

# 4차 산업혁명과 일자리

4차 산업혁명에 대해 말하는 사람은 많지만 분야별 실체를 제대로 전달해 주는 사람을 만나기란 쉽지 않다. 인공지능이 콘텐츠도 골라주는 시대, 콘텐츠 창작자들과 기업들은 무엇을 준비해야 할까. '엔콘텐츠' 필진들과 인터뷰이들의 생각을 들어봤다.

## 이민하 한국과학기술원 교수

4차 산업혁명으로 일자리 위기를 말하는 사람이 많다. 일자리는 진화를 하는 것이지 사라지는 게 아니다. 일자리라는 것은 인간의 욕망으로 인해서 만들어진다. 인간의 욕망은 무한하다. 의식주에 대한 욕망은 보다 빠른 이동 수단인 자동차로, 그 다음에는 사회연결망으로 그 다음에는 자기표현으로, 인간의 새로운 잠재적 욕망이 계속 구현되면서 일자리가 만들어졌다.



## 박선욱 서커스컴퍼니 대표

세상에는 매력과 유혹이 있는데 유혹에 빠지면 오래 못 간다. 4차 산업혁명과 같은 변화 속에서 이 직업, 이 산업 분야가 뜬다는 것을 보고 유혹해서는 안 된다. 사람은 돈, 비전, 성장, 가능성, 명성 등에 끌려서 선택을 한다. 그렇게 직업을 선택하면 오래 갈 수 없다. 반면 매력은 느껴야 하는 것, 좋아 하는 것이다. 정말 자신이 매력을 느끼는 일을 해야 오래할 수 있다.



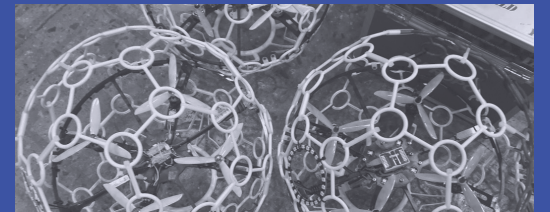
## 염동균 작가

정부가 문화예술계 지원 사업을 펼칠 때 선례가 없던 사업에 대한 지원을 활발히 해줬으면 좋겠다. 선례가 없다는 이유로, 지원 사업에서 배제되는 경우가 많다. 정부가 가능성이 있는 예술가를 발굴하고 적극적으로 지원해 준다면 새로운 콘텐츠가 더욱 많이 나올 것이라고 확신한다.



## 이범우 캠틱종합기술원 책임연구원(드론축구 심판)

앞으로 드론축구와 관련한 일자리가 전문 직업으로 자리 잡기 위해서는 시간이 필요 할 것으로 보인다. 그러나 드론축구가 새로운 일자리를 창출할 수 있는 가능성은 충분하다. 드론축구는 대중화 흥행요소를 두루두루 갖추고 있는 콘텐츠라고 보기 때문이다. 앞으로 드론축구 심판의 양성을 위해 노력할 생각이다.



## 이청칭 디자이너

과거에는 하나의 디자인으로 수만 장의 옷을 만들어 팔았다. 4차 산업혁명 시대에는 이 같은 제조 방식은 살아남을 수 없다. 다양한 디자인 제품을 소량 생산해 소비자들의 취향을 제대로 '저격'해야 살아남을 수 있다. 디자이너들이 인공지능을 비롯해 4차 산업혁명과 관련된 기술을 외면해서는 안 되는 이유이기도 하다.



## 박윤희 디자이너

패션 디자인에서 창의성은 무엇인가를 보고 새로운 것을 만들어내는 것이다. 카피와는 다르다. 4차 산업혁명 시대에 요구되는 창의성은 기존에 없었던 새로운 것이 아니다. 이미 인터넷과 SNS를 통해 많은 정보들이 넘쳐난다. 이것들을 어떻게 소화시키느냐, 낯설지 않게 하느냐가 새롭게 요구되는 창의성이라고 생각한다.



## 이근주 메타포트 대표

자신이 좋아하는 분야를 바탕으로 창업을 하는 일은 멋진 도전이라고 생각한다. 내가 청년 시절 창업을 하던 때에 비해 요즘 창업 환경은 많이 좋아졌다. 창업에 도전하고 싶은 사람들은 국내 멘토링 제도를 이용해 볼 것을 권하고 싶다. 먼저 창업의 길을 걷은 선배들의 조언만큼 도움이 되는 것은 없기 때문이다.



## 박기열 한국고용정보원 미래직업연구팀 연구위원

일자리는 삶의 의미를 찾는 자리다. 함께 나누고 서로의 자리를 존중하면서 일자리 분야에 몰아치고 있는 기술혁신의 파도를 슬기롭게 헤쳐 가야 할 것이다. 특히 인공지능과 로봇의 일자리 대체 문제에 대해서는 변화를 두려워하기보다는 창의적이고 상호관계로 만들어 나가기 위해 노력해야 한다.

