

EUROPE

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENTS INDUSTRY TREND OF EUROPE

한국콘텐츠진흥원
유럽사무소



kocca KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

주간 심층이슈

『2011 어린이 미디어 컨퍼런스』

◎ 작성 취지

- 어린이 미디어 컨퍼런스를 통해 본 어린이 미디어 산업의 현황과 금융위기 이후 증가 하고 있는 공동제작 방식 및 중요 행사 및 프로그램 요약
- 소셜 네트워크로 인한 미디어 생태계 변화로 급변하는 어린이 미디어 환경에 관한 논의에 대해 정리하고자 함

◎ 작성 순서

1. 『어린이 미디어 컨퍼런스 개요 및 논의』
2. 『어린이 미디어 컨퍼런스 중요 프로그램 정리』
3. 『결론』

1. 어린이 미디어 컨퍼런스

■ 컨퍼런스 개요

◎ 어린이 미디어 로비 그룹 강화 필요성 제기

- o 지난 2010년 600명 이상의 참석자와 함께한 어린이 미디어 컨퍼런스는 올해 7월 6일부터 8일 3일간에 걸쳐 주요 네트워크 방송사 관계자들을 비롯하여 어린이 미디어 산업 관계자들이 참여하였음,
- o 주요 참석자로는 공영 방송인 BBC 어린이 채널 CBBC, CBeebies 와 ITV의 CITV 관계자 및 상업 방송인 Disney, Turner, Nickelodeon의 커미셔너 및 담당자들이 참석 했고, 게임, 애니메이션, 영화, 연극, 박물관을 포함한 어린이 산업 관련 관계자들이 참석했음, 해외 국가 참석자들은 한국콘텐츠진흥원을 비롯한

중국의 CCTV, 미국, 호주, 캐나다와 동아시아권 국가 및 아랍권 어린이 미디어 산업 관계자들이 참여했음,

- o Lord Puttnam은 기조연설을 통해 ‘정부는 각기 다른 목소리(분야)가 서로 부딪쳐 불협화음을 내는 것을 좋아한다.’ 라고 지적 하며 어린이 산업 전반의 로비 그룹 형성 및 강화를 위해 각기 다른 분야들이 공통된 부분을 가지고 한 목소리를 내는 것이 필요하다고 함,
- o 이에 더해 Puttnam은 미디어의 다양성을 강조하며 미디어가 한사람에 의해 컨트롤 되거나 그런 미디어 환경에서 아이들이 자라나는 것은 좋은 현상이 아니라고 지적했음, 그리고 현재 미디어 환경의 급격한 변화로 인해 상위권을 차지하고 있는 미디어들이 적절하고 알맞게 운영되고 있는지 면밀히 조사할 필요성이 있다고 강조 함,

○ 영국 어린이 미디어 산업 현황

- o 컨퍼런스 의장 애나 홈(Anna Home)은 연설에서 영국 주요 채널 공급자들이 현재 당면한 사안에 대해 언급함,

- ✓ BBC: 현재 영국의 어린이관련 콘텐츠 메이저 공급 방송사이지만 최근의 금융위기와 경기 침체로 프로그램 단축의 압박을 받고 있음,
- ✓ ITV: 단계적으로 어린이 프로그램 커미셔닝에 발을 빼고 있음
- ✓ Channel 4: 아직 지난해 발효된 ‘Digital Economy Act’의 요구 사항을 갖추지 못하고 있음,
- ✓ Channel 5: 어린이 장르 전체에서 손을 때려고 하고 있음,

