

2021년 1/4분기

방송통신기술산업 인적자원개발위원회(ISC) 이슈리포트

ISSUE REPORT

포스트 코로나시대 방송산업의
근로환경 변화 및 고용·노동제도 개선 방안



방송통신기술산업 인적자원개발위원회
Industrial Skills Council

● ● ● 목 차 ● ● ●

■ 포스트코로나시대 방송산업의 근로환경 변화 및 고용 · 노동제도 개선 방안

(요약)	1
I. 개 요	3
II. 코로나19로 인한 방송산업 및 근로환경 변화	6
III. 언택트 문화 확산에 따른 고용 · 노동제도 개선	18
IV. 결론 및 시사점	24
[참고문헌]	26

☐ 비상업 목적으로 본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재할 경우 내용의 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있으며, 보고서 내용에 대한 문의는 아래와 같이 하여 주시기 바랍니다.

☐ 방송·통신기술산업 인적자원개발위원회 사무국 김현정 과장
(02-2132-2094, hj219@kfict.or.kr)

☐ 본 이슈리포트는 「이화여자대학교 이화사회과학원 박선옥 연구원」 작성하였습니다.

요

약

□ 포스트코로나시대 방송산업의 근로환경 변화 및 고용·노동제도 개선 방안

▪ 개 요

- 코로나 19는 국내 방송산업에도 큰 영향을 미치고 있음. '20년 1년 이상 지속되어온 '사회적 거리두기'의 영향으로 외부 활동이 제한되고 실내생활이 증가하면서 미디어 이용량이 증가하고 OTT서비스 활성화 등의 산업 성장세가 나타남
- 반면 코로나19로 전통적인 방송산업에서는 제작취소 및 연기, 영화개봉 및 공연취소 등으로 인해 프로젝트 단위의 계약형태가 주를 이루는 방송 외주 제작업체의 근로·계약문제가 심각하게 대두됨
- 코로나19가 미디어산업의 변화 및 성장의 기회를 제공하면서도, 방송제작 무산으로 인한 고용위기를 초래하는 등 방송산업에 양면적인 영향을 미치기에 코로나19로 인한 방송산업의 현황 및 종사자의 근로환경 변화를 살펴볼 필요가 있음

▪ 코로나19로 인한 방송산업 및 근로환경 변화

○ 미디어산업의 변화 및 성장

- 코로나 일상으로 사람들이 외부활동을 자제하고 집에 머물러 있는 시간이 늘어나며 국내외 미디어 이용률이 증가하였을 뿐만 아니라 모바일 영상, 온라인플랫폼(OTT), 실시간 스트리밍, 오디오북 등 다양한 매체를 활용하는 비율이 늘어났음

○ 방송제작 연기 및 취소로 인한 고용위기

- 방송제작 현장에서는 감염의 위협으로 인해 방영중 혹은 제작 중이던 프로그램은 중단·연기되면서 방송제작 인력들은 해고 및 계약해지, 강제적 무급 휴가, 임금삭감 등의 근로환경 및 처우가 매우 악화됨

○ 제작방식 변화에 따른 기술인력의 중요성

- 야외 및 해외 현지촬영, 관중이 참여하는 프로그램 등의 현장기반 제작이 어려워지면서 랜선(온라인)공연, 무관객 녹화, 큐레이션 클라우드 제작 등 비대면(Untact)을 기반으로 하는 기획형태로 제작방식이 변화하고 있음
- 코로나19 이후에도 이용자들은 온라인·모바일 플랫폼을 이용한 비대면 영상 및 공연을 향유하고 소비할 것으로 예측되는바, IT 기술을 보유하고 융합할 수 있는 기술 엔지니어의 확보가 매우 중요해짐

■ 언택트 문화 확산에 따른 고용·노동제도 개선

○ 방송산업 종사자의 근로환경 개선안 필요

- 하도급 구조의 프로젝트 방식으로 근로계약의 비율이 높은 방송산업 종사자들은 태생적으로 근로 안정성이 취약한 직군으로, 코로나19의 확산·장기화로 인해 방송제작 연기 및 취소사태를 겪으면서 근로환경 및 처우가 더욱 악화됨
- 코로나19 이후에는 '방송일자리' 자체의 문제가 대두되는 만큼 코로나19 전후 방송산업의 근로환경 및 처우를 파악할 수 있는 조사·연구가 필요함
- 근로환경 및 처우에 대한 실태조사 및 연구결과를 기반으로 종사자의 사회안전망 확보를 위해 표준근로계약서 작성문화, 계약형태 개선문화 확산, 근로시간 준수 등의 제도를 정착시켜 나가야 함

○ 방송제작 환경 및 기술변화에 대응하는 인력양성

- 비대면(Untact) 방송·영상 제작에 대비하여 필요한 신규기술 및 인력수요를 파악하고 나아가 기술인력을 육성할 수 있는 교육훈련 프로그램 개발 등의 선제적 대응이 필요함
- OTT서비스, 모바일플랫폼을 중심으로 1인 미디어콘텐츠 제작자, 크리에이터 등의 신직업군과 관련한 직무를 체계적으로 정착·발전시키기 위해 방송·통신기술ISC는 단계별 교육·훈련체계를 마련함. 소셜미디어방송서비스 NCS 개발 및 수준별 표준훈련프로그램 개발을 완료하였고, 학습도구로 '한권으로 통하는 소셜미디어크리에이터' 부교재를 개발하여 방송산업 인력양성 체계 구축을 마련함
- 이와 관련 지속적으로 신규 직종을 발굴하여 새로운 일자리 생성에 인력수요 파악 및 수급 조사·분석을 통해 단·장기적인 교육의 Road-Map 개발하여 인력양성 및 확보가 필요함

■ 결론 및 시사점

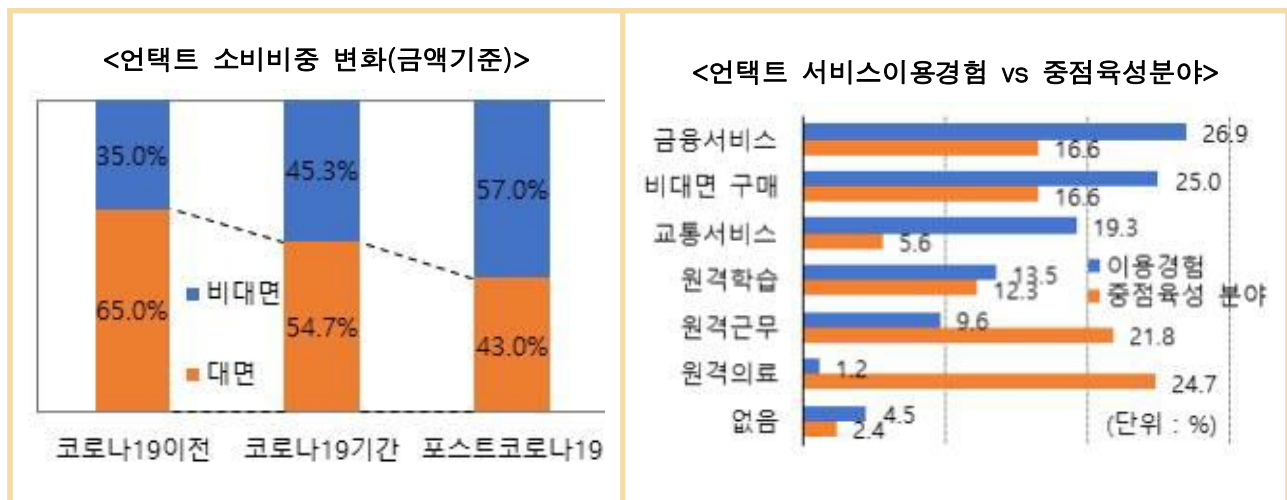
- 코로나19는 방송산업의 다양한 플랫폼의 성장에는 기회요소였지만, 방송계 종사인력(비정규직)에게는 생존을 위협하는 고용위기로 작용하였음
- 포스트코로나시대의 방송·통신기술ISC는 방송산업 종사자들의 근로환경 개선을 위하여 근로 안전망 확보 및 언택트 제작환경에 대응할 수 있는 기술인력양성이 필요함. 또한, 이와 관련 지속적으로 신규 직종을 발굴하여 생성된 새로운 일자리, 신직업에 대한 인력수요 파악 및 수급 조사·분석하고 직무 분석 등을 통해 직능별 단계 교육의 Road-Map 개발로 단·장기적으로 인력양성 및 확보에 주력할 필요가 있음

I 개 요

□ 연구배경

- 4차 산업혁명을 맞아 현대의 방송산업과 미디어 시장환경은 공급자 주도에서 사용자가 주도하는 시대로 급변하고 있음
 - 지상파 방송사를 비롯하여 TV매체를 통한 채널단위의 콘텐츠를 제공하는 환경에서 VOD 콘텐츠, OTT 서비스 등 다양한 채널 및 플랫폼을 사용자가 선택하는 환경으로 진화하여 옴
- 2020년 코로나19의 확산으로 인한 팬데믹 현상은 전 세계적으로 경제·사회 전반에 큰 영향을 미치고 있으며, 국내외의 ‘사회적 거리두기’ 기조에 따라 비대면 소비·유통 등 언택트 문화가 확산되고 있음
 - 코로나19로 인해 제조업을 비롯한 다수의 산업활동이 위축되어 경기 침체가 발생한 반면, 비대면을 기반으로 하는 기술 및 산업은 성장세를 보임

