

프랑스, TV 드라마 산업 증진을 위한 정책

주요 내용

1. 프라임타임대 드라마 점유율 가장 높아

- 2007년 기준, 드라마 28개, 영화 4개, 정보 프로그램 6개, 스포츠 9개
- 2005년 이후, 미국 드라마 집중 편성
 - TF1의 경우, 35개 드라마 중 단 7개만이 프랑스 제작 드라마

2. 드라마 형식에 따라 세 가지 분류

- 텔레필름(Téléfilm): 1회 90분, 1~2회 또는 5~6회짜리 단막극, 미니시리즈
- 시즌제 드라마(Série télévisé): 미국의 시즌제 드라마와 같은 형태, 독립적 에피소드
- 연속극(Feuilleton télévisé): 정해진 요일과 시간에 규칙적 편성, 내용의 연속성 유지

3. 방송사, 직접 제작 대신 제작비 투자 통해 영향력 행사

- 개런티, 스태프 인건비에 많은 비용 소요
 - 2007년, TF1 드라마 1편 제작비 평균 125만 유로, France2 95만 5,000유로

4. '창작물'로서 드라마에 대한 직접적 재정 지원

- COSIP 기금: 국립영화진흥센터가 관리하는 영상 프로그램 제작 지원기금
 - 1959년 설립, 1983년까지 영화만 지원
 - 1984년부터 프랑스 텔레비전에서 방영되는 영상물도 지원

5. 간접적 재정 지원도 병행

- SOFICA(영상 및 영상산업자금투자협의체): 방송영상물 및 영화제작 자금 조성을 위한 매개회사, 제작자 그룹이나 금융권 중심으로 그룹 구성, 영상물 제작에 투자.
- IFCIC(영화와 문화산업재정지원기구): 정부, 중소기업혁신진흥청, 공탁금고가지분의 49%를 소유, 계약서를 담보로 제작자에게 7만 유로 이내에서 최대 제작비 70%까지 지급 보증.

프랑스에서 지상파 방송을 기준으로 하여 저녁 8시 뉴스 시간을 전후로 한 프라임타임대(18:00~23:00) 점유율이 가장 높은 장르는 드라마이다. 매년 가장 높은 시청률을 보였던 50개의 TV 프로그램을 장르별로 분류한 조사(Les 50 meilleures

audiences TV)를 보면 매년 뉴스, 스포츠, 버라이어티 등 다른 장르와 비교할 때 드라마가 독보적으로 앞서 있다(예를 들면, 2007년 드라마 28개, 영화 4개, 정보 프로그램 6개, 스포츠 9개였다). 그러나 프랑스 드라마의 경우 2005년 이후 지상파 방송에서도 미국 드라마가 본격적으로 편성되기 시작하면서 점점 미국 드라마에 밀려나고 있는 형편이다. 예를 들면, 지상파 민영방송사인 TF1의 경우 현재 방송되는 총 35개의 드라마(텔레필름 제외, 모든 시간대 포함) 중 단 7개만이 프랑스 제작 드라마일 뿐이다(4~5개의 독일 드라마와 1개의 영국 드라마를 제외하고는 모두 미국 드라마이다). M6의 경우로 크게 다르지 않다. 공영방송사인 프랑스 텔레비지옹(France Télévision)만이 France 2 채널과 France 3 채널의 프라임타임대에 프랑스 드라마 편성을 고수하고 있는 편이다.

자국의 문화와 언어에 대한 자부심이 대단한 프랑스에서 외국의 ‘문화상품’이 지상파 방송 프라임타임대를 점령하고 있다는 점은 놀랄 만한 일이다. 특히 이러한 현상은 2007년부터 두드러지기 시작했는데, 위의 ‘시청률 상위 장르별 50개 프로그램 조사’에서도 2004년까지 외국 프로그램은 1개도 없었고, 20여 개의 프로그램이 모두 프랑스 드라마였으며, 2005년과 2006년에 두세 개씩 차지하던 외국 드라마가 2007년에는 50개 프로그램 중 무려 25개가 외국 드라마, 3개만이 프랑스 드라마라는 역전된 상황을 증명해 주고 있다(외국 드라마들의 구체적인 국적은 구별되어 있지 않지만, 실제로 영국·독일의 몇몇 드라마를 제외하고 나머지는 미국 드라마라는 것이 사실이다). 그렇기 때문에, 시청자들이 미국 드라마에 열광하는 것에 반해, 프랑스의 방송 관련 전문가들은 프랑스에서 미국 드라마의 성공이 프랑스 드라마 제작에 미치는 영향에 대해 우려를 나타내고 있다. 또한, 이러한 사실에 대해 프랑스의 언론들도 관심을 가지고 지켜보며 이와 관련된 기사들을 생산하고, 대학의 관련 학과에서도 관련된 강의가 속속 등장하는 등 민감하게 반응하고 있는 편이다.

