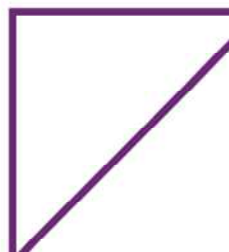


2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사

2020 Survey on Creative Labor of
the Korean Cultural and Creative Industry

20

20

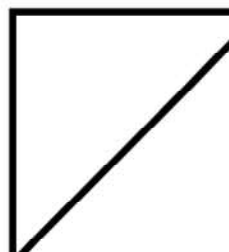


2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사

2020 Survey on Creative Labor of
the Korean Cultural and Creative Industry

20

20



본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사”의 결과
보고서로 제출합니다.

2020년 11월 30일

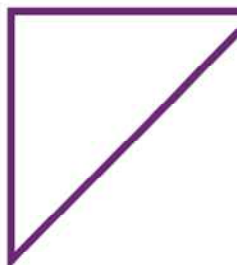
연구/조사 기관 : (주)서던포스트

연구/조사 책임자 : 김희성 ((주)서던포스트 연구본부장)

요 약 문

20

20



Ⅰ 요약문 Ⅰ

제1장 서론

□ 연구 목적

- 본 연구는 기존 통계자료는 파악하기 힘든 콘텐츠산업 창의인력들의 고용형태 및 근로환경 등에 대한 분석 자료를 제공함으로써 향후 콘텐츠산업 창의 인력의 근로 환경과 일자리의 질적 개선을 위한 정책 수립의 기초자료를 확보하는데 핵심을 두고 진행되었다. 특히 본 연구는 2018년 최초 진행 후 2회차를 맞은 연구로, 1회차 대비 보다 고도화된 조사설계, 확대된 표본크기를 바탕으로 결과 분석의 일관성은 물론 정확·신뢰성을 확보하는 데 주안점을 두었다. 본 연구는 크게 콘텐츠산업을 영위하고 있는 사업체들의 창의인력 고용 현황 및 수급 전망 조사, 콘텐츠산업 분야 창의인력들의 활동 현황 및 근로 환경 조사로 세분화하여 진행하였다.

□ 연구 범위 및 방법

- 본 연구의 시간적 범위는 세부 조사별 최종 목적을 고려하여 설정하였다. 먼저 소속 근로자 및 프리랜서 대상 조사는 결과의 시의성 확보를 위해 2020년 조사일 현재를 기준 시점으로 설정하였다. 단, 사업체 대상 조사의 경우 정확한 모집단 현황에 근거한 연간 단위 창의인력 고용 현황 및 수급 전망 파악이 필요하므로 연간 단위 응답이 가능한 최신 년도인 2019년 12월 31일을 조사 기준 시점으로 설정하였다.
- 본 연구의 공간적 범위는 사업체 대상 조사, 소속 근로자 및 프리랜서 대상 조사 모두 국내 전반을 포괄하는 콘텐츠산업 부문 창의인력 실태 파악이 필요하므로 특정 지역에 구애받지 않고 조사 기준 시점 적격 대상 사업체, 인력일 경우 모두 조사 대상자가 되도록 하였다.
- 본 연구 내용적 범위는 문헌 및 자료조사를 통한 콘텐츠산업 부문 ‘창의인력 개념 및 범위 설정’ 및 ‘창의인력 활동적 특성 분석’, 유관협회·현업 종사자

자문을 통한 ‘장르별 직무 분류체계 구축 보완’, 양적·질적 조사방법론을 병행 활용한 ‘콘텐츠산업 기획·제작 부문 업종 영위 사업체, 소속 근로자 및 프리랜서 대상 실태조사’, 도출된 조사 결과를 바탕으로 한 ‘정책적 쟁점 및 과제 도출’로 구성하였다.

- 본 연구에서 중점적으로 다루고자 하는 것은 콘텐츠산업 부문 창의인력과 그들의 근로 환경이라 할 수 있다. 특히 앞서 언급한 것처럼 양적·질적 연구 방법론을 병행 활용함으로써 창의인력 실태 파악에 다각적으로 접근하고자 하였다. 이를 위해 활용된 주요 연구 방법론은 문헌 및 자료조사, 실태조사 및 분석, 심층 인터뷰 및 분석 3가지이다.

제 2장 콘텐츠산업 부문 창의인력 개념 정의 및 관련 문헌 검토

□ 콘텐츠산업 부문 창의인력 범위

- 창의인력은 창의성의 측면에서 기술적인 숙련을 포함하는 ‘기술적 숙련인력’과 진정한 창의성을 구현하는 ‘핵심적 창의인력’으로 구분할 수 있다. 콘텐츠산업 부문에 이와 같은 창의인력 유형을 반영해 볼 경우, 프로젝트에 관여하는 역할에 따라 일차적 창의인력(Primary creative personnel), 기술적 숙련자(Technical craft workers), 창조적 관리자(Creative manager)로 유형화 할 수 있다. 이와 같은 논의에 비추어 볼 때 콘텐츠산업 부문 창의인력은 콘텐츠를 기획하고 제작하는 일차적 창의인력 이외에도 콘텐츠를 생산, 유통하는 과정에서 요구되는 기술적 숙련인력까지 모두 포함된다고 할 수 있으므로 본 연구에서 콘텐츠산업 부문 창의인력 범주는 콘텐츠 제작·기획 직무를 담당하는 일차적 창의인력 뿐 만 아니라 이에 관여하는 직무를 수행하는 인력을 모두 포함하는 것을 기준으로 설정하고자 한다.

□ 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 업종 구성

- 창의 활동의 층위 모델에 따르면 창의 활동은 콘텐츠를 직접 생산하는 핵심 창의(creative core)를 중심으로 창의성이 낮은 순으로 관련 활동들이 겹겹이 둘

리싸고 있는 동심원 형태를 보이는 것으로 분석되었다(Frontier Economics, 2007). 본 연구에서는 이 창의 활동의 층위 모델 중 높은 창의성을 요구하는 Layer 1과 Layer 2 관련 활동을 영위하는 콘텐츠 기획·제작 관련 업종을 본 조사 대상 업종으로 최종 선정하였다.

<창의 활동의 층위>

구분	활동 내용
Layer 1	핵심 창의(creative core)라 불리는 가장 높은 창의적인 콘텐츠 생산 활동
Layer 2	원 콘텐츠와 직접적으로 관련된 활동
Layer 3	콘텐츠 생산 중개
Layer 4	콘텐츠 생산을 위한 장비 판매
Layer 5	창작물 도소매

* 출처: (Frontier Economics, 2007) Layer of Creative_The Creative Economy Programme 재구성

□ 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 직무 유형 구성

- 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 업종 구성과 더불어 또 한 가지 고려해야 할 점은 창의인력들의 직무 유형 구성이다. 콘텐츠산업 부문 창의인력은 콘텐츠 제작 방식, 제작 과정, 수행 업무 등에 따라 매우 다양한 직무 형태를 가지고 있어 어떤 직무를 수행하는 인력이 본 조사 대상자가 되는지 명확히 할 필요가 있기 때문이다. 특히 비교적 최근 시점인 2019년에 한국콘텐츠진흥원에서 주관한 ‘콘텐츠산업 고용구조 변화연구’를 통해 본 조사 대상 장르별·공정과 정별 세부 직무모듈이 이미 구축된 바 있기 때문에 본 연구에서는 해당 직무 모듈을 기본 활용하였다. 특히 연구 진행 시점의 차이로 인해 수정·보완이 필요한 직무 유형은 장르별 유관 협회·현업 종사자 등 전문가 대상 자문을 통해 확인, 반영하여 최종 직무 유형을 구성하였다.

□ 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 정의 및 범위 설정

- 본 연구에서는 ‘자율성’, ‘계약형태’, ‘콘텐츠 관련성’, ‘고용 지속성’ 등을 기준으로 정립된 기존 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념을 유지함으로써 분석의 일관성을 확보하고자 하였다. 단, 콘텐츠산업 부문 내 존재하는 다양한 프리랜서

유형을 좀 더 구체적으로 포착하기 위해 프리랜서 통계청의 ‘경제활동인구조사’에서 사용하는 고용지위에 따른 ‘근로자 분류법’ 기준 인력 유형 중 최근 1년 간 본인의 근로 형태에 가깝다고 생각하는 유형을 선택할 수 있게 하였다. 조사 결과, 본인 스스로 콘텐츠산업 부문 프리랜서라고 생각하는 응답자 중 94.4%가 최근 1년 간 본인의 주된 근로 형태로 ‘임시 근로자’, ‘일용 근로자’, ‘고용원이 없는 자영업자’ 유형을 응답하였다. 따라서 본 연구에서는 임시 및 일용근로자 형태의 임금근로자와 비임금근로자인 고용원이 없는 자영업자를 콘텐츠산업 부문 프리랜서 범위로 설정하여 분석하였다.

<콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 및 범위>

구분		세부 내용	주요 특성
개념 기본 정의		· 특정 기업이나 단체 조직에 전담하지 않고 콘텐츠 제작과 관련된 자신의 기술과 능력을 이용해 그때 그때 계약을 맺고 일을 하는 자	
고용 지위 기준 분류	임시 근로자	· 1개월 ~ 1년 미만의 고용계약을 맺었거나 1년 미만의 프로젝트 진행을 위해 임시로 고용된 자 * 1년 이상 근무하였어도 계약기간이 1년 미만이거나 처음부터 임시직으로 고용 계약을 체결한 경우 해당	<주요 특성> 본인의 점포직업장이 없고 특정 회사·개인과 계약을 맺음 · 보수를 사용자가 최종 책정 · 업무지시나 출·퇴근 시간에 대한 자세한 지시를 받음 · 최저임금법을 적용 받음
	일용 근로자	· 1개월 미만의 고용계약을 맺었거나 그때그때 고용된 자 * 그때그때 일을 얻거나 호출되어 일을 수행하여 월급·주급·일급으로 급여를 받는 경우 해당	
	고용원이 없는 자영업자	· 자기 혼자 또는 1인 이상의 파트너급에 받는 직원 아님과 함께 자기 책임 아래 독립적으로 전문적인 일을 하거나 사업체를 운영하는 자	<주요 특성> 본인의 점포직업장이 있고 계약 상대가 특정되어 있지 않음 · 보수를 기본급·수당 등 노동시간이 아닌 결과물 기준으로 받음 · 보수를 최종적으로 자기가 결정 · 업무지시나 출·퇴근 제약이 없음 <특수형태근로종사자 판별 기준> 본인의 점포직업장 미보유·보수를 사용자가 최종 책정 업무지시나 출·퇴근 제약이 부분적으로라도 존재

* 고용지위별 분류 기준 출처 : ‘통계청, 근로자 분류법(2020)’ · ‘한국노동연구원, 특수형태근로종사자 규모 추정 연구(2019)’ 결과를 바탕으로 재구성하였다.

제3장 콘텐츠산업 부문 창의인력 실태조사 및 분석

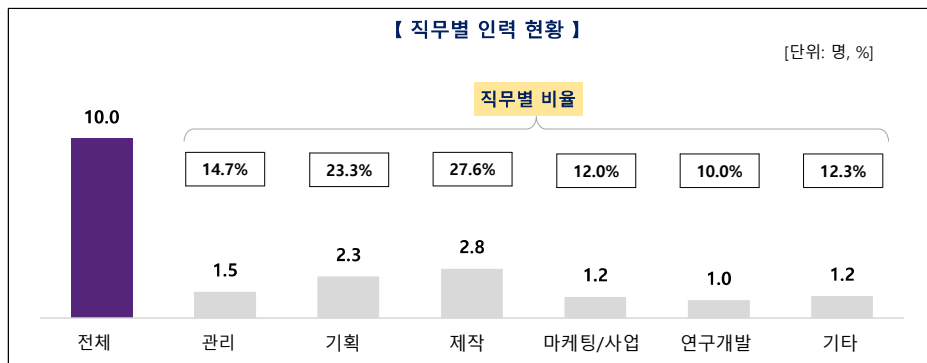
□ 주요 조사 결과

(1) 사업체 인력 현황

□ (사업체) 2019년 콘텐츠사업체 평균 인력은 10.0명

□ (사업체) 직무별 비율은 제작(27.6%) > 기획(23.3%) > 관리(14.7%) 순

○ 사업체를 대상으로 2019년 인력 현황을 조사한 결과, 평균 10.0명으로 나타났다. 직무별 비율은 제작(27.6%), 기획(23.3%) 직무의 비율이 높았다.



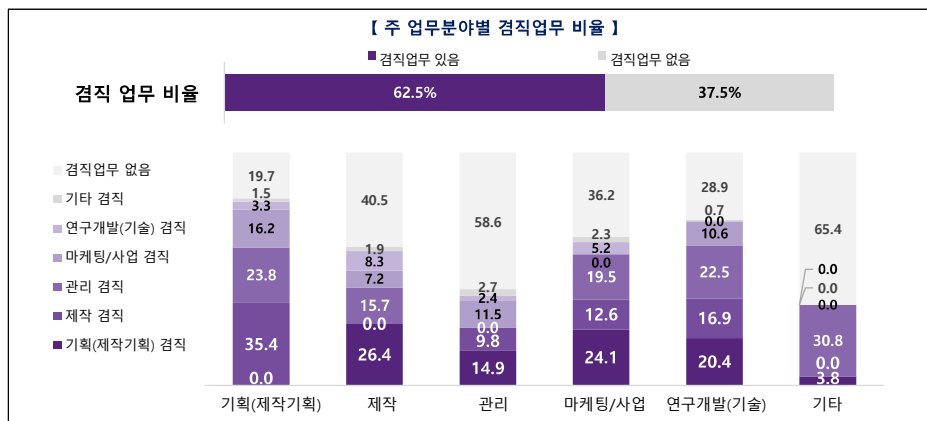
(2) 주 업무분야별 겸직업무 분야

□ (소속근로자) 겸직비율 전체 62.5% (기획 80.3% 제작 59.5%)

⇒ 기획 : 제작 겸직(35.4%) > 관리 겸직(23.8%) > 마케팅/사업(16.2%) 등의 순

⇒ 제작 : 기획 겸직(26.4%) > 관리 겸직(15.7%) > 연구개발(8.3%) 등의 순

- 콘텐츠산업 종사자의 62.5%는 주 업무 외 겸직을 하고 있는 것으로 조사되었다. 주 업무가 기획인 근로자는 80.3%가 타 업무를 겸직하고 있었으며, 겸직 분야로는 제작(35.4%), 관리(23.8%), 마케팅/사업(16.2%) 등으로 조사되었다. 주 업무가 제작인 근로자는 59.5%가 겸직을 하고 있었으며, 겸직 분야로는 기획(26.4%), 관리(15.7%), 연구개발(8.3%) 등으로 나타났다.

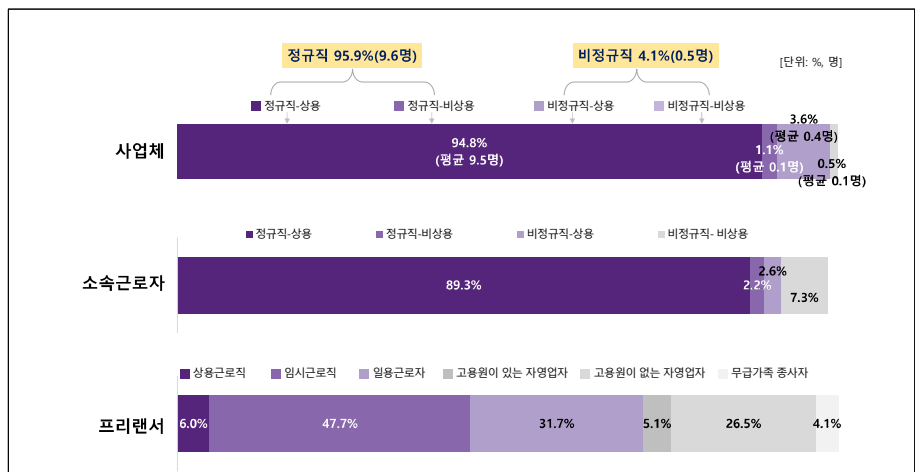


(3) 고용 형태

- (사업체) 정규직 95.9%(상용 94.8% + 비상용 1.1%)
비정규직 4.1%(상용 3.6% + 비상용 0.5%)
- (소속근로자) 정규직 91.5%(상용 89.3% + 비상용 2.2%),
비정규직 9.9%(상용 2.6% + 비상용 7.3%)
- (프리랜서) 근로소득자 85.4%(상용 6.0% + 임시근로자 47.7% + 일용근로자 31.7%),
사업/기타소득자 35.7%(고용원 있는 자영업자 5.1% +
고용원이 없는 자영업자 26.5%+ 무급가족 종사자 4.1%)

* 소속근로자와 프리랜서는 복수 응답 허용, 비중 총 합이 100% 넘을 수 있음

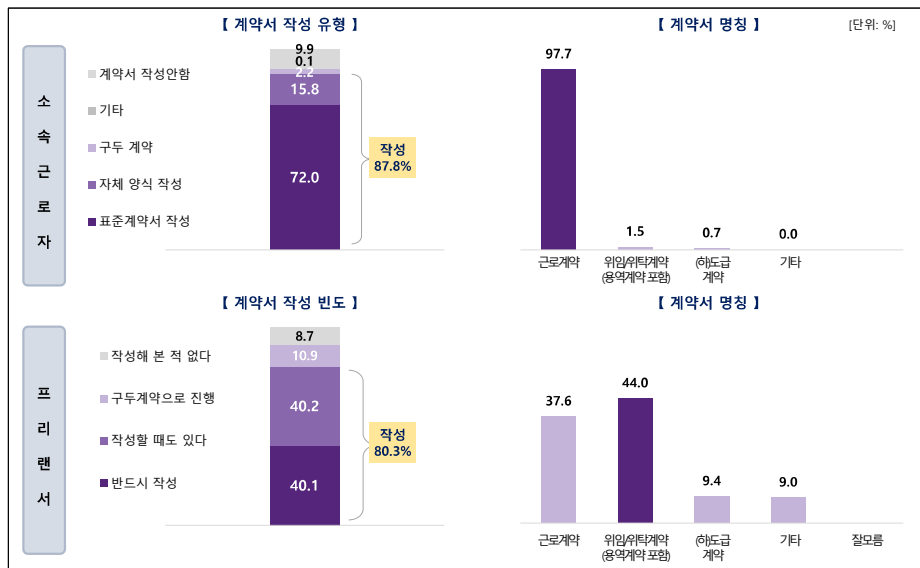
○ 고용형태를 살펴보면 사업체, 소속근로자 모두 정규직이 각각 95.9%, 91.5%로 나타났으며, 프리랜서는 근로소득자가 85.4%, 사업/기타소득자 35.7%로 조사되었다.



(4) 계약서 작성 비율 및 계약서 명칭

- (소속근로자) 계약서 작성 비율 87.8% 계약서 명칭은 근로계약이 97.7%
- (프리랜서) 계약서 작성 비율은 80.3% 계약서 명칭은 위임/위탁 계약이 44.0%, 근로계약 37.6%

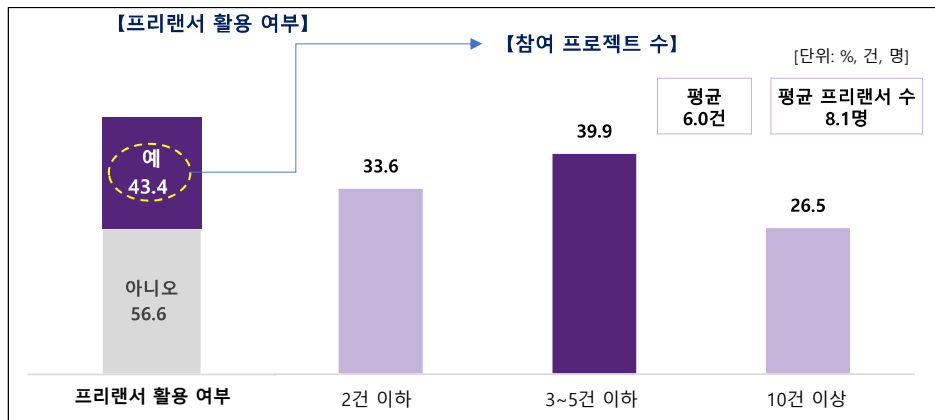
- 소속근로자의 계약서 작성 비율은 87.8%이었으며 계약서 명칭은 근로계약이 97.7%로 대부분을 차지하는 것으로 나타났다.
- 프리랜서를 대상으로 계약서 작성 비율을 살펴본 결과, 평균 80.3%였으며, 계약서 명칭으로는 위임/위탁 계약이 44.0%, 근로계약이 37.6%, 하도급이 9.4% 수준으로 나타났다.



(5) 프리랜서 활용 현황

- (사업체) 2020년 프리랜서 활용은 43.4%
- (사업체) 참여 프로젝트 수는 평균 6.0건, 활용한 프리랜서 수는 8.1명

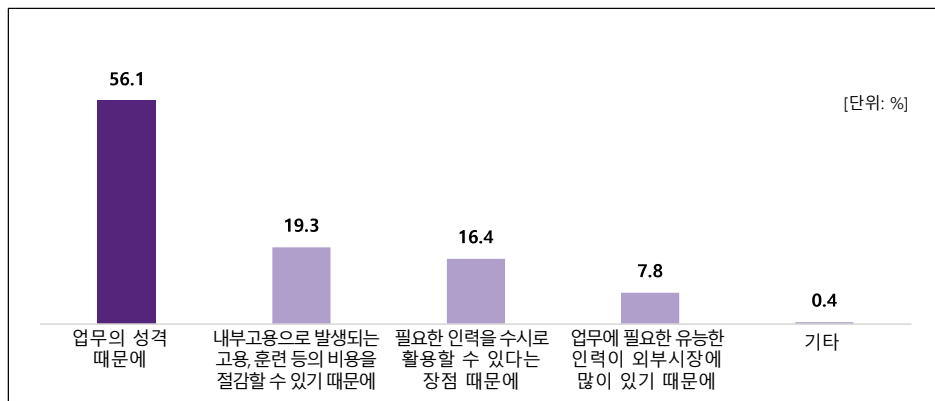
- 사업체를 대상으로 프리랜서 활용 현황을 조사한 결과, 43.4%로 나타났다.
- 참여한 프로젝트 수는 6.0건 정도로 나타났으며, 사업체가 활용하는 프리랜서 수는 8.1명으로 조사되었다.



(6) 프리랜서 활용 이유

□ (사업체) 업무의 성격(56.1%) > 비용 절감(19.3%) > 필요 인력 수시 활용 가능(16.4%) 등의 순
⇒ 업무의 성격 때문에 프리랜서 활용한 경우는 캐릭터(67.4%) > 음악(66.7%) > 영화(65.8%) 등의 순

- 사업체를 대상으로 프리랜서 활용한 이유를 조사한 결과, 업무의 성격 때문에 (56.1%), 내부 고용으로 발생하는 고용, 훈련 등의 비용을 절감할 수 있기 때문에 (19.3%), 필요한 인력을 수시로 활용할 수 있다는 장점 때문에(16.4%), 업무에 필요한 유능한 인력이 외부 시장에 많이 있기 때문에(7.8%) 순으로 조사되었다.
- 업무의 성격 때문에 활용하는 장르는 캐릭터(67.4%), 음악(66.7%), 영화 (65.8%) 등의 순으로 나타났다.

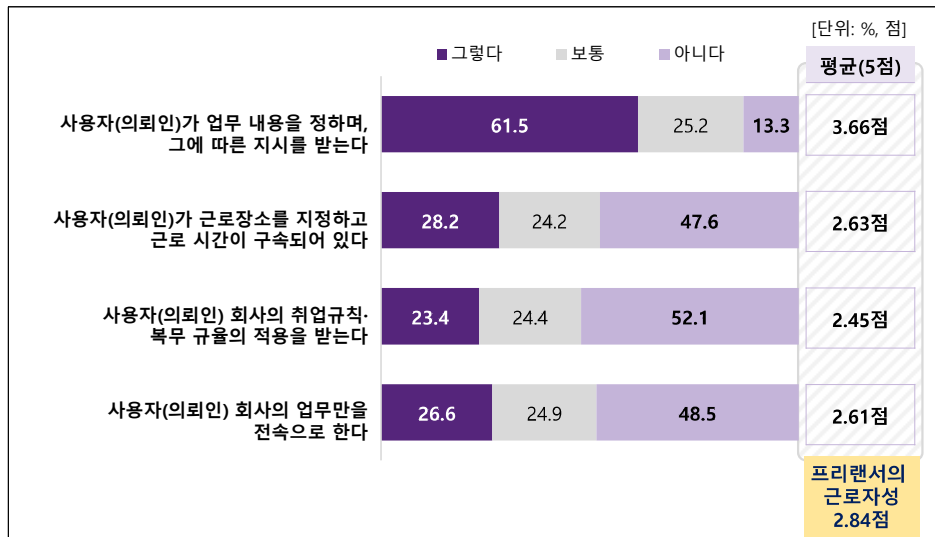


(7) 프리랜서의 근로자성

□ (프리랜서) 근로자성 지수는 2.84점

⇒ 사용자가 업무 내용을 정하며, 그에 따른 지시를 받는다(3.66점) > 사용자가 근로장소를 지정하고, 근로 시간이 구속되어 있다(2.63점) > 사용자 회사의 업무만을 전속으로 한다(2.61점) > 사용자 회사의 취업규칙·복무규율의 적용을 받는다(2.45점) 순

○ 프리랜서를 대상으로 업무지시 여부, 근로 장소 및 시간의 지정과 같은 근로환경 특성을 조사한 결과, 사용자가 업무 내용을 정하며, 그에 따른 지시를 받는다(3.66점)가 가장 높았으며, 이어 사용자가 근로장소를 지정하고, 근로 시간이 구속되어 있다(2.63점), 사용자 회사의 업무만을 전속으로 한다(2.61점), 사용자 회사의 취업규칙·복무규율의 적용을 받는다(2.45점) 순으로 조사되었다.



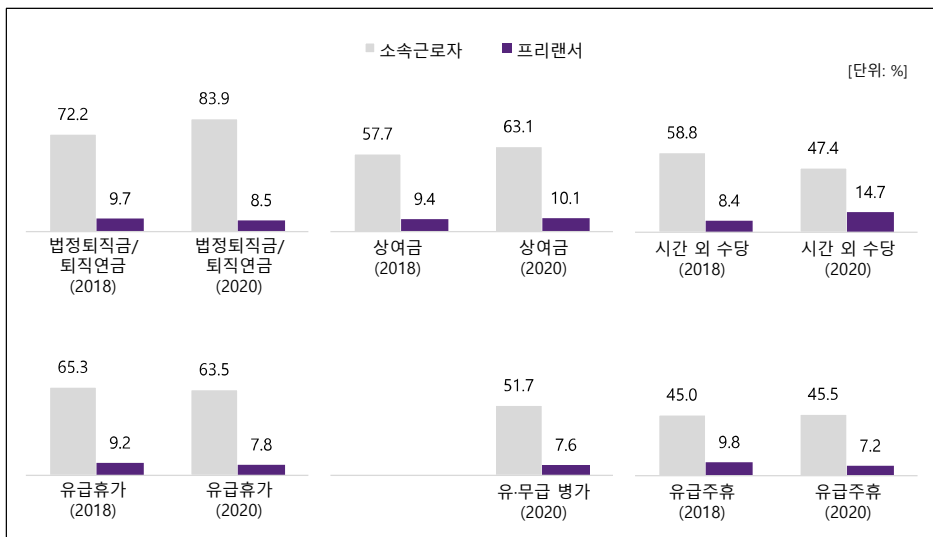
※ 근로자성 지수는 업무 환경 및 조건 4개 항목의 산술평균으로 산출함

※ 평균 점수가 높을수록 사용자에게 의해 지시 및 감독을 받는 경우가 많다고 인식하고 있음을 의미함

(8) 복지혜택 직장 제공 여부

- (소속근로자) 퇴직금(83.9%) > 유급휴가(63.5%) > 상여금(63.1%) 등의 순
 □ (프리랜서) 시간외 수당(14.7%) > 상여금(10.1%) > 퇴직금(8.5%) 등의 순

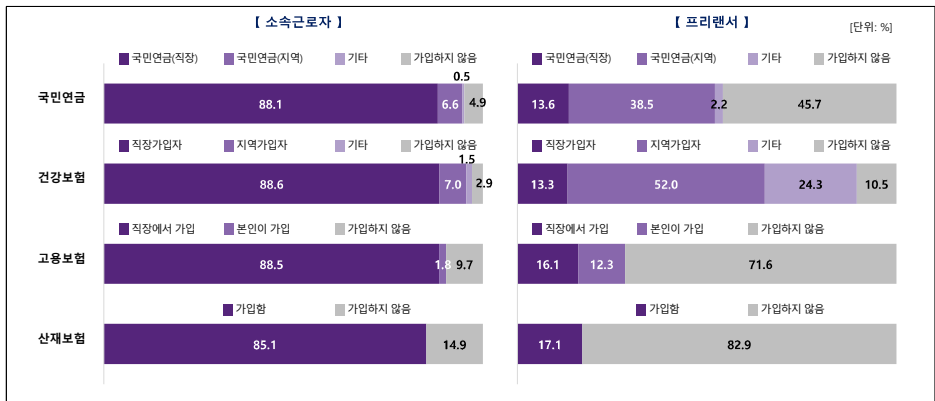
- 복지혜택의 직장제공 여부를 살펴본 결과, 2020년에도 2018년과 동일하게 소속근로자와 프리랜서에게 제공되는 복지혜택의 차이가 컸다.
- 2020년 기준 법정퇴직금/퇴직연금을 제공하는 사업체에서 일하는 소속근로자는 83.9%인데 반해, 프리랜서는 8.5%에 불과했다. 상여금 직장제공률은 소속근로자는 63.1%, 프리랜서는 10.1%였으며, 시간 외 수당의 직장제공률은 소속근로자 47.4%, 프리랜서 14.7%였다. 유급휴가 직장제공률은 소속근로자 63.5%, 프리랜서 7.8%였으며, 유무급병가의 직장제공률은 소속근로자 51.7%, 프리랜서 7.6%였다. 직장제공률이 가장 낮은 것으로 조사된 유급주휴는 소속근로자의 경우 45.5%, 프리랜서 7.2%였다.



(9) 4대 보험 가입현황

□ (소속근로자) 건강보험(97.1%) > 국민연금(95.1%) > 고용보험(90.3%) > 산재보험(85.1%)
 □ (프리랜서) 건강보험(89.6%) > 국민연금(54.3%) > 고용보험(28.4%) > 산재보험(17.1%)

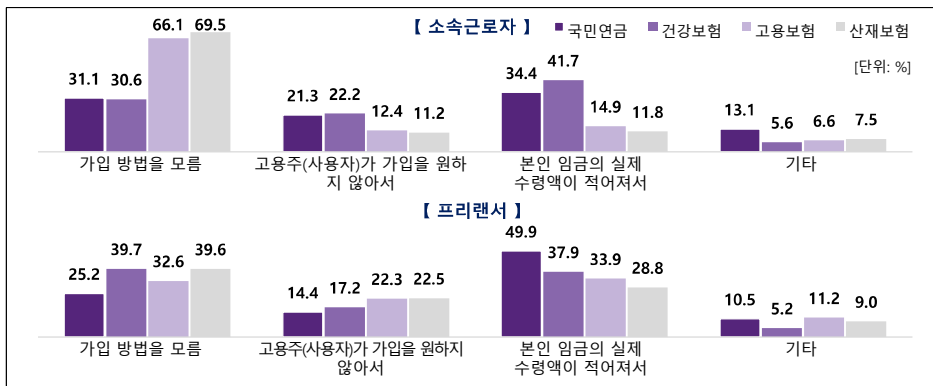
- 소속근로자와 프리랜서를 대상으로 4대 보험 가입현황을 조사한 결과, 소속 근로자의 경우 모든 사회보험에서 85.0% 이상의 가입률이 나타났다. 특히 건강보험의 가입률은 97.1%로 가장 높았으며, 이어서 국민연금(95.1%), 고용보험(90.3%), 산재보험(85.1%) 순으로 나타났다.
- 반면, 프리랜서의 경우 전반적으로 소속근로자 대비 4대 보험 가입률이 상대적으로 낮은 것으로 조사되었으며, 특히 고용보험(28.4%)과 산재보험(17.1%)은 현저히 낮은 가입률을 보였다.



(10) 4대 보험 미가입 사유

- (소속근로자) 국민연금/건강보험 → 임금의 실제 수령액이 적어져서
고용연금/산재보험 → 가입방법을 몰라서
- (프리랜서) 국민연금/고용보험 → 임금의 실제 수령액이 적어져서
건강보험/산재보험 → 가입방법을 몰라서

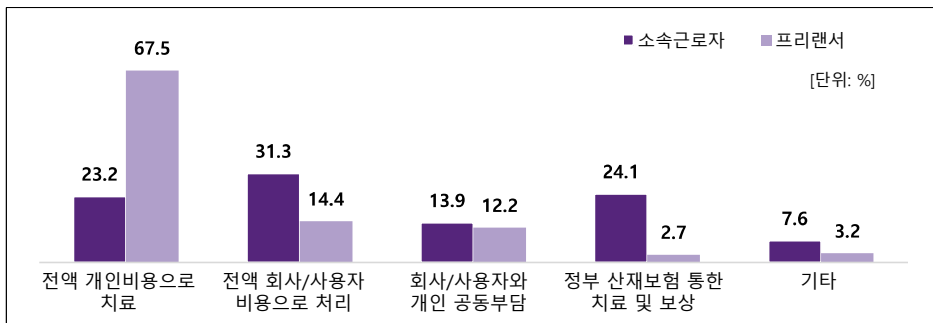
- 소속근로자의 4대 보험 미가입 사유로는 국민연금과 건강보험의 경우 본인 임금의 실제 수령액이 적어져서(각각 34.4%, 41.7%)가 가장 많았고, 고용보험과 산재보험은 가입 방법을 몰라서(각각 66.1%, 69.5%)가 가장 높게 나타났다.
- 프리랜서의 4대 보험 미가입 사유로는 국민연금과 고용보험의 경우 본인 임금의 실제 수령액이 적어져서(각각 49.9%, 33.9%)가 가장 많았고, 건강보험과 산재보험은 가입 방법을 몰라서(각각 39.7%, 39.6%)가 가장 높게 조사되었다.



(11) 재해발생 시 처리 방법

- (소속근로자) 회사/사용자(31.3%) > 산재보험(24.1%) > 개인(23.2%) 순
- (프리랜서) 개인(67.5%) > 회사/사용자(14.4%) > 회사/사용자와 공동(12.2%)

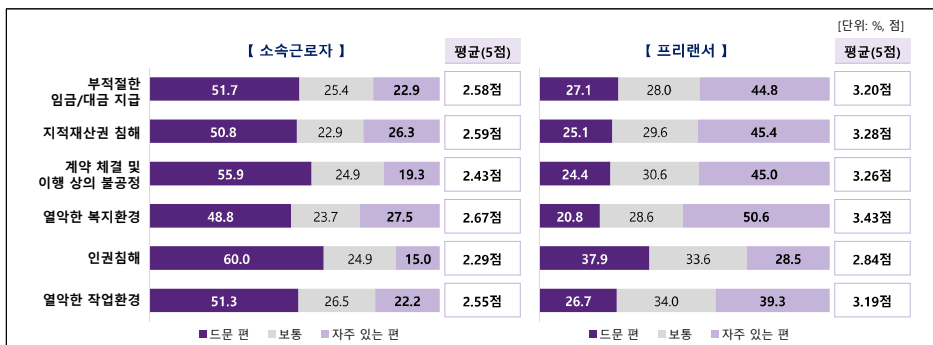
○ 재해발생 시 처리 방법의 현황을 살펴본 결과, 프리랜서는 전액 개인비용으로 치료하는 방법(67.5%)을 가장 많이 사용하며, 소속근로자 대비 높게 나타났다. 반면, 소속근로자는 전액 회사/사용자 비용으로 처리(31.3%)가 가장 높았고, 정부 산재보험을 통한 치료 및 보상(24.1%), 전액 개인비용으로 치료(23.2%) 등의 순으로 조사되었다. 특히, 전액 회사/사용자 비용으로 처리와 정부 산재보험을 통한 치료 및 보상에서는 소속근로자가 프리랜서 대비 높게 나타났다.



(12) 부당행위에 대한 인식

□ (소속근로자) 열악한 복지환경(2.67점) > 지적재산권 침해(2.59점) > 부적절한 임금 지급(2.58점)
 □ (프리랜서) 열악한 복지환경(3.43점) > 지적재산권 침해(3.28점) > 계약 체결/이행 불공정(3.26점)

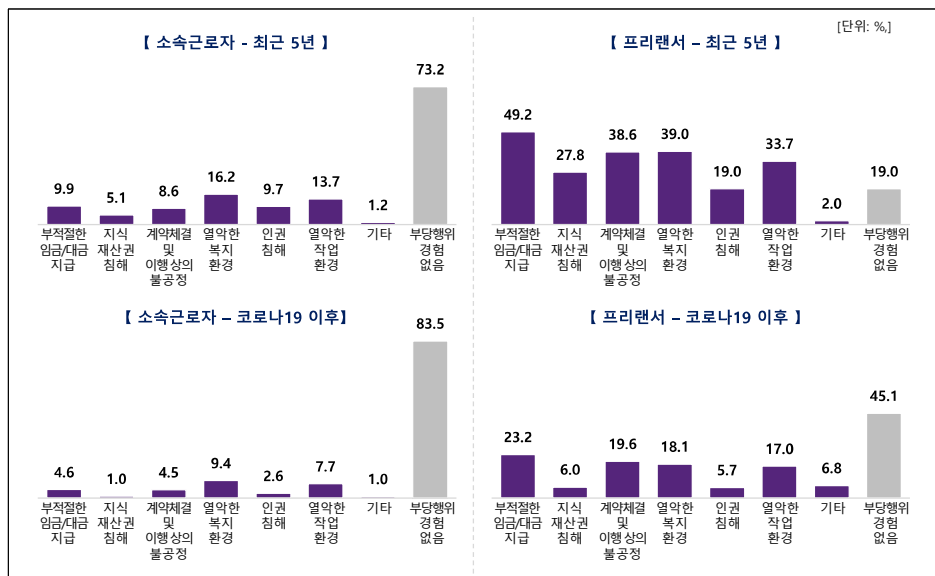
- 소속근로자와 프리랜서를 대상으로 부당행위에 대한 인식을 5점 척도로 조사하였으며, 평균 점수가 클수록 부당행위의 발생 빈도를 높게 인식하고 있음을 의미한다. 전반적으로 프리랜서가 소속근로자에 비해 부정적 인식이 높게 나타났다.
- 세부 항목별로는 소속근로자는 열악한 복지환경(2.67점), 지적재산권 침해(2.59점), 부적절한 임금 지급(2.58점), 열악한 작업환경(2.55점), 계약체결/이행 불공정(2.43점), 인권침해(2.29점) 순으로 나타난 반면, 프리랜서는 열악한 복지환경(3.43점), 지적재산권 침해(3.28점), 계약체결/이행 불공정(3.26점), 부적절한 임금 지급(3.20점), 열악한 작업환경(3.19점), 인권침해(2.84점) 순으로 조사 되었다.



(13) 부당행위 유형별 경험률

- 프리랜서가 소속근로자 대비 부당행위 경험률 높음
- (소속근로자) 열악한 복지 환경 > 열악한 작업 환경 순
- (프리랜서) 부적절한 임금/대금 지급 > 열악한 복지 환경 순

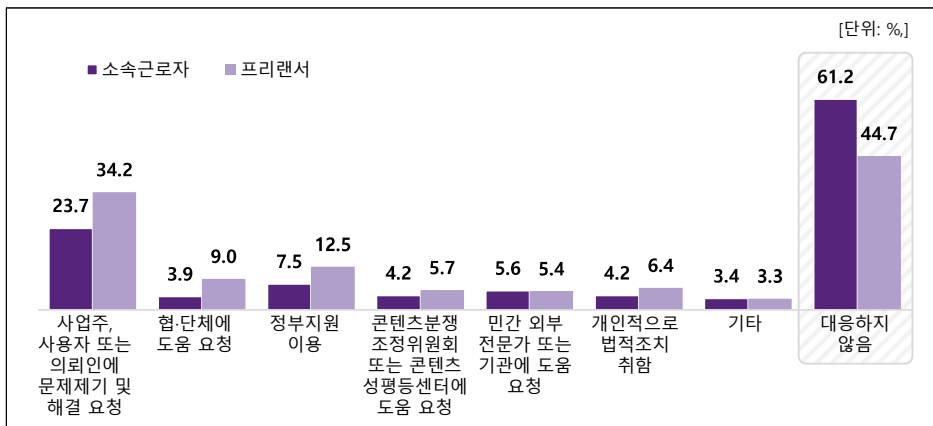
- 부당행위 유형별 경험률을 최근 5년 이내, 코로나19 이후로 살펴보면, 전반적으로 소속근로자 대비 프리랜서의 부당행위 경험률이 높게 나타났다. 최근 5년 이내 부당행위 유형별 경험률은 소속근로자에서는 최근 5년 이내에 열악한 복지환경(16.2%)에 대한 경험률이 높게 나타난 반면, 프리랜서에서는 부적절한 임금/대금 지급(49.2%)에 대한 경험률이 가장 높게 나타났다.
- 코로나19 확산으로 인한 부당행위 유형별 경험률을 살펴보면, 소속근로자는 유형별로 최근 5년 이내 경험률과 유사한 경향을 보였으나, 프리랜서는 계약체결 및 이행상의 불공정의 발생 비중이 다소 높은 것으로 나타났다.



(14) 부당행위 대처방안

- 부당행위 경험 시 대응하지 않는다 : 소속근로자(61.2%) > 프리랜서(44.7%)
- 대처방법으로는 사업주/사용자에게 해결 요청 > 정부도움 요청 > 협/단체 도움 요청

○ 부당행위를 경험했을 때의 대처방안에 대해 살펴본 결과, 소속근로자와 프리랜서 모두 대응하지 않는다는 응답이 각각 61.2%, 44.7%로 가장 높게 나타났다. 적극적인 대응방안에 대해 구체적으로 살펴보면, 사업주, 사용자 또는 의뢰인에 문제제기 및 해결 요청이 소속근로자에서 23.7%, 프리랜서에서 34.2%로 가장 많이 사용하는 것으로 조사되었다.



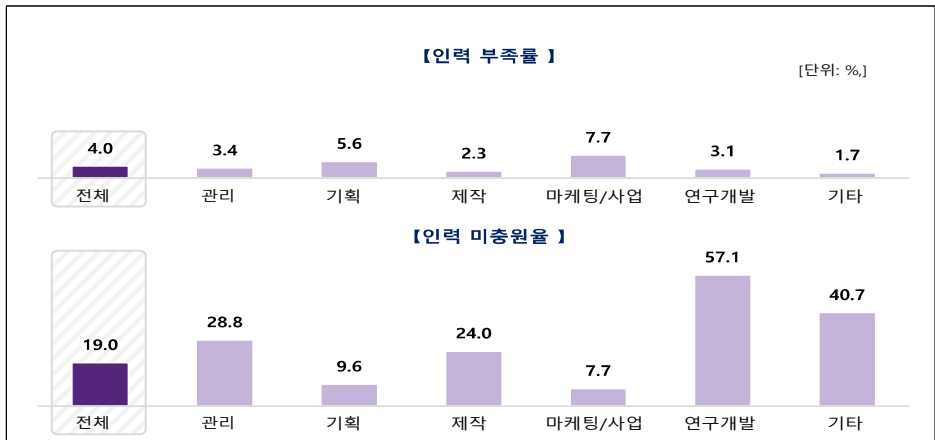
(15) 인력 부족률 및 미충원율

□ (사업체) 인력 부족률 : 4.0% 인력 미충원율: 19.0%

⇒ 인력 부족률 : 마케팅/사업(7.7%) > 기획(5.6%) > 관리(3.4%) 순

⇒ 인력 미충원율 : 연구개발(57.1%) > 관리(28.8%) > 제작(24.0%) 순

- 인력 부족률은 전체 4.0%로 산출되었으며, 직무별로는 마케팅/사업(7.7%), 기획(5.6%), 관리(3.4%), 연구개발(3.1%) 등의 순으로 조사되었다.
- 인력 미충원율은 전체 19.0%로 산출되었으며, 직무별로는 연구개발(57.1%), 관리(28.8%), 제작(24.0%), 기획(9.6%), 마케팅/사업(7.7%) 등의 순으로 나타났다.



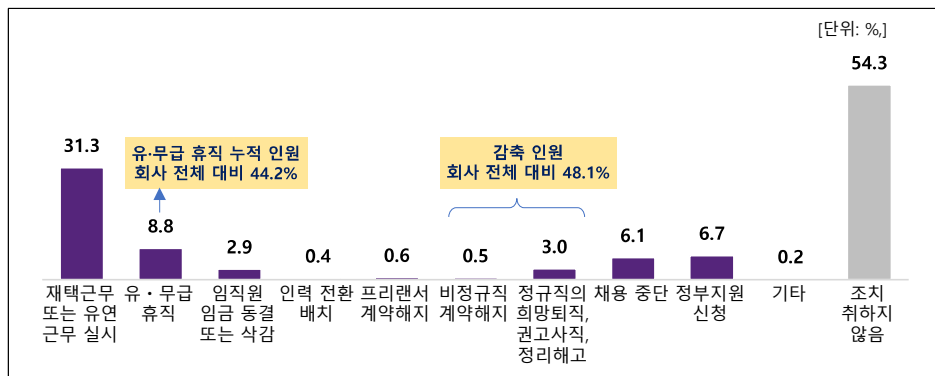
※ 인력 부족률은 부족인원/(총 종사자 수 + 부족인원)*100으로 산출함

※ 인력 미충원율은 (구인인원-채용인원)/구인인원*100으로 산출함

(16) 코로나 19에 대한 대응조치

- (사업체) 코로나19에 대한 대응으로는 재택/유연 근무(31.3%) > 유/무급 휴직(8.8%) > 정부지원 신청(6.7%) > 채용 중단(6.1%) 순
- (사업체) 조치 취하지 않는 사업체 54.3%

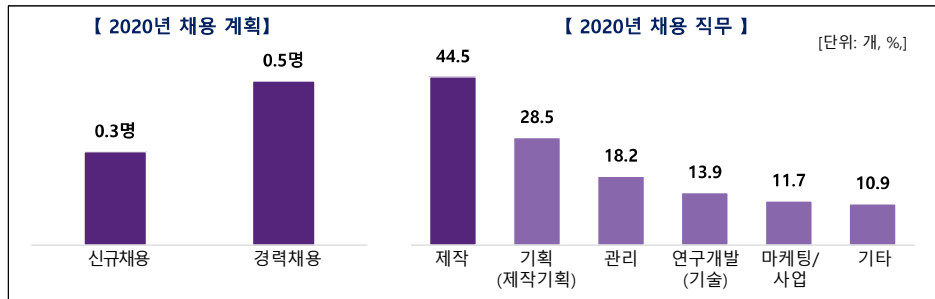
- 콘텐츠기업을 대상으로 코로나19에 대한 대응을 위한 고용 관련 경영상의 조치를 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 별다른 조치를 취하지 않는다는 응답이 전체의 54.3%로 절반 이상을 차지하였다.
- 대응 조치를 취하고 있는 사업체에서는 재택근무 또는 유연 근무 실시가 31.3%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 유·무급 휴직(8.8%), 정부 지원 신청(6.7%), 채용 중단(6.1%) 등의 순으로 조사되었다.



(17) 채용 계획 및 직무

- (사업체) 2020년 채용 계획: 총 0.8명(신규 0.3명 + 경력 0.5명)
- (사업체) 채용 직무는 제작(44.5%) > 기획(28.5%) > 관리(18.2%) 순

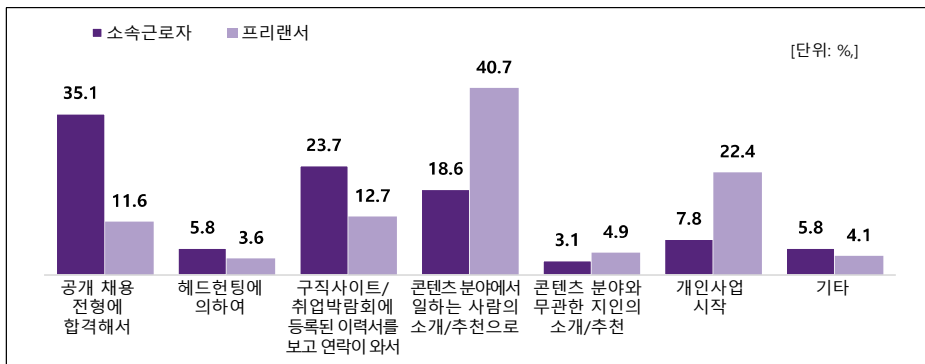
- 사업체의 2020년 인력 채용 계획 및 채용 직무에 대해 조사한 결과, 2020년 채용 계획 인원은 1명 미만(총 0.8명, 신규채용 0.3명, 경력채용 0.5명)으로 나타났다.
- 채용 인력의 직무에 대해서는 제작이 44.5%로 가장 높게 나타났으며, 기획(28.5%), 관리(18.2%), 연구개발(13.9%) 등의 순으로 나타났다.



(18) 콘텐츠 분야 입문경로

- (소속근로자) 공개채용(35.1%) > 구직사이트/취업박람회 통한 연락(23.7%) > 콘텐츠 분야 지인 소개/추천 (18.6%) 순
- (프리랜서) 콘텐츠 분야 지인 소개/추천 (40.7%) > 개인사업 (22.4%) > 구직사이트/취업박람회 통한 연락 (12.7%) 순

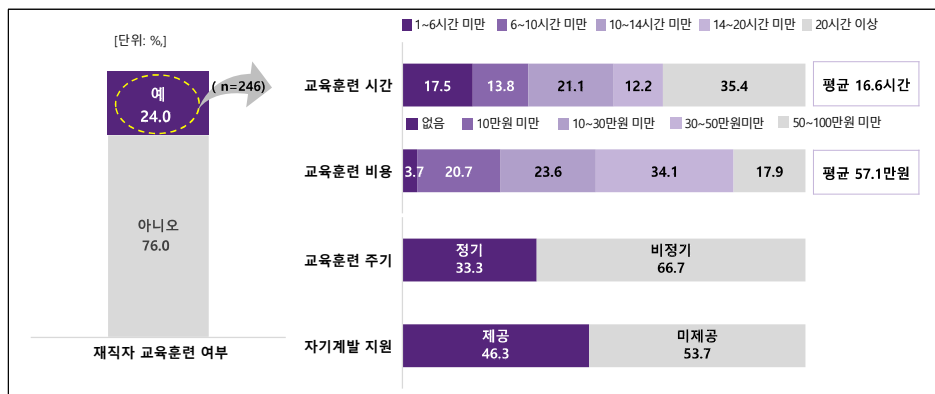
- 소속근로자와 프리랜서를 대상으로 콘텐츠 분야에 처음 입문하게 된 경로를 조사한 결과, 소속근로자는 공개 채용 전형에 합격(35.1%)에서 가장 높게 나타났으며, 프리랜서 대비 23.5%p 높았다.
- 프리랜서는 콘텐츠 분야에서 일하는 사람의 소개/추천(40.7%)을 통해 입문한 사례가 가장 높게 나타났으며, 소속근로자 대비 22.1%p 높은 것으로 나타났다.



(19) 재직자 교육훈련

□ (사업체) 재직자 교육 훈련: 24.0%, 평균 16.6시간, 평균 57.1만원

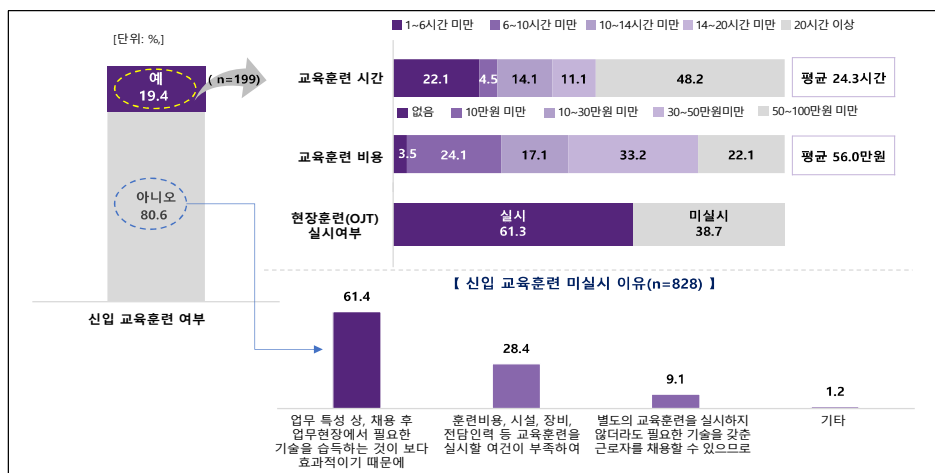
- 콘텐츠 분야 사업체를 대상으로 신규직원을 제외한 재직자 교육훈련 여부를 조사한 결과, 교육을 제공한 사업체는 24.0%로 나타났다.
- 재직자 교육 훈련을 실시한 사업체 246개의 연간 교육 훈련시간은 평균 16.6시간이며, 평균 교육훈련 비용은 57.1만원으로 조사되었다. 교육훈련 주기는 비정기(66.7%)가 정기(33.3%) 대비 많았고, 자기계발 지원이 제공(46.3%)되는 사업체보다 제공되지 않는 사업체(53.7%)가 더 많은 것으로 조사되었다.



(20) 신규직원 교육훈련

□ (사업체) 신규직원 교육 훈련: 19.4% 평균 24.3시간, 평균 56.0만원

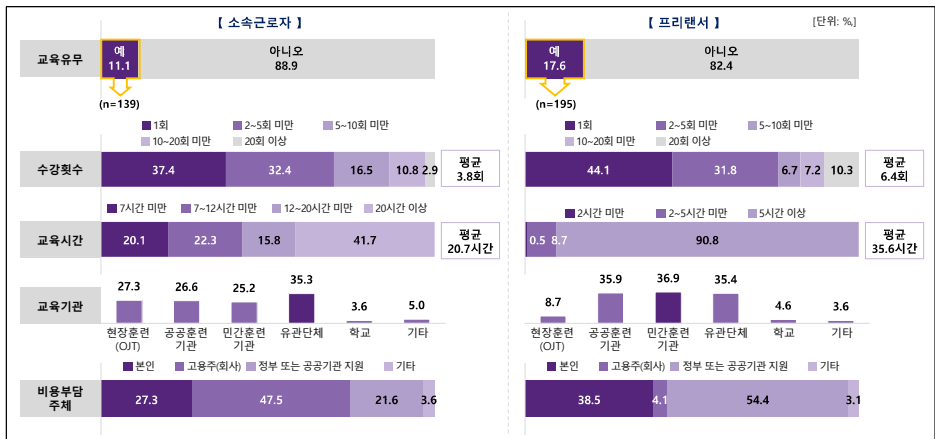
- 콘텐츠 분야 사업체의 신규직원 교육훈련 현황을 살펴본 결과, 신입 교육훈련이 실시되는 사업체는 전체 1,027개 중 19.4%로 조사되었다.
- 교육훈련이 실시되는 199개 사업체의 연간 교육 훈련 시간은 평균 24.3시간, 교육훈련비용은 평균 56.0만원으로 조사되었다. 또한, 현장훈련을 실시하고 있다는 응답이 61.3%로 가장 높았다.
- 한편, 신입 교육 훈련을 실시하지 않는 80.6%의 사업체 828개의 신입 교육 훈련을 실시하지 않는 이유는 업무 특성 상, 채용 후 업무현장에서 필요한 기술을 습득하는 것이 보다 효과적이기 때문이라는 응답이 61.4%로 가장 높았다.



(21) 소속근로자 / 프리랜서 교육훈련

- (소속근로자) 교육유무: 11.1% 수강횟수: 3.8회 교육시간: 20.7시간
- (프리랜서) 교육유무: 17.6% 수강횟수: 6.4회 교육시간: 35.6시간

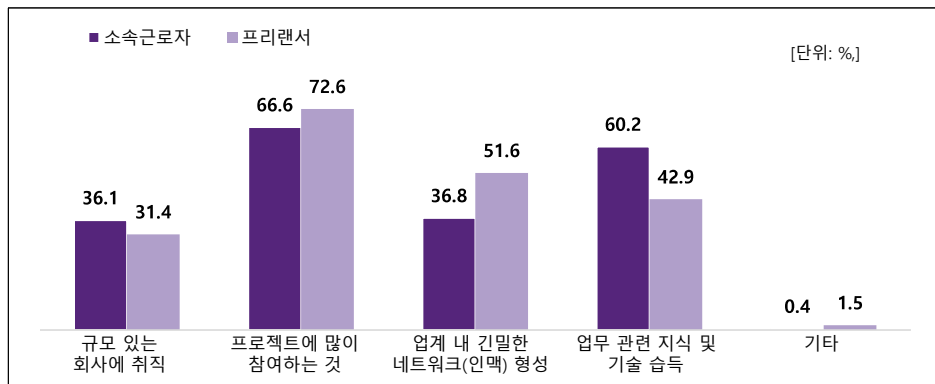
- 소속근로자와 프리랜서의 최근 1년간 받은 콘텐츠 관련 직무 교육훈련 현황을 살펴본 결과, 교육을 받았다는 응답은 소속근로자(11.1%) 대비 프리랜서 (17.6%)에서 6.5%p 높게 나타났다.
- 소속근로자 중 교육을 받은 139명의 연간 평균 수강 횟수는 3.8회, 연간 평균 교육 시간은 20.7시간으로 조사되었다. 프리랜서 중 교육을 받은 195명의 연간 평균 수강 횟수는 6.4회, 연간 평균 교육 시간은 35.6시간으로 조사되었다. 교육 기관은 소속근로자의 경우, 유관단체(35.3%)에서, 프리랜서는 민간훈련 기관(36.9%)에서 가장 높았고, 비용 부담 주체에서 소속근로자는 고용주(회사)(47.5%)가, 프리랜서는 정부 또는 공공기관 지원(54.4%)이 높게 나타났다.



(22) 콘텐츠 분야 경력관리를 위해 필요한 사항

- (소속근로자) 많은 프로젝트 참여(66.6%) > 업무관련 지식/기술 습득(60.2%) > 인맥형성(36.8%) > 규모 있는 회사 취직(36.1%)
- (프리랜서) 많은 프로젝트 참여(72.6%) > 인맥형성(51.6%) > 업무관련 지식/기술 습득(42.9%) > 규모 있는 회사 취직(31.4%)

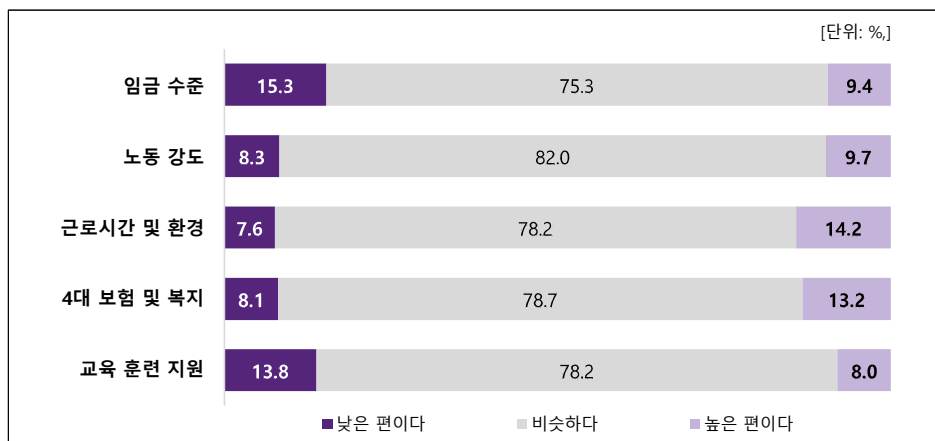
○ 콘텐츠 분야 경력관리를 위한 필요사항에 대해 중복 응답을 허용하여 조사한 결과, 소속근로자와 프리랜서 모두 프로젝트에 많이 참여하는 것(각각 66.6%, 72.6%)이 가장 필요하다고 응답하였다. 이어서, 소속근로자는 업무 관련 지식 및 기술 습득(60.2%)이, 프리랜서는 업계 내 긴밀한 네트워크(인맥) 형성(51.6%)이 뒤를 이었다.



(23) 근로여건 평가

□ (사업체) 동종업계 대비 열악한 요소는 임금수준(15.3%) > 교육 훈련 지원(13.8%) > 노동 강도(8.3%) > 4대 보험 및 복지(8.1%) > 근로시간 및 환경(7.6%) 순

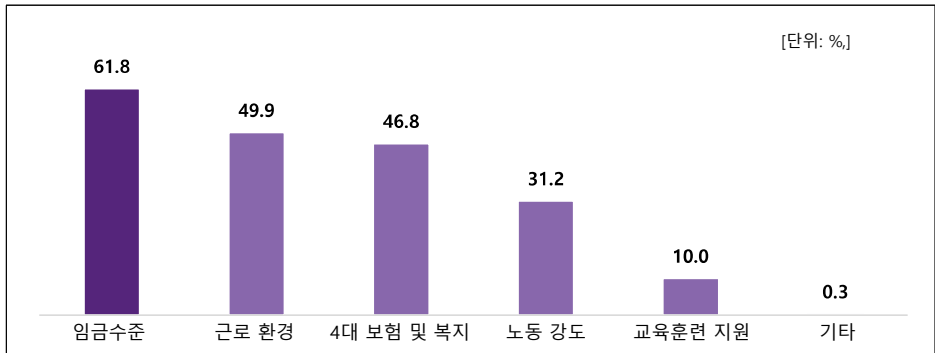
- 콘텐츠 분야 사업체를 대상으로 동종 업계 대비 근로여건에 대해 평가하게 한 결과, 열악한 근로여건으로 평가되는 요소로는 임금 수준(15.3%)이 가장 높았고, 교육훈련 지원(13.8%), 노동 강도(8.3%) 등의 순으로 조사되었다. 반면, 근로여건이 양호하게 평가되는 요소로는 근로시간 및 환경(14.2%)이 가장 높았고, 4대 보험 및 복지(13.2%) 등의 순으로 조사되었다.



(24) 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건

□ (사업체) 고용유지에 영향을 미치는 여건으로는 임금수준(61.8%) > 근로 환경(49.9%) > 4대 보험 및 복지(46.8%) > 노동 강도(31.2%) > 교육훈련 지원(10.0%) 순

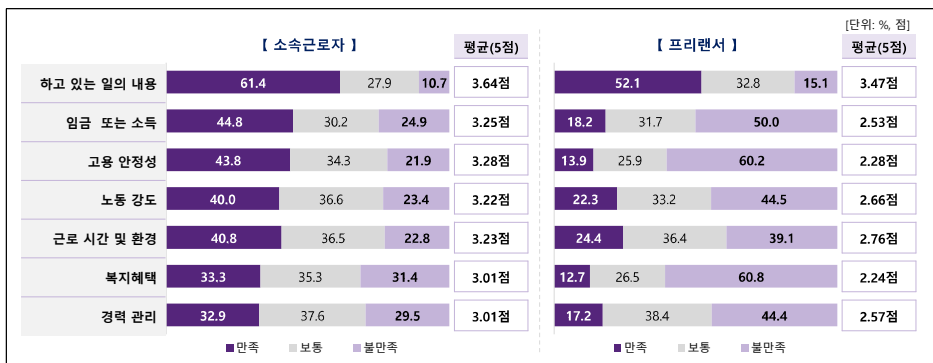
○ 사업체의 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건을 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 임금수준이 61.8%로 가장 높았고, 그 다음으로 근로 환경(49.9%), 4대 보험 및 복지(46.8%), 노동 강도(31.2%) 등의 순으로 조사되었다.



(25) 현 직장(직무) 만족도

- (소속근로자) 일의 내용(3.64점) > 고용안정성(3.28점) > 임금 또는 소득(3.25점)
- (프리랜서) 일의 내용(3.47점) > 근로시간 및 환경(2.76점) > 노동강도(2.66점)

- 소속근로자와 프리랜서를 대상으로 현 직장 또는 직무에 대한 만족도를 평가하게 한 결과, 전반적으로 프리랜서 대비 소속근로자의 직장(직무) 만족도가 높은 것으로 나타났다.
- 소속근로자와 프리랜서 모두 하고 있는 일의 내용에 대한 평가(각각 3.64점, 3.47점)가 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 소속근로자는 고용 안정성(3.28점), 임금 또는 소득(3.25점) 등의 순으로 나타났고, 프리랜서는 근로 시간 및 환경(2.76점), 노동 강도(2.66점) 등이 뒤를 이었다.



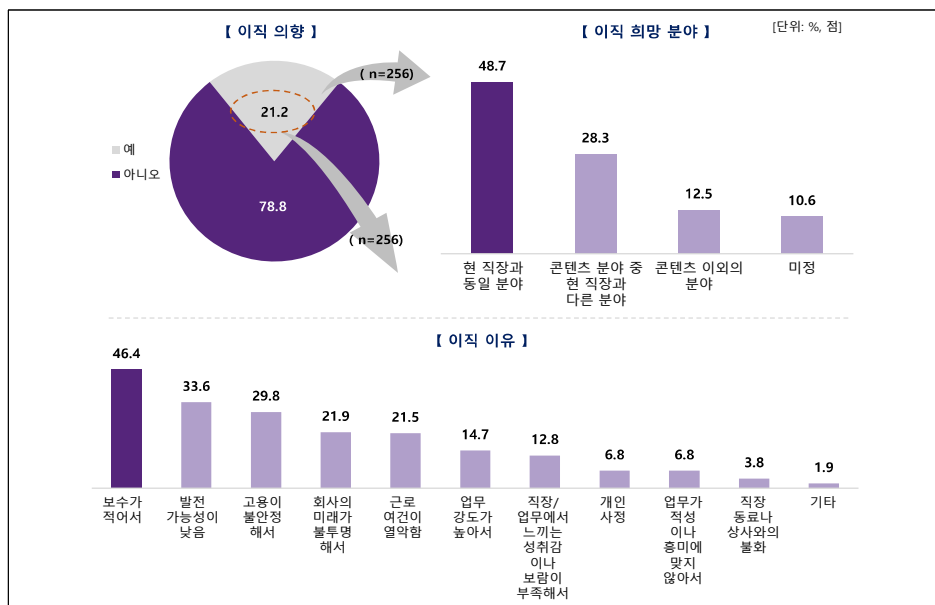
(26) 소속근로자 이직의향, 이유 및 희망분야

□ (소속근로자) 이직 의향 : 21.2%

□ (소속근로자) 이직 이유 : 보수가 적어서(46.4%) > 발전 가능성이 낮음(33.6%) > 고용이 불안정해서(29.8%) 등의 순

□ (소속근로자) 이직 희망 분야 : 현 직장 and 동일 분야(48.7%) > 콘텐츠 분야 중 현 직장 and 다른 분야(28.3%) 등의 순

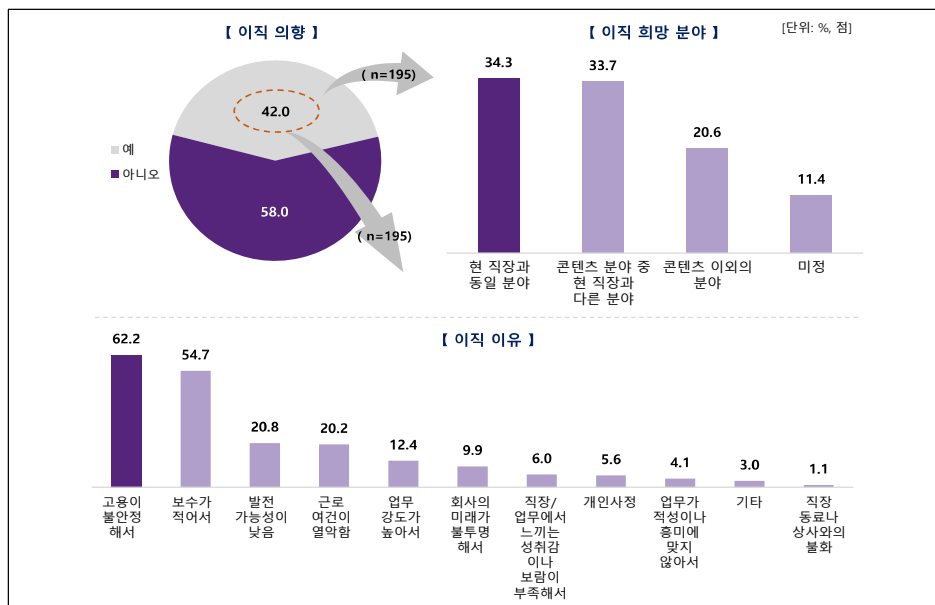
- 소속근로자를 대상으로 이직 의향과 그 이유, 희망분야를 조사한 결과, 이직 의향은 21.2%로 나타났다.
- 이직의 이유로는 보수가 적어서(46.4%)가 가장 높았고, 발전가능성이 낮음(33.6%), 고용이 불안정해서(29.8%) 등의 순으로 조사되었고, 이직 의향이 있는 소속근로자의 이직 희망 분야는 현 직장 and 동일 분야(48.7%)가 가장 높았고, 콘텐츠 분야 중 현 직장 and 다른 분야(28.3%)가 뒤를 이었다.



(27) 프리랜서 이직의향, 이유 및 희망분야

- (프리랜서) 이직 의향 : 42.0%
- (프리랜서) 이직 이유 : 고용이 불안정해서(62.2%) > 보수가 적어서(54.7%) > 발전가능성이 낮아서(20.8%) 등의 순
- (프리랜서) 이직 희망 분야 : 현 직장과의 동일 분야(34.3%) > 콘텐츠 분야 중 현 직장과의 다른 분야(33.7%) 등의 순

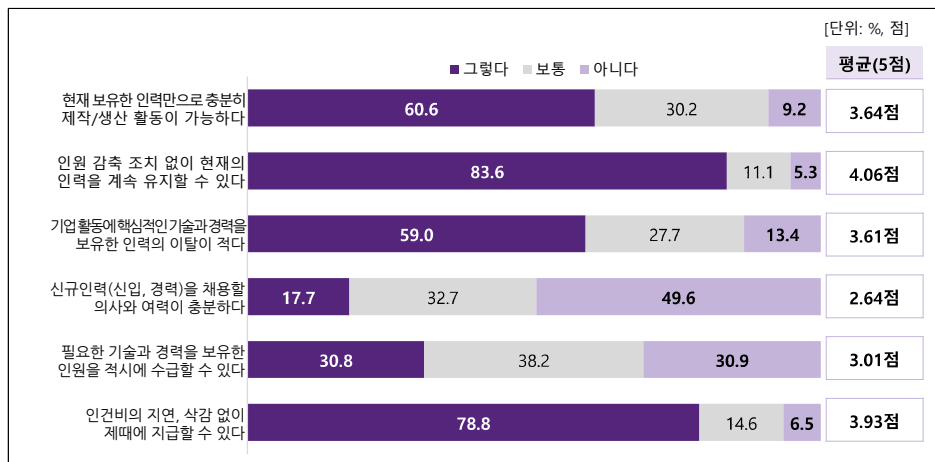
- 프리랜서를 대상으로 이직 의향과 그 이유 및 희망 분야를 조사한 결과, 이직 의향은 42.0%로 나타났다.
- 이직의 이유는 고용이 불안정해서(62.2%)가 가장 높았고, 보수가 적어서(54.7%), 발전가능성이 낮아서(20.8%) 등의 순으로 조사되었고, 이직 의향이 있는 프리랜서의 이직 희망 분야는 현 직장과의 동일 분야(34.3%)가 가장 높았고, 콘텐츠 분야 중 현 직장과의 다른 분야는 33.7%로 나타났다.



(28) 사업체 고용 유지 및 인력 수급 상황

□ (사업체) 인원 감축 없이 현재 인원 유지(4.06점) > 인건비 지연 삭감없이 제때 지급 가능(3.93점) > 현재 보유한 인력으로 제작/생산 충분(3.64점) > 핵심인력 이탈 적음(3.61점) > 필요 인력 즉시 수급(3.01점) > 신입인력 채용 의사(2.64점)

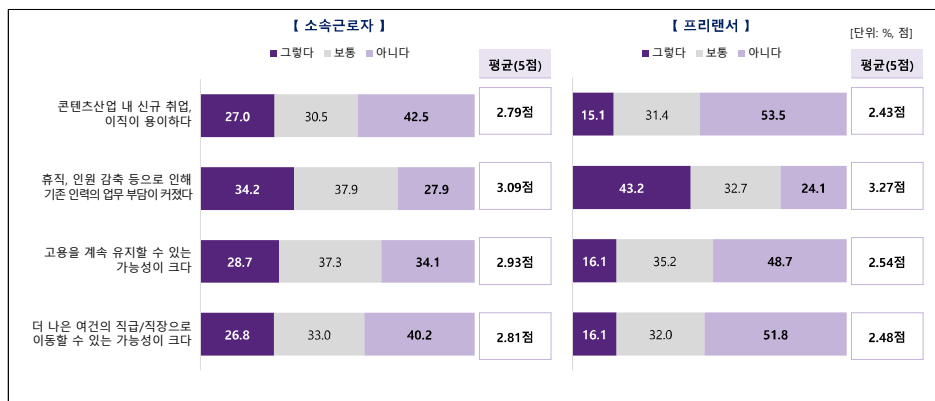
○ 코로나19 확산 여파에 따른 고용위기 현황을 확인하기 위해, 사업체를 대상으로 고용 유지 및 인력 수급 상황에 대해 조사한 결과, ‘인원 감축 없이 현재 인력을 계속 유지할 수 있다’는 응답이 평균 4.06점으로 가장 높은 것으로 나타난 반면, ‘신규인력 채용 의사 및 여력’은 평균 2.64점으로 가장 낮은 것으로 조사되었다.



(29) 소속근로자 / 프리랜서 고용 유지 및 인력 수급 상황

- (소속근로자) 기존인원 업무 가중(3.09점) > 고용 유지 가능성 큼(2.93점) > 더 나은 여건
직급/직장으로 이동 가능성 높음(2.81점) > 산업 내 신규 취업/이직 용이(2.79점)
- (프리랜서) 기존인원 업무 가중(3.27점) > 고용 유지 가능성 큼(2.54점) > 더 나은 여건
직급/직장으로 이동 가능성 높음(2.48점) > 산업 내 신규 취업/이직 용이(2.43점)

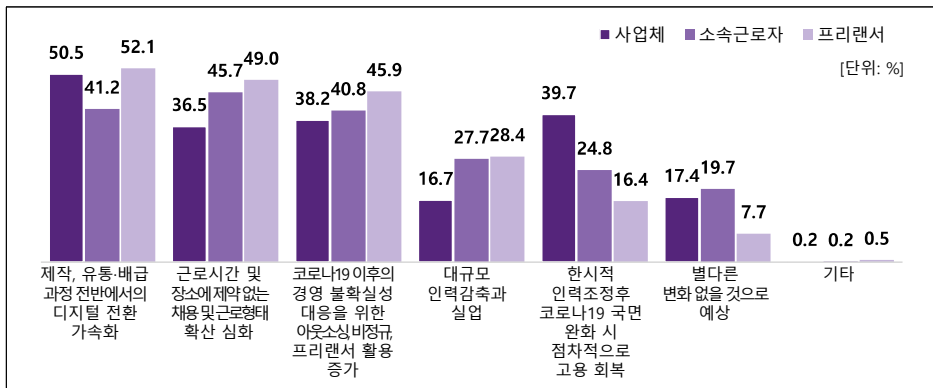
- 고용 유지 및 인력 수급 상황에 대해 소속근로자와 프리랜서를 대상으로 조사한 결과, 소속근로자와 프리랜서 모두 기존 인원의 업무 가중되고 있다는 응답(각각 3.09점, 3.27점)이 가장 높게 나타났고, 산업 내 신규 취업 및 이직의 용이하지 않다는 응답(각각 2.79점, 2.43점)이 가장 낮은 것으로 조사되었다.



(30) 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화

- (사업체) 디지털 전환 가속화(50.5%) > 점차적 고용 회복(39.7%) > 아웃소싱, 비정규, 프리랜서 활용 증가(38.2%)
- (소속근로자) 제약 없는 근로시간/형태 확산(45.7%) > 디지털 전환 가속화(41.2%) > 아웃소싱, 비정규, 프리랜서 활용 증가(40.8%)
- (프리랜서) 디지털 전환 가속화(52.1%) > 제약 없는 근로시간/형태 확산(49.0%) > 아웃소싱, 비정규, 프리랜서 활용 증가(45.9%)

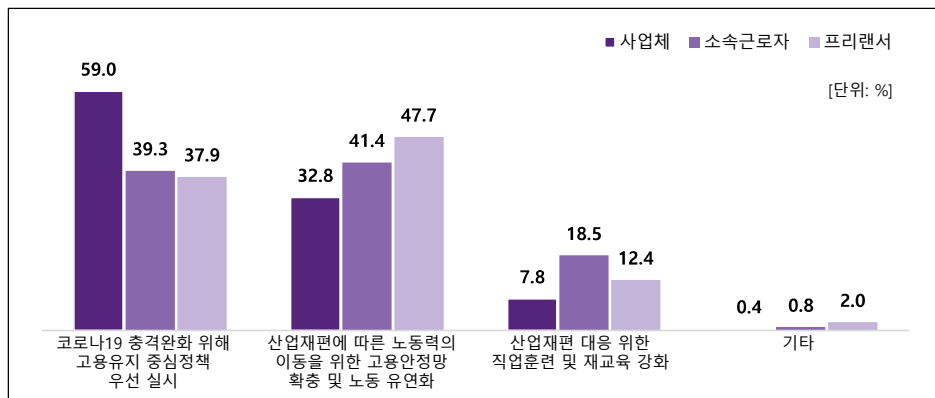
○ 코로나19 이후 콘텐츠 산업의 고용환경과 관련된 가장 큰 변화에 대해 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 사업체와 프리랜서의 경우, 제작, 유통·배급 과정 전반에서의 디지털 전환 가속화(각각 50.5%, 52.1%)에서, 소속근로자는 근로시간 및 장소에 제약 없는 채용 및 근로형태 확산 심화(45.7%)에서 가장 높게 나타났다.



(31) 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향

- (사업체) 고용유지 중심정책 우선실시(59.0%) > 고용안전망 확충 및 유연화(32.8%) > 직업훈련 및 재교육 강화(7.8%)
- (소속근로자) 고용안전망 확충 및 유연화(41.4%) > 고용유지 중심정책 우선실시(39.3%) > 직업훈련 및 재교육 강화(18.5%)
- (프리랜서) 고용안전망 확충 및 유연화(47.7%) > 고용유지 중심정책 우선실시(37.9%) > 직업훈련 및 재교육 강화(12.4%)

○ 콘텐츠 분야의 사업체, 소속근로자 및 프리랜서를 대상으로 고용정책의 대응 방향에 대해 조사한 결과, 사업체의 경우, 코로나19 충격완화를 위해 고용 유지 중심정책을 우선 실시해야한다는 의견이 59.0%로 가장 높았으나, 소속근로자 및 프리랜서는 산업재편에 따른 노동력의 이동을 위한 고용 안전망 확충 및 노동 유연화가 우선되어야 한다는 의견이 각각 41.4%, 47.7%로 높게 조사되었다.



제4장 결론

□ 정책적 시사점

○ 콘텐츠산업 일자리 미스매치 최소화 방안 수립

- 본 조사를 통해 콘텐츠산업 창의인력 공급자가 가지고 있는 인력수급 관련 주요 애로사항은 필요로 하는 전문 인력에 대한 정보 부족이며, 창의인력 당사자가 가지고 있는 주요 애로사항은 폐쇄적 네트워크로 인한 시장 진입 기회 부족이라는 것을 확인할 수 있었다. 이로 인해 발생하는 가장 큰 문제점은 곧 일자리 미스매치라 할 수 있으며, 이를 최소화하기 위한 방편으로 공공 차원의 인력정보 플랫폼 조성이 필요할 것으로 여겨진다. 특히 플랫폼의 경우 불필요한 행정절차나 과도한 중개수수료는 지양함으로써 접근성을 강화해야 하며, 특히 민간차원의 플랫폼보다는 공공 차원의 공신력을 갖춘 플랫폼 조성이 보다 적절할 것으로 여겨진다.

○ 창의인력(소속 근로자) 역량 강화

- 콘텐츠산업 노동시장이 가지고 있는 높은 초기 진입장벽이라는 문제에 대응하기 위해서는 무엇보다 창의인력들의 역량을 보다 강화시킬 수 있는 다양한 교육훈련이 이루어져야 한다는 점이다. 이러한 교육훈련 기회 제공은 창의적 활동을 지속적으로 축적함으로써 발전하고자 하는 창의인력 본연의 니즈를 충족시킬 수 있는 가장 현실적인 대안이며, 나아가 직무만족도 향상, 콘텐츠 생산성 상승 등 사업체 측면에서도 긍정적인 효과를 기대할 수 있는 부분이 많은 만큼 보다 적극적인 대응이 필요할 것으로 여겨진다.

○ 창의인력(프리랜서) 역량 강화

- 창의인력 중 프리랜서의 경우 무엇보다 신입직과 경력직 간 시장 진입 기회 격차가 매우 크다는 특성을 고려해야 할 것이다. 특히 경력직 선호 경향이 강한 콘텐츠산업 노동시장 특성 상 그 격차는 점차 심화되고 있는 실정이다. 이러한 상황에 대응하기 위한 방안으로 시니어·주니어 프리랜서 간 일종의 멘토링 제도를 수립하는 것을 제안하고자 한다.

○ 창의인력 지원 정책 홍보 강화 및 공감대 형성

- 본 조사 결과 중 창의인력들의 계약서 작성 비중이 매년 상승세를 보이고 있다는 점은 공정한 근로환경 조성과 관련하여 매우 고무적인 현상이라 할 수 있다. 단, 여전히 표준계약서 작성 등과 같은 창의인력 지원 정책에 대한 인지가 부족하거나 공감대가 형성되지 않아 정책 효과를 충분히 누리지 못하는 경우가 존재하는 것으로 나타났다. 특히 최근 발표된 예술인 고용보험제도 또한 보다 적극적으로 행정처리 절차, 용어 이해 등 교육이 필요할 것으로 여겨지며, 이외 저작권 보호, 계약 관련 법에 대한 이해를 보다 면밀히 할 수 있는 교육기회 또한 반드시 필요한 사항이라 여겨진다. 각종 법의 취지, 혜택 등에 대해 자세히 알 수 있는 장이 마련된다면, 그만큼 관련 법에 대한 공감대 형성의 기회도 늘어날 수 있기 때문이다.

○ 창의인력(프리랜서) 인건비 단가 기준 정립

- 콘텐츠산업 프리랜서의 주요 애로사항 중 하나는 바로 과도한 인건비 덤핑 문제이다. 낮은 임금, 과도한 노동 투입이라는 불공정 거래환경을 줄이기 위해서는 이 프리랜서 인건비 단가가 하루빨리 정립되어야 할 것이며, 특히 프리랜서들의 창작노동 정도(업무량)·숙련 수준·시장평판 등 평가요소를 다채롭게 구성함으로써 보다 합리적으로 단가를 수 있는 기준 또한 중요한 과제라 여겨진다.

○ 창의인력 수급자·당사자 간 교섭 강화

- 창의인력의 열악한 근로환경 문제는 이해당사자 간 교섭과 제도적 규율이 부재한, 다단계 거래 구조 특성에서도 기인한다. 이에 대응하기 위해 관련 교섭 역할을 담당할 수 있는 독립적 주체기관, 단체가 조성되는 것이 필요하다고 여겨진다. 이러한 단체가 조성될 경우 가장 큰 장점은 분산되어 있던 창의인력들의 근로 애로사항을 중앙으로 한 데 집중시켜 보다 효율적이고, 공식적으로 대응 방안을 모색할 수 있다는 점일 것이다.

○ 창의 노동의 디지털 전환에 대응하는 지원 방안 수립

- 특히 프리랜서의 경우 단독으로 업무를 수행하는 경우가 많기 때문에 이러한 온라인 업무환경에 익숙하지 않거나 제반 장비 마련에 어려움을 겪는 경우가 많은 것으로 나타났다. 이를 지원할 수 있는 다각적 방안(장비 대여, 촬영 공간 제공 등) 또한 검토가 필요하다.

