

CONTENTS

2006 Winter

젠더리뷰 2006 겨울

편집자의 글 | 문유경

기획특집

여성과 문화산업 : 그 빛과 그림자

- 04 문화산업 내 여성의 현실과 미래 | 장미혜
- 14 문화산업의 남성중심성과 여성의 직업경험 | 황정미 · 장윤선
- 24 게임산업에서 여성으로 살아남기 | 이수인
- 31 여성 방송인력 양성을 위한 각국의 노력 | 양민석

이슈브리프

- 42 「건강가정기본법」 개정 과정과 쟁점 | 차인순
- 48 KTX 여승무원 사건을 통해 본 여성노동의 현실 | 정형옥
- 54 노인수발보장제도의 성 인지적 조망 | 홍승아 · 류연규 · 황정임
- 61 성 인지적 관점에서 본 「사회비전 2030」 | 김영옥 · 마경희

통계분석

- 70 비정규직 여성 근로자 | 주재선
- 78 2005년 남녀 근로자의 육아휴직 현황 | 전기택
- 85 2005년 남녀 사망자와 사망원인 | 전기택

동향정보

- 92 주요여성정책 | 강민정
- 102 지역동향 | 부산광역시, 경기도, 경상남도, 제주특별자치도
- 110 국제동향 | 정혜선

연구노트

- 122 이혼 후 여성의 사회경제적 지위변화 | 변화순
- 124 공공부문 여성참여확대정책의 발전 방안 | 문미경 · 김혜영
- 127 사회서비스 부문 비정규 여성 근로자를 위한 직업훈련개선 방안 | 오은진
- 130 일본의 우경화와 여성주의 | 우에노 치즈코
- 133 성평등한 미디어 언어 개발 | 이수연

주요통계

- 136 비정규직 여성근로자
- 147 2005년 남녀 근로자의 육아휴직 현황
- 162 2005년 남녀 사망자와 사망원인

vol. 3

발행처 _ 한국여성개발원
발행인 _ 서명선
발행일 _ 2006년 12월 30일
실무위원회 _ 문유경(위원장), 김경희, 김종숙, 김혜영,
박선영, 황정미, 황정임
기획 및 편집 _ 동향분석센터(소장 문유경)
디자인 _ (주)현대문화사 (02)2278-4482
인쇄 _ (주)현대문화사 (02)2278-4482
문의 _ (02)3156-7137 · kwdi_trends@kwdi.re.kr
구독신청문의 _ (02)3156-7172

※ 「젠더리뷰」에 실린 기사의 내용은 필자 개인의 의견으로
필자의 소속 기관이나 본원의 공식 견해를 대변하는 것은 아닙니다.

편집자의 글

문유경 | 본원 동향분석센터 소장

우리 사회에서 문화산업이 고부가가치산업으로 급성장을 하기 시작한 것은 불과 십수 년전부터이다. 배고픈 시절을 지나, 경제적으로 여유가 생기면서 문화 수요가 늘어나는 것은 어느 사회에서나 가능한 즐거리이다.

이러한 사회변화의 와중에 젊고 ‘끼’ 있는 많은 여성들이 문화산업에 참여하기 시작했다. 성장산업이라는 유리함과 문화산업에서 요구되는 여성의 창의성과 섬세함, 능력위주의 시스템에서 능력있는 여성들을 차별하지 않을 것이라는 기대감 때문이었을 것이다. 그러나 문화산업에 종사하고 있는 여성들의 실상은 외부에서 보는 만큼 화려하지만은 않다.

장미혜 연구위원은 <문화산업 여성인력 실태조사>를 통해 이들의 인구학적 특성과 근로조건, 경력전망 등에서 나타나는 남녀의 차이를 계량적으로 분석하고 있다. 반면 황정미 연구위원과 장윤선 연구원은 보다 질적인 접근방법을 이용하여 소위 ‘진검승부’라 일컬어지는 능력위주의 시스템에서 지금까지 알려지지 않은, 보이지 않는 차별과 이러한 상황을 극복하려는 여성들의 노력에 대해 말한다. 양민석 박사는 문화산업 중 급속하고 폭넓은 정보전달능력을 갖고 있는 방송산업에 종사하는 여성들이 늘어나고 있지만 여전히 이들이 주변부에 머물고 있으며, 방송물도 성에 대한 고정관념과 정형화가 여전히 지속되고 있음을 지적하고, 이 문제의 해결을 위해 도입되었던 외국의 여성인력양성 정책을 소개하고 있다. 기획특집 필자 중 유일하게 문화산업에 수년간 일해온 이수인 엔씨소프트 과장의 글은 여성으로서의 불편함과 어려움, 그리고 여성으로서 발전가능성을 현장의 사례를 중심으로 생생하게 전달하고 있다.

네 편의 글들은 문화산업의 여성인력 역시 다른 산업에서처럼 성별 직종분리가 있으며, 여성 집중직종과 남성 집중직종 간에 대우나 승진 전망에 차이가 있으며, 소규모 시스템으로 인해 여성에 대한 편견이 그대로 나타나고, 출산·양육과 병행하기 어렵고, 여성 리더에 대한 거부감과 취약한 네트워크로 인해 핵심 리더가 되기 어렵다는 것을 보여준다.

그러나 여전히 젊고 능력 있는 여성들은 문화와 관련된 일을 하고 싶어서, 여성이지만 혹은 여성이기 때문에 일을 더 잘 할 수 있어서 문화산업에 투신하고 있다. 이들이 일을 즐기면서, 행복한 가정생활도 꾸리면서, 문화산업의 발전을 주도해 여성노동시장의 판도를 바꾸는 새로운 역할모델이 될 것을 꿈꾸어 본다.

여성과 문화산업

그 빛과 그림자

문화산업 내 여성의 현실과 미래

장미혜 | 한국여성개발원 연구위원

문화산업의 남성중심성과 여성의 직업경험

황정미 | 한국여성개발원 연구위원 장윤선 | 한국여성개발원 연구원

게임산업에서 여성으로 살아남기

이수인 | 엔씨소프트 기획조정실 과장

여성 방송인력 양성을 위한 각국의 노력

양민석 | 이화여대 한국여성연구원 연구교수

문화산업 내 여성의 현실과 미래*

장미혜 | 한국여성개발원 연구위원

1. 들어가며

문화산업은 최근 들어 미래의 경제성장의 동인이 될 고부가가치 산업으로 주목받고 있다.¹⁾ 잘 알려져 있다시피 비물질적 측면 즉 매체 자체보다 콘텐츠를 중시하는 문화산업은 기존의 일반적 제조업과 달리 모방에 의한 대량복제생산의 논리가 아닌 상상력과 창의성이 강조되는 산업이다. 이처럼 창의적 아이디어를 바탕으로 적은 비용을 투입하여 높은 수익창출을 기대할 수 있다는 문화산업의 특성을 감안할 때 창의적 역량을 갖춘 인재의 양성이 문화산업 성장의 핵심 요소가 된다고 볼 수 있다. 이러한 산업적 특성을 감안하여볼 때 여성은 창의성과 섬세한 문화적 감수성을 요하는 문화산업에 적합한 인력으로 장점과 잠재력을 가지고 있는 것으로 기대되고 있다.

하지만 문화산업 노동시장은 다른 산업에 비해 고용의 유연성이 매우 높으며 이러한 추세는 최근 더욱 강화되고 있다. 고용의 유연성은 개인적 창의성을 강조하고 프로젝트 단위의 작업이 이루어지는 문화산업의 한 특성으로 여겨지지만 고용의 안정성과 질(quality)을 위협하고 장기적인 안목의 전문적인 인

재양성을 어렵게 함으로써 오히려 성장기반을 잠식할 위험이 있다.

최근 여성들은 문화산업 분야에 활발하게 진출하고 있지만 비정규직에 고용된 비율이 상대적으로 높은 편이다. 여성은 남성에 비해 고용의 안정성도 낮고 성과에 비해 차별적인 보상을 받는 사례가 많다. 또한 창작·기획 업무보다는 제작라인 말단의 단순 업무에 종사하면서 차별을 경험하는 사례 등이 이미 선행연구에서 많이 지적된 바 있다(김현미 2005; 양민석 2004; 윤석민·이철주 2003). 이 글에서는 현재 문화산업에 종사하고 있는 여성인력의 현황과 앞으로의 미래에 대해서 전망해보고자 한다.

2. 문화산업의 특성과 여성인력의 현황

1) 종사규모와 성별 구성비

문화산업의 종사자수 규모 및 인력의 특성은 거시 통계자료를 이용할 경우 거의 정확한 실태파악이 불가능하다고 볼 수 있다. 사업체 기준으로 파악한 <전국사업체기초통계조사>의 경우 매년 실시되는 조사

* 이 연구는 문화관광부의 지원을 받은 본원의 용역사업 결과의 일환입니다.

1) 문화관광부에 따르면 2004년 말 기준으로 우리나라 문화산업(영화, 방송, 음악, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 광고)의 시장 규모는 50조원을 넘어섰으며 2003년에서 2004년 사이 평균 13.3%의 성장률을 보이는 것으로 추정되고 있다. 이를 다시 분야별로 살펴보면 2004년을 기준으로 출판 시장이 18.9조원으로 가장 규모가 크며, 그 다음으로 광고가 8조원, 방송이 7.7조원의 순이며, 게임, 캐릭터가 4조원대, 영화가 3조원 대의 시장 규모를 보이고 있다. 이같은 성장률은 최근 우리나라 평균 경제성장률 5% 내외와 비교할 때 문화산업이 급속한 성장추세를 보여주는 것이다.

이고 또한 전 사업체를 대상으로 하기 때문에 사업체에 대한 전반적인 실태를 파악하는 데는 적합하다. 다만 사업체의 분류에 있어서 산업별 분류로만 되어 있고 직종별로 상세한 분류가 되어 있지 않아서 다양한 업무로 구성되어 있는 문화산업 종사인력의 양적 실태를 파악하는데는 한계가 있다. 개인 단위로 산업과 직업에 대한 상세한 교차분류를 통해서 보다 현실적으로 문화산업 종사자 규모를 파악할 수 있는 <인구 및 주택센서스>의 경우 5년에 한 번 실시되며 집계 및 자료분석의 시차로 인해서 최근 변화추이를 연도별로 파악하는 데 한계를 보이고 있다. 그밖에 고용조건 및 노동시장의 특성을 파악할 수 있는 <임금구조기초통계조사> 및 <사업체근로조건실태조사>의 경우 앞에서 언급한 문화산업의 직무단위가 아닌 산업별 분류체계의 문제점들을 복합적으로 안고 있다고 볼 수 있다. 따라서 보고통계이기 때문에 정확성에 한계가 있다는 지적에도 불구하고 <문화산업통계>를 통해 여성인력의 비율을 산업별로 살펴보면 다음 <표 1>과 같다. 만화산업과 음악, 출판, 디지털 교육 및 홍보산업에 진출해 있는 여성의 비율이 비교적 높으며, 전체적으로 볼 때 전체 문화산업종사자 중 41.3%가 여성인 것으로 나타났다.

<표 1> 문화산업 성별 종사자 현황

단위 : 명, %

산업	2003			2004		
	남	여	여성%	남	여	여성%
출판	128,671	108,676	45.8	124,745	100,341	44.6
만화	1,415	1,412	44.7	4,020	5,165	56.2
음악	28,619	33,936	54.2	30,131	36,739	54.9
게임	30,149	8,955	22.9	37,547	9,504	20.2
영화	20,329	17,779	46.7	21,053	10,845	34.0
애니메이션	2,761	2,624	48.7	2,177	1,423	39.5
방송	23,583	8,062	25.5	22,845	7,685	25.2
광고	19,693	11,786	37.4	17,340	11,514	39.9
캐릭터	3,321	2,936	46.9	5,278	3,008	36.3
디지털 교육 및 홍보	7,551	3,802	33.5	4,412	3,15	41.7
합계	266,092	199,698	42.9	269,548	189,378	41.3

자료 : 문화관광부, 「문화산업통계」 각년도.

2) 고용형태와 임금

우리가 일반적으로 문화산업의 기업조직은 점점 프로젝트 단위의 조직, 또는 유연적 제작시스템으로 제작형태가 변하면서 문화산업에 종사하는 노동자들은 개별 프로젝트별로 고용되는 형태가 증가하고 있다. 이에 따라 프로젝트가 지속되는 동안만 임시직으로 고용되고, 다음 프로젝트가 시작할 때까지 고용상태가 지속되지 않는다. 이러한 고용관행상의 특성 때문에 많은 문화산업종사자들은 최저생계비에 미달하는 임금을 받고 있음에도 불구하고 고용보험의 혜택을 받지 못한다. 2006년 한국여성개발원에서 게임, 영화, 애니메이션 산업에 종사하는 여성을 대상으로 실시한 <문화산업여성인력실태조사>에 의하면 조사대상자의 산업별 고용형태는 다음과 같다.

<표 2> 산업별 여성의 고용형태

단위 : 명, %

	게임		영화		애니메이션		계	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
사업직	0	0.0	5	3.3	3	1.8	8	1.7
정규직	123	81.5	76	50.0	13	7.6	212	44.8
프리랜서	5	3.3	36	23.7	130	76.5	171	36.2
임시직, 계약직, 파트타임	22	14.6	33	21.7	16	9.4	71	15.0
일용직	0	0.0	0	0.0	7	4.1	7	1.5
기타	1	0.7	2	1.3	1	0.6	4	0.8
계	151	100.0	152	100.0	170	100.0	473	100.0

자료 : 한국여성개발원, 「문화산업여성인력실태조사」, 2006.

게임산업은 정규직의 비율이 높아 조사대상 여성인력의 81.5%가 정규직에 종사하는 것으로 나타났다. 영화산업에서는 50.0%만이 정규직이고, 프리랜서가 23.7%, 임시직이 21.7%였다. 이에 비해 애니메이션산업은 정규직은 7.6%인 반면 프리랜서의 비율이 76.5%로 현저한 차이를 보여 준다. 애니메이션 산업은 타 산업에 비해 여성종사자의 비율이 높고 비정규직의 비율도 매우 높은 것으로 나타났다.

〈표 3〉 문화산업 종사 여성의 평균연령

단위: 명, %

연령	게임		영화		애니메이션		계	
	인원	비율	인원	비율	인원	비율	인원	비율
20세~24세	37	24.5	25	16.4	10	5.8	72	15.2
25세~29세	77	51.0	64	42.1	29	17.0	170	35.9
30세~34세	33	21.9	46	30.3	72	42.1	151	31.9
35세~39세	2	1.3	10	6.6	40	23.4	52	11.0
40세~44세	2	1.3	4	2.6	14	8.2	20	4.2
45세~49세	0	0.0	2	1.3	6	3.5	8	1.7
50세 이상	0	0.0	1	0.7	0	0.0	1	0.2
평균연령	27.36		29.18		32.70		29.87	
(표준편차)	(3.72)		(5.03)		(5.34)		(5.27)	
총사선수(%)	151	100.0	152	100.0	171	100.0	474	100.0

자료: 한국여성개발원, 『문화산업여성인력실태조사』, 2006.

문화산업여성인력실태조사의 산업별 종사자의 평균 연령은 영화가 27.36세로 가장 젊게 나타났다. 게임은 29.18세였고, 애니메이션은 32.70세로 세 산업 중 가장 평균연령이 높았다. 게임산업과 영화산업에서는 25~29세 사이의 연령대에 가장 많은 종사자가 분포해 있고 애니메이션산업에서는 30~34세 사이의 연령대에 가장 많은 종사자가 분포해 있다.

이러한 수치는 문화산업의 역사가 짧고 기술변화가 빠른 산업의 특성상 전반적으로 종사자의 연령대가 젊다는 점을 감안하더라도 이러한 결과는 남성들에 비해서 여성들의 경우 나이가 든 이후에 지속적으로 산업현장에 남아 있기 어려운 현실을 보여주는 수치라고 할 수 있다. 이처럼 종사자의 연령대가 낮은

주요 원인은 일과 가족의 양립이 어려운 잦은 야근과 장시간의 노동시간이라는 근무여건에서 기인하는 것으로 보인다.

그 다음 문화산업 종사자의 임금에 대해서 살펴보기로 하자. 문화산업에 종사하는 남성과 여성의 임금 격차는 크게 두 가지 측면에서 설명될 수 있는데, 첫 번째로는 여성들이 상대적으로 임금이 낮은 직무를 수행하고 있다는 점이고(allocative discrimination), 두 번째로는 설사 동일한 직무를 수행하더라도 여성이 수행할 경우는 저평가되는 현상인 가치적 차별(valuative discrimination)을 받고 있기 때문이라고 볼 수 있다. 문화산업에 종사하는 인력의 성별임금격차는 두 가지 요인이 모두 복합적으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

성별임금격차의 측면에서 보면 애니메이션과 게임산업의 경우가 남녀간의 임금격차가 유의미하게 나타났다.²⁾ 특히 애니메이션산업의 경우 남성의 평균임금이 여성의 평균임금보다 약 77만5,000원 정도 높았고 임금의 표준편차도 커서 남성종사자 사이에서도 임금의 분포가 다양함을 알 수 있다. 반면, 여성의 임금의 표준편차는 남성에 비해 작아서 여성들 사이의 임금 격차는 크지 않음을 알 수 있다.

조사대상이 되는 문화산업은 다양한 직무로 구성

〈표 4〉 문화산업인력 조사의 성별 임금분포

단위: 만 원, 건수

	게임			영화 ^{a)}			애니메이션		
	남성	여성	t값	남성	여성	t값	남성	여성	t값
평균	180.50	156.76	6.89***	992.88	957.13	0.215	198.83	121.35	9.39***
표준편차	65.21	42.27		1033.32	1794.28		125.30	48.09	
사례수	873	326		197	91		272	223	

a) 게임과 애니메이션은 월급이고 영화의 경우는 연봉기준임.

자료: 한국게임산업개발원, 「게임(산업) 종사자 실태조사」자료 재분석, 2005.
노동연구원, 「문화산업인력 직무 및 근무 실태 조사」자료 재분석, 2006.
노동연구원, 「문화인력(애니메이션 부문) 실태 조사」자료 재분석, 2004.

*** p<.001 수준에서 유의함.

2) 영화산업은 의사이나 분장 등 여성들이 많이 포함된 직군에서 재료비 등이 여성종사자의 임금에 포함되어 계산되었을 가능성이 커서 상대적으로 임금 차이가 많이 나지 않게 나타난 것으로 보인다.

되어 있으며, 직무별 임금격차가 크다. 또한 문화산업 내 직무별 성별 구성 비율이 두드러진 차이를 보이는데 위신이나 임금이 낮은 직무에 종사하는 여성 인력의 비율이 높다는 특징을 보인다. 남성과 여성이 동일한 업무에 종사할 경우 실질적인 임금격차는 존재하지 않는다는 주장이 있기는 하지만(Peterson and Morgan, 1995), 실제 조사결과를 보면 여성지배적인 직업 내지 직군의 임금이 남성지배적인 직업이나 직군에 비해서 임금이 적고, 설사 동일한 업무를 수행하고 있다고 해도 임금격차가 존재한다(within-job wage discrimination). 이러한 점은 업무가치에 대한 차별이라고 부를 수 있는데(Peterson and Saporita 2004: 853), 다음에 제시된 그림과 표에서 볼 수 있듯이, 애니메이션 산업의 경우 여성들이 집중되어 있는 배경(설정)담당자의 경우 여성의 임금은 남성의 64.7%, 애니메이터의 경우 72.2%에 불과한 것으로 나타났다. 여성들이 비교적 많이 집중되어 있는 직무인 배경(설정담당자), 애니메이터 등의 경우 남녀간의 임금격차비율은 큰 것으로 나타났다.

