

방송 산업 활성화를 위한 프리랜서
방송인력 실태조사 연구
(A Study on the Current Situation of Freelancers in the
Broadcast Industry)

2016. 2

연구기관 : 한국전파진흥협회



미래창조과학부
Ministry of Science, ICT and
Future Planning

이 보고서는 2015년도 미래창조과학부 방송통신발전기금 융합활성화 정책연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 미래창조과학부의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

미래창조과학부 장관 귀하

본 보고서를 『방송 산업 활성화를 위한 프리랜서 방송인력
실태조사 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2016년 2월

연구기관 : 한국전파진흥협회

총괄책임자 : 안임준(한국전파진흥협회 부장)

참여연구원 : 심두보(성신여자대학교 교수)

김경환(상지대학교 교수)

심영섭(한국외국어대학교 강사)

이원(인천가톨릭대학교 교수)

이용관(한국문화관광연구원 부연구위원)

최숙(한국외국어대학교 연구원)

참여인력 : 정용우(한국전파진흥협회 부장)

김승환(한국전파진흥협회 과장)

한지형(한국전파진흥협회 연구원)

이수연(한국전파진흥협회 연구원)

목 차

요약문

제1장 서론	1
제 1 절 연구의 배경 및 필요성	1
1. 방송 산업의 성장과 경쟁 심화로 인한 국내 방송 산업 인력 구조의 양분화	1
2. 프리랜서 방송 인력에 대한 사회적 관심과 지원 정책의 기반 연구 자료 부족	2
제 2 절 연구 범위와 연구 방법	3
1. 연구 범위	3
2. 연구 방법 및 연구 수행 과정	4
제2장 국내 방송인력 동향	8
제 1 절 방송시장 인력 현황 및 프리랜서 인력 규모 추정	8
1. 방송시장 인력 현황	8
2. 방송인력 현황	11
3. 프리랜서 인력 규모 추정	12
제 2 절 국내 방송 산업 현황	16
1. 방송 산업 현황	16
2. 방송 산업 직무 현황	19
제3장 해외 사례	21
제 1 절 미국 사례	21
1. 서론	21
2. 방송 산업 현황	21
3. 프리랜서 방송인력 현황	23
4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원 정책	28

5. 프리랜서 방송인력 교육 정책 및 현황	32
6. 정책적 시사점	33
제 2 절 영국 사례	34
1. 서론	34
2. 방송 산업 현황	35
3. 프리랜서 방송인력 현황	38
4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원 정책	38
5. 프리랜서 방송인력 교육 정책 및 현황	40
6. 정책적 시사점	45
제 3 절 프랑스 사례	46
1. 서론	46
2. 방송 산업 현황	47
3. 프리랜서 방송인력 현황	49
4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원 정책	52
5. 프리랜서 방송인력 교육 정책 및 현황	55
6. 정책적 시사점	59
제 4 절 독일 사례	60
1. 서론	60
2. 방송 산업 현황	61
3. 프리랜서 방송인력 현황	64
4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원	67
5. 프리랜서 방송인력 교육	72
6. 정책적 시사점	82
제 5 절 일본 사례	83
1. 서론	83
2. 방송 산업 현황	84
3. 프리랜서 방송인력 현황	86
4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원 정책	90

5. 프리랜서 방송인력 교육 정책 및 현황	93
6. 정책적 시사점	99
제 6 절 소결	100
제 4 장 방송·영상 프리랜서 심층인터뷰	103
제 1 절 연구방법	103
1. 개요	103
제 2 절 심층인터뷰 결과	106
1. 국내 방송·영상 프리랜서 근로환경의 실태	107
2. 기존 프리랜서 직무능력향상교육에 대한 평가	119
제 3 절 소결: 프리랜서 교육 방안 및 제언	124
1. 프리랜서 직무능력향상교육 방안	124
제 5 장 설문조사	132
제 1 절 조사개요	132
1. 조사 배경 및 목적	132
2. 조사 방법	133
3. 조사 내용	134
4. 표본 특성	136
제 2 절 조사결과	138
1. 교육훈련 및 경력관리	138
2. 대상별 교육훈련 방향 설정 시 고려사항	162
3. 고용 및 근로환경	167
4. 교육훈련 효과 분석	239
제 6 장 결론	247
제 1 절 인력양성체계 강화	249
1. 방송 프리랜서 직무능력향상교육 방안	249
제 2 절 근로 환경 개선 방안	251

1. 교섭력 확보	251
2. 계약관계 및 임금 문제 해소	252
참고문헌	256
부 록	261

표 목 차

〈표 1-1〉 보고서의 구성	6
〈표 1-2〉 역할분담	7
〈표 2-1〉 경제활동인구조사 개요	8
〈표 2-2〉 방송 인력 현황 도출을 위한 비율	10
〈표 2-3〉 방송 분야 인력 현황	11
〈표 2-4〉 경제활동 종사자 정의	13
〈표 2-5〉 방송 분야 프리랜서 규모 추정	16
〈표 2-6〉 주요 방송 산업 지표 추이(2011~2014)	17
〈표 2-7〉 2014년 방송 산업 업종별 종사자현황	18
〈표 2-8〉 소속별 고용관계	19
〈표 2-9〉 방송 산업 직무 구분	20
〈표 3-1〉 미국 주요 지상파 네트워크의 시청점유율과 지역 계열 방송국 현황	22
〈표 3-2〉 전체 가구 중 유료방송 가입자와 세부 구분	22
〈표 3-3〉 2013년 OTT 플랫폼별 점유율	23
〈표 3-4〉 감독 길드의 세부 직무	26
〈표 3-5〉 영상제작 부문의 임금 수준	29
〈표 3-6〉 캐나다의 스태프 조합(IATSE) 가입자와 비가입자의 임금 비교	31
〈표 3-7〉 영국 텔레비전 산업 현황	36
〈표 3-8〉 영국 프리랜서 방송인력 추이	38
〈표 3-9〉 연출자 계약 가이드라인 개요	39
〈표 3-10〉 프리랜서 페어 주요 프로그램	42
〈표 3-11〉 공연 기업의 매출과 부가가치(2013)	48
〈표 3-12〉 2011년 비임금 인력 현황	52
〈표 3-13〉 독일의 방송채널 현황(2015년 5월 기준)	63

〈표 3-14〉 독일 TV방송의 주요 매출액 변화추이	63
〈표 3-15〉 독일 양대 언론노조인 월 표준급여표	69
〈표 3-16〉 일본 방송 산업의 시장규모 추이	85
〈표 3-17〉 일본 방송서비스 가입자 현황	86
〈표 3-18〉 일본 콘텐츠 산업 지역별 종사자 수 현황	89
〈표 3-19〉 일본 콘텐츠 산업 종사자 규모별 사업자 수 현황	90
〈표 3-20〉 일본 전국방송파견협회 주요사업	91
〈표 3-21〉 전국방송연맹단체정기보험 가입자 수 변동 추이	92
〈표 3-22〉 NHK 신인 방송인 양성 과정 운영 현황	96
〈표 3-23〉 NHK 대학생 인턴십 과정 운영 현황	97
〈표 3-24〉 일본 방송 제작 인력 발굴 내용	98
〈표 3-25〉 일본 해외 방송제작 인력 양성 교육 현황	98
〈표 3-26〉 해외사례 비교	101
〈표 4-1〉 심층인터뷰 참여 전문가/종사자/당사자 목록	104
〈표 4-2〉 국내 방송·영상 프리랜서 근로환경의 실태	107
〈표 4-3〉 기존의 방송·영상 프리랜서 교육에 대한 평가	124
〈표 4-4〉 직군별 인터뷰 참여자들이 제안한 교육 프로그램	126
〈표 4-5〉 방송작가 국외연수 커리큘럼	126
〈표 5-1〉 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사 조사개요	133
〈표 5-2〉 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사 조사내용	135
〈표 5-3〉 응답자 표본특성	137
〈표 5-4〉 업무에 필요한 지식/정보 습득 경로	139
〈표 5-5〉 본인 업무분야에서 가장 중요한 경력(중복응답)	141
〈표 5-6〉 본인 분야의 업무 수행에 가장 필요한 기술이나 지식	143
〈표 5-7〉 최근 2~3년간 직무교육 경험 여부 (사내교육 포함)	145
〈표 5-8〉 직무교육 기관	146

〈표 5-9〉 업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관의 충분성 정도	148
〈표 5-10〉 직무교육을 받는데 가장 큰 애로사항	150
〈표 5-11〉 외부 교육 선택 시 가장 우선적으로 고려하는 사항	152
〈표 5-12〉 향후 업무수행에 필요한 기술이나 지식 관련 교육 수강 의향	154
〈표 5-13〉 참여하고 싶은 교육과정	156
〈표 5-14〉 교육기관이 교육과정 운영 시 가장 중점을 두고 해야할 일	158
〈표 5-15〉 2016년 교육훈련 참여 시 희망하는 교육방법	160
〈표 5-16〉 프리랜서 방송영상인력 교육 및 경력개발 관련 건의사항	161
〈표 5-17〉 대상별 교육훈련 참여시 애로사항	163
〈표 5-18〉 대상별 교육훈련 참여시 고려사항	164
〈표 5-19〉 대상별 교육과정에 대한 핵심 요구사항	165
〈표 5-20〉 대상별 희망교육 방법	166
〈표 5-21〉 종사상의 지위	168
〈표 5-22〉 고용계약 작성 유무	170
〈표 5-23〉 고용계약기간	171
〈표 5-24〉 고용계약 체결하지 않은 경우 일간/주간 업무수행 여부	172
〈표 5-25〉 현 직장의 정년 보장 유무 (폐업 또는 구조조정이 없을 시)	174
〈표 5-26〉 계약체결방식	176
〈표 5-27〉 계약형태	178
〈표 5-28〉 계약기간 내 해고 또는 계약해지 경험 유무	180
〈표 5-29〉 지난 1년(2015년)간 방송제작(작품/프로그램) 참여 편 수	182
〈표 5-30〉 정부 제정 표준계약서 인지 정도	184
〈표 5-31〉 정부 제정 표준계약서 적용 정도	185
〈표 5-32〉 방송제작(작품/프로젝트) 참여 시 주로 근무하는 장소	187
〈표 5-33〉 지급 받는 보수 형태	189
〈표 5-34〉 방송제작 참여를 통한 1개월 평균 수입	191

〈표 5-35〉 방송제작(작품/프로젝트) 활동 이외 수입 유무	193
〈표 5-36〉 방송제작(작품/프로젝트) 활동 이외 1개월 평균 수입	194
〈표 5-37〉 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험 유무	196
〈표 5-38〉 최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험 유무	198
〈표 5-39〉 방송제작(작품/프로젝트) 취소 시 대가 지급 유무	199
〈표 5-40〉 방송제작시 평균 1주 평균 근로일수	201
〈표 5-41〉 방송제작시 평균 1일 평균 근로시간	202
〈표 5-42〉 방송제작시 평균 1일 평균 야간근로시간	203
〈표 5-43〉 국민연금 가입 유무	206
〈표 5-44〉 건강보험 가입 유무	207
〈표 5-45〉 고용보험 가입 유무	208
〈표 5-46〉 산재보험 가입 유무	209
〈표 5-47〉 4대 보험 중 가입이 가장 필요한 보험	211
〈표 5-48〉 최근 2~3년간 제작 참여 시 업무상 상해사고나 질병 경험 유무	213
〈표 5-49〉 상해사고나 질병 발생 시 치료 비용부담 방법	215
〈표 5-50〉 최근 1년간 업무 관련 인권 침해 경험 유무(복수응답)	217
〈표 5-51〉 인권 침해 장소	219
〈표 5-52〉 현 직업에 대한 만족도(업무 전반적)	221
〈표 5-53〉 현 직업에 대한 만족도(보수 내지 소득)	223
〈표 5-54〉 현 직업에 대한 만족도(업무 시간)	225
〈표 5-55〉 현 직업에 대한 만족도(업무 내용)	227
〈표 5-56〉 현 직업에 대한 만족도(작업 조건)	229
〈표 5-57〉 현 직업에 대한 만족도(복리후생)	231
〈표 5-58〉 현 직업에 대한 만족도(직장 안정성)	233
〈표 5-59〉 현 방송 제작환경의 문제점(중복응답)	235
〈표 5-60〉 방송제작 업무환경 개선을 위한 정부 추진 정책/제도(복수응답)	237

<표 5-61> 프리랜서 방송영상인력의 근로환경 개선 관련 건의사항	238
<표 5-62> 종사자 형태 분류	240
<표 5-63> 표본분류	240
<표 5-64> 교육훈련 경험에 따른 주요 변수의 특징	241
<표 5-65> 교육훈련 효과 분석(임금노동자+자영업자)	243
<표 5-66> 교육훈련 효과 분석(프리랜서)	245
<표 6-1> 보고서의 요약	247
<표 6-2> 교육훈련 경험과 교육훈련 참여의지에 따른 인력양성 방향	248
<표 6-3> 직군별 인터뷰 참여자들이 제안한 교육 프로그램	250

그 립 목 차

[그림 1-1] 연구협력팀 구성	4
[그림 1-2] 연구 수행 과정	5
[그림 2-1] 방송 산업과 방송직업의 구분	9
[그림 2-2] 방송 분야 인력 변화 추이	12
[그림 2-3] 개념정리를 통한 프리랜서 인력 분류	15
[그림 3-1] 독립제작사 TV 관련 수익	37
[그림 3-2] 영국 방송인력 추이	37
[그림 3-3] BECTU 훈련과정 소개 사이트	41
[그림 3-4] 2015년 프리랜서 페어 홍보 포스터	42
[그림 3-5] 총 산업경제 대비 공연 분야 매출액 추이(2000-2013)	48
[그림 3-6] 프리랜서 고용 기업 수 추이(2000-2013)	49
[그림 3-7] 정규직과 프리랜서(비정규직) 인력 추이(2000-2013)	50
[그림 3-8] 정규직과 프리랜서 인력 증가 추세(2000-2013)	51
[그림 3-9] 평균 계약건수와 계약기간(1986-2007)	51
[그림 3-10] 독일의 방송 수신 유형별 점유율(2015년말 기준, 단위:%)	62
[그림 3-11] 독일 TV방송의 전체 매출액 추이(단위: 백만 유로)	64
[그림 3-12] 독일 방송 산업 종사자 수(단위: 명)	65
[그림 3-13] 독일 양대 언론노조인 DJU와 DJV의 프리랜서 지원사이트	68
[그림 3-14] 독일의 프레스카드 견본(2016년)	72
[그림 3-15] 언론인교육박람회	81
[그림 5-1] 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사	132
[그림 5-2] 업무에 필요한 지식/정보 습득 경로	138
[그림 5-3] 본인 업무분야에서 가장 중요한 경력(중복응답)	140
[그림 5-4] 최근 2-3년간 직무교육 경험 여부 및 직무교육 기관	144

[그림 5-5] 업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관의 충분성 정도	147
[그림 5-6] 직무교육을 받는데 가장 큰 애로사항	149
[그림 5-7] 외부 교육 선택 시 가장 우선적으로 고려하는 사항	151
[그림 5-8] 향후 업무수행에 필요한 기술이나 지식 관련 교육 수강 의향	153
[그림 5-9] 교육기관이 교육과정 운영 시 가장 중점을 두고 해야할 일	157
[그림 5-10] 2016년 교육훈련 참여 시 희망하는 교육방법	159
[그림 5-11] 종사상의 지위	167
[그림 5-12] 고용계약 작성 유무	169
[그림 5-13] 현 직장의 정년 보장 유무 (폐업 또는 구조조정이 없을 시)	173
[그림 5-14] 계약체결방식	175
[그림 5-15] 계약형태	177
[그림 5-16] 계약기간 내 해고 또는 계약해지 경험 유무	179
[그림 5-17] 지난 1년(2015년)간 방송제작(작품/프로그램) 참여 편 수	181
[그림 5-18] 정부 제정 표준계약서 인지도	183
[그림 5-19] 방송제작(작품/프로젝트) 참여 시 주로 근무하는 장소	186
[그림 5-20] 지금 받는 보수 형태	188
[그림 5-21] 방송제작 참여를 통한 1개월 평균 수입	190
[그림 5-22] 방송제작 활동 이외 수입 유무 및 1개월 평균 수입	192
[그림 5-23] 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험 유무	195
[그림 5-24] 최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험 유무	197
[그림 5-25] 국민연금 가입 유무	205
[그림 5-26] 건강보험 가입 유무	205
[그림 5-27] 고용보험 가입 유무	205
[그림 5-28] 산재보험 가입 유무	205
[그림 5-29] 4대 보험 중 가입이 가장 필요한 보험	210
[그림 5-30] 최근 2-3년간 제작 참여 시 업무상 상해사고나 질병 경험 유무	212

[그림 5-31] 상해사고나 질병 발생 시 치료비용 부담 방법	214
[그림 5-32] 최근 1년간 업무 관련 인권 침해 경험 유무(복수응답)	216
[그림 5-33] 인권 침해 장소	218
[그림 5-34] 현 직업에 대한 만족도(업무 전반적)	220
[그림 5-35] 현 직업에 대한 만족도(보수 내지 소득)	222
[그림 5-36] 현 직업에 대한 만족도(업무 시간)	224
[그림 5-37] 현 직업에 대한 만족도(업무 내용)	226
[그림 5-38] 현 직업에 대한 만족도(작업 조건)	228
[그림 5-39] 현 직업에 대한 만족도(복리후생)	230
[그림 5-40] 현 직업에 대한 만족도(직장 안정성)	232
[그림 5-41] 현 방송 제작환경의 문제점(중복응답)	234
[그림 5-42] 방송제작 업무환경 개선을 위한 정부 추진 정책/제도(복수응답)	236

요 약 문

1. 제 목

방송 산업 활성화를 위한 프리랜서 방송인력 실태조사 연구

2. 연구 목적 및 필요성

- 방송 산업실태조사보고서에 포함되지 않은 방송 프리랜서, 비정규직에 대한 실태조사를 통해 인력통계 기초자료 제공
- 해외 선진국의 프리랜서 인력양성 사례 조사를 통해 국내 정책 수립 시 시사점 도출
- 국내 방송 프리랜서 역량 강화를 위한 교육 방안 수립

3. 연구의 구성 및 범위

- 방송 프리랜서 직무 체계 분류
- 국내 방송 직군별 프리랜서 인력 통계 조사·분석
- 국내 방송 직군별 프리랜서 근무환경 및 인력양성 실태조사
- 해외 방송 직군별 프리랜서 인력양성 정책방안 조사·분석
- 국내 방송 프리랜서 역량 강화를 위한 직무능력향상교육 방안 연구
- 독립 PD, 방송제작인력, 방송작가, 방송실연자 관련 단체 등이 참여하는 협의체 운영

<연구 수행 과정>



<보고서의 구성>

서론

연구의 배경 및 필요성	연구 대상	연구 방법 및 구성
<ul style="list-style-type: none"> - 방송 산업의 급격한 발전과 방송 인력의 확대 - 정규직-비정규직 양분화로 인한 생산 현장에서의 갈등 해소 - 비정규직 인력들을 위한 지원 정책에 대한 기초 자료 필요 	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 프리랜서 개념 정리 - 방송 프리랜서 관련 문헌분석 - 관련 자료 검토 	<ul style="list-style-type: none"> - 문헌연구 - 설문조사 - 사례조사 - 심층인터뷰 - 각 전문가군의 토론

해외 사례 조사

사례조사 자료 수집과 조사결과 분석
<ul style="list-style-type: none"> o 미국, 영국, 독일, 프랑스, 일본의 방송 프리랜서 관련 해외 선진국 시장 동향 및 인력 양성정책 사례 등에 대한 자료 수집 - 사례조사 자료 분석을 통해 시사점 도출 - 해외 방송 프리랜서 인력양성 동향 파악 및 사례 분석 - 본 과제 추진 관련 시사점 정리

국내 방송 프리랜서 실태조사

전문가 및 종사자 심층인터뷰	설문조사
<ul style="list-style-type: none"> - 방송 프리랜서 인력양성 현황 분석 - 총 13명의 전문가 및 종사자와 총 21회 (전체, 소집단, 개별)의 심층인터뷰 실시 	<ul style="list-style-type: none"> - 504개 표본 대상 설문조사 - 교육훈련과 경력관리, 고용과 근로 환경 관련 설문

방송 프리랜서 관련 정책 방안

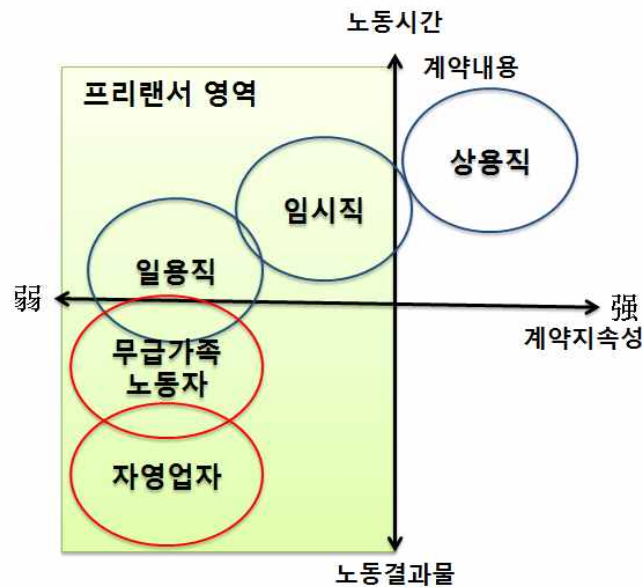
방송 프리랜서 교육 방안	근로 환경 개선 방안
<ul style="list-style-type: none"> - 교육 참여 인센티브 도입 - 글로벌 콘텐츠 제작과 유통 교육 - 다양한 훈련기금 조성 - 안전교육 실시 - 소통과 크로스오버 교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> - 교섭력 확보 - 계약관계 및 임금 문제 해소

4. 연구 내용 및 결과

□ 프리랜서의 개념 및 규모

- “프리랜서”는 “일정한 소속이 없이 자유 계약으로 일하는 사람”(표준국어대사전)을 말함
 - 일정한 소속이 없이 자유 계약으로 일하는 사람으로 ‘비전속’, ‘비전속인’, ‘자유계약자’, ‘자유 기고가’, ‘자유 활동가’
- 계약지속성과 계약조건 분류 틀을 통해 다양한 종사자 형태에서 방송분야 프리랜서를 범위를 추출하면 임시직근로자, 일용직근로자, 자영업자, 무급가족노동자가 방송분야 프리랜서라고 할 수 있음

<개념정리를 통한 프리랜서 인력 분류>



- o 방송 산업에서 종사하는 인력규모는 약 56.8천명으로 이중 프리랜서 인력은 약 10.1천명 (약 17.9%)이지만 방송직업을 가지고 있는 인력규모는 약 78.2천명으로 이중 프리랜서 인력은 약 33.9천명(약 43.4%)임
- 방송 산업에는 방송업종에서 직접 종사하는 인력들로 기획·제작인력 뿐만 아니라 일반적으로 상용·임시직으로 고용된 유통, 지원·행정인력들이 다수 포함
- 반면 방송직업은 대부분의 프로젝트 계약형으로 종사하는 작가 등의 창작자들이 대부분임
- 본 연구에서 핵심적으로 다루고 있는 영역이 작가, 스탭, 연기자 등 방송제작 관련 인력이라는 것을 고려할 때 여기서 고려해야 하는 방송분야 프리랜서의 범위는 방송 직업으로 분류된 인력들이라고 할 수 있음

<방송 분야 프리랜서 인력>

구분	임금 노동자 (천명)				고용주 (천명)	자영업 자 (천명)	무급가족 노동자 (천명)	총원 (A) (천명)	프리랜서 (B) (천명)	B/A (%)
	상용직 (천명)	임시직 (천명)	일용직 (천명)							
방송 산업	53.15	46.25	6.35	0.55	0.38	2.98	0.25	56.76	10.13	17.85
방송 직업	55.18	39.25	15.25	0.68	5.05	17.5	0.51	78.24	33.94	43.38

자료: 경제활동인구조사 2012.1~2015.7 원자료

□ 방송 산업 프리랜서 인력양성 해외사례

구분	미국	영국	프랑스	독일	일본
방송 프리랜서 개념과 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 지난 1년 이내에 1년 미만의 단기 고정계약과 일용계약 형태를 경험한 노동인구 - 영상 관련 산업(영화, 방송, 광고, 공연, 관련 장비) 총 노동력 255만명의 34%인 86만 7천명 추산 	<ul style="list-style-type: none"> - 프리랜서는 1년 이내 계약 - 방송프리랜서는 2012년 기준 22,950명 (33.9%) 	<ul style="list-style-type: none"> - 공연 분야 비정규직 혹은 intermittent (공연 개념은 순수공연예술, 방송, 영화, 애니메이션 포함) 12만 7천명 	<ul style="list-style-type: none"> - 자유계약직 및 교육생, 실습생 포함(방송사 또는 프로덕션과의 계약상태에 따라 판단) - 방송산업 종사자 약 4만 8천 여명 중 40% 비정규직 	<ul style="list-style-type: none"> - TV프로그램 제작업에 종사하는 비정규직 또는 파견직 근로자 - 구체적인 종사자수는 파악되지 않으나 약 2만 6천명 이상으로 추정
방송 프리랜서 교육기관	작가 길드, 스태프 조합, 감독 길드, 배우연기자 노조	B E C T U , Creative Skillset, BBC Academy 등	AFDAS: 교육 지원 및 기금 조성 INA: 교육기관	언론인아카데미(37개-언론사, 대학, 언론노조가 공동 설립하고, 정부가 재정적으로 지원)	전국방송파견협회, NHK 방송연수센터 등
주요 교육과정	전문인력 교육, 마스터 클래스, 안전교육	안전교육, 응급처치, 재무교육, 영상편집 과정, 해외 진출교육	전문인력 역량강화교육 16개 과정, 트랜스미디어 실습교육과정	저널리즘 원론, IT활용제작법, 디지털 미디어, 경영 및 인사관리, 프로그램기획 답사, 새로운 제작기술교육	방송인 양성 코스, TV프로그램 연출코스, TV 프로그램 기술코스
교육정책	각 길드를 통한 직능별 교육	Creative Skillset을 통한 훈련 기금 조성, 산별노조 BECTU를 통한 훈련제공	AFDAS를 통한 교육 기금 확충 INA를 통한 현업 기초교육 및 실무교육	저널리즘품질 강화와 새로운 제작기술의 조화, 프로그램 기획 및 경영지원	고도의 예술적 표현 능력과 실무능력 배양

구분	미국	영국	프랑스	독일	일본
복지와 지원정책	각 길드를 통한 임금 및 근로조건 협상, 각 길드를 통한 연금 및 보험 제공, 각 길드를 통한 노조원 보호	BECTU를 통한 임금과 근로조건 협상, 자문제공, 저가 보험제공	실업급여 정책, 전문화 및 사회연대 기금 정책, 경력 관리 및 사회보장제도	언론노조 중심의 4대 보험 가입 및 취재 지원(자동차보험 및 숙박 할인, 취재를 위한 데이터아카이브 운영 등), 프레스카드를 통해 취재지원 등	전국방송연맹 단체정기보험제도(공제조합)
시사점	제작 스태프들의 조직화를 통한 단체 교섭 역량의 강화, 노사 공동의 기금 출연을 통한 교육 실시	Creative Skillset을 통한 인력연구, 방송사의 프리랜서를 위한 훈련기금 조성, 프리랜서를 위한 박람회 개최	실업 상황에 서의 경제적 지원 장치, 기금을 조성하여 교육비를 지원, 전문공공기관에서 교육 실시	프리랜서의 단체협약 포함, 교육비 지원, 교육 프로그램의 다양화, 4대 보험 등 복지마련, 프리랜서를 위한 데이터아카이브 지원, 방송사의 교육과정 개방 및 교육비 지원	NHK등의 공영방송교육시설을 활용한 체계적인 방송인력 육성

□ 설문조사 결과분석

〈프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사 조사개요〉

구분	내용
조사 대상	프리랜서 방송영상인력 504명
조사 방법	온라인 조사 (Online Survey)
표본 추출	임의표본추출
조사 기간	2016. 01. 12(화) ~ 2016. 01. 28(목) : 17일간
주요 조사내용	<ul style="list-style-type: none"> - 교육훈련 및 경력관리 관련 (13문항) - 고용 및 근로환경 관련 (43문항) - 인구통계학적 특성 (8문항)

〈표본분류〉

임금노동자(122명)				
자영업자	일용직	임시직	상용직	기타
사업자등록 유 93명 사업자등록 무 272명	고용계약 없이 일거리가 있을 때 일함 28명	고용계약 1년미만 39명	고용계약 1년이상 / 고용지속가능 55명	고용주 4명 교육생 13명
프리랜서(432명)				

o 교육훈련 경험유무 및 교육훈련 참여의지에 따른 인력양성 방향

구분	교육훈련 경험		교육훈련 참여 의지	
	없음	있음	낮음	높음
참여 애로사항	교육 받을 시간 및 교육정보 부족, 교육효과 떨어진다는 인식	필요 교육기관 및 과정, 교육일정 부재	교육 받을 시간 및 교육정보 부족, 교육효과 떨어진다는 인식	필요 교육기관 및 과정, 교육일정 부재
참여 고려사항	교육시간 편의성	지리적 편의성 강사 및 교육내용	교육시간 편의성	교육기관 전문성
핵심 요구사항	교육시간 선택 폭 확대	전문 강사 강의 확충	교육정보 제공	전문 강사 강의 확충
희망 교육방법	원격교육 전문가 초청 마스터 클래스	집체교육과 해외 우수기관 연수	원격교육 전문가 초청 마스터 클래스	특정 프로젝트 수행식

- 교육훈련 경험과 처우 및 근로환경, 교육훈련 가능성과의 관계 분석
- 처우를 나타내는 시간당 임금은 연속변수로 OLS(Ordinary Least Square, 최소자승법) 분석을, 근로환경 및 교육훈련 가능성을 나타내는 만족도, 제도 인식, 교육훈련 참여 의지는 이항변수로 로짓(logit) 분석 수행
- 교육훈련 경험이 임금 및 전반적인 만족도 수준에는 유의미한 영향을 미치지 않으나 제도인지, 교육훈련 참여 의지는 교육훈련 경험이 긍정적인 관계를 보임
- 교육훈련은 일반적으로 생각하는 개인의 인적자원 축적의 효과와 함께 정보 확산과 경력개발 강화의 효과도 갖는 것으로 나타남
 - ① 교육훈련 구축 시 일반적인 실무역량 강화교육과 함께 정부정책 및 관련 제도에 대한 교육도 필요
 - 이는 현재 방송업계에서 나타나고 있는 관행적으로 이루어지고 불합리한 계약 등에 기인하고 있기 때문에 교육훈련을 통해 제도에 대한 인식도를 높일 수 있으면 이는 업계에 만연되어 있는 불합리한 관행 개선의 시발점이 될 수 있기 때문
 - ② 교육훈련 구축 시 경력개발 경로를 고려해야 함. 교육은 더 상위의 교육을 받을 수 있도록 역량을 증대시켜 2차 3차 교육수요로 이어짐
 - 교육훈련 체계 구축 시 1회적인 교육이 아니라 경력경로를 고려해서 연속적인 교육훈련이 이루어질 수 있도록 하는 것이 필요
 - 추가적인 교육훈련 수요를 증대시켜 전반적인 인적자원 축적을 강화시킬 수 있음

□ 인력양성 방안

- 교육 참여 인센티브 도입
 - 프리랜서 대상 훈련 참여를 활성화하기 위해 교육 참여시 우수인력 선발을 통한 인센티브 제공 필요
 - 프로젝트 기반 교육을 통해 교육의 성과물을 상품화하여 참여자들이 저작권 보유 등으로 수익 창출과 연계

o 글로벌 콘텐츠 제작과 유통 교육

- 방송 한류의 흐름을 지속하기 위해 PD, 작가, 제작인력 등의 글로벌 경쟁력을 강화하고 해외진출을 활성화하기 위한 교육 훈련이 필요

<직군별 인터뷰 참여자 제안 프로그램>

직군	제안 프로그램
방송작가	글로벌 콘텐츠 생산 역량 제고를 위한 해외 연수 프로그램 우수 작가들의 멘토링과 작품 평가 및 가능성 검토
배우/연기자	모션캡처 등 뉴미디어 기반 연기를 위한 집중 프로그램을 위한 해외 연수
음악/음향	최근 변화된 유럽식 코딩 기술 관련 프로그램
PD	해외 시장 진출을 위한 프레젠테이션 역량 및 유통 프로세스에 대한 교육 프로그램
세트, 무대	해외 투자에 대한 방송사 지향점 등에 관한 내용

- 해외 진출 경험이 많은 제작자들이 새로 진출을 준비하는 제작 인력에 대한 교육과 멘토링을 제공 필요
- 해외 진출 시에는 해당국의 정서와 문화 이해가 중요하므로, 에티켓 교육이나 현지 지역에 대한 정보 제공이 필요
- 공동제작이나 해외투자의 경우 진출국의 법률 정보와 계약서 작성 시 유의사항 등을 교육 필요

o 다양한 훈련기금 조성

- 영국에서는 BBC, 채널4, Five 등이 TV Skills Fund를 조성하여 프리랜서에 대한 훈련
- 프랑스의 AFDAS(Assurance Formation des Activités du Spectacle)는 문화, 커뮤니케이션, 미디어, 여가 분야의 기업으로부터 기부금이나 세금을 징수하여 기금을 조성하여 그 분야의 종사자들에게 직무능력향상교육을 받을 수 있는 기회를 제공

- 방송 프리랜서들을 대상으로 안전교육 실시
 - 미국 스태프조합은 작업현장에서 발생하는 안전 관련 문제에 대한 교육을 조합원들에게 제공
 - 영국에서도 BECTU에서 안전교육과 응급처치 교육을 실시
- 소통과 크로스오버 교육 실시
 - 세대 간 소통과 직군 간 크로스오버를 위한 교육이 필요
 - 영국과 독일에서는 프리랜서 페어 등을 개최하여 네트워킹과 정보교환을 위한 소통의 장 마련

□ 노동환경 개선 방안

- 노동환경 개선을 위해서는 관련 인력들이 교섭력을 가질 수 있는 민간단체 구성 및 운영이 필요
 - 미국의 길드의 경우 정부나 기관의 지원 없이 종사자들간의 공동체모임으로 자발적인 참여를 통해 운영이 이루어지고 있음
 - 프랑스의 앙페르미땅 제도의 경우 운영기관이 사법상의 기관이지만 운영은 노사간의 단체협상에 의해 진행. 실업급여 혜택 및 경력관리 체계를 마련함으로써 조직의 성격을 강화하고 인력들의 근로환경 개선을 위해 노력
- 계약관계 및 임금 문제 해소
 - 표준계약서가 완성되고 법적 효력을 지닌다 해도 이를 ‘권고’하는 수준에 그치므로 실효성을 크게 기대할 수 없는 한계가 있음
 - 이를 해소하기 위해서는 ① 콘텐츠 종사자 및 사업자를 대상으로 하여 불공정거래 피해 방지 교육을 확대, ② 인건비 미지급 또는 지연지급 사례 방지를 위한 제도적 대안 마련, ③ 최저임금은 제작스태프가 직업 활동을 통해 생활을 유지할 수 있도록 해주는 기본적인 보호 장치 마련, ④ 표준계약서의 내용이 세분화되어야 하며, 표준계약서의 실효적 사용을 유인해야 함

5. 정책적 활용 내용

- 선진국(미국, 영국, 프랑스, 독일, 일본 등)의 프리랜서 인력양성 사례 분석을 통한 정책적 시사점 도출
- 국내 방송 직군별 프리랜서 통계 조사 분석 및 질적 분석을 통한 직무능력향상교육 방안 마련
- 방송 프리랜서와 비정규직의 복지 향상을 위한 정부 정책 방안 제안

6. 기대효과

- 국내 방송 프리랜서 역량 강화를 위한 교육 정책 방안 수립 시 기초 자료로 활용, 정부 인력양성사업에 활용
- 열악한 방송 프리랜서 근로환경 개선 및 방송인 복지 향상
- 방송 프리랜서 역량 강화를 통한 국내 방송 산업 성장 및 방송콘텐츠 글로벌 유통 활성화 기대
- 심층인터뷰와 서베이를 결합한 혼합연구(Mixed Method)를 통한 방송 프리랜서 실태에 대한 심층적인 연구 수행

SUMMARY

1. Title

- o A Study on the Current Situation of Freelancers in the Broadcast Industry

2. Objective and Importance of Research

This study aims to research the current status and policy agenda of the Human Resource Development(hereafter HRD) of broadcast freelancers. Its purpose is making the HRD policies to promote broadcast industry. It is necessary to educate freelancers to develop their competencies such as knowledge and skills.

3. Contents and Scope of the Research

The authors explored the actual conditions of HRD for broadcast freelancers at the national and international level, using a literature review, an in-depth interview technique and a questionnaire survey. We examined the freelancer education systems and trends in developed countries such as the US, UK, France, Germany and Japan. Subsequently, we investigated domestic HRD situations. Following the analysis of the Korean case, we proposed reformed HRD policies and new welfare policies for broadcast freelancers.

4. Research Results

Broadcast courses for freelancers are running in the US, UK, France, Germany and Japan. There are a variety of broadcast training programs at the domestic level.

This study pointed out the current problems of broadcast freelancers' status in Korea. According to the in-depth interviews, there are problems such as lack of training information and difficulties in their welfare system. The interviewees expressed the needs in education like specific curriculum planning for freelancers, global content production

workshops, and the advanced knowledge and skills in the developed countries.

The survey results showed lack of time, information and money for training. Participants showed their needs in improving lecturers' professional competencies, and offering information and raising bursaries. They also want to attend a tailored education and systemize curricula.

We propose the diffusion of a standard contract and the increase of a bargaining power of the union.

5. Policy Suggestions for Practical Use

The research was performed to vitalize the freelancers' education. The human resource development trends in the developed countries and the opinions of broadcast freelancers and HRD experts were examined. The results will be used as basic materials for HRD policymaking for broadcast freelancers.

6. Expectations

The research is a policy research for the broadcast freelancers' education. Our recommendations and policy agenda are expected to vitalize the broadcast content education system, and contribute to the healthy broadcast content ecology in Korea.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Actual Conditions of Domestic
Broadcasters

Chapter 3. Foreign Cases

Chapter 4. In-depth Interview of Broadcast
Freelancers

Chapter 5. Survey

Chapter 6. Conclusion

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 필요성

1. 방송 산업의 성장과 경쟁 심화로 인한 국내 방송 산업 인력 구조의 양분화

한류로 상징되는 방송콘텐츠산업은 정부의 최우선 국정운영 전략인 창조경제의 핵심 산업이다. 2009년 이후 지속적으로 증가하고 있는 방송 산업은 연 평균 10.9%씩 증가하는 높은 성장률을 기록해 왔다. 이러한 방송 산업의 성장요인으로 IPTV의 등장, 종합유선방송의 디지털화 및 IPTV와 결합한 위성방송 등이 경쟁체제를 형성하면서 가입자 증가에 힘입어 유료 방송시장의 성장한 것을 들 수 있다. 또한 2014년 유료방송사업자의 자체 콘텐츠 제작 역량 확보를 통한 공격적 마케팅이 본격화되었다. 이러한 방송 산업의 성장이 온전히 유지 발전되고 그 콘텐츠의 질적 수준이 유지될 수 있기 위해서는 생산의 핵심인력들이 그들이 가진 역량을 십분 발휘할 수 있어야 하며, 이를 위해 직무능력향상교육 및 훈련을 통한 역량 강화에 대한 지원이 필수적이다.

실상 방송콘텐츠산업 종사자는 고소득의 안정된 노동조건 속에서 사회적으로 인정받는다는 이미지를 가지고 있지만 실제로는 메이저 방송사의 정규직 제작인력들과 일부 스타 연예인들을 제외한 대부분은 열악한 노동환경과 불안정한 고용관계 속에 놓여 있다고 할 수 있다.

90년대 이후 디지털 기술의 발달과 방송사의 노동유연화 정책으로 방송콘텐츠 제작인력들은 급속하게 외주화 되면서 더욱 열악한 상황에 처하게 되었다. 이에 따라 방송인력의 고용이 발생하는 노동시장은 외형적으로 크게 방송사 부문(방송사 내부노동시장)과 독립제작사 부문(방송사 외부노동시장)으로 나누어 볼 수 있게 되었는데, 방송 산업의 정규직은 방송사 혹은 독립제작사와 당사자 간에 기간을 정하지 않는 근로계약을 맺고 있는 경우이며, 그 외의 대다수 고용관계는 프리랜서나 비정규직으로 분류할 수 있다(이재호, 2007).

2. 프리랜서 방송 인력에 대한 사회적 관심과 지원 정책의 기반 연구 자료 부족

최근 모방송사의 독립 PD 구타 사건 이후 방송사의 비정규직과 프리랜서에 대한 사회적 관심이 증대되었다. 동 사태에 대한 주목으로 인해 그간 방송 제작 및 유통 현장에서 일어나고 있던 고질적인 문제점들에 대한 논쟁이 확대되고 있다. 급격히 발전한 방송 산업의 성장 배경에 비정규직, 프리랜서 인력들의 희생과 이를 둘러싼 고용 구조의 문제점들이 존재해 왔음이 드러났다.

비정규 근로의 상당수가 프로젝트형 노동시장의 일회성 계약을 통해 이루어지고 있고 고용형태 사이의 경계선 또한 모호하여 규모 자체를 파악하기 곤란한 이러한 상황이 지속된다면 지금까지 이뤄온 방송 산업의 괄목할만한 성장도 힘겹게 될 것이다. 이에 우리나라 방송 산업의 큰 축을 차지하고 있는 프리랜서와 방송사 비정규직에 대한 교육을 통해 개인의 역량 개발과 방송 산업의 경쟁력 강화의 기틀을 마련해야 하는 데 동의하고 있다.

그러나 이러한 논쟁들을 통한 해결책의 모색에 도움이 되는 기초자료들조차 턱없이 부족한 실정이다. 방송 콘텐츠 산업의 확대에 따라 외주 제작 편성비율이 확대되고 있으나 프리랜서에 대한 통계분석 자료가 미흡한 것이 현실이다. 국내 방송 산업 인력의 상당한 부분을 차지하고 있는 방송 산업 비정규직의 규모를 정확하게 파악하는 것이 어려우며 신뢰할 수 있는 실증 자료가 거의 없는 상태로 유지되는 것은 바람직하지 않다.

이에 본 연구는 방송사의 노동유연화 정책으로 비정규직과 프리랜서가 증가함에 따라 이들에 대한 제도적 지원을 위한 기초자료로서 활용될 수 있는 연구로 기획되었다. 또한 종편 채널 등장과 유료 방송 성장 이후 방송사의 비정규직과 프리랜서에 대한 체계적 실태조사 필요성이 증대되었으며, 주요 선진국의 프리랜서 인력양성 정책 분석을 통해 우리 방송인력양성 지원 정책 수립시의 시사점을 도출하고자 했다.

제 2 절 연구 범위와 연구 방법

1. 연구 범위

본 연구과제가 기존 방송 인력 실태조사와 다른 점은 프리랜서의 근로환경에 대한 조사 뿐만 아니라 인력양성 실태조사 및 직무능력향상교육 방안 마련에 있다는 것이다. 이에 본 연구협력팀은 다음의 영역에서 연구를 수행했다.

- 방송 프리랜서 직무 체계 분류
- 국내 방송 직군별 프리랜서 인력 통계 조사·분석
- 국내 방송 직군별 프리랜서 근무환경 및 인력양성 실태조사
- 해외 방송 직군별 프리랜서 인력양성 정책방안 조사·분석
- 국내 방송 프리랜서 역량 강화를 위한 직무능력향상교육 방안 연구
- 독립 PD, 방송제작인력, 방송작가, 방송실연자 관련 단체 등이 참여하는 협의체 운영
- 해외 선진국의 프리랜서 인력양성 사례 조사를 통해 국내 정책 수립 시 시사점 도출

2. 연구 방법 및 연구 수행 과정

상기 문제의식의 해결점을 모색하고 연구 목표를 달성하기 위해 몇 가지 복합적인 연구 방법을 채택하고 연구진을 구성하여 다음과 같이 연구를 수행하였다([그림1-1]).

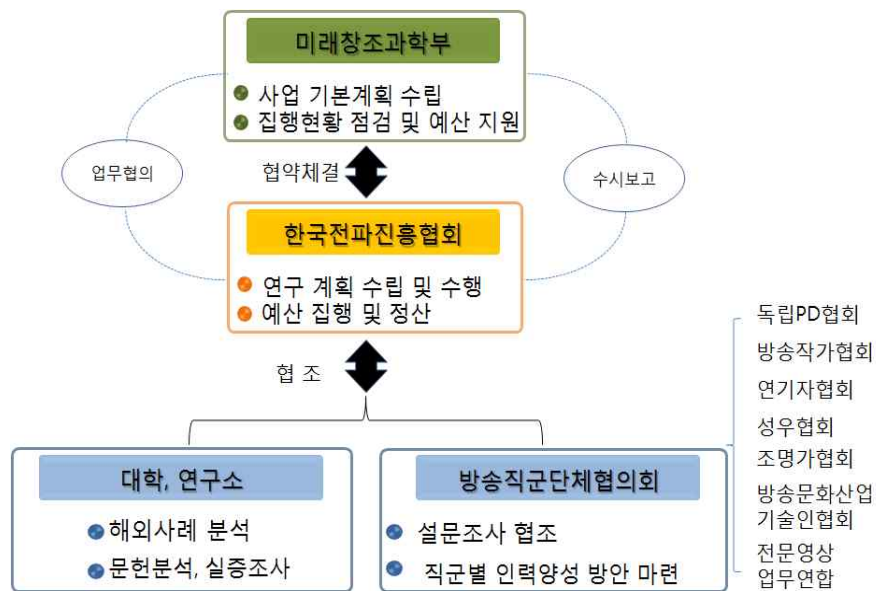
첫째, 국내 방송 직군별 프리랜서 통계 조사 분석 및 질적 분석을 통한 직무능력향상교육 방안 마련하고자 독립 PD, 방송제작인력, 방송작가, 방송실연자 관련 단체 등이 참여하는 협의체 운영을 통해 다양한 직군의 프리랜서와 비정규직에 대한 설문 조사를 실시하였

다.

둘째, 해외의 프리랜서 인력양성 사례 분석을 통한 국내 정책 수립 시 시사점을 도출하고자 해외 선진국(미국, 영국, 프랑스, 독일, 일본)의 프리랜서에 대한 제도적 지원 사례를 조사하였다. 이는 특히 해당 국가에서 유학을 한 지역전문가들을 통해 해외자료를 수집하였다.

셋째, 양적 연구방법과 질적 연구방법을 모두 활용하여 연구의 타당성과 신뢰도를 높이고자 하였다. 설문조사와 심층인터뷰, 문헌조사 등을 결합하여 통합방법론(Mixed Method Research)을 채택하였다.

[그림 1-1] 연구협력팀 구성



이상의 연구 방법과 기획을 기반으로 하여 다음 [그림 1-2]의 과정과 같이 연구를 수행했다.

[그림 1-2] 연구 수행 과정



본 연구 과제의 수행 결과는 다음 <표 1-1>과 같이 구성되었다.

<표 1-1> 보고서의 구성

서론

연구의 배경 및 필요성	연구 대상	연구 방법 및 구성
<ul style="list-style-type: none"> - 방송 산업의 급격한 발전과 방송 인력의 확대 - 정규직-비정규직 양분화로 인한 생산 현장에서의 갈등 해소 - 비정규직 인력들을 위한 지원 정책에 대한 기초 자료 필요 	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 프리랜서 개념 정리 - 방송 프리랜서 관련 문헌분석 - 관련 자료 검토 	<ul style="list-style-type: none"> - 문헌연구 - 설문조사 - 사례조사 - 심층인터뷰 - 각 전문가군의 토론

해외 사례 조사

사례조사 자료 수집과 조사결과 분석
<ul style="list-style-type: none"> o 미국, 영국, 독일, 프랑스, 일본의 방송 프리랜서 관련 해외 선진국 시장 동향 및 인력 양성정책 사례 등에 대한 자료 수집 - 사례조사 자료 분석을 통해 시사점 도출 - 해외 방송 프리랜서 인력양성 동향 파악 및 사례 분석 - 본 과제 추진 관련 시사점 정리

국내 방송 프리랜서 실태조사

전문가 및 종사자 심층인터뷰	설문조사
<ul style="list-style-type: none"> - 방송 프리랜서 인력양성 현황 분석 - 총 13명의 전문가 및 종사자와 총 21회 (전체, 소집단, 개별)의 심층인터뷰 실시 	<ul style="list-style-type: none"> - 504개 표본 대상 설문조사 - 교육훈련과 경력관리, 고용과 근로 환경 관련 설문

방송 프리랜서 관련 정책 방안

방송 프리랜서 교육 방안	근로 환경 개선 방안
<ul style="list-style-type: none"> - 교육 참여 인센티브 도입 - 글로벌 콘텐츠 제작과 유통 교육 - 다양한 훈련기금 조성 - 안전교육 실시 - 소통과 크로스오버 교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> - 교섭력 확보 - 계약관계 및 임금 문제 해소

본 보고서는 성신여자대학교 심두보 교수를 연구반장으로 연구반을 구성하여 연구반원들의 역할을 <표 1-2>와 같이 분담하여 작성하였다.

<표 1-2> 역할분담

주요 내용	세부 내용	담당자 (직위, 존칭 생략)
방송 산업 프리랜서개념	방송 산업프리랜서의 개념	심두보, 이용관, 최숙, 안임준
	이론적 배경	
	국내현황	
해외사례	미국	심두보
	영국	안임준
	프랑스	이원
	독일	심영섭
	일본	김경환
	시사점	심두보, 안임준, 이원, 심영섭, 김경환
방송 산업 프리랜서 실태조사	연구문제와 연구방법	안임준, 최숙, 이용관
	직군별 전문가 FGI와 심층인터뷰	최숙
	방송 산업 프리랜서 설문조사	안임준, 이용관, 아시아리서치센터
정책과 직무능력향상교육 방안	프리랜서 관련 정책과 직무능력향상교육 방안 수립	심두보, 안임준, 이원, 심영섭, 김경환, 최숙, 이용관
결론	-	심두보, 안임준, 이원, 심영섭, 김경환, 최숙, 이용관

제 2 장 국내 방송인력 동향

제 1 절 방송시장 인력 현황 및 프리랜서 인력 규모 추정

1. 방송시장 인력 현황

1) 자료 설명

방송 분야 프리랜서 현황을 파악하기 위해 본 연구에서는 노동시장 규모를 파악하는데 가장 유용한 통계자료인 통계청의 「경제활동인구조사」 자료를 사용하였다. 경제활동인구조사는 국민의 경제활동(취업, 실업, 노동력 등) 특성을 조사함으로써 거시경제 분석과 인력자원의 개발정책 수립에 필요한 기초 자료로 노동시장 규모를 파악하는데 가장 유용한 자료이다. 특히 경제활동인구조사는 사업체에 종사하는 인력뿐만 아니라 자영업자 및 무급가족노동자 등 노동시장에 참여하는 인력들이 관측가능하기 때문에 특정 유형의 인력현황을 파악할 수 있다.

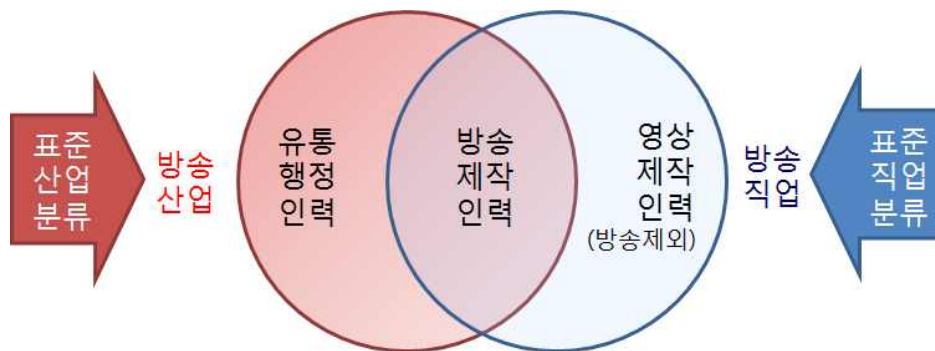
〈표 2-1〉 경제활동인구조사 개요

구분	경제활동인구조사
활용시기	2012. 1~2015. 7(월별)
조사목적	국민의 경제활동(취업, 실업, 노동력 등) 특성을 조사함으로써 거시경제 분석과 인력자원의 개발정책 수립에 필요한 기초 자료를 제공
조사대상	표본조사구내에 상주하는 자로서, 매월 15일 현재 만 15세 이상인 자 - 2010년 인구주택총조사 결과를 이용하여 1,647개 표본조사구를 추출하고, 표본조사구내 3만3천 가구를 조사(가구 추출률 0.2%) - 표본가구 규모는 실업자의 연간 상대표준오차가 전국 3%, 시도 5~12%미만이 되도록 목표오차를 정하여 추출 현역군인, 사회복지무요원, 형이 확정된 교도소 수감자, 의무경찰 등 제외
주요 조사 항목	인적사항, 취업자, 실업자, 비경제활동인구와 관련된 48개 항목
조사방법	5개 지방청 및 49개 지방사무소 조사담당 직원이 표본가구 내에 상주하는 만 15세 이상 인구에 대하여 조사대상 주간 동안의 경제활동상태를 조사하며, 조사원이 대상가구를 방문, 면접하여 조사내용을 직접 입력하는 타계식 조사방법에 의함

자료: 통계청(2015), 경제활동인구월보 해설자료

2) 방송분야 인력 규모 추정 방법

방송 프리랜서 규모를 파악하기 위해서는 우선 전반적인 방송분야 종사자 규모를 파악해야 한다. 방송분야 인력 규모를 파악하기 위해서 본 연구에서는 방송 산업과 방송직업을 동시에 고려하는 방법을 활용한다. 기존 산업 기반 분석법은 방송 산업의 범위를 먼저 정하고 그 산업에 속한 인력만을 분석하는 방법으로 이는 방송 산업 내 인력 분석은 가능하나 방송 산업 밖 방송 관련 직업을 가진 인력을 제외된다. 반면 산업과 직업을 동시에 고려하는 분석법(산업-직업 분석법)은 방송 관련 인력을 두 유형, 즉 방송관련 업종에 종사하는 인력(방송 산업)과 영상제작 관련 직업을 가진 인력(방송직업)으로 구분하여 분석할 수 있다. 여기서 방송 산업 인력들은 크게 방송 제작인력과 이를 지원하는 유통·행정 인력으로 구성된다. 방송직업 인력들은 작가, 스텝, 연기자 등 영상제작 관련 인력들로 방송영상 제작 인력뿐만 아니라 영화, 기타 영상물을 제작하는 인력으로 구분된다. 산업-직업 분석을 할 경우 방송 산업에 종사하면서 방송직업을 가진 인력은 방송제작 인력으로 관측되며 방송 산업에 종사하나 방송직업이 아닌 인력은 방송 산업 내 유통·행정인력으로, 방송이 아닌 다른 영상분야에 종사하나 방송과 동일한 직업(직무)을 가진 인력은 기타 영상제작인력으로 관측된다.



[그림 2-1] 방송 산업과 방송직업의 구분

방송 산업과 방송직업에 해당하는 인력 범위는 한국표준산업분류(9차)와 한국표준직업분류를 이용하여 추출하였다. 경제활동인구조사는 산업 및 직업을 대분류 단위에서 제공하기 때문에 광의적인 범위에서 방송 산업은 “J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업”으로, 방송 관련 직업은 “2 전문가 및 관련 종사자”로 한정하여 분석하였다. 그러나 자료의 산업 및 직업 분류에는 타 분야의 산업 및 직업도 다수 포함되어 있다는 자료 분류상의 문제를 해소하기 위해 동일 모집단에서 표본을 추출하여 조사하는 통계청의 「지역별고용조사」 자료 활용¹⁾하여 방송 산업 및 방송직업의 평균 비율을 도출하여 적용하였다. 지역별고용조사에서 제공하는 산업 및 직업 분류를 통해 도출된 방송 산업 및 방송직업 인력비율을 보면 방송 산업은 “J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업”의 약 8%이며, 방송직업은 “2 전문가 및 관련 종사자”의 약 1.55%이다.

<표 2-2> 방송 인력 현황 도출을 위한 비율

구분	경제활동인구조사	지역별 고용조사 대분류	지역별 고용조사 중분류	비율 (B/A)
산업	J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	J 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(A)	58. 출판업	8%
			59. 영상 기록물제작 및 배급업	
			60. 방송업(B)	
			61. 통신업	
			62. 컴퓨터시스템 통합 및 관리업	
			63. 정보서비스업	
직업	2 전문가 및 관련 종사자	2 전문가 및 관련 종사자(A)	21. 과학 전문가 및 관련직	1.55%
			22. 정보통신 전문가 및 기술직	
			23. 공학 전문가 및 기술직	
			24. 보건사회복지 및 종교 관련직	
			25. 교육전문가 및 관련직	
			26. 법률 및 행정 전문직	
			27. 경영·금융 전문가 및 관련직	
			28. 문화예술스포츠 전문가 및 관련직 - 283 연극/영화 및 영상전문가(B)	

1) 지역고용정책 수립에 필요한 시군단위의 세분화된 고용구조와 현황을 파악할 수 있는 기본통계로 2010년 인구주택총조사의 조사구 중 아파트와 일반조사구를 기본 추출단위로 약 9,949개 조사구를 선정하고 표본조사구내 기준 가구로부터 인구주택총조사 가구 명부에서 연속된 20가구를 추출하였다.

2. 방송인력 현황²⁾

방송 분야에 종사하고 있는 인력들의 현황을 파악하기 위해 타 분야 특성과 비교하는 비교 분석법을 활용하였다. 집단 간 비교를 위해 기준집단을 방송 산업, 방송직업으로 하고 비교집단을 방송 산업과 비교 가능한 제조업, 방송직업과 비교 가능한 전문직, 그리고 모든 근로자를 포함한 전 산업으로 하였다.

각 집단별 인력현황을 보면 <표 2-3>과 같다. 최근 4년간 종사자 수의 연평균증가율을 보면 전 산업 종사자수는 1.5% 증가하는 것에 반해 방송 산업은 3.0%, 방송직업은 2.5%로 나타나고 있다. 이는 다른 산업에 비해 방송분야에 종사하는 인력들이 크게 증가하는 것으로 미디어와 영상기술의 발전으로 다양한 인력들이 영상콘텐츠를 제작·유통할 수게 되면서 나타난 것으로 보여 진다.

<표 2-3> 방송 분야 인력 현황

(단위: 천명, %)

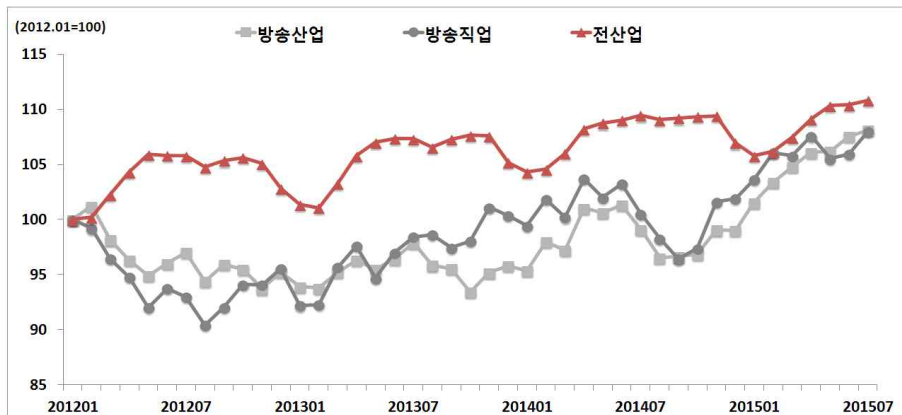
구분	2012년	2013년	2014년	2015년 7월	평균	2012~2015. 7 연평균증가율
15세 이상	41,582	42,096	42,513	42,922	42,278	1.1%
경제활동인구	25,501	25,873	26,536	26,827	26,184	1.7%
전산업	24,681	25,066	25,599	25,772	25,280	1.5%
제조업	4,105	4,184	4,330	4,454	4,268	2.8%
방송 산업	56	55	57	61	57	3.0%
방송 산업 비율	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
전문직	4,791	4,966	5,123	5,162	5,011	2.5%
방송직업	74	77	79	80	78	2.5%
방송직업 비율	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	

자료: 경제활동인구조사 2012.1~2015.7 원자료

- 2) 분석결과를 사용 또는 해석하는데 있어 유의사항이 존재한다. 분석에 사용한 자료들에서 제공하는 산업 및 직업 분류 수준이 제한적이기 때문에 정확한 방송 분야의 종사자 규모 등을 파악하는 데는 다소 제한이 있다. 다만 방송 분야 종사자수 변화 추이 및 특징 등은 설명이 가능하다.

방송분야 종사자 수의 증가율은 전반적인 인력 변화 추이로도 확인할 수 있다. 방송 분야 인력을 정규화한 지표를 보면 2012년 이후 방송 산업과 방송직업 관련 인력들이 다소 감소한 후 큰 변화를 보이지 않고 완만한 형태를 보이거나 2013년 중반 이후 급격하게 증가하는 모습을 보인다.

[그림 2-2] 방송 분야 인력 변화 추이



3. 프리랜서 인력 규모 추정

프리랜서의 특성을 살펴보기 위해서는 무엇보다도 이들에 대한 대표성 있는 통계의 존재가 필수적이다. 대부분의 통계자료가 사업체를 기반으로 있기 때문에 사업체에 고용되지 않은 인력들은 파악하는 것이 어렵다. 또한 프리랜서라는 인력들의 범주가 모호하기 때문에 일반적으로 사용되는 고용형태로는 프리랜서의 규모를 도출하는 것이 제한된다.

이에 방송분야 프리랜서 규모를 추정하기 위해 여기서는 우선 일반적인 용어적 정의에 따라 프리랜서를 규정한다. 사전상의 의미로 프리랜서(freelancer)는 “일정한 소속이 없이 자유 계약으로 일하는 사람”(표준국어대사전)을 말한다. 법률적 용어로는 이른바 “independent workers”(영어) 또는 “travailleurs indépendants”(불어)으로 불리는 근로자, 즉 우리말로 하면 일정한 소속이 없이 자유 계약으로 일하는 사람으로 ‘비전속’

‘비전속인’, ‘자유 계약자’, ‘자유 기고가’, ‘자유 활동가’로 등으로 옮길 수 있다.³⁾

정의에서 볼 수 있듯이 프리랜서는 기본적인 자유(독립)가 핵심용어로 사용된다. 일반적으로 고용인은 피고용인과의 계약을 통해 일정시간 피고용인의 노동을 구매한다. 여기서 계약은 일반적으로 피고용인의 시간과 활동을 제한하게 된다. 특히 노동시간은 임금과 함께 근로자가 고려하는 중요한 근로조건의 하나이지만 산업화가 진전되면서 사용자들은 근로자와 고용계약 체결할 때 노동결과물이 아닌 노동시간을 통제하게 되었다(Collins, 2002)⁴⁾. 근로자는 거래 대상인 기업과 평등한 위치에 있지 않을 뿐만 아니라 수많은 계약에 놓이게 되면서 근로자 자신이 노동시간을 자율적으로 선택하는 것이 제한되게 되었다(Schor, 1991⁵⁾; Kahn and Lang, 1992⁶⁾, 이용관, 2015⁷⁾). 이러한 측면에서 볼 때 프리랜서는 노동시간이 아닌 노동결과물에 대한 계약을 하는 인력들이라고 할 수 있다.

이러한 개념을 적용하면 프리랜서 규모는 고용인과 노동시간에 대한 근로계약을 하는 인력들을 제외하는 어느 정도 파악할 수 있다. 일반적인 인력 통계에서는 경제활동을 하는 종사자 형태를 크게 4가지로 구분하는데 각각 임금노동자, 고용주, 자영업자, 무급가족 노동자다. 여기서 임금노동자는 상용직, 임시직, 일용직으로 구분되는데 그 개념은 아래와 같다.

<표 2-4> 경제활동 종사자 정의

구분	정의
상용직근로자 (regular employee)	고용계약기간이 1년 이상인 자, 또는 고용계약기간을 정하지 않은 경우 소정의 채용절차에 의하여 입사한 사람으로 회사의 인사관리규정을 적용 받거나 상여금 및 퇴직금 등 각종 수혜를 받는 자

3) 황준욱 외(2009), 프리랜서 고용관계 연구, 노동연구원

4) Collins, H. (2002), Is There a Third Way in Labor Law?. London: Oxford University Press, pp.449-470.

5) Schor. J. (1991), The Overworked American, New York: BasicBooks.

6) Kahn, S and Lang, K. (1996). Hours Constraints and the Wage/Hours Locus. Canadian Journal of Economics, 29, pp.71-75.

7) 이용관(2015), 노동시간 불일치와 근로자의 건강과의 관계 분석, 보건사회연구 35(3), pp.135-165

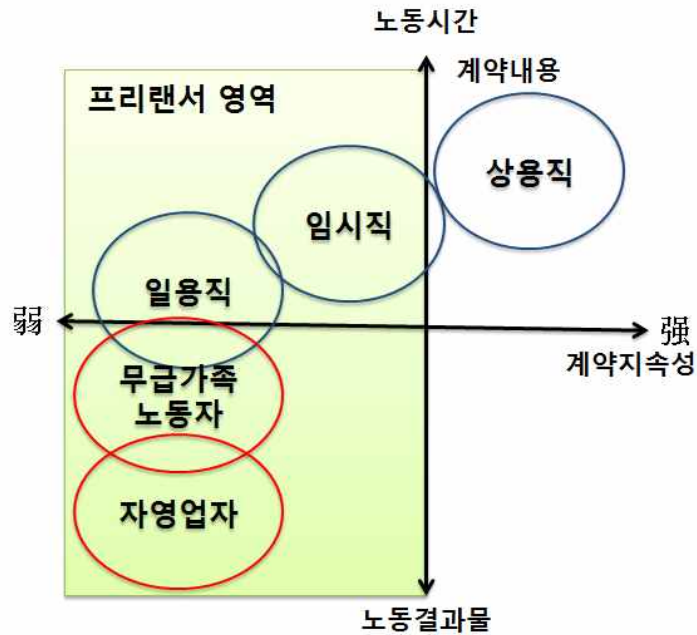
임시직근로자 (temporary employee)	고용계약기간이 1개월 이상 1년 미만인 자, 또는 고용계약기간을 정하지 않은 경우 일정한 사업(완료 1년 미만)의 필요에 의해 고용된 자
일용직근로자 (daily employee)	임금 또는 봉급을 받고 고용되어 있으나 고용계약기간이 1개월 미만인 자, 또는 매일매일 고용되어 근로의 대가로 일급이나 일당제 급여를 받고 일하는 자
고용원이 있는 자영업자(고용주)	사업규모에 상관없이 한 사람이상의 유급 고용원을 두고 사업을 경영하는 자
고용원이 없는 자영업자	자기 책임하의 독립적인 형태로 일이 수행되며 유급종업원 없이 자기 혼자, 또는 무급가족종사자와 함께 일을 하는 자
무급가족종사자	자기가족(동일가구 내)의 일원이 경영하는 사업체, 농장에서 일정한 보수 없이 조사대상 주간에 주당 18시간 이상 일한 자

자료: 통계청(2015), 경제활동인구월보 해설자료

계약지속성과 계약조건 분류 틀을 통해 다양한 종사자 형태에서 방송분야 프리랜서를 범위를 추출하면 다음과 같다. 우선 임금노동자 중 일용직 근로자는 대부분의 일이 있는 경우에만 대가를 받기 때문에 일정한 고용계약을 체결하는 것이 제한된다. 특히 방송분야의 경우 다른 분야에 비해 고용계약을 체결하는 경우가 더욱 적기 때문에 이들의 노동시간은 상대적으로 자유롭다. 임시직 근로자는 고용계약을 하는 경우가 있지만 영국과 미국의 프리랜서 개념 정의를 반영하여 근로계약 여부 및 계약기간에 따라 방송인력의 유형을 구분한 것을 보면 방송사나 독립제작사와 1년 이하의 계약으로 근로하는 자를 프리랜서로 제시하고 있다(이종구 외, 2006⁸⁾). 이상의 내용을 적용하면 방송분야 임금노동자 중 임시직과 일용직 근로자는 프리랜서의 범주에 포함된다고 할 수 있다. 끝으로 자영업자의 경우 노동시간이 아닌 일정한 노동결과물에 대해 계약을 체결하고 일을 하게 되고, 무급가족노동자의 경우도 노동에 대한 명확한 대가가 없기 때문에 계약이 이루어지지 않는다. 이상의 내용들을 종합하면 [그림 2-3] 과 같이 임시직, 일용직, 자영업자, 무급가족노동자가 방송분야 프리랜서라고 할 수 있다.

8) 이종구 외(2006). 방송 산업 비정규직 노동시장 조사연구. 서울: 방송위원회

[그림 2-3] 개념정리를 통한 프리랜서 인력 분류



앞에서 도출한 프리랜서의 범위를 적용하면 경제활동인구조사와 지역별고용조사를 통해 도출된 방송 산업 및 직업과 관련 인력에서 프리랜서 규모를 대략적으로 파악할 수 있다. <표 2-5>에서 볼 수 있듯이 방송 산업에 종사하는 인력은 약 56.8천명으로 이중 프리랜서 인력은 약 10.1천명으로 전체 약 17.9%의 비중을 차지하고 있다. 반면 방송직업을 가지고 있는 인력은 약 78.24천명으로 이중 프리랜서 인력은 약 33.9천명이다. 이는 전체 방송직업을 가진 인력의 약 43.4%를 차지한다. 방송 산업과 방송직업의 프리랜서 규모가 차이가 나는 것은 다음과 같다. 방송 산업에는 방송업종에서 직접 종사하는 인력들로 기획·제작인력 뿐만 아니라 일반적으로 상용직으로 고용될 가능성이 높은 유통, 지원·행정인력 등이 다수 포함되어 있다. 반면 방송직업은 대부분의 프로젝트 계약형으로 종사하는 작가 등의 창작자들로 방송영상을 포함한 영상 제작 관련 인력들이다.

<표 2-5> 방송 분야 프리랜서 규모 추정

구분	임금				고용주 (천명)	자영업 자 (천명)	무급가족 노동자 (천명)	총원 (A) (천명)	프리랜서 (B) (천명)	B/A (%)
	노동자 (천명)	상용직 (천명)	임시직 (천명)	일용직 (천명)						
방송 산업	53.15	46.25	6.35	0.55	0.38	2.98	0.25	56.76	10.13	17.85
방송 직업	55.18	39.25	15.25	0.68	5.05	17.5	0.51	78.24	33.94	43.38

자료: 경제활동인구조사 2012.1~2015.7 원자료

앞에서도 언급했듯이 방송 산업과 방송직업에 의해 도출된 프리랜서 규모에는 방송 산업과 방송직업의 교집합 즉 방송영상 제작인력들이 포함되어 있다. 그러나 자료 분류상의 제약으로 인해 방송영상 제작 프리랜서 규모를 파악하는 것은 제한된다. 다만 본 연구에서 핵심적으로 다루고 있는 영역이 작가, 스텝, 연기자 등 방송제작 관련 인력이라는 것을 고려할 때 여기서 고려해야 하는 방송분야 프리랜서의 범위는 방송직업으로 분류된 인력들이라고 할 수 있다. 여기에는 방송분야 뿐만 아니라 영화 등 다른 영상 분야에서 활동하고 있는 제작인력들이 포함되어 있으나 미디어와 제작기술의 발전으로 장르 간 이동이 용이해지면서 다른 영상장르 인력들의 방송업 진입이 용이해 지고 있다. 이러한 측면에서 영상제작 인력은 모두 잠재적으로 방송분야 인력이라고 할 수 있다. 결국 본 연구의 분석 대상이 되는 방송 프리랜서 규모는 약 33.94천명으로 추정된다.

제2절 국내 방송 산업 현황

1. 방송 산업 현황

국내 방송콘텐츠 산업은 창조경제의 핵심 산업으로 2009년 이후 지속적으로 성장하고 있다. 방송 산업은 IPTV의 등장, 종합유선방송의 디지털화 및 IPTV와 결합한 위성방송 등이 경쟁체제를 형성하면서 가입자 증가에 힘입어 성장하고 있다. <표 2-6>에 의하면 방송 산업실태조사보고서의 법인기준 방송사업자를 대상으로 조사한 방송 산업 종사자 수는

2011년부터 2013년까지는 증가하였으나 2014년 34,615명으로 소폭 감소하였다. 그러나 방송사업매출은 2011년부터 지속적으로 증가하였으며 2014년 기준 14조 7,229억 원의 매출을 기록했다. 케이블방송, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입자 수도 지속적으로 증가하여 29,826천명을 넘어섰다.

<표 2-6> 주요 방송 산업 지표 추이(2011~2014)

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
종사자(명)	32,443 (8.6%)	33,888 (4.5%)	34,714 (2.4%)	34,615 (-0.3%)
방송사업매출(원)	11조 8,567억 (13.6%)	13조 1,984억 (11.3%)	14조 347억 (6.3%)	14조 7,229억 (4.9%)
유료가입자(단자)	24,286,901 (4.0%)	25,260,078 (4.0%)	27,762,285 (9.9%)	29,826,754 (7.4%)
수출 총액(달러)	2억 335만 (18.9%)	2억 1,699만 (6.7%)	2억 8,776만 (32.6%)	3억 1,381만 (9.1%)
제작·구매(원)	2조 1,668억 (18.0%)	2조 9,044억 (34.0%)	2조 5,851억 (-11.0%)	2조 5,401억 (-1.7%)

자료: 미래창조과학부, 방송통신위원회(2015). 2015년 방송산업 실태조사 보고서

<표 2-7>에 따르면 방송산업 실태조사 보고서의 2013년 방송 산업 종사자수에 방송영상 독립제작사의 인력을 합한 국내 방송 산업의 종사자 수는 총 4만 1,522명으로 전년 대비 1.8% 증가했고, 2011년부터 2013년까지 연평균 4% 증가해 지속적 증가세를 보인다. 이 중 비정규직은 8,838명으로 전체의 21.28%로 나타났다(한국콘텐츠진흥원, 2015). 그러나 여전히 전체 방송영상 산업에 종사하는 연기자, 조명, 음향, 특수효과 등 다양한 직군의 프리랜서 방송 인력이 제대로 조사되지 않고 있다.

<표 2-7> 2014년 방송 산업 업종별 종사자현황

중분류	소분류	2011 (명)	2012 (명)	2013 (명)	비중 (%)	전년대비 증감률 (%)	연평균 증감률 (%)
지상파 방송	지상파방송 사업자	13,691	14,226	14,430	34.8	1.4	2.7
	지상파이동멀 티미디어방송 사업자	118	105	112	0.3	6.7	△2.6
	소계	13,809	14,331	14,542	35.0	1.5	2.6
유선방송	종합유선방송 사업자	4,846	4,946	4,943	11.9	△0.1	1.0
	중계유선방송 사업자	260	204	166	0.4	△18.6	△20.1
	소계	5,106	5,150	5,109	12.3	△0.8	0.0
위성방송	일반위성방송 사업자	295	298	307	0.7	3.0	2.0
	위성이동멀티 미디어방송 사업자	59	59	-	-	-	-
	소계	354	357	307	0.7	△14.0	△6.9
방송채널사 용사업	방송채널사용 사업자	12,654	13,477	14,167	34.1	5.1	5.8
인터넷 영상물 제공업	인터넷프로토 콜TV(IPTV)	520	573	589	1.4	2.8	6.4
방송영상물 제작업	방송영상독립 제작사	5,923	6,886	6,808	16.4	△1.1	7.2
합계		38,366	40,774	41,522	100.0	1.8	4.0

자료: 한국콘텐츠진흥원(2015). 2014 방송영상 산업백서

인터넷과 모바일을 통한 OTT(Over The Top)서비스가 빠른 성장세를 보이며 기존 방송사들을 위협하고 있다. 그 중 2016년 1월 7일 국내에 서비스를 시작하게 된 세계 최대 유료 동영상 서비스 업체인 넷플릭스(NETFLIX)가 대표적이다. 넷플릭스는 월 정액제를 통해 영화, TV프로그램 등 영상 콘텐츠를 자유롭게 이용 가능하다. 이는 국내 IPTV시장과의 경쟁이 불가피할 것으로 보이지만 국내 콘텐츠의 다양화와 해외시장 진출을 위한 한류 콘텐츠 제작과 같은 산업 전반에 긍정적인 영향을 미칠 전망이다.

콘텐츠의 다양화는 1인 혹은 중소 창작자가 자유롭게 제작하고 온라인 플랫폼을 통해 유통함으로써 가능해지고 있다. 대표적으로 다중채널네트워크(MCN)사업은 아프리카TV, 유튜브 등 동영상 사이트에서 인기있는 BJ(인터넷 방송 진행자)를 종합적으로 관리하며 콘텐츠 유통·판매, 저작권 관리, 광고 유치 등을 통해 수익을 창출한다. CJ E&M은 ‘다이아TV’ 브랜드를 만들었으며 MBC플러스는 MCN 신규 채널 ‘코코넷’을 론칭하는 등 방송사들은 최소 인프라와 짧은 시간에 제작할 수 있는 MCN사업으로 영역을 확장하고 있다.

또한 최근 디지털 콘텐츠인 웹예능과 웹드라마 같은 콘텐츠가 증가하고 있는 추세다. 2015년 tvN에서 제작한 ‘신서유기’가 흥행에 성공함에 따라 국내 뿐 아니라 해외 시장에서도 시청 가능한 웹 콘텐츠 제작이 증가하고 있다. 새로운 콘텐츠 시장의 출현은 프리랜서들에게 다양한 사업기회를 제공할 것으로 보인다.

2. 방송 산업 직무 현황

국내 방송 산업의 제작 과정은 일반적으로 촬영 작업인 프로덕션(production)과 이를 기준으로 프리프로덕션(pre-production)과 포스트프로덕션(post-production)으로 나눈다. 방송의 주공정인 프로덕션에서는 개별 직무를 수행할 경우에도 관련자간 상호협력이 요청된다. 프리프로덕션에는 섭외와 취재, 포스트프로덕션에는 편집 작업이 들어간다. 거의 모든 공정에서 디지털화가 진행되고 있지만 아직 수작업과 섞여 있다(이종구 2006 외).

방송프로그램 제작 과정을 보면 정규직과 비정규직의 구분이 간단하지 않다. 방송사 제작 현장은 PD를 중심으로 조직된다. 제작 인력의 구성을 보면 <표 2-8>과 같이 방송사 내부의 정규직, 내부의 비정규직, 독립제작사 내부의 정규직, 내부 비정규직, 프리랜서 인력 등이 혼재되어 있다.

<표 2-8> 소속별 고용관계

구분		고용관계	
		정규직	비정규직
소속	방송사 내부	A	B
	독립제작사	C	D
	프리랜서	E	

자료: 방송사 외주제작 프리랜서 노동인권보장을 위한 제도개선 TF(2015). 독립PD 노동인권 긴급실태조사, p.6

2015년 방송산업실태조사보고서에 따르면, 아나운서, 카메라, 음향, 조명, 미술, 편집, 성우, 작가, 리포터, 제작지원 등의 방송제작 관련 직무에서 비정규직 비율이 20% 이상으로 높게 나타났다.

본 연구에서는 프리랜서와 비정규직을 중심으로 방송제작인력과 방송 연기자의 주요 직군을 유의표집하여 조사했다. 방송제작인력에는 방송PD, 방송작가, 방송촬영기사, 방송음향기사, 특수효과원, 방송조명기사 등, 방송연기자에는 배우, 성우 등을 포함시켰다.⁹⁾

<표 2-9> 방송 산업 직무 구분

직군	직무	
기획	책임프로듀서(CP), 구성작가(보조작가), 주연급출연자 매니저	
제작	제작 책임	담당 프로듀서(PD)
	제작 조정	조감독(AD), 무대감독(FD), 미술감독, 촬영감독, 조명감독, 음향감독, 기술감독
	제작 실행	편집기사, 녹음기사, 컴퓨터 그래픽(CG)디자이너, 자막기사, 기록담당자, 카메라맨, 조명보, 출연자, 매니저, 분장사, 의상디자이너, 코디네이터, 소품담당자, 소도구 담당자
유통	송출 담당자, 제작 편성 담당자, 영업/마케팅 담당자	
경영 관리 기타	투자자, 컨설턴트, 변호사, 일반 관리자(회계, 인사, 섭외, 기록 등), 기사 등	

자료: 이종구 외(2006). 방송 산업 비정규직 노동시장 조사연구. 서울: 방송위원회, p.14

9) 한국표준직업분류에서 방송으로 검색 시 방송관련직업이 157개로 나타났으며, 전문가 및 관련 종사자 대분류에 방송PD, 방송작가 등 96개 직업이 검색됨

제 3 장 해외사례

제 1 절 미국 사례¹⁰⁾

1. 서론

주지하다시피 미국은 세계 방송영상산업의 중심지이다. 오랜 역사의 상업 콘텐츠 제작 역량, 막대한 자본력, 양질의 방송영상 노동력의 집중, 이에 따른 높은 경쟁 환경은 미디어 연관 기술의 발전과 함께 문화산업의 외적 성장을 이끌고 있다. 하지만 내적으로는 미디어산업 내 제작·유통·소비 환경의 변화 속에서 노동의 유연화에 따라 노동시장의 불평등이 심화되고 있다. 즉, 비정규직 노동 비중의 확대에 따른 노동 안정성의 약화 및 소수의 스타급 제작인력과 다수의 프리랜서 제작 스태프 간의 임금격차의 심화에 따른 산업 내 노동 양극화현상을 주목할 필요가 있다. 본 사례에서는 미국의 직능 노조인 여러 길드의 현황을 검토함으로써 프리랜서 방송 인력의 노동 조건 및 복지 지원 상태, 그리고 직무 능력향상교육 현황을 살펴보고자 한다.

2. 방송 산업 현황

지상파로 시작한 미국의 TV 방송 역사는 케이블, 위성방송을 거쳐 최근에는 인터넷과 IPTV로 다양화하고 있다. 2012년 현재 미국 전체의 TV보유 가구 수는 1억 2,561만이며 20.1%(2,520만)가 직접 수신, 나머지는 위성·케이블·IPTV 등을 통해 방송을 시청하고 있다. TV 광고와 유료방송 수신료를 포함한 방송시장 매출액 규모는 2009년 1217억 달러에서 2012년 1381억 달러로 꾸준히 증가하고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2014). 미국의 방송 산업을 다음 세 가지(1. 지상파, 2. 케이블 방송과 위성방송, IPTV, 3. OTT서비스)로 나누어 개관한다.

