

Special Issue ⑤

# 창직(創職)을 통한 콘텐츠산업 고용정책의 의미와 과제

| 강익희 (KOCCA 미래전략팀 수석연구원) |



최근 정부가 발표한 「고용률 70% 로드맵」을 살펴보면 국정목표가 성장보다 고용에 맞추어져 있으며, 고용확대를 통해 삶의 질 향상과 국민행복 성취 등을 강조하고 있음을 알 수 있다. 이는 경제성장의 낙수효과가 고용증대로 이어지지 못하고 있고 더 나아가 노동시장의 유연화와 노동시장 보호 기제의 약화가 초래하는 어려운 상황인식의 반영이라고 할 수 있다.

콘텐츠산업은 기술, 상상력, 혁신적 아이디어를 통해 부가가치를 창출하는 다양한 경제적 활동에 대한 기회를 제공하는 21세기 국가의 신성장동력으로 인식되고 있다. 콘텐츠산업은 과연 영국이나 미국 등 선진국에서와 같이 성장과 고용에 대한 거대한 기여를 통해 작금의 고용관련 국정과제의 달성에 어떤 중요한 역할을 할 수 있을까? 여기서는 이러한 질문에서 출발하여 최근 주목받고 있는 새로운 일자리의 발굴이나 발견이라는 ‘창직(創職)’이 갖는 의미와 정책적 의미를 살펴보고자 한다.

고용률을 높이는 일은 고용역량의 강화에 달려있다. 한 산업의 고용역량은 일자리를 만드는 능력인데 노동시장에서는 새로운 일자리에 노동자가 결합되는 일자리-근로자의 결합능력을 의미한다. 이와 같은 단순한 설명이 콘텐츠산업에 적용된다면 그것은 창의적 일이 늘어나고(수요 확대) 창의 인재의 원활한 매치(원활한 공급)를 의미한다. 이러한 일과 인력의 결합과정은 창조경제와 콘텐츠산업에서 독특하게 나타나는데 그것은 일과 인력을 수식하고 있는 ‘창조적’이라는 개념의 사용과 밀접한 관계가 있다.

창의성은 원래 개인적인 기질이나 역량을 의미하는데 그것은 문제를 인식하는 능력과 새롭고 유용한 해결방안으로 이해되어 왔다. 일종의 문제해결에 필요한 지능지수처럼 창조지수(Creativity Quotient)로 이해할 수도 있다. 이러한 맥락에서 창의성은 창의성과 비창의성이라는 이분법적 구분이 아니라 모든 사람이 창의적 활동에 참가할 수 있지만 그것을 동원하고 효과를 성취하는 데 있어 차이를 갖는다는 개념으로 이해될 수도 있는 것이다.

창의성을 동원하는 개인적 능력은 개인을 둘러싼 가족, 공동체와 같은 친밀한 환경뿐 아니라 창의성이 발현되는 사회경제적 상황에 의해 영향을 받는다. 이는 칙센트미하이(M. Csikszentmihalyi)의 창의성에 관한 체계이론이 잘 설명하고 있는데, 창의성의 발현은 개인적 특질뿐 아니라 문화적이고 상징적인 측면(지식체계로서의 영역)과 창의성에 대한 사회적 승인기제(일종의 문지기로서의 분야)에 대한 이해가 필요하다는 주장이다.

이러한 관점이 제시하는 유용한 점은 사회적으로 중심적 담론을 생성하거나 혹은 그와 관련된 분야의 물질적 인프라(시설, 자금)가 풍부할 경우, 창의적 인재에 대한 유인기제가 활발하게 작동할 것으로 유추할 수 있다는 것이다. 예를 들면, 탈산업사회에서의 환경, 우주개발, 에너지 등은 사회적으로 중심적인 담론이며 이에 대한 지원이 활발하게 이루어지기 때문에 유능한 인재의 유입이 활발하게 이루어지는 것으로 볼 수 있다.

창의적 일의 특성은 일에 대한 특정한 개념화와 맞닿아 있다. 인간의 역사 속에서 투영되는 일의 개념은 먼저 인간의 생존 혹은 사회질서의 유지를 위해 필요한 짐으로 인식되거나 자본주의체제 내에서 경제적인 가치를 갖는 상품으로 인식되어 왔다. 하지만 창조경제 관점에서는 자신의 창의성을 표현하는 자유 혹은 개인의 욕구를 충족하거나 사회적 관계나 자신의 정체성을 확인하는 도구나 수단으로 일에 대한 인식이 더욱 강하다. 이것은 사람들이 일에 대해 갖는 특징적 정체성인 동시에 개성 있는 일, 자율적인 일로 표현되는 일조직과 내용의 특징을 나타내는 것이기도 하다.

