

2024



일하는시민연구소·유니온센터
Korea Worker Institute · Union Center

이슈와 쟁점

일 하는시민연구소·유니온센터는 교육·조사·연구 활동으로 미래세대와 노동하는 시민 모두의 권리보장과 사회불평등 해소를 목적으로 하는 비영리 사단법인입니다.

이슈와 쟁점은 전문 필진들의 글을 통해서 지금 이 시점에 한국 사회가 주목해서 살펴봐야 하는 노동, 청년, 인권 등 다양한 주제에 대한 고민을 풀어봅니다.

vol. 29

유튜브 영상편집자의 노동 실태

유튜브 영상편집자의 노동 실태¹⁾

김 영 민 | 일하는시민연구소·유니온센터 이사
한빛미디어노동인권센터 센터장

1. 머리말 - 유튜브 생태계와 미디어 산업의 변화

- 코로나19를 거치면서 방송미디어 산업은 극적인 변화를 겪음. 방송사를 정점으로 했던 구조가 완전히 재편되어, 글로벌 미디어 플랫폼의 독점적 지위는 심각한 수준에 도달함.
 - 넷플릭스 이용자 수는 1174만 명(2023년 7월 MAU기준)²⁾으로 OTT 애플리케이션 중에서 부동의 선두를 지키고 있음. 방송사의 거의 모든 드라마가 OTT로도 방영하고, <피지컬100>처럼 방송사가 외주제작 역할을 자임하는 경우도 생김.
 - 숏폼으로 대표되는 뉴미디어 부문에서도 유튜브의 독점적 지위가 견고함. 유튜브 월간 1인당 사용 시간은 37.2시간(2023년 7월 기준)³⁾.
- 이러한 유튜브의 견고한 지위는 자발적으로 콘텐츠를 올리는 창작자와 그로 인하여 확보되는 콘텐츠의 다양성으로부터 기인함.
 - 유튜브에 업로드 되는 동영상 분량은 1분마다 500시간 분량⁴⁾ 특히 한국은 수익창출 유튜브 채널이 인구 529명 당 1개 꼴에 해당하는 9만 7934개(2020년 말 기준)로 인구 666명 당 1개 꼴로 있는 미국보다도 많은 수준⁵⁾

[표1] 유튜브 콘텐츠 제작 유형

제작 주체	주된 콘텐츠 유통 방식	업로드 유튜브 콘텐츠
방송사, OTT, 제작사	방송사 채널, OTT	예고편, 과거 방송 클립, 공연 영상 클립 등
소규모 제작사	유튜브 등	웹드라마, 예능 등
개인 미디어 창작자	유튜브, 아프리카TV, 트위치, 네이버TV, 인스타그램 등	개인방송 요약본, 코미디, 예능, 토크, 드라마 등

1) 2023년 12월 6일에 진행된 <유튜브 영상 편집자 노동환경 실태조사 결과 발표 토론회>에서 발표한 글을 요약한 글이다.

2) 포브스. 2023-08-23. [2023 대한민국 OTT 대해부] (1) 넷플릭스 독주 속 토종 OTT '각축'