10) 심두보 (성신여자대학교 교수) 작성

1) 지상파

‘무료방송(free TV)’으로 흔히 인식되는 미국의 지상파 혹은 공중파는 라디오 방송의 시작 이래 3대 네트워크(NBC, CBS, ABC)가 주도하다가 1980년대 FOX 방송국의 가세 이후, 4대 (“Big Four”) 네트워크 시대가 오늘날까지 이어지고 있다. 4대 지상파 네트워크들은 각각 여러 개 채널의 소유·운영을 통해 미국의 방송 산업을 주도하고 있다.

<표 3-1> 미국 주요 지상파 네트워크의 시청점유율과 지역 계열 방송국 현황

지상파 네트워크 (창립연도)	시청점유율 (%)	지역 계열사 숫자
CBS (1948)	6.5	514
NBC (1946)	6.4	564
ABC (1948)	5.8	495
FOX (1986)	4.1	425
CW (2006)	1.5	215

자료: 위키피디아 (검색어: List of United States over-the-air television networks); 한국콘텐츠진흥원, 2014

2) 케이블 방송과 위성방송, IPTV

2015년 기준 미국의 유료방송 시장은 케이블, 위성, 그리고 IPTV가 삼등분하고 있는 형국인데, 케이블(4,895만), 위성(3,421만), IPTV(1,173만) 순으로 가입자를 확보하고 있다. 케이블은 유료방송 전체에서 50% 이상의 점유율을 자랑하지만, 2009년(62%)에 비해 감소세를 보이고 있다. 반면 위성은 소강세를, IPTV는 증가세를 보인다.

<표 3-2> 전체 가구 중 유료방송 가입자와 세부 구분

유료방송 구분	2009년	2012년	2015년 (Q2)
전체 가구 중 가입자	100,267(81.7%)	89,392(71.2%)	94,906
케이블	62,128(62%)	45,352(50.7%)	48,959
위성	32,660(32.6%)	34,140(38.2%)	34,211
IPTV	5,479(5.5%)	9,900(11.1%)	11,736

자료: eMarketer (2015); 한국콘텐츠진흥원, 2014 (단위: 1000명)

3) OTT 서비스

인터넷망을 통해 영화, 방송 프로그램 등 동영상을 전달하는 서비스를 가리키는 OTT(Over the Top)서비스의 미국 사업자들의 2012년 총 매출액은 39억 3,390만 달러였다. 이는 2010년의 매출액 18억 5,440만 달러와 비교할 때 급속한 발전이다(한국콘텐츠진흥원, 2014), 2013년 기준, 미국 내 비디오 시청 사이트의 점유율을 보면 OTT 서비스가 1~3위를 차지하고 있다.

<표 3-3> 2013년 OTT 플랫폼별 점유율

플랫폼	방문자 수
YouTube	1억 3213만 명
Vevo	5664만 명
Netflix	2924만 명
Hulu	1386만 명

자료: ITXDesign, 2013

4) 방송 산업 전망

1990년대 후반 이래 미국은 인터넷 등 뉴미디어의 발전, 그리고 미디어산업의 소유구조 재편에 따라 상당한 격변을 겪고 있다. 2000년대 초반의 지상파, 케이블, 위성방송 간의 경쟁 구도는 현재 다양한 행위자·사업자의 활동으로 분화하고 있다. 2000년대 중반부터는 웹 2.0시대의 도래와 함께 모바일TV의 서비스가 본격화됐다. 이에 따라, 전통적 TV가 아닌 온라인으로 TV를 시청하는 일명 “cord cutter”가 증가하기 시작했다. 2010년대 중반인 현재에는 전통적 형태의 TV수상기를 통한 것이 아니라 스마트폰·태블릿PC·PC 등을 통해 TV를 봄으로써 TV 수상기가 없는 “제로 티비(zero-TV)” 가구가 보편화되고 있다. 또한, 미디어 기술의 발전과 미디어 산업의 전 지구화에 따른 유통 및 소비 경로의 다양화는 산업 내 다양한 요소에게 새로운 수입원인 재 사용료(residuals)에 대한 관심을 증폭시키고 있다.

3. 프리랜서 방송인력 현황

1) 미국 내 프리랜서 현황

현재 미국 내 다수의 방송제작 전문 인력은 프리랜서의 형태로 근무하고 있다. 미국의 Edelman Berland 리포트(2015)에 따르면 프리랜서는 지난 1년 동안 1년 미만의 단기 고정 계약과 일용 계약 형태를 경험한 노동 인구로 규정되고 있다. 이는 한국의 개념인 “방송사 또는 독립제작사와 개별적으로 1년 이하의 도급, 위탁 계약을 맺고 일하는 방송 노동자 및 자영업자로 신고하여 부정기적으로 소규모 독립제작사를 운영하는 독립 프리랜서들”과 동일하다고 볼 수 있다. 노동시장의 유연화에 따라 각 시장에서 프리랜서의 비중이 높아지고 있는데, Edelman Berland 리포트에 따르면, 미국 전역의 노동 인구 1억 5700만 명 중 34%(약 5370만 명)가 프리랜서이다(Berland, 2015).

미국 내에서는, 프리랜서를 통상 다음 5가지로 세분화하고 있다(Berland, 2015).

- (1) 독립 계약자 (Independent contractors. 전체의 36%): 프리랜서 직을 본업으로 삼아, 주로 프로젝트 계약을 통해 작업을 수행하는 자
- (2) 부업 행위자(Moonlighters. 25%): 전통적 개념의 본업을 보유하면서, 추가적으로 프리랜서 일을 하는 사람
- (3) 복합 노동자(Diversified workers. 26%): 본업과 프리랜서 직을 혼합해서 노동하는 자
- (4) 단기 노동자 (Temporary workers. 9%): 단기(예를 들어 3개월) 고용 계약으로 노동하는 자
- (5) 프리랜서 자영업자(Freelance business owners. 5%): 자신이 프리랜서임에 더해, 피고용인을 고용하는 업자

프리랜서 노동자들은 정규직에 비해 열악한 근로 환경에 노출되어 있다. 이들은 임금체불, 계약 조건 이상의 노동에 강제되는 처우를 받는 경우도 많다. 이에, 다수의 프리랜서들은 후속 트레이닝의 필요성을 지속적으로 보고하며 정규직으로의 전환을 희망한다. 하지만, 프리랜서에 대한 사회적 처우 개선이 약속된다면 프리랜서직의 유지를 원하는 사람들도 많다. 즉, 테크놀로지의 발달에 따른 노동 유연성의 확대는 사업자에게만 유리한 것이 아니고 프리랜서 개인들에게도 우호적인 작업환경을 제공하고 있기도 하는 것이다. 예를 들어, 현재 미국에는 대략 16,000명의 카메라맨이 방송영상산업에서 활동 중인데, 산업의 발전과 함께 카메라맨의 숫자는 2008년에서 2018년 사이 11% 증가할 것으로 예상된다. 카

메라맨의 보수는 시간당 9달러에서 49달러(평균 19~22달러)인데, 프리랜서 카메라맨의 경우 직업안정성은 약한 대신, 자유로운 작업환경 속에서 훨씬 높은 수입을 올리는 경우도 보고된다. 이에 따라, 정규 직 카메라맨 중 45%는 프리랜서 직으로 전회할 것을 고려하고 있다고 한다(Nicole Manuel, 낱짜 미상).

2) 길드 현황

프리랜서 방송인력 현황을 파악하기 위해 우선 방송 관련 직능 노조인 여러 길드에 대해 살펴볼 필요가 있다. 미국의 영화 및 방송업계에서는 노조를 의미하는 “Union” 대신 직능인 단체를 뜻하는 “길드(Guild)”를 채택해 자신들의 권익단체를 형성해왔다. “길드”가 보편화된 데에는 두 가지 이유가 있다. 첫째는, 범 영상업계 내의 최초의 직능단체인 작가길드(Screen Writers’ Guild)의 선례를 따른 것이고, 두 번째는 “Union”이 블루칼라 노동자를 암시하는 단어인 반면, “Guild”는 교육 받은 화이트칼라 직업인들의 모임으로서 구성원들에게 교육과 정보를 제공하는 조직이라는 상징적 의미를 지니기 때문이다(Fortmueller, 2016). 즉, 미국 내 방송업계 직능인 노조를 가리키는 길드는 구성원들에 대한 교육을 사명으로 한다.

미국 방송 산업의 대표적인 노조로는 감독 길드(Directors Guild of America, DGA), 작가 길드(Writers Guild of America, WGA), 스태프조합(International Alliance of Theatrical Stage Employees, IATSE), 배우 연기자 노조(SAG-AFTRA)를 들 수 있다.

각 길드는 방송, 영화를 비롯하여 광고, 다큐멘터리, 뉴스, 스포츠, SNS 등 다양한 영상 분야에서 활동하는 회원들의 이해관계를 대변해주는 권익단체로서의 기능을 한다. 이들은 자신들의 창의적 활동에 대한 경제적인 권리 보호와 증진을 위해 적극적인 사회 참여를 하고 있으며, 공공정책 및 법제적 문제에 관여하고 있다. 각 길드는 길드의 회원이 됨으로써 의료보험, 연금, 자신의 업무에 대한 공정한 보상 등 업계에서 기본적으로 누려야 할 이익과 혜택을 제공받을 수 있음을 길드 가입의 이유로 설명 한다.

3) 감독 길드

1936년 설립되어 2013년 현재 15,437명의 감독들을 회원으로 하고 있는 감독 길드는 감

독 업무의 세부 직무에 따라 (1) director, (2) UPM(Unit Production Manager), (3) 1st AD(Assistant director), (4) 2nd AD, (5) Associate Director, (6) Stage Manager, (7) Production Associate 등의 7개 범주로 감독의 직무를 구분하고 있다. (<표 3-4> 참조) 길드의 운영은 회원들의 입회금과 회비에 기초하고 있으며, 7개의 범주에 따라 회비가 차등적으로 부과된다.

<표 3-4> 감독 길드의 세부 직무

구분	정의
감독 (Director)	- 영화제작에 있어 창의적 내용 전반을 지시하는 사람
Unit Production Manager	- 제작사에 의해 파견된 사람으로서 스케줄, 예산, 로케이션 섭외, 효율적인 제작을 위한 준비 지원, 스태프의 이동과 숙식 조정, 회사와 로케 지역과의 연락 유지 - UPM이 할당되지 않은 경우에는 보통 제1 조감독이 UPM의 업무를 위임받음.
제1 조감독 (1st Assistant Director)	- 감독의 최측근에서 감독을 보좌하는 사람 - 스트립보드 준비, 날씨 확인, 스태프 일정 관리, 배경 액션 감독 및 군중 통제 감독
제2 조감독 (2nd Assistant Director)	- 제1 조감독의 업무를 돕는 사람 - 일일 제작보고와 서류 보고 준비, 스태프들에게 스크립트 배포, 로케이션 스카우트 조사 및 관리 보조, 이동 장비와 인력 관리, 음식, 임시숙소, 그 외 다른 편의시설 조정, 캐스팅된 멤버들의 입출 확인, 훈련생이나 인턴의 업무 감독
부감독 (Associate Director)	- 다수의 카메라를 사용하는 TV영화 제작 환경에서 감독을 보좌하는 사람

그 외 Stage Manager 와 Production Associate에 대한 용어 정의는 따로 하고 있지 않으나, 국내에서 사용하는 FD(Floor Director)등을 가리키는 것으로 유추할 수 있음

자료: 미국 감독길드 홈페이지 (<http://www.dga.org/>); 한국콘텐츠진흥원(2011)

4) 작가 길드

20세기 초기에 스크린 작가 길드, 미국 작가연맹 등 다양한 형태로 존립했던 여러 유관단체들은 1930년대 이후 점차 노동조합의 성격을 띠게 되었다. 결국, 1951년에 뉴욕을 기반으로 한 Writers Guild of America, East(작가길드 동부지부)가, 1954년에 할리우드를 기반으로 한 Writers Guild of America, West(작가길드 서부지부)가 여러 유관단체들을 흡

수·통합하여 각각 창설되며 본격적인 노조이자 권익단체의 모습을 띠게 되었다. 2014년 현재 9,081명의 정회원을 갖고 있는 작가길드 서부지부와 3,718명의 회원을 지닌 작가길드 동부지부는 영화와 방송 작가 및 방송 뉴스 관련 직원들을 회원으로 한다. 길드 회원들에 대한 권익보호 활동 내용은 감독 길드의 활동 내용과 대동소이하다(Wikipedia 참조).

작가 길드는 각 회원들의 주력 장르를 기반으로 해 회원들의 영역을 다음과 같이 분류하고 있다. (1) Reality & Game Show, (2) Animation, (3) Independent Film, (4) New Media, (5) Documentary Film and Nonfiction Programming, (6) Video game.

5) 스태프 조합

정식 명칭이 “Alliance of Theatrical Stage Employees, Moving Picture Technicians, Artists and Allied Crafts of the United States, Its Territories and Canada”인 스태프조합은 미국과 캐나다의 영상 관련 산업에 종사하는 기술직 스태프들의 노조로서, 2014년 현재 약 125,000명의 회원을 거느리고 있다(Wikipedia 참조).

홈페이지에 게시한 스태프 조합의 구성원들의 업종은 다음과 같다. 애니메이션/컴퓨터 (Animation / Computer), 컴퓨터 그래픽(Generated Imagery), 극장 안내원(Front of House), 기술랩(Laboratory), 메이크업과 헤어(Make-up and Hair), 영화제작 (Motion Picture Production), TV 제작(Television Production), 후반 제작(Post Production), 영상과 영상 (Projection and Audio-Visual), 무대장치 아티스트(Scenic Artists), 무대 담당자(Stagehands), 텔레비전 방송(Television Broadcast), 시사회/전시(Trade Show/Exhibition), 회계담당과 티켓판매자(Treasurers and Ticket Sellers), 의상(Wardrobe) (한국콘텐츠진흥원, 2011; Wikipedia 참조).

6) 배우 연기자 노조

배우 연기자 노조는 2012년, 배우 길드(Screen Actors Guild. 1933년 설립)와 미국 텔레비전 라디오 연기자 연합(American Federation of Television and Radio Artists. 1952년 설립)의 통합에 따라 SAG-AFTRA로 재탄생한 조직이다(Fortmueller, 2016).

배우 연기자 노조의 회원은 2012년 현재 약 160,000명으로, 출연료와 복지 문제를 포함

하여 연기자의 노동 조건과 안전 문제 등 다양한 범주에서 연기자들의 처우개선에 노력하고 있다.

2개 조직의 2012년 통합에 따라 배우 연기자 노조의 구성원은 매우 다양해졌다. 배우 노조(SAG)의 전통적인 구성원인 배우에 더해 미국 텔레비전 라디오 연기자 연합(American Federation of Television and Radio Artists)은 전통적으로 저널리스트와 가수, 스텐트맨 등 각종 방송인들을 포괄해왔다.

방송계 일의 특성에 따라 배우 연기자 노조의 많은 구성원들은 고용 상태에 항상 있지 않다. 게다가 미국 내 미디어산업에서 일하는 거의 모든 배우와 연기자들은 노조에 가입하는 것을 당연시하고 있다. 이에 따라, 배우연기자 노조에 따르면 구성원 중 약 34%는 활발한 방송계 일을 하고 있지 않다고 한다(미국 배우 연기자 노조 홈페이지).

4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원 정책

1) 제작사와의 협약

각 직능의 복지 및 권익 보호를 위해, 예를 들어 감독 길드는 감독들을 대표하여 협력사·사업자(예: 영화 및 TV제작자 협회: The Alliance of Motion Picture and Television Producers, AMPTP)와 계약을 맺는데 그 내용은 협약서(agreement)를 통해 표준화된다.

감독 길드가 체결하는 대표적 협약서는 다음과 같다. (1) 기본 협약(Basic Agreement: BA), (2) 프리랜서 협약(Freelance Live and Tape Television Agreement: FLTTA), (3) 상업 광고 협약(Commercial Agreement), (4) 네트워크 협약(Network Agreement) (미국 감독 길드 홈페이지; 한국콘텐츠진흥원, 2011)

각 협약서 내용은 영화, 방송, 광고, 모바일 등 매체별 특성에 따라 개별화된다. 협약서의 내용은 세세하게 정리되어 있어서, 이를테면 영상물의 1차적 이용 이후에 발생하는 다양한 유통 창구에서의 재 사용료 수익 배분에 관한 내용도 구체적으로 명시되어 있다. 기본 협약은 프리랜서 협약(Freelance Live and Tape Television Agreement: FLTTA)을 따로 두어 프리랜서의 자격으로 작업하는 감독, 조감독, 무대 매니저 등의 권익을 보호하고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2011).

작가 길드의 회원 작가들은 길드에서 제시한 공동거래협정서에 서면 계약한 회사와 일

을 하게 된다. 최저 기본 계약(Minimum Basic Agreement: MBA)을 통해 개별적인 거래에서 작가를 보호할 수 있다. 작가 길드와 공영방송(TV) 프로듀서 사이에 ‘WGA 공영TV프리랜서 협정(WGA Public TV Freelance Agreement: PBS Agreement)’이라는 별도의 협정을 통해 공영TV 프로그램에서 일하는 작가들의 창작 권익 확보를 위해 노력한다(미국 작가 길드 홈페이지). 방송 프로그램의 합법적인 저작권 보유자가 작가임을 명시하여, 저작권이 제작사로 이전되기 위해서는 구매 계약이 이루어지도록 하고 있다. 작가 길드는 최저 기본 계약(MBA: Minimum Basic Agreement)의 ‘권리분할’이라는 조항을 통해, 저작권이 제작사에게 양도되었다고 하더라도 작가가 이양된 권리 중 일부를 행사할 수 있도록 보장한다. 길드는 작가의 저작물에 대한 표절 등 저작권 침해에 대응하기 위해 길드에 저작물을 등록하도록 하고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2011).

2) 임금 보장

한국의 경우와 마찬가지로 미국에서도 방송영상 제작 스태프의 임금이 직무별로 차이를 보이는데, 창의적 직무군이라 할 수 있는 프로듀서, 감독, 작가의 임금이 일반적으로 높고, 분장, 미술, 조명 등 기술적 직무군의 임금이 낮다. (<표 3-5> 참조)

<표 3-5> 영상제작 부문의 임금 수준

직무	연평균 임금 중간 값 (2008년 5월 기준)
작가와 에디터	- 작가의 연평균 임금의 중간 값은 \$53,070이며, 전체 작가의 50%가 \$38,150 과 \$75,060 사이에 분포하고 있음. - 에디터의 경우는 \$49,990이었으며, 전체 에디터의 50%가 \$36,690 과 \$69,140 사이에 분포하고 있음
메이크업 아티스트	- 시간당 임금의 중간 값은 \$12.63
방송 엔지니어	- 방송영상장비 기술자는 \$38,050, 방송기술자는 \$32,900, 사운드 엔지니어링 기술자는 \$47,490, 라디오 오퍼레이터는 \$37,120
카메라 기사와 에디터	- 카메라 기사는 \$41,670, 영화와 비디오 에디터는 \$50,560, 프리랜서 카메라 기사의 수익은 가변적임
그래픽 디자이너	- \$42,400 - 초급 디자이너는 \$35,000, 시니어 디자이너는 \$60,000 - 프리랜서로 근무하는 단독 디자이너는 \$57,000

배우	- 시간당 평균 임금 중간 값은 \$16.59
프로듀서와 감독	\$64,430

자료: 미국 노동청 홈페이지; 한국콘텐츠진흥원, 2011

2008년 5월을 기준으로 해서 미국 노동통계청이 밝힌 영상제작 스태프의 임금 수준을 볼 때, 시간당 임금이 평균적으로 가장 낮은 업종은 ‘메이크업 아티스트’(중간값, \$12.63)였으며, 그 바로 위로 ‘배우’를 들 수 있다(중간 값, \$16.59). ‘프로듀서’와 ‘감독’의 연평균 임금(중간 값, \$64,430)이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘작가’의 연평균 임금(중간 값, \$53,070)이 높은 것으로 밝혀졌다(한국콘텐츠진흥원, 2011).

복지에 있어서 가장 기본적인 요소인 최저임금 보장은 프리랜서 제작스태프가 자신의 직업 활동을 통해 인간다운 생활을 유지할 수 있도록 해주는 기본적인 장치다.

미국의 미디어 관련 노조들은 사업자단체와 맺는 교섭에서 최저임금에 관한 협정을 주기적으로 맺고 있으며, 매년 물가상승률 및 외부환경 변화를 감안하여 임금 인상률을 조정하고 있다. 예를 들어, 방송 부문에 적용되는 보수 조건을 보면 드라마, 버라이어티, 퀴즈 및 게임, 주1회 이상 편성되는 연속 프로그램, 기타 프로그램 등으로 장르를 구분하여 감독의 임금 수준을 정하고 있다(미국 감독 길드 홈페이지). 이에 더해, 각 장르 내에도 방송 시간과 편성 채널에 따라 네트워크 프라임 타임, 네트워크 비프라임 타임, 비 네트워크로 구분하여 감독의 최저 임금을 구체적으로 차등화 시켜 놓았다. 조감독이나 무대 매니저는 프라임타임 TV 드라마 제작에 참여할 경우와 그 외의 경우로 구분하여 임금의 기준이 달라진다. 프라임타임 TV 드라마 제작의 경우에는 스튜디오 근무인지 장거리 로케이션 근무인지에 따라 최저 임금이 차등을 둔다. 프라임타임 TV 드라마 외의 경우에는 근무 시간을 기준으로 최저 임금이 책정된다(한국콘텐츠진흥원, 2011).

위에서 적시한 바처럼 최저 임금 보장과 임금 개선은 길드의 가장 핵심적인 존립 근거라 할 수 있다. 다음의 표에서 보이듯, 임금에 관한 최근의 통계자료를 보면 조합 가입자들이 비가입자보다 더 높은 임금을 받는 것을 알 수 있다.

〈표 3-6〉 캐나다의 스태프 조합(IATSE) 가입자와 비가입자의 임금 비교

(단위: \$)

평균 시간당 임금 비율(2009)	조합 가입자	조합 비가입자
전체 피고용인	25.24	20.61
풀타임 피고용인	25.93	22.35
파트타임 피고용인	21.25	13.71

자료: 한국콘텐츠진흥원, 2011.

3) 연금과 보험

각 길드가 맺는 기본협약에는 스태프의 연금(Pension Plan) 및 의료보험(Health Plan)과 같은 복지에 관한 규정이 명시되어 있다. 예를 들어 제작사는 감독길드·제작자 연금제도에 감독, 조감독, 무대 매니저 등에게 지급하는 총 보수(재방송료 및 해외사용료 포함)의 5.5%를 기부하도록 되어 있다. 또한 제작사는 감독길드·제작자 보건복지제도에 총 보수(재방송료 및 해외사용료 포함)의 8.5% 혹은 1일 \$5 중 더 높은 금액을 기부해야 한다(미국 감독 길드 홈페이지; 한국콘텐츠진흥원, 2011).

4) 분쟁 처리

각 길드에는 법률 자문(Legal and Claims) 혹은 계약/법률(Contracts) 부서가 있어서, 길드 회원들이 고용주·사업자와 맺은 계약적 관계에서 발생하는 쟁점(예: 임금 체불 문제)을 해결하도록 지원한다(미국 스태프 조합 홈페이지, 2016).

콘텐츠의 유통과 소비 창구의 다양화 및 증가는 이윤 창출 방식의 혁신을 가져온 바, 이로 인한 추가 수익의 발생에 대해 길드 회원들에게 적절한 이윤의 분배가 이루어지도록 길드는 제작자들과 긴밀히 협의하고 있다.

작가 길드의 경우, 재 방영료와 관련한 문제는 ‘창작과정에서의 권리(Creative Rights)’ 부서에서 개별적으로 다루는데, 이를 위해 해당 업무 처리에 대한 모니터링을 시행하고 있다(미국 작가 길드 홈페이지). 각 길드는 제작사 및 고용사와 관련된 사항(예: 파업)을 기록하고, 특히 불공정 거래를 하는 업체들의 리스트를 작성 및 관리함으로써 회원들의 권익 보호에 힘쓰고 있다.

5. 프리랜서 방송인력 교육 정책 및 현황

작가 길드는 1996년에 작가길드재단(Writers Guild Foundation)을 설립하여, 저작품의 아카이빙 뿐 아니라 작가 교육을 포함한 다양한 이벤트와 프로그램을 운영한다. 작가길드재단(Writers Guild Foundation)은 다양한 프로그램을 통해 작가 지망생들과 현직 작가들에게 교육·훈련의 기회를 제공한다. 그중 대표적인 것은 Beyond Words(재단 선정 영화작가 패널)와 Sublime Primetime(재단 선정 TV 작가 패널)라는 마스터 클래스 프로그램 등을 들 수 있다. 이 프로그램들은 유명 작가들을 패널로 하여, 이들의 업계 경험담을 후배 작가들에게 나눠주는 것인데, 일 년 내내 다양한 내용을 제공한다. 이러한 프로그램에 대한 등록비는 길드 회원들에게 무료로 제공되는 것도 있으며, 15~20달러의 등록비가 추가로 부과되는 경우도 있다(Rowe, 2014).

스태프 조합은 기술진보 프로그램(IATSE Craft Advancement Program, ICAP)을 통해 교육 및 역량강화교육 프로그램을 운영하고 있다. 특히, 이 프로그램은 사업자들이 제작 스태프의 고용 시에 요구하는 테크놀로지 전문가 자격증 (Certified Technology Specialist, CTS) 취득을 위한 교육을 노조원들에게 무료 혹은 할인가격에 제공하고 있다.

스태프 조합은 또한, 2009년 가을부터 Labor Education Assistance Program(LEAP)을 출범시켰다. 이는 무대기술자, 헤어 메이크업, 의상 분야 등에 종사하는 다양한 분야의 노동자들이 교육을 받을 수 있게 수업료와 거주비를 지원하는 제도다(미국 스태프조합 홈페이지; Rowe, 2014).

스태프조합은 전 세계 영상산업과 기술정보산업의 동업자단체인 인포컴 인터내셔널(InfoComm International)과 2012년에 제휴하여 조합원들로 하여금 새로운 기술 변화 및 미래 트렌드에 대응하여 기술 교육을 보다 수월하게 이수할 수 있는 다양한 교육 프로그램들을 무료 혹은 할인가에 제공하고 있다(미국 스태프조합 홈페이지; InfoComm 홈페이지).

스태프조합은 스태프조합 엔터테인먼트·전시산업 훈련펀드(IATSE Entertainment and Exhibition Industries Training Trust Fund)를 통해 작업현장에서 발생하는 안전 관련 문제에 대한 (재)교육을 조합원들에게 제공하고 있다. 이는 스태프조합 협약 하에서 고용된 제작 스태프들의 안전지식과 관련 기술을 개선하기 위한 노사 합동 프로그램이다. 특히, 급속도로 발전하는 기술과 안전에 관한 교육을 받기가 수월하지 않은 지역 노조원들에게 편

의를 제공하고, 이를 통해 끊임없이 진보하는 기술 및 산업 환경에 적극 대응케 한다. 이를 위해 스태프조합의 교육부(Education Dept)와 기술진보 프로그램(IATSE Craft Advancement Program. ICAP)은 공동으로 훈련펀드의 교육 내용, 교육 설비 및 교수자 확보 등의 문제를 확인하고 조합원들의 니즈에 맞는 교육을 하기 위해 노력하고 있다. 특히, 스태프조합의 각 지역지부가 기존에 시행하였던 훈련프로그램의 커리큘럼과 강사진 정보를 활용함으로써 원활한 프로그램 운영으로 이끌고 있다(Rowe, 2014).

배우 연기자 노조(SAG-AFTRA)는 무브(Move)라는 프로그램을 통해 연기자 지망생들에 대한 교육, 기존 연기자의 역량강화교육, 은퇴한 연기자에 대한 노후 지원 서비스 등 다양한 활동을 펼치고 있다. 배우 연기자 노조의 무브(MOVE)는 노조원들의 자발적 활동에 기반한 프로그램이다. 교육을 위한 포럼들과 마스터 클래스 등 여러 이벤트를 통해 무브는 노조원들의 고용을 창출하고 기존 계약 내용을 강화함으로써 노조원들의 삶과 직업 전망을 개선한다(미국 배우 연기자 노조 홈페이지).

6. 정책적 시사점

위에서 살펴본 바처럼 미국 내 방송 산업 제작스태프의 복지와 근로환경에 관련한 지원은 흔히 길드(Guild)라 불리는 직능별 노조를 통해 이루어진다. 일종의 장인 조직의 전통에 놓여있는 길드는 산별 노조가 아니라 동일 기능/직업 집단의 권익을 보호하기 위해 자율적으로 설립되었다는 특징을 갖고 있다.

각 길드는 산업 내의 계약 협상 상대인 미국 영화·텔레비전 제작사협회 또는 광고주협회와의 주기적인 단체교섭을 통해 기본협정(Basic Agreement)을 맺음으로써 임금 및 근로조건과 복지문제를 다루고 있다. 길드는 이와 같은 방식을 통해 권익을 보호하는 것뿐 아니라 해당 직업군의 위세를 드러낸다. 길드의 중요성은 특히, 제작사 협회와의 관계에서 교섭적 약자에 해당하는 음향, 촬영, 조명, 분장, 미용, 의상 분야에 종사하는 프리랜서들의 근로조건 등을 보호하고 개선하기 위한 협정을 맺는다는 데 있다.

한국의 제작스태프들이 처한 열악한 상황을 단순화해서 바라본다면 이는 이들이 행하는 일의 가치가 정당하게 인정받지 못함에 따른 노동시장에서의 차별적 관행의 결과라 할 수 있다. 이 문제는 단순히 법제적인 것뿐만 아니라 문화적인 요인과 기술적인 요인 등을 포

함한 다차원적 접근이 필요하다. 즉, 창의·예술적 노동이라 여겨지는 감독과 작가의 일과 달리, 단순 기술적 노동으로 인식되는 분장, 음향, 조명 등 제작 스태프들의 일에 대한 사회문화적 차별을 원인 중의 하나로 들 수 있다. 또한, 방송제작 기술의 디지털화와 자동화에 따른 인간 노동력에 대한 경시와도 맞닿아 있다.

법제적으로는 제작스태프들의 지배적인 고용형태인 프리랜서가 현재의 근로기준법상 근로자의 지위를 부여받지 못하고 있는 점에 주목해야 한다. 이에 대한 우선적인 해결책으로 제작 스태프들의 조직화를 통한 단체교섭 역량의 강화를 들 수 있다. 이를 통해 표준 계약서 제정, 적절한 수준의 최저임금 보장, 저작권 인정 등 스태프의 권익보호 및 고용안정과 근로환경 개선에 기여하는 법적 제도적인 방안을 마련해야 한다.

제 2 절 영국사례¹¹⁾

1. 서론

영국은 1980년부터 채널4의 도입과 함께 독립제작사가 증가하였다. 대처 정부이후 신자유주의 방송정책의 확대는 노동의 유연화로 방송노동자의 비정규직화와 프리랜서 증가로 이어졌다. 특히 BBC의 버트(Birt) 사장 재임 시절 BBC에 프리랜서가 많이 증가했다. 영국에서는 1년 이내 계약한 사람들을 프리랜서로 보고 있다¹²⁾. 영국 프리랜서들도 근무환경이 열악하여 10년 이상 산업에서 종사하기 힘들어 하며 매주 50시간 이상 일하고 있다 (Broadcast 2012. 6. 7)

영국에서는 산별노조인 BECTU(Broadcasting, Entertainment, Cinematograph and Theatre Union), 창조산업의 인적자원개발협의체인 Creative Skillset, 공영방송 BBC 등이 프리랜서를 대상으로 복지와 교육 지원을 제공하는 데 중추적인 역할을 하고 있다.

11) 안임준(한국전파진흥협회 부장) 작성

12) 'freelance' is defined as those on contracts of 364 days or less in their current or most recent role(Creative Skillset, 2014, p.12).

2. 방송 산업 현황

영국은 1920년대 공영방송 BBC를 시작으로 50년대 ITV가 설립되어 복점형태의 공민영 방송체제를 80년대까지 유지했다. 1982년 대처 정부 하에서 출판형 방송사 (publisher-broadcaster) 채널4(Channel4)가 설립되면서, 텔레비전 시장에 독립제작사의 등장과 유연전문화에 대한 논의가 시작되었다. 채널4는 생산과 배급이 수직적으로 통합된 기존의 방송사와 달리 프로그램 전부를 독립제작사로부터 납품받아 편성하는 형태로 운영한다. 1986년 신자유주의 경제학자 알랜 피콕(Allan Peacock) 경이 이끈 위원회는 대처 정부에 제출한 보고서에서 방송사의 수직적 통합은 역사적 우연으로 보고 자체제작이 필요하다는 논의에는 노동조합의 제한행위가 있다고 주장했다. 위원회는 프로그램의 공급원을 다변화하면 경쟁이 증가하고 그에 따라 방송사 자체제작의 효율성도 높아질 것으로 보고, BBC, ITV 두 방송사의 수직적 통합에 근거한 독과점을 깨기 위해 독립제작 쿼터제를 제안했다. 이를 반영하여 1990년 방송법은 영국 지상파 방송사는 연간 방송 프로그램의 최소 25%를 독립제작사의 프로그램으로 충당하도록 의무화하였다. 독립제작 쿼터제의 도입과 채널4의 설립으로 외부제작시장이 활성화되면서 독립제작사가 급속히 증가했다(김영한 2008).

영국 방송 산업의 2014년 수익 규모는 132억 파운드로 2013년 대비 3억9천2백만 파운드 (3.1%) 상승했다. 특히 유료 방송 시청료가 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 매년 1.9% 증가했으며, 지난 5년간 복합적으로 매년 5.2% 증가했다. TV방송광고 수익은 2014년 3.9% 증가하여 38억 파운드로 상승했다.

<표 3-7> 영국 텔레비전 산업현황

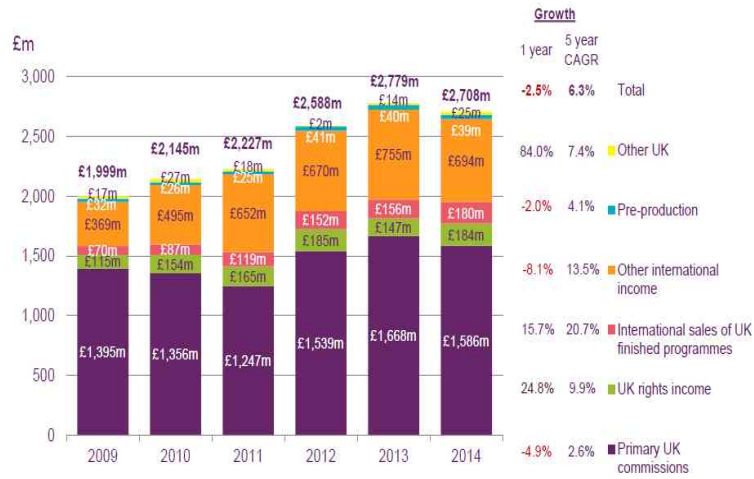
UK television industry	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total TV industry revenue (£bn)	11.1	11.8	12.4	12.5	12.8	13.2
Proportion of revenue generated by public funds	23%	22%	21%	21%	20%	21%
Proportion of revenue generated by advertising	28%	30%	29%	28%	29%	29%
Proportion of revenue generated by subscriptions	42%	43%	44%	44%	46%	45%
Broadcaster share of total display advertising spend	41%	42%	43%	43%	43%	44%
Spend on originated output by 5 main networks (£bn)	2.4	2.5	2.5	2.6	2.5	2.6
Digital TV take-up (% all households)	88%	92%	94%	96%	95%	93%
Proportion of DTV homes with pay satellite or cable	53%	56%	51%	51%	52%	51%
Minutes spent watching TV per day (per person aged 4+)	225	242	242	241	232	220
Share of the main five channels in all homes	58%	56%	54%	52%	51%	51%
Number of channels broadcasting in the UK	490	510	515	529	527	536

자료: Ofcom(2015). The Communications Market Report, p.145.

PACT(Producers Alliance for Cinema and Television)의 영국 연간 독립제작사 조사에 따르면, 독립제작사 부문은 2009년부터 지속적으로 성장하여 13년 27억 8천만 파운드까지 성장했다가 14년 27억 1천만파운드로 2.5% 정도 감소했다. 영국 방송사를 통한 위탁 제작 수입이 60% 내외로 주 수입원이며 영국 방송프로그램 해외 판매 수입이 연평균 20.7%로 높은 성장률을 기록하고 있다.

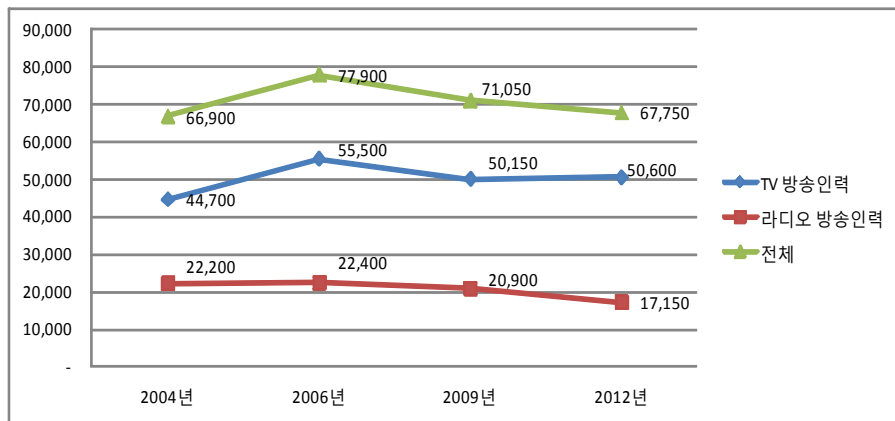
[그림 3-2]는 영국 방송 산업에 종사하는 인력을 보여주고 있다. 2012년 방송 산업인력은 총67,750명이며, TV산업 인력은 50,600명, 라디오산업 종사 인력은 17,150명이다. 2006년 77,900명을 정점으로 감소하고 있다.

[그림 3-1] 독립제작사 TV 관련 수익



자료: Ofcom(2015). The Communications Market Report, p.145.

[그림 3-2] 영국 방송인력 추이



자료: Creative Skillset(2012). Employment Census of the Creative Media Industries. London: Creative Skillset.

3. 프리랜서 방송인력 현황

2012년 TV 프리랜서와 라디오 프리랜서는 22,950명으로 전체 대비 33.9%에 달한다.

<표 3-8> 영국 프리랜서 방송인력 추이

(단위: 명(%))

구분	2004년	2006년	2009년	2012년
TV Freelancers	14,800(31%)	19,000(34%)	13,900(28%)	20,000(39%)
Radio Freelancers	5,200(23%)	5,700(25%)	4,900(23%)	2,950(17%)
합계	20,000/66,900 (29.9%)	24,700/77,900 (31.7%)	18,800/71,050 (26.5%)	22,950/67,750 (33.9%)

자료: Creative Skillset(2012). Employment Census of the Creative Media Industries. London: Creative Skillset.

4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원 정책

산별노조인 BECTU는 1991년 설립되었으며 영국의 창조산업에 종사하는 정규직, 계약직, 프리랜서 등 2만 5천명의 조합원이 참여하고 있다. 프리랜서를 위해 다양한 지원을 하고 있다. 우선 프리랜서를 위한 주요 방송 고용관련 이슈와 세금 관련 자문을 제공하고 있다. 노조는 조합원을 위한 세금 가이드도 출판했다.

Hencilla사를 통해 미디어 프리랜서 보험(Media Freelance Insurance)도 제공한다. 연 21 파운드의 보험료로 소유 또는 임대한 기기의 손실 보상, 직업적 배상금, 빌딩과 콘텐츠, 개인사고 등에 대해 보험금을 최고 1천만 파운드까지 제공한다.

BECTU와 제작자 협회 PACT가 2003년 프리랜서 제작 협상을 통해 최소 임금을 결정했다. 협상내용에는 연 4주의 유급 휴일 보장과 추가근무시간에 대한 급여기준, 주당/일일 노동 시간에 대한 기준, 견습 사원의 최저급여에 대한 내용들을 포함한다.

2010년 BECTU는 BBC와 협상을 통해 프리랜서들의 급여기준과 근무조건에 대한 협상도 추진했다. 협상을 통해 BBC의 프리랜서들에게 영향을 주는 사안들을 논의하는 범 BBC 포

럼인 프리랜서 전국회의를 결성했다. BBC 비전 내 드라마 제작관련 별도 협상을 체결하고, 엔터테인먼트, 사실 프로그램 등 타 장르와 관련하여 협정도 체결했다.

BECTU와 DPRS(Directors' and Producers' Rights Society Limited), DGGB(The Directors Guild of Great Britain), PMA(The Personal Managers' Association), PACT, BBC, ITV, 채널4, Five, BSkyB 등 방송사 등이 연출인산업포럼(The Directors Joint Industry Forum)에 참여하여 연출자와 사업자간의 계약을 위한 연출자 계약 가이드라인(Directors' Contract Guidelines)을 만들었다.

<표 3-9> 연출자 계약 가이드라인 개요

구분		내용
계약 과정	지불	<ul style="list-style-type: none"> - 계약 전에 연출가는 방송사나 제작자에게 자신이 보증할 수 있는 점을 확실히 해야 할 책임이 있음 - 계약은 업무 시작 전에 미리 이루어져야 하고, 지불은 계약 규정에서 정하는 시간에 따름
	Deal Memo	<ul style="list-style-type: none"> - 즉시 지불이 필요할 때는 deal memo이용 - 프로그램의 형식, 종료일의 정의, 저작권 할당, moral right와 관련된 지위, 급료와 비용, 연출자가 총연출자인지 단독인지 등을 약식 agreement에 최소한 포함시켜야 함
	개발협약	<ul style="list-style-type: none"> - 연출자와 방송사 양측 간에 어느 준비 작업에 연출자가 필요한 것인지에 대해 논의하는 것이 필요
	Single Nominated Producer	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 계약은 방송사와 모든 제작 파트너를 대표하도록 지명된 하나의 제작자가 참조하는 것을 포함하여야 함
계약기간	<ul style="list-style-type: none"> - 연출자는 계약과 Deal memo에 처음부터 명확히 후반 작업을 포함하여 가능한 기간과 특성을 반영하여 해야 함 - 일반적이지는 않지만 연출자와 에이전트는 종료일(stop date)을 요구할 수 있음 - 초과시간을 포함한 어떤 상황들은 공정하게 다루어질 것이며, 연출자에 의한 소득의 손실은 개별협상을 통해 설명될 것임 - 계약에 종료일의 부재는 비현실적인 스케줄, 제 시간에 결정하지 못하는 것, 최초 계약 외에 업무에 대해 연출자에게 임금을 지불하지 않는 것 등에 대한 변명을 제작사나 방송사는 이용하지 않을 것임 	
업무시간	<ul style="list-style-type: none"> - 연출자가 계약을 수락하기 전에 제안된 스케줄에 대해 논의할 기회가 주어 져야 함 - 건강과 안전을 해치지 않는 범위 내에서 업무시간을 정해야 함 - 제작, 후제작, 예산 관련 스케줄은 계약에 사인하기 전에 논의해야 함 	

휴무	<ul style="list-style-type: none"> - 휴일은 노동시간규정(Working Time Regulations)과 일치해야 하며, 휴일과 휴식은 계약서와 Deal Memo에 포함된 규정에 따름 - 현실적으로 제작 기간의 휴식이 어려울 때는 사전제작이나 사후제작기간에 휴식을 취할 수 있음
정직	<ul style="list-style-type: none"> - 정직은 계약에 반할 때 다루어지는 이슈이기 때문에 연출자의 계약에는 필요하지 않은 항목이라고 할 수 있음. 단, 불가항력일 경우에는 예외임 - 연출자에 의한 노동이나 수익의 잠재적 손실이 발생할 경우는 개별 협상에 의해 설명되어야 함
해고/계약 위반	<ul style="list-style-type: none"> - 보상이 없이 해고하는 경우는 단지 연출자가 계약을 위반할 때뿐임 - 계약위반 조항은 공정하고 순수해야함. 예술적 견해차가 계약 위반이 될 수는 없음
불가항력	<ul style="list-style-type: none"> - 개별 계약은 구체적인 불가항력 규정을 포함해야 함
크레딧	<ul style="list-style-type: none"> - 연출자는 일반적으로 오프닝이나 라스트의 주요 위치에 크레딧됨 - 계약협상에서 제작사(방송사)와 명확히 하여 결정해야 함
피해보상	<ul style="list-style-type: none"> - 연출자는 약속한 계약을 위반할 때 제작사(방송사)에게 피해보상하여야 하고, 제작사(방송사)는 공급한 재료에 관하여 보상 의무가 발생함 - 연출자는 소위 '위협받은 위반(threatened breach)'에 대해서는 보상의 의무가 없음
부대비용	<ul style="list-style-type: none"> - 촬영 장소를 떠나 발생하는 여행 경비 등에 대해서는 비용을 변상해주어함
예산관리	<ul style="list-style-type: none"> - 본래 연출자의 책임은 아니나 제작 요소에도 영향을 미치기 때문에 예산의 요소에 친숙해지도록 하는 것이 좋음

자료: 한국콘텐츠진흥원, 2012, 방송영상 제작스태프의 근로환경 개선방안에 관한 연구;
<http://www.bectu.org.uk/advice-resources/agreements>

5. 프리랜서 방송인력 교육 정책 및 현황

1) BECTU

BECTU의 런던 소재 본부에서는 프리랜서를 위한 직업교육이 이루어지고 있다. 주로 창조산업 관련 안전교육, 응급처치, 재무교육, 전기 시스템 관련 Creative Skillset 자격증 등을 제공한다. 특히 안전교육은 <Creative Industries Safety Passport>라는 이름으로 IOSH(Institution of Occupational Safety & Health) 인증 1일 과정으로 진행되며, 주로 프리랜서와 비정규직 회원들을 위한 과정이다. 비용은 일반인 120 파운드이며 BECTU 회원은 90 파운드이다. TV 종사자들은 Creative Skillset에서 지원하는 보조금을 받을 수 있다. 이 과정은 다음의 5개 모듈로 구성되어 있다.

- o 창조산업 안전 소개
- o Hazard와 risk의 개념 정의
- o Hazard와 실용적인 조절 조치
- o 공통 작업장 조치
- o 안전을 위한 개인의 책임

방송영상 편집 과정들도 운영한다. 아도비 애프터이펙트 초급과 중급 과정, 아도비 프리미어 초급과 중급 과정, 아도비 포토샵 초급, 파이널 컷 X 초급, 무비 매직 스케줄링 등과 관련된 단기과정을 제공한다.

BECTU는 정부 등의 외부지원 조합 학습 기금을 편성하여 조합원을 대상으로 ‘성공을 위한 진보(Progress for Success)’라는 프로젝트를 실시하고 있다. 단기강좌와 워크숍 등으로 구성된 이 교육 프로젝트는 지역의 학습 조직 팀이 전국적으로 운영하며 지부와 지역 대표들의 의견을 반영하여 교육내용을 조정한다.

[그림 3-3] BECTU 훈련과정 소개 사이트

The screenshot shows the BECTU website's 'Head Office vocational freelance courses' page. The page lists various courses with their dates, titles, and tutors. A table below provides the following details:

Course Date	Course Title	Course Tutor
13 January 2016	Creative Industries Safety Passport	Martin Roberts
23 & 24 January 2016	Creative Skills Certificate in Temporary Electrical Systems (BS7599)	James Eade
6 & 9 February 2016	Creative Skills Certificate in Temporary Electrical Systems (BS7599)	James Eade
24 February 2016	Maximising Your Crime Presence	Liz Harwood
25 February 2016	Emergency First Aid in the Office and Studio	Lazarus Training
15 March 2016	Creative Industries Safety Passport	Martin Roberts
16 March 2016	Finance for Freelancers	David Thomas
17 March 2016	Meeting Us & Living In	David Thomas
13 April 2016	Finance for Freelancers	David Thomas
14 April 2016	Emergency First Aid in the Office and Studio	Lazarus Training
18 & 19 April 2016	Creative Skills Certificate in Temporary Electrical Systems (BS7599)	James Eade
5 May 2016	Creative Industries Safety Passport	Martin Roberts
26 May 2016	Creative Industries Safety Passport	Martin Roberts
23 June 2016	Emergency First Aid in the Office and Studio	Lazarus Training
20 July 2016	Creative Industries Safety Passport	Martin Roberts
21 September 2016	Creative Industries Safety Passport	Martin Roberts
5 October 2016	Finance for Freelancers	David Thomas
12 October 2016	Creating Organises, Getting On	David Thomas
27 October 2016	Creative Industries Safety Passport	Martin Roberts
2 November 2016	Finance for Freelancers	David Thomas
28 November 2016	Creative Industries Safety Passport	Martin Roberts

자료: <https://www.bectu.org.uk/training-development/headofficevocationalcourses>

BECTU에서는 매년 프리랜서 페어(Freelancer's Fair)를 개최하여 세미나, 워크숍, 1대 1 상담 세션, 전시 등을 프리랜서들에게 제공한다.

[그림 3-4] 2015년 프리랜서 페어 홍보 포스터



<표 3-10> 프리랜서 페어 주요 프로그램

프로그램명	시간	주요 내용
Marketing Your Projects	9:45~11:00	프로젝트 마케팅과 판촉 관련 전문가 패널 토의
Close Up on Cameras	9:45~11:00	최신 장비 소개와 Q&A 세션, 기술 부스 운영
What future now for the BBC?	11:15~12:30	BBC 칙허장 갱신과 관련하여 수신료의 미래, BBC 스튜디오의 미래, 새로운 BBC 제작 소개. BBC 근무 프리랜서 현안 토론
Low Budget, High Ethics	11:15~12:30	저예산 프로그램의 감독과 제작자가 참여하여 작품 제작 전과정과 관련 재원, 제작, 마케팅 논의

Accountancy Question Time	오후 1:00~2:00	미디어전문 회계법인에서 프리랜서를 위한 회계 자문 제공
Digital Storytelling	오후 1:45~3:00	BBC 아카데미와 공동으로 디지털 스토리텔링과 순차적 스토리텔링의 차이와 제작자를 위한 기회 소개
The Class Ceiling	오후 2:15~3:30	Creative Skillset의 연구결과에 따르면 영화와 방송 산업에 다양한 진입 장벽들이 존재
Pitch Perfect	오후 3:45~5:00	다양한 장르를 다루는 커미셔너와 개발 제작자들이 피칭과 관련 팁 제공
Diamond Visas	오후 4:00~5:00	영국의 창의적인 талан트가 할리우드 진출을 위한 방안 논의

2) Creative Skillset

Creative Skillset은 방송 산업을 포함한 창조산업의 인적자원개발위원회로 인적자원 개발을 위한 투자, 훈련, 경력 관리, 연구 등의 업무를 수행한다. 인력 개발 보조금, 기업 개발 보조금, 기업 공동투자 보조금, 회사 다양성 보조금 등 기술 투자 자금을 운영한다.

Creative Skillset은 Employer Ownership Pilot을 통해 2천만 파운드의 공공투자와 창조산업의 사업체가 투자한 17백 만 파운드를 창조산업 종사자들의 기술과 재능 향상을 위해 사용할 예정이다(Creative Skillset, 2014년 7월 14일).

BBC와 채널4, Five가 협정체결에 따라 부담하는 TV 스킬 펀드는 TV 프리랜서의 훈련에 사용한다. TV 스킬 펀드와 이전에 만들어진 다양한 펀드들을 통해 12백만 파운드 이상을 다양한 프로그램에 사용했다.

TV 방송 작가 개발 프로그램을 통해 영국 TV 드라마의 스토리와 콘텐츠의 다양성 증대를 위해 신진 작가와 스크립트 편집인들을 지원하고 이들 능력을 개발하기 위해 독립 제작사와 방송사의 프로젝트 당 1만 파운드를 제공한다. 산업 기술 우선 사항에 부합하는 단기 과정을 이수한 애니메이션 제작에 종사하는 제작자와 프리랜서에게 50%의 훈련비용을 제공한다. 국제 기금(마켓 멘토링)을 통해 처음으로 유럽과 국제 마켓에 나가는 주니어 판매와 배급 직원들을 대상으로 마켓 멘토링을 제공하는 회사에 최대 22천 파운드를 투자한다. 고품질 TV 드라마 프로듀서 프로그램을 통해 TV 드라마 프로듀서를 하고자 하는 스크립트 영화나 TV 제작, 사실 프로그램 등 다양한 방송 미디어의 10년 이상 경력을 가진 시

니어들의 역량을 향상시키고자 한다.

창조산업 관련 학위과정, 훈련과정들을 소개하고 구인구직 등 취업 정보도 제공한다.

Creative Skillset은 방송을 포함한 창조산업 관련 훈련에 대한 센서스, 인력 설문조사 등 다양한 조사를 정기적으로 실시하고 있다. 창조산업의 성공을 위해 프리랜서의 역할은 중요한데, 영화 부문에는 90%, 독립 TV의 54%에 달한다. 하지만 2014년 창조산업 내 77%에 달하는 프리랜서가 훈련과정 참여에 어려움을 겪고 있으며 이는 2010년 55%보다도 증가한 수치이다.

Creative Skillset의 훈련기금을 통해 BECTU, BBC 등의 훈련과정을 지원한다. Creative Skillset에서는 학생들을 위해 훈련과정을 소개하는 사이트를 운영하며 우수 훈련과정에 대해 Creative Skillset의 tick 마크를 제공한다.

3) BBC Academy

BBC 아카데미는 저널리즘, 방송제작, 방송기술 관련 재직자 훈련과 방송 산업에서 일하고 하는 훈련생과 도제 과정을 운영하고 있다. BBC 직원뿐만 아니라 프리랜서 대상 훈련과정도 운영한다. 2014년 Creative Skillset의 기금 지원을 통해 6개의 창조산업 프리랜서를 위한 과정을 제공했다. 기금 지원으로 훈련과정 비용을 90%까지 충당한다.

- (1) 고속런 기술 과정: 스튜디오 음향, 조명, 카메라와 비전 믹싱의 프리랜서 기술자들을 위한 5일 간의 스튜디오 훈련과정
- (2) 코메디 스튜디오 기능 기술: 포괄적인 훈련 계획으로 멀티카메라 코미디 제작을 전문으로 원하는 스튜디오 프리랜서 기술자들을 위한 집중적인 3일간의 스튜디오 과정을 포함. 본 과정은 카메라, 연출, 조명과 음향 관련 고속런 기술을 가르침. BBC 아카데미는 미디어 시티의 Dock 10과 공동으로 이 과정을 제공
- (3) 새로운 스토리: 영국의 다양한 지역에서 진행되는 일련의 다양한 스토리텔링 과정. 본 과정을 통해 어떤 장르에서도 적용할 수 있는 황금율과 스토리텔링을 제작의 중심에 위치시키는 방법을 제공하여 스토리텔링에 대한 확신과 능력 향상 기대. 본 과정은 스토리텔링 개론, 사실 단편물을 위한 스토리 구조, 사실 장편물을 위한 스토리

구조 등을 포함. DV Talent와 인디 훈련 기금과 공동으로 제공

- (4) 창조적 팝업(Pop-Ups): 창조산업에서 일하는 프리랜서를 위한 1일 훈련과정. 본 과정은 창의성의 작동 방법, 창의성과 창의적 협력을 극대화하는 다양한 창조 스타일과 방법, 예술적 사고를 믿는 타인에게 영향을 주고, 설득하고 영감을 주는 창의적 리더십 방법을 이해할 수 있도록 함
- (5) 사실 프로그램 운영자 라이브 이벤트: 사실 프로그램 제작 프리랜서 프로듀서들을 위한 4일 집중 과정. 관찰 다큐멘터리와 고정 포맷을 제작자들에게도 적합함
- (6) 2주 새도잉(shadowing) 개발 프로그램: 숙련된 프리랜서에게 인기 있는 장르와 부서에서 일할 수 있는 기회 제공. BBC 아카데미는 왕립 텔레비전 협회와 공동으로 30명의 프리랜서를 영국 전역의 방송 제작 팀에서 일할 수 있도록 함. 개인은 직업실습기간 동안 매주 500파운드의 장학금을 받음

6. 정책적 시사점

영국의 방송 프리랜서에 대한 복지 지원은 국민에 대한 일반적인 복지제도와 병행하여 산별노조인 BECTU를 중심으로 임금과 근로 조건 등 협상이 이루어진다.

BECTU에서는 안전교육, 응급처치, 편집 등 훈련과정 개설과 함께 매년 프리랜서 페어(Freelancer's Fair)를 개최하여 세미나, 워크숍, 1대1 상담 세션, 전시 등을 프리랜서들에게 제공한다.

교육 지원은 창조산업의 인적자원개발협의체인 Creative Skillset이 다양한 기금을 통해 다양한 단체와 협력하여 훈련과정을 개설하고 보조금을 지급하고 있다. 특히 프리랜서를 위한 TV Skills Fund는 BBC, 채널4, Five 등 영국의 방송사들이 기금을 조성했다.

제 3 절 프랑스 사례13)

1. 서론

프랑스의 고용 형태는 계약기간 조건에 따라 계약기간이 정해지지 않은 무기 계약(Contrat à durée indéterminée, 이하 CDI)와 계약기간이 한정되어 있는 유기 계약(contrat à durée déterminée, 이하 CDD)으로 크게 구분된다. 무기 계약직은 사실상 한국의 정규직에 해당하며 유기 계약직은 비정규직 혹은 계약직에 해당된다.

프랑스 방송 분야에서 프리랜서(불어로 엔페르미땅intermittent이라고 불림)는 제작 프로젝트의 기간에 따라 계약을 체결하고 임금을 받지만 그 기간이 종료되면 실업의 상황으로 떨어지게 되는 유기 계약직(CDD)에 속하는 사람들을 일컫는다. 프랑스에서는 제도적으로 정규직, 비정규직, 프리랜서를 불문하고 이들을 고용하는 모든 고용주는 이들에 대한 연금을 신고하고 지불해야 한다. 이 자료를 근거로 프랑스의 방송 산업에 종사하는 프리랜서에 대한 기초자료가 수집되고 있다. 그들은 한 명 혹은 여러 명의 고용주에 의해 고용될 수도 있다. 그들은 고용보험에 가입되어 실업급여를 받을 수 있다(2013년 107,349명).

프랑스의 문화산업 내에서 프리랜서 정책은 공연, 방송, 영화 등 여러 콘텐츠산업 분야를 포괄하고 있는데 일반적으로 공연(spectacle)이라는 개념을 사용한다. 2015년에 1월에 발표된 정책보고서도 이러한 방식으로 작성되어 있다. 문화산업 내에서 방송 산업 분야의 프리랜서는 공연 프리랜서 내에서 “저장된 공연(spectacle enregistré)”으로 분류된다.

방송 산업에 종사하는 프리랜서에 대한 자료는 영화, TV, 애니메이션을 시청각(audiovisuel)이라는 개념 속에 함께 묶어서 발표되고 있다. 프랑스 기업 활동 인구 통계 분류에 따라 시청각 산업에 종사하는 프리랜서는 다시 11개 분야로 세분되는데 그 내용은 아래와 같다.

o 프랑스 시청각 산업 프리랜서 분류

(1) 텔레비전 프로그램 및 TV영화 제작

13) 이원 (인천가톨릭대학교 교수) 작성

- (2) 기관홍보 및 광고 제작
- (3) 영화 필름 제작
- (4) 영화, 비디오, TV프로그램 후반제작
- (5) 영화 유통
- (6) 비디오 유통 및 편집
- (7) 영화 상영
- (8) 음향 녹음 및 편집
- (9) 라디오 프로그램 전송 및 편집
- (10) 지상파 종합편성 채널 편집
- (11) 전문채널 편집

프랑스 방송 분야의 프리랜서를 위한 정부의 지원정책에서 가장 핵심적인 내용은 실업 급여와 교육에 관한 부분으로 구성된다. 현재 진행 중인 지원제도는 2003년에 만들어진 것이다. 그런데 프리랜서는 이 제도 중에서도 실업 급여에 대한 불만을 지속적으로 제기해 왔고 2014년에는 대대적인 시위를 벌이며 사회적 논쟁을 불러 일으켰다. 그 결과 프랑스 정부는 정책 보고서를 발주하고 그 결과물이 2015년 1월 7일에 제출되었다. 본 연구는 이 보고서를 반영하여 구체적으로 새로운 제도가 만들어지기 전에 작성된 것으로 주로 기존의 지원정책을 반영한 하였다.

2. 방송 산업 현황

2013년 기준 프리랜서의 활동이 이루어지는 공연 분야(방송, 영화, 비디오, 공연 분야 모두 포함) 기업들의 전체 매출액은 405억 유로에 달하며 부가가치는 200억 유로에 달하는 것으로 나타났다. 이 수치는 2000년부터 2013년까지 매출액이 12% 증가한 것으로 프랑스 경제의 전체수치보다는 높은 성장을 보여주는 것이다.

공연 분야는 프랑스 문화산업에서 46%의 비중을 차지하고 있고 프랑스 국내총생산에서 약 1%를 차지하고 있다. 이중 약 70%는 방송과 영화를 포함한 시청각 분야가 차지하고 있고 나머지 30%는 순수 공연예술 분야가 차지하고 있다. 순수 공연예술 분야의 성장률은

2000년부터 2013년까지 25%의 성장을 기록한 반면 시청각 분야는 7%에 머물렀다.

관련 기업들은 2000년 이래로 60%가 증가했으며 2011년 기준으로 1만 7000개 독립 기업들이 활동하고 있는 것으로 조사되고 있다. 이 분야의 정규직 종사자는 7만 2천명이며 프리랜서 봉급자는 12만 7천명으로 집계되고 있다.¹⁴⁾

공연 분야의 부가가치는 2013년 기준으로 약 200억 유로에 달하는데 이것은 프랑스 국내총생산(GDP)의 1%가 조금 넘는데, 그 중에서 시청각 분야는 약 3분의 2를 차지하고 있다.

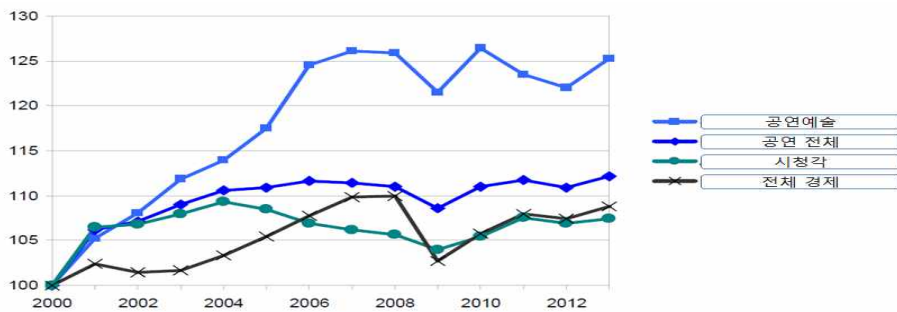
<표 3-11> 공연 기업의 매출과 부가가치(2013년)

(단위: 10억유로)

구분	총 매출		총 부가가치	
	경제적 가치	비중(%)	경제적 가치	비중(%)
시청각(라디오, 영화, TV, 비디오, 음반)	28.4	0.75	12.5	0.66
공연예술	12.0	0.32	7.1	0.37
전체 공연	40.5	1.07	19.6	1.03
프랑스 총생산	3775.8	100.00	1896.9	100.00

자료: Insee, Comptes nationaux - Base 2010 / DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication.

[그림 3-5] 총 산업경제 대비 공연 분야 매출액 추이(2000-2013)



자료: Insee, Comptes nationaux / DGCA-DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2014

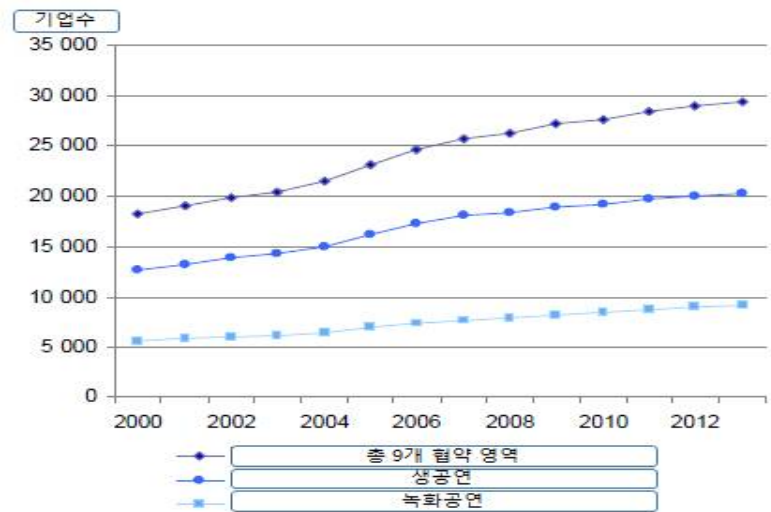
14) MTEFPDS & MCC(2015). *Elements de diagnostic sur la situation des entreprises et de l'emploi dans le spectacle vivant, l'audiovisuel et le cinema*. Conférence pour l'emploi dans le spectacle, p.7.

3. 프리랜서 방송인력 현황

2015년 4월에 France Stratégie가 발표한 보고서 「Les métiers en 2022」에 따르면 2002~2012년에 고용창출에 있어서 문화산업은 12%를 차지한다고 평가하고 있다.¹⁵⁾

공연 기업의 수는 2000년 대비 2013년에 약 60%가 증가해서 총 3만 여 기업으로 늘어났다. 이 기업들의 전체 숫자에서 공연예술 기업은 70%를 차지하고 있다. 기업 증가 추이를 보면 공연예술 분야와 시청각 분야가 비슷하게 나타나고 있다.

[그림 3-6] 프리랜서 고용 기업 수 추이(2000-2013)



자료: Audiens(MTEFPDS & MCC(2015), p.8, 재인용)

이 기업들의 특징을 보면 공연예술 분야에서 연봉이 3만 유로 미만인 기업이 65%를 차지하고 있다는 점이다. 또 약 8%의 기업의 전체 임금의 71%를 차지하고 있으며 54%의 기

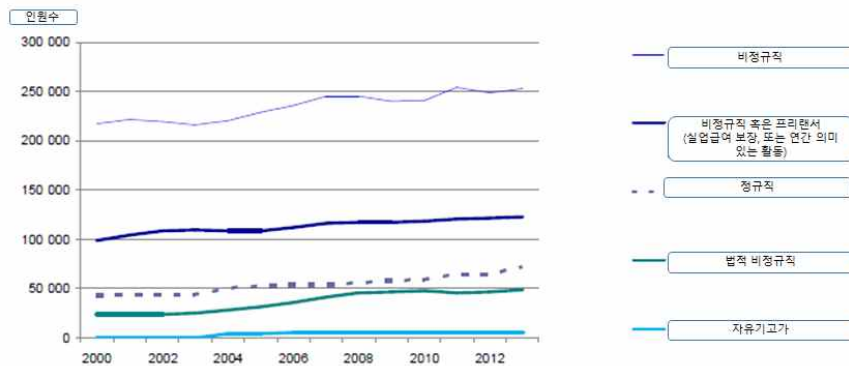
15) MTEFPDS & MCC(2015). *Elements de diagnostic sur la situation des entreprises et de l'emploi dans le spectacle vivant, l'audiovisuel et le cinema*. Conférence pour l'emploi dans le spectacle, p.8.

업은 정규적으로 고용하는 인력을 가지고 있지 않다.

공연 분야 전체의 피고용자 38만 명의 90%는 기업에 고용되어 있는데 그 중 12만 7천 명이 프리랜서 피고용자에 해당한다. 따라서 프리랜서의 비중은 전체 피고용자 중 약 3분의 1을 차지하고 있는데 2000-2013년 기간에 약 20%, 즉 약 2만 4천 명이 증가한 것이다.

아래의 표에서 “비정규직 혹은 프리랜서”에 해당하는 피고용자는 1개 혹은 여러 회사에 고용되어 있는 사람들을 말하는데 실업급여를 받을 수 있는 사람들(2013년 기준 107,349명)과 실업급여를 받을 수 없으나 연 4,000유로 이상의 임금을 받는 사람들(2013년 기준 20,086명)는 이다. 이러한 조건에 있는 프리랜서 피고용자는 프리랜서 전체의 92%를 차지하고 있다.¹⁶⁾ 한편 정규직은 이 분야 전체의 50%의 비중을 차지하고 있다.

[그림 3-7] 정규직과 프리랜서(비정규직) 인력 추이(2000-2013)

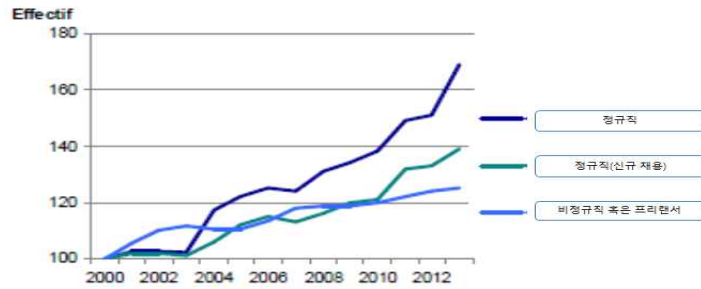


자료: Audiens(MTEFPDS & MCC(2015), p.9, Audiens 재인용)

아래의 표에서 보다 명확히 나타나는 것처럼 전체적으로 인력은 증가하고 있는 추세를 보이는데 정규직의 증가 추세가 비정규직 혹은 프리랜서보다 더 빠르게 증가하고 있음을 알 수 있다. 2000년 대비 2013년에 16,000명의 신규 정규인력이 늘어났다.

16) MTEFPDS & MCC(2015). *Elements de diagnostic sur la situation des entreprises et de l'emploi dans le spectacle vivant, l'audiovisuel et le cinema*. Conférence pour l'emploi dans le spectacle, pp.9~10.

[그림 3-8] 정규직과 프리랜서 인력 증가 추세(2000-2013)

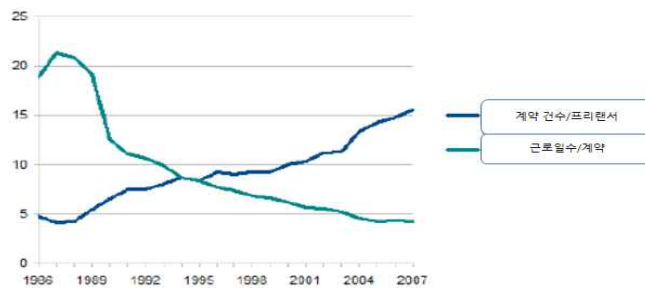


자료: Audiens(MTEFPDS & MCC(2015), p.10, Audiens 재인용)

2011년 기준으로 시청각 분야와 순수공연예술 분야에서 17,000명이 기업으로부터 월임금을 받지 않는 방식으로 활동한다고 신고하였다. 그중 41%가 1인 기업의 형태로 활동하고 있다. 1인 기업 형태의 활동가는 국민 전체 1인 기업 중 1.68%를 차지하고 있는 반면 독립 인력(월임금을 받지 않으나 1인 기업도 아닌 인력)은 0.52%를 차지하고 있다.

한편 프리랜서의 계약 건수는 1986년 이래로 지속적으로 증가하고 있으나 계약 당 근로일수는 줄어들고 있다. 1986년 한 계약 당 평균 근로일수는 20일이었으나 2007년에는 5일로 감소하였다. 반면 1990년에는 한 프리랜서의 연간 평균 계약건수가 5개였으나 오늘날에는 15개가 넘는다.

[그림 3-9] 평균 계약건수와 계약기간(1986-2007)



자료: MTEFPDS & MCC(2015), p.26

2014년에는 계약의 50%가 순수공연예술에서 이루어졌고 약 3분의 1은 시청각(방송, 영화)에서 이루어졌다. 약 18%의 계약은 협회나 공공기관에서 이루어진 계약이다. 시청각 분야에서 10개 계약 중 8개는 방송, 영화, 애니메이션에서 체결된 것이다.¹⁷⁾

2008~2011년 사이 월임금을 받지 않는 방식으로 활동하는 인력은 10,000명에서 17,000명으로 늘어났다. 이 증가는 특히 1인 기업가의 증가에서 기인하는데 이들의 비중은 2009년 22%에서 2011년 41%로 늘어났다.

이들은 특히 공연예술 분야에서 증가세가 두드러지게 나타났는데 2009년 13%의 비중에서 2011년에는 23%로 늘어났다. 이들의 비중은 시청각 분야에서는 2009년 9%에서 2011년 18%로 증가하였다. 한편 독립 인력의 수는 전체적으로 큰 변화가 없는 편이다.

<표 3-12> 2011년 비임금 인력 현황

구분	독립 인력(명)	1인 기업 인력(명)	전체 인력수(명)
시청각(방송, 영화 등)	5,137	3,135	8,272
공연예술	4,902	3,872	8,774
공연 전체	10,039	7,007	17,046
인구 전체(농업 제외)	1,923,799	415,957	2,339,756
비중	0.52%	1.68%	0.73%

자료: Audiens(MTEFPDS & MCC(2015), p.11, Insee 재인용)

4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원 정책

프랑스 정부 차원에서 시청각 산업과 공연예술 산업에 지원하는 통로는 아래와 같이 다양하다.

- o 문화커뮤니케이션부 예산
- o 타 정부부처에서 문화 관련 비용: 40억 유로(2013년 기준)
- o 부가세 감면

17) MTEFPDS & MCC(2015). *Elements de diagnostic sur la situation des entreprises et de l'emploi dans le spectacle vivant, l'audiovisuel et le cinema*. Conférence pour l'emploi dans le spectacle, p.26.

- o 문화커뮤니케이션부에 할당된 세금: 3,400만 유로
- o 유럽연합 차원의 수출 지원
- o 공연기업을 대상으로 한 조세 비용

문화커뮤니케이션부의 2016년 예산은 73억 유로로 2015년보다 2.7% 증가한 것으로 그 중 29억 유로는 연구 및 문화 분야에 할당되고 39억 유로는 공영방송에 할당된 것이다. 이러한 지원은 시청각과 공연 분야 전체에 대한 지원이지만 직간접적으로 그 분야에서 프리랜서의 고용, 교육 및 과 경제적 지원과 연결되어 있다.

문화예술을 그 어느 국가보다 중요하게 생각하는 프랑스는 아래와 같이 구체적으로 프리랜서의 지원과 복지에 관련된 정책을 펴고 있다.¹⁸⁾

1) 실업보험 정책

현재 프랑스에서 실업보험을 받기 위해서는 예술가 프리랜서의 경우 10.5개월에 507시간을 근무해야 한다. 기술직 프리랜서의 경우 10개월에 507시간을 근무해야 한다. 그래야만 실업보험에 적용을 받아 보상을 받을 수 있다.¹⁹⁾ 이 모델은 2003년 6월에 체결된 협상에서 출발한 것이다. 하지만 이후 이 모델에 대해 프리랜서는 지속적으로 불만을 제기해 왔다. 왜냐하면 그 이후 보험료를 납부하는 사람은 늘어났지만 실제로 보험금 보상을 받는 사람은 증가하지 않고 정체되고 있기 때문이다. 실제로 2014년을 기준으로 실업 보험료를 납부하고 보상을 받는 사람은 38%에 불과하고 나머지 62%는 보험료를 납부하고도 그 혜택을 받지 못하는 결과가 나타났다. 따라서 현 제도에 따라 근로시간(507시간)을 채우지 못하는 프리랜서들이 상당히 많기 때문에 이들은 보험료를 납부하고도 전혀 혜택을 보지 못하는 것이다. 그래서 프랑스에서는 2014년에 프리랜서들이 거리로 뛰쳐나왔고 2015년 초 정부는 이들을 위한 대책을 강구하기 시작했다.

18) Hortense Archambault, Jean-Denis Combexelle & Jean-Patrick Gille(2015). *Batir un cadre stabilise et securise pour les intermittents du spectacle*. Rapport

19) 2015년 1월 7일. Le Monde 기사 Intermittents du spectacle : Manuel Valls veut sanctuariser le régime en l'inscrivant dans la loi.
http://www.lemonde.fr/culture/article/2015/01/07/intermittents-du-spectacle-manuel-valls-veut-sanctuariser-le-regime-en-l-inscrivant-dans-la-loi_4550583_3246.html

2) FPS: 전문화 및 사회연대 기금

프랑스 정부는 FPS(Fonds de professionalisation et de solidarité)라는 기금 제도를 마련하고 있는데 이것은 프리랜서들의 경력 관리에 도움을 주기 위한 제도이다²⁰⁾. 구체적으로 이 기금은 전문상담가가 프리랜서에게 직업 상황과 어려움에 대한 내용을 분석해 주고 경력 재설정, 직업 이전 등에 대한 해결책을 제시해 준다. 또 개인적인 직업 계획이 있으면 그것이 실현가능하도록 도와주는 기능도 한다. 지원금은 자신의 직업 계획을 실현하기 위해 드는 비용을 지원하는데 홍보매체 지원, 이사비 지원, 건강 관리비 등과 같은 명목으로 지원자에게 직접 주어진다.

이 기금의 혜택을 받기 위해서는 다음과 같은 조건을 충족시켜야 한다. 지원 희망자는 프리랜서로서 최소 5년 이상의 경력을 가지고 있어야 하며 형식을 갖춘 직업 계획서를 가지고 있어야 한다.

이 기금은 국가에 의해 만들어진 지원체도로 AUDIENS라는 기관에 의해 운영되고 있다. 이 기관은 문화, 커뮤니케이션, 미디어 분야서 활동하는 사회보장기구이다. 이 기구는 특히 디지털 시대에 변화하고 있는 직업들의 특수성에 맞추어 서비스를 제공하고 있다.

3) 경력 관리 및 사회보장제도²¹⁾

프랑스 정부는 가장 핵심적인 실업급여 정책뿐만 아니라 프리랜서의 경력이 지속될 수 있도록 고용 가능성을 높이는 것이 매우 중요하다고 판단하고 있다. 이러한 관점에서 프리랜서의 전문성을 강화하기 위한 전문 교육이 실시되고 있다. 2015년 1월 정책보고서는 현재 실시하고 있는 전문교육제도(구체적 내용은 다음 장)에 대해서는 프리랜서들이 대체로 만족하고 있다는 점을 밝히고 있다.

o 방송 프리랜서 전문교육 최대 338시간

20)

<http://www.audiens.org/intermittent/accompagnement-solidaire/votre-vie-professionnelle/fonds-de-professionnalisation-et-de-solidarite/>

21) Hortense Archambault, Jean-Denis Combexelle & Jean-Patrick Gille(2015). *Batir un cadre stabilise et securise pour les intermittents du spectacle*. Rapport, pp.39-44.

또 프랑스 정부는 직업 이전 및 건강관리에 대한 방안도 중요하게 생각하고 있다. 2015년 1월에 제출된 정책보고서에서는 이러한 점을 고려하여 프리랜서들을 위해 다음과 같은 방안을 취할 것을 권고하고 있다.

- 질병에 의한 휴직에 대한 권리 및 보상
- 임신여성에 대한 권리 및 보상

5. 프리랜서 방송인력 교육 정책 및 현황

1) AFDAS: 프리랜서 전문화 교육 지원 및 기금 조성²²⁾

AFDAS(Assurance Formation des Activités du Spectacle)는 일종의 협회로서 직장인 평생교육에 관하여 1971년 7월 16일에 제정된 법에 따라 1972년 9월 12일에 창설되었다. 처음에는 순수공연예술 분야에서 시작하여 1987년에 영화, 방송, 광고 분야로 1990년에는 여가 분야로 2011년에는 인쇄매체와 출판 분야로 활동 영역을 확대해 왔다.

이 기관은 문화, 커뮤니케이션, 미디어, 여가 분야의 기업으로부터 기부금이나 세금을 징수하여 기금을 조성하여 그 분야의 종사자들에게 역량강화교육을 받을 수 있는 기회를 제공하는 기관이다. 이 협회는 이러한 성격의 자금을 기부 받거나 징수할 수 있도록 정부로부터 공식적으로 인정된 조직이다. 방송 산업에서 프리랜서들은 이 기관을 통해서 정보를 얻고 전문화를 위한 교육에 필요한 학비의 지원을 받을 수 있다. 2014년 기준으로 AFDAS는 4만 1000여 기업을 대상으로 기금을 조성해 오고 있다.

방송 분야에서 이 기금의 혜택을 받을 수 있는 자는 주로 고용이 불안정한 경우일 때 해당되는데 크게 두 가지로 분류된다. 첫 번째 대상자는 최소 2년 이상 공연 관련 분야 비정규직(필요에 따라 수시로 고용되는 경우) 종사자이다. 이 대상자의 경우 교육 시간 수에 따라 다음 교육을 받을 수 있는 시기가 정해진다. 두 번째 대상자는 계약직 직장인이다. 이 경우 역시 최소 2년 이상의 방송 분야 경력이 요구되며 고용계약 기간 동안 교육을 목적으로 일정한 기간 동안 휴직을 할 수 있다. 구체적으로 배우, 음악인, 공연 기술자, 연출가, 방송 기술자 등이 이 협회의 지원을 받을 수 있다.

22) AFDAS 사이트 <https://www.afdas.com/>

o 영상 관련 AFDAS 소관 분야

- 영화 이용 및 유통
- 영화 제작
- 라디오 및 TV 제작 및 전송
- 그 외 영상작품의 제작 및 전송
- 음향편집, 음향녹음, 비디오, 멀티미디어 복원
- 기술용역: 영화 필름 개발, 스튜디오 녹음, 수음, 특수효과, 몽타쥬, 더빙, 음향 연구소 등

프랑스에서 AFDAS가 담당하는 분야에서 프리랜서를 고용하는 기업은 모두 이 기관에 신고해야 한다. 해당 기업에 종사하는 프리랜서는 두 가지 차원의 교육을 AFDAS의 지원을 받아 이수할 수 있다.

(1) 직업교육

- o 집단실습교육: 기업과 노조에 의해 확인된 다양한 교육 제공
- o 개별실습교육: 교육 센터에서 직업교육 실시

(2) 공통교육

- o 언어
- o 사무 교육: 문서작업, 데이터 소프트웨어 등
- o 그래픽 교육
- o 인터넷 교육: 메시지, 검색, SNS, 블로그 등
- o 안전 교육

(3) 자격 요건

- o 최소 2년 소요 증명: 프리랜서로 첫 출근일로부터
- o 누적 2년 경력: 누적 24개월 출근(업무활동)

AFDAS는 직업전문화를 위해 최소 70시간의 교육 활동을 지원하며 교육 후에는 이수자

격증을 제공하고 있다. 방송 분야에서 대표적인 교육기관은 국립영상원 INA(Institut national de l'audiovisuel)이다.

