정리했어요. 기자님이 작가님 여튼 쓰시는 건 자유인데, 이런 거 괜히 있으면 나중에 구설수에 오르세요. 그래가지고 그냥 최대한 자제하시길, 말인즉슨 정리하러 이거예요. 그래서 네, 알겠습니다. 그리고 블로그 다 비밀글로 잠궤버리고, 그런 건 있었어요. (B)

(내가 SNS상에 올린 내용으로 인해 회사가 더 이상 일을 안주면 어떨하나 생각) 해봤어요. 왜냐면 주변 작가들 중에서 회사 측에서 SNS 금지시킨 경우도 들어 봤거든요. 그분이 레진 사태 때 나섰던 작가들 중 한분이었는데 자기 회사랑 얽힐 경우를, 그런 일이 생길 것을 방지해서 계약서에 아예 SNS 사용금지인지, 약간 사용하더라도 제한적으로, 작품 홍보나 공지용으로 쓸 수 있지만, 작가님이 뭔가 회사에 대한 언급을 하거나, 이런 것은 막게끔 계약을 하신 것 같았어요. (C)

업체는 창작자가 개인 계정의 SNS 상에서 자유로운 의사표현을 하는 것을 업체 차원에서는 관리, 단속해야 할 위험요인으로 보는 경향이 있다. 위험 요소를 제거하기 위해 업체는 창작자에게 개인 SNS 활동을 정리할 것을 권유하고, 면접 참여자 C가 들은 사례처럼 업체는 창작노동자에게 SNS 활동을 제한하는 계약을 요구하기도 한다. 업체들이 다른 창작자들의 개인적인 SNS 활동에 제약을 가하고 압박을 주는 것을 목격하면서 C는 업체가 창작자가 SNS 상에서 개인적으로 어떤 의사표현을 하는지 주목하고 있으며, 그것을 빌미로 일감을 주지 않거나 기타 경제적 불이익을 줄 수도 있다는 것을 체득한다. SNS 상에서의 의사표현과 활동이 업체에 의해 경제적인 불이익으로 귀결될 가능성이 가시화될수록 창작자들이 공개적인 의사표현에서 자기 검열을 할 개연성이 높아진다.

처음에는 편집자에게 전화가 와서 제가 막 이렇게 얘기 하니까 이분이 당황했는지 이사 분을 바꿔줬는데 이야기를 했는데 그때도.. 정형외과에서 치료받는 중에 전화가 왔더라고요.(웃음..). 어깨아파가지고. 이런 신고가 들어와서 어쩔 수 없이 작가님에게 연락을 드렸어요, sns상에 발언을 하셨다고 해서. 제가 볼 때는 약간에 심장에 벌렁벌렁 거리는 걸 멈추면서 정도여서..‘그래서 제가 웹툰 이런 거를 중단을 해야 할까요?’ 하니까, 아 아니 그런 건 절대 아니라고 하면서 다만 이런 일이 있을 때 공격을 받으시는 게 작가님들이시니까 그게 걱정이 돼서 그러는 거니까 조심해라, 이렇게 말은 하지만 실제로 그럴 수도 있죠. 사실 이게 이 사람들이 이런 말 하는거 작가가 사실 작가에 소신 이렇게 말을 하는게 아무런 문제가 없다고 하면 그렇게 신고 받고서 저에게 전화를 받고서 전화를 하지 말았어야지 ‘그런일 없었다 이런거 신경 쓸 필요없다’라고 넘어갔어야 하는게 맞잖아요. 그런데 그렇게 아니라 저에게 전화해서 sns상에서 발언을 조금 조심해 주세요 라고 말을 하는건 이미.. 신경쓰고 있는 거잖아요. 압박을 주고 있는 거잖아요. 소위 프리렌스 계약관계라고 하

지만 사실은 갑을 관계가 된게 확실하잖아요. 계약서 상에서도 무슨 문제가 있을시 일방적으로 파괴할 수 있는게 회사에 있는데 그니가 그때는.. 그렇게 좀. 생각을 했는데요. 그래서 조심하는게 있는게 아닌가 생각을 합니다.(네.. 그쵸..) 그리고 또 오래 계속 계속 반복되니까 지쳐서 제가 말을 안 하는 것도 있고요. 오히려 sns에 안 들어가거나 그런 게 있을 수 있죠. (A)

앞선 B 사례와 위의 사례 A에서 알 수 있듯이, 업체는 “소신있는 표현은 자유지만, 작가가 공격을 받을까 걱정돼서” 조심하는 게 좋다는 조언이라고 주장한다. 업체는 이런 단속을 통해 두 가지 태도를 내보인다. 하나는 소신 발언으로 문제가 생겼을 때 공격 받는 대상은 오롯이 작가가 될 것이며, 업체는 책임을 지거나 개입하지 않을 것이라는 태도이다. 또한, 업체가 창작자에게 조심하라고 압박하는 태도는 자유로운 의사표현을 할 때는 업체와의 관계에서 발생할 수 있는 불이익도 고려해라 라는 의미를 담고 있기도 하다. “문제가 발생했을 때 회사가 일방적으로 계약 해지할 수 있”도록 하는 계약 조항은 업체의 이러한 압박에 실질적인 힘을 부여한다. 동등하지 않은 계약관계 속에서 디지털 콘텐츠 창작노동자들은 업체의 길들이기에 지속적으로 저항하기 어렵다. 디지털 콘텐츠 창작노동자들의 개인적인 자유로운 의사표현은 제한되기 쉽다.

4. 업계 관행, 문화에 배태된 성차별

(1) 성별화된 장르 문법- 성차별적이고 성별고정관념을 토대로 한 장르문법/ 성차별적 인식과 성별고정관념을 생산, 소비하는 플랫폼

웹소설이나 웹툰과 같은 디지털 콘텐츠 창작물은 여러 장르로 분류되어 플랫폼에 게재되고 있다. 장르는 창작물의 소재나 주제, 전개 방식, 분위기 등에 따라 느슨한 기준으로 분류되지만, 장르마다 나름의 문법이 있다. 독자와의 거리가 좁은 디지털 콘텐츠 창작물의 장르문법은 남성향 작품, 여성향 작품 구분과 그 궤를 같이한다.

그러면서 판타지 쪽에 주 독자층이 남성이다. 일종의 남성향이다라고. 얘기가 되고. 근데 게임도 그렇고 다들 그렇지만 남자들이 잘 안 읽는 분야는 여성향이라고 하고, 남녀가 다 읽는 분야는 여성향이라고 하지 않아요. 왜냐면 이쪽이 좀 더 과대평가 되어있으니까. 그래서 판무쪽은 남성독자가 많다는 식으로 얘기를 하죠. [중략] 또 영웅이 남자한테 로맨스가 있다 그러면, 히로인은 약간 트로피 같은 거잖아요. 근데 여성영웅이 로맨스가 있다 그러면 앤 트로피가 아니라 남자주인공. 얘가 주인공이 트로피가 아니고, 여자 주인공이, 남자 주인공이 되는 거죠. 원칙상 그러니까 로맨스가 되는거죠. (H)

같은 화실 쓰던 여성작가 언니가 한 있었는데. 그 언니가 SF 작품을... 한 2년 넘게 준비를 하셨었어요. 근데 그 언니가, 이제 이 작가님 화실로 네이버 pd가 왔었는데, 그 피디한테 작품 한번만 봐달라고 하신거죠, 준비하던 거를. 그 언니가 굉장히 잘 그리시는 분이예요. 근데 그 분이 딱 화면을 딱 보자마자, 어... 여자 그림체네요. 여자 그림체 안 먹혀요. 남자 그림체로 그리지 않는 이상 SF는 여자 그림체는 안 됩니다. 이러구서 가버렸거든요. 한 2초도, 2-3초도 안보고. 그니까 여자 그림체, 남자 그림체 피디들이 나뉘가지고. 남자 그림체라 그러면 잘 꽃아주고, 여자 그림체라 그러면 안된다 이런거, 이렇게 그런 식으로 나오고. (J)

판타지나 무협 장르는 주로 남성향 장르라고 구분되는데, 판타지 무협 장르의 핵심은 남자 '영웅' 주인공이다. 이렇게 성별화된 장르 문법에서 여자 영웅 주인공은 문법에 맞지 않는 셈이고 설 자리가 없다. 또한, 남자 영웅 중심의 서사에서 남자 주인공과 로맨스가 있는 여성은 남자 영웅의 트로피(전리품)으로 그려진다. 반면 성별화된 장르 문법에 어긋난 여자 영웅 작품이 살아나기 위해서는 또다른 장르문법에 따라야 한다. 주인공의 로맨스 요소를 넣어 남자주인공을 만들고 로맨스 장르로의 탈바꿈이 요구된다. 남성중심적 장르문법으로 인해 여성 영웅 주인공은 판타지 장르에서 받아들여지지 않고, 로맨스 요소를 가미해 '로판' 로맨스판타지 장르로 분리된다. 이러한 성별화된 장르문법은 영웅 남성과 전리품 여성, 또한 여성은 로맨스 라는 성별고정관념에 깊은 뿌리를 두고 있다.

웹툰의 경우에 장르 문법은 여성향 작품, 남성향 작품 구분과 함께 여자 그림체, 남자 그림체 구분으로까지 나아간다. 마찬가지로 장르에 맞는 그림체가 요구된다. 위의 사례 처럼 SF장르 작품에는 "여자 그림체는 안 먹힌다". 작품의 내용, 작화의 질보다 '장르에 맞는 그림체인가' 하는 성별화된 문법이 업체가 작품을 보는 중요한 기준이다.

애초에 에이전시나 플랫폼에서 작가와 컨택을 할 때, 이 작가한테 원하는 게 너무 분명하게 있어요. (음...) 이 작가가 그림체가 어떻고 이런 것들을 자기들이 종합적으로 판단을 했었을 때, 이 작가는 무조건 만화에 로맨스가 들어가야 된다는 걸 자기들끼리 판단을 하는 거예요. 그래가지고 요번에 한 작가님은 그냥 동양풍 판타지에 대해서 그리고 싶으셨는데, 에이전시에서 [힘주어 말하며] 무조~껌 로맨스 넣으라고 계속해서 강요를 해가지고, 작품을 전면 수정하셨어요. 그러니까 로맨스를 억지로 끼워넣는 거예요. 남자 주인공을 추가를 해서, 여자 주인공이었는데. 근데 로맨스가 없으면 사람들이 안 본다 이거예요. 그런 식으로 나는 로맨스를 넣기 싫어 요라고 하는 작가들한테, 로맨스 없으면 사람들 안보니까 무조건 로맨스 넣으세요 하고, 억지로 추가를 해서 로맨스 장르로 나가는 경우가 엄청 많아요.(J)

흔히들, 여성향이나 남성향이나 하는 구분은 주요 독자층의 성별에 따른 구분이라고 한다. 그렇지만, 성별화된 장르문법을 고착화, 유지 재생산 하는 것은 업체이다. 여자 그림체의 작품은 SF 장르로 받아주지 않는다면, 그림체 선별법에 따라 여성작가에게 로맨스 작품을 강요하는 것이 업체가 하는 '관리'이다.

(갈등이) 전 많이 생겨요. 저는 원래 그림이.. 되게 상업적이거든요. 그니까 막 일케.. 여자의 인체를 되게 과장해서... 표현하는 그림을 그려가지고.. 거기다가 저는.. (이전) 작품이 선정성과 폭력성의 [웃음] 화신같은 작품이었기 때문에 네... 그.. 일본만화에서 넘어왔.. 넘어온 건데. 이유없이 여자캐릭터 치마가 바람에 날린다거나. 뭐 이런 장면들도 그냥.. 서비스컷이라고 불렀던 것들이.. 인제 그리고 당시에는 크게 문제는 안 삼았었어요. 그니까 소년 만화는 원래 그랬으니까. 라는 게 있었어요. 그래서 예를 들면.. 인제.. 순정만화에서 잘생긴 남자애가 나오면~ 늘 바람이 불잖아요? 네 그거랑 이제 비슷하게 봤던거죠. 판타지가 (피1 : 정형화된) 네네. 판타지로 봤던거죠. 그래서 뭐... 그.. 뭐 일케 브로맨스 장르에 만화들도 있잖아요? 그럼 이제 아! 이거는 사람이 아니라.. 일케.. 판타지에 나오는 생물로 생각해라 [웃음] 뭐 이런 것처럼 일케 장르에 대해서 어느 정도 인제.. 인정이라고 해야되나? (K)

(왜 기본적으로 그런걸 싫어해요?) 보통 그 전엔 없었으니까요. (아 없었으니까) 왜냐하면 이전까지는 적으로 등장을 하면은 네스급의 악당캐릭터라든가 음모를 꾸미는 애라든가 능력이 좀 간지나는 악역이 나오더라도 서로의 감정이 공유없이 철저하게 음모를 꾸며가지고 주인공을 함정에 빠뜨릴려고 했던 대기업 회장 같은 애지만 주인공이 그런 걸 피해서는 거꾸로 뒤집어서는... [중략] 그런식으로 서로 성애적인 위치가 아니라 진짜 마피아의 대부인 아저씨랑 서로 최강자니까 앞에 엄청난 세력을 가지고 있는 악당이고, 애는 주인공이지만 원래 전직 킬러인 혈혈단신으로 적진에 쳐 들어가서 대부 머리에 총을 겨눈단 말이에요. 남성에선 이런 악역을 좋아했지. 그 대부가 갑자기 존웁은 굉장한 남자였지 하고 탐미적으로 인정해주는 걸 견디지 못하는거죠. 그렇게 소비된 적도 만들어진 적도 없으니까. (G)

(K)는 작품의 내용과 관계없이 ‘여성 캐릭터를 성애화 하는 그림’을 넣는 것을 ‘서비스컷’이라고 하며 이는 소년만화의 공식이자 장르적인 인정으로 작가가 그런 그림에 대해 개인적으로 갖는 의견과는 상관없는 것으로 설명한다. 또한 (G)가 지적하듯이 장르 문법은 기존 관행과 깊은 관련이 있다. ‘그 전에 없었던 것’, ‘소비된 적도 만들어진 적도 없는 것’이라는 말은 기존 관행이 장르문법에서 얼마나 큰 의미를 차지하는가를 보여준다. 무비판적 관행은 이에 대한 위반을 강력한 저항을 통해서 저지시키며, 이를 하나의 문법으로 정상화한다. 남성향, 여성향 작품 구분과 여자 그림체, 남자 그림체 구분에 따라 장르문법에 맞춰 제작하며 이를 지켜야 할 것으로 보는 업계의 태도가 성별고정관념에 입각해 성별화 되고 남성중심적인 장르문법이 비판없이 지속되도록 하는 중추 역할을 하고 있는 셈이다.

그럼에도 기존 장르문법에 균열을 내는 작품 또한 생산되어, 주로 특정 팬층을 중심으로 소비되어 왔다. 기존 장르 문법에 맞지 않아 주류장르에서 배제되고, 퇴출되었던 작품들이 게토화된 ‘소수장르’(BL이나 여주판타지등)를 형성해왔다. 하지만 이제 이 소수장르를 특징짓는 요소들이 기존 장르 작품에 영향을 주고 기존 장르 문법에 변칙 만드는 현상도 나타나고 있다.

(2) 단가 책정의 성별 격차 현황 - 격차의 정당한 근거 확인 안됨.

2019년 콘텐츠진흥원 웹툰 작가 실태조사를 보면 20대에서는 회당 MG가 성별로 큰 차이가 나지 않는다. 반면 30대 여성작가 평균 MG(86.1만)는 남성작가 평균 MG(112.2만)의 61.3%에 밖에 되지 않으며, 40대 여성작가 평균 MG(105.7만)는 남성작가 평균 MG(148.7만)의 71.1%에 그친다.

디지털 콘텐츠 작가의 고료나 엠지를 책정할 때 작가의 경력이나, 인지도, 전작들의 흥행정도 등이 고료책정에서 고려되는 요소일 것으로 기대하기 마련이다. 그러나 작품 단가 책정에서 이들 요소보다 성별이 중요한 요인으로 작용하고 있다는 현황이 상당히 드러난다.

개네(친구)가 어떤 작품 위주로 하나면 남성향 성인망가를 위주로 해요. 남자들이 많이 보는 야한만화 있잖아요. 그런 거 위주로 만드는 앤데, 개네는 웹툰 단가가 어마무시한 거예요. 배경하고 보정만 하는 데 백만원을 받는데요. 그러면 한 편당 도 대체 작품이 얼마짜리라는 거야. 나는 지금 내가 배경하고 그림하고 글하고 콘티짜고 다 하는데 한편당 그때 65만원 받았는데. 개네는 그 한편에 배경만 해주고 컬러 보정작업만 해주는데 한편에 백만원 받는다라는 거예요. 그래서 그때 당시에 내가 얼마나 착취당하고 있나 그때 확 느꼈어요. 그리고 00스튜디오라는 기업도 이름도 있겠지만, 약간 그 뭐라고 그러지, 거기 대표 애들 다 남자들이거든요. 약간 남자들의 세계는 사이즈가 다르구나 이런 생각이 드는 거예요. 나는 ~ 막 글 쓰고 그림 그리고 나혼자 다하는데, 나혼자 다하는데 회당 65만원밖에 안 받는데, 그때 데뷔했을 때 그랬거든요. 씨.. 애는 배경만 해주고 백만원을 받는다, 뭐 이런 생각이 드는 거예요. 근데 개가 거짓말을 할 리는 없잖아요. 거짓말 하는 성격이 아니거든요. 그래서 그렇게 받는다, 어 우리 회당 백만원 받아 이라는 거예요. 그래서 그때 느꼈어요. 아 남성 시장쪽이 시장이 엄청 크구나. 그냥 작품 자체 단가가 수준이 다르구나. (B)

저는 이제 만화관련 대학교를 나왔는데, 어~~ 제 동기~ 선배 남자선배, 남자동기들이 000에서 연재를 하는 모습을 보면, 지금 웹툰이 따로 떨어져 나왔잖아요, 000에서. [중략] (관리자) 그분이란 친한 남자작가들이 꽤 많아요. 그리고 남자작가들끼리의 라인을 통해가지고는, 서로 형님 형님하면서 하는 것도 많아지고, 이제 000에서 그런 임금차별이 있다라는 걸로, 저는 알고 있거든요. 남자작가들은 경력이 얼마 안됐는데, 바로, 000은 고료로 주는데 짱아요. 선임~ 선임 엠지가 아닌, 근데 여자작가님이 한분 계시는데, 그분은 몇 년 동안, 000에서 오랫동안 작업을 해도 임금이 이렇게 빠르게 올라가지 않았는데, 어떤 남자작가는 오래하지 않았는데도, 임금이 확 올라가는~ 그게 좀 있다고~ 저는 작가님들한테 들은~ 해당작가님에게....(F)

사실 가장 문제가 된다고 생각하는 지점은, 이 사람의 남녀의 관계없이, 경력으로 이렇게 책정을 했다고 보기에는, 애매한 이야기들이 굉장히 많이 들린다, 결국에 성별 (그 남자들끼리 형님 동생하는 그거)네. 00연대 성별에 따라서 책정하는 기준이 달라진다고, 생각할 수 있는 부분이~ (E)

디지털 콘텐츠 창작노동자들 중에는 만화나 애니메이션 관련 전공을 한 작가들이 있다. (B)의 경우 남성향 성인망가 웹툰 제작 분야에 종사하는 남성 친구가 있다. 스튜디오에서 작업하는 사람으로 스튜디오 차원에서 작품을 제작하기도 하지만, 배경 작업과 컬러 보정과 같은 외주 작업을 받아서 일을 하기도 한다. 이 남성 친구가 배경과 컬러 보정 작업만 하고 한 화당 받는 금액은 B가 콘티구성부터 글·그림 작업, 그리고 보정 작업까지 모든 공정을 혼자 작업하면서 받는 엠지 65만원보다 훨씬 많은 100만원이었다. B는 배경 채색 보정만 하고 100만원을 받는다면 해당 작품의 한 화당 고료내지 엠지는 얼마일까라는 생각을 하며 ‘남성 시장은 단가가 다르다’는 인상을 갖게 되었다. 그런 정보들은 아는 사람들을 통해 알음알음 듣게 되는 부분적인 정보이다. 단가 기준 등이 공개되지 않기 때문에 인식은 이러한 알음알음 정보를 토대로 형성된다. (F) 역시 성별 단가 차별에 대한 정황적 사례를 들은 바 있다. 동일 플랫폼에서 연재 경력이 오래된 여성 작가에 비해 경력이 짧은 남성 작가가 단가 인상이 훨씬 높았다는 것이다. F는 이러한 정황을 본인의 남자 선배들 남자 동기들이 플랫폼 업계와의 인맥, ‘라인’을 형성해 가는 것을 지켜보면서, 웹툰 시장에서 성별 단가 차이가 남성연대와 무관하지 않을 것으로 생각하고 있다.

정황상 단가 책정에서 성별 차이가 있다고 보는 작가들도 입증할 수는 없다는 점 또한 강조한다. 확인할 방법이 없기 때문이다. 그렇지만 E가 지적하듯이 경력이나 전작의 성공정도 등 일반적으로 인정될 수 있는 기준이나 요소로는 설명이 어려운 단가 책정 사례들이 많이 보고되고 있기 때문에, 고료 등 단가 책정에서의 성차별 이슈가 대두되는 것이다. 수궁하기 어려운 단가 책정에 대해서 플랫폼이나 에이전시 등 업체는 기준을 제시하지 못한다. 아래 D의 사례에서 드러나듯이, 단가 책정에 대해서 업체 측에 항의를 하고, 단가 책정의 차이를 설명할 기준을 물었을 때, 업체의 응답은 “너무 다양한 기준이 있어서 말해 줄 수 없다”는 것이다. 항의를 한다고 해도 명확한 기준이 없거나 업체 입장에서는 공개할 이유가 없기 때문에 개인적으로 항의한 작가는 따져 물을 수 없는 ‘다양한 기준’과 ‘공개 거부’를 내세우는 업체에 더 이상 문제 제기 하기 어렵다.

그분이 어찌다가 이제 친구 통해서 그 친구는 남자작가랑 친한거죠. 그래서 남자작가가 수입을 들었는데 자기보다 경력도 짧고 인기도 낮는데 앞자리 숫자가 달라. 그분은 3 이고 나는 2야. 이런식인거죠. 그런 사례를 제가 들은 건 있죠. 000 안에서! 받는 고료! 고료! 고료가 숫자가 다른 거예요. 보통은 경력이나 인기도에 비례할텐데 그 기준인데... 그러니까 그래서 기준을 물어봤대요, 왜 내가 이사람이 이렇고 나는 이러냐? 물어봤는데 너무 많은 다양한 기준이 있어서 말해줄 수 없다고. 약간 유추하기로는 담당자도 남자고 실권자가 남자인 경우가 많고 남작가랑 좀 더 자주 얘기하고 커뮤니케이션하고 같이 밥도 먹고 술도 먹고 하면서 좀 더 협상이 대화의 자리가 좀 더 스무스하게 되지 않았겠냐. (D)

레진코믹스가, 성인 결제율이 굉장히 높았는데, 성인 처음에 결제율이 높았는데, 그 중에 70퍼센트가 여성이라고 회사측에서 이야기를 한 적이 있어요. 그리고 그 기본적으로 판매 순위 같은 거를 봤을 때도, 성인물 중에서도 비엘, 그 여성독자들이 많이 구매하는 장르가 굉장히 많이 위에 있었음에도 불구하고, 이야기가 되기로는 책 정금액 자체가 남자가 높았다, 기본책정금액이 높았다고 하고 있고, 그리고 이제 작가들의 고발정황 같은 걸 보고 있으면~~ 이번에 이전 000~~에서 여성작가님 고발한 정황이 있는데, 그쪽 회사 측에서 당신은 여자기 때문에, 여자는 결혼하고 뭐 이러니까 금세 떨어져나간다, 그리고 남자작가는 가장이 되기 때문에 돈을 더 쥐야 된다, 이런 얘기를 인제, 들은 적이 있다~ 하는 거를 고발을 했고요. 사실 그런 마인드가 회사~측에선 만연한 거 같아요. (E)

E는 업체가 내세우는 ‘다양한 기준’이 어떤 의미를 내포하고 있는지 설명해준다. “여자작가는 결혼하면 그만두고, 남자작가는 가장이 되기 때문에 돈을 더 쥐야 된다”는 업체의 ‘변명’은 차별을 정당화시키려 하는 성차별적 노동시장의 구태의연한 모습을 그대로 담고 있다. 디지털 콘텐츠 시장은 상호 계약에 따라 능력대로, 노력한 만큼 얻을 수 있는 자유시장이라는 허울 속에 성역할고정관념, 남성생계부양자 모델에 입각한 성차별적 기준이 다양한 기준의 하나로 둔갑한다. 그리고 디지털 콘텐츠 시장의 성차별적 고료 책정은 아주 낮은 일이 아니다. 출판 만화 시장에서 고료는 소년만화이나 순정만화이나에 따라 다르게 책정되었다.