3) 조선일보. 2023-08-17. "유튜브에 뺏긴 1020 되찾자"... 네이버카카오 '숏폼' 승부

4) 중앙일보. 2022-06-24. 1분에 500시간 분량 업로드...유튜브의 '불평' 대처법

5) 인사이드. 2023-06-01. 대한민국 '유튜브'에 빠지다

- 이렇듯 누구나 영상을 올릴 수 있으므로 다양한 층위의 콘텐츠 창작자가 존재함. 이는 유튜브의 경쟁력으로 이어지고, 아래의 유형과 같은 미디어 창작자 중에서 유튜브의 콘텐츠 다양성에 가장 많은 기여를 하고 있는 것은 개인 미디어 창작자임.
- 유튜브 속의 노동은 플랫폼 유튜브의 지배에 여러 단계로 종속되어 있음. 어떠한 집단적 교섭이나 협상은 존재하지 않음.
- 유튜브의 창작자는 유튜브라는 거대한 쇼핑물에 입주하는 상가 세입자와 같음. 많은 사람들이 무수히 많은 콘텐츠를 소비할 수 있기 때문에 유튜브에 접속함. 쇼핑물에 입주하여 상품을 진열하고 판매하는 것처럼 창작자는 유튜브에 채널을 개설하고 콘텐츠를 업로드함.
- 창작자가 콘텐츠를 통해 얻는 수입은 창작자의 노력과 반드시 비례하지는 않음. 이는 창작자의 콘텐츠가 유튜브의 알고리즘이 얼마나 자주 노출을 시켜주느냐에 달려있음. 마치 대형 쇼핑물에 들어온 손님들의 동선을 어떻게 배치되어 있느냐에 따라서 ‘목’이 좋은 상품이 정해지는 것과 같은 이치임.
- 하지만 손님의 동선을 정해주는 알고리즘이 비밀에 가려져 있고, 수시로 변화함. 이러한 조정은 오직 플랫폼이 만든 알고리즘이 소비자의 반응을 관찰한 결과로 알려져 있음. 이는 기계적 과정만은 아님. 유해 콘텐츠를 걸러내는 역할을 하는 콘텐츠 모더레이터가 있는 것처럼 일정한 개입이 불가피하며, 이런 과정이 어떻게 이뤄지는지는 알려지지 않음.
- 또한 유튜브는 이들에게 유튜브의 광고수익 일부를 지불하는 형식으로 보상하고, 그 수익에 대한 결정은 철저히 유튜브의 일방적 지배 하에 있을 뿐, 어떠한 집단적 교섭이나 협상의 대상이 되지 않음.
- 이러한 창작자들보다도 더욱 열위에 놓인 이들이 영상편집자임. 창작자에 대한 조사는 새로운 직업의 등장이라는 관점에서 몇 차례 조사와 연구가 진행되었지만, 영상 편집자에 대해서는 전혀 조사가 진행된 바가 없음. 또한 ‘유튜버’ 만큼이나 누구나 쉽게 진입하기 수월한 편이면서도, 노동법과 계약서라는 것이 존재하지 않는 무법지대임.

II. 유튜브 영상 편집자의 노동 실태

- 개인 미디어 창작자와 일하는 영상 편집자를 대상으로 다음과 같이 조사를 진행함.

- 조사 기간 : 2023년 8월 28일 ~ 2023년 10월 9일 (43일 간)
 - 조사 대상 : 유튜브, 인스타그램 등 미디어 플랫폼에서 업로드하는 영상을 크리에이터와 계약을 맺고, 편집하여 완성하는자 (유효 응답 285명)
 - 조사 방법 : 온라인을 통한 설문조사 (유튜브 편집자 종사자 오픈카톡방, 디스코드 등 편집자 커뮤니티와 SNS 등을 통한 온라인 홍보)
 - 조사 내용 : 영상 편집 업무량, 노동조건, 요구받는 업무, 부당한 경험, 인적 특성 등
- 응답자 특성을 통해서 유튜브 영상 편집자는 청년층 비중이 높은 것을 확인할 수 있음.
- 응답자의 68%는 남성, 41%가 비수도권 거주자였으며, 30세 미만이 72%로 나타나 청년층 비중이 매우 높음. 특히 19세 이하도 19%로 매우 높았음.
 - 대학 재학 및 졸업 이상 학력은 63%로 고졸자 비율이 높은 편. 응답자의 65%가 3년 미만으로 나타남.
- 대다수가 프리랜서로 일하고 있다고 하였고, 응답자의 절반은 부업으로 한다고 답함. 응답자들이 주로 작업하는 영상의 장르는 게임, 버츰얼 영상이 제일 많았음.
- 스스로의 소속에 대해서는 특정한 소속이 있지 않은 프리랜서라는 응답이 82%, 크리에이터가 꾸린 팀에 소속되어서 일하는 경우 12%, MCN회사에 소속된 경우 5%로 나타남.
 - 영상 편집자 일을 본업으로 하는 경우가 52%였고, 40%는 부업이라고 답함. 나머지 7%는 대가를 받지 않는 재능기부 형식이었음.