창조경제의 창조적 일의 출현은 새로운 환경에 대한 대응전략으로 비롯되었다고 할 수 있다. 시장 경쟁의 심화와 글로벌화는 경쟁 환경의 변화를 가져왔는데 이는 과거 가격중심의 경쟁에서 벗어나 상품의 질과 혁신성을 중심으로 한 경쟁으로의 변화를 의미한다고 할 수 있다. 이러한 맥락에서 창의성은 새로운 종류의 혁신에 대한 지향이라고 할 수 있는데 이런 식으로 정향된 창의적 일은 기술혁신과 조직혁신을 넘어서 소프트혁신에 대한 추구로 나타난다. 따라서 창의적 일의 주요한 내용은 비물질적 경제활동에서의 혁신과 아이디어를 통해 가치를 추구하는 것을 의미한다. 콘텐츠산업에서 산업의 불확실성을 경감하고 독창성과 기술적 솜씨를 발전시키고, 소비시장의 급변하는 취향과 기호를 충족시키는 조직적 역량을 강화하는 것 등이 이러한 소프트 혁신의 내용이라고 할 수 있다.

이와 같은 특징을 지닌 창의적 일에 사람들이 결합하는 것은 그 일이 노동시장에서 직업의 지위를 가질 때 가능하다. 직업은 재화와 용역을 생산하는 활동으로 핵심적인 직무를 사회 기술적으로 조직화한 것이다. 즉, 직업은 사회경제적 특성과 더불어 기술적 특성을 갖는데 이는 사회경제 그리고 기술 변화에 의해 직업구조가 변하는 것을 의미한다. 콘텐츠산업에 분포된 창조적 직업은 정보기술의 급속한 발전과 더불어 사회경제적인 변화라는 환경 속에서 여러 문헌에서 지식근로자, 상징적 분석가, 창조계급 등의 직업집단으로 불리며 창조경제의 직업구조상 핵심적인 부분을 구성하고 있다.

직업구조를 이해하기 위해서는 직업집단의 생성과 확대가 새로운 기술발달뿐 아니라 다른 직업의 근로자들과의 상호작용과 경쟁이라는 사회정치적 환경 속에서 이루어진다는 점을 인식할 필요가 있다. 그리고 콘텐츠산업을 지배하고 있는 창의적 직업의 확대는 산업이 갖는 다음과 같은 호의적 환경에 기인한다.

첫째, 기술과 문화가 서로 창조적으로 결합되는 통섭적 지식을 가능하게 하는 환경은 소프트 혁신을 촉진한다. 예를 들어, 문화적 전통과 최첨단 기술의 결합으로 영화, 드라마,

게임 등의 콘텐츠가 만들어진다. 둘째, 창의적 일이 직업으로서 사회적 자격을 획득하는 것이 훨씬 용이하게 되는데, 그것은 일조직과 경력개발의 원자화된 특성으로 인해 다른 근로자나 직업집단의 견제나 갈등의 소지가 감소되었기 때문이다.

콘텐츠산업에서 창의적 일자리의 확대는 창의적 직업의 확대에 귀결될 수 있으며, 고용률의 제고는 이러한 직업의 규모가 커진다는지 혹은 새로운 영역으로 직업이 확대되는 경로를 통해 가능하다고 할 것이다. 창직은 이와 같이 창의적 직업의 생성을 통한 일자리 창출 전략들 중의 하나의 방안이다. 창직이라는 개념은 새롭게 만들어진 정책 함의적인 용어로 2009년에 매경 <ECONOMY>라는 잡지의 기사에서 처음 사용된 이래 기존의 고용창출 방식인 창업이나 취업과 구분되는 제3의 방식으로 주목을 받아왔다.

창직은 1인 창조기업의 개념과 밀접하게 연관되어 있는데, 자신의 재능과 아이디어를 적극적으로 현실화하여 경제적, 사회적 가치를 창출하는 것을 의미한다. 여기서 가장 중요한 것은 개인이 스스로 직무나 직업을 개발하는 책임을 가지며 그것이 아이디어의 소프트웨어혁신과 같은 창조적 활동에 초점을 맞춘다는데 있다. 이러한 창직을 통한 결과로서 일자리 유형은 새로운 직업, 새로운 직무 그리고 새로운 분야에서의 비즈니스 등으로 다양하게 나타난다.

우선 새로운 직업으로서 창직의 대표적인 사례로 영상분야의 스테레오그래퍼 (stereographer)라는 직업을 들 수 있다. 이것은 3D 영상 제작시 촬영감독과 연출의 업무와 구별되며 주요업무는 3D 촬영에 필수적 사항이나 문제 해결에 대한 자문역할을 수행한다. 또한 창직은 기존의 직업에 새로운 직무가 추가되거나 세분화되어 나타나는 경우도 있다. 그것은 최근 연구에서 소개된 신직업에서 잘 드러나는데, 대표적인 사례로 다음과 같은 직업 명칭을 살펴볼 수 있다.

