

방송영상콘텐츠 제작 인력 양성 시스템에 관한 연구

-KIPA 디렉터스쿨을 중심으로-

이정우(공주영상대학)* · 이영주(서울과학기술대)**

국문 초록

현재 전국적으로 분포되어 있는 대학의 방송영상관련 학과에서 배출되는 예비인력과 지상파 방송사의 관련 교육기관에서 배출되고 있는 방송영상 전문 인력은 5천여 명을 넘어서고 있지만 방송영상콘텐츠를 제작하는 독립제작사는 늘 인력난에 허덕이고 있다.

본 연구에서는 <KIPA디렉터스쿨>에서 이루어지는 방송콘텐츠 전문 인력교육 프로그램이 독립제작사의 인력 운용 면에서 갖는 유용성과 개선점에 대해 고찰하였다. 졸업생과 외주제작현장에서 제작인력을 고용한 관계자들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시한 결과, <KIPA디렉터스쿨> 졸업생들 대부분 교육과정에 만족하고 있으며, 배출된 인력 또한 제작현장에 적응능력이 뛰어나며 유용한 역할을 담당하고 있는 것으로 나타났다. 하지만 10개월의 교육기간이 적절한지 여부와 중도에 포기하거나 이직하는 고용의 불안정성을 줄이기 위해 교육내용의 개선이 이루어져야 한다는 의견도 도출되었다. 이를 위해 <KIPA디렉터스쿨>과 같은 전문제작인력을 양성하는 공공아카데미에 대한 중장기적인 재정적 지원과 외주제작사의 근무 환경 개선을 위한 정책적 지원이 이루어질 필요가 있다.

주제어 : 콘텐츠, 외주제작, 독립제작사, 방송전문 인력양성, 공공아카데미

* 공주영상대학교 영상연출과 조교수

** 서울과학기술대학교 IT정책대학원 조교수

접수일(2012년 2월 20일), 수정일(2012년 3월 16일), 게재확정일(2012년 3월 21일)

I. 문제제기 및 연구목적

방송프로그램 제작시장에서 지상파의 독과점을 막고 경쟁력 있는 독립제작사¹⁾를 양성해 방송영상산업 활성화를 위한 정부의 외주 제작 지원정책이 시작 된지 20여년이 지나고, 1991년 3%로 시작한 외주의무편성비율은 꾸준히 증가하여 현재 40%에 이르렀다. 외주의무편성비율이 증가하면서 외주제작 시장이 외형적으로 성장하고 케이블, 위성, IPTV와 같은 신규 매체의 등장, 한류 열풍 등과 같은 방송환경이 변화하면서 수백 개가 넘는 독립 제작사가 양산되었다. 2010년 12월 31일 기준으로 문화체육관광부에 방송영상물제작업체로 신고하고 활동하는 독립 제작사가 1,566개에 달하고 있다는 점에서 외주의무편성비율의 확대 정책은 방송 프로그램 생산구조의 다변화에 기여했다고 할 수 있다.²⁾

그러나 지상파 방송사 내부에서 외주 제작의 필요성을 인식하지 못하고 자발적 협조가 결여된 상황에서 강제적으로 외주의무편성비율이 시행되고 있지만, 지상파방송사와 독립 제작사 모두 현재의 외주제작 정책에 대한 비판의 목소리가 크다.³⁾ 독립제작사의 경우 제작기반시설의 다원화나 외주제작 프로그램의 부가가치를 극대화할 수 있는 다단계 유통 구조가 마련되지 않고, 인력양성 정책의 부재로 인해 국내 방송영상시장의 활성화가 제대로 이루어지지 못하고 있다는 불만을 제기한다. 반면 지상파 방송사는 외주의무편성비율의 증가로 지상파가 가지고 있는 제작 인프라와 네트워크가 분산되고, 무분별한 외주 제작사의 난립으로 프로그램의 완성도가 낮아짐으로써 최종 수요자인 시청자들에게 피해가 전가되고 있다고 주장하고 있다.⁴⁾ 결국 외주정책의 시행결과, 영세한 외주제작사만 수적으로 확대되어 실질적인 방송 프로그램의 다양화에 기여하지도 못하고 국제적인 경쟁력도 확보하지 못한 것이다.⁵⁾

외주제작시장이 활성화되지 못하고 있는 것은 투자 제작비를 회수하지 못하는 방송시장의 구조적 문제와 다양한 주체가 저예산으로 방송영상콘텐츠를 비교적 용이하게 제작할 수 있는 인프라의 부족 등의 원인이 있지만, 특히 외주제작사에서 PD, 작가, 카메라, 편집

1) 문화산업진흥기본법에 의하면 '방송영상독립제작사'란 "방송영상물을 제작하여 방송법에 따른 방송사업자, 중계유선방송사업자, 음악유선방송사업자, 전광판방송사업자 또는 외국 방송사업자에게 제공하는 사업을 하기 위하여 대통령령이 정하는 바에 따라 문화체육관광부장관에게 신고하는 자"로 정의되며 방송법에는 정의된 바가 없다.

2) 2011 방송영상산업백서.

3) 문성철, 『외주제작 20년의 성과평가』, MBC문화방송, 『방송과 커뮤니케이션』 제12권(제3호), 2011, 154-206쪽.

4) 김관규·정길용, 『지상파방송사 외주정책 성과 평가: 독립제작사 육성과 프로그램 편성 평가를 중심으로』, 한국지역언론학회, 『언론과학연구』 제9권(제4호), 2009, 10쪽.

5) 박소라·양현모, 『외주정책이 제작시장과 외주제작 공급 및 프로그램 다양성에 미친 영향에 관한 연구』, 한국방송학회, 『한국방송학보』 제20권(제1호), 2006, 50-95쪽. 임정수, 『외주정책 논의의 쟁점과 대안 검토』, 한국방송학회·MBC 주최 학술세미나 방송영상산업 진흥과 외주정책 발표문, 2003.

인력 등을 포함하는 방송콘텐츠 제작 인력을 충분히 확보하지 못하는데 그 원인이 있다.

현재 콘텐츠 교육기관은 크게 대학을 중심으로 하는 정규 교육기관과 공공아카데미 등을 포함하는 비정규교육기관으로 나눌 수 있다. 정규교육기관인 대학⁶⁾의 경우 2010년 372개로 증가한 것으로 나타났으며, 콘텐츠 관련학과수는 1,478개로 2008년 1,325개 보다 153개 학과가 증가한 것으로 나타났으며, 그 중 '방송'장르에 속하는 학과수가 662개로 가장 많았다.⁷⁾ 또 2010년 콘텐츠 관련학과 입학생수는 41,002명으로 2008년 36,930명 보다 4,072명이 증가한 것으로 나타났고 졸업생수는 35,710명으로 2008년 대비 11,750명 증가하였다. 하지만 2010년 문화콘텐츠 관련학과 졸업생의 전공 분야 취업률은 50% 미만으로, 교육기관에서 배출하는 인력이 산업계의 요구와 상당한 괴리가 존재하는 것으로 나타났다.⁸⁾ 한편 비정규 교육기관은 공공기관 산하 39개⁹⁾, 민간 아카데미 24개¹⁰⁾, 직업전문학교 19개, 평생교육기관 39개로 나타났다.

이렇듯 해마다 예비인력이 배출되는데도 불구하고 외주제작사에서 근무할 수 있는 제작 인력이 부족한 것은 여러 가지에서 비롯되는데, 먼저 전국에 개설된 방송영상콘텐츠 관련학과가 산업현장에서 필요로 하는 적합한 제작인력을 배출하지 못하기 때문인 것으로 보인다. 대학의 교육기관에서는 전인적 교육과 인성 및 교양 교육 그리고 전공의 이론적 교육에 중점을 두면서 단순 노동인력이 아닌 프로그램 제작을 위한 창의성과 지적 능력을 교육시키고자 한다.¹¹⁾ 반면 신규 인력을 채용한 후 자체적으로 재교육을 시킬 수 있는 시스템이 있는 지상파 방송사와 달리 외주제작사는 고용 즉시 현장에 투입할 수 있는 방송인력이 필요하기 때문에 대학에서 보다 실용적인 교육이 이루어져야 한다는 입장을 지니고 있다. 둘째, 디지털 미디어 기술의 발전과 더불어 방송영상산업은 변화의 속도가 매우 빠르는데 비해 대학의 교육환경 및 교육 과정은 미디어 환경의 변화에 맞추어 탄력적으로 대응하기가 쉽지 않아 현실적으로 실무 교육을 충분히 시키지 못하는 것이다. HD 방식의 디지털 제작 시스템을 갖추고 있는 대학도 많지 않으며, 특히 3D 방송영상제작을 교육시킬 수 있는 대학은 거의 없는 상태이다.