[표2] 실태조사 응답자의 주된 편집 영상 장르

장르 (재분류)	빈도	비율
게임 등	195	68%
라이프스타일 등	117	41%
예술 및 뷰티	71	25%
엔터테인먼트	67	24%
지식콘텐츠	46	16%

*15개 장르 중 최대 3가지를 선택하게 한 후, 유사한 장르를 묶어서 5개로 재분류하여 집계

- 어떤 영상을 편집하느냐에 따라서 창작자의 지불여력, 영상 편집의 노동 강도 등이 달라짐. 응답자들에게 최근 1년 동안 주로 계약하여 편집한 영상 편집 장르를 최대 3가지를 물었음. 응

답자는 평균 1.9개의 장르를 선택하였는데, 응답자의 68%는 게임, 버츰얼 영상이었고, 그 다음은 라이프스타일, 취미, 브이로그 영상, 그리고 엔터테인먼트 영상과 음악, 댄스 영상 순으로 응답자가 높았음. 이를 상대적으로 유사한 장르를 묶어서 재분류하니, 게임 등(68%), 라이프스타일 등(41%), 예술 및 뷰티(25%), 엔터테인먼트 등(24%) 순으로 나타남.

- 영상 편집자의 평균적인 노동조건은 한 달에 11.4개의 영상을 편집하며, 일주일에 35.5시간을 일하고, 월 소득은 143만 원이었다. 영상 편집이 본업이라고 답한 경우로 한정하면, 한 달에 14.3개의 영상을 편집하며, 일주일에 44.4시간을 일하고, 월 소득은 192만 원이었음.
- 영상 편집은 영상 형식에 따라서 노동 강도가 많이 차이가 날 수 밖에 없으며, 이를 가장 쉽게 비교할 수 있는 지표는 완성된 영상의 길이임. 영상의 길이별로 한 달에 편집하는 영상의 수를 물은 결과, 90초 초과 10분 이하가 4.49개, 10분 초과 20분 이하가 2.47개, 90초 이하가 1.95개 순으로 많았음. (10개 이상은 10개로 간주하여 평균을 계산)

[표3] 응답자의 일주일 평균 노동시간 분포

일주일 평균 노동시간	전체		본업인 경우	
	빈도	비율	빈도	비율
무응답	4	1%	3	2%
10시간 미만	37	13%	10	7%
10~20시간	36	13%	12	8%
20~30시간	38	13%	12	8%
30~40시간	44	15%	18	12%
40~50시간	54	19%	36	24%
50~60시간	27	9%	20	13%
60~70시간	23	8%	21	14%
70시간 이상	22	8%	17	11%
전체	285	100%	149	100%
평균 노동시간	35.5시간		44.4시간	
52시간 초과	53명 (19%)		46명 (31%)	

- 일주일 평균 노동시간은 구간대는 40~50시간이 19%로 가장 많았지만, 그보다 짧은 구간에서도 13~15%로 고르게 나타나 편차가 크다는 점이 확인됨. 주52시간을 초과 비율은 19%였음.
- 평균 월 소득은 300만 원 이상도 10%가 있지만, 100만원 미만인 경우가 41%로 대다수는 저소득 상태로 확인됨. 본업인 경우로 한정하여도 월 소득 100만원 미만이 21%에 달함.

[표4] 응답자의 월 소득 분포

월 소득	전체		본업인 경우	
	빈도	비율	빈도	비율
무응답	1	0%	0	0%
수익없음	19	7%	1	1%
50만원 미만	59	21%	14	9%
50~100만원	39	14%	16	11%
100~150만원	51	18%	24	16%
150~200만원	35	12%	18	12%
200~250만원	33	12%	29	19%
250~300만원	19	7%	19	13%
300~350만원	14	5%	14	9%
350만원 이상	15	5%	14	9%
전체	285	100%	149	100%
평균 월 소득 (수익없음 제외)	143만 원		192만 원	
월 소득 100만원 미만	117명 (41%)		31명 (21%)	

