

# 전미작가노조(WGA) 파업 뉴미디어 시대 창작물을 어떻게 볼 것인가에 대한 의견 불일치



International Labor Trends

국제노동동향 ④ - 미국

정선욱 (미국 코넬대학교 국제노사관계학 박사과정)

## ■ 머리말

전통산업에서의 노동운동이 점점 동력을 잃어가는 미국에서 최근의 전미작가노조 파업은 그 의미가 남다르다. 이번 파업은 지난 3달 동안 미국인들 사이에서 대통령 선거 다음가는 화두가 되었다. 특히 1월 초 골든글러브상 시상식 행사의 취소는 전미작가노조 파업의 여파를 전 세계에 알린 대표적인 계기였다. 전미작가노조는 배우노조와 연대하여 시상이 유력시되는 배우들의 불참 결정을 이끌어냄으로써 취소 결정을 이끌어냈다. 한편, 몇 주 만에 방송이 재개된 최고 인기 시사 토크쇼 ‘데일리 쇼’와 ‘콜베르 리포트’에는 박빙의 승부를 달리는 대통령 선거와 관련된 초대손님 대신, 노조의 역할 (What do unions do?)이라는 책으로 유명한 리차드 프리만(하버드 경제학) 교수와 협상 전문가인 론 시버(코넬 노사관계대학원) 부학장이 출연해 전미작가노조 파업을 옹호하는 주장을 펼치며, 파업 전개 상황을 소개하기도 하였다.<sup>1)</sup>

‘프리랜서노동조합’과 ‘영상산업에서의 신기술에 따른 생산방식의 변화’ 등은 단순히 이번 파업에 국한된 것이 아니라 향후 여느 나라에서도 일어날 변화 양상들이라는 점에서, 이 글에서는 파업의 경과, 양쪽의 대응전략 및 이번 파업의 의미에 대해 살펴보기로 한다.

1) 물론, 노동계 진영에서는 두 사람의 출연에 대해 대다수가 비판적이었다. 좋은 취지에도 불구하고 결국은 전미작가노조의 교섭상대인 미디어 재벌을 도와주는 행동이라는 이유에서다.

## ■ 파업의 주체 및 파업 전개 과정

이번 파업의 주체인 전미전미작가노조(Writers' Guild of America)는 미국에서 활동하는 필름, TV, 라디오 작가들로 구성되어 있으며 1만 1,000명 이상이 조합원으로 가입되어 있고 서부지부(7,000명)와 동부지부(4,000명)로 이뤄져 있다. 일반인에게 알려진 것과는 달리 이들 작가들은 소수의 억만장자 작가를 제외하고는 대부분이 미국 직장인 평균 이하의 수입으로 부정기적인 일을 하는 프리랜서들이다. 매 3년마다 전미작가노조는 사용자단체인 영화방송제작자연합(AMPTP)와 계약을 갱신하는데, 이것을 기본협약(MBA : Minimum Basic Agreement)이라고 한다. 현 전미작가노조의 계약은 2007년 10월 31일로 종료되었고, 11월 4일 마지막 달이 실패한 후, 11월 5일 파업에 돌입하였고 3달여 만인 2월 13일 최종 타결되었다.

## ■ 파업의 쟁점

이번 파업의 쟁점은 크게 3가지로, 뉴미디어 저작권료, DVD 저작권료, 애니메이션과 리얼리티 작가의 관할권이다. 이 글에서는 가장 중요한 뉴미디어 저작권료부터 차례로 짚어보기로 한다. 이번 협상의 가장 큰 쟁점은 뉴미디어 저작권료에 대한 것이다. 전미작가노조측의 주장은 한 마디로 “뉴미디어 매출의 2.5%를 저작권료로 지불하라”는 것이고, 이에 반해 사용자측은 “뉴미디어 시장이 아직 시장조사가 덜 된 불확실한 분야이니 수익배분 문제는 시간 여유를 가지고 좀더 조사해보자”는 것이다.