2) 교육기관: INA pros²³⁾

INA는 방송영상 분야에서 전문 인력 교육에서 오랜 경험과 노하우를 가지고 있는 기관이다. 오늘날 INA Pros는 총 16개 영역에서 교육 서비스를 제공하고 있다. 특히 이 기관은 구체적인 상황과 맥락에서 이론과 적용을 결합하여 전문 인력의 자질을 향상시키는 교육에 주안점을 두고 있다. 그 이유는 방송에서 매우 특수한 장비들을 사용하기 때문이다.

o INA Pros의 전문 인력 교육 분야

(1) 전문 인력 교육 16개 분야

- 콘텐츠 전략, 경영
- 디지털 장비 경영
- 방송/멀티미디어 법
- 기획, 시나리오, 연출
- 저널리즘
- 라디오
- 디지털 문화유산, 멀티미디어 아카이브
- 제작 경영
- 이미지, 빛
- 사진
- 음향
- 몽타주, 포스트프로덕션, 특수효과
- 방송기술
- 디지털 송출

23) INA 사이트

<http://www.ina-expert.com/formation-professionnelle/stages-professionnels>

- 비디오 게임
- 웹

(2) 트랜스미디어 실습 교육 과정

- 웹다큐멘터리와 웹드라마
- 트랜스미디어 정보기술 환경
- 웹드라마와 웹다큐멘터리에서 게임플레이 응용
- 트랜스미디어 계획의 구성과 창안 방법론
- 트랜스미디어 양방향성의 모든 자원
- 트랜스미디어를 위한 방송 연출
- 트랜스미디어 투자 계획
- 트랜스미디어 해설에서 현실과 가상
- iPad와 iPhone 어플리케이션
- 트랜스미디어 프로젝트에서 온라인 공동체와 콘텐츠
- 트랜스미디어 프로젝트 창안과 구상: 웹드라마
- 트랜스미디어 프로젝트 창안과 구상: 웹다큐멘터리

INA에서 제공하는 방송인력 연수과정은 다양한 전공 과정에 따라 다양한 기간 동안 진행되며 내부의 전문가들과 외부의 전문가들을 강사로 초빙한다. 교육 연수비는 상당히 비싼 편인데 일일 기준으로 약 300유로 정도가 들며 4일 이상의 교육 연수일 경우 일일 기준의 수강료가 점차적으로 감소한다. 프랑스에서 이러한 INA의 교육 연수를 희망하는 방송 관련 프리랜서를 지원하기 위한 기금이 바로 AFDAS다. 이 기관이 INA의 방송인력 교육비를 지원하는 것이다.

INA는 프랑스에서 방송영상 분야에서 가장 대표적인 교육기관인 만큼 좋은 교육 인프라를 갖추고 있다. 이 기관은 파리 근교 Bry-sur-Marne에 7,000제곱미터 공간 규모에 직업교육 연수를 위한 교육시설을 갖추고 있다. 또 2013년에는 Issy-les-Moulineaux에 1,000제곱미터 공간 규모에 콘텐츠 전략, 구상, 마케팅 분야의 교육을 위해 새로운 교육 건물을 확보하였다.

o INA의 교육 인프라

(1) Bry-sur-Marne 교육원

- 강의실: 24
- 컴퓨터실: 20
- 몽타주실: 44
- 아쿠스틱 음향 믹스 스튜디오: 2
- 포스트뽕크로 이미지용 100m² 스튜디오: 1
- 음향 이미지 스튜디오: 1
- 라디오 스튜디오: 1
- 웹 라디오 스튜디오: 1
- 조명 스튜디오: 1
- 사진 스튜디오: 1
- 데스크 400m² HD 스튜디오: 3
- 보도 매장: 1
- 조명 매장: 1

(2) Issy-les-Moulineaux 교육원

- Mac과 PC 강의실: 6
- 미디어 트레이닝 강의실(고위관료, 경영진, 기자): 1
- 컨퍼런스실: 1

6. 정책적 시사점

프랑스는 오랫동안 프리랜서의 열악한 상황 때문에 진통을 앓아 왔다. 그 결과물로서 2003월에 새로운 지원제도가 도입되어 조금씩 수정을 거치면서 최근까지 이어져 오고 있다. 프리랜서를 위한 사회복지 부분은 대체로 만족스러운 평가를 받고 있으나 열악한 고용환경에 의해 발생하는 실업 상황에서 받을 수 있는 실업 급여에 대한 문제는 프리랜서들로부터 고질적으로 문제가 제기되어 왔다. 특히 실업급여를 받을 수 있는 근로시수가

현실과는 맞지 않는다는 점이 지속적으로 지적되어 왔다. 그 결과 2015년 초에 정책보고서가 만들어졌고 프랑스의 프리랜서의 현실에 맞는 실업급여제도를 마련하기 위한 사회적, 정치적 논의가 진행되고 있다.

프랑스에서 프리랜서를 위한 지원정책 중 가장 중요한 것은 실업급여 정책과 교육 정책이다. 현재 프랑스의 특수한 상황 속에서 실업급여를 받을 수 있는 조건이 개선되기 위한 논의가 진행 중에 있다. 한편 교육 정책은 AFDAS라는 기관을 통해 기금을 조성하여 교육비를 지원하고 있고 INA라는 좋은 시설을 갖춘 기관에서 전문교육이 실시되고 있다는 점들이 프랑스 사례의 시사점으로 볼 수 있다.

제 4 절 독일사례²⁴⁾

1. 서론

독일에서 방송 산업에 종사하는 인력은 공영방송과 민영방송을 합쳐서 약 4만 5천여 명에 달하며, 이 가운데 약 60%가 정규직(고정계약직 포함), 약 40%는 비정규직(자유계약직 및 임시직, 교육생과 실습생 포함)이었다. 여기에 영화와 TV프로덕션에서 종사하는 인력은 약 2만2100여명으로, 이들을 영화제작인력과 방송프로덕션 인력으로 구분하기는 매우 어렵다. 독일에서 독립제작사는 대부분 극영화와 TV영화, TV드라마를 동시에 제작하기 때문에 방송프로덕션으로만 볼 수 없다. 오히려 상당 부분은 영화 인력에 가깝다고 할 수 있다. TV프로덕션이 제작하는 TV영화가 극장과 TV에서 동시에 상영되거나, 시간차를 두고 상영(방영)되는 사례가 자주 있다. 그럼에도 제작사연합(Produzentenallianz)은 방송프로덕션인력을 최대 16,000여명으로 본다(Castendyk, O. & Goldhammer, K., 2012, Produzentenstudie 2012, p.12). 방송사와 임시계약관계에 있는 종사자 가운데 방송프로덕션인력과 중복된 수치를 제외하면, 대략 5만 7천여 명이 방송 산업에 직간접적으로 종사한다고 볼 수 있다.

독일에서 프리랜서는 자유계약직(Freie Mitarbeiter ohne festen Vertrag)과 고정계약직

24) 심영섭 (한국외국어대학교 강사) 작성

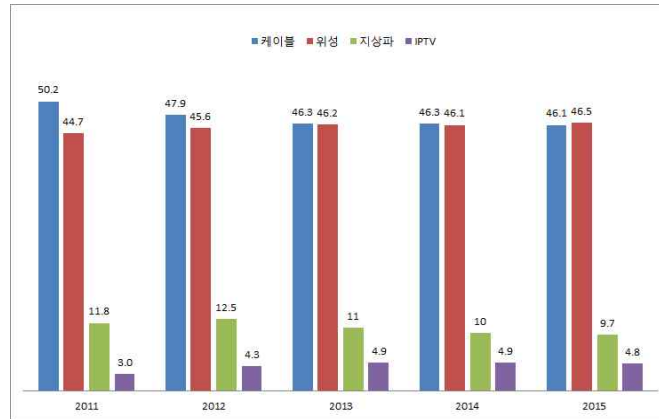
(Freie Mitarbeiter mit festen Vertrag)으로 나눈다. 고정계약직은 고용계약서에 서명을 하고, 방송사와 전속계약을 맺기 때문에 실질적인 고용상태에 있다고 보아야 한다. 반면 자유계약직은 프로그램 제작에만 한시적으로 참여하고, 급여가 아닌 용역에 따른 수수료를 받기 때문에 프리랜서로 볼 수 있다. 여기에 방송사와 교육생이나 실습생 계약을 맺은 인력도 모두 프리랜서로 볼 수 있다. 이들의 노동시간에 대한 통계는 집계되지 않아서 알 수 없다. 그러나 독일에서 방송관련 인력의 절반이상은 정규직이거나 실질적인 고용관계에 있는 고용안정성이 크기 때문에, 프리랜서의 노동시간이 길지는 않을 것으로 보인다. 오히려 실습생(Praktikante)이라는 명칭으로 3~6개월간 차비와 식비만 받고 허드렛일을 하는 임시직의 고용상황이 매우 열악하다는 조사보고서가 있다. 또한 영화산업에 가까운 방송 프로덕션에서 이러한 열악한 노동행위가 자주 발생하고 있다.

이 글에서는 한국과는 환경이 다른 독일방송 산업의 현황을 간략하게 살펴보고, 독일에 서 방송 산업에 종사하는 종사자를 공영방송과 민영방송으로 나누어 살펴보고, 공민영방송사에 근무하는 방송 산업 종사자의 고용형태를 분석했다. 또한 이 가운데 프리랜서의 규모와 이들에 대한 법적, 제도적 보호 장치에 대해서 살펴보았다. 마지막으로 방송 프리랜서에 대한 직무능력향상교육 상황에 대해 알아보았다.

2. 방송 산업 현황

2015년 말 독일의 3,889만9천 가구 가운데 84.7%가 디지털TV수신기를 이용하고 있었으며, 3.8%는 디지털TV수신기와 아날로그TV수신기를 겸용하고 있었다. 전체적으로 디지털 TV수신가구는 전체 TV수신가구의 88.5%였다. 그러나 케이블TV방송을 수신하는 가구 가운데 여전히 아날로그TV수신기만 이용하는 가구가 전체 TV수신가구의 11.5%. 케이블TV의 디지털 전환은 아직까지 72.5%였다.

[그림 3-10] 독일의 방송 수신 유형별 점유율(2015년 말 기준, 단위: %)



자료: die medienanstalten(2016). Digitalisierungsbericht 2015. Berlin: Vistas, p.46.

TV를 수신하는 수신경로를 살펴보면 [그림 3-10]에서와 같이 독일 TV시청자의 46.5%가 위성으로 TV를 수신했으며, 그 다음은 케이블TV로 46.1%였다. 디지털 전환 이후 지상파를 통해 수신하는 가구의 수는 꾸준히 늘었음에도 2015년 말 현재 전체의 9.7%에 머물고 있다. IPTV의 경우(독일에서는 DSL-TV로 지칭)에는 4.8%에 불과했다.

2015년 5월 독일에서는 공영방송이 송출하는 채널이 총 23개(종합 14개, 전문 9개)이며, 민영방송이 송출하는 채널이 403개(종합 16개, 전문 54개, 제3자 채널 2개, 유료TV채널 80개, 지역TV 231개, 텔레쇼핑 20개)로 총 446개의 방송채널이 있다. 이 가운데 제3자 프로그램은 별도의 채널을 배정받지 않고 기존의 채널사업자의 방송시간을 일부 할당받아 방송을 송출하기 때문에 방송사업자이지만 채널사업자는 아니다. 마찬가지로 231개의 지역TV는 면허를 교부받은 주에서만 활동하는 방송사업자로 채널을 배정받은 사업자도 있지만, 채널을 소유하지 않고 채널사업자로부터 특정시간대의 방송시간만 할당받아 방송프로그램을 제한적으로 송출하는 사업자로 공공협회, 단체, 종교기관, 상업방송 등 다양한 사업자가 참여하고 있다. 20개의 텔레쇼핑 사업자가 있는데 이들은 연방방송법에 해당하는 「연방방송텔레미디어국가협약」에 따라 방송사업자로 분류되지 않고 텔레미디어사업자로 분류된다. 텔레미디어는 여론에 영향력을 행사하는 편성행위가 없고, 상품을 방송기술을 이용하여 재배치하고 포장하여 판매한다.

〈표 3-13〉 독일의 방송채널 현황(2015년 5월 기준)

구분	종합채널	전문채널	제3자	유료채널	지역TV	합계	텔레쇼핑
공영	14	9	-	-		23	-
민영	16	54	2	80	231	383	20
합계	30	63	2	80	231	406	20

자료: die medienanstalten(2015). Jahrbuch 2014/2015. Berlin: Vistas, p.59;
http://www.ard.de/home/intern/programm/fernsehen/Fernsehen_Uebersichtsseite/339006/index.html을 참고하여 작성

2014년 말 TV방송의 총매출액은 111억 6,100만 유로이다. 이 가운데 공영방송이 징수하는 방송분담금이 47억 7,400만 유로로 전체의 42.8%였으며, 광고수입은 42억 8,900만 유로로 전체의 38.4%였다. 이 밖에 유료방송(Pay-TV)의 수입이 20억 9,800만 유로로 전체의 18.8%였다. 방송분담금 수입은 매년 꾸준히 증가하고 있으며, 방송광고 수입은 정체상태이지만, 유료방송 수신료 수입은 지속적으로 성장하고 있다.

〈표 3-14〉 독일 TV방송의 주요 매출액 변화추이

(단위: 백만 유로)

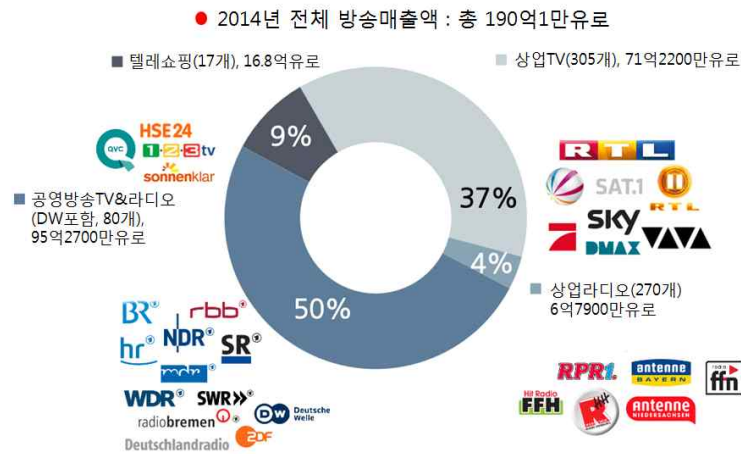
구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
방송분담금	4,416	4,649	4,600	4,536	4,504	4,722	4,774
광고	4,035	3,640	3,954	3,981	4,051	4,125	4,289
유료방송	1,150	1,071	1,260	1,456	1,732	1,896	2,098
합계	9,601	9,360	9,814	9,973	10,287	10,743	11,161

자료: die medienanstalten(2015). Jahrbuch 2014/2015. Berlin: Vistas, p.68.

그러나 방송매출액에 기타수입을 포함시키고, 방송사가 인터넷과 모바일 등을 통해 거둬들이는 주문형 동영상시청을 통한 수익 등을 모두 포함시키면, 2014년 말 전체 매출액은 190억 1000만 유로로 추정된다. 이 가운데 공영방송은 자사의 TV와 라디오를 통해 총 95억 2700만유로의 매출액(전체의 50.1%)을 거둬들였으며, 민영방송 TV의 매출액은 71억 2200만유로(전체의 37.5%)였다. 이어서 17개 홈쇼핑(3개는 신규사업자로 조사시점에서 결

산자료가 없었음)의 총 수익은 16억 7900만유로(전체의 8.8%)였다. 민영방송이 운영하는 라디오의 경우에는 총 수익이 6억 7900만유로(전체의 3.6%)를 차지했다.

[그림 3-11] 독일 TV방송의 전체 매출액 추이(단위: 백만 유로)



자료: Goldmedia (2015). Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015. Berlin : Goldmedia GmbH Strategy Consulting, p. 6.

3. 프리랜서 방송인력 현황

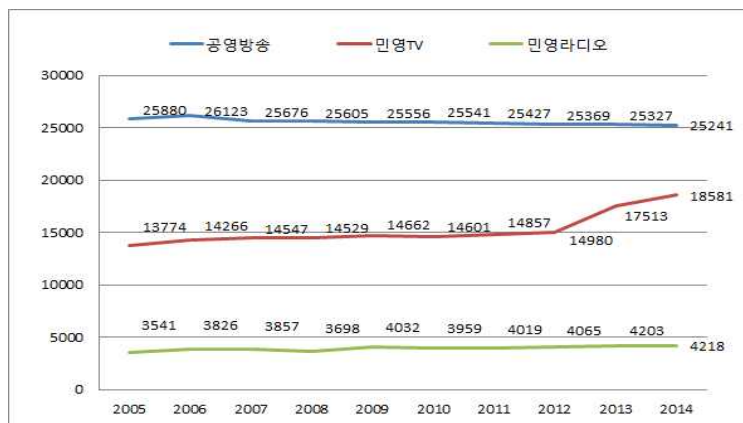
1) 독일의 방송인력 현황

독일미디어청연합(die Medienanstalten)이 골드미디어컨설팅(Goldmedia Consulting)에 의뢰한 방송인력조사에 따르면, 2014년 말 독일에서 방송 산업 종사자는 총 4만 8,040명으로 전년 대비 2.1%가 증가했다(정규직 및 비정규 계약직 포함). 2013년에는 민영방송 영역에서 종사자 수가 2,500명가량 증가하면서, 전년 대비 증가율은 5.9%였다. 민영TV만 집계한다면, 2013년도의 종사자는 14.5%증가했고, 2014년에는 5.75%가 증가했다. 전체 방송 산업 종사자가 가운데 52.5%(25,241명)는 공영방송에서 근무하고 있었고, 38.7%(18,581명)는 민영TV, 8.8%(4,218명)는 민영라디오방송에서 근무했다. 그러나 민영TV에서 종사하는 방송인력 가운데 홈쇼핑에서 근무하는 인력 4,953명(전체의 10.3%)을 제외하면, 민영TV종사자는 전체

의 28.4%인 13,628명이었다. 여기에는 각 방송프로그램을 제작하는 프로덕션의 인력은 포함되어 있지 않다. 독일에서 방송프로그램은 별도의 프로덕션이 있는 것이 아니라, 영화제작사가 극장용이나 방송용을 동시에 촬영하기 때문에, 방송프로덕션 인력과 영화 인력의 구분이 모호한 점도 있다. 통상 영화산업에 종사하는 인력은 영화관 운영과 매표소, 영화 유통 및 홍보 등 비제작인력까지 합산하여 약 37,540명으로 추정하고 있으며, 이 가운데 제작인력은 22,000명으로 추산하고 있다. 그러나 제작인력도 상당수는 제작사의 홍보인력과 관리 인력을 모두 포함하기 때문에 순수제작인력은 14,300명 정도로 추정한다. 그러나 이 인력이 영화산업 종사자인지 방송프로덕션 종사자인지는 명확히 구분하기 어렵다 (Castendyk, O. & Goldhammer, K., 2012, p.12).

방송 산업의 지역적 편중도 두드러지게 나타났다. 독일에서 방송 산업에 근무의 25.4%가 바이에른주에 거주했고, 이어서 25.0%가 노르트라인-베스트팔렌주에 거주했다. 바이에른주는 전체 방송종사자 12,179명 가운데 3,004명(24.7%)만이 공영방송에 근무했고, 9,173명(75.3%)은 민영방송에 근무했다. 반면 노르트라인-베스트팔렌주는 전체 방송종사자 12,020명 가운데 5,496명(45.7%)이 공영방송(WDR, DW등)에 종사했고, 상업방송에는 6,524명(54.3%)이 종사했다.

[그림 3-12] 독일 방송 산업 종사자 수(단위: 명)



자료: Goldmedia (2015). Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015. Berlin : Goldmedia GmbH Strategy Consulting, p. 28.

2) 공영방송의 인력 현황

2014년 말 공영방송에 근무하는 인력은 25,241명이었지만, 이들이 모두 정규직은 아니었다. 공영방송 근무자의 정규직에 대한 정확한 통계는 발표되지 않고 있지만, 바이에른공영방송(BR)의 경우, 종사자 3,362명 가운데 정규직은 약 40%인 1,340명, 고정계약직(장기 및 단기) 비율은 60%(2022명)이었다(BR, 2015, Geschäftsbericht 2014, Muenschen, p. 41). 이러한 상황은 대다수 공영방송이 비슷함을 감안하면, 전체 25241명 가운데 정규직은 10,060명, 고정계약직은 15,181명으로 추정된다. 독일에서는 방송사 내부에서 정규직과 고정계약직의 차별이 적고, 직무에 대한 차이만 존재한다고 할 수 있다. 1990년대 초반 독일의 공영방송은 고용안정과 노사연대를 목적으로 공영방송에 근무하는 청소부, 경비원까지 모두 고정계약직으로 직접 고용했다.

이밖에 비정규 임시인력으로 교육생(Auszubildende)과 인턴(Praktikante), 미디어아카데미교육생(Volontaere)이 있다. 이들에 대한 정확한 통계는 없지만, 서부독일공영방송(WDR)의 경우, 전체 고용 인력이 4,188명일 때, 비정규 임시인력(교육생 포함)이 총 1,460명이었다(WDR, 2015, Geschäftsbericht 2014, Koeln, p. 96). 이를 대입해보면, 공영방송의 비정규 임시인력은 대략 8,800명으로 추정된다. 공영방송에 근무하는 정규직 및 고정계약직과 프리랜서를 포함하면 공영방송의 전체 종사자는 대략 34,040명으로 추산된다. 독일에서 단기교육을 받거나, 실습, 임시 고용형태로 근무하는 인력은 대부분 3개월에서 1년 이내의 임시직이다.

3) 민영방송의 인력 현황

공영방송과 달리, 민영방송의 고용형태는 매우 다양하다. 2014년 말 현재 17개 흡소핑을 제외한, 민영TV에서 고용한 13,221명의 방송인력 가운데 49.0%만이 정규직이었고, 11.5%는 시간제 고정계약직, 8.2%는 교육생, 8.9%는 실습생, 15.4%는 자유계약직, 6.9%는 용역직이었다. 정규직과 시간제 고정계약직을 제외하면, 전체 종사자 39.5%인 5,222명이 프리랜서에 해당했다.

민영라디오에서 고용한 6,686명의 방송인력 가운데 42.0%만이 정규직이었고, 13.5%는 시간제 고정계약직, 7.6%는 교육생, 8.9%는 실습생, 18.7%는 자유계약직, 9.3%는 용역직이

었다. 정규직과 시간제 고정계약직을 제외하면, 전체 종사자의 44.5%인 3,710명이 프리랜서였다.

공식 통계에는 언급이 없지만, 공영방송과 민영방송, 홈쇼핑 종사자를 모두 합산하여 평균을 산출하면 2014년 말 현재 독일방송 산업 종사자 수는 총 50,130명으로 이 가운데 정규직은 21,973명(43.8%), 계약직은 18,534명(37%), 임시직은 9,623명(19.2%)로 추정된다.

4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원

1) 방송 인력의 연대조직

독일에서 미디어산업에 종사하는 인력은 대부분 양대 언론노조인 독일저널리스트연합(DJU, Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union)이나 독일저널리스트협회(DJV, Deutsche Journalisten-Verband - Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten e. V)에 가입해 있다. DJU는 독일노동조합연합(DGB, Deutsche Deutschen Gewerkschaftsbundes)에 가입한 산별노조인 통합서비스노동조합(ver.di, Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft)의 직능단체인 미디어(Medien) 산하에 직능분과 형태로 조직되어 있다. 이러한 이유로 언론인뿐만 아니라 신문 산업과 방송 산업에 종사하는 사람이면 누구나 가입이 가능하다. 현재 22,000명이 가입하고 있다. 반면 DJV는 언론인이 중심인 노동조합으로 조합원은 36,000명이다. 두 단체는 사용자를 대표하는 독일신문협회나 독일방송협회등과 매년 단체협상을 맺고, 이 단체협상에 따라 임금인상률과 노동복지에 대한 합의를 한다. 각 사업장은 두 노동조합이 협상한 결과를 각 사업자에 적용한다. 그러나 프리랜서는 소속 사업장이 없기 때문에 노동조합의 직능분과에서 복지와 관련한 법적 지원을 한다.

프리랜서에 대한 복지와 지원정책은 노동정책의 일환으로 이루어진다. 독일정부는 직접 미디어산업에서 종사하는 프리랜서를 위해 복지지원을 하지 않고 산별노조가 자율적으로 수행할 수 있도록 지원한다.

DJV는 홈페이지에 방송분과의 표준계약서와 급여표, 프리랜서를 위한 지침과 참고자료를 게재해 놓고 있다.

[그림 3-13] 독일 양대 언론노조인 DJU와 DJV의 프리랜서 지원사이트



자료: DJU (<http://www.mediafon.net/ratgeber.php3>),
 DJV (<https://www.dju.de/startseite/info/beruf-betrieb.html>)

미디어산업에 근무하는 사람이면, 누구나 양대 노동조합이 사용자 측과 체결한 단체협상 내용이 적용된다. 이 협상에 따라서, 직종별 고용형태별(정규직, 계약직) 임금과 고용계약(실습 및 교육생의 경우에도 마찬가지로의 계약일 체결한다)을 맺는다. 또한 프리랜서의 경우에는 용역계약에 대한 표준계약서도 양대 노동조합이 사용자 측과 체결한 단체협상 결과를 반영하여, 작성할 수 있도록 제공한다.

DJU는 별도의 상담사이트를 운영하고 있으며, DJV는 사이트 전체가 미디어종사자를 위한 상담사이트의 역할을 한다. 이는 DJU가 산별노조의 직능분과이기 때문에, 산별노조 사이트를 활용하여 구체적인 상담을 하기 어렵기 때문으로 판단된다. DJV사례를 통해 프리랜서에 독일산별노조의 복지 및 지원에 대한 내용을 살펴보면 다음과 같다.

2) 방송 인력의 임금과 표준계약서

독일의 양대 언론노조는 통상 3년에 한 번씩 사용자 측과 임금협상을 벌인다. 이때 정규직 및 비정규직, 프리랜서에 대한 표준계약서와 표준임금표를 작성하고, 이를 전 조합원에게 공지한다. 각 사업장은 노사 양측이 합의한 표준계약서에 사업장별 특약을 포함하여 3년간의 임금안에 합의한다. 이때 특약에는 방송의 경우 편성규약이나 연금 등에 대한 추

가사항이 사업자별로 마련된다. 프리랜서는 프리랜서를 위한 표준계약서에 따라서 방송사 또는 방송프로그램제작사와 단기 또는 장기 용역계약을 맺는다.

<표 3-15> 독일 양대 언론노조인 월 표준급여표

(단위: 유로)

급여그룹TG	보상그룹VG1	보상그룹VG2	실습생	수당
TG 1	2,027	2,224	1년차	677
TG 2a	2,224	2,533	2년차	739
TG 2b	2,329	2,639	3년차	835
TG 3	2,612	2,925		
TG 4	3,159	3,315		
TG 5	3,472	3,822		
TG 6	4,015	4,290		
TG 7	4,407	4,915		
교육생1그룹(1년차)	1,304	1,366		
교육생1그룹(2년차)	1,532	1,614		
교육생2그룹(1년차)	1,539	1,614		
교육생2그룹(2년차)	1,771	1,915		

자료: DJV홈페이지 참조(www.djv.de)

DJV가 주로 급여계약을 체결하는 종사자에게 복지관련 정보를 제공한다면, DJU는 프리랜서에 대한 구체적인 복지에 대한 상담을 하고 있다. 예컨대 프리랜서라 하더라도 일인사업자인지, 고용된 관계인지가 중요하며, 1인사업자일 경우에 프리랜서인지 혹은 일정하게 고정된 용역관계인지를 묻는다. 또한 전업인지 혹은 부업인지도 중요하고, 미디어산업에 종사하더라도 예술영역에 속하는지 혹은 언론영역에 속하는지에 따라서 계약관계 및 복지에 대한 지원형태가 다를 수 있다고 조언한다.

DJU는 프리랜서의 경우, 1일에 310유로, 1/2일은 160유로, 1시간은 50유로를 받으라고 권고하고 있다. 그러나 이 경우에도 업무의 복잡하고 간단함, 용역이 제공되는 장소, 용역 제공을 위해 사용하는 장비 등을 고려하여 더 받거나 덜 받도록 별도의 임금표를 제공하고 있다.

3) 법률지원

독일의 양대 언론노조에 가입하면 자문변호사의 직접적인 지원을 받을 수 있다. 이때 정규적이든 비정규적이든 혹은 프리랜서든 모두 동일하게 법률 지원을 받을 수 있다. 양대 언론노조는 회원에 대한 법률지원을 목적으로 변호사보험에 가입하고 있다. 양대 언론노조에서 제공하는 법률지원으로는 1인 기업창업에 대한 법률지원, 프리랜서 표준계약서 및 임금에 대한 계약, 지적재산권 침해에 대한 소송, 용역비에 대한 갈등, 급여계약의 문제, 시간제 근무와 육아휴직, 육아부분휴직, 출산휴가 등에 대한 사안, 고용계약서 검토 및 공증, 고용보호 관련 갈등, 사회보장보험관련 사안, 세금문제 등을 상담 받을 수 있다. 이러한 상담은 DJV의 전국 및 지역사무소에서 받을 수 있지만, 인터넷상담도 가능하다. 이러한 혜택을 받기 위해서는 반드시 노조원이어야 하며, 최소한 가입 후 6개월 이상 지속적으로 회비를 납부했어야 한다.

4) 보험가입지원

프리랜서에게 가장 어려운 일은 보험에 가입하는 일이다. 독일의 양대 언론 노동조합은 언론노조원 자격으로 주택건축대출 지원, (산별노조)의료보험, 요양보험, 노후보험, 산재보험, 고용보험에 가입할 수 있도록 지원한다. 정규직이거나 고정계약직의 경우에는 해당 방송사에서 계약을 체결할 수 있지만, 프리랜서는 이러한 가능성이 낮기 때문에, 언론노조가 직접 가입을 지원한다.

의료보험은 DJV노조원일 경우에 공공의료보험의 하나인 예술가의료보험(KSK, Künstlersozialkasse)에 가입할 수 있다. 의료보험료는 급여의 4.1%이다(독일에서는 의료보험료가 통상 급여에 따라 최저와 최고납부액이 산정된다). 의료보험과 함께 제공되는 보험으로는 요양보험, 노후보험, 산재보험, 고용보험, 자동차보험과 대물보험, 상해보험, 생명보험, 변호사보험 등에 언론노조 회원으로 가입할 경우, 할인을 받을 수 있다.

주택건축대출은 건축물의 시가 111%까지 대출을 받을 수 있지만, 대출상환액은 25,000 유로로 정해져 있다. 또한 대출대상은 모든 회원에게 열려있다. 물론 주택건축대출을 받기 위해서는 자가 주택이라는 증명과 더불어, 어떻게 대출금을 상환할 것인지에 대한 구체적인 계획을 밝혀야 한다.

특히 해외특파원에서 분쟁지역 취재를 나갈 때 프리랜서에게 반드시 필요한 위험지역생명보험이나 위험지역산재보험의 경우, 양대 언론노조에서 보험가입을 지원한다. 보험회사가 프리랜서의 보험가입을 거부하는 사례가 종종 있기 때문에, 언론노조의 보증은 매우 중요하다. 또한 취재장비에 대한 보호도 중요하다. 전자기기나 카메라, 필름에 대한 보험도 언론노조를 통해 가입할 수 있다.

독일의 양대 언론노조는 가입회원 가운데 취재 중 사고를 당했거나 산재로 요양이 필요할 경우, 요양비용을 긴급 지원한다. 또한 회원뿐만 아니라 그의 아내나 만18세 이하의 자녀에게는 양육비의 일부를 지원한다.

5) 데이터 아카이브 지원

DJV는 취재와 제작지원을 목적으로 데이터베이스를 구축하고, 회원전용 서비스를 제공하고 있다. DJV의 데이터 아카이브는 펜기자와 카메라기자, 프리랜서를 위한 자료를 각각 별도로 운영하며, 데이터 아카이브와는 별도로 사진자료실도 운영하고 있다.

이밖에도 독일의 양대 언론 노동조합은 가입회원에게 차량임대 및 호텔예약 시 노조원일 경우, 할인혜택을 받을 수 있도록 단체할인가입을 하고 있다. 또한 신규로 차량을 구입할 경우에도 DJV를 통해서 구매할 경우에 할인을 받을 수 있다.

독일의 양대 언론노조가 가장 큰 프리랜서 지원은 프레스카드 발급이다. 독일의 프레스카드는 사별 발행이 아닌, 양대 언론노조가 공동으로 심사하여 발행하고 있다. 프레스카드를 신청하려면, 전업으로 활동하여야 한다. 자격은 6개월 이상 DJU와 DJV에 회비를 납부했을 경우, 1년간 유효한 프레스카드를 발급한다. DJU와 DJV이외에도 독일신문발행인협회(BDZV)와 독일잡지발행인협회(VDZ), 독일스포츠기자협회(VDS)에 소속된 회원이면 발급받을 수 있다. 프레스카드 소지자는 모든 기자회견장에 들어갈 수 있고, 주요 행사나 전시회, 박람회 등에 프레스카드를 보여주고 명함을 제시하면 무료입장이 가능하다. 프리랜서에게는 프레스카드가 정규직과 동일한 지위를 인정받는 중요한 수단이기도 하다.

[그림 3-14] 독일의 프레스카드 견본(2016년)



5. 프리랜서 방송인력 교육

1) 독일의 언론인 교육

독일에서 방송사에 근무하기 위해서는 크게 3개의 길이 있다. 가장 일반적인 길은 방송사가 운영하고 있는 예비언론인교육(Voluntariat) 과정을 이수하는 것이다. 이 교육과정은 기자협회와 언론사경영자협회간의 협상을 통해 정해지며, 일반적으로 2년으로 정해져 있다. 그러나 대학교육을 마친 사람은 교육과정을 1년 안에 수료할 수 있다. 이 제도는 19세기말에 만들어진 독일식 도제(Lehrling)제도의 하나인 견습기자(Hospitantz) 교육을 받은 사람을 정식 기자로 채용하는 제도에서 출발했다. 현재 독일에서는 연간 약 2,400명의 신문과 방송에서 교육과정을 이수한 언론인이 배출된다. 신문과 방송, 통신사에 근무하는 언론인의 80%가 이 과정을 수료했다. 예비언론인교육을 통한 충원은 언론사별로 가장 선호하고 있는 방식이다. 예비언론인교육생은 교육기간동안 실질적으로 기존의 언론인들보다 더 많은 양의 일과 시간을 편집국에서 보내야 하지만, 급여와 휴가일수는 편집국 정규기자보다 1/3정도이다. 또한 대부분의 언론사들이 15~30여명의 교육생을 받아들이지만, 교육 이수 후 교육을 시킨 언론사에서 고용계승을 하는 경우는 30%이하에 머물고 있다. 나머지는 다른 언론사로 가거나 프리랜서가 된다.

둘째로 기자학교 이수이다. 기자학교는 통상 30세 이하로 고등학교를 졸업한 사람이면

누구나 응시가 가능하며, 15~24개월간의 교육과정에서 인쇄매체, 방송매체, 인터넷매체 등 다양한 형태의 미디어에서 일할 수 있는 기본교육을 받는다. 기존의 예비기자과정이 특정한 한 매체에서 신문기자나 방송기자, 인터넷기자가 되는 방법만을 가르치는 것과 달리 기자학교는 신문사나 방송사, 인터넷매체에서 언제든지 일을 시작할 수 있는 준비된 만능 언론인을 육성하는 기관이다. 또한 이들은 예비기자과정이 현업에서 기술을 익히는 실기 위주라면, 기자학교교육은 이론과 실기를 두루두루 섭렵할 수 있다는 장점이 있다. 현재 독일에는 17개의 기자학교가 있으며, 이들 기자학교에서 통상 1년에 약 300여명의 기자들을 양성하고 있다.

마지막으로 대학에서 저널리즘 관련 학과를 다닌 후 관련 학위를 받는 것이다. 현재 도르트문트(Dortmund)대학교와 아이히슈타트(Eichstaett)대학교, 라이프치히(Leipzig)대학교에 실무교육중심의 저널리즘학과가 설치되어 있으며, 이밖에 대다수 독일 종합대학교에 언론관련 학과가 설치되어 있다. 그러나 일부 신문과 방송에서는 대학교육을 통해서 저널리즘 석사학위를 가졌더라도 예비기자교육을 받도록 요구하고 있다.

독일에는 정식인가를 받은 언론인학교가 총 17개가 운영 중이다. 이들 17개의 언론사들은 학교운영 주체와 교육내용, 이수한 뒤 수료형태에 따라 몇 가지 유형으로 나뉘게 된다. 가장 일반적인 유형은 언론사와 언론단체(언론사경영인협회와 언론노조포함), 공공기관의 후원을 받아서 공익기관으로 운영되고, 교과과정도 인쇄매체(신문과 잡지), 방송매체(라디오와 TV), 인터넷매체, 홍보분야를 모두 가르치며, 통상 15~18개월간의 교육과정을 제공하는 종합기자학교이다. 이러한 언론인학교는 개별적으로 프리랜서 교육을 위한 별도의 프로그램을 운영하고 있다. 독일에서 언론인 교육은 크게 재교육전문아카데미, 언론인학교, 언론노조 등이 운영하는 프로그램이 있다.

4) 독일의 방송관련 프리랜서 교육 기관

함부르크의 언론인교육 프로그램과 같이 프리랜서를 위한 교육프로그램을 제공하는 아카데미는 총 37개이다. 만일 프리랜서나 예비언론인 혹은 방송인 지망생이 교육과정에 전일제 혹은 시간제로 등록할 경우, 거주지 관할 노동청에서 교육비의 일부를 지원한다. 지원금액은 각 지자체별로 차이가 있지만, 대부분 수업료의 전액을 지불한다. 단 교육이수를

끝내야하면, 중도에 이탈하지 말아야 한다. 과징금이 부과될 수 있다. 방송관련 주요 프리랜서 교육기관은 다음과 같다.

o Akademie für Journalistenausbildung
Zum Schloss Oberwerries, 59073 Hamm,
Tel. 02388/3000055, Fax 02388/3000067,
info@journalistenausbildung.com,
www.journalistenausbildung.com

o Akademie für Publizistik
Warburgstraße 8-10, 20354 Hamburg,
Tel. 040/4147960, Fax 040/41479690,
info@akademie-fuer-publizistik.de,
www.akademie-fuer-publizistik.de

o ARD.ZDF medienakademie
Auf dem Emmerberge 23, 30169 Hannover,
Tel. 0511/988-2041, Fax 0511/801131,
info@ard-zdf-medienakademie.de,
www.ard-zdf-medienakademie.de
Aus- und Fortbildungs GmbH
für elektronische Medien (afk)
Rosenheimer Straße 145c, 81671 München,
Tel. 089/4274080, Fax 089/42740899,
info@afk.de,
www.afk.de

o Bildungsreferat des Deutschen Journalisten–Verbandes (DJV)
Charlottenstraße 17, 10117 Berlin,
Tel. 030/72627920, Fax: 030/726279213,
was@djv.de,
www.djv.de

o BJS Berliner Journalisten–Schule gGmbH
Karl–Liebknecht–Straße 29, 10178 Berlin,
Tel. 030/23276002, Fax 030/23276003,
info@berliner–journalisten–schule.de,
www.berliner–journalisten–schule.de

o Bundeszentrale für politische Bildung
FBE Journalistenprogramm
Adenauerallee 86, 53113 Bonn,
Tel. 0228/99515558, Fax 0228/99515498,
floeper@bpb.de,
www.bpb.de/lokaljournalistenprogramm

o Christliche Medienakademie
Steinbühlstraße 3, 35578 Wetzlar,
Tel. 06441/915166, Fax 06441/915157,
info@christliche–medienakademie.de,
www.christliche–medienakademie.de

o Friedrich–Ebert–Stiftung
JournalistenAkademie
Godesberger Allee 149, 53175 Bonn,

Tel. 0228/8837124, Fax 0228/8839210,
journalistenakademie@fes.de,
www.fes.de/journalistenakademie

o Grimme Akademie
Eduard-Weitsch-Weg 25, 45768 Marl,
Tel. 02365/918945, Fax 02365/918989,
grimme-akademie@grimme-institut.de,
www.grimme-akademie.de

o Institut zur Förderung
publizistischen Nachwuchses (ifp)
Kapuzinerstraße 38, 80469 München,
Tel. 089/5491030,
info@ifp-kma.de,
www.ifp-kma.de

o Journalisten-Schule Ruhr / Medien Akademie Ruhr gAG
Schederhofstraße 55-57, 45145 Essen,
Tel. 0201/2939340, Fax 0201/29393419,
info@journalistenschule-ruhr.de,
www.journalistenschule-ruhr.de

o Leipzig School of Media
gemeinnützige Gesellschaft für akademische Weiterbildung mbH,
Poetenweg 28, 04155 Leipzig,
Tel. 0341/56296701, Fax 0341/56296791,
info@leipzigschoolofmedia.de,
www.leipzigschoolofmedia.de

o Linke Medienakademie e.V.
Franz-Mehring-Platz 1, Zi. 528, 10243 Berlin,
Tel. 030/42023116, Fax 030/42023117,
info@lima-akademie.de,
www.linkemedienakademie.de

3) 함부르크언론인아카데미

독일에는 언론인학교와 신문사, 방송국, 언론노조가 공동으로 설립하여 운영하는 언론 재교육 전문 아카데미가 여러 곳 있다. 그 가운데 가장 오래된 교육기관의 하나가 함부르크소재 언론인아카데미(Akademie für Publizistik)이다. 이 학교는 1970년7월10일 슈피겔과 그루너야르출판그룹과 독일언론협회, 북독공영방송, 헨리난넨언론인학교가 공동으로 예비언론인교육과 교육을 위한 전문기관으로 설립하였다. 1970년10월 시작한 첫 번째 교육 프로그램은 <신문과 TV, 라디오의 새로운 제작방식>으로 7명의 기자가 교육에 참여했다. 이후 주로 현업과 학계의 전문가로 구성된 강사진이 매년 교육 프로그램에 참여하고 있다. 2008년부터는 독일의 라이프치히미디어스쿨(Leipzig School of Media), 스위스의 MAZ저널리즘학교(Schweizer Journalistenschule MAZ), 오스트리아의 잘츠부르크저널리스트교육원(Kuratorium für Journalistenausbildung in Salzburg)과 공동으로 뉴미디어저널리즘스쿨을 운영하고 있으며, 졸업생에게는 공동으로 석사학위(Master)를 주고 있다.

함부르크 언론인아카데미의 연간 170회의 세미나를 개최하고 있으며, 참가자는 연인원 1,600여명이다. 참가자의 절반은 북독지방에서 오지만, 1/5는 남독지역에 있는 바이에른에서 온다. 강사만도 연인원 200명이 넘는다. 수강생은 수강료를 지불해야 하지만, 함부르크시와 연방공보처, 함부르크/슐레스비히-홀슈타인미디어청 등의 지원과 후원금을 받아 경비의 일부를 면제받는다. 주요 후원자로는 함부르크신문발행인협회와 북독공영방송, 그루너야르출판사, 키일프레스클럽 등이다.

함부르크언론인아카데미의 교육과정은 일반 역량강화교육 세미나와 프리미엄 교육과정, 예비언론인과 PR전문가 교육과정, 뉴저널리즘스쿨 등으로 4개 분야로 나뉜다. 일반 역량강화교육 세미나는 다시 인쇄, 온라인/모바일, SNS, TV/영상콘텐츠, 경영, 검색, 보도사진,

PR과 홍보 등 8개 분야로 나뉜다. 2016년에 계획되어 있는 TV/영상콘텐츠분야의 교육 프로그램은 다음과 같다. <모바일 리포팅, 2016.3.21.~22.>, <초보자를 위한 웹비디오 제작, 2016.4.27.~29.>, <스마트폰으로 보도사진 찍기, 2016.6.1.>, <스마트폰으로 영상 찍기, 2016.6.2.>, <스마트폰을 위한 비디오포맷, 2016.6.3.>, <웹&TV에서의 진행, 2016.6.13.~14.>, <과학자를 위한 비디오, 2016.6.23.~24.>, <모든 채널에 통하는 짧은 인터뷰 요령, 2016.7.1.>, <스피치와 목소리훈련, 2016.7.7.~8.>, <동영상; 드론과 슬라이더 & 짐벌, 2016.9.5.~6.>, <웹&TV를 위한 인터뷰방법, 2016.9.19.~20.>, <360도 동영상과 비주얼 리얼리티, 2016.9.19.~20.>, <비주얼 스토리텔링, 2016.9.22.~23.>, <초보자를 위한 웹동영상, 2016.9.28.~30.>, <모바일리포팅, 2016.10.4.~5.>, <사진설명달기, 2016.10.20.~21.>, <TV다큐와 르포, 2016.11.3.~4.>, <비디오저널리즘, 2016.11.7.~11.>, <TV와 소셜미디어 포맷, 2016.11.14.~15.>등이었다. 프리미엄 교육과정은 언론사나 기업의 고위 임직원을 대상으로 하는 세미나이다. <디지털콘셉트>과정은 기업의 디지털출판이나 디지털전략 전문가를 대상으로 총 4개의 모듈로 강의하며, 참가비는 2,950유로이다. <리더쉽16>과정은 기업최고경영자를 대상으로 하는 미디어경영과정으로 총 6개 모듈을 모두 수강할 경우에 60,000유로이며, 모듈별로는 각각 1,200유로이다. 이밖에 <편집국프로젝트매니지먼트>, <소셜미디어 매니지먼트>, <영상저널리즘>과정을 프리미엄 교육과정으로 제공하고 있다.

4) 독일언론협회(DJV) 세미나

독일언론협회는 자체적으로 스타트업(Startup)세미나를 실시하고 있고, 웹(Web)기반으로 모든 회원들에게 무료세미나를 월 10회 정도 실시하고 있다. 이밖에 분기별로 정기적으로 교육을 위한 프로그램을 제공한다.

2015년 8월부터 10월까지 실시한 스타트업 세미나의 경우, 주제는 다음과 같다. <스스로 출판물 유통시키기-환상인가 또는 기회인가?(강사 Pierre Vroomen, 주간 저널리스트 발행인), 2015.8.13>, <전문가를 위한 SNS(강사 Anika Okje Erdmann, fog-city.info), 2015.8.17>, <자가출판실습, Bettina Blass, wirtschaft-verstehen.de; Matthias Matting, selfpublisherbibel.de; Ruprecht Frieling, ruprechtfrieling.de; Hans-Werner Rodrian, srt-redaktion.de; Michael Hirschler, djv.de), 2015.9.2.~3>, <프리랜서는 유튜브로 어떻게 돈

을 벌 수 있는가?(강사, Matthias Morr), 2015.9.11>, <문자신문-전문가를 위한 Tool(강사 Anika Okje Erdmann, fog-city.info), 2015.9.17>, <자기 미디어와 회사 설립을 위한 사업 아이템과 법적 조건 검토(강사 Michael Hirschler, djv), 2015.10.1>, <프리랜서는 구글과 페이스북, 우버경제에서 어떻게 자리매김할 것인가?(강사 Anika Okje Erdmann, fog-city.info), 2015.10.20>, <스타트업, 재무관리 그리고 지원신청부터 출발까지(강사: Jennifer Schwanenberg, 뉴미디어 컨설턴트), 2015.10.26>, <스타트업을 위한 공적지원(협회자체특강), 2015.11.20>.

세미나 수강은 노조원과 비노조원에게 차별적으로 수강료를 받는다.

5) 독일공영방송(ARD/ZDF) 교육 세미나

독일의 양대 공영방송인 ARD와 ZDF는 2007년 방송인력 교육을 목적으로 ARD/ZDF미디어아카데미(ARD.ZDF medienakademie)를 설립했다. ARD/ZDF미디어아카데미는 독일공영방송에 근무하는 정규직 및 비정규 고정계약직에게 교육기회를 제공하고 있다. 또한 교육에 참여하기 희망하는 외부 교육생에게도 교육기회를 주고 있다. ARD/ZDF아카데미는 ARD의 프로그램제작진재교육센터(ZFP, Zentrale Fortbildung für Programmmitarbeiter)와 방송기술학교(SRT, Schule für Rundfunktechnik)가 공동으로 운영하고 있다.

세미나는 총 3개 분과(프로그램제작, 제작기술, 경영)으로 나뉘며, 프로그램제작 분과에서는 기자교육, TV프로그램제작, 크로스미디어, 라디오, 온라인, 프로그램마케팅 등 6개 주제, 제작기술 분과에서는 미디어제작에서 TV기술 활용, 라디오와 오디오, TV제작과 프로그래밍, 행사기획과 노동안전, 유통, 시스템서비스, 직업교육 등 6개 주제, 경영에서는 인사경영 등 6개 주제에 대한 세미나를 개최한다.

2016년에는 총 70개의 세미나가 계획되어 있다. 다음은 4월 말까지 계획 중인 세미나 목록이다. <크로스미디어 포맷개발, 2016.1.28.~29>, <전문적인 프로젝트지원: 전체조망하기, 조직하기, 역할 덜어주기, 2016.2.1.~2>, <재교육 트레이너 기초과정, 2016.2.15.~16>, <웨어포인트2013 사용자, 2016.2.16>, <LED의 작지만 강한 빛, 스마트 라이트, 2016.2.22.~25>, <비주얼 리얼리티, 2016.2.25>, <크로스미디어 포맷 개발하기, 2016.3.3.~4>, <네트워크기술 짧고 쉽게 익히기, 2016.3.7>, <웨어포인트2013 사이트소유자, 2016.3.8.~9>, <방송에서 뉴스

와 매거진을 위한 효과적인 AVID활용능력 익히기, 2016.3.14.~18>, <묘사된 현실-사진르포로서의 일러스트레이션, 2016.3.21.~22>, <네트워크기술 짧고 쉽게 익히기, 2016.4.4>, <행사를 위한 안전계획, 2016.4.5.~7>, <빠른 점검: 프로그래머에게 효율적으로 업무지시하기와 온라인프로젝트 평가하기, 2016.4.8>, <오디오-대본, 잘 듣고 더 잘 보기, 2016.4.11.~12>, <부트캠프, 크로스미디어 포맷개발, 2016.4.11.~14>, <네트워크기술 짧고 쉽게 익히기, 2016.4.4>, <IP안전, 안전방법과 기술, 2016.4.11.~13>, <혼돈 대신 체계 - 내 일자리에서 어떻게 하면 질서를 잡을 수 있다, 2016.4.14.~15>, <한줌의 기술, 오디오 작품 쉽고 지혜롭고 품위있게 만들기, 2016.4.14.~15>, <오늘날 루터와 종교개혁의 개연성, 종교개혁중심지 답사, 2016.4.18.~20>, <개정 산업안전령, 2016.4.18.~19>, <미디어다큐 규칙에서 본 TV의 공식, 2016.4.18.~20>, <페이스북 고급과정, 2016.4.20>, <워크숍 비용과 효과산정, 내부 효율성평가, 2016.4.21.~22>, <네트워크기술 짧고 쉽게 익히기, 2016.4.16>, <벤치마킹: 코미디어에서 배우기, 2016.4.27.~28>, <쉐어포인트2013 핵심사용자, 2016.4.28.~29>.

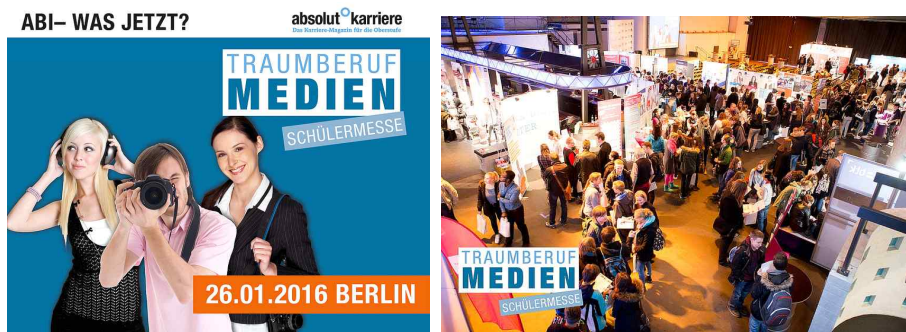
ARD/ZDF미디어아카데미는 공영방송 재직자의 경우에는 인사과 교육담당자에게 교육을 신청하면 된다. 그러나 타 방송사나 프리랜서의 경우에는 교육비용을 지불해야 하는데, 이 비용은 자신이 소속된 방송사가 지불하거나 본인이 지불해야 한다. 프리랜서의 경우도 마찬가지이다. 그러나 교육비의 상당부분은 세금연말정산에서 돌려받을 수 있다. 비용은 세미나 마다 다르다. 네트워크기술을 다루는 세미나인 <네트워크기술 짧고 쉽게 익히기>의 경우는 세미나 참가비가 490유로였다. 그러나 2017년 루터의 종교개혁선언 500주년 특집에 대한 프로그램 아이디어를 기획하는 2박 3일 교육과정 <오늘날 루터와 종교개혁의 개연성, 종교개혁중심지 답사>는 1,470유로였다.

6) 교육박람회(Bildungsmesse)

독일 연방노동청(Bundesagentur fuer Arbeit)은 전국적으로 172개의 언론사와 언론노조, 대학, 언론인학교, 언론인재교육기관과 공동으로 다양한 교육박람회를 개최한다. 그 가운데 <환상의 직업 - 미디어 (Traumberuf Medien)>은 고등학생을 대상으로 실시하는 교육박람회로, 언론인을 꿈꾸는 고등학생을 대상으로 베를린, 뮌헨, 슈투트가르트, 쾰른, 함부르크를 순회하면, 1년에 한 번씩 교육박람회를 개최한다. 2015년 2월 11일 함부르크에서 개

최된 교육박람회의 프로그램은 크게 3가지로 구성되었다. 첫 번째 세션은 아침 8시 30분부터 14시 30분까지 개최된 교육전시회로 미디어의 다양한 영역(저널리즘, 그래픽, 커뮤니케이션디자인, 미디어경영 등)에서 교육 과정에서 대한 소개했다. 이 전시회에는 각 대학과 전문학교, 언론인학교, 언론인아카데미에서 나온 교수와 강사가 직접 참가자와 대화를 나누고, 홍보물을 제공했다. 두 번째 세션은 11시부터 12시 15분까지 진행된 포럼I(“저널리즘의 길”)로 저널리스트가 되기 위한 전문과정 이수와 저널리스트가 갖춰야할 자격에 대해서 독일언론협회(DJV)와 키일(Kiel)대학교 저널리즘학과 교수 등의 발제와 더불어 참가자와의 Q&A가 있었으며, 세 번째 세션은 13시 15분부터 14시 30분까지 포럼II(“그래픽과 디자인, 광고전문가 되기”)로 커뮤니케이션디자인 및 광고전문가 교육과정에 대한 포럼이 개최되었다.

[그림 3-15] 언론인교육박람회



자료: <http://www.absolut-karriere.de/veranstaltungen/traumberuf-medien/>

첫 번째 세션인 전시회에서는 각 교육기관과 언론사에서 자사를 홍보하는 자료와 교육과정을 설명하지만, 새로운 취재장비를 전시하고 시연하는 행사도 병행하여 개최된다. 학생을 대상으로 하는 교육박람회는 매년 겨울학기 시작과 더불어 쾰른(9월), 슈투트가르트(12월), 뮌헨(12월), 베를린(1월), 함부르크(2월)에서 정기적으로 개최된다. 학생 대상 교육박람회의 프로그램은 매년 비슷하다.

반면 취업준비생이나 장기간 실업상태인 자유기고가를 위해서는 각 지역별로 개최되는

교육박람회에서 역량강화교육 및 직업교육에 대한 정보교환과 구인구직활동이 이루어진다. 이러한 지역별 교육박람회는 대부분 연방노동청의 지역사무소에서 후원하고, 언론노조와 교육기관(대학 및 언론인교육기관)이 함께 개최한다.

그러나 자유기고자에게 가장 효과적인 교육정보제공 기회는 전문박람회를 통해서이다. 출판 및 인쇄매체 분야에서는 프랑크푸르트도서전과 라이프치히도서전이 대표적이며, 방송과 통신 관련해서는 베를린에서 매년 가을에 개최되는 국제전파박람회(IFA) 등이 대표적이다. 이러한 박람회에서는 전문직 프리랜서를 위한 교육 과정에 대한 정보가 제공되고, 새로운 장비와 기술이 소개된다.

6. 정책적 시사점

독일 방송 산업에 종사하는 프리랜서의 현황과 복지, 교육 상황은 다음과 같았다.

첫째, 독일의 방송 산업 종사자는 미디어노동자로서 잘 조직화되어 있었다. 독일의 양대 언론노조는 정규직뿐만 아니라 비정규직과 프리랜서를 위해 다양한 복지정책을 펴고 있었으며, 사용자 측과의 단체협상에서도 비정규직 및 프리랜서의 처우개선을 위해 다양한 배려를 하고 있었다. 주로 지상파방송사와 일간신문의 정규직의 권리보호만을 하는 한국의 언론노조와는 연대방식에 차이가 있었다.

둘째, 비정규직인 프리랜서에 대해서도 사회보장제도와 권익보호가 잘 이루어지고 있었다. 양대 언론노조를 중심으로 의료보험과 각종 사회보장보험에 프리랜서도 가입할 수 있도록 단체협상을 체결했으며, 산재로 인해 불구가 되거나 노동할 수 없는 상태가 될 경우에, 노동재활기금을 통해 프리랜서도 지원하고 있었다. 이러한 차별 없는 연대에 대해 사용자측도 당연한 권리로 인정하고 있었다.

셋째, 독일은 방송 산업에 근무하는 유관인력의 60%가 정규직이었고, 비정규직은 40%정도에 머물렀다. 물론 급여와 복지수준은 다르지만, 정규직이 많다는 것은 그만큼 고용안정성과 더불어 제작능률을 높일 수 있음을 알 수 있다. 방송 산업의 정규직은 다시 크게 정규직과 고정계약직으로 나뉘었다. 이들의 비율은 정규직이 40%, 고정계약직이 60%였다. 이는 실질적인 정규직은 늘리더라도 연금부담과 승진 등의 문제를 해소하기 위해서, 필요인력만 정규직으로 두고 나머지는 사실상 무기계약직인 고정계약관계를 맺고 있었다.

넷째, 프리랜서에 대한 교육은 언론사와 교육기관이 공동으로 운영하는 언론인아카데미를 중심으로 진행되고 있었다. 독일에는 전국적으로 37개의 언론인 교육을 위한 과정을 운영하는 아카데미가 있었다. 이 아카데미는 비록 유료이지만, 정규직이나 고정계약직은 회사에서, 프리랜서와 교육생, 실습생 같은 비정규직은 본인이 부담하되, 추후 노동청에서 교육으로 인정하여 비용을 지원하거나 연말정산에서 교육비로 세금공제를 해 주고 있었다.

다섯째, 교육프로그램은 저널리즘교육뿐만 아니라 변화하는 방송환경에 맞게 디지털활용기술과 SNS활용기술, 1인제 작을 위한 기초지식, 교양강좌 등 다양한 프로그램을 운영하고 있었다. 전체적으로 강좌를 수강하는 수강생의 수요에 맞춘 강좌가 운영되고 있었다.

이러한 분석을 바탕으로 시사점을 찾는다면 다음과 같다.

첫째, 프리랜서를 비롯한 비정규직에 대한 복지와 지원은 정부정책에 대한 기대도 중요하지만, 자발적인 조직화가 중요하다. 제한된 복지예산에서 프리랜서에 대한 효율적인 지원을 위해서는 직능연대가 필요하다.

둘째, 프리랜서 교육 프로그램에 디지털환경에 맞는 실무중심의 강의뿐만, 저널리즘의 품질을 강화할 수 있고, 장기적으로 새로운 프로그램을 기획할 수 있는 프로그램기획을 위한 세미나 등 다양성을 반영할 필요가 있다.

셋째, ARD와 ZDF처럼 자체 교육원의 프로그램에 타사 언론인이나 프리랜서의 수강도 허용하는 개방성도 도입할 만하다. 특히 이러한 프로그램에 참여할 경우에, 교육 프로그램 비용을 연말세금정산에서 교육비로 인정해주거나, 노동청을 통해 지원하는 방안의 도입도 고려해볼 만하다.

제 5 절 일본 사례²⁵⁾

1. 서론

일본은 방송 산업 프리랜서 인력 육성에 대한 정부의 종합적인 지원 방안이나 정책 방

25) 김경환 (상지대학교 교수) 작성

안은 존재하지 않는다. 이는 전통적으로 제조업 중심의 산업 경쟁력이 강한 탓도 있지만 방송 산업의 인력 육성이 교육시스템을 통해서 이뤄지기 보다는 소위 치열한 방송사의 입사시험을 통과한 인재들을 대상으로 사내에서 도제식 교육 방식 하에 인력을 육성해 온 일본 고유의 인력 육성 방식이 존재하기 때문이다.

일본 방송 산업의 프리랜서 인력은 향후 점차 증가할 전망이다. 일본 방송 산업이 성장세가 둔해짐에 따라 경영합리화를 명분으로 자체제작보다는 자회사 및 외부프로덕션을 통한 하청 형태로 프로그램을 조달함으로써 제작비를 절감하려는 움직임이 가속화될 가능성이 높다.

방송 프리랜서 인력은 한국과 마찬가지로 저임금에 복지 혜택도 없이 장시간 위협한 노동 환경에 무방비로 노출되고 있는 상황이다. 월급 수준은 아르바이트 수준에 불과하다. 반면 노동 강도는 매우 강하다. 때문에 일본에서도 방송 프리랜서들이 다들 몇 달만 일하고는 버티지 못하고 다른 일자리를 찾아가는 일이 반복되기 때문에 숙련된 인재를 구하기는 갈수록 어려워지고 있다.

방송 산업의 경쟁력 제고를 위해서는 좋은 인재들을 확보하는 것이 중요하다. 양질의 콘텐츠 제작은 결국 사람이 하는 것이다. 지금은 방송사 내부에서 높은 급여를 받으면서 우수한 인재들이 방송 프로그램을 제작하는 방식은 더 이상 경쟁력을 갖기 힘들다. 외부의 프로덕션이나 자회사를 통해 프로그램을 조달하는 것이 일상화됐다. 외부 프로덕션이나 자회사에 근무하는 인력들의 교육이 중요하다. 더불어 수준 높은 인력들이 외부 프로덕션이나 자회사에 근무하도록 만드는 환경 조성이 시급하다.

2. 방송 산업 현황

일본 방송영상산업 시장 규모는 2013년 기준으로 방송 사업 수익 및 방송 사업외 수입을 포함한 방송 사업자 전체의 매출은 2012년도보다 증가한 3조 9,307억 엔(전년 대비 1.0% 증가)을 기록했다. 세부내역을 살펴보면 지상파방송 민간 기간 방송 사업자, 위성방송 방송 사업자, 케이블 사업자의 매출과 NHK의 매출이 각각 2조 3,216억 엔(전년 대비 1.5% 증가), 4,491억 엔(전년 대비 0.4% 감소), 5,030억 엔(전년 대비 2.0% 증가), 6,570억 원(전년 대비 0.5% 감소)이었다. 또한 방송시장 매출점유율은 지상파 민간 방송 사업자의 매

출액이 전체 민간 방송 사업자 매출액의 70.9%를 차지했다. 케이블TV사업자(IPTV사업자 포함)의 서비스 별 매출은 기본 서비스가 3,582억 엔, 유료 서비스가 387억 엔이다. 지상파 민간 기간 방송 사업자의 수익 대부분은 광고 수익이며, 2014년 광고 수입은 1조 9,619억 엔을 기록했다. 내역은 TV 방송 사업 관련이 1조 8,347억 엔, 라디오 방송 사업 관련이 1,272억 엔이다.

〈표 3-16〉 일본 방송 산업의 시장규모 추이

(단위: 억 엔)

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
NHK	6,756	6,848	6,624	6,659	6,812	6,946	6,604	6,570
민 간 방 송	지상파 방송	26,091	25,847	24,493	22,574	22,655	22,502	22,869
	위성방송	3,525	3,737	3,905	3,887	4,185	4,490	4,491
	케이블TV	4,050	4,746	4,667	5,134	5,437	5,177	4,930
합계	40,422	41,178	39,689	38,254	39,089	39,115	38,912	39,307

자료: 총무성(2015). 2014년 정보통신백서.

한편 일본의 2013년 콘텐츠 시장 규모는 11조 2,951억 엔이다. 콘텐츠 시장 구성비는 영상계 콘텐츠가 전체의 50% 이상을 차지하며, 텍스트계 콘텐츠가 약 40%, 음성계 콘텐츠는 1% 정도를 각각 차지하는 것으로 나타났다. 영상계 콘텐츠 시장 규모는 5조 9,784억 엔(전체의 52.9%)으로 세부 내역은 지상파 TV 프로그램이 2조 7,976억 엔, 게임 소프트가 9,401억 엔, 위성 및 케이블TV가 9,260억 엔, 영화가 7,029억 엔, 비디오 소프트가 4,274억 엔, 영상계 오리지널 콘텐츠가 1,845억 엔이었다. 2013년 콘텐츠 시장 전체의 시장 규모는 약 11.3조 엔이며, 2009년 이후 보합세다. 또한 콘텐츠 형태별로 보면 2013년은 영상계 콘텐츠가 확대 된 반면 텍스트계 콘텐츠의 규모는 축소됐다.

방송서비스의 가입자 수는 전년도와 동일하게 124/128度 CS위성방송을 제외한 NHK, NHK BS방송, WOWOW, 110度 CS위성방송, 케이블TV 등 모든 매체에서 전년도보다 증가했다. 2014년도 말 기준으로 계약자수는 NHK 4,200만 건, BS위성방송(WOWOW) 275.6만 건, 124/128度 CS위성방송 125.4만 건, 110度 CS위성방송 212.0만 건, 케이블TV 2,817만 건,

IPTV 101만 건이다.

<표 3-17> 일본 방송서비스 가입자 현황

(단위: 만 건)

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
NHK (지상파, BS위성방송)	3,755	3,780	3,820	3,893	3,975	4,027	4,083	4,141	4,200
BS위성방송 (WOWOW)	241.3	243.8	247.6	249.0	251.1	254.7	263.1	264.8	275.6
124/128度 CS위성방송	368.5	350.1	273.7	245.6	221.1	196.3	176.2	157.1	125.4
110度 CS위성방송	47.4	63.8	83.0	112.6	140.4	173.7	196.2	205.6	212.0
케이블TV	2,061	2,194	2,301	2,471	2,602	2,656	2,707	2,767	2,817
IPTV	17	23	46	70	90	109	98	97	101

자료: 일본총무성(2015). 정보통신통계 데이터베이스, 일본총무성(2015. 7). 케이블TV의 현황, 일본총무성(2015. 10). 위성방송의 현황 등으로부터 재작성

방송서비스 이용현황의 경우 전체적으로 증가세를 보이고 있지만, 세부적으로 살펴보면 CS위성방송은 실질적으로 가입자 수가 늘지 않고 보합세를 보이고 있는 반면, 케이블TV는 입자 수가 지속적으로 늘고 있는 추세다. 지상파방송사인 NHK의 가입자 수는 1인 세대의 증가 등으로 일본의 전체세대수 증가에 힘입어 수신료 계약자가 늘면서 가입자 역시 증가하고 있는 것으로 나타났다.

3. 프리랜서 방송인력 현황

일본의 외주제작사는 50여년 이상의 역사를 가지고 있다. 일본의 경우 한국처럼 외주제작의무편성의무와 같은 제도적인 규제 장치가 없지만 프라임 타임 시간대의 약 70%를 외주제작물이 차지할 정도로 외주제작물이 일반화되어 있다.

NHK를 포함해서 도쿄나 오사카 등 대도시에 소재한 일본 방송국은 대부분의 프로그램을 프로그램 제작 회사에 외주를 통해 제작하고 있다. 따라서 프로그램 제작 회사의 이사가

등 직원은 대부분 방송국에 상주한다. 또한 방송사가 프로그램 제작 회사의 대주주인 경우도 많다. 한편, 수도권 및 오사카권을 제외하면, 다른 지역은 프로그램 제작 회사가 적기 때문에 방송사가 자체적으로 프로그램을 제작하고 있는 곳도 많다. 최근에는 지상파 방송 외에도 BS나 CS 위성방송, 케이블TV, 인터넷 방송 등 방송국의 수가 증가했기 때문에 프로그램 외주제작 회사의 업무도 증가하고 있는 추세다. 기술직(카메라나 미술 등)과 AD 등 직종은 항상 인력 부족 때문에 영상 제작 관련 채용이 항시적으로 이뤄지고 있다.

일본 TV 프로그램 제작비는 4,185억 엔으로, 매출의 40% 정도에 불과하다. 거기에는 텔런트 출연료 외에 각종 경비도 포함된다. 프로그램은 방송사에게 가장 중요한 제품임에도 불구하고 충분한 제작비가 투입되지 않고도 전체 프로그램 제작이 가능한 구조는 외주제작을 통한 프로그램 제작이 있기 때문이다. 다수의 외주제작사가 존재하는 시장 구조는 수요와 공급의 불균형을 초래할 수밖에 없고 그 과정에서 가격 경쟁이 일어나는 것은 필수적이다. 가격 경쟁이 일어나 방송사들은 제작비를 억제하기 쉽다. 일본 방송국은 키스태이션 방송국 5개사의 독무대인 반면 외주제작사는 수가 많아 취업 인구 추계에서 약 4만 명이 잡혀 있을 정도다. 그만큼 경쟁 원리가 작동하기 쉽고, 비용 절감의 대상으로 삼기 쉽다. 외주 제작사의 규모는 커지고 있지만, 대부분이 11~50명인 곳이 전체의 약 50%에 달한다. 외주제작사 전체로는 약 80%가 직원 수 50명 이하로 알려진다.

이러한 현실을 감안하면 일본 외주제작사의 고용이나 임금 수준은 방송국과 비교하면 매우 열악하다. 2007년도 외주제작사 직원 1인당 평균 급여 총액은 436만 엔으로 전 산업 평균 445만 엔조차 밑돌고 있었다. 이는 복리 후생비 및 퇴직금, 퇴직 수당 수당 등 10% 정도가 포함된 금액이며, 이를 제외하고 평균 400만 엔 이하로 떨어진다. 하청 중심의 영세 외주제작사라면 30대 연수입 300만 엔 정도도 드물지 않다. 아침부터 저녁까지 장시간 제작 업무를 수행하는 것을 생각하면, “시급은 아르바이트 쪽이 더 좋다”라는 평가도 가능할 정도다. 외주제작사 직원의 연봉은 방송국 직원의 4분의 1이다. 재직기간 평균으로 환산하면 외주제작사 직원은 약 1억 5000만 엔으로, 후지 TV 직원과의 격차는 4억 엔 이상에 이른다. 외주제작사의 낮은 임금이 방송국 직원의 높은 연봉을 지탱하는 구조다.

외주제작 프로그램의 경우 제작 회사의 표기 방식과 프로그램 저작권의 확보, 방송 양도 등 프로그램 권리 관계의 처리와 관리가 방송국 우위 하에 놓여 있기 때문에 외주 프로덕션의 자립화가 일본에서도 쉽지 않다. 이러한 구조는 결국 외주 프로덕션이나 파견 노

동자의 노동 조건이나 양질의 노동력 확보를 어렵게 한다. 외주제작업에 종사하는 제작자들의 열악한 근무환경은 관련업계의 인재 확보 및 육성을 체계적으로 도모하기 쉽지 않게 만들고 있으며, 제작하는 프로그램의 내용면에서도 문제를 일으킬 요인이 되고 있다. 방송국이 요구하고 있는 시청률 일변도의 프로그램 만들기 속에서 방송 윤리를 무시하고 시청자들에게 강렬한 인상을 주기 위한 영상의 추구가 이루어지는 제작 풍토가 만연하면서 취재 대상자의 인권 침해를 유인하는 사태까지 벌어지고 있다.

10년 전 일본의 미디어 종합연구소가 프로그램 제작 현장에서 실시한 설문 조사에 따르면, 프로덕션의 제작 관계자의 일에 만족하는 비율은 방송국의 제작 관계자에 비해 매우 낮았다. 주요한 불만 이유는 제작비 부족(63%), 낮은 급여(60%)가 거론됐다. 일본의 외주제작 현장에서도 프로그램 제작비의 부족과 낮은 임금으로 인해 고민하고 언제 일이 없어질지 모를 불안을 안고 일을 하고 있는 현상은 한국과 다를 바 없다.

1997년 3월 조사한 바에 따르면 일본의 방송 관련 파견 사업 협회에 등록되어있는 파견 회사 수는 백오십 개였다. 전국방송관련 파견사업협회가 1995년에 실시한 '방송 관계 파견 회사 실태 조사 보고서'에 따르면, 당시 업계 종사자들의 가장 큰 불만은 직원의 근무기간 증가와 업무숙련에 따른 파견 비용의 추가 청구가 불가능하다는 점과 방송사의 지휘, 명령자의 연령이 낮아져서 중고령층의 파견 근로자를 파견하기가 힘들다는 점 등이 지적됐다.

한편 방송국과 핵심 제작 회사에 인력파견을 하고 있는 제작 회사의 직원 모집을 보면 급여수준은 “연봉 200만 엔”, 월급 18만~19만 엔이 태반이다. 가령 연봉 2백만 엔 정도로 AD를 모집하면 당연히 오래 근무하기를 기대하기는 힘들다. 조금 근무하다 그만두면 또 사람을 구해야 하는 악순환이 이어진다. 게다가 일본에서도 방송제작 프리랜서에 지원 하는 사람이 해마다 줄어들고 있는 실정이다. 이러한 문제점을 해결하는 방법으로 처우를 개선하려고 해도 직원 60명에 연간 매출이 2억 또는 1억 5천만 엔에 불과한 방송프로덕션의 입장에서 처우 개선은 현실적으로 불가능하다는 문제점이 있다.

2014년 기준으로 일본 방송 프로그램 외주제작사 수는 394개사로 자본금 5천만 엔 미만의 기업이 전체의 56.1%(전년도 대비 4.5% 감소), 종업원 100명 미만의 기업이 전체의 90.1%(동 2.0% 감소)와 중소 규모의 기업이 대부분을 차지하고 있다. 매출 규모별로 보면, 5천만 엔 미만 기업이 30.5%(전년 대비 0.7% 증가)로 가장 많았고, 이어 1억 엔~3억 엔 미

만 20.6%(동 1.3% 감소), 10억 엔 이상 18.8 %(동 2.2% 증가)로 나타났다. 그러나 이러한 외주제작사 수는 일본 총무성의 실태조사에 응한 외주제작사에 한정된 조사 결과라는 점에서 실제 외주제작업을 수행하고 있는 외주제작사의 실제 숫자와는 차이가 있다. 일각에서는 일본의 영상 독립제작사는 약 3,000~4,000여 개 사에 이른다고 추정하기도 한다는 점에서 그렇다. 따라서 많게는 일본의 외주제작사는 800~900여 개 사에 이른다고 추정된다. 그러나 그 외의 기술계 독립제작사나 스태프 파견 회사 등의 종류와 숫자를 정확하게 파악하기는 어려운 상황이다(백승혁, 2009; 2010). 외주제작사의 2014년도 매출은 4,174억 엔으로 전년 대비 7.0% 증가했다. 1개 사업자 당 매출액은 10.6억 엔이었다.

방송 프로그램 제작 업체의 종업원 수는 14,067명으로 전년 대비 2.9% 감소했고, 이 중 상시 종업원 수는 13,917명으로 역시 2.5% 감소했다. 방송 프로그램 제작 업체의 경영상의 과제나 문제점은 ‘수주 단가가 낮다’, ‘수주량 불안정’, ‘경험자·숙련자 등 인재 확보 애로’를 들고 있었다(総務省情報通信国際戦略局經濟産業省大臣官房調査統計グループ, 2015).

일본 콘텐츠 산업 중에서 방송프로그램 제작업에 종사하는 종사자 수가 26,111명으로 가장 많다. 하지만 이러한 종사자 규모는 사양 산업으로 치부되는 광업, 채석업 등과 같은 산업의 현재 종사자보다 작다.

<표 3-18> 일본 콘텐츠 산업 지역별 종사자 수 현황

지역	게임		영화비디오		TV프로그램		애니메이션		레코드	
	명	%	명	%	명	%	명	%	명	%
도쿄 지역	6,561	61.1	16,828	66.1	18,477	70.8	5,126	91.4	5,613	85.7
나고야 지역	264	2.5	1,040	4.1	850	3.3	6	0.1	48	0.7
오사카 지역	2,508	23.3	1,804	7.1	2,613	10.0	347	6.2	241	3.7
기타 지역	1,411	13.1	5,768	22.7	4,171	16.0	131	2.3	648	9.9
합계	10,744	100	25,440	100	26,111	100	5,610	100	6,550	100

<표 3-19> 일본 콘텐츠 산업 종사자 규모별 사업자 수 현황

종사자수 (명)	게임		영화비디오		TV프로그램		애니메이션		레코드	
	개	%	개	%	개	%	개	%	개	%
1~4	74	25.6	1,438	55.7	502	37.4	91	31.6	415	66.4
5~9	50	17.4	594	23.	298	22.2	51	17.7	111	17.8
10~19	44	15.3	294	11.4	239	17.8	64	22.2	57	9.1
20~29	36	12.5	98	3.8	94	7.0	24	8.3	9	1.4
30~49	33	11.5	77	3.0	79	5.9	31	10.8	10	1.6
50~99	31	10.8	47	1.8	80	6.0	16	5.6	13	2.1
100~	18	6.3	29	1.1	47	3.5	9	3.1	8	1.3
전원파견 종사자	2	0.7	3	0.1	4	0.3	2	0.7	2	0.3

4. 프리랜서 방송인력 복지 및 지원 정책

일본 프리랜서 방송 제작인력의 복지는 한국처럼 매우 열악하다. 프리랜서라고 한마디로 이야기하더라도 프리랜서는 혼자서 제작에 참여하는 개인사업자와 같은 형태로 제작에 참여하는 사람부터 인력송출회사를 통해 방송사나 방송프로덕션에 파견되어 방송제작에 참여하는 사람까지 다양하다. 따라서 프리랜서 방송 인력의 사회보장제도 적용은 일반 개인사업자가 보장 받는 수준과 별반 다르지 않다.

일본의 사회보장제도는 한국과 약간 차이점이 있다. 우리의 기초연금에 해당하는 것이 국민연금이고, 직장인들은 기초연금에 해당하는 국민연금과 함께 후생연금에 가입한다. 즉, 국민연금과 후생연금을 합쳐서 연금을 납부하고 나중에 기초연금과 후생연금을 연금의 형태로 지급받는다. 개인사업자는 기초연금의 형태로 국민연금에 가입할 수 있지만 후생연금에는 가입이 불가능하며 납부 조건 등에 있어서도 회사에서 납입금을 보조하는 후생연금이 훨씬 유리하다.

개인사업자의 프리랜서의 복지는 기본적으로 국민연금이 전부다. 개인이 납부한다는 점에서 후생연금과 비교해 불리한 점이 많다. 납부비용도 그렇고 보장 범위 등에 있어서도

불리하다. 반면 한국에서처럼 공적인 공제제도를 활용해서 문화예술인들이나 프리랜서 방송제작자들의 복지를 지원하는 제도는 찾기 힘들다.

정부에서 운영하는 공적인 방송프리랜서 복지 제도는 아니지만 프리랜서 방송제작자를 위한 복지 제도로는 전국방송파견협회가 단체정기보험을 운영하는 것이 있다. 전국방송파견협회는 방송사나 방송제작사에 방송스태프를 파견하는 회사들이 참여해 만든 협회다. 전국방송파견협회는 이들 회사들의 이익단체로서 회원사들과 회원사에 소속된 구성원들을 위한 각종 복지 제도를 운영 중이다. 대표적인 사업은 단체정기보험 운영, 세미나 및 강연회 실시, 각종 매체의 발행 및 공표 등이다.

<표 3-20> 일본 전국방송파견협회 주요사업

사업명	사업세부내용
단체 정기 보험 (사업주 부담 부담) 제도의 공동 실시	<ul style="list-style-type: none"> - 보험 계약은 사단 법인 전국 방송 관련 파견 사업 협회 (이하 협회라한다)를 보험 계약자로하고 협회 소속 (회원)의 소속원을 가입 대상으로하는 기업 보험에서 1996년부터 실시 - 공동 사업에 따른 규모의 경제에 의해 동종 보험의 개별 계약에 비해 요율이 감소 된 배당률이 일어나기 위하여 기업 당 비용이 훨씬 수월해 된 직원의 복리 후생의 충실에 기여
세미나·강연회 등의 개최	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 및 방송 기술 및 관련 정보 산업 등의 진보와 발전에 대해 회원사 임직원의 연찬을 위해 일반적 총회 연 기념 강연회 등의 세미나 - 강연회를 기획하고 개최 - 회원사의 인사 노무 담당자 및 관련 임직원을 대상으로 한 노무 관리 - 고용 관리에 관한 세미나 - 강연회를 기획하고 개최
각종 매체의 발행·배포	<ul style="list-style-type: none"> - 회보 방송 파견 발행 - 세미나 작업장 기록 등의 인쇄 배포 - 복리 후생 제도 등에 따른 각종 설명 자료 등의 작성·배포 - 회원사 명단 안내 편람 등의 작성·배포 (고객 기타 관계 처 용) - 협회 PR 브로셔 제작 및 배포 (미가입 형제, 기타 관계처) - 홈페이지의 최신 정보 안내, 사업 안내, 회원 소개 등

자료: 전국방송파견협회 홈페이지(<http://www.zhkh.or.jp>)

<표 3-21> 전국방송연맹단체정기보험 가입자 수 변동 추이

연도	가입회사 수(개)	가입자 수 (명)	총 가입보험금
1996년	33	1,933	131억 400만 엔
1997년	39	2,289	155억 5,200만 엔
1998년	40	2,421	161억 1,300만 엔
1999년	41	2,380	150억 5,100만 엔
2000년	40	2,441	152억 2,600만 엔
2001년	40	2,445	154억 4,800만 엔
2002년	40	2,504	154억 8,000만 엔
2003년	39	2,283	151억 6,000만 엔
2004년	35	2,100	147억 5,100만 엔
2005년	36	2,305	165억 9,900만 엔
2006년	35	2,217	157억 4,100만 엔
2007년	34	2,188	157억 8,200만 엔
2008년	34	2,414	165억 1,400만 엔
2009년	33	2,635	165억 4,800만 엔
2010년	34	2,684	170억 9,100만 엔
2011년	35	2,764	167억 8,300만 엔
2012년	38	2,886	172억 2,400만 엔
2013년	38	2,963	179억 9,800만 엔
2014년	38	2,979	183억 6,600만 엔
2015년	37	3,002	213억 9,800만 엔

자료: 전국방송과연협회 2014년도 사업보고서(2015).