〈표 5〉 애니메이션산업 직무별 · 성별 경력년수와 임금격차
단위 : %, 년

애니메이션 직무	임금격차 비율	직무 성별 구성 비율	경력년수
총감독	-	-	18.73
애니메이션 기획자	55.6	33.3	7.96
프로듀서	81.5	5.0	10.87
캐릭터디자이너	92.0	100.0	5.21
배경(설정) 담당자	64.7	206.7	6.90
레이아웃	66.1	61.1	11.63
연출감독(콘티)	33.3	5.6	13.82
애니메이터	72.2	111.6	9.49
촬영담당자	109.9	84.6	6.18
편집담당자	105.3	50.0	4.78
미술담당자	65.9	83.3	5.55
2D감독	69.7	12.5	15.96
기타	67.3	147.4	7.17
계	61.0	82.0	9.36

* 임금과 직무의 비율은 남성 100%를 기준으로 한 비율임.
자료 : 노동연구원, 「문화인력(애니메이션 부문) 실태 조사」원자료 재분석, 2004.

이를 다시 경력과 교차시켜 살펴보면, 경력이 가장 오래된 애니메이션 총감독은 여성이 한 명도 없었고 프로듀서 중 여성의 비중은 5.0%에 불과했다. 여성의 비중이 비교적 높으면서 임금격차가 낮은 직종은 촬영담당자로 남성대비 여성의 비율은 84.6%인 반면, 임금격차비율은 109.9%로 여성의 임금이 더 높은 것으로 나타났다. 애니메이션산업의 경우 동화, 원화, 채색 등은 하청을 주게 되는데, 남성들의 경우 단기간의 과정으로 원화, 레이아웃, 연출까지 빠른 기간 내에 경력을 이전해가서 같은 성과급이라도 고 임금을 받는 반면, 여성애니메이터들은 경력 이전을 못하고 정체된 상태에 있으면서 지속적으로 저임금을 받는 경우가 흔하다.

〈표 6〉 게임산업 직무별 · 성별 경력년수와 임금격차

단위 : %, 년

게임 직무	임금격차 비율	직무 성별 구성 비율	경력년수
게임 PD	159.7	5.9	5.81
게임마스터(게임운영자)	95.5	49.0	3.35
컴퓨터 프로그래머	97.9	19.1	2.54
그래픽 디자이너	63.2	53.8	2.54
시나리오	102.0	66.7	2.60
게임기획자	83.7	29.9	3.25
사운드 크리에이터	-	-	7.50
H/W 개발	64.4	7.7	4.71
시스템 엔지니어	53.4	5.6	2.63
홍보/마케팅	90.0	55.2	3.28
일반 관리직	74.4	64.8	3.02
기타	120.1	42.9	1.40
계	80.1	37.3	2.95

자료 : 한국게임산업개발원, 「게임(산업) 종사자 실태조사」원자료 재분석, 2005.

게임 PD의 경우를 보면, 전체 종사자 중 여성의 비중은 5.9%에 불과한 반면, 여성 게임 PD의 임금은 남성에 비해 1.59배가 더 많은 결과를 보였다. 이는 산업 내에서 매우 성공한 소수의 여성의 경우 성별에 구애됨 없이 임금과 보상을 받을 수 있는 것으로 나타났다으나 이것은 아주 예외적인 경우라고 할 수 있다. 여성종사자의 비중이 비교적 높은 시나리오나 흥

보, 마케팅의 경우는 여성의 비중이 50%가 넘었는데, 성별 임금의 차이는 거의 없는 것으로 나타났다. 반면 그래픽디자인과 같은 직무는 여성의 비율이 높으면서 성별 임금이 차이가 매우 많이 나는, 대표적인 업무가치에 대한 성별차이가 두드러지는 직무로 볼 수 있다.

〈표 7〉 영화산업 직무별 · 성별 경력년수와 임금격차

단위 : %, 년

영화 직무	임금격차 비율	직무 성별 구성 비율	경력년수
제작	170.2	55.8	5.06
연출	77.3	42.2	4.32
미술	44.7	100.0	5.34
촬영	60.7	6.9	4.90
조명	61.9	21.1	5.36
녹음	0.0	0.0	8.60
특수효과	50.5	50.0	3.00
후반공정기술직군	83.8	42.9	5.75
마케팅	198.9	325.0	3.59
연기	0.0	0.0	4.43
기타	7.2	14.3	4.36
Total	95.4	45.2	4.86

자료 : 노동연구원, 「영화산업인력 직무 및 근로 실태 조사」원자료 재분석, 2005.

3. 문화산업 여성인력의 직업 경험

1) 직장문화의 남성중심성과 여성들의 남성화 전략

신생산업인 문화산업은 일반적으로 성별고정관념에서 보다 자유롭다고 여겨진다. 그런데 여기에서 주목할 것은, 문화산업이 대부분 프로젝트형 고용, 즉 한시적인 소규모 팀별 작업으로 진행되기 때문에 조직관리나 인사관리, 노무관리 등의 합리적 시스템이 거의 전무하다는 사실이다. 다시 말해 객관적 기준에 따른 업무의 배치 및 급여의 지급이 체계화되어있지 않다. 작품의 완성도나 창의성이 중시되므로 전체 프로젝트를 주도하는 소수 리더들의 개인적 인

성이나 작업 스타일이 전체 생산과정에 큰 영향을 미칠 가능성이 크다. 인력의 채용도 친밀감이나 인간적 관계에 따라 좌지우지되며, 작업 과정도 동질성이나 친밀성을 확인하는 집단문화를 형성하는데, 그 안에서 여성에 대한 개인적 편견이나 일부 집단의 태도가 여과 없이 그대로 나타날 수 있다는 점이다. 문화산업은 창의성이 중시되는 산업인 만큼 조직 문화에서도 개인의 능력에 따른 평가에 있어 타 산업에 비해 성평등한 분야라고 인식되는 경향이 있다. 특히 게임, 영화 산업 등은 비교적 젊은 인력이 많이 유입되는 새로운 분야로서 전통적 산업에 비해 성별에 따른 차별이 없는 것으로 알려져 있다. 실제로 조사결과에서도 대부분의 응답자들은 채용이나 업무배치, 평가 등에서 비교적 성차별적인 경향이 없다고 응답하고 있다. 또한 문화산업분야는 성별과 무관하게 실력과 능력이 있으면 상급직에 오를 수 있다고 응답한 비율이 높았다.

다음 〈표 8〉은 남성중심성을 측정할 수 있는 문화에 대한 설문문항에서 ‘매우 그렇다’를 5점으로 보았을 때 대부분의 평균 점수가 3점 미만으로 나타나고 있어 문화산업에 종사하는 대부분의 여성들이 조직문화가 남성중심적이지 않다고 생각하고 있음을 보여준다. 산업별로는 영화산업에서 능력위주로 상급직 승진이 가능하다는 데 동의하는 정도가 가장 높았고 애니메이션이 비교적 낮았다. 임신이나 출산 등을 이유로 퇴사 압력을 받거나 목격한 사례는 낮은 것으로 나타났다. 그러나 여기서 유의할 점은 조사응답자들 76.8%가 미혼이고 20대가 51.1%라는 점이다. 대부분의 여성들은 남성중심적인 조직문화에 동화되어 있는 한 스스로 차별받지 않는다고 느끼지만, 이들이 결혼을 하여 남성들과 함께 야근을 하지 못하거나, 밤샘작업을 같이 할 수 없는 체력적인 한계를 보이는 순간 조직에서 배제되게 되고 결국은 살아남지 못하

〈표 8〉 산업별 직장문화의 남성중심성

문 항	평균(표준편차)				F값
	게임	영화	애니메이션	계	
나의 능력과 전문성을 평가하거나 나의 관한 평판을 좌우하는 사람은 주로 남자이다.	3.36(1.28)	2.63(1.33)	2.19(1.21)	2.70(1.36)	33.87**
남성들 사이의 돈독한 선배 관계로 인해 소외감을 느낄 때가 있다.	2.77(1.10)	2.45(1.17)	1.94(1.02)	2.37(1.15)	23.32**
내가 현재 하고 있는 일은 주로 여성들이 하고 있다.	2.48(1.06)	3.51(1.31)	3.90(1.13)	3.32(1.31)	62.18**
여자가기 때문에 내가 하고 싶은 일을 할 기회가 주어지지 않는다.	2.03(0.86)	2.04(0.90)	1.99(0.96)	2.02(1.19)	0.12
업무 이외에도 명확하게 역할이 정해져 있지 않은 비공식적인 일을 맡아서 할 때가 있다.	2.19(1.14)	2.88(1.17)	1.90(1.04)	2.31(1.19)	31.89**

자료 : 한국여성개발원, 『문화산업여성인력실태조사』, 2006.

주 : 값이 높을수록 경향성이 강하다(5점 척도).

**p<0.01 수준에서 유의함.

고 떠나게 되는 것이다.

이러한 상황은 산업에 따라 약간의 차이를 보이기는 한다. 애니메이션 산업을 보면, 프로젝트 단위의 팀체제로 작업이 이루어지기 때문에 남성위주의 네트워크에 편입되어서 일감을 가져오는 남성 감독자의 권력이 클 수밖에 없다. 이에 따라 직장문화도 남성 중심으로 이루어지게 된다. 그러나 전체 평균을 보면 애니메이션 산업의 성차별 경험의 평균점수가 다른 산업에 비해 높지 않은 것으로 나타난다. 이는 여성인력의 비중이 크기 때문에 여성위주의 직장 문화가 형성되어 상대적으로 여성들이 느끼는 업무환경과 관련된 성차별은 감소하는 것으로 볼 수 있다. 이는 아래 설문조사 결과가 보여주듯이, 여성위주의 업무에 종사하고 있다고 응답한 비율이 높은 영화 및 애니메이션산업에서는 자신의 능력과 전문성에 대한 평판을 좌우하는 사람이 남자라고 여기는 정도가 낮은 데서도 나타난다. 역으로 게임산업에서는 여성위주의 업무로 인식하는 정도가 낮은 반면 남성의 영향력을 크게 인식하는 것으로 조사되었다.

2) 여성을 주변화 시키는 조직문화: 남성네트워크로부터의 소외

여성이 고위직으로 승진하지 못하는 이유는 남성

들과 같이 완전히 발전된 형태의 비공식적 네트워크를 상대적으로 덜 갖기 때문이라는 점은 널리 지적되어 왔다(Powell, 1993). 특히 개인의 능력이 평판에 의해서 평가되는 문화산업분야에서 여성들은 상대적으로 비공식적 네트워크나 동료, 선배의 후원 등을 포함한 네트워크를 통해서 얻을 수 있는 이익은 적은 실정이다. 게임산업의 구직경로를 예로 들면, 인맥에 의한 소개가 26.4%, 친구나 친지의 소개로 취업한 경우가 16.7%에 달하는 것으로 나타났다. 이러한 이유 때문에 문화산업에 종사하는 많은 여성들이 자신의 일이나 미래에 대해 도움을 줄만한 멘토의 필요성을 느끼고 있었다. 그러한 이유로 인해서 조사대상자의 평균 95%가 멘토는 필요하다고 응답하고 있었다.

〈표 9〉 산업별 멘토 필요성

단위 : 건수, %

문 항	게임		영화		애니메이션		계	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
전혀 필요하지 않다	1	0.7	0	0.0	5	2.9	6	1.3
별로 필요하지 않다	0	0.0	9	5.9	13	7.6	22	4.7
어느 정도 필요하다	85	57.0	82	53.9	114	66.7	281	59.5
매우 필요하다	63	42.3	61	40.1	39	22.8	163	34.5
계	149	100.0	152	100.0	171	100.0	472	100.0

자료 : 한국여성개발원, 『문화산업여성인력실태조사』, 2006.

3) 일·가족 양립의 어려움

이번 조사 결과 세 산업 종사자 모두 미혼여성이 대부분을 차지하고 있었다. 문화산업에 종사하는 대부분의 여성들 중 기혼 여성의 비율이 낮은 이유에 대해서 이들 산업이 결혼생활과 양립하기 힘든 근무 조건을 지니고 있다고 대부분의 조사대상자들이 지적하고 있다. 기혼 여성의 비율이 29.2%로 비교적 높은 산업은 애니메이션 산업이었다. 그러나 애니메이션의 경우 노동시장에 신규 진입하는 여성인력이 적어서 기혼여성의 비중이 높으나 그 대우는 상당히 열악한 편이고, 재택근무의 비중이 높다고 해서 반드시 여성친화적인 직종일 수는 없다. 왜냐하면 주어진 일을 하기 위해서 자신이 근무시간까지 조정할 수는 없기 때문이다.

이러한 어려움 때문에 기혼 여성이 문화산업에서 근무하기 어려운 환경은 자녀계획에도 영향을 미치고 있다. 향후 자녀계획에 대해 응답한 조사대상 여성 402명 중 30.3%가 자녀를 가질 계획이 없다고 응답하였다. 특히 영화산업과 애니메이션산업에 종사하는 여성들이 자녀를 가질 계획이 없다고 응답한 비율이 게임산업에 종사하는 여성에 비해 높았다. 게임산업의 69.0%의 여성들과 영화산업에 종사하는 59.7%의 여성들은 자녀계획을 미루고 있다고 답하고 있다.

〈표 10〉 문화산업에 종사하는 여성의 향후 자녀계획

단위 : 건수, %

문 항	게임		영화		애니메이션		계	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
자녀를 가질 계획이 없다	32	24.8	46	33.1	44	32.8	122	30.3
곧 가지려고 한다	8	6.2	10	7.2	39	29.1	57	14.2
일정기간이 지난 후에 가지려고 한다	89	69.0	83	59.7	51	38.1	223	55.5
계	129	100.0	139	100.0	134	100.0	402	100.0

자료 : 한국여성개발원, 『문화산업여성인력실태조사』, 2006.

자녀계획을 미루는 이유에 대해서는 단순히 키워줄 사람이 없어서라고 응답한 여성의 비중은 적었으며, 경제적 기반을 닦기 위해서와 직장경력을 더 쌓고 싶어서라고 응답한 비율이 높았다.

〈표 11〉 문화산업에 종사하는 여성인력이 자녀계획을 미루는 이유

단위 : 건수, %

문 항	게임		영화		애니메이션		계	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
키울 사람이 없어서	4	4.5	1	1.2	2	4.3	7	3.2
양육비 부담	4	4.5	1	1.2	17	36.2	22	10.1
부부만의 생활을 더 즐기고	6	6.8	3	3.7	3	6.4	12	5.5
경제적 기반을 좀 더	27	30.7	10	12.2	12	25.5	49	22.6
닦기 위해								
공부를 할 예정	1	1.1	1	1.2	0	0.0	2	0.9
현재 업무량으로는	3	3.4	9	11.0	0	0.0	12	5.5
임신, 출산이 불가능								
직장경력을 더 쌓고 싶어서	16	18.2	20	24.4	6	12.8	42	19.4
기타	27	30.7	37	45.1	7	14.9	71	32.7
계	88	100.0	82	100.0	47	100.0	217	100.0

자료 : 한국여성개발원, 『문화산업여성인력실태조사』, 2006.

자녀계획을 미루는 이유에 대해서는 단순히 키워줄 사람이 없어서라고 응답한 여성의 비중은 적었으며, 경제적 기반을 닦기 위해서와 직장경력을 더 쌓고 싶어서라고 응답한 비율이 높았다.

4) 자신의 일에 대한 태도와 전망

다른 산업과 달리 문화산업에 종사하는 인력은 근무조건이나 임금수준과 같은 객관적인 요건 못지 않게 일에 대해 주관적인 열정을 가지고 있다는 점이 일을 지속적으로 하게 만드는 중요한 요인이 된다. 또한 이것은 문화산업 종사자들의 일에 대한 선택동기의 응답결과에서 볼 수 있듯이 ‘향후 유망한 산업’이라 판단되어서 나 ‘교육훈련을 받았기 때문’과 같은 이유보다 ‘일에 대한 열정’이 월등히 높은 비중을 차지하고 있었다.

〈표 12〉 산업별 일에 대한 선택동기

단위 : 건수, %

문항	게임		영화		애니메이션	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
일에 대한 열정	49	32.5	85	55.9	30	17.5
교육훈련을 받았기 때문	11	7.3	12	7.9	18	10.5
재능이 있어서	6	4.0	5	3.3	19	11.1
전문지식 또는 기술이 있어서	38	25.2	19	12.5	33	19.3
취미생활이 계기가 되어	20	13.2	17	11.2	50	29.2
향후 유망한 산업이라 판단해서	24	15.9	8	5.3	12	7.0
기타	3	2.0	6	3.9	9	5.3
합계	151	100.0	152	100.0	171	100.0

자료 : 한국여성개발원, 『문화산업여성인력실태조사』, 2006.

문화산업 종사자들의 이러한 일에 대한 열정은 여러 가지 불리한 고용조건을 무릅쓰게 하고 산업의 발전전망과 자신의 직업적 성공의 비전을 동일시하는 태도를 형성한다. 최근 몇 년 사이에 빠른 성장속도를 보이고 있는 영화산업과 게임산업에 종사하는 여성인력들의 경우 현재보다 더 나쁜 대우를 받을 것이라는 비관적 전망을 보인 사람의 비중은 게임은 0.7%, 영화는 1.3%에 불과했다. 2/3 가까이 되는 사람들은 지금보다 더 좋은 대우를 받거나 전문가로 인정받는 위치가 될 것이라고 응답하고 있었다. 이러한 개인적인 직업 전망은 산업의 미래에 대한 전망과 자신의 직업에 대한 사회적 인식 등 여러 가지 요인이 관련되어 있다. 조사대상자들은 최근 영화산업에 여성인력이 증가하는 현상을 매우 긍정적으로 보고 희망적인 전망을 가지고 있었다. 특히 영화현장에 변화가 일어나고 보다 합리적이며 효율적인 시스템을 만들어 가는 데 여성들이 중요한 역할을 한다고 평가하고 있다. 또한 여성들은 어려운 현장을 인내하면서 일하고 있기 때문에, 다시 말해 ‘좁은 문’을 뚫고 들어온 인재들이기 때문에 남성보다 뛰어난 능력을 발휘하고 있다는 자부심을 드러내고 있다.

반면에 애니메이션 산업의 경우는 최근 중국이나 동남아 등으로 해외 OEM시장이 이전하면서 위기에

직면하고 있다. 그래서 미래에 대해서 비관적인 전망을 보이는 사람의 비중이 높아 5년 후 자신의 위치에 큰 변화가 없거나(66.7%), 오히려 현재보다 더 나쁜 대우를 받고 있으리라는 비관적인 전망을 낸 사람의 비중(10.5%)이 높았다.

〈표 13〉 5년 후 자신의 위치변화에 대한 견해

단위 : 건수, %

문항	게임		영화		애니메이션	
	사례수	비율	사례수	비율	사례수	비율
큰 변화가 없을 것	21	13.9	27	17.8	114	66.7
지금보다 더 좋은 대우 받을 것	45	29.8	47	30.9	7	4.1
전문가로 인정받는 위치	84	55.6	76	50.0	32	18.7
현재보다 더 나쁜 대우를 받을 것	1	0.7	2	1.3	18	10.5
계	151	100.0	152	100.0	171	100.0

자료 : 한국여성개발원, 『문화산업여성인력실태조사』, 2006.

