

# 어린이콘텐츠 부재에 대한 제안 : 애니메이션 중심으로

## Children Broadcast Program's Absence : Focusing on Animation

안종혁\*, 김효용\*\*  
 건국대학교 영상전공\*, 한성대학교 애니메이션전공\*\*

Jonghyeck Ahn(alfred@konkuk.ac.kr)\*, Hyoyong Kim(hykim@hansung.ac.kr)\*\*

### 요약

우리나라의 방송물 중 미래의 주역인 어린이들을 위한 문화콘텐츠는 그다지 많지 않다. 경제적 개념으로 접근하여 공중파에서는 광고가 붙는 시청률 높은 프로그램에게 밀려 유아콘텐츠는 거의 없어진 것과 같다. 어린이 콘텐츠라는 문화를 단순히 경제적 논리로만 접근한다면 미래의 주역인 우리의 어린이들의 정서적 정체성은 혼란에 빠질 것이다. 또한 이러한 현상이 계속된다면 언젠가 우리의 문화정체성은 몇몇 콘텐츠강국에 의해 잠식되어 미래 산업 중 하나인 문화산업의 성장은 기대하기 어려울 것이다. 실제 영국, 캐나다, 프랑스, 일본의 경우 많은 보호정책을 펼쳐왔으며 콘텐츠산업에 눈을 뜨기 시작하는 중국도 미래의 자신이 될 어린이를 위한 문화산업을 보호 육성하기 위하여 정부차원에서 정책을 시작하고 있는 상황이다. 우리나라는 영상콘텐츠가 미래 산업이라는 인식도 중요하지만 이전에 어린이 영상콘텐츠가 미래의 영상콘텐츠 산업의 초석이라는 점을 인지하여야 할 것이다.

■ 중심어 : | 애니메이션 | 편성 | 문화정체성 | 어린이콘텐츠 | 보호정책 |

### Abstract

In television broadcasts, There is an acute shortage of children's content. Children's program has no place to exist because of economical approach. Popular program which is supported by advertisement spot on broadcast's table of program. Children will be leading part of our society. If this environment has lasted for long period, children will lose emotional and cultural identity. A few powerful nation of culture encroach our culture industry. Many nation such as England, Canada, France, and Japan implement protectionist policy for culture from the government. First of all, it should be appreciate children' content is foundation for future content industry.

■ keyword : | Animation | Broadcast's Table | Culture Identity | Children's Content | Protectionist Policy |

## I. 서론

포스트모던시대를 지나 세계화, 글로벌화 과정에서 필연적으로 나타나는 이슈는 문화로 경제에 영향을 주는 문화산업이나 정보네트워크를 통해 다양한 문화가

빠르게 퍼져나가는 현상 속에서 문화의 지배구조와 종속현상이 다양하게 나타나고 있다는 것이다. 또한 사회는 상상력, 창의력, 감성을 문화의 축으로 문화를 소비하고 있다. 사회 속의 문화가 아닌 문화가 사회를 이끌어나간다고 할 만큼 문화의 관심도는 높아지고 있다.

\* 본 연구는 한성대학교 교내연구비 지원과제 임

접수번호 : #101224-001

접수일자 : 2010년 12월 24일

심사완료일 : 2011년 03월 15일

교신저자 : 안종혁, e-mail : alfred@konkuk.ac.kr

영향력 있는 지배적인 문화는 보편적이고 세계적인 것으로 인식되며, 이러한 변화에 편승하지 못하는 문화는 사멸되거나 문화적 정체성을 상실하게 되어 새로운 문화적 종속관계가 성립하게 된다. 한 나라의 문화정체성 상실은 그 사회의 기반을 약화시켜 사회구성원의 정신적 삶을 피폐하게 만들 뿐 아니라 문화산업 및 부가적으로 발생하는 문화산업들의 규모가 약화하여 자국 문화산업시장이 소멸되므로 경제적인 손실로도 이어진다. 궁극적으로 자국의 문화적 독립성을 형성하지 못하거나 새로운 문화를 창조하지 못한다면 그 문화적 정체성은 물론 시장의 경쟁력까지 형성하지 못하고 단순히 외래문화의 시장에 그 자리를 내주어야 한다.

창의적인 시대의 도래로 콘텐츠는 단순히 즐기는 콘텐츠에서 한 국가의 경쟁력까지를 의미하고 있다. 또한 국가적 차원에서 문화산업이 화두가 되고 있다. 본 연구는 이러한 콘텐츠 중 어린이 대상의 애니메이션 콘텐츠 중심으로 어린이콘텐츠의 방향성을 제안하고자 한다.

## II. 문화정체성

### 2.1 문화정체성

매체가 다양하게 생성되고 대중문화가 광범위하게 확산되며, 국가 간의 문화적 교류가 증가하는 환경변화에 따라 발생하는 문제 중의 하나는 문화정체성이다. 글로벌문화라는 문화의 세계화, 국제화, 융합화 추세에 따라 각 국가들은 자국의 민족적, 문화적 정체성이 훼손되거나 상실되는 것에 대해 심각한 우려를 하고 있다. 이러한 변화 속에서 자국문화와 외래문화라는 대립 구도를 통해 이분법적으로 설명하고 정의 내리기는 쉬운 문제가 아니다. 문화의 정체성은 집단정체성에서부터 인간 개인의 정체성까지 포함하고 있으며 개인의 자아를 형성하는 요소와 직접적인 관계를 지니고 있다.

