

2020 KCA Media Issue & Trend

01 .1

트렌드리포트

독일

다큐멘터리영화 지원의 정책적 특징

1. 들어가며
2. 다큐멘터리영화 시장현황과 특징
3. 다큐멘터리 지원정책
4. 국제다큐멘터리 영화제: DOK-Leipzig
5. 나가며

독일

다큐멘터리영화 지원의 정책적 특징

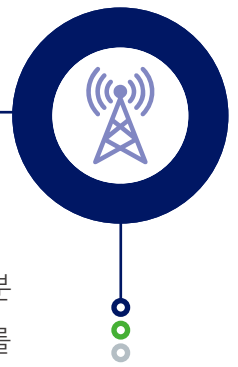
장성준(중앙대학교 언론학 박사, 라이프치히대학교 박사과정)

요약문

독일 영화시장에서 다큐멘터리영화는 정책적인 보호와 육성을 통해 특징적인 위상을 차지하고 있다. 최근 수년간 독일의 영화시장이 위축되고 있음에도 2016~018년 극장 개봉작 중 다큐멘터리영화의 비율은 21~23% 수준을 유지하고 있다. 같은 기간 관객점유율이 0.7~1.8%에 불과했던 것을 고려하면 티켓판매수익을 통해서는 투자금을 회수할 수 없는 상황이다. 그럼에도 불구하고 다큐멘터리영화시장이 존속되는 배경에는 연방 또는 주(州) 정부 차원의 다양한 지원 정책들이 존재한다. 이들은 콘텐츠 및 문화적 다양성을 확보할 것을 목적으로 작동하며, 다큐멘터리장르의 제작을 지원할 때는 여타 장르에 비해 자격기준을 완화하는 등 시장현황을 고려한 구체적인 지원책을 마련해두고 있다. 이는 사업 성과보다는 문화적 산물로서 다큐멘터리영화에 가치를 두는 정책 기조에 기반한 것이다.

1. 들어가며

다큐멘터리는 독일 매체환경에서 흔히 접할 수 있는 장르다. 지상파 텔레비전 중에서는 공영채널 ARTE(다큐전문, 독일-프랑스 공동운영)와 상업방송채널 WELT가 르포르타주-다큐멘터리 전문채널로서 운영되며, 제2공영방송사 ZDF가 운영하는 zdf.info 채널과 공영채널 3sat(독일-스위스-오스트리아 공동운영)에서도 다큐멘터리 장르의 콘텐츠가 다양하게 제공된다. 제1공영방송사 ARD의 전국송출채널 das Erste와 ZDF의 전국송출채널 zdf의 다큐멘터리



송출비율도 높다.¹ 상업방송채널들에서도 다큐멘터리장르의 송출비율이 높지만 대부분 'Doku-Soap'로 불리는 흥미 위주의 주제를 다루고 있어 내용 면에서 공영방송채널과 차이를 보인다.² 한편 2019년을 기준으로 독일에서 송출되는 유료채널은 108개로 집계되는데 그중 17개의 채널이 다큐전문채널로 분류되어 유료채널시장에서도 다큐멘터리는 주요 콘텐츠임을 방증한다(VAUNET, 2019).

독일텔레비전시장에서 다큐멘터리가 차지하는 위상과 유사하게 독일영화시장에서도 이 장르가 차지하는 역할은 특징적이다. MPAA(Motion Picture Association of America, 2019)의 자료에 따르면 국제적으로 북미와 중국을 포함한 2~3개 국가의 영화시장만이 성장 중인 것으로 측정된다. 이와 달리 정체와 역성장을 거듭하는 독일의 영화시장에서, 비상업분야로 분류되는 다큐멘터리장르의 제작과 개봉이 이어지고 있는 것이다. 간략하게 독일의 영화시장 상황을 먼저 살펴보면 다음과 같다.

세계 7위의 영화시장을 형성하고 있는 독일이지만 최근 몇 년 동안의 성과는 저조하다. 2014년과 2015년 독일영화시장의 규모는 13억 달러로 정체되었고 2016년엔 11억 달러로 감소했다. 2017년엔 12억 달러로 소폭 증가했지만 2018년엔 10억 달러 수준으로 급감하여 최근 5년 내 최저점을 기록했다. 독일영화시장의 위축은 극장방문객의 감소에 따른 결과로 보인다. FFA(Filmförderungsanstalt: 영화진흥청)의 집계에 따르면 2018년 독일의 영화 관람객은 9,278만 명으로 2017년의 1억 1,006만 명보다 15.7% 감소했다. 독일생산영화 관람객의 비율이 2017년 22.8%에서 2018년 22.9%로 미세하게 증가했지만, 절대수치에서는 2,507만 명에서 2,123만 명으로 15.3% 낮아졌다. 이와 유사하게 독일영화시장에서 미국생산영화 관람객은 2017년의 7,143만 명(64.9%)에서 2018년 5,895만 명(63.5%)으로, EU생산영화 관람객은 1,205만 명(11.0%)에서 1,100만 명(11.9%)으로 감소했다(FFA, 2019a).

1) 지상파방송채널들에서 다큐멘터리장르 프로그램 방송 송출비율만은 집계되진 않지만, 다큐멘터리/보도/르포르타주 등 3개 장르의 통합 비율로 가능 가능하다. 1일 방송시간 중 제1공영방송채널 das Erste에선 다큐멘터리/보도/르포르타주 장르 편성비율은 2016년 7.8%(113분), 2017년 6.4%(92분), 2018년 7.2%(104분)로 집계되며, zdf 채널에선 각각 7.7%(111분), 7.3%(105분), 9.0%(129분)로 조사되었다(Udo Michael Krüger, 2019).

2) 'Doku-Soap'는 사건을 가능한 한 재미있고 흥미진진하게 구성하는 프로그램 장르다. 교육 관련 장르나 시사다큐멘터리 분야에서 재연 방식을 채택한 경우(예: 선사시대, 가족살해 등)도 이 분야로 분류되기 때문에 그 주제의 폭이 넓으나, 현재 독일의 상업방송에선 대부분 흥미분위로 제작되는 경향이 보인다. 관련 정보는 링크 참조(<https://www1.wdr.de/kultur/film/dokmal/filmische-mittel-doku-dinger-doku-soap-100.html>)

독일영화시장이 이처럼 위축되고 있는 상황임에도 불구하고 개봉작 중 비상업장르로 분류되는 다큐멘터리영화가 지속적으로 포함되는 것은 흥미로운 현상이다. 2019년 발행된 SPIO(Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V.: 영화산업대표협회)의 보고서에 따르면 2018년 독일에서 개봉한 독일생산영화(해외합작 포함, 장편영화 기준)의 수는 247편으로 집계되는데, 그중 94편이 독일생산 다큐멘터리영화였다. 비록 2017년의 106편(전체 247편)과 비교하여 개봉작 수는 감소했지만, 전체 개봉작의 38.05%에 달하는 비율인 것을 감안하면 괄목할만한 현상이다. 또한 독일생산 다큐멘터리영화와 해외(EU)생산 다큐멘터리영화의 개봉작 수는 2018년 153편으로 전체 개봉작의 23.9% 비율을 차지했다(SPIO, 2019).