예전에는 순정작가 분들이 소년만화 하시는 분들보다 원고료가 훨씬 작았어요. 출판 때. 그거는 직접 들었었어요. 예.. 기본료도 자체가 되게 낮고. (K)

결국엔 이이야기가 연장선이 되는 게, 예전에 순정만화는 좀 더 후려쳐지고 소년만화는 좀 더 많이 받았잖아요. 그런데 그런 출판시장에 있었던 기자들 담당기자들이, 그대로 피디로~ 피디로 넘어온 경우가 꽤 많아요. 그리고 그 피디들이 또 신인 피디들을 양성하고 이래서, 사실 출판가에 있는 역사가 그대로 이어져 왔다고 볼 수 있을 거 같구요. (E)

그거는~ 사실. 예~전에 출판만화 시절부터 그대~로 이어져왔어요. 계~속. (뭐가요?) 그런 임금차별이. 한 번도 바뀐 적이 없어요. 그때부터 지금까지 계속 있는 거예요. 그때도 남자들 한 페이지 원고당 15만원 준다 할 때. 여자는 5만원. 절반이하. 여자들 가격은 늘~ 그런 식으로 여자들 임금은 훨씬 낮았어요. 근데 그런~ 성차별적인 임금이 그 시절부터 지금 웹툰 시대까지 멈추지 않고 그대~로 이렇게 있었던 거죠. 지금도 사실 있다고 하죠. 인제 작가들끼리 알음알음 아는 거죠. (J)

출판 만화 시절 순정만화의 고료는 소년만화의 고료보다 훨씬 적었다. 순정만화와 소년만화는 주로 만화잡지로 구분되는데, 여성작가의 만화는 장르와 상관없이 거의 순정만화로 분류되었다. 순정만화와 소년만화 간의 고료 차이는 결국 여성작가의 고료가 남성 작가 고료의 ‘절반이하’로 책정되었다는 것과 다르지 않다. 출판만화 시장이 사장되면서 출판만화 업계는 살아남기 위해 유료 플랫폼 사업을 통해 디지털 콘텐츠

시장으로 사업의 형태를 전환했다. E와 J가 지적하듯이 디지털 콘텐츠 시장은 출판만화 업계의 관행과 역사로부터 다분히 영향을 받았음을 부정하기 어려울 것이다. 마찬가지로 출판만화 업계의 공공연한 성차별적 고료 책정의 관행이 디지털콘텐츠 창작 시장에서 여전히 살아 있을 가능성을 완전히 배제할 만한 근거를 찾기 어렵다. 성별화된 장르, 성별로 분리된 디지털 콘텐츠 시장과 개별화 되어있는 디지털 콘텐츠 창작노동자들, 계약서상의 '비밀 유지' 조항 등으로 공개되지 않는 정보, 고료나 엠지 등 단가 책정의 가이드라인 부재, 과거 성차별적 고료 책정의 관행 등은 단가 책정에서 성별 차이가 발생할 여지가 있음을 시사하는 한편, 차이를 확인하게 어렵게 하는 구조라고 할 수 있다.

(3) 남성카르텔

포털 플랫폼에 작품을 게재하는 것은 수익의 규모로 연결된다. 포털에 확보된 이용자 수는 여타 중소규모 플랫폼의 이용자 수와 비교가 되지 않기 때문이다. 많은 창작노동자들이 포털 플랫폼에 작품 게재를 원하는 이유이기도 하다.

웹툰작가 판이 남자, 여자 성비가 섞이지 않아요. 교류를 하는 집단이 있잖아요.[중략] 근데 더 심한게 뭐냐면, 남자작가들은 포털에 있는 연줄이 있는 작가들이 되게 많아요. 그니까 우리가 아는 포털에 일반인들도 다 아는 웹툰 작가 누구 있어요. 다 남자작가들이잖아요. [중략] 000 작품 보면 진짜 남자작가들 많아요. 근데 문제는 000 포털에 어떻게 작품을 입성시키느냐, 다 인맥으로 해요. 이걸 심지어 에이전시가 말한 내용이에요. 인맥으로 작품 넣는다고, 그러니까 남자작가들이 남자작가들 소개시켜 주는 거예요. (B)

이 작가가 대게 유명한 남자 작가 한 분이 계시는데 이 둘이 친구예요. 이 되게 유명한 남자 작가가 외주를 한 번 기획을 했었을 때에, 이 작가를 끼고 같이 했던 거죠. 그니까는 이름값이 쏘끔 올라갔잖아요. 그 상태에서 다른 연재를 하나 따내면서... (J)

인맥은 포털에 작품을 입성하는 매우 유효한 방법이다. 이미 이름을 얻은 작가가 동료작가나 후배작가를 소개시켜주거나 함께 작업을 하면 포털에 작품을 게재하는 기회도 얻고 이름을 알릴 수 있다. 뿐만 아니라, 포털 플랫폼에서 연재한 경력은 좋은 커리어가 된다. 디지털 콘텐츠 창작 작가로서 안정되게 정착하는데 좋은 인맥은 빠르고 효과적이다. 디지털 콘텐츠 시장의 창작노동자들은 개별화 되어 있을 뿐만 아니라 성별로 분리된 경향을 가진다. 작가들 간의 교류도 성별로 나뉘어진 편이다.

꽃아주기 역할을 하죠. (아... 꽃아주기...) 네... (어떤식으로 꽃아 줄 수 있어요?) 예를 들어서 선생님 한 분이 계시고 이 선생님 밑에 제자들이 이렇게 있는데, 그 제

자들이 뭐 한 명은 어느 플랫폼에 대표가 되어 있고, 어떤 사람은 진짜 유명한 작가가 되어 있고. 이런 식으로 자기들끼리, 그 제자들이 또 나뉘어져 있잖아요. 그러면 서로서로 꽃아주고 자기들끼리 그룹을 형성해 있어요. 그래가지고 이 계보를 탄 사람들이 요즘 재 작품 괜찮던데 한번 니가 봐. 이러면은 대표하면서 작가이면서 어디 플랫폼 대표하고 있으신 분이 제가 한 번 볼게요, 어디 꽃아볼게요. (J)

인맥 형성의 루트 중에 하나는 스승과 제자관계와 그 제자 네트워크이다. 만화업계에는 오랫동안 문하생 제도가 있었다. 작업실에는 여럿의 문하생이 있고, 문하생들은 작업실의 허드렛일부터 선생님의 작업보조까지 다양한 일을 한다. 이 문하생들은 추후 작가로 데뷔를 하거나, 관련업계 일을 하기도 한다. 이들의 관계는 자연스럽게 계보와 인맥이 된다. 남성향과 여성향 시장이 분리된 구조에서 이러한 계보와 인맥은 역시 ‘자연스럽게’ 성별로 분리되기 마련이다.

000 같은 포탈은 입성하기가 되게 어렵잖아요. 근까 비슷한 장르가 이미 연재를 하고 있으면 새로운 작품이 아무리 재밌어도, 장르가 겹치니까 연재를 안 시킨단 말이에요. 근데 가끔씩 이제 이 연재가 곧 종단이 되는 것들이 있잖아요. 그리고 새로 찾는 작품들이 있으면 그거를 자기랑 친한 작가들한테 흘려줘요. 정보를 흘려요. 요즘 이거 찾는다 이거 찾는다. 그러면 그거 연락을 들은 사람들이, 야 너 이거 빨리 준비해 빨리 준비해서 들어가자, 이렇게 해가지고 빠르게 작품 막 준비해가지고 넣고 이러죠. (J)

인맥과 계보는 정보접근의 주요한 경로이고, 인맥에 따라 정보접근에서 차이가 발생한다. 포털 플랫폼 게재는 여러 경로가 있는데, ‘도전 만화’와 같이 누구나 작품을 올릴 수 있는 곳에 작품을 올리면, 해당 작품에 대한 반응, 평가 등을 바탕으로 업체와의 계약이 성사되고 포털 플랫폼 정식 연재로 이어지는 경우도 있다. 반면, 이미 포털 플랫폼에서 연재 중인 지인을 통해서 포털 플랫폼에 입성하기도 한다. 특히, (J)가 말한 대로, 플랫폼에서 새로운 작품을 구할 때 그 정보를 누가 어떻게 아는가는 거대 플랫폼 입성을 좌지우지할 수 있다. 정보를 알게 된 기존 연재 작가가 자신의 인맥이나 계보에 있는 다른 작가에게 해당 정보를 나누고 플랫폼에 소개를 하면 포털 플랫폼에서 연재할 가능성은 한층 높아진다. 정보가 인맥을 통해 점유될 때 인맥을 갖지 못하는 사람은 정보 접근에서 차단되면, 기회조차 가지지 못한다.

약간 그 소장님이라는 분이 제 앞에 앉아 있던 작가 분을 일부러 데리고 가서 마케팅을 해주는 직원 분께 ‘내가 아는 후배인데 이번에 데뷔하는데 애것 좀 마케팅 SNS등에 많이 좀 올려줘’ 이런 식으로 얘기하는 거예요. [중략] ‘이런데도 저런 게 있어?’ 이런 생각이 들어서 ‘다시는 이런 거 나오지 말아야 겠다’ 이 생각을 하고, 작가들 전체 단톡방 같은데 초대를 받았는데 ‘아~ 저는 그 제가 핸드폰 요금제가 작아서 케시가 쌓여 있는게 좀 부담스럽네요’ 하면서 방을 나오고 ‘뭐 연락하실 일 있으면 트위터 디엠으로 주세요’ 하고 방을 나왔거든요. (웃음..) 사실 계속 있으면, 그 안에서 작가들이 연락이 오고가고 그랬을 수도 있었지만, 그냥 만나기가

싫더라구요. (A)

작가 계보에 따른 인맥도 중요하지만, 업체와의 인맥 역시 중요하다. 업체에서 작품을 '잘 밀어주는 것'도 인맥의 후광이다. A는 능력과 노력으로 작품을 통해서 평가받는다 고 생각했던 업계에서 업체 인맥이 작동하고 있음을 목도하고, 교류를 끊었다. 주류 문화나 관행에서 저지르는 불공정을 받아들이 수 없을 때 단절을 선택하기도 하는데, 이는 정보교환이나 인맥 활용이 중요한 생존전략인 업계에서 '성공'의 가능성에 역행하는 결과를 초래한다.

계보와 인맥 형성은 업계의 지위와 관련이 있다. 만화 관련 업계에서 남자들은 경력을 쌓으면서 회사를 차리고, 관련 학과 교수를 하기도 하고, 관련 단체에서 주요한 지위에 가는 등 업계 내 자신의 입지를 다지고 힘을 가진다. 반면, 여성작가들 중에는 그런 위치에 있는 경우가 거의 없다고 한다. 여성작가들은 그만큼의 경력을 쌓기 전에 경력단절 되는 경우가 많고, 경력을 계속 이어가도 주요 지위로 나아가는 경우는 희박하다는 것이다.

남자작가들이 회사차리고, 어디 교수도 하고 이러는 것들. 남성권력이 집중된다는 거. 남성작가들이 권력이 집중된다는 거도 좀 있을꺼 같고. 그리고 작가들이 회사 차린 곳에서 성접대 하는 경우도 많고. 남자 작가들한테. (그건 무슨 말이에요?) 회사, 회사가 있잖아요, 에이전시가. 여기로 남자작가들을 얼마나... 작가들을 얼마나 유치하느냐가 중요하잖아요, 에이전시는. 그러니까는 남자작가들을 서로서로 같이 끌어오고 알음알음으로 다 데려오고 이럴려고, 대우를 잘해준다고 하면서 하는 게 성접대를 해요. [중략] ([의아하다는 듯이] 그런 얘기를 누구한테 해요?) 술자리에서 해요~. (그 들으신 적이 있다는 거예요?) 그쵸~. 술자리에서 그냥 해요. 네. 거기 안에 있다가 나오신 여성, 피해보고 나오신 여성분들도 있고 막. 그런 게 너무 빈번하다는 거죠 웹툰계에서. 결국에는 정말 때 놓을 수 없는. (J)

업계 주요 의사결정 지위에는 남성이 있다. 작가, 업체 담당자 등의 측면에서 여초 현상을 보이는 여성향 부문에서도 최고 관리자와 대표는 남성인 경우가 대다수이다. 업계 권력이 남성에게 집중되어 있을 뿐만 아니라, (J)가 공유한 사례는 업계에서의 연대가 여성혐오적 실천을 통해서 형성, 유지 되고 있음을 보여준다. 여성혐오적 관행과 성차별적 시장 구조는 업계의 남성 카르텔과 공생한다. 그리고 남성 카르텔이 작동하는 업계, 시장은 성차별적이고 여성혐오적인 장르문법이 통용되는 메카니즘의 일부가 된다.

(4) '자유시장'을 빙자한 디지털콘텐츠 플랫폼의 적극적 개입과 의도적 방관

플랫폼은 창작물과 이용자를 연결시키는 매개체로, 디지털 콘텐츠 플랫폼은 디지털 콘텐츠와 그것을 원하는 이용자가 자유롭게 연결되는 공간으로 이해한다. 디지털 콘

텐츠 창작노동자에게는 창작물을 게시할 장소를 제공하고, 창작물 이용자에게는 창작물을 찾아볼 수 있는 공간을 제공할 뿐, 플랫폼은 창작물의 생산과 소비 방식에 개입하지 않는다는 것이다. 창작물은 창작자의 자유의지에 의해 자유롭게 생산되며, 이용자의 자유선택에 의해 소비된다는 통념을 근거로 플랫폼은 디지털 콘텐츠 창작물 관련한 분쟁이 발생했을 때 책임없음을 주장한다. 특히, 디지털 콘텐츠는 창작물로 그 내용과 관련해 제기되는 여러 가지 비판으로부터 '표현의 자유'를 보호받고, 플랫폼은 '표현의 자유'를 옹호하며 개입하지 않는 것이 정당하다고 인정되기도 한다. 이러한 인식은 개입하지 않는 것은 중립적이며, 이것은 공정한 것이라는 공정성에 대한 특정한 이해를 바탕으로 한다. 하지만, 창작물 생산과 제작에 대한 플랫폼의 개입은 어떤 경우에도 없는 것일까? 개입하는 경우가 있다면 어떤 경우이며, 그렇지 않은 경우는 무엇인지 살펴볼 필요가 있다.

우선, 앞서 살펴본 바와 같이 플랫폼은 작품 제작시 장르문법을 고려하여 장르를 정하거나 장르문법에 맞도록 작품을 제작, 수정하도록 개입한다.

만화를 그릴 때 플랫폼~에서 개입을 엄청 많이 하는 거예요. 스토리 단계에서 이거 추가 하고 저거 추가 이렇게 합시다 이렇게 얘기를 해서 그리며는, 그림체가 눈이 좀 더 키워야 되고, 남자는 좀 더 날카롭게 키를 더 크게 키우시고 막 이런 식으로 지시를 하는 거죠. (성형하는 거네요.) 성형을 시켜요. (팔릴만한 인물로.) 그러면서 덩치 차이 일부러 더 크게 하고, 이래야 여자들이 더 좋아한다 더 설렌다. 하면서, 남자 캐릭터 이~만큼 올려놓고, 여자는 조금 더 어려보이게 더 예쁘게 이런식으로 요구해서 그대로 그리며는. 이제 채색부터, 채색을 작가 본인이 원하는대로 할 수 있잖아요. 그런데 그렇게 해서 그려가면은, 플랫폼에서 요즘 로맨스 장르는 요런 채색은 무거워서 안 좋아 하니까 이렇게 바꿔 오세요 하면서 다른 샘플을 전달해 주는 거예요, 작가한테. 그럼 그 작가가 그 샘플대로 칠하는 거예요. 그러니까 너무 많은 개입이 들어가는 거죠. 플랫폼에서. (J)

특히 이런 개입은 성차별적이거나 성별고정관념을 따르는 장르 문법을 벗어나는 작품에 대해서 장르 변경을 요구하거나, 적극적으로 성차별적 고정관념을 입힌 작품이 되도록 하는 방식이다. 작품 제작에 대한 개입은 스토리 내용 기획 수정, 캐릭터 외모나 채색 컨셉에 대한 지시 등 아주 구체적이고 다양하다.

(유료결제로) 유도하는 좋은 방법은... 이제 그 자극이 나오는 거거든요.[중략] 제가 요구받았던 거는 초반에 아예 그냥 그 전체연령가 만화에서 초반 여자주인공이 강간당하는 장면이 나오는 거였어요. 이 경우엔, 저 같은 경우는 카카오페이지 플랫폼의 자회사의 에이전시와 일을 하다보니까 플랫폼으로부터 스토리작업도 개입을 직접 받는 편이었거든요. 다른작가들 그런 경우는 많이 없다고 하는데 저는 많이 받았어요. 플랫폼한테...플랫폼 측의 요구가 반영된 게 있고 그 초반에 여자주인공이 강간당할 뻔한 장면을 넣고 그리고 이제 남자주인공이 그걸 멋지게 구해주면서 남자주인공을 첫 등장시키는 연출이 들어갔었는데, 사실 당시 이 문제 때문에 거의 에이전시와 6개월을 싸웠었어요. [중략] 이게 6개월을 싸우다 계속 6개월 동안 이제 막 무급수

당, 완결들어가고 이러니까 완전 지쳐가지고 결국 강간장면을 넣어 제작이 됐는데 이제 그렇게 하니깐 플랫폼에서 그것을 메인광고로 걸어주더라구요. 이 작품을. 그래서 이 경험 때문에, 당연히 수입은 몇 배가 더 잘나왔고요, 심한 경우는 한 열배 이상 차이가 나요 수입이. (L)

위 사례는 플랫폼이 성별고정관념과 여성혐오적 연애각본을 작품에 넣기 위해 어떻게 개입하는지를 보여준다. 위 사례에서 플랫폼은 여자를 구하는 멋진 남자주인공이라는 로맨스 문법에 맞춰 독자를 끌기 위한 수단으로 “강간당할 뻔한 여자주인공을 멋지게 구하는 남자주인공” 연출을 요구했다. 그리고 그 보상으로 “메인 광고에 걸어”주었다. 작품 광고는 플랫폼이 결정하는데, 광고는 수익과 직결된다. 수익은 작가의 수익일 뿐만 아니라 플랫폼의 수익이기도 하다. 플랫폼은 이윤을 목적으로 성별고정관념, 여성혐오, 강간문화 등 성차별적 장르문법을 적극 활용한다. 그리고 그런 내용의 작품들을 메인광고에 걸고 많이 노출시키면서 독자의 유입을 늘린다. 즉, 상업성을 이유로 성차별적 고정관념을 잔뜩 넣은 작품 제작을 유도하고 이런 작품을 독자들이 더 많이 보도록 더 많이 노출시키고 있다. 플랫폼은 간섭 없이 중립적이며, 선택과 비판은 독자의 몫이라는 진부한 주장보다 “플랫폼이 독자를 길들이고 있다”는 (L)의 지적이 오히려 설득력 있게 들린다.

반면, 사회적으로 비판의 대상이 된 작품 내용이나 성차별 혹은 성적 대상화 등으로 문제제기를 받은 작품이 플랫폼의 간섭이나 제재를 받는 경우는 드물다. 이런 작품들은 주로 성차별적이고 여성혐오적인 장르문법을 따르는 작품들이다. 이때 플랫폼은 ‘표현의 자유’를 내세워 개입하기를 꺼리며, 작품은 별다른 제재를 받지 않고 계속 연재된다. 아래 A는 플랫폼이 외부 비판에 아랑곳하지 않는다는 점을 꼬집으며, 이는 의사결정권을 가진 사람들의 인식과 관계가 있다고 지적한다.

sns에 상에서 그런 종류의 작품에 나오는 이런 성적 대상화나 잘못된 그런 차별이라던가~ 그런 문제점에 대해서 계속 지적하는 계정이 있어요. 만화기획성폭력대책위라고 그런 식으로 계속 지적하는 경우도 있고, 또 일단은 [중략] 000000 같은 이런 만화도 굉장히 이젠 많이 비판을 받았는데, 네이버쪽에서 어떠한 제지도 취하지 않고, 작가도 계속 연재를 하고 있어요. 이러한 의사표명이나 혹은 뭔가 비판이 영향을 안 미쳐요. 전혀 왜냐하면, 회사에서 밥줄을 끊을 생각이 없으니까 이 사람들을.. 그게 결국엔 사실은 어떤 주류문화에 점유하고 있는 사람들에 생각이 그렇기 때문이라고 생각해요. 여전히 아직까지 요런 거 뭐 어때 작품인데 이거나, 이 작가 나랑 친해서도 일수도 있구요. (A)

플랫폼은 사회적으로 논쟁이 되는 작품에 대해서, 플랫폼은 창작물과 이용자의 매개체 역할만 하므로 책임이 없다고 주장하며, 그 책임을 오롯이 작가의 몫으로 떠넘기고 무책임한 태도를 취하기도 한다. 하지만, 플랫폼이 게재 작품 선정부터 작품 연출까지 개입을 하고 있는 점은 이미 앞서 여러 차례 살펴보았다.

그거를 관리하는 사람이 너무 적지않나. 거의 이거는 0000 같은 사건 같은 경우도 데스크가 이거를 막았어야돼지 않나 싶거든요. 그런 표현들이 있었다면.. 근데 그 지네들이 안막고 그냥 나왔잖아요. 그러고 분명히 그니까 물론.. 작가가 그 실행자니까 욕을 제일 많이 먹어야 되겠지만.. 플랫폼은 (쓰음) 그러면은... 어떤 책임을 지고 있나.. 예.. 그 좀 아는 사람들은 같이 욕을 하는데.. 그 플랫폼을. 플랫폼을 같이 욕을 하는데.. 지금 신문 이렇게 보면 기사들 일케 나오는 거 저도 몇 개 봤었는데. 네이버 시스템에 대한 얘기가 담겨있는 기사는 아직은 못 봐가지고... 있을 수는 있겠지만.. 그냥 작가가 다 작업한 걸로 치부해버리면.. (쓰음) 저 그럼 작가가 수입을 더 가지고 가야되지 않나요? 내가 다 책임지는데... 그냥 플랫폼은 그냥.. 플랫폼만 할거면.. 그럼 애초에. 애초에 연재를 시작할 때 회의를 해요. 그 플랫폼에서~ 뭘 연재시킬지. 뭘 연재시키고~ 이 작품은 그럼, 연재시킬 작품이 결정되면. 그럼 이 작품은 뭘 보완할지. 초반에는 그렇게 간섭을 하거든요. 그럼 아예 그것도 하지 말아야 된다고 생각하거든요. 그럴거면. 그냥 플랫폼만 제공하고~ 작가가 욕 다 먹을거면 [웃음] 뭐 그런 생각도 좀.. (K)

무엇보다 디지털 콘텐츠 창작자들은 플랫폼 별로 나름의 검열 가이드를 가지게 된다. 플랫폼과 상호작용을 하면서 ‘해도 되는 것과 하면 안되는 것’을 체득하게 되기 때문이다. 선정적이거나 폭력적인 그림은 플랫폼에서 통과가 안 될 수 있다는 점을 작가들도 알고 있다. 그래서 창작자들은 수위를 조절한다. 창작자가 그림이 얼마나 선정적인가, 얼마나 폭력적인가를 신경쓰거나 선정적 표현과 폭력적 표현을 가리려고 하는 것은 플랫폼에서 이런 ‘표현’이 수용되지 않을 것이라는 검열 때문이다. 뒤집어 생각해 보면 그림과 작품에 담긴 성차별적인 메시지가 걸러지지 않고 플랫폼에 게재될 수 있는 것은 플랫폼이 차별적이고 혐오적인 내용에는 관대하거나 무관심하기 때문이다. 디지털 콘텐츠 플랫폼은 자유롭게 조정되는 공간을 제공하기만 하는 것이 아니다. 플랫폼은 적극적으로 개입하거나 의도적으로 방관하면서 여성혐오적이며 성차별적 디지털 콘텐츠 제작을 조장하고 있다.