4. 문화산업의 미래와 여성

문화산업분야에 여성인력의 진출이 늘어날 경우 얻을 수 있는 긍정적인 효과는 각 산업이나 직무에 따라 다양하다. 심층면접과 FGI 결과 지적된 여성인력의 장점은 첫 번째로 여성 특유의 감성과 섬세함과 꼼꼼함이 문화산업의 특성과 잘 맞는다는 점이다. 또한 여성들은 여러 일을 동시에 수행할 수 있는 멀티플레이 능력이 뛰어나다는 점도 지적된다. 이러한 장점을 활용할 수 있는 분야로는 전체 작업을 총괄하는 기획이나 제작업무, PD, 음악이나 편집분야, 애니메이션산업의 컴퓨터그래픽 경영관리 등을 들 수 있다.

두 번째로는 여성의 시각에서 보았을 때, 문화산업의 아이টে이 보다 다양화될 수 있다는 점이다. 영화산업의 경우 여성이 영화를 만든다는 것은 현장 자체의 변화나 콘텐츠의 변화 등 다양한 변화를 이끌어낼 수 있다. 여성감독이 가지는 시선의 차이는 여성관객들의 욕구를 반영하는 다양한 인물들을 창조하고 인간관계에 대한 재현도 풍부하게 만드는데 기여한다.

또한 사회적 소수자에 대한 관심과 콘텐츠의 내용을 다양화시키고 확장시킬 수 있다. 실제로 게임산업 자체가 소비자, 생산자 모두 신규유입에서 정체국면에 있기 때문에, 여성인력진입이 요구되는 상황이다. 게임 장르의 다변화, 업체의 브랜드화 등으로 여성인력 진입 가능성이 높아질 것으로 보인다. 게임개발자의 대부분이 남성이기 때문에 생기는 소비자와 생산자 사이의 성별 불균형의 문제가 시정될 필요가 있다는 점에서, 여성개발자와 여성소비자 유치에 장점을 가지는 마케팅 분야는 여성인력 진입이 유리한 분야라고 생각된다.

세 번째, 여성은 언어능력이 뛰어나고 순발력이 있어 적응력이 빠르다는 장점을 지니고 있다는 점을 들 수 있다. 문화산업의 지적, 심미적 특성을 잘 이해하고 이에 맞는 마케팅, 홍보 전문인력의 수요가 증가하고 있어 여성이 진출하기에 유망한 분야로 꼽히고 있다. 특히 마케팅 및 제작은 여성인력의 능력이 인정받는 분야로 현재 가장 많은 비율의 여성이 일하고 있는 분야이다. 한국영화의 해외시장 개척, 해외와 공동제작의 중요성 강조에 따라 해외비즈니스 부문이 유망한 분야로 떠오르고 있다.

네 번째, 조사대상이 되는 대부분의 산업의 역사가 짧기 때문에 종사자들이 비교적 젊은 층으로 구성되어 있다. 때문에 성차별의식이 비교적 적고 능력위주의 조직문화가 지배하고 있다는 점이 문화산업의 장점이다. 이번 조사결과에서도 문화산업으로의 여성 진입이 과거에 비해 용이해졌으며 현장에서의 차별

도 줄어들어 따라서, 영화 여성인력은 수적으로 증가하는 추세를 보이고 있다고 보고 있다. 이의 원인으로는 1) 젊은 세대들이 많이 진출하면서 현장에서 차별적인 분위기가 줄어들고, 2) 도제시스템이 주류이던 과거와 달리, 현장에 진입하는 경로나 현장의 체계 등이 달라졌기 때문에 이전보다 여성인력이 진입하기 쉬워졌다는 점을 들 수 있다.

영화산업의 경우 다양한 직급과 직군으로 구성되어 있는데, 이를 구분해서 보면 정확한 수치는 나와 있지 않지만, 대략 6:4 정도의 비율로 비현장의 경우 여성이 남성보다 약간 많은 것으로 보인다. 특히 마케팅은 여성인력이 비교적 많이 분포되어 있다. 그리고 최근 들어서 사무실에서 주로 작업이 이루어지는 비현장 직무뿐 아니라, 현장 직무에서도 증가추세에 있다고 영화인들은 보고 있다. 이러한 수적 증가, 특히 연출, 제작 분야에서의 여성인력 증가는 영화사에서 생리 휴가를 주는 등 여성에 대해 배려하는 분위기가 생기고 있다. 이것은 남성중심적인 현장 관행의 변화를 가능하게 하는 요인이 되고 있다.

마지막으로 이러한 장점을 살리면서 여성의 진출을 확대시킨다면, 사회적 소수자에 대한 관심을 증진시키고, 여성의 시각에서 새로운 소재를 개발해 문화 콘텐츠의 외연을 확장시킬 수 있다는 점에서 문화산업의 경쟁력 증대와 성장에 긍정적인 요인으로 작용한다. 따라서 여성인력의 개발 및 양성은 문화산업에 적합한 인력을 확보하는 동시에 여성의 문화역량을 강화하는 시너지효과를 거둘 수 있으리라고 생각된다.

참고문헌

- 김현미. 2005. “문화산업과 성별화된 노동: TV 방송 프로그램 여성 작가들의 사례를 중심으로.” 『한국여성학』21(2): 69-101.
- 양민석. 2004a. “한국 애니메이션 문화산업의 성별정치학.” 『사회과학연구』12(2): 254-285.
- _____. 2004b. “젠더 및 지구지역 관점에서 본 한국 애니메이션 문화산업과 여성노동.” 『변화하는 지구촌, 움직이는 여성문화』:145-191.
- 윤석민 · 이철주. 2003. “우리나라 지상파 방송사 조직에 있어서 여성인력의 지위에 관한 연구.” 『한국언론정보학보』22: 167-212.
- 한국게임산업개발원. 2005. 「게임산업종사자 실태조사」.
- 한국여성개발원. 2006. 「문화산업인력실태조사」.
- 한국노동연구원. 2006. 영화산업인력 직무 및 근로실태 조사 원자료.
- _____. 2004. 「애니메이션 전문인력 실태조사 원자료」.
- Peterson, T. and I. Saporita. 2004. “Opportunity Structure for Discrimination.” *American Journal of Sociology* 109(4): 852-901.
- Peterson, T. and L. A. Morgan, 1995. “Seperate and Unequal: Occupation-Establishment Sex Segregation and the Gender A Wage Gap.” *American Journal of Sociology* 101(2): 329-65.
- Powell, G. N. 1993. *Women and Men in Management*. Beverly Hills, CA.: Sage.

문화산업의 남성중심성과 여성의 직업경험*

: 심층면접 조사결과를 중심으로

황정미 | 한국여성개발원 연구위원 장윤선 | 한국여성개발원 연구원

최근 한국 사회에서 문화산업은 성장 잠재력이 높은 산업이자 젊은이들의 꿈을 실현하는 일자리로 부상하고 있다. 여가의 향유와 문화적 욕구에 대한 사회적 관심의 확대, 문화소비에서 자기 정체성을 찾는 새로운 세대의 등장, 그리고 ‘한류’ 붐에서 보듯 문화상품의 수출성과와 높은 부가가치에 대한 인식이 높아지면서 문화의 산업적 잠재력이 새삼 주목을 받는 것이다.

또한 문화산업은 젊은 인재들이 아이디어와 열정으로 승부를 거는 분야인 만큼 여성들에게도 많은 가능성이 열려있을 것이라는 기대가 높다. <문화산업

통계>에 따르면 2004년 현재 문화산업 종사자 중 여성비율은 41.3%로 다른 전통적 산업에 비해 여성들이 많이 진출해 있는 것으로 나타난다.

양적인 진출의 증대보다 더 중요한 문제는 여성들이 문화산업에서 정당한 대우를 받으면서 핵심 분야의 전문 인력으로 성장하고 있는가 여부이다. 문화산업에서 일하는 여성들이 실제로 작업 현장에서 어떤 경험을 하고 있는지 심층적으로 알아보기 위해 3개 산업(영화·애니메이션·게임)의 여성 59명을 대상으로 면접 조사를 실시하였다. 조사대상자의 특성은 아래의 <표 1>에 요약된 바와 같다.

<표 1> 산업별 면접 대상자의 특성

		단위 : 명, %			
		영화(N=20)	애니메이션(N=20)	게임(N=19)	계(N=59)
학력	고졸	2(10.0)	4(20.0)	1(5.3)	7(11.9)
	전문대졸	3(15.0)	4(20.0)	4(21.1)	11(18.6)
	대졸(재학중 포함)	10(50.0)	5(25.0)	9(47.4)	24(40.7)
	대학원졸(재학중 포함)	5(25.0)	7(35.0)	5(26.3)	17(28.8)
연령	29세 이하	7(35.0)	1(5.0)	8(42.1)	16(27.1)
	30세 이상~34세 이하	9(45.0)	6(30.0)	8(42.1)	23(39.0)
	35세 이상~39세 이하	3(15.0)	7(35.0)	1(5.3)	11(18.6)
	40세 이상	1(5.0)	6(30.0)	2(10.5)	9(15.3)
혼인여부	미혼	12(60.0)	9(45.0)	12(63.2)	33(55.9)
	기혼	8(40.0)	10(50.0)	6(31.6)	24(40.7)
	기타	-	1(5.0)	1(5.3)	2(3.4)
경력	3년 미만	-	1(5.0)	6(31.6)	7(11.9)
	3년 이상~6년 미만	9(45.0)	3(15.0)	3(15.8)	15(25.4)
	6년 이상~10년 미만	6(30.0)	4(20.0)	7(36.8)	17(28.8)
	10년 이상~20년 미만	4(20.0)	9(45.0)	3(15.8)	16(27.1)
	20년 이상	1(5.0)	3(15.0)	-	4(6.8)

*이 연구는 문화관광부의 지원을 받은 본원의 용역사업 결과의 일환입니다.

1. 능력주의와 성별고정관념의 모순

문화산업은 젊은 인력이 많이 유입되는 새로운 분야로써 전통적 산업에 비해 성별에 따른 차별이 없는 것으로 알려져 있다. 심층면접에서도 대다수의 응답자들은 문화산업에서는 성별보다는 능력과 전문성이 중요하며, 여성이 자기개발의 능력을 적극적으로 기울인다면 성공할 잠재성이 크다는 점을 인정하고 있었다. 이러한 문화산업에 대한 전망 때문에 이전의 직장을 떠나서 문화산업 분야로 이직해 왔다는 사례도 다수 있었다.

“...진짜 진검승부예요. 실력이 있으면 그 사람이 중졸이든 고졸이든 상관없고, 여자이건 남자이건 상관없고, 아무리 내 후배라고 해도 실력이 없으면 잘라내야 되고, 그것이 영화계가 다른 분야에 비해 빠르게 성장할 수 있었던 거예요...” (영화 사례1, 시나리오 작가, 37세)

그러나 모든 여성들이 실력 위주의 정당한 경쟁 속에 참여하고 있다고 보기는 어렵다. 기존 연구결과에 따르면 문화산업에도 남성과 여성간의 성별 직종분리가 나타나며 여성 집중직종과 남성 집중직종 간에는 대우나 승진 전망에 어느 정도 차등이 있는 것이 사실이다. 대체로 많은 응답자들이 명시적인 차별은 없고 이전에 비해 여성들에 대한 대우가 훨씬 개선되었다고 말했지만, 그러나 눈에 보이지 않는 구분이나 차등을 여전히 느끼고 있었다.

“가장 중요한 부분은 남자가 포지션을 잡고 있으니까 여자는 그 뒤에서 서포트만 하니깐 이상하게 보수적이에요. 가장 개방적인 일을 하면서도... 차등을 두는 것은 아니고 여자를 불편하게 생각하는 것도 아닌데 이상하게 그렇게 돼요.” (게임 사례3, 시나리오, 33세)

“일의 양상은 여성과 남성 일하는 것이... 어느 정도 구분이 되고 상하의 구분도 되는 것 같아요...꼭 그러려고 하는 것은 아닌데 점점 여성과 남성의 업무양상도 자연스럽게 나누어지는 것 같고요. 여성들이 인정을 받고 팀의 간부까지 되기가 힘들어요.” (게임 사례6, 그래픽, 32세)

“...저는 하느라고 했고 그 회사에서도 잘했으니까 섭섭하지 않게 대우해줄 거야 했는데, 다른 동료들한테 놀려서 섭섭한 경우가 있었어요. 그때는 월급제였는데 남자들은 가장이네 뭐네 해서 보수를 잘 챙겨줬는데 여자들 중에서는 네가 최고 아니냐, 이러면서. 저는 여자이기 때문에 그런 것은 필요가 없다고 생각을 하거든요. 그때 섭섭했어요.” (애니메이션 사례3, 배경 및 운영교육, 46세)

1) 여성에 대한 고정관념과 여성경험의 '비가시화'

여성이 남성과 분리되는 고유한 특성을 지니고 있고 사회생활을 하기에는 여성들이 남성보다 더 부적합하거나 열등하다는 고정관념은 여전히 사회 전반에 남아있는 것이 사실이다. 신생산업인 문화산업은 일반적으로 이러한 고정관념에서 보다 자유롭다고 여겨진다. 그런데 대부분의 일이 프로젝트형 고용, 즉 한시적인 소규모 팀별 작업으로 진행되기 때문에 조직 관리나 인사·노무 관리 등 합리적 시스템이 제대로 갖추어져 있지 못하며, 몇몇 사람들의 개인적 인성이나 작업 스타일이 전체 작업과정을 좌지우지할 가능성이 크다. 그 안에서 여성에 대한 개인적 편견이나 남성중심적 태도가 여과 없이 그대로 나타날 수 있지만 이를 규제할 만한 개입수단은 없는 상황이다.

영화산업의 경우 현장에는 남성중심적 문화가 일부 남아있다는 응답들이 적지 않았다. 특히 촬영이나 조명과 같이 무거운 기계장비를 다루는 직군에는 거의 대다수가 남성이고, 여성이 들어오면 “함께 사

우나를 갈 수 없어 불편하다”는 식으로 직무와는 무관한 생활상의 사소한 이유로 거부감을 표시한다는 것이다. 일부에서는 예쁜 여성은 무능하다던가, 남성들과의 연애 사건으로 회사의 분위기를 흐린다는 식의 고정관념이 나타나고 있다.

“선입견이 있는 것 같아요. 여자라서. 여자는 아무리 실력이 안 좋아도 얼굴만 예쁘면 뽑는다. 근데 또 뽑아놓으면 여자애들이 못 따라온다. 그런 말 안 들으려고 더 열심히 하고 남자들 사이에서 살아남으려고 더 열심히 하지요.” (게임 사례11, 프로그래머, 23세)

“여자를 안 뽑는 회사도 있어요. 회사 안에 커플이 생기면 둘이 잘 사귀면 되는데 깨지면 회사를 나간다는 거예요. 그게 문제가 될 수밖에 없는 게, 작업에 들어가면 1년이 걸리기도 하고 3년이 걸리기도 하는데 중간에 작업자가 깨져서 나가버리면. 그런 것 때문에 여자 안 뽑는 회사도 있어요.” (게임 사례4, 아트디렉터, 33세)

또한 고정관념은 여성의 일을 특정 분야에만 한정시키는 효과를 낳기도 한다. 여성들은 여성에게 적합한 직무, 여성이 잘할 수 있는 장르에서 주로 활동하는 것이 자연스럽다는 생각은 일반화되어 있고, 이로 인해 여성들이 일할 수 있는 기회가 더 좁아질 수 있다.

“남자감독이 장르적으로 골고루 퍼져 있거든요? 그런데 여성적 감성을 살려야 한다, 이런 게 있어서 여자 감독들의 영화 폭이 넓지 않아요... 제작사가 여자감독을 부를 때도 멜로 아니면 가족영화 그렇게 한정적으로 생각하죠.” (영화 사례3, 연출, 32세)

“한번은 피디가 보자고 해서 갔더니, 사극이라서 걱정이 된다, 규모가 커서 여자(조)감독이라는데 걱정이 된다, 이

런 말을 해요. 그 때는 열이 받았어요. 똑같은 얘기를 들으니까. 내가 일을 하면서 여자가기 때문에 불편한 게 없었는데 도대체 뭐를 걱정하는 건지 나는 이해가 안간다. 얘기를 해줬으면 좋겠다, 이렇게 피디에게 대들었죠. 결국 그 일에 안 갔어요.” (영화 사례14, 연출, 31세)

“사람들하고 융화되고 얘기하고 이런 것 좋아하는데 같이 식사를 하는 것도 꺼리는 거예요. 왜 나한테 접근을 할까 이런 것 있잖아요. 정말 그런 것이 아닌데 받아들이는 사람들은 ‘왜 그러지, 나한테 관심 있나?’ 그러니까 굉장히 힘들었어요. 친해지기까지... 여자가 집에만 있지 왜 나와서 저렇게 할까. 그런 선입견이죠.” (애니메이션 사례2, 촬영, 40세)

이러한 선입견이나 고정관념은 여성이 희소한 분야, 이른바 ‘비전통적 영역’에서 더 뚜렷하게 나타난다. 물론 과거에 비해 여성들이 새로운 분야로 많이 진출함으로써 이러한 경향은 약화되고 있다.

“한마디로 그런 남자들 세계의 일에 왜 들어오느냐 그런 얘기를 많이 했었는데 지금은 안 그러세요. 속으로 어떻게 생각할지 모르지만, 그래도 여자가 필요한 부분이 있거든요.” (영화 사례19, 촬영, 28세)

이처럼 문화산업 현장에서 조우하게 되는 고정관념과 편견에 여성들이 대응하는 방식은 자신이 여성임을 드러내지 않고 남성과 같은 방식으로 일하는 것이다. 이른바 능력위주의 시스템에서 여성이 살아남기 위해서는 일차적으로 자신이 여성임을 잊고 남성처럼 경쟁해야 하며 더 나아가 남성보다 몇 배 이상의 노력을 기울여야 한다.

“처음에는 그런 거 (여자라서 불편한 점 - 인용자) 많았어요. 지금은 제가 경력도 되고 그러니까 처음보단 덜하죠. 점점 영화 쪽에 있으면서 여성성은 지워진다는 느낌이에요. 일단 여자인 척하면 안 봐주니까.” (영화 사례4, 연출, 28세)

“저는 중성이었어요. 남들이 보는 여자라는 부분 때문에 저한테 오는 일의 기회가 한정적이다 라는 생각이 싫었어요. 그것 때문에 더 중성적이고자 노력했고, 육체적으로 사실은 여자가 남자보다 힘이 약하긴 한데, 그렇게 보이기 싫어서 남자도 들기 힘든 거 막 혼자 들고, 의도적으로 더 그렇게 했던 것 같아요.” (영화 사례5, 미술, 36세)

여성으로서의 차이를 드러내지 않고 남성과 똑같이, 때로는 남성보다 더 열심히 일하는 것은 문화산업에서 여성이 살아남기 위한 필수요건처럼 되어 있고 여성들 자신도 이를 잘 알고 있다. 그러나 다른 한편 여성으로서 자신의 경험을 부인하고 ‘비가시화’ 시키면서 일한다는 것은 남성들과는 달리 별도의 부가적인 부담을 더 진다는 것을 의미한다. 성역할 정체성과 직무 정체성 간의 갈등, 역할 긴장을 나름대로 소화하면서 일을 해야 하는데, 이 과정에서 조직문화와의 크고 작은 갈등, 일상생활에서의 불편함, 심리적 피로감 등을 느끼게 되며 결국 적극적으로 자신의 경력을 추구할 의지를 약화시킬 우려가 있다.