- 시간당 소득은 평균 10,666원이었고, 편집 영상 개당 단가는 171,396원으로 나타남.
- 시간당 소득은 응답자의 절반이 최저임금보다는 낮은 시간당 소득이었으며, 시간당 소득 평균은 2023년도 최저임금 9,620원보다는 높지만, 이는 주휴수당과 사회보험이 적용 제외임을 감안하면 최저 근로조건 85% 수준임.⁶⁾ 본업인 경우로 한정하여도 시간당 소득이 최저임금에 미치지 못하는 비율은 42%로 큰 차이가 없었음.
- 응답자의 50%가 영상 편집 하나당 소득은 15만 원에 미치지 못함. 본업인 경우로 한정하여도 15만원 미만으로 받는 경우가 45%로 큰 차이가 없음.
- 영상 편집 업무의 특성상 시간과 업무량이 반드시 비례하지는 않을 수 있지만, 노동에 들이는 시간에 비해 소득이 전반적으로 낮게 형성되어 있음은 분명함. 이는 연령, 경력, 주된 편집 장르, 주된 편집 영상의 길이에 따라 살펴봐도 크게 차이가 나지는 않음.

6) 법정 최저임금 9,620원 + 주휴수당 20% + 사용자 부담 사회보험료 9.4% = 12,448원
 영상 편집자 평균 시간당 소득 10,666원은 12,448원의 85% 수준.

[표5] 응답자의 시간당 소득 분포

시간당 소득	전체		본업인 경우	
	빈도	비율	빈도	비율
무응답	5	2%	3	2%
수익없음	18	6%	1	1%
4000원 미만	57	20%	21	14%
4000~8000원	62	22%	32	21%
8000~10000원	27	9%	13	9%
10000~12000원	30	11%	18	12%
12000~15000원	35	12%	26	17%
15000~20000원	27	9%	19	13%
20000원 이상	24	8%	16	11%
전체	285	100%	149	100%
평균 시간당 소득 (수익없음 제외)	10,666원		13,495원	
최저임금 9,620원 미만	142명 (50%)		63명 (42%)	

[표6] 응답자의 영상 개당 평균 소득 분포

영상 하나당 평균 소득	전체		본업인 경우	
	빈도	비율	빈도	비율
무응답 또는 수익 없음	20	7%	1	1%
5만원 미만	45	16%	19	13%
5~10만원	42	15%	19	13%
10~15만원	56	20%	30	20%
15~20만원	40	14%	26	17%
20~30만원	48	17%	30	20%
30만원 이상	34	12%	24	16%
전체	285	100%	149	100%
평균 단가 (수익없음 제외)	171,396원		200,100원	

[표7] 응답자의 인적 특성에 따른 평균 시간당 소득 및 영상 하나당 소득

응답자의 인적 특성		평균 시간당 소득	편집 영상 하나당 소득
주된 편집 영상 길이	90초 이하	10,099	109,964
	90초~10분	10,135	153,492
	10분~20분	11,262	194,314
	20분 초과	12,336	232,010
연령	19세 이하	6,974	101,297
	20~24세	9,603	118,318
	25~29세	12,271	152,261
	30세 이상	12,532	171,396
경력	1년 미만	5,924	106,284
	1~3년	10,900	170,227
	3~5년	12,679	200,308
	5년 이상	14,217	223,125
주된 편집 영상 장르	게임 등	8,957	132,967
	라이프 스타일 등	14,084	199,702
	예술 및 뷰티	12,057	198,201
	엔터테인먼트	12,803	203,071
	지식콘텐츠	15,739	244,297

III. 유튜브 영상 편집자의 부당 대우 경험

- 응답자의 56%가 영상 편집 이외의 업무를 추가로 수행할 것을 요구받음. 부당한 대우를 경험했다는 응답은 45%였는데, 주로 시간에 대한 부분과 대금 지급에 대한 부분이었음.
- 요구받는 업무는 댓글, 채팅 등 채널관리가 23%, 생방송 시청 22%, 촬영 및 방송 송출 20% 순이고, 영상편집만 한다고 답한 응답은 44%(126명)였음.
- 응답자의 36%가 단시간에 무리한 제작 강요와 업무 소통을 위한 무기한 대기를 경험했음. 이는 유튜브의 알고리즘도 원인으로 작용함. 특정한 시점 또는 정기적인 업로드가 영상 노출을 높이는 데에 중요하게 작용하기 때문임.
- 응답자의 27%는 대금 지급과 관련된 부당한 대우를 경험하였음. 계약서를 쓰지 않는 관행과 편집 영상 개별 단가는 소액인 점이 분쟁이 발생하여도 법적 구제 절차 진행이 어렵게 함.