따라서 이번 ‘TV 드라마’ 특집과 관련하여 이 글에서는 이러한 프랑스의 드라마 관련 현황에 대해 알아보고, 프랑스가 자국 TV 드라마 산업 증진을 위해 어떤 정책을 수행하고 있는지 알아보도록 하겠다.

프랑스 TV 드라마 제작 산업 현황

프랑스 TV 드라마 특징

1) 드라마 형식과 편성

현재 프랑스의 드라마는 형식에 따라 크게 세 종류로 나눌 수 있다. 첫째, 텔레필름(Téléfilm)이 있다. 이는 1회를 90분 정도로 하여 짧게는 1~2회, 길게는 5~6회 정도로 나누어진 단막극 또는 미니 시리즈 형태의 드라마이다. 1950년대부터 현재까지 꾸준히 제작되고 있다.

둘째, 시즌제 드라마(Série télévisée)이다. 이는 흔히 <프렌즈(Friends)> 같은 미국의 시즌제 드라마와 같은 형태의 드라마로 이해할 수 있다. 즉, 동일한 주인공들이 등장하여 일관된 주제로 52분에서 90분 정도 분량의 에피소드가 여러 회로 구성된 하나의 시즌이 있고, 그러한 시즌 여러 개로 구성된 드라마이다. 대표적인 프랑스의 시즌제 드라마로는 1989년 시즌 1을 시작하여 2007년에 18시즌으로 막을 내린 TF1의 <형사 나바로(Navarro)>가 있다.

셋째, 연속극(Feuilleton télévisé)이 있다. 시리즈라는 점, 정해진 요일과 시간에 규칙적으로 편성되어 있다는 점, 52분에서 90분가량 방송된다는 점에서 시즌제 드라마와 비슷하지만, 가장 큰 차이점은 시즌제 드라마의 경우 내용 면에서 전반적인 일관성이 있지만 각각의 에피소드가 독립적인 이야기로 구성되어 있는 반면, 연속극의 경우 말 그대로 내용이 연속적으로 연결되어 있다는 점이다(가령, 미국의 <프리즌 브레이크(Prison Break)> 같은 드라마는 시즌제 형태를 띠고 있지만, 전 에피소드와 다음 에피소드가 끊이지 않고 연결된다는 점에서 연속극으로 분류될 수도 있다). 현재 프랑스에서 가장 인기 있는 연속극으로는 France 3의 <아름다운 인생(Plus belle la vie)>이 있다.

이러한 형식이 주를 이루는 프랑스 TV 드라마이지만 서서히 모바일 텔레비전과 같은 뉴미디어의 등장에 적응하며 새로운 방식의 드라마를 제작하는 등 변화하는 추세에 있다. 가령, 2004년 254편, 2005년 113편, 2006년에 177편 제작되던 **52분 90분짜리** 드라마가 2007년에는 138편으로 제작 횟수가 점점 줄어드는 반면, 26분짜리 드라마는 2004년 108편, 2005년 160편, 2006년 207편에서 2007년 250편으로 제작이 꾸준히 늘어나고 있다.

사실, 프랑스에서 TV 드라마는 1984년 종일 방송이 시작된 이후로 주로 저녁 뉴스 시간 뒤에 편성되는 프로그램이다. 1996년 TF1이 <헬렌과 남자들(Hélène et les garçons)>과 <태양 아래에서(Souls le soleil)>를 방영하여 성공한 이후에도 여전히 여러 다른 채널에서는 주로 저녁 시간대에 드라마를 편성하였고, France 2에서는 2002년에 <민감한 나이(Age sensible)>와 2003년에 <롤라(Lola)>를 시도했으나 시청률 부진을 면치 못했다. 특히, 미국 드라마는 민영방송 채널을 중심으로 저녁 프라임타임인 20시 이후에 주로 편성되었는데, 최근 TF1에서 저녁 6시에 <그레이 아나토미(Grey's Anatomy)>를 편성하는 파격적인 현상을 보이고 있기도 하다. 이렇게 프랑스 TV 드라마의 편성이 주로 저녁 시간대에 이루어진 것은 제작비용이 가장 큰 원인이라고 할 수 있다. 제작비용이 많이 들어가는 TV 드라마의 경우, 시청률을 통해 광고비용으로 제작비용을 확보해야 하기 때문이다. 위에서 언급한 <태양 아래에서(Souls le soleil)>는 프로그램 수출을 통해 수익을 확보한 경우이다.

