

# 콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구

A Study on Freelance Labor  
in the Content Industry

---

2021-01

---

정책연구

---

이용관  
김성준  
이상규



한국문화관광연구원  
Korea Culture & Tourism Institute



# 콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구

A Study on Freelance Labor in the Content Industry

이용관·김성준·이상규



한국문화관광연구원  
Korea Culture & Tourism Institute



## 연구책임

이용관 한국문화관광연구원 부연구위원

## 공동연구

김성준 한국문화관광연구원 연구원

이상규 강원대학교 교수



콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구



## 연구개요





# 1. 서론

## 가. 연구 배경 및 목적

- 기술과 사업 모델의 발전으로 인해 다양한 형태의 플랫폼이 나타나면서 독립적인 활동을 통해 수익을 창출할 기회가 다양해지고, 공간적 제약과 물리적 경계에 구애 받지 않고 업무수행이 가능해 짐
- 이러한 변화는 시간 종속적 고용 관계에서 노동력을 제공하는 형태가 아닌 일 단위로 계약하고 노동력을 제공하는 프리랜서에 대한 관심을 증대시킴
- 주요국들은 콘텐츠산업 경쟁력을 강화하기 위해 전문성 제공의 핵심주체이나 안정성이 낮은 프리랜서의 실태를 파악하고 다양한 연구를 통해 관련 정책 추진하고 있음
- 콘텐츠산업 프리랜서와 연계되어 양산되고 있는 미래 인적자원 축적과 노동환경 이슈에 효과적으로 대응하기 위해서는 새로운 정보 생산체계 필요
- 본 연구의 목적은 콘텐츠산업 프리랜서의 범위와 식별 방법을 도출하고,
- 이를 적용한 콘텐츠산업 종사자(영상콘텐츠 제작인력) 노동환경 조사 결과를 비교 분석해 콘텐츠산업 프리랜서 정책 방향을 제시하고 관련 정보 생산체계 구축에 기여함

## 나. 연구 범위 및 체계

- 시간적 범위는 디지털 노동에 대한 이슈가 확대된 시점 이후로 하되, 조사는 코로나19의 영향을 고려하기 위해 최근 3년(2019~2021년)에 집중함
- 콘텐츠산업 프리랜서 논의는 콘텐츠산업에서 다양한 형태로 일하는 종사자 모두를 포함함
  - 조사는 장르와 직무의 특성과 확장 가능성을 고려해 일하는 방식이 다양하며, 미디어·플랫폼 환경변화에 가장 큰 영향을 받는 영상콘텐츠 제작인력을 대상으로 진행함
- 연구는 문헌연구, 전문가 자문, 정량 조사 분석, 정성 조사 분석이 결합된 형태로 이루어짐

## 2. 콘텐츠산업 프리랜서 논의

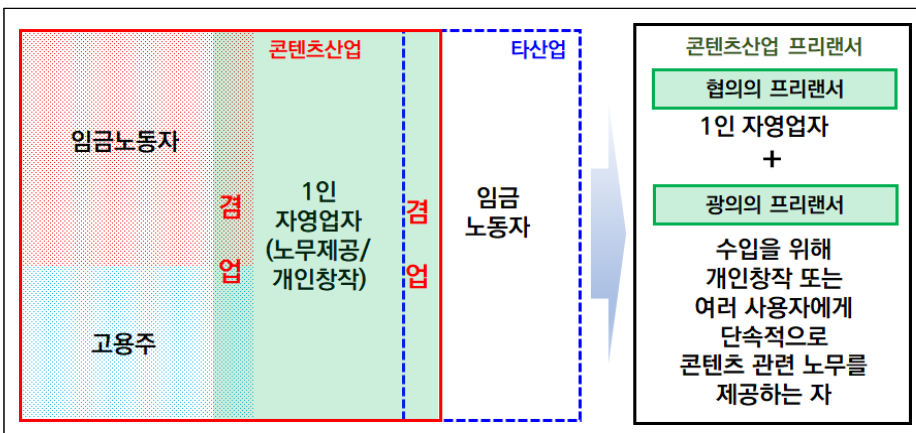
### 가. 프리랜서의 부상

- 프리랜서가 관심을 받게 된 주요 요인을 노동시장에서 단기적인 노동을 공급하는 자와 그 노동을 소비하는 자가 증가하고 있는 현상을 의미하는 ‘긱 이코노미’와 노동 탐색비용을 낮춰주는 디지털 플랫폼의 활성화, 고용환경 변화 등으로 정리
- 프리랜서 관련 주요 쟁점인 프리랜서의 근로자성 인정, 사회안전망 구축, 프리랜서 현황 파악의 어려움과 이를 위한 다양한 시도들에 대해 정리

### 나. 프리랜서 범위와 콘텐츠산업 프리랜서

- 프리랜서는 일정한 소속이 없이 자유계약으로 일하는 사람을 의미하나 하나의 전형적인 형태로 정의하기 어려우며, 실제 현장에서 사용하는 용어의 범위 또한 상이함
- 콘텐츠산업 프리랜서는 특정 기업이나 단체, 조직에 전담되지 않고(사용 종속성이 약함), 콘텐츠산업과 관련된 기술과 능력을 이용해 다수의 사용자(겸업적 특성, 경제적 종속성이 약함)에게 노무를 제공하고 일(노동시간이 아닌 성과물) 단위로 보상을 받는 자임
- 협의적 범위에서는 1인 자영업자로, 광의적 범위에서는 수입을 위한 개인 창작 또는 여러 사용자에게 단속적으로 콘텐츠 관련 노무를 제공하는 자로 유형화

[그림 1] 콘텐츠산업 프리랜서 범위



### 3. 콘텐츠산업 프리랜서 식별

#### 가. 프리랜서 식별 사례와 한계

- 프리랜서 특성을 가진 인력을 조사한 다양한 국내외 사례를 분석해 프리랜서 관련 정보 생산의 필요성 강화

〈표 1〉 프리랜서 조사 사례

구분	조사 기관(명)	주요 내용
프리랜서 조사 사례	미국 MBO Partners	- 2019년 조사 결과 미국 성인 노동자 중 독립노동자는 약 4,110만 명 - 2018년 독립노동자의 수익은 미국 GDP의 6.2% 수준
	미국 Upwork and Freelancers Union'	- 'Freelancing in America' 결과 - 2019년 미국 노동인구의 35%인 5,700만 명이 프리랜서로 일하고 있음 - 프리랜서 소득은 미국 GDP의 5%에 육박 - 예술/디자인, 엔터테인먼트 산업에 프리랜서 비중 높음
	영국, ISPE (프리랜서 커뮤니티 지원 기관)	- 2019년 영국의 프리랜서 규모 210만 명 이상 - 이들 중 190만 명 이상이 프리랜서 직무가 주된 직업 - 예술, 문학, 미디어 직군에서 프리랜서 비중이 높게 나타남
콘텐츠산업 프리랜서 조사 사례	영국, DCMS	- 창조산업 내 영상 콘텐츠산업 종사자 총 24만 명 (피고용자는 14.2만 명, 프리랜서를 포함한 자영업자는 9.8만 명) - 디지털 산업 내 영상 콘텐츠산업 종사자 총 19.8만 명 (피고용자는 13.2만 명, 프리랜서를 포함한 자영업자는 6.6만 명) - 문화산업 내 영상 콘텐츠산업 종사자 총 19.8만 명 (피고용자는 13.1만 명, 프리랜서를 포함한 자영업자는 6.7만 명)
	영국, CIF	- 프리랜서 비중: 게임(16%), 영상(50%), 음악(44%)
	영국, Film & TV Charity	- 영화·방송산업 프리랜서 추정 규모: 8.5만~10만 명 - 영화·방송산업 인력 내 프리랜서 비중: 50% 이상
	독일, 문화·창조 산업 조사	- 2019년 독일의 문화·창조 산업 종사자는 대략 183.5만 명 - 사회보험부담 피고용자 53.2%, 자영업자 30.5%, 한계 피고용자 16.3%

- 프리랜서 조사 사례를 통해 조사의 한계와 향후 활용할 수 있는 프리랜서 조사 절차 및 식별 방식 도출
  - 프리랜서 식별 기준의 차이, 모집단 설정과 조사대상 선정의 제한 등으로 인해 각 사례의 결과가 다르게 나타남
  - 조사 대상 선정을 위해 여러 단계의 조사 절차를 거치고 있음
  - 주요 프리랜서 조사 항목을 보면, 프리랜서의 정의와 범위에 따라 종사자 단위에서 직무, 소속단체 유무, 사용자 수, 계약 대상 수, 겸업, 자율성 등으로 구성되며 이를 구조화함으로써 프리랜서를 식별하고 있음

## 나. 콘텐츠산업 프리랜서 식별 체계

- 콘텐츠산업 프리랜서 조사 절차(1단계: 조사 대상 및 방법 선정, 2단계: 프리랜서 식별 항목 선정, 3단계: 표본 대상 표집 및 조사, 4단계: 본 조사 보완)
- 콘텐츠산업 프리랜서 시범 조사를 위해 조사 대상을 영상콘텐츠 제작인력으로 한정하고 조사 대상의 장르와 직무를 구조화
- 콘텐츠산업 프리랜서 식별 기준 및 방법은 종사상 지위 및 계약형태를 주요하게 고려하되, 콘텐츠산업의 특성을 고려해 사용 종속성(지휘 통제 여부, 주관적 인식)과 경제 종속성(계약 대상 수, 부업 경험, 소득 비중 등) 관련 항목으로 구체화
- 식별 기준별 조사 및 응답 내용을 구체화

〈표 2〉 콘텐츠산업 프리랜서 식별 기준 및 방법

구분	식별 기준	식별 방법
주관적 지표	지휘 통제 여부	프리랜서: 지휘 통제 전혀 또는 거의 받지 않음
	주관적 프리랜서 인식	프리랜서: 그렇다
객관적 지표	종사상 지위+부업	<pre> graph TD     A[종사상 지위 판단 (고용원이 없는 자영업자)] -- YES --&gt; B(프리랜서)     A -- NO --&gt; C{부업}     C -- YES --&gt; D{콘텐츠 관련}     C -- NO --&gt; E(기타 유형)     D -- YES --&gt; F(겸업프리랜서)     D -- NO --&gt; E </pre>
	종사상지위+계약형태+부업	<pre> graph TD     A[종사상 지위 판단 (고용원이 없는 자영업자)] -- YES --&gt; B[계약 형태 (도급/위임/개인창작)]     B -- YES --&gt; C(프리랜서)     B -- NO --&gt; D{부업}     D -- YES --&gt; E{콘텐츠 관련}     D -- NO --&gt; F(기타 유형)     E -- YES --&gt; G[계약 형태 (도급/위임/개인창작)]     G -- YES --&gt; H(겸업프리랜서)     E -- NO --&gt; F </pre>

## 4. 콘텐츠산업 프리랜서 노동환경 조사

### 가. 노동환경 정량 조사

- 조사 대상을 구조화하고 프리랜서 식별 기준과 방법을 적용해 631명의 영상콘텐츠 제작인력을 대상으로 「영상콘텐츠 제작인력 노동환경 조사」를 진행함
- 조사 항목은 프리랜서 식별 및 특성, 역량 강화 및 경력개발 관리 현황, 노동환경, 정책 수요 등으로 구성하고, 조사 절차는 조사 설계, 조사 수행회의, 분석대상 추출, 조사 진행, 조사 처리 순으로 진행
  - 조사 항목과 내용의 정교성과 실효성을 확보하기 위해 연구진 회의를 통한 주요 항목 설계, 주요 관련 조사 설문지 참조해 설문지 초안 작성, 전문가 검토 후 수정·보완, 정책 담당자 검토 후 보완, 조사 업체 검토 단계를 거침
  - 프리랜서 특성상 사업체 조사 기반 모집단을 사용할 수 없기에 조사업체가 다년간 영상콘텐츠 제작인력 조사를 통해 구축한 조사 명부를 활용하되 기존 영상콘텐츠 종사자 조사 결과의 인구학적 특징에 따라 조사 대상을 추출함
- 프리랜서 식별 및 특성
  - 정량 분석 결과, 프리랜서 식별은 부업여부를 고려한 종사상 지위를 기준으로 구분하는 것이 유용함
  - 프리랜서를 식별한 결과, 응답자 중 프리랜서 비중은 26%(프리랜서로 인식하거나 지휘·통제를 받지 않는다고 응답한 비중)에서 61.9%(고용원이 없는 자영업 비중 + 기타 종사 형태 중 콘텐츠 관련 부업을 가지고 있다고 응답한 비중)로 나타남
  - 콘텐츠산업 프리랜서로 식별된 응답자들의 프리랜서 활동 동기는 ‘시간과 장소를 자유롭게 선택하고 싶어서’, ‘작업내용과 방식·조건을 자유롭게 선택하고 싶어서’, ‘부수입을 위해서’가 높게 나타남
  - 이들은 상대적으로 관련 업종의 부업을 가지는 비중뿐만 아니라 다른 업종에서 일하는 비중도 높게 나타남
- 역량 강화 및 경력개발 관리 현황
  - 콘텐츠산업 프리랜서로 식별된 응답자들은 상대적으로 자신의 역량 수준을 낮

게 평가함

- 이들은 교육훈련 수요가 크나 교육비 부담과 관련 정보의 부족으로 교육훈련에 참여하지 못하고 있음
- 이들의 일을 찾는 형태는 주로 지인과 주변 소개에 집중되는 경향이 강하게 나타남

■ 노동환경

- 콘텐츠산업 프리랜서로 식별된 응답자들은 연평균 8개월 일하며, 다른 형태 보다 참여 프로젝트 수는 많으나 전체 수입 중 콘텐츠가 차지하는 비중은 낮으며, 사회보험의 사각지대에 있어 경제활동에 불안정성도 상대적으로 크게 나타남
- 용역(도급/위임) 계약을 통해 사용자에게 노무를 제공하는 인력은 일하는 상황이나 만족도에 대해 매우 낮게 평가하고 있으며, 이들은 사용자에게 상당한 지휘·통제를 받아 일에 대한 자율성이 훼손되고 있음을 보여줌
- 프리랜서로 인식하는 인력은 불공정 행위를 경험할 가능성이 매우 높게 나타나는데, 특히 일방적 계약해지나 대가미지급 경험 비중이 높게 나타남

## 나. 노동환경 정성 조사

- 「영상콘텐츠 제작인력 노동환경 조사」 응답자에게 심층면접 의사를 문의하여 이에 응하겠다는 인력을 모집한 후 이들의 응답 내용과 면접 목적의 적합성 여부를 검토하여 14명의 심층면접 대상자를 선정하였음
- 정성 조사 결과는 정량 조사 결과가 강건함을 보여주는 동시에 콘텐츠 제작 및 유통 환경변화에 따른 프리랜서의 대응 방식, 프리랜서 노동시장의 양극화 현상과 이를 해소하기 위한 정책적 시사점을 제공
  - 급변하는 콘텐츠산업 환경변화와 역량 수요에 대응할 수 있는 교육훈련 및 인력 양성 정책 마련 필요
  - 노동시장 내부의 양극화 문제를 어떻게 해소할 것인가에 대한 고민 필요
  - 활동 분야나 인력 특성의 차이를 고려한 차별화되고 유연한 정책지원 필요
  - 프리랜서에 대한 인식을 개선하고, 이들의 권익을 보호할 수 있는 법 제도의 실효성 강화 필요

## 5. 콘텐츠산업 프리랜서 정책 제언

- 현황 및 정책 수요를 진단하고 역량 강화 지원, 노동환경 개선, 노동시장 정보 체계 개선을 위한 정책 과제를 제언
  - 콘텐츠산업 프리랜서의 수요를 고려해 정책 과제를 제시하나 세부 내용은 콘텐츠산업 종사자 전반에 해당됨
- 역량 강화 지원
  - 콘텐츠산업 프리랜서의 역량 강화를 위해 정부 지원이 필요한 교육훈련 방식은 현장견학/체험, 제작실습, 프로젝트기반 학습, 전문가 연계(도제훈련) 순으로 나타남
  - 프리랜서의 특성을 고려할 수 있는 프로젝트 기반 교육훈련과 연계참여형 교육훈련 방안을 제시
  - 콘텐츠산업 프리랜서의 일을 찾는 형태는 주로 지인/주변 소개에 집중하는 경향이 강하게 나타나는 것을 볼 때, 인력들 간의 협력관계 및 네트워크 구축에 기여할 수 있는 교육훈련 방안 제언
  - 교육훈련 고도화를 위한 평가 및 환류 체계 구축 제언
- 노동환경 개선
  - 콘텐츠산업 프리랜서의 노동환경 개선을 위한 정책 수요는 안정성 강화와 작업환경(안전성) 개선, 불공정거래 개선, 경력개발 관리 지원, 대가구조 개선과 계약서 작성 활성화가 높게 나타남
  - 안정성과 안전성 확보를 위한 제도 개선 및 직접 지원 확대
  - 계약서 작성 및 공정성 확보를 위한 서면계약 비중을 늘리고 표준계약서 이용가능성 제고
  - 대가구조 개선을 위한 표준단가 마련 등의 시장 정보 제공
- 콘텐츠산업 종사자 정보생산 고도화와 정보 활용을 통한 노동시장 효율화
  - 인력 식별 체계에 기반한 콘텐츠산업 종사자 패널리토 생성
  - 콘텐츠산업 종사자에 대한 정보가 경력개발 및 관리, 교육훈련, 노동환경 개선에 기여할 수 있도록 연계

〈표 3〉 콘텐츠산업 프리랜서 정책 제언

구분	정책 수요	정책 과제
역량 강화 지원	프로젝트 기반 교육훈련 체계 강화	팀·조직형 프로젝트 방식 강화 복합형 프로젝트 방식 도입
	연계·참여형 교육훈련 제도 고도화	전문가 연계형 견습제도 + 외부 자원 활용 프로젝트 참여형 견습제도: (가칭) 콘텐츠 특화 인턴제 도입 교육훈련 평가 및 환류 체계 구축
노동환경 개선	경제적 안전성 확보	사회보험 확대 창작자 권리(저작권) 보호
	일터의 안전성 확보	제작현장 지원을 통해 사고 위험성 축소 산재보험 의무 가입 확대
	계약서 작성 및 공정성 확보	표준계약서 활용 확대를 위한 홍보 및 교육 강화 표준계약서 고도화 및 사용 유인책 강화 제도적 장치 마련 (근로조건 명시, 조사권·시정 조치권 등)
	대가(임금) 구조개선	노사정 합의 하에 표준단가 지침 마련 조사를 통해 최소 단가 공시
노동시장 정보 체계 개선	노동시장 정보생산·활용 체계 마련	콘텐츠산업 종사자 정보생산 고도화(종사자 패널자료 생산 등) 정보 활용을 통한 노동시장 효율화



---

# 목차

<b>제1장 서론 .....</b>	<b>1</b>
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	5
제2절 연구 범위 및 체계	6
1. 연구 범위	6
2. 연구 체계	7
<b>제2장 콘텐츠산업 프리랜서 논의 .....</b>	<b>9</b>
제1절 프리랜서의 부상	11
1. 주요 요인	11
2. 주요 쟁점	16
제2절 프리랜서 범위와 콘텐츠산업 프리랜서	24
1. 프리랜서 개념	24
2. 프리랜서 범위	26
3. 콘텐츠산업 프리랜서 개념과 범위	29
<b>제3장 콘텐츠산업 프리랜서 식별 .....</b>	<b>33</b>
제1절 프리랜서 식별 사례와 한계	35
1. 프리랜서 조사 사례	35
2. 콘텐츠산업 프리랜서 조사 사례	42
3. 프리랜서 식별의 한계	49
제2절 콘텐츠산업 프리랜서 식별 체계	56
1. 개요	56
2. 조사 체계	57
3. 식별 방법	68

**제4장 콘텐츠산업 프리랜서 노동환경 조사 ..... 73**

제1절 노동환경 정량 조사	75
1. 조사 개요	75
2. 프리랜서 식별 및 특성	82
3. 프리랜서 노동환경 실태	88
4. 소결: 프리랜서 식별 및 향후 과제	101
제2절 노동환경 정성 조사	104
1. 조사 개요	104
2. 조사 결과	107
3. 소결: 프리랜서 미래 전망 및 시사점	127

**제5장 콘텐츠산업 프리랜서 정책 제언 ..... 129**

제1절 역량 강화 지원	131
1. 현황 및 정책 수요	131
2. 정책 과제	134
제2절 노동환경 개선	139
1. 현황 및 정책 수요	139
2. 정책 과제	142
제3절 노동시장 정보 체계 개선	150
1. 현황 및 정책 수요	150
2. 정책 과제	154
제4절 연구의 한계	159

**참고문헌 / 161**

**Abstract / 165**

**부록 설문지 / 167**

---

## 표 목차

〈표 2-1〉 방송·영화산업 내 프리랜서 인력의 근로자성 인정 사례	19
〈표 2-2〉 주요국 고용보험 적용 범위 확대 사례	21
〈표 2-3〉 2021년도 특고· 프리랜서 고용안정지원금 지원 대상	23
〈표 2-4〉 프리랜서 지위에 대한 정의 요소	26
〈표 2-5〉 근로자성 판단기준	27
〈표 2-6〉 콘텐츠산업 프리랜서에 대한 정의	29
〈표 3-1〉 주요국 플랫폼경제종사자 규모추정 조사결과	41
〈표 3-2〉 플랫폼경제종사자 추정규모	41
〈표 3-3〉 플랫폼경제종사자 중 주·부업 여부	42
〈표 3-4〉 창조산업 종사자수(2019)	43
〈표 3-5〉 디지털 하위부문 종사자수(2019)	43
〈표 3-6〉 문화산업 하위부문 종사자수(2019)	44
〈표 3-7〉 CIF의 영국 창조 산업 내 프리랜서 비중(2017)	44
〈표 3-8〉 영국 내 영화·방송 산업 프리랜서 추정 규모 차이	45
〈표 3-9〉 Film & TV Charity의 영화·방송 산업 프리랜서 유형별 비중	46
〈표 3-10〉 프리랜서 규모추정 결과 비교	50
〈표 3-11〉 주요 콘텐츠산업 종사자 조사의 프리랜서 식별 기준 비교	51
〈표 3-12〉 뉴욕시 프리랜서 보호법 적용대상 및 예외	51
〈표 3-13〉 주요국의 프리랜서에 대한 정의	52
〈표 3-14〉 콘텐츠산업 프리랜서 조사 절차	58
〈표 3-15〉 영화 분야 직무구조	60
〈표 3-16〉 방송 분야 직무구조	63
〈표 3-17〉 애니메이션 분야 직무구조	65
〈표 3-18〉 영상콘텐츠 제작 주요 직군 및 직무구조	67
〈표 3-19〉 종사상 지위 및 계약 형태에 의한 식별기준	68
〈표 3-20〉 사용종속성에 의한 식별 기준	69
〈표 3-21〉 경제종속성에 의한 식별 기준	70

〈표 3-22〉 콘텐츠산업 프리랜서 식별 기준 및 방법	71
〈표 4-1〉 조사 대상, 방법, 규모 설정	76
〈표 4-2〉 조사 항목	76
〈표 4-3〉 영상콘텐츠 제작인력 응답자 구성	79
〈표 4-4〉 2019년 기준 영상콘텐츠 제작인력의 종사상 지위 변화	79
〈표 4-5〉 2019년 및 2020년 기준 영상콘텐츠 제작을 안 한 경력자의 종사상 지위 변화	80
〈표 4-6〉 2019년 및 2020년 기준 영상콘텐츠 제작 신규 진입자의 종사상 지위 변화	80
〈표 4-7〉 조사 응답자의 인구학적 특징	81
〈표 4-8〉 주관적 프리랜서 인식과 객관적 지표	82
〈표 4-9〉 지휘·통제 여부와 객관적 지표	83
〈표 4-10〉 객관적 프리랜서 지표 분석 결과	85
〈표 4-11〉 프리랜서 구분	86
〈표 4-12〉 다른 업종에서 일하는 형태	86
〈표 4-13〉 개인 역량 수준	88
〈표 4-14〉 영상콘텐츠 관련 정규교육과정 참여 비중·만족도 및 실습 비중	89
〈표 4-15〉 제작역량 확보 경로	89
〈표 4-16〉 온라인 교육훈련 경험	90
〈표 4-17〉 오프라인 교육훈련 경험	90
〈표 4-18〉 교육훈련에 참여 못 하는 이유	91
〈표 4-19〉 영상콘텐츠 제작 관련 일을 찾는 형태	92
〈표 4-20〉 경력관리 정도 및 불이익	92
〈표 4-21〉 영상콘텐츠 제작 관련 연간 일한 개월 수	93
〈표 4-22〉 영상콘텐츠 제작 관련 주 평균 노동시간	93
〈표 4-23〉 영상콘텐츠 제작 관련 노동투입량(2021년 기준)	94
〈표 4-24〉 월평균 소득 수준	94
〈표 4-25〉 영상콘텐츠 제작 관련 소득 비중	95
〈표 4-26〉 참여 프로젝트 건수	95
〈표 4-27〉 계약 대상(2021년 기준)	96
〈표 4-28〉 서면계약 비중	96
〈표 4-29〉 고용보험 가입 현황	97
〈표 4-30〉 자율성 여부	98
〈표 4-31〉 계약시 협상력	98
〈표 4-32〉 일에 대한 상황 파악	99

〈표 4-33〉 일에 대한 만족도 파악	100
〈표 4-34〉 불공정 행위 경험 현황(2021년 기준)	101
〈표 4-35〉 심층면접 대상	105
〈표 4-36〉 주요 정량 조사 내용	106
〈표 5-1〉 교육 대상과 목표에 따른 교육과정	135
〈표 5-2〉 노동환경 개선 정책	142
〈표 5-3〉 노임단가 현실화를 위한 정보 제공	149
〈표 5-4〉 콘텐츠산업 종사자 관련 조사 현황	152

---

## 그림 목차

[그림 1-1] 대상적 범위	7
[그림 1-2] 연구수행 과정	8
[그림 2-1] 각 이코노미 유형 및 정의	12
[그림 2-2] 온라인 노동 서비스 플랫폼 모델	13
[그림 2-3] 국내 온라인 프리랜서 플랫폼 현황	14
[그림 2-4] 국내 노동시장 구성현황	20
[그림 2-5] 노무 제공 형태에 따른 프리랜서와 근로자 영역	27
[그림 2-6] 콘텐츠산업 프리랜서 설정 기준	30
[그림 2-7] 콘텐츠산업 프리랜서 범위	32
[그림 3-1] Freelancing in America 분석 결과	37
[그림 3-2] 미국의 분야별 프리랜서 비중	38
[그림 3-3] 프리랜서 비중이 높은 직군	39
[그림 3-4] 영국 방송 산업 구조	47
[그림 3-5] 2019년 문화·창조 산업 하위시장 고용현황	48
[그림 3-6] 프리랜서의 근로자성에 관한 응답(2019년도)	53
[그림 3-7] 영화 제작과정	60
[그림 3-8] 방송 제작과정	62
[그림 3-9] 애니메이션 제작과정	65
[그림 4-1] 조사 절차	77
[그림 4-2] 프리랜서로 인식하는 이유	87
[그림 4-3] 프리랜서로 활동하는 동기	87
[그림 4-4] 프리랜서 활동 계획 여부 및 이유	88
[그림 5-1] 대상별 효과적인 교육훈련 방식	132
[그림 5-2] 대상별 정부정책이 필요한 교육훈련 방식	133
[그림 5-3] 인력양성 사업의 포지셔닝	135
[그림 5-4] 신규 인력 역량 강화를 위한 복합형 프로젝트	136
[그림 5-5] 전문가 연계형 견습제도 구조(외부 자원 활용)	137

[그림 5-6] 콘텐츠 특화 인턴제 구조	138
[그림 5-7] 교육훈련 평가 및 환류 체계 구축	138
[그림 5-8] 인력 식별 체계(예)	156
[그림 5-9] 정보생산체계 고도화를 통한 노동시장 효율화	158





콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구

제1장

서론



# 제1절 연구 배경 및 목적

---

## 1. 연구 배경

최근 기술과 사업 모델의 발전으로 인해 다양한 형태의 플랫폼이 나타나면서 독립적인 활동을 통해 수익을 창출할 기회가 다양해지고, 공간적 제약과 물리적 경계에 구애받지 않고 업무수행이 가능해지고 있다. 온라인을 통해 상품과 서비스가 이용자의 요구에 따라 즉각 제공되는 주문형 서비스인 온디맨드(On-Demand) 경제가 빠르게 확산되고 이러한 방식이 인력 수급에 영향을 주면서 각 이코노미(Gig Economy)와 공유경제(Sharing Economy) 등의 용어가 새로운 고용 트렌드로 자리 잡고 있다(O'Farrell & Montagnier, 2019). 또한 노동시장 전반의 휴먼 네트워크를 활용하는 새로운 조직·구인 시스템<sup>1)</sup>이 등장·발전하면서(Sarah, 2015) 조직은 외부에서 인력을 효과적으로 찾고 활용할 수 있게 되었고, 인력은 자신의 전문성에 맞는 일을 필요에 따라 수행할 수 있게 되었다.

이러한 변화는 산업화가 진행되면서 견고하게 발전해온 시간 종속적 고용 관계에서 노동력을 제공하는 형태가 아닌 일(업무)단위로 계약하고 노동력을 제공하는 사람, 소위 프리랜서가 노동시장에 많아진다는 것을 의미한다(이용관, 2018). 실제로 프리랜서 전문기관뿐만 아니라 다양한 전망기관의 추정에 따르면 프리랜서 규모가 빠르게 증가하고 있음을 알 수 있다.<sup>2)</sup> 이러한 변화는 지금까지 노동자로서 크게 주목을 받지 못했던 프리랜서에 관한 관심을 불러일으켰고, 이들과 연계된 미래 인적자원 축적과 노동환경에 대

---

1) '업워크(Upwork)', '프리랜서(Freelancer)', '피플퍼아워(People per Hour)' 처럼 숙련된 작업이 가능한 노동자를 연결해 주는 플랫폼도 상당수 존재하며 국내에도 '크몽', '숨고', '이랜서' 등이 존재한다.

2) 미국 프리랜서 노동조합은 미국 근로자 세 명 중 한 명이 이미 프리랜서 업무를 하는 것으로 추정하고 있으며, 그 비율은 더 늘어날 것으로 보고 있다(Thompson et al., 2016). 플랫폼 간 프로젝트 및 작업 수를 실시간으로 추적하여 국가 및 직업별 온라인 프리랜서 노동의 수급을 측정하여 기존 노동시장 통계와 동일한 온라인 공연 경제를 제공하는 최초의 경제 지표인 온라인 노동 지수(OLI)도 빠르게 상승하고 있다.

한 다양한 이슈를 양산하고 있다.

주요국은 프리랜서의 현황파악을 넘어 이들을 통해 자국의 인적자원을 축적하고 안정적이고 효과적으로 노동시장에 노동력을 제공할 수 있도록 노력을 하고 있다. 이 중 콘텐츠산업은 전문직 프리랜서 비중이 높고<sup>3)</sup>, 기술발전으로 인한 노동 대체 가능성이 적은 분야이며 최근 제작 및 유통 환경변화로 개인 창작자와 외주 인력의 규모가 증가하고 있어 관련 논의의 중심에 있다. 이 국가들은 콘텐츠산업의 지속발전 가능성을 확보하기 위해 인력 활용 및 전문인력의 노동력 제공 형태의 변화를 반영해 프리랜서를 포함한 콘텐츠산업 종사자를 파악하려고 노력하고 있다. 또한 관련 인력의 노동시장 진입과 경력 지속가능성을 높이기 위해 법제도 제정 및 재원 마련 등을 진행하고 있다. 최근에는 코로나19의 부정적 영향이 노동 취약계층에서 크게 나타나면서(이용관, 2021; ILO, 2020), 프리랜서와 임시일용직 중심으로 파편화된 노동시장 구조를 가진 콘텐츠산업의 지속성을 확보하기 위해 노동시장 실태를 파악하고 적극적인 지원책을 마련 중이다(European Commission, 2021; European Parliament, 2021; KEA Creative Europe, 2020).

이에 비해 우리나라의 콘텐츠산업 종사자에 대한 논의는 여전히 사업체 중심으로 이루어지고 있다. 최근 콘텐츠산업 장르별 인력 구조 분석과 예술인 고용보험 도입에 관한 조사 및 연구가 있었지만 여전히 프리랜서에 대한 논의는 부족한 상황이다. 일부 지자체에서 관심을 가지고 콘텐츠산업 프리랜서의 지원 정책 방안을 모색하고 있으나, 주로 프리랜서의 사회적 안정망을 확충하고 불공정 문제를 해소하는 최소한의 제도적 장치에 대한 것<sup>4)</sup>일뿐 이들의 범위와 정책수단을 설정하지는 못하고 있는 상황이다. 이는 K-Pop을 비롯한 콘텐츠산업이 창출한 성과와 창의 인력 양성 및 노동시장 진입이 중요한 논제임에도, 실제 콘텐츠 생산과정에 참여하는 인력의 특성과 참여 방식에 대한 논의가 제한적임을 보여준다. 이러한 상황과 달리 노동시장에 개인 창작자가 급증하고, 외부 인력의 활용 규모가 빠르게 늘어나고 있어 이에 대한 파악이 중요해지고 있다. 특히 콘텐츠산업의 불공정 거래 문제, 사회보험 적용, 코로나19 피해 규모 파악 등의 노동환경 개선에 대한 사회적·정책적 수요가 증가하고 있어, 콘텐츠산업 프리랜서에 대한 정보가 시급하다.

3) 콘텐츠산업은 수익창출의 불확실성과 노동집약적 생산 방식에 대응하기 위해 인력을 내부화보다는 과업에 따라 다양한 전문성을 가진 인력들이 단속적으로 활용하는 형태로 발전해 왔다.

4) 서울특별시 프리랜서 권익 보호 및 지원을 위한 조례 제정을 시작으로 부산광역시, 전라남도, 광주광역시, 대전광역시, 경상남도, 울산광역시, 경기도, 경상북도가 유사한 조례를 제정하였다.

다만, 프리랜서는 산업을 넘나들면서 다양한 일을 동시에 하고 노동시장에 단속적으로 참여하는 특성이 있기에 자료에서 이들을 식별하는 것은 까다로운 작업이다. 특정 영역에 대한 프리랜서 모집단을 확정하는 것도 어려우며 이에 따라 조사도 제한된다. 그런데도 주요국이 지속해서 콘텐츠산업 프리랜서에 대한 자료를 축적하고 정교화하면서 프리랜서 식별 및 조사의 한계를 완화하고 있다. 이에 비해 우리나라는 콘텐츠산업 프리랜서에 대한 제도적 논의가 다양하게 진행되고 있음에도 이들을 파악하려는 노력은 미미하다. 일부 콘텐츠산업 프리랜서 조사도 프리랜서를 식별하기보다는 전반적인 노동환경 파악에 집중하고 있다.

이는 기존의 정보 생산체계 안에서는 콘텐츠산업 프리랜서를 파악하는 것이 어렵다는 것을 보여준다. 콘텐츠산업 프리랜서와 연계되어 양산되고 있는 미래 인적자원 축적과 노동환경 이슈에 효과적으로 대응하기 위해서는 새로운 정보 생산체계가 필요하다. 이는 콘텐츠산업 프리랜서 특성을 고려한 식별방식의 정교화, 조사방식의 고도화, 조사의 지속성 확보가 수반되어야 한다.

## 2. 연구 목적

본 연구의 목적은 크게 세 가지로 구분된다. 첫째, 콘텐츠산업 프리랜서의 정보가 효과적으로 생산될 수 있도록 콘텐츠산업 프리랜서의 범위를 확정하고 이를 식별할 방법을 도출한다. 또한, 콘텐츠산업 프리랜서를 식별하는 항목을 검증함으로써 콘텐츠산업 종사자 조사 설계 시 연구 결과의 활용 가능성을 높인다.

둘째, 콘텐츠산업 프리랜서 식별 항목을 적용해 이들의 노동환경 실태를 파악하고 비교 분석해 정책적 시사점을 제시하는 것이다. 구체적으로 여기서는 콘텐츠산업 프리랜서의 역량 강화 방향, 노동환경 개선 방향을 제시한다.

셋째, 콘텐츠산업 프리랜서 정보생산 방안과 이를 통해 나타날 수 있는 다양한 기대효과를 제시함으로써 콘텐츠산업 프리랜서 정보 생산체계 구축에 기여한다.

## 제2절 연구 범위 및 체계

---

### 1. 연구 범위

#### 가. 시간적 범위

본 연구는 연구방법에 따라 시간적 범위를 달리한다. 프리랜서 관련 문헌검토는 디지털 노동에 대한 이슈가 확대된 시점 이후(2010년)의 자료를 중심으로 검토한다. 정량 및 정성 조사는 최근 현황을 중심으로 진행하되, 코로나19의 영향을 고려하기 위해 2019년 상황을 중심으로 진행한다. 또한, 코로나19의 영향을 파악할 수 있도록 2020년과 2021년을 구분하여 비교한다.

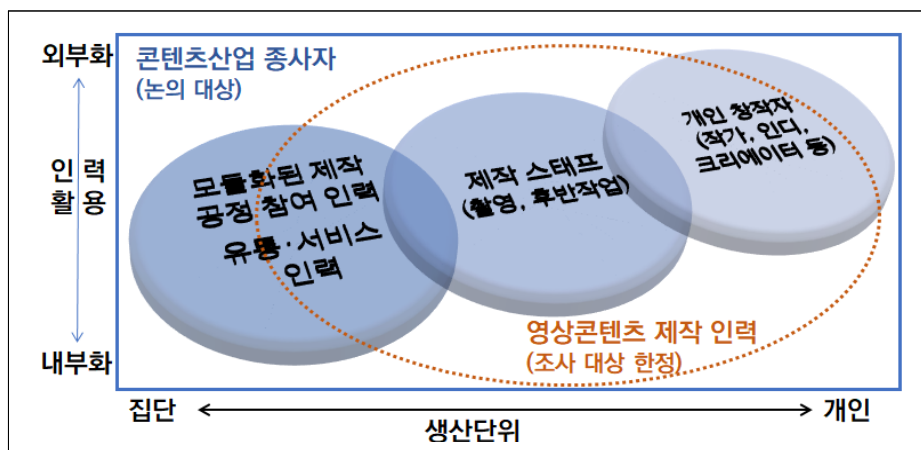
#### 나. 대상적 범위

본 연구의 주 대상은 콘텐츠산업 프리랜서지만 대상적 범위는 콘텐츠산업에서 다양한 형태로 일하는 모든 인력을 포괄한다. 이는 프리랜서를 식별하고 이들의 노동환경을 파악하는데 상대(비교) 집단을 활용하는 것이 유용하기 때문이다. 여기서 프리랜서 범위는 일정한 소속 없이 자유계약을 맺고 수입을 목적으로 일하는 인력 모두를 포괄한다. 다만 프리랜서의 개념이 분야와 목적에 따라 상이하게 활용되므로 프리랜서 개념을 총괄적으로 살펴보고 콘텐츠산업 종사자의 특성을 고려하여 해당 개념을 콘텐츠산업에 적용하였다. 여기서 다루는 콘텐츠산업 프리랜서는 콘텐츠산업에 종사하는 임금근로자와 고용주가 아닌 인력을 말한다. 더불어 임금근로자 혹은 고용주면서 부업으로 다른 사용자와 콘텐츠 관련 계약을 맺고 노무를 제공하거나, 타 산업에 종사하면서 다른 사용자와 콘텐츠 관련 계약을 맺고 노무를 제공하는 인력도 고려한다. 또한, 특정 계약 없이 콘텐츠를 창작하는 인력, 소위 개인 창작활동을 하는 인력도 포함한다.

콘텐츠산업의 계약 주체의 협상력과 상황에 따라 계약방식과 저작권 수익에 대한 권

리 및 수익 배분 방식도 달라지므로 계약방식에 따른 유형화는 어렵다. 또한 콘텐츠산업에는 다양한 장르와 직무가 존재한다. 따라서 주어진 시간과 제한된 예산 안에서 자료의 정교성과 사용 가능성을 높일 수 있도록 조사 대상 범위를 한정하여 실시하였다. 여기서는 장르별·직무별 특성을 고려해 일하는 방식이 다양하며, 미디어·플랫폼 환경변화에 가장 큰 영향을 받는 영상콘텐츠 제작인력을 조사 대상으로 한정했다. 영상콘텐츠 제작인력은 전통적으로 특정 과업에 대해 일 단위 계약을 기반으로 노무를 제공하고 대가를 받는 인력(영상콘텐츠 제작 스텝 등)과 함께 자신의 창작물(저작권)을 매개로 계약해 수익을 창출하는 인력(작가, 1인 크리에이터 등)이 고르게 포진해 있어 장르 및 직무 확장 가능성이 크다.

[그림 1-1] 대상적 범위



## 2. 연구 체계

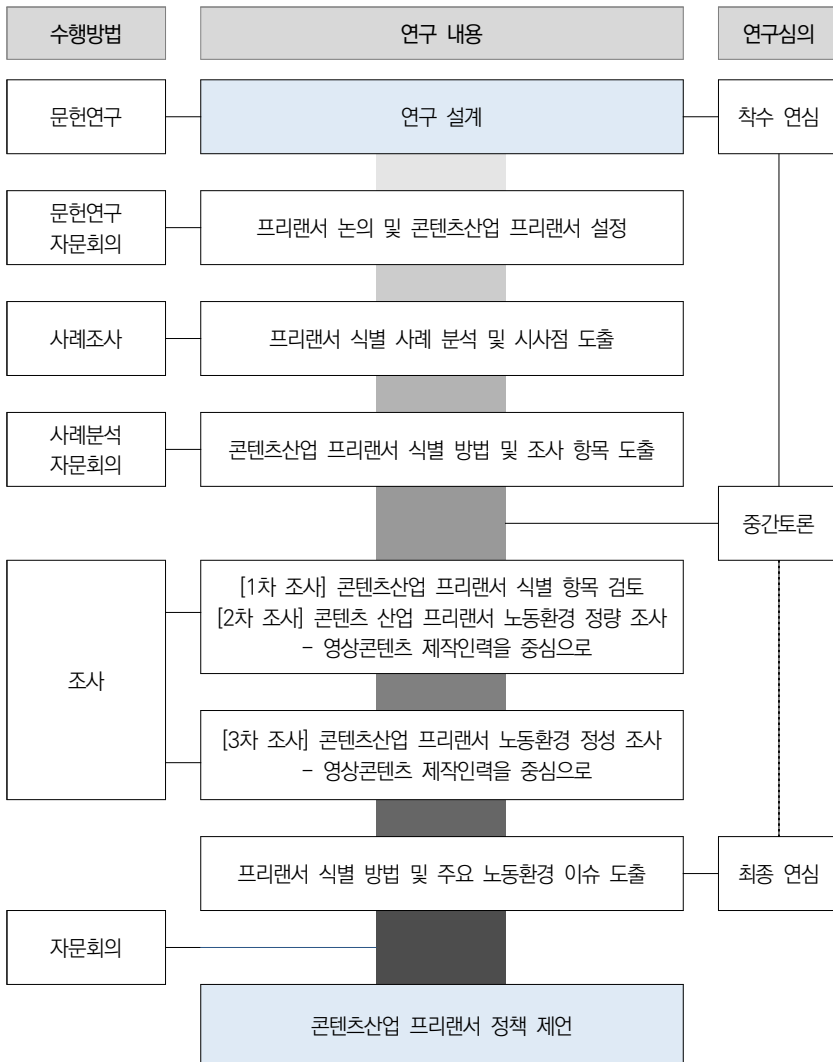
연구는 문헌연구, 전문가 자문, 정량 조사 분석, 정성 조사 분석이 결합한 형태다. 문헌연구는 크게 두 가지로 진행한다. 첫째, 국내외 프리랜서 관련 연구와 이슈를 정리함으로써 연구의 필요성을 강화한다. 둘째, 프리랜서 개념 및 범위에 관한 연구 결과를 검토해 콘텐츠산업 프리랜서 범위와 식별 방법을 구체화한다.

전문가 자문은 프리랜서 식별 방법 및 프리랜서 지원방안에 대한 의견을 수렴한다. 또한 이를 통해 정성 및 정량 조사의 조사 항목을 구체화한다.

정량 조사는 콘텐츠산업 프리랜서 식별방식 검토와 노동환경을 탐색하기 위해 진행한다. 생산된 자료의 분석을 통해 식별방식에 대한 정교성을 높이고 콘텐츠산업 프리랜서 노동환경에 대한 정책 정보를 도출한다.

끝으로, 정성 조사를 통해 콘텐츠산업 장르별·직무별 인력의 프리랜서성과 노동환경 실태를 파악한다. 이를 통해 프리랜서 노동환경에 대한 정보를 구체화하고 관련 정책 정보를 도출한다.

[그림 1-2] 연구수행 과정





콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구

제2장

콘텐츠산업 프리랜서 논의



# 제1절 프리랜서의 부상

## 1. 주요 요인

### 가. 각 이코노미와 디지털 플랫폼

이용자의 요구에 따라 각종 물품이나 서비스가 모바일 또는 온라인 장터를 통해 즉각 제공되는 주문형 서비스 온디맨드 경제가 빠르게 확산되면서 임시적인 인력을 섭외해 일을 맡기는 형태의 노동 수요가 증가하고 있다. 각 이코노미는 ‘일시적인 일’이라는 의미의 각(Gig)과 경제(Economy)의 합성어다. 이는 노동시장에서 단기적인 노동을 공급하는 자와 그 노동을 소비하는 자가 증가하고 있는 현상을 뜻하는 신조어다. 각 이코노미의 인력은 근무시간을 스스로 선택하고, 복수의 고용주 아래 있지만, 유동적으로 일 자리를 바꿀 수 있는 사람이다. 각 이코노미의 유형은 크게 4가지로 구분될 수 있다.<sup>5)</sup> 먼저 부동산(주택, 차량 등) 기반 각 이코노미 유형이 있다. 이 유형은 디지털 플랫폼이 단기 부동산 임대시장에서 부동산 임대인과 임차인을 연결하는 형태로 에어비앤비(Airbnb), 쏘카(Socar) 등이 대표적인 사례이다. 두 번째는 교통·배송 서비스를 제공하는 유형으로 부동산 자체를 빌려주는 첫 번째 유형과 달리 차량 등의 교통수단을 활용해 운전, 물건 배송 등의 서비스를 제공하는 형태이다. 대표적인 사례로 우버(Uber), 도어대쉬(Door Dash) 등이 있다. 세 번째 유형은 사업운영에 활용되는 전문지식, 전문 기술을 제공하는 유형으로 단기 프로젝트, 번역, 코딩, 원고작성 업무 등이 이에 해당한다. 여기서 논의할 콘텐츠산업 프리랜서는 대부분 여기에 포함된다. 네 번째는 가사와 관련된 유형으로 핸드메이드 상품을 제작해서 팔거나, 아이 돌봄, 가사도우미 등을 예로 들 수 있다(Mastercard, 2019).

5) 미 상무부는 각 이코노미의 성립 요소를 다음과 같이 4가지로 정의하였다. 첫째, 모바일 앱이나 인터넷 접속이 가능한 IT기기를 활용한 P2P거래, 둘째, 플랫폼의 신뢰도 제고를 위해 공급자와 수요자를 상호 평가할 수 있는 시스템 보유, 셋째, 서비스 공급자가 자신이 일하고 싶은 시간 및 기간을 선택할 수 있는 시간적 유연성, 넷째, 서비스 공급자가 소유한 도구와 자산을 이용해 서비스를 제공하는 것이다.

[그림 2-1] 각 이코노미 유형 및 정의

Sector	Description	Sub-Sectors Included	Example Platforms
Asset-Sharing Services	Digital platforms that facilitate short-term P2P rentals of one owner's (or "freelancer") property to another individual	Home-sharing, car-sharing, boat-sharing, parking space-sharing, P2P equipment sharing	HomeAway, Airbnb, TURO
Transportation-Based Services	Digital platforms that require a freelance driver to complete the requested transport service	Ride-sharing, carpooling, restaurant delivery, and goods delivery	BlaBlaCar, Careem, DOORDASH, Uber
Professional Services	Digital platforms that connect freelancers directly with businesses to complete projects	Business work, microwork, design, tech/coding, writing/translation, administrative	Upwork, CATALANT, guru
Handmade Goods, Household & Miscellaneous Services (HGHM)	Digital platforms for freelancers to sell homemade crafts or offer on-demand services for household-related tasks	Home-services, babysitting, handmade crafts, tutoring, pet services, and misc. (DJ, events, etc.)	Care.com, Airtasker, Etsy

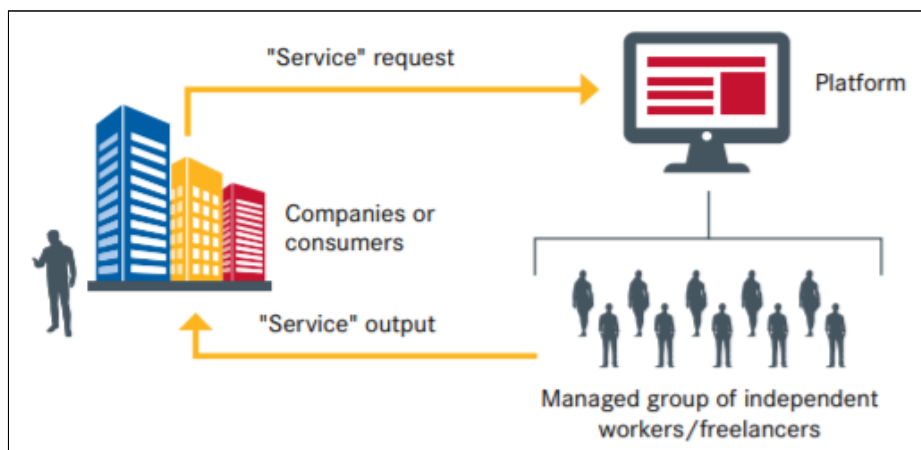
자료: Mastercard(2019.5), Gig Economy White-paper

각 경제의 규모는 2018년 2,040억 달러에서 2023년 4,553억 달러 규모로 성장할 것으로 예상된다(Mastercard, 2019.5). 보스턴컨설팅그룹(BCG)에 따르면 각 이코노미 규모는 선진국보다 개발도상국 중심으로 높은 비중을 차지한다. 또한 BCG의 2018년도 노동력 조사에 따르면 미국, 독일 등의 선진국에서는 전체 노동시장의 5% 이내의 규모가 프리랜서를 주업으로 선택해 종사하고 있으며, 중국, 인도와 같은 개발도상국에서는 8~12%의 인력이 프리랜서를 주업으로 선택했다고 조사되었다. 부업으로 프리랜서 노동을 제공하고 있는가를 조사한 결과는 선진국과 개발도상국 간 차이가 극명하게 나타났다. 미국, 영국, 독일, 프랑스 등 주요 선진국에서 프리랜서 업무를 통해 부업을 하고 있다고 응답한 응답자의 비율이 10% 이내로 조사되었으나, 중국, 인도, 인도네시아 브라질 등의 개발도상국에서는 프리랜서 업무를 통해 부업을 하고 있다는 응답자의 비중이 최고 33%의 비중을 차지하는 것으로 조사되었다.

디지털 플랫폼 기술은 다양한 산업 분야로 각 이코노미를 확장시키고 시장규모를 증가하는데 기여하고 있다. 디지털 플랫폼은 노동시장의 유연성을 향상시켰다. 기업은 향상된 노동시장의 유연성을 기반으로 비핵심 업무 분야에 대한 프리랜서, 계약직 인력 등 단기 근로 인력을 적극적으로 활용하고 있다. 이로 인해 국내 비핵심 업무 아웃소싱 시장규모가 약 1.3조원 규모로 성장하였다. 각 이코노미 성장을 이끄는 주요인으로 디지털 플랫폼을 꼽을 수 있다. 디지털 플랫폼은 시공간의 제약을 최소화하여 노동 수요를

충족시킬 뿐만 아니라 노동 공급자의 노동 공급 방식도 변화시켰다. 디지털 플랫폼이 도입되기 이전에는 본업 이외에 추가적인 노동을 원할 경우, 부업의 종류와 원하는 시간 및 지역 등을 노동자가 스스로 찾아야 하므로 탐색비용이 높았다. 하지만 디지털 플랫폼을 통해 노동 공급자와 수요자 간 매칭이 이루어지고, 재택근무 등을 통해 추가적인 노동 공급이 가능해지면서 탐색비용이 낮아졌고, 일반인의 일화성 배달과 같은 노동 공급 방식에도 경제성이 발생해 프리랜서가 아닌 일반인의 부업 참여가 활성화<sup>6)</sup>되었다. 디지털 플랫폼 기반 단기노동 공급시장의 빠른 성장요인은 플랫폼이 노동 공급자와 수요자 간 탐색비용(Searching Cost)을 줄여주고, 평점 시스템을 통해 상호가 신뢰할 수 있는 환경을 제공한 점이 유효했던 것으로 보인다.

[그림 2-2] 온라인 노동 서비스 플랫폼 모델



자료: SIA(2018), The Human Cloud, the Gig Economy & the Transformation of Work

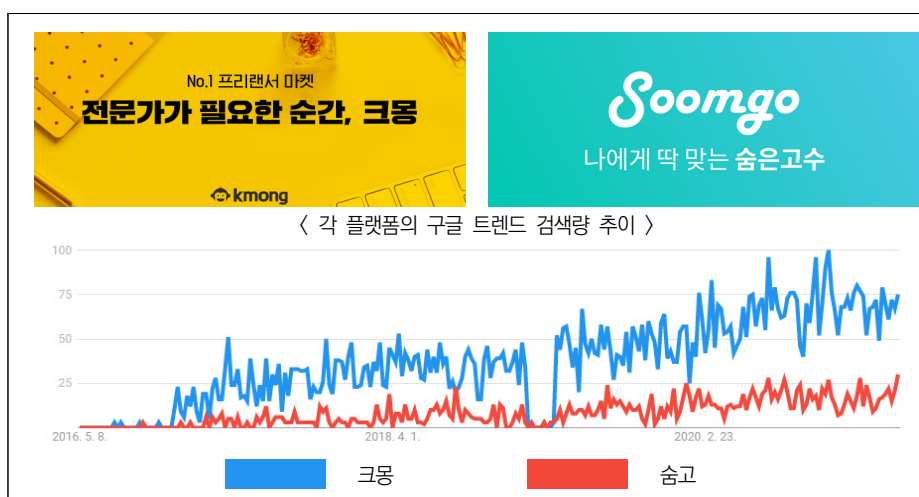
노동의 공급자와 수요자의 탐색비용을 낮춰주는 디지털 플랫폼은 2020년 초 발병한 코로나19 팬데믹 상황으로 인해 활용이 가속화되었다. 코로나19의 여파로 식당 이용이 어려워지면서 배달인력을 활용하려는 수요가 증가하였으나 배달인력이 부족하게 되었다. 식당 주인과 배달 프리랜서 인력을 이어주는 Door Dash(미국), 우버이츠(미국), 쿠팡이츠(한국) 등의 배달 플랫폼은 식당 주인의 배달인력에 대한 탐색비용을 낮췄을 뿐만 아니라 일반인이 일시적으로 배달 분야 노동 공급시장에 참여할 수 있는 기회를 제공하면서 배달 노동시장에 공급을 증가시키는 역할을 했다. 그 결과 이들 업체는 디지털 프

6) 국내에서는 일반인의 부업 확대로 'N잡러', '부캐' 등의 신조어가 유행하고 있다.

리랜서 플랫폼의 성장을 이끈 우버(Uber)와 함께 대표적인 직 이코노미 플랫폼으로 성장하였다. 디지털 플랫폼은 코로나19로 재택근무 중인 일반 상용직 근로자에게 부업 참여를 고민하게 했다. 코로나19는 전 세계적으로 집합금지(Lock-Down)를 촉발했고 이 과정에서 기업들은 오피스근무에서 재택근무로 전환하면서 전염병에 대응하였다. 하지만 전염병 여파가 1년 이상 지속하면서 상용직 근로자는 팬데믹 상황 이전에 출퇴근 이동시간 등으로 소비되었던 시간을 여유시간으로 활용할 수 있게 되었다. 그 결과 재택근무를 선택한 근로자를 중심으로 여유시간을 활용해 부업을 희망하는 비중이 증가하였다(Fiverr, 2020.12).

국내에서도 디지털 플랫폼을 활용한 프리랜서 노동 플랫폼이 등장하였고 해당 플랫폼에 관한 관심도 증가하는 추세에 있다. 국내 플랫폼의 사례를 살펴보면 디지털 플랫폼 기반 프리랜서 노동시장이 도입되면서 프리랜서 시장이 영역, 전문성 등을 기준으로 세분화 된 것을 알 수 있다. 국내 다수의 온라인 프리랜서 플랫폼에 따르면 음악, 그림 등의 재능거래는 주로 1~10만 원대에서 거래가 되고 있으며, 앱 개발과 같은 전문 영역은 건당 3억 원 이상에 거래가 된 사례도 존재한다. 이처럼 프리랜서 노동 공급 시장에 디지털 기술이 도입되면서 프리랜서 노동 공급시장이 세분화되었고 그 결과 수요자와 공급자의 시장참여가 활발하게 진행되어 직 이코노미가 다양한 산업으로 확대 및 성장하고 있다고 볼 수 있다.

[그림 2-3] 국내 온라인 프리랜서 플랫폼 현황



자료: 각 사 홈페이지, Google Trends

## 나. 고용환경 변화

2000년대 글로벌 금융위기를 경험한 기업들은 기업의 효율성을 높이고 위험을 줄이기 위한 유연성이 높은 경영방식을 채택하고 있다. 특히 인력 운영의 유연성을 확보하기 위해 과거 정규직 인력이 수행하던 업무 중 비핵심 업무(인적자원 관리, 회계, 총무 등)를 아웃소싱으로 대체하는 기업이 증가하고 있다. 기업의 비핵심 업무에 대한 아웃소싱은 비핵심 업무를 수행하기 위해 단기계약직 또는 정규직 인력을 고용하는 것보다 적은 비용을 요구한다. 먼저, 기업은 아웃소싱을 통해 시간 단위로 인력을 활용할 수 있다. 또한 기존에 신규직원 고용 시 업무 관련 교육 등의 시간과 비용을 추가로 투입해야 하는 것에 비해, 아웃소싱은 업무에 즉시 투입 가능한 인력을 이용하기 때문에 기업이 상용직 인력을 고용하는 것보다 비용 면에서 유리하다.