[그림 1] 코로나19 이후 언택트소비 및 서비스 변화양상

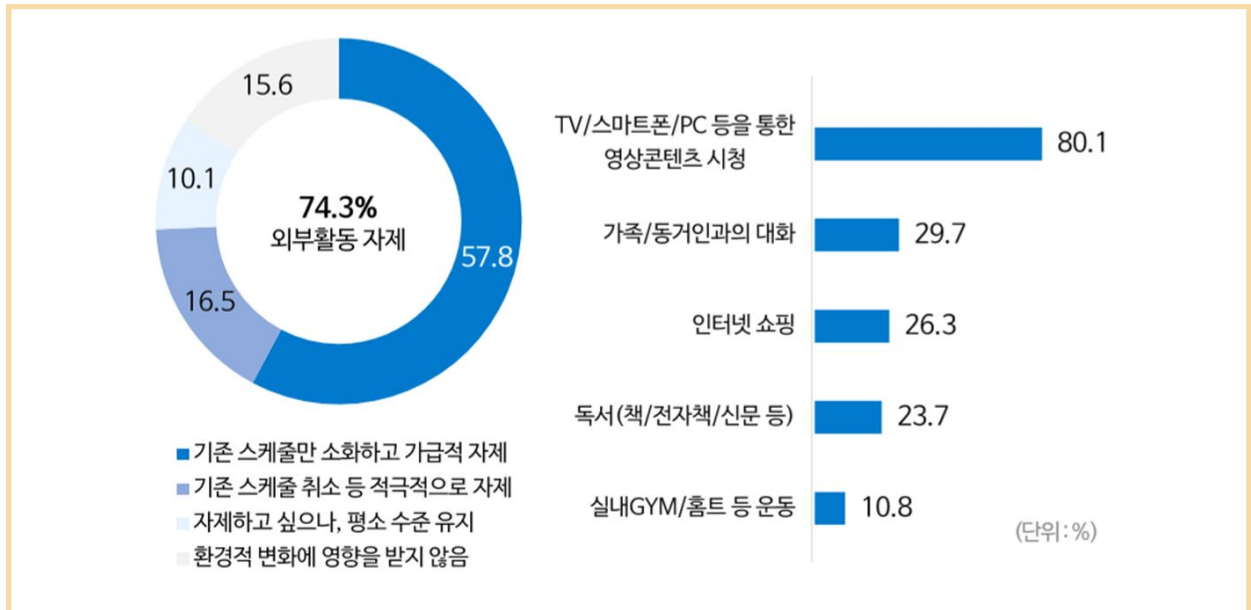


[출처] 배영임 외(2020), ‘코로나19, 언택트 사회를 가속화하다’

- 코로나19는 국내 방송산업과 미디어 시장에도 큰 영향을 미치고 있음. ‘20년 1년 이상 지속되어온 ‘사회적 거리두기’의 영향으로 외부 활동이 제한되고 실내생활이 증가하면서 ‘미디어 이용량’이 증가함

- 방송 및 인터넷을 통한 미디어 이용이 2019년도에 비해 증가하였으며, 특히 OTT나 VOD의 시청 시간은 급격히 증가하였음

[그림 2] 코로나19 상황 속 여가시간 이용행태



[출처] 방송과기술(2020.07.06.), '코로나(COVID-19) 일상이 가져온 미디어 이용의 변화'

- 2020년은 '미디어 서비스의 이용 증가'와 'OTT 플랫폼의 성장' 등의 변화도 있지만 전통적인 방송업계에서의 제작환경은 코로나19로 인한 제작취소 및 연기, 영화개봉 및 공연취소 등으로 인해 고용타격이 현실화 되고 있음
- 코로나19로 인해 특히 방송분야의 미디어 소비지출 감소, 제작투자 감소, 광고 지출 감소 현상이 두드러지면서, 프로젝트 단위의 계약형태가 주를 이루는 방송 외주제작업체의 근로·계약문제가 심화되고 있음

[표 1] 코로나19 유행에 따른 업무상 변화

	기존에 방송중이던 프로그램, 프로젝트 중단	기획, 신규 제작중이던 프로그램, 프로젝트 취소	섭외 및 촬영 불가능으로 방송일 연기	정부, 공공기관, 수주취소, 감액	기타	총 응답
사례 수	42	37	32	9	25	145명
비율	28.3%	25.5%	21.4%	6.2%	18.6%	100%

[출처] 방송작가연합(2020), '코로나19 사태로 인한 방송작가 피해 설문조사 결과보고서'

□ 연구의 필요성

- 전 세계를 팬데믹 상황에 직면하게 한 코로나19는 우리 경제·사회 전반에도 큰 영향을 미치고 있으며, 방송·미디어 산업에 대해서는 긍정적·부정적 영향이 혼재되어 있음
- 바이러스 감염을 차단하기 위한 자발적·비자발적 사회적 거리두기로 인하여 가정 내에서 머무는 시간이 늘어났고, 이는 방송·미디어 이용량 증가로 이어져 OTT서비스 성장, 플랫폼의 다양화 등 새로운 기회를 창출함
- 그러나, 방송제작 환경에서는 방송 프로그램 제작 및 영화촬영, 라이브 공연 등 다수의 사람이 모여서 작업을 진행해야 하는 방송산업 특성상 다수의 제작이 중단되거나 잠정 연기되고 있으며 이에 따른 고용 급감으로 비정규직 인력의 위기가 심각한 수준임
 - 방송산업은 방송사업자에 직접 고용된 인력뿐만 아니라 외주제작사 및 프리랜서 등 외부 인력과의 협력과 공동작업을 통해 이루어지는 형태로, 일반 산업과 달리 비정규직의 비율이 높고 깃 경제(Gig economy) 특성이 강한 산업군임
- 코로나 19가 미디어 산업의 변화 및 성장의 기회를 제공하면서도 방송제작 무산으로 인한 고용위기를 초래하는 등 방송산업에 양면적인 영향을 미치는 만큼 코로나19로 인한 방송산업의 현황 및 변화와 종사자의 근로환경 변화를 살펴볼 필요가 있음
 - 특히, 코로나19로 인한 방송제작 방식의 변화 및 처우 악화 등 방송 종사자의 고용위기 현실을 살펴보고 이에 대한 대응 및 개선점을 마련할 필요가 있음
- 2020년 방송·통신기술ISC에서 발간한 ‘방송·통신 산업인력현황보고서’에서 국가승인통계를 활용하기에 사각지대에 있는 종사자에 대한 데이터가 미흡함. 정밀 실태조사를 통해 양질의 일자리로 전환 시킬 수 있는 고용개선 제도 및 정책적 지원 방안 마련 등에 ISC 역할로 제언함. 이를 기반으로 방송산업 종사자의 근로환경 변화를 파악하고 고용·노동제도 개선 등의 HRM 관점으로 접근하고자 함

II

코로나19로 인한 방송산업 및 근로환경 변화

1. 연구 범위

□ 방송산업 및 종사자 범위

- 본 연구에서 정의하는 ‘방송산업’의 범위는 「2020 방송산업 실태조사」의 조사대상 산업분류를 따름
- 본 연구의 목적에 따라 코로나19에 따른 산업 및 근로환경 변화를 파악하기 위해 5개 중분류(지상파방송업, 유선방송업, 위성방송업, 프로그램제작공급업, IPTV)로 범위를 정함

[표 2] 방송산업 분류 및 범위

대분류	중분류	소분류
방송산업	지상파방송업	라디오방송 텔레비전방송 지상파이동멀티미디어방송
	유선방송업	종합유선방송 중계유선방송 음악유선방송
	위성방송업	위성방송 위성이동멀티미디어방송
	프로그램제작공급업	방송채널사용사업
	IPTV IPTV콘텐츠제공사업 전광판방송업	

[출처] 정보통신정책연구원(2020), ‘2020 방송산업 실태조사’

- 종사자 범위는 한국고용직업분류(KECO)중 ‘방송직’에 해당하는 직종을 포함

[표 3] 방송업 종사자 분류 및 범위

대분류	중분류	설명
방송직	기자 프로듀서(PD) 아나운서	-
	제작관련 방송직	카메라, 영상, 음향, 조명, 미술, 편집 등 방송프로그램 혹은 콘텐츠의 제작 업무들을 포함
	기타 방송직	성우, 작가, 리포터, 제작지원 등

□ 방송산업 직무 범위

- 방송산업의 NCS는 대분류 정보통신, 중분류 직무는 방송기술이며 방송제작 기술, 방송서비스, 방송플랫폼기술 3개의 세분류가 있음
 - NCS 세분류에서 방송산업에 관련된 직무는 중계방송, 방송품질관리, 유무선 통합서비스, 지상TV방송, 인터넷멀티미디어방송, 방송콘텐츠제작, 영상촬영 등을 비롯하여 15개로 구성되어 있음
- 코로나19가 방송산업의 언택트 문화와 방송업 종사 인력에 미친 영향을 분석하기 위하여, [표 4]에서 제시하는 NCS 직무에 해당하는 방송기술 인력을 분석범위로 정함

[표 4] 방송기술 NCS 및 직무

NCS 분류			
대분류	중분류	소분류	세분류
정보통신	방송기술	방송제작기술	중계방송
			방송품질관리
		방송플랫폼기술	라디오방송
			지상파TV방송
			지상파DMB
			케이블방송
		방송서비스	유무선통합서비스
			정보시스템운영
			방송시스템운영
			방송기술지원서비스
			방송장비설치유지보수
			소셜미디어방송서비스

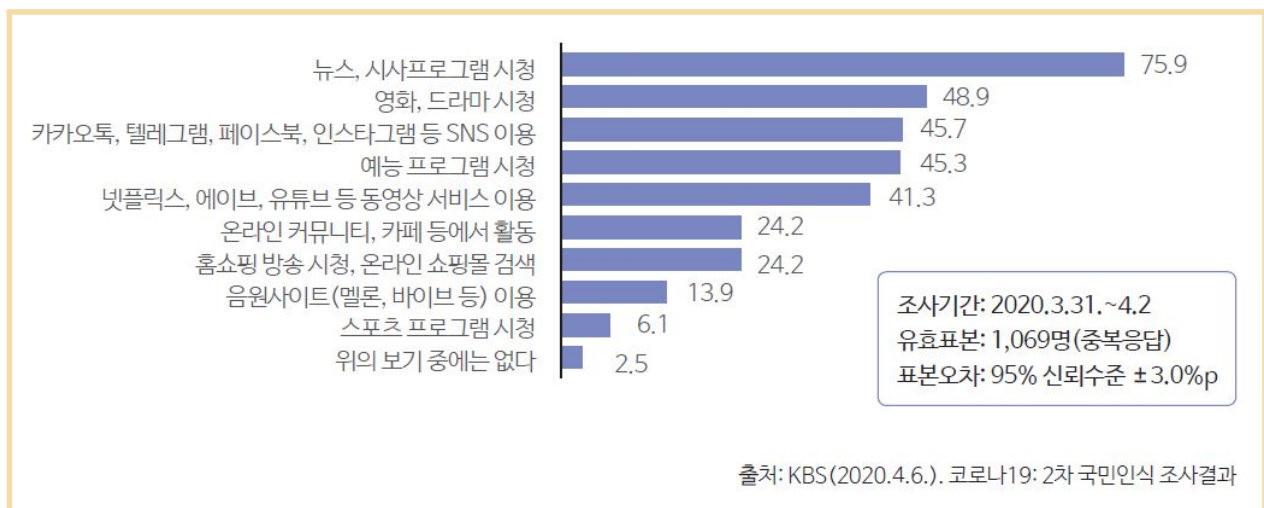
[출처] 방송통신산업인적자원개발위원회(2020), ‘방송·통신산업인력현황 보고서’ 발췌정리