2) 승진의 어려움 - 여성리더에 대한 거부감

심층면접에서 많은 응답자들은 어렵사리 기회를 얻어 문화산업으로 진입한 여성들이 여러 가지 어려움과 부대끼다가 3~4년을 버티지 못하고 떠나는 경우가 많다고 지적하였다. 물론 문화산업 자체가 ‘승자독식(winner takes all)’ 시스템에 따라 작동하며

남녀를 불문하고 안정적인 산업리더 내지 창작리더의 입지를 굳히기는 매우 어렵다는 것이 객관적 현실이다. 그럼에도 불구하고 조사대상자들은 좁은 문을 뚫고 들어온 유능한 여성들이 오래 버티지 못하고 산업현장을 떠나게 되는 것을 문제로 인식하고 있었다.

우선 문화산업은 역사가 짧고 창의성을 중시하다 보니 여러 단계의 승진 사다리가 체계화되어 있지 않으며 ‘감독급’으로 올라가는 기회는 상당히 제한된다는 특성을 갖고 있다. 여성들은 열심히 일하면 중간 위치까지 무난히 올라갈 수 있으나 핵심직무에서 감독급으로 올라가는 것에 대해서는 상당한 장벽을 느끼고 있었다. 영화의 경우를 예로 들면, 여성스텝이 많은 직종에서는 여성이 리더가 되는 것이 문제가 되지 않으나, 남성 스텝이 대다수인 분야에서는 여성리더에 대한 거부감이 상당히 강한 것으로 나타났다.

“자기 밑에 스텝들이 여자로 들어오면 상관이 없는데 자기 위에 스텝이 여자로 들어오면 어려워 해요. 특히 제작부는 여자들이 프로듀서를 많이 하니까 조금은 나아진 편이지만, 제가 조감독일 때만 해도 아래에 있는 남자들이 그런 걸 굉장히 어려워 하더라고요. 자기보다 위에 상사 여자가 있다는 것을.” (영화 사례3, 연출, 32세)

“조수일 때는 그나마 괜찮은데 장급으로 올라가면, 연출이나 스크립터에서는 남녀에 대한 그런 게 조금 적은데요, 조감독 쯤 되면 여자들은 꺼려해요. 특히 조감독을 선택하는 것이 감독인데, 여자 조감독하고 일을 하는 것을 심리적으로 꺼려하고 불편해 하죠.” (영화 사례9, 스크립터, 26세)

“저도 높은 사람이 안 되어봐서 모르겠지만 중간 계급에 있을 때는 재미도 있고, 여자들이 훨씬 더 합리적이고 더 잘해요... 상급자로 가면 또다른 리더십이 필요한 것 같아요. 여자가 더 불리한 일들이 많은 것 같아요.” (영화 사례11, 투자, 31)

세)

여러 차례 거부를 당하고 나면 문화현장을 떠나야 하는 것은 아닌가 하는 압박감을 받게 된다. 현장에서는 ‘나이 든 여자’ 스태프를 현장에서 부담스러워 하는 경우가 많다. 중간 이상의 위치에 있는 여성 스태프들에게 주어지는 일거리는 점차 줄어들고, 이제는 그 만두어야 하는가 고민한다는 이야기를 털어놓는 응답자들이 많았다.

“제가 (한두 달 전에) 조감독 미팅을 했는데 거절을 당했거든요. 처음에는 사실 그럴 수도 있을 거라고 생각했어요. 거꾸로 내가 여자를 쓸 수 있을까 그런 것을 나한테 물어도 보고, 두 번째 가서는 조금 어이가 없었고 세 번째는 이리다가 일 못하고 죽겠구나.” (영화 사례14, 연출, 31세)

“[일을 찾으려면] 나이를 먼저 물어봐요. (나이를 말하면) 그러면 ‘현장에는 안 나오시고 디자인만 하시죠?’ 이렇게 이야기를 하더라고요. 언제부터인가. 그래서 현장작업을 안하게 되요. 내가 부담이 되는 거예요.” (영화 사례20, 의상, 32세)

그런데 현장에서 이른바 ‘나이 든 여자’라고 불리는 이들의 연령은 30대 초반에 불과하다. 20대부터 현장 일에 뛰어들어 5년 이상 경험을 쌓으면 더 이상 올라갈 곳도 마땅치 않고 현장에서 더 이상 환영받지 못하는 존재가 되는 것이다.

물론 모든 분야에서 이런 현상이 나타나는 것은 아니다. 영화 프로듀서나 게임, 애니메이션 분야의 그래픽 디자이너처럼 여성들이 리더로 활약하는 경우도 있고, 또 여성이 CEO인 업체에서는 여성인력을 더 선호하기도 한다. 그러나 실력 위주의 문화산업 안에 여성들에게 해당되는 ‘유리천장(glass ceiling)’이 은연 중에 존재하는 것으로 응답자들은 느끼고 있었다.

2. 직무에서의 차별경험

1) 평가의 불공정성

문화산업에서 사람에 대한 평판은 매우 중요하게 작용한다. 그런데 평가자의 위치에 있는 사람은 대부분 남성이고 여성들이 정당한 평가를 받지 못한다는 불만이 나타났다. 여성들은 처음에 보조인력으로 일하면서 경력을 쌓는데, 그 과정에서 자신의 역할이 잘 드러나지 않고 모두 남성 리더의 업적으로 돌아가는 경험을 하게 된다. 자신의 기여를 정당하게 인정하고 대우해주지 않는다고 생각하는 사례도 상당히 있었다.

“회사에서 메인 프로젝트 진행은 남성 위주의 진행인데 그것을 외적으로 서포트 해주는 건 여성 직원을 써줬으면 하는 경향이 강하거든요. 어떻게 보면 작업 능률이나 퀄리티, 최종적으로 나오는 결과물의 평가가 제가 작업한 것도 결과적으로는 메인디렉터가 작업을 한 걸로 평가가 되요” (게임 사례9, 기획, 29세)

“공정하게 평가가 되면 좋은데 그림을 그리는 쪽이라 정답이 없어요. 그것을 컨트롤하는 사람이 못 나왔다 그러면 기정사실이 되어버려요. 너무 한 사람 의견대로 가니까, 컨트롤하는 사람에 의해 좌지우지 되니까 그게 싫은 거죠”

“아무래도 남성들을 더 신뢰하는 것 같아요. 여러 가지 면에서 남성들을 더 우대하고 신뢰하는 것 같아요. 팀장급들이 거의 남자니까.” (게임 사례10, 원화배경, 25세)

2) 성폭력·성희롱 경험

전반적으로 문화산업에 종사하는 인력이 젊은 세대이고 프리랜서들이 많기 때문에 기존의 위계적 조

직구조를 갖춘 직장에서 발생하는 성희롱 성폭력 사례는 적은 편이라는 의견이 많았다.

“성희롱은 남녀의 의식 격차에 의해서 발생하는 것 같아요. 그러니까 여성을 함부로 대하는 것에 익숙한 남자와 자기 자신을 방어할 능력이 없는 여자가 만났을 때 성희롱이 발생하는 것 같은데, 우선 남성 연령층도 많이 낮고 여성들도 옛날처럼 소극적이지 않고, 뭐랄까 젊은 층으로 갈수록 그런 부분은 많이 줄어드는 것 같아요.” (게임 사례 19, 게임기획 40세)

다른 한편 직종이나 현장 분위기에 따라 경험에 차이가 있었고, 실제로 성희롱이나 성폭력을 경험하였다는 이야기도 적지 않았다. 성희롱이나 성폭력이 발생하였을 경우 피해 여성이 팀장과 같은 유리한 지위에 있을 때에는 회사의 공식적인 해결 절차를 밟을 수 있었으나, 프리랜서로서 현장에서 일하는 경우에는 고충을 털어놓고 해결책을 찾을 만한 창구가 없어 혼자서 감내해야 한다는 것이 문제로 지적되었다.

“3~4개월씩 일을 같이하고 밤샘촬영 하다보면 형제자매처럼 되고 남녀간에 호감도 생기죠. 남자 쪽에서 잘못된 애정표현을 함으로 인해서 성희롱이 되는 사례가 굉장히 많아요... 그런데 아무리 개방적이고 큰 회사라 해도, 자기 회사 이미지에 손해를 입히는 그런 사건이 일어나면 사실 약자가 질 수 밖에 없는 것이기 때문에 쉬쉬하는 경향들이 있어요...” (영화 사례4, 연출, 28세)

“예전에 고등학교를 갓 졸업하고 온 아이가 있었어요. 전혀 문제가 없는 정말 인격적으로 괜찮은 남성분이 있었는데, 그 여자애가 제게 와서 그 분이 꼭꼭 누르는 것이 싫다고 하더군요. 제가 사장에게 그 얘기를 한 것 같아요. 어리고 귀여우니까 그랬는데 무슨 얘기를 하느냐는 식으

로 받아들이더군요. 결국 그 얘기는 묵살되더라고요.” (애니메이션 사례15, 해외마케팅, 40세)

3. 취약한 인맥, 멘토의 부재

1) 인맥과 네트워크의 취약성

문화산업으로의 진입이나 유리한 경력을 축적하는데 있어 인맥이 중요하다는 데에는 대부분의 응답자가 동일한 의견이었다. 인맥형성에서 가장 중요한 것은 역시 학연이었다. 인맥 위주의 작업 방식은 좋은 관계망을 갖고 있는 사람에게는 매우 안정적이지만, 신규 진입자나 소수자에게는 어려운 환경이 될 수 있다. 이러한 인맥의 범위 밖에 놓이게 되면 특별한 차별이 없더라도 스스로 일을 그만두게 된다고 한다. 인맥의 결정적인 영향력은 모든 산업에서 유사하게 나타났다.

“이쪽 일이 기술도 필요하지만 열정과 창의성을 더 많이 보거든요. 특히 저희 연출파트에서는. 그러다보니 믿을 만한 사람이 필요한 거지요. 그러다 보니 내가 알고 있는 믿을 만한 사람과 하는 게 가장 확실한 방법이 되어 버렸어요. 그래서 좀 문제도 있는 게 낙하산이라고 하죠. 누군가가 밀어 넣는 그런 경우가 종종 있어서.” (영화 사례9, 스크립터, 26세)

“이 업계는 거의 인맥으로 되거든요? 그 사람 실력이 어떻고 성격도 어떻다, 이렇게 소문이 돌아요. 누구한테 물어보면 다 알고 있죠. 그런게 많이 중요한 것 같아요... 한번 찍히면 살아남기 어렵다고 다들 그러세요.” (게임 사례11, 프로그래머, 23세)

“남녀차등보다는 다들 알음알음 연결돼 있더라구요. 학연이. 어디를 가나 마찬가지로인 것 같아요. 제가 좀 괜찮은 시나리오가 있고 또 아는 사람이 있으면 등용이 빠른 것 같아요. 특히나 여기는 더 그런 것 같아요” (영화 사례2 시나리오 작가, 32세)

“제 친구 중에 보니까 같은 팀에 여자와 남자가 있는데, 남자라는 이유로 일을 몰아주는 거예요. 그래서 제 친구는 한 달에 15만원 받고 있어야 하니 누가 하겠어요... 은근히 인맥이 있을 거예요. 저희는 위 파트라 그냥 나누지만, 아래는 일의 양으로 따지고(해서).” (애니메이션 사례6, 촬영, 31세)

대다수가 정규직이 아니므로 프로젝트에 따라 소속회사를 옮기는 경우가 있는데, 특히 게임산업에서는 중소기업에서 경력을 쌓고 더 큰 규모의 회사로 이직하는 사례가 많다. 회사를 옮길 때 팀장과 실무 인력이 한꺼번에 이동하는 것이 관례인데, 이처럼 팀 별로 직장을 옮길 때도 여성을 ‘내 식구’로 여기지 않는다는 불만도 있었다.

“전에 다니던 회사에 개발이사님이 계셨고, 저까지 4명이 일을 했는데 회사가 전체적으로 부도분위기여서 오픈베타까지만 하고 회사를 나왔거든요. 개발이사님이 다른 회사로 들어가시면서 ‘와서 일해 볼래?’ 하고 말을 하신 게 제가 아니라 제 밑의 남자직원에게 하신 거예요. 저는 물어봤죠. ‘전 왜 아니에요?’”(게임 사례9, 기획, 29세)

일을 계속하려면 스스로 일감을 따는 영업 마인드가 있어야 하고 그러려면 광범위한 인맥을 만들어 줄 자리도 갖고 해야 하는데, 여성들은 이런 면에서 매우 불리하다는 의견이 많았다.

“음악도 일종의 개인의 영업적 마인드가 있어야 하거든요. 내가 작곡을 잘해도 누가 들어줘야 하거든요... 남자들이 술도 마시고 친구도 만나고 여러 계통의 사람을 만나기 쉬운데, 여자들은 아니죠. 그러면 배급하기가 어렵고 일감도 줄어들죠.” (게임 사례6, 뮤직/사운드, 33세)

2) 멘토의 부재

인맥이나 학연이 여성에게 일방적으로 불리하다고 볼 수는 없으며 개인에 따라 상황은 다를 것이다. 그런데 이 분야에서 자신의 ‘역할 모델’ 혹은 멘토(mentor) 역할을 하는 분이 있느냐는 질문에는 긍정적인 답변이 많지 않았다. 멘토의 성격을 자신의 어려운 점을 이야기 하고 조언을 구할 사람, 업무 수행에서 역할모델이 되는 사람, 구체적으로 자신의 경력에 도움을 주는 사람을 구분해 본다면, 구체적으로 경력에 도움을 주는 멘토가 있다는 사람은 극소수였다. 그리고 조언을 구하는 사람으로는 주로 가족(남편, 어머니, 자매), 그리고 회사 상사나 동료들 많이 이야기 했다. 이러한 응답 양상으로부터 여성들이 인맥이나 네트워크에서 상대적으로 주변부에 머물러 있다는 추론을 할 수 있다.

“(개인적으로 의논할) 그런 사람들은 있지만 특별히 경력을 쌓는데 도움을 주는 사람은 없어요... (상의할 때는) 다 학교 동기들이예요. 뒤에서 말 돌릴 염려가 없는, 왜냐하면 여기는 바닥이 너무 좁아서 잘못하면 얘기한 게 바로 그 다음날에 퍼질 정도거든요.” (영화 사례2, 시나리오, 32세)

(질문: 힘들 때 누구한테 상의하시나요?) “할 사람이 없어요. 부모님이나 식구한테 얘기하면 그만두라고 그러시고. 그렇다고 스태프한테 얘기 했다가는 잘못 와전되면 소문이 이상하게 날 것이고. 친구들은 내가 얘기하면 못 알

아 들으니까 또 대화가 안되고... 그래서 자기가 삭혀야 되요.” (영화 사례6, 분장, 30세)

흥미로운 것은 고민거리에 대해 조언을 구하고 싶어도 소문이나 와전될 우려 때문에 쉽게 이야기를 꺼내지 못한다는 사실이다. 문화산업 분야는 ‘좁은 동네’이기 때문에 한번 소문이 잘못 나면 이후의 활동에 결정적인 타격을 입기 때문이다. 문화산업계의 여성리더를 역할모델로 삼고 있는 경우는 더욱 적었고, 바람직한 여성의 성공모델이 아직 없다는 의견들이 많았다.

4. 여성의 직무능력과 경력 목표

1) 여성의 직무능력에 대한 긍정적 인식

응답자의 대다수가 최근 문화산업에 여성인력이 증가하는 현상을 매우 긍정적으로 보고 희망적인 전망을 가지고 있다. 또한 여성들은 어려운 현장을 인내하면서 일하고 있기 때문에, 다시 말해 ‘좁은 문’을 뚫고 들어온 인재들이기 때문에 남성보다 뛰어난 능력을 발휘하고 있다는 자부심도 표출되었다.

“저는 전반적으로 영화가 건전해지려고 하면 여자들이 좀 많이 들어와야 하지 않을까, 특히 제작 쪽에요. 이성적으로 돈을 집행하고 공평하게 할 수 있도록. 제가 친구에서 ‘여자가 제작부니까 어머니?’ 하고 물어봤어요... 그런데 그 친구는 무심코 던진 말인데, ‘너무 좋아요, 여자들은 공평해요’, 딱 그렇게 말했어요.” (영화 사례18, 스틸사진, 45세)

“직원을 뽑는다고 면접을 봤는데, 이번에 온 사람들 중에는 여자가 훨씬 나왔어요... 실제로 여자들이 일을 더 잘한다고 생각하는 오너들도 많아요. 여자들은 불만은 많아

도 사고는 안 친다, 속된 말로 그렇게 이야기 하는데, 일처리 능력은 더 좋죠.” (영화 사례7, 기획개발팀장, 33세)

“스케줄이나 시간 개념이 가장 중요한데, 여성분들이 그거를 잘 지켜요. 여자분들이 지켜야하는 회사규정을 잘 지키는 편인데. 남자분들은 좀 위험성이 많죠. 그 전날 무슨 미팅이 있어서 폭음을 했단지 그러면.” (애니메이션 사례20, 동화, 45세)

한편, 일부에서는 남성들이 여성보다 일을 더 잘 배우며 현재에 만족하지 않고 더 좋은 결과를 내기 위해 작업에 전력질주 한다는 의견도 있었다. 똑같이 5, 6년을 지내고 나서 살아남는 비율은 남자가 더 많다는 것이다. 신기술의 습득, 납기를 맞추기 위해 잦은 야근을 해야 하는 환경에 남성들이 여성보다 적극적인 태도를 보인다고 했다. 그러나 그럼에도 불구하고 어떤 면접대상자는 최근 새로 들어온 여성인력들이 일에 대한 열정이 매우 강하다는 점을 또한 강조하였다.

“...이건 재미있는 현상인데요, 요즘 아주 젊은 친구들이 많이 와요. 한 석 달을 여기 돌아가는 것을 한번 보면서 맞 좀 봐라, 하고 가르쳐요. 그런데 남자들은 다 도망가고 여자들만 남아요. 남자들은 고생 안 하겠다 그러고, 여자들은 남고. 작년에 대학생 인턴 중 여학생 2명, 남학생 2명 이렇게 뽑았는데, 여학생들만 남았어요. “ (영화 사례8, 컴퓨터 그래픽, 35세)

2) 경력 목표 : 핵심리더 혹은 전문스텝

이처럼 전반적으로 문화산업으로의 여성인력 진출 전망을 희망적이고 긍정적으로 보고 있지만, 자신의 앞으로의 경력을 전망함에 있어서는 직군에 따라 약간의 차이가 있었다. 특히 현장에서 감독이나 리더가

되고자 하는 여성들은 자신이 과연 성공할 수 있을지에 대해 강한 불안감을 갖고 있었다. 현장에서 리더 역할을 하는 여성은 아직 소수이며, 앞에서 지적했듯이 여성의 능력은 인정하면서도 남성을 부하직원으로 통솔하는 여성 리더에 대해서는 거부감은 여전히 남아있기 때문이다.

