

노동정책연구
2020. 제20권 제3호 pp.79~106
한국노동연구원
<https://doi.org/10.22914/jlp.2020.20.3.004>

연구논문

플랫폼 경제와 문화산업 : 만화산업의 플랫폼화와 웹툰 작가의 자유/무료노동*

양경욱**

최근 플랫폼 노동자에 대해 학계의 관심이 모아지고 있지만, 전시형 플랫폼의 창작자들에 대한 연구는 아직 부족하다. 본 논문은 웹툰 작가 8명을 대상으로 한 질적연구를 통해 이들의 노동과정을 분석했다. 웹툰 창작은 유희로서의 속성을 지니고 작가는 노동의 장소와 때를 자율적으로 정하며 고용계약을 맺지 않으므로 자유롭다. 또 창작활동의 매 단계마다 플랫폼을 위해 무급노동을 한다. 따라서 그들은 자유/무료노동을 수행한다고 개념화할 수 있다. 그러나 이뿐만 아니라 그들은 플랫폼으로부터 경제적, 기술적 통제를 받는다. 그러므로 본 연구는 기존의 자유/무료노동 개념은 웹툰 작가에 대해 부분적 타당성을 가질 뿐이라고 비판한다. 토론 부분에서는 전시형 플랫폼 창작자의 권리 보장을 위한 정책적 시사점을 제시한다.

핵심용어 : 플랫폼 경제, 전시형 플랫폼, 웹툰, 자유/무료노동, 알고리즘 통제

I. 서론

마야흐로 플랫폼 경제가 도래하였다는 선언이 도처에서 들린다(Langley &

논문접수일: 2020년 6월 11일, 심사의뢰일: 2020년 6월 17일, 심사완료일: 2020년 7월 6일

* 본 연구는 순천향대학교 학술연구비 지원으로 수행하였음.

** 순천향대학교 경영학과 조교수(k-yang@sch.ac.kr)

Leyshon, 2017; Smicek, 2017). 초고속 인터넷과 스마트폰의 발전으로 인해 일 상에서 우리는 플랫폼에 수시로 접속하고 있다. 플랫폼에 접속하여 물건을 구매하고 음식을 배달시키며 택시를 호출한다. 타인의 남는 방을 숙박을 위해 예약하기도 한다. 이제 우리는 언제 어디서나 스마트폰의 어플리케이션을 한 번 터치하는 것만으로 편리하게 소비를 즐길 수 있게 되었다.

플랫폼의 도래와 함께 일상생활에서의 소비 패턴만이 바뀐 게 아니다. 플랫폼 경제란 디지털 플랫폼이 등장하면서 이윤창출과 노무제공의 방식이 크게 변모하고 있음을 가리킨다. Smicek(2017)은 플랫폼의 등장과 함께 자본이 이윤을 획득하는 방식이 어떻게 달라졌는지 추적하고 있다. 이전에 자본은 재화와 서비스를 생산하고 유통하는 주체였다. 노동자들을 고용하고 이들의 작업을 조직하며 시장에 상품을 판매함으로써 이윤을 획득한다. 이에 반해 플랫폼 소유자로서의 자본은 시장영역 외부의 사적인 영역에 존재하는 여유 재화, 자원, 시간, 노동력 등을 포섭하고 이로부터 수익을 창출한다. 플랫폼을 통해 일하는 노동자는 더 이상 자본과 고용계약을 맺지 않으므로 이들의 고용형태와 노동조건은 전통적인 임노동과 다르다. 최근 노사관계 연구자들은 ‘플랫폼 노동(platform labor)’이란 용어으로써 디지털 플랫폼을 매개로 하여 노동을 하는 사람들이 처한 조건을 분석하고 있다(김종진, 2020; Gandini, 2019; Vallas & Schor, 2020; Veen, Barratt, & Goods, 2020).

지금까지 학자들은 플랫폼과 함께 서비스 산업이 어떻게 변모했는지를 분석하고 있는데, 운송업, 배달업, 기사서비스 등에 초점을 맞추고 있다(Goods, Veen, & Barratt, 2019; Peticca-Harris, deGama, & Ravishankar, 2020; Veen et al., 2020; Wu, Zhang, Li, & Liu, 2019). 그런데 비단 서비스 산업만이 아니라 문화산업도 플랫폼화되고 있다(김수철 · 이현지, 2019; Duffy, Poell, & Nieborg, in press; Kim & Yu, in press; Postigo, 2016). 사람들은 스트리밍서비스를 통해 음악을 듣고, 만화와 소설을 플랫폼에서 구독하고, 유튜브(Youtube)로 개인방송을 청취한다. 본 연구는 창작자들이 디지털 콘텐츠를 전시하는 전시형 플랫폼(김철식 외, 2019)에 초점을 맞추어 거기서 콘텐츠를 제공하는 작업자들의 노동조건이 어떠한지를 분석한다.

전시형 플랫폼을 위해 콘텐츠를 생산하는 노동자를 분석하는 데 가장 많이

활용되고 있는 개념은 자유/무료노동(*free labor*)이다. 이 개념은 본래는 페이스북이나 트위터와 같은 SNS 및 네이버나 구글 등의 검색엔진 등에 디지털 콘텐츠를 제공하는 이용자들의 작업을 이론화하기 위해 만들어진 것이다(김애라, 2016; 이항우, 2014; 이현율·지혜민, 2015; Terranova, 2000). 이들 이용자들은 자유의사로 문화 콘텐츠를 플랫폼에 업로드하는데 여가와 여흥이 목적이다. 그러한 의미에서 그들의 노동은 ‘자유롭다’. 다른 한편으로 이들이 대가 없이 제공한 콘텐츠가 플랫폼 수익의 원천이라는 점에서 그들의 작업은 ‘무료로’ 행해지는 것이다. 연구자들은 이 개념을 최근에는 아마추어 웹툰 작가와 1인 유튜버를 분석하는 데 적용하고 있다(박범기, 2016; 박진선, 2020; 이동후·이철희, 2017; Andrejevic, 2009; Bakioğlu, 2018; Kim & Yu, in press; Postigo, 2016).

본 연구는 전시형 플랫폼에서 콘텐츠 제공자의 노동과정을 분석하는 데 자유/무료노동 개념이 일정 부분 유용하다는 것을 인정한다. 전시형 플랫폼은 아마추어들이 직접 제작한 문화 콘텐츠를 업로드하고 이를 다른 사람들과 향유할 수 있는 공간으로 기능한다. 그리고 전시형 플랫폼에 콘텐츠를 제공하여 수익을 창출하는 전문가들은 이 노동이 제공하는 만족감과 즐거움 때문에 적은 돈을 받고서도 기꺼이 일을 수행한다. 그러므로 자유/무료노동 개념은 전시형 플랫폼의 노동과정을 분석하는 데 분석적 이점이 있음을 부인하기 어렵다(Kim & Yu, in press). 그러나 이 개념에 한계점도 존재한다. 아직까지의 연구들은 전시형 플랫폼에 문화 콘텐츠를 제공하여 수익을 얻는 전문가들로부터 무급노동이 어떻게 추출되는지를 구체적으로 분석한 바가 거의 없다. 또한 이들은 디지털 플랫폼 대비 열악한 지위에 있기 때문에 플랫폼으로부터 통제와 구속을 받는데 이 개념으로는 이를 포착하기 어렵다.

위의 논의에 입각해서 본 연구는 웹툰 작가의 노동과정을 분석함으로써 자유/무료노동 개념이 전시형 플랫폼을 분석하는 데 가지는 부분적 이점과 한계를 논한다. 본 연구는 자유/무료노동의 개념을 동원하여, 웹툰 작가가 어떻게 무급노동을 수행하며, 그들이 노동의 유희적 속성 때문에 자발적으로 자기착취에 가담하게 되는지를 밝힌다. 다른 한편으로 본 연구는 자유/무료노동 개념이 가지는 한계를 명확히 하며, 그들이 어떻게 플랫폼에 의해 구속되고 통제 당하는지도 분석한다. 본 연구는 다음과 같은 순서로 진행된다. 먼저 플랫폼의 수익

모델에 대해서 밝힌다. 이는 웹툰 작가의 노동과정을 논의하는 데 중요한 이론적 기초가 된다. 그 후에 자유/무료노동 개념에 대해서 소개하는데 이 개념의 한계점도 아울러 밝힌다. ‘연구방법’장에서 자료의 수집방법과 분석방법에 대해서 논하고 ‘연구결과’장에서 분석결과를 제시한다.

II. 이론적 배경

1. 플랫폼의 정의와 수익모델

플랫폼이란 두 명 이상의 그룹들이 상호작용하도록 만드는 디지털 기반시설이다(Srnicek, 2017). 플랫폼 이용자들은 플랫폼의 종류에 따라서 재화, 서비스 및 문화 콘텐츠의 생산자와 구매자로 구성된다. 플랫폼은 재화, 서비스 및 문화 콘텐츠를 제공하는 주체가 아니라 단지 개인들의 생산 및 소비 활동을 중개하고 매개하는 역할만을 담당하는 것으로 자리매김된다.