좀더 자세히 살펴보면, 콘텐츠가 뉴미디어로 유통되는 방식은 크게 두 가지다. 하나는, 인터넷 방식으로 소비자가 온라인으로 구입해서 다운로드 받는 형식으로 아이튠이나 아마존 Unbox같은 유형이다. 그리고 또 하나는 스트리밍 비디오 방식으로, 소비자가 온라인상으로 실시간으로 시청 하되 저장은 안 되는 광고지원 방식의 TV프로그램 방식이다. 예를 들면, NBC, ABC, FOX 홈페이지에서 유행하는 드라마를 삽입된 광고를 보는 형식으로 시청하는 것이다. 전문가들은 언젠가는 이 방식들이 DVD나 TV전송 방식을 대체할 것으로 전망하고 있다. 전미작가노조측은 “20년 전 VHS방식이 아직 검증되지 않았다고 주장했듯이 사용자측이 이번에도 유아무야 넘어가려고 한다”며 “이번 협상에서 이 문제를 매듭지어야 한다”고 강조한다. 이에 반해, 영화방송제작자연합측

은 “인터넷 매체의 이익이 실제보다 과장되어 있다”며 “특히 스트리밍과 관련된 프로모션 판매는 수수료를 줄 필요가 없다”고 주장한다.

두번째 쟁점은, DVD 수수료 인상문제이다. 1988년 VHS시장에 대한 협상 당시 전미작가노조측은 사용자측의 ‘시장불확실성’ 주장을 받아들여 0.2~0.3% 지분 배분율을 받아들였고, 이후 이 배분율이 DVD 판매에도 그대로 적용되어, 작가들은 현재 DVD 판매당 4센트 정도를 저작권료로 받고 있다. 전미작가노조측은 이를 두 배인 8센트로 올려줄 것을 요구하고 있다. 이에 반해, 사용자측은 DVD 시장은 상승하는 생산비용과 마케팅 비용을 고려할 필요가 있다며 약간의 인상만 받아들일 수 있다고 대응하였다.

세번째 쟁점은, 리얼리티 쇼와 애니메이션 작가에 대한 관할권의 문제이다. 1980년대의 ‘Real People’ 같은 프로그램의 작가는 전미작가노조 협약의 적용을 받았는데, 최근의 히트작인 ‘Survivor’이나 ‘America’s Next Top Model’ 같은 프로의 작가들은 전미작가노조 협약의 적용을 받지 못하고 있다. 제작자에 따르면, 대개 이러한 프로그램들은 대본이 없기 때문에 작가가 존재에 대해 부정한다. 하지만, 전미작가노조측은 리얼리티쇼의 경우, 프로그램을 만드는 세부 과정에 작가의 손길이 뻗치지 않는 곳이 없다면서 이들 프로그램의 작가들도 전미작가노조의 관할권을 적용받아야 하며 이들에게도 ‘Story Producer’의 크레딧이 주어져야 한다고 주장한다. 이러한 논리 하에, 전미작가노조는 2006년 ‘America’s Next Top Model’ 프로그램의 작가들의 노조화를 권유했고 작가들도 투표를 통해 전미작가노조 가입을 결정하였으나 회사측은 이들을 해고하였다. 애니메이션 부분은 사용자측뿐만 아니라 다른 노조와의 논쟁에 둘러싸여 있다. 애니메이션 작가들은 IATSE노조에 소속되어 있는데, 최근 들어 대부분의 스튜디오에서 스크린 작가를 고용하기 시작하였다. 전미작가노조에 따르면, 모든 애니메이션 작업에는 적어도 한 사람의 전미작가노조 멤버가 포함되어 있다며 이들은 전미작가노조 관할에 속해야 한다고 주장한다. 이 주장은 IATSE와도 여전히 대치 중이다.

## ■ 사용자(거대 네트워크 미디어 회사) 전략

할리우드 제작자 연합회사들의 특이한 점은 분절된 구조이다. 여타 산업 사용자 그룹의 집중도에 비해 이 스튜디오들은 작은 회사뿐만 아니라 뉴스 코퍼레이션(News Corporation) 같은 큰 미디

어 재벌들이 같이 속해 있어서 그들의 이해관계가 다양하다.

지난 가을 파업이 길어질 수 있다고 판단한 거대 미디어들은 현재 진행중인 인기 작품의 제작 속도를 독려하는 한편, 작가 비중이 크지 않은 리얼리티 프로그램의 편성을 준비하였다. 이러한 기본 대응전략에 더해 흥미로운 사실 3가지는 다음과 같다. 첫째, 외국작가에게 대본 아웃소싱 시도 ; 제작사들은 미국 작가 없이도 작품이 진행될 수 있도록 영국의 작가들, 예를 들면 유명한 시나리오 작가인 Paul Comell 등을 접촉하였다.<sup>2)</sup> 둘째, 분리 전략 ; 사용자측은 빅3(전미작가노조, 배우노조, 감독노조)가 계속 연대할 경우 파업의 여파가 커진다는 것을 인식하고, 상대하기가 비교적 쉽다고 생각한 감독노조와 12월 초에 비공식적 협상을 시작하였다. 이 결과, 1월 18일 사용자측은 감독노조와 잠정적 협의안을 도출했는데, DVD 저작권료를 두 배로 올리고 뉴미디어 저작권료는 네트워크 프리임타임에 방송되는 드라마 에피소드당 600달러를 새로 배분하기로 합의하였다. 단, 뉴미디어에 대한 이번 합의는 향후 계약에서 선례로 적용되지 않는다는 것도 합의하였다. 사용자측은 이 합의를 근거로 전미작가노조와 배우노조에도 계속 압박을 가하였다.<sup>3)</sup>