2. 코로나19로 인한 방송산업 환경변화

□ 미디어산업의 변화 및 성장

- 코로나 일상으로 사람들이 외부 활동을 자제하고 집에 머물러 있는 시간이 늘어나며 국내외 미디어 이용률이 증가하였을 뿐만 아니라, 모바일 영상, 온라인플랫폼(OTT), 실시간 스트리밍, 오디오북 등 다양한 매체를 활용하는 비율이 늘어났음
- 코로나19 재난방송의 영향으로 지속적으로 하락하던 지상파방송의 이용률이 증가하였고, 재택근무 및 이동제한(사회적 거리두기)에 따라 가정 내에서 IT 기기를 활용한 미디어 이용률이 증가하였음
- ‘코로나19가 국민의 생활이나 미디어 이용에 미친 영향’ 조사 결과, 외출 자제 등으로 인해 ‘TV시청’(70.2%)과 ‘스마트폰·태블릿PC이용’(67.7%) 등의 여가활동이 급격히 증가함

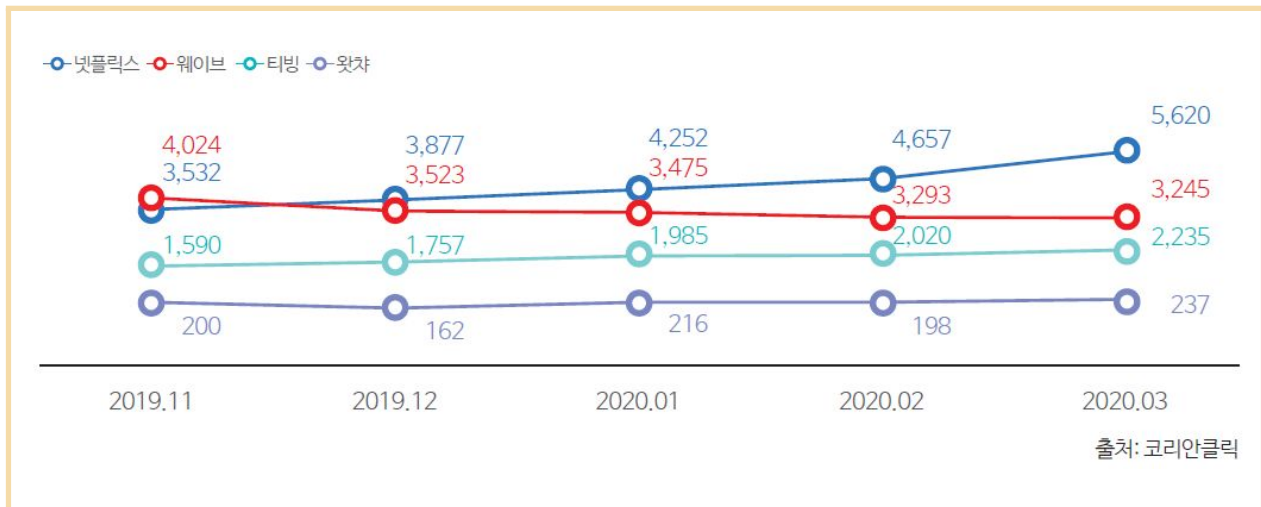
[그림 3] 코로나19 발생 이후 늘어난 미디어 이용



[출처] 유건식(2020), ‘코로나19 사태로 인한 미디어 시장의 변화’

- Over-The-Top(OTT) 서비스의 이용자 역시 코로나19의 영향으로 빠르게 증가하고 있음
- 대표적 OTT 서비스인 넷플릭스(Netflix), 웨이브(wavve), 티빙(TIVING), 왓챠플레이(WATCHA PLAY)를 비교하면, 2019년 하반기부터 이용자가 꾸준히 증가하고 있음. 특히 넷플릭스의 이용자는 약 1백만명으로 눈에 띄게 증가함

[그림 4] 2020년 OTT이용자 증가 현황



[출처] 유건식(2020), '코로나19 사태로 인한 미디어 시장의 변화'

- 언택트 문화의 확산으로 파생된 OTT서비스의 성장은 콘텐츠의 유통·소비 형태를 변화시켜 향후 OTT 플랫폼의 영향력은 더욱 증가하여 미디어·콘텐츠 시장의 주요 매체가 될 가능성이 커짐

영화 <사냥의 시간>의 투자·배급사 리틀빅픽처스는 코로나19로 인해 극장 개봉이 어려워지자 오프라인 개봉을 포기하고 넷플릭스와 계약을 맺어 온라인을 통해 개봉했다.

<사냥의 시간>은 극장개봉이 어려워지자 해외 배급을 담당하기로 한 콘텐츠판다에 일방적인 계약해지를 통보하고 넷플릭스에 공개하기로 결정함에 따라 법정 공방까지 이어졌다.

초반에는 국내 시장에만 서비스하라는 해외 상영금지 가처분 신청이 내려졌지만, 4월16일 양측 간에 합의에 도달하게 되면서 전 세계 190여 개국에 공개할 수 있게 되었다. 영화와 함께 제공된 190여 개국 29개 언어 자막 덕분에 해외 가입자들의 관심을 받게 되면서 'K-콘텐츠'로 관심을 끌었다. 코로나19로 인한 부득이한 결정이 의외의 소득으로 이어진 것이다.

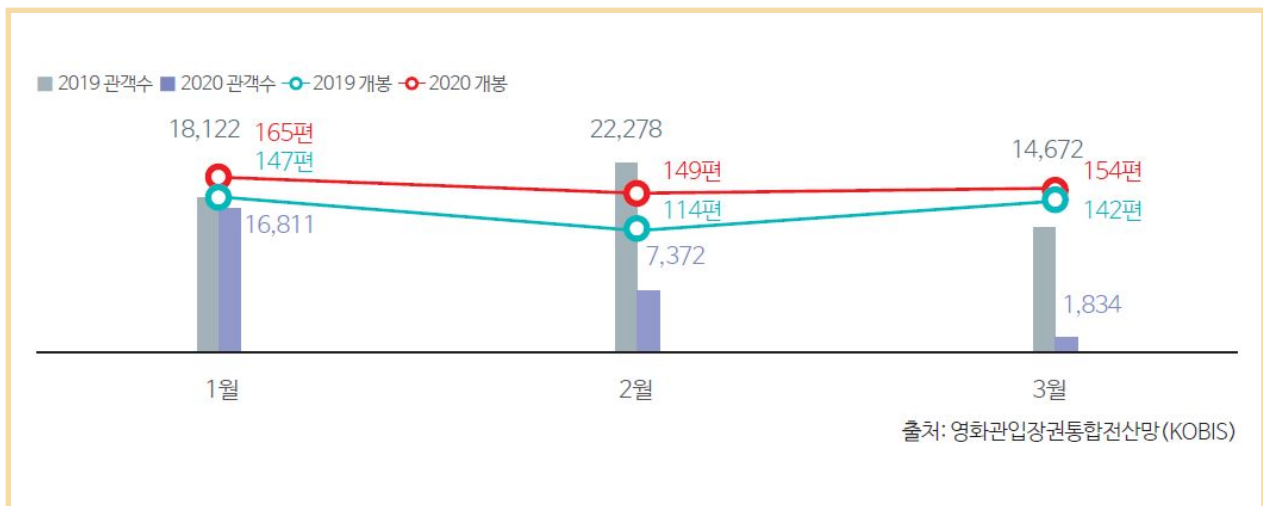
출처 : 한국콘텐츠진흥원(2020). 방송트렌드&인사이트 Vol.22 발췌

- 넷플릭스와 같은 글로벌 OTT의 국내시장 진출 확대는 영상콘텐츠 제작업체에게는 국내방송사(지상파 및 케이블)와 다양한 플랫폼을 통해 글로벌시장으로 진출할 수 있다는 점에서 기회의 창이 될 수 있음
- 국내의 좁은 미디어시장의 한계에서 벗어나 글로벌 시장에 맞춰 양질의 영상 콘텐츠를 제작한다면 무한한 성장가능성이 있다는 점에서 긍정적이지만, 막대한 자금력을 바탕으로 하는 글로벌 OTT에 대항하는 국내 전통 매체들은 위기를 맞을 수도 있음

□ 영화 및 공연 분야의 위축

- 코로나19로 인해 가장 타격을 받은 미디어 중 하나는 영화 분야로 매출이 2019년 대비 2020년에 최대 73%가량 감소하였고, 계획되었던 영화제작은 중단 및 연기되는 등 침체가 계속되고 있음
- 코로나19가 급증하기 시작한 '20년 2월 중순부터 관객 수가 급락하여 3월 183만 명으로 2019년 1,467만 명의 12.5%에 불과함

[그림 5] 2020년 상반기 영화 개봉작 및 극장 관객 수



[출처] 유건식(2020), '코로나19 사태로 인한 미디어 시장의 변화'

- 제작 현장의 감염 위험 때문에 신작 영화의 제작 자체를 중단·연기하거나 취소하는 상황으로 인해 광고 매출이 감소하는 추세를 보여 재원 마련에도 난항을 겪고 있음

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 올해 한국 영화산업 매출이 작년보다 최대 70% 급감하고, 2만명 이상 종사자들이 고용불안을 겪을 가능성이 있다는 전망이 나왔다.