III. 소결

최근 몇 년 사이 디지털콘텐츠 산업의 성장은 두드러진다. 플랫폼이 디지털콘텐츠 시장 확대를 주도했다고 해도 과언은 아닐 것이다. 이 절은 ‘눈부신 성장’ 속에서 디지털콘텐츠 창작노동자들의 작업환경, 노동조건, 삶의 질 등의 실태는 무엇인가, 어떤 변화가 있는가 하는 질문에 대한 부분적인 탐색이다.

- 1) 시장확대와 산업 성장에 따른 수익이 공정하게 배분되고 있는가?
- 2) 시장 확대와 수익 창출을 위한 플랫폼 기반 디지털콘텐츠 시장 시스템은 창작노동을 하는 창작자들의 노동조건이 안전하게 인간다운, 지속가능한 삶을 보장 받을 수

있는 구조에 기초하고 있는가?

3) 플랫폼 업계에서 설정한 디지털 콘텐츠 창작물의 플랫폼 게재 방식에 맞춰 살아남는 것이 기본적인 경쟁력이라는 논리가 옹호될 때, 살아남는 자는 누구이며, 축출되는 자는 누구인가?

4) 플랫폼이 시장확대와 수익창출을 위해 만든 시스템이 차별적 결과를 야기하지 않는가?

심층면접 분석을 요약해 보면

1) 플랫폼을 통해 디지털콘텐츠를 생산 유통하는 방식은 창작노동자가 자유롭게 결정하는 것이 아니다. 웹툰의 경우 1화당 70컷 내외, 올컬러 등이 플랫폼에서 요구하는 표준적인 작업분량이며, 매주 연재해야 한다. 완결까지 휴재는 용인되지 않는다. 이는 플랫폼에 의해 표준화 되어 있고, 이러한 기준은 시장 확대와 수익 창출을 최대화하려는 목적에 따라 설정되어 왔다. 창작노동자의 노동환경이나 그것이 삶에 미치는 영향은 고려되지 않았다. 이렇게 정해진 생산 유통 방식과 작업량은 창작노동자의 노동조건을 구성하는 요소가 된다. 대부분의 디지털콘텐츠 창작노동자들은 잠자고 먹는 시간을 아껴가며 작업을 하고, 이는 경력있는 작가도 혼자 연재기일과 분량을 맞추기 어려운 구조이다. 가까운 독자와의 거리는 디지털콘텐츠 창작의 특성의 하나로 자리잡았는데, 이는 창작노동자에게 심리적 중노동을 유발할 뿐만아니라 노동환경 악화의 요인이 되고 있다. 플랫폼은 이용자의 활발한 활동을 촉진하지만 창작노동자의 고통에 대해서는 무관심하다.

프리랜서 창작노동은 시간을 자유롭게 사용하며 능력과 노력 만큼 보상을 받을 수 있다는 통념이 있지만, 이는 사실상 허구이고 신화일 뿐이다. 잠자고 밥먹는 시간을 줄여가며 연재기일을 맞추고 작업분량을 채우는 창작노동자에게 자유롭게 처분할 시간은 없다. 또한, 한 작품에 대한 경제적 보상을 작품 전체 제작기간에 비추어 보면, 해당 받는 선지급금(MG)이 작품 유통으로 발생하는 수익을 차감하지 못할 경우, MG가 수익의 전부가 되는데, 이 경우에 작품 전체 제작과정 대비 발생하는 월 수입은 최저임금 수준에도 미치지 못하게 된다.

2) 디지털콘텐츠 창작노동자는 과중노동이 표준화 되어, 인간다운 삶이 실종되고, 창작활동의 지속가능성마저 위협받는 상황에 있다. 우선, 인간관계에서 고립되고, 개별화되어 있는데 이는 관계 유지 활동에 필요한 시간을 내기 어렵게 만드는 작업량과 방식 등 노동환경에 의해 초래된다. 디지털콘텐츠 창작노동자의 일과 생활은 '끝장 노동'과 그로인한 '일상생활 실종'으로 설명될 수 있다. 창작 활동을 하는 기간동안 창작노동은 창작노동자의 모든 시간과 에너지를 집어 삼킨다. 창작노동자들은 시간관리

를 통해 개인적으로 일과 생활의 균형을 이루고 지속가능한 삶의 방식을 찾으려고 노력하기도 하지만 불균형과 지속불가능성은 개인적 시간관리 노력으로 극복하기 어렵다. 건강이 나빠지는 것은 부작용이라기 보다는 예상되는 결과물에 가깝다. 과중노동에서 유발되는 손목, 허리, 척추, 시각 등의 신체적 건강 악화 뿐만 아니라 디지털콘텐츠 창작노동자들은 정신건강의 악화를 겪는다. 창작노동자의 SNS 활동에 대해 업체는 규율적 단속을 통해 창작노동자를 길들이고, 창작노동자의 신념, 사상 표현의 자유는 제한된다. 회사는 창작자의 SNS 인지도를 작품 홍보 등의 수단으로 활용하지만 악성 댓글이나 SNS 상에서의 공격에 대해서는 무책임한 태도를 취하고 창작자가 오롯이 혼자 감당해야 할 몫으로 떠넘긴다. 나아가 연재처 상실 등 경제적 불이익으로 귀결되는 사례는 창작자들의 신념과 사상에 따른 표현을 위축시키는 기제가 된다.

창작활동을 지속불가능하게 만드는 작업량을 기준으로 세우고 살아남도록 하는 것은 ‘끝장 노동’과 ‘일상생활 실종’이 가능한 집단을 특정짓고, 조건을 충족하기 어려운 집단을 축출한다. ‘끝장 노동’과 ‘일상생활 실종’의 구조적 요인은 돌봄노동 등 재생산 노동을 불가능하게 한다. 즉, ‘돌봄노동 하지 않는 창작자’를 가정하고, 돌봄 책임을 부담하는 창작자를 배척하는 구조이다. 이는 쉽사리 여성의 커리어를 희생하는 선택을 하게 만들고 여성을 축출하는 차별적 장치이며, 돌봄노동에서 탈피가능한 인간을 상정함으로써 돌봄을 방치하고 돌봄노동을 회피하도록 만드는 메카니즘으로, 이는 반사회적이다.

3) 디지털콘텐츠 생산과 유통에 성차별적이고 성별고정관념을 토대로 한 장르문법이 작동하며 각색과 수정지시 등을 통해 플랫폼은 이러한 성차별적 인식과 성별고정관념이 생산 소비되는데 중추적 역할을 한다. ‘여성향’, ‘남성향’ 구분과 ‘여자 그림체’, ‘남자그림체’ 나누고, 기존 장르문법에 맞지 않는 것은 맞추도록 수정 요구되며, 별도로 구분되기도 한다. 예를 들어, 남자 영웅과 여자 전리품이라는 판타지나 무협의 문법에 맞지 않는 여성 주인공 판타지 작품은 플랫폼에 의해 로맨스 요소를 넣어 로맨스판타지로 각색된다.

디지털콘텐츠 작품의 단가 책정에 있어서 성별 격차의 정황이 있다. 단가 책정 기준 등이 공개되지 않고, ‘비밀유지’ 계약으로 주로 주변에서 알음알음 얻게 되는 정보를 통해 단가 책정의 성별 격차가 정황적으로 파악되는 것이다. 경력이나 작품 성공도 등 일반적으로 인정될 수 있는 기준이나 요소로 설명이 되지 않는 단가 책정의 사례가 많기 때문이다. 하지만, 단가 책정 기준을 공개할 의무가 없기 때문에 개별적으로 항의와 단가 기준을 설명하라는 요구는 쉽게 묵살된다.

거대 플랫폼 작품 게재의 기회와 주요 정보 접근이 업계의 인맥과 계보에 의해 점유되는 경향이 있어, 인맥과 계보를 갖지 못하면 정보접근에서 불이익을 받으며, 기회를 차단당하게 된다. 인맥과 계보 형성은 업계의 지위와 관련이 있는데, 주요 의사결정

권력은 남성에게 집중되어 있다. 뿐만 아니라 남성연대는 성차별적이며 여성혐오적 실천을 통해 유지되며, 이는 성차별적이고 여성혐오적 장르문법이 통용되는 메카니즘의 일부를 구성한다.

플랫폼은 창작의 자유, 표현의 자유, 선택의 자유를 옹호하는 ‘자유로운 시장’을 가장 하고 작품에 대한 사회적 책임을 창작자 몫으로 떠넘기지만, 실제로는 적극적으로 개입하고 의도적으로 방관하고 있다. 우선, 장르문법에 맞는 작품 제작을 유도한다. 성차별적 고정관념을 적극적으로 사용해 작품을 제작하도록 하고 독자가 많이 접근하도록 유인책을 적극적으로 구사하고 있다. 반면, 작품이 성차별이나 성적 대상화 등의 문제로 비판을 받을 때는 나몰라라 하지만, 이는 플랫폼이 작품의 성차별적이고 여성혐오적 내용에 관대하기 때문에 ‘걸리지 않는’ 것에 불과하다. 플랫폼은 단지 자유롭게 조정되는 공간을 제공하기만 하는 것이 아니라 작품 생산부터 유통에 적극적으로 개입하거나 의도적으로 방관하고 있다. 이러한 개입과 방관을 통해 여성혐오적이며 성차별적 디지털 콘텐츠 제작을 조장하고 있다.

발제 4

디지털콘텐츠창작노동자 노동환경 개선과제

윤정향 (한국노동사회연구소 선임연구위원)

디지털콘텐츠 창작노동자 노동환경 개선 과제

윤정향(한국노동사회연구소)

I. 서론

- 디지털 플랫폼 시장이 4차 산업혁명의 주역으로 주목받으면서 확장되고 있다. 플랫폼이 전통적인 서비스나 재화의 중개시장을 점유하면서 유통과정을 변화시키고 있는 한편으로, 디지털 플랫폼이 문화콘텐츠 생산의 새로운 바탕으로 부상하면서 이를 창작기반으로 하는 불안정 노동자들의 경제·사회적 지위가 수면위로 드러나고 있다. 웹툰·웹소설·일러스트 작가는 플랫폼을 기반으로 하는 대표적인 디지털 콘텐츠 창작노동자로 여성, 청년이 다수이다.
- 이들 디지털 콘텐츠 창작노동자들은 ‘노동자’로서 갖는 사회권에서 거의 온전히 경계밖에 놓여 있다. 그렇다고 대등한 관계의 사업가로서 도급·위임계약을 맺고 창작물의 현재적·미래적 가치에 상응하는 대가를 공정하게 취하지도 못한다. 이들은 경제적으로 매우 취약하지만 빈곤층을 지원하는 사회적 안전망의 대상이 되기도 요원하다. 게다가 자신들의 사회적 욕구와 불공정한 플랫폼 기반의 생산양식을 문제제기 할 수 있는 제도적·조직적 기반도 취약하다. 게임업계의 페미니즘 사상검증에 반대하여 2018년 6월 여성프리랜서일러스트레이터연대(WFIU)가 결성되었고, 그해 12월 전국여성노조에 디지털콘텐츠지회가 조직된 것이 눈에 띈 정도이다.
- 정부가 제안한 표준계약서의 활용도가 매우 저조하다는 선행 조사 연구(한국콘텐츠진흥원, 2019; 서울노동권익센터, 2019)를 보면 불공정한 계약관계와 수익배분의 문제가 빙산의 일각으로 드러날 뿐, ‘문제화’ 되지 못한 채 수면 밑에 가라앉아 있는 구조적 불공정과 불평등 실상을 짐작조차 할 수도 없다.
- 지난 5월 20일 예술인 고용보험이 국회 본회의를 통과하면서 고용보험의 적용대상이 ‘사회보험의 높고 두터운 가입 장벽’을 넘어 최초로 실질적으로 확대될 것으로 기대를 모으고 있다. 그렇지만 예술인으로 불리는 창작노동자들의 노동시장은 매우 복잡하고 중층적인 위계구조 속에서 근로자, 자영업자, 특수고용형태노동자로 불리는 종사상지위에 걸쳐있다. 가령 자신이 직접 노무제공을 하더라도 자신의 어시스트와 어떤 계약관계를 맺느냐에 따라 해당자가 될 수도 있고 안 될 수도 있다. 해당 지위에 부합하는 예술인과 예술 활동을 증명하는 것이 창작노동자들의 현실에서는 녹록하지 않다.

- 이 발표문은 웹기반 콘텐츠산업을 디지털창작 노동자들의 창작과 관련하여 쟁점을 다루고 앞의 면접 및 실태조사를 토대로 주요 제도적 개선과제를 제시하는 것을 목적으로 한다.

II. 웹기반 콘텐츠산업 실태

웹툰산업은 통계청의 『콘텐츠산업 특수 분류체계』에서 정의된 11개 분야 중 ‘만화’ 부문에 해당된다. ‘만화’시장이 출판만화에서 디지털만화(웹→모바일앱)로 이동→확대→새로운 유형 출현→확산 되면서 ‘만화’산업의 중심이 디지털 영역의 산업구조로 재편되었다. 이제는 웹툰이 책으로 다시 출판되고, 영화, 드라마, 게임 등 연관 콘텐츠산업으로 확장되고 있다. 그렇다 해도 웹툰산업이 전체 콘텐츠산업에서 차지하는 산업규모는 크지 않다.

1) 콘텐츠산업의 규모와 만화산업 실태

- 한국콘텐츠산업진흥원에서는 매년 콘텐츠산업 실태조사를 발표한다. 이에 따르면, 콘텐츠산업은 「콘텐츠상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업」으로, 범위는 『콘텐츠산업 특수 분류체계』에서 정의된 11개 분야(출판, 만화, 음악(공연포함), 게임, 영화, 애니메이션, 광고, 방송, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션)를 기준으로 하고 있다.
- 콘텐츠산업 실태조사¹⁾를 토대로 한 '19년 하반기 추정치 산출 결과, 전체 콘텐츠산업의 매출액은 67조 394억 원, 수출액은 55억 4,743만 달러, 종사자수는 68만 2,131명으로 추정되었으며, 전년 동기대비 매출액은 6.4%, 수출액은 9.5%, 종사자수는 2.2% 증가하였다(한국콘텐츠진흥원, 2020:15)
- 2017년~2019년 콘텐츠산업 동향을 보면, 매출액은 전년대비 꾸준히 증가하고 있는데, 이중 웹툰산업이 포함되는 만화는 전체 콘텐츠산업에서 차지하는 비중이 1% 수준으로 높지 않다. 전체 매출액 비중은 작으나 [그림]에서 보면 2019년 기준으로 전년대비 증감율(6.2%)이 5위로 크게 늘었다.
- 수출액 규모의 하위 산업 비중을 보면(그림), 게임산업이 전체 콘텐츠산업의 67%를 점하고 있다. 만화산업은 0.4%에 불과하지만 2019년 기준 전년대비 증감율은 14%로 가장 많이 늘어난 분야로 주목할 만하다.
- 콘텐츠산업의 종사자규모를 보면(그림), 매출액이나 수출액보다 증가율 폭은 크지 않으나 2~3% 수준에서 증가해왔다. 만화산업은 전체 콘텐츠산업 중에서 1.6% 정도이며, 지난 3년간 산업 내 상대비중은 큰 변화가 없으나, 전년대비 3.5%의 증가율을 보였다.

1) 콘텐츠산업 반기별 실태조사는 11개 산업을 영위하는 업체 중 반기별 2,500개 표본을 선정하여조사 (기준시점 : '19.12.31)

<표 II -1> 2017년~2019년 콘텐츠산업 매출액 규모

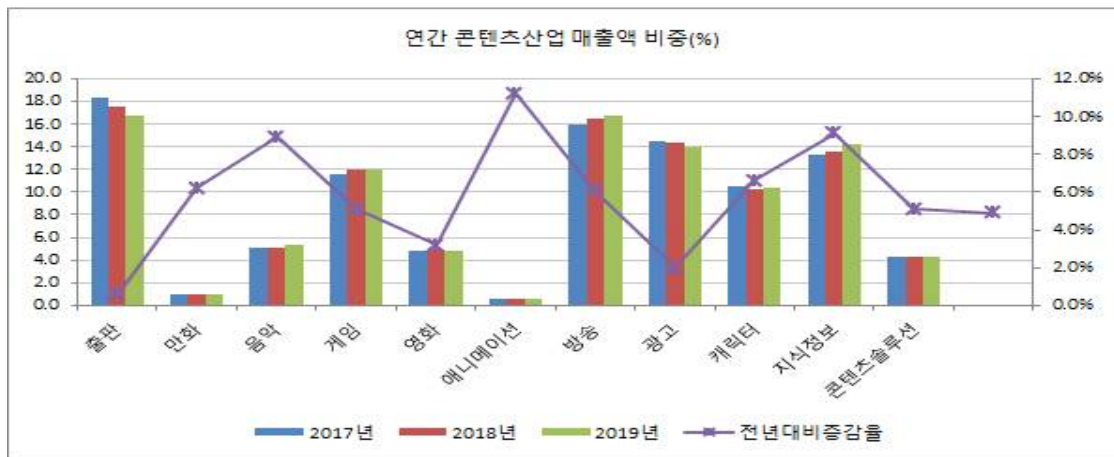
(단위: 백만원, %)

| 산업명 | 연간 매출액 | | | | 비율 | | |
|--------|-------------|-------------|-------------|---------|-------|-------|-------|
| | 2017년 | 2018 | 2019년 | 전년 대비증감 | '17년 | '18년 | '19년 |
| 출판 | 20,755,334 | 20,953,772 | 21,070,126 | 0.6% | 18.3 | 17.5 | 16.8 |
| 만화 | 1,082,228 | 1,178,613 | 1,252,057 | 6.2% | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| 음악 | 5,804,307 | 6,097,913 | 6,638,443 | 8.9% | 5.1 | 5.1 | 5.3 |
| 게임 | 13,142,272 | 14,290,224 | 15,017,282 | 5.1% | 11.6 | 11.9 | 12.0 |
| 영화 | 5,494,670 | 5,889,832 | 6,076,925 | 3.2% | 4.9 | 4.9 | 4.8 |
| 애니메이션 | 665,462 | 629,257 | 699,546 | 11.2% | 0.6 | 0.5 | 0.6 |
| 방송 | 18,043,595 | 19,762,210 | 20,957,854 | 6.1% | 15.9 | 16.5 | 16.7 |
| 광고 | 16,413,340 | 17,211,863 | 17,560,434 | 2.0% | 14.5 | 14.4 | 14.0 |
| 캐릭터 | 11,922,329 | 12,207,043 | 13,016,484 | 6.6% | 10.5 | 10.2 | 10.4 |
| 지식정보 | 15,041,370 | 16,290,992 | 17,774,731 | 9.1% | 13.3 | 13.6 | 14.2 |
| 콘텐츠솔루션 | 4,851,561 | 5,094,916 | 5,352,515 | 5.1% | 4.3 | 4.3 | 4.3 |
| 합계 | 113,216,467 | 119,606,635 | 125,416,397 | 4.9% | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| 전년대비 | 6.7% | 5.6% | 4.9% | | | | |

*주: 비율 필자계산.

*출처: 한국콘텐츠진흥원, 2020, p.18

[그림 II -1] 2017년~2019년 콘텐츠산업 매출액 비중



<표 II -2> 2017년~2019년 콘텐츠산업 수출액 규모

(단위: 천달러, %)

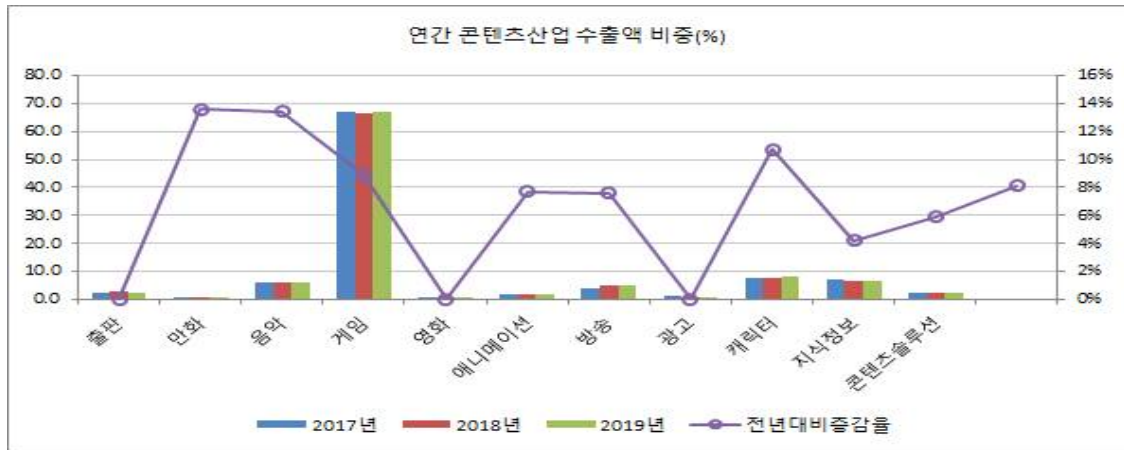
| 산업명 | 연간 수출액 | | | | 비율 | | |
|-------|-----------|-----------|-----------|---------|------|------|------|
| | 2017년 | 2018 | 2019년 | 전년 대비증감 | '17년 | '18년 | '19년 |
| 출판 | 220,951 | 248,991 | 214,693 | △13.8% | 2.5 | 2.6 | 2.1 |
| 만화 | 35,262 | 40,501 | 45,989 | 14% | 0.4 | 0.4 | 0.4 |
| 음악 | 512,580 | 564,236 | 639,650 | 13% | 5.8 | 5.9 | 6.2 |
| 게임 | 5,922,998 | 6,411,491 | 6,981,829 | 9% | 67.2 | 66.7 | 67.2 |
| 영화 | 40,726 | 41,607 | 37,877 | △9.0% | 0.5 | 0.4 | 0.4 |
| 애니메이션 | 144,870 | 174,517 | 188,016 | 8% | 1.6 | 1.8 | 1.8 |

| | | | | | | | |
|--------|-----------|-----------|------------|-------|-------|-------|-------|
| 방송 | 362,403 | 478,447 | 514,609 | 8% | 4.1 | 5.0 | 5.0 |
| 광고 | 93,230 | 61,293 | 56,714 | △7.5% | 1.1 | 0.6 | 0.5 |
| 캐릭터 | 663,853 | 745,142 | 824,927 | 11% | 7.5 | 7.7 | 7.9 |
| 지식정보 | 616,061 | 633,878 | 660,398 | 4% | 7.0 | 6.6 | 6.4 |
| 콘텐츠솔루션 | 201,508 | 214,933 | 227,592 | 6% | 2.3 | 2.2 | 2.2 |
| 합계 | 8,814,441 | 9,615,036 | 10,392,296 | 8% | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| 전년대비 | 46.7% | 9.1% | 8.1% | | | | |

*주: 비율 필자계산.