기업의 아웃소싱 선호현상은 상용직 근로를 선호하는 신규 노동자의 직업 획득기회를 낮춘다는 점에서 부정적일 수 있다. 하지만 단기적인 노동을 공급하고자 희망하는 프리랜서에게는 긍정적으로 작용할 수 있다. 일시적 노동을 제공하는 사람은 원하는 시간과 날짜에 여가와 노동을 자유롭게 선택할 수 있으며 원하는 시간에 기업의 아웃소싱 분야에 노동을 공급하며 업무영역에 대한 전문성과 경력을 쌓아 향후 업무 제공 시 높은 시장가치를 평가받을 수 있기 때문이다. 기업의 일시적인 노동 수요는 앞 절에서 언급한 것처럼 전업 프리랜서뿐만 아니라 부업을 희망하는 상용직 근로자에게도 긍정적이다. 특히 MZ세대(2030세대)를 중심으로 본업 이외에 부업을 갖는 N잡러가 노동 공급의 주축으로 자리 잡으면서 단기노동 공급시장에 참가하는 MZ세대가 증가하고 있다. 이들은 본업 이외의 활동(취미, 학습 등)을 통해 자기 성장을 추구하며 자신의 성장을 타인과 공유하는 방식으로 부업 활동을 영위하기도 한다(SBS, 2020.12.14.).

최저임금의 변화도 노동시장에서 프리랜서 노동의 비중을 높이는데 기여했다고 볼 수 있다. 우리나라는 최저임금법 제12조에 따른 최저임금위원회를 통해 매년 최저임금 수준을 심의의결한다. 최저임금은 2011년 4,320원에서 2021년 현재 8,720원으로 약 2배가량 상승하였다. 최저임금의 상승이 노동시장에 미치는 영향에 대해서는 다양한 의견이 존재하지만, 경제학 원론 교과서에서도 언급하듯 국가가 노동 제공의 대가(가격)를 통제하는 것은 노동시장 내 수요자와 공급자를 서로 다른 상황에 직면하도록 만든다. 최저임금 기준으로 근로자를 직접 고용하는 수요자(기업)는 최저임금(가격) 상승에 따라

제품 생산(또는 서비스 제공)에 대한 비용이 증가하여 노동 수요를 줄이고, 노동 공급자(노동자)는 높아진 노동 제공의 대가에 따라 노동 공급을 늘린다. 따라서 기업은 높아진 임금수준에 부합하는 성과를 낼 수 있는 근로자를 고용하기 위해 채용 프로세스를 고도화하거나, 근로자의 신규 채용을 포기하고 업무 프로세스를 세분화한 뒤 프리랜서, 아웃소싱 등을 통해 단기적으로 필요 업무를 맡기는 선택을 한다. 노동 공급자 측면에서도 최저임금 인상은 부업의 참여 동기를 유발한다. 따라서 노동 제공 대가의 상승은 상용직으로 근무하고 있는 사람의 부업 참여를 유발할 수 있으며, 프리랜서를 주업으로 선택한 사람의 프로젝트 추가 참여를 유발할 수 있다. 이처럼 노동시장의 최저임금 인상은 노동 시장 참여자들에게 프리랜서 노동 수요와 공급에 유인을 제공한다.

## 2. 주요 쟁점

### 가. 프리랜서의 근로자성 인정 여부

프리랜서 노동은 최대 주 52시간의 노동을 공급하는 상용직 근무자와 다르게 초단기 노동 공급부터 중장기 노동 공급까지 다양한 시간 범위에서 이루어진다. 노동 공급자의 필요에 따라 노동 공급이 가능하다는 점은 프리랜서 노동의 장점이기도 하지만 단점으로 작용하기도 한다. 방송작가, 악기 연주자, 공연자처럼 과거 프리랜서는 프로젝트 동안 근무하는 형태가 일반적이었으나 이뿐만 아니라, 현재는 디지털 플랫폼을 활용해 초단기로 원하는 시간에 노동을 공급하는 유형도 존재한다. 먼저 프로젝트 기간이 정해져 있는 프리랜서 유형에 대해 살펴본다. 해당 유형은 산업이 침체할 경우 프리랜서의 노동 제공·계약방식 등과 복합적으로 연결되면서 사용자와 프리랜서 간 갈등을 유발시킬 수 있다. 우리나라의 방송산업을 예로 들어보자. 초기 방송산업은 방송사 일부만 존재하는 독과점시장의 시장구조로 되어 있었다. 그러나 1995년 유료방송시장을 개방하면서 방송사업자와 방송프로그램제작사가 증가하였다. 방송제작 수요의 증가로 방송사업자가 상용직 근로자를 직접 고용할 뿐만 아니라 방송제작과 관련된 전문 프리랜서에 대한 수요도 늘어났다. 방송사업자의 노동 수요 증가에 따라 방송산업으로 프리랜서 노동을 비롯한 다양한 형태의 노동 공급도 함께 증가하였다. 하지만 뉴미디어의 등장으로 TV를 통한 미디어 소비가 뉴미디어로 대체되면서 전통적인 방송산업은 매년 광고 판매수익의



감소를 경험한다. 전통적인 방송사업자의 주 수입원인 광고 판매수익이 감소하자 수익성 악화로 제한된 예산 범위에서 완성된 프로그램을 구매하거나 아웃소싱으로 방송프로그램의 제작을 맡기는 제작 방식을 선택하였다.

이와 관련해 최근 모 지상파 방송사와 프리랜서 방송제작 인력 간 분쟁이 발생하였다. 해당 방송사는 지난해 프리랜서 방송작가에 대한 추가계약을 거절하였다. 계약이 거절된 프리랜서 방송작가는 해당 프로그램의 제작과정에서 9년 동안 노동을 공급하였기 때문에 본인은 근로자이며 방송사의 계약거절은 부당 해고라고 주장하며 서울지방노동위원회(이하 “지노위”)에 구제를 요청하였다. 하지만 서울지방노동위원회는 해당 프리랜서 방송작가가 방송사와 법적으로 근로계약을 체결한 근로자의 신분이라는 점을 근거로 부당 해고가 아니라고 판정하였다. 그러나 '21년 3월 중앙노동위원회(이하 “중노위”)가 이들의 노동자성을 인정하면서 부당해고라는 판정을 뒤집었다. 중노위는 방송업의 특수성에 따라 방송사의 프리랜서에 대한 사용자성 여부를 기준으로 판정을 내렸다. 사용자성 여부는 사용자가 “근무시간과 장소를 지정”하고 “근로자가 이에 구속받는지 아닌지의 여부”, “업무 수행과정에서 사용자가 상당한 지휘감독” 하는지 여부 등을 기준으로 판단한다. 중노위는 이 사건에서 해당 프로그램이 생방송으로 진행된 특성으로 프로그램과 관련된 제작인력이 사실상 정해진 근무시간과 장소에서 노동을 제공해야 했다는 점을 근거로 사용자성을 인정하였다.

최근 급격한 성장을 이루고 있는 디지털 플랫폼을 중심으로 초단기로 노동을 공급하는 프리랜서와 플랫폼 사업자 간 근로자 인정 여부를 두고 뜨거운 논쟁이 진행 중이다. 2020년 여객자동차 운수사업법 개정으로 디지털 플랫폼을 활용해 초단기로 렌터카를 빌리면 대리기사(초단기 프리랜서)를 매칭해주는 ‘타다 베이직’ 서비스가 불법 서비스로 규정되면서 해당 플랫폼으로 프리랜서 노동을 하고 있었던 대리운전기사가들이 일자리를 잃게 되었다. 이 과정에서 사업자와 대리운전기사 간 분쟁이 발생하였고 초단기 프리랜서 노동을 제공하던 대리운전기사는 본인이 ‘타다 베이직’ 서비스의 운영 주체인 ‘쏘카’가 고용한 근로자라고 주장하였다. 그리고 서비스 종료에 따른 부당 해고를 구제해달라고 지방노동위원회(이하 “지노위”)에 요청하였다. 지노위는 경영상의 이유로 정상적 고용관계가 지속하기 어렵다는 ‘쏘카’의 주장을 받아들였지만, 중노위는 프리랜서의 주장을 받아들였다. 즉, 지노위와 중노위는 서로 다른 쪽의 주장을 수용하였다. 그러나 해당 대리운전기사가 ‘타다’ 서비스에 기사를 알선해주는 협력업체와 프리랜서 계약을 체결하였

음에도 ‘타다’의 운영 주체인 ‘쏘카’가 지속해서 이들을 관리·감독하였다는 점을 근거로 두 기관 모두 해당 대리운전기사를 근로자로 보았다.

이와 함께 운전면허 등 별도의 기술 없이도 초단기 프리랜서 노동이 가능하다는 점은 플랫폼 배달 노동자에 대한 지위 측면에서도 플랫폼 사업자와 노동자 간 갈등을 유발시켰다. 국내 온라인 쇼핑플랫폼 ‘쿠팡’은 일반인이 초단기로 원하는 시간과 날짜에 차량 운반구 등을 활용해 택배를 배송하고 그에 따른 소득을 올릴 수 있는 서비스를 제공했다. 이로 인해 부업을 희망하는 사람들을 중심으로 초단기 프리랜서 노동시장 참여가 증가하였다. 더불어 앞 절에서 언급한 것처럼 코로나19 상황으로 배달 음식에 대한 수요가 폭발적으로 증가하면서 남녀노소 누구나 의지만 있다면 초단기 프리랜서 노동시장에 참여할 수 있을 만큼 배달 노동수요도 발생하였다. 그 결과 음식 배달 플랫폼의 배달원은 2021년 4월 기준 약 17만 명 규모에 달한다(중앙일보, 2021.05.11.). 플랫폼 사업자는 플랫폼에 참여하는 수요자와 공급자가 많아질수록 높은 네트워크 효과를 얻을 수 있으므로 참여자가 많을수록 좋다. 하지만 ‘쿠팡’은 자사 주식을 미국에 상장할 때 자사 ‘쿠팡이츠’서비스의 배달인력을 근로자가 아닌 독립계약자라고 판정받았다는 신고서를 미국 증권거래위원회(SEC)에 제출하였다. 이들의 근로자성이 인정될 경우 근로기준법에 따른 근로계약을 체결해야 하며 휴일 및 야간 배송의 경우 평일 낮과 다른 수익 배분 방식 등을 재설계해야 하기 때문이다. ‘쿠팡이츠’ 배달원처럼 배달종사자와 같은 특수형태 근로자는 현재 근로자로 인정받지 못하고 있다. 무엇보다 근무시간과 장소를 스스로 선택할 수 있으며 배달 플랫폼으로부터 상당한 지휘감독을 받고 있지 않기 때문이다(머니투데이, 2021.02.15.). 하지만 미국, 유럽 일부 국가 등을 중심으로 플랫폼 노동자에 대해 프리랜서가 아닌 근로자로 분류해야 한다는 주장이 설득력을 얻고 있다. 2021년 4월 마티 월시 미국 노동부 장관은 플랫폼 노동자(Gig Worker)를 근로자로 분류해야 한다고 개인적인 소견(연합뉴스, 2021.04.30.)을 밝혔으며, 영국 대법원은 2021년 2월 ‘우버(Uber)’운전자를 자영업자가 아닌 근로자로 분류해야 한다고 판결을 내렸고, ‘우버(Uber)’운전자는 일반 근로자와 동일하게 최저임금을 적용받고 휴가 수당과 연금을 받을 수 있게 되었다(조선비즈, 2021.03.17.).

앞선 사례처럼 분쟁이 발생한 이유를 분석해보면 프리랜서 노동을 제공하는 사람들이 (단순히 부업이나 단기 아르바이트가 아닌) 상용직과 같은 행태로 노동시장에 진입하기 때문이라고 볼 수 있다. 주요 플랫폼 사업자는 플랫폼 기반 초단기 프리랜서 노동 공급

시장을 제공하였고 해당 시장은 상용직 노동 공급시장과 비교했을 때 진입장벽이 높지 않아 쉽게 접근할 수 있다. 또한 플랫폼이 분배하는 노동 제공의 대가가 일반 상용직 근무 수준으로 제공되면서 노동시장에 참여한 사람 중 일부는 부업에서 전업으로 전환하기도 한다. 이와 함께 플랫폼 경쟁이 치열해지면서 서비스 품질의 향상과 유지를 위해 플랫폼 사업자는 초단기 프리랜서에게 상당한 지휘감독을 할 수밖에 없다. 이런 점에서 향후 프리랜서의 근로자성 인정에 대한 갈등은 심화될 가능성이 크다.

〈표 2-1〉 방송·영화산업 내 프리랜서 인력의 근로자성 인정 사례

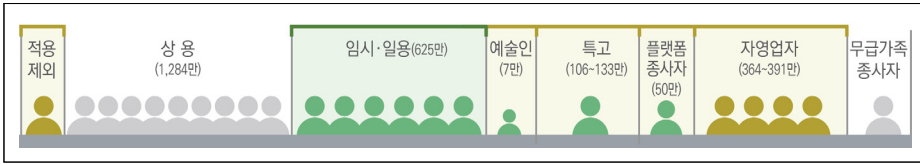
구 분	사 례
고용노동부 근로감독(2018)	2018.3월부터 8월까지 드라마 3개 제작현장의 외주제작사 4개 도급업체 29개소의 스태프 177명 중 157명의 근로자성 인정
고용노동부 근로감독(2021)	2020.12월부터 2021년 3월까지 청주방송이 프리랜서 계약을 체결한 사항에 대해 근로감독을 실시하였고, 방송작가, PD, MD 등에 대해 근로자성을 인정하고, 리포터, MC 등에 대해서는 근로자성을 인정하지 않음
대법원 2014. 4. 10. 선고 2011두 19390 판결	근로 계약체결 없이 노무를 제공한 방송프로그램 제작 PD의 근로자성을 인정
대법원 2011. 3. 24. 선고 2010두 10754 판결	프리랜서 VJ가 방송국 소속기자로부터 촬영 및 편집에 대한 지속적인 수정을 지시받은 점과 근무일과 근무시간 등을 고려해 근로자성 인정
서울동부지방법원 2019. 6. 20. 선고 2018노1443 판결	영화 제작사와 용역사업자의 팀장이 도급계약을 체결하였고, 용역사 팀장이 스태프의 채용 면접, 근로기간, 급여 협의를 진행하였으나, 법원은 제작사가 최종적인 채용 및 급여 수준을 결정하기 때문에 제작사를 실질적인 사용자로 인정

자료: 나민오(2020). '방송 스태프의 고용형태에 따른 노동력 보호방안' 내용인용 및 고용노동부 보도자료(2021.4.26.) 재구성

## 나. 사회안전망 구축

향후 프리랜서 노동이 주요 노동 공급방식으로 자리 잡을 것으로 예상하면서 정부, 국회 등을 중심으로 프리랜서에 대한 사회안전망 구축에 관한 사항도 논의되고 있다. 2020년 발생한 코로나19는 프리랜서 등에 대한 사회안전망 구축 논의를 가속화했다. 코로나19로 인해 프리랜서, 특수형태근로종사자 등의 노동 안정성이 급격하게 떨어지면서 정부는 이들에 대한 지원정책을 적극적으로 제시하였다.

[그림 2-4] 국내 노동시장 구성현황



자료: 고용노동부(2020.12.23.), '모든 취업자를 실업급여로 보호하는 전국민 고용보험 로드맵'

2020년 12월 고용노동부를 중심으로 '전 국민 고용보험 로드맵(이하 '로드맵')'을 발표하였다. 로드맵은 기존 사회안전망(고용보험) 외부에 위치한 모든 취업자를 포용하겠다는 정책 목표를 기초로 기존에 고용보험의 보호 범위에서 제외되어 있던 예술인, 특수형태근로종사자, 플랫폼종사자, 자영업자 등을 포함할 수 있도록 고용보험 제도를 개선한다는 내용을 담고 있다.

정부가 발표한 로드맵의 유형별 계획을 살펴보면 예술인, 특수고용형태종사자, 플랫폼종사자, 자영업자 등으로 구분할 수 있다. 먼저 예술인 관련 정책을 살펴보면 국내 예술인의 안정적인 예술 활동 유지를 위해 고용보험 가입 관련법(고용보험법, 징수법, 2020.5.)을 개정하였고, 그 결과 2020년 12월 10일부터 프리랜서 예술인도 고용보험에 가입할 수 있게 되었다. 고용노동부와 문화체육관광부는 예술인 고용보험 추진과 함께 계약 관련 불안정성도 개선하기 위한 대책을 함께 제시하였다. 고용노동부(2020.12.23.) 조사에 따르면 국내 예술인 규모는 약 17.8만 명으로 추정되며, 조사 시점 기준 지난 1년간 예술 활동 관련 근로계약을 체결한 사람은 약 7.5만 명으로 추정되었다. 이들은 겸업 비중이 높고(43%, 2018년 기준), 서면계약을 체결하는 비중이 낮은 특징이 있었다. 고용노동부와 문화체육관광부는 이러한 불안정성을 개선하기 위해 문화예술인 대상 고용보험용 간이 서면계약 양식을 마련하였다.

프리랜서 등에 대한 사회안전망 확충은 우리나라뿐만 아니라 주요국가에서도 논의 및 추진하고 있다. 프랑스는 2018년 9월 '직업적 미래를 선택할 자유에 관한 법'을 제정하여 프리랜서 및 영세 자영업자까지 고용보험에 가입할 수 있게 하였다. 스웨덴의 고용 관련 사회안전망은 모든 취업자를 대상으로 취업자의 기초보험 가입을 의무화하였고, 추가로 소득과 연동된 보험을 임의가입이 가능하도록 구성·운영하고 있다. 스웨덴의 경우 개별 취업자가 국세청에서 부여한 개인신고번호를 활용해 월별로 보험료 납부 결과를 신고해야 하므로 상시로 프리랜서 인력 규모를 파악하기에 용이하다. 영국은 모든 노동

자와 자영업자에게 고용보험을 포함한 사회보험에 가입하도록 하는 의무를 부여하고 있다. 일정 수준 이상의 소득이 있는 노동자는 월 소득의 12%, 일정 수준 이상의 보수를 지급하는 사용자는 13.8%를 사회보험료로 납부하고 있다. 특히 사업주가 납부하는 사회보험료는 보수를 지급할 때마다 자동으로 납부되며, 전산시스템(RTI)을 통해 국세청에 자동 신고가 이루어진다. 이탈리아는 2015년 3월 준종속 노동자, 독립노동자(프리랜서) 대상으로 별도 고용보험(Dis-Coll)을 도입하였다. 다른 국가와 다르게 이탈리아의 근로자 고용보험료는 사업주가 전액을 내며 준종속 노동자와 독립노동자의 보험료는 본인이 1/3을 사용자가 2/3을 납부한다.

〈표 2-2〉 주요국 고용보험 적용 범위 확대 사례

구 분	주요 내용
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> <li>① (대 상) 모든 취업자(근로자, 영세자영업자, 문화·예술 단기계약직) 당면 적용 <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ '18.9월 「직업적 미래를 선택할 자유에 관한 법」 제정으로 적용대상을 프리랜서 및 영세 자영업자까지 확대</li> </ul> </li> <li>② (보험료) 취업자는 일반사회기여금(사회보장세) 1.7%p 인상(대신 근로자는 고용보험료(임금의 2.4%) 폐지), 사용자의 고용보험료 기여분(급여의 4.05%)은 유지</li> <li>③ (실업급여) 근로자는 최대 2년간 기초일액의 57~75%, 자영업자는 최대 6개월간 월 €800 지급</li> </ul>
스웨덴	<ul style="list-style-type: none"> <li>① (대 상) 기초보험(의무) + 소득연동 보험(임의)으로 구성, 모든 취업자 포괄 <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 실업보험기금(a-kassa)에 12개월 이상 가입한 경우 '소득연동 실업급여' 지급, 6개월 중 절반 이상 근로 시 '기초 실업급여' 지급</li> </ul> </li> <li>② (보험료) ▲(기초보험) 모든 취업자가 사회보장세 납부, ▲(소득연동보험) 근로자 보험료는 사업주 부담(보수의 2.64%), 자영업자는 순수익의 0.1% 납부 <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 국세청에서 부여하는 개인번호를 사회보장 급부의 소득정보와 연결하여 월별로 개인 단위 신고 시행('19~)</li> </ul> </li> <li>③ (실업급여) 최대 300일간 기초실업급여는 365SEK/일, 소득연동 실업급여는 실업 전 임금의 70~80%를 지급(18세 미만 자녀가 있는 경우 150일 추가 지급)</li> </ul>
영국	<ul style="list-style-type: none"> <li>① (대 상) 모든 노동자(worker)와 자영업자는 사회보험(고용보험 포함) 당면 가입 <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 국세청(HMRC)에서 소득신고가 된 취업자 모두를 대상으로 사회보험료 징수 &lt;Class1/Class3: 노동자(employee+worker), Class2/Class4: 자영업자&gt;</li> </ul> </li> <li>② (사회보험료) 일정수준 이상의 소득이 있는 노동자는 월 소득의 12%(£892 이상 소득은 2%), 일정수준 이상의 보수를 지급하는 사업주는 13.8% 납부 <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 사업주는 보수를 지급할 때마다 전산시스템(RTI, Real Time Information)을 통해 국세청에 보고하고 보험료를 납부하는 체계 구축</li> <li>▶ 자영업자는 저소득자는 보험료·급여 정액, 고소득자는 보험료 소득비례·급여 정액</li> </ul> </li> <li>③ (실업급여) 최장 182일간 연령·배우자 유무에 따라 주당 £57.9~£114.85 지급</li> </ul>
이탈리아	<ul style="list-style-type: none"> <li>① (대 상) 근로자 및 특고와 유사한 준종속·독립노동자 고용보험 당면 적용 <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ '15.3월 준종속·독립노동자에 대한 별도 고용보험(Dis-Coll) 도입</li> </ul> </li> <li>② (보험료) 근로자의 고용보험료는 사업주가 전액 부담(임금의 1.61%), 준종속·독립노동자는 사용자 2/3(1.02%), 노동자 1/3(0.51%) 부담</li> <li>③ (실업급여) 이직 전 소득의 75%를(€1,211 이상 소득에 대해서는 25%) 근로자는 최대 78주간, 준종속·독립노동자는 최대 6개월 간 지급</li> </ul>

자료: 고용노동부(2020.12.23.), '모든 취업자를 실업급여로 보호하는 전국민 고용보험 로드맵'

현재 우리나라에서는 코로나19로 인해 큰 피해를 겪고 있는 프리랜서를 대상으로 사회안전망 구축을 위한 논의가 가속화되었고, 일부 정책은 지난해부터 시행되고 있다. 이러한 정부의 프리랜서 지원에 대한 고민은 관련 정책 대상의 범위와 형태를 파악하는 노력으로 이어지고 있어지고 있다.

#### 다. 프리랜서 현황 파악의 어려움과 다양한 시도

프리랜서 노동 공급이 주류의 노동 공급방식으로 자리 잡을 것을 예상함에도 주요국에서는 자국의 프리랜서 인력의 규모를 추정만 할 뿐 정확한 규모를 알지 못한다. 이는 프리랜서 정의와 범위에 따라 이들을 식별하는 것이 어려우며, 식별이 가능하다 해도 프리랜서는 단기적으로 노동력을 공급해 공백 기간이 길며, 다양한 분야를 넘나들면서 노동력을 제공하기 때문에 규모를 파악하는 것은 어렵기 때문이다.

다만 프리랜서를 식별하고 현황을 파악하는 것이 사회적·정책적으로 중요해 지면서 제한된 조건에서 프리랜서를 파악하려는 노력이 이어지고 있다. 산업별 전체 노동자 중 프리랜서의 비중에 대한 정보는 노동시장의 유연성과 고용 안정성을 동시에 평가하는데 기여할 수 있다. 전통적으로 상용직 근로자의 비중이 높았던 산업에서 프리랜서 인력 활용 비중을 높인다면 노동시장의 유연성이 높아졌다고 평가할 수 있으며, 사용자의 프리랜서 활용 기간, 프리랜서의 근속근무 월수 등의 지표를 통해 해당 시장의 고용 안정성을 평가할 수 있다.

계약 기간이 짧은 프리랜서는 2020년 발생한 코로나19 팬데믹 상황과 같은 갑작스러운 외부충격에 매우 취약하다. 주요국들은 상대적으로 외부충격에 취약한 종사자들을 파악하고 대상별 지원 방안을 마련확대하고 있다. 우리 정부도 코로나19로 피해를 본 특수고용노동자와 프리랜서를 지원하기 위해 추경 등을 통해 ‘특고·프리랜서 고용안정지원금’을 확보하고 있으나, 지원대상과 규모에 대한 파악이 어려워 일정 기준에 따라 심사 후 지원금을 지급하는 방식을 선택하고 있다. 일반 상용직 근로자의 경우에는 국민연금, 건강보험 등 4대 보험 납부기록 등을 통해 근로자 여부를 즉시 파악할 수 있지만, 프리랜서는 즉시 파악하기 어려우므로 지원금 지급을 위한 행정비용이 발생한다. 이런 점 때문에 특수고용노동자 및 프리랜서의 규모를 파악할 방안이 필요하고, 장기적으로 제도적 장치를 통해 상시로 이들의 노동 현황을 파악할 수 있는 장치가 필요하다.

〈표 2-3〉 2021년도 특고·프리랜서 고용안정지원금 지원 대상

<p>○ 기존 긴급 고용안정지원금(1·2·3차)을 지원받지 않은 자 가운데 '20.10~11월에 노무를 제공하고 소득이 발생한 특고·프리랜서로서 고용보험 미가입자*</p> <p>* '20.10~11월 중 고용보험 미가입자, 다만 해당 기간 고용보험 가입 기간이 20일 이하인 경우 예외적으로 지원</p>
<p>▶ 특고: 계약의 형식과 관계없이 근로자와 유사하게 노무를 제공함에도 「근로기준법」 등을 적용받지 않는 자</p> <p>▶ 프리랜서: 특정한 사항에 관하여 그때그때 계약을 맺고, 집단이나 조직의 구속받지 않고 자신의 판단에 따라 독자적으로 노무를 제공하는 자</p>
<p>○ 특고·프리랜서 예시</p> <p>▲ 교육: 학습지 교사, 학원 및 교육연수기관 강사, 스포츠 강사 및 트레이너, 방과 후 교사 등</p> <p>▲ 운송: 지입기사(레미콘트럭 등), 구난차 기사, 기타 자동차 운전원(학원버스 운전기사 등), 공항·항만·시장·철도·창고 관련 하역종사자 등</p> <p>▲ 여가: 연극배우, 작가(방송작가, 사진작가 등), 애니메이터, 여가 및 관광서비스 종사원 등</p> <p>▲ 판매: 방문판매원, 영업사원, 대출·신용카드모집인, 보험설계사, 텔레마케터 등</p> <p>▲ 서비스: 가사·육아도우미, A/S 기사, 정수기 방문점검원, 수도·가스·전기 점검원, 간병인, 대리운전·퀵서비스 기사, 골프장캐디 등</p> <p>▲ 기타: 생활정보신문 배포원, 의류판매 중간관리자, 심부름 기사, 목욕관리사, 북큐레이터, 통·번역가, 애견미용사, 웨딩플래너, 음악가 등</p> <p>※ 위의 예시에 없더라도 노무를 제공하고 소득이 발생한 특고·프리랜서로 고용보험 미가입자라면 지원 가능</p>
<p>○ 사업 공고일('21.3.26.) 기준 국세청에 사업자로 등록된 경우에는 4차 긴급 고용안정지원금 지원대상에서 제외</p> <p>* 사업자로 등록된 경우에는 중소벤처기업부 '소상공인 버팀목자금 플러스'를 신청</p> <p>- 다만, 산재보험 대상 특고 14개 직종*과 관련하여 사업자로 등록된 경우에는 예외적으로 지원</p> <p>* 보험설계사, 골프장캐디, 학습지 교사, 건설기계종사자, 택배기사, 퀵서비스 기사, 대출모집인, 신용카드 회원모집인, 대리운전기사, 방문판매원, 방문교사, 대여제품방문점검원, 가전제품 설치기사, 화물자동차 운전사 [업종코드] 참조</p> <p>↳ 사업자등록증이 있는 화물자동차 운전사는 산재보험법 시행령 제125조 제13호 각 목의 4개 품목(수출입 컨테이너, 시멘트, 철강재, 위험 물질)을 운송하는 경우에만 특고로 인정</p>

자료: 특고·프리랜서 고용안정지원금 홈페이지(<https://covid19.ei.go.kr/>)

## 제2절 프리랜서 범위와 콘텐츠산업 프리랜서

### 1. 프리랜서 개념

프리랜서(Freelancer)는 사전상 “일정한 소속이 없이 자유 계약으로 일하는 사람”(표준국어대사전)을 가리킨다. 이들은 특정한 사항에 관하여 그때그때 계약을 맺고, 집단이나 조직의 구속을 받지 않고 자신의 판단에 따라 독자적으로 노무를 제공하는 자(고용노동부, 2020)로 ‘비전속인’, ‘자유 계약자’, ‘자유 활동가’, ‘독립 계약자’ 등 다양한 용어로 명명되는데 이상의 용어에서 볼 수 있듯이 프리랜서는 기본적으로 자유(독립)라는 단어가 핵심적으로 활용된다. 즉 프리랜서는 활동에 지휘·통제를 받지 않고 일의 성과에 따라 수당 또는 이와 유사한 성질의 대가를 받는 자라고 할 수 있다(이용관, 2016). 행정적으로 독립 계약자라는 용어가 더 자주 사용되는데, 이는 세금 및 계약적 지위를 지정하기 위한 것으로 문화 및 창의 산업에서 프리랜서라는 용어가 더 일반적으로 사용되고 있다(Hesmondhalgh & Baker, 2010).<sup>7)</sup>

프리랜서는 법률적 개념이 아니므로 다양한 작업 환경에서 근로자, 노동 서비스의 최종 사용자 및 기타 조직이 사용하는 관습적인 용어라고 할 수 있다(Kitching & Smallbone, 2008). 실제 프리랜서는 하나의 전형적인 형태로 정의하기 어렵다. 또한 이에 관한 관습적 이해는 특정 업무 상황에 따라 실제 현장에서 사용하는 용어의 범위 또는 법률에 적용되는 정의와 겹치거나 다를 수 있다.

프리랜서를 규정하는 핵심적인 요소는 사용종속성과 노무 제공 형태이다. 사용종속적 관계는 지휘명령권이 어디 있느냐에 따라 달라진다. 일반적으로 프리랜서는 사용자(발주자)와 거의 동등한 협상 능력을 갖추고 상호 간에 제시한 조건을 타협하며 노동시간, 장소, 방식에 있어 독립성과 자율성을 갖고 일을 한다. 그러나 프로젝트를 기반으로 계

7) 프리랜서라는 용어를 주고 사용하는 직업 및 산업을 보면 음악, 작문, 연기, 컴퓨터 프로그래밍, 웹 디자인, 그래픽 디자인, 번역, 영화 및 비디오 제작 및 일부 문화 이론가들이다(Scholz, 2012).



약을 하고 일을 한다고 해도 시간, 장소 방식 등에 있어 해당 사용자의 지휘통제를 따르게 되고 고용 관계와 크게 다르게 얹게 노무를 제공하는 사람도 존재한다.

프리랜서의 노무 제공 형태는 사용자로부터 명확한 과업 범위와 결과물 형태가 요구되기 때문에, 노무 제공 과정에서 자율성이 보장된다. 프리랜서는 시간에 대한 보상<sup>8)</sup>이 아닌 '일의 결과물에 대한 보상'을 받는다. 이들은 특정 사용자에게 장기간 전속되지 않고 다양한 사용자를 대상으로 단기간 노무를 제공하는 특징을 가진다. 프리랜서는 노무 제공 과정에서 어떠한 주체로부터도 지휘통제를 받지 않는 것이 중요하므로 노무 제공자의 특성보다는 제공되는 개별 노무(일)의 특성에 따라 정의된다. 사례별로 노무 제공 형태와 관계를 살펴봄으로써 노무 제공자가 프리랜서인지 아닌지를 판별하는 것도 가능하다.

일반적으로 현장에서는 프리랜서는 고용주도 직원도 아닌 숙련된 전문직 근로자로, 다양한 비즈니스 고객에게 서비스 계약에 따라 임시로 노동력을 공급하는 사람을 지칭한다. 이들이 사용하는 프리랜서라는 용어는 일정한 소속 없이 노무를 제공하는 사람을 지칭하며, 구체적으로 일하는 방식이나 관계를 고려하지 않는다. 노무 제공 형태를 계약에 모두 포함하기 어려우며, 사안에 따라 그 노무 제공 및 대가 지급 형태가 변경될 수 있어 실제로 프리랜서는 근로자와 프리랜서 성격을 모두 가지는 경우가 많다. 또한, 근로계약에 의해 노무를 제공하는 근로자도 자신의 전문성을 활용하여 부업으로 프리랜서<sup>8)</sup>가 될 수 있다. 현장에서 이들은 자신의 전문성을 가지고 남는 시간을 부업을 함으로써 수익을 창출하고, 시간과 역량 수준에 따라 한 번에 많은 사용자(고객)를 상대할 수 있다. 사용자 수나 겸업 등은 이들의 경제적 종속성 정도를 보여주는 주요한 지표이며, 이는 현장에서 프리랜서를 판단할 때도 주요하게 고려될 수 있다.

통상적으로 전문가는 다양한 관점을 종합하여 독립성/의존성, 기술/직업, 고객 기반의 특성, 고객 수, 그리고 고객 관계의 기간 등을 고려하여 프리랜서를 분류하며, 그 정도에 따라 협의적 또는 광의적으로 정의하고 있다. 그러나 이러한 기준과 무관하게 노무 제공자 스스로 자신을 프리랜서로 정의할 수도 있는데 이 경우 인력은 일하는 방식과 조건뿐만 아니라 노동시장에서 자신이 지향하는 정체성과 직무 및 직업적 특성을 고려하게 된다.

---

8) 일본에서는 광의적 프리랜서를 크게 독립 프리랜서와 부업(副業) 프리랜서로 구분한다. 여기서 부업 프리랜서는 기본적으로 기업이나 조직에 고용되고, 틈나는 시간에 개인 명의로 일을 하는 것을 말한다. 부업 프리랜서에는 회사에 고용되어 있으면서 창업하는 사람, 회사에 고용되어 있으면서 다른 조직이나 개인과 계약을 체결하는 사람, 2사 이상 고용된 사람을 가리킨다(한도율, 2019).

〈표 2-4〉 프리랜서 지위에 대한 정의 요소

구 분	광의적 정의	협의적 정의
법적 지위	고용원이 없는 자영업자 고용원이 없는 회사 대표	고용원이 없는 자영업자 (실제) 고용원이 없는 회사 대표
우산회사(Umbrella Company)	우산회사와의 계약을 통해 일하는 프리랜서 포함	우산회사와의 계약은 사실상 근로자성을 갖기 때문에 프리랜서 배제
기술/직업	모든 기술/직업 포함	관리직, 전문직, 기술직에 한정
고객기반의 특성	조직 및 개인 고객	조직화된 고객과 일하는 경우만 포함
고객의 수	단일 또는 다수의 고객	다수의 고객과 일하는 경우만 포함
계약 기간	모든 계약기간 포함	단기계약 중심 (계약 기간 길이에 한정이 있음)
업무의 범위(겸업)	주업 또는 부업으로 프리랜서 활동을 하는 사람	오직 프리랜서로 일을 하는 사람

주: 우산회사는 독립 계약자에 대한 관리, 세금 및 회계 문제를 관리하는 회사를 말함. 음영 부분의 조합은 프리랜서에 대한 중간적 정의에 해당함

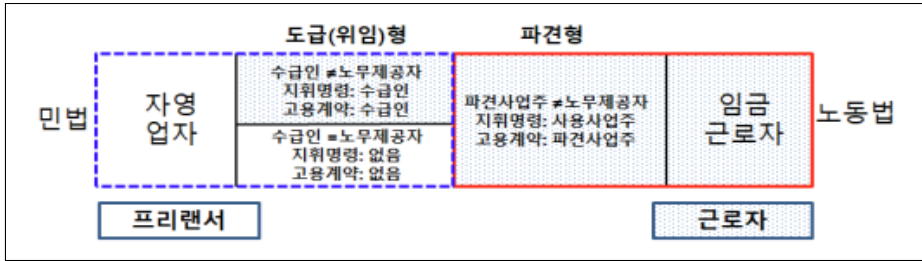
자료: Kitching & Smallbone (2008), Defining and estimating the size of the UK freelance workforce

## 2. 프리랜서 범위

프리랜서를 규정하고 추출하기 위해서 다양한 법률적·통계적 개념을 적용하고 있다. 프리랜서는 법적 개념이 아니지만, 다양한 노무 제공 형태와 프리랜서와 대응되는 개념인 근로자와 비교하여 그 특성을 파악할 수 있다(이용관·이상규, 2019)

민법상 노무공급계약에는 고용, 도급 및 위임의 세 가지 형태가 있으며, 이 경우 노무 제공자를 각각 노무자, 수급인, 수임인이라고 부른다. 고용계약(민법 제655조)은 노무자가 사용자에게 노무 제공을 약정하고 이에 사용자가 보수지급을 약정하는 계약이다. 도급계약(민법 제664조)은 수급인이 어떤 일을 ‘완성’할 것을 약정하고 도급인이 그 일의 ‘결과’에 대하여 보수를 지급할 것을 약정하는 계약으로 수급인이 일을 완성하지 못하면 도급인에게 보수를 청구할 수 없음이 원칙이며, 도급은 사용자로부터 독립된 사업체에 의해 영위되는 것이 일반적이다. 위임 계약(민법 제680조)은 위임인이 수임인에게 사무의 처리를 위탁하고 수임인이 이를 승낙하는 계약으로 위임계약 하에서는 보수의 요건이 계약 성립의 요건이 아니므로 수임인이 보수를 받을 수 있는 것은 특약이 있는 경우에 한정하며, 독립적으로 업무를 수행한다는 점에서 고용계약과 구별되며 도급계약과 유사하다.

[그림 2-5] 노무 제공 형태에 따른 프리랜서와 근로자 영역



자료: 이용관·이상규(2019), 대중문화예술분야 용역계약 범위 설정 기초연구

민법에서 고용계약이라는 용어를 사용하고 있지만, 노동법에서는 별도로 사회법적 계약관계로서의 특징을 강조하는 근로계약이라는 용어를 사용하고 있다(김유성, 2005). 근로기준법상의 근로계약(제2조 제1항 제4호)은 근로자가 사용자에게 근로를 제공하고 사용자는 이에 대하여 임금을 지급하는 것을 목적으로 체결된 계약을 말한다. 여기서 근로자는 ① 직업의 종류와 관계없이 ② 사업 또는 사업장에서 ③ 임금을 목적으로 근로를 제공하는 자로, ④ 사용자와 근로자 사이에 근로 제공과 임금 지급의 실질적인 관계가 종속적이어야 한다. 근로자는 근로 제공 관계에서 상근성, 계속성, 종속성을 가지는데, 여기서 근로자성을 판단하는데 가장 주요한 요소가 사용 종속적 관계 하에서 사용자의 지휘통제에 따라 노무를 제공한다는 종속성이다.

〈표 2-5〉 근로자성 판단기준

근로기준법상의 근로자에 해당하는지 여부를 판단함에 있어서는 그 계약이 민법상의 고용계약이든 또는 도급계약이든 그 계약의 형식에 관계없이 그 실질에 있어 근로자가 사업 또는 사업장에 임금을 목적으로 종속적인 관계에서 사용자에게 근로를 제공하였는지 여부에 따라 판단하여야 하고, 여기서 종속적인 관계가 있는지 여부를 판단함에 있어서는 업무의 내용이 사용자에게 의하여 정하여지고 취업규칙·복무규정·인사규정 등의 적용을 받으며 업무수행 과정에 있어서도 사용자로부터 구체적이고 직접적인 지휘·감독을 받는지 여부, 사용자에게 의하여 근무시간과 근무 장소가 지정되고 이에 구속을 받는지 여부, 근로자 스스로가 제3자를 고용하여 업무를 대행케 하는 등 업무의 대체성 유무, 비품·원자재·작업도구 등의 소유관계, 보수가 근로 자체의 대상적 성격을 갖고 있는지 여부와 기본급이나 고정급이 정하여져 있는지 여부 및 근로소득세의 원천징수 여부 등 보수에 관한 사항, 근로제공관계의 계속성과 사용자에게의 전속성의 유무와 정도, 사회보장제도에 관한 법령 등 다른 법령에 의하여 근로자로서의 지위를 인정받는지 여부, 양 당사자의 경제·사회적 조건 등을 종합적으로 고려하여 판단하여야 함

〈대법원 2002. 7. 26., 선고, 2000다27671, 판결 내용〉

근로자성 판단기준을 보면 프리랜서는 단순히 사용자와 노무 제공자의 관계가 아닌, 노무 제공 및 보상 방식, 제반 환경 등을 살펴봐야 한다. 즉 노무 제공 형태가 도급과

위임 계약의 경우에 지휘·통제 없이 노무 제공자가 자신의 판단과 재량권에 따라서 업무를 처리해도 사용 종속적 관계가 있는 제3자를 거쳐 용역을 수행하고 있다면, 이들은 프리랜서라고 보기 어렵다.

프리랜서는 특정 사용자에게 전속적이지 않고 노무 제공도 단속적이다. 이들은 여러 사용자에게 노무를 제공하므로 경제적 종속성도 이들의 지위를 판단하는 중요한 기준이 될 수 있다. 프리랜서가 어떤 관계에서 경제적으로 종속되어 있다면, 해당 일에 대해서는 사용 종속적 관계에 있을 가능성이 크다. 프리랜서는 특정 사용자에게 장기간 전속되지 않고 다양한 사용자를 대상으로 단기간 노무를 제공하는 특징을 가지므로, 특정 활동사례로 이들의 지위를 파악하는 것은 어렵다. 이에 미국은 프리랜서로 불리는 독립계약자와 근로자를 구분하기 위해 판례심사뿐만 아니라 경제적 실체 심사를 복합적으로 하고 있다(이승렬 외, 2013). 판례심사는 노무 제공환경과 특수한 요소를 총체적으로 평가하여 사용자가 노동과정을 통제할 권한을 가지는 경우, 경제적 실체 심사는 고용이 지속하는 가운데 개인이 한 사업(사용자)에 경제적으로 종속되는 경우 고용 관계가 있다고 판단한다(Muhl, 2002).

프리랜서를 구분하기 위해 다양한 요소를 고려해야 하기에 계약 기간과 보수 형태를 기반으로 고용형태가 정의된 통계적 구분에 의해서는 프리랜서를 식별하는 것은 어렵다(이용관·이상규, 2019). 프리랜서는 일자리가 주어지면 상품이나 서비스 생산이 가능한 자로 경제활동인구 중 취업자에 포함된다. 주요국의 프리랜서 분류를 보면 프리랜서는 임금근로자의 특수형태근로종사자<sup>9)</sup>와 비임금근로자의 고용원이 없는 자영업자도 포함될 개연성이 크다. 또한, 해당 계약의 정도와 경제적 종속성 정도에 따라 일부 프리랜서는 단시간 및 단기간에 특정 사용자에게 노무를 제공하는 시간제 근로자<sup>10)</sup>나 일일(단기)근로자<sup>11)</sup>의 지위를 가질 수도 있다. 그러나 이러한 방식은 계약 기간이나 계약 상대자의 다양성을 전혀 고려하지 않기 때문에, 고용형태는 고용원이 없는 자영업자지만 직무로는 관리·전문직으로 일괄 한정하는 경우도 생긴다. 이에 프리랜서의 규모를 추정할 기존 연

9) 독자적인 사무실, 점포 또는 작업장을 보유하지 않고 비독립적인 형태로 업무를 수행하면서도, 다만 근로 제공의 방법, 근로시간 등은 독자적으로 결정하는, 그리고 개인적으로 모집·판매·배달·운송 등의 업무를 통해 고객을 찾거나 맞이하여 상품이나 서비스를 제공하고 그 일한 만큼 소득을 얻는 근무 형태를 말한다.

10) 직장(일)에서 근무하도록 정해진 소정의 근로시간이 동일 사업장에서 동일한 종류의 업무를 수행하는 근로자의 소정 근로시간보다 1시간이라도 짧은 근로자로, 평소 1주에 36시간미만 일하기로 정해진 경우를 말한다.

11) 근로계약을 정하지 않고, 일거리가 생겼을 경우 며칠 또는 몇 주씩 일하는 형태의 근로자를 의미한다.

구를 보면, 해당 분야의 프리랜서를 식별하는 방법을 다양한 요소를 이용하여 규정하고 이를 조사 및 추정에 적용하는 식으로 진행했다.

### 3. 콘텐츠산업 프리랜서 개념과 범위

콘텐츠산업 종사자의 노동환경 개선과 관련 정책 정보를 생산하기 위해 산업에 종사하는 인력의 직무와 일하는 방식을 정의하고 다양한 실태조사 및 연구가 이루어졌다. 콘텐츠산업의 프리랜서를 정의한 내용을 정리하면 다음과 같다.

〈표 2-6〉 콘텐츠산업 프리랜서에 대한 정의

구 분	프리랜서 정의
콘텐츠산업 근로환경 분석 (이용관, 2016) 콘텐츠 분야 프리랜서형 일자리 사회보험 구축 고용효과 (이승렬외, 2018)	콘텐츠 관련 직무를 가진 인력 중 프로젝트 수행 기간 동안 노무를 제공하는 임시·일용직 근로자, 특수형태근로종사자, 고용인이 없는 자영업자
콘텐츠산업 창의 인력 실태조사 (한국콘텐츠진흥원, 2018)	특정 기업이나 단체, 조직에 전담하지 않고, 자신의 기술과 능력을 이용해 특정 사항에 관해 그때그때 계약을 맺고 일을 하는 자유 계약직
경기도 콘텐츠산업 프리랜서 실태조사 및 지원방안 연구 (경기콘텐츠진흥원, 2019)	담당업무, 종사상 지위, 계약 및 근로 형태를 기준으로 정의
대중문화예술 분야 용역계약 범위 설정 방안 기초연구 (이용관·이상규, 2019)	1인 창작자와 도급/위임형 계약형태를 띠는 동시에 수급인이 노무 제공자여서 종사자가 사용종속적 관계를 가지지 않는 자
애니메이션산업 활성화를 위한 프리랜서 실태조사 (한국콘텐츠진흥원, 2018)	일정한 소속 없이 노동법에 적용받지 않고, 보상을 노동시간이 아닌 결과물로 받는 순수 개인 프리랜서를 정의하고 팀 단위 도급 계약을 통해 노무를 제공하는 프리랜서와 1인 자영업 형태의 구분
방송제작 노동환경 조사 (한국콘텐츠진흥원, 2019)	독자적인 사무실이나 작업장 없이 근로 제공 방법 및 근로시간 등을 독자적으로 맺어가며 자신이 가지고 있는 기술이나 능력을 사용해 경제활동을 하는 주체
방송제작 프리랜서 고용·경력 실태 및 지원 방안연구 (한국콘텐츠진흥원, 2020)	특정 기업이나 단체 조직에 전담되지 않고 방송제작과 관련된 자신의 기술과 능력을 이용해 단속적으로 노무를 제공하고 일 단위로 보상을 받는 자

앞에서 제시한 프리랜서의 개념과 선행 연구의 콘텐츠산업 프리랜서 정의를 종합해보면 콘텐츠산업 프리랜서는 “특정 기업이나 단체, 조직에 전담되지 않고(사용종속성이 약함), 콘텐츠산업과 관련된 자신의 기술과 능력을 이용해 다수의 사용자(겸업적 특성, 경제적 종속성이 약함)에게 노무를 제공하고 일(노동시간이 아닌 성과물) 단위로 보상을 받는 자리”고 할 수 있다.

콘텐츠산업 프리랜서는 각 분야에 전문성을 가진 인력으로, 대부분 표준직업 분류상 전문직에 해당한다. 일부 직종이 표준직업 분류상 기능기술직에 해당한 경우도 있으나 이 경우 역시 외부노동시장에 기술 역량을 기반으로 프리랜서 활동이 가능하다는 측면에서 프리랜서 범위에 포함될 수 있다. 콘텐츠산업 프리랜서의 노무 제공 대가 측정은 노동시장이 아닌 주어진 업무(결과물) 단위에 있다. 이에 제작 현장에서 지연, 연기 등 외부변수에 영향을 프리랜서가 더 많이 받는다. 이들은 자신의 전문성을 활용하여 다양한 사용자와 계약을 맺고 노무를 제공한다. 일정 수준의 결과물을 산출하면 나머지 시간을 자유롭게 사용할 수 있으므로 또 다른 계약을 통한 경제적 가치 창출이 가능하다. 콘텐츠산업 프리랜서는 프로젝트 단위로 제작에 투입되기 때문에 일의 범위와 규모에 따라 계약 기간이 정해진다. 또한, 이들은 다양한 프로젝트에 참여하기 때문에 특정 사용자에게 경제적으로 종속되지 않는다. 경제적 종속성은 사용자(고객)가 많고, 계약기간(노동시간)이 짧을수록 약하게 나타난다. 콘텐츠산업 프리랜서는 관련 작업에 대한 시간/공간/방식 등이 일정 과정을 통해 협력하거나 조율할 수 있으나 사용자에게 의해 업무 과정이 통제받지 않는다. 콘텐츠산업 인력은 현장에서 유기적인 관계를 유지하면서 상호 작용하므로 편의상 일정 부분 정해진 작업시간, 공간, 방식 등을 정해 이행하나 해당 직무의 수행과정에서의 의사결정에 대해서는 자율성이 보장된다.<sup>12)</sup>

[그림 2-6] 콘텐츠산업 프리랜서 설정 기준



자료: 한국콘텐츠진흥원(2020), 방송제작 프리랜서 고용·경력 실태 및 지원 방안연구

12) 맥킨지가 분류한 프리랜서 유형에서 방송제작 프리랜서는 유사프리랜서에 해당하는데 이들은 프로젝트 기반, 도급계약으로 노동 수행하며, 노동 장소, 방식, 시간에서 발주자의 지시에 따르기 때문에 사용 종속성이 존재한다(McKinsey, 2016).

이러한 개념에서 콘텐츠산업 프리랜서는 일정한 소속 없이 노동법에 적용받지 않고, 보상을 노동시간이 아닌 결과물로 받는 순수 개인 프리랜서 이외에도 개인 단위로 도급·위임 계약을 통해 노무를 제공하는 프리랜서가 있다. 이들은 특정 프로젝트 단위를 완성하기 위해 여러 인력과 함께 작업하므로 프리랜서 형태로 현장에 참여하더라도 어느 정도의 지휘·통제를 받게 된다. 또한, 이들은 특정 인력의 지위가 근로자 또는 프리랜서로 이원화되지만, 콘텐츠제작에 참여하는 종사자의 특성상 일에 따라 근로자와 프리랜서 성격을 동시에 가지고 있는 경우가 많다.

콘텐츠산업의 경우 특정 사용자에게 노무를 제공하는 것이 아니라 자신의 창작물을 소비자에게 제공함으로써 수익을 창출하는 1인 자영업 형태의 프리랜서도 존재한다. 개인 창작이 쉬워지고 콘텐츠의 유통채널이 다양화되면서 이러한 형태의 프리랜서가 급증하고 있으며, 이들은 자신의 창작물에 대한 권리를 갖고 그 대가는 저작권을 기반으로 창출한다.

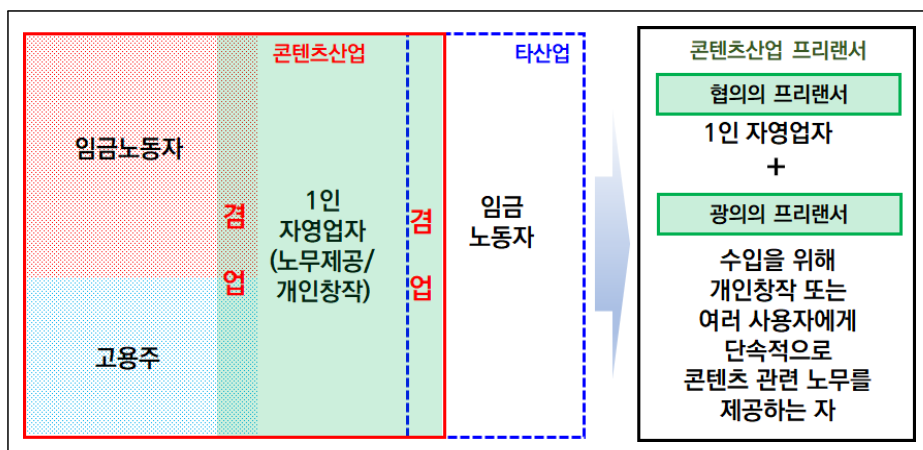
콘텐츠산업 인력은 자신의 역량과 상황에 따라 다양한 형태로 노동시장에 참여하며, 이는 개인 창작자부터 근로자성이 인정되는 영역 전체까지를 포괄한다. 이에 콘텐츠산업 프리랜서 범위를 설정하고 이들을 식별할 경우 프리랜서 지위의 정의적 요소와 이들의 겸업적 성격을 고려해야 한다. 협의적 개념에서 콘텐츠산업 프리랜서는 정의에 따라 다양한 기준을 충족해야 하나, 그 특성상 광의적 개념에서는 주업 또는 부업을 위해 유급으로 프리랜서 노동을 하거나 개인 창작활동을 하는 사람들도 프리랜서에 포함할 수 있다.

① 콘텐츠제작 방식의 특성상 존재하는 사용종속성과 ② 콘텐츠제작 단위(프로젝트)의 특성상 존재하는 계속성과 전속성의 유무와 강도, 겸업 가능성을 고려하면, 특정 인력의 콘텐츠산업 프리랜서 여부는 법률 또는 고용형태의 개념에 의한 구분보다는 몇 가지 기준에 의해 식별되는 것이 더 유용하다.

우선 콘텐츠제작과 직접 연관된 직무를 수행하고 인력을 식별한다. 여기에는 다른 업종에 종사하고 있으나 단속적으로 콘텐츠산업에서 일하는 인력도 포함한다. 협의의 콘텐츠산업 프리랜서는 다음과 같은 배제 원칙을 따른다. ① 콘텐츠제작 관련 조직(업종)에서 노동계약에 맺고 전속되어 노무를 제공해 임금성 보상을 받는 인력(근로자가 2개 이상의 사업장에 동시에 근로를 제공할 수 없거나, 부업을 갖기 어려울 정도로 특정 사용자에게 노무를 제공함) 즉 근로기준법에 적용받는 임금근로자와 ② 종사자 1인 이상을 고용하고 있는 자영업자(고용주)는 배제한다.

광의의 콘텐츠산업 프리랜서는 다음과 같은 포함 원칙을 따른다. ① 콘텐츠산업 이외의 조직(업종) 노동계약을 맺고 일정 시간(기간)만 노무를 제공하며 나머지 시간(기간)을 활용해 단속적으로 콘텐츠산업에 노무를 제공하거나 콘텐츠를 창작하는 인력, ② 콘텐츠 기업(업종)과 노동계약을 맺고 일정 시간(기간)만 노무를 제공하면서 나머지 시간(기간)은 다른 콘텐츠산업 사용자에게 노무를 제공하거나 콘텐츠를 창작하는 인력, ③ 콘텐츠 산업 관련 업종의 고용주이나 프리랜서로 활동하는 인력(프로젝트 수주를 위해 프리랜서들이 모여 사업체를 이루는 경우 해당 조직의 대표 혹은 고용주도 콘텐츠산업 프리랜서로 활동할 수 있음. 이들은 고용주이면서 별도의 수입을 위해 콘텐츠를 창작하거나 관련 노무를 제공하는 자들임)을 포함한다.

[그림 2-7] 콘텐츠산업 프리랜서 범위





콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구

제3장

## 콘텐츠산업 프리랜서 식별



## 제1절 프리랜서 식별 사례와 한계

---

콘텐츠산업 프리랜서를 식별하기 위해서는 다양한 영역에서 활용한 식별 방법을 체계적으로 분석할 필요가 있다. 이를 위해 여기서는 프리랜서 특성을 가진 인력을 조사한 국내외 사례를 살펴보고 이를 통해 2가지 시사점을 도출한다. 첫째, 여러 제한사항에도 불구하고 프리랜서 특성을 가진 인력 조사 사례를 정리하고 성과와 한계를 파악한다. 이를 통해 프리랜서 조사의 필요성을 강조한다. 둘째, 프리랜서 식별의 한계와 조사 시 활용할 수 있는 다양한 분류 및 식별방식을 탐색함으로써 콘텐츠산업 프리랜서 식별방식에 대한 시사점을 도출한다.

프리랜서 조사 사례 분석은 3단계로 진행되었다. 우선 국내외 주요 민간·공공기관에서 이루어진 프리랜서 조사 사례를 파악한다. 파악된 사례 중 유용성과 관련성을 고려해 사례를 선별하고, 끝으로 사례를 분석해 시사점을 도출한다. 사례는 프리랜서 전반을 조사한 사례, 최근 이슈화 되고 있는 플랫폼 노동 사례, 본 연구와 가장 관련성이 높은 주요국의 콘텐츠산업 프리랜서 조사 사례 순으로 정리한다.

### 1. 프리랜서 조사 사례

#### 가. 미국 사례

##### 1) MBO Partners

기업과 독립전문가의 협업을 연결해주는 기업 MBO Partners는 2019년 조사에서 미국 성인 노동자 중 독립노동자를 약 4,110만 명(2018년 4,180만 명)으로 집계했다. 여기서 독립노동자란 독립적으로 사업을 키우고, 경력을 쌓고, 수입을 보충하는 컨설턴트, 프리랜서, 계약직, 1인 사업가, 임시·비상 노동자 등을 포괄한다. 2018년 한 해 동안 독립

노동자는 미국 경제에 1조 2천 8백 억 달러(미국 GDP의 6.2%)의 수익을 발생시켰다.

독립노동자 수는 조금씩 변동이 있지만, 일반적인 기준이 되고 있음은 분명하다. 미국 성인의 47.8%가 독립노동자로 일하고 있거나, 경력 중 한 번은 독립노동자로 일한 적이 있다고 답했다. 향후 5년 동안, 미국 성인 노동인구의 53%가 독립노동자로 일하고 있거나 일한 경험이 있을 것으로 예측한다.

〈전업 독립노동자〉의 경우 2019년에 3.1% 감소한 1,530만 명으로 집계되었다. 약 10년 전에는 전업 독립노동자 중 비자발적 인력 비중이 34%였으나 2019년에는 그 비중이 19%로 하락했다. 절대적 수치로 보면 비자발적 독립노동인구는 2018년 340만 명에서 2019년 290만 명으로 감소했다. 지난 5년간의 연구 결과에 따르면 전업 독립노동시장을 떠난 다섯 명 중 네 명은 비자발적 참여자였다. 그러나 지난 몇 년 동안 전업 독립노동인구의 핵심층은 견고하고, 지속적이고, 낙관적이다. 자발적 전업 독립노동자 수는 꾸준히 유지되어오다가 작년에 1,236만 명에서 1,240만 명으로 약간 상승했다. 이들 중 20% 정도에 해당하는 약 314만 명은 한 해 10만 달러 이상의 수익을 창출한다.