여성이 핵심리더직에 진출하려면 자신의 업무 이외에 전체적인 일이 진행되는 과정을 포괄적으로 경험하고 이해할 필요가 있다. 전문화, 특화된 한 분야에서만 경력을 쌓는 것으로는 부족하며 감독급 진출을 목표로 삼고 있는 여성들은 자신의 부족한 점을 잘 알고 있었다.

“지금은 제가 한 분야에만 집중이 되어 있거든요. 총괄을 하려면 여러 가지 알고 프로그램도 어떻게 돌아가는지 습득하고 있어야... 그래서 배워야할 것이 많아요.”(게임 사례1, 그래픽디자이너, 24세)

또 하나 주목할 점은 반드시 직군별 최상위직, 즉 감독이나 프로듀서, 제작자나 사장이 되지 않더라도 현업을 계속하면서 자기 나름의 전문분야를 개척하려고 하는 여성들이 있다는 사실이다. 예를 들어 영화산업에서 감독이나 프로듀서가 되기를 희망하지 않고 현재 자신이 하고 있는 기획이나 조감독 일을 전문적으로 하고 싶다는 의견도 나왔다.

“여기는 굉장히 단순해요. 연출부 하는 사람은 감독이 하고 싶은 거고, 제작부는 프로듀서가 하고 싶은 거고, 촬영부하는 사람은 촬영감독 하고 싶은 거거든요. 그런데 저는 생각이 약간 틀려요. 저는 고민 중인 것이 전문 스태프(전문조감독)를 생각하고 있어요... 그런데 전문 스태프를 하고 싶어도 감독보다 나이가 많은 조감독을 써줄 수가 있을까, 그런 거(가 고민이죠). 우리는 제일 위에 있는 사람이

나이가 제일 많아야 된다, 이런 게(고정관념이) 너무 심하죠.”(영화 사례14, 연출, 31세)

전문스텝은 인력의 분야별 전문성을 높임으로써 산업 경쟁력 제고에도 기여할 수 있으며, 다양한 경력 트랙을 제시함으로써 보다 안정된 노동시장 구조를 형성하여 인력의 순환과 성장을 용이하게 해주는 장점이 있다. 전문스텝을 양성하는 구조는 여성 인력들이 산업현장에 오래 남아서 자신의 전문성을 축적하는 경로로써, 또 다른 한편 문화산업의 질적 향상을 위해서 중요한 의미가 있다. 젊은 인력이 잠시 머물다 가는 일자리가 아니라 전문화된 인력이 고도의 숙련을 쌓아가면서 평생 일할 수 있는 일자리를 점차 늘리는 것이 바람직하다.

5. 나오며

문화산업 현장에서 일하는 여성들은 겉으로 드러난 명시적 성차별이 없는 편이라고 말하지만 이들과의 면접 내용에서 여성에 대한 선입견, 여성을 상사 내지 리더로 받아들이기 어려워하는 남성 중심의 관행이나 조직문화가 여전히 강하다는 것을 알 수 있었다. 이러한 관행과 문화는 다른 사회 영역에서도 일반적으로 나타나는 현상이지만, 여성들이 문화산업의 전문가로 성장하는데 눈에 보이지 않는 제약으로 작용하는 것으로 분석된다. 이러한 제약은 세 가지로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 실력 위주의 시스템이라고는 하지만 현장에서 여성들은 실력을 발휘할 ‘기회’를 동등하게 얻는데 어려움을 겪는다. 인력 채용의 결정권을 갖고 있는 사람이 주로 남성인 경우가 많고 또 남성들 간의 친분관계는 학연과 같은 인맥이나 술자리 등을 통해서 형성된다고 한다. 물론 개인적으로 어떤 ‘관계자

본'(relational capital)을 가지고 있느냐에 따라 상황은 다르겠지만 여성에게 주어지는 일의 종류나 직위는 남성에 비해 한정될 가능성은 여전히 크다. 여성들이 실력을 인정받기 위해서도 먼저 일을 할 수 있는 기회에 접근할 수 있도록 하는 합리적 시스템이 필요해 보인다.

둘째, 여성은 리더에 적합하지 않다는 선입견으로 인해 여성인력이 현장의 리더급 지위로 상승하는 데에 어려움을 겪는 것으로 보인다. 직군에 따라 독립적으로 차분하고 섬세하게 하는 일은 여성에게 더 적합하다는 이야기도 있지만, 전반적으로 한 분야의 감독급 스텝, 다른 스텝들을 지휘하는 역할은 여성에게 적합하지 않다는 편견이 있다. 그리고 여성에게 맡길 수 있는 일은 소위 '여성적' 장르나 직무로 제한되는

경향이 나타난다.

셋째, 남성 위주의 현장 문화로 인해 많은 여성들이 현장에서 일하고 있음에도 불구하고 여성들의 경험은 '비가시화'된다. 앞에서 지적하였듯이 '실력위주'라는 문화산업 현장에 여전히 여성리더를 꺼리는 편견이 남아있는 현실은 모순적으로 보이지만, 이를 모순으로 지적하는 응답자들은 많지 않았다. 이는 달리 표현하면 영화 현장에서는 남성이나 여성 모두가 '남성의 기준'에 맞추어 경쟁하는 것을 당연시 하고 있다는 의미이다. 치열한 경쟁에서 살아남기 위해서는 자신이 여성임을 드러내기가 어려우며 남성보다 오히려 더 강한 존재임을 강조해야 하는 압박감을 현장 여성들은 느끼고 있는 것으로 보인다.

참고문헌

- 김승현 · 노광우. 2003. "한국 애니메이션 산업과 생산구조에 대한 분석." 「커뮤니케이션 과학」 제20호.
- 김현미. 2005. "문화산업과 성별화된 노동: TV 방송 프로그램 여성 작가들의 사례를 중심으로." 「한국여성학」 21(2).
- 문화개혁을 위한 시민연대. 2002. "애니메이션 산업 기층인력의 근로환경과 복지정책." 제2회 대중문화예술산업 종사자들의 생활권 확보를 위한 정책포럼 자료집.
- 문화관광부. 2005. 「문화산업 백서」.
- _____. 2005. 「문화산업 통계」.
- _____. 2005. 「문화예술 인력정책 기반구축을 위한 기초연구」.
- 신병현. 2002. "애니메이션 산업의 노동과정에 관한 탐색적 연구." 「산업노동연구」 8(2) :111-139.
- 양민석. 2004. "한국 애니메이션 문화산업의 성별 정치학." 「사회과학연구」 12(2).
- 여성영화인모임. 2004. 「2001~2003 한국영화 스텝리스트 통계 - 여성 스텝을 중심으로」.
- _____. 2002. 「여성영화인 활동현황과 정책 대안 -정책포럼 자료집」.
- _____. 2002. 「여성영화인 백서」.
- _____. 2001. 「여성영화인 백서」.
- 여성영화인모임 · 이연호 · 김영진 · 황진미. 2003. 「'여성'으로서의 감독, '감독'으로서의 여성」.
- 영화진흥위원회. 2005. 「영화산업 전문인력 구조와 정책지원 방향」.
- 한국노동연구원. 2005. 「게임산업 전문인력 형성 구조분석과 지원방향」.
- 한국문화콘텐츠진흥원. 2004. 「문화콘텐츠산업 인력구조 직무 분석 - 애니메이션산업을 중심으로」.

게임 산업에서 여성으로 살아남기*

이수인 | 엔씨소프트 기획조정실 과장

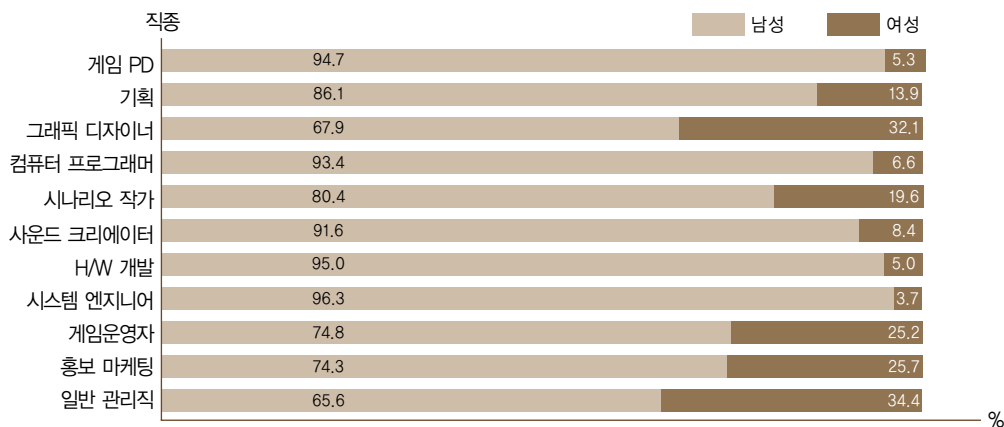
1. 시작하기에 앞서

한국의 게임산업이 문화 콘텐츠 산업의 대표적인 산업으로 성장하면서, 시장규모가 8조 원에 이르고 6만여 명의 사람들이 게임을 제작, 유통, 서비스하는 일에 종사하고 있다. 게임회사에 근무하는 여성인력의 비율은 전체의 20% 정도를 차지하고 있으며 게임 회사의 전문대 이상 졸업자 비율은 전체의 70%를 상회한다.

그러나 게임 산업의 대졸자 연봉 초임은 1200만 원 ~1600만 원 정도로 높지 않은 편이며, 평균 연봉은 회사에 따라서 차이가 크지만 남자와 여자간의 차이는 크지 않다. 직종별로 남녀의 구성비를 살펴보면 게임 콘텐츠 구성의 핵심 직종인 게임 PD, 컴퓨터 프로그래

머, 사운드 크리에이터, H/W 개발, 시스템 엔지니어의 남성 비율이 90% 이상으로 절대적인 비율을 차지하고 있음에 반해 여성 인력들은 주로 그래픽 디자이너(전체의 32%), 게임 운영자, 홍보 마케팅 분야(각 25%)와 일반 관리직(34%)의 분야에 집중되어 있다.

게임을 즐기는 여성 유저의 수는 만 9~45세의, 일반적으로 컴퓨터를 사용하여 콘텐츠를 즐기는 표본 여성 인구 중에서 45.4%를 차지하고 있으며(남자는 74.6%), 이는 게임을 일반적으로 즐기는 인구의 38%에 해당된다. 상대적으로 규모가 작고 쉽게 끝낼 수 있는 모바일 게임이나 캐주얼 게임을 즐기는 비율이 남성 유저에 비해 높다는 것 외에는 여성 유저들은 게임에서 남성 유저들과 비슷한 게임 플레이 패턴을 보이는 것으로 알려져 있다.



* 필자는 1997년부터 게임업계에 종사하며 주변에서 듣고 겪은 이야기들을 모아 2005년 「게임회사 이야기」라는 책을 출간했다. 이 글의 사례들 또한 그 과정에서 직접 경험하거나 취재한 내용을 바탕으로 한 것이다.

2. 게임 산업 내의 여성인력

장면 1.

숙련된 프로그래머 A씨(32세, 미혼)가 푸념을 시작한다. “아~ 어디서 여자 프로그래머 하나 안 들어오나. 그냥 앉아만 있어도 생산성이 두 배는 올라갈텐데...” 회사 문앞에서 같이 담배를 피우고 있던 프로그래머들이 모두 고개를 끄덕이고 있는데, 철없는 신입이 끼여든다. ‘예? 어제 여자가 이력서 하나 냈다면서요.’

팀 동료들이 신입 머리를 때리면서 타박을 던진다. ‘야! 이제 막 대학 졸업한 애를 데려다 무슨 일을 시켜! 가뜰이나 일도 많아 죽겠는데, 개 일 배우는 동안 네 월급 떼서 줄까? 엉?(버럭)’

장면 2.

게임 출시를 일 년 앞두고 바쁘게 돌아가고 있는 팀에서, 그래픽 팀에서 중요한 일을 맡은 여사원이 임신 소식을 알린다. 임신과 출산에 대해 아무 지식도 없는 팀장(35세 남자, 미혼)은 당황해서 어쩔 줄 모른다. 차치하면 가장 바쁜 시기에 맞춰 아기가 태어날지도 모른다는 소식에 ‘출산휴가를 한달만 쓰면 안되냐?’ 같은 질문을 던져봤는데, 말도 안된다고 일축하는 여사원때문에 화가 난다. 그렇게 중요한 시기에 석달 썩이나 자리를 비울 바엔, 차라리 지금 다른 사람으로 대체하는게 낫겠다는 생각이 든다.

장면 3.

회사의 게임 서비스에 이상이 생겨서 고객센터 부서 직원들 모두 두주째 주말 연장 근무를 하고 있다. 12명으로 이루어진 한 파트의 파트장인 A씨(31세, 2세 아기의 엄마)는 최근 건강도 많이 나빠졌고 마음 또한 편치 않다. 친정 어머니가 아기를 봐주고 있긴 하지만 아무래도 힘에 부쳐서 회사를 옮겨야 할 것 같다. 그러나 좀 널럴하다는 회사로 옮기고 싶어도 그런 회사들은 회사 규모가 너무 작고 계약직으로밖에 채용하지 않는다. 겨우 정규직이 된

지도 얼마 되지 않았는데...

게임 산업이 다른 문화 콘텐츠 산업과 다른 점은 10년 남짓한 짧은 역사에도 불구하고 대단히 규모가 크고 돈이 ‘잘 벌린다’는 점일 것이다. 1990년대 초반에는 소수의 컴퓨터 이용자를 기반으로 한 마니아 산업에 지나지 않았다가 1996년을 전후로 한 인터넷 유행을 타면서 게임산업은 매년 30% 가까운 성장세를 기록해왔다. 2006년 게임산업의 규모는 총 8조6천억 원으로 추정되며, 이는 한국의 전체 문화 콘텐츠 산업의 절반 가까운 규모로써 영화산업과 음반산업을 합친 것보다 2배 이상 큰 수치이다. 또한 독자적인 기술력과 문화적 도전이 고성장의 원동력이 되고 있으므로 다른 콘텐츠 산업에 비해 해외 콘텐츠의 수입 유통이나 외국 자본에 의한 하청 비율이 상당히 낮은 수준이다.

첨단 기술 의존도가 높으며, 빠른 성장을 기록했기 때문에 대기업이든 중소기업이든 간에 게임 회사는 여성에게 있어 독특한 형태의 직장이 되었다. 하나는 구성원들의 연령대가 대부분 30대 전후에 분포해있으며(임원급을 제외하고 35세 이상의 노동자는 찾아보기 어렵다) 고학력자의 비율이 높아서 전반적인 성의식이 높고 여성의 능력에 대한 인식 또한 긍정적이다. 인력의 수급이 산업의 성장속도를 따라오지 못하기 때문에 여성 인력을 따로 구분해서 직급이나 연봉을 차별하는 일도 적다.

언뜻 게임산업 내부의 많은 여자들은 ‘일만 잘하면 남자 여자 구분을 안하니깐’ 이정도면 괜찮은 직장이라고 인식하곤 한다. 전세계적으로 사람이 부족하고 일 잘하는 사람이라면 인도까지 헤드헌팅을 다니는 IT 업계에서는 일반적인 일이고, 워낙 기본적인 업무량이 혹독하기 때문에 장기적으로 여성에게 일하기 ‘좋은’ 산업이라는 뜻은 아니다.

게임 개발은 문화 콘텐츠 산업이기도 하지만 IT 산

업이기도 하다. 제작이 컴퓨터 프로그래밍에 의존하고 있으며 요구하는 기능 수준이 높아서 큰 회사든 작은 회사든 프로그래밍 기술자들에 대한 의존도가 절대적인데 이 분야에서 경력을 쌓은 여성은 거의 찾아보기 힘들다. 결국 여성 인력들의 역할은 개발의 경우는 그래픽 분야에 한정되고, 그 외의 핵심 영역이 아닌 관리나 서비스 영역에 주로 분포되어 있으므로 산업 내에서의 영향력에 한계가 있다. 조직이 작으면 그 차이가 크게 드러나지 않지만 회사가 대기업화 되고 관리 조직의 하이ера키가 형성되면 이 영역의 한계가 문제 되기 시작한다

야근과 밤샘, 사생활을 회사에 전적으로 바치는 벤처업계 특유의 열띤 분위기와 '남자랑 똑같이 일하기만 한다면 여자라고 따로 구별하지 않겠다' 라는 태도로는 모든 사람들이 20대이던 업계의 성장기에는 함께 일할 수 있었다. 그러나 업계가 성숙기에 접어들고, 중심 인력들의 나이가 30대가 넘어가면서 업계의 여성 인력들은 다양한 문제를 마주하고 있다.

3. 특정한 분야의 프로페셔널

정말로 게임회사에 여자가 적었던 몇 년 전만 해도 여성 인력이란 관심과 로맨스의 대상이었다. 사장부터 말단 직원까지 전원이 20대인 30명짜리 회사에 예쁜 여사원이 들어오게 되면 모두에게 관심의 대상이 되고, 심지어는 옆 회사에까지 소문이 난다. 업계에 여자가 워낙 적었기 때문인지, 아니면 전통적으로 게임이 남자들이 즐기는 산업으로 인식된 것 때문인지 어쨌든 게임 산업 내부의 소식을 전하는 잡지나 웹진에는 '△△소프트의 여성 기획자 인터뷰', '○○게임의 미인 운영자의 하루' 같은 제목의 기사들을 자주 찾아볼 수 있었다(최근도 그렇다). 여성 개발자, 여성 운영자, 여성 유저, 여성 기자, 여성 게이머에

이르기까지 모조리 기삿거리가 되었다.

그러나 이런 법석과는 조금 달리 여성들은 상당히 초기부터 게임 업계에서 진지하게 일했다. 초반부터 여성들이 두각을 나타낸 것은 그래픽 디자이너와 게임 운영자, 그리고 마케팅 분야이다. 그래픽 디자인과 마케팅은 다른 산업에 있어서도 여성들이 강점을 가지는 부분인데 독특한 것은 온라인게임 분야의 여성 게임 운영자들이다. GM이라고 불리는 게임 운영자들의 주요 업무는 게임 안에 들어가서 이용자와 대화를 나누는 일인데, 초반에는 그 게임을 열심히 하는 여성 유저를 특채해서 업무를 하게 하는 일이 많았다. 다수의 이용자와 채팅하고 이벤트를 벌여 놀아주고 이용자들간에 벌어지는 싸움을 중재하는 등의 일은 게임에 대한 이해도 깊어야 하지만 정확한 커뮤니케이션 능력이 중요하다. 온라인게임의 서비스 운영이 '유저와의 커뮤니케이션' 보다는 기계적인 업무로 바뀌면서 여성의 성격적 강점은 조금 줄어들었지만 대규모 게임회사에서는 운영자 중 여성의 비율이 전체의 50%를 넘는 곳도 많다.

게임이 전통적으로 주된 고객이 남성이고 여성 구성원들이 소수이긴 하지만, 게임 산업 내부에서 여성이라는 것은 따로 구분될 만큼 큰 이슈가 아니다. 물론 그것이 여자 프로그래머가 면접을 보러 오면 다들 일하다 말고 '구경'을 간다던가, 남자 상사가 새로 들어온 여직원에게 수작을 건다던가, 여성 임원의 일거수 일투족이 가십의 소재가 된다는 하는 일들이 벌어지고 있지 않다는 뜻은 아니다. 단지, 이 산업에서 여성이라는 것은 단지 소수자일 뿐, 능력과 영역에 대한 편견이 상대적으로 크지 않다는 이야기일 뿐이다.