셋째, 우호 여론 조성 전략 ; 사용자측은 전미작가노조측에 유리하게 형성되는 대중 여론을 돌리기 위해, 빌 클린턴과 존 케리 선거전략을 담당했던 Chris Lehane과 Mark Fabiani, 아놀드 슈왈츠제네거 주지사 선거 캠페인 매니저였던 Steve Schmidt를 그들 단체의 미디어 컨설턴트로 고용하였다. 이들은 제작자연합측의 이미지를 좀더 온건하게, 전미작가노조를 좀더 과격하게 표현하는 데 노력했으며, 사용자측의 제안을 ‘새 경제 파트너십(New Economic Partnership)’으로 좋게 포장하여 우호 여론 형성 프레임(framing) 전략을 펼쳤다. 또, 이들은 전미작가노조 내분을 과장하고 부채질하는 뉴스를 미디어에 흘리며 전미작가노조에 대한 부정적인 이미지 형성에 노력하였다.

## ■ 전미작가노조 전략

이번 파업이 예상외로 큰 힘을 발휘하면서 일반 대중의 지지(12월 USA Today 조사시 60% 지

2) Paul Comell은 블로그에 올린 글에서, 미국 제작자의 제의를 받은 적이 있으나 거절했으며 전미작가노조 파업에 동참한다고 밝혔다.

3) 이러한 결과를 예측이라도 했듯이, 사용자측과 감독노조와의 협상 시작 발표 이후 전미작가노조와 배우노조는 그들의 바람과는 달리 감독노조가 협상을 시작한 것에 대해 암묵적인 불만을 표시하며, 감독노조의 협상 내용이 불만족스러울 경우 이를 무시하겠다고 발표한 바 있다.

지)를 얻고 있는 데에는 전미작가노조의 전략이 성공한 데에 따른 것이라는 평가가 많다. 첫째, 전미작가노조는 할리우드의 여러 노조들과 충분한 커뮤니케이션을 통해 이번 파업이 정당하며 이 파업을 통해 그들도 여러 혜택을 받을 수 있음을 설득시키는 데 성공하였다. 우선, 전미작가노조 베론 위원장은 배우노조 로젠버그 위원장의 확실한 지지를 확보함으로써 배우노조 회원들이 시상을 보이콧하는 데 성공하였다. 또한, 전미작가노조는 할리우드 내 전미화물운송노동자연맹 (Teamsters)이나 국제무대기술노동자연맹(IATSE) 등에게도 건강보험이나 연금 등에서의 공동 이익을 창출할 수 있다고 설득하여 이들이 파업에 적극 나서게 하는 데 성공하였다.

둘째, 분리계약 전략이다. 이번 파업에서 협상이 진전되지 않자, 전미작가노조는 사용자측과의 일괄 타결하는 것을 목표로 하는 대신 독립 제작사와의 개별 협상을 벌였다. 데이비드 레터만 쇼로 유명한 Worldwide Pants사와 톰 크루즈가 이끄는 United Artists 등과 독립 계약을 체결함으로써 현재 이들 프로그램이 정상적으로 방송되고 있다. 이 전략은 내·외부적으로 세 가지 효과가 있는데, 내부적으로는 조합원들에게 상황이 진전되고 있음을 알리고, 외부적으로는 일반 대중들에게 전미작가노조가 내건 협상안이 거대 제작사들이 주장하는 것처럼 터무니없는 것이 아니라는 것을 보여주며, 파업 상대자인 거대 제작사들에겐 경쟁프로그램이 정상적으로 방송됨으로써 이들로 하여금 상황 인식에 대한 변화를 촉구하고 있다. 이에 대해 단 콘필드(밴더빌트대학) 교수는 “전미작가노조의 분리협상 전략은 미국자동차노조의 패턴 협상과 비슷하며, 전미작가노조의 객관적 힘이 사용자연합에 비해 약한 상황에서 이러한 전략은 효과적일 수 있다”고 평가하였다.<sup>4)</sup> 하지만, 이 분리 협상에 대한 우려도 함께 나타나고 있다. 론 시버(코넬대학) 교수는 “이 전략은 전미작가노조가 다른 협상에서도 똑 같은 안전을 관철시키지 못하고 예외사항을 많이 들수록 위험해질 수 있다”며 “상황이 지체될수록 일하는 조합원과 그렇지 못한 조합원들 사이에 반목이 형성되어 전미작가노조 내 단결을 해할 수 있다”고 우려하였다.