〈임시 독립노동자〉는 전업 독립노동자보다 훨씬 더 빠른 성장세를 보인다. 지난 20년 동안 미국의 임금이 낮게 유지되어온 것은 자명한 사실이다. 임금 사다리를 오르락내리락 한 많은 노동자는 그들의 노동이 교육비, 건강보험료, 부동산 가격상승에 상응하는 보상을 받지 못했고, 따라서 퇴직이나 비상상황에 대비한 절약을 할 수 없었다. 이런 상황에서 많은 미국인에게 파트타임 독립노동은 생계를 유지하고 불안정한 재정을 지탱하는 중요 수단이 되어왔다.

〈전업 + 임시 독립노동자〉의 수치가 최근 몇 년간 조금 떨어졌지만, 임시 독립노동자(적어도 매달 한 번 비규칙적 혹은 산발적으로 독립노동자로서 일하는 이들) 수는 지속해서 증가했다. 2019년 임시 독립노동자 수는 2018년 1,410만 명에서 6.3% 오른 1,500만 명으로 집계되었다. 이는 2016년 1,050만과 비교했을 때 43% 오른 수치이다. 동시에 파트타임 독립노동자(정기적으로 주당 평균 15시간미만 일하는 이들)는 2018년 1,110만 명에서 2019년에 1,080만 명으로 2.7% 감소했다.

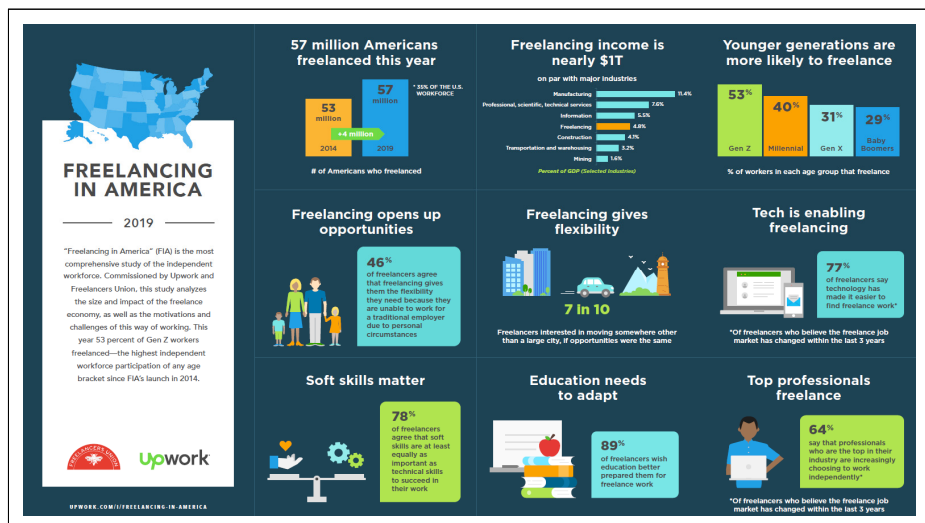
## 2) Upwork and Freelancers Union

2019년 Upwork and Freelancers Union에서 발간한 “Freelancing in America

(FIA)”에서는 2010년부터 미국 실업률(25~54세)이 꾸준히 하락하는 가운데, 2019년 미국 노동인구의 35%인 5,700만 명이 프리랜서로 일하고 있다고 밝혔다. 조사는 지난 12달 동안 유급노동을 한 경험이 있는 18세 이상의 미국 성인 6,001명을 대상으로 온라인 설문 조사한 결과다. 이 중 프리랜서는 2,117명, 비프리랜서는 3,884명이었다. 여기서 프리랜서는 지난 12달 안에 보충, 임시, 프로젝트, 혹은 계약 기반의 프리랜서 노동에 참여한 적이 있는 개인으로 정의된다.

프리랜서 소득은 거의 1조 달러(미국 GDP의 5%에 육박)며, 숙련된 서비스를 제공하는 프리랜서는 시간당 평균 28달러의 급여를 받아 전체 미국 근로자의 70%보다 더 많은 시간당 수입을 올리고 있는 것으로 나타났다. 연령별로 보면 Z세대(18~22세)가 프리랜서로 일하는 비중(53%)이 가장 높았다. 응답자 중 60%가 본인 선택으로 프리랜서로 일하고 있다고 답했으며 프리랜서를 장기적인 이력으로 보는 경우도 2014년에 비해 점차 증가하고 있다(2014년 1,850만 명, 2019년 2,850만 명). 프리랜서 유형별로 보면, 파트타임 프리랜서 비율은 59%에서 44%로 떨어진 반면, 전업 프리랜서는 17%에서 28%로, 프리랜서 일을 병행하는 전업 노동자는 19%에서 25%로 증가했다. 프리랜서의 46%는 프리랜서로 일하게 된 동기가 개인 상황으로 인해 전통적인 방식으로 고용주를 위해 일할 수 없기 때문으로 나타났다.

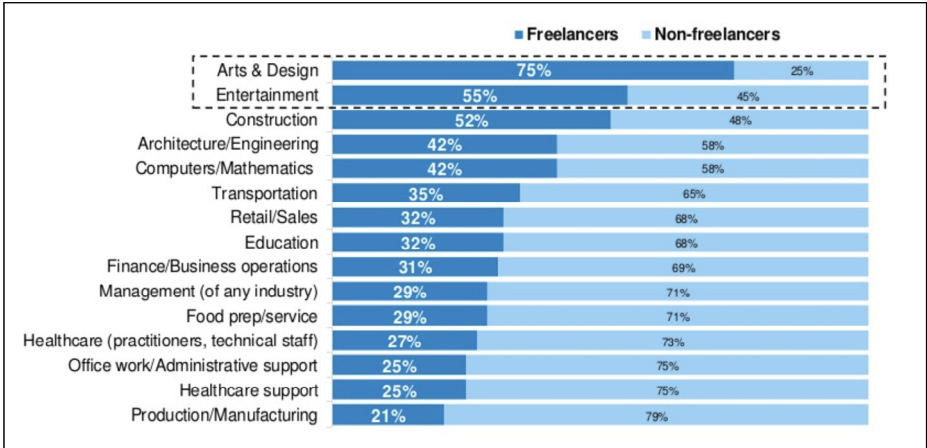
[그림 3-1] Freelancing in America 분석 결과



자료: <https://www.upwork.com/press/releases/freelancing-in-america-2019>

프리랜서가 참여하는 직업은 다양성과 기술 수준을 강조한다. 분야별 프리랜서 비중을 보면, 예술 & 디자인 분야(75%)와 엔터테인먼트 분야(55%)가 높게 나타났다.

[그림 3-2] 미국의 분야별 프리랜서 비중



자료: Ozimek(2019). Report: Freelancing and the Economy in 2019

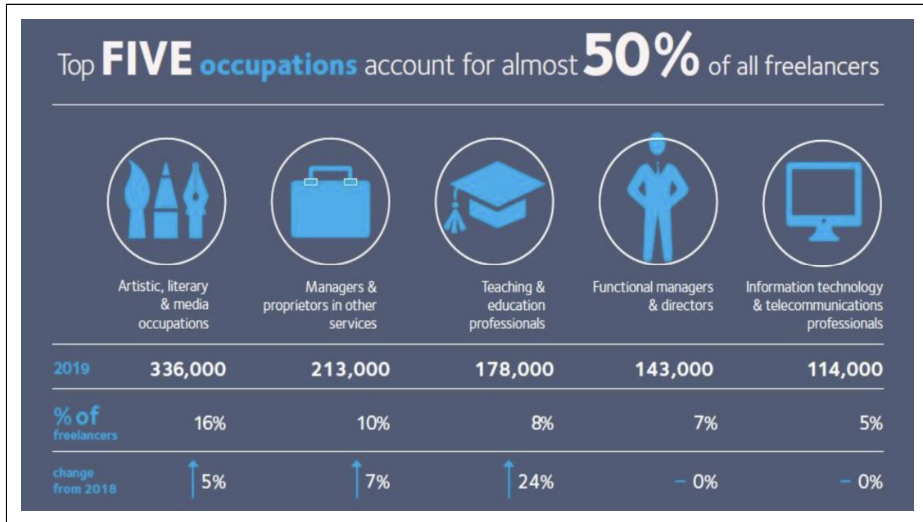
## 나. 영국 사례

영국의 자영업자 및 프리랜서 커뮤니티를 지원하는 기관인 ISPE(<https://www.ipse.co.uk/>)는 2019년에 영국의 프리랜서 규모를 210만 명 이상으로 추정했다. 그 중 190만 명 이상이 프리랜서 직무를 자신의 주된 직업이라고 답했다. 다른 직장을 두고 프리랜서 업무를 겸하는 인구는 23.4만 명이었다. 예년과 비슷하게 프리랜서는 460만 명으로 1인 자영업 인구 중 46%를 차지했다. 이는 영국 전체 노동인구의 6%에 해당한다. 2008년 이래 프리랜서 영역은 53% 성장했고, 작년에만 4% 성장했다.

프리랜서 직군 중 가장 규모가 큰 <준전문직·기술직군>에는 81.4만 명이 종사하고 있다. 이 집단은 예술가, 작가, 디자이너, 영업·마케팅 전문가, 경영·재정 준전문가 등이 포함되어 있다. 그 외에 <전문직군>에 76.7만 명이, <관리직군>에 54.8만 명이 종사하고 있다. <준전문직·기술직군>의 규모가 여전히 가장 크지만, 관리직군과 전문직군은 2008년 이래로 가장 크게 성장했다(각각 53%, 86%). 두 직군의 성장이 이번 연구 기간에 프리랜서 인구의 전반적 증가에 가장 큰 영향을 미쳤다. <전문직군>는 작년에 12% 증가했는데, 이는 어떤 프리랜서 집단보다 가장 큰 연간 성장세다.

2008년 이래 <전문직군>의 규모는 40% 성장했고, 이러한 증가는 대개 프리랜서 부문의 확대에 의한 것이다. 프리랜서는 1인 자영업자의 하위집단으로 고숙련 관리직, 전문직, 기술직에서 일하는 1인 자영업자를 가리킨다. 변호사, 회계사, 의사, 과학자, 작가, 디자이너, 상급 매니저, 감독관 등이 이에 해당한다.

[그림 3-3] 프리랜서 비중이 높은 직군



자료: ISPE(2019), The self-employed landscape report

직군을 더 자세히 보면, 2019년 프리랜서 직업군 비중에서 <예술, 문학, 미디어> 직군이 16%로 제일 높았다. 그 다음으로 프리랜서 종사자가 많은 직군은 관리자·경영자(Proprietors) 10%, 강습·교육 전문직 8%, 기능 관리직·감독자 7%, 정보기술·전자통신 5%다. 2018년과 2019년 한해 사이 가장 크게 성장한 직군은 강습·교육 전문 직군이였다(24% 성장). 기능 관리직·감독자, 예술·문학·미디어 직군, 스포츠·헬스 직군, 영업·마케팅 준전문직 분야는 모두 2008년 이래 두 배로 성장했다.

#### 다. 플랫폼 경제 종사자 조사 사례

해외의 플랫폼 경제 종사자 조사 사례를 살펴보면 미국에서는 2014년부터 2018년까지 다양한 자료를 활용해 규모를 추정하고자 시도했다. 미국의 BLS(U.S. BUREAU OF LABOR STATISTICS)는 2017년 5월에 조사된 CPS(Current Population Survey)에

서 임시노동자에 대한 부가조사(CWS: Contingent Worker Survey)를 통해 플랫폼 경제종사자 규모를 추정하였고, 추정결과 플랫폼 경제종사자 규모는 전체 취업자 수의 1% 수준인 161만 명으로 추정되었다. 민간 분야에서도 플랫폼 경제종사자 규모 추정이 시도되었다. 미국 상업은행인 JP Morgan은 2018년 1분기의 자사 고객의 은행거래 내역을 분석하여 전체 은행 고객 중 1.6%가 최근 한 달 동안 플랫폼 경제에 참여하였다고 발표하였다. 학계에서도 플랫폼 노동자 수를 추정하기 위해 다양한 방식이 시도되고 있는데 일반적으로 활용하는 설문 조사 방식(Katz & Krueger, 2019)과 구글 검색에 기반한 방식(Harris & Krueger, 2015)을 통해 규모 추정을 시도했다. 설문조사를 통한 방식은 전체 취업자 수의 0.5%, 구글 검색 기반 추정방식은 미국 전체 임금노동자의 0.4%가 플랫폼 경제노동자라고 추정하였다.

유럽연합위원회(EC)의 JRC는 플랫폼 노동자를 대상으로 하는 COLLEEM 설문조사를 수행하고 있다. COLLEEM의 자료를 활용해 플랫폼경제 노동자 규모를 추정한 결과, 한 달 소득 중 50%이상 플랫폼 노동을 통해 소득을 얻는 임금 노동자는 EU 14개국 평균 약 2.3%이고, 이탈리아는 1.8%, 독일은 2.5% 스웨덴은 1.6%로 추정되었다(Pesole et al., 2018). Hertfordshire경영대학은 클라우드 노동 설문조사(2016-2017) 결과를 활용해 플랫폼 노동자 규모를 추정했는데, 그 결과를 보면(Huws et al., 2017) 이탈리아는 5.1%, 독일은 2.5% 스웨덴은 2.7%로 추정하였다. 두 결과를 비교해 보면 독일, 스웨덴의 경우 유사한 규모이나 이탈리아의 경우 규모에서 약 3배 가까운 차이가 발생하였다.

영국에서도 설문조사를 통해 플랫폼 경제 참여 빈도, 플랫폼 경제 노동자 규모 등을 추정하였는데 주요 결과를 보면 성인의 7.7%가 월 1회 이상 플랫폼 경제에 참여(Pesole et al., 2017)하고 있으며, 전체 노동인구의 2%(110만 명)가 주 1회 이상 플랫폼 경제에 참여하고 있다고 추정(Balaram et al., 2017)하였다.



〈표 3-1〉 주요국 플랫폼경제종사자 규모추정 조사결과

국 가	조사자	조사시점	조사방법	조사결과(규모)
미국	BLS	2017.05	CPS, CWS	취업자 수의 1%(161만 명)
	JP Morgan	2018.1Q	은행거래 조사	은행거래 고객 중 1.6%가 최근 한 달 플랫폼경제에 참여
	재무부	2014	조세자료	임금노동자의 0.7%
	Katz & Krueger	2019	설문조사	취업자 수의 0.5%
	Harris & Krueger	2015	구글 검색기반 추정	미국 전체 임금노동자의 0.4%
EU	Pesole et, al.	2018	설문조사	전체 근로자 중 매월 소득의 50% 이상 플랫폼 노동으로 소득을 올리는 근로자 비중 EU 14개국: 2.3% 이탈리아: 1.8% 독일: 2.5% 스웨덴: 1.6%
	Huws et, al.	2016-2017	설문조사	전체 근로자 중 매월 소득의 50% 이상 클라우드 노동으로 소득을 올리는 근로자 비중 이탈리아 5.1% 독일: 2.5% 스웨덴 2.7%
영국	Pesole et, al.	2017	설문조사	성인 7.7%가 월 1회 이상 플랫폼 경제에 참여
	Balaram et, al.	2017	설문조사	노동인구의 2.0%(110만 명)이 주 1회 이상 플랫폼 경제 참여

자료: 한국고용정보원(2019.), 플랫폼경제종사자 규모 추정과 특성 분석

한국에서도 기술 발전에 따른 일하는 방식의 다변화로 디지털 플랫폼을 통해 프리랜서 노동을 제공하는 사람의 비중이 증가하면서 플랫폼 노동자에 대한 사회안전망(사회보험 등) 구축이 필요하다는 인식 아래 최근 플랫폼 경제종사자를 정의하고 조사하였다. 국내 플랫폼 경제종사자를 추정한 결과 정의 1에 따른 플랫폼 경제종사자 수는 46만 9천명으로 추정되었으며, 정의 2에 따른 플랫폼 경제종사자 수는 53만 8천명으로 추정되었다. 이는 전체 취업자 대비 각각 1.7%, 2.0%에 해당하는 비율이다.

〈표 3-2〉 플랫폼경제종사자 추정규모

(단위: 천 명, %)

구 분	정의 1	정의 2
플랫폼경제종사자 수 (취업자 대비 비율)	469 (1.7)	538 (2.0)

자료: 한국고용정보원(2019.), 플랫폼경제종사자 규모 추정과 특성 분석

이들은 규모 추정과 함께 정의 1의 분류에 따라 추정된 플랫폼경제종사자의 성별, 주업 및 부업 비율을 분석하였다. 플랫폼경제종사자는 남성의 비중이 여성보다 2배 더 높았다. 또한 전체 플랫폼경제종사자 중에서 주업으로 플랫폼경제에 참여하고 있는 사람의 비율은 53.7%인 25.2만 명으로 추정되었으며, 부업으로 플랫폼경제에 참여하고 있는 사람의 비율이 46.9%인 21.7만 명으로 추정되었다.

〈표 3-3〉 플랫폼경제종사자 중 주·부업 여부

(단위: 천 명, %)

	남자		여자		전체	
	취업자 수	비율	취업자 수	비율	취업자 수	비율
주업	168	53.7	84	53.5	252	53.7
부업	145	46.3	73	46.5	217	46.3
계	313	100	156	100	469	100

자료: 한국고용정보원(2019.10.22.), '플랫폼경제종사자 규모 추정과 특성 분석' p39 표4-10

## 2. 콘텐츠산업 프리랜서 조사 사례

### 가. 영국 사례

#### 1) DCMS 부분별 노동력 조사

영국 DCMS는 매년 주무 산업 내 종사자 규모를 조사하여 홈페이지를 통해 조사결과(Sector and subsector employment)를 공표하고 있다. DCMS의 조사 대상 산업분류는 도시·사회 산업(Civil Society), 창조 산업(Creative Industries), 문화 산업(Cultural Sector), 디지털 산업(Digital Sector), 도박 산업(Gambling), 스포츠 산업(Sport), 통신 산업(Telecom)이다. 이들 산업 중 콘텐츠산업이 포함된 분류는 창조 산업, 문화 산업 그리고 디지털 산업이다.

DCMS의 2019년 기준 주무 산업 내 종사자에 대한 조사 결과에 따르면 영국 내 창조 산업 내 종사자는 210만 명이며 이 중 피고용자는 141만 명(66.9%)이고 프리랜서 등을 포함한 자영업자는 69.4만 명(13.1%)으로 조사되었다. 본 연구의 대상인 영상 콘텐츠 산업과 관련된 종사자는 아래 표의 영화, 방송, 라디오, 사진(Film, TV, radio and photography)분야에 해당하는데 이들의 규모는 총 24만 명으로 전체 종사자의 11.4%

에 해당한다. 이들 중 피고용자는 14.2만 명, 프리랜서를 포함한 자영업자는 9.8만 명으로 조사되었다.

〈표 3-4〉 창조산업 종사자수(2019)

단위: 천명

장르	광고	건축	공예	디자인 패션	영화, 방송, 라디오, 사진	IT 소프트 웨어	출판	박물관, 미술관 도서관	음악, 공연, 시각미술
피고용자	145	80	6	68	142	647	137	89	94
자영업자	45	32	4	103	98	128	58	7	220
계	190	112	9	171	240	775	196	95	315

자료: DCMS(2020), DCMS Sector and Subsector employment 2019

다음으로 영국 디지털 산업 내 콘텐츠산업 종사자를 살펴본다. 디지털 산업 전체 종사자는 2019년 기준 155.7만 명으로 조사되었다. 이들 중 영상 콘텐츠산업에 해당하는 분류에 해당하는 영화, 방송, 영상, 음악, 라디오(Film, TV, video, radio and music) 분야의 종사자는 19.8만 명(12.7%)이며 이중 피고용자는 13.2만 명, 프리랜서를 포함한 자영업자는 6.6만 명으로 조사되었다.

〈표 3-5〉 디지털 하위부문 종사자수(2019)

단위: 천명

구분	전자기기 컴퓨터 제조업	전자기기 컴퓨터 판매업	출판업 (번역 등)	소프트 웨어 출판업	영화, 방송, 영상, 음악, 라디오업	통신업	컴퓨터 프로 그래밍	정보 서비스 제공업	전자기기 컴퓨터 수리업
피고용자	92	29	130	24	132	167	659	27	29
자영업자	7	6	37	4	66	11	130	3	6
계	98	35	168	28	198	178	789	30	35

자료: DCMS(2020), DCMS Sector and Subsector employment 2019

마지막으로 영국 문화 산업 내 콘텐츠 산업 종사자를 살펴본다. 영국 문화 산업의 전체 종사자는 2019년 기준으로 67.6만 명으로 조사되었다. 이들 중에서 소분류로 구분된 영화, 방송, 음악(Film, TV and Music)분야 종사자가 영상 콘텐츠 산업 종사자에 해당한다. 문화 산업 내 영상콘텐츠 산업 종사자는 19.8만 명으로 조사되었으며, 이 중 피고용자는 13.1만 명, 프리랜서 등을 포함한 자영업자는 6.7만 명 규모로 조사되었다.

〈표 3-6〉 문화산업 하위부문 종사자수(2019)

단위: 천명

구분	예술	영화, 방송, 음악	라디오	사진	공예	박물관, 미술관	도서관	문화교육	유적지 관련업
피고용자	72	131	-	15	6	43	46	17	-
자영업자	179	67	-	38	4	3	4	36	-
계	250	198	13	53	9	45	50	53	5

자료: DCMS(2020), DCMS Sector and Subsector employment 2019

## 2) Creative Industries Federation(CIF)의 창조 산업 내 프리랜서 조사

CIF는 영국 창조 산업을 대표하는 비영리 단체 Creative UK에 소속된 비영리 단체로 창조 산업 내에서 활동하는 종사자, 기업 등을 위해 활동하는 기관이다. CIF는 2017년에 영국 창조 산업 내 프리랜서가 어떠한 형태로 종사하고 있고, 어떤 분야에 얼마나 많은 프리랜서가 종사하고 있는지 등을 조사하였다.

해당 조사는 프리랜서의 정의, 프리랜서의 유형, 프리랜서의 특징 등과 함께 특정 제작단위에서 프리랜서로 활동하는 인력의 비중도 함께 조사하였다. 이들은 프리랜서를 개인사업자(Sole trader)를 포함한 자영업자(Self-employment)로 정의하였다. CIF는 위와 같은 프리랜서 정의를 통해 700여명의 창조 산업 프리랜서를 대상으로 설문조사를 시행하였다. 설문문의 주요 응답자 유형은 작가 124명, 프로듀서 91명, 아티스트 88명, 컨설턴트 76명, 감독 58명 등으로 구성되었다.

CIF의 조사에 따르면 창조 산업 내 종사자 중 47%가 자영업자(Self-employment)로 파악되었는데, 2017년 영국 전체 산업 내 프리랜서 비중의 평균이 15%라는 점에 비추어 보면 높은 수준인 것을 확인할 수 있다. 분야별로 살펴보면 영화는 종사자의 89%가 프리랜서로 조사되었으며, 영상은 50%(영화 89%)의 종사자가 프리랜서로 조사되었다. 그리고 음악 분야는 종사자의 44%가 프리랜서로 조사되었으며, 게임 분야는 16%가 프리랜서로 조사되어 게임 분야만 산업 평균에 가까운 것을 확인할 수 있다.

〈표 3-7〉 CIF의 영국 창조 산업 내 프리랜서 비중(2017)

장르	게임	영상		음악
			영화	
프리랜서비중	16%	50%	89%	44%

자료: Creative Industries Federation(2017), Creative Freelancers

### 3) Film & TV Charity 프리랜서 조사

영국의 Film & TV Charity(영화 및 방송지원센터)는 코로나19로 인해 방송·영화 제작 인력의 생계문제 상담이 증가함에 따라 긴급 자금을 지원하기로 하였다. 2020년 3월부터 4월까지 총 14만 파운드(약 2억 2천만 원)의 기금을 조성하였고 일자리를 잃은 약 400명에게 각각 500파운드 상당의 음식과 바우처 등을 지원하였다. Film & TV Charity는 영국 통계청(ONS)이 추정한 영화·방송 산업의 프리랜서 규모를 근거로 중장기적인 지원정책을 수립하고자 하였으나, 통계청이 제시한 프리랜서 규모가 본인들이 파악하고 있는 프리랜서 규모보다 과소하게 집계되어 있다고 주장하였다. 영국 통계청이 매년 발표하는 Labor Force Survey 2017은 전체 영화·방송산업 종사자의 28%인 5만 명 수준으로 추정하고 있다. 그러나 Film & TV Charity는 자체 설문조사를 통해 영화·방송 산업의 프리랜서 규모가 전체 영화·방송산업 종사자의 50% 이상인 8.5만 명에서 10만 명 수준이라고 주장했다.

〈표 3-8〉 영국 내 영화·방송 산업 프리랜서 추정 규모 차이

구 분	영국 통계청	Film & TV Charity	차 이
영화·방송산업 프리랜서 추정 규모	5만 명	8.5만~10만 명	3.5만~5만 명
영화·방송산업 인력 내 프리랜서 비중	28%	50% 이상	22% 이상

자료: Film+TV Charity(2020.06), Impact of Covid19 on DCMS Sectors: Issues for the film and TV workforce

Film & TV Charity는 영국 통계청의 Labor Force Survey의 조사방식이 조사 기간(Reference Week)에 일하고 있는 사람을 대상으로 조사하였기 때문에 조사 기간이 아닌 기간에 제작된 영화·방송프로그램에 참여한 프리랜서가 누락되었다고 주장하였다. 또한 영국 통계청의 프리랜서 분류 기준도 지적하였는데, 영국 통계청은 프리랜서 인력 집계 시 PAYE(pay as you earn) 프리랜서를 일반 근로자로 구분하고 있다고 지적했다. PAYE 프리랜서는 짧은 기간을 연달아 계약하고 근무하는 프리랜서 유형으로 영국 통계청은 이를 비정규직 상용근로자로 판단하였으나 Film & TV Charity는 프리랜서로 보아야 한다고 주장하였다. 실제로 영국 정부는 프리랜서 대상 코로나19 피해지원 사업 ‘Self-Employment Income Support Scheme(SEISS)’에서 개인 사업자(Solo Traders)만 지원받을 수 있게끔 제한하였다.

〈표 3-9〉 Film & TV Charity의 영화·방송 산업 프리랜서 유형별 비중

구 분		비 중
PAYE(Pay As You Earn) freelancers	기간, 프로젝트 기반으로 일하는 유형	36%
Sole trader/Schedule D freelancers	개인사업자로 일하는 유형(제작인력)	36%
One person companies	유한회사 설립 후 일하는 유형	28%
합 계		100%

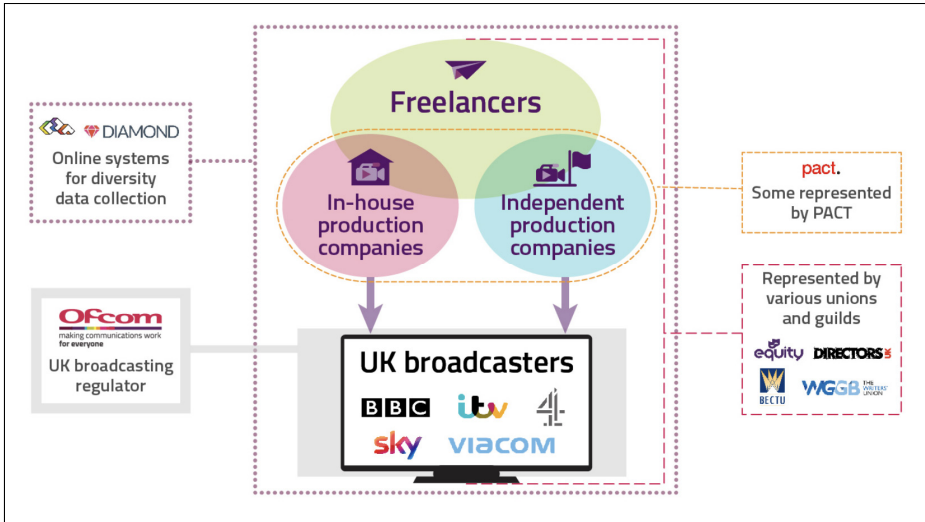
자료: Film+TV Charity(2020.06), Impact of Covid19 on DCMS Sectors: Issues for the film and TV workforce

이런 배경을 근거로 Film & TV Charity는 자신들이 주장하는 분류체계를 기준으로 영화·방송 산업 내 프리랜서 규모를 추정하였다(2020년 4월). Film & TV Charity의 프리랜서 규모 추정을 위해 프리랜서라고 정의한 분류는 개인사업자(Solo Traders), 1인 유한회사(One-person limited companies), 단기계약 프리랜서(PAYE Freelancers)이다. 이들은 먼저 영화·방송산업 내 프리랜서 1,696명을 대상으로 프리랜서 유형별 비중을 조사하였다. 응답 결과 PAYE 유형과 개인사업자 유형이 각각 36%로 높은 비중을 차지하였고, 1인 유한회사를 통한 프리랜서로 활동하는 사람들의 규모는 28%를 차지하였다.

#### 4) Ofcom의 영국 방송 프리랜서 조사

Ofcom은 영국 텔레비전 서비스에 종사하는 19,849명 중 12,529명이 5개 주요 방송국 BBC, Channel4, ITV, Sky, Viacom에 근무하고 있는데, 본 연구는 이 다섯 개 방송국을 대상으로 여성, 소수 인종, 장애인 프리랜서 비율을 중점적으로 살펴보았다. 프리랜서는 방송사나 프로덕션 회사와 단기 계약을 맺는 자영업(Self-employed) 프로덕션 노동자이다. 프리랜서는 기술 및 공예(카메라 작동, 코스튬 디자인), 생산 및 편집(글쓰기, 프로듀싱, 감독, 연기), 스튜디오 역할 등 프로덕션 과정의 모든 단계에서 일하고 있다. 대다수 프리랜서는 방송사와 장기간 계약으로 일하지 않는다. 프로덕션 회사는 유연한 인력을 활용해 종종 예측 불가능한 의뢰인의 주문에 대처하고자 한다. 어떤 방송사는 방송사의 의뢰를 담당하는 사내 프로덕션 회사를 가지고 있다. (ex. BBC Studios, ITV Studio, Sky Studios). 이들은 독립 프로덕션 회사와 경쟁한다.

[그림 3-4] 영국 방송 산업 구조



자료: Ofcom(2019), Diversity in UK television: freelancers

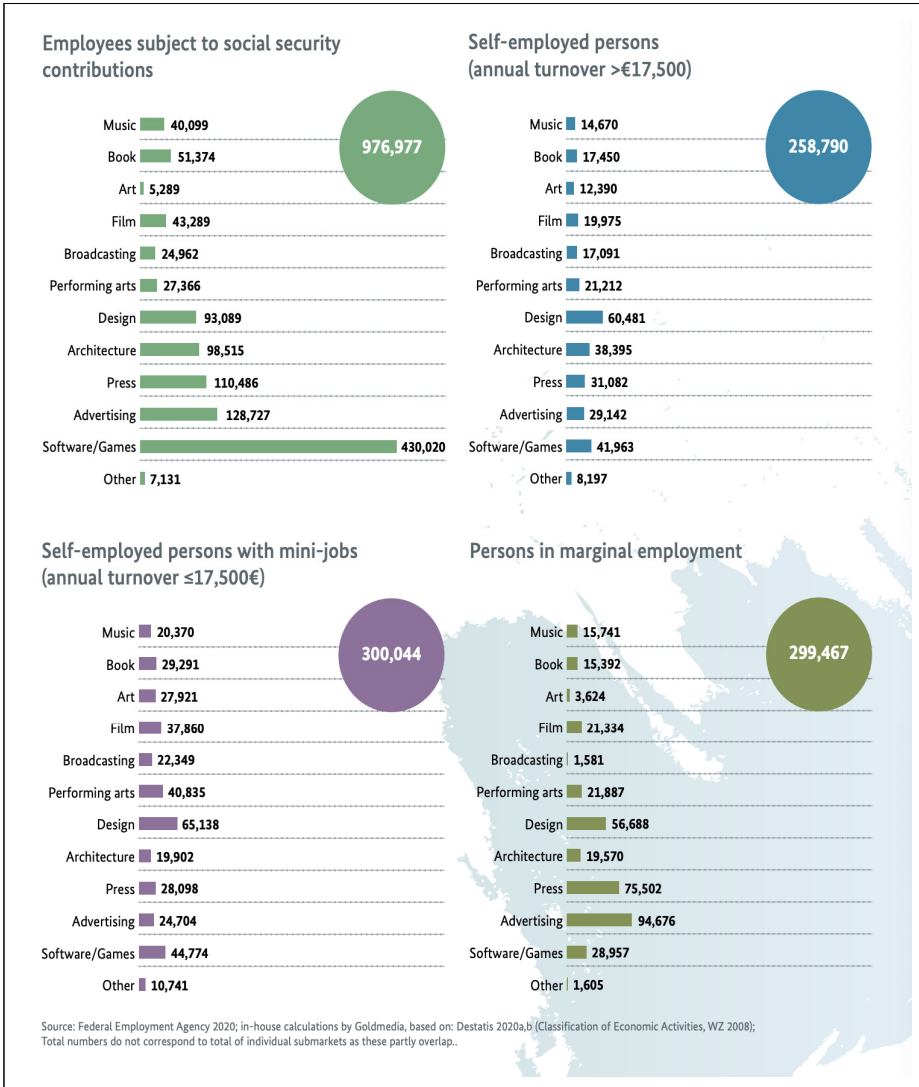
## 나. 독일 사례

독일은 문화·창조 산업의 주요한 경제 지표를 평가하고 산업 전반 현황을 분석하고 있다. 특히 관련 종사자를 크게 중심 인력(Core workforce)과 주변 인력(Persons in marginal (self-)employment)로 나누어 조사하고 있다. <중심 인력>은 사회보험부담을 지는 피고용자와 연 매출 17,500유로를 넘는 자영업자로 구분했다. 또한 <주변 인력>은 다른 소규모 일자리를 병행하며 17,500유로 이하의 연 매출을 내는 자영업자와 한계피고용자<sup>13)</sup>로 구분했다.

조사 결과, 2019년 독일의 문화·창조 산업 종사자는 대략 183.5만 명으로 집계되었다. 이들의 구성을 보면, 사회보험부담 피고용자 비중이 53.2%로 나타났다. 그리고 연 매출 17,500유로가 넘는 프리랜서 혹은 자영업자 14.1%, 17,500유로 이하의 자영업자 16.4%, 한계피고용자는 16.3%로 나타났다. 사회보험부담 피고용자 중에선 소프트웨어·게임 산업 종사자가 압도적으로 많았다. 한계피고용자 중에선 광고업 종사자가 가장 많았다. 연 매출 17,500유로 이상 혹은 이하와 관계없이 자영업자 중에서 디자인산업 종사자가 가장 많았다.

13) 한계고용: 정규직 노동 이외에 소위 “미니잡”이라고 불리는 비정형 노동. 김상철, “독일의 한계고용 확대가 복지제도에 미친 영향에 관한 연구,” 『한국사회보장학회』, 제30호, 2권 (2014), pp. 34-66. 참조.

[그림 3-5] 2019년 문화·창조 산업 하위시장 고용현황



자료: Federal Employment Agency 2020; in-house calculations by Goldmedia, based on: Destatis 2020a,b (Classification of Economic Activities, WZ 2008); Total numbers do not correspond to total of individual submarkets as these partly overlap..

2009~2019년 10년 동안 독일의 문화·창조산업 전체 인력은 1,586,200명에서 1,835,300명으로 연평균 2.09% 증가했다. 연 매출 17,500유로가 넘는 자영업 수는 소폭 하락(-0.22%)하고 17,500유로 이하의 자영업자 수는 소폭 상승(0.69%)했다.



### 3. 프리랜서 식별의 한계

#### 가. 프리랜서 조사 결과의 상이

앞에서 살펴본 프리랜서 식별과 규모를 파악하는 사례는 몇 가지 시사점을 제공한다. 먼저 프리랜서를 정의하는 기준에 따라 프리랜서로 식별되거나 되지 않을 수 있다는 점이다. 우리나라의 사례인 한국고용정보원의 사례는 플랫폼노동자(프리랜서)라는 판단기준을 다르게 적용하면 약 6.9만 명의 규모 차이가 발생할 수 있음을 보였다.

다음으로 프리랜서 식별 및 조사를 위해 선정한 대상이 달라지면 프리랜서를 식별하거나 규모 또는 비중을 추정하는 데 있어 서로 다른 결과를 얻을 수 있다는 점이다. 미국 사례를 살펴보면 동일한 연구자(Krueger)가 동일 시점에 프리랜서 규모를 추정하기 위해 연구를 수행하였다. 한 연구는 설문조사 기반으로 다른 연구는 구글(Google) 검색에서 발생한 데이터를 활용해 프리랜서 규모를 추정하였는데, 규모 추정결과 설문조사를 기반으로 했을 경우 전체 취업자 수의 0.5%, 구글 검색을 활용한 경우 전체 임금노동자의 0.4%가 프리랜서로 추정되었다. 미국의 경제활동인구가 2019년 기준으로 2.6억 명이라는 점과 취업자와 임금노동자가 같다고 가정해도, 0.1%차이는 260만 명에 해당한다. EU 국가를 대상으로 수행한 연구에서도 EC(European Commission)에서 수행한 설문조사 자료와 대학 연구기관에서 수행한 설문조사 자료가 동일한 기준으로 플랫폼 경제종사자 규모를 추정하였으나 이탈리아의 경우 약 3배 가까운 규모 차이를 보였다.

이처럼 프리랜서를 식별하거나 규모를 추정하면서 발생하는 문제는 조사 규모를 국가 단위에서 산업 규모로 좁혀도 비슷하게 나타난다. 영국 Film & TV Charity는 2017년도 기준 영화·방송산업 내 프리랜서 규모를 8.5만~10만 명 규모로 추정하고 있으나 영국 통계청은 동일 시점에서 5만 명으로 추정하였다. Film & TV Charity는 이 결과에 대해 통계청의 프리랜서 식별 기준이 통상적인 기준보다 좁게 적용했기 때문에 과소 추정되었다고 주장하였다. 국내 정홍준(2019)의 연구도 유사한 문제를 제기한 바 있는데 이 연구에서는 경제활동인구 부가조사의 특수고용형태종사자 규모가 과소 추정된 이유로 1인 자영업자가 조사에서 제외되어 있으며 단일 문항을 통해 특수형태 근로종사자를 구별하고 있기 때문이라고 지적하였다.

〈표 3-10〉 프리랜서 규모추정 결과 비교

구 분	추정결과 A	추정결과 B	차 이
한국 한국고용정보원(2019)	정의 1 46.9 만 명	정의 2 53.8 만 명	6.9 만 명
미 국 Katz & Krueger, Harris & Krueger	Katz & Krueger 취업자 수의 0.5%	Harris & Krueger 임금노동자의 0.4%	0.1%
E U Pesole 외, Huws 외	Pesole 외 이탈리아: 1.8% 독일: 2.5% 스웨덴: 1.6%	Huws 외 이탈리아 5.1% 독일: 2.5% 스웨덴 2.7%	이탈리아: 3.3% 독일: 0% 스웨덴: 0.9%
영 국 통계청, Film & TV Charity	통계청 5 만 명	Film & TV Charity 8.5 ~ 10 만명	3.5~5 만 명

## 나. 콘텐츠산업 프리랜서 식별의 어려움

### 1) 상이한 식별 기준

콘텐츠산업 종사자 중에서 프리랜서를 식별하기 위한 기준도 명확하게 제시되어 있지 않다는 점은 프리랜서 식별을 어렵게 하는 요인 중 하나이다. 실제로 콘텐츠산업의 프리랜서 현황을 공표하는 주요 통계도 프리랜서를 식별하는 기준이 다르다. 콘텐츠산업 내 프리랜서를 포함한 종사자에 대한 통계를 작성하고 있는 한국콘텐츠진흥원의 「2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사」는 콘텐츠산업 관련 주요 협·단체, 사업체, 산업 내 종사자 등을 대상으로 조사를 시행하였는데 이 조사에서 프리랜서는 임시근로자, 일용근로자, 고용원이 없는 자영업자인 경우로 식별하였다. 한국콘텐츠진흥원과 다르게 경기콘텐츠진흥원에서 매년 조사하고 있는 「경기도 콘텐츠산업 통계조사」는 사업체를 대상으로 설문을 진행하며 조사시점에 고용하고 있는 종사자의 유형과 규모를 파악하고 있다. 경기콘텐츠진흥원은 프리랜서를 사업체가 활용하고 있는 인력 중 특정 조직에 명확하게 소속하지 않고, 특정한 사항(프로젝트)에 관하여 필요 시 자유계약을 하며, 급여를 받는 정식직원이 아닌 자로 식별하였다. 두 조사의 프리랜서 식별 기준을 비교해 보면 한국콘텐츠진흥원의 프리랜서 식별 기준이 경기콘텐츠진흥원의 프리랜서 식별 기준보다 넓은 것을 알 수 있다. 경기콘텐츠진흥원의 프리랜서 식별 기준은 한국콘텐츠진흥원에서 제시한 식별대상 중 일용근로자와 임시근로자에 해당하는 종사자는 포함하지만 고용 계약이 아닌 프로젝트 일부분에 대한 도급계약 등을 체결하는 고용원이 없는 자영업자는 프리

랜서로 식별하지 않아 프리랜서 규모가 타 조사대비 상대적으로 작게 식별되었다.

〈표 3-11〉 주요 콘텐츠산업 종사자 조사의 프리랜서 식별 기준 비교

구 분	콘텐츠산업 창의인력 실태조사 (한국콘텐츠진흥원)	경기도 콘텐츠산업 통계조사 (경기콘텐츠진흥원)
프리랜서 식별 기준	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 임시 근로자: 1개월 ~1년 미만 고용계약을 맺었거나 1년 미만의 프로젝트 진행을 위해 임시로 고용된 자</li> <li>- 일용 근로자: 1개월 미만의 고용계약을 맺었거나 그때그때 고용된 자</li> <li>- 고용원이 없는 자영업자: 혼자 또는 1인 이상의 파트너(직원X)와 독립적으로 일하거나 사업체를 운영하는 자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 특정 조직에 명확하게 소속하지 않고, 특정한 사항(프로젝트)에 관하여 필요 시 자유계약을 하며, 급여를 받는 정식직원이 아닌 자</li> </ul> <p>→ 응답자의 판단에 따라 규모 집계</p>
설문 응답자	사업체, 종사자	사업체

프리랜서에 대한 판단기준은 우리나라뿐만 아니라 주요국에서도 중요한 이슈이기 때문에 정부 기관, 관련 협회 등이 프리랜서에 대한 판단기준을 제시하고 있다. 일본의 프리랜서 협회는 프리랜서 유형을 독립 프리랜서와 부업계 프리랜서로 구분한다. 독립 프리랜서는 업무위탁계약, 업무에 대한 준위임계약에 기반을 두고 종사하는 프리랜서를 의미한다. 부업계 프리랜서는 파견, 아르바이트 등의 형태이며 직장을 가진 사람이 추가로 활동하는 형태를 의미한다. 미국은 국세청(ISR)이 프리랜서를 독립계약자(Individual Contractor)로 정의하고 있으며 임시적인 프로젝트 참여자와 보조 업무 등을 수행하는 사람을 기준으로 프리랜서로 판단하고 있다. 뉴욕시의 경우 프리랜서 보호조례를 2017년 5월 15일 시행하였다. 조례에서 프리랜서는 고용주(정부기관 제외)가 노무(서비스)를 제공 받기 위해 독립적인 계약한 노동자로 정의하고 있으며, 이들 중 120일 동안의 800달러 이상의 프리랜서 계약을 체결한 경우 프리랜서 보호법 적용을 받는다.

〈표 3-12〉 뉴욕시 프리랜서 보호법 적용대상 및 예외

대 상	예 외
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영화 및 영상 분야</li> <li>- 그래픽 및 웹 디자인 분야</li> <li>- 주택 건설 및 수리 분야</li> <li>- 언론, 사진, 번역 분야 등의 프리랜서</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 특정 영업담당자</li> <li>- 변호사</li> <li>- 공인 의료전문가 등</li> </ul>

자료: NYU Consumer and Worker Protection, Freelance Workers page 재구성

호주의 통계국(ABS)은 프리랜서를 미국과 동일하게 독립계약자(Individual Contractor)로 정의하고 있으며 마이크로 비즈니스, 계약노동자 등을 판단기준으로 보고 있다. 호주와 다르게 영국은 프리랜서에 대한 별도의 법적 정의가 없으나 자영업자로 포괄하여 판단하고 있기 때문에 1인 자영업자 중 단기, 임시 업무를 수행하는 사람을 프리랜서로 분류한다. EU에서도 영국과 동일하게 법적으로는 프리랜서를 별도로 구분하지 않고, 근로자가 아닌 자영업자를 프리랜서로 판단하고 있다. 단, EU는 필요시마다 프리랜서, 플랫폼 경제 참여자 현황을 파악하는 조사를 실시하고 있다.

〈표 3-13〉 주요국의 프리랜서에 대한 정의

구 분	정 의	기 준
일본	- 독립프리랜서(고용관계X) - 부업계 프리랜서(고용관계O) ※ 일본 프리랜서협회 정의	- 업무위탁계약, 준위임계약에 따른 업무수행자 (파견계약자 포함)
미국	- 독립계약자(Individual contractor) ※ 국제청(ISR) 정의	- 임시적인 프로젝트 참여자 - 보조업무 또는 계약기반 업무수행자
호주	- 독립계약자(Individual contractor) ※ 통계국(ABS) 정의	- 마이크로 비즈니스 노동자 - 프리랜서 등 계약노동자
영국	- 법적 정의 부재, 자영업자 등에 포괄 ※ 독립전문가·자영업자 협회(IPSE) 프리랜서 관련 업무수행	- 자영업자 중 단기, 임시 또는 프로젝트 기반업무 수행하는 자
EU	- 법적 정의 부재, 자영업자 등에 포괄 ※ EC, Directive 2010/41/EU	- 근로자가 아닌 자영업자

자료: 박찬욱, 이성민(2018) p.130~133, 프리랜스白書 2018 재구성

이처럼 프리랜서 규모 추정에는 프리랜서의 판단기준과 규모 추정에 활용되는 표본에 따라 다른 결과가 제시될 수 있다는 한계점이 존재한다.

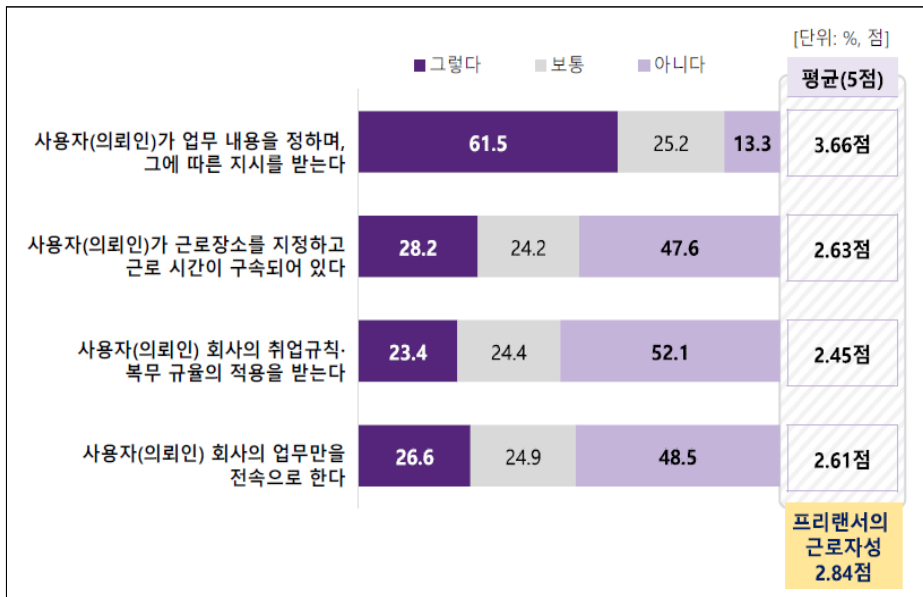
## 2) 모집단 설정의 어려움

과거 출판업, 방송업 등과 같이 전통적인 사업체를 기준으로 콘텐츠산업 내 프리랜서를 식별하는 조사는 모집단과 비교적 유사한 결과를 얻었으나, 현재는 전통적인 사업체 기준으로 프리랜서를 식별할 경우 실제 프리랜서 규모와 상이한 결과를 얻게 될 가능성이 크다. 현재 콘텐츠산업은 과거처럼 산업 간 경계를 이루며 비즈니스를 이어나가기보다 타 산업과 융합한 형태로 비즈니스가 이루어지면서 콘텐츠산업 내 종사자가 타 산업

에서도 종사할 수 있고, 타 산업에서 종사하는 인력이 콘텐츠산업에 종사할 수 있는 환경으로 변화하였다. 따라서 기존 사업체 기준의 통계 체계를 가지고 콘텐츠산업 내 프리랜서를 식별하는 것은 매우 어려운 일이 되었다. 본 연구에서 초점을 맞춘 영상콘텐츠 제작산업의 경우 CG(Computer Graphic), 음악 등 다양한 직무의 프리랜서가 방송, 영화, 애니메이션 등 다양한 장르에 걸쳐 프리랜서 노동을 제공할 수 있다. 이 경우 장르 기준으로 통계를 집계 후 개별 통계를 합산한다면 특정 직무의 프리랜서가 중복으로 합산되어 해당 직무에 해당하는 프리랜서의 규모가 과대 식별될 수 있다.

산업 내 종사자를 대상으로 종사자가 속한 산업군이 어디인지 직접 설문을 진행하더라도 산업별 종사자를 식별하는 것은 어렵다. 프리랜서와 같이 고용계약이 장기간 체결되어 있지 않은 종사자의 경우 전체 소득에서 높은 비중을 차지하는 산업이 자신이 속한 산업군이라고 생각할 수 있고, 또는 본인의 전공 등을 기준으로 자신이 속한 산업을 선택할 수 있다. 예를 들어 CG직무의 프리랜서가 노동을 제공하는 분야의 소득 또는 일 년간 업무의 비중이 방송(90%), 영화(5%), 애니메이션(5%)라고 가정하였을 때, 해당 프리랜서는 설문조사에서 방송 산업에만 종사하고 있다고 응답할 수 있다. 이러한 응답자 비중이 크면 실제로보다 과소 추정될 수 있다.

[그림 3-6] 프리랜서의 근로자성에 관한 응답(2019년도)



자료: 한국콘텐츠진흥원(2020), 2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사

또한 특정산업의 종사형태는 프리랜서를 식별하는데 제약으로 작용할 수 있다. 프리랜서와 사용자가 단기 프리랜서 노동계약을 지속해서 체결하는 경우에 사용자가 근무 장소와 근무시간을 강제하는 등 상당한 업무지시가 발생할 수 있다. 이 경우 프리랜서의 근로자성이 인정될 수 있다. 제2장에서 살펴보았듯 방송 산업에서 장기간 이와 같은 프리랜서 노동 활용 관행이 이루어지면서 프리랜서가 근로자성을 주장하고 있고 일부 사례의 경우 근로자성이 인정되었다. 이와 비슷한 사례에 해당하는 응답자라면 설문에서 프리랜서로 근무하고 있더라도 프리랜서라고 생각하지 않거나 프리랜서라고 응답하지 않을 수 있다. 따라서 특정산업의 노동제공관행 등에 대한 사전 조사가 요구될 뿐만 아니라 해당 산업 노동자의 응답뿐만 아니라 사용자의 응답도 조사해볼 필요가 있다.

### 3) 프리랜서 대상 조사의 어려움

프리랜서를 대상으로 시행하는 조사는 공통으로 몇 가지 어려움이 존재한다. 먼저 프리랜서 조사를 위해서는 사업체, 관련 협·단체 등을 통해서 해야 한다는 점이다. 프리랜서는 프리랜서 특정 사업체에서 상시로 근무하는 상용근로자와 다르게 계약에 따른 업무가 종료되면 계약이 즉시 종료되는 특징을 가지고 있어서 계약이 종료된 프리랜서는 프리랜서와 계약을 체결하였던 관련 기관, 기업체 등이 별도로 관리하지 않는 한 해당 산업에 종사하고 있는지를 확인할 방법이 없다. 따라서 프리랜서 대상 조사는 관련 사업체 및 협·단체 등을 통해서 수행하는 것이 일반적이다. 이와 함께 프리랜서에 대한 추적 관리가 어렵다는 점도 여러 어려운 점 중 하나이다. 특정 시점에 사업체와 계약을 체결하였거나 관련 협·단체에 등록된 기록을 토대로 프리랜서 조사를 수행할 경우 해당 시점에 일한 경험이 있는 프리랜서는 조사대상이 될 수 있으나, 해당 시점에 시장으로 신규 진입하여 계약을 체결하지 못한 프리랜서는 조사대상에서 제외될 수 있다. 콘텐츠 산업 내 프리랜서 활용 비중이 증가하고 있는 상황에서 이렇게 신규 진입자가 누락된 조사 결과는 정책의 시차를 발생시키는 요인으로 작용할 수 있다. 반면에 시장에서 장기간 프리랜서로 활동 후 은퇴했거나 다른 시장으로 이탈한 프리랜서는 조사 시점에 사업체와 계약을 체결하였거나 관련 협·단체에 등록된 기록이 존재하기 때문에 프리랜서 조사 대상으로 식별될 수 있다. 그러나 이탈자가 조사대상으로 선정될 경우 과거 시점의 경험에 기반을 두어 응답하거나 타 산업에서 종사하고 있는 기준으로 응답할 가능성이 존재

한다. 따라서 산업을 구분하고 프리랜서로 활동하고 있는지를 파악할 수 있는 체계 구축이 필요하다.

일정 규모 이상의 응답자를 확보하고 성실한 응답을 확보하는 것도 어려움으로 작용한다. 모집단 전체 중에서 일부를 선발하는 대국민 조사와 다르게 프리랜서 조사와 같은 좁은 범위에 대한 조사는 일정 규모 이상의 조사대상을 선정하고 응답을 얻는 데 있어 큰 비용과 시간이 필요하다. 이렇게 큰 시간과 비용을 들여 조사했더라도 응답자의 성실성이 조사결과에 영향을 미칠 수 있다. 실제 프리랜서 대상 조사를 위해 연구자가 어렵게 응답자를 식별하고 설문 응답에 대한 보상을 지불하더라도 응답자가 무응답으로 일관하거나 응답 오류를 확인하기 위해 구성된 문항들에 대해 서로 다른 답변을 하는 등 불성실한 응답을 한 응답자도 상당수 존재할 수 있기 때문이다.

## 제2절 콘텐츠산업 프리랜서 식별 체계

---

### 1. 개요

프리랜서를 식별하는 데는 다양한 어려움이 존재한다. 그런데도 주요국의 사례에서 본 바와 같이 구조화된 조사 항목을 통해 프리랜서를 식별하고 관련 시사점을 도출하고 있다. 조사 항목은 대부분 프리랜서의 정의와 범위에 따라 종사자 단위에서 직무, 소속 단체 유무, 사용자 수, 계약 대상 수, 겸업, 자율성 등으로 구성되며 이를 구조화함으로써 프리랜서를 식별하고 있다.

기존 자료 생산체계로는 프리랜서 식별의 어려움이 있다. 실제로 주요국의 고용 노동 통계자료를 이용해 콘텐츠산업 프리랜서를 식별한 연구를 보면 연구 결과는 현장 상황과 달리 프리랜서 비중이 매우 낮다. 일부 체계적으로 발전한 노동통계를 통해서 프리랜서를 식별하기도 하지만, 이럴 때는 콘텐츠산업에서 일하는 인력을 추출하는 것이 어렵다. 이 절에서는 콘텐츠산업 프리랜서를 식별하는 방법을 논한다. 단순히 프리랜서 식별 방법을 제시하는 것을 넘어 이를 검증하기 위해 실제 콘텐츠산업 프리랜서 조사를 통한 자료 구축을 시행한다. 이를 위해서 콘텐츠산업 프리랜서 식별 방법을 적용하고 검증할 수 있는 조사 대상, 조사 항목, 조사체계 선정이 필요하다.

물론 콘텐츠산업 장르별 특성과 제작방식 등에 따라 인력의 활용하는 형태가 다양하므로 조사 범위와 내용뿐만 아니라 식별 방법도 다양하게 나타난다. 따라서 연구의 효율성과 확장성을 고려해 여기서는 영상콘텐츠 제작에 참여하는 인력으로 논의하는 대상의 범위를 한정한다. 영상콘텐츠 제작은 전통적으로 다양한 직무역량을 가진 인력이 모여 이루어지지만 최근 영상콘텐츠 제작이 쉬워지고 그 길이와 소재도 다양해지면서 혼자서 제작하는 경우도 나타나고 있다. 영상콘텐츠 제작인력을 조사하면 콘텐츠산업 프리랜서 범위에서 제시한 다양한 노무제공 형태뿐만 아니라 부수입을 위해 영상콘텐츠 제작 관련 부업을 가진 인력의 프리랜서성과 일하는 형태도 파악할 수 있다.



## 2. 조사 체계

### 가. 조사 절차

콘텐츠산업 프리랜서 조사는 4단계의 절차로 구분할 수 있다. 첫 번째 단계는 조사 대상 및 방법을 선정하는 단계이다. 이를 위해서는 조사 대상의 모집단을 파악하는 것이 필요하다. 현재 콘텐츠산업 통계자료는 사업체를 기반으로 표본을 추출하는 방식으로 콘텐츠산업 종사자 규모 및 현황을 파악하고 있다. 그러나 프리랜서는 사업체에 종속되지 않는 인력이며 특히 개인 창작을 하는 인력도 다수 존재한다. 또한 프로젝트 단위, 단속성, 불안정성 등의 콘텐츠산업 일자리의 특성상 다른 산업과 콘텐츠산업의 일을 겸업하고 있는 인력이 다른 산업 종사자로 고려될 가능성이 크다. 즉 콘텐츠산업 프리랜서 조사대상 선정에 있어 모집단은 중요한 작업이지만, 특정 산업군에서 프리랜서 모집단을 도출하는 것은 매우 어려운 일이다. 이에 모집단 부분에 대한 논의는 콘텐츠산업의 프리랜서 조사 및 연구가 고도화되는 시점의 과제로 남겨두고 다른 요소에 집중한다. 다음으로 조사 대상의 분야 및 직무를 구분할 필요가 있다. 이는 일반적인 인력 조사에서도 마찬가지지만 특히 콘텐츠산업은 다른 산업에 비해 미디어 및 기술 변화에 따라 분야 및 직무가 다양화되고 있어서 분야 및 직무에 대한 파악이 중요하다. 끝으로 조사 방법을 선정하는 데 있어 기존 콘텐츠 장르별 인력 조사와 동일한 방식으로 콘텐츠산업 프리랜서 조사를 시행한다. 다만 효과적인 콘텐츠산업 프리랜서 조사를 수행하기 위해서 조사 방법도 점진적으로 고도화할 필요가 있다.