이에 정부 기관에서 방송영상 산업현장에서 요구하는 인력 수요를 충족시키기 위해 다수의 공공아카데미를 운영하고 있는데, 2002년 개원한 독립제작사협회 산하의 <KIPA (Korea Independent Production Association) 디렉터 스쿨 ;이하 디렉터스쿨>가 대

6) 2/3년제 대학, 4년제 대학, 대학원 포함.

7) 2010 콘텐츠 교육기관 현황조사.

8) 콘텐츠 산업분야 인력수급 전망 및 해외선진사례 벤치마킹 조사(2010) 보고서, 한국문화콘텐츠진흥원.

9) 각 지역의 시청자미디어센터와 지방자치단체 산하 아카데미, 지방방송사의 지역아카데미, 영화아카데미, 한국예술종합학교 등이 포함됨.

10) KBS, MBC, SBS아카데미, 한겨레교육문화센터, 한국언론교육원, 서강대 방송작가아카데미 등이 포함됨.

11) 최경진, 『방송인력 양성을 위한 미디어 교육의 의미 고찰』, 한국언론정보학회, 『언론정보학보』 통권 제37호, 2007, 106쪽.

표적이라 할 수 있다. 디렉터스쿨은 대학 졸업생을 대상으로 실무중심의 교육을 통해 방송프로그램 제작 시장의 활성화와 외주제작현장 인력난 해소를 목적으로 운영되고 있다. 이에 본 연구에서는 외주제작 시장의 콘텐츠 제작 인력 공급을 목적으로 하는 <디렉터 스쿨>을 중심으로 방송전문인력 양성의 성과를 살펴봄으로써, 방송 전문 인력교육 시스템이 독립제작사 인력운용에 어떠한 기능을 수행하는지 알아보고자 한다. 본 연구결과를 통해 방송 콘텐츠 전문 인력 양성 시스템의 실효성을 제고하고, 외주제작 인력양성시스템에서 보완해야 할 사항을 대안으로 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

II. 외주제작시장의 인력 수급 현황 및 기존 연구 검토

1. 외주 제작 시장의 인력 수급 현황

노동집약적 특성이 강한 방송영상산업의 특성상, 현업 인력의 양과 질은 프로그램 제작능력과 직결된다는 점에서 매우 중요한 의미를 지닌다. 그러나 상당수의 독립제작사들이 영세성을 면치 못하고 있는 상황에서 우수한 신규 인력도 유입되지 못하는 등 인력 운영에 많은 어려움을 겪고 있다.

'2011 방송영상산업백서'에 따르면 2010년 12월 31일 기준으로 문화체육관광부에 신고된 방송영상 독립제작사수는 1,566개에 달하는 것으로 나타났다. 그러나 이 중 폐업과 휴업, 제작 실적이 없는 제작사를 제외하고 실질적으로 활동을 하고 있는 사업체는 475개 업체로 전체의 30.3%에 불과하다.¹²⁾

독립제작사의 전체 종사자수는 4,706명으로 전년 대비 0.9% 감소하였고, 1개사 당 평균 인력도 점점 감소하고 있다. 이 중 정규직은 3,471명으로 전체의 73.8%에 불과하며, 세부 직무별 종사자도 기술직이 1,366명(29.0%)으로 가장 큰 비중을 보였으며 PD는 1,326명으로 28.2%인 것으로 나타났다.¹³⁾

독립제작사의 학력별 종사자 현황은 대졸이 3,095명으로 전체의 83.0%로 가장 높았고 전문대졸이 368명으로 7.8%, 고졸이하가 267명으로 5.7%, 대학원졸 이상이 166명으로 3.5%를 차지하는 것으로 나타났다. 즉 종사자의 86.5%가 대졸 이상의 학력을 보유하고 있었으며, 고학력 종사자의 비율이 약간 상승하고 있다. 이는 독립제작사의 업무가 전문화

12) '2011 방송영상산업백서'의 방송영상독립제작사 현황자료를 참고함(유효한 475개 업체를 모집단으로 조사한 자료임).

13) 임원을 포함한 관리/행정은 1,022명으로 21.7%였고, 기타는 608명으로 12.9%, 영업/홍보직은 332명으로 7.1%, 아나운서는 52명으로 1.1%의 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

되고 있기 때문이며, 향후 방송·통신융합이 가속화될수록 이러한 경향은 보다 심화될 것으로 예상된다.¹⁴⁾

한편 콘텐츠 제작 현장에서는 이론뿐만 아니라 제작 실무를 익힌 인력을 요구하고 있지만, 대학은 실습장비나 전문교수진이 부족하여 제작현장의 요구에 적극적으로 대응을 못하고 있다. 이러한 이유로 상대적으로 열악한 지방대와 2년제 대학 졸업생들이 3개월~6개월의 단기 교육과정을 개설하고 있는 아카데미의 문을 두드리고 있다.¹⁵⁾ 현재 민간 영역에서 운영되는 방송 아카데미는 총 24개가 대학 교육 기관과 협력하거나 혹은 단독으로 운영하고 있다.

〈표 1〉 주요 방송아카데미 현황

교육기관	교육과정	지원자격	교육시간	수업료(원)
KBS 방송아카데미	방송연출	학력제한 없음	138시간 1일 3시간×주2회/6개월(23주)	1,950,000
MBC 아카데미	PD과정	4년제 대학 재학 이상	345시간 1일 3시간×주5회/6개월(23주)	3,500,000
SBS 방송아카데미	PD과정	2년제 대학 재학이상	414시간 1일 6시간×주3회/6개월(23주)	3,300,000
디렉터스쿨	제작PD	전문대 졸업이상	882시간+20주 1일 8시간×주5회/10개월(42주)	국고지원

자료: 각 방송아카데미 홈페이지.

대표적인 방송 아카데미로는 MBC아카데미, SBS 방송아카데미, KBS 방송아카데미를 들 수 있고, 6개월 과정의 제작실습 교육을 시행하고 있다. 지원 자격은 학력제한이 없는 KBS부터 4년제 대학 재학 이상을 요구하는 MBC까지 다양하며, 138시간의 교육시간부터 414시간까지 차이가 있다. 민간 영역에서 이루어지고 있는 방송 아카데미는 대학에서 현실적으로 배우기 어려운 세분화된 영역까지 교육받을 수 있다는 점과 수업방식이 실기 위주로 진행된다는 차별적 특성이 긍정적으로 평가되고 있다. 방송 아카데미는 제도권 교육에서 소화해내지 못한 제작인력을 양산하여 여러 매체에 공급하고 있는데, 현업 투입 시 적응 기간을 상당 부분 줄일 수 있다는 장점이 있어 매년 수요가 증가하고 있는 추세이다. 한편 방송아카데미의 등장으로 인해 대학의 교육과정에도 변화를 가져와 그동안 이론위주의 방송교육이 산업현장의 요구에 따라 상당부분 실습위주의 교과과정으로 개편되고 있다.

14) 최세경, 『방송외주제도 20년의 평가와 개선 방안』, 인문콘텐츠학회, 『인문콘텐츠』 제17호, 2010, 67-97쪽.

15) 최경진, 『방송인력 채용방식의 현황과 과제』, 한국방송학회 2006 봄철 정기학술대회 발표문, 2006, 638-651쪽.