*출처: 한국콘텐츠진흥원, 2020, p.18

[그림 II-2] 2017년~2019년 콘텐츠산업 수출액 비중



<표 II-3> 2017년~2019년 콘텐츠산업 종사자수 규모

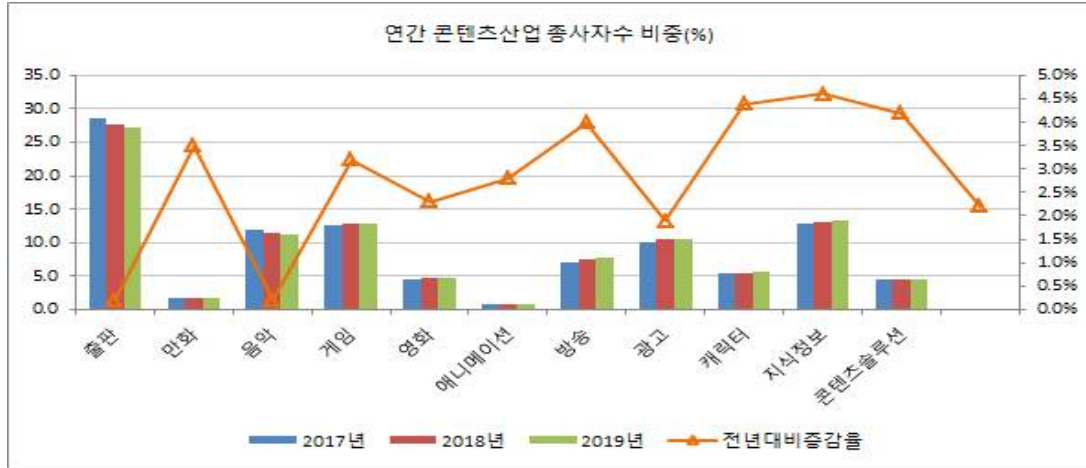
(단위: 명, %)

| 산업명 | 연간 종사자수 | | | | 비율 | | |
|--------|---------|---------|---------|---------|-------|-------|-------|
| | 2017년 | 2018년 | 2019년 | 전년 대비증감 | '17년 | '18년 | '19년 |
| 출판 | 184,794 | 184,554 | 184,978 | 0.2% | 28.7 | 27.7 | 27.1 |
| 만화 | 10,397 | 10,761 | 11,137 | 3.5% | 1.6 | 1.6 | 1.6 |
| 음악 | 77,005 | 76,954 | 77,110 | 0.2% | 11.9 | 11.5 | 11.3 |
| 게임 | 81,932 | 85,492 | 88,194 | 3.2% | 12.7 | 12.8 | 12.9 |
| 영화 | 29,546 | 30,878 | 31,575 | 2.3% | 4.6 | 4.6 | 4.6 |
| 애니메이션 | 5,161 | 5,380 | 5,532 | 2.8% | 0.8 | 0.8 | 0.8 |
| 방송 | 45,337 | 50,286 | 52,312 | 4.0% | 7.0 | 7.5 | 7.7 |
| 광고 | 65,159 | 70,827 | 72,160 | 1.9% | 10.1 | 10.6 | 10.6 |
| 캐릭터 | 34,778 | 36,306 | 37,915 | 4.4% | 5.4 | 5.4 | 5.6 |
| 지식정보 | 82,470 | 86,490 | 90,484 | 4.6% | 12.8 | 13.0 | 13.3 |
| 콘텐츠솔루션 | 28,268 | 29,509 | 30,734 | 4.2% | 4.4 | 4.4 | 4.5 |
| 합계 | 644,847 | 667,437 | 682,131 | 2% | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| 전년대비 | 2.1% | 3.5% | 2.2% | | | | |

*주: 비율 필자계산.

*출처: 한국콘텐츠진흥원, 2020, p.18

[그림 II-3] 2017년~2019년 콘텐츠산업 종사자수 비중



2) 웹툰산업의 도래와 현황

① 웹툰산업의 등장 과정²⁾

○ 박석환·박현(2014)은 웹툰산업의 전개과정을 주요 내용 중심으로 잘 요약하고 있다. 이들에 따르면, 1990년대 중후반 인터넷과 인터넷PC의 대중화, 아날로그 콘텐츠의 디지털화, 오프라인 콘텐츠의 온라인화 과정을 거치면서 다양한 유형의 디지털만화가 등장했다. 초기 형태의 웹툰은 간략한 칸만화의 형식으로 무명의 네티즌들에 의해 창작되어 개인 홈페이지, 인터넷 카페, 유명 사이트 게시판 등을 통해 전파되었다(박석환·박현, 2014:4).

- 초기 IT벤처 기업을 중심으로 진행됐던 출판만화의 디지털화는 2000년 출판만화 3사의 인터넷만화 시장 참여와 포털사이트의 무료 만화 서비스 전략에 의해 대중화되었다.
- 기존 출판만화의 ①저장매체 변화(종이→CD롬) ②이용행태 변화(열람→접속) ③이용환경 변화(PC통신→초고속인터넷) ④제작형식 변화(이미지→동영상) ⑤이용매체 변화(PC→휴대전화)를 거치며 디지털만화가 대중화되었고 이를 기반으로 한국형 웹툰이 탄생하였다(박석환·박현, 2014:4). <마시마로>(2000년), <순정만화>(2003) 등이 대표적이다.
- 2003년 다음 ‘만화 속 세상’이 인기를 얻으면서 개인홈페이지를 중심으로 활동하던 웹툰작가들이 스포츠서울, 스포츠투데이 등 스포츠신문 인터넷사이트를 중심으로 등용하였다. 2005년 네이버가 기존의 유료만화 채널 내에 웹툰 코너를 개설하면서 여타 사이트가 20대 전후를 목표 사용자로 했던 것과 달리 목표 사용자의 연령대를 낮추는 전략으로 시장 진입에 성공하였다.
- 2009년 아이폰 출시와 함께 스마트폰과 모바일인터넷이 대중화되며 스마트폰과 태블릿 기반의 웹툰 서비스가 시작되었다.

2) 2014년까지는 박석환·박현(2014: 4)의 내용을 인용함.

- 2014년 네이버와 다음의 양강 구도를 중심으로 포털사이트 네이트가 웹툰서비스를 강화했다. 모바일웹을 기반으로 한 올레웹툰, 카카오페이지, 신문사 중심 웹툰서비스는 스포츠투데이, 머니투데이 등에 이어 헤럴드경제, 일요신문, 헌팅턴포스트 등이 신규로 참여. 중소규모의 독립형 웹툰 서비스로는 레진닷컴, 판툰, 티테일, 웹툰스타 등이 있다.

② 웹툰산업의 규모와 외연 확장

- 2014년 국내 웹툰 플랫폼들의 본격적인 해외 진출이 시작된 이후 일본, 중국, 대만, 동남아, 태국, 유럽, 미국 등을 중심으로 확장해가면서 웹툰은 차세대 한류 콘텐츠로 새롭게 조명되고 있다. 정보통신산업진흥원(NIPA)은 디지털 만화시장 규모를 2017년 9억 1,200만 달러에서 2022년 13억 4,500만 달러에 달할 것이라고 전망했다(한국콘텐츠진흥원, 2019: 26).
- 2013년 1500억원에 불과했던 웹툰 시장이 2020년 1조원을 넘어섰다. 웹툰이 게임·드라마·영화로 확장하는 ‘원소스 멀티유스’의 중추가 된 것으로 평가받고 있다. 네이버와 카카오는 웹툰의 활약에 힘입어 2019년 3분기 콘텐츠 매출이 양사 모두 50%이상 상승하였다. 네이버의 경우 웹툰이 포함된 3분기 콘텐츠 서비스 부문 매출이 전년 동기 64.1%증가한 545억 원을 기록하였으며, 카카오 역시 웹툰이 포함된 유료 콘텐츠 부문이 전년 대비 52% 성장한 919억 원으로 집계되었다³⁾.
- 특히 2014년을 기점으로 신규 웹툰 수가 크게 증가하고 전반적으로 업계의 판도가 새롭게 구성되었다고 볼 수 있다. 그 근거는 첫째, 레진코믹스를 필두로 한 웹툰 전문 플랫폼의 등장, 둘째, 모바일 메신저 서비스로 성장한 카카오가 다음을 인수 합병, 셋째, 창조경제 시대의 만화산업 육성 중장기계획(2014-2018) 등 정부의 웹툰산업 시장 적극적 개입이다. 2014년 박근혜정부는 중소 웹툰 전문 플랫폼과 전문인력 지원기관(에이전시)을 전략적으로 육성하여 웹툰산업을 활성화하고자 하였다. 레진코믹스는 2013년 정부지원을 받고 웹툰전문 플랫폼으로 급성장한 대표 사례이다.
- 웹툰가이드(<https://was.webtoonguide.com/>)는 2019년 10월 기준, 네이버웹툰의 월간 순방문자를 1억 7천 4백만여 명으로 1위, 2위 카카오페이지(7천 3백만여 명), 3위 레진코믹스(1천 8백 2만여 명), 4위 다음웹툰(1천 3백 7십만여 명), 5위 탑툰(1천 2백 3십만여 명)으로 추산했다. 순방문자 기준으로 네이버웹툰이 55.5%를 점유하고 있고 카카오페이지(23.5%)와 다음웹툰(4.4%)이 27.9%를 차지하고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2019: 65).

3) 한광범, 네이버웹툰, 글로벌 확장에 작가 수익 쟁점…평균 3.1억, 이데일리, '19.09.25
<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=001&oid=018&aid=000447517>

[웹툰가이드 2020년 11월 기준]

주요 플랫폼 수 17개

전체 플랫폼 수 36개

연재중 웹툰 수 1,698

연재중 웹툰작가 수 2,280

총 웹툰작품 수 13,381

총 웹툰작가 수 9,563

올해 신작수 1255개

연재중인 글그림 작가 54%, 그림 23.8%, 글 20.8%

웹툰 누적현황 : 2015년 3,766편에서 2019년 10,299편.

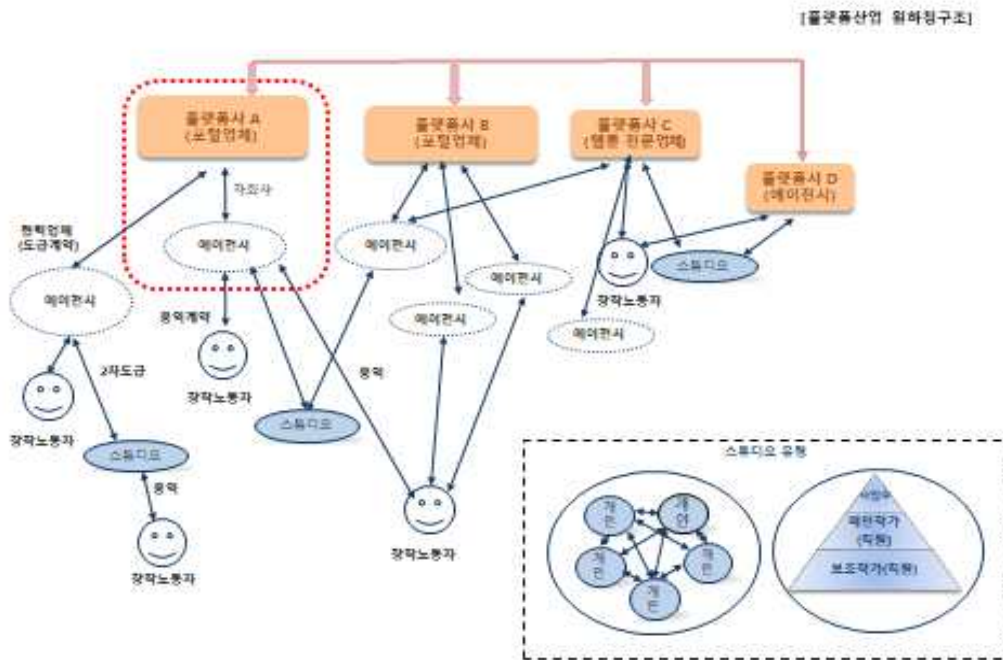
월별 플랫폼 순위 : 네이버웹툰 > 카카오페이지 > 레진코믹스 > 탑툰 > 다음웹툰

- 웹툰, 웹소설의 드라마화, 영화화, 게임화 → 웹툰 재소비로 누적 매출액 증가
 - 공연 시장에서도 웹툰을 각색한 작품이 급증. 2019년 웹툰을 원작으로 한 연극 ‘우리집에 왜 왔니’, ‘그대를 사랑합니다’, ‘찬란하지 않아도 괜찮아’, 뮤지컬 ‘나빌레라’, ‘이토록 보통의’, ‘원 모어’ 등이 무대에 오름. 이미 다양한 작품들이 드라마나 영화로 만들어져 인기를 얻으며 안정성을 입증받았고, 최근 OSMU가 진화하면서 다양한 콘텐츠에 적용시킬 수 있게 되었기 때문으로 풀이된다(한국콘텐츠진흥원, 2020: 30).
 - 웹툰 기반의 게임 또한 지속적으로 출시되고 있다. 네이버의 ‘with NAVER WEBTOON’, 카카오의 ‘for kakao’ 시리즈는 대표적인 웹툰 기반 게임이다.임. 덴마 with NAVER WEBTOON과 마음의 소리 with NAVER WEBTOON, 갓 오브 하이스쿨 with NAVER WEBTOON, 와라! 편의점 for kakao, 삼국전투기, 신의 탑 등 다수의 웹툰 IP 기반 게임들이 출시되고 있다.⁴⁾

III. 웹툰산업의 변화와 요동치는 노동시장

- 1) 플랫폼을 정점으로 수익이 집중되는 산업 생태계

4) 김희경, 드라마·영화·공연에 웹툰 열풍…콘텐츠 시장의 주역이 되다, 한국경제, '19.12.24
<https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=001&oid=015&aid=000426244>



2) 웹소설의 웹툰화 : 저작권 확보와 OSMU의 실험 모델

- 거대 플랫폼을 중심으로 웹소설 판권을 가지고 있고, 이것을 웹툰으로 만드는 새로운 수익 모델이 확산되고 있다. 이것은 초창기 웹툰의 영화화, 웹툰의 드라마화, 개봉을 앞둔 영화를 웹툰으로 만들어 연재하는 것과 크게 다르지 않다. 다만 전자들은 대중적으로 성공한 작품을 다른 콘텐츠 제작 매체(즉 영화사, 방송 등)가 재창작하는 저작권 확산 유형이라면, 웹소설의 웹툰화는 원소스멀티유즈(OSMU) 방식의 수익창출 모델인 것은 같지만, 수익 창출이 더 커질 수 있는 모델이다. 웹소설이 웹툰의 ‘시나리오’로 기능할 수 있고, 스토리로 독자평가를 받은 작품에 ‘그림’을 추가하는 것이기에 자체 플랫폼으로 독자층을 더 확보할 수 있기 때문이다. 스토리 판권을 대형 플랫폼이 보유하고 그림하도급을 받는 스튜디오가 많아지는 것도 이와 무관하지 않다.
- 면접참여자의 경우도 인기 웹소설을 웹툰으로 그려달라는 제안을 받았다고 했다. 독창적이고 자유로운 창작품보다 ‘다양한 독자층의 기호에 맞게’, ‘플랫폼이나 에이전시의 요구대로 수익을 높일 수 있는 소재’로 대량의 작품들이 생산될 수 있다. 면접참여자에게 따르면 로맨스, 학원배경, 판타지물은 망작은 면할 수 있는 정도의 보편화된 플롯이 있다. “개성 있는 오리지널 작품의 살 곳이 줄고 있다”는 우려를 모두가 하고 있다.

- OSMU 방식으로 수익 증대를 할 수 있는 시장이 열려 있기에, 저작권 확보가 대형 플랫폼이나 에이전시들에게 매우 중요해졌다. 웹소설 저작권을 대형 플랫폼이 가지려고 하는 이유이다. 스토리만 있으면 그림이든, 영화든, 드라마든, 게임이든 추가로 입히고 각색하면 된다고 보는 것이다.

“이전에는 스토리랑 그림이랑 기본적으로 오리지널 작품이 좀 많았으면~이제 **사가 점점 더 플랫폼에 대세로 떠오르기 시작을 하면서, 이쪽은 어떻게 성장을 했냐면요. 유명한 웹소설원작이 있는거에 판권을 사는 에이전시가, 웹툰작가~ 이제 예를 들어서, 따로 웹툰작가를 구해서, 이거를 웹툰화를 시켜서 유통을 하는 거죠. 그러니까 기존에 이 웹소설팬이었던 사람들이, 웹툰을 보기 시작하고, 이런 식으로 시장이 더 커졌기 때문에, 지금은 **에서도 굉장히 어떤~ 이미 원작이 있는 작품성공한~(보증이된) 네네. 그거를 그려줄 사람을 구하는게, 요즘은 더 케이스 늘어났고요. 그래서 지금은 오리지널 하는 작가랑~ 그렇게 이제 원작이 있는 웹소설을, 웹툰화 시키는거~비등비등해졌다고 볼 수 있을 거 같아요. [중략] 제가~데뷔를 했을 즈음에는, 모든 글, 그림을 일임을 한다. 이런 느낌이었던, 요새는 저한테 오는 연락이나 회사 측에서도 어...당신이 하고 싶은, 오리지널 스토리를 해도 되지만, 우리가 판권을 보유하고 있는, 원작 웹소설이 있다, 이거를 이제 웹툰화해 주는 것도 고려 해주면 좋겠다라고 같이 연락이 와요.”(면접참여자)

3) 에이전시와 스튜디오 등장 : 하도급 업체의 등장과 확산

- 창작자를 지원하고 전문적으로 관리하기 위한 목적으로 형성된 것이 에이전시이다. 그런데 디지털 콘텐츠 시장에서 에이전시는 공룡 플랫폼의 하도급업체이자 중개업체의 형태에 가까워지고 있다. 이런 에이전시가 계속 생겨나고 있다. 면접참여자들은 “몇 년 전 에이전시가 플랫폼의 대세였던 시기보다 에이전시가 더 많아졌다”고 체감하고 있다. 중소규모 전문 플랫폼은 에이전시 기능을 하지만 외부 에이전시와 하도급 관계를 구축하고 있다. 큰 플랫폼이 작은 플랫폼이나 에이전시를 흡수하면서 몸집을 불리고 있다.
- 또한 영세규모의 스튜디오도 생겨나고 있다. 작가들이 모여 만들기도 하고, 플랫폼이나 에이전시가 자회사로 만들기도 하고, 만화가가 아닌 일반 사업주가 직원으로 만화가를 고용하는 사업체도 있다. 플랫폼이나 에이전시는 주요 협력업체로 스튜디오와 교류를 한다. 스튜디오의 출현은 여러 작품을 만들어내고 수익을 더 창출할 수 있다는 장점이 있다는 것이다. 메인작가는 스토리를 짜고, 다른 작가들이 밑그림, 채색, 배경 등을 나눠서 맡는 구조이다. 분업화된 팀작업(혹자는 “만화 공장”이라 표현했다)이 늘어나고 있다.
- 에이전시의 증가는 시장지배력을 가진 플랫폼의 작품 관리 및 수익제고 전략으로 가속화하고 있다. 일부 대형 플랫폼사들은 에이전시를 통해서만 작가와 계약을 하여 작가관리나 작가와의 분쟁을 에이전시가 책임지는 전형적인 원청업체의 모습을 보여주고 있다.
- 에이전시의 성격도 전문기획관리, 플랫폼사, 인력파견·알선 업무, 직접고용 등 다변화하고 있다.

“예전같은 경우에는 작가들이 플랫폼에 직계약을 했기 때문에 플랫폼 수수료만 떼어갔는데, 이제는 플랫폼 측에서도 ~ 작가를 좀 더 수고를 줄이고 싶은 거죠. 작가를 관리하고 싶지는 않고, 이제 수수료는 받고 싶기 때문에, 우리는 에이전시를 통해서만, 이제 작품을 볼 수 있게 하겠다. 이러면서, 에이전시를 통해서만 받는 플랫폼들이 조금씩 늘어나기 시작을 해서, 작가같은 경우에는 이제 에이전시 수수료 따로, 플랫폼 수수료 따로, 내야되니까 부담이 커진 상황인 거죠.”(면접참여자)

4) 디콘 창작노동자 : 근로기준법상 근로자 아니지만 종속성은 더욱 강해지는 시장지위

○ 디콘 창작노동자들의 노동시장 ‘종사상지위’는 근로자로서의 개연성과 1인 자영업자의 양극단에서, 여러 계약형태(근로계약, 위임계약, 1인도급계약, 대표 도급계약)로 인해 하청노동자, 특수고용노동자 등 법적 보호의 사각지대나 경계적 노동시장 지위를 지닌다. 그러면서 계약단계에서부터 다층적 위계구조로 인해 보수, 노동시간 등의 불이익, 불공정 거래관계에 놓이고 있다.

○ 디콘 창작 노동자들은 ‘근로기준법 상의 근로자성’을 판별하는 전통적 기준(사용종속성, 경제적 종속성)으로 보면 몇 가지 중요한 항목에서 노동자성이 없거나 약하다. 근로자성 판단이 모든 조건을 동시에 혹은 대부분 충족해야 한다는 경직적 접근이 우세하기에(사법적 판결 중시) 디콘 창작 노동자들은 근로자로 인정받지 못한다.

○ 특고노동자의 ‘노동자성’ 기준을 만든 대법원의 1994년, 2006년 판결문에 따르면, 지정된 근무장소, 정해진 근무시간, 사용자의 업무지시와 관리감독, 취업규칙 또는 복무(인사)규정 적용, 근로자가 제3자를 고용하여 업무대행 하지 않음, 생산수단 소유하지 않음, 근로제공의 계속성, 노무제공에 따른 이윤과 손실 부담 주체, 사회보장제도에서 근로자로 인정받는지 여부가 종속성을 판별하는 기준이다.

○ 그런데 설문·면접조사 결과 분석에 따르면 계약 형태로는 전통적 기준의 핵심인 ‘전속성’이 약할 수 있으나 실상 ‘종속성’이 매우 강하다. 불공정계약이 이러한 종속성을 가능케 한다. 창작노동자들이 플랫폼·에이전시 1개사와 전속계약을 체결하여 다른 업체나 다른 작품을 계약하지 못하도록 통제받지 않지만⁵⁾, 연재중인 동일 작품의 경우 수익배분 감소(동의 하에)나 계약위반 사항에 저촉되므로 가능하지 않다. 또한 본 조사 결과에서도 창작노동자들이 동시에 두 업체와 계약을 체결하는 경우는 구작이 있거나, 일러스터나 웹툰 글작가이거나, 팀작업이거나 하는 등이 아니면 ‘개인이 글그림을 창작하는 두 작품’으로 2개사와 동시에 계약하는 것은 가능성이 매우 낮다.

- 취업규칙과 같은 명시적인 근무조건이 없어도 ‘창작물의 연재기간’은 근무장소와 근무시간

5) 구작은 창작노동자들의 노동시장 지위를 논할 때 논외로 할 필요가 있다.

대만 자유로울 뿐 ‘포괄적으로 지정된 근무조건’과 다르지 않다. 뿐만 아니라 작품에 대한 업체의 개입은 작가의 노동을 통제한다. 실제로 작가들이 수정요구 횟수와 수정결정권을 계약 내용에 반영하려고 하고, 특정에이전시와 계약 기피 사유가 될 정도로 관리감독과 통제가 이루어진다. 다른 기준으로 보더라도 창작노동자들은 생산도구를 소유하고 있으며 최소 6개월~1년 동안은 계약에 따라 창작을 계속 해야 하는 근로제공의 계속성이 발생한다. 다만 이들은 용역계약을 체결하여 계약기간 중 발생한 손해를 일부(혹은 전부) 부담해야 한다는 점에서 플랫폼-에이전시와 대등한 계약주체로 되어 있다.

- 거대 플랫폼의 시장전략, 그에 따른 중소 에이전시, 스튜디오 등장 등 웹툰 산업의 변동은 창작노동자의 종속적 지위를 강화할 개연성이 높아졌다. 이것을 가능케 하는 이유는 웹툰 산업의 생산방식이 갖는 특수성에서 비롯한다. 최인이(2020)는 ‘연재방식’이 완결된 창작품을 매개하는 창작산업 플랫폼(음악, 영화 등)과 다른 방식으로 창작자를 종속시키고 창작노동과 창작물을 통제한다고 했다.
- 본 연구의 조사결과 ‘플랫폼 연재’는 신작과 구작을 구별해서 볼 때 선명해진다. ‘구작’은 다른 문화·예술 분야처럼 기 완성된 창작물을 전송하는 방식이므로 창작자의 노동통제는 거의 발생하지 않는다. ‘신작 연재’는 플랫폼이 단순한 유통수단이 아니라 생산과정의 중앙통제 시스템에 가깝다는 것을 보여준다. ‘플랫폼 연재계약’은 창작자의 종속성을 높이는 기제이다. 창작자의 창작 과정에 에이전시나 플랫폼 담당자가 작품의 내용과 표현 등을 매 회 검독·수정요구하고 이것이 반영된 최종 결과물이 전송되는 일련의 경로는 생산과정에서 에이전시나 플랫폼을 분리하기 어려움을 보여준다. 뿐만 아니라 포털 플랫폼으로의 독과점 현상은 디지털콘텐츠가 문화 예술품으로서의 가치보다 소비자의 니즈에 맞는 여러 상품 중 하나로서 전 시되도록 하기에 생산품에 대한 중앙통제시스템으로서의 영향력을 더욱 행사한다. ‘포털의 본래적 기능과 목적’에 디지털콘텐츠 창작물이 위협적이면 안되기 때문이다.
- 웹툰 유통 플랫폼이 유통영역에 존재하는 것이라면 다음과 같은 사례가 많아야 한다. 첫째, 유·무료 플랫폼에 창작자가 일정기간 플랫폼 사용계약을 맺고 자유로이 연재할 수 있다. 둘째, 유·무료 플랫폼에 창작자가 플랫폼사의 요청으로 일정기간 자유롭게 작품을 연재할 수도 있다. 셋째, 창작자들이 자신의 작품을 독립 플랫폼이나 SNS에서 유·무료로 서비스할 수도 있다. 유통 플랫폼의 이러한 초기 속성은 연재를 하더라도 창작자의 노동을 직·간접적으로 통제하지 않을 수 있다. 그런데 유통 플랫폼이 더 많은 트래픽을 만들고 더 많은 수익을 얻는 사업체라면 초기의 소극적 유통에서 적극적 생산개입으로 옮겨갈 수밖에 없다. ‘플랫폼 연재’는 주기를 단축시킬수록, 매 회 많은 내용을 보여줄수록 서비스 이용자의 향상성을 유지할 수 있다. 이런 점에서, 플랫폼사가 창작자의 노동을 통제하고 착취하여 더 많은 수익을 내는데 있어서 취한 ‘연재계약’은 유용한 전략이다. 박석환·박현아(2014)는 ‘포털의 플랫폼 전략은 모든 것이 포털 플랫폼을 중심으로 작동되도록 만드는’ 면이 있다고 분석했다.
- 유통 플랫폼이 생산과정으로 확장되면서 창작자의 작품도구는 창작에 필요한 생산수단에서

창작자가 활용하는 작은 생산도구가 되었으며, 플랫폼 자체가 디지털콘텐츠 생산을 위한 거대한 생산수단이 된 것이다.