단체정기보험은 한국의 공제조합과 비슷한 성격을 지닌 복지제도다. 전국방송과연협회가 운영하는 단체정기보험은 과연협회에 가입한 회원사들에 소속된 과연직 근로자들을 위해 운영하는 일종의 사적 연금제도이기는 하지만 일반보험회사에서 운영하는 연금제도와

는 달리 회사차원에서 보험사와 계약을 맺어 운영하기 때문에 일반 연금보험보다 훨씬 운영금액이 커서 수익성이 높다. 전국방송협회에서 운영하고 있는 단체정기보험은 1996년 33개 1,933명의 가입자로 시작했다. 당시 가입보험금 총액은 131억 400만 엔이었다. 20년이 지난 2015년에는 37개사, 3002명, 213억 9,800만 엔으로 증가했다. 가입사는 별로 늘지 않았지만 회원수는 1,000명 이상 증가했고, 총 보험금액도 213억 엔으로 늘었다.

또한 전국방송파견협회에서는 2004년부터 방송파견상담센터를 운영 중이다. 방송파견상담센터에서는 방송파견상담실, 파견책임자 세미나 개최, 지역별 간담회 개최, 방송파견상담 Q&A 등을 발간하고 있다. 방송파견상담실은 파견근로자들의 고충 상담을 실시하는 곳으로 매주 수요일 오후 1시부터 5시까지 상담원이 상담에 응하고 있다. 상담은 방문도 가능하고 팩스나 메일로는 24시간 접수받고 있다. 상담비용은 원칙적으로 무료이다. 상담 대상은 회원사, 파견스태프, 비회원사, 파견처 등이다.

5. 프리랜서 방송인력 교육 정책 및 현황

일본 방송영상산업의 관련 인력 양성은 크게 세 가지로 나뉜다. 첫째는 정부 관련기관에 의한 인재육성사업이다. 둘째는 교육기관 등에 의한 인재육성이다. 셋째는 민간기관의 의한 인재육성이다. 일본의 경우 정부 관련기관에 의한 인재육성이 소극적이었기 때문에 교육기관이나 민간기관에 의한 인재육성이 중심이었다. 배경에는 일본의 고유한 직업정신과 미디어환경 등이 존재한다. 우선 일본의 장인정신에 기초한 독특한 직업관은 도제식 교육을 통해 기술을 익히고 숙련된 장인을 육성하는 것이 큰 틀이다. 따라서 방송프로그램 제작 인력 역시 일종의 도제식 시스템을 통해 현장에서 기술을 습득하는 것이 일반적이었다. 더구나 일본의 경우 1980년대까지 정부가 철저히 대기업을 보호하는 호송선단식 경제발전으로 인해 방송업계 역시 안정적인 경영이 이루어졌다. 그 결과 약간 비효율적이지만 자체의 인력을 도제식으로 육성해 우수한 프로그램을 안정적으로 제작하는 시스템이 용인되는 구조가 지속됐다. 즉, 정부의 보호 아래 비교적 안정적인 경영이 보장되는 미디어 환경이 방송사 외부에 경쟁력 있는 인재 육성의 필요성을 반감시킨 것이다. 이로 인해 오랜 기간 일본 방송업계에는 방송관련 전문지식이나 기술을 지닌 인재를 뽑기보다는 일반 회사처럼 상식과 면접 등의 입사시험을 통해 선발한 인력을 처음부터 다시 교육

시켜서 현장에 투입하는 방식이 선호됐다. 현장에서 선배를 통해 도제식 교육을 받아 한 명의 프로듀서로 성장하는 것이 일본식 방송제작 인력 양성 방식이었다.

하지만 2000년 이후 이러한 일본식 인재 육성 방식에 변화가 나타나기 시작했다. 인터넷이 등장하고 방송의 디지털화가 논의되기 시작하면서부터이다. 콘텐츠 유통 경로가 다변화되고 그로 인해 콘텐츠의 수요가 급증함에 따라 방송, 영화, 음악, 게임 등이 융합하면서 새로운 유형의 콘텐츠 제작 및 서비스가 나타나면서 기존의 고품질 방송프로그램 제작에 최적화되어 있던 방송영상콘텐츠 제작자들로의 변화나 수요에 대응할 수 없었기 때문이다. 이 때부터 일본 정부도 민간에 맡겨 놓았던 방송 및 콘텐츠 관련 인력 양성에 적극적인 행보를 보였다.

일본은 프리랜서 방송인력 교육을 위해 2000년대 중반부터 콘텐츠 관련 교육 기관의 설치 및 영상산업진흥기구에 의한 각종 교육 지원사업을 실시하고 있다. 우선 콘텐츠 제작 인력 양성을 위해 대학 설치에 대한 억제 정책의 철폐, 전문직 대학원 제도의 창설 학부 등의 개편에 관한 신고제 도입 등의 대폭적인 제도 개정(2003년)을 배경으로 각 대학의 콘텐츠 분야의 인재 육성이 진행되고 있다. 그 결과 2004년도 이후에 새로 20개 이상의 대학 및 대학원에서 콘텐츠 분야 인재 육성이 시작되었다. 예를 들어, 2004년도 문부 과학성 과학 기술 진흥 조정비에서 도쿄대학 콘텐츠 창조 과학 협동 교육 프로그램 및 게이오 대학 디지털 미디어 콘텐츠 통합 연구기구에서 관련 인재 육성이 이루어지고 있다. 한편 영상산업진흥기구에 의한 각종 지원 사업도 실시되고 있다. 대학원·대학 등의 고등 교육 기관에서 영상 콘텐츠 교육 지원, 기능·기술자의 교육·직무능력향상교육 지원, 평론가를 비롯한 방송영상제작의 '게이트 키퍼'의 육성·지원, 초·중·고등학교에서 영상 콘텐츠의 활용 및 이용 활성화 지원 등이 이뤄지고 있다.

사단법인 전일본 TV 프로그램 제작사 연맹(ATP: Association of All Japan TV Program Production Companies)는 도쿄, 오사카의 주요 TV 프로그램 제작 회사 124개사가 가입한 방송제작 프로그램 프로덕션 관련 단체다. 1982년 출범 이후 TV 프로그램의 질적 향상을 도모함으로써 방송 문화의 발전과 국민의 문화생활 향상에 기여하는 것을 목적으로 활동하고 있다. ATP의 주요 사업으로는 우수한 TV 프로그램을 표창하는 ATP상 텔레비전 그랑프리, 프로그램 제작의 인재 확보·육성을 위한 TV 예구자무, TV 프로그램의 국제 공동 제작 촉진을 위한 도쿄 TV포럼 등을 있다. ATP의 사업 중에 직접적으로 일본 방송 산업의

인력 육성과 관련된 것으로는 TV 에구자무가 대표적이다. TV 에구자무는 프로그램 제작자의 인재 확보·육성을 목적으로 실시하는 TV 프로그램 제작 회사 합동 페스티벌이다. TV 프로그램 제작 회사 합동 페스티벌은 구인을 희망하는 방송제작사와 학생의 면담 기회를 제공하는 행사로 1986년부터 시작됐다. 여기에 참가해 방송 업계에 취업 한 많은 이들이 현재 방송제작업계의 중추로 활약하고 있다. ATP 회원사 중 매년 30~40개사가 참가하고 약 2,000명의 방송제작 관련 취업 희망자가 방문한다.

한편 ATP는 방송제작업에 입사한 신입사원을 위한 연수회 및 방송 업계의 관련 지식을 취득할 수 있는 설명회, 그리고 직무능력향상교육에 해당하는 전문분야 세미나도 개최하고 있다. 먼저 연 1회 개최하는 신인 연수 세미나는 업계의 신입사원을 위한 연수회로 현장의 제일선에서 활약하고 있는 감독과 프로듀서에 의한 강의, 선배와의 좌담회, 사회인의 기본 매너 연수 등의 내용을 2일간에 걸쳐 실시한다. 연 1회 개최되는 업계 설명회는 도쿄·오사카 2곳에서 개최하는 방송 업계 설명회로 방송 업계의 관련 지식을 배울 수 있는 설명회다. 전문 분야 세미나는 현장에서 일하고 있는 업계인들을 위해 개최되는 일종의 역량강화교육으로 연 3~4회 개최된다.

전국방송과견협회에서 개최하는 방송 제작인력 교육은 신인제작인력 교육과 기존 제작인력의 교육 및 훈련을 동시에 실시한다. 연수는 협회회원사들의 인재육성과 방송업계 전체의 스킬향상에 기여하는 것이 목적이다. 먼저 기존 제작인력의 교육 및 훈련으로는 TV 프로그램연출 기초 코스 연수와 TV제작기술 기초 코스 연수가 연 2회 실시되고 있다. 연수는 1988년부터 시작됐다. 2014년까지 이들 연수과정에 참여한 총인원은 1,700명에 달한다.

TV프로그램연출 기초코스 연수는 매년 6월 경 NHK방송연수센터에서 실시된다. 연수내용은 방송가이드라인, 프로그램 제작의 기초부터 기획, 구성, 촬영실습과 기획구성의 영상화, 편집실습, 시사회 등으로 구성된다. 2014년 실시된 연수는 6개사에서 10명이 참가했다(회원사 5개사 8명, 비회원사 1개사 2명).

TV제작기술 기초코스 연수 과정 역시 매년 6월에 NHK방송연수센터에서 개최된다. 연수내용은 방송가이드라인, 음성기술의 강의와 실습, 조명기술의 강의와 실습, 촬영기술의 강의와 VTR로케이션실습, 작품의 시사회 등으로 구성된다. 2014년의 경우 참가자는 11개사 16명으로 이중 전국방송과견협회 소속 회원사가 10개사 15명, 비회원사가 1개사 1명이

였다.

일본 NHK의 방송연수센터에서도 체계적인 방송인력 양성이 이뤄진다. NHK방송연수센터는 기본적으로 NHK직원들의 직원 연수가 설립 목적이지만 NHK직원 이외의 방송연수도 다수 실시하고 있다. 우선 NHK의 관련 단체에 대해서도 준수 등의 교육을 실시하고 NHK 그룹 전체의 인재 육성을 하고 있다. 또한 민간 방송국을 위한 연수에서는 NHK와 일본 민간 방송 연맹과 공동으로 방송인 기초 연수를 실시하고 있다. 일본 민간 방송 연맹 텔레비전 기술 연수를 비롯해 다양한 방송 기술 연수도 실시한다. 케이블 방송국을 위한 연수에서는 디지털화와 방송과 통신의 제휴에 의한 케이블 TV 사업의 새로운 전개를 근거로 일본 케이블 텔레비전 연맹 일본 CATV 기술 협회 등과 연계하여 교육하고 있다.

NHK방송연수센터는 일반인들을 대상으로 방송인 양성도 실시한다. 학생과 젊은 직장인을 대상으로 방송 저널리즘의 원점을 배우는 「방송인 양성 학원」에서는 「뉴스 취재 과정과 다큐멘터리 과정」의 2코스로 나누어 개최한다.

<표 3-22> NHK 신인 방송인 양성 과정 운영 현황

사업명	기간	횟수	참가자수
방송인 양성과정-다큐멘터리과정	4일	1건	22명
방송인 양성과정- 간사이 다큐멘터리 과정	4일	1건	13명
방송인양성과정-뉴스취재과정	5일	1건	11명
방송인양성과정-다큐멘터리 과정	5일	1건	25명
합계		4건	71명

자료: NHK방송연수센터(2013). 2013년 사업보고서.

또한 2013년에는 오사카에서 간사이 지역의 학생 등을 대상으로 '다큐멘터리 프로그램'과정도 개최했다. 아나운서, 스포츠 해설, 면접의 3개의 코스를 개설해 대학생 세미나를 실시했다. 또한 기자 지망생을 유치하는 인턴십을 개최, 전국에서 62명의 학생이 참가했다.

<표 3-23> NHK 대학생 인턴십 과정 운영 현황

교육 과정명	기간	참가자수
대학생 하계 세미나	2013. 8. 4. ~ 8. 19.	468명
보도기자 인턴십	2013. 8. 5. ~ 8. 9. 2013. 9. 2. ~ 9. 6.	62명
대학생 추계세미나	2013. 10. 29. ~ 11. 6.	228명
대학생 동계 세미나	2014. 2. 1. ~ 2. 23.	159명
대학생 춘계 세미나	2014. 3. 1. ~ 3. 22.	52명
합계		969명

자료: NHK방송연수센터(2013). 2013년 사업보고서

해외 방송사를 위한 연수는 국제 협력기구(JICA)의 위탁에 의한 디지털 방송 기술 대응력 향상을 도모 지상 디지털 방송 기술 교육, 감독, 프로듀서를 대상으로 한 디지털 방송 프로그램 제작 교육, 공공 방송의 역할, 방송의 디지털화 등의 이해 방송 간부 세미나를 실시한다. 아나운서를 양성하는 일본어 센터는 낭독 강좌나 초·중·고 교사를 대상으로 한 세미나, 교육계, 기업·단체를 위한 연수를 실시하는 등 커뮤니케이션 기술 일반에 대한 교육 사업을 실시한다.

일본 방송 제작인력의 발굴과 관련해서는 각종 신인제작자들을 대상으로 개최되는 예술 축제와 공모전, 시상식 등도 존재한다. 신인 방송제작인력들을 발굴하기 위해서는 이들의 작품들을 발굴할 수 있는 기회가 제공되어야 한다. 이러한 신인 발굴 기회로서 활용되는 것이 각종 예술축제와 공모전이다.

방송 분야의 경우 방송사들이 제작한 방송프로그램들에 수여하는 시상식은 많지만 제도권에 소속되지 않거나 방송제작 신인들을 발굴하기 위한 공모전이나 시상식은 드물다. 일본도 한국과 마찬가지로 유망한 신인을 발굴하기보다는 신입사원 공채제도를 통해 필기시험과 면접으로 실기 능력 등과는 별개로 유명대학 출신을 선발하는 것이 관행이다. 그러므로 아무리 교육을 통해 신진인력을 육성해도 이들의 경우 실기만으로 방송국에 취업하기는 불가능하다. 대부분 이러한 신인인력 양성을 통해 육성된 인력들은 결국 방송프로덕션이나 파견직으로 근무하는 것이 현실이다.

일본의 해외 콘텐츠 인력 연수 프로그램으로는 다음과 같은 교육이 실시되고 있다.

<표 3-24> 일본 방송 제작 인력 발굴 내용

행사명	세부내용
문화청 미디어 예술 축제	새로운 표현 기법을 개척하고 제작한 창의력 넘치는 미디어 예술 작품 및 작가를 표창
디지털 콘텐츠 그랑프리	디지털 콘텐츠 산업의 신시장 창출과 인재 발굴을 목적으로 상품화된 콘텐츠와 서비스 시스템을 평가 해외 디지털 콘텐츠 산업 진흥 관련되는 조직과의 이해 증진 및 연계 강화 해외의 크리에이터와 일본의 크리에이터와의 상호 계발을 목적으로 해외의 젊은 크리에이터의 뛰어난 작품을 평가
AMD Award	콘텐츠 제작자의 입장에서 디지털 콘텐츠 산업의 발전, 작품의 질적 향상, 인재 육성을 목적으로 우수 작품을 선정 하고 제작자들의 공로를 표창

<표 3-25> 일본 해외 방송제작 인력 양성 교육 현황

교육기관	교육내용
일본 해외산업인재육성협회 (http://www.hidajapan.or.jp/)	<ul style="list-style-type: none"> - 해외산업육성협회는 일본의 개발도상국의 시장개발을 위해 자국의 연구 및 개발도상국의 인력을 수탁 교육 하는 프로그램을 국고보조로 운영하는 곳임 - 해외산업육성협회는 일본의 쿨재팬 전략에 따라 신흥 시장개척인재육성지원사업 정책적 중점분야의 대상 영역에 콘텐츠 분야가 포함되어 있음
NHK방송연수센터 (http://www.nhk-cti.jp/)	<ul style="list-style-type: none"> - NHK 방송연수센터는 국제협력기구(JICA)의 위탁으로 개도국의 방송국을 대상으로 50년 동안 실시되고 있음. 올해는 기술자를 대상으로 지상파 디지털방송 기술 연수의 위탁교육을 실시하고 있으며 개도국 방송 주무부서나 방송국 간부를 대상으로 하는 방송 간부 세미나도 실시하여 일본에 대한 이해를 높이고 있음
가도카와 콘텐츠 아카데미	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 정부는 쿨재팬 정책에 따라 해외 콘텐츠 인재육성을 위한 방법으로 대만에 콘텐츠 제작 인력을 위한 교육시설을 운영하는 가도카와 콘텐츠 아카데미에 4.5억 엔을 투자함. 2014년 9월 개교한 가도카와 콘텐츠 아카데미는 대만에서 125명의 입학생을 받아 교육을 하고 있으며 향후 12개 국가지역으로 교육시설을 확장할 예정임

6. 정책적 시사점

최근 일본정부는 논리적인 사고 능력과 고도의 예술적 표현 능력을 갖춘 콘텐츠 창작자·연구자의 육성이라는 정책 목표를 내걸고 방송제작 인력 양성에 노력하고 있다. 종래의 미술계 대학이나 전문학교에서의 교육과 같이, 단순한 콘텐츠 제작이나 프로듀스를 중심으로 하는 것이 아니라, 수리적인 지식이나 제작에 수반하는 프로그래밍 능력을 배경으로, 논리적인 사고 능력을 갖고, 독자적인 고도의 예술적 표현 능력을 동시에 갖춘 콘텐츠 창작자나 연구자를 육성하는 것이 목표다. 또한, 이러한 성과를 예술 표현이나 엔터테인먼트의 영역에 적용해 지적재산화하는 능력의 배양까지 고려한 인재육성에 집중하고 있다.

일본대학의 콘텐츠 관련 교육은 저널리즘, 매스커뮤니케이션 교육과 관련된 과목을 개설하고 있는 대학은 국공립대 약 30개교, 사립대 200여개교로 저널리스트 양성을 목표로 하는 곳과 현대사회에 필수적인 매스커뮤니케이션 및 정보교육 등에 역점을 두는 곳으로 분류가 가능하다. 일본도 매스미디어 현장에서 출신전공보다는 OJT를 중시하는 관행에 따라 매스미디어관련학과 졸업생들 매스미디어 취업에 반드시 유리하지 않다는 점이 문제점으로 지적된다. 일본은 매스미디어 관련 학과의 전공영역이 신문방송에서 점차 매스커뮤니케이션으로 확대되었으며 최근에는 정보 및 사회정보라는 이름으로 학과들이 신설되거나 전공명이 바뀌는 것이 추세다. 이에 따라 1990년대 이후, 매스커뮤니케이션과 미디어의 이해에 관한 과목, 컴퓨터이용 및 미디어실습과 같은 실무적인 과목이 증가했으며 상대적으로 전통적 의미의 저널리즘을 다루는 과목은 줄어들고 있다.

세계적 수준의 콘텐츠의 제작 경쟁력의 확보는 국가적 사명이며, 그 기반이 되는 새로운 창의성을 가진 인재를 육성하는 것을 목표로 특히 산업계와의 제휴에 의해 콘텐츠 창의성 지원에 필요한 이론 및 방법론을 교육 프로그램에 반영시킨 인재 육성 교육을 실시한다. 또한 아시아적인 감성을 가진 지역이나 나라를 넘은 새로운 제작자 집단의 육성에도 노력하고 있다. 이를 위해 국제적 감각을 지닌 프로듀서 인재 육성을 위한 인턴십 사업의 확대, 각 대학의 콘텐츠관련 학과의 제휴에 의한 새로운 인재 육성 시스템 구축의 검토(대학 커리큘럼에 대한 인증프로그램, 해외 대학 등과의 제휴에 의한 인재 육성의 강화, 만화나 게임의 크리에이터 인재의 스킬 표준책정과 검정 제도창설의 검토, 해외진출 인재에 대한 표창 등의 검토), 아시아 등의 크리에이터, 프로듀서, 지적재산 인재에 대한 연수의

실시가 이뤄지고 있다.

일본 프리랜서 방송제작 인력의 복지와 관련해서는 공적인 복지제도를 운영하지는 않고 있는 것으로 나타났다. 다만 전국방송파견협회 등의 이익단체가 중심이 되어 회원사를 대상으로 일종의 공제조합 성격의 복지 제도를 운영하고 있는 실정이다. 일본의 사회보장제도는 국민연금제도를 통해 기초적인 사회보장을 받을 수 있는 것 이외에 프리랜서 종사자들이 사회보장의 혜택을 받기는 사실상 힘들다.

일본 방송영상산업의 관련 인력 양성은 크게 3가지로 나뉜다. 첫째는 정부관련 기관에 의한 인재육성사업이다. 둘째는 교육기관 등에 의한 인재육성이다. 셋째는 민간기관의 의한 인재육성이다. 그 중에서도 민간기관에 의한 인력 양성이 중추를 이루고 있다. 그러나 방송콘텐츠 산업의 중요성을 인식한 일본 정부가 점차 신진 인력 양성과 우수 인력 양성을 위해 지원정책을 도입하려고 하고 있지만 그 성과를 아직 미미한 것으로 판단된다.

제 6 절 소결

주요 선진국에서도 노동유연화의 진행으로 방송노동자 중 프리랜서와 비정규직의 비율이 크다. 특히 프리랜서(freelancer)라는 용어를 쓰고 있는 영미에서는 주로 1년 이내 계약으로 방송에 참여한 노동자를 대상으로 연구를 진행하고 있다.

해외사례를 살펴보면 미국, 영국, 독일 등은 노동조합이 교섭력을 가지고 프리랜서의 임금과 근무환경개선에 큰 역할을 하고 있다. 노조원 보호를 위해 보험과 연금 가입 등을 지원과 안전교육 등이 이루어지고 있다.

영국, 독일 등에서는 프리랜서 페어를 개최하여 프리랜서의 네트워킹과 정보교환을 위한 장을 마련하고 있다. 또한 다양한 기금을 조성하여 프리랜서를 위한 교육을 실시한다. 공영방송 BBC, ARD, ZDF, NHK 등은 자사 정규직 직원뿐만 아니라 프리랜서를 위한 교육과정도 제공하고 있다.

<표 3-26> 해외사례 비교

구분	미국	영국	프랑스	독일	일본
방송 프리랜서 개념과 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 지난 1년 이내에 1년 미만의 단기 고정계약과 일용 계약 형태를 경험한 노동 인구 - 영상 관련 산업(영화, 방송, 광고, 공연, 관련 장비) 총 노동력 255만명의 34%인 86만 7천명 추산 	<ul style="list-style-type: none"> - 프리랜서는 1년 이내 계약 - 방송프리랜서는 2012년 기준 22,950명(33.9%)임 	<ul style="list-style-type: none"> - 공연 분야 비정규직 혹은 intermittent(공연 개념은, 순수공연예술, 방송, 영화, 애니메이션 포함) - 12만 7천 명 	<ul style="list-style-type: none"> - 자유계약직 및 교육생, 실습생 포함(방송사 또는 프로덕션과의 계약상태에 따라 판단) - 방송산업 종사자 약 4만 8천 여명 중 40% 비정규직 	<ul style="list-style-type: none"> - TV프로그램 제작업에 종사하는 비정규직 또는 파견직 근로자 - 구체적인 종사자수는 파악되지 않으나 약 2만 6천명 이상으로 추정됨
방송 프리랜서 교육기관	<ul style="list-style-type: none"> 작가 길드, 스태프 조합, 감독 길드, 배우 연기자 노조 	<ul style="list-style-type: none"> BECTU, Creative Skillset, BBC Academy 등 	<ul style="list-style-type: none"> AFDAS: 교육 지원 및 기금 조성 INA: 교육기관 	<ul style="list-style-type: none"> 언론인아카데미(37개) - 언론사, 대학, 언론노조가 공동설립하고, 정부가 재정적으로 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 전국방송파견 협회, NHK 방송연수센터 등
주요 교육과정	<ul style="list-style-type: none"> 전문인력 교육, 마스터 클래스, 안전교육 	<ul style="list-style-type: none"> 안전교육, 응급처치, 재무교육, 영상편집 과정, 해외진출교육 	<ul style="list-style-type: none"> 전문인력 교육 16개 과정, 트랜스 미디어 실습교육과정 	<ul style="list-style-type: none"> 저널리즘 원론, IT활용제작법, 디지털미디어, 경영 및 인사관리, 프로그램기획 답사, 새로운 제작기술교육 	<ul style="list-style-type: none"> 방송인 양성 코스, TV프로그램 연출코스, TV프로그램 기술코스
교육정책	<ul style="list-style-type: none"> 각 길드를 통한 직능별 교육 	<ul style="list-style-type: none"> Creative Skillset을 통한 훈련 기금 	<ul style="list-style-type: none"> AFDAS를 통한 교육 기금 확충 	<ul style="list-style-type: none"> 저널리즘품질 강화와 새로운 	<ul style="list-style-type: none"> 고도의 예술적 표현 능력과

		조성, 산별노조 BECTU를 통한 훈련제공	INA를 통한 현업 기초교육 및 실무교육	제작기술의 조화, 프로그램 기획 및 경영지원	실무능력 배양
복지와 지원정책	각 길드를 통한 임금 및 근로조건 협상 각 길드를 통한 연금 및 보험 제공 각 길드를 통한 노조원 보호	BECTU를 통한 임금과 근로조건 협상, 자문제공, 저가 보험제공	실업급여 정책 전문화 및 사회연대 기금 정책 경력 관리 및 사회보장제도	언론노조 중심의 4대 보험가입 및 취재지원(자동차보험 및 숙박 할인, 취재를 위한 데이터카이 브운영 등), 프레스카드를 통해 취재지원 등	전국방송연맹 단체정기보험 제도(공제조 합)
시사점	제작 스태프들의 조직화를 통한 단체교섭 역량의 강화, 노사 공동의 기금 출연을 통한 교육 실시	Creative Skillset을 통한 인력연구, 방송사의 프리랜서를 위한 훈련기금 조성, 프리랜서를 위한 박람회 개최	실업 상황에서의 경제적 지원 장치 기금을 조성하여 교육비를 지원 전문공공기관 에서 교육 실시	프리랜서의 단체협약 포함, 교육비 지원, 교육 프로그램의 다양화, 4대 보험 등 복지마련, 프리랜서를 위한 데이터카이 브 지원, 방송사의 교육과정 개방 및 교육비 지원	NHK등의 공영방송교육 시설을 활용한 체계적인 방송인력 육성

제 4장 방송·영상 프리랜서 심층인터뷰

제 1 절 연구방법

1. 개요

1) 심층 인터뷰의 목적

본 연구 과제의 연구대상인 프리랜서 방송·영상 인력은 하나로 아울러 표현하기에 다양한 직군의 다양한 구조 안에 포함되어 있다. 작업 방식도 작품 및 프로젝트를 단위로 하기에 고용은 유동적이다. 설령 한 개의 방송 프로그램에 동시에 계약이 되어 있다고 해도 직군에 따라, 그리고 경력 및 업무 중요도에 다양한 계약 관계가 존재하고 있다.

이러한 다양성으로 인해 설문조사만으로는 방송·영상 관련 프리랜서 인력에 대한 세밀한 이해는 쉽지 않다. 따라서 본 장에서는 상대적으로 특수한 연구대상이라고 할 수 있는 방송·영상 프리랜서 인력들에 대해 보다 정교한 이해를 위하여 실시한 질적 접근의 연구 결과를 제시한다.

본 연구에서 채택한 질적 접근의 방법론은 심층인터뷰이다. 심층인터뷰는 교육학 및 사회과학에서 다양한 형식으로 다양한 사례에 적용되어 유효한 결과를 이끌어 낼 수 있음을 확인 해 온 정교한 방법론이다. 특히 특수한 집단의 내밀한 사안들에 밀착하여 문화의 다양성을 읽어내는 데 유효한 질적 접근의 방법론 중 대표적이고 포괄적인 연구방법이라고 할 수 있다.

질문자는 특히 경청자에 가까운 역할을 담당하여 인터뷰 참여자의 자기 기술적 언술이 상당량 포함되었다. 인터뷰는 인터뷰 과정의 상호작용에 민감하고 상황에 따라 대처할 필요가 있으며, 최대한 유연하고 개방적인 방식으로 진행되는(조항제·김영찬·이기형 외, 2015, 283) 것이 바람직하기 때문이다. 인터뷰를 진행하는 동안 애초의 기획에만 한정된 질문에 대한 답안을 제시하라고 강요하지 않고 좀 더 유연한 분위기를 만들고자 했기 때문인데, 이에 통계 결과만으로는 알 수 없는 중요 사례 등의 데이터를 획득할 수 있었다.

2) 심층 인터뷰 참여자

인터뷰 대상자의 섭외는 본 연구 과제의 착수 전부터 한국전파진흥협회에 개설된 방송·영상 관련 교육프로그램과 관련된 유관 직군 프리랜서들로 시작했다. 작가, 연기자, 성우, PD, 배우, 영상기술 각 1명에서 최종 13명으로 확대되었다. 본 연구의 심층인터뷰에 참여한 전문가와 실제 종사자들은 다음 <표 4-1>과 같이 정리 할 수 있다.

인터뷰 대상자들은 먼저 본 연구 기획 단계부터 참여하여 각 직군별 설문조사를 설계하고 조사 대상자들의 표집에 협력을 한 전문가들을 중심으로 섭외를 시작하였다.

<표 4-1> 심층인터뷰 참여 전문가/종사자/당사자 목록

연번	구분	직군	소 속 (전문영역)	연령대	인터뷰횟수	횟수
1	A	작가	한국방송작가협회	50대	5	5
2	B	세트	한국방송문화산업기술인협회	50대	2	2
3	C	배우	한국방송연기자협회	50대	3	3
4	D	성우	한국방송연기자노동조합	40대	3	3
5	E	성우	한국성우협회	40대	3	3
6	F	PD	한국독립PD협회	40대	3	3
7	G	음악	미디어뱅크포유	30대	3	3
8	H	영상	전문영상업무연합	40대	3	3
9	I	교수	국민대학교 (방송작가 및 독립PD생산자 연구)	50대	2	2
10	J	FD	지상파 프로그램 외주 제작사 근무	20대	1	1
11	K	성우	한국성우협회	40대	1	1
12	L	작가	프리랜서 애니메이션 번역 작가	40대	1	1
13	M	연구원	한국콘텐츠진흥원(방송 산업)	40대	2	2

3) 인터뷰 진행 과정 및 분석 과정

심층인터뷰는 2015년 12월 10일부터 2016년 2월 2일까지 진행되었다. 인터뷰 1회당 약 1시간 30분 ~ 2시간 동안 진행되었다. 인터뷰는 전체 FGI, 3~4인 소집단 인터뷰, 개별 인터뷰 등으로 인터뷰 대상자가 편안한 분위기에서 답변이 가능할 것으로 판단되는 형식으로 진행하였다. 소집단 인터뷰의 경우 한국전파진흥협회의 회의실을 대여하여 진행하기도 하였고, 때로는 해당 공동체/집단/협회 사무국이나 인터뷰 대상자 일터의 주변에서 진행하기도 하였다. 1인 개별 인터뷰의 경우 주로 소집단 및 전체 인터뷰를 진행하는 동안 보다 더 풍부한 사례 및 정보를 제공하는 대상자를 한정하여 확대 진행하였다.

인터뷰 내용은 대부분 녹음 하였다. 그러나 녹음하기를 부담스러워 하는 인터뷰 대상자와의 인터뷰 내용은 촘촘히 기록하여 연구자 기억의 오류를 최소화 하였다. 프리랜서들의 애환을 언급할 때는 때로 감정이 격앙되어, 부당한 대우에 대한 자기 고백적 언술을 하고 나서 이를 녹음한 파일을 남기기 거부하는 인터뷰 대상자들도 있었다. 그러한 경우, 연구윤리를 준수하고자 이미 녹음한 내용이라도 그 자리에서 삭제하기도 하였다.

인터뷰를 통해 획득한 데이터는 몇 가지 단계로 분석하였다. 우선 녹음된 내용을 전사 녹취하였다. 연구자는 인터뷰 내용을 반복적으로 읽고 인터뷰 회차를 거듭해 가면서 인터뷰 대상자들이 공통으로 보이는 답변과 개별적으로 대응하는 내용을 구분하면서 분류해 갔다. 분류 및 해석은 시간의 흐름에 따른 단계에 따라 수행되기 보다는 연구자의 직관과 통찰에 따라 인터뷰 결과가 더욱 풍부하고 다각적인 데이터로 수집될 수 있도록 진행하였다. 개별 인터뷰의 경우 1차 인터뷰를 진행하면서 얻은 결과물을 분석하면서 2차와 3차 인터뷰로 확대 진행하기도 하였으며, 다소 비슷한 업무를 하거나 협업이 긴밀한 직군의 참여자들을 같은 소집단 인터뷰에 포함시켜 참여자들 간의 소통을 통한 데이터를 확보하고자 하기도 하였다.

제 2 절 심층인터뷰 결과

앞장에서 지속적으로 밝혀 왔듯이 본 연구가 프리랜서 방송·영상 인력들을 대상으로 주목하고 있는 부분은 이들의 직무능력향상교육에 관한 것이었다. 그러나 인터뷰를 진행하는 과정에서 연구 과제의 제목에 ‘프리랜서’라고 명시되어 있다는 점만으로 오롯이 당사자들에 대한 논의를 할 기회를 얻었다고 여기는 듯 했다. 그리고 그간 각자 직군별로 방송사 및 유관 정책기관에 하고 싶었던 말을 토로하기도 했다. 연구 초반에는 전체 및 개별 인터뷰에서 교육에 관한 질의를 시작하는 것조차 쉽지 않았다. 따라서 교육에 관한 의견을 듣기 위해서는 전체 인터뷰를 마치고도 몇 차례의 개별 인터뷰를 더 진행해야만 했다.

첫 번째는 규칙적인 생활이 어렵다는 것이에요. 스스로 계획을 세워서 몇 시부터 몇 시까지 일하고, 제때 밥 먹고 제때 운동하면 좋을 텐데 막상 일을 하다보면 그렇지 못 한 경우가 많아요. 때로는 밤을 새서 일하기도 하고 때로는 하루 종일 몰아서 자기도 하고.. 이리다보면 아침도 자주 거르고 운동은 생각하지도 못하게 되죠. 이런 불규칙적인 생활이 계속되다보니 가끔 건강이 걱정되기도 하고요. 두 번째는 불안정한 수입이에요. 어떤 때는 일이 몰려서 바쁘기도 하지만 어떤 때는 2, 3개월을 일없이 놀 때도 있어서 수입이 불안정하거든요. 매번 하던 일이 끝날 때마다 이번엔 얼마나 놀아야하나 걱정하거든요. 그러다 보면 놀 때도 편히 놀지 못하고요. 요즘은 일본 애니메이션 번역 일이 많이 줄어서 더욱더 일감에 대한 스트레스를 받고 있어요.(L, 작가)

위의 인용문은 인터뷰에 참여한 애니메이션 번역 작가가 프리랜서로 느끼는 고충에 대해 말한 것이다. 본 연구에서 실시한 심층인터뷰는 어쩌면 그녀의 고충이 당연시되게 하는 국내 방송·영상 제작 현장의 부조리한 실태를 보이는 것이 일차적인 목적이 될 것이다.

이에 본 절의 1 항에서는 인터뷰에 참여한 프리랜서들이 교육에 대한 논의에 앞서 선결되어야 할 문제들로 제시한 의견들을 정리하였다. 국내 프리랜서 근로 환경의 실태에 대해 당사자들의 입장을 설명하려 했다. 또한 프리랜서 교육을 논의하기 전에 더욱 진지하게 고민하고 모색되어야 할 제반 문제점들에 대한 것들이다. 그리고 2 항에서는 기존의 프리

랜서 대상 교육에 대한 평가에 대한 질문을 통해 얻은 인터뷰 결과를 정리했다. 1항과 2항의 내용을 토대로 제 3절 소결에서 프리랜서 직무능력향상교육 방안에 대해 제언했다.

1. 국내 방송·영상 프리랜서 근로환경의 실태

1) 모순적이고 일방적인 고용 관계성 없는 계약

인터뷰에 참여한 프리랜서 및 유관 전문가들의 공통된 의견은 무엇보다도 고착화되어 있는 국내 방송 인력 고용 구조의 모순 및 부당한 관행들에 대한 각성과 해결이 우선적으로 모색되어야 한다는 것이었다. 최근 한 종합편성 방송사에서 불거진 불미스러운 폭행 사건도 결국은 불안하고 불합리한 고용 구조를 기반으로 하기 때문이라고 인지하고 있었다.

<표 4-2> 국내 방송·영상 프리랜서 근로환경의 실태

일방적인 고용 관계	제작 현장의 내면화된 위계	비현실적인 임금 제도 및 수준
<ul style="list-style-type: none"> - 실효성 없는 계약 - 착수 전 제안과 다른 근로 조건 - 표준계약서의 악용 - 인력 대체가 용이함 	<ul style="list-style-type: none"> - 방송사 정규직:프리랜서 상하관계 당연시 - 프리랜서들의 의견 개진 불가로 인한 비효율성 	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 프리랜서들의 노동자성 불인정 - 물가 반영한 출연료, 원고료 필요

최근 비정규직 방송·영상 인력들의 인권 침해 및 임금 체불 등으로 인한 피해를 방지하고 근로환경을 안정화하기 위해 문화부 등에서는 표준계약서를 권고하고 있다. 그러나 이에 대하여 각 직군들의 인터뷰 참여자들의 의견은 대체적으로 부정적이고 회의적이었다. 우선, 방송사와 직접 계약을 하는 관계가 아니라면 표준계약서를 기반으로 정식 서면 계약을 하지 않고 업무에 착수하게 되는 경우가 다반사이며 애초에 구두로 약속된 내용은 프로젝트가 착수되면 보장되지 않는 경우가 지속되기 때문이라는 것이다. 또한 표준계약서가 오히려 악용되는 사례가 횡행하기 때문이라고 밝혔다.

인터뷰에 참여한 한 프리랜서의 경우 아예 그러한 계약서를 실제로 본 적도 없다고 하였다. 아직까지도 프리랜서의 고용은 지인에게 협조를 요청하는 형식의 구두로 제안하고

수락하는 형식으로 이뤄지고 있어서이다. 근로시간이나 계약 조건 같은 것을 언급하는 것에 고용주들은 피고용인들을 선동하는 것으로 오해될 수 있을지도 모르겠다고 우려하기도 하였다.

근로계약서도 작성 한다고 하는데 저는 이런 서류를 본 적이 없거든요. 지금까지도 저는 근로계약서를 한 번도 본 적이 없어요. 지금도 계속 그렇게 일을 하고 있고. 제 주변에 일하는 제작사들, 일반 방송하는 사람들 중에 그거 쓰고 일하는 사람 저는 본 적이 없어요. 그냥 뭐 학교 후배다 불러서 데리고 이런 식으로 일하거든요. 그런 근로계약서, 근로 기준법에 맞게 급여를 지급하는 사람은 아무도 없을 거 예요. 제가 알기로는. (G, 음악)

계약서를 쓰고 나서 프로그램을 기획하고 촬영하는 것이 아니라, 기획 단계에서 들어가는 비용은 일단 프리랜서 측에서 모두 투자해야 하는 거죠. 앞서지면 아예 본전도 못 뽑는 거고.. 그리고 일이 되면 나중에 계약서를 쓰게 되기 때문에..(F, PD)

또한 방송사와의 관계에서 일방적으로 구속적 관계가 성립될 수 있게 되기 때문에 계약을 하지 않는 경우도 있었다. 결국 방송 제작 현장에서 현행 계약서와 계약 방식은 유명무실하다는 것이다.

유명무실한 거죠 계약서라는 게. 그리고 어쩌면 작가들 자신도 잘 나가는 작가들은 계약을 쓰는 것을 별로 안 좋아해요. 왜냐면 계약서라는 게 약자의 권리를 보호를 하기 위해서 하는 건데, 잘나가는 작가들은 사실 뭐 약자라고 보기는 어렵거든요. 그렇기 때문에 오히려 이 친구들은, 드라마는 어차피 작품에 돈이 많이 걸려있기 때문에, 제작사에서 엄청난 계약을 표준계약서 상관없이 자기들 2차 저작권은 어떻게 할 건지 이런 거까지 다 담은 엄청난 분량의 계약을 작성하거든요. 그런데 예능이나 구성다큐 같은 경우에는 계약을 거의 안 쓰죠. 왜냐면 방송사 입장에서는 계약을 써서 발목 잡히는 싫고, 작가들 좀 잘 나가는 작가들 같은 경우에도 프로그램을 새로 시작할 때 레귤러 프로그램 같은 경우에는 들어갔는데 가령 구성원들, 레귤러 프로그램은 피디도 여러 명이 있단 말이에요. 구성원들 하고 잘 안 맞는다거나 프로그램 해보니까 자기하고 잘 안 맞는다거나 이럴 수가 있단 말이에요. 그럼 발 빼고 다른 데로 옮겨야 하는데 계약을 해 놓으면 발이 묶여가지고 움직일 수가 없으니까.. 급여로 받지 않아요. 그냥 한 회 끝나고 나면 그 때 돈을 받는 거 예요. 그러니까 다큐멘터리 작가들은 겁치기를 하지 않을 수 없어요. 생활비가 안 되니까. 서로 일이 부딪히지 않게끔 하나가 완성 단계에 있으면 하나는 기획하는 거. 이런

식으로 어슷비슷하게 물려가지고 겹쳐서 하지 않으면. 그런데 겹쳐서 할 수 있는 작가들은 유명한 작가들이나 그렇게 할 수 있는 거죠. 일이 물리는 작가들이나. 그러니까 다큐멘터리 하다가 놓고 있는 경우도 많이 생기고 그러는 거죠.(A, 작가)

오히려 계약을 통해 보호받아야 하는 경력이 짧은 신규 인력들은 구두계약으로 착취와 같은 고용형태가 유지되고 있다는 점을 인터뷰 참여자들은 강조했다.

잘 나가는 작가 같은 경우에는 그리고 계약서를 안 써도 보호를 받거든요. 모셔가려고 난리니까. 잘 나가는 작가들이 계약서를 별로 중요하게 생각하지 않으니까 방송국에서는 계약서를 안 쓰죠. 안 쓰고, 어린 친구들은 발언권이 없으니까. 그러니까 그냥 구두계약 이렇게 돼있는데.(A, 작가)

교양 및 예능 프로그램 외주 제작사에서 프리랜서로 일하고 있는 인터뷰 참여자에 의하면, 근무시간의 경우 계약서를 쓰든 그렇지 않든 간에 현장에서 지켜지지 않는다고 한다.

방송 제작 현장의 특수성으로 인하여 근무 시간이 고정적일 수 없다는 것을 당연히 하고 있었다.

워낙에 일이 아침에 나가서 저녁에 퇴근하는 게 아니라, 일 없으면 집에 가고 일 있으면 나가고 탄력적으로 일을 하거든요. 그런 상황인데 거기서 표준 근무 시간이나 그런 걸 따지고 그렇게 할 수가 없는 것 같거든요. 근로 시간 같은 것에 대해 언급한다는 것은 결국 “너 지금 선동질 하느냐, 너 뭐 하나” 하는 말을 듣게 될 수도 있다는 거죠. (G, 음악)

상대적으로 젊은 프리랜서에게 이러한 일들은 특수직군에 진입하여 자리를 잡을 때까지 통과 의례로 겪어야 하는 낭만적인 문화로 미화되고 당연히 되어 현장에서 으레 행해지는 일인 것으로 제안되기도 한다는 것이다.

시간이 불규칙한 것도 문제이지만 근무시간도 문제가 된 적이 많았어요. 제가 전해들은 근무일자는 3일이었지만 그것도 지켜지는 경우가 거의 없었는데요. 여러 가지 이유로 촬영일자가 늘어났고 하루나 이틀정도는 당연한 듯 지연되는 경우가 많습시다. 촬영하는 곳이 지방이나 외진 지역이 대부분이기 때문에 거절할 수도 없는 상황이고요. (J, FD)

근로 시간 뿐 아니라 근로 환경이나 조건도 착수 시 구두 혹은 서면 계약과 달라지지만 이에 대해 이의를 제기하기도 어렵다는 것이다. 악순환이 이어져서 저임금으로 해고될 것을 늘 염두에 두는 상황이 반복되고 공고히 유지되는 것이다.

제 주변에는 아직도 영수증 결제를 받지 못해서 영수증도 몇 백 만원씩 들고 다니는 친구들이 꽤 있어요. 촬영 진행비 같은 것 일단 영수증만 가지고 있고 그걸 못 버티고 나가는 사람들이 대부분인거죠. 나가고 나서는 사장이 아니니까 왜 이렇게 하나면서 싸우고, 나가기 전에는 사장이니까 주세요 주세요 이려고. 나가고 나서 좀 췌게 나가고. (F, PD)

계속 저임금으로 사람을 쓸 수 있으니까 그 사람이 못 버티고 나가면 또 다음 번 사람이 와서 한 두 달 한 뭐 서너 달 이런 식으로 하다가 나가면 또 다음사람이 와서 그 저임금을 받고 일을 하니까. 그거를 되게 악용을 하더라고요. 그런데 굉장히 안정적인 시스템이라고. 사실 다들 일하기가 너무너무 힘들다고. 월급은 주는데 그 나머지는 일하기 너무 너무 힘들게 해가지고 나가게 하거든요. 근데 구인광고에서는 월급 얼마 4대 보험 이런 식으로 하면 사람들은 계속 들어오니까. 그러니까 낚이는 거죠. 그게 결국은 좀 그렇더라고요.. 굉장히 악질이죠. 계약이죠. 처음에 계약할 때는 연봉, 4대 보험 이런 거만 보고 계약을 하는데 나중에 보면 그 나머지 근무 환경이 작업환경이 너무너무 안 좋거든요. (H, 영상)

서면 계약의 편법적 활용으로 인해 오히려 프리랜서들에게 손해를 입히고 있다고 의견을 밝히는 참여자도 있었다. 표준계약서의 활용에 대해 다음과 같이 오용되는 경우를 예로 들며 부정적인 반응을 보였다. 이러한 점에서 유관 기관들이 표준계약서 서식만 제시할 뿐 현실을 반영하지 못하고 있다는 점에 공통적으로 회의적인 의견을 보이고 있다.

표준계약서는 보는 사람도 없을뿐더러 표준계약서를 봤을 때, 이쪽 프리랜서들이니까 어디 가서 일을 받아서 하는 게 아니고요, 일을 따와서 이제 주변 사람들은 일을 다 한단 말이예요. 후배도 끌어들이고 선배도 끌어들이고 해야 하는 데, 그러면 이 표준계약서라는 게 있어서 이런 걸 같이 일하는 사람들에게 주고서 계약을 하면 계약서상에서는 감이고 을이잖아요. 그것도 되게 불안해하는 거지. 내가 이런 어떤 사람들한테 보장을 해줄 수 있을 만큼 보장을 받지 못하는 상태에서 일을 진행을 하는 경우가 많거든요. 비현실적인 거지. (H, 영상)

계약을 했으면 동등한 계약이어야 하는데 계약을 하면 오히려 주종의 관계인 것처럼 되

어버리는 거죠. 표준계약서라는 거는 당연히 지불해야 할 금액을 지불하고, 당연히 해주어야 할 처우를 해주는 건데 그게 뭐 특별하게 배려해주는 것처럼 되어버린 현실이잖아요. 저는 그건 아니라고 보거든요. (F, PD)

월 얼마다 그 정도는 이야기를 하죠. 물론 저도 회사에 오래 있었으니까 회사 측에서 근로계약서가 있어요. 가지고 있는 게 있어요. 거기에 저도 모르는 그런 게 있기는 한데 저는 그걸 본적이 없어요. 어떻게 되어있는지. 급여도 그냥 연봉 얼마다 협상만 하고 나중에 급여 내용을 보면 거기에 야근 수당까지 포함되어 있어서 딱 깔끔하게 떨어지는. 그런 식이에요.. 맨 처음에 얼마 줄 거라고 얘기하고 일 년에 얼마 줄 거라고 연봉 계약을 하고 그러고 나서 그 연봉에 맞춰서 저도 모르는 세부 내역으로 결정이 되는 거죠. (G, 음악)

이처럼 계약을 통해 근로조건을 협약하는 것이 아니라 추후 결산하여 통보하는 형태로 표준계약서가 오용되고 있다는 것이다.

인터뷰 참여자들은 이러한 불합리한 상황이 유지되는 것이 고용관계에서부터 방송사에 게 강력한 주도권이 집중되기 때문이라고 해석한다. 지상파 및 종합편성 방송사가 강력한 주도권을 가지고 있는 상황이기 때문에 어떤 프로그램이나 프로젝트에 참여하고 있는 동안이라도 외주제작자로서 또는 외주제작사에 재고용된 입장으로서 갑작스럽게 일터에서 배제될 지도 모르는 입장이 된다는 것이다. 특수효과 및 무대 장치 등의 경우, 방송사가 갑작스럽게 변경하여 요구하는 조건에 맞추기 위해 새로운 기계를 정비해야 하거나 이용료 단가를 낮추는 등의 대응을 해야 한다.

저희 하는 일이 방송국에서 프로그램을 하면 대부분 예능 프로그램인데, 거기에 이제 무대, 음향, 조명 뭐 카메라 하드웨어 시스템을 영상 기기 이런 것을 지원하는 거 예요. 구조물. 여기 KBS나 MBC나 SBS나 조명이 뭐 다섯 개, 음향 기계 몇 개, 특수 발전기 몇 개, 구조물 몇 개 그렇게 해서 팀을 이루는데 그 계약이 되어있는 대로 1년 동안 프로그램 중간에 있는 팀들이 바뀌는 경우가 있어요. 그 이유는 물론 제대로 된 서비스를 못해서 그런 것도 있지만 대부분은 급여를 못 맞춰서 그런 거 예요. 이번에 예를 들어서 한 쇼 프로그램에 들어가는 장비들이나 장치들을 하는 팀이 있는데 금액을 못 맞춰요. 피디가 원하는 금액을 못 맞출 수가 있어요. 이미 시작된 프로그램이라도 갑자기 피디가 원하는 게 많고 그걸 못 맞추면 이거를 좀 빼면, 피디가 자기가 원하는 것을 좀 줄이면 되잖아요. 합

의 보면 되는데 A회사에다가 했다가 금액이 안 맞으면 바로 계약이 났는데도 불구하고 다른 팀을 쓰는 거예요. 이것을 막는 방법이 두 가지인데, 이 상황을 막기 위해서는 무리를 해서 그런 물건들을 구매를 해서 지원을 해주게 되요. 그게 빚이라고 그게. 지원 해줘야 안 찢리니까. 그렇게 돼서 그 연장선상에 뭐가 있으면 급여가 깎아지는 거예요. 10년 전보다 점점 점점 깎여져서 이게 올라가는 게 아니라 점점 깎여지는 거예요. 그래서 유력한 팀, 경제적으로 넉넉한 팀 여기서 경제적으로 넉넉한 팀이라는 건 방송에서 손해보고 하는 것이 나름대로 대외적으로 도움이 되는 것 같으니까 그걸 다른 행사들 이벤트나 전시나 거기서 하는 수입을 가지고 그걸 메꾸는 거예요. 그러면 어떤 피해가 있냐면 저회회사도 그렇고 고정적으로 쓰는 분들을 정직원 말고 프리랜서를 많이 써요. 왜냐면 프리랜서 쓸 수밖에 없는 게, 아까 그런 것처럼 어느 날 갑자기 일이 없어져요. 어느 날 갑자기. 내일 갔는데 갑자기 다른 회사가 와있어. 이런 경우가 많아요. (B, 세트, 소집단 인터뷰)

또한 대체인력이 포화되어 있는 구조여서 당장 하고 있던 작업에서 손을 떼도 고용주인 방송사에서는 다른 업체 혹은 프리랜서와 작업을 쉽게 시작하면 되기 때문에 더욱 그렇다고 한다. 방송사의 요구에 조응하지 않으면, 얼마든지 대체인력으로 바로 변경, 프로그램에서 퇴출되는 구조는 방송작가, 성우, 음향, 기술 등 다른 직군의 경우에도 마찬가지 상황이다.

2) 비현실적인 임금 제도 및 수준

불평등하고 부조리한 고용, 계약 및 근로 환경만큼이나 현실화되어 있지 않은 출연료 및 원고료를 시급한 문제로 꼽았다.

배우나 연기자들의 경우, 다른 직군과 다른 차원의 모호한 고용 위치에 대한 부분을 강조했다. 2012년 KBS 외주드라마 출연료 미지급에 관한 사건이 미디어에 노출된 이후에도 별 변화를 보이지 않아서, 공연 및 방송에서 출연료 체불이나 미지급이 여전히 만연하고 있는 것이 현실이라는 것이다. 해당 직군의 인터뷰 참여자는 그러한 열악한 현실의 원인 중 하나가 프리랜서 연기자들의 노동자성이 제도적으로 보장되어 있지 않았기 때문이라는 점을 강조했다.

출연료 미지급이 일어나는 이유는 다양하지만 무엇보다 제도적으로 보장되어 있지 않다는 점이 중요한 하나의 이유입니다. 일단 출연료는 임금으로 인정되지 않아요. 임금이 아니라 수고비나 사례비 정도로 생각하시면 됩니다. 당연히 소득이 없으니 보험 같은 건

생각하기 어렵고, 노동을 한 것으로 인정받지 못하고.. 임금으로 인정되지 않기 때문에 출연료 체불이나 미지급할 시 형사처벌도 불가능합니다.. 근로기준법상의 문제도 있지만 저희가 이제 소송 걸린 상태에서는 근로 기준법상에 적용되는 문제가 어려움이 있어요. 있어서 저희들은 노동법상의 노동자로서 지위를 인정받는 것에 치중을 했었어요. 그래서 현재 고등법원에서는 노동법상의 노동자는 인정을 받은 상태예요 (C, 배우)

정규직이 아닌 성우란 직업은 항상 불안한 경제환경이 뒤따를 수밖에 없습니다. 만약, 자신이 맡은 프로그램이 시청률이나 청취률이 좋고, 오래 장수하는 프로그램이라면 모르겠지만 길어야 4개월 하는 더빙작품이 대다수이기에 가정을 가진 가장의 입장이라면 결코 좋은 직업이라고 보기엔 힘들죠.(K, 성우)

방송작가군도 부조리한 원고료 관행과 현실화되지 않은 원고료 수준에 대해 지적했다. 매년 작가협회에서는 소위 '원고료 협상'을 하고 있다. 현재 국내의 모든 방송 콘텐츠 생산에서 원고료는 모두 별개로 지급하고 있는 상황이다. 이는 원고료가 너무 낮기 때문이다. '별도 결제'라는 형식으로 실제 원고료를 지급하는 것이다. 상대적으로 요율이 높은 드라마와는 달리 특히 다큐멘터리나 예능 구성 작가의 경우에는 10분당 금액으로 요율이 정해져 있다. 이에 협상하기에 따라서, 또는 소위 작가 그레이드에 따라서 달라지는 형태이다. 그럼에도 매년 작가협회에서 하는 원고료 협상을 하는 이유는 원고료가 저작권료의 기준이 되기 때문이다.

이에 대해 인터뷰 참여자 I는 최근 발표한 그녀의 학술논문에서 국내 방송환경의 구조적인 문제들 개선되어야 할 점으로 지적한 바 있음을 밝혔다.

구성다큐 방송작가들은 방송의 기획, 원고, 편집에서 주도적인 업무를 담당하는 경력 작가들임에도 불구하고, 표준집필계약서 작성 없이 구두계약으로 업무를 시작하고, 저작물 사용료의 토대가 되는 기본원고료가 터무니없이 낮게 산정되어 저작권 수입의 현실화가 이루어지지 않고 있다. 또한 출판, 영화 등 2차 저작물의 저작권 침해 관행으로 인한 피해, 열악한 외주제작 환경, 구성다큐 프로그램의 축소 및 폐지 등 방송환경의 구조적인 문제로 인해 구성다큐 방송작가의 저작권 제도 정착이 매우 어려운 상황이다. 구성다큐 방송작가의 저작권을 보호하고, 강화하는 것은 방송 콘텐츠의 다양성과 공공성, 창작성을 담보하는 중요한 토대이므로 저작권 보호를 위한 표준집필계약서 작성과 기본원고료의 현실화, 저작권 사용에 관한 투명한 거래는 가장 시급하게 정착되어야 할 사안이라고 할 수 있다.(I, 교수, 본인의 논문을 개별 인터뷰에서 재구성)²⁶⁾

이러한 불투명하고 이중적인 원고료-저작권료 구조로 인해 매년 원고료 협상은 작가들의 난제가 되고 있다고 한다. 협상에서 원고료 인상의 근거도 합리적이거나 일관된 기준이 없다.

매년 협상을 해서 3프로를 올리냐 2프로를 올리냐 올해 동결을 하나 이런 건데 이게 단지 저작권료 기준이라는 거죠.. 재방을 하거나 해외에 팔리거나 했을 때 매년. 이거는 편법적인 거다. 이거를 고쳐야 한다고 해서 제가 이걸 고치려고 방송사하고 굉장히 이야기를 많이 했는데 이게 안 되는 게, 지금까지 누적돼온 관행의 결과인 거 예요. 실제 원고료가 너무 낮으니까 올려줄 수밖에 없는데 어쩔 수 없이 현실 물가를 반영을 해서. 그런데 지금 현재 실 원고료 기준에서 저작권료를 주게 되면 방송사가 부담해야 할 금액이 어마어마하게 많아지는 거 예요. 지금 자기들이 기준으로 삼는 협상안의 원고료하고 실제 받는 원고료하고 너무 많이 차이가 나가지고. 같은 3프로라고 해도 200만원에 대한 3프로와 700만원에 대한 3프로가 다르지 않습니까. 그러니까 절대 목숨을 걸고 그렇게 못한다는 거 예요. 그러니까 개선될 길이 정말 요원한 거 예요. 4년 동안 엄청 노력했는데 요지부동인 거 예요. 실원고료에 저작권료를 반영하는 것은. 가령 다큐멘터리는 아마 방송사에서 하는 다큐멘터리가 평균 한 회당 400만 원 정도 될 거예요. 애들이 받는게. 그러면 원고료 협상할 때 그 원고료가 400만원이 아니고, 한 200만 원 정도 될 거예요. 그러면 이걸 가지고 협상을 하는 형태인거죠. 원고료하고, 실제로는 그 절반도 안 되는 액수를 가지고 매년 협상을 해서 3프로를 올리자 3프로를 올리자 이렇게 하고 있다고요. 그런데 그 실원고료는 그야말로 기준이 없기 때문에, 가령 전년도 기준에서 물가가 올랐다, 그럼 그게 어느 정도 반영을 하고. 또 프로그램 난이도가 높다 하면 그게 반영이 되기도 하죠. 이렇게 정해진 기준이 없이 협상을 하는 거죠.

3) 저임금-방영 후 지급 약순환 구조

앞서 인터뷰 결과에서 기술해 온 것과 같은 불합리한 구조 안에서 책정되어 있는 출연료, 원고료, 장비 대여료 등은 결국 방송·영상 프리랜서들의 불안정한 생계로 이어진다. 이에 대부분의 방송·영상 프리랜서들은 ‘닥치는 대로 일해야’ 하는 상황이라고 인터뷰

26) 신정아·한희정(2015). 학술논문으로 발표된바 있으므로 실명이 드러남에도 불구하고 각주로 밝힘.

참여자들은 입을 모았다.

결국 방송에서 손해보고 하는 것이 나름대로 대외적으로 도움이 되는 것 같으니까 그것을 다른 행사들 이벤트나 전시나 거기서 하는 수입을 가지고 그걸 메꾸는 거예요. 그런데 이번에 메르스 때문에 행사나 지역 이벤트 같은 것들이 막히니까 너무 어려웠죠. 이번에 음향하는 내 아는 사람은 한 지역방송에서 기획한 공연을 하기로 했는데, 메르스 때문에 취소되었지. 그런데 그 방송사는 손해없이 다 기획사에서 받은게 있는거야. 그런데 그 공연한다고 장비며 다 준비했던 걸 아무 보상도 못받아서 자살한다고 막 그런거야 (B, 세트)

다큐멘터리는 회당이라고 해도 매주 한 편씩 이렇게 제작을 할 수 없기 때문에 가장 빨리 걸리는 게 2달 다큐 3일 이런 작가가 많은 다큐멘터리입니다. 프로그램이 굉장히 어렵고, 1, 2년처럼 길게 가는 거다. 공부를 굉장히 많이 해야 한다든가, 형식 자체가 굉장히 난해하다든가 하게 되면 장기기획이 될 수밖에 없거든요. 근데 그렇다고 하더라도 다큐멘터리 작가들은 정말 돈을 못 버는 거예요. 회당으로 받으니까요. 방영이 되어야 받게 되어 있고. 레귤러프로그램을 하나 한다 해도, 그 작가가 혼자 할 수가 없는데 2달에 한 편 하는데 400만원 받는다고 생각해보세요. 한 달에 200만원이잖아요. 그러니 다큐멘터리 작가들은 겹치기를 하지 않을 수 없어요. 생활비가 안 되니까. 서로 일이 부딪치지 않게끔 하나가 완성 단계에 있으면 하나는 기획하는 거. 이런 식으로 어쉴비슷하게 물려가지고 겹쳐서 하지 않으면. 그런데 겹쳐서 할 수 있는 작가들은 유명한 작가들이나 그렇게 할 수 있는 거죠. 일이 몰리는 작가들이나. 그러니까 다큐멘터리 하다가 놓고 있는 경우도 많이 생기고 그러는 거죠. (A, 작가)

시가가 반영되지 않은 낮은 임금, 그마저도 방영 후 지급되는 관례로 인해 지급 여부가 불확실하다. 이로 인해 프리랜서들은 한 번에 여러 건의 방송 제작에 참여해야 한다. 작품 경력이 적은 신규 프리랜서들은 겹쳐서 참여할 수 있는 기회가 적으며, 그 기회를 잡기 위해 더 열악한 조건의 업무도 수락하고 이에 대해 이의를 제기할 수 없는 경우를 맞닥뜨리게 된다.

제가 얼마 전에 했던 3D 프로그램이 있어요. 맨날 그 피디한테 욕을 합니다. 방송사가 그 프로그램을 해외로 판매해서 얻은 수익이 많아요. 그런데도 그 방송사에서 정하고 있는 작가 원고료 기준에서 최상의 대우라고 하는 거죠. 나야 이렇게 딱 잘라 말이라도 할 수 있지. 내가 이번에 이 작품을 하는 것도 돈이 절박해서라기보다는 아까 말했듯이 3D에

대한 탐구심에서 시작했다고 할 수 있거든요. 하지만 젊은 작가들은 그런 대우에 대해 이야기도 꺼내기 힘들죠.(A, 작가)

결제시스템도 방송국이 아닌 개인적인 일들은 계약서를 쓰고 일정기한 내에 지급되는 시스템이 마련되어 있지 않아 일을 열심히 하고도 제대로 지급되지 않고 일한 보람도, 일할 열정도 점점 떨어지는 것이 현실입니다.(K, 성우)

이러한 악순환의 구조 안에서 프리랜서들은 집단결속력을 통해 극복하고자 하는 노력을 지속적으로 해 왔다. 인터뷰 참여자가 속한 전문인 집단 중 국내에서 특수하게는 작가와 성우의 경우 협회가 전문성을 강조하고 있었다. 성우들은 지상파 방송사들과 애니메이션 채널들에서 운영하고 있는 공채를 통해 선발된 사람들만이 성우 협회의 회원이 될 수 있으며, 협회가 각 방송사들과 성우료 협상을 실시한다. 작가들의 경우도 방영된 작품 수를 기준으로 회원 가입 여부가 결정되므로 그 전문성에 자격 요건을 두고 있다고 할 수 있다. 성우의 경우, 미국처럼 협회 비 등록인들의 고용에 대해 강력한 배제를 하지는 않지만, 전문 성우와 비전문인의 구분을 확실히 하고 있었다. 그럼에도 최근 방송환경의 변화로 탈장르적인 제작 환경이 변화되면서 해당 직군의 고유한 영역에 대한 전문성을 보호하는데 한계를 보이고 있다.

유행에 굉장히 민감한 직업군입니다. 그래서 원하는 소리, 스타일이 시대에 잘 맞으면 크게 성공할 수도 있지만 그것 또한 쓰는 성우만 쓰고 있고 성우를 떠나서 영화배우, 연극배우, 가수들까지 투입되어 일하기 때문에 성우의 입지는 점점 더 좁아지고 있습니다.(K, 성우)

최근 인디 성우라고 하는 사람들에 대해 마치 성우협회가 소위 금수저를 물고 갑질을 하는 듯하게 비춰지는 뉴스기사가 있었어요. 하지만 사실 성우가 할 수 있는 시장 자체가 대단히 마이너해요. (금이 안나는 곳이라는 거죠?)그렇죠. 금이 나지 않는 곳에서 무슨 금수저예요. 성우들이 방송제작현장에서 갓이 될 수 없고 협회를 통해서 보호받는다면 최고 스타급 성우들이라고 해도 방송계에서 인정받는 영역이 아닌데 말이죠.(G, 음악)

4) 제작 인력 간 내면화된 위계

앞서 서술했던 악순환의 고용구조와 실효성 없는 계약 관계에서 프리랜서들은 제작 현장에서 중요한 의견이 있어도 강력하게 개진을 할 수 없다. 게다가 인터뷰 참여자들은 방송 제작 현장에 고착화되어 있는 내면화된 위계가 프리랜서의 업무 상황에서 이중적인 고통을 가중시키고 있다는 점을 강조하고 있었다. 제작 현장에서 PD, 작가, 음향, 세트 등으로 구성된 인력들은 이미 PD를 수장으로 하여 위계관계가 내면화 되어 있다. 90년대 말까지도 남성PD와 여성 작가들이 압도적으로 성비에서 우세했던 구조도 현재의 위계 관계가 공고히 유지되는데 공헌하기도 했다. 이에 미디어 생태계의 변화 가운데에 있어서도 서로 업무의 경계를 넘나들기보다 소위 자기 영역을 공고히 지키려는 태도가 더 강하게 이어지고 있는 것이다.

계급이라고 하는 것은 방송사에서는 피디가 작가를 “나는 고용자고 너는 피고용자다”라는 것이죠. 물론 겉으로, 개인적으로 만나면 굉장히 친하고 선배라고 부르기도 하고 그런 것 같죠. 그러나 그게 집단화 되었을 때는 그게 서열로 나타나는 거 예요. 작가는 피디의 아래 서열이다. 그렇기 때문에 대부분의 작가는 여자들이잖아요. 대부분의 피디들은 다 남자들이예요. 그래서 내가 예언을 했죠. 가령 정확하게 얘기하면 다큐멘터리 작가들은 프로듀서라고 보는 게 정확해요. 제가 하는 역할이 프로듀서예요. 크리에이티브 프로듀서예요. 디렉터에게 지시를 하고, 촬영 구성안을 써준다는 게 지시를 한다는 거 예요. 이렇게 찍어라 하는 거고, 그렇게 안 찍어오면 갔다 와서 쪼이기도 하고 재촬영 가라 이러면 재촬영도 가야하고. 편집 구성안을 써주는 것도 그거잖아요. 정확하게 이야기하면 그렇게 크리에이티브 프로듀서라고 불러야 하는데 그들은 절대 작가한테 프로듀서라는 명칭을 안 줄 거라는 거죠. 왜냐면 개념상으로 보면 프로듀서가 디렉터보다 상위의 개념이라는 걸 알거든요. 그래서 개들은 처음 방송이 시작될 때 서양처럼 프로듀서와 디렉터를 확연하게 구분하지 않고 그냥 피디라는 이름으로 지금 우리 방송사의 체제는 디렉터와 프로듀서 업무를 같이 하는 거 예요. 그러니까 피디가 조연출 데리고 행정도 하고 그렇잖아요. 심지어 요즘은 협찬도 받으러 다니잖아 피디가. 그러니까 개들이 그렇게 혼용되어 있는데 개들 위에 프로듀서 이름 올라가는 것은 방송사에서는 부장이라는 개념으로 방송사에서는 부장 밑에 프로그램이 여러 개 있으니까 프로듀서라고 크레딧이 올라가는 것은 부장을 의미하는데 작가에게 프로듀서라는 이름을 절대로 안 줄 거라고. (A, 작가)

국내 방송 직군에서 구성작가라는 역할은 해외의 방송제작 현장에서 찾아보기 어려운

직군이다. 예를 들어 영국에서는 작가제도가 없기 때문에 영국 방송사에서는 이런 프로그램이 작가 집단이 있다는 것을 이해를 못하여, 작가를 다 프로듀서라고 소개를 해야 한다고 한다(A, 작가). 다큐멘터리에 작가 일만 따로 하는 이런 사람들이 있다는 걸 상상조차 못할 구조이기 때문이다. 영국을 포함한 서구의 방송 제작 구조에서는 독립적으로 일을 하는 피디들도 마찬가지로 자기가 피디 하다가 다른 작품에 내레이션 필요하면 글을 써주기도 하고 프로듀서를 하기도 하고 넘나들기도 한다. 그러나 국내에서는 이미 작가 직군을 기반으로 하고 있는 방송제작과정이 공고히 자리를 잡고 있다. 그러니 작가라는 직업을 가진 인력들의 인원이 상당히 많은 상황에서 이 직군을 없애야 한다는 시도²⁷⁾는 현실적인 대안이 되기는 어렵다. 그보다 주목해야 할 것은 그만큼 저작권을 가진 전문 방송 인력으로 대우해야 할 핵심인력이라는 점이라고 하겠다. 그러나 국내에서 프리랜서로 고용된 방송제작 참여자들이 방송사에 소속된 정규직 프로듀서들과의 관계가 상하관계로 전제, 유지되고 있는 관행이 프리랜서들의 열악한 근로 환경을 더욱 악화시키고 있는 것은 분명한 것으로 보인다.

방송사 측의 고압적인 태도가 먼저 지양되어야 한다고 주장은 다만 작가군에 한정된 것이 아니었다. 인터뷰에 참여했던 엔지니어는 ‘정신교육’이라는 강한 표현을 사용하면서 까지 방송사측의 태도가 변화되어야 할 것으로 강하게 어필하기도 했다.

옛날에 뭐 어떤 사람이 있었어요. 000에. 그 사람 해서 토크쇼였는데 조금 늦었어. 늦은 것도 한 5분도 안 돼. 그런데 분장실에 오라고 해가지고 내부 관계자들 오라고 해서 그런데서 무릎을 꿇리더라고. 그 이야기는 뭐냐면 무릎을 꿇려서 뭐를 그 사람을 가르치려고 하는 게 아니라 내가 이런 사람이다 하는 걸 보여주는 거야 아무 의미 없이. 그런데 지금도 그런 사람들 있단 말이예요 그런 인성교육이 안 된 사람들이 지금도. 그러니까 뭐 아시겠지만 법조계에 있는 판사 같은 사람들이 아무 것도 모르는 사람들이 와서 을들한테 함부로 말을 하고 그런 것처럼 인성 교육도 제대로 안 되어있어. 인성교육이 시켜지지

27) 2009년 KBS에서는 이와 관련하여 ‘PD집필제’를 도입하고자 시도하였으나, 작가들의 반발과 국내 방송 제작 현장의 현실적인 문제들로 인하여 PD들의 재량에 맡기는 방식으로 일단락된 적이 있다.

않아. 피디들이나 그 여러 사람들을 그 데리고서 작품을 하는 사람들이 물론 옛날보다는 많이 줄었는데 아직도 그런 사고방식에서는 벗어나기가 어렵다라는 거죠. 그러니까 부패도 있고 그런 건데. 그런 것을 제도적으로 막을 수 있는 방법은 자기 자신을 봐야 돼요.(B, 세트)

현장의 최전선 업무에 임하는 프리랜서들의 발언이 배제되는 상황은 때로 심각한 문제를 야기시키기도 한다. 안전사고 발생을 방조하는 것과 다름없는 방송사 제작진들과의 마찰이 있었던 다음의 사례를 덧붙였다.

(방송사는) 드라마 찍다가 사고가 나도 우리 책임이 아니다. 그렇잖아요. 다쳤어, 죽었어. 그래도 우리책임 아니다. 옛날에 내가 OO드라마를 할 때 피디가 시켜서.. 초가집이 있었던 말이에요. 나중에 불이 나는 장면이에요. 한집을 태워야 하는 거 예요. 그래서 제가 끝난 다음에 해라 경험상 이거 불 지르면 이거 옆에까지 탄다. 산도 타고 다 탄다 이거. 그러니까 욕을 하는 거야. “니가 뭐 니가 감독이야 임마?” ..난감하더라고. 그래서 뭐 피디 그러지 AD그러지 그러니까 뭐 우리는 특수효과 하는 회사니까 시키는대로 해야 할 것 아니에요. 최소한 옆집에 물은 좀 뿌려라. 소방차 불러가지고. 소방차 부를 데가 어딴냐. 괜찮다는 거 예요 안 난다고. 어쨌든 불나는 장면인데. 아니나 다를까 거기가 이제 18채 정도 있었어요. 그걸 다 태운거야. 태웠어. 다 도망가는 거야. 내가 언제 시켰냐고 해서부터. 그러니까 이야기가 되는 게 아니에요. 결국은 너 계속 일하려면 니가 그냥 돈을 좀 내고 보조해 주면 될 거 아니야. 그 때 신문에도 났었어요. 경향신문인가?.. 저는 그래요. 을에 있는 사람들의 의견을 좀 반영이 됐으면 그런 문제없었을 거다. 그런 것들이 아주 비밀비재하다 아직도. 옛날보다는 나은 거 예요 사실은.. 그 때도 불이 나가지고, 경향 신문에 잠깐 났다가 바로 끝나더라고. 잠깐 났어 잠깐. 그거 본 사람도 별로 없을 거야. 그래서 그 방송국에서는 다 입 다물고 있었고.. (B, 세트)

이러한 악순환에 대한 개선의 필요성은 간과하고 교육에 관해 논의하는 것은 그 목적에도 어긋난다고 할 수 있다. 교육과 병행하여 구조적 요인의 개선이 시급하다.

2. 기존 프리랜서 직무능력향상교육에 대한 평가

1) 프로그램, 강사진 등의 지속성 부족

심층인터뷰 과정에서 인터뷰 참여자들은 대부분 기존 프리랜서 대상 교육에 참여한 경험이 있었다. 참여한 경험에 대한 만족도는 높다고 평가했다. 특히 해외시장에 대한 교육

프로그램이나 해외 마켓 및 콘텐츠 페어 참여에 관한 교육에 대해 효과가 높았다고 평가했다.

트레일러 제작 해외 나갈 때 그런 교육을 계속 했기 때문에 교육에서 동남아시아 등지에 나가기도 했죠. 라파, 방송문화재단 등에서 하는 트레일러 만드는 해외 시장에 대한 이해와 해외 트레일러 제작 전문가들을 초빙을 해서 집중 교육하는 등의 실제적인 프로그램들에서 효과를 많이 보았죠. 저도 그런데 가면 PT를 해야하는데 그런 준비에 대해서도 배운게 많죠. 해외 마켓에 갈 때 최소한 어떤 인력들이 준비되어서 가야 하는지, 그런 것들. 그렇게 교육 받은 사람들과 안 받은 사람들과 차이가 확연히 나더라고. 우리 독립피디진영에서는 해외 마케팅이나 스피칭이나 트레일러 교육을 많이 받아본 거야. 그래서 초창기에는 어리버리 했는데 4~5년차 될수록 제가 한번 가봤어요. 저도 PT 해야 하기 때문에 준비하려고. 어떻게 하나 했더니 그래도 규격, 시간, 타임, 배정 이렇게 해서 딱딱 맞춰서 끝나. 이 교육 안 받은 다른 진영에 있는 친구들 보면 시간 내에도 못 끝내고 서론 이야기 하다가 주어진 시간 다 써버리는 거야.(F, PD)

PD들의 경우, 새로운 특수 장비 기술이나 고가의 장비를 이용해 볼 수 있는 경험이 제공되는 프로그램에 대한 긍정적인 평가를 했다.

우리는 돈이 없으니까 저가여서 자체적으로 프로그램에 필요한 카메라나 촬영을 하려고 배우는 거지. 카메라협회에서 배우면 뭘 하나. 4K. 뭐 국내에 하나 있을까 말까한 장비 빌려다가 그걸 가지고 수중촬영교육 해봤자 실제로 우리 피디들은 쓰지도 못해요. 우리 피디들은 어디 여행프로나 먹자프로그램에 가서 쓸 수 있는 작은 카메라 같은 거 가지고 그만한 스케일에 맞는 것들을 촬영할 수는 없거든요. 그러니까 교육 프로그램 같은데서 배워 볼 수 있는 기회가 되니 좋죠.(F, PD)

위탁교육의 형태로 이뤄진 프로젝트 수업에 대한 평가도 긍정적이었다. 배우인 인터뷰 참여자는 2015년에 한국전과진흥협회 주관으로 진행된 영화제작 워크샵 프로그램을 통해 독립영화를 제작했던 것에 대해 긍정적으로 평가를 하였다. 또한 성우협회 소속의 인터뷰 참여자들은 2015년도에 낭독극을 기획, 공연해서 관심과 호평을 받았던 성과를 강조하기도 했다.

그러나 꼭 필요한 교육 프로그램들의 운영이 지속적인 정규과정으로 도입되지 않거나

담당자와의 인적 관계에 따라 지원 정책이 좌우되는 것 같다는 경험을 털어놓기도 했다.

진짜 우리들이 필요로 하는 부분이 아니라 자금을 조성하고 교육환경을 조성하고 있는 기관의 담당자들이나 여기 책임자의 기호나 취향에 맞춰서 또는 성과보고에 있어서 000의 어느 담당자의 취향에 맞추어진 프로그램으로 만들어질 가능성이 높다. 왜냐하면 스스로 그걸 기획해 오시니까.. 그리고 현장에서 실무를 담당하는 직원들도 감사에서 지적을 받았다. 그리고 중복교육이다 이런 명목으로써 아예 사전에 조율을 하거든요. 우리가 이런 교육프로그램을 하겠다고 하면 이리이러한 것들은 조금 힘들다. 이런 것들은 예산 뭐 이렇게 해서 조정을 하고 그게 다시 내부로 오면 내부 구성원들끼리 왜 교육프로그램이 이 모양이냐.(F, PD)

이들은 기존의 교육과정에 참여하고 나서 다양한 방식으로 효과를 보았다는 경험을 밝혔다. 그러한 교육 과정이 단기로 종료된다는 점에 대한 아쉬움을 보이고 있었다. 교육이 하나의 특혜인 것으로 간주되어 역효과가 일어날 수도 있다는 점을 경계하기도 했다.

혜택을 본 사람은 마음에 들지만 혜택을 못 본 사람들은 불평불만이 많이 나오고.. 우리 내부적으로도 하고. 그 감사에서 지적하다 보면 이분들 또 위에서 감사에서 찢리고 지적이 된다는 거 예요. 그래서 이 교육은 안 된다는 거 예요. 그런데 대학교 1학년 때 뭐 갔어. 그럼 예를 들어서 입법정책이나 헌법정책이 있어. 그럼 92년 93년에 교육을 했다고 해서 입법정책이나 헌법정책이 없어지는 게 아니잖아요. 그 과목 계속 신설이 되는 거잖아요. 우리도 그 교육이 필요하면 프리미엄 교육을 해야 하는 거 예. 작년에 했잖아 왜 또 하려고 해? 고급반으로 해. 아니 작년에 배운 사람은 배운 사람이고 올해 못 배운 사람도 있다 이거지. 그럼 다시 한 번 더 한다 이거지. 예를 들어 수중교육을 하려고 해. 카메라맨 협회에서도 수중교육을 한 대. 카메라맨 협회에 가서 해. 아니. 피디가 배울 수 있는 수중 교육이 있어. 그러면 그거에 맞는 거 카메라맨은 카메라맨에 맞는 수중교육이 있는 거고. 왜 그게 방송 단체에서 중복교육이라고 해서 왜 당신네들이 판단하냐 이거지. 우리는 우리가 필요한 시간에 배워야 하는 건데. 우리가 필요한 사람한테. 우리가 필요한 프로그램이 있는데. 저도 아쿠아피디를 하지만 아쿠아피디가 일년 걸러 일년 찢려요. 한해 했으면 다음 해에는 저기 하고. 올해는 편성이 안되었다고 하더라고요. 작년에는 됐거든요.(F, PD)

전문성이 강화되기 위해 같은 프로그램을 같은 강사가 진행하는 것에 대해 행정적으로 제재가 있어 지속성을 유지할 수 없는 등의 정책에 대한 불만을 이야기하기도 했다.

2) 교육대상의 현실에 대한 이해 부족

직무능력향상교육을 받은 프리랜서들의 만족도가 높고 기존의 프로그램들에 대한 평가가 긍정적임에도 불구하고, 더 많은 방송·영상 프리랜서들이 교육에 참여하는 것이 어려운 이유에 대해 모든 직군의 인터뷰 참여자들의 답변은 동일하다고 해도 과언이 아니었다. 먼저, 프리랜서들은 저임금으로 활동해야 하므로 최소한의 생계를 유지하기 위해서라도 물리적으로 더 많은 시간동안 업무에 매진해야 한다. 특히 이제 막 신입을 벗어나 3~4년차에 접어들기 시작한 프리랜서들의 경우, 닥친 업무가 너무 많아서 교육을 받고 싶어도 불가능하다는 것이다.

사실은 교육이 필요한 것은 연차가 어린 작가들이 오히려 더 많은 요구를 하고 있는데 그 친구들은 글로벌콘텐츠 이런 것 보다는 프로그램을 어떻게 잘 해서 살아남을 수 있느냐 이거거든요 이 바닥이 피라미드 구조단 말이죠. 이런 건데 애들이 가장 바빠요. 거의 뭐 칫솔하고 치약을 갖다놓고 집에 다녀오겠습니다 이런 정도이기 때문에, 시간이 없는 게 가장 큰 문제예요. 교육 내용 뭐 이런 게 아니고(A, 작가)

독립PD들의 경우 명절이나 월드컵 기간 등에 집중교육으로 가능한 교육을 실시하는 것은 방안의 예시로 들었다.

예를 들어서 올림픽 시즌이나 월드컵 시즌이다 하면 방송이 많이 적어져요. 스포츠 정보가 대부분이어서. 그 때 사람들이 많이 남거든요. 그럴 때 교육을 많이 할 수 있거든요 우리는. 스포츠에 걸리고 뭐 하다보면 방송이 월드컵 같은 경우는 많이 쉬고 하거든요. 그런 거 맞춰서 집중적인 교육을 할 수 있거든요. 작년에 제주도에 가서 많은 사람들이 배우고 했는데. (F, PD)

다른 직군들의 경우에도 역시 교육을 받을 수 있는 물리적인 시간이 부족하고, 그렇게 시간이 부족한 이유가 당연히 과도한 업무량으로 인한 것이며, 생계를 위해 여러 일을 겹치기로 해야 하기 때문이기도 하지만 언제 해고될지 모르는 구조 안에서 자기가 주도적으로 자신의 시간을 활용할 수 없는 조건이기 때문이다.