통계에서 나타나듯이 독일영화시장에서 다큐멘터리영화는 절대적으로 큰 비중을 차지하지는 않지만 고정적인 시장을 형성하고 있다. 이는 연방 또는 주(州)정부 차원에서 마련한 다양한 지원정책들이 작용 중이기 때문인 것으로 보인다. 다큐멘터리영화에 관한 지원은 블록버스터 중심의 시장 편성과는 별개로 콘텐츠다양성과 문화다양성을 확보하기 위한 하나의 전략이다. 본 원고는 독일의 다큐멘터리영화와 관련된 내용들을 중심으로 영화산업지원정책의 현안과 특징을 서술하는 데 그 목적을 두고 구성되었다. 이와 함께 독일의 다큐멘터리영화 산업현황과 주요 다큐멘터리 영화제에 관한 내용도 함께 소개하고자 한다.

2. 다큐멘터리영화 시장현황과 특징

2019년 발표된 자료에 따르면 2018년 독일에서 개봉된 영화는 총 655편이며, 이 중에서 독일생산영화 78편, 독일-해외합작생산영화 75편, 다큐멘터리영화는 94편으로 집계된다.³ 최근 10년간의 경향을 보면 1년 평균 독일생산영화 개봉작 수는 77.6편, 합작영화는 67.8편,

3) SPIO나 FFA에서 독일영화시장 전체를 다루는 자료는 연간 발행하지만 다큐멘터리영화와 관련한 통계는 거의 찾아보기 어렵다. 가장 최근에 발행된 자료로 2017년에 시장조사전문기관인 GfK가 FFA의 의뢰로 수행한 '2011-2016년 다큐멘터리영화 관람객'(Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011-2016) 보고서가 있다. 본 원고에선 전체영화시장의 개괄은 SPIO의 자료를 기준으로 소개하고, 다큐멘터리영화 관련 자료는 FFA(2017a)의 보고서를 인용토록 한다. 한편 독일생산영화의 집계는 FFA와 SPIO의 편수가 서로 다르게 측정되고 있어 현황소개에선 SPIO의 자료만 제시했다.





다큐멘터리영화는 86.1편을 기록했다. 극장에서 가장 많이 개봉되는 영화장르는 전체 개봉작의 33.9%(217편)를 차지하는 드라마이며 다음으로 23.9%의 다큐멘터리(153편), 16.7%의 코미디/풍자가(107편) 뒤를 이었다. 관람객 동원 비율이 가장 높은 장르는 드라마(21.3%)→코미디/풍자(16.8%)→어린이/청소년영화(16.6%)→액션(16.6%)→판타지(7.9%) 순이다(SPIO, 2019). 2016년부터 2018년까지의 집계를 보면 다큐멘터리영화는 개봉작 중 21~23% 비율을 보인다. 그러나 관람객 비율은 0.7~1.8% 수준에 불과한 것으로 나타났다.

표 1 장르별 영화개봉작 수와 관람객 수 비교(2016-2018년)

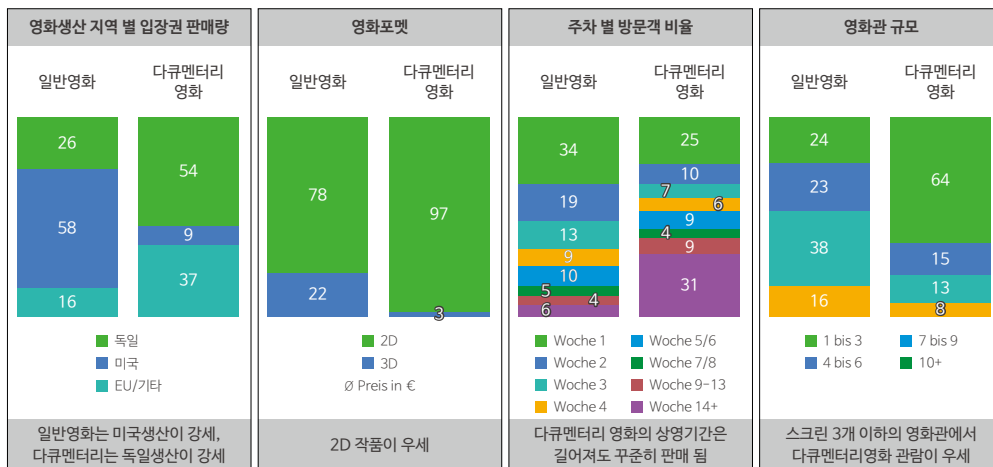
장르	2016			2017			2018		
	장편영화		관람객 비율(%)	장편영화		관람객 비율(%)	장편영화		관람객 비율(%)
	개봉작	비율(%)		개봉작	비율(%)		개봉작	비율(%)	
어드벤처	16	2.4	4.6	6	0.9	3.8	7	1.1	3.9
액션	18	2.7	10.5	29	4.4	12.2	29	4.5	16.6
다큐멘터리	138	21.1	0.7	144	22.1	1.5	153	23.9	1.8
드라마	233	35.6	1.5	216	33.1	12.4	217	33.9	21.3
판타지	9	1.4	6.6	8	1.2	7.4	11	1.7	7.9
호러/미스터리	19	2.9	3.6	14	2.1	5.8	19	3.0	3.9
어린이/청소년	35	5.3	23.9	41	6.3	17.0	42	6.6	16.6
코미디/풍자	137	20.9	21.7	146	22.4	27.9	107	16.7	16.8
SF	10	1.5	7.8	13	2.0	6.7	6	0.9	1.7
스릴러/범죄	33	5.0	5.5	33	5.1	5.4	42	6.6	6.0
기타	7	1.1	1.6	3	0.5	0.0	8	1.2	3.6
총계	655	100.0	100.0	653	100.0	100.0	641	100.0	100.0

출처: SPIO, 2019, 29쪽

관객점유율이 낮은 만큼 독일에서 다큐멘터리영화는 큰 적자 폭을 보인다. FFA(2017a)의 조사에 따르면 2011년 다큐멘터리영화의 티켓판매수익은 220만 유로로 집계되었는데, 이는 같은 시기의 다큐멘터리영화 제작비용인 1,600만 유로의 13.75%에 불과하다. 조사 기간의 티켓판매수익 중 최고치는 2014년도의 230만 유로였지만, 1,700만 유로의 영화제작비용을 지출한 것을 감안하면 투자금의 13.52%만 회수된 것으로 나타났다. 2011년부터 2016년까지 다큐멘터리영화의 연평균 총제작비용은 1,283만 유로인 반면 티켓판매수익은 180만 유로에 불과하다.