- o 영국의 애니메이션 제작사들이 다른 국가의 제작사들과 경쟁이 뒤쳐질 수밖에 없는 이유는 보조금이나 세금 감면 혜택을 받는 국가와는 달리 정부로부터 아무런 혜택을 받지 못하기 때문, 특히 프랑스의 경우 지속적인 자금 제공과 방송사가 의무적으로 애니메이션 방송을 하도록 규제 하고 있음,
- o 지난 2007년부터 어린이관련 시장은 시장 실패를 경험 하고 있지만 제도적 차원에서 실질적인 해결책이 나오지 못하고 있음,
- o 현재 새로 개정될 ‘communication act’는 규제를 줄이고 간소하게 만든다는 것을 주 목적으로 하고 있음, 반면 어린이 산업 특히 애니메이션 산업이 필요한 것은 규제를 줄이는 것이 아니라 정부의 개입이 필요한 부분이 더 많이 있음, 정부에 비난의 화살이 계속해서 돌아갈 수밖에 없는 이유는 BBC 및 ITV와 같은 공영 방송이 규제들을 철저히 따르고 있기 때문,
- o 현재 BBC iPlayer 및 ITV의 온라인 플레이어처럼 방송사들과 정부는 온라인 콘텐츠의 중요성을 인식하고 있는 것으로 보이지만 아직 충분하지 않음, 특히 ITV의 어린이 프로그램을 단계적으로 폐지 하다가 최근에 다시 커미셔닝을 하고 있음, 전혀 방송을 하지 않는 것보다 조금이라도 프로그램이 방영되는 것이

- 장기적인 관점에서 프로그램이 늘어날 수 있다는 희망을 줄 수 있음,
- 어린이 TV의 경제적인 효과와 다음 세대를 위한 학습과 진보를 위해서라도 정부에서는 어린이 TV를 위한 제도적인 지원을 반드시 해야 함,
 - CMC 안에서 다양한 행사 증가로 정부는 CMC를 아이들을 위한 에딘버러 페스티벌이라고 부르고 있음, 정부에서 어린이 산업을 긍정적으로 인식하고 있다는 메시지가 될 수 있으나 현재 금융위기와 전반적인 공공요금 증가 및 세금 증가를 보았을 때 어린이 산업에 대한 세금 감면은 달성하기 힘들어 보임,
- 어린이 미디어 컨퍼런스 참가 방송사 프로그램 선호도
- ITV는 어린이 미디어 컨퍼런스 동안 모든 장르의 프로그램을 찾은 반면 CBeebies와 CBBC는 좀더 세부적인 프로그램을 선택적으로 찾았음, 그럼에도 대부분의 커미셔너들이 원하는 드라마, 실사, 엔터테인먼트 장르의 프로그램도 원하고 있음,
 - 카툰 네트워크와 디즈니를 제외하고 라이브 액션 장르를 대부분의 커미셔너들이 선호함, 또한 교육적인 프로그램의 선호도가 높았는데 C4는 ‘soft learning’이라고 표현 했고, 다른 방송사들은 주로 ‘stealth learning’이라고 표현,
 - Horrible Histories는 가장 좋은 예로 뽑혔음, 아이들이 코미디를 통해서 쉽게 프로그램에 접근하게 하였음, 고 연령대 프로그램 중에서는 Brian Cox’s Wonders Of The Universe가 복잡한 주제를 가지고 친근하게 다가가는 프로그램으로 손꼽힘,
- 멀티플랫폼의 중요성 및 잠재성
- 어린이 미디어 컨퍼런스 참석자들은 Horrible Histories의 성공을 집중적으로 조명해보고 배울 수 있는 기회를 가졌음, 올해로 20주년을 맞은 Horrible Histories는 콘텐츠 멀티플랫폼화의 성공 케이스로 뽑힘, TV 시리즈가 시작하기전 연극으로 시작해 투어 버스, 오디오북, 그리고 조만간 발매될 3D영화 및 게임과 한 가지 콘텐츠를 가지고 다방면으로 활용되고 있음,
 - 대부분의 참가자들이 손꼽은 Horrible histories의 성공의 요소는 강력한 콘텐츠임, 어떻게 아이들 가르치는 어투를 사용하지 않고 다가갈 수 있는 것이 핵심 요소임, ‘stealth’, 디지털로 많은 전환이 이루어지는 시점에서 호리블 히스토리는 디지털 적 요소가 없었던 콘텐츠가 플랫폼을 넓히는 좋은 예를 보여줌,
 - 멀티플랫폼관련 세션중 가장 중요 요소는 단연 어떻게 멀티플랫폼으로 확장을 하는가였음, 앱개발 마스터 클래스, 어린이들이 테크놀로지 사용, 소셜미디어 참여,
 - 모시 몬스터 마이클 액튼 스미스 (Michael Acton Smith)는 어떻게 자신의 게임