두 번째 단계는 프리랜서 식별 방법에 따라 조사 항목을 설정하는 것이다. 세 번째 단계는 2단계 조사를 통해 진행한다. 조사 1단계에서 생산가능인구를 대상으로 무작위 조사를 실시해 조사 대상을 표집한다. 이는 콘텐츠산업 모집단이 확인할 수 없는 문제를 해소하는 대체 방식이라고 할 수 있다. 조사 2단계는 표집된 대상에게 본 조사를 실시하는 것이다. 이 과정에서 가능하다면 설문 문항의 오류를 점검하기 위해 파일럿 조사를 수행한 이후 본 조사를 진행하여 조사의 정교성을 높일 수 있다.

네 번째 단계는 콘텐츠산업 프리랜서 식별방식을 고도화하고 이들의 일하는 방식이나 노동환경 등을 파악하기 위해 추가조사를 실시하는 것이다. 일정 규모 이상의 조사대상이 선택되면 이들을 중심으로 진행하되 조사 결과의 유용성을 높이기 위해서는 이들을

추적 조사하는 것도 필요하다. 특히 콘텐츠산업 노동시장 특성상 청년층들이 많고 경력이 짧다는 측면에서 누락되는 대상은 다양한 교육과정을 이수한 인력 또는 현장 인턴이나 일용직으로 일을 배우고 있는 인력으로 대체하는 것도 유용할 것으로 판단된다. 추적 조사에 대한 논의 역시 콘텐츠산업 프리랜서 조사 및 연구가 고도화되는 시점의 과제로 남겨둔다.

〈표 3-14〉 콘텐츠산업 프리랜서 조사 절차

단 계		내 용
1단계	조사 대상 및 방법 선정	조사 대상 모집단 파악 분야 및 직무 설정을 통한 조사 대상 구조화 조사 방법 선정
2단계	프리랜서 식별 항목 선정	프리랜서 식별 방법에 따른 항목 선정 선정된 항목을 구체화하는 설문 문항 도출
3단계	대상 표집	생사가능인구 무작위 조사를 통해 조사 대상 표집 조사 대상 선정
	조사	파일럿 조사: 조사 문항 보완 본 조사: 시행
4단계	본 조사 보완	프리랜서 식별방식 고도화 자료의 유용성 강화 / 조사의 연속성 확보

## 나. 조사 대상의 구조화

본 연구는 콘텐츠산업 중에서도 생산 프로세스와 직무구조가 비교적 표준화되어 있는 영상콘텐츠산업 제작 분야에 집중하여 프리랜서 인력을 식별하고 이들의 노동환경에 대해 조사를 시행한다. 이를 위해서는 무엇보다 이들이 활동하는 영상콘텐츠 분야를 분류하고 주요 직군 및 직무 구조를 파악할 필요가 있다. 여기서는 영상콘텐츠 분야를 분류하기 위해 최근 영상콘텐츠 제작 방식 및 결과물 특성을 고려한다. 다음으로 영상콘텐츠 전반의 제작과정 및 직무구조의 특징을 파악하기 위해 대표적인 영상콘텐츠인 영화, 방송, 애니메이션의 구조를 살펴본다. 온라인 동영상이나 크리에이터 영상, 광고 등 다른 장르의 영상콘텐츠 또한 나름의 직무구조를 형성하고 있지만, 제작 규모나 특성에 따라 그 형태가 매우 상이하고, 인력구성 of 기본적인 형태는 영화, 방송, 애니메이션 제작 방식을 바탕으로 한다고 볼 수 있기 때문에 대표적인 세 가지 장르의 직무구조를 검토하였다.

## 1) 영상콘텐츠 분야 분류

조사 대상이 되는 영상콘텐츠 분야는 영화, 방송, 애니메이션 등 전통적인 영상콘텐츠 산업 외에도 온라인·모바일 영상콘텐츠, 크리에이터 콘텐츠, 광고, 그리고 가상현실 콘텐츠(AR/VR)까지 포함하였다. 특정 산업분야 내에서의 장르 구분은 본래 확고한 기준에 의해서라기보다는 변화하는 환경에 맞게 관습적으로 이루어지게 된다. 본 연구에서는 최근 미디어 콘텐츠산업 환경변화를 고려하여, 영상물의 장르적 형식 외에도 그 생산의 핵심주체, 제작·유통·소비 구조의 특징 등을 고려하여 아래와 같이 분류하였다.

먼저 영화와 방송, 애니메이션은 영상물의 형식과 길이, 제작 및 유통구조의 차이, 생산자 집단/조직의 특성 등에 따라 영상콘텐츠의 주요 장르를 구분한다. 여기에 최근 OTT를 중심으로 주문형 비디오 또는 온라인 영상 스트리밍 서비스 시장이 확장됨에 따라서 기존의 텔레비전 방송이나 영화 장르의 형식과 차별화된 형태의 온라인·모바일 플랫폼 전용 영상이 생산 유통되고 있다. 이에 본 연구는 온라인·모바일 영상콘텐츠를 포함하였다. 흔히 1인 미디어 또는 인플루언서 등으로 불리는 다양한 독립적 프리랜서 제작자가 늘어나고 있고 이들의 영향력이 확대되는 상황을 고려하여, 크리에이터 콘텐츠의 경우 기존의 영상콘텐츠 사업체가 제작하는 온라인·모바일 영상과는 다른 범주로 구별하였다. 광고영상의 경우에는 뮤직비디오 등과 함께 오래전부터 독창적 스타일과 시장을 형성해온 분야임에도 그간 산업적 차원에서 간과되어왔다. 그러나 최근 광고는 브랜드 콘텐츠 등의 형태로 스토리텔링 및 예술성 등의 측면에서 어느 영상콘텐츠에 못지않은 높은 수준을 보여주는 경우가 많다. 또한 실제 영화나 방송산업에 종사하는 프리랜서 인력이 광고영상 등의 분야에서 함께 활동하는 사례도 많아서 이 역시 주요 범주로 포함하였다. 마지막으로 가상현실 또는 실감형 콘텐츠 또한 최근 디지털 기술혁신 속에서 새로운 영상표현기법과 기술을 바탕으로 한 주요 영상콘텐츠 장르로 부상하였기에 포함하였다.

## 2) 영상콘텐츠 직무구조 파악

### ① 영화

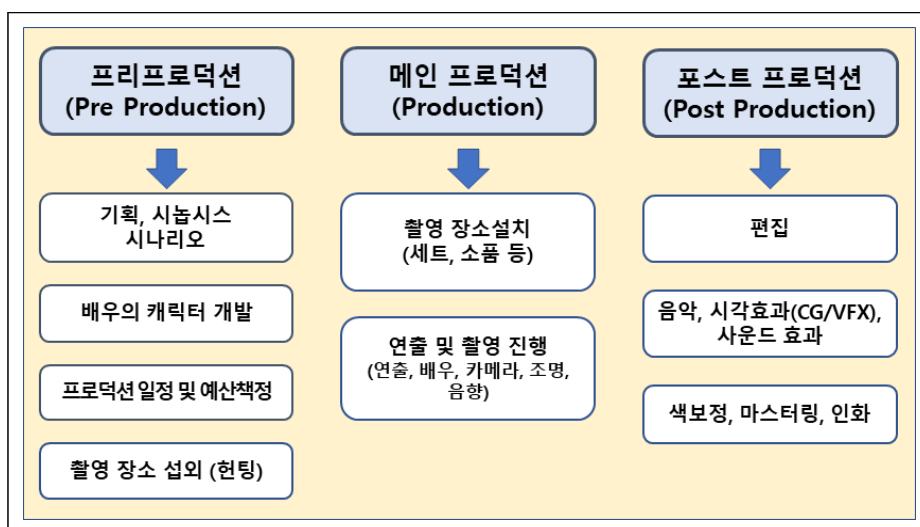
영화 제작은 일반적으로 다음의 단계를 거친다. 작품의 기획, 시놉시스, 시나리오 개발, 투자 섭외 등 자금조달, 캐릭터 개발, 프로덕션 일정 및 예산책정 등을 통해 제작을 준비하

는 프리 프로덕션 단계가 있다. 이때 제작자와 프로듀서, 연출자와 시나리오 작가 등 제작 부와 연출부를 중심으로 캐릭터 개발 및 배우 섭외, 로케이션 등이 이루어지게 된다.

메인 프로덕션 단계에서는 연출자, 배우, 그리고 촬영, 조명, 동시녹음/음향 스태프가 참여하는 가운데 본 촬영이 진행되며, 이 과정에서 미술 및 세트제작, 특수효과, 액션/스턴트, 소품, 의상, 분장/헤어 스태프 또한 참여하게 된다.

마지막으로 후반 작업인 포스트 프로덕션 단계에서는 촬영본 편집, 음악 및 사운드 믹싱/편집, 시각효과(CG/VFX), DI(Digital Intermediate), 즉 디지털 색보정 및 교정 작업이 진행된다. 필름 영화의 경우 최종적으로 인화, 현상 등의 작업을 거친다.

[그림 3-7] 영화 제작과정



자료: 영화진흥위원회(2015), 문화체육관광부(2020.12) 213쪽 참고하여 재구성

영화 분야 주요 제작단계별 직군 및 직무구조는 아래 표와 같이 정리할 수 있다. 이는 영화진흥위원회(2015; 2018)를 참고하여 재구성하였다.

〈표 3-15〉 영화 분야 직무구조

제작단계	직군(직종)	직무
프리프로덕션	기획·제작	제작자 프로듀서 / 공동프로듀서, 라인프로듀서 제작부장 / 제작부, 로케이션 매니저
	작가	시나리오 / 각본 작가, 각색작가 / 원안작가

제작단계	직군(직종)	직무
프로덕션	연출	감독 / 조감독, 스크립터, 현장편집 스턴트 감독 / 무술감독 / 무술팀
	촬영	촬영감독 / 촬영기사 / 촬영조수 그립 / 스테디캠 / 달리 / 지미집 / 특수촬영 / 크레인 등
	조명	조명감독, 조명오퍼레이터/조명팀 스태프, 발전차/조명장비
	동시녹음/오디오	오디오감독 / 동시녹음기사 / 붐오퍼레이터 / 케이ابل맨
	미술	미술감독 / 프로덕션 디자인 / 아트 디렉터, 미술팀 스태프
	세트/소품	세트감독 / 세트제작 스태프 / 세트미술팀 소품기사 / 소품 실장 / 팀장 / 소품팀
	의상 분장/미용/헤어	의상관리 책임 / 의상 디자이너 / 조수 분장팀장 / 조수, 특수분장팀장 / 조수, 헤어팀장 / 조수
포스트 프로덕션	편집	편집감독 / 편집조수 / 편집기사, 편집팀 스태프
	음악	음악감독, 작사/작곡/편곡
	음향/믹싱/싱크	사운드 슈퍼바이저 / 사운드 믹서 / 사운드 효과 ADF 에디터/녹음/믹서, 폴리 슈퍼바이저/녹음/아티스트
	특수효과(VFX)	시각효과 감독 / VFX 프로듀서 VFX 슈퍼바이저 / 아티스트 / 매니지먼트
	현상 및 DI(색보정)	현상 소장 / 포스트하우스 책임자 텔레시네 / 옵티컬 기사 / DI 기사 / 색보정 기사 / 아티스트 디지털 마스터링, 인화 / 현상 / 조약 / 검품

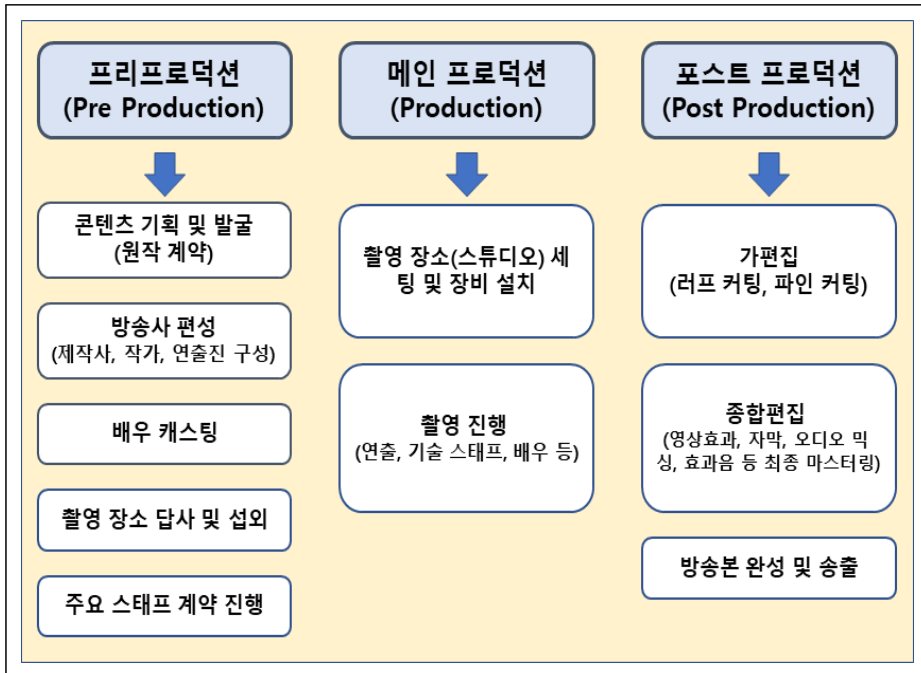
영화산업 인력 및 직무는 위계적으로 구성된다. 기획 및 제작 부문의 경우, 영화 기획, 제작, 수익 회수과정 전체를 총괄하는 제작자와 그 아래 프로듀서/협력프로듀서/라인프로듀서(제작실장)/제작부장 등이 일하는 위계적 직무구조로 형성되어 있다. 그리고 이들의 관리·감독 하에 로케이션/제작회계/제작부 스태프 등이 각자의 업무를 수행한다. 연출의 경우에도 감독 하에 조감독/연출부 스태프/스크립터 등이 각자의 역할을 수행한다.

프로덕션 단계에 참여하는 촬영, 조명, 동시녹음 및 오디오, 미술, 세트/소품, 의상, 분장/미용 등 주요 스태프 인력 또한 각 직군 파트에서 감독, 팀장 또는 슈퍼바이저 등으로 불리는 리더(팀장)의 지휘·통제 하에서 맡은 바 직무를 수행한다. 제작과정에 참여하는 개별인력은 영화 제작사와 개인 단위의 근로계약 또는 프리랜서 용역계약을 맺기도 하지만, 일반적으로 촬영, 조명, 음향, 세트 등 주요 스태프인 경우 해당 분야에서 전문적으로 사업체를 운영하는 대표 감독 또는 팀장에게 고용되거나, 이들 리더(팀장)를 중심으로 팀 단위의 계약을 한다.

## ② 방송

방송의 제작과정은 다음과 같다. 일반적으로 프리 프로덕션 단계에서는 기획 및 편성 이후 촬영 준비가 이루어진다. 먼저 방송사에서 프로그램 편성이 확정되기 전 기획단계에서 콘텐츠 기획 및 발굴, 시나리오 작업, 원작 계약 등이 이루어지고, 편성되는 과정에서 (외주)제작사, 작가, 연출진 등이 확정된다. 이어서 배우 캐스팅, 촬영장소 답사 및 섭외(로케이션)가 이루어지며, 촬영, 미술, 음악감독 등 주요 스태프들과의 계약이 진행된다. 다음 메인 프로덕션 단계에서는 스튜디오 또는 현지 촬영장소 세팅 및 장비 설치, 그리고 본 촬영이 진행된다. 이 단계에서 연출자, 기술 스태프, 배우 등이 참여하게 된다. 포스트 프로덕션 단계에서는 1차 가편집이 이루어지는데, 거칠게 OK 컷을 이어붙이는 러프 커팅(Rough cutting), 그리고 편집감독과 연출자가 방송 시간에 맞추어 영상물을 정밀하게 제작하는 파인 커팅(Fine cutting)이 이루어진다. 이어서 영상효과, 자막, 오디오 믹싱, 효과음 등이 입혀진 최종 마스터링 작업을 통한 종합편집 단계를 거치게 되고, 마지막으로 이렇게 완성된 방송본이 송출된다(문화체육관광부, 2020.12.).

[그림 3-8] 방송 제작과정



자료: 문화체육관광부(2020.12) 232쪽 재구성.

방송영상의 주요 제작단계별로 참여하게 되는 인력의 직무구조는 다음의 표와 같이 정리할 수 있다. 이 내용은 영화·애니메이션 등 인접 산업의 직무구조와 방송제작 관련 노동환경 조사, 한국표준직업분류 등을 검토하여 재구성한 방송영상 제작산업 직무분류 체계 표준화(한국콘텐츠진흥원, 2020) 결과를 참고하여 정리한 것이다.

〈표 3-16〉 방송 분야 직무구조

제작단계	직군(직종)	직무
프리프로덕션	제작	방송사 제작총괄(CP) / 프로듀서(PD) 제작사 제작총괄(CP) 제작프로듀서(PD), 라인프로듀서, 기획프로듀서
	작가	메인작가, 서브작가 / 보조작가(막내작가)
	연출	연출 / 조연출 / 내부조연출 / 스케줄러(아외조연출) FD1(퍼스트) / FD2(세컨) / FD3(서드) / FD4 (현장진행요원) 스크립터, 로케이션 매니저 / 캐스팅 디렉터, 보조출연 반장 / 무술감독
프로덕션	촬영	촬영감독 (ENG / VJ / 특수 / 장비) 포커스 풀러(Focus Puller) 촬영팀 스태프 (퍼스트 / 세컨 / 서드 / 막내) 장비(그립) 기사 / 퍼스트 / 보조(막내)
	조명	조명감독, 조명팀 스태프 (퍼스트/보조) / 발전차
	동시녹음/오디오	오디오감독 / 보조, 동시녹음 / 붐맨 / 라인맨(막내), PA 감독 / 보조
	미술	미술감독, 미술팀 스태프
	세트/무대 소품	세트감독/무대감독, 세트팀 / 무대제작 스태프 소품팀장, 소품팀 / 디자이너 / 인테리어 / 푸드스타일리스트 특수효과 팀장 / 팀원
	의상 분장/미용/헤어	의상팀장 / 팀원 / 스태프 분장/미용 팀장 / 팀원 (아티스트 / 디자이너) 특수의상 / 특수분장
포스트 프로덕션	편집	편집기사 / 가편집사(가편PD) / 편집보조, 편집팀 스태프 (자막 포함)
	음악	음악감독 / 음악오퍼레이터
	음향/믹싱/싱크	오디오감독 / 믹싱팀장 / 사운드디자이너, 싱크감독
	특수효과(CG/OAP)	CG감독 / 팀원, OAP 팀장 / 팀원, VFX 슈퍼바이저, VFX/CG 스태프
	DI(색보정)	DI 팀장 / 팀원
	종합편집	채널종합감독(내부편집감독) / 외주종합감독(외부편집감독), 자막요원

방송 분야 또한 인력구성 및 직무구조가 위계적 성격을 띠고 있다. 자체제작 방식일 경우 일반적으로 지상파방송 다큐 프로그램 제작을 예로 들면 내부인력 CP와 PD를 중심으로, 외부 인력으로 메인작가, 서브작가, 막내작가와 VJ, FD 등이 참여하는 형태를 띤다. 채널사용사업자(PP)에서 제작하는 형태일 경우 지상파 방송사의 내부인력 CP에,

외부 인력으로 제작사 PD, 서브/막내작가, FD 등이 참여하는 방식을 사용한다. 여기서 외부 인력은 주로 외주 제작사의 정규직 또는 프리랜서 프로듀서 또는 연출자를 중심으로 구성되며, 조연출, FD, 스크립터, 캐스팅디렉터, 작가, 촬영, 조명, 오디오, 미술, 세트/무대, 소품, 의상 스태프 등은 대부분 외주업체 계약직이거나 프리랜서이다. 외주제작방식의 경우 방송사 정규직 CP를 중심으로, 그 아래에 방송 프로그램 제작과정을 관리 및 조정하는 방송사 정규직 PD(프로듀서/연출자), 그리고 그 아래에 각 외주제작사 소속 팀장 PD가 존재하며, 그 내부에서 연출, 작가 직군 등이 포진하는 방식을 띤다. 외주제작사 인력은 대부분 단기계약직이거나 프리랜서 형태로 계약하는 것이 일반적이다(전국언론노동조합·방송작가유니온, 2016; 한국콘텐츠진흥원, 2020).

본 촬영 단계, 즉 메인 프로덕션 과정에 참여하는 인력인 촬영, 조명, 동시녹음팀 등은 방송사 또는 제작사와 팀 단위의 토크 계약을 체결하는 경우가 많으며, 미술, 세트/무대/소품, 의상/분장/미용 등도 방송사 자회사 또는 외주제작사와 용역계약을 체결하는 방식을 주로 취하는데, 이때 주요 직군의 감독 또는 팀장은 대부분 외주업체 소속 노동자거나 프리랜서/개인사업자들이다. 팀원, 조수, 보조원, 막내 등으로 불리는 하위 스태프는 바로 이들 감독 또는 팀장에게 고용되어 있거나 팀 단위 계약으로 함께 활동하는 것이 일반적이다(문화체육관광부, 2020.12.).

### ③ 애니메이션

애니메이션의 제작과정은 일반적으로 아래 그림처럼 이루어진다. 프리 프로덕션 단계에서는 기획, 콘셉트 개발, 시나리오, 캐릭터 및 배경의 설정과 디자인 등이 이루어진다. 시나리오가 화면의 형태, 배치, 색상 등을 통해 구체화하는 스토리보드를 작성하고, 전체 흐름에 맞게 동작이나 동선을 시각화하는 초별 영상인 애니메틱(Animatics) 또는 스토리 릴(Story reel)을 만든다.

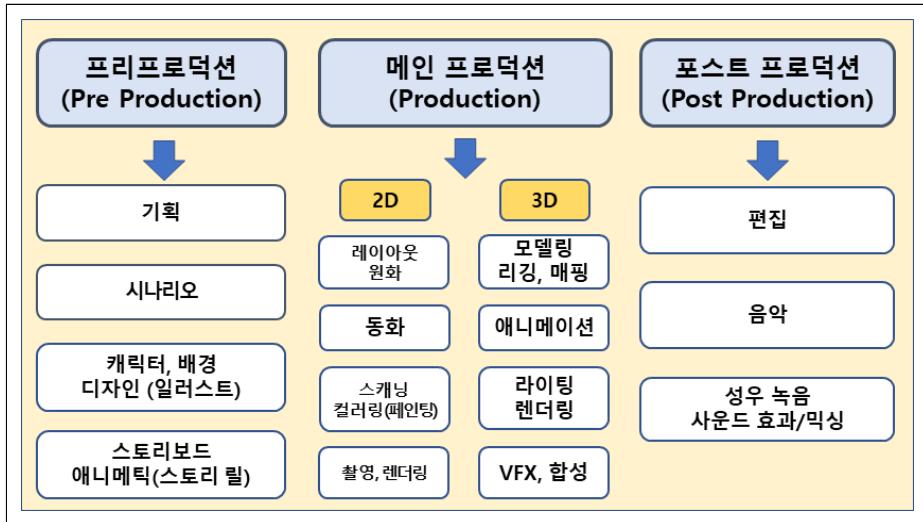
메인 프로덕션 단계에서는 2D 애니메이션의 경우 구체적으로 실제 화면에 나타날 구도를 잡는 레이아웃에서부터 원화, 동화 등 작화의 주요 단계를 수행한다. 이어서 색 지정 및 스캐닝을 통한 디지털 데이터 전환 과정을 거치고, 채색(Coloring, Painting) 단계를 거쳐서 촬영, 렌더링 등의 단계로 이어진다. 3D 애니메이션의 경우에는 모델링(Modeling), 리깅(Rigging) 등 3차원 애니메이션 영상을 만들기 위한 기초적인 구성 작업을 거쳐 텍스처 매핑(Mapping), 애니메이션(Animation) 등의 과정을 통해 세부 질



감 묘사, 채색, 움직임 등을 더하게 된다. 또한 라이팅(Lighting), 렌더링(Rendering), 시각효과(VFX), 합성 등의 과정으로 이어진다.

포스트 프로덕션 단계에서는 애니메이션 영상의 편집, 주제가나 배경음악 등의 음악 작업, 그리고 성우녹음과 사운드 이펙트, 믹싱 등의 작업이 이루어진다.

[그림 3-9] 애니메이션 제작과정



자료: 황준욱(2004), 「문화콘텐츠산업 인력구조 및 직무분석 - 애니메이션산업을 중심으로-」, 한국콘텐츠진흥원(2019), 애니메이션산업 활성화를 위한 프리랜서 실태조사 연구 참고하여 재구성.

황준욱(2004), 한국콘텐츠진흥원(2019) 등의 기존 연구들을 종합해 본 결과, 애니메이션의 주요 제작단계별 인력구성 및 직무구조는 다음과 같다.

〈표 3-17〉 애니메이션 분야 직무구조

제작단계	직군	직무
기획 및 프리프로덕션	기획/제작	제작자 / 총감독, 프로듀서/프로덕션 매니저
	작가	시나리오(스크립트), 디자인 (일러스트레이터 / 캐릭터 / 배경), 스토리보드, 애니메틱(스토리 릴)
프로덕션	연출	연출 / 감독
	애니메이션 (2D) 스태프	레이아웃 / 원화 / 클린업, 동화, 스캐닝, 컬러링 / 채색(페인팅) 애니메이션 촬영 / 렌더링
	애니메이션 (3D) 스태프	모델링, 리깅(캐릭터 셋업)/페이셜, 맵핑, 애니메이션(키 애니메이션) 렌더링 / 셰이딩 / 라이팅(마스터, 씬), 비주얼 이펙트(VFX), 컴포지트(합성), 모션캡처

제작단계	직군	직무
포스트 프로덕션	편집	편집자
	음악	음악감독, 작사 / 작곡 / 편곡 (OST 등)
	음향/믹싱/싱크	음향감독, 음향효과 / 믹싱, 성우녹음 / 후시녹음
	시각효과(CG)/VFX	시각효과 / CG감독, VFX / CG 스태프

애니메이션산업의 인력구성을 보면, 가장 정점에 총감독이 있다. 이들은 주로 동화작가나 원화작가 실무를 거쳐 배출되며, 예술적 역량의 핵심을 담당한다. 애니메이션의 콘셉트를 기획, 개발하고 구체화하는 과정에서는 총감독 외에 시나리오 작가, 프로듀서 등이 참여하며, 배경 및 캐릭터 디자이너가 설정 단계에서 참여한다.

메인 프로덕션 단계에서는 총감독과 고급 원화 작가를 중심으로 작업이 수행되며 그 아래에서 원화 작가, 동화작가가 작업을 수행한다. 일반적으로 다수의 동화작가가 한 명의 원화 작가에 배속되는 형태를 띠며, 동화작가가 숙련되면 원화 작가로, 이후 원화 작가에서 상당한 경력을 쌓으면 총감독이 될 수 있다. 프리 프로덕션 단계에서 배경 디자이너를 담당하던 인력은 경력을 쌓아서 배경감독으로 더욱 전문화되기도 한다. 스캐닝, 촬영, 채색, 모델링, 리깅 등 기술적 공정을 담당하는 대부분의 인력은 해당 총감독, 프로듀서, 해당 직군 리더의 관리·감독 하에 분업화된 본인의 직무를 수행한다.

애니메이션산업의 경우 영화나 방송과 다르게 메인 프로덕션 단계 이전부터 캐릭터 디자인, 애니메틱 제작 등 상당한 인력과 시간을 요하는 작업이 필요하므로 초기 프리프로덕션 단계에서의 인력 비중 또는 프리랜서 활용 비율이 타 장르에 비해 높은 것으로 알려져 있다(한국콘텐츠진흥원, 2019).

#### ④ 영상콘텐츠 제작 관련 직무구조

앞서 검토한 영화, 방송, 애니메이션산업의 주요 제작과정 및 인력구성의 특징을 종합하여, 영상콘텐츠제작 관련 공통 직군 및 제작단계를 재분류해보았다. 다음의 표에서 보듯 제작단계는 기획 및 프리 프로덕션, 프로덕션, 포스트 프로덕션으로 나뉘며, 각 제작단계에서 주로 활동하는 직군은 총 16가지로 분류할 수 있다.

〈표 3-18〉 영상콘텐츠 제작 주요 직군 및 직무구조

제작단계	직군	직무
기획 및 프리 프로덕션	① 기획/제작	제작자 / CP (총괄/기획), 프로듀서/라인프로듀서 / 프로덕션 매니저 (제작실장), 제작팀 / 제작부 (회계/관리/코디네이터 등), 캐스팅, 로케이션 (장소섭외)
	② 작가	원안 / 구성 / 스토리 / 메인작가, 시나리오, 각색 / 윤색 (방송)서브/보조/막내작가 (애니메이션)스토리보드 / 애니메틱(스토리 릴) (애니메이션)디자인 (일러스트레이터/캐릭터/배경)
프로덕션	③ 연출	연출/감독, 연출팀 (AD/FD/현장진행 등), 스크립터, 보조출연 관리자, 무술감독(무술지도), 코디네이터
	④ 촬영	촬영감독 (ENG/VJ/특수/장비), 카메라 오퍼레이터, 포커스 풀러(Focus Puller), 촬영팀 스태프 (퍼스트/세컨/서드/막내), 장비 / 그림 / 크레인 / 스테디캠 / 지미집
	⑤ 조명	조명감독, 조명오퍼레이터, 조명팀 스태프 (퍼스트/보조), 발전차 / 조명장비
	⑥ 동시녹음/오디오	오디오감독, 동시녹음 / 오디오팀 스태프, 붐오퍼레이터 / 붐맨 / 케이블맨, PA 음향
	⑦ 미술	미술감독, 미술팀 스태프
	⑧ 세트/무대/소품	세트감독 / 무대감독, 세트팀 / 무대제작 스태프, 소품팀장, 소품팀 / 디자이너 / 인테리어 / 푸드스타일리스트, 특수효과 / 특수소품 / 특수차량
	⑨ 의상/분장/미용/헤어	의상감독 / 팀장, 의상디자이너 / 의상 팀원 / 스태프, 분장/미용 / 헤어 감독 / 팀장, 분장 / 미용 / 헤어, 팀원(아티스트/디자이너), 특수의상/특수분장
	⑩ 애니메이션(2D) 스태프	레이아웃 / 원화 / 클린업, 동화, 스케닝, 컬러링 / 채색(페인팅), 애니메이션 촬영 / 렌더링
	⑪ 애니메이션(3D) 스태프	모델링, 리깅(캐릭터 셋업), 페이셜, 매핑, 애니메이션(키 애니메이션), 랜더링 / 쉐이딩 / 라이팅(마스터, 씬), 비주얼 이펙트(VFX), 컴포지트(합성), 모션캡처
	⑫ 편집	편집감독 / 편집기사, 편집팀 스태프 (자막 포함)
포스트 프로덕션	⑬ 음악	음악감독, 작사 / 작곡 / 편곡
	⑭ 음향/믹싱/싱크	음향감독 / 사운드디자이너, 음향팀 스태프, 사운드 믹싱 / 레코딩 스태프, 성우녹음/후시녹음
	⑮ 시각효과/VFX	시각효과 / CG감독 / VFX 슈퍼바이저, VFX / CG 스태프
	⑯ DI(색보정)/현상	DI 팀장, DI 스태프, 현상팀

### 3. 식별 방법

콘텐츠산업 프리랜서 식별은 앞에서 제시한 콘텐츠산업의 프리랜서 특성과 범위를 기반으로 한다. 우선 프리랜서의 식별은 일반적으로 종사상 지위 및 계약형태로 구분할 수 있으며, 콘텐츠산업의 특성을 고려해 사용종속성과 경제종속성 정도를 통해 세분화할 수 있다.

#### 가. 종사상 지위 및 계약형태에 의한 구분

종사상 지위 및 계약형태는 개인이 객관적으로 판단할 수 있는 요소이다. 일반적인 고용노동 조사에서는 종사상 지위를 크게 임금근로자, 고용원이 있는 자영업자, 고용원이 없는 자영업자, 무급가족노동자로 구분한다. 다만 콘텐츠사업의 특성상 1인 자영업자는 프로젝트 단위로 단속적으로 제작 등에 참여하게 되면서 지휘·통제를 많이 받는다. 최근 근로자성이 노동시장에 이슈화되고 개인이 아닌 사업자와의 계약을 통해 노무를 제공받는 경향이 커지고 있다. 이로 인해 콘텐츠산업 프리랜서 식별에서는 고용인 없는 자영업자를 사업자등록 여부로 구분할 필요가 있다.

계약형태는 크게 두 가지로 나뉜다. 계약 상대방(사용자)이 존재하는 근로계약과 도급/위임계약이 있다. 여기에 더해 개인 창작이 있는데 이는 계약 상대방 없이 저작권을 기반으로 수익을 창출하는 경우를 말한다. 계약형태만을 기준으로 하면 개인 창작은 분류되기 어렵지만, 앞의 두 경우와 달리 계약을 맺지 않고도 일하는 나머지 인력을 식별하기 위해서는 개인 창작 항목이 필요하다. 다음은 통계청에서 제공하는 고용 관련 조사 설문지를 바탕으로 이상의 논의를 적용해 조사 및 응답 내용을 설계한 것이다.

〈표 3-19〉 종사상 지위 및 계약 형태에 의한 식별기준

구 분	조사 내용	응답 내용
종사상 지위	귀하는 콘텐츠산업에서 어떠한 종사상 지위로 주로 일을 하십니까? (기간 및 분야 설정)	① 정규직    ② 비정규직(계약직, 시간제 등)    ③ 파견 ④ 고용원이 있는 자영업자 ⑤ 고용원이 없는 자영업자(사업자등록 함) ⑥ 고용원이 없는 자영업자(사업자등록안함)    ⑦ 무급 가족노동자
계약 형태	귀하는 콘텐츠산업에서 어떠한 (계약)형태로 주로 일을 하십니까? (기간 및 분야 설정)	① 근로계약 ② 도급/위임/위탁 ③ 개인적인 창작

## 나. 사용종속성 판단

사용종속성 정도는 다양한 사항에 근거해 판단하기 때문에 개인의 종사상 지위나 일하는 형태만으로는 파악하기 어렵다. 프리랜서의 근로자성 인정 여부도 사용종속성을 기반으로 논의되고 있으며, 관련 법적 논쟁 사례 또한 다양하다. 많은 경우 사용종속성을 판단하기 위해 실제 작업 현장에서 일이 어떻게 이루어지며 그 과정에서 사용자와 노무 제공자가 어떠한 관계를 갖는지를 조사한다.

객관적 지표가 없는 상황에서 사용종속성 정도를 파악하기 위해서는 개인이 생각한 주관적 지표를 활용해야 한다. 사용종속성은 일에 대한 자율성 정도(작업시간(출·퇴근, 일정 등), 작업방식, 작업 장소, 작업내용 등)와 일에 대한 정도 지휘·통제를 받는 정도를 통해 파악할 수 있다. 프리랜서는 개인의 주관적 판단에 의존해 일의 상황을 인식하고, 실제 프리랜서가 되는 주요 동기 또한 자율성에 있다는 점에서 주관적 지표는 상당히 유용한 측정 도구다.

조사를 통해 프리랜서를 식별하는 해외 연구를 참고하면, 조사 대상에서 프리랜서 인식 여부를 묻기도 한다. 프리랜서는 일하는 방식과 조건뿐만 아니라 노동시장에서 자신이 지향하는 정체성과 직무 및 직업적 특성을 고려해서 종합적으로 자신의 상태를 결정한다. 다양한 지표에 의한 프리랜서 여부를 판단하는 것보다는 프리랜서의 주관적 인식이 현실에서는 오히려 이들을 식별하는데 더 유용할 수 있다. 해외 프리랜서 조사 설문지를 바탕으로 이상의 논의를 적용해 조사 및 응답 내용을 설계하면 다음과 같다.

〈표 3-20〉 사용종속성에 의한 식별 기준

구 분	조사 내용	응답 내용
지휘통제 정도	귀하는 콘텐츠산업에서 일을 할 때 다음 사항을 선택하거나 바꿀 수 있습니까? (작업시간, 작업방식, 작업 장소, 작업내용 등)	① 있음 ② 없음
	귀하는 콘텐츠산업에서 일을 할 때 지휘·통제를 어느 정도 받고 있다고 생각하십니까?	① 전혀 안받음 ② 거의 안받음 ③ 가끔 받음 ④ 대부분 받음 ⑤ 항상 받음
주관적 인식	귀하는 본인이 콘텐츠산업에서 프리랜서라고 생각하십니까?	① 그렇다 ② 아니다

## 다. 경제종속성 판단

노무 제공에 대한 사용종속적 관계를 판별하는 다양한 요소 중 하나로 경제종속성을 들 수 있다. 프리랜서는 특정 사용자에게 장기간 전속되지 않고 다양한 사용자를 대상으로 단기간 노무를 제공하는 특징을 갖는다. 따라서 어떤 관계에 경제적으로 종속되어 있다면, 해당 일에 대해서는 사용종속적 관계에 있을 가능성이 크다(Muhl, 2020). 이는 콘텐츠산업에서도 동일하게 적용되는데 특정 사용자에게 경제적으로 종속되어 있다면 해당 인력은 프리랜서가 아닐 가능성이 크다.

경제종속성은 다양한 요인에 의해 판단할 수 있다. 우선 해당 인력이 다양한 사용자에게 노무를 제공한다면 특정 사용자에 대한 경제종속성은 약해진다. 즉 콘텐츠산업에서 계약 상대방 수가 많을수록 프리랜서로 판단될 가능성이 크다. 다만, 분야 및 직무에 따라, 시기에 따라, 계약 상대방 수가 달라지기 때문에 이를 판단할 수 있는 수준을 정하는 것은 어렵다. 또한 콘텐츠산업 종사자는 부수입을 위해 관련 전문성을 발휘할 수 있는 부업을 갖고자 한다. 부업의 특성상 해당 업무에 대해서 상당부분 자율성이 보장되어야 인력이 추가적인 노무 제공할 수 있으므로 부업에 해당하는 인력은 자신을 프리랜서로 판단할 가능성이 크다. 콘텐츠산업의 특성상 전문성이 있는 인력은 근로계약을 하고 있더라도 자신의 시간과 네트워크를 이용해 콘텐츠를 생산·유통할 수 있으며, 이러한 경향은 콘텐츠 제작 기술과 미디어가 발전하면서 더욱 확대되고 있다. 통계청에서 제공하는 고용 관련 조사 설문지와 해외 프리랜서 조사 설문지를 바탕으로 이상의 논의를 적용해 조사 및 응답 내용을 설계하면 다음과 같다.

〈표 3-21〉 경제종속성에 의한 식별 기준

구 분	조사 내용	응답 내용
(계약) 대상 수	귀하는 수입을 위해 몇 명(개)의 대상(콘텐츠 관련 업종 + 다른 업종)과 일(계약)을 하셨습니까? (기간 및 분야 설정)	(        ) 곳
부업 경험	귀하는 수입을 위해 콘텐츠 관련 부업을 가진 경험이 있으십니까? (기간 및 분야 설정)	① 있음 ② 없음
소득비중	귀하는 전체 노동소득 중 콘텐츠 관련 수입이 차지하는 비중은 어느 정도입니까? (기간 및 분야 설정)	(        )% / 전체 노동소득

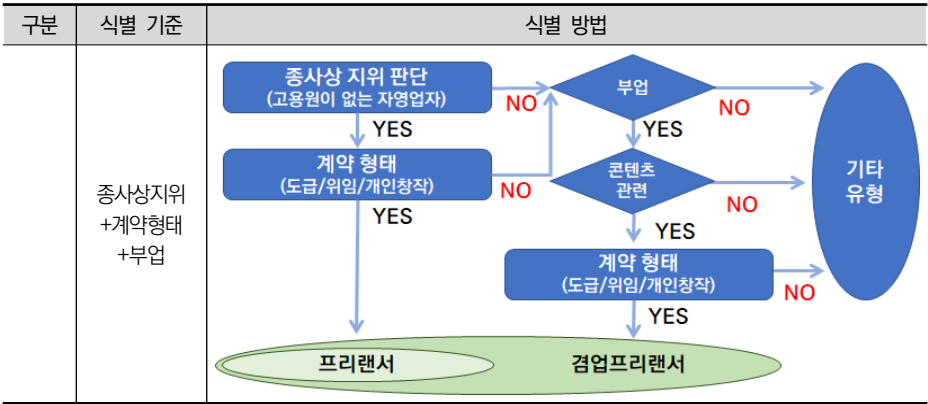
## 라. 종합

콘텐츠산업 프리랜서는 종사상 지위 및 계약형태, 사용종속성과 경제종속성 정도를 통해 식별할 수 있다. 이를 다시 재분류하면 종사상 지위 및 계약형태와 경제종속성은 보다 객관적 지표이며, 사용종속성은 주관적 지표에 해당한다. 주관적 지표는 응답자에 따라 프리랜서 여부가 결정되기 때문에 분류의 여지가 없지만, 이와 달리 객관적 지표는 다양한 지표를 통합함으로써 보다 정교화할 수 있다. 종사상 지위와 경제종속성을 결합하면 ① 종사상 지위로 고용원이 없는 자영업자 기타 유형을 구분할 수 있다. ② 기타 유형 중 콘텐츠산업 관련 부업을 가지고 있는 인력은 프리랜서 성향을 가지고 있으므로 겸업 프리랜서로 판단할 수 있다.

여기에 계약 관계를 추가하면 프리랜서 식별을 더욱 정교하게 할 수 있다. ① 종사상 지위로 고용원이 없는 자영업자 중 근로계약을 맺은 인력은 제외한다. 이는 콘텐츠산업에서 비정규직과 자영업의 구분이 명확하지 않아 나타나는 현상으로, 자영업자임에도 불구하고 노무 제공에 대해 근로계약을 한 경우이기에 제외한다. ② 고용원이 없고 자영업자가 아닌 기타 유형 중 콘텐츠산업 관련 부업을 가지고 있는 인력은 프리랜서 성향을 지닌 것으로 판단하나, 부업을 가졌으나 근로계약을 한 경우는 제외한다. 이상의 논의를 구조화하면 콘텐츠산업 프리랜서 식별방식은 다음과 같다.

〈표 3-22〉 콘텐츠산업 프리랜서 식별 기준 및 방법

구분	식별 기준	식별 방법
주관적 지표	지휘·통제 여부	프리랜서: 지휘·통제 전혀 또는 거의 받지 않음
	주관적 프리랜서 인식	프리랜서: 그렇다
객관적 지표	종사상 지위+부업	<pre> graph TD     A[종사상 지위 판단 (고용원이 없는 자영업자)] -- YES --&gt; B(프리랜서)     A -- NO --&gt; C{부업}     C -- NO --&gt; D(기타 유형)     C -- YES --&gt; E{콘텐츠 관련}     E -- NO --&gt; D     E -- YES --&gt; F(겸업프리랜서)           </pre>





콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구

제4장

## 콘텐츠산업 프리랜서 노동환경 조사



## 제1절 노동환경 정량 조사

---

### 1. 조사 개요

#### 가. 조사 목적

콘텐츠산업 프리랜서 노동을 분석하기 위해서는 프리랜서 노동의 다양한 특성을 파악할 수 있는 자료가 있어야 한다. 프리랜서는 일하는 방식이 단속적이고 많은 주체에게 노무를 제공하며, 장르별·직무별 일하는 방식과 프리랜서에 대한 인식이 상이하다. 따라서 이들의 일하는 형태와 그 변화에 대한 정보가 필요하다.

여기서는 3장에서 도출한 조사 대상의 구조화와 프리랜서 식별기준과 방법을 적용해 조사를 진행함으로써 프리랜서 식별 방식을 검증한다. 또한 식별된 콘텐츠산업 종사자 유형별 지위와 인식, 노동환경을 파악함으로써 향후 이들의 역량 강화, 노동환경(처우) 개선, 정보격차 완화에 대한 시사점을 제공한다. 끝으로 콘텐츠산업 프리랜서 현황을 지속해서 파악할 수 있는 틀을 구축해 관련 정보 생산에 기여하고, 콘텐츠산업 진흥 및 인력 정책 정보를 제공한다.

#### 나. 조사 구성

콘텐츠산업은 다양한 장르와 직무가 존재하므로 주어진 시간과 제한된 예산 아래에서 자료의 정교성과 사용 가능성을 높이기 위해서는 조사 대상의 범위를 한정하는 것이 필요하다. 여기서는 장르별·직무별 특성에 따라 일하는 방식이 다양하며, 미디어·플랫폼 환경 변화에 가장 큰 영향을 받고 있는 영상콘텐츠 제작인력을 조사 대상으로 한정하였다. 콘텐츠산업의 전통적인 구분에 따르면 영상콘텐츠는 방송, 영화, 애니메이션 장르로만 구분하지만, 장르 확장성을 고려해 영상콘텐츠 유형을 세분화(영화, 방송, 애니메이션, 온라인·모바일 영상콘텐츠(웹드라마/숏폼 등), 크리에이터 콘텐츠(유튜브 등), 광고,

실감형(VR/AR) 콘텐츠, 기타)하고 장르별 대상의 규모에 변동 폭을 주어 조사하였다. 조사는 구조화된 설문지에 의한 자기기입식으로 실시하였다.

〈표 4-1〉 조사 대상, 방법, 규모 설정

	주요 내용
조사 대상	영화, 방송, 애니메이션, 기타 영상콘텐츠 제작 인력
조사 방법	구조화된 설문지에 의한 자기기입식 조사
조사 기간	2021. 6. 28 ~ 7.23
규모 설정	영상제작 인력 631명 - 방송제작 50% ± 10% - 영화제작 30% ± 10% - 애니메이션 등 기타 영상콘텐츠 제작 20% ± 10%

조사항목은 프리랜서 식별 및 특성, 역량 강화 및 경력개발 관리 현황, 노동환경, 정책 수요 등으로 구성하였다. 구분되면 구체적인 내용은 〈표 4-2〉와 같다.<sup>14)</sup>

〈표 4-2〉 조사 항목

	주요 내용
프리랜서 식별 및 특성	- 시기별 영상제작 참여 형태 파악 - 자율성 정도 파악 - 주관적 프리랜서 의식과 프리랜서가 된 동시 파악
역량 강화 및 경력개발 관리 현황 파악	- 역량 수준 파악 - 교육과정 이수 및 역량 개발 형태 - 경력개발 및 관리 현황
노동환경 파악	- 시기별 노동환경(임금, 노동시간) 변화 파악 - 일에 대한 상황 파악 - 일에 대한 만족도 파악 - 불공정 행위 경험 현황 파악
정책 수요	-교육훈련 수요 -노동환경 정책 수요

조사는 [그림 4-1]과 같이 조사 설계, 조사 수행회의, 분석대상 추출, 조사 진행, 조사 처리 순으로 진행된다.

14) 구체적인 조사 항목 및 내용은 〈부록〉의 「영상콘텐츠 제작인력 노동환경 조사지」를 참조하라.

[그림 4-1] 조사 절차



콘텐츠산업 프리랜서 조사를 위해 가장 중요한 단계는 조사 설계와 조사 대상 추출 과정이다. 조사 설계에서 조사항목과 조사지는 정교성과 실효성을 확보하기 위해 5단계의 과정을 거쳤다. ① 연구진 회의를 통해 프리랜서 식별 및 노동환경 전반을 파악할 수 있는 조사항목을 도출하였다. ② 각 항목별 조사문항을 작성하였다. 프리랜서 식별 및 특성에 대한 조사 문항은 해외 주요 프리랜서 조사에서 진행한 설문지를 참조하여 작성하였다. 이하 역량, 노동환경, 정책 수요에 대한 질문지는 노동자의 노동환경 전반을 조사하는 산업안전보건연구원의 한국근로환경조사(KWCS) 문항과 장르별 콘텐츠산업 인력조사에서 사용했던 문항을 종합하여 작성하였다. ③ 작성된 조사지는 노동 분야, 영화·방송·애니메이션 현장 전문가에게 검토 받아 각 분야별 직무특성을 보다 정교하게 반영하였다. ④ 정책 수요를 반영하기 위해 각 분야 정책담당으로부터 보완된 조사지를

검토 받아 문항을 추가하거나 세분화하였다. ⑤ 끝으로 설문 조사업체의 검토를 통해 응답자의 편리성을 높였다.

다음으로 조사 대상 추출은 프리랜서 특성상 사업체 기반 조사의 모집단을 사용할 수 없기에 다년간 영상콘텐츠 제작인력 조사를 통해 구축한 조사 명부를 활용하였다. 조사 대상 집단은 관련 협·단체에서 보유한 관련 인력 명부와 그동안 다양한 영상콘텐츠산업 종사자 조사과정에서 구축된 인력 명부를 이용해 구성하였다. 기존 영화·방송·애니메이션산업 종사자 조사 결과에서 기본적인 응답자의 특성(성, 연령, 학력, 경력)을 도출<sup>15)</sup>하고 이에 따라 해당 명부에서 조사 대상을 추출하였다.

## 다. 응답자의 특징

프리랜서는 일하는 방식이 단속적이고 많은 주체에게 노무를 제공한다. 그리고 장르별·직무별 일하는 방식과 프리랜서에 대한 인식이 상이하므로 일하는 형태와 그 변화에 대한 정보를 파악하기 위해서는 현재 영상제작을 하고 있는 인력뿐만 아니라 예비인력과 경력인력을 포함한 전반적인 노동시장의 인력 이동을 파악해야 한다. 이를 위해 본 조사는 2019년 이후 6개월 이상 영상콘텐츠 제작 경험이 있는 인력을 파악하기 위해 선별 질문을 제시하였다(2019년 이후 귀하께서 수입을 위해 영상제작에 6개월 이상 참여하신 적이 있습니까?). 또한 영상콘텐츠를 제작하는 인력의 장르 이동성과 직무 중복성을 고려해 장르와 직무에 대해서는 중복 응답을 허용하였다.

2019년 이후 6개월 이상 영상콘텐츠 제작에 참여한 인력은 총 631명으로 이는 총 응답자 수와 동일하다. 다만 이 중에서 2021년 현재 영상콘텐츠 제작에 참여한 인력은 520명(전체 응답자의 82.4%)으로 약 17.6%가 영상콘텐츠 제작 노동시장에서 이탈한 것으로 나타났다.

영상콘텐츠 제작인력은 크게 3가지 유형으로 구성된다. 우선 영상콘텐츠 제작을 하고 있는 인력, 영상콘텐츠 제작 경험은 있지만 현재는 안하고 있는 경력자, 해당 시점에 노동시장 진입을 하지 않은 신규 인력이다. 631명의 응답자 구성을 보면 2019년에는 영상콘텐츠 제작에 참여한 인력 44.1%, 경력자 유출 18.7%, 신규 진입 37.2%로 나타났다.

15) 콘텐츠산업 종사자들은 다른 산업에 비해 남성이 60~65% 수준이며, 평균연령이 낮고, 학력이 높고, 근속연수가 짧다(이용관·김혜인, 2015).

2020년에는 영상콘텐츠 제작 노동시장에 진입해 영상콘텐츠 제작에 참여한 인력 69.7%, 경력자 유출 22.5%, 신규 진입 7.8%로 나타났다. 2021년에는 신규 인력이 없어서 영상콘텐츠 제작에 참여한 인력 82.4%, 경력자 유출 17.6%로 나타났다.

〈표 4-3〉 영상콘텐츠 제작인력 응답자 구성

	2019년		2020년		2021년	
	응답자수	비중	응답자수	비중	응답자수	비중
영상콘텐츠 제작	278	44.1	440	69.7	520	82.4
경력자 유출	118	18.7	142	22.5	111	17.6
신규 진입	235	37.2	49	7.8	-	-
계	631	100	631	100	631	100

구체적으로 영상콘텐츠 제작인력의 종사상 지위의 변화를 보면, 2019년 기준 영상콘텐츠 제작에 참여한 인력의 종사상 지위는 비정규직이 42.1%로 가장 높은 비중을 보이나, 2020년과 2021년 각각 27.7%, 30.6%로 비중이 감소한다. 반면 영상콘텐츠 제작을 하지 않은 인력은 2020년 19.1%, 2021년 18.0%로 나타나며, 일정하게 유지되는 다른 종사 형태의 비중을 봤을 때 영상콘텐츠 제작 노동시장에서 이탈하는 인력은 대부분 비정규직인 것을 확인할 수 있다. 2020년 기준 영상콘텐츠 제작에 참여하는 인력을 기준으로 종사상 지위의 변화를 봐도 동일한 경향이 나타난다.

〈표 4-4〉 2019년 기준 영상콘텐츠 제작인력의 종사상 지위 변화

	2019년 기준(278명)			2020년 기준(440명)	
	2019	2020	2021	2020	2021
정규직	23.7	21.9	20.5	23.2	21.6
비정규직	42.1	27.7	30.6	30.5	23.2
파견직	2.5	2.9	2.9	3.9	2.1
고용원이 있는 자영업자	1.1	1.8	1.8	1.8	1.4
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록함)	16.9	16.6	16.9	29.3	28.4
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록 안함)	10.8	9.4	9.0	9.6	8.2
무급가족노동자	2.9	0.7	0.4	1.8	0.2
영상콘텐츠 제작 안함		19.1	18.0		15.0

다음으로 영상콘텐츠 제작 경험은 있으나 2019년 기준 영상콘텐츠 제작에 참여하지 않은 인력의 2020년 종사상 지위의 변화를 보면 75.4%가 여전히 영상콘텐츠 제작에

참여하지 않고 있으며, 9.3%가 비정규직으로 영상콘텐츠 제작에 참여하는 것으로 나타났다. 영상콘텐츠 제작에 참여하지 않는 인력 비중은 2021년 14.4%로 크게 감소하나, 이들은 대부분 비정규직으로 참여한다. 2020년 기준 영상콘텐츠 제작에 참여하지 않는 인력을 기준으로 종사상 지위의 변화를 봐도 동일한 경향을 볼 수 있다.

〈표 4-5〉 2019년 및 2020년 기준 영상콘텐츠 제작을 안 한 경력자의 종사상 지위 변화

	2019년 기준(118명)		2020년 기준(142명)
	2020	2021	2021
정규직	3.4	6.8	4.2
비정규직	9.3	52.5	43.7
파견직	5.1	9.3	7.0
고용원이 있는 자영업자	2.5	8.5	6.3
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록함)	3.4	3.4	2.1
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록안함)	0.9	4.2	4.2
무급가족노동자	-	0.9	0.7
영상콘텐츠 제작 안함	75.4	14.4	31.7

끝으로 2020년에 신규로 영상콘텐츠 제작에 참여한 인력의 종사상 지위를 보면 고용원이 없는 자영업자가 약 40%로 가장 높게 나타났으며, 이는 2021년에도 동일하다. 반면 2021년에 신규로 영상콘텐츠 제작에 참여한 인력의 종사상 지위를 보면 비정규직 비중이 가장 높게 나타나는 것을 확인할 수 있다. 신규 인력의 초기 종사상 지위의 변화는 코로나19 등 일하는 환경이 달라졌기 때문으로 보인다.

〈표 4-6〉 2019년 및 2020년 기준 영상콘텐츠 제작 신규 진입자의 종사상 지위 변화

	2019년 기준(235명)		2020년 기준(49명)
	2020	2021	2021
정규직	15.7	16.2	4.1
비정규직	19.6	21.7	69.4
파견직	1.3	1.7	8.2
고용원이 있는 자영업자	-	0.4	2.0
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록함)	33.6	33.2	2.0
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록 안함)	6.4	6.0	4.1
무급가족노동자	2.6	2.1	10.2
영상콘텐츠 제작 안함	20.9	18.7	-



조사 응답자의 인구학적 특징을 보면, 여성 37.5%, 평균 연령 31.6세, 대졸이상 학력자 73.9%다. 콘텐츠산업 종사자 관련 자료에서 일반적으로 볼 수 있는 바와 같이 상대적으로 높은 남성 비중, 적은 연령, 고학력 등이 나타났다. 영상콘텐츠 제작인력의 거주 지역은 서울이 43.1%, 경기도 17.1%로 나타났으며 이들의 경력은 약 4.2년이다. 2021년 기준 종사상 지위는 비정규직이 31.4%로 가장 높았으며, 사업자등록을 한 고용원이 없는 자영업자가 20.4%로 나타났다. 이들의 계약형태는 개인 창작이 38.9%, 근로계약 35.2%, 도급/위임계약 26.0%이며, 약 51.7%가 영상콘텐츠 관련 부업을 하고 있는 것으로 나타났다. 중복을 고려한 장르별·직무별 응답자 비중은 아래와 같다.

〈표 4-7〉 조사 응답자의 인구학적 특징

		응답자수	비중			응답자수	비중
전체		631	100	장르	영화	145	23.0
성별	남성	395	62.6		방송	299	47.4
	여성	236	37.5		애니메이션	18	2.9
평균 연령(세)		631	31.6		웹드라마/숏폼	93	14.7
학력	초대졸 이하	145	26.1		크리에이터 콘텐츠	250	39.6
	대졸 이상	466	73.9		광고	65	10.3
거주 지역	서울	272	43.1		가상현실콘텐츠	10	1.6
	광역시	229	36.3		기타	10	1.6
	경기도	108	17.1	직무	기획/제작	150	23.8
	기타지역	22	3.5		작가	88	13.9
평균 경력(년)		631	4.2		연출	162	25.7
종사상 지위	정규직	103	16.3		촬영	162	25.7
	비정규직	198	31.4		조명	35	5.5
	파견직	23	3.7		동시녹음/오디오	52	8.2
	고용원이 있는 자영업자	16	2.5		미술	39	6.2
	고용원이 없는 자영업자(등록함)	129	20.4		세트/소품	50	7.9
	고용원이 없는 자영업자(등록안함)	44	7.0		의상분장/미용/헤어	35	5.5
	무급가족노동자	7	1.1		2D애니 스태프	12	1.9
	영상제작 안함	111	17.6		3D애니 스태프	6	1.0
계약 형태	근로계약	183	35.2		편집	180	28.5
	도급/위임계약	135	26.0		음악	28	4.4
	개인 창작	202	38.9		음향/믹싱/싱크	39	6.2
영상콘텐츠 관련 부업 없음		251	48.3		시각효과(CG)/VFX	27	4.3
영상콘텐츠 관련 부업 있음		269	51.7		DI(색보정)/현상	12	1.9

주: 계약형태와 부업여부는 2021년 영상제작에 참여한 520명에 대한 것이며, 장르 및 직무는 중복응답을 고려한 수치임.