IV. 디지털콘텐츠 창작노동자 보호 방안

○ 이 절은 디지털 콘텐츠산업의 건강한 생태계를 조성하고, 저변을 확대하며 디콘 창작노동자의 지속가능한 창작활동 보장을 위한 4대 기본 정책방향으로, 공정거래 정착, 합리적 보상·수익배분 체계 마련, 사회적보호 안전망, 성평등적 업계문화 조성을 제시한다. 이를 위한 법·제도적 개선 방안은 다음과 같다.

1. 법 제도적 차원

1) 공정거래법 상의 '시장지배적지위 남용 금지 행위'에 관한 플랫폼조사 필요

○ 공정한 거래관행 조성을 위한 그간의 경과

- 디콘 노동자 개인과 단체의 꾸준한 문제제기로 2018년 공정거래위원회(이하 공정위)는 26개 웹툰 서비스 사업자⁶⁾가 사용하는 웹툰 연재 계약서를 심사하여 웹툰 작가에게 부당하게 불리한 10개 유형의 불공정 약관 조항을 시정하도록 했다.⁷⁾

<표 IV-1> 불공정약관 주요 시정 내용(요약)

| 연번 | 위반유형 | 시정 전 약관 | 시정 후 약관 |
|----|------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| 1 | 2차적 저작물에 대한 무단사용 | 웹툰 콘텐츠 연재 계약시 2차적 저작물에 대한 무단 사용 | ▶2차 저작물의 작성·사용권에 대하여 별도 개별 계약 체결 |
| 2 | 계약해지 | 최고절차 없이 포괄적이고 추상적인 사유로 계약해지 | ▶상당기간 최고 후 계약해지하고 추상적인 해지사유 삭제 |
| 3 | 손해배상 | 고의나 중과실일 경우에만 손해배상책임을 부담 | ▶경과실을 포함하여 손해배상책임을 부담 |
| 4 | 가격설정 | 콘텐츠 가격을 사업자가 임의로 결정 | ▶당사자가 상호 협의하여 가격조정 |
| 5 | 관할법원 | 사업자 소재지 법원에 소 제기 | ▶민사소송법상 관할 규정 따름 |

6) 웹툰 서비스 사업자(26개, 가나다순): 네이버웹툰(주), 넥스츄어코리아(주), (주)넥스큐브, 디투컴퍼니(주), (주)레진엔터테인먼트, (주)머들웍스, 미스터블루(주), (주)바로코믹스, (주)배틀엔터테인먼트, (주)봄코믹스, (주)북큐브네트워크, (주)서울문화사, (주)엔씨소프트, NHN엔터테인먼트(주), 엔피, (주)엠엑스에이엔터테인먼트, (주)위즈덤하우스미디어그룹, (주)케이코믹스, (주)케이티, (주)코미카엔터테인먼트, (주)키다리아엔티, (주)탐코, (주)투믹스, (주)포도트리, (주)폭스톤, 프라이데이(주)

7) 공정거래위원회, “콘텐츠의 2차적 저작물 사용 권리를 설정할 땐 별도 계약을 체결해야!”, 2018. 3. 28 보도자료.

| | | | |
|----|---------------------------|---|----------------------------------|
| 6 | 계약종료 후의 전자출판권 부여 | 계약종료 후에도 사업자가 전자출판권 보유 | ▶관련조항 삭제 또는 제공대가 상호 협의 |
| 7 | 계약연장 | 콘텐츠에 대한 사업화 계약을 체결하여 부당하게 계약연장 | ▶관련조항 삭제 |
| 8 | 지체상금 | 지연 또는 무단휴재할 경우 부당한 지체상금 부과 | ▶관련조항 삭제 또는 무단휴재일 경우에만 일부 지체상금부과 |
| 9 | 저작권자의 동의없이 제3자에게 권리를 사용허락 | 제3자에게 권리를 위임·위탁·사용허락을 할 때 저작권자의 허락 없이 함 | ▶관련조항 삭제 |
| 10 | 장래 개발될 매체까지 계약에 포함 | 장래 개발될 매체까지 계약내용으로 포함 | ▶관련조항 삭제 |

*출처 : 공정거래위원회, “콘텐츠의 2차적 저작물 사용 권리를 설정할 땐 별도 계약을 체결해야!”, 2018. 3. 28 보도자료.

- 당시 조사배경에 대한 서술을 보면, “웹툰 서비스 사업자들이 웹툰 작가와 맺는 웹툰 연재 계약서상 콘텐츠의 2차적 저작물 사용에 대한 무단 사용 조항, 최고 절차 없는 포괄적·추상적인 계약 해지 조항 등에 의해 웹툰 작가들의 피해와 불만이 많이 발생”하였기 때문이다.
- 공정위가 2018년에 ‘사업자 간의 거래규정’으로 불공정약관을 시정하도록 했으나 플랫폼과 에이전시, 창작노동자는 ‘대등한 사업자’가 아니었고, 이 시정이 현장에서는 효과가 미미했다. 이미 2016년에 문화체육관광부가 [표준계약서]를 권고안으로 발표했으나 실제 사용률이 낮은 것은 여러 선행연구를 통해서 밝혀졌다.
- 이후 공정위는 특수형태근로 종사자 분야에서의 불공정한 거래 관행을 예방·개선하기 위한 내용의 [특수형태 근로 종사자에 대한 거래상 지위 남용 행위 심사 지침(이하 특고지침)]을 개정하여 2019년 9월 30일부터 시행했다⁸⁾. 이때 직종별 주요 불공정거래 행위 유형에 웹툰 작가(문화부) 직종에 대해 표준계약서 또는 모범거래기준 제(개)정을 추진하도록 했다. 문화체육관광부는 [예술인복지법] 개정을 통해 불공정거래행위에 대한 내용을 담았다(12월 9일자 시행).

< 특고지침 개정 내용 >

- ① 산재보험법 시행령 개정을 반영하여 대출모집인, 신용카드회원 모집인, 대리운전기사, 건설기계 기사 등 4개 직종을 **적용 대상에 추가**
- ② 직종별 주요 **불공정 거래 행위 유형(예시) 명시(10개 유형 추가·보완)**
- ③ 특고지침과 타법 간 **집행 체계(경합 시 처리 방식) 개선**

○ 공정위는 ‘독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 공정거래법)⁹⁾에 따라 세 행위(시장지배

8) 공정거래위원회, 2019년 9월 30일 보도자료, ‘특고지침 개정·시행.

9) 사업자의 시장지배적지위의 남용과 과도한 경제력의 집중을 방지하고, 부당한 공동행위 및 불공정거래행위를 규제하여 공정하고 자유로운 경쟁을 촉진함으로써 창의적인 기업활동을 조장하고 소비자를 보호함과 아울러 국민경제의 균형있는 발전을 도모함을 목적으로 한다(제1조)

적지위 남용 금지 행위, 부당공동행위, 불공정거래행위) 각각의 규제에 관한 내용을 심사하고, 위반 시 과징금 부과, 벌칙(징역이나 벌금형)을 부과할 수 있다. 다만 벌칙은 공정위가 고발을 통해 공소제기를 하고 사법적 판단이 내려졌을 때 적용가능하다.

1. 불공정거래행위로 피해를 입은 사업자는 ‘공정거래분쟁조정협의회’에 "분쟁조정신청서"라 한다)을 협의회에 제출함으로써 분쟁조정을 신청할 수 있다.
2. 직권조사
공정거래법 49조 2항에 따라 누구든지 이 법에 위반되는 사실을 공정거래위원회에 신고할 수 있다. 공정위는 혐의가 있다고 인정할 때 직권으로 조사를 할 수 있다.

○ 최근 몇 년간 정부의 시장 개선 노력이 꾸준히 있어 왔으나 좀 더 과감한 개입이 필요해 보인다.

- 생산수단과 유통체계를 독·과점하고 있는 플랫폼과 자신의 생산도구만으로 노동을 하여 경제적 삶을 유지하는 창작자 간의 ‘공정한 거래’는 처음부터 성립되지 않을 수 있다. 과연 이 업계의 현재 지형이 사업자 간의 공정거래 규칙을 적용하는 게 타당한 것인지 심층적으로 검토할 필요가 있다.
- 이와 관련하여 공정거래법의 ‘시장지배적지위 남용 행위’에 대한 규정을 적용해보는 것이 유의미할 수 있다. 창작자의 창작물을 토대로 하여, 전송·배포·홍보를 활용한 거대 플랫폼으로부터 시작되는 가치사슬 구조에서, 플랫폼과 에이전시, 에이전시와 창작자, 플랫폼-(에이전시)-창작자의 계약관계는 각 단계별로 당사자 간의 불공정행위로만 해결되는 문제가 아니기 때문이다. 거대 플랫폼의 시장지배적 지위를 이용한 남용 행위에 대한 조사가 필요하다.

독점규제 및 공정거래에 관한 법률
시장지배적지위 남용 금지 (제3조의2)
 제4조(시장지배적사업자의 추정) 일정한 거래분야에서 시장점유율이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업자(일정한 거래분야에서 연간 매출액 또는 구매액이 40억원 미만인 사업자는 제외한다)는 제2조(定義)제7호의 시장지배적 사업자로 추정한다. <개정 2007. 8. 3.>

1. 1사업자의 시장점유율이 100분의 50 이상
2. 3 이하의 사업자의 시장점유율의 합계가 100분의 75 이상. 다만, 이 경우에 시장점유율이 100분의 10 미만인 자를 제외한다

.시장조치 : 위반 시 과징금 부과.
 6조(과징금) : 대통령령이 정하는 매출액(大統領令이 정하는 事業者의 경우에는 營業收益을 말한다. 이하 같다)에 100분의 3을 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위안에서 과징금을 부과할 수 있다. 다만, 매출액이 없거나 매출액의 산정이 곤란한 경우로서 대통령령이 정하는 경우(이하 "賣出額이 없는 경우등"이라 한다)에는 10억원을 초과하지 아니하는 범위안에서 과징금을 부과할 수 있다.

2) 공정거래법 상의 부당공동행위와 노동조합법상 단체교섭이 충돌 다툼의 여지 검토 필요

○ 디콘 창작노동자들은 계약과정, 연재과정에서 당했던 억울함, 서러움, 분노를 개별적으로 호소하기도 하고 조직을 만들어 공론화도 해왔다. ‘알 수 없는 수익배분 원리’에 도전해보고자 자체적으로 표준가격표를 만들었다가 부당공동행위로 고발되는 사례도 있었다. 디콘 창작노동자들이 “자신들은 일을 해도 생계가 어려운데 산업은 성장하는 상황”에 대해, 플랫폼에 물어보고 싶어도, 자신들의 ‘이상한 노동대가 규정’을 바꾸고 싶어도 개인이나 조직 모두 접근할 길이 제한되어 있다. 특히 이들은 근로기준법이 정하는 ‘근로자’가 아니므로 사용자를 특정하여 교섭을 요구할 수 없다. 전국여성노조의 디콘지회는 노동조합법상 노조이지만, 공정거래법상 부당공동행위와 노동조합법상 단체교섭이 충돌할 수 있고, 사용자를 특정할 수 없다는 제약으로 본질적인 문제에 접근조차 쉽지 않다.

독점규제 및 공정거래에 관한 법률

부당한 공동행위 금지(19조)

제19조(부당한 공동행위의 금지) ①사업자는 계약·협정·결의 기타 어떠한 방법으로도 다른 사업자와 공동으로 부당하게 경쟁을 제한하는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 것을 합의(이하 "부당한 공동행위"라 한다)하거나 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니된다. <개정 1992. 12. 8., 1994. 12. 22., 1996. 12. 30., 1999. 2. 5., 2004. 12. 31., 2007. 8. 3.>

1. 가격을 결정·유지 또는 변경하는 행위
2. 상품 또는 용역의 거래조건이나, 그 대금 또는 대가의 지급조건을 정하는 행위
3. 상품의 생산·출고·수송 또는 거래의 제한이나 용역의 거래를 제한하는 행위
4. 거래지역 또는 거래상대방을 제한하는 행위
5. 생산 또는 용역의 거래를 위한 설비의 신설 또는 증설이나 장비의 도입을 방해하거나 제한하는 행위
6. 상품 또는 용역의 생산·거래 시에 그 상품 또는 용역의 종류·규격을 제한하는 행위
7. 영업의 주요부문을 공동으로 수행·관리하거나 수행·관리하기 위한 회사등을 설립하는 행위
8. 입찰 또는 경매에 있어 낙찰자, 경락자(競落者), 투찰(投札)가격, 낙찰가격 또는 경락가격, 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항을 결정하는 행위
9. 제1호부터 제8호까지 외의 행위로서 다른 사업자(그 행위를 한 사업자를 포함한다)의 사업활동 또는 사업내용을 방해하거나 제한함으로써 일정한 거래분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 행위

②제1항의 규정은 부당한 공동행위가 다음 각호의 1에 해당하는 목적을 위하여 행하여지는 경우로서 대통령령이 정하는 요건에 해당하고 공정거래위원회의 인가를 받은 경우에는 이를 적용하지 아니한다. <신설 1996. 12. 30.>

1. 산업합리화
2. 연구·기술개발
3. 불황의 극복
4. 산업구조의 조정
5. 거래조건의 합리화

6. 중소기업의 경쟁력향상

③제2항의 규정에 의한 인가의 기준·방법·절차 및 인가사항변경 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <신설 1996. 12. 30., 1999. 2. 5.>

④제1항에 규정된 부당한 공동행위를 할 것을 약정하는 계약등은 사업자간에 있어서는 이를 무효로 한다.

⑤2 이상의 사업자가 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하는 경우로서 해당 거래분야 또는 상품·용역의 특성, 해당 행위의 경제적 이유 및 파급효과, 사업자 간 접촉의 횟수·양태 등 제반 사정에 비추어 그 행위를 그 사업자들이 공동으로 한 것으로 볼 수 있는 상당한 개연성이 있는 때에는 그 사업자들 사이에 공동으로 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 할 것을 합의한 것으로 추정한다. <개정 2007. 8. 3.>

⑥부당한 공동행위에 관한 심사의 기준은 공정거래위원회가 정하여 고시할 수 있다. <신설 2007. 8. 3.>

-시정조치 : 과징금부과

당해 사업자에 대하여 대통령이 정하는 매출액에 100분의 10을 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위안에서 과징금을 부과할 수 있다. 다만, 매출액이 없는 경우등에는 20억원을 초과하지 아니하는 범위안에서 과징금을 부과할 수 있다. <개정 2004. 12. 31.>(22조)

- 디지털콘텐츠 창작노동자 지회의 노동자들은 노조법상 근로자로 인정되고, 따라서 노동조합을 결성하고 상대방(사용자)에게 단체교섭을 요구할 수 있다. 그런데 이들이 공정거래법상 ‘사업자’가 된다면 이는 단체협약에 의해 그 거래 조건을 일률적으로 규제하는 것은 카르텔 그 자체로써 일정한 거래 분야에서 경쟁을 실질적으로 제한하는 부당한 공동행위(공정거래법 제19조)에 해당되어 공정거래법 위반이 될 것이다. 또한 쟁의행위권 행사는 사용자에게 대한 불공정거래행위가 될 수도 있다. 다행히도 ‘부당한 공동행위’는 ‘경쟁제한성’ 등을 요건으로 하고 있어 디지털 콘텐츠 창작노동자들이 규제대상이 될 가능성은 높지 않다는 연구도 있다 (육태우·한도율, 2018:33-34).

[해외 사례]

● 미국

노동조합의 제반활동에 대해 반트러스트법의 적용을 제외하는 입장이 확립. 다만 엄격한 조건이 적용됨.

- “법정적용제외(statutory exemption)”와 “판례에 의한 적용 제외(non-statutory exemption)”로써 단체교섭의 상대방인 사용자에게 대해서도 ①거래제한이 주로 단체교섭 당사자에게만 영향을 주고, ②당해 합의가 의무적 단체교섭 사항과 관련되며, ③당해 합의가 성실한 단체교섭의 결과 체결된 것이라는 요건을 충족하는 경우, 반트러스트법의 적용제외

● EU

Albany사건에서는 단체 협약이 경쟁 제한 효과가 있으나, 노동조건 개선을 위해 노사가 채택한 조치(단체 협약)에 대해 경쟁법을 적용할 경우, 협약을 통해 추구하려고 한 사회적 정책적 목표가 심각하게 침해되므로 협약의 성격과 목적상 EU 경쟁법보다 단체 교섭을 우선 시하는 법을 적용하는 입장을 취해옴.

2000년대 후반이 되면 일련의 유럽 사법재판소의 판례에 따라 EU 역내의 경제 활동의 자유(자유 이동) 원칙을 노동법과 사회적 기본권보다 우선시 하는 경향이 두드러지게 되었다.¹⁰⁾

*출처 : 옥태우·한도율(2018: 33-34).

- 당사자 연대조직으로서의 접근이 제한되어 있으므로 전국여성노조를 비롯한 노동조합들이 플랫폼을 대상으로 불공정 및 부당한 노동행위에 대해 합법적으로 문제를 풀어나갈 수 있는 장을 만들 필요가 있다. 따라서 단체교섭을 요구할 때 부당공동행위에 저촉되지 않는다는 적극적인 법률 검토가 필요하다.

독점규제 및 공정거래에 관한 법률

제23조(불공정거래행위의 금지) ①사업자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위(이하 "不公正去來行爲"라 한다)를 하거나, 계열회사 또는 다른 사업자로 하여금 이를 행하도록 하여서는 아니된다. <개정 1996. 12. 30., 1999. 2. 5., 2007. 4. 13., 2013. 8. 13.>

1. 부당하게 거래를 거절하거나 거래의 상대방을 차별하여 취급하는 행위
2. 부당하게 경쟁자를 배제하는 행위
3. 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하거나 강제하는 행위
4. 자기의 거래상의 지위를 부당하게 이용하여 상대방과 거래하는 행위
5. 거래의 상대방의 사업활동을 부당하게 구속하는 조건으로 거래하거나 다른 사업자의 사업활동을 방해하는 행위
6. 삭제 <1999. 2. 5.>
7. 부당하게 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위를 통하여 특수관계인 또는 다른 회사를 지원하는 행위
 - 가. 특수관계인 또는 다른 회사에 대하여 가지급금·대여금·인력·부동산·유가증권·상품·용역·무체재산권 등을 제공하거나 상당히 유리한 조건으로 거래하는 행위
 - 나. 다른 사업자와 직접 상품·용역을 거래하면 상당히 유리함에도 불구하고 거래상 실질적인 역할이 없는 특수관계인이나 다른 회사를 매개로 거래하는 행위
8. 제1호 내지 제7호이외의 행위로서 공정한 거래를 저해할 우려가 있는 행위

② 특수관계인 또는 회사는 다른 사업자로부터 제1항제7호에 해당할 우려가 있음에도 불구하고 해당 지원을 받는 행위를 하여서는 아니 된다. <신설 2013. 8. 13.>

③ 불공정거래행위의 유형 또는 기준은 대통령령으로 정한다. <개정 1996. 12. 30., 2013. 8. 13.>

10) C-438/05 The International Transport Workers' Federation and The Finnish Seamen's Union [2007] ECR I-10779, C-341/05 Laval un Partneri [2007] ECR I-11767, C-341/05 Laval un Partneri [2007] ECR I-11767, C-319/06 Commission vs Luxembourg [2008] ECR I-4323.

- ④공정거래위원회는 제1항의 규정에 위반하는 행위를 예방하기 위하여 필요한 경우 사업자가 준수하여야 할 지침을 제정·고시할 수 있다. <개정 2013. 8. 13.>
- ⑤사업자 또는 사업자단체는 부당한 고객유인을 방지하기 위하여 자율적으로 규약(이하 "公正競爭規約"이라 한다)을 정할 수 있다. <개정 1999. 2. 5., 2013. 8. 13.>
- ⑥사업자 또는 사업자단체는 공정거래위원회에 공정경쟁규약이 제1항제3호를 위반하는지 여부에 대한 심사를 요청할 수 있다. <개정 2013. 8. 13., 2017. 4. 18.>

3) 계약 불공정행위에 대한 정기 실태조사

○ 불공정행위 신고 문턱이 다소 낮아졌고, 정부가 조사·시정·징계를 할 수 있는 절차가 마련된 것은 대단히 고무적이다. 다만, ‘신고’를 통해 개선하는 방법은 창작노동자의 노동환경을 개선하고 디지털콘텐츠산업의 생태계를 건강하게 육성하는데 도움이 되지 않는다. ‘신고’는 개별적인 구제절차이기 때문이다. ‘업계의 정상적인 관행’이 불공정하고 불합리하다면 보다 적극적인 정부의 개입이 필요하다. 가장 시급하게 도입할 것이 ‘문화예술용역의 불공정행위’에 대한 정기적인 실태조사이다.

○ 본 연구의 조사에 따르면, 거의 모든 면접참여자들이 에이전시에게 계약서 내용에 대한 수정을 요구해도 반영되지 않는 경험을 했다. 에이전시나 출판사쪽의 주장은 ‘우리 회사 운영 방식과 맞지 않다’고 하면서 ‘협상대상’이 아니라 “작가가 플랫폼이 정해놓은 사측 입장을 수용해야”하는 것으로 고압적인 ‘갑’의 태도를 가졌다고 했다. 수정되는 경우는 작가들의 인지도, 작가들의 강한 반발, 변호사나 노무사 등의 전문가 자문을 통해 계약서에 대한 정식 문제제기가 있는 경우에 일부 합의·조정된다.

- 계약에 회사의 역할과 의무사항 등 내용은 거의 없다. 대부분은 ‘수정을 요구할 수 있다’인데 이 조항이 독소조항에 가깝다. ‘수정’ 기준이 없기 때문에 에이전시나 플랫폼은 지속적·반복적으로 수정을 요구하며, 창작자의 자율성 침해와 작가의 의도와 다른 작품을 유도하여 창작물을 훼손하기도 한다. **사가 예외적으로 “수정은 요구할 수 있지만, 최종적으로 받아들이는 건 작가의 마음”으로 계약을 체결하도록 하여 창작영역의 자율성을 보장하고 있다.

4) 예술인복지법이 규정하는 불공정행위에서 - ‘정상적 거래 관행’의 문제

○ 2018년 불공정약관 개정 시, 주요 시정 사항으로 ‘가격설정’을 ‘사업자가 임의로 설정’하는 것이 아니라 ‘당사자가 상호 협의하여 가격을 조정’하도록 했다. 이것이 잘 지켜지지 않아 2019년에 예술인복지법에 불공정행위의 세부 조항으로 개정·포함되었다. 2020년 6월에 시행된 예술인복지법 시행령에서 규정하는 불공정행위는 ‘불공정한 계약 강요 행위’, ‘수익배분 거부·지연·제한 행위’, ‘예술창작활동 방해·지시·간섭 행위’, ‘정보의 부당이용·제공 행위’ 4유형이다.