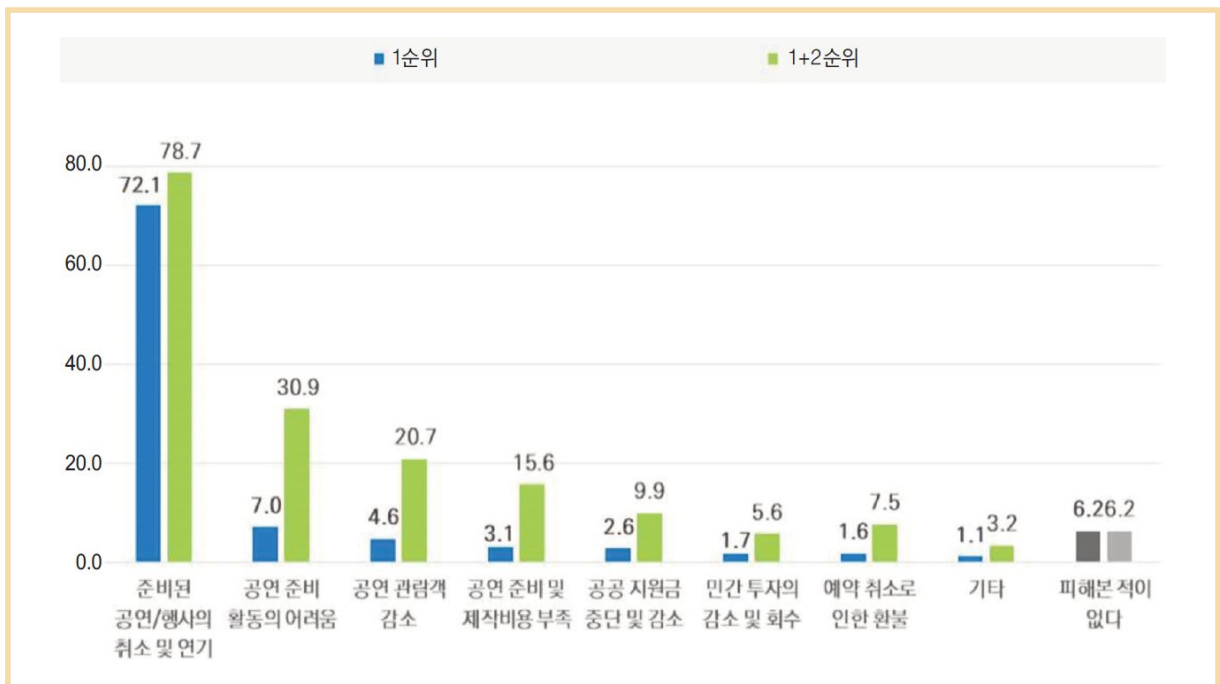
영화진흥위원회는 코로나19로 인한 영화제작 현장 피해 규모 실태 조사를 한 결과, 설문에 응한 82개 작품의 실제 피해 총액(1~4월 기준)은 213억8천993만원으로 집계됐다. 작품당 평균 피해액은 2억6천389만원이며, 최대 피해액은 33억3천만원에 달했다.

82편 가운데 42편(51.3%)은 제작단계에서 연기, 중단 혹은 취소됐다고 답했다. 이로 인해 제작 현장에서는 총 413명의 고용이 중단된 것으로 파악됐다. 이 중 227명은 고용이 연기됐고, 186명은 고용이 아예 취소됐다.

출처 : 연합뉴스(<https://www.yna.co.kr>) 2020.05.12. 기사 발췌

- 라이브 공연 및 콘서트, 제작발표회, 스포츠 경기 등 관중과 함께하는 현장을 바탕으로 하는 공연·행사 분야 역시 코로나19로 인해 큰 피해를 입음
- 공연예술통합전산망에 따르면 2020년도 상반기 매출은 969억 원으로 2019년 하반기 매출 1,916억 원에 비해 50% 가까이 감소하였으며, 특히 소극장과 같이 영세 공연업체의 타격은 심각한 수준(공연취소율 80% 이상)으로 나타남

[그림 6] 코로나19로 인해 피해를 입은 공연 및 행사



[출처] 고윤화(2020), '포스트코로나 시대, 3D입체사운드 기술과 언택트 공연의 진화'

- 공연 및 행사를 개최하기 위해서는 '기획 및 섭외→ 무대 및 공연장 설치→ 홍보 및 마케팅→ 리허설 및 실제 공연 등' 일련의 순서와 과정을 통해 구성 되는 것으로 준비 기간과 현장에 투입되는 인력 규모 등이 적지 않음
- 예술경영지원센터에서 권역별 공연시설, 단체, 협회 등을 대상으로 실시한 조사¹⁾에 따르면, 코로나19로 인하여 경영 및 운영상의 피해를 입은 것으로 응답한 비율이 82.4%로 나타남
- 피해의 구체적인 사례로는 예정된 공연 및 행사의 취소 혹은 잠정적 연기가 가장 큰 것으로 나타났고 그 외 공연관람객 감소, 제작 인원 축소에 따른 공연 준비 활동의 어려움, 공공지원금 중단 및 민간투자 감소 등으로 나타남

1) 예술경영지원센터(2020), 코로나19에 의한 공연예술분야 피해현황 조사 보고서

3. 코로나19 이후 근로여건 및 필요 인력

□ 방송제작 연기 및 취소로 인한 고용위기

- 방송제작 현장에서는 감염의 위험으로 인해 방영중 혹은 제작 중이던 프로그램은 중단·연기되거나 기획 및 제작 예정 프로그램은 제작 자체가 취소되는 경우가 발생함
- 2020년 4월 언론노조 방송작가지부의 설문조사에 따르면 응답자(방송작가 152명)의 81.4%(120명)이 코로나19 이후 프로그램이 연기·축소·폐지되는 등 고용상 위기를 겪은 것으로 나타남

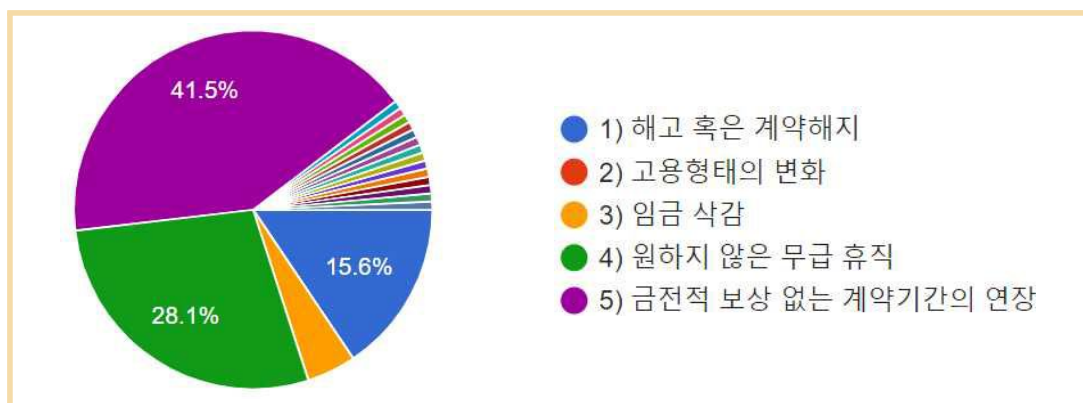
전국적으로 확진자가 4천 명을 넘기는 등 신종 코로나바이러스 감염증(이하 코로나19) 사태가 이어지면서 방송가에 미치는 영향도 장기화 될 조짐을 보이고 있다. 무관중 공개 방송과 온라인 기자간담회·제작발표회 개최가 늘어가는 가운데, 제작진들의 고심도 깊어지고 있다.

<전국 노래자랑>뿐만 아니라 전국 각지를 도는 KBS 프로그램들은 모두 지역사회 내 감염 우려가 높아짐에 따라 대부분 제작 중단을 결정한 상태다. 해외 촬영 역시 비상이 걸렸다. 한국인의 입국을 금지하거나 검역을 강화하는 국가 및 지역이 모두 80곳에 달하면서, 해외 기행 프로그램이나 다큐멘터리 제작에는 모두 빨간불이 켜졌다.

출처 : PD저널(<http://www.pdjournal.com>) 2020.03.02. 기고문 발췌

- 코로나19로 인한 프로그램 방영 및 제작취소의 사례가 증가하면서 방송산업 종사자의 직접적인 고용위기로 이어지고 있음

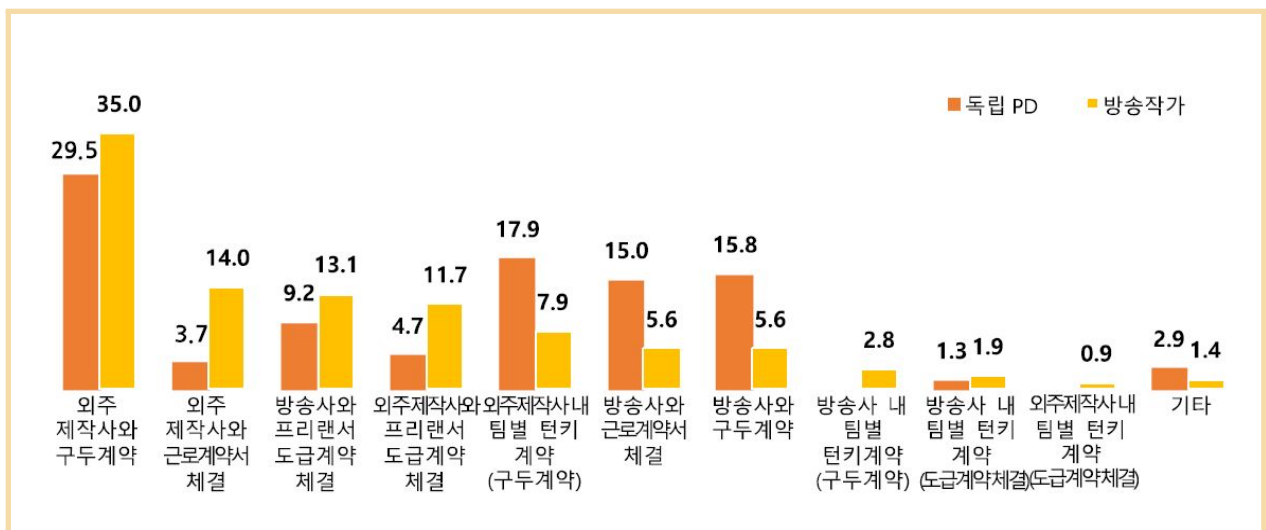
[그림 7] 코로나19 이후 프로그램 중단으로 인한 피해 유형



[출처] 방송작가연합(2020), '코로나19 피해 설문조사 결과 보고서'

- ‘프로그램의 중단으로 인한 피해’ 조사 결과, 금전적인 보상 없는 계약기간 연장 및 대기 41.5%, 강제 무급휴가 28.1%이고, 아예 일자리를 잃은 해고 또는 계약 해지가 15.6%, 임금 삭감이 4% 순으로 나타남
- 채널의 증가 등 방송환경의 변화에 따라 방송사 자체적인 콘텐츠 제작이 감소하고 외주제작 방식의 프로그램 제작 및 콘텐츠 운영에 대한 비중이 높은 방송산업 구조상 고용 안정성이 취약함
- 외주제작(Out sourcing)은 방송사업자가 외부에 프로그램의 제작을 주문하는 것으로 독립제작사, 프로덕션으로 불리는 외주제작사는 지상파나 종합편성 채널, 케이블 PP 등으로부터 수주를 받아 프로그램을 제작·납품함
- 외주제작사는 방송사와의 계약에 따라 방송제작 인력, 장비, 시설 등을 임대 하고 사용하여 제작하게 되므로 프로젝트 단위의 고용형태가 대다수임