다음으로 살펴볼 내용은 2015년부터 2016년 말까지 극장에 방문하여 영화를 관람한 사람들의 이용행태에 관한 것이다. 첫째는 2년 동안 판매된 티켓을 기준으로 영화생산 국가를 비교한 자료다. 자료에 따르면 티켓 판매량을 기준으로 일반영화에선 미국생산영화(56%)의 선택비율이 독일생산영화(26%)보다 높지만, 다큐멘터리영화의 경우 독일생산영화(54%)가 미국생산영화(9%)보다 많이 판매된 것으로 나타난다. 유럽/기타국가에서 생산한 영화에 대해서도 일반영화는 16%의 판매율을 보인 반면 다큐멘터리는 37%로 판매비율이 크게 증가한다. 둘째, 2D영화와 3D영화의 선호를 비교한 결과 일반영화에선 2D가 78%, 3D는 22%로 집계되었고, 다큐멘터리영화에서는 2D매출이 97%로 나타난다.

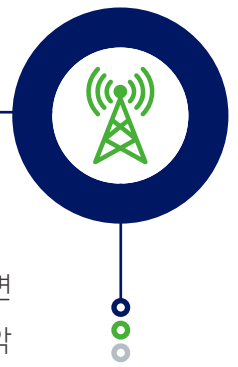
그림 1 영화관 관람객의 이용행태 비교(2015-2016년)



출처: FFA, 2017a, 15쪽

셋째는 극장에서 영화가 상영되는 기간 동안의 관람객 비율변화에 대한 내용이다. 일반영화의 경우 관람객의 66%가 개봉 후 3주가 지난 시점에 영화를 관람하는 것으로 나타나지만, 다큐멘터리영화는 2주 차까지 전체관람객의 35%에 해당하는 티켓이 판매된 후 14주 차 이후까지 꾸준히 판매되는 경향이 발견되었다. 마지막 넷째는 일반영화와 다큐멘터리영화를 관람하기 위해 방문하는 극장의 규모에 관한 분석이다. 일반영화의 경우 관람객의 54%가 7개 이상의 스크린을 보유한 극장을 이용하는 반면, 다큐멘터리영화는 1~3개의 스크린을 가진 소극장에서 판매된 티켓량이 전체의 64%로 나타난다.

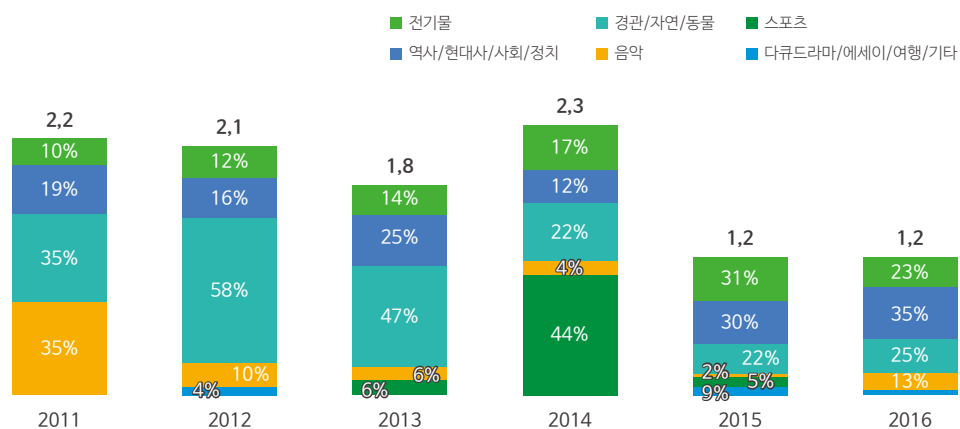
FFA(2017a)의 자료에선 다큐멘터리를 전기물, 경관/자연/동물, 스포츠, 역사/현대사/사회/정치, 음악, 다큐드라마/에세이/여행/기타 등 여섯 가지 하위분야로 구분하여 2011년부터



2016년까지의 극장 티켓판매량을 비교한 결과도 제공한다. 연간 평균 티켓판매량에 따르면 경관/자연/동물(34.83%)→역사/현대사/사회/정치(22.83%)→전기물(17.83%)→음악(11.66%)→스포츠(9.1%)→다큐드라마/에세이/여행/기타(3.5%)의 순으로 판매비율이 높다. 연도별로 높은 판매율을 보였던 다큐멘터리영화의 하위분야를 분석하면 2011년은 자연/동물(35%)과 음악(35%), 2012년과 2013년은 경관/자연/동물(47%), 2014년은 스포츠(44%)주제의 다큐멘터리영화들이 인기를 얻은 것으로 나타나는데, 이는 해당주제를 다룬 유명 다큐멘터리들이 개봉했기 때문에 나타난 현상이다.

2011년에 인기를 끌었던 ‘Pina’ (3D작품)는 뮤지컬다큐멘터리로서 음악분야에 해당하며 ‘Die Nordsee von Oben’은 경관/자연/동물분야로 분류된다. 2012년의 인기 다큐멘터리인 ‘Deutschland von Oben’과 2013년의 ‘Bavaria Traumreise durch Bayern’은 둘 다 경관/자연/동물분야의 작품으로서 해당분야의 매출증가를 이끌었다. 또한 2014년의 수익증가는 당시 독일의 월드컵우승과정을 담은 다큐멘터리영화 ‘Die Mannschaft’ (ARD제작, 2014)가 500개의 스크린에서 개봉하면서 발생한 일시적 현상이었다. 이 작품은 제작비용면에서도 2014년의 다큐멘터리영화 전체 제작비용의 41.17%를 차지하는 700만 유로를 사용하여 수치상으로 급상승한 것으로 분석된다. 이와 관련하여 FFA(2017a)는 2011년부터 2014년까지 소위 ‘유명작품’ (Top-Titeln)을 중심으로 시장이 형성되었던 반면, 2015년과 2016년은 일반적인 독일다큐멘터리영화시장의 형태로 돌아간 것이라 분석하고 있다.