4. 게임산업 초기의 여성 파워

실제로 다른 산업에서는 찾아보기 힘든 이런 분위

기는 국내 게임산업의 역사에 힘입은 바가 크다. 1960년대부터 꾸준히 남성 유저를 중심으로 성장해 온 북미나 일본의 게임업계는 여전히 여성들에게 배타적인 산업 분위기를 가지고 있다. 그러나 한국에서 게임산업이 폭발적으로 성장하던 1990년대 후반에는 독특하게도 게임업계의 주류에 여성 CEO들이 이끈 기업들이 다수 존재했다.

이 당시 게임회사의 대표적인 여성 CEO로는 전통 있는 패키지게임회사인 ‘소프트맥스’의 정영희 사장, 마리 텔레콤의 장인경 사장, 제이씨 엔터테인먼트의 김양신 사장, 온라인 게임회사인 ‘웹젠’을 세계적인 기업으로 이끈 이수영 사장, 현재 국내 최대의 모바일 게임회사인 컴투스의 박지영 사장 등이 있다. 이들은 가족이나 외부의 영향력 하에서가 아니라 스스로 회사를 설립하고 경영했으며, 딱히 여자 고객을 타겟으로 하는 제품이 아니라 게임업계의 주류로서 시장을 일궈나갔다. 또한 다수의 강연이나 인터뷰에 응하고, 회사를 코스닥에 상장시키거나 적극적으로 해외진출을 모색하는 등, 게임산업의 책임 있는 리더로서의 역할을 충실히 해냈다.

게임 산업을 부흥시킨 여성들의 역할은 비단 CEO 뿐이 아니었다. 현재 한국 최대의 게임회사인 ‘넥슨’과 ‘엔씨소프트’를 성공으로 이끈 제품은 각각 ‘바람의 나라’와 ‘리니지’라는 온라인 기반의 그래픽 RPG게임이었다. 이 게임들은 당시 순정만화의 최고 붐이던 김진 작가와 신일숙 작가의 동명의 만화를 바탕으로 제작되었다.

여성 작가가 그린 순정만화를 바탕으로 한 섬세한 시나리오와 섬세한 그래픽은 한국 게임 산업에 특정한 영향을 끼쳤다고 생각된다. 하나는 업계의 구성원들이 콘텐츠의 제작자와 구매자로서의 여성의 파워에 대해 자연스럽게 존중의 태도를 취할 수 있었다는 것이며, 또 하나는 북미와 일본의 고전 게임들이 대

부분 여성을 남성적 시각에서 성적 대상으로 묘사했던 데 반해, 국내의 성공적인 게임들이 남성과 동등한 힘을 가진 여성 캐릭터들이 부각되는 스토리를 중심으로 전개되었다는 것이다.

그러나 여성들이 게임업계의 초기에 쌓아나간 이런 인상적인 역할 모델은 게임 산업의 규모가 커진 몇 년 만에 조금씩 쇠락해갔다. 이는 CEO나 콘텐츠 원작자의 문제가 아니라, 게임 산업이 콘텐츠 중심에서 대규모의 기술 중심 산업으로 빠르게 바뀌었기 때문이었다.

5. 남자, 남자, 남자 90%

“어떤 남자들은 남자 고등학교의 이과반을 나와 공대에 들어가, 컴퓨터 프로그래밍을 배운다. 이런 과에는 보통 여학생의 비율이 전체 학생의 10% 미만이며 심지어는 전혀 없을 때도 있다. 고등학교 때처럼 남자들끼리 공부하고 남자들끼리 놀고, 병역특례를 위해서 혹은 게임을 좋아했다는 이유로 게임회사에 들어왔다. 프로그래밍이나 시스템 엔지니어 팀의 구성원은 온통 남자뿐이므로 한 팀에서 여자랑 일한다는 기대는 별로 해본 적이 없다.

어떤 남자들은 어릴 때부터 오락실이나 게임센터에서 시간을 보내고, 게임을 만드는 일에 일생을 쏟기로 마음먹었다. 딱히 정해진 교육과정이 없기 때문에 게임을 더욱 열심히 하면서 커뮤니티를 통해 독학으로 게임 기획서나 시나리오 등을 준비해서 게임회사에 기획자로 들어오는데 성공했다. 같은 팀의 동료들은 다 어릴 때부터 나처럼 게임에 ‘미친’ 사람들이다.”

게임 회사가 문화 콘텐츠 산업의 일종이라지만 다른 산업과는 달리, 독특한 시나리오나 참신한 아이디어, 좋은 캐릭터에 대한 의존도는 크게 낮다. 기술자의 수가 적고 기술 의존도가 높다보니 게임회사에서 가장 중요한 것은 하나의 게임을 만들기 위해 20명에서 많게는 200명에 이르는 팀원들을 2년이나 3년

간 조직하고 유지하는 조직력 그 자체이다. 게임회사가 돈이 된다는 소문을 믿고 회사는 우후죽순 생겨나는데, 실제로 어떻게든 게임을 만들 수 있는 사람들의 수가 적다 보니 회사 내부에서 개발자들의 중요도는 자연스럽게 올라갔다. 특히 이중에서 숙련기간이 가장 긴 프로그래머들이 가장 귀하고, 연봉도 높고, 상위 관리자로서의 커리어패스도 이들을 중심으로 설계되어있다. 직업 특성상 프로그래밍 직군에서 여성은 상당히 귀하고, 2년이나 3년 간 밤샘을 밥먹듯 하면서 팀웍을 믿고 버텨줄 사람은 더욱 귀하다.

물론 3D 그래픽 디자이너나 기획자 또한 경력이 오래 쌓이면 대단히 중요한 인력이지만 이들은 검증되기까지가 오래 걸려서 초기에 험하게 대접받곤 한다. 또한 여성들이 중심으로 업무를 맡고 있는 2D나 3D 그래픽 디자인 파트의 경우, 아트디렉터나 아트 팀장들이 여러사람들의 작업 결과물의 퀄리티를 균일하게 조정할 수 있기 때문에 상대적으로 인력의 대체성이 높으며 그렇기 때문에 숙련된 인력의 중요도가 높음에도 불구하고 개개인이 핵심 인력으로 대우받지는 못한다. 게임의 그래픽 영역은 부분적으로, 혹은 통째로 외주를 맡기는 경우도 흔하며 국내의 제작 단가가 올라감에 따라 중국 등지의 하청 공장에서 작업을 하기도 한다.

어쨌든 프로그래밍이나 3D 그래픽 디자인 등의 직업은 모두 상당히 오랜 시간의 수련을 요하기 때문에 1~2년 간의 교육과정으로는 의미있는 업무를 수행할 수 없다. 그러므로 경력을 오래 쌓은 사람들은 원하는 만큼의 급여나 처우를 회사에 당당히 요구하고, 다른 회사로의 이직도 안정적으로 이루어지는 편이다. 경력 자체가 장벽이기 때문에, 비경력자들은 상대적으로 수련과정이 짧은 직업인 게임 운영자나 2D 그래픽 디자이너등의 직업을 선택했다. 이런 상대적으로 진입이 쉬운 직종에 갓 학교를 졸업한 신규 인

력들의 지원이 넘쳐나면서 급여나 처우는 개선될 여지가 없어지고, 계약직, 심지어는 파견회사를 통해서 고용되는 형태가 대부분이다.

물론 파견직으로 시작하고 아무리 경쟁이 세다 하더라도 계약직으로, 정규직으로 차근차근 전환하고 안정적으로 커리어를 쌓아나갈 수 있다. 그러나 상대적으로 초반에 여자가 강세를 보인 직업들에 싸고 쉽게 대체가능한 계약직 인력들이 몰려들면서 기껏 초기에 직종을 개척했던 숙련된 인력들조차 구별이 안 되게 묻혀버렸다. 또한 어린 시절부터 게임이나 컴퓨터에 호기심을 가지고, 그 부분의 역량이 북돋워진 남성 유저들은 적극적으로 게임 업계를 직업으로 선택하는 경우가 많았지만 여자 유저들은 상대적으로 게임에 대한 매력을 덜 느끼는 상태에서 게임 회사에 입사를 하는 경우가 많다. 게임회사에 들어가기 위한 목적으로 직업 훈련을 쌓고 입사한 후에도 더욱 핵심적인 제작 직군으로 이동하고자 노력하는 사람들과, 직업을 먼저 선택한 후 회사를 고르는 과정에서 게임 회사에 입사하게 되는 사람은 성과면에서 차이가 날 수밖에 없고, 이런 치열함의 차이는 여성 인력들이 게임업계에서 안정적으로 고유한 영역을 만들어내지 못하는 결과로 돌아왔다.

현재 여성 인력의 비율이 상당히 높은 2D 디자이너들은 과잉 공급으로 인해 업계 최저 수준의 임금 수준에서 경쟁하고 있으며, 파견회사를 통한 파견직으로 전환되어버린 게임 운영자들은 이보다 훨씬 열악한 고용상태에 시달리고 있다. 이런 인력들을 모두 포함해서도 현재 게임업계의 여성인력 비율은 3년째 20%에 정체되어 있고, 게임 산업에 근무하는 여성 인력들의 네트워크나 커뮤니티는 전무하며, 무엇보다 이런 경력의 벽을 뚫고 막 전문가 대접을 받고 조직의 리더가 될 나이인 경력 6~7년차의 여성 인력들은 커리어패스에 큰 혼란을 맞이하고 있다.

6. 출산과 육아는 현실로 다가왔지만

“상무님, 우리 회사도 이제는 애엄마들이 늘어나는데 보육원 안 만드나요?”

“그게 말은 있는데, 생각보다 돈이 엄청나게 많이 들더라고. 게다가 사람들이 요새 하도 결혼을 많이 해서 애들 다 못 맡아주니까 추첨 해야 될텐데, 그것도 괜히 말도 많을 꺼고.”

“일단 회사에 다니는 여자들쪽 애만 맡아주는 건가요?”

“그게 어떻게 말이 돼. 남자 직원들이 남녀차별이라고 난리날 걸. 여자들 애만 맡아준다고 보육원 만들어봤자 혜택 몇 명이나 본다고.”

20대 초반에 게임회사에 들어와서 모두 ‘미친듯이 일하는’ 시기를 함께 해 온 사람들이라면, 여자네 남자네 할 것 없이 몇 주씩 야근 하고 밤샘하는 풍경은 당연한 일이었다. 기혼자가 한 회사에 두세 명 밖에 안될 정도로 귀했기 때문에 개인 사정이라는 것은 거의 없는 것과 마찬가지였다. 기껏 해봐야 큰 관심사라는 게 하루에 16시간씩 주말 없이 붙어지내는 20대 청춘 남녀들 사이에 삼각관계네 짝사랑이네 신경 쓰여서 회사를 관두네 마네 하는 연애문제 정도였고, 그렇게 개인생활 없이 일하는 것이 습관이 되어버렸기 때문에 결혼한 후에도 다들 야근이나 주말근무를 두려워하지 않는다. 회사에서도 기혼자들이 개인사정이 생겨서 생산성이 떨어지는 것에 대해서 크게 신경쓰지 않는다. 아직 회피할 수 없는 인력들의 개인 사정이라는 것이 벌어진 적이 없기 때문이다.

서른이 넘은—즉 경력이 오래되어 회사에서 중요한 일을 맡고있는 여직원이 임신 소식을 알리자, ‘출산 휴가를 왜 3달씩이나 써야 하는거냐, 그동안에 재택근무는 가능한거냐?’라는 말이 회의시간에 진지하게 튀어나온다. 정말 몰라서 하는 말이니 악의는 없다는 걸 알고 있기때문에 웃으면서 출산 이후에 왜 그렇게

오랫동안 쉬어야 하는지 설명해 준다고 쳐도 그러나 3개월 후에 아이를 낳고 돌아오는 직원의 세계가 완전히 바뀔 수 있다는 것을 이해하는 사람은 많지 않다. 모유 수유는 바라지도 않지만 퇴근 시간이 불규칙하고 새벽에야 들어가는 때도 있는데, 그렇다면 아기를 부모님 도움 없이는 거의 기를 수 없다. 경력이 5~6년 차, 과장씩이나 달아놓고 3교대의 파견직 운영자들이나 팀에서 자리 잡지 못한 신규사원처럼 일을 줄일 수는 없는 일이다. 게임이 런칭될 때에 두달이고 세달이고 다른 팀원들과 함께 있어줄 수 없다면 영영 팀에서 제대로 된 동료 대접은 받을 수 없을지도 모른다.

문제는 이렇게 사생활을 무시하게 짝 짜인 분위기가 강압적으로 형성된 것이 아니고 팀원들이 초기에 함께 만들어놓은 것이라는 것이다. 이 암묵적인 규칙들을 혼자서 깨기 시작했을 때 팀 내에서의 위치가 어떻게 변할지에 대해서 설명해줄 수 있는 사람조차 없다. 그렇게 되었을 때 ‘여자니까’라고 인정하기에는, 성적 동등에 대한 인식이 약간 잘못된 방향으로 굳어져있다. 사원부터 회사에 이르기까지 숙련된 인력은 누구나 귀하기 때문에 남성이니 여성이니 차별하지 않고 대하는 데에는 익숙해져 있지만, 30대에 접어든 여성 인력은 출산과 육아라는, ‘다른’ 상황에 놓일 수 있다는 데에 대해서는 경험이 없다. 그러니 다들 아기는 ‘시부모나 친정부모나 누가 봐주겠지’라는 가정 하에 애써 출산 후의 상황을 무시한다. 아주 당연하게.

이제 한창 전문가로 올라갈 나이가 되어서 갑작스럽게 게임 산업 내의 여성 인력들에게 장벽이 다가왔다. 모두 젊었고 나이가 들면 어떤 점이 문제가 된다고 설명해줄 만한 선배가 한명도 없었기 때문에, 같이 밤을 새는 남성 동료들의 현실인식에 큰 문제를 느끼지 않았기 때문에 더 오래된 업계에서 선배들이 쌓아둔 지식들에 대해 배울 기회를 놓치고 지나가 버린 것이다. 서로의 출산이나 육아에 대해 진지하게

생각해보지 않았기 때문에 ‘무지’라는 습관이 조직에 쌓인다. 서른을 절반이나 넘어가도 아이가 없는 여자 선배는 ‘남자들과 똑같이’ 자신의 커리어 패스를 만들어나가고 있지만, 다수여야만 할 일반적인 여성 인력을 위한 커리어패스에는 다들 경험이 없다.

7. 멘토도 네트워크도 없이 혼자서 마주하는 현실

“언니, 여자 직업으로 게임회사는 다닐만 해?”

“응 괜찮아. 남뎌 차별도 없고 사람들도 다 괜찮으니깐, 네가 일만 제대로 할거면 상관없어.”

“일 편해? 월급은 많이 받아?”

“아, 안 편해, 월급 적어 T_T 하기사 여자 직업으로는 월급 많이 받고 칼퇴근 하는 직장이 최고겠다. 게임회사는 아냐, 오지 마.”

게임회사는 여성이 일할 만한 직장이지만, 여성들이 일하기 좋은 환경은 아니다. 서로의 차이에 대해서 전혀 인식하지 못하고, 능력이 있으면 남자들처럼 밤을 새서 일하라는 분위기라면 차별이 없다는 점에서 만족스러울지 몰라도, 그 전에 인생에서 충족되어야 하는 부분들이 존재하는 것이 아닌가. 여성 인력들이 어느정도 나이를 먹은 후에는 가정과 회사를 자연스럽게 양립할 수 있게 하기 위해서 다양한 가이드라인이 제공되어야 하는데 이런 부분에 경험이 전무하다 보니 업계의 가장 상단에 서 있는 여성 인력들은 이를 스스로 마련하고 헤쳐나가야 한다. 기혼자는 출산 단계에서부터 시부모님(혹은 친정 부모님)에게 절대적으로 의존한 삶을 살아갈 수밖에 없고, 혹은 딱히 타인의 압력 없이도 자연스럽게 중요한 업무에서 손을 떼낸다. 남자건 여자건 업계의 핵심 인력들이 모두 동일선상에서 맞이하는 30대 초반이라는 중요한 시기에 자연스럽게 커리어 경쟁에서 탈락하는 것이다.

이제 막 후배들을 끌어올려줘야 할 과장 이상의 나이에, 남성들과 상하관계로 업무를 진행하는 법, 큰 조직에서 커리어 패스를 관리하는 법, 결혼, 육아, 출산에 대한 태도 등에 대해서 제대로 준비하지 못했던 수준 높은 여성 인력들이 정제되자 게임업계의 여성 인력들이 초기에 누리던 동등함에 대한 인식도 줄어들고, 이렇게 중심축이 되어줄 여성 인력들이 흔들리면서 자연스럽게 산업에서 여성 인력의 영향력도 작아지고 있다.

많은 고민들이 있는 현실이지만 도움이 되어줄 만한 멘토를 찾기는 쉬운 일이 아니다(잘 알려진 여성 CEO들을 제외하고는, 어디에 어떤 성공적인 선배가 존재하는지도 거의 알려져 있지 않다). 소수자인 것이 자연스러웠으나 그에 따른 차별에 대한 인식을 크게 못 느끼고 있었기 때문에 여성들간의 모임에 대한 니즈가 적었고, 그래서 유효하게 도움을 받을 수 있는 네트워크가 만들어지지 못했다. 목소리를 제대로 내지 못하다보니 구성원들이 나이를 먹고 하나 둘 결혼도 하고, 큰 회사들이 대강 풀이 갖춰진 지금에 와서도 여직원의 육아 문제 등에 대해 진지하게 고민하는 회사는 아직 없다.

전문적인 기술 중심 업계에서 남자들과 같이 프로페셔널리티를 추구하면서도 조직의 구성원들이 처음 맞게 되는 많은 상황 - 결혼, 출산, 육아, 가족 부양, 자녀교육 등에 대처하는 법을 혼자서 터득해 나가야 하는 것이 게임 산업의 고급 여성 인력들이 맞고 있는 도전이다. 이는 같은 업계에서도 젊고 경력이 적은 여성 인력들이 안고 있는 불안한 고용 문제나 공급과잉으로 인한 낮은 처우와는 다른 문제로, 이 두 개의 문제에는 각각 다른 해결책이 필요하다. 게임업계의 한 명의 여성으로서, 본인 앞에도 놓여있는 이 상황을 슬기롭게 헤쳐나갈 수 있기를 바랄 뿐이다.

여성 방송인력 양성을 위한 각국의 노력

양민석 | 이화여대 한국여성연구원 연구교수

1. 들어가며

방송산업은 농업, 제조업, 건설업 등 전통적 산업 분류 방식에 따른 산업들에 비해 뒤늦게 시작된 후발 산업이지만, 20세기 중반 이후부터는 수익률이 가장 높은 산업으로 주목되어 왔다. 특히 이즈음의 방송통신융합과 DMB 등 신기술의 개발은 방송산업에 대한 관심을 더욱 증가시키고 있다. 방송산업은 상당히 복잡적이고, 광역적인 범주여서 다양한 기준과 분류방식 속에서 규정되고 있다. 예컨대 방송법에 따른 분류방식에 의하면, 방송법에서는 ‘방송이란 방송 프로그램 기획, 편성 또는 제작하고 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것’이라고 명시하고 있다(방송법 제2조 1항). 2004년 방송법 개정을 통해 과거 사업자 중심의 분류체계였던 방송의 종류가 매체의 속성을 중심으로 새롭게 조정되었다. 이에 따라 방송의 종류는 텔레비전방송, 라디오방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송의 네 가지로 분류되고 있다(정인숙, 2006: 5).