[그림 8] 방송 종사자와 외주제작사의 고용계약 형태



[출처] 박재범 외(2020), ‘독립PD·방송(외주)작가 노동실태와 정책지원 방안 연구’

- 외주제작사·독립PD 및 방송작가 등은 대다수가 프로젝트 단위로 계약하여 근로하는 프리랜서로 근로자성이 모호한 경우, ‘노무 제공자’로서의 권리를 보호받지 못하는 대표적인 산업군이 방송산업임
- 코로나19로 인해 방송제작이 중단 및 취소되면서 생활정보 프로그램과 해외 촬영 비중이 높은 다큐멘터리 제작을 맡은 외주제작사, 독립PD들은 프로그램 일정의 연기로 인해 수익에 큰 타격을 입고 있음

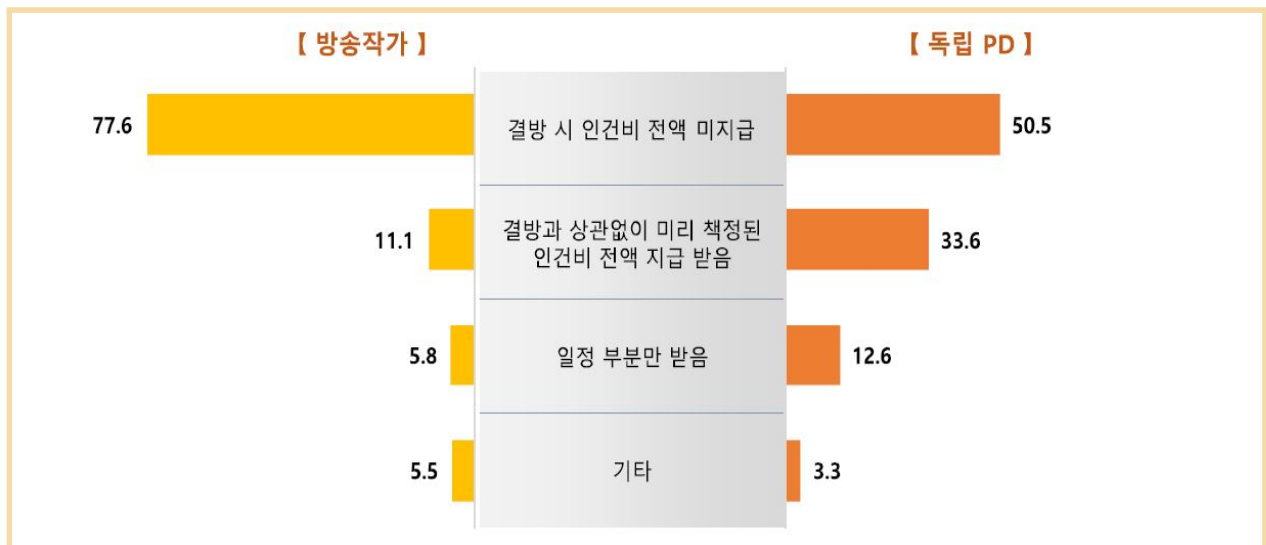
코로나19로 프로그램 제작이 줄줄이 중단되면서, 그 여파는 외주제작사·독립PD, 작가 같은 창작자들에게도 미치고 있다.

생활정보 프로그램과 해외 촬영 비중이 높은 다큐멘터리 제작을 맡은 외주제작사, 독립 PD들은 제작 일정이 미뤄지면서 생계 걱정을 해야 할 처지다. 방송사와 프리랜서 계약을 맺는 작가들도 방송이 나간 뒤 계약금을 받을 수 있어 사정은 마찬가지다.

김순미 전국언론노동조합 방송작가지부 사무국장은 "(임금이) 회당 지급되는 방송계 프리랜서들의 피해가 클 수밖에 없다"고 전했다. 김영미 국장 역시 "방송이 나가야 돈을 지급 받을 수 있는데, 방송이 미뤄지거나 취소되면서 '비수기'에 놓인 상황이 됐다. '생활을 어떻게 해야 할지 막막하다'는 반응도 많다"고 설명했다.

출처 : PD저널(<http://www.pdjournal.com>) 2020.03.02. 기고문 발췌

[그림 9] 프로그램 결방 시 인건비 지급 방식



[출처] 박재범 외(2020), '독립PD·방송(외주)작가 노동실태와 정책지원 방안 연구'

- 코로나19로 인한 근로소득의 변화에 대한 조사에서 임금근로자는 큰 영향을 받지 않았지만 프리랜서는 근로소득이 감소하였다는 비율이 68%로 나타남
 - 여성, 비정규직 및 프리랜서, 대기업, IPTV업종, 임원이나 제작 관련 방송직, 연구직 직종에서 코로나19로 인한 근로소득 감소 비율이 상대적으로 높게 나타나는 것으로 조사됨
- 결론적으로 코로나 시국에서의 방송제작 중단은 근로 안정성에 있어 본래부터 취약한 외주제작인력 및 프리랜서들의 고용위기가 가중되었음을 알 수 있음

□ 제작방식 변화에 따른 기술인력의 중요성

- 방송은 산업의 특성상 많은 인원이 모여서 제작되는 형태로 방송 종사자 외에 출연자, 관객들까지 참여함으로써 완성되는 대중문화임
- 코로나19 감염의 우려로 인해 ‘사회적 거리두기’ 정책을 통한 사람 간 접촉이 제한되면서 방송제작 환경은 중단되거나 최소한의 제작 인원으로만 진행됨
- 야외 및 해외 현지촬영, 관중이 참여하는 프로그램 등 제작이 어려워지면서 제작방식의 변화를 통해 방송 및 공연을 제공하고 있음
 - 랜선(온라인)공연, 무관객 녹화, 큐레이션, 클라우드 제작 등 비대면(Untact)을 기반으로 하는 기획형태로 프로그램을 제작함

[표 5] 코로나19로 인한 방송제작 방식의 변화

제작방식 변화	제작방법 및 적용 프로그램(예)
랜선(온라인) 공연	<p>[제작방법] 방송사, 유튜브, 줌(Zoom), OTT 등의 플랫폼을 통해 온라인으로 실시간 스트리밍 서비스를 실시함. 영상콘서트의 경우 관객이 없는 대신 실시간 채팅, 공연자와의 화상연결 등을 통해 공연 현장감을 공유함. 또한 영상을 시청하는 각 관객들을 한 화면에 동시에 띄우면서, 공연에 대한 관객들의 반응을 느끼면서 공연을 진행함</p> <p>[프로그램(예)] 2020년 4월, 방탄소년단은 ‘방방콘(방에서 즐기는 방탄소년단 콘서트)’을 통해 지난 콘서트와 팬미팅 실황 8편을 무료로 공개함. 각국에서 영상을 시청하고 있는 팬들의 영상을 공유하며 실제 공연과 같은 효과 및 팬덤을 유지하였음</p>
무관중 녹화	<p>[제작방법] 음악프로그램 및 예능 등 관중과 호흡하는 프로그램의 경우 관객없이 녹화를 진행하고 있음. 관객의 호응 등을 대체하는 방법으로 출연자들이 관객의 역할을 대신하기도 함</p> <p>[프로그램(예)] 방송3사의 가요프로그램, 불후의 명곡, 가요무대, 코미디빅리그 등 관객이 동원되는 프로그램의 경우 무관중 녹화 제작으로 방송이 진행되고 있음</p>
큐레이션 서비스	<p>[제작방법] 큐레이션 서비스는 사람들이 많이 선호하는 콘텐츠를 알고리즘 형태로 분석하여 그 순위를 제공하는 것으로, 콘텐츠의 정보제공 및 선택의 과정이 비대면으로 가능해짐</p>