그러나 시설 방송아카데미의 단점도 존재한다. 예비인력을 대상으로 하는 방송 아카데미의 단기 교육과정은 방송에 대한 체계적이고 전문적인 교육을 받기에 턱없이 부족한 기간으로 평가되며, 또한 대부분의 아카데미 교수진이 이동이 잦고 비정규직 강사로 채용되다보니 교육의 일관성이나 통일성을 기하기 힘들어 수강생들에게 일관적이고 체계적인 교육을 제공하지 못한다는 단점이 있다.¹⁶⁾ 또한 현업에서 어떤 자질을 필요로 하는지에 대한 파악도 지속적으로 이루어져야 할 필요가 있다.¹⁷⁾

2. KIPA 디렉터스쿨의 교육 현황 및 취업 현황

KIPA 디렉터스쿨은 2001년 12월 사단법인 독립제작사협회에서 문화체육관광부의 재정지원을 받아 설립하여 전액 무상 교육을 실시하고 있는 방송교육 기관으로서 방송의 다매체와 다채널 환경에 필요한 새로운 영상시대를 이끌어갈 방송전문인을 양성하는데 목표를 두고 있다. 방송영상 제작디렉터과정(PD)과 마케팅디렉터과정(MD)으로 구성되어 교육하는 국내 최초의 제작실무 전문교육기관이다.

〈표 2〉 KIPA 디렉터스쿨 교육 과정

교육과정	지원 자격	교육 구성	교육시간	수업료
제작디렉터과정-40명 마케팅디렉터과정-5명	전문대 졸업이상	이론 및 실기 40% 실습제작 60%	882시간+20주 1일8시간X주5회/ 10개월(42주)	국고 지원

교육과정은 프로그램 제작인력 양성을 목적으로 하는 <제작디렉터(PD)과정>(40명 내외)과 프로그램의 국제 마케팅을 전문적으로 하는 <마케팅디렉터(MD)과정>(5명 내외)으로 운영된다. 제작 디렉터 과정은 프로그램 기획에서부터 구성, 콘티, 원고작성, 연출에 이르는 전 과정의 이론과 실제를 두루 습득하여 현장에 곧바로 투입 될 수 있는 풍부한 자질과 연출 능력을 배운다. 이론 및 실기 40%, 실습제작 60%로 실기 중심이면서도 이론 무장을 철저히 하는 현장 중심의 교육을 10개월 동안 43주에 걸쳐 1,720시간 이상 실시한다. 실습교육과정은 편집, 카메라, VJ 제작실습, 드라마 제작실습, 스튜디오 제작실습, 다큐멘터리 제작실습 등 다양한 현장 실습을 통해 실무 능력을 배양한다.

16) 한동준·강익희, 「디지털방송 핵심제작인력 교육요구도 조사」, 한국콘텐츠진흥원 연구보고서, 2001.

17) 은혜정·장은영, 「대안적 방송시스템 연구: 영국 채널4의 외주제작시스템을 중심으로」, 한국언론정보학회, 『한국방송학보』 제14권(제1호), 2000, 257-294쪽.

〈표 3〉 KIPA 디렉터스쿨 취업현황

연 도	제작PD	취업인원	취업률
2002(1기)	32명	28명	87%
2003(2기)	36명	32명	88%
2004(3기)	37명	35명	94%
2005(4기)	38명	38명	100%
2006(5기)	40명	40명	100%
2007(6기)	33명	33명	100%
2008(7기)	36명	36명	100%
2009(8기)	36명	36명	100%
2010(9기)	32명	32명	100%
합 계	320	310	96%

〈KIPA 디렉터스쿨〉은 2001년 12월 설립되어 2002년 12월 1기 수료생을 배출하기 시작하여 2010년 12월 제9기 수료생까지 총 320명의 제작 PD를 제작 현장에 배출하였다. 이곳을 통해 배출된 제작인력의 취업성과는 전체 96%로 매우 높았으며 특히 2005년 4기부터 2010년 9기까지의 취업률은 100%로 전원 제작현장에 취업이 된 것으로 나타났다. 이러한 결과는 〈디렉터스쿨〉이 시행하고 있는 실습제작과 이론 및 교양 수업의 균형을 고려한 1,720시간에 이르는 현장 중심 교육의 성과로 추정된다.

3. 기존 연구 검토

정부가 외주제작 시장 활성화를 위한 다양한 지원 방안을 시행하는 이유는 우선 제작주체의 다원화를 통해 지상파 방송의 독점이 가져온 방송프로그램의 획일화를 해결하여 다양한 양질의 프로그램을 제공하여 수용자의 복지를 제고하는 데 있다. 또한 영상물에 대한 수요의 증가에 부응할 수 있도록 방송프로그램 공급을 확대하여 국제시장에서 한국 방송영상 산업의 국제 경쟁력을 강화하는 것에 있다.¹⁸⁾

이러한 정책 목표를 실현하고 국내의 방송제작환경의 개선을 위해 일정 수준 이상을 갖춘 프로그램에 대한 제작비 지원, 전문인력 교육, 그리고 방송 프로그램의 제작시설 확충과 같은 직접적 지원 방식이 있다. 그리고 이를 위해 국고, 방송발전기금, 방송진흥기금, 문화산업진흥기금, 정보통신기금 등의 재원을 동원하고 있다. 반면 외주의무편성비용의

18) 최세경, 『방송외주제도 20년의 평가와 개선 방안』, 인문콘텐츠학회, 『인문콘텐츠』 제17호, 2010, 67-97쪽.
박소라, 『지상파방송사의 외주제작 프로그램 성과 결정 요인에 관한 연구』, 한국언론학회, 『한국언론학보』 제46권(제2호), 2002, 341-379쪽.

입법화나 표준계약서 도입과 같은 법제도를 통한 간접적 지원 방식도 함께 병행하고 있다. 다음에서는 이러한 직접적 지원 방식 가운데 방송전문 인력 양성 프로그램에 대한 평가를 살펴보고자 한다.

1) 방송전문 인력 양성 프로그램에 대한 평가

독립제작사의 경쟁력 강화를 위해 문화체육관광부와 방송통신위원회는 행정적·재정적 지원, 인력양성, 그리고 인프라 확충 등에 관한 지원을 하고 있다.

문화체육관광부는 콘텐츠 진흥 정책의 일환으로 콘텐츠 제작을 위한 적극적인 지원 정책과 양질의 콘텐츠를 제작할 수 있는 인력양성 정책을 수행하고 있다. 국내 문화콘텐츠 관련 인력양성 체계는 크게 양성 대상에 따라 산업현장인력 재교육, 예비전문인력 양성, 기초잡재인력 양성, 핵심인력 양성의 4가지로 구분하여 추진하고 있는 것으로 나타났다.¹⁹⁾

먼저 4년제 대학의 언론방송 유관학과 교과과정 구성을 보면 이론 중심 위주로 교육되고 있는데, 이는 중장기적으로 올바른 실무교육으로 응용시킬 수 있고 실제적 직무를 원활히 수행하기 위해 요청되는 수행능력을 함양시킬 수 있다는 전제를 바탕으로 한다. 이에 은혜정·장은영(2001)은 대학의 방송제작기술 교육과정은 외부의 방송인력양성소와 차별화하기 위해 총체적이고 통합적인 관점에서 교육을 바라보고 새로운 방향으로의 발전을 모색하는 등 방송관련 대학교육의 구조적 개선의 시급함과 중요성을 강조했다.²⁰⁾ 이남희(2007)는 산업계의 수용에 부응할 수 있도록 교과 과정의 개편이 시급하다고 주장하고 있으며,²¹⁾ 최경진(2007)은 대학의 방송제작 교육 및 방송사의 연수 및 재교육, 방송 아카데미의 실무교육 등에 대한 미디어 교육의 의미에 대해 강조하며, 방송인력 채용과 그 직업적 진로에 대해 직접적으로 연관성이 있는 대학의 방송교육이 필요하다고 밝히고 있다.²²⁾ 특히 3D 영상 콘텐츠 제작과 이용이 급증하기 시작하면서 남수(2011)는 대학 교육에서 3D 방송영상콘텐츠 제작 교육이 중요한데, 이를 위해 가장 기본이 되는 영상제작 문법과 스토리텔링에 대한 현장 인력의 수요를 파악하여 이에 맞는 커리큘럼의 조정이 필요하다고 주장하였다.²³⁾

최근 방송 현업의 인력이 특강이나 겸임교수 강의 등의 형식을 통해 현업 종사자의 풍부한

19) 문화체육관광부 인적자원 개발정책현황(2005).