목 차

제 1 장 서론	1
1. 연구 배경 및 목적	3
가. 연구 배경	3
나. 연구 목적	4
(1) 콘텐츠산업 영위 사업체들의 창의인력 고용 현황 및 수급 전망 분석	4
(2) 콘텐츠산업 부문 창의인력들의 활동 현황·근로 환경 조사 및 분석	5
2. 연구 범위 및 방법	6
가. 연구 범위	6
(1) 시간적 범위	6
(2) 공간적 범위	6
(3) 내용적 범위	6
나. 연구 방법	6
(1) 문헌 및 자료조사	7
(2) 실태조사 및 분석	7
(3) 심층 인터뷰(IDI ; In-depth interview) 및 분석	8
(4) 연구의 체계와 흐름	8
제 2 장 콘텐츠산업 부문 창의인력 개념 정의 및 관련 문헌 검토	9
1. 콘텐츠산업 부문 창의인력 개념 정의 및 범위 설정	11
가. 콘텐츠산업 부문 창의역량 개념 정의	11
나. 콘텐츠산업 부문 창의인력 범위 설정	11
2. 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 업종 및 직무 유형 구성	13
가. 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 업종 구성	13
나. 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 직무 유형 구성	15

목 차

3. 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 정의 및 범위 설정	23
가. 콘텐츠산업 부문 프리랜서에 대한 이해 필요성	23
나. 국내·외 프리랜서 개념 및 범위 설정 현황	23
다. 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 및 범위 설정 현황	25
라. 본 연구 시의 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 및 범위 정립	26
4. 콘텐츠산업 부문 노동시장 특성	28
가. 신규 인력 시장 진입의 어려움	28
나. 수요·공급 간 인력 미스매치	28
다. 열악한 근로 환경	29
5. 콘텐츠산업 부문 창의인력 실태 관련 주요 쟁점	29
가. 창의 노동의 디지털 전환 심화	29
나. 콘텐츠산업 노동시장 불안정성 확산에 대한 선제적 대응	30
 제 3 장 콘텐츠산업 창의인력 실태조사 및 분석	33
1. 조사 기본 설계	35
2. 표본 설계	37
3. 설문 설계	40
4. 조사 응답 사업체·인력 특성	42
가. 정량 조사 부문	42
(1) 사업체 조사	42
(2) 인력(소속 근로자) 조사	43
(3) 인력(프리랜서) 조사	44
나. 정성 조사(심층 인터뷰) 부문	45
5. 조사 결과 해석 시 유의사항	47

목 차

6. 주요 조사 결과	48
가. 창의인력 기본 특성	48
(1) 사업체 인력 현황 (사업체)	48
(2) 창의인력 경력 현황 (소속근로자 / 프리랜서)	50
(3) 주 업무분야별 검직업무 분야 (소속근로자)	51
나. 고용 및 계약	53
(1) 창의인력 고용 및 근로형태 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)	53
(2) 프리랜서 계약 현황계약서 작성 비율 및 계약서 명칭 (소속근로자 / 프리랜서)	56
(3) 표준계약서 작성 비율 (프리랜서)	58
(4) 프리랜서와 계약 체결 시 계약서 미작성 이유 (사업체)	59
(5) 계약 진행원 및 주체 (프리랜서)	60
(6) 프리랜서 활용 현황 (사업체)	62
(7) 활용한 프리랜서 수 및 형태 (사업체)	64
(8) 프리랜서 활용 이유 (사업체)	66
(9) 프리랜서 활동 이유 (프리랜서)	68
(10) 프리랜서의 근로자성 (프리랜서)	70
(11) 근로 소득 (사업체)	72
(12) 근로 소득 (소속근로자 / 프리랜서)	74
다. 근로 환경 및 복지 수준	76
(1) 참여 프로젝트 현황 (소속근로자)	76
(2) 참여 프로젝트 현황 (프리랜서)	78
(3) 거래 업체 수 (프리랜서)	80
(4) 프로젝트 건당 근무기간 (소속근로자 / 프리랜서)	82
(5) 근로일 수 및 근로시간 (소속근로자 / 프리랜서)	84

목 차

(6) 복지혜택 직장제공 여부 (소속근로자 / 프리랜서)	86
(7) 복지혜택 본인 수혜 여부 (소속근로자 / 프리랜서)	88
(8) 4대 보험 가입현황 (소속근로자 / 프리랜서)	90
(9) 4대 보험 미가입 사유 (소속근로자 / 프리랜서)	95
(10) 재해발생 시 처리 방법 (소속근로자 / 프리랜서)	98
(11) 예술인 복지법 대상, 혜택경험 여부 및 혜택 받지 못한 이유 (프리랜서)	100
라. 불공정 경험	102
(1) 부당행위에 대한 인식 (소속근로자 / 프리랜서)	102
(2) 부당행위 유형별 경험률 (소속근로자 / 프리랜서)	104
(가) 정량조사	104
(나) 정성조사	108
(3) 부당행위 대처방안 (소속근로자 / 프리랜서)	123
(가) 정량조사	123
마. 인력 수급 현황	125
(1) 인력 부족률 및 미충원율 (사업체)	125
(2) 채용 시 애로사항 (사업체)	127
(3) 코로나19에 대한 대응조치 (사업체)	129
(4) 채용 계획 및 직무 (사업체)	131
(5) 콘텐츠 분야 입문경로 (소속근로자 / 프리랜서)	133
(가) 정량조사	133
(나) 정성조사	135
(6) 일감 수주 경로 (프리랜서)	152

목 차

바. 교육 훈련 및 경력 관리	153
(1) 재직자 교육훈련(신규직원 제외) (사업체)	153
(2) 신규직원 교육훈련 (사업체)	156
(3) 교육훈련 (소속근로자 / 프리랜서)	159
(가) 정량조사	159
(나) 정성조사	165
(4) 콘텐츠 분야 경력관리 위한 필요사항 (소속근로자 / 프리랜서)	175
사. 직장 만족도 평가	177
(1) 근로여건 평가 (사업체)	177
(2) 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건 (사업체)	180
(가) 정량조사	180
(나) 정성조사	182
(3) 일에 대한 전반적 인식 (소속근로자 / 프리랜서)	190
(4) 현 직장(직무) 만족도 (소속근로자 / 프리랜서)	192
(5) 이직의향, 이유 및 희망분야 (소속근로자)	194
(6) 이직의향, 이유 및 희망분야 (프리랜서)	197
(7) 퇴사 인원, 퇴사자 직무 및 경력 (사업체)	200
(8) 퇴사 이유 (사업체)	203
아. 코로나19 대응 현황 및 향후 전망	205
(1) 고용 유지 및 인력 수급 상황 (사업체)	205
(2) 고용 유지 및 인력 수급 상황 (소속근로자 / 프리랜서)	207
(3) 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)	210
(가) 정량조사	210
(나) 정성조사	213
(4) 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)	219

목 차

제 4 장 결론	223
1. 콘텐츠산업 창의인력 수급자·당사자 전반 인식 현황	225
가. 사업체 인력 수급 관련 주요 애로 사항	225
나. 콘텐츠산업 창의인력의 ‘일’에 대한 기본 인식과 행태	225
다. 열악한 복지 혜택 및 사회 보장	226
라. 근로 환경의 불공정에 대한 인식	226
마. 낮은 직무 만족도 및 이직 의향	227
바. 코로나19 팬데믹 영향	227
2. 정책적 시사점	228
가. 콘텐츠산업 일자리 미스매치 최소화 방안 수립	228
나. 창의인력(소속 근로자) 역량 강화	228
다. 창의인력(프리랜서) 역량 강화	229
라. 창의인력 지원 정책 홍보 강화 및 공감대 형성	229
마. 창의인력(프리랜서) 인건비 단가 기준 정립	229
바. 창의인력 수급자·당사자 간 교섭 강화	229
사. 창의 노동의 디지털 전환에 대응하는 지원 방안 수립	230
아. 창의인력 관련 인식의 전환	230
3. 향후 본 연구 추진 시 고려 사항	230
가. 콘텐츠산업 창의인력 지원 정책·사업 성과 점검 결과 병행 활용 필요	230

표 목 차

〈표 2-1〉 콘텐츠 제작 단계에 따른 창의인력 역할 구분	12
〈표 2-2〉 창의 활동의 층위	13
〈표 2-3〉 장르별 본 조사 대상 업종 구성 현황	14
〈표 2-4〉 출판 부문 세부 직무 유형	15
〈표 2-5〉 만화·웹툰 부문 세부 직무 유형	16
〈표 2-6〉 음악 부문 세부 직무 유형	17
〈표 2-7〉 게임 부문 세부 직무 유형	18
〈표 2-8〉 영화 부문 세부 직무 유형	19
〈표 2-9〉 애니메이션 부문 세부 직무 유형	20
〈표 2-10〉 방송 부문 세부 직무 유형	21
〈표 2-11〉 캐릭터 부문 세부 직무 유형	22
〈표 2-11〉 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 및 범위	27
〈표 3-1〉 사업체 조사 기본 설계	35
〈표 3-2〉 인력 조사 기본 설계	36
〈표 3-3〉 인력 조사 기본 설계(심층 인터뷰)	36
〈표 3-4〉 장르·사업체 규모별 표본 배분 결과(사업체 조사)	37
〈표 3-5〉 장르·직무유형별 표본 배분 결과(소속 근로자 조사)	38
〈표 3-6〉 장르·사업체 규모별 표본 배분 결과(소속 근로자 조사)	38
〈표 3-7〉 장르·직무 유형별 표본 배분 결과(프리랜서 조사)	39
〈표 3-8〉 설문 문항 구성(사업체 조사)	40
〈표 3-9〉 설문 문항 구성(소속 근로자 조사)	40
〈표 3-10〉 설문 문항 구성(프리랜서 조사)	41
〈표 3-11〉 응답 사업체 특성	42
〈표 3-12〉 응답 인력 특성(소속 근로자)	43
〈표 3-13〉 응답 인력 특성(프리랜서)	44
〈표 3-14〉 정성 조사 응답자 특성(소속 근로자)	45

표 목 차

〈표 3-15〉	정성 조사 응답자 특성(프리랜서)	46
〈표 3-16〉	조사 결과 수록 시 사용된 부호	47
〈표 3-17〉	사업체 인력 현황 - 직무별 (사업체)	49
〈표 3-18〉	사업체 인력 현황 - 경력별 (사업체)	49
〈표 3-19〉	창의인력 경력 현황 (소속근로자 / 프리랜서)	50
〈표 3-20〉	주 업무분야별 겸직업무 분야 (소속근로자)	52
〈표 3-21〉	창의인력 고용 및 근로형태 (사업체)	54
〈표 3-22〉	창의인력 고용 및 근로형태 (소속근로자)	55
〈표 3-23〉	창의인력 고용 및 근로형태 (프리랜서)	55
〈표 3-24〉	계약서 작성 유형 (소속근로자 / 프리랜서)	57
〈표 3-25〉	계약서 명칭 (소속근로자 / 프리랜서)	57
〈표 3-26〉	표준계약서 작성 비율 (프리랜서)	58
〈표 3-27〉	프리랜서와 계약 체결 시 계약서 미작성 이유 (사업체)	59
〈표 3-28〉	계약 진행원 및 주체 (프리랜서)	61
〈표 3-29〉	프리랜서 활용 현황 - 활용 여부, 참여 프로젝트 수 (사업체)	63
〈표 3-30〉	프리랜서 활용 현황 - 활용 여부, 참여 프로젝트 수 활용한 프리랜서 수 및 형태 (사업체)	65
〈표 3-31〉	프리랜서 활용 이유 (사업체)	67
〈표 3-32〉	프리랜서 활동 이유 (프리랜서)	69
〈표 3-33〉	업무 환경 및 조건프리랜서의 근로자성 (프리랜서)	71
〈표 3-34〉	근로소득 (사업체)	73
〈표 3-35〉	근로소득 (소속근로자 / 프리랜서)	75
〈표 3-36〉	참여 프로젝트 현황 (소속근로자)	77
〈표 3-37〉	참여 프로젝트 현황 (프리랜서)	79
〈표 3-38〉	거래 업체 수 (프리랜서)	81
〈표 4-1〉	프로젝트 건당 근무기간 (소속근로자 / 프리랜서)	83
〈표 3-39〉	근로일 수 및 근로시간 (소속근로자 / 프리랜서)	85

표 목 차

〈표 3-40〉 복지혜택 직장제공 여부(소속근로자 / 프리랜서)	87
〈표 3-41〉 복지혜택 본인 수혜 여부 (소속근로자 / 프리랜서)	89
〈표 3-42〉 4대 보험 가입현황 - 국민연금	91
〈표 3-43〉 4대 보험 가입현황 - 국민연금 (소속근로자)	91
〈표 3-44〉 4대 보험 가입현황 - 국민연금 (프리랜서)	91
〈표 3-45〉 4대 보험 가입현황 - 건강보험	92
〈표 3-46〉 4대 보험 가입현황 - 건강보험 (소속근로자)	92
〈표 3-47〉 4대 보험 가입현황 - 건강보험 (프리랜서)	92
〈표 3-48〉 4대 보험 가입현황 - 고용보험	93
〈표 3-49〉 4대 보험 가입현황 - 고용보험 (소속근로자)	93
〈표 3-50〉 4대 보험 가입현황 - 고용보험 (프리랜서)	93
〈표 3-51〉 4대 보험 가입현황 - 산재보험	94
〈표 3-52〉 4대 보험 가입현황 - 산재보험 (소속근로자)	94
〈표 3-53〉 4대 보험 가입현황 - 산재보험 (프리랜서)	94
〈표 3-54〉 4대 보험 미가입 사유 - 국민연금	96
〈표 3-55〉 4대 보험 미가입 사유 - 건강보험	96
〈표 3-56〉 4대 보험 미가입 사유 - 고용보험	97
〈표 3-57〉 4대 보험 미가입 사유 - 산재보험	97
〈표 3-58〉 재해발생 시 처리 방법 (소속근로자 / 프리랜서)	99
〈표 3-59〉 재해발생 시 처리 방법 (소속근로자)	99
〈표 3-60〉 예술인 복지법 대상, 혜택경험 여부 및 혜택 받지 못한 이유 (프리랜서) ..	101
〈표 3-61〉 부당행위에 대한 인식 (소속근로자 / 프리랜서)	103
〈표 3-62〉 부당행위에 대한 인식 (소속근로자)	103
〈표 3-63〉 부당행위 유형별 경험률 - 최근 5년 (소속근로자)	106
〈표 3-64〉 부당행위 유형별 경험률 - 코로나19 이후 (소속근로자)	106
〈표 3-65〉 부당행위 유형별 경험률 - 최근 5년 (프리랜서)	107

표 목 차

〈표 3-66〉 부당행위 유형별 경험률 - 코로나19 이후 (프리랜서)	107
〈표 3-67〉 부당행위 대처방안 (소속근로자)	124
〈표 3-68〉 부당행위 대처방안 (프리랜서)	124
〈표 3-69〉 인력 부족률 및 미충원율 (사업체)	126
〈표 3-70〉 채용 시 애로사항 (사업체)	128
〈표 3-71〉 코로나19에 대한 대응조치 (사업체)	130
〈표 3-72〉 채용 계획 및 직무 (사업체)	132
〈표 3-73〉 콘텐츠 분야 입문경로 (소속근로자)	134
〈표 3-74〉 콘텐츠 분야 입문경로 (프리랜서)	134
〈표 3-75〉 일감 수주 경로 (프리랜서)	152
〈표 3-76〉 재직자 교육훈련(신규직원 제외) - 훈련여부 (사업체)	154
〈표 3-77〉 재직자 교육훈련(신규직원 제외) - 훈련시간 (사업체)	154
〈표 3-78〉 재직자 교육훈련(신규직원 제외) - 교육훈련 비용 (사업체)	155
〈표 3-79〉 재직자 교육훈련(신규직원 제외) - 훈련주기, 자기계발 지원 (사업체)	155
〈표 3-80〉 신규직원 교육훈련 - 훈련여부 (사업체)	157
〈표 3-81〉 신규직원 교육훈련 - 훈련시간 (사업체)	157
〈표 3-82〉 신규직원 교육훈련 - 훈련비용 (사업체)	158
〈표 3-83〉 신규직원 교육훈련 - OJT여부, 훈련 미실시 이유 (사업체)	158
〈표 3-84〉 교육훈련 - 교육유무, 수강횟수 (소속근로자)	161
〈표 3-85〉 교육훈련 - 교육유무, 교육시간 (소속근로자)	161
〈표 3-86〉 교육훈련 - 교육유무, 교육기관 (소속근로자)	162
〈표 3-87〉 교육훈련 - 교육유무, 비용부담주체 (소속근로자)	162
〈표 3-88〉 교육훈련 - 교육유무, 수강횟수 (프리랜서)	163
〈표 3-89〉 교육훈련 - 교육유무, 교육시간 (프리랜서)	163
〈표 3-90〉 교육훈련 - 교육유무, 교육기관 (프리랜서)	164
〈표 3-91〉 교육훈련 - 교육유무, 비용부담주체 (프리랜서)	164

표 목 차

〈표 3-92〉 콘텐츠 분야 경력관리 위한 필요사항 (소속근로자 / 프리랜서)	176
〈표 3-93〉 콘텐츠 분야 경력관리 위한 필요사항 (소속근로자)	176
〈표 3-94〉 근로여건 평가 - 임금수준, 노동강도 (사업체)	178
〈표 3-95〉 근로여건 평가- 근로시간 및 환경, 4대 보험 및 복지, 교육훈련 지원 (사업체) ..	179
〈표 3-96〉 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건 (사업체)	181
〈표 3-97〉 일에 대한 전반적 인식 (소속근로자 / 프리랜서)	191
〈표 3-98〉 현 직장(직무) 만족도 (소속근로자 / 프리랜서)	193
〈표 3-99〉 현 직장(직무) 만족도 (프리랜서)	193
〈표 3-100〉 이직의향 및 이직 준비 이유1 (소속근로자)	195
〈표 3-101〉 이직의향 및 이직 희망 분야 (소속근로자)	196
〈표 3-102〉 이직의향 및 이직 준비 이유1 (프리랜서)	198
〈표 3-103〉 이직의향 및 이직 희망 분야 (프리랜서)	199
〈표 3-104〉 퇴사 인원 및 퇴사자 직무 (사업체)	201
〈표 3-105〉 퇴사 인원 및 경력 (사업체)	202
〈표 3-106〉 퇴사 이유 (사업체)	204
〈표 3-107〉 고용 유지 및 인력 수급 상황 (사업체)	206
〈표 3-108〉 고용 유지 및 인력 수급 상황 (소속근로자)	208
〈표 3-109〉 고용 유지 및 인력 수급 상황 (프리랜서)	209
〈표 3-110〉 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (사업체)	211
〈표 3-111〉 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (소속근로자)	212
〈표 3-112〉 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (프리랜서)	212
〈표 3-113〉 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (사업체)	220
〈표 3-114〉 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (소속근로자)	220
〈표 3-115〉 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (프리랜서)	221

그림 목 차

[그림 1-1] 연구의 배경 및 목적	5
[그림 2-1] 콘텐츠산업 부문 인력 분류	25
[그림 2-2] 콘텐츠산업 부문 프리랜서 인력의 위치	26
[그림 3-1] 사업체 인력 현황 (사업체)	48
[그림 3-2] 창의인력 경력 현황 (소속근로자 / 프리랜서)	50
[그림 3-3] 주 업무분야별 겸직업무 비율 (소속근로자)	51
[그림 3-4] 창의인력 고용 및 근로형태 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)	53
[그림 3-5] 프리랜서 계약 현황 (사업체 / 프리랜서) 계약서 작성 비율 및 계약서 명칭 (소속근로자 / 프리랜서)	56
[그림 3-6] 표준계약서 작성 비율 (프리랜서)	58
[그림 3-7] 프리랜서와 계약 체결 시 계약서 미작성 이유 (사업체)	59
[그림 3-8] 계약 진행원 및 주체 (프리랜서)	60
[그림 3-9] 프리랜서 활용 현황 (사업체)	62
[그림 3-10] 프리랜서 활용 현황 활용한 프리랜서 수 및 형태 (사업체)	64
[그림 3-11] 프리랜서 활용 이유 (사업체)	66
[그림 3-12] 프리랜서 활동 이유 (프리랜서)	68
[그림 3-13] 프리랜서의 사용자(의뢰인) 근로자성(프리랜서)	70
[그림 3-14] 근로 소득 (사업체)	72
[그림 3-15] 근로 소득 (소속근로자 / 프리랜서)	74
[그림 3-16] 참여 프로젝트 현황 (소속근로자)	76
[그림 3-17] 참여 프로젝트 현황 (프리랜서)	78
[그림 3-18] 거래 업체 수 (프리랜서)	80
[그림 3-19] 프로젝트 건당 근무기간 (소속근로자 / 프리랜서)	82
[그림 3-20] 근로일 수 및 근로시간 (소속근로자 / 프리랜서)	84
[그림 3-21] 복지혜택 직장제공 여부 (소속근로자 / 프리랜서)	86
[그림 3-22] 복지혜택 본인 수혜 여부 (소속근로자 / 프리랜서)	88
[그림 3-23] 4대 보험 가입현황 (소속근로자 / 프리랜서)	90

그림 목 차

[그림 3-24] 4대 보험 미가입 사유 (소속근로자 / 프리랜서)	95
[그림 3-25] 재해발생 시 처리 방법 (소속근로자 / 프리랜서)	98
[그림 3-26] 예술인 복지법 대상, 혜택경험 여부 및 혜택 받지 못한 이유 (프리랜서)	100
[그림 3-27] 부당행위에 대한 인식 (소속근로자 / 프리랜서)	102
[그림 3-28] 부당행위 경험률 (소속근로자 / 프리랜서)	104
[그림 3-29] 부당행위 대처방안 (소속근로자 / 프리랜서)	123
[그림 3-30] 인력 부족률 및 미충원율 (사업체)	125
[그림 3-31] 채용 시 애로사항 (사업체)	127
[그림 3-32] 코로나19에 대한 대응조치 (사업체)	129
[그림 3-33] 채용 계획 및 직무 (사업체)	131
[그림 3-34] 콘텐츠 분야 입문경로 (소속근로자 / 프리랜서)	133
[그림 3-35] 일감 수주 경로 (프리랜서)	152
[그림 3-36] 재직자 교육훈련(신규직원 제외) (사업체)	153
[그림 3-37] 신규직원 교육훈련 (사업체)	156
[그림 3-38] 교육훈련 (소속근로자 / 프리랜서)	159
[그림 3-39] 콘텐츠 분야 경력관리 위한 필요사항 (소속근로자 / 프리랜서)	175
[그림 3-40] 근로여건 평가 (사업체)	177
[그림 3-41] 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건 (사업체)	180
[그림 3-42] 일에 대한 전반적 인식 (소속근로자 / 프리랜서)	190
[그림 3-43] 현 직장(직무) 만족도 (소속근로자 / 프리랜서)	192
[그림 3-44] 이직의향, 이유 및 희망분야 (소속근로자)	194
<표 3-1> 이직의향 및 이직 준비 이유2 (소속근로자)	195
[그림 3-45] 이직의향, 이유 및 희망분야 (프리랜서)	197
<표 3-2> 이직의향 및 이직 준비 이유2 (프리랜서)	198
[그림 3-46] 퇴사 인원, 퇴사자 직무 및 경력 (사업체)	200
[그림 3-47] 퇴사 이유 (사업체)	203



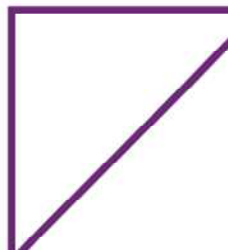
그림 목 차

[그림 3-48] 고용 유지 및 인력 수급 상황 (사업체)	205
[그림 3-49] 고용 유지 및 인력 수급 상황 (소속근로자 / 프리랜서)	207
[그림 3-50] 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서) ·	210
[그림 3-51] 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서) ·	219

제 1 장
서론

20

20



제 1 장 서론

1. 연구 배경 및 목적

가. 연구 배경

전 세계적으로 급격한 성장과 함께 다양한 파급효과를 보여주고 있는 콘텐츠 분야는 한 국가의 경제성장, 일자리 창출의 핵심으로 부상하고 있다. 이는 창의성이 발현할 수 있는 다양한 기회와 기술 발전으로 콘텐츠의 활용 및 연계 가능성이 확대되면서 타 분야 대비 상대적으로 큰 부가가치를 창출하고 있기 때문이다(이용관·김혜인, 2015: 211).

국내 콘텐츠산업군 역시 축적된 창의 역량을 기반으로 이루어져 온 산업 고도화, 전 세계적으로 확산된 한류 열풍 등의 영향으로 지난 10여 년간 매출, 수출, 고용에서 꾸준한 성장세를 유지 중¹⁾이며, 타 산업 대비 생산유발효과²⁾, 고용유발효과³⁾ 등 경제지표에서도 상대적으로 높은 수준을 보이고 있다. 정부에서도 이와 같은 콘텐츠산업의 경제적 파급효과를 극대화하고 지속가능한 산업 생태계 조성을 위한 지원정책을 펼치고 있는데 특히 콘텐츠 관련 인적자원의 역량 강화 및 근로조건 개선에 주안점을 둔 정책적 노력⁴⁾이 강조되고 있다는 특성이 있다. 이는 콘텐츠산업이 창의성을 상업화하거나 창의성을 통해 경제적 부가가치를 창출하는 산업(Higgs et al., 2008a)이며, 이 산업 중흥의 핵심기제인 창의성의 원천이 되는 자원은 다른 아닌 관련 인적자원, 이른바 창의인력이라 할 수 있기 때문이다. 특히 최근 심화되고 있는 코로나 19로 인한 경제 위기⁵⁾, 비대면·디지털경제의 확대에 의한 경제·사회구조의 급격한 변화에

1) 국내 콘텐츠산업 매출액은 연평균 5.9%(2014년 94조 9,472억원 → 2018년 119조 6,066억원), 부가가치액은 5.9%(2014년 37조 7,050억원 → 2018년 47조 4,507억원), 수출액 16.2%(2014년 53억달러 → 2018년 96억달러), 종사자 2.0%(2014년 62만명 → 2018년 67만명)의 증가율을 보이고 있는 것으로 나타났다(문화체육관광부, 2020a).

2) 국내 콘텐츠산업의 전(全)산업 생산유발효과는 2017년 기준 직접매출의 약 2배(225조원), 부가가치유발효과는 약 2.1배(92.9조원) 큰 것으로 조사되었다(한국콘텐츠진흥원, 2019f). 이는 반도체산업, 자동차산업과 비교 시 생산유발효과는 각각 약 1.6배, 1.1배 높은 수치이며, 부가가치유발효과는 각각 2.0배, 1.3배 높은 수치이다.

3) 콘텐츠산업의 고용유발계수는 2016년 기준 12.4명으로 수출 제조업인 전기전자산업(5.1명)이나 자동차산업(5.7명)을 크게 상회하는 것으로 조사되었다(김준영 외, 2016: 72).

4) 콘텐츠산업 혁신성장을 위한 기반 강화, 창작인력 양성, 글로벌 수준 콘텐츠 경쟁력 제고(문화체육관광부, 2020년 업무 추진 계획, 핵심전략 1. 문화산업으로 경제활력 제고 중 세부과제 1), 콘텐츠산업 내 불공정, 불합리 관행을 깨뜨리기 위한 법령 제정 강화(문화체육관광부, 2020년 업무 추진 계획, 핵심전략 4. 지속가능한 문화생태계 구축 중 세부과제 2) 등

5) 경제협력개발기구(OECD)는 2020년 12월 기준 우리나라 국내총생산(GDP) 성장률을 -1.1%로 전망하고 있는 것으로 나타났다. 특히 통계청에 따르면, 2020년 8월 기준 우리나라 임금노동자는 2003년 관련 통계 작성 이래 최초로 감소를 기록하여 전년 동기대비 11만 3천명이 감소한 2,044만 6천명을 기록한 것으로 나타났다(통계청, 2020, 경제활동인구조사 근로형태별 부가조사).

유연하게 대응하기 위한 방안 마련이 콘텐츠산업군에서도 요구되고 있어 콘텐츠 분야 창의인력들의 일자리 체질 개선을 위한 실태 파악은 어느 때 보다도 중요하게 인식되고 있는 실정이다.

기존 콘텐츠산업 분야 고용 현황, 근로 환경 등 인력 관련 실태파악이 가능한 대표적인 통계는 문화체육관광부에서 주관하는 전국 콘텐츠산업 통계조사이다. 단, 이 통계의 경우 사업체 매출액 규모별, 고용형태별 종사자 수 등 1차원적인 규모 집계에만 그치고 있어 창의인력에 초점을 맞춘 실태 파악에는 한계가 있다. 특히 콘텐츠산업 창의인력 유형 중 상당 비중을 차지하고 있는 프리랜서(비상용근로자, 고용원이 없는 자영업자 등)의 경우 해당 통계에서 다루지 않는 유형으로 관련 실태 파악은 불가한 실정이다. 이외 국내 인력 분야 실태 파악이 가능한 고용노동부에서 주관하는 고용형태별 근로실태조사의 경우 콘텐츠산업 특수분류체계에 기반한 통계가 아니기 때문에 콘텐츠산업 세부 장르별 파악은 한계가 있으며, 한국콘텐츠진흥원에서 주관하는 콘텐츠산업 고용구조 변화 연구의 경우 창의인력을 중점 다루고 있으나 창의인력 일자리의 질적 특성보다는 양적 특성 분석에 초점을 두고 있기 때문에 활용에 한계가 있는 실정이다.

나. 연구 목적

본 연구는 기존 통계자료로는 파악하기 힘든 콘텐츠산업 창의인력들의 고용형태 및 근로환경 등에 대한 분석 자료를 제공함으로써 향후 콘텐츠산업 창의 인력의 근로 환경과 일자리의 질적 개선을 위한 정책 수립의 기초자료를 확보하는 데 핵심을 두고 진행되었다. 특히 본 연구는 2018년 최초 진행 후 2회차를 맞은 연구로, 1회차 대비 보다 고도화된 조사설계, 확대된 표본크기를 바탕으로 결과 분석의 일관성은 물론 정확·신뢰성을 확보하는 데 주안점을 두었다. 본 연구는 크게 콘텐츠산업을 영위하고 있는 사업체들의 창의인력 고용 현황 및 수급 전망 조사, 콘텐츠산업 분야 창의인력들의 활동 현황 및 근로 환경 조사로 세분화하여 진행하였으며, 각 조사를 통해 산출하고자 하는 핵심 내용은 다음과 같다.

(1) 콘텐츠산업 영위 사업체들의 창의인력 고용 현황 및 수급 전망 분석

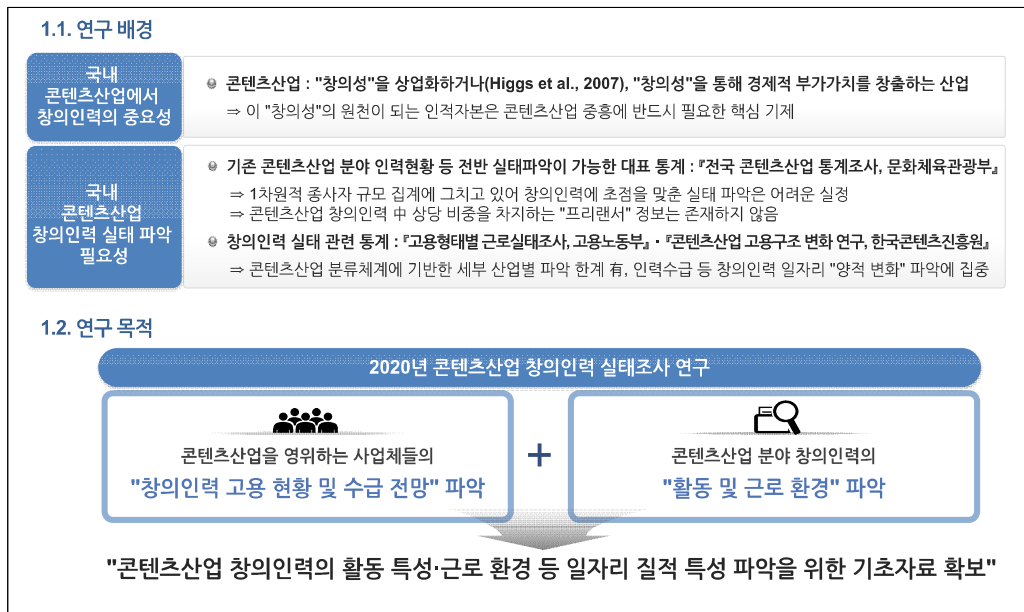
본 조사는 콘텐츠산업 특수분류에 규정된 장르⁶⁾를 영위하고 있는 전국의 사업체 중 창의인력 활용과 관련성이 높은 기획·제작 관련 업종을 영위하고 있는 사업체를 대상으로 진행되었으며, 해당 사업체들의 창의인력 고용 현황, 근로 여건, 향후 인력 수급 전망 등은 어떠한지 실

6) 2018년 본 연구와의 일관성을 위해 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 캐릭터 총 8개 장르를 조사 대상 장르로 기본 선정하되 변화하는 산업 환경을 감안, 기존 8개 장르 중 만화에서 웹툰을 분리하여 조사를 설계하였다.

증적으로 확인하는 데 주요 목적을 두었다. 이를 위해 전국적으로 관련 사업체를 대상으로 기본 운영 정보·고용지위 및 고용형태별 종사자 현황·직무유형 및 경력별 부족 인력 수·프리랜서 활용 현황·근로 여건·고용 전망 등에 대해 조사하고 분석을 실시하였다. 상세한 내용은 4장에서 다루어지며, 이를 통해 현재 국내 콘텐츠산업 영위 사업체들의 창의인력 활용 전반 실태에 대해 객관적으로 파악하고자 한다.

(2) 콘텐츠산업 부문 창의인력들의 활동 현황·근로 환경 조사 및 분석

본 조사는 사업체 종속 여부에 따른 창의인력들의 근로 환경 차이 파악을 위해 사업체 소속 근로자 대상 조사, 프리랜서 대상 조사로 한 번 더 세분화되며, 각 조사별로 정량 조사와 정성 조사(심층 인터뷰)를 병행 진행하였다. 특히 본 조사를 통해서 창의인력들의 구체적 활동 현황 및 근로 환경에 대한 인식은 어떠한지 실증적으로 확인하는 데 주요 목적을 두었다. 이를 위해 정량조사 시에는 고용형태·고용지위·근로 환경 및 복지·교육 및 경력 관리 현황 등에 대해 조사하고 분석을 실시하였으며, 정성조사의 경우 활동 장르 및 직무 분야 입문 계기·업무 수행에 요구되는 자질 및 교육훈련 등에 대해 조사하고 분석을 실시하였다. 상세한 내용은 4장에서 다루어지며, 앞서 기술한 사업체 대상 실태조사결과와 비교분석을 통해 창의인력 활동 현황 및 근로 환경을 보다 구체적으로 파악한 후, 최종적으로 정책적 쟁점 및 과제를 도출하고자 한다.



[그림 1-1] 연구의 배경 및 목적

2. 연구 범위 및 방법

가. 연구 범위

(1) 시간적 범위

본 연구의 시간적 범위는 세부 조사별 최종 목적을 고려하여 설정하였다. 먼저 소속 근로자 및 프리랜서 대상 조사는 결과의 시의성 확보를 위해 2020년 조사일 현재를 기준 시점으로 설정하였다. 단, 사업체 대상 조사의 경우 정확한 모집단 현황에 근거한 연간 단위 창의인력 고용 현황 및 수급 전망 파악이 필요하므로 연간 단위 응답이 가능한 최신 년도인 2019년 12월 31일을 조사 기준 시점으로 설정하였다. 단, 조사 내용 중 교육훈련 실시 현황, 코로나19 확산으로 인한 경영상 조치 사항 등 일부 문항은 시의성 확보를 위해 조사일 현재를 기준 시점으로 설정하였다.

(2) 공간적 범위

사업체 대상 조사, 소속 근로자 및 프리랜서 대상 조사 모두 국내 전반을 포괄하는 콘텐츠산업 부문 창의인력 실태 파악이 필요하므로 특정 지역에 구애받지 않고 조사 기준 시점 적격 대상 사업체, 인력일 경우 모두 조사 대상자가 되도록 하였다.

(3) 내용적 범위

본 연구 내용적 범위는 문헌 및 자료조사를 통한 콘텐츠산업 부문 ‘창의인력 개념 및 범위 설정(프리랜서 포함)’ 및 ‘창의인력(프리랜서 포함) 활동적 특성 분석’, 유관협회·현업 종사자 자문을 통한 ‘장르별 직무 분류체계 구축 보완’, 양적·질적 조사방법론을 병행 활용한 ‘콘텐츠산업 기획·제작 부문 업종 영위 사업체, 소속 근로자 및 프리랜서 대상 실태조사’, 도출된 조사 결과를 바탕으로 한 ‘정책적 쟁점 및 과제 도출’로 구성하였다.

나. 연구 방법

본 연구에서 중점적으로 다루고자 하는 것은 콘텐츠산업 부문 창의인력과 그들의 근로 환경이라 할 수 있다. 특히 앞서 언급한 것처럼 양적·질적 연구 방법론을 병행 활용함으로써 창의인력 실태 파악에 다각적으로 접근하고자 하였다. 이를 위해 다음 세 가지 연구 방법론이 활용되었다.

(1) 문헌 및 자료조사

본 연구 결과의 신뢰성 담보를 위해서는 복잡·다양성을 가지고 있는 콘텐츠산업 부문 창의인력에 대한 명확한 정의 및 범위 설정이 최우선적으로 필요하다. 이를 위해 연구방법의 첫 번째로 문헌 및 자료조사를 진행하였다. 우선 국내외 유관연구를 비롯하여 국내 콘텐츠산업 근로 환경에 관한 저서와 논문, 보고서 등을 검토했으며, 최근 몇 년 사이에 사회적 이슈가 된 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 문제들에 대한 보도자료 및 기사 분석, 정부 차원의 지원 정책 사례 등을 포괄적으로 검토하였다. 특히 1차 취합된 검토 결과는 한국콘텐츠진흥원 연구진 및 장르별 유관협회, 현업 종사자 등 전문가 자문을 통해 수정·보완 작업을 진행하였으며, 최종 도출된 콘텐츠산업 부문 창의인력 정의 및 범위를 기준으로 창의인력 활동 특성 분석, 직무분류 체계 보완, 실태조사 설계 등을 순차적으로 진행하였다.

(2) 실태조사 및 분석

두 번째 방법은 콘텐츠산업 부문 사업체 중 기획·제작 업종을 영위하고 있는 사업체 및 창의인력(소속 근로자·프리랜서)을 대상으로 한 실태조사이다. 앞서 언급한대로 실태조사는 총 3개 부문으로 세분화시켜 진행하였다. 이는 최초 본 연구 시점인 2018년과 동일한 형태의 조사 방식이지만, 올해의 경우 기존 연구 대비 조사 설계를 더욱 고도화시키고, 더욱 많은 표본을 확보했다는 점에서 차별성을 가지고 있다.

우선 표본설계에 있어 2018년 1회차 연구 시 소속 근로자 대상 조사는 비록 세부 장르와 사업체 규모는 층화 변수로 활용하여 설계하였으나 핵심 고려 변수 중 하나인 창의인력 직무 유형은 모집단 정보 부재로 반영되지 못했다. 프리랜서 대상 조사 역시 세부 장르별, 직무 유형별 모집단 정보 부재로 사업체 대상 조사 설계 기준에 맞춰 임의표집 방식으로 진행되었다는 한계가 있었다. 단, 올해의 경우 2019년 콘텐츠산업 고용구조 변화연구(한국콘텐츠진흥원, 2020b)를 통해 도출된 세부 장르·사업체 규모·직무 유형별 소속 근로자 규모, 세부 장르·직무 유형별 프리랜서 규모 활용이 가능한 만큼 이를 표본설계 시 적극 활용, 2018년 대비 표본 대표성 및 결과 정확성을 강화하였다. 설문 설계에 있어서도 1회차 연구 결과와의 시계열 비교 가능성을 고려, 기본적인 내용은 유지하되 2018년 연구 결과 다소 모호했던 창의인력의 고용형태와 고용지위를 인력 특성별로 좀 더 명확하고 배타적으로 구분될 수 있도록 하는데 주안점을 두고 설계함으로써 기존 연구의 한계점을 개선하였다.

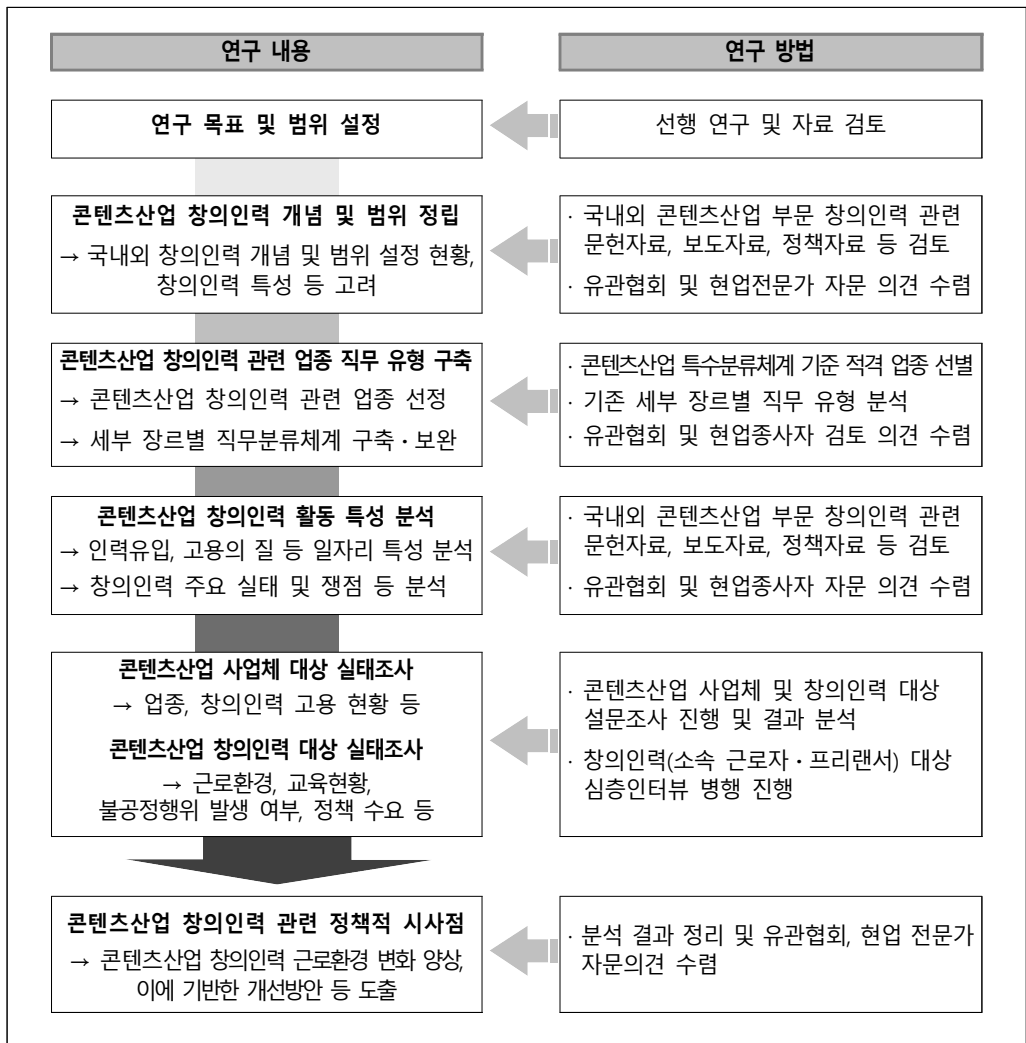
사업체는 1,027개(2018년 대비 2.7% 확대), 소속 근로자는 1,251명(2018년 대비 25.1% 확대), 프리랜서는 1,109명(2018년 대비 10.9% 확대)을 대상으로 창의인력 고용형태·고용지위·근로 환경 및 복지·교육 및 경력 관리 현황·고용 전망 등에 대해 조사하고 분석을 실시하였다.

(3) 심층 인터뷰(IDI ; In-depth interview) 및 분석

실태조사와 더불어 중점을 둔 부문은 창의인력(소속근로자·프리랜서) 대상 심층 인터뷰이다. 특히 각 장르·직무유형별로 보다 구체적이고 현실성 있는 의견 수렴을 위해 조사일 현재 현장에서 활동 중인 총 48명(2018년 대비 29.7% 확대) 창의인력을 대상으로 진행되었으며, 인터뷰 대상자들의 경력도 3년~10년으로 한정지어 진행하였다. 인터뷰 결과 또한 실태조사를 통해 도출된 설문 항목별 정량적 수치와 연계시켜 분석함으로써 2018년 연구 대비 각 조사 간 비교분석을 보다 강화하였다.

(4) 연구의 체계와 흐름

끝으로 전체 연구의 체계와 흐름을 정리하면 다음 [그림 1-1]과 같다.



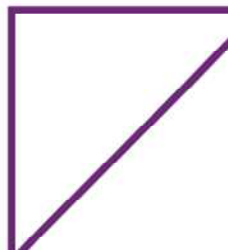
[그림 1-1] 연구 체계와 흐름

제 2 장

콘텐츠산업 창의인력 개념 정의 및 관련 문헌 검토

20

20



제 2 장 콘텐츠산업 부문 창의인력 개념 정의 및 관련 문헌 검토

1. 콘텐츠산업 부문 창의인력 개념 정의 및 범위 설정

가. 콘텐츠산업 부문 창의역량 개념 정의

NESTA(National Endowment for Science, Technology and the Arts)의 2030년 노동시장 전망 연구⁷⁾에 따르면, 창의역량과 대조되는 직무 능력(예 : 고객서비스 능력, 컴퓨터 활용 능력, 디테일 지향적 능력 등)들은 자동화 시스템 또는 온라인으로 대체되는 추세를 보임으로써 업종 전체의 성장과는 음의 상관관계를 보이고 있는 것으로 나타났다. 이는 곧 기술·산업의 발전으로 자동화 시스템 또는 인공지능(AI)이 인간의 노동력을 대체하는 추세가 심화되면서 차별화된 재화와 서비스를 생산할 수 있는 역량과 특정 시점 및 단계에 관여할 수 있는 역량을 가진 인력의 중요성이 앞으로 더 커질 것(Easton & Djumalieva, 2018)임을 의미한다. 이러한 관점에서 ‘창의인력’은 우수한 콘텐츠를 만들어내는데 필요한 ‘창의력’과 그것을 구현해 낼 수 있는 ‘기술력’을 보유하고, 다양한 외부 자원을 효과적으로 관리·활용할 수 있는 ‘자원개발관리역량’과 다양한 주체와 소통·협력하는 ‘사회역량’, 사업의 지속성과 생산물의 가치를 보장하는 ‘사업역량’을 지닌 인력을 의미하며, 이러한 ‘창의 역량’이 중요하게 작용하는 핵심 분야가 바로 콘텐츠산업(문화체육관광부, 2017: 34-36)이라 할 수 있다.

나. 콘텐츠산업 부문 창의인력 범위 설정

창의인력은 창의성의 측면에서 기술적인 숙련을 포함하는 ‘기술적 숙련인력’과 진정한 창의성을 구현하는 ‘핵심적 창의인력’으로 구분할 수 있다(한국콘텐츠진흥원, 2010). 콘텐츠 산업 부문에 이와 같은 창의인력 유형을 반영해 볼 경우, 프로젝트에 관여하는 역할에 따라 일차적 창의인력(Primary creative personnel), 기술적 숙련자(Technical craft workers), 창조적 관리자(Creative manager)로 유형화 할 수 있다(Ryan, 1992). 일차적 창의인력은 작가·연출가·음악가 등 콘텐츠를 직접 기획·제작하는 인력을 의미하며, 기술적 숙련자는 기술적으로 지향된 임무를 효과적으로 수행하는 인력으로 디자이너·촬영기사·교열편집자 등이 해당된다. 이들의 경우도 창의성이 개입이 되지만, 최종 결과물의 기초를 이루는 아이디어 생성에는 기여

7) Djumalieva & Sleeman, 2018, *Which digital skills do you really need?*.

하지 않는다는 점에서 일차적 창의인력과 차이가 존재한다. 마지막으로 창조적 관리자는 경영자와 창의적 인력 간의 이해관계를 중재하는 역할을 하는 브로커 또는 중재자를 의미한다.

한편, 창의인력은 콘텐츠 창작-재생-유통으로 이어지는 제작 단계 기준으로도 유형화할 수 있다(한국콘텐츠진흥원, 2010). 우선 창작은 창의적 산출물에 대한 주요한 아이디어를 제공하거나 노래나 연기를 행하는 활동, 최종 산출물을 만드는 것을 포함하는 단계로 작가·감독·PD 등이 해당된다. 재생은 창의적 산출물을 수용자들이 경험할 수 있는 텍스트로 변환하는 단계로 인쇄·네거티브로부터 필름제작 등의 직무가 포함된다. 특히 이 단계는 디지털기술 발달로 인해 창작과 재생단계의 구별이 모호하다는 특징을 가지고 있다. 마지막 유통은 콘텐츠를 시장에 마케팅하고 홍보 또는 배급하는 단계이다.

<표 2-1> 콘텐츠 제작 단계에 따른 창의인력 역할 구분

제작 단계	창의인력의 역할
창작	창작물에 대한 주요한 아이디어 제공, 노래나 연기 등 최종 산출물을 만드는 활동 - 작가, PD, 음악가, 공연가, 편집가 등
재생	창작과정을 통해 만들어진 창작물을 수용자들이 경험할 수 있는 텍스트로 변환하는 활동 - 인쇄, CD제작, 네거티브로부터 필름제작 등
유통	콘텐츠를 시장에 마케팅하고, 홍보 또는 배급하는 활동

* 출처: 한국콘텐츠진흥원(2010: 31)

이와 같은 논의에 비추어 볼 때 콘텐츠산업 부문 창의인력은 콘텐츠를 기획하고 제작하는 일차적 창의인력 이외에도 콘텐츠를 생산, 유통하는 과정에서 요구되는 전반적인 사업기획과 홍보·마케팅, 기술개발, 유통 및 배급 등을 담당하는 기술적 숙련인력까지 모두 포함된다고 할 수 있다(한국콘텐츠진흥원, 2010). 따라서 본 연구에서 콘텐츠산업 부문 창의인력 범주는 콘텐츠 제작·기획 직무를 담당하는 인력(일차적 창의인력) 뿐 만 아니라 이에 관여하는 직무(예: 마케팅, 연구개발, 관리 등)를 수행하는 인력을 모두 포함하는 것을 기준으로 설정하고자 한다.

2. 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 업종 및 직무 유형 구성

가. 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 업종 구성

창의인력을 활용하고 있는 콘텐츠산업 영위 사업체는 매우 다양한 업종에 분포하고 있다. 물론 본 연구를 위한 실태조사 대상 업종 범위를 콘텐츠산업 특수분류에 규정된 장르를 영위하고 있는 사업체로 한정하였지만, 이 안에도 수십 종류에 이르는 세부 업종이 존재하기 때문에 앞서 기술한 창의인력 개념 및 범위에 입각한 보다 구체적이고 명확한 조사 대상 업종 선정이 필요하다.

이를 위해 콘텐츠산업 특수분류체계 기준 업종들을 ‘창의 활동의 층위⁸⁾’ 모델에 입각하여 분류한 후 조사 적격 업종을 추출하는 과정을 거쳤다. 창의 활동의 층위 모델에 따르면 창의 활동은 콘텐츠를 직접 생산하는 핵심 창의(creative core)를 중심으로 창의성이 낮은 순으로 관련 활동들이 겹겹이 둘러싸고 있는 동심원 형태를 보이는 것으로 분석되었다(Frontier Economics, 2007). 본 연구에서는 이 창의 활동의 층위 모델 중 높은 창의성을 요구하는 Layer 1과 Layer 2 관련 활동을 영위하는 콘텐츠 기획·제작 관련 업종을 본 조사 대상 업종으로 최종 선정하였다. Layer 3 ~ Layer 5 관련 활동은 상대적으로 창의성이 덜 요구되는 활동으로써 관련 활동을 영위하고 있는 업종(예 : 콘텐츠 장비 제조 및 판매업종, 콘텐츠 도소매 관련 업종 등)은 창의인력 전반 실태 파악이라는 본 조사 목적과 부합하지 않는다고 판단되었기 때문이다.

<표 2-2> 창의 활동의 층위

구분	활동 내용
Layer 1	핵심 창의(creative core)라 불리는 가장 높은 창의적인 콘텐츠 생산 활동 - 저술, 공연, 연기, 작곡, 영화, 프로그래밍
Layer 2	원 콘텐츠와 직접적으로 관련된 활동 - 전시기획, 방송, 출판, 각색, 시공, 자금 조달
Layer 3	콘텐츠 생산 중개 - 콘텐츠 창작에 사용되는 장비 및 원료의 제조
Layer 4	콘텐츠 생산을 위한 장비 판매 - 2와 3의 활동에 사용되는 장비 및 원료의 제조
Layer 5	창작물 도소매 - 창의성이 가장 낮은 활동으로 창작물(제품 및 서비스)의 유통 및 배급

* 출처: (Frontier Economics, 2007) Layer of Creative_The Creative Economy Programme 재구성

8) Frontier Economics(2007)에서는 콘텐츠 생산과 활용에 관여하는 창의 활동은 콘텐츠 생산 및 배급 단계를 따라 크게 5가지로 구분하고 있으며, 이를 기준으로 창의 활동의 층위(Layers of Creative Activity) 모델을 구성하였다.

이에 따라 최종 선정한 콘텐츠산업 특수분류체계 내 8개 장르 기준 본 조사 대상 업종 구성 현황은 다음 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> 장르별 본 조사 대상 업종 구성 현황

장르	분류코드	업종명
출판	1-1	출판업
	1-1-1	일반 서적 출판업(종이매체출판업)
	1-1-2	교과서 및 학습 서적 출판업
	1-1-3	신문 발행업
	1-1-4	잡지 및 정기 간행물 발행업
	1-1-5	정기 광고 간행물 발행업
	1-1-9	기타 인쇄물 출판업
	1-4	온라인 출판 유통업
만화	1-4-1	인터넷/모바일 전자출판제작업
	2-1	만화 출판업
	2-1-1	만화 출판사(만화잡지, 일일만화, 코믹스 등)
	2-1-2	일반 출판사(만화부문)
	2-2	온라인 만화 제작·유통업
음악	2-2-1	인터넷/모바일 만화 콘텐츠 제작 및 제공(CP)
	3-1	음악제작업
	3-1-1	음악 기획 및 제작업
	3-1-2	음반(음원) 녹음시설 운영업
	3-2	음악 및 오디오물 출판업
	3-2-1	음악 오디오물 출판업
	3-2-2	기타 오디오물 제작업
	3-5-4	인터넷/모바일 음악 콘텐츠 제작 및 제공업(CP)
게임	3-6	음악 공연업
	3-6-1	음악공연 기획 및 제작업
	5-1	게임 제작 및 배급업
영화	5-1-1	게임 기획 및 제작업
	4-1	영화 제작, 지원, 및 유통업
	4-1-1	영화 기획 및 제작
애니메이션	4-1-3	영화제작 지원
	6-1	애니메이션 제작업
	6-1-1	애니메이션 창작 제작업
	6-1-2	애니메이션 하청 제작업
	6-1-3	온라인(인터넷·모바일) 애니메이션 제작업
방송	7-1	지상파 방송
	7-1-1	지상파방송사업자
	7-6	방송영상물제작업
	7-6-0	방송영상독립제작사
캐릭터	9-1	캐릭터 제작업
	9-1-1	캐릭터 개발 및 라이선스업
	9-1-2	캐릭터 상품 제조업
웹툰	-	웹툰 기획 및 제작업

※ 분류코드 : 콘텐츠산업 특수분류체계 기준 분류코드를 제시하였다.

※ 웹툰 : 콘텐츠산업 특수분류체계에 포함되어 있지 않아 ‘기획 및 제작업’으로 별도 구성하였다.

나. 콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 직무 유형 구성

콘텐츠산업 부문 창의인력 관련 업종 구성과 더불어 또 한 가지 고려해야 할 점은 창의인력(소속 근로자, 프리랜서)들의 직무 유형 구성이다. 콘텐츠산업 부문 창의인력은 콘텐츠 제작 방식, 제작 과정, 수행 업무 등에 따라 매우 다양한 직무 형태를 가지고 있어 어떤 직무를 수행하는 인력이 본 조사 대상자가 되는지 명확히 할 필요가 있기 때문이다.

8개에 이르는 본 조사 대상 장르별로 완결성 높은 직무 유형을 구축하기 위해서는 개념화(직무 유형 구성 아이디어 도출 단계), 자원화(직무 유형 목록화 단계), 조직화(직무 유형 구체화 단계), 전략화(전문가 자문을 통한 검수 및 보완 단계) 등 매우 많은 단계를 거쳐야만 한다. 단, 비교적 최근 시점인 2019년에 한국콘텐츠진흥원에서 주관한 ‘콘텐츠산업 고용구조 변화연구’를 통해 본 조사 대상 장르별·공정과정별 세부 직무모들이 이미 구축된 바 있기 때문에 본 연구에서는 해당 직무모들을 기본 활용하였다. 특히 연구 진행 시점의 차이로 인해 수정·보완이 필요한 직무 유형은 장르별 유관 협회·현업 종사자 등 전문가 대상 자문을 통해 확인, 반영하여 최종 직무 유형을 구성하였다.

최종 구성된 8개 장르 기준 본 조사 대상 직무 유형 구성 현황은 다음 <표 2-4> 부터 <표 2-11>과 같다.

<표 2-4> 출판 부문 세부 직무 유형

구분	직무	세부 분야
관리(경영지원)	인사/총무/재무/기타 경영지원	법무, 회계, IR, 교육 등을 포함
기획(제작기획)	출판기획	
제작	원고검토	원고 정리, 원고 수정 의뢰
	편집	
	교정/교열	
	저자 관리	저자 발굴, 원고 의뢰, 저자 지원
	저작권	출판계약, 계약 관리, 인세 정산
	디자인	표지 디자인, 본문 디자인
	인쇄/제작	
	외주 관리	번역, 교정 및 교열, 디자인, 제작
	보도자료 작성	
	시장분석	
마케팅·홍보/사업	마케팅 기획	
	홍보/광고	
	유통관리	
	매출 및 수금	
	독자 관리	
	물류	
연구개발(기술)	기술/서비스	

<표 2-5> 만화·웹툰 부문 세부 직무 유형

구분	직무	세부 분야
관리(경영지원)	인사/총무/재무/기타 경영지원	법무, 회계, IR, 교육 등을 포함
기획(제작기획)	콘텐츠 기획(PD)	만화웹툰 콘텐츠 기획, 플랫폼 연재 제의, 작가 관리 등 전반 담당
	서비스 기획	웹 및 모바일 서비스 운영, 기획, 개선
	스토리/콘티	스토리각색, 글/그림 콘티, 작화
제작	만화웹툰 제작 및 편집	스토리, 작화, 콘티, 채색, 배경, 편집(식자)
마케팅·홍보/사업	라이선싱(국내)	만화웹툰 라이선싱 전략수립 및 영업
	뉴미디어 사업	뉴미디어 콘텐츠(유튜브 콘텐츠 등) 기획/제작관리/배급
	마케팅/홍보	온/오프라인 채널 통한 콘텐츠 프로모션
	비즈니스/상품개발 디자인	영상, 게임, 광고, 출판, MD 제작 위한 파트너사 제휴 업무, 상품 개발 및 검수
	서비스 기획	웹 및 모바일 서비스 운영, 기획, 개선
	해외사업	
연구개발(기술)	UI/UX/BX 디자인	
	빅데이터/통계 개발	만화/웹툰 서비스의 빅데이터 저장/가공/분석하여 통계정보 추출, 데이터 기반 서비스 기획/운영 지원
	서버/앱 개발	대량 트래픽의 개발, 빅데이터 분석 플랫폼 고도화/ 신기술 접목한 콘텐츠 개발, 2차 저작물 형태로 게임/이미지/동영상 기반 앱 개발

<표 2-6> 음악 부문 세부 직무 유형

구분	직무	세부 분야
관리(경영지원)	인사/총무/재무/기타 경영지원	법무, 회계, IR, 교육 등을 포함
기획(제작기획)	캐스팅/트레이닝	
	A&R/크리에이티브디자인	콘텐츠(아티스트 및 곡) 개발 및 제작 총괄, 관련 예산, 인력, 추진전략 수립/소속 아티스트 컨셉 기획, 음반, 뮤직비디오, 사진 MD 등의 디자인 총괄
	콘텐츠기획	아티스트 영상 등, 자체 생산 영상콘텐츠 기획
	매니지먼트	가수, 연기자 매니지먼트(방송출연, 프로모션, 공연, 행사 진행 관리)
제작	음반 제작	작곡, 작사, 편곡, 연주, 안무, 녹음(스튜디오 작업) 등
	영상촬영 및 편집/사진	뮤직비디오 촬영 및 편집, 음반 및 화보 촬영
	공연기획	콘서트 및 이벤트 기획, 연출, 진행
	방송 PR	주요 방송매체 통한 아티스트 홍보 및 방송활동 지원
	음반(음원) 재킷 디자인	
	의상 제작	
	뷰티	헤어, 메이크업, 스타일
마케팅·홍보/사업	뉴미디어 기획 및 제작	뉴미디어 플랫폼을 활용한 서비스 기획 및 콘텐츠 제작
	제휴 사업	소속 아티스트의 광고모델 계약 업무, 뉴미디어 사업 제휴 및 각종 라이선싱/ 비즈니스
	음반음원 유통/정산	음반 및 음원의 발매에 관한 제반업무
	마케팅·홍보	
	팬마케팅	
	해외사업	해외 공연 섭외 투어 진행
연구개발(기술)	UI/UX/BX 디자인	
	IT 서비스개발	
	서버/앱 개발	

<표 2-7> 게임 부문 세부 직무 유형

구분	직무	세부 분야
관리(경영지원)	인사/총무/재무/기타 경영지원	법무, 회계, IR, 교육 등을 포함
기획(제작기획)	게임콘텐츠기획(시나리오 포함)	
	게임시스템기획	
	게임운영(GM)	
제작	프로그래밍	클라이언트, 서버, 앱 프로그래밍 등
	게임아트(그래픽디자인)	원화 디자인, 배경 그래픽, 캐릭터 그래픽, 이펙트, 그래픽인터페이스 디자인 등
	게임사운드	게임음악 작곡/편곡, 사운드 이펙트 제작
	개발관리	
	게임 QA	
	서비스 기획	
마케팅홍보/사업	사업기획/운영(마케팅)	
	상품관리	
	게임 유통 및 세일즈	
	해외사업	
연구개발(기술)	보안 기획	
	IT 전략기획	
	시스템 및 네트워크 엔지니어링	
	DB 및 웹 관리	

<표 2-8> 영화 부문 세부 직무 유형

구분	직무	세부 분야
관리(경영지원)	인사/총무/재무/기타 경영지원	법무, 회계, IR, 교육 등을 포함
기획(제작기획)	투자	
	프로듀서	영화 콘셉트 결정, 예산관리, 일정관리 등
	시나리오/각본	시나리오 개발 및 집필
	로케이션 디렉터	
	캐스팅 디렉터	
제작	연출	
	연기	배우, 보조출연, 무술감독, 스텐트
	촬영	
	조명	
	녹음	
	미술	미술, 세트, 의상, 소품, 분장
	특수효과	
	편집/CG/DI	
	음악, 음향 (동시, 후시)	
	프로덕션 매니저	엑스트라 고용, 장비 임대, 소도구 및 대도구 임대 및 제작, 의상 대여 및 제작, 촬영지 임대, 제작진 이동, 숙박
마케팅홍보/사업	스틸/메이킹필름	
	홍보/마케팅	영화 관련 각종 프로모션, 이벤트 전략 수립 및 진행
	배급(1차시장/2차시장)	극장 배급 및 2차 부가판권 시장, IPTV, 인터넷 서비스 등으로의 작품 판매
	정산	
	해외사업	해외법인(영화관) 경영관리 및 사업 활성화, 외화마케팅 및 해외투자배급
연구개발(기술)	기술기획	상영, 영상제작 관련 기술 기획 및 개발

<표 2-9> 애니메이션 부문 세부 직무 유형

구분	직무	세부 분야
관리(경영지원)	인사/총무/재무/기타 경영지원	법무, 회계, IR, 교육 등을 포함
기획(제작기획)	프로듀서	작품제작 진행, 스케줄, 인력, 예산 등 애니메이션 제작전반 관리
	감독/연출자	작품 구상, 컨셉, 작품 전반적인 내용에 대한 책임
	시나리오	작품의 스토리 작성
	스토리보드	작품의 스토리를 이미지로 구성하고 연출
	미술	배경및 캐릭터 개발, 아트디렉트
	디자인	캐릭터, 배경, 대소도구
제작	3D 애니메이션 제작 및 편집	모델링, 리깅, 레이아웃, 애니메이션, 라이팅, VFX, 합성 등
	2D 애니메이션 제작 및 편집	레이아웃, 원화, 동화, 배경작화, 파이널, 스캐닝, 채색, 컴포지팅 등
	작곡, 편곡, 선곡	
	대사녹음, 음향효과, 믹싱	성우, 작곡, 음향 제작 및 개발
	제작관리	라인프로듀서, 프로덕션매니저, 코디네이터
마케팅홍보/사업	라이선싱	캐릭터 및 브랜드 라이선싱 전략수립 및 영업
	뉴미디어 사업	뉴미디어 콘텐츠(유튜브 콘텐츠 등) 기획/제작관리/배급
	마케팅/홍보	
	비즈니스/상품개발 디자인	영상, 게임, 광고, 출판, MD 제작 위한 파트너사 제휴 업무/ 스타일 가이드 제작, 라이선싱 제품 디자인 개발 및 검수
	해외사업	해외 배급 및 라이선싱 사업 관리
연구개발(기술)	UI/UX/BX 디자인	
	빅데이터/통계 개발	
	프로그래밍/테크니컬 디렉터	작업공정프로그램, 제작에 필요한 프로그래밍 등을 담당
	서버/렌더팜관리	

<표 2-10> 방송 부문 세부 직무 유형

구분	직무	세부 분야
관리(경영지원)	인사/총무/재무/기타 경영지원	법무, 회계, IR, 교육 등을 포함
기획(제작기획)	프로듀서	
	스토리/시나리오/구성작가	
	로케이션 디렉터	
	캐스팅 디렉터	
제작	기자	
	아나운서	
	연기자	
	연출	
	무대디자인(미술감독)	
	무대감독	
	카메라	
	녹음(촬영 시)	
	음악, 음향 (동시, 후시)	녹화, 생방송, 중계 등과 후반프로덕션(믹싱)
	조명	
	영상그래픽	2D 그래픽 디자이너, 3D 그래픽디자이너, 문자그래픽디자이너, 가상스튜디오 애니메이터
	송출	
	프로덕션 매니저	엑스트라 고용, 장비 임대, 소도구 및 대도구 임대 및 제작, 의상 대여 및 제작, 촬영지 임대, 제작진 이동, 숙박
마케팅홍보/ 사업	미디어 마케팅	콘텐츠별 마케팅, 채널 브랜드 마케팅, 디지털 마케팅
	미디어 편성	
	매체기획/영업	
	상품기획	
	해외사업	
연구개발(기술)	방송기술	TV 제작기술, 중계기술, 보도기술 등
	플랫폼 운영/관리	홈페이지, 모바일 앱 통한 방송 콘텐츠 디지털 서비스 제공

<표 2-11> 캐릭터 부문 세부 직무 유형

구분	직무	세부 분야
관리(경영지원)	인사/총무/재무/기타 경영지원	법무, 회계, IR, 교육 등을 포함
기획(제작기획)	캐릭터 기획	타겟 및 시장파악, 캐릭터 론칭 매체 기획, 캐릭터 론칭 프로모션 기획
	캐릭터 개발 계약	(외주제작) 캐릭터 개발 상담 및 개발업체 선정
제작	캐릭터 디자인	이미지 구상, 아이디어 스케치, 표현기법 및 색채 설계, 캐릭터 프로포션 제작, 네이밍 및 로고 타입 제작
	캐릭터 응용형 디자인 및 매뉴얼 제작	응용 동작, 엠블렘, 패턴, 보더, 프레임, 아이콘, 머천다이징, 포스터
마케팅홍보/사업	라이선싱	캐릭터 라이선싱 전략수립 및 영업
	마케팅/광고	캐릭터 프로모션 영상제작, 온/오프라인 채널 통한 콘텐츠 프로모션
	비즈니스/상품개발 디자인	영상, 게임, 광고, 출판, MD 제작 위한 파트너사 제휴 업무/스타일 가이드 제작, 상품 개발 및 검수 (캐릭터 피규어 시제품 제작 포함)
	해외사업	해외 배급 및 라이선싱 사업 관리
연구개발(기술)	UI/UX/BX 디자인	
	서버/앱 개발	

3. 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 정의 및 범위 설정

가. 콘텐츠산업 부문 프리랜서에 대한 이해 필요성

콘텐츠산업은 제작 특성(프로젝트 단위 콘텐츠 제작에 특화된 네트워크형 제작)으로 인해 일반 산업 대비 노동의 유연화, Gig 경제(Gig economy) 특성이 강한 산업이다. 특히 경비절감, 업무효율화를 위해 확산되어 온 콘텐츠 제작의 ‘외주화’ 현상은 콘텐츠 제작 방식을 일반적인 수직적 통합 제작 방식에서 프로젝트마다 필요한 인력이나 기능을 단기적 계약을 통해 외부에서 수평적으로 결합시켜 제작하는 방식으로 변화시켰는데, 이 같은 프로젝트형 노동시장의 특성에 대응하여 콘텐츠산업 부문에서 많이 활용되는 인력이 바로 ‘프리랜서’이다. 2019년 기준 콘텐츠산업 부문 프리랜서는 약 9만 여 명으로 추정(한국콘텐츠진흥원, 2020b)되며, 이 중 창의인력으로 구분할 수 있는 콘텐츠 제작·기획 직무 담당 프리랜서는 약 8만 여명으로 전체 프리랜서의 90% 이상 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이처럼 콘텐츠산업 부문 창의인력에 대한 논의에 있어 프리랜서는 매우 중요한 위치에 있는 인력 유형이라 할 수 있다. 이에 본 파트에서는 프리랜서, 특히 콘텐츠산업 부문 프리랜서에 대한 개념 및 범위 이해를 바탕으로 본 조사 대상 창의인력의 범위를 보다 명확하게 설정하고자 한다.

나. 국내·외 프리랜서 개념 및 범위 설정 현황

프리랜서는 사전적 의미로 ‘일정한 집단이나 회사에 소속되지 않고 자유계약에 의하여 일을 하는 사람’을 의미한다. 단, 프리랜서에 대해 공통적으로 합의된 개념 정의는 아직 없으며, 국가마다 프리랜서라는 고용 형태가 발생하게 된 사회적 구조에 따라 프리랜서를 다르게 이해하고 있는 실정이다(한국노동연구원, 2013).

먼저 국외의 프리랜서에 대한 개념 및 범위 설정 현황을 살펴보고자 한다. 미국에서는 법률상 ‘고용된 근로자’와 ‘독립계약자’로 근로자를 구분하고 있는데, 이 중 프리랜서는 ‘독립계약자’에 해당한다. 특히 이 독립계약자는 법원에서 취업자와 고용주의 고용관계 존재 여부를 확인하는 ‘판례 심사’, 경제적 종속도를 확인하는 ‘경제적 실체 심사’, 성과에 대한 수단·방식을 통제하는 권리 관계를 확인하는 ‘복합심사’를 통해 ‘독립계약자’로서의 지위를 인정받을 수 있다. 영국의 경우 프리랜서는 관계적으로 ‘복수의 고객을 상대로 수수료를 받는 서비스계약 하에서 일시적인 기간에 대해서 노동서비스를 공급하는 사용자도 피용자도 아닌 자영업자로서 숙련된 전문직’으로 정의하고 있다. 특히 영국 정부(BIS)에서는 고용상의 지위와 계약 유형으로 근로자를 분류하는데, 이에 따르면 프리랜서는 고용상의 지위로 볼 때

자영업자에 속하며, 계약 유형별로는 컨설턴트·청부업자 같은 유형에 속한다고 볼 수 있다. 프랑스에서는 사회보장의 관점에서 통상적으로 ‘작업 명령을 내리는 단일한 사람과 종속관계를 맺지 않고 일을 하는 사람’인 독립노동자를 프리랜서로 보고 있다. 이 중 의사·변호사·건축사 등 시험이나 자격 취득이 필수인 ‘규정된 직업’을 제외한 나머지(규정되어 있지 않은 혹은 느슨하게 규정된 자유직업) 전문 직종에 종사하는 ‘자유직업인’이 협의의 프리랜서에 해당한다. 독일에서 프리랜서는 ‘일반적으로 특별한 직업적 특성 또는 창조적 재능을 기반으로 하며 위탁자와 공익 사이에서 높은 수준의 서비스를 제공하면서 개인적이고 책임감 있는 독립 콘텐츠를 창출하는 직업’인 ‘자유직업인’에 해당한다. 이 ‘자유직업인’은 법규 내에 구체적으로 직업이 열거된 ‘카탈로그상의 직업군’, 이와 관련된 직종인 ‘유사한 직업군’, 그 외 학문·예술·문필·강의 관련 분야에서 자영업적으로 행해지는 ‘업무상의 자유직업군’의 3가지 유형으로 구분된다. 이처럼 법률적으로 명확히 개념화된 ‘자유직업인’ 외에도 소규모 자영업자적 성격을 지니는 ‘자유근로자’, ‘유사 자영업자’ 또한 프리랜서의 범주에 속하는 것으로 파악되고 있다.

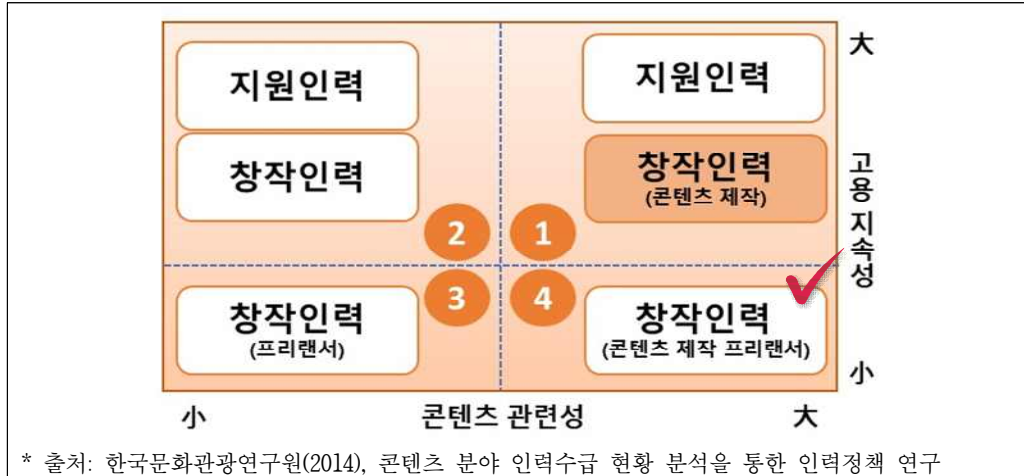
국내의 경우 ‘사용자로부터의 자율성’, ‘계약 형태’를 중심으로 프리랜서 개념 및 범위를 설정⁹⁾하고 있으나 아직 공통적으로 합의된 정의는 부재한 실정이다. 특히 프리랜서라는 개념이 특정한 법적 기준이나 고용 형태를 의미하기 보다는 새로운 형태의 일하는 방식 즉, 행위적 속성을 내포하고 있는 용어이기 때문에 어떤 근로자를 어떤 근거로 프리랜서로 보아야 하는지 규정하기가 쉽지 않다. 이에 국내 프리랜서 조사·연구에서는 주로 통계청의 ‘경제활동 인구조사’에서 사용하는 고용지위에 따른 ‘근로자 분류법’을 기준으로 프리랜서 범위를 산정하고 있다. 근로자 분류법에 따르면 근로자는 크게 임금근로자와 비임금근로자로 구분되며, 임금근로자는 다시 상용·임시·일용근로자 3가지 유형으로 세분화된다. 비임금근로자는 고용원 유무에 따라 고용원이 있는 자영업자·고용원이 없는 자영업자 그리고 무급가족근로자 3가지 유형으로 세분화된다. 이 근로자 분류법 구조 속에서 프리랜서 범위를 살펴보면 우선 ‘본인의 점포(작업장)를 가지고 있고’, ‘계약 대상자가 특정되어 있지 않으며’, ‘보수나 서비스를 최종적으로 자신이 정하고’, ‘일체의 업무지시와 퇴근시간 제약이 없는’ 1인 자영업자(비임금근로자)가 해당한다(한국노동연구원, 2019). 단, 콘텐츠산업 부문 프리랜서를 포함하여 많은 프리랜서들이 임금근로자와 비임금근로자 사이에 매우 모호하게 위치하여 활동하고 있다는 점을 고려할 경우 소위 위장된 자영업자라 불리는 ‘특수형태근로종사자’¹⁰⁾ 또한 프

9) ‘프리랜서 네트워크’ 대표 정재석은 프리랜서 개념 및 범위를 ‘어떤 조직에 풀타임에 고용되거나 속하지 않고, 프로젝트별 혹은 기간별 계약을 맺어가며 자신이 가지고 있는 기술이나 능력을 사용해 경제활동을 하는 독립주체(정재석, 2018: 17)’로 정의하고 있다.

리랜서 범위에 포함시킬 필요가 있다¹¹⁾. 특히 최근 프리랜서를 이 특수형태근로종사자 범위에 법적으로 공식 포함시키는 입법 과정(산업재해보상보험법 개정, 2020년 11월)도 있었던 만큼 국내 프리랜서 범위는 비임금근로자 뿐 만 아니라 임금근로자(특수형태근로종사자) 형태 또한 감안하여 설정되어야 할 것이다.

다. 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 및 범위 설정 현황

콘텐츠산업 부문에 초점을 둔 프리랜서에 대한 개념 및 범위 또한 관련 조사·연구에 따라 다양하게 존재하며, 주로 ‘콘텐츠 관련성’, ‘고용 지속성’을 기준으로 프리랜서를 다루고 있다. 프리랜서 관련 주요 조사·연구를 살펴보면, 한국문화관광연구원(2016: 55~57)은 콘텐츠 인력 중에서 콘텐츠 관련성이 높은 동시에 고용 지속성은 낮은 인력을 콘텐츠산업 부문 프리랜서로 정의하고 있으며, 한국노동연구원(2017)의 경우 순수 예술 분야를 제외한 예술산업 일부, 대중문화예술산업 전체, 콘텐츠산업 일부 영역¹²⁾에서 활동하는 인력을 콘텐츠산업 부문 프리랜서로 보고 있다. 특히 콘텐츠산업 부문 프리랜서는 산업화로 인해 생산이 조직화되었으나 일이 단속적이며, 고용관계보다는 계약관계를 통해 자원 확보가 용이한 영역에 존재하는 특성을 지니고 있다.

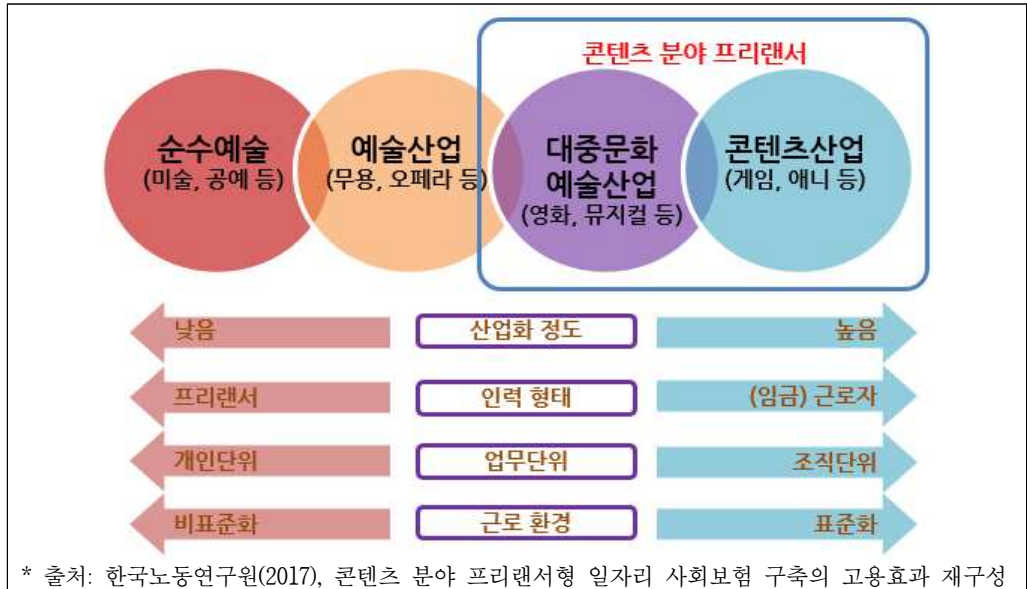


[그림 2-1] 콘텐츠산업 부문 인력 분류

10) 특수형태근로종사자(특고 종사자)란 2003년 노사정위원회에서 정한 용어로, 근로계약을 체결하지 않았지만 실질상 특정 사용자의 사업에 편입되어 있거나 특정 회사의 상시적 업무를 위하여 노무를 제공하는 자로, 계약당사자인 노무수령자로부터 대가를 받아 생활하는 자를 의미한다. 이들은 자영인의 외양을 띠고 있지만, 사실상 근로자와 유사한 인적·경제적 종속성을 가지고 있다는 특성이 있다.

11) 한국노동연구원(2013), 프리랜서의 노동과 위험 : 프리랜서 사회안전망 구축을 위한 정책과제

12) 본 연구는 콘텐츠산업진흥법상 규정된 콘텐츠산업 부문에 초점을 맞추고 있으므로 산업군 내 연구 대상 8개 장르를 모두 포함하였다.



[그림 2-2] 콘텐츠산업 부문 프리랜서 인력의 위치

콘텐츠산업 부문 프리랜서 범위 설정과 관련된 조사·연구를 살펴보면, 한국문화관광연구원(2016)·미래창조과학부(2016)의 경우 근로자 분류법(통계청)을 기준으로 상용근로자를 제외한 5가지 인력 유형(임시근로자·일용근로자·고용원이 있는 자영업자·고용원이 없는 자영업자·무급가족근로자)을 모두 프리랜서 범위로 설정하고 있다. 한국노동연구원(2017) 연구의 경우도 이와 유사하게 콘텐츠 관련 직무를 가진 인력 중 방송영화 등 프로젝트를 수주한 ‘임시 및 일용 근로자’, ‘특수형태근로종사자’, ‘고용원이 없는 자영업자’로 프리랜서 범위를 설정하였다.

라. 본 연구의 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 및 범위 정립

본 연구에서는 ‘자율성’, ‘계약형태’, ‘콘텐츠 관련성’, ‘고용 지속성’ 등을 기준으로 정립된 기존 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념을 유지함으로써 분석의 일관성을 확보하고자 하였다. 단, 콘텐츠산업 부문 내 존재하는 다양한 프리랜서 유형을 좀 더 구체적으로 포착하기 위해 프리랜서 통계청의 ‘경제활동인구조사’에서 사용하는 고용지위에 따른 ‘근로자 분류법’ 기준 인력 유형 중 최근 1년 간 본인의 근로 형태에 가깝다고 생각하는 유형을 선택할 수 있게 하였다. 조사 결과, 본인 스스로 콘텐츠산업 부문 프리랜서라고 생각하는 응답자 중 94.4%가 최근 1년 간 본인의 주된 근로 형태로 ‘임시 근로자’, ‘일용 근로자’, ‘고용원이

없는 자영업자’ 유형을 응답하였다. 따라서 본 연구에서는 임시 및 일용근로자 형태의 임금근로자와 비임금근로자인 고용원이 없는 자영업자를 콘텐츠산업 부문 프리랜서 범위로 설정하여 분석하였다.

<표 2-0> 콘텐츠산업 부문 프리랜서 개념 및 범위

구분		세부 내용	주요 특성
개념 기본 정의		·특정 기업이나 단체, 조직에 전담하지 않고, 콘텐츠 제작과 관련된 자신의 기술과 능력을 이용해 그때 그때 계약을 맺고 일을 하는 자	
고용 지위 기준 분류	임시 근로자	·1개월 ~ 1년 미만의 고용계약을 맺었거나, 1년 미만의 프로젝트 진행을 위해 임시로 고용된 자 * 1년 이상 근무하였어도 계약기간이 1년 미만이거나 처음부터 임시직으로 고용 계약을 체결한 경우 해당	<주요 특성> ·본인의 점포(작업장)이 없고, 특정 회사·개인과 계약을 맺음 ·보수를 사용자가 최종 책정
	일용 근로자	·1개월 미만의 고용계약을 맺었거나 그때그때 고용된 자 * 그때그때 일을 얻거나 호출되어 일을 수행하여 월급·주급·일급으로 급여를 받는 경우 해당	·업무지시나 출·퇴근 시간에 대한 자세한 지시를 받음 ·최저임금법을 적용 받음
	고용원이 없는 자영업자	·자기 혼자 또는 1인 이상의 파트너(급여 받는 직원 아님)와 함께 자기 책임 아래 독립적으로 전문적인 일을 하거나 사업체를 운영하는 자	<주요 특성> ·본인의 점포(작업장)이 있고, 계약 상대자가 특정되어 있지 않음 ·보상을 기본급·수당 등 노동시간이 아닌 결과물 기준으로 받음 ·보수를 최종적으로 자기가 결정 ·업무지시나 출·퇴근 제약이 없음 <특수형태근로종사자 판별 기준> ·본인의 점포(작업장) 미보유 ·보수를 사용자가 최종 책정 ·업무지시나 출·퇴근 제약이 부분적으로라도 존재

* 고용지위별 분류 기준 출처 : ‘통계청, 근로자 분류법(2020)’ · ‘한국노동연구원, 특수형태근로종사자 규모 추정 연구(2019)’ 결과를 바탕으로 재구성하였다.

4. 콘텐츠산업 부문 노동시장 특성

가. 신규 인력 시장 진입의 어려움

콘텐츠산업 부문 노동시장은 콘텐츠 분야 상품과 서비스 특성(상업적 성공에 대한 높은 불확실성), 인력들을 고용하는 주체인 기업 특성(성공 불확실성을 고려한 비용 절감, 특히 인건비 절감 경향), 노동력을 제공하는 주체인 인력의 특성(콘텐츠 관련 핵심 역량인 창의적 역량 축적 가능성을 최대한으로 높이기 위해 평판과 네트워크 구축 중시)이 서로 연계되어 타 산업과는 차별적인 특성을 형성하고 있다(이용관·김혜인, 2015).

우선 콘텐츠 분야로 진입하는 노동 공급에 비해 제한된 노동 수요로 콘텐츠 분야 근로조건 및 환경은 타 산업 대비 열악한 수준이며, 노동 수요자들은 암묵적 역량이 체득된 경력직이나 시장에서 공인된 인력을 선호하게 되어 인력 간 격차 또한 더욱 심화되고 있는 실정이다(이용관·김혜인, 2015). 특히 이러한 경력직 선호 경향은 경력별 임금편차로 이어지는데 관련 조사 결과 콘텐츠 분야 종사자 간 임금격차는 타 분야에 비해 높은 편이며, 특히 학력에 비해 경력에 따른 격차가 큰 것으로 나타났다. 그 중에서도 창작 인력의 평균임금 격차의 폭이 가장 큰 것으로 나타났으며(이용관·김혜인, 2015), 특히 콘텐츠 관련 사업체들의 경력직 채용 비중이 전체 채용예정 인원의 48.5%¹³⁾에 달하고 있는 등 콘텐츠 분야 내에서 경력 프리미엄이 심화되고 있음을 짐작할 수 있다. 특히 이 부족 인력의 상당 부분을 프리랜서가 채우고 있는 양상을 보여 신규 인력들이 고용시장 진입에 어려움을 겪고 있다는 것이 콘텐츠산업 부문 노동시장의 주된 특성 중 하나이다.

나. 수요·공급 간 인력 미스매치

콘텐츠산업은 창작 인력의 창의적 작업과 기술지원 인력의 협업을 통한 콘텐츠 제작에 기반을 두기 때문에 제조업처럼 고숙련 노동자를 보완하기 위해 대규모 반숙련·미숙련 노동자를 투입하기 어려운 분야이다(한국콘텐츠진흥원, 2020b). 또한 콘텐츠산업은 고부가가치 창출과 일자리 창출효과가 큰 산업으로 창의인력이 보유한 내적 역량에 대한 의존도가 높다는 특성을 가지고 있기 때문에 콘텐츠 분야 인력 수급양상은 콘텐츠 생산과 산업적 성과에 영향을 미치는 중요한 사안이라 할 수 있다.

한국콘텐츠진흥원(2020b: 114)에 따르면 2018년 기준 콘텐츠산업의 신규 구인인원 3.9천명에 비해 취업대상자는 13.4천 명으로 연간 9.5천 명 정도가 과잉 공급되는 양상을 보이고 있는

13) 한국콘텐츠진흥원(2020b). 콘텐츠산업 고용구조 변화연구.

것으로 나타났다. 특히 장르별 인력수급 현황을 보면 게임 장르를 제외한 모든 장르에 걸쳐 신규인력의 과잉 공급양상이 나타나고 있으나 직무별 인력 현황에서는 기획, 마케팅/사업, 제작, 연구개발 순으로 부족 인원이 발생하는 특성을 보인다. 즉, 신규 인력의 과잉공급에도 불구하고, 직무별 인력 매칭이 제대로 이뤄지지 못함으로써 결과적으로는 인력 부족의 어려움을 겪고 있음을 알 수 있다. 부족 인력은 대체로 기획 및 제작 관련 직무에서 나타나며, 특히 게임 장르의 경우 모든 직무에서 인력부족을 경험하는 양상을 보이고 있었다. 이러한 부족 인원의 상당 부분을 프리랜서 인력이 채우고 있다는 점도 주목할 만한 부분이다.

다. 열악한 근로 환경

콘텐츠산업 부문의 경우 앞서 언급한 콘텐츠의 상업적 성공에 대한 불확실성, 기업들의 인건비 감축 경향으로 인해 콘텐츠 기획 및 제작과정이 프로젝트 단위로 이루어지게 되고, 이는 곧 비정규직 비율과 이직률을 높이는 원인으로 작용하고 있다(이용관 · 김혜인, 2015). 이러한 생산 구조는 노동 유연성을 강화하는 한편 인력들의 잦은 이직으로 인한 조직 몰입도 저하 · 생산성 저하 · 업무단절과 비효율 · 교육비용 증가라는 근로 환경 문제로 연결된다.

또한 콘텐츠 생산이 노동집약적일 뿐 아니라 콘텐츠 상품 및 서비스 수명이 짧아 작업시간이 제한되기 때문에 노동 강도가 타 산업에 비해 높은 편이며, 특히 콘텐츠 생산과정에서 인력의 창의성과 열정에 대한 높은 의존성으로 인해 창작자들의 지식과 경험, 노동과 학습시간에 대한 요구가 늘어나고 있다는 점도 노동 강도를 더욱 강화시키는 요인으로 작용하고 있다(이용관 · 김혜인, 2015).