집단 속 개개인 다수가 선택하는 정체성이 집단의 정체성으로 자리 잡기도 하며 개인이 속해있는 공동체의 선택에 의해 정체성이 결정되기도 한다. 이는 '국가'라고 규정하고 이 집단에 속해있는 '국민'이라는 소속감만으로는 집단의 정체성을 규정하고 지속시킬 수 없다는

것이다. 이는 획일적이고 표준화된 방법으로 정체성을 설정한 다기 보다 경제, 정치, 문화, 가치관 등에 의해 자연적으로 확립된다는 것이다.

현대사회의 대중은 매체를 통해 정체성을 확립하고 있는 현상을 볼 수 있다. 대중매체는 사건이나 사실을 객관적 시각으로 전달하는 정보전달의 기능, 사건과 정보를 해석·평가하여 의견을 형성하고 갈등을 해소 구현하는 사회적 조정기능, 즐겁고 휴식을 취할 수 있는 오락의 기능을 지니고 있다. 대중은 대중매체가 쏟아내는 대량의 정보에 노출되어있으며 이를 수용하여 정보를 판단하고 정보의 적합성에 따라 능동적·수동적 자세를 취하게 된다. 연령이 낮을수록 수용한 정보의 질적 측정 정도가 떨어지며 여과정도도 낮다. 어린이의 경우 원하는 정보를 받아들이기 보다는 매체에 의해 전달된 정보에 쉽게 능동적인 자세를 보인다.

### 2.2 영상매체의 장르별 문화적 친숙도

매체에 의해 전달되는 영상매체의 장르는 드라마, 영화, 음악, 애니메이션, 게임, 다큐멘터리가 있다. [표 1]의 매체의 친숙도를 살펴보면, 이해도와 친숙도가 가장 높은 A영역의 대표적 장르는 애니메이션이나 게임이다. 이 영역에서는 외국 상품의 시장 점유율도 높은 편이다. 게임의 경우에는 특별한 규제가 없어 더욱 시장진입이 용이하다. C영역은 이해도는 낮지만 상대적으로 친숙도가 높은 것으로 음악이나 영화가 여기에 포함된다. 영화의 경우 더빙이나 자막처리로 이해도를 높일 수 있지만, 그렇게 되면 가치가 많이 저하되고, 또한 영화는 언어적 매체라기보다는 영상매체이므로 시각적으로 보이는 문화적 맥락의 이해도 매우 중요한 요소로 작용하게 된다. 그렇기 때문에 영화는 다시 장르에 따라서 이해도가 달라진다. 예를 들어 액션영화는 이해도가 높지만 상대적으로 드라마 장르는 이해도가 낮다. B영역은 이해도는 높지만 친숙도가 낮은 분야로 대표적인 예가 다큐멘터리나 정보성 프로그램이다. 다큐멘터리의 경우 영상의존도가 더욱 높기 때문에 이해도는 상당히 높을 수 있다. 물론 다큐멘터리도 장르에 따라서는 다르지만 자연 다큐멘터리로는 특히 더빙의 품질이 높으면 상당히 소구력을 지닐 수 있다. D영역인 친숙도

와 이해도 모두 낮은 장르는 타국의 뉴스와 정보 프로그램, 코미디물, 출판물이라고 할 수 있다. 우선은 지리적 거리감에서 오는 이질감이나 언어적 장벽을 가장 많이 경험하게 되는 장르들이다. 이해도와 친숙도가 높은 애니메이션경우는 다른 장르보다 대중에게 쉽게 전달될 수 있다는 것이다[1].

표 1. 장르별 이해도와 친숙도

이해도	친숙도		
		높다	낮다
	높다	A	B
낮다	C	D	

### III. 방송 실태와 규정

#### 3.1 공중파의 실태

방송국을 통해 노출되는 프로그램 중 정체성을 찾아 가는 어린이를 위한 어린이 콘텐츠는 턱없이 모자란 것이 현실이다. 문화정체성을 제고하는 일은 방송국의 자율성에 귀속되어 있지만 한정된 방송매체에 노출되는 대중들은 제한된 선택활동을 할 수 밖에는 없다. 각종 방송규제와 심의기준으로 대중에게 노출되고 있는 방송프로그램의 내용과 형식에 영향을 미치고 있지만 방송물이 대중에게 보이는 노출정도를 조절하거나 규정할 수 있는 규제나 정책은 미흡하고 실효성이 없다. 또한 선택의 권한과 폭이 제한되어있는 어린이의 경우, 프로그램의 선택에 미숙하므로 선택의 폭이 제한적일 수밖에 없으며 매체에서 규정해주는 대로 따라갈 수밖에 없다. 이는 방송사에서 노출하는 프로그램을 통하여 문화적 정체성을 따라가게 되고 프로그램은 정체성 형성에 영향을 미친다는 사실은 자명하다. 공중파의 경우 공영방송이라는 방송국의 정체성을 망각하고 법적 규정조차도 배려하지 않고 편성을 한다면 선택 사각지역에 있는 어린이들에게는 치명적일 수 있다.