20) 은혜정·장은영, 「대안적 방송시스템 연구: 영국 채널4의 외주제작시스템을 중심으로」, 한국언론정보학회, 『한국방송학보』 제14권(제1호), 2000, 257-294쪽.

21) 이남희, 「창의적인 문화콘텐츠 전문 인력 양성과 과제」, 인문콘텐츠학회, 『인문콘텐츠』 제10호, 2007, 96쪽.

22) 최경진, 「방송인력 양성을 위한 미디어 교육의 의미 고찰」, 한국언론정보학회, 『언론정보학보』 통권 제37호, 2007, 100-138쪽.

23) 남수, 「방송영상제작 교육의 실증적 연구」, 한국방송학회 2011년 봄철정기학술대회 발표문, 2011.

경험을 학생들에게 교육시키는 사례가 긍정적으로 평가되고 있으나, 방송사와의 보다 적극적인 교류를 통해 견습이나 현장실습을 활발하게 하고²⁴⁾, 이를 통한 공공 부문과 연계된 교육과정의 운영과 개선이 필요하다.²⁵⁾

다음으로 콘텐츠 제작 인력의 저변 확대를 위해 대학과 기업체가 컨소시움을 구성해 예비 전문인력 양성을 위해 산학맞춤형 인력 양성을 하고 있으며, 국내 상위권 콘텐츠 학과에 창의인재 양성을 위한 교육 프로그램을 개발, 지원하고 있다.

〈표 4〉 문화체육관광부 콘텐츠 인력양성 프로그램 현황

사업명	예산(백만원)		주요 내용	개선사항
	10년	11년		
산학맞춤형 인력양성	1,450	2,850	- 계약학과(대학과 기업체 컨소시엄) : 10개 대학(원) 322명	182명→322명
콘텐츠창의인재 배출 활성화	630	630	- 국내 상위권 콘텐츠학과 지원: 6개 과정 500명 - CMU해외석사과정 지원 15명 - 아카데미 교육과정 운영(6개월)	장르 확대 및 융합형 교육 지원
기업 참여형 교육과정	1,300	1,000	- 국내 전문가 프로젝트형 교육 40명 - 해외 전문가 초청 워크숍 및 세미나 200명 - 지역 아카데미 연계 프로젝트형 교육 4개	도제창직 지원 및 지역으로 확대
프로듀서 마케터	3,156	450	- 콘텐츠산업 재직자 무료과정(제작, 영상 등 10개 과정, 200명) - 해외연수(30명) 및 인턴(30명)	국제 콘텐츠 비즈니스 과정 설립
사이버 인력양성	2,200	1,300	- 사이버아카데미(14,000명) - 종합인력정보시스템 운영 - 인재 DB구축(15,000명), 인턴(40명)	콘텐츠기업 훈련 기회부여
3D 입체콘텐츠 전문인력 양성	-	3,500	- 산업체전문인력교육(300명), 제작교수인력(50명), 장비구축(촬영, 편집, 그래픽)	신규 개설
특성화 고교지원	270	100	- 콘텐츠전문 특성화고교(2개,120명) - 영상, 애니메이션 등 실습교육과정	장르별 콘텐츠 프로젝트 확대
합 계	8,736	9,830		

한편 기초 잠재인력 및 핵심 인력 양성을 위해 산업체에 근무하는 인력도 재교육을 통해 프로듀서 마케터로 활용하거나 3D 입체 콘텐츠 전문인력으로 양성하는 프로그램을 운영하

24) 최경진, 「방송인력 양성을 위한 미디어 교육의 의미 고찰」, 한국언론정보학회, 『언론정보학보』 통권 제37호, 2007, 132쪽.

25) 박병호, 「문화콘텐츠 인력 양성 방안연구」, 한국콘텐츠학회, 『한국콘텐츠학회지』 제6권(제2호), 2008, 28쪽.

고 있다. 국내 3D 콘텐츠 시장은 2015년까지 2조 5천억원의 연평균 90% 이상의 시장규모로 성장한다는 전망에도 불구하고 전문 인력이 부족해²⁶⁾ 제작 인프라에 대한 투자이외에 실질적인 시스템을 운영할 수 있는 인력 양성을 하고 있는 것이다.

이처럼 정부는 콘텐츠 인력양성 프로그램의 ‘존폐심의제’를 도입하고 콘텐츠 산업구조 변화에 대응한 다양한 인력양성 프로그램을 지원하고 개선해나가고 있다.

또한 IPTV, DMB, UCC 등 다양한 미디어의 등장으로 영상콘텐츠의 기획에서부터 제작, 송출까지 혼자서 처리가 가능한 콘텐츠 크리에이터 인력 양성 방안도 모색할 필요가 있다.

향후에 인력양성 및 수급문제는 문화콘텐츠 산업의 주체인 민간기업과 교육기관이 주도할 수 있도록 제반 인프라 구축 등 정부차원의 장기 지원이 필요하며, 이를 위해서는 문화콘텐츠 산업에 대한 실태조사를 지속적으로 하는 한편, 자료 및 노하우를 축적하여 급변하는 산업환경에 대응하는 문화산업 정책과 인력양성 사업 간의 유기적 네트워크를 형성하는 것이 우선적으로 필요할 것이다.²⁷⁾

2) 간접적 지원 방식에 대한 평가: 외주의무편성비율의 확대

〈표 5〉 지상파 방송사의 외주제작 의무비율고시

구 분	고시안
KBS 1	매반기 전체방송시간의 24% 이상
KBS 2	매반기 전체방송시간의 40% 이상
MBC, SBS	매반기 전체방송시간의 35% 이상
EBS	매반기 전체방송시간의 20% 이상
SBS를 제외한 민방	매반기 전체방송시간의 4% 이상
특수관계자 외주제작 비율	전체 외주제작 방송프로그램의 21% 이내
주시청시간대 외주제작 비율	KBS, MBC, SBS: 매반기 주시청시간대 방송시간의 10% 이상 그 외 지상파방송채널사용사업자: 매반기 주시청시간대 방송시간의 3% 이상

자료: 방송통신위원회 고시 제2011-36호, ‘방송프로그램 등의 편성에 관한 고시’.

정책 당국은 해마다 지상파 방송사의 외주제작 의무비율을 확대하고 있는데, 외주제작

26) 문화체육관광부 ‘2009 문화산업통계’(2010), 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원 ‘국내의 CG현황조사 및 해외진출방안 연구(2009)’ 참고.

27) 박병호, 『문화콘텐츠 인력 양성 방안연구』, 한국콘텐츠학회, 『한국콘텐츠학회지』 제6권(제2호), 2008, 28쪽.

프로그램 활성화와 규제의 실효성을 확보하기 위해 <표 5>과 같이 해당 채널이 매분기 주시청시간대 100분의 15이상 외주제작 프로그램을 방송하도록 명시하고 있다.

그러나 이러한 외주정책은 외주 제작사들의 급증으로 공급과잉 현상을 초래하고, 경영기반을 취약하는 결과를 낳고 있다. 콘텐츠의 경쟁력을 키우기 위해서는 제작과 판매에서 오랜 노하우와 기술력이 뒷받침되어야 하는데 이러한 구조가 만들어질 수 있는 여건이 제대로 조성되지 못하고 있다.

특히 외주 제작이 드라마 장르 중심으로 이루어지면서 주시청 시간대 드라마·오락 프로그램의 집중적 편성이라는 결과를 가져오게 되었다.²⁸⁾ 또한 스타 및 작가의 위상이 커지면서 연예기획사의 파워가 함께 증가하여 주연급 연기자들을 확보하고 있는 연예기획사의 드라마 제작 시장의 참여도 적극적으로 이루어지게 되었다.