2) 프랑스의 TV 드라마 내용

프랑스 TV 드라마 역시 미국의 드라마처럼 점점 '수사물'이 늘어나고 있는 형편이

다. 본래 <형사 나바로(Navarro)>·<형사 물랭(Commissaire Moulin)>·<줄리 레스코(Julie Lescaut)>·<여검사와 여형사(Femmes de loi)> 등의 ‘형사물’이 많기도 했으나, 특히 미국 드라마에 대한 시청자들의 뜨거운 반응으로 인해 프랑스 드라마도 미국 드라마 스타일을 따라가고 있다. 일례로, 미국 드라마 <과학수사대(CSI)>의 프랑스판 <과학수사대 RIS(R.I.S. Police scientifique)>가 그것이다.

2007년 다양성과 창의성을 추구하겠다는 드라마 방송 전략을 내세운 프랑스 텔레비지옹(France Télévision)의 경우에는 위에서 언급한 바와 같이 프랑스 드라마를 많이 편성하고 있는 편인데, 그 내용도 프랑스 사회의 모습이 투영된 일상적인 주제를 드라마틱하게 다룬 것들이 많다. 그러한 예로 큰 인기를 얻고 있는 것이 마르세유 지역의 한 마을 사람들의 이야기를 다룬 France 3의 <아름다운 인생(Plus belle la vie)>이다. 이러한 일상적인 이야기를 소재로 한 프로그램이 시청자들 사이에서 반응이 좋자, TF1도 남편과 사별하고 두 아이와 함께 살아가는 30대 여성을 주인공으로 한 <제2의 기회(Seconde chance)>라는 연속극을 시작했다.

한편, 2007년부터 두드러지게 나타나는 특징은, 실존 인물을 주제로 한 드라마가 늘어나고 있다는 점이다. 프랑스 텔레비지옹(France Télévision)의 France 2에서는 프랑스의 유명한 작가 사강(Françoise Sagan)과 유명 디자이너 코코 샤넬(Coco Chanel)의 일대기를 그린 텔레필름 형식의 드라마를 제작·방송하였다. 또한, 새롭게 선보이고 있는 드라마는 문학작품을 기반으로 한 드라마로서 톨스토이의 <전쟁과 평화>, 모파상의 여러 작품을 각색한 드라마들이 편성되었다.

프랑스 드라마 제작 산업의 규모와 현황

TV 드라마는 프랑스 방송에서 시청자들의 사랑을 가장 많이 받는 프로그램인 만큼 방송사들이 드라마에 많은 시간을 할애하고 있다. 2007년 지상파 공영채널인 France 2, France 3, France 5는 각각 1,823시간 47분, 2,455시간 8분, 1,474시간 59분 동안 TV 드라마를 방송했으며, 민영방송사인 TF1과 M6은 무려 각각 3,351시간, 2,726시간 30분을 할애했다. 이렇게 프랑스의 지상파 방송사들이 TV 드라마를 방송하고 있음에도 불구하고, 이들은 직접 드라마 제작을 하지는 않는다. 공영방송인 프랑스 텔레비지옹(France Télévision)의 경우 제작과 편성 조직을 분리시키면서, 제작은 MFP(Multimedia France Productions)·France 2 Cinema·France 3 Cinema 등의 자회사와 700여 개에 달하는 독립제작사들을 통해 이루어진다. 또한, 프로그램 배급이나 방송 프로그램 상품화를 위해 배급을 담당하는 자회사(France Télévision distribution)를 두고 있다.