기업의 전통적인 사업모델에 따르면 자본은 임노동자를 고용하여 생산과정을 조직화하고 재화 및 서비스를 시장에서 판매함으로써 이윤을 획득한다. 그런데 플랫폼은 생산자를 고용하지도, 생산과정을 조직하지도 않기 때문에 플랫폼 자본의 이윤은 어디에서 오는가가 이론적 문제가 된다. Srnicek(2017)은 플랫폼의 이윤 수취 방식에 대해서 자세하게 설명하고 있는데 크게 세 가지 방식이 있다고 한다. 첫째, 플랫폼은 이용자의 데이터에 대한 배타적 접근권을 가지는데 이 데이터를 가공·분석하여 상품화함으로써 이윤을 획득한다. 플랫폼 이용자들은 플랫폼을 통해 활동을 전개하는 중에 각종 정보들을 남긴다. 이렇게 집적된 정보들을 가공 및 분석하여 개인맞춤형 광고 상품을 개발할 수 있는데 이는 다른 기업들에게 판매됨으로써 수익이 된다. 구글(Google)과 유튜브의 전체 수익 중 80~90%가 광고수익이라는 것은 잘 알려져 있다.

플랫폼은 이용자들에게 직접적으로 요금을 책정할 수도 있다. 에어비엔비(Airbnb)의 경우 이용자들의 남는 방을 숙박 상품으로 거래 가능하게 하면서 이용자들의 교환에 수수료를 책정한다. 우버(Uber)도 이용자들이 자가 승용차

를 이용하여 운송 서비스를 할 수 있게 하는데 운송요금에 수수료를 부과한다. 마지막으로, 플랫폼은 자본시장에서 투자를 유치함으로써 수익을 얻기도 한다. 사실 대부분의 플랫폼은 스타트업이며 플랫폼 이용자들의 규모와 그에 따른 미래 가치에 근거해서 자본시장에서 투자를 유치한다. 이 투자의 금액은 종종 플랫폼이 현재 벌어들이는 수익보다 더 크다(김철식, 2019; 이항우, 2015).

플랫폼은 가능한 한 많은 이용자를 끌어들이는 유인을 가진다. 플랫폼은 이용자가 많으면 많을수록 그들의 활동기록을 데이터로 가공할 기회를 가지게 된다. 또한 플랫폼의 콘텐츠나 서비스를 소비하기 위한 목적을 가진 추가 이용자들이 유입된다. 특히 이러한 현상을 네트워크 효과(network effect)라고 한다. 플랫폼은 네트워크 효과를 창출하기 위해서 때로는 이용자에게 무료로 서비스를 제공하는데, Smricek은 이를 교차 보조적 지원(cross-subsidization)이라고 명명한다. 이메일이나 정보검색 등을 무료로 제공함으로써 이용자를 모으는 한편 이들이 제공한 정보를 바탕으로 광고를 판매를 하는 것이다. 또한 네트워크 효과는 플랫폼을 독점기업으로 만든다. 플랫폼 서비스는 이용자가 많아야 가치가 커지기 때문에 특정 플랫폼으로 수요자가 집중되는 경향성이 있고 그래서 플랫폼 신규진입이 까다로워진다.

플랫폼 자본주의하에서 현재 다양한 유형의 플랫폼들이 출현하고 있다. 광고형 플랫폼(advertising platform)은 무료로 이용자들에게 서비스를 제공하면서 그들이 남긴 데이터를 가공하여 제3자에게 광고상품을 판매한다(Smricek, 2017). 네이버, 구글과 같은 검색엔진, 페이스북(Facebook)이나 트위터(Twitter)와 같은 소셜네트워크서비스 등이 이에 해당한다. 자본 플랫폼(예: 우버, 에어비엔비)은 이용자들의 자신의 개인적 자산을 다른 이들에게 대여하는 것을 중개한다(김종진, 2020). 노동 플랫폼은 고객과 작업자가 서비스를 직접 일 대 일로 거래하는 공간을 말한다(김종진, 2020). 마지막이 전시형 플랫폼인데 이는 유튜브와 같이 개인이 1인 미디어 콘텐츠를 제공하거나, 웹툰 및 웹소설 플랫폼들과 같이 창작자가 만화나 소설 등의 작품을 이용자에게 제공한다(김철식 외, 2019).

2. 자유/무료노동

플랫폼의 이윤획득 방식은 전통적인 사업모델과 판이하게 다르다. 플랫폼은 이용자들의 활동을 매개하고 중개하는 역할을 자처하면서 사실상 임노동자의 고용을 최소화한다. 그래서 연구자들은 직접 고용되지 않으면서 플랫폼에 수익을 가져다주는 플랫폼 이용자들의 활동을 어떻게 이해할 것인가에 주목했다. 초창기부터 연구가 가장 활발했던 플랫폼 유형은 광고형 플랫폼과 전시형 플랫폼인데, 이들 플랫폼 이용자의 활동을 파악하기 위해서 널리 활용되고 있는 개념이 자유/무료노동이다. 그러므로 이하에서는 자유/무료노동 개념에 대해서 소개하고 그것의 이점과 한계점을 논하도록 한다.

광고형 플랫폼 이용자들은 SNS나 검색엔진을 이용하면서 각종 데이터를 남긴다. 이 데이터는 가공되고 분석되어 이용자를 위한 맞춤형 광고를 가능하게 한다. 그렇다면 이 이용자의 활동은 어떻게 파악해야 하는가. 그들은 플랫폼에 고용되어 있지도 않고 의식적으로 생계를 위해 노동을 하는 것도 아니다. 그들은 유희, 사회적 관계 형성 등을 위해 소셜 미디어와 검색엔진을 활용한다. 그런데 이들의 활동 덕분에 데이터가 생산되고 이는 다시 플랫폼 수익의 원천이 된다. 그렇다면 광고형 플랫폼에서 이용자들의 활동은 노동인가, 아닌가가 쟁점이 된다. Fuchs에 따르면 플랫폼 이용자들의 활동은 데이터라는 자원을 산출하는 디지털 노동(digital labor)이다(Fuchs, 2010, 2014). 그런데 전통적 임노동은 기업이 임금이라는 대가를 지불하는 데 반해, 플랫폼은 금전적 대가 없이 이용자들의 활동을 무료로 수취한다. 그래서 디지털 노동은 전통적 임노동보다 더 착취적이다(Fuchs, 2010, 2014).

이러한 Fuchs의 논의와 자유/무료노동 개념은 일맥상통한다. 자유/무료노동 개념은 Terranova(2000)가 만든 것인데, 그에 따르면 플랫폼 이용자들은 전통적인 자본-임노동관계에 속하지는 않지만 자신의 일상생활에서 플랫폼 자본을 위한 가치를 창출한다는 점에서 노동을 수행한다. 그러나 이용자들의 활동은 임노동과는 본질적으로 다른 특성을 가지는데, 자본-임노동관계 특유의 강제성이 없다. 그래서 플랫폼 이용자들의 노동은 자유롭다. 이들은 자신의 욕구에 따라 자발적으로 플랫폼을 이용하며, 자본의 명령이나 지휘체계로부터 자유롭다.

그런데 이들은 플랫폼으로부터 금전적 보상을 받지 않기 때문에 그들의 노동은 무급으로 이루어진다.

자유/무료노동 개념은 현재 그 적용범위가 확대되어 전시형 플랫폼을 분석하는 데에도 활발히 사용되고 있다. 이 개념은 국내외에서 유튜브 1인 크리에이터 및 웹툰 작가의 노동을 분석하는 데 활용되고 있다(박범기, 2016; 박진선, 2020; 이동후·이설희, 2017; Andrejevic, 2009; Bakioğlu, 2018; Kim & Yu, in press; Postigo, 2016). 1인 방송 크리에이터는 자신의 창조적 욕구를 충족시키기 위해서 플랫폼에 채널을 개설하는데 플랫폼이 그에게 방송을 지시한 것은 아니다. 또한 1인 방송 크리에이터들은 비교적 자유롭게 자신의 콘텐츠를 정하고 원하는 시간대에 방송을 한다. 그런데 그들의 이러한 활동은 결국 플랫폼에 막대한 광고 수익을 안겨주므로 무급노동으로서의 성격을 가진다.

이러한 분석적 이점에도 불구하고 자유/무료노동 개념이 전시형 플랫폼의 문화 콘텐츠 생산자들이 수행하는 노동을 과연 포괄적으로 설명하는가에 대해서 본 논문은 회의적이다. 자유/무료노동 개념이 시사하듯이 웹툰 작가를 포함한 문화 콘텐츠 생산자들은 플랫폼과 고용계약을 맺지 않으며 자신이 원하는 장소와 시간에 자율적으로 일한다. 그러므로 그들의 노동은 전형적인 임노동에 비해 자유롭다. 그러나 이들이 플랫폼으로부터 전적으로 자유로운 것은 아니다. 그들은 플랫폼으로부터 특정한 방식으로 통제와 제약을 받는다. 자유/무료노동 개념은 플랫폼이 행사하는 통제와 구속, 억압에 대해서는 상대적으로 초점을 맞추지 않는 한계를 가진다. 또한 자유/무료노동 개념은 일의 내재적 만족감과 일과 놀이(play)가 융합되는 현상을 가리키는데 부분적으로 이는 문화 콘텐츠 생산자들의 노동 동기를 설명한다. 그러나 그들은 플랫폼의 통제를 받으며 점점 높아지는 노동강도에 직면하여 때로는 지치고 힘든 느낌을 받는다. 자유/무료노동은 이렇게 소외된 노동의 성격을 파악하는 데에도 한계가 있다. 본 연구는 웹툰 작가의 노동과정을 분석함으로써 전시형 플랫폼의 문화 콘텐츠 생산자들의 노동을 개념화하는 데 자유/무료노동 개념이 이점과 한계를 모두 가진다는 것을 부각시키고자 한다.