방송산업은 대중매체를 통해 급속하고 폭넓은 정보전달 능력을 갖게 되며, 지적 정보 뿐만 아니라 사회구성원의 가치관과 일상문화 전반에 걸친 다양한 영향력을 행사하는 분야이기도 하다. 따라서 방송산업 부문 종사자들의 성별인식과 주요 직무 및 결정과

정에 대한 여성참여가 요청되며, 이를 위한 여성인력 양성사업의 추진이 필수적이다. 이러한 필요성에 따라 각 국은 방송산업 인력양성을 위한 다양한 모색을 하고 있으며, 그 중 여성 전문인력의 양성을 위한 정책적 관심을 높여가고 있다.

방송산업에 종사할 여성 전문인력에 대한 정책적 관심은 특히 1995년 제4차 세계여성회의에서 채택되었던 ‘북경행동강령’으로 보다 구체화되었다. 세계여성회의는 나이로비 여성발전 미래전략의 효과적인 이행을 촉진하기 위하여 다양한 전략목표와 행동강령을 채택하였는데, 그 중 하나의 분야가 ‘여성 미디어’이다. 이와 관련한 북경행동강령의 전략목표는 ‘미디어와 커뮤니케이션의 신기술에서의 표현 및 의사결정에 여성의 참여와 접근을 증진시킨다’는 것과 ‘미디어의 여성에 대한 균형 있고 비정형화된 묘사를 촉진 한다’는 것이었다(강선혜, 2000: 144). 여성에 대한 균형적이고 비정형화된 묘사를 촉진하기 위해서는 미디어 관련 종사자들의 양성평등의식이 요청되며, 이러한 의식을 갖고 있는 전문인력들의 적극적인 활동과 선도적인 역할이 필요하다. 이것은 방송산업에 있어서 더욱 중요한 사안이다.

그러나 방송산업은 여성종사자의 숫자가 점차 늘어나고 있지만 아직도 남성중심적인 조직문화가 강고하며, 주요 의사결정직에 대한 여성의 구성 비율이

극히 낮은 편이다. 또한 여성인력들은 정규직보다 비정규직에 종사하는 비율이 높으며, 이러한 현상은 각국에서 경향적으로 나타나고 있다. 따라서 방송의 고정관념과 정형화를 탈피하기 위한 교육과 훈련은 방송산업에 참여하는 여성들의 성별현실을 고려한 성인지적 관점의 인력양성 정책으로 구체화되어야 한다. 이러한 관심을 반영하여 외국의 방송산업 인력양성 사업은 여성전문인력 양성에 초점을 맞춘 다양한 전략과 정책들을 펴나가고 있다. 아래에서는 각국의 방송산업 여성인력현황과 여성인력양성을 위한 정책 사례들을¹⁾ 살펴본다.

2. 각국의 사례

1) 중국²⁾

(1) 여성인력의 증가와 의사결정직에서의 배제

중국의 경우는 학계에서 '북경행동강령'을 주목하며 방송산업의 여성인력에 대한 관심을 환기시키고 있다. 예컨대 세계여성회의가 개최되었던 1995년과 그 이후의 인력현황을 비교하여 성별 인력수급의 변화추이를 추적하고 특히 방송산업 부문에서 의사결정권한을 갖는 여성인력현황이 열악함을 지적하고 있다.

2006년 1월 12일 중국 환메이대학에서 발표되었던 학술포럼 자료³⁾에 의하면, 1995년 중국 여성 보도 종사자 현황과 발전조사에서, 여성 보도 종사자(방송 포함 언론인)는 총 보도 종사자의 32.9%를 차지했으나 미디어 편집위원회에서 의사결정권을 갖고 있는 여성

은 여성 보도 종사자 전체의 4.4%에 불과했고, 부문 주임 1급 직무에서 중간계층 지도간부직에 있는 여성도 전체의 9.6%일 뿐이었다. 한 여성 TV 사업자는, "현재 중국의 여성 보도 종사자는 뉴스사업에서 중요한 역할을 하고 있고 인재도 많다. 하지만 전통 관념의 영향으로 인해 항상 승진, 발탁을 받지 못하였고 각자의 기관에서 '장군급'은 많지만 '원수급'은 적은 실정이다"라고 인력현황을 설명했다. 이에 따라 88.1%의 여성 보도 종사자와 63.3%의 남성 보도 종사자들은, 미디어 편집위원회와 같은 의사결정기구에 진입하는 문제에 성별 불평등이 존재한다고 보았다.

중국의 학자들은 최근 이러한 성별 인력현황을 점검하고, 2000년의 '베이징+5'에 이어 2005년 '베이징+10'이라 약칭된 북경행동강령을 주목하며, 2005년도에 주요한 의사결정기구인 편집위원회에 진입하는 인력들의 성별현황을 조사, 보고하고 있다. 그에 따르면, 중국신문사에 여성 부편집장 1명, 중앙인민라디오방송국과 중국국제라디오방송국에 여성 부국장 각각 1명, 중국일보와 공인일보에 여성 부편집장 각각 1명, 중국청년보에 여성 편집위원 1명이 있었다. 여성 관련 보도를 전문으로 하는 중국여성보는 5년 전, 결정권을 지닌 직위에 남성이 여성보다 많은 상황을 변화시켰고 13명의 의사결정자 중 여성이 8명으로 증가되었다. 신화통신사, 광명일보, 경제일보, 해방군보, 농민일보, 중국 중앙방송인 CCTV의 의사결정 단위에는 여성이 없다. CCTV는 방송국의 지도층에 여성이 없을 뿐더러 뉴스 등 7개 중심의 정규직 주임 중에도 여성이 없었다.

1) 방송산업의 여성전문인력 양성을 위한 정책 사례들은 중국과 두바이의 경우, 『방송영상산업 인력양성 사업의 성별영향평가』(양민석 외, 2006)를, 나머지 국가의 경우, 『대중매체의 여성차별지표개발』(김양희, 1996)을 참조하여 재구성하였다.

2) 중국의 여성인력현황과 양성정책에 대한 내용은 『방송영상산업 인력양성 사업의 성별영향평가』(양민석 외, 2006)과 한국방송영상산업진흥원의 중국 통신원이 보내온 최근의 조사 자료에 근거한다.

3) 학회포럼과 관련한 인터넷 사이트는 <http://mgi.cuc.edu.cn>으로, 칭메이 대학의 미디어와 여성연구센터이다.

이와 같이 방송산업과 관련된 주요 미디어 의사결정 기구에는 여성이 극히 적거나 없으며, 이런 현황을 두고 중국 학자들은 “뉴스 미디어 분야가 사람들에게 잊혀진 부분”이라며 관심을 촉구하고 있다. 특히 ‘북경행동강령’과 함께 ‘중국여성발전요강(2001-2010)’에서 여성지위향상과 남녀평등의 전략조치들을 마련했음에도 불구하고 방송산업을 포함한 미디어산업 부문이 이에 대한 편의적인 해석과 임의적 결정을 하고 있다는 것이다. 다시 말해서 미디어 의사결정기구의 의견은 95년 ‘행동강령’에서는 지도간부진에 최소한 1명의 여성이 있어야 한다고 요구하였는데 이는 각급 정부부문을 가리키는 것으로, 뉴스 미디어는 업무부문에 속하고 95년 ‘행동강령’에는 이러한 요구가 없으며 중앙에서도 이렇게 요구하지 않았다”는 것이었다. 이런 견해에 따르면, 세계여성회의가 개최되었던 1995년부터 현재에 이르기까지 10년 동안 미디어의 의사결정 기구는 편집위원회 중 반드시 여성이 포함되어야 한다는 지시를 받지 못하였고 따라서 편집위원회도 여성 지도간부의 양성, 발탁에 관한 사항을 본격적으로 토론하지 않았다는 것이다. 이러한 사실을 학계에서는 ‘북경행동강령’, ‘중국여성발전요강’ 등 여성발전과 관련한 중요한 공문들에 대한 실천의식이 중국 미디어 의사결정권자들 속에 자리잡지 못하고 있다고 평가, 비판하고 있다.

그러나 중국의 방송인재 양성정책을 포함한 방송영상과 미디어 관련정책을 입안하고 지원하는 정부조직인 SARFT(State Administration of Film and Television)는 보다 긍정적인 해석을 하고 있다. 즉, SARFT 인사교육사의 숭즈샹(熊志祥) 주임이 최근 밝힌 바에 따르면, 중국 방송 업계 내에서 여성이 차지하고 있는 비중은 기타 업계의 상황과 비교하여 높은 편이며, 따라서 SARFT는 여성 인재의 양성에 대한 별도의 방안을 마련하지 않고 있다는 것이다. 그

러므로 여성 문제와 관련해서 중점을 두고 있는 분야는, 인재 양성보다는 미디어 콘텐츠의 성차별 부분이라고 한다. SARFT 인사교육사에서 최근 제공한 자료에 의하면 방송산업 부문 여성 종사자의 비율은 1995년에 비해 다음과 같이 증가했다.

〈표 1〉 SARFT 인사교육사에서 제시한 방송산업 부문 여성 종사자 비율

구 분	비율(%)
전국 여성 방송 종사자(방송 전문 인원 및 관리 인원 포함)	28.1
전국 여성 방송 전문 인원	37.0
전국 방송계 여성 편집인, 기자	40.0
전국 방송 여성 아나운서 및 진행자	69.7

또한 방송 지도자 및 간부급 인원과 관련하여, 여성이 차지하는 비중도 비교적 높다는 의견이다. 예컨대, SARFT에 설치되어 있는 13개 부서(司) 중 3개 부서의 책임자가 여성이며, 8개 부서의 리더급 간부가 여성으로 구성되었다고 한다. 숭즈샹 주임은 또한 각 성과 시 단위의 방송국 등에서도, 여성이 방송국의 사장 혹은 부사장으로 임직하는 비율이 낮지 않다고 평가했다.

그러나 1995년의 여성언론종사자가 전체 언론종사자 중 32%였는데 비해, 2006년의 여성방송종사자는 전체 방송종사자 중 28.1%의 비율인 점을 볼 때 방송산업 부문은 언론 영역에서도 여성 진입이 상대적으로 부진한 분야임을 알 수 있다. 또한 숭즈샹 주임의 간부급 여성인원에 대한 내용도 SARFT에 제한된 평가이므로 미디어 의사결정기구에 여성 진입이 이루어지지 않고 있다는 학계의 지적을 상쇄시키지 못하고 있다. 이런 점을 미루어 볼 때 중국 방송산업 여성인력들은 절대적인 인원이 늘어가고 있는 추세이나, 주요 의사결정과정에서 영향력을 갖지 못하고 있다고 할 수 있다.

(2) 여성인력양성정책

방송산업 인력양성을 담당하고 있는 SARFT는 산하에 방송인재교류센터를 설치하여 방송 전문인재 교육과 관리를 담당하는 한편 기관과 개인에게 방송 관련 전문기능 교육 서비스를 제공하고 있다. 인재센터는 1997년 5월에 설립되었으며, TV 촬영 직업자격 인증 및 종합능력 실무 강화, 영화 및 드라마의 후기 제작 요령과 기술실무, 영화 및 드라마 프로그램의 프로듀서 종합능력 강화반 등 총 13기로 나누어 영화, 드라마 전문 교육을 진행하며 SARFT의 다양한 교육계획을 실행하고 전국 방송업자에게 양질의 교육 서비스를 제공한다는 취지를 갖고 있다. SARFT에는 CCTV 운영자, 기타 TV 사업자 및 실전경험을 소유한 환메이대학(傳媒大學), 베이징영화학원(北影), 칭화대학(清華), 베이징대학(北大), 베이징사범대학(北大) 등 유명한 전문가와 전문 교수로 구성된 위원회가 동참하여, 현업인 대상의 구체적인 교육과정을 개발, 운영하고 있다.

그 중에서도 중국 환메이대학은 미디어 분야에 대한 전문적인 교육과 연구를 진행하는 기관으로, 여성의 발전 문제에 관심을 가지고 있다. 특히 2004년 중국 최초의 '미디어와 여성 연구센터'가 대학 내에 설립되었고, 이 센터는 2005년 유네스코(UNESCO)의 지원을 받아 '미디어와 여성' 지원기구를 설립하여 이 분야의 연구에 성과를 거두고 있다. 2006년 1월 유네스코와 환메이대학이 미디어와 여성을 주제로 공동개최한 베이징 포럼에서는 여성의 발전에 미디어를 활용하고 여성프로그램을 개발하여 미디어의 양성평등 과제에 대한 제작자의 작업의식을 제고하며 이에 대한 미디어 종사자 대상의 재교육을 실시한다는 내용의 계획을 발표하였다. 이와 같은 중국과 유네스코의 협력 사업은, 미디어 환경에서 젠더 관련 이슈에 대한 인식전환의 계기를 마련하는 것이다. 특

히 중국 여성에 대한 양질의 미디어 제작과 여성 미디어 전문가의 능력개발을 꾀해 미디어 여성종사자들의 지위향상을 이루며, 여성에게 현장에서 일할 수 있는 기회를 더욱 적극적으로 지원한다는 것을 목적으로 한다. 이 사업은 향후 3년간 유네스코의 예산지원으로 추진된다.

이와 관련 티벳이 주요 지원 지역으로 선정되었으며 이곳에 여성 미디어 인재양성 센터를 창설하고 여성프로그램과 채널을 개발할 예정이다. 티벳의 미디어 인재 양성센터는 바이랑 현에 있는 해발 4,000미터의 고지에 위치하게 되며 지리적 여건 상 미디어를 접촉할 기회가 적은 여성들을 대상으로 미디어를 이해하고 이용하며, 표현하고 직접 제작할 수 있도록 디지털 카메라의 조작과 촬영방법 등 다양한 미디어 교육사업을 통해 여성인력을 양성할 계획을 추진 중이다.

2) 영국

(1) 여성인력의 역할증대와 현황

영국의 방송산업 중 상대적으로 높은 고용창출력을 보여주고 있는 것은 텔레비전 분야이다. 이 분야는 지상파 방송을 비롯하여, 케이블 및 위성 방송 그리고 독립제작사로 세분화 될 수 있는데 그 중에서 케이블과 위성방송 그리고 독립제작사는 최근 들어 급속하게 성장하여, 그 규모를 확대해가고 있다. 특히 독립제작사는 '사업(business)'이 아니라 생활양식(lifestyle)이라고 규정될 정도로 사업으로서의 정형성을 갖추기 이전에 방송분야에 관심있는 인력들의 문화공동체로서 존재했으며, 현재는 '슈퍼 인디'라고 불리울 정도로 주목받고 있다. 독립제작사를 포함하여 방송산업에 종사하고 있는 인력들의 대다수가 젊은 층이며, 방송종사자 3,400명을 대상으로 한

방송전문지 <Broadcast>의 한 설문조사에 의하면 응답자의 80%에 가까운 방송인력들이 결혼을 하지 않았거나, 여성들의 경우 출산을 미루고 있는 실정이다. 영국 방송산업에서는 여성인력의 숫자가 증가하고 있으나 '일하는 엄마(working mom)'는 많지 않다. 온라인으로 진행된 이 설문에는 342명이 응답했는데, 응답자 중 아이를 갖고 있다고 응답한 사람은 48명이었으며, 그 중 11명만이 여성이었고, 셋 이상의 자녀를 갖고 있는 여성들은 한 명도 없었다(정준희, 2005: 63-69).

이러한 현황은 영국 방송산업에서 활동하고 있는 여성과 남성의 비율은 비슷하지만, 영국에서도 임신, 출산 및 양육으로 인한 부담을 여성들이 더 많이 느끼고 있다는 사실을 알게 해준다. 자녀를 출산하고 양육한다는 것은 여성의 직업활동에 불리하게 작용한다는 인식이 팽배한 것이다. 위의 설문조사에서도 자녀가 둘인 여성들은, 남편이 육아를 적극적으로 담당할 의사를 갖고 있거나, 자녀양육에 대해 유사한 경험을 갖고 있는 여성상사와 같이 자녀를 키우는 일에 호의적이고 폭넓은 이해를 해줄 수 있는 직속상사를 갖고 있는 예외적인 경우에 속했다.

방송산업에 종사하는 대다수 영국 여성들이 일과 가정의 갈림길에서 일을 선택하고, 자신의 경력개발을 더욱 중요하게 생각했던 만큼 방송산업에서 여성이 인력구성의 절반을 이루는 등 여성의 역할이 신장, 확대되는 경향성을 보이고 있다. 그러나 방송산업 내 남성들의 위기감과 경계심⁴⁾이 걸림돌이 되기도 하며, 점차 임시직과 프리랜서의 비율이 높아져 가고 있는 경향성 속에서 여성인력 고용에 있어서도 가변성과

불안정성이 커져가고 있는 추세임을 짐작할 수 있다.

(2) 방송사의 여성인력양성정책

영국은 교육의 책임을 일차적으로 해당기관에게 자율적으로 위임하여 운영하는 형태였으나 1980년대 이후 급격한 사회변화와 자유경쟁체제의 강화에 따라 국제경쟁시대에 적응하기 위한 국가경쟁력의 향상을 목표로 영국의 교육제도 전반에 걸친 개혁을 단행했다. 그 특징은 기술혁신에 대한 요청 등의 배경으로 기술 중심의 직업훈련을 중시하는 계속교육에 대한 투자를 강화한다는 것이다. 방송인력개발과 관련해서는 방송, 비디오, 영화 등 방송영상산업계의 인력들이 국가 직업자격(NVQS)을 획득하도록 지원하고 있는데 이를 위하여 산업계 국가 연수조직인 Skillsets⁵⁾의 지원기금을 활용하는 교육기관으로 BBC Training & Development를 지정하였으며, 이 기관은 영국 방송인력의 직업자격평가센터로 방송계 직업능력개발 교육프로그램을 운영하고 있다. BBC 연수 및 개발부서는 1945년 BBC 직원을 위한 연수 기관으로 설립된 이래 50년 동안 BBC의 제작 스태프들에 대한 교육을 실시하여 왔는데 이후 1994년부터는 영국 내의 모든 방송관련업체 종사자들은 물론 해외의 방송인력에 대한 마케팅까지 시도하는 등, 전 세계를 대상으로 한 포괄적인 교육서비스를 제공하고 있다(박경자, 1999: 13-14).

여성인력의 권한과 지위확보에 있어서 영국은 방송노조의 활발한 활동에 영향을 받았으며, 평등기회 위원회의 지원 또한 컸다고 할 수 있다. BBC에서는 1968년 BBC에 종사하고 있는 여성들의 커리어에 대

4) 최근 전임 BBC뉴스 진행자가 한 인터뷰에서 "여자들이 방송산업을 지배하고 있다"는 발언을 하고, 한 남성 방송인이 "여자 뉴스 진행자들이 머리에 든 것은 없으면서 연봉은 더 많이 받아가다"라는 언급을 한 사건은 영국 방송계에서 특히 중년 남성들이 느끼는 위기감의 반영이었다. 이러한 사건들이 공감을 얻기보다는 신랄한 비판 속에 홍역을 치루었다는 사실 또한 과거에 비해 상위직급에 종사하는 여성들이 많아졌음을 반증하는 것이라 볼 수 있다(정준희, 2005:65).