- 그런데 조사에 따르면, 당사자 간에 상호 협의하는 내용은 창작노동자들의 경력, 연령, 성별 등에 따라 달라지는데 서비스사업자가 합리적 사유와 근거가 수반되지 않은 가격을 제시한다. 뿐만 아니라 극단적으로 다수의 창작자들은 가격 자체를 협상하기 보다, ‘보이지 않는 룰’에 따라 이미 정해진 배분 몫 중에서 ‘연재 개시 전에 받을 것인지, 연재완료 후에 받을 것인지’ 선택할 뿐이다. 더불어 ‘연재 전에 받는 대가에 따라 연재 완료 후에 받는 대가가 조정되는’ 협상을 한다. 창작자들은 도대체 내 작품으로 창출되는 매출액과 수익이 서비스사업자 간에 어떤 규칙에 따라 배분되어 자신의 몫이 책정되는지, 그 규칙이 어떻게 결정되는지 알지 못한다. 에이전시나 직계약 플랫폼에서 알려주는 정산서가 유일한 정보이다. 이것이 업계의 관행이다.
- 안타깝게도 예술인복지법이 불공정행위를 설명하는 조건문으로 ‘정상적인 거래 관행에 비추어 볼 때’가, 위에서 설명한 현재 업계에서 일어나고 있는 ‘정상적인 거래 관행’이다. 시행령에서 말하는 ‘정상적인 거래 관행’이 대단히 불공정함에도 불구하고 불공정행위가 아닌 것으로 빠져나갔다.
- [기타] 2020년 8월 5일로 시행되는 ‘예술인복지법 시행령’에서는 예술인이 문화예술기획업자들의 불공정행위를 신고할 수 있도록 개정하였다. 문제는 신고사항에 대해 불공정행위 등의 위반 여부에 관한 사실관계 조사권과 시정명령권이 ‘할 수 있다’는 재량조항으로 둔 점이다. 신고접수는 한국예술인복지재단이 수탁기관이다.

| |
|--|
| <p>예술인 복지법</p> <p>제6조의2(불공정행위의 금지) ① 문화예술기획업자 등은 예술인의 자유로운 예술창작활동 또는 정당한 이익을 해치거나 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 이 조에서 "불공정행위"라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 된다. <개정 2016. 2. 3., 2018. 10. 16., 2019. 12. 3.></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 우월적인 지위를 이용하여 예술인에게 불공정한 계약 조건을 강요하거나 계약 조건과 다른 활동을 강요하는 행위 2. 예술인에게 적절한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위 3. 부당하게 예술인의 예술창작활동을 방해하거나 지시·간섭하는 행위 4. 계약과정에서 알게 된 예술인의 정보를 부당하게 이용하거나 제3자에게 제공하는 행위 <p>② 문화체육관광부장관은 문화예술기획업자들이 불공정행위를 한 경우 불공정행위의 중지, 계약조항의 삭제 또는 변경, 불공정행위로 인하여 시정조치를 명령받은 사실의 공표, 그 밖에 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다. <개정 2016. 2. 3.></p> <p>③ 문화체육관광부장관은 문화예술기획업자들의 행위가 제1항제1호에 해당할 경우 공정거래위원회에 그 사실을 통보하여야 한다.</p> <p>④ 삭제 <2019. 12. 3.></p> <p>⑤ 불공정행위의 세부적인 유형, 기준 및 처리절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 2016. 2. 3.></p> |
|--|

불공정행위의 유형 및 기준(예술인 복지법 시행령 [별표 1] <개정 2020. 6. 2.>)

1. 불공정한 계약 강요 행위

법 제6조의2제1항제1호에 따른 우월적인 지위를 이용하여 예술인에게 불공정한 계약 조건을 강요하거나 계약 조건과 다른 활동을 강요하는 행위는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위로 한다.

가. 구입 강요 행위

문화예술기획업자들이 예술인이 구입할 의사가 없는 공연·전시 티켓, 도서, 음반 등을 구입하는 것을 내용으로 하거나 임금·용역제공의 대가에서 공연·전시 티켓, 도서, 음반 등의 구입에 상당하는 금액을 공제하는 것을 내용으로 예술인에게 계약을 강요하는 행위

나. 이익제공 강요 행위

문화예술기획업자들이 자기를 위하여 금전, 물품, 용역, 그 밖의 경제상 이익을 제공하도록 하는 내용으로 예술인에게 계약을 강요하는 행위

다. 배타조건부 계약 강요 행위

문화예술기획업자들이 정상적인 거래 관행에 비추어 볼 때 현저하게 오랜 기간 동안 자기 또는 계열회사의 경쟁사업자와 계약하지 않을 것을 내용으로 예술인에게 계약을 강요하는 행위

라. 부당한 수익배분·대가지급 강요 행위

문화예술기획업자들이 정상적인 거래 관행에 비추어 볼 때 수익배분 또는 대가지급이 예술인에게 현저하게 불리한 조건으로 예술인에게 계약을 강요하는 행위

마. 불이익 계약 강요 행위

문화예술기획업자들이 가목부터 라목까지에 해당하는 행위 외의 방법으로 예술인에게 불이익이 되도록 계약 조건을 설정하거나 변경하도록 강요하는 행위

바. 계약 조건과 다른 활동 강요 행위

문화예술기획업자들이 가목부터 라목까지에 해당하는 행위 외의 방법으로 예술인에게 불이익이 되도록 계약 조건에 없거나 계약과 관계없는 활동을 강요하는 행위

2. 수익배분 거부·지연·제한 행위

법 제6조의2제1항제2호에 따른 예술인에게 적정한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위로 한다.

가. 수익배분 거부 행위

문화예술기획업자들이 예술인에게 정상적인 거래 관행에 비추어 볼 때 적정한 수익배분의 일부 또는 전부를 거부하는 행위

나. 수익배분 지연 행위

문화예술기획업자들이 정상적인 거래 관행에 비추어 볼 때 수익의 최종 수령일부터 상당한 기간 동안 예술인에게 수익배분을 지연하는 행위

다. 수익배분 제한 행위

문화예술기획업자들이 정상적인 거래 관행에 비추어 볼 때 예술창작활동에 드는 비용을 예술인에게 현저히 불리하게 수익에서 공제하여 예술인의 수익배분을 제한하는 행위

3. 예술창작활동 방해·지시·간섭 행위

법 제6조의2제1항제3호에 따른 부당하게 예술인의 예술창작활동을 방해하거나 지시·간섭하는 행위는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 행위로 한다.

가. 부당한 방해 행위

문화예술기획업자들이 예술창작활동과 관계없는 이유로 예술인의 동의 없이 그 예술인의 예술창작활동을 심히 곤란하게 할 정도로 방해하는 행위

나. 부당한 지시·간섭 행위
 문화예술기획업자들이 예술창작활동과 관계없는 이유로 예술인의 동의 없이 그 예술인의 예술창작활동을 심히 곤란하게 할 정도로 지시·간섭하는 행위

4. 정보의 부당이용·제공 행위
 법 제6조의2제1항제4호에 따른 계약과정에서 알게 된 예술인의 정보를 부당하게 이용하거나 제3자에게 제공하는 행위는 문화예술기획업자들이 정당한 이유 없이 계약과정에서 알게 된 예술인의 예술창작활동에 관한 정보(「개인정보 보호법」 제2조제1호에 따른 개인정보는 제외한다)를 예술인의 동의 없이 자기가 이용하거나 제3자에게 제공하는 행위로 한다.

5) 표준계약서 사용 의무화 및 관리감독 방안 마련

- 예술인복지법에서 서면계약 및 표준계약서 사용을 의무화 할 필요가 있다.
- 본 연구조사에서 설문응답자 10명 중 9명이 가장 최근 계약 시 서면계약을 체결(93.3%)했으나, 일러스트의 경우 서면계약 미체결 비중(14.3%)이 비교적 높다. 또한 면접조사에서 ‘표준계약서’ 사용에 관한 분석에서 표준계약서보다는 업체 계약서를 활용하는 것으로 나타나 서면계약 체결 의무화 및 표준계약서 활용이 업계에 일반화 되도록 노력할 필요가 있다.
 - 이보다 앞서 서울시가 2017년 실시한 [문화예술 불공정 실태조사] 결과에 따르면 서면계약은 80% 수준으로 확산되고 있으나 문화체육관광부가 제정해 공시(‘16.5.10)한 표준계약서를 만화.웹툰 분야만을 대상으로 사용 여부에 대한 설문에서는 표준계약서를 “사용한다”고 응답한 비율은 23.9%이다(서울시, 2017).
- 표준계약서(개정해야 하는 것과 별개로)는 현재 창작자의 저작권과 보상, 서비스업자의 책임을 규정함으로써 불공정행위를 어느 정도 방지할 수 있는 상대적으로 창작자 친화적이다. 따라서 표준계약서 사용을 의무화 하는 정책이 마련되어야 한다.
 - 계도기간을 두고 이 기간 동안에 표준계약서를 일정 비율 이상으로 활용한 업체에 대해 인센티브를 주어 표준계약서 보급이 확대될 수 있도록 할 필요가 있다.
 - 문화체육관광부, 공정위, 기타 공신력 있는 관련 기관에서 권고 이상의 활용 독려 기제가 필요하다.
 - 표준계약서 사용 의무화를 위해 예술인복지법 시행령 3조에 규정된 ‘**예술인 경력정보시스템 구축 및 운영**’의 조속한 현실화가 필요하다.
 - 예술인 경력정보시스템은 표준계약서 활용의 관리감독 외에도 사회보험 적용, 계약체결 시 원고료 및 수익배분 결정을 위해 중요한 정보가 되므로, 시급하게 구축해야 한다.

예술인 복지법

제4조의 4(문화예술용역 관련 계약)

① 문화예술용역과 관련된 계약의 당사자는 대등한 입장에서 공정하게 계약을 체결하고, 신의에 따라 성실하게 계약을 이행하여야 한다. <개정 2019. 12. 3.>

② 제1항에 따른 계약의 당사자는 다음 각 호의 사항을 계약서에 명시하여야 하며, 서명 또는 기명날인한 계약서를 서로 주고받아야 한다.

1. 계약 금액
2. 계약 기간·갱신·변경 및 해지에 관한 사항
3. 계약 당사자의 권리 및 의무에 관한 사항
4. 업무·과업의 내용, 시간 및 장소 등 용역의 범위에 관한 사항
5. 수익의 배분에 관한 사항
6. 분쟁해결에 관한 사항

③ 제5조에 따른 표준계약서를 사용하는 경우에는 제1항 및 제2항에 따라 계약을 체결한 것으로 본다.

④ 문화체육관광부장관은 문화예술기획업자등이 제2항을 위반한 경우 같은 항 각 호에 따른 계약서 명시사항의 기재, 서명 또는 기명날인한 계약서의 교부, 그 밖에 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다.

제5조의2(계약서의 보존) 문화예술기획업자등은 제4조의4제2항에 따라 서명 또는 기명날인한 계약서를 3년간 보존하여야 한다.

6) 웹툰제작업 표준하도급계약서 제정과 플랫폼과 에이전시 구분

○ 웹툰 제작이 스튜디오 작업, 팀작업 등 공동창작 방식이 증가하고 있고, 플랫폼이나 에이전시가 기획하는 창작이 늘어나면서 업체 간의(혹은 창작자 다중 간의) 저작권과 하도급거래에 따른 수익배분 등이 중요한 문제가 되고 있다. 따라서 원청업체와 하도급업체는 실제 제작과 유통에 기여한 비율에 따라 저작재산권을 공동 소유하는 등 권리에 부합하는 책임과 의무를 명시할 필요가 있다.

- 2019년 애니메이션 표준하도급계약서가 제·개정(‘애니메이션제작업종 표준하도급계약서’)되면서 애니메이션 저작권을 실제 개발을 수행한 하도급업체가 가지도록 하고 있다. 또한 간접광고, 협찬에 대한 수익배분을, 저작권 이용허락에 따른 수익배분을 등을 명시하도록 하고 있다.

○ 문제는 창작노동자 개인처럼 사업자등록을 하지 않아 기업 간 거래가 아닐 경우 저작물을 유통하는 플랫폼의 책임과 역할을 어떻게 부여할 것인가이다.

- 면접조사에 따르면, 수익배분 불공정 사례는 고료, 수익성, 광고수익배분, 미리보기, OSMU를 통한 2차적 저작권수익 등 다양하게 발생한다. 무엇보다 플랫폼 수익배분은 비밀이므로 에이전시로부터 받는 정산서에도 통상 플랫폼에서 해당 작품의 총 매출이 얼마인지 적시하지 않는다.

- 문화체육관광부가 제작한 ‘웹툰연재계약서 표준안’에서도 플랫폼과 에이전시를 구분하지 않고 온라인 서비스업자로 통칭하고 있다. 그러다보니 플랫폼과 에이전시의 하도급구조로 인한 수익배분의 고리를 알 수 없다. 현재 에이전시는 인력중개업체, 작품제작업체, 창작자 관리·대리업체 등 실체가 모호한 성격을 가지지만 플랫폼과 점차 구별되고 있다.
- 따라서 표준계약서에서 ‘온라인사업자’를 플랫폼과 에이전시로 명확히 구분하도록 해야 한다. 또한 창작자가 플랫폼과 직계약하지 않고 에이전시를 통해 계약할 때, 플랫폼을 반드시 명시하도록 하고 수익배분율도 표기하도록 해야 한다.

7) 공식기구를 통한 수익배분율 심의와 공개

- 본 설문조사에서 주된 보수 책정 기준은 업계 관행(38.9%), 조회수·판매량 등 성과(23.9%), 경력(19.6%) 등 순으로 나타났다.
 - 업계관행은 웹툰은 MG, 웹소설은 대체로 선인세를 받으나 판매량으로 종료 후에 받기도 한다. 연재 종료 후 웹툰작가와 웹소설가는 수익이 날 경우 수익배분(RS)을 받는다. 일러스트는 매절 방식으로 수익배분 없이 대가를 받고 작품 저작권을 양도한다.
- 문화체육관광부가 제작한 ‘웹툰연재계약서 표준안’은 ‘웹툰 시장의 주류를 이루고 있는 대형 포털들이 기본적으로는 매달 일정액을 지급하는 형태로 연재계약을 체결하고 있다는 사실을 감안하여’ 만들어진 것이다. 즉 창작자들이 가장 심각한 문제라고 지적하는 그 방식을 토대로 만들어졌다.
- 업계 ‘관행’으로 이루어지는 MG 제도는 불공정거래행위에 해당할 수 있다.
 - 참고로 미국과 EU는 기본적으로 인재획득을 위한 시장에서 발주자(사용자)가 공동으로 임금을 결정하거나 거래조건 등을 결정하는 행위를 금지함으로써 간접적으로 프리랜서를 보호하고 있다(육태우·한도율, 2018: 54).

웹툰 연재계약서(문화체육관광부)

제9조 (연재료, 후기 등 제작료 및 PPL 수익 배분 등)¹¹⁾

- ① 서비스업자는 저작자에게 매달 00일까지 ----원을 연재료로 저작자의 지정 계좌에 지급한다.¹²⁾
- ② 서비스 업자가 저작자에게 별도의 예고편과 후기 제작, 일러스트레이션 제작 등을 요구하는 경우에는 이에 대한 별도의 비용을 지급하여야 한다. 이때 지급할 금전은 당사자간 서면 합의에 의한다.
- ③ 저작자 또는 서비스업자는, 그 수익 방법의 배분 방법을 기재한 별도의 서면 합의에 의해, 대상 저작물에 PPL을 삽입할 수 있다. 다만 구체적인 서면 합의는 PPL을 실시하는 경우에 다시 체결한다.

○ 이해관계자와 전문가, 정부로 구성된 논의기구를 통해 일정 주기(가령 2년)로 수익배분율에 대한 기준선(최소, 적정, 최대 등)을 심의·확정·공표할 필요가 있다.

- 수익산출 비율의 최소보장율, 적정보장율을 심의·확정하고 공개할 필요가 있다
- 이를 토대로 당사자들은 계약서에 플랫폼-에이전시-창작자 간에 수익배분의 기본율을 정하고, 계약 단계에서 예술인경력정보시스템에 등록하도록 한다. 플랫폼과 에이전시가 별도 계약관계를 맺고 있다면 공정거래위원회나 신뢰성 있는 관련 기관에 등록하도록 하고, 당사자 분쟁이 생길 때 확인할 수 있도록 거래정보 시스템을 구축할 필요가 있다.

○ 업계관행 : MG(Minimum Guarantee)

◆ 등장 배경 :

다음은 초기 ‘만화속세상’ 운영할 때 작가에게 원고료 지급, 수익나오면 수익배분 방식. 네이버는 처음부터 수익배분방식으로 운영. 경쟁체계 도입. 레진이 등장하면서 작가들의 낮은 원고료에 대한 보상, 월 200만원 고정으로 작가를 흡수

◆ 본질 :

작가가 계약을 한 에이전시나 플랫폼으로부터 작품납부 대가로 받을 총 금액의 일부를 미리 월 단위로 지급받는 방식. 시장에서 통용되는 MG는 하한선 월 50만원 수준, 평균 70만원 수준. 본 설문조사에서는 67만원.

그런데 작품의 총 수익금은 연재 종료와 일정한 유통기간 종료 후에 확인되므로 MG 결정은 시장 정보를 가지고 있는 업체가 결정하며 경력작가의 경우 약간의 협상과정을 거쳐 조정함. 핵심은 작가가 자신의 작품이 창출한 총 매출액이 얼마인지, 얼마의 수익이 나왔는지 알지 못한 채, MG를 받는 것. 최근 MG는 다양한 형태로 변형되고 있음. 특히 MG를 조건으로 독점계제를 요구하거나, 기 지급된 MG보다 수익이 적게 났을 경우 작품 유통기한을 연장하거나 하는 등은 작가를 통제하는 부당한 거래 행위 빈번.

◆ 작가의 현실 :

월MG를 적게 받으면 작품 연재기간에 경제적으로 힘들고, 많이 받으면 연재 종료 후 수익배분 없음.

8) 만화진흥에 관한 법률 개정

○ 창작자는 만화사업자에 해당하는가, 만화가에 해당하는가? 정의에서는 ‘만화가’에 대한 규정이 없으며, 본문 다른 조항에서 ‘만화가’를 ‘만화사업자’와 구별하여 사용하고 있다.

11) 저작권 사용료 산정 방법은 다양할 수 있으므로, 여기서는 기본적인 계약 형태만 제시하기로 한다.

12) 저작권 사용료를 페이지 뷰, 매출 등에 연동하여 받을 경우, 사용료 산정 내역을 검증할 수 있는 자료를 요구할 권리를 별도로 규정할 필요가 있다.

현재는 제2조 정의에서

"만화사업자"란 영리를 목적으로 하는 자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다.

- 가. 만화출판사업자: 만화출판을 업으로 하는 자
- 나. 만화수출입사업자: 만화 수출 또는 수입을 업으로 하는 자
- 다. 만화배급사업자: 만화배급을 업으로 하는 자
- 라. 만화판매사업자: 만화판매를 업으로 하는 자
- 마. 디지털만화제작사업자: 디지털만화 제작을 업으로 하는 자
- 바. 디지털만화전송사업자: 디지털만화 전송을 업으로 하는 자

○ 예술인복지법 제2조에서 '예술인'은 예술활동을 업(業)으로 하여 국가를 문화적, 사회적, 경제적, 정치적으로 풍요롭게 만드는 데 공헌하는 사람으로서 문화예술 분야에서 대통령령으로 정하는 바에 따라 창작, 실연(實演), 기술지원 등의 활동을 증명할 수 있는 사람으로 정의하고 있다. 동법 시행령 2조에서 예술활동을 증명할 수 있는 사람이란 저작권법에 따라 공표된 저작물이 있는 사람, 예술활동으로 얻은 소득이 있는 사람, 그 밖에 제1호 및 제2호에 준하는 예술 활동 실적이 있는 사람에 한한다.

○ 법률적 정의를 검토한 바에 따르면 몇 가지 불명료한 지점이 있다.

- 첫째, 만화가와 만화사업가를 명확히 구별할 필요가 있다. 웹툰산업이 거대 플랫폼-자회사-스튜디오-개인 만화가 구조의 '하도급 구조'로 변동하고 있는 상황에서 '창작영역'의 만화와 '제작영역'의 만화사업가가 모호해질 수 있다.
- 둘째, '만화가'가 '예술인'이 되려면 예술활동을 객관적으로 증명해야 하므로 '만화가'가 예술인과 반드시 일치하지 않는다. 또한 현실에서는 웹툰작가가 하위 업무에 따라 작은 단위의 직업군으로 나뉘지고 있다. 예술인 고용보험에 글작가와 그림작가가 만화분야로 포괄되는 정도이다. 웹툰글작가는 소규모이나 시나리오작가도 있을 수 있으며, 그림작가에는 일러스트도 있다. 더구나 향후 웹툰산업의 변화로 직군은 보다 세분화 될 수 있다.
- 셋째, 가장 큰 문제는 플랫폼과 에이전시의 '신인(예비)작가 후려치기' 행위가 어떤 법적 걸림돌도 없이 행해지고 있다는 점이다. 현재 법률 기준에 따르면 자신의 작품이 없는 '등단 준비 작가'나 '계약체결을 했으나 아직 작품이 없는 작가' 등은 '보호 장치'가 부재하다. 그런데 웹툰·웹소설·일러스트 작가가 일하는 플랫폼 산업에서는 이처럼 예비작가와 신인작가가 먹이사슬의 하단에서 산업 생태계를 키우는 블루오션이다. 저비용으로 얻을 수 있는 잠재수익이 크기 때문이다. 그래서 이 예비인력에 대한 호칭을 부여하여 존재를 규정함으로써 보호 장치를 마련할 수 있도록 해야 한다.

○ 개정내용

- 만화가, 만화사업자에 출판만화 전문기획사, 디지털콘텐츠만화 전문기획사 등에 대한 세분화된 정의 필요.

- 만화분야 문화예술전문기획사(자)의 역할과 기능을 명시. 전문인력화 필요성

2. 사회적 보호 방안

1) 예술인 고용보험 적용대상에서 '보조작가 활용에 따른 적용 제외' 삭제등 대상 확대 필요

- 예술인 고용보험법이 12월부터 시행되면서 가장 크게 대두되는 문제는 제3자의 노무를 제공받는 예술인은 고용보험에서 적용 제외한다는 것이다. 웹툰분야에서 활동하는 작가의 약 50%, 작품 연재중인 작가의 58.9%, 포털에서 활동하는 작가의 60.9%가 보조작가를 활용한다(한국콘텐츠진흥원, 2019).

고용보험법 제77조의2(예술인인 피보험자에 대한 적용) ① 근로자가 아니면서 「예술인 복지법」 제2조제2호에 따른 예술인 등 대통령령으로 정하는 사람 중 「예술인 복지법」 제4조의4에 따른 문화예술용역 관련 계약(이하 “문화예술용역관련 계약”이라 한다)을 체결하고 다른 사람을 사용하지 아니하고 자신이 직접 노무를 제공하는 사람(이하 “예술인”이라 한다)과 이들을 상대방으로 하여 문화예술용역 관련 계약을 체결한 사업에 대해서는 제8조에도 불구하고 이 장(章)을 적용한다.

고용보험법 시행령 제104조의5(예술인의 적용범위 및 피보험자격신고) ① 법 제77조의2제1항에서 정하는 “대통령령으로 정하는 사람”이란 다음 각 호에 해당하는 사람을 말한다.

1. 「예술인복지법」 제2조제2호에 따른 예술인
2. 「예술인복지법」 제2조제2호에 따른 예술인이 아니면서, 문화예술분야에서 창작, 실연(實演), 기술지원 등의 활동을 하고 있거나 하려는 사람

- 법에 따라 예술인, 문화예술용역계약에 따라 문화예술 결과물 완성과정에서 노무를 제공한 사람은 대상이 된다. 가령 기획작품을 수주받아 작품을 제작하는 스튜디오(수급업체)에 고용된 만화가, 원(하)청 업체로부터 다시 일정분량을 수탁받은 작가, 그리고 보조작가(어시스턴트)는 적용대상이 된다. 그런데 보조작가를 둔 주작가는 예술인 고용보험이 적용되지 않는다.
- 주작가가 고용보험에 가입하려면 1인 자영업자로 사업자신고를 내고 자영업자 고용보험에 가입하거나, 다른 부업을 하면서 근로자로 가입하는 방안을 찾거나, 본인이 다른 작가의 보조작가를 도와주거나 할 때 가입할 수 있다. 자영업자 고용보험은 임의가입이다.
- 만약 주작가로서 고용보험에 가입하려면 음성적으로 보조작가를 사용하거나, 면접조사에서 분석되었듯이 보조작가 없이 ‘자신을 갈아넣는 노동’을 하여 플랫폼 연재일에 맞추어야 한다. 전체 작업시간의 총량적 제한과 월 1~2회 작품을 생산해야 하는 고도의 압박적 상황에서, 작업 분담을 선택하기도 어렵게 되었다.