현재 감당해야할 과도한 업무량과 시간의 부족 외에, 프리랜서들이 교육을 받지 못하는 또 다른 이유는 정보가 부족하다는 점이었다. 본 연구의 심층인터뷰 참여자도 협회나 유

관 커뮤니티에서 활동을 하는 경우도 교육 장소 및 내용, 그리고 지원에 대한 정보를 얻지 못하기도 한다.

그게, 아무래도 닥친 업무들을 다 해내려면 시간도 없고, 그런 거 찾아볼 생각도 하기 힘들고, 협회 같은 데서 뭘 해주는 것 같지 않거든요. 이메일 같은거 보내와도 사실.. 갈 수 있는 시간에 프로그램이 있을 거라고 기대도 안되고. 언제 새 프로그램을 시작할지 모르는데 말이죠. 물론 저작권 관련해서 협상을 하기도 하지만..(K, 성우)

그리고 본인 직무와 무관한 교육과정으로 보인다는 거죠. OO협회? 그런게 나랑 무슨 상관이지? 이거 그냥 대학생 애들이나 데리고 하는 거 아니야? 오히려 현장에서 배우는 것이 더 많다고 생각할 수도 있고 말이에요.(L, 작가)

마지막으로, 인터뷰 참여자들에 의하면 프리랜서들이 직무능력향상교육 프로그램에 적극적으로 참여하는 것을 방해하는 요소는 필요한 프로그램이 진행되고 있지 않기 때문이라는 것이다. 특히 위탁교육을 실시하는 단체의 경우, 지원받고 있다는 점은 명시하되 위탁교육을 실시하는 기관이 아이디어 수준의 기획에 참여하는 것에 그치지 않고 좀 더 주도적으로 교육생 및 강사들을 고용할 수 있는 조건이 아닌데, 그러한 상황에서 교육을 꼭 필요로 하는 영역의 프로그램이 개설되고 있지 않기 때문이라는 것이다. 결국 처음 논의인 지속성 있는 프로그램이 부족한 현실을 다시 반영하고 있다. 그리고 본인의 직업에 대한 자긍심과도 연결되어 있어서 효능감이 제고될 수 있는 프로그램에 대한 요구도 간과되고 있는 것으로 보였다.

〈표 4-3〉 기존의 방송·영상 프리랜서 교육에 대한 평가

평가	세부내용
교육 프로그램의 효과에 대한 만족	<ul style="list-style-type: none"> - 해외 시장에 대한 이해 - 특수 고가 장비 경험 제공 - 영화제작, 낭독극 등의 결과물 산출
지속적인 정규 프로그램 필요	<ul style="list-style-type: none"> - 교육 효과에 대한 경험 전달 어려움 - 연속 프로그램 이수에 대한 기대 어려움 - 지속적 개설이 어려움으로 인해 강사 전문성 향상에 어려움이 있음
교육 대상에 대한 이해 필요	<ul style="list-style-type: none"> - 프리랜서의 특수한 상황에 대한 이해가 필요함 - 직업에 대한 효능감 제고 가능한 프로그램 요구
교육 프로그램에 대한 정보 필요	<ul style="list-style-type: none"> - 유관 단체 및 기관에서의 활동량과 무관 - 교육 주관 기관과 유관 단체의 연관성 추측 어려움
교육 프로그램 내용에 대한 확신 필요	<ul style="list-style-type: none"> - 위탁교육 시에도 주관기관의 기준에 위탁기관이 자기 규제함

제 3 절 소결: 프리랜서 교육 방안 및 제언

본 절은 앞서 서술해 온 국내 방송·영상 프리랜서들의 근로 실태에서 우선 개선해야 할 점들과 기존에 실시해 온 국내 방송·영상 프리랜서 대상 직무능력향상교육에 대한 평가들을 기초로 하여 추후 교육 실시에 반영할 방안들에 대한 제언을 정리한다.

1. 프리랜서 직무능력향상교육 방안

1) 방송·영상 프리랜서들의 특수한 근로조건을 고려한 기획

장기적이든 단기적이든 교육 프로그램이 직접적으로 국내 프리랜서 근로 환경의 고질적인 열악성을 해결할 수 있는 처방이 되기는 쉽지 않을 것이다. 인터뷰 참여자들의 대부분도 교육 프로그램의 참여 경험에 대해 다분히 긍정적인 평가를 하고 있음에도 불구하고

그 교육으로 현재의 고용구조를 변화시킬 수 있을 것으로 기대하지 않았다.

그럼에도 불구하고 국내 방송 제작 현장의 핵심인력들인 프리랜서들의 역량 강화에 공헌할 수 있는 교육 프로그램들의 개발을 위해서는 기존의 교육 방향과는 차별적인 새로운 패러다임을 필요로 하는 것으로 보인다.

무엇보다 프리랜서들의 교육 프로그램들의 활성화와 효과적 운영을 위해서는 이들의 특수한 근로 조건과 환경에 대한 이해를 바탕으로 하는 좀 더 정교한 기획이 우선시되어야 한다. 무엇보다 중견 수준 이상의 프리랜서들도 저임금과 불안한 고용 구조 안에서 노동을 하고 있기 때문에 이들은 경제적으로 안정적인 기반에서 삶을 영위하고 있다고 만족하는 경우가 드물다는 것을 재확인 하게 되었음에도 기존의 정규직 인력들을 위한 교육 커리큘럼이나 프로그램 등을 그대로 적용한다는 것은 비효율적일 수밖에 없다. 물론 프리랜서라는 형식 안에서 스타급 배우, 유명 PD 등이 존재하지만 이는 극소수에 해당한다. 이에 교육을 통한 향후 수입 및 업무역량 발전이라는 목표를 보다 단기적이고 실효적으로 바꿀 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다. 다시 말해 '직무능력향상교육=수익창출'이 가능한 형태의 교육 과정을 개발할 필요가 있다.

이는 결국 제작 현장과 교육 현장이 하나가 되어야 한다는 의미이며 제작 과정에 참여하는 것 자체가 역량강화교육이 될 수 있는 형태 안에서 제작된 콘텐츠를 통해 수익이 창출될 수 있고 그 수익이 교육에 참여한 피교육자들에게 공정하게 배분될 수 있어야 한다는 의미가 될 것이다.

2) 해외 연수 및 실전 워크숍을 통한 글로벌 콘텐츠 제작 관련 교육 프로그램

인터뷰 참여자들이 기존에 수행해왔거나 참여했던 교육 프로그램들 중 좋은 사례들 중 고려해 보기를 제안한 것들을 정리하겠다. 우수 사례라 할 수 있는 다음 프로그램들은 대부분 글로벌 콘텐츠 제작 및 유통에 관한 것들이었다.

다음 <표 4-4>는 직군별 인터뷰 참여자들이 제안한 교육 프로그램의 세부 방향 및 내용을 정리한 것이다. 동 표에 이어 각 직군 인터뷰 참여자들을 통해 수집한 유관 표본 사례나 교육방향에 대한 제언들을 정리했다.

<표 4-4> 직군별 인터뷰 참여자들이 제안한 교육 프로그램

직군	교육 프로그램
방송작가	글로벌 콘텐츠 생산 역량 제고를 위한 해외 연수 프로그램 우수 작가들의 멘토링과 작품 평가 및 가능성 검토
배우/연기자	모션캡처 등 뉴미디어 기반 연기를 위한 해외 연수 선후배 멘토링 기반으로 한 제작 워크숍
음악/음향	최근 변화된 오디오 레벨 기준 관련 선진국 연수 ²⁸⁾
PD	해외 시장 진출을 위한 프레젠테이션 역량 및 유통 프로세스에 대한 교육 프로그램 신규 프리랜서들을 위한 지속적 프로그램 설치
세트, 무대	해외 투자에 대한 방송사 지향점 등에 관한 내용 국내 주요 방송사 책임자들과의 포럼 및 심포지움

다음 <표 4-5>는 2014년 한국전파진흥협회에서 진행한 2014 방송작가 국외연수 커리큘럼이다.

<표 4-5> 방송작가 국외연수 커리큘럼

일정	방송작가 국외연수 커리큘럼 내용
제 1일	오전: 도착 오리엔테이션(이동훈 피디) 오후: 미드 로케이션지 탐방. <실드><클로저><24><엘리어스> 등
제 2일	오전: ① 미국 작가협회(WGA) 소개 및 도서관 투어 ② 미국 드라마 제작 시스템과 작가의 역할(Aron Ginsberg / Producer&Writer - Burn Notice, The Finder, The 100 등) 오후: <Bachelor><아메리카 넥스트 탐모델>을 통해 보는 미국 리얼리티 쇼의 현황과 미래 (Ken Mok / EP of 238 episodes)
제 3일	오전: 미국 다큐멘터리의 과거와 현재(다큐멘터리 감독 혹은 HBO, PBS, 선댄스 채널의 다큐멘터리 관리자, Nick Reed / Producer - The Lady in Number 6 (아카데미 단편 다큐 부

28) 본 장에서 연속적인 제언 내용이 없어 각주로 정리함. 음향 관련 인터뷰 참여자는 다음과 같이 제언함. “미래부에서 5월에 lufs라고 오디오레벨 기준이 바뀌었어요. 그런데 그거 관련해서 미국이나 유럽 쪽은 시행을 하고 있으니까요. 그 사람들 하는 걸 본다는지, 아니면 그런 수업을 마련을 해서 직접 해보고. 그거에 대해서 저도 그 쪽 세미나에 갔다 왔었는데, 정확히 설명을 해주는 사람은 아직 없죠. 요새 인터넷 카페에서 질문 글이 올라와요, 업체에서 lufs -20dB 로 맞추어 달라고 했는데 어떻게 하나면서요.”(G, 음악).

	문 수상작) 오후: 범죄수사물은 어떻게 진화하는가? -트루 디렉티브를 중심으로 (Paul Green / COO Anonymous Contents)
제 4일	오전: 엔터테인먼트 프로그램 소재 개발 방법론 오후: 플랫폼이 변화하면 크리에이티브도 변화한다-하우스 오브 카드를 중심으로(Joe Hipps / MRC Studios SVP TV 하우스오브카드 기획/제작)
제 5일	오전: 다큐멘터리 캐릭터론(다큐멘터리 감독, 프로듀서, Christian Vesper / Sundance TV SVP Scripted Programming &Alternative Content) 오후: 촬영 현장 견학.
제 6일	오전: 한국 포맷의 미국 진출, 어떻게 가능한가?(이동훈(Sebastian Lee) / Producer of City Hunter, EP of My Love from Another Star, Producer of Good Doctor) 오후: LA 현지 스토리텔링 투어
제 7일	오전 출국(오후 12시)

자료: 한국방송작가협회 자료(인터뷰 참여자 제공)

상기 프로그램을 주도적으로 운영한 작가는 특히 닥터링(멘토링)의 효과에 대해 강조했다.

지금 이번에 우리가 나중에 커리큘럼을 보면 아시겠지만. 처음에 굉장히 반발이 많았다가 갔다와서 호평이었던 것이 스토리 닥터링 이라는 것이 있었어요. 미국은 드라마작가들을 보냈거든요. 미국이 향후의 공략대상이기 때문에. 그런데 미국하고 우리하고는 정서가 달라요. 드라마도 그쪽은 시즌제가 중심이고 우리는 연속극이 중심이잖아요. 그런데 지금 그쪽도 넷플릭스 같은 데서, 바로 인터넷에서 웹에서 드라마를 처음에 프리미어를 하면서 하기 때문에 미국 시청자들도 VOD로 이걸 보는 습관을 들이게 되어서 우리나라 드라마처럼 스토리 중심의 드라마가 먹힐 가능성도 있다 뭐 현지에서는 지금 그런 평가가 있거든요. 어쨌든 기본적으로 국내에서 성공하는 드라마와, 국외에서 특히 미국시장에서 성공하는 드라마는 이게 정서의 간극이 굉장히 커요. 스토리의 관행도 그렇고. 그래서 이제 그런 차이가 뭔지 본인이 체감하기 위해서는 그냥 일방적으로 강의를 듣는 것 보다는 작품을 하나 놓고 구체적인 의견을 들어보는 것. 그래서 이번에 작가들에게 우리 작가들이 표절이나 이런 문제에 민감하거든요. 자신이 미발표한 작품을 공개하는 것에 대해서. 그러나 그게 우려가 되면 예전에 이미 방송 했던 것도 좋다. 이것은 그쪽 시각을 갖다가 우리가 들어본다는 거지. 새 작품을 하겠다는 사람도 있어가지고. 그 작품이 미국에 진출을 할 수도 있기 때문에. 구체적인 조언을 들어보고 싶다는 친구들도 있고, 저작권 액수로 부들부들 떠는 친구들은 단독 멘토링을 하는 걸로 시간표를 짜가지고. 공통으로 이야기를 들어보면 좋겠다는 친구들은 한 시간으로 같이 해서 딱 사람들 이야기도 들어보고. 저작권 때

문에 공개를 해야하나. 미국 작가들도 멘토링 하는 작가도 드라마 작가거든요. 우리가 무슨 미국 작가들에게 자존심 상하게 멘토링을 받아야 하나? 하여튼 별별 이야기 많았어요. 그런데 막상 갔다오니까 굉장히 좋았다고 하더라고요. 작품에 대해서 구체적으로 이야기를 하니깐.(A, 작가)

해외 콘텐츠 개발에 관한 교육 프로그램에 대한 언급 중에서 외국어에 대한 아쉬움을 토로하기도 했다. 막상 외국어 교육의 실시를 요청하는 것은 아니었으나 글로벌콘텐츠 개발에서 외국어 활용 능력 한계로 인해 겪게 되는 다양한 어려움을 극복할 수 있는 교육적 차원의 대안에 대한 요구가 있었다.

3) 인성교육 및 인성교육사 자격증 제도 등의 소통 교육 프로그램

배우 및 연기자들의 경우 성인이 되기 이전부터 제작 현장에 참여하게 되기 때문에 이들에 대한 생활 교육이 필수적이라고 한다. 그런데 이들의 숫자는 점차 더 늘어나고 있어서 이들에 대한 생활 교육을 할 수 있는 교육사를 양성할 필요가 있다고 제안했다. 앞서 기존 교육 프로그램에 대한 평가 부분에서 언급했듯이, 프리랜서들은 자신들의 직업에 대한 효능감을 끊임없이 제고시키면서 긍지를 키우는 것을 중요시한다. 이에 직업에 대한 자기 효능감을 후배들이 키울 수 있기를 바라고 있으며, 현재 사회문제로 번지곤 하는 것들에 대해 특히 배우 및 연기자들의 경우 교육적 차원에서 접근하여 해결책이 모색되어야 한다고 판단하고 있었다.

정말 요즘 아이돌 뭐 이런 친구들 심하게는 초등학교 때부터 잡아놓고 연습을 시킨단 말이예요. 그 아이들이 사고를 많이 내죠. 그게 기획사 시스템이 되면서 연습생 이런 구조들을 만들어 놓고 난 다음부터 그 전에 비해서 오히려 사고가 많이 났어요. 이 사고가 왜 일어나냐면 인성교육의 부재가 생겨나서예요. 아이들이 맨날 잡혀있으면서 노예처럼 그렇게 하고 있거든요. 돈도 벌면서 각종 행사 다니고 그러는 거죠. 더 나은 미래를 꿈꾸면서 연습생으로 들어왔는데 하다 보니까 노예가 되는 거예요. 그러다 보니까 이 아이들은 계속 배신을 꿈꾸면서 생활을 해요. 복수를 꿈꾸면서 생활을 하고. 내가 뜨기만 해봐. 내가 어느 정도 스타의 반열에만 올라가봐. 바로 배신 때리고 너 복수할 거야 이런 사고를 어릴 때부터 키우면서 크는 거예요. 그러다보니까 애들이 어느정도 위치가 되면 사고들이 일어나는 거예요. 그래서 회사와의 갈등 문제로 서로 분쟁화 되고 소송화 되고. 그게 첫째

고 그 다음에 그런 인성들이 길러져 왔기 때문에 물의를 빚게 되죠. 얼마 전 폭행에, 혼전 임신 등으로 물의를 일으킨 젊은 남자배우 같은 애들 사고치는 그런 물의들을 빚게 된단 말이죠. 그제 어릴 때부터 교육들이 그렇게 내재되어 왔기 때문에. 그런 걸 다스려 줄 수 있는 인성교육을 못 받았기 때문이죠. 그러면 그들이 이 국가에 미치는 영향력, 그들이 이 국가에 밥벌이를 만들어내는 그런 정도의 가치 또는 그런 정도의 역할을 인정해 준다면 후배들은 국가에서 애들처럼 망가지지 않게 교육을 해주어야 한다는 거죠. 그래서 국가에서 이런 걸 해주어야 하는 그런 일들 중 하나가 이런 거라는 거죠. 인성교육. 인력들은 점점 많아지고 시장도 넓어지고 영향력도 커지는데 선수들은 양산이 되는데 나쁜 선수들이 양산이 된다는 거죠.(C, 배우)

그런데 그러한 교육에 대해 인터뷰 참여자는 미성년의 연기자, 연예인들을 직접 교육하기를 바라는 것이 아니라 그들을 지도하고 생활에서 소통할 수 있게 하는 상담자 혹은 생활지도사로서 기존 연기자 혹은 배우들이 양성될 수 있는 차원에서 이뤄지기를 제언하고 있었다.

소위 인성교육 교사 양성 프로그램입니다. 선배가 후배 인성을 가르칠 수 있는 그런 교사. 소위 티칭교육이 필요하다고 보여요. 이렇게 전문적으로 인성교육을 시킬 수 있는 그런 강사 양성을 해서 그런 강사들이 매니지먼트 연습생들이나 또는 더 크게 내년에는 교육부에서도 인성교육 프로그램을 확장시켜서 5대 교육개혁 안에 집어넣는다고 하는데, 그렇게 연기를 통해 인성교육을 가능하게 할 수 있는 지도사를 양성하는 거죠. 우리 협회에서도 좀 구상하고 있어요. 원로 선배님들. 일본에 갔더니 작은 공간에 아름다운 정원을 만들어 놓고 공연할 수 있는 작은 공간도 만들어 놓고. 그 지역의 어린아이들이 와가지고 강사는 할아버지 할머니들. 인성 교육 티칭 교육을 받은 연기 생활지도사 같은 분들이 있었어요. 우리 원로선배님들이 능히 감당하실 수 있는 그런 역할들이 그런데서 만들어 진다는 말이죠.(C, 배우)

인터뷰 참여자의 언술에서처럼, 이들은 인성교육, 좀 더 확장해서 더 나은 생활, 더불어 행복한 사회에 공헌할 수 있는 직업인으로 종사하고 있다는 자신의 직업에 대한 자긍심을 제고할 수 있는 기회를 제공해 주는 교육 프로그램들을 바라고 있다는 것을 알 수 있다.

4) 사회 공헌으로 효능감을 제고할 수 있는 프로그램

연기자들이 자신들의 재능을 재정비하여 후배 연기자들의 인성뿐 아니라 지역 사회의

안정과 정서적 소통에 공헌함으로써 지역 발전에 도움이 될 수 있는 제언을 하게 되는 방안을 제시할 수 있는 이면에는 급여 수준이나 근무 환경에서 얻을 수 있는 만족감 보다는 본인들이 종사하고 있는 영역에 대한 자긍심과 사회적 영향력에 대한 신념에 대해 더 관심이 있기 때문이라고 할 수 있다.

지역발전 뿐 아니라 대한민국 인성 교육 발전에 도움이 되는거죠. 교육부의 어떤 프로젝트 중 하나로 접근하고자 하나까요. (C, 배우)

앞서 직무능력향상교육의 효과와 함께 언급했던 바와 같이, 인터뷰에 참여한 성우들의 경우 최근 역량강화교육 프로그램에서 기획한 낭독극의 성공의 확장 사례에서 시사점을 보여주었다. 성우들의 교육 프로그램을 확대하여 중고등학교에서 더빙 체험 등으로 발전시켰고 이를 교육부와 MOU를 맺고 올해부터 전국에서 전면 실시되는 중학교 자율학기 프로그램으로 도입하게 되었다. 이를 통해 사회 공헌을 할 수 있는 직군으로서의 자존감을 제고시킴과 동시에 성우에 대한 사회적 인지 정도를 높일 수 있는 계기가 되었다고 한다.

이처럼 단순히 일방적인 봉사에서 그치는 것이 아닌 사회에 공헌할 수 있는 워크샵이나 프로젝트 수업을 운영할 것을 제언하고 있다.

5) 직군 간 이해 제고를 위한 크로스 오버 활동

본 연구과제에서 심층인터뷰를 진행하는 과정에서 프리랜서들이 분노에 가까운 언술을 쏟아 내고 있는 부분은 저임금이나 열악한 근로 환경에 대해서 뿐은 아니었다. 소통이 불가능한 방송사 책임자들에 대한 답답한 심경과 현장에서 만나는 방송사 정규직 종사자들의 무례하고 비인격적인 행동들에 더 분노하고 있었다. 한 인터뷰 참여자는 방송사 책임자들과의 소통의 장을 마련할 수 있는 형식을 교육적 차원으로 풀어 놓을 수 있기를 요구하기도 했다.

방송국 위에 있는 사람들을 그 사람들부터 제대로 정신교육을 시켜라 말 함부로 하고 그런 건 괜찮아요. 생계에 커다란 문제가 없는데 일을 쫓다가 말다가 일을 지 멋대로 그냥 식사 한번 사는 놈한테 주고, 식사 안사는 놈한테 뺏고. 이런 이야기입니다.(F, PD)

상생협의회 이런 식으로 하면 아마 그 사람들도 그 모양은 갖춰야 하나까. 상생이라고 글자가 들어가면 오려고 할 거예요. 모양은 갖춰야 하나까. 만나야해. 어떻게 해서든지 만

나야. 나와서 아무 얘기도 안하더라도 나와야 모양이 되잖아요. 이것도 교육이지, 이러한 소통이 중요한 교육 아니야?(F, PD)

이러한 요구는 어쩌면 교육영역에서 할 일은 아닐지도 모른다. 그러나 시사하는 점이 있다면, 프리랜서와 정규직 직원들 간, 그리고 직군별 프리랜서들 간의 긴장을 반영하고 있다는 점이라 하겠다. 무대를 담당하는 인터뷰 참여자의 경우, 제작 현장에서의 불합리한 점들을 특히 작가들이 더 악화시킨다고 강하게 주장했다. 물론 다른 직군들의 경우, 오히려 무대나 기술의 경우 방송사에서 함부로 하지 못하는 주요 인력이므로 이들이 중재 역할을 해야한다고 말하기도 했다.

왜 그걸 이야기를 하나면 피디나 기획자나 가까이 있는 매일 같이 보는 사람이 작가예요. 작가가 그러면 안 된다고 자꾸 이야기를 해줘야 해요. 물론 이 사람들이 프리랜서니까 그만큼 경력이 안 되지만. 옆에서 충고를 해줄 수 있는 사람이 작가예요. 매일 같이 있으니까. 우리들은 약간 떨어져있던 말이에요. 작가는 그게 아니라고. 작가들한테 사상교육을 잘 시켜서 이게 올바른 역할을 좀 해 달라. 늘 같이 있고, 프로를 만들고, 매주 아이디어를 내고. 지들도 바쁘지만 힘들지만 그 도와주는 여러 사람들도 이 사람들이 잘 도와줘야 하니까.. 올바르게 갈 수 있게끔. 그래서 그 제작비 관한 내용도 같이 얘기를 할 때 그럴 때 터무니없는 돈을 가지고 그 쪽 예산을 집행하는 지원부서라던가 이야기를 하고 그러면 안 된다 이거지. 그래서 작가도 공범이에요. 지들이 아이디어를 내. 집이 두 채가 필요한 거야. 비용이 비싼 것도 알아. 그럼 그렇게 이야기를 해서 지원부서에다 말하지. 누가해야 하나 이야기를 한다고. 그 사람들이 못 해요. 비용이 안돼서. 그럼 딱 팀 쓰는거야 바로.(B, 세트 담당)

물론 작가들이 프로듀서들과 긴밀하긴 하지만 주로 이들은 상하관계처럼 보일만큼 작가가 약자 측인 경우가 더 많아요. 당연히 이들의 발언권이 높을 리가 없죠. 그렇지만 오히려 기술이나 무대장치 등은 마치 장인들 같아서 제작진들에게 목소리를 높일 수도 있거든요. 하지만 그들도 안하죠.(M, 연구원)

이와 같이 서로에 대한 몰이해로 인한 갈등이 해소되고 서로의 이해도가 제고될 수 있는 동시 교육이 가능할 수 있는 프로그램들을 기획해주기를 요청하고 있었다.

제 5 장 설문조사

제 1 절 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

방송영상산업은 2011년 12월 출범한 종합편성채널의 등장에 따라 기존의 지상파 3사 중심의 경쟁구도를 깨고 새로운 경쟁체제를 만들어가고 있다. 최근에는 지상파방송과 케이블방송 및 위성방송 등 기존 방송영상콘텐츠 플랫폼뿐만 아니라 방송과 통신 간의 융합으로 기존 오프라인 영역 외에 인터넷, 모바일 등의 새로운 플랫폼이 등장하여 방송영상산업의 영역이 점차 확대되고 있는 상황이다.

그러나 국내 방송영상산업은 양적 규모에 있어서의 지속적인 확대와는 달리 질적 수준에 있어서는 여전히 양적 성장을 따라가지 못하고 있는 상황으로 저단가의 외주제작, 불합리한 유통구조, 열악한 방송제작환경과 인프라, 저임금 고강도 노동구조 등에서 비롯된 방송영상산업 종사자들의 열악한 복지수준 등은 국내 방송영상산업이 직면한 해결 문제로 대두되고 있는 실정이다.

[그림 5-1] 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사



이에 본 실태조사에서는 방송영상산업 관련 종사자들 특히, 고용환경이 상대적으로 매우 열악한 비정규직 혹은 임시직의 프리랜서 방송영상인력 즉, 방송제작 관련 스태프를 중심으로 교육훈련 및 경력관리 그리고 고용 및 근로환경에 대한 현 실태를 면밀히 살펴봄으로써 향후 국내 방송영상 제작환경의 개선 방안을 모색하고, 정부의 보다 적극적이고 체계적인 지원 정책 추진을 위한 기초자료로 활용하고자 한다.

2. 조사 방법

본 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사는 방송제작 관련 PD/연출, 촬영, 조명, 음향, 미술, 작가 및 연기자 등의 비정규직 방송제작 인력들을 조사대상으로 하고 있는데, 이들은 대부분 단기간의 프로젝트 사업별로 고용되어 활동하기 때문에 연락처 등 개인정보 등이 외부에 노출되어 있지 않아 조사 진행이 어려운 측면이 있다.

이러한 이유로 본 실태조사에서는 한국독립PD협회, 한국방송작가협회, 한국방송연기자협회, 한국조명가협회, 한국방송연기자노동조합, 전문영상업무연합, 한국성우협회 등의 협조를 받아 온라인 및 스마트폰을 이용한 온라인 조사 방식으로 2016년 01월 12일부터 01월 28일까지 17일간 조사를 진행하였으며, 최종적으로 총 504명의 유효응답을 확보하였다. 이 중 고용 및 근로환경 관련 실태분석에서는 총 504명의 유효응답 가운데 고용주(4명)와 교육생(13명) 및 고용계약 1년 이상인 상용직 임금노동자(55명) 등의 72명을 제외한 임시직·일용직 등 비정규 형태의 프리랜서 방송영상인력 432명을 대상으로 분석하였다.

<표 5-1> 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사 조사개요

구 분	내 용
조사 대상	프리랜서 방송영상인력 504명
조사 방법	온라인 조사 (Online Survey)
표본 추출	임의표본추출
조사 기간	2016. 01. 12(화) ~ 2016. 01. 28(목): 17일간

3. 조사 내용

본 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사는 크게 교육훈련 및 경력관리 부분과 고용 및 근로환경 부분의 2개 부분으로 나누어 실시되었으며, 그 주요 내용에 대해 살펴보면 다음과 같다.

먼저, 교육훈련 및 경력관리 분야에서는 지식/정보 습득경로, 업무분야에 있어서 가장 중요한 경력사항, 업무수행에 필요한 기술/지식, 직무교육 경험 여부, 교육기관의 충분성, 직무교육 시 가장 큰 애로사항, 외부 교육 선택 시 고려 사항, 기술/지식 관련 교육 수강 의향, 2016년에 참여하고 싶은 교육과정, 희망하는 교육방법, 프리랜서 방송영상인력 교육 및 경력개발 관련 건의사항 등의 내용을 담고 있으며, 교육훈련 및 경력관리 이외에도 방송영상인력의 2016년도 교육수요에 대한 조사문항도 일부 포함하고 있다.

고용 및 근로환경 분야에서는 종사상의 지위, 고용계약 작성 유무, 현 직장의 정년 보장 유무, 계약체결방식, 계약형태, 계약기간 내 해고 또는 해지 경험 유무, 지난 1년간 방송제작 참여 편수, 표준계약서 인지 및 적용 정도, 방송제작 참여 시 주로 근무하는 장소, 지급 받는 보수 형태, 방송제작 참여를 통한 1개월 평균 수입, 방송제작 활동 이외 수입 유무, 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험 유무, 최근 1년간 방송제작 취소 경험 유무, 방송제작 시 평균 근로일수 및 근로시간, 4대 보험 가입 유무, 4대 보험 중 가입이 가장 필요한 보험, 방송제작 참여 시 업무 상 상해사고 혹은 질병 경험 유무, 최근 1년간 업무 관련 인격 무시 발언 등 인권 침해 경험 유무, 현 직업에 대한 만족도, 현 방송 제작환경의 문제점, 방송제작 업무환경 개선을 위한 정부의 우선 추진 정책/제도, 프리랜서 방송영상인력의 근로환경 개선을 위한 건의사항 등의 내용을 담고 있으며, 프리랜서 방송영상인력의 고용 및 근로환경에 대한 정확한 실태 파악에 초점을 두고자 하였다.

또한, 인구통계학적 특성에서는 성, 연령, 학력, 결혼 여부, 직무, 활동 분야, 활동 기간, 활동 지역 등을 통해 응답자의 세부적인 특성별 차이를 면밀히 살펴보고자 하였다.

아래의 <표 5-2>는 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사의 주요 조사내용을 나타낸 것이다.

<표 5-2> 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사 조사내용

구 분	내 용
교육훈련 및 경력관리	<ul style="list-style-type: none"> - 지식/정보 습득 경로 - 업무수행 필요 기술/지식 - 교육기관의 충분성 정도 - 외부교육 선택 시 고려 사항 - 2016년에 참여하고 싶은 교육과정 - 2016년 교육훈련 참여 시 희망하는 교육방법 - 프리랜서 방송영상인력 교육 및 경력개발 관련 건의사항
고용 및 근로환경	<ul style="list-style-type: none"> - 종사상의 지위 - 현 직장의 정년 보장 유무 - 계약형태 - 지난 1년간 방송제작 참여 편 수 - 방송제작 참여 시 근무하는 장소 - 방송제작 참여 1개월 평균 수입 - 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험 유무 - 최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험 유무 - 방송제작시 평균 근로일수(1주당) 및 근로시간(1일당) - 4대보험 가입 유무 - 4대보험 중 가입이 가장 필요한 보험 - 방송제작 참여 시 본인/동료의 업무상 상해사고나 질병 경험 유무 - 최근 1년간 업무 관련 인격 무시 발언 등 인권 침해 경험 유무 - 현 직업에 대한 만족도 - 현 방송 제작환경의 문제점 - 방송제작 업무환경 개선을 위해 정부가 추진해야 할 정책/제도 - 프리랜서 방송영상인력의 근로환경 개선 관련 건의사항
응답자 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 성, 연령, 학력, 결혼 여부, 직무, 활동 분야/기간/지역 등

4. 표본 특성

본 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사에 참여한 응답자 504명의 표본 특성을 살펴보면 다음과 같다.

성별에서는 남성이 63.5%(320명), 여성이 36.5%(184명)로 남성의 비중이 여성 보다 약 2배 정도 높았으며, 연령별에 있어서는 30대(45.0%, 227명), 40대(30.6%, 154명), 20대(17.1%, 86명), 50대 이상(7.3%, 37명) 순으로 30대 연령층의 비중이 상대적으로 가장 높았고, 학력별로는 대졸(67.3%, 339명), 전문대졸(16.1%, 81명), 대학원 이상(8.5%, 43명), 고졸 이하(8.1%, 41명) 순으로 전체 응답자의 약 70% 정도가 대졸 학력자인 것으로 나타났다.

한편 직무별로 살펴보면, PD/연출이 38.1%(192명)로 가장 많았고, 그 다음으로 작가(28.8%, 145명), 촬영/편집 스태프(17.5%, 88명), 연기자(8.5%, 43명), 음향/조명 스태프(4.4%, 22명), 기타 복수 직무(2.8%, 14명) 순으로 전체 응답자의 약 40% 정도가 PD/연출 종사자로 직무별 비중이 있어서 상대적으로 높았고, 활동 분야에 있어서는 교양/다큐/보도가 54.0%(272명)로 가장 높았고, 그 다음으로 연예/오락(18.5%, 93명), 드라마(12.7%, 64명), 홍보/마케팅(7.5%, 38명), 영화(3.2%, 16명), 애니메이션(2.0%, 10명) 등의 순으로 전체 응답자의 과반수 정도가 교양/다큐/보도 종사자인 것으로 나타났으며, 활동기간별로는 5년~10년 미만(26.0%, 131명), 5년 미만(24.2%, 122명), 10년~15년 미만(24.0%, 121명), 15년~20년 미만(15.1%, 76명), 20년 이상(10.7%, 54명) 순으로 나타나 전체 응답자의 약 50% 정도가 활동기간이 10년 미만인 것으로 나타났다.

또한, 활동지역에 있어서는 서울/경기/인천의 수도권이 89.9%, 수도권 이외가 10.1%로 전체 응답자의 약 90% 정도가 활동지역이 수도권에 집중되어 있는 것으로 나타났다. 이는 방송영상 관련 제작 수요 및 인프라가 수도권의 방송3사와 종합편성채널에 절대적으로 의존하고 있는 국내 방송영상산업의 현 실태를 방증하는 것으로 수도권 편중 현상은 향후에도 개선이 어려운 불가피한 측면이 있다.

아래의 <표 5-3>은 본 프리랜서 방송영상인력을 위한 교육 실태조사에 참여한 응답자 504명의 세부적인 표본 특성을 자세히 나타낸 것이다.

<표 5-3> 응답자 표본특성

(단위: 명, %)

구분		응답자수	비율
전체		504	100.0
해당 직무	PD/연출	192	38.1
	작가	145	28.8
	촬영/편집	88	17.5
	음향/조명 등	22	4.4
	연기자	43	8.5
	기타 복수 직무	14	2.8
성별	남성	320	63.5
	여성	184	36.5
연령	20대	86	17.1
	30대	227	45.0
	40대	154	30.6
	50대 이상	37	7.3
결혼 여부	기혼	221	43.8
	미혼	283	56.2
최종 학력	고졸 이하	41	8.1
	전문대 졸	81	16.1
	대학교 졸	339	67.3
	대학원 이상	43	8.5
활동 기간	5년 미만	122	24.2
	5-10년 미만	131	26.0
	10-15년 미만	121	24.0
	15-20년 미만	76	15.1
	20년 이상	54	10.7
활동 장르	드라마	64	12.7
	교양/다큐/보도	272	54.0
	연예/오락	93	18.5
	애니메이션	10	2.0
	홍보/마케팅	38	7.5
	영화	16	3.2
	기타	11	2.2
활동 지역	서울/경기/인천	453	89.9
	수도권 이외	51	10.1

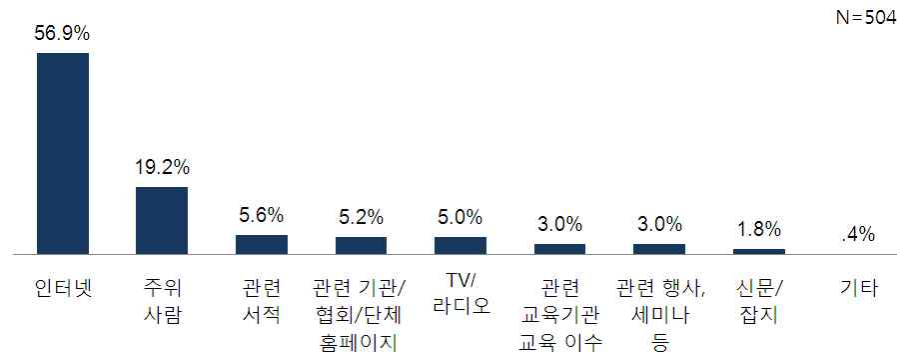
제 2 절 조사 결과

1.교육훈련 및 경력관리

1) 업무에 필요한 지식/정보 습득 경로

평소 업무에 필요한 지식이나 정보의 습득경로로는 포털, 커뮤니티 등의 인터넷이라는 응답이 56.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 멘토, 선배, 동료 등 주위사람(19.2%), 관련 서적(5.6%), 관련 기관/협회/단체 홈페이지(5.2%), TV/라디오(5.0%), 관련 교육 이수(3.0%), 관련 행사/세미나(3.0%), 신문/잡지(1.8%) 등의 순으로 나타났다. 전체 응답자의 과반수 이상이 업무에 필요한 지식/정보의 습득처로 인터넷을 활용하고 있었고, 관련 서적이거나 기관 홈페이지에 대한 의존도는 상대적으로 낮았다.

[그림 5-2] 업무에 필요한 지식/정보 습득 경로



지식/정보의 습득경로에 있어 인터넷이라는 응답은 작가(62.8%)와 촬영/편집 스태프(69.3%), 활동기간 5년~10년 미만(64.9%), 교양/다큐/보도(60.3%)와 홍보/마케팅(78.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 멘토, 선배, 동료 등 주위사람이라는 응답은 음향/조명 스태프(40.9%)와 연기자(32.6%), 활동기간 5년 미만(28.7%), 연예/오락(31.2%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-4> 업무에 필요한 지식/정보 습득 경로

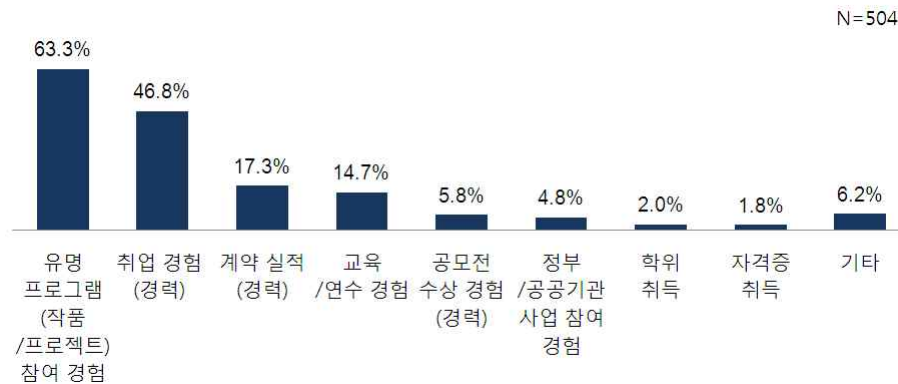
(단위: 명, %)

구분	응답자 수	인터넷	주위 사람	관련 서적	관련 기관 홈페이지	TV / 라디오	관련 교육 이수	관련 행사, 세미나	신문/잡지	기타
전체	504	56.9	19.2	5.6	5.2	5.0	3.0	3.0	1.8	0.4
해당 직무	PD/연출	192	55.7	22.9	5.7	4.2	4.2	4.2	2.1	0.5
	작가	145	62.8	12.4	8.3	3.4	4.1	2.8	1.4	4.1
	촬영/편집	88	69.3	12.5	0.0	6.8	2.3	0.0	6.8	2.3
	음향/조명 등	22	18.2	40.9	9.1	9.1	0.0	9.1	13.6	0.0
	연기자	43	34.9	32.6	2.3	9.3	20.9	0.0	0.0	0.0
	기타 복수 직무	14	64.3	7.1	14.3	7.1	0.0	7.1	0.0	0.0
성별	남성	320	56.9	19.7	5.0	5.9	5.0	2.8	3.8	0.6
	여성	184	57.1	18.5	6.5	3.8	4.9	3.3	1.6	3.8
연령	20대	86	47.7	34.9	1.2	1.2	8.1	3.5	0.0	3.5
	30대	227	65.6	18.1	4.0	2.6	4.4	0.9	1.8	2.2
	40대	154	54.5	14.3	7.8	9.1	2.6	5.2	5.2	0.6
	50대 이상	37	35.1	10.8	16.2	13.5	10.8	5.4	8.1	0.0
결혼 여부	기혼	221	57.5	13.6	7.2	7.7	5.0	3.6	4.1	0.9
	미혼	283	56.5	23.7	4.2	3.2	4.9	2.5	2.1	2.5
최종 학력	고졸 이하	41	43.9	31.7	4.9	0.0	9.8	0.0	7.3	2.4
	전문대 졸	81	59.3	14.8	3.7	8.6	2.5	3.7	2.5	2.5
	대학교 졸	339	59.0	19.5	4.7	4.4	5.3	3.5	2.1	1.5
	대학원 이상	43	48.8	14.0	16.3	9.3	2.3	0.0	7.0	2.3
활동 기간	5년 미만	122	54.9	28.7	1.6	3.3	4.1	2.5	1.6	3.3
	5-10년 미만	131	64.9	17.6	3.8	3.1	7.6	0.0	0.8	1.5
	10-15년 미만	121	57.9	18.2	7.4	2.5	4.1	5.0	2.5	2.5
	15-20년 미만	76	53.9	17.1	7.9	7.9	2.6	3.9	5.3	0.0
	20년 이상	54	44.4	7.4	11.1	16.7	5.6	5.6	9.3	0.0
활동 장르	드라마	64	43.8	14.1	21.9	6.3	10.9	3.1	0.0	0.0
	교양/다큐/보도	272	60.3	17.6	4.0	5.9	3.3	4.0	1.5	2.6
	연예/오락	93	50.5	31.2	2.2	2.2	7.5	1.1	3.2	2.2
	애니메이션	10	40.0	20.0	0.0	20.0	10.0	10.0	0.0	0.0
	홍보/마케팅	38	78.9	2.6	0.0	5.3	0.0	0.0	13.2	0.0
	영화	16	50.0	31.3	6.3	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0
	기타	11	54.5	27.3	0.0	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0
활동 지역	서울/경기/인천	453	55.4	20.3	6.0	5.3	5.3	2.6	2.9	1.8
	수도권 이외	51	70.6	9.8	2.0	3.9	2.0	5.9	3.9	2.0

2) 본인 업무분야에서 가장 중요한 경력

본인 업무분야에서 가장 중요한 경력(중복응답)으로는 유명 프로그램 참여 경험이라는 응답이 63.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 취업 경험(46.8%), 계약 실적(17.3%), 교육/연수 경험(14.7%), 공모전 수상 경험(5.8%), 정부/공공기관 사업 참여 경험(4.8%), 학위 취득(2.0%), 자격증 취득(1.8%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-3] 본인 업무분야에서 가장 중요한 경력(중복응답)



업무분야에서 가장 중요한 경력으로 유명 프로그램 참여 경험이라는 응답은 연기자(93.0%)와 작가(76.6%), 활동기간 20년 이상(83.3%), 연예/오락(74.2%)과 드라마(71.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 취업 경험이라는 응답은 작가(54.5%)와 PD/연출(50.5%), 활동기간 5년~10년 미만(58.8%), 홍보/마케팅과 영화(각 50.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 계약 실적이라는 응답은 촬영/편집 스태프(25.0%)와 연기자(23.3%), 활동기간 15년~20년 미만(21.1%), 드라마와 영화(각 25.0%) 그리고 홍보/마케팅(34.2%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 교육/연수 경험이라는 응답은 연기자(53.5%), 활동기간 20년 이상(24.1%), 드라마(20.3%)와 애니메이션(60.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 5-5〉 본인 업무분야에서 가장 중요한 경력(중복응답)

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	유명 프로 그램 참여 경험	취업 경험 (경력)	계약 실적 (경력)	교육/ 연수 경험	공모전 수상 경험 (경력)	정부/ 공공 기관 사업 참여 경험	학위 취득	자격증 취득	기타	
전체	504	63.3	46.8	17.3	14.7	5.8	4.8	2.0	1.8	6.2	
해당 직무	PD/연출	192	59.9	50.5	14.6	9.4	2.1	4.7	1.6	5.7	
	작가	145	76.6	54.5	13.1	11.0	8.3	0.0	2.8	5.5	
	촬영/편집	88	42.0	44.3	25.0	14.8	12.5	12.5	3.4	2.3	1.1
	음향/조명 등	22	54.5	45.5	18.2	4.5	0.0	4.5	0.0	4.5	9.1
	연기자	43	93.0	9.3	23.3	53.5	0.0	7.0	0.0	0.0	14.0
	기타 복수 직무	14	28.6	50.0	28.6	21.4	14.3	0.0	0.0	21.4	21.4
성별	남성	320	56.9	43.1	20.3	14.7	5.6	6.3	1.9	2.2	6.3
	여성	184	74.5	53.3	12.0	14.7	6.0	2.2	2.2	1.1	6.0
연령	20대	86	58.1	58.1	12.8	18.6	7.0	1.2	5.8	0.0	8.1
	30대	227	61.2	52.9	15.0	12.3	4.0	6.2	1.3	1.3	7.0
	40대	154	68.2	39.0	24.0	11.0	5.8	4.5	0.0	3.2	4.5
	50대 이상	37	67.6	16.2	13.5	35.1	13.5	5.4	5.4	2.7	2.7
결혼 여부	기혼	221	65.2	40.3	19.0	17.6	5.4	3.6	1.4	2.7	3.6
	미혼	283	61.8	51.9	15.9	12.4	6.0	5.7	2.5	1.1	8.1
최종 학력	고졸 이하	41	53.7	36.6	24.4	9.8	7.3	7.3	2.4	0.0	12.2
	전문대 졸	81	61.7	55.6	17.3	12.3	3.7	2.5	2.5	0.0	4.9
	대학교 졸	339	63.7	47.8	16.8	14.7	6.2	5.3	1.8	2.1	5.6
	대학원 이상	43	72.1	32.6	14.0	23.3	4.7	2.3	2.3	4.7	7.0
활동 기간	5년 미만	122	56.6	47.5	18.9	18.9	7.4	6.6	4.9	2.5	7.4
	5-10년 미만	131	55.7	58.8	16.0	6.1	3.1	5.3	1.5	0.8	6.9
	10-15년 미만	121	67.8	47.9	15.7	18.2	4.1	2.5	0.0	1.7	5.0
	15-20년 미만	76	65.8	38.2	21.1	10.5	7.9	3.9	0.0	3.9	6.6
	20년 이상	54	83.3	25.9	14.8	24.1	9.3	5.6	3.7	0.0	3.7
활동 장르	드라마	64	71.9	37.5	25.0	20.3	12.5	3.1	1.6	1.6	7.8
	교양/다큐/보도	272	62.1	49.3	14.0	12.1	4.8	4.4	2.2	1.5	4.8
	연예/오락	93	74.2	49.5	12.9	11.8	3.2	2.2	2.2	0.0	4.3
	애니메이션	10	60.0	30.0	20.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	홍보/마케팅	38	44.7	50.0	34.2	13.2	0.0	15.8	0.0	5.3	7.9
	영화	16	50.0	50.0	25.0	12.5	18.8	6.3	0.0	0.0	6.3
활동 지역	기타	11	36.4	18.2	18.2	36.4	18.2	9.1	9.1	18.2	27.3
	서울/경기/인천 수도권 이외	453	64.7	48.3	17.2	14.3	5.3	4.0	2.0	1.5	5.7
	수도권 이외	51	51.0	33.3	17.6	17.6	9.8	11.8	2.0	3.9	9.8

3) 본인 분야의 업무 수행에 가장 필요한 기술이나 지식

본인 분야의 업무 수행에 가장 필요한 기술이나 지식이 무엇인지에 대해 직무별로 살펴보면 다음과 같다.

PD/연출(n=148)에서는 프로그램 구성 및 연출 능력이라는 응답이 31.1%(46명)로 가장 높았고, 그 다음으로 사회를 보는 안목과 인문학적 지식(24.3%, 36명), 제작기술(22.3%, 33명), 노력과 열정(8.1%, 12명), 사회성(7.4%, 11명), 체력(3.4%, 5명) 등의 순을 보였다(기타 3.4%, 5명).

작가(n=120)에서는 인문, 심리, 사회, 시사상식 등 지식이라는 응답이 23.3%(28명)로 가장 높았고, 그 다음으로 구성/기획력(20.8%, 25명), 사회를 보는 안목(19.2%, 23명), 작문 기술(10.8%, 13명), 재능과 창의성(10.8%, 13명), 다양한 현장경험(9.2%, 11명) 등의 순으로 나타났다(기타 5.8%, 7명).

촬영/편집 스태프(n=66)에서는 촬영 및 장비의 활용능력이라는 응답이 25.8%(17명), 최신 촬영 및 장비 기술 습득(21.2%, 14명), 개인의 자질 및 감각(15.2%, 10명), 영상에 대한 지식(12.1%, 8명), 프로그램 전반에 대한 이해 및 흐름 파악 능력(10.6%, 7명), 현장 경험 및 경력(9.1%, 6명) 등의 순으로 나타났다(기타 6.1%, 4명).

연기자(n=20)에서는 연기력이 뒷받침되어야 한다면 연기 경험 및 노력이 필요하다는 응답이 각 40.0%(각 8명)로 가장 높았고, 그 다음으로 인맥(10.0%, 2명), 창의력, 분석/이해/통찰 능력이나 센스(각 5.0%, 각 1명) 등의 순을 보였다.

한편, 음향/조명 스태프(n=7)에서는 많은 학습과 이해력이 필요하다(3명), 경험과 노하우(2명), 개인 자질과 성실함(1명), 인맥(1명) 등의 순을 보였으며, 기타 복수 직무(n=12)에서는 현장기술(4명), 경험(3명), 트렌드를 읽어내는 기술(2명) 등의 순으로 나타났다(기타 3명).

전반적으로 PD/연출과 작가에서는 프로그램에 대한 기획/구성 능력과 창의적인 안목을 중시하고 있는 것으로 나타난 반면, 촬영/편집/음향/조명 등 현장 스태프에서는 장비의 활용기술과 현장경험 능력, 연기자에서는 연기력을 가장 중시하고 있는 것으로 나타나, 직무별 중요 기술/지식에 있어서 다소 차이를 보였다.

<표 5-6> 본인 분야의 업무 수행에 가장 필요한 기술이나 지식

(단위: 명, %)

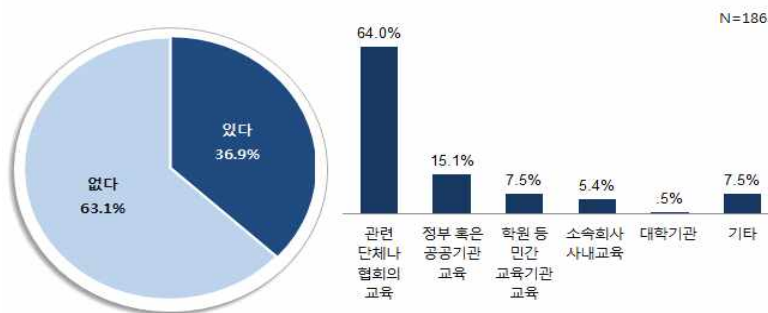
	항목	사례수	비율
PD/연출 (39.8%)	프로그램을 구성하고 연출하는 능력이 중요하다.	46	31.1
	사회를 보는 안목과 인문학적 지식이 필요하다.	36	24.3
	제작 기술을 갖춰야 한다.	33	22.3
	노력과 열정이 필요하다.	12	8.1
	사회성이 좋아야 한다.	11	7.4
	체력이 뒷받침 돼야 한다.	5	3.4
	기타.	5	3.4
작가 (32.3%)	인문, 심리학, 사회, 시사상식 등 지식이 필요하다.	28	23.3
	구성력, 기획력을 갖춰야 한다.	25	20.8
	사회를 보는 눈을 가져야 한다.	23	19.2
	작문 기술이 중요하다.	13	10.8
	재능과 창의성이 뒷받침되어야 한다.	13	10.8
	다양한 현장경험이 필요하다.	11	9.2
	기타.	7	5.8
촬영/편집 (17.7%)	촬영 및 장비의 활용능력이 필요하다.	17	25.8
	최신 촬영 및 장비 기술을 습득해야 한다.	14	21.2
	개인의 자질, 감각이 있어야 한다.	10	15.2
	영상에 대한 지식이 필요하다.	8	12.1
	프로그램 전반에 대한 이해도 및 흐름을 파악해야 한다.	7	10.6
	현장 경험 및 경력이 필요하다.	6	9.1
	기타.	4	6.1
음향/ 조명 등 (1.9%)	많은 학습과 이해력이 필요하다.	3	42.9
	경험과 노하우가 필요하다.	2	28.6
	개인적인 자질과 성실함이 있어야 한다.	1	14.3
	인맥이 중요하다.	1	14.3
연기자 (5.1%)	연기력이 뒷받침 돼야 한다.	8	40.0
	경험과 노력이 있어야 한다.	8	40.0
	인맥이 필요하다.	2	10.0
	작품을 많이 보고 창의력을 향상시켜야 한다.	1	5.0
	분석, 이해, 통찰 등 센스가 있어야 한다.	1	5.0
기타 복수 직무 (3.2%)	현장 기술이 필요하다.	4	33.3
	많은 경험을 가져야 한다.	3	25.0
	트렌드를 읽어내야 한다.	2	16.7
	기타.	3	25.0

4) 최근 2~3년간 직무교육 경험 여부 (사내교육 포함)

최근 2~3년 동안 사내 교육을 포함해 공공기관이나 기업, 협회, 단체 등에서 직무교육을 받은 경험이 있다는 응답은 36.9%로 전체 응답자 10명 중 4명 정도가 최근 2~3년간 사내 교육을 포함해 직무교육을 받은 적이 있는 것으로 나타났다. 최근 2~3년간 사내 교육을 포함해 직무교육을 경험했다는 응답은 연기자(67.4%), 활동기간 20년 이상(53.7%), 애니메이션(90.0%)과 드라마(54.7%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 경험없다는 응답은 PD/연출(71.4%)과 촬영/편집(72.7%) 스태프, 활동기간 5년~10년 미만(72.5%), 연예/오락(75.3%)과 영화(81.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

또한, 직무교육 경험자(n=186)의 직무교육기관으로는 관련 단체나 협회의 교육이라는 응답이 64.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 정부 혹은 공공기관 교육(15.1%), 학원 등 민간 교육기관 교육(7.5%), 소속회사 사내교육(5.4%), 대학기관(0.5%) 등의 순으로 나타났다. 직무교육기관으로 관련 단체나 협회라는 응답은 연기자(93.1%), 활동기간 15년~20년 미만(78.8%), 홍보/마케팅(76.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 정부 혹은 공공기관 교육이라는 응답은 PD/연출(20.0%)과 음향/조명 스태프(22.2%), 활동기간 20년 이상(27.6%), 드라마(22.9%)와 교양/다큐/보도(18.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

[그림 5-4] 최근 2~3년간 직무교육 경험 여부 및 직무교육 기관



<표 5-7> 최근 2~3년간 직무교육 경험 여부 (사내교육 포함)

(단위: 명, %)

구분	응답자수	있다	없다	
전체	504	36.9	63.1	
해당 직무	PD/연출	192	28.6	71.4
	작가	145	42.8	57.2
	촬영/편집	88	27.3	72.7
	음향/조명 등	22	40.9	59.1
	연기자	43	67.4	32.6
	기타 복수 직무	14	50.0	50.0
성별	남성	320	34.1	65.9
	여성	184	41.8	58.2
연령	20대	86	38.4	61.6
	30대	227	27.8	72.2
	40대	154	49.4	50.6
	50대 이상	37	37.8	62.2
결혼 여부	기혼	221	38.5	61.5
	미혼	283	35.7	64.3
최종 학력	고졸 이하	41	31.7	68.3
	전문대 졸	81	39.5	60.5
	대학교 졸	339	34.8	65.2
	대학원 이상	43	53.5	46.5
활동 기간	5년 미만	122	36.1	63.9
	5-10년 미만	131	27.5	72.5
	10-15년 미만	121	36.4	63.6
	15-20년 미만	76	43.4	56.6
	20년 이상	54	53.7	46.3
활동 장르	드라마	64	54.7	45.3
	교양/다큐/보도	272	36.0	64.0
	연예/오락	93	24.7	75.3
	애니메이션	10	90.0	10.0
	홍보/마케팅	38	34.2	65.8
	영화	16	18.8	81.3
	기타	11	45.5	54.5
활동 지역	서울/경기/인천	453	37.1	62.9
	수도권 이외	51	35.3	64.7

<표 5-8> 직무교육 기관

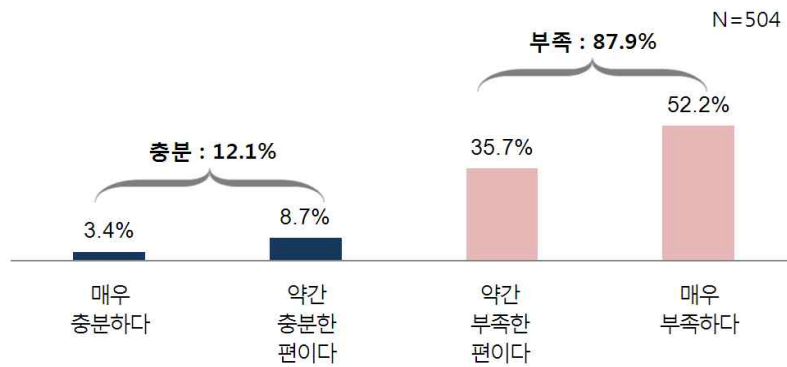
(단위: 명, %)

구분	응답자수	관련 단체나 협회의 교육	정부 혹은 공공기관 교육	학원 등 민간 교육기관 교육	소속회사 사내교육	대학기관	기타	
전체	186	64.0	15.1	7.5	5.4	0.5	7.5	
해당 직무	PD/연출	55	60.0	20.0	7.3	3.6	1.8	7.3
	작가	62	66.1	17.7	6.5	3.2	0.0	6.5
	촬영/편집	24	62.5	8.3	16.7	0.0	0.0	12.5
	음향/조명 등	9	22.2	22.2	11.1	44.4	0.0	0.0
	연기자	29	93.1	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0
	기타 복수 직무	7	14.3	28.6	14.3	0.0	0.0	42.9
성별	남성	109	65.1	11.0	9.2	5.5	0.9	8.3
	여성	77	62.3	20.8	5.2	5.2	0.0	6.5
연령	20대	33	42.4	9.1	9.1	18.2	0.0	21.2
	30대	63	65.1	14.3	11.1	1.6	1.6	6.3
	40대	76	73.7	15.8	2.6	3.9	0.0	3.9
	50대 이상	14	57.1	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0
결혼 여부	기혼	85	68.2	18.8	5.9	4.7	0.0	2.4
	미혼	101	60.4	11.9	8.9	5.9	1.0	11.9
최종 학력	고졸 이하	13	61.5	0.0	7.7	23.1	0.0	7.7
	전문대 졸	32	46.9	15.6	9.4	9.4	3.1	15.6
	대학교 졸	118	69.5	15.3	5.9	3.4	0.0	5.9
	대학원 이상	23	60.9	21.7	13.0	0.0	0.0	4.3
활동 기간	5년 미만	44	54.5	4.5	13.6	9.1	0.0	18.2
	5-10년 미만	36	50.0	16.7	11.1	11.1	2.8	8.3
	10-15년 미만	44	72.7	15.9	6.8	0.0	0.0	4.5
	15-20년 미만	33	78.8	15.2	0.0	6.1	0.0	0.0
	20년 이상	29	65.5	27.6	3.4	0.0	0.0	3.4
활동 장르	드라마	35	65.7	22.9	2.9	0.0	0.0	8.6
	교양/다큐/보도	98	62.2	18.4	10.2	5.1	0.0	4.1
	연예/오락	23	65.2	8.7	4.3	8.7	0.0	13.0
	애니메이션	9	66.7	0.0	11.1	22.2	0.0	0.0
	홍보/마케팅	13	76.9	0.0	7.7	0.0	0.0	15.4
	영화	3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3
	기타	5	60.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0
활동 지역	서울/경기/인천	168	66.7	14.9	7.1	5.4	0.0	6.0
	수도권 이외	18	38.9	16.7	11.1	5.6	5.6	22.2

5) 업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관의 충분성 정도

업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관이 부족하다는 응답 87.9%(약간 부족한 편이다 35.7% + 매우 부족하다 52.2%), 충분하다는 응답은 12.1%(매우 충분하다 3.4% + 약간 충분한 편이다 8.7%)로 전체 응답자 10명 중 9명 정도(87.9%)는 업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관이 부족하다고 생각하고 있어 이에 대한 대책 마련이 필요한 것으로 나타났다.

[그림 5-5] 업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관의 충분성 정도



업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관이 부족하다는 응답은 PD/연출 (91.7%)과 촬영/편집(90.9%), 활동기간 5년 미만(90.2%), 홍보/마케팅(97.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 특히 매우 부족하다는 응답은 PD/연출 (59.4%), 활동기간 10년~15년 미만 (56.2%), 교양/다큐멘터리/보도와 영화(각 56.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

반면, 업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관이 충분하다는 응답은 음향/조명 스태프(27.3%), 활동기간 5년~10년 미만(15.3%), 드라마(18.8%)와 애니메이션(50.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-9> 업무상 필요시 교육을 받을 수 있는 교육기관의 충분성 정도

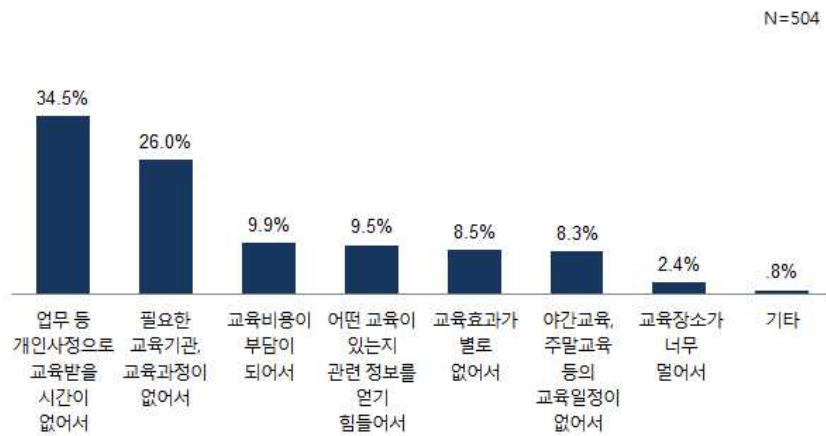
(단위: 명, %)

구분	응답자수	매우 충분하다	약간 충분한 편이다	약간 부족한편 이다	매우 부족하다	충분	부족	
전체	504	3.4	8.7	35.7	52.2	12.1	87.9	
해당 직무	PD/연출	192	2.1	6.3	32.3	59.4	8.3	91.7
	작가	145	4.8	10.3	39.3	45.5	15.2	84.8
	촬영/편집	88	3.4	5.7	36.4	54.5	9.1	90.9
	음향/조명 등	22	0.0	27.3	36.4	36.4	27.3	72.7
	연기자	43	7.0	9.3	41.9	41.9	16.3	83.7
	기타 복수 직무	14	0.0	14.3	21.4	64.3	14.3	85.7
성별	남성	320	2.5	8.1	34.4	55.0	10.6	89.4
	여성	184	4.9	9.8	38.0	47.3	14.7	85.3
연령	20대	86	2.3	11.6	36.0	50.0	14.0	86.0
	30대	227	3.5	6.2	32.2	58.1	9.7	90.3
	40대	154	3.9	11.0	37.0	48.1	14.9	85.1
	50대 이상	37	2.7	8.1	51.4	37.8	10.8	89.2
결혼 여부	기혼	221	3.2	9.5	34.8	52.5	12.7	87.3
	미혼	283	3.5	8.1	36.4	51.9	11.7	88.3
최종 학력	고졸 이하	41	0.0	4.9	39.0	56.1	4.9	95.1
	전문대 졸	81	1.2	12.3	38.3	48.1	13.6	86.4
	대학교 졸	339	3.8	8.0	32.7	55.5	11.8	88.2
	대학원 이상	43	7.0	11.6	51.2	30.2	18.6	81.4
활동 기간	5년 미만	122	3.3	6.6	38.5	51.6	9.8	90.2
	5-10년 미만	131	3.1	12.2	30.5	54.2	15.3	84.7
	10-15년 미만	121	4.1	6.6	33.1	56.2	10.7	89.3
	15-20년 미만	76	3.9	9.2	36.8	50.0	13.2	86.8
	20년 이상	54	1.9	9.3	46.3	42.6	11.1	88.9
활동 장르	드라마	64	9.4	9.4	39.1	42.2	18.8	81.3
	교양/다큐/보도	272	2.6	8.1	33.1	56.3	10.7	89.3
	연예/오락	93	1.1	10.8	33.3	54.8	11.8	88.2
	애니메이션	10	10.0	40.0	50.0	0.0	50.0	50.0
	홍보/마케팅	38	2.6	0.0	50.0	47.4	2.6	97.4
	영화	16	0.0	0.0	43.8	56.3	0.0	100.0
	기타	11	9.1	18.2	27.3	45.5	27.3	72.7
활동 지역	서울/경기/인천	453	3.8	8.4	36.4	51.4	12.1	87.9
	수도권 이외	51	0.0	11.8	29.4	58.8	11.8	88.2

6) 직무교육을 받는데 가장 큰 애로사항

직무교육을 받는데 있어서 가장 큰 애로사항으로 업무 등 개인 사정으로 교육받을 시간이 없어서라는 응답이 34.5%로 가장 높았으며, 그 다음으로 필요한 교육기관이나 교육과정이 없어서(26.0%), 교육비용이 부담이 되어서(9.9%), 어떤 교육이 있는지 관련 정보를 얻기 힘들어서(9.5%), 교육효과가 별로 없어서(8.5%), 야간교육, 주말교육 등의 교육일정이 없어서(8.3%), 교육장소가 너무 멀어서(2.4%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-6] 직무교육을 받는데 가장 큰 애로사항



직무교육 시 가장 큰 애로사항으로 업무 등 개인 사정으로 교육받을 시간이 없어서라는 응답은 PD/연출(49.0%), 활동 기간 10년~15년 미만(44.6%), 연예/오락(49.5%) 분야에서 상대적으로 높았고, 필요한 교육기관이나 교육과정이 없어서라는 응답은 음향/조명 스태프 (45.5%)와 연기자(44.2%), 활동기간 20년 이상(37.0%), 드라마(45.3%) 분야에서 상대적으로 높았으며, 교육비용이 부담이 되어서라는 응답은 촬영/편집(20.5%)과 음향/조명(22.7%) 스태프, 활동기간 5년 미만(18.0%), 애니메이션(20.0%)과 영화(25.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-10> 직무교육을 받는데 가장 큰 애로사항

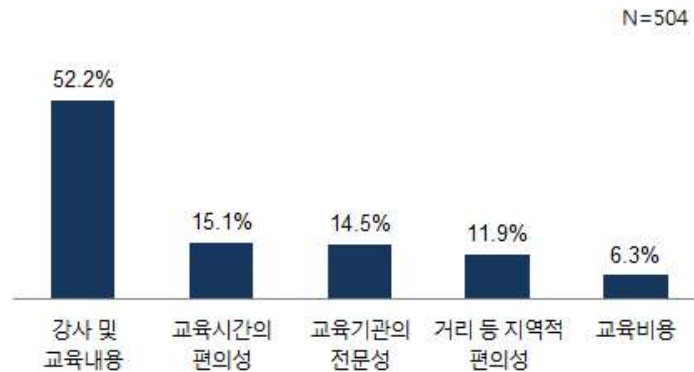
(단위: 명, %)

구분	응답자 수	업무 등 개인 사정으로 교육 받을 시간이 없어서	필요한 교육 기관이나 교육 과정이 없어서	교육 비용이 부담이 되어서	어떤 교육이 있는지 관련 정보를 얻기 힘들어서	교육 효과가 별로 없어서	야간 교육, 주말 교육 등의 교육 일정이 없어서	교육 장소가 너무 멀어서	기타	
전체	504	34.5	26.0	9.9	9.5	8.5	8.3	2.4	0.8	
해당 직무	PD/연출	192	49.0	18.2	6.8	9.4	7.3	6.3	2.1	1.0
	작가	145	33.1	27.6	7.6	15.2	9.7	5.5	0.7	0.7
	촬영/편집	88	21.6	25.0	20.5	5.7	8.0	12.5	6.8	0.0
	음향/조명 등	22	9.1	45.5	22.7	0.0	13.6	9.1	0.0	0.0
	연기자	43	18.6	44.2	7.0	4.7	11.6	11.6	0.0	2.3
	기타 복수 직무	14	21.4	35.7	0.0	7.1	0.0	28.6	7.1	0.0
성별	남성	320	34.7	25.6	10.9	7.2	8.4	9.1	3.4	0.6
	여성	184	34.2	26.6	8.2	13.6	8.7	7.1	0.5	1.1
연령	20대	86	31.4	18.6	15.1	14.0	10.5	7.0	1.2	2.3
	30대	227	34.4	26.0	9.3	11.5	8.4	7.0	3.1	0.4
	40대	154	37.7	27.3	9.1	5.2	9.1	9.7	1.9	0.0
	50대 이상	37	29.7	37.8	5.4	5.4	2.7	13.5	2.7	2.7
결혼 여부	기혼	221	35.3	33.0	6.8	9.0	5.4	8.1	1.8	0.5
	미혼	283	33.9	20.5	12.4	9.9	11.0	8.5	2.8	1.1
최종 학력	고졸 이하	41	36.6	29.3	2.4	12.2	9.8	4.9	4.9	0.0
	전문대 졸	81	29.6	19.8	13.6	13.6	7.4	13.6	2.5	0.0
	대학교 졸	339	36.6	26.3	9.7	8.6	9.4	6.8	1.8	0.9
	대학원 이상	43	25.6	32.6	11.6	7.0	2.3	14.0	4.7	2.3
활동 기간	5년 미만	122	26.2	23.8	18.0	8.2	9.8	7.4	5.7	0.8
	5-10년 미만	131	32.8	23.7	9.9	13.0	9.9	7.6	1.5	1.5
	10-15년 미만	121	44.6	24.8	5.8	11.6	6.6	6.6	0.0	0.0
	15-20년 미만	76	39.5	27.6	6.6	3.9	9.2	11.8	1.3	0.0
	20년 이상	54	27.8	37.0	5.6	7.4	5.6	11.1	3.7	1.9
활동 장르	드라마	64	10.9	45.3	7.8	9.4	15.6	4.7	3.1	3.1
	교양/다큐/보도	272	39.0	23.9	7.7	10.3	7.7	9.2	1.8	0.4
	연예/오락	93	49.5	19.4	9.7	9.7	6.5	5.4	0.0	0.0
	애니메이션	10	30.0	10.0	20.0	20.0	10.0	10.0	0.0	0.0
	홍보/마케팅	38	15.8	28.9	18.4	7.9	2.6	15.8	10.5	0.0
	영화	16	25.0	25.0	25.0	0.0	18.8	6.3	0.0	0.0
활동 지역	기타	11	18.2	27.3	18.2	0.0	9.1	9.1	9.1	9.1
	서울/경기/인천 수도권 이외	453	36.2	25.4	10.4	9.9	8.8	8.2	0.7	0.4
	수도권 이외	51	19.6	31.4	5.9	5.9	5.9	9.8	17.6	3.9

7) 외부 교육 선택 시 가장 우선적으로 고려하는 사항

외부 교육 선택 시 가장 우선적으로 고려하는 사항으로 강사 및 교육내용이라는 응답이 52.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로 교육시간의 편의성(15.1%), 교육기관의 전문성(14.5%), 거리 등 지역적 편의성(11.9%), 교육비용(6.3%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-7] 외부 교육 선택 시 가장 우선적으로 고려하는 사항



강사 및 교육내용이라는 응답은 연기자(69.8%)와 작가(63.4%), 활동기간이 길수록(5년 미만 46.7% → 20년 이상 61.1%), 드라마(71.9%) 분야에서, 교육시간의 편의성이라는 응답은 PD/연출(22.4%), 활동기간 5년~10년 미만(18.3%), 연예/오락(20.4%)과 교양/다큐멘터리/보도(18.4%) 분야에서, 교육기관의 전문성이라는 응답은 음향/조명 스테프(36.4%), 활동기간 5년~10년 미만(18.3%), 홍보/마케팅(23.7%)과 영화(31.3%) 분야에서, 거리 등 지역적 편의성이라는 응답은 촬영/편집(17.0%)과 음향/조명(18.2%) 스테프, 활동기간 5년 미만(15.6%), 홍보/마케팅(18.4%) 분야에서, 교육비용이라는 응답은 촬영/편집(14.8%)과 음향/조명(18.2%) 스테프, 홍보/마케팅(13.2%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 5-11〉 외부 교육 선택 시 가장 우선적으로 고려하는 사항

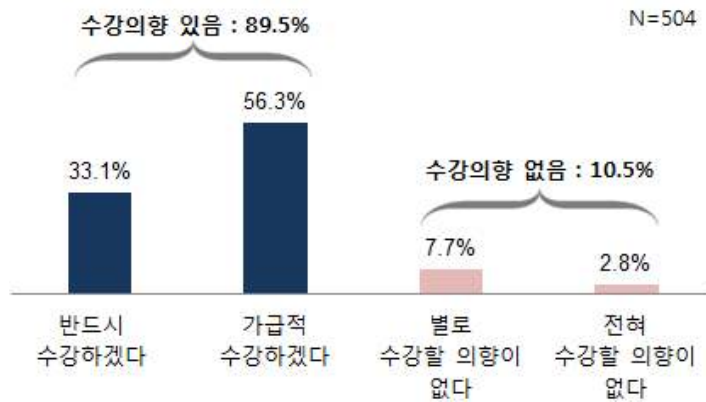
(단위: 명, %)

구분	응답자수	강사 및 교육내용	교육시간의 편의성	교육기관의 전문성	거리 등 지역적 편의성	교육비용	
전체	504	52.2	15.1	14.5	11.9	6.3	
해당 직무	PD/연출	192	47.9	22.4	15.6	9.4	4.7
	작가	145	63.4	12.4	10.3	11.0	2.8
	촬영/편집	88	40.9	10.2	17.0	17.0	14.8
	음향/조명 등	22	27.3	0.0	36.4	18.2	18.2
	연기자	43	69.8	9.3	9.3	9.3	2.3
	기타 복수 직무	14	50.0	14.3	7.1	21.4	7.1
성별	남성	320	47.2	14.7	15.9	13.4	8.8
	여성	184	60.9	15.8	12.0	9.2	2.2
연령	20대	86	45.3	16.3	24.4	8.1	5.8
	30대	227	49.8	18.1	12.8	11.9	7.5
	40대	154	59.7	11.7	9.1	13.6	5.8
	50대 이상	37	51.4	8.1	24.3	13.5	2.7
결혼 여부	기혼	221	56.6	13.6	10.4	14.0	5.4
	미혼	283	48.8	16.3	17.7	10.2	7.1
최종 학력	고졸 이하	41	36.6	14.6	24.4	14.6	9.8
	전문대 졸	81	46.9	13.6	19.8	12.3	7.4
	대학교 졸	339	53.1	16.8	11.8	12.4	5.9
	대학원 이상	43	69.8	4.7	16.3	4.7	4.7
활동 기간	5년 미만	122	46.7	12.3	17.2	15.6	8.2
	5-10년 미만	131	47.3	18.3	18.3	8.4	7.6
	10-15년 미만	121	56.2	17.4	6.6	12.4	7.4
	15-20년 미만	76	56.6	14.5	14.5	10.5	3.9
	20년 이상	54	61.1	9.3	16.7	13.0	0.0
활동 장르	드라마	64	71.9	4.7	9.4	7.8	6.3
	교양/다큐/보도	272	51.8	18.4	13.6	11.4	4.8
	연예/오락	93	46.2	20.4	15.1	11.8	6.5
	애니메이션	10	60.0	10.0	10.0	10.0	10.0
	홍보/마케팅	38	39.5	5.3	23.7	18.4	13.2
	영화	16	50.0	0.0	31.3	12.5	6.3
	기타	11	36.4	9.1	9.1	27.3	18.2
활동 지역	서울/경기/인천	453	53.2	15.7	14.1	10.6	6.4
	수도권 이외	51	43.1	9.8	17.6	23.5	5.9

8) 향후 업무수행에 필요한 기술이나 지식 관련 교육 수강 의향

향후 업무수행에 필요한 기술이나 지식 관련 교육을 하면 수강의향이 있다는 응답은 89.5%(반드시 수강하겠다 33.1% + 가급적 수강하겠다 56.3%), 수강의향이 없다는 10.5%(별로 수강할 의향이 없다 7.7% + 전혀 수강할 의향이 없다 2.8%)로 전체 응답자 10명 중 대다수인 9명(89.5%) 정도는 향후 업무수행에 필요한 기술이나 지식 관련 교육에 대해 수강 의향이 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-8] 향후 업무수행에 필요한 기술이나 지식 관련 교육 수강 의향



향후 업무수행에 필요한 기술이나 지식 관련 교육을 하면 수강의향이 있다는 응답은 촬영/편집 스태프(92.0%)와 연기자(90.7%), 활동기간 5년 미만(92.6%), 홍보/마케팅(94.7%)과 교양/다큐멘터리/보도(91.5%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 특히 반드시 수강하겠다는 응답은 음향/조명(50.0%)과 촬영/편집(45.5%) 스태프, 활동기간 20년 이상(46.3%), 홍보/마케팅(44.7%)과 영화(43.8%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다. 반면, 수강 의향이 없다는 응답은 활동기간 5년~10년 미만(16.8%), 드라마(15.6%)와 영화(18.8%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-12> 향후 업무수행에 필요한 기술이나 지식 관련 교육 수강 의향

(단위: 명, %)

구분		응답자수	만드시 수강 하겠다	가급적 수강 하겠다	별로 수강할 의향이 없다	전혀 수강할 의향이 없다	수강의향 있음	수강의향 없음
전체		504	33.1	56.3	7.7	2.8	89.5	10.5
해당 직무	PD/연출	192	32.8	54.7	8.3	4.2	87.5	12.5
	작가	145	24.1	65.5	9.7	0.7	89.7	10.3
	촬영/편집	88	45.5	46.6	4.5	3.4	92.0	8.0
	음향/조명 등	22	50.0	40.9	9.1	0.0	90.9	9.1
	연기자	43	34.9	55.8	4.7	4.7	90.7	9.3
	기타 복수 직무	14	21.4	71.4	7.1	0.0	92.9	7.1
성별	남성	320	36.9	53.1	6.6	3.4	90.0	10.0
	여성	184	26.6	62.0	9.8	1.6	88.6	11.4
연령	20대	86	29.1	62.8	7.0	1.2	91.9	8.1
	30대	227	28.2	60.4	7.9	3.5	88.5	11.5
	40대	154	40.9	48.7	7.8	2.6	89.6	10.4
	50대 이상	37	40.5	48.6	8.1	2.7	89.2	10.8
결혼 여부	기혼	221	40.3	51.1	5.9	2.7	91.4	8.6
	미혼	283	27.6	60.4	9.2	2.8	88.0	12.0
최종 학력	고졸 이하	41	24.4	65.9	9.8	0.0	90.2	9.8
	전문대 졸	81	37.0	49.4	7.4	6.2	86.4	13.6
	대학교 졸	339	31.6	58.1	8.0	2.4	89.7	10.3
	대학원 이상	43	46.5	46.5	4.7	2.3	93.0	7.0
활동 기간	5년 미만	122	31.1	61.5	6.6	0.8	92.6	7.4
	5-10년 미만	131	31.3	51.9	12.2	4.6	83.2	16.8
	10-15년 미만	121	32.2	58.7	7.4	1.7	90.9	9.1
	15-20년 미만	76	31.6	59.2	5.3	3.9	90.8	9.2
	20년 이상	54	46.3	46.3	3.7	3.7	92.6	7.4
활동 장르	드라마	64	40.6	43.8	12.5	3.1	84.4	15.6
	교양/다큐/보도	272	33.5	58.1	6.3	2.2	91.5	8.5
	연예/오락	93	24.7	61.3	10.8	3.2	86.0	14.0
	애니메이션	10	20.0	70.0	10.0	0.0	90.0	10.0
	홍보/마케팅	38	44.7	50.0	0.0	5.3	94.7	5.3
	영화	16	43.8	37.5	18.8	0.0	81.3	18.8
	기타	11	9.1	81.8	0.0	9.1	90.9	9.1
활동 지역	서울/경기/인천	453	32.7	56.7	8.2	2.4	89.4	10.6
	수도권 이외	51	37.3	52.9	3.9	5.9	90.2	9.8

9) 2016년에 참여하고 싶은 교육과정 (배우고 싶은 지식이나 기술)

2016년도에 참여하고 싶은 교육과정이나 배우고 싶은 지식/기술이 무엇인지에 대해 직 무별로 살펴본 결과는 다음과 같다.

PD/연출(n=121)에서는 연출과 영상구성에 대한 교육이라는 응답이 25.6%(31명)로 가장 높았고, 그 다음으로 해외 신기술과 뉴미디어 관련 교육(19.0%, 23명), 파이널 컷/애프터이펙트 등 편집기술(17.4%, 21명) 교육, 드론/수중촬영/VR 등 특수촬영기술교육(11.6%, 14명), 4K(UHD)에 대한 교육(9.9%, 12명), 사회적 지식과 기본소양교육(6.6%, 8명), 색보정에 관한 교육(3.3%, 4명) 등의 순으로 나타났다(기타 6.6%, 8명).

작가(n=104)에서는 해외프로그램 제작 및 구성방식, 뉴미디어 교육이라는 응답이 26.0%(27명)로 가장 높았으며, 그 다음으로 인문학/심리학/역사 등 창작에 필요한 소양교육(24.0%, 25명), 스토리텔링 교육(17.3%, 18명), 방송기획 및 구성 교육(14.4%, 15명), 다큐멘터리 구성과 이해 교육(6.7%, 7명), 외국어교육(3.8%, 4명) 등의 순을 보였다(기타 7.7%, 8명).