#### 3.2 어린이 프로그램 편성 분석

지상파 방송3사(KBS, MBC, SBS)는 토 일을 제외한

주중 오후 4시부터 5시 사이에 유아프로그램을 포함하여 1시간도 채 되지 않는 어린이프로그램을 편성하고 있다. 교육방송인 EBS는 주중 오후 6시 10분부터 8시 30분까지 어린이 프로그램을 띠 편성의 형태로 편성하고 있다. 주말 편성의 경우, 공중파 중 KBS는 토요일 오후 1시대에 30분물의 애니메이션 한편을 편성하고 있으며, EBS는 토요일과 일요일에 다양한 시간대에 편성하고 있다. 따라서 공중파의 경우 하루 평균 한 프로그램만을 편성하고 있는 셈이다.

장르에서는 지상파 3사(MBC, KBS, SBS)의 경우는 애니메이션과 구성물 위주로 편성되어 있으며 구성물 중에서 다큐멘터리 형식을 가미한 구성물인 MBC의 <우리아이 미래발견 재능무한대>와 SBS의 <내 마음의 크레파스>가 있으며, MBC의 <우리아이 미래발견 재능무한대>는 타이틀에서부터 내용이 부모교육을 목적으로 제작되어 어린이프로그램이라 보기엔 무리가 있다[2].

표 2. 어린이프로그램의 현황

방송사	프로그램명
KBS	쥬로링 동물 탐정, 로봇찌빠, 제트 레인저, 꼬마 과학자 시드, 누가 누가 잘하나, 쿵푸 공룡수호대, 엘리먼트 헌터, 최강 합체믹스마스터
MBC	바람이의 모험, 버리의 시간여행, 외계인 붐, 키즈 사이언스 베스트, 우리아이 미래발견 재능무한대
SBS	두근두근 비밀친구, 아기공룡둘리, 내 마음의 크레파스, 꾸러기 탐구생활
EBS	생방송 특! 특! 보니하니, 유아독존, 경이로운 자연의 세계, 아바타, 대결 광광 실험실, 메이저 3, 돌러라 나침반, 동화 속 미술포여행 - 이야기를 그려요, 테일러는 12살, 레이의 대모험

EBS의 어린이프로그램은 드라마, 교육구성물, 퀴즈, 애니메이션, 자연다큐멘터리 등 다양한 장르를 편성하고 있고, 제작국도 영국, 프랑스, 호주, 스페인, 일본 등 다양한 나라의 프로그램들을 수입하여 편성하고 있는 것으로 나타나고 있다.

#### 3.3 편성법규

##### 3.3.1 애니메이션 편성 의무화

국내 TV용 애니메이션제작 활성화를 위하여 2005년 7월부터 애니메이션 공중파 방송사는 방송 총량제 도

입을 실시하였다. 공중파 방송3사는 전체방송의 1%, 기타 방송사는 1.5% 이내에서 신규국산 애니메이션을 의무적으로 방송해야한다. 이 시기는 국내 애니메이션의 산업구조가 하청구조에서 창작애니메이션 제작산업으로 탈바꿈하는 시점이었고, 국내 애니메이션 프로그램의 질적인 평가에 대한 지적이 사라지던 시기였다. 이러한 변화는 어린이 콘텐츠제작산업의 청신호였으며 그 당시 이 제도의 실행으로 애니메이션 시장규모가 2배 커질 것으로 예상했다.

3.3.2 국내 제작 애니메이션에 대한 편성 규정

대한민국 방송법 '제5장 방송사업의 운영 등'에 따르면 공중파의 경우, 매월 전체방송시간의 80%이상 국내 제작 프로그램을 편성해야하며 교육방송인 EBS는 매월전체 방송시간의 70%이상을 편성해야한다. 또한 국내제작 애니메이션의 경우 전체 애니메이션 방송시간의 45%이상 편성해야 하며, 국내제작 영화의 경우 전체 영화 방송시간의 25% 이상, 국내제작 대중음악의 경우 전체 대중음악 방송시간의 60% 이상 편성해야 한다.

표 3. 방송법 제57조

법조항	내용
제57조 (국내제작 방송프로그램 의 편성)	2항. 방송사업자는 법 제71조제2항 본문의 규정에 따라 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악 중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 다음 각 호의 범위 안에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다. 다만, 종교 또는 교육에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자의 경우에는 국내에서 제작된 영화·애니메이션을 당해 채널의 연간 전체 영화방송시간 또는 애니메이션방송시간의 100분의 40 이하의 범위 안에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상을 편성하여야 한다. <개정 2001.3.20, 2004.9.17, 2008.2.29> 3항. 지상파방송사업자는 법 제71조제2항 단서의 규정에 의하여 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 당해 채널의 전체 방송시간의 1000분의 15 이하에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 지상파방송사업자는 지상파 텔레비전 방송사업으로 허가받은 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 당해 채널의 전체 방송시간의 100분의 1 이상 신규로 편성하여야 한다. <신설 2004.9.17, 2006.3.10, 2007.8.7, 2008.2.29>

또한 57조 2항 방송시간의 경우, 영화는 당해 채널의 전체 영화방송시간의 100분의 20 이상 100분의 40 이하, 애니메이션은 당해 채널의 전체 애니메이션방송시간의 100분의 30 이상 100분의 50 이하, 대중음악은 당해 채널의 전체 대중음악방송시간의 100분의 50 이상 100분의 80 이하로 명기하고 있다. 아침 06시부터 24시까지 방송하는 경우 [표 4]에 의하면 현재 편성시간보다 많은 시간을 편성해야한다.