이 50 밀리언 유저를 확보 했는지 설명

2. 어린이 미디어 컨퍼런스 중요 프로그램 종합

■ 컨퍼런스 프로그램 정리

○ 프로그램 1: BBC 어린이 디렉터 Joe Godwin 인터뷰

○ BBC 어린이의 비전

- CBBC와 CBeebies는 영국 전역에서부터 자금 지원을 받고 있기 때문에 우리는 영국 모든 지역의 어린이를 반영 할 수 있는 프로그램을 제작하는 것, 숨겨져 있거나 평소에 잘 들을 수 없었던 어린이(장애아동, 학습 장애를 가진 어린이)들의 목소리가 방송을 통해 들릴 수 있도록 하는 것이고 또 하나는 미디어를 제작할 때 우리를 위해 일하거나 같이 일하는 참여자들이 모든 인종, 지역, 성, 사회적 지위에 관여 하지 않고 일할 수 있도록 하는 것,
- 다양성 존중의 부분에 대해서는 다운 증후군을 가진 아이나 학습 장애를 가진 아이들을 TV에서 볼 수 없었는데 이런 신체적 정신적 장애뿐만 아니라 지역, 사회적 신분을 떠난 모든 아이들을 볼 수 있고 즐길 수 있는 프로그램을 제작,

○ CBeebies ‘inclusive’ 프로그램 ‘Something Special’

- 100회를 맞이한 프로그램 ‘Something Special’은 학습 장애에 관한 것이 아니라 포괄주의를 제대로 보여주는 프로그램, CBeebies는 아이들을 좋은 시민이 되도록 격려 해주고, 관용을 길러주는 역할을 해야 하기 때문,

○ 어린이를 위한 실사 프로그램 제작

- 현재 BBC는 어린이를 위한 많은 다큐멘터리 프로그램을 가지고 있음, 어린이들은 세상에 대한 호기심이 아주 많기 때문에 호기심을 풀어 줄 수 있는 ‘My Life’와 같은 프로그램을 많이 제작할 예정, 또한 ‘Ballet boy’와 같은 작품은 어린이의 롤모델에 있어서 경계선을 넓혀주는 프로그램, 기존의 남녀 성역할의 고정관념을 벗어날 수 있도록 남자아이들이 발레를 한다는 사실에 대해서 내가 남자이기 때문에 발레 하는 것을 이상하다고 생각하는 고정관념을 없애기 위함,

○ 블루 피터 방송에 관한 질문

- BBC의 예전 어린이 프로그램인 블루 피터의 재방영에 관해 존 고드윈은 시간이 많이 지난 방송이긴 하지만 현재의 어린이들의 눈에 맞게 프로그램을 제작해 많은 어린이들이 시청할 수 있도록 할 것, 현재 블루 피터 제작 담당자들과 같이 일을 하고 있으며 정기적인 리뉴얼이 블루피터의 오랜 성공의 요인이라고 밝힘,

○ 프로그램 2: 상업방송 커미셔너와의 대담

- 미디어 컨퍼런스 Turner 그룹의 마이클 캐링턴 (Michael Carrington), KidsCo의 폴 로빈슨 (Paul Robinson), Disney Channels의 베스 가디너 (Beth Gardiner), Nickelodeon의 키아란 사운더스 (Kieran Saunders), CITV의 엠마 테난트 (Emma Tenant)가 연사로 참석했음,
- 각 방송사의 담당자들은 자신들의 채널이 어떤 프로그램을 원하고 어떤 연령층에 집중하고 있는지에 대해 설명하고 참석자들에게 자신들의 프로그램을 어필할 수 있는 기회를 주었음,
- 마이클 캐링턴은 카툰 네트워크 (Cartoon Network), 부메랑 (Boomerang), 카툰니토(Cartoonito)를 비롯한 자사의 다양한 어린이 채널에 대해 각 채널별 집중 연령층과 프로그램 포트폴리오에 대해 심도 깊은 설명을 하고, 2011년 연말로 예정되어 있는 미취학 아동을 대상으로 한 영국 신규 채널에 대해서도 언급,
- 베스 가드너는 현재 디즈니의 12개 시리즈 소개 및 디즈니사가 추구하는 프로그램은 ‘어린이들이 자신들의 꿈을 쫓아 갈 수 있게 해주는 것’ 이고 이것은 디즈니 기업문화의 일부분 이라고 함, 또한 디즈니는 멀티 플랫폼으로 확장에 중점을 두고 있음
- 니켈로데온의 키아란 사운더스는 자사의 채널의 웹사이트인 니켈로데온과 니주니어 (Nick Junior)가 월 평균 3백만 명의 접속자를 확보 하고 있고, 니켈로데온의 최고 인기 프로그램인 스폰지밥 (Spongebob)은 페이스 북에서 2천 5백만 명의 팬을 확보했음, 그는 글로벌 콘텐츠가 인기를 확보하기 위해서는 철저한 현지화가 가장 중요한 과제라고 설명,
- 엠마 테난트는 CITV의 주 시청 대상은 4세에서 9세 사이로 아이들의 학교 방학에 편성을 맞추고 아이들이 집안에 있는 시간과 없는 시간을 구별해 프로그램을 세밀하게 편성 할 것이라고 설명, CITV가 현재 영국에서 매주 천 육백만 명의 시청자를 확보 하고 있음