## 2. 프리랜서 식별 및 특성

### 가. 프리랜서 식별방식 검증

프리랜서 식별방식은 먼저 주관적 의식을 묻는 “귀하께서는 본인이 영상제작 프리랜서라고 생각하십니까?”와 사용종속성을 묻는 “전반적인 자율성을 고려할 때 영상제작 일에 있어 어느 정도 지휘·통제를 받고 있다고 생각하십니까?”라는 질문을 통해 주관적 프리랜서를 식별한다. 또한 일반적으로 사용되는 종사상 지위에 관한 질문을 통해 기타유형(정규직, 비정규직(계약직, 시간제 등), 파견직, 고용원이 있는 자영업자, 무급 가족노동자)과 자영업자(고용원이 없는 자영업자(사업자등록 함), 고용원이 없는 자영업자(사업자등록안함))를 구분하고, 자영업자를 객관적 프리랜서로 식별한다. 또한 설명한 바와 같이 기타유형의 종사상 지위를 가지고 있어도 개별적으로 일을 받아 부업으로 영상제작을 하는 인력도 광의적인 프리랜서로 식별한다. 끝으로 일하는 (계약)형태로 인력의 프리랜서 여부를 판단하면 근로계약을 제외한 나머지 유형은 프리랜서로 식별될 가능성이 높다.

이 단계에서는 조사 결과를 바탕으로 프리랜서 식별 방식을 검증하였다. 주관적 프리랜서 인식과 객관적 프리랜서 지표를 비교해 보면, 프리랜서로 인식하는 인력은 비정규직, 사업자등록을 하지 않은 고용원이 없는 자영업자가 높게 나타났다. 한편 근로계약을 한 인력은 프리랜서로 인식하는 비중이 높은 반면 개인 창작은 반대 경향을 보였다. 비정규직은 근로계약을 맺었음에도 고용의 안정성이 낮아 프리랜서로 인식할 가능성이 높게 나타났다. 영상콘텐츠를 개인적으로 제작하는 인력은 일 단위로 계약을 맺고 노무의 결과물을 제공하지 않고 개인이 저작권을 가지고 저작물을 소비자에게 전달하여 수익을 창출하기 때문에 프리랜서로 인식할 가능성이 낮게 나타났다. 영상콘텐츠 관련 부업이 있는 경우와 계약상대방이 많은 경우에는 프리랜서로 인식하는 비중이 높는데 이는 특정 사용자에게 대한 경제적 종속성이 낮다는 프리랜서의 특성을 보여주는 결과다.

〈표 4-8〉 주관적 프리랜서 인식과 객관적 지표

	아니다(467명)		그렇다(164명)	
	비중/평균값	표준편차	비중/평균값	표준편차
정규직	24.1	42.8	9.3	29.1
비정규직	30.9	46.3	55.6	49.8

	아니다(467명)		그렇다(164명)	
	비중/평균값	표준편차	비중/평균값	표준편차
파견직	4.6	21.0	4.0	19.6
고용원이 있는 자영업자	2.4	15.4	4.6	21.1
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록함)	30.6	46.2	10.6	30.9
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록안함)	6.0	23.7	14.6	35.4
무급가족노동자	1.4	11.6	1.3	11.5
근로계약	31.7	46.6	43.7	49.8
도급/위임계약	24.4	43.0	29.8	45.9
개인 창작	43.9	49.7	26.5	44.3
영상콘텐츠 관련 부업 없음	52.3	50.0	38.4	48.8
영상콘텐츠 관련 부업 있음	47.7	50.0	61.6	48.8
계약 상대방수	1.85	1.88	3.22	3.80
관측치	369		151	

다음으로 사용종속성을 보여주는 지휘·통제 여부(없음 = ① 전혀 안받음, ② 거의 안받음 / 있음 = ③ 가끔 받음, ④ 대부분 받음, ⑤ 항상 받음)와 객관적 프리랜서 지표를 함께 보았다. 지휘통제를 안 받는다(없음)고 응답한 인력은 고용원이 없는 자영업자, 개인 창작자, 영상콘텐츠 관련 부업이 있음 비중이 높게 나타났다. 반면 도급/위임 계약을 한 인력은 지휘·통제를 받는다는 비중이 높게 나타났는데, 일 단위로 결과물을 제공하는 방식의 계약을 진행하고 있지만 실제 영상콘텐츠를 제작하는 과정상 사용자의 지휘·통제를 받고 있다는 것을 확인할 수 있다.

〈표 4-9〉 지휘·통제 여부와 객관적 지표

	있음(467명)		없음(164명)	
	비중/평균값	표준편차	비중/평균값	표준편차
정규직	24.6	43.1	7.0	25.7
비정규직	46.6	49.9	15.5	36.3
파견직	5.6	22.9	1.4	11.8
고용원이 있는 자영업자	4.0	19.5	0.7	8.4
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록함)	11.4	31.8	60.6	49.0
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록안함)	6.9	25.3	12.7	33.4
무급가족노동자	1.1	10.2	2.1	14.4
근로계약	43.7	49.7	12.7	33.4

	있음(467명)		없음(164명)	
	비중/평균값	표준편차	비중/평균값	표준편차
도급/위임계약	31.7	46.6	10.6	30.8
개인 창작	24.6	43.1	76.8	42.4
영상콘텐츠 관련 부업 없음	49.5	50.1	45.1	49.9
영상콘텐츠 관련 부업 있음	50.5	50.1	54.9	49.9
계약 상대방수	2.31	3.02	2.06	1.25
관측치	378		142	

객관적 프리랜서 식별 지표를 검증하기 위해 주관적 지표와의 상관관계를 분석하였다. 종속변수인 주관적 인식과 지위·통제 여부가 이항변수이기 때문에 로짓(Logit)분석을 이용하였다. 주요 설명변수로는 객관적 식별 지표로 활용하여 종사상 지위, 계약형태, 영상콘텐츠 관련 부업 여부를 사용하였으며 성별, 연령, 경력, 학력, 전공, 소득 및 영상 소득 비중을 통제하였다.

분석 결과, 정규직보다 모든 종사상 지위에서 프리랜서로 인식할 가능성이 높게 나타났다. 도급/위임 계약을 한 인력의 인식 가능성은 낮으며, 영상콘텐츠 관련 부업이 있고, 계약상대방 수가 많을수록 프리랜서로 인식할 가능성이 높게 나타났다. 여성에 비해 남성이, 초대졸 이하에 비해 대졸자가, 영상 전공을 안 한 인력이 프리랜서로 인식할 가능성이 낮게 나타났다. 즉 여성, 고학력, 영상 전공자가 프리랜서로 인식할 가능성이 높다는 것을 의미한다. 경력이 많고 영상소득 비중이 높을수록 프리랜서로 인식할 가능성이 높아지는데 이는 노동시장에서 경력에 따라 임금수준이 빠르게 증가하고 일거리를 구하기도 쉬워 상대적으로 프리랜서 시장이 발달했기 때문이다.

지휘·통제 여부에 대한 분석은 고용원이 없는 자영업자만이 사용종속성이 약한 것으로 나타났다. 주관적 인식과 지휘·통제 여부에 대한 분석 결과를 종합하면 고용원이 없는 자영업자가 객관적 프리랜서 식별 지표로 유용함을 보여준다. 또한 영상콘텐츠 부업과 계약 상대방 수도 경제적 종속성을 보여준다는 측면에서 콘텐츠산업 프리랜서를 판단하는 유용한 지표가 될 수 있다. 다만 부업과 계약 상대방 수는 강한 상관관계를 보이므로 여기서는 보다 판단이 용이한 부업 여부를 통해 광의적 프리랜서 여부를 판단한다.

〈표 4-10〉 객관적 프리랜서 지표 분석 결과

	주관적 인식		지휘통제	
	계수값	표준오차	계수값	표준오차
비정규직(ref. 정규직)	2.968***	(0.570)	-0.254	(0.583)
파견직	2.157***	(0.638)	-0.558	(0.902)
고용원이 있는 자영업자	3.132***	(0.792)	-0.989	(1.156)
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록함)	1.731**	(0.675)	1.997***	(0.582)
고용원이 없는 자영업자(사업자 등록안함)	3.650***	(0.749)	1.236**	(0.616)
무급가족노동자	3.982***	(0.963)	0.474	(0.962)
도급/위임계약(ref. 근로계약)	-0.769*	(0.406)	-0.372	(0.521)
개인 창작	-0.072	(0.486)	0.483	(0.507)
영상콘텐츠 관련 부업 있음(ref. 없음)	0.822**	(0.358)	-0.459	(0.281)
계약 상대방수	0.163**	(0.066)	-0.056	(0.088)
여성(ref. 남성)	0.578**	(0.289)	-0.184	(0.280)
연령	0.028	(0.196)	0.202	(0.195)
연령×연령	0.001	(0.003)	-0.003	(0.003)
대졸이상(ref. 초대졸 이하)	-1.530***	(0.332)	-0.331	(0.255)
영상 전공 안함(ref. 함)	-2.491***	(0.390)	1.013**	(0.472)
경력	0.112***	(0.039)	-0.052	(0.059)
소득	-0.000	(0.000)	0.001	(0.000)
영상소득 비중	0.018***	(0.007)	-0.007	(0.005)
상수항	-2.491	(3.556)	-5.770	(3.532)
Pseudo-R2	0.48		0.33	

주: \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1. 영상콘텐츠 제작인력 520명을 대상으로 로짓분석한 결과로 ( )는 강건표준오차를 의미함

## 나. 프리랜서 특성<sup>16)</sup>

### 1) 프리랜서 구분

일반적으로 프리랜서로 고려되는 고용원이 없는 자영업자는 약 33.3%, 영상제작 부업을 하고 있는 인력을 고려하면 영상제작 프리랜서는 61.9%로 나타났다. 일한(계약) 형태로 보면 프리랜서로 볼 수 있는 개인 창작 인력과 도급/위임 계약을 한 인력이 각각 38.8%, 26.0%로 나타났다 지휘·통제 여부와 주관적 인식에 의하면 약 26%가 프리랜서인 것으로 나타났다.

16) 이하 조사 결과를 보여주는 〈표〉에서 종사상 지위와 일한 형태에 대한 결과는 2021년 영상콘텐츠 제작에 참여한 520명의 응답자에 대한 것이고, 지휘통제, 주관적 인식에 대한 결과는 631명의 응답자에 대한 것이다.

〈표 4-11〉 프리랜서 구분

	객관적 지표 (520명)						주관적 지표(631명)			
	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
	기타유형	자영업자		근로계약	도급/ 위임	개인창작	있음	없음	아니다	그렇다
		부업있음								
응답자수(명)	347	322	173	183	135	202	467	164	467	164
비중	66.7	61.9	33.3	35.2	26.0	38.8	74.0	26.0	74.0	26.0

## 2) 다른 업종에서 일하는 형태

다른 업종에서 일하는 형태를 보면 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 자신을 프리랜서로 인식하지 않는 경우에 다른 업종에서 일하는 비중이 높게 나타났다. 상대적으로 자영업자와 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력은 판매업에 많이 종사하며, 프리랜서로 인식하는 인력은 교육(강의)업에서 일하는 비중이 높게 나타났다.

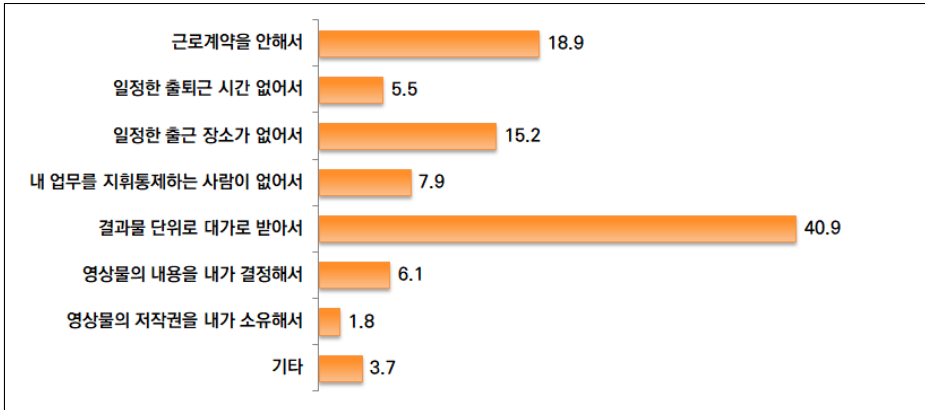
〈표 4-12〉 다른 업종에서 일하는 형태

	비중	종사상 지위			일한 형태			지휘통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
안함	44.8	59.4	32.9	15.6	65.0	64.4	13.4	54.8	18.3	41.2	53.6
교육(강의)업	8.7	9.2	9.6	7.5	7.7	10.4	8.4	9.5	6.3	4.6	18.5
운송배달업	2.7	3.2	2.2	1.7	2.7	3.7	2.0	2.6	2.8	2.2	4.0
판매업	8.1	6.6	7.1	11.0	1.6	11.1	11.9	6.3	12.7	8.9	6.0
기타업종	35.8	21.6	48.1	64.2	23.0	10.4	64.4	26.7	59.9	43.1	17.9

## 3) 프리랜서로 인식하는 이유

프리랜서로 인식하는 이유(164명)는 결과물 단위로 대가로 받아서(40.9%), 근로계약을 안 해서(18.9%), 일정한 출근 장소가 없어서(15.2%) 순으로 높게 나타났다. 프리랜서로 인식하는 기준이 노동시간 기반 계약과 대가 지급이 아닌 결과물 기반 계약과 대가 지급이라는 것을 보여준다.

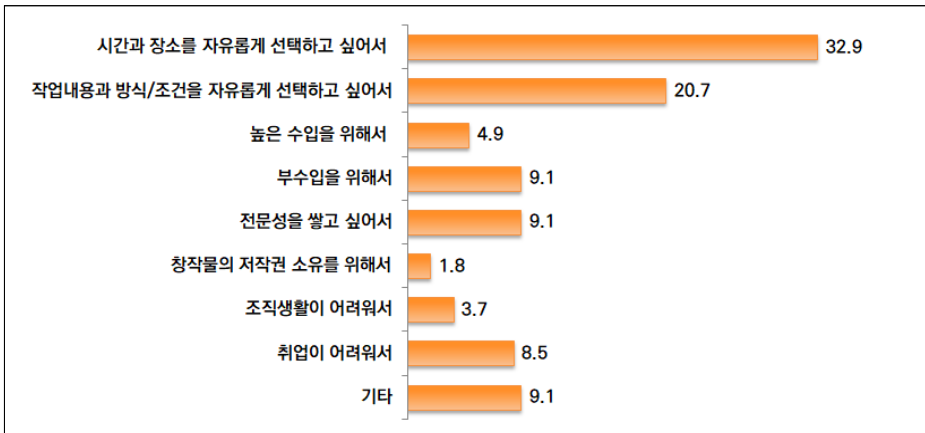
[그림 4-2] 프리랜서로 인식하는 이유



#### 4) 프리랜서로 활동하는 동기

프리랜서로 활동하는 동기는 시간과 장소를 자유롭게 선택하고 싶어서(32.9%), 작업 내용과 방식·조건을 자유롭게 선택하고 싶어서(20.7%), 부수입을 위해서(9.1%), 전문성을 쌓고 싶어서(9.1%) 순으로 높게 나타났다.

[그림 4-3] 프리랜서로 활동하는 동기

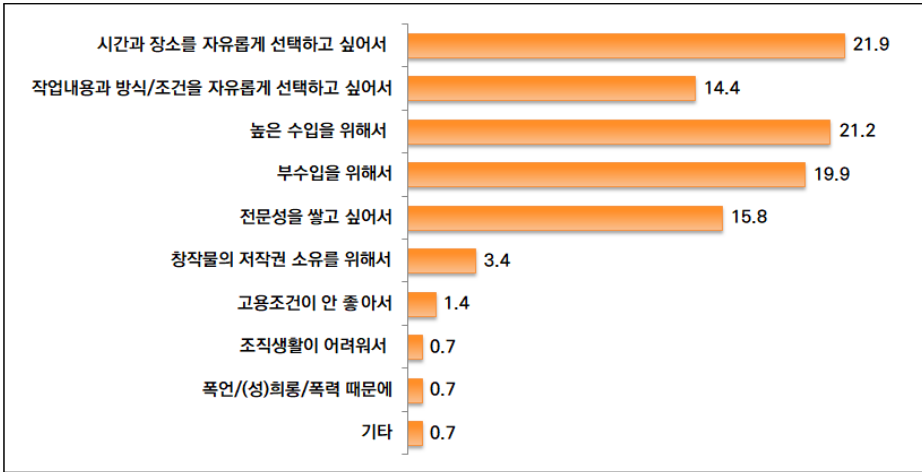


#### 5) 프리랜서 활동 계획 여부 및 이유

프리랜서로 인식하지 않는 인력(467명) 중 약 31.3%는 프리랜서 활동 계획이 있는 것으로 나타났다. 이들이 프리랜서 활동 계획을 세운 이유는 시간과 장소를 자유롭게

선택하고 싶어서(21.9%), 높은 수입을 위해서(21.2%), 부수입을 위해서(19.9%), 전문성을 쌓고 싶어서(15.8%) 순으로 높게 나타났다.

[그림 4-4] 프리랜서 활동 계획 여부 및 이유



### 3. 프리랜서 노동환경 실태

#### 가. 역량 강화 및 경력개발 관리 현황

##### 1) 역량 수준

개인 역량 수준을 측정하기 위해 자신이 하는 일의 요구 역량과 자신의 보유역량을 비교하였다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력이 상대적으로 개인 역량을 낮게 평가하였다.

〈표 4-13〉 개인 역량 수준

전체	종사상 지위			일한 형태			지휘통제		주관적 인식	
	기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
		부업있음								
-0.27	-0.24	-0.30	-0.27	-0.33	0.03	-0.37	-0.24	-0.34	-0.28	-0.23

주: ① 나는 일을 잘하기 위해 역량(지식)이 더 필요하다는 -1, ② 나의 일은 현재 나의 역량(지식) 수준과 잘 맞다는 0, ③ 나는 현재보다 더 어려운 일도 할 수 있는 역량(지식)이 있다는 1로 재구성하여 환산한 값으로 값이 음수이면 일에 비해 역량 수준이 낮은 것을, 양수이면 역량 수준이 높은 것을 의미함.



## 2) 영상콘텐츠 관련 정규교과과정 참여

자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 상대적으로 정규교육을 받은 비중이 낮게 나타났다. 영상콘텐츠 관련 정규교육과정의 만족도는 자영업자, 도급/위임 계약자, 지휘·통제를 안받음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났다. 정규교육의 실습 비중은 자영업자, 개인 창작, 지휘·통제를 안받음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났다.

〈표 4-14〉 영상콘텐츠 관련 정규교육과정 참여 비중·만족도 및 실습 비중

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
참여 비중	22.7	32.6	31.1	14.5	47.0	25.2	8.9	28.7	5.5	10.5	57.3
만족도	-0.01	-0.09	-0.05	0.28	-0.07	0.18	-0.17	-0.03	0.22	-0.16	0.06
실습비중	47.1	45.9	46.6	51.8	45.9	47.7	50.8	47.1	47.2	42.0	49.7

주: 만족도는 ① 매우 낮음은 -2, ② 낮음은 -1, ③ 보통은 0, ④ 높음은 1, ⑤ 매우 높음은 2로 재구성하여 환산한 값으로 값이 음수로 클수록 만족도가 낮게, 양수로 클수록 만족도가 높은 것을 의미함.

## 2) 제작역량 확보 경로

영상콘텐츠 관련 정규교육과정을 경험하지 않은 인력이 영상콘텐츠 제작역량을 가지게 된 경로는 지인 통해 배워서(26.8%), 민간기관 교육과정을 통해(25.0%), 제작사 또는 제작현장에서 들어가 일을 배움(23.4%), 개인적으로 학습(21.1%) 순으로 나타났다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력은 지인을 통해서 배우거나 개인적인 학습을 통해 제작역량을 확보하는 것으로 나타났다.

〈표 4-15〉 제작역량 확보 경로

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
①	3.3	5.6	1.8	0.7	3.1	8.9	1.1	4.2	1.3	3.1	4.3
②	25.0	40.6	12.2	6.1	35.1	60.4	4.9	31.5	11.0	25.8	20.0
③	26.8	11.5	44.1	58.8	11.3	5.0	53.3	18.3	45.2	28.7	15.7
④	23.4	28.2	13.1	0.7	35.1	15.8	9.2	28.8	11.6	23.0	25.7
⑤	21.1	13.2	28.8	33.8	13.4	9.9	31.5	16.5	31.0	18.9	34.3
⑥	0.4	0.9	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.6	0.0	0.5	0.0

주: ① 공공 교육과정을 통해, ② 민간기관 교육과정을 통해, ③ 지인 통해 배워서, ④ 제작사 또는 제작현장에서 들어가 일을 배움, ⑤ 개인적으로 학습, ⑥ 기타

### 3) 교육훈련 경험과 만족도

온라인 교육훈련은 7.6%가 평균 3.3회 경험했으며, 만족도는 보통이상으로 나타났다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않거나 프리랜서로 인식하지 않는 인력은 교육훈련 경험 비중과 횟수가 낮게 나타났다. 온라인 교육훈련 만족도는 자영업자와 지휘·통제를 받지 않거나 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 상대적으로 높게, 개인 창작을 하는 인력에서 낮게 나타났다.

〈표 4-16〉 온라인 교육훈련 경험

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
있음	7.6	11.5	9.3	2.3	14.8	8.1	3.0	8.8	4.3	2.6	22.0
회	3.3	3.3	3.9	4.3	3.4	3.8	2.3	3.4	2.6	2.3	3.6
만족도	0.25	0.28	0.30	0.50	0.37	0.27	0.00	0.24	0.29	0.50	0.17

주: ① 매우 낮음은 -2, ② 낮음은 -1, ③ 보통은 0, ④ 높음은 1, ⑤ 매우 높음은 2로 재구성하여 환산한 값으로 값이 음수로 클수록 만족도가 낮게, 양수로 클수록 만족도가 높은 것을 의미함.

오프라인 교육훈련은 7.9%가 평균 3.6회 경험했으며, 만족도는 보통이상으로 나타났다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않거나 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 교육훈련 경험 비중이 낮게 나타났고, 횟수에 있어서도 자영업자를 제외하고 모두 낮게 나타났다. 오프라인 교육훈련 만족도는 자영업자와 도급/위임 계약자에서 상대적으로 높게, 개인 창작을 하는 인력에서 낮게 나타났다.

〈표 4-17〉 오프라인 교육훈련 경험

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
있음	7.9	11.5	9.6	2.9	14.8	8.9	3.0	9.0	4.9	4.3	18.3
회	3.6	3.6	4.2	5.4	3.6	4.8	2.3	3.6	3.5	2.5	4.4
만족도	0.60	0.63	0.58	0.80	0.63	0.83	0.33	0.60	0.63	0.60	0.60

주: ① 매우 낮음은 -2, ② 낮음은 -1, ③ 보통은 0, ④ 높음은 1, ⑤ 매우 높음은 2로 재구성하여 환산한 값으로 값이 음수로 클수록 만족도가 낮게, 양수로 클수록 만족도가 높은 것을 의미함

교육훈련에 참여하지 못하는 이유는 교육비용이 많이 들어서(23.8%), 시간이 없어서(16.2%), 필요한 교육훈련 과정이 없어서(15.3%), 교육에 대한 정보를 얻기 힘들어서

(11.2%), 교육 효과에 대해서 회의적이어서(10.8%) 순으로 높게 나타났다. 도급/위임 계약자와 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서는 교육비용 문제, 기타 유형 인력, 근로 계약자, 프리랜서로 인식하는 인력에서는 시간이 없어서, 기타 유형 인력과 도급/위임 계약자에서는 필요한 교육과정이 없어서가 높게 나타났다.

〈표 4-18〉 교육훈련에 참여 못 하는 이유

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
①	15.3	19.9	11.3	10.7	12.2	31.7	10.7	17.2	10.3	15.7	14.2
②	23.8	23.5	22.0	23.2	19.2	27.6	24.0	23.3	25.0	27.7	10.4
③	16.2	18.2	16.2	13.1	19.2	17.9	13.3	17.2	13.5	13.2	26.1
④	9.0	9.1	11.0	10.1	12.2	6.5	9.2	8.5	10.3	9.6	6.7
⑤	10.8	8.8	16.5	17.9	15.4	3.3	14.8	9.2	15.4	11.0	10.4
⑥	3.4	2.6	1.0	0.0	1.3	2.4	1.5	3.8	2.6	4.3	0.7
⑦	11.2	9.4	17.5	19.6	14.7	4.1	17.3	9.2	16.7	11.2	11.2
⑧	9.8	7.8	4.1	5.4	5.1	6.5	8.7	11.1	6.4	7.4	17.9
⑨	0.5	0.7	0.3	0.0	0.6	0.0	0.5	0.7	0.0	0.0	2.2

주: ① 필요한 교육훈련 과정이 없어서, ② 교육 비용이 많이 들어서, ③ 시간이 없어서, ④ 교육이 필요하지 않아서, ⑤ 교육 효과에 대해서 회의적이어서, ⑥ 거리가 멀어서, ⑦ 교육에 대한 정보를 얻기 힘들어서, ⑧ 생계유지와 병행하기 어려워서, ⑨ 기타

#### 4) 경력개발 및 관리 현황

##### ① 일을 찾는 형태

영상콘텐츠 제작 관련 일을 찾는 형태는 지인/주변 소개(40.3%), 프리랜서 관련 인터넷 카페/블로그 등(26.1%), 민간 채용사이트나 알선업체(12.5%), 학교 및 교육기관 채용사이트 및 알선(6.8%), 기업/단체 위탁공고(6.2%) 순으로 높게 나타났다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않거나 프리랜서로 인식하는 인력에서 지인/주변 소개가 높게 나타났고, 도급/위임 계약자는 프리랜서 관련 인터넷 카페/블로그가 높게 나타났다. 영상콘텐츠 제작 관련 일을 찾는 형태로 장르와 직무에 상관없이 모두 지인/주변 소개가 가장 높게 나타났는데, 이는 영상콘텐츠 제작 노동시장에서의 인력 수급에 있어서 인맥의 중요성을 단적으로 보여준다.

〈표 4-19〉 영상콘텐츠 제작 관련 일을 찾는 형태

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
①	2.5	3.5	2.8	0.0	4.9	0.0	1.5	3.0	1.2	2.6	2.4
②	40.3	30.3	48.4	63.6	29.5	27.4	61.4	36.0	52.4	35.3	54.3
③	12.5	16.4	10.9	4.0	20.2	13.3	4.5	14.1	7.9	11.3	15.9
④	26.1	23.6	23.6	29.5	19.1	30.4	28.2	24.8	29.9	28.1	20.7
⑤	4.4	5.8	3.4	0.0	7.1	3.7	1.0	5.4	1.8	5.4	1.8
⑥	6.8	9.8	0.6	1.2	2.2	20.7	2.0	8.1	3.0	8.8	1.2
⑦	0.8	0.6	0.6	0.6	1.1	0.0	0.5	1.1	0.0	0.9	0.6
⑧	6.2	9.5	9.3	1.2	15.3	3.7	1.0	7.1	3.7	7.5	2.4
⑨	0.3	0.6	0.3	0.0	0.5	0.7	0.0	0.4	0.0	0.2	0.6

주: ① 기업 홈페이지 채용공고, ② 지인/주변 소개, ③ 민간 채용사이트나 알선업체, ④ 프리랜서 관련 인터넷 카페/블로그 등 ⑤ 공공기관 채용사이트(워크넷 등) 및 알선, ⑥ 학교 및 교육기관 채용사이트 및 알선, ⑦ 정부 위탁공고, ⑧ 기업/단체 위탁공고, ⑨ 기타

## ② 경력관리

영상콘텐츠 제작인력의 경력관리 수준은 보통 이상(0.37)으로 나타났고, 영상제작 경력 증명이 되지 않아서 불이익을 받은 경험은 2.7%, 경력 증명이 되지 않아서 불이익을 받은 프로젝트 비중은 32.4%로 나타났다. 경력관리는 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력에서 높게 나타났고, 불이익 경험은 프리랜서로 인식하는 인력에서, 불이익을 받은 프로젝트의 비중은 도급/위임 계약자에서 높게 나타났다.

〈표 4-20〉 경력관리 정도 및 불이익

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
관리	0.37	0.29	0.56	0.55	0.48	0.02	0.52	0.30	0.55	0.40	0.28
불이익	2.7	3.7	3.7	0.6	4.4	3.0	1.0	3.4	0.6	0.6	8.5
비중	32.4	30.8	26.7	10.0	28.8	42.5	5.0	32.5	30.0	33.3	32.1

주: 관리는 ① 매우 잘 관리하고 있다는 2, ② 대체로 잘 관리하는 편은 1, ③ 보통은 0, ④ 별로 관리하지 않는 편은 -1, ⑤ 전혀 관리하지 않는다는 -2로 재구성하여 환산한 값으로 값이 클수록 경력관리를 잘하는 것을 의미함.

## 나. 노동환경 현황

### 1) 노동조건

#### ① 일한 기간

2021년(조사 시점까지) 영상콘텐츠 제작인력이 일한 기간은 5개월(가중치 고려 약 8개월)로 나타났다. 일한 기간은 근로 계약자에서 높게 나타났고, 기타 유형 인력, 도급/위임 계약자, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 낮게 나타났다. 2019년 8.5개월에서 2020년 7.6개월로 0.9개월 감소하였다.

〈표 4-21〉 영상콘텐츠 제작 관련 연간 일한 개월 수

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
2021	5.0	4.9	5.2	5.1	5.6	4.0	5.1	5.0	5.0	4.9	5.1
2020	7.6	8.0	7.9	7.7	8.2	8.6	7.3	7.7	7.4	7.6	7.7
2019	8.5	8.9	9.0	8.6	9.2	8.8	8.2	8.6	8.2	8.6	8.4

주: 2021년 영상콘텐츠 제작 관련 일한 기간은 조사 시점까지를 의미함. 조사 시점을 고려했을 때 연도별 비교를 위해서는 약 1.6(12개월/7.5개월)의 가중치를 고려해야 함

#### ② 주 평균 노동시간

2021년(조사 시점까지) 영상콘텐츠 제작인력의 주 평균 노동시간은 31.8시간으로 나타났다. 주 평균 노동시간은 기타 유형 인력, 근로 계약자, 지휘·통제를 받고 있음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났고, 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 낮게 나타났다. 2019년 35.4시간에서 2020년 31.9시간으로 3.5시간 감소하였다.

〈표 4-22〉 영상콘텐츠 제작 관련 주 평균 노동시간

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
2021	31.8	37.8	28.8	19.7	42.4	36.6	19.0	36.5	19.2	27.6	42.1
2020	31.9	41.2	29.3	20.8	43.0	37.9	19.9	37.5	18.2	26.3	42.9
2019	35.4	42.9	34.7	26.3	44.3	40.8	24.6	39.0	21.6	28.4	43.6

### ③ 노동 투입 형태

2021년 영상콘텐츠 제작 관련 노동투입량은 주 평균 일한 일수 4.3일, 월평균 야근 3.1일, 월평균 휴일 근무 일수 3.7일로 나타났다. 주 평균 일한 일수는 기타 유형 인력, 근로 계약자, 지휘·통제 받고 있음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났고, 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력에서 낮게 나타났다. 월평균 야근(22시~06시) 일수는 기타 유형, 도급/위임 계약자, 지휘·통제를 받으며 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났고, 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 높게 나타났다. 월평균 휴일 근무 일수는 기타 유형, 도급/위임 계약자, 지휘·통제를 받고 있음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났고, 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 높게 나타났다.

〈표 4-23〉 영상콘텐츠 제작 관련 노동투입량(2021년 기준)

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
주 평균 일한 일수	4.3	4.6	4.1	3.7	4.8	4.6	3.7	4.5	3.8	4.2	4.5
월평균 야근 일수	3.1	3.7	2.6	2.0	3.7	3.9	2.0	3.5	2.1	2.8	3.8
월평균 휴일근무일수	3.7	4.2	3.4	2.8	4.3	4.6	2.7	4.2	2.4	3.2	5.0

### ④ 소득수준

2021년(조사 시점까지) 영상콘텐츠 제작인력의 월평균 소득수준은 269.7만원으로 나타났다. 월평균 소득수준은 기타 유형, 도급/위임 계약자, 지휘·통제 받고 있음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났고, 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 낮게 나타났다. 2019년 256.3만원에서 2020년 240.3만원으로 16만원 감소하였다.

〈표 4-24〉 월평균 소득 수준

단위: 만원

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
2021	269.7	283.7	254.6	241.8	299.1	351.5	188.5	284.3	231.0	258.9	296.3
2020	240.3	282.1	244.3	227.3	290.3	333.0	201.0	252.4	210.7	218.6	282.8
2019	256.3	290.2	276.2	295.3	291.5	362.7	241.3	272.6	194.3	203.2	318.4

#### ⑤ 영상콘텐츠 관련 소득 비중

2021년(조사 시점까지) 영상콘텐츠 제작인력의 영상콘텐츠 관련 소득 비중은 62.9%로 나타났다. 기타 유형 인력, 근로 계약자, 지휘·통제를 받고 있음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났고, 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 낮게 나타났다. 2019년 64.8%에서 2020년 59.3%로 5.5% 감소하였다.

〈표 4-25〉 영상콘텐츠 제작 관련 소득 비중

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
2021	62.9	74.3	58.9	40.0	83.8	75.8	35.3	71.4	40.1	57.1	77.1
2020	59.3	81.7	58.4	37.8	85.8	79.4	33.9	69.1	35.5	51.9	73.7
2019	64.8	81.4	69.3	49.4	84.9	83.3	40.6	73.1	33.2	55.0	76.3

#### ⑥ 참여 프로젝트 수

2021년(조사 시점까지) 영상콘텐츠 제작인력의 참여 프로젝트 수는 7.5건으로 나타났다. 참여 프로젝트 수는 자영업자, 근로 계약자, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 높게 나타났고, 기타 유형 인력, 도급/위임 계약자, 지휘·통제 받고 있음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 낮게 나타났다. 2019년 10.5건에서 2020년 12.6건으로 2.1건 증가하였다.

〈표 4-26〉 참여 프로젝트 건수

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
2021	7.5	6.1	10.9	10.2	9.6	3.9	8.0	6.9	9.2	8.4	5.2
2020	12.6	13.7	16.7	15.5	15.8	13.8	13.4	11.9	14.3	15.1	7.5
2019	10.5	10.8	15.1	16.0	13.3	11.8	11.5	10.1	12.1	13.1	7.5

#### ⑦ 계약 대상

2021년(조사 시점까지) 영상콘텐츠 제작인력의 참여 프로젝트 계약 대상은 프로젝트 기관과 하청/파견 기업(각 41.2%), 팀/개인(감독 등) 순으로 나타났다. 계약 대상으로

프로젝트 기관은 근로 계약자, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났고, 하청/파견 기업은 도급/위임 계약자, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서, 팀/개인(감독 등)은 자영업자, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났다.

〈표 4-27〉 계약 대상(2021년 기준)

	전체	종사상 지위			일한 형태		지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음							
프로젝트 기관	41.2	42.6	52.4	30.6	58.5	17.8	42.1	33.3	36.7	49.5
하청/파견 기업	41.2	42.2	31.2	33.3	26.2	61.5	40.7	45.5	49.3	26.1
팀/개인(감독 등)	17.6	15.2	16.5	36.1	15.3	20.7	17.2	21.2	14.0	24.3

#### ⑧ 서면계약 비중

2021년(조사 시점까지) 영상콘텐츠 제작인력의 참여 프로젝트 서면계약 비중은 40.8%로 나타났다. 서면계약 비중은 기타 유형 인력, 근로 계약자, 지휘·통제를 받고 있음, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났고, 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받고 있지 않은 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 낮게 나타났다. 2019년 44.5%에서 2020년 37.0% 7.5% 감소하였다.

〈표 4-28〉 서면계약 비중

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
2021	40.8	54.9	29.8	12.7	58.7	57.9	13.2	49.4	18.2	37.0	50.1
2020	37.0	56.9	29.1	9.3	59.0	51.6	8.3	47.8	10.7	28.3	54.2
2019	44.5	56.4	38.9	21.7	57.6	55.1	18.7	51.2	19.3	35.9	54.6

#### 2) 고용보험 가입 현황

영상콘텐츠를 제작하는 인력의 고용보험 가입은 47.5%(미가입 52.5%)로 나타났으며, 가입 유형으로는 소속단체(직장) 가입(32.6%), 자영업자 고용보험과 예술인고용보험 가입(각 7.0%), 소속단체(직장)+예술인고용보험 가입(1.0%) 순으로 나타났다. 고용보험 미가입 비중은 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않고 있는 인력, 자



신을 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났다. 소속단체(직장) 가입은 기타 유형, 근로 계약자, 지휘·통제 받고 있음, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서, 자영업자 고용 보험과 예술인고용보험 가입은 도급/위임 계약자에서 높게 나타났다.

〈표 4-29〉 고용보험 가입 현황

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자	부업있음	근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
가입안함	52.5	30.3	59.9	90.2	21.9	28.9	90.1	42.8	79.9	50.1	59.1
소속단체(직장) 가입	32.6	51.6	34.2	5.2	65.0	41.5	6.4	39.8	12.2	35.1	25.6
자영업자 고용보험 가입	7.0	8.1	2.5	1.2	5.5	13.3	1.0	7.7	4.9	7.3	6.1
예술인고용보험 가입	7.0	9.2	3.1	2.9	6.6	14.8	2.5	8.4	3.0	6.6	7.9
소속단체(직장) 가입+예술인 고용보험	1.0	0.9	0.3	0.6	1.1	1.5	0.0	1.3	0.0	0.9	1.2

### 3) 자율성 및 협상력

#### ① 자율성

작업시간에 대해 자율성을 갖는 영상콘텐츠 제작인력은 62.0%로 나타났다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력은 작업시간 자율성이 높게, 근로 계약자와 지휘·통제를 받는 인력에서는 낮게 나타났다.

작업 장소에 대해 자율성을 갖는 인력은 52.9%로 나타났다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하는 인력은 작업 장소 자율성은 높게, 근로 계약자와 도급/위임 계약자에서는 낮게 나타났다.

작업방식에 대해 자율성을 갖는 인력은 60.5%로 나타났다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하는 인력은 작업방식 자율성이 높게, 근로 계약자와 도급/위임 계약자, 지휘·통제를 받는 인력에서는 낮게 나타났다.

작업내용에 대해 자율성을 갖는 인력은 60.2%로 나타났다. 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 작업내용 자율성이 높게, 근로 계약자와 도급/위임 계약자, 지휘·통제를 받는 인력에서는 낮게 나타났다.

〈표 4-30〉 자율성 여부

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
작업 시간	62.0	50.1	66.5	91.9	41.0	68.9	81.7	54.2	84.1	63.4	57.9
작업 장소	52.9	38.3	65.8	88.4	38.8	37.8	81.2	44.3	77.4	50.1	61.0
작업 방식	60.5	49.9	71.1	91.3	47.5	54.8	84.2	52.7	82.9	59.3	64.0
작업 내용	60.2	55.6	63.7	78.6	49.2	60.0	78.2	55.2	74.4	61.0	57.9

## ② 계약시 협상력

영상콘텐츠 제작인력의 계약 시 협상력은 약간 있는 수준(0.14)으로 나타났다. 계약 시 협상력은 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하지 않는 인력에서 높게, 기타 유형과 도급/위임 계약자에서 낮게 나타났다.

〈표 4-31〉 계약시 협상력

전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
	기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
		부업있음								
0.14	-0.10	0.47	0.86	-0.07	-0.13	0.71	-0.08	0.76	0.18	0.01

주: ① 전혀 없음은 -2, ② 거의 없음은 -1, ③ 약간 있음은 0, ④ 많이 있음은 1, ⑤ 내가 모두 정함은 2로 재구성하여 환산한 값으로 값이 음수로 클수록 협상력이 없고, 양수로 클수록 협상력이 있는 것을 의미함

## 2) 일에 대한 상황 파악

영상콘텐츠 제작인력의 일에 대한 각 항목별 동의 수준은 일할 때 폭언, (성)희롱/폭력을 받는다(0.90), 일할 때 성, 연령, 학력 등의 차별을 받는다(0.74), 일할 때 위험한 상황에 놓인다(0.43), 일할 때 잘했다는 느낌이 든다(0.16), 나의 업무(과업)에 내 생각을 적용할 수 있다(0.13), 작업을 완료하기에 충분한 시간이 있다(0.04), 내가 원할 때 휴식을 취할 수 있다(-0.05), 시장에서 공정하게 대우(대가)를 받는다(-0.11), 일에서 스트레스를 받는다(-0.49) 순으로 높게 나타났다.

〈표 4-32〉 일에 대한 상황 파악

	전체	총사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자	근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다	
											부업있음
①	-0.05	-0.24	0.29	0.50	-0.14	-0.33	0.36	-0.21	0.41	-0.05	-0.04
②	0.04	-0.14	0.36	0.63	0.03	-0.32	0.49	-0.14	0.54	0.15	-0.29
③	0.16	0.07	0.52	0.58	0.33	-0.21	0.47	0.06	0.43	0.11	0.28
④	0.13	-0.01	0.56	0.64	0.31	-0.31	0.47	0.04	0.41	0.05	0.38
⑤	-0.11	-0.27	0.21	0.43	-0.13	-0.45	0.31	-0.26	0.31	0.00	-0.43
⑥	0.43	0.43	0.09	-0.05	0.33	0.36	0.16	0.50	0.22	0.34	0.66
⑦	0.74	0.53	0.84	1.03	0.54	0.34	1.08	0.64	1.02	0.79	0.62
⑧	0.90	0.74	1.19	1.27	0.95	0.44	1.21	0.83	1.12	0.85	1.04
⑨	-0.49	-0.40	-0.52	-0.43	-0.52	-0.14	-0.49	-0.52	-0.40	-0.43	-0.66

주1: ① 내가 원할 때 휴식을 취할 수 있다, ② 작업을 완료하기에 충분한 시간이 있다, ③ 일을 할 때 잘했다는 느낌이 든다, ④ 나의 업무(과업)에 내 생각을 적용할 수 있다, ⑤ 시장에서 공정하게 대우(대가)를 받는다, ⑥ 일을 할 때 위험한 상황에 놓인다, ⑦ 일을 할 때 성, 연령, 학력 등의 차별을 받는다, ⑧ 일을 할 때 폭언, (성)희롱/폭력을 받는다, ⑨ 일에서 스트레스를 받는다.

주2: ①~⑤번은 전혀 그렇지 않다는 -2, 별로 그렇지 않다는 -1, 가끔 그렇다는 0, 대부분 그렇다는 1, 항상 그렇다는 2로 재구성하여 환산한 평균값이며 ⑥~⑨번은 반대로 재구성하여 환산한 평균값임. 해당 값이 클수록 영상콘텐츠 제작관련 일의 상황이 긍정적인 것을 의미함

### 3) 일에 대한 만족도 파악

영상콘텐츠 제작인력의 일에 대한 각 항목별 만족도는 하는 일에 대한 사회적 평판(0.45), 하고 있는 일의 내용과 해당 분야의 발전 가능성(각 0.42), 이상을 고려한 전반적인 만족도(0.40), 일하는 과정을 통해 배우는 정도와 개인 발전 가능성(각 0.37), 일하는 환경(시설, 안전, 위생 등)과 직업으로서 장래성(각 0.36), 본인의 기술이나 능력 활용 정도(0.32), 일하는 시간 및 기간(0.13점), 교육훈련 기회(전문성 향상 기회)(0.09), 직업(고용) 안정성(0.06), 수입 및 보상 정도(-0.06) 순으로 높게 나타났다. 하는 일에 대한 사회적 평판은 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제 받지 않는 인력에서 높게 나타났다. 하는 일의 내용은 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력에서 높게 나타났다. 해당 분야의 발전 가능성은 자영업자, 개인 창작을 하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력에서 높게 나타났다. 이상을 고려한 전반적인 만족도는 자영업자, 개인 창작하는 인력, 지휘·통제를 받지 않는 인력에서 높게 나타났다

〈표 4-33〉 일에 대한 만족도 파악

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
①	0.42	0.27	0.76	0.90	0.53	0.02	0.74	0.30	0.76	0.40	0.46
②	0.37	0.20	0.93	1.04	0.62	-0.24	0.83	0.20	0.85	0.35	0.45
③	0.32	0.19	0.93	1.04	0.61	-0.24	0.83	0.12	0.86	0.25	0.51
④	-0.06	-0.24	0.51	0.84	0.00	-0.38	0.55	-0.28	0.57	0.10	-0.51
⑤	0.13	-0.06	0.57	0.84	0.13	-0.21	0.64	-0.06	0.67	0.27	-0.27
⑥	0.36	0.20	0.75	0.90	0.42	-0.09	0.80	0.25	0.69	0.47	0.05
⑦	0.06	-0.20	0.46	0.78	-0.04	-0.39	0.61	-0.19	0.77	0.34	-0.73
⑧	0.09	-0.21	0.55	0.88	0.01	-0.58	0.77	-0.14	0.76	0.30	-0.49
⑨	0.37	0.22	0.78	0.91	0.44	-0.04	0.78	0.21	0.80	0.44	0.15
⑩	0.36	0.18	0.70	0.94	0.33	-0.07	0.85	0.19	0.84	0.49	0.00
⑪	0.45	0.31	0.81	0.93	0.61	-0.02	0.79	0.33	0.77	0.49	0.32
⑫	0.42	0.30	0.86	0.98	0.50	0.05	0.88	0.31	0.76	0.48	0.28
⑬	0.40	0.24	0.79	0.98	0.46	-0.12	0.91	0.25	0.83	0.47	0.21

주1: ① 하고 있는 일의 내용, ② 일하는 과정을 통해 배우는 정도, ③ 본인의 기술이나 능력 활용정도, ④ 수입 및 보상 정도, ⑤ 일하는 시간 및 기간, ⑥ 일하는 환경(시설, 안전, 위생 등), ⑦ 직업(고용) 안정성, ⑧ 교육훈련 기회(전문성 향상 기회), ⑨ 개인 발전 가능성, ⑩ 직업으로서 장래성, ⑪ 하는 일에 대한 사회적 평판, ⑫ 해당 분야의 발전 가능성, ⑬ 이상을 고려한 전반적인 만족도

주2: 매우 불만족은 -2, 불만족은 -1, 보통은 0, 만족은 1, 매우 만족은 2로 재구성하여 환산한 평균값으로 해당 값이 클수록 영상콘텐츠 제작 관련 일에 만족한다는 것을 의미함

#### 4) 불공정 행위 경험 현황

불공정 행위는 7.7%가 경험했으며 대가 감액과 일정 연기(작업 지연)(각 5.2%), 무리한 작업요구(5.0%), 대가 지급 지연(3.8%), 대가 미지급(2.1%), 일방적 계약 해지(1.3%) 순으로 높게 나타났다. 불공정 행위 경험률은 기타 유형 인력, 근로 계약자, 지휘·통제를 받는 인력, 프리랜서로 인식하는 인력에서 높게 나타났다. 프리랜서로 인식하는 인력은 불공정 행위 관련 모든 항목에서 경험률이 높게 나타나는데, 항목 중 대가 감액, 일정 연기(작업 지연), 무리한 작업 요구(수정 보완요구)가 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 4-34〉 불공정 행위 경험 현황(2021년 기준)

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
불공정행위 받음	7.7	9.2	9.0	4.6	12.0	8.9	3.0	9.3	3.5	1.9	21.9
대가감액	5.2	6.1	6.8	3.5	8.7	4.4	2.5	6.3	2.1	1.4	14.6
일방적 계약해지	1.3	2.0	1.6	0.0	2.2	1.5	0.5	1.6	0.7	0.5	3.3
대가미지급	2.1	2.9	2.5	0.6	2.2	3.7	1.0	2.6	0.7	0.0	7.3
대가 지급 지연	3.8	4.6	5.6	2.3	6.6	3.7	1.5	4.5	2.1	1.1	10.6
일정연기	5.2	6.3	5.9	2.9	7.7	6.7	2.0	6.6	1.4	1.4	14.6
무리한 작업요구	5.0	6.1	6.8	2.9	8.2	4.4	2.5	6.1	2.1	1.1	14.6

#### 4. 소결: 프리랜서 식별 및 향후 과제

이상의 조사 결과를 종합해보면 다음과 같은 정책적 시사점을 도출할 수 있다. 첫째 콘텐츠산업의 프리랜서를 식별하는데 있어 일반적으로 활용되는 종사상 지위에 의한 구분을 적용하는 것이 효과적이다. 다만 콘텐츠산업에 종사하는 인력의 특성을 고려할 때 프리랜서 판단 시 관련 분야 부업 여부를 확인하는 것이 필요하다. 본 조사에 응답한 영상콘텐츠 제작인력에서 프리랜서를 식별한 결과, 프리랜서 비중은 최소 26%, 최대 61.9%까지 볼 수 있었다. 일반적으로 콘텐츠제작 현장에 참여하는 프리랜서는 용역(도급/위임) 계약을 통해 사용자에게 노무를 제공하나, 조사에 따르면 오히려 이러한 계약 형태를 가진 인력이 프리랜서의 인식도가 낮고 사용종속성도 강하게 나타났다. 즉 이들의 계약형태는 프리랜서에 가까우나 콘텐츠제작의 특성상 공동으로 제작하거나 연계되어 참여하는 경우가 많아 실질적으로 지휘·통제를 많이 받는 것을 확인할 수 있다.

둘째, 콘텐츠산업에 종사하는 인력의 3년간 노동시장 이동을 보면, 약 15~19%가 콘텐츠산업 노동시장에서 이탈하는 것을 확인할 수 있다. 콘텐츠산업 재진입시 경력인력은 비정규직으로 신규 인력은 고용원이 없는 자영업자로 진입하는 비중이 높게 나타났다.

셋째, 콘텐츠산업 프리랜서는 다른 업종에서 일하는 비중이 매우 높게 나타났다. 이는 콘텐츠산업 프리랜서의 식별이 통계상에서 다른 산업의 종사자로 잡힐 가능성이 크다는 것을 보여준다.

넷째, 프리랜서로 활동하는 동기는 시간과 장소를 자유롭게 선택하고 싶어서, 작업내용과 방식·조건을 자유롭게 선택하고 싶어서, 부수입을 위해서가 높게 나타났는데 일에 있어 자율성이 중요하다는 것을 보여준다. 이러한 경향은 프리랜서 활동을 계획하고 있는 인력(기타 유형 중 약 31.3%)에게서도 동일하게 나타났다.

다섯째, 상대적으로 콘텐츠산업 프리랜서는 자신의 역량 수준을 낮게 평가하고 있으며, 콘텐츠 관련 정규교육과정을 이수하거나 교육훈련을 받은 경험 역시 낮다. 반면 이들의 교육만족도는 더 높게 나타났다. 콘텐츠 관련 정규교육을 받지 않은 인력은 일반적으로 지인 또는 민간교육 기관을 통해 역량을 확보하며, 프리랜서는 지인이나 개인적인 학습에 의존하는 비중이 높게 나타났다. 이는 프리랜서는 상대적으로 역량 강화 기회가 부족함을 의미한다. 이들이 교육훈련에 참여하지 못하는 주 이유는 교육비 부담과 교육에 대한 정보 부족으로 나타났다.(다른 유형은 교육비 부담, 시간 부족, 필요한 교육 없어서).

여섯째, 콘텐츠산업 프리랜서의 일을 찾는 형태는 주로 지인/주변 소개에 집중되는 경향이 강하게 나타나 평판과 네트워크에 기반을 두고 일을 하는 인력이라는 것을 확인할 수 있다. 이들은 상대적으로 자신의 경력관리에 더 신경을 쓰며, 오히려 경력 측면에서 불이익을 받는 사례는 적게 나타났다.

일곱째, 콘텐츠산업에 종사하는 인력의 연평균 일하는 기간은 약 8개월로 일의 지속성이 떨어짐을 보여준다. 콘텐츠 관련 일에 대한 노동시간과 노동일수는 콘텐츠산업 프리랜서가 상대적으로 매우 적은 것으로 나타나며, 이는 다른 산업에서 부업을 하고 있어서 나타나는 현상으로 보인다. 콘텐츠산업 프리랜서는 월평균 소득수준뿐만 아니라 소득에서 콘텐츠 관련 수입 비중도 낮아 전체적으로 콘텐츠 관련 일만으로 생활을 유지하는 게 어렵다는 것을 보여준다. 특히 이러한 경향은 코로나19가 발생한 이후 더 심화되는 경향을 보인다. 반면, 참여 프로젝트 수는 많게 나타나 일에 대한 단가 차이가 있음을 알 수 있다.

여덟째, 콘텐츠산업 프리랜서는 기관보다는 팀 또는 개인과 계약하는 비중이 높고, 서면계약 비중이 매우 낮다. 이러한 계약 관행으로 인해 콘텐츠산업 프리랜서는 사회보험의 사각지대에 놓인다. 이에 반해 도급/위임 계약하는 인력은 예술인고용보험에 가입하는 비중이 높아진 경향을 확인할 수 있었다. 또한 계약 시 노동조건 등에 대한 협상력은 콘텐츠산업 프리랜서가 더 많이 가지는 것을 알 수 있다.

아홉째, 콘텐츠산업 프리랜서는 자율성이 크기 때문에 상대적으로 일에 대한 상황을

긍정적으로 평가하고 있다. 다만 스트레스를 받는 정도는 더 큰 것으로 나타났다. 이러한 경향은 일에 대한 만족도에서도 나타난다. 다만, 용역(도급/위임) 계약을 통해 사용자에게 노무를 제공하는 인력은 일하는 상황이나 만족도에 대해 매우 낮게 평가하고 있는 것을 확인할 수 있다. 실제 이들은 노동조건이 열악하며, 이들은 사용자에게 상당한 지휘·통제를 받아 일에서의 자율성이 훼손되고 있다는 것을 보여준다.

열 번째, 프리랜서로 인식하는 인력은 불공정 행위를 경험할 가능성이 매우 높게 나타났다. 불공정 행위 중 일방적 계약해지나 대가미지급을 경험할 비중이 높게 나타나 계약의 공신력을 높이기 위한 노력이 필요함으로 보여준다.

## 제2절 노동환경 정성 조사

---

### 1. 조사 개요

#### 가. 조사 목적

본 조사 대상인 영상콘텐츠 제작인력은 하나의 분석대상으로 고려하기에는 다양한 장르와 직군이 포함되어 있다. 작업방식도 작품 및 프로젝트 단위로 다양하며 한 개의 콘텐츠를 창작하더라도 직군에 따라, 그리고 경력 및 업무 중요도에 따라 다양한 계약 관계가 존재한다. 장르와 직군의 다양성으로 인해 해당 인력이 당면한 근로환경 역시 다양하며 정량자료를 통한 분석으로는 영상콘텐츠 제작인력의 노동환경을 세밀하게 관찰하는 것이 어렵다. 따라서 각 장르별 영상콘텐츠 제작인력의 노동환경에 관한 보다 정교한 이해를 위해 정량조사에서 파악된 자료를 기초로 하여 정성 조사를 시행하고 이를 분석하고자 한다.

#### 나. 조사 구성

##### 1) 대상 선정

정성적 방법론으로 심층면접 조사를 사용한다. 심층면접 조사는 여러 인문사회과학 분야에서 다양한 형식으로 다양한 사례에 적용되어 유효한 결과를 끌어낸 입증된 방법론이다. 특히 심층면접은 특수한 집단의 내밀한 사안에 밀착하여 다양한 내용을 도출하는데 유효한 정성적 방법론 중 대표적이고 포괄적인 연구법이라고 할 수 있다.

영상콘텐츠 제작인력 노동환경 심층면접 조사를 위해 먼저 대상을 확보하고 선별하였다. 심층면접 대상자는 영상콘텐츠 제작인력 노동 환경조사 응답자 중 심층면접 조사에 응하겠다는 인력으로 구성했다. 심층면접에 응한 총 31명 중 효율적인 심층면접 진행을 위해 장르, 직무, 성별, 연령, 경력, 프리랜서 관련 사항, 불공정 거래 사항에 대한 응답



내용을 탐색하여 예비 대상자를 추출하였다. 이후 선정된 예비 대상자에게 심층면접 목적과 내용을 사전에 전달하여 면접 가능 여부를 확인한 후 최종 심층면접 대상자를 선정하였다. 또한 심층면접 과정에서 해당 영역에 대한 정보를 많이 제공할 수 있는 추가 심층면접 대상자를 추천받아 대상의 범위를 확대하였다. 실제로 심층면접을 진행한 14명의 장르별·직무별 대상자 현황은 다음과 같다.

〈표 4-35〉 심층면접 대상

구분	장르	직무	성별	연령대	경력	영상부업	기타
A	방송	연출	남	40대	15년	없음	방송영상학과 졸업
B	영화/광고	기획/연출/편집	남	20대	3년	없음	게임콘텐츠학과 졸업
C	방송/숏폼	연출	여	30대	8년	없음	방송영상학과 졸업
D	영화	연출	여	40대	12년	있음	방송영상학과 졸업
E	영화	작가	여	30대	6년	없음	영화과(연출) 졸업 창의인재동반사업 참여
F	영화	스크립터	여	30대	10년	없음	영화학과 졸업
G	영화	작가	남	40대	8년	없음	-
H	광고/실감콘텐츠	프로듀서	남	30대	14년	강의	입체영상미디어 대학원 졸업
I	방송	연출/편집	남	40대	20년	있음	영화과(연출) 졸업
J	영화	작가	남	40대	10년	없음	영상학과 졸업 영화아카데미/창의인재동반사업 /스토리개발 지원 사업
K	방송/유튜브	촬영/동시녹음/ 편집	남	20대	2년	스튜디오 대관	신문방송학과 강의 이수
L	웹애니메이션	감독/ 캐릭터디자인	남	30대	6년	강의	애니메이션학과 졸업 캐릭터사업 창업
M	웹애니메이션	애니메이터	여	30대	3년	있음	애니메이션학과 졸업 창의인재동반사업 뮤지컬협회 지원사업
N	방송	시각효과(자막)	여	30대	7년	있음	신문방송학과(연출) 졸업

## 2) 조사방식

심층면접은 2021년 8월 10일부터 8월 12일까지 1회당 약 90분 동안 해당 참석자가 지정한 장소에서 대면(2명) 또는 비대면(12명) 방식으로 진행되었다. 심층면접의 대상을 1~2인 소집단으로 구성하여 참석자가 편안한 분위기에서 답변할 수 있도록 했다. 특히 심층면접은 참석대상의 자기 기술적 언술이 상당량 포함되어 있으며 면접 과정의 상호 작용에 민감하게 반응하기 때문에 연구진은 경청자에 가까운 역할을 담당하며 최대한

유연하고 개방적인 방식으로 면접이 진행될 수 있도록 노력하였다. 또한, 인터뷰 상에서 프리랜서의 노동 환경을 보다 객관적으로 파악하기 위해 참석자 개인의 다른 종사형태와 업종 경험과 비교하면서 이야기할 수 있도록 하였다.