표 4. 방송시간 (하루방송 18시간 기준)

장르	전체방송시간	
	일일무방송시간	주당의무방송시간
영화	3.6-7.2	25.2-50.4
애니메이션	5.4-9	37.8-63
대중음악	9-14.4	63-100.8

또한 제57조 제4항에 따라, 방송사업자는 외국에서 수입한 영화, 애니메이션 및 대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화, 애니메이션 및 대중음악을 당해 채널의 매 만기 전체 외국에서 수입한 영화, 애니메이션 및 대중음악의 방송시간의 60%를 초과하여 편성할 수 없도록 명기하고 있다.

애니메이션 제작자협회의 조사에 의하면 1998년부터 2000년까지의 주간 애니메이션 방영 시간은 TV 3사 평균이 334분을 유지하였으나, 2001년 평균 309분, 2002년 258분으로 2001년을 기점으로 현저하게 줄어들고 있다고 전하고 있다[3].

3.3.3 제도과 운영

관련법규와 의무방영제에 의해 미래의 어른세대이자 미래의 문화주체에게 이 사회의 문화적정서와 문화적 정체성을 정립시켜주는 어린이 대상의 프로그램을 장려하는 것은 문화주권확립을 위하여 중요한 일이다. 경제적 측면에서도 영상산업은 미래 산업이자 성장 동력 산업이다. 또한 연계산업으로 부가 가치를 창출할 수 있는 진흥산업이기도 하다. 이러한 대의명분과 실리추구라는 두 마리 토끼를 잡을 수 있음에도 공익을 수행해야 할 기관인 방송사가 본연의 의무를 망각하고 단순히

눈앞에 보이는 경제적 이익만을 편성의 기준점을 잡는 것은 제도를 편법적으로 운영하고 있다는 책망을 피하기 힘들다. 또한 관련법규와 의무방영제가 만들어졌을 당시 방송사 측은 국내 애니메이션 산업의 제작능력과 규모로는 방송 물량을 채우지 못할 것이라고 예상했지만 현재 제작되고 있는 프로그램의 수량과 그 질에 대한 불신은 그 예상을 뛰어 넘었다.

방송사측의 프로그램 거래비용의 경우, 과거 국내에 애니메이션의 경우 편당 3000만원에서 현재 1000만 원 정도로 현저하게 떨어져 제작환경에 악영향을 미치고 있다. 반면 수입애니메이션의 경우 한 편당 300만 원 정도 이어서 국내장작콘텐츠의 위치는 더욱 위축되고 있다. 이러한 현실 속에서 관련 업계들은 고유한 방송사의 편성 권리를 침해할 수 없는 실정인바 제작과 방영의 연결고리는 더욱 힘들어지고 있다. 경제논리로만 방송 편성의 질서를 유지한다면 자국콘텐츠제작산업의 침체가 발생할 것이며 문화 창조에 저조로 이어져 사회전반에 걸친 문화적 정체성 생성과 유지에 유해할 것이다.

### 3.3.4 문화산업분야에 정부지원의 정당성

문화산업분야 정부지원의 목적은 예술가와 예술조직의 재정적 뒷받침으로 예술조직이 스스로 할 수 없었던 새로운 활동을 지원하게 위한 것이며, 소외계층에 대한 문화 활동의 참여로 관객의 민주화를 이루기 위한 것이며, 예술 감상을 끌어올리는 조기 예술교육을 가능하기 위한 것이며, 예술가와 감상자의 도덕성을 회복하기 위한 것이다. 첫째, 경제적 측면에서 예술조직들은 재정적으로 어려울 수밖에 없다. 관객이 아무리 많아도 재정적자인 경우가 많다. 비영리를 목적으로 하는 조직이므로 공연비용은 빠르게 상승하더라도 티켓 값을 인상하기는 어렵다[4]. 둘째, 사회적 측면에서 예술은 모든 사람들의 것이며 대중들의 교육에 유용할 뿐만 아니라 그들의 심성을 바르게 한다는 믿음이 존재한다. 문화예술이 인간을 이롭게 한다는 근본적 확신 때문이고 젊은이와 저소득층 등 소외계층의 사람들과 함께 모든 이들이 문화교육을 평등하게 받을 수 있고 이들이 문화관객으로 성장하는 기회를 제공해 주어야하기 때문이다. 문화 소비를 하는 대중들은 부자 엘리트 관객만이 아니며 다