Ⅲ. 연구 방법

본 연구는 연구 자료를 수집하기 위해 웹툰 작가들을 면접하였다. 우선 소셜 미디어인 트위터상에서 활동하는 작가들에게 다이렉트 메시지(DM)로 연구의 취지를 알리고 면접을 요청하였다. 그리고 이에 응한 작가들을 면접하고 그들이 자신과 친분이 있는 다른 작가를 소개해 주는, 눈덩이 표집법(snowballing sampling)을 활용하였다. 이렇게 해서 총 8명의 면접자를 확보하였다. 면접자 A는 아마추어 작가로서 네이버 ‘도전만화가’에 연재하고 있었고, 나머지 7명의 면접자는 유료플랫폼 및 포털 사이트에 연재한 경험이 있는 현역 작가들이다. 이들에 대해서 연구자는 반구조화된 심층면접(semi-structured interview)을 실시하였다. 면접은 대체로 2시간에서 2시간 30분 사이에 진행되었는데 면접자가 선호하는 장소를 정하여 그곳에서 면접이 이루어졌다. 주로 면접자의 자택이나 작업실 근처의 카페에서 면접이 진행되었다. 모든 면접은 면접자의 동의하에 연구자의 스마트폰을 통해 녹음되었다. 면접이 끝날 때마다 녹취록을 작성하였고 이 자료를 귀납적으로 분석하여 연구의 틀을 형성해 나갔다. 분석결과는 매번 다음 면접을 위한 토대가 되었는데, 분석에서 부족하거나 추가로 확인해야 할 점들을 다음 면접자들에게 질문하였다. 더 새로운 내용이 면접에서 발견되지 않으면 면접을 종료하였다. 그렇게 해서 모집된 면접자의 인적 사항을 <표 1>에 정리하였다.

면접자료는 근거이론(Grounded Theory)이 제시한 절차에 따라서 분석되었다. 근거이론에도 연구자에 따라 여러 버전들이 있는데 그 중에서 Charmaz (2014)의 것을 차용하였다. 분석절차의 첫 번째 단계는 초기코딩(initial coding)이다. 연구자는 수집된 면접자료를 수차례 반복해서 읽으면서 행별로 코딩을 하였다. 이렇게 해서 도출된 코드는 더 상위의 범주로 합산하는 과정을 거쳤는데 이를 초점코딩(focused coding)이라고 한다. 초기코딩으로 산출된 코드와 면접자료를 서로 비교하면서 코드를 상위의 범주로 합산하였고 그 중에서 중요한 범주를 선택하였다. 더 많은 코드를 내부에 포섭하고 설명하는 범주를 선택

〈표 1〉 연구참여자 특성

번호	지위	성별	연령	경력	연재 플랫폼
A	아마추어 작가	남성	40대	2년	포털사이트
B	전업 연재작가	여성	20대	5년	유료 웹툰 플랫폼
C	전업 연재작가	여성	30대	8년	유료 웹툰 플랫폼
D	스토리 작가	여성	20대	3년	유료 웹툰 플랫폼
E	전업 연재작가	여성	20대	4년	포털 사이트, 유료 웹툰 플랫폼
F	전업 연재작가	여성	20대	2년	유료 웹툰 플랫폼
G	전업 연재작가	여성	30대	5년	유료 웹툰 플랫폼
H	전업 연재작가	여성	20대	3년	유료 웹툰 플랫폼

하였는데 그 결과 총 세 개의 범주가 확정되었다. 이 범주들은 등단 과정, 플랫폼과의 계약 과정, 그리고 작품 연재 과정이다. 초기코딩 및 초점코딩의 절차는 귀납적이었다. 연구 초기, 연구자는 웹툰 작가가 작품 연재 과정에서 수행하는 자유/무료노동을 밝히는 데 초점을 맞추었다. 그런데 면접 과정에서 작가들은 자유/무료노동을 작품 연재 기간에만 수행하는 것이 아니라 작가로서 등단하는 과정 및 플랫폼과 계약을 체결하는 과정에서도 수행한다는 것을 확인하였다. 요컨대 자유/무료노동은 작품 연재의 세 가지 단계에 모두 포함되어 있다는 것을 연구자는 파악하게 되었다. 그래서 연구자는 이 세 가지 단계를 상위 범주로 구분하고 각각의 단계에서 자유/무료노동의 특성을 제시하기로 결정하였다. 요컨대 이들 범주들은 면접 자료로부터 귀납적으로 이끌어낸 것이며 따라서 근거이론의 방법론에 부합한다.

근거이론의 마지막 단계는 이론적코딩(theoretical coding)이라 불리는 것인데, 범주들을 상호 연결하여 하나의 이론 체계를 만들어 내는 것이다. 연구자는 초점코딩을 통해 확인된 세 범주를 연결함으로써 웹툰 작가가 전체 노동과정에서 수행하는 다양한 형식의 자유/무료노동을 포착하는 이론체계를 만들었다. 노동과정의 각 단계마다 수행하는 자유/무료노동은 각기 다른 형식과 내용을 가지고 있으며, 이들을 단계별로 구분함으로써 웹툰 작가의 전체 자유/무료노동을 파악할 수 있다.

IV. 연구 결과

웹툰 작가들의 면접결과를 바탕으로 이하에서는 자유/무료노동 개념의 분석적 장단점을 밝힌다. 웹툰 작가는 정식 연재작가로서 등단하고, 플랫폼과 계약을 맺으며, 이후 작품 연재 활동을 하는 등 총 세 가지의 단계를 거쳐 작품 활동을 한다. 각 단계에서 플랫폼을 위해 작가는 자유/무료노동을 수행하고 또 플랫폼으로부터 영향과 통제를 받는다. 그러므로 이하에서는 웹툰 작가의 자유/무료노동을 세 단계로 구분하여 서술한다. 연구 결과는 <표 2>에 요약하였다.

<표 2> 웹툰 작가의 자유/무료노동과 통제

제작 단계	노동 및 통제의 특징		면접 예시 인용
등단단계	자유노동	유희 활동	“생활을 안정적으로 꾸리기 위해서 만화를 하는 게 아니라 제가 좋아하는 일을 하고 싶은 거거든요.”
		재량적 노동	“이거(웹툰)는 저 혼자 할 수 있는 일이잖아요. 그래서 이 일이 마음에 들어요.”
	무료노동	무급노동	“(하루 종일) 계속 그림을 그린다고 생각하시면 됩니다. 그런데 보상이 없는 거죠.”
		팬층의 확보	“도전만화가 등용문이 되는 이유는 입소문 타는 거를 이용할 수 있기 때문이죠.”
노동통제	편집자 모니터링	“퀄리티 있는 만화를 주간 연재할 수 있을 정도 꾸준히 하는 거, 네이버 (편집자)는 그 거를 중요시하더라고요. 만약에 자기가 10일 연재를 할 거예요. 그러면 정한 기간에 계속 올려줘야 해요.”	
	알고리즘적 통제	“조회수, 별점이 굉장히 크게 작용을 하고, (...) 사람몰이를 할 수 있는 작품이 정식 연재가 되는 거죠.”	

〈표 2〉의 계속

제작 단계	노동 및 통제의 특징		면접 예시 인용
계약단계	자유/무료 노동	작품 선 제시	“보통 연재를 들어가지 않은 예비 작가들은 3화 내지 5화 완성된 원고를 가져가야 회의에 들어갈 수 있어요.”
		수정 요구	“계약서를 쓰기 전에 편집자가 ‘웹툰 형식으로 트레이닝을 해봐라’ 그러면서 ‘그러서 저(편집자)한테 보내 주십시오’라고 했었어요.”
		세이브 원고 요구	“플랫폼에서 세이브 원고를 여섯 회를 요구를 했어요 6주 동안에 저는 수입이 없죠.”
		불공정 계약(MG)	“MG 제도에서 작가와 플랫폼은 3:7로 수익을 배분하는데 작가에게 매우 불리해요. (...) MG 비율배분의 협상은 좀 어려워요.”
연재단계	자유/무료 노동	노동량 증가	“출판사 만화에 비해서는 장단점이 있어요. 작화 퀄리티가 낮은 사람도 데뷔하기 쉬워졌지만 일량이 많아졌어요.”
		편집노동 전가	“웹툰에서 프로듀싱 기능이 없어요. SNS에서 작가를 데려오기만 해요.”
		작품분량 증가	“여기(플랫폼)가 최소 컷 수가 60컷이에요. 저희는 50컷이 적당하다고 보거든요. 왜냐하면 50컷을 해도 분량이 늘어나게 되거든요.”
		1인 작업	“이름 있는 분들만 어시 쓴다고 보시면 돼요. (...) 어시 최소 금액이 있거든요. (...) 저 같은 경우는 도저히 쓸 수가 없어요.”
	노동통제	알고리즘적 통제	“휴재를 하면 (독자의) 반응이 떨어지는 게 보이니까. (...) 한 주를 이사 때문에 쉬었는데 바로 (인기) 순위가 확 떨어져요.”