[표8] 응답자의 부당대우 경험

부당대우 경험 (중복 응답)	전체		본업인 경우	
	빈도	비율	빈도	비율
부당대우 경험 없음	158	55%	75	50%
단시간에 무리한 제작 강요	83	29%	49	33%
업무 소통을 위한 무기한 대기	70	25%	42	28%
대금 지급 지연	59	21%	32	21%
대금 미지급	40	14%	21	14%
계약 대금을 적게 지급	32	11%	20	13%
언어 및 정신적 폭력	18	6%	15	10%
계약서와 다른 업무 또는 근로조건	4	1%	2	1%
성폭력	3	1%	2	1%
신체 폭력	1	0%	0	0%

- 구체적으로는 대금 지급과 관련한 문제, 필요한 기술과 노동에 비해서 낮은 단가를 요구하는 단가 후려치기, 업무상의 소통 문제로 인한 무한 대기 상태 등 다양한 답변이 있었음.
- 대금 지급과 관련한 경험에는 ‘잠수뒀다’는 경우가 제법 있음. 온라인으로 업무가 이루어지는 특성상 클라이언트가 대금을 지급하지 않고 연락이 두절되면 돈을 받아낼 방법이 없음. 길게는 1년 넘게 지급을 미루는 경우도 있었음. 영상을 이미 편집했는데 수익이 나지 않는다가 나 혹은 원하는 방향이 아니라는 이유로 대금 지급을 거부하는 경우도 있었음.

“월급날 입금을 계속 제가 말씀드려야 인지하시고 매번 미뤄주시던 크리에이터분이 제 서서 6개월 일 하는 동안 제때 받은 적이 손꼽아 스트레스 받아 그만두었습니다.”

“적은 돈이지만 대금 지급이 1년 쯤 지연되고 있습니다.”

“지급일보다 일주일이 늦기도 하고 3~4일 늘어날 때가 많았다.”

“돈이 없다는 핑계로 전체 금액의 80%만 주는 경우가 있었습니다.”

“원래 계약대금은 분당 1.7만원, 총 영상길이 9분20초로 9분 금액을 청구받기로 했으나 분당 금액 1.5만 원으로 책정하여 입금해주셨습니다. 다른 케이스의 경우에 1.6만 원에 8분40초로 9분 금액을 지급받기로 했으나 약속했던 기간보다 4일 늦게 입금이 되었습니다.”

“월급날 아무런 연락 없이 연락이 두절된다거나. 돈 쉽게 벌려고 하나는 말까지 들어봤습니다.”

“영상을 완성했더니 일방적으로 클라이언트 본인은 완성분을 받지 않겠다고 하며 그에 따른 작업에 대한 지불도 하지 않겠다고 하였습니다.”

“인턴으로서 몇 개의 영상을 제작해달라는 구두계약이 있었으나 영상 1개 제작 후 색갈이 안 맞는다는 이유로 그만두게 되었습니다.”

- 제작은 단시간에 수행하여야 하지만, 결과물 영상에 대한 확인은 항시 대기 상태로 있다가 수정 작업을 요청받는 경우들도 많음. 편집자는 항상 연락이 잘 되어야 하지만, 정작 클라이언트들은 연락이 제대로 되지 않는 경우도 많았던 것임.

“일부 고용주들은 연락이 두절 되는 경우가 다수였으며 연락이 되는 경우에도 장시간 이후에 답장을 하거나 하여 작업이 원활하지 않았습니다.”

“수정사항 없을 거라면서 과도한 수정요청을 받았던 기억이 있습니다. 또한 디스크드 통화로 시간 약속을 잡아놓고 늦은 적도 어느 정도 있었습니다.”

“영상 수정 피드백 부분에서 다른 작업자 분들이 반영되는 양과 시간에 비해 항상 늦어지게 되어 작업 개수만 늘어날 뿐 완성된 영상을 만들기까지의 시간이 너무 많이 소요되었습니다.”