양한 계층으로 구성되어 관객의 민주화를 이루어야 한다. 셋째, 교육적 측면에서 정부지원은 필수적이다. 흔히 고급문화는 상류계층의 보수적 귀족계급에 의해 발전되었다고 한다. 이러한 전통은 현대 전문직 엘리트에 의해 계승되었으며 그 외의 계층은 가정교육보다는 학교교육을 통해 문화경험을 할 수 밖에 없었고 학교교육도 받지 못한 소외계층은 문화경험이 전무할 수밖에 없었던 것이다. 특히 조기 예술교육이 중요하며 그 조기 예술교육의 필요성에는 누구나 공감하고 있지만 현실적으로 많이 부족하다. 예술교육이 더 강력한 영향력을 가질 때는 고등교육을 함께 받았을 때이며 고등교육이 제공하는 넓은 사회화 과정 없이 예술교육만 받아서는 향후 관람에 미치는 영향력이 크지 않은 것으로 나타난다[5].

## IV. 국외 문화콘텐츠 보호정책

### 4.1 영국

#### 4.1.1 영국문화의 특성

영국의 문화 중 예술영국인의 경험주의적 현실주의적 성격은 예술에도 반영되어 있다. 예술 중에서도 가장 추상적인 분야인 음악에 거장을 배출시키지 못한 것도 이러한 국민성에서 기인되는 것으로 보이며, 웨스트민스터대성당에서 기리고 있는 헨델도 본래는 독일인이었다. 마찬가지로 음악과 관계가 깊은 오페라나 발레도 외국에서 수입되어 나중에 발전한 것으로 역사는 길지 않다. 이에 비해 문학과 연극에서 불멸의 전통을 보이는 것은 음악과 달리 현실적인 인간세계를 그리는 분야이기 때문이다[6].

영국의 문화정책은 '자유방임주의'와 팔길이 원칙(Arm's Length Principle)'을 고수하고 있다. 팔길이 원칙은 '지원은 하되 간섭은 없다'라는 의미를 지니고 있으며 이는 정부가 예술기관에 대해 지원을 하면서도 자율성을 침해하지 않는다는 원칙을 가진다. 자유방임주의는 영국 정치의 두드러진 특징 가운데 하나로 오늘날 정부로부터 재정지원을 받는 공공기관들도 예전에는 개인에 의해 설립 운영되던 것들이 많았다. 예를 들면

대영박물관도 개인이 운영하던 것을 후에 정부가 마치 못해 인수한 것이다. 팔길이 원칙은 이러한 영국의 오랜 전통에서 비롯된 것으로 정부로부터 재정적 지원을 받지만 예술관련 결정은 예술가와 정부의 완충역할을 하는 독립된 기관에서 하도록 한 것이다.

4.1.2 영국방송구조와 어린이 방송 보호정책

영국의 방송구조는 제도적으로 확립된 공영 방송사와 의무적 공영 방송사로 구분되는 특징을 가지고 있다. 즉 공영 방송사인 BBC는 영국 여왕이 부여하는 칙허장(Royal Chater)과 협정서에 의해 면허가 부여되고, 연장되기 때문에 정치적으로도 완전한 독립이 가능하며, 광고 없이 수신료에 의존할 수 있도록 재정적인 기반이 갖춰져 있다. 여왕이 부여하는 칙허장은 허가기간이 정해져 있고 그 기간이 지날 때마다 새로 갱신해야 한다.

방송 면허는 IBA(후의 ITC, 현재의 OFCOM)라고 하는 조직이 관리하고 있어, 지역마다 방송 면허를 교부하는 형태를 취한다. 교부된 각각의 회사가 지역마다의 방송 운영을 실시하고 있다. 교부되는 것은 14개 지역과 그 중의 런던의 평일을 위한 방송과 주말을 위한 방송의 15사와 채널 3의 전파를 빌리는 형태이다.

표 5. 영국의 방송사

방송사	지역	성격
BBC	전국네트워크	공영방송
ITV1	지역방송국	민영방송
ITV2, ITV3, ITV4, Channel 4, Channel 5	전국네트워크	

광고에 전적으로 의존하는 상업방송사이자, 공영 방송사로서 의무를 가지고 있는 상업적 공공서비스 방송사는 ITV(Independent Television), 채널 4(Channel 4)가 한 축을 이룬다. 1995년 독립적 공영방송 BBC의 라이벌로 등장한 ITV는 2004년 칼튼(Carlton)과 그라나다(Granada)가 합병하면서 'ITV plc'로 재탄생해 지상파 채널로는 ITV1이 있으며 파생채널로는 ITV2, ITV3, ITV4 그리고 CiTV(어린이 채널)이 있다.

영국은 BBC와 공공적 상업 방송사로 나누어져 있다.

이는 규제방식에도 큰 차이가 있다. 과거 BBC 경영위원회를 이어받은 BBC 트러스트(BBC Trust)는 BBC의 경영 상태와 프로그램정책 채널서비스 면허 등 모든 것을 자율규제방식으로 심의 및 평가하는 곳으로 철저히 독립된 체계를 가지고 있다. 그러나 그 외 다른 모든 방송사들은 영국 독립규제기구인 오프콤(OFCOM)이 규정하는 PSB 평가를 최소 5년 단위로 받아야한다[7].