이에 따라 외주제작시장의 집중화 및 자본화가 가속화되었고 소수의 거대 독립제작사는 고비용을 투자하여 고수익을 올리는 반면, 대다수 제작자는 저비용·저수익을 기반으로 영세성을 면치 못하는 양극화 현상이 나타나 독립제작사의 70%는 지상파 방송사에 납품실적이 없거나 미미한 상태이다.²⁹⁾

또한 지상파 방송사가 독립제작사와 불공정계약을 통해 저작권을 확보하고 수익을 정상적으로 배분하지 않는 불공정관행도 문제이다. 외주제작 편성쿼터 및 외주제작 인정제와 같은 제도적 장치만으로는 불공정한 거래 관행이 교정되지 않는다. 방송시장이 수용할 수 있는 규모를 감안하지 않고 독립제작사가 증가하고 있어 과당경쟁으로 이어지는 악순환이 반복되고 있으며, 정부의 콘텐츠 진흥 정책이 외주제작 편성이 높은 생활정보, 드라마, 엔터테인먼트, 인포테인먼트³⁰⁾를 제작하는 외주제작사에게는 실질적인 도움이 되지 않아 정책의 실효성이 나타나지 않는 것이라 볼 수 있다.³¹⁾ 이에 조용순(2010)은 방송콘텐츠 제작 분야에 특별히 적용할 수 있는 ‘방송분야 불공정 거래 행위의 유형 및 기준’에 대한 고시 제정을 해결 방안으로 제안하고 있다.³²⁾

최근 문광부는 외주제작 표준계약을 마련하고 저작권 또는 수익배분 기준 등을 제시함으로써 합리적인 제도를 마련하고자 하였다. 표준계약서는 법적 구속력이 없지만, 선언적 수준의 법 규정으로 방송 사업자들이 표준계약을 준수하지 않는다는 것이 이슈화되면

28) 김진용, 『외주제작의 상업화 현상에 관한 연구』, MBC문화방송, 『방송과 커뮤니케이션』 제9권(제1호), 2008, 6-33쪽.

29) 김관규·정길용, 『지상파방송사 외주정책 성과 평가: 독립제작사 육성과 프로그램 편성 평가를 중심으로』, 『언론과학연구』 제9권(제4호), 2009, 6-37쪽.

30) 최세경, 『방송외주제도 20년의 평가와 개선 방안』, 인문콘텐츠학회, 『인문콘텐츠』 제17호, 2010, 67-97쪽.

31) 문성철, 『외주제작 20년의 성과평가: 프로그램 제작시장의 변동을 중심으로』, MBC문화방송, 『방송과 커뮤니케이션』 제12권(제3호), 2011, 154-206쪽.

32) 조용순, 『외주제작 방송콘텐츠의 저작권 귀속과 공정한 경쟁 환경의 구축에 대한 고찰』, 한국예술경영학회, 『예술경영연구』 제16집, 2010, 30쪽.

방송사의 이미지에 부정적 영향을 줄 수 있다. 이에 표준계약서의 도입은 지상파 방송사에게 간접적 규제 장치로 기능할 수 있을 것으로 기대한다. 또한 문화체육관광부는 콘텐츠 거래환경을 상시 모니터링하기 위한 시스템으로 콘텐츠분쟁조정위원회를 설치하였고, 현재 운영 중에 있다.

또한 방송통신위원회는 방송통신 콘텐츠 글로벌 경쟁력 제고 방안을 수립하고, 그 세부 실천과제로 외주제작사 역량 강화를 위한 방송제도 개선을 추진하고 있다. 먼저 외주제작 인정기준을 도입하여, 가장 외주를 방지하고, 방송법에 외주제작사의 법적 지위를 규정함으로써 외주제작사를 보호하기 위한 장치를 마련하고 있다. 뿐만 아니라 방송사업자가 외주제작 방송콘텐츠를 공급받을 때 적용할 수 있는 기준을 방송통신위원회에 신고하도록 의무화하는 방안도 고려하고 있으나 현재 심사 중인 개정안에는 포함되어 있지 않다. 또한 다큐멘터리 등 비드라마 분야에서 촬영원본을 활용할 수 있도록 함으로써 영세한 제작사의 신규 수익원을 확보할 수 있는 기회를 제공하고자 하였다.

향후 외주제작 방송프로그램의 편성의무 등을 포함한 외주정책이 실효성 있는 제도로 거듭나기 위해서는 외주제작 방송프로그램의 인정기준부터 명확히 해야 한다.

Ⅲ. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

방송콘텐츠제작에 필요한 전문인력은 대학의 정규과정, 정부지원의 공공 아카데미, 사설 아카데미, 지상파 3사에서 운영하는 영상아카데미 등 다양한 방식으로 배출되고 있다. 하지만 지상파 방송사가 아닌 독립제작사가 주체가 된 방송 프로그램 제작 현장에서는 인력난을 호소하고, 교육 받은 제작인력은 외주제작 현장을 외면하는 악순환이 계속되고 있다. 본 연구에서는 다양한 인력 양성을 위한 교육 기관 중 가장 직접적으로 외주제작 현장에서 기여할 수 있는 인력양성 시스템을 대상으로 분석하고자 한다. 즉 인력양성 기관을 통해 배출된 제작인력과 이들을 현장에서 고용하여 제작 경험을 공유한 외주제작 관계자들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시하여 이러한 인력양성시스템의 유용성 및 향후 필요한 정책적 지원 방안을 살펴보고자 한다.

이 연구목적을 수행하기 위해 독립제작사협회에서 주관하는 방송콘텐츠 전문제작인력 양성 기관인 <디렉터스쿨>을 연구 대상으로 삼았다. 그 이유로 첫째, <디렉터스쿨>은 문화체육관광부에서 독립제작사 활성화 방안으로 행정적·재정적 지원을 하고 있는 유일한 공

공아카데미 로서 300여개가 넘는 독립제작사를 회원사로 두고 있는 독립제작사협회에서 교육 전반 및 현장실습을 주관하고 있다. 둘째, 10여년 동안 꾸준히 제작전문 인력을 현장으로 배출하고 있고, 배출된 인력 대부분이 독립제작사 제작현장으로 흡수되는 특성이 있다. 셋째, 독립제작 현장에 대한 이해도와 적응력을 높이기 위해 제작실습위주, 현장 중심의 강도 높은 교육과정으로 이루어지고 있다. 이와 같이 10개월의 장기간 동안 강도 높은 현장중심 교육이 이루어지는 <디렉터 스쿨>을 분석해봄으로써 이들이 독립제작사 인력운용 측면에서 얼마나 실질적인 기여를 하고 있는지 인력 양성 시스템의 유용성을 살펴볼 수 있을 것으로 추정된다. 이에 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. KIPA 디렉터 스쿨의 인력양성 교육 프로그램이 제작현장에서 갖는 유용성은 어떠한가?

이와 같은 인력양성 교육 프로그램이 제작현장에서 갖는 유용성에 대한 분석을 바탕으로 <디렉터 스쿨>을 통해 배출되는 인력이 현장에서 적응하는 데 발생하는 문제점을 도출하고 독립제작사 경쟁력 활성화를 위해 필요한 정책적 지원에 대한 대안을 제시하고자 한다.

연구문제 2. KIPA 디렉터 스쿨의 문제점과 효과적인 외주제작 인력양성 시스템을 위한 정책적 지원은 무엇인가?

2. 연구방법

본 연구에서는 외주제작 콘텐츠 인력양성을 위한 <디렉터스쿨>인력교육시스템의 유용함과 정책적 지원 방안을 살펴보기 위해 졸업생과 외주제작현장에서 제작인력을 고용하고 운용하는 관계자들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시하였다. 심층 인터뷰는 외주제작 인력양성과 관련한 선행연구의 한계를 보완하고 기존의 데이터나 구조화된 설문지를 통해 얻기 어려운 심층적인 정보를 얻을 수 있다는 점에서 본 연구문제를 해결하는 데 적합한 연구방법이라 할 수 있다. 또한 질적 연구의 목적은 연구결과의 일반화가 아닌 특수한 사례를 심도 깊고 체계적으로 분석하는 데에 있기 때문에 본 연구문제를 해결하는 데 보다 적합한 방식이라 할 수 있다.