- 보조작가는 주 작가로 가기 위한 훈련경로이기도 하지만(거의 사라진 문하생), 이 보다는 작가들이 간헐적 일자리로, 특정 분야를 배우고자, 품앗이 형태로 이용하는 것이 보편화되어 있다. 최근에는 스튜디오나 에이전시가 인력파견업체처럼 보조작가를 관리하는 양상도 있다.
 - 한국콘텐츠진흥원(2019) 조사에서 보더라도 어시스턴트 활동 형태는 ‘아르바이트(부업)’의 경우가 35.3%, ‘웹툰작가 데뷔를 위한 작품 준비하면서(27.5%)’, ‘웹툰 작가 데뷔 후 작품 연재 중 또는 다음 작품준비(16.8%)’, ‘전문 어시스턴트(15.9%)’ 순이다. 이 조사를 기반으로 실상을 설명하면 전문 보조작가 15.9%를 제외한 79.6%가 웹기반 창작노동자에게서 흔재적으로 나타난다. 게다가 일의 ‘보조’영역이므로 웹소설작가, 일러스터(게임일러스터 포함), 웹툰작가 등이 영역 경계를 넘나든다.

- 보조작가가 논란의 여지없이 적용 대상이 되려면 전문 보조작가로 국한되거나 에이전시나 스튜디오에 노동자로 고용되어 있는 경우에만 명확하다.
 - 보조작가의 노동권 보호를 위해 관행화된 구두계약을 ‘서면계약’으로 개선하는 데 필요하지만 보조작가가 ‘자격으로 규정되는 지위’가 아니기 때문에 현실을 반영하지 못하는 것이다. 신분자체가 안정적이지 않고 업계(주변 게임업계 포함) 안에서 유동적인데, 현실은 구획을 그어 안정적인 대상으로 정했다.

- 영세업체 고용보험 사각지대 문제 재현 우려
 - 스튜디오나 공동작업장, 에이전시처럼 ‘상시적으로’ 보조작가를 채용하여 사용할 경우, 형식적으로는 괜찮다. 그런데 중개업체나 집단 창작집단의 규모는 대단히 영세하다. 비용절감과 수익제고를 위해 업체를 차린 것이므로, 영세사업장에서 사회보험 가입이 잘 이루어지지 않는 이유가 그대로 나타날 것이다.

- 게임일러스트레이터나 웹소설 작가는 ‘문화예술용역’ 과정의 노무제공자에 제외되어 고용보험 사각지대에 남게 되었다. 전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자 지회에 따르면, ‘일러스트레이터는 문학 작품의 창작자로 보지는 않는다’며 책 표지 일러스트레이터와 디자이너를 예술인 고용보험 적용대상에서 제외하고 있다. 웹소설작가 중 ‘저작권계약’을 체결한 창작자는 고용보험에 적용에서 제외되고 있다.
 - 본 조사에서 최근 1년간 체결했거나 유지 중인 계약형태 중 개인사업자로 계약한 비율은 웹소설가 11.4%, 일러스터는 2.5%에 불과하다(주활동분야). 또한 근로계약 작업은 웹소설가 2.9%, 일러스트 5%이다(표 3-8 참조).

- 결국 디지털 창작 노동자들 중에서 문화예술용역 노무제공자이든, 예술인이든, 근로계약을 맺은 예술인이든 고용보험 가입이 쉽지 않다.
 - 주요 변별기준인 근로자 아닌 자, 제3자 노무제공, 문화예술용역계약이 아닌 저작권계약¹³⁾의

경우 적용대상에서 제외함으로써, 다른 선택지를 택할 가능성이 높지 않은 이들의 속성 상, 고용안전망에서 제외될 가능성이 높다. 웹툰작가와 웹소설가, 일러스트레이터의 규모가 어느 정도인지 고용안전망 사각지대에 대한 실태 확인이 필요하다.

2) 사회보험 홍보, 교육, 피보험 관련 사무의 지원과 대행

○ 면접참여자들은 임금노동자로서의 소득활동을 웬만한 제도권 사업장 내에서 계속적으로 일한 경험이 길지 않다. 대부분 일의 시작이 어시스턴트, 공모를 통한 데뷔 등으로 처음부터 제도권 밖에서의 일경험으로 경력을 채우는 것이 다반사다. 웹툰작가는 이 경향이 좀 더 강하고, 상대적으로 웹소설가는 다른 부업을 겸하는 경우가 많아 상대적으로 덜 강하다. 그러다보니 개인이 어떤 계기가 있거나 노동자 권익에 관심을 가지고 찾아보지 않고서는 사회보험에 대한 정보도 부족하여 알지 못하는 게 다수의 현실이다. 어떤 면접참여자는 연재 준비 기간에 ‘무급’생활로 인한 경제적 궁핍을 심각하게 겪고 난 후 실업급여라도 받으면 좋겠다고 생각했고, 고용보험에 가입할 수 있게 되어 다행이라 생각하고 있다.

○ 특수고용 노동자의 외연이 드러나면서 사회보험 홍보의 중요성은 이전보다 더 높아졌다. 더 많은 홍보, 더 쉬운 홍보, 다양한 직종에 부합하는 홍보를 할 필요가 있다.

- 다른 면접참여자는 ‘사회보험은 나와 무관한 얘기’이므로 관심도 없고, 사회보험과 민간보험을 구분하는 것도 몇 번 확인 후 가능하다. 한편으로 사회적 위험에 대비하는 기본적인 국가 보장체계의 밖에 존재한다. 나이가 들고, 결혼을 하고, 출산을 하고, 소위 골병이 들만큼 작품활동으로 소진이 되고 나면, 건강보험, 상해보험, 고용보험이라는 제도를 접한다. 그래도 여전히 “나와는 무관한 얘기”이다. 그나마 노동조합의 활동과 언론의 주목을 받으면서 나아졌다.

3) 산업안전 보호 차원의 검토

○ 디콘 창작노동자를 산안법 제77조의 적용대상으로 포함하는 방안을 검토할 수 있다.

- 본 연구의 조사에 따르면, 디콘 창작노동자들은 장시간 앉아서 밤낮없이 하는 일의 특성으로, 심각한 근골격계 질환, 안과 질환, 수면장애, 우울증 등을 앓고 있다. 사회적 관계가 단절된 일의 특성으로 산업안전에서도 사각지대에 처해 있다.

13) 웹소설가의 실제 계약서명은 외부용역계약서, 콘텐츠제공 계약서 등 다양하다. 웹툰작가 계약과 별반 다르지 않다.

산업안전보건법 제77조(특수형태근로종사자에 대한 안전조치 및 보건조치 등)

① 계약의 형식에 관계없이 근로자와 유사하게 노무를 제공하여 업무상의 재해로부터 보호할 필요가 있음에도 「근로기준법」 등이 적용되지 아니하는 사람으로서 다음 각 호의 요건을 모두 충족하는 사람(이하 "특수형태근로종사자"라 한다)의 노무를 제공받는 자는 특수형태근로종사자의 산업재해 예방을 위하여 필요한 안전조치 및 보건조치를 하여야 한다. <개정 2020.5.26>

1. 대통령령으로 정하는 직종에 종사할 것

2. 주로 하나의 사업에 노무를 상시적으로 제공하고 보수를 받아 생활할 것

3. 노무를 제공할 때 타인을 사용하지 아니할 것

② 대통령령으로 정하는 특수형태근로종사자로부터 노무를 제공받는 자는 고용노동부령으로 정하는 바에 따라 안전 및 보건에 관한 교육을 실시하여야 한다.

③ 정부는 특수형태근로종사자의 안전 및 보건의 유지·증진에 사용하는 비용의 일부 또는 전부를 지원할 수 있다.

○ 예술인복지정책 기본계획 수립 시 산업안전 지원 계획 필요

→ 계약 시 자문서비스, 산업안전교육

4) 상담지원사업 강화 및 활성화

○ 설문조사에서 부당대우 경험 시 지원기관 필요성은 “필요(필요한 편+매우 필요)”가 91.6%로, 지원 기관 필요성 인식이 매우 높다.

- 상담지원 내용은 법률상담(90.6점), 건강 및 심리상담(86.4점), 노동상담(80.5점), 금융상담(79.3점), 주거상담(70.1점) 순으로 높음.

○ 현재 예술인복지재단에서는 심리상담서비스를 제공(개인 심리상담의 경우 12회 한도로 지원, 재단의 지정 상담센터로 지급)하고 있는데 지원을 강화할 필요가 있다.

- 재단 지정 심리상담센터로 국한하기 보다 다른 심리상담센터에서 심리상담 서비스·진료를 받은 후 증명서 제출로도 혜택을 받을 수 있도록 해야 한다.

→ 심리상담 서비스 수요가 높고, 접근성 또한 제고할 필요가 있다.

- 현재 개인 심리상담의 경우 12회 한도로 제한하고 1년 뒤 재신청기회를 부여하고 있는데, 적지 않은 보장기회이나 심리상담의 필요하다면 1회에 한하여 연장 가능한 방안 검토도 필요하다.

○ 디콘 창작노동자들이 노동권익센터, 감정노동센터, 워드유센터, 직장맘지원센터 등 기존 공공기관의 자원과 서비스를 원만히 가능하도록 기관 간 협약이나 지원이 필요하다.

5) 지속가능한 일자리로서의 적정노동, 적정소득 보장 방안

- 디콘 창작노동자들의 노동대가에 대해 정당한 보상체계가 필요하다.
 - 창작물 생산에 투입된 노동 대가가 현재의 ‘보상 및 수익배분 방식’ 안에는 존재하지 않는다. MG와 선인세는 ‘작품 사용료’에 대한 대가지불이지 ‘작품 생산’에 대한 대가가 아니다. 따라서 창작물 생산에 투입된 ‘원고료’에 해당하는 ‘보상체계’가 도입되어야 한다.
 - MG 제도의 본질적 의미를 살리는 방향으로 보상방식을 재설계할 필요가 있다.
 - 계약체결 시 작품준비기간(최소 2개월 ~ 최대 6개월)의 창작노동 대가를 원고료에 포함 한다.

| 구분 | 원고료(예시) | 작품사용료 | 연재완료 후 수익배분 | 그 외 광고 등 | 2차적 저작권 |
|--------------------------------------|--|-------------------------|-------------------------------------|----------|----------|
| 현재 | - 창작노동 자체에 대한 보상 없음 - MG의 변형적 형태로 존재 (선MG, 선차감) | MG | - 수익배분 (MG의 변형적 형태 적용 다수) | 수익배분 | - 저작권료 등 |
| 총매출액 혹은 총수익의 일정금액을 월MG로 산정하여 지급되는 실정 | | | | | |
| 개선 | 부활 *작품 준비기간 포함 | - 창작물 연재사용료에 맞는 보상제도 필요 | - 연재완료 후 매출액대비 수익배분방식 필요 - MG 무관 | - MG 무관 | - 저작권료 등 |

- 1일 8시간, 주 40시간, 초과근로 포함 52시간 일을 했을 때, 최저임금 수준 비율, 생활임금 수준 비율 등 표준적인 노동시간을 기준으로 했을 때 일을 통한 생활이 가능한 일자리인지에 대한 판단이 필요하다.
 - 1일 적정노동시간, 1주 적정노동시간에 대한 기준이 필요하다.
 - 일정 횟수, 혹은 정기 휴재기간을 의무적으로 보장해야 한다(유급 회차 인정 필수).
- 계약 당사자 간의 협상력 불균형을 보완하는 방안으로 창작자의 사후보상청구권 인정 및 플랫폼, 출판사 폐업, 졸속 종료 후 미정산에 대한 대책도 필요하다
 - 출판사가 폐업신고 후, 2~3달치의 정산을 지급 거부(인세나 고료 미지급)하고 잠적하는 사례가 빈번하다. 이 경우 폐업신고한 출판사로부터 정산받을 수 있는 근거조항이 필요하다, 또한 이 동일사업자의 출판업 허가가 제한되는 제도 마련이 절실하다(당사자 의견조사 내용).

3. 자율심의위원회의 인권기준 강화

- 설문조사와 면접조사에서 드러난 여성 창작자에 대한 폭언·폭력, 차별, 그리고 작품 내용을 둘러싸고 작품 자체와 그를 빌미로 한 인신공격적 차별은 사라져야 하는 폐단이다. 뿐만 아

나라 그동안 웹툰과 게임영역에서 제기되었던 선정성과 폭력성을 판단하는 상이한 잣대 등에 대해서도 보다 균형잡힌 틀에서 규제가 필요하다.

○ 웹툰은 2012년 처음 방송통신심의위원회의 심의를 받기 시작하였다. 정부 규제가 작가 창의 성과 웹툰 산업을 위축한다는 우려에 방송통신심의위원회가 2012년 4월 한국만화가협회와 웹툰 자율규제 업무협약을 체결하였고, 이에 한국만화가협회 웹툰자율규제위원회에서 규제한다.

- 2018년 한국콘텐츠진흥원(만화발전위원회)과 한국만화가협회(웹툰자율규제위원회)가 공동으로 스스로 작품의 연령등급을 판단할 수 있는 ‘자가진단표’를 마련했다.

- 자가진단표는 웹툰 연령등급을 전연령(all), 12세, 15세, 18세의 4단계로 설정하고 ‘주제’, ‘폭력’, ‘선정성’, ‘언어’, ‘약물’, ‘사행성’, ‘모방위험’, ‘차별’의 8가지 분류 기준에 따라 문항을 구성한 후 해당 문항에 맞는 연령등급을 매치시키는 방식이다(한국콘텐츠진흥원, 2020).

○ 창작의 영역이 갖는 자율성을 존중하고 그것이 사회·문화적으로 끼치는 순기능의 가치는 계산하기 어렵다. 반면 웹과 모바일을 기반으로 하는 디지털콘텐츠 창작물은 대중성이 강하다. 그만큼 사회적 관계의 모순과 차별을 반영하고 그 구조 안에 배태되어 있어서 결코 자유롭지 않는 창작품이라는 것도 사실이다.

○ 이번 실태조사 결과는 자율규제가 잘못된 접근 방식이기 보다 구조화된 성차별적 배경에서는 오작동할 수밖에 없다는 것을 확인시켜 준다. 남성 편향적이고 왜곡된 성의식 문화가 널리 퍼져 있는 환경에서, 차별과 혐오에 대한 자율규제가 균형적 시각으로 작동하는 데 한계가 있다.

○ 현재 웹툰자율심의규제위원회는 만화가협회 내 기구로서 플랫폼이나 에이전시 등 웹툰 관련 업체가 가입비와 운영비를 내고 자율심의위원회 구성원 자격을 얻는다. 자율심의위원은 12명 정도인데, 대다수가 위원회 회원인 업체의 관리자 이상 관계자이며, 거의 남성이다.

- 가입비와 운영비를 내고 회원 자격을 주는 것은 자율심의위원회 진입장벽이 되고 있다. 만화가 협회 측은 가입비와 운영비를 걷는 것에 대해서 정부 지원금을 받으면 정부의 간섭을 받을 수밖에 없으므로 자율적인 기구라는 위상을 지키기 위해 업체들로부터 가입비와 운영비를 걷어 운영한다.

- 심의절차는 신고와 접수를 받아서 심의 안건으로 상정하여 절차를 진행한다.

[개선안1] 자율심의위원회 위원 위촉 시 인권 전문가, 젠더 전문가를 각 1인 이상으로 하고, 최소 전체 위원의 30% 이상의 여성할당제를 적용하여 위원회를 구성.

[개선안2] 차별(성차별, 혐오 포함)과 폭력에 대한 가이드라인을 제작·배포
- 가이드라인 제작 시 젠더 전문가, 당사자 조직 참여

4. 디지털콘텐츠 창작노동자의 노동시장에 대한 교육, 홍보 필요

- 설문조사와 면접조사에 따르면 디콘 창작노동자의 일은 지속가능하지 않은 일자리이다. 그런데 해당 산업은 성장하고 있다.
- 스튜디오, 에이전시 등 영세사업장 창작노동자를 대상으로 노동기본권, 인권 교육 등을 받을 수 있도록 홍보와 교육프로그램이 필요하다.
- 만화아카데미, 만화·애니메이션 학과 등 청소년 진로교육과 대학생 대상으로 노동기본권 및 만화산업 실태에 대한 교육이 필요하다.

- (주)글로벌리서치, 2019, [2019 웹툰 사업체 실태조사], 한국콘텐츠진흥원.
- (주)글로벌리서치, 2019, [2019 웹툰 어시스턴트 실태조사], 한국콘텐츠진흥원.
- (주)글로벌리서치, 2019, [2019 웹툰 작가 실태조사], 한국콘텐츠진흥원.
- 김해석, 2018, “4차산업 혁명시대, 디지털콘텐츠산업 생태계”, 이슈리포트 2018 제24호, 정보통신 산업진흥원.
- 김혜원(2018), 「예술인 고용보험 설계의 쟁점. 예술인 고용보험 도입을 위한 토론회」, 서울 : 더불어민주당 한정애 의원실
- 노광표·이명규·이종수·임영국·박용철, 2019, [노조 조직화 사례 연구], 한국노동사회연구소·프리드리히 에버트재단 한국사무소.
- (가칭) 문화예술용역 운영지침서(가이드라인).
- 문화체육관광부, 2014, '만화산업 육성 중장기 계획(2014~2018)', 2014. 5.
- 문화체육관광부, 2016, 출판계약서.
- 문화체육관광부, 2018, [2018 예술인 실태조사].
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원, 2020, [2019 만화 산업 백서].
- 박석환·박현아, 2014, “웹툰산업의 구조적 문제점과 개선방안-- 웹툰 대형포털 플랫폼 유통구조를 중심으로”, [코카포커스], 2014-02호(통권 79호), 한국콘텐츠진흥원.
- 서울노동권익센터, 2019, [서울지역 문화예술, 콘텐츠 분야 프리랜서의 노동실태와 권익개선 방안], 제19회 노동권익포럼.
- 양혜원·차민경·박경신·윤지연·이정희, 2018, [예술인 고용보험 적용을 위한 문화예술용역 범위 설정 방안 기초 연구], 한국문화관광연구원 연구용역보고서.
- 육태우·한도을, 2018, [공정거래법 적용을 통한 프리랜서 보호방안 연구], 공정거래위원회 연구용역 보고서.
- 이용관(2013). 『문화콘텐츠 분야 경력인증체계 도입 방안 기초연구』. 한국문화관광연구원
- 이용관(2016). 『콘텐츠 분야 근로환경 분석』. 한국문화관광연구원.
- 이종수, 2019, “서울지역 프리랜서 권익보호를 위한 서울시 지원방안”, 서울노동권익센터, 2019, [서울지역 문화예술, 콘텐츠 분야 프리랜서의 노동실태와 권익개선 방안], 제19회 노동권익포럼.
- 이주환, 2019, “서울지역 문화·예술·콘텐츠 분야 프리랜서 노동자 면접조사 분석결과”, 서울노동권익센터, 2019, [서울지역 문화예술, 콘텐츠 분야 프리랜서의 노동실태와 권익개선 방안], 제19회 노동권익포럼.
- 차민경·양혜원·박경신·윤지연·이정희·배성희(2019). 『예술인 고용보험 적용을 위한 문화예술용역 범위 설정 방안 기초연구』. 문화체육관광부.
- 최인이, 2020, “창작물 유통 플랫폼의 노동통제 방식에 관한 연구: 유료 웹툰 플랫폼의 사례를 중심으로”, [산업노동연구], 26권 2호, pp.45-76.
- 한국콘텐츠진흥원, 2020, [2019년 하반기 및 연간콘텐츠 산업 동향분석보고서].

토론 1

김 희 경

전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자지회 지회장

토 론 문

김희경
(전국여성노동조합 디지털콘텐츠창작노동자지회 지회장)

1. 웹툰

1) 보상체계

웹툰에 있어 불공정한 보상체계를 열거하자면, 애초 최소보장을 표방했던 MG제도의 악화된 변형, 누적엠지 통엠지, 선차감 아닌 후차감, 플랫폼 에이전시 작가 간 하도급 계약 속에서 높아져만 가는 수수료, 점점 줄어드는 수익배분율(RS)등이 있다.

MG제도의 경우 고료제로 전환된다면 좋겠으나, 이제는 MG 제도가 너무나 뿌리 깊게 자리 잡아 하루 아침에 근절되기는 어려울 것이다. 적어도 본래 취지인 최소보장 차원으로 선회하여 이른바 '월 MG'로 차차로 확대하였으면 한다. 고료를 주는 경우에도 완결을 낼 때까지는 수익배분이 없거나 배분율이 현저히 적은 경우도 있어 개선이 필요하다. 또한 선 차감, 후 차감을 계약서 상에 명시하고, 플랫폼과 에이전시 간 계약 사항을 작가가 열람하지 못하더라도 플랫폼 수수료 등이 상세한 정산서를 통해 투명하게 공유되었으면 한다.

그리고 무엇보다 작가가 창작한 콘텐츠이고 이에 가장 노동하는 것은 작가일진데, 작가의 몫을 수수료가 앞지르는 형국만은 지양했으면 한다. 작가 3, 플랫폼 7의 경우도 있어 개탄스러운 상황이다.

2) 과중 노동

이번 실태조사에서 볼 수 있듯 웹툰 작가들은 "안 자고, 안 먹고, 하루 종일 일한다"고 할 만큼 장시간 노동에 시달리고 있다. 빠듯한 주간 연재 일정에 60~70컷 이상의 풀 컬러 컷 분량은 웹툰 작가들의 목을 옥죄는다. 플랫폼과 에이전시의 방관과 독자들의 요구 속에서 분량 경쟁은 점점 더 치열해진다. 업체들은 작가들을 단순히 소모품으로 볼 것이 아니라, 분량 관리를 통해 지속해서 협업을 이어가야 할 것이다. 컷 분량의 축소가 절실하며, 흑백 연재 선택의 자유, 주간 연재만이 아닌 10일 연재, 격주간, 월간 연재 등 다양한 연재 주기가 활성화되길 희망한다. 정기휴재 등도 꼭 필요한 사항이다.

과노동으로 인해 웹툰 작가들은 '서서히' 죽어가고 있다. 실제 암 등 위중한 병의 발발을 많이 목격하였다. 몇몇 포털 플랫폼에서 건강검진을 시행 하는 것은 환영이나,

근본적으로는 노동환경 개선이 우선일 것이다. 몸의 건강 외에 마음의 건강을 해치는 악플의 경우, 트래픽을 위해, 혹은 관행으로, 댓글란을 열어만 두고 여과 없이 열람 가능하여 관리되지 않는 점에서 문제가 크다. 댓글란이 없거나, 유무 선택이 가능한 플랫폼도 존재하는데, 댓글란이 있는 경우에는 신고 시스템을 더욱 강화하고, 관리자가 선별하여 작가에게 전달하는 등의 더욱 세심한 관리를 염두에 두었으면 한다.

3) 불공정

블랙리스트 운용, 지각비등으로 악명 높은 플랫폼의 불공정 사항을 작가들의 연대로서 타파한 바 있다. 하지만 이 후에도 불공정은 존재한다. 예를 들어 다른 분야에 비해 웹툰은 계약서 작성 비율이 비교적 높은 편이나, 현재에도 계약서 없이 1년 이상 작업하며 업체의 수정 요구에 시달리는 사례가 실존한다. 계약서를 보여만 달라고 해도, 유명작가를 언급하며 그와 같다고만 답한다. 계약서 미 작성 시 예술인 복지법에 의거하여 신고가 가능하지만 대부분의 신인작가들은 업계에서 불이익을 받을 것이 우려되어 기관에 신고가 어려운 것이 실정이다.

4) 불법 복제

웹툰 불법 복제 사이트는 해외를 거점으로 수시로 주소를 바꿔 단속이 매우 어려운 상황이다. 이러한 사이트들은 불법 도박 사이트 배너를 띄우고, 성인물 또한 여과없이 게시하여 청소년들에게도 심각한 악영향을 끼치고 있다. 저작권법을 보완 개정하여 엄중히 처벌할 필요가 있다.

5) 성별 임금 격차

실제 성별 고료의 차이가 특별한 기준 없이 벌어지는 사례가 존재한다. 성별 임금 격차 행태를 면밀히 파악, 원인을 정확히 규명하였으면 한다.