오프콤(OFCOM)은 어린이와 청소년을 위한 프로그램을 위해 PSB 핵심영역으로 다음의 3가지를 강조하고 있다. 첫째 프로그램은 학습과 사회성, 시민정신 그리고 개인의 만족과 정체성을 표현하며 실천할 수 있는 중요한 지표가 되어야 한다. 즉 성별과 연령에 따라 다양한 발달단계를 가지고 있는 아이들에게 미디어학습은 사회교육뿐만 아니라 또래집단간의 유머와 놀이 언어에 영향을 미치기 때문에 형식을 갖춘 교육적인 프로그램이 아니더라도 학습효과를 충분히 고려해야한다. 또한 취학아동들이 텔레비전드라마를 통해 사회성을 터득하며 현실과 이상을 구분하게 됨을 강조한다. 둘째 방송 프로그램의 질적 양적 다양성확립을 위해 공급자들은 다양한 방식으로 현실을 반영해야한다. 자체제작과 위탁 외주제작 그리고 다양한 프로덕션들의 자율경쟁이 구체적인방식으로 제안되고 있다. 마지막으로 오프콤은 양질의 프로그램에 대한 기준을 감시하며 규제하는 역할을 강조하고 있다. 커뮤니케이션법 제264항6조에서 명시하듯이 '어린이와 청소년을 위해 적당한 양으로 높은 품질의 프로그램'이 실천되고 있는지 적극 감시하고 규제한다는 것이다. 그 밖에도 오프콤은 저소득층과 장애인어린이를 위한 보편적 접근권 및 대안을 제시하고 있다.

4.2 프랑스

4.2.1 프랑스의 문화정책

프랑스의 문화정책은 거의 국가가 주도해 왔고, 지금도 90% 이상 문화기관은 국가가 통제하고 있다. 특히 프랑스의 외교정책에서 정치와 문화, 프랑스어는 일체가 되어 항상 움직여 나가고 있다. 국외에서 대사관과 문화원, 알리앙스 프랑세즈는 많은 부분을 함께 공유하며 일사분란하게 일을 해나가고 있다[8]. 프랑스예술진

홍협회는 1922년 창립되어 외무부와 문화통신부에 소속되면서 프랑스 문화 국제교류에 힘을 써왔으며 1959년에 프랑스 문화부가 창설되었다. 앙드레 말로 장관은 수많은 문화정책을 실현했으며 각 지방에 미술관을 건립하고 도서관을 만들어 문화정책의 토대를 만들었다. 포피두 대통령은 포피두센터를 건립하여 문화강대국으로 존재하고 있다.

4.2.2 지원 제도

프랑스에서 영화에 대한 재정 지원 체계가 출현한 것은 1946년이다. 방송물의 시청각 작품 영역에서 이와 같은 제도가 생겨난 것은 40년이 지난 후인 1986년이다. 1986년 CNC에서 프로그램 산업의 지원제도(Compte de soutien l'industrie de programmes, COSIP)가 생겨났는데, 그 목적은 국가적 공동유산으로서의 가치를 가지는 시청각 작품에 대해 보조금 지급을 통하여 프로그램 제작에 도움을 주고 재정적 결손을 보상하여 제작이 활성화되도록 하는 것이다. 이와 같은 재분배적인 재정 방식은 영화를 위해 이미 존재하고 있는 지원제도에서 영감을 얻은 것이었다. 즉, 적어도 일년에 한 편 이상의 시청각 작품을 방영하고, 그 장르와 프로그램의 원산지가 어디이든간에 이를 통하여 광고수입을 얻는 모든 채널들이 분담액을 모아서 이를 프로그램 제작회사에 지원하는 것이다.

4.2.3 프랑스 쿼터제

프랑스에서 쿼터제는 시청각 작품을 위한 규제의 한 축을 이룬다. 이와 같은 쿼터제도가 처음 시행된 것은 1970년대부터인데 이것이 전체 지상파 방송사들에 공통으로 적용되는 하나의 시스템으로 만들어진 것은 1990년 1월의 시행령을 통해서이다. 1971년부터 ORTF(Office de radiodiffusion-télévision française)의 사무총장과 문화부 장관에 의해 이루어진 방영쿼터 협약은 텔레비전 영화에서 프랑스 영화의 방영 비율을 50%로 확정하였다. 그리고 미국 시리즈물이 프랑스 채널에서 폭발적으로 늘어남에 따라, 자국의 시청각 작품을 위해서 프랑스 원작의 픽션물 편성이 60% 이상을 차지하도록 3개의 공영 채널의 의무조항서(Cahiers des