5. 콘텐츠산업 부문 창의인력 실태 관련 주요 쟁점

가. 창의 노동의 디지털 전환 심화

2020년 들어 코로나19의 확산 위험을 최소화하기 위한 방편으로 원격 근무가 보편화되면서 콘텐츠 제작 환경도 물리적 접촉을 통해 이뤄지는 노동집약적, 대면 중심적 방식에서 벗어나 클라우드 컴퓨팅 및 화상회의 등 디지털 기술을 활용한 원격 비대면 방식으로 전환되는 경향이 강화되고 있다. 게임산업의 경우 온라인 협업이 용이하고, 원격근무시스템이 잘 구축된 환경에 힘입어 타 산업에 비해 재택근무를 통한 원격 제작이 활발하게 이루어지고 있으며. 방송이나 영화 산업의 경우 물리적 공간을 기반으로 이뤄지는 노동집약적 작업 특성으로 인해 재택 또는 원격 근무가 쉽지 않은

분야로 손꼽히나 최근 가상 제작 시스템 등 비대면 제작 방식을 도입하기 위한 작업이 활발히 진행 중이다. 예를 들어 디지털 제작 스튜디오인 소니픽처스 이미지웍스(Sony Pictures Imageworks)는 제작 업무의 90%를 재택 근무방식으로 전환하였고, 자체 콘텐츠 제작을 확대하고 있는 글로벌 OTT(Over The Top) 기업 넷플릭스(Netflix)는 콘텐츠 제작 과정에서 온라인 플랫폼을 활용한 제작 관리 및 협업 시스템을 구축함으로써 포스트 프로덕션을 실행 중인 것으로 나타났다¹⁴⁾.

이러한 원격 및 재택 근무형태는 코로나 19 확산을 계기로 뉴노멀로 자리매김할 전망을 보이고 있다. 코로나19 확산 이후 의무 재택 근무제를 시행해왔던 트위터는 코로나 19 종식 이후에도 희망하는 직원들을 대상으로 무기한 재택근무(Work From Home · WFH)를 허용하기로 했으며, 페이스북은 10년 안에 직원 중 절반을 상시적 재택근무로 전환하겠다고 선언한 바 있다¹⁵⁾. 이러한 추세와 더불어 향후 디지털 협업 톨 등의 기술 인프라를 활용한 비대면 업무 환경을 조성하고, 재택근무와 사무실 출근을 병행하는 하이브리드 근무방식을 도입함으로써 업무 혁신을 꾀하는 디지털 워크가 확산될 것으로 전망되며, 특히 이러한 변화는 콘텐츠 생산과정에서 업무의 효율화와 제작환경 개선을 통한 노동의 질적 향상과 더불어 장기적으로는 콘텐츠 생산 확대 효과를 가져올 것으로 기대되고 있다.

또한 이와 같은 디지털 전환은 콘텐츠 분야 내 새로운 직무 수요 창출의 기회요인으로 작용할 수 있다. 세계경제포럼 보고서¹⁶⁾에 따르면 애널리틱스 등의 데이터분석 및 성과관리, 정보 보안관리 분야 전문가가 미래 유망직종으로 부상함에 따라 콘텐츠 분야에 진출할 가능성이 높을 것으로 예측되며, 국내의 경우도 이와 같은 산업 내 디지털 전환과정에 수반되는 새로운 기술 습득을 위한 인력 양성의 중요성이 더욱 높아질 것으로 전망된다.

나. 콘텐츠산업 노동시장 불안정성 확산에 대한 선제적 대응

콘텐츠산업이 배태하고 있는 내부적 특성과 더불어 2020년도 들어 코로나 19 확산이 콘텐츠 산업 일자리에 미치고 있는 영향력을 살펴보는 것도 중요한 사안이라 할 수 있다.

국내 콘텐츠산업 일자리 현황을 살펴보면, 2020년 콘텐츠산업 종사자 수는 2019년 68.2만 명 대비 -5.8% ~ 0.8%의 증감(64.7만 명 ~ 68.8만 명)을 보일 것으로 예측되고 있다(한국콘텐츠진흥

-
- 14) (2019년 11월 18일자, Moneys) 넷플릭스는 어떻게 콘텐츠 제작환경을 바꿨나
<https://moneys.mt.co.kr/news/mwView.php?no=2019111808538052584&code=w0402>
 World Economic Forum(2020), *Building Back Better : An Action Plan for the Media, Entertainment and Culture Industry*. p.14
- 15) (2020년 7월 1일자, 중앙일보) '영원히 재택근무' 선언한 트위터 "창의적 인재 원한다면 장소 따지지 말라". <https://news.joins.com/article/23814397>
- 16) World Economic Forum(2020), *Building Back Better : An Action Plan for the Media, Entertainment and Culture Industry*. p.15

원, 2020). 그러나 현재 코로나 19 관련 고용지원책 대부분이 고용보험 가입자를 중심으로 시행됨에 따라 특수형태근로종사자를 포함한 프리랜서의 경우 고용지원 사각지대가 발생할 가능성이 높은 실정¹⁷⁾이다.

향후 코로나 19 장기화에 따른 경영 불확실성에 대응하기 위해 정규직 대신 인력 아웃소싱 및 프리랜서 활용이 더욱 증가¹⁸⁾할 것으로 예상되는 가운데, 취약계층의 고용안전망 강화를 위한 소득보장제도 개편 등 정부와 지역사회, 민간 차원의 대안을 마련하기 위한 움직임이 더욱 강화될 것으로 전망되고 있다. 국내에서는 정부가 모든 노동자를 대상으로 하는 ‘전국민 고용보험’ 추진 계획을 발표한 이후, 고용보험 사각지대를 해소하기 위해 소득기반 고용보험을 시행하는 방안이 검토되고 있으며, 이와 관련하여 예술인·프리랜서·자영업자·특수고용형태근로종사자의 실효성 있는 고용보험 적용방안에 대한 논의가 활발하게 진행되고 있다. 특히 현재 고용보험법 특례 규정으로 예술인을 편입시키는 법 개정안이 통과되어 2020년 12월 10일부터 예술인 고용보험이 시행되었으며, 지자체 단위로는 서울시가 고용보험 가입 조건이 충족되지 못한 노동자들을 대상으로 고용보험 혜택을 제공하기 위해 고용보험 가입 시 사업주가 부담할 몫을 서울시에서 담당하고, 노동자가 실직했을 때 생계안정자금 일부를 지원하는 ‘서울노동계좌제’ 도입을 제안한 바 있다.¹⁹⁾

국외의 경우 노동자가 일터를 옮길 때마다 따라 움직이는 이른바 ‘이동형 복지(portable benefits)’를 확대하기 위한 움직임이 전개되고 있다. 대표적인 사례로 미국의 사회보장연금(Social Security Benefits)의 경우 다수의 고용주가 노동자의 연금을 적립하는 방식으로 노동자가 직장을 옮겨도 소득기록이 사라지지 않기 때문에 연금혜택이 유지되는 특성을 가지고 있다(새라 케슬러, 2019). 또한 2015년에는 북미서비스노동조합·전미가사노동자연맹·프리랜서조합에서 이런 이동형 복지를 건강보험·유급병가 등 그 밖의 사회보험으로 확대할 것을 제안하는 공개서한을 제출하기도 하였다(새라 케슬러, 2019).

이 밖에도 금융권 접근성이 낮은 특수고용노동자 및 프리랜서의 소득안정성을 담보해주는 스타트업 자산관리 서비스 등 고용안전망 강화를 위한 민간 비즈니스 차원의 움직임도 활발해질 것으로 전망되고 있다. 미국의 금융 어플리케이션 ‘이븐(even)’의 경우, 소득 분석 프로그램

17) 통계청에 따르면 2019년 8월 기준 국내 전체 취업자 2,735만 명 중 고용보험 가입자는 전체 취업자의 약 50%에 불과한 1,353만 명으로 나타났으며, 콘텐츠산업의 경우 전체 인력의 30.5%가 프리랜서로 추산되었다.

18) (2020년 4월 5일자, 한국경제) 코로나 발 장기불황 대비하는 기업들…로펌에 휴직수당 무급휴직 자문 급증. <https://www.hankyung.com/society/article/202003302731i>

19) (2020년 5월 13일자, 매일노동뉴스) 전 국민 고용보험 중간단계로 ‘서울노동계좌제’ 어떨까. <http://www.labortoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=164480>

램을 통해 이용자가 평균적으로 벌던 소득 이하를 벌면 부족분을 무이자로 빌려주고, 더 벌면 그 돈을 가져가는 방식으로 매월 안정적인 소득을 보장하고 있으며, ‘어니스트 달러(Honest Dollar)’는 프리랜서 등 퇴직연금에 가입되지 않은 노동자가 퇴직금을 적립할 수 있도록 퇴직연금 계좌관리 서비스를 제공하는 등 고용안정 사각지대를 최소화하기 위한 다각적인 노력이 이루어지고 있다(새라 케슬러, 2019).

이상 알아본 콘텐츠산업 노동시장 특성·주요 쟁점에 대한 현황은 본 연구를 통해 진행된 실태조사 결과를 통해서도 확인할 수 있다. 관련 내용은 3장에서 다루었으며, 부문별 조사 개요·설문 내용 등 전반 설계 내역을 비롯하여 주요 항목별 빈도 분석 결과를 제시하였다.

제 3 장
콘텐츠산업 창의인력 실태조사 및 분석

20

20



제 3 장 콘텐츠산업 창의인력 실태조사 및 분석

1. 조사 기본 설계

콘텐츠산업 부문 창의인력 실태조사는 창의인력 고용형태·고용지위·근로 환경 및 복지·교육 및 경력 관리 현황·고용 전망 등 전반 실태 파악을 위해 사업체(콘텐츠산업 특수분류체계 기준 8개 장르 기준 창의성을 요구하는 업종을 영위하고 있는 사업체) 조사와 인력 조사(본 연구 창의인력 개념 및 범위에 근거한 관련 인력)로 구분하여 진행하였다. 특히 인력 조사의 경우 정량 조사 이외에도 정성 조사(심층 인터뷰)를 병행 진행하였으며, 각 조사별 기본 설계 내용은 다음 <표 3-1>, <표 3-2>, <표 3-3>과 같다.

<표 3-1> 사업체 조사 기본 설계

구분	세부 내용
모집단	· 2019년 12월 31일 기준 『콘텐츠산업 특수분류, 통계청』에 규정된 본 연구 대상 장르를 영위하고 있는 전국의 사업체 중 기획·제작 관련 업종을 영위하고 있는 사업체
조사 대상 장르	· 출판·만화/웹툰·음악·게임·영화·애니메이션·방송·캐릭터
조사 명부	· 나이스신용평가정보(RM1)· 지방행정 인허가 데이터· 유관협회· 단체 보유 명부
조사 단위	· 사업체
조사 대상	· 사업체 대표· 인사담당자· 팀장급 또는 경력 3년 이상 실무진
모집단 층화	· 장르(대분류)· 사업체 규모(종사자 수)
유효 표본	· 1,027개
표본 배분	· 멱배분(Power Allocation)
표본 추출	· 층화계통추출(Stratified Systematic Sampling) → 각 층별 업종·사업체 소재지 기준 정렬 후 계통추출
조사 방법	· 온라인 웹(Web) 조사 및 대면 면접 조사 방법 병행
자료 수집 도구	· 구조화된 설문지

<표 3-2> 인력 조사 기본 설계

구분	세부 내용	
	소속 근로자	프리랜서
모집단	· 본 조사 대상 사업체에서 활동하고 있는 창의인력	
조사 대상 장르	· 출판·만화/웹툰·음악·게임·영화·애니메이션·방송·캐릭터	
모집단 층화	· 장르(대분류)·직무 유형·사업체 규모(종사자 수)	· 장르(대분류) / 직무 유형
유효 표본	· 1,251명	· 1,109명
표본 배분	· 역배분(Power Allocation)	· 역배분(Power Allocation)
표본 추출	· 비확률추출(Non-provability Sampling) → 1차 구축된 조사 응답자를 기반으로 눈덩이 표집법 실시	
조사 방법	· 온라인 웹(Web) 조사 및 대면 면접 조사 방법 병행	
자료 수집 도구	· 구조화된 설문지	

<표 3-3> 인력 조사 기본 설계(심층 인터뷰)

구분	세부 내용
조사 대상	· 조사일 현재 본 조사 대상 장르에서 활동하고 있는 창의인력(소속 근로자/프리랜서)
조사 대상 장르	· 출판·만화/웹툰·음악·게임·영화·애니메이션·방송·캐릭터
조사 명부	· 정량 조사 참여자 중 '심층 인터뷰 참여 및 개인정보이용' 동의자
유효 표본	· 총 48명(장르별 소속 근로자 4명/프리랜서 2명)
층화	· 소속 근로자 : 장르(대분류)·사업체 규모(종사자 수)·경력·직무 유형 → 사업체 규모 : 대규모·중소규모 사업체 → 경력 : 조사일 기준 3년 ~10년 중견급 → 직무 유형 : 기획/제작 관련 직무·기타 직무 · 프리랜서 : 장르(대분류)·경력·직무 유형 → 경력 : 조사일 기준 3년 ~10년 중견급 → 직무 유형 : 기획·제작 관련 직무
표본 배분	· 층화 기준을 고려한 유의적 배분
표본 추출	· 비확률추출(Non-provability Sampling) → '심층 인터뷰 참여 및 개인정보이용' 동의자 중 정량 조사 응답 충실성 고려
조사 방법	· 심층 인터뷰(서면질의서 활용)
자료수집도구	· 반(半)구조화된 설문지 → 자유로운 의견 개진 가능성 고려

2. 표본 설계

사업체 조사 시 표본설계는 총 1,000개 표본 확보를 목표로 장르·사업체 규모 기준 층화(지역과 세부 업종은 내재적 층화변수로 활용) 후 역배분법을 활용하여 표본배분 하였으며, 최종 표본 배분 결과는 <표 3-4>와 같다.

<표 3-4> 장르·사업체 규모별 표본 배분 결과(사업체 조사)

(단위: 개)

장르 \ 사업체 규모	1-9인	10-49인	50인 이상	합계
전체	803	145	52	1,000
출판	324	26	5	355
만화	27	4	3	34
웹툰	11	4	3	18
음악	155	4	3	162
게임	83	4	3	90
영화	33	24	10	67
애니메이션	42	23	4	69
방송	43	43	10	96
캐릭터	88	16	5	109

인력(소속 근로자) 조사 시 표본설계는 한국콘텐츠진흥원에서 주관한 2019년 콘텐츠산업 고용구조 변화연구 내 장르별 종사자 분포를 기준으로 진행되었다. 해당 연구는 본 연구와 동일한 장르, 업종(일부 유통배급 관련 업종이 포함되어 있으나 제작기획 업종에 중점을 두고 진행) 대상으로 진행되어 콘텐츠산업 부문 창의인력의 전반적인 분포 현황 파악이 가능하기 때문이다. 총 1,000개 표본을 확보를 목표로 하였으며, 층화 변수로는 장르·사업체 규모 이외에도 직무 유형을 추가 고려하였다. 배분 시에는 가장 이상적 오차범위를 보인 역배분법을 활용하였으며, 표본추출은 추출틀 구축이 현실적으로 불가능하므로 비확률 추출법을 활용하였다. 최종적으로 소속 근로자 조사의 표본 배분 결과는 <표 3-5> <표 3-6>과 같다.

<표 3-5> 장르·직무유형별 표본 배분 결과(소속 근로자 조사)

(단위: 명)

장르 \ 직무 유형	관리	기획 (제작기획)	제작	마케팅/사업	연구개발	합계
전체	149	252	335	154	110	1,000
출판	27	45	39	37	17	165
만화	12	18	19	11	14	74
웹툰	12	13	13	13	12	63
음악	16	36	30	12	5	99
게임	9	39	60	46	27	181
영화	15	32	41	5	3	96
애니메이션	13	25	50	10	7	105
방송	20	22	62	9	6	119
캐릭터	25	22	21	11	19	98

※ 웹툰의 경우 관련 모집단 정보가 없기 때문에 총별 임의할당배분을 하였다.

<표 3-6> 장르·사업체 규모별 표본 배분 결과(소속 근로자 조사)

(단위: 명)

장르 \ 사업체 규모	1-9인	10-49인	50인 이상	합계
전체	196	302	503	1,000
출판	19	47	99	165
만화	22	35	17	74
웹툰	21	21	21	63
음악	26	39	34	99
게임	6	35	140	181
영화	48	26	22	96
애니메이션	15	32	58	105
방송	10	21	88	119
캐릭터	29	46	24	98

※ 웹툰의 경우 관련 모집단 정보가 없기 때문에 총별 임의할당배분을 하였다.

인력(프리랜서) 조사 시 표본설계 또한 한국콘텐츠진흥원에서 주관한 2019년 콘텐츠산업 고용구조 변화연구 내 장르별 프리랜서 분포를 기준으로 진행되었다. 총 1,000개 표본을 확보를 목표로 하였으며, 층화 변수로는 장르·직무 유형을 활용하였다. 배분 시에는 가장 이상적 오차범위를 보인 먹배분법을 활용하였으며, 표본추출은 추출틀 구축이 현실적으로 불가능하므로 비확률 추출법을 활용하였다. 최종 표본 배분 결과는 다음과 같다.

<표 3-7> 장르·직무 유형별 표본 배분 결과(프리랜서 조사)

(단위: 명)

장르 \ 사업체 규모	기획 (제작기획)	제작
전체	229	771
출판	38	142
만화	38	131
웹툰	15	15
음악	22	141
게임	26	36
영화	19	85
애니메이션	19	72
방송	16	118
캐릭터	36	31

※ 웹툰의 경우 관련 모집단 정보가 없기 때문에 층별 임의할당배분을 하였다.

3. 설문 설계

본 조사를 위한 설문은 분석 일관성을 고려하여 2018년 최초 연구 시 활용된 문항을 준용 하되 장르별 유관협회·학계 전문가·현업 종사자 등 전문가 검수를 거쳐 수정·보완 작업 후 최종 확정하였다. 부문별 설문 문항 구성 결과는 다음과 같다.

<표 3-8> 설문 문항 구성(사업체 조사)

구분	세부 내용
일반 현황	○ 사업체명, 소재지, 창설년월, 주 사업 분야 ○ 연간 총 매출액 및 종사자 규모
인력 현황	○ 유형별 종사자 수, 월 평균 초임, 퇴사자 현황 ○ 코로나19 대응 현황 및 감축 인원, 2020년 채용 계획
프리랜서 활용 현황	○ 프리랜서 활용 여부 ○ 직무별 근로자형태별 프리랜서 현황 ○ 프리랜서 계약 방식, 프리랜서 계약 시 구두계약 및 계약서 미작성 이유 ○ 프리랜서 미활용 이유, 향후 프리랜서 활용 예상 규모
근로 여건	○ 재직자 대상 교육훈련 현황 및 효과, 재직자 교육훈련 미실시 이유 ○ 신입직원 대상 교육훈련 현황 및 효과, 교육훈련 미실시 이유 ○ 동종 업계 대비 근로 여건 평가(임금, 노동강도, 근로환경 등) ○ 고용유지에 영향을 미치는 근로 여건
고용 전망	○ 콘텐츠산업 인력난 심각성 정도 및 원인 ○ 채용 애로사항 해소를 위한 인력 유형 ○ 코로나19 이후 인력수급 및 고용환경 변화 ○ 코로나19 이후 중요하다고 생각되는 고용정책

<표 3-9> 설문 문항 구성(소속 근로자 조사)

구분	세부 내용
소속기업 일반 현황	○ 소재지, 주 사업 분야, 총 종사자 규모
종사자 일반 정보	○ 활동 전문영역, 주 업무 분야, 고용 형태, 근무 형태, 재직 기간 ○ 주 활동 분야 입문 경로, 프로젝트 참여 현황, 소득 현황 등
근로 환경 및 복지	○ 근로시간 및 근로일 수, 주당 평균 근무시간 ○ 해택 수여 가능 여부(법정퇴직금/퇴직연금, 상여금, 시간외수당 등) ○ 휴직 활용 여부, 4대 보험 가입 여부, 업무 환경 평가 ○ 재해 발생 시 처리 방법
부당 행위	○ 부당행위의 종류별 경험 여부 및 대처 방안 ○ 코로나19 확산에 의한 부당행위 경험 및 대처 방안
교육 현황 및 경력 관리	○ 최종 학력 및 전공, 전공과 업무의 연관성 및 수행 도움 정도 ○ 콘텐츠 관련 직무교육 현황, 입문 전 콘텐츠 관련 직무교육 경험 ○ 직무 인식 및 만족도, 이직 의향
산업 전망	○ 콘텐츠산업 및 활동 분야 고용안정성 및 발전가능성 ○ 콘텐츠산업 인력난 정도
고용 전망	○ 코로나19 이후 콘텐츠산업 고용유지 및 인력수급 상황 전망 ○ 코로나19 이후 고용정책 관련 대응 방향
인구통계학적 특성	○ 성별, 연령, 거주지, 혼인여부, 가구소득 수준 ○ 콘텐츠 제작 관련 협회 및 단체 가입 여부

<표 3-10> 설문 문항 구성(프리랜서 조사)

구분	세부 내용
일반 정보	<ul style="list-style-type: none"> ○ 활동 전문영역, 고용 및 근로 형태, 최근 1년 간 주 활동 분야 ○ 콘텐츠산업 내 경력 및 프리랜서 활동 기간, 프리랜서 활동 이유 ○ 콘텐츠 제작 활동 수주 경로, 프로젝트 참여 현황 ○ 근로일 수, 근로소득 현황, 콘텐츠산업 이외에 병행한 일의 형식 및 이유
고용 및 계약 형태	<ul style="list-style-type: none"> ○ 업무 환경 및 조건, 계약 형태, 프리랜서 계약 시 주 계약상대 등
근로 환경 및 복지	<ul style="list-style-type: none"> ○ 사업체 소속 여부, 업무 수행 장소 및 지시 감독 주체 ○ 근로시간 및 근로일 수 ○ 혜택 수여 가능 여부(법정퇴직금/퇴직연금, 상여금, 시간외수당 등) ○ 휴직 활용 여부, 4대 보험 가입 여부, 재해 발생 시 처리 방법 ○ 예술인복지법 적용 대상 여부, 업무환경 평가
교육 현황 및 경력 관리	<ul style="list-style-type: none"> ○ 부당행위의 종류별 경험 여부 및 대처방안 ○ 코로나19 확산에 의한 부당행위 경험 여부 및 대처방안 ○ 최종 학력 및 전공, 전공과 직무의 연관성 및 수행 도움 정도 ○ 콘텐츠 관련 직무교육 현황, 입문 전 콘텐츠 관련 직무교육 경험 ○ 직무 인식 및 만족도, 이직 의향
산업 전망	<ul style="list-style-type: none"> ○ 콘텐츠산업 및 활동 분야 고용안정성 및 발전가능성 전망
고용 전망	<ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19 이후 콘텐츠산업 고용유지 및 인력수급 상황 전망 ○ 코로나19 이후 고용정책 관련 대응 방향
인구통계학적 특성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 성별, 연령, 거주지, 혼인여부, 가구소득 수준 ○ 콘텐츠 제작 관련 협회 및 단체 가입 여부

4. 조사 응답 사업체 · 인력 특성

가. 정량 조사 부문

(1) 사업체 조사

사업체 조사의 경우 총 1,027개 표본을 확보, 목표 표본을 초과 달성(2018년 대비 2.7% 확대)하였으며, 응답 사업체 특성별 현황은 다음 <표 3-11>과 같다.

<표 3-11> 응답 사업체 특성

(단위 : 개, %)

구분		사례수	%
전체		(1,027)	100.0
장르	출판	(365)	35.5
	만화	(25)	2.4
	웹툰	(13)	1.3
	음악	(180)	17.5
	영화	(79)	7.7
	게임	(106)	10.3
	애니메이션	(57)	5.6
	방송	(112)	10.9
	캐릭터	(90)	8.8
종사자 규모	10인 미만	(813)	79.2
	10~49인	(165)	16.1
	50인 이상	(49)	4.8
총 매출액	3억원 미만	(537)	52.3
	3억~5억원 미만	(127)	12.4
	5억~10억원 미만	(145)	14.1
	10억~50억원 미만	(143)	13.9
	50억~100억원 미만	(32)	3.1
	100억원 이상	(43)	4.2

(2) 인력(소속 근로자) 조사

소속 근로자 조사의 경우 총 1,251개 표본을 확보, 목표 표본을 초과 달성(2018년 대비 25.1% 확대) 하였으며, 응답자 특성별 현황은 다음 <표 3-12>과 같다.

<표 3-12> 응답 인력 특성(소속 근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	%
전체		(1,251)	100.0
장르	출판	(285)	22.8
	만화	(63)	5.0
	웹툰	(55)	4.4
	음악	(103)	8.2
	영화	(130)	10.4
	게임	(265)	21.2
	애니메이션	(87)	7.0
	방송	(176)	14.1
	캐릭터	(87)	7.0
주 업무 분야	기획	(296)	23.7
	제작	(412)	32.9
	관리	(270)	21.6
	마케팅/사업	(142)	11.4
	연구개발	(105)	8.4
	기타	(26)	2.1
경력	1년미만	(194)	15.5
	1~3년미만	(403)	32.2
	3~5년미만	(262)	20.9
	5~10년미만	(244)	19.5
	10년이상	(148)	11.8
소속 기업 규모	10인 미만	(553)	44.2
	10~49인	(397)	31.7
	50인 이상	(301)	24.1
고용 형태	정규직	(1,130)	90.3
	비정규직	(121)	9.7
고용 지위	상용	(1,150)	91.9
	비상용	(118)	9.4

(3) 인력(프리랜서) 조사

프리랜서 조사의 경우 총 1,109개 표본을 확보, 목표 표본을 초과 달성(2018년 대비 10.9% 확대) 하였으며, 응답자 특성별 현황은 다음 <표 3-13>과 같다.

<표 3-13> 응답 인력 특성(프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	%
전체		(1,109)	100.0
장르	출판	(193)	17.4
	만화	(145)	13.1
	웹툰	(57)	5.1
	음악	(141)	12.7
	영화	(125)	11.3
	게임	(91)	8.2
	애니메이션	(87)	7.8
	방송	(183)	16.5
	캐릭터	(87)	7.8
주 업무 분야	기획	(242)	21.8
	제작	(764)	68.9
	관리	(40)	3.6
	마케팅/사업	(36)	3.2
	연구개발	(25)	2.3
	기타	(2)	0.2
경력	1년미만	(86)	7.8
	1~3년미만	(381)	34.4
	3~5년미만	(224)	20.2
	5~10년미만	(228)	20.6
	10년이상	(190)	17.1
고용 지위	임시근로자	(529)	47.7
	일용근로자	(351)	31.7
	자영업자	(294)	26.5
	기타	(157)	14.2

나. 정성 조사(심층 인터뷰) 부문

심층 인터뷰 형태로 진행된 정성 조사의 경우 총 48개 표본을 확보(2018년 대비 29.7% 확대)하였으며, 응답자 특성별 현황은 다음 <표 3-14>, <표 3-15>와 같다.

<표 3-14> 정성 조사 응답자 특성(소속 근로자)

No.	활동 전문분야	종사자 규모	주 업무유형	주 업무
1	출판	중소규모	기획 및 제작직	출판 기획
2	출판	중소규모	기타직	도서기획 및 마케팅
3	출판	대규모	기획 및 제작직	온라인 콘텐츠 개발
4	출판	대규모	기타직	영업 및 홍보
5	만화/웹툰	중소규모	기획 및 제작직	웹툰PD
6	만화/웹툰	중소규모	기타직	총괄매니저
7	만화/웹툰	대규모	기획 및 제작직	웹툰 채색 및 보정
8	만화/웹툰	대규모	기타직	경영기획
9	음악(공연)	중소규모	기획 및 제작직	라이브 연주
10	음악(공연)	중소규모	기타직	홍보
11	음악(공연)	대규모	기획 및 제작직	무대 감독
12	음악(공연)	대규모	기타직	HRM
13	영화	중소규모	기획 및 제작직	시나리오 작가
14	영화	중소규모	기타직	홍보
15	영화	대규모	기획 및 제작직	음악감독
16	영화	대규모	기타직	상영관 운영지원
17	게임	중소규모	기획 및 제작직	서비스기획
18	게임	중소규모	기타직	HR
19	게임	대규모	기획 및 제작직	데이터 분석
20	게임	대규모	기타직	프로덕트 관리
21	애니메이션	중소규모	기획 및 제작직	제작 프로듀서
22	애니메이션	중소규모	기타직	콘티
23	애니메이션	대규모	기획 및 제작직	기획 및 시나리오
24	애니메이션	대규모	기타직	연출 감독
25	방송	중소규모	기획 및 제작직	모션그래픽
26	방송	중소규모	기타직	매니저
27	방송	대규모	기획 및 제작직	드라마 기획
28	방송	대규모	기타직	경영지원
29	캐릭터	중소규모	기획 및 제작직	게임 캐릭터 제작
30	캐릭터	중소규모	기타직	SNS 홍보
31	캐릭터	대규모	기획 및 제작직	VFX 제작
32	캐릭터	대규모	기타직	스토리보드

<표 3-15> 정성 조사 응답자 특성(프리랜서)

No.	활동 전문분야	주 업무	부 업무
1	출판	콘텐츠 기획	출판 기획 및 제작
2	출판	1인 출판	디자인, 편집, 마케팅
3	만화/웹툰	웹툰 제작	-
4	만화/웹툰	스토리보드	-
5	음악(공연)	작·편곡	악보제작, 레슨, 연주, 음악감독
6	음악(공연)	연극 기획	강의
7	영화	시나리오 작가	연출(감독)
8	영화	연출 및 촬영	외주 촬영 및 편집
9	게임	게임 기획	게임 현지화 및 번역
10	게임	번역	바이럴 마케팅
11	애니메이션	동화 제작	-
12	애니메이션	시나리오 작가	기획 및 자료조사
13	방송	구성 작가	-
14	방송	제작 PD	-
15	캐릭터	영상 편집	그래픽 디자인, 포토샵·일러스트 강사
16	캐릭터	일러스트 제작	-

5. 조사 결과 해석 시 유의사항

본 조사 결과는 단위 미만에서 반올림하였으므로 세목의 합계가 총계(또는 전체)와 일치하지 않을 수 있다. 아울러 본 조사 결과 수록 시 사용된 부호는 다음과 같다.

<표 3-16> 조사 결과 수록 시 사용된 부호

구분	세부 내용
[-]	해당 정보가 없음
[0]	조사 결과 값이 0 이거나, 소수점 첫째자리에서 0의 근사값임
[0.0]	조사 결과 값이 0 이거나, 소수점 둘째자리에서 0의 근사값임

본 조사는 콘텐츠산업 8개 장르(출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 캐릭터)를 망라한다는 점에서, 장르별 샘플 수가 특정 장르에 특화된 실태조사보다 적다. 따라서 콘텐츠산업 내 창의인력의 대체적인 경향 파악에는 참조가 가능하나, 각 장르의 결과를 해당 장르 전체를 대표하는 값으로 일반화하여 해석하기에는 한계가 있다는 점에 유의할 필요가 있다.

또한 본 조사는 변화하는 산업 환경을 감안, 기존 8개 장르 중 만화에서 웹툰을 분리하여 조사를 설계하였다. 단, 웹툰이 콘텐츠산업 특수분류체계에 반영된 장르가 아니며, 배분된 표본 크기 또한 다른 장르 대비 작기 때문에 결과 분석 시에는 유관 장르인 만화 장르와 통합하여 분석하였다.

2018년 조사 대비 개선·보완 사항을 포함한 세부 조사 설계 내역은 부록편에 수록하였다. 특히 각 조사 간 표본설계·설문설계 부분에 있어 일부 차이가 있으므로 시계열 분석 시 유의가 필요하다.

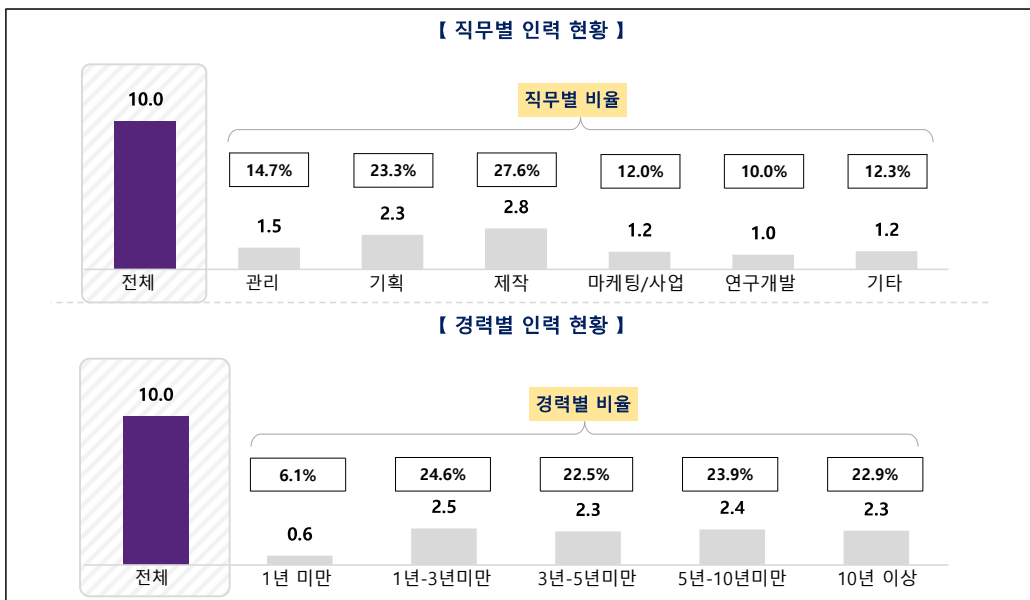
6. 주요 조사 결과

가. 창의인력 기본 특성

(1) 사업체 인력 현황 (사업체)

사업체를 대상으로 2019년 인력 현황을 조사한 결과, 종사자는 평균 10.0명으로 나타났다.

재직자의 직무별 분포를 살펴보면, 제작(27.6%), 기획(23.3%), 관리(14.7%), 마케팅/사업(12.0%), 연구개발(10.0%) 순으로 높은 것으로 나타났고, 경력별로는 1~3년 미만(24.6%), 5~10년 미만(23.9%), 10년 이상(22.9%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-1] 사업체 인력 현황 (사업체)

<표 3-17> 사업체 인력 현황 - 직무별 (사업체)

(단위 : 개소, 명, %)

구분		사례수	종사자 수							비율					
			관리	기획	제작	마케팅/사업	연구개발	기타	전체	관리	기획	제작	마케팅/사업	연구개발	기타
전체		(1,027)	1.5	2.3	2.8	1.2	1.0	1.2	10.0	14.7	23.3	27.6	12.0	10.0	12.3
장르	출판	(365)	0.9	1.2	1.5	0.5	0.7	1.3	6.1	15.5	20.1	23.8	8.6	11.1	20.9
	만화/웹툰	(38)	2.1	2.6	4.3	1.0	0.3	0.4	10.8	19.7	23.8	40.1	9.2	2.9	4.1
	음악	(180)	1.2	1.8	1.5	0.7	0.3	0.9	6.3	18.6	28.3	24.0	10.4	4.8	14.0
	영화	(79)	2.1	8.1	4.7	1.9	2.0	1.6	20.4	10.4	39.5	23.1	9.2	10.0	7.8
	게임	(106)	1.0	1.5	3.4	0.5	2.1	0.6	9.0	11.0	16.5	37.4	6.0	22.9	6.2
	애니메이션	(57)	1.5	2.4	4.3	1.9	0.7	1.4	12.1	12.7	19.5	35.1	15.5	5.6	11.6
	방송	(112)	3.7	3.8	5.9	4.3	2.2	2.8	22.8	16.4	16.9	25.9	18.9	9.5	12.5
	캐릭터	(90)	1.2	1.9	2.8	1.1	0.7	0.5	8.2	14.3	23.5	34.2	13.0	8.5	6.5

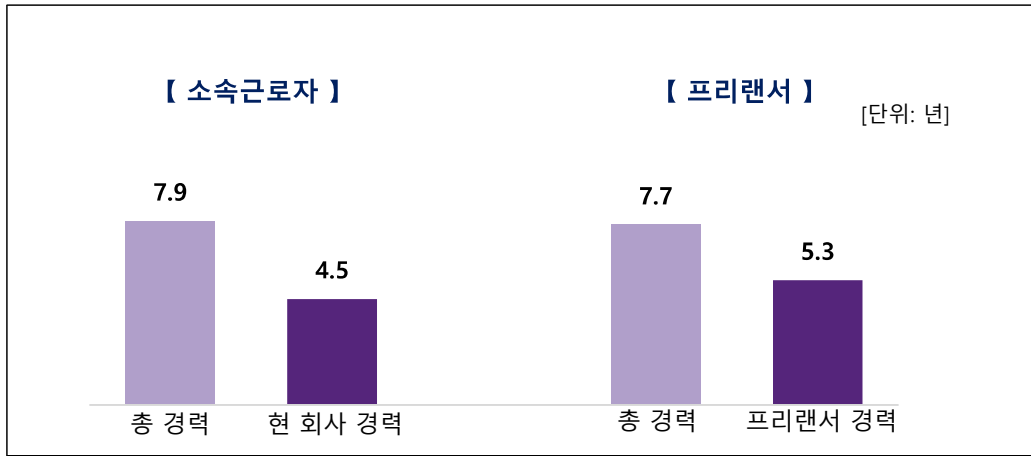
<표 3-18> 사업체 인력 현황 - 경력별 (사업체)

(단위 : 개소, 명, %)

구분		사례수	종사자 수						비율				
			1년 미만	1년~3년 미만	3년~5년 미만	5년~10년 미만	10년 이상	전체	1년 미만	1년~3년 미만	3년~5년 미만	5년~10년 미만	10년 이상
전체		(1,027)	0.6	2.5	2.3	2.4	2.3	10.0	6.1	24.6	22.5	23.9	22.9
장르	출판	(365)	0.2	1.0	1.5	1.7	1.6	6.1	3.2	16.8	24.8	28.4	26.8
	만화/웹툰	(38)	0.8	2.5	3.2	2.6	1.7	10.8	7.8	23.4	29.2	24.1	15.6
	음악	(180)	0.4	2.2	1.6	1.2	0.9	6.3	7.0	34.6	25.1	19.7	13.6
	영화	(79)	1.5	6.5	4.5	4.6	3.3	20.4	7.3	32.1	22.1	22.4	16.1
	게임	(106)	0.8	3.0	1.9	1.6	1.8	9.0	9.0	33.4	20.7	17.5	19.5
	애니메이션	(57)	0.7	2.8	2.9	2.8	3.0	12.1	5.9	23.0	24.0	22.7	24.4
	방송	(112)	1.7	4.8	5.0	5.1	6.1	22.8	7.7	21.1	22.0	22.4	27.0
	캐릭터	(90)	0.1	1.6	1.0	2.8	2.7	8.2	1.5	18.9	11.8	34.5	33.4

(2) 창의인력 경력 현황 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자와 프리랜서의 경력현황을 살펴보면, 소속근로자의 총 경력은 평균 7.9년, 현 회사 평균 경력은 4.5년으로 나타났다. 프리랜서의 총 경력은 평균 7.7년, 프리랜서 경력은 5.3년으로 조사되었다.



[그림 3-2] 창의인력 경력 현황 (소속근로자 / 프리랜서)

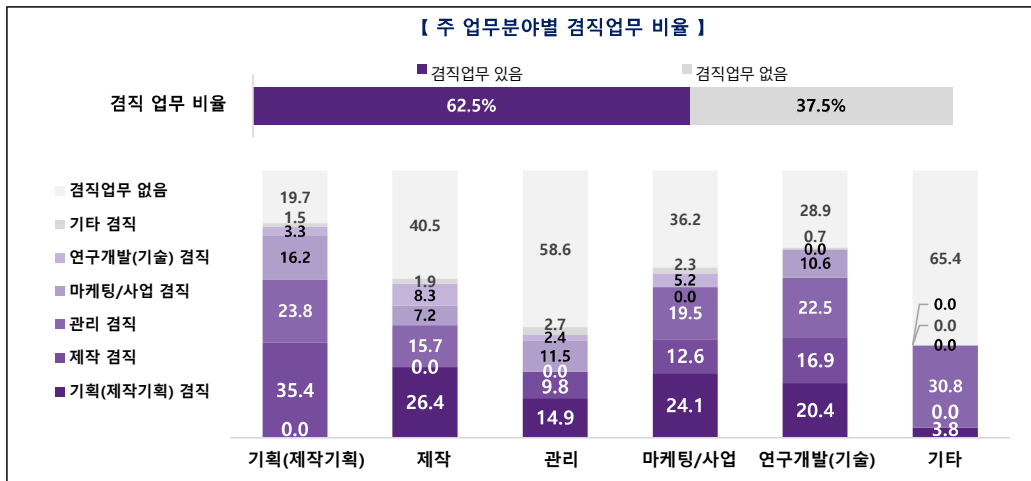
<표 3-19> 창의인력 경력 현황 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, 년)

구분	소속근로자			프리랜서		
	사례수	총 경력	현 회사 경력	사례수	총 경력	프리랜서 경력
전체	(1,251)	7.9	4.5	(1,109)	7.7	5.3
장르	출판	(285)	10.2	(193)	7.2	4.8
	만화/웹툰	(118)	4.7	(145)	7.4	5.6
	음악(공연)	(103)	7.0	(141)	7.5	5.1
	영화	(130)	7.5	(125)	7.3	5.6
	게임	(265)	7.6	(91)	7.5	2.5
	애니메이션	(87)	7.0	(87)	8.7	5.3
	방송	(176)	8.0	(183)	9.4	7.8
	캐릭터	(87)	7.4	(87)	6.0	3.6

(3) 주 업무분야별 겸직업무 분야 (소속근로자)

소속근로자의 주 업무분야별 겸직업무를 살펴보면, 주 업무가 기획(제작기획)인 경우, 제작(35.4%)과 관리(23.8%)를 겸직하는 비율이 가장 높게 나타났다. 주 업무가 제작이나 관리, 마케팅/사업인 경우는 기획(제작기획)을 겸직하는 경우가 각각 26.4%, 14.9%, 24.1%로 가장 높게 나타났으며, 주 업무 연구개발(기술)은 관리 겸직(22.5%)이 가장 높게 나타났다.



[그림 3-3] 주 업무분야별 겸직업무 비율 (소속근로자)

소속근로자 장르별로 살펴보면, 출판, 만화/웹툰, 음악(공연)에서 겸직을 하는 비율이 산업 전체 평균(62.5%)보다 높은 편으로 조사되었다. 출판과 방송은 기획(제작기획) 겸직(각각 22.2%)이 타 장르 대비 높은 비율로 나타났으며, 음악(공연)은 관리 겸직(22.5%), 마케팅/사업 겸직(17.1%)에서, 게임은 연구개발(기술) 겸직(12.3%)이 상대적으로 가장 높게 나타났다.

경력별로 살펴보면, 10년 이상의 소속근로자가 기획(제작기획) 겸직(22.7%), 제작 겸직(18.0%), 마케팅/사업 겸직(13.7%) 비율이 상대적으로 높게 나타났으며, 경력이 낮을수록 겸직 비중이 낮아지는 경향이 나타났다.

<표 3-20> 주 업무분야별 겸직업무 분야 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

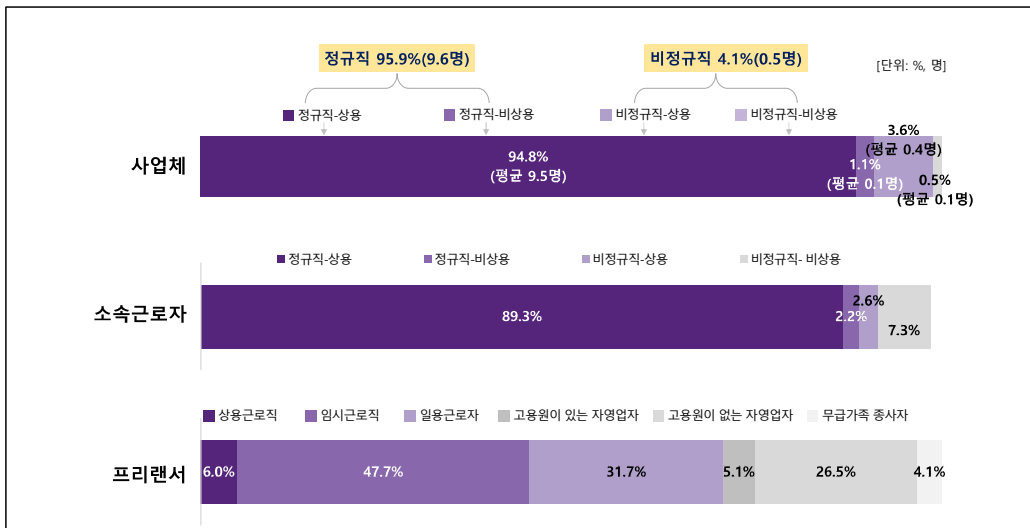
구분		사례수	기획 (제작기획) 겸직	제작 겸직	관리 겸직	마케팅/사업 겸직	연구개발 (기술) 겸직	기타 겸직	겸직업무 없음
전체		(1,251)	16.1	14.2	16.1	9.8	4.6	1.8	37.5
장르	출판	(285)	22.2	14.8	18.2	12.7	2.4	2.4	27.4
	만화/웹툰	(118)	18.6	17.9	17.1	6.4	4.3	1.4	34.3
	음악(공연)	(103)	14.7	11.6	22.5	17.1	1.6	2.3	30.2
	영화	(130)	8.1	13.7	14.9	11.2	5.0	2.5	44.7
	게임	(265)	12.6	9.9	15.2	5.0	12.3	2.6	42.4
	애니메이션	(87)	5.1	15.2	22.2	10.1	0.0	1.0	46.5
	방송	(176)	22.2	13.5	10.6	7.2	1.9	0.5	44.0
	캐릭터	(87)	13.1	24.2	8.1	11.1	3.0	0.0	40.4
주 업무 분야	기획	(296)	0.0	35.4	23.8	16.2	3.3	1.5	19.7
	제작	(412)	26.4	0.0	15.7	7.2	8.3	1.9	40.5
	관리	(270)	14.9	9.8	0.0	11.5	2.4	2.7	58.6
	마케팅/사업	(142)	24.1	12.6	19.5	0.0	5.2	2.3	36.2
	연구개발	(105)	20.4	16.9	22.5	10.6	0.0	0.7	28.9
	기타	(26)	3.8	0.0	30.8	0.0	0.0	0.0	65.4
경력	1년미만	(194)	11.7	12.6	10.8	5.0	5.0	1.8	53.2
	1~3년미만	(403)	14.2	12.3	14.2	10.6	5.3	1.3	42.2
	3~5년미만	(262)	16.9	15.0	11.6	7.0	5.0	2.3	42.2
	5~10년미만	(244)	16.8	14.8	23.2	11.9	3.9	1.9	27.4
	10년이상	(148)	22.7	18.0	21.8	13.7	2.8	2.4	18.5

나. 고용 및 계약

(1) 창의인력 고용 및 근로형태 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)

창의인력 고용 및 근로 형태를 살펴본 결과, 사업체의 정규직 비중은 95.9%(정규직_상용 종사자 94.8%, 정규직_비상용 종사자 1.1%)로 조사되었으며, 소속근로자는 91.5%(정규직_상용 종사자 89.3%, 정규직_비상용 종사자 2.2%, 복수응답)으로 나타났다.

반면 프리랜서는 임시근로직이 47.7%로 가장 많았고, 일용근로자(31.7%), 고용원이 없는 자영업자(26.5%) 순으로 조사되었다(복수응답).



[그림 3-4] 창의인력 고용 및 근로형태 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)

창의인력 고용 및 근로 형태를 사업체 장르별로 살펴본 결과, 캐릭터(99.1%), 방송(98.6%), 게임(97.1%) 등의 순으로 정규직 비율이 높았으며, 종사자 규모별로는 50인 이상(96.3%)에서, 매출액별로는 50억~100억원 미만(98.5%)에서 가장 비율이 높았다.

소속근로자 장르별로 정규직 비율을 살펴보면, 게임(96.7%), 출판(95.8%) 등의 순으로 높게 나타났다.

프리랜서 장르별로 살펴보면, 근로소득자(상용, 임시, 일용근로자)는 영화(94.4%), 애니메이션(94.2%), 방송(91.8%)에서 타 장르 대비 높게 나타났으며, 사업/기타소득자(자영업자, 무급가족종사자)는 캐릭터(49.3%), 게임(42.9%), 음악(40.4%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 3-21> 창의인력 고용 및 근로형태 (사업체)

(단위 : 개소, %, 명)

구분		사례수	비율						인원 수					
			정규직			비정규직			정규직		비정규직			
			정규직 상용	정규직 비상용		비정규직 상용	비정규직 비상용		정규직 상용	정규직 비상용	비정규직 상용	비정규직 비상용		
전체		(1,027)	94.8	1.1	95.9	3.6	0.5	4.1	9.5	0.1	9.6	0.4	0.1	0.5
장르	출판	(365)	96.6	0.4	97.0	3.0	0.0	3.0	5.9	0.0	5.9	0.2	0.0	0.2
	만화/웹툰	(38)	88.6	3.4	92.0	8.0	0.0	8.0	9.6	0.4	10.0	0.9	0.0	0.9
	음악	(180)	85.4	1.3	86.7	12.2	1.1	13.3	5.4	0.1	5.5	0.8	0.1	0.9
	영화	(79)	94.5	1.6	96.1	2.5	1.3	3.8	19.3	0.3	19.6	0.5	0.3	0.8
	게임	(106)	94.4	2.7	97.1	1.3	1.7	3.0	8.5	0.2	8.7	0.1	0.2	0.3
	애니메이션	(57)	92.6	1.0	93.6	6.4	0.0	6.4	11.2	0.1	11.3	0.8	0.0	0.8
	방송	(112)	98.1	0.5	98.6	1.3	0.1	1.4	22.3	0.1	22.4	0.3	0.0	0.3
	캐릭터	(90)	98.8	0.3	99.1	0.7	0.3	1.0	8.1	0.0	8.1	0.1	0.0	0.1
종사자 규모	10인 미만	(813)	94.8	1.4	96.2	3.2	0.6	3.8	3.6	0.1	3.7	0.1	0.0	0.1
	10~49인	(165)	94.1	0.7	94.8	4.3	0.9	5.2	16.0	0.1	16.1	0.7	0.2	0.9
	50인 이상	(49)	95.2	1.1	96.3	3.5	0.2	3.7	87.8	1.0	88.8	3.2	0.2	3.4
총 매출액	3억원 미만	(537)	92.7	1.5	94.2	4.1	1.6	5.7	3.0	0.1	3.1	0.1	0.1	0.2
	3억~5억원 미만	(127)	91.7	1.3	93.0	6.7	0.3	7.0	5.5	0.1	5.6	0.4	0.0	0.4
	5억~10억원 미만	(145)	94.7	1.5	96.2	3.7	0.0	3.7	7.7	0.1	7.8	0.3	0.0	0.3
	10억~50억원 미만	(143)	96.4	0.4	96.8	2.9	0.3	3.2	15.6	0.1	15.7	0.5	0.0	0.5
	50억~100억원 미만	(32)	98.1	0.4	98.5	0.6	0.9	1.5	32.6	0.1	32.7	0.2	0.3	0.5
	100억원 이상	(43)	94.4	1.3	95.7	4.1	0.3	4.4	71.9	1.0	72.9	3.1	0.2	3.3

<표 3-22> 창의인력 고용 및 근로형태 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	정규직			비정규직		
			정규직 상용	정규직 비상용		비정규직 상용	비정규직 비상용	
전체		(1,251)	89.3	2.2	91.5	2.6	7.3	9.9
장르	출판	(285)	95.1	0.7	95.8	1.8	3.5	5.3
	만화/웹툰	(118)	82.2	2.5	84.7	2.5	15.3	17.8
	음악(공연)	(103)	79.6	1.0	80.6	4.9	14.6	19.5
	영화	(130)	89.2	0.8	90.0	2.3	7.7	10.0
	게임	(265)	92.5	4.2	96.7	1.5	3.4	4.9
	애니메이션	(87)	82.8	6.9	89.7	5.7	10.3	16.0
	방송	(176)	88.6	0.0	88.6	3.4	8.0	11.4
	캐릭터	(87)	89.7	3.4	93.1	2.3	6.9	9.2

<표 3-23> 창의인력 고용 및 근로형태 (프리랜서)

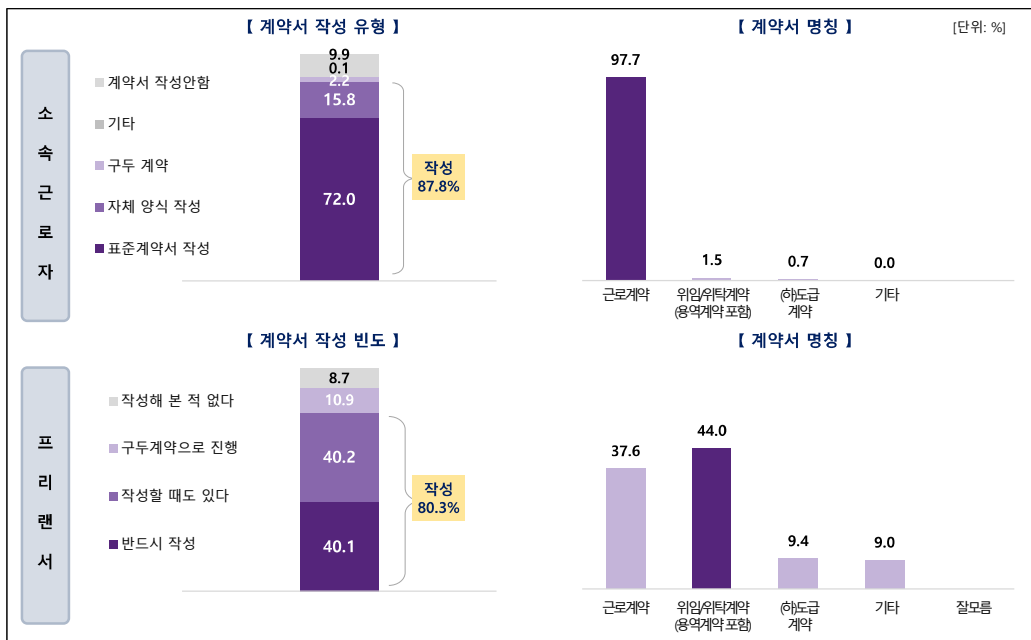
(단위 : 명, %)

구분		사례수	근로소득자				사업/기타소득자			
			상용근로직	임시근로직	일용근로자		고용원이 있는 자영업자	고용원이 없는 자영업자	무급가족 종사자	
전체		(1,109)	6.0	47.7	31.7	85.4	5.1	26.5	4.1	35.7
장르	출판	(193)	3.6	44.0	31.6	79.2	3.1	34.2	3.1	40.4
	만화/웹툰	(202)	6.4	55.9	22.8	85.1	5.4	22.3	4.0	31.7
	음악(공연)	(141)	7.1	36.9	38.3	82.3	7.1	31.9	1.4	40.4
	영화	(125)	4.0	53.6	36.8	94.4	4.8	20.0	4.0	28.8
	게임	(91)	9.9	41.8	29.7	81.4	4.4	27.5	11.0	42.9
	애니메이션	(87)	8.0	51.7	34.5	94.2	4.6	25.3	1.1	31.0
	방송	(183)	6.0	55.2	30.6	91.8	6.0	16.9	5.5	28.4
	캐릭터	(87)	4.6	32.2	35.6	72.4	5.7	40.2	3.4	49.3

(2) 계약서 작성 비율 및 계약서 명칭 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자, 프리랜서를 대상으로 계약 현황을 조사한 결과, 서면계약 체결률은 소속근로자 87.8%(표준계약서 72.0%, 자체 양식 15.8%), 프리랜서는 80.3% (반드시 작성 40.1%, 작성할 때도 있다 40.2%)로 나타났다.

계약서 체결 시 명칭을 살펴보면, 소속근로자는 근로계약(97.7%)이 대부분으로 나타났으며, 프리랜서는 위임/위탁계약(44.0%)이 1위였으나, 근로계약(37.6%, 2위)의 형태로 서면계약을 체결하기도 하는 것으로 나타났다.



[그림 3-5] 계약서 작성 비율 및 계약서 명칭 (소속근로자 / 프리랜서)

<표 3-24> 계약서 작성 유형 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자						프리랜서				
		사례 수	표준 계약서	자체 양식	구두 계약	계약서 작성 안함	기타	사례 수	반드시 작성	작성할 때 있음	구두계약 진행	작성해 본 적 없음
전체		(1,251)	72.0	15.8	2.2	9.9	0.1	(1,109)	40.1	40.2	10.9	8.7
장르	출판	(285)	63.5	14.4	2.1	20	0.0	(193)	47.7	40.4	8.3	3.6
	만화/웹툰	(118)	78.8	13.6	2.5	5.1	0.0	(202)	56.4	31.2	7.4	5.0
	음악(공연)	(103)	66.0	16.5	2.9	14.6	0.0	(141)	37.6	42.6	14.9	5.0
	영화	(130)	74.6	15.4	3.1	6.9	0.0	(125)	38.4	43.2	10.4	8.0
	게임	(265)	75.8	19.6	1.9	2.3	0.4	(91)	31.9	45.1	16.5	6.6
	애니메이션	(87)	79.3	14.9	1.1	4.6	0.0	(87)	40.2	46.0	6.9	6.9
	방송	(176)	71.6	15.9	1.7	10.8	0.0	(183)	21.9	39.9	14.2	24.0
	캐릭터	(87)	75.9	12.6	2.3	9.2	0.0	(87)	39.1	42.5	10.3	8.0

<표 3-25> 계약서 명칭 (소속근로자 / 프리랜서)

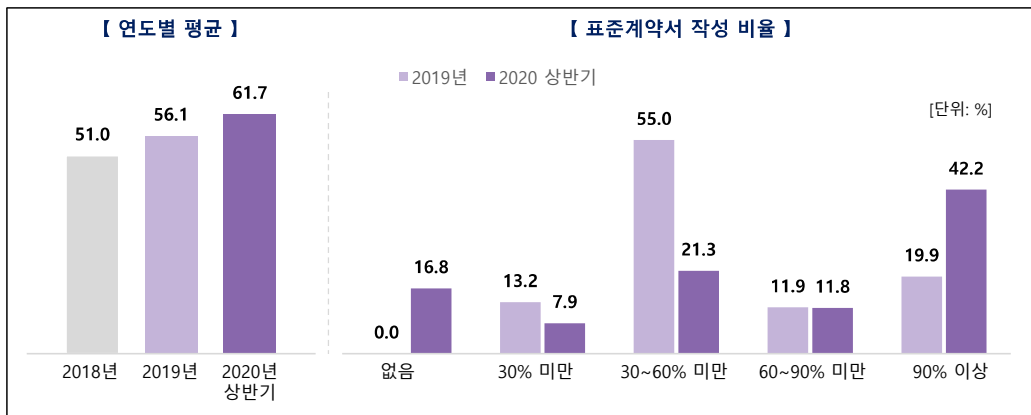
(단위 : 명, %)

구분		소속근로자				프리랜서				
		사례수	근로계약	위임/위탁계약	(하)도급 계약	사례수	근로계약	위임/위탁 계약	(하)도급 계약	기타
전체		(1,100)	97.7	1.5	0.7	(891)	37.6	44.0	9.4	9.0
장르	출판	(222)	99.1	0.5	0.5	(170)	32.4	48.2	8.2	11.2
	만화/웹툰	(109)	94.5	3.7	1.8	(177)	30.5	42.4	13.6	13.6
	음악(공연)	(85)	94.1	4.7	1.2	(113)	35.4	45.1	13.3	6.2
	영화	(117)	97.4	1.7	0.9	(102)	57.8	26.5	7.8	7.8
	게임	(254)	98.8	0.4	0.8	(70)	38.6	47.1	12.9	1.4
	애니메이션	(82)	97.6	2.4	0.0	(75)	34.7	50.7	8.0	6.7
	방송	(154)	98.7	1.3	0.0	(113)	46.9	41.6	5.3	6.2
	캐릭터	(77)	97.4	1.3	1.3	(71)	29.6	54.9	2.8	12.7

(3) 표준계약서 작성 비율 (프리랜서)

프리랜서를 대상으로 표준계약서 작성 비율을 살펴본 결과, 2018년 평균 51.0%, 2019년 56.1%, 2020년 상반기 평균 61.7%로 상승하는 추세를 보이는 것으로 나타났다.

2020년 상반기의 경우 코로나19로 인해 계약체결 건수가 감소(9.2건→3.5건) 한 가운데 표준 계약서로 계약을 체결한 건수가 상대적으로 많이 나타난 영향으로 인해 평균 비율이 많이 높아진 것으로 판단된다.



[그림 3-6] 표준계약서 작성 비율 (프리랜서)

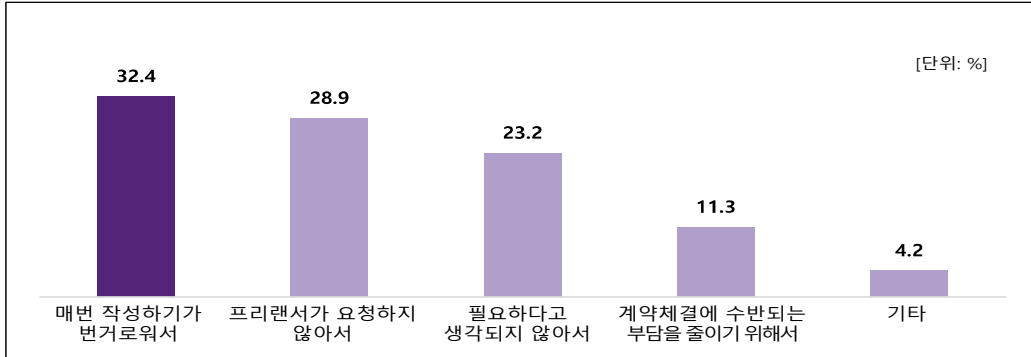
<표 3-26> 표준계약서 작성 비율 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	2019년						2020년 상반기					
			없음	30% 미만	30~60% 미만	60~90% 미만	90% 이상	평균	없음	30% 미만	30~60% 미만	60~90% 미만	90% 이상	평균
전체		(891)	0.0	13.2	55.0	11.9	19.9	56.1	16.8	7.9	21.3	11.8	42.2	61.7
장르	출판	(170)	0.0	15.9	43.5	12.9	27.6	60.0	15.9	9.4	23.5	8.8	42.4	61.8
	만화/웹툰	(177)	0.0	5.6	70.6	6.2	17.5	57.2	15.8	5.6	25.4	8.5	44.6	63.9
	음악(공연)	(113)	0.0	15.9	44.2	22.1	17.7	55.9	7.1	10.6	18.6	18.6	45.1	68.3
	영화	(102)	0.0	15.7	57.8	8.8	17.6	53.8	21.6	6.9	12.7	8.8	50.0	62.8
	게임	(70)	0.0	8.6	65.7	4.3	21.4	57.4	27.1	4.3	21.4	11.4	35.7	54.0
	애니메이션	(75)	0.0	22.7	48.0	20.0	9.3	48.3	17.3	9.3	29.3	17.3	26.7	53.6
	방송	(113)	0.0	15.9	49.6	10.6	23.9	55.2	22.1	6.2	16.8	10.6	44.2	60.2
	캐릭터	(71)	0.0	8.5	62.0	12.7	16.9	56.0	11.3	11.3	21.1	16.9	39.4	62.9

(4) 프리랜서와 계약 체결 시 계약서 미작성 이유 (사업체)

프리랜서를 활용한다고 응답한 사업체 중 계약서를 작성하지 않는다고 응답한 사업체 142개사를 대상으로 미작성 이유를 살펴본 결과, 매번 작성하기가 번거로워서가 32.4%로 가장 높게 나타났다. 이어서 프리랜서가 요청하지 않아서(28.9%), 필요하다고 생각되지 않아서(23.2%) 순으로 조사되었다.



[그림 3-7] 프리랜서와 계약 체결 시 계약서 미작성 이유 (사업체)

프리랜서와 계약 체결 시 계약서 미작성한 이유를 장르별로 살펴보면, 영화와 방송은 매번 작성하기가 번거로워서(각각 42.9%)가 상대적으로 높게 나타났으며, 게임은 프리랜서가 요청하지 않아서(62.5%), 애니메이션은 필요하다고 생각되지 않아서(55.6%)가 상대적으로 높은 것으로 조사되었다.

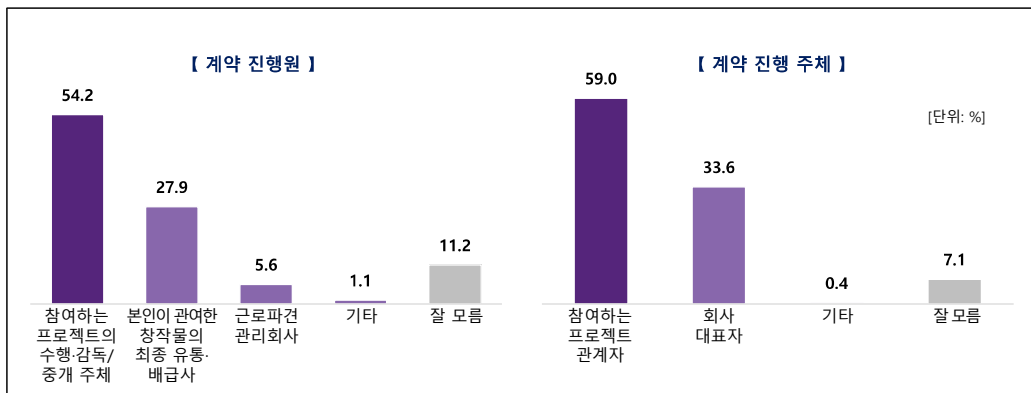
<표 3-27> 프리랜서와 계약 체결 시 계약서 미작성 이유 (사업체)

(단위 : 개수, %)

구분		사례수	매번 작성하기가 번거로워서	프리랜서가 요청하지 않아서	필요하다고 생각되지 않아서	계약체결에 수반되는 부담을 줄이기 위해서	기타
전체		(142)	32.4	28.9	23.2	11.3	4.2
장르	출판	(55)	36.4	40.0	12.7	10.9	0.0
	만화/웹툰	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	음악	(23)	30.4	17.4	30.4	21.7	0.0
	영화	(7)	42.9	0.0	28.6	14.3	14.3
	게임	(8)	37.5	62.5	0.0	0.0	0.0
	애니메이션	(9)	0.0	0.0	55.6	0.0	44.4
	방송	(21)	42.9	28.6	19.0	4.8	4.8
	캐릭터	(18)	16.7	22.2	44.4	16.7	0.0
종사자 규모	10인 미만	(131)	30.5	29.8	24.4	10.7	4.6
	10~49인	(10)	50.0	20.0	10.0	20.0	0.0
	50인 이상	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(5) 계약 진행원 및 주체 (프리랜서)

프리랜서를 대상으로 계약 진행 시 진행원에 대해 살펴본 결과, 참여하는 프로젝트의 수행감독/중개하는 주체(54.2%), 본인이 관여한 창작물의 최종 유통·배급사(27.9%) 등의 순으로 높게 나타났다. 계약을 진행하는 주체로는 계약을 진행할 시, 참여하는 프로젝트 관계자(59.0%)와 회사 대표자(33.6%)인 경우가 높은 것으로 조사되었다.



[그림 3-8] 계약 진행원 및 주체 (프리랜서)

프리랜서의 계약 진행원 및 주체를 장르별로 살펴보면, 참여하는 프로젝트의 수행감독/중개 주체와 계약한 장르는 영화(70.4%), 애니메이션(66.7%), 방송(59.0%) 등의 순으로 높았고, 본인이 관여한 창작물의 최종 유통·배급사와 계약은 만화/웹툰(38.0%)이 가장 높게 나타났다.

경력별로 살펴보면, 참여하는 프로젝트의 수행감독/중개 주체와 계약하거나, 본인이 관여한 창작물의 최종 유통·배급사와 계약한 경우는 3년 이상의 프리랜서들이 상대적으로 높은 경향을 보였고, 3년 미만의 프리랜서들은 근로파견 관리회사와 계약을 진행한 경우가 높은 것으로 나타났다.

프리랜서들이 참여하는 프로젝트의 수행감독/중개 주체와 계약하거나, 본인이 관여한 창작물의 최종 유통·배급사와 계약 시에 진행하는 주체를 장르별로 살펴보면, 참여 프로젝트 관계자와 계약하는 경우는 방송(63.7%), 출판(63.6%) 등의 순으로 높았으며, 회사 대표자가 주체하는 경우는 캐릭터(46.7%), 영화(44.0%) 등의 순으로 조사되었다.

경력별로 살펴보면, 참여 프로젝트 관계자가 주체인 경우는 1년 미만의 프리랜서(63.8%)가 가장 높았으며, 회사 대표자가 주체인 경우는 10년 이상의 프리랜서(43.3%)가 가장 높은 특성을 보였다.

<표 3-28> 계약 진행원 및 주체 (프리랜서)

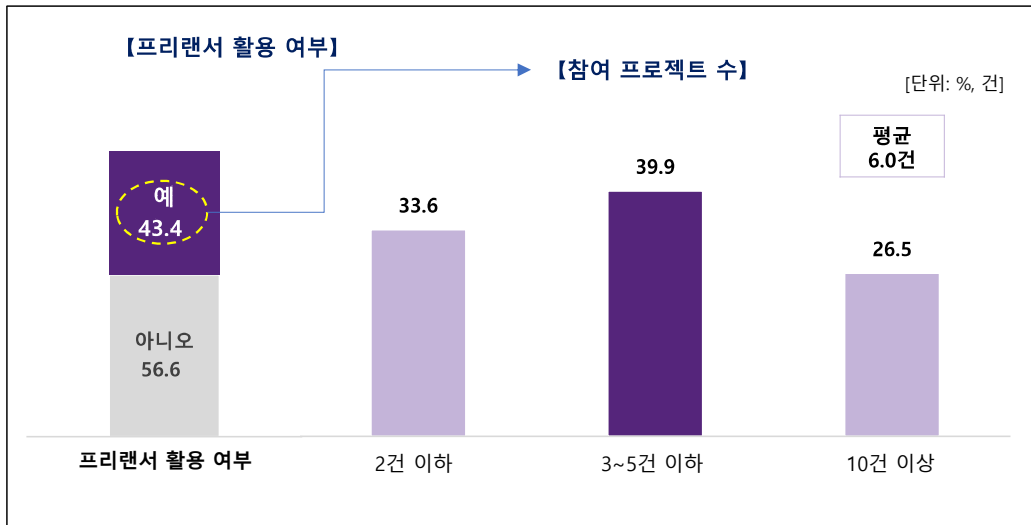
(단위 : 명, %)

구분		계약 진행원						계약 진행 주체				
		사례수	참여 프로젝트 수행 감독 /승계 주체	본인 관여 창작물 최종 유통 배급사	근로파견 관리회사	기타	잘 모름	사례수	참여 프로젝트 관계자	회사 대표자	기타	잘모름
전체		(1,012)	54.2	27.9	5.6	1.1	11.2	(831)	59.0	33.6	0.4	7.1
장르	출판	(186)	49.5	31.7	6.5	1.1	11.3	(151)	63.6	27.2	1.3	7.9
	만화/웹툰	(192)	45.3	38.0	3.1	1.0	12.5	(160)	60.6	28.1	0.0	11.3
	음악(공연)	(134)	57.5	25.4	6.0	0.0	11.2	(111)	51.4	39.6	0.9	8.1
	영화	(115)	70.4	16.5	3.5	0.9	8.7	(100)	55.0	44.0	0.0	1.0
	게임	(85)	47.1	15.3	11.8	2.4	23.5	(53)	56.6	35.8	0.0	7.5
	애니메이션	(81)	66.7	22.2	3.7	1.2	6.2	(72)	62.5	30.6	0.0	6.9
	방송	(139)	59.0	30.2	6.5	1.4	2.9	(124)	63.7	29.0	0.0	7.3
	캐릭터	(80)	45.0	30.0	6.3	1.3	17.5	(60)	51.7	46.7	0.0	1.7
경력	1년미만	(80)	52.5	20.0	7.5	1.3	18.8	(58)	63.8	31.0	0.0	5.2
	1~3년미만	(349)	49.0	25.2	9.2	1.4	15.2	(259)	57.9	31.3	0.8	10.0
	3~5년미만	(205)	51.7	33.7	4.4	0.5	9.8	(175)	62.9	30.3	0.6	6.3
	5~10년미만	(210)	60.0	30.0	3.3	1.0	5.7	(189)	59.8	32.8	0.0	7.4
	10년이상	(168)	61.9	27.4	1.8	1.2	7.7	(150)	53.3	43.3	0.0	3.3

(6) 프리랜서 활용 현황 (사업체)

사업체를 대상으로 프리랜서 활용 현황을 조사한 결과, 응답사업체의 43.4%는 프리랜서를 활용한 경험이 있는 것으로 나타났다.

프리랜서를 활용한 경험이 있는 사업체의 참여 프로젝트 수는 평균 6.0건이었으며, 참여프로젝트 분포별로는 3~5건 사이가 39.9%, 2건 이하가 33.6%, 10건 이상이 26.5%로 조사되었다.



[그림 3-9] 프리랜서 활용 현황 (사업체)

사업체의 프리랜서 활용 현황을 장르별로 살펴본 결과, 애니메이션이 57.9%로 가장 높았고, 이어 방송(51.8%), 캐릭터(51.1%) 등의 순으로 나타났으며, 참여 프로젝트 수는 방송(10.9건), 음악(7.7건), 영화(7.3건) 등의 순으로 조사되었다.

종사자 규모별로는 10인 미만 사업체가 44.8%로 가장 높았고, 50인 이상(40.8%), 10~49인(37.6%) 순으로 나타났으며, 참여 프로젝트 수는 50인 이상 사업체가 9.5건으로 가장 높은 것으로 조사되었다.

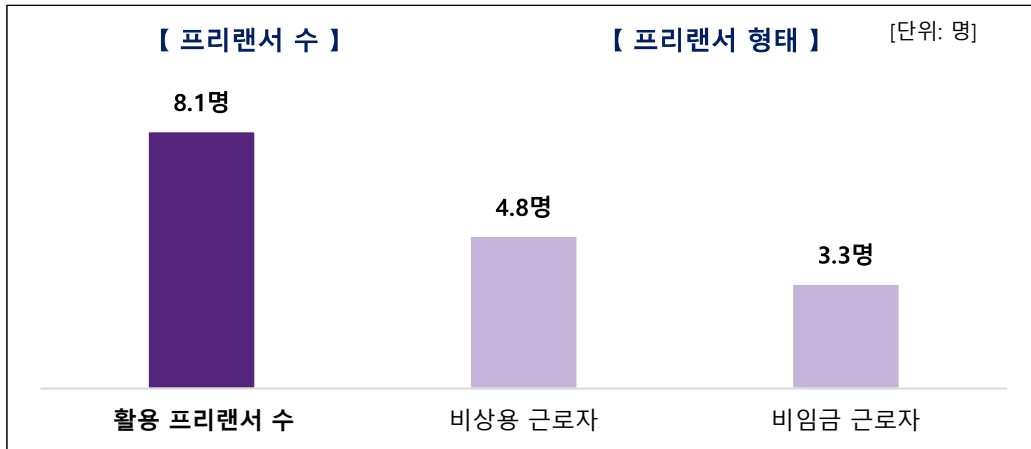
<표 3-29> 프리랜서 활용 현황 - 활용 여부, 참여 프로젝트 수 (사업체)

(단위 : 개소, %, 건)

구분		활용 여부			참여 프로젝트 수				
		사례수	아니오	예					
					사례수	2건 이하	3~5건 이하	10건 이상	평균
전체		(1,027)	56.6	43.4	(446)	33.6	39.9	26.5	6.0
장르	출판	(365)	65.8	34.2	(125)	37.6	37.6	24.8	4.7
	만화/웹툰	(38)	50.0	50.0	(19)	26.3	42.1	31.6	6.3
	음악	(180)	51.7	48.3	(87)	17.2	43.7	39.1	7.7
	영화	(79)	51.9	48.1	(38)	23.7	52.6	23.7	7.3
	게임	(106)	62.3	37.7	(40)	65.0	27.5	7.5	3.6
	애니메이션	(57)	42.1	57.9	(33)	39.4	51.5	9.1	3.8
	방송	(112)	48.2	51.8	(58)	20.7	32.8	46.6	10.9
	캐릭터	(90)	48.9	51.1	(46)	50.0	39.1	10.9	2.9
종사자 규모	10인미만	(813)	55.2	44.8	(364)	34.6	38.5	26.9	5.9
	10~49인	(165)	62.4	37.6	(62)	35.5	43.5	21.0	5.9
	50인이상	(49)	59.2	40.8	(20)	10.0	55.0	35.0	9.5

(7) 활용한 프리랜서 수 및 형태 (사업체)

사업체를 대상으로 2019년 한 해 동안 활용한 프리랜서를 조사한 결과, 활용한 프리랜서는 평균 8.1명으로 나타났으며, 프리랜서 형태는 비상용 근로자 4.8명(59.3%), 비임금 근로자 3.3명(40.7%)으로 조사되었다.



[그림 3-10] 활용한 프리랜서 수 및 형태 (사업체)

2019년 한 해 동안 사업체가 활용한 프리랜서 수를 장르별로 살펴보면, 방송(16.8명), 음악(13.7명) 등의 순으로 나타났으며, 방송은 비상용 근로자(10.3명), 음악은 비임금 근로자(6.9명)가 상대적으로 높게 나타났다.

종사자 규모별로는 종사자가 많은 사업체일수록 활용한 프리랜서 수는 많아지는 경향을 보였으며, 특히 50인 이상 사업체가 12.5명으로 가장 높게 나타났다.

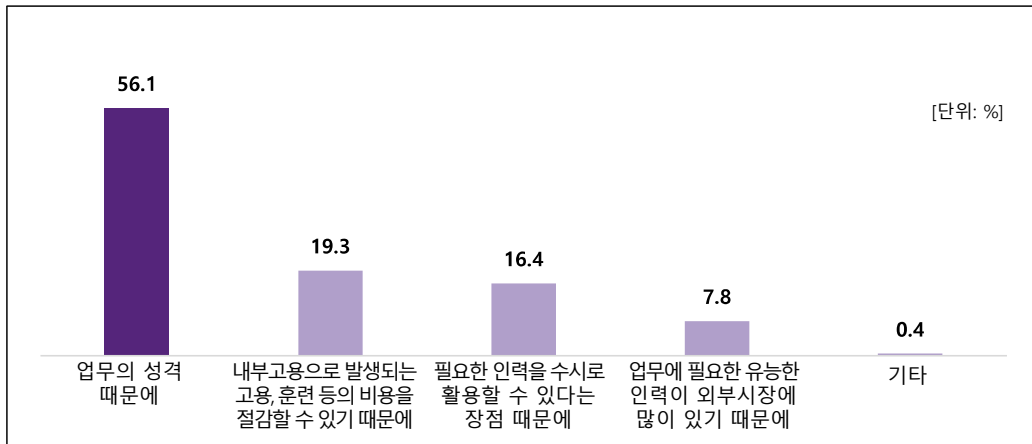
<표 3-30> 활용한 프리랜서 수 및 형태 (사업체)

(단위 : 개소, 명)

구분		사례수	비상용 근로자	비임금 근로자	합계
전체		(446)	4.8	3.3	8.1
장르	출판	(125)	2.9	1.3	4.1
	만화/웹툰	(19)	4.0	0.8	4.8
	음악	(87)	6.8	6.9	13.7
	영화	(38)	3.8	3.7	7.4
	게임	(40)	2.7	2.1	4.9
	애니메이션	(33)	4.3	1.4	5.7
	방송	(58)	10.3	6.5	16.8
	캐릭터	(46)	2.8	1.1	3.9
종사자규모	10인미만	(364)	4.6	3.0	7.6
	10~49인	(62)	5.5	4.3	9.8
	50인이상	(20)	6.3	6.2	12.5

(8) 프리랜서 활용 이유 (사업체)

사업체를 대상으로 프리랜서 활용한 이유를 조사한 결과, 업무의 성격 때문에(56.1%), 내부고용으로 발생하는 고용, 훈련 등의 비용을 절감할 수 있기 때문에(19.3%), 필요한 인력을 수시로 활용할 수 있다는 장점 때문에(16.4%), 업무에 필요한 유능한 인력이 외부 시장에 많이 있기 때문에(7.8%) 순으로 조사되었다.



[그림 3-11] 프리랜서 활용 이유 (사업체)

사업체의 프리랜서 활용 이유를 장르별로 살펴본 결과, 업무의 성격 때문에 활용하는 경우는 캐릭터(67.4%), 음악(66.7%), 영화(65.8%) 등의 순으로, 내부고용으로 발생하는 고용, 훈련 등의 비용을 절감할 수 있기 때문에 활용하는 경우는 방송(24.1%), 출판(20.8%) 등의 순으로 나타났다.

종사자 규모별로 살펴보면 10~49인 미만 사업체는 업무의 성격 때문에(61.3%), 10인 미만 사업체는 내부고용으로 발생하는 고용, 훈련 등의 비용을 절감할 수 있기 때문에(20.9%) 프리랜서를 활용하는 경우가 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

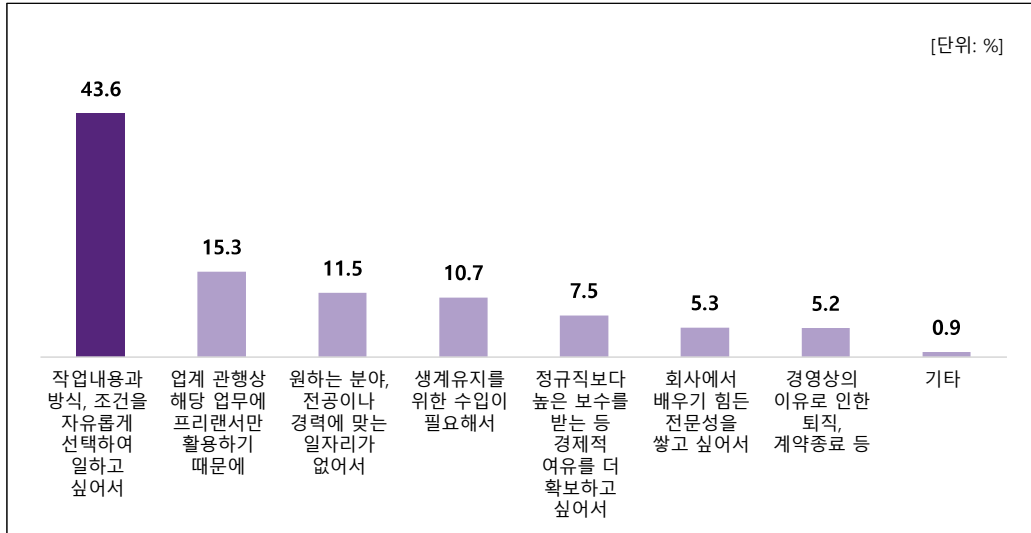
<표 3-31> 프리랜서 활용 이유 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분		사례수	업무의 성격 때문에	내부고용으로 인한 발생비용이 절감되어서	필요 인력을 수시로 활용할 수 있어서	유능한 인력이 외부시장에 많이 있어서	기타
전체		(446)	56.1	19.3	16.4	7.8	0.4
장르	출판	(125)	54.4	20.8	16.0	8.8	0.0
	만화/웹툰	(19)	36.8	15.8	31.6	15.8	0.0
	음악	(87)	66.7	20.7	8.0	3.4	1.1
	영화	(38)	65.8	10.5	15.8	7.9	0.0
	게임	(40)	40.0	17.5	27.5	12.5	2.5
	애니메이션	(33)	48.5	18.2	24.2	9.1	0.0
	방송	(58)	50.0	24.1	17.2	8.6	0.0
	캐릭터	(46)	67.4	17.4	10.9	4.3	0.0
종사자 규모	10인 미만	(364)	55.8	20.9	14.8	8.0	0.5
	10~49인	(62)	61.3	16.1	16.1	6.5	0.0
	50인 이상	(20)	45.0	0.0	45.0	10.0	0.0

(9) 프리랜서 활동 이유 (프리랜서)

프리랜서 활용 이유는 작업내용과 방식, 조건을 자유롭게 선택하며 일하고 싶어서가 43.6%로 가장 높았고, 업계 관행상 해당 업무에 프리랜서만 활용하기 때문에(15.3%), 원하는 분야, 전공이나 경력에 맞는 일자리가 없어서(11.5%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-12] 프리랜서 활동 이유 (프리랜서)

프리랜서 활동 이유를 장르별로 살펴보면 작업내용과 방식, 조건을 자유롭게 선택하여 일하고 싶어서는 출판(54.4%), 음악(53.9%) 등의 순으로 나타났다.

주 업무 분야별로 살펴보면, 기획은 작업내용과 방식, 조건을 자유롭게 선택하여 일하고 싶어서 (46.3%), 제작은 업계 관행상 해당 업무에 프리랜서만 활용하기 때문에(16.8%), 연구개발은 원하는 분야, 전공이나 경력에 맞는 일자리가 없어서(16.0%)가 타 분야 대비 높은 것으로 조사되었다.

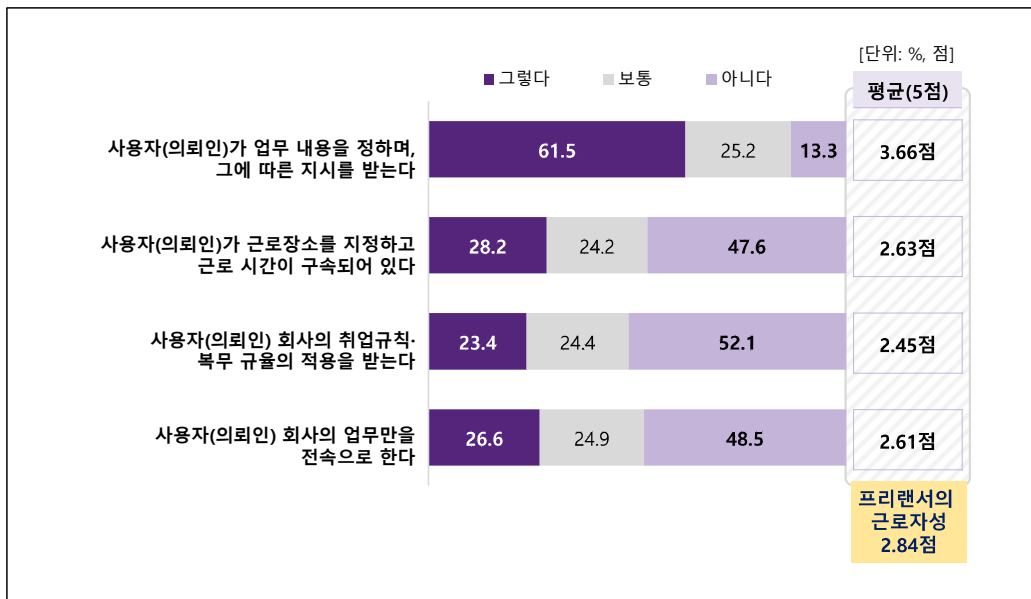
<표 3-32> 프리랜서 활동 이유 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	직업내용, 방식 조건의 자유로운 선택 가능	해당 업무에 프리랜서만 활용하기 때문	원하는 분야 전공, 경력에 맞는 일자리가 없어서	생계유지 위한 수입 필요해서	경제적 여유를 더 확보하고 싶어서	회사에서 배우기 힘든 전문성을 쌓고 싶어서	경영상의 이유로 인한 퇴직, 계약종료 등	기타
전체		(1,109)	43.6	15.3	11.5	10.7	7.5	5.3	5.2	0.9
장르	출판	(193)	54.4	8.8	10.9	12.4	5.7	3.1	4.7	0.0
	만화/웹툰	(202)	45.0	21.8	6.9	8.4	5.9	5.4	5.0	1.5
	음악	(141)	53.9	4.3	14.9	11.3	8.5	4.3	2.1	0.7
	영화	(125)	36.8	20.8	17.6	11.2	4.8	6.4	2.4	0.0
	게임	(91)	45.1	1.1	13.2	12.1	5.5	6.6	15.4	1.1
	애니메이션	(87)	39.1	17.2	6.9	8.0	18.4	3.4	5.7	1.1
	방송	(183)	30.6	31.7	12.0	7.7	8.7	3.8	5.5	0.0
	캐릭터	(87)	39.1	3.4	10.3	18.4	5.7	13.8	4.6	4.6
주 업 무 분 야	기획	(242)	46.3	12.0	9.5	9.1	9.5	8.3	3.3	2.1
	제작	(764)	44.0	16.8	11.9	10.9	7.2	3.3	5.4	0.7
	관리	(40)	35.0	12.5	10.0	12.5	5.0	15.0	10.0	0.0
	마케팅/사업	(36)	38.9	8.3	11.1	16.7	2.8	13.9	8.3	0.0
	연구개발	(25)	28.0	16.0	16.0	12.0	8.0	12.0	8.0	0.0
	기타	(2)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(10) 프리랜서의 근로자성²⁰⁾ (프리랜서)

프리랜서를 대상으로 업무지시 여부, 근로 장소 및 시간의 지정과 같은 근로환경 특성을 조사한 결과, 근로자성 지수가 2.84점으로 나타났다. 세부 항목으로는 사용자가 업무 내용을 정하며, 그에 따른 지시를 받는다(3.66점)가 가장 높았으며, 이어 사용자가 근로장소를 지정하고, 근로 시간이 구속되어 있다(2.63점), 사용자 회사의 업무만을 전속으로 한다(2.61점), 사용자 회사의 취업규칙·복무규율의 적용을 받는다(2.45점) 순으로 조사되었다.