○ 프로그램 3: Mind Your Back End.

- 크리스 로즈 (Chirs Rose, Mike The Knight 프로듀서)
영국에는 3세 이하와 4세 이상으로 나뉘는 두 개의 중요 연령 그룹이 있음, 3세 아동 및 5살 아이를 위한 각각의 프로젝트로 나누워 커버 하고 있음, 중요 포인트는 시청자를 파악하고 그에 따라 피치(pitch) 하는 것, 또한 자신의 쇼를 한 문장으로 요약 할 수 있도록 해볼 것, 상호 작용성을 가지고 있는 교육은 쇼에서 매우 중요함, 파일럿(pilots)은 필수적인 것이 아니지만 좋은 피치(pitch)는 필수적임

o 올리버 (Oliver, HoHo Entertainment)

프로그램, 예산 및 파트너가 정해진 후 어떻게 수익을 만들어 내는지에 대해 토론, 그는 TV, DVD, 상품(merchandise)을 3가지 중요 권리 분야로 꼽음, TV 수익은 필요 수익의 25% 정도만 보장 할 수 있음, 어떤 부분을 지속시키고 어떤 것을 포기해야 될지 조언 해줄 수 있는 좋은 변호사를 고용하는 것이 중요, 또한 좋은 회계사를 구하는 것도 좋은 아이디어, 3가지 중요 권리에 대해 하나의 회사로 3가지를 모두 관리할 것인지 아니면 각기 다른 회사로 관리 할 것인지에 대한 의사 결정도 중요

o 앤드류 베이커 (Andrew Baker, 변호사)

방송사들이 무엇을 원하는지 파악하는 것이 중요, 자금을 관리의 중요성을 강조, 각기 다른 펀드와 수익이 어떻게 들어오고 나가는지 확실히 파악하는 것이 중요, 회사 간의 자금흐름에 따른 법적인 이슈와 국가별로 상이한 필요권리 획득에 대해서 인식할 필요성 강조

o 뮌리엘 토마스 (Muriel Thomas)

글로벌화된 시장에서 어떻게 자신의 아이디어를 선보일 것인가에 대해 의견 제시, 방송사 담당자들과 미팅 때 피치의 중요성 강조, TV 세일즈나 DVD 수익과 관련된 판매 예상치는 지표일 뿐 너무 수치에 의존해서는 안됨

o 탐 반 웨이버렌 (Tom Van Waveren, Cake)

프로듀서와 배급자의 관계에 대해 언급, 오리지널 아이디어의 중요성과 필요성을 강조, 배급자들은 프로듀서들을 잘 대해야 함, 적절한 배급자를 선택하는 것은 매우 중요, 긍정적인 부분과 부정적인 측면을 모두 정직하게 충고해주는 것이 중요, 배급자와 공급자의 좋은 관계 유지에 대해서 강조

○ 프로그램 4: Pros and Cons of Co-production

o 마이클 로즈 (Michael Rose, Magic Light Pictures)

월레스와 그로밋 프로듀서인 마이클 로즈, 'The Gruffalo'라는 아이디어는 책에서 유래, 어느 무엇보다도 재능(talent)을 중요시 여김, 관계의 지속성을 유지해주는 '신뢰'의 중요성을 강조

o 마이클 캐링턴 (Michael Carrington, Turner Broadcast)

3C(Communication/Collaboration/Compromise, 대화, 협동, 타협)의 중요성에 대해

강조, 그중 타협(Compromise)이 가장 중요하다고 함, 방송사들은 단기적인 미래를 보지만 상품 판매자들은 장기적인 관점으로 바라봄, 국제 공동 제작에서 상호간 불필요한 오해나 착오를 피하는 것이 중요, 보통 주도권은 가장 투자를 많이 한쪽이 줌

○ 프로그램 5: Commercial Success - Selling out or ensuring success?