그림 2 다큐멘터리영화 하위분야에 따른 연도별 티켓판매량 비교(2011-2016년)



출처: FFA, 2017a, 21쪽

독일다큐멘터리영화시장의 특징을 요약하면 다음과 같다. 첫째 다큐멘터리영화시장은 제작비용에 비해 현저히 낮은 티켓판매수익을 거두고 있다. 물론 여타 수익들도 발생하지만, 티켓판매량의 저조는 안정적인 시장형성에 부정적인 요소로 작용할 여지가 있다. 이를 위해 다큐멘터리영화 가격정책에 대한 검토가 필요하다. 둘째 다큐멘터리영화의 관람은 일반영화에 비해 개봉 후 천천히 진행된다. 일반영화는 7개 이상의 스크린을 가진 멀티플렉스 영화관에서 주로 소비되는 반면, 다큐멘터리는 3개 이하의 스크린이 운영되는 소극장에서 티켓판매가 이뤄진다. 셋째 일반영화는 미국생산작품이 강세를 보이는 반면 다큐멘터리영화는 독일생산작품이 우세를 보인다. 하지만 일반영화와 마찬가지로 유명작품 중심의 시장이 형성되어 있다.

3. 다큐멘터리 지원정책

독일영화시장의 다양성이 유지되는 배경엔 산업현황과 시장상황이 반영된 영화진흥정책이 기여한 바가 크다. 문화의 품질과 경제적 지원의 간극을 조정하는 현재의 영화진흥정책은 1986년에 제정된 ‘독일영화지원방안에 관한 법’(Gesetz über Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films: 이하 영화진흥법)의 2004년 개정을 기반으로 진행되고 있다.⁴ 영화진흥정책은 FFA와 BKM(die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien: 연방문화미디어대리)⁵의 DFFF(Deutsche Filmförderfonds: 독일영화진흥기금), ‘문화영화지원’(Kulturelle Filmförderung) 등을 통해서 진행된다. 기관별 사업영역과 특징을 간략히 소개하면 다음과 같다.

4) 통독 이전 서독정부에선 1967년 영화진흥법을 제정하여 영화산업육성에 나섰고, 1986년엔 영화진흥법을 대폭 개정하게 된다. 통독이후인 1992년 개정을 시작한 이래로 2019년 현재까지 총 일곱 번의 개정이 있었다.

5) 독일은 16개 주 연방으로 운영되기 때문에 일부 정책에서는 연방을 통합하는 부처가 존재하지 않는다. 문화와 미디어정책, 복권정책, 대학 입학정책 등은 각 주의 관할로서 운영되며, 이와 관련한 공동정책을 마련하기 위해선 소속 연방 주들의 만장일치 합의가 필요하다. 본문에 기술한 연방문화미디어부의 정식명칭은 ‘연방문화미디어 대리(위임)’로 연방총리실의 하위조직이다. 그렇기 때문에 이 기관의 대표자는 국무 위원(Staatsminister/in)으로 정부의 특정한 행정업무를 담당하지 않는 무임소(Portefeuille)장관직이다.





3-1. FFA의 영화진흥정책

FFA는 1967년의 영화진흥법(제1조)에 근거하여 1968년 설립된 조직으로서 공법상 연방기관(Bundesanstalt des öffentlichen Rechts)의 법적지위를 갖고 있으며, 독일영화진흥정책과 관련한 주요업무들을 담당하고 있다. 영화진흥법 제2조에 명시된 FFA의 역할은 크게 아홉 가지로 정리된다. 규정에 따르면 FFA는 ① 독일영화진흥과 영화산업구조 개선을 위한 조치시행 ② 저작권침해 근절 및 청소년영화(제작)교육을 포함한 독일영화시장의 총체적 경제문제 지원 ③ 독일영화유산 보호와 이용을 위한 목적으로서 디지털화 ④ 독일영화제작을 위한 국제적 환경조성과 독일영화의 자국 보급과 홍보에서 공정한 시장조성을 위한 기초조성, 해외시장에서 독일영화의 경제적/문화적 영향력 개선 ⑤ 다른 국가와의 (영화)공동제작지원 ⑥ 독일영화지원 강화를 위한 영화산업과 방송사와의 협력 ⑦ (독일)영화산업지원(정책, 조치)과 유럽연합 내 영화분야관련 조치 간 조화와 관련된 내용을 포함하여 독일영화(산업)의 주요관심사에 대해 연방정부에 조언 제공 ⑧ 연방 및 주 정부의 영화지원기금 조성하고 조정 ⑨ 사회적으로 허용되는 조건에 따라 영화산업종사자고용이 이뤄지도록 노력하는 등의 역할을 수행하게 된다.⁶⁾

FFA는 영화제작(Produktion), 독일-프랑스합작(Deutsch-Französische Koproduktionen), 시나리오(Drehbuch), 단편영화(Kurzfilm), 배급/마케팅(Verleih/Marketing), 비디오제작(Video), 극장배급(Kino), 디지털아카이브(Förderprogramm Filmerbe), 독일-폴란드영화펀드(Deutsch-Polnischer Filmfonds), 공동제작-국제협약프로젝트(Co-Development-Abkommen Großregion) 등으로 분야를 구분하여 사업지원을 결정한다. 이를 위해 접수된 서류들은 수치화되어 점수로 평가되는데, 지원자(지원사)의 영화제수상내역, 독일 내 티켓판매량, 제작비용, 연방기관인 FBW (Deutschen Film- und Medienbewertung Wiesbaden: 비스바덴의 독일영화/미디어평가)의 '특별한 가치'(besonders wertvoll)평가 등이 주요 항목으로 고려된다.

6) Das Filmförderungsgesetz

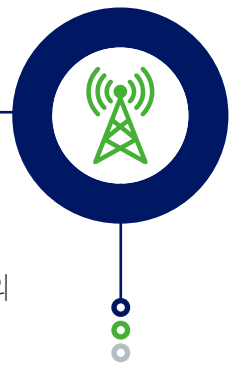
FFA의 사업 중 대부분은 일반영화와 다큐멘터리를 구분하지 않음에도 불구하고 많은 수의 다큐멘터리들이 꾸준히 선정되고 있다. 일례로 2018년 영화제작사업의 결과를 살펴보면, 101편의 프로젝트가 출품되어 총 37편의 프로젝트가 선정되었는데 이들 중 6편이 다큐멘터리영화였다. 비록 일반영화 23편 및 어린이영화 8편과 비교했을 때 적은 수가 선정되었지만, 다큐멘터리영화가 독일영화시장에서 차지하고 있는 비중을 감안하면 높은 성과임을 알 수 있다(FFA, 2019c).