1. 등단 과정에서 자유/무료노동

웹툰 플랫폼이 등장하면서 정식 연재작가로 등단하는 시스템이 크게 변화하였다. 출판만화 시절에는 전문작가로 등단하기 위한 가장 유력한 경로는 유명작가의 문하생이 되는 것이었다. 그런데 웹툰 플랫폼이 등장하면서 아마추어

작가로서 작품활동을 하여 독자를 끌어들이고 그리하여 정식 연재 기회를 얻는 방식이 우세하게 되었다. 이렇게 된 것은 웹툰의 탄생과 정착에 주도적 역할을 한 포털사이트인 다음과 네이버가 아마추어 작가를 위한 ‘도전만화’, ‘웹툰 리그’라는 웹 페이지를 각각 개설하여 작품 게시를 유도하고 여기서 정식 작가를 발굴하기 시작한 것이다.

아마추어 작가들이 도전만화 등에 작품을 게재하는 활동은 자유/무료노동의 개념에 가장 가까운 것처럼 보인다(박범기, 2016). 그들의 창작 활동은 이중적인 의미에서 자유롭다. 우선 그들은 자유의사로 작품을 플랫폼에 게재하는데 작품 창작을 유희적인 놀이의 일환으로 여기는 사람들도 있다. 면접자 A는 정식 연재작가 등단을 목표로 꾸준히 네이버 도전만화에 작품을 올리고 있다. 그는 당장의 금전적 보상이 아니라 명작을 창작하고 싶다는 열망 때문에 정식 연재를 목표로 준비하고 있다고 말했다. 면접자 F는 전업 작가인데 네이버 도전만화에 작품을 업로드하면서 작가생활을 시작했다. 이는 처음에는 회사생활을 하면서 스트레스를 풀기 위한 유희적 활동이었다.

생활을 안정적으로 꾸리기 위해서 만화를 하는 게 아니라, 제가 좋아하는 일을 하고 싶은 거거든요. 명작을 만들고 싶거든요. 명작이라는 게 뭐 위대한 작품 그런 게 아니고 제 마음에 드는, 그런 작가가 되고 싶어요. (A)

제가 회사 다닐 때 도전만화를 올렸거든요. IT 디자인이 3D 업종이라고들 해요. 정말 많이 힘들거든요. 그래서 스트레스를 풀 곳이 없어 가지고 그때부터 도전만화를 혼자서 올리기 시작했어요. (F)

또한 외부의 지시나 명령으로부터 자유로운 상황에서 창작활동을 수행한다는 점에서 아마추어 및 연재작가의 활동은 자유롭다. 그들은 만화의 소재나 형식에 대해 외부의 간섭 없이 자율적으로 결정할 수 있다. 작가가 창작 과정 전체를 통제할 수 있고, 창작에 장소나 시간의 제약이 없다. 면접자 F는 직장에 고용되어 일하던 때보다 웹툰 작가가 더 자유롭게 하루 일의 양과 범위를 정할 수 있고 창작에 대한 권한이 크다는 점을 높이 평가한다. 면접자 H는 애니메이션 전공자인데 웹툰 작가로 등단하였다. 그녀는 애니메이션 작업이 팀 단위여서 개인의 재량권이 약하고 지루하게 같은 일을 반복해야 한다는 점이 단점이

라고 언급한다.

만화 쪽이 더 자유롭다고 느껴졌고, 디자인 회사는, 제가 다녔던 회사는 좀 자유도가 많이 떨어졌어요. 어르신 분께서 수정해달라는 대로 수정해 주고 그런 것들. (F)

게임이나 애니(애니메이션)는 팀작업이고 기획자가 따로 있는데 이거(웹툰)는 저 혼자 할 수 있는 일이잖아요. 그래서 이 일이 마음에 들어요. 애니는 작업 공정이 계속 반복되는 작업이거든요. 같은 작업을 계속해야 되는 그런 좀 지겨운 작업이에요. (H)

아마추어 작가의 노동은 자유로우면서도 동시에 무급의 성격을 가진다. 아마추어 작가가 네이버 도전만화에 작품을 올리면 독자들이 작품을 보기 위해 몰려들며 그로 인해 트래픽이 발생한다. 이 트래픽을 이용하여 플랫폼은 광고를 게재하고 수익을 벌 수 있다. 이러한 수익을 플랫폼에 안겨주면서도 아마추어 작가들은 금전적 보상을 받지 않는다. 그렇기 때문에 이들은 플랫폼을 위해 무급 노동을 수행한다고 볼 수 있다. 면접자 A는 아마추어 작가로서 네이버 도전만화에 꾸준히 작품을 올리면서도 아무런 금전적 보상을 받지 못하는 현실에 대하여 날카롭게 이야기하였다.

하루에 회사 다니는 것 빼고 3~4시간 정도는 투자를 해야 된다고 봅니다. 그러면 제가 매일 7시에 퇴근을 해서 집에 들어간다고 하면 밥 먹고 8시부터 그림을 그리면 12시까지 계속 그림을 그린다고 생각하시면 됩니다. 그런데 보상이 없는 거죠. (A)

아마추어 작가들의 무료노동은 여기서 끝나지 않는다. 아마추어 작가들이 도전만화에 작품을 꾸준히 연재하면 작품을 계속해서 소비하는 팬이 생기게 된다. 이 작품이 특정 플랫폼에 정식 연재가 되면 기존의 팬들은 이 작품을 즐기기 위해서 플랫폼으로 이동해 온다. 그러므로 플랫폼의 입장에서는 마케팅을 위한 비용을 들이지 않고서도 쉽게 작품의 소비층을 확보하게 된다. 이렇게 독자층을 확보하는 것도 무료노동의 일환으로 간주할 수 있다. 면접자 D는 도전만화가 등용문이 되는 이유가 작품의 팬층을 미리 확보할 수 있기 때문이라고 말한다.

도전만화가 등용문이 되는 이유는 입소문 타는 거를 이용할 수 있기 때문이죠. 게으른 방식으로 생각할 수 있는데 독자가 붙어 있는 걸 플랫폼은 선호해요. 미리 팬이

있는 걸 선호해요. (작품의) 퀄리티가 떨어지더라도 입소문이 있으면 가산점이 붙는다는 느낌이에요. (D)

자유/무료노동은 아마추어 작가의 활동을 충분히 설명할 수 있는 것으로 보이나, 이 개념이 시사하듯이 그들의 노동이 전적으로 자유로운 것은 아니다. 네이버의 경우, 아마추어 작가의 창작품 게시 공간은 ‘도전만화’와 ‘베스트 도전만화’로 구분되어 있다. 처음에는 도전만화에 작품을 게재하다가 플랫폼을 관리하는 편집자에 의해 베스트 도전만화로 승격되며 여기서 정식작가로서 작품을 연재할 기회가 주어진다. 아마추어 플랫폼은 편집자의 시선에 의해 항상 관찰당한다는 점에서 푸코(Michel Foucault)의 ‘관옵티콘(panopticon)’과 유사하다(Foucault, 1979). 관옵티콘 수감자들은 중앙 감시탑의 비가시적인 시선에 의해서 항상 감시당하기 때문에 자신의 행동을 관옵티콘의 규칙에 맞게 스스로 규율하지 않을 수 없다. 그리하여 수감자들은 자신의 행동을 끊임없이 스스로 교정하는 자기 규율적 주체(self-disciplining subject)로 재탄생한다. 마찬가지로 아마추어 작가들은 편집자가 원한다고 추정되는 방향에 맞추어서 자신의 작품 게재 방식을 스스로 끊임없이 검열한다. 예를 들어 아래 면접자 F의 경우, 베스트 도전으로 승격되기 위해서는 웹툰 창작물의 퀄리티가 보장되는 한편, 자신이 정한 연재주기를 잘 지켜야 한다고 생각한다.

베도(베스트 도전)는 어느 정도의 퀄리티 그리고 꾸준한 연재를 하면 올라가는 거 같아요. 퀄리티 있는 만화를 주간 연재할 수 있을 정도 꾸준히 하는 거, 네이버는 그것을 중요시하더라고요. 만약에 자기가 10일 연재를 할 거예요. 그러면 정한 기간에 계속 올려줘야 해요. (F)

네이버의 ‘베스트 도전만화’에 게재되는 각 작품에는 독자가 부여하는 별점과 독자가 얼마나 작품을 클릭했는지를 나타내는 조회수가 있다. 또한 조회수가 높은 순으로, 인기 있는 10개 작품의 순위를 실시간으로 메인 홈페이지에 공개하고 있다. 플랫폼 입장에서 별점과 조회수가 높을수록 이 작품에 대해 형성된 팬층의 규모를 가늠할 수 있고 정식 연재 시에 예상 수익을 점칠 수 있다. 그런데 이러한 기술적 장치들은 작품마다의 독자 반응을 작가에게 고지함으로써 작가의 창작 활동에 큰 영향을 미친다. 아마추어 작가가 연재 주기를 지키지

않거나 휴재를 하거나 또는 작품성이 떨어지면 조회수와 별점이 크게 떨어질 수 있기 때문에 작가는 자신의 창작 활동을 스스로 규율하게 된다. 플랫폼은 조회수와 별점을 알고리즘을 통해 홈페이지에 자동으로 고지함으로써 소비자에 의한 통제(management by customers)(Gandini, 2019)를 실현하는 것으로 볼 수 있다.