charges)에 픽션물에 한정된 방영쿼터를 제시하였다. 하지만 이와 같은 조항은 새로운 민영채널의 도래로 인하여 지원제도가 만들어짐과 동시에 1986년 9월 30일자 법안과 1987년 1월 26일자 시행령 속에서 제작쿼터와 방영쿼터의 명목으로 명시되었다. 이 쿼터제도는 그 후 유럽 공동체의 틀 속에서 '국경 없는 텔레비전' 지도안(Directive) 속에 받아들여졌는데, 이것은 프랑스 법안보다 좀 더 폭넓은 개념 규정을 통하여 1989년 10월 회원국들에게 자국의 텔레비전 편성 속에 적어도 유럽 작품의 방영을 50%까지 늘리도록 하는 안을 포함하도록 의무화하였다. 그 후 3개월이 지나서 이 지도안은 다시 수정된 2개의 프랑스 시행령으로 출간되었는데, 시청각과 영화 작품 제작에서 아날로그 지상파 방송사의 제작쿼터 준수와 관련되는 No. 90-67 시행령과 방영쿼터에 관련되는 No. 90-66 시행령이 그것이다. 수정된 No. 90-66 시행령은 무료 지상파 채널의 방영쿼터 틀을 만들어 내었고, 2001년 12월 개정 이후 모든 미디어 채널 전체에 적용되는 기준안이 되었다.

매우 잘 만들어졌음에도 불구하고, 그 적용에 있어서 무수히 많은 난관에 부딪혔던 이 시행령은 수정안을 통하여 이런 문제들을 명백히 하였다. 이 시행령은 (시청각 작품인가, 영화 작품인가 하는) 프로그램 범주의 규정을 제안하면서, 제작쿼터뿐만 아니라 (비율제정, 편성시간대의 회피규정 등과 같은) 방영규정에도 쿼터 제도를 적용하고 있으며, 그 목적은 국가적인 시청각적 공동유산에 해당하는 프로그램 장르를 보호한다는 것이다.

1990년 1월 17일자 시행령의 시청각 작품 규정은 오늘날 다음과 같은 장르에 속하는 프로그램들을 표 6과 같이 시청각 작품으로 규정할 수 있게 해준다. 반대로 아래와 같은 장르에 해당하는 프로그램들은 시청각 작품의 규정에 제외된다.

표 6. 시청각작품으로 규정된 프로그램과 규정되지 않은 프로그램

규정된 프로그램	텔레비전 픽션물: TV영화, 단막극, 연속극, 청소년극, 연극각색물, 무용각색물, 오페라각색물
	애니메이션 작품
	다큐멘터리

	스튜디오에서 부분적으로만 제작된(대부분 야외에서 촬영된) 매거진 프로그램
	스튜디오에서 부분적으로만 제작된(대부분 야외에서 촬영된) 오락 프로그램
	뮤직 비디오
	60분 이하의 단편영화
	콘서트, 연극, 오페라, 무용공연의 중계방송
비규정 프로그램	장편영화
	보도 뉴스
	보도·정보 프로그램
	버라이어티쇼 프로그램
	게임, 경기
	스포츠 중계방송
	광고 메시지, TV홈쇼핑, 자사 홍보 프로그램, 텔레텍스트 서비스

이와 같은 시청각 작품에 대한 CSA의 규정으로 말미암아 다양한 프로그램들이 시청각 작품의 범주에서 제외되는 일이 발생하게 되었다. 우선 이 규정 속에 포함된 스튜디오 촬영이나, 야외 촬영이나 등의 형식적인 기준에 관해서는 많은 프로그램들이 이 기준과 충돌하고 있고, (게임·경기 프로그램처럼) 시청각 작품으로 규정되지 않은 장르에서 (경기의 메커니즘이나 형식화의 요소, 진행자의 도움 등과 같은) 어떤 독특한 성격을 차용한 프로그램도 나타나고 있기 때문에 이 규정의 적용에 어려움을 겪고 있다. 또한 텔레비전의 전통적인 스튜디오 기준도 문제시되는데, 스튜디오 제작과 유사한 방식으로 외부에서 프로그램 제작을 가능하게 하는 기술 발전들이 나타나고 있어 스튜디오 제작의 개념도 유동적으로 만들고 있다. 뿐만 아니라, 텔레비전에서는 집단적 기억을 재구성하는 방식의 프로그램들도 나타나고 있는데 이를 위하여 아카이브에 저장된 이미지에 도움을 청하는 경우도 있다. 이런 프로그램들은 스튜디오에서 제작되는 일이 거의 없기 때문에 시청각 작품의 성격을 부여받는다. 하지만 이 프로그램들 속에 사용된 아카이브에서 추출된 자료는 시청각 작품으로 인정되지 않는다. 최근 들어 이처럼 각 채널에 이와 같은 프로그램들이 질서 없이 생겨남에 따라 아카이브 자료의 첨가에 따른 시청각 작품의 규정과 부분적인 스튜디오 촬영에 대한 명확한 기준의 문제가 함께 제기되고 있다.