[그림 3-13] 프리랜서의 근로자성(프리랜서)

프리랜서의 근로자성 지수를 장르별로 살펴본 결과, 음악이 3.04점으로 타 장르 대비 가장 높은 점수로 나타났으며, 이어 방송(3.03점), 영화(2.94점) 등의 순으로 나타났다. 특히 음악 장르는 사용자가 근로장소를 지정하고, 근로 시간이 구속되어 있다(3.04점), 사용자 회사의 업무만을 전속으로 한다(2.84점), 사용자 회사의 취업규칙·복무 규율의 적용을 받는다(2.72점)는 경우가 타 장르 대비 높게 나타났다.

20) 근로자성 지수는 업무 환경 및 조건 4개 항목의 산술평균으로 산출함

<표 3-33> 프리랜서의 근로자성 (프리랜서)

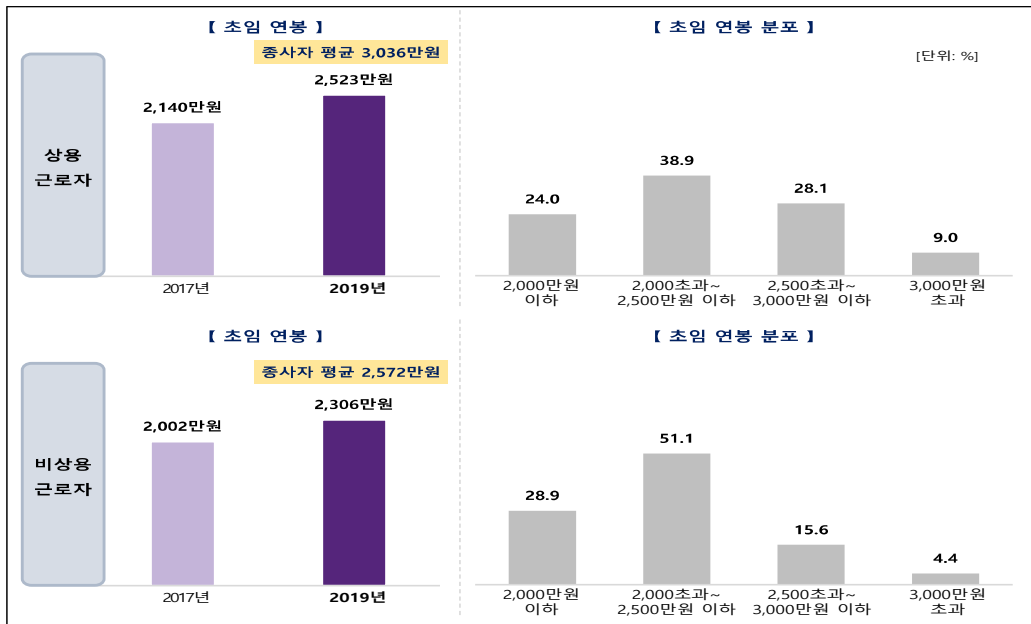
(단위 : 명, 점)

구분		사례수	사용자(의뢰인)가 업무 내용을 정하며, 그에 따른 지시를 받는다	사용자(의뢰인)가 근로장소를 지정하고 근로 시간이 구속되어 있다	사용자(의뢰인) 회사의 취업규칙·복무 규율의 적용을 받는다	사용자(의뢰인) 회사의 업무만을 전속으로 한다	근로자성 지수
전체		(1,109)	3.66	2.63	2.45	2.61	2.84
장르	출판	(193)	3.53	2.36	2.27	2.39	2.64
	만화/웹툰	(202)	3.52	2.34	2.38	2.59	2.71
	음악(공연)	(141)	3.57	3.04	2.72	2.84	3.04
	영화	(125)	3.65	2.85	2.57	2.70	2.94
	게임	(91)	3.57	2.51	2.40	2.67	2.79
	애니메이션	(87)	3.90	2.76	2.45	2.46	2.89
	방송	(183)	3.91	2.95	2.53	2.72	3.03
	캐릭터	(87)	3.82	2.29	2.28	2.46	2.71

(11) 근로 소득 (사업체)

사업체를 대상으로 근로 소득을 살펴보면, 상용 근로자의 초임 연봉은 2017년(2,140만원) 대비 383만원 상승한 2,523만원으로 나타났으며, 종사자 평균 연봉은 3,036만원 수준으로 조사되었다. 초임 연봉의 분포별로는 2,000초과~2,500만원 이하(38.9%), 2,500초과~3,000만원 이하(28.1%) 등의 순으로 나타났다.

비상용 근로자의 초임 연봉은 2017년(2,002만원) 대비 304만원 상승한 2,306만원으로 나타났으며, 종사자 평균 연봉은 2,572만원 수준으로 조사되었다. 초임 연봉의 분포별로는 2,000초과~2,500만원 이하가 51.1%로 상대적으로 높은 비율을 차지하였다.



[그림 3-14] 근로 소득 (사업체)

사업체의 상용근로자의 초임 연봉을 장르별로 살펴보면, 영화(2,739만원), 방송(2,721만원), 게임(2,613만원) 등의 순으로 나타났고, 평균 연봉은 게임(3,242만원), 영화(3,234만원), 방송(3,205만원) 등의 순으로 조사되었다. 초임 연봉의 분포는 2,000만원 이하에서는 만화/웹툰(31.6%)과 출판(31.0%)에서, 3,000만원 초과는 방송(17.9%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

비상용 근로자의 초임 연봉과 평균 연봉 모두 게임(2,540만원, 3,120만원) 장르가 타 장르 대비 가장 높은 것으로 나타났으며, 초임 연봉의 분포는 2,000~2,500만원 이하(60.0%)에서 가장 높은 것으로 조사되었다.

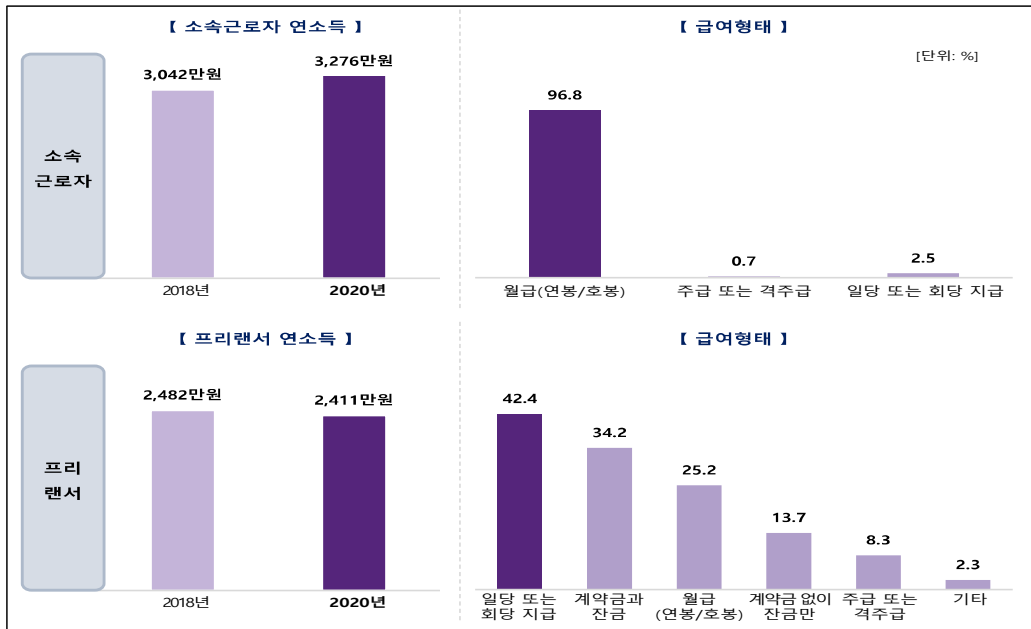
<표 3-34> 근로소득 (사업체)

(단위 : 개소, 만원, %)

구분		사례수	상용근로자						비상용 근로자					
			평균 연봉	초임 연봉	분포				평균 연봉	초임 연봉	분포			
					2,000만원 이하	2,000~ 2,500만원 이하	2,500~ 3,000만원 이하	3,000만원 초과			2,000만원 이하	2,000~ 2,500만원 이하	2,500~ 3,000만원 이하	3,000만원 초과
전체		(1,027)	3,036	2,523	24.0	38.9	28.1	9.0	2,572	2,306	28.9	51.1	15.6	4.4
장르	출판	(365)	2,979	2,429	31.0	38.1	25.8	5.2	2,540	2,380	20.0	40.0	40.0	0.0
	만화/웹툰	(38)	3,003	2,353	31.6	42.1	21.1	5.3	2,143	2,143	16.7	83.3	0.0	0.0
	음악	(180)	2,868	2,487	19.4	43.9	32.8	3.9	2,300	2,178	44.4	44.4	11.1	0.0
	영화	(79)	3,234	2,739	15.2	24.1	45.6	15.2	2,000	1,833	33.3	33.3	33.3	0.0
	게임	(106)	3,242	2,613	22.6	36.8	26.4	14.2	3,120	2,540	13.3	60.0	13.3	13.3
	애니메이션	(57)	3,180	2,592	22.8	36.8	24.6	15.8	2,500	2,500	0.0	100.0	0.0	0.0
	방송	(112)	3,205	2,721	13.4	43.8	25.0	17.9	2,367	2,217	66.7	16.7	16.7	0.0
	캐릭터	(90)	2,896	2,460	24.4	42.2	24.4	8.9	-	-	-	-	-	-

(12) 근로 소득²¹⁾ (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자와 프리랜서를 대상으로 근로 소득을 조사한 결과, 소속근로자의 연소득은 2018년(3,042만원) 대비 234만원 상승한 3,276만원으로 나타났으며, 급여형태는 대부분 월급(연봉/호봉)(96.8%)으로 받는 것으로 나타났다. 프리랜서의 연소득은 2018년(2,482만원)과 유사한 수준인 2,411만원으로 나타났으며, 급여형태는 일당 또는 회당 지급(42.4%)이 가장 높게 나타났다.



[그림 3-15] 근로 소득 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 근로소득을 장르별로 살펴보면, 게임(4,013만원), 방송(3,288만원), 애니메이션(3,231만원) 등의 순으로 나타났다.

프리랜서의 장르별로 살펴보면, 애니메이션(2,823만원) 게임(2,672만원) 등의 순으로 나타났으며, 급여형태로는 일당 또는 회당 지급은 방송(49.7%), 만화/웹툰(49.0%)에서, 계약금과 잔금 형태는 영화(45.6%), 출판(43.0%)에서 상대적으로 높게 조사되었다.

21) 2018년 소속근로자와 프리랜서의 월평균 급여, 2020년 소속근로자 월평균 급여를 연소득으로 환산하여 비교함

<표 3-35> 근로소득 (소속근로자 / 프리랜서)

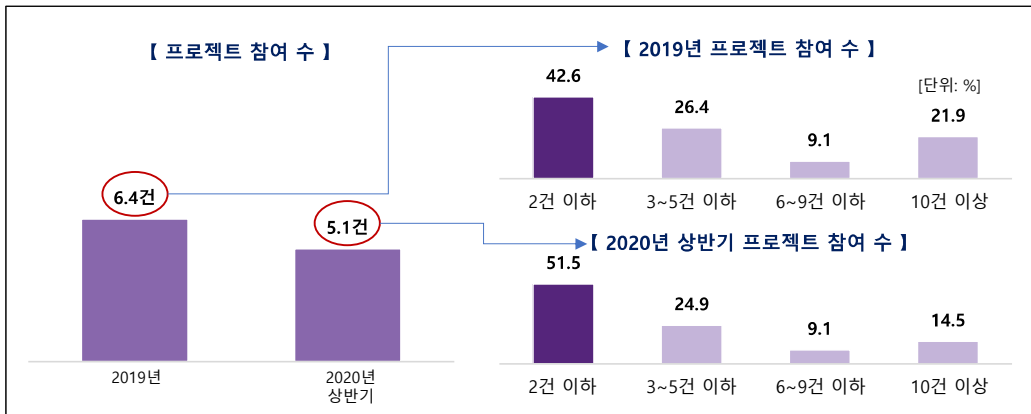
(단위 : 명, 만원, %)

구분		소속근로자					프리랜서							
		사례 수	급여형태			사례 수	급여형태							
			연소득	월급	주급/ 격주급		일당/ 호당/ 자급	연소득	일당/ 호당/ 자급	계약금과 잔금	월급	계약금 없이/ 잔금	주급/ 격주급	기타
전체		(1,251)	3,276	96.8	0.7	2.5	(1,109)	2,411	42.4	34.2	25.2	13.7	8.3	2.3
장르	출판	(285)	2,985	98.6	0.4	1.1	(193)	2,217	37.8	43.0	19.7	20.2	4.7	1.6
	만화/웹툰	(118)	2,916	94.9	2.5	2.5	(202)	2,463	49.0	31.2	19.8	11.9	9.4	5.4
	음악(공연)	(103)	2,847	87.4	3.9	8.7	(141)	2,231	40.4	31.2	28.4	17.7	10.6	0.7
	영화	(130)	3,129	95.4	0.0	4.6	(125)	2,332	34.4	45.6	29.6	8.8	4.8	0.8
	게임	(265)	4,013	98.5	0.4	1.1	(91)	2,672	36.3	38.5	28.6	14.3	4.4	4.4
	애니메이션	(87)	3,231	100.0	0.0	0.0	(87)	2,823	39.1	39.1	29.9	19.5	3.4	1.1
	방송	(176)	3,288	97.7	0.0	2.3	(183)	2,578	49.7	18.0	28.4	3.8	17.5	1.6
	캐릭터	(87)	3,214	96.6	0.0	3.4	(87)	2,081	46.0	34.5	23.0	18.4	4.6	2.3

다. 근로 환경 및 복지 수준

(1) 참여 프로젝트 현황 (소속근로자)

소속근로자 대상 참여 프로젝트 현황을 살펴본 결과, 2019년 6.4건, 2020년 5.1건으로 나타났다. 2019년/2020년 참여 프로젝트의 분포를 살펴보면 2건 이하가 2019년에는 42.6%, 2020년 상반기에는 51.5%로 가장 높았고, 3~5건(26.4%, 24.9%), 10건 이상(21.9%, 14.5%), 6~9건 이하(각각 9.1%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-16] 참여 프로젝트 현황 (소속근로자)

소속근로자의 2019년/2020년 상반기 평균 참여 프로젝트 현황을 장르별로 살펴보면, 2019년과 2020년 상반기 모두 출판, 영화, 방송 분야에서 평균 참여 프로젝트가 높은 반면, 게임 및 애니메이션은 상대적으로 낮은 특성을 보였다.

소속근로자의 경력별로 살펴보면, 2019년과 2020년 상반기 모두 경력이 높을수록 참여하고 있는 프로젝트가 증가하는 경향이 나타났다.

<표 3-36> 참여 프로젝트 현황 (소속근로자)

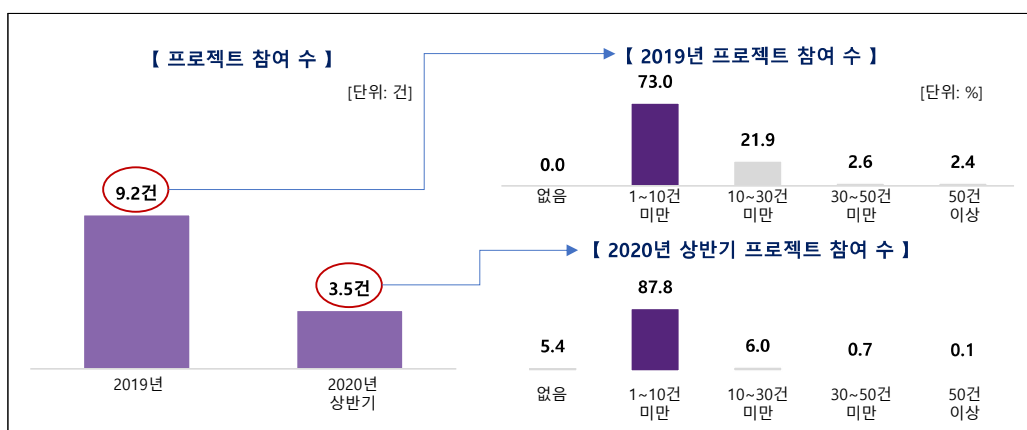
(단위 : 명, %, 건)

구분		사례수	2019년					2020년 상반기				
			2건 이하	3~5건 이하	6~9건 이하	10건 이상	평균	2건 이하	3~5건 이하	6~9건 이하	10건 이상	평균
전체		(1,251)	42.6	26.4	9.1	21.9	6.4	51.5	24.9	9.1	14.5	5.1
장르	출판	(285)	31.2	24.2	9.8	34.7	8.2	40.0	27.0	12.6	20.4	5.9
	만화/웹툰	(118)	41.5	33.1	8.5	16.9	6.0	50.0	31.4	6.8	11.9	4.9
	음악(공연)	(103)	31.1	34.0	12.6	22.3	7.4	47.6	29.1	5.8	17.5	5.3
	영화	(130)	33.8	28.5	6.9	30.8	8.9	44.6	19.2	11.5	24.6	7.9
	게임	(265)	69.4	17.7	7.2	5.7	3.1	72.5	18.1	5.7	3.8	2.7
	애니메이션	(87)	49.4	33.3	10.3	6.9	3.7	65.5	27.6	0.0	6.9	2.9
	방송	(176)	31.8	28.4	9.7	30.1	8.1	39.8	25.6	13.1	21.6	6.9
	캐릭터	(87)	41.4	27.6	10.3	20.7	5.3	51.7	29.9	12.6	5.7	3.7
경력	1년미만	(194)	75.3	15.5	4.1	5.2	2.7	65.5	25.8	2.1	6.7	3.2
	1~3년미만	(403)	45.9	26.1	8.7	19.4	5.8	54.1	23.3	9.9	12.7	4.4
	3~5년미만	(262)	32.8	30.2	13.0	24.0	7.1	47.3	26.0	11.1	15.6	5.2
	5~10년미만	(244)	31.6	30.7	10.2	27.5	7.7	48.0	27.5	8.2	16.4	5.9
	10년이상	(148)	26.4	27.7	8.1	37.8	9.2	39.2	22.3	14.2	24.3	7.8

(2) 참여 프로젝트 현황 (프리랜서)

프리랜서를 대상으로 참여 프로젝트 현황을 조사한 결과, 2019년 9.2건, 2020년 상반기 3.5건으로 나타났다. 소속근로자의 참여프로젝트가 2019년 6.4건에서 2020년 상반기 5.1건으로 줄어든 것에 반해 감소폭이 더 크다는 점에서, 프리랜서가 소속근로자보다 상대적으로 코로나19 고용위기의 영향을 더 크게 받은 것을 짐작할 수 있다.

참여 프로젝트의 분포를 살펴보면 1~10건 미만이 2019년에는 73.0%, 2020년 상반기에는 87.8%로 가장 높았으며, 10~30건 미만(21.9%, 6.0%), 30~50건 미만(2.6%, 0.7%), 50건 이상(2.4%, 0.1%) 순으로 조사되었다.



[그림 3-17] 참여 프로젝트 현황 (프리랜서)

프리랜서의 2019년/2020년 상반기 평균 참여 프로젝트 현황을 장르별로 살펴보면, 2019년은 음악(공연)이 평균 13.8건으로 평균 참여 프로젝트 수가 가장 높았고, 애니메이션(12.0건), 영화(9.4건) 등의 순으로 나타난 반면, 2020년 상반기는 애니메이션이 평균 4.7건, 출판 및 영화가 각각 평균 4.0건의 순으로 나타났다.

프리랜서의 경력별로 참여 프로젝트 현황을 살펴보면, 2019년과 2020년 상반기 모두 10년 미만까지 경력의 연차가 높을수록 평균 참여 프로젝트 수가 높아지는 경향성을 보였다.

<표 3-37> 참여 프로젝트 현황 (프리랜서)

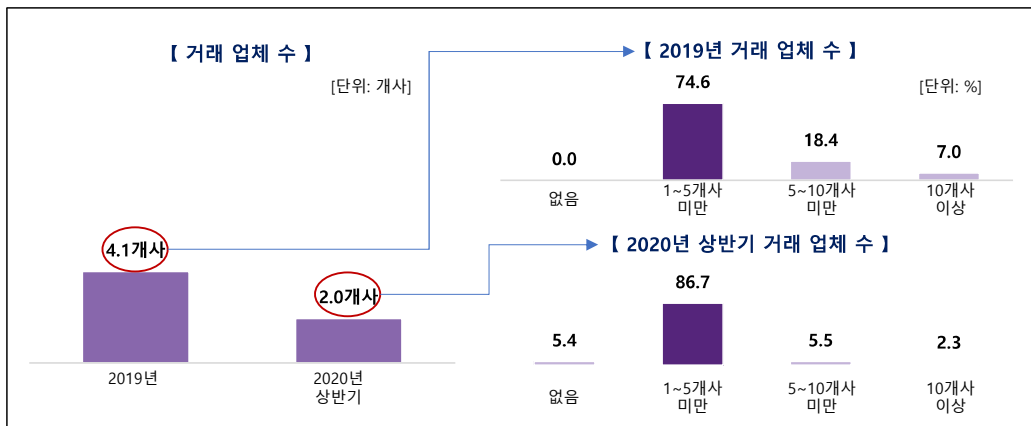
(단위 : 명, %, 건)

구분		사례수	2019년						2020년 상반기					
			없음	1~10건 미만	10~30건 미만	30~50건 미만	50건 이상	평균	없음	1~10건 미만	10~30건 미만	30~50건 미만	50건 이상	평균
전체		(1,109)	0.0	73.0	21.9	2.6	2.4	9.2	5.4	87.8	6.0	0.7	0.1	3.5
장르	출판	(193)	0.0	69.9	24.9	3.1	2.1	8.9	9.3	81.3	7.8	1.6	0.0	4.0
	만화/웹툰	(202)	0.0	85.6	11.4	1.5	1.5	6.2	1.0	96.5	2.0	.5	0.0	2.8
	음악(공연)	(141)	0.0	60.3	29.1	5.7	5.0	13.8	1.4	88.7	9.9	0.0	0.0	3.8
	영화	(125)	0.0	76.0	20.8	1.6	1.6	9.4	8.8	82.4	6.4	1.6	0.8	4.0
	게임	(91)	0.0	83.5	12.1	1.1	3.3	7.4	4.4	91.2	4.4	0.0	0.0	2.7
	애니메이션	(87)	0.0	54.0	40.2	3.4	2.3	12.0	3.4	85.1	10.3	1.1	0.0	4.7
	방송	(183)	0.0	77.0	17.5	2.2	3.3	9.2	10.9	83.1	5.5	0.5	0.0	3.0
	캐릭터	(87)	0.0	66.7	31.0	2.3	0.0	7.7	0.0	97.7	2.3	0.0	0.0	3.0
경력	1년미만	(86)	0.0	84.9	10.5	2.3	2.3	6.0	8.1	84.9	7.0	0.0	0.0	2.9
	1~3년미만	(381)	0.0	78.2	18.6	2.1	1.0	7.1	3.9	90.8	5.0	0.3	0.0	3.2
	3~5년미만	(224)	0.0	71.0	23.2	3.1	2.7	9.7	4.0	88.4	6.7	0.9	0.0	3.6
	5~10년미만	(228)	0.0	62.7	26.8	4.8	5.7	14.1	4.4	86.0	7.0	2.2	0.4	4.5
	10년이상	(190)	0.0	72.1	26.3	0.5	1.1	8.2	10.0	84.7	5.3	0.0	0.0	2.7

(3) 거래 업체 수 (프리랜서)

프리랜서를 대상으로 거래 업체 수 현황을 조사한 결과, 2019년 4.1개사, 2020년 상반기 2.0개사로 나타났다.

2019년 거래 업체 수의 분포는 1~5개사 미만(74.6%)로 가장 높게 나타났으며, 5~10개사 미만(18.4%), 10개사 이상(7.0%) 등의 순으로 나타났으며, 2020년 상반기 거래 업체 수의 분포는 1~5개사 미만(86.7%), 5~10개사 미만(5.5%), 10개사 이상(2.3%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-18] 거래 업체 수 (프리랜서)

프리랜서 장르별로 거래 업체 수를 살펴보면, 2019년과 2020년 모두 애니메이션이 각각 평균 5.5개사, 2.8개사로 타 장르 대비 높게 나타났다.

프리랜서의 경력별로 살펴보면, 2019년과 2020년 상반기 모두 10년 미만까지 경력의 연차가 높을수록 평균 거래 업체 수가 많아지는 경향성을 보였다.

<표 3-38> 거래 업체 수 (프리랜서)

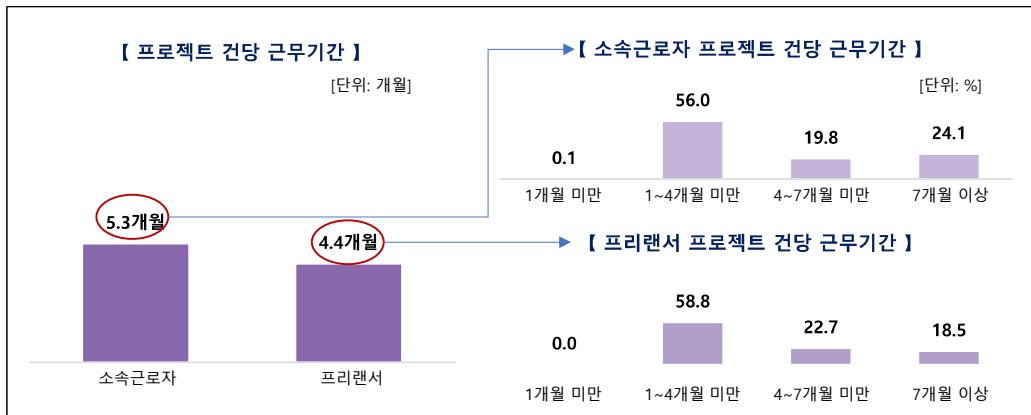
(단위 : 명, %, 개사)

구분		사례수	2019년					2020년 상반기				
			없음	1~5개 미만	5~10개 미만	10개 이상	평균	없음	1~5개 미만	5~10개 미만	10개 이상	평균
전체		(1,109)	0.0	74.6	18.4	7.0	4.1	5.4	86.7	5.5	2.3	2.0
장르	출판	(193)	0.0	71.5	20.2	8.3	4.2	9.3	78.2	7.8	4.7	2.4
	만화/웹툰	(202)	0.0	83.7	12.9	3.5	3.2	1.0	94.6	3.5	1.0	1.7
	음악(공연)	(141)	0.0	68.1	20.6	11.3	5.0	1.4	90.8	5.0	2.8	2.0
	영화	(125)	0.0	72.8	21.6	5.6	4.6	8.8	81.6	7.2	2.4	2.4
	게임	(91)	0.0	85.7	12.1	2.2	3.3	4.4	91.2	3.3	1.1	1.7
	애니메이션	(87)	0.0	63.2	21.8	14.9	5.5	3.4	82.8	8.0	5.7	2.8
	방송	(183)	0.0	75.4	19.7	4.9	3.7	10.9	84.7	3.3	1.1	1.7
	캐릭터	(87)	0.0	71.3	19.5	9.2	4.0	0.0	92.0	8.0	0.0	2.0
경력	1년미만	(86)	0.0	88.4	8.1	3.5	2.9	8.1	81.4	9.3	1.2	1.8
	1~3년미만	(381)	0.0	78.2	15.5	6.3	3.6	3.9	87.9	6.6	1.6	2.0
	3~5년미만	(224)	0.0	75.4	16.5	8.0	4.4	4.0	88.4	4.5	3.1	2.1
	5~10년미만	(228)	0.0	65.8	24.1	10.1	5.3	4.4	86.4	4.8	4.4	2.5
	10년이상	(190)	0.0	70.5	24.2	5.3	3.9	10.0	85.3	3.7	1.1	1.7

(4) 프로젝트 건당 근무기간 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자와 프리랜서의 프로젝트 건당 근무기간을 살펴보면, 소속근로자는 평균 5.3개월, 프리랜서는 4.4개월로, 소속근로자가 약 0.9개월 긴 것으로 조사되었다.

소속근로자의 프로젝트 건당 근무기간은 1개월 미만(0.1%), 1~4개월 미만(56.0%), 4~7개월 미만(19.8%), 7개월 이상(24.1%)로 나타났다. 프리랜서는 1~4개월 미만(58.8%), 4~7개월 미만(22.7%)로 소속근로자에 비해 상대적으로 높은 수준인 반면, 7개월 이상(18.5%)은 낮은 수준인 것으로 조사되었다.



[그림 3-19] 프로젝트 건당 근무기간 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 프로젝트 건당 근무기간을 장르별로 비교해보면, 게임(9.9개월), 애니메이션(6.5개월), 만화/웹툰(5.4개월)이 상대적으로 높은 반면, 프리랜서는 만화/웹툰(6.5개월)이 가장 높은 것으로 나타났다.

주 업무 분야별로 살펴보면, 소속근로자는 연구개발 업무(6.8개월), 제작 업무(6.0개월) 등의 순으로 높게 나타난 반면, 프리랜서는 기획 업무(4.7개월), 관리 업무(4.5개월), 제작 업무(4.4개월) 등의 순으로 근무기간이 높게 나타났다.

<표 4-1> 프로젝트 건당 근무기간 (소속근로자 / 프리랜서)

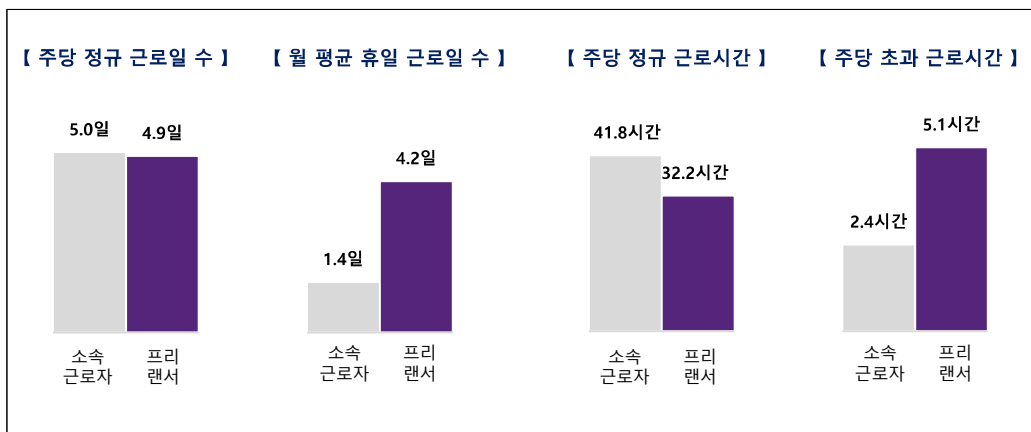
(단위 : 명, %, 개월)

구분		소속근로자						프리랜서					
		사례수	1개월 미만	1~4개월 미만	4~7개월 미만	7개월 이상	평균	사례수	1개월 미만	1~4개월 미만	4~7개월 미만	7개월 이상	평균
전체		(1,251)	0.1	56.0	19.8	24.1	5.3	(1,109)	0.0	58.8	22.7	18.5	4.4
장르	출판	(285)	0.0	80.0	13.7	6.3	2.9	(193)	0.0	63.7	21.2	15.0	3.8
	만화/웹툰	(118)	0.0	51.7	19.5	28.8	5.4	(202)	0.0	43.1	22.3	34.7	6.5
	음악(공연)	(103)	0.0	70.9	17.5	11.7	3.7	(141)	0.0	69.5	19.9	10.6	3.3
	영화	(130)	0.0	59.2	20.0	20.8	4.4	(125)	0.0	61.6	28.0	10.4	3.7
	게임	(265)	0.4	23.4	23.0	53.2	9.9	(91)	0.0	59.3	22.0	18.7	4.4
	애니메이션	(87)	0.0	41.4	25.3	33.3	6.5	(87)	0.0	58.6	25.3	16.1	4.6
	방송	(176)	0.0	64.2	24.4	11.4	3.5	(183)	0.0	55.2	21.9	23.0	4.8
	캐릭터	(87)	0.0	58.6	18.4	23.0	5.5	(87)	0.0	70.1	24.1	5.7	3.1
주 업 무 분 야	기획	(296)	0.0	56.8	18.9	24.3	5.1	(242)	0.0	53.3	29.8	16.9	4.7
	제작	(412)	0.0	51.5	19.9	28.6	6.0	(764)	0.0	60.1	20.3	19.6	4.4
	관리	(270)	0.0	64.4	21.1	14.4	4.0	(40)	0.0	55.0	20.0	25.0	4.5
	마케팅/사업	(142)	0.7	59.2	18.3	21.8	5.4	(36)	0.0	66.7	27.8	5.6	3.9
	연구개발	(105)	0.0	43.8	21.9	34.3	6.8	(25)	0.0	64.0	28.0	8.0	3.2
	기타	(26)	0.0	65.4	15.4	19.2	4.8	(2)	0.0	100.0	0.0	0.0	1.0

(5) 근로일 수 및 근로시간 (소속근로자 / 프리랜서)

2020년 기준 소속근로자와 프리랜서의 근로일 수 및 근로시간을 조사한 결과, 주당 정규 근로일 수는 소속근로자 5.0일, 프리랜서 4.9일로 조사되었으며, 월 평균 휴일 근로일 수는 소속근로자 1.4일, 프리랜서 4.2일로 나타났다. 소속근로자의 주당 정규 근로시간은 41.8시간이었으며, 프리랜서는 32.2시간으로 조사되었다. 또한 주당 초과 근로시간은 소속근로자 2.4시간, 프리랜서 5.1시간이었다.

주당 정규 근로일 수에서는 소속근로자와 프리랜서 간에 큰 차이가 존재하지 않았으나, 월 평균 휴일 근로일 수와 주당 초과 근로시간으로 미루어볼 때, 프리랜서가 초과근로를 더 많이 하는 것으로 나타났다.



[그림 3-20] 근로일 수 및 근로시간 (소속근로자 / 프리랜서)

월 평균 휴일 근로일 수를 장르별로 살펴보면, 소속근로자는 만화/웹툰, 게임(각각 2.0일)이, 프리랜서에서는 애니메이션(4.9일), 영화 및 캐릭터(각각 4.5일) 순으로 높게 나타났고 전반적으로 프리랜서가 소속근로자보다 월 평균 휴일 근로가 더 많은 것으로 조사되었다.

주당 정규 근로시간을 장르별로 살펴보면, 소속근로자는 게임(42.6시간), 캐릭터(42.5시간)가 프리랜서는 애니메이션(37.9시간)이 상대적으로 높았고, 정규 근로시간은 전반적으로 소속근로자가 프리랜서 대비 많은 특성을 보였다.

주당 초과 근로시간을 장르별로 살펴보면, 소속근로자는 게임(3.6시간)에서, 프리랜서는 방송(6.4시간)에서 초과 근로시간이 가장 높게 나타났다.

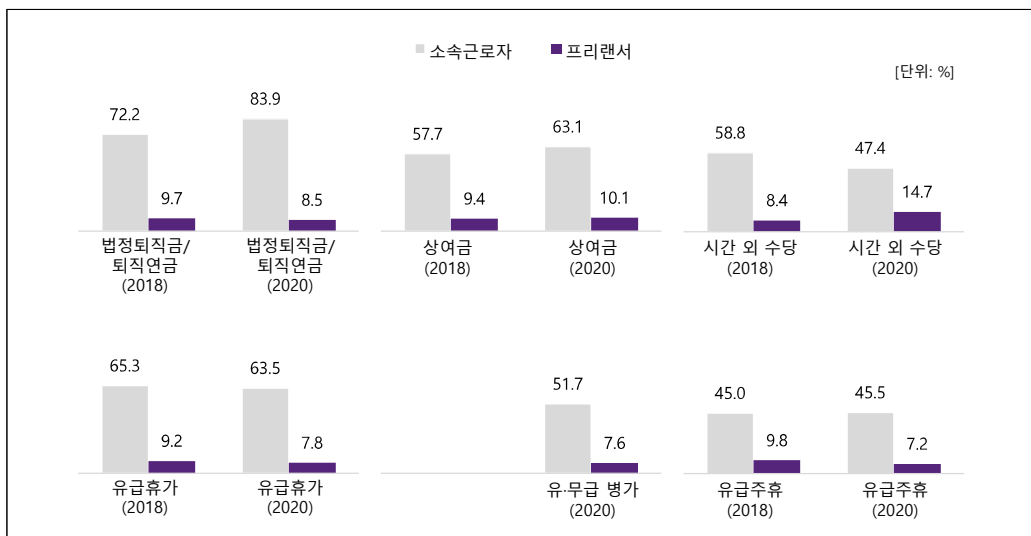
<표 3-39> 근로일 수 및 근로시간 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, 일, 시간)

구분		소속근로자					프리랜서				
		사례수	주당 정규 근로일수	월 평균 휴일 근로일수	주당 정규 근로시간	주당 초과 근로시간	사례수	주당 정규 근로일수	월 평균 휴일 근로일수	주당 정규 근로시간	주당 초과 근로시간
전체		(1,251)	5.0	1.4	41.8	2.4	(1,109)	4.9	4.2	32.2	5.1
장르	출판	(285)	5.0	0.8	41.2	1.2	(193)	4.9	3.5	31.4	4.3
	만화/웹툰	(118)	5.0	2.0	39.9	3.1	(202)	4.9	4.3	32.1	5.9
	음악(공연)	(103)	5.0	1.2	42.0	1.5	(141)	4.8	4.3	29.1	4.1
	영화	(130)	5.0	1.0	42.1	1.7	(125)	4.5	4.5	31.6	5.1
	게임	(265)	5.0	2.0	42.6	3.6	(91)	4.7	4.0	30.1	4.4
	애니메이션	(87)	5.0	1.4	42.3	3.5	(87)	5.3	4.9	37.9	5.1
	방송	(176)	5.1	1.7	41.9	2.8	(183)	5.0	4.3	34.0	6.4
	캐릭터	(87)	5.1	1.6	42.5	1.9	(87)	5.0	4.5	32.9	4.5

(6) 복지혜택 직장제공 여부 (소속근로자 / 프리랜서)

법정퇴직금/퇴직연금, 시간 외 수당, 유급휴가와 같은 복지혜택의 직장제공 여부를 살펴본 결과, 2020년에도 2018년과 동일하게 소속근로자와 프리랜서에게 제공되는 복지혜택의 차이가 컸다. 2020년 기준 법정퇴직금/퇴직연금을 제공하는 사업체에서 일하는 소속근로자는 83.9%인데 반해, 프리랜서는 8.5%에 불과했다. 상여금 직장제공률은 소속근로자는 63.1%, 프리랜서는 10.1%였으며, 시간 외 수당의 직장제공률은 소속근로자 47.4%, 프리랜서 14.7%였다. 유급휴가 직장제공률은 소속근로자 63.5%, 프리랜서 7.8%였으며, 유무급병가의 직장제공률은 소속근로자 51.7%, 프리랜서 7.6%였다. 직장제공률이 가장 낮은 것으로 조사된 유급주휴는 소속근로자의 경우 45.5%, 프리랜서 7.2%였다.



[그림 3-21] 복지혜택 직장제공 여부 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 장르별로 복지혜택 직장제공 여부를 살펴보면, 출판은 시간외수당(52.6%), 유급주휴(53.7%)에서 상대적으로 높게 나타났으며, 게임은 퇴직금/퇴직연금(90.2%), 유급휴가(81.5%), 유무급병가(57.0%), 방송은 상여금(70.5%)에서 높은 것으로 조사되었다.

프리랜서의 복지혜택 직장제공 여부를 살펴보면, 음악(공연)은 상여금(22.0%), 시간외수당(27.0%)에서, 게임은 퇴직금/퇴직연금(13.2%), 유급휴가(17.6%), 유무급병가(12.1%), 유급주휴(9.9%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

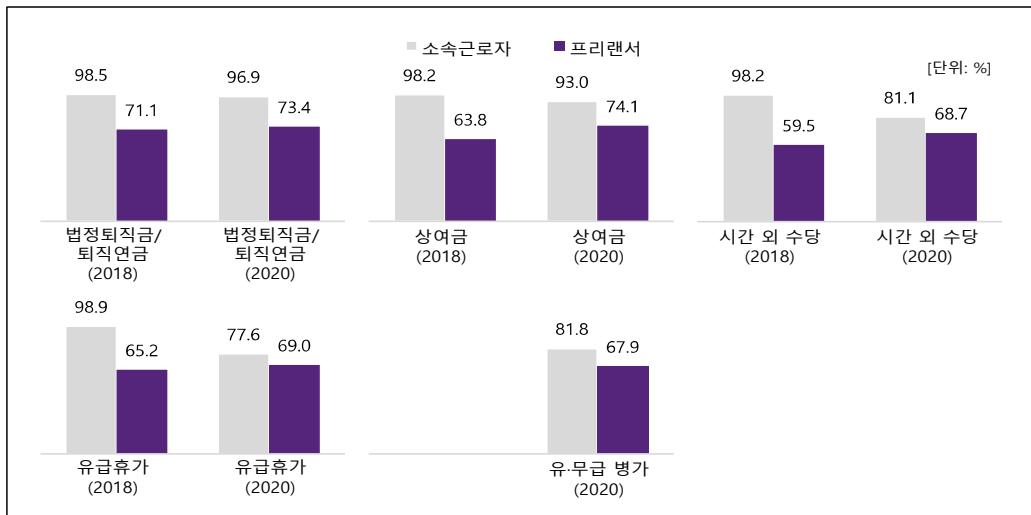
<표 3-40> 복지혜택 직장제공 여부(소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자							프리랜서						
		사례수	퇴직금/ 퇴직 연금	상여금	시간외 수당	유급 휴가	유무급 병가	유급 주휴	사례수	퇴직금/ 퇴직 연금	상여금	시간외 수당	유급 휴가	유무급 병가	유급 주휴
전체		(1,251)	83.9	63.1	47.4	63.5	51.7	45.5	(1,109)	8.5	10.1	14.7	7.8	7.6	7.2
장르	출판	(285)	78.2	65.6	52.6	55.1	54.7	53.7	(193)	9.3	11.4	12.4	9.3	6.7	8.8
	만화/웹툰	(118)	85.6	63.6	48.3	63.6	47.5	42.4	(202)	9.4	12.4	14.9	5.9	6.9	7.4
	음악 (공연)	(103)	75.7	68.9	49.5	42.7	48.5	42.7	(141)	7.8	22.0	27.0	5.7	9.2	6.4
	영화	(130)	80.8	65.4	47.7	56.9	45.4	51.5	(125)	8.8	5.6	18.4	10.4	7.2	8.8
	게임	(265)	90.2	54.0	44.5	81.5	57.0	40.4	(91)	13.2	5.5	12.1	17.6	12.1	9.9
	애니메이션	(87)	87.4	62.1	35.6	58.6	44.8	34.5	(87)	9.2	13.8	11.5	9.2	9.2	8.0
	방송	(176)	85.2	70.5	50.6	65.9	52.3	48.3	(183)	3.3	4.4	7.7	2.7	4.9	2.7
	캐릭터	(87)	89.7	57.5	40.2	70.1	50.6	37.9	(87)	10.3	2.3	14.9	8.0	8.0	8.0

(7) 복지혜택 본인 수혜 여부 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자와 프리랜서의 복지혜택 수혜 여부를 2018년과 비교한 결과, 소속근로자보다 프리랜서가 받는 수혜가 상대적으로 적은 경향이 여전했다. 2020년 기준 법정퇴직금/퇴직연금을 제공하는 사업체에서 일하는 소속근로자(83.9%) 중 본인이 혜택을 받는다고 응답한 경우는 96.9%에 해당했다. 한편, 직장에서 법정퇴직금/퇴직연금을 제공한다고 응답한 프리랜서(8.5%) 중 본인이 수혜를 받는 경우는 73.4%였다. 상여금의 경우, 소속근로자 93.0%(직장제공률 63.1%), 프리랜서 74.1%(직장제공률 10.1%)가 혜택을 받는 것으로 나타났다. 시간 외 수당은 소속근로자의 본인수혜율 81.1%(직장제공률 47.4%), 프리랜서 68.7%(직장제공률 14.7%)였으며, 유급휴가의 경우 소속근로자의 본인수혜율 77.6%(직장제공률 63.5%), 프리랜서 69.0%(직장제공률 7.8%)였다. 유무급병가를 제공하는 사업체에서 일하는 소속근로자(51.7%) 중 해당 혜택을 받는 경우는 81.8%인데 반해, 프리랜서의 경우(직장제공률 7.6%) 본인이 수혜를 받는 경우는 67.9%였다.



[그림 3-22] 복지혜택 본인 수혜 여부 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 장르별로 복지혜택 본인 수혜 여부를 살펴보면, 만화/웹툰은 시간외수당(93.0%)에서 상대적으로 높게 나타났으며, 게임은 유급휴가(92.1%)와 유무급병가(86.8%), 캐릭터는 퇴직금/퇴직연금과 상여금(각각 100.0%)에서 높은 것으로 조사되었다.

프리랜서를 장르별로 살펴보면, 게임은 상여금(100.0%), 유무급병가(90.9%), 애니메이션은 퇴직금/퇴직연금(100.0%), 방송은 유급휴가(80.0%), 캐릭터는 상여금(100.0%), 시간 외 수당(92.3%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

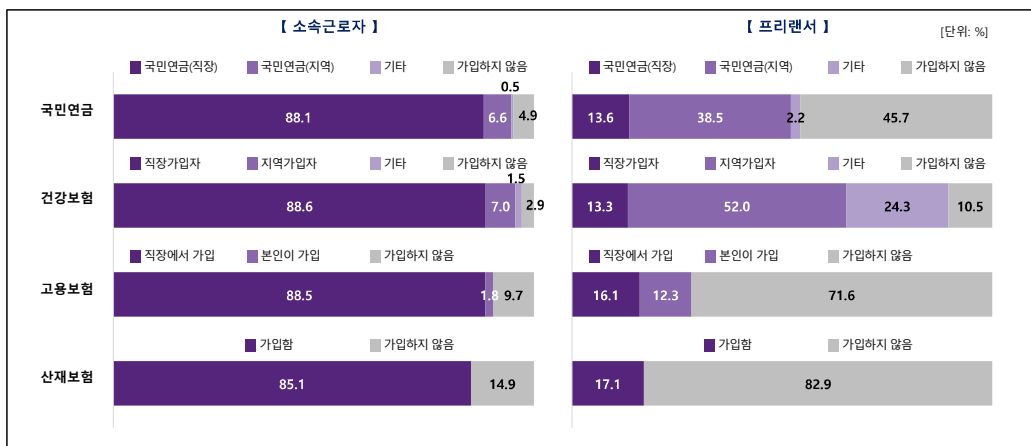
<표 3-41> 복지혜택 본인 수혜 여부 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자						프리랜서					
		사례수	퇴직금/ 퇴직연금	상여금	시간외 수당	유급 휴가	유무급 병가	사례수	퇴직금/ 퇴직연금	상여금	시간외 수당	유급 휴가	유무급 병가
전체		(1,251)	96.9	93.0	81.1	77.6	81.8	(1,109)	73.4	74.1	68.7	69.0	67.9
장르	출판	(285)	98.7	95.7	78.0	70.7	78.8	(193)	77.8	86.4	75.0	72.2	84.6
	만화/웹툰	(118)	98.0	96.0	93.0	86.7	83.9	(202)	84.2	76.0	70.0	75.0	71.4
	음악(공연)	(103)	98.7	95.8	80.4	65.9	82.0	(141)	54.5	77.4	78.9	62.5	61.5
	영화	(130)	94.3	92.9	72.6	63.5	84.7	(125)	72.7	57.1	52.2	69.2	77.8
	게임	(265)	95.4	88.1	88.1	92.1	86.8	(91)	58.3	100.0	72.7	56.3	90.9
	애니메이션	(87)	93.4	85.2	87.1	74.5	69.2	(87)	100.0	50.0	40.0	62.5	12.5
	방송	(176)	96.7	91.9	75.3	67.2	81.5	(183)	33.3	50.0	50.0	80.0	66.7
	캐릭터	(87)	100.0	100.0	77.1	80.3	79.5	(87)	88.9	100.0	92.3	85.7	57.1

(8) 4대 보험 가입현황 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자와 프리랜서를 대상으로 4대 보험 가입현황을 조사한 결과, 소속근로자의 경우 모든 사회보험에서 85.0% 이상의 가입률이 나타났으며, 특히 건강보험의 가입률은 97.1%(직장 88.6%, 지역7.0% 기타1.5%)로 가장 높았다. 반면, 프리랜서의 경우 전반적으로 소속근로자 대비 4대 보험 가입률이 상대적으로 낮은 것으로 조사되었으며, 특히 고용보험(28.4%)과 산재보험(17.1%)은 현저히 낮은 가입률을 보였다.



[그림 3-23] 4대 보험 가입현황 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 가입률이 가장 높게 나타난 건강보험의 직장 가입현황을 장르별로 살펴보면, 가입률은 게임(95.8%), 캐릭터(95.4%), 애니메이션(93.1%), 방송(90.9%) 등의 순으로 높았으며, 고용 형태별로는 정규직(91.7%), 고용 지위별로는 상용직(91.0%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

프리랜서의 가입률이 가장 높게 나타난 건강보험의 지역 가입현황을 장르별로 살펴보면, 가입률은 애니메이션(64.4%), 영화(60.8%), 출판(57.0%) 등의 순으로 높았다. 특히 프리랜서 경력의 연차가 많을수록 지역가입자도 증가하는 경향을 보였다. 고용 지위별로는 자영업자(55.8%), 임시근로자(52.0%), 일용근로자(51.3%) 등의 순으로 높은 것으로 조사되었다.

<표 3-42> 4대 보험 가입현황 - 국민연금

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자					프리랜서				
		사례수	직장	지역	기타	미가입	사례수	직장	지역	기타	미가입
전체		(1,251)	88.1	6.6	0.5	4.9	(1,109)	13.6	38.5	2.2	45.7
장르	출판	(285)	80.4	15.1	0.4	4.2	(193)	9.3	44.6	1.0	45.1
	만화/웹툰	(118)	82.2	5.1	0.0	12.7	(202)	11.9	32.7	1.5	54.0
	음악(공연)	(103)	81.6	5.8	0.0	12.6	(141)	22.7	35.5	3.5	38.3
	영화	(130)	89.2	6.9	0.0	3.8	(125)	12.0	32.0	4.0	52.0
	게임	(265)	96.6	1.5	0.8	1.1	(91)	19.8	34.1	0.0	46.2
	애니메이션	(87)	90.8	5.7	2.3	1.1	(87)	9.2	52.9	3.4	34.5
	방송	(176)	90.3	4.0	0.6	5.1	(183)	10.9	42.6	1.6	44.8
	캐릭터	(87)	94.3	2.3	0.0	3.4	(87)	18.4	34.5	3.4	43.7
경력	1년미만	(194)	88.7	2.6	0.5	8.2	(86)	20.9	26.7	0.0	52.3
	1~3년미만	(403)	89.6	4.2	0.2	6.0	(381)	16.0	31.5	2.4	50.1
	3~5년미만	(262)	90.8	6.5	0.4	2.3	(224)	11.2	40.2	1.3	47.3
	5~10년미만	(244)	88.1	7.8	0.4	3.7	(228)	11.8	47.4	3.5	37.3
	10년이상	(148)	78.4	16.2	1.4	4.1	(190)	10.5	45.3	2.1	42.1

<표 3-43> 4대 보험 가입현황 - 국민연금 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	직장	지역	기타	미가입
전체		(1,251)	88.1	6.6	0.5	4.9
고용 형태	정규직	(1,130)	91.2	5.9	0.4	2.5
	비정규직	(121)	58.7	12.4	1.7	27.3
고용 지위	상용	(1,150)	90.6	6.1	0.5	2.8
	비상용	(118)	62.7	11.0	0.8	25.4

<표 3-44> 4대 보험 가입현황 - 국민연금 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	직장	지역	기타	미가입
전체	(1,109)	13.6	38.5	2.2	45.7
고용 지위	임시근로자 (529)	13.8	40.1	1.7	44.4
	일용근로자 (351)	13.1	38.5	2.0	46.4
	자영업자 (294)	12.9	39.8	2.4	44.9
	기타 (157)	18.5	32.5	6.4	42.7

<표 3-45> 4대 보험 가입현황 - 건강보험

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자					프리랜서				
		사례수	직장	지역	기타	미가입	사례수	직장	지역	기타	미가입
전체		(1,251)	88.6	7.0	1.5	2.9	(1,109)	13.3	52.0	24.3	10.5
장르	출판	(285)	81.4	15.1	0.7	2.8	(193)	11.9	57.0	26.9	4.1
	만화/웹툰	(118)	82.2	7.6	2.5	7.6	(202)	10.9	51.0	21.8	16.3
	음악(공연)	(103)	80.6	9.7	1.9	7.8	(141)	22.7	39.7	27.0	10.6
	영화	(130)	90.8	6.2	2.3	0.8	(125)	10.4	60.8	21.6	7.2
	게임	(265)	95.8	1.1	3.0	0.0	(91)	22.0	41.8	19.8	16.5
	애니메이션	(87)	93.1	3.4	0.0	3.4	(87)	4.6	64.4	21.8	9.2
	방송	(176)	90.9	5.7	0.6	2.8	(183)	12.0	55.7	25.7	6.6
	캐릭터	(87)	95.4	2.3	0.0	2.3	(87)	12.6	41.4	27.6	18.4
경력	1년미만	(194)	87.6	3.6	4.1	4.6	(86)	19.8	34.9	23.3	22.1
	1~3년미만	(403)	89.8	5.0	1.5	3.7	(381)	16.3	44.4	28.1	11.3
	3~5년미만	(262)	92.7	5.3	0.8	1.1	(224)	9.8	55.4	22.3	12.5
	5~10년미만	(244)	88.9	8.6	0.8	1.6	(228)	11.4	58.8	23.2	6.6
	10년이상	(148)	78.4	17.6	0.7	3.4	(190)	10.5	63.2	20.5	5.8

<표 3-46> 4대 보험 가입현황 - 건강보험 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	직장	지역	기타	미가입
전체	(1,251)	88.6	7.0	1.5	2.9
고용 형태					
정규직	(1,130)	91.7	6.3	0.9	1.2
비정규직	(121)	59.5	14.0	7.4	19.0
고용 지위					
상용	(1,150)	91.0	6.7	0.9	1.5
비상용	(118)	63.6	11.0	8.5	16.9

<표 3-47> 4대 보험 가입현황 - 건강보험 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	직장	지역	기타	미가입
전체	(1,109)	13.3	52.0	24.3	10.5
고용 지위					
임시근로자	(529)	13.2	52.0	23.8	11.0
일용근로자	(351)	12.8	51.3	25.6	10.3
자영업자	(294)	12.9	55.8	24.1	7.1
기타	(157)	17.2	50.3	20.4	12.1

<표 3-48> 4대 보험 가입현황 - 고용보험

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자				프리랜서			
		사례수	직장	직접가입	미가입	사례수	직장	직접가입	미가입
전체		(1,251)	88.5	1.8	9.7	(1,109)	16.1	12.3	71.6
장르	출판	(285)	79.6	2.5	17.9	(193)	17.1	11.9	71.0
	만화/웹툰	(118)	86.4	3.4	10.2	(202)	13.4	9.9	76.7
	음악(공연)	(103)	85.4	1.0	13.6	(141)	28.4	16.3	55.3
	영화	(130)	88.5	3.8	7.7	(125)	16.8	13.6	69.6
	게임	(265)	96.2	0.4	3.4	(91)	20.9	13.2	65.9
	애니메이션	(87)	93.1	0.0	6.9	(87)	14.9	9.2	75.9
	방송	(176)	89.2	1.1	9.7	(183)	8.7	9.8	81.4
	캐릭터	(87)	94.3	3.4	2.3	(87)	11.5	17.2	71.3
경력	1년미만	(194)	89.7	0.0	10.3	(86)	20.9	12.8	66.3
	1~3년미만	(403)	90.3	2.0	7.7	(381)	20.5	13.4	66.1
	3~5년미만	(262)	92.0	1.9	6.1	(224)	13.4	14.7	71.9
	5~10년미만	(244)	87.7	3.7	8.6	(228)	14.0	10.5	75.4
	10년이상	(148)	77.0	0.7	22.3	(190)	11.1	8.9	80.0

<표 3-49> 4대 보험 가입현황 - 고용보험 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	직장	직접가입	미가입
전체		(1,251)	88.5	1.8	9.7
고용 형태	정규직	(1,130)	90.9	1.3	7.8
	비정규직	(121)	66.1	6.6	27.3
고용 지위	상용	(1,150)	90.3	1.6	8.1
	비상용	(118)	69.5	5.1	25.4

<표 3-50> 4대 보험 가입현황 - 고용보험 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	직장	직접가입	미가입
전체		(1,109)	16.1	12.3	71.6
고용 지위	임시근로자	(529)	18.1	11.3	70.5
	일용근로자	(351)	16.5	10.3	73.2
	자영업자	(294)	14.3	12.9	72.8
	기타	(157)	19.7	15.9	64.3

<표 3-51> 4대 보험 가입현황 - 산재보험

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자			프리랜서		
		사례수	가입	미가입	사례수	가입	미가입
전체		(1,251)	85.1	14.9	(1,109)	17.1	82.9
장르	출판	(285)	78.9	21.1	(193)	16.6	83.4
	만화/웹툰	(118)	82.2	17.8	(202)	15.8	84.2
	음악(공연)	(103)	86.4	13.6	(141)	26.2	73.8
	영화	(130)	88.5	11.5	(125)	16.0	84.0
	게임	(265)	85.7	14.3	(91)	25.3	74.7
	애니메이션	(87)	89.7	10.3	(87)	14.9	85.1
	방송	(176)	85.8	14.2	(183)	11.5	88.5
	캐릭터	(87)	94.3	5.7	(87)	13.8	86.2
경력	1년미만	(194)	79.4	20.6	(86)	26.7	73.3
	1~3년미만	(403)	86.6	13.4	(381)	21.8	78.2
	3~5년미만	(262)	90.5	9.5	(224)	17.4	82.6
	5~10년미만	(244)	88.1	11.9	(228)	13.2	86.8
	10년이상	(148)	73.6	26.4	(190)	7.9	92.1

<표 3-52> 4대 보험 가입현황 - 산재보험 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	가입	미가입
전체		(1,251)	85.1	14.9
고용 형태	정규직	(1,130)	87.3	12.7
	비정규직	(121)	64.5	35.5
고용 지위	상용	(1,150)	87.0	13.0
	비상용	(118)	64.4	35.6

<표 3-53> 4대 보험 가입현황 - 산재보험 (프리랜서)

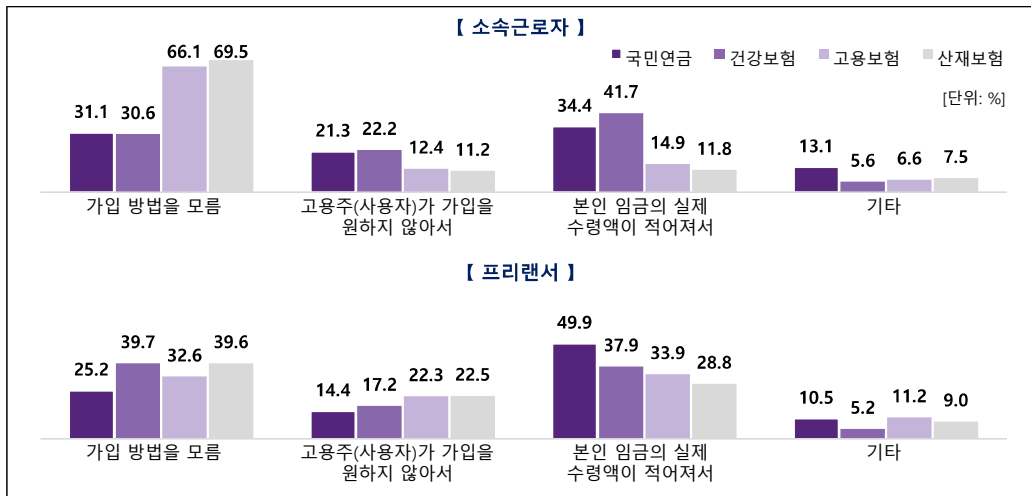
(단위 : 명, %)

구분		사례수	가입	미가입
전체		(1,109)	17.1	82.9
고용 지위	임시근로자	(529)	18.1	81.9
	일용근로자	(351)	18.5	81.5
	자영업자	(294)	16.0	84.0
	기타	(157)	21.7	78.3

(9) 4대 보험 미가입 사유 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 4대 보험 미가입 사유로는 국민연금과 건강보험의 경우 본인 임금의 실제 수령액이 적어져서(각각 34.4%, 41.7%)가 가장 많았고, 고용보험과 산재보험은 가입 방법을 몰라서(각각 66.1%, 69.5%)가 가장 높게 나타났다.

프리랜서의 4대 보험 미가입 사유로는 국민연금과 고용보험의 경우 본인 임금의 실제 수령액이 적어져서(각각 49.9%, 33.9%)가 가장 많았고, 건강보험과 산재보험은 가입 방법을 몰라서(각각 39.7%, 39.6%)가 가장 높게 조사되었다.



[그림 3-24] 4대 보험 미가입 사유 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 가입률이 가장 낮게 나타난 산재보험의 미가입 사유를 장르별로 살펴보면, 출판은 가입 방법을 몰라서(88.3%), 만화/웹툰은 고용주(사용자)가 가입을 원하지 않아서(38.1%), 음악(공연)은 본인 임금의 실제 수령액이 적어져서(35.7%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

프리랜서의 가입률이 가장 낮게 나타난 산재보험의 미가입 사유를 장르별로 살펴보면, 만화/웹툰은 가입방법을 몰라서(42.4%), 애니메이션은 본인 임금의 실제 수령액이 적어져서(35.1%), 방송은 고용주(사용자)가 가입을 원하지 않아서(30.2%)에서 각각 상대적으로 높게 나타났다.

<표 3-54> 4대 보험 미가입 사유 - 국민연금

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자					프리랜서				
		사례수	가입방법 모름	고용주가 희망하지 않음	임금 수령액이 적어져서	기타	사례수	가입방법 모름	고용주가 희망하지 않음	임금 수령액이 적어져서	기타
전체		(61)	31.1	21.3	34.4	13.1	(507)	25.2	14.4	49.9	10.5
장르	출판	(12)	58.3	16.7	8.3	16.7	(87)	14.9	9.2	59.8	16.1
	만화/웹툰	(15)	13.3	40.0	40.0	6.7	(109)	24.8	18.3	51.4	5.5
	음악(공연)	(13)	23.1	30.8	38.5	7.7	(54)	46.3	11.1	35.2	7.4
	영화	(5)	20.0	20.0	40.0	20.0	(65)	30.8	7.7	55.4	6.2
	게임	(3)	0.0	0.0	0.0	100.0	(42)	28.6	11.9	45.2	14.3
	애니메이션	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	(30)	6.7	30.0	56.7	6.7
	방송	(9)	33.3	0.0	66.7	0.0	(82)	18.3	20.7	45.1	15.9
	캐릭터	(3)	66.7	0.0	33.3	0.0	(38)	36.8	7.9	44.7	10.5

<표 3-55> 4대 보험 미가입 사유 - 건강보험

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자					프리랜서				
		사례수	가입방법 모름	고용주가 희망하지 않음	임금 수령액이 적어져서	기타	사례수	가입방법 모름	고용주가 희망하지 않음	임금 수령액이 적어져서	기타
전체		(36)	30.6	22.2	41.7	5.6	(116)	39.7	17.2	37.9	5.2
장르	출판	(8)	50.0	12.5	25.0	12.5	(8)	50.0	0.0	50.0	0.0
	만화/웹툰	(9)	0.0	44.4	44.4	11.1	(33)	24.2	36.4	36.4	3.0
	음악(공연)	(8)	0.0	37.5	62.5	0.0	(15)	66.7	13.3	13.3	6.7
	영화	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	(9)	33.3	0.0	66.7	0.0
	게임	-	-	-	-	-	(15)	53.3	13.3	26.7	6.7
	애니메이션	(3)	100.0	0.0	0.0	0.0	(8)	0.0	25.0	62.5	12.5
	방송	(5)	40.0	0.0	60.0	0.0	(12)	41.7	16.7	41.7	0.0
	캐릭터	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0	(16)	50.0	0.0	37.5	12.5

<표 3-56> 4대 보험 미가입 사유 - 고용보험

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자					프리랜서				
		사례수	가입방법 모름	고용주가 희망하지 않음	임금 수령액이 적어져서	기타	사례수	가입방법 모름	고용주가 희망하지 않음	임금 수령액이 적어져서	기타
전체		(121)	66.1	12.4	14.9	6.6	(794)	32.6	22.3	33.9	11.2
장르	출판	(51)	90.2	2.0	3.9	3.9	(137)	31.4	18.2	37.2	13.1
	만화/웹툰	(12)	8.3	50.0	25.0	16.7	(155)	31.6	29.0	34.8	4.5
	음악(공연)	(14)	35.7	28.6	35.7	0.0	(78)	34.6	23.1	35.9	6.4
	영화	(10)	70.0	10.0	20.0	0.0	(87)	31.0	14.9	37.9	16.1
	게임	(9)	44.4	0.0	11.1	44.4	(60)	35.0	10.0	33.3	21.7
	애니메이션	(6)	100.0	0.0	0.0	0.0	(66)	27.3	25.8	37.9	9.1
	방송	(17)	58.8	17.6	23.5	0.0	(149)	36.9	25.5	26.8	10.7
	캐릭터	(2)	50.0	0.0	50.0	0.0	(62)	30.6	24.2	29.0	16.1

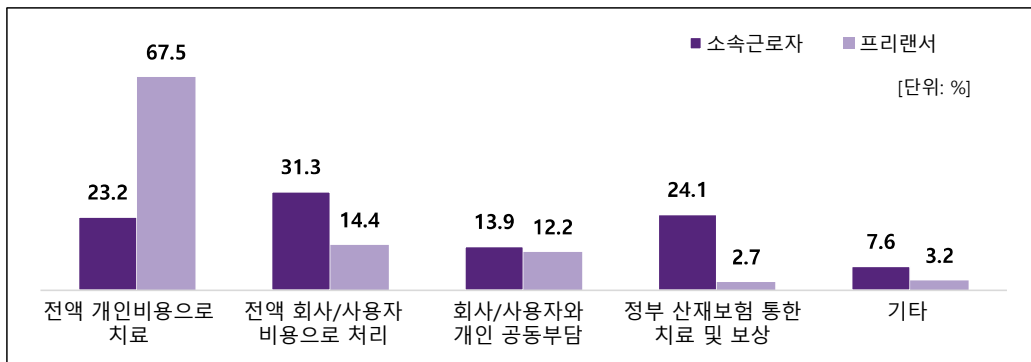
<표 3-57> 4대 보험 미가입 사유 - 산재보험

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자					프리랜서				
		사례수	가입방법 모름	고용주가 희망하지 않음	임금 수령액이 적어져서	기타	사례수	가입방법 모름	고용주가 희망하지 않음	임금 수령액이 적어져서	기타
전체		(187)	69.5	11.2	11.8	7.5	(919)	39.6	22.5	28.8	9.0
장르	출판	(60)	88.3	3.3	3.3	5.0	(161)	39.1	18.6	31.1	11.2
	만화/웹툰	(21)	28.6	38.1	19.0	14.3	(170)	42.4	24.1	28.2	5.3
	음악(공연)	(14)	42.9	14.3	35.7	7.1	(104)	39.4	20.2	33.7	6.7
	영화	(15)	60.0	26.7	13.3	0.0	(105)	41.0	17.1	32.4	9.5
	게임	(38)	81.6	2.6	0.0	15.8	(68)	39.7	16.2	26.5	17.6
	애니메이션	(9)	66.7	0.0	22.2	11.1	(74)	29.7	27.0	35.1	8.1
	방송	(25)	60.0	16.0	24.0	0.0	(162)	40.7	30.2	21.0	8.0
	캐릭터	(5)	80.0	0.0	20.0	0.0	(75)	40.0	22.7	26.7	10.7

(10) 재해발생 시 처리 방법 (소속근로자 / 프리랜서)

재해발생 시 처리 방법을 살펴본 결과, 프리랜서는 전액 개인비용으로 치료하는 방법(67.5%)을 가장 많이 사용하며, 소속근로자 대비 높게 나타났다. 반면, 소속근로자는 전액 회사/사용자 비용으로 처리(31.3%)가 가장 높았고, 정부 산재보험을 통한 치료 및 보상(24.1%), 전액 개인비용으로 치료(23.2%) 등의 순으로 조사되었다. 특히, 전액 회사/사용자 비용으로 처리와 정부 산재보험을 통한 치료 및 보상에서는 소속근로자가 프리랜서 대비 높게 나타났다.



[그림 3-25] 재해발생 시 처리 방법 (소속근로자 / 프리랜서)

장르별로 살펴보면, 만화/웹툰은 재해발생 시 처리 방법에 있어서 소속근로자와 프리랜서 모두 전액 개인비용으로 처리하는 방법(각각 31.4%, 76.7%)의 비중이 타 장르 대비 가장 높게 나타났다.

소속근로자의 처리현황을 장르별로 살펴보면, 영화는 전액 회사/사용자 비용으로 처리(45.4%), 출판은 정부 산재보험을 통한 치료 및 보상(35.8%)에서 상대적으로 높게 나타났고, 프리랜서의 처리현황은 음악(공연)이 회사/사용자와 개인 공동부담(22.7%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 소속근로자는 소속 기업의 규모가 작을수록 정부 산재보험을 통한 치료 및 보상이 이뤄지는 비중이 높아지는 특성을 보였다.

<표 3-58> 재해발생 시 처리 방법 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자						프리랜서					
		사례수	개인 비용	회사 비용	공동 부담	산재 보험	기타	사례수	개인 비용	회사 비용	공동 부담	산재 보험	기타
전체		(1,251)	23.2	31.3	13.9	24.1	7.6	(1,109)	67.5	14.4	12.2	2.7	3.2
장르	출판	(285)	27.4	24.6	10.5	35.8	1.8	(193)	73.1	11.4	9.8	1.0	4.7
	만화/웹툰	(118)	31.4	35.6	10.2	16.9	5.9	(202)	76.7	9.9	8.9	3.0	1.5
	음악(공연)	(103)	22.3	31.1	21.4	23.3	1.9	(141)	54.6	18.4	22.7	3.5	0.7
	영화	(130)	11.5	45.4	11.5	30.0	1.5	(125)	62.4	19.2	12.8	2.4	3.2
	게임	(265)	25.3	30.2	17.0	6.4	21.1	(91)	56.0	14.3	17.6	6.6	5.5
	애니메이션	(87)	24.1	24.1	18.4	25.3	8.0	(87)	70.1	16.1	9.2	1.1	3.4
	방송	(176)	19.3	34.1	10.2	33.0	3.4	(183)	70.5	13.7	10.9	2.2	2.7
	캐릭터	(87)	17.2	31.0	18.4	21.8	11.5	(87)	65.5	18.4	6.9	3.4	5.7

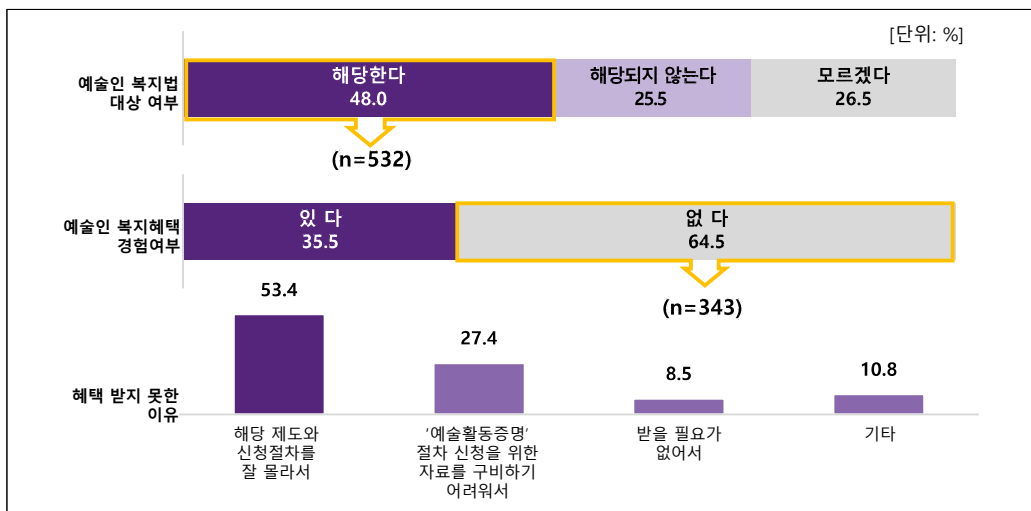
<표 3-59> 재해발생 시 처리 방법 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	개인비용	회사비용	공동부담	산재보험	기타
전체		(1,251)	23.2	31.3	13.9	24.1	7.6
소속 기업 규모	10인 미만	(553)	21.2	30.7	14.1	30.7	3.3
	10~49인	(397)	27.0	32.0	11.1	24.4	5.5
	50인 이상	(301)	21.9	31.2	17.3	11.3	18.3

(11) 예술인 복지법 대상, 혜택경험 여부 및 혜택 받지 못한 이유 (프리랜서)

프리랜서를 대상으로 예술인 복지법 대상 여부를 조사한 결과, 전체 1,109명 응답자 중 48.0%가 해당하는 것으로 나타났으며, 모름(26.5%), 해당되지 않음(25.5%) 등의 순으로 조사되었다. 예술인 복지법에 해당하는 532명을 대상으로 예술인 복지혜택의 경험 여부를 조사한 결과, 경험이 있다(35.5%)는 프리랜서 대비 경험이 없는 프리랜서(64.5%)가 많은 것으로 나타났다. 예술인 복지혜택을 경험해보지 못한 343명을 대상으로 그 이유를 조사한 결과, 해당 제도와 신청절차를 잘 몰라서(53.4%)가 가장 높았고, 그 다음으로 ‘예술활동증명’ 절차 신청을 위한 자료를 구비하기 어려워서(27.4%), 받을 필요가 없어서(8.5%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-26] 예술인 복지법 대상, 혜택경험 여부 및 혜택 받지 못한 이유 (프리랜서)

프리랜서의 장르별로 살펴보면, 예술인 복지법 대상이 되는 응답자는 영화(60.0%)와 만화/웹툰(57.4%)에서 높게 나타났다. 영화는 예술인 복지법에 해당되는 비중도 높았지만, 다른 장르와 다르게 복지혜택을 경험하지 못한 프리랜서(44.0%)보다 복지혜택을 경험한 프리랜서(56.0%)의 비중이 더 높은 특성을 보였다. 한편, 음악(공연)은 혜택을 받지 못한 이유로 받을 필요가 없어서라고 응답한 비율이 24.4%로 다른 장르 대비 높게 나타났다.

<표 3-60> 예술인 복지법 대상, 혜택경험 여부 및 혜택 받지 못한 이유 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

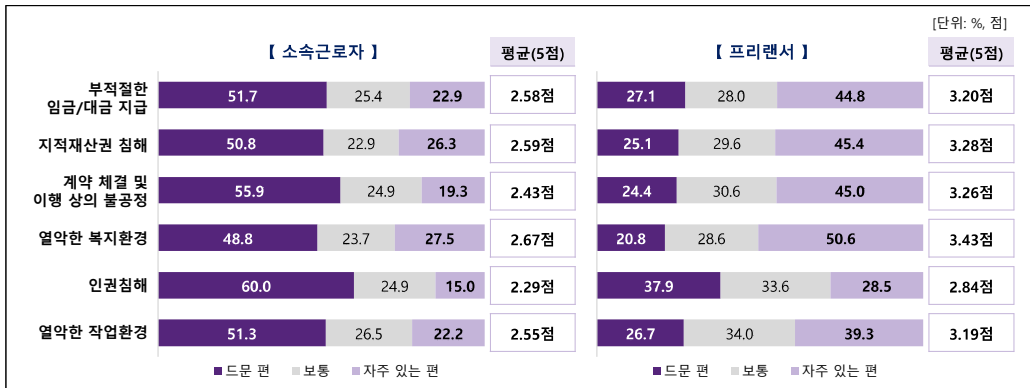
구분	사례수	예술인 복지법 대상									
		모르겠다	해당되지 않는다	해당한다	혜택경험 여부						
					있다	없다	혜택 받지 못한 이유				기타
							제도와 절차를 몰라서	신청자료 구비가 어려워서	필요가 없어서		
전체	(1,109)	26.5	25.5	48.0	35.5	64.5	53.4	27.4	8.5	10.8	
장르	출판	(193)	17.1	30.6	52.3	33.7	66.3	47.8	31.3	9.0	11.9
	만화/웹툰	(202)	25.7	16.8	57.4	40.5	59.5	46.4	29.0	4.3	20.3
	음악(공연)	(141)	27.7	19.9	52.5	39.2	60.8	53.3	15.6	24.4	6.7
	영화	(125)	15.2	24.8	60.0	56.0	44.0	54.5	24.2	12.1	9.1
	게임	(91)	30.8	48.4	20.9	21.1	78.9	86.7	13.3	0.0	0.0
	애니메이션	(87)	33.3	26.4	40.2	20.0	80.0	50.0	39.3	7.1	3.6
	방송	(183)	32.2	25.1	42.6	20.5	79.5	46.8	37.1	4.8	11.3
	캐릭터	(87)	40.2	20.7	39.1	29.4	70.6	87.5	8.3	0.0	4.2

라. 불공정 경험

(1) 부당행위에 대한 인식 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자와 프리랜서를 대상으로 부당행위에 대한 인식을 5점 척도로 조사한 결과 (평균 점수가 클수록 부당행위의 발생 빈도를 높게 인식하고 있음을 의미), 전반적으로 소속근로자 대비 프리랜서에서 부당행위에 대한 인식이 높게 나타났으며, 소속근로자 중에서도 정규직보다는 비정규직, 상용직보다는 비상용직의 부당행위 인식률이 더 높게 조사되었다.

소속근로자와 프리랜서 모두 열악한 복지환경(근로복지법 미준수, 무리한 작업강행)(각각 2.67점, 3.43점)에 대한 인식이 가장 높은 것으로 조사되었다. 특히, 열악한 복지환경이 자주 있는 편이라고 인식하는 비율이 프리랜서는 50.6%, 소속근로자는 27.5%로 프리랜서가 23.1%p 높은 것으로 나타났다.



[그림 3-27] 부당행위에 대한 인식 (소속근로자 / 프리랜서)

열악한 복지환경에 대한 인식의 평균 점수를 소속근로자와 프리랜서의 장르별로 살펴보면, 소속근로자에서는 만화/웹툰(2.97점), 캐릭터(2.91점) 등의 순으로 조사되었고, 프리랜서는 방송(3.74점), 만화/웹툰(3.57점) 등의 순으로 나타났다.

부당행위에 대한 인식을 경력에 따라 살펴보면, 소속근로자의 경우, 연차가 낮을수록 계약 체결 이행 불공정에 대한 인식이 높아지는 것으로 나타난 반면, 프리랜서는 연차가 높을수록 계약 체결 이행 불공정에 대한 인식이 높아진 것으로 나타났다. 또한, 프리랜서는 연차가 높을수록 인권 침해와 열악한 작업환경에 대한 인식도 높아지는 특성을 보였다.

<표 3-61> 부당행위에 대한 인식 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, 점)

구분		소속근로자							프리랜서						
		사례수	부적절한 임금 대금 지급	지적 재산권 침해	계약 체결 이행 불공정	열악한 복지 환경	인권 침해	열악한 작업 환경	사례수	부적절한 임금 대금 지급	지적 재산권 침해	계약 체결 이행 불공정	열악한 복지 환경	인권 침해	열악한 작업 환경
전체		(1,251)	2.58	2.59	2.43	2.67	2.29	2.55	(1,109)	3.20	3.28	3.26	3.43	2.84	3.19
장르	출판	(285)	2.38	2.60	2.27	2.36	2.06	2.38	(193)	3.07	3.23	3.22	3.36	2.79	3.01
	만화/웹툰	(118)	2.86	2.61	2.64	2.97	2.39	2.53	(202)	3.29	3.38	3.36	3.57	2.89	3.35
	음악(공연)	(103)	2.64	2.61	2.44	2.63	2.26	2.61	(141)	3.15	3.28	3.16	3.38	2.85	3.20
	영화	(130)	2.41	2.47	2.12	2.62	2.12	2.48	(125)	3.20	3.17	3.17	3.27	2.89	3.18
	게임	(265)	2.62	2.58	2.43	2.77	2.40	2.58	(91)	3.10	3.04	3.03	3.19	2.49	2.92
	애니메이션	(87)	2.57	2.67	2.43	2.71	2.47	2.57	(87)	3.16	3.21	3.17	3.44	2.72	3.01
	방송	(176)	2.60	2.61	2.69	2.72	2.48	2.76	(183)	3.34	3.40	3.47	3.74	3.10	3.48
	캐릭터	(87)	2.85	2.60	2.66	2.91	2.33	2.64	(87)	3.26	3.37	3.32	3.15	2.66	3.03
경력	1년미만	(194)	2.74	2.67	2.52	2.81	2.36	2.60	(86)	3.16	3.09	3.12	3.31	2.70	3.08
	1~3년미만	(403)	2.67	2.62	2.50	2.74	2.30	2.60	(381)	3.18	3.27	3.20	3.34	2.78	3.12
	3~5년미만	(262)	2.51	2.53	2.40	2.61	2.37	2.50	(224)	3.19	3.34	3.29	3.34	2.88	3.19
	5~10년미만	(244)	2.52	2.56	2.43	2.66	2.27	2.56	(228)	3.15	3.22	3.25	3.38	2.90	3.17
	10년이상	(148)	2.30	2.56	2.20	2.37	2.07	2.42	(190)	3.35	3.36	3.44	3.83	2.89	3.40

<표 3-62> 부당행위에 대한 인식 (소속근로자)

(단위 : 명, 점)

구분	사례수	부적절한 임금/대금 지급	지적 재산권 침해	계약 체결 이행 불공정	열악한 복지 환경	인권침해	열악한 작업환경
전체	(1,251)	2.58	2.59	2.43	2.67	2.29	2.55
고용 형태	정규직	(1,130)	2.54	2.57	2.38	2.61	2.52
	비정규직	(121)	2.92	2.80	2.90	3.17	2.80
고용 지위	상용	(1,150)	2.55	2.56	2.38	2.63	2.52
	비상용	(118)	2.86	2.87	2.97	3.09	2.85

(2) 부당행위 유형별 경험률 (소속근로자 / 프리랜서)

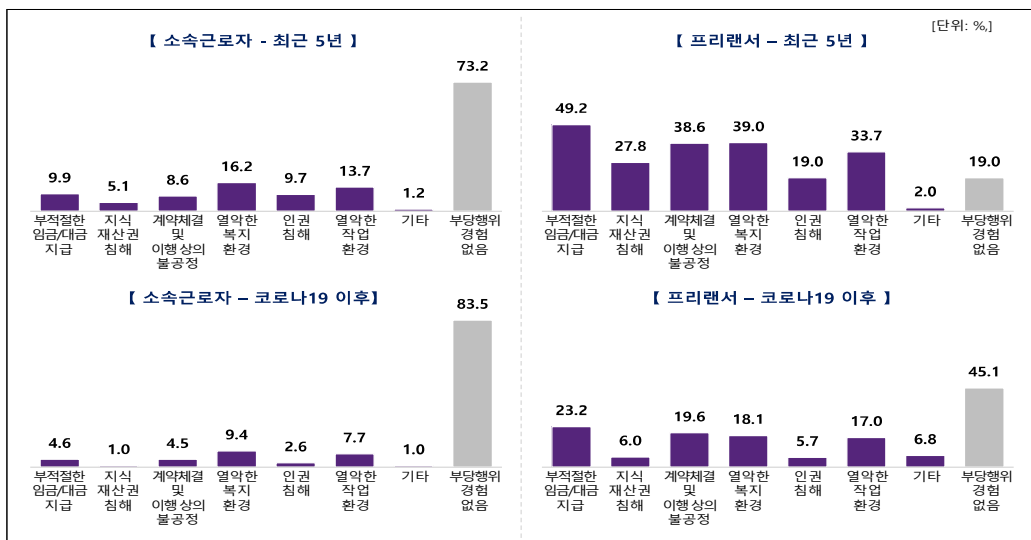
(가) 정량조사

최근 5년 이내와 코로나19 이후의 부당행위 경험률을 살펴본 결과, 전반적으로 소속근로자 대비 프리랜서의 부당행위 경험률이 높게 나타났으며, 소속근로자 중에서는 정규직보다 비정규직, 상용직보다는 비상용직의 경험률이 높게 나타났다. 최근 5년 이내의 경험률(부당행위 6가지 주요 유형+기타)은 소속근로자가 26.8%인데 반해 프리랜서는 81.0%로 나타났으며, 코로나19 이후의 경험률은 소속근로자 16.5%, 프리랜서 54.9%로 조사되었다.

소속근로자의 고용형태별 최근 5년 이내의 부당행위 경험률은 정규직 24.1%, 비정규직 52.1%로 조사되었으며, 고용지위별로는 상용직 24.5%, 비상용직 54.2%로 나타났다. 코로나19 이후 경험률 또한 정규직 14.5%, 비정규직 35.5%, 상용직 14.6%, 비상용직 39.8%로 비정규직과 비상용직의 경험률이 더 높은 경향을 보였다.

최근 5년 이내 부당행위 유형별 경험률은 소속근로자에서는 최근 5년 이내에 열악한 복지환경(16.2%)에 대한 경험률이 높게 나타난 반면, 프리랜서에서는 부적절한 임금/대금 지급(49.2%)에 대한 경험률이 가장 높게 나타났다.

코로나19 확산으로 인한 부당행위 유형별 경험률을 살펴보면, 소속근로자는 유형별로 최근 5년 이내 경험률과 유사한 경향을 보였으나, 프리랜서는 계약체결 및 이행상의 불공정의 발생 비중이 다소 높은 것으로 나타났다.



[그림 3-28] 부당행위 경험률 (소속근로자 / 프리랜서)

최근 5년 이내 부당행위 유형별 경험률을 소속근로자와 프리랜서의 장르별로 살펴보면, 소속근로자에서는 애니메이션 장르가, 프리랜서에서는 방송장르가 계약 체결, 이행불공정을 제외한 모든 부당행위에 대한 경험률이 가장 높게 나타났다.