한편, FFA의 사업 중 일부는 일반영화와 어린이/다큐멘터리영화에 대한 규정을 별도로 지정하여 기금지원에 대한 자격기준치를 낮춰주고 있다. 대표적으로 영화제작분야의 ‘레퍼런스필름제작’ (Referenzfilmförderung)과 배급/마케팅분야의 ‘레퍼런스필름배급’ (Referenzverleihförderung)이 있다. 레퍼런스필름은 새로운 영화제작을 위해 필요한 기금을 마련할 목적으로 사용되는 일종의 홍보영상이다. 이 분야에 지원하기 위해서는 신청자가 15만 점의 점수를 확보해야 한다. 이는 신청자의 과거 작품이 15만 명(1명=1점) 이상의 관객을 동원했다는 의미인데, 5만 명의 관객을 동원하고 국내외 영화제에서 수상하여 10만 점을 확보하는 등 다른 방식으로도 합산 가능하다. 상업영화의 경우 개봉 후 1년 이내의 티켓판매량을 기준으로 관중동원력을 측정하지만 어린이영화와 다큐멘터리영화는 3년 이내의 유료/무료관중 합계를 기준으로 삼아 유연성을 둔다. 투자자들이 어린이영화나 다큐멘터리영화에 큰 관심을 보이지 않기 때문에, 기금을 확보할 홍보기회를 제공하기 위한 방식이다. 이 기준은 레퍼런스필름제작과 배급에 모두 적용된다(FFA, 2017b).

3-2. BKM의 사업: DFFF와 GMPF

BKM이 주관하는 영화지원사업은 DFFF와 GMPF의 두 가지가 있다. 먼저 살펴볼 DFFF는 FFA가 시행과 관리를 담당하는 영화진흥기금이지만 BKM의 정책에 따라서 그 방향이 결정되므로 결과적으로 두 기관이 공동으로 운영하는 체계를 갖고 있다. 2007년 조성된 DFFF는 독일사업자로서 독일 내에서 영화제작을 진행하고 있는 업체 중 전체 영화제작비용의 25% 이상을 독일에서 사용하는 경우 해당금액의 20% 또는 25%를 지원해주는 정책이다. DFFF는 2007년부터 2017년 상반기까지 매년 5천만 유로 수준에서 지원되었지만 2017년 하반기를 기점으로 예산이 급증했다. 이는 DFFF를 일반지원기금인 DFFF I와 그래픽/특수효과를 특별 지원하는 DFFF II 등 두 가지로 구분하고, DFFF II의 지원을 위해 추가기금을 조성했기 때문이다.





2019년 현재 DFFF I는 5천만 유로, DFFF II는 7천 5,000만 유로로 총 1억 2,500만 유로의 기금이 조성되어 있다.⁷⁾

DFFF 지원은 '독일영화제작 강화를 위한 격려금에 관한 BKM의 운영지침(Richtlinie der BKM 'Anreiz zur Stärkung der Filmproduktion in Deutschland': 이하 DFFF운영지침)'에 근거하며, 기금지원신청과 관련하여 신청자로서의 자격과 제작계획 중인 영화에 대한 자격 등 두 가지의 기준을 충족해야 한다. 먼저 신청자는 DFFF운영지침 제7조에 따라 신청일자를 기준으로 최근 5년 이내 독일 영화관에서 한편 이상의 영화를 개봉한 이력이 있고 (기금확보를 위해 제작된) 레퍼런스필름의 가치가 2백만 유로 이상으로 책정되어야 한다. 데뷔작은 지원 대상에서 제외된다.

DFFF운영지침의 제8조에 따라 계획 중인 영화가 ① 상영시간 기준 영화/다큐멘터리 79분 이상, 어린이영화 59분 이상의 작품 ② 환급/지원금을 제외하고 총제작비용이 일정금액을 초과하는 경우(일반영화 1백만 유로, 다큐멘터리 20만 유로, 애니메이션 2백만 유로) ③ 촬영 시작 이전이어야 하며 ④ 독일어(자막가능)로 된 완성작을 제출할 계획이며 ⑤ 신청자가 2013년 1월 1일 이후로 최소 한편 이상의 접근제한이 없는(barrierefreie) 작품을 제작한 경력이 있어야 하고 ⑥ 독일 공법을 위반하는 사항이 없으며 폭력물/음란물이 아니어야 하고 ⑦ 기금지원과 관련하여 구속력 있는 대출계약이 있으며 ⑧ 총 생산금액의 25%를 독일에서 사용하고 ⑨ 운영기금의 20% 이상이 독일에서 지원되며 ⑩ 지원받은 작품이 문화유산으로서 필수가치와 기준을 충족하는 경우에 자금지원이 가능하다. DFFF II가 특정분야에 대한 지원이기 때문에 만약 DFFF I에 지원한 프로젝트가 DFFF II의 지원기준에 충족할 경우엔 DFFF I에서 바로 제외된다.⁸⁾

지원대상과 작품제작에 관한 내용 외에도 다큐멘터리영화에 대한 기준완화는 여러 곳에서 발견된다. 대표적으로 ① 독일영화관과의 계약(7일 이상 연속상영)에서 일반영화와 애니메이션은 최소 45개의 필름복사본(상영가능 필름)의 계약이 이뤄져야 하는데(32만 유로 이하의 지원금인 경우 20부), 다큐멘터리영화는 8개 이상이면 충분하며 ② 일반영화는 해외촬영비용 상한선이 전체예산의 40%까지만 허가되나 다큐멘터리는 100%까지 사용가능하고 ③ 다큐멘터리영화의 예산을 산정할 때 독일에서 사용되는 비용 중 30%는

7) DFFF 홈페이지 참조(<https://dfff-ffa.de/>)

8) Richtlinie der BKM 'Anreiz zur Stärkung der Filmproduktion in Deutschland'

영화아카이브비용을 포함시킬 수 있다. 2017년부터 DFFF의 기금이 두 가지로 나뉘면서 다큐멘터리영화에 대한 지원은 대부분 DFFF I의 사례에 해당된다. 2018년의 지원기준에 따르면 다큐멘터리영화의 총제작비용이 20만 유로를 초과할 때 독일에서 사용되는 제작비용의 20% 또는 25%(최대 4백만 유로)가 지급된다.

DFFF에 지원한 작품들은 DFFF운영지침의 제13조에 따라 ‘고유특성평가’(Eigneschaftstest)를 받게 된다. 영화장르와 제작방식에 따라 다르게 적용되는 평가항목의 범주는 문화콘텐츠/창의능력(A-Block)과 제작평가(B-Block) 등 두 가지다.⁹⁾ 지원금을 받기 위해서는 두 영역을 통틀어 일반영화와 애니메이션은 48점을 획득해야 하는 데 비해 다큐멘터리는 27점이어도 가능하다. 다큐멘터리영화 지원 프로젝트의 평가기준은 다음과 같다(총점 52점).