1) 프랑스 TV 드라마 제작비용

프랑스 방송사들은 직접 드라마 제작을 하지 않는 대신에 제작비용 투자에 참여한다. 그리고 제작을 직접 하지 않아 저작권을 갖지는 못하지만 상당 부분의 제작비

용을 담당함으로써 TV 드라마 제작에 강력한 영향력을 미친다. TV 드라마의 경우 배우들의 개런티, 제작 인원 인건비, 세트 제작비용, 기술 장비 비용 등 많은 제작비용이 든다. 특히, 배우들의 개런티와 제작 인원들의 인건비에 해당하는 비용이 제일 많이 든다. 이러한 이유로 TV 드라마 한 편을 제작하는 데 2007년 한 해 TF1은 평균 125만 유로, France 2는 95만 5,000유로를 소요하였다. 또한, 공영방송인 프랑스 텔레비지옹(France Télévision)은 2007년 한 해 TV 드라마 제작에만 2억 4,390만 유로, 민영방송사인 TF1과 M6가 각각 1억 5,980만 유로, 2,060만 유로를 제작비용으로 지출했다. 이렇게 주요 지상파 방송사가 2007년 한 해 TV 드라마 제작을 위해 투자한 금액은 총 4억 8,730만 유로로, 다큐멘터리 1억 3,730만 유로, 애니메이션 5,000만 유로, 매거진 프로그램 1,600만 유로에 비해 4~30배나 차이가 나며, 이러한 비율의 차이는 해마다 똑같다. 이러한 방송사 투자와 더불어 정부의 지원금인 COSIP을 통해 제작비용이 충당되고 있는 형편이다.

2) TV 드라마 프로그램 수출 현황

이렇게 TV 드라마 제작에 많은 비용이 투자되고 있는 반면, 수출로 벌어들이는 수익은 매우 저조한 편이다. 상대적으로 많은 투자를 받고 있는 장르임에도 불구하고, 오히려 제작비용을 덜 들인 다큐멘터리·애니메이션 등에 비해 적은 편으로 투자된 비율까지 감안하여 비교한다면 형편없는 결과라고 할 수 있다.

M€ (%)	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
프랑스 제작사	75.5 (13.0)	66.0 (10.9)	80.4 (12.3)	75.2 (12.6)	86.1 (13.8)	75.1 (11.5)	75.4 (10.6)	78.6 (11.6)
프랑스 내 사전판매	4.3 (0.7)	5.8 (0.9)	9.7 (1.5)	8.0 (1.3)	5.8 (0.9)	7.6 (1.2)	6.3 (0.9)	5.7 (0.8)
방송사	350.4 (60.4)	377.9 (62.3)	421.9 (64.8)	380.6 (63.7)	415.6 (66.5)	456.8 (69.8)	519.1 (72.7)	487.3 (71.6)
COSIP 기금	74.7 (12.9)	79.6 (13.1)	90.9 (14.0)	70.1 (11.7)	73.4 (11.7)	77.5 (11.8)	81.6 (11.4)	76.7 (11.3)
기타	8.6 (1.5)	5.1 (0.8)	7.9 (1.2)	10.9 (1.8)	12.3 (2.0)	13.2 (2.0)	13.8 (1.9)	8.0 (1.2)
프랑스	513.5 (88.5)	534.4 (88.1)	610.8 (93.8)	544.8 (91.2)	593.3 (94.9)	630.2 (96.3)	696.3 (97.6)	656.3 (96.5)
해외 공동제작	44.2 (7.6)	53.3 (8.8)	25.2 (3.9)	48.4 (8.1)	26.2 (4.2)	15.6 (2.4)	10.6 (1.5)	16.5 (2.4)
해외 사전판매	22.4 (3.9)	18.8 (3.1)	15.3 (2.3)	4.2 (0.7)	5.8 (0.9)	8.9 (1.4)	6.7 (0.9)	7.6 (1.1)
해외	66.7 (11.5)	72.1 (11.9)	40.5 (6.2)	52.6 (8.8)	32.0 (5.1)	24.5 (3.7)	17.4 (2.4)	24.1 (3.5)
총제작비용	580.1 (100)	606.5 (100)	651.3 (100)	597.4 (100)	625.3 (100)	654.6 (100)	713.6 (100)	680.4 (100)

방송/콘텐츠 동향과 분석

프랑스 픽션물 제작비용 (참조: CNC)