“촬영본 메모리 전달 미뤄져서 밤새 기다렸습니다.”

“피드백이 들어오는 시간이 느립니다. 그 사이에 다른 작업물을 받지만 결국 일이 병렬적으로 처리되어서 유연한 일 처리가 불가능합니다.”

- 짧은 기한을 요구하는 경우들도 많았음. 드물게는 편집자가 사용하는 서식을 달라고 요구하는 경우도 있었다. 이는 저작권에 대한 침해에 해당한다고 보임.

“3일 만에 3시간 영상을 편집하라고 하셨습니다. 그 만큼의 속도는 못 낸다 하였지만 강제로 할 수 밖에 없었습니다.”

“공휴일 주말 밤에 일해야 할 때는 프리랜서 취급하지만, 항상 일거리를 받을 대기조가 필요할 땐 내근 근로자 취급합니다.”

“생방송의 월간 하이라이트를 제작하고 싶다며 총 한 달간의 방송 녹화본을 직접 다시 보며 영상을 제작해달라고 요청했습니다. 해당 클라이언트의 방송 시간은 월 평균 150~200시간인데, 아무런 편집점을 제공하지 않고, 받지도 못 했습니다. 그리고 월간 하이라이트를 제작할 때 항상 어떤 클립을 선정했는지 보고하고, 1차 가편집본을 전달해도 확인도 안 해서 컨펌도 못 받은 채 작업을 시작하였고, 그 후로 완성본을 검토하면 현재 다른 작업자가 제작중인 영상과 내용이 겹치기 때문에 해당 분량 통편집 요청했습니다. 통편집된 분량은 당연히 보수 산정에서 제외되었습니다.”

“내일 찍자 모레 찍자 해놓고 편집 늦게 한다고 PD탓을 했습니다. 야근 시 저녁도 주지 않고, 보통 촬영 끝나면 밤 12시 넘는 게 허다한데, 주말에 어디 가지도 못하게 촬영한다 하고 안하는 경우도 많았습니다. 매일 같이 지켜지지 않은 약속들 그리고 그 탓을 PD한테 돌리는데, 현재 한 달 평균 조회수 1,000만뷰 하고 있는 채널입니다. 야근 시 추가수당 이딴 것도 없고, 하루 평균 18시간 이상 중노동 중입니다.”

“단 시간에 무리하게 빠른 제작을 강요했고 이 때문에 개인 취침시간 및 생활패턴이 엉망이 되었습니다. 밤을 새서 작업을 하게 만들었고 수정 요구 또한 무리하게 많아서 한 작업을 일주일 내내 질질 끌며 무한 수정하기도 하였습니다.”

“제가 만든 템플릿들을 무료로 요구합니다. 친분을 강요하며 안주기도 뭐하고 거부하기 어렵게 만듭니다.”

IV. 유튜브 영상 편집자의 직업만족도와 노동환경 개선 필요성

- 영상 편집자의 직업만족도는 일의 환경, 유연한 근무, 개인 능력 발전 가능성 순으로 높게 나타났고, 반대로 직업 안정성, 직업으로서의 장래성, 수입 및 보상 순으로 낮게 나타났음.
- 직업 만족도에 대하여 10개의 문항으로 5점 척도로 물음. 크리에이터를 대상으로 수행한 유사 연구⁷⁾를 참고하였음.

[표9] 응답자의 직업 만족도

직업 만족도	5점 척도 평균	불만족(①+②)	보통(③)	만족(④+⑤)
일의 내용	3.52	11%	39%	46%
본인의 역량 활용 정도	3.47	16%	34%	48%
수입 및 보상	2.59	49%	30%	21%
유연한 근무	3.71	15%	24%	58%
일의 환경(시설, 안전, 위생 등)	3.86	6%	31%	60%
개인 능력 발전 가능성	3.52	21%	25%	55%
업무적 소통 및 대인관계	3.48	14%	34%	47%
일에 대한 사회적 평판	2.88	34%	33%	34%
직업 안정성	2.12	69%	17%	18%
직업으로서의 장래성	2.44	53%	28%	22%

- 보통 재택을 하고, 또 일하는 시간을 자신이 결정하는 점에서는 높은 만족도가 나타나는 것은 일반적인 프리랜서로 인식되는 노동에서의 특성이기도 함. 또 업무적 소통 및 대인관계에서도 높은 만족도가 나타났는데, 이는 클라이언트와 조율하는 것 이외에는 많은 사람과 소통하지 않고 일할 수 있는 특성에 대한 선호로 보임.