심층 인터뷰는 <KIPA 디렉터스쿨>졸업 후 활발한 제작 업무를 수행하고 있는 4기에서 9기까지 졸업생 가운데 10명과 디렉터스쿨 관계자 및 독립제작사 관계자 8명을 포함하여 총 20명을 대상으로 하였다. 독립제작사 관계자는 디렉터스쿨에서 배출된 인력의 콘텐츠

제작수행능력을 평가할 수 있는 전문가들이라 할 수 있으며 11년 2개월의 평균 경력을 지니고 있다. 졸업생은 평균적으로 2년 7개월의 짧은 경력을 가지고 있는 것으로 나타났다. 심층인터뷰는 2011년 8월 1일부터 2011년 8월 31일까지 실시되었다.

〈표 6〉 심층인터뷰 대상자 현황

대상자	소속분야	경력기간(년)	업무분야
졸업생 A	졸업생	4	연출
졸업생 B		1	조연출
졸업생 C		3	연출
졸업생 D		2	조연출
졸업생 E		3	연출
졸업생 F		6	연출
졸업생 G		1	조연출
졸업생 H		5	연출
졸업생 I		2	조연출
졸업생 J		1	조연출
관계자 K		제작사 관계자	20
관계자 L	10		선임
관계자 M	10		팀장
관계자 N	22		본부장
관계자 O	14		팀장
관계자 P	28		대표
관계자 Q	12		팀장
관계자 R	13		팀장
교수 S	교육 관계자	17	전임교수
교수 T		10	전임교수

심층 인터뷰는 사전에 준비한 질문지를 중심으로 약 30분에서 1시간 가량 진행되었다. 질문 내용은 디렉터 스쿨 교육프로그램의 유용성을 살펴보기 위해 졸업생과 이들을 고용하는 독립제작사 관계자들이 느낀 〈디렉터스쿨〉 교육의 장단점, 현업에서의 경쟁력, 커리큘럼의 장단점, 〈디렉터스쿨〉이 외주제작인력 양성에서 갖는 의미로 구성하였다. 그리고 정책적 지원 방안을 살펴보기 위해서는 〈디렉터스쿨〉 교육 내용의 보완점과 공공 아카데미로서 이를 활성화하기 위해 필요한 정책적 지원을 질문하였다.

〈표 7〉 심층 인터뷰 질문 내용

구 분	질문 내용
교육 프로그램의 유용성	〈디렉터스쿨〉교육이 현업에서 갖는 경쟁력
	〈디렉터스쿨〉커리큘럼의 장, 단점
	〈디렉터스쿨〉출신 제작인력의 장, 단점
	〈디렉터스쿨〉이 외주제작인력 양성에서 갖는 의미
정책적 지원	〈디렉터스쿨〉교육 내용의 보완점
	〈디렉터스쿨〉정착을 위한 정책적 지원

IV. 연구결과

1. 인력양성 교육프로그램이 제작 현장에서 갖는 유용성

먼저 〈KIPA디렉터스쿨〉의 교육 프로그램이 콘텐츠 제작현장에서 얼마나 유용한지를 분석하기 위해 졸업생들을 대상으로는 교육내용에 대한 만족도와 졸업 후 현장에서 느끼는 경쟁력 등에 대해 알아보았다.

인터뷰에 참여한 졸업생들은 대부분 교육내용에 대해 높은 만족도를 보였다. 교육과정 이 이론과 실무에 걸쳐 치밀하고, 졸업 후 외주제작 현업에 인력을 바로 투입할 수 있을 정도의 강도 높은 실습 위주의 수업으로 이루어지고 있다는 평가이다. 또한 다양한 프로젝트를 통해 교육생들의 제작능력을 강화하고 현업에 경험이 많은 강사진을 초청하는 경우가 많아 다양한 간접 경험을 쌓을 수 있다는 점들을 꼽고 있다. 교육과정에서 만난 다양한 전문가들과 인적 네트워크를 형성함으로써 방송 제작인력으로 성장하는 데 큰 도움이 되었다는 것이다.

“전혀 모르는 사람도 디렉터 스쿨을 통해 촬영과 편집, PD의 마인드를 배울 수 있어서 좋았다.”
(졸업생 C)

“실전 외주 제작사에서 필요한 내용들을 배울 수 있는 시간들 이었고, 그 외에 특별 강사진의 초청으로 새로운 지식습득과 생각의 폭을 넓혀주었다.”(졸업생 B)

그러나 현업에 있는 독립제작사 관계자들은 교육과정의 적합성에 대해 졸업생과는 다른 의견을 제시하였다. 〈디렉터스쿨〉 교육 과정이 외주제작사에서 담당하게 될 업무에 비해 10개월 교육기간이 너무 길다는 것이다.

“10개월의 교육기간은 부적합하며 약 6개월 정도가 적합하다고 생각합니다. 현업에서는 다시 처음부터 교육을 해야 하기 때문에 가장 기초적인 교육과 인성, 마인드 교육정도가 필요하다고 봅니다.”(독립제작사 관계자 L)

또한 <디렉터스쿨>의 교육과정이 연출의 기술적 메커니즘에 집중하여 기술인력 양성에 치우치는 반면, 시장의 큰 틀에서 기획이나 마케팅과 관련된 창의성을 발굴하는 점은 부족하다는 지적도 제기되었다.

“현장에서 필요한 기본적인 직능과 업무 이해도는 빠른 편입니다만 스토리텔링이나 영상문법에 대한 이해가 따라준다면 좋을 듯합니다. 직능인으로서 연출보다는 스토리텔러로서 이야기를 풀어나가는 역량을 길러주시면 좋겠습니다.”(독립제작사 관계자 Q)

다음으로 <디렉터스쿨> 출신 인력이 현업에서 갖게 되는 경쟁력에 대해서는 외주제작사 관계자들로부터 상반된 의견이 제시되었다. 먼저 <디렉터스쿨>출신 인력들이 대체적으로 성실하고, 제작능력이 우수하며, 제작사 시스템에 대한 사전 이해도가 높고, 기초업무 제작 능력에서 탁월하여 졸업생들 개개인에 대한 만족도는 높은 것으로 평가되었다. 또한 <디렉터스쿨>이 외주제작 인력 운용 면에서 콘텐츠 제작인력을 안정적으로 공급하고 외주제작사 발전을 돕는 유일한 인력 파트너라는 긍정적 평가가 많았다.

“업계의 취약성으로 신진 연출가의 발굴이 매우 어려운 상황에서 이러한 전문 교육기관 활동이 더 활발해질 필요가 있다.”(독립제작사 관계자 P)

그러나 <디렉터스쿨> 출신이 기본적인 제작능력이나 기타 보조 업무에 대한 이해도가 전반적으로 높은 편이지만, 개성 있고 창의적인 연출을 할 수 있는 PD로서 역할 수행은 미흡하다는 평가도 있다. 그럼에도 불구하고 배출되는 인력이 실제 현업에서 맡을 수 있는 업무가 제한되어 있어 고용주와 고용인 모두 만족하지 못하는 결과가 나오고 있다.

“교육을 받을 때 ‘너희는 PD다’라는 말을 가장 많이 들은 것 같다. 그런데 현업으로 나오면 가장 낮은 자리부터 시작해야 하는 것이 현실이다. PD 마인드를 가지고 시작하다보니 처음에 겪어야 할 일들을 이해하지 못한 적이 많다. 현업에 나왔을 때의 위치, 할 일 등 현실적인 부분을 많이 가르쳐야 할 것 같다.”(졸업생 C)

“KIPA의 교육만으로 본인들이 PD로서의 기능을 할 수 있다고 생각하는 일부 졸업생들이 있다.