촬영/편집 스태프(n=54)에서는 영상촬영 및 편집기술 교육이라는 응답이 25.9%(14명)로 가장 높았고, 그 다음으로 촬영 실무기술 교육(18.5%, 10명), 특수촬영(드론, VR 등) 교육(16.7%, 9명), 색보정 기술에 대한 교육(13.0%, 7명), 조명기술 및 구도 교육(9.3%, 5명), 기본 소양 교육(7.4%, 4명) 등의 순을 보였다(기타 9.3%, 5명).

한편, 음향/조명 스태프(n=8)에서는 음향관련 동시녹음, 믹싱 등 기술교육(3명), 조명기술 및 구도교육(2명), 실무기술교육(2명), 전반 방송 연출 교육(1명) 등의 순을 보였으며, 연기자(n=14)에서는 기본적인 발성과 발성연기 교육(6명), 다양한 진로진출에 대한 교육(4명), 연기에 대한 심화교육(3명), 연기자 생활에 필요한 기본교육(1명) 등의 순을 보였고, 기타 복수 직무에서는 실무 관련 촬영 및 편집 교육(3명), UHD/DI에 대한 교육(3명), 영상광고인들을 위한 노동법/저작권법 등 교육(1명), 가상현실 관련 영상 교육(1명) 등의 순으로 나타났다(기타 2명).

전반적으로 PD/연출과 작가에서는 연출 및 구성 등 방송기획과 구성에 대한 교육 수요가 상대적으로 높은 반면, 촬영/편집/음향/조명 등 현장 스태프에서는 장비 활용 및 신기술 교육에 대한 교육수요가 상대적으로 높게 나타나, 방송영상 관련 교육수요(니즈)에 있어서

직무별로 다소 차이를 보였다.

<표 5-13> 참여하고 싶은 교육과정

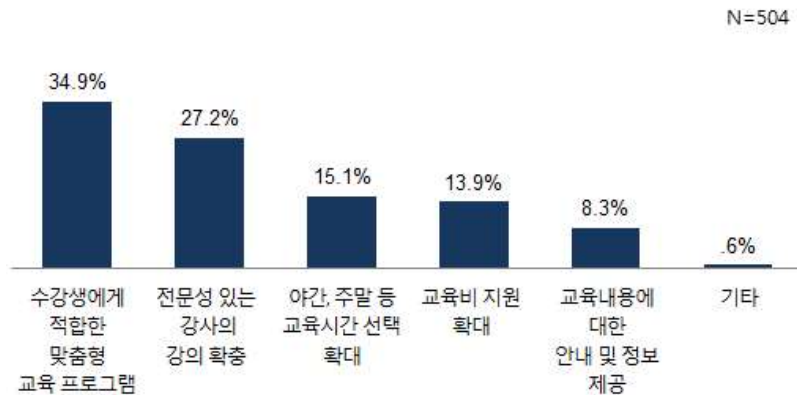
(단위: 명, %)

	항목	사례수	비율
PD/연출 (38.9%)	연출과 영상구성에 대한 교육.	31	25.6
	해외의 기술과 뉴미디어에 관련한 교육.	23	19.0
	편집기술(파이널 컷, 에프터이펙트) 교육.	21	17.4
	특수촬영(드론, 수중촬영, VR) 기술교육.	14	11.6
	4K(UHD)에 대한 교육.	12	9.9
	사회적 지식과 기본소양교육.	8	6.6
	색보정에 관한 교육.	4	3.3
	기타.	8	6.6
작가 (33.4%)	해외프로그램 제작 및 구성 방식, 뉴미디어 교육.	27	26.0
	인문학, 심리학, 역사 등 창작에 필요한 소양교육.	25	24.0
	스토리텔링 교육.	18	17.3
	방송 기획 및 구성 교육.	15	14.4
	다큐멘터리 구성과 이해 교육.	7	6.7
	외국어 교육.	4	3.8
	기타.	8	7.7
촬영/편집 (17.4%)	영상촬영 및 편집 기술 교육.	14	25.9
	촬영 실무기술에 관한 교육.	10	18.5
	특수촬영(드론, VR 등) 교육.	9	16.7
	DI, 색보정 기술에 대한 교육.	7	13.0
	조명 기술 및 구도 교육.	5	9.3
	기본 소양 교육.	4	7.4
	기타.	5	9.3
음향/ 조명 등 (2.6%)	음향관련 동시녹음, 믹싱 등 기술교육.	3	37.5
	조명 기술 및 구도 교육.	2	25.0
	촬영 실무기술에 관한 교육	2	25.0
	전반적인 방송 연출 교육.	1	12.5
연기자 (4.5%)	기본적 발성과 발성연기 교육.	6	42.9
	다양한 진로진출에 관한 교육.	4	28.6
	연기에 대한 심화 교육.	3	21.4
	생활에 필요한 교육.	1	7.1
기타 복수 직무 (3.2%)	실무에 관련된 촬영 및 편집 교육.	3	30.0
	UHD, DI에 대한 교육.	3	30.0
	영상 광고인들을 위한 노동법, 저작권법 등 교육.	1	10.0
	VR실무교육 및 가상현실 관련 영상 교육.	1	10.0
	기타.	2	20.0

10) 교육기관이 교육과정 운영 시 가장 중점을 두고 해야할 일

교육기관이 교육과정 운영 시 가장 중점을 두고 해야할 일로 수강생에게 적합한 맞춤형 교육 프로그램이라는 응답이 34.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 전문성 있는 강사의 강의 확충(27.2%), 야간, 주말 등 교육시간 선택 확대(15.1%), 교육비 지원 확대 (13.9%), 교육 내용에 대한 안내 및 정보 제공(8.3%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-9] 교육기관이 교육과정 운영 시 가장 중점을 두고 해야할 일



수강생에게 적합한 맞춤형 교육 프로그램이라는 응답은 연기자(51.2%), 음향/조명 스태프(45.5%), 활동기간이 길수록(5년 미만 30.3% → 20년 이상40.7%), 애니메이션(60.0%) 분야에서, 전문성 있는 강사의 강의 확충이라는 응답은 촬영/편집 스태프(39.8%), 활동기간 20년 이상(42.6%), 드라마(40.6%) 분야에서, 야간, 주말 등 교육시간 선택 확대라는 응답은 촬영/편집 스태프(25.0%), 활동기간 5년 미만(20.5%), 홍보/마케팅(21.1%) 분야에서, 교육비 지원 확대라는 응답은 기타 복수 직무자(28.6%), 활동기간 5년 미만(21.3%)에서, 교육 내용에 대한 안내 및 정보 제공이라는 응답은 연기자(18.6%), 애니메이션(20.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-14> 교육기관이 교육과정 운영 시 가장 중점을 두고 해야할 일

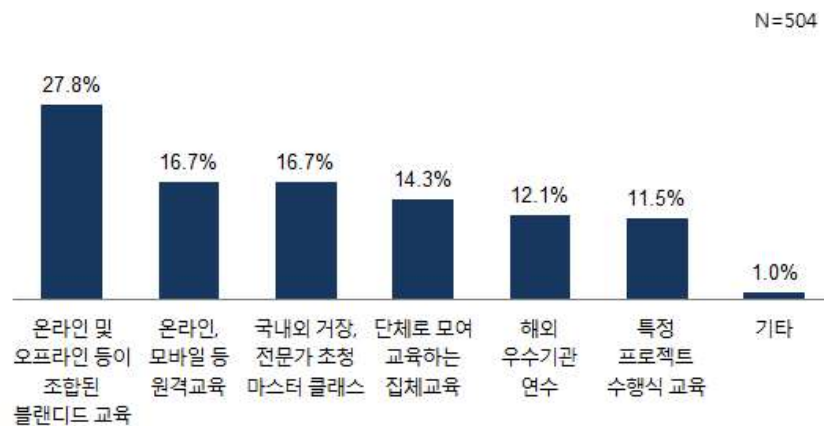
(단위: 명, %)

구분	응답자 수	수강생에게 적합한 맞춤형 교육 프로그램	전문성 있는 강사의 강의확충	야간, 주말 등 교육시간 선택 확대	교육비 지원 확대	교육 내용에 대한 안내 및 정보 제공	기타	
전체	504	34.9	27.2	15.1	13.9	8.3	0.6	
해당 직무	PD/연출	192	34.4	25.0	15.1	15.6	9.4	0.5
	작가	145	37.2	27.6	13.8	13.1	7.6	0.7
	촬영/편집	88	22.7	39.8	25.0	11.4	1.1	0.0
	음향/조명 등	22	45.5	22.7	4.5	13.6	13.6	0.0
	연기자	43	51.2	16.3	4.7	9.3	18.6	0.0
	기타 복수 직무	14	28.6	14.3	14.3	28.6	7.1	7.1
성별	남성	320	32.2	29.1	15.0	15.3	7.8	0.6
	여성	184	39.7	23.9	15.2	11.4	9.2	0.5
연령	20대	86	24.4	23.3	19.8	23.3	8.1	1.2
	30대	227	36.6	22.5	16.3	12.8	11.0	0.9
	40대	154	37.7	34.4	11.0	10.4	6.5	0.0
	50대 이상	37	37.8	35.1	13.5	13.5	0.0	0.0
결혼 여부	기혼	221	35.7	32.1	10.4	14.5	7.2	0.0
	미혼	283	34.3	23.3	18.7	13.4	9.2	1.1
최종 학력	고졸 이하	41	31.7	24.4	17.1	24.4	2.4	0.0
	전문대 졸	81	28.4	25.9	18.5	18.5	8.6	0.0
	대학교 졸	339	37.5	25.1	14.7	12.4	9.4	0.9
활동 기간	대학원 이상	43	30.2	48.8	9.3	7.0	4.7	0.0
	5년 미만	122	30.3	23.0	20.5	21.3	4.1	0.8
	5-10년 미만	131	32.8	22.9	17.6	15.3	10.7	0.8
	10-15년 미만	121	37.2	27.3	13.2	9.9	11.6	0.8
	15-20년 미만	76	38.2	30.3	10.5	11.8	9.2	0.0
활동 장르	20년 이상	54	40.7	42.6	7.4	5.6	3.7	0.0
	드라마	64	31.3	40.6	10.9	6.3	10.9	0.0
	교양/다큐/보도	272	37.9	25.4	16.5	13.2	7.0	0.0
	연예/오락	93	26.9	25.8	15.1	17.2	12.9	2.2
	애니메이션	10	60.0	10.0	0.0	10.0	20.0	0.0
	홍보/마케팅	38	28.9	31.6	21.1	18.4	0.0	0.0
	영화	16	37.5	25.0	12.5	18.8	6.3	0.0
기타	11	45.5	9.1	0.0	27.3	9.1	9.1	
활동 지역	서울/경기/인천	453	36.2	26.0	14.8	13.7	8.8	0.4
	수도권 이외	51	23.5	37.3	17.6	15.7	3.9	2.0

11) 2016년 교육훈련 참여 시 희망하는 교육방법

2016년 교육훈련 참여 시 희망하는 교육방법으로 온라인 및 오프라인 등이 조합된 블렌디드 교육이라는 응답이 27.8%로 가장 높았으며, 그 다음으로 온라인, 모바일 등 원격교육, 국내외 거장, 전문가 초청 마스터 클래스(각 16.7%), 단체로 모여 교육하는 집체교육(14.3%), 해외 우수기관 연수(12.1%), 특정 프로젝트 수행식 교육(11.5%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-10] 2016년 교육훈련 참여 시 희망하는 교육방법



온라인 및 오프라인 등이 조합된 블렌디드 교육이라는 응답은 PD/연출 (30.7%), 활동기간 10년~15년 미만(31.4%), 교양/다큐멘터리/보도(31.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 온라인/모바일 등 원격교육이라는 응답은 음향/조명 스테프(31.8%), 활동기간 5년 미만(18.9%), 연예/오락(23.7%) 분야에서, 국내외 거장/전문가 초청 마스터 클래스라는 응답은 연기자(30.2%), 활동기간 5년~10년 미만(22.9%)에서, 단체 집체교육이라는 응답은 음향/조명 스테프(31.8%), 활동기간 5년 미만(18.0%), 드라마(23.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-15> 2016년 교육훈련 참여 시 희망하는 교육방법

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	온라인 및 오프라인 등이 조합된 블렌디드 교육	온라인, 모바일 등 원격 교육	국내외 거장, 전문가 초청 마스터 클래스	단체로 모여 교육하는 집체 교육	해외 우수 기관 연수	특정 프로젝트 수행식 교육	기타	
전체	504	27.8	16.7	16.7	14.3	12.1	11.5	1.0	
해당 직무	PD/연출	192	30.7	18.2	14.1	13.5	10.4	10.4	2.6
	작가	145	24.8	14.5	19.3	10.3	21.4	9.7	0.0
	촬영/편집	88	27.3	15.9	15.9	15.9	8.0	17.0	0.0
	음향/조명 등	22	27.3	31.8	0.0	31.8	9.1	0.0	0.0
	연기자	43	23.3	7.0	30.2	16.3	2.3	20.9	0.0
기타 복수 직무	14	35.7	28.6	14.3	21.4	0.0	0.0	0.0	
성별	남성	320	28.1	16.6	17.5	14.4	10.0	12.2	1.3
	여성	184	27.2	16.8	15.2	14.1	15.8	10.3	0.5
연령	20대	86	24.4	20.9	17.4	20.9	7.0	9.3	0.0
	30대	227	28.6	16.7	18.5	14.1	10.1	9.7	2.2
	40대	154	31.2	14.3	13.6	10.4	16.9	13.6	0.0
	50대 이상	37	16.2	16.2	16.2	16.2	16.2	18.9	0.0
결혼 여부	기혼	221	30.3	17.2	14.0	11.3	14.5	12.7	0.0
	미혼	283	25.8	16.3	18.7	16.6	10.2	10.6	1.8
최종 학력	고졸 이하	41	17.1	17.1	24.4	19.5	14.6	7.3	0.0
	전문대 졸	81	28.4	16.0	16.0	13.6	14.8	7.4	3.7
	대학교 졸	339	28.9	17.4	16.2	14.2	10.9	11.8	0.6
대학원 이상	43	27.9	11.6	14.0	11.6	14.0	20.9	0.0	
활동 기간	5년 미만	122	27.0	18.9	15.6	18.0	7.4	12.3	0.8
	5-10년 미만	131	26.0	17.6	22.9	15.3	9.9	6.9	1.5
	10-15년 미만	121	31.4	13.2	14.9	14.9	12.4	12.4	0.8
	15-20년 미만	76	28.9	18.4	14.5	5.3	17.1	14.5	1.3
20년 이상	54	24.1	14.8	11.1	14.8	20.4	14.8	0.0	
활동 장르	드라마	64	23.4	6.3	25.0	23.4	9.4	12.5	0.0
	교양/다큐/보도	272	31.3	16.9	14.7	13.2	12.1	10.7	1.1
	연예/오락	93	19.4	23.7	15.1	11.8	17.2	11.8	1.1
	애니메이션	10	30.0	20.0	20.0	10.0	10.0	10.0	0.0
	홍보/마케팅	38	28.9	18.4	18.4	10.5	7.9	15.8	0.0
	영화	16	37.5	6.3	31.3	12.5	6.3	6.3	0.0
기타	11	18.2	18.2	0.0	27.3	9.1	18.2	9.1	
활동 지역	서울/경기/인천	453	27.8	15.7	17.2	14.3	12.6	11.5	0.9
	수도권 이외	51	27.5	25.5	11.8	13.7	7.8	11.8	2.0

12) 프리랜서 방송영상인력 교육 및 경력개발 관련 건의사항

프리랜서 방송영상인력 교육 및 경력개발 관련 건의사항(n=143)으로 프리랜서 방송영상 인력의 처우개선이 시급하다는 응답이 15.4%(22명)로 가장 높았으며, 그 다음으로 실무 연계를 통한 교육 진행(10.5%, 15명), 교육시간의 배치 다양화(7.7%, 11명) 등의 순으로 나타났다. 세부적인 응답 내용은 아래의 <표 5-16>과 같다.

<표 5-16> 프리랜서 방송영상인력 교육 및 경력개발 관련 건의사항

(단위: 명, %)

항목	사례수	비율
교육시행 이전에 다방면에서 프리랜서의 처우개선이 시급하다.	22	15.4
실질적으로 업무에 도움이 되는 실무연계교육을 진행해야 한다.	15	10.5
교육 시간이 부족하여 교육 시간을 다양하게 배치할 필요가 있다.	11	7.7
저작권 및 수익보장 관련 법적시스템에 대한 교육이 필요하다.	10	7.0
해외트렌드 분석 및 해외시장 진출을 위한 교육이 필요하다.	9	6.3
교육 및 세미나일정을 확대해야 한다.	7	4.9
교육에 대한 정부의 재정적 지원이 시급하다.	6	4.2
교육생들의 특성에 따라 소규모 맞춤형 강의를 진행해야 한다.	6	4.2
지속적으로 상시 교육이 이루어져야 한다.	6	4.2
각 분야에 맞는 전문적인 교육이 이루어져야 한다.	6	4.2
교육시 교육에 대한 사전안내를 활발히 할 필요가 있다.	5	3.5
해외 연수 기회를 확대해야 한다.	5	3.5
다양한 분야에서 교육을 진행해야 한다.	5	3.5
지방의 교육기회를 확대해야 한다.	3	2.1
장비를 실제적으로 다루어 볼 수 있는 실습 중심의 교육이 필요하다.	3	2.1
연차 어린 작가들의 교육 기회를 확대해야 한다.	3	2.1
교육도 경력에 포함시킬 수 있도록 해야 한다.	3	2.1
온라인 강의를 활성화 할 필요가 있다.	3	2.1
기술 교육에 앞서 개인의 인성 교육이 필요하다.	2	1.4
대학에서 관련 분야에 대한 교육 기회를 확대해야 한다.	2	1.4
관련 분야의 선배님들의 노하우 전달 강의를 필요하다	2	1.4
교육 장소를 확대해야 한다.	2	1.4
자체 양성 프로그램이 필요하다.	1	0.7
방송영상 입문 단계의 사람들을 위한 교육이 시급하다.	1	0.7
글로벌 시대에 맞는 외국어 교육이 필요하다.	1	0.7
업체별로 알맞은 교육커리큘럼을 짜서 단체로 계약할 필요가 있다.	1	0.7
고연차PD에 대한 배려가 필요하다.	1	0.7
교육이수와 연계된 프로그램에 참여할 수 있도록 해야 한다.	1	0.7
인문학적 강의를 할 필요가 있다.	1	0.7
합계	143	100.0

2. 대상별 교육훈련 방향 설정 시 고려사항

1) 교육훈련 대상 선정

효과적으로 교육훈련을 진행하기 위해서는 교육대상의 유형을 분류하고 유형별 맞춤형 교육훈련을 제공하는 것이 필요하다. 교육대상은 인구학적 특성 및 개인의 직무 및 직위, 종사 분야 등에 따라 다양하게 유형을 구분할 수 있으나 본 연구에서 진행한 프리랜서 방송영상인력 교육실태 조사 결과는 교육훈련 대상은 또 다른 방식으로 접근 가능하도록 정보를 제공하고 있다.

본 조사에서 제공하는 교육훈련 대상의 추가적인 분류방법은 크게 2가지로 구분되는데 하나는 교육훈련의 경험 유무에 의해서, 또 하나는 교육훈련 참여 의지에 따라서이다. 교육훈련 경험 유무에 따라 교육훈련 참여 의지가 달라질 수 있으나 우선 여기서는 통계적인 유의성 보다는 이들 두 집단의 교육훈련 참여시 애로 및 고려사항을 비교함으로써 시사점을 도출한다.

우선 대상별 교육훈련 참여시 애로사항을 보면 교육훈련 유경험 집단과 교육훈련 참여 의지가 높은 집단이 비슷한 경향을 보인다. 이들은 상대적으로 교육훈련에 대한 접근성이 강하다. 교육훈련 유경험 집단과 교육훈련 참여 의지가 높은 집단은 상대적으로 필요 교육기관 및 과정의 부재, 교육일정 부재를 핵심 애로사항으로 지적하였다. 반면 그렇지 않은 대상들은 상대적으로 교육받을 시간 부족과 교육정보 부족이 크게 나타났다. 또한 이들 집단은 교육훈련 효과성이 떨어진다는 인식이 상대적으로 크게 나타나 교육훈련에 대한 심리적 진입장벽이 존재한다는 것을 확인할 수 있다. 결국 교육훈련에 대한 접근성이 강한 집단은 보다 다양한 교육과정 및 교육일정을 제공해야 하며, 교육훈련 접근성을 높여야 할 것이다.

<표 5-17> 대상별 교육훈련 참여시 애로사항

(단위: %, 개)

애로사항	교육훈련 경험		교육훈련 참여 의지		전체
	없음	있음	낮음	높음	
필요 교육기관 및 과정이 부재	22.96	31.18	20.77	36.53	25.99
야간 및 주말 교육일정 부재	7.86	9.14	6.53	11.98	8.33
교육비용 부담	9.43	10.75	9.79	10.18	9.92
교육받을 시간 부족	37.11	30.11	37.98	27.54	34.52
교육효과 부족	9.43	6.99	9.50	6.59	8.53
교육장소 물리적 거리	2.20	2.69	1.48	4.19	2.38
교육정보 부족	10.38	8.06	12.76	2.99	9.52
기타	0.63	1.08	1.19	0.00	0.79
표본 수	318	186	337	167	504

주) 교육훈련 경험여부는 최근 2~3년 동안 사내 교육을 포함하여 공공기관이나 기업, 협회, 단체 등에서 업무상 교육을 받은 적이 있는 경우를 말함. 교육훈련 참여의지는 향후 필요한 기술 및 지식관련 교육이 있으면 반드시 수강하겠다고 응답한 비율을 의미함

자료: 프리랜서 방송영상인력 교육실태 분석 원자료

대상별 교육훈련 참여시 고려사항은 애로사항과 달리 교육훈련 유경험 집단과 교육훈련 참여 의지가 높은 집단이 상이하게 나타났다. 교육훈련 유경험자는 상대적으로 지리적 편의성, 강사 및 교육내용을 많이 고려하는 것을 볼 수 있다. 반면 교육훈련 참여 의지가 높은 대상은 교육기관의 전문성을 많이 고려하는 것을 확인할 수 있다. 결국 교육훈련 경험이 있는 집단은 내부적인 교육여건에 대한 것을 개선하는 것이 중요한 반면 교육훈련의 참여 의지가 높은 집단은 물리적인 여건보다는 교육훈련에 대한 효과성에 대한 것이 상대적으로 중요하게 나타난다.

<표 5-18> 대상별 교육훈련 참여시 고려사항

(단위: %, 개)

고려사항	교육훈련 경험		교육훈련 참여 의지		전체
	없음	있음	낮음	높음	
거리 등 지역적 편의성	11.01	13.44	12.76	10.18	11.90
교육기관의 전문성	15.41	12.90	13.06	17.37	14.48
강사 및 교육내용	47.80	59.68	51.63	53.29	52.18
교육비용	7.23	4.84	6.23	6.59	6.35
교육시간의 편의성	18.55	9.14	16.32	12.57	15.08
표본수	318	186	337	167	504

주) 교육훈련 경험여부는 최근 2~3년 동안 사내 교육을 포함하여 공공기관이나 기업, 협회, 단체 등에서 업무상 교육을 받은 적이 있는 경우를 말함. 교육훈련 참여의지는 향후 필요한 기술 및 지식관련 교육이 있으면 반드시 수강하겠다고 응답한 비율을 의미함

자료: 프리랜서 방송영상인력 교육실태 분석 원자료

대상별 교육과정에 대한 핵심 요구사항은 맞춤형 교육프로그램 구축이 가장 높게 나타났으며, 특히 교육훈련 유경험 집단과 교육훈련 참여의지가 높은 집단 모두 전문강사 강의 확충이 상대적으로 높게 나타났다. 반면 교육훈련 무경험 집단은 교육시간 선택 폭 확대가 교육훈련 참여의지가 낮은 집단은 교육정보 제공이 상대적으로 크게 나타났다. 이상의 결과를 볼 때 교육훈련 유경험 집단 및 교육훈련 참여의지가 높은 집단은 교육훈련의 질을 제고가, 그렇지 않은 집단은 교육훈련의 접근성을 높이는 것을 상대적으로 중요하다.

〈표 5-19〉 대상별 교육과정에 대한 핵심 요구사항

(단위: %, 개)

요구사항	교육훈련 경험		교육훈련 참여 의지		전체
	없음	있음	낮음	높음	
전문강사 강의 확충	25.47	30.11	24.93	31.74	27.18
맞춤형 교육프로그램 구축	34.59	35.48	34.42	35.93	34.92
교육비 지원	13.52	14.52	15.73	10.18	13.89
교육시간 선택 폭 확대	17.61	10.75	14.84	15.57	15.08
교육정보 제공	8.49	8.06	9.50	5.99	8.33
기타	0.31	1.08	0.59	0.60	0.60
표본수	318	186	337	167	504

주) 교육훈련 경험여부는 최근 2~3년 동안 사내 교육을 포함하여 공공기관이나 기업, 협회, 단체 등에서 업무상 교육을 받은 적이 있는 경우를 말함. 교육훈련 참여의지는 향후 필요한 기술 및 지식관련 교육이 있으면 반드시 수강하겠다고 응답한 비율을 의미함
 자료: 프리랜서 방송영상인력 교육실태 분석 원자료

대상별 희망교육방법은 집체교육과 원격교육을 동시에 진행하는 블랜디드 교육을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 특히 교육훈련 유경험 집단은 상대적으로 집체교육과 해외 우수기관 연수를, 교육훈련 참여의지가 높은 집단은 특정 프로젝트 수행식을 상대적으로 선호하는 것으로 나타났다. 반면 교육훈련 무경험 집단과 교육훈련 참여의지가 낮은 집단은 원격교육과 전문가 초청 마스터 클래스를 상대적으로 선호하는 것으로 나타났다. 이상의 결과를 볼 때 교육훈련 유경험 집단 및 교육훈련 참여의지가 높은 집단은 직접적인 경험을 할 수 있는 교육훈련을, 그렇지 않은 집단은 교육훈련 참여가 용이한 교육을 제공해야 한다.

<표 5-20> 대상별 희망교육 방법

(단위: %, 개)

교육방법	교육훈련 경험		교육훈련 참여 의지		전체
	없음	있음	낮음	높음	
집체교육	12.89	16.67	14.54	13.77	14.29
원격교육	18.24	13.98	16.91	16.17	16.67
블랜드드 교육(집체+원격)	29.25	25.27	26.71	29.94	27.78
전문가 초청 마스터 클래스	17.92	14.52	18.10	13.77	16.67
해외 우수기관 연수	9.75	16.13	12.46	11.38	12.10
특정프로젝트수행식	11.01	12.37	10.09	14.37	11.51
기타	0.94	1.08	1.19	0.60	0.99
표본수	318	186	337	167	504

주) 교육훈련 경험여부는 최근 2~3년 동안 사내 교육을 포함하여 공공기관이나 기업, 협회, 단체 등에서 업무상 교육을 받은 적이 있는 경우를 말함. 교육훈련 참여의지는 향후 필요한 기술 및 지식관련 교육이 있으면 반드시 수강하겠다고 응답한 비율을 의미함

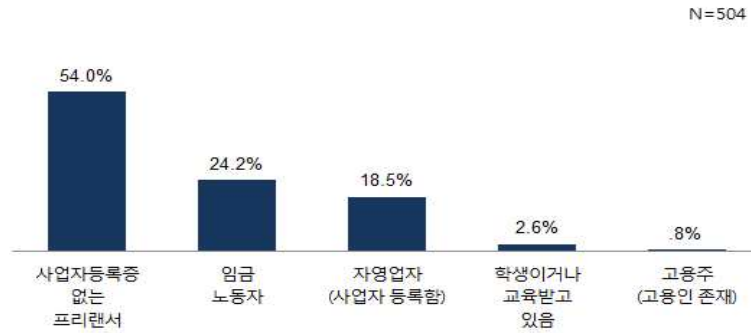
자료: 프리랜서 방송영상인력 교육실태 분석 원자료

3. 고용 및 근로환경

1) 종사상의 지위

본 실태조사 참여자 중 종사상의 지위에 있어서 사업자 등록증 없는 프리랜서라는 응답이 54.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 임금 노동자(24.2%), 자영업자(사업자 등록증 有)(18.5%), 학생이거나 교육받고 있음(2.6%), 고용주(고용인 존재)(0.8%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-11] 종사상의 지위



종사상의 지위에 있어 사업자등록증 없는 프리랜서라는 응답은 작가(85.5%), 활동기간 10년~15년 미만(65.3%), 연예/오락(64.5%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 임금노동자라는 응답은 음향/조명 스태프(50.0%), 활동기간 5년 미만(33.6%), 애니메이션(50.0%)과 홍보/마케팅(31.6%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 자영업자(사업자등록 有)라는 응답은 촬영/편집 스태프(33.0%)와 기타 복수 직무자(35.7%), 활동기간 15년~20년 미만(30.3%)과 20년 이상(29.6%), 애니메이션(30.0%)과 홍보/마케팅(36.8%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-21> 종사상의 지위

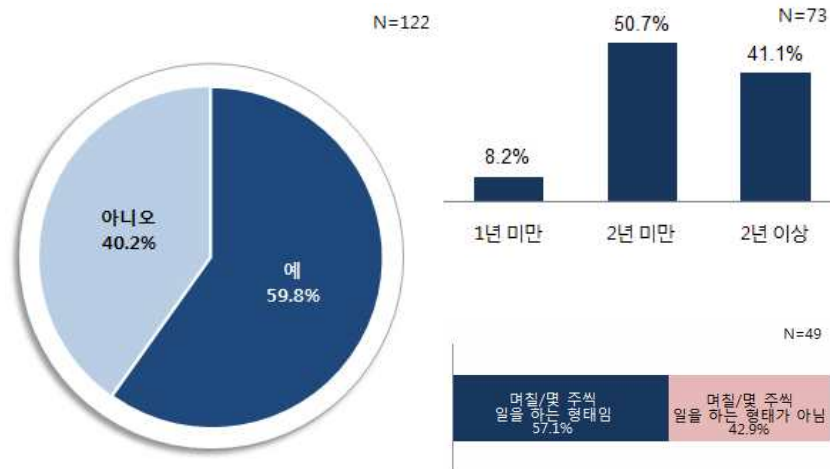
(단위: 명, %)

구분	응답자 수	임금노동자	자영업자 (사업자 등록 함)	사업자 등록증 없는 프리랜서	고용주 (고용인 존재)	학생이거나 교육받고 있음	
전체	504	24.2	18.5	54.0	0.8	2.6	
해당 직무	PD/연출	192	28.1	20.3	47.4	1.0	3.1
	작가	145	4.8	9.7	85.5	0.0	0.0
	촬영/편집	88	34.1	33.0	26.1	2.3	4.5
	음향/조명 등	22	50.0	0.0	36.4	0.0	13.6
	연기자	43	32.6	14.0	53.5	0.0	0.0
	기타 복수 직무	14	42.9	35.7	21.4	0.0	0.0
성별	남성	320	32.5	22.5	40.6	1.3	3.1
	여성	184	9.8	11.4	77.2	0.0	1.6
연령	20대	86	30.2	4.7	57.0	1.2	7.0
	30대	227	26.0	15.9	55.1	0.4	2.6
	40대	154	20.1	27.3	50.6	1.3	0.6
	50대 이상	37	16.2	29.7	54.1	0.0	0.0
결혼 여부	기혼	221	26.2	24.9	46.6	1.4	0.9
	미혼	283	22.6	13.4	59.7	0.4	3.9
최종 학력	고졸 이하	41	29.3	17.1	48.8	0.0	4.9
	전문대 졸	81	22.2	19.8	51.9	0.0	6.2
	대학교 졸	339	23.9	17.4	56.0	1.2	1.5
	대학원 이상	43	25.6	25.6	46.5	0.0	2.3
활동 기간	5년 미만	122	33.6	13.1	45.1	1.6	6.6
	5-10년 미만	131	27.5	13.7	57.3	0.0	1.5
	10-15년 미만	121	15.7	16.5	65.3	0.0	2.5
	15-20년 미만	76	26.3	30.3	42.1	1.3	0.0
	20년 이상	54	11.1	29.6	57.4	1.9	0.0
활동 장르	드라마	64	20.3	20.3	57.8	1.6	0.0
	교양/다큐/보도	272	22.4	20.6	54.0	0.4	2.6
	연예/오락	93	26.9	5.4	64.5	1.1	2.2
	애니메이션	10	50.0	30.0	20.0	0.0	0.0
	홍보/마케팅	38	31.6	36.8	28.9	0.0	2.6
	영화	16	31.3	6.3	43.8	6.3	12.5
	기타	11	9.1	9.1	72.7	0.0	9.1
활동 지역	서울/경기/인천	453	24.1	16.3	56.7	0.7	2.2
	수도권 이외	51	25.5	37.3	29.4	2.0	5.9

2) 고용계약 작성 유무

본 실태조사 참여자 중 임금노동자(n=122)의 고용계약 작성 유무를 살펴보면 작성했다는 응답이 59.8%로 임금노동자 10명 중 6명 정도가 고용계약을 체결한 것으로 나타났고, 고용계약을 체결한 경우 고용계약 기간은 1년 이상이라는 응답이 91.8%(1년~2년 미만 50.7% + 2년 이상 41.1%)로 나타났다.

[그림 5-12] 고용계약 작성 유무



임금노동자(n=122) 중 고용계약을 체결했다는 응답은 촬영/편집(86.7%)과 음향/조명(72.7%) 스태프, 활동기간 15년~20년 미만(65.0%), 홍보/마케팅(83.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 고용계약 체결했다는 응답자(n=73) 중 고용계약 기간이 1년~2년 미만이라는 응답은 PD/연출(75.0%), 활동기간 5년 미만(65.4%), 연예/오락(75.0%)과 홍보/마케팅(60%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-22> 고용계약 작성 유무

(단위: 명, %)

구분		응답자수	예	아니오
전체		122	59.8	40.2
해당 직무	PD/연출	54	51.9	48.1
	작가	7	0.0	100.0
	촬영/편집	30	86.7	13.3
	음향/조명 등	11	72.7	27.3
	연기자	14	50.0	50.0
	기타 복수 직무	6	66.7	33.3
성별	남성	104	62.5	37.5
	여성	18	44.4	55.6
연령	20대	26	73.1	26.9
	30대	59	50.8	49.2
	40대	31	71.0	29.0
	50대 이상	6	33.3	66.7
	결혼 여부	기혼	58	62.1
	미혼	64	57.8	42.2
최종 학력	고졸 이하	12	66.7	33.3
	전문대 졸	18	72.2	27.8
	대학교 졸	81	51.9	48.1
	대학원 이상	11	90.9	9.1
활동 기간	5년 미만	41	63.4	36.6
	5-10년 미만	36	61.1	38.9
	10-15년 미만	19	52.6	47.4
	15-20년 미만	20	65.0	35.0
	20년 이상	6	33.3	66.7
활동 장르	드라마	13	61.5	38.5
	교양/다큐/보도	61	54.1	45.9
	연예/오락	25	48.0	52.0
	애니메이션	5	80.0	20.0
	홍보/마케팅	12	83.3	16.7
	영화	5	100.0	0.0
	기타	1	100.0	0.0
활동 지역	서울/경기/인천	109	58.7	41.3
	수도권 이외	13	69.2	30.8

<표 5-23> 고용계약기간

(단위: 명, %)

구분		응답자수	1년 미만	1-2년 미만	2년 이상	평균 기간
전체		73	8.2	50.7	41.1	2년7개월
해당 직무	PD/연출	28	0.0	75.0	25.0	2년8개월
	촬영/편집	26	15.4	38.5	46.2	3년1개월
	음향/조명 등	8	12.5	50.0	37.5	2년3개월
	연기자	7	14.3	0.0	85.7	1년8개월
	기타 복수 직무	4	0.0	50.0	50.0	1년5개월
성별	남성	65	7.7	50.8	41.5	2년9개월
	여성	8	12.5	50.0	37.5	1년4개월
연령	20대	19	10.5	47.4	42.1	1년5개월
	30대	30	3.3	66.7	30.0	2년4개월
	40대	22	9.1	31.8	59.1	4년3개월
	50대 이상	2	50.0	50.0	0.0	8개월
결혼 여부	기혼	36	8.3	47.2	44.4	3년8개월
	미혼	37	8.1	54.1	37.8	1년6개월
최종 학력	고졸 이하	8	12.5	37.5	50.0	1년6개월
	전문대 졸	13	7.7	46.2	46.2	2년8개월
	대학교 졸	42	7.1	59.5	33.3	2년2개월
	대학원 이상	10	10.0	30.0	60.0	5년4개월
활동 기간	5년 미만	26	3.8	65.4	30.8	2년1개월
	5-10년 미만	22	9.1	50.0	40.9	1년6개월
	10-15년 미만	10	20.0	30.0	50.0	3년1개월
	15-20년 미만	13	0.0	38.5	61.5	5년6개월
	20년 이상	2	50.0	50.0	0.0	8개월
활동 장르	드라마	8	25.0	25.0	50.0	1년4개월
	교양/다큐/보도	33	6.1	48.5	45.5	3년1개월
	연예/오락	12	8.3	75.0	16.7	1년2개월
	애니메이션	4	0.0	50.0	50.0	1년7개월
	홍보/마케팅	10	0.0	60.0	40.0	4년4개월
	영화	5	20.0	40.0	40.0	2년2개월
	기타	1	0.0	0.0	100.0	5년
활동 지역	서울/경기/인천	64	9.4	56.3	34.4	2년5개월
	수도권 이외	9	0.0	11.1	88.9	4년2개월

〈표 5-24〉 고용계약 체결하지 않은 경우 일간/주간 업무수행 여부

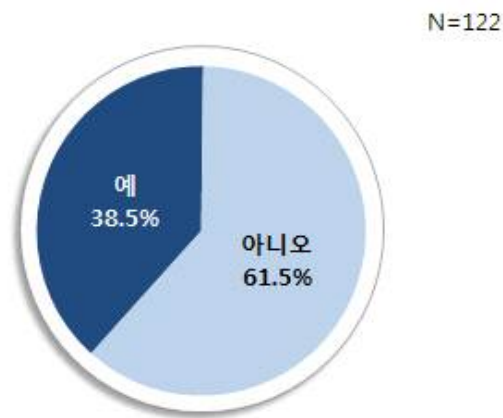
(단위: 명, %)

구분		응답자수	예	아니오
전체		49	57.1	42.9
해당 직무	PD/연출	26	53.8	46.2
	작가	7	85.7	14.3
	촬영/편집	4	0.0	100.0
	음향/조명 등	3	33.3	66.7
	연기자	7	71.4	28.6
	기타 복수 직무	2	100.0	0.0
성별	남성	39	59.0	41.0
	여성	10	50.0	50.0
연령	20대	7	42.9	57.1
	30대	29	58.6	41.4
	40대	9	55.6	44.4
	50대 이상	4	75.0	25.0
결혼 여부	기혼	22	59.1	40.9
	미혼	27	55.6	44.4
최종 학력	고졸 이하	4	100.0	0.0
	전문대 졸	5	0.0	100.0
	대학교 졸	39	59.0	41.0
	대학원 이상	1	100.0	0.0
활동 기간	5년 미만	15	40.0	60.0
	5-10년 미만	14	57.1	42.9
	10-15년 미만	9	77.8	22.2
	15-20년 미만	7	57.1	42.9
	20년 이상	4	75.0	25.0
활동 장르	드라마	5	80.0	20.0
	교양/다큐/보도	28	53.6	46.4
	연예/오락	13	69.2	30.8
	애니메이션	1	0.0	100.0
	홍보/마케팅	2	0.0	100.0
활동 지역	서울/경기/인천	45	57.8	42.2
	수도권 이외	4	50.0	50.0

3) 현 직장의 정년 보장 유무 (폐업 또는 구조조정이 없을 시)

본 실태조사 참여한 임금노동자(n=122) 중 회사가 폐업 또는 구조조정을 하지 않는 한 현 직장을 정년까지 안정적으로 다닐 수 있는지에 대해 현 직장에서 정년이 보장되지 않는다는 부정 응답이 61.5%, 보장된다는 긍정 응답이 38.5%로 나타나, 응답자 10명 중 6명 정도(61.5%)는 현 직장에서의 정년 보장에 대해 다소 회의적인 생각을 갖고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-13] 현 직장의 정년 보장 유무 (폐업 또는 구조조정이 없을 시)



현 직장에서 정년이 보장된다는 긍정 응답은 음향/조명(100%)과 촬영/편집(40.0%) 스태프, 활동기간 5년~10년 미만(50.0%), 애니메이션(60.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 반면, 정년이 보장되지 않는다는 부정 응답은 작가와 연기자(각 85.7%), 활동기간 20년 이상(83.3%), 드라마(84.6%)와 홍보/마케팅(66.7%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-25> 현 직장의 정년 보장 유무 (폐업 또는 구조조정이 없을 시)

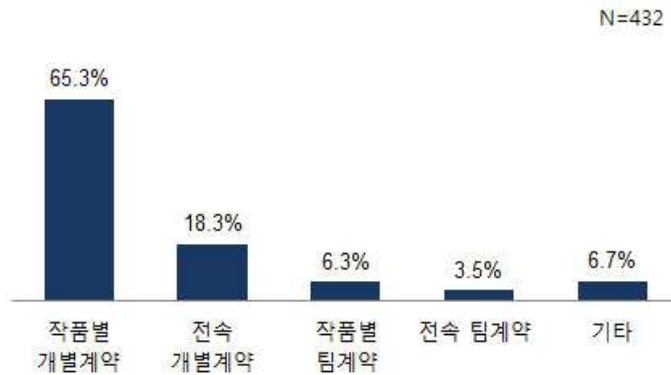
(단위: 명, %)

구분		응답자수	예	아니오
전체		122	38.5	61.5
해당 직무	PD/연출	54	37.0	63.0
	작가	7	14.3	85.7
	촬영/편집	30	40.0	60.0
	음향/조명 등	11	100.0	0.0
	연기자	14	14.3	85.7
	기타 복수 직무	6	16.7	83.3
성별	남성	104	38.5	61.5
	여성	18	38.9	61.1
연령	20대	26	42.3	57.7
	30대	59	35.6	64.4
	40대	31	45.2	54.8
	50대 이상	6	16.7	83.3
결혼 여부	기혼	58	43.1	56.9
	미혼	64	34.4	65.6
최종 학력	고졸 이하	12	58.3	41.7
	전문대 졸	18	61.1	38.9
	대학교 졸	81	28.4	71.6
	대학원 이상	11	54.5	45.5
활동 기간	5년 미만	41	34.1	65.9
	5-10년 미만	36	50.0	50.0
	10-15년 미만	19	31.6	68.4
	15-20년 미만	20	40.0	60.0
	20년 이상	6	16.7	83.3
활동 장르	드라마	13	15.4	84.6
	교양/다큐/보도	61	36.1	63.9
	연예/오락	25	48.0	52.0
	애니메이션	5	60.0	40.0
	홍보/마케팅	12	33.3	66.7
	영화	5	60.0	40.0
활동 지역	기타	1	100.0	0.0
	서울/경기/인천	109	35.8	64.2
	수도권 이외	13	61.5	38.5

4) 계약체결방식

프리랜서 방송영상인력(n=432)²⁹⁾의 계약체결 방식으로는 작품별 개별계약이라는 응답이 65.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 전속 개별계약(18.3%), 작품별 팀계약(6.3%), 전속 팀 계약(3.5%) 등의 순으로 나타났다(기타 6.7%).

[그림 5-14] 계약체결방식



작품별 개별계약이라는 응답은 연기자(94.3%), 활동기간 20년 이상(71.2%), 드라마(81.0%)와 영화(81.8%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 전속 개별계약이라는 응답은 음향/조명 스태프(61.5%), 활동기간 15년~20년 미만(25.0%), 연예/오락(26.5%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 작품별 팀계약이라는 응답은 촬영/편집 스태프(10.6%), 활동기간 20년 이상(9.6%)에서 상대적으로 높았으며, 전속 팀계약이라는 응답은 활동기간 5년~10년 미만(6.2%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

29) 응답자 본인이 프리랜서라는 총 504명 중 고용주(4명)와 교육생(13명) 및 고용계약 1년 이상인 상용직 임금노동자(55명) 등 72명을 제외한 임시직·일용직 등 비정규 형태의 프리랜서 방송영상인력을 말함

<표 5-26> 계약체결방식

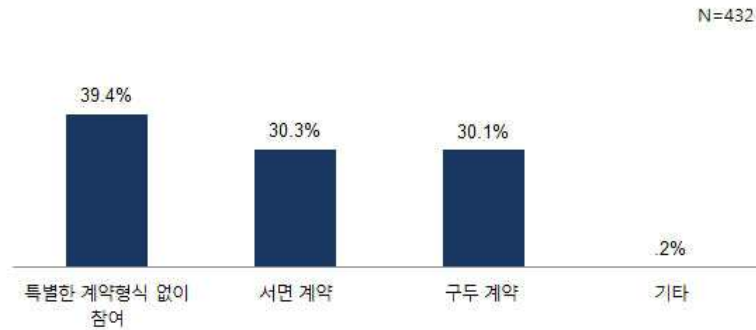
(단위: 명, %)

구분	응답자수	작품별 개별계약	전속 개별계약	작품별 팀계약	전속 팀계약	기타	
전체	432	65.3	18.3	6.3	3.5	6.7	
해당 직무	PD/연출	163	60.7	21.5	7.4	4.9	5.5
	작가	144	68.1	10.4	5.6	3.5	12.5
	촬영/편집	66	63.6	24.2	10.6	0.0	1.5
	음향/조명 등	13	38.5	61.5	0.0	0.0	0.0
	연기자	35	94.3	5.7	0.0	0.0	0.0
	기타 복수 직무	11	45.5	27.3	0.0	18.2	9.1
성별	남성	261	62.8	23.4	5.7	4.6	3.4
	여성	171	69.0	10.5	7.0	1.8	11.7
연령	20대	64	65.6	12.5	9.4	3.1	9.4
	30대	198	62.6	19.7	5.1	5.1	7.6
	40대	134	64.2	22.4	6.7	2.2	4.5
	50대 이상	36	83.3	5.6	5.6	0.0	5.6
결혼 여부	기혼	191	65.4	21.5	5.8	3.7	3.7
	미혼	241	65.1	15.8	6.6	3.3	9.1
최종 학력	고졸 이하	35	60.0	25.7	5.7	5.7	2.9
	전문대 졸	65	58.5	24.6	4.6	0.0	12.3
	대학교 졸	296	65.9	17.6	6.8	3.7	6.1
	대학원 이상	36	77.8	5.6	5.6	5.6	5.6
활동 기간	5년 미만	92	68.5	18.5	6.5	2.2	4.3
	5-10년 미만	113	64.6	14.2	6.2	6.2	8.8
	10-15년 미만	111	66.7	20.7	2.7	3.6	6.3
	15-20년 미만	64	54.7	25.0	9.4	1.6	9.4
	20년 이상	52	71.2	13.5	9.6	1.9	3.8
활동 장르	드라마	58	81.0	15.5	3.4	0.0	0.0
	교양/다큐/보도	235	63.8	15.7	7.7	3.8	8.9
	연예/오락	83	55.4	26.5	6.0	4.8	7.2
	애니메이션	6	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0
	홍보/마케팅	30	70.0	23.3	3.3	3.3	0.0
	영화	11	81.8	9.1	9.1	0.0	0.0
	기타	9	44.4	22.2	0.0	11.1	22.2
활동 지역	서울/경기/인천	395	65.3	18.0	6.6	3.8	6.3
	수도권 이외	37	64.9	21.6	2.7	0.0	10.8

5) 계약형태

프리랜서 방송영상인력의 계약 형태로는 특별한 계약형식 없이 참여한다는 응답이 39.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 서면 계약(30.3%), 구두 계약(30.1%) 등의 순으로 나타났다(기타 0.2%). 전체 응답자의 69.4%(특별한 계약없이 참여한다 39.4% + 구두계약 30.1%), 응답자 10명 중 7명 정도가 서면 계약이 아닌 불완전한 계약형태로 제작에 참여하고 있는 것으로 나타나, 정부 제정 표준계약서의 홍보와 적용에 대한 대책이 시급한 것으로 나타났다.

[그림 5-15] 계약형태



계약형태에 있어서 특별한 계약 형식 없이 참여한다는 응답은 촬영/편집 스태프(43.9%), 활동기간 5년 미만(43.5%), 연예/오락(50.6%) 분야에서 상대적으로 높았으며, 서면 계약이라는 응답은 음향/조명 스태프(69.2%), 활동기간 20년 이상(38.5%), 드라마(63.8%)와 영화(63.6%) 분야에서 상대적으로 높았고, 구두계약이라는 응답은 PD/연출(39.3%), 활동기간 15년~20년 미만(37.5%), 교양/다큐멘터리/보도(35.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-27> 계약형태

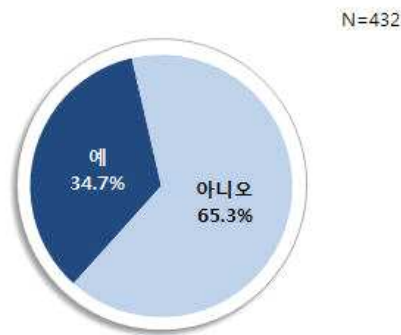
(단위: 명, %)

구분	응답자수	특별한 계약형식 없이 참여	서면 계약	구두계약	기타	
전체	432	39.4	30.3	30.1	0.2	
해당 직무	PD/연출	163	39.3	21.5	39.3	0.0
	작가	144	42.4	29.9	27.1	0.7
	촬영/편집	66	43.9	34.8	21.2	0.0
	음향/조명 등	13	7.7	69.2	23.1	0.0
	연기자	35	34.3	42.9	22.9	0.0
	기타 복수 직무	11	27.3	54.5	18.2	0.0
성별	남성	261	35.6	30.3	33.7	0.4
	여성	171	45.0	30.4	24.6	0.0
연령	20대	64	42.2	35.9	21.9	0.0
	30대	198	44.4	25.8	29.8	0.0
	40대	134	32.1	31.3	35.8	0.7
	50대 이상	36	33.3	41.7	25.0	0.0
결혼 여부	기혼	191	34.6	34.0	30.9	0.5
	미혼	241	43.2	27.4	29.5	0.0
최종 학력	고졸 이하	35	45.7	34.3	20.0	0.0
	전문대 졸	65	46.2	29.2	24.6	0.0
	대학교 졸	296	38.5	29.7	31.4	0.3
	대학원 이상	36	27.8	33.3	38.9	0.0
활동 기간	5년 미만	92	43.5	31.5	25.0	0.0
	5-10년 미만	113	37.2	31.0	31.9	0.0
	10-15년 미만	111	42.3	27.9	28.8	0.9
	15-20년 미만	64	37.5	25.0	37.5	0.0
	20년 이상	52	32.7	38.5	28.8	0.0
활동 장르	드라마	58	25.9	63.8	10.3	0.0
	교양/다큐/보도	235	40.4	24.3	35.3	0.0
	연예/오락	83	50.6	16.9	31.3	1.2
	애니메이션	6	16.7	50.0	33.3	0.0
	홍보/마케팅	30	36.7	33.3	30.0	0.0
	영화	11	9.1	63.6	27.3	0.0
	기타	9	55.6	33.3	11.1	0.0
활동 지역	서울/경기/인천	395	39.5	29.6	30.6	0.3
	수도권 이외	37	37.8	37.8	24.3	0.0

6) 계약기간 내 해고 또는 계약해지 경험 유무

프리랜서 방송영상인력 중 계약기간 내 해고 또는 계약해지 경험이 있다는 응답은 34.7%로 10명 중 3명 정도가 계약기간 내에 해고 또는 계약 해지 경험이 있는 것으로 나타났다. 계약 해지 이유로는 갑작스러운 프로그램 폐지 및 프로젝트 취소라는 응답이 29.4%로 가장 높았고, 다음으로 고용주의 일방적인 해지 및 해고(20.6%) 팀원 변동 및 축소(8.8%) 등의 순으로 나타남(해고, 계약해지 경험이 없음 65.3%).

[그림 5-16] 계약기간 내 해고 또는 계약해지 경험 유무



계약기간 내 해고 또는 계약해지 경험이 있다는 응답은 PD/연출(39.9%), 촬영/편집 스태프(39.4%), 활동기간 15년~20년 미만(43.8%), 교양/다큐멘터리/보도(39.6%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

계약 해지 이유로는 갑작스러운 프로그램 폐지 및 프로젝트 취소가 29.4%로 가장 높았고, 다음으로 고용주의 일방적인 해지 및 해고(20.6%), 팀원 변동 및 축소(8.8%), 비용 관련 협상 불가, 사람들과의 불화(각 7.8%), 제작사 재정 악화, 단순한 갑질, 구두계약으로 인한 무산(각 4.9%), 시청률 저조, 프로그램 중영(각 2.9%), 타 프로젝트 참여(2.0%) 순으로 나타남(기타 2.9%).

<표 5-28> 계약기간 내 해고 또는 계약해지 경험 유무

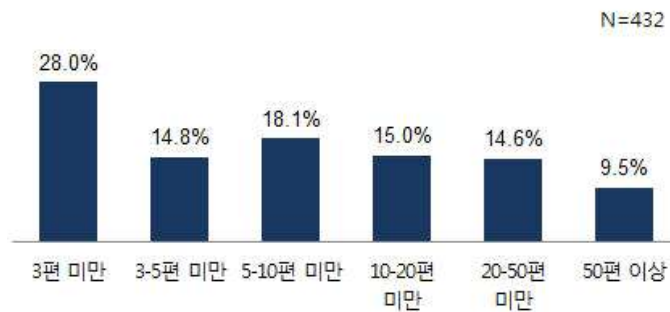
(단위: 명, %)

구분		응답자수	예	아니오
전체		432	34.7	65.3
해당 직무	PD/연출	163	39.9	60.1
	작가	144	30.6	69.4
	촬영/편집	66	39.4	60.6
	음향/조명 등	13	15.4	84.6
	연기자	35	25.7	74.3
	기타 복수 직무	11	36.4	63.6
성별	남성	261	39.1	60.9
	여성	171	28.1	71.9
연령	20대	64	21.9	78.1
	30대	198	38.4	61.6
	40대	134	38.1	61.9
	50대 이상	36	25.0	75.0
결혼 여부	기혼	191	37.7	62.3
	미혼	241	32.4	67.6
최종 학력	고졸 이하	35	34.3	65.7
	전문대 졸	65	40.0	60.0
	대학교 졸	296	34.1	65.9
	대학원 이상	36	30.6	69.4
활동 기간	5년 미만	92	33.7	66.3
	5-10년 미만	113	29.2	70.8
	10-15년 미만	111	39.6	60.4
	15-20년 미만	64	43.8	56.3
	20년 이상	52	26.9	73.1
활동 장르	드라마	58	27.6	72.4
	교양/다큐/보도	235	39.6	60.4
	연예/오락	83	30.1	69.9
	애니메이션	6	16.7	83.3
	홍보/마케팅	30	33.3	66.7
	영화	11	36.4	63.6
	기타	9	11.1	88.9
활동 지역	서울/경기/인천	395	34.7	65.3
	수도권 이외	37	35.1	64.9

7) 지난 1년(2015년)간 방송제작(작품/프로그램) 참여 편 수

프리랜서 방송영상인력의 지난 1년간 방송제작 참여 편 수로는 평균 18.0편으로 3편 미만이라는 응답이 28.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 5편~10편 미만(18.1%), 10편~20편 미만(15.0%), 3편~5편 미만(14.8%), 20편~50편 미만(14.6%), 50편 이상(9.5%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-17] 지난 1년(2015년)간 방송제작(작품/프로그램) 참여 편 수



3편 미만이라는 응답은 작가(39.6%), 활동기간 20년 이상(36.5%), 영화(54.5%)와 드라마(43.1%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 5편~10편 미만이라는 응답은 음향/조명 스태프(69.2%)와 PD/연출(22.1%), 활동기간 20년 이상(23.1%)에서, 10편~20편 미만이라는 응답은 활동기간 5년~10년 미만(18.6%), 애니메이션(33.3%), 홍보/마케팅(26.7%) 분야에서, 3~5편 미만이라는 응답은 작가(18.8%), 활동기간 5년~10년 미만(18.6%), 연예/오락(31.3%) 분야에서, 20편~50편 미만이라는 응답은 연기자(37.1%), 활동기간 5년 미만(17.4%), 드라마(22.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-29> 지난 1년(2015년)간 방송제작(작품/프로그램) 참여 편 수

(단위: 명, %)

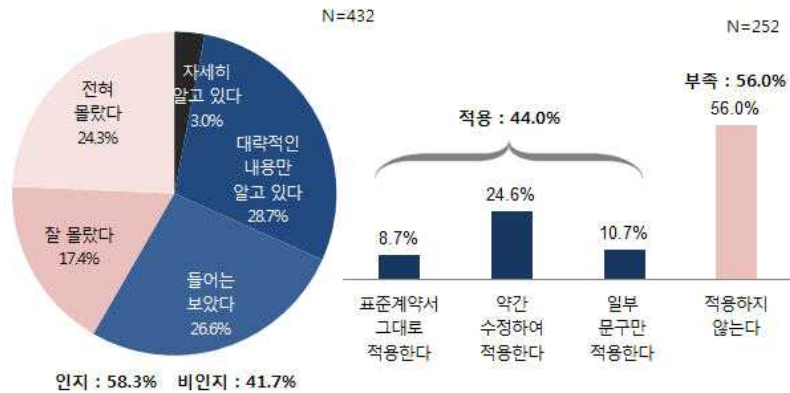
구분	응답자 수	3편 미만	3-5편 미만	5-10편 미만	10-20편 미만	20-50편 미만	50편 이상	평균 참여 편 수	
전체	432	28.0	14.8	18.1	15.0	14.6	9.5	18.0	
해당 직무	PD/연출	163	21.5	14.1	22.1	15.3	14.1	12.9	16.3
	작가	144	39.6	18.8	11.1	16.7	11.1	2.8	9.5
	촬영/편집	66	28.8	10.6	18.2	13.6	15.2	13.6	24.5
	음향/조명 등	13	15.4	0.0	69.2	0.0	0.0	15.4	27.5
	연기자	35	17.1	11.4	8.6	11.4	37.1	14.3	48.1
	기타 복수 직무	11	18.2	27.3	18.2	27.3	9.1	0.0	7.6
성별	남성	261	23.8	14.9	20.3	13.4	14.9	12.6	22.1
	여성	171	34.5	14.6	14.6	17.5	14.0	4.7	11.6
연령	20대	64	25.0	23.4	23.4	15.6	7.8	4.7	10.4
	30대	198	27.3	13.1	13.6	17.7	17.7	10.6	19.0
	40대	134	28.4	14.2	19.4	13.4	15.7	9.0	17.7
	50대 이상	36	36.1	11.1	27.8	5.6	5.6	13.9	26.7
결혼 여부	기혼	191	30.9	13.6	22.0	12.6	11.5	9.4	17.8
	미혼	241	25.7	15.8	14.9	17.0	17.0	9.5	18.1
최종 학력	고졸 이하	35	25.7	20.0	17.1	8.6	14.3	14.3	18.8
	전문대 졸	65	15.4	13.8	18.5	16.9	24.6	10.8	20.7
	대학교 졸	296	30.7	14.2	17.6	15.2	13.5	8.8	18.0
	대학원 이상	36	30.6	16.7	22.2	16.7	5.6	8.3	12.3
활동 기간	5년 미만	92	30.4	15.2	17.4	14.1	17.4	5.4	16.9
	5-10년 미만	113	23.0	18.6	15.0	18.6	15.9	8.8	16.8
	10-15년 미만	111	25.2	11.7	18.9	16.2	15.3	12.6	17.5
	15-20년 미만	64	31.3	15.6	18.8	10.9	12.5	10.9	19.9
	20년 이상	52	36.5	11.5	23.1	11.5	7.7	9.6	20.9
활동 장르	드라마	58	43.1	10.3	5.2	10.3	22.4	8.6	15.1
	교양/다큐/보도	235	25.5	12.8	20.9	15.7	13.6	11.5	18.3
	연예/오락	83	21.7	31.3	16.9	10.8	12.0	7.2	21.1
	애니메이션	6	16.7	16.7	16.7	33.3	16.7	0.0	8.0
	홍보/마케팅	30	33.3	0.0	20.0	26.7	13.3	6.7	18.2
	영화	11	54.5	0.0	18.2	18.2	9.1	0.0	5.4
	기타	9	11.1	11.1	33.3	11.1	22.2	11.1	19.8
활동 지역	서울/경기/인천	395	28.6	15.7	17.5	14.9	15.2	8.1	17.3
	수도권 이외	37	21.6	5.4	24.3	16.2	8.1	24.3	25.1

8) 정부 제정 표준계약서 인지 및 적용 정도

프리랜서 방송영상인력이 표준계약서를 알고 있다는 인지층은 58.3%(자세히 알고 있다 3.0% + 대략적인 내용만 알고 있다 28.7% + 들어는 보았다 26.6%)로 몰랐다는 비인지층 41.7%(잘 몰랐다 17.4% + 전혀 몰랐다 24.3%)보다 상대적으로 높게 나타났다.

표준계약서 인지층(N=252) 중 표준계약서를 적용한다는 응답은 44.0%(표준계약서 그대로 적용한다 8.7% + 약간 수정하여 적용한다 24.6% + 일부 문구만 적용한다 10.7%)로 나타났다.

[그림 5-18] 정부 제정 표준계약서 인지도



표준계약서를 알고 있다는 인지층은 연기자(80.0%)와 음향/조명 스태프(76.9%), PD/연출 (69.3%), 활동기간 20년 이상(84.6%), 영화(90.9%)와 드라마(63.8%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 표준계약서 인지층(N=252) 중 적용하고 있다는 응답은 작가(56.1%), 활동기간 5년 미만(50.9%), 드라마(70.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-30> 정부 제정 표준계약서 인지 정도

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	자세히 알고 있다	대략적인 내용만 알고 있다	들어는 보았다	잘 몰랐다	전혀 몰랐다	인지	비인지	
전체	432	3.0	28.7	26.6	17.4	24.3	58.3	41.7	
해당 직무	PD/연출	163	3.7	31.3	34.4	8.6	22.1	69.3	30.7
	작가	144	2.1	25.7	18.1	18.8	35.4	45.8	54.2
	촬영/편집	66	1.5	18.2	27.3	31.8	21.2	47.0	53.0
	음향/조명 등	13	0.0	38.5	38.5	23.1	0.0	76.9	23.1
	연기자	35	8.6	45.7	25.7	14.3	5.7	80.0	20.0
	기타 복수 직무	11	0.0	27.3	9.1	45.5	18.2	36.4	63.6
성별	남성	261	3.8	30.3	31.4	15.3	19.2	65.5	34.5
	여성	171	1.8	26.3	19.3	20.5	32.2	47.4	52.6
연령	20대	64	0.0	18.8	31.3	20.3	29.7	50.0	50.0
	30대	198	2.5	26.8	24.2	17.2	29.3	53.5	46.5
	40대	134	3.0	32.8	26.1	19.4	18.7	61.9	38.1
	50대 이상	36	11.1	41.7	33.3	5.6	8.3	86.1	13.9
결혼 여부	기혼	191	3.7	35.6	29.3	12.6	18.8	68.6	31.4
	미혼	241	2.5	23.2	24.5	21.2	28.6	50.2	49.8
최종 학력	고졸 이하	35	2.9	25.7	25.7	17.1	28.6	54.3	45.7
	전문대 졸	65	6.2	24.6	24.6	18.5	26.2	55.4	44.6
	대학교 졸	296	2.0	28.4	27.0	18.2	24.3	57.4	42.6
	대학원 이상	36	5.6	41.7	27.8	8.3	16.7	75.0	25.0
활동 기간	5년 미만	92	3.3	22.8	31.5	20.7	21.7	57.6	42.4
	5-10년 미만	113	1.8	29.2	23.0	20.4	25.7	54.0	46.0
	10-15년 미만	111	2.7	21.6	27.0	14.4	34.2	51.4	48.6
	15-20년 미만	64	1.6	32.8	23.4	18.8	23.4	57.8	42.2
	20년 이상	52	7.7	48.1	28.8	9.6	5.8	84.6	15.4
활동 장르	드라마	58	6.9	37.9	19.0	17.2	19.0	63.8	36.2
	교양/다큐/보도	235	2.6	28.1	26.4	17.0	26.0	57.0	43.0
	연예/오락	83	2.4	27.7	27.7	14.5	27.7	57.8	42.2
	애니메이션	6	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	홍보/마케팅	30	0.0	16.7	30.0	30.0	23.3	46.7	53.3
	영화	11	9.1	36.4	45.5	0.0	9.1	90.9	9.1
활동 지역	기타	9	0.0	11.1	22.2	44.4	22.2	33.3	66.7
	서울/경기/인천	395	3.3	28.6	25.8	17.7	24.6	57.7	42.3
	수도권 이외	37	0.0	29.7	35.1	13.5	21.6	64.9	35.1

<표 5-31> 정부 제정 표준계약서 적용 정도

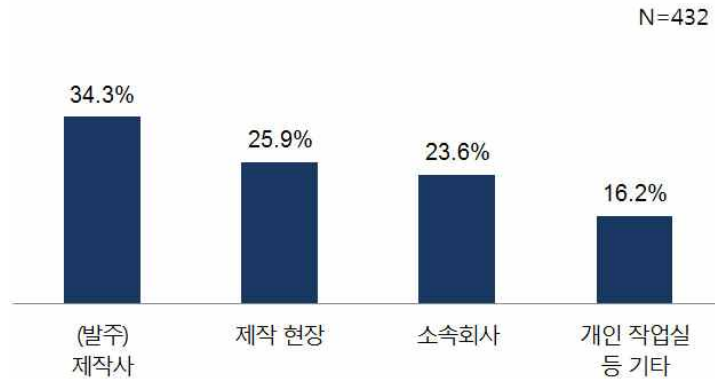
(단위: 명, %)

구분	응답자수	표준 계약서 그대로 적용한다	약간 수정하여 적용한다	일부 문구만 적용한다	적용하지 않는다	적용	비적용	
전체	252	8.7	24.6	10.7	56.0	44.0	56.0	
해당 직무	PD/연출	113	3.5	20.4	8.8	67.3	32.7	67.3
	작가	66	7.6	37.9	10.6	43.9	56.1	43.9
	촬영/편집	31	9.7	22.6	6.5	61.3	38.7	61.3
	음향/조명 등	10	50.0	20.0	30.0	0.0	100.0	0.0
	연기자	28	17.9	10.7	17.9	53.6	46.4	53.6
	기타 복수 직무	4	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	50.0
성별	남성	171	9.4	21.6	10.5	58.5	41.5	58.5
	여성	81	7.4	30.9	11.1	50.6	49.4	50.6
연령	20대	32	6.3	25.0	15.6	53.1	46.9	53.1
	30대	106	7.5	23.6	7.5	61.3	38.7	61.3
	40대	83	8.4	26.5	13.3	51.8	48.2	51.8
	50대 이상	31	16.1	22.6	9.7	51.6	48.4	51.6
결혼 여부	기혼	131	10.7	23.7	10.7	55.0	45.0	55.0
	미혼	121	6.6	25.6	10.7	57.0	43.0	57.0
최종 학력	고졸 이하	19	10.5	31.6	10.5	47.4	52.6	47.4
	전문대 졸	36	13.9	27.8	11.1	47.2	52.8	47.2
	대학교 졸	170	6.5	21.8	10.0	61.8	38.2	61.8
	대학원 이상	27	14.8	33.3	14.8	37.0	63.0	37.0
활동 기간	5년 미만	53	7.5	28.3	15.1	49.1	50.9	49.1
	5-10년 미만	61	13.1	23.0	8.2	55.7	44.3	55.7
	10-15년 미만	57	7.0	21.1	10.5	61.4	38.6	61.4
	15-20년 미만	37	2.7	21.6	13.5	62.2	37.8	62.2
	20년 이상	44	11.4	29.5	6.8	52.3	47.7	52.3
활동 장르	드라마	37	16.2	37.8	16.2	29.7	70.3	29.7
	교양/다큐/보도	134	8.2	20.9	7.5	63.4	36.6	63.4
	연예/오락	48	4.2	31.3	14.6	50.0	50.0	50.0
	애니메이션	6	16.7	16.7	16.7	50.0	50.0	50.0
	홍보/마케팅	14	7.1	14.3	7.1	71.4	28.6	71.4
	영화	10	10.0	20.0	20.0	50.0	50.0	50.0
	기타	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0
활동 지역	서울/경기/인천	228	8.3	25.0	11.0	55.7	44.3	55.7
	수도권 이외	24	12.5	20.8	8.3	58.3	41.7	58.3

9) 방송제작(작품/프로젝트) 참여 시 주로 근무하는 장소

프리랜서 방송영상인력이 방송제작 참여 시 주로 근무하는 장소로는 제작사라는 응답이 34.3%로 가장 높았으며, 그 다음으로 제작 현장(25.9%), 소속회사(23.6%), 개인 작업실 등 기타(16.2%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-19] 방송제작(작품/프로젝트) 참여 시 주로 근무하는 장소



제작사라는 응답은 작가(56.3%), 활동기간 20년 이상(40.4%), 연예/오락(50.6%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났고, 제작현장이라는 응답은 연기자(68.6%)와 촬영/편집 스태프(51.5%), 활동기간 5년~10년 미만(28.3%), 영화(63.6%), 홍보/마케팅(43.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 소속회사라는 응답은 음향/조명 스태프(46.2%), PD/연출(33.1%), 교양/다큐멘터리 보도(26.8%) 분야에서 상대적으로 높았으며, 개인 작업실이라는 응답은 작가(21.5%), 활동기간 20년 이상(21.2%)과 15년~20년 미만(20.3%), 홍보/마케팅(30.0%)과 드라마(29.3%), 영화(27.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-32> 방송제작(작품/프로젝트) 참여 시 주로 근무하는 장소

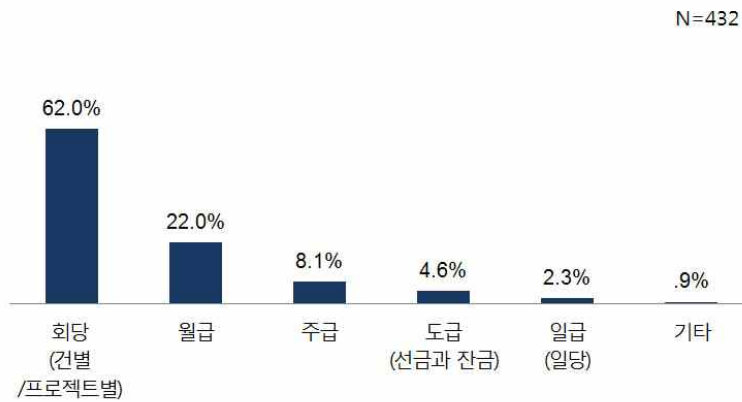
(단위: 명, %)

구분	응답자수	(발주) 제작사	제작 현장	소속회사	개인 작업실 등 기타	
전체	432	34.3	25.9	23.6	16.2	
해당 직무	PD/연출	163	28.8	24.5	33.1	13.5
	작가	144	56.3	4.9	17.4	21.5
	촬영/편집	66	13.6	51.5	16.7	18.2
	음향/조명 등	13	23.1	30.8	46.2	0.0
	연기자	35	22.9	68.6	5.7	2.9
	기타 복수 직무	11	0.0	27.3	36.4	36.4
성별	남성	261	26.1	34.5	25.7	13.8
	여성	171	46.8	12.9	20.5	19.9
연령	20대	64	37.5	29.7	26.6	6.3
	30대	198	36.4	22.2	25.8	15.7
	40대	134	32.1	26.9	20.9	20.1
	50대 이상	36	25.0	36.1	16.7	22.2
결혼 여부	기혼	191	33.0	31.4	22.0	13.6
	미혼	241	35.3	21.6	24.9	18.3
최종 학력	고졸 이하	35	37.1	28.6	25.7	8.6
	전문대 졸	65	32.3	23.1	26.2	18.5
	대학교 졸	296	36.5	26.0	23.0	14.5
	대학원 이상	36	16.7	27.8	22.2	33.3
활동 기간	5년 미만	92	31.5	27.2	25.0	16.3
	5-10년 미만	113	35.4	28.3	26.5	9.7
	10-15년 미만	111	32.4	25.2	24.3	18.0
	15-20년 미만	64	34.4	20.3	25.0	20.3
	20년 이상	52	40.4	26.9	11.5	21.2
활동 장르	드라마	58	22.4	27.6	20.7	29.3
	교양/다큐/보도	235	36.6	23.0	26.8	13.6
	연예/오락	83	50.6	20.5	24.1	4.8
	애니메이션	6	33.3	50.0	16.7	0.0
	홍보/마케팅	30	10.0	43.3	16.7	30.0
	영화	11	9.1	63.6	0.0	27.3
	기타	9	11.1	22.2	11.1	55.6
활동 지역	서울/경기/인천	395	36.7	25.6	23.0	14.7
	수도권 이외	37	8.1	29.7	29.7	32.4

10) 지급 받는 보수 형태

프리랜서 방송영상인력의 지급 받는 보수 형태로는 회당(건별/프로젝트별)이라는 응답이 62.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 월급(22.0%), 주급(8.1%), 도급(선금과 잔금)(4.6%), 일급(일당)(2.3%) 등의 순으로 나타났다(기타 0.9%). 전체 응답자 10명 중 6명(62.0%) 정도가 건별 혹은 프로젝트별로 보수를 지급받고 있는 것으로 나타나, 방송제작 관련 고용의 불안정성을 간접적으로 확인할 수 있는 결과로 볼 수 있다.

[그림 5-20] 지급 받는 보수 형태



지급 받는 보수 형태로 회당(건별/프로젝트별)이라는 응답은 연기자(94.3%)와 작가(67.4%), 촬영/편집 스텝(66.7%), 활동기간 20년 이상(80.8%), 드라마(67.2%)와 교양/다큐멘터리/보도(66.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 월급이라는 응답은 음향/조명 스텝(38.5%), PD/연출(32.5%), 활동기간 5년 미만(30.4%), 연예/오락(27.7%)과 영화(27.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 주급이라는 응답은 작가(15.3%), 활동기간 10년~15년 미만(11.7%), 연예/오락(15.7%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-33> 지급 받는 보수 형태

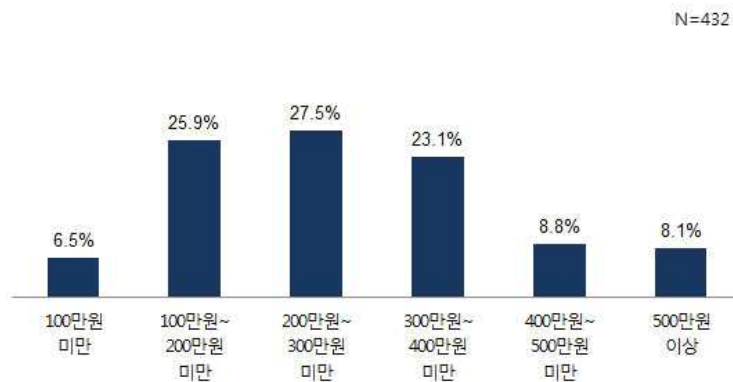
(단위: 명, %)

구분	응답자수	회당 (건별/ 프로젝트 별)	월급	주급	도급 (선금과 잔금)	일급 (일당)	기타	
전체	432	62.0	22.0	8.1	4.6	2.3	0.9	
해당 직무	PD/연출	163	54.6	32.5	6.7	4.3	0.6	1.2
	작가	144	67.4	13.2	15.3	2.8	0.7	0.7
	촬영/편집	66	66.7	16.7	3.0	4.5	9.1	0.0
	음향/조명 등	13	7.7	38.5	0.0	46.2	7.7	0.0
	연기자	35	94.3	5.7	0.0	0.0	0.0	0.0
기타 복수 직무	11	36.4	45.5	0.0	0.0	9.1	9.1	
성별	남성	261	59.4	26.1	5.4	5.4	3.4	0.4
	여성	171	66.1	15.8	12.3	3.5	0.6	1.8
연령	20대	64	57.8	26.6	7.8	4.7	3.1	0.0
	30대	198	58.1	28.3	8.6	2.5	1.5	1.0
	40대	134	64.2	13.4	9.7	8.2	3.0	1.5
	50대 이상	36	83.3	11.1	0.0	2.8	2.8	0.0
결혼 여부	기혼	191	66.0	20.9	6.8	3.7	1.6	1.0
	미혼	241	58.9	22.8	9.1	5.4	2.9	0.8
최종 학력	고졸 이하	35	60.0	25.7	5.7	8.6	0.0	0.0
	전문대 졸	65	61.5	24.6	6.2	6.2	1.5	0.0
	대학교 졸	296	61.5	22.0	9.1	3.4	3.0	1.0
	대학원 이상	36	69.4	13.9	5.6	8.3	0.0	2.8
활동 기간	5년 미만	92	58.7	30.4	4.3	4.3	2.2	0.0
	5-10년 미만	113	55.8	23.0	10.6	6.2	2.7	1.8
	10-15년 미만	111	61.3	23.4	11.7	2.7	0.9	0.0
	15-20년 미만	64	64.1	17.2	6.3	6.3	3.1	3.1
	20년 이상	52	80.8	7.7	3.8	3.8	3.8	0.0
활동 장르	드라마	58	67.2	13.8	5.2	8.6	3.4	1.7
	교양/다큐/보도	235	66.0	20.9	8.1	3.4	0.9	0.9
	연예/오락	83	51.8	27.7	15.7	2.4	2.4	0.0
	애니메이션	6	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	홍보/마케팅	30	60.0	23.3	0.0	6.7	10.0	0.0
	영화	11	45.5	27.3	0.0	27.3	0.0	0.0
	기타	9	44.4	33.3	0.0	0.0	11.1	11.1
활동 지역	서울/경기/인천	395	61.8	22.8	8.1	4.8	1.8	0.8
	수도권 이외	37	64.9	13.5	8.1	2.7	8.1	2.7

11) 방송제작 참여를 통한 1개월 평균 수입

프리랜서 방송영상인력이 방송제작에 참여해서 받은 1개월 평균 수입은 292만원인 것으로 나타났으며, 구간별로는 200만원~300만원 미만이라는 응답이 27.5%로 가장 높았으며, 그 다음으로 100만원~200만원 미만(25.9%), 300만원~400만원 미만(23.1%), 400만원~500만원 미만(8.8%), 500만원 이상(8.1%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-21] 방송제작 참여를 통한 1개월 평균 수입



200만원~300만원 미만이라는 응답은 연기자(37.1%)와 촬영/편집 스태프(31.8%), 활동기간 5년~10년 미만(43.4%), 홍보/마케팅(40.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 100만원~200만원 미만이라는 응답은 음향/조명 스태프(69.2%)와 촬영/편집 스태프(40.9%), 활동기간 5년 미만(47.8%), 영화(54.5%) 분야에서, 300만원~400만원 미만이라는 응답은 PD/연출(33.7%), 활동기간 10년~15년 미만(32.4%)에서 상대적으로 높게 나타났다. 한편, 방송제작 참여를 통한 1개월 평균 수입 금액은 292만원으로 직무별로는 작가(361만원), 촬영/편집(276만원), PD/연출(273만원), 연기자(216만원), 음향/조명(155만원) 등의 순으로 나타났다.

〈표 5-34〉 방송제작 참여를 통한 1개월 평균 수입

(단위: 명, %)

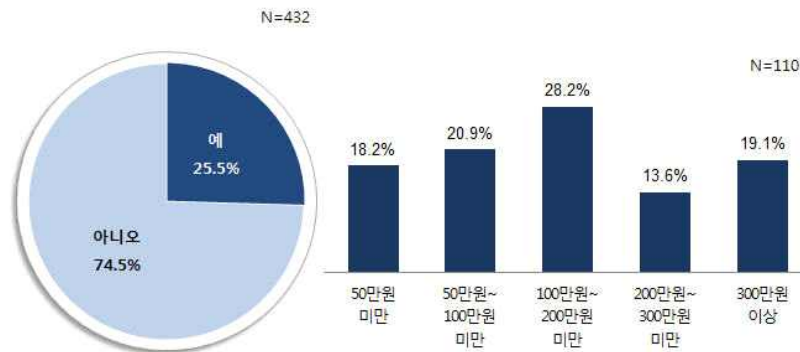
구분	응답자 수	100만원 미만	100만원	200만원	300만원	400만원	500만원 이상	평균 금액 (만원)	
			~ 200만원 미만	~ 300만원 미만	~ 400만원 미만	~ 500만원 미만			
전체	432	6.5	25.9	27.5	23.1	8.8	8.1	292	
해당 직무	PD/연출	163	1.8	20.2	28.2	33.7	14.7	1.2	273
	작가	144	6.9	23.6	22.9	19.4	9.0	18.1	361
	촬영/편집	66	9.1	40.9	31.8	10.6	1.5	6.1	276
	음향/조명 등	13	7.7	69.2	23.1	0.0	0.0	0.0	155
	연기자	35	20.0	11.4	37.1	22.9	0.0	8.6	216
	기타 복수 직무	11	9.1	45.5	27.3	18.2	0.0	0.0	166
성별	남성	261	6.1	28.0	28.4	23.4	8.8	5.4	272
	여성	171	7.0	22.8	26.3	22.8	8.8	12.3	323
연령	20대	64	3.1	50.0	29.7	12.5	3.1	1.6	195
	30대	198	7.1	23.7	31.3	28.3	8.6	1.0	240
	40대	134	7.5	18.7	23.9	21.6	11.9	16.4	325
	50대 이상	36	5.6	22.2	16.7	19.4	8.3	27.8	628
결혼 여부	기혼	191	6.3	17.3	24.1	27.2	11.5	13.6	362
	미혼	241	6.6	32.8	30.3	19.9	6.6	3.7	237
최종 학력	고졸 이하	35	8.6	37.1	31.4	8.6	8.6	5.7	343
	전문대 졸	65	3.1	33.8	30.8	18.5	4.6	9.2	250
	대학교 졸	296	6.8	24.3	26.0	26.0	9.8	7.1	274
	대학원 이상	36	8.3	13.9	30.6	22.2	8.3	16.7	470
활동 기간	5년 미만	92	5.4	47.8	23.9	18.5	3.3	1.1	192
	5-10년 미만	113	8.8	17.7	43.4	17.7	11.5	0.9	237
	10-15년 미만	111	5.4	23.4	25.2	32.4	5.4	8.1	288
	15-20년 미만	64	7.8	21.9	20.3	26.6	9.4	14.1	292
	20년 이상	52	3.8	15.4	13.5	19.2	19.2	28.8	599
활동 장르	드라마	58	10.3	32.8	17.2	17.2	0.0	22.4	406
	교양/다큐/보도	235	5.5	21.3	28.5	26.8	14.0	3.8	286
	연예/오락	83	3.6	28.9	30.1	19.3	4.8	13.3	282
	애니메이션	6	16.7	33.3	16.7	33.3	0.0	0.0	177
	홍보/마케팅	30	10.0	33.3	40.0	13.3	0.0	3.3	188
	영화	11	0.0	54.5	18.2	9.1	9.1	9.1	315
	기타	9	22.2	11.1	22.2	44.4	0.0	0.0	201
활동 지역	서울/경기/인천	395	5.6	25.6	28.1	23.3	8.9	8.6	300
	수도권 이외	37	16.2	29.7	21.6	21.6	8.1	2.7	208

2) 방송제작(작품/프로젝트) 활동 이외 수입 유무

프리랜서 방송영상인력 중 방송 관련 활동 이외 수입이 있다는 응답은 25.5%로 방송 관련 활동 이외 수입이 없다는 응답(74.5%)보다 상대적으로 낮게 나타났다.