7) 이승렬 외. 2018. “미래의 직업 프리랜서(I) - 1인 미디어 콘텐츠 크리에이터”. 한국노동연구원. p116-119.

- 앞서 열악한 노동 조건을 살펴보았는데, 그런 수입 및 보상보다도 낮은 만족도가 나타나는 항목이 직업 안정성과 직업으로서의 장래성이었음. 일감이 언제든지 끊길 수 있고, 또 지금은 열악함을 감수하고 일하더라도 직업으로서 계속 할 수 있는 환경은 아님을 보여줌.
- 노동환경 개선 필요성에 대한 공감 정도를 물으니, 거의 모든 항목에서 그 필요성을 매우 필요하다는 응답이 절반 가까이 나왔음.
- 필요성에 대한 공감대가 큰 순서대로 살펴보면, 제일 먼저 투입되는 시간과 노력이 반영된 편집 단가 기준 마련, 전반적인 업계의 영상 편집 단가 인상, 표준계약서 도입과 영상편집자 이해대변 협의체, 노동조합 필요성 순으로 나타났음.
- 스스로를 프리랜서로 여기고 있음에도 노동조합에 대한 필요성에 대해 응답자 45%가 매우 필요하다고 답한 점은 특기할 점임. 법적인 의미에서의 단체 교섭을 하지는 못하더라도 이해대변을 위해서 노동조합이 하나의 방안이 될 수 있다는 점에 대해 동의 수준이 높은 편.

[표10] 응답자의 노동환경 개선 필요도

노동환경 개선 필요도	5점 척도 평균	매우 불필요함	불필요함	보통	필요함	매우 필요함
계약 내용을 명확히 하는 표준계약서	4.30	1%	2%	14%	33%	50%
투입되는 시간&노력이 반영된 편집 단가 기준	4.53	1%	0%	8%	26%	65%
현재 업계의 영상 편집 단가 인상	4.48	0%	1%	9%	29%	60%
영상편집자의 이해대변을 위한 협의체	4.19	0%	4%	19%	31%	47%
영상편집자의 권익을 위한 노동조합	4.08	3%	5%	18%	29%	45%

IV. 맺음말 - 유튜브 영상 편집자 노동의 시사점

- 이번 실태조사로 처음으로 확인된 유튜브 영상 편집자의 노동 실태는 법적인 최저기준에도 미치지 못하는 저소득에 시달리고 있으며, 계약 조건이 공정하지도 투명하지도 않은 탓에 여러 부당 대우를 감내하고 있음.
- 월 소득이 100만원 미만인 경우가 41%였고, 노동시간과 월 소득을 토대로 시간당 소득을 계산해보아도 최저임금(9,620원)에 미달하는 경우도 50%에 달함. 평균 시간당 소득은 10,666원에 불과하였는데, 작업에 필요한 장비와 환경을 스스로 마련해야 하고 사회보험 미가입과 주휴수당을 감안하면 법적인 최저 수준에는 미치지 못하는 것임.