코로나19 확산에 따른 부당행위 경험률을 장르별로 살펴보면, 소속근로자에서는 애니메이션 장르가 열악한 작업환경(20.7%), 열악한 복지환경(19.5%), 계약 체결, 이행불공정(9.2%) 등에서, 프리랜서에서는 음악(공연) 장르가 계약 체결, 이행불공정(25.5%)에서 경험률이 가장 높았다.

<표 3-63> 부당행위 유형별 경험률 - 최근 5년 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	부적절한 임금/대금 지급	지적 재산권 침해	계약 체결, 이행 불공정	열악한 복지 환경	인권침해	열악한 작업환경	기타	경험없음
전체	(1,251)	9.9	5.1	8.6	16.2	9.7	13.7	1.2	73.2
장르	출판	(285)	3.5	0.7	1.8	4.6	3.2	2.8	91.6
	만화/웹툰	(118)	10.2	8.5	15.3	16.9	9.3	18.6	62.7
	음악(공연)	(103)	5.8	3.9	6.8	12.6	5.8	8.7	76.7
	영화	(130)	4.6	4.6	8.5	10.8	6.9	8.5	82.3
	게임	(265)	15.1	5.7	14.3	22.6	18.1	21.9	57.4
	애니메이션	(87)	21.8	14.9	8.0	35.6	19.5	29.9	56.3
	방송	(176)	9.7	4.0	6.3	17.0	7.4	13.1	79.0
	캐릭터	(87)	16.1	8.0	12.6	25.3	9.2	16.1	63.2
고용 형태	정규직	(1,130)	9.4	4.7	8.0	14.2	9.2	12.0	75.9
	비정규직	(121)	14.9	9.1	14.9	34.7	14.0	28.9	47.9
고용 지위	상용	(1,150)	9.4	4.4	7.5	14.8	9.0	12.3	75.5
	비상용	(118)	18.6	13.6	22.0	33.1	19.5	28.8	45.8

<표 3-64> 부당행위 유형별 경험률 - 코로나19 이후 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	부적절한 임금/대금 지급	지적 재산권 침해	계약 체결, 이행 불공정	열악한 복지 환경	인권침해	열악한 작업환경	기타	경험없음
전체	(1,251)	4.6	1.0	4.5	9.4	2.6	7.7	1.0	83.5
장르	출판	(285)	0.7	0.7	0.7	2.1	0.4	1.4	96.1
	만화/웹툰	(118)	12.7	3.4	6.8	11.0	5.1	13.6	72.9
	음악(공연)	(103)	7.8	1.0	2.9	8.7	2.9	2.9	83.5
	영화	(130)	4.6	2.3	3.8	10.0	1.5	4.6	86.2
	게임	(265)	4.2	0.0	6.0	11.3	3.4	11.3	77.0
	애니메이션	(87)	6.9	1.1	9.2	19.5	3.4	20.7	75.9
	방송	(176)	2.3	1.1	4.5	10.8	1.7	4.5	84.1
	캐릭터	(87)	5.7	0.0	6.9	11.5	5.7	12.6	78.2
고용 형태	정규직	(1,130)	4.4	0.8	3.5	7.7	2.1	6.8	85.5
	비정규직	(121)	5.8	3.3	13.2	24.8	6.6	15.7	64.5
고용 지위	상용	(1,150)	4.3	0.8	3.7	7.7	2.1	6.4	85.4
	비상용	(118)	8.5	4.2	14.4	28.0	6.8	22.0	60.2

<표 3-65> 부당행위 유형별 경험률 - 최근 5년 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	부적절한 임금/대금 지급	지적 재산권 침해	계약 체결, 이행 불공정	열악한 복지 환경	인권침해	열악한 작업환경	기타	경험없음	
전체	(1,109)	49.2	27.8	38.6	39.0	19.0	33.7	2.0	19.0	
장르	출판	(193)	43.0	26.9	39.4	34.2	12.4	25.9	1.0	22.8
	만화/웹툰	(202)	40.1	17.3	42.1	32.2	12.4	26.7	3.0	22.8
	음악(공연)	(141)	57.4	36.2	45.4	38.3	24.1	35.5	0.0	16.3
	영화	(125)	48.8	32.8	48.0	44.0	26.4	32.0	0.0	16.0
	게임	(91)	42.9	17.6	20.9	28.6	14.3	31.9	4.4	26.4
	애니메이션	(87)	57.5	28.7	33.3	39.1	21.8	35.6	3.4	13.8
	방송	(183)	60.1	38.3	43.2	61.2	28.4	53.0	2.2	10.9
	캐릭터	(87)	47.1	20.7	18.4	23.0	12.6	26.4	3.4	25.3

<표 3-66> 부당행위 유형별 경험률 - 코로나19 이후 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	부적절한 임금/대금 지급	지적 재산권 침해	계약 체결, 이행 불공정	열악한 복지 환경	인권침해	열악한 작업환경	기타	경험없음	
전체	(1,109)	23.2	6.0	19.6	18.1	5.7	17.0	6.8	45.1	
장르	출판	(193)	23.3	6.2	16.1	11.4	4.7	13.0	3.6	53.9
	만화/웹툰	(202)	13.4	6.9	16.3	13.9	4.5	10.9	5.9	56.4
	음악(공연)	(141)	35.5	7.1	25.5	20.6	7.1	13.5	2.8	38.3
	영화	(125)	26.4	9.6	24.0	24.8	8.0	20.8	15.2	32.8
	게임	(91)	26.4	6.6	17.6	16.5	8.8	18.7	3.3	46.2
	애니메이션	(87)	21.8	2.3	23.0	16.1	6.9	16.1	9.2	40.2
	방송	(183)	24.0	3.8	19.1	24.6	3.3	26.2	10.9	37.2
	캐릭터	(87)	17.2	3.4	18.4	19.5	5.7	19.5	2.3	48.3

(나) 정성조사

IDI를 통해서 앞서 실태조사에서 다룬 불공정 피해 유형에 해당되는 구체적인 피해사례와 함께 콘텐츠 분야 종사자들이 그러한 부당행위에 대해 어떠한 인식을 갖고 있는지 살펴보았다.

1) 부적절한 대금 지급

가) 현저히 낮은 수준의 보상책정

IDI 참여자들 대부분 콘텐츠 업계가 전반적으로 경력과 업무량 대비 연봉수준이 낮다고 인식하고 있었다. 그 원인으로는 낮게 책정되는 기본급 수준과 야근 및 주말 추가근무에 대한 수당이 따로 지급이 되지 않는 관행, 그리고 그러한 관행을 조장하는 창작활동을 평가 절하하는 미성숙한 사회적 인식수준 등이 언급되었다.

출판 프리랜서 B2

“콘텐츠 개발 과정에서 가장 기초 단계이자 전체 방향을 결정하는 콘텐츠 기획 및 글 작성은 다른 부분에 비해 평가 절하되어 있어 콘텐츠 전체 기획을 한 작가에게 최저 시급 미만의 금액을 반강제로 제안하는 경우가 있습니다.”

만화웹툰 소속근로자 A6

“콘텐츠 업계는 잘 알려졌다고는 하지만 연봉이 낮은 편입니다. 하지만 연봉이 낮은 것에 비해 야근이 잦은 수밖에 없는 구조입니다. 작가들과의 소통은 밤낮없이 이루어지고, 퇴근 이후 여가시간에도 자신이 맡은 콘텐츠를 모니터링하는 일이 일상입니다. 하지만 이러한 노동시간이 수입에 직결되진 않습니다. 여타 업계도 비슷하겠지만, 야근수당이라는 개념이 완전하게 자리하진 않았습다. 업계 특성 상, 업무 성과에 따른 연봉제가 기본이기 때문에 노동시간을 정당하게 보상받을 수 있는 복지 정책도 필요하다고 생각합니다.”

방송 소속근로자 A25

“방송분야는 노동강도가 굉장히 높은 분야 중 한 곳이라고 생각합니다. 그에 따라 야근, 철야 주말 출근 등 추가업무는 만연한데 그에 따른 보상이 없는 곳이 굉장히 많습니다. 노동법은 바뀌어서 52시간 근로인데 여전히 방송업계는 이를 따라가지 못하고 있는 것 같습니다.”

만화·웹툰의 경우 제작 단가를 낮추기 위해 경력이 부족한 학생 또는 아르바이트를 고용하는 관행으로 인해 피고용자뿐 아니라 작업 결과물의 품질에 영향을 미쳐 그 피해가 다시 고용주에게 돌아오는 악순환이 발생하고 있었다.

만화웹툰 소속근로자 A7

“웹툰 뿐만이 아니라 웹 소설 표지일 같은 걸 하면서도 작업의 난이도나 들어가는 시간에 비해 현저히 낮은 대금을 지급하려고 드는 사람들을 정말 수도 없이 많이 보았습니다. 문제는, 정말로 이 일을 프리랜서로 하거나 직종으로 일하시는 분들은 그러한 일을 받지 않지만 아직 일을 하지 않는 10대, 20대 초반의 학생들이 아르바이트 개념으로 이러한 일에 손을 대게 되고 업계에서 관행적으로 일을 맡기는 가격이 점점 내려가는 경향이 보였다는 거예요. 그리고 이런 부분이 고용주 입장에서도 좋지 않은 게 어린 학생들이 책임감 없이 일을 몇 만원 수준에 받았다가 마음대로 잠수를 타거나 혹은 부족한 기량으로 작업하여 작업물이 엉망으로 나왔고 이로 인한 피해를 본 작가님도 주변에 계시네요.”

음악(공연) 장르에서도 공연 및 행사 일정에 따라 업무량이 한꺼번에 몰리는 상황이 반복됨에도 불구하고, 그에 대한 별다른 특근수당이나 대체휴가 등의 조치가 이뤄지지 않아 종사자들의 업무 피로도를 높이고 근속기간을 단축시키는 요인이 되고 있다.

음악 소속근로자 A10

“정해진 일정으로 인해 철야를 한 적이 있는데, 그렇다고 해서 특근수당, 대체휴가 등을 받지 못한 체로 근무했습니다. 체력적으로도 조금만 더 하면 쓰러질 것 같다는 생각이 들었고 정신적으로 너무 스트레스를 받아 일에 집중을 하기 너무 힘들었어요. 그 시기에 주말은 당연히 출근했으며 출근하고도 생기는 과도한 업무에 한계에 다다르게 됐습니다.”

음악 소속근로자 A11

“최근 들어 52시간 근무제, 초과근무에 대한 제한 등을 토대로 작업자들 및 관계자들의 근무환경이 좀 더 나아지고는 있으나 시간이 중요한 공연계에서 철야근무에 따른 보상 등은 명쾌하게 정리되지 않고 있다고 생각합니다.”

한편 활동은 늘어나는데 일자리가 줄어 경쟁이 심화된 환경에서 작업 단가가 낮아지고 있는 현실도 종사자들의 처우를 어렵게 만드는 문제점으로 지적되었다.

게임 프리랜서 B4

“일자리가 점점 줄어들면서 경쟁이 치열해지고, 그러다보니 자연스럽게 회사에 요청하는 금액이 낮아지게 되요. 일자리가 가장 먼저 개선되어야 할 것 같아요.”

캐릭터 프리랜서 B16

“사실 지금 프리랜서 일러스트계는 포화상태입니다. 저는 어느 홈페이지에서 고급인력의 일러스트가 1000원에 판매되는 것을 보았습니다. 그런 현실을 보면 정말 슬프지 않을 수 없습니다. 공급이 많아져 버린 것도 사실이지만, 이로 인하여 능력 있는 일러스트레이터들의 작품들의 질마저 떨어져버리는 안타까운 현상들이 많이 일어나고 있습니다. 이렇게 되면 프리랜서의 일 능률은 떨어지고 당연히 작업 능률도 떨어질 수밖에 없습니다.”

나) 부당한 삭감, 지연, 미지급

대금 삭감, 지연 및 미지급 이슈는 프리랜서 종사자들에게 가장 흔하게 발생된다. 개별 결과물 단위로 작업 의뢰를 받기 때문에 적은 금액이라는 이유로 계약서를 쓰지 않는 관행이 만연하여 한번 ‘떼인’ 대금은 받아낼 방법이 묘연하다.

음악 프리랜서 B5

“연주업계 경우 늘 동료들끼리 말하지만 표준단가도 없고 표준계약서도 없고 보통 개인 대 개인으로 계약이 이루어지며 알음알음 건너건너 부탁을 받아 진행되는 작업이 대부분이에요. 개인과 개인 간의 거래이다 보니 현금으로 오고 가고 구두계약이기 때문에 계약서 없이 작업비가 밀리면 밀리는 대로 기다려야 할 수도 있어요.”

영화 프리랜서 B8

“여의도 방송계의 제작사에서 편집과 관련된 업무를 맡은 적이 있었습니다. 계약서도 없었지만 이따금 한 건 씩 이틀에서 삼일정도 밤낮으로 주어지는 일이었습니다. 업무 강도도 높았고 임금도 지금 생각해 보면 너무 미약하다는 생각이 들었지만 당장 일이 필요한 상황에서는 거절할 수 없었습니다. 업무를 마감하고 대금을 지급받는 기간은 사용자의 요구로 한 달 뒤에 이뤄졌습니다. 이유인즉 원청으로부터 입금을 받아야 제게 줄 수 있다는 것이었습니다. 그러다 한 건, 두 건 씩 3개월, 6개월이 넘게 미지급되는 상황이 늘어났고 사용자의 변명은 늘 그대로였습니다. 그러다 저의 거센 항의와 다툼으로 결국 받아내긴 했지만 그로 인한 스트레스가 상당했던 기억이 있습니다.”

애니메이션 프리랜서 B12

“계약서 작성을 하지 않은 것이 문제였습니다. 올해의 경우에도 봄에 끝난 작업의 2차 지급을 가을에 받았습니다. 투자를 못 받아서, 방송국에 편성이 안 되어서, 공모전에 떨어져서 등 그런 경우에는 반 정도 받고 끝나는 경우가 많습니다. 웹툰 스토리 작업을 할 때였는데, 페이지 몇 장에 얼마 식으로 받는 경우는 꼼꼼하게 따지고 기록하지 못하면 정산이 꼬여서 손해를 보는 경우도 있습니다.”

이러한 사정은 소속근로자도 마찬가지다. 특히 자금사정이 어려운 영세업체에서 근무하는 소속근로자의 경우 급여가 밀리거나 아예 받지 못한 사례들이 적지 않다.

애니메이션 소속근로자 A24

“1000만 원 이상 급여 미지급을 했던 회사가 두 군데 있었고, 노동부에 진정서를 냈음에도 불구하고 모두 받지 못한 경험이 있습니다.”

영화 소속근로자 A14

“대금을 지급하지 않았던 한 제작사 대표는 폐업을 신고하고 다른 제작사를 설립해 다시 일을 하고 있지만 이전의 미납을 해결하지는 않았어요.”

이런 경우 미지급금에 대해 소송을 걸더라도 대금을 되돌려 받는다는 보장이 없고, 그로 인

한 감정소모와 소송비용까지 날리는 사례가 흔하기 때문에 외부의 도움은 고사하고, 개인적으로 사정하면서 기다리는 방법밖에는 없다.

캐릭터 프리랜서 B15

“일단 계약서를 써도 업체에서 돈을 안 주면 프리랜서가 할 수 있는 방법은 거의 없습니다. 소송한다면 그 시간과 노력 대비 손해 보는 부분이 너무 크기 때문입니다. 노동청에 신고해봤자 계란으로 바위 깨는 정도의 처벌만 있지 돈은 똑같이 못 받습니다. 50만 원짜리 포스터 제작 일을 했는데, 크다면 크고 적다면 적은 이 돈을 6개월이 지난 후에 계속 연락해서 겨우 받아 냈습니다.”

음악 소속근로자 A9

“때이는 경우도 많고 소송을 진행한다하여도 못 받는 경우가 너무나 빈번합니다. 약속한 지급일에 급여가 지급되지 않았음에도 무대에 올라가게 강요하는 경우도 있었습니다. 1회성 오케스트라 연주의 경우 대부분 계약서를 쓰지 않는 점 때문에 연주 후 받지 못하여도 목소리를 낼 수가 없어 당연한 권리임에도 각자 알아서 주최 측에 사정하고 얘기하여야 하는 점이 어렵습니다.”

다) 일방적 취소/중단/폐지/해지로 인한 미보상

프리랜서로 작품 활동을 병행하고 있는 한 소속근로자는 이미 콘텐츠 기획까지 진행된 프로젝트가 계약 주체의 일방적인 중단으로 무산 됐던 경험을 언급했다. 이런 배경에도 계약서를 작성하지 않는 관행이 관여하고 있다.

만화웹툰 소속근로자 A5

“최근에 겪은 불공정 계약 건은 00 공보실과 진행했던 프로젝트였습니다. 기존 경력을 인정받아 대금은 적절한 수준으로 책정 받았으나, 계약서를 작성하지 않았습니다. 그리고 샘플작업 진행 후 본작업이 들어가기 전까지 약 2~3개월 동안 아무런 연락을 받지 못했습니다. 최초 샘플 작업 2~3개월 후 본 작업에 들어갔으나, 거래처 내부 사정으로 모든 웹툰 콘텐츠 제작이 중단되는 바람에 10화까지만 제작되었습니다. 이후 웹툰 작업이 있다면 연락주겠다 정도의 연락만 받고 끝났습니다.”

한 음악(공연) 장르 소속근로자는 급여가 출연 건수에 따라 지급되기 때문에 주최 측에서 공연이나 연주일정을 일방적으로 취소하거나 대금 지급을 미뤘을 때 발생하는 불이익을 개인이 감수해야만 했다.

음악 소속근로자 A9

“공연 자체의 일방적인 취소로 공연 자체가 없어지는 경우 보상되지 않습니다. 공연은 진행되나 라이브 오케스트라 연주를 제외하는 경우 처음 얘기되었던 기간 동안의 연주가 취소되며 그 기간을 스케줄을 비우고 대기해왔던 연주자들은 기간에 대한 보상을 받지 못합니다.”

라) 대금미지급 추가작업 요구/ 정산내역 불투명

프리랜서들은 작업 분량에 비해서 말도 안 되게 낮은 대금이 책정되거나 계약서를 작성하지 않은 상태에서 무리한 수정작업을 계속 요구받았던 경험을 떠올리며, 주로 경험이 부족한 신인 작가들을 대상으로 이러한 관행들이 지속되고 있다고 지적했다. 이러한 문제는 특정 업무시간에 대한 근무규정이 없는 프리랜서의 독특한 고용형태에서 출발하며, 대금 책정기준의 모호함으로 인해 대금 지급 시 정확한 정산내역을 공개하지 않는 관행이 더욱 부추겨진다.

만화웹툰 프리랜서 B3

“신인 때에 한 SNS 홍보 업체에서 계약서를 작성하지 않고 낮은 임금에 난폭한 언행과 계속된 수정요구를 당한 적이 있습니다. 당시엔 그림으로 수입이 생긴다는 것이 신기하여 일을 수행하였지만, 업체의 계속되는 부당한 요구에 결국 일을 중단했습니다. 최근 들어 표준계약서 등 기본적인 가이드라인이 잡혀 많이 환경이 좋아졌다고 느끼지만 아직도 많은 업체에서 잘 모르는 신인 작가들을 상대로 불공정한 계약이 적지 않게 일어나고 있습니다. 정산내역의 경우 대부분의 회사에서 상세한 정산내역을 보여주지 않고 본인들이 임의로 다시 작성하여 보내주고 있습니다. 정확한 정산내역을 알 수 없어 이로 인해 잡음으로 시작하여 소송까지 진행되는 경우를 봤습니다.”

만화웹툰 프리랜서 B4

“정해진 분량이 있고 그 이상의 작업물이 추가로 진행될 경우, 장당 만원씩이라는 조건으로 계약을 했는데 총 두 장의 추가분량이 나온 적이 있었습니다. 하지만 기존에 정해진 금액만 입금하였길래 제가 이번에는 추가 작업이 있었고 2만원을 더 주셔야한다고 요구했지만 확인해보고 주겠다는 말만 하시고 연락이 끊겼습니다. 금액이 크면 모르겠는데 고작 2만원 가지고 구질구질한 싸움을 하기 싫었던지라 그냥 묻어두고 넘어갔었습니다.”

애니메이션 프리랜서 B12

“제가 처음 애니메이션을 시작했을 때, 23분 한편이 30~40만원이었습니다. 신인이었고 입봉작이었고 애니메이션 쪽 사정을 전혀 몰랐기 때문에 가능한 일이었습니다. 프리랜서 작가이기 때문에, 또 정해진 작업 기간이 명료하지 않기 때문에, 갑작스런 클라이언트의 요청으로 수정 작업을 해야 할 경우 밤낮 주말 상관없이 일이 맡겨집니다. 출퇴근 직장인들의 경우 밤에 일하고 주말에 일한다면 야간수당, 주말수당을 더 받겠지만 프리랜서와는 상관없는 일이라는 거죠. 수정에 수정을 또 수정하고 수정한 다음, 또 또또... 수정의 무한반복! 그 수정이 처음부터 잘못된 회사의 기획 또는 투자자의 무리한 요구에 의한 거라면 정말 괴로운 일이 아닐 수 없습니다.”

2) 지식재산권 침해

가) 저작권 불인정

저작권 불인정은 특히 출판 분야에서 두드러지는 이슈로서 출판업체와 창작자 간 불공평한 수익배분으로 이어질 수 있는 사안이다.

출판 소속근로자 A3

“이 분야에서 빈번하게 일어나는 업무 관행은 창작자의 콘텐츠 저작권이 인정되지 않고, 낮은 보수로 책정되고 있다는 점입니다. 온라인이건 오프라인이건 콘텐츠는 기획자와 개발(제작)자, 내용전문가 등이 협업하여 만들어지는 창작물에도 불구하고, 저작권 및 판매 수익을 업체가 모두 가져가는 형태이기 때문입니다. 이는 계약 조건이 그러하며, 초기 협의 단계에서 낮은 수준의 대금을 단발성으로 지불 받고, 이후 수익에 대해서는 창작자(기획자, 개발자, 내용전문가 등)에게 공개되거나 공유되지 않는 형태가 많습니다. 제 개인적인 경험으로는 직접 집필한 출판물이나, 기획 및 내용전문가로 참여한 온라인 콘텐츠에 수익은 불구하고, 이름조차 개재되지 않는 사례가 있었습니다.”

나) 불리한 수익권한 배분/ 홀드백 기간 요구

출판사가 판매이득을 더 많이 챙기기 위한 편법에서 초기 저작료 외에 판매량 및 판매수익에 대한 정확한 정보를 공유하지 않음으로써 불리한 수익배분이 이루어진다.

출판 프리랜서 B2

“거래하던 출판사들의 계약 관계가 불투명하여 직접 책을 만들게 되었습니다. 출판사는 작가에게 초기 저작료만 제공하고, 이후에 책이 얼마나 팔렸는지 투명하게 알려주지 않으며, 정산해 주지 않는 것이 만연해요.”

음악 업계에서도 창작물 수익권한에 대한 ‘암묵적인 룰’이 존재하는데, 이에 대해 이의를 제기할 경우 작업에서 배제될 수도 있다는 압박감 때문에 더욱 묵인되기 쉽다.

음악 프리랜서 B5

“드라마 음악 업계에서는 관행이라는 이유로 여전히 음악감독과 작곡가가 저작권을 5:5로 나눠야 한다는 룰이 존재하고 이것에 이의제기를 하면 암묵적으로 업무에서 배제가 되기도 해요.”

콘텐츠 활용의 용이성을 감안해서 개별 창작자 또는 제작자가 아닌 제작업체에 저작권이 종속되는 경향이 높아지고 있다. 이에 대해 애니메이션 장르의 한 소속근로자는 성과금 제도를 활용하여 개별 창작자들에게 어느 정도의 수익을 배분함으로써 콘텐츠 기획 및 개발에 대한 동기를 제공할 필요가 있다고 언급했다.

또한 홀드 백 이슈와 관련하여 다른 방송물들과 달리 애니메이션의 경우 재방영에 대한 재방료를 지급받지 못하는 관행에 대해 언급되었다.

“애니메이션 업계가 발전하기 위해서는 저작권 배분과 인센티브나 성과급에 대한 좋은 기준의 예가 필요하다고 생각합니다. 우선 저작권 문제는 2차 저작물로 인한 광고, 홍보용 영상 제작의 용이성 때문에, 방송사에서도 은근 강요하는 부분이 있어서 회사에서 모든 권리를 가져가고 있습니다. 또한 드라마나 다큐멘터리는 재방 시 시나리오와 배우에게 재방료가 지불되는 반면 애니메이션은 그런 혜택을 전혀 받지 못해 전문가의 육성이 쉽지 않습니다. 또 성과급, 인센티브 제도가 제대로 발휘된 적이 없다보니 신개발도 회사 대표나 임원들에 의해 개발되는 경우가 대부분입니다. 좋은 기획에 대한 대가의 정당한 지불이 적고 참신한 콘텐츠의 개발로 연결되도록 표준 기준이 생겼으면 좋겠습니다.”

한편 출판 장르의 한 소속근로자는 출판사에서 출판물을 홍보하기 위해 홍보영상 콘텐츠를 외주로 제작하는 과정에서 영상 콘텐츠 제작자는 제작비용도 받고, 콘텐츠 구독 수익까지 챙리게 된다고 하며, 특정 온라인 플랫폼을 이용하는 콘텐츠에 유리하게 돌아가는 콘텐츠 수익구조에 대해 거론했다.

출판 소속근로자 A2

“2차 저작권에 대한 문제도 많이 발생하게 되는데요. 책의 홍보를 위해 유튜브 채널에 돈을 주고 광고를 하면 유튜버는 그 돈을 받고 도서를 홍보하는 영상을 올리게 되는데요. 그 부분이 허탈하지만 울며 겨자먹기 식으로 진행될 수밖에 없는 구조예요. 출판사는 홍보를 위해 어렵게 만든 도서 콘텐츠를 돈을 주며 전달하고, 유튜버는 돈을 받고 콘텐츠도 생산하고 구독자도 올리고...등등 여러모로 그런 부분이 내적갈등을 하게 만드네요.”

다) 저작물 모방제작

저작권 이슈는 콘텐츠 분야에서 끊임없는 논란이 제기되는 부분이지만 표절문제를 다루는 시각과 이해관계가 제각각이기 때문에 분쟁 조정이나 소송 절차를 통해 해결하는 것은 사실상 한계가 있다.

영화 소속근로자 A14

“저작권 불인정의 사례는 양 극단적입니다. 구별하기가 쉽지 않고 유사한 스토리와 캐릭터가 존재한다는 기본 개념이 깔려 있어 안일하게 아이템을 채택하고 제작에 들어가는 경우가 많죠. 반대로 실제로 표절이 아닌데도 아주 작은 요소만으로 개봉 직전에 소송을 걸어 부당 이득을 취하는 경우도 있어요. 최근에는 이를 방지하기 위해 철저하게 표절에 대한 시시비비를 가리고 제작에 들어가고 관련 리스크를 차단하고자 여러 단계를 거칩니다.”

캐릭터 장르의 한 소속근로자는 업계 내에서 저작권 분쟁이 얼마나 빈번하게 일어나고 있는지 나열하면서 저작권 보호를 위해 강도 높은 적발과 처벌이 필요하다고 강조했다.

캐릭터 소속근로자 A30

“캐릭터 업계에서는 저작권이 정말 중요한데 그런 저작권 불인정에 대한 문제가 가장 빈번한 것 같습니다. 캐릭터 이름에 대한 저작권 혹은 캐릭터들 간 생김새의 유사성으로 각자의 저작권이 모호해지는 일도 있습니다. 또한 표절에 대한 문제도 굉장히 심각하다고 보고 있습니다. 회사 캐릭터와 굉장히 유사한 캐릭터가 다른 상품에 프린팅이 되어 소비자들로부터 제보를 받고 해당 상품의 제작자 분들과 만남을 가지기도 했습니다. 또 회사 캐릭터의 상품을 계약 업체가 아닌 다른 곳에서 표절하고 판매하여 부당이득을 챙기기도 했고 낮은 품질의 상품으로 저희 캐릭터에 대한 인식에 오히려 안 좋은 영향을 끼칠까 지금도 걱정하고 있습니다. 제가 직접 그린 일러스트를 자신의 작품인 것처럼 공유한 사람을 제보 받은 적도 있었습니다. 디자인은 거의 모든 것을 직접 창작하는 작업이고 개개인의 노력을 굉장히 많이 쏟아야 하는 업체인 만큼 각자의 저작권에 대한 보호가 지금보다도 훨씬 강해져야 한다고 생각합니다. 표절에 대한 문제도 표절의 범위와 표절이 적발될 시 그에 대한 처벌도 강해져야 저작권도 보호되고, 피해 보는 분들도 줄어들 거라 보고 있습니다.”

게임 장르에서도 ‘표절 게임’이 관행화됨에 따라 게임 창작자들의 창작 마인드를 해치고, 게임 산업에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 우려의 목소리가 나왔다.

게임 프리랜서 B10

“지적재산권 침해에 대해서는 우려할 만한 수준이라고 생각합니다. 표절 게임이 너무 많습니다. 돈만 벌면 된다는 천박한 의식들이 문제인 것 같습니다. 물론 게임의 표절이란 것이 법률적으로 정의하기는 애매하지만, 기본적인 가이드라인은 있는 게 좋을 듯 합니다. 그리고 캠페인과 교육이 중요할 것입니다. 카피캣이라는 그럴싸한 단어로 표절을 옹호하는 듯한 행태들도 문제가 있습니다.”

출판 장르의 한 프리랜서는 본인의 저작물이 대학 내에서 불법복제 및 유통되고 있는 현실을 언급하면서 업계뿐만 아니라 사회 전반적으로 저작권 보호에 대한 인식이 부족함을 지적했다.

출판 프리랜서 B2

“출판업계는 저작권에 대한 보호가 제대로 이루어지지 않고 있습니다. 특히 대학서적은 아직도 불법적인 콘텐츠 복제가 빈번히 일어나며, 교수나 학생 모두 저작권에 대한 이해가 부족한 사항입니다. 예를 들어, 이번 학기 대학에서는 코로나로 인하여 학생들이 책을 구매하지 않았지만 교수는 출판사에서 제공한 ppt 자료로 수업을 진행하고 있습니다. 더 나아가 교수가 수업을 하면서 책의 일부 내용을 온라인 수업을 통해 공개하고, 수업자료를 학생들에게 제공하고 있습니다.”

3) 계약 체결 및 이행 상의 불공정

가) 창작활동상 불리한 계약/ 계약의무 불이행

① 프리랜서 계약 관행

프리랜서 계약 관행은 소속근로자에 비해 더 낮은 보상을 받으며 일하도록 종용하는 형태로 콘텐츠 분야 종사자들을 더 열악한 근무환경으로 내모는 관행이라고 할 수 있다. 특히 영화, 방송, 애니메이션 장르에 걸쳐 활동하고 있는 프리랜서 작가의 경우 프리랜서라는 불안정한 고용 지위에서 비롯되는 대금 미지급 및 저작권 불인정 등 추가적인 불이익을 겪게 되는데, 이러한 관행들은 신진 작가들이 콘텐츠 분야로 진입하고 성장하는 데 불리한 환경을 조성한다.

음악 소속근로자 A12

“사실상 근로자라고 볼 수 있는 업무를 프리랜서 계약을 통해 떠넘기는 형태가 많습니다. 법 위반의 소지도 많이 있으나 이 역시 업계의 관행으로 여겨져 누구도 문제 제기를 하지 않습니다. 그들은 비슷한 업무를 하는 회사 소속 직원들보다 더 열악한 환경에서 더 많은 업무를 하고 보상 수준은 더 적은 편입니다. 이런 부분은 분명히 개선되어야 하는데, 개선을 하려고 하다가는 회사 입장에서 큰 타격을 입을 수 있어서 쉽지 않은 실정입니다.”

영화 소속근로자 A13

“지금은 많이 개선되었다고는 하나 아직 신인인 경우에는 말도 안 되는 페이 시나리오를 계약하는 경우가 많고 시나리오를 매절로 넘기는 조건으로 인해 저작권은 불인정 받는 경우가 허다합니다. A급 작가들을 서로 대접하고 모셔가는 성의의 10분의 1만 신인작가들에게 하더라도 불공정 피해는 많이 줄어든 것입니다.”

② 동종업계 이직 금지조항

근로계약서 상에 동종업계 이직 금지조항을 넣어 콘텐츠 분야에서 지속적으로 종사할 수 있는 길을 막는 근로계약 관행에 대해서도 언급되었다.

출판 소속근로자 A4

“퇴사 후 동종업계에 이직을 금지하는 조항을 넣어 놓은걸 봤는데 이것은 매우 부당하다고 생각합니다. 회사에서 일을 하지만 나머지 인적 네트워크나 영업기술은 본인의 역량이 대부분인데 이것을 제한하는 것은 옳지 않다고 생각합니다. 옳지 않다는 것을 알지만 사인하고 계약서 작성을 하는 경우가 대부분입니다”

나) 업무범위 이외 작업 요구

업무 이외의 작업 요구로는 업무와 관련 없는 잦은 술자리를 강요받거나 개인적인 업무를 부탁 받았던 사례가 언급되었다.

출판 소속근로자 A4

“업무와 관계되지 않은 술자리가 많습니다. 오너의 요구로 모임에 참가하고 술을 마셔야 합니다.”
“새벽에 일을 나가거나 정말 업무이외 일까지 다 함께 시킨 경우가 많았습니다. 물류작업비를 아끼기 위해 영업자들을 창고작업에 동원하기도 했습니다.”

방송 소속근로자 A25

“중소기업의 특성상 대표가 시키는 일은 회사일과 관련 없는 일을 하게 되는 경우도 있었던 것 같습니다. 가볍게 회사 청소부터 회사에 정식으로 들어온 일이 아닌 대표의 개인적으로 활용될 영상을 만드는 경우도 있었습니다. 물론 이에 따른 보상도 없었습니다. 이러한 부분들은 방송업계 전반을 통틀어 개선되어야 될 부분이라고 생각합니다.”

4) 열악한 복지환경

가) 근로기준법 미준수/ 4대 보험 미가입

프리랜서는 4대 보험이 적용되지 않는 것이 일반적 관행이기 때문에 근로기준법에 따른 혜택을 기대할 수 없고, 그로 인해 발생하는 어려움과 불이익도 프리랜서 본인이 감수하는 것이 당연시 되고 있다.

방송 프리랜서 B13

“방송 작가는 복지 혜택이 전혀 없습니다. 4대 보험은 당연하고, 근로기준법의 보호를 받지도 못합니다. 며칠 동안 밤을 새는 무리한 작업 속에서도 누군가가 쓰러지는 일이 생기더라도 산업재해 처리를 할 수도 없죠. 이런 점은 반드시 고쳐져야 한다고 생각합니다.”

애니메이션 프리랜서 B11

“클래식한 제작방식의 기존 애니메이션 회사 동화 파트에 지원, 신입으로 재교육과 동시에 프리랜서 실무 일을 시작해 지금까지 근무하고 있습니다. 계약서가 없기 때문에 보험혜택을 못 받고 최소 급여도 보장이 안 되어 실적이 없는 경우에는 급여가 제공되지 않습니다, 중식제공이나 철야 환경 지원은 개인이 감당해야 하며 코로나 같은 경우에도 지원은 없습니다. 표준계약서 도입이 가장 시급하며, 일이 없는 비수기 때 회사에서 조금이라도 지원을 해주는 부분이 있다면 좋겠습니다. 회사라는 공간에서 동료로서 같은 목표를 위해 함께 일하면서 존중받고 있다는 보람을 받고 싶습니다.”

소속근로자라 해도 기본 급여 없이 일당과 수당 등의 작업비만 지급하는 관행으로 인해 안정적인 소득과 4대 보험 혜택을 보장 받지 못하는 경우가 존재한다.

음악 소속근로자 A9

“계약직이기에 당연히 4대 보험이 되지 않습니다. 연주를 하면 급여가 늘어나고 연주를 안 하면 급여가 줄어듭니다. 연주수당이라는 것이 있어서 더 그렇습니다.”

애니메이션 소속근로자 A24

“지난 20여 년 동안 대부분의 회사들은 업계에 공공연히 정해진 단가, 예를 들면 동화는 1500원, 1원화는 20000원, 2원화는 13000원 하는 식으로 입금을 책정하고 이에 대한 작업비만 지급하는 방식이었어요. 현재도 이와 같이 급여를 책정하는 회사들이 많아요. 근로계약은 당연히 없고, 그로 인해 4대 보험 미가입, 과도한 스케줄 감행...”

나) 안전사고 미보호/ 무리한 작업강행

영화, 게임, 애니메이션 장르를 비롯해서 대부분의 콘텐츠 업계 내 기획 및 제작 직무 종사자들은 ‘마감일’에 맞춰 무리하게 진행되는 일정으로 인해 과다근무에 시달리고 있다.

게임 소속근로자 A18

“마감이슈 또한 무시할 수 없을 거 같습니다. 보고회, 출시일 등 마감기간이 임박하면 지속적으로 새벽에 근무하는 일이 발생하여 근로자에게 피로부담 및 일상생활에 타격을 주는 일이 빈번하게 일어났던 것 같습니다. 최근 노동법 개정으로 인하여 52시간이 보장되어 상황은 많이 좋아졌지만, 이 법을 우회하여 업무를 진행할 가능성이 많다고 생각합니다.”

캐릭터 소속근로자 A32

“제 업무는 자유로운 사고와 창의성이 중시되며 여러 가지의 시도와 협의를 통해 작품의 스토리에 맞는 연출을 정립하고 뒤 팀을 위한 가이드를 완료해야만 하는 직업입니다. 하지만 무리한 스케줄로 인한 과한 업무량, 노동시간의 장기화 등으로 인해 스케줄에 쫓겨 마감만을 하고 있다고 느낄 때가 많습니다. 적절한 보상과 휴식 없이 끝없이 달리기만 해야 하는 이러한 노동환경은 일의 보람과 미래에 대한 열정, 향상심을 저하시키고 있으며 이와 비례해 작품의 퀄리티와 일의 효율 역시 저하되고 있다 생각합니다.”

방송 프리랜서 B14

“촬영시간을 이동시간을 포함하지 않아 하루 18시간 이상을 촬영하여 안전이 지켜지지 않는 경우도 많아 이런 부분은 개선되어야한다고 생각합니다.”

게임 장르의 경우 ‘크런치 모드’로 불리는 열악한 근무여건이 크게 이슈가 된 이후 일각에서 미약하나마 기존 근무관행을 개선하기 위한 노력들이 시도되고 있으나 현직 종사자들이 체감하는 현실은 여전했다.

게임 소속근로자 A19

“게임 업계의 업무 관행과 노동 환경에 대해서는 회사에 따라 천차만별이라고 생각합니다. 예를 들자면, 과거 몇몇 대기업들의 경우 굉장히 무리한 작업량을 요구하고, 그에 비해 금전적 보상은 굉장히 적었던 것으로 기억합니다. 이에 반해 최근 대다수 스타트업들은 더 나은 조직문화를 추구하고 있다고 생각합니다. 예를 들자면, 점심시간을 2시간을 주는 곳도 있고, 자율 출퇴근제와 재택근무를 도입한 회사들도 있는 것으로 알고 있습니다.”

캐릭터 소속근로자 A29

“게임업계 관행 중 크런치모드라고 불리는 강제 야근, 무리한 작업 강행에 대해서도 아주 문제가 많다고 생각합니다. 제작년쯤 이슈가 되어 게임업계 크런치 모드를 줄이자는 움직임이 잠깐 있기는 했지만 사실 작업자 입장에서는 아직도 바뀐 것이 크게 없는 것이 현실입니다.”

과거에 비해 근로시간, 근로환경 등 종사자의 처우개선이 많이 이뤄졌으나 프리랜서, 단기근로자, 신인 작가 등 고용지원법의 테두리 밖에 위치해있거나 업계 내 입지가 약한 자들을 대상으로 불합리한 관행들이 그대로 이어지고 있어 종사자 간 근로환경이 양극화되는 경향을 보인다. 특히 영화나 공연 스태프 등 위험한 업무요소가 많은 ‘현장직’의 경우 외주와 단기 근로자에 의존하는 경향이 높는데, 4대 보험도 적용되지 않은 상태에서 열악한 작업환경과 안전사고에 무방비로 노출되고 있어 실질적인 보호대책이 필요하다는 의견이 제기되었다.

음악 소속근로자 A11

“영화업계의 관행과 노동여건은 사실 부조리한 면이 많았습니다. 인맥위주로 돌리는 현장운영과 단기채용작업 그리고 외주/단기 근로자에 대한 인권침해 요소, 쉼 시간 및 여건이 보장되지 않는 작업환경 등에 대금 입금도 그때그때 진행되지 않는 등 말입니다.”

영화 소속근로자 A16

“특히 4대 보험 미지급 및 안전사고에 대한 미 보호, 작업일정의 무리한 강행, 휴식시설 미 제공 등은 유명했던 좋지 않은 관행중의 하나입니다. 저 역시 제작 스태프로 근무할 때 작업환경의 열악함으로 인해 어려움을 많이 겪었고요.”

음악 소속근로자 A11

“3.3%의 세금을 떼는 일용직 근로자의 경우 제대로 된 안전사고에 대한 보험 및 보장역시 이루어지지 않는 것도 문제인 것 같습니다.”

다) 부당대우/ 부당해고

영세업체가 많은 콘텐츠 업계의 특성상 회사의 자금사정이나 콘텐츠의 수익성 여부에 따라 해고를 당하는 경우도 빈번하다.

출판 소속근로자 A1

“스타트업 회사에 취직해서 두 달 여간 월급만 겨우 받고 동료들 모두 단체해직 통보를 받은 적도 있습니다. 고용주 개인의 심기가 불편했기 때문인데, 이런 경우 근로현장 감시와 재제가 필요할 것 같아요.”

게임 소속근로자 A20

“모든 게임회사가 큰 규모를 자랑하고 천 억대의 매출을 내는 것이 아니기 때문에, 작은 게임회사나 재정적으로 어려움을 겪는 회사는 부적절한 대금 지급이나 열악한 복지환경을 많이 겪을 것 같습니다. 특히 게임 회사가 재정적으로 어려움을 겪는 경우, 부당 해고를 당하는 것을 많이 지켜봤습니다. 게임 회사는 프로젝트성 팀이 많아서 본인 의지와 상관없이 프로젝트가 취소가 되고 팀이 해체되면서 해고를 당하는 경우가 많습니다.”

캐릭터 소속근로자 A29

“당일해고 또한 세번 이상 주변인이 당하는 것을 보았으며, 저 또한 전 직장에서 ‘재정상’이라는 핑계로 부당해고 당한 케이스이기 때문에 굉장히 빈번하다고 생각을 합니다.”

사업체가 근로자에게 일방적으로 가하는 부당행위와 반대로 근태나 자격에 문제가 있는 근로자가 소위 ‘갑질’에 민감하게 반응하는 사회적 분위기를 역이용해서 업체에 피해를 주는 경우에 대해 사업자와 근로자 간의 상호적인 노력이 필요하다는 의견도 제기되었다.

영화 소속근로자 A14

“예전엔 부당한 해고도 많이 있었지만 최근에는 반대의 일이 더 많이 발생해요. 정말 업무에 불성실하고 근태도 좋지 않고 주변 사람들과 문제가 많아 해고를 했지만, 부당해고로 소송을 걸고 여론몰이로 이슈화를 시키는 사례가 많습니다. 여러 증거와 자료를 확보해야만 해고가 가능하게 되었습니다.”

만화웹툰 소속근로자 A7

“저를 고용하기 이전에, 4명이나 이 작품을 거쳐 갔는데 어린 분들이 마음대로 사전 통보 없이 잠수를 타거나 일정을 망가뜨려서 여태 작업을 진행할 수가 없었다는 하소연을 들어보니 안타깝고 남일 같지가 않았어요. 이러한 일을 겪으니까 고용주들도 더 마음 놓고 사람을 뽑을 수가 없는 거구나, 확인을 많이 하는 거구나 라는 생각에 만감이 교차했어요.”

영화 소속근로자 A16

“제작일정 특성상 단기간 집중도가 필요한데 개인 사정 등으로 협의되지 않은 일방적인 미출석, 업무수행의 나태 등이 많이 발생하며 협의된 근무시간을 준수하지 않고 이탈 시에도 근무 시간 별로 책정하여 임금 요구 등이 많이 발생하고 있는 문제점입니다. 불공정피해가 근로자에게만 발생하는 것이 아니라 고용주에도 발생하며 이런 점들이 함께 개선되어야 상호신뢰를 통해 고용상태가 더 좋아질 것이라 생각합니다.”

5) 인권침해

가) 차별적 대우/인격침해/협박/신체폭력

IDI 결과, 상사의 부당한 차별이나 폭언과 같은 인권침해 또한 콘텐츠산업 내 창의인력이 자주 겪는 부당행위의 하나로 언급되었다.

출판 소속근로자 A4

“인격침해와 협박은 자주 있는 일입니다. 스트레스를 동료직원에게 푸는 상사가 있습니다. 그리고 부적절하게 라인을 만들어 거기에 편승하지 않으면 왕따 시키고 협박을 하기도 합니다. 매우 드러나지 않는 부분이라 생각보다 힘들고 많은 에너지가 낭비됩니다.”

음악 소속근로자 A10

“상사가 분노가 치밀어 직원들에게 물건을 던지고 폭언을 하는 경우가 있습니다. 그 물건을 직접적으로 맞진 않았지만 물건을 던졌다는 행위 자체에서 굉장히 충격을 받았습니다. 저 뿐만 아니라 다른 직원들도 비슷한 경험이 있더라고요.”

나) 성희롱/ 성폭력

앞서 언급한 일반적인 차별 및 인격침해 외에 성적 대상화 또는 사적 연락을 취해오는 등의 성희롱/성폭력을 경험한 경우도 있는 것으로 조사되었다. 불과 몇 년 전 문화예술계 미투 운동이 불어지면서 공론화되고 가해자에 대한 처벌도 강화되었지만 인맥과 평판을 중요시하는 업계 관행상 한번 잘못 찍히면 생업을 포기해야 할지 모른다는 위협 속에서 암암리에 자행되고 묵인되고 있는 것이 현실이다.

만화웹툰 프리랜서 B4

“한번은 그런 일이 있었네요. 의뢰자가 남성분이었는데, 제 연락처를 받고서 카톡을 추가하고 나니 제가 여성이라는 사실을 알게 되고 계속 업무적인 내용과 상관없는 남친은 있느냐는 질문과 지금 뭐 하느냐 등등의 대화를 걸어오더라고요. 원만하게 넘어가고 싶어서 대충이나마 답을 했었는데 이게 점점 도를 넘어서더니 밤에도 주말 아침에도 전화를 걸어서 제가 결국엔 이런 식으로 나온다면 더 이상 함께 일을 할 수 없으니 하지 말라고 말을 했습니다. 그러자 반성한다며 안하겠다고 하시더니 얼마 안가 똑같은 행동을 하기 시작했고, 그 이후 그대로 제가 잠수를 타버렸습니다.”

영화 소속근로자 A14

“회사와 현장에서 성추행은 비용의 경중으로 진행됩니다. 성추행을 했고 컴플레인을 했지만 예를 들어 영화제작에 들어간 100억을 회수해야 하기에 그냥 조용히 넘어가는 게 여전한 풍토예요. 대신 예전에는 그냥 묻고 넘어가지만 지금은 그에 대한 증거가 확실하다면 외부 이슈가 되지 않기 위해 보상을 받고자 하고 보상을 하고자 한다는 것이 달라진 정도입니다. 이렇다 보니 사례가 줄어든 것은 사실이죠.”

IDI 참여자들이 주로 밝히고 있는 사례들을 살펴보면 사적인 연락, 외모 폼핑, 선입견 또는 차별적 발언 등 수위는 낮지만 일상적으로 마주해야 하는 불쾌한 경험들이 많았다. 또한 대면 업무가 이뤄지는 현장직의 경우, 우발적으로 일어나는 위협에 무방비로 노출될 수 있다는 점에서 높은 불안감을 보였다.

게임 소속근로자 A17

“고루한 생각을 가진 사람들의 비중이 훨씬 높은 곳이라 여성동료는 동료보다는 불특정다수에게 이성적 존재가 되는 경우가 많았습니다. 누구 어떠냐 괜찮지 않냐, 누가 누구에게 관심이 있다더라, 등 커플 매니저를 꿈꾸는 사람들도 너무나 많고 업무진행을 위해 말을 걸었을 뿐인데 사적으로 연락해서 만나자는 경우도 비일비재합니다. 여사우 외모 랭킹은 회사마다 없는 곳이 없을 정도고요. 이 외에도 일상적으로 같은 현상을 두고도 여성이라는 이유로 여자라서 감정적이다와 같은 차별적인 취급을 당하고 아기 엄마이기 때문에 일하기 힘들다, 정시 퇴근을 해야 하여 술자리를 만들 수 없기 때문에 그와 같은 이야기를 하는 경우는 너무나도 많이 목격했습니다.”

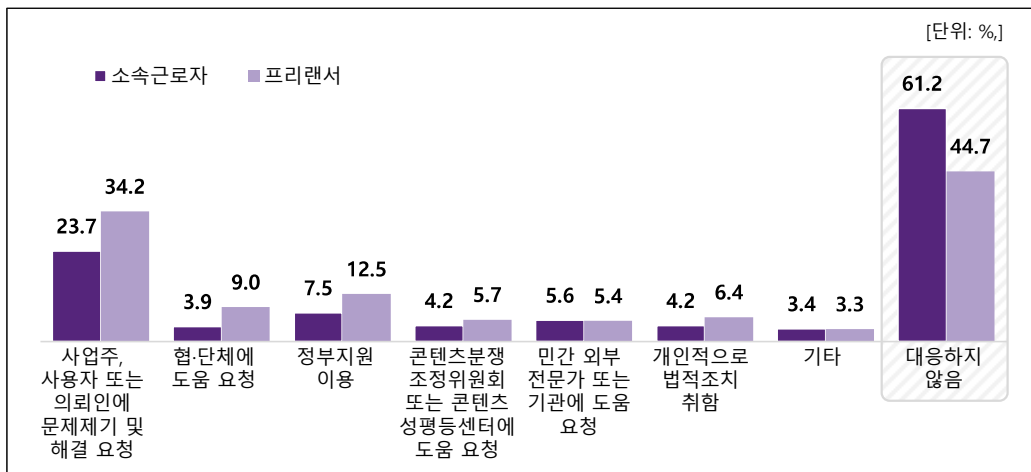
음악 소속근로자 A10

“현장에서 행사에 참여하던 도중 바지춤을 정리하는데 갑자기 다른 남성 스텝이 다가와 물끄러미 옷 정리하는 틈을 보고 음흉한 시선을 보내곤 했습니다. 신고하기에는 확실한 정황이 없어서 별다른 조치를 취하지는 않았지만 그 스텝이 밤늦게 야근하는데 집 앞까지 데려다준다는 등의 행동을 취해 무서움을 느낀 적이 있습니다.”

(3) 부당행위 대처방안 (소속근로자 / 프리랜서)

(가) 정량조사

부당행위를 경험했을 때의 대처방안에 대해 살펴본 결과, 소속근로자와 프리랜서 모두 대응하지 않는다는 응답이 각각 61.2%, 44.7%로 가장 높게 나타났다. 적극적인 대응방안에 대해 구체적으로 살펴보면, 사업주, 사용자 또는 의뢰인에 문제제기 및 해결 요청이 소속근로자에서 23.7%, 프리랜서에서 34.2%로 가장 많이 사용하는 것으로 조사되었다.



[그림 3-29] 부당행위 대처방안 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자와 프리랜서의 장르별로 살펴보면, 애니메이션은 소속근로자의 경우 대응하지 않는(74.4%) 소극적인 대처방안에서 상대적으로 높았으나, 프리랜서는 협단체에 도움 요청(15.4%)과 개인적으로 법적조치를 취함(15.4%)에서 타 장르 대비 높게 나타났다. 한편, 영화는 소속근로자에서 콘텐츠분쟁조정위원회 또는 콘텐츠성평등센터에 도움 요청과 개인적으로 법적조치를 취함(각각 12.5%)이 비교적 높았으나, 프리랜서에서는 대응하지 않는(53.6%) 소극적인 대처방안에서 다른 장르 대비 높게 나타났다.

소속근로자의 경우 소속 기업의 규모가 클수록, 프리랜서의 경우 경력의 연차가 낮을수록 부당행위에 대해 대응하지 않는 방안으로 대처하는 비중이 높아지는 특성을 보였다.

<표 3-67> 부당행위 대처방안 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분	사례수	사업주에 문제제기 및 해결 요청	협단체에 도움 요청	정부지원 이용	콘텐츠분쟁 조정위원회 또는 콘텐츠성평 등센터에 도움 요청	민간 외부 전문가 또는 기관에 도움 요청	개인적으로 법적조치 취함	기타	대응하지 않음
전체	(358)	23.7	3.9	7.5	4.2	5.6	4.2	3.4	61.2
장르	출판	(25)	36.0	0.0	0.0	0.0	4.0	12.0	52.0
	만화/웹툰	(49)	36.7	6.1	10.2	6.1	10.2	2.0	44.9
	음악(공연)	(26)	23.1	3.8	7.7	7.7	3.8	0.0	65.4
	영화	(24)	25.0	4.2	12.5	12.5	0.0	12.5	50.0
	게임	(121)	20.7	1.7	5.8	0.8	3.3	2.5	67.8
	애니메이션	(39)	10.3	5.1	0.0	5.1	10.3	5.1	74.4
	방송	(40)	27.5	7.5	7.5	0.0	2.5	5.0	65.0
	캐릭터	(34)	17.6	5.9	20.6	11.8	14.7	5.9	52.9
경력	1년미만	(82)	25.6	2.4	2.4	0.0	2.4	3.7	64.6
	1~3년미만	(150)	22.7	4.7	10.7	4.0	4.0	4.7	60.7
	3~5년미만	(65)	21.5	1.5	7.7	6.2	13.8	1.5	61.5
	5~10년미만	(49)	28.6	8.2	6.1	10.2	6.1	8.2	53.1
	10년이상	(12)	16.7	0.0	8.3	0.0	0.0	8.3	75.0
소속 기업 규모	10인 미만	(104)	25.0	1.9	7.7	3.8	6.7	6.7	57.7
	10~49인	(113)	26.5	6.2	7.1	5.3	2.7	2.7	59.3
	50인 이상	(141)	20.6	3.5	7.8	3.5	7.1	3.5	65.2

<표 3-68> 부당행위 대처방안 (프리랜서)

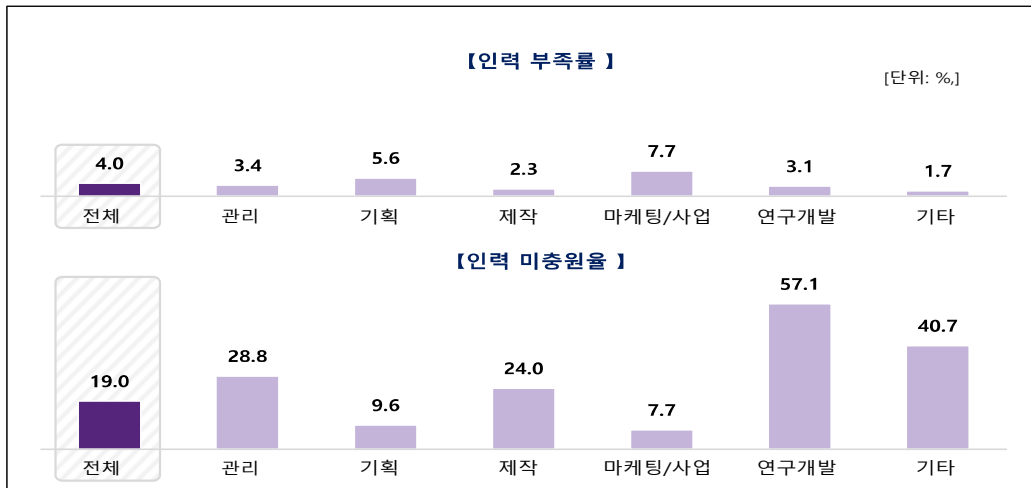
(단위 : 명, %)

구분	사례수	사업주에 문제제기 및 해결 요청	협단체에 도움 요청	정부지원 이용	콘텐츠분쟁 조정위원회 또는 콘텐츠성평 등센터에 도움 요청	민간 외부 전문가 또는 기관에 도움 요청	개인적으로 법적조치 취함	기타	대응하지 않음
전체	(609)	34.2	9.0	12.5	5.7	5.4	6.4	3.3	44.7
장르	출판	(89)	39.3	12.4	12.4	2.2	6.7	5.6	41.6
	만화/웹툰	(88)	33.0	6.8	17.0	12.5	6.8	6.8	31.8
	음악(공연)	(87)	39.1	9.2	14.9	6.9	6.9	5.7	44.8
	영화	(84)	27.4	6.0	11.9	8.3	7.1	2.4	53.6
	게임	(49)	40.8	12.2	10.2	4.1	8.2	12.2	40.8
	애니메이션	(52)	36.5	15.4	15.4	1.9	5.8	15.4	36.5
	방송	(115)	29.6	8.7	7.8	3.5	0.9	5.2	53.0
	캐릭터	(45)	31.1	2.2	11.1	4.4	2.2	2.2	51.1
경력	1년미만	(38)	31.6	0.0	10.5	2.6	2.6	10.5	50.0
	1~3년미만	(187)	29.4	9.1	14.4	6.4	7.0	5.9	49.2
	3~5년미만	(114)	35.1	10.5	16.7	9.6	6.1	6.1	44.7
	5~10년미만	(138)	33.3	8.7	10.9	6.5	8.0	7.2	42.0
	10년이상	(132)	41.7	10.6	8.3	1.5	0.8	5.3	39.4

마. 인력 수급 현황

(1) 인력 부족률²²⁾ 및 미충원율²³⁾ (사업체)

콘텐츠산업을 영위하는 사업체를 대상으로 인력 부족률을 조사한 결과, 콘텐츠 산업의 인력 부족률은 4.0%로 조사되었고, 마케팅/사업(7.7%), 기획(5.6%), 관리(3.4%) 등의 순으로 높게 나타났다. 인력 미충원율은 전체 19.0%로 나타났으며, 연구개발(57.1%), 관리(28.8%), 제작(24.0%) 등의 순으로 나타났다.



[그림 3-30] 인력 부족률 및 미충원율 (사업체)

사업체의 장르별로 살펴보면, 게임의 인력 부족률이 15.7%로 가장 높게 나타났고, 관리(7.9%), 기획(28.8%), 제작(6.5%), 마케팅(41.8%) 직무에서 타 장르 대비 인력 부족률이 높은 것으로 나타났다. 인력 미충원율은 캐릭터(66.7%)에서 상대적으로 높았으며, 관리(75.0%), 기획(60.0%), 제작(66.7%)에서 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

22) 인력 부족률은 부족인원/(총 종사자 수 + 부족인원)*100으로 산출함

23) 인력 미충원율은 (구인인원-채용인원)/구인인원*100으로 산출함

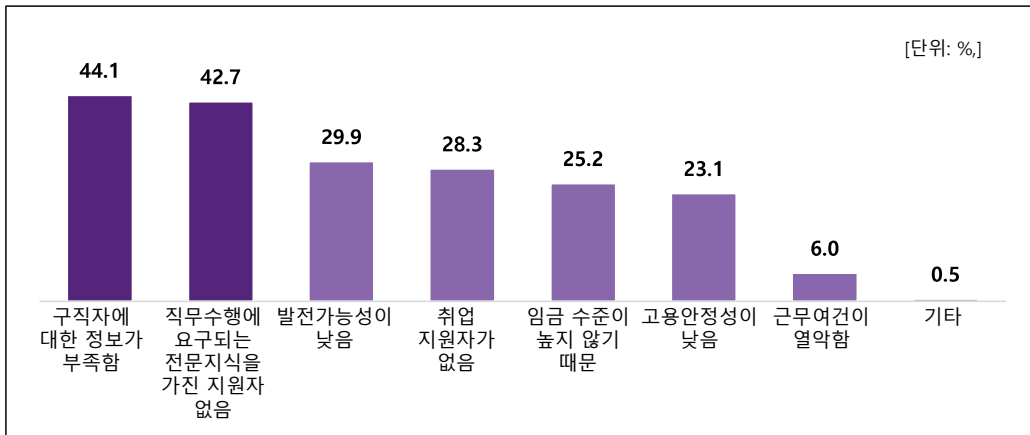
<표 3-69> 인력 부족률 및 미충원율 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분	사례수	인력 부족률							인력 미충원율						
		관리	기획	제작	마케팅 /사업	연구 개발	기타	전체	관리	기획	제작	마케팅 /사업	연구 개발	기타	전체
전체	(1,027)	3.4	5.6	2.3	7.7	3.1	1.7	4.0	28.8	9.6	24.0	7.7	57.1	40.7	19.0
장르	출판	(365)	0.3	1.1	1.5	3.5	0.4	1.1	1.2	0.0	0.0	6.3	8.3	0.0	4.7
	민화/웹툰	(38)	2.4	5.8	1.8	11.6	0.0	10.5	4.2	0.0	0.0	0.0	-	0.0	0.0
	음악(공연)	(180)	5.8	5.6	3.5	7.8	10.0	1.9	5.1	9.1	10.0	33.3	0.0	0.0	10.9
	영화	(79)	2.3	3.9	0.0	9.2	0.0	0.0	2.7	42.9	5.4	33.3	0.0	-	9.5
	게임	(106)	7.9	28.8	6.5	41.8	9.9	14.5	15.7	50.0	5.2	26.7	17.5	74.1	27.6
	애니메이션	(57)	6.4	5.6	2.0	0.9	0.0	0.0	2.8	33.3	33.3	33.3	-	-	33.3
	방송	(112)	2.6	1.8	2.1	4.7	0.8	0.6	2.3	18.2	27.3	20.0	0.0	0.0	12.1
	캐릭터	(90)	6.2	3.3	0.8	0.0	0.0	0.0	2.0	75.0	60.0	66.7	-	-	66.7

(2) 채용 시 애로사항 (사업체)

콘텐츠산업을 영위하는 사업체를 대상으로 인력 채용 시 애로사항에 대해 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 구직자에 대한 정보가 부족함(44.1%)이 가장 큰 애로사항인 것으로 조사되었고, 이어서 직무 수행에 요구되는 전문지식을 가진 지원자가 없음(42.7%), 발전가능성이 낮음(29.9%), 취업 지원자가 없음(28.3%), 임금 수준이 높지 않기 때문(25.2%), 고용안정성이 낮음(23.1%), 근무여건이 열악함(6.0%), 기타(0.5%) 등이 뒤를 이었다.



[그림 3-31] 채용 시 애로사항 (사업체)

사업체의 장르별로 살펴보면, 전체 응답률이 가장 높은 구직자에 대한 정보가 부족함에서는 영화가 67.1%로 가장 높게 나타났다. 그리고 만화/웹툰은 발전 가능성이 낮음(47.4%), 음악(공연)은 직무수행에 요구되는 전문지식을 가진 지원자가 없음(52.2%), 게임은 임금 수준이 높지 않아서(36.8%), 고용 안정성이 낮음(32.1%), 방송은 근무여건이 열악함(17.0%), 캐릭터는 취업 지원자가 없음(37.8%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

사업체의 종사자 규모에 따라 살펴보면, 종사자의 규모가 큰 사업체일수록 구직자에 대한 정보가 부족하거나 직무수행에 요구되는 전문지식을 가진 지원자가 없는 애로사항이 커지는 경향을 보였으며, 종사자의 규모가 작은 사업체일수록 임금 수준이 높지 않기 때문에 인력 채용 시 애로사항이 발생하는 비중이 높아지는 특성을 보였다.

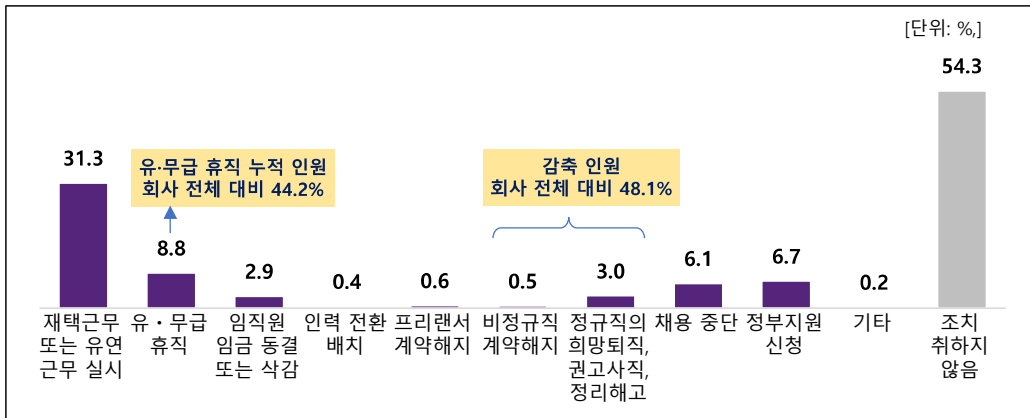
<표 3-70> 채용 시 애로사항 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분		사례수	구직자에 대한 정보가 부족함	직무수행에 요구되는 전문지식을 가진 자원자 없음	발전 가능성이 낮음	취업 지원자가 없음	임금 수준이 높지 않기 때문	고용 안정성이 낮음	근무여건이 열악함	기타
전체		(1,027)	44.1	42.7	29.9	28.3	25.2	23.1	6.0	0.5
장르	출판	(365)	37.8	35.1	38.1	27.9	28.8	28.5	3.6	0.3
	민화/웹툰	(38)	36.8	44.7	47.4	15.8	23.7	23.7	7.9	0.0
	음악(공연)	(180)	50.6	52.2	26.7	30.0	17.8	17.8	5.0	0.0
	영화	(79)	67.1	49.4	24.1	29.1	12.7	17.7	0.0	0.0
	게임	(106)	29.2	49.1	20.8	22.6	36.8	32.1	7.5	1.9
	애니메이션	(57)	36.8	40.4	26.3	33.3	15.8	31.6	14.0	1.8
	방송	(112)	58.0	45.5	15.2	25.9	25.9	10.7	17.0	0.9
	캐릭터	(90)	44.4	38.9	32.2	37.8	28.9	15.6	2.2	0.0
종사자 규모	10인 미만	(813)	40.1	39.0	33.5	27.8	26.8	27.2	5.3	0.4
	10~49인	(166)	58.2	56.4	13.9	33.9	20.0	7.3	9.7	0.6
	50인 이상	(48)	63.3	59.2	24.5	18.4	16.3	8.2	6.1	2.0

(3) 코로나19에 대한 대응조치 (사업체)

콘텐츠기업을 대상으로 코로나19에 대한 대응을 위한 고용 관련 경영상의 조치를 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 별다른 조치를 취하지 않는다는 응답이 전체의 54.3%로 절반 이상을 차지하였고, 대응 조치를 취하고 있는 사업체에서는 재택근무 또는 유연 근무 실시가 31.3%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 유무급 휴직(8.8%), 정부 지원 신청(6.7%), 채용 중단(6.1%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-32] 코로나19에 대한 대응조치 (사업체)

사업체의 장르별로 살펴보면, 조치를 취하지 않음에서는 출판이 71.8%로 가장 높았고, 방송(58.9%), 만화/웹툰(52.6%), 캐릭터(51.1%) 등의 순으로 조사되었다. 한편, 게임은 재택근무 또는 유연근무 실시(59.4%), 정부지원 신청(24.5%), 유무급 휴직(17.9%), 채용 중단(15.1%), 임금 동결 또는 삭감(12.3%)에서 다른 장르 대비 응답의 비중이 높게 나타났다. 애니메이션은 정규직의 희망 퇴직, 권고 사직, 정리해고(7.0%), 인력 전환 배치(1.8%)에서, 캐릭터는 프리랜서 계약해지와 비정규직 계약해지(각각 2.2%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

종사자 규모별로 살펴보면, 종사자의 규모가 큰 사업체일수록 코로나19에 대한 대응을 위해 재택근무 또는 유연근무 실시, 임금 동결 또는 삭감, 정규직의 희망퇴직, 권고사직, 정리 해고의 조치가 높아지는 반면, 종사자의 규모가 작은 사업체일수록 코로나19에 대하여 별다른 조치를 취하지 않거나, 채용을 중단하는 소극적인 대처 방안이 높아지는 경향을 보였다.

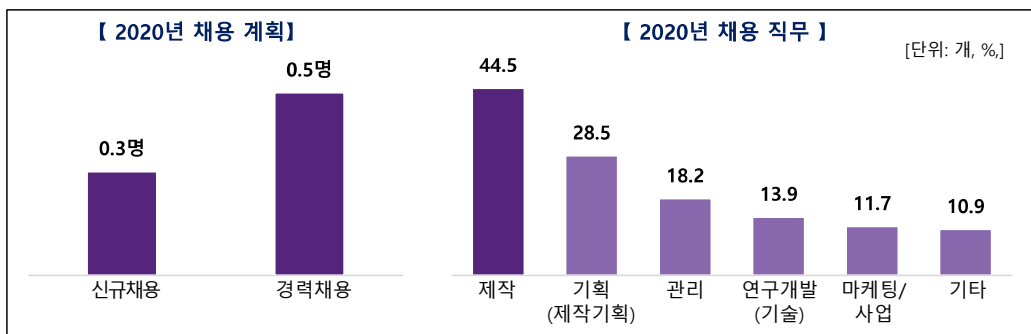
<표 3-71> 코로나19에 대한 대응조치 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분		사례수	재택근무 또는 유연근무 실시	유·무급 휴직	평균 비율	임금동결 또는 삭감	인력 전환 배치	프리랜서 계약해지	비정규직 계약해지	정규직의 희망퇴직 권고사직 정리해고	평균 비율	채용 중단	정부지원 신청	기타	조치 취하지 않음
전체		(1,027)	31.3	8.8	44.2	2.9	0.4	0.6	0.5	3.0	48.1	6.1	6.7	0.2	54.3
장르	출판	(365)	19.5	3.6	54.2	0.8	0.3	0.3	0.0	1.1	67.5	4.1	2.2	0.0	71.8
	만화/웹툰	(38)	34.2	5.3	50.0	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	13.2	0.0	52.6
	음악(공연)	(180)	31.1	9.4	51.2	1.7	0.0	1.7	1.1	2.8	26.4	5.0	7.2	0.0	48.9
	영화	(79)	35.4	12.7	42.8	3.8	0.0	0.0	0.0	6.3	51.0	6.3	6.3	0.0	44.3
	게임	(106)	59.4	17.9	44.3	12.3	0.9	0.0	0.9	5.7	63.6	15.1	24.5	0.9	23.6
	애니메이션	(57)	52.6	14.0	20.0	3.5	1.8	0.0	0.0	7.0	50.0	7.0	8.8	0.0	28.1
	방송	(112)	28.6	7.1	42.5	3.6	0.0	0.0	0.0	3.6	31.3	7.1	2.7	0.0	58.9
	캐릭터	(90)	31.1	14.4	40.8	0.0	1.1	2.2	2.2	3.3	50.0	6.7	4.4	1.1	51.1
종·자 규모	10인 미만	(813)	28.4	7.7	44.4	2.6	0.1	0.7	0.5	2.6	55.4	6.4	6.8	0.1	57.9
	10~49인	(166)	37.6	13.9	45.9	3.6	0.0	0.0	0.6	4.2	35.0	6.1	7.9	0.6	42.4
	50인 이상	(48)	57.1	8.2	30.0	6.1	6.1	0.0	0.0	6.1	21.7	2.0	2.0	0.0	34.7

(4) 채용 계획 및 직무 (사업체)

사업체의 2020년 인력 채용 계획 및 채용 직무에 대해 조사한 결과, 2020년 채용 계획 인원은 1명 미만(총 0.8명, 신규채용 0.3명, 경력채용 0.5명)으로 나타났다. 코로나19에 따른 경기 침체 및 고용 시장 위축으로 콘텐츠사업체의 채용 여력이 적은 것을 알 수 있다. 채용 인력의 직무에 대해서는 복수 응답을 허용하여 조사하였는데, 제작이 44.5%로 가장 높게 나타났으며, 기획(28.5%), 관리(18.2%), 연구개발(13.9%) 등의 순으로 나타났다.



[그림 3-33] 채용 계획 및 직무 (사업체)

2020년 채용 계획에 대해 사업체의 장르별로 살펴보면, 신규 채용에서는 게임이 평균 1.1명, 경력 채용에서는 애니메이션이 평균 1.7명으로 타 장르 대비 채용 계획 인원이 높게 나타났다. 채용 직무 중 제작에서는 애니메이션(73.3%), 기획과 관리에서는 음악(공연)(각각 36.5%, 26.9%), 연구개발에서는 게임(32.7%), 마케팅/사업에서는 방송(27.8%)이 타 장르 대비 상대적으로 높게 나타났다.

또한 사업체의 종사자 규모별로는 50인 이상 사업체의 채용 계획 인원이 신규채용 평균 1.7명, 경력채용 평균 2.7명으로 가장 많게 나타났으며, 총 매출액 기준으로는 매출액이 100억원 이상인 사업체에서 신규채용 평균 1.6명, 경력채용 평균 2.4명으로 채용 계획 인원이 가장 많은 것으로 조사되었다.

<표 3-72> 채용 계획 및 직무 (사업체)

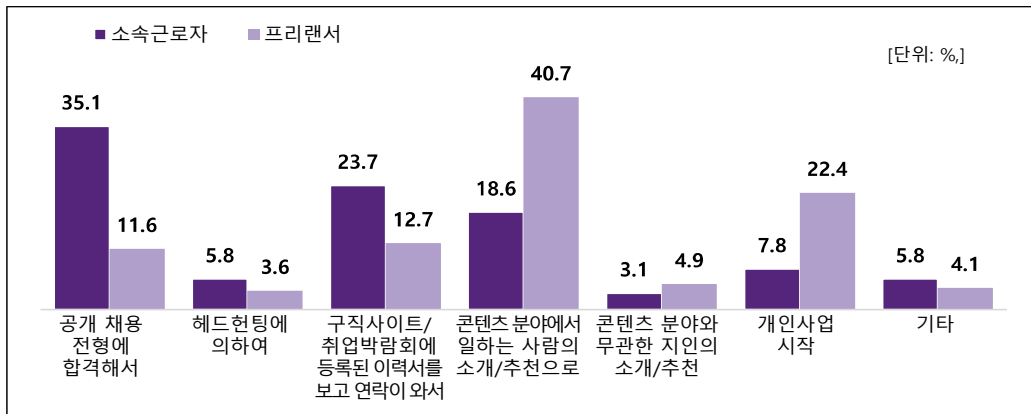
(단위 : 개소, 명, %)

구분		채용 계획			채용 직무						
		사례수	신규 채용	경력채용	사례수	제작	기획	관리	연구 개발	마케팅/ 사업	기타
전체		(998)	0.3	0.5	(274)	44.5	28.5	18.2	13.9	11.7	10.9
장르	출판	(354)	0.1	0.2	(61)	36.1	29.5	24.6	4.9	8.2	16.4
	만화/웹툰	(38)	0.3	0.6	(8)	50.0	0.0	0.0	0.0	12.5	62.5
	음악(공연)	(174)	0.2	0.5	(52)	23.1	36.5	26.9	9.6	15.4	7.7
	영화	(75)	0.2	0.4	(19)	52.6	21.1	21.1	26.3	15.8	0.0
	게임	(105)	1.1	1.0	(52)	48.1	32.7	13.5	32.7	0.0	13.5
	애니메이션	(55)	0.2	1.7	(15)	73.3	33.3	20.0	13.3	20.0	6.7
	방송	(107)	0.7	0.7	(36)	52.8	27.8	2.8	11.1	27.8	5.6
	캐릭터	(90)	0.2	0.5	(31)	61.3	16.1	19.4	6.5	6.5	3.2
종사자 규모	10인 미만	(789)	0.1	0.3	(194)	42.8	29.4	19.1	11.3	9.8	9.8
	10~49인	(161)	0.6	0.6	(53)	49.1	26.4	13.2	18.9	17.0	11.3
	50인 이상	(48)	1.7	2.7	(27)	48.1	25.9	22.2	22.2	14.8	18.5
총 매출액	3억원 미만	(518)	0.1	0.3	(118)	41.5	23.7	18.6	13.6	6.8	12.7
	3억~5억원 미만	(126)	0.1	0.6	(26)	34.6	34.6	23.1	7.7	15.4	11.5
	5억~10억원 미만	(141)	0.6	0.5	(45)	57.8	26.7	22.2	15.6	11.1	6.7
	10억~50억원 미만	(140)	0.2	0.7	(49)	51.0	34.7	8.2	12.2	16.3	6.1
	50억~100억원 미만	(31)	0.7	1.2	(14)	28.6	28.6	42.9	28.6	14.3	21.4
	100억원 이상	(42)	1.6	2.4	(22)	40.9	36.4	9.1	13.6	22.7	13.6

(5) 콘텐츠 분야 입문경로 (소속근로자 / 프리랜서)

(가) 정량조사

소속근로자와 프리랜서를 대상으로 콘텐츠 분야에 처음 입문하게 된 경로를 조사한 결과, 소속근로자는 공개 채용 전형에 합격(35.1%)에서 가장 높게 나타났으며, 프리랜서 대비 23.5%p 높았다. 프리랜서는 콘텐츠 분야에서 일하는 사람의 소개/추천(40.7%)을 통해 입문한 사례가 가장 높게 나타났으며, 소속근로자 대비 22.1%p 높은 것으로 나타났다.



[그림 3-34] 콘텐츠 분야 입문경로 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 입문경로를 장르별로 살펴보면, 만화/웹툰은 공개 채용전형에 합격(50.0%)과 헤드헌팅에 의해서(8.5%) 입문이 높은 것으로 나타났고, 애니메이션은 구직사이트/취업박람회에 등록된 이력서를 보고 연락이 와서(35.6%), 게임은 콘텐츠 분야에서 일하는 사람의 소개/추천(23.0%) 등에서 상대적으로 높게 나타났다.

주 업무 분야별로 살펴보면, 기획 업무는 공개 채용전형에 합격(39.5%), 관리 업무는 구직사이트/취업박람회(33.7%) 등을 통한 입문이 높은 것으로 조사되었다.

프리랜서의 입문경로를 장르별로 살펴보면, 음악(공연)은 콘텐츠 분야에서 일하는 사람의 소개/추천(49.6%), 콘텐츠 분야와 무관한 지인의 소개/추천(9.9%) 등 소개와 추천을 통한 입문이 많은 특성을 보였고, 특히 경력의 연차가 높을수록 콘텐츠 분야와 무관한 지인의 소개/추천을 통한 입문이 많은 경향을 보였다. 캐릭터는 개인사업 시작(37.9%), 만화/웹툰은 공개 채용전형에 합격(18.3%) 등에서 상대적으로 높았다.

주 업무 분야별로 살펴보면, 마케팅/사업 업무는 콘텐츠 분야에서 일하는 사람의 소개/추천(47.2%)과 개인사업 시작(30.6%)을 통한 입문이 높은 것으로 조사되었다. 특히, 기획 업무는 소속근로자와 프리랜서 모두 공개 채용전형을 통한 입문의 비중이 상대적으로 높은 특성을 보였다.

<표 3-73> 콘텐츠 분야 입문경로 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	공개 채용전형에 합격해서	헤드헌팅에 의하여	구직사이트/ 취업박람회 등록된 이력서를 보고 연락이 와서	콘텐츠 분야에서 일하는 사람의 소개/추천	콘텐츠 분야와 무관한 자인의 소개/추천	개인사업 시작	기타
전체		(1,251)	35.1	5.8	23.7	18.6	3.1	7.8	5.8
장르	출판	(285)	33.3	3.5	16.8	22.5	2.1	14.7	7.0
	만화/웹툰	(118)	50.0	8.5	16.9	13.6	3.4	7.6	0.0
	음악(공연)	(103)	31.1	3.9	25.2	17.5	3.9	11.7	6.8
	영화	(130)	28.5	5.4	30.8	18.5	3.1	5.4	8.5
	게임	(265)	34.7	5.3	23.4	23.0	2.6	3.8	7.2
	애니메이션	(87)	31.0	8.0	35.6	18.4	2.3	2.3	2.3
	방송	(176)	34.1	8.0	28.4	10.8	4.5	7.4	6.8
	캐릭터	(87)	42.5	8.0	23.0	17.2	4.6	2.3	2.3
주 업무 분야	기획	(296)	39.5	6.4	16.2	20.3	3.4	8.8	5.4
	제작	(412)	32.8	6.6	25.0	18.9	2.9	7.8	6.1
	관리	(270)	34.1	4.1	33.7	12.2	3.7	7.8	4.4
	마케팅/사업	(142)	38.7	5.6	21.8	19.7	4.2	4.2	5.6
	연구개발	(105)	32.4	4.8	18.1	28.6	1.0	8.6	6.7
	기타	(26)	23.1	11.5	19.2	15.4	0.0	11.5	19.2

<표 3-74> 콘텐츠 분야 입문경로 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	공개 채용전형에 합격해서	헤드헌팅에 의하여	구직사이트/ 취업박람회에 등록된 이력서를 보고 연락이 와서	콘텐츠 분야에서 일하는 사람의 소개/추천	콘텐츠 분야와 무관한 자인의 소개/추천	개인사업 시작	기타
전체		(1,109)	11.6	3.6	12.7	40.7	4.9	22.4	4.1
장르	출판	(193)	11.4	2.6	10.4	42.0	2.6	27.5	3.6
	만화/웹툰	(202)	18.3	4.5	8.4	37.1	3.0	23.8	5.0
	음악(공연)	(141)	4.3	3.5	10.6	49.6	9.9	19.9	2.1
	영화	(125)	14.4	4.8	8.8	44.0	4.8	17.6	5.6
	게임	(91)	6.6	7.7	17.6	33.0	4.4	26.4	4.4
	애니메이션	(87)	16.1	0.0	21.8	40.2	3.4	16.1	2.3
	방송	(183)	12.6	1.6	14.8	43.7	7.1	14.2	6.0
	캐릭터	(87)	3.4	5.7	18.4	28.7	3.4	37.9	2.3
주 업무 분야	기획	(242)	14.5	5.0	9.1	42.1	4.1	22.3	2.9
	제작	(764)	11.5	3.1	13.7	39.7	4.5	22.4	5.1
	관리	(40)	7.5	2.5	17.5	45.0	10.0	17.5	0.0
	마케팅/사업	(36)	2.8	2.8	11.1	47.2	5.6	30.6	0.0
	연구개발	(25)	8.0	8.0	8.0	44.0	12.0	20.0	0.0
	기타	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0

(나) 정성조사

창의인력이 콘텐츠 분야에 입문하는 과정에는 ‘개인적 맥락’과 ‘사회적 배경’이라는 두 가지 요인이 복합적으로 작용한다.

여기서 ‘개인적 맥락’은 어린 시절에 체화된 문화적 취향이나 역량을 형성하는 ‘문화자본’과 학연이나 지연과 같은 ‘사회자본’ 요소로 구성된다. 문화자본은 어린 시절의 경험을 통해 형성된 개인적 취향, 또는 취미활동이나 교육과정을 거치면서 개발된 적성과 소질을 의미한다. 이러한 문화자본은 창의인력이 관련지식 및 숙련된 기술 등의 창의 역량을 구축해나가도록 이끌어주는 요소로서 콘텐츠 분야로 진입할 요건을 구축하는 과정에 관여하고, 진로를 결정하는데 가장 결정적인 계기로 작용한다. 반면 동호회 활동이나 학업과정을 통해 구축된 ‘사회자본’은 진로를 결정한 후 실제 해당 분야의 직무를 경험하고 경력을 쌓아나갈 기회를 제공하는 수단으로서 콘텐츠 분야의 입문 경로가 되기도 하며, 입문한 후에는 ‘업계 내 평판’을 형성함으로써 이직 및 고용형태를 전환하는 과정에 지속적으로 영향을 미친다.

또한 ‘사회적 배경’은 개인의 능력이나 노력과 같은 ‘내적 요인’과 결합하여 새로운 일자리 형태의 기회를 만들어내는 사회적 흐름으로서 스마트혁명, 플랫폼 경제, AR·VR 등의 기술발달에 따른 온라인 및 모바일 콘텐츠 시장의 가파른 성장, 재화의 생산-소비 패러다임 전환에 따른 독립미디어와 1인 제작자와 같은 새로운 고용형태 및 직업의 등장 등이 대표적이다.

1) 입문 계기

IDI 참여자들의 입문 계기는 크게 4가지 부류로 분류할 수 있다. 첫째 어릴 적 관심사와 학업 과정(전공분야), 그리고 최초 입문 분야가 일치하는 1부류, 둘째 어릴 적 관심은 있었지만 개인의 소질이나 전공분야와는 일치하지 않아서 타 분야로 진출했다가 콘텐츠 분야로 이직해서 넘어온 2부류, 셋째 어릴 적 관심사와는 무관하지만 본인의 전공과 적성에 맞는 직무를 찾아 콘텐츠 분야로 입문하게 된 3부류, 넷째 개인적 관심사도 일치하지 않고 전공분야와도 무관한 부류로 타 분야로 진출했다가 콘텐츠산업의 시장전망과 발전성을 발견하고 이직한 경우에 해당되는 4부류이다.

관련 요인		직무 유형	
		기획 및 제작 직무	기타 직무
어린시절 연관성	연관	1부류(관심사 및 적성 일치) · 주 입문 요인: 문화자본 일치 · 주요 경로: 어릴 적 경험(관심) → 전공 → 콘텐츠 제작	2부류(관심사 일치) · 주 입문 요인: 진로 변경 · 주요 경로: 어릴 적 경험(관심) → 비전공 → 기타 직무(일부 기획 및 제작직 포함)
	무관	3부류(적성 일치) · 주 입문 요인: 직무관련성 · 주요 경로: 전공 → 콘텐츠 제작	4부류(전략적 선택) · 주 입문 요인: 발전가능성 고려 · 주요 경로: 비전공 → 기타 직무

가) 1부류

1부류는 학창시절에 본인이 좋아하던 장르와 관련된 전공 또는 교육훈련 과정을 거쳐서 자연스럽게 콘텐츠 기획 및 제작 업무를 시작하게 된 경우로 대체적으로 어릴 적 경험을 통해 개인적 관심사와 적성 및 소질을 발견하고, 학업 및 동호회 활동을 통해 직무능력을 개발하는 과정을 거쳐 콘텐츠 분야로 진로를 결정하는 과정을 거친다.

① 어릴 적 관심과 적성 발견

1부류는 특히 어린 시절에 해당 분야 콘텐츠를 접한 경험을 통해 개인의 취향을 형성하고, 적성을 발견하게 되어 비교적 일찍 진로를 결정하고, 해당 분야의 학업과정을 거쳐서 콘텐츠 분야로 입문한 경우가 많다. 이러한 경향은 만화·웹툰, 공연, 게임, 방송, 애니메이션 등의 장르에서 많이 나타난다.

①A 만화·웹툰

만화·웹툰 프리랜서 B4

“어린 시절부터 만화, 애니메이션을 좋아했습니다. 그림은 친언니가 그리는 걸 옆에서 보면서 혼자 경쟁의식을 불태우면서 그리기 시작했던 거 같아요. 그러다 저한테 재능도 있고 재미도 있고 하다 보니 자연스럽게 이쪽 길로 들어서게 되었죠. 고등학교를 만화, 애니메이션 학과가 있는 특성화고로 들어가게 되었는데 그곳에서 만난 친구들도 그림을 업으로 삼는 것에 진심인 아이들뿐이었고 저도 당연히 미대가 아닌 길은 생각하지 않았습니다.”

만화웹툰 프리랜서 B3

“어렸을 때부터 쉽게 접할 수 있었던 만화방에서 만화책을 자주 읽었습니다. 그림(웹툰)에 관련하여 전문교육은 받은 적 없지만 어린 시절부터 만화책 그림을 따라 그리는 것을 좋아하여 취미로 자주 따라 그리곤 했습니다.”