심층면접을 통해 획득한 정보는 몇 단계 걸쳐 분석하였다. 우선 녹음된 내용을 전사 녹취하였다. 연구자는 심층면접 내용을 반복적으로 읽고 심층면접 회차를 거듭해 가면서 심층면접 대상자가 공통으로 제시한 답변과 개별적으로 제한한 답변 내용을 구분하면서 분류해 갔다. 분류 및 해석은 시간의 흐름에 따른 단계에 따라 수행되기보다는 심층면접 결과가 더욱 풍부하고 다각적인 자료가 수집될 수 있도록 연구자의 직관과 통찰에 따라 진행하였다.

### 3) 조사 내용

설문조사의 질문 항목을 바탕으로 설문 조사만으로는 파악하기 어려웠던 심층적인 내용이 도출될 수 있도록 인터뷰 내용을 유기적으로 구성하였다. 조사 내용은 다음과 같다.

〈표 4-36〉 주요 정량 조사 내용

구분	항목	주요 내용
프리랜서 인식	프리랜서의 커리어 형성과정 및 종사형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 직군/직무 (주요 장르, 주요 직무)</li> <li>- 진입 계기</li> <li>- 종사상 지위, 계약형태</li> </ul>
	일에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어떻게 프리랜서가 되었나?</li> <li>- 프리랜서의 장단점 (기회와 어려움)</li> <li>- 정규직/비정규직 근로자와 프리랜서의 차이</li> </ul>
역량 강화 및 경력개발 관리 현황	교육과정 이수 및 역량 개발 형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정규교육과정에 대한 소개, 평가</li> <li>- 실질적으로 취업, 경력형성에 얼마나 도움이 되었나?</li> </ul>
	경력개발 및 관리 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 역량강화를 위한 노력 어떻게 하나?</li> <li>- 교육훈련 경험 여부, 얼마나 실제로 도움이 되었나?</li> <li>- 경력관리 어떻게 하나?</li> <li>- 경력관리 관련 애로사항, 불이익 경험 여부</li> </ul>
	요구되는 역량과 현재 역량 수준	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 현재 본인이 일하시는 업계에서 요구되는 핵심 역량은 무엇인가?</li> <li>- 그에 비추어봤을 때 본인의 역량 수준이 얼마나 된다고 생각하는가?</li> <li>- 부족한 점이 있다면 특이 어떤 점일까?</li> </ul>
노동환경 현황 및 이슈	고용, 처우, 노동시간	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 고용(종사)형태, 일한 형태, 소득수준(처우/근무환경), 노동시간 관련</li> <li>- 고용불안정, 처우 등에서 정규직과 비교</li> <li>- 부업의 종류와 시간/수입 비중, 주변 동료들의 경제활동/수입구조</li> <li>- 노동시간 및 작업패턴 관련 애로사항</li> </ul>

구분	항목	주요 내용
	프리랜서 일의 상황에 대한 파악	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자율성 정도 (작업시간/출퇴근 일정 등, 작업방식, 작업장소, 작업내용)</li> <li>- 지휘 통제를 얼마나, 어떻게 받고 있는가?</li> <li>- 일과 관련하여 계약조건(대가/보상/일하는 방식 등)에 대해 얼마나 협상하는가? 협상할 수 있는가?</li> </ul>
	일에 대한 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일에 대한 전반적 만족도와 그 이유</li> <li>- 만족하는 점 vs 만족하지 못하는 점(힘든 점)</li> </ul>
	불공정 행위 경험 여부와 주요 사례	
	기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 코로나19의 영향</li> <li>- 정책수요 제언</li> </ul>

## 2. 조사 결과

### 가. 프리랜서 인식

#### 1) 프리랜서의 커리어 형성과정 및 종사 형태

먼저, 영상콘텐츠 분야에서 활동 중인 프리랜서 종사자의 커리어 형성 과정과 종사 형태를 살펴본다. 대부분의 종사자는 어린 시절부터 본인이 일하고자 하는 분야, 예컨대 영화, 방송, 애니메이션 등에 대한 관심과 열정 때문에 업계에 진입했다고 응답했다. 또한 대학에서 영상미디어, 방송, 영화, 애니메이션 등을 전공하고 이후 관련 분야에서 다양한 방식으로 활동하게 되면서 본격적인 커리어를 시작했다는 사례가 많았다.

특정 장르에서 커리어를 시작하면 그것이 유지되는 경우가 많지만, 종종 영화에서 방송으로, 또는 방송에서 광고로 그 장르가 확대되기도 하고, 연출자에서 시나리오 작가 등 인접 분야로 직무 또는 활동 범위가 전환하는 경우도 있었다. 자의에 따라 직무를 선택하기도 하지만 수입을 얻기 위한 이유 등 현실적인 여러 사정으로 직무가 결정되기도 했다.

“대학에서 영화를 전공하고, 영화감독을 꿈꿨는데 현재는 홍보영상이나 유튜브 스크립트를 작성하는 작가로 주로 활동하고 있다. 영화 시나리오 분야에서 본격적으로 활동해나갈 예정이다.” (E)

“대학에서 문예 창작을 전공했고, 시나리오를 쓰다가 현장에서 일하고 싶어서

연출과 프로듀싱을 담당하게 되었다. 처음에는 뮤직비디오나 광고 연출을 하다가 이제는 VR과 같은 실감콘텐츠 영상까지 만들고 있다.” (H)

“그림이 좋아서 애니메이션학과로 진학했고, 자연스럽게 애니메이션분야에서 일하게 되었다. 캐릭터 사업을 하고 싶어 창업한 적도 있지만, 현재는 여러 국가 지원사업들, 관공서 홍보물이나 기업 캐릭터 제작 관련 외주용역 등을 하고 애니메이션을 가르치는 강사로도 활동하고 있다.” (I)

인터뷰 참여자는 종사상 지위나 계약형태에 있어서 약간의 차이는 있었지만, 모두 프리랜서로 인식하고 있었다. 일부 종사자는 비정규직(계약직)으로 회사에 소속되어 특정 직무를 겸직하고 있었지만 그런데도 개인적으로 외주용역을 병행하는 등 스스로 프리랜서라는 의식을 하고 있었다. 프리랜서 업무 관련 계약은 비정규직 근로자를 겸업하는 경우 근로계약을 맺기도 하지만, 영상콘텐츠 분야 프리랜서의 계약형태는 대부분 구두계약에 기반한 외주용역계약 형태가 많다. 인터뷰에 참여한 프리랜서는 공공기관 관련 사업이나 관공서·민간기업의 외주용역, 또는 일정 규모 이상의 일부 프로젝트를 제외한 대부분의 단기적 용역의 경우 서면계약 자체를 작성한 경험이 거의 없다고 말했다. 표준계약서 보급 노력이 진행되었음에도 여전히 현장에서는 서면계약 관행이 자리 잡지 못하고 있는 것으로 파악되었다.

## 2) 프리랜서 일에 대한 인식

이들은 어떻게 프리랜서가 되었는지 살펴보았다. 프리랜서로서의 활동은 자의적 선택에 따른 것일 수도 있지만, 영상콘텐츠 업계 특성상 선택의 여지 없이 구조적으로 결정될 수도 있다. 물론 콘텐츠 분야 인력이 갖는 자율성과 창의성에 대한 강조, 일을 통해 개성을 발휘하고 자아실현 하겠다는 열망 등 특유의 경향이 자연스럽게 프리랜서로서의 커리어를 시작하게 하는 주요 요인이 되기도 한다. 그렇지만 다른 한 편으로 프리랜서 대부분은 애초에 해당 직무 분야에서 활동하려면 프리랜서 밖에는 선택지가 없다는 생각으로 현재의 지위, 계약, 노동형태를 자연스러운 것으로 받아들이고 있었다.

“영화 전공 특성상 회사원으로 일하는 방식과 맞지 않았기 때문에, 처음부터 취

업할 생각은 하지 않았다.” (D)

“내가 하고 싶은 일이 영화 현장에서 일하는 것인데. 그러려면 대부분 프리랜서 형태로 일하는 방법밖에 없다. 작품 할 때만 계약하고 실업자로 돌아가는 패턴이 반복되고 있다. 정규직으로 일하는 환경이 주어지면 좋겠지만, 일단 한국에서는 보통 프리랜서로 일하는 사람이 많기 때문에 나도 그렇게 자연스럽게 일하게 된 것 같다.” (F)

“개인적 성향 탓이다. 남 밑에서 일하기 싫어서. 회사의 부품으로 일하는 것보다는 시간도 자유롭게 쓰고 노력한 만큼 빨리 성장하면서 돈도 많이 벌기 위해서 프리랜서가 되었다.” (K)

정규직 또는 비정규직 근로자와 프리랜서 간의 차이는 여러 가지 측면에서 논의할 수 있다. 대표적으로 고용의 형태, 종사상 지위, 일하는 방식, 기타 노동환경 등에서 차이가 있다. 근로자보다 프리랜서로 일하는 것의 장점은, 업무시간, 일하는 형태, 일의 양 등을 자율적으로 조절하거나 선택할 수 있다는 점을 꼽을 수 있다. 그 밖에도 스스로 노력한 만큼 경험과 전문성을 더 크게 키울 수 있다는 점, 역량이 검증되고 인정받는 만큼 큰 수입을 올리거나 이름을 알리는 등 크게 성공할 수 있다는 점 등을 장점으로 여겼다.

특히 본인의 능동적·적극적 선택에 따라 프리랜서가 되거나, 회사 소속 근로자에서 프리랜서로 전환한 사람은 이러한 장점을 강조했고, 앞으로도 그런 점이 기회가 될 것으로 기대하고 있었다.

“(업계에서 일하면서) 회사 생활을 두 번 합쳐서 6개월 한 적 있다. 온라인 영상 콘텐츠 분야 피디로 일했는데 회사의 비전과 나의 비전이 다르다는 것을 느꼈다. 보통 특정 클라이언트의 주문에 맞춰야 하고, 시장 타겟도 맞춰져 있었다. 나는 그와 달리 프로젝트 베이스로 다양한 분야에 도전하고 싶었다.” (H)

“내 시간을 온전하게 활용한다는 점. 그리고 눈치 보지 않고 내 책임 하에 내가 하고 싶은 일 한다는 것이 가장 큰 장점이다.” (I)

“소속된 회사에서 계약직으로 일하고 있지만 따로 프리랜서로도 일하고 있는데, 수입 면에서는 프리랜서 쪽 페이가 훨씬 좋고 일하는 만큼 보상받는다라는 장점이 있다.” (N)

그러나 프리랜서로서 커리어를 이어나가는 것의 어려움도 적지 않다. 불안정한 고용을 비롯해 정기적인 일감과 수익이 보장되지 않는다는 점이 대표적인 단점이다. 또한 장기적으로 일을 계속할 수 있을가에 대한 불안도 크며, 노동시간에 대한 규제 적용을 받지 않아 일과 생활의 균형이 무너지거나 과도한 초과근무로 인해 건강이 악화될 수도 있다는 점 등이 현실적인 문제점으로 꼽힌다.

“다니던 회사가 문을 닫게 되어 자연스럽게 프리랜서가 되었다. 회사원 시절에는 집단 작업을 하다 보니 분업과 협업이 원활했고, 인프라도 좋았다. 그러나 현재는 여러 업무를 동시에 책임져야하기 때문에 부담이 크다. 돈을 벌 때는 잘 벌기도 하지만, 당장 다음 달부터 일이 없어질 수도 있기 때문에 늘 불안하다.” (I)

또한 프리랜서가 겪어야 할 어려움으로, 같은 직무를 수행하는 정규직에 비해 차별적 대우를 받는다는거나, 약자로서 불공정한 거래나 계약을 감당해야 하는 경우가 많은 등 전반적인 처우가 열악하다는 점을 지적하기도 했다.

“프리랜서들에 대한 인식이 바뀌어야 한다. 15년 전 선배들이 받던 돈을 내가 지금 똑같이 받고 있는데, 더 깎이지 않은 것을 다행스럽게 생각해야할 정도다. 방송사나 관계 업체들에서 프리랜서들에게 일은 상용직과 똑같이 시키면서도 야근 초과근무에 대한 수당은 별도로 지급하지 않는다. 이런 일들 때문에 회의감도 많이 든다.” (A)

“일거리가 정기적으로 보장되지 않는다. 코로나19 이후 작년 올해 거치면서 일거리가 50~75% 정도 줄어들었다. 외주제작 수요가 없으면 회사를 운영하기 어려운데 고민이 많다.” (B)

“개인으로서 노조결성도 할 수 없고 교섭력도 적다보니, 같은 노동을 하면서 부당한 대우를 받는 경우에도 회사를 상대로 대응하기 어렵다. 그렇다 보면 스스로 ‘을’이라 인식되고 무력감을 많이 느끼기도 한다.” (C)

프리랜서 노동시장의 가장 큰 특징은 양극화가 심하다는 점이다. 성공적인 커리어를 구축하고 업계에서 유명해지는 경우에는 높은 수입과 함께 커리어를 지속할 기회가 크게 확대되지만, 그렇지 못한 대다수의 프리랜서는 계속해서 낮은 수입, 불규칙한 프로젝트 기회, 열악한 처우를 견뎌내야 하는 문제가 있다.

“프리랜서들은 부익부 빈익빈이 심하다. 일정한 시간을 일하고 월급을 받는 직장인들도 물론 대기업이나 중소기업에 따른 차이가 있지만, 그래도 일하는 형태나 처우는 어느 정도 균질적인 것 같다. 그에 반해 프리랜서들은 경력에 따라, 프로젝트에 따라, 각각 계약조건에 따라 천차만별이다.” (H)

## 나. 역량 강화 및 경력개발 관리 현황

### 1) 교육과정 이수 및 역량개발

다음으로 인터뷰 참여자가 경험한 정규교육과정에서의 전공 경험 및 민간·공공부문 교육경험에 대해 살펴보고, 그것이 실질적으로 취업 또는 경력을 형성하고 발전시키는 데, 얼마나 도움이 되었는지를 검토해 본다.

영상콘텐츠 분야에서 활동하는 이들은 주로 방송영상(신문방송), 영화를 전공한 사례가 많았다. 대학 및 학과의 특성이나 교육커리큘럼의 성격에 따라 이들이 받은 교육은 다양했지만, 대부분 어느 정도의 실습 경험과 함께 현장에서 필요한 지식을 쌓는 기회가 주어졌던 것으로 파악된다.

“언론영상학부를 졸업하고 심화전공으로 방송영상을 공부했다. 카메라, 편집, 조명, 음향 등의 기초를 다질 수 있었고, 방송사 출신 교수들로부터 배울 수 있는 것들이 많았고 실습 기회도 있었다.” (A)

“방송영상 분야를 전공했는데, 실무적인 부분에서 배울 수 있는 것이 많아서, 조연출 기간 없이 연출로 바로 데뷔를 할 정도였다. 학교에서 실무와 이론 부분을 조화롭게 배울 수 있었기에, 졸업 후 현장에서의 괴리감도 잘 극복할 수 있었다.” (C)

“대학에서 영화를 전공하면서 선배들 단편영화 현장 제작 경험을 쌓았다. 이를

통해 현장에서의 스크립터는 어떤 일을 해야 하는지, 연출팀은 무엇을 해야 하는지 등을 충실하게 배울 수 있었다.” (F)

그렇지만 해당 분야를 전공한다고 해서 곧바로 현장에서 필요한 역량이 모두 충족되는 것은 아니며, 정규교육과정만으로는 급변하는 미디어 콘텐츠 산업의 특성상 시장에서 요구되는 전문성이나 역량을 키우기는 어렵다는 지적도 있었다.

“학부에서는 문학을 전공했고, 대학원 가서 영화 연출을 전공했는데, 대학원은 실무적인 것보다는 이론을 주로 다루다보니, 현장에서 겪는 것과는 다소 괴리가 있었다. 결국 일을 하면서 오히려 많이 배웠던 것 같다.” (D)

“최근 애니메이션 분야에서도 유튜브가 활성화되면서 플랫폼이 다양해졌고, 1인 창작자들의 비율이 높아지면서 소규모 기획/제작/사업 역량이 중요해졌다. 그렇지만 정규교과과정에서는 전통적인 산업 내에서의 직무 중심이었고, 다양한 기술적 활용이나 애니메이션 분야에서 중요한 캐릭터 IP 비즈니스 등에 대해서는 전혀 배우지 못했던 것이 아쉽다.” (L)

그런가 하면, 민간교육 기관에서 영상콘텐츠 관련 소프트웨어 툴을 익히는 등, 실무 교육을 이수할 기회가 상대적으로 많아, 종사자는 여기서 포토샵, 일러스트레이터, 애프터이펙트, 마야, 맥스 등 영상콘텐츠, 그래픽, 시각특수효과(VFX) 등을 다룰 수 있는 다양한 도구의 활용방법을 익히는 경우가 많았다.

“필요할 때는 외부 교육기관이나 프로그램들의 도움 받는 것이 중요하다고 생각한다. 시나리오 글쓰기, 후반작업 색보정 등 여러 강좌들이 많다. 최근에는 ‘크몽’이나 ‘숨고’ 등에서 온라인 강좌들이 개설되는데, 이처럼 온라인 비대면으로 할 수 있는 수업들도 많다.” (C)

한편, 공공부문에서 진행되는 교육 프로그램 또는 멘토링 과정도 역량 강화를 위한 좋은 기회가 된다. 예컨대 창의인재동반사업이나 지자체 또는 관련 협·단체의 지원사업과 연계된 교육 프로그램, 컨설팅 등이 그것이다. 여기서 새로 배우는 교과과정이나 지



식, 정보 등이 도움이 되기도 하지만, 그보다는 현업 종사자와 교류하면서 그들의 실무 노하우를 전수받거나, 정기적인 만남을 통해 인적 네트워크를 구축할 기회를 얻는다는 점에서 더 큰 의미가 있었다.

“특별한 교육기관에서 수업듣기보다는 활동하고 있는 다큐멘터리 관련 네트워크 모임에서 많이 배운다. 회비를 내고 한 달에 한 번 모여서 교육도 받고 서로 중요한 노하우를 공유할 수 있는 기회인데, 앞으로 할 작품에 대한 의견 공유, 선배 감독들의 경험, 외부 강사 초빙 교육, 시장 환경 변화 스터디 등을 하는데, 실질적으로 배울 것이 많다.” (A)

“국비 지원으로 대학 졸업 이후 여러 교육을 받을 기회도 있었는데, 실감콘텐츠 분야의 경우 경험 많은 전문가들이 국내에 별로 없어서인지 강사들로부터 크게 새로 배울 것이 없었다. 그러나 정보를 얻고 업계 사람들을 알게 될 수 있다는 점은 기회였다” (H)

“창의인재동반사업, 영진위 지원사업, 방송작가교육원의 드라마작가 프로그램 등에 참여했고, 매칭하고 네트워킹하는 차원에서 도움이 되었다. 또 교육에 참여하면 지원금도 같이 주는 경우가 있는데 특히 큰 도움이 된 것 같다.” (E)

“민간 시나리오 학원 강의를 들은 적 있고, 지자체에서 운영하는 영상위원회 수업을 들은 적도 있는데, 현업에서 활동하는 피디나 작가 등이 참여했는데, 그들과 소통하고 만날 수 있는 기회가 있다는 점에서 좋았다.” (G)

## 2) 새롭게 요구되는 역량

콘텐츠 분야는 산업 구조나 시장이 시시각각 변하기 때문에 그에 대응할 수 있는 역량 강화가 필수적이다. 인터뷰 참여자 대부분은 대학 시절 전공 교육과정을 통해 해당 산업에 대한 전통적 지식과 실무역량은 어느 정도 갖추었지만, 변화하는 환경에 맞게 역량을 강화하고 개발해야 한다는 점을 잘 인지하고 있었다.

우선, 미디어 환경이 변화하고 새로운 콘텐츠 시장이 형성되는 등 콘텐츠산업 구조가

근본적으로 뒤바뀐에 따라, 전통적인 장르 구획을 넘어서 다양한 장르간의 뒤섞임 또는 확장에 대해 고민하는 경우가 많아지고 있다.

“OTT와 같은 새로운 플랫폼도 많아지고, 콘텐츠가 유통되는 시장이 늘어나면서 작가들이 활동할 수 있는 영역도 넓어지고 있다. (본인이 그동안 활동해온) 영화 분야는 이제 극장으로 사람들이 모이지 않으면서 예전 방식은 쇠퇴하고 있다. 이제 영화뿐만 아니라 웹소설이나 웹툰 등 분야로 진출하는 것도 알아보고 있다. 계속해서 새로운 장르, 새로운 산업을 공부해야 한다. 장르 문법이나 관습 같은 것들이 안 맞아서 어렵고 낯설지만 적응해야 할 것이다. 살아남기 위해서는 이런 변화를 기회로 만들어야 한다.” (G)

“최근에는 유튜브 기반 웹드라마나 교육콘텐츠 쪽으로 수요가 많아지고 있고, 기회도 늘고 있다. 자연스럽게 지인들과도 유튜브 영상에 대해 많이 의견을 나눈다. 그 방식과 프로덕션에 대한 공부가 많이 필요하다. 그렇지만 기존에 잘 만들던 스타일이나 기법 이런 것들이 있는데 새로운 길을 자꾸 학습해야 하는 상황에 처하게 되고, 유행처럼 따라가야 하는 것들, 이런 상황을 받아들여야 하는 것인지 고민이 된다.” (D)

특히 최근 영상콘텐츠 분야에서는 유튜브와 같은 이용자 참여형 플랫폼이 증가하고, 숏폼 영상이나 크리에이터 콘텐츠 시장이 성장함에 따라서 소규모 제작이 늘고 있다. 또한 과거처럼 분업화된 집단제작 시스템 속에서 특정 직무만 수행했던 시대를 지나 이제는 기획, 연출, 촬영, 편집, 후반작업 등 다양한 직무를 동시에 수행할 수 있는 다중적 역량이 요구되고 있다. 인터뷰 참여자는 다양한 직무를 한꺼번에 맡아야 하는 것에 대한 부담을 느끼고 있었고, 그것을 위해 꾸준한 노력과 변화가 필요하다고 설명했다.

“오랫동안 방송제작을 하다 보니 연출력, 카메라 활용도 차원에서는 크게 떨어지지 않는다. 그런데 최근에는 작은 규모로 제작해야 되는 경우가 많아지고 있다. 그래서 PD들이 자막, CG 작업과 같이 촬영, 편집, 연출 이외의 다양한 업무들도 할 줄 알아야 한다.” (A)

“요즘 PD 공고를 보면 회사에서 다 잘하는 사람들을 원한다. 외국어도 되고, 촬영·편집하고 기획도 하고, 뭐든 다 할 수 있어야 하는 시대다. 결국 1인 미디어 처럼 혼자서 다 해야 한다.” (H)

이들은 계속해서 산업 변화를 파악하고 그 속에서 생존 전략을 모색하면서 공공·민간 기관에서 제공하는 여러 강좌나 세미나, 포럼 등에 참여하거나 정책 지원사업을 기회로 활용하기도 한다. 그 밖에 여러 기관에서 제공하는 보고서나 트렌드 관련 문헌 자료, 업계 관계자 인터뷰 등 여러 자료를 참고하기도 하고, 선후배 및 동료와의 네트워킹과 상호 배움의 기회를 스스로 마련함으로써 불안정한 미래를 대비하기도 한다.

### 3) 경력관리 현황

영상콘텐츠 분야 프리랜서로서 경력관리나 증명을 어떻게 하는지 살펴보았다. 프리랜서로서 경력관리는 에이전시가 업무를 맡아주지 않는 이상 본인이 직접 해야 하며 그 방식은 개인마다 상이하다. 일반적으로 포트폴리오에 그동안 참여했던 프로젝트의 결과물 영상(마스터 영상)을 모아두거나 크레딧 관련 자료를 모으는 것, 인터넷 웹사이트나 페이스북, 인스타그램과 같은 SNS에 정기적으로 자기를 홍보하고 프로젝트 참여 내역을 기록해두는 것 등이 공통으로 사용하는 전략이다.

“링크드인(Linkedin) 사이트나 인스타그램을 활용해서 프로필을 정리하고, 유튜브 채널에 포트폴리오를 업데이트한다. 특히 다양한 SNS를 활용해서 주변 동료들이나 클라이언트들에게 계속 업데이트하는 편이다.” (H)

그런데 일반 회사원이 기업으로부터 경력증명서를 발급받는 일반적인 절차와 다르게, 프리랜서는 자신의 경력을 증명하는 차원에서 여러 어려움을 경험한다. 자신이 활동한 기록물을 확보하지 못하거나, 경력 증명을 해 주는 시스템 자체가 갖춰진 사업체가 많지 않기 때문에 경력 증명을 위한 증빙서류를 직접 만들어야 한다는 점 등이 언급되었다. 심하면 폐업이나 휴업이 잦은 업계의 특성상 회사가 사라질 경우 작품 원본을 구할 수 없게 되거나 경력 증명을 공식적으로 할 수 없는 상황에 처하기도 한다.

영화와 같이 극장 개봉 기록 및 관련 수익, 인적 정보 등이 체계적으로 잘 정리되는

분야도, 중간에 프로젝트가 중단되거나 개봉이 취소 또는 지연되어버리면 그것에 참여했던 프리랜서는 자신의 경력을 증명하기가 매우 어려워진다.

“그동안 방송했던 것들로 포트폴리오를 만들고, 경력 증명이 필요하면 같이 작업했던 회사들을 직접 찾아가서 떼야 한다. 그런데 별도의 시스템이 없어서 외주제작사나 방송사에 가더라도 아는 사람에게 따로 부탁해야 한다. 경력증명서를 내가 만들어 가면 도장 찍어주는 방식이다. 게다가 외주제작사가 폐업이라도 하면 아예 증명 받을 방법이 없다. 프리랜서이다 보니 4대 보험을 회사를 통해 가입한 것도 아니기 때문에, 아예 기록이 없어진다.” (A)

“회사 생활을 마치고 구직을 하다 보니 경력관리가 정말 중요하다고 생각했는데 너무 관리가 안 돼 있어서 힘들었다. 작은 프로젝트들의 경우 뒤늦게 결과물을 검색해도 찾기 어려운 경우가 많다. 광고주나 클라이언트들이 기록을 없애거나 자료를 제공해주지 않으면 방법이 없다.” (C)

“프로젝트별로 작업하고 회사 소속이 아니다보니, 그 결과물을 소유하기 어렵다. 그런 점에서 포트폴리오 만들기가 항상 어렵다. 영상 제작에 참여했는데 크레딧이 인정되지 않거나, IP 소유권이 없어서 포트폴리오로 사용되지 않거나 하는 사례도 비일비재하다.” (E)

“영화 개봉을 하면 크레딧이 나오고, 영화진흥위원회 DB에 이름이 올라가기도 하니까 경력증명이 수월하다. 그렇지만 영화개봉이 안 될 경우, 그것을 어떻게 증명할지 모르겠다. 계약서를 보여줘야 되는 건지. 계약서도 안 쓰고 작업하는 경우가 많아서 그런 경우 경력사항이 묻혀버린다.” (F)

## 다. 노동환경 현황 및 이슈

### 1) 고용, 처우 및 경제활동

다음으로 프리랜서가 처한 고용 불안정, 처우, 부업과 같은 경제활동 현황에 대해 살펴보고 있다. 프리랜서이기 때문에 일거리가 지속해서 주어지지 않을 수 있다는 고용불안에

대한 의식이 공통으로 나타나고 있었다. 처우나 수입 현황은 종사자마다 다소 차이가 있는데, 더 자유롭게 활동할 수 있고 그에 따라서 본인이 더 많은 소득을 올릴 수 있다는 답변이 있었던 반면, 일할 기회가 보장되지 않고, 미래의 지속적인 수입을 기대하기 어려워 만성적인 불안감에 시달린다는 응답도 있었다.

“고용은 프로젝트 별로 이어지기 때문에 연장 안 되면 어쩌나 하는 불안도 있고, 계속 새로운 구직을 해야 하는 부담이 크다. 미래 수입을 예측하기 어려워서 현재 들어오는 일을 무리해서라도 다 하려고 하는 편이다.” (E)

“회사가 될 생각은 없으니깐 받아들이며 생활하는 것인데, 그래도 힘들다. 주변 사람들도 비슷한 불안감을 가지고 활동한다. 일이 정기적으로 있지 않으니 할 때 몰아서 하고, 일이 없을 때 한꺼번에 쉬게 된다. 프로젝트 중에 과하게 일하게 되는 것이 결국 일의 지속성이 담보되지 않기 때문인 것 같다. 퇴직금도 없고 나중에 일을 할 수 없게 되었을 때 보장되는 것이 없기 때문에 미래 안정성이 없다는 점이 가장 힘들다.” (D)

“정규직으로 일 해보니 오히려 회사에서 많은 것을 가져가고, 세금도 많이 떼인다는 생각이 들었다. 그래서 노력도 덜하게 되고 생산성이 떨어졌다. 그리고 이쪽 분야가 원래 정규직이라고 해도 고용불안정이 없는 게 아니기 때문에, 자기 역량을 키우는 게 중요하고, 내가 원하는 일 하면서 그에 합당한 대가를 받는 게 좋다고 생각한다. 프리랜서 하면서 오히려 수입이 훨씬 더 좋아졌다.” (C)

“건당 수입으로 보면 노동시간 대비 소득은 괜찮은 편이라고 생각한다. 영상업체 다니는 친구가 주5일 근무에 받는 돈보다는 효율적으로 버는 것 같다.” (K)

이처럼 고용에 대한 의식 차이와 경제활동에 따른 수입 차이는 개인 역량 차이일 수도 있지만, 업계 특성상 인정받고 이름이 알려진 사람에게 계속해서 기회가 주어지고, 그렇지 않은 사람은 계속해서 분투해야 하는 점에 기인한 것으로 해석된다. 또한 콘텐츠 분야 직업이 정규직이라 할지라도 고용안정성이 타 분야에 비해 높은 편이 아니라는 점도 고려할 필요가 있다.

한편, 불안한 고용과 불규칙한 수입은 자연스럽게 본연의 창작이나 제작 외에 다양한 외주용역 또는 타 업종의 부업으로 이어지기도 한다. 영상콘텐츠 업계에서 많이 하는 부업은 촬영이나 외주영상제작 같은 용역이고, 그 외에 관련 전문지식을 바탕으로 강의 등 교육 분야에서 활동하기도 한다. 개인사 업을 하는 경우는 스튜디오 임대 사업체를 운영하는 경우도 있었다.

“청소년들 대상으로 학교 방과후 교실이나 성인들 대상 시민강좌 형태로 영화 관련 교육을 계속 하고 있고, 공공기관들 홍보영상을 만들기도 한다. 지인들 통해서 들어오는 편집이나 촬영 같은 일들은 그 때 그 때 아르바이트처럼 한다.” (D)

“애니메이션 연출을 하면서 캐릭터디자인도 하는데, 그 외에 대학이나 학원에서 강사로 일한다. 또 제작사 외주 용역으로 스토리보드 등을 만들어서 납품하기도 한다.” (L)

“임대 스튜디오를 운영하면서 영상제작 촬영보조 등 스태프로 일한다. 시청자미디어 센터 강사를 하기도 한다. 개인사업자로서 여러 용역을 받아서 수익을 창출한다.” (K)

“영화 대본을 쓰는 것이 주업무지만, 홍보영상 제작에 참여해서 버는 돈이 더 많다. 주변 친구들 보면 쿠팡 라이더 같은 배달 아르바이트도 많이 하고, 카페 알바도 많이 한다.” (E)

“영화 시나리오 작가가 본업인데, 영화과 대학진학을 준비하는 학생들 가르치는 일이나 입시학원 운영을 오랫동안 해왔고 실질적인 수익이 거기서 대부분 나왔다. 영화역사나 기초이론, 학교 전형에 맞는 실기 지도, 시놉시스 글쓰기, 영상분석 등을 가르쳤다.” (J)

## 2) 노동시간

프리랜서의 노동시간은 법제도적 규율의 밖에 놓이는 경우가 많으므로, 일이 많을 때는 과도하게 길어지는 경향이 있다. 근로자에게 적용되는 주52시간 근무제가 적용되지

않기도 하고, 같은 일을 하면서도 정규직에 비해 낮은 대우를 받기 때문에 상대적 박탈감을 느끼기도 한다. 특히 이 과정에서 프리랜서에 대한 차별적 인식이 드러난다.

“노동시간이 매우 길다. 방송제작을 하면 방송되기 하루 이틀 전까지 녹화하고 편집, 종편, 음악 등을 입히고 하다 보면 일주일에 이들은 밤을 샌다. 주52시간제 시행되면서 제작사나 방송국 사람들이 하던 일들이 우리 프리랜서에게 넘어오는 경우도 많다. 오히려 우리가 더 많은 시간을 일하게 되는 것이다. 휴식시간도 보장 못 받고 수당으로도 보상받지 못한다. 회사에 소속된 사람들과 같이 일하면서 4대 보험이나 초과근무에 대한 보상도 못 받는다는 점이 힘들었다.” (A)

“프리랜서로 일하는 것은 내 선택의 결과다. 그렇지만 처우에 대해서 생각해보자면, 프리랜서에게 일을 줄 때는 (발주처인 사업체 등에서) 그런 부분에서 배려가 없다고 느껴지기도 한다. 먼저 오라하고 가장 늦게 가도록 하고, 처우를 쉽게 생각하는 경향이 있다. 선택의 문제지만 처우나 대우는 좀 차별적이라는 생각이 든다.” (K)

“프리랜서들에게는 주52시간이 보장되지 않는다. 계약 내용을 보면 한 달에 300~320시간까지도 일하게 되는데, 평균 주52시간을 한참 초과하게 된다. 주말에도 일하고, 촬영이 계속될 때는 한 달 내내 하루도 제대로 못 쉬는 경우가 많다. 계약서상에서부터 그렇게 휴식이 보장되지 않고, 설령 계약서에 쓴다 해도 실제 촬영현장에서 다들 고생하기 때문에 눈치 보여서 혼자 쉴 수도 없다.” (F)

“노동시간 문제는 심각하다. 출근해서 일을 시작하는 시간은 정해져 있지만 언제 끝날지 모르는 환경이다. 장시간 일을 하다 보니 건강 문제도 심각하다. 방송업계 자체가 시간을 지키지 않고, 그것을 지키기가 어려운 환경이다.” (N)

프리랜서 종사자는 일이 없을 때를 대비해 벌어야 한다는 중압감에 프로젝트가 몰릴 때도 일을 마다하지 않고 과도한 초과근무를 수행하기도 한다. 이로 인한 불규칙한 삶의 패턴 때문에 건강을 해치는 문제가 발생하기도 한다.

### 3) 프리랜서 일의 상황에 대한 파악: 자율성과 교섭력의 수준

프리랜서는 자신의 일에서 얼마나 자율성을 발휘할 수 있는지를 살펴봤다. 영화나 방송프로그램 제작과 같은 전통적인 집단제작 현장에서는 정해진 스케줄에 따라 일이 진행되기 때문에 작업시간이나 장소와 관련하여 지휘·통제를 받을 수밖에 없으며, 이는 작업내용에 대해서도 마찬가지다. 다만 프로듀서, 연출, 작가와 같이 기획 및 창작의 영역에서 업무를 수행하는 직군의 경우 자연스럽게 일의 내용에 대해서 자율성이 일정 부분 주어지지만, 그 또한 결과적으로 타켓이 되는 시장(시청자층)의 수요에 맞추거나 광고주, 투자자, 클라이언트 등의 요구사항에 맞춰야 하므로 일에 있어서 완벽하게 개인의 자율로만 진행되는 경우는 극히 드물다.

따라서 집단제작의 경우는 자율성에 대한 제약이 심하고, 혼자서 별도로 작업하는 경우에는 상당히 높은 수준의 자율성이 주어질 수 있다는 점이 차이점이라 하겠다.

“연출하고 촬영할 당시에는 저희들의 자율성과 판단에 의존하게 되지만, 결과적으로 편집본을 보고 클라이언트나 방송사 측에서 수정을 많이 요구한다. 그래서 최종 결과물에서는 제작사, 방송사 등의 입장이 반영되어 연출자의 자율성은 50% 정도 반영되는 것 같다.” (A)

“대부분 누군가의 주문에 따라 만들게 된다. 광고주도 있고, PPL 영업을 하기도 한다. 정규직이든 프리랜서든 일에 있어서의 자율성은 비슷할 것이다. 일을 맡기는 사람이 분명히 존재하기 때문이다. 클라이언트와의 관계에서도 비현실적으로 낮은 비용과 짧은 시간 내에 일을 완성해줘야 하는 경우가 많다.” (C)

“애니메이션이나 캐릭터 디자인 같은 경우 작업 일정 외에는 딱히 통제받지 않는다. 대부분 외주 클라이언트들은 관공서/기업 소속 비전문가들이 많다(홍보팀 등). 이들은 작업시스템이나 작업 환경을 잘 모르기 때문에 갑작스러운 수정요구, 의사결정 번복, 무리한 요구 등을 자주 하는 편이며 그에 따라 비효율적인 과정이 반복되는 경우도 많다.” (L)

한편, 일에 대한 프리랜서의 교섭력은 전반적으로 매우 낮은 것으로 파악되었다. 교섭



력의 수준은 특히 서면 표준계약의 활용 정도, 그리고 계약조건과 내용에 대한 선택권 또는 협상권이 얼마나 있는가와 밀접하게 관련된다. 대부분의 인터뷰 참여자는 관공서나 일정 규모 이상의 기업을 제외하고 대다수 외주용역은 여전히 계약서 자체를 거의 쓰지 않는다고 답했다. 표준계약서의 보급과 그 활용도가 상당히 증가한 것으로 알려졌지만, 여전히 영상콘텐츠 산업현장에서는 그 실효성이 낮은 것으로 파악되었다.

“계약서를 거의 쓰지 않는다. 쓰더라도 방송사 입장에 맞춰서 쓰게 된다. 촬영까지 했는데 방송에 안 나갈 경우 50%는 보장한다는 조항이 계약에 있었는데 시간이 지나보니까 그 내용도 바뀌고, 우리에게는 알려주지도 않았다.” (A)

“계약 관련해서, 거의 발언할 수 있는 것이 없다. 그나마 금액 면에 있어서 10~20% 정도까지는 올려달라고 얘기해볼 수는 있는데, 계약의 전체적인 틀은 못 건드린다. 예산 한계 내에서 협상해야 하기 때문에.” (E)

“외주용역할 때는 제일 말단 취급을 받는 느낌이다. 시간이 들쭉날쭉하고 페이가 시간단위로 측정되는데, 딜레이 되어도 얘기하기 어렵고, 외주용역을 할 때는 계약서나 서면계약 거의 못 쓴다. 구두나 메시지 정도로 페이가 논의되는 정도다.” (K)

#### 4) 일에 대한 만족도

일에 대한 만족도는 앞서 검토한 고용 및 수입의 안정성, 업무에서 자율성을 발휘하고 기회를 활용할 수 있는 정도 등과 연관된다. 주체적이고 자유롭게 일할 기회가 있고, 자신이 노력하고 역량을 갖춘 만큼 그에 비례하여 성장할 수 있을 것이라는 기대를 한 사람들은 긍정적으로 답했지만, 불투명한 커리어 지속성과 열악한 처우 등에 따른 불만족을 표하기도 했다.

“40대 이후 만족도가 굉장히 떨어지고 있다. 처음 시작할 때는 하고 싶은 것을 한다는 마음으로 좋게 생각했는데, 처우나 급여 부분에서 개선되는 것이 없다보니 가족에게도 미안하고, 다른 방법을 찾지 않으면 쉽지 않다.” (A)

“영화로 내가 하고 싶은 이야기를 표현하고 싶고, 나만의 지향점이 있는데, 코로

나19 이후에 미디어 환경도 급격하게 변하면서 점점 그것이 더 어려울 것이라는 생각에 회의감이 많이 든다.” (J)

“영화 현장 일이 즐거운데, 거의 모든 시간을 여기에 투자하다보니 워라밸이 무너지고 너무 피로하다. 주변 사람들도 잘 못 챙기고 혼자가 되어버린 느낌이다. 일에 계속 쫓기고 있다.” (F)

“고정적인 수입이 없는 것이 처음에는 힘들었지만, 실적이 쌓이면서 점점 성장하고 있고 수입이나 일의 양적인 차원에서도 좋아지고 있다. 처음에 자리 잡기까지가 매우 힘들었지만, 그만큼 앞으로 성장 가능성이 있다고 믿는다.” (K)

프리랜서 일은 일정 궤도에 올라 그 능력을 인정받고 그간 쌓은 경력으로 계속 활동을 지속할 수 있는 토대를 쌓는 것이 매우 중요해 보인다. 그 이후에야 실질적인 자아실현 또는 일을 통한 자기만족을 얻을 수 있는 것으로 파악된다. 대다수의 프리랜서는 그 지점에 도달하기 위해 노력하고 있고, 그 과정에서 앞서 살펴본 바와 같이 여러 어려움에 직면해 있다.

## 5) 불공정 행위 경험

프리랜서 노동환경의 문제는 특히 불공정거래나 불공정계약과 같은 사례에서 뚜렷하게 드러난다. 불공정행위는 기본적으로 서면표준계약을 작성하지 않는 것에서 시작된다. 정확한 급여 또는 용역대금, 지급시점, 업무시간, 업무 내용, 지식재산권 등에 대한 분명하고 구체적인 사항이 계약의 형태로 보장되지 않는 상황에서, 프리랜서는 이와 관련된 여러 권리를 침해당하거나 부당한 거래 관계로 내몰리게 된다.

불공정 행위의 유형은 주로 대가 미지급 또는 지급의 지연, 진행 중 중단된 프로젝트에 대한 대가 미지급, 관례로 지급하는 제작비용의 단가를 지나치게 낮추거나 계약하는 문제, 크레딧 표기를 비롯한 지식재산권의 불인정 등으로 나타난다.

“프리랜서 외주용역의 경우는 계약서 자체를 쓰지 않는 것이 대부분이다. 급여도 지연될 때가 꽤 많은데 계약서도 없으니 말로만 약속하고 믿는 수밖에 없다.” (M)

“외주제작사 프로그램 PD로 8월부터 3개월 일했는데, 그 급여를 다음해 3월, 5월, 7월에 나누어 받은 적이 있다. 다큐멘터리를 찍기 위해 해외 촬영을 가는데 적은 인원으로 무리한 작업을 요구하면서 진행비를 전혀 주지 않은 경우도 있었고, 최근에는 드론 영상촬영까지 요구하면서 별도로 장비에 대한 비용 등은 인정하지 않는 경우도 있다. 이런 촬영은 직접 할 수도 있지만 장비에 익숙하지 않고 사고가 났을 때 어렵기 때문에 외주제작사나 피디들은 울며 겨자 먹기로 자비를 써서 별도 용역을 주기도 한다.” (A)

“외부 촬영 등 하루 이틀 짧게 하는 프리랜서 용역의 경우에는 계약서를 거의 안 쓴다. 쓰고도 지키지 않는 경우가 많다. 지금까지 일하면서 전자계약으로 딱 한번 써봤다. 계약방식은 구두계약이 대부분이고, 보통 1~2개월 이상 대가가 지급되지 않아서 계속 연락해서 독촉해야 하는 경우가 많다.” (B)

“작가나 연출자의 저작권(지식재산권)이 보장받지 못하고 인건비 지급으로 끝나는 경우가 많다. 2차 저작물로 재가공 될 때 공동의 권한이 있을 수 있는데 프리랜서들에게는 적용되지 않고, 모든 IP 권리를 회사에서 가져가는 것이 당연시되는 것이 문제다.” (C)

“거듭해서 무리하게, 또는 뒤늦게 수정하라고 요구하는 경우가 많다. 계약서에 따르면 사실 그럴 필요가 없는데, 막상 일을 진행해보면 어떻게든 결과물을 맞춰줘야 다음번에도 기회가 있을 것이라는 생각에 그런 부당한 상황에서도 계속 맞춰주게 된다. 최근에는 기존에 제작됐던 콘텐츠가 온라인에서 배포되는 과정에서 저작권이 무시되거나 침해받는 사례도 늘어나고 있다. 여기서 우리 권리가 침해됐다고 말하고 싶어도 자기 목소리를 내기 어려운 분위기다.” (D)

이러한 불공정 행위 문제는 법제도상의 맹점 탓도 있지만, 여전히 콘텐츠 분야의 노동은 개인이 좋아서 하는 일, 열정을 바탕으로 하는 일이기에 어느 정도의 불이익은 감수할 만하다는 인식이 팽배해 있고, 특히 영상콘텐츠 업계의 경우 장시간 중노동이 당연하고 예측 불가능한 요소가 많기에 갑작스러운 일정변경이나 노동조건의 변화를 받아들이야 한다는 관습적 인식에 기인한 바가 크다. 따라서 불공정 행위를 개선하기 위해서는

이러한 제작 관행이 야기하는 여러 문제점을 되짚어볼 필요가 있다.

#### 6) 직업 관련 환경변화 및 정책수요

응답자들은 코로나19 이후의 변화 상황에 대해서도 상이한 답변을 내놓았다. 영화 등 레저시 미디어산업 분야에서 종사하던 사람의 경우 일이 많이 줄어들었다. 또한 관공서 등 공공기관에서 정기적으로 외주용역을 받아 수입을 올리는 경우에도 줄어든 예산과 사회적 거리두기 조치 등으로 행사 등이 취소되면서 일거리가 줄어들었다. 활동 기회 및 수입의 감소는 확실히 정규직 근로자보다 비정규직, 그리고 프리랜서일수록 더욱 부정적인 영향을 받은 것으로 볼 수 있다.

그런가 하면 온라인 비대면 화상회의나 비대면 행사 등의 증가로 인해서 오히려 유튜브 영상 제작을 비롯해 관련 업계에 종사하는 사람의 일거리와 수입이 늘어나는 경우도 일부 있었다. 이처럼 글로벌 팬데믹으로 인한 영향은 콘텐츠 산업 종사자들이 처한 환경, 종사상 지위, 활동하는 장르, 유통 플랫폼 등에 따라서 확실히 다른 것으로 파악된다.

“코로나19 이후 행사 짝는 사람들은 일이 거의 없어졌고, 온라인 디지털(비대면 분야) 하시는 분들은 성장했다고 들었다.” (I)

“일거리가 많이 줄었다. 관공서 예산 줄거나, 대면 수업 제약 때문에 강의 기회도 줄어들어서 실제 수입이 많이 줄었다.” (L)

끝으로, 프리랜서의 노동환경 개선을 위해 어떠한 정책방안이 필요한가에 대해 살펴 보았다. 이들은 경력, 활동 장르, 직무 등에 따라 각자 필요한 정책 수요를 이야기했다.

첫째, 변화하는 환경에 대응하기 위한 역량 강화 그리고 그것을 지원할 수 있는 인력 정책이 필요하다는 점이다. 최근 글로벌 팬데믹 이후 디지털, 온라인 플랫폼으로의 전환이 가속화되면서 새로운 소프트웨어와 도구 등 신기술에 대한 수요가 증가하고 있고, 제작 규모 또한 한 편으로는 거대화되고 있지만 다른 한 편으로는 간소화되면서 1인 크리에이터 콘텐츠 시장이 넓어지고 있다. 이러한 변화는 여러 디지털 도구를 활용할 수 있는 지식과 역량의 강화, 그리고 동시에 여러 가지 업무를 수행할 수 있는 멀티태스킹 또는 제너럴리스트적 역량이 점차 강조될 것임을 시사한다. 영상콘텐츠 분야 프리랜서

또한 이런 점을 잘 인지하고 있었다.

“예전에는 일을 배우려면 도제식으로 했는데, 최근에는 그런 절차 필요 없이 유튜브 등을 활용해서 다양한 도구들을 이미 다루고 있다. 제작비는 줄어 들고,싼 가격으로 노동을 제공하는 어린 친구들과 경쟁하기 위해서는 여러 가지 최신 장비들을 다룰 줄 알아야 한다. 예를 들어 드론으로 항공촬영을 한다거나 여러 가지 편집 프로그램들을 다 할 줄 알아야 한다.” (I)

둘째, 불공정거래 관행을 근절하고 좀 더 프리랜서의 권익이 실질적으로 보호될 수 있도록 법제도적 조치를 취하는 것이다. 무엇보다 중요한 것은 표준계약서 사용을 좀 더 확대하고 정착시키는 것이다. 현재는 표준계약 사용에 대한 강제성이나 그것을 지키지 않았을 시 불이익이 거의 없다. 여전히 영상콘텐츠를 비롯한 여러 산업현장에서 특히 프리랜서의 계약 관계에 있어서 서면계약 자체가 거의 이루어지지 않는다는 점을 생각했을 때 보다 강력한 제도적 조치가 필요해 보인다.

“대면계약이 어렵다면 간단한 전자계약 방식이라도 의무화해서, 임금체불과 같은 문제들이 더 이상 발생하지 않았으면 좋겠다.” (B)

“표준계약서 작성을 의무적으로 했으면 좋겠고, 계약관행이 정착될 수 있도록 강한 법제도적 제약이 있으면 좋겠다. 영화 외에는 아직까지도 표준계약서 보급이 잘 안 되고 있다.” (E)

이와 함께 저작권을 포함한 지식재산권에 대한 구체적 보호 범위와 방법에 대한 고민도 필요해 보인다. 창작자와 저작인접권자의 권리와 수익 배분 방식이 음악 분야에서는 비교적 구체적인 것에 비해 전통적으로 집단 창작시스템이 자리 잡은 영상콘텐츠 분야는 시나리오를 비롯해 완성된 영상물의 저작권을 둘러싼 분쟁이 앞으로도 지속해서 제기될 여지가 있다.

셋째, 정규직 근로자와의 차별 또는 상대적 박탈감을 완화하는 정책방안이 필요하다. 대표적인 방안으로 프리랜서 또한 고용보험, 산재보험과 같은 사회보험의 혜택을 받을 수 있도록 하는 것이다. 2020년 도입된 예술인 고용보험의 경우 아직 충분한 홍보가 이

루어지지 않았고, 아직 그 혜택을 받은 사람들이 많지 않다. 특히 촬영현장에서 사고를 당했을 때 개인 비용으로 부담하는 경우가 대부분이기 때문에 사회적 안전망을 보다 강화하고 그것을 의무화해달라는 요구도 많다.

“예술인 고용보험이 있다는 것을 최근에 알았다. 산업재해에 대한 조치 등을 생각해보면, 현장의 프리랜서 인력들을 위한 안전망이 더 필요하고, 실질적으로 이들의 고용 안정성과 작업의 안전성이 보장될 수 있는 방안이 필요하다. 프리랜서들은 앞으로도 계속 늘어날 것이기 때문에 이런 작업환경을 실제로 개선시킬 수 있는 공론장이 필요해 보인다.” (C)

“최근에는 확실히 예전보다 좋아졌다는 것을 많이 느끼지만, 앞으로는 고용보험이나 여러 사회보험들이 프리랜서들에게도 필수화가 되었으면 좋겠다는 생각을 한다.” (D)

2018년부터 단계적으로 시행되어, 2021년 7월 이후 5인 이상 모든 사업체에 적용되고 있는 주52시간 근무제의 경우, 임금근로자와 달리 프리랜서까지는 적용되지 않고 있다. 이들은 이러한 노동시간의 규제로부터 사각지대에 있으므로 휴식을 충분히 보장받지 못하고 장시간 초과근무를 한다는 증언이 많았다.

“노동시간 규제가 가장 중요하다. 출퇴근 카드를 찍는다거나 해서 주52시간만 지켜도 좋겠다. 현재 같은 상황에서는 도저히 워라밸을 보장받지 못한다. 어찌다가 일이 생겨도 자리 비우고 휴가 내기도 어렵고, 촬영장에서는 나를 대체할 사람이 없다는 이유로 심하게 아파도 출근해야 하는 분위기라 힘들다.” (F)

“주52시간이 보장 안된다는 점에서 가장 힘들다. 또 주변 회사원 친구들 봤을 때 부러운 것이 연차 휴가 등을 자유롭게 쓰는 것인데, 우리는 그런 휴가도 신청하기가 굉장히 어렵다.” (E)

### 3. 소결: 프리랜서 미래 전망 및 시사점

인터뷰 참여자는 콘텐츠 업계에서 프리랜서의 비중이 계속해서 확대될 것으로 전망하고 있었다. 중요한 것은 디지털 전환 등 디지털 미디어·콘텐츠 산업의 확대로 일거리가 늘어나더라도, 일자리의 질은 오히려 낮아질 우려가 있다는 점이다. 이들은 콘텐츠 트렌드 변화에 민감한 젊은 세대가 꿈과 열정을 바탕으로 이 산업에 계속 뛰어드는 것을 목격하고 있다. 물론 그 형태는 주로 프리랜서가 될 것으로 보인다. 문제는 이렇게 뛰어든 청년들이 열악한 노동환경과 처우를 견디려는 경향이 강해 기성세대보다 경쟁력 우위를 가질 수 있지만, 그만큼 노동환경이 개선되는 면에서는 부정적 영향을 끼칠 것이라는 전망이다.

또 다른 한 편으로, 콘텐츠산업의 양극화 구조가 프리랜서 노동시장에 더욱 확대 재생산될 것이라는 전망이다. 즉 프리랜서로서 상당한 수준의 역량을 갖추고 시장을 선도할 수 있는 위치에 있는 소수의 종사자는 계속 기회가 있겠지만, 그렇지 않은 평범한 프리랜서는 정부 지원을 받으며 일을 이어가거나 근로자로의 전환을 통해 고용 및 수입의 안정성을 찾아야 하는 상황이다.

마지막으로, 정성 연구를 통해 파악한 몇 가지 시사점에 대해 논의한다. 첫째, 교육훈련 및 인력양성정책 차원에서 급변하는 콘텐츠산업 환경 변화에 대한 대응이 필요하다. 인터뷰 내용에서 드러났듯이 최근 유튜브 등 OTT 플랫폼 확대와 함께 디지털·온라인 콘텐츠 시장이 확대됨에 따라 해당 분야에서 다양한 프리랜서 인력에 대한 수요가 증가하고 있다. 중요한 것은 이 분야에서 활동하기 위해서는 시각특수효과 및 편집 등에 사용되는 소프트웨어 툴, 드론과 같은 새로운 촬영 장비에 대한 노하우와 지식이 필수적이며, 과거처럼 분업화된 구조 속에서 하나의 전문성만 가지고는 활동하기 어렵다는 점이다. 제너럴리스트적 역량, 기획 및 사업가로서의 역량, 새로운 기술에 대한 이해와 그것을 사용할 수 있는 역량 등이 프리랜서에게 필요해 보인다.

둘째, 프리랜서 노동시장 내부의 양극화 문제를 어떻게 해소할 것인가를 고민해야 한다. 기존의 프리랜서 관련 논의는 주로 근로자(정규직/비정규직 포함)와 프리랜서 사이의 차별 또는 격차 문제에 초점이 맞춰져 있었다. 이에 따라 고용안정성, 처우 문제, 4대 보험과 같은 사회적 안전망의 문제를 해결하는 것이 매우 중요한 이슈였다. 그렇지만 다른 한 편으로 프리랜서 내부에서 성공한 극소수의 사람과 그렇지 않은 대다수 프리랜서 사이

의 격차는 계속 벌어지고 있다. 그런 점에서 여전히 성공을 꿈꾸면서 열악한 노동조건을 견디고 있는 프리랜서를 위한 좀 더 구체적이고 차별화된 정책이 필요해 보인다.

셋째, 활동 분야나 인력 특성의 차이를 고려한 좀 더 차별화되고 유연한 정책지원이 필요하다. 예컨대 작가를 비롯한 창작자는 지식재산권(IP)을 부분적으로라도 보호받고 그것을 기반 삼아 활동을 이어나갈 수 있도록 하는 제도적 뒷받침이 필요하다. 이와 달리 영화나 방송 콘텐츠와 같이 집단제작이 주된 분야에 활동하는 스태프에게는 주52시간 근무제와 같은 노동시간을 비롯해 노동현장에서의 휴식권, 안전성 등을 보장할 수 있는 조치가 더 강화될 필요가 있다. 그밖에 1인 자영업자인 프리랜서를 위한 맞춤형 지원사업의 확대를 비롯해 지원사업에서의 연령 제한을 완화하는 방안도 필요해 보인다. 특히 인터뷰에 참여했던 30대 후반~40대 프리랜서는 최근 쉰 가격에 노동시장에 뛰어들어 외주용역을 수행하는 젊은 세대와의 경쟁이 매우 힘들다고 말했다. 전문성과 숙련도를 갖춘 기성세대가 본연의 역량을 펼치면서 업계에서 활약할 기회를 어느 정도 확보해줄 필요성이 제기된다.

넷째, 프리랜서에 대한 인식을 개선하고, 그들의 권익을 보호할 수 있는 법제도의 실효성을 강화해야 한다. 인터뷰 참여자들은 정규직과 다름없이 또는 그 이상 일하면서도 그에 미치지 못한 처우와 사회적 안전망으로부터도 소외된 노동환경을 개선해야 한다고 입을 모았다. 그런 점에서 표준계약서 사용 및 사회보험의 확대 측면에서 좀 더 강화된 법제도와 정책적 조치가 필요하다. 더 나아가 프리랜서가 집단으로 교섭력을 확보할 수 있도록 네트워킹이나 조합결성 등 간접적으로 뒷받침하고 도울 방안 또한 모색해볼 필요가 있다.