교육과정에서 PD보다 AD 과정의 중요성에 대해 주지할 필요가 있다.”(독립제작사 관계자 K)

“10개월간의 교육에도 불구하고 현업에 대한 이해가 부족하여 헛꿈을 꾸고 있는 듯한 인상이 있으며 쉽게 그만두는 인력이 많다.”(독립제작사 관계자 L)

그럼에도 불구하고 외주 제작사 관계자들은 향후 2~3년 내에는 더욱 심각한 인력 고갈 현상이 예상되기 때문에 배출 인력을 지금보다 더 늘려야 한다는 의견이 지배적이었다.

“영상콘텐츠제작, 특히 외주 제작환경의 비합리적 구조 때문에 제작인력의 저급화가 심해지고 있는 지금의 상황에서의 KIPA디렉터스쿨이 차지하는 커버리지보다 더 큰 교육기관과 인력 수급이 필요하다.”(독립제작사 관계자 R)

결과적으로 <KIPA디렉터스쿨>은 외주제작사에게 실무에 직접 투입할 수 있는 방송콘텐츠제작 인력을 적절하게 공급해주는 매우 중요한 역할을 담당하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 교육 프로그램은 졸업생들의 경우 교육과정에 만족하고 있지만, 제작사 관계자들은 교육기간이 적절하지 않으며 현장에 대한 직접적인 이해 부족으로 인해 중도에 포기하는 부적응자들이 많기 때문에 이를 고려한 교육과정의 개선이 필요하다고 지적하고 있다.

2. 외주제작 인력양성 시스템 정착을 위한 정책적 지원 방안

다음으로 외주제작 인력양성기관으로서 <디렉터스쿨>이 보완해야 할 점과 외주제작 인력양성 시스템 정착을 위해 시급한 정책적 지원은 무엇인지 알아보았다.

대부분의 졸업생들은 열악한 제작 환경의 개선과 급여문제에 대한 정책적 지원이 필요하다고 응답했다. 저임금과 고강도 업무를 오랫동안 버텨낼 수 있는 인력이 없기 때문에 방송 제작에 관심을 가지고 10개월 교육을 받은 우수 인력들이 오래 버티지 못하고 빠져나가고 있다는 것이다.

“제작비가 매우 부족해서 이로 인해 근무환경이나 근무시간 등 제작환경이 열악하고 급여가 낮아 우수 인력이 기피하는 현상이 있다.” (졸업생 F)

“공정거래, 저작권 보호, 인건비 향상 등 외주 제작의 실질적 제작환경을 위해 상대적 약자인 외주제작자들의 현실적인 문제를 해결해야 합니다.”(교수 T)

또한 제작하는 프로그램이 다양하지 않고 우수 인력을 고용해 이들을 같이 끌고 갈 수 있는 능력을 갖춘 제작사가 거의 없다는 점도 외주제작 인력의 부족을 초래하는 점이기도 하다.

“근무하는 제작사에 프로그램이 다양하지 않아 다양한 프로그램을 경험하지 못한다.”(졸업생 C)

이에 새로운 인력들이 자발적으로 들어와 경험과 노하우를 쌓아 제작 역량이 강화되는 구조를 만들기 위해서는 정부의 지속적인 정책적 지원이 필요하다는 주장이 제기되고 있다. 특히 교육관계자들은 새로운 방송환경에 맞는 교육과정을 개발하고 필요한 교육인원을 점차 늘려가기 위해서는 단기적으로 지원하는 현재의 방식 대신 장기적으로 계획을 세워 정부의 지원이 이루어질 필요성을 강조하고 있다.

“제작환경이 열악하여 새로운 인력들이 자발적으로 들어와 지속적으로 노하우와 경험을 쌓아 제작역량이 지속적으로 함양되는 구조가 힘든 외주제작환경은 국가가 나서서 지원 육성하는 것은 당연하다고 본다. 다만 사후관리와 타 기관 인력양성 프로그램과의 균형과 중복을 피해 국가차원에서 인력양성을 위한 여러 사업을 총괄 프로그래밍하는 전담부서가 있어 전문화하는게 필요하다고 봅니다.”(교수 T)

이와 같이 독립 제작사의 무분별한 경쟁으로 인해 실제 소요되는 비용보다 지상파방송사에 의해 낮은 제작비가 책정되는 상황이 반복되면서 독립제작사의 재정 상황이 악화되고 제작인력에게 지급되는 급여 수준이 매우 낮게 형성되는 것이 외주 제작사의 활성화를 위해서 가장 시급히 개선되어야 할 문제로 보여 진다. 공공 아카데미에서 교육을 받은 적합한 인재가 장기적 비전을 가지고 근무할 수 있는 환경이 마련되지 않으면, 방송제작 인력 양성의 의미가 적어지기 때문이다. 따라서 장기적인 안목에서 우수한 콘텐츠 제작인력을 양성하고 이들이 지속적으로 근무할 수 있도록 근무 여건을 지원할 수 있는 정책 수립이 필요한 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 방송영상콘텐츠의 제작 주체 다양화와 국제 시장에서의 프로그램 경쟁력 제고라는 정책적 목표를 위해 시행되고 있는 여러 지원 방식 중 공공 아카데미에서 이루어지고 있는 방송제작 인력 양성 시스템의 성과를 살펴보았다. 보다 구체적으로는 독립제작사협회

산하의 <디렉터스쿨>에서 이루어지는 방송콘텐츠 전문 인력교육 프로그램이 외주제작사의 인력 운용 측면에서 갖는 유용성과 문제점을 파악하고 현 교육체계의 개선을 위한 정책적 지원을 알아보는 연구목적을 가지고 있다. 이를 위해 문헌연구를 통해 방송영상 콘텐츠 인력교육기관의 실태를 분석하고 졸업생과 외주제작현장에서 제작인력을 고용하고 운용하는 외주 제작사 관계자들, 그리고 <디렉터스쿨>의 교육관계자들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시하였다.

독립제작사가 지상파와 경쟁할 수 있는 제작 수준을 확보하기 위해서는 경쟁력 있는 콘텐츠 제작인력이 절대적으로 필요하지만, 지상파 방송사와 달리 자체적으로 신규 인력을 재교육시킬 수 있는 시스템이 없다. 따라서 이론과 실무를 병행해 제작현장에 바로 투입할 수 있는 신규 인력이 필요하다. 연구 결과, 졸업생들 다수가 <디렉터스쿨>의 교육 프로그램에 만족하고 있으며, 실제 외주 제작현장에서도 교육기관을 통해 배출한 제작인력의 유용성을 깊이 인식하고 있었다. 이러한 결과는 '2010 KIPA디렉터스쿨 교육과정 및 운영평가' 보고서 내용과도 일치한다. 이 보고서에 따르면 78%의 학생이 실습교육에 만족하고 있으며 16%의 학생은 실습교육에 큰문제가 없는 것으로 나타났다. 또 55%의 학생이 <디렉터스쿨>의 교육과정을 통해 해당 분야를 이해하고 자신감을 얻은 것으로 나타나 교육 프로그램에 대한 만족도가 매우 높은 것으로 나타났다. 그러나 <디렉터스쿨>을 통해 매해 배출되는 40여명 내외의 졸업생은 외주 현장에서 필요로 하는 인력수요에 비해 매우 부족한 상황인 것이 사실이다.

또한 현재 10개월의 교육기간이 현장에서 요구하는 인력 수준에 과연 적정한 것인지 숙고할 필요가 있으며, 교육과정 개편을 통해 교육을 마치고 외주제작 현장에 적응하지 못해 중도에 포기하는 부적응자를 줄이기 위한 노력도 해결해야 할 과제로 드러났다. 외주 제작환경에 대한 철저한 인식과 방송인으로서의 책임감과 소명감을 갖도록 콘텐츠 제작인력에 대한 인성교육도 병행되어 진행되어야 할 부분으로 지적되었다.