- 조사 문항에는 포함하지 않았으나, 다수의 종사자가 계약서를 쓰는 경우는 거의 없다고 증언하고 있음. 또한 응답자의 45%가 최근 1년 동안 부당한 경험이 있다고 하였는데, 가장 많은 것은 시간과 관련된 문제였음. 단시간에 무리한 제작 강요나 업무 소통을 위한 무기한 대기 등의 일이 반복되는 것도 불분명한 계약 조건으로 인해서 벌어지는 일임.
 - 특히 24세 이하이거나, 게임 등 장르의 영상을 주로 편집하는 경우에는 전체 평균보다도 더 열악한 노동조건에 노출되어 있음.
- 이들 다수는 청소년·청년 노동자들이고, 열악한 조건이 업계 관행으로 포장되는 경향이 있음. 이는 곧 법제도의 적용도, 어떠한 형태의 교섭협약도 존재하지 않는 상태이기 때문임. ‘프리랜서’라는 이름으로 비제도화된 상태인 것임.
- 이번 조사에서 확인된 유튜브 영상 편집자의 인적 구성은 29세 이하가 72%, 남성이 68%, 특히 19세 이하가 19%였음. 학력 분포도 청년층 평균적인 분포에 비해서 대학 비진학자 비율이 높았음. 경력도 3년 미만이 65%였음.
 - 전반적으로 낮은 연령대이고, 심하게는 생애 첫 노동을 유튜브 영상 편집으로 시작하는 경우도 적지 않을 것으로 보임. 더구나 노동법의 적용을 제대로 받을 수 있는 일자리가 아닌 비제도화 되어 있는 일자리이기 때문에, 업계의 관행이라는 말에 부당한 조건에도 쉽게 순응할 수밖에 없는 환경임.
- 유튜브 업계의 수익구조가 불분명한 만큼, 그 속에서 일하는 종사자들은 충분히 지불여력이 있을 법한 창작자와 일하더라도, 경력이 쌓이더라도 불충분한 정보로 인하여 처우 개선이 쉽지 않은 상황임.
- 경력 3년 이상 또는 5년 이상이 되어도, 평균 시간당 소득이 최저임금 수준을 조금 넘기는 정도이고 최저임금에 미달하는 경우가 여전히 42%, 35%로 높게 나타나는 것에서 확인됨.
 - 이는 직업의 안정성과 장래성에 대해서 만족도 낮은 이유이기도 함. 이를 해결하기 위해 투입되는 시간과 노력이 반영되는 편집 단가 기준과 단가 인상이 필요하다는 공감대가 매우 높게 나타남.
- 무엇보다도 이들을 조직화하는 노력이 필요함. 구체적인 노동 양상을 면밀히 살펴야 하나, 노동자성이 매우 높은 사례부터 낮은 사례까지 다양하게 존재할 가능성이 높음. 따라서 무엇보다도 선행되어야 할 것은 업계 전반에 영향을 미칠 수 있는 집단적 기준 형성임.

- 응답자의 74%가 영상 편집자의 권익을 위한 노동조합의 필요성에 대해 필요하다고 답변함. 노동조합에 대한 공격이 빈번한 사회적 분위기 속에서, 대다수가 프리랜서라고 생각하고 있음에도 매우 높은 동의 수준이 나타난 것에 의미가 있음.
 - 계약서를 제대로 쓰지 않는 관행부터 정착시켜야 하며, 편집 단가 기준 설정과 같은 부분부터 집단적인 작업을 통해서 조직화를 도모해야 비제도화 상태의 업계에 규칙을 만들 수 있음.
- 나아가 유튜브 등으로 대표되는 거대 글로벌 플랫폼이 지배하고 있는 생태계에 의문을 던질 필요도 있음. 놀이와 노동의 경계가 흐릿하다는 특성이 있지만, 보다 본격적인 창작활동은 광고 수익에만 전적으로 의존하고 있고, 그러한 생태계의 작동원리는 오직 구글의 지배하에 있는 상황임.
- 유튜브 생태계에 있는 모두가 ‘알고리즘의 축복’을 받고자 분투하고 있음. 말단의 영상 편집자들이 겪는 시간 독촉 등은 모두 이런 부분과 관련됨. 이러한 알고리즘을 둘러싸고 단순히 독점 기업의 의사결정에 맡겨두는 것이 아니라, 사회적 개입과 규제가 가능한 방안을 찾아야만 할 것임.
 - 넷플릭스와 유튜브를 통해 세계적 규모로 커진 성공의 크기만큼이나 그 성공의 기회를 위한 도전을 무한히 반복해야만 하는 것이 변화한 방송미디어 산업의 상황임. 업계의 지속가능성을 위해서라도, 모두가 하이리턴만을 바라보고 열정페이로 감수하는 정글과도 같은 구조를 조금씩이라도 바꿔가야 할 것임.