▷ A-Block

○ 문화콘텐츠(총19점):

- ① 독일문화와 독일어 또는 독일관련 내용을 주제로 다룬다(4점)
- ② 주인공이 독일문화권이나 독일어권에 속해 있다(4점)
- ③ 작품원작이 독일어를 사용한 것이거나 최종작품이 독일어로 제작된다(2점)
- ④ 역사적으로 중요한 사건을 다루거나 동시대 개인의 삶을 다룬다(1점)
- ⑤ 세계적인 역사를 다룬다(1점)
- ⑥ 사람/소수자의 삶을 다룬다(2점)
- ⑦ 종교적/철학적 세계관을 다루거나 현대사회/문화 관련주제(차별, 마약, 난민문제 등)를 다룬다(2점)
- ⑧ 과학주제나 자연현상을 다룬다(2점)

○ 창의능력(20점)

- ① 감독(5점) ② 프로듀서(3점) ③ 작가(3점) ④ 편집자(3점) ⑤ 작곡가(2점) ⑥ 사운드/음악디자인(1점)

▷ B-Block

○ 제작평가

- ① 독일 내에서의 야외/실내촬영(독일에서의 촬영이 50% 이상, 그렇지 않은 경우 10%당 1점 차감, 5점)
- ② 독일 내에서 디지털효과 작업 수행(1점)
- ③ 독일 내에서 80% 이상 음악녹음(50%는 1점)
- ④ 독일 내에서 80% 이상 음향 후처리 및 믹싱(50%는 1점)
- ⑤ 독일 내에서 80% 이상 최종편집(50%는 1점)
- ⑥ 독일 내에서 80% 이상 복사작업(1점)

9) 문항들은 DFFF운영지침의 첨부 3-7에 제시되어 있다.





3-3. BKM의 문화영화지원

BKM의 문화영화지원은 ‘BKM의 문화영화지원 운영지침(Richtlinie für die kulturelle Filmförderung der BKM: 이하 문화영화지원지침)’에 따라 진행되는 사업이다. 문화영화지원지침 제1조의 제2항에 따라 기금지원은 ① 독일영화의 예술적 품질을 향상시키고 ② 예술적 품질의 독일영화의 보급에 기여하며 ③ 극장과 같은 문화시설을 지원하기 위한 목적으로 계획된 사업이다. 문화영화지원은 장편영화시나리오, 장편다큐멘터리기획을 위한 소재 개발지원(Stoffentwicklungsförderung: 이하 다큐멘터리소재개발지원), 제작 및 배급지원 등과 같은 직접지원과 ‘독일영화상(Deutscher Filmpreis)’, ‘독일시나리오상(Deutscher Drehbuchpreis)’, ‘독일단편영화상(Deutscher Kurzfilmpreis)’ 등의 수상제를 통한 간접지원이 포함되어 있다.

문화영화지원 중 다큐멘터리영화 관련해서는 다큐멘터리소재개발지원과 장편다큐멘터리 제작지원의 두 가지가 대표적이다. 다큐멘터리소재개발지원은 문화영화지원지침 제4장의 제10조-제12조에 근거해 진행된다.¹⁰⁾ 이 사업은 다큐멘터리영화의 예술적 품질과 특별한 영화적 특성을 촉진하기 위해 최대 2만 유로까지 지원하는 것을 골자로 하며, 혁신적인 주제를 발굴하고 정교한 사전준비를 통해 작품의 원활한 제작을 가능하게 하는 데 그 목적을 둔다. 지원받은 기금은 작가인건비/법률자문/자료수집 및 저장비용(입증이 가능한 경우에만)/다큐멘터리영화 제작과 관련한 여행 또는 영화제 참석비용(연방여행규정준수)/번역비용/티저광고와 트레일러제작비용/극전문가 상담수수료/마케팅 및 평가를 위한 자료작성비용 등의 항목으로 사용가능하다.

다큐멘터리소재개발지원 사업에 신청하기 위해서는 감독이 최소 한 편 이상의 다큐멘터리영화(79분 이상)를 제작하고 영화나 텔레비전, 영화제에서 소개된 경력이 있어야 한다. 또한 지원받은 프로젝트를 영화로 제작하기 위한 프로덕션이 확보된 상태여야 한다. 감독은 이전에 자신이 제작한 다큐멘터리영화와 관련한 증거를 제출해야 하며, 원칙적으로는 다른 기금지원을 받은 작품과 정규교육과정에 따른 프로젝트에 대해서는 기금을 신청할 수 없다.¹¹⁾

10) Richtlinie für die kulturelle Filmförderung der BKM

11) Merkblatt zum Antrag auf Stoffentwicklungsförderung für programmfüllende Dokumentarfilmvorhaben

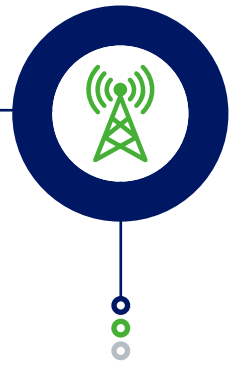
장편다큐멘터리영화제작지원은 문화영화지원지침 제13조의 내용에 근거를 둔다. 상영시간 79분 이상의 일반영화와 다큐멘터리를 함께 선정하는 이 사업에는 애니메이션 및 실험영화 등도 지원되는데, 이는 문화적으로 품질이 보장된 영화들을 생산할 수 있도록 기회를 제공하는 것을 목표로 한다. 이 사업은 주로 총제작비용 5백만 유로의 작품들을 지원하는데, 지원되는 규모는 50만 유로이지만 특수한 경우 최대 100만 유로까지 지원가능하다(총제작비 중 지원금의 비율은 80%까지만 허용). 예외적으로 이 분야에 지원한 작품이 문화적/예술적 가치가 높을 경우 총 제작비용이 5백만 유로를 초과하더라도 기금지원이 가능하지만, 정규교육과정이나 사회문화프로젝트에 따른 제작은 지원 대상에서 제외된다.¹²

장편다큐멘터리영화제작지원에 신청하기 위한 기본조건은 다음과 같다. 문화영화지원지침 제3조에 따라 ① 독일어로 촬영되었거나 감독이 독일인이거나 독일이나 EU회원국의 영주권을 갖고 있거나 EU경제지역 소속국가 또는 스위스국적이거나 하며 ② 프로듀서 중 최소 한 명이 독일인이거나 독일이나 EU회원국의 영주권을 갖고 있거나 EU경제지역소속국가 또는 스위스국적이거나 하고 ③ 여러 국적의 제작사들이 참여하는 경우 독일에 사업소를 운영하고 있는 제작사의 재정참여 수준은 최소한 해외에서 수주한 투자금액의 총액 또는 독일 외의 한 국가로부터 투자된 금액의 총액을 웃돌아야 하며 ④ 지원받은 작품의 첫 개봉은 독일에서 진행해야 하는 등의 요건을 충족해야 한다(영화제 출품은 제외).