③ 음악(공연)

음악 소속근로자 A11

“어린 시절부터 부모님을 따라 다양한 공연(발레, 콘서트, 연극, 뮤지컬, 현대무용 등)을 접하며 자연스럽게 공연예술 분야에 관심이 생겼습니다. 중학교 3학년 때 세종문화회관에서 노트르담 드 파리 뮤지컬의 내한 공연을 보며 무대에 서는 배우보다는 그들을 비춰주는 조명디자인에 호기심이 생겼고 이를 심층적으로 공부해보고자 예술대학에 진학하게 되었습니다.”

③ 게임

게임 프리랜서 B4

“저는 어렸을 적부터 게임을 좋아하다 보니 자연스럽게 게임 개발 쪽에 관심이 많았습니다. 제가 어렸을 적에는 일본 게임들이 인기가 많아서 일본 유학까지 생각할 정도로 좋아했고요. 물론 부모님은 제가 게임을 한다는 것을 좋아하시지도 않았을 뿐더러, 게임 관련 일을 하는 것에 대해 만족스러워하지 않으셨어요. ... 게임 쪽으로 진로를 정한 후 어떻게 하면 업계에서 일을 할 수 있는지 찾아보다가 대학교에 게임전공이 있다는 걸 알게 되었습니다.”

④ 방송

방송 소속근로자 A27

“초등학생 때부터 TV 드라마를 즐겨봤고 좋아했습니다. 다른 친구들도 드라마를 좋아하고 드라마 속 연기자를 좋아했지만 제 관심사는 드라마를 쓰는 작가였습니다. 대학교 역시 문예창작학과를 선택하게 되었고, 재학 중에도 시나리오 창작 실기 수업 위주로 공부했습니다.”

② 유사 장르 입문

한편 어린 적부터 꿈꾸던 콘텐츠 분야로 진출하기 위한 과정에서 본인이 원래 생각했던 장르가 아닌 유사한 장르로 전향한 경우도 있었다.

④ 영화

특히 영화 장르는 음악, 영상, 미술적 요소를 통한 다양한 시청각적 효과와 다양한 직무의 협업이 필요한 장르의 특성상 타 장르에 비해 다양한 전공과 관심사, 경력을 가진 인력들이 유입되는 특성을 보인다.

영화 소속근로자 A15

“음악에 대한 동경으로 10대에 오디오를 본격 접하면서 음반을 모으기 시작하다가 무작정 손에 왼 기타를 가지고 놀게 되었고, 늦게 음대에 가서 작곡을 배우는데 실력 좋은 학생들과 음반을 프로듀싱하게 되었죠.”

영화 프리랜서 A15

“어린 시절부터 책과 영화와 관련된 주변 환경이 자연스럽게 형성이 되었던 것 같습니다. 부모님께서 독서를 좋아하셨고, 아버지께서 영화 감상을 즐겨 하셨습니다. 대학교 시절 때에는 혼자 자주 영화를 보러 갔던 것이, 습관처럼 굳어 이 분야에 대한 관심이 점차 확장되었던 것 같습니다. 즐겨하던 문화 활동 역시 영화 감상, DVD 수집 등이 있었네요.”

⑧ 캐릭터

캐릭터 분야도 교육과정이 별도로 개설된 경우가 흔하지 않기 때문에 영상 및 미술, 그래픽 등 타 영역과 걸쳐지는 다양한 분야에 대한 관심에서 시작하여 세부 업종 및 직무를 결정하는 과정에서 캐릭터 장르를 선택하게 된 사례들을 볼 수 있다.

캐릭터 프리랜서 B16

“어렸을 때부터 그림에 관심이 많았으며, 친구들과 노는 것 대신 연필을 잡고 종이에 낙서하기를 좋아했습니다. 미술뿐만 아니라 피아노 등 예술 전반에 대하여 관심이 많았습니다. 부모님께서도 그것을 아시고 유치원 대신 미술학원을 보내셨고, 여섯 살 때부터 피아노 학원에 다녔습니다. 순수미술도 좋아했지만 귀여운 캐릭터나 만화, 애니메이션에 대한 관심이 많았습니다. 학창시절에는 순수미술 동아리나 캐릭터 애니메이션 동아리에서 활발하게 활동했으며, 실제로 다른 과목보다 예능 과목에서 성적이 뛰어났습니다. 입시 미술을 거쳐 대학을 진학하여 공예 디자인을 전공했습니다. 그렇기 때문에 살짝 돌아오긴 했지만, 지금 현재 직업도 자연스럽게 미술과 캐릭터 분야로 선택할 수 있었습니다.”

③ 늦은 진로 결정

한편 어린 시절의 경험이 자연스럽게 진로로 이어진 경우와 달리 진로에 대한 막연함으로 방황하는 시기를 보내다가 뒤늦게 적성을 발견해서 자신의 세부 업종과 직무를 구체화한 사례들도 있다.

캐릭터 소속근로자 A31

“어릴 적부터 이 분야에 관심이 있지는 않았습니다. 잘 알지도 못했고 접근하기도 쉽지 않았다는 게 맞겠네요. 분야 자체가 생소했고 접근성이나 지식이 너무 부족해서 도전할 생각을 하지 못했었습니다. 그러던 중 우연히 이런 분야가 있고 배울 수 있는 곳이 있다는 것을 알게 됐고 그렇게 우연하게 시작하게 됐습니다. 운 좋게 제가 다니고 있는 기간에 VFX class가 새롭게 만들어졌고 선생님의 추천에 그 수업을 듣게 됐습니다. 다니는 동안에 모델링, 애니메이션, 리깅, 컴포지터 등 다양한 수업을 들었지만 VFX 수업을 듣고 바로 제 진로를 결정할 수 있었습니다. 파트 자체에 매력이 너무나 커서 입문 전부터 관심이 많았는데 실제로 수업을 듣고 만들어보니 너무 재미있었습니다.”

나) 2부류

2부류는 1부류처럼 콘텐츠 분야에 대한 관심은 높았지만, 콘텐츠 창작과는 직접적인 관련이 없는 전공이나 교육과정을 이수한 경우에 해당된다. 콘텐츠 창작에 직접적으로 관여하기보다 이러한 과정을 지원하는 직무로 입문하게 된 경우가 많다.

만화웹툰 소속근로자 A6

“어릴 적부터 만화를 그리는 일을 좋아했지만 성인이 된 이후에는 취미로만 간직해왔습니다. 어느 날부터 웹툰 시장이 블루오션으로 떠오르면서 콘텐츠 업계에 비전을 보았습니다. 사실 처음 도전했던 것은 웹툰 작가였으나 뒤늦게 시작한 만큼 부족함을 많이 느꼈고, 웹툰 업계에서 일할 수 있는 방법을 찾던 중 우연히 웹툰PD라는 직업을 접하게 되었어요. PD 일을 하게 된다면 작가들과 긴밀하게 소통하고 콘텐츠를 만들어감에 있어서 협업을 할 수밖에 없으니 어깨너머로 지켜보면서 작가의 꿈을 잃지 않게 될 것이라는 생각을 막연하게 했던 것 같습니다.”

만화웹툰 소속근로자 A8

“어렸을 때부터 만화에 대한 관심이 많았습니다. 그림에는 소질이 없어서 그리는 쪽으로 진로를 정하지는 않았었고, 이쪽 분야에서 일을 하고 싶다는 생각을 갖고 자라왔습니다.”

그 중에는 타 분야에서 활동하다가 본인이 원하는 일을 하고 싶어서 개인적인 경력을 쌓아 콘텐츠 기획 및 제작 직무로 전향한 사례도 볼 수 있다.

애니메이션 소속근로자 A23

“어린 시절부터 애니메이션을 즐겨보고 책을 많이 읽고 글쓰기 습관을 하는 등 스토리텔링 분야에 많은 관심이 있었습니다. 경제적 사정 때문에 졸업 후 바로 취직하여 직장생활을 하다가, PC통신 동호회에 소설을 연재하며 출판할 수 있는 기회를 얻었습니다. 이후 직장을 그만두고 책을 출판했습니다. 하지만 소설로는 경제적인 어려움이 커서 방송작가 일을 오래하게 되었습니다. 결혼 후 애니메이션을 즐겁게 보는 아이의 모습을 보면서 어린 시절 애니메이션을 좋아했던 추억이 떠올랐고, 작가로서 제작에 참여한 애니메이션을 내 아이에게 보여주고 싶다는 동기도 생겼습니다. 적지 않은 나이였지만 운 좋게도 업계 진입에 성공하여 다양한 작품 제작에 참여하고 있습니다.”

다) 3부류

3부류는 콘텐츠 분야에 대한 관심이나 소질과 상관없이 전공을 결정하고, 진로를 선택한 후에 본인의 전공 또는 경력을 살릴 수 있는 일자리를 찾아 콘텐츠 분야로 유입된 경우에 해당된다.

출판 소속근로자 A2

“처음부터 출판업계에서 일하기를 희망한 것은 아니고요. 대학교 전공을 살려서 일해보고자 했던 마음이 컸던 것 같아요.”

게임 소속근로자 A17

“처음 일을 시작할 때는 서비스 기획자로 근무하다가 조직이 개편되면서 서비스 도메인이 게임 서비스로 변경되면서 현재 직무에 종사하게 되었습니다. 원래 관심이 있었거나 잘 알고 있던 분야도 아니고 하고자 했던 것도 아니라서 업무적으로나 환경적으로 적응하기는 어려웠던 걸로 기억합니다.”

그 중에는 본래 원하던 분야와 진로에 대한 진출이 좌절된 후, 본인의 전공이나 지식을 살릴 수 있는 제2의 진로를 모색하던 중 콘텐츠 분야에 입문한 사례도 있다.

출판 소속근로자 A3

“중·고등학생 시절부터 영어 교사의 꿈을 가졌고, 대학 진학부터 이 꿈을 이루기 위한 길에 있었습니다. 영어 교사자격증 취득을 위해 교육대학원에 입학하고, 졸업과 동시에 임용고시에 불합격되어 기간제교사로서 5-6년 정도 일했습니다. 이후 뒤늦은 해외연수 결심으로 미국에 가게 되었고, 그곳에서 우연히 한국학생들의 미국대학교(원) 진학을 돕는 교육컨설팅 회사에서 일하게 되었습니다. 이를 계기로 다양한 흥미로운 직업군에 대해 눈뜨게 되었고, 한국에 귀국하면서 본격적으로 영어와 관련한 다양한 분야의 일을 찾아보게 되었습니다.”

라) 4부류

4부류는 콘텐츠 분야에 대한 개인적 관심이나 직무 관련성보다는 콘텐츠 분야의 성장 가능성과 직무 안정성 등 경제적 이득을 우선적으로 고려해서 전략적인 판단 하에 콘텐츠 분야로 입문한 경우다. 특히 스마트기기를 활용한 온라인 플랫폼 산업의 발달로 출판, 웹툰, 음악, 게임 등의 분야에서 온라인 콘텐츠가 큰 인기를 끌면서 해당 분야의 발전가능성을 보았거나 보다 유망한 업종을 찾아 이동한 사례들을 찾아볼 수 있다.

출판 소속근로자 A1

“처음엔 기업교육 전문회사에 입사하여 영어 콘텐츠 집필 업무를 맡았습니다. 이 분야도 물론 내가 잘할 수 있고 재미있는 분야였지만, 시대의 흐름이 온라인 콘텐츠 소비로 전환되는 분위기였습니다. 그래서 온라인으로 제공하는 교육 콘텐츠 제작 회사로 이직을 하게 되었습니다.”

음악 소속근로자 A12

“이직을 준비하던 중, 헤드헌터를 통해서 인사관리 포지션을 제안 받고 지원하게 되었습니다. 미디어/콘텐츠 산업은 향후 발전 가능성이 무궁무진한 산업이고, 기존 음악관련 산업뿐 아니라 영상 및 디지털콘텐츠 산업으로의 확장을 준비 중이었기에 성장 가능성이 높은 곳이었기 때문입니다.”

게임 소속근로자 A20

“2010년부터 본격적으로 스마트폰이 보급화 되면서 모바일 게임의 관심도 자연스레 커졌습니다. 모바일 게임 시장이 성장하면서 전체 게임 시장은 점점 커졌고, 업계의 무궁무진한 가능성을 보았습니다. 앞으로 수년간은 성장할 수 있다는 생각에 게임 회사에 취직하게 되었습니다.”

2) 입문 경로

창의인력들이 콘텐츠에 대한 관심에서 출발하여 소질과 재능을 발견하고, 더 나아가 콘텐츠 분야에 입문하여 콘텐츠를 생산하는 활동을 본업으로 삼기까지는 관련 교육을 이수하거나 경력을 쌓는 등 다양한 맥락에서 거쳐야 하는 일련의 과정들이 존재한다.

구조화된 조사에서는 창의인력이 콘텐츠 분야에 입문하기 위해 채용정보를 습득했던 직접적인 경로만 확인할 수 있었던 반면, IDI를 통해서도 현직 종사자들이 해당 분야로 입문하는 과정에서 어떤 고민을 했고, 어떤 결정적인 계기로 입문하게 되었는지 보다 심층적인 맥락을 들여다 볼 수 있었다.

콘텐츠 분야의 입문 경로는 채용 정보의 습득경로를 따라 다양하게 나누어지는데, IDI 참여자들의 경우 ‘공개 채용’과 ‘지인 추천’ 방식이 가장 많이 언급되었으며, 각 장르의 특성과 관련경력, 직무유형에 따라 조금씩 다른 경향들이 나타난다. IDI를 통해 파악된 콘텐츠 분야 입문 경로는 크게 관련 전공 및 유사경력을 가지고 콘텐츠 분야에 진입한 신입 종사자와 타 분야의 경력을 갖고 콘텐츠 분야로 이직한 경력직 종사자의 경우로 나뉜다.

가) 신입 종사자의 입문

일반적으로 학력과 자격증 등 서류상의 요건 외에 별다른 포트폴리오가 없는 신입의 경우 주로 공개 채용의 절차를 밟게 되며, 경력자의 경우 쌓아온 경력과 인맥을 바탕으로 주변 지인이나 헤드헌팅의 소개로 이직하는 경향이 높아진다.

애니메이션 소속근로자 A22

“공식적인 루트를 통하여 입사하는 경우는 신입 혹은 짧은 경력의 스태프의 경우에 한하며 업무 능력을 인정받기 시작하고 주변으로부터 긍정적인 평가가 형성되기 시작하는 스태프들의 경우 대부분 지인의 소개나 추천으로 소위 말하는 더 좋은 회사나 팀으로의 입사와 이직이 결정되는 것으로 알고 있습니다. 애니메이션 회사의 각 부서 중.. 재무, 인사, 회계 등의 관련 스태프들은 일반 회사와 마찬가지로 취업 박람회나 공개 채용 등의 절차를 통하여 채용되기도 합니다만”

① 공개채용

신입 구직자의 경우, 주로 취업포털사이트나 SNS, 대학 또는 사설 아카데미 커뮤니티에 올라온 구인공고 등 본인이 스스로 접근할 수 있는 다양한 경로를 통해 채용정보를 얻는다.

④ 취업포털사이트 이용

애니메이션 소속근로자 A23

“애초에 애니메이션 업계에 연관이 없고, 인맥도 없었기에 진입할 수 있는 방법은 구인공고를 보고 지원하는 것뿐이었습니다. 계속해서 글을 써왔던 사람이기에 작품 기획과 시나리오 분야로 지원하기로 결심하고 사람이나 잡코리아 등 구인포털을 활용하여 시나리오 작가 구인을 하고 있는 애니메이션 제작사가 있는지를 서치 했습니다.”

출판 소속근로자 A3

“잡코리아나 사람인 등과 같은 채용사이트에서의 효율적으로 얻을 수 있었고, 공개 채용에 대한 정보도 쉽게 접근할 수 있었습니다. 처음 입사를 하게 된 회사도 이곳을 통해 지원하여 입사하게 되었습니다.”

⑤ 교육기관의 채용 공고

방송 소속근로자 A26

“재학 중 발견한 관심 기업의 공개 채용 공고를 보고 지원하여 정식 면접 절차를 통해 취업활동을 통해 입문하게 되었습니다.”

⑥ 해당 장르 커뮤니티 및 SNS 활용

타 직무로 대체되기 어려운 특정 기술과 전문성이 요구되는 직무의 경우, 다양하고 폭넓은 채용정보가 올라오는 취업포털사이트 보다는 해당 장르 커뮤니티를 통해 본인이 원하는 특정 장르 및 직무별 정보를 공략한다.

캐릭터 소속근로자 A29

“맨 처음 게임업계에 입문하기 위해서 대부분의 시간을 '게임 잡'이라는 인력 전문 사이트에서 보냈습니다. 아직 기술도 다듬어지지 않았고, 아는 지인도 없는 신입 원화가의 입장에서는 그것 외에는 별다른 구직 방법이 없습니다.”

신입 구직자들은 경력직을 선호하는 구직시장 내에서 채용에 불리한 단점을 보완하기 위해 단기 아르바이트나 프리랜서 형태로 경력을 쌓고 신입으로 공채에 응시하기도 한다.

영화 소속근로자 A16

“단기적인 제작 현장에서 여러 가지 직무를 수행한 경험을 가지고 현재의 직장에 공개채용으로 입사하여 현재에도 영화업의 제작 및 지원직무를 수행하고 있습니다.”

만화웹툰 소속근로자 A5

“작가 경력을 바탕으로 이력서를 작성했고, 웹툰 PD를 공개 채용중인 회사에 입사지원을 했습니다.”

② 지인 소개

신입의 경우 자신이 지원하고자 하는 분야에 대한 직무관련성이나 가치 부합성이 아직 검증되지 않았고, 회사 조직이나 직무에 대한 이해, 업계 현황에 대한 정보도 부족하기 때문에 업계 진입에 대한 막연한 두려움이 있다. 그래서 관련 분야 종사자를 찾아 필요한 정보를 습득하거나 본인의 역량을 잘 알고 있는 주변 지인들의 독려를 받으면서 직무에 대한 확신을 갖게 되는데, 그 과정에서 신뢰감을 갖게 된 현업 종사자나 지인을 통해 일자리를 소개받아 입문하는 경우도 있다.

① 현직 종사자의 도움

만화웹툰 소속근로자 A6

“포털이나 서적, 그 어떤 곳에서도 웹툰, 웹소설 PD 혹은 콘텐츠 기획자 등 업계에 대한 정보 자체를 찾기가 쉽지 않았습니다. 타 업계에 비해 정보가 턱없이 부족했죠. 하지만 관련 교육과정을 찾을 수 있었습니다. 2018년 당시 ‘OSMU 웹툰기획자 양성과정’을 수강하면서 업계에 대한 정보를 많이 얻었고 실무적인 능력을 향상 시킬 수 있었어요. 가장 좋았던 건 강사진 분들이 실제 콘텐츠 업계에서 종사하고 있는 분들이었기에 콘텐츠업계로 입문하는데 도움을 많이 받았습니다.”

방송 소속근로자 A28

“처음엔 막연히 방송국에서 일하면 좋겠다는 생각만 했습니다. 그러나 취업을 준비하면서 다른 기업들보다 접근성이 낮고 정기적으로 공개채용이 이루어지지 않아 제조업 쪽으로 산업군을 정했습니다. 대학교 3학년에 직무탐방에서 방송국에 견학 및 심층인터뷰를 다녀온 후 진로가 바뀌었고 1년 뒤 인근 지역의 방송사에서 방송경영 공개채용이 열려 지원하게 되어 입문하였습니다.”

② 주변의 독려와 추천

애니메이션 소속근로자 A21

“국내 한 애니메이션 회사의 구직공고를 지인이 다니는 일본어 학원에 올리게 되었고 그 공고를 우연히 본 지인이 영화의 문법이나 영화 관련 시스템을 잘 알고 영화의 꿈이 아직 남아있던 저를 추천을 하게 되었고 그 계기로 통번역으로 애니메이션을 입문하게 되었습니다.”

출판 소속근로자 A4

“졸업을 하고 반년이 넘지 않았을 때 대학교 은사님으로부터 회사를 소개받았습니다. 영업이라는 직무가 제게 어울린다는 생각은 해본 적이 없지만 교수님의 추천과 독려로 현재의 일을 시작하게 되었습니다.”

③ 지인의 헤드헌팅

캐릭터 소속근로자 A30

“현재 다니고 있는 회사의 사장님이자 작가님의 지인이 저와도 가까운 사이였습니다. 그 지인 분께서 당시 그림 공부를 하며 휴학 중이던 저에게 해당 회사의 디자이너 모집을 알려주셨습니다. 믿을만하고 필요한 능력이 있는 사람을 찾으셨던 사장님은 지인 추천으로 알게 된 저에게 면접 기회를 주셨고 적절한 능력이 있음을 확인받은 저는 함께 캐릭터 회사에서 일하게 되었습니다.”

지인을 통해 소개받는 방식은 업계 진입에 대한 막연한 두려움과 정보 부족을 어느 정도 해소시켜줄 수 있어 업무 적응력을 높이는데 도움이 되기도 한다.

만화웹툰 소속근로자 A7

“예전에 같은 분야에서 그림을 그리면서 알게 된 지인분이 계신데, 그 지인분의 지인께서 웹툰 작가였고 채색 작업을 도와줄 사람을 찾는다는 소식을 우연히 들었어요. 그때 당시 웹툰 일을 해본 적이 없는 상황이었는데, 원하시던 채색 스타일과 제 그림이 비슷하다는 이유로 운 좋게 제가 뽑히게 되어 채색 작업을 맡게 되었어요. 아무런 경험도 없고, 웹툰 일을 잘 모를 수도 있다고 설명은 했지만, 그래도 지인의 지인인 관계상 처음부터 일을 차근차근 알려주고 같이 일을 하자는 좋은 답변을 받게 되었고 그것이 저의 첫 입문이 되었어요.

물론 그 전에 공개 채용 공고를 보지 않았던 것은 아니지만, 아무런 경험이 없는 상태에서 무작정 지원하냐니 약간 겁이 나서 실행을 하지 못했어요. 정확히 어떠한 업무를 수행하는지에 대한 정보도 그때 당시에는 많이 부족했던 것 같네요. 사용하는 프로그램 자체도 달랐고 그 프로그램을 사용하지 못하는데 지원해도 되나? 라는 생각도 많았고요. 처음 입문하면서 주저되었던 부분들이 많았는데, 그런 부분들을 다행히 지인 추천이라는 경로로 무마시킨 케이스 같아요.”

① ④ 깃(gig) 경제 방식의 단기채용 및 알선

특히 공연 및 영화계에서는 변수가 많은 공연 및 촬영 일정에 맞춰 진행되는 업무 특성상 단기채용이 일상화 됨에 따라 현장에서 눈에 띄어 추가 출연을 제안 받거나 다른 일자리를 알선 받는 사례가 흔하다.

음악 소속근로자 A9

“방송출연 가요 및 대중음악 녹음 대중가요 콘서트 클래식과 팝스 행사 라이브 연주 등 연주활동을 하며 알게 되는 연주자들 중에 뮤지컬에서도 활동 중인 연주자가 있었습니다. 한 뮤지컬 시상식 행사에 필요한 연주자를 구하게 되어 그 연주자가 저를 음악감독님께 추천해주었고 그 행사 이후 음악감독님께서 그 이후의 공연도 함께 할 수 있는지 의사를 타진해 오셨고 수락을 하여 함께 공연을 하게 되었습니다.”

영화 소속근로자 A13

“공공기관에서 주최하는 시나리오 모니터링 행사 후 저를 담당했던 영화사 대표님의 추천으로 다른 영화사의 프로젝트 시나리오를 진행하게 되고 계약하게 되어 전업 시나리오작가가 되었습니다.”

⑤ 공식/비공식 정보의 조합

과거에 비해 공식적인 기업정보나 평판을 찾아보기 쉬워진 환경에 힘입어 채용 정보를 올린 회사나 지인의 추천을 받은 회사에 대해 검색을 통해 사전조사를 하면서 근로환경과 직무적합

성 등을 탐색하는 경향도 볼 수 있다.

게임 소속근로자 A19

“처음에 어떤 회사가 좋은지 잘 알지 못했기 때문에 게임 회사에서 일하고 계시는 지인 분들께 도움을 요청했었고, 회사를 추천 받았습니다. 추천 받은 회사들을 조사한 뒤 채용 공고를 보고 지원하게 되었고 1차와 2차 면접을 진행한 뒤 입사하게 되었습니다. 이후에 입사한 두 번째 회사도 비슷한 방식으로, 지인의 추천으로 회사를 알게 된 뒤 지원하여 입사하였습니다.”

나) 이직을 통한 입문

인사나 영업, 시설관리 등 기타 직무의 경우 공개 채용이나 지인소개, 헤드헌팅 등 다양한 경로를 통해 기존 경력을 살려 이직하게 되면서 콘텐츠 분야로 입문한 경우가 많다. 이들은 기획 및 제작직에 비해 특정 업종 또는 경력 연수에 한정되지 않기 때문에 비교적 채용의 기회가 열려있는 편이며, 콘텐츠 분야에 입문한 후에도 기존 직무의 연속성을 기반으로 일하게 되기 때문에 주로 헤드헌터를 통해 해당 업계 및 업체정보를 접하고서 이직을 결심하게 된다.

음악 소속근로자 A12

“헤드헌팅을 통해서 입사하게 되었습니다. 이직 준비하던 당시 특정 산업이나 기업을 정해놓고 옮겨야겠다는 생각을 딱히 하지는 않았고, 헤드헌터에게 다양한 회사의 인사담당자 포지션 제안을 받았습니다.”

게임 소속근로자 A20

“구직 활동하는 하는 와중에 아는 지인을 통해 헤드헌팅 회사를 알게 되었습니다. 지인 분은 스타트업 대표님이셨는데, 대표님께서서는 워낙 게임 업계 경력이 많으시고 교성도 좋아 업계에서 실력이 좋고, 난다 긴다 하는 분들을 많이 알고 계십니다. 헤드헌팅 회사도 대표님의 네트워크 중 한 곳이었습니니다. 헤드헌팅 회사 담당자 분께서 지금 다니고 있는 회사를 소개 시켜 주셨고 좋은 기회를 얻어 입사하게 되었습니다.”

3) 입문 요건

여기서는 현 콘텐츠 산업의 전반적인 인력수급 현황을 이해하는데 필요한 콘텐츠 분야 종사자들의 장르별 입문요건에 대해 확인해볼 수 있다.

가) 학력(전공)

콘텐츠를 기획하고 제작하기 위해서는 해당 장르에 대한 이해와 기획력이 요구되는데, 그에 대한 역량을 일차적으로 검증할 수 있는 요건이 바로 학력이다. 학력의 중요도는 장르에 따라 달라지는데, 출판 장르의 경우 전문 분야에 대한 해박한 지식과 통찰력이 요구되기 때문에 다른 장르에 비해 전공과 학력이 중요시되는 경향이 나타난다.

출판 소속근로자 A1

"해당 분야 트렌드를 읽어야 하기 때문에 오랫동안 전문 분야를 연구하고 관련 책을 읽었던 고학력자가 채용되는 경우가 많아요. 고학력자 아닌 경우는 등단을 했거나, 교내 수상능력이 있는 사람, 글쓰기 능력이 담보된 경우에 취직이 쉬워요. 외국어 실력이 출중해 각종 국제도서전에 참가하여 해외 책을 발굴, 계약하거나, 해외에 국내 책을 홍보할 수 있는 능력을 지녔을 거라 예상되면 환영받죠."

음악이나 방송 등 전공 및 교육과정이 잘 갖춰진 분야의 경우에도 실력을 가늠할 수 있는 지표로서 관련 전공이 중요시 된다.

음악 소속근로자 A9

"우선은 실력입니다 연주자로서 뮤지컬 공연을 진행하는 중요 요소인 음악을 연주함에 있어 연주 실력이 부족, 지휘를 보는 능력의 부족 앙상블 능력의 부족 등은 공연에 막대한 지장을 주게 됩니다. 대부분의 음대 특성상 실기능력으로 대학 입학이 되므로 학력으로 실력을 가늠할 수 있습니다."

나) 콘텐츠에 대한 관심과 열정

그러나 만화·웹툰 분야를 비롯하여 콘텐츠 분야 전반적으로 학력이 필수요건은 아니라는 인식이 깔려 있다. 그보다는 콘텐츠에 대한 관심과 열정이 더욱 중요한 인재 상으로 언급되는 경향을 볼 수 있는데 콘텐츠에 대한 관심이 곧 기획력으로 이어지고, 업무적응력과 업무 몰입도를 높이는 요인으로 작용하게 되기 때문이다.

만화웹툰 소속근로자 A6

“얼마나 많은 콘텐츠를 소비하는 사람인가?”가 중요한 키워드가 될 것 같습니다. 사실 신입기준 인사채용 시, 실제로 학력이나 포트폴리오는 중요한 지분을 차지하고 있지 않습니다. 물론 만화 관련 학과 또는 문예창작학과와 같이 관련 학과라면 이점을 가질 순 있지만, 해당 사항을 이점으로 여기는 근간 자체가 콘텐츠를 좋아하고 많이 소비하는 인재상이 채용에 가장 우선적으로 고려되는 조건이기 때문입니다.”

음악 소속근로자 A12

“신입사원을 채용하더라도 콘텐츠 산업에 대한 관심이 많고 학창시절 콘텐츠와 관련된 활동을 해 본 지원자들이 그렇지 않은 지원자들보다 더 좋은 평가를 받으며, 실제로 업무 수행 시에도 이런 점이 업무 몰입도에 중요하게 작용합니다.”

게임 소속근로자 A20

“게임 업계에 입문하기 위해서는 학력, 지식, 어떤 지식보다 게임에 대한 열정이 가장 중요합니다. 게임 업계에서는 창의력이 중요시되는데, 창의력이 발휘되기 위해서는 재미있는 게임을 만들고자 하는 의지와 열정이 필요합니다.”

직무 능력의 측면이 아니더라도 해당 분야에 진입하게 된 동기와 직무 만족도에 영향을 미친다는 점에서 해당 장르 콘텐츠에 대한 관심은 기타 직무 종사자들에게도 중요한 요건이다.

만화웹툰 소속근로자 A8

“본 분야에 입문하기 위해서는 첫째로, 지속적인 관심이 중요하다고 생각합니다. 어렸을 때부터 전문적이진 않아도 지속적으로 관심을 가져오며 자라왔기에 결국 이쪽 분야로 입문하게 되었다고 생각합니다. 성장과정 중에 본인의 꿈과 현실이 상충하여 꿈을 포기하는 경우가 있는데, 끊임없는 노력과 관심으로 본 분야에 대한 꿈을 놓지 않는 것이 중요합니다.”

다) 풍부한 경험

콘텐츠에 대한 관심과 지식도 중요하지만 이러한 역량이 실제 콘텐츠를 기획하고 제작하는 창작 능력으로 이어지지 않는다면 소용이 없기 때문에 관련 경험을 통해 얻은 인사이트도 중요한 요건으로 꼽힌다.

출판 소속근로자 A3

“지금까지 이 분야에 있으면서, 저와 같은 길을 걷고 있는 많은 후배들을 보았습니다. 그러나 단순히 전공이 영어라서, 혹은 교사나 강사의 경력이 있다고 해서 쉽게 생각하고 도전했다가 포기하고 전환하는 친구들이 꽤 많습니다. 영어를 잘한다고 교육 콘텐츠를 잘 설계할 수 있는 것은 아니며, 오프라인에서의 티칭경험이 온라인 콘텐츠에 대한 이해도를 장담해주지 않기 때문입니다.”

출판 소속근로자 A2

“요즘 주요 마케팅채널로 여겨지고 있는 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 이런 곳의 채널을 잘 다루는 온라인 마케터들이 많은데요. 이분들과 같이 일을 해본 결과 마케팅 채널에 대한 이해도는 높으나 가장 필요한 책을 sns 채널에 접목시켜 콘텐츠화 할 친구들은 거의 없었던 것 같아요. 그렇기 때문에 일을 함에 있어 가장 필요한 부분은 책을 본인이 정말 좋아하고 평소 다양한 분야의 책을 경험해보는 것이 필요하다고 생각합니다.”

라) 경력

콘텐츠 분야의 입문 요건에 대해 대부분의 IDI 참여자들은 ‘경력’을 가장 중요한 요건 중 하나로 꼽았다. 특히 이론적 지식보다 실무능력이 더 중시되는 공연 및 영화계의 경우 학력이나 자격증과 같은 서류상의 요건만으로는 그 실무능력을 검증하기 어렵기 때문에 관련경력이 더욱 중요시된다. 좀 더 검증된 인력을 채용하기 위해 기존에 참여한 프로젝트의 네임밸류와 소속 회사의 유명세가 참작되기도 하며, 이러한 이유로 신입의 경우 입사하기까지 공모전이나 단기 프로젝트에 참여하면서 부족한 경력을 채우기 위해 기약 없는 준비기간을 보내기도 한다.

게임 프리랜서 B4

“경력이 가장 중요한 것 같아요. 저 같은 경우 회사 다니면서 이름 있는 프로젝트에 참여한 적이 있어서 그게 경력이 되었고요. 아무래도 인맥과 실력을 쌓으려면 회사에 취업하는 방법이 가장 쉽다고 생각하고 있습니다. 대기업이나 이름 있는 프로젝트의 참여 경력이 있으면 그 경력이 그 사람을 계속 따라다니고요.”

음악 소속근로자 A10

“문화예술이나 해당 파트에 대한 경력이나 경험이 제일 중요한 것 같네요. 저희 회사 직원들의 경우, 약 80% 이상의 직원들이 경력직 분들이 들어오셨어요. 경력직이 아닌 신입으로 들어오신 경우엔 문화예술에 관심이 많아 관련된 아르바이트, 대외활동을 한 경험이 있어서 특별 채용된 경우였습니다. 공고부터 2년 이상 경력직을 뽑는다고 기재해놓는 경우가 대부분이에요.”

영화 소속근로자 A14

“본인이 콘텐츠 분야에 관심이 있고 노력해왔다는 증거로 과외 경험들을 제시하는 것이 효과가 있어요. 영화제 자원봉사활동, 시나리오 공모전, 현장 스텝 경험 등 인턴으로서 일을 해보고 그게 맞는 지도 경험해보는 것이 좋겠죠.”

게임 소속근로자 A18

“가장 중요하게 작용하는 건 콘텐츠 분야의 경력입니다. 유관전공의 학력은 필수요소이며, 전직장에서 어떤 프로젝트, 어떤 업무를 담당했는지가 저희회사 채용 시에 가장 중요한 판단요소 중 하나입니다. 이런 점 때문에 채용 시 신입채용은 거의 없는 편이며, 헤드헌팅 및 지인추천제도를 통해 채용을 진행하고 있습니다.”

마) 실무 및 제작능력

그러나 경력이 많다고 해서 기획력이나 창작 능력 같은 실무능력이나 결과물의 퀄리티까지 보장하지는 못한다.

음악(공연) 프리랜서 B6

“화려한 서류를 낼 수 있는 사람도 실력이 없는 경우가 많아요. 사업명이나 활동 기관 같은 건 그럴싸하지만 정작 일을 해내는 부분에서는 스스로 생각해도 부족했다고 느끼는 부분이 많거든요. 시간이 갈수록 실력이 쌓이기도 하지만 경험에 비해 발전하지 않는다면 빈약한 실력이 점점 드러날 뿐이죠.”

기술적인 측면에서 보면 실무능력은 실질적인 프로그램 활용 능력과 연주 실력 등을 포함한다. 그렇다고 단순히 기술을 보유하고 있는 차원이 아니라 콘텐츠를 실질적으로 제작하고 구현할 수 있는 차별화된 실력이 요구된다. 기획 직무의 경우 보유기술보다는 아이템을 발굴할 수 있는 안목이나 기획력이 중시되고, 제작 직무의 경우 결과물의 완성도를 높일 수 있는 기술력이 실력의 밑바탕이 된다. 이러한 실무능력은 실무경험을 통해 배양하고, 증명해 보일 수 있는 부분이기 때문에 신입의 경우 실무를 접할 기회가 없어 더욱 콘텐츠 분야의 진입에 어려움을 겪는다.

음악 소속근로자 A9

“연주자들은 대부분 이 공연 저 공연 이 행사 저 행사를 하며 많은 사람을 만나고 함께 연주 해보게 됩니다. 그 때 연주 실력도 좋고 옆에서 함께 연주했을 때 앙상블 실력도 좋고 사람들과의 관계에서도 좋을 때 추천을 많이 받을 수 있습니다.”

만화웹툰 소속근로자 A7

“타블릿을 아예 사용할 줄 모른다던가, 그림 프로그램을 운용하지 못한다면 아무리 열심히 하려고 해도 기본 소양적인 측면에서 탈락감이겠죠. 앞에서 언급했던 내용이지만, 저도 웹툰 제작에 있어서 사용하는 프로그램을 배운 적이 없었고, 어디서 배우는지도 잘 몰랐고, 그것 때문에 첫 고용시장 진입에 어려움이 컸던 기억이 새록새록 나네요.”

캐릭터 소속근로자 A32

“많은 작품을 보고 분석하고, 그려보며 수많은 레퍼런스를 축적하고 그에 맞는 지속적인 연출 공부가 필요합니다. 그저 그림을 그릴 수 있다 하여 아무 지식 없이 쉽게 접근할 수는 없기 때문에 초기 진입장벽은 높은 편이라고 생각합니다.”

실력을 증명할 방법 중의 하나는 자신만의 포트폴리오를 만드는 것이다. 포트폴리오는 개인의 실력과 그동안의 활동경력, 성실성 등을 종합적으로 판단할 수 있는 지표가 되기 때문이다.

만화웹툰 프리랜서 B3

“웹툰의 경우 학력, 경력은 크게 중요하지 않다고 생각합니다. 경력에 따라 고료가 달라질 수는 있지만, 입문을 위해서는 본인의 원고 실력이 가장 중요하다고 말할 수 있습니다. 실력을 증명하기 위한 3화 내외의 완성 원고본이 거의 모든 것을 결정한다고 말해도 과언이 아닙니다.”

음악 소속근로자 A12

“영상을 제작하는 PD들은 주로 경력 사원을 채용하는데, 이들 또한 전 직장에서 어떤 결과물을 만들 어냈는지(포트폴리오)를 중요한 평가요소로 봅니다.”

캐릭터 소속근로자 A29

“게임 캐릭터 컨셉 원화의 경우, 업무에 있어 가장 중요한 요건이 바로 실무에서 아트 퍼포먼스를 어느 정도 뽑아낼 수 있는냐에 달려있기 때문에 당면 1순위로 중요한 부분은 포트폴리오의 퀄리티와 구성입니다. 실제로 구인을 위해 이력서를 열람 할 때에도 다른 부분은 크게 보지 않고 포트폴리오로 1차 정리를 한 후에야 이력서 내용을 읽어보곤 합니다.”

바) 인맥과 평판관리

채용시장이 좁은 만화·웹툰, 애니메이션, 캐릭터 장르의 경우 새로운 인재를 발굴하기보다는 어느 정도 성과가 보장된 인력을 채용하기 위해서 평판이 중요시된다. 그로 인해 기존 인력들이 돌고 돌면서 평준화된 콘텐츠를 양산해내는 부작용도 발생한다.

애니메이션 소속근로자 A24

“일단 채용 자체가 적고, 채용 기회 또한 많지 않은 것이 현실이죠. 신규 채용은 애니메이션 업체가 신규 인력을 가르치고 키울 만큼 여력이 있는 회사가 극히 적어요. 따라서 경력자 내에서 잦은 이동으로 소위 “그 밥에 그 나물” 형태가 지속되고 있는 것이 현실입니다.”

프리랜서의 경우 대부분 ‘연줄’을 통해 일감을 구하기 때문에 특히 인맥 관리가 중요하다. 콘텐츠의 퀄리티와 납품기한 준수 등 대외적으로 신뢰를 쌓기 위한 노력이 지속적인 프리랜서 활동을 유지할 수 있게 하는 요소가 되기 때문이다. 성실성과 신뢰성을 기반으로 구축한 인적 네트워크는 종사자들이 경력과 실력을 쌓아나가는데 중요한 밑바탕이 되는 반면 이제 막 입문한 신입에게는 넘어야 할 또 하나의 진입장벽이 된다.

만화웹툰 프리랜서 B4

“아무래도 연줄이 가장 크지요. 제가 외주를 받게 된 많은 경우가 지인을 통한 것이었듯이, 우선 주변에 말을만한 사람을 먼저 찾아본 뒤에 구인공고를 올립니다. 아무래도 내부의 직원과 외주 작가로서 작업을 하는 것은 임하는 자세가 다르기 때문에, 돌아오는 내용물의 퀄리티가 좋지 않을 때가 많았습니다. 그렇기 때문에 ‘검증된 인력’인 추천된 지인을 먼저 알아보게 되지요. 이런 식으로 연줄을 통해 사람을 구하다 보니 인맥이 없는 사람은 아무래도 진입이 어려운 게 사실입니다.”

영화 프리랜서 A15

“해당 분야의 프리랜서 활동을 시작함에 있어, 중요한 것은 제 경험상 분야 내 네트워크 형성에 있는 것 같습니다. 그 이후부터는 자신의 실력에 대한 검증과 업무에 대한 성실성과 태도에 따라 평가가 나뉘는 것 같습니다.”

한편 네트워크의 중요도에 대해서는 의견이 갈리는데, 인적 네트워크는 개인적인 재능이나 능력이 꾸준한 활동을 거듭하는 과정에서 자연스럽게 구축된다는 점에서 결국 콘텐츠 제작 능력이 가장 중요하며, 사업수완이나 인맥관리 등은 경력이 쌓이면서 점차 보완해갈 수 있는 부차적인 요소로 보는 시각도 있다.

출판 프리랜서 B1

“개인적으로 네트워크나 경력이 중요하다고 느끼지는 못했습니다. 꾸준히 활동하고 비슷한 분야 여기저기에서 크레딧을 올려두면 자연스럽게 협업 연락이 오고, 협업을 통해 개인적인 네트워크를 만들 수 있습니다.”

사) 의사소통능력 및 협업 능력

일감을 얻기 위한 인맥관리 차원을 넘어 실질적인 업무수행 과정에서는 원활한 업무처리를 위해 의사소통능력과 협업 능력이 중요시된다. 특히 협업을 기반으로 하는 음악, 영화, 방송, 애니메이션 장르의 경우, 의사소통능력과 협동심을 바탕으로 원활한 대인관계를 구축하는 것이 직무수행 과정에서 꼭 필요한 요건으로 여겨진다.

음악 소속근로자 A9

“평소 함께하는 연주자들과의 관계가 중요합니다. 뮤지컬 등 공연은 혼자만의 연주가 아닌 단체 연주인데 불협화음을 일으키는 사람과는 함께하기 어렵기 때문입니다.”

영화 소속근로자 A16

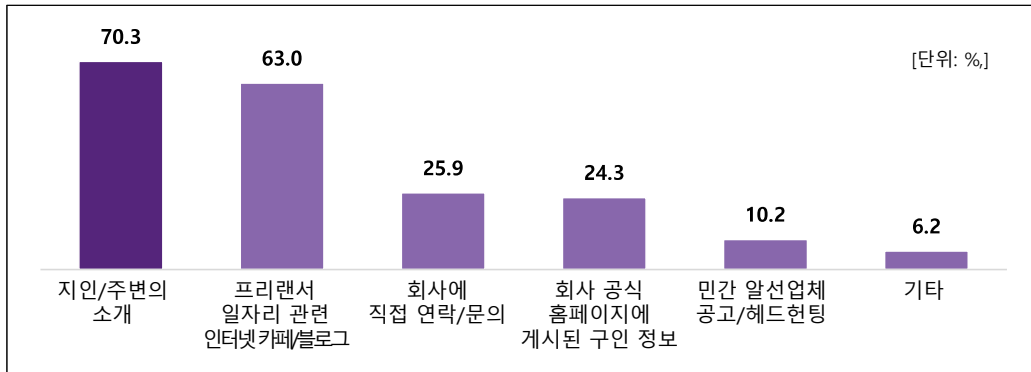
“영화관련업의 생태계는 넓고 복잡한 요소가 혼재되어있기 때문에 여러 개체간의 상호간의 커뮤니케이션을 위한 커뮤니케이션 스킬이 많이 필요합니다. 기업 대 기업이 만나고, 기업 대 개인이 만나고, 개인 대 개인 및 관련 직무 종사자와 단순 이해관계자(클라이언트) 들의 만남과 투자 등에 대해 스킬과 이해가 부족하다면 전문지식이 있다 하더라도 업무를 수행함에 있어서 어려운 점이 많이 생깁니다. 저도 처음 일을 시작 했을 때 시장전체에 대한 이해 및 커뮤니케이션 부분이 부족해서 이를 보완하기 위한 시간과 노력이 오래 걸렸던 기억이 있습니다.”

애니메이션 소속근로자 A22

“애니메이션 및 관련 분야 등은 결과물을 만들기 위하여 각 스탭들이 각자의 업무에서 많은 시간을 집중하고 협업하는 과정을 반복하게 되며 이를 통하여 각자의 본 실력을 보여주게 되고 알게 되는 상황이 자연스럽게 이루어지게 됩니다. 포트폴리오, 각종 자격증명, 프로젝트 참여 경험 모두 입사를 결정짓는 순간에는 일시적으로 중요한 평가 요소로 작용할 수 있으나 결국 지속적으로 팀과 회사 내에서 맡겨진 역할을 수행하는데 있어서는 그다지 중요한 요소로 평가되지 못한다고 생각합니다.”

(6) 일감 수주 경로 (프리랜서)

프리랜서의 일감 수주 경로를 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 지인/주변의 소개가 70.3%로 가장 높았고, 프리랜서 일자리 관련 인터넷 카페/블로그(63.0%), 회사에 직접 연락/문의(25.9%), 회사 공식 홈페이지에 게시된 구인 정보(24.3%), 민간 알선업체 공고/헤드헌팅(10.2%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-35] 일감 수주 경로 (프리랜서)

프리랜서의 장르별로 살펴보면, 영화는 지인/주변의 소개(82.4%)에서, 캐릭터는 프리랜서 일자리 관련 인터넷 카페/블로그(72.4%)와 민간 알선업체 공고/헤드헌팅(13.8%)에서 상대적으로 높았고, 만화/웹툰은 회사에 직접 연락/문의(31.2%), 음악(공연)은 회사 공식 홈페이지에 게시된 구인 정보(30.5%)에서 다른 장르 대비 높게 나타났다.

<표 3-75> 일감 수주 경로 (프리랜서)

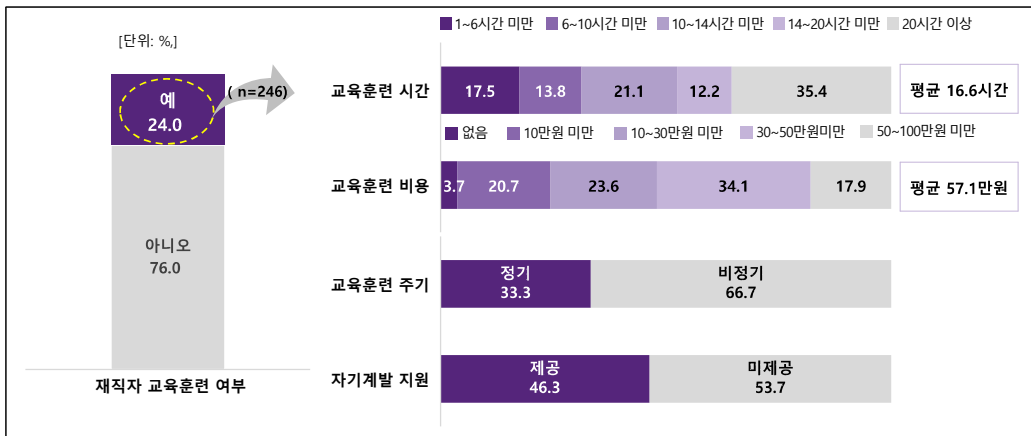
(단위 : 명, %)

구분		사례수	지인/주변의 소개	프리랜서 일자리 관련 인터넷 카페/블로그	회사에 직접 연락/문의	회사 공식 홈페이지에 게시된 구인 정보	민간 알선업체 공고/헤드헌팅	기타
전체		(1,109)	70.3	63.0	25.9	24.3	10.2	6.2
장르	출판	(193)	61.1	61.1	28.5	25.9	13.0	10.4
	만화/웹툰	(202)	67.3	64.9	31.2	22.8	10.9	3.0
	음악(공연)	(141)	76.6	53.9	27.7	30.5	9.2	2.1
	영화	(125)	82.4	58.4	22.4	19.2	9.6	8.0
	게임	(91)	63.7	69.2	25.3	25.3	11.0	5.5
	애니메이션	(87)	70.1	63.2	29.9	25.3	6.9	4.6
	방송	(183)	82.0	65.6	18.0	19.7	7.1	7.7
	캐릭터	(87)	52.9	72.4	23.0	29.9	13.8	8.0

바. 교육 훈련 및 경력 관리

(1) 재직자 교육훈련(신규직원 제외) (사업체)

콘텐츠 분야 사업체를 대상으로 신규직원을 제외한 재직자 교육훈련 여부를 조사한 결과, 교육을 실시한 사업체는 전체 1,027개 사업체 중 24.0%인 246개인 것으로 나타났다. 재직자 교육훈련을 실시한 사업체 246개의 연간 교육 훈련시간은 평균 16.6시간이며, 평균 교육훈련 비용은 57.1만원으로 조사되었다. 교육훈련 주기는 비정기(66.7%)가 정기(33.3%) 대비 많았고, 회사 제공 교육훈련 외의 자기계발 지원²⁴⁾이 제공(46.3%)되는 사업체보다 제공되지 않는 사업체(53.7%)가 더 많은 것으로 조사되었다.



[그림 3-36] 재직자 교육훈련(신규직원 제외) (사업체)

사업체의 장르별로 살펴보면, 교육훈련을 실시하는 사업체는 영화(38.0%), 음악(35.0%) 등의 순으로 높게 나타났고, 종사자의 규모가 큰 사업체일수록 교육훈련을 실시하는 비중이 높게 나타났다. 연간 총 매출액이 100억원 이상인 사업체는 60.5%가 교육훈련을 실시하는 것으로 조사되었다.

24) 회사에서 제공하는 교육훈련 이외의 외부 교육훈련 수강이나 사내 자율적 학습조직 등에 대한 수강료 지원, 교육훈련을 위한 업무시간 배려 또는 휴가 부여, 교육훈련 기관 정보 제공 등

<표 3-76> 재직자 교육훈련(신규직원 제외) - 훈련여부 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분		사례수	아니오	예
전체		(1,027)	76.0	24.0
장르	출판	(365)	87.1	12.9
	만화/웹툰	(38)	71.1	28.9
	음악	(180)	65.0	35.0
	영화	(79)	62.0	38.0
	게임	(106)	79.2	20.8
	애니메이션	(57)	66.7	33.3
	방송	(112)	69.6	30.4
	캐릭터	(90)	77.8	22.2
종사자규모	10인미만	(813)	80.0	20.0
	10~49인	(165)	65.7	34.3
	50인이상	(49)	45.8	54.2
총 매출액	3억원 미만	(537)	83.2	16.8
	3억~5억원 미만	(127)	77.2	22.8
	5억~10억원 미만	(145)	61.4	38.6
	10억~50억원 미만	(143)	75.5	24.5
	50억~100억원 미만	(32)	68.8	31.3
	100억원 이상	(43)	39.5	60.5

<표 3-77> 재직자 교육훈련(신규직원 제외) - 훈련시간 (사업체)

(단위 : 개소, %, 시간)

구분		사례수	1~6시간 미만	6~10시간 미만	10~14시간 미만	14~20시간 미만	20시간 이상	평균
전체		(246)	17.5	13.8	21.1	12.2	35.4	16.6
장르	출판	(47)	8.5	25.5	23.4	0.0	42.6	18.7
	만화/웹툰	(11)	18.2	9.1	18.2	9.1	45.5	15.3
	음악	(63)	17.5	9.5	23.8	17.5	31.7	14.8
	영화	(30)	26.7	13.3	16.7	23.3	20.0	11.5
	게임	(22)	31.8	13.6	13.6	9.1	31.8	21.1
	애니메이션	(19)	21.1	10.5	26.3	15.8	26.3	22.4
	방송	(34)	17.6	14.7	26.5	5.9	35.3	14.8
	캐릭터	(20)	5.0	5.0	10.0	20.0	60.0	17.7

<표 3-78> 재직자 교육훈련(신규직원 제외) - 교육훈련 비용 (사업체)

(단위 : 개소, %, 만원)

구분		사례수	없음	10만원 미만	10~30만원 미만	30~50만원 미만	50~100만원 미만	평균
전체		(246)	3.7	20.7	23.6	34.1	17.9	57.1
장르	출판	(47)	2.1	25.5	14.9	42.6	14.9	62.1
	만화/웹툰	(11)	0.0	9.1	27.3	36.4	27.3	75.2
	음악	(63)	3.2	19.0	28.6	36.5	12.7	52.7
	영화	(30)	6.7	16.7	23.3	36.7	16.7	57.9
	게임	(22)	13.6	27.3	22.7	18.2	18.2	42.6
	애니메이션	(19)	5.3	26.3	31.6	21.1	15.8	49.0
	방송	(34)	0.0	23.5	20.6	26.5	29.4	63.9
	캐릭터	(20)	0.0	10.0	25.0	45.0	20.0	60.1

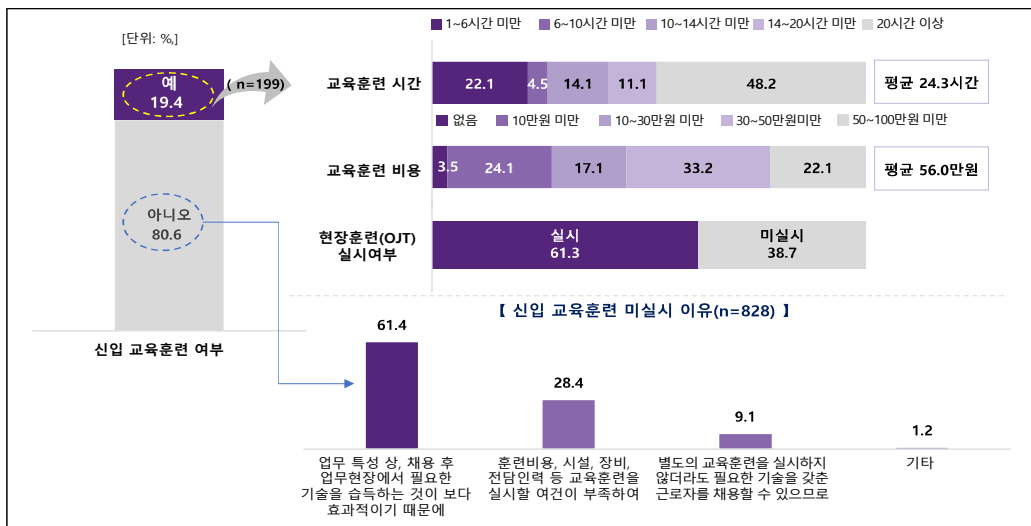
<표 3-79> 재직자 교육훈련(신규직원 제외) - 훈련주기, 자기계발 지원 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분		사례수	교육훈련 주기		자기계발 지원	
			정기	비정기	제공	미제공
전체		(246)	33.3	66.7	46.3	53.7
장르	출판	(47)	29.8	70.2	38.3	61.7
	만화/웹툰	(11)	36.4	63.6	36.4	63.6
	음악	(63)	34.9	65.1	50.8	49.2
	영화	(30)	36.7	63.3	46.7	53.3
	게임	(22)	27.3	72.7	59.1	40.9
	애니메이션	(19)	36.8	63.2	47.4	52.6
	방송	(34)	38.2	61.8	47.1	52.9
	캐릭터	(20)	25.0	75.0	40.0	60.0

(2) 신규직원 교육훈련 (사업체)

콘텐츠 분야 사업체의 신규직원 교육훈련 현황을 살펴본 결과, 신입 교육훈련을 실시하는 사업체는 전체 1,027개 중 19.4%인 199개인 것으로 나타났다. 해당 사업체의 연간 교육 훈련 시간은 평균 24.3시간이었으며, 교육훈련비용은 평균 56.0만원으로 조사되었다. 또한, 현장훈련²⁵⁾ 실시 여부를 조사한 결과, 실시하고 있다는 응답이 61.3%로 나타났다. 한편, 신입 교육 훈련을 실시하지 않는 80.6%의 사업체 828개를 대상으로 신입 교육훈련을 실시하지 않는 이유를 조사한 결과, 업무 특성 상 채용 후 업무현장에서 필요한 기술을 습득하는 것이 보다 효과적이기 때문이라는 응답이 61.4%로 가장 높았다.



[그림 3-37] 신규직원 교육훈련 (사업체)

신규직원 교육훈련 실시는 사업체의 장르별로 영화(35.4%), 게임(31.1%) 등의 순으로 나타났으며, 종사자 규모가 클수록 신규직원에 대한 교육훈련을 실시하는 사업체의 비중이 높아지는 경향을 보였다.

25) 사업장 내 숙련된 직원(상사, 선배) 등이 신입사원 등을 대상으로 업무현장 또는 업무현장과 유사한 장소에서 사전에 준비된 교육·훈련계획(트레이너, 훈련대상자, 일정, 내용, 장소 등)에 따라 실시하는 훈련을 의미

<표 3-80> 신규직원 교육훈련 - 훈련여부 (사업체)

(단위 : 개소, %, 시간)

구분		사례수	아니오	예
전체		(1,027)	80.6	19.4
장르	출판	(365)	92.3	7.7
	만화/웹툰	(38)	71.1	28.9
	음악	(180)	75.0	25.0
	영화	(79)	64.6	35.4
	게임	(106)	68.9	31.1
	애니메이션	(57)	73.7	26.3
	방송	(112)	75.0	25.0
	캐릭터	(90)	87.8	12.2
종사자규모	10인미만	(813)	84.5	15.5
	10~49인	(165)	68.7	31.3
	50인이상	(49)	56.3	43.8
총 매출액	3억원 미만	(537)	86.4	13.6
	3억~5억원 미만	(127)	78.7	21.3
	5억~10억원 미만	(145)	75.9	24.1
	10억~50억원 미만	(143)	75.5	24.5
	50억~100억원 미만	(32)	78.1	21.9
	100억원 이상	(43)	48.8	51.2

<표 3-81> 신규직원 교육훈련 - 훈련시간 (사업체)

(단위 : 개소, %, 시간)

구분		사례수	1~6시간 미만	6~10시간 미만	10~14시간 미만	14~20시간 미만	20시간 이상	평균
전체		(199)	22.1	4.5	14.1	11.1	48.2	24.3
장르	출판	(28)	7.1	10.7	10.7	10.7	60.7	32.3
	만화/웹툰	(11)	27.3	9.1	18.2	18.2	27.3	18.1
	음악	(45)	24.4	2.2	11.1	17.8	44.4	24.4
	영화	(28)	14.3	0.0	14.3	14.3	57.1	26.7
	게임	(33)	36.4	3.0	12.1	6.1	42.4	23.1
	애니메이션	(15)	13.3	6.7	20.0	13.3	46.7	22.9
	방송	(28)	17.9	3.6	17.9	3.6	57.1	23.1
	캐릭터	(11)	45.5	9.1	18.2	0.0	27.3	12.8

<표 3-82> 신규직원 교육훈련 - 훈련비용 (사업체)

(단위 : 개소, %, 만원)

구분		사례수	없음	10만원 미만	10~30만원 미만	30~50만원 미만	50~100만원 미만	평균
전체		(199)	3.5	24.1	17.1	33.2	22.1	56.0
장르	출판	(28)	0.0	21.4	10.7	60.7	7.1	54.8
	만화/웹툰	(11)	0.0	27.3	9.1	45.5	18.2	58.6
	음악	(45)	2.2	26.7	20.0	33.3	17.8	52.1
	영화	(28)	7.1	21.4	28.6	7.1	35.7	56.5
	게임	(33)	6.1	24.2	18.2	27.3	24.2	51.3
	애니메이션	(15)	0.0	20.0	13.3	33.3	33.3	71.4
	방송	(28)	3.6	17.9	14.3	35.7	28.6	65.0
	캐릭터	(11)	9.1	45.5	9.1	27.3	9.1	40.7

<표 3-83> 신규직원 교육훈련 - OJT여부, 훈련 미 실시 이유 (사업체)

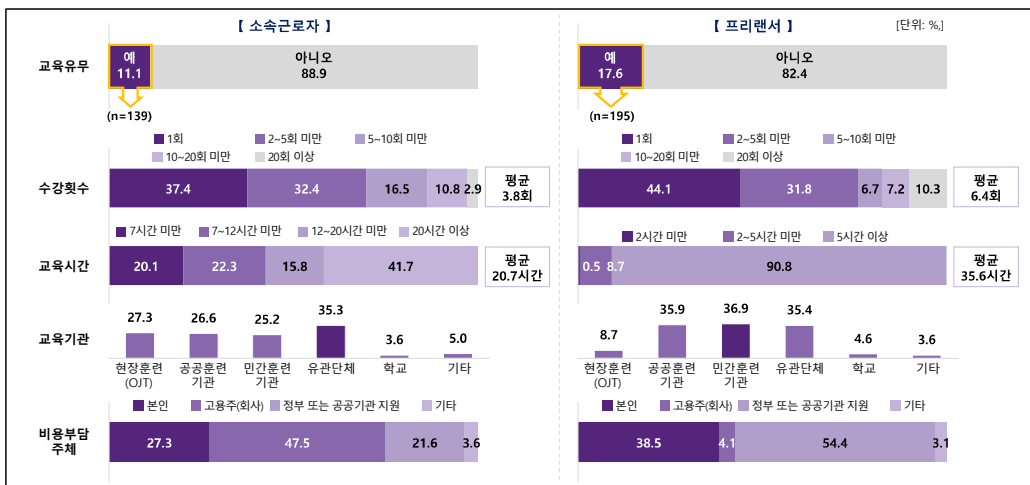
(단위 : 개소, %)

구분		OJT 실시 여부			훈련 미 실시 이유				
		사례수	실시	미 실시	사례수	채용 후 기술습득이 효과적 이어서	여건이 부족해서	기술을 갖춘 근로자 채용으로	기타
전체		(199)	61.3	38.7	(828)	61.4	28.4	9.1	1.2
장르	출판	(28)	67.9	32.1	(337)	55.2	36.2	8.0	0.6
	만화/웹툰	(11)	45.5	54.5	(27)	44.4	37.0	14.8	3.7
	음악	(45)	71.1	28.9	(135)	60.7	29.6	9.6	0.0
	영화	(28)	71.4	28.6	(51)	78.4	13.7	7.8	0.0
	게임	(33)	60.6	39.4	(73)	52.1	20.5	19.2	8.2
	애니메이션	(15)	53.3	46.7	(42)	69.0	19.0	11.9	0.0
	방송	(28)	46.4	53.6	(84)	82.1	15.5	2.4	0.0
	캐릭터	(11)	45.5	54.5	(79)	65.8	25.3	7.6	1.3

(3) 교육훈련 (소속근로자 / 프리랜서)

(가) 정량조사

소속근로자와 프리랜서의 최근 1년간 받은 콘텐츠 관련 직무 교육훈련 현황을 살펴본 결과, 교육을 받았다는 응답은 소속근로자(11.1%) 대비 프리랜서(17.6%)에서 6.5%p 높게 나타났다. 구체적으로 소속근로자 중 교육을 받은 139명의 연간 평균 수강 횟수는 3.8회, 연간 평균 교육 시간은 20.7시간으로 조사되었다. 프리랜서 중 교육을 받은 195명의 연간 평균 수강 횟수는 6.4회, 연간 평균 교육 시간은 35.6시간으로 조사되었다. 교육 기관은 소속근로자의 경우, 유관단체 (35.3%), 프리랜서는 민간훈련 기관(36.9%)이 가장 높았고, 비용 부담 주체에서는 소속근로자는 고용주(회사)(47.5%), 프리랜서의 경우 정부 또는 공공기관 지원(54.4%)이 높게 나타났다.



[그림 3-38] 교육훈련 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 최근 1년간의 콘텐츠 관련 직무 훈련 현황을 장르별로 살펴보면, 만화/웹툰에서 교육을 받았다는 응답이(17.8%) 다른 장르 대비 높았고, 연간 평균 교육시간은 애니메이션(30.0시간)이 타 장르 대비 높은 특성을 보였다. 반면, 출판 장르는 교육을 받았다는 응답은(4.9%) 다른 장르 대비 가장 낮았지만, 평균 수강 횟수는 연간 5.6회로 상대적으로 높은 것으로 조사되었다. 소속근로자의 경력에 따른 직무 훈련 현황을 살펴보면, 경력 1~3년차와 1년 미만에서 교육을 받았다는 응답이 각 14.4%, 13.9%로 다른 경력 대비 높게 나타났으며, 교육시간의 경우 경력 1년 미만과 10년 이상이 각각 평균 27.0, 25.9시간으로 다른 경력 대비 높게 나타났다.

프리랜서의 최근 1년간의 콘텐츠 관련 직무 훈련 현황을 장르별로 살펴보면, 영화에서 교육을 받았다는 응답이(27.2%) 다른 장르 대비 높았다. 반면 캐릭터(9.2%)에서 교육을 받은 응답이 가장 낮게 나타났지만, 연간 평균 수강 횟수(19.9회), 교육 시간(99.3시간), 민간 훈련 기관을 통한 교육(62.5%)에서 다른 장르 대비 높은 특성을 보였다. 프리랜서의 경력에 따라 살펴보면, 경력이 1~3년 미만인 프리랜서는 교육을 받았다는 응답(21.3%)에서 가장 높았으며 연간 평균 수강 횟수(6.6회)에서도 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 한편, 교육 시간은 경력 5~10년 미만인 프리랜서에서(41.4시간) 가장 높게 조사되었다.

<표 3-84> 교육훈련 - 교육유무, 수강횟수 (소속근로자)

(단위 : 명, %, 회)

구분		교육유무			수강횟수					
		사례수	아니오	예	사례수	1회	2~5회 미만	5~10회 미만	10~20회 미만	20회 이상
전체		(1,251)	88.9	11.1	(139)	37.4	32.4	16.5	10.8	2.9
장르	출판	(285)	95.1	4.9	(14)	7.1	28.6	42.9	21.4	0.0
	만화/웹툰	(118)	82.2	17.8	(21)	33.3	42.9	9.5	9.5	4.8
	음악	(103)	86.4	13.6	(14)	21.4	42.9	21.4	14.3	0.0
	영화	(130)	84.6	15.4	(20)	35.0	25.0	25.0	15.0	0.0
	게임	(265)	86.4	13.6	(36)	58.3	22.2	5.6	8.3	5.6
	애니메이션	(87)	92.0	8.0	(7)	71.4	14.3	14.3	0.0	0.0
	방송	(176)	88.6	11.4	(20)	25.0	50.0	10.0	10.0	5.0
	캐릭터	(87)	92.0	8.0	(7)	42.9	28.6	28.6	0.0	0.0
경력	1년미만	(194)	86.1	13.9	(27)	44.4	18.5	22.2	14.8	0.0
	1~3년미만	(403)	85.6	14.4	(58)	34.5	41.4	12.1	6.9	5.2
	3~5년미만	(262)	91.2	8.8	(23)	43.5	17.4	21.7	17.4	0.0
	5~10년미만	(244)	91.0	9.0	(22)	36.4	36.4	22.7	4.5	0.0
	10년이상	(148)	93.9	6.1	(9)	22.2	44.4	0.0	22.2	11.1

<표 3-85> 교육훈련 - 교육유무, 교육시간 (소속근로자)

(단위 : 명, %, 시간)

구분		교육유무			교육시간				
		사례수	아니오	예	사례수	7시간 미만	7~12시간 미만	12~20시간 미만	20시간 이상
전체		(1,251)	88.9	11.1	(139)	20.1	22.3	15.8	41.7
장르	출판	(285)	95.1	4.9	(14)	14.3	14.3	35.7	35.7
	만화/웹툰	(118)	82.2	17.8	(21)	14.3	19.0	9.5	57.1
	음악	(103)	86.4	13.6	(14)	35.7	7.1	14.3	42.9
	영화	(130)	84.6	15.4	(20)	5.0	30.0	30.0	35.0
	게임	(265)	86.4	13.6	(36)	30.6	19.4	11.1	38.9
	애니메이션	(87)	92.0	8.0	(7)	14.3	14.3	0.0	71.4
	방송	(176)	88.6	11.4	(20)	20.0	35.0	10.0	35.0
	캐릭터	(87)	92.0	8.0	(7)	14.3	42.9	14.3	28.6
경력	1년미만	(194)	86.1	13.9	(27)	7.4	22.2	14.8	55.6
	1~3년미만	(403)	85.6	14.4	(58)	31.0	19.0	15.5	34.5
	3~5년미만	(262)	91.2	8.8	(23)	13.0	34.8	8.7	43.5
	5~10년미만	(244)	91.0	9.0	(22)	13.6	22.7	22.7	40.9
	10년이상	(148)	93.9	6.1	(9)	22.2	11.1	22.2	44.4

<표 3-86> 교육훈련 - 교육유무, 교육기관 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		교육유무			교육기관					
		사례수	아니오	예	사례수	현장훈련 (OJT)	공공훈련 기관	민간훈련 기관	유관단체	기타
전체		(1,251)	88.9	11.1	(139)	27.3	26.6	25.2	35.3	3.6
장르	출판	(285)	95.1	4.9	(14)	14.3	35.7	14.3	42.9	0.0
	만화/웹툰	(118)	82.2	17.8	(21)	23.8	19.0	47.6	33.3	0.0
	음악	(103)	86.4	13.6	(14)	42.9	28.6	0.0	50.0	7.1
	영화	(130)	84.6	15.4	(20)	25.0	40.0	5.0	45.0	0.0
	게임	(265)	86.4	13.6	(36)	25.0	22.2	33.3	19.4	13.9
	애니메이션	(87)	92.0	8.0	(7)	28.6	0.0	28.6	71.4	0.0
	방송	(176)	88.6	11.4	(20)	40.0	20.0	40.0	30.0	5.0
	캐릭터	(87)	92.0	8.0	(7)	14.3	57.1	0.0	28.6	0.0
경력	1년미만	(194)	86.1	13.9	(27)	22.2	37.0	25.9	29.6	7.4
	1~3년미만	(403)	85.6	14.4	(58)	34.5	17.2	24.1	32.8	3.4
	3~5년미만	(262)	91.2	8.8	(23)	17.4	34.8	34.8	34.8	0.0
	5~10년미만	(244)	91.0	9.0	(22)	31.8	31.8	18.2	50.0	0.0
	10년이상	(148)	93.9	6.1	(9)	11.1	22.2	22.2	33.3	11.1

<표 3-87> 교육훈련 - 교육유무, 비용부담주체 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		교육유무			비용부담주체			
		사례수	아니오	예	사례수	본인	고용주(회사)	정부 또는 공공기관 지원
전체		(1,251)	88.9	11.1	(139)	27.3	47.5	21.6
장르	출판	(285)	95.1	4.9	(14)	21.4	50.0	28.6
	만화/웹툰	(118)	82.2	17.8	(21)	42.9	23.8	33.3
	음악	(103)	86.4	13.6	(14)	0.0	64.3	28.6
	영화	(130)	84.6	15.4	(20)	20.0	60.0	20.0
	게임	(265)	86.4	13.6	(36)	36.1	47.2	11.1
	애니메이션	(87)	92.0	8.0	(7)	14.3	42.9	28.6
	방송	(176)	88.6	11.4	(20)	35.0	45.0	15.0
	캐릭터	(87)	92.0	8.0	(7)	14.3	57.1	28.6
경력	1년미만	(194)	86.1	13.9	(27)	37.0	29.6	29.6
	1~3년미만	(403)	85.6	14.4	(58)	27.6	51.7	17.2
	3~5년미만	(262)	91.2	8.8	(23)	26.1	52.2	21.7
	5~10년미만	(244)	91.0	9.0	(22)	13.6	59.1	22.7
	10년이상	(148)	93.9	6.1	(9)	33.3	33.3	22.2

<표 3-88> 교육훈련 - 교육유무, 수강횟수 (프리랜서)

(단위 : 명, %, 회)

구분		교육유무			수강횟수					
		사례수	아니오	예	사례수	1회	2~5회 미만	5~10회 미만	10~20회 미만	20회 이상
전체		(1,109)	82.4	17.6	(195)	44.1	31.8	6.7	7.2	10.3
장르	출판	(193)	84.5	15.5	(30)	36.7	43.3	6.7	10.0	3.3
	만화/웹툰	(202)	85.6	14.4	(29)	55.2	24.1	10.3	6.9	3.4
	음악	(141)	83.7	16.3	(23)	39.1	43.5	4.3	0.0	13.0
	영화	(125)	72.8	27.2	(34)	50.0	17.6	5.9	8.8	17.6
	게임	(91)	80.2	19.8	(18)	55.6	22.2	5.6	5.6	11.1
	애니메이션	(87)	82.8	17.2	(15)	13.3	66.7	6.7	0.0	13.3
	방송	(183)	79.2	20.8	(38)	50.0	26.3	7.9	10.5	5.3
	캐릭터	(87)	90.8	9.2	(8)	25.0	25.0	0.0	12.5	37.5
경력	1년미만	(86)	88.4	11.6	(10)	50.0	40.0	10.0	0.0	0.0
	1~3년미만	(381)	78.7	21.3	(81)	38.3	40.7	3.7	6.2	11.1
	3~5년미만	(224)	86.6	13.4	(30)	50.0	26.7	10.0	3.3	10.0
	5~10년미만	(228)	82.5	17.5	(40)	45.0	20.0	7.5	12.5	15.0
	10년이상	(190)	82.1	17.9	(34)	50.0	26.5	8.8	8.8	5.9

<표 3-89> 교육훈련 - 교육유무, 교육시간 (프리랜서)

(단위 : 명, %, 시간)

구분		교육유무			교육시간			
		사례수	아니오	예	사례수	2시간 미만	2~5시간 미만	5시간 이상
전체		(1,109)	82.4	17.6	(195)	0.5	8.7	90.8
장르	출판	(193)	84.5	15.5	(30)	0.0	3.3	96.7
	만화/웹툰	(202)	85.6	14.4	(29)	0.0	13.8	86.2
	음악	(141)	83.7	16.3	(23)	0.0	8.7	91.3
	영화	(125)	72.8	27.2	(34)	0.0	0.0	100.0
	게임	(91)	80.2	19.8	(18)	0.0	22.2	77.8
	애니메이션	(87)	82.8	17.2	(15)	0.0	20.0	80.0
	방송	(183)	79.2	20.8	(38)	2.6	7.9	89.5
	캐릭터	(87)	90.8	9.2	(8)	0.0	0.0	100.0
경력	1년미만	(86)	88.4	11.6	(10)	0.0	10.0	90.0
	1~3년미만	(381)	78.7	21.3	(81)	1.2	11.1	87.7
	3~5년미만	(224)	86.6	13.4	(30)	0.0	3.3	96.7
	5~10년미만	(228)	82.5	17.5	(40)	0.0	10.0	90.0
	10년이상	(190)	82.1	17.9	(34)	0.0	5.9	94.1

<표 3-90> 교육훈련 - 교육유무, 교육기관 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		교육유무			교육기관					
		사례수	아니오	예	사례수	현장훈련 (OJT)	공공훈련 기관	민간훈련 기관	유관단체	기타
전체		(1,109)	82.4	17.6	(195)	8.7	35.9	36.9	35.4	4.6
장르	출판	(193)	84.5	15.5	(30)	6.7	36.7	40.0	40.0	3.3
	만화/웹툰	(202)	85.6	14.4	(29)	3.4	27.6	17.2	51.7	3.4
	음악	(141)	83.7	16.3	(23)	17.4	52.2	21.7	26.1	13.0
	영화	(125)	72.8	27.2	(34)	8.8	50.0	29.4	50.0	8.8
	게임	(91)	80.2	19.8	(18)	5.6	27.8	61.1	16.7	0.0
	애니메이션	(87)	82.8	17.2	(15)	6.7	20.0	53.3	20.0	0.0
	방송	(183)	79.2	20.8	(38)	10.5	28.9	42.1	31.6	2.6
	캐릭터	(87)	90.8	9.2	(8)	12.5	37.5	62.5	12.5	0.0
경력	1년미만	(86)	88.4	11.6	(10)	0.0	30.0	50.0	0.0	20.0
	1~3년미만	(381)	78.7	21.3	(81)	12.3	32.1	42.0	34.6	3.7
	3~5년미만	(224)	86.6	13.4	(30)	6.7	23.3	43.3	40.0	3.3
	5~10년미만	(228)	82.5	17.5	(40)	2.5	35.0	32.5	42.5	5.0
	10년이상	(190)	82.1	17.9	(34)	11.8	58.8	20.6	35.3	2.9

<표 3-91> 교육훈련 - 교육유무, 비용부담주체 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		교육유무			교육시간			
		사례수	아니오	예	사례수	본인	고용주(회사)	정부 또는 공공기관 지원
전체		(1,109)	82.4	17.6	(195)	38.5	4.1	54.4
장르	출판	(193)	84.5	15.5	(30)	36.7	3.3	53.3
	만화/웹툰	(202)	85.6	14.4	(29)	31.0	3.4	65.5
	음악	(141)	83.7	16.3	(23)	34.8	8.7	52.2
	영화	(125)	72.8	27.2	(34)	26.5	5.9	64.7
	게임	(91)	80.2	19.8	(18)	44.4	0.0	50.0
	애니메이션	(87)	82.8	17.2	(15)	40.0	0.0	53.3
	방송	(183)	79.2	20.8	(38)	57.9	2.6	39.5
	캐릭터	(87)	90.8	9.2	(8)	25.0	12.5	62.5
경력	1년미만	(86)	88.4	11.6	(10)	40.0	0.0	60.0
	1~3년미만	(381)	78.7	21.3	(81)	39.5	7.4	46.9
	3~5년미만	(224)	86.6	13.4	(30)	43.3	3.3	53.3
	5~10년미만	(228)	82.5	17.5	(40)	40.0	2.5	57.5
	10년이상	(190)	82.1	17.9	(34)	29.4	0.0	67.6

(나) 정성조사

IDI를 통해서 현직 종사자들이 업무를 수행하는 과정에서 꼭 필요하다고 인식하고 있는 직무 능력과 기술은 무엇이며, 기술과 실력을 배양하기 위해 어떠한 교육 및 훈련과정이 필요한지 파악해보았다.

1) 직무 능력과 기술

가) 전문지식 및 소양

① 해당 분야의 전문지식

창의인력이 보유하는 보편적인 인문학적 소양이나 관련 산업 및 기술 등 전문분야에 대한 지식은 콘텐츠 기획 및 제작, 프로젝트 관리에 필요한 기획력, 분석력, 사고력의 근간을 이룬다.

출판 소속근로자 A2

“너무 트렌드만 따라가 도서를 기획을 한다면, 너무 단발적 판매에만 의존할 수 있어요. 그런 책들은 금방 사라지죠. 이것을 보완해주기 위해서는 예나 지금이나 사람들에게 관심 안에 있는 키워드를 볼 수 있는 능력이 필요할 것 같아요. 예를 들어 인간관계의 기술, 심리, 대화법, 부자, 돈에 대한 키워드에 대한 관심은 언제나 변함이 없는 것 같아요.”

영화 소속근로자 A16

“인문학적 지식은 콘텐츠의 내용에 대한 이해와 분석에 많은 도움이 됩니다만 단순히 걸만 아는 식의 지식보다는 개별 사조의 흐름을 깊게 이해하는 편이 좀 더 도움이 됩니다.”

② 어학 능력

장소의 제한을 받지 않는 디지털 환경을 기반으로 전지구적 생활 문화권이 형성됨에 따라 국내 콘텐츠에 대한 해외 소비가 확산되고 있다. 이러한 수요에 대응하기 위해 콘텐츠 분야에서 어학 능력은 점차 중요하게 여겨지고 있다.

출판 소속근로자 A1

“외국어를 해야 해외 유수의 국제도서전에도 가고, 우리 책을 해외에 홍보할 수도 있고, 좋은 번역가를 찾을 수도 있고, 해외 시장 경향도 파악할 수 있거든요.”

게임 프리랜서 B4

“게임 현지화 쪽 작업의 경우 해당 국가에 필요한 외국어 능력이 중요하고요. 관련 문화도 잘 숙지해야 한다고 생각합니다. 예를 들면 같은 영어권 국가라도 각 국가별로 다른 점이 많아요.”

나) 실무 능력

① 창의력, 기획력, 분석력, 시장분석능력

창의력과 기획력은 콘텐츠 기획과 제작 직무수행에 가장 기본적으로 요구되는 역량이다. 특히 콘텐츠 기획 작업은 기존의 것을 바탕으로 ‘신선하고 새로운 것’을 창조해 내기 위해서 풍부한 감성과 창의적인 사고, 콘텐츠 분석력이 요구된다.

만화웹툰 소속근로자 A5

“웹툰PD로서 가장 중요시 되는 능력은 기획능력이라고 생각합니다. 현재 콘텐츠 시장의 흐름이나 판도를 읽고, 작품을 기획하여 시장을 공략할 수 있어야 합니다. 이 기획능력은 크게 두 가지로 나눌 수 있다고 생각합니다. 웹툰 한 작품을 어떻게 만들 것 인지, 스케줄은 어떻게 나눌지 같은 디테일한 요소들을 살필 수 있는 제작의 관점과 기획된 작품이 시장에서 대중에게 어느 정도의 인기를 끌고, 기대수익 가져다 줄 수 있을지 예측하는 시장에서의 관점이 있다고 생각합니다.”

영화 소속근로자 A15

“창의력을 흔히 새로운 것을 만들려고만 하는데 시작은 기존의 것에서 하는 것도 좋아요. 튼튼하지 만 다듬어지지 않은 것에 나의 스타일을 입혀서 가공하면 오히려 재미있는 현상을 발견하게 돼요 기획이 좋으면 다음 과정은 잘 풀려요. 기획이 다한 거죠. 나머지는 거들 뿐! 어설피고 부족한 기획으로 프로젝트를 끌고 가기엔 너무 많은 낭비요소가 생기게 되죠.”

영화 소속근로자 A14

“영화산업에 종사한다는 것은 이성보다는 감성적으로 임해야 하는 경우가 많아요. 따라서 창의적이고 유연한 사고방식은 너무나도 중요해요. 콘텐츠를 보고 비판하는 일을 연습해야 합니다. 왜 좋고, 왜 싫고 어떤 면이 좋고 대중의 공감을 살 수 있는지, 어떤 면이 흥미로운지 왜 지루한지 분석해 낼 수 있어야 해요.”

대중의 수요를 충족시킬 수 있는 콘텐츠 생산을 위해 관련 산업과 문화 트렌드에 대해 인사이트를 도출할 수 있는 트렌드 감각과 시장분석능력도 창의인력이 갖춰야 할 중요한 요건이다.

영화 소속근로자 A13

“요즘처럼 유튜브나 넷플릭스 같은 ott가 대세가 되어가는 시대에 산업트렌드를 정확하게 읽는 점이 제일 중요한 것 같습니다. 길게 풀어서 설명하는 작가의 능력이 아니라 짧은 콘텐츠에 어울리는 임팩트 있는 아이템을 개발한다면 시나리오작가로 성공할 가능성이 어느 때보다 높아지는 요즘의 트렌드이기 때문입니다. 거기다가 요즘 콘텐츠는 콘텐츠구매자들과의 소통능력 또한 중요하다고 생각이 됩니다. 예전 같은 일방적인 주입식 콘텐츠가 아닌 구매자들과 상호 소통하는 프로젝트들이 늘어나고 있기 때문입니다.”

캐릭터 프리랜서 B16

“트렌드를 잘 캐치해야 합니다. 저도 그저 그림만 연습하는 것이 아니라, 항상 독자와 소통하는 마인드를 지니고, 트렌드에 관한 정보나 지식을 얻기 위해 항상 노력하고 있습니다.”

② 기술력과 표현력

① 툴 활용 능력

기획된 이미지나 시나리오를 대중들이 소비할 수 있는 형태로 제작하는 과정에서 그래픽 디자인, 영상편집기술 등의 다양한 툴 활용 능력이 요구된다. 특히 온라인 콘텐츠 시장이 성장함에 따라 드로잉이나 연주 실력과 같은 재능과 더불어 디지털 프로그램을 다룰 수 있는 능력이 필수적이며, 홍보 마케팅을 위해 이미지 편집 및 영상제작 기술의 중요성도 높아졌다.

만화웹툰 프리랜서 B3

“작업방식에 따라 컴퓨터가 아닌 다른 손 그림(연필, 펜, 물감 등을 이용하여 종이에 작업하는 것)으로 진행하기도 하나 정해진 시간 안에 많은 양의 작업을 소화해야 하는 웹툰의 특성상 컴퓨터로 시간 대비 효율적으로 작품을 만들어야 하기에 컴퓨터 활용능력이 필요합니다.”

방송 소속근로자 A25

“가장 요구되는 것은 본인의 역량(디자인, 빠른 손)인 것 같습니다. 첫 번째로 디자인에 대한 센스가 있어야 되는 것 같고 두 번째로 그 디자인을 풀어낼 에펙이나 마야, c4d같은 툴에 대한 이해가 있어야 되는 듯 싶습니다.”

② 연출력, 표현력

툴 활용 능력과는 별개로 기획자와 제작자는 콘텐츠를 통해 어떤 이야기나 메시지를 전달하고자 하는지 명확히 표현하고 이해할 수 있는 능력이 필요하다. 창작자의 능력에 따라 콘텐츠 결과물의 질이 좌우되기 때문에 다양한 지식과 경험을 바탕으로 각 장르에 맞는 연출력과 표현력을 끊임없이 연마해야 한다.

애니메이션 소속근로자 A23

“영상을 위한 글은 글 자체로 완결성을 지는 소설과는 다릅니다. 영상을 만들기 위한 청사진, 설계도로서 자신이 생각하는 장면이 콘티 작가나 애니메이터에게 정확히 전달되어야 합니다.”

음악(공연) 프리랜서 B6

“공연이나 워크숍을 준비할 때 요구되는 특정 능력이나 기술로는 문해(文解)력, 연출력 등이 필요하다고 생각해요. 내가 이해한 세상을, 다양한 방식으로 표현해서, 누군가와 함께 느끼는 것”

캐릭터 소속근로자 A29

“캐릭터를 기획 된 의도에 맞게 가시화하여 설득력 있는 디자인을 뽑아내는 능력 또한 필요로 합니다만, 이에 따른 특별한 트레이닝 과정이라 할 것이 존재하지 않기 때문에 컨셉아트 직군에 종사하시는 분들 중 저처럼 미술 전공 지식이 없더라도 자발적으로 컨셉 아트 실력을 다듬고 독학하여 입문하신 분들이 꽤 많습니다.”

③ 팀워크, 조직력, 의사소통능력

팀워크와 소통능력은 만화·웹툰, 영화, 음악, 애니메이션 등 협업을 기반으로 콘텐츠 제작이 이루어지는 분야에서 특히 필수적이다.

만화웹툰 소속근로자 A6

“콘텐츠업계 PD의 경우, 글 작가 혹은 그림 작가들과의 협업이 업무에 가장 많은 부분을 차지합니다. 소통하는 일이 무엇보다도 중요하죠. 원활한 커뮤니케이션 능력을 가장 중요한 요건으로 보고 있습니다. 양질의 콘텐츠를 만들기 위해 그들과 원만하게 조율할 줄 알아야하고, 때로는 날카로운 조언을 해줄 수 있는 파트너가 되는 것이 PD의 역할입니다.”

만화웹툰 소속근로자 A7

“작업하면서 소통능력도 상당히 중요하게 작용하는 편이에요. 작가님이 의도한 색감이나 연출적인 컷, 원하는 방식의 채색 스타일과 그림자 스타일이 있는데 그걸 무시하고 온전히 내가 작업하는 스타일대로 채색을 하게 되면 결국 작가님이 최종적으로 원하는 아웃풋과 달라지는 경우가 많아요. 그렇기 때문에 의도에서 크게 벗어나지 않는 방향으로 작업이 진행되기 위해서는 끊임없는 소통과 확인, 검수 과정이 필요해요.”