(M€)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
드라마	29.7	22.5	22.9	20.8	18.5	22.4	22.1	22.0
다큐멘터리	28.3	28.1	23.5	24.1	26.5	27.9	28.5	30.2
애니메이션	44.8	56.4	45.0	38.2	39.5	45.3	42.6	41.7
음악, 스펙터클	3.7	2.6	1.5	2.1	3.7	2.7	4.5	6.6
게임, 버라이어티	14.8	8.4	4.4	10.1	10.5	6.6	10.1	5.9
기타	8.0	8.7	8.8	9.0	9.5	7.6	7.2	12.4
total	129.3	126.7	106.1	104.3	108.2	112.5	115.0	118.8

TV 방송 프로그램 수출 현황 (참조: CNC)

이러한 프랑스 TV 드라마 수출의 어려움은 현행법상 방송사에 방송권만 있을 뿐, 이용권에 제한이 있는 데에서 이유를 찾아볼 수 있다. 불평등했던 제작자와 방송사 간의 사이를 상대적으로 균형 있게 만드는 데 큰 역할을 했던 2001년 법령에 의해 현재 방송사는 방송권만을 갖고, 저작권을 비롯한 다른 권리들은 제작사에 귀속된다. 따라서 방송사에서는 TV 드라마 제작에 지출한 비용을 회수할 수 있는 방법은 광고에 의존하는 것뿐이다. 즉, 방송사로서는 해외수출이나 재판매 등을 고려하지 않게 되는 것이다. 반면, 제작사는 저작권을 가지고 있으나, 배급사를 자회사로 가지고 있는 몇몇 제작사를 제외하고는 여전히 영세하기 때문에 다른 판로를 개척하는 데 한계가 있다. 이러한 이유를 근거로 현재 진행되고 있는 프랑스의 방송법 개혁에서도 끊임없이 방송사와 제작사의 관계에 대해 새로이 규정해야 한다는 논의가 나오고 있다. 즉, 프랑스 방송의 국제적 위상을 높이기 위해 TV 영상물 유통의 활성화가 필요하고, 이를 위해 방송사에도 영상물의 이용권에 대한 권리를 확대해 줄 수 있도록 방송사와 제작사의 관계를 재정립해야 한다는 주장이다.

3) 프랑스 TV 드라마 산업의 새로운 국면

위에서 이미 몇 차례 언급한 바와 같이 현재 프랑스 TV 드라마는 위기에 처해 있다. 가장 큰 이유는 역시 미국 드라마의 강력한 경쟁력이라고 할 수 있다. 이로 인해 프랑스 TV 드라마가 위축되고 있는 것은 분명해 보인다. 국립영화진흥센터(Centre National de la Cinématographie, CNC)의 통계자료에 따르면, 2006년에서 2007년으로 넘어가면서 지상파 방송국의 편성에서 드라마가 차지하는 시간은 늘어나고 편당 제작비 지출도 늘어나고 있으나, 오히려 전체 제작비는 줄어들었다. 즉, 이러한 현상은 지상파 방송국이 프랑스 드라마 제작을 줄이고, 외국 드라마 편성 비중을 높였음을 말해 주는 것이다.

한편, 인터넷과 모바일 TV의 등장도 TV 드라마에 새로운 국면을 가져왔다. 인터넷을 통한 주문형 비디오(Vidéo à la demande), 다시보기 서비스(Télévision de

rattrapage)와 관련하여 시청자들의 방송 드라마 소비 방식이 변화함에 따라 제작·방송 측면에서 여러 제도적인 보완이 필요하게 되었고, Web TV, 모바일 TV에 적합한 형태의 새로운 포맷을 개발하는 등 뉴미디어 환경에 적응하지 않을 수 없게 되었다. 다른 한편, 2009년 1월부터 시작한 저녁 시간대 공영방송의 광고 폐지 역시 공영방송 채널에서의 편성 등에 변화를 가져올 것으로 내다보인다. 광고가 폐지됨으로써 공영방송은 재원 확보와 관련한 잠재적 리스크를 지속적으로 안고 가야 할 수도 있다.

따라서, 프랑스 TV 드라마의 발전과 관련하여 방송사와 제작사가 꾸준히 고민해야 할 것이다. 이러한 맥락에서 지난 1월 해외 시장에서 프랑스 영상물의 위상을 높이기 위해 국립영화진흥센터와 프랑스 기업의 국제적 발전을 위한 공공단체인 UBIFRANCE와의 연합은 앞으로 프랑스 TV 드라마 발전의 새로운 방향을 모색하는 중요한 단초가 될 수도 있을 것이다. 특히, 해외시장을 겨냥한 프랑스 영화 및 방송 프로그램의 제작과 수출에 대해 UBIFRANCE의 재정적 지원은 기존의 영상물 제작 지원과 더불어 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 기대된다.