2. 웹소설

1) 보상체계

실태 조사 중 노조가 집중해야 하는 활동영역 의견에서 웹소설분야는 공정한 보상체계 설계(32.3%) 비중이 높다.

살펴보면, 고료 혹은 선인세의 필요성에 있어서는 수익 배분율(RS) 조정 영향에 대한 우려나 선인세 차감의 어려움 등 각 상황에 따른 차이로 작가마다 의견이 다르나, 웹소설 업계의 관행상 짧게는 몇 개월 길게는 2년 이상의 무보수 집필 기간이 존재하는 와중 수익의 대부분이 저작 수입인 상황에서, 플랫폼 및 에이전시 수수료의 증가는 우려되는 사항이 분명하다.

예를 들어 기다리면 무료 프로모션의 경우, 작품 회차가 많을수록 수익이 기대되므로 작가는 1년이고 2년이고, 때로 선인세 등이 없이 무급으로 집필하여 완결한 장편소설을 공급한다. 이 기다리면 무료 프로모션에서 작가가 공급한 원고 중 무료 게시 회차는 플랫폼에서 대가를 지불하지 않으며, 유료 회차 결제 매출을 더욱 높은 수수료를 떼고 작가에게 지급한다.

플랫폼이 짜놓은 레이아웃 속에서, 프로모션에 들어가지 않으면, 작품이 있는지도 없는지도 모르게 되므로 이 같은 프로모션은 작품 판매에 필수적이다. 작가들은 다른 선택의 여지 없이, 보다 높은 수수료를 지불하고 일부 무료로 작품을 공급하고 있다. 플랫폼은 자신들이 짜놓은 판에서 프로모션을 미끼로 자리 장사를 하고 있는 것이다.

다른 예로 좋은 프로모션을 해주는 대가로 유통사가 출판사에 턱없이 낮은 금액의 "매절"을 강요하거나, 수수료 50%를 요구한 사례도 있다. 출판사는 이를 거부할 힘이 없어 손해가 작가에게 고스란히 전가된다.

2) 불공정

계약한 출판사가 갑자기 폐간하거나 플랫폼이 웹소설 사업을 하루아침에 접어버리는 상황에서도 제대로 된 손해배상은커녕, 받아야 할 인세조차 받지 못하는 경우가 비일비재하다. 출판사가 고의적으로 폐업 신고 후, 2~3달치의 정산을 지급 거부하고 잠적하는 사례가 빈번한데, 이 경우 동일 사업자의 출판업 허가가 제한되는 규정이 필요하다. 유럽의 경우처럼 국가에서 업체에게 일정 금액을 받아두고 업체 도산 후 작가에게 지급하는 방법으로도 방지하였으면 한다.

3) 가시화의 필요성

웹툰의 경우, 매해 한국콘텐츠진흥원을 통해 실태조사가 발표되며, 관련 연구 또한 다수 확인 할 수 있으나 웹소설의 경우 1일 1화, 1화 5500자 기준의 매일 연재와 같은 과중한 노동이 분명히 존재함에도 실태 가시화가 미진한 상황이다. 꾸준한 실태 조사와 연구가 필요하다.

불법 복제의 경우, 텍스트 파일 중심의 웹소설 특성상 링크를 통해 더 많이, 더 빠르게 불법 복제되어 유포된다. 하지만 문체부 불법 복제 근절 캠페인도 웹툰에 한해서만 진행되는 등, 기관에서도 소외되고 있어 보호가 절실하다.

4) 사회 안전망의 부재

특성 상 무급 노동 중인 수입 공백 기간이 길어 그 어떤 직종보다 고용보험이 절실하지만, 고용보험에 있어 저작수입은 기준 대상이 아니기에 고용보험에 가입할 수 없다. 사회안전망이 전무한 것이다.

3. 일러스트

1) 낮은 단가

일러스트의 경우, 실태조사를 통해서 알 수 있듯 단가 저하와 불링의 문제점이 주요하게 거론된다. 이른바 '매절' 이라 불리는 저작권 양도 계약의 비율은 일러스트 분야마다 다르나, 저작권을 양도하는 계약인 만큼 만큼 단가는 높게 설정되어야 맞건만 점점 낮아져가는 실정이다.

노동자의 최저임금제도와 같은 보호선이 전무한 현실 속에서, 일러스트레이터들의 자구책인 평균단가표는 가격 담합으로 간주할 소지가 있다. 자유시장 경제체제라는 미명 아래 음인 일러스트레이터들의 작업 단가는 계속 낮아져만 가는 것이다. 한편에서는 크몽과 같은 입찰형 플랫폼이 단가 저하의 한 원인으로 작용하고 있어, 관련 대책이 절실하다.

2) 불링

실태조사에 언급된 불링의 예로, 사상검증 사태라 언급되는 일련의 사건들이 있다. 2016년 게임사 넥슨의 조치를 시작으로 2020년인 지금까지 여성주의에 관심을 표방했다는 이유만으로 일러스트레이터를 포함한 다양한 창작자들이 극심한 피해를 본 것이다.

이 사태의 가장 큰 문제점은 엄연히 사회적 책무가 있는 기업이 소비자의 불링을 일체의 비판 없이 수용하여 작업자를 배제하였다는 점이다. 나아가 이러한 일련의 피해 상황이 국가가 규정한 노동자가 아닌 프리랜서라는 이유로 어느 기관에서도 구제 받지 못하는 현실은 일러스트레이터를 철저히 사각지대로 내몰고 있다. 2020년 국가인권위원회의 결정문에 따라 각 기관의 이행이 조속히 이루어졌으면 한다.

3) 사회 안전망의 부재

다른 한편 게임은 산업으로서 예술에 속하지 않아, 예술인 복지제도와 예술인 고용보험에서도 게임 일러스트레이터들은 배제된다. 이를 답습하여 똑같이 그림을 그리는 일임에도 불구하고 교과서 삽화나 학습지 일러스트는 예술인 고용보험의 대상이 아니다. 기업에서도 국가에서도 배제되는 현실은 불안정 노동에 시달리는 일러스트레이터들에게 가혹하다. 무엇보다 기본적인 사회안전망이 절실하다.

토론 2

최 인 이

충남대학교 사회학과 교수

토 론 문

충남대학교 사회학과

최인이

1. 창작노동자?

<문화예술노동의 성격: 비전형성(Atypical)>

유럽비교문화연구소는 예술인 노동을 기존 자본주의사회에서의 노동과 비교하여 비전형성(Atypical)을 가진 것으로 평가하고, 비전형성을 다음과 같이 7가지로 정리하고 있다.

- ① 일의 논리: 예술적 프로젝트는 단순히, 취업, 또는 돈을 벌기 위해 시작되기보다는 개인의 창의적 역량을 발휘하기 위해 시작됨
- ② 노동 지위: 자영업태에서 고용형태로 쉽게 전환하며, 서로 다른 형태의 활동을 한 번에 겸임함
- ③ 초국적 이동성: 예술인들은 타 직업에 비해 국제 이주 노동비율이 높음
- ④ 경제 구조: 예술은 소규모 또는 1인 기업의 형태를 가지고도 시장을 지배하고 있는 다국적 대기업과 경쟁할 수 있음
- ⑤ 가치사슬구조: 예술인들의 활동은 타 산업영역에까지 큰 영향을 미침
- ⑥ 성과 평가 방식: 다른 산업 생산품과 다른 기준으로 성과 및 영향력을 평가해야함
- ⑦ 재원 마련 방식: 회수성 투자 뿐 아니라 공적 지원이나 민간 기부 등을 함께 필요로 함

- 한국의 디지털콘텐츠 창작노동자들의 실태를 위의 개념을 통해 분석해 보면,

1) 일의 논리는 변질되고, 2) 노동의 지위는 열악해지고, 3) 초국적 이동은 무관하며, 4) 경제구조 상 예술 및 창작노동의 경쟁력은 창작자를 떠나고, 5) 가치사슬구조에서의 이윤은 플랫폼으로 귀속되며, 6) 성과평가방식은 일반적인 자본주의 상품 평가방식과 유사하고, 7) 공적지원 및 민간기부도 요원해 보인다고 할 수 있음.

- 결국 비전형성을 기반으로 창작활동을 보장받아야 할 창작노동자들은 자본주의 구조 하에서 강제되는 “노동”으로서의 힘겨운 창작활동을 해나갈 수밖에 없는 상황임

- 이에 덧붙여 여성 창작노동자들은 사회문화적으로 고착화되어 있는 성차별 구조 하에서 창작 및 표현의 자유까지 침해당하는 상황에 직면하고 있음

2. 불공정한 계약이 지속적으로 재생산되는 이유

: 플랫폼을 통한 창작물 유통 구조 및 노동시장의 복잡화

<웹툰의 사례>

- 웹툰 작가들은 한시적 용역계약자로서 플랫폼과 작품당 연재계약을 체결하고 MG와 수익배분 비율을 결정하여 창작물을 유통시키지만 계약의 기반인 MG는 작가들을 플랫폼에 종속시키는 효과를 발휘하게 됨.

- 작가들의 종속성은 특히 일정시간 내에 다음 회를 연재해야하는 웹툰 플랫폼의 속성상 노동시간 관리 측면과 작품내용에 대한 플랫폼/에이전시의 개입허용으로 드러나게 됨.

(장시간 노동, 끝없는 수정요구, 독자관리, 창작내용에 대한 검열 등)

- 이 과정에서 작가들은 창작자가 아니라 플랫폼에 소속되어 웹툰의 스토리를 만들고 그림을 그리는 “노동자”가 됨.

- 이러한 과정에서 작가들의 창작물로부터 생산된 가치는 플랫폼에 의해 전유되고 이러한 전유의 과정은 플랫폼 내에서의 경쟁구도와 MG를 채워야한다는 금전적 혹은 정신적인 부담감에 의해 은폐되어짐.

- 웹툰이라는 창작물이 플랫폼을 통해 작가와 독자사이에서 유통되는 과정은 결국 노동통제를 기반으로 한 자본주의적 생산의 과정을 포함하는 것이라 할 수 있음.

- 디지털 기술의 변화와 플랫폼 비즈니스의 결합으로 생산된 웹툰 플랫폼은 창작물에 대한 플랫폼의 개입 그리고 노동과정으로 전환된 창작과정에 대한 플랫폼의 통제가 가능하도록 만드는 은폐된 착취의 전략을 사용하고 있으며 이는 기존의 플랫폼 서비스 노동에서 나타나는 착취방식과는 또 다른 착취의 방식으로 구현되어짐

3. 디지털콘텐츠 창작노동자들이 권리는 지키는 방법: 조직화

- 기존의 고용관계에 기반한 노동자 권리 보호의 한계를 인지해야함

: 플랫폼과의 창작노동자간의 계약관계가 가지는 종속성에 대한 규명

- 법제도의 마련이 중요하지만 이를 보다 효율적으로 이행하기 위한 창작노동자들의 현실 인식과 이를 기반으로 한 조직화가 절실히 필요함

- 특히 열악한 조건에서 자신의 창작물에 대한 권리가 보장되지 않는 불공정한 계약인 것을 알면서도 계약할 수밖에 없는 구조에 대한 절실한 인식이 필요함(이미 진행되고 있음)

: 협상력 제고를 위한 창작노동자 자신들의 조직화 및 활동을 위한 다양한 전략의 모색이 필요(협상대상에 대한 인지 및 협상기술 습득)

- 저작권법 및 계약에 관한 정보 공유/교육 (노동조합을 통한 홍보 및 교육이 중요)

ex) 미국 엔터테인먼트 산업 노동조합

: 조합원들의 계약에 관한 사항을 위임받아 처리하여 불공정한 계약이 발생하는 것을 예방하고자 노력(노조에서 프로토콜 마련, 저작권 및 수익분배에 대한 협상 등)

- 여전히 수많은 신인 웹툰 작가들이 다음이나 네이버에서 독자들이 자신의 작품을 찾아 주기를 기대하며 열악한 창작환경과 경제적 어려움을 감내하고 있는 현실에서 유료 웹툰 플랫폼의 창작자 관리전략에 맞설 수 있는 전략은 “집단적인 연대”

- ‘레진 규탄연대’나 “디지털콘텐츠 창작노동자지회”는 집단적 연대의 훌륭한 출발점이며 변화의 구심점이라 할 수 있음.

토론 3

강 금 봉

경제사회노동위원회 전문위원

토 론 문

강금봉 경제사회노동위원회 전문위원

- “세계로 뻗어나가는 K웹툰“, “한국의 웹툰이 새로운 한류 문화를 일으킬 것”의 민낯
- 구글, 유튜브, 아마존 등과 같은 IT업계가 세계의 패권을 쥐고 있는 상황에서, 글로벌 시장에서 두각을 드러내고 있는 분야는 디지털 콘텐츠 시장임
 - 수많은 작품이 아시아, 유럽, 미주로 수출되고 있으며 플랫폼 사업자들의 해외 법인 설립 움직임도 활발함
- 웹툰 플랫폼의 해외시장 진출 호조와 함께 지난해 한국 웹툰의 글로벌 거래액이 첫 1조원을 돌파하였음
 - 웹툰, 웹소설 등 웹콘텐츠를 공급하는 한 업체도 2020년 연결기준으로 매출 545억 원, 영업이익 131억 원을 거둘 것으로 전망. 지난해와 비교해 매출은 29.4%, 영업이익은 65.7% 각각 늘어났음
 - 그러나 디지털콘텐츠창작노동자들의 소득의 불안정성은 개선되지 않고 있음
- 모 기업은 콘텐츠 밸류 체인을 구축해 콘텐츠 경쟁력을 키운다는 계획을 갖고 ‘할리우드식 집단 창작 시스템’을 웹소설 분야에 도입하여 데이터 분석, 기획, 집필, 교정 등 웹소설 창작에 필요한 요소를 세분화한 집단 창작 시스템을 도입해 웹툰, 드라마, 영화 등 다방면으로 활용 가능한 슈퍼IP를 기획·제작할 계획
 - 새로운 플랫폼의 비즈니스 모델이 진화되면서 플랫폼 네트워크에서 창출하는 가치를 전유하는 “지대추구”가 극대화될 수 있음
- 플랫폼의 지배적 지위와 하도급의 구조는 콘텐츠산업의 핵심 자원인 노동자들의 근로조건을 취약하게 만들어 웹툰 산업의 지속가능성과 선순환 구조에 부정적인 영향을 미칠 수 있음

- 디지털콘텐츠 산업의 성장은 노동자들의 저임금·무임금, 장시간 노동으로 인한 일-생활 불균형과 과로에 기반한 것임
- 실태조사에 따르면 지난 1년 주된 활동 분야(창작) 평균 1년 수입은 2,411만원인데, 중위값은 1,700만원으로 저임금에 시달리고 있음
 - 한국콘텐츠진흥원 2019 어시스턴트 실태조사에 따르면 1년 이내 활동한 작가들의 경우 연 평균 수입은 658만원으로 연 수입으로는 턱없이 적었

고, 중간값은 400만원으로 확인

- 어시스턴트들은 웹툰 전공 대학 (28.5%)을 졸업하거나, 미술, 디자인 등 유관 전공 (26.5%) 교육을 받았으며, 유관 고등학교 (12.9%)나 민간 교육 (12.6%)을 받은 전문 인력이지만 저임금을 받고 있음
 - 계약 전 작품 비축 및 준비기간은 1년 중 평균 5.7개월로, 1년 중 약 절반 정도를 작품 비축 및 준비기간으로 사용하고 있는 것으로 나타나 무임노동이 발생하고 있음
 - MG에 대해 설명이나 수수료 문제 등에 대해 투명한 설명을 들은 사례가 적고, 특히 프로젝트 계약 노동은 일(work)과 일이 아닌 것(Nonwork) 사이의 경계가 불투명하여 무임 노동이 발생함
 - 과도한 노동량으로 인한 장시간 노동으로 디지털콘텐츠창작노동자 다수는 정신적 스트레스로 우울증과 공황장애 등 정신 질환도 경험하고 있음
 - 노동과 비노동 간 경계의 흐려짐은 '계속적인 부분 고용(continuous partial employment)' 상태에 빠져 노동 과정의 탈공간화 또한 삶의 씩, 자기 노동의 주권을 여지없이 제거함
 - 디지털콘텐츠창작노동자들은 급여 지급일이나 금액이 계약이 달랐거나 정산의 불투명성, 무리한 업무 요구와 업무시간 과중, 일방적인 계약 취소 또는 변경, 저작권, 웹툰 플랫폼의 일방적 연재 종료 통보, 끝없는 수정 요구, 원고 지연에 대한 과도한 벌금 부과 등에서 불공정을 겪고 있음
 - 디지털콘텐츠창작노동자들은 프리랜서의 신분으로 근로계약과 근로조건에서 비롯된 고용 지위의 불안정성, 소득불안정, 사회보험의 불안정성, 작업장에서의 통제권한 부재 등 사회적 보호의 불안정을 경험하고 있음
- 그 동안 무엇을 해 왔는가?
- 일부 지역에서 웹툰작가 200여 명이 쓸 수 있는 창작 공간과 관련 기업이 입주할 수 있도록 웹툰융합센터를 설립하거나, 포스트 코로나 시대의 웹툰 생태계의 비즈니스의 혁신적 비전을 제시한다고 하지만, 산업이나 기업 대표, 유명 작가들의 목소리만 있지 대부분의 취약한 노동자들의 목소리는 배제되어 있음
 - 2017년 문체부-서울시-웹툰 3사가 협약을 통해 민관 정보공유를 통한 계약사례 공동 조사·연구, 표준계약서 보급, 공정계약 교육·홍보를 함께 수행하는 등 협력을 했지만 시장에서 개선되는 것에 한계가 있음
 - 2018년에는 문화체육관광부가 웹툰 업계의 불공정 관행을 파악하고 표준계약서 개정·보급 등을 논의할 웹툰 공정·상생협의체가 출범하여 △계

약 실태에 맞는 표준계약서 개정·이용 활성화 △만화진흥에 관한 법률 개정안 등 개선 방안 마련 △공정·상생문화 확산 활동 등 웹툰산업 발전을 위한 정책을 발굴하기로 하였음

- 최근 디지털 뉴딜 연계 문화콘텐츠산업 전략에서 웹툰·이야기 등 콘텐츠 지식재산(IP)이 핵심 원천 콘텐츠가 되어 콘텐츠 시장의 확장과 수익 창출로 이어질 수 있도록 다양한 소재의 우수 콘텐츠 지식재산(IP)의 개발과 사업화를 지원 계획을 발표하였음
 - 그러나 디지털콘텐츠노동자에 대해서는 표준계약서 적용 등 공정한 콘텐츠 생태계 환경 조성을 위한 제도 정비에 나설 계획만을 제시하고 아직 구체적인 실행 방안은 부족함
 - 콘텐츠 분야를 포함한 프리랜서 예술인들에게 사회안전망을 제공하는 예술인 고용보험도 시행할 예정이지만 사각지대가 광범위함

□ 향후 과제는 무엇인가?

- 갑을관계에서 비롯되는 각종 불공정행위의 시정하기 위한 적극적 조치가 필요함
 - 디지털콘텐츠창작노동자들은 플랫폼과 지위의 불균형 상태에서 계약서를 작성하는 당사자 간 협의를 통한 계약서 작성·준수가 문화를 형성하기에 한계가 있음
 - 예술인복지법에서는 ‘예술인은 문화예술기획업자 등이 행위를 한 불공정 거래 경우에는 문화체육관광부장관에게 그 사실을 신고할 수 있도록’ 하고 있지만, 그것을 증명하고 기업을 상대로 다투는 것에 한계가 있음
 - 에이전시가 계속 생겨나고 있음. 에이전시의 성격도 전문기획관리, 플랫폼사, 인력파견알선 업무, 직접고용 등 다변화하고 있어 사용자로서의 책임을 회피하는 구조로 변화되고 있음
 - 규제 대상 기업이 관련 정보를 규제 당국보다 훨씬 더 많이 보유하는 ‘정보 비대칭’을 해결할 수 있는 방안이 필요함
 - 공정위, 문체부, 노동부, 과기부 등과 함께 불공정행위에 대한 모니터링과 분쟁해결을 지원할 수 있는 기구적 장치가 필요함
- 웹툰 어시스턴트, 전문어시스턴트, 웹툰보조자, 웹툰아르바이트, 일러스트 등 상대적으로 열악한 노동자들을 보호할 수 있는 연대의 움직임도 중요함

- 디지털콘텐츠창작노동자 전반에 대한 보호망을 두텁게 하는 것과 함께 맞춤형 지원 방안이 필요함
 - 청년층 및 경력이 짧은 디지털콘텐츠창작노동자들 중 인력 중개 플랫폼을 통해 일감을 얻게 될 경우 계약 분쟁, 저임금의 함정에 빠질 가능성이 있음
 - 향후 인력 중개 플랫폼이 과거 인력 중개소의 역할을 하지 않도록 되지 않도록 법적인 보완 조치가 필요함
- 장시간 근로와 적절한 보상 수준을 높이기 위해 제도 개선이 필요함
- 장시간 노동은 창작자로서의 역량, 가족관계, 사회관계, 여가 활동, 수면 패턴, 건강 등에 부정적인 영향을 미침
 - 공정법상 담합 행위에 대한 재해석과 함께 적정 보상 수준을 보장하기 위해 산별 협약 등을 마련할 필요가 있음
 - 기업별 집단 교섭, 사회적 교섭, 사회적 대화를 통해 당사자 간 관련 행위 규칙과 협약을 통해 새로운 규칙을 마련할 필요가 있음. 이를 통해 협상력의 불평등을 보완하는 방안이 필요함
 - 비용과 위험이 디지털콘텐츠노동자들에게 전가되지 않도록 에이전시와 플랫폼이 공동으로 연대 채무(joint and several liability), 공동사용자(co-employer) 책임을 가질 필요가 있음
 - 소비의 편의성이 노동자들의 생존권을 위협하지 않도록 플랫폼 경제의 주 고객층이자 이용자의 책임과 역할이 필요함
- 고용보험과 산재보험의 사각지대 해소가 중요함
- 2011년 11월 27일 제정된 예술인복지법 제7조에 따라 2012년 11월 6일 산재보험법 시행령 개정안이 국무회의를 통과함에 따라 산재보험 사각지대에 놓여있던 예술인들의 산재보험 가입이 가능해지게 되었음
 - 예술인 산재보험 가입 실적을 살펴보면, 2019년 1월 현재 총 1,560여건의 산재보험 가입실적이 있었고, 이 가운데 정상적으로 유지되고 있는 것은 612건임. 이중에서 만화분야는 3명에 불과함
 - 산재보험 가입확대를 위해 예술활동 증명, 예술인 산재보험 가입 및 보상 신청 상 서면계약의 조건, 산재보험료 납부 정지신고제도, 예술인을 중소기업사업주 특례규정, 적용방식의 제도 개선이 필요함
 - 예술인 고용보험 가입 제도가 마련되었지만, 고용보험 가입 제한대상은 일정소득(예: 계약건별 50만원) 미만인 예술인이나 단기 예술인(1개월 미

만 계약자) 경우를 제외하고 있어 일러스트 등 프로젝트별 계약하는 노동자들에게 사각지대가 발생할 수 있음

- 일하는 환경에 대한 적절한 권리와 보호를 부여할 수 있도록 일하는 사람을 대상하는 하는 법적 조치가 필요함
 - 노무제공의 형태나 계약의 방식은 업종별로 매우 다양해지고 있음. 민법이나 상법의 적용을 받는 독립사업자 사이의 경계 선상에 위치하고 있는 독립노동 내지 자영노동의 거래에서 교섭력의 불균형이라는 측면에서 실질적인 보호의 필요성이 대두하고 있음.

- 열악한 노동조건과 불안정성을 경험하면서도 창작자와 프리랜서이기 때문에 불가피한 것으로 받아들이는 담론은 부당함
 - ‘자율성, 유연성, 창의성’이라는 창작 노동의 특성이 개인들로 하여금 부당한 노동환경을 기꺼이 짊어지게 하는 요소가 되어서는 안 됨
 - 프리랜서 창작자들에 나타나는 자기착취적인 현상과 개인이 해결해 나가야 하는 능력의 문제로 인식되는 것에 문제 제기가 필요함
 - 일터 민주주의와 관련하여 2020년 5월 16일에 발표된 성명서 「노동 : 민주화, 탈상품화, 환경 복원」에서 노동자가 직장에서 자신의 삶과 미래가 관련된 결정에 참여할 수 있도록 하는 것의 중요성을 강조하였음