음악 프리랜서 B5

“아무래도 사람끼리 하는 일이고 혼자서는 절대 할 수 없는 일이기 때문에 상대방과 감정이 상하지 않으면서 정확한 요구를 하는 게 중요해요. 작/편곡과 관련된 프로듀싱 일이라면 데드라인에 맞춰 스케줄 정리, 연주할 세션 꾸리기, 녹음실 부킹, 믹싱마스터링 단계까지 모두 컨트롤해야 하기 때문에 소통 능력은 더욱 중요하고 연주 일을 할 때에도 곡의 의도에 맞게 합을 맞추는 과정, mr/악보 제작을 할 때에도 클라이언트의 요구에 맞게 제작하는 과정 등에서 가장 필수덕목으로 소통능력을 꼽을 수 있겠죠.”

④ 추진력, 문제해결력, 멀티태스킹, 스케줄 관리 능력

정해진 일정에 맞춰 결과물을 산출하기 위해서는 업무추진력이 필요하며, 예기치 못한 변수에 유연하게 대응할 수 있어야 한다. 이를 위해 동시다발적인 업무를 처리해내는 멀티태스킹과 현장 감각을 바탕으로 한 문제해결력, 프로젝트를 추진하고 관리하는데 필요한 스케줄 관리 능력이 필요하다는 의견들이 제기되었다.

만화웹툰 소속근로자 A5

“문제해결능력이라고 생각합니다. 프리랜서 작가들은 상대하는데 있어서 업무시간 외에 연락을 주고받을 수도 있고, 논리가 맞지 않는 요구를 받을 때도 있습니다. 이러한 상황들을 유연하게 대처할 수 있어야 하기 때문입니다.”

만화웹툰 소속근로자 A8

“한가지의 업무를 한 번에 진행하는 것이 아니라 여러 가지 업무가 동시다발적으로 쏟아지는 경우가 많습니다. 이 경우에 우선순위를 정하고 가장 중요하고, 긴급한 일을 먼저 처리할 수 있으며 또한 다른 업무들도 함께 처리할 수 있는 능력이 필요합니다.”

애니메이션 프리랜서 B12

“작가 최고의 미덕은 마감 시간 엄수라고 생각합니다. 모든 작업의 기본이 되는 시나리오가 나와 줘야 그 다음 작업이 진행될 수 있기 때문입니다.”

다) 태도

콘텐츠 창작 과정에서는 지식 또는 기술적 역량보다는 창작에 대한 열정 및 의지와 같은 업무에 임하는 태도가 더 중요한 요소가 되기도 한다. 이와 관련하여 기본적으로 업무적응력과 성실성이 요구되며, 게임 장르의 경우 콘텐츠를 즐기는 마음, 업무 강도가 센 방송 장르의 경우 기본체력과 지구력, 프리랜서의 경우 맡은 업무에 대한 책임감 등 다양한 의견이 제시되었다.

캐릭터 소속근로자 A31

“지식이나 스킬들은 일을 하고 배워가면서 충분히 늘어가는 것 같습니다. 하지만 이 또한 자신의 분야에 자부심이나 즐거움이 없다면 힘들 것 같습니다. 그래서 제가 생각하는 가장 중요한 요건은 자신이 이 일을 즐기고 있는가 인 것 같습니다.”

게임 프리랜서 B10

“일정 엄수 및 퀄리티에 대한 책임감이 필요해요. 그리고 문제가 생겼을 경우 솔직한 태도. 나의 잘못이 있는 경우에도 손해가 될지언정 인정하는 자세가 필요하고요. 일이 안 들어오는 시기에도 불안해하지 않고, 가끔 이상한 요구를 하는 클라이언트를 만나도 화내지 않을 참을성도 요구됩니다.”

방송 프리랜서 B14

“많은 사람과 작품이 진행되는 동안 많은 업무량에 시달려야하므로 이에 굴하지 않을 체력, 그리고 꼼꼼함 등입니다.”

2) 직무 능력을 획득한 방법과 직무수행 도움도

창의인력들이 직무 능력과 기술을 습득한 주 교육·훈련기관은 장르별로 그 유형이 조금씩 달라진다. 출판, 만화, 음악, 영화, 방송 장르의 경우, 중·고등학교에서 대학·대학원에 이르기까지 정규 교육과정이 잘 마련되어 있어 IDI 참여자들도 전공과목이나 학위과정을 통해 직무역량을 습득했다는 의견들이 많았다. 반면 디지털 산업 발달로 수요가 급부상한 웹툰, 게임, 애니메이션, 캐릭터 등의 장르의 경우, 이론적 지식보다는 빠르게 변화하는 트렌드에 맞춰 실무에서 활용 가능한 최신화 된 툴 활용법 등을 제공하는 민간훈련기관과 관련협회 아카데미가 많이 언급되었다.

가) 학교 정규교육

학교 정규교육의 이점은 각 전공별로 심도 있는 이론적 학습과 실습을 통해 전문 소양을 쌓을 수 있다는 점이다. 그 외에도 기획력을 비롯한 분석력과 문제해결력 등 직무수행에 필요한 기본적 역량을 연마하는 데 많은 도움이 되었다는 의견을 볼 수 있다.

출판 소속근로자 A1

“학교에서 학위과정을 이수하고 논문을 작성하였기 때문에 해당 분야의 전문성을 어느 정도 인정받았어요. 그래서 주요 저자와 관련분야 경향 파악에 오랜 시간이 걸리지 않았고요. 문학 동아리 활동을 하며 오랜 습작 기간을 거치기도 했고, 작품분석이나 합평, 토론에 익숙했기 때문에 기획이 저에게는 어렵지 않았습니다. 출판계도 전문성이 요구되므로 적성에 맞는 학과를 가고, 독서를 하고, 관련 활동을 하며 수련하는 기간이 필요하다고 봅니다.”

만화웹툰 프리랜서 B4

“저는 고등학교를 그림 교육이 특화된 곳으로 들어갔기 때문에 다른 인문계 수업을 받는 학생들에 비해 그림 교육을 받을 기회가 많았습니다. 매 학년이 끝날 때면 원고 작업을 하는 게 과제였기 때문에 직접 만화를 그려보고 책으로 출판되는 경험도 할 수 있었죠. 또, 미대 입시를 준비하면서 고 3 때는 미술 학원을 다녔습니다. 아무래도 나 혼자 그림을 그리는 게 아닌, 주변에 그림 잘 그리는 학생들이 모여서 교육을 받다 보니 경쟁의식을 불태우면서 더 많은 공부를 찾아서 하게 되는 것도 있는 것 같습니다. 제일 도움 되었던 교육은 아무래도 대학교 들어가서 하게 된 애니메이션 제작 수업이었던 거 같네요. 뭔가 분리된 과정을 따로따로 배우는 것보단 실전을 겪어보는 것이 제일 큰 경험이 되더라고요. 문제 해결 능력도 얻게 되고... 그때 얻은 경험과 지식이 회사 들어갔을 때도 똑같이 적용되어 업무에 큰 도움이 되었습니다.”

방송 소속근로자 A27

“대학교 시절 희곡분과 수업에서 다양한 종류의 희곡 극본과 드라마 대본 및 영화 시나리오들을 접하고 다양한 종류의 연극, 영화, 뮤지컬 관람을 했던 시간들이 지금의 기획프로듀서 업무에도 굉장히 많은 도움이 되었습니다.”

정규교육은 하나의 장르에 국한되지 않고 문화산업에 대한 전반적인 이해를 높여줄 수 있으며, 콘텐츠 분야에 입문한 이후에도 관련 산업과 콘텐츠에 대한 이해를 높이고자 추가 교육과정을 모색하는 경향도 나타난다.

영화 소속근로자 A16

“중/고등학교의 정규교육은 기본적인 소양에는 도움이 되었다고 생각하며 대학의 정규교육은 제가 필요로 하는 여러 분야에 대해 좀 더 전문적으로 지식을 쌓을 수 있었다는 점에서 많은 도움이 되었다고 생각합니다. 대학에서 수료한 강의 중 <지역학> (동아시아, 유럽, 미국 등) 강의를 통해 글로벌의 지역과 문화에 대한 지식을 쌓을 수 있었고, <서양문화사/미술사> 등의 강의를 통해 예술사조에 대한 흐름을 이어갈 수 있었습니다. <미학의 이해> 는 실제 사조와 현재가 어떻게 연관이 지어지고 여러가지 인문학 지식들을 하나로 묶을 수 있는 기회가 되었습니다.”

영화 소속근로자 A14

“대학교에서 산업심리학과를 전공했어요. 경영과 심리가 접목된 학문이었고 기본적으로 경영과 심리는 모든 콘텐츠 비즈니스에서 필요한 기초 지식이라고 생각해요. 특히, 인지심리, 소비자심리, 광고심리 등의 세부과목은 업무를 세밀하게 진행하는데 도움이 됩니다.

일을 10여년을 하다 보니 지식적으로 소진되고 해왔던 일을 학문적으로 정리하고 싶어 언론홍보대학원(방송영상 전공)에 진학했어요. 관련 과목들을 들으며 경험과 접목시키는 과정이 도움이 되었죠. 특히, 각종 경력자들과 함께 하며 발표하는 케이스 스터디가 더욱 도움이 되었어요. 일을 어느 정도 하다 대학원이나 관련 전문 교육을 듣는 것은 네트워크를 포함해 학문적으로도 추천합니다.”

전공수업 외에도 각종 교내 활동을 통해서 대인관계 및 소통 능력, 간접경험과 실전감각을 쌓을 수 있었다는 점도 정규 교육과정을 통해 얻을 수 있는 이점으로 거론되었다.

음악 소속근로자 A11

“공연 예술에 대한 이해와 무대 조명에 관한 능력 및 기술은 대학 연극과 조명전공을 입학 후 학과 내 단체활동을 하며 80% 이상을 습득하였으며, 이를 바탕으로 졸업 후에도 여러 작품의 프리랜서로 활동하며 사회생활을 바로 시작할 수 있었습니다. 예술대학이긴 하지만 이론 위주인 학교의 정규교육 보다는 단체활동 속에서 직접 다양한 작품(연극, 뮤지컬, 무용 및 기타 행사)을 담당하며 생생한 현장감과 실전에서의 경험을 쌓았습니다.”

방송 소속근로자 A28

“앞서 언급한 ‘커뮤니케이션 능력’은 대학시절 인문10년 장학생이 되면서 많이 길었습니다. 인문10년 장학생으로 선발이 되면 매학기 여러 활동(전공심화, 어학성적, 독서클럽 봉사활동 등)을 해야 했는데, 그중 독서토론 모임이 가장 인상적이었습니다.”

나) 공공 및 유관단체 훈련기관

공공훈련기관은 인력 양성 프로그램을 중심으로 현직 멘토나 유명인사와의 만남 등 다양한 기획 프로그램이 잘 마련되어 있어 콘텐츠 분야 취업 희망자들이 진로를 탐색하고, 관심 있는 직무에 대한 이해도를 높이는데 도움을 주었으며, 입문 후에도 동료 창작자 등 업계 내 인맥을 넓히는데 도움이 되었다는 의견이 많았다.

만화웹툰 소속근로자 A6

“졸업 이후, OSMU 웹툰기획자 양성과정 프로그램을 참여했던 경험이 가장 큰 도움이 되었다고 생각하는데요. 해당 교육과정을 이수하면서 웹툰기획, 작가관리, 기획서 작성, 그래픽 툴 조작 등 기획자로서 갖추어야 할 실무적인 능력을 향상 시킬 수 있었습니다. 나아가 영화, 드라마, 전시, 게임, 굿즈 등 다양한 분야의 전문가들로 이루어진 강사진의 교육을 통해 콘텐츠기획에 대한 이해와 전문적인 지식을 배양하고, 웹툰이라는 원천 콘텐츠를 기반으로 현업에서 이루어지는 OSMU비즈니스에 대해 배울 수 있었습니다.”

만화웹툰 프리랜서 B3

“한국콘텐츠진흥원에서 진행한 창의인재 동반사업에 참여하여 멘토작가님께 웹툰 제작에 대한 전반적인 지식을 배웠는데 실무에서 직접 활동하시는 멘토작가님의 조언이 새로운 작품을 만드는 데에 큰 힘이 되었습니다.”

애니메이션 프리랜서 B12

“목동 방송회관에 있던 작가실에 입주했을 때 처음 접하게 된 콘진의 스토리 창작소재 발굴과정을 통해 많은 것을 배울 수 있었습니다. 특히, 같은 수업을 받는 다른 창작자 분들과의 교류, 또 네트워킹 등 다양한 행사에 참여하면서 인맥을 넓힐 수 있었고 창작자들에게 꼭 필요한 도움이 되는 교육과정이라고 생각합니다.”

다) 민간훈련기관

민간훈련기관에서는 소위 일반적인 ‘컴퓨터학원’에서 수강할 수 있는 인디자인, 포토샵, 일러스트, 그래픽 등 직무 수행에 필요한 툴 운용 능력을 배양할 수 있는 다양한 교육과정을 접할 수 있다.

출판 프리랜서 B2

“출판 업무를 직접 처리하기 위해서 집에서 가까운 평생학습교육기관에서 인디자인 및 포토샵 & 일러스트 과정을 각 3개월간 교육받았습니다.”

캐릭터 소속근로자 A30

“게임 일러스트 학원을 다니면서 표현력과 연출의 중요성을 배웠습니다. 입시처럼 기계적으로 그림을 배우지 않고 원리를 생각하면서 표현을 하고 연출을 하면서 더 멋진 캐릭터를 보여줄 수 있게 되었습니다.”

캐릭터 소속근로자 A31

“OO아카데미라는 학원을 통해 처음 CG를 접했고 전체적인 과정들을 배웠습니다. 기초적인 포토샵, 일러스트부터 모델링, 애니메이션, 리깅, 라이팅, 컴포지트, 이펙트까지 처음부터 다 공부했습니다.”

라) 현장 실무경험

한편 정규 교육과정이나 민간 및 협회 등의 교육 없이 현장에 직접 뛰어들어 밑바닥에서 실무경험을 쌓은 경우도 많았는데, 이 경우 현직 선배들을 통해 업무에 임하는 자세나 실무 노하우를 전수받고, 많은 시행착오를 거치면서 업무능력을 습득한 것으로 나타났다.

만화웹툰 소속근로자 A7

“도움이 크게 된 순서대로 따지자면 가장 큰 것은 콘텐츠 제작 현장 경험이었어요. 그림을 그릴 줄은 알지만, 웹툰 작업이 어떤 순서대로 되는지 하나도 모르는 상태였기 때문에 막상 일을 시작하면서 몸으로 부딪히면서 하나하나 배우게 되었다고 해도 과언이 아니에요. 작업을 시작하며 제가 그리던 그림과는 그리는 방식부터 색감, 작업 공정에도 큰 차이가 있다는 것을 깨달았었고, 따로 학원에 가서 배우기에 백수였던 저는 돈이 없었어요.”

게임 소속근로자 A17

“따로 학과 과정을 통해 얻은 것은 없고 처음 기획을 할 때 좋은 선배들을 만난 덕에 다양한 경험을 할 수 있게 된 것이 큰 도움이 되었습니다. 생각이 깨어있던 선배들이 일하는 방식 등을 모방하면서 자연스럽게 업계 소식들에 대해 공부하는 습관과 모든 것에 의문을 가지는 습관을 기를 수 있었습니다.”

캐릭터 소속근로자 A32

“사실 제가 다닌 대학교의 애니메이션과에서는 스토리보드에 대한 수업이 따로 없었습니다. 게다가 졸업하자마자 바로 입사했기 때문에 스토리보드 대해 따로 교육을 받은 적은 더더욱 없었습니다. 그저 열정과 막연한 자신감만 가지고 입사해 한 프로젝트의 연출자가 되었고 제가 연출한 스토리보드들을 직접 컨펌 받으러 다니며 스토리보드팀의 팀장님과 감독님의 조언을 받아 보드들을 수정, 연출했으며 수많은 시행착오를 겪기도 했습니다.”

마) 독학

한편 인터넷 정보 검색과 온라인 강의, 서적 등을 통해 직무에 필요한 지식과 기술을 습득했다는 의견이 다수 있어 특정 교육기관을 거치지 않아도 주변에 다양한 배움의 기회가 포진되

어 있음을 알 수 있다. 특히 콘텐츠 분야에 입문한 이후에도 직무수행에 필요한 지식이나 기술을 얻기 위해 시간과 장소의 제한 없이 꾸준히 실력을 향상시킬 수 있는 방법으로 추천된다.

게임 소속근로자 A20

“특별히 교육을 받거나 훈련을 받은 것은 없습니다. 그나마 가장 도움이 되었던 것은 인터넷 강의를 통해 습득하게 된 데이터 분석 능력입니다. Fastcampus라는 유료 인터넷 강의를 통해 데이터 분석과 SQL 강의를 수강한 적이 있습니다. 퇴근 후 시간이나 틈틈이 시간이 날 때마다 자유롭게 수강 할 수 있는 것이 가장 큰 장점이고, 특히 수강 내용을 바로 직무에서 활용 할 수 있어 좋았습니다.”

방송 소속근로자 A25

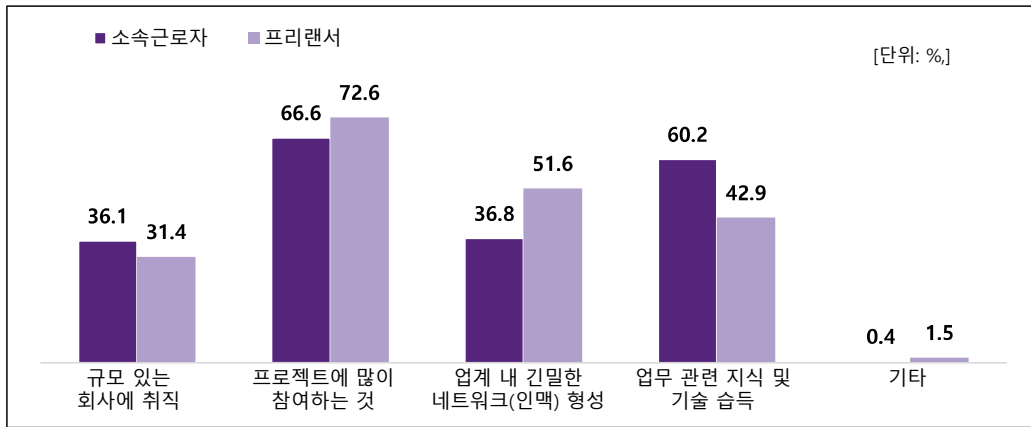
“인터넷 유튜브나 강의 사이트(class 101)같은 곳에서 툴에 대한 공부를 계속 하고 있고 비메오나 비헨스, 핀터레스트 등 여러 가지 래퍼런스로 참고할 만한 곳을 계속 보며 디자인에 대한 감각도 계속해서 업그레이드 될 수 있도록 노력하는 편입니다. 디자인은 계속 유행이 변하는 분야이므로 계속해서 공부가 필요하기 때문입니다.”

애니메이션 소속근로자 A22

“관련 업무에 관한 지식들을 기본적으로는 애니메이션 시작 전 ‘기계설계’ 분야의 공부를 하며 얻게 되었으며 실무 작업을 진행한 이후부터는 관련 분야의 서적을 통한 독학 과정으로 얻었습니다.”

(4) 콘텐츠 분야 경력관리 위한 필요사항 (소속근로자 / 프리랜서)

콘텐츠 분야 경력관리를 위한 필요사항에 대해 중복 응답을 허용하여 조사한 결과, 소속근로자와 프리랜서 모두 프로젝트에 많이 참여하는 것(각각 66.6%, 72.6%)이 가장 필요하다고 응답하였다. 이어서, 소속근로자는 업무 관련 지식 및 기술 습득(60.2%)이, 프리랜서는 업계 내 긴밀한 네트워크(인맥) 형성(51.6%)이 뒤를 이었다.



[그림 3-39] 콘텐츠 분야 경력관리 위한 필요사항 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자 및 프리랜서의 장르별로 살펴보면, 음악(공연)은 소속근로자와 프리랜서 모두 많은 프로젝트 참여(각각 74.8%, 81.6%)에서 상대적으로 높게 나타났고, 게임은 규모 있는 회사 취직(각각 50.9%, 41.8%)에서 높게 나타났다.

주 업무 분야별로 살펴보면, 소속근로자와 프리랜서 모두 연구개발은 많은 프로젝트 참여(각각 74.3%, 84.0%)에서, 마케팅/사업은 업계 내 네트워킹 형성(각각 40.8%, 58.3%)에서 다른 업무 분야 대비 필요성을 높게 인식하고 있는 것으로 조사되었다.

경력에 따라 살펴보면, 프리랜서는 경력의 연차가 낮을수록 규모 있는 회사에 취직이 경력관리를 위해 필요하다고 인식하는 경향성을 보였다. 한편, 소속근로자에서 경력이 10년 이상일 경우, 업무 관련 지식 및 기술 습득(73.0%)을 중요하게 생각하는 것으로 조사되었다.

소속근로자의 기업 규모에 따라 살펴보면, 소속 기업의 규모가 클수록 규모있는 회사에 취직에 대한 중요성을 크게 인식하고 있었으며, 규모가 작을수록 많은 프로젝트 참여, 업계 내 네트워크 형성, 업무관련 지식 및 기술 습득에 대한 필요성의 비중이 높아지는 특성을 보였다.

<표 3-92> 콘텐츠 분야 경력관리 위한 필요사항 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		소속근로자						프리랜서					
		사례수	규모있는 회사 취직	많은 프로젝트 참여	업계 내 네트워크 형성	업무 관련 지식 및 기술 습득	기타	사례수	규모있는 회사 취직	많은 프로젝트 참여	업계 내 네트워크 형성	업무 관련 지식 및 기술 습득	기타
전체		(1,251)	36.1	66.6	36.8	60.2	0.4	(1,109)	31.4	72.6	51.6	42.9	1.5
장르	출판	(285)	25.6	67.7	37.2	69.1	0.4	(193)	24.4	75.6	50.3	48.7	1.0
	만화	(118)	33.9	70.3	39.0	55.9	0.8	(202)	26.7	69.8	50.5	48.5	4.5
	음악(공연)	(103)	26.2	74.8	37.9	61.2	0.0	(141)	35.5	81.6	60.3	22.7	0.0
	영화	(130)	21.5	67.7	43.1	67.7	0.0	(125)	27.2	80.0	56.0	36.0	0.8
	게임	(265)	50.9	61.1	27.2	60.0	0.8	(91)	41.8	73.6	29.7	52.7	2.2
	애니메이션	(87)	37.9	51.7	55.2	55.2	0.0	(87)	33.3	72.4	51.7	42.5	0.0
	방송	(176)	42.6	72.2	35.2	49.4	0.6	(183)	33.9	62.8	54.6	48.1	0.5
	캐릭터	(87)	46.0	66.7	35.6	51.7	0.0	(87)	39.1	66.7	52.9	39.1	2.3
주 업 무 분 야	기획	(296)	35.5	70.3	38.9	55.4	0.0	(242)	28.5	73.1	52.1	44.2	2.1
	제작	(412)	43.9	63.1	36.2	56.3	0.5	(764)	31.7	73.3	51.6	41.9	1.6
	관리	(270)	27.8	66.7	37.4	67.4	0.7	(40)	30.0	57.5	57.5	55.0	0.0
	마케팅/사업	(142)	35.9	66.2	40.8	57.0	0.0	(36)	44.4	63.9	58.3	33.3	0.0
	연구개발	(105)	26.7	74.3	27.6	71.4	0.0	(25)	32.0	84.0	28.0	56.0	0.0
	기타	(26)	42.3	50.0	30.8	73.1	3.8	(2)	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0
경력	1년미만	(194)	40.2	63.4	38.7	56.7	1.0	(86)	38.4	65.1	50.0	44.2	2.3
	1~3년미만	(403)	44.4	64.8	32.8	57.8	0.2	(381)	36.2	73.0	50.7	39.1	1.0
	3~5년미만	(262)	38.2	69.8	34.4	57.6	0.0	(224)	35.3	74.1	44.6	43.8	2.2
	5~10년미만	(244)	28.7	71.3	37.7	61.9	0.4	(228)	26.3	71.5	55.3	46.1	0.9
	10년이상	(148)	16.2	62.2	48.0	73.0	0.7	(190)	20.0	74.7	57.9	45.3	2.1

<표 3-93> 콘텐츠 분야 경력관리 위한 필요사항 (소속근로자)

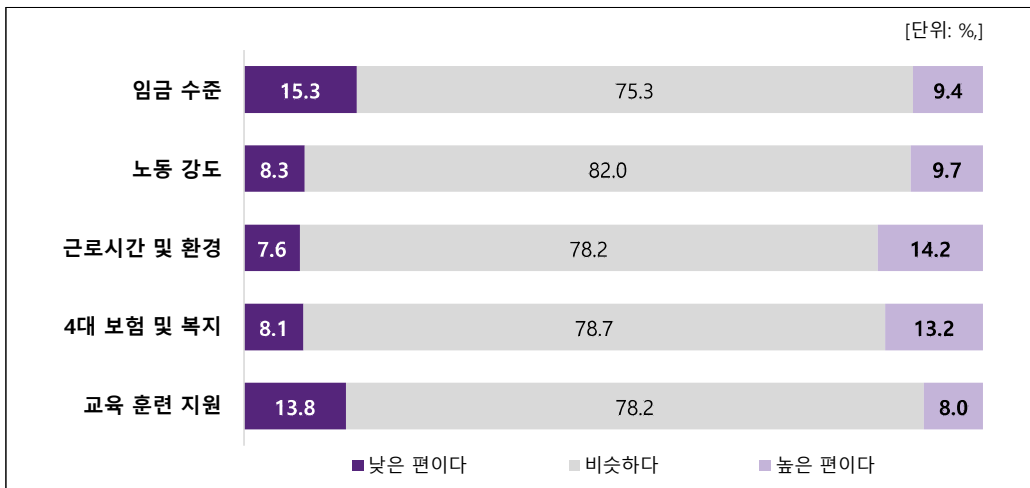
(단위 : 명, %)

구분	사례수	규모있는 회사 취직	많은 프로젝트 참여	업계 내 네트워크 형성	업무 관련 지식 및 기술 습득	기타
전체	(1,251)	36.1	66.6	36.8	60.2	0.4
소속 기업 규모						
10인 미만	(553)	25.5	71.1	40.5	62.6	0.4
10~49인	(397)	41.1	64.7	34.8	59.2	0.3
50인 이상	(301)	48.8	60.8	32.6	57.1	0.7

사. 직장 만족도 평가

(1) 근로여건 평가 (사업체)

콘텐츠 분야 사업체를 대상으로 동종 업계 대비 근로여건에 대해 평가하게 한 결과, 열악한 근로여건으로 평가(낮은/열악한 편이다 응답)되는 요소로는 임금 수준(15.3%), 교육훈련 지원(13.8%) 등의 순으로 조사되었다. 반면, 근로여건이 양호하게 평가(높은/좋은 편이다 응답)되는 요소로는 근로시간 및 환경(14.2%), 4대 보험 및 복지(13.2%) 등의 순으로 나타났다.



[그림 3-40] 근로여건 평가 (사업체)

열악한 근로여건으로 평가되는 임금수준과 교육훈련 지원 요소를 특성별로 살펴보면, 게임이 동종 업계 대비 해당 사업체의 임금수준(32.1%)과 교육훈련 지원(27.4%)이 열악하다는 응답이 다른 장르에 비해 높게 조사되었다. 교육훈련 지원에 대해서는 종사자 규모가 작은 사업체일수록 동종 업계 대비 수준이 낮다는 응답이 많았다. 총 매출액별로도 매출액이 비교적 낮은 사업체일수록 임금수준과 교육훈련 지원에 대한 평가가 낮게 조사되었다.

근로여건이 양호하게 평가되는 근로시간 및 환경, 4대 보험 및 복지 요소를 특성별로 살펴보면, 근로시간 및 환경에서는 게임(21.7%)에서 동종 업계 대비 해당 사업체의 수준이 높다는 평가가 많았고, 4대 보험 및 복지에 대해서는 음악(공연)(18.3%)에서 상대적으로 높은 평가를 받는 것으로 나타났다. 또한 종사자 규모가 클수록 두 요소에 대한 평가가 높아지는 경향을 보였고, 특히 총 매출액이 100억 이상인 사업체에서 평가가 가장 높은 것으로 나타났다.

<표 3-94> 근로여건 평가 - 임금수준, 노동강도 (사업체)

(단위 : 개소 %)

구분		사례수	임금수준			노동강도		
			낮은 편	비슷한 편	높은 편	낮은 편	비슷한 편	높은 편
전체		(1,027)	15.3	75.3	9.4	8.3	82.0	9.7
장르	출판	(365)	15.3	76.2	8.5	7.4	82.2	10.4
	만화/웹툰	(38)	13.2	81.6	5.3	7.9	78.9	13.2
	음악(공연)	(180)	10.6	78.9	10.6	5.6	86.7	7.8
	영화	(79)	10.1	77.2	12.7	1.3	87.3	11.4
	게임	(106)	32.1	58.5	9.4	22.6	64.2	13.2
	애니메이션	(57)	14.0	75.4	10.5	10.5	86.0	3.5
	방송	(112)	10.7	78.6	10.7	7.1	80.4	12.5
	캐릭터	(90)	16.7	75.6	7.8	6.7	88.9	4.4
종사자 규모	10인 미만	(813)	17.0	75.2	7.9	8.9	82.4	8.7
	10~49인	(165)	7.9	77.6	14.5	5.5	82.4	12.1
	50인 이상	(49)	12.2	69.4	18.4	8.2	73.5	18.4
총 매출액	3억원 미만	(537)	19.2	74.9	6.0	10.2	81.0	8.8
	3억~5억원 미만	(127)	15.0	74.0	11.0	8.7	81.9	9.4
	5억~10억원 미만	(145)	12.4	75.9	11.7	7.6	81.4	11.0
	10억~50억원 미만	(143)	8.4	76.9	14.7	2.1	89.5	8.4
	50억~100억원 미만	(32)	6.3	87.5	6.3	6.3	84.4	9.4
	100억원 이상	(43)	7.0	67.4	25.6	7.0	69.8	23.3

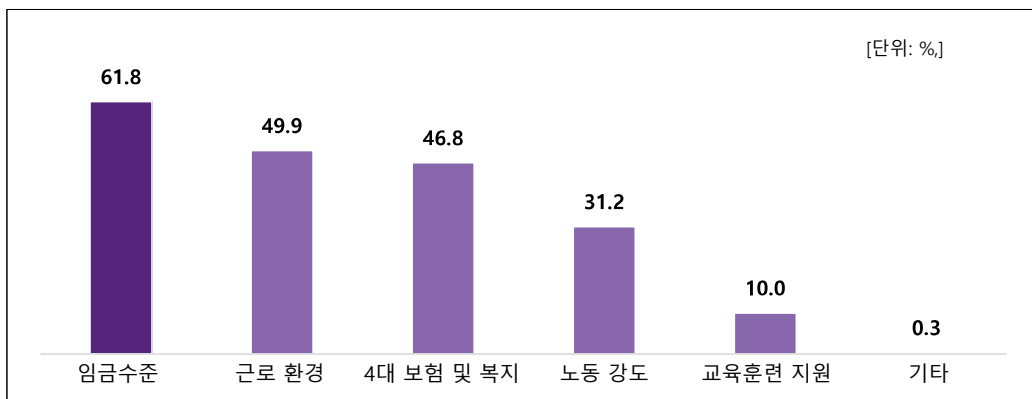
<표 3-95> 근로여건 평가 - 근로시간 및 환경, 4대 보험 및 복지, 교육훈련 지원 (사업체)
(단위 : 개소, %)

구분		사례수	근로시간 및 환경			4대 보험 및 복지			교육훈련 지원		
			열악한 편	비슷한 편	좋은 편	열악한 편	비슷한 편	좋은 편	열악한 편	비슷한 편	좋은 편
전체		(1,027)	7.6	78.2	14.2	8.1	78.7	13.2	13.8	78.2	8.0
장르	출판	(365)	11.2	77.0	11.8	10.7	79.5	9.9	17.3	76.7	6.0
	만화/웹툰	(38)	5.3	84.2	10.5	7.9	81.6	10.5	15.8	78.9	5.3
	음악(공연)	(180)	3.9	78.9	17.2	3.3	78.3	18.3	8.3	79.4	12.2
	영화	(79)	3.8	81.0	15.2	1.3	79.7	19.0	6.3	83.5	10.1
	게임	(106)	11.3	67.0	21.7	14.2	70.8	15.1	27.4	65.1	7.5
	애니메이션	(57)	3.5	86.0	10.5	12.3	77.2	10.5	12.3	78.9	8.8
	방송	(112)	6.3	83.9	9.8	5.4	85.7	8.9	8.0	84.8	7.1
	캐릭터	(90)	4.4	77.8	17.8	6.7	75.6	17.8	8.9	83.3	7.8
종사자 규모	10인 미만	(813)	8.6	78.8	12.5	9.3	79.2	11.4	15.9	77.0	7.1
	10~49인	(165)	4.8	75.8	19.4	3.0	77.6	19.4	6.7	84.2	9.1
	50인 이상	(49)	0.0	75.5	24.5	4.1	73.5	22.4	4.1	77.6	18.4
총 매출액	3억원 미만	(537)	10.4	78.4	11.2	11.2	79.7	9.1	18.2	77.5	4.3
	3억~5억원 미만	(127)	7.1	75.6	17.3	7.1	77.2	15.7	11.0	74.8	14.2
	5억~10억원 미만	(145)	4.8	77.2	17.9	5.5	77.9	16.6	12.4	78.6	9.0
	10억~50억원 미만	(143)	3.5	80.4	16.1	2.8	78.3	18.9	6.3	82.5	11.2
	50억~100억원 미만	(32)	0.0	87.5	12.5	3.1	84.4	12.5	3.1	93.8	3.1
	100억원 이상	(43)	2.3	72.1	25.6	2.3	69.8	27.9	4.7	69.8	25.6

(2) 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건 (사업체)

(가) 정량조사

사업체의 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건을 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 임금수준이 61.8%로 가장 높았고, 그 다음으로 근로 환경(49.9%), 4대 보험 및 복지(46.8%), 노동 강도(31.2%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-41] 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건 (사업체)

사업체의 장르별로 살펴보면, 게임은 임금수준(71.7%)과 근로환경(59.4%)에서, 캐릭터는 4대 보험 및 복지(51.1%), 영화는 노동 강도(39.2%)와 교육훈련 지원(17.7%)이, 고용유지에 미치는 영향이 다른 장르 대비 높게 평가 되었다.

종사자 규모별로 살펴보면, 규모가 큰 사업체일수록 임금수준이 고용유지에 미치는 영향력을 높게 평가한 반면, 규모가 작은 사업체일수록 고용유지에 영향을 크게 미치는 요인으로 근로환경 및 노동강도를 꼽았다.

사업체의 총 매출액에 따라 살펴보면, 총 매출액이 50억~100억원 미만인 사업체는 임금 수준(65.6%)과 4대 보험 및 복지(71.9%), 5억~10억원 미만인 사업체는 근로환경(55.2%), 3억~5억원 미만인 사업체는 노동 강도(36.2%)를 고용유지에 중요한 요인으로 평가하는 비중이 높게 나타났다. 반면, 100억원 이상인 사업체는 교육훈련 지원(25.6%)에 대한 평가에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 3-96> 고용유지에 영향을 미치는 주요 근로여건 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분		사례수	임금수준	근로환경	4대 보험 및 복지	노동 강도	교육훈련 지원	기타
전체		(1,027)	61.8	49.9	46.8	31.2	10.0	0.3
장르	출판	(365)	61.6	50.7	49.6	31.0	6.8	0.3
	만화/웹툰	(38)	60.5	52.6	50.0	26.3	10.5	0.0
	음악(공연)	(180)	62.2	50.0	45.0	30.0	12.8	0.0
	영화	(79)	58.2	34.2	50.6	39.2	17.7	0.0
	게임	(106)	71.7	59.4	31.1	31.1	4.7	1.9
	애니메이션	(57)	63.2	45.6	47.4	26.3	17.5	0.0
	방송	(112)	58.0	46.4	48.2	31.3	16.1	0.0
	캐릭터	(90)	57.8	54.4	51.1	32.2	4.4	0.0
종사자 규모	10인 미만	(813)	60.9	50.8	47.5	32.1	8.5	0.2
	10~49인	(165)	63.6	48.5	41.2	29.7	16.4	0.6
	50인 이상	(49)	71.4	38.8	55.1	20.4	14.3	0.0
총 매출액	3억원 미만	(537)	59.8	52.7	47.9	32.6	6.5	0.6
	3억~5억원 미만	(127)	62.2	44.1	44.1	36.2	13.4	0.0
	5억~10억원 미만	(145)	64.8	55.2	42.8	25.5	11.7	0.0
	10억~50억원 미만	(143)	64.3	48.3	43.4	30.1	14.0	0.0
	50억~100억원 미만	(32)	65.6	28.1	71.9	25.0	9.4	0.0
	100억원 이상	(43)	65.1	34.9	48.8	25.6	25.6	0.0

(나) 정성조사

현 콘텐츠 산업 종사자들이 인식하고 있는 좋은 일자리 조건, 곧 고용유지에 영향을 미치는 근로여건에 대해 소속근로자와 프리랜서의 경우를 나누어 살펴보았다.

1) 소속근로자의 근로여건

현 소속근로자들이 중요하게 여기는 근로여건은 크게 두 가지 지점으로 분류된다. 첫 번째는 임금, 수익배분, 4대 보험, 야근수당, 워라벨 등 업무강도와 업무량을 고려한 적절한 성과보상체계에 대한 것이다. 두 번째는 업무 자율성과 업무 유연성, 새로운 기회와 도전 가능성, 직무에 대한 사회적 인정 등 주관적으로 판단되는 조직 문화적 여건이다. IDI를 통해서 이러한 근로여건이 어떻게 실질적인 고용안정을 실현하고, 전반적인 업무 만족도와 성취도를 높이는 데 기여하는지 살펴볼 수 있었다.

가) 적절한 성과보상

성과보상체계에 대한 의견은 대체적으로 낮은 임금과 열악한 성과보상, 워라벨이 보장되지 않는 근로여건에 대한 논의가 주를 이루는데, 각 장르마다 근로관행과 시장여건이 다르기 때문에 조금씩 차이나는 지점들이 존재한다.

① 적정 임금, 추가근무수당 등 적절한 성과보상

거의 모든 장르에서 경력 및 과다한 업무량에 비해 평균적으로 낮은 임금수준에 대한 문제점이 언급되었고, 결과물의 품질과 업무역량 측면에서 볼 때 업무 강도와 숙련도를 고려한 적정 임금과 정당한 추가근무수당이 지급되어야 한다는 의견이 많았다.

만화웹툰 소속근로자 A5

“대기업이 아닌 이상 대부분의 중소기업인 웹툰 콘텐츠 업계에서 복지 수준을 기대하긴 어렵고, 연봉이 곧 복지라고 생각하고 있습니다. 대부분의 웹툰, 만화 관련 회사들이 서울에 위치하고 있는데, 타지에서 온 근로자들이 대부분인 것 같습니다. 최소한 서울에서 월세를 감당할 수 있는 수준의 임금이 필요할 것 같습니다.”

만화웹툰 프리랜서 B4

“현 업계의 신입 월급은 알바생이 받는 최저임금에 가까운데, 그럴 거면 일반인을 데려다 교육시켜서 일을 시켜야하지 않을까요? 일은 전문가가 하길 바라면서 돈은 알바생 수준으로 주니 많은 능력 뛰어난 사람들이 국내에 남아있지 않고 해외로 나가서 일을 하게 되고, 이는 국력의 손실로 이어집니다. 제 주변 사람들 중에서도 학자금 대출까지 받아가며 대학을 졸업해놓고, 실 수령액 200도 되지 않는 급여에 회의감을 느끼고 다른 단순 사무직이나 자영업으로 뛰어드는 분이 많습니다. 그게 아니면 대기업을 가거나요. 결국 중소기업이 적은 급여를 주면서 사람을 고용하는 건 제 살 깎아먹기에 가깝습니다.”

만화웹툰 소속근로자 A8

“기본적으로 보장되어야 한다고 복지 조건으로는 첫째, 자기계발에 대한 기회 제공입니다. 업무 특성상 야근이 많고 주말 출근도 간혹 있는 편입니다. 그러다보니 근로자가 개인 시간을 영위할 수 있는 여건이 되지 않는데, 자기계발에 대한 기회를 회사에서 사규로 보장할 수 있었으면 합니다. 둘째 야근 수당에 대한 확실한 보상입니다. 현재 야근을 하는 경우가 있지만 저녁 제공 외에는 야근 시 제공되는 보상이 없습니다. 따라서 야근 수당이 추가 되었으면 합니다.”

최근 비정규직에서 정규직으로 전환한 방송 장르 소속근로자는 여전히 공채 정규직 직원들과 차별 받고 있다는 점을 언급하면서 보다 실질적인 성과보상과 방안이 마련되어야 한다고 호소했다.

방송 소속근로자 A27

“업무 능력을 인정받아 정규직 전환이 되었음에도 공채 프로듀서들과는 차이나는 수준의 연봉을 통보받았습니다. 프리랜서이든 계약직이든 정규직이든 관계없이 기본적인 4대 보험은 보장되는 것이 맞다고 생각합니다. 기본적으로 본인이 업무 수행 양에 비례한 연봉을 받을 수 있도록, 본인이 많은 양의 업무를 수행하고 많은 수입을 가져가든지 워라밸을 지키며 적은 금액을 받는지 다양한 선택의 기회가 생겼으면 좋겠습니다.”

② 불공정한 계약 관행 개선

한 음악 장르 종사자는 불안정한 수입과 코로나19로 일거리까지 줄어 생계 위협을 받고 있음을 털어놓으며, 부당한 임금지급 및 구두계약 관행이 개선되어야 한다고 호소했다.

음악 소속근로자 A9

“연주자로서의 생활은 늘 불안정한 상태로 연주를 하면 급여가 늘어나고 연주를 안 하면 급여가 줄어듭니다. 연주수당이라는 것이 있어서 더 그렇습니다 특히 공연계는 더 합니다 한 공연 당 받는 페이지가 다르고 그 마저도 지급일을 정해서 나눠서 지급받는 형태입니다 공연은 시작되었지만 첫 지급일이 공연시작 한 달 후이면 공연 시작 전 준비 기간부터 첫 지급일까지 받은 페이지는 없게 되는 시스템입니다. 이번 코로나의 사태로 연주를 들어가기로 했던 공연들이 라이브를 하지 않는 상황들과 아예 공연이 없어지는 경우도 발생하였습니다. 코로나 이전에도 그 공연 들어가는 것을 생각하고 구두로 약속을 하였기에 다들 연주를 하지 못하고 대기하다 공연이 없어지거나 라이브가 취소되거나 하는 경우 연주자들은 생계를 위협받습니다. 구두약속 말고 가계약이 필요하다고 생각합니다.”

이 밖에 창작자에 대한 인식 개선과 함께 불합리한 수입배분 관행이 개선되어야 한다는 의견이 제기되었다.

출판 소속근로자 A1

“책пат이 터지면 기획자에게도 적당한 배분이 있으면 좋을 텐데, 출판사가 대부분 가져갑니다. 작가나 편집자, 기획자에게도 수입을 나눠줄 수 있는 공정한 룰이 있으면 좋겠습니다.”

③ 부대 복지혜택 적용

한편 기본 생계유지에 필요한 최소연봉의 보장과 함께 육아휴직, 대출지원 및 자녀양육비 지원 등의 복지혜택을 도입하기 위한 노력이 필요하다는 점이 언급되었다.

음악 소속근로자 A11

“기본적으로 보장되어야 하는 복지인 육아휴직, 초과근무에 따른 수당, 퇴직연금의 보장, 자격수당 등과 관련한 합리적인 계약이 이루어지지 않고 있습니다. 신체적으로 많이 움직이는 직종이기에 출산 및 육아 휴직에 따른 보장이 명확하게 보장이 되어야 고용의 안정성이 높아질 것 같습니다.”

게임 소속근로자 A17

“보험과 대출지원, 자녀교육비 등 생활에 있어 부담/고민일 수 있는 부분을 보조해준다면 더없이 좋을 것이라고 생각하는데, 현재 회사의 경우 보편적 복지에 대한 부분은 소극적이라서 아쉬움이 있습니다.”

④ 워라벨을 위한 주52시간 근무제와 유연근무제 도입

처우가 많이 개선되긴 했어도 갑작스런 추가근무와 과다근무로 인해 워라벨을 위협받고, 업무 효율이 떨어지는 문제점을 지적하면서 적정노동을 위한 주52시간 근무제와 업무 효율을 높이기 위한 유연근무제를 적극 도입해야 한다는 의견도 기론되었다.

음악 소속근로자 A10

“업무 능력도 발전할 수 있고, 개인의 삶도 존중되는 일자리가 좋은 일자리라고 생각합니다. 배울 수 있는 것도 아주 중요하다고 생각해요. 문화예술 콘텐츠 업계에서는 업무가 많고 추가근무가 많아 주말도 저녁도 없는 삶을 사는 경우가 많은 것 같아요. 공연 당일에는 어쩔 수 없다고 생각하지만, 그 외에 지나친 업무과중, 돌발적인 업무로 생기는 야근과 주말근무는 없어야 할 것 같습니다. 현재의 직장에서는 아무래도 이 부분은 잘 지켜지지 않는 것 같네요. 그리고 이런 주말 근무, 야근이 갑작스럽게 생기는 경우가 많아 따로 개인 스케줄이나 교육을 받기 굉장히 어려워요.”

방송 소속근로자 A25

“제가 제일 중요하다고 생각하는 워라벨 위주로 회사를 찾는 편입니다. 처음 회사는 홈쇼핑 방송에 들어가는 영상을 만드는 회사였는데 홈쇼핑 특성상 야근과 철야가 많았고 제 체력에 한계를 느껴 나오게 됐기 때문에 제 체력에 맞는 워라벨이라는 조건을 가진 회사가 중요해졌던 듯합니다.”

캐릭터 소속근로자 A32

“여러 가지 프로젝트를 동시에 진행하고 있기 때문에 종종 개인이 감당하기에 벅찬 업무량을 해결해야 할 때가 있습니다. 그렇기 때문에 야간근무나 휴일근무와 같이 업무시간 외에도 일을 해야 할 때가 자주 있는 편입니다. 이러한 일들이 지속되다보면 건강도 나빠지고 심적으로도 무척 지치게 되어 번아웃이 오고 업무의 효율도 무척 낮아지게 된다고 생각합니다.”

특히 대기업과 중소기업 간에 제도를 도입하고 시행하는데 시차가 존재한다는 점과 관련하여 콘텐츠 분야 내 포괄임금제 관행을 개선하고, 주52시간 근무제를 정착시키기 위해 단속 조치가 필요하다는 의견도 제기되었다.

영화 소속근로자 A14

“콘텐츠 업계는 공무원처럼 매일 근무의 양이 일정하기보다는 프로젝트 진행 시 극단적으로 일이 많아집니다. 주말 새벽 할 것 없이 일을 처리해야 하기에 이에 따른 보상제도로 대휴와 상여가 적절하게 필요한 산업이지만 영세한 제작사 등은 여의치 않을 것 같습니다.”

캐릭터 소속근로자 A29

“게임 업계의 경우, 대기업(넥슨, 엔씨소프트 등등...)을 제외한 중소기업들은 포괄임금제 계약이 평균화 되어있고 노동조합마저 없기 때문에 정당한 추가 임금을 지원 받을 수 있는 방법도 없는 것이 현실입니다. 당장 제가 다녔던 게임 회사만 하더라도 야근을 한다고 하여 추가임금을 지급받은 적이 단 한 번도 없었습니다. 워라벨을 보장하되 그것이 개발 일정상 되지 않을 경우에는 법적으로 단속하여 확실하게 추가 수당 및 보상을 지급하게 하는 방법을 모색하는 노력이 필요하다고 생각합니다.”

2) 조직 문화적 여건

가) 업무 자율성 및 도전적인 업무 기회

창의성을 기반으로 하는 콘텐츠 기획 및 제작 직무의 특성상 경직된 수직적 조직 문화보다는 유연하고 수평적인 조직문화와 자율적인 근무환경이 필요하다는 의견이 많았다. 이러한 환경은 업무 성과 또는 본인의 성장과 직결되는 부분이기 때문에 때로는 금전적인 보상보다 더 중요한 여건으로 여겨진다.

출판 소속근로자 A2

“지금 제가 현 직장으로 이직하게 된 중요한 이유는 도전적인 업무 기회였어요. 하고 싶은 기획, 저자, 콘텐츠, 마케팅을 그동안의 경험, 경력을 바탕으로 해보고 싶은 열정이 있거든요.”

게임 소속근로자 A20

“자율적인 업무 환경은 개개인이 동기 부여를 받는데 있어 가장 중요하다고 생각합니다. 그런 점에 있어 제가 몸을 담고 있는 회사는 업무 수행을 하는 데 있어 비교적 자유롭다고 할 수 있습니다. 상사께서 세세한 micromangement를 하는 것이 아닌 큰 방향성을 제시하시고 그 안에서 자유롭게 업무 수행하는 방식입니다.”

방송 소속근로자 A26

“개인이 근무를 함에 있어 개인의 성장과 성과 달성에 대한 목표 의식이 있는데 근무 환경이 제한적이고 보수적인 환경이라면 아무리 좋은 복지와 수입이 있더라도 만족스러운 정도라고 생각하지 못할 수 있습니다. 특히 도전적인 업무 기회와 자율적인 업무 환경을 중요시 하는 저에게는 보수적인 기업 문화는 스스로 업무를 지속하기 어려울 것 같다고 생각합니다.”

나) 합리적인 조직문화

앞서 언급한 자율성과 창의성을 진작시키는데 필요한 합리적인 조직문화에 대한 중요성도 강조되었다. 관련해 야근과 경쟁을 부추기는 사내 풍토 등 불합리한 조직문화의 개선이 필요하다는 지적이 있었다.

만화웹툰 프리랜서 B4

“눈치야근을 시키는 문화도 없어져야합니다. 야근을 하면 퇴근시간이 되어도 ‘어차피 집에 못 갈 건데’라는 생각 때문에 근무 시간 내내 최선을 다하지 못하는 경우가 태반이기 때문입니다.”

영화 소속근로자 A14

“최근 회사와 본인의 실적에 따라 등급별로 차등 연봉이 지급되는 방식이 되니 동료 간 경쟁이 유발되는 단점이 있었어요. 각자의 역할이 다 나뉘는 중요한데 어느 부서에 등급을 높게 쳐주는 방식은 본인 일에 대한 자존감과 자부심을 떨어뜨리게 되는 역효과가 있었어요. 그런 틀 안에 콘텐츠 업무를 가두고 평가하는 일이 발생하고 진정 콘텐츠에 능력과 가능성이 있는 사람들은 적응하지 못하고 퇴사하는 경우가 많아요.”

다) 원만한 인간관계

협업이 중시되는 분야 특성상 서로 도움을 주고받으며 성장할 수 있는 환경이 필요하기 때문에 유능한 동료들과 교류하면서 자유로운 소통 및 원만한 인간관계를 구축하는 것도 자율적인 근로환경 못지않게 중요한 점으로 언급되었다.

게임 소속근로자 A18

“각각의 직원들이 최소한의 비즈니스 매너만 갖추고 업무에 임하고, 직원들 간에 자유로운 소통을 할 수 있는 분위기를 조성하게 되면 업무 집중도 및 효율성 또한 높아질거라 생각합니다.”

게임 소속근로자 A19

“누구와 같이 일하게 될 것인가도 굉장히 중요하게 따지는 편입니다. 동료와의 관계와 서로에 대한 존중은 굉장히 큰 차이를 만들어 낸다고 생각합니다.”

캐릭터 소속근로자 A30

“서로의 의견을 자유롭게 나누고 좋은 아이디어가 있으면 바로 반영이 되어 함께 무언가를 만들어 가는 것이 가장 중요하다고 생각합니다. 그것으로 인해 즐겁게 일을 할 수 있고 실제로 그렇게 나온 결과물은 소비자들에게도 좋은 반응이 얻었기 때문입니다.”

라) 인정과 대우

한편 콘텐츠 분야 내에 존재하는 다양한 직무와 관련하여 본인이 맡은 업무를 비전문적인 보조 업무로 바라보는 시선에 대해 엄연한 직업인으로서 대우받고 싶다는 의견도 있었다.

만화웹툰 소속근로자 A7

“명확한 하나의 직업으로 인정되는 분위기였으면 좋겠어요. 아직도 웹툰 채색일은 하나의 직업이 아니라 외주로 할 수 있는 일? 아르바이트 정도로 비춰지는 경향이 강하다고 생각이 들어요. 엄연히 이 일을 하면서 채색의 전문가로 자부심을 가지고 작품을 협업하면서 일하고 있는 편인데 전문 직종으로서 업계에서 자리를 덜 잡은 느낌이라고 해야 할까요. '너는 회사에서 소속되어 일하지만 그 일은 원래 아르바이트로도 하는 거 아니야? 회사원 맞아?' 라는 말을 어쩌다 듣게 되면 이 분야에서 노력하는 제가 아주아주 작아지는 듯한 느낌이 들곤 해요.”

음악 소속근로자 A10

“배울 수 있는 일자리 하지만 그만큼 존중받고 대우받는 일자리가 좋은 일자리 같아요.”

2) 프리랜서의 근로여건

프리랜서가 중요시하는 근로여건은 크게 두 가지 이슈와 관련이 된다. 첫째 현 고용보험제도 및 소득안정제도와 관련된 고용안정성의 문제, 둘째 수익 분배에 대한 업계 관행상의 문제이다.

가) 고용안정성의 문제

수십 년 간 고착된 프리랜서 고용 관행이 성행하고 있는 일부 장르의 프리랜서들은 자신들이 콘텐츠 생산에 중요한 역할을 담당하고 있음에도 불구하고, 가장 기본적인 권리조차 보장받지 못하는 복지사각지대에 처한 현실에 대해 토로했다.

애니메이션 프리랜서 B11

“직급이 있는 총 감독님, 작화감독님들, 제작실 직원 등의 소수를 제외하고는 실질적으로 가장 많은 부분을 차지하는 생산 노동자들은 보험의 혜택을 못 받으며, 표준 고용 계약서도 없습니다. 코로나 같은 특수 재난 때에도 회사에서 지원해주는 부분은 없었습니다. 원래 하청 애니메이션 업계 자체가 프로젝트 성격으로 계약한 애니메이션 제작 수요에만 맞은 인원을 구성하여 일을 진행하는 구조로 수 십년간 이어져 왔지만, 가장 바쁜 시기에는 야근, 철야, 무리한 스케줄 소화를 감행해야하는 생산 인력들에게 최소한의 급여 보장이나 식사, 철야 환경 지원, 복지 제공은 전혀 없는 부분들입니다.”

영화 프리랜서 B8

“독립영화인으로서는 수입의 절반을 프리랜서 외주 제작으로 유지되는 현실 등에 대해 부담이 큰 현실입니다. 예술인복지재단 등의 도움도 절실하고 사회보험료 지원, 표준계약서를 확장 시키는 정책도 매우 합당하다는 생각입니다”

나) 업계 관행의 문제

① 구두계약 및 부당 계약의 문제

IDI 참여자들은 콘텐츠 업계 내 계약서 없는 프리랜서 고용 관행이 시급히 개선되어야 한다고 호소했다. 그로 인해 제때 대금을 지급 받지 못하거나 대가없이 무리한 추가 업무를 요구받는 부당한 사례들이 비일비재하게 발생되고 있기 때문이다.

출판 프리랜서 B1

“콘텐츠 창작자(프리랜서)를 그저 편하고 쉽게 이용하는 콘텐츠 제작 도구로 오해하고 업무 연락을 주는 경우에는 계약 단계에서도 일반 직장 업무 과정에 비해 상당히 허술한 부분이 많습니다. 초반 연락 단계와 계약으로 넘어가는 과정, 업무 내용 전달 과정에서 조금이라도 허술한 부분이 있다면 바로 지적하는 게 좋습니다. 이런 지적을 받아들이지 못하는 경우 업무 완료 후 업무비 계산 단계에서도 문제 되는 부분이 꼭 생기기 때문에 이런 기본적인 커뮤니케이션 예절, 소통의 유연성을 가장 중요시하고 있습니다.”

애니메이션 프리랜서 B12

“계약서 작성은 가장 중요한 부분입니다. 하지만 잘 지켜지지 않고 있는 것이 사실입니다. 또 계약서를 작성 했다고 해도 그대로 이행되지 않는 경우도 있기 때문에 늘 불안하죠. 하지만 그래도 계약서 작성은 꼭 필요합니다. 적정선의 일한 만큼의 합당한 고료와 갑을 위한 계약서가 아니라 갑을 모두 만족할 수 있는 계약서 작성”

② 표준화된 수익배분 기준의 부재

또한 프리랜서 예술가들의 다양한 활동들이 엄연한 ‘노동’으로서 인정받고 정당한 대가를 지급받을 수 있도록 표준화된 단가 기준 및 적정비용 책정을 위한 가이드가 마련되어야 한다는 의견이 제기되었다.

음악 프리랜서 B5

“요 근래 문제점이라면 표준단가도 없고, 연주 세션비용이 20년 쯤 동결.. 수요에 비해 공급할 수 있는 기술자들이 늘어 갈수록 단가가 낮아지고 있다는 점입니다.”

음악(공연) 프리랜서 B6

“프리랜서로 어떤 기관에 가서 강의를 하게 되면 시간 당 3만 원 정도로 예산을 잡아놓은 경우가 많아요. 재능기부라는 명목으로 급여 없이 수업을 요구하기도 하고요. 좋은 취지의 특정 업무들이라면 생각해 볼 수 있지만, 대부분이 기관 예산을 아끼기 위해 노동력을 착취한다고 생각해요. 예술 수업을 쉽게 생각하는 경우라고 생각해요. 예술인도 예술계에 종사하는 직업인으로 대우했으면 좋겠어요. 학원 다녀서 공부하고 자격증 따고 그 능력으로 돈 버는 사람들처럼, 현장에서 부딪치고 내공 쌓아 대우받는 사람들처럼, 일한 만큼 버는 게 당연한 분위기였으면 좋겠네요.”

애니메이션 프리랜서 B12

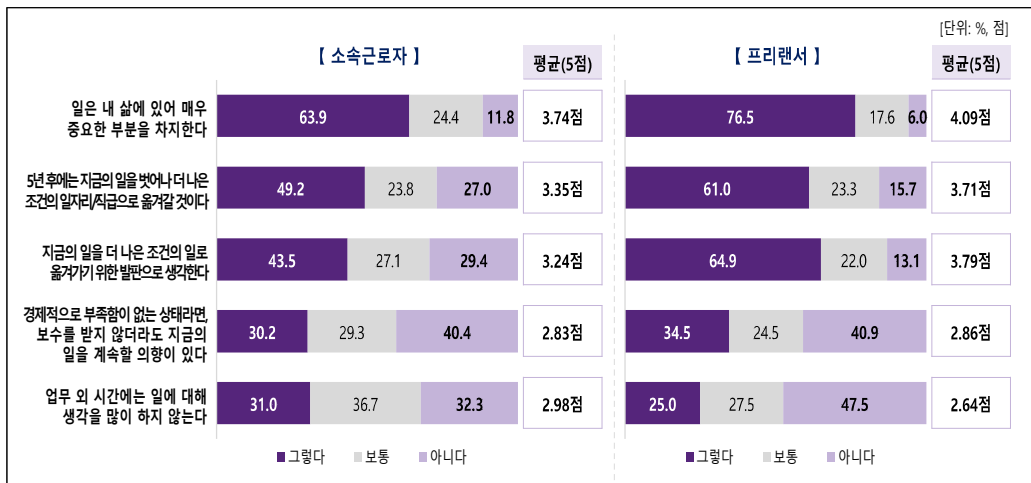
“애니메이션은 드라마와 달리 재방송료 등 다른 매출의 기회가 전혀 제공되지 않기 때문에, 오로지 5분, 7분 10분, 23분 등 방송시간에 따른 동종업계의 형편성에 맞춘 고료만이 전부입니다. 이것도 물론 예전 보다는 좋아지긴 했지만 정해진 룰이 없기 때문에 회사마다 상황마다 다르게 책정되는 것도 안타까운 현실입니다.”

(3) 일에 대한 전반적 인식 (소속근로자 / 프리랜서)

콘텐츠산업 창의인력의 일에 대한 전반적인 인식을 살펴보기 위해, 본 조사에서는 에이미 브레즈니에브스키(1997)의 일에 대한 3가지 태도와 관련한 이론을 중심으로 설문을 진행하였다. 이에 따르면 사람들은 일을 생계수단으로 인식하는 직업(job), 더 나은 자리로 나아가기 위한 방편으로 인식하는 커리어(career), 자신의 삶의 일부로 여기는 소명(calling)으로 인식한다.

관련해 소속근로자와 프리랜서 대상으로 일에 대한 인식을 살펴 본 결과, 프리랜서의 커리어 및 소명의식이 소속근로자와 비교할 때 상대적으로 높은 것으로 조사되었다. 일에 대한 소명의식을 확인하는 항목인 ‘일은 내 삶에 있어 매우 중요한 부분을 차지한다’의 경우, 소속근로자 평균 3.74점, 프리랜서 평균 4.09점으로 조사되었으며, ‘경제적으로 부족함이 없는 상태라면 보수를 받지 않더라도 지금의 일을 계속할 의향이 있다’는 소속근로자 평균 2.83점, 프리랜서 평균 2.86점으로 나타났다. 또한 ‘업무 외 시간에는 일에 대해 생각을 많이 하지 않는다’ (지수가 낮을수록 소명의식이 큼을 의미함)는 소속근로자 평균 2.98점, 프리랜서 평균 2.64점이었다.

일에 대한 커리어 의식을 확인하는 항목인 ‘5년 후에는 지금의 일을 벗어나 더 나은 조건의 일자리(직급)으로 옮겨갈 것이다’의 경우, 소속근로자 평균 3.35점, 프리랜서 3.71점으로 조사되었고, ‘지금의 일을 더 나은 조건의 일로 옮겨가기 위한 발판으로 생각한다’는 소속근로자 3.24점, 프리랜서 3.79점으로 나타났다.



[그림 3-42] 일에 대한 전반적 인식 (소속근로자 / 프리랜서)

일에 대한 인식을 장르별로 살펴보면, 캐릭터의 소속근로자는 삶의 중요한 부분(3.97점), 5년 후 지금 조건보다 더 나은 일자리/직급에 있을 것이다(3.72점)는 인식이 상대적으로 높은 반면, 프리랜서는 더 나은 조건의 일로 옮겨가기 위한 발판으로 생각(4.06점), 경제적 여건이 된다면 무보수여도 일을 한다(3.32점), 업무시간 외에 일에 대한 생각을 많이 하지 않는다(2.91점)가 상대적으로 높게 나타났다.

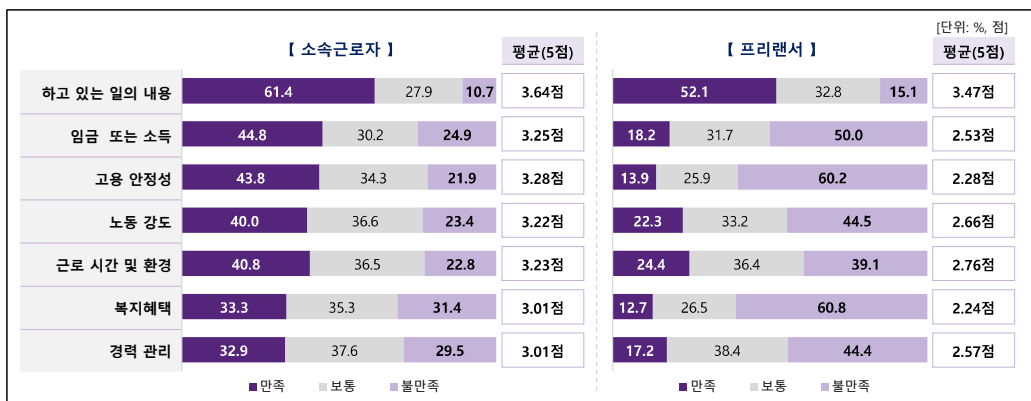
<표 3-97> 일에 대한 전반적 인식 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, 점)

구분		소속근로자						프리랜서					
		사례수	삶의 중요한 부분	5년 후 더 나은 조건으로 이직	더 나은 조건이직 위한 발판	경제적 여유라면 무보수 여도 계속 일함	업무시간 외 일에 대한 생각인함	사례수	삶의 중요한 부분	5년 후 더 나은 조건으로 이직	더 나은 조건이직 위한 발판	경제적 여유라면 무보수 여도 계속 일함	업무시간 외 일에 대한 생각인함
전체		(1,251)	3.74	3.35	3.24	2.83	2.98	(1,109)	4.09	3.71	3.79	2.86	2.64
장르	출판	(285)	3.56	2.72	2.72	3.09	3.01	(193)	4.06	3.55	3.63	2.81	2.47
	만화/웹툰	(118)	3.94	3.48	3.34	2.91	3.10	(202)	4.22	3.69	3.92	2.83	2.64
	음악	(103)	3.62	3.37	3.29	2.81	2.94	(141)	4.13	3.85	3.84	2.94	2.67
	영화	(130)	3.72	3.26	3.15	2.99	3.03	(125)	4.14	3.81	3.86	3.01	2.58
	게임	(265)	3.89	3.70	3.64	2.55	2.87	(91)	3.87	3.73	3.74	3.13	3.12
	애니메이션	(87)	3.61	3.72	3.37	2.62	3.07	(87)	4.06	3.57	3.57	2.76	2.66
	방송	(176)	3.72	3.47	3.24	2.75	2.93	(183)	4.02	3.73	3.74	2.49	2.44
	캐릭터	(87)	3.97	3.72	3.48	2.87	3.02	(87)	4.20	3.76	4.06	3.32	2.91

(4) 현 직장(직무) 만족도 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자와 프리랜서를 대상으로 현 직장 또는 직무에 대한 만족도를 평가하게 한 결과, 전반적으로 프리랜서 대비 소속근로자의 직장(직무) 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 소속근로자와 프리랜서 모두 하고 있는 일의 내용에 대한 평가(각각 3.64점, 3.47점)가 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 소속근로자는 고용 안정성(3.28점), 임금 또는 소득(3.25점) 등의 순으로 나타났고, 프리랜서는 근로 시간 및 환경(2.76점), 노동 강도(2.66점) 등이 뒤를 이었다.



[그림 3-43] 현 직장(직무) 만족도 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자 및 프리랜서의 장르별로 살펴보면, 소속근로자는 출판이 일의 내용(3.72점), 고용 안전성(3.42점), 근로시간 환경(3.32점) 경력관리(3.11점)에서 상대적으로 높게 나타났으며, 프리랜서에서는 음악(공연)이 일의 내용(3.69점), 게임은 고용안전성(2.44점), 복지혜택(2.63점), 경력관리(2.85점), 애니메이션은 임금/소득(2.62점), 캐릭터는 노동강도(2.98점), 근로시간 환경(3.03점)에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다. 특히, 게임 장르에서는 소속근로자와 프리랜서 모두 복지혜택(각각 3.11점, 2.63점)에서 타 장르 대비 높은 만족도로 나타났다.

소속근로자의 경력에 따라 살펴보면, 경력의 연차가 클수록 고용 안정성에 대한 만족도가 높은 특성을 보였고, 특히, 10년 이상 경력의 소속근로자는 일의 내용에 있어서도 만족도가 가장 높았다.

프리랜서의 고용 지위별로 살펴보면, 자영업자에 해당하는 프리랜서는 일의 내용(3.60점)과 근로 시간 및 환경(2.78점)에서 다른 지위 대비 만족도가 높은 것으로 조사되었다.

<표 3-98> 현 직장(직무) 만족도 (소속근로자 / 프리랜서)

(단위 : 명, 점)

구분		소속근로자								프리랜서							
		사례 수	일의 내용	임금/ 소득	고용 안정성	노동 강도	근로 시간 환경	복지 혜택	경력 관리	사례 수	일의 내용	임금/ 소득	고용 안정성	노동 강도	근로 시간 환경	복지 혜택	경력 관리
전체		(1,251)	3.64	3.25	3.28	3.22	3.23	3.01	3.01	(1,109)	3.47	2.53	2.28	2.66	2.76	2.24	2.57
장르	출판	(285)	3.72	3.40	3.42	3.30	3.32	3.08	3.11	(193)	3.42	2.50	2.35	2.72	2.80	2.13	2.53
	만화/웹툰	(118)	3.58	3.08	3.31	3.27	3.20	3.03	3.06	(202)	3.49	2.57	2.25	2.59	2.66	2.24	2.56
	음악(공연)	(103)	3.67	3.40	3.28	3.07	3.24	3.02	2.88	(141)	3.69	2.55	2.32	2.75	2.77	2.43	2.57
	영화	(130)	3.70	3.41	3.28	3.17	3.11	2.97	3.00	(125)	3.48	2.52	2.22	2.71	2.83	2.32	2.59
	게임	(265)	3.63	3.14	3.27	3.18	3.30	3.11	3.11	(91)	3.42	2.60	2.44	2.84	3.00	2.63	2.85
	애니메이션	(87)	3.53	3.11	3.13	3.11	3.17	2.74	3.01	(87)	3.47	2.62	2.37	2.62	2.89	2.24	2.67
	방송	(176)	3.57	3.21	3.19	3.19	3.13	2.91	2.90	(183)	3.30	2.43	2.12	2.35	2.44	1.91	2.39
	캐릭터	(87)	3.62	3.07	3.14	3.34	3.22	2.92	2.78	(87)	3.64	2.59	2.23	2.98	3.03	2.40	2.60
경력	1년미만	(194)	3.56	3.10	3.17	3.19	3.22	2.95	3.02	(86)	3.48	2.55	2.29	2.79	2.90	2.44	2.79
	1~3년미만	(403)	3.52	3.08	3.23	3.20	3.27	2.96	2.97	(381)	3.48	2.61	2.41	2.84	2.92	2.40	2.66
	3~5년미만	(262)	3.65	3.27	3.27	3.21	3.20	3.01	3.00	(224)	3.44	2.65	2.45	2.72	2.79	2.35	2.57
	5~10년미만	(244)	3.76	3.37	3.38	3.25	3.19	3.12	3.12	(228)	3.54	2.50	2.21	2.63	2.72	2.18	2.61
	10년이상	(148)	3.85	3.64	3.41	3.24	3.26	3.00	2.99	(190)	3.42	2.27	1.89	2.21	2.36	1.79	2.22

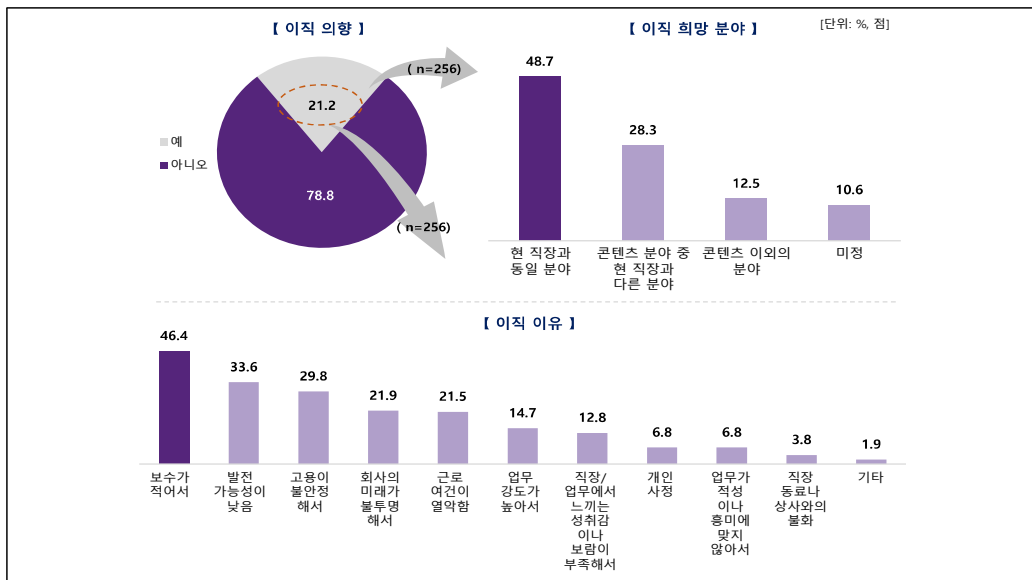
<표 3-99> 현 직장(직무) 만족도 (프리랜서)

(단위 : 명, 점)

구분	사례수	일의 내용	임금/소득	고용 안정성	노동 강도	근로 시간 환경	복지혜택	경력 관리
전체	(1,109)	3.47	2.53	2.28	2.66	2.76	2.24	2.57
고용 지위	임시근로자	(529)	3.47	2.52	2.25	2.63	2.75	2.53
	일용근로자	(351)	3.41	2.50	2.21	2.61	2.67	2.50
	자영업자	(294)	3.60	2.57	2.32	2.71	2.78	2.69
	기타	(157)	3.46	2.59	2.48	2.72	2.96	2.80

(5) 이직의향, 이유 및 희망분야 (소속근로자)

소속근로자를 대상으로 이직 의향과 그 이유, 희망분야를 조사한 결과, 이직 의향은 21.2%로 나타났다. 이직의 이유로는 보수가 적어서(46.4%)가 가장 높았고, 발전가능성이 낮음(33.6%), 고용이 불안정해서(29.8%) 등의 순으로 조사되었다. 이직 의향이 있는 소속근로자의 이직 희망 분야는 현 직장과의 동일 분야(48.7%)가 가장 높았고, 콘텐츠 분야 중 현 직장과의 다른 분야(28.3%)가 뒤를 이었다.



[그림 3-44] 이직의향, 이유 및 희망분야 (소속근로자)

소속근로자의 장르별로 살펴보면, 이직의향은 만화/웹툰(36.4%)에서 가장 높게 나타났으며, 주된 사유인 보수가 적어서(65.1%, 1위)의 응답의 비중이 타 장르보다도 높은 편으로 조사되었다.

경력에 따라 살펴보면, 소속근로자 경력의 연차가 낮을수록 이직의향이 높았고, 적은 보수가 주된 이직 사유인 반면(5년 미만 1순위), 연차가 높을수록 고용의 불안정성(5년 이상 1순위) 때문에 이직을 고려하는 경우가 많은 것으로 조사되었다.

소속 기업 규모별로는 적은 보수가 주된 이직 사유(1순위)라는 점에서는 공통적이었으나, 10인 미만 기업은 고용 불안정(42.3%, 2위), 10인 이상 기업에서는 발전 가능성이 낮음(10~49인 43.0% 공동 1위, 50인 이상 37.0% 2위)과 관련한 응답도 높게 나타났다.

<표 3-100> 이직의향 및 이직 준비 이유1 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분	이직의향			이직 준비 이유						
	사례수	아니오	예	사례수	보수가 적어서	발전가능성이 낮음	고용이 불안정해서	회사 미래 불투명	근로여건이 열악함	업무 강도가 높아서
전체	(1,251)	78.8	21.2	(265)	46.4	33.6	29.8	21.9	21.5	14.7
장르	출판	(285)	92.6	7.4	(21)	28.6	28.6	42.9	33.3	14.3
	만화/웹툰	(118)	63.6	36.4	(43)	65.1	32.6	23.3	9.3	20.9
	음악(공연)	(103)	83.5	16.5	(17)	41.2	35.3	47.1	11.8	11.8
	영화	(130)	83.1	16.9	(22)	36.4	13.6	50.0	18.2	9.1
	게임	(265)	67.2	32.8	(87)	43.7	41.4	29.9	27.6	14.9
	애니메이션	(87)	80.5	19.5	(17)	52.9	52.9	11.8	17.6	11.8
	방송	(176)	83.5	16.5	(29)	41.4	34.5	17.2	24.1	20.7
	캐릭터	(87)	66.7	33.3	(29)	51.7	17.2	27.6	24.1	6.9
경력	1년미만	(194)	68.6	31.4	(61)	62.3	32.8	32.8	19.7	4.9
	1~3년미만	(403)	71.5	28.5	(115)	43.5	37.4	26.1	20.9	13.9
	3~5년미만	(262)	80.9	19.1	(50)	46.0	32.0	26.0	22.0	22.0
	5~10년미만	(244)	87.7	12.3	(30)	30.0	30.0	40.0	26.7	20.0
	10년이상	(148)	93.9	6.1	(9)	33.3	11.1	44.4	33.3	33.3
소속 기업	10인 미만	(553)	85.9	14.1	(78)	51.3	19.2	42.3	20.5	12.8
	10~49인	(397)	80.1	19.9	(79)	43.0	43.0	21.5	27.8	19.0
규모	50인 이상	(301)	64.1	35.9	(108)	45.4	37.0	26.9	18.5	13.0

<표 3-1> 이직의향 및 이직 준비 이유2 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분	이직의향			이직 준비 이유					
	사례수	아니오	예	사례수	상취감/보람 부족	업무가 작성/홍매 맞지 않아서	개인 사정	작장 동료/상사와 불화	기타
전체	(1,251)	78.8	21.2	(265)	12.8	6.8	6.8	3.8	1.9
장르	출판	(285)	92.6	7.4	(21)	9.5	0.0	9.5	4.8
	만화/웹툰	(118)	63.6	36.4	(43)	9.3	7.0	4.7	0.0
	음악(공연)	(103)	83.5	16.5	(17)	17.6	5.9	5.9	0.0
	영화	(130)	83.1	16.9	(22)	13.6	18.2	4.5	0.0
	게임	(265)	67.2	32.8	(87)	13.8	2.3	5.7	2.3
	애니메이션	(87)	80.5	19.5	(17)	11.8	0.0	5.9	0.0
	방송	(176)	83.5	16.5	(29)	13.8	13.8	10.3	3.4
	캐릭터	(87)	66.7	33.3	(29)	13.8	13.8	10.3	3.4
경력	1년미만	(194)	68.6	31.4	(61)	13.1	4.9	6.6	3.3
	1~3년미만	(403)	71.5	28.5	(115)	13.0	7.0	6.1	2.6
	3~5년미만	(262)	80.9	19.1	(50)	4.0	10.0	8.0	0.0
	5~10년미만	(244)	87.7	12.3	(30)	20.0	6.7	10.0	0.0
	10년이상	(148)	93.9	6.1	(9)	33.3	0.0	0.0	0.0
소속 기업	10인 미만	(553)	85.9	14.1	(78)	14.1	6.4	7.7	2.6
	10~49인	(397)	80.1	19.9	(79)	6.3	8.9	6.3	1.3
규모	50인 이상	(301)	64.1	35.9	(108)	16.7	5.6	6.5	1.9

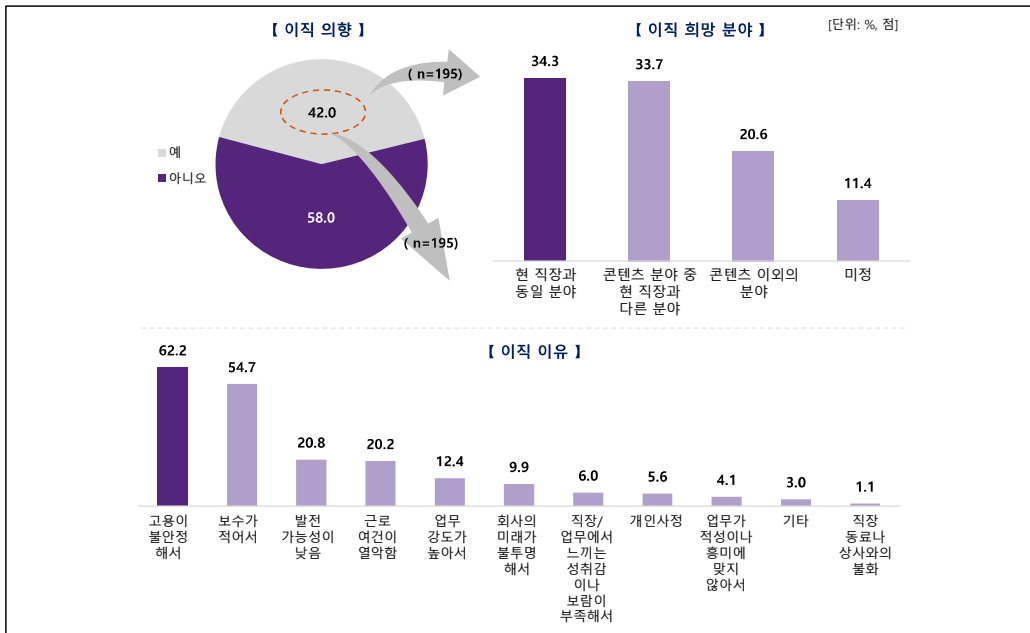
<표 3-101> 이직의향 및 이직 희망 분야 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		이직의향							
		사례수	아니오	예	이직 희망 분야				
					사례수	현 직장과 동일 분야	콘텐츠 분야 중 현직장과 다른 분야	콘텐츠 이외의 분야	미정
전체		(1,251)	78.8	21.2	(265)	48.7	28.3	12.5	10.6
장르	출판	(285)	92.6	7.4	(21)	38.1	33.3	28.6	0.0
	만화/웹툰	(118)	63.6	36.4	(43)	37.2	37.2	9.3	16.3
	음악	(103)	83.5	16.5	(17)	23.5	35.3	17.6	23.5
	영화	(130)	83.1	16.9	(22)	18.2	45.5	27.3	9.1
	게임	(265)	67.2	32.8	(87)	69.0	18.4	3.4	9.2
	애니메이션	(87)	80.5	19.5	(17)	41.2	41.2	0.0	17.6
	방송	(176)	83.5	16.5	(29)	44.8	27.6	13.8	13.8
	캐릭터	(87)	66.7	33.3	(29)	58.6	17.2	24.1	0.0

(6) 이직의향, 이유 및 희망분야 (프리랜서)

프리랜서를 대상으로 이직 의향과 그 이유 및 희망 분야를 조사한 결과, 이직 의향은 42.0%로 나타났으며, 이직의 이유는 고용이 불안정해서(62.2%)가 가장 높았고, 보수가 적어서(54.7%), 발전 가능성이 낮아서(20.8%) 등의 순으로 조사되었다. 이직 의향이 있는 프리랜서의 이직 희망 분야는 현 직장과의 동일 분야(34.3%)가 가장 높았고, 콘텐츠 분야 중 현 직장과의 다른 분야는 33.7%로 나타났다.



[그림 3-45] 이직의향, 이유 및 희망분야 (프리랜서)

프리랜서의 장르별로 살펴보면, 이직의향은 게임(50.5%)이 가장 높게 나타났고, 타 장르 대비 성취감/보람 부족(13.0%) 이유로 이직을 준비하는 이유가 상대적으로 높게 나타났다. 또한, 만화/웹툰은 업무 강도가 높아서(17.3%), 음악(공연)은 고용이 불안정해서(70.9%)와 회사 미래 불투명해서(18.2%), 영화는 보수가 적어서(63.0%), 애니메이션은 근로여건이 열악함(29.3%), 캐릭터는 발전가능성이 낮음(31.4%)에서 비교적 높게 조사되었다. 경력에 따라 살펴보면, 1년 미만에서 이직의향(48.8%)이 가장 높았고, 1~3년 미만(47.0%), 5~10년 미만(43.0%) 등의 순으로 조사되었다.

<표 3-102> 이직의향 및 이직 준비 이유1 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분	이직의향			이직 준비 이유						
	사례수	아니오	예	사례수	고용이 불안정해서	보수가 적어서	발전가능성이 낮음	근로여건이 열악함	업무 강도가 높아서	회사 미래 불투명
전체	(1,109)	58.0	42.0	(466)	62.2	54.7	20.8	20.2	12.4	9.9
장르	출판	(193)	64.8	35.2	(68)	48.5	60.3	25.0	17.6	13.2
	만화/웹툰	(202)	59.9	40.1	(81)	66.7	58.0	12.3	19.8	6.2
	음악(공연)	(141)	61.0	39.0	(55)	70.9	58.2	14.5	12.7	18.2
	영화	(125)	56.8	43.2	(54)	70.4	63.0	14.8	20.4	3.7
	게임	(91)	49.5	50.5	(46)	58.7	50.0	26.1	17.4	10.9
	애니메이션	(87)	52.9	47.1	(41)	56.1	46.3	24.4	29.3	12.2
	방송	(183)	53.0	47.0	(86)	64.0	50.0	24.4	26.7	5.8
	캐릭터	(87)	59.8	40.2	(35)	60.0	45.7	31.4	14.3	14.3
경력	1년미만	(86)	51.2	48.8	(42)	57.1	52.4	16.7	21.4	19.0
	1~3년미만	(381)	53.0	47.0	(179)	66.5	62.0	18.4	15.1	10.1
	3~5년미만	(224)	63.8	36.2	(81)	61.7	46.9	27.2	25.9	9.9
	5~10년미만	(228)	57.0	43.0	(98)	55.1	52.0	21.4	26.5	6.1
	10년이상	(190)	65.3	34.7	(66)	65.2	50.0	21.2	16.7	9.1

<표 3-2> 이직의향 및 이직 준비 이유2 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분	이직의향			이직 준비 이유					
	사례수	아니오	예	사례수	상취감/보람 부족	개인 사정	업무가 작성/홍매 맞지 않아서	직장 동료/상사와 불화	기타
전체	(1,109)	58.0	42.0	(466)	6.0	5.6	4.1	1.1	3.0
장르	출판	(193)	64.8	35.2	(68)	4.4	10.3	7.4	5.9
	만화/웹툰	(202)	59.9	40.1	(81)	7.4	6.2	2.5	1.2
	음악(공연)	(141)	61.0	39.0	(55)	3.6	7.3	0.0	0.0
	영화	(125)	56.8	43.2	(54)	1.9	5.6	3.7	5.6
	게임	(91)	49.5	50.5	(46)	13.0	6.5	6.5	0.0
	애니메이션	(87)	52.9	47.1	(41)	9.8	0.0	7.3	2.4
	방송	(183)	53.0	47.0	(86)	3.5	2.3	2.3	3.5
	캐릭터	(87)	59.8	40.2	(35)	8.6	5.7	5.7	2.9
경력	1년미만	(86)	51.2	48.8	(42)	9.5	4.8	11.9	0.0
	1~3년미만	(381)	53.0	47.0	(179)	6.1	6.1	3.9	2.2
	3~5년미만	(224)	63.8	36.2	(81)	3.7	1.2	2.5	3.7
	5~10년미만	(228)	57.0	43.0	(98)	6.1	9.2	2.0	4.1
	10년이상	(190)	65.3	34.7	(66)	6.1	4.5	4.5	4.5

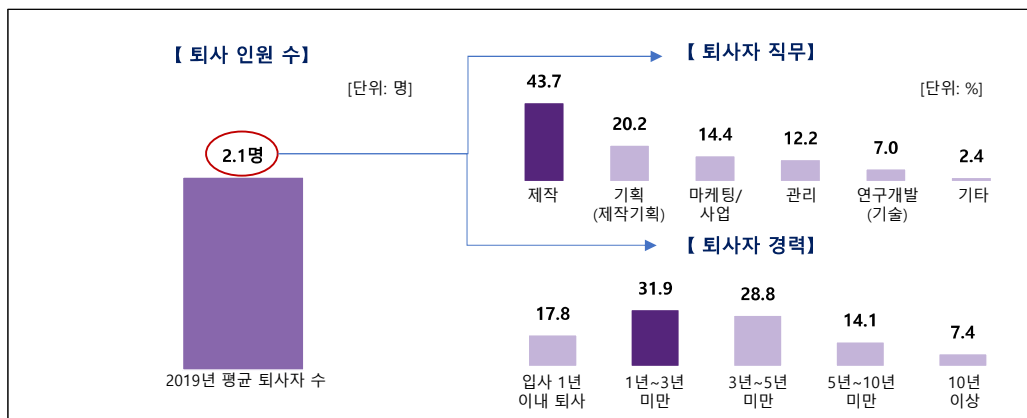
<표 3-103> 이직의향 및 이직 희망 분야 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		이직의향							
		사례수	아니오	예	이직 준비 이유				
					사례수	현 직장 동일 분야	콘텐츠 분야 중 현직장과 다른 분야	콘텐츠 이외의 분야	미정
전체		(1,109)	58.0	42.0	(466)	34.3	33.7	20.6	11.4
장르	출판	(193)	64.8	35.2	(68)	26.5	41.2	25.0	7.4
	만화/웹툰	(202)	59.9	40.1	(81)	45.7	22.2	19.8	12.3
	음악(공연)	(141)	61.0	39.0	(55)	36.4	32.7	14.5	16.4
	영화	(125)	56.8	43.2	(54)	33.3	27.8	24.1	14.8
	게임	(91)	49.5	50.5	(46)	43.5	37.0	17.4	2.2
	애니메이션	(87)	52.9	47.1	(41)	19.5	48.8	24.4	7.3
	방송	(183)	53.0	47.0	(86)	32.6	37.2	20.9	9.3
	캐릭터	(87)	59.8	40.2	(35)	31.4	25.7	17.1	25.7

(7) 퇴사 인원, 퇴사자 직무 및 경력 (사업체)

사업체를 대상으로 퇴사 인원과 퇴사자의 직무 및 경력을 조사한 결과, 퇴사 인원수는 2.1명으로 나타났다. 퇴사자의 직무로는 제작(43.7%)이 가장 높았고, 퇴사자의 경력은 1년~3년 미만(31.9%), 3년~5년 미만(28.8%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-46] 퇴사 인원, 퇴사자 직무 및 경력 (사업체)

퇴사 인원을 사업체의 장르별로 살펴보면, 방송과 캐릭터(각각 3.0명)에서 가장 높은 것으로 조사되었고, 애니메이션(2.7명), 영화(2.6명) 등이 뒤를 이었다. 매출액에 따라 살펴보면, 총 매출액이 50억~100억 미만인 사업체(7.8명)에서 퇴사 인원이 가장 높게 나타났다.