## 콘텐츠산업 프리랜서 정책 제언



## 제1절 역량 강화 지원

### 1. 현황 및 정책 수요

#### 가. 현황

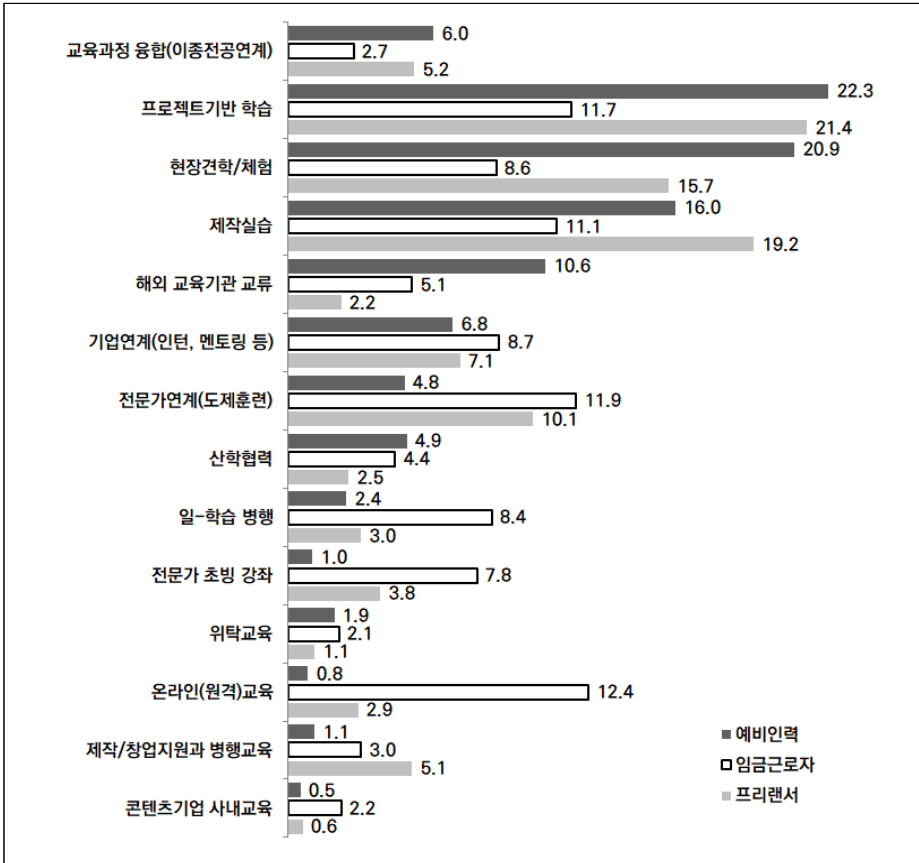
콘텐츠산업에 종사하는 인력은 일반적으로 일을 하면서 자신의 역량을 강화하고 경력을 축적한다. 조직에 소속된 인력은 추가적인 교육훈련을 받지 않더라도 선임 또는 동료로부터 역량을 전수 받고, 일하는 과정에서 멘토링을 받지만, 소속이 없는 프리랜서는 조직적인 역량 강화와 경력개발 체계를 가지고 있지 않기 때문에 대부분 개인의 필요로 교육훈련을 진행한다.

조사 결과에 따르면 콘텐츠산업 프리랜서는 자신의 역량 수준을 낮게 평가하고 있었다. 또한 이들은 콘텐츠 관련 정규교육과정을 이수하거나 교육훈련을 받은 경험이 낮은 것으로 나타났다. 콘텐츠 관련 정규교육을 받지 않은 인력은 일반적으로 지인 또는 민간 교육기관을 통해 역량을 확보하거나 지인이나 개인적인 학습에 의존하는 비중이 높아 역량 강화 기회가 상대적으로 부족함을 알 수 있다. 이들이 교육훈련에 참여하지 못하는 주된 이유는 교육비 부담과 교육에 대한 정보 부족으로 교육훈련에 대한 경제적 부담 완화와 함께 교육훈련 정보를 효과적으로 전달하는 것이 필요함을 보여준다.

프리랜서를 위한 효과적인 교육훈련 방식을 파악하기 위해서는 무엇보다 콘텐츠산업 프리랜서의 특성과 교육훈련 접근성 등을 고려할 필요가 있다. 조사 결과에 따르면 콘텐츠산업 프리랜서에게 효과적인 교육훈련 방식은 예비 또는 임금근로자와 상이한 것으로 확인됐다. 프리랜서에게 효과성이 높은 교육방법은 프로젝트기반 학습(21.4%), 제작실습(19.2%), 현장견학/체험(15.7%), 전문가연계(도제훈련)(10.1%), 기업연계(인턴 멘토링 등)(7.1%), 교육과정 융합(이중 전공 연계)(5.2%), 제작/창업지원과 병행교육(5.1%), 전문가 초빙 강좌(3.8%), 일-학습 병행(3.0%), 온라인(원격)교육(2.9%), 신학협력(2.5%), 해외

교육기관 교류(2.2%), 위탁교육(1.1%), 콘텐츠기업 사내교육(0.6%) 순으로 나타났다.

[그림 5-1] 대상별 효과적인 교육훈련 방식



정성 조사에 의하면 유튜브 등 OTT 플랫폼의 확대와 함께 디지털·온라인 콘텐츠 시장이 확대됨에 따라 프리랜서에게 요구하는 직무역량 또한 다양해지고 있다. 실제 사용하는 프리랜서에게 자신의 전문적인 직무 분야뿐만 아니라 기획부터 후반작업까지 모든 직무역량을 요구하고 있다. 또한 프리랜서도 경비 절감을 위해 자신이 모든 과정을 도맡아 하기를 원하기도 한다.

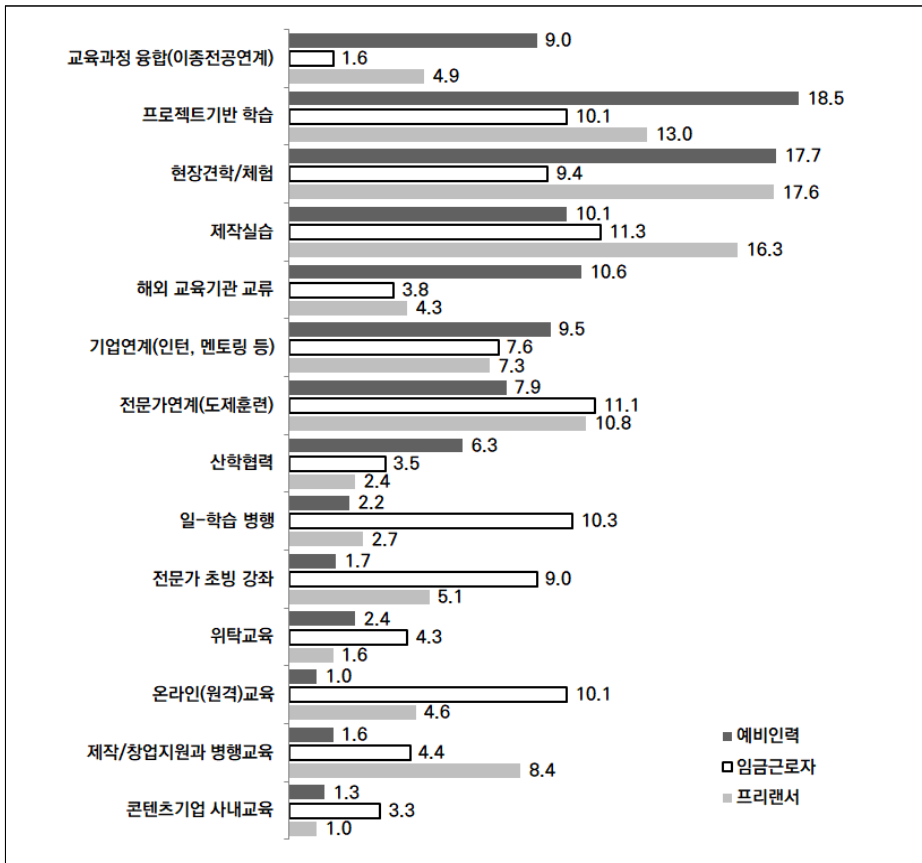
콘텐츠산업의 가장 핵심적인 투입요소는 인력이다. 이러한 측면에서 인력의 역량강화는 우수한 콘텐츠 창출 가능성과 함께 콘텐츠산업의 지속성장 가능성을 높이는데 핵심적 과제이다. 산업 환경 변화에 따른 인력에 대한 요구 역량이 다양해지고 노동시장이 유연해지면서 인력네트워크를 기반으로 한 인력 수요도 확대될 것으로 예상된다. 이에

따라 프리랜서의 교육훈련 수요가 증대될 것이므로 교육훈련 참여 제약요인과 효과성을 고려한 정책적 지원이 필요하다.

## 나. 정책 수요

콘텐츠산업 프리랜서의 역량 강화를 위해 정부 지원이 필요한 교육훈련 방식은 현장 견학/체험(17.6%), 제작실습(16.3%), 프로젝트기반 학습(13.0%), 전문가연계(도제훈련)(10.8%), 제작/창업지원과 병행교육(8.4%), 기업연계(인턴 멘토링 등)(7.3%), 전문가 초빙 강좌(5.1%), 교육과정 융합(이종 전공 연계)(4.9%), 온라인(원격)교육(4.6%), 해외 교육기관 교류(4.3%), 일-학습 병행(2.7%), 산학협력(2.4%), 위탁교육(1.6%) 순으로 나타났다.

[그림 5-2] 대상별 정부정책이 필요한 교육훈련 방식



이러한 교육훈련은 기본적으로 실습과 멘토링을 통해 실무역량을 강화하는 방식이다. 콘텐츠 인력의 실무역량을 강화하는 프로그램은 학습 목적에 따라 다르며(Gray, 2001), 조직에 소속되지 않고 개인 단위로 역량을 강화하는 방식은 주로 일을 위한 학습(Learning for work)을 말한다. 이러한 프로그램은 주로 단기간 현장에서 실습하는 것이 대표적이며, 장기적이고 구조화된 형태의 일을 위한 학습으로는 인턴 및 견습, 훈련<sup>17)</sup>이 있다(이용관, 2014). 이때 학생은 일터에서 일하면서, 자신이 어떻게 성장하고 있는지를 기록하고 학교와 상의하고 자신의 경력 경로를 구체화하여 역량을 증대시킨다.

프리랜서의 특성을 고려했을 때 학습 중 견학 및 실습, 프로젝트 기반 학습과 전문가 연계형 교육훈련 방안이 적합하기에 여기서는 이를 구체화한다. 또한 콘텐츠산업 프리랜서의 일을 찾는 형태는 주로 지인/주변 소개에 집중되는 경향이 강하기 때문에 협력관계 및 인적 네트워크 구축에 기여할 교육훈련 방안이 필요하다.

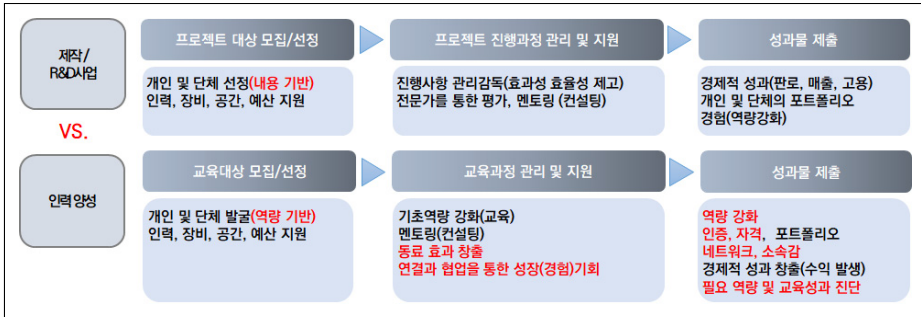
## 2. 정책 과제

### 가. 인력 양성체계 구축에 있어 주요 고려사항

콘텐츠산업 전반에 프로젝트 단위의 제작지원 방식이 다양화되고 체계화되면서 실무 역량 강화를 위한 프로젝트 기반 인력양성과의 차별성이 모호해지고 있다. 특히 노동시장 진입 단계에 있는 인력을 대상으로 한 제작지원 사업과 시험적인 제작지원 사업이 확대되면서 인력양성 사업의 대상과 내용의 범위가 점차 겹치고 있다. 이에 콘텐츠산업 인력 양성체계를 효과적으로 구축하기 위해서는 첫째, 인재양성 과정에서 나타나는 다양한 기능과 성과를 극대화하는 것이 필요하다. 효과적인 인력 양성체계에 있어서 중요한 것은 대상 발굴, 필요역량 및 교육성과 진단, 결과 환류를 통한 교육체계 고도화, 교육생 간의 교육·협력을 통한 동료효과(상호학습 기회 부여) 창출, 다양한 주체와의 교류기회 제공, 다양한 주체와의 연결·협력을 통한 성장 기회 마련, 인증, 자격 체계 마련, 네트워크 구축을 통해 자원 역량 강화 등이 수반되어야 한다.

17) 실무역량 강화 프로그램의 범위는 크게 일 기반 학습과 일터 학습으로 구분할 수 있다. 일 기반 학습은 일을 위한 학습, 일을 통한 학습, 일에서의 학습으로 구분되며, 일터 학습은 일을 통한 학습과 일에서의 학습, 그리고 조직 안에서 나타나는 비형식적 상호작용 통한 학습으로 구분된다(이용관, 2014).

[그림 5-3] 인력양성 사업의 포지셔닝



두 번째는 교육과정의 차별성이다. 정규교육과정 이후 교육훈련의 교육목표는 대부분 실무역량 강화와 네트워크 구축에 중점을 둔다. 따라서 교과과정에서 실제 제작 경험을 부여하는 것이 중요하다. 또한 프리랜서는 일할 기회를 찾고 협력하는 것이 중요하기 때문에 다양한 주체와의 교류 협력 기회를 제공하는 것도 필요하다. 콘텐츠산업은 제한 환경이 빠르게 변하기 때문에 시장에서 요구하는 인재상과 역량도 빠르게 달라진다. 이에 역량 수요의 변화, 제작방식 및 체계의 변화를 반영하고 교육훈련 체계를 지속해서 고도화하는 작업이 필요하다. 각 교육훈련 과정은 목표(선발·배출하는 인재상 등)를 설정하고 이에 따라 핵심 역량 기반 교과과정을 도출하는 것이 필요하다. 또한 연속성·연계성 강화를 통한 교육과정의 체계화도 수반되어야 한다.

〈표 5-1〉 교육 대상과 목표에 따른 교육과정

대상	기본 역량 내재화/핵심역량 습득	핵심역량 내재화	역량 발현
주요 과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>융합적, 창의적 사고력 증대</li> <li>유형별 창/제작역량 강화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 창작/기술 역량</li> </ul> </li> <li>직군별 심화 내용 학습</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>프로젝트 구상</li> <li>협력(소통) 능력 강화                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자원 관리/사회/사업 역량</li> </ul> </li> <li>소통 협력을 통한 프로젝트 진행방식 체계화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>프로젝트 시행</li> <li>프로젝트 관리/성과확산</li> </ul>

## 나. 프로젝트 기반 교육훈련 체계 강화

콘텐츠산업의 인력양성에 있어 프로젝트 기반 교육훈련 체계 구축은 매우 중요하다. 이 교육훈련은 기술과 산업 환경 변화에 대응하고 선도할 수 있는 콘텐츠 창작 프로젝트를 제시하고, 참여 기회를 제공하는 프로그램(일반적인 PBL 체계를 가짐)이다. 이를 통해 프로젝트 참여자 간(과거-현재-미래 참여 인력), 팀 간, 외부 팀 간 네트워크를 구축

하고 이는 개인의 외부 자원 활용역량 강화에 지대한 공헌을 할 수 있다(이용관, 2017).

프로젝트 기반 교육훈련은 다양한 유형으로 구분할 수 있는데 개인 활동을 하는 프리랜서에게는 팀조직형 프로젝트와 복합형 프로젝트 방식이 유용하다. 우선 팀 조직형 프로젝트를 설명한다. 프로젝트의 질과 완성을 보장하기 위해서는 좋은 아이디어뿐만 아니라 이를 구현할 수 있는 인력이 모여야 한다. 더불어 서로 다른 영역의 관련 인력이 지속해서 접촉할 수 있는 환경 조성이 필요하다. 예를 들어 솜품 영상이나 인디 게임을 제작하려는 인력은 그래픽, 음향, 스토리 등의 전문가가 협력했을 경우 성공 가능성이 높다. 인력 간의 상호작용을 통해 관련 콘텐츠의 내용 및 구현방법 등이 구체화하면 실제 콘텐츠를 제작 및 유통할 수 있게 제반 비용 및 여건을 지원하는 방식으로 프로젝트가 진행된다. 콘텐츠가 성공하여 수익을 창출할 경우, 관련 인력의 추가적인 참여를 도와주는 한편 2~3차 콘텐츠 창작이 이루어질 수 있도록 관리함으로써 창업 가능성을 높일 수도 있다.

다음으로 복합형 프로젝트는 신규 진입자의 아이디어를 콘텐츠로 기획·제작하여 유통할 수 있도록 프로젝트를 지원하는 것을 말한다. 이를 통해 인력의 역량 강화 및 성장 가능성을 제고할 수 있다. 구체적으로 콘텐츠산업의 전문 인프라를 보유한 법인을 ‘운영기관’으로 선정하여 지원하는 방식으로 각 운영기관이 n명 이상 신규 인력을 발굴하고 양성하는 방식이다. 인력은 아이디어를 콘텐츠로 기획·제작하는 과정에서 자신의 역량을 강화하게 된다.

[그림 5-4] 신규 인력 역량 강화를 위한 복합형 프로젝트

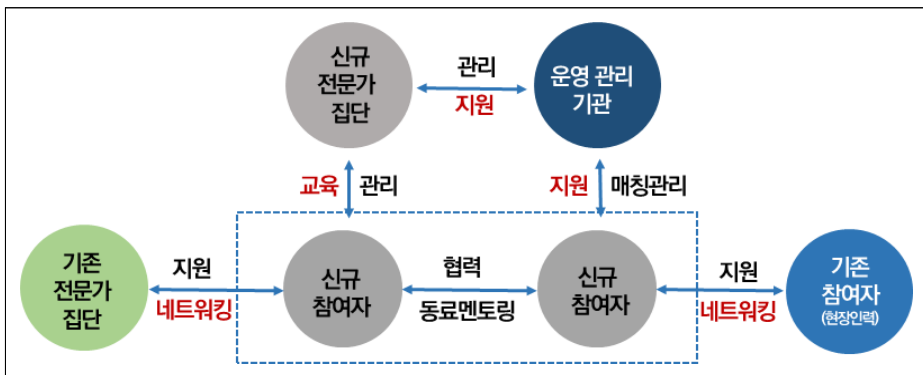




#### 다. 연계참여형 교육훈련 제도 고도화

전문가 연계형 역량 강화 및 네트워크 구축 지원 방법은 도제식 숙련방식을 의미한다. 이는 교육성과가 창·제작 역량 강화에 집중되어 있어 프리랜서로 활동하는데 필요한 협력 역량 강화나 네트워크 구축에 대한 지원은 제한적이었다. 이를 보완하기 위해서는 다양한 외부 자원과 연계하는 노력이 필요하다. 공공기관에서 추진하는 교육훈련은 지속 가능성이 크므로 기존 참여 인력을 활용하는 것만으로 이를 보완할 수 있다. 기존 교육훈련 참여자들은 이미 유사한 분야에서 활동하면서 창의적 이력을 쌓고 있으므로 이들은 신규 교육훈련 참여자들에게 중요한 교류 및 협력 자원이 될 수 있다. 지원 중인 전문가 연계형 교육훈련(개인 대 개인)의 성과를 확산시키기 위해서는 경력 경로 개발 및 단계별 교육과정 체계화와 함께 참여자가 교류하고 협력할 수 있는 장의 확대가 동반되어야 한다. 이를 위해 현재 노동시장에서 활발하게 활동하고 있는 기존 참여자를 활용·연계할 참여 유인책을 제안하는 한편, 교육훈련의 현장성과 효과성을 높여야 한다.

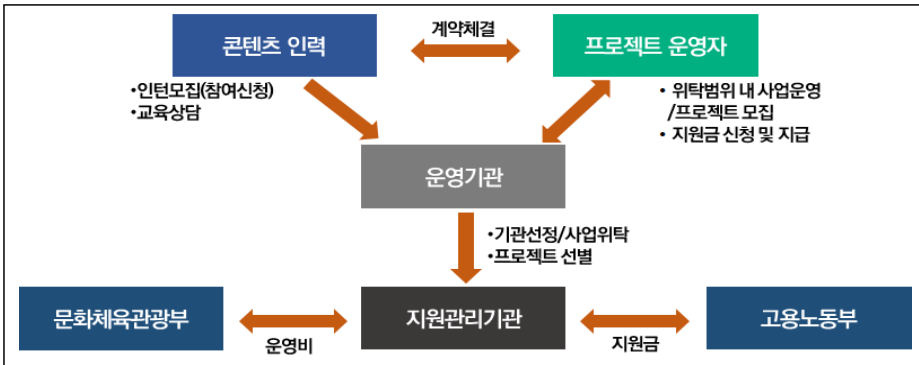
[그림 5-5] 전문가 연계형 견습제도 구조(외부 자원 활용)



다음으로 프로젝트 참여형 견습제도인 (가칭) 콘텐츠 특화 인턴제를 지원할 수 있다. 인턴제도는 개인으로서는 진로설계에 도움이 되고 경력관리 및 직무 관련 기술을 습득할 수 있으며, 기업은 인력의 풀을 확보하면서 인재 선발을 할 수 있는 안전한 방법이다. 그러나 고용노동부에서 제공하는 인턴제를 활용하려면 일정 기준의 기업 조건을 구축하고 있어야 하므로 프로젝트 단위로 콘텐츠를 제작하는 기업이 활용하기에는 제한적이다. 이에 콘텐츠 창·제작이 프로젝트 기반으로 되는 경우가 많다는 것을 고려하여 일정 기간 이상으로 수행되는 프로젝트는 인턴을 활용할 수 있는 콘텐츠 특화형 인턴제 도입을 고

려해 볼 수 있다(이용관, 2017). 이는 문화체육관광부는 사업계획 수립 및 공고 후 운영기관을 선정·사업운동을 위탁하고, 운영기관은 프로젝트 운영자·인턴 모집·알선 등 사업을 시행하며, 운영기관은 사업운동을 지도·관리함으로써 가능하다. 인턴제 운영 구조를 모형화하면 다음과 같다.

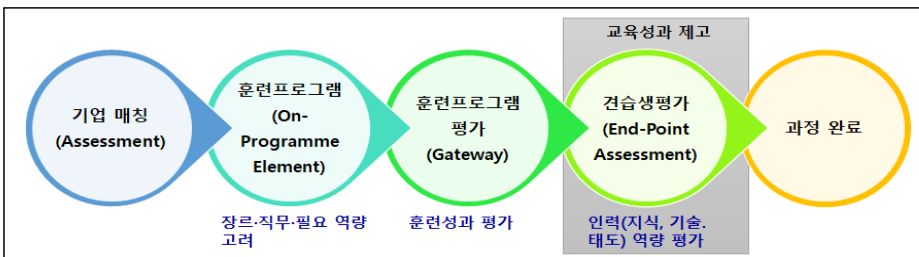
[그림 5-6] 콘텐츠 특화 인턴제 구조



자료: 이용관(2017), 문화콘텐츠 전문이력 양성 기본계획 연구

연계참여형 교육훈련이 지속적으로 발전되기 위해서는 이에 대한 평가 및 환류 체계를 가져가야 한다. 이러한 점에서 영국의 교육훈련 제도를 벤치마킹할 수 있다. 영국은 특히 교육생 평가<sup>18)</sup>(End-Point Assessment)과정을 도입해 이들의 교육적 성과를 제고하는 한편 참여한 기업(고용주)의 참여 유인을 높이고 있다(이용관, 2017). 여기서 인력 평가는 훈련 프로그램이 종료된 이후 견습생이 기업이 제공한 프로그램에 만족스러운 결과를 냈는지 평가하는 관문을 통과하고 난 뒤에 진행된다.

[그림 5-7] 교육훈련 평가 및 환류 체계 구축



자료: 이용관(2017), 문화콘텐츠 전문이력 양성 기본계획 연구

18) 정부가 승인한 해당 분야의 독립기관이 진행하는 평가로서 테스트, 객관식 시험, 전문 토론, 직장 시찰, 작품 포트폴리오, 과제 수행과 같은 업무 관련 산출물 평가와 같은 형식으로 진행된다.

## 제2절 노동환경 개선

---

### 1. 현황 및 정책 수요

#### 가. 현황

콘텐츠산업의 발전이 가져온 규모의 경제와 상업적 성과는 콘텐츠 인력의 노동시장 참여에 조직화·효율화를 가져왔고, 더불어 노동시장의 불안정성과 불평등이 심화하는 현상 또한 가져왔다(이용관, 2017). 과거 콘텐츠산업에 종사하는 인력은 노동자라는 개념보다는 예술가적 성향이 있는 것으로 인식되어 노동환경에 대한 논의가 이루어지지 않았다. 이후 자본주의 패러다임인 유연성과 자율성, 불평등에 대한 관용, 팀워크의 혁신적 형태에 대해 지나치게 순응하고(Menger, 1999), 지식 노동자로서 지속해서 변하는 환경 속에서 다양한 계층과 소통하며 창의적 변신을 꾀하며, 장시간 홀로 해야 하는 일이 많은 창의적 생산과정을 즐기며, 정해져 있는 일을 반복하는 것보다 일시적인 일을 하며 과도한 정신적 노동을 하는(Ross, 2000) 콘텐츠산업 종사자를 비롯한 창의 노동에 관한 관심이 커지면서 노동자의 관점에서 관련 분야 종사자들이 당면한 노동환경에 대해 논의되기 시작했다.

창의 노동에 대한 비판적 논의는 창의 노동이 활성화되어 있는 산업 영역의 낮은 임금과 긴 노동시간, 불안정한 고용상태에 대한 것이다. 이러한 노동시장이 형성된 원인을 자기 착취(Self exploitation)라는 개념으로 설명할 수 있는 데, 자가 착취란 창의 노동을 통해 기대하는 사회적 인지도나 자아실현, 창의성 발현 등을 실현하기 위해 노동자가 자발적으로 자신의 신체적·정신적 한계를 넘어서까지 일을 하게 된다는 뜻이다(이용관, 2016; Hesmondhalgh & Baker, 2011).

콘텐츠산업 노동환경에 관한 사례 조사 및 심층면접을 보면 일반적으로 언급되는 계약, 처우(근로조건), 의의 상황과 만족도, 불공정 행위 등이 포함되었을 뿐 아니라, 더

큰 문제로 다른 산업에 비해 상대적으로 노동환경 전반이 열악하며, 장르별, 직무별, 경력별 노동환경 격차가 크다는 것이 제기되었다.

이러한 결과는 연구에서 수행한 정량 및 정성 조사에서도 확인할 수 있는데 특히 콘텐츠산업 프리랜서와 기타 유형 간에도 노동환경 격차가 확연히 나타났다. 분석 결과를 보면, 콘텐츠산업에 종사하는 인력의 연평균 일하는 기간은 약 8개월로 일의 지속성이 떨어짐을 보여준다. 콘텐츠 관련 일에 대한 노동시간과 노동일수 또한 콘텐츠산업 프리랜서가 상대적으로 매우 작은 것으로 나타난다. 이는 콘텐츠산업 프리랜서가 다른 산업에서 부업을 하고 있기에 나타나는 현상으로 보인다. 콘텐츠산업 프리랜서는 월평균 소득수준뿐만 아니라 소득에서 콘텐츠 관련 수입 비중도 낮아 전체적으로 콘텐츠 관련 일만으로 생활을 유지하는 게 어렵다는 것을 보여준다. 특히 이러한 경향은 코로나19가 발생한 이후 더 심화되었다. 반면, 참여 프로젝트 수는 훨씬 많은데 이는 일에 대한 단가 차이가 존재한다는 것을 보여준다.

콘텐츠산업 프리랜서는 기관보다는 팀 또는 개인과 계약하는 비중이 높고 서면계약 비중이 매우 낮다. 이러한 계약 관행으로 인해 콘텐츠산업 프리랜서는 사회보험의 사각 지대에 놓인다. 콘텐츠산업 프리랜서는 자율성이 크기 때문에 상대적으로 일에 대한 상황을 긍정적으로 평가하고 있으나, 스트레스를 받는 정도는 더 큰 것으로 나타났다. 이러한 경향은 일에 대한 만족도로 나타난다. 다만, 용역(도급/위임) 계약을 통해 사용자에게 노무를 제공하는 인력은 대부분 일하는 상황이나 만족도를 매우 낮게 평가하고 있다. 실제 이들의 노동조건은 열악하며, 사용자에게 상당한 지휘·통제를 받아 일에 대한 자율성이 훼손되고 있음을 확인할 수 있다. 끝으로 콘텐츠산업 프리랜서에게는 불공정 행위의 경험률은 낮게 나타났지만, 상대적으로 일방적 계약해지나 대가미지급은 높게 나타났다.

정성 조사를 보면, 최근 콘텐츠산업 노동시간의 불평등이 더욱 확대되는 경향을 보인다. 이는 콘텐츠제작 기술과 미디어의 발전으로 인한 콘텐츠 제작방식의 변화와 함께 코로나19로 인해 현 시장 상황에 민감성과 개인의 역량 수준, 보유한 제작역량의 다양성에 따라 인력 간 격차가 심화하였기 때문이다. 특히 이러한 격차는 근로자보다는 시장 상황에 따라 일거리 수급 가능성과 단가에 민감하게 반응하는 프리랜서에게 더 크게 나타나고 있다.

이상의 내용은 코로나19 전후 노동환경 변화를 조산한 결과를 통해서도 확인할 수

있다. 코로나19로 인해 사업자등록을 하지 않은 고용원이 없는 자영업자의 영상콘텐츠 프로젝트 참여 건수는 다른 유형에 비해 더 감소한 것으로 나타나며, 이는 영상콘텐츠 관련 노동시간에서도 비슷하게 나타난다. 코로나19가 영상콘텐츠 관련 소득에 미친 영향을 봐도 사업자등록을 한 고용원이 없는 자영업자는 상대적으로 영상콘텐츠 관련 소득이 더 감소한 것을 볼 수 있다. 이상의 내용을 경력별로 보면 상대적으로 경력이 5년 이상인 고용원이 없는 자영업자의 프로젝트 건수와 콘텐츠 관련 소득은 모두 감소한 것으로 나타났다. 종합해보면 현재 콘텐츠산업 노동환경은 프리랜서에게 불리하게 작용하고 있으며, 이러한 영향은 경력이 많은 프리랜서에게 더 부정적으로 작용하였다.

콘텐츠산업의 핵심 투입요소는 인력이다. 콘텐츠산업은 노동시장에서 외부 전문인력을 효과적으로 활용하면서 발전해 왔다. 다만 콘텐츠산업 프리랜서 노동시장이 경력자 중심으로 불균형적으로 커지고 있어 외부 인적자원 축적이 어려워지고 있다. 이는 콘텐츠산업 내에서 외부 전문인력의 활용이 제한될 수 있음을 의미하는 것으로 이들의 노동환경을 개선하기 위한 정책적 노력이 필요한 상황이다. 따라서 콘텐츠산업 프리랜서 노동환경 개선을 위한 정책 수요를 확인하고 이에 대한 과제를 제시한다.

## 나. 노동환경 개선 정책 수요

콘텐츠산업의 노동환경 개선 정책 중요도에 대한 설문결과 노동시간 단축/유연화(6.34), 작업환경(안전) 개선과 경력개발 관리 지원(각 6.31), (고용)안정성 강화(6.27), 차별 및 폭력 등 예방(6.19), 대가구조 개선(표준 단가 마련 등)(6.06), 계약서 작성 및 공정성 확보와 사회적 안전망 확충(사회보험 등)(6.02), 불공정 거래 개선(임금 지연, 부당 해고 등)(6.00), 교육훈련 강화(5.96) 순으로 높게 나타났다.

자영업자, 지휘·통제를 받지 않는 인력, 프리랜서로 인식하는 인력이 상대적으로 노동환경 개선에 대한 정책 수요가 높게 나타났다. 이들은 안정성 강화와 작업 환경(안전성) 개선에 대한 정책 수요가 공통으로 높게 나타났다. 자영업자는 불공정거래 개선, 개인 창작자는 경력개발 관리 지원, 도급/위임계약을 하는 인력과 지휘·통제를 받지 않는 인력은 노동시간 단축/유연화, 프리랜서로 인식하는 인력은 대가구조 개선과 계약서 작성에 대한 정책 수요가 높게 나타났다.

〈표 5-2〉 노동환경 개선 정책

	전체	종사상 지위			일한 형태			지휘·통제		주관적 인식	
		기타유형	자영업자		근로 계약	도급/ 위임	개인 창작	있음	없음	아니다	그렇다
			부업있음								
(고용) 안정성 강화	6.27	5.97	6.66	6.88	6.77	5.09	6.61	6.18	6.54	6.06	6.87
대가구조 개선	6.06	5.78	6.42	6.39	6.61	4.82	6.20	6.02	6.18	5.77	6.91
계약서 작성/공정성 확보	6.02	5.72	6.36	6.40	6.57	4.50	6.35	5.97	6.13	5.71	6.90
불공정 거래 개선	6.00	5.62	6.38	6.45	6.50	4.55	6.25	6.00	6.01	5.74	6.74
사회적 안전망 확충	6.02	5.69	6.19	6.23	6.50	4.50	6.20	6.03	5.99	5.82	6.60
교육훈련 강화	5.96	5.54	6.06	6.23	5.97	4.97	6.13	5.88	6.20	5.91	6.10
작업환경(안전) 개선	6.31	5.99	6.39	6.55	6.63	5.20	6.42	6.28	6.40	6.23	6.54
차별/폭력 등 예방	6.19	5.90	6.10	6.29	6.25	5.19	6.39	6.14	6.33	6.13	6.36
노동시간 단축/유연화	6.34	6.07	6.31	6.38	6.48	5.45	6.38	6.29	6.48	6.29	6.49
경력개발 관리 지원	6.31	5.92	6.21	6.36	6.30	5.25	6.41	6.29	6.36	6.26	6.44

콘텐츠산업 프리랜서 노동환경 개선에 대한 정책적 우선순위를 정리하면 첫째, 안정성과 안전성인 것을 확인할 수 있다. 둘째, 계약서 작성 및 공정성 확보로 나타나는데 이를 위해서는 서면계약 비중을 늘리고 표준계약서 이용 가능성을 높이는 것이 필요하다. 셋째, 대가구조 개선에 대한 수요에서 대가는 시장에서 결정되는 것으로 정책적 개입이 제한된다. 다만 시장 임금상승에도 불구하고 콘텐츠산업 프리랜서에게 제공되는 단가는 동결 또는 하락하는 경향이 나타났다. 이는 단가에 대한 시장 정보가 부족한 것에 기인한다.

## 2. 정책 과제

### 가. 경제적 안정성 확보

콘텐츠산업에 종사하는 프리랜서가 처한 안정성은 고용의 안정성을 넘어 경제적 안정성과도 연계된다. 일반적으로 고용의 안정성은 계약 기간 이후 고용상태가 불안해지는 비정규직을 중심으로 논의된다. 그러나 콘텐츠산업 프리랜서는 다양한 사용자와 계약을 맺고 단속적으로 일을 하는 경우가 많아서 삶 전반에 불안정성이 존재한다. 이러한 불안정성은 일거리의 감소로 나타날 수 있는 경제적 불안정 문제이다. 문화예술용역 계

약을 맺고 일정 기간 문화예술의 창작·실연·기술지원 등의 노무를 제공하는 인력은 최근 예술인 고용보험에 가입할 수 있게 하고 다양한 제도적 지원을 해 주고 있다. 용역계약을 기반으로 노무를 제공하는 일부 콘텐츠산업 프리랜서도 관련 제도의 혜택을 받을 수 있다. 다만 그 범위와 조건 등이 콘텐츠산업 전반을 포괄하지 못하며 사회보험만으로 콘텐츠산업 프리랜서의 경제적 안정성을 확보하는 것이 제한적일 수 있다.

경제적 안정성을 확보하기 위해서는 일거리 수급의 가능성을 높이는 것과 수익 창출 경로를 확보하는 것이 중요한데, 콘텐츠산업 프리랜서에게는 역량강화와 콘텐츠에 대한 (저작권) 권리 확보가 이에 해당한다. 단기적으로 사회보험을 정교화하는 과정에서 대상의 사각지대를 최소화해야 하며, 장기적으로 경제적 보전 차원에서의 사회보험을 넘어 실제 시장에 빠르게 재개할 수 있는 다양한 지원책과 연계하는 작업이 필요하다. 이를 위해서는 콘텐츠산업 프리랜서의 활동을 동태적으로 파악하는 것과 시장의 역량 수요를 파악하는 것이 선행되어야 한다.

장기적인 관점에서 프리랜서로 활동하는 창·제작자의 수익 창출 경로는 이들의 권리를 보장하는 저작권에 기반한다. 현재 계약상·수익 배분 상 불공정거래와 맞물려 저작권 문제가 지속해서 화두가 되고 있다. 이 문제는 계약단계에서부터 권리관계를 명확히 하는 것이 중요하다. 그러나 교섭력 약한 콘텐츠산업 종사자는 계약단계에서부터 이미 자신의 권리를 주장하는 것이 어렵다. 저작권법은 창·제작자에게 권리를 부여하지만, 그 양도에 대한 제약이 없어 양도가 불공정한 경우에는 이를 교정하기 어렵다. 이에 최근 논의되고 있는 추가보상청구권을 도입할 필요가 있다. 추가보상청구권이란 저작재산권을 ‘양도’한 이후 계약 시 예측하지 못하였던 수익의 현저한 불균형이 발생한 경우에 저작재산권 양수인에게 일정한 보상(수익의 분배)을 청구할 수 있는 권리를 말한다. 미국은 저작권을 양도한 경우에도 30년이 지나면 저작권을 돌려받을 수 있고, 저작권 양도는 서면계약을 의무화하고 있다. 또한 독일, 프랑스 등도 유사한 조항을 두고 있다(문화체육관광부, 2020.7.1). 이를 통해 저작권 양도 보다는 ‘이용허락’ 또는 ‘배타적발행권’을 설정하거나, ‘수익 비율분배’ 형태로 계약이 이루어지도록 유도하는 것이 좋다. 양도의 경우에도 양수인이 과소한 금액으로 계약을 체결하는 사례를 줄인다면 콘텐츠를 창·제작하는 프리랜서의 경제적 안정성은 확보될 수 있다.

## 나. 일터의 안전성 확보

실내에서 콘텐츠를 창작하는 인력과 달리 방송·영화·공연업계에 종사하는 인력들은 실외에서 일을 하거나 이동이 많아 상대적으로 물리적 위험요소에 노출될 가능성이 높은 편이다.<sup>19)</sup> 그러나 영상 촬영이나 공연 등은 임시로 설치된 곳에서 노무를 제공하기 때문에 일터의 안정성이 상당히 떨어진다. 또한 콘텐츠산업 종사자에 대한 실태조사에 따르면, 산재보험 가입률이 50% 미만으로 나타나는데, 정규직을 포함한 임금근로자를 제외했을 때 수치는 더 떨어진다. 이는 콘텐츠산업 종사자가 산업재해 발생 시 건강상의 문제뿐만 아니라 경제적 어려움에 봉착할 가능성이 크다는 것을 의미한다.

그동안 정부는 법·제도적으로 다양한 장치를 마련하고 산재보험 관련 지원 확대를 통해 콘텐츠산업 종사자의 일터의 안정성을 확보해 왔다. 대표적으로 영화 인력은 법률에서 일터의 안정성을 보장하고 있으며<sup>20)</sup> 예술인으로 등록된 인력은 직접적인 지원<sup>21)</sup>을 받고 있다. 그러나 여전히 그 범위가 한정적이며 개인 창작하는 프리랜서나 사용자가 있는 프리랜서라고 해도, 이들은 근로자와 다르게 사용자의 의무가입 범위에서 벗어나 있다.

일터의 안전성 확보를 위해서는 콘텐츠제작 현장의 사고 위험성을 줄이는 방안을 고민해야 한다. 현재 산업안전보건법은 상시근로자 수를 기준으로 적용된다. 따라서 프로젝트 단위로 인력을 모아 제작하는 콘텐츠 제작현장은 안전관리자 배치 등 법의 사각지대에 놓이게 된다. 따라서 장기적으로 콘텐츠제작 특성을 고려한 종사자의 안전성을 보장할 수 있는 법제도 마련이 필요하다. 이외 다양한 장소에서 단속적으로 진행되는 콘텐츠제작 현장의 특성을 고려해 몇 가지 직접 지원방안도 가능하다. 첫째, 제작현장과 관련된 산업안전보건법 이해 및 제작단계·기인물별 안전지침 등 현장특성별 맞춤교육을

19) 안전보건연구원(2019)의 ‘방송·영화 제작현장 스태프의 산업안전보건 실태조사’ 결과에 따르면 방송 제작 현장에서 2014년부터 2018년까지 164건의 산업재해가 발생한 것으로 나타났다. 한 번 사고가 나면 3개월 이상 치료해야 하는 대형사고가 85건으로 절반을 차지했다. 특히 실내보다는 실외에서 이뤄지는 방송 제작 현장에서 산업재해 발생빈도나 강도가 높은 것으로 분석됐다. 제작 장소별로 보면 실내가 76건인데 실외는 88건으로 12건이 더 많았다. 사고 유형별로는 넘어짐 사고가 40건, 추락 사고가 45건으로 두 유형의 사고가 절반을 차지했다.

20) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제3조의6(안전사고로부터의 보호) ① 영화업자는 영화 촬영 중에 발생하는 안전사고로부터 영화근로자를 보호하기 위한 적절한 조치를 취하여야 한다. ② 국가는 제1항에 따른 조치를 위하여 예산의 범위에서 필요한 지원을 할 수 있다.

21) 「예술인 복지법」 제7조(예술인의 업무상 재해에 대한 보호) ① 예술인의 업무상 재해 및 보상 등에 관하여는 「산업재해보상보험법」에서 정하는 바에 따른다. ② 제8조에 따른 한국예술인복지재단은 제1항에 따라 예술인이 산업재해보상보험에 가입하는 경우 예술인이 납부하는 산업재해보상보험료의 일부를 지원할 수 있다.



실시하는 것이다. 둘째 세트장 설치·해체 및 고위험 촬영현장 등 제작 현장의 안정성을 점검하는 것이다. 안전관리전문기관을 선정해 세트장 설치·해체 작업 등 제작현장의 안전관리상태를 점검하고 예견할 수 있다. 또한 위험 요인이나 유해 요인에 대해 재해 예방방법과 기술 자문을 지원할 수 있다. 셋째, 위험 요인이 있는 현장에 응급구조사와 응급구조 차량을 파견해 안전사고 발생 시 신속한 응급처치와 긴급 이송을 지원하는 것이다. 다만 이러한 지원은 일시적이며, 적용대상이 한정된다는 측면에서 실제 콘텐츠제작 현장 안전교육 프로그램을 개발 보급해 제작사와 종사자들의 인식을 개선하는 동시에 자체적인 현장 관리가 될 수 있도록 하는 것이 필요하다.

다음으로 사고 이후 산업재해(업무상 재해, 부상, 질병, 사망)를 당한 종사자가 신속하게 보상을 받고 일터에 복귀할 수 있도록 안전망을 구축하는 것이다. 그동안 정부는 특수형태근로자의 산재보험을 지속적으로 확대해 왔으며 금년 7월부터는 소프트웨어산업에 종사하는 프리랜서도 산재보험 적용대상에 포함했다. 따라서 이들에게 노무를 제공받는 사용자는 산재보험을 가입해야 한다. 이와 마찬가지로 도급/위임 계약을 통해 프로젝트 단위로 콘텐츠 제작에 참여하는 프리랜서까지도 산재보험 의무적용을 고려해 봐야 한다. 제작사의 제작인력 안전 강화를 위한 상해보험 및 여행자 보험 의무가입 조건을 부과하거나 정부 사업 참여 콘텐츠 제작 업체에 한하여 프리랜서 대상 산재보험 가입을 유도하는 방안을 단기적으로 고려해 볼 수 있다.

## 다. 계약 문제 해소

계약 관련 문제를 해소하기 위해서는 첫째, 콘텐츠산업 전반에 표준계약서 활용 확대를 위한 홍보 및 교육을 강화하는 것이 필요하다. 여전히 표준계약서 이해당사자의 표준계약서에 대한 전반적인 인지도가 낮다는 측면에서 우선 적극적인 표준계약서에 대해 알릴 필요가 있다. 또한 이해가 쉬운 고용계약 관련 온·오프라인 교육 프로그램을 개발 운영하고 다양한 교육지원 사업에 표준계약서 교육을 포함해야 한다. 업계 관행에 기대어 명시적 계약을 체결하지 않고 사업을 추진하거나 노동력을 제공하는 경우 발생할 문제점에 대해 고용주나 개인이 충분히 인지하게 하고 표준계약서 이용을 활성화해야 한다. 특히 표준계약서에 대한 것뿐만 아니라 다양한 불공정 계약사례와 이에 대한 대응 방안을 공유해야 한다. 분야별 표준계약서에 대한 정보를 제공하고 각 조항에 대한 이해

도를 제고시켜 자신의 권리를 침해당하지 않도록 하고 콘텐츠 분야 불공정 계약 관련 정보<sup>22)</sup>를 공유하는 한편 불공정행위(임금 체불 및 미지급 등)를 해결할 수 있는 제도적 장치<sup>23)</sup>와 기능도 확대해야 한다. 특히 프리랜서의 권익보호를 위한 노력은 중앙뿐만 아니라 지자체 단위에서도 진행되고 있는바 이를 연계하면 관련 지원 효과가 제고될 수 있을 것이다.

둘째, 표준계약서 고도화 및 사용 유인책 강화를 통한 실효성이 제고되어야 한다. 우선 표준계약서 고도화는 콘텐츠 제작 현실과 괴리된 부분을 보완하고 이를 통해 수용 가능한 범주를 확대하는 방향으로 진행되어야 한다. 시간이 흐름에 따라 변화된 현실 거래상황과 분쟁 예방을 위한 조치를 부분 수정·보완할 필요가 있으므로, 표준계약서 내용 역시 사업자와 이해관계자들 간에 이루어지는 제작·거래 현실에 맞게 검토·보완함으로써 활용도를 높여야 한다. 또한 제작 현실에 부합되기 어려운 부분은 당사자 간에 자율적으로 정하거나 제작 현실이 변화가 있을 때까지는 현실에 맞는 규정이 우선 사용될 수 있도록 하는 방안도 고려할 수 있다. 더불어 제작여건의 차이가 반영된 다양하고 구분된 다양한 표준계약서 마련 방안 등도 생각해 볼 수 있다. 표준계약의 형식뿐만 아니라 내용상에서도 계약실태조사를 통한 개선안 도출이 필요하다. 예컨대 ‘갑과 을의 의무와 권리’ 관련 내용을 보면, 국내 계약사례가 비교적 ‘갑’의 관점에서 ‘을’을 강제하는 내용 중심으로 구성된 반면 해외 계약사례를 보면 각종 편의사항 제공을 비롯해 ‘을’에 대한 후생복지 및 권익보호와 관련된 내용의 비중이 상대적으로 높은데(이용관·이상규, 2019) 이러한 결과는 표준계약서 보완에 있어 참고할 만하다.

또한, 표준계약서 사용을 강제하지 못하는 현재 상황에서는 간접적으로 사용을 유도하는 방안을 마련할 필요가 있다. 이에 대한 방안으로는 표준계약서 사용 시 인센티브를 제공하는 제도를 마련하는 것이다. 정부 제작 및 투융자 지원사업에 표준계약서 사용을

22) 관련 법률은 문화산업진흥 기본법 제12조의2, 콘텐츠산업 진흥법 제24조, 음악산업진흥에 관한 법률 제26조, 게임산업진흥에 관한 법률 제31조, 만화진흥에 관한 법률 제9조, 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제28조 및 예술인복지법 제6조의2, 대중문화예술산업발전법 제6조, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 제23조 등에 규정되어 있다.

23) 「문화산업진흥 기본법」 제10조의4(독립제작사의 준수사항) ① 독립제작사는 방송영상물 제작에 참여하는 「대중문화예술산업발전법」 제2조 제3호의 대중문화예술인 또는 같은 조 제9호의 대중문화예술제작물스태프에게 임금 또는 계약금액을 체불해서는 아니 된다. ③ 문화체육관광부장관은 제1항의 위반 여부에 관한 조사를 위하여 고용노동부장관에게 독립제작사의 임금체불에 관한 다음 각 호의 정보 제공을 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 고용노동부장관은 필요하다고 인정하는 경우에는 독립제작사의 임금체불에 관한 정보를 제공하여야 한다.

의무화하거나 표준계약서 사용 실적을 사업 평가 시 심사항목에 반영하여 가점을 주는 방식을 도입하고 준행 여부를 확인함으로써 표준계약서 사용을 활성화할 수 있다. 또한 다양한 재정 지원 사업에 우대<sup>24)</sup>를 주는 것도 고려해 볼 수 있다.

끝으로, 창의성과 자율성을 핵심으로 하는 콘텐츠산업에 표준계약서를 강제적으로 적용하는 것에는 한계가 있다. 다만 다양한 제도적 장치를 둬으로써 관행적으로 계약을 하지 않는 거래 환경을 개선할 수 있다. 영화인 근로조건 명시에 대한 법제도<sup>25)</sup>가 좋은 예시다. 이처럼 계약 시 근로조건을 명시적으로 밝히게 하는 제도적 장치를 마련하여 주요한 내용을 계약서에 누락시키거나 임의 해석하는 것을 방지하는 제도적 장치를 고려할 수 있다. 또한 서면계약 체결 여부 조사권·시정 조치권·계약서 보존의무 등과 같은 계약환경 개선을 위한 보다 강력한 조치<sup>26)</sup>도 필요하다.

## 라. 단가 문제 개선

최저 단가는 제작인력이 직업 활동을 통해 생활을 유지할 수 있도록 해 주는 기본적인 보호 장치다. 미국 등 주요국의 콘텐츠 관련 조합은 사업자단체가 맺는 협정에서 최저임금수준에 대한 협약을 주기적으로 맺고 있으며, 매년 물가상승이나 외부환경 변화를 고려하여 인상률을 조정하고 있다. 국내에서도 작가의 원고료, 제작인력의 급여, 배우의 출연료 등에 대한 기준 단가가 존재하지만, 이것은 실제 지급 시 기준이라기보다는 대부

24) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제3조의5(표준계약서의 사용 및 확산) ② 문화체육관광부장관과 영화진흥위원회는 제1항에 따른 표준계약서를 사용하는 영화업자 또는 영화업자단체에 대하여 제23조에 따른 영화발전기금 지원 등 영화·비디오물산업에 관한 재정지원(「문화산업진흥 기본법」 제8조 및 제9조에 따라 같은 법상의 지원을 받은 투자조합의 문화산업에 관한 투자를 포함한다)에 있어 우대할 수 있다. 「예술인복지법」 제5조(표준계약서의 보급) ② 국가와 지방자치단체는 제1항에 따른 표준계약서를 사용하는 경우 「문화예술진흥법」 제16조에 따른 문화예술진흥기금 지원 등 문화예술 재정 지원에 있어 우대할 수 있다.

25) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제3조의4(근로조건의 명시) 영화업자는 영화근로자와 계약을 체결할 때 영화근로자의 임금, 근로시간 및 그 밖의 근로조건을 구체적으로 밝히야 한다. 제96조의2(벌칙) 제3조의4를 위반하여 근로계약을 체결한 자는 500만원 이하의 벌금에 처한다.

26) 「예술인복지법」 제4조의4(문화예술용역관련 계약) ① 문화예술용역과 관련된 계약의 당사자는 대등한 입장에서 공정하게 계약을 체결하고, 신의에 따라 성실하게 계약을 이행하여야 한다. ② 제1항에 따른 계약의 당사자는 다음 각 호의 사항을 계약서에 명시하여야 하며, 서명 또는 기명날인한 계약서를 서로 주고받아야 한다. ④ 문화체육관광부장관은 문화예술기획업자등이 제2항을 위반한 경우 같은 항 각 호에 따른 계약서 명시사항의 기재, 서명 또는 기명날인한 계약서의 교부, 그 밖에 시정을 위하여 필요한 조치를 명할 수 있다. 5조의2(계약서의 보존) 문화예술기획업자 등은 제4조의4제2항에 따라 서명 또는 기명날인한 계약서를 3년간 보존하여야 한다.

분 제작비 산정을 위한 수단으로만 사용한다. 이 또한 일부 직군에서만 적용되는 것일 뿐 최저 단가는 경력과 직무에 따라 세분화하는 것이 필요하다. 따라서 현재 세분화되어 있지 않은 인력의 직무 구분이 선행되어야 하며 이에 따라 경력 상승에 따른 단가 상승이 합리적으로 조정되어야 할 것이다. 또한 단가 수준에 대한 최소한의 가이드라인을 구축하기 위해서 표준단가 정보를 시장에 체계적으로 제공하는 것이 필요하다.

이는 노사정 협의를 통해 정하는 방식과 정기적인 조사를 통해 공지하는 두 가지 방법이 있다. 첫 번째 방식은 노사정 협의하여 표준단가 지침<sup>27)</sup>을 마련하고 이를 시장에 공시하고 준수하도록 하는 것이다. 다만, 장르와 직무가 다양하고 그 경계가 희미해지고 있기에 합의의 주체를 정하기가 어렵다는 제한사항이 존재한다.

두 번째 방식은 인력의 노동조건에 대한 정보를 제공하는 위해 고용노동부가 진행하는 임금구조실태조사 들 수 있다. 그러나 산업 및 직업분류가 중분류 수준에서 그쳐 콘텐츠산업 인력의 표준단가를 파악하기에는 한계가 있다. 이에 일부 프리랜서 활동이 많은 업종(건설, 엔지니어링, 소프트웨어)은 자체적으로 임금실태를 조사해 임금에 대한 가이드라인을 시장에서 제공하고 있다. 엔지니어링과 소프트웨어 분야는 콘텐츠 분야와 유사한 노동시장의 특성을 갖는다. 이들도 대부분 특정 프로젝트를 받고 이에 따라 추가적인 인력을 임시 고용하여 작업을 수행한다. 그러나 임금 대부분이 임의로 결정되는 콘텐츠 분야와 달리 이 분야는 임금 및 직무체계를 마련하여 노임단가를 현실화하고 있다. 이 분야의 노임단가 적용 배경을 보면 콘텐츠산업에서 나타나는 노동환경의 문제에서 비롯되었음을 확인할 수 있다. 엔지니어링, 소프트웨어 분야도 기업의 채산성 악화로 인하여 비용 절감이 확대되었고 이는 인력 관련 투자저조로 이어졌다. 비용 절감의 부담은 열악한 근로환경과 강한 노동 강도를 야기했고, 산업 내 체계적 인적자원관리체계 구축 기반 조성을 어렵게 만들었다. 이에 선순환 구조 창출을 위한 산업 전반의 수익성 제고와 인적자원 축적을 위한 적정 임금 기준 마련, 불공정계약 및 과당 경쟁의 문제 해소 방법의 필요성이 확대되었다. 결국 노임단가 기준으로 임금 책정한 후, 인건비를 포함하

27) 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제3조의3(표준보수에 관한 지침) ① 문화체육관광부장관은 제3조의2에 따른 영화노사정협의회와 협의하여 영화근로자의 표준보수(보수란 영화근로자가 역무를 제공하는 반대급부로 지급받는 모든 대가를 의미한다. 이하 이 조에서 같다)에 관한 지침(이하 “표준보수지침”이라 한다)을 마련하고, 이를 보급·권장하여야 한다. ② 영화업자와 영화근로자는 표준보수지침을 준수하여야 한다. ③ 문화체육관광부장관은 영화진흥위원회로 하여금 표준보수지침에 관한 실태조사 및 연구 업무를 수행하게 할 수 있다. 이 경우 실태조사를 위한 자료의 제출을 요구받은 자는 특별한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

여 제작비를 산정한 후 수주단가 확정, 발주 체계를 마련하였고, 이를 통해 근로자의 임금을 현실화는 동시에 수익성도 제고하였다. 관련 단체에서는 노임단가 정보를 생성하기 위해 임금실태조사를 실시하고, 매년 조사된 임금 현황을 사업 추진 시 참여기술자의 노임단가로 적용될 수 있도록 조사·공표하고 있다

〈표 5-3〉 노임단가 현실화를 위한 정보 제공

구분	엔지니어링사업 노임단가 현실화	소프트웨어사업 노임단가 현실화
승인번호	제 37501호(1998.5.25)	제 37501호(1998.5.25)
법적근거	국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행규칙 제7조 엔지니어링산업진흥법 제7조 및 동시행령 제14조(실태조사 등) 엔지니어링사업 대가의 기준 제7조(직접인건비)	소프트웨어산업 진흥법 시행령 제16조
조사대상	엔지니어링산업 진흥법 제21조에 따라 신고한 엔지니어링사업자	소프트웨어사업자로 신고한 업체, 협회 정회원사 등
조사주기	1년	1년
조사내용	기술자의 실지급 임금 구성항목: 기본급, 제수당, 월간상여금 등, 월간퇴직급여충당금, 월간사회보험료	매년 SW기술자에게 지급된 월평균 임금 ※ 상시종업원 기준

콘텐츠 인력에 대한 임금실태조사가 이루어지기 위해서는 현재 세분화되지 않은 직무에 대한 구분이 선행되어야 하며 경력 상승에 따른 급여상승이 합리적으로 조정할 수 있는 체계가 구축되어야 한다. 단가에 대한 시장 정보는 단순히 단가 상승뿐만 아니라 교섭력이 없는 콘텐츠 인력에게 다양한 계약에 대한 최소한의 준거점을 제공할 수 있다.

## 제3절 노동시장 정보 체계 개선

---

### 1. 현황 및 정책 수요

#### 가. 현황

인적자원을 효과적으로 개발하고 관리하는 것은 급속히 변화하는 현대 사회에서 일의 지속성, 기업의 생산성, 그리고 국가의 경쟁력을 좌우하는 핵심요소이다. 특히 기술 발전으로 노동시장의 유연화가 가속화되면서 기존 조직 내 인적자원의 관리뿐만 아니라 외부 자원의 관리와 활용이 강조되고 있다. 특히 과거에는 기업의 주요 업무보다 업무 수행과정에서 발생하는 부가적인 업무에 노동을 제공하던 프리랜서가 점차 주요 업무로 업무영역을 확장하면서 주요 산업 내 중요한 종사 형태로 자리매김하게 되었다. 그러나 프리랜서는 사업체와 짧은 기간에 용역계약을 체결하기 때문에 일반 상용직 근로자 대비 업무의 안전성, 경제적인 안정성을 확보하기 어렵고, 2020년부터 지속된 코로나19 확산과 같은 사건이 발생하였을 때 경제적인 안정성, 경력의 지속성 등에서 매우 취약해진다. 현재 각 산업의 주무부처는 프리랜서 종사자의 취약성에 대해 인식하고 있고, 이들에 대한 지원이 필요하다는 것에도 동의하였다. 하지만 이들을 지원하고 시장에서 이탈하지 않는 정책을 수립하기 위해서는 먼저 산업 내에 어느 정도 규모의 프리랜서가 종사하고 있는지를 파악해야 한다. 그러나 프리랜서는 별도의 신고나 등록을 요구하지 않는 자유업에 해당하기 때문에 이들의 규모를 정확하게 파악할 수 있는 체계가 구축되어 있지 않다. 이러한 이유로 콘텐츠산업의 경우 매년 장르별 콘텐츠산업의 종사자 실태 조사 등을 활용해 프리랜서를 식별하고 이들의 규모를 대략 추정하기도 한다.