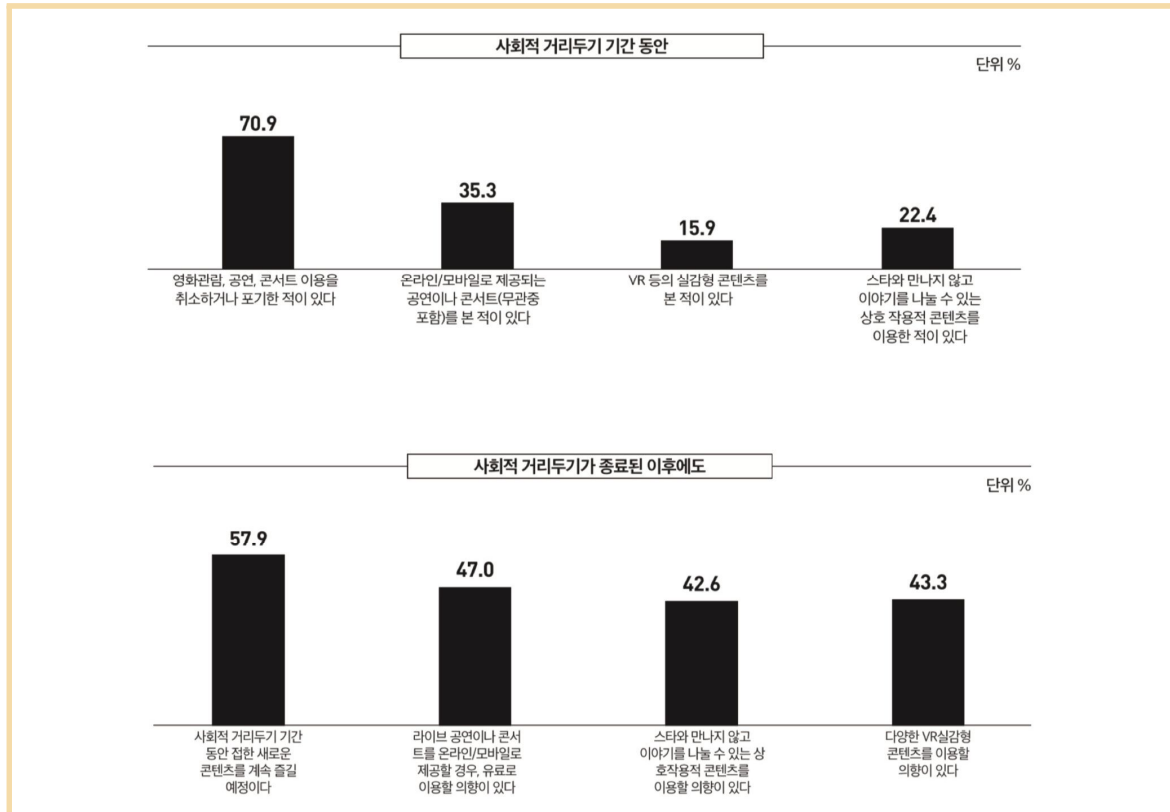
제작방식 변화	제작방법 및 적용 프로그램(예)
	<p>[프로그램(예)] 넷플릭스는 이용자가 위치한 국가에서 가장 인기 있는 콘텐츠 상위 10위까지 순위의 프로그램을 실시간으로 제공하여 이용자가 빠르게 인기 콘텐츠를 선택할 수 있게 함</p>
클라우드 제작	<p>[제작방법] 클라우드 기반 제작은 클라우드 컴퓨팅을 활용하여 제작하는 것으로 방송에 참여하는 시청자 또는 방송인의 영상을 클라우드에 저장하여 방송에 활용하는 것. 기존의 스튜디오 촬영이 아닌, 중앙화된 기술 인프라를 기반으로 각기 다른 장소에서 개별 녹화 및 편집 등의 프로세스를 진행하는 것으로 변화하고 있음</p> <p>[프로그램(예)] SBS <트롯신이 떴다>의 시청자는 별도의 촬영장비로 녹화를 하여 영상을 클라우드에 저장하고, 방송사는 클라우드에 저장된 영상에서 별도로 영상을 받지 않고 바로 편집을 함 클라우드 제작방식의 등장으로 소니는 특별 설계한 ELC(Enhanced Liveproduction Control System) 오토메이션 솔루션을 출시하였고, 이러한 장비를 활용하면 원격 제작이 더욱 용이해짐</p>
기존포맷의 활용 및 변경	<p>[제작방법] 기존의 스튜디오 혹은 야외에서 카메라, 감독, 출연자가 모여서 방송을 제작하던 형태에서 다양한 수단을 활용하여 접촉을 줄이고 비대면으로 방송 프로그램을 제작함</p> <p>[프로그램(예)] MBN <전국민 드루와>는 드라이브 스루 노래방으로 신청자는 자동차 안에서 노래를 하고 MC가 통과여부를 결정하는 것으로 ‘드라이브 스루’ 방식을 방송 제작에 활용함. 또한 TV조선의 <사랑의 콜센타>는 자사 오디션 프로그램 출신 톱7을 스튜디오에 출연시켜 ‘전화 연결’이라는 다소 복고적이지만 비대면 콘셉트에 걸맞은 포맷으로 방송을 제작하여 시청률에서도 성공을 거둠</p>

[출처] 유건식(2020), ‘코로나19 사태로 인한 미디어 시장의 변화’ 재구성

- 코로나19의 장기화 국면에서 라이브 공연 및 행사 분야에서는 위기 극복을 위하여 비대면(Untact) 공연, 온라인플랫폼 등을 활용한 라이브 프로그램의 제작 비중을 높이고 있음
- 이용자 측면에서도 ‘사회적 거리두기’의 시행 이후 영화 및 콘서트 이용의 취소 경험은 전체 70.9%로 나타났지만, 라이브 공연의 대안으로 온라인공연 이용이 35.3%, VR 등 실감형 콘텐츠를 이용한 경험도 15.9%로 나타남

- 응답자의 과반수(57.9%) 이상이 사회적 거리두기 종료 후에도 언택트 공연 등을 이용함에 따라 변화된 제작방식이 향후에도 지속·발전할 것으로 예측됨

[그림 10] 사회적 거리기간 전후, 언택트 공연 경험 및 이용의향



[출처] 하재근(2020), ‘코로나가 사라져도 ‘온택트’는 계속된다’.

- 포스트코로나시대의 이용자들은 경험을 토대로 온라인·모바일 플랫폼을 이용한 영상 및 공연을 향유하고 소비할 것이며 이는 방송 및 공연산업의 언택트 문화는 더욱 확산되고 정착될 것을 의미함
- 기존의 오프라인 방송제작과 비교해 온라인 환경이 제공해야 할 많은 기술적인 부분의 해결이 중요하며 향후 AR/VR 등의 실감미디어 대중화에 따라 방송제작의 디지털기술 융합, 실감형 콘텐츠 및 제작 등의 기술활용이 더욱 촉진될 것으로 예측됨
- 온라인 방송 송출, 초고화질 실감형 콘텐츠 획득·제작 및 편집, 대용량 미디어 압축 성능 향상을 위한 부호화, 전송 대역의 효율 향상을 위한 미디어 전송 등 방송산업에서의 언택트 문화가 확산 되면서 IT 기술을 보유하고 융합할 수 있는 기술 엔지니어의 확보가 매우 중요해짐

III

언택트 문화 확산에 따른 고용·노동제도 개선

1. 방송산업 종사자의 근로환경 개선안 필요

□ 방송산업 종사자의 근로환경 현황

- 방송산업은 1991년 방송법에 의해 외주제작물 편성 비율이 시행된 이후, 방송 콘텐츠의 양적 성장과 외주 제작업체의 확산으로 인해 프리랜서²⁾, 독립PD 등 다양한 근로 형태가 존재하는 대표적인 산업임
- 방송채널의 증가에 따라 영상·미디어의 질적 성장과 양질의 콘텐츠를 제공하기 위하여 외주제작 형태가 도입되었으나, 이로 인해 하도급 계약 및 프로젝트 단위의 비정규직 근로 형태가 증가하게 됨
- 2012년 프리랜서 방송산업 종사자들을 대상으로 사회보험 가입 자격을 확대하고 있지만 4대 보험 가입률은 여전히 낮은 편으로 이들에 대한 사회적 안전망은 여전히 취약한 상황임
- 국민연금 미가입률은 21.9%, 고용보험 미가입률 44.2%, 산재보험 미가입률 45.2%에 달하는 것으로 조사되었으며, 특히 외주제작사 작가 직군에서 4대 보험 미가입 실태가 두드러지는 것으로 나타남
- 방송제작은 야외 및 현장촬영, 스튜디오 및 세트건설 등의 고강도 노동력의 필요 및 업무의 위험성이 높음에도 불구하고, 고용보험 및 산재보험 미가입률이 두드러진다는 점에서 이들의 근로환경이 열악한 것을 알 수 있음

[표 6] 방송 종사자들의 4대보험 가입현황(2019년)

	직장가입		지역가입		미가입		잘 모르겠다	
	사례 수	%	사례 수	%	사례 수	%	사례 수	%
국민연금 가입형태	225명	22.5%	316명	31.6%	219명	21.9%	240명	24.0%
건강보험 가입형태	228명	22.8%	376명	37.6%	224명	22.4%	172명	17.2%
고용보험 가입형태	232명	23.2%	39명	3.9%	442명	44.2%	287명	28.7%
산재보험 가입형태	226명	22.6%	12명	1.2%	452명	45.2%	310명	31.0%

[출처] 한국콘텐츠진흥원(2019), '2019 방송제작 노동환경 실태조사'

2) 프리랜서는 프로그램 제작의 도급계약 또는 위탁계약에 의해 업무를 수주하는 자영업자로 취급되어, 피고용자를 대상으로 적용되어 오던 노동권 보장과 사회보험 적용으로부터 배제되어 왔음.(박재범 외, 2020)

- 다단계 하도급 방식의 취업형태의 비율이 높은 방송산업 종사자들은 태생적으로 근로안정성이 취약한 직군이었으며, 코로나19의 확산·장기화로 인해 방송제작의 연기 및 취소사태를 겪으면서 근로환경 및 처우가 더욱 취약해짐
- 이미 열악한 노동환경 및 처우로 개선사항이 많은 방송 종사자들에게 코로나 19의 여파는 더욱 크게 다가왔으므로 이들에 대한 근로환경 개선 및 사회 안전망의 확보가 절실하게 중요한 시점임

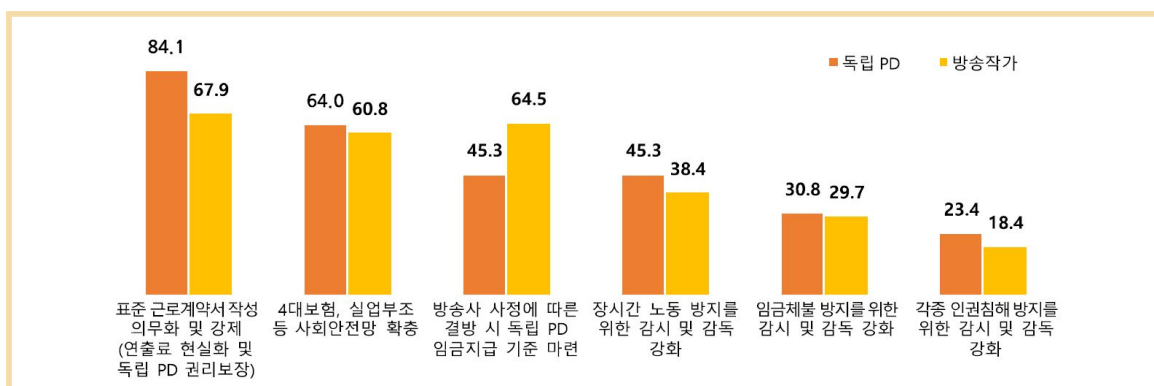
[그림 11] 방송 종사자 근무환경의 가장 큰 문제점



[출처] 박재범 외(2020), ‘독립PD·방송(외주)작가 노동실태와 정책지원 방안 연구’

- 방송 종사자의 근로환경 개선을 위해 가장 필요한 정책은 표준근로계약서 작성 의무화 및 강제(독립PD 84.1%, 방송작가 67.9%)와 4대보험·실업부조 등 사회 안전망 확충(독립PD 64.0%, 방송작가 60.8%)의 순으로 나타남
- 방송 종사자 중 프리랜서들은 코로나19와 같이 예측 불가능한 환경으로부터 근로자로서 보호받을 수 있는 기본적인 안전망의 확보를 희망하고 있음

[그림 12] 근로환경 개선을 위해 가장 필요한 정책



[출처] 박재범 외(2020), ‘독립PD·방송(외주)작가 노동실태와 정책지원 방안 연구’

□ 코로나19에 따른 근로환경 및 처우 파악

- 코로나19로 인해 고용위기, 방송제작 방식변화 등 근로환경에 큰 변화를 겪은 방송산업 종사자들에 대하여 실태조사가 필요함
 - 노동 실태조사 및 연구를 통해 근로·노동환경과 처우 관련 정책의 실증적 근거를 마련하는 것이 중요함
- 외주제작, 프로젝트 계약이 다수인 방송산업은 코로나19 이전에도 프리랜서, 비정규직 종사자들의 근로계약과 근로시간 특례제외(2018년 근로기준법 개정) 등 근로환경 및 처우 관련 문제가 지속적으로 발생해왔음

한빛미디어노동인권센터가 결국 스튜디오드래곤 등 총 4개 드라마 제작사를 고용노동부에 고발했다. 근로기준법 제17조, 제50조, 제53조, 제56조, 제70조 위반 혐의다.