퇴사자 직무에 대해 사업체의 장르별로 살펴보면, 캐릭터는 제작(65.8%)에서, 출판은 기획(27.1%)에서, 만화/웹툰은 마케팅/사업(23.5%)에서 다른 장르 대비 높았다. 특히 기획 직무에서는 사업체의 종사자 규모가 작을수록 퇴사자 발생이 높아지는 경향을 보였다.

퇴사자 경력에 대해 사업체의 장르별로 살펴보면, 출판은 3년~5년 미만(42.9%), 애니메이션은 1년~3년 미만(65.4%), 만화/웹툰은 입사 1년 이내 퇴사(47.1%)에서 상대적으로 높게 나타났으며, 특히 입사 1년 이내 퇴사하는 인원은 사업체의 종사자 규모가 작을수록 높은 것으로 조사되었다.

<표 3-104> 퇴사 인원 및 퇴사자 직무 (사업체)

(단위 : 개소, 명, %)

구분		사례수	퇴사 인원	퇴사자 직무						
				사례수	제작	기획 (제작기획)	마케팅/사업	관리	연구개발 (기술)	기타
전체		(1,027)	2.1	(326)	43.7	20.2	14.4	12.2	7.0	2.4
장르	출판	(365)	1.5	(70)	38.6	27.1	8.6	17.1	5.7	2.9
	만화/웹툰	(38)	1.9	(17)	29.4	11.8	23.5	35.3	0.0	0.0
	음악	(180)	1.5	(60)	31.7	25.0	16.7	15.0	5.0	6.7
	영화	(79)	2.6	(24)	45.8	12.5	16.7	8.3	16.7	0.0
	게임	(106)	2.5	(43)	34.9	14.0	11.6	9.3	25.6	4.7
	애니메이션	(57)	2.7	(26)	40.7	22.2	18.5	14.8	3.7	0.0
	방송	(112)	3.0	(48)	62.5	22.9	12.5	2.1	0.0	0.0
	캐릭터	(90)	3.0	(38)	65.8	10.5	18.4	5.3	0.0	0.0
종사자 규모	10인미만	(813)	1.6	(230)	39.1	24.3	14.8	11.3	7.4	3.0
	10~49인	(165)	2.6	(64)	55.4	12.3	12.3	13.8	6.2	0.0
	50인이상	(49)	7.2	(32)	53.1	6.3	15.6	15.6	6.3	3.1
총 매출액	3억원 미만	(537)	1.1	(110)	36.4	20.9	14.5	16.4	9.1	2.7
	3억~5억원 미만	(127)	2.0	(47)	40.4	19.1	19.1	10.6	4.3	6.4
	5억~10억원 미만	(145)	2.9	(59)	50.8	25.4	6.8	10.2	6.8	0.0
	10억~50억 원 미만	(143)	2.8	(63)	47.6	22.2	14.3	7.9	6.3	1.6
	50억~100억 원 미만	(32)	7.8	(23)	58.3	4.2	12.5	12.5	8.3	4.2
	100억원 이상	(43)	4.9	(24)	41.7	16.7	25.0	12.5	4.2	0.0

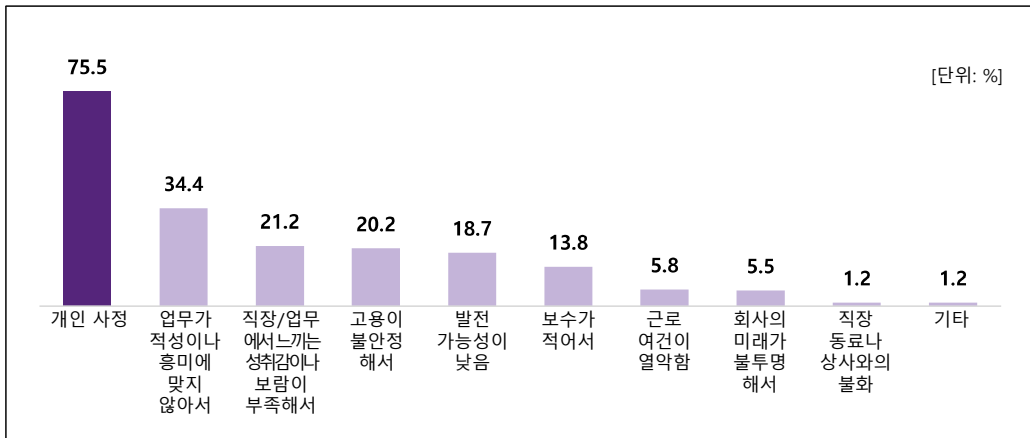
<표 3-105> 퇴사 인원 및 경력 (사업체)

(단위 : 개소, 명, %)

구분		사례수	퇴사 인원	경력					
				사례수	입사 1년 이내 퇴사	1년~3년 미만	3년~5년 미만	5년~10년 미만	10년 이상
전체		(1,027)	2.1	(326)	17.8	31.9	28.8	14.1	7.4
장르	출판	(365)	1.5	(70)	11.4	25.7	42.9	10.0	10.0
	만화/웹툰	(38)	1.9	(17)	47.1	23.5	17.6	5.9	5.9
	음악	(180)	1.5	(60)	6.7	36.7	28.3	20.0	8.3
	영화	(79)	2.6	(24)	8.3	33.3	37.5	20.8	0.0
	게임	(106)	2.5	(43)	46.5	30.2	7.0	11.6	4.7
	애니메이션	(57)	2.7	(26)	7.7	65.4	19.2	7.7	0.0
	방송	(112)	3.0	(48)	12.5	27.1	37.5	14.6	8.3
	캐릭터	(90)	3.0	(38)	21.1	23.7	23.7	18.4	13.2
종사자 규모	10인미만	(813)	1.6	(230)	19.1	31.7	27.8	13.5	7.8
	10~49인	(165)	2.6	(64)	17.2	26.6	34.4	18.8	3.1
	50인이상	(49)	7.2	(32)	9.4	43.8	25.0	9.4	12.5
총 매출액	3억원 미만	(537)	1.1	(110)	19.1	30.9	25.5	16.4	8.2
	3억~5억원 미만	(127)	2.0	(47)	14.9	40.4	27.7	10.6	6.4
	5억~10억원 미만	(145)	2.9	(59)	23.7	27.1	28.8	11.9	8.5
	10억~50억 원 미만	(143)	2.8	(63)	14.3	27.0	38.1	15.9	4.8
	50억~100억 원 미만	(32)	7.8	(23)	17.4	39.1	26.1	17.4	0.0
	100억원 이상	(43)	4.9	(24)	12.5	37.5	25.0	8.3	16.7

(8) 퇴사 이유 (사업체)

콘텐츠 사업체에서 인식하는 퇴사 이유에 대해 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 개인 사정에 의한 퇴사(일신상의 이유)가 75.5%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 업무가 적성이나 흥미에 맞지 않아서(34.4%), 직장/업무에서 느끼는 성취감이나 보람이 부족해서(21.2%) 등의 순으로 조사되었다.



[그림 3-47] 퇴사 이유 (사업체)

개인 사정을 제외한 주된 퇴사 이유를 사업체의 장르별로 살펴보면, 출판, 방송에서는 성취감/보람 부족(각 31.4%, 41.7%)을 꼽았고, 게임과 캐릭터는 적은 보수(각 44.2%, 39.5%)를 꼽았다. 그 외 장르는 업무가 적성/흥미에 맞지 않아서를 주된 퇴사 이유로 인식했는데, 특히 애니메이션에서 (61.5%)에서 다른 장르 대비 응답의 비중이 높았다.

종사자 규모별로 살펴보면, 개인 사정, 업무가 적성/흥미에 맞지 않아서를 공통적으로 주된 퇴사 이유로 꼽은 가운데, 10인 미만 사업체에서는 고용불안(22.2%), 10~49인 사업체에서는 성취감/보람부족(29.7%) 응답이 다른 규모의 사업체에 비해 높게 나타났다.

사업체의 총 매출액에 따라 살펴보면, 고용불안에서는 3억~5억원 미만(25.5%)에서, 업무가 적성/흥미에 맞지 않아서는 100억원 이상(41.7%)의 사업체에서 높은 비중을 보였다.

<표 3-106> 퇴사 이유 (사업체)

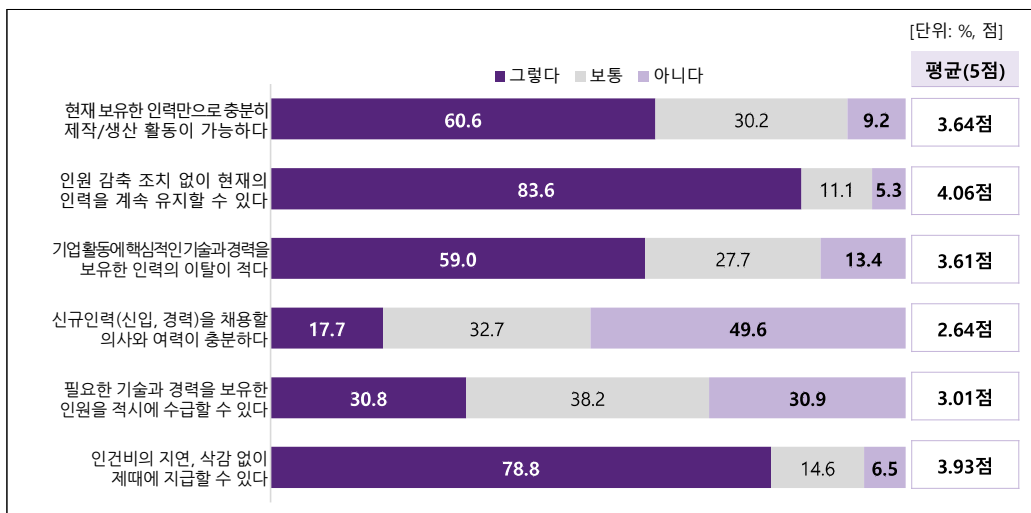
(단위 : 개소, %)

구분	사례수	개인 사정	업무가 적성/ 흥미에 맞지 않아서	성취감/ 보람 부족	고용 불안	발전 가능성이 낮음	보수가 적어서	근로 여건이 열악함	회사 미래 불투명	직장 동료/ 상사와 불화	기타
전체	(326)	75.5	34.4	21.2	20.2	18.7	13.8	5.8	5.5	1.2	1.2
장르	출판	(70)	82.9	27.1	31.4	22.9	20.0	2.9	4.3	7.1	0.0
	만화/웹툰	(17)	76.5	47.1	0.0	11.8	35.3	17.6	0.0	0.0	5.9
	음악(공연)	(60)	88.3	36.7	23.3	18.3	13.3	6.7	8.3	3.3	0.0
	영화	(24)	62.5	58.3	8.3	20.8	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	게임	(43)	44.2	23.3	7.0	30.2	9.3	44.2	4.7	14.0	7.0
	애니메이션	(26)	88.5	61.5	11.5	19.2	7.7	0.0	7.7	3.8	0.0
	방송	(48)	81.3	25.0	41.7	10.4	27.1	4.2	4.2	4.2	0.0
	캐릭터	(38)	68.4	28.9	13.2	23.7	5.3	39.5	13.2	5.3	2.6
종사자 규모	10인 미만	(230)	75.7	33.0	19.1	22.2	16.1	14.3	7.4	6.5	1.3
	10~49인	(64)	76.6	35.9	29.7	14.1	28.1	9.4	1.6	3.1	0.0
	50인 이상	(32)	71.9	40.6	18.8	18.8	18.8	3.1	3.1	3.1	3.1
총 매출액	3억원 미만	(110)	63.6	30.0	16.4	24.5	19.1	19.1	8.2	9.1	2.7
	3억~5억원 미만	(47)	80.9	36.2	10.6	25.5	14.9	12.8	6.4	12.8	0.0
	5억~10억원 미만	(59)	86.4	33.9	27.1	20.3	16.9	10.2	1.7	0.0	0.0
	10억~50억원 미만	(63)	82.5	38.1	25.4	11.1	23.8	9.5	6.3	1.6	0.0
	50억~100억원 미만	(23)	78.3	34.8	39.1	17.4	8.7	13.0	0.0	4.3	0.0
	100억원 이상	(24)	70.8	41.7	20.8	16.7	25.0	12.5	8.3	0.0	4.2

아. 코로나19 대응 현황 및 향후 전망

(1) 고용 유지 및 인력 수급 상황 (사업체)

코로나19 확산 여파에 따른 고용위기 현황을 확인하기 위해, 사업체를 대상으로 고용 유지 및 인력 수급 상황에 대해 조사한 결과, ‘인원 감축 없이 현재 인력을 계속 유지할 수 있다’는 응답이 평균 4.06점으로 가장 높은 것으로 나타난 반면, ‘신규인력 채용 의사 및 여력’은 평균 2.64점으로 가장 낮은 것으로 조사되었다.



[그림 3-48] 고용 유지 및 인력 수급 상황 (사업체)

장르별 고용 유지 및 인력 수급 상황을 살펴본 결과, 전 장르에서 공통적으로 ‘인원 감축 없이 현재 인력을 계속 유지할 수 있다’ 항목에 대한 평가가 가장 높았고, ‘신규인력 채용 의사 및 여력이 충분하다’ 항목에 대한 평가가 가장 낮았다. ‘인원 감축 없이 현재 인력을 계속 유지할 수 있다’ 항목만을 기준으로 장르별 비교를 한 결과, 방송(4.18점), 음악(공연)(4.14점), 만화/웹툰(4.13점) 등의 순으로 높게 평가한 반면, 게임 장르(3.57점)에서는 가장 낮게 평가된 것으로 나타났다. ‘신규인력 채용 의사 및 여력이 충분하다’ 항목의 경우, 장르별로는 출판의 점수가 가장 낮았고(2.41점), 다음으로 게임(2.51점), 캐릭터(2.59점) 등의 순이었다.

종사자 규모별로는 50인 미만 사업체에서는 ‘인원 감축 없이 현재 인력을 계속 유지할 수 있다’ 항목에 대한 평가가 가장 높았던 반면, 50인 이상 기업에서는 ‘인건비 지연, 삭감 없이 제때에 지급이 가능하다’ 항목에 대한 평가가 가장 높았다.

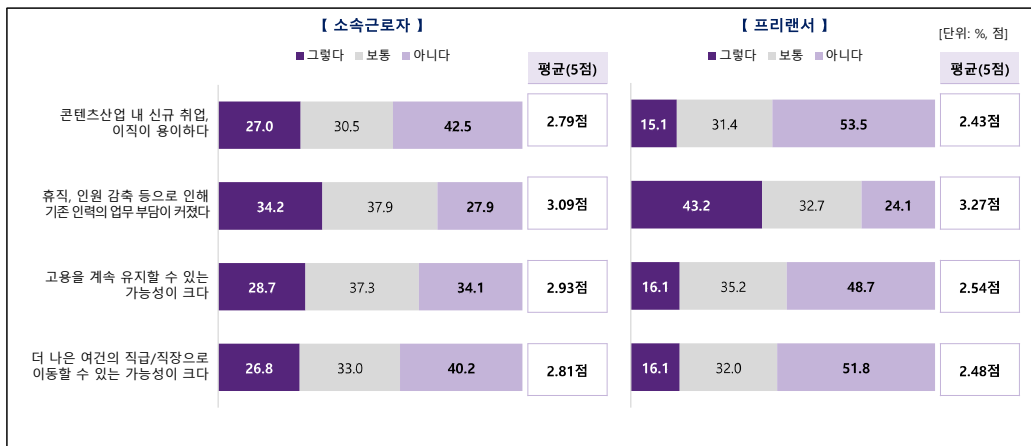
<표 3-107> 고용 유지 및 인력 수급 상황 (사업체)

(단위 : 개소, 점)

구분		사례수	현재 보유 인력으로 충분히 제작/생산 가능	인원 감축없이 현재 인력 계속 유지	핵심 기술/경력 보유인력 이탈 적음	신규인력 채용 의사 및 여력 충분	필요한 기술과 경력직을 작사에 수급 가능	인건비 지연 식감없이 지급 가능
전체		(1,026)	3.64	4.06	3.61	2.64	3.01	3.93
장르	출판	(365)	3.68	4.09	3.54	2.41	2.96	3.94
	만화/웹툰	(38)	3.66	4.13	3.76	2.71	3.00	4.11
	음악(공연)	(180)	3.71	4.14	3.76	2.93	3.06	4.03
	영화	(79)	3.77	4.28	3.80	2.85	3.10	4.10
	게임	(106)	3.16	3.57	3.45	2.51	2.66	3.49
	애니메이션	(56)	3.50	3.95	3.75	2.88	3.04	3.85
	방송	(112)	3.71	4.18	3.52	2.79	3.20	3.95
	캐릭터	(90)	3.74	4.10	3.58	2.59	3.17	4.02
종사자 규모	10인 미만	(812)	3.63	4.01	3.60	2.54	2.93	3.87
	10~49인	(165)	3.72	4.29	3.65	2.97	3.24	4.11
	50인 이상	(49)	3.61	4.16	3.59	3.16	3.43	4.31

(2) 고용 유지 및 인력 수급 상황 (소속근로자 / 프리랜서)

고용 유지 및 인력 수급 상황에 대해 소속근로자와 프리랜서를 대상으로 조사한 결과, 소속근로자와 프리랜서 모두 기존 인원의 업무 가중되고 있다는 응답(각각 3.09점, 3.27점)이 가장 높게 나타났고, 산업 내 신규 취업 및 이직의 용이하다 응답(각각 2.79점, 2.43점)이 가장 낮은 것으로 조사되었다.



[그림 3-49] 고용 유지 및 인력 수급 상황 (소속근로자 / 프리랜서)

소속근로자의 고용 유지 및 인력 수급 상황을 특성별로 살펴보면, 출판은 산업 내 신규 취업 이직 용이(2.97점)에서, 영화는 고용 계속 유지 가능성 높음(3.01점)²⁶⁾, 애니메이션은 기존 인원 부담 가중(3.25점)에서 상대적으로 높게 나타났으며, 경력에 따라서는 연차가 낮을수록 산업 내 신규 취업 및 이직이 용이함에 대한 평가가 비교적 낮은 것으로 조사되었다.

프리랜서의 고용 유지 및 인력 수급 상황을 특성별로 살펴보면, 만화/웹툰은 산업 내 신규 취업 이직 용이(2.55점)와 고용 계속 유지 가능성 높음(2.67점)에서, 게임은 기존 인원 부담 가중(3.42점)에서 상대적으로 높게 나타났으며, 경력에 따라 살펴보면, 연차가 낮을수록 고용 계속 유지 가능성 높은 경향을 나타나는 것으로 조사되었다.

26) 본 조사는 극장배급·유통을 제외한 제작기획 업종을 대상으로 함. 프로젝트별로 외부 인력을 기용하는 소규모 필수 인원 중심의 영화제작사는 극장배급·유통보다 인력 감축 폭이 상대적으로 적었다는 점에서, 고용 유지 가능성에 대한 평가가 상대적으로 높게 나온 것으로 이해할 수 있음

<표 3-108> 고용 유지 및 인력 수급 상황 (소속근로자)

(단위 : 명, 점)

구분		사례수	산업 내 신규 취업 이직 용이	기존 인원 부담 가중	고용 계속 유지 가능성 높음	더 나은 여건 이직 가능성 높음
전체		(1,251)	2.79	3.09	2.93	2.81
장르	출판	(285)	2.97	2.99	2.94	3.04
	만화/웹툰	(118)	2.90	3.09	2.94	2.77
	음악	(103)	2.70	3.03	2.84	2.88
	영화	(130)	2.85	3.10	3.01	2.93
	게임	(265)	2.61	3.11	3.00	2.69
	애니메이션	(87)	2.70	3.25	2.93	2.61
	방송	(176)	2.78	3.20	2.85	2.63
	캐릭터	(87)	2.74	3.06	2.86	2.80
주 업무 분야	기획	(296)	2.77	3.01	2.82	2.80
	제작	(412)	2.73	3.15	2.94	2.70
	관리	(270)	2.86	3.01	2.97	2.89
	마케팅/사업	(142)	2.92	3.18	2.98	2.93
	연구개발	(105)	2.75	3.16	3.03	2.85
	기타	(26)	2.73	3.12	3.12	3.12
경력	1년미만	(194)	2.65	3.13	2.87	2.65
	1~3년미만	(403)	2.65	3.10	2.99	2.75
	3~5년미만	(262)	2.88	3.08	2.88	2.92
	5~10년미만	(244)	2.91	3.15	2.94	2.84
	10년이상	(148)	3.02	2.95	2.97	2.94
소속 기업 규모	10인 미만	(553)	2.92	3.06	2.92	2.94
	10~49인	(397)	2.79	3.09	2.95	2.78
	50인 이상	(301)	2.56	3.15	2.94	2.62
고용 형태	정규직	(1,130)	2.81	3.09	2.95	2.82
	비정규직	(121)	2.63	3.12	2.81	2.79
고용 지위	상용	(1,150)	2.80	3.09	2.95	2.82
	비상용	(118)	2.60	3.08	2.74	2.64

<표 3-109> 고용 유지 및 인력 수급 상황 (프리랜서)

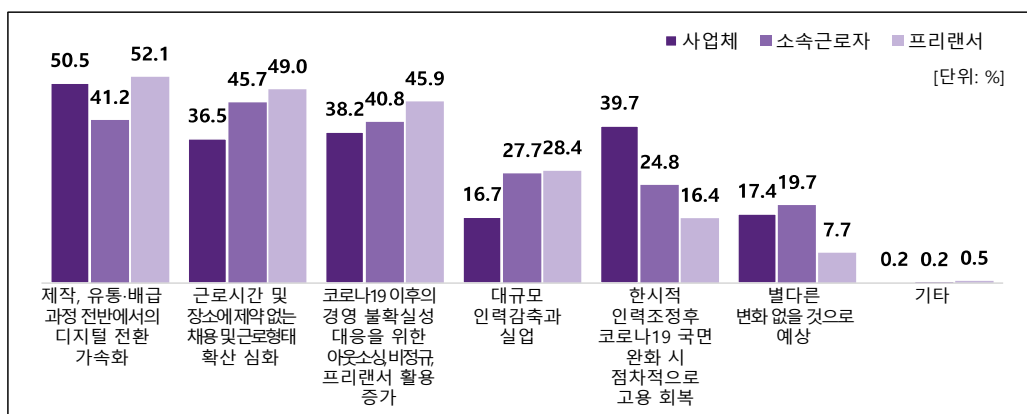
(단위 : 명, 점)

구분		사례수	산업 내 신규 취업 이직 용이	기존 인원 부담 가중	고용 계속 유지 가능성 높음	더 나은 여건 이직 가능성 높음
전체		(1,109)	2.43	3.27	2.54	2.48
장르	출판	(193)	2.30	3.25	2.44	2.35
	만화/웹툰	(202)	2.55	3.15	2.67	2.52
	음악	(141)	2.50	3.35	2.61	2.59
	영화	(125)	2.31	3.30	2.39	2.44
	게임	(91)	2.47	3.42	2.64	2.62
	애니메이션	(87)	2.39	3.26	2.54	2.47
	방송	(183)	2.44	3.29	2.45	2.45
	캐릭터	(87)	2.52	3.24	2.61	2.53
주 업무 분야	기획	(242)	2.44	3.27	2.48	2.41
	제작	(764)	2.41	3.26	2.53	2.49
	관리	(40)	2.63	3.10	2.68	2.70
	마케팅/사업	(36)	2.69	3.50	2.83	2.75
	연구개발	(25)	2.44	3.40	2.68	2.36
	기타	(2)	2.50	4.00	2.00	2.50
경력	1년미만	(86)	2.49	3.21	2.70	2.63
	1~3년미만	(381)	2.51	3.36	2.66	2.59
	3~5년미만	(224)	2.53	3.16	2.52	2.45
	5~10년미만	(228)	2.38	3.30	2.49	2.43
	10년이상	(190)	2.22	3.22	2.28	2.33
고용 지위	임시근로자	(529)	2.46	3.26	2.55	2.47
	일용근로자	(351)	2.39	3.26	2.47	2.38
	자영업자	(294)	2.45	3.30	2.54	2.52
	기타	(157)	2.45	3.41	2.72	2.53

(3) 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)

(가) 정량조사

코로나19 이후 콘텐츠 산업의 고용환경과 관련된 가장 큰 변화에 대해 복수 응답을 허용하여 조사한 결과, 사업체는 ‘디지털 전환 가속화’ (50.5%, 1위)와 ‘한시적 인력조정 후 코로나19 국면 완화 시 점차적으로 고용 회복’ (39.7%, 2위)에 대한 응답이 높게 나타났다. 소속근로자는 ‘근로시간 및 장소에 제약 없는 채용/근로형태 확산’ (45.7%)이 1위였으며, 2위는 ‘디지털 전환 가속화’ (41.2%)였다. 프리랜서의 경우, 1위 ‘디지털 전환 가속화’ (52.1%), 2위 ‘근로시간 및 장소 제약 없는 채용/근로형태 확산’ (49.0%)으로 조사되었다. 사업체, 소속근로자, 프리랜서 모두 ‘디지털 전환’에 따른 고용환경 변화를 크게 인식하고 있는 가운데, 인력의 경우 사업체에 비해 ‘근로시간 및 장소 제약 없는 일’이나 ‘아웃소싱, 비정규, 프리랜서 활용 증가’ 등 근로형태의 근본적인 변화에 대한 인식이 더 크게 나타났다.



[그림 3-50] 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)

사업체의 고용환경 예상 변화를 특성별로 살펴보면, 애니메이션은 과정 전반 디지털 전환 가속화(57.9%)에서, 만화/웹툰은 제약 없는 채용 및 근로형태 심화(44.7%)에서, 방송은 코로나19 이후 아웃소싱 및 프리랜서 활용 증가(51.8%)에서, 출판은 한시적 인력조정 후 국면 완화 시 점차 고용 회복(44.9%)에서 변화가 클 것이라는 응답이 타 장르 대비 높게 나타났다. 종사자 규모별로는 규모가 클수록 과정 전반 디지털 전환 가속화와 제약 없는 채용 및 근로형태 심화에 대한 변화 예상이 크고, 종사자 규모가 작을수록 대규모 인력 감축 및 실업에 대한 변화를 크게

예상하는 것으로 조사되었다.

소속근로자의 고용환경 예상 변화를 특성별로 살펴보면, 만화/웹툰은 과정 전반 디지털 전환 가속화(52.5%)에서, 게임은 제약 없는 채용 및 근로형태 심화(52.8%)에서 다른 장르 대비 변화를 크게 예상하는 것으로 조사되었다. 한편, 소속 기업의 규모가 클수록 제약 없는 채용 및 근로형태 심화와 코로나19 이후 아웃소싱 및 프리랜서 활용 증가에 대한 변화 예상이 크게 나타났고, 규모가 작을수록 한시적 인력 조성 후 국면완화 시 점차 고용 회복에 대한 변화 예상이 크게 나타났다.

프리랜서의 고용환경 예상 변화를 특성별로 살펴보면, 과정 전반 디지털 전환 가속화에 대해 영화(58.4%)의 변화 예상이 타 장르 대비 가장 높게 나타났으며, 제약 없는 채용 및 근로형태 심화는 출판(54.4%)에서 높게 나타났다.

<표 3-110> 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분		사례수	과정 전반 디지털 전환 가속화	제약 없는 채용 및 근로형태 심화	코로나19 이후 아웃소싱 및 프리랜서 활용 증가	대규모 인력감축 및 실업	한시적 인력조정 후 국면 완화 시 점차 고용 회복	별다른 변화를 예상 않음	기타
전체		(1,026)	50.5	36.5	38.2	16.7	39.7	17.4	0.2
장르	출판	(365)	46.8	35.1	34.0	16.4	44.9	22.5	0.0
	만화/웹툰	(38)	50.0	44.7	42.1	18.4	36.8	7.9	0.0
	음악(공연)	(180)	49.4	33.9	37.2	16.1	44.4	18.9	0.0
	영화	(79)	51.9	38.0	38.0	17.7	35.4	19.0	0.0
	게임	(106)	55.7	42.5	45.3	10.4	34.9	7.5	0.9
	애니메이션	(56)	57.9	40.4	33.3	14.0	33.3	15.8	1.8
	방송	(112)	57.1	35.7	51.8	12.5	28.6	13.4	0.0
	캐릭터	(90)	47.8	34.4	33.3	31.1	37.8	14.4	0.0
종사자 규모	10인 미만	(812)	48.7	35.4	37.4	17.5	41.8	18.2	0.1
	10~49인	(165)	56.4	40.6	43.6	14.5	30.9	12.7	0.6
	50인 이상	(49)	61.2	40.8	32.7	10.2	34.7	20.4	0.0

<표 3-111> 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	과정 전반 디지털 전환 가속화	계약 없는 채용 및 근로형태 심화	코로나19 이후 아웃소싱 및 프리랜서 활용 증가	대규모 인력감축 및 실업	한시적 인력조정 후 국면 완화 시 잠차고용 회복	별다른 변화를 것으로 예상	기타
전체		(1,251)	41.2	45.7	40.8	27.7	24.8	19.7	0.2
장르	출판	(285)	35.8	41.8	36.5	27.4	32.6	26.0	0.0
	만화/웹툰	(118)	52.5	47.5	42.4	24.6	18.6	14.4	0.0
	음악(공연)	(103)	41.7	42.7	39.8	35.0	22.3	18.4	0.0
	영화	(130)	33.8	45.4	44.6	32.3	25.4	18.5	0.0
	게임	(265)	50.6	52.8	39.2	22.6	18.1	16.2	0.4
	애니메이션	(87)	40.2	41.4	37.9	33.3	25.3	21.8	0.0
	방송	(176)	31.3	44.3	45.5	29.5	29.5	19.3	0.6
	캐릭터	(87)	46.0	46.0	46.0	24.1	19.5	18.4	0.0
소속 기업 규모	10인 미만	(553)	38.7	41.8	40.3	28.4	30.7	19.9	0.2
	10~49인	(397)	43.6	47.6	40.8	26.7	20.4	20.7	0.3
	50인 이상	(301)	42.5	50.5	41.5	27.9	19.6	17.9	0.0

<표 3-112> 포스트 코로나 대비 고용환경 예상 변화 (프리랜서)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	과정 전반 디지털 전환 가속화	계약 없는 채용 및 근로형태 심화	코로나19 이후 아웃소싱 및 프리랜서 활용 증가	대규모 인력감축 및 실업	한시적 인력조정 후 국면 완화 시 잠차고용 회복	별다른 변화를 것으로 예상	기타
전체		(1,109)	52.1	49.0	45.9	28.4	16.4	7.7	0.5
장르	출판	(193)	54.4	54.4	47.2	24.9	16.6	2.1	0.5
	만화/웹툰	(202)	51.5	49.5	42.1	27.2	17.3	11.9	0.5
	음악(공연)	(141)	52.5	43.3	56.0	26.2	14.2	7.1	0.7
	영화	(125)	58.4	40.0	44.8	25.6	23.2	7.2	0.8
	게임	(91)	41.8	53.8	44.0	28.6	16.5	14.3	1.1
	애니메이션	(87)	55.2	46.0	46.0	37.9	12.6	2.3	0.0
	방송	(183)	52.5	53.0	42.6	28.4	14.2	9.3	0.0
	캐릭터	(87)	46.0	47.1	46.0	36.8	16.1	6.9	1.1

(나) 정성조사

콘텐츠 산업은 타 산업에 비해 코로나19로 인한 경제적 타격은 심하지 않지만, 언택트 중심의 콘텐츠 생산과 소비가 확대되면서 온라인 판로의 확보와 디지털 제작 방식의 활성화 수준에 따라 산업 구조가 개편되는 움직임을 보이면서 고용의 불안정성이 높아지고, 일자리 이동이 발생하고 있는 것으로 나타났다.

1) 산업구조의 변화

코로나19로 인해 비대면 환경에서 이용 가능한 디지털 콘텐츠를 중심으로 산업구조가 개편됨에 따라 콘텐츠 생산 환경의 디지털 전환이 심화되고, 온라인 시장이 더욱 커지게 될 것으로 예측되며, 이러한 변화에 대응하는 속도에 따라 각 산업의 명암이 갈릴 것으로 전망된다.

가) 온라인 콘텐츠의 소비 확산

출판 장르의 경우 e북을 비롯한 디지털 콘텐츠 시장이 확대되면서 다양한 홍보채널을 확보하기 위한 업무협약과 출판 업계 간 인수합병이 이뤄지면서 새로운 환경에 대한 적응력이 뛰어난 대형 출판사만 살아남거나 변화에 발 빠르게 대처할 수 있는 독립출판이 확대될 전망을 보인다.

출판 소속근로자 A1

“현재의 기존 출판 시장과 디지털 출판 시장이 다양하게 통폐합되고, 출판계의 빈익빈 부익부 현상이 가속될 것으로 보입니다. 대형 출판사는 기존 콘텐츠가 풍부할뿐더러, 웹소설 장르 등 소비자 트렌드에 맞춰 움직이고 있어요. 오디오북을 개발하고, 개개의 콘텐츠에 집중하는 대신 여러 콘텐츠를 묶어 파는 독서클럽을 운영하거나, 한 달에 일정 요금을 내면 무제한 책읽기나 무제한 음악듣기가 가능한 서비스를 운영합니다. 자본이 많이 드는 이 분야는 대형 출판사 위주의 판이 짜일 것이고, 대형 출판사는 산업의 생리에 맞게 살아남을 겁니다.”

출판 소속근로자 A3

“현재 제가 재직하고 있는 부서는 ‘디지털콘텐츠개발팀’으로 명칭을 바꾸었습니다. 이전에는 회사가 보유하고 있는 채널을 통해 콘텐츠를 홍보하고 판매하는 형태라면 현재는 다양해진 채널을 통해 콘텐츠를 홍보하고 판매하는 것을 지향하고 있는 편입니다. 특히 젊은 친구들이 창의적인 아이디어로 만들어낸 크고 작은 스타트업들과 업무협약 혹은 인수합병을 통해, 디지털화를 촉진하고 상생하는 방향으로 진행하고 있습니다.”

만화·웹툰 장르의 경우 원래 언택트 형태로 생산 및 유통되는 콘텐츠이기 때문에 코로나19가 장기화됨에 따라 향후 콘텐츠 소비는 더 늘어날 것으로 전망되고 있다.

만화웹툰 소속근로자 A5

“코로나19로 인하여 콘텐츠산업 일자리는 더욱 늘어날 것이라고 예상합니다. 코로나로 인하여 외부 활동에 제약을 받으며, 웹툰을 포함한 콘텐츠 서비스를 체험하는 횟수나 사용 빈도수가 높아져 콘텐츠 수요와 시장이 늘어나고 있기 때문이라고 생각합니다.”

만화웹툰 소속근로자 A7

“다행히 콘텐츠 산업쪽은 코로나의 타격을 크게 받았다고보다는 오히려 수혜직종이 아닐까 생각을 해요. 언택트 시대가 가까워지면서 자영업, 대면해서 하는 서비스직종, 여행산업, 외국계 관련 사업들에는 피바람이 불었지만 콘텐츠(만화, 웹툰, 웹소설, 유튜브 등등...) 같은 경우에는 편하게 스마트폰/컴퓨터로 소비자들에게 서비스를 제공할 수 있는 직종이니까요. 또한 사람들이 집 밖에 나가지 않으면서 이러한 콘텐츠 소비가 늘어났기 때문에 오히려 더욱 수요가 늘어난다고 생각하고 있어요.”

음악(공연) 장르의 경우 공연, 행사, 강좌 등 대면 중심의 오프라인 콘텐츠 소비가 크게 위축됨에 따라 실시간 온라인 방송 등 비대면 전환도 원활하지 않은 업종의 경우 경제적인 타격이 장기화될 것으로 예상된다.

음악 소속근로자 A9

“연주회들이 비대면으로 유튜브 라이브 같은 실시간 방송 녹화 방송 등으로 이전 보다 디지털로 전환되다보니, 공연 연주회 횟수도 줄어들고 필요한 인원도 대면일 때 보다 줄어들었습니다. 연주회나 공연들은 물론 영상으로 보는 것도 좋지만 생생한 현장에서의 그 감정을 느낄 수 없고 감정의 전달이 현장만큼 전달되지 않아 집중도도 떨어집니다. 연주자는 많은데 연주회 횟수가 줄어들에 따라 연주자들의 생활은 많이 고단해졌습니다.”

음악 소속근로자 A10

“이제는 공연, 콘텐츠 업계가 모두 온라인 시장이 커질 것 같습니다. 지금만 해도 온택트 공연, 비대면 행사 등이 갈수록 늘어나고 있습니다. 올해는 저희도 거의 모든 프로젝트가 온라인으로 진행되었습니다.”

영화 장르는 콘텐츠 소비가 극장이 아닌 OTT로 크게 기울면서 산업구조와 고용구조 상으로 많은 변화를 가져올 것으로 예측된다. 또한 기존 오프라인 중심의 콘텐츠 제작 환경을 개선하기 위한 다양한 기술적 투자가 이뤄지면서 대형 IP업체 중심으로 산업구조가 개편되는 한편 1인 제작 및 라이브 영상 송출 등 다양한 시도들이 활발해질 것으로 예상된다.

영화 소속근로자 A13

“‘승리호’ 같은 많은 제작비(250억)가 들어간 작품도 영화관이 아닌 넷플릭스로 공개를 할 예정이라고 하니 위기감은 더욱 늘어난 것 같은 느낌입니다. 코로나가 아니더라도 지상파나 영화 스크린 같은 구매체는 뒤로 쳐졌겠지만 코로나19로 인해 그 속도가 10년 정도는 빨리 다가온 것 같아 영화산업에서는 대비책이 전혀 없는 게 안타까운 현실입니다.”

영화 소속근로자 A14

“최근 콘텐츠 업계의 가장 큰 화두는 플랫폼의 변화입니다. 극장이 아닌 넷플릭스, 왓챠, 웨이브 같은 OTT와 유튜브 같은 동영상 공유서비스를 통한 콘텐츠 소비 추세는 콘텐츠 제공자들에게 생존의 문제예요. 특히 극장에 가지 않는 관객들, 극장 개봉 영화에 관심이 줄어든 관객들, 홈비로 콘텐츠를 소비하는 관객들, 극장 영화를 대체할 많은 콘텐츠 등으로 업계는 패닉이고 혼란이에요. 제작사들은 문을 닫거나 빠르게 대처한 제작사들은 ott와 웹을 위한 콘텐츠 제작으로 업종을 변경했습니다.”

영화 프리랜서 B8

“온라인 비대면 콘텐츠 시장의 확산과 1인, 소규모 영상 제작업체들이 나날이 늘어나고 있습니다. 모두가 소비자이면서 생산자가 될 수 있는 시점이라 생각합니다. 제가 해온 것처럼 1인 제작, 재택근무, 라이브 송출 형태가 점차 늘어날 것입니다.”

게임 장르도 코로나19 이후 게임 소비 시장은 더 확대될 것으로 전망되었지만 대기업 위주로 산업구조가 개편되면서 영세업체의 파산으로 인해 많은 일자리가 사라질 것을 우려하는 시각도 있다.

게임 프리랜서 B10

“게임 업계의 경우에는 코로나의 여파로 사람들이 집에 있는 시간이 길어지면서 수혜를 입는 분야입니다. 다만, 그것은 대기업에 한정된 것으로, 소규모 개발사나 인디 개발자들은 돈이 없어서 매우 어려운 상황입니다. 소규모 개발사의 파산이 코로나 시기에 들어와 눈에 띄게 늘어난 것 같습니다.”

방송 장르의 경우 SNS와 온라인 플랫폼 발달로 유튜브 영상 및 웹드라마 등 콘텐츠 제작 수요는 더욱 늘어나는 추세이기 때문에 경제적인 타격은 덜한 편이지만 달라진 소비환경에 대한 변화 모색이 불가피할 것으로 전망되고 있다.

방송 프리랜서 B14

“코로나 이후 제작되는 영화의 수는 줄었지만 넷플릭스나 애플티비, 카카오티비 등 손으로 쉽게 접하는 매체들이 늘면서 콘텐츠 제작은 늘어난 추세입니다.”

방송 소속근로자 A27

“일반 방송이 아닌 웹드라마, OTT 드라마 등의 증가와 협력으로 인해 현재의 시장보다 드라마 분야의 시장이 더 커질 수도 있고, 아님 방송 드라마 전체가 줄어들 수도 있는 기로에 서있다고 생각합니다. 이전의 한류 시장으로 형성되어버린 제작비 규모는 더 이상 내부 수급만으로는 감당이 되지 않는 수준이고, 중국, 일본 등 해외수출과 관련된 길을 모색하는 방안밖에는 남지 않았다고 생각합니다.”

방송 소속근로자 A28

“코로나19가 방송산업의 변화를 가속화시킨 것은 맞지만, 이미 네이버와 구글 등 거대 IT기업들이 방송산업에 깊숙이 들어와 지대한 영향을 미치고 있습니다. 대다수의 방송사들은 광고수익과 사업수익에 의존하고 있으며 특히 광고수익에 비중이 큼니다. 광고시장은 성장속도가 더디지만 경쟁자는 더욱 늘었습니다. 현재 지역방송과 언론의 존폐의 위기에 서있습니다. 어렵지 않은적이 없었다지만, 현재는 매우 심각해보입니다. 몇 년째 적자에서 벗어나지 못하고, 일부에선 임금도 삭감하기도 합니다.”

나) 생산 환경의 디지털 전환

대면 접촉을 최소화하기 위해 재택근무 등 비대면 제작환경이 도입되고, 디지털 콘텐츠 제작이 확대되었다는 점도 코로나19 이후 크게 달라진 점이다.

캐릭터 소속근로자 A30

“제가 다니는 회사는 재택근무를 최대한으로 늘렸습니다. 저희처럼 디지털 작업을 하는 업계는 이로 인해 재택근무로 일하는 환경이 점점 자리 잡게 되지 않을까 예상하고 있습니다.”

영화 소속근로자 A15

“영화를 찍어야 하는데 현장이 코로나 감염이 심각해서 지연되고 있어요. 당연히 동시에 작업되어야 할 음악과 미술 등 연관분야가 지연되고 있고요. 작곡가가 코로나 의심증상으로 격리되었어요. 큰 회사는 코로나 대응으로 부서의 인원과 장소를 분리해서 근무한다고 들었어요. 우리도 그러고 싶지만 재원마련이 쉽지 않아 불가능한 이야기입니다. 그저 조심하고 조심할 뿐이에요.”

애니메이션 장르의 경우 코로나19 이전부터 제작 공정의 디지털화가 서서히 진행 중이었지만 코로나19로 인해 소프트웨어 및 시스템 도입이 더욱 앞당겨지면서 전면 도입으로 인한 혼란이 불가피한 것으로 인식되고 있다.

애니메이션 소속근로자 A22

“2000년도 무렵 디지털 드로잉 방식으로 애니메이션 제작 구조가 바뀌었습니다만 현재까지도 많은 수의 국내 업체들이 드로잉은 종이와 연필로, 이것을 스캔하여 컴퓨터 내에서 디지털 방식으로 채색하고 합성, 출력하는 구조를 병행하여 왔습니다. 그러나 코로나 사태로 인하여 타인이 드로잉을 위하여 접촉한 종이를 전달 공정 자체가 감염과 관련한 이슈의 중심이 되어버려 해당 공정을 사용하는 영상 제작 프로젝트가 중단되거나 위축되는 영향을 받게 되었으며 실제로 이로 인하여 일본으로부터 국내로의 수주가 급감하는 상황이 된 것으로 알고 있습니다. 이로 인하여 일본과 국내 모두 제작의 모든 공정에서 비접촉의 데이터 전달을 통한 영상 제작 공정으로 시스템이 변화될 것으로 예상되며.. 다른 업종에서도 벌어지는 현상과 같이 애니메이션 제작 과정 중 필요한 많은 수의 외부 업체와의 제작중 현장 미팅이 화상 미팅으로 대체되었습니다. 당연하게도 실시간으로 이미지를 공유하고 화면을 공유할 수 있는 소프트웨어와 시스템의 필요성이 급증하고 있으며 이러한 자원을 확보하지 못한 업체의 경우 제작 공정에서 발생하는 불가피한 지체와 커뮤니케이션의 오류 등으로 인한 비효율과 피로도의 상승 등 부작용이 발생하고 있다고 생각합니다.”

게임 장르에서도 ‘리모트’ 한 업무환경이 확대되는 추세를 보임에 따라 새로운 업무환경과 근무 형태에 따른 부작용을 최소화할 수 있는 제도적 보완 장치 및 대비책 마련이 시급하다는 의견이 나왔다.

게임 소속근로자 A17

“게임 업계의 경우 변화의 기로에 서있는 혼란스러운 상태라고 생각합니다. 만약 이러한 추세가 이 업계에도 반영된다면 리모트로 일하는 방식이 일반화될 것이고 업무 방식의 변화에 따라 성과를 측정하는 방법과 방식에도 변화가 동반될 것으로 예상합니다. 이는 고용구조에 직접적인 영향을 끼치게 되기 때문에 악용 방지를 위한 제도적 보완 장치에 대한 고민이 동반되어야 할 것이라 생각합니다.”

2) 고용구조의 변화

IDI 참여자들이 바라본 코로나 19로 인한 고용구조의 변화는 그리 낙관적이지는 않다. 코로나19로 인해 콘텐츠 소비는 증가했지만 시장의 불안정성 또한 높아지면서 콘텐츠 수요의 증가가 고용 증가로 이어지지 못했기 때문이다. 그에 따라 고용의 질은 더욱 악화되어 비정규직과 외주 계약 형태가 더 늘어나면서 종사자들의 고용 및 소득 불안정성은 더 심화될 것으로 전망된다.

가) 비정규직 및 프리랜서 고용 증가

첫 번째 변화는 신규채용과 자발적 이직 및 퇴사율이 현저히 줄어들었다는 점이다. 이는 코로나19로 인한 경제적인 피해가 확산되면서 신규 사업 투자가 위축되었음을 보여줌과 동시에 일자리 상실에 대한 종사자들의 높은 불안감을 반영한다.

만화웹툰 프리랜서 B4

“저는 소수의 업체와 꾸준히 일을 해오는 입장이어서 이번 코로나 사건으로 크게 타격을 입진 않았습니다. 하지만 주변에 프리랜서로 일하시는 몇몇 분들은 일이 확연히 줄어들었다는 하소연을 하시더군요.”

만화웹툰 소속근로자 A8

“현재 눈에 보이는 변화로는 첫째, 채용이 줄었습니다. 예년에는 상/하반기 구분하여 새로운 인원을 총원하였으나, 코로나로 인해 간접적 타격을 받게 되며, 각종 행사나 사업이 미뤄지거나 취소되었습니다. 그러다보니 예산 편성에도 어려움이 생기고 가장 먼저 영향 받은 부분인 것 같습니다.”

또한 고정비용을 줄이기 위해서 정규직보다는 비정규직과 외주 계약이 더욱 늘어날 전망을 보이는데, 제작 환경에서 비대면 방식이 강화됨에 따라 이러한 변화가 더욱 가속화될 것으로 보인다. 재택근무가 장기화되면서 일각에서는 기존 소속근로자들을 프리랜서로 전환 고용하려는 움직임도 보이고 있다.

출판 소속근로자 A2

“변화가 있다면 정직원으로 채용보다는 편집, 디자인 부분은 외주 프리랜서에게 의뢰하는 경우가 조금 더 많아질 것 같아요. 고정비용을 최소화하려는 경향이죠.”

만화웹툰 소속근로자 A7

“고용 구조에 있어서는 인건비가 부담되는 상황이라서 회사들에서 정규직을 많이 뽑지 않고, 비정규직이 늘어나거나 퇴사가 쉽지는 분위기가 된다는 생각도 함께 공존하네요. 비대면 작업을 위해 외주 인력(결국 비정규직)을 많이 뽑을 것 같다는 예상도 있고 혹은 대부분의 핵심 인원들의 작업이 재택근무로 운영되는 회사가 생길수도 있지 않을까 예측해봅니다.”

게임 소속근로자 A18

“2020년 코로나 이슈로 인하여 재택근무를 시행한 적이 있었고, 이를 통해 사무공간의 절대적 필요성에 대하여 업무적으로 논의한 적이 있었습니다. 내부적으로 모든 직원에 대한 재택근무를 고려하였고, 현재도 관련하여 고민 중에 있습니다. 이에 따라 현재의 고용형태를 보다 유연하게 바꾸자는 의견까지 나온 상황에 있습니다.”

나) 일자리 직군의 변화

① 기술의 인력 대체현상 심화

애니메이션 장르의 경우 인건비 절감을 위해 로봇이나 AI, 다양한 툴을 활용한 제작이 확대되고, OEM 방식이 적극 도입되는 움직임에 보임에 따라 종사자들 사이에서 그에 대한 대비가 필요하다는 인식이 자리하고 있었다.

애니메이션 소속근로자 A23

“애니메이션 제작에 있어서 제작기술의 발달로 인해 3D 제작 직군의 경우 향후 일자리가 줄어들 수 있다고 생각합니다. 게임엔진의 활용 등 툴의 발달로 인해 이전보다 더 적은 인원과 제작기간을 가지고 애니메이션을 제작할 수 있고, 이 경향은 앞으로도 더욱 심화되리라 생각합니다.”

애니메이션 프리랜서 B11

“예전에 비해 싼 제작비 수요에 인하여 다른 나라 인력으로 대체되는 좁아지는 OEM 방식 애니메이션이 아니라 직접 콘텐츠를 제작하는 창작물이 더 큰 시장 잠재력이 있다고 생각합니다. 새로운 콘텐츠 플랫폼과 인프라가 계속 조성될테니 그것을 염두해두고 제 개인적으로도 웹툰, 개인 창작 애니메이션을 준비하는 노력을 해야 할 것 같습니다.”

② 온라인 콘텐츠 생산 중심의 직무 개편 가속화

음악 소속근로자 A10

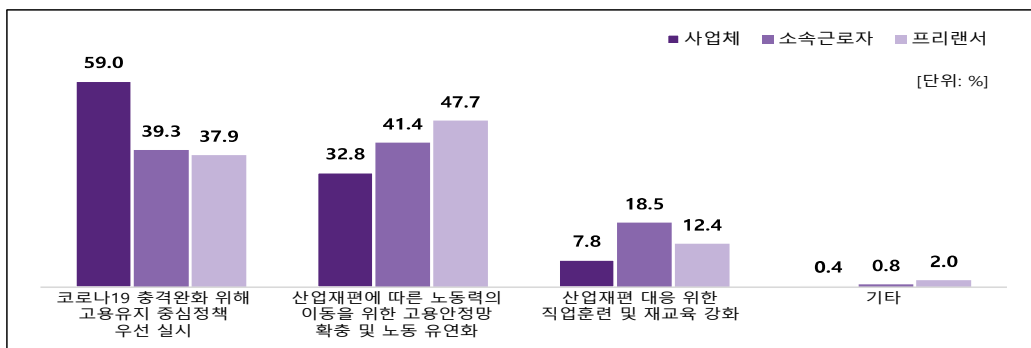
“오프라인 현장 인력들보다 온라인 상황에 대처할 수 있는 인력들이 더 채용에 있어서 유리할 것 같습니다. 아마 영상 촬영, 편집, 미디어 이런 직군들이 각광 받을 것 같습니다. 그리고 이런 추세가 길어진다면 현장 인력들의 자리가 위태로울 것으로 예상됩니다.”

영화 소속근로자 A14

“호환이 가능하게 트레이닝 된 사람들은 살아남고 아닌 사람들은 도태되는 상황이에요. 극장이 반으로 줄고, 관객도 반으로 줄면, 개봉 및 제작 영화도 반 이하로 줄게 됩니다. 영화계 종사자들이 드라마와 웹 드라마, 숏 폼 등의 다른 형식의 콘텐츠 쪽으로 움직이면 다행이지만 아예 다른 업종으로 이직을 하는 경우가 더 많을 것으로 예상되어 안타깝네요.”

(4) 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)

콘텐츠 분야의 사업체, 소속근로자 및 프리랜서를 대상으로 코로나19발 고용위기 극복을 위한 정책 대응 방향에 대해 조사한 결과, 사업체의 경우, ‘코로나19 충격완화를 위해 고용 유지 중심정책을 우선 실시해야 한다’는 의견이 59.0%로 가장 높았으나, 소속근로자 및 프리랜서는 ‘산업재편에 따른 노동력의 이동을 위한 고용안전망 확충 및 노동 유연화’가 우선되어야 한다는 의견이 각각 41.4%, 47.7%로 높게 조사되었다.



[그림 3-51] 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (사업체 / 소속근로자 / 프리랜서)

사업체의 고용정책 대응방향에 대한 조사 결과를 특성별로 살펴보면, 만화/웹툰이 고용유지 중심 정책 우선 실시(68.4%)에서 상대적으로 가장 높았다. 사업체의 종사자 규모별로 살펴보면, 종사자의 규모가 작은 사업체일수록 고용 유지 중심 정책에 대한 필요성을 더 강조하는 반면, 규모가 큰 사업체일수록 노동력 이동을 위한 고용안전망 확충 및 노동 유연화의 대응이 더 필요하다는 의견의 비중이 높은 특성을 보였다.

소속근로자의 고용정책 대응 방향에 대한 조사 결과를 특성별로 살펴보면, 방송은 고용안전망 확충 및 노동 유연화(46.0%)에서, 캐릭터는 고용유지 중심 정책 우선 실시(46.0%)에서 상대적으로 높게 나타났다. 소속 기업의 규모별로는, 기업의 규모가 클수록 고용유지 중심 정책과 고용안전망 확충 및 노동 유연화에 대한 중요도를 높게 평가하는 것으로 조사되었다.

프리랜서의 고용정책 대응 방향에 대한 조사 결과를 특성별로 살펴보면, 영화는 고용안전망 확충 및 노동 유연화(52.8%)에서, 만화/웹툰은 고용유지 중심 정책 우선 실시(42.1%)에서 상대적으로 높았다.

경력에 따라서는 1년 미만의 경우 고용안전망 확충 및 노동 유연화(51.2%)에서, 10년 이상에서는 고용유지 중심 정책 우선 실시(41.1%)에서 높은 특성을 보였다.

<표 3-113> 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (사업체)

(단위 : 개소, %)

구분		사례수	코로나19 충격완화를 위한 고용유지 중심 정책 우선 실시	산업재편에 따른 노동력 이동을 위한 고용안전망 확충 및 노동 유연화	산업재편 대응 위한 직업훈련 및 재교육 강화	기타
전체		(1,027)	59.0	32.8	7.8	0.4
장르	출판	(365)	68.2	27.9	3.8	0.0
	만화/웹툰	(38)	68.4	28.9	2.6	0.0
	음악	(180)	52.2	34.4	12.8	0.6
	영화	(79)	45.6	35.4	16.5	2.5
	게임	(106)	56.6	37.7	5.7	0.0
	애니메이션	(57)	52.6	29.8	15.8	1.8
	방송	(112)	58.0	38.4	3.6	0.0
	캐릭터	(90)	51.1	37.8	11.1	0.0
종사자 규모	10인 미만	(813)	61.5	31.7	6.4	0.4
	10~49인	(165)	53.3	32.1	13.9	0.6
	50인 이상	(49)	36.7	53.1	10.2	0.0

<표 3-114> 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (소속근로자)

(단위 : 명, %)

구분		사례수	코로나19 충격완화를 위한 고용유지 중심 정책 우선 실시	산업재편에 따른 노동력 이동을 위한 고용안전망 확충 및 노동 유연화	산업재편 대응 위한 직업훈련 및 재교육 강화	기타
전체		(1,251)	39.3	41.4	18.5	0.8
장르	출판	(285)	37.2	39.3	23.2	0.4
	만화/웹툰	(118)	37.3	41.5	19.5	1.7
	음악(공연)	(103)	35.0	38.8	26.2	0.0
	영화	(130)	37.7	45.4	16.2	0.8
	게임	(265)	45.3	42.3	10.9	1.5
	애니메이션	(87)	37.9	37.9	21.8	2.3
	방송	(176)	36.4	46.0	17.6	0.0
	캐릭터	(87)	46.0	36.8	17.2	0.0
소속 기업 규모	10인 미만	(553)	38.3	38.9	22.1	0.7
	10~49인	(397)	39.5	41.3	18.4	0.8
	50인 이상	(301)	40.9	46.2	12.0	1.0

<표 3-115> 포스트 코로나 대비 고용정책 대응방향 (프리랜서)

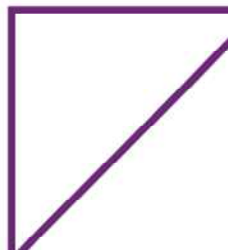
(단위 : 명, %)

구분		사례수	코로나19 충격완화를 위한 고용유지 중심 정책 우선 실시	산업재편에 따른 노동력 이동을 위한 고용안전망 확충 및 노동 유연화	산업재편 대응 위한 직업훈련 및 재교육 강화	기타
전체		(1,109)	37.9	47.7	12.4	2.0
장르	출판	(193)	39.9	45.6	14.5	0.0
	만화/웹툰	(202)	42.1	40.1	14.9	3.0
	음악(공연)	(141)	39.0	52.5	7.8	0.7
	영화	(125)	34.4	52.8	11.2	1.6
	게임	(91)	34.1	48.4	11.0	6.6
	애니메이션	(87)	31.0	50.6	16.1	2.3
	방송	(183)	39.9	47.5	10.4	2.2
	캐릭터	(87)	33.3	51.7	13.8	1.1
경력	1년미만	(86)	32.6	51.2	16.3	0.0
	1~3년미만	(381)	39.9	48.0	10.2	1.8
	3~5년미만	(224)	35.3	50.4	13.4	0.9
	5~10년미만	(228)	36.4	50.9	11.8	0.9
	10년이상	(190)	41.1	38.4	14.7	5.8

제 4 장
결론

20

20



제 4 장 결론

본 연구는 콘텐츠산업 창의인력들의 근로환경과 일자리의 질적 개선을 위한 기초자료를 확보하기 위해 2018년에 이어 2회차를 맞은 정례 연구로써 크게 콘텐츠산업 영위 사업체들의 창의인력 고용 현황 및 수급 전망, 콘텐츠산업 분야 창의인력들의 활동 현황 및 근로 환경 조사로 세분화되어 진행되었다. 특히 조사 전 콘텐츠산업 창의인력·관련 업종 및 직무 유형은 물론 콘텐츠산업 창의인력 노동 시장 특성에 대한 보다 명확하고 심층적인 이해를 위해 유관 문헌 검토가 다각적으로 이루어졌으며, 콘텐츠산업 창의인력 상당 비중을 차지하고 있는 프리랜서에 대한 분석 또한 비중을 두고 진행되었다.

본 장에서는 연구를 통해 파악한 콘텐츠산업 창의인력 활동 특성·근로 환경 등 주요 결과를 검토하고, 이를 기반으로 향후 콘텐츠산업 일자리의 질적 개선을 위한 정책적 방향을 어떻게 설정해야하는지에 대해 논의해보고자 한다.

1. 콘텐츠산업 창의인력 수급자·당사자 전반 인식 현황

가. 사업체 인력 수급 관련 주요 애로 사항

콘텐츠 사업체의 창의인력 수급 애로 사항은 사업체에서 필요로 하는 전문지식을 가진 지원자 부족, 구직자 정보 부족 등과 함께 종사자 수 10인 미만 소규모 사업체의 낮은 임금 수준이나 발전 가능성으로 공개채용이 어려운 점인 것으로 요약된다. 결국 업무의 특성상 상당 비중의 업무 수행을 프리랜서 활용으로 대체하고 있는데 콘텐츠 산업 특성상 일정 경력 이상의 인력을 프리랜서로 활용하는 것이 일반적이다. 사업체에서 프리랜서를 활용하는 것은 규모가 큰 사업체에서는 필요에 따라 수시로 활용할 수 있는 장점 때문에, 규모가 작은 사업체에서는 내부 고용 시 발생 비용 절감을 위해서 프리랜서를 활용하고 있는 것으로 여겨진다.

나. 콘텐츠산업 창의인력의 '일'에 대한 기본 인식과 행태

조사 결과 콘텐츠 분야에서 활동하고 있는 프리랜서 중 60% 이상이 '작업내용·방식·조건'의 자유로운 선택'이나 '회사에서 배우기 힘든 전문성 축적', '해당 분야에서 프리랜서만 활용' 등 자발적 선택으로 프리랜서 활동을 하는 경우가 높은 것으로 나타났다. 프리랜서

의 일감 수주는 지인/주변의 소개와 같은 인적 경로가 압도적인 비중을 차지하고 있으며, 프리랜서 일자리 관련 인터넷 카페나 블로그 등의 개인적 플랫폼도 상당한 비중을 차지하고 있다.

이와 같은 프리랜서 활동 행태는 경력에 따라 다른 양상을 보이는데 경력이 낮은 프리랜서는 자발적 선택보다 구직의 어려움이나 생계유지를 위한 수단으로 선택하는 비중이 상대적으로 높고, 회사 홈페이지 공식 구인 정보나 회사 직접 연락/문의 등 본인 스스로 수주 또는 구직 활동을 하는 비중이 높다. 반면 경력 5년 이상 중견급 그룹에서는 지인/주변 소개 등 인적 네트워크를 통해 수주하는 비중이 높은 특성을 보이며, 이를 위해 최대한 많은 프로젝트 참여를 통한 포트폴리오 확대와 함께 공개적인 일자리 플랫폼보다 업계 내 인적 네트워킹 유지에 투자를 더 하고 싶어한다.

일에 대한 기본 인식의 경우 소속 근로자에 비해 프리랜서가 현재의 ‘일’에 대한 관여도가 더 강하고, 5년 후 발전가능성이나 현재 일을 개선을 위한 발판으로 인식하는 경향도 더 강하게 나타났다. 단, 소득·고용안전성·근로환경·복지혜택·경력관리 등 직무만족도는 소속 근로자에 비해 크게 낮은 수준이라는 점은 개선이 필요한 부분이라 할 수 있다.

다. 열악한 복지 혜택 및 사회 보장

창의인력 중 프리랜서는 전반적으로 소속 근로자에 비해 복지 혜택이 열악하며, 직장제공 혜택에서는 더욱 큰 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다(법정퇴직금, 상여금, 유급휴가, 유무급병가 혜택은 5~8배 이상 차이). 또한 4대보험에 의한 사회보장이나 안전망도 취약한 수준이다.

4대보험 가입률은 건강보험 외에는 낮은 수준이며, 국민연금은 46%, 고용보험이나 산재보험은 비가입이 70~80%대이다. 프리랜서들이 4대보험에 가입하지 않은 이유로는 ‘본인 임금 실제 수령액이 적어져서’와 같은 자의에 의한 미가입도 있지만, 고용주가 원치 않거나 가입방법을 몰라서 응답도 높은 비중으로 나타났다. 이로 인해 재해발생 시 전액 개인비용으로 치료하는 경우가 소속근로자의 3배 이상 더 많은 것으로 조사되었다.

한편 예술인 복지법 대상에 해당되지 않거나 모르는 경우가 절반 이상이며, 해당되는 프리랜서 중 실제 혜택을 받은 경우는 1/3 수준에 불과했다. 특히, 예술인 복지법 대상임에도 해당제도와 신청절차를 잘 모르거나 예술활동 증명 절차 신청 자료를 구비하기 어려워서 혜택을 받지 못한 것으로 나타났다.

라. 근로 환경의 불공정에 대한 인식

프리랜서의 40~50%가 사업장의 불공정한 환경이나 부당행위에 대한 인식이 높았다. 특히 경

력이 높을수록 이에 대한 인식이 상대적으로 더 높게 나타났으며, 특히 계약체결 이행 불공정

- 인권침해와 열악한 작업환경에 대한 인식이 높아지는 경향을 보였다. 이와 같은 부당행위가 발생하더라도 대응하지 않는 프리랜서가 10명 중 4~5명이고 사업주/사용자/의뢰인에 문제제기하는 경우는 3~4명 수준이다. 단, 공정 거래의 출발점이라 할 수 있는 계약서 작성비율은 2018년 대비 높아졌고, 특히 표준계약서 작성도 약 56.1%(2019년 기준)로 증가세를 보였다는 점은 고무적인 현상이라 할 수 있다.

마. 낮은 직무 만족도 및 이직 의향

창의인력 중 프리랜서의 직무 만족도는 소속 근로자에 비해 전반적으로 낮은 수준이며, 특히 임금/소득, 고용 안정성, 복지혜택 등은 큰 차이를 보였다.

특히 프리랜서의 이직의향 이유로 ‘보수가 적어서’와 ‘고용이 불안정해서’가 50~60%로 다른 이유보다 큰 차이로 높게 응답되어 직무 만족도를 높일 수 있는 방안 마련이 시급한 것으로 나타났다.

바. 코로나19 팬데믹 영향

코로나19 팬데믹의 영향으로 콘텐츠산업 부문 소속 근로자, 프리랜서 모두 프로젝트 참여 수나 거래업체 수가 감소 추세를 보이는 것으로 나타났다. 단, 코로나19의 영향으로 근무조건이나 장소에 대한 제약이 기존 대비 크게 줄어들었다는 점은 콘텐츠산업 창의인력 업무 환경의 개선으로 이어질 수 있으며, 궁극적으로는 콘텐츠산업 부문 창의인력 노동의 질적 향상은 물론 콘텐츠 생산 확대 효과를 가져 올 수 있는 모멘텀이 되는 만큼 이에 대한 적극적인 지원 정책 강구가 필요할 것으로 여겨진다. 한편 사업체의 경우 코로나19 피해가 빠른 시일 내 회복될 것으로 전망하는 경향이 상대적으로 높게 나타났으며, 이로 인해 업무 환경의 디지털 전환

- 대규모 인력 감축·외주 인력 활용 증가 등에 대한 우려 수준은 창의인력(소속 근로자, 프리랜서) 대비 낮게 나타났다.

2. 정책적 시사점

가. 콘텐츠산업 일자리 미스매치 최소화 방안 수립

본 조사를 통해 콘텐츠산업 창의인력 수급자가 가지고 있는 인력수급 관련 주요 애로사항은 필요로 하는 전문 인력에 대한 정보 부족이며, 창의인력 당사자가 가지고 있는 주요 애로사항은 폐쇄적 네트워크로 인한 시장 진입 기회 부족이라는 것을 확인할 수 있었다. 이로 인해 발생하는 가장 큰 문제점은 곧 일자리 미스매치라 할 수 있으며, 이를 최소화하기 위해 창의인력 수급자와 당사자가 각기 가지고 있는 관련 주요 애로사항을 상쇄시키는 방안 마련에 초점을 두고 정책적 제안을 하고자 한다.

상기 2가지 문제를 해결할 수 있는 가장 이상적 방법은 상호 수요를 충족시킬 수 있는 플랫폼 조성 또는 협업지원사업 운영이라 할 수 있다. 특히 플랫폼의 경우 불필요한 행정절차나 과도한 중개수수료는 지양함으로써 접근성을 강화해야 하며, 특히 민간차원의 플랫폼보다는 공공 차원의 공식력을 갖춘 플랫폼 조성이 보다 적절할 것으로 여겨진다. 특히 심층 인터뷰 시에도 이와 같은 의견이 많이 개진되었으며, 그 주된 이유로는 창의인력이 가지고 있는 역량을 보다 효과적으로 신뢰성 있게 홍보하는 데 있어 공공 차원의 플랫폼이 적합하기 때문이다. 협업지원사업의 경우 공모전 등 사업화 제안을 요구는 지원 방식보다는 복지차원에서 지원하는 형태의 사업 운영이 될 경우 보다 많은 창의인력으로부터 공감대를 형성할 수 있을 것으로 여겨진다. 창의인력 대부분이 독자적으로 아이디어를 내서 사업화하는 데에는 명백한 한계가 있으며, 지원을 받기 위해 또다른 형태의 창의적 노동(아이디어 개진)을 해야 한다는 부담도 작용할 수 있기 때문이다.

나. 창의인력(소속 근로자) 역량 강화

콘텐츠산업 노동시장이 가지고 있는 높은 초기 진입장벽이라는 문제에 대응하기 위해서는 무엇보다 창의인력들의 역량을 보다 강화시킬 수 있는 다양한 교육훈련이 이루어져야 한다는 점이다. 특히 본 조사 결과 소속 근로자의 경우 입직 후 역량 강화를 위한 교육기회가 프리랜서 대비 낮은 수준이었으며, 실제 교육에 대한 수요도 높게 나타났다. 반면 사업체의 경우 이와 같은 높은 수요 대비 교육훈련 필요성에 대해 낮은 평가를 내렸으며, 특히 신입 인력을 위한 교육의 경우 실시 비중이 미미한 수준이었다. 그러나 이러한 교육훈련 기회 제공은 창의적 활동을 지속적으로 축적함으로써 발전하고자 하는 창의인력 본연의 니즈를 충족시킬 수 있는 가장 현실적인 대안이며, 나아가 직무만족도 향상, 콘텐츠 생산성 상승 등 사업체 측면에서도 긍정적인 효과를 기대할 수 있는 부분이 많은 만큼 보다 적극적인 대응이 필요할 것으로 여겨진다.

다. 창의인력(프리랜서) 역량 강화

창의인력 중 프리랜서의 경우 무엇보다 신입직과 경력직 간 시장 진입 기회 격차가 매우 크다는 특성을 고려해야 할 것이다. 특히 경력직 선호 경향이 강한 콘텐츠산업 노동시장 특성상 그 격차는 점차 심화되고 있는 실정이다. 이러한 상황에 대응하기 위한 방안으로 시니어·주니어 프리랜서 간 일종의 멘토링 제도를 수립하는 것을 제안하고자 한다. 프리랜서 역량 전수 교육을 통해 유대관계를 조성하게 될 경우 역량 발전을 물론 여러 가지 어려움 공유를 통한 상호의지, 이 관계를 활용한 또다른 인적 네트워크 구축 등 보다 지속가능한 생태계 조성을 위한 많은 기회를 창출할 수 있기 때문이다.

라. 창의인력 지원 정책 홍보 강화 및 공감대 형성

본 조사 결과 중 창의인력들의 계약서 작성 비중이 매년 상승세를 보이고 있다는 점은 긍정적인 근로환경 조성과 관련하여 매우 고무적인 현상이라 할 수 있다. 단, 여전히 표준계약서 작성 등과 같은 창의인력 지원 정책에 대한 인지가 부족하거나 공감대가 형성되지 않아 정책 효과를 충분히 누리지 못하는 경우가 존재하는 것으로 나타났다. 특히 최근 발표된 예술인 고용보협제도 또한 보다 적극적으로 행정처리 절차, 용어 이해 등 교육이 필요할 것으로 여겨지며, 이외 저작권 보호, 계약 관련 법에 대한 이해를 보다 면밀히 할 수 있는 교육기회 또한 반드시 필요한 사항이라 여겨진다. 각종 법의 취지, 혜택 등에 대해 자세히 알 수 있는 장이 마련된다면, 그만큼 관련 법에 대한 공감대 형성의 기회도 늘어날 수 있기 때문이다.

마. 창의인력(프리랜서) 인건비 단가 기준 정립

콘텐츠산업 프리랜서의 주요 애로사항 중 하나는 바로 과도한 인건비 덤핑 문제이다. 최소한의 외주단가 기준이 없다보니 업무량 대비 과도한 노동 투입 문제가 자주 발생하고 있는 실정이며, 특히 최근 플랫폼 위주의 콘텐츠산업 시장 특성을 감안할 때 이로 인한 단가 중심 경쟁 심화는 불가피할 것으로 여겨진다. 낮은 임금, 과도한 노동 투입이라는 불공정 거래환경을 줄이기 위해서는 이 프리랜서 인건비 단가가 하루빨리 정립되어야 할 것이며, 특히 프리랜서들의 창작노동 정도(업무량)·숙련 수준·시장 평판 등 평가요소를 다채롭게 구성함으로써 보다 합리적으로 단가를 정할 수 있는 기준 또한 중요한 과제라 여겨진다.

바. 창의인력 수급자·당사자 간 교섭 강화

창의인력의 열악한 근로환경 문제는 이해당사자 간 교섭과 제도적 규율이 부재한, 다단계

거래 구조 특성에서도 기인한다. 부당한 사항에 대한 충분한 교섭이 이루어지지 못하다 보니 인력 입장에서는 자연스럽게 피해를 감수해야 하는 상황이 빈번해지고, 이러한 상황이 축적되면서 부정적 인식, 전반 근로 환경 악화로 이어지는 것이라 할 수 있다. 이에 대응하기 위해 이미 해외의 경우 독립성을 가지고 있는 전문 노동조합이 조성된 사례가 있으며, 국내의 경우도 관련 역할을 담당할 수 있는 독립적 주체기관, 단체가 조성되는 것이 필요하다고 여겨진다. 이러한 단체가 조성될 경우 가장 큰 장점은 분산되어 있던 창의인력들의 근로 애로사항을 중앙으로 한 데 집중시켜 보다 효율적이고, 공식적으로 대응 방안을 모색할 수 있다는 점이며, 이는 곧 불공정 거래 상황을 사전에 방지할 수 있는 기반 마련은 물론 창의인력 수급자로 하여금 상호 갑을관계가 아닌 동등한 계약관계에 있다는 점을 주지시킬 수 있는 좋은 방안이 된다는 점에서 적극 추진될 필요가 있을 것이다.

사. 창의 노동의 디지털 전환에 대응하는 지원 방안 수립

코로나19 확산으로 인한 리모트 워크 비중 증가는 콘텐츠산업 창의인력에게도 막대한 영향을 미치고 있다. 특히 프리랜서의 경우 단독으로 업무를 수행하는 경우가 많기 때문에 이러한 온라인 업무환경에 익숙하지 않거나 제반 장비 마련에 어려움을 겪는 경우가 많은 것으로 나타났다. 또한 1인 콘텐츠 제작 등 일감 감소에 대비한 또다른 형태의 창의적 업무에 관심을 두는 프리랜서도 많은 실정으로, 이를 지원할 수 있는 다각적 방안(장비 대여, 촬영 공간 제공 등) 또한 검토가 필요하다.

3. 향후 본 연구 추진 시 고려 사항

가. 콘텐츠산업 창의인력 지원 정책·사업 성과 점검 결과 병행 활용 필요

국내 콘텐츠산업은 다년간 축적된 창의역량을 바탕으로 한 산업 고도화, 한류 열풍 등의 영향으로 꾸준한 성장세를 보이고 있는 분야로써 우리나라 경제성장, 일자리 창출의 중추적 역할을 담당하고 있다. 이에 정부에서도 콘텐츠산업 육성을 위한 적극적인 정책적 지원 노력이 지속적으로 이루어지고 있으며, 특히 상당 부분은 앞서 기술한 정책적 시사점과도 관련된 정책들이다. 단, 이러한 일련의 노력들이 과연 얼마나 목표 달성에 근접했는지, 혹시 산업 환경의 실질적 수요와 괴리가 존재하지는 않는지 등에 대해서는 보다 면밀한 점검이 필요하다고 여겨진다. 특히 콘텐츠산업 또한 코로나 19 팬데믹 영향으로 인한 뉴노멀 시대 대응을 당면 과제로 안고 있는 만큼 기존 추진되고 있는 인력 지원 정책 및 사업 효과에 대해 되짚어 보는 것은

매우 중요한 사안이라 할 수 있다.

물론 본 연구를 통해서도 이러한 정책적 노력에 대한 현장 인식, 평가 의견에 대한 파악이 이루어졌지만, 시간과 비용의 제약으로 인해 세부 장르나 창의인력 세부 특성별로 관련 결과를 분석하는 데에는 한계가 존재했다. 특히 콘텐츠산업 분야는 세부 장르나 인력 특성에 따라 동일 지원 정책, 사업에 대해 다양한 이해관계가 존재하는 특성이 있는 만큼 보다 체계적이고 구체적인 접근을 통한 개선 방안 도출을 위해서는 실제 지원 정책·사업별 수요자를 타깃팅 한 성과 평가가 병행 검토되어야 할 것이다.

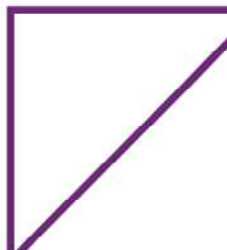
나. 콘텐츠산업 창의인력 특성에 대한 지속적인 모니터링 필요

콘텐츠산업은 신기술, 문화나 소비 트렌드 등에 크게 영향을 받는 융복합 산업으로 시간이 지날수록 융합 콘텐츠는 더욱 늘어날 수밖에 없으며, 신규 산업군 또한 지속적으로 생길 수 있는 분야이다. 이로 인해 콘텐츠산업 근간이 되는 창의적 역량 또한 변화하는 산업 생태계 구조 속에서 다양한 형태로 발현될 수 있을 것이다. 즉, 본 연구를 통해 논의된 콘텐츠산업 창의인력에 대한 개념 및 범위, 관련 업종·직무 유형은 시간의 흐름이나 산업 트렌드에 따라 언제든지 변화될 수 있기 때문에 향후 진행될 본 연구의 신뢰성을 담보하기 위해서는 콘텐츠산업 창의인력 특성에 대한 지속적인 모니터링이 필요할 것으로 여겨진다. 예를 들어 각 장르별 기존 대비 창의적 역량 비중이 높아진 업종이나 직무 유형, 관련 인력의 고용 특성 등에 대한 상시적 파악이 해당되며, 특히 파악된 장르별 창의인력 특성에 대한 산·학·연 관련 이해관계자 간 합의의 과정 또한 연계되어 이루어져야 할 것이다.

부록 1
참고 문헌

20

20



참고 문헌

단행본·연구 보고서·발표 자료

- 경기콘텐츠진흥원(2019). 『경기도 콘텐츠산업 프리랜서 실태조사 및 지원방안 연구』.
- 김준영, 권호영, 정상철(2016). 콘텐츠산업의 일자리 동학 분석. 『문화정책논총』, 제30집 2호, 170-193.
- 문화체육관광부(2017). 『문화콘텐츠 전문인력 양성 기본계획 연구』.
- 문화체육관광부(2018). 『2018 예술인 실태조사』.
- 문화체육관광부(2020a). 『2019 콘텐츠산업 통계조사』.
- 문화체육관광부(2020b). 2020년 업무계획: 문화로 행복한 국민 신한류로 이끄는 문화경제.
- 미래창조과학부(2016). 『방송산업 활성화를 위한 프리랜서 방송인력 실태조사 연구』.
- 새라 케슬러(2019). 『직장이 없는 시대가 온다(김고명 역)』. 더퀘스트
- 정재석(2018). 왜 우리는 프리랜서에 대해 이야기해야 하는가?. (서울시 프리랜서 정책토론회 자료집) 『서울에서 프리랜서로 살아가기』. 17-20.
- 신현구(2012). 방송영상제작분야 인력의 근로실태와 프리랜서의 사용자 종속성. 『월간 노동리뷰』, 2012년 7월호, 36-51.
- 영화진흥위원회(2019). 『2018년 영화스태프 근로환경 실태조사』.
- 이용관, 김혜인(2015). 콘텐츠 분야의 종사자 특성별 근로조건 변화 분석. 『문화정책논총』, 제29집 1호, 192-215.
- 이운영, 이지수, 하희진, 권은지(2017). 직장이 아닌 직업을 선택한 독립적인 청년들 “나는 청년 프리랜서다”. (공모연구사업 자료집) 『2017년 청년허브 공모연구사업: 청년, 자기 삶의 연구자가 되다』. 237-344.
- 이현우(2020). 코로나19와 콘텐츠 이용 변화와 전망 : 콘텐츠 이용자 조사결과를 중심으로-. 『Kocca focus』, 통권 128호, 1-24.
- 정홍준(2019). 특수형태근로종사자의 규모 추정에 대한 새로운 접근. 『고용·노동브리프』, 제88호
- 통계청(2020). 경제활동인구조사 근로형태별 부가조사.
- 통계청 사회통계국 고용통계과(2019. 10. 29.). 2019년 8월 경제활동인구조사 근로형태별 부가조사 결과
- 한국노동연구원(2013). 『프리랜서의 노동과 위험 - 프리랜서 사회안전망 구축을 위한 정책과제』.

한국노동연구원(2017). 『콘텐츠 분야 프리랜서형 일자리 사회보험 구축의 고용효과』.

한국노동연구원(2019). 『특수형태근로자의 규모 추정에 대한 새로운 접근』.

한국문화관광연구원(2016). 『콘텐츠 분야 근로환경분석』.

한국콘텐츠진흥원(2010). 『콘텐츠 산업의 창의인력육성과 일자리창출 방안에 관한 연구』.

한국콘텐츠진흥원(2018a). 『콘텐츠산업 공정상생 생태계 조성전략 연구』.

한국콘텐츠진흥원(2018b). 『콘텐츠산업 일자리 창출 방안 연구: 신기술 분야 일자리 현황과 산학연 연계 인재양성 방안을 중심으로』.

한국콘텐츠진흥원(2019a). 『2018 콘텐츠산업 창의인력 실태조사』.

한국콘텐츠진흥원(2019b). 『2019 대중문화예술산업 실태조사』.

한국콘텐츠진흥원(2019c). 『게임 생산자의 노동 연구(게임문화 융합연구1)』.

한국콘텐츠진흥원(2019d). 『애니메이션산업 활성화를 위한 프리랜서 실태조사 연구』.

한국콘텐츠진흥원(2019e). 『웹툰 사업체 실태조사』.

한국콘텐츠진흥원(2019f). 『콘텐츠산업 경제적 파급효과 분석 연구』.

한국콘텐츠진흥원(2020a). 『콘텐츠산업 2019년 결산 및 2020년 전망』.

한국콘텐츠진흥원(2020b). 『콘텐츠산업 고용구조 변화연구』.

황준욱, 권현지, 김영미, 박제성, 남재량(2009). 『프리랜서 고용관계 연구: 영화산업과 IT산업을 중심으로』. 한국노동연구원.

Frontier Economics. (2007). Layers of Creative Activity_The Creative Economy Programme.

Department for Digital, Culture, Media & Sport - GOV.UK (2007). *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*.

Djumaieva, J. Sleeman, C. (2018). *Which digital skills do you really need?*. London : Nesta.

Easton, E., Djumaieva, J. (2018). *Creativity and the Future of Skills*. London : Nesta.

Higgs, P., Stuart D. Cunningham, S. (2008a). Creative Industries Mapping: Where have we come from and where are we going?. *Creative Industries Journal*, Vol. 1(1), 7-30.

Higgs, P., Stuart D. Cunningham, S., Bakhshi, H. (2008b). *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom*. London : Nesta.

Ryan, B. (1992). *Making Capital From Culture*. Berlin : De Gruyter.

World Economic Forum(2020), *Building Back Better : An Action Plan for the Media, Entertainment and Culture Industry*.

웹(Web) 사이트

문화체육관광부 홈페이지(<https://www.mcst.go.kr>)

일자리 위원회 홈페이지: <https://www.jobs.go.kr/ko/>

한국콘텐츠진흥원 홈페이지(<http://www.kocca.kr>)

경기콘텐츠진흥원 홈페이지(<http://www.gcon.or.kr>)

영국 Department for Digital, Culture, Media & Sport 홈페이지:

<https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-digital-culture-media-sport>

보도기사

중소기업뉴스(2018.6.4) “콘텐츠제작, 분쟁요소 제거가 제작보다 중요” (<http://news.kbiz.or.kr>)

매일경제(2018.11.26.) “은행 박차고 나와 배고픈 작가돼보니” (<https://www.mk.co.kr/news>)

아시아경제(2019.3.10.), “애니·방송분야 열에 일곱은 프리랜서 쓴다” (<https://www.asiae.co.kr>)

OBS(2019.8.7.) “문화체육관광부, 애니메이션 표준계약서 4종 도입” (<http://www.obsnews.co.kr>)

시선뉴스(2019.8.11.) “새롭게 마련된 표준계약서, 무엇이 담겼을까?”(<http://www.sisunnews.co.kr>)

Moneys(2019.11.18) “넷플릭스는 어떻게 콘텐츠 제작환경을 바꿨나” (<https://moneys.mt.co.kr>)

경향신문(2020.3.26.) “프리하지 않은 프리랜서 노동” (<http://news.khan.co.kr>)

한국경제(2020.4.5) “코로나 불황 대비하는 기업들·로펌에 휴직수당 무급휴직자문 급증” (<https://www.hankyung.com>)

매일노동뉴스(2020.5.13) “전 국민 고용보험 중간단계로 ‘서울노동계좌제’ 어떨까” (<http://www.labortoday.co.kr>)

중앙일보(2020.7.1) “영원히 재택근무 선언한 트위터, 창의적 인재 원한다면 장소 따지지 말라”(<https://jcoang.joins.com>)

서울신문(2020.7.27.) “코로나 위기와 문화예술의 회복탄력성” (<https://www.seoul.co.kr>)

예술경영 매거진(2020.9.24.) “예술인 삶의 조건과 창작 여건에 주목하라” (<https://www.gokams.or.kr>)

오마이뉴스(2020.10.14) “프리랜서에게 필요한 정책 아이디어 쏟아낸 프리랜서들” (<http://www.ohmynews.com>)

미디어오늘(2020.12.5.) “책 편집·디자인·보도분야 작가 빼진 반쪽 예술인 고용보험” (<http://www.mediatoday.co.kr>)

2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사

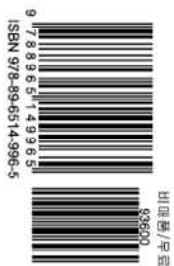
주관기관 | 한국콘텐츠진흥원
감 수 | 이 양 환 (정책본부장)
 송 진 (미래정책팀장)
연구담당 | 양 수 영 (미래정책팀 주임연구원)
수행기관 | (주)서던포스트
연구책임 | 김 희 성 (수석부장)
연구분석 | 이 두 형 (차장)
 구 화 진 (선임연구원)

발 행 인 | 김영준 (한국콘텐츠진흥원장)
발 행 일 | 2020년 12월 31일
발 행 처 | 한국콘텐츠진흥원
주 소 | 전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전 화 | 1566-1114
홈페이지 | www.kocca.kr

기관번호_KOCCA 20-47
ISBN_978-89-6514-996-5(93600) (비매품)

* 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 <콘텐츠지식>에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 “콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114”



누구나
콘텐츠로 일상을
풍요롭게