- 인디게임개발자 : 주로 모바일 게임플랫폼의 발달을 전제로 퍼블리셔의 도움 없이 개인이나 소규모로 게임을 개발하고 인터넷을 통해 홍보하고 판매하는 직업
- 메카닉 디자이너 : 영화, 애니메이션, 게임 등의 작품 안에서 기계류에 대한 디자인을 전문적으로 하는 직업
- 케이팝번역가 : K-POP의 가사, 공연정보, 관련 기사, 프로필, 팬leter 등을 국가별 문화별로 번역하여 글로벌 팬들에게 제공하는 직업
- 미니소드제작자 : TV 드라마를 짧게 편집하여 컴퓨터나 스마트 폰에 재생하는 콘텐츠를 제작하는 직업

※ 출처: 한국고용정보원(2012) <창직, 신직업 발굴 및 가이드라인 개발>

창직·신직업을 소개하는 연구보고서에는 콘텐츠산업과 관련된 직업명이 많은 것으로 나타나는데, 이는 콘텐츠산업에서의 창직을 통한 고용증대의 가능성이 그만큼 높다는 것을 의미한다. 위에 제시된 직업 명칭들은 기존 직업에서 세분화된 것이 대부분인데, 인디게임개발자는 게임개발자에서 파생된 것으로 모바일기반 플랫폼의 등장으로 출현한 직업이며, 메카닉 디자이너는 컴퓨터그래픽 디자이너 중 새로운 그래픽기술의 도입으로, 케이팝번역가는 번역가의 일종으로 한류라는 우리 문화상품의 글로벌 확산이라는

소비시장 확대에 의해 각각 등장한 직업이다. 또한 미니소드제작자는 독자적인 새로운 직업으로 평가할 수도 있겠으나, 일종의 편집자(editor) 일을 하는 것으로 모바일환경 하의 콘텐츠 소비방식에 대응하는 문화적 감수성을 주요 특징으로 하는 직업이다.

정부는 창직을 통한 고용증대의 기틀을 마련하고자 다양한 계획을 준비하고 있다. 이중 핵심적인 사항은 신직업의 '발굴'인데, 우리나라의 직업의 종류가 선진국에 비해 매우 적고, 규제완화와 자격제도의 활성화를 통해 그것이 가능할 수 있다는 점을 강조하고 있다. 이러한 신직업의 발굴은 해외의 유망직종에 대한 검토나 앞서 살펴본 콘텐츠산업의 새로운 직무와 직업에 대한 면밀한 검토를 통해서 가능할 것으로 생각된다.

콘텐츠산업의 일자리 창출효과는 외견상으로는 미미하게 보이지만 실질적인 기여는 상당한 것일 수 있다. 콘텐츠산업 종사자는 2011년 말 현재 60만 4천여 명으로 추정되며 이는 전체 취업자 수의 2.5%에 불과하다고 할 때, 콘텐츠산업이 국정과제로서의 고용률을 높이는 것에 대한 역할을 이야기하기에는 역량이 부족하다고 할 수 있을 것이다. 하지만, 콘텐츠산업의 중요한 점은 새로운 직무(직업)의 생성과 확대가 콘텐츠산업 창조생태계의 지속가능한 성장이라는 측면에서 매우 중요한 의미를 갖고 있다. 창의성과 혁신을 기반으로 한 콘텐츠산업의 창의적 일이 확대 재생산됨으로써 창조적 인력들에 대한 유인기제가 활성화될 수 있으며, 이는 콘텐츠산업을 넘어 우리 경제의 창조적 생태계에 창의적 직업이 확산될 수 있다는 상징적이고 질적인 차원에서 중요하다는 것이다.

창직이라는 것은 창의적 일자리를 본인 스스로 채우는 개인적인 노력과 정책 제도적인 환경 속에서 활성화된다고 볼 수 있다. 창직의 활성화를 위해서는 무엇보다도 다음과 같은 점에 대한 고려가 필요하다.

첫째, 창직은 새로운 직업의 발굴이라는 점에서 큰 의의를 가지나 창직 역량을 강화하는 지식훈련의 체계나 창조적 일에 대한 승인기제, 그리고 직업구조의 변화가능성 등을 고려할 때 단기간 보다는 장기간의 목표를 갖는 것이 중요하다. 둘째, 창직 활성화는 직업분류의 개선이나 발굴과 같은 정태적인 노력보다는 자기 주도적으로 불확실성을 해소하기 위한 결단과 이것이 가능하도록 하는 창업가의 기업가정신에 준하는 '창의적인 창직 역량'을 함양 하는 것이 필요하다. 마지막으로 창직 활성화를 위한 대부분의 정책방안은 그 내용적인 측면에서 창의적 아이디어를 가치창출에 활용하는 아이디어 사업화와 크게 다르지 않다. 앞으로 창직 프로젝트 실현을 위한 구체적인 사업방안을 마련하는 별도의 노력이 경주되어야 하며, 이와 더불어 현 단계에서 창직, 창업에 대한 정책적인 구분을 의도적으로 할 필요성과 유용성이 그리 높지 않을 것으로 판단된다.



### 〈강익희 연구원 프로필〉

— 한국콘텐츠진흥원 미래전략팀 수석연구원, 사회학 박사

# profile