방송 관련 활동 이외 수입이 있는 프리랜서 방송영상인력(n=110) 중 방송관련 활동 이외 월 평균 수입은 100만원~200만원 미만이라는 응답이 28.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로 50만원~100만원 미만(20.9%), 300만원 이상(19.1%), 50만원 미만(18.2%), 200만원~300만원 미만(13.6%) 순으로 나타났다.

[그림 5-22] 방송제작 활동 이외 수입 유무 및 1개월 평균 수입



방송 관련 활동 이외 수입이 있다는 응답은 촬영/편집 스태프(39.4%)와 연기자(34.3%), 활동기간 20년 이상(40.4%), 홍보/마케팅(36.7%)과 드라마(29.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 방송관련 활동 이외 월 평균 수입이 100만원~200만원 미만이라는 응답은 작가(37.1%), 활동기간 5년~10년 미만(35.0%), 연예/오락(36.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 방송 이외 수입 활동(n=82)으로는 강의 및 교육 활동이라는 응답이 34.1%(28명)로 가장 높았고, 다음으로 아르바이트(18.3%, 15명), 광고 및 홍보(17.1%, 14명), 타 영상 제작 활동(14.6%, 12명), 타 업무 종사(11.0%, 9명), 기타(4.9%, 4명) 등의 순으로 나타남.

〈표 5-35〉 방송제작(작품/프로젝트) 활동 이외 수입 유무

(단위: 명, %)

구분	응답자수	방송 관련 활동 이외의 수입이 있다	방송 관련 활동 이외의 수입이 없다	
전체	432	25.5	74.5	
해당 직무	PD/연출	163	19.6	80.4
	작가	144	24.3	75.7
	촬영/편집	66	39.4	60.6
	음향/조명 등	13	15.4	84.6
	연기자	35	34.3	65.7
	기타 복수 직무	11	27.3	72.7
성별	남성	261	31.0	69.0
	여성	171	17.0	83.0
연령	20대	64	15.6	84.4
	30대	198	18.2	81.8
	40대	134	35.8	64.2
	50대 이상	36	44.4	55.6
결혼 여부	기혼	191	32.5	67.5
	미혼	241	19.9	80.1
최종 학력	고졸 이하	35	25.7	74.3
	전문대 졸	65	26.2	73.8
	대학교 졸	296	22.3	77.7
	대학원 이상	36	50.0	50.0
활동 기간	5년 미만	92	20.7	79.3
	5-10년 미만	113	17.7	82.3
	10-15년 미만	111	25.2	74.8
	15-20년 미만	64	34.4	65.6
	20년 이상	52	40.4	59.6
활동 장르	드라마	58	29.3	70.7
	교양/다큐/보도	235	21.7	78.3
	연예/오락	83	26.5	73.5
	애니메이션	6	50.0	50.0
	홍보/마케팅	30	36.7	63.3
	영화	11	27.3	72.7
	기타	9	33.3	66.7
활동 지역	서울/경기/인천	395	25.3	74.7
	수도권 이외	37	27.0	73.0

<표 5-36> 방송제작(작품/프로젝트) 활동 이외 1개월 평균 수입

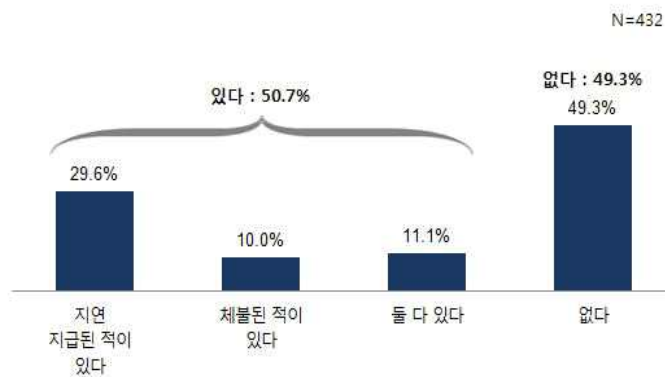
(단위: 명, %)

구분	응답자수	50만원 미만	50만원~100만원 미만	100만원~200만원 미만	200만원~300만원 미만	300만원 이상	평균 금액 (만원)	
전체	110	18.2	20.9	28.2	13.6	19.1	154	
해당 직무	PD/연출	32	15.6	25.0	25.0	12.5	21.9	155
	작가	35	17.1	14.3	37.1	14.3	17.1	165
	촬영/편집	26	30.8	19.2	23.1	11.5	15.4	132
	음향/조명 등	2	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	175
	연기자	12	8.3	25.0	25.0	16.7	25.0	174
	기타 복수 직무	3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	120
성별	남성	81	16.0	24.7	25.9	14.8	18.5	157
	여성	29	24.1	10.3	34.5	10.3	20.7	146
연령	20대	10	30.0	10.0	30.0	20.0	10.0	147
	30대	36	19.4	16.7	36.1	13.9	13.9	129
	40대	48	18.8	25.0	25.0	14.6	16.7	148
	50대 이상	16	6.3	25.0	18.8	6.3	43.8	233
결혼 여부	기혼	62	16.1	21.0	24.2	12.9	25.8	173
	미혼	48	20.8	20.8	33.3	14.6	10.4	130
최종 학력	고졸 이하	9	22.2	11.1	33.3	0.0	33.3	219
	전문대 졸	17	5.9	29.4	23.5	23.5	17.6	158
	대학교 졸	66	22.7	21.2	27.3	12.1	16.7	139
	대학원 이상	18	11.1	16.7	33.3	16.7	22.2	175
활동 기간	5년 미만	19	21.1	21.1	31.6	21.1	5.3	113
	5-10년 미만	20	25.0	10.0	35.0	10.0	20.0	142
	10-15년 미만	28	14.3	32.1	25.0	10.7	17.9	148
	15-20년 미만	22	22.7	18.2	31.8	13.6	13.6	149
	20년 이상	21	9.5	19.0	19.0	14.3	38.1	216
활동 장르	드라마	17	5.9	29.4	17.6	23.5	23.5	198
	교양/다큐/보도	51	17.6	23.5	31.4	9.8	17.6	136
	연예/오락	22	13.6	9.1	36.4	9.1	31.8	209
	애니메이션	3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	67
	홍보/마케팅	11	36.4	27.3	9.1	27.3	0.0	84
	영화	3	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	187
	기타	3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	120
활동 지역	서울/경기/인천	100	16.0	22.0	28.0	13.0	21.0	161
	수도권 이외	10	40.0	10.0	30.0	20.0	0.0	85

13) 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험 유무

프리랜서 방송영상인력의 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험 유무를 살펴보면, 있다는 응답이 50.7%(지연 지급된 적이 있다 29.6% + 체불된 적이 있다 10.0% + 둘 다 있다 11.1%), 없다는 응답이 49.3%로 전체 응답자 2명 중 1명 정도(50.7%)는 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험이 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-23] 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험 유무



보수 지급의 지연 및 체불 경험이 둘 다 있다는 응답은 음향/조명 스태프(30.8%)와 연기자(25.7%), 활동기간 20년 이상(17.3%), 영화(18.2%)와 연예/오락(16.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 보수 지급의 지연 경험이 있다는 응답은 연기자(45.7%), 활동기간 15년~20년 미만(34.4%), 5년 미만(33.7%)에서, 보수 체불 경험이 있다는 응답은 활동기간 20년 이상(15.4%), 영화(18.2%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 최근 1년간 보수의 지급 지연 및 체불 경험이 없다는 응답은 작가(56.3%)와 음향/조명 스태프(53.8%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-37> 최근 1년간 보수의 지연 지급 및 체불 경험 유무

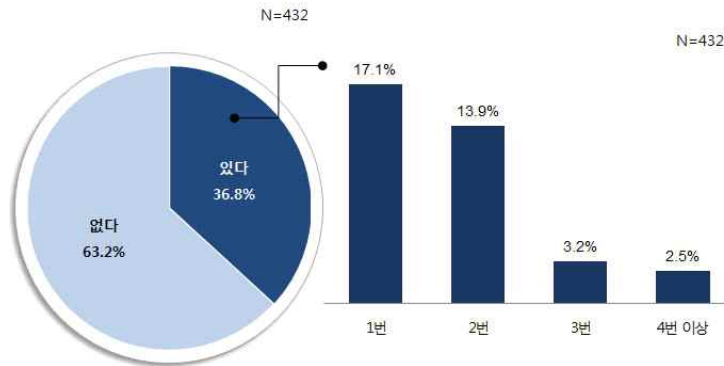
(단위: 명, %)

구분	응답자수	지연지급 된 적이 있다	체불된 적이 있다	둘 다 있다	없다	
전체	432	29.6	10.0	11.1	49.3	
해당 직무	PD/연출	163	25.8	11.7	9.8	52.8
	작가	144	30.6	8.3	4.9	56.3
	촬영/편집	66	33.3	10.6	15.2	40.9
	음향/조명 등	13	7.7	7.7	30.8	53.8
	연기자	35	45.7	8.6	25.7	20.0
	기타 보수 직무	11	27.3	9.1	18.2	45.5
성별	남성	261	28.7	11.5	14.6	45.2
	여성	171	31.0	7.6	5.8	55.6
연령	20대	64	29.7	3.1	18.8	48.4
	30대	198	31.3	12.1	9.6	47.0
	40대	134	29.1	9.0	7.5	54.5
	50대 이상	36	22.2	13.9	19.4	44.4
결혼 여부	기혼	191	28.8	8.9	10.5	51.8
	미혼	241	30.3	10.8	11.6	47.3
최종 학력	고졸 이하	35	31.4	5.7	22.9	40.0
	전문대 졸	65	27.7	12.3	16.9	43.1
	대학교 졸	296	29.7	9.1	9.1	52.0
	대학원 이상	36	30.6	16.7	5.6	47.2
활동 기간	5년 미만	92	33.7	9.8	13.0	43.5
	5-10년 미만	113	28.3	8.8	12.4	50.4
	10-15년 미만	111	27.9	11.7	7.2	53.2
	15-20년 미만	64	34.4	4.7	7.8	53.1
	20년 이상	52	23.1	15.4	17.3	44.2
활동 장르	드라마	58	32.8	12.1	8.6	46.6
	교양/다큐/보도	235	29.4	9.4	9.8	51.5
	연예/오락	83	26.5	7.2	16.9	49.4
	애니메이션	6	33.3	0.0	16.7	50.0
	홍보/마케팅	30	33.3	13.3	10.0	43.3
	영화	11	18.2	18.2	18.2	45.5
	기타	9	44.4	22.2	0.0	33.3
활동 지역	서울/경기/인천	395	29.1	9.9	11.6	49.4
	수도권 이외	37	35.1	10.8	5.4	48.6

14) 최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험 유무

프리랜서 방송영상인력 중 최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험이 있다는 응답은 36.8%(1번 17.1% + 2번 13.9% + 3번 3.2% + 4번 이상 2.5%)로 경험이 없다는 응답(63.2%)보다 상대적으로 낮게 나타났다.

[그림 5-24] 최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험 유무



최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험이 있다는 응답은 음향/조명 스태프 (53.8%)와 작가(45.8%), 활동기간 15년~20년 미만(43.8%), 연예/오락(41.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험자(n=159) 중 대가를 지급 못받았다는 응답은 83.0%(받지 못한 적이 더 많았다 42.8% + 모두 받지 못했다 40.8%)로 응답자 10명 중 8명 정도는 방송제작 취소로 인해 일한 만큼의 대가를 받지 못했다고 생각하는 것으로 나타났으며, 취소 시 대가를 지급 받지 못했다는 응답은 연기자(100%), PD/연출 (88.9%), 활동기간 10년~15년 미만(87.5%), 교양/다큐멘터리/보도(86.2%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-38> 최근 1년간 방송제작(작품/프로젝트) 취소 경험 유무

(단위: 명, %)

구분	응답자수	1번	2번	3번	4번 이상	있음	없음	
전체	432	17.1	13.9	3.2	2.5	36.8	63.2	
해당 직무	PD/연출	163	12.3	15.3	3.7	1.8	33.1	66.9
	작가	144	25.7	16.0	2.1	2.1	45.8	54.2
	촬영/편집	66	9.1	6.1	7.6	4.5	27.3	72.7
	음향/조명 등	13	46.2	7.7	0.0	0.0	53.8	46.2
	연기자	35	8.6	17.1	0.0	2.9	28.6	71.4
	기타 복수 직무	11	18.2	9.1	0.0	9.1	36.4	63.6
성별	남성	261	13.8	13.4	4.6	3.4	35.2	64.8
	여성	171	22.2	14.6	1.2	1.2	39.2	60.8
연령	20대	64	23.4	9.4	1.6	0.0	34.4	65.6
	30대	198	14.1	18.2	4.0	1.5	37.9	62.1
	40대	134	20.9	9.0	3.7	5.2	38.8	61.2
	50대 이상	36	8.3	16.7	0.0	2.8	27.8	72.2
결혼 여부	기혼	191	14.7	13.1	3.7	3.1	34.6	65.4
	미혼	241	19.1	14.5	2.9	2.1	38.6	61.4
최종 학력	고졸 이하	35	14.3	8.6	5.7	0.0	28.6	71.4
	전문대 졸	65	16.9	10.8	6.2	6.2	40.0	60.0
	대학교 졸	296	18.2	15.5	2.4	2.4	38.5	61.5
	대학원 이상	36	11.1	11.1	2.8	0.0	25.0	75.0
활동 기간	5년 미만	92	15.2	14.1	2.2	1.1	32.6	67.4
	5-10년 미만	113	20.4	10.6	4.4	0.9	36.3	63.7
	10-15년 미만	111	11.7	19.8	2.7	1.8	36.0	64.0
	15-20년 미만	64	25.0	6.3	6.3	6.3	43.8	56.3
	20년 이상	52	15.4	17.3	0.0	5.8	38.5	61.5
활동 장르	드라마	58	22.4	10.3	0.0	1.7	34.5	65.5
	교양/다큐/보도	235	15.7	16.6	3.4	1.3	37.0	63.0
	연예/오락	83	21.7	13.3	3.6	2.4	41.0	59.0
	애니메이션	6	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	83.3
	홍보/마케팅	30	10.0	10.0	3.3	13.3	36.7	63.3
	영화	11	9.1	9.1	9.1	9.1	36.4	63.6
	기타	9	11.1	0.0	11.1	0.0	22.2	77.8
활동 지역	서울/경기/인천	395	17.2	14.4	2.8	2.5	37.0	63.0
	수도권 이외	37	16.2	8.1	8.1	2.7	35.1	64.9

<표 5-39> 방송제작(작품/프로젝트) 취소 시 대가 지급 유무

(단위: 명, %)

구분	응답자수	모두 받았다	받은 적이 더 많았다	받지 못한 적이 더 많았다	모두 받지 못했다	받음	못받음	
전체	159	7.5	9.4	42.8	40.3	17.0	83.0	
해당 직무	PD/연출	54	1.9	9.3	40.7	48.1	11.1	88.9
	작가	66	10.6	10.6	48.5	30.3	21.2	78.8
	촬영/편집	18	22.2	0.0	44.4	33.3	22.2	77.8
	음향/조명 등	7	0.0	42.9	14.3	42.9	42.9	57.1
	연기자	10	0.0	0.0	30.0	70.0	0.0	100.0
	기타 복수 직무	4	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	100.0
성별	남성	92	5.4	9.8	41.3	43.5	15.2	84.8
	여성	67	10.4	9.0	44.8	35.8	19.4	80.6
연령	20대	22	9.1	9.1	36.4	45.5	18.2	81.8
	30대	75	8.0	12.0	45.3	34.7	20.0	80.0
	40대	52	5.8	5.8	44.2	44.2	11.5	88.5
	50대 이상	10	10.0	10.0	30.0	50.0	20.0	80.0
결혼 여부	기혼	66	9.1	9.1	40.9	40.9	18.2	81.8
	미혼	93	6.5	9.7	44.1	39.8	16.1	83.9
최종 학력	고졸 이하	10	20.0	0.0	30.0	50.0	20.0	80.0
	전문대 졸	26	3.8	23.1	46.2	26.9	26.9	73.1
	대학교 졸	114	7.9	7.9	43.0	41.2	15.8	84.2
	대학원 이상	9	0.0	0.0	44.4	55.6	0.0	100.0
활동 기간	5년 미만	30	3.3	10.0	43.3	43.3	13.3	86.7
	5-10년 미만	41	12.2	12.2	41.5	34.1	24.4	75.6
	10-15년 미만	40	5.0	7.5	45.0	42.5	12.5	87.5
	15-20년 미만	28	7.1	7.1	46.4	39.3	14.3	85.7
	20년 이상	20	10.0	10.0	35.0	45.0	20.0	80.0
활동 장르	드라마	20	10.0	5.0	35.0	50.0	15.0	85.0
	교양/다큐/보도	87	5.7	8.0	46.0	40.2	13.8	86.2
	연예/오락	34	11.8	8.8	47.1	32.4	20.6	79.4
	애니메이션	1	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	홍보/마케팅	11	9.1	9.1	36.4	45.5	18.2	81.8
	영화	4	0.0	25.0	25.0	50.0	25.0	75.0
	기타	2	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	50.0
활동 지역	서울/경기/인천	146	7.5	9.6	43.8	39.0	17.1	82.9
	수도권 이외	13	7.7	7.7	30.8	53.8	15.4	84.6

15) 방송제작시 평균 근로일수(1주당) 및 근로시간(1일당)

프리랜서 방송영상인력의 방송 제작 시 평균 근로일수는 5.2일인 것으로 나타났으며, 구간별로 살펴보면 6일이라는 응답이 32.6%로 가장 높았으며, 그 다음으로 5일(26.6%), 4일 이하(21.3%), 7일(19.4%) 등의 순으로 나타났다.

방송 제작 시 평균 근로일수가 6일이라는 응답은 작가(41.0%), 활동기간 10년~15년 미만(38.7%), 영화(45.5%)와 교양/다큐멘터리/보도(40.0%) 분야에서, 5일이라는 응답은 음향/조명 스태프(38.5%), 활동기간 5년 미만(33.7%), 연예/오락(34.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 1일당 평균 근로 시간은 11.1시간인 것으로 나타났으며, 구간별로는 9시간 이상 10시간 이하이라는 응답이 35.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 11시간 이상 12시간 이하(23.8%), 13시간 이상(22.2%), 8시간 이하(18.1%) 등의 순으로 나타났다.

1일당 평균 근로 시간으로 9시간~10시간이라는 응답은 연기자(45.7%), 활동기간 5년 미만(42.4%), 홍보/마케팅(43.3%)과 드라마(41.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 11시간~12시간 이하라는 응답은 PD/연출(31.3%), 활동기간 20년 이상(32.7%), 교양/다큐/보도(28.1%) 분야에서, 13시간 이상이라는 응답은 PD/연출(31.9%)와 촬영/편집 스태프(28.8%), 활동기간 15년~20년 미만(25.0%), 영화(36.4%), 드라마(25.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

또한, 1일 평균 야간 근로시간으로는 평균 3.9시간인 것으로 나타났으며, 구간별로는 3시간이라는 응답이 19.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 4시간(19.7%), 6시간 이상(19.2%), 2시간 이하(16.7%), 5시간(14.8%), 1시간 이하(9.7%) 등의 순으로 나타났다. 1일 평균 야간 근로시간으로 3시간이라는 응답은 활동기간 20년 이상(30.8%), 연예/오락(27.7%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 4시간이라는 응답은 촬영/편집(28.8%)과 음향/조명 스태프(23.1%), 활동기간 20년 이상(26.9%)에서, 6시간 이상이라는 응답은 PD/연출(26.4%)과 음향/조명 스태프(23.1%), 영화(36.4%)와 드라마(24.1%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-40> 방송제작시 평균 1주 평균 근로일수

(단위: 명, %)

구분	응답자수	4일 이하	5일	6일	7일	평균 근로일수	
전체	432	21.3	26.6	32.6	19.4	5.2	
해당 직무	PD/연출	163	14.7	19.6	37.4	28.2	5.6
	작가	144	9.0	27.8	41.0	22.2	5.7
	촬영/편집	66	34.8	34.8	21.2	9.1	4.5
	음향/조명 등	13	61.5	38.5	0.0	0.0	3.9
	연기자	35	68.6	25.7	5.7	0.0	3.3
	기타 복수 직무	11	0.0	54.5	45.5	0.0	5.5
성별	남성	261	23.8	27.6	29.9	18.8	5.1
	여성	171	17.5	25.1	36.8	20.5	5.4
연령	20대	64	21.9	28.1	32.8	17.2	5.2
	30대	198	17.7	28.8	37.9	15.7	5.2
	40대	134	25.4	25.4	26.9	22.4	5.2
	50대 이상	36	25.0	16.7	25.0	33.3	5.5
결혼 여부	기혼	191	21.5	24.1	34.0	20.4	5.3
	미혼	241	21.2	28.6	31.5	18.7	5.2
최종 학력	고졸 이하	35	28.6	31.4	25.7	14.3	4.8
	전문대 졸	65	26.2	29.2	24.6	20.0	5.1
	대학교 졸	296	18.2	25.3	37.2	19.3	5.3
	대학원 이상	36	30.6	27.8	16.7	25.0	5.0
활동 기간	5년 미만	92	23.9	33.7	26.1	16.3	5.0
	5-10년 미만	113	23.0	28.3	35.4	13.3	5.1
	10-15년 미만	111	16.2	24.3	38.7	20.7	5.5
	15-20년 미만	64	18.8	26.6	32.8	21.9	5.3
	20년 이상	52	26.9	15.4	25.0	32.7	5.3
활동 장르	드라마	58	24.1	25.9	22.4	27.6	5.2
	교양/다큐/보도	235	18.3	23.8	40.0	17.9	5.3
	연예/오락	83	18.1	34.9	22.9	24.1	5.3
	애니메이션	6	33.3	66.7	0.0	0.0	4.0
	홍보/마케팅	30	36.7	23.3	23.3	16.7	4.7
	영화	11	18.2	27.3	45.5	9.1	5.4
	기타	9	55.6	11.1	33.3	0.0	4.2
활동 지역	서울/경기/인천	395	21.3	25.6	32.9	20.3	5.3
	수도권 이외	37	21.6	37.8	29.7	10.8	4.9

<표 5-41> 방송제작시 평균 1일 평균 근로시간

(단위: 명, %)

구분	응답자수	8시간 이하	9시간~ 10시간 이하	11시간~ 12시간 이하	13시간 이상	평균 근로시간	
전체	432	18.1	35.9	23.8	22.2	11.1	
해당 직무	PD/연출	163	9.2	27.6	31.3	31.9	12.1
	작가	144	21.5	39.6	25.0	13.9	10.6
	촬영/편집	66	12.1	39.4	19.7	28.8	11.9
	음향/조명 등	13	46.2	30.8	0.0	23.1	9.9
	연기자	35	42.9	45.7	8.6	2.9	8.0
	기타 복수 직무	11	27.3	63.6	0.0	9.1	9.2
성별	남성	261	16.1	34.5	23.8	25.7	11.4
	여성	171	21.1	38.0	24.0	17.0	10.7
연령	20대	64	15.6	37.5	25.0	21.9	11.2
	30대	198	17.7	36.9	23.2	22.2	11.0
	40대	134	19.4	35.8	24.6	20.1	11.1
	50대 이상	36	19.4	27.8	22.2	30.6	11.5
결혼 여부	기혼	191	16.8	36.1	23.6	23.6	11.3
	미혼	241	19.1	35.7	24.1	21.2	11.0
최종 학력	고졸 이하	35	25.7	31.4	25.7	17.1	11.0
	전문대 졸	65	20.0	44.6	15.4	20.0	10.8
	대학교 졸	296	15.5	35.1	26.0	23.3	11.3
	대학원 이상	36	27.8	30.6	19.4	22.2	10.1
활동 기간	5년 미만	92	16.3	42.4	21.7	19.6	10.8
	5-10년 미만	113	20.4	33.6	23.9	22.1	11.1
	10-15년 미만	111	18.9	36.0	23.4	21.6	11.2
	15-20년 미만	64	17.2	37.5	20.3	25.0	11.3
	20년 이상	52	15.4	26.9	32.7	25.0	11.5
활동 장르	드라마	58	19.0	41.4	13.8	25.9	11.6
	교양/다큐/보도	235	16.2	33.6	28.1	22.1	11.1
	연예/오락	83	20.5	34.9	25.3	19.3	10.9
	애니메이션	6	33.3	50.0	0.0	16.7	9.0
	홍보/마케팅	30	16.7	43.3	20.0	20.0	11.1
	영화	11	18.2	36.4	9.1	36.4	12.0
	기타	9	33.3	33.3	11.1	22.2	10.2
활동 지역	서울/경기/인천	395	18.5	35.7	24.8	21.0	11.1
	수도권 이외	37	13.5	37.8	13.5	35.1	11.7

〈표 5-42〉 방송제작시 평균 1일 평균 야간근로시간

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	1시간 이하	2시간 이하	3시간	4시간	5시간	6시간 이상	평균 야간근로시간	
전체	432	9.7	16.7	19.9	19.7	14.8	19.2	3.9	
해당 직무	PD/연출	163	9.2	15.3	19.0	22.7	7.4	26.4	4.1
	작가	144	6.3	21.5	21.5	15.3	21.5	13.9	3.7
	촬영/편집	66	15.2	10.6	16.7	28.8	13.6	15.2	3.7
	음향/조명 등	13	7.7	0.0	0.0	23.1	46.2	23.1	4.7
	연기자	35	17.1	17.1	20.0	11.4	14.3	20.0	3.7
	기타 복수 직무	11	9.1	27.3	54.5	0.0	9.1	0.0	2.7
성별	남성	261	12.3	14.6	21.5	19.9	11.5	20.3	3.8
	여성	171	5.8	19.9	17.5	19.3	19.9	17.5	3.9
연령	20대	64	9.4	17.2	14.1	14.1	18.8	26.6	4.1
	30대	198	11.6	18.7	20.7	18.2	13.6	17.2	3.7
	40대	134	9.0	11.9	18.7	23.1	16.4	20.9	4.0
	50대 이상	36	2.8	22.2	30.6	25.0	8.3	11.1	3.6
결혼 여부	기혼	191	6.3	17.3	20.4	25.1	13.6	17.3	3.9
	미혼	241	12.4	16.2	19.5	15.4	15.8	20.7	3.9
최종 학력	고졸 이하	35	2.9	20.0	25.7	17.1	11.4	22.9	4.0
	전문대 졸	65	16.9	13.8	12.3	23.1	15.4	18.5	3.7
	대학교 졸	296	8.8	16.9	20.6	20.3	15.2	18.2	3.9
	대학원 이상	36	11.1	16.7	22.2	11.1	13.9	25.0	3.9
활동 기간	5년 미만	92	9.8	18.5	15.2	19.6	17.4	19.6	3.9
	5-10년 미만	113	12.4	17.7	20.4	16.8	11.5	21.2	3.8
	10-15년 미만	111	10.8	14.4	20.7	18.0	16.2	19.8	3.9
	15-20년 미만	64	10.9	17.2	15.6	21.9	14.1	20.3	3.9
	20년 이상	52	0.0	15.4	30.8	26.9	15.4	11.5	3.8
활동 장르	드라마	58	6.9	10.3	13.8	19.0	25.9	24.1	4.4
	교양/다큐/보도	235	10.6	20.0	19.6	19.6	11.1	19.1	3.7
	연예/오락	83	4.8	13.3	27.7	21.7	14.5	18.1	4.0
	애니메이션	6	16.7	16.7	0.0	16.7	16.7	33.3	4.2
	홍보/마케팅	30	20.0	16.7	16.7	20.0	20.0	6.7	3.3
	영화	11	18.2	9.1	0.0	18.2	18.2	36.4	4.4
	기타	9	0.0	11.1	44.4	11.1	22.2	11.1	4.0
활동 지역	서울/경기/인천	395	9.9	16.5	19.2	19.0	14.9	20.5	3.9
	수도권 이외	37	8.1	18.9	27.0	27.0	13.5	5.4	3.4

16) 4대보험 가입 유무

프리랜서 방송영상인력이 국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험 등 4대보험의 가입비율을 살펴보면, 건강보험의 가입비율이 67.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 국민연금(49.1%), 산재보험(16.0%), 고용보험(15.7%) 등의 순으로 가입비율이 높은 것으로 나타났다. 4대보험별 가입 유무를 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

4대보험 중 국민연금의 경우, 가입했다는 응답은 49.1%로 나타났으며(미가입 44.9%, 잘 모름 6.0%), 국민연금에 가입했다는 응답은 음향/조명 스태프(61.5%), 활동기간이 길수록(5년 미만 41.3% → 20년 이상 63.5%) 상대적으로 높게 나타난 반면, 미가입이라는 응답은 작가(54.2%), 활동기간 5년 미만(51.1%), 연예/오락(55.4%)과 영화(45.5%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

건강보험의 경우, 가입했다는 응답은 67.4%로 나타났으며(미가입 27.3%, 잘 모름 5.3%), 건강보험에 가입했다는 응답은 PD/연출(70.6%), 활동기간 15년~20년 미만(75.0%), 드라마(75.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 미가입이라는 응답은 음향/조명 스태프(38.5%)와 활동기간이 짧을수록(20년 이상 19.2% → 5년 미만 33.7%), 홍보/마케팅(36.7%)과 영화(36.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

고용보험의 경우, 가입했다는 응답은 15.7%로 나타났으며(미가입 77.3%, 잘 모름 6.9%), 고용보험에 가입했다는 응답은 음향/조명 스태프(53.8%), 활동기간 5년~10년 미만(18.6%), 영화(36.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 미가입이라는 응답은 작가(89.6%)와 연기자(77.1%), 활동기간 15년~20년 미만(82.8%), 홍보/마케팅(83.3%), 연예/오락(79.5%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

산재보험의 경우, 가입했다는 응답은 16.0%로 나타났으며(미가입 76.6%, 잘 모름 7.4%), 산재보험에 가입했다는 응답은 음향/조명 스태프(53.8%), 활동기간 5년~10년 미만(18.6%), 영화(36.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 미가입이라는 응답은 작가(88.9%)과 촬영/편집 스태프(75.8%), 활동기간 10년~15년 미만(82.0%), 홍보/마케팅(83.3%)과 연예/오락(78.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

[그림 5-25] 국민연금 가입 유무

N=432



[그림 5-26] 건강보험 가입 유무

N=432



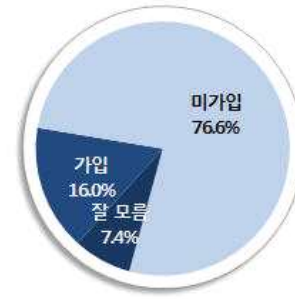
[그림 5-27] 고용보험 가입 유무

N=432



[그림 5-28] 산재보험 가입 유무

N=432



<표 5-43> 국민연금 가입 유무

(단위: 명, %)

구분	응답자수	가입	미가입	잘 모름	
전체	432	49.1	44.9	6.0	
해당 직무	PD/연출	163	49.1	42.9	8.0
	작가	144	41.7	54.2	4.2
	촬영/편집	66	53.0	45.5	1.5
	음향/조명 등	13	61.5	30.8	7.7
	연기자	35	54.3	31.4	14.3
	기타 복수 직무	11	90.9	9.1	0.0
성별	남성	261	52.9	40.6	6.5
	여성	171	43.3	51.5	5.3
연령	20대	64	29.7	57.8	12.5
	30대	198	46.5	47.0	6.6
	40대	134	61.9	35.8	2.2
	50대 이상	36	50.0	44.4	5.6
결혼 여부	기혼	191	53.4	41.4	5.2
	미혼	241	45.6	47.7	6.6
최종 학력	고졸 이하	35	34.3	57.1	8.6
	전문대 졸	65	44.6	49.2	6.2
	대학교 졸	296	51.7	42.9	5.4
	대학원 이상	36	50.0	41.7	8.3
활동 기간	5년 미만	92	41.3	51.1	7.6
	5-10년 미만	113	45.1	45.1	9.7
	10-15년 미만	111	48.6	47.7	3.6
	15-20년 미만	64	56.3	40.6	3.1
	20년 이상	52	63.5	32.7	3.8
활동 장르	드라마	58	55.2	43.1	1.7
	교양/다큐/보도	235	50.2	43.4	6.4
	연예/오락	83	37.3	55.4	7.2
	애니메이션	6	66.7	0.0	33.3
	홍보/마케팅	30	56.7	43.3	0.0
	영화	11	45.5	45.5	9.1
	기타	9	55.6	33.3	11.1
활동 지역	서울/경기/인천	395	49.1	44.6	6.3
	수도권 이외	37	48.6	48.6	2.7

<표 5-44> 건강보험 가입 유무

(단위: 명, %)

구분		응답자수	가입	미가입	잘 모름
전체		432	67.4	27.3	5.3
해당 직무	PD/연출	163	70.6	25.2	4.3
	작가	144	63.2	29.2	7.6
	촬영/편집	66	65.2	31.8	3.0
	음향/조명 등	13	61.5	38.5	0.0
	연기자	35	68.6	22.9	8.6
	기타 복수 직무	11	90.9	9.1	0.0
성별	남성	261	68.2	26.4	5.4
	여성	171	66.1	28.7	5.3
연령	20대	64	51.6	35.9	12.5
	30대	198	63.1	31.8	5.1
	40대	134	82.8	16.4	0.7
	50대 이상	36	61.1	27.8	11.1
결혼 여부	기혼	191	71.2	25.1	3.7
	미혼	241	64.3	29.0	6.6
최종 학력	고졸 이하	35	54.3	37.1	8.6
	전문대 졸	65	64.6	30.8	4.6
	대학교 졸	296	68.9	26.4	4.7
	대학원 이상	36	72.2	19.4	8.3
활동 기간	5년 미만	92	57.6	33.7	8.7
	5-10년 미만	113	62.8	31.0	6.2
	10-15년 미만	111	73.0	25.2	1.8
	15-20년 미만	64	75.0	21.9	3.1
	20년 이상	52	73.1	19.2	7.7
활동 장르	드라마	58	75.9	19.0	5.2
	교양/다큐/보도	235	69.4	25.5	5.1
	연예/오락	83	59.0	33.7	7.2
	애니메이션	6	66.7	16.7	16.7
	홍보/마케팅	30	63.3	36.7	0.0
	영화	11	63.6	36.4	0.0
	기타	9	55.6	33.3	11.1
활동 지역	서울/경기/인천	395	67.6	26.8	5.6
	수도권 이외	37	64.9	32.4	2.7

<표 5-45> 고용보험 가입 유무

(단위: 명, %)

구분	응답자수	가입	미가입	잘 모름	
전체	432	15.7	77.3	6.9	
해당 직무	PD/연출	163	20.2	74.2	5.5
	작가	144	2.8	89.6	7.6
	촬영/편집	66	21.2	75.8	3.0
	음향/조명 등	13	53.8	46.2	0.0
	연기자	35	0.0	77.1	22.9
	기타 복수 직무	11	90.9	9.1	0.0
성별	남성	261	22.6	71.3	6.1
	여성	171	5.3	86.5	8.2
연령	20대	64	9.4	81.3	9.4
	30대	198	17.7	76.3	6.1
	40대	134	16.4	79.9	3.7
	50대 이상	36	13.9	66.7	19.4
결혼 여부	기혼	191	15.2	78.0	6.8
	미혼	241	16.2	76.8	7.1
최종 학력	고졸 이하	35	17.1	74.3	8.6
	전문대 졸	65	16.9	76.9	6.2
	대학교 졸	296	14.5	79.4	6.1
	대학원 이상	36	22.2	63.9	13.9
활동 기간	5년 미만	92	17.4	75.0	7.6
	5-10년 미만	113	18.6	73.5	8.0
	10-15년 미만	111	15.3	82.0	2.7
	15-20년 미만	64	12.5	82.8	4.7
	20년 이상	52	11.5	73.1	15.4
활동 장르	드라마	58	12.1	77.6	10.3
	교양/다큐/보도	235	16.2	77.9	6.0
	연예/오락	83	12.0	79.5	8.4
	애니메이션	6	16.7	50.0	33.3
	홍보/마케팅	30	16.7	83.3	0.0
	영화	11	36.4	63.6	0.0
	기타	9	33.3	55.6	11.1
활동 지역	서울/경기/인천	395	14.9	77.7	7.3
	수도권 이외	37	24.3	73.0	2.7

<표 5-46> 산재보험 가입 유무

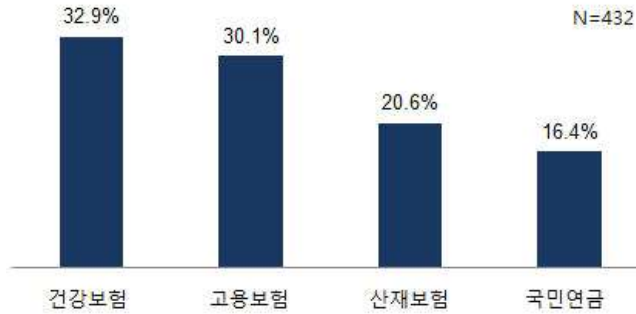
(단위: 명, %)

구분	응답자수	가입	미가입	잘 모름	
전체	432	16.0	76.6	7.4	
해당 직무	PD/연출	163	19.6	73.6	6.7
	작가	144	3.5	88.9	7.6
	촬영/편집	66	21.2	75.8	3.0
	음향/조명 등	13	53.8	46.2	0.0
	연기자	35	2.9	74.3	22.9
	기타 복수 직무	11	90.9	9.1	0.0
성별	남성	261	22.6	70.5	6.9
	여성	171	5.8	86.0	8.2
연령	20대	64	10.9	79.7	9.4
	30대	198	17.7	75.3	7.1
	40대	134	16.4	79.9	3.7
	50대 이상	36	13.9	66.7	19.4
결혼 여부	기혼	191	15.2	78.0	6.8
	미혼	241	16.6	75.5	7.9
최종 학력	고졸 이하	35	17.1	71.4	11.4
	전문대 졸	65	16.9	76.9	6.2
	대학교 졸	296	14.9	78.7	6.4
	대학원 이상	36	22.2	63.9	13.9
활동 기간	5년 미만	92	17.4	75.0	7.6
	5-10년 미만	113	18.6	71.7	9.7
	10-15년 미만	111	15.3	82.0	2.7
	15-20년 미만	64	14.1	81.3	4.7
	20년 이상	52	11.5	73.1	15.4
활동 장르	드라마	58	13.8	75.9	10.3
	교양/다큐/보도	235	16.2	77.4	6.4
	연예/오락	83	12.0	78.3	9.6
	애니메이션	6	16.7	50.0	33.3
	홍보/마케팅	30	16.7	83.3	0.0
	영화	11	36.4	63.6	0.0
	기타	9	33.3	55.6	11.1
활동 지역	서울/경기/인천	395	15.4	76.7	7.8
	수도권 이외	37	21.6	75.7	2.7

17) 4대 보험 중 가입이 가장 필요한 보험

프리랜서 방송영상인력이 4대 보험 중 가입이 가장 필요한 보험은 건강보험이라는 응답이 32.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 고용보험(30.1%), 산재보험(20.6%), 국민연금(16.4%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-29] 4대 보험 중 가입이 가장 필요한 보험



4대 보험 중 가장 필요한 보험이 건강보험이라는 응답은 연기자(74.3%)와 촬영/편집 스태프(36.4%), 활동기간 20년 이상(46.1%), 드라마(55.2%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 고용보험이라는 응답은 작가(45.8%)와 음향/조명 스태프(30.8%), 활동기간 10년~15년 미만(34.2%), 홍보/마케팅(40.0%) 분야에서, 산재보험이라는 응답은 PD/연출(34.4%), 활동기간 15년~20년 미만(26.6%), 교양/다큐/보도(22.6%) 분야에서, 국민연금이라는 응답은 음향/조명 스태프(38.5%), 활동기간 15년~20년 미만(20.3%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-47> 4대 보험 중 가입이 가장 필요한 보험

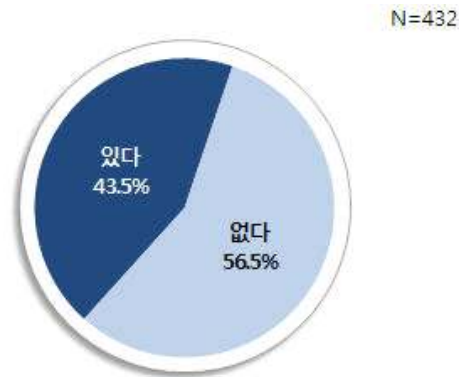
(단위: 명, %)

구분	응답자수	건강보험	고용보험	산재보험	국민연금	
전체	432	32.9	30.1	20.6	16.4	
해당 직무	PD/연출	163	23.9	23.3	34.4	18.4
	작가	144	33.3	45.8	6.3	14.6
	촬영/편집	66	36.4	24.2	25.8	13.6
	음향/조명 등	13	15.4	30.8	15.4	38.5
	연기자	35	74.3	8.6	11.4	5.7
	기타 복수 직무	11	27.3	27.3	9.1	36.4
성별	남성	261	32.2	24.5	26.8	16.5
	여성	171	33.9	38.6	11.1	16.4
연령	20대	64	31.3	28.1	23.4	17.2
	30대	198	33.3	29.8	21.7	15.2
	40대	134	31.3	33.6	17.9	17.2
	50대 이상	36	38.9	22.2	19.4	19.4
결혼 여부	기혼	191	29.8	27.2	23.6	19.4
	미혼	241	35.3	32.4	18.3	14.1
최종 학력	고졸 이하	35	28.6	31.4	25.7	14.3
	전문대 졸	65	41.5	26.2	16.9	15.4
	대학교 졸	296	31.4	31.4	19.6	17.6
	대학원 이상	36	33.3	25.0	30.6	11.1
활동 기간	5년 미만	92	37.0	27.2	20.7	15.2
	5-10년 미만	113	28.3	31.0	25.7	15.0
	10-15년 미만	111	32.4	34.2	16.2	17.1
	15-20년 미만	64	25.0	28.1	26.6	20.3
	20년 이상	52	46.2	26.9	11.5	15.4
활동 장르	드라마	58	55.2	17.2	17.2	10.3
	교양/다큐/보도	235	26.0	32.3	22.6	19.1
	연예/오락	83	34.9	30.1	19.3	15.7
	애니메이션	6	50.0	0.0	16.7	33.3
	홍보/마케팅	30	30.0	40.0	20.0	10.0
	영화	11	45.5	18.2	27.3	9.1
	기타	9	33.3	55.6	0.0	11.1
활동 지역	서울/경기/인천	395	34.2	30.4	19.2	16.2
	수도권 이외	37	18.9	27.0	35.1	18.9

18) 최근 2~3년간 제작 참여 시 업무상 상해사고나 질병 경험 유무

프리랜서 방송영상인력이 최근 2~3년간 방송제작 참여 시 본인/동료의 업무상 상해사고나 질병을 겪은 적이 있다는 응답은 43.5%로 프리랜서 10명 중 4명 정도가 업무상 상해사고나 질병을 겪은 적이 있는 것으로 나타났다.(업무상 사고나 질병이 없었다 56.5%).

[그림 5-30] 최근 2~3년간 제작 참여 시 업무상 상해사고나 질병 경험 유무



최근 2~3년간 방송제작 참여 시 본인/동료의 업무상 상해사고나 질병을 겪은 적이 있다는 응답은 PD/연출(55.2%)과 연기자(51.4%), 활동기간이 길수록(5년 미만 35.9% → 20년 이상 51.9%), 교양/다큐멘터리/보도(46.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 업무상 상해사고나 질병을 겪은 적이 없다는 응답은 음향/조명(84.6%)과 작가(66.7%), 활동기간이 짧을수록(20년 이상 48.1% → 5년 미만 64.1%), 홍보/마케팅(63.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

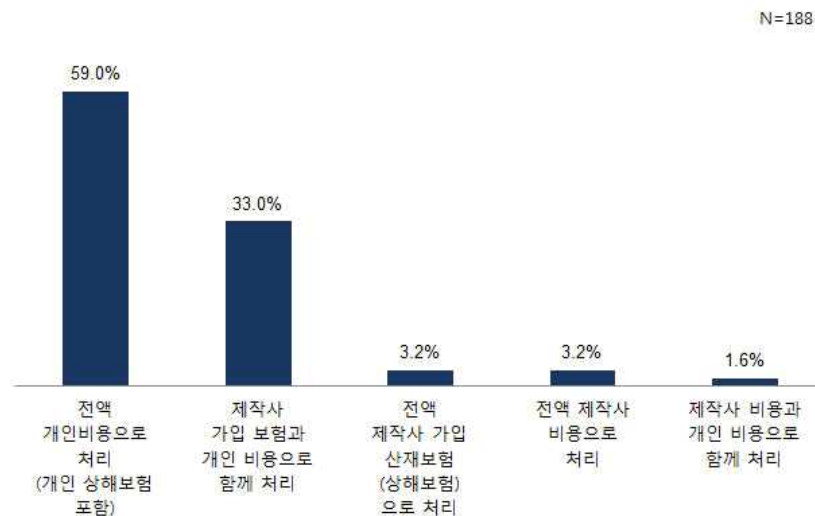
<표 5-48> 최근 2~3년간 제작 참여 시 업무상 상해사고나 질병 경험 유무

(단위: 명, %)

구분		응답자수	업무상 사고나 질병이 있었다	업무상 사고나 질병이 없었다
전체		432	43.5	56.5
해당 직무	PD/연출	163	55.2	44.8
	작가	144	33.3	66.7
	촬영/편집	66	36.4	63.6
	음향/조명 등	13	15.4	84.6
	연기자	35	51.4	48.6
	기타 복수 직무	11	54.5	45.5
성별	남성	261	47.9	52.1
	여성	171	36.8	63.2
연령	20대	64	42.2	57.8
	30대	198	40.4	59.6
	40대	134	46.3	53.7
	50대 이상	36	52.8	47.2
결혼 여부	기혼	191	48.7	51.3
	미혼	241	39.4	60.6
최종 학력	고졸 이하	35	54.3	45.7
	전문대 졸	65	36.9	63.1
	대학교 졸	296	42.9	57.1
	대학원 이상	36	50.0	50.0
활동 기간	5년 미만	92	35.9	64.1
	5-10년 미만	113	38.9	61.1
	10-15년 미만	111	45.9	54.1
	15-20년 미만	64	51.6	48.4
	20년 이상	52	51.9	48.1
활동 장르	드라마	58	37.9	62.1
	교양/다큐/보도	235	46.0	54.0
	연예/오락	83	42.2	57.8
	애니메이션	6	16.7	83.3
	홍보/마케팅	30	36.7	63.3
	영화	11	45.5	54.5
	기타	9	66.7	33.3
활동 지역	서울/경기/인천	395	44.1	55.9
	수도권 이외	37	37.8	62.2

한편, 최근 2~3년간 방송제작 참여 시 본인/동료의 업무상 상해사고나 질병을 겪은 적이 있다는 프리랜서 방송영상인력(N=188) 중 치료비용부담 방법으로 전액 개인 비용으로 처리(개인상해보험 포함)이라는 응답이 59.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 제작사 가입 보험과 개인 비용으로 함께 처리(33.0%), 전액 제작사 가입 산재보험(상해보험)으로 처리, 전액 제작사 비용으로 처리(각 3.2%), 제작사 비용과 개인 비용으로 함께 처리(1.6%) 순으로 나타났다.

[그림 5-31] 상해사고나 질병 발생 시 치료비용 부담 방법



전액 개인 비용으로 처리(개인상해보험 포함)이라는 응답은 작가(87.5%)와 연기자/연출(각 55.6%), 활동기간 10년~15년 미만(68.6%), 연예/오락(68.6%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 제작사 가입 보험과 개인 비용으로 함께 처리라는 응답은 촬영/편집 스태프(62.5%), 활동기간 15년~20년 미만(48.5%), 홍보/마케팅(63.6%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 5-49〉 상해사고나 질병 발생 시 치료 비용부담 방법

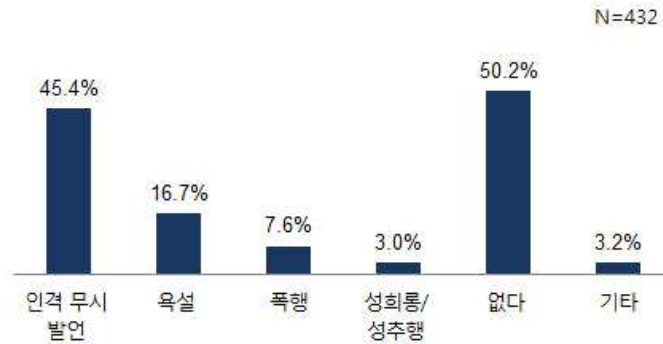
(단위: 명, %)

구분	응답자수	전액 개인 비용으로 처리 (개인 상해보험 포함)	제작사 가입 보험과 개인 비용으로 함께 처리	전액 제작사 가입 산재보험 (상해보험) 으로 처리	전액 제작사 비용으로 처리	제작사 비용과 개인 비용으로 함께 처리	
전체	188	59.0	33.0	3.2	3.2	1.6	
해당 직무	PD/연출	90	55.6	33.3	5.6	5.6	0.0
	작가	48	87.5	10.4	0.0	0.0	2.1
	촬영/편집	24	33.3	62.5	4.2	0.0	0.0
	음향/조명 등	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	연기자	18	55.6	33.3	0.0	0.0	11.1
기타 복수 직무	6	16.7	83.3	0.0	0.0	0.0	
성별	남성	125	52.0	36.0	4.8	4.8	2.4
	여성	63	73.0	27.0	0.0	0.0	0.0
연령	20대	27	63.0	33.3	0.0	0.0	3.7
	30대	80	56.3	33.8	7.5	2.5	0.0
	40대	62	58.1	32.3	0.0	6.5	3.2
	50대 이상	19	68.4	31.6	0.0	0.0	0.0
결혼 여부	기혼	93	60.2	29.0	4.3	4.3	2.2
	미혼	95	57.9	36.8	2.1	2.1	1.1
최종 학력	고졸 이하	19	31.6	47.4	10.5	5.3	5.3
	전문대 졸	24	70.8	20.8	0.0	0.0	8.3
	대학교 졸	127	60.6	33.1	3.1	3.1	0.0
	대학원 이상	18	61.1	33.3	0.0	5.6	0.0
활동 기간	5년 미만	33	54.5	39.4	3.0	0.0	3.0
	5-10년 미만	44	56.8	38.6	2.3	2.3	0.0
	10-15년 미만	51	68.6	15.7	7.8	5.9	2.0
	15-20년 미만	33	45.5	48.5	0.0	6.1	0.0
	20년 이상	27	66.7	29.6	0.0	0.0	3.7
활동 장르	드라마	22	68.2	22.7	0.0	4.5	4.5
	교양/다큐/보도	108	59.3	32.4	3.7	4.6	0.0
	연예/오락	35	68.6	22.9	5.7	0.0	2.9
	애니메이션	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	홍보/마케팅	11	36.4	63.6	0.0	0.0	0.0
	영화	5	0.0	80.0	0.0	0.0	20.0
	기타	6	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
활동 지역	서울/경기/인천	174	61.5	31.0	2.3	3.4	1.7
	수도권 이외	14	28.6	57.1	14.3	0.0	0.0

19) 최근 1년간 업무 관련 인권 침해 경험 유무(복수응답)

프리랜서 방송영상인력의 최근 1년간 업무 관련 인격 무시 발언 등 인권 침해 경험을 살펴보면 인격 무시 발언 이라는 응답이 45.4%로 가장 높았으며, 그 다음으로 욕설(16.7%), 폭행(7.6%), 성희롱/성추행(3.0%), 기타(2.9%) 등의 순으로 나타났다(인권 침해 경험이 없다 49.7%).

[그림 5-32] 최근 1년간 업무 관련 인권 침해 경험 유무(복수응답)



업무 관련 인권 침해 경험으로 인격 무시 발언이라는 응답은 연기자(71.4%), 활동기간 5년~10년 미만(50.4%), 영화(54.5%)와 연예/오락(47.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 욕설이라는 응답은 PD/연출(20.9%)과 음향/조명 스테프(23.1%), 활동기간 5년 미만(20.7%), 영화(45.5%)와 홍보/마케팅(20.0%) 분야에서, 폭행이라는 응답은 연기자(62.9%), 활동기간 5년~10년 미만(11.5%), 드라마(17.2%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

한편, 업무와 관련해 인권 침해를 받은 경험이 없다는 응답은 촬영/편집 스테프(65.2%), 활동기간 20년 이상(55.8%), 애니메이션(66.7%)과 홍보/마케팅(60.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

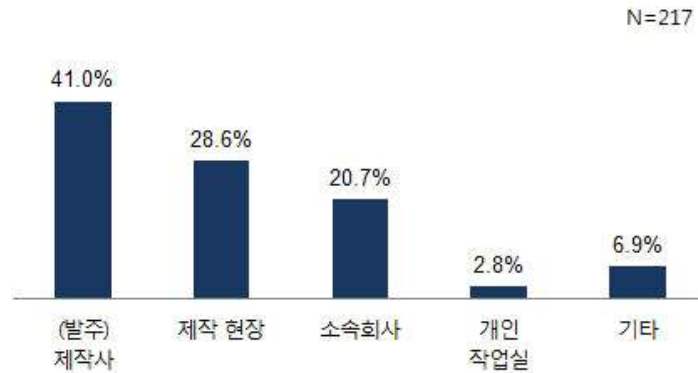
<표 5-50> 최근 1년간 업무 관련 인권 침해 경험 유무(복수응답)

(단위: 명, %)

구분	응답자수	인격무시 발언	욕설	폭행	성희롱/ 성추행	없다	기타	
전체	432	45.4	16.7	7.6	3.0	50.2	3.2	
해당 직무	PD/연출	163	49.1	20.9	3.7	3.1	47.2	3.7
	작가	144	44.4	13.2	0.0	3.5	50.7	3.5
	촬영/편집	66	28.8	15.2	4.5	3.0	65.2	4.5
	음향/조명 등	13	46.2	23.1	0.0	0.0	38.5	0.0
	연기자	35	71.4	14.3	62.9	0.0	28.6	0.0
	기타 복수 직무	11	18.2	9.1	18.2	9.1	81.8	0.0
성별	남성	261	42.5	16.9	9.2	1.9	52.9	3.4
	여성	171	49.7	16.4	5.3	4.7	46.2	2.9
연령	20대	64	50.0	25.0	9.4	7.8	46.9	1.6
	30대	198	48.0	17.2	6.6	2.0	51.0	1.0
	40대	134	41.8	14.2	9.7	1.5	48.5	6.7
	50대 이상	36	36.1	8.3	2.8	5.6	58.3	5.6
결혼 여부	기혼	191	40.8	13.6	5.8	1.0	55.5	3.1
	미혼	241	49.0	19.1	9.1	4.6	46.1	3.3
최종 학력	고졸 이하	35	34.3	17.1	11.4	2.9	60.0	2.9
	전문대 졸	65	49.2	21.5	13.8	4.6	46.2	1.5
	대학교 졸	296	47.6	16.2	5.7	3.0	49.0	3.0
	대학원 이상	36	30.6	11.1	8.3	0.0	58.3	8.3
활동 기간	5년 미만	92	42.4	20.7	9.8	3.3	54.3	2.2
	5-10년 미만	113	50.4	19.5	11.5	4.4	46.9	1.8
	10-15년 미만	111	45.0	13.5	4.5	1.8	47.7	5.4
	15-20년 미만	64	45.3	14.1	6.3	3.1	50.0	3.1
	20년 이상	52	40.4	13.5	3.8	1.9	55.8	3.8
활동 장르	드라마	58	43.1	10.3	17.2	0.0	55.2	1.7
	교양/다큐/보도	235	46.4	17.0	6.4	3.0	48.5	3.0
	연예/오락	83	47.0	16.9	4.8	4.8	48.2	6.0
	애니메이션	6	33.3	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0
	홍보/마케팅	30	36.7	20.0	3.3	3.3	60.0	0.0
	영화	11	54.5	45.5	0.0	9.1	45.5	0.0
	기타	9	44.4	11.1	11.1	0.0	44.4	11.1
활동 지역	서울/경기/인천	395	46.6	16.7	7.8	3.0	49.1	3.5
	수도권 이외	37	32.4	16.2	5.4	2.7	62.2	0.0

한편, 최근 1년간 업무 관련 인격 무시 발언 등 인권 침해 경험이 있는 프리랜서 방송영상인력(n=217) 중 인권침해를 받은 장소로는 (발주)제작사이라는 응답이 41.0%로 가장 높았으며, 그 다음으로 제작 현장(28.6%), 소속회사(20.7%), 개인 작업실(2.8%) 등의 순으로 나타났다(기타, 6.9%).

[그림 5-33] 인권 침해 장소



인권침해를 받은 장소로 제작사라는 응답은 작가(57.7%)와 PD/연출(45.5%), 활동기간 20년 이상(65.2%), 교양/다큐멘터리/보도(49.6%)와 연예/오락(41.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 제작현장이라는 응답은 연기자(52.0%), 활동기간 5년 미만(42.9%), 애니메이션(100.0%)과 영화(83.3%) 분야에서, 소속회사라는 응답은 촬영/편집 스태프(43.5%)와 음향/조명 스태프(37.5%), 활동기간 5년~10년 미만(25.8%), 홍보/마케팅(33.3%)과 드라마(26.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-51> 인권 침해 장소

(단위: 명, %)

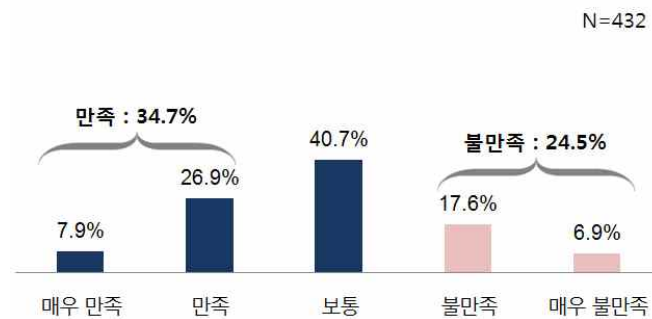
구분	응답자수	(발주) 제작사	제작 현장	소속회사	개인 작업실	기타	
전체	217	41.0	28.6	20.7	2.8	6.9	
해당 직무	PD/연출	88	45.5	28.4	17.0	0.0	9.1
	작가	71	57.7	9.9	15.5	7.0	9.9
	촬영/편집	23	8.7	47.8	43.5	0.0	0.0
	음향/조명 등	8	12.5	50.0	37.5	0.0	0.0
	연기자	25	20.0	52.0	24.0	4.0	0.0
	기타 복수 직무	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
성별	남성	125	34.4	35.2	23.2	0.8	6.4
	여성	92	50.0	19.6	17.4	5.4	7.6
연령	20대	34	47.1	35.3	14.7	0.0	2.9
	30대	99	41.4	23.2	24.2	3.0	8.1
	40대	69	36.2	33.3	20.3	2.9	7.2
	50대 이상	15	46.7	26.7	13.3	6.7	6.7
결혼 여부	기혼	86	43.0	26.7	20.9	2.3	7.0
	미혼	131	39.7	29.8	20.6	3.1	6.9
최종 학력	고졸 이하	14	28.6	50.0	14.3	0.0	7.1
	전문대 졸	35	25.7	42.9	25.7	2.9	2.9
	대학교 졸	153	46.4	24.2	19.6	2.6	7.2
	대학원 이상	15	33.3	20.0	26.7	6.7	13.3
활동 기간	5년 미만	42	38.1	42.9	16.7	0.0	2.4
	5-10년 미만	62	40.3	24.2	25.8	0.0	9.7
	10-15년 미만	58	36.2	25.9	24.1	8.6	5.2
	15-20년 미만	32	37.5	34.4	15.6	0.0	12.5
	20년 이상	23	65.2	13.0	13.0	4.3	4.3
활동 장르	드라마	26	34.6	26.9	26.9	11.5	0.0
	교양/다큐/보도	123	49.6	20.3	23.6	1.6	4.9
	연예/오락	43	41.9	34.9	7.0	0.0	16.3
	애니메이션	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	홍보/마케팅	12	8.3	50.0	33.3	0.0	8.3
	영화	6	0.0	83.3	16.7	0.0	0.0
	기타	5	0.0	40.0	20.0	20.0	20.0
활동 지역	서울/경기/인천	203	42.4	28.6	20.2	3.0	5.9
	수도권 이외	14	21.4	28.6	28.6	0.0	21.4

20) 현 직업에 대한 만족도

프리랜서 방송영상인력의 현 직업에 대한 만족도를 업무 전반, 보수 내지 소득, 업무 시간, 업무 내용, 작업조건, 복리후생, 직장 안정성 등 7개 항목별로 살펴본 결과, 업무 전반과 업무 내용 항목에 대한 만족도는 긍정 평가가 상대적으로 높은 반면, 보수 내지 소득, 업무 시간, 작업 조건, 복리 후생, 직장 안정성 항목에 대한 만족도는 부정 평가가 상대적으로 높게 나타났다. 현 직업에 대한 7개 항목별 만족도를 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

프리랜서 방송영상인력의 업무 전반에 대한 만족도는 만족한다는 긍정 응답이 34.7%(매우 만족 7.9% + 만족 26.9%)로 불만족한다는 부정 응답 24.5%(매우 불만족 6.9% + 불만족 17.6%)보다 +10.2%p 더 높게 나타나, 응답자 10명 중 3명 정도가 현 업무 전반에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-34] 현 직업에 대한 만족도(업무 전반적)



현 업무 전반에 만족한다(매우 만족 + 만족)는 응답은 음향/조명 스태프(69.2%), 활동기간 5년 미만(41.3%)에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 불만족한다(매우 불만족 + 불만족)는 응답은 연기자(28.6%), 활동기간 5년 미만(29.3%)과 20년 이상(28.8%)에서 상대적으로 높게 나타났다.

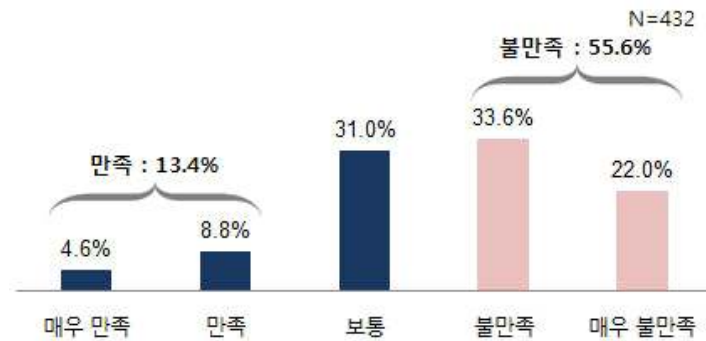
<표 5-52> 현 직업에 대한 만족도(업무 전반적)

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	만족	
전체	432	6.9	17.6	40.7	26.9	7.9	24.5	34.7	
해당 직무	PD/연출	163	9.8	17.8	39.9	25.8	6.7	27.6	32.5
	작가	144	4.2	16.0	44.4	30.6	4.9	20.1	35.4
	촬영/편집	66	6.1	16.7	39.4	27.3	10.6	22.7	37.9
	음향/조명 등	13	0.0	0.0	30.8	15.4	53.8	0.0	69.2
	연기자	35	5.7	22.9	37.1	28.6	5.7	28.6	34.3
	기타 복수 직무	11	18.2	45.5	36.4	0.0	0.0	63.6	0.0
성별	남성	261	7.3	18.8	40.6	24.5	8.8	26.1	33.3
	여성	171	6.4	15.8	40.9	30.4	6.4	22.2	36.8
연령	20대	64	6.3	17.2	28.1	34.4	14.1	23.4	48.4
	30대	198	8.6	16.7	42.9	27.3	4.5	25.3	31.8
	40대	134	4.5	16.4	46.3	24.6	8.2	20.9	32.8
	50대 이상	36	8.3	27.8	30.6	19.4	13.9	36.1	33.3
결혼 여부	기혼	191	5.2	21.5	40.8	24.6	7.9	26.7	32.5
	미혼	241	8.3	14.5	40.7	28.6	7.9	22.8	36.5
최종 학력	고졸 이하	35	11.4	17.1	34.3	31.4	5.7	28.6	37.1
	전문대 졸	65	6.2	23.1	35.4	26.2	9.2	29.2	35.4
	대학교 졸	296	6.8	17.6	42.2	26.0	7.4	24.3	33.4
	대학원 이상	36	5.6	8.3	44.4	30.6	11.1	13.9	41.7
활동 기간	5년 미만	92	7.6	21.7	29.3	30.4	10.9	29.3	41.3
	5-10년 미만	113	8.0	11.5	47.8	26.5	6.2	19.5	32.7
	10-15년 미만	111	5.4	16.2	45.0	26.1	7.2	21.6	33.3
	15-20년 미만	64	7.8	20.3	45.3	21.9	4.7	28.1	26.6
	20년 이상	52	5.8	23.1	30.8	28.8	11.5	28.8	40.4
활동 장르	드라마	58	5.2	12.1	37.9	36.2	8.6	17.2	44.8
	교양/다큐/보도	235	6.8	20.4	41.3	23.0	8.5	27.2	31.5
	연예/오락	83	7.2	14.5	42.2	30.1	6.0	21.7	36.1
	애니메이션	6	0.0	33.3	16.7	33.3	16.7	33.3	50.0
	홍보/마케팅	30	3.3	16.7	46.7	26.7	6.7	20.0	33.3
	영화	11	18.2	0.0	36.4	36.4	9.1	18.2	45.5
	기타	9	22.2	22.2	33.3	22.2	0.0	44.4	22.2
활동 지역	서울/경기/인천	395	6.3	18.0	40.0	27.6	8.1	24.3	35.7
	수도권 이외	37	13.5	13.5	48.6	18.9	5.4	27.0	24.3

프리랜서 방송영상인력의 보수(소득)에 대한 만족도는 불만족한다는 부정 응답이 55.6% (매우 불만족 22.0% + 불만족 33.6%), 만족한다는 긍정 응답이 13.4%(매우 만족 4.6% + 만족 8.8%)로 나타나, 응답자 10명 중 과반수인 5명 정도가 현 보수(소득)에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-35] 현 직업에 대한 만족도(보수 내지 소득)



현 업무 전반에 불만족한다(매우 불만족 + 불만족)는 응답은 PD/연출(69.3%), 활동기간 15년~20년 미만(59.4%), 교양/다큐/보도(59.1%)과 연예/오락(54.2%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 반면 만족한다(매우 만족 + 만족)는 응답은 작가(20.1%)와 음향/조명 스태프(53.8%), 활동기간 5년~10년 미만(15.0%), 드라마(20.7%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

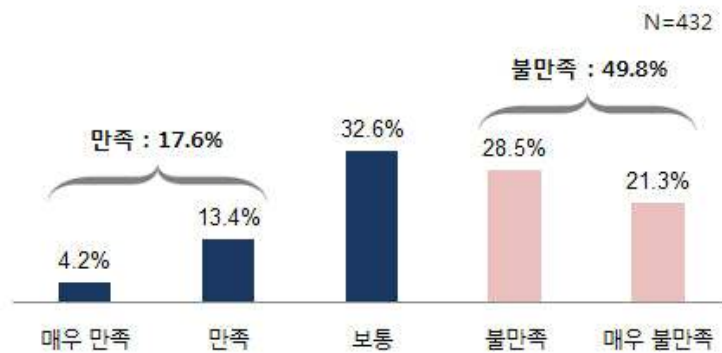
〈표 5-53〉 현 직업에 대한 만족도(보수 내지 소득)

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	만족	
전체	432	22.0	33.6	31.0	8.8	4.6	55.6	13.4	
해당 직무	PD/연출	163	35.0	34.4	25.8	1.2	3.7	69.3	4.9
	작가	144	11.8	33.3	34.7	16.0	4.2	45.1	20.1
	촬영/편집	66	18.2	33.3	34.8	10.6	3.0	51.5	13.6
	음향/조명 등	13	30.8	7.7	7.7	15.4	38.5	38.5	53.8
	연기자	35	14.3	31.4	40.0	11.4	2.9	45.7	14.3
	기타 보수 직무	11	0.0	63.6	36.4	0.0	0.0	63.6	0.0
성별	남성	261	26.1	32.6	29.5	6.5	5.4	58.6	11.9
	여성	171	15.8	35.1	33.3	12.3	3.5	50.9	15.8
연령	20대	64	23.4	32.8	31.3	6.3	6.3	56.3	12.5
	30대	198	23.2	35.9	29.8	7.6	3.5	59.1	11.1
	40대	134	18.7	31.3	32.1	11.9	6.0	50.0	17.9
	50대 이상	36	25.0	30.6	33.3	8.3	2.8	55.6	11.1
결혼 여부	기혼	191	18.3	37.2	29.3	12.0	3.1	55.5	15.2
	미혼	241	24.9	30.7	32.4	6.2	5.8	55.6	12.0
최종 학력	고졸 이하	35	28.6	25.7	25.7	17.1	2.9	54.3	20.0
	전문대 졸	65	21.5	32.3	33.8	6.2	6.2	53.8	12.3
	대학교 졸	296	21.3	35.8	30.1	8.8	4.1	57.1	12.8
	대학원 이상	36	22.2	25.0	38.9	5.6	8.3	47.2	13.9
활동 기간	5년 미만	92	30.4	28.3	28.3	7.6	5.4	58.7	13.0
	5-10년 미만	113	21.2	33.6	30.1	9.7	5.3	54.9	15.0
	10-15년 미만	111	15.3	37.8	33.3	8.1	5.4	53.2	13.5
	15-20년 미만	64	26.6	32.8	28.1	10.9	1.6	59.4	12.5
	20년 이상	52	17.3	34.6	36.5	7.7	3.8	51.9	11.5
활동 장르	드라마	58	15.5	31.0	32.8	13.8	6.9	46.6	20.7
	교양/다큐/보도	235	23.0	36.2	29.8	6.8	4.3	59.1	11.1
	연예/오락	83	24.1	30.1	31.3	9.6	4.8	54.2	14.5
	애니메이션	6	0.0	33.3	33.3	16.7	16.7	33.3	33.3
	홍보/마케팅	30	20.0	33.3	33.3	13.3	0.0	53.3	13.3
	영화	11	36.4	9.1	36.4	9.1	9.1	45.5	18.2
	기타	9	22.2	44.4	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0
활동 지역	서울/경기/인천	395	20.8	33.4	32.4	8.6	4.8	54.2	13.4
	수도권 이외	37	35.1	35.1	16.2	10.8	2.7	70.3	13.5

프리랜서 방송영상인력 업무 시간에 대한 만족도는 불만족한다는 부정 응답이 49.8%(매우 불만족 21.3% + 불만족 28.5%), 만족한다는 긍정 응답이 17.6%(매우 만족 4.2% + 만족 13.4%)로 나타나, 응답자 10명 중 과반수인 5명 정도가 현 업무 시간에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-36] 현 직업에 대한 만족도(업무 시간)



현 업무 시간에 불만족한다(매우 불만족 + 불만족)는 응답은 PD/연출(57.7%), 활동기간 5년~10년 미만(54.9%), 교양/다큐멘터리/보도(51.9%)와 영화(54.5%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 만족한다(매우 만족 + 만족)는 응답은 촬영/편집(47.0%)과 음향/조명(46.2%) 스테프, 활동기간 5년 미만(26.1%), 드라마(22.2%)와 홍보/마케팅(43.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

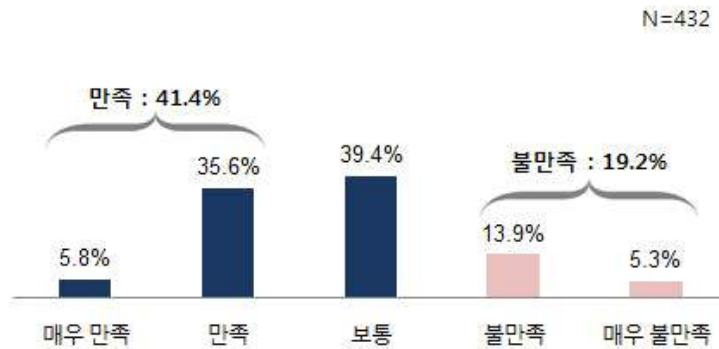
<표 5-54> 현 직업에 대한 만족도(업무 시간)

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	만족	
전체	432	21.3	28.5	32.6	13.4	4.2	49.8	17.6	
해당 직무	PD/연출	163	25.8	31.9	34.4	4.3	3.7	57.7	8.0
	작가	144	22.9	27.1	39.6	7.6	2.8	50.0	10.4
	촬영/편집	66	12.1	19.7	21.2	42.4	4.5	31.8	47.0
	음향/조명 등	13	7.7	23.1	23.1	46.2	0.0	30.8	46.2
	연기자	35	5.7	37.1	25.7	17.1	14.3	42.9	31.4
	기타 복수 직무	11	54.5	27.3	18.2	0.0	0.0	81.8	0.0
성별	남성	261	22.6	28.7	28.7	16.1	3.8	51.3	19.9
	여성	171	19.3	28.1	38.6	9.4	4.7	47.4	14.0
연령	20대	64	20.3	31.3	28.1	12.5	7.8	51.6	20.3
	30대	198	22.7	29.3	32.3	12.6	3.0	52.0	15.7
	40대	134	20.9	26.9	32.8	14.9	4.5	47.8	19.4
	50대 이상	36	16.7	25.0	41.7	13.9	2.8	41.7	16.7
결혼 여부	기혼	191	18.3	28.3	35.1	17.3	1.0	46.6	18.3
	미혼	241	23.7	28.6	30.7	10.4	6.6	52.3	17.0
최종 학력	고졸 이하	35	25.7	31.4	25.7	11.4	5.7	57.1	17.1
	전문대 졸	65	18.5	23.1	38.5	16.9	3.1	41.5	20.0
	대학교 졸	296	21.6	29.1	33.4	12.5	3.4	50.7	15.9
	대학원 이상	36	19.4	30.6	22.2	16.7	11.1	50.0	27.8
활동 기간	5년 미만	92	19.6	28.3	26.1	17.4	8.7	47.8	26.1
	5-10년 미만	113	20.4	34.5	29.2	13.3	2.7	54.9	15.9
	10-15년 미만	111	22.5	27.0	37.8	9.0	3.6	49.5	12.6
	15-20년 미만	64	26.6	23.4	31.3	15.6	3.1	50.0	18.8
	20년 이상	52	17.3	25.0	42.3	13.5	1.9	42.3	15.4
활동 장르	드라마	58	22.4	27.6	29.3	12.1	8.6	50.0	20.7
	교양/다큐/보도	235	22.1	29.8	34.0	10.2	3.8	51.9	14.0
	연예/오락	83	20.5	28.9	36.1	12.0	2.4	49.4	14.5
	애니메이션	6	16.7	33.3	16.7	16.7	16.7	50.0	33.3
	홍보/마케팅	30	10.0	16.7	30.0	43.3	0.0	26.7	43.3
	영화	11	36.4	18.2	27.3	18.2	0.0	54.5	18.2
활동 지역	기타	9	22.2	44.4	11.1	11.1	11.1	66.7	22.2
	서울/경기/인천	395	21.0	28.9	33.4	12.4	4.3	49.9	16.7
	수도권 이외	37	24.3	24.3	24.3	24.3	2.7	48.6	27.0

프리랜서 방송영상인력 업무 내용에 대한 만족도는 만족한다는 긍정 응답이 41.4%(매우 만족 5.8% + 만족 35.6%)로 불만족한다는 부정 응답 19.2%(매우 불만족 5.3% + 불만족 13.9%)보다 +22.2%p 더 높게 나타나, 응답자 10명 중 4명 정도가 현 업무 내용에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-37] 현 직업에 대한 만족도(업무 내용)



현 업무 내용에 만족한다(매우 만족 + 만족)는 응답은 촬영/편집(53.0%), 음향/조명 등 (46.2%) 스태프, 활동기간 20년 이상(51.9%), 드라마(50.0%), 연예/오락(43.4%), 홍보/마케팅 (43.3%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 불만족한다(매우 불만족 + 불만족)는 응답은 촬영/편집 스태프(24.2%), 활동기간 5년 미만(23.9%), 15년~20년 미만(21.9%), 홍보/마케팅(30.0%), 교양/다큐멘터리/보도(20.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

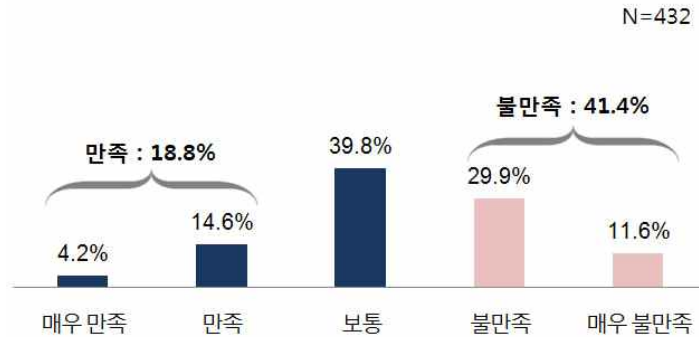
<표 5-55> 현 직업에 대한 만족도(업무 내용)

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	만족	
전체	432	5.3	13.9	39.4	35.6	5.8	19.2	41.4	
해당 직무	PD/연출	163	8.6	11.0	44.2	32.5	3.7	19.6	36.2
	작가	144	2.1	15.3	39.6	38.9	4.2	17.4	43.1
	촬영/편집	66	6.1	18.2	22.7	50.0	3.0	24.2	53.0
	음향/조명 등	13	0.0	0.0	53.8	7.7	38.5	0.0	46.2
	연기자	35	0.0	8.6	48.6	31.4	11.4	8.6	42.9
	기타 복수 직무	11	18.2	45.5	18.2	0.0	18.2	63.6	18.2
성별	남성	261	6.5	13.4	39.1	35.2	5.7	19.9	41.0
	여성	171	3.5	14.6	39.8	36.3	5.8	18.1	42.1
연령	20대	64	3.1	14.1	35.9	40.6	6.3	17.2	46.9
	30대	198	7.1	15.2	40.4	32.3	5.1	22.2	37.4
	40대	134	3.7	10.4	41.8	38.1	6.0	14.2	44.0
	50대 이상	36	5.6	19.4	30.6	36.1	8.3	25.0	44.4
결혼 여부	기혼	191	5.8	13.6	37.2	38.2	5.2	19.4	43.5
	미혼	241	5.0	14.1	41.1	33.6	6.2	19.1	39.8
최종 학력	고졸 이하	35	8.6	14.3	34.3	40.0	2.9	22.9	42.9
	전문대 졸	65	3.1	26.2	32.3	32.3	6.2	29.2	38.5
	대학교 졸	296	5.4	11.1	41.6	36.1	5.7	16.6	41.9
	대학원 이상	36	5.6	13.9	38.9	33.3	8.3	19.4	41.7
활동 기간	5년 미만	92	5.4	18.5	30.4	37.0	8.7	23.9	45.7
	5-10년 미만	113	6.2	13.3	42.5	32.7	5.3	19.5	38.1
	10-15년 미만	111	4.5	11.7	45.9	35.1	2.7	16.2	37.8
	15-20년 미만	64	6.3	15.6	39.1	34.4	4.7	21.9	39.1
	20년 이상	52	3.8	9.6	34.6	42.3	9.6	13.5	51.9
활동 장르	드라마	58	5.2	10.3	34.5	43.1	6.9	15.5	50.0
	교양/다큐/보도	235	3.8	16.6	40.9	33.6	5.1	20.4	38.7
	연예/오락	83	4.8	8.4	43.4	38.6	4.8	13.3	43.4
	애니메이션	6	0.0	16.7	33.3	16.7	33.3	16.7	50.0
	홍보/마케팅	30	13.3	16.7	26.7	43.3	0.0	30.0	43.3
	영화	11	18.2	0.0	45.5	27.3	9.1	18.2	36.4
	기타	9	11.1	22.2	33.3	11.1	22.2	33.3	33.3
활동 지역	서울/경기/인천	395	5.6	12.2	40.5	36.2	5.6	17.7	41.8
	수도권 이외	37	2.7	32.4	27.0	29.7	8.1	35.1	37.8

프리랜서 방송영상인력의 작업 조건에 대한 만족도는 불만족한다는 부정 응답이 41.4% (매우 불만족 11.6% + 불만족 29.9%), 만족한다는 긍정 응답이 18.8%(매우 만족 4.2% + 만족 14.6%)로 나타나, 응답자 10명 중 4명 정도가 현 작업 조건에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-38] 현 직업에 대한 만족도(작업 조건)



현 업무 조건에 불만족한다(매우 불만족 + 불만족)는 응답은 PD/연출(49.7%), 활동기간 5년~10년 미만(42.5%), 10년~15년 미만(42.3%), 영화(54.5%), 교양/다큐/보도(45.5%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 만족한다(매우 만족 + 만족)는 응답은 촬영/편집(31.8%)과 음향/조명(46.2%) 스테프, 드라마(20.7%)와 연예/오락(24.1%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

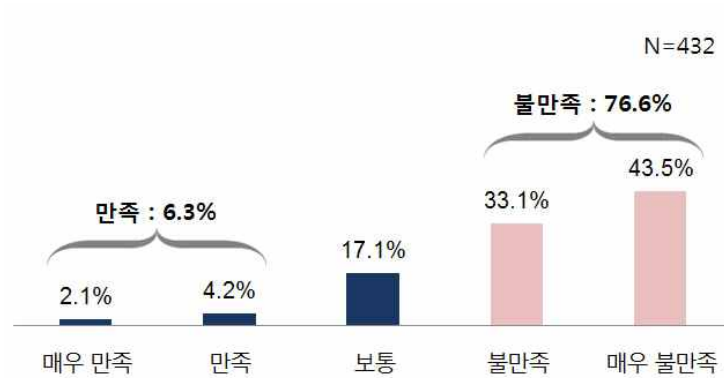
<표 5-56> 현 직업에 대한 만족도(작업 조건)