조회수, 별점이 굉장히 크게 작용을 하고 그런 게 눈에 띄고... 사람몰이를 할 수 있는 작품이 정식 연재가 되는 거죠. 크게 비화가 되었던 게 ○○라는 작품인데 그 작품 경우에 (낮은 퀄리티 때문에) 엄청난 박탈감을 안긴다고 작가들이 얘기를 하지만 어쩔 수 없죠. 인기투표에서 1등을 했는데. 욕을 하면서도 조회수가 꾸준히 나오기 때문에 요일별 웹툰의 중위권 성적을 계속 유지하고 있거든요. (A)

2. 플랫폼과 계약과정에서 자유/무료노동

플랫폼의 네트워크 효과로 인해 플랫폼과 작가의 관계는 불평등하게 형성된다. 웹툰이 거의 전적으로 플랫폼에 의해서 서비스되기 때문에 작가는 플랫폼을 벗어나서는 작품 수요자를 만나기 힘들다. 그러므로 플랫폼은 작가와 계약을 할 때 작가에게 불리한 노동조건을 일방적으로 강제할 수 있다. 이 장에서는 플랫폼과 연재계약을 맺을 때 웹툰 작가가 어떤 무료노동을 하도록 강제되는지를 살펴보고자 한다.

먼저 면접에 응한 작가 대부분에 따르면, 작가는 계약 전에 플랫폼으로부터 3화에서 5화 분량의 원고를 제출하도록 요구받는다. 플랫폼 측에서는 최소 3화 분량의 원고를 검토해서 작가가 높은 질의 작품을 지속적으로, 휴재 없이 창작할 능력이 있는지를 검증하기 위한 목적이다. 작가 입장에서는 금전적 대가 없이 계약 전에 3화에서 많게는 5화 분량의 작품을 그려서 제출해야 하므로 무료노동이 된다. 1화를 그리는 데 작가가 1주일을 소비하기 때문에 플랫폼에 연재를 타진하기 위해서 작가는 금전적 보상 없이 약 1달을 작품을 준비하는 데 써야 한다. 면접자 C와 F는 각각 플랫폼에 작가가 투고하는 경우나 플랫폼에서 작품 연재를 먼저 제안하는 경우나 상관없이 작가에게 우선 3화 이상의 작품을 준비해 올 것을 요구한다고 한다. 면접자 E의 사례에서 보듯이 이러한 관행은

유료 전문플랫폼뿐만 아니라 네이버와 같은 포털 사이트에서도 관찰된다.

네이버에 연재 회의를 넘기려면 3화 이상의 완성된 원고 형태로 넘기는 게 보통이에요. 저의 전 작품이 좋은 트래픽을 발생시키기도 했었고 그래서 제가 그쪽에 넘겼던 게 완성까지 글만 되어 있던 짝막한 시나리오랑 1화가 반 정도 (그림으로) 완성되었던 파일이에요. 그거를 (편집자가) 연재 회의에 올려 주셨어요. 그때 느꼈던 게 보통 연재를 들어가지 않은 예비 작가들은 3화 내지 5화 완성된 원고를 가져가야 회의에 들어갈 수 있는 거잖아요. (E)

면접자 H는 유료 전문플랫폼 공모전에 작품을 출품했는데 당선되지는 못했지만 해당 플랫폼으로부터 연재 제의를 받았다. 그녀는 웹툰 작가를 지망하기 전에는 대학교에서 애니메이션을 전공했었고 그래서 애니메이션의 기법을 적용해서 만화를 그렸기 때문에 웹툰의 포맷에 작품이 어울리지 않았다. 플랫폼은 연재를 제의하면서 먼저 웹툰 창작법에 익숙해지기 위해서 3화 분량의 만화를 그려서 제출해 달라고 요구하였다. 그녀는 계약서를 작성하기 전에 작품을 제출해야 한다는 것이 거북했다고 말했다. 게다가 그 만화는 연재를 위한 것이 아니라 웹툰 스타일을 익히기 위한 연습용이었기 때문에 무급으로 해야 했다.

제가 애니메이션 스타일로 풀 샷을 많이 그렸다고 했잖아요. 계약서를 쓰기 전에 편집자가 “웹툰 형식으로 트레이닝을 해봐라” 그러면서 “그러서 저(편집자)한테 보내 주십시오”라고 했었는데, ‘어차피 이거 연재도 안 할 건데, 하라고 해서 하는 거긴 한데, 만약 계약이 어그러지면 어떡하지.’ 그런 생각이 들더라고요. (H)

대부분의 플랫폼은 연재 결정이 내려지면 그 때부터 ‘세이프 원고’를 그럴 것을 작가에게 요구한다. 세이프 원고란 연재 시 작가가 여러 개인적 사정으로 작품을 때맞춰 업로드하지 못할 때를 대비하여 가지고 있는 작품 비축분을 말한다. 작가는 연재 핑크가 날 때 가지고 있는 세이프 원고를 대신해서 업로드한다. 이러한 비축분을 연재 전에 미리 쌓아두는 것이 웹툰 작가들에게 관례화되어 있는데 문제는 종종 플랫폼이 이를 요구하면서 작가에게 선금을 지불하지 않는다는 점이다. 면접자 B는 세이프 원고를 6화나 만들어야 했는데 플랫폼이 선금을 주지 않아서 생계가 다소 곤란했다고 말한다. 면접자 E에 따르면 포털 사이트도 마찬가지로 작가에게 세이프 원고를 미리 비축해 놓을 것을 요구한

다. 선금 지불 없이 플랫폼의 요구에 맞추어 5~6주 동안 세이브 원고를 만들어 두는 것이 작가에게는 무료노동이 된다.

플랫폼에서 세이브 원고를 여섯 화를 요구를 했어요. 6주 동안에 저는 수입이 없죠. 업로드를 한 익월부터 돈을 줘요. 그런 게 관행으로 굳어졌어요. 어떤 플랫폼에서 세이브원고 줄 때 MG를 주는 곳도 있다고는 들었지만 소수예요. (B)

세이브 원고를 비축해 두는 것이 특히 문제가 되는 것은, 플랫폼과 정식 계약을 하기 이전에 구두로 연재를 합의하고 세이브 원고를 그리는 경우이다. 플랫폼에서 연재할 것을 기대하고 해당 작품에만 몰두하여 5~6주가량 세이브 원고를 그리는데, 연재 직전에 플랫폼이 계약을 거부해 버리면 작가가 작품연재를 위해 소요한 시간은 고스란히 기회비용이 되어 버린다. 면접자 E는 어느 플랫폼이든 연재 직전에 계약서를 작성하고 그 이전에는 구두로 연재를 합의하는 것이 관례라고 확인하면서 작가는 스스로 리스크를 부담하면서 상당 기간 동안 작품 연재를 준비하게 된다고 말한다.

대부분 포털들이 연재에 들어가기 직전에 계약서를 쓰는 경우가 많아요. 그나마 네이버, 다음, 레진, 이런 큰 포털에서는 구두계약만으로 신뢰를 가질 수 있는데 작은 포털들 있잖아요. 이런 데는 문제가 되는 게 원고를 실제로 올려주기 이전까지는 계약서상 합의되는 게 없으니까 직전에 엮어져서 “우리 작품 실을 수 없게 되었다.”라고 하더라도 작가 입장에서는 그거를(계약금을) 요구할 수가 없어요. (E)

플랫폼 경영자가 승인하여 작가와 플랫폼이 정식 계약을 할 때에는 원고료를 협상하게 되는데 여기서도 무료노동이 발생한다. 네이버와 다음과 같이 초기 웹툰 서비스를 시작한 포털사이트는 웹툰을 트래픽을 올리기 위한 수단으로 간주했다. 그래서 지금까지도 웹툰을 수요자들에게 무료로 제공하고 작가들에게는 월 원고료를 보장한다. 그런데 유료 웹툰전문 플랫폼은 수요자가 매 화마다 200원 정도의 금액을 지불하고 유료로 소비하도록 하고 있다. 유료 전문 플랫폼의 첫 주자가 레진 코믹스인데, 레진 코믹스는 원고료 지급방식을 차별하면서 MG(Minimum Guarantee)라고 하는 개념을 만들어냈다. 이는 작가에게 월 200만 원 상당의 돈을 정기적으로 지급하면서, 웹툰 구매로 인해 발생하는 작가의 수익금이 200만 원을 넘을 때 비로소 수익금을 지급하는 것이다. 대부분

의 유료 전문 플랫폼은 웹툰 수익을 작가와 7:3의 비율로 나눈다. 이 계산대로라면 작가가 200만 원을 넘어서 추가수익을 얻기 위해서는 약 667만 원 이상의 판매수익이 생겨야 하며, 그 이하의 수익은 모두 플랫폼에게 돌아간다. 이렇게 수익의 상당부분을 플랫폼이 수취하도록 하는 MG제도는 웹툰 작가의 노동 중 부불노동 부분을 확장하는 효과를 가진다.