한편 2019년부터는 그동안 일반영화에 국한되었던 시나리오제작지원이 다큐멘터리영화에도 적용되어 3만 유로(예외적인 경우 5만 유로)까지 지원을 받을 수 있게 되었다.

12) Merkblatt zum Antrag Produktionsförderung





4. 국제다큐멘터리 영화제: DOK-Leipzig

DOK-Leipzig는 작센(Sachsen) 주의 라이프치히에서 개최되는 국제영화제로서 다큐멘터리 영화와 애니메이션을 중점적으로 다룬다. 1955년부터 개최된 DOK-Leipzig는 세계에서 가장 오래된, 그리고 현재 유럽에서 두 번째로 큰 규모의 다큐멘터리 영화제다. 이 행사에는 매년 국내작품들도 꾸준히 출품되고 여러 수상작도 배출한 바 있어 국내에도 잘 알려져 있다.

‘라이프치히 다큐멘터리영화주간’ (Leipziger Dok-Filmwochen GmbH)이 주최하는 이 영화제는 매년 10월 마지막 주 월요일에 시작하여 11월 첫 번째 주 일요일에 종료되는 일정으로 진행된다. 2019년엔 10월 28일부터 11월 3일까지 일주일간 행사가 진행되었다. 이 기간 동안 63개 국가에서 출품 또는 초대된 작품 310편이 상영되었으며, 4만 8천여 명의 관람객과 2천여 명의 다큐멘터리 전문 인력이 방문한 것으로 집계되었다. DOK-Leipzig는 유럽연합, 독일연방정부, 작센 주, 라이프치히 등의 중앙/지역정부 및 공영방송채널 ARTE와 MDR(Middle Deutsche Rundfunk: 중부독일방송, 작센/작센-안할트/튀링겐 주 송출)¹³ 등 70여 개의 스폰서링을 통해 개최된다. 이 중 지역공영방송사인 MDR는 영화제 종료 직후 당선작을 지역방송채널로 송출할 독점 라이선스를 갖는다.

DOK-Leipzig의 개막일과 두 번째 날은 다큐멘터리 제작자와 투자자를 연결하는 ‘DOK CO-PRO Market’이 열린다. 세계 다큐멘터리시장에서 주요 일정으로 꼽히는 이 행사는 다큐멘터리 제작자에게 자금조달의 기회를 제공하기 위한 산업 플랫폼으로서 개발단계거나 제작 초기단계에 있는 프로젝트만을 대상으로 한다. 세계 각국에서 온 제작자와 투자자들이 참석하는데, 프로젝트에 대한 공개적인 발표가 없는 대신 초대된 제작자들과 투자자들에게 주최 측이 선정한 프로젝트의 목록을 제공해 관심 있는 대상을 선택하도록 한다. 사전 예약을 통해 주최 측은 하나의 프로젝트당 20~30개의 개별미팅을 계획한다. 일반적으로 극장상영에 적합한 장편다큐멘터리영화가 선호되지만 시리즈나 인터랙티브, 방송 등을 위한 프로젝트도 지원 가능하다. 제15회 DOK CO-PRO Market 개최된 2019년엔 35개의 프로젝트가 선정되었고, 900여 명의 투자자와 60여 명의 전문인력이 미팅에 참여했다.

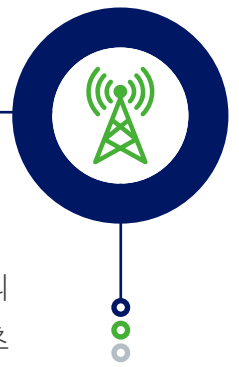
13) 지상파방송의 디지털전환(DAB-T2)이 종료된 이후부터 독일전역에서 시청된다.

DOK-Leipzig의 기간에는 비디오라이브러리 형식의 ‘DOK Film Market’도 함께 진행된다. 이 행사는 영화제의 상영 프로그램과는 별도로 이 영화제에서 공식적으로 선정한 작품 전체를 시청할 수 있는 기회를 마련하기 위한 것이다. 행사의 특성상 허가받은 사람만 자료를 이용할 수 있다. 이 라이브러리는 공식선정 작 외에도 유통사들이나 국제 파트너, 국제 다큐멘터리 전문기관 등에서 제출받은 다큐멘터리 100여 편을 추가로 제공한다. 이는 행사기준 전년도에 제작된 다큐멘터리만을 대상으로 한다.

2019년 DOK-Leipzig엔 총 3,000여 편의 장편/단편 다큐멘터리가 출품되었고, 총 161개의 작품이 경쟁부분에 진출했는데 이들 대부분은 이 영화제에서 프리미어를 경험했다. 경쟁부분에 진출한 작품 중 63편은 세계프리미어, 27편은 국제프리미어, 12편은 유럽프리미어, 50편은 독일프리미어였다. 국내 작품으로는 박경근 감독(영문이름 Kelvin Kyung Kun Park)의 2018년 장편 다큐멘터리영화 ‘군대(출품 명: Army)’가 Next Masters Wettbewerb 부문 후보에 올랐다. 최희승 감독이 2019년에 제작한 (단편)애니메이션작품 ‘사랑의 꿈과 현실의 외길목에서(출품 명: Love at the Crossroads)’ 또한 경쟁부분에 진출했다. 2019년 DOK-Leipzig에선 경쟁부분과 비경쟁부분을 통틀어 총 24편이 수상작으로 선정되었고, 6개 경쟁부분에서 각 1위로 선정된 작품들에는 황금비둘기상이 수여되었다. 한편 DOK-Leipzig 경쟁부분에 진출한 작품들 중 절반 이상이 여성감독이 제작한 작품이라는 점에서 특징적이다. 이는 DOK-Leipzig 집행위원회측이 다큐멘터리영화제에서 여성감독 작품의 출품이나 수상비율이 남성감독과 비교해 현저하게 낮다는 것을 발견하여 이를 개선하겠다고 발표한 지 불과 2년이 지난 시점에 나타난 결과라는 점에서 그 상징적 의미가 컸다.

DOK-Leipzig엔 작품의 상영시간과 상관없이 다큐멘터리나 애니메이션, 애니마독(Animadok-Film) 장르에 해당한다면 출품이 가능하다. 애니마독은 1997년 이 영화제에서 처음 사용된 용어로서 다큐멘터리와 애니메이션의 예술적·기술적 가능성을 조합하는 방식의 영상기법을 의미한다. 다큐멘터리의 논조를 유지하면서 내용의 일부를 애니메이션으로 표현하거나 내용 전체를 애니메이션으로 제작하는 방식이다. 영화용어대사전(Lexikon der Filmbegriffe)에 따르면 애니마독은 다큐멘터리에서 표현하고자 하는 내용이 추상적이거나 연관관계가 복잡하거나 의도를 표현하기 어려울 때 사용되는 제작기법으로 정의되는데, 대표적인 예는 그래프나 다이어그램의 삽입이다. 이런 면에서 애니마독은 기록영화방식과 교육영화방식이 혼합된 것으로 보기도 한다. 또한 DOK-Leipzig는 새로운 제작/표현기법을 적용한 작품들을





적극적으로 도입한다. 2015년엔 DOK-Neuland 부문을 신설하여 인터랙티브-다큐멘터리 전시를 시작했다. 이 부문은 360도 필름이나 가상현실을 포함한 다큐멘터리를 다루며 콘텐츠 방식이 다양해지는 최신 경향을 보여준다.