지난 2018년 7월부터 방송산업이 근로시간 제한 특례업종에서 제외되면서 근로시간은 주68시간으로 제한됐다. 한빛 측은 CJ E&M과 스튜디오드래곤과 함께 협의, 제작가이드라인을 제정하기도 했다. 당시 공개된 제작가이드라인에는 1일 최대 근무시간을 14시간으로 제한하고, 주68시간 근로시간 제한을 준수하기 위해 B팀 시스템을 적극 운영하며, 불가피하게 그 이상 촬영할 시 충분한 휴식을 보장하겠다 등의 내용이 담겼다. 무엇보다 일종의 다단계 구조인 토크 계약을 없애고 개별 계약을 원칙으로 하겠다는 내용까지 담겼다.

그러나 OCN 드라마 '손 더 게스트'의 경우 지난 7일부터 13일까지 휴식시간을 제외하고 1주 91시간을 촬영했다. 13일부터 21일까지는 하루의 휴가도 없이 계속 촬영이 진행됐다. 제작사가 제공한 촬영일지에 따르면 10월 둘째 주의 근로시간은 87시간 35분, 셋째 주는 95시간 40분으로 근로기준법의 근로시간 제한 규정을 위반했다. 시간외 근로수당, 야근 근로수당도 지급하지 않았다.

출처 : 미디어SR(<http://www.mediasr.co.kr>) 2018.10.30. 기사 발췌

- 코로나19 이후에는 제작 근로시간 및 근로계약 형태 문제를 넘어서 프로그램 중단 및 취소로 인한 '방송일자리' 자체의 문제가 대두되고 있음
 - 방송제작 취소의 여파는 프로그램을 제작하고 방송이 된 후 계약금을 받는 영세한 외주 제작사들에게 미치는 영향이 더욱 큼. 프리랜서로 참여하던 제작 스태프는 고용기회가 사라져 실직상태에 처하는 등의 경제적 어려움이 가중되면서 국내 제작시스템이 황폐해질 우려가 있음
 - 코로나19 전후 방송산업의 근로환경 및 처우를 파악하기 위하여 한국노동연구원, 한국직업능력개발원, 방송산업 주요 협·단체 등과 함께 방송·통신기술ISC가 공동으로 심층적인 조사·연구를 진행할 필요가 있음

□ 코로나19 이후, 방송 종사자 근로환경 개선방안

- 방송영상 제작스태프를 대상으로 근로환경에 대한 선행연구³⁾의 결과, 표준 근로계약서 작성 의무화, 4대보험을 통한 사회안전망 확보 등이 가장 필요한 정책 및 제도라고 응답하였음
- 코로나19로 인한 방송제작의 중단 및 취소사태로 해고 및 계약해지, 강제 무급휴직, 금전적 보상이 따르지 않는 계약연장 등의 고용위기를 체감하면서 방송제작 종사자들의 표준근로계약서 작성이 더욱 중요해짐

[표 7] 방송분야 표준근로계약서

구분	대상	내용	시행일
방송프로그램 제작· 방영권 구매 표준계약서(2종)	방송사 -제작사	프로그램 세부사항, 제작비, 권리·수익배분, 프로그램의 유통·이용, 분쟁해결 절차 등	2013.08.01
방송스태프 근로·하도급·업무위탁 표준계약서(3종)	방송사(제작사) -스태프	계약기간, 업무내용, 임금및보수, 안전배려 등의 의무, 근로시간· 4대보험(근로계약서의 경우) 등	2014.08.28
방송작가 집필 표준계약서(1종)	방송사(제작사) -작가	원고료 금액·지급시기·세부내역, 부당계약 취소 금지, 저작권 및 2차이용 등	2017.12.28

[출처] 문화체육관광부(2019)

- 사회안전망 확보를 위한 구체적인 실천방안을 수립하기 위하여 정기적으로 이해관계자의 의견을 청취하고 논의할 수 있는 '방송종사인력 근로환경개선 협의체' 등의 체계를 마련하는 것이 필요함
 - 기존의 프로젝트 하도급 구조에서 만연되어 있는 프리랜서 구두계약, 근로 시간 미준수 등의 문제는 단기간에 해결될 수 있는 문제는 아니며 단계적으로 표준근로계약서 작성문화, 계약형태 개선 확산, 근로시간 준수 등의 제도를 정착시켜 나가야 함
- 코로나19에 따른 근로환경 및 처우에 대한 실태조사 및 연구결과를 기반으로 근로안전망 확보를 위하여 일회성이 아닌 직접적이며 구체적인 실천방안의 수립이 중요함

3) 박재범 외(2020), '독립PD·방송(외주)작가 노동실태와 정책지원 방안 연구'

2. 언택트 제작문화 확산에 따른 대응

□ 방송제작 환경 및 기술변화에 대응하는 인력양성

- 코로나19로 인해 확산·정착된 비대면 제작방식은 향후 방송제작 환경의 주요 대안이 될 가능성이 높으므로 이에 대한 선제적 대응이 필요함
- 언택트 방송·영상 제작에 대비하여 필요한 신규기술 및 인력에 대한 수요를 파악하고 기술인력을 양성할 수 있는 교육훈련을 개발하여야 함

네이버 'V라이브(V Live)'가 공연 패러다임을 바꾸고 있다. 코로나19로 콘서트 등 공연 업계가 개점휴업 상태인 가운데, 네이버 V라이브가 기술력을 앞세워 글로벌 대표 '언택트(Untact)' 공연 플랫폼으로 부상했다.

V라이브 성공 비결엔 네이버의 탄탄한 기술력이 뒷받침됐다. 네이버는 안정적인 라이브 송출 환경을 안정적으로 유지하기 위한 자체 송출 기술인 'ABP(Adaptive Bitrate Publish)' 개발했다. 이 기술은 네트워크 환경과 무관하게 최상의 송출 품질을 만들어낸다.

네이버가 개발한 자체 송출 기술인 ABP(Adaptive Bitrate Publish)는 실시간으로 송출자의 네트워크 상태를 예측해, 상황에 맞는 최적화된 품질로 송출될 수 있도록 자동으로 결정한다. 기존 라이브 송출 기술은 라이브 방송을 시청하는 이용자 재생기가 네트워크 품질을 결정했다. 하지만 네이버가 개발한 ABP 송출 기술은 라이브를 진행하는 송출자의 환경에 맞춰, 이에 적절한 품질로 자동적으로 컨트롤하는 기술이다. 네이버는 해당 기술을 미국, 동남아 등 현지 필드테스트를 통해 점검하고 고도화했다.

네이버는 글로벌 라이브 방송에 필요한 '송출→스트리밍 서버→재생' 구간 기술 전부를 자체적으로 개발했다. 프리즘(PRISM)'이라 불리는 이 기술 플랫폼을 통해 V라이브는 16만 시간 이상 장애없이 운영됐다.

출처 : 뉴스핌(<http://m.newspim.com>) 2020.05.12. 기사 발췌

- 언택트 방송 및 공연은 세계적으로 시장을 확보할 기회로 온라인 라이브 콘서트는 K-culture를 더욱 확산시킬 수 있는 효과적인 매체임
- 전 세계 어디에서 접속하더라도 연결 장애 없이 서비스할 수 있는 고도화된 라이브 방송기술의 개발이 필요함
- 언택트 프로그램에서는 지속 가능한 이용자 확보를 위하여 양질의 콘텐츠를 구성하는 것 또한 중요한 요소임
- 온라인 공연 및 프로그램은 접속·비접속을 자유자재로 할 수 있기에 지속적으로 흥미를 유발 시킬 수 있는 콘텐츠의 제작이 무엇보다 중요함

□ 방송산업의 신규 직종 발굴을 통한 일자리 생성에 대응 필요

- 코로나19로 인한 언택트 문화의 확산과 5G 보급을 통한 기술 발달은 방송산업의 신직업군⁴⁾ 등장에도 영향을 미치고 있음
 - OTT 서비스 및 모바일플랫폼을 중심으로 방송시장이 다양화되면서 MCN(다중채널 네트워크)시장 및 1인 미디어콘텐츠 제작자 등도 방송산업의 종사 인력에 포함됨
- 1인 미디어콘텐츠 분야 및 MCN 분야는 ICT(정보통신기술)의 발달을 기반으로 성장하고 있는 산업으로 크리에이터들의 지속적인 양질의 영상 및 콘텐츠를 제작하기 위해서는 기획·촬영·편집 등 방송제작을 기반으로 하는 기술역량이 반드시 필요함
 - 이에, 방송·통신기술ISC는 ‘소셜미디어방송서비스’ NCS 개발 및 수준별 표준 훈련프로그램 개발을 완료하였고, 학습도구로 ‘한권으로 통하는 소셜미디어 크리에이터’ 부교재를 개발하여 방송산업 인력양성체계 구축을 마련함
 - 또한, 1인 미디어콘텐츠 관련해서는 미래 신직업군으로서, 지속적인 신규 직종 발굴과 새로운 일자리 생성에 인력 수요 파악 및 수급 조사·분석을 통해 단·장기적 교육의 Road-Map을 개발하여 인력양성 및 확보가 필요함

최근 1인 크리에이터(창작자)에 대한 관심이 높아지며 젊은 세대를 중심으로 개인 방송 장비 수요가 크게 늘고 있다.