MG는 레진 코믹스의 뒤를 따라 우후죽순 생겨난 유료 웹툰전문 플랫폼에서 대부분 채용하고 있다. 작가들 대부분이 MG제도를 마지못해 수용하는 이유는 유료 전문 플랫폼들이 모두 레진 코믹스 사례를 따라 MG제도를 채용하고 있기 때문이다. MG제도와 관련해서는 연재 경력이 상당한 스타 작가들도 어떻게 할 도리가 없는 것으로 보인다. 면접자 C는 경력이 상당한 작가이지만 협상력에서 제한이 있다고 이야기한다.

이 업계에 있는 사람들마저 그림을 낮게 보는 경향이 있어서 결국은 어떻게 불러도 제가 6:4 이상으로 올려본 적이 없어요. (연구자 질문: 경력이 있잖아요?) 그래도 안 올려줘요. 6:4도 안 올려줘요. MG 금액의 협상은 가능한데 실제 비율배분의 협상은 좀 어려워요. (C)

3. 작품 연재과정에서 자유/무료노동

이제 웹툰을 연재하면서 작가들이 어떻게 자유/무료노동을 수행하는지를 분석한다. 웹툰의 제작 과정은 출판만화의 그것과는 다른 특징을 가지며, 이렇게 변화된 제작과정은 무료노동을 증가시킨다. 웹툰이 등장하면서 컬러 작업, 스크롤 편집이 새로운 노동으로서 추가되었고 식자 작업은 편집자가 하던 것인데 웹툰 작가가 부담하는 것으로 변화하였다. 포털 사이트가 최초로 웹툰을 연재할 때부터 컬러 웹툰을 서비스했기 때문에 웹툰은 곧 컬러라는 공식이 확립되어 있고 그래서 작가들은 이제 컬러 작업을 필수로 하게 되었다. 또한 웹툰은 사람들이 스마트폰 화면을 세로로 터치하면서 감상하는 것이 관례화되었기 때문에 작가들은 이른바 ‘스크롤 편집’이라는 것을 해야 한다. 이는 만화 컷을 세로로 편집하는 것을 말한다. 마지막으로 출판만화에서 식자 작업은 출판사가 담당하였는데 현재 플랫폼은 웹툰을 업로드할 뿐 일체의 제작과 편집을 모두

작가에게 맡기고 있다. 따라서 작가들은 편집자가 하던 식자 작업까지 담당하게 되었다. 면접자 G가 말하듯이 플랫폼 편집자가 사실상 작품을 업로드만 한다는 불만이 종종 작가들 사이에서 나오고 있다.

웹툰에서 프로듀싱 기능이 없어요. SNS에서 작가를 데려오기만 해요. 출판만화를 한 사람한테 물어보면 장난이 아니었어요. 정말 작가님 담도 넘어서 원고 받았다고 하는데, 이 플랫폼은 하는 일이 없어요. 피디가 6~7명쯤 되는데 웹툰 작가가 200명이 넘어요. “이거 괜찮다” “이거 나쁘다” 이런 답만 듣고 연재를 하게 돼요. (G)

한 화당 분량이 늘어나는 것도 웹툰 작가의 부불노동 부분을 증가시키는 요인이 된다. 독자는 한 화당 컷수가 많은 작품을 선호하기 때문에 플랫폼은 한 화에 많은 분량의 만화를 그리도록 요구한다. 아래에서 면접자 H가 말하듯이, 플랫폼은 종종 계약 시 한 화당 최소 컷수를 명시하여 작가에게 지킬 것을 요구한다. 그런데 작품의 한 화당 분량이 늘어나는 것은 비단 플랫폼의 직접적인 강제 때문만은 아니다. 플랫폼이 설정한 장치들, 예컨대 댓글 쓰기, 별점 및 조회수의 공지, 작품 순위 공개 등에 의해서 독자의 피드백을 직접적으로 작가들이 받게 되면서 작가들은 독자들에 의해서 작품의 분량을 늘리지 않을 수 없다. 이 점을 면접자 E가 분명히 지적하고 있다.

여기가 최소 컷 수가 60컷이예요 저희는 50컷이 적당하다고 보거든요. 왜냐하면 50컷을 해도 분량이 늘어나게 되거든요. 스토리를 집어넣다 보면. 그런데 60컷으로 하면 줄일 수 없고 늘릴 수밖에 없으니까 70컷까지 왔다 갔다 하면 제가 힘든 거예요. (H)

내 작품만의 유니크한 특징이 있어야 하잖아요. 그걸 분량 높은 걸로 시도하다 보니까 그렇지 못한 작가에게는 비난이 쏟아지게 되는 거죠. 평소보다 작품을 적게 연재하면 독자들이 컷수를 세요. (컷수가) 하향평준화가 이루어져야 하는데 설불리 시도할 수 없는 게 독자들이 등을 돌리니까. (E)

출판만화의 경우 작가들은 노동을 어시스턴트(또는 이른바 어시) 및 문하생에게 분담하여 자신의 노동량을 조절하였다. 그러나 웹툰 작가들은 문하생을 거의 두지 않고, 경력이 있거나 스타인 웹툰 작가에 한해서 어시스턴트를 고용하고 있기 때문에 증가한 부불노동 부분을 혼자서 부담하게 된다. 웹툰은 디지

털 도구를 통해서 작업하는데 이는 누구나 학습하기가 쉽다는 특징이 있으며, 독자들은 웹툰을 스마트폰을 통해서 빠르게 넘겨서 보기 때문에 퀄리티에 대한 요구가 출판만화만큼 높지 않다. 그래서 웹툰 창작을 위해서 문하생 기간을 거칠 필요가 없어졌다. 또한 웹툰 연재작가들 중 다수가 MG제도하에 있으면서 월 200만 원 상당의 돈을 받고 있는 이상, 어시스턴트를 고용할 수 있는 재력이 없다. 면접자 F는 현 MG제도하에서 어시스턴트를 고용할 기회가 없다며 오직 이름 있는 작가들만 그들을 사용한다고 이야기한다.

이름 있는 분들만 어시 쓴다고 보시면 돼요. 아니면 네이버에서 연재하시면 쓰시고 어시 최소 금액이 있거든요. 그게 1주일에 30만 원인가. 저 같이 200만 원 벌면서 일주일에 120만 원 주면 배보다 배꼽이 더 크잖아요. 저 같은 경우는 도저히 쓸 수가 없어요. (F)

다음으로 전문 웹툰 작가의 노동을 자유노동 개념으로 온전히 설명할 수 있는가에 대해서 고찰한다. 작가는 자신이 원하는 콘텐츠의 작품을 자신이 선택한 작화 기법에 따라서 그럴 자유를 누린다. 그리고 작가는 언제, 어디서 작품 활동을 할 것인지를 자율적으로 선택할 수 있다. 그러나 이것이 다가 아니다. 작가는 플랫폼의 기술적 장치에 의해서 제약을 받으며, 그래서 온전히 자유로운 노동 활동을 하지 못한다. 먼저 작품의 연재 주기는 플랫폼의 기술적 장치에 의해서 이미 정해져 있으며, 작가는 이를 따를 수밖에 없다. 다수의 플랫폼은 요일별로 작가들의 새로운 작품을 독자들에게 제공하고 있다. 플랫폼이 이렇게 기술적으로 구현되어 있기 때문에 작가는 일주일에 한 화씩 작품을 독자에게 공개하지 않을 수 없다. 앞서 보았듯이 한 화 분량이 점점 증가하고 이전 출판만화에서 볼 수 없었던 노동이 추가되는 가운데, 일주일 주기의 연재는 작가가 쉬지 않고 고강도의 노동을 수행하도록 만든다. 이에 따라 웹툰 작가 중 상당수가 공황장애와 같은 정신적 문제를 안게 된다.

연재 막판에는 공황장애 현상이 와요. 밖에 안 나가고 한정된 자극밖에 안 보니까. 만화가협회에서 신인작가들 공황장애 현상을 걱정했어요. 그때 얘기 듣고 나서 ‘나 그랬나보다.’라고 알게 되었어요. 진지하게 정신과 가서 약 처방 받는 사람이 잘 없죠. 실제 그럴 시간도 없어요. 저희는 피디랑 밥 한번 먹을 때 그때 휴재했어요. (D)

대부분의 플랫폼은 또한 인기작품의 순위를 공개하고 있다. 작품의 조회수, 독자가 부여하는 작품의 별점, 그리고 가장 인기 있는 작품 10순위 등이 플랫폼의 메인에 나타나도록 하고 있다. 플랫폼의 이러한 디자인은 웹툰 작가가 작품 순위를 실시간으로 확인 가능하게 하며 그리하여 자신의 작품 활동을 스스로 규율(self-discipline)하게 만든다. 면접자 H에 따르면 한 번 개인적 사정으로 휴재를 했을 때 작품 순위가 떨어지는 것이 보여서 그 이후 휴재를 하지 않게 되었다고 한다. 건강에 적신호가 켜져도 연재 기간 동안 결코 쉬지 못하는 것이다. 웹툰은 명절 및 연휴에도 쉬지 않고 작품이 업로드되는 것으로 유명하다. 또한 작품 순위를 올리기 위해 작가는 자신의 작품을 대중에게 스스로 홍보하기도 한다. 면접자 D는 작가들이 SNS에서 사비를 들여 작품 홍보를 진행하고 있다고 말한다. 그래서 플랫폼들은 작품 마케팅에 크게 신경 쓰지 않기도 한다.