### V. 결론

현재 정부는 국가경쟁력을 위해 미래핵심육성 산업을 적극적으로 추진하고 있다. 그 중 한 축이 영상산업이다. 영상분야에서 방송 부분이 일정부분 기여해야 한다는 데 반론은 없다. 방송물 중 애니메이션 산업이 고부가가치 산업으로 육성할 가치가 있다는 데도 이견이 없다. 그러나 애니메이션 산업 육성에 대한 무게중심을 지상파 방송의 의무편성에만 의존하는 것이 가장 큰 문제이다. 공중파 3사 방송물 중 미래의 주역인 어린이들을 위한 문화콘텐츠를 위한 방영 시간대와 그 숫자가 미흡한 형편이다. 경제적 개념으로 접근하여 공중파에서는 광고가 붙는 시청률 높은 프로그램에게 밀려 유아 콘텐츠는 거의 없어졌으며 그 편성시간대도 주 시청자들인 어린이들이 볼 수 없는 시간대에 배치하고 있다. 또한 영상물 거래비용을 대폭 줄여 콘텐츠 제작사들은 이중고를 겪고 있다. 이는 결국 애니메이션 산업의 황폐화로 이어지게 되며 나아가 관련된 부가산업에까지 영향을 미치게 된다. 방송 편성의 자율권을 침해한다는 도덕적 차원에서의 접근을 떠나서 우리의 어린이 콘텐츠인 애니메이션이 국제 경쟁력을 갖출 수 있는 실질적이고 근본적인 지원책을 마련하는 데 그 심각성을 인지해야 한다.

지원정책은 첫째 전문인력 양성, 둘째 창작 및 제작 활성화 지원, 셋째 국산 애니메이션 TV의무 방영제도 개선, 넷째는 문화보호정책을 기초로 재정립해야한다. 먼저, 유명무실화된 애니메이션 방송시간 총량제가 시급하다. 개수로 환산 할 경우, 100분의 1을 기준으로 한다면 각 채널당 30분짜리 애니메이션을 매주 3개씩, KBS 1,2, MBC, SBS 네 채널이니까 총 12개 정도가 지상파로 방송되어야 한다. 또한 법적으로 제시하고 있는 일일무방송시간인 5.4-9시간을 준수해야 한다. 이미 개방된 영상시장에서 우리의 애니메이션이 국제경쟁력을 갖출 수 있도록 정부의 콘텐츠 분야의 지원금액 확대를 적극적으로 반영해야한다. 또한 문화보호 정책의 경우, 외국(영국, 캐나다, 프랑스, 일본)의 사례를 보아도 많은 보호정책을 펼쳐왔으며 지속적으로 유지하고 있다. 콘텐츠산업에 눈을 뜨기 시작하는 중국도 미래의



자신이 될 어린이를 위한 문화산업을 보호 육성하기 위하여 정부차원에서 정책을 시작하고 있다. 우리도 미래의 주역인 어린이들의 정서적 정체성 확립과 국가적 차원의 문화주체성을 확립할 수 있도록 보호정책이 시급하다. 문화보호정책을 강력하게 실행하지 않는다면 문화정체성 혼란에 빠질 것이며 이러한 현상이 방치된다면 언젠가 우리의 문화정체성은 몇몇 콘텐츠강국에 의해 잠식되어 미래 산업 중 하나인 영상산업의 성장은 기대하기 어려울 것이다.

이러한 정책의 실행을 기초로 제작사들은 상질의 어린이콘텐츠를 개발하여 그 질적 보장과 수적 보장을 제공해야 하며, 방송사들은 법적으로 규제를 준수하여 어린이 콘텐츠가 대중에게 제공할 수 있는 환경을 조성하여 어린이 콘텐츠의 부재를 극복할 것을 제안한다.

참 고 문 헌

[1] Qwen & Shibli & Throsby, "Effects of Arts Education on Participation in the Arts", EAPEA, Vol.1, 1994.  
 [2] <http://www.yeye.or.kr/board/zboard.php?id=report>  
 [3] 방송용 국산 창작애니메이션 의무방영 총량제 관철을 위한 방송법 개정 서명운동 전개 취지문, 한국애니메이션제작자협회, 2002년.  
 [4] 조부근, *문화선진국의 문화정책과 문화외교, 어디로 가고 있는가*, 민속원, 2007.  
 [5] 조부근, *문화선진국의 문화정책과 문화외교, 어디로 가고 있는가*, 민속원, 2007.  
 [6] 정철현, *문화정책과 예술경영*, 서울경제경영, 2008.  
 [7] 송종길, "어린이 청소년의 미디어 이용형태 및 보호방안 연구", 한국언론학회, Vol.1. pp22-23, 2008.  
 [8] CNC의 '시청각 작품' 규정 검토, 프랑스 방송위원회 백서, 통권 150호, 2002.

저 자 소 개

안 종 혁(Jonghyeck Ahn)

정회원



- 1998년 5월 : California Institute of the Arts (애니메이션학사)
- 1998년 5월 : California Institute of the Arts (애니메이션석사)
- 2004년 9월 ~ 현재 : 건국대학교 영상전공 교수

<관심분야> : 애니메이션, 영상, 디지털, 문화 콘텐츠

김 효 용(Hyoyong Kim)

정회원



- 1997년 2월 : 홍익대학교 시각디자인 전공(예술학석사)
- 2001년 5월 : California Institute of the Arts (애니메이션석사)
- 2002년 3월 ~ 현재 : 한성대학교 애니메이션 부교수

<관심분야> : 애니메이션, 영상, 디지털, 문화 콘텐츠, 인터랙션