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	만족	
전체	432	11.6	29.9	39.8	14.6	4.2	41.4	18.8	
해당 직무	PD/연출	163	16.6	33.1	38.7	8.6	3.1	49.7	11.7
	작가	144	6.3	34.0	42.4	13.9	3.5	40.3	17.4
	촬영/편집	66	9.1	18.2	40.9	28.8	3.0	27.3	31.8
	음향/조명 등	13	30.8	0.0	23.1	7.7	38.5	30.8	46.2
	연기자	35	5.7	25.7	45.7	20.0	2.9	31.4	22.9
	기타 복수 직무	11	18.2	45.5	18.2	18.2	0.0	63.6	18.2
성별	남성	261	13.4	30.3	37.5	14.6	4.2	43.7	18.8
	여성	171	8.8	29.2	43.3	14.6	4.1	38.0	18.7
연령	20대	64	9.4	26.6	42.2	14.1	7.8	35.9	21.9
	30대	198	12.6	31.8	38.4	13.6	3.5	44.4	17.2
	40대	134	11.2	29.1	40.3	15.7	3.7	40.3	19.4
	50대 이상	36	11.1	27.8	41.7	16.7	2.8	38.9	19.4
결혼 여부	기혼	191	10.5	30.4	40.8	14.7	3.7	40.8	18.3
	미혼	241	12.4	29.5	39.0	14.5	4.6	41.9	19.1
최종 학력	고졸 이하	35	17.1	34.3	31.4	14.3	2.9	51.4	17.1
	전문대 졸	65	10.8	26.2	41.5	15.4	6.2	36.9	21.5
	대학교 졸	296	10.5	29.7	40.9	15.2	3.7	40.2	18.9
	대학원 이상	36	16.7	33.3	36.1	8.3	5.6	50.0	13.9
활동 기간	5년 미만	92	12.0	29.3	37.0	15.2	6.5	41.3	21.7
	5-10년 미만	113	10.6	31.9	38.9	14.2	4.4	42.5	18.6
	10-15년 미만	111	12.6	29.7	43.2	11.7	2.7	42.3	14.4
	15-20년 미만	64	12.5	28.1	39.1	17.2	3.1	40.6	20.3
	20년 이상	52	9.6	28.8	40.4	17.3	3.8	38.5	21.2
활동 장르	드라마	58	12.1	29.3	37.9	17.2	3.4	41.4	20.7
	교양/다큐/보도	235	10.6	34.9	38.3	12.3	3.8	45.5	16.2
	연예/오락	83	12.0	20.5	43.4	19.3	4.8	32.5	24.1
	애니메이션	6	16.7	16.7	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3
	홍보/마케팅	30	6.7	26.7	46.7	20.0	0.0	33.3	20.0
	영화	11	27.3	27.3	36.4	0.0	9.1	54.5	9.1
	기타	9	22.2	11.1	44.4	22.2	0.0	33.3	22.2
활동 지역	서울/경기/인천	395	11.9	29.9	40.8	13.4	4.1	41.8	17.5
	수도권 이외	37	8.1	29.7	29.7	27.0	5.4	37.8	32.4

프리랜서 방송영상인력의 복리 후생에 대한 만족도는 불만족한다는 부정 응답이 76.6% (매우 불만족 43.5% + 불만족 33.1%), 만족한다는 긍정 응답이 6.3%(매우 만족 2.1% + 만족 4.2%)로 나타나, 응답자 10명 중 7명 정도가 현 복리 후생에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-39] 현 직업에 대한 만족도(복리후생)



현 복리 후생에 불만족한다(매우 불만족 + 불만족)는 응답은 PD/연출(85.3%), 작가(81.9%), 연기자(82.9%), 활동기간 15년~20년 미만(81.3%), 교양/다큐/보도(82.1%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 만족한다(매우 만족 + 만족)는 응답은 음향/조명(53.8%) 스태프, 활동기간 5년~10년 미만(8.0%), 홍보/마케팅(10.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

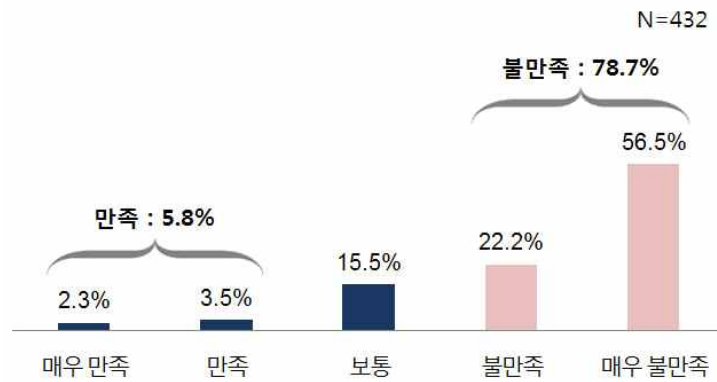
<표 5-57> 현 직업에 대한 만족도(복리후생)

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	만족	
전체	432	43.5	33.1	17.1	4.2	2.1	76.6	6.3	
해당 직무	PD/연출	163	52.1	33.1	8.0	4.3	2.5	85.3	6.7
	작가	144	50.7	31.3	14.6	0.7	2.8	81.9	3.5
	촬영/편집	66	22.7	27.3	45.5	3.0	1.5	50.0	4.5
	음향/조명 등	13	23.1	15.4	7.7	53.8	0.0	38.5	53.8
	연기자	35	28.6	54.3	14.3	2.9	0.0	82.9	2.9
	기타 복수 직무	11	18.2	45.5	36.4	0.0	0.0	63.6	0.0
성별	남성	261	39.8	33.7	19.2	5.4	1.9	73.6	7.3
	여성	171	49.1	32.2	14.0	2.3	2.3	81.3	4.7
연령	20대	64	42.2	29.7	20.3	4.7	3.1	71.9	7.8
	30대	198	47.0	30.8	16.7	3.5	2.0	77.8	5.6
	40대	134	40.3	36.6	16.4	5.2	1.5	76.9	6.7
	50대 이상	36	38.9	38.9	16.7	2.8	2.8	77.8	5.6
결혼 여부	기혼	191	41.4	36.1	16.2	5.8	0.5	77.5	6.3
	미혼	241	45.2	30.7	17.8	2.9	3.3	75.9	6.2
최종 학력	고졸 이하	35	48.6	25.7	20.0	2.9	2.9	74.3	5.7
	전문대 졸	65	36.9	36.9	18.5	7.7	0.0	73.8	7.7
	대학교 졸	296	43.6	34.1	16.6	3.7	2.0	77.7	5.7
	대학원 이상	36	50.0	25.0	16.7	2.8	5.6	75.0	8.3
활동 기간	5년 미만	92	38.0	32.6	21.7	4.3	3.3	70.7	7.6
	5-10년 미만	113	46.0	29.2	16.8	6.2	1.8	75.2	8.0
	10-15년 미만	111	43.2	36.0	15.3	2.7	2.7	79.3	5.4
	15-20년 미만	64	46.9	34.4	15.6	3.1	0.0	81.3	3.1
	20년 이상	52	44.2	34.6	15.4	3.8	1.9	78.8	5.8
활동 장르	드라마	58	31.0	44.8	15.5	5.2	3.4	75.9	8.6
	교양/다큐/보도	235	49.4	32.8	13.6	2.1	2.1	82.1	4.3
	연예/오락	83	45.8	26.5	19.3	6.0	2.4	72.3	8.4
	애니메이션	6	16.7	33.3	33.3	16.7	0.0	50.0	16.7
	홍보/마케팅	30	16.7	36.7	36.7	10.0	0.0	53.3	10.0
	영화	11	63.6	18.2	9.1	9.1	0.0	81.8	9.1
	기타	9	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0
활동 지역	서울/경기/인천	395	44.1	33.4	16.2	4.1	2.3	77.5	6.3
	수도권 이외	37	37.8	29.7	27.0	5.4	0.0	67.6	5.4

프리랜서 방송영상인력의 직장 안정성에 대한 만족도는 불만족한다는 부정 응답이 78.7%(매우 불만족 56.5% + 불만족 22.2%), 만족한다는 긍정 응답이 5.8%(매우 만족 2.3% + 만족 3.5%)로 나타나, 응답자 10명 중 8명 정도가 직장 안정성에 대해 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-40] 현 직업에 대한 만족도(직장 안정성)



현 직장 안정성에 불만족한다(매우 불만족 + 불만족)는 응답은 연기자(91.4%), 활동기간 15년~20년 미만(89.1%)과 20년 이상(82.7%), 교양/다큐멘터리/보도(80.9%) 분야에서 상대적으로 높게 나타난 반면, 만족한다(매우 만족 + 만족)는 응답은 음향/조명(53.8%) 스태프, 활동기간 5년~10년 미만(10.6%), 연예/오락(7.2%), 홍보/마케팅(6.7%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-58> 현 직업에 대한 만족도(직장 안정성)

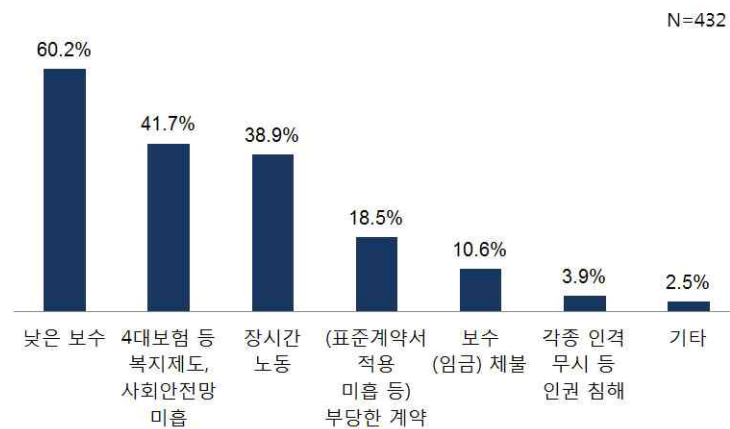
(단위: 명, %)

구분	응답자 수	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	불만족	만족	
전체	432	56.5	22.2	15.5	3.5	2.3	78.7	5.8	
해당 직무	PD/연출	163	58.3	22.7	12.9	3.7	2.5	81.0	6.1
	작가	144	60.4	19.4	16.0	2.8	1.4	79.9	4.2
	촬영/편집	66	51.5	18.2	27.3	0.0	3.0	69.7	3.0
	음향/조명 등	13	38.5	7.7	0.0	38.5	15.4	46.2	53.8
	연기자	35	57.1	34.3	8.6	0.0	0.0	91.4	0.0
	기타 복수 직무	11	27.3	54.5	18.2	0.0	0.0	81.8	0.0
성별	남성	261	53.6	23.0	17.2	3.4	2.7	76.6	6.1
	여성	171	60.8	21.1	12.9	3.5	1.8	81.9	5.3
연령	20대	64	46.9	28.1	17.2	3.1	4.7	75.0	7.8
	30대	198	57.1	20.7	15.2	5.1	2.0	77.8	7.1
	40대	134	61.9	18.7	14.9	2.2	2.2	80.6	4.5
	50대 이상	36	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	83.3	0.0
결혼 여부	기혼	191	59.2	18.3	17.3	4.2	1.0	77.5	5.2
	미혼	241	54.4	25.3	14.1	2.9	3.3	79.7	6.2
최종 학력	고졸 이하	35	57.1	25.7	8.6	5.7	2.9	82.9	8.6
	전문대 졸	65	47.7	21.5	23.1	7.7	0.0	69.2	7.7
	대학교 졸	296	58.8	22.0	13.9	2.7	2.7	80.7	5.4
	대학원 이상	36	52.8	22.2	22.2	0.0	2.8	75.0	2.8
활동 기간	5년 미만	92	46.7	26.1	20.7	3.3	3.3	72.8	6.5
	5-10년 미만	113	51.3	23.9	14.2	7.1	3.5	75.2	10.6
	10-15년 미만	111	64.9	14.4	16.2	1.8	2.7	79.3	4.5
	15-20년 미만	64	65.6	23.4	10.9	0.0	0.0	89.1	0.0
	20년 이상	52	55.8	26.9	13.5	3.8	0.0	82.7	3.8
활동 장르	드라마	58	44.8	32.8	20.7	0.0	1.7	77.6	1.7
	교양/다큐/보도	235	62.1	18.7	13.2	3.8	2.1	80.9	6.0
	연예/오락	83	59.0	16.9	16.9	3.6	3.6	75.9	7.2
	애니메이션	6	50.0	0.0	33.3	16.7	0.0	50.0	16.7
	홍보/마케팅	30	43.3	30.0	20.0	3.3	3.3	73.3	6.7
	영화	11	54.5	27.3	9.1	9.1	0.0	81.8	9.1
	기타	9	11.1	77.8	11.1	0.0	0.0	88.9	0.0
활동 지역	서울/경기/인천	395	58.2	20.3	15.9	3.0	2.5	78.5	5.6
	수도권 이외	37	37.8	43.2	10.8	8.1	0.0	81.1	8.1

21) 현 방송 제작환경의 문제점

프리랜서 방송영상인력이 생각하는 현 방송 제작환경의 문제점(중복응답 결과)으로는 낮은 보수라는 응답이 60.2%로 가장 높았으며, 그 다음으로 4대 보험 등 복지제도 및 사회안전망 미흡(41.7%), 장시간 노동(38.9%), 표준계약서 적용 미흡 등 부당한 계약(18.5%), 보수(임금) 체불(10.6%), 각종 인격 무시 등 인권 침해(3.9%) 등의 순으로 나타났다(기타 2.5%).

[그림 5-41] 현 방송 제작환경의 문제점(중복응답)



방송 제작환경의 문제점으로 낮은 보수라는 응답은 촬영/편집(63.6%)와 음향/조명(69.2%) 스태프, 활동기간 5년 미만(67.4%), 5년~10년 미만(61.9%), 교양/다큐/보도(63.4%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났으며, 4대 보험 등 복지제도 및 사회안전망 미흡은 작가(48.6%)와 연기자(45.7%), 활동기간 15년~20년 미만(53.1%), 드라마(58.6%) 분야에서 상대적으로 높았으며, 장시간 노동이라는 응답은 작가(48.6%)와 음향/조명 스태프(76.9%), 활동기간 5년~10년 미만(45.1%), 홍보/마케팅(40.0%) 분야에서 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-59> 현 방송 제작환경의 문제점(중복응답)

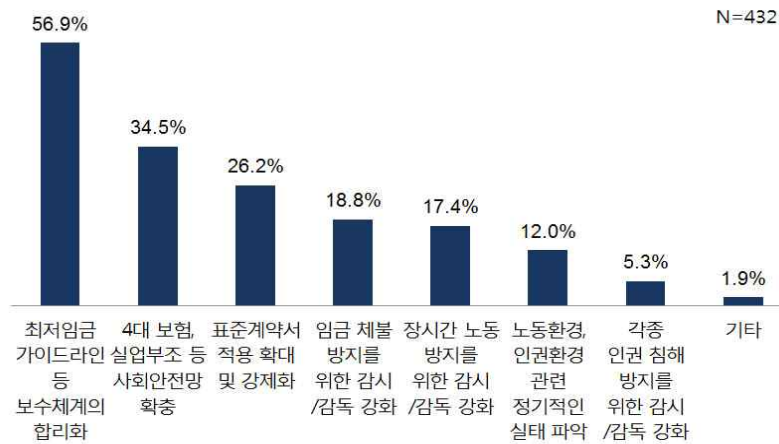
(단위: 명, %)

구분	응답자 수	낮은 보수	4대 보험 등 복지 제도, 사회안 전망 미흡	장시간 노동	(표준계약서 적용 미흡 등) 부당한 계약	보수 (임금) 체불	각종 인격 무시 등 인권 침해	기타	
전체	432	60.2	41.7	38.9	18.5	10.6	3.9	2.5	
해당 직무	PD/연출	163	60.7	37.4	34.4	19.0	8.6	4.9	4.3
	작가	144	59.7	48.6	48.6	17.4	4.2	3.5	2.1
	촬영/편집	66	63.6	37.9	36.4	12.1	13.6	6.1	1.5
	음향/조명 등	13	69.2	7.7	76.9	0.0	7.7	0.0	0.0
	연기자	35	48.6	45.7	0.0	45.7	45.7	0.0	0.0
기타 보수 직무	11	63.6	63.6	72.7	0.0	0.0	0.0	0.0	
성별	남성	261	60.2	35.6	34.9	20.3	11.9	5.4	3.4
	여성	171	60.2	50.9	45.0	15.8	8.8	1.8	1.2
연령	20대	64	68.8	40.6	39.1	14.1	12.5	4.7	3.1
	30대	198	65.2	37.4	40.9	14.6	11.1	5.1	2.5
	40대	134	48.5	49.3	35.8	26.1	9.0	3.0	2.2
	50대 이상	36	61.1	38.9	38.9	19.4	11.1	0.0	2.8
결혼 여부	기혼	191	53.4	46.6	35.1	22.0	6.8	2.6	3.1
	미혼	241	65.6	37.8	41.9	15.8	13.7	5.0	2.1
최종 학력	고졸 이하	35	60.0	25.7	51.4	11.4	20.0	5.7	2.9
	전문대 졸	65	56.9	33.8	43.1	20.0	15.4	6.2	3.1
	대학교 졸	296	60.5	44.9	36.8	18.9	8.1	3.4	2.4
대학원 이상	36	63.9	44.4	36.1	19.4	13.9	2.8	2.8	
활동 기간	5년 미만	92	67.4	38.0	40.2	15.2	16.3	5.4	2.2
	5-10년 미만	113	61.9	31.9	45.1	15.9	10.6	5.3	1.8
	10-15년 미만	111	60.4	48.6	38.7	17.1	6.3	2.7	3.6
	15-20년 미만	64	46.9	53.1	31.3	26.6	9.4	1.6	3.1
20년 이상	52	59.6	40.4	32.7	23.1	11.5	3.8	1.9	
활동 장르	드라마	58	43.1	58.6	39.7	22.4	17.2	1.7	3.4
	교양/다큐/보도	235	63.4	40.4	37.0	17.9	6.4	3.4	2.1
	연예/오락	83	59.0	42.2	38.6	22.9	10.8	2.4	2.4
	애니메이션	6	50.0	16.7	33.3	33.3	66.7	0.0	0.0
	홍보/마케팅	30	70.0	36.7	40.0	10.0	20.0	10.0	0.0
	영화	11	63.6	9.1	63.6	9.1	0.0	18.2	9.1
기타	9	66.7	33.3	55.6	0.0	22.2	11.1	11.1	
활동 지역	서울/경기/인천	395	59.2	42.3	39.0	19.0	10.6	3.8	2.3
	수도권 이외	37	70.3	35.1	37.8	13.5	10.8	5.4	5.4

22) 방송 업무환경 개선을 위한 정부 추진 정책/제도(복수응답)

프리랜서 방송영상인력이 바라는 방송 제작 업무환경 개선을 위해 정부가 가장 우선적으로 추진해야 할 정책/제도(중복응답 결과)로 최저임금 가이드라인 등 보수체계의 합리화라는 응답이 56.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 4대 보험, 실업 부조 등 사회안전망 확충(34.5%), 표준계약서 적용 확대 및 강제화(26.2%), 임금 체불 방지를 위한 감시/감독 강화(18.8%), 장시간 노동 방지를 위한 감시/감독 강화(17.4%), 노동환경, 인권환경 관련 정기적인 실태 파악(12.0%) 등의 순으로 나타났다.

[그림 5-42] 방송제작 업무환경 개선을 위한 정부 추진 정책/제도(복수응답)



정부가 방송 제작 업무환경 개선을 위해 가장 우선적으로 추진해야 할 정책/제도로 최저임금 가이드라인 등 보수체계의 합리화라는 응답은 촬영/편집(69.7%)와 음향/조명(76.9%) 스태프, 활동기간 5년~10년 미만(61.1%), 홍보/마케팅(66.7%) 분야에서, 4대 보험 등 사회안전망 확충은 작가(40.3%), 활동기간 15년~20년 미만(45.3%)에서, 표준계약서 적용 확대 및 강제화는 조명/음향 스태프(30.8%)와 연기자(34.3%), 활동기간이 길수록(5년 미만 23.9% → 20년 이상 32.7%), 드라마(37.9%) 분야에서 높게 나타났다.

<표 5-60> 방송제작 업무환경 개선을 위한 정부 추진 정책/제도(복수응답)

(단위: 명, %)

구분	응답자 수	최저 임금 가이드라인 등 보수 체계의 합리화	4대 보험, 실업 부조 등 사회안전망 확충	표준 계약서 적용 확대 및 강제화	임금 체불 방지를 위한 감시/감독 강화	장시간 노동 방지를 위한 감시/감독 강화	노동 환경, 인권 환경 관련 정기적인 실태 파악	각종 인권 침해 방지를 위한 감시/감독 강화	기타	
전체	432	56.9	34.5	26.2	18.8	17.4	12.0	5.3	1.9	
해당 직무	PD/연출	163	48.5	38.0	31.9	10.4	16.6	9.2	5.5	3.7
	작가	144	59.0	40.3	22.2	16.0	22.9	12.5	4.9	0.0
	촬영/편집	66	69.7	25.8	18.2	25.8	13.6	9.1	10.6	0.0
	음향/조명 등	13	76.9	0.0	30.8	30.8	30.8	0.0	0.0	0.0
	연기자	35	51.4	17.1	34.3	57.1	0.0	28.6	0.0	0.0
	기타 복수 직무	11	72.7	54.5	9.1	0.0	18.2	27.3	0.0	18.2
성별	남성	261	56.7	31.0	28.7	18.4	14.9	11.1	6.5	3.1
	여성	171	57.3	39.8	22.2	19.3	21.1	13.5	3.5	0.0
연령	20대	64	64.1	28.1	21.9	26.6	21.9	7.8	7.8	1.6
	30대	198	59.6	31.3	21.7	18.7	20.2	12.1	7.1	2.5
	40대	134	47.0	42.5	33.6	16.4	11.9	12.7	3.0	1.5
	50대 이상	36	66.7	33.3	30.6	13.9	13.9	16.7	0.0	0.0
결혼 여부	기혼	191	53.9	38.7	30.9	14.1	14.1	11.5	2.6	1.6
	미혼	241	59.3	31.1	22.4	22.4	19.9	12.4	7.5	2.1
최종 학력	고졸 이하	35	68.6	22.9	20.0	25.7	25.7	8.6	5.7	0.0
	전문대 졸	65	58.5	23.1	30.8	35.4	12.3	7.7	3.1	4.6
	대학교 졸	296	55.7	37.5	26.0	14.9	17.6	12.5	6.1	1.7
	대학원 이상	36	52.8	41.7	25.0	13.9	16.7	19.4	2.8	0.0
활동 기간	5년 미만	92	58.7	26.1	23.9	29.3	21.7	8.7	10.9	1.1
	5-10년 미만	113	61.1	28.3	23.9	21.2	19.5	10.6	5.3	2.7
	10-15년 미만	111	55.9	41.4	24.3	11.7	19.8	13.5	3.6	2.7
	15-20년 미만	64	51.6	45.3	31.3	9.4	7.8	12.5	3.1	1.6
	20년 이상	52	53.8	34.6	32.7	21.2	11.5	17.3	1.9	0.0
활동 장르	드라마	58	41.4	34.5	37.9	32.8	12.1	19.0	1.7	1.7
	교양/다큐/보도	235	58.7	37.4	26.0	11.5	18.3	9.4	4.3	0.9
	연예/오락	83	57.8	32.5	21.7	21.7	16.9	18.1	4.8	2.4
	애니메이션	6	33.3	16.7	33.3	100.0	0.0	16.7	0.0	0.0
	홍보/마케팅	30	66.7	30.0	30.0	23.3	16.7	3.3	20.0	0.0
	영화	11	63.6	9.1	9.1	9.1	45.5	9.1	18.2	0.0
활동 지역	기타	9	77.8	33.3	0.0	33.3	11.1	11.1	0.0	33.3
	서울/경기/인천 수도권 이외	395	55.9	34.9	26.3	19.2	17.7	12.2	5.1	1.3
	수도권 이외	37	67.6	29.7	24.3	13.5	13.5	10.8	8.1	8.1

23) 프리랜서 방송영상인력의 근로환경 개선 관련 건의사항

프리랜서 방송영상인력 근로환경 개선 관련 건의사항(n=124)으로 노동시간 및 보수 관련 적정한 가이드라인 마련이 시급하다는 응답이 25.0%(31명)로 가장 높았으며, 그 다음으로 불공정 계약, 계약 불이행 관련 강력한 법적 제도 마련이 필요하다(12.9%, 16명), 임금 보장 및 임금체불에 대한 법적 처벌제도를 마련해야 한다, 고용 불안정 문제를 해결하기 위한 사회안전망을 구축할 필요가 있다(각 10.5%, 각 13명) 등의 순으로 나타났다. 세부적인 응답 내용은 아래와 같다.

<표 5-61> 프리랜서 방송영상인력의 근로환경 개선 관련 건의사항

(단위: 명, %)

항목	사례수	비율
노동시간 및 보수 관련 적정한 가이드라인 마련이 시급하다.	31	25.0
불공정 계약, 계약 불이행 관련 강력한 법적 제도 마련이 시급하다.	16	12.9
임금보장 및 임금체불에 대한 법적 처벌제도를 마련해야 한다.	13	10.5
고용불안정 문제를 해결하기 위한 안전망을 구축할 필요가 있다.	13	10.5
저작권 소유 및 저작권 보호를 위한 법적 제도가 필요하다.	7	5.6
프리랜서를 보호하기 위한 법률 제정 및 감시 강화가 필요하다.	6	4.8
4대보험 가입을 계약 필수 항목으로 정해야 한다.	5	4.0
낮은 제작비 등 제작비의 현실화가 시급하다.	5	4.0
퇴직후 노후를 보장하는 제도가 필요하다.	3	2.4
갑을관계로 인한 인권침해 문제를 해결해야 한다.	3	2.4
프리랜서 인력을 관리할 단체나 조직을 설립해야 한다.	3	2.4
정부의 적극적인 관심과 개선을 위한 지원이 필요하다.	3	2.4
막내작가나보조작가에대한처우개선이필요하다.	2	1.6
연수나 직무능력향상교육의 기회를 확대해야 한다.	2	1.6
프로그램 제작 중 문제 발생 시 상의 할 기관이 필요하다.	1	0.8
프로덕션이 없어져야 방송사에서 고용을 늘릴 것이다.	1	0.8
프리랜서는 더 이상 늘어나면 안된다.	1	0.8
작가들 간에 서로 도와주는 분위기가 조성되었으면 좋겠다.	1	0.8
작가에게 작업 공간을 제공해야 한다.	1	0.8
개인작업실을 마련해 주어야 한다.	1	0.8
프리랜서의 교육 기회를 확대해야 한다.	1	0.8
우선적으로 사회의 인식과 구조적인 문제를 해결해야 한다.	1	0.8
현장에서 사용되는 장비에 대한 교육이 이루어져야 한다.	1	0.8
영상인들을 위한 교육과 복지 제도를 확대해야 한다.	1	0.8
이러한 조사가 정기적으로 이루어져 변화를 해야한다.	1	0.8
인건비의 선금과 잔금 구분을 통한 지급이 필요하다	1	0.8
합계	124	100.0

4. 교육훈련 효과 분석

노동시장에 참여하는 개인들은 학교와 학교 이외의 교육훈련기관들을 이용하여 인적자본을 축적한다. Heckman et al.(1998)³⁰⁾의 연구 결과에 따르면, 개인의 생애 인적자본(lifetime human capital) 중 절반 이상은 학교를 졸업한 이후에 형성된다. 이러한 측면에서 대부분의 경제학 연구들은 주로 학교를 통한 인적자본 형성과 그 효과에 초점을 맞추어 왔다(Card, 2000³¹⁾). 상대적으로 빈도는 작지만, 학교 졸업 이후에 형성되는 인적자본의 중요성도 논의되어져 왔으며 특히 학교 졸업 후의 교육훈련이 개인의 생산성과 임금에 미치는 효과에 관한 연구가 꾸준히 진행되어 왔다. 서구에서 진행된 교육훈련의 효과에 관한 최근의 연구들은 Bassanini et al.(2005),³²⁾ Blundell et al.(1999)³³⁾ 및 Leuven and Oosterbeek(2008)³⁴⁾와 이들 논문에서 인용된 여러 연구들을 통하여 확인할 수 있다.(유경준강창희, 2009³⁵⁾)

본 연구에서 조사한 프리랜서 방송영상인력 교육실태 자료는 교육훈련에 대한 교육훈련의 인과적 효과를 제시하는 것은 제한되지만 교육훈련 참여가 인력들의 교육훈련 참여도 및 고용여건의 상관관계를 확인할 수 있다. 여기서는 임금노동자 전체를 포함한 표본과 상용직을 제외한 프리랜서 표본을 구분하여 분석하였다. 이를 구분하기 위해 설문지에서 제공하는 정보를 활용하였다. 우선 종사상 지위를 통해 임금노동자와 자영업자를 분류해

30) Heckman, J. J., L. Lochner, and C. Taber(1998), Tax Policy and Human-Capital Formation, *American Economic Review*, 88(2), pp.293~297.

31) Card, D.(2000), "The Causal Effect of Education on Earnings" in Orley Ashenfelter and David Card (eds.), *Handbook of Labor Economics*, Amsterdam: North Holland

32) Bassanini, A., A. L. Booth, G. Brunello, M. De Paola, and E. Leuven. (2005), *Workplace Training in Europe*, IZA Discussion Papers, No. 1640

33) Blundell, R., L. Dearden, C. Meghir, and B. Sianesi. (1999), *Human Capital Investment: The Returns from Education and Training to the Individual, the Firm and the Economy*, *Fiscal Studies*, 20(1), pp.1~23.

34) Leuven, E. and H. Oosterbeek,(2008), An Alternative Approach to Estimate the Wage Returns to Private-sector Training, *Journal of Applied Econometrics*, 23(4), pp.423~434.

35) 유경준강창희(2009), 직업훈련의 임금효과 분석: 「경제활동인구조사」를 중심으로, *한국개발연구*, 32(2), pp. 29-53

고 임금노동자는 각각 고용계약 여부, 고용계약기간, 일하는 형태에 따라 상용직, 임시직, 일용직을 구분하였다.

<표 5-62> 종사자 형태 분류

단계	조사 항목	종사형태 판별
1	귀하의 종사상 지위는 어떠하십니까?	임금노동자, 자영업자 고용주, 교육생
2	귀하는 고용될 때 고용계약을 하셨습니까?	예: 상용직, 임시직 아니오: 상용직, 일용직
3	귀하의 고용계약기간을 얼마동안 입니까?	1년미만: 임시직 1년이상: 상용직
4	귀하의 일거리가 생겼을 경우 며칠 또는 몇 주씩 일을 하는 형태입니까?	예: 일용직 아니오: 상용직

구분된 기준을 통해 표본을 분류하면 504개 표본 중 고용주와 교육생을 제외하면 총 487개 표본이 나온다. 여기에는 임금노동자 122명과 자영업자 365명이 포함되어 있다. 임금노동자는 자료에서 제공하는 정보를 통해 상용직, 임시직, 일용직을 구분하면 각각 55명, 39명³⁶⁾, 28명으로 나타난다. 이중 프리랜서는 자영업자와 일용직, 임시직으로 구분되는 임금노동자로 총 432명이다.

<표 5-63> 표본분류

임금노동자(122명)				
자영업자	일용직	임시직	상용직	기타
사업자등록 유 93명 사업자등록 무 272명	고용계약 없이 일거리가 있을 때 일함 28명	고용계약 1년미만 39명	고용계약 1년이상 / 고용지속가능 55명	고용주 4명 교육생 13명
프리랜서(432명)				

교육훈련 경험 유무에 따른 주요 종속변수들의 평균값을 보면 <표 5-64> 와 같다. 전체적으로 월평균 임금은 282.6만원 수준이며, 노동시간으로 환산하면 시간당 임금은 약 1.48만원이다. 전반적인 처우 및 근로환경에 대한 만족도는 만족 또는 매우 만족한다가 약

36) 고용계약기간이 12개월 이상이면 일반적으로 상용직으로 분류하나 여기서는 해당 표본을 임시직에 포함시켰다. 이는 프리랜서를 1년 이하의 계약으로 근로하는 자로 제시하고 있는 영국과 미국의 기준을 반영한 이종구 외(2006)의 기준을 준용했다.

34.9%로 나타났다. 제도인지 수준의 대응변수인 표준계약서는 알고 있는 사람은 약 58.9%, 교육훈련 참여의지가 높은 사람은 32.32%로 나타났다. 모든 종속변수의 값이 교육훈련 경험이 있는 집단이 높게 나타나는 것을 확인할 수 있는데 이는 교육훈련은 처우 및 근로환경이 개선뿐만 아니라 다른 교육훈련에 접근성에도 영향을 줄 수 있다는 것을 의미한다. 상용직을 제외한 프리랜서 표본도 거의 비슷한 경향을 보이는 것으로 나타났다. 다만 전반적으로 임금수준을 높게 나타나는 반면 만족도 제도인지, 교육훈련 참여의지는 약간 낮은 것을 낮은 것으로 나타난다.

〈표 5-64〉 교육훈련 경험에 따른 주요 변수의 특징

(단위: 만원, %, 명)

구분	전체		교육훈련 경험 없음		교육훈련 경험 있음		
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차	
임금 노동자 자영 업자	월평균임금	282.6	357.8	269.6	310.4	304.8	426.8
	시간당임금	1.48	2.10	1.28	1.33	1.82	2.95
	만족도	34.91	47.72	32.57	46.94	38.89	48.89
	제도인지	58.93	49.25	55.05	49.83	65.56	47.65
	교육훈련 참여의지	32.24	46.79	27.36	44.65	40.56	49.24
	표본수	487		307		180	
프리 랜서	월평균임금	292.1	377.0	274.0	322.4	326.1	462.0
	시간당임금	1.52	2.21	1.30	1.38	1.93	3.20
	만족도	34.72	47.66	32.62	46.97	38.67	48.86
	제도인지	58.33	49.36	54.61	49.88	65.33	47.75
	교육훈련 참여의지	31.48	46.50	26.60	44.26	40.67	49.29
	표본수	432		282		150	

주) 교육훈련 경험여부는 최근 2~3년 동안 사내 교육을 포함하여 공공기관이나 기업, 협회, 단체 등에서 업무상 교육을 받은 적이 있는 경우를 말함. 만족도는 5점 지표 중 만족, 매우 만족으로 응답한 비율을 의미함, 제도인지는 표준계약서에 대한 알고 있는 정도로 자세히 알고 있다. 대략적인 내용만 알고 있다. 들어는 보았다고 응답한 비율을 의미함. 교육훈련 참여의지는 향후 필요한 기술 및 지식관련 교육이 있으면 반드시 수강하겠다고 응답한 비율을 의미함

자료: 프리랜서 방송영상인력 교육실태 분석 원자료

교육훈련 경험이 처우 및 근로환경, 교육훈련 가능성과 어떠한 관계를 가지는지 분석하였다. 본 연구에서 분석하고자 하는 처우를 나타내는 변수는 시간당 임금으로 연속변수이

며, 근로환경 및 교육훈련 가능성을 나타내는 변수는 만족도, 제도 인식, 교육훈련 참여의 지로 이항변수이다. 일반적으로 종속변수가 연속변수이면 OLS 분석이 가능하나 종속변수가 두 가지로 유형으로 분류되는 질적 변수인 경우는 이진 반응 모형(binary response model)을 사용한다(이용관·김혜인, 2015³⁷⁾).

임금결정요인 분석의 전형적인 방법인 Mincer(1974)³⁸⁾류의 방정식을 사용했다. 즉, 로그 임금은 연령, 성별, 학력, 근속, 경력 등과 같은 개인의 인적 특성과 고용형태, 기업규모 등 그 밖의 사회경제적 요인에 의해 설명된다(이용관, 2015³⁹⁾).

$$lwage_i = \alpha + \beta_1 \delta_i + \beta_2 X_i + \beta_3 Z_i + v_i$$

여기서 종속변수는 로그 시간당임금이며 δ_i 는 교육훈련 경험 여부를 나타내는 더미변수로 교육훈련 경험이 있으면 1, 경험이 없으면 0으로 나타난다. X_i 는 표본 i 의 인구통계학적 특징으로 임금방적식에 주로 사용되는 성별, 교육수준, 경력, 지역, 종사형태 등이 포함된다. Z_i 는 임금수준에 영향을 미치는 업무적 특징의 내용으로 종사자의 직무 및 장르, 부업 여부 등이 사용된다.

시간당 임금을 제외한 나타지 변수는 0 또는 1의 값을 갖는 이항변수이기 때문에 추정 모형들은 비선형 모형으로서 최소자승법 대신 최우추정법을 사용하여 추정한다. 이 경우 일반적으로 로짓(logit) 모형을 사용하는데 근로환경 및 교육훈련 가능성에 영향을 미치는 변수들을 활용하여 추정식으로 나타내면 아래와 같으며 통제변수는 OLS 분석과 동일하다.

$$WC_i^* = \alpha + \beta_1 \delta_i + \beta_2 X_i + \beta_3 Z_i + e_i$$

$$WC_i^* = \begin{cases} 1 & \text{if } WC_i^* > 0 \\ 0 & \text{if } WC_i^* \leq 0 \end{cases}$$

37) 이용관·김혜인(2015), 연령별 사회관계망과 문화관람 활동의 관계 분석, 소비자문제연구, 46(3), pp. 77-100

38) Mincer, J.(1974), Schooling, Experience, and Earnings, New York: Columbia University Press for National Bureau of Economic Research.

39) 이용관(2015), 콘텐츠 분야 청년층 노동시장 분석, 한국문화관광연구원

교육훈련 경험에 따른 처우 및 근로환경, 교육훈련 가능성을 보면 <표 5-65>와 같다. 우선 교육훈련 경험이 임금 및 전반적인 만족도 수준에는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 대신 임금의 경우 경력의 효과가 크게 나타나는 것을 확인할 수 있다. 즉 교육훈련 경험이 개인의 능력을 향상시켜 임금을 향상시킬 수 가능성은 존재하나 방송 산업의 특성상 교육훈련 보다는 현장능력을 중시한다는 것을 시사한다. 또한 임금은 학력효과가 존재하며, 상대적으로 연기자 직무, 교육/다큐, 연예/오락 부분에서 일을 하는 경우 높게 나타난다.

반면 제도인지, 교육훈련 참여 의지는 교육훈련 경험이 긍정적인 관계를 보이는 것을 확인할 수 있다. 즉 교육훈련이 개인의 역량 강화와 함께 정보의 확산 역할도 한다는 것을 보여준다. 또한 교육훈련은 개인의 경력 관리에도 영향을 미칠 수 있어 지속적인 경력개발의 동기를 확대시킬 수 있다는 것을 보여준다. 표준계약서에 대해서는 상대적으로 작가, 촬영/편집 직무를 가진 인력들의 경우 인지도가 상대적으로 낮고, 교육훈련 참여 의지는 촬영/편집, 음향/조명 직무는 가진 인력들의 경우 상대적으로 높으나 연예/오락 분야에 종사하는 인력들은 낮은 것을 확인할 수 있다.

<표 5-65> 교육훈련 효과 분석(임금노동자+자영업자)

구분	OLS	logit		
	임금	만족도	제도인지	교육훈련 참여의지
교육훈련경험(없음) 있음	0.06 (0.08)	0.27 (0.22)	0.52** (0.22)	0.65*** (0.22)
성별(남성) 여성	0.11 (0.11)	0.16 (0.28)	-0.42 (0.28)	-0.11 (0.28)
학(고졸이하) 전문대졸	0.01 (0.16)	-0.09 (0.45)	-0.16 (0.46)	0.60 (0.49)
대졸	-0.06 (0.15)	-0.08 (0.41)	0.28 (0.41)	0.56 (0.44)
대학원이상	0.36* (0.22)	0.17 (0.54)	0.61 (0.58)	0.90 (0.55)
경력(년)	0.02*** (0.01)	-0.02 (0.02)	0.03** (0.02)	0.02 (0.02)

구분	OLS	logit		
	임금	만족도	제도인지	교육훈련 참여의지
지역(수도권) 비수도권	-0.19 (0.16)	-0.40 (0.39)	0.49 (0.41)	0.07 (0.39)
종사형태(임금노동자) 사업자등록 있음	0.22* (0.12)	0.33 (0.33)	0.44 (0.33)	0.21 (0.33)
사업자등록 없음	-0.03 (0.10)	0.15 (0.27)	0.01 (0.27)	0.19 (0.27)
직무(PD/연출) 작가	0.10 (0.11)	-0.19 (0.32)	-1.02*** (0.33)	-0.46 (0.33)
촬영/편집	-0.15 (0.14)	0.11 (0.31)	-1.42*** (0.33)	0.62* (0.32)
음향/조명	0.12 (0.15)	2.12*** (0.64)	-0.28 (0.56)	0.99* (0.57)
연기자	0.64*** (0.20)	-0.64 (0.41)	-0.06 (0.42)	0.04 (0.43)
장르(드라마) 교육/다큐/보도	0.24* (0.14)	-0.68** (0.33)	-0.30 (0.32)	-0.36 (0.32)
연예/오락	0.31** (0.15)	-0.50 (0.38)	0.16 (0.37)	-0.66* (0.40)
애니메이션	0.16 (0.32)	0.29 (0.75)	1.53 (1.23)	-1.35 (0.86)
홍보/마케팅	0.25 (0.20)	-0.76 (0.50)	-0.06 (0.51)	-0.05 (0.48)
영화	0.17 (0.28)	-0.46 (0.76)	1.35* (0.73)	-0.23 (0.65)
기타	0.43 (0.37)	-0.26 (0.88)	-1.51* (0.87)	-1.97* (1.13)
부업(있음) 없음	0.02 (0.10)	-0.53** (0.24)	-0.45* (0.26)	0.05 (0.25)
상수항	-0.52* (0.30)	1.06 (0.83)	1.11 (0.87)	-1.57* (0.92)

주) 자료 중 종사형태가 임금노동자, 자영업자인 표본 487개를 사용함. ()은 강건표준오차를 의미하며, *, **, ***는 각각 10%, 5%, 1% 수준의 유의미함을 의미함

상용직을 제외한 표본을 가지고 분석한 결과도 앞의 결과와 거의 비슷하게 나타난다. 다만 대부분의 계수추정치가 증가하는 것을 확인할 수 있다. 이는 교육훈련 경험은 임금

노동자(상용직)에 비해 프리랜서에게 관련 정보 확산 및 경력개발에 더 큰 도움이 주는 것으로 해석할 수 있다.

<표 5-66> 교육훈련 효과 분석(프리랜서)

구분	OLS	logit		
	임금	만족도	제도인지	교육훈련 참여의지
교육훈련경험(없음) 있음	0.08 (0.09)	0.31 (0.23)	0.54** (0.24)	0.73*** (0.23)
성별(남성) 여성	0.17 (0.12)	0.40 (0.30)	-0.53* (0.31)	-0.12 (0.31)
학(고졸이하) 전문대졸	-0.04 (0.18)	-0.18 (0.48)	0.04 (0.49)	0.38 (0.52)
대졸	-0.14 (0.16)	-0.09 (0.43)	0.37 (0.42)	0.40 (0.45)
대학원이상	0.30 (0.25)	0.07 (0.58)	0.79 (0.61)	0.91 (0.57)
경력(년)	0.02*** (0.01)	-0.02 (0.02)	0.03* (0.02)	0.02 (0.02)
지역(수도권) 비수도권	-0.26 (0.19)	-0.54 (0.45)	0.57 (0.46)	0.32 (0.43)
종사형태(임금노동자) 사업자등록 있음	0.29** (0.14)	0.31 (0.38)	0.51 (0.39)	0.31 (0.39)
사업자등록 없음	0.01 (0.12)	0.09 (0.31)	0.02 (0.33)	0.27 (0.33)
직무(PD/연출) 작가	0.07 (0.12)	-0.36 (0.33)	-0.82** (0.35)	-0.49 (0.35)
촬영/편집	-0.14 (0.17)	0.11 (0.34)	-1.31*** (0.36)	0.55 (0.36)
음향/조명	0.18 (0.17)	1.59** (0.68)	0.24 (0.77)	1.38* (0.71)
연기자	0.62*** (0.22)	-0.53 (0.43)	0.43 (0.48)	0.27 (0.46)
장르(드라마) 교육/다큐/보도	0.25* (0.14)	-0.68** (0.34)	-0.31 (0.34)	-0.42 (0.34)
연예/오락	0.34**	-0.46	0.03	-0.68

구분	OLS	logit		
	임금	만족도	제도인지	교육훈련 참여의지
	(0.16)	(0.38)	(0.39)	(0.41)
애니메이션	0.35 (0.48)	-0.42 (0.86)		
홍보/마케팅	0.20 (0.23)	-0.81 (0.54)	-0.51 (0.54)	-0.15 (0.52)
영화	0.19 (0.32)	-0.48 (0.79)	2.36** (1.11)	-0.38 (0.68)
기타	0.44 (0.41)	-0.59 (0.98)	-1.33 (0.92)	-1.87 (1.15)
부업(있음)	없음	0.07 (0.12)	-0.65*** (0.25)	-0.36 (0.27)
상수항	-0.60* (0.32)	1.28 (0.86)	0.83 (0.91)	-1.69* (1.00)

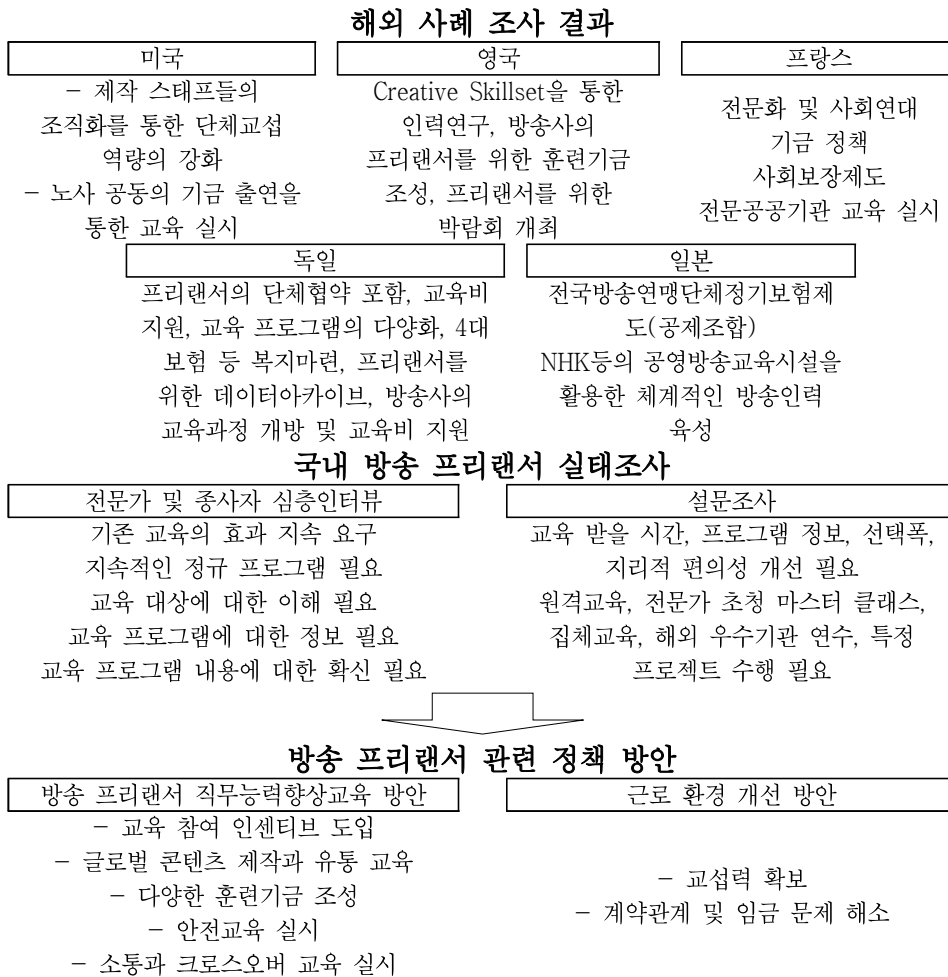
주) 자료 중 종사형태가 임시직, 일용직, 자영업자인 표본 432개를 사용함. ()은 강건표준오차를 의미하며, *, **, ***는 각각 10%, 5%, 1% 수준의 유의미함을 의미함

분석결과 교육훈련은 일반적으로 생각하는 개인의 인적자원 축적의 효과와 함께 정보 확산과 경력개발 강화의 효과도 갖는 것을 나타낸다. 이는 교육훈련에 대해 두 가지 시사점을 제공한다. 첫째, 교육훈련 제공 시 일반적인 실무역량 강화교육과 함께 정부정책 및 관련 제도에 대한 정보도 주기적으로 제공하는 것이 필요하다. 이는 현재 방송업계에서 나타나고 있는 관행적으로 이루어지고 불합리적 계약 등에 기인하고 있기 때문에 교육훈련을 통해 제도에 대한 인식도를 높일 수 있으면 이는 업계에 만연되어 있는 불합리한 관행 개선의 시발점이 될 수 있기 때문이다. 둘째, 교육훈련 구축 시 경력개발 경로를 고려해야 한다. 교육은 더 상위의 교육을 받을 수 있도록 역량을 증대시켜 2차 3차 교육수요로 이어진다. 즉 교육훈련 체계 구축 시 1회적인 교육이 아니라 경력경로를 고려해서 연속적이 교육훈련이 이루어질 수 있도록 하는 것이 필요하다. 이는 추가적인 교육훈련 수요를 증대시켜 전반적인 인적자원 축적을 강화시킬 수 있다.

제6장 결론

본 보고서에서는 미국, 영국, 프랑스, 독일, 일본 등 해외사례 조사, 국내 프리랜서와 전문가 심층인터뷰와 프리랜서 대상 설문조사를 각각 실시하였다. 방송프리랜서 직무능력향상교육 방안과 근로환경 개선방안을 논의하기에 앞서 보고서의 논의를 정리하면 <표 6-1>과 같다.

<표 6-1> 보고서의 요약



설문조사 결과를 바탕으로 추가적인 분석을 했을 때, 교육훈련 경험유무 및 교육훈련 참여의지에 따른 인력양성 방향도 다르게 나타나고 있다.

<표 6-2> 교육훈련 경험과 교육훈련 참여의지에 따른 인력양성 방향

구분	교육훈련 경험		교육훈련 참여 의지	
	없음	있음	낮음	높음
참여 애로사항	교육 받을 시간 및 교육정보 부족, 교육효과 떨어진다는 인식	필요 교육기관 및 과정, 교육일정 부재	교육 받을 시간 및 교육정보 부족, 교육효과 떨어진다는 인식	필요 교육기관 및 과정, 교육일정 부재
참여 고려사항	교육시간 편의성	지리적 편의성 강사 및 교육내용	교육시간 편의성	교육기관 전문성
핵심 요구사항	교육시간 선택 폭 확대	전문 강사 강의 확충	교육정보 제공	전문 강사 강의 확충
희망 교육방법	원격교육 전문가 초청 마스터 클래스	집체교육과 해외 우수기관 연수	원격교육 전문가 초청 마스터 클래스	특정 프로젝트 수행식

교육훈련 경험과 처우 및 근로환경, 교육훈련 가능성과의 관계 분석도 시행했다. 처우를 나타내는 시간당 임금은 연속변수로 OLS(Ordinary Least Square, 최소자승법) 분석을, 근로환경 및 교육훈련 가능성을 나타내는 만족도, 제도 인식, 교육훈련 참여의지는 이항변수로 로짓(logit) 분석을 수행했다.

분석결과, 교육훈련 경험이 임금 및 전반적인 만족도 수준에는 유의미한 영향을 미치지 않으나 제도인지, 교육훈련 참여 의지는 교육훈련 경험이 긍정적인 관계를 보였다. 교육훈련은 일반적으로 생각하는 개인의 인적자원 축적의 효과와 함께 정보 확산과 경력개발 강화의 효과도 갖는 것으로 나타났다.

첫째, 교육훈련 구축 시 일반적인 실무역량 강화교육과 함께 정부정책 및 관련 제도에 대한 교육도 필요하다. 이는 현재 방송업계에서 나타나고 있는 관행적으로 이루어지고 불합리한 계약 등에 기인하고 있기 때문에 교육훈련을 통해 제도에 대한 인식도를 높일 수 있으면 이는 업계에 만연되어 있는 불합리한 관행 개선의 시발점이 될 수 있기 때문이다.

둘째, 교육훈련 구축 시 경력개발 경로를 고려해야 한다. 교육은 더 상위의 교육을 받을 수 있도록 역량을 증대시켜 2차 3차 교육수요로 이어져야 한다. 교육훈련 체계 구축 시 1회적인 교육이 아니라 경력경로를 고려해서 연속적이 교육훈련이 이루어질 수 있도록 하는 것이 필요하다. 추가적인 교육훈련 수요를 증대시켜 전반적인 인적자원 축적을 강화시킬 수 있다.

제 1 절 인력양성체계 강화

1. 방송 프리랜서 직무능력향상교육 방안

1) 교육 참여 인센티브 도입

프리랜서 대상 훈련 참여를 활성화하기 위해 교육 참여시 우수인력 선발을 통한 인센티브를 제공의 필요성이 있다. 예를 들어 영화인들은 교육 참여시 영화발전기금을 통해 급료를 받고 있으며, 해당 교육비는 고용노동부의 내일배움카드 제도를 통해 받고 있다. 이와 마찬가지로 방송계도 우수 방송 프리랜서를 선발하여 교육기간 동안 급료 지급과 무료 교육을 제공하여 역량을 강화할 필요가 있다.

프로젝트 기반 교육을 통해 교육의 성과물을 상품화하여 참여자들이 저작권 보유 등으로 수익 창출과 연계할 필요가 있다. 특히 프로젝트 기반 교육은 경험이 많은 훈련생들의 실무역량을 업그레이드 할 수 있다. 이는 제작 현장과 교육 현장이 하나가 되어야 한다는 의미이며 제작 과정에 참여하는 것 자체가 역량강화교육이 될 수 있는 형태 안에서 제작된 콘텐츠를 통해 수익이 창출될 수 있고 그 수익이 교육에 참여한 피교육자들에게 공정하게 배분될 수 있어야 한다는 의미가 될 것이다.

2) 글로벌 콘텐츠 제작과 유통 교육

방송 한류의 흐름을 지속하기 위해 PD, 작가, 제작인력 등의 글로벌 경쟁력을 강화하고 해외진출을 활성화하기 위한 교육 훈련이 필요하다. 이번 연구의 직군별 인터뷰 참여자들이 제안한 프로그램들의 대부분이 글로벌 콘텐츠 제작과 유통 관련 교육이다.

〈표 6-3〉 직군별 인터뷰 참여자들이 제안한 교육 프로그램

직군	교육 프로그램
방송작가	글로벌 콘텐츠 생산 역량 제고를 위한 해외 연수 프로그램 우수 작가들의 멘토링과 작품 평가 및 가능성 검토
배우/연기자	모션캡처 등 뉴미디어 기반 연기를 위한 해외 연수 선후배 멘토링 기반으로 한 제작 워크숍
음악/음향	최근 변화된 오디오 레벨 기준 관련 선진국 연수
PD	해외 시장 진출을 위한 프레젠테이션 역량 및 유통 프로세스에 대한 교육 프로그램 신규 프리랜서들을 위한 지속적 프로그램 설치
세트, 무대	해외 투자에 대한 방송사 지향점 등에 관한 내용 국내 주요 방송사 책임자들과의 포럼 및 심포지움

이와 함께, 최근 나타나는 반 한류의 흐름을 극복하기 위해서도 진출국의 현지 사정에 대한 이해가 필요하다. 특히, 대만과 중국 그리고 일본에서의 반 한류 현상을 극복하기 위한 대안으로써 한국에 대한 우호적 태도를 유지하는 인도네시아, 말레이시아 등 동남아시아 권역에 대한 진출을 적극 추진할 필요가 있다.

이 과정에서, 해외 진출 경험이 많은 제작자들이 새로 진출을 준비하는 제작 인력에 대한 교육과 멘토링을 제공할 필요가 있다. 해외 진출 시에는 해당국의 정서와 문화 이해가 중요하므로, 에티켓 교육이나 현지 지역에 대한 정보 제공이 필요하다. 공동제작이나 해외 투자의 경우 진출국의 법률 정보와 계약서 작성 시 유의사항 등을 교육할 필요가 있다.

3) 다양한 훈련기금 조성

방송사 등 다양한 기관에서 프리랜서의 훈련을 위한 기금 조성에 참여할 필요가 있다. 영국에서는 BBC, 채널4, Five 등이 TV Skills Fund를 조성하여 프리랜서에 대한 훈련에 사용하고 있다. 프랑스의 AFDAS(Assurance Formation des Activités du Spectacle)는 일종의 협회로서 문화, 커뮤니케이션, 미디어, 여가 분야의 기업으로부터 기부금이나 세금을 징수하여 기금을 조성하여 그 분야의 종사자들에게 교육을 받을 수 있는 기회를 제공하는 기관이다. 이 협회는 이러한 성격의 자금을 기부받거나 징수할 수 있도록 정부로부터 공식적으로 인정된 조직이다. 방송 산업에서 프리랜서들은 이 기관을 통해서 정보를 얻고 전문화를 위한 교육에 필요한 학비의 지원을 받을 수 있다. 2014년 기준으로 AFDAS는 4만

1000여 기업을 대상으로 기금을 조성했다.

방송사 등이 상생협력 차원에서 프리랜서 역량 강화를 위해 교육시설을 개방할 필요가 있다. 공영방송 BBC, ARD, ZDF, NHK 등은 자사 정규직 직원뿐만 아니라 프리랜서를 위한 교육과정도 제공하고 있다.

4) 안전교육 실시

방송 프리랜서들은 열악한 방송 제작 환경에서 다양한 위험에 노출되어 있다. 이에 미국에서는 스태프조합은 작업현장에서 발생하는 안전 관련 문제에 대한 교육을 조합원들에게 제공하고 있다. 이는 스태프조합 협약 하에서 고용된 제작 스태프들의 안전지식과 관련 기술을 개선하기 위한 노사 합동 프로그램이다. 영국에서도 BECTU에서 안전교육과 응급처치 교육을 실시하고 있다. 안전교육은 프리랜서뿐만 아니라 방송사 임직원도 같이 받을 때 방송 제작 환경 개선에 더 큰 효과를 기대할 수 있을 것이다.

5) 소통과 크로스오버 교육 실시

세대간 소통과 직군간 크로스오버를 위한 교육이 필요하다. 배우 및 연기자들의 경우 성인이 되기 이전부터 제작 현장에 참여하게 되기 때문에 이들에 대한 생활 교육이 필수적이다. 이들의 숫자는 점차 더 늘어나고 있어서 이들에 대한 생활 교육을 할 수 있는 교육사를 양성할 필요가 있다고 제안했다. 크로스오버 교육은 서로의 역할을 이해하면서 프리랜서와 정규직 직원들간, 그리고 직군별 프리랜서들 간의 긴장을 완화하는 데 도움이 될 것이다. 한 인터뷰 참여자는 방송사 책임자들과의 소통의 장을 마련할 수 있는 형식을 교육적 차원으로 풀어 놓을 수 있기를 요구하기도 했다. 영국, 독일 등에서는 프리랜서 페어를 개최하여 프리랜서의 네트워킹과 정보교환을 위한 소통의 장도 마련하고 있다.

제 2 절 근로 환경 개선 방안

1. 교섭력 확보

노동환경 개선을 위해서는 관련 인력들이 교섭력을 가질 수 있는 민간단체 구성 및 운

영이 필요하다. 예를 들어 미국의 프리랜서 조합의 경우 정부나 기관의 지원 없이 종사자들간의 공동체모임으로 자발적인 참여를 통해 운영이 이루어지고 있으며 프랑스의 앙페르미땅 제도의 경우 운영기관이 사법상의 기관이지만 운영은 노사간의 단체 협상에 의해 진행되고 있다. 즉 민간에서 자생적인 노력에 의해 시장참여자들의 참여를 유도하고 사회적 영향력을 키워 교섭력을 가지고 노동시장의 근로환경을 개선하고 있는 것이다. 미국의 경우 최근(1990년 이후) 조직된 프리랜서 조합의 경우 저렴한 의료보험 상품 개발, 이중 세금 부과 해제 등 경제적 인센티브가 부여함으로써 조합원으로 유도한다. 특히 주요 프리랜서 노동조합의 경우 회비를 받지 않음으로써 진입장벽을 없애거나 프리랜서 활동에 필요한 운영에 대한 무료 서비스를 시행하여 프리랜서들의 유입 및 조직성을 높이고 있으며 인터넷을 연결 매체로 사용하여 지리적 한계를 극복하고 프리랜서집단의 성향에 맞는 집단성을 구축하고 있다. 프랑스의 앙페르미땅 제도의 경우 실업급여 혜택의 장치 및 경력관리 체계를 마련함으로써 조직의 성격을 강화하고 인력들이 근로환경의 개선을 위해 노력한다. 즉 민간에서 자생적으로 인력들의 근로환경에 대한 가이드라인을 구축 및 시장분위기를 형성하여 인력들이 자발적인 동기를 증대와 창의성 발현을 기회를 확대시키고 있다.

2. 계약관계 및 임금 문제 해소

방송 제작 현장에서 인력들은 여전히 특별한 서면 및 구두계약 없이 노동력을 제공하는 경우가 존재하며 계약을 했더라도 계약 내용보다 업계 관행이 우선 적용되는 사례가 많다. 프리랜서의 비율이 높고, 교체 가능 인력이 풍부하며, 도제식 시스템이 일반화된 콘텐츠 업계에서 스타와 명망 있는 인사를 제외하고는 기본 생활조차 어려울 정도의 열악한 처우가 만연해 있다. 최근 다양한 장르와 수준의 표준계약서가 마련되고 일부 활용되면서 표면적인 계약 내용 자체는 상당히 개선된 것으로 평가되지만, 경우에 따라 이면 계약이 존재하고 일의 상당부분을 진행한 뒤 정식 계약을 진행하는 등 계약 시점의 문제가 여전히 존재한다. 이는 표준계약서가 완전한 법적 효력을 갖추지 못한 상태여서 업계의 인식수준이 제고되지 못하는 상황인데다가 표준계약서 사용이 권고 수준에 그치고 있어 실효성 확대가 제한된다.

이러한 불명확한 계약관계는 인력들의 임금을 비롯한 열악한 처우 및 근로환경 문제로 이어진다. 제작 초기에 상당한 비용 투입이 요구되는 방송산업의 특성 상 관행에 근거한 구두 계약만으로 콘텐츠 제작을 시작한 뒤 투자 유치에 실패하거나 방송 편성을 받지 못한 경우, 그 피해는 콘텐츠 제작 현장 종사자에게 그대로 돌아가며 법적 구제를 받기 어렵다. 만약 계약 당사자의 이해관계를 반영하여 올바른 계약을 체결하였더라도, 이를 이행하지 않는 문제가 종종 발생하고 있다. 방송 산업 분야에서 특히 자주 나타나는 배우와 작가, 스태프의 인건비 미지급 사례는 계약 내용보다 실행 차원의 문제에 해당한다. 방송사는 제작사에 비용을 지불하였지만 제작사가 도산하거나 대표자가 잠적한 경우 법적 구제수단이 상당히 미약한 현실이다. 또한 임금 미지급 등의 극단적인 경우가 아니더라도 종사자들이 적정 임금 수준을 받지 못하는 경우도 많다. 방송제작 현장에서 명확한 직무가 없이 보조나 단역으로 출연하는 인력들에 주어지는 임금 수준은 상당히 낮다. 또한 방송 제작은 야근 및 휴일에 이루어지는 경우가 많음에도 불구하고 이에 대한 보상은 받기 어려운 것이 현실이다. 이러한 문제는 최저임금과 같은 기본적인 법적 가이드라인을 제공하고 있음에도 불구하고, 방송 제작 인력들은 투여하는 노동시간 책정하기 어려운데다 적정 임금수준과 계약관계도 명확하지 않은데 기인하고 있다.

1) 계약문제 해소

계약관련 문제를 해소하기 위해서는 첫째, 방송분야 종사자 및 사업자 대상 불공정거래 피해 방지 교육 확대되어야 한다. 사업자나 개인이 업계 관행에 기대어 명시적 계약을 체결하지 않고 사업을 추진하거나 용역을 제공하는 경우 그 위험성을 충분히 인지하게 하고 피해 발생 시 효과적인 대처가 가능하도록 사전 교육 실시하는 것이다. 분야별 표준계약서에 대한 정보를 제공하고 각 조항에 대한 이해도를 제고시켜 자신의 권리를 침해당하지 않도록 하고 방송 분야 불공정거래 피해 방지 교육은 콘텐츠산업진흥법 26조에 법적 근거가 마련되어 있으며, 정부가 이를 전담할 기구를 지정하거나 예산을 확대하여 보다 체계적으로 시행할 필요가 있다. 또한 교육훈련이 정보공유 가능성을 확장시켜 인력들의 제도 인식도를 향상시킬 수 있다는 결과를 볼 때 현재 공정거래 교육지원 사업 확대뿐만 아니라 일반 교육훈련에도 불공정거래 피해 방지에 대한 정보 교류가 확산될 수 있도록 할 필

요가 존재한다.

둘째, 표준계약서 세분화 및 사용 유인책 강화를 통한 실효성 제고되어야 한다. 민법에 보장된 ‘사적자치의 원칙’에 따라 개별 민간 사업자의 계약 관계에 정부가 관여하는 데는 한계가 있다. 표준계약서가 현재와 같이 권고 수준에 그치는 것은 이러한 법적 한계에 따른 것이다. 따라서 정부가 표준계약서의 활용을 강제하고 미이행 시 제제조항을 마련되어야 하는 것은 타당한 방법이 될 수 없으며, 창의성과 자율성을 핵심으로 하는 방송분야에서는 더욱 적용될 수 없는 논리이다. 대신 표준계약서를 활용하는 경우 별도의 인센티브를 제공하여 활용도를 높이는 방안을 모색할 필요가 있다. 예를 들어 정부 지원 사업 대상자 선정 시 표준계약서 사용 실적을 심사항목에 반영한다면 업계에 어느 정도 유인을 제공할 수 있을 것이다. 또한 이해당사자의 합의와 타 부처와의 협의를 통해 표준계약서의 마련과 주기적 개선 업무를 전담하는 협의체나 기구 구성을 검토할 수 있다. 해당 협의체나 기구는 주기적인 표준계약서 이행 실태조사⁴⁰⁾를 통해 표준계약서의 정교화하는 동시에 업계에서 자발적으로 표준계약서를 이행하는 분위기를 조성하는 역할을 수행한다.

2) 임금문제 해소

임금문제를 해소하기 위해서는 우선 인건비 미지급 또는 지연지급 사례 방지를 위한 제도적 대안 마련되어야 한다. 우선 방송사는 제작사에게 현장 종사자의 인건비를 제외한 금액을 지급하고, 인건비는 방송사가 직접 지급하는 방식이 존재할 수 있다. 하지만 방송사가 제작비 전액을 부담하지 않고 사전 제작제가 시행되지 않는 한국 여건상 제작사에게 사실상 불가능한 방안일 수 있다. 따라서 제작사들의 지급이행보증 보험 가입시키는 방안 있다. 만약 이것을 이행할 수 없을 경우 임금 부분을 어느 정도 법원 등 제 3의 중재기관에 위탁함으로써 최소한의 임금미지급 사태를 방지할 수 있다. 또한 공정거래법상 하도급법을 준용하거나 에스크로(escrow)⁴¹⁾ 안전거래 제도 도입 검토도 존재한다. 에스크로는 중

40) 현행 콘텐츠산업진흥법 24조 4항의3 규정에 따른 표준계약서 사용에 관한 실태조사를 수행할 필요가 있다.

41) 하도급법은 사업자 간 관계에만 적용되지만, 콘텐츠 분야의 특수성을 고려하여 인건비 미지급 사례가 발생한 경우 원청업체가 이를 우선 지불하고 추후 하청업체에 구상 절차를 통해 보전하는 방안이다.

립적인 기관에서 인건비에 해당하는 금액을 보유하고 있다가 거래 조건이 충족된 경우 지급되도록 하는 방식으로 원청업체에 대한 신용부담을 완화할 수 있는 장치이다(김규찬, 2013)⁴²⁾.

둘째, 최저임금은 제작스태프가 직업 활동을 통해 생활을 유지할 수 있도록 해주는 기본적인 보호 장치다. 미국 등 주요국의 미디어관련 노동조합은 사업자단체가 맺는 협정에서 최저임금수준에 대한 협약을 주기적으로 맺고 있으며, 매년 물가상승이나 외부환경 변화를 고려하여 인상률을 조정하고 있는 실정이다. 국내에서도 작가의 원고료, 제작스태프의 급여, 배우의 출연료 등에 대한 기준 단가가 존재하지만, 이것은 실제 지급 시 기준이 되는 것이라기보다는 대부분 제작비 산정을 위한 목적을 갖고 있다 방송 제작스태프의 최저 임금은 프로그램의 종류와 스태프 직무에 따라서 세분화하는 것이 필요하다. 따라서 현재 세분화되어 있지 않은 스태프의 직무구분이 선행되어야 하며 이에 따라 경력 상승에 따른 급여상승이 합리적으로 조정되어야 할 것이다. 또한 임금수준에 대한 최소한의 가이드라인을 구축하기 위해서는 임금수준에 정보를 시장에 체계적으로 제공하는 것이 필요하다. 현재 고용노동부에서 임금구조실태조사는 인력들의 노동조건에 대한 정보를 제공하고 있으나 산업 및 직업분류가 중분류 수준에서 제공하고 있어 방송 인력들의 임금실태를 파악하는 것이 제한된다. 이를 보완하기 위해 일부 업종(건설, 엔지니어링, 소프트웨어)에서는 자체적인 임금실태조사를 통해 임금에 대한 가이드라인을 시장에서 제공하고 있다. 향후 방송 인력들의 교섭력이 없는 상황에서 임금 등의 대한 정보를 계약 및 고용관계에 있어서 최소한의 준거점이 될 수 있다.

42) 김규찬(2013), 콘텐츠 공정거래를 위한 제도 개선방안, 한국문화관광연구원

참 고 문 헌

국내 문헌

- 김규찬(2013). 콘텐츠 공정거래를 위한 제도 개선방안, 한국문화관광연구원
- 김영한(2008). 한국 방송노동시장의 유연화 연구 : 1990년대 이후 방송노동자의 유연화 경험과 인식을 중심으로. 한양대학교 박사학위논문.
- 미래창조과학부, 방송통신위원회(2014). 2014년 방송산업 실태조사 보고서.
- 미래창조과학부, 방송통신위원회(2015). 2015년 방송산업 실태조사 보고서.
- 방송사 외주제작 프리랜서 노동인권보장을 위한 제도개선 TF(2015). 독립PD 노동인권 긴급실태조사
- 신정아·한희정(2015). 구성다큐 방송작가의 저작권 인식과 제도 정착에 대한 연구, 한국콘텐츠학회논문지 15(4) 75-87. 한국콘텐츠학회.
- 유경준·강창희(2009), 직업훈련의 임금효과 분석: 「경제활동인구조사」를 중심으로, 한국개발연구, 32(2), pp. 29-53
- 이용관(2015), 노동시간 불일치와 근로자의 건강과의 관계 분석, 보건사회연구 35(3), pp.135-165
- 이용관(2015), 콘텐츠 분야 청년층 노동시장 분석, 한국문화관광연구원
- 이용관·김혜인(2015), 연령별 사회관계망과 문화관람 활동의 관계 분석, 소비자문제연구, 46(3), pp. 77-100
- 이종구 외(2006). <방송 산업 비정규직 노동시장 조사연구>. 방송위원회.
- 조향제·김영찬·이기형 외(2015). 미디어 문화연구의 질적방법론, 한국언론정보학회.
- 통계청(2015), 경제활동인구월보 해설자료
- 한국콘텐츠진흥원 (2011). 방송영상 제작스태프의 근로환경 개선방안에 관한 연구. kocca 연구보고서 11-50
- 한국콘텐츠진흥원 (2012). <방송영상 제작스태프의 근로환경 개선방안에 관한 연구>. 한국콘텐츠진흥원.
- 한국콘텐츠진흥원 (2014). 2014 미국 콘텐츠산업 비즈니스 가이드. kocca 발간보고서

14-02

한국콘텐츠진흥원(2015). 2014 방송영상산업백서.

황준욱 외(2009), 프리랜서 고용관계 연구, 노동연구원

해외문헌

AFDAS Available: <https://www.afdas.com/>

Bassanini, A., A. L. Booth, G. Brunello, M. De Paola, and E. Leuven.(2005), Workplace Training in Europe, IZA Discussion Papers, No. 1640

Blundell, R., L. Dearden, C. Meghir, and B. Sianesi.(1999), Human Capital Investment: The Returns from Education and Training to the Individual, the Firm and the Economy, Fiscal Studies, 20(1), pp.1~23.

BR, 2015, Geschaeftsbericht 2014, Muenschen

Card, D.(2000), "The Causal Effect of Education on Earnings" in Orley Ashenfelter and David Card (eds.), Handbook of Labor Economics, Amsterdam: North Holland

Castendyk, O. & Goldhammer, K., 2012, Produzentenstudie 2012, Hamburg & Berlin : Goldmedia GmbH Strategy Consulting.

Collins, H. (2002), Is There a Third Way in Labor Law?. London: Oxford University Press, pp.449-470.

Creative Skillset(2012). Employment Census of the Creative Media Industries. London: Creative Skillset.

Creative Skillset(2014). The Creative Media Workforce Survey. London: Creative Skillset.

Die medienanstalten(2015). Jahrbuch 2014/2015. Berlin: Vistas.

Die medienanstalten(2016). Digitalisierungsbericht 2015. Berlin: Vistas.

Directors Guild of America (2016). <http://www.dga.org/>

Edelman Berland (2015). "Freelancing in America: 2015." source: <http://www.slideshare.net/upwork/2015-us-freelancer-survey-53166722>

Fortmueller, Kate (2016). "The SAG-AFTRA Merger: Union Convergence in a Changing

- Media Landscape." *Television & New Media*, 17(3) 212–227.
- FPS, Available:
<http://www.audiens.org/intermittent/accompagnement-solidaire/votre-vie-professionnelle/fonds-de-professionnalisation-et-de-solidarite/>
- Goldmedia (2015). *Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2014/2015*. Berlin : Goldmedia GmbH Strategy Consulting.
- Heckman, J. J., L. Lochner, and C. Taber(1998), Tax Policy and Human-Capital Formation, *American Economic Review*, 88(2), pp.293~297.
- Hortense Archambault, Jean-Denis Combrexelle & Jean-Patrick Gille(2015). *Batir un cadre stabilise et securise pour les intermittents du spectacle*. Rapport INA, Available:
<http://www.ina-expert.com/formation-professionnelle/stages-professionnels>
- ITXDesign (2013)
- Kahn, S and Lang, K. (1996). Hours Constraints and the Wage/Hours Locus. *Canadian Journal of Economics*, 29, pp.71–75.
- Le Monde. "Intermittents du spectacle : Manuel Valls veut sanctuariser le régime en l'inscrivant dans la loi", Available:
http://www.lemonde.fr/culture/article/2015/01/07/intermittents-du-spectacle-manuel-valls-veut-sanctuariser-le-regime-en-l-inscrivant-dans-la-loi_4550583_3246.html
- Leuven, E. and H. Oosterbeek,(2008), An Alternative Approach to Estimate the Wage Returns to Private-sector Training, *Journal of Applied Econometrics*, 23(4), pp.423~434.
- Manuel, Nicole(날짜 미상) "The salary for a freelance cameraman." source:
<http://work.chron.com/salary-freelance-cameraman-4658.html>
- Mast, C.(2015) *ABC des Journalismus*, Konstanz: UvK.
- Mincer, J.(1974), *Schooling, Experience, and Earnings*, New York: Columbia University Press for National Bureau of Economic Research.
- MTEFPDS & MCC(2015). *Elements de diagnostic sur la situation des entreprises et de*

l'emploi dans le spectacle vivant, l'audiovisuel et le cinema. Conférence pour l'emploi dans le spectacle.

Ofcom (2015). The Communications Market Report. London: Ofcom.

Rowe, Alan M. (2014, Winter). "IATSE Entertainment and Exhibition Industries Training Trust Fund." Lighting and Sound America, pp. 62-64

Schneider, W. & Raue, P.-J. (2003) Das neue Handbuch des Journalismus, Reinbek: Rowohlt

Schor, J. (1991), The Overworked American, New York: BasicBooks.

Schulze, V. (1997) Wege zum Journalismus. Ein Ratgeber fuer die Praxis, Frankfurt: IMK Verlag

von LaRoche, W. & Meier, K., Hooffacker, G. (2003) Einfuehrung in den praktischen Journalismus, Berlin: List Verlag

WDR, 2015, Geschaeftsbericht 2014, Koeln

Wikipedia 검색.

https://en.wikipedia.org/wiki/International_Alliance_of_Theatrical_Stage_Employees

Wikipedia 검색. https://en.wikipedia.org/wiki/Writers_Guild_of_America,_East

Wikipedia 검색. https://en.wikipedia.org/wiki/Writers_Guild_of_America,_West

Wikipedia 검색. 검색어: List of United States over-the-air television networks

미국 감독 길드 홈페이지 <http://www.dga.org>

미국 노동청 홈페이지 www.bls.gov

미국 배우 연기자 노조 홈페이지 <http://www.sagaftra.org/move>

미국 스태프조합 홈페이지 <http://iatse.net/>

미국 InfoComm 홈페이지

<http://www.infocomm.org/cps/rde/xchg/infocomm/hs.xsl/certification.htm>

영국 미디어 엔터테인먼트 산별노조 홈페이지 <http://www.bectu.org.uk/>

영국 창조산업의 인적자원개발협의체 Creative Skillset 홈페이지

<http://creativeskillset.org/>

영국 BBC 아카데미 홈페이지 <http://www.bbc.co.uk/academy>

山口広文(2008). コンテンツ産業振興の政策動向と課題. レファレンス.

一般財団法人 NHK放送研修センター (2013). 平成25年度 事業報告書.

日本{国際映画著作権協会(2012). 日本{の映画産業及びテレビ放送産業の経済効果に関する調査

全国放送派遣協会(2014). 平成26年度事業報告書 .

総務省情報通信国際戦略局(2015). 平成27年情報通信業基本調査.

総務省情報通信政策研究所(2015). メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査
研究.

부 록

주요 약어 해설

- ▶ AFDAS(Assurance Formation des Activités du Spectacle): 프리랜서 전문화 (재)교육 지원 및 기금 조성
- ▶ AMPTP(The Alliance of Motion Picture and Television Producers): 영화 및 TV제작자 협회
- ▶ ATP(Association of All Japan TV Program Production Companies): 전일본 TV 프로그램 제작사 연맹
- ▶ BA(Basic Agreement:) 기본 협약
- ▶ BECTU(Broadcasting, Entertainment, Cinematograph and Theatre Union): 영국의 산별 노조
- ▶ CTS(Certified Technology Specialist): 테크놀로지 전문가 자격증
- ▶ DGA(Directors Guild of America): 감독 길드
- ▶ DGB(Deutsche Deutschen Gewerkschaftsbundes): 독일노동조합연합
- ▶ DJU(Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union): 독일저널리스트연합
- ▶ DJV(Deutsche Journalisten-Verband - Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten e. V):독일저널리스트협회
- ▶ FLTTA(Freelance Live and Tape Television Agreement): 프리랜서 협약
- ▶ FPS(Fonds de professionalisation et de solidarité):전문화 및 사회연대 기금
- ▶ IATSE(International Alliance of Theatrical Stage Employees): 스태프조합
- ▶ IATSE Entertainment and Exhibition Industries Training Trust Fund: 스태프조합 엔터테인먼트·전시산업 훈련펀드
- ▶ ICAP(IATSE Craft Advancement Program): 기술진보 프로그램
- ▶ JICA: 국제 협력기구
- ▶ KSK(Künstlersozialkasse): 예술가의료보험
- ▶ Labor Education Assistance Program(LEAP)
- ▶ Logit: logit 모형은 잔차항의 분포가 로지스틱 분호를 갖는 확률선택모형으로 β 값을

자료의 발생가능성을 가장 크게 하는 모수를 찾아내는 방법인 최우추정방법(MLE, Maximum Likelihood Estimator)으로 추정

- ▶ MBA(Minimum Basic Agreement): 최저 기본 계약
- ▶ OLS(Ordinary Least Square, 최소자승법): 최소제곱법은 단순선형회귀모형의 추정에서 가장 널리 쓰이는 추정방법으로서 잔차(residuals)의 제곱합을 최소화시키는 β 값을 선택하는 방법(STATA 기초통계와 회귀분석, 민인식·최필선 저).
- ▶ PACT(Producers Alliance for Cinema and Television): 영화텔레비전 제작자 연합
- ▶ SAG-AFTRA(Screen Actors Guild-American Federation of Television and Radio Artists): 배우 연기자 노조
- ▶ WGA(Writers Guild of America): 작가 길드
- ▶ WGA Public TV Freelance Agreement(PBS Agreement): 공영TV프리랜서 협정

저 자 소 개

안 임 준

- 한국외대 경영학과 졸업
- 한국외대 신문방송학과 석사
- 영국 Loughborough 대학교 언론학과 박사
- 현 한국전파진흥협회 부장

김 경 환

- 한양대 국어국문학과 졸업
- 일본 조치대 신문(방송)학과 석사
- 일본 조치대 신문(방송)학과 박사
- 현 상지대학교 교수

이 원

- 성균관대 불어불문학과 졸업
- 프랑스 리옹2대, 보드로3대 정보커뮤니케이션학과 석사
- 프랑스 보드로3대 정보커뮤니케이션학과 박사
- 현 인천가톨릭대학교 교수

심 두 보

- 고려대 사학과 졸업
- 미국 위스콘신 매디슨대 언론학과 석사
- 미국 위스콘신 매디슨대 언론학과 박사
- 현 성신여자대학교 교수

심 영 섭

- 건국대 신문방송학과 졸업
- 독일 베를린자유대 언론학과 석사
- 독일 베를린자유대 언론학과 박사
- 현 한국외국어대학교 강사

이 용 관

- 공주대 경제학과 졸업
- 서강대 경제학과 석사
- 서강대 경제학과 박사
- 현 한국문화관광연구원 부연구위원

최 숙

- 한국외대 영어학과 졸업
- 한국외대 신문방송학과 석사
- 한국외대 신문방송학과 박사
- 현 한국외국어대학교 연구원

융합활성화정책연구 15-22

방송 산업 활성화를 위한 프리랜서 방송인력
실태조사 연구

2016년 2월 9일 인쇄

2016년 2월 9일 발행

발행인 미래창조과학부 장관

발행처 미래창조과학부

경기도 과천시 관문로 47 정부과천청사

TEL: 02-2110-2826

Homepage: www.msip.go.kr