다음으로 외주제작인력양성 시스템 정착을 위해서는 독립제작사의 무분별한 과다경쟁으로 나타나는 열악한 제작환경과 낮은 급여에 대한 정책적 개선이 가장 시급한 것으로 나타났다. <디렉터스쿨>과 같은 인력양성기관에 대한 지원 또한 단기적인 지원 방식에서 벗어나 중장기적 관점에서 보다 많은 제작인력양성을 지원할 수 있는 적극적인 방안 모색이 필요한 것이다. <디렉터스쿨>이 배출하는 연 40명 내외의 인력으로 수백개에 달하는 독립제작사의 인력 수요를 충족시킬 수 없는 상황이다. 현재의 지원 방식으로는 그나마 배출된 인력들마저 근무환경이 좋고 급여 수준이 높은 다른 직장으로 이직하거나 방송 콘텐츠 제작 업무를 포기하는 결과를 낳기 때문에 독립제작사의 콘텐츠 제작인력 수급이 계속 어려움을 겪게 될 수밖에 없다.

최근 스마트 미디어 환경으로 재편되고 방송시장 내 경쟁이 심화되면서 독립제작사 또한 변화하는 환경에 신속하고 능동적인 대응이 필요하다. 특히 노동집약적 특성이 강한 방송영상산업의 특성상, 제작인력의 양과 질은 프로그램 제작능력과 직결된다는 점에서 매우 중요한 의미를 지닌다. 그러나 상당수의 독립제작사들이 소규모의 영세한 근무환경을 면치 못하고 있는 상황에서 우수한 신규 인력의 유입은 거의 없고, 기존 종사자들도 열악한 근무여건을 견디지 못하고 이직하는 경우가 많다. 최근 개국한 종합편성채널로 인해 외주제작시장의 경력 PD들이 이직하는 경우가 증가하고 있다. 이에 경쟁력 있는 제작인력을 확보하지 못한 독립제작사는 콘텐츠 제작 역량이 저하되어 방송편성에서 퇴출될 가능성이 커질 수 있다. 이러한 문제를 해결하기 위해서 독립제작사의 열악한 제작환경을 개선하고 경쟁력 있는 전문제작인력을 양성, 배출할 수 있는 <디렉터스쿨>과 같은 콘텐츠 제작인력을 배출할 수 있는 공공 아카데미에 대한 재정적 지원을 더욱 확대 개편할 필요성이 제기 되고 있다.

본 연구에서는 공공 아카데미인 <디렉터스쿨>을 중심으로 교육의 성과와 졸업생들의 외주제작 현장에서의 적응 과정을 살펴보았지만, 향후 연구에서는 다양한 교육 기관을 거쳐 외주제작 현장에 근무하는 인력들을 대상으로 장기적으로 외주제작 시장 활성화를 위해 개선되어야 할 사항을 살펴보려고 한다.

참고문헌

- 김관규 · 정길용, 『지상파방송사 외주정책 성과 평가: 독립제작사 육성과 프로그램 편성 평가를 중심으로』, 한국지역언론학회, 『언론과학연구』 제9권(제4호), 2009, 6-37쪽.
- 김진웅, 『외주제작의 상업화 현상에 관한 연구』, MBC문화방송, 『방송과 커뮤니케이션』 제9권(제1호), 2008, 6-33쪽.
- 김도연, 『방송인력의 현황, 전망 및 인력양성방안』, 한국전파진흥협회, 『전파진흥』, 제7권, 1997.
- 김용래, 『방송인력양성의 현황과 개선 방안』, 한국문화학회, 『문화연지』 제5권(제3호), 2002, 203-229쪽.
- 남수, 『방송영상제작 교육의 실증적 연구』, 한국방송학회 2011년 봄철정기학술대회 발표문, 2011.
- 문성철, 『외주제작 20년의 성과평가: 프로그램 제작시장의 변동을 중심으로』, MBC문화방송, 『방송과 커뮤니케이션』 제12권(제3호), 2011, 154-206쪽.
- 민병현, 『영상콘텐츠 제작 전문 인력 양성을 위한 교육시스템의 고찰』, 한국방송학회 2009 봄철 정기학술대회 발표문, 2009.
- 박병호, 『문화콘텐츠 인력 양성 방안연구』, 한국콘텐츠학회, 『한국콘텐츠학회지』 제6권(제 2호), 2008, 25-29쪽.
- 박소라, 『지상파방송사의 외주제작 프로그램 성과 결정 요인에 관한 연구』, 한국언론학회, 『한국언론학보』 제46권 2호, 2002, 341-379쪽.
- 박소라 · 양현모, 『외주정책이 제작시장과 외주제작 공급 및 프로그램 다양성에 미친 영향에 관한 연구』, 한국방송학회, 『한국방송학보』 제20권 1호, 2006, 50-95쪽.
- 은혜정 · 장은영, 『대안적 방송시스템 연구: 영국 채널4의 외주제작시스템을 중심으로』, 『한국방송학보』 제14권 1호, 2000, 257-294쪽.
- 이남희, 『창의적인 문화콘텐츠 전문 인력 양성과 과제』, 인문콘텐츠학회, 『인문콘텐츠』 제10호, 2007, 85-103쪽.
- 임정수, 『외주정책 논의의 쟁점과 대안 검토』, 한국방송학회 · MBC 주최 학술세미나 방송영상산업 진흥과 외주정책 발표문, 2003.
- 정인숙, 『방송사업자와 신탁관리단체 간의 저작권 갈등과 개선 방향에 대한 연구』, 한국언론학회, 『한국언론학보』 제55권 2호, 2011, 381-404쪽.
- 조용순, 『외주제작 방송콘텐츠의 저작권 귀속과 공정한 경쟁 환경의 구축에 대한 고찰』, 한국예술경영학회, 『예술경영연구』 제16집, 2010, 29-54쪽.
- 지성우, 『방송콘텐츠 유통활성화를 위한 저작권 보호 방안에 관한 연구: 외주제작사의 2차적

- 저작권 보호방안을 중심으로」, 단국대학교부설법학연구소, 『법학논총』 제32권(제2호), 2011, 283-317쪽.
- 최경진, 「방송인력 양성을 위한 미디어 교육의 의미 고찰」, 한국언론정보학회, 『언론정보학보』 통권 제37호, 2007, 100-138쪽.
- _____, 「방송인력 채용방식의 현황과 과제」, 한국방송학회 2006 봄철 정기학술대회 발표문, 2006, 638-651쪽.
- 최세경, 「방송외주제도 20년의 평가와 개선 방안」, 인문콘텐츠학회, 『인문콘텐츠』 제17호, 2010, 67-97쪽.
- 한동준·강익희, 「디지털방송 핵심제작인력 교육요구도 조사」, 한국콘텐츠진흥원 연구보고서, 2001.

〈ABSTRACT〉

Study on fostering system of outsourcing human recourses

- with the case of 〈KIPA Director School〉 -

Lee, Jeong-Woo, · Lee, Young-Ju

Personnel in reserve who are turned out from national departments related to image expression of broadcasting and broadcasting personnel, produced at related educational institutions like academies of 3 terrestrial broadcasting stations go beyond 5,000 but independent producers always struggle in a manpower shortage. This study tried to consider utility and improvement that programs done in <KIPA Director School> for training broadcasting personnel, have in managing manpower of outsourcing production companies. For this, I analyzed real condition of an educational institution for broadcasting personnel through a documentary research and did in-depth interviews of graduates and the persons who employ and manage producers in the field of outsourcing. As a result of research, an educational program of KIPA director school is helpful in the field of making and most graduates are satisfied with a course of study. But it is analyzed that appropriateness of 10-month training period and demand to improvement of curriculum for reducing misfits who stop working halfway are tasks should be deliberated. In addition to this, it is pointed out that thorough cognizance of the environment of outsourcing and nature education of personnel toward sense of responsibility and call as a broad caster should be combined. To solve these problems, animated discussions about political support, needed in improvement of the poor environment of making of independent production companies and financial supports toward public academies like <KIPA Director School> which can foster and produce professional personnel are required.

Key Words : outsourcing, independent production company, fostering personnel, support policy, PD of outsourcing, broadcasting personnel