프랑스 TV 드라마 제작 육성 정책

프랑스 TV 드라마 제작 육성 정책은 비단 최근의 일이 아니다. 이는 TV의 강력한 문화적·교육적 도구로서의 기능, 미국 드라마에 대한 의존도 확대, 케이블 TV의 등장에 기반을 둔 1980년대 초반의 정치적인 논의에서 시작되었다고 할 수 있다 (따라서, 프랑스 TV 드라마 제작 지원은 따로 특별히 존재하지 않고, 전반적인 영상물 제작 지원 테두리 안에서 함께 이루어진다). 이러한 논의는 방송 프로그램의 ‘콘텐츠 산업’적 측면에 대한 인식을 가져왔고, ‘새로운’ 산업의 발전을 도모하기 위해 제작회사들의 출범을 촉진하고자 하는 과정에서 방송 프로그램 제작 지원 제도가 자리 잡게 된 것이다. 이와 같은 방송 프로그램 지원의 첫걸음으로 정부는 1984년에 콘텐츠 산업 지원 기금(Fonds de Soutien aux industries de programmes)을 통해 애니메이션과 TV 드라마 부문에 제작비용을 선택적으로 보조해 주었으며, 1986년에는 이 제도에 자동지원 제도가 추가되었다. 이러한 제도들을 통해 프로그램 제작 산업은 급속도로 발전하였다. 그러다가 1991년 La CINQ 채널이 문을 닫으면서 프랑스 방송 프로그램 시장은 좁아졌다. 50%의 TV 드라마 제작 주문이 TF1에서 이루어졌고, 제작사는 제작비용 확보에 구조적인 어려움을 갖게 되었다. 즉, 시장이 작아지면서 제작사와 방송사는 힘의 불균형 관계에 놓이게 된 것이다. 이러한 이유로 제작사들은 좀 더 독립적인 제작 환경을 요구하게 되었고, 1990년에 금전적 지원에 더불어 방송 쿼터 보장과 같은 제도적 지원 등을 추가할 수 있게 되었다.

재정적 지원

앞에서 이야기한 바와 같이 드라마 제작에 대한 지원 정책은 1980년대 초반 방송 드라마를 ‘산업’으로 인식하면서 시작되었다. 이러한 인식은 1995년에 바뀌면서 1995년에 개정된 관련 법령에서부터 ‘산업’이라는 단어를 더 이상 쓰지 않았다. 이제 정부의 드라마 제작 지원은 제작사를 돕는 것이 목적이 아니라, 문화유산으로서의 가치를 지닌 하나의 ‘창작물’로서의 드라마를 지원하는 것으로 진화하게 된 것이다. 이러한 ‘창작물’로서의 드라마 제작에 대한 정부의 직접적인 금전적 지원은 주로 COSIP 기금으로 이루어진다.

COSIP 기금은 국립영화진흥센터가 관리하는 영상 프로그램 제작 지원 기금으로, 1959년에 만들어져 1983년까지는 영화만 지원하다가 1984년부터 프랑스 제작회사에 의해 제작되고, 프랑스 텔레비전 채널에서 방영되는 영상물도 지원하게 되었다. COSIP 기금은 영화 티켓 가격의 11%에 해당하는 영화 티켓 세금(Taxe sur les entrées en salles de spectacle cinématographique, TSA), 방송사의 할당금(방송사 총수입의 5.5%), 비디오 사업자의 세금(매출 총액의 2%)으로 구성된다. 2007년 예산 규모는 5억 550만 유로였다(영화 티켓 세금 수익 1억 2,100만 유로, 방송사 할당금 3억 4,950만 유로, 비디오 사업자 세금 3,420만 유로). 30% 이상 프랑스 국내 자본으로 제작되고, 전체 제작비 중 30% 이상을 프랑스에서 지출하는 프로그램으로 해당 제작 회사의 임원들이 최소한 프랑스 거주 체류증이 있거나 유럽 또는 프랑스 국적이어야 지원을 받을 수 있다. 이 기금은 드라마는 물론 애니메이션, 다큐멘터리, 연극이나 무용 등의 스펙터클, 매거진 프로그램 등 문화적·경제적·사회적·과학적 가치를 가진 영상물은 모두 지원한다. 단, 뉴스, 토크쇼, 스포츠 중계 등은 제외한다. 지원 규모는 전체 제작비(공동 제작의 경우는 프랑스 분담금)의 최대 40%까지 가능하다. 보통 COSIP 기금의 65% 정도가 방송 영상물 제작에, 35%가 영화 제작에 지원된다.