휴재를 하면 반응이 떨어지는 게 보이니까. 하루 쉬었던 적이 있어요. 한 주를 이사 때문에 쉬었는데 바로 순위가 확 떨어져요. 그래서 쉴 수가 없더라고요. (H)

조회수 올리는 게 일이에요. 홍보는 저희 일이 아니어야 하는데 대부분의 작가들이 홍보를 직접 하고 있어요. 제일 흔한 게 SNS에 올리는 거. ‘알티(RT)를 해주시면 기프트콘을 드린다.’라고 상품을 걸고 많은 작가들이 해요. (D)

V. 결론

본 연구는 자유/무료노동 개념을 비판적으로 활용하여 웹툰 작가의 노동과정을 설명하고자 했다. 또한 자유/무료노동 개념은 어느 정도 웹툰 작가의 노동을 설명하는 데 유용하다는 것을 입증했다. 웹툰 작가는 아마추어로 작품활동을 시작할 때부터 플랫폼과 계약하여 연재를 할 때까지, 각 단계마다 자유/무료노동을 수행한다. 아마추어 작가들은 무상으로 플랫폼에 작품을 연재하는데 플랫폼은 독자들의 유입으로 인해 광고판매 수익을 얻는다. 또한 아마추어 작가들은 플랫폼에 무료 연재를 함으로써 자신의 작품 제작 및 연재 능력을 입증하며 독자층을 미리 끌어모으는데, 이를 통해서 플랫폼은 무료로 작가의 능력을 검

증하게 되고 이들과 계약을 할 때에는 미리 구축된 독자층을 역시 무료로 얻게 된다. 연재 계약을 맺을 때 작가는 플랫폼에 비해 열악한 위치에 놓이게 되며 이로써 부당한 자유/무료노동을 수행하도록 압력을 받는다. 그들은 계약 전에 작품을 플랫폼의 요구대로 제작 및 수정하도록 요구받으며, 플랫폼에 정식 게시되기 전에 많은 화를 미리 제작하도록 강제된다. 이때는 작가들이 플랫폼으로부터 연재 대금을 받기 이전이기 때문에 이러한 활동은 무료노동이 된다. 또 플랫폼은 작가들에게 불공정한 계약조건을 강요하기도 하는데 작가의 창작활동을 통한 수익의 상당 부분이 플랫폼에 귀속되며 이로써 작가의 부블노동 부분이 확대된다. 연재 기간 동안에 웹툰 작가는 기존 출판만화 때와 달리 더 낮은 원고료를 받으면서도 더 많은 양의 노동을 한다. 또 웹툰 작가는 자기 작품의 조회수를 올리기 위해서 스스로 작품 홍보를 떠맡고 있으며 낮은 원고료로 인해 어시스턴트를 고용하여 작품의 일정 부분을 할당하는 것이 어려워진다.

이렇게 웹툰 작가는 무료노동을 수행하는 한편으로 창작 활동이 자신의 재량 하에 이루어진다는 점에서 만족한다. 어떤 내용 및 소재를 어떠한 형식으로 창작할 것인지가 작가의 자유에 맡겨지며 창작활동의 시간과 장소도 작가가 자유롭게 정할 수 있다. 그러한 점에서 그들의 노동은 자유노동으로 개념화할 수 있다. 그러나 그들의 활동은 상당한 정도로 플랫폼에 의해서 통제되고 계약을 받고 있는데, 자유/무료노동 개념은 이를 포착하는 데 한계를 가지고 있다. 플랫폼의 통제는 크게 경제적 통제와 기술적 통제로 구분 가능하다. 경제적 통제는 작가가 플랫폼에 경제적으로 예속되는 것을 가리킨다. 네트워크 효과 때문에 소수의 플랫폼에 의한 독점화 경향이 있으며 따라서 작가는 작품 연재를 위해 소수 플랫폼에 의존할 수밖에 없다. 또한 웹툰의 요일별 연재를 감안할 때 작가는 한 작품의 창작을 위해 일주일의 전부를 바쳐야 하는데 그러므로 연재 기간 동안에는 한 플랫폼과 배타적 관계를 맺게 된다. 그래서 플랫폼에 대한 작가의 경제적 종속성이 심화되어 작가는 각종 부당한 계약조항도 감내할 수밖에 없는 처지에 놓인다.

웹툰 플랫폼은 또한 여러 기술적 장치들을 통해서 작가를 통제하는데, 이러한 기술적 통제양식을 알고리즘적 통제(algorithmic control)로 개념화할 수 있

다. 플랫폼은 노동자에 대해서 알고리즘 경영 또는 알고리즘 통제를 가하는 것으로 알려져 있는데(Kellogg, Valentine, & Christin, 2020), 이는 알고리즘 기술을 매개로 노동자와 고객을 매칭시키고 노동자에게 일감을 배분하며 노동자의 성과를 평가하는 관리 기제를 일컫는다. 플랫폼 노동의 사례 중 가장 잘 알려진 우버(Uber)의 경우를 들어보자. 운전수가 받는 고객의 콜 신호는 알고리즘을 통해 주어진다. 고객의 콜에 운전사가 일정 기간 응답을 하지 않으면 자동으로 콜이 취소되고 콜 취소 건수가 일정 비율을 넘기면 운전수는 더 이상 우버를 이용하지 못한다. 또 운전수에 대한 고객의 평가가 자동으로 계산되는데 평점이 낮으면 우버가 운전수의 앱 이용을 거절할 수 있다(Lee, Kusbit, Metsky, & Dabbish, 2015; Rosenblat & Stark, 2016). 이렇게 운전수에 대한 관리는 철저하게 컴퓨터 알고리즘을 매개로 하며, 따라서 운전수의 노동이 플랫폼 관리자에 의해 통제된다는 사실이 노동자들의 시야에서 사라지고 만다.

웹툰 작가도 알고리즘 통제를 받고 있는데, 독자의 별점과 평가, 조회수, 조회 순위 등이 플랫폼 화면에 나타나기 때문에 독자의 즉각적인 피드백과 평가에 작가는 항상 노출되어 있다. 개인 사정으로 한 주라도 연재를 쉴 경우 조회수가 낮아지기 때문에 작가는 일 년 내내 연재를 멈추지 못하게 된다. 또 작품의 분량이 낮아지는 경우 독자들이 댓글을 통해서 지적하기 때문에 작품 분량과 퀄리티를 계속 높여나갈 수밖에 없다. 플랫폼은 이렇게 독자의 반응을 알고리즘 기술을 통해 수치화해 제시함으로써 작가가 스스로를 통제하도록 유도한다. 또한 컬러만화, 작가의 식자작업 담당, 요일별 연재 등은 플랫폼의 전략적 결정의 산물이며 작가의 노동량을 가중시키는 요인이지만, 이는 웹툰 자체의 독특한 성격으로 인지됨으로써 작가는 이를 당연시하게 된다. 웹툰 작가를 비롯한 플랫폼 노동자들은 알고리즘 통제로 인해서 자기 규율적 주체가 될 뿐만 아니라 통제를 기술의 필연적 결과물로 이해함으로써 자신이 통제받는 사실을 때때로 인지하지 못한다.

본 논문과 다음과 같은 이론적 기여점이 있다. 먼저 그동안 산업사회학, 노사관계론은 운송업, 배달업, 가사서비스에서 최근 나타나고 있는 플랫폼 노동에 대해 논의하고 있지만(김종진, 2020; Gandini, 2019; Veen et al., 2020) 전시형 플랫폼에 대해서는 별다른 이론적 논의가 없다. 본 연구는 웹툰 작가를 연구대

상으로 선정하여 만화산업이 플랫폼화 됨에 따라서 그들의 노동과정이 어떻게 재구성되었는지를 분석하고자 했다. 즉, 산업사회학 및 노사관계론의 분석 시각에서 전시형 플랫폼을 위해 일하는 창작자들, 특히 웹툰 작가의 노동과정을 밝혀낸 첫 연구로서 의의가 있다.

둘째, 전시형 플랫폼을 설명하는 데 그동안 사용되어 온 자유/무료노동 개념이 웹툰 작가의 노동과정을 분석하는 데 적합한지를 진단하고자 했다. 본 연구는 자유/무료노동 개념이 어느 정도 웹툰 작가의 무급노동과 웹툰 창작의 유희적 성격을 설명하는 데 유용하다는 것을 입증했다. 그러나 이 개념은 웹툰 작가가 플랫폼으로부터 받는 경제적·기술적 통제를 밝혀내는 데에는 한계가 있다. 이 개념은 전시형 플랫폼에 작품을 업로드하는 작업자들의 자율성을 지나치게 강조한 나머지 이 플랫폼의 기술적 환경 및 독점적 지위에 의해서 작업자들의 자유도가 제약될 수 있다는 사실을 간과하는 경향이 있다. 본 연구는 전시형 플랫폼을 위해 작품을 생산하는 작업자들의 노동을 전체적으로 설명할 수 있는, 더 나은 개념을 제시하기 위한 하나의 밑작업으로서 의의가 있다.