○ 줄리스 히튼 (Jules Heaton, HIT Entertainment)

브랜드 매니지먼트와 브랜드 유지의 중요성에 대해 언급, 글로벌 환경에서 브랜드의 지속적인 유지가 중요하고 상품은 어떤 국가에서든 인기를 얻을 수 있어야함, 쇼에는 지속적인 공통분모가 필요하고, 모든 제품은 높은 퀄리티를 유지해야함

○ 그래함 살트마쉬 (Graham Saltmarsh, Turner Entertainment)

훌륭한 제품에 ‘재미있는’ 좋은 이야기를 만들어 넣어야 함, 제품은 수요를 창출할 수 있어야 함, 브랜드의 인식도를 증가 시켜야함

○ 존 모리스 (John Morris, Cookie Jar)

프로젝트를 분석해 이것이 제품으로 생산 될 수 있는지 결정 하는 것에 대해 발표, 프로듀서들은 제품이 새로운 아이디어가 아닐 경우 절충 방안을 찾아서는 안 됨, 아이디어에 대해 판단하고 결정 하는 것에 대해서는 다음의 질문을 알고 실천하는 것이 필요: 1. 아이디어가 무엇인가?, 2. 오프라인 상에서 아이디어가 얼마나 판매성이 있는가? 혹은 즐길만한 것인가?, 3. 실생활에서도 즐거운 것인가?, 4. 시중에 비슷한 아이디어가 나와 있는가? 5. 판매 계획을 가질 것, 그는 최초의 계획을 계속 따라갈 때에만 수익이 발생한다고 믿음

3. 결론

■ 어린이 미디어 로비 그룹 단합의 중요성

- Lord Puttnam이 주장 한 것처럼 정부는 한 집단이 큰 힘을 가지는 것보다 서로 각기 다른 주장과 이익이 충돌하고 목소리가 갈라지는 것을 좋아함, 어린이 미디어 산업의 현재 문제점은 같은 산업 안에서도 서로의 이익이 상충해 한 목소리를 내지 못하고 있음, 어린이 산업의 각기 다른 분야에서 각자의 분야의 지속적인 성장을 유지하면서 또한 공통점을 공유해야함,
- 특히 영국의 애니메이션 산업은 프랑스의 애니메이션 산업과 비교할 시에 국가

적 지원이나 방송사들의 지원이 턱없이 부족한 상황임, 프랑스 애니메이션 제작사에게 주어지는 세금 감면의 혜택이나 프랑스 방송사가 가지고 있는 자국 애니메이션 쿼터 제 같은 것은 영국에서 찾아보기 어려움, 세금 감면의 경우 영국 영화 산업에서는 혜택을 받을 수 있으나 애니메이션 산업에 까지는 아직 적용이 되지 않았음, 어린이 미디어 로비 그룹이 정부 지원과 관련해 지속적으로 강력한 목소리를 낼 필요성이 있음

- 하지만 현재 금융위기와 경기 침체로 인해 어린이 산업 분야의 인디 분야인 개인 책 제작으로부터 시작해 게임제작자, 방송가 등 모든 부분에서 각기 다른 지원과 규제를 요구 하고 있음, 또한 어린이 산업에서 일하는 사람이 증가함과 동시에 한정적인 정부의 자금 제공이나 다른 곳에서 들어오는 펀딩의 한정성으로 인해 분야별로 경쟁이 치열해져 아무도 자신의 이익을 내어 주려 하지 않을 것임, 지금 현재는 너무 각기 다른 상황과 자금 난에 처해 있고 한 목소리를 내기 위해서는 많은 기다림이 필요할 것으로 보임