이외에 영상물 제작 산업에 활발한 투자가 이루어질 수 있도록 하는 간접적인 지원 제도로 영화 및 영상 산업 자금투자협의체(Les Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel, SOFICA)와 영화와 문화산업 재정지원기구(Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles, IFCIC)가 있다. 전자는 방송 영상물 및 영화 제작의 자금 조성을 위한 매개 회사로서 제작자 그룹이나 금융권 중심으로 그룹을 구성하여 영상물 제작에 투자하게 된다. 이 SOFICA에 투자한 투자자들은 SOFICA의 지분을 사는 형태로 영상물 제작에 투자하게 되고, 이 투자를 근거로 최고 18만 유로 한도 내에서 총소득의 25%까지 세금공제를 받을 수 있다. 특히, 프랑스어로 제작되는 영상물(또는, 20% 미만 선에서 프랑스가 공동 제작하는 유럽연합 국가 언어 영상물의 경우 투자 가능)에 투자하도록 되어 있어서 자국의 영상물 제작 지원이라는 목적을 잘 살리고 있다고 할 수 있다. 2007년도 SOFICA 투자 금액은 5,911만 유로로, 이 중 6.1%가 방송 영상물에 투자되었다.

영화와 문화산업 재정지원기구는 지분의 49%를 정부와 중소기업혁신진흥청(OSEO), 공탁금고(la Caisse des Dépôts)가 소유한 재정 지원기구로, 계약서를 담보로 제작비를 대출하는 제작자에게 7만 유로 이내에서 최대 제작비 70%까지 지급 보증을 하여 간접적인 형태로 드라마 제작 지원을 한다고 할 수 있다.

제도적 지원

방송 영상물에 대한 인식이 ‘산업’에서 ‘창작물’로 전환되면서 금전적인 지원뿐만 아니라 제도적인 지원도 함께 이루어졌다. 프로그램 방송을 쿼터로 보장해 주는 것이 그것이다. 이는 프랑스의 자국 문화와 언어 보호 정책과 맞물려 있는 것으로, 각각의 방송 채널은 전체 편성과 프라임타임대에서 모두 60% 이상의 유럽 프로그램을 이 안에서 40%의 프랑스어로 된 프로그램을 편성해야 한다.

2001년 법령은 제작에 있어서도 쿼터를 정해 놓았는데, 각각의 채널들은 사업실적의 16%를 프랑스어로 된 프로그램 제작에 지출하도록 하고 있다. 또한, 이 16%에서 3분의 2에 해당하는 금액을 독립제작사에 투자해야 한다.

오늘날 프랑스 TV 드라마는 여러 가지 내·외부적인 요인들에 의해 새로운 국면을 맞이하였고, 이 상황에서 방송사와 제작사들은 드라마 제작 활성화를 위해 새로운 포맷과 스타일로 시청자들의 관심을 다시금 끌어오기 위해 다각도로 노력하고 있다. 정부 또한 정책 개혁을 통해 프랑스 TV 드라마는 물론 방송 전반의 위상을 높이려 한다. 따라서, 이러한 각계의 노력들이 프랑스 TV 드라마 발전에 과연 어떠한 결과를 가져올지 귀추가 주목되는 바이다.

● 참조 :

- Jean-Noël Jeanney, L'écho du siècle. Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France(Dictionnaire et encyclopédie broché), Paris: Hachette, 2001.
- Rapport Annuel de France Télévision 2007(www.francetelevision.fr).
- Antoine Schwarz, Rapport <La production audiovisuelle française et son financement>, 2003(www.ddm.gouv.fr).
- www.cnc.fr
- Discours de Christine Albanel 2007년 10월 8일.
(http://www.culture.gouv.fr/)
- Rapport d'information sur les perspectives de réformes dans le secteur de l'audiovisuel 2008년 3월 17일(http://www.senat.fr).

- 작성 : 최지선(파리 소르본 대학 커뮤니케이션전공 박사준비과정(DEA),
js_choi@ymail.com)