본 연구는 웹툰 작가의 노동조건 개선을 위한 정책적 개입 또한 시사한다. 첫째, MG제도하에서 작품 수익 중 10분의 7을 플랫폼이 분배받는 것이 관행이 되고 있는데, 그 결과 작가들은 고정된 고료 이외의 작품 수익을 거의 보장받지 못하고 있다. 이러한 불공정한 수익배분 관행을 시정하기 위해서 수익배분에 대한 정책적 가이드라인이 필요하다. 둘째, 웹툰 작가를 위시한 프리랜서 창작자들에게 고용보험자격을 부여할 필요를 본 연구는 시사한다. 웹툰 작가는 계약 전에 플랫폼에 제출하기 위한 작품 창작을 1개월에서 많게는 3개월까지 하게 되는데 이때 아무런 금전적 대가를 받지 못하는 경우가 있다. 이 기간 동안에 작품 창작에 시간을 투자하면서도 생계를 위한 활동을 하지 못하는데, 이들의 생계를 보장하기 위해서 실업급여를 보장해야 한다.

논문은 방법론상의 한계도 있으며 추후 연구에서는 이를 극복하기 위한 조치가 필요하다. 본 논문은 웹툰 작가를 면접 대상으로 하였는데, 플랫폼의 통제 체제를 더 정확히 이해하기 위해서는 플랫폼에 직접 고용되어 일하는 직원들에 대해서도 면접해야 한다. 플랫폼의 알고리즘을 설계하는 기술자들과 웹툰 작가를 담당하는 편집자들을 면접한다면 플랫폼의 통제 체제를 더 정확히 이해할

수 있다. 또한 이 논문은 웹툰 작가만을 대상으로 하였는데 웹소설 작가들의 노동과정은 어떠하며 이들은 플랫폼과 어떠한 관계를 맺는지 향후에 연구할 필요가 있다. 만화와 소설은 그 분야가 다르고 발전해 온 역사도 상이하기 때문에 웹툰 작가의 연구 결과를 웹소설 작가에게 그대로 투영하기는 곤란하다.

참고문헌

- 김수철·이현지(2019). 「문화산업에서의 플랫폼화: 웹툰산업을 중심으로」. 『문화와 사회』 27(3): 95~142.
- 김애라(2016). 「디지털 노동의 성별성에 관한 비판적 고찰: 여성 ‘폐북스타’의 디지털 노동을 중심으로」. 『언론과 사회』 24(4): 98~145.
- 김종진(2020). 「디지털 플랫폼노동 확산과 위험성에 대한 비판적 검토」. 『경제와사회』 125: 296~322.
- 김철식·장귀연·김영선·윤애림·박주영·박찬임·홍석만(2019). 『플랫폼노동 종사자 인권상황 실태조사』. 국가인권위원회.
- 김철식·장귀연·김영선·윤애림·박주영·박찬임·홍석만(2019). 「플랫폼 경제의 지배구조」. 『플랫폼노동 종사자 인권상황 실태조사』. 국가인권위원회. pp.11~30.
- 박범기(2016). 『아마추어 웹툰 작가의 생산 노동의 성격에 대한 연구: 네이버 <베스트 도전> 연재작가를 중심으로』. 중앙대학교 문화연구학과 석사학위논문.
- 박진선(2020). 「크리에이터는 어떻게 노동하는가?: 1인 미디어 생산 경험에 대한 비판적 고찰」. 『미디어 경제와 문화』 18(1): 73~110.
- 이동후·이설희(2017). 「인터넷 개인방송 BJ 의 노동 과정에 대한 탐색: 아프리카 TV 사례를 중심으로」. 『한국언론학보』 61(2): 127~156.
- 이항우(2014). 「구글의 정동 경제(Affective Economy): 사용자 정동 노동의 동원과 전용」. 『경제와 사회』 102: 208~236.
- 이항우(2015). 「자유/무료노동의 화폐적 보상: 소액 결제 혹은 보편적 기본 소득」. 『경제와 사회』 107: 323~351.

이현율 · 지혜민(2015). 「팬덤 내의 계층 구별에 대한 연구: 트위터와 팬 생산자를 중심으로」. 『미디어, 젠더 & 문화』 30(4): 5~40.

Andrejevic, M.(2009). “Exploiting YouTube: Contradictions of User-Generated Labor.” In P Snikars and P Vonderau (eds.), *The YouTube Reader*. Stockholm, Sweden : National Library of Sweden. pp.406~423

Bakioğlu, B. S.(2018). “Exposing Vonvergence : YouTube, Fan Labour, and Anxiety of Cultural Production in Lonelygirl 15.” *Convergence* 24(2): 184~204.

Charmaz, K.(2014). *Constructing Grounded Theory*. Lond, England: Sage.

Duffy, B. E., T. Poell, and D. B. Nieborg(in press). “Platform Practices in the Cultural Industries : Creativity, Labor, and Citizenship.” *Social Media+ Society*.

Foucault, M.(1979). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Trans. Alan Sheridan. New York, NY : Random House.

Fuchs, C.(2010). “Labor in Informational Capitalism and on the Internet.” *The Information Society* 26(3) : 179~196.

_____(2014). “Digital Prosumption Labour on Social Media in the Context of the Capitalist Regime of Time.” *Time & Society* 23(1) : 97~123.

Gandini, A.(2019). “Labour Process Theory and the Gig Economy.” *Human Relations* 72(6) : 1039~1056.

Goods, C., A. Veen, and T. Barratt(2019). ““Is Your Gig Any Good?” Analysing Job Quality in the Australian Platform-Based Food-Delivery Sector.” *Journal of Industrial Relations* 61(4) : 502~527.

Kim, J. H. and J. Yu(in press). “Platformizing Webtoons : The Impact on Creative and Digital Labor in South Korea.” *Social Media+ Society*.

Kellogg, K. C., M. A. Valentine, and A. Christin(2020). “Algorithms at Work : The New Contested Terrain of Control.” *Academy of Management Annals* 14(1) : 366~410.

Langley, P. and A. Leyshon(2017). “Platform Capitalism : The Intermediation and Capitalisation of Digital Economic Circulation.” *Finance & Society* 3(1) :

11~31.

- Lee, M. K., D. Kusbit, E. Metsky, and L. Dabbish(2015). "Working with Machines: The Impact of Algorithmic and Data-Driven Management on Human Workers." In: Proceedings of the 33rd Annual ACM SIGCHI Conference, Seoul, South Korea, 18-23 April. New York, NY: ACM Press, 1603~1612.
- Postigo, H.(2016). "The Socio-Technical Architecture of Digital Labor : Converting Play into YouTube Money." *New Media & Society* 18 (2) : 332~349.
- Peticca-Harris, A., N. deGama, and M. N. Ravishankar(2020). "Postcapitalist Precarious Work and Those in the 'Drivers' Seat : Exploring the Motivations and Lived Experiences of Uber Drivers in Canada." *Organization* 27 (1) : 36~59.
- Rosenblat, A. and L. Stark(2016). "Algorithmic Labor and Information Asymmetries : A Case Study of Uber's Drivers." *International Journal of Communication* 10 : 3758~3784.
- Srnicek, N.(2017). *Platform Capitalism*. New York, NY : John Wiley & Sons.
- Terranova, T.(2000). "Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy." *Social Text* 18 (2) : 33~58.
- Vallas, S. and J. B. Schor(2020). "What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy." *Annual Review of Sociology* 46 : 273~294.
- Veen, A., T. Barratt, and C. Goods(2020). "Platform-Capital's 'App-Etite' for Control : A Labour Process Analysis of Food-Delivery Work in Australia." *Work, Employment & Society* 34 (3) : 388~406.
- Wu, Q., H. Zhang, Z. Li, and K. Liu(2019). "Labor Control in the Gig Economy : Evidence from Uber in China." *Journal of Industrial Relations* 61 (4) : 574~596.

Platform Economy and Culture Industry : Platformitization of Cartoon Industry and Webtoonists' Free Labor

Yang Kyunguk

While large attention has recently been paid on platform workers, there has been little research on cultural laborers working for exhibition platform. This paper analyzed their labor process through qualitative research of eight webtoonists. Webtoon creation has the attributes of the play, and webtoonists are free to regulate their working time and place and do not engage in employment contracts with platforms. In addition, they also do unpaid labor for platforms at every stage of creative labor process. Therefore, it can be said that they perform free labor. Not only that, they are also economically and technically subjected to and controlled by platforms. Thus, the concept of free labor can only partially explain webtoonists' labor process. In the discussion, the policies to guarantee the working rights of exhibition platform's creators including webtoonists are suggested.

Keywords : platform economy, exhibition platform, webtoon, free labor,
algorithmic control