콘텐츠산업 뿐만 아니라 타 산업에서도 프리랜서를 식별하거나 이들의 규모를 파악하기 위해 매년 산업 현황 및 종사자 비중 등을 조사하는 실태조사를 수행한다. 이러한 실태조사는 일반적으로 사업체를 대상으로 조사를 하는데 이렇게 사업체의 응답을 통해

조사한 통계는 실제와 상이한 규모로 집계되었을 가능성이 있다. 가장 큰 원인은 본 연구의 관심사인 프리랜서 종사자의 규모나 유형을 파악하기 위한 문항이 응답자(사업체)가 조사 시점(해당 연도)에 고용하였거나 조사 시점에 용역계약을 체결한 종사자를 기준으로 응답하기 때문이다. 따라서 현재의 조사방식으로는 사업체 등과 용역계약을 체결하지 않고 프리랜서로 활동하는 개인 창작자는 조사대상에 포함되지 않는다. 프리랜서를 직접 파악할 수 있는 체계가 구축되어있지 않기 때문에 지금까지의 조사는 사업체를 대상으로 종사자를 파악한 후에, 이들 중 프리랜서 종사자를 분류해내어, 이를 대상으로 재조사를 진행하는 것이 일반적이었다. 하지만 최근 콘텐츠 제작기술이 상용화되고 개인이 창작한 콘텐츠를 유통시킬 수 있는 플랫폼이 다양하게 나타나면서 프리랜서가 사업자로 등록하거나 어떠한 회사와 용역계약을 맺지 않고 스스로 개인 창작물을 제작·유통해 수익을 올리는 유형이 증가하고 있다. 실제로 인플루언서(Influencer)라고 불리는 주요 동영상 크리에이터는 사업체와 별도로 용역계약을 체결하지 않고 영상을 스스로 기획, 촬영, 편집하고 홍보하면서 사업을 영위하고 있다. 일부 타 산업에 종사하는 상용직 근로자도 부업 형태로 영상콘텐츠산업 내 개인 창작자로 활동하는 사람이 증가하면서 프리랜서 유형 중 개인 창작자에 대한 규모를 파악하는 것 매우 중요해졌다.

프리랜서 조사 시 각 기관마다 상이한 프리랜서 식별기준을 적용하고 있다는 점도 프리랜서 규모를 파악하는데 혼란을 줄 수 있다. 제3장에서 다루었던 한국콘텐츠진흥원의 창의인력실태조사와 경기콘텐츠진흥원의 경기도 콘텐츠산업 통계조사는 프리랜서를 파악하기 위한 문항에서 프리랜서에 대한 기준을 상이하게 적용하였다. 한국콘텐츠진흥원의 2020년도 조사의 경우 프리랜서를 1개월 이상 1년 미만의 고용계약을 맺었던 종사자, 1년 미만의 프로젝트 진행을 위해 임시로 고용된 종사자, 1개월 미만의 고용계약을 맺었던 종사자, 그리고 고용원이 없는 자영업자로 정의하였다. 이와 다르게 경기콘텐츠진흥원의 조사에서는 특정 조직에 명확하게 소속하지 않고, 특정한 사항(프로젝트)에 관하여 필요하면 자유계약을 하며, 급여를 받는 정식직원이 아닌 종사자를 프리랜서로 정의하고 있다. 두 조사 모두 콘텐츠산업의 종사자 유형과 규모, 특징 등을 파악하기 위해 활용할 수 있는 중요한 통계라는 점에서 향후 동일한 프리랜서 식별기준이 적용될 필요가 있다.

콘텐츠산업 내 종사자 대상 조사는 매년 조사대상이 새롭게 선정되는 특징을 갖는다. 상용직 근로자와 같이 직무/직업 변동성이 낮은 종사자는 조사대상 사업체를 작년과 같게 선정하면 추적/관리가 가능하다. 그러나 프리랜서와 같이 시장 진입과 이탈이 자유로

은 종사자는 변화와 추적/관리를 위해 자료를 활용하기가 쉽지 않다. 앞서 다루었던 콘텐츠산업 창의인력 실태조사와 함께 주요 장르별 산업 종사자를 대상으로 하는 조사도 마찬가지로 매년 특정조사시점에 종사하는 인력을 대상으로 하지만 다음연도 조사에서 동일한 인력을 대상으로 조사가 진행되지 않는다. 이러한 행태는 각 산업 내 종사 인력의 종사 형태 변화를 파악하기 어렵게 만든다.

〈표 5-4〉 콘텐츠산업 종사자 관련 조사 현황

조사명	분야	조사표본	조사 방식 / 주기
2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사	콘텐츠 전반	- 사업체: 1,000업체 - 종사자: 2,000명 ※ 프리랜서: 1,000명	횡단면 / 1년
2020년 지역콘텐츠산업 및 창작자 실태조사	콘텐츠 전반	- 사업체: 2,305업체 - 종사자: 967명	횡단면 / 신규
2020 노동시간 단축 영향 분석	콘텐츠 전반	- 사업체: 1,101업체 - 종사자: 1,068명	횡단면 / 1년
2020 게임산업 종사자 노동환경 실태조사	게임	- 사업체: 200업체 - 종사자: 1,000명	횡단면 / 1년
2020 웹툰산업(사업체, 작가)실태조사	웹툰	- 사업체: 43업체 - 작 가: 653명 ※ 조사 표본은 최종 조사 규모	횡단면 / 1년
방송제작 프리랜서 고용·경력관리 실태 및 지원 방안 연구	방송	- 방송 11개 유형 70개 프로그램 조사 - 종사자: 303명	횡단면 / 신규
2021년 방송제작 노동환경 실태조사	방송	- 종사자: 1,000명	횡단면 / 격년
2020년 영화스태프 근로환경 실태조사	영화	- 종사자: 549명	횡단면/ 격년 ※ 전년도 응답자 대상으로 조사를 실시해 패널구성 (2019년: 1,038명)
2021 대중문화예술산업 실태조사	대중문화 예술인	- 예술인: 900명 - 스태프: 400명	횡단면/ 격년

자료: 각 기관별 공고자료 및 보고서 재구성

## 나. 정책수요

콘텐츠산업 내 프리랜서 규모파악이 어렵고, 프리랜서의 범위에 대한 상이한 식별 기준 적용은 프리랜서 관련 정책을 수립하고 시행하는 데 있어 실제와 괴리를 발생시킬 수 있다. 현재와 같은 코로나19 팬데믹 상황에서 정부와 지방자치단체는 경제적인 안정성이



떨어지는 프리랜서 등 특수고용직에 대한 지원을 위한 정책을 수립한다. 이 과정에서 지원 규모와 대상을 설정하게 되는데 중앙정부와 지방자치단체가 이들의 규모를 즉시 파악할 수 있는 체계가 구축되어있지 않으면, 기존에 조사된 주요 실태조사 결과를 참고하여 정책을 수립할 수밖에 없다. 그 결과 정부와 지방자치단체의 지원 규모나 대상에서 차이가 발생해 정책 수혜자인 프리랜서에게 혼란이 발생할 수 있다. 따라서 주요 통계 간 프리랜서 식별기준을 동일하게 적용하도록 유도할 필요가 있다.

식별된 프리랜서에 대한 추적관리를 위한 통계수집체계 구축도 필요하다. 영화진흥위원회도 영화산업 내 종사자의 유형이 변화하거나 신규 진입과 이탈이 발생하는 상황을 반영하기 위해 2020년도 종사자 대상 조사에서 2019년도 응답자를 기준으로 패널을 구축한 바 있다. 종사유형별 비중 변화는 영화산업뿐만 아니라 다른 콘텐츠산업에서도 나타나고 있는 현상이다. 따라서 대규모 예산이 투입되고 있는 기존 장르별 산업 내 종사자 관련 조사에서 이들을 추적/관리할 수 있는 조사 체계로 전환이 필요해 보인다.

최근 방송영상콘텐츠산업에서 작가, PD 등 프리랜서에 대한 근로자성 인정 여부를 두고 사업체와 종사자 간 법적 다툼이 진행되었다. 프리랜서 종사자는 다년간 사업체와 프리랜서 계약을 체결하고 프리랜서로 용역을 제공하고 있었다. 이 과정에서 프리랜서는 노동시간과 일하는 장소가 통제받고 용역에 대한 상당한 업무지시 등을 경험했기 때문에 상용직 근로자에 해당한다고 주장했다. 그러나 사업체는 정당한 프리랜서 계약을 체결하였기 때문에 이들은 프리랜서에 해당한다고 주장하였다. 이와 관련해 중앙노동위원회는 고용노동부의 근로감독 결과를 참고하여 일부 직무의 프리랜서에 대해 근로자성이 인정된다고 판정하였고, 이에 불복하는 사업체도 있었다. 중앙노동위원회의 판정을 근거로 프리랜서를 식별하면 프리랜서 계약이라고도 해도 근로자성이 인정된 직무는 프리랜서가 아닐 수 있다는 혼란이 발생할 수 있다. 따라서 프리랜서 당사자가 자신을 어떻게 식별하는지는 중요한 판단기준이 된다. 따라서 각 장르별 산업 특성과 각 산업 내 종사자의 종사 형태를 고려해 프리랜서 식별기준을 마련할 필요가 있다.

콘텐츠산업 내 예술인의 사회보장 사각지대 해소와 코로나19와 같은 상황이 발생했을 때 이들에 대한 즉시 지원이 가능할 수 있는 체계를 마련하기 위해 2020년에 예술인 고용보험제도가 시행되었다. 영화, 방송, 음악, 만화·웹툰 등 콘텐츠산업<sup>28)</sup>에 종사하는

28) 예술인고용보험 지원대상 문화예술용역 분야는 연극 및 뮤지컬, 음악 및 음악 공연(대중음악 포함), 무용, 국악, 문학, 영화(애니메이션 포함), 방송(드라마), 방송(비드라마), 미술, 만화·웹툰으로 구분되어 있다.

프리랜서도 이에 포함되면서 이들의 경제적 안정성이 일부 확보되었다. 하지만 예술인고용보험은 앞서 살펴본 바와 같이 개인 창작자가 프리랜서 조사대상에서 제외되는 것과 같은 문제를 발생시켰다. 예술인 고용보험은 사업주와 근로자가 절반씩 보험료를 부담하는 기존 고용보험 체계를 그대로 가져왔기 때문에 사업체와 문화예술용역계약을 체결하고 일정 금액(월평균 50만 원 이상)이상의 대가를 지급받은 프리랜서 예술인은 포함되지만, 보험료를 부담할 수 있는 사업체가 없는 개인 창작자는 예술인고용보험의 지원대상에서 제외된다. 따라서 사회보장 사각지대에 위치한 예술인에 대한 지원을 어떠한 방식으로 할 것인지에 대한 논의가 필요한 상황이다.

## 2. 정책 과제

### 가. 콘텐츠산업 종사자 정보 생산 고도화

#### 1) 정보 생산 방식

변화하는 산업 환경에 부합하는 정책을 마련하기 위해서는 기존의 조사·통계를 재편하는 등 변화하고 있는 콘텐츠산업에 적합한 노동시장 정보 생산체계를 구축하는 것이 시급하다. 종사유형의 비중이 변화하고 종사자의 신규 진입과 이탈이 빈번한 콘텐츠산업에서 종사자가 업무의 안전성과 경제적 안정성을 확보할 수 있도록 관련 정책을 수립하려면 종사자의 유형과 특성, 변화 등에 대해 신속하게 파악하고 있어야 한다. 하지만 앞서 현황 진단에서 본 것처럼 현재 콘텐츠산업 내 종사자 관련 조사통계 등은 매 시점 조사대상이 달라 종사유형별 변화를 파악하기 어렵고, 조사 결과가 발표되기까지 1년에서 2년 정도 시차도 있어 현재 시점의 노동시장 현황과 괴리도 있다. 콘텐츠산업 내 종사자 대상 조사는 매년 큰 규모의 예산을 활용해 진행되고 있으나 조사 결과가 1~2년 이전의 시점의 자료라는 한계가 있다. 특히 본 연구에서 연구대상으로 선정한 영화·방송·애니메이션 산업 내 프리랜서 종사자의 경우에는 특정산업에서만 종사하는 것이 아니라 영상산업 전반에서 활동하는 사례로 인해 중복될 수 있다. 따라서 관련성이 높은 조사를 일원화하는 등의 방식으로 예산을 효율적으로 활용할 필요가 있다.

이와 함께 콘텐츠산업 내 장르별로 구축된 노동시장 정보를 활용한 미시적인 연구를

지속적으로 진행하여 노동시장 내 정보의 비대칭성을 최소화하는 작업이 수반되어야 한다. 현재 통계청은 마이크로데이터통합서비스(MDIS)를 구축하여 국가 주요정책 수립 등을 위해 통계 원시자료를 정부 및 각 공공기관으로부터 받아 공개하고 있다. 현재 콘텐츠 산업 내 종사자 관련 조사를 통해 구축된 통계 원시자료는 정책 활용뿐만 아니라 학술적으로 매우 활용도가 높은 자료이지만 실태조사 보고서를 통해 요약·분석 자료만 공개할 뿐 원시자료를 별도로 공개하지 않는다. 향후에는 이렇게 조사된 통계원시자료를 활용할 수 있는 체계를 마련하여 콘텐츠산업의 노동시장과 관련된 문제를 정책연구기관, 학계 등이 논의하고 개선할 수 있는 환경을 조성할 필요가 있다.

노동시장 정보를 생산하기 위해서는 프리랜서 또는 주요 종사 인력에 대한 조사·연구 체계를 구축하고 이를 활용해 전반적인 인력양성 정책을 지속적으로 발전시키는 것이 필요하다. 이를 위해 콘텐츠산업 내 종사자의 경력 증가 등에 따른 변화, 산업구조변화에 따른 종사형태 변화 등을 분석하고 종사자에 대한 추적관리가 가능하도록 가칭 「콘텐츠산업 종사자 패널」을 구축할 필요가 있다. 종사자 대상 패널자료는 시간의 흐름에 따라 산업 내 종사자의 유형이 어떻게 변화하고 어떤 사람들이 시장에 신규 진입하고 이탈하는지 추적·관리할 수 있다는 장점이 있다. 현재 콘텐츠산업 종사자에 대한 패널 분석은 전체 종사자들을 대상으로 진행된 종사자 패널조사 자료를 활용하고 있다. 그러나 해당 조사는 한국표준산업분류에 따라 산업을 구분하고 있기 때문에 콘텐츠산업 내 각 장르별 산업 내 종사자를 식별하기에는 제한적이다. 따라서 콘텐츠산업 종사자의 진입과 유출, 경력 경로, 노동환경을 파악할 수 있는 콘텐츠산업에 특화된 종사자 패널을 구축해야 한다. 또한 이를 효과적으로 설계, 생산, 관리, 활용할 수 있는 전문 연구 및 통계생산·관리기관의 설정과 예산 지원이 필요하다.

## 2) 식별 체계 구축 방법

현재 코로나19 팬데믹 상황으로 인해 프리랜서와 같은 종사자의 경제적 안정성이 취약해졌고 이를 지원하기 위한 정책이 추진되고 있다. 하지만 프리랜서는 사업자등록이 필수가 아니고 산업 간 경계도 명확하지 않아 어떠한 종사자가 해당 산업의 프리랜서인지 식별하는 것이 어려우며 그 과정에서 매우 많은 시간과 비용이 할애된다. 따라서 콘텐츠산업 내 종사자를 종사유형과 함께 즉시 식별 가능한 체계를 구축한다면 향후 팬데

믹 등 유사한 충격이 시장에 발생하여도 신속하게 관련 정책을 수립·시행할 수 있을 것이다.

더불어 프리랜서 식별 체계는 프리랜서 또는 단기계약 종사자의 경력관리에도 활용할 수 있다. 본 연구가 실시한 심층인터뷰에 따르면 산업 내 종사 경력을 증명하기 위한 수단이 없어서 어려움을 겪고 있다고 언급한 사례가 다수 존재하였다. 경력증명이 어려운 문제는 프리랜서뿐만 아니라 콘텐츠산업의 다른 유형의 종사자도 경험하는 바다. 주된 원인은 사업체가 경력 증명 관련 체계를 구축하고 있지 않거나 경력을 증명해주어야 할 사업체가 폐업하였기 때문이다. 이에 프리랜서 등 잦은 용역계약이 필요한 종사자는 자신만의 방식으로 포트폴리오를 구성하기도 하고 증명 없는 경력을 이력서에 활용하고 있다. 콘텐츠산업 내 종사자를 종사유형과 함께 즉시 식별 가능한 체계를 구축한다면 프리랜서와 같이 경력 증명이 어려운 종사자가 효과적으로 경력을 관리하고 증명하는데 활용할 수 있어 장점이 크다.

프리랜서 식별기준을 명확히 하는 것이 병행되어야 한다. 먼저 각 조사별로 상이하게 적용된 프리랜서 식별기준을 일원화될 수 있도록 구성한다. 더불어 각 장르별 콘텐츠산업에서 프리랜서로 활동하고 있는 사람 중 방송영상콘텐츠산업처럼 근로자성이 인정된 프리랜서도 존재하기 때문에 어떤 사람을 프리랜서로 식별할 것인지 기준을 마련한다. 그리고 최종적으로 이들의 종사 특성을 반영한 프리랜서 세부 유형을 구축하고 등록 후 활동할 수 있는 체계를 마련한다면 현재 프리랜서 관련 규모를 추정하거나 식별하는 등에 들이는 비용과 시간을 절약할 수 있다. 이뿐만 아니라 노동시장에서 활동하고 있는 프리랜서의 경력관리 등의 문제점도 해결하는데 기여할 수 있다.

[그림 5-8] 인력 식별 체계(예)

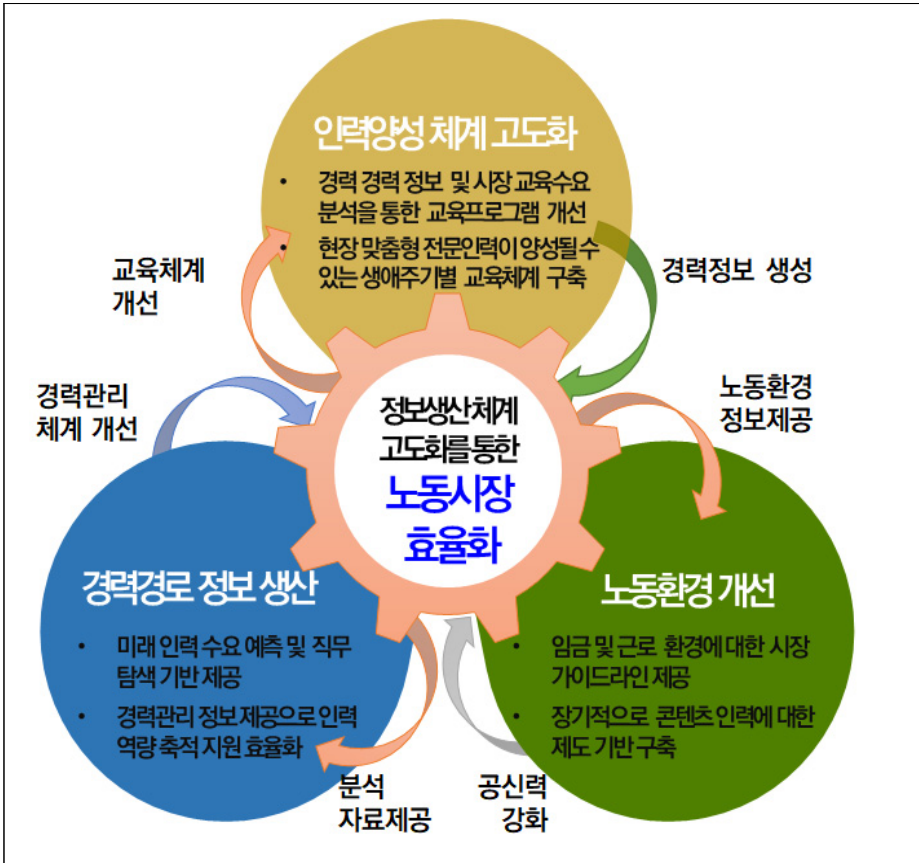
현 재	향 후
프리랜서 등록/관리 절차 없음	프리랜서 등록절차 마련 및 프리랜서 유형화
① 일용 근로자	프리랜서 A타입: 1개월 미만 프리랜서 계약 체결 프리랜서 B타입: 1개월 이상 12개월 미만 프리랜서 계약 체결 프리랜서 C타입: 고용원이 없는 자영업자(개인 창작자 포함)
② 임시 근로자	
③ 고용원이 없는 자영업자	

## 나. 정보 활용을 통한 노동시장 효율화

인적자원을 효과적으로 개발하고 활용하는 것이 중요해지면서 노동시장에서 생산되는 정보의 가치는 증대되고 있다. 노동시장의 효과적인 정보생산과 공유는 정보의 불일치를 해소함으로써 노동시장 효율화에 기여한다. 개인이 보유한 역량에 대한 정보를 노동시장에 전달함으로써 구직기간을 줄이고 임금과 고용의 질을 높일 수 있다. 기업은 정보 비대칭성에서 나타나는 인력 채용 및 관리 비용을 줄이고 인력의 효율적인 배치와 활용을 통해 생산성을 증대시킬 수 있다.

콘텐츠산업 종사자의 정보를 생산하고 관리하는 목적은 첫째 인력의 직무별·역량별 경력 경로 설정에 근거하여 효과적으로 역량을 축적할 수 있도록 이들을 지원하는 것이다. 둘째 노동시장의 미스매치를 줄여 노동시장의 선순환 구조 구축에 기여하는 것이다. 이를 위해서 단순 현황을 파악을 위한 자료 생산을 넘어 콘텐츠산업과 노동시장에 효과를 창출할 수 있는 다양한 기능과 연계해 정보의 활용 가치를 높이는 것이 중요하다. 달리 말해 콘텐츠산업 종사자 정보가 경력개발 및 관리, 교육훈련, 노동환경 개선에 기여할 수 있도록 연계되어야 한다(이용관, 2013). 첫째 콘텐츠산업 종사자의 노동시장 진입, 이동, 경력개발에 대한 정보는 인력에게 자신의 경력 경로를 탐색할 수 있는 중요한 정보를 제공한다. 둘째, 인력의 현장 훈련 및 재교육프로그램에 대한 정책 기준을 제공해 콘텐츠산업 인력양성 정책 발전에 기여한다. 정보를 바탕으로 보다 효과적으로 교육 성과를 평가할 수 있고, 장르, 직무, 경력 경로에 따라 맞춤형 교육훈련 체계도 구축할 수 있다. 셋째, 노동정책 수립 또는 적용 기준 마련에 기여할 수 있다. 현재 콘텐츠산업 종사자 조사는 대부분 처우나 노동환경 실태 파악을 목적으로 하나 현황 수준을 제시하는 데 그치고 있다. 경력 경로와 교육훈련, 노동환경 등이 연계된 개인 단위로 축적된 정보는 현황 수준을 넘어 앞에서 제시한 창의적 이력 축적 과정, 단가산정, 노동환경 등에 대한 보다 정교한 정보를 제공할 수 있다. 또한, 정책 기준을 마련하는 데 있어 가이드라인을 제공할 수 있으며 콘텐츠환경에 대응한 인력 수급 분석, 직무 및 역량 분석 등 연구 가능성도 확대할 수 있다.

[그림 5-9] 정보생산체계 고도화를 통한 노동시장 효율화



## 제4절 연구의 한계

---

본 연구는 현재 콘텐츠산업 프리랜서를 분석할 정보 체계가 없는 상황에서 콘텐츠산업 프리랜서 식별방식을 검증하고, 이들의 노동환경을 파악하기 위해 다양한 시도를 진행하였다. 이러한 시도는 콘텐츠산업 프리랜서 식별기준 및 방법을 마련하고 콘텐츠산업 종사자 유형을 보다 정교하게 구분하고 노동환경 변화를 동태적으로 파악함으로써 다양한 정책적 시사점을 제공했기에 의의가 있다.

다만, 조사에 활용할 수 있는 자원의 부족과 프리랜서 조사의 원천적인 어려움 등으로 인해 본 연구에서 생산한 자료는 몇 가지 한계점을 가진다. 첫째, 활용 가능한 자원의 제약으로 조사 규모와 대상을 한정하였다. 따라서 콘텐츠산업 종사자 중 영상콘텐츠 제작인력을 중심으로 조사를 실시하고 정보를 생산하였다. 최근 제작 기술과 유통 플랫폼의 발전으로 1인 영상콘텐츠 창작자가 많아지고 있으며, 프로젝트 단위 집단형 창작체계도 생성되어 도급/위임 계약 등을 통해 노무를 제공하는 인력도 많아졌다. 또한 제작사 및 유통사가 존재하기 때문에 전형적인 정규직, 비정규직도 파악할 수 있다. 즉 특정 종사유형에 편중되지 않는 노동시장 정보를 확인할 수 있어 영상콘텐츠 제작인력에 관한 연구는 콘텐츠산업 전반으로 확장하기에 유용하다.

둘째, 조사대상을 표본 추출 방식이 아닌 응답자 규모를 정하고 기존 유사 조사에 응한 응답자를 대상으로 이중 조사를 진행하였다. 콘텐츠산업 프리랜서 조사의 정교성을 확보하기 위해서는 조사대상의 분포와 그 결과가 전체를 반영할 수 있어야 한다. 이는 모집단이 파악되고 모집단 특성을 반영할 수 있는 조사대상을 표본으로 추출했을 때 가능하다. 특정 산업에 대한 종사자 조사는 사업체를 기반으로 표본을 추출하지만, 프리랜서의 경우 산업 영역이 명확하지 않기 때문에 이러한 추출은 불가능하다. 이번 조사 결과에서도 콘텐츠산업 프리랜서는 일하지 않는 시기도 길고, 다른 업종에서 부업을 하는 경우도 매우 높게 나타났다. 즉 산업 및 직업 구분을 할 때 해당 인력이 콘텐츠산업에

종사하거나 콘텐츠 관련 직무를 가진 인력인지, 다른 업종이나 다른 직무를 가진 인력인지 구별하는 것은 단순 조사로는 불가능하다. 실제로 해외 프리랜서 조사 사례의 한계에서도 모집단 설정이 어렵다는 것을 보여주었다. 이에 본 연구는 기존 영상콘텐츠 관련 인력 조사에서 축적한 조사대상 정보를 최대한 활용해 조사대상을 선정하고 조사를 진행하였다. 실제로 이들의 인구통계학적 특징을 보면 다른 콘텐츠산업 종사자에서 보여주었던 결과와 유사하게 나타난다. 여기에 향후 조사 결과의 활용도를 높이기 위해 특정 시점이 아닌 최근 3년(2019~2021년)의 일하는 형태와 노동환경 등을 파악해 자료의 적시성을 높이는 동시에 동태적 분석이 가능하도록 하였다.

끝으로, 정량과 정성 조사를 통해 도출된 결과를 바탕으로 콘텐츠산업 프리랜서 노동에 대한 정책과제를 제안하였다. 프리랜서의 노동환경에서 제시되는 문제점은 콘텐츠산업 구조적 특성과 노동시장의 특수성으로 인해 나타나는 것이다. 즉 프리랜서 관련 정책과제도 그 중요성과 우선순위에서 차이가 있을 뿐 기본적으로 콘텐츠산업 노동시장 전반의 정책과 방향성은 동일하다. 또한 콘텐츠산업의 노동시장은 이미 다수의 프리랜서가 활동해 왔다는 점에서 세부 정책에서도 큰 차이가 없다. 이에 본 연구에서는 조사 결과에서 나타난 정책 수요 우선순위에 따라 과제를 선정하고 구체화하였다.

향후 글로벌 플랫폼기업의 시장 지배력이 확대되고 IP 수급의 경쟁이 심화되는 상황에서 부가가치와 일자리 창출의 핵심영역으로 콘텐츠산업이 지속성장하기 위해서는 노동시장의 인적자원을 효율적으로 축적하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 전문인력 양성 뿐만 아니라 우수한 인력이 시장에 진입할 수 있도록 노동시장의 매력도를 높이는 합리화가 전제되어야 하며, 노동시장을 정확한 진단할 수 있는 정보생산이 선행되어야 한다. 그러나 지금까지 콘텐츠산업의 프리랜서 식별방식과 이를 적용한 시범 조사 결과는 조사 기준과 방식에 따라 콘텐츠산업 노동시장에 대한 정보 활용 가능성이 달랐다. 물론 다양한 수준에서 노동시장 정보가 생산되고 있지만, 장르별·직무별 분리되어 산발적으로 진행되고 있을 뿐만 아니라 프리랜서 등 다양한 노동형태를 반영하지 못해 생산된 정보의 활용이 현황파악 수준에 머물러 있다. 향후 다양한 요인으로 인해 노동시장의 유연화가 촉진되고, 장르 간·산업 간·지역 간 인력 이동이 더 잦아질 것을 고려해, 일하는 방식에서의 다양성과 특성을 고려한 콘텐츠산업 노동시장 정보가 지속 생산되기를 기대한다.



---

## 참고문헌

### 1. 국내문헌

- 경기콘텐츠진흥원(2019), 「경기도 콘텐츠산업 프리랜서 실태조사 및 지원방안 연구」.
- 고용노동부(2020.12.23.), 「모든 취업자를 실업급여로 보호하는 전 국민 고용보험 로드맵」, 보도자료.
- 김유성(2005), 『노동법 I - 개별적 근로관계법 -』, 법문사.
- 나민오(2020). 방송 스태프의 고용형태에 따른 노동력 보호방안, 노동법포럼, 29, 101-137.
- 문화체육관광부(2020.7.1), 「창작자 권리보호는 강하게, 저작물 이용은 손쉽게」, 보도자료.
- 문화체육관광부(2020.12.), 「문화예술용역 운용지침서(가이드라인)」.
- 박찬욱, 이성민(2018), 「콘텐츠산업 해외 법제도 동향연구: 근로시간, 조세, 통계부문을 중심으로」, 한국문화관광연구원.
- 안전보건연구원(2019), 「방송·영화 제작현장 스태프의 산업안전보건 실태조사」.
- 영화진흥위원회(2015), 「영화산업 전문인력 분류체계 재정립 방안에 관한 연구」.
- 영화진흥위원회(2018), 「한국영화 크레딧 전수조사 결과 분석 및 한국영화 크레딧 개선에 관한 연구」.
- 영화진흥위원회(2021), 「2020년 영화스태프 근로환경 실태조사」.
- 이승렬·김삼수·황준욱·박명준·신현구(2013), 「프리랜서의 노동과 위험」, 한국노동연구원.
- 이승렬·고혜원·이용관(2018), 「콘텐츠 분야 프리랜서형 일자리 사회보험 구축 고용효과」, 한국노동연구원.
- 이용관(2014), 「콘텐츠분야 인력수급 현황 분석을 통한 인력정책 연구」, 한국문화관광연구원.
- 이용관·김혜인. (2015). 콘텐츠 분야의 종사자 특성별 근로조건 변화 분석. 문화정책논총, 29(1), 192-215.
- 이용관(2016), 「콘텐츠분야 근로환경 분석」, 한국문화관광연구원.
- 이용관(2017), 「문화콘텐츠 전문인력 양성 기본계획 연구」, 문화체육관광부.

- 이용관(2018), 「서울에서 프리랜서로 살아가기」 프리랜서 토크콘서트 자료집.
- 이용관·이상규(2019), 「대중문화예술분야 용역계약 범위 설정 기초연구」, 한국콘텐츠진흥원.
- 이용관(2021), 코로나-19가 임금근로자의 노동조건에 미친 영향-고용형태별 차이를 중심으로-, 노동경제논집 44(2), 71-90.
- 정홍준(2019), 「특수형태근로종사자의 규모 추정에 대한 새로운 접근」, 한국노동연구원 고용·노동브리프.
- 한도율(2019), 인적 자원시장을 둘러싼 법적 고찰-프리랜서 보호의 관점에서. 경제법 연구, 18(1), 207-232.
- 황준욱(2004), 「문화콘텐츠산업 인력구조 및 직무분석 - 애니메이션산업을 중심으로」, 한국문화콘텐츠진흥원.
- 황준욱·권현지·김영미·박제성·남재량(2009), 「프리랜서 고용관계 연구, 영화산업과 IT산업을 중심으로」, 한국노동연구원.
- 한국고용정보원(2019), 「플랫폼경제종사자 규모 추정과 특성 분석」.
- 한국콘텐츠진흥원(2018), 「콘텐츠산업 창의인력 실태조사 보고서」.
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 「애니메이션산업 활성화를 위한 프리랜서 실태조사 연구」.
- 한국콘텐츠진흥원(2019), 「방송제작 노동환경 조사」.
- 한국콘텐츠진흥원(2020), 「방송제작 프리랜서 고용·경력 실태 및 지원 방안연구」.
- 한국콘텐츠진흥원(2021), 「2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사 연구」.

## 2. 해외문헌

- Balaram, B., J. Warden & F. Wallace-Stephens(2017), Good Gigs: A fairer future for the UK's gig economy, Royal Society for the encouragement of Arts, Manufactures and Commerce.
- Creative Industries Federation(2017), Creative Freelancers.
- Edelman Intelligence(2019), Freelancing in America study, commissioned by Upwork and Freelancers Union.
- European Commission(2021), Communication from the Commission EU guidelines for the safe resumption of activities in the cultural and creative sectors - COVID-19, C(2021) 4838 final.
- European Parliament(2021), Cultural and creative sectors in post COVID-19 Europe: Crisis effects and policy recommendations, pp. 1-150.

- Film+TV Charity(2020.6), 'mpact of Covid-19 on DCMS Sectors: Issues for the film and TV workforce.
- Federal Ministry for Economic Affairs and Energy(2020), 2020 Cultural and Creative Industries Monitoring Report (October 2020).
- Harris, S. D., & Krueger, A. B. (2015), A Proposal for Modernizing Labor Laws for Twenty-First-Century Work: The "Independent Worker" (pp. 2015-10). Washington, DC: Brookings.
- Hesmondhalgh, David; Baker, Sarah(2010), 'A very complicated version of freedom': Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries. *Poetics*. 38 (1): 4-20.
- ISPE, The self-employed landscape report 2019.
- ILO(2020), Wages and Minimum Wages in the Time of COVID-19. Global Wage Report 2020-21.
- Kitching & Smallbone(2008), Defining and estimating the size of the UK freelance workforce.
- Kazi, A. G., Yusoff, R. M., Khan, A., & Kazi, S. (2014), The freelancer: A conceptual review. *Sains Humanika*, 2(3).
- Katz, L. F., & Krueger, A. B. (2019), The rise and nature of alternative work arrangements in the United States, 1995-2015. *ILR review*, 72(2), 382-416.
- Kemeny, T., Nathan, M., & O'Brien, D.(2020), Creative differences? Measuring creative economy employment in the United States and the UK. *Regional Studies*, 54(3), 377-387.
- KEA Creative Europe(2020), The impact of the COVID-19 pandemic on the Cultural and Creative Sector, pp. 1-17.
- Mastercard(2019.5), 'Gig Economy White-paper'.
- MBO Partners, The State of Independence in America 2019: The Changing Nature of the American Workforce.
- McKinsey(2016), Independent work: Choice, necessity, and the gig economy, McKinsey Global Institute, Brussels, San Francisco, Washington and Zurich.
- Menger, P. M.(1999), Artistic labor markets and careers. *Annual review of sociology*, 541-574.

- Muhl, Charles J.(2002), What is an Employee? The Answer Depends on the Federal Law, Monthly Labor Review, Jan. pp.3-11.
- NewYork City, Protecting NYC's Freelance Workers (Brochure).
- DCMS(2019), DCMS Sector and Subsector employment: 2019.
- Ofcom(2020), Diversity in UK television: freelancers (18 Sep 2019).
- O'Farrell, R., & Montagnier, P.(2019), Measuring platform mediated workers, OECD.
- Ozimek, A.(2019), Report: Freelancing and the Economy in 2019. Upwork and Freelancers Union, New York, NY. <https://www.upwork.com/i/freelancing-in-america/>(accessed May 3, 2020).
- Pesole, A., Brancati, U., Fernández-Macías, E., Biagi, F., & Gonzalez Vazquez, I. (2018), Platform workers in Europe. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Ross, A.(2000), The mental labor problem. Social Text, 18(2), 1-31.
- Scholz, Trebor(2012), Digital Labor. Routledge.
- Staffing Industry Analysis (2018), The Human Cloud, the Gig Economy & the Transformation of Work the European Union, Luxembourg, 2018.
- Thompson, P., Parker, R., & Cox, S.(2016), Interrogating creative theory and creative work: Inside the games studio. Sociology, 50(2), 316-332.
- フリーランス協会(2018), プロフェッショナルな働き方・フリーランス白書2018.

### 3. 보도자료

- 매일경제(2020. 5. 22.), [코로나가 바꾼 新직업 시대] 프리랜서, 재능 팔아 역대 연봉 기록·N잡러 신인류 속속 등장.
- 미디어오늘(2021. 5. 19.), “영화현장에선 노동자인데 드라마 현장에선…”.
- 연합뉴스(2021. 4. 30.), “‘긱 근로자는 직원’ 미 노동장관 발언에 우버·리프트 주가 급락.
- 연합뉴스(2020. 1. 24.), 투잡 된 부업자 47만명 ‘역대 최대’…부업하는 가장들 급증.
- 해럴드경제(2018. 6.), ‘급변하는 노동환경…BPO에는 기회’.
- SBS(2020. 12. 14.), ‘낮엔 직장인, 저녁엔 필라테스 강사…‘부캐’ 갖는 직장인들’.

---

# ABSTRACT

## **A Study on Freelance Labor in the Content Industry**

Yong-Kwan Lee, Sungjune Kim, Sangkyu Lee

An information production system is needed to effectively respond to the issues of future human resource accumulation and working environment that are emerging in connection with freelancers in the content industry. The purpose of this study is to define the concept and scope of freelancers in the content industry, and to derive an identification method. In addition, we suggest policy implications for the working environment of freelancers (focusing on video content creators/staff) in the content industry, and contribute to the establishment of their information production system.

The structure of this study is as follows. Chapter 2 summarizes the discussion related to freelancers in the content industry and presents their scope. A freelancer in the content industry is narrowly defined as a single-person self-employed person, broadly as a person who intermittently provides content-related labor to multiple users or individual creations for income.

In Chapter 3, the limitations and implications of freelance survey are drawn by analyzing various freelance studies. The freelance survey in the content industry has four stages. Their identification method was specified through subordinate relationship (degree of command and control, subjective perception) and economic dependency (number of contract partners, experience of side jobs, share of income, etc.) in consideration of the characteristics of the content industry.

In Chapter 4, a quantitative survey (631 video content creators/staff) was conducted to review the identification methods of freelancers in the content industry

and to produce information about their working environment. The results refine the identification method of freelancers in the content industry and provide policy information about their activities and environment. Next, a qualitative survey (14 video content creation/staff) was conducted to supplement the survey results. The results show that the polarization of the labor market of freelancers in the content industry is deepening, and that empowerment of freelancers is becoming more difficult.

Chapter 5 diagnoses the labor market conditions and policy demand based on the above results, and proposes policies to support competency enhancement, work environment improvement, and labor market information system advancement of freelancers in the content industry.

**Keywords**

Freelancer, Content Industry, Identification Method, Work Environment, Labor Market Information System

콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구

부록

설문지





본 조사에서 습득된 개인정보는 통계법 제33조와 제34조에 의해 엄격히 보호되며 통계 목적 이외의 사용을 금지하고 있습니다.

## 영상콘텐츠 제작인력 노동환경 조사

ID

--	--	--

안녕하십니까? 이번 조사는 문화체육관광부와 한국문화관광연구원이 진행하고 있는 『콘텐츠산업 프리랜서 노동연구』의 일환으로 콘텐츠 제작 인력 지원방안을 모색하기 위해 시행되고 있습니다. 조사를 통해 영상 콘텐츠 제작 인력들의 종사상 지위와 노동환경을 파악함으로써 향후 이들의 역량강화, 노동환경(처우) 개선, 정보격차 완화에 기여하고자 합니다.

조사결과는 종합적으로 통계 처리되어 익명성이 보장되고, 조사 목적 이외의 다른 용도로는 절대 사용되지 않음을 약속드립니다. 바쁘시더라도 귀하께서 영상콘텐츠를 제작에 참여하신 경험에 관한 내용을 편하고 성실하게 답변해주시기를 부탁드립니다. 감사합니다.

※ 2019년 이후 귀하께서 수입을 위해 영상콘텐츠 제작에 6개월 이상 참여하신 적이 있습니까? ① 있다 ② 없다(☞ 중단)

### 1. 종사상 지위

1-1. 2019년 이후 귀하께서 제작하신 영상콘텐츠는 어느 장르에 속하십니까? (모두 체크해 주세요)

- ① 영화    ② 방송    ③ 애니메이션    ④ 온라인·모바일 영상콘텐츠(웹드라마/숏폼 등)  
 ⑤ 크리에이터 콘텐츠(유튜브 등)    ⑥ 광고    ⑦ 가상현실(VR/AR) 콘텐츠    ⑧ 기타 ( )

1-2. 2019년 이후 귀하께서 주로 활동하신 분야의 직군, 직무는 무엇입니까? 해당 직군 및 주로 담당하셨던 역할(직무)에 대해서 응답해주시시오. (해당되는 영역에 모두 체크해주시시오.)

- ① 기획/제작    ② 작가    ③ 연출    ④ 촬영    ⑤ 조명    ⑥ 동시녹음/오디오    ⑦ 미술    ⑧ 세트/소품  
 ⑨ 의상분장/미용/헤어    ⑩ 애니메이션(2D) 스태프    ⑪ 애니메이션(3D) 스태프    ⑫ 편집  
 ⑬ 음악    ⑭ 음향/믹싱/싱크    ⑮ 시각효과(CG)/VFX    ⑯ DI(색보정)/현상

1-3. 2019년 이후 귀하는 영상콘텐츠제작에 어떤 형태로 참여하셨습니까? 해당 기간 중 수입 비중이 높았던 일의 종사상 지위를 보기를 참조하여 최근부터 순서대로 기입해주세요.

- ① 정규직    ② 비정규직(계약직, 시간제 등)    ③ 파견    ④ 고용원이 있는 자영업자  
 ⑤ 고용원이 없는 자영업자(사업자등록 함)    ⑥ 고용원이 없는 자영업자(사업자등록안함)    ⑦ 무급 가족노동자

	2021년	2020년	2019년
A. 해당 기간 주 종사상지위	( )번	( )번	( )번
B. 일한(계약) 기간	( )개월	( )개월	( )개월
C. 일한(계약) 형태	① 근로계약 ② 도급/위임/위탁 ③ 개인적인 창작(☞ e)	① 근로계약 ② 도급/위임/위탁 ③ 개인적인 창작(☞ e)	① 근로계약 ② 도급/위임/위탁 ③ 개인적인 창작(☞ e)
D. 계약 대상(개인, 업체)	① 프로젝트 기관 ② 하청/파견기업 ③ 팀/개인(감독 등)	① 프로젝트 기관 ② 하청/파견기업 ③ 팀/개인(감독 등)	① 프로젝트 기관 ② 하청/파견기업 ③ 팀/개인(감독 등)
E. 영상콘텐츠 제작관련 부업	① 있음    ② 없음	① 있음    ② 없음	① 있음    ② 없음
F. 총 참여 프로젝트 수	( )건	( )건	( )건
G. 서면계약 비중	( )%	( )%	( )%
H. 다른 업종에서 일함	① 교육(강의)    ② 운송배달업 ③ 판매업    ④ 기타    ⑤ 안함	① 교육(강의)    ② 운송배달업 ③ 판매업    ④ 기타    ⑤ 안함	① 교육(강의)    ② 운송배달업 ③ 판매업    ④ 기타    ⑤ 안함
I. 전체 계약 대상 수 (영상관련 업종+다른 업종)	( )곳	( )곳	( )곳

1-4. 2019년 이후 귀하는 영상콘텐츠 제작 일에서 어떤 방식으로 고용보험에 가입했습니까?

- ① 가입안함    ② 소속단체(직장) 가입    ③ 자영업자 고용보험 가입  
④ 예술인고용보험 가입    ⑤ 소속단체(직장) 가입+예술인고용보험

1-5. 2019년 이후 귀하가 참여한 영상콘텐츠 제작에 대해 평균적으로 볼 때, 다음 사항을 선택하거나 바꿀 수 있습니까?

작업시간(출퇴근, 일정 등)	① 있음    ② 없음	작업 방식	① 있음    ② 없음
작업 장소	① 있음    ② 없음	작업내용(영상콘텐츠내용)	① 있음    ② 없음

1-5a. 전반적인 자율성을 고려할 때 영상콘텐츠 제작에 있어 어느 정도 지휘·통제를 받고 있다고 생각하십니까?

- ① 전혀 안받음    ② 거의 안받음    ③ 가끔 받음    ④ 대부분 받음    ⑤ 항상 받음

1-6. 귀하께서는 계약조건(대가, 일하는 방식)을 정할 때 어느 정도 권한(협상력)을 가지십니까?

- ① 전혀 권한 없음    ② 거의 없음    ③ 약간 있음    ④ 많이 있음    ⑤ 내가 모두 정함

1-7. 귀하께서는 본인이 영상콘텐츠 제작 프리랜서라고 생각하십니까?    ① 그렇다    ② 아니다

1-7a. (1-7 ①로 응답하신 분만) 귀하께서는 자신을 프리랜서라고 생각하는 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 근로계약을 안해서    ② 일정한 출퇴근 시간 없어서    ③ 일정한 출근 장소가 없어서  
④ 내 업무를 지휘·통제하는 사람이 없어서    ⑤ 결과물 단위로 대가로 받아서  
⑥ 영상콘텐츠물의 내용을 내가 결정해서    ⑦ 영상콘텐츠물의 저작권을 내가 소유해서    ⑧ 기타

1-7b. (1-7 ①로 응답하신 분만) 귀하가 프리랜서로 활동하게 된 가장 큰 동기는 무엇입니까?

- ① 시간과 장소를 자유롭게 선택하고 싶어서    ② 작업내용과 방식·조건을 자유롭게 선택하고 싶어서  
③ 높은 수입을 위해서    ④ 부수입을 위해서    ⑤ 전문성을 쌓고 싶어서  
⑥ 창작물의 저작권 소유를 위해서    ⑦ 조직생활이 어려워서    ⑧ 취업이 어려워서    ⑨ 기타 ( )

1-7c. (1-7 ②로 응답하신 분만) 귀하께서는 향후 프리랜서로 활동할 계획이 있으십니까?    ① 그렇다    ② 아니다

1-7d. (1-7c ①로 응답하신 분만) 귀하가 프리랜서로 활동할 계획을 가지게 된 가장 큰 이유는 무엇입니까?

- ① 시간과 장소를 자유롭게 선택하고 싶어서    ② 작업내용과 방식·조건을 자유롭게 선택하고 싶어서  
③ 높은 수입을 위해서    ④ 부수입을 위해서    ⑤ 전문성을 쌓고 싶어서    ⑥ 창작물의 저작권 소유를 위해서  
⑦ 고용조건이 안 좋아서    ⑧ 조직생활이 어려워서    ⑨ 차별 때문에    ⑩ 폭언/(성)희롱/폭력 때문에    ⑪ 기타 ( )

## 2. 경력개발·관리

2-1. 귀하의 영상콘텐츠 제작 관련 일과 관련하여 “귀하의 역량 수준”을 가장 잘 설명한 것은 어떤 것입니까?

- ① 나는 일(작업)을 잘하기 위해 역량(지식)이 더 필요하다  
② 나의 일(작업)은 현재 나의 역량(지식) 수준과 잘 맞는다  
③ 나는 현재보다 더 어려운 일(작업)도 할 수 있는 역량(지식)이 있다

2-2. 귀하는 정규교육과정(특수고, 대학교, 대학원)에서 영상콘텐츠 제작과 관련된 전공을 이수하셨습니까?    ① 그렇다    ② 아니다

2-2a (☞ ① 그렇다 응답) 귀하는 이수하신 정규교육과정에 대한 만족도는 어느 정도입니까?

- ① 매우 낮음    ② 낮음    ③ 보통    ④ 높음    ⑤ 매우 높음

2-2b (☞ ① 그렇다 응답) 이수한 교과목 중 실제 영상콘텐츠를 제작해보는 과정은 어느 정도였습니까? ( %)

2-2c (☞ ② 아니다 응답) 귀하는 어떻게 영상콘텐츠 제작역량을 가지게 되셨습니까?

- ① 공공 교육과정을 통해    ② 민간기관 교육과정을 통해    ③ 지인 통해 배워서  
④ 제작사 또는 제작현장에서 들어가 일을 배움    ⑤ 개인적으로 학습    ⑥ 기타

2-3. 2019년 이후 학교외 영상콘텐츠 제작 관련 직무 역량 강화(교육훈련) 프로그램에 참여한 경험이 있습니까?

	온라인 교육					집체 교육				
교육 경험	① 있다( )회 ② 없다					① 있다( )회 ② 없다				
교육주체	① 공공교육 ② 민간교육 ③ 소속업체					① 공공교육 ② 민간교육 ③ 소속업체				
	매우낮음	낮음	보통	높음	매우높음	매우낮음	낮음	보통	높음	매우높음
만족도	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

2-3a (※ ② 집체교육경험이 없다고 응답) 귀하는 교육 프로그램에 참여하지 못하는 이유는 무엇입니까?

1순위	2순위
① 필요한 교육훈련 과정이 없어서	② 교육 비용이 많이 들어서
③ 시간이 없어서	④ 교육이 필요하지 않아서
⑤ 교육 효과에 대해서 회의적이어서	⑥ 거리가 멀어서
⑦ 교육에 대한 정보를 얻기 힘들어서	⑧ 생계유지와 병행하기 어려워서
	⑨ 기타( )

2-4. 아래보기를 참조하여 귀하께서 생각하시는 각 대상별 · 항목별 적합한 교육방법은 무엇입니다. (모든 대상에 대해 응답)

① 교과과정 융합(이종 전공 연계) ② 프로젝트기반 학습 ③ 현장견학/체험 ④ 제작실습 ⑤ 해외 교육기관 교류
⑥ 기업연계(인턴, 멘토링 등) ⑦ 전문가연계(도제훈련) ⑧ 산학협력 ⑨ 일-학습 병행 ⑩ 전문가 초빙 강좌
⑪ 위탁교육 ⑫ 온라인(원격)교육 ⑬ 제작/정업지원과 병행교육 ⑭ 콘텐츠기업 사내교육 ⑮ 기타( )

구분	예비인력(학생, 예비인력)	프리랜서	임금근로자
A. 효과성이 큰 교육방법			
B. 정부 지원이 필요한 교육방법			

2-5. 귀하는 영상콘텐츠 제작 관련 일을 찾기 위해 주로 어떠한 것을 이용하십니까?

- ① 기업 홈페이지 채용공고 ② 지인/주변 소개 ③ 민간 채용사이트나 알선업체  
 ④ 프리랜서 관련 인터넷 카페/블로그 등 ⑤ 공공기관 채용사이트(워크넷 등) 및 알선  
 ⑥ 학교 및 교육기관 채용사이트 및 알선 ⑦ 정부 위탁공고 ⑧ 기업/단체 위탁공고 ⑨ 기타 ( )

2-6. 귀하는 자신의 영상콘텐츠 제작 경력 증명(관리)을 위해 어떤 자료를 이용하고 계십니까?(모두 체크해 주세요)

- ① 이력서와 포트폴리오 유지 관리 ② 크레딧이 기재된 프로그램북이나 관련 자료를 모아둠  
 ③ 참여(제작)한 창작물 보관 ④ 제작사(기관단체, 개인 등)에 참가(경력)확인서를 발급받음  
 ⑤ 상급자(팀장 등)에게 확인서를 받아 둠 ⑥ 따로 개별적으로 관리하지 않음

2-7. 귀하는 영상콘텐츠 제작 경력 증명(관리)을 위한 자료를 얼마나 잘 관리하고 계십니까?

- ① 매우 잘 관리하고 있다 ② 대체로 잘 관리하는 편 ③ 보통  
 ④ 별로 관리하지 않는 편 ⑤ 전혀 관리하지 않는다

2-8. 2019년 이후 귀하는 영상콘텐츠 제작 경력 증명이 안되어 불이익을 받은 적이 있습니까? ① 있다 ② 없다.

2-8a. (2-8 ① 응답자만) 2019년 이후 귀하는 경력 증명이 안되어 불이익을 받은 프로젝트 비중은 어느 정도 됩니까?  
(전체 대비 %)

2-8b. (2-8 ① 응답자만) 귀하는 어떤 방식으로 경력 증명에 대한 불이익을 받았습니까? (모두 체크해 주세요)

- ① 구직 ② 노동조건(대가, 보수 등) ③ 직급 ④ 자격 ⑤ 기타 ( )

### 3. 노동 환경

#### 3-1. 귀하의 2019년 이후 영상콘텐츠 제작 관련 노동조건은 어떠했습니까?

구분	2019년	2020년	2021년
연간 일한 개월 수	( ) 개월	( ) 개월	( ) 개월
아래 질문은 영상콘텐츠 제작 일을 한 기간 동안의 평균 값으로 응답해 주시기 바랍니다			
주평균 일하는 일수	( ) 일	( ) 일	( ) 일
주평균 일하는 시간	( ) 시간	( ) 시간	( ) 시간
월평균 야근 (22시~6시) 일수	( ) 일	( ) 일	( ) 일
월평균 휴일근로일수	( ) 일	( ) 일	( ) 일
월평균 소득수준 (세금제외 순 수입)	( )만원	( )만원	( )만원
영상콘텐츠 콘텐츠 관련 소득 비중	( )% / 전체 노동소득	( )% / 전체 노동소득	( )% / 전체 노동소득

#### 3-2. 다음 각 문항에 대해서 귀하의 영상콘텐츠 제작 관련 일의 상황과 가장 잘 맞는 항목을 선택해 주십시오.

문 항	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	가끔 그렇다	대부분 그렇다	항상 그렇다
A. 내가 원할 때 휴식을 취할 수 있다	①	②	③	④	⑤
B. 작업을 완료하기에 충분한 시간이 있다	①	②	③	④	⑤
C. 일을 할 때 잘했다는 느낌이 든다	①	②	③	④	⑤
D. 나의 업무(과업)에 내 생각을 적용할 수 있다	①	②	③	④	⑤
E. 시장에서 공정하게 대우(대가)를 받는다	①	②	③	④	⑤
F. 일을 할 때 위험한 상황에 놓인다	①	②	③	④	⑤
G. 일을 할 때 성, 연령, 학력 등의 차별을 받는다.	①	②	③	④	⑤
H. 일을 할 때 폭언, (성)희롱/폭력을 받는다.	①	②	③	④	⑤
I. 일에서 스트레스를 받는다	①	②	③	④	⑤

#### 3-3. 귀하가 현재 하시는 영상콘텐츠 제작 관련 일에 대해 전반적으로 어떻게 생각하십니까?

문 항	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족
A. 하고 있는 일의 내용	①	②	③	④	⑤
B. 일하는 과정을 통해 배우는 정도	①	②	③	④	⑤
C. 본인의 기술이나 능력 활용정도	①	②	③	④	⑤
D. 수입 및 보상 정도	①	②	③	④	⑤
E. 일하는 시간 및 기간	①	②	③	④	⑤
F. 일하는 환경(시설, 안전, 위생 등)	①	②	③	④	⑤
G. 직업(고용) 안정성	①	②	③	④	⑤
H. 교육훈련 기회(전문성 향상 기회)	①	②	③	④	⑤
I. 개인 발전 가능성	①	②	③	④	⑤
J. 직업으로서 장래성	①	②	③	④	⑤
K. 하는 일에 대한 사회적 평판	①	②	③	④	⑤
L. 해당 분야의 발전 가능성	①	②	③	④	⑤
M. 이상을 고려한 전반적인 만족도	①	②	③	④	⑤

3-4. 귀하께서 각 연도 참여한 영상콘텐츠 제작 프로젝트 중 다음과 같은 불공정거래 행위를 어느 정도 경험하십니까?

구분	2019년	2020년	2021년
A. 프로젝트 수 (☞ 1-3. F 결과 제시)	○○건	○○건	○○건
B. 대가 감액	( )건	( )건	( )건
C. 일방적 계약 해지	( )건	( )건	( )건
D. 대가 미지급	( )건	( )건	( )건
E. 대가 지급 지연	( )건	( )건	( )건
F. 일정연기(작업 지연)	( )건	( )건	( )건
G. 무리한 작업 요구 (수정 보완요구)	( )건	( )건	( )건

#### 4. 통계 분석을 위한 기타 질문

4-1. 국내 영상콘텐츠 제작 인력들의 노동환경 개선에 필요한 정책의 중요도를 평가해 주십시오.

	매우 낮음 ← → 매우 높음									
A. (고용) 안정성 강화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
B. 임금구조 개선(표준 단가 마련 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
C. 계약서 작성 및 공정성 확보	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
D. 불공정 거래 개선(임금 지연, 부당 해고 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
E. 사회적 안전망 확충 (사회보험 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
F. 교육훈련 강화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
G. 작업환경(안정) 개선	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
H. 차별 및 폭력 등 예방	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
I. 노동시간 단축/유연화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
J. 경력개발 관리 지원	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩

4-2. 귀하의 성별은? ① 남성 ② 여성

4-3. 귀하의 출생연도는? ( )년

4-4. 귀하의 최종학력은? ① 고졸이하 ② 전문대 졸업 ③ 4년제 졸업 ④ 대학원 이상 졸업

4-5. 귀하의 거주 지역은?

① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기  
⑩ 강원 ⑪ 충북 ⑫ 충남 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주

4-6. 귀하는 영상콘텐츠 제작 관련 일을 하며 소득을 얻기 시작한 시기는 언제부터입니까? ( )년

☞ 조사가 종료되었습니다. 끝까지 참여해주셔서 감사합니다. 성실하게 응답해주신 결과를 바탕으로 콘텐츠산업 노동환경 개선을 위한 정책 수립에 노력하겠습니다.



## 집필내역

---

### 연구책임

이용관 한국문화관광연구원 부연구위원: 연구총괄, 제1장, 제2장 제2절, 제3장 제1~2절 일부, 제4장 제1절, 제2절 일부, 제5장 제1절, 제2절, 제3절 일부, 제4절

### 연구진

김성준 한국문화관광연구원 연구원: 제2장 제1절, 제3장 제1절 일부, 제5장 제3절 일부  
이상규 강원대학교 교수: 제3장 제2절 일부, 제4장 제2절

### 연구 참여

이가은 서울대학교 연구원: 프리랜서 조사 사례 정리

## 콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구

---

발행인 김대관

발행처 한국문화관광연구원  
서울시 강서구 금남화로 154  
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880  
<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2021년 10월 15일

발행일 2021년 10월 15일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-864-5 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2021.e3>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.  
이용관(2021), 콘텐츠산업 프리랜서 노동 연구, 한국문화관광연구원

한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

[www.kcti.re.kr](http://www.kcti.re.kr)



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해  
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.  
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2021.e3>



9 788960 358645  
ISBN 978-89-6035-864-5