이 같은 흐름에 힘입어 다양한 성능을 가진 개인 방송 장비 역시 주목받고 있다. ‘짐벌’은 카메라 수평 이동을 안정감 있게 유지해주는 지지 장치다. 천천히 이동하는 물체, 특히 배 위에서 촬영할 때 안정된 화면을 얻을 수 있다. ‘액션 캠’은 팔이나 모자 등에 부착하는 초소형 카메라로, 실감나고 독특한 앵글로 사진을 찍을 때 사용한다.

빛을 반사해 밝기를 조절하는 ‘반사판’도 필수다. 촬영 시 빛이 비치지 않는 반대 방향이 어렵게 표현되는 것을 방지하고자 빛의 각도나 반사를 이용해 조명의 밝기를 조절한다. ‘촬영용 우산’은 강하고 거친 조명 빛이 부드럽고 넓게 퍼질 수 있도록 하며, ‘배경 지’는 인물·제품을 촬영할 때 깨끗할 뿐만 아니라 후 보정을 쉽게 해준다. ‘마이크로SD카드’는 SD카드를 손톱만 하게 줄여서 만든 메모리카드다. 휴대용 GPS 장치, MP3플레이어, 게임기, 확장형 USB 플래시 메모리 드라이브에도 사용할 수 있다. ‘프리뷰 모니터’는 방송 또는 녹화 전 화상의 수준을 확인하기 위해 보는 스크린으로, 작은 카메라 액정보다 큼직한 크기로 영상을 확인할 수 있다. 다양한 결합 장비와 연동해 실시간 인터넷 방송 송출도 가능하다.

업계 관계자는 “1인 방송에 대한 사회적 관심이 커지면서 직접 제작에 뛰어드는 사람들이 많아지고 있다”며 “단순한 촬영에 그치는 게 아니라 수준 높은 장치를 이용해 양질의 영상을 제작하려는 수요도 늘어나는 추세”라고 말했다.

출처 : 이데일리(<https://www.edaily.co.kr/>) 2019.01.01. 기사 발췌

4) 한국고용정보원(2019), “4차 산업혁명 시대의 미래직업능력 연구”

IV

결론 및 시사점

□ 코로나19 이후 방송산업 근로환경 변화 주요내용

- 코로나19는 국내외 경제·사회 전반에 큰 영향을 미치고 있으며 방송산업에 있어서 미디어 이용량 증가 및 다양한 플랫폼(OTT서비스 등)의 성장을 촉진하는 긍정적 측면이 있으나, 제작중단 및 공연취소에 따른 고용위기와 제작투자 및 광고 감소 등으로 인한 방송제작 위축 등 부정적 측면도 강하게 나타나고 있음
 - 2020년은 '미디어 서비스의 이용 증가'와 'OTT 플랫폼의 성장' 등의 변화도 있지만, 전통적인 방송업계에서의 제작환경은 코로나19로 인한 제작취소 및 연기, 영화개봉 및 공연취소 등으로 인해 고용 타격이 현실화 되고 있음
- 미디어 산업이 변화하고 다양한 매체의 활용이 증가하는 것은 궁극적으로 방송산업의 시장 규모가 확대되고 글로벌 시장을 개척할 수 있다는 점에서 긍정적으로 작용할 수 있음
 - 코로나19로 인해 신규 이용자 수가 급증한 OTT 플랫폼을 바탕으로 양질의 영상콘텐츠로 해외 진출을 도모할 수 있고, 전 세계의 영상 공유가 쉬워짐에 따라 다양한 문화를 풍요롭게 향유 할 수 있다는 점에서 긍정적임
- 방송제작은 인적자원이 투입되어 프로그램 기획·촬영·편집 등으로 이어지는 일련의 과정이 현장 중심으로 이루어지기에 코로나19의 확산의 우려가 클 수밖에 없는 구조임
 - 프로그램 방영 및 제작취소가 증가하면서 방송제작 근로자들은 고용위기에 직면하게 되었고 이에 방송산업 종사자들의 4대보험 가입, 표준근로계약서 작성 등 사회안전망 확보는 더욱 중요해졌음
- 라이브 공연, 야외 및 해외 현지촬영 등 관중이 참여하는 프로그램의 제작이 어려워지면서 방송제작 분야는 코로나19 위기의 돌파를 위해 비대면(Untact) 제작방식을 도입하였고 언택트 방송제작은 좋은 대안이 되고 있음
 - 랜선(온라인)공연, 큐레이션, 클라우드 제작 등 IT 기술을 동원해 OTT 등 온라인플랫폼을 활용한 라이브 방송은 더욱 확산 될 것으로 보이며, 이를 위해 언택트 제작에 필요한 기술인력의 확보 및 양성이 중요해질 예정임

□ 시사점 및 정책제언

- 프로젝트 계약을 기반으로 하는 방송계의 특성상 방송산업 종사자들은 근로자로 인정받기가 쉽지 않았으며, 근로계약 시 구두계약 등으로 이루어지는 등 노동 복지 사각지대에 놓여있음
 - 코로나 19로 인해 방송제작이 취소되는 현실에서 근로의 안전망을 갖추고 있지 못한 방송 종사자들은 불합리한 대우에 직면할 수 밖에 없음
 - 사회안전망 확보를 위한 실천방안을 수립하기 위하여, 방송·통신기술 ISC를 비롯하여 고용노동부(청), 지방자치단체, 방송산업 주요 협·단체 및 유관 기관 등으로 구성된 '방송종사인력 근로환경개선 협의체'의 발족을 제언함
- 코로나19에 따른 근로환경 및 처우에 관한 정책적 제언의 객관적 현황과약을 위하여 심층적인 실태조사 및 분석이 필요함
 - 코로나19 이전에 실시되었던 비정규직 종사자들의 근로계약과 2018년 근로기준법 개정에 따른 근로시간 특례제외 등이 방송산업 근로환경 및 종사자 처우에 미친 영향에 대한 조사분석이 필요함
 - 코로나19 이후에는 방송제작 인력의 실직 및 해고, 임금감소 등의 실질적 고용위기 발생 현황에 대한 실태조사를 통하여, 방송산업 종사자들의 근로·노동환경 및 처우 관련 정책의 실증적 근거를 마련할 필요가 있음
- 코로나19 위기를 타개하고자 확산·정착된 비대면(Untact) 제작문화는 현재와 같이 온라인 플랫폼이 고도성장하고 있는 환경에서 주요 제작방식이 될 것으로 예상됨에 따라 연결 장애 없이 서비스할 수 있는 고도화된 라이브 방송 기술개발 및 양질의 영상콘텐츠 제작역량이 필요함
 - 이에, 방송·통신기술ISC는 온라인 방송 송출, 초고화질 실감형 콘텐츠 획득·제작 및 편집, 대용량 미디어 압축 성능향상을 위한 부호화 기술, 전송 대역의 효율 향상을 위한 미디어 전송 등, 방송제작기술과 IT 기술을 융합할 수 있는 기술인력의 수요를 파악하고 신규 인력양성에 주력하여야 함
- OTT서비스, 모바일플랫폼을 중심으로 1인 미디어콘텐츠 제작자, 크리에이터 등의 신직업군과 관련한 직무를 체계적으로 정착·발전시키기 위해 이와 관련, 지속적인 신규 직종을 발굴하고 생성된 새로운 일자리, 인력수요 파악 및 수급을 조사·분석을 통해 직무를 분석하고 직능별 단계 교육의 Road-Map 개발로 단·장기적인 인력양성 및 확보에 주력할 필요가 있음

참고문헌

- 【1】 강민영(2020). “코로나19로 따른 산업별 영향 분석”. 삼성KPMG 경제연구원 뉴스레터
- 【2】 이경희 외(2020). “방송산업 종사자의 노동시간 실태와 삶의 질 연구”. 한국노동연구원
- 【3】 과학기술정보통신부(2020). “과학기술&ICT 정책 · 기술 동향”
- 【4】 방송통신기술ISC(2020). “전략분야 조사 · 발굴 및 활용보고서”
- 【5】 방송통신기술ISC(2020). “2020년 방송통신산업 인력현황 보고서”
- 【6】 대한상공회의소(2020). “언택트 시대, 기업의 HR 대응전략”
- 【7】 한국정보통신산업연구원(2020). “포스트 코로나 시대, 정보통신공사업계의 역할”, Premium Report 제 70호
- 【8】 최필식(2020). “코로나19는 IT업계에 어떤 영향을 미치는가?”, KISA REPORT Vol.2, 17-25
- 【9】 유건식(2020). “코로나19 사태로 인한 미디어 시장의 변화”, KCA Media Issue & Trend
- 【10】 이재영 외(2020). “코로나19가 방송 · 미디어산업에 미치는 영향 및 시사점”, KISDI Premium Report
- 【11】 박재범 외(2020). “독립PD · 방송(외주)작가 노동실태와 정책지원 방안 연구”, 추혜선의원실 연구용역 과제
- 【12】 배영임 외(2020). “코로나19, 언택트 사회를 가속화하다”, 경기연구원 이슈&진단
- 【13】 한영주(2020). “코로나(COVID-19) 일상이 가져온 미디어 이용의 변화”, 방송과 기술 Trend Report
- 【14】 한국콘텐츠진흥원(2020). “코로나19 시대의 방송영상산업”, 방송트렌드&인사이트
- 【15】 최홍규(2020). “코로나시대 언택트 콘텐츠 혁명에 대하여”, 방송과 미디어 25(4)
- 【16】 방송과기술(2020). “코로나(COVID-19) 일상이 가져온 미디어 이용의 변화”
- 【17】 방송작가연합(2020). “코로나19 사태로 인한 방송작가 피해 설문조사 결과 보고서”

- 【18】 정보통신정책연구원(2020). “2020 방송산업 실태조사”
- 【19】 한국콘텐츠진흥원(2020). “코로나 19시대의 방송영상산업”, 방송트렌드&인사이트 Vol.22
- 【20】 고윤화(2020). “포스트코로나 시대, 3D입체사운드 기술과 언택트 공연의 진화”
- 【21】 예술경영지원센터(2020). “코로나19에 의한 공연예술분야 피해현황 조사 보고서”
- 【22】 하재근(2020). “코로나가 사라져도 ‘온택트’ 는 계속된다”
- 【23】 한국콘텐츠진흥원(2019). “2019 방송제작 노동환경 실태조사”
- 【24】 문화체육관광부(2019). “방송분야 표준근로계약서 사용지침”
- 【25】 한국고용정보원(2019), “4차 산업혁명 시대의 미래직업능력 연구”
- 【26】 방송통신산업인적자원개발위원회(2020), ‘방송·통신산업인력현황 보고서’