한편, 이번 파업은 할리우드 작가조합에게 약간 뒤늦은 감이 있는 새로운 기회를 제공하고 있다. 전미작가노조 조합원들이 직접 투자자를 모아 제작한 뒤 기존 거대 미디어가 아닌 인터넷을 통해 유통시키려 하고 있다. 이번 파업 중 전미작가노조는 “월 스트리트가 아무리 돈이 많아도 우리가 안 만든다면 안 만드는 것”이라며 강한 자부심을 보였는데, 이 참에 직접 나서 제작과 유통까지 담

4) 포브스 인터뷰

당한다는 것이다. 이들은 파업지지 배우들의 동영상(speechlesswithoutwriters.com)이 일반 대중들 사이에 큰 관심을 불러일으키고 전미작가노조 파업에 대한 동영상이 유튜브 등에서 강한 호응을 받는 것을 보고 '직접생산-직접유통'의 성공 가능성을 높이 보고 있다.

## ■ 협상 타결 및 평가

100여 일 동안 지속된 이번 협상은 2월 13일 극적으로 타결되었다. 인터넷 스트리밍에 대해 첫 2년 동안 해당 프로그램당 최대 1,200달러, 3년째부터는 총 수입의 2%를 받는 조건으로 양측이 합의를 보았다. 이외 사항에 대해서는 3년 뒤 협상에서 재논의하기로 하였다. 이번 파업의 핵심은 '신기술의 발전이 기존 노사관계를 어떻게 변화시키는가'로 요약될 수 있다. 좀더 구체적으로 말하면, '신기술로 대변되는 뉴미디어 시대에 어떻게 창작물을 제공하는 작가가 보상받을 것인가?'에 대해 양쪽 진영의 의견이 불일치한다는 것이다. 신기술의 변화로 인해 협상의 필요성은 이전부터 제기되어 왔었는데, 이번에는 전미작가노조측이 예전보다 훨씬 강하게 의견을 제기하였다. 하지만, 기본적으로 양측의 신뢰관계가 형성되어 있지 않아서 상황이 악화되었다. 가령, 사용자측은 전미작가노조를 헐리우드 여러 노조 중 가장 대화가 안 통하는(out of control and unreasonable) 교섭상대로 여겼고, 전미작가노조측은 사용자측이 내세우는 논리, 즉 '시장이 검증되지 않았고 실제로 뉴미디어로 버는 돈은 많지 않다'는 주장은 지난 20년 전 자신들을 불합리하게 옹호해왔던 VHS협상때 했던 발언들과 똑같다며 사용자단체 주장의 진정성을 의심하였다. 이 상황에서 사용자연합측은 수십 년 동안 그래왔듯이, 금전적인 타격에 약한 전미작가노조 조합원들이 머지않아 항복할 것이라고 앞잡아보면서 빅3 노조 중 가장 만만하다고 생각되는 감독노조와 먼저 협상을 타결지음으로써 노조들간의 연대를 막으려고 하였다. 이에 반해, 전미작가노조측은 그들과 이해관계가 거의 맞아떨어지는 배우노조 및 기타 헐리우드 내 노조들과 강력히 연대함으로써 사용자측의 예상이 빗나갈 만큼의 강력한 힘을 발휘하였다.

이번 협상은 신기술(New Technology)은 윈-윈(win-win) 관계를 만들 수도 있지만, 신뢰가 형성되지 못한 노사관계의 경우에는 대립적 관계를 악화시킨다는 점을 재확인 시켜주고 있다. 덧붙여, 전미작가노조의 인터넷 대중 여론 전략이 사용자측의 대응전략에 압승한 것을 볼 때 노동조합의 좀더 활발한 인터넷 활용전략이 필요함을 보여주고 있다. **KLI**