5) 고용교육부 산하의 국가적인 산업교육 조직(Industry's National Training Organization)으로 산업계의 전문인력의 전문성을 제고하기 위한 교육프로그램을 운영하고 산업계 임시직 근로자의 교육을 위한 재정을 지원한다.

한 연구를 수행하면서 여성들에 대한 기회를 확대할 것을 공약했었다. 또한 1979년 노동조합을 중심으로 추진, 설립되었던 노조-경영자의 평등을 위한 연대체(Joint Group on Equality)가 1981년 평등기회위원회(Equal Opportunities Committee)로 발전되면서 자체조사와 세부 행동계획이 마련되었다. 1986년 평등기회 담당관이 임명되면서 그 추진을 지원했는데, 여성인력과 관련하여 여성관리자 프로그램, 필름 기술과정, 자기표현훈련 등을 실시하였다. 특히 1986년부터 Operational Awareness Course를 개설하여 기술직으로 전직을 희망하는 여성들에게 교육 프로그램을 제공함으로써, 여성들의 직무전환과 관련한 지원과 성과를 이끌어냈다⁶⁾(김양희, 1996: 66).

BBC 이외에도 여타의 TV방송사들이 자체적으로 프로그램을 마련하여 여성인력에 대한 지원을 하고 있는데, 예컨대 CIT(Central Independent Television)은 1982년 여성그룹을 설립하고 내부조사 및 경영진과의 대화를 통해 여성인력에 대한 문제의식과 책임의식을 환기시키는데 주력했다. TT(Thames Television)에서는 1982년 평등기회담당관이 임명되면서, 채용 광고와 면접 등에 대한 지침을 마련하고, 인사담당자들 대상의 세미나를 개최하는 등 여성의 고용기회를 확대하기 위한 지원프로그램을 추진하였다. 또한 여비서와 사무직 인력을 대상으로 한 프로그램 제작과정이 개설되었으며, 여성지도자 훈련을 실시하기도 했다. IBA(Independent Broadcasting Authority)는 영국독립방송국들의 라이선스 담당기구로서, 평등기회정책을 채택하고 있다. 1980년 독점방영권을 부여할 때, 신청한 각 방송사들의 평가에 있어 여성 고용에 대한 태도, 고위급 관리직의 여성비율과 임원의 수 등을 고려하였고, 중간평가에서도 각 방송사의

여성채용현황과 지위향상정책에 대한 보고를 받는다. 이러한 보고서는 허가갱신을 위한 과정 속에서 참고자료로 사용한다고 한다(김양희, 1996: 67-68).

3) 독일

(1) 여성 방송인력과 인력지원 프로그램

독일 공영방송사인 ARD(Arbeitsgemeinschaft der Rundfunk in Bundesrepublik Deutschland)는 현재 독일 각 지방의 방송사들을 통합하면서 모두 10개의 지방방송사들의 연합체로 구성되어 있다. 이들 지방방송사들 중에서 가장 규모가 큰 방송사가 WDR(Westdeutscher Rundfunk)이다. 최근 이러한 거대 공영방송사 WDR의 총 책임자로 여성이 선출되었다. 독일의 50년 공영방송 역사상 최초의 일이다. 새로운 총 책임자로 선출된 모니카 필은 WDR에서 30년의 경력을 쌓은 인물로 WDR 방송위원회(Rundfunksrat) 임원의 총 42표 중 38표를 획득해 6년간 WDR를 이끌어 갈 총책임자로 선출되었다. 독일 방송산업의 여성인력들은 그동안의 여성운동과 인력지원정책에 힘입어 권익신장을 해왔으며, 이제 주요한 방송사의 대표직에 진입하며, 입지를 넓혀가고 있다.

그러나 영국의 사례와 같이 독일 방송산업에 종사하고 있는 여성인력들도 일과 가정을 양립하는 문제에 있어 지속적인 어려움을 안고 있다. 얼마 전 ARD의 대표적인 뉴스 프로그램인 타게스사우어(Tagesschau)의 여성 앵커 예바 헤르만이 문화잡지 <키케로>에 기고한 '여성해방, 착오인가?' 라는 글에서도 알 수 있듯이 방송산업에 종사하는 독일 여성들은 자신의 직업세계와 사회적으로 이슈화되고 있

6) BBC의 홈페이지에서 현재는 이 자료를 확인할 수 없으나, 평등기회위원회와 노조의 활동, 그리고 사무직에 종사하는 여성들에게 기술교육을 지원하여, 직무전환을 가능하게 했던 정책들은 시사하는 바가 많다.

는 저출산의 문제들에 대한 부담감을 안고 있다. 헤르만은 이 글에서 “여성들은 직업세계에서 남성과의 투쟁에 힘이 다했고, 끊임없이 과도한 요구들에 지치고 피곤하다”며 “원래 진정한 행복을 가사와 육아에서 찾을 수 있는 존재인 여성들은 지금 여성주의에 휘둘려 피곤한 삶을 살고 있다”라는 주장을 펼쳐, 거센 반론에 부딪혔다. 이에 대해 베를린 국민발전연구소장 라이너 클린홀츠는 저출산의 원인은 여성주의가 아니라 독일의 보수적인 어머니 상에 있다고 지적했다. 즉 자녀를 어머니가 직접 돌보아야 한다는 보수적 고정관념 때문에 출산을 하지 않고 직업을 선택하는 여성이 많다는 것이다(한겨레, 2006). 여성의 임신, 출산, 육아의 문제는 그 사회적인 의미와 책임구조를 묻는 관점 속에서 다루어져야 함에도 불구하고, 방송산업에 종사하는 대다수 여성들은 여전히 그 중 어느 것을 선택하거나 포기해야만 하는 상황에 직면해 있다.

그러나 독일의 방송사들은 여성 방송인력들의 이러한 문제들은 인식하고 해결방법들을 모색해가고 있다. 예컨대 독일 헤센 주의 주립방송인 HR(Hessen Rundfunk)는 방송국 종사자들의 자녀양육의 문제를 해결하기 위해 ‘키비츠 프로그램’을 운영하고 있다. 이 방송국의 작가 줄리아 포르텐은 특별방송 등으로 저녁에도 일하는 경우에는 방송사가 운영하는 키비츠 시설에 초등학교 자녀를 맡긴다. 이 시설은 방송국의 퇴직자가 자원봉사로 일하며, 오후 9시까지 자녀를 맡아 독서와 자습지도를 해주고 있다. 퇴직자의 경우 방송사 일의 경험으로 이해의 폭이 넓으며, 현재의 직원들과도 친분이 있어 편안하게 업무에 집중할 수 있다는 의견이 많다. HR의 여성정책실장은 “방송국 특성 상 오후 7시 이후나 주말에도 갑자기 일을 하는 상황이 발생한다”며 “키비츠 프로그램을 실시한 이후 직원들이 업무를 연속적으로 할 수 있게 돼 방송제작

시간을 줄이는 효과가 나타났다”고 밝혔다. HR은 여름방학 동안 시로부터 학교를 빌리고 퇴직자를 자원봉사 교사로 위촉해 방송사 종사자 자녀를 위한 6주간의 교육 프로그램도 운영하고 있다(중앙일보, 2005). 근본적인 문제해결은 아니지만 이러한 육아 및 교육 프로그램도 여성인력을 지원하는 중요한 프로그램이라 할 수 있겠다.

(2) 여성할당제와 여성 재교육 프로그램

독일에서는 끝없이 다양해지는 방송주제들과 급속히 발전 되어가는 방송기술들로 인해 방송인들의 재교육에 대한 필요성이 증대하면서 ZFP(Zentrale Fortbildung der Programmitarter)와 SRT(Schule für Rundfunktechnik)의 기관을 설립, 방송현업인의 재교육에 집중하고 있다. ZFP는 공영방송인 ARD와 ZDF의 프로그램 제작에 종사하는 인력들을 위해서 만들어진 재교육 센터로 제작 및 경영 분야의 인력양성을 담당한다. 매년 3,000명의 방송종사자들이 참가하는 300여 개의 세미나가 있으며, 주문식 교육에 따른 현장실습도 병행한다. SRT는 방송기술과 관련한 인력교육을 담당하며, 최근에는 편집자를 위한 기술정보강좌, 운영자를 위한 방송조직과 운영강좌 등 기술분야 이외의 방송 종사자를 대상으로 하는 교육도 실시하고 있다. 특히 디지털화에 따라 네트워크와 커뮤니케이션 테크닉 등 디지털기술과 관련한 교육강좌들이 개설되고 있다(박경자, 1999: 97). 이러한 재교육 중심의 인력양성 프로그램들은 여성과 남성 종사자들에게 특별한 제한없이 개방되어 있으나, 독일은 유럽연합에서 채택한 미디어와 여성정책의 입장을 반영한 교육 훈련에서의 할당제 등 여성의 재교육과 훈련의 기회를 보장해주고 있다.

독일의 모든 공영방송에서는 1978년부터 여성조직이 생겼는데, 이 조직은 비서, 프로듀서, 편집인,

사무원, 기술자 등으로 구성된 노조와 무관한 독립조직이었다. 여성조직은 매년 연차대회를 가지며, 정책 개발, 로비전략 등의 역할을 수행했으며, 1986년 프랑크푸르트에서의 연차대회에서는 '적극적 조치(Positive Action)'에 대한 계획안을 마련하여 각 방송사에서의 협의를 이끌어내는 계기를 마련했다. WDR에서는 3년간의 협상 끝에 이 행동계획을 받아들여 1989년 자체 내 직원채용과 승진정책에 반영하기도 했다. 이러한 행동계획은 모든 직종 및 직위가 여성에게 개방되어 있다는 것과 여성의 지원을 권고하는 내용에 대한 방송사의 발표 의무, 남녀 지원자의 자질이 동등할 경우 여성에게 우선권을 주는 할당제의 명시, 그리고 여성에 대한 재교육과 훈련의 기회를 보장해줄 것에 대한 내용을 포함하고 있다. 이에 따라 여성 비율이 많지 않은 분야의 여성지원이 유도되고 여성 관리자 훈련 및 커리어 개발 프로그램 등이 실시되고 있다. 1989년에는 평등담당관이 채용되어 남성만 승진되는 부서에 여성후보를 요구하는 등 인사감독이 이루어지기도 했으며, WDR의 경우 방송사 내의 강력한 여성조직이 여성의 승진과 중간관리직에의 진입에 기여하기도 했다(김양희, 1996: 69).

4) 기타 지원정책

여성인력양성을 위한 지원정책에 있어, 서구에서는 영국과 독일의 경우에서처럼 방송국 내 평등기회위원회(Equal Opportunities Committee)를 설치하고 평등기회담당관을 두어 여성들의 지위향상의 계기를 마련한 사례들이 다수이다. 평등담당관들의 역할은 인력의 모집·채용 및 인사와 관련된 고용문제와 사무직 여성인력들에게 프로그램 제작기술교육을 지원하여 직무전환을 용이하게 하는 계기를 마

련하는 것이 특징적이었으며, 주요 의사결정권자들의 성차별의식을 개선하고 여성들의 고용기회를 확대하는 노력에 이르기까지 다양한 영역에 걸쳐 전개되고 있다.

예컨대 덴마크에서는 1988년 평등자문관(full-time Equality Advisor)이 채용되어, 방송분야의 직원채용 시 여성이 적은 분야는 특별히 여성이 응시하도록 유도했으며, 지속적인 여성관리자 훈련, 커리어 개발 프로그램 등을 실시했다. 아일랜드에서도 RTE(Radio Telefis Eireann)방송국 내 여러 부서에 평등담당관이 지명되어 채용면접지침 개발, 신입사원 선정위원회에 여성할당, 여비서와 여사무원을 위한 프로그램 제작훈련과정이 운영되었다. 현재는 재정적인 이유로 중단되었으나, 비 제작파트의 여성직원을 대상으로 8주 과정의 시청각영상제작과 관련한 훈련 프로그램이 진행되었으며, 이 과정을 수료한 여성들이 제작기술파트로 전직되어 제작기술영역에서 활동하게 되었던 것은 여성인력의 직무전환을 지원한 사례로 시사하는 바가 크다. 이러한 프로그램은 호주에서도 추진되었는데, 방송 조직 내 비서직, 사무직 여성들에게 점심시간이나 퇴근 후 프로그램 제작에 필요한 기술훈련과 워크숍을 제공하여, 이 교육을 받은 여성들 중 다수가 전업 제작직으로 전환할 수 있었다. 스웨덴에서도 평등담당관이 방송국 별로 있어 인사과정에 개입하여, 여직원들을 위한 기술훈련과정과 여성 리더십 훈련과정이 운영되었다. 실제로 이 과정을 거친 여성들의 1/3이 관리자로 승진했다고 한다. 또한 스웨덴에서는 방송사를 중심으로 존재하는 여성에 대한 편견을 불식하고 남성 관리자들의 의식전환을 위해, 방송사 임원들과 평등담당관, 그리고 여성유명인사가 함께 하는 오찬회를 조직하여, 성차별의식을 개선하고 여성고용창출을 유도하는 프로그램을 추진하기도 했다(김양희, 1996: 64, 70-71).

방송산업은 전통적인 산업들과 달리 문화를 생산하고 만들어가는 산업이라는 특성 때문에, 사회의 전반적인 의식과 생활태도에 미치는 영향이 크다. 앞서 살펴본 국외 방송산업 여성 종사자들에 대한 지원정책은 이런 점에서 방송산업의 양성평등한 문화창출에 주요한 계기를 제공하고 있으며, 인력양성 사업이 상대적으로 불리한 여성인력현황을 고려한 성인지적 관점에서 추진되고 있다는 점에서 의미하는 바가 크다고 할 수 있겠다.

3. 국내 여성 방송 전문 인력 양성에 대한 시사점

앞서 살펴본 주요 국가들은 70년대 중후반 이후, 그리고 80년대에 매우 적극적으로 방송산업 인력의 성별분리 경향을 조정하고자 노력해 왔다. 남성의 의사결정권이 큰 방송산업계의 특수성 상, 방송계 자체의 조직관행이 적극적이고, 자발적으로 개선될 것이라는 기대를 하는 것이 쉽지 않음(김양희, 1995)은 한국의 방송산업계 현실을 보더라도 크게 다르지 않다. 그러나 아날로그 방식에서 디지털 방식으로의 기술 전환, 다매체의 등장, 그에 따른 여성인력의 수요가 증가하고 있는 현 시점에서 여성 전문인력에 대한 체계적인 계획을 수립하는 것은 매우 중요한 일이다.

최근의 조사결과(양민석, 2006)에서 보면 방송산업 부문의 현업인들은 유통과 마케팅 부분이 여성들에게 앞으로 유망한 분야라는 전망을 했으며, 예비인력들의 경우 제작기술직에 참여하고자 하는 여성들의 비율이 높았다. 이런 관심들을 반영하여 이들이 변화하고 있는 방송산업부문에 전문인력으로 성장할 수 있도록 현실적이고 체계적인 정책을 수립하는 것이 필요하다. 비록, 외국에서 재정상의 문제 등으로 더 이상 운영하지 않는 프로그램이거나 혹은, 성

별과 직접적으로 관련되지 않는 인력양성 정책들이라 할지라도 그 내용이 유의미하다면, 대안 마련을 위해 참작할 수 있는 자료가 될 것이다.

앞에서 언급했듯이 방송산업의 여성인력들은 비정규직과 프리랜서로 종사하는 비율이 점차 높아지고 있으며, 담당하는 직무의 성별분화와 기술 및 서열에 있어서의 성별분화 역시 차별을 유지시키고, 강화시키는 요인이 되고 있다(강익희 · 윤재식, 2002: 47). 예컨대 여성의 불리한 성별현실을 고려한 성 인지적 정책은 아니지만, 비정규직 방송인력을 지원해주고 있는 프랑스의 방송인력양성기구인 INA(L'Institut national de l'audiovisuel)와 인력양성기금을 지원해주고 있는 문화기금관리협회인 AFDAS(Fonds D'assurance Formation des Spectacle/loisirs, Cinema, Audiovisuel, Publicite)의 공동작업은 숙고해봐야 할 사례이다. AFDAS는 문화, 커뮤니케이션, 여가 관련 분야에 종사하는 비정규직 종사자의 전문화 교육을 돕는 기금을 관리하고 있다. 이 협회는 정부 인정기관으로, 자동적으로 기업체들로부터 일정한 비율의 후원금을 징수한다. 이 기금을 지원받을 수 있는 방송산업 관련 인력들은 비정규직으로서 최소한 2년 이상의 방송 분야 경력이 요구되며 고용계약 기간 동안 교육을 목적으로 일정한 기간의 휴직을 할 수 있다. 이렇듯 성인지적 방송산업 인력양성정책을 위해서는 AFDAS와 같이, 기금을 지원받을 수 있는 세부 규정에, 비정규직이나 계약직에 대한 규정을 두거나 혹은, 불안정한 고용상태에 있는 여성들을 우선적으로 지원해주는 정책조향을 마련하는 정책이 국내에서도 적극적으로 고려되어야 할 것이다.

참고문헌

- 강선혜. 2000. 「북경행동강령 이행조사 보고서」. 한국여성개발원.
- 강익희 · 윤재식. 2002. 「디지털 시대 방송인력과 수급정책」. 한국방송진흥원
- 김양희. 1996. 「대중매체의 여성차별지표개발-텔레비전을 중심으로」. 한국여성개발원.
- 류정아. 2004. 「여성문화정책 수립을 위한 기초연구:성인지적 관점에서 본 문화정책」 한국문화관광정책연구원.
- 박경자. 1999. 「평생교육자원을 활용한 방송전문인력 개발방안 연구」. 한국방송진흥원.
- 양민석. 2006. 「방송영상산업 인력양성 사업의 성별영향평가」. 여성가족부.
- 정인숙. 2006. 「방송산업과 정책의 이해」. 커뮤니케이션북스.
- 정준희. 2005. “꽃 방송계 종사자들의 라이프 스타일.” 「해외방송정보」: 63-78.
- ARCult Media Bonn. 1988. *Women in Cultural Policies*, Bonn.
- Hoskins C., McFadyen S. and Finn A. 1997. *Global Television and Film*, London.
- Menger, P. M. 1999. “Artistic Labor Markets and Careers.” pp.541-574 in *Annual Review of Sociology* 25.
- Paterson, R. 2002. “the Television Labour Market in Britain” in Tunstall, J.(ed.), *Media Occupations and Professions: A Reader*, New York: London.
- Ursell, G. 1998. “Labor flexibility in the UK commercial television sector”, *Media, Culture & Society* 20: 129-153.
- 중앙일보. 2005. “야근 직원 자녀에겐 독서·자습 지도.” 12월 7일.
- 한겨레. 2006. “[베를린 통신] ‘저출산 여성해방 탭’ 엉뚱한 주장 논란.” 5월 4일.
- 독일 ARD <http://www.ard.de>
- 영국 BBC Training & Development <http://www.bbctraining.co.uk>
- 중국 관매이 대학 미디어와 여성 연구센터(Media and Gender Institute MGI):[http://mgi.cuc.edu.cn/RTE\(Radio Tlefi Eireann\)](http://mgi.cuc.edu.cn/RTE(Radio Tlefi Eireann))
<http://www.rte.ie/>
- Stensgaard, Anne-Birte. 2005. “Dubai Women’s College UNESCO Chair and U.S. Embassy hold training program for Arabic female journalists.” http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=27644&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html