그 외에도 뮌헨에서 개최되는 장편다큐멘터리 영화제인 ‘DOK.fest München’도 유명하다. 1985년 뮌헨 시의 후원으로 시작된 이 영화제는 1990년대 들어서면서 DOK-Leipzig나 IDFA(International Documentary Filmfestival Amsterdam: 암스테르담), YIDFF(Yamagata International Documentary Film Festival: 야마카타) 등의 국제다큐영화제와 견줄 만한 규모로 성장하게 된다. 2002년부터 DOK.fest München의 주최는 ‘뮌헨 국제 다큐멘터리영화제 협회’(International Documentary Film Festival Munich e.V.)로 변경되면서 ‘DOK.fest’가 공식명칭으로 사용되기 시작했다. 2010년부터는 DOK.tour, DOK.deutsch, DOK.guest, die Retrospektiv, DOK.education 과 같은 프로그램이 신설되고 2011년 DOK.forum을 구축해 현재의 영화제의 모습을 갖추게 되었다. 2019년 행사는 5월 8일부터 19일까지 진행되었는데, 행사기간 동안 51개 국가의 159편의 작품이 상영되었다. DOK.fest München의 일반 방문객은 2011년 1만 2,100명이었으나 그 인지도가 높아지면서 2019년 5만 2400명을 기록했다. DOK.fest 또한 다큐멘터리산업 전문 플랫폼인 Dok. Forum을 운영한다. 이 행사에는 2700여 명의 관련 전문가와 206명의 필름 제작 인력이 초청을 통해 방문했다. DOK.fest München은 또한 저생산 국가의 영화 제작자를 지원하며 DOK.education 프로그램을 통해 기성세대와 청년/청소년 간의 지속적인 연결을 도모하는 것을 주요 가치로 두고 있다.

5. 나가며

독일의 다큐멘터리영화산업은 지원정책을 바탕으로 형성되고 있다. 본문을 통해 소개한 사업 외에도 연방 주에서 지원하는 개별 정책들이 운영되고 있으며, 지원대상은 청소년에서부터 협회/단체까지 다양하다. 이렇게 제작된 작품들은 독일 전역에서 개최되는 영화제나 미디어 관련 기관 등에서 상영할 수 있는 기회를 제공받고, 온라인 아카이브를 통해서도 대중에게

공개된다. 다양한 주제의 다큐멘터리가 제작되는 배경에는 상업적인 성과나 사업성과보다는 문화적 산물로서 다큐멘터리영화에 가치를 부여하는 독일의 정책적 뒷받침이 존재한다. 독일영화시장에서 다큐멘터리영화가 차지하는 산업규모가 크지 않음에도 불구하고 매년 수십 편의 다큐멘터리영화가 극장에서 개봉할 수 있는 것도 동일한 맥락에서 해석 가능하다.

다큐멘터리영화는 시대를 반영한 문화콘텐츠이지만 동시에 수익을 창출해야 하는 하나의 상품이기도 하다. 이런 점에서 독일의 다큐멘터리영화 지원정책처럼 소재개발, 시나리오개발 및 극장개봉을 지원하는 등 다각도의 지원을 고려하는 것이 효과적이다. 그러나 현재와 같은 지원정책이 지속될 경우 독일의 다큐멘터리영화산업이 유지될 수 있을 것인지에 대해서는 의문이 남는다. 유명작품이 주도하는 관객동원이나 티켓판매수익으로는 제작비의 극히 일부만 회수되는 등의 구조적인 문제는 이미 오래전부터 제기되었음에도 불구하고 뚜렷한 해결방법을 마련하기 어렵다. DOK-Leipzig나 DOK.fest München 등의 전문 다큐멘터리 영화제를 통해 투자자와 제작자를 연결하고, 판매경로를 확보하고는 있지만 이는 근원적인 해결책으로 보기는 어렵다. 또한 독일영화산업 전반이 위축되고 있는 경향도 다큐멘터리영화산업에 악재일 수 있다. 그나마 최근 들어 OTT서비스나 VOD를 통해 새로운 수익창구를 마련하고는 있지만 다큐멘터리영화 작품에 대한 정보자체가 부족해 유의미한 수익변화는 기대하기 어려울 것으로 보인다.

현재 독일은 세계적 흐름에 맞춰 콘텐츠소비방식이 다양화되고 있다. 불과 몇 해 전까지만 하더라도 저속인터넷 환경과 불안정한 모바일네트워크로 인해 온라인을 통한 콘텐츠소비가 어려웠지만, 연방정부 주도하에 네트워크 개선사업이 진행되면서 매체환경의 변화가 그 어느 때보다도 급격히 나타나고 있다. 이런 점을 감안해 독일의 다큐멘터리영화 지원사업에도 다소간의 변화가 필요할 것으로 생각한다. 현 정책은 플랫폼에 대한 고려가 부족해 보인다. 이대로라면 다큐멘터리영화의 양적증가는 성취할 수 있겠지만 향후 그에 부응할 만한 수요를 창출하지 못한다면 결과적으로 정책은 실패할 것이다. 이런 점을 고려하여 독일의 다큐멘터리영화지원 사업이 앞으로 어떻게 변화할 것인지 지속적인 관찰이 필요하다 하겠다.





REFERENCES

- 1.FFA (2017a). Der Kinobesucher von Dokumentarfilmen 2011–2016. [URL] <https://www.ffa.de/download.php?f=acc8cb64714fe6c7a1fce958bc5b3719&target=0>
- 2.FFA (2017b). FFA im Überblick Kurzinformationen über die Filmförderungsanstalt. [URL] <https://www.ffa.de/download.php?f=3b1b30f5101e367a6cea732a9fe894b4&target=0>
- 3.FFA (2019a). Kinobesucher 2018. [URL] <https://www.ffa.de/download.php?f=742e6d518b78671d32d7b418c99e8f24&target=0>
- 4.FFA (2019b). FFA info Compact. [URL] <https://www.ffa.de/download.php?f=ed6a0ae89d340d483de88baa3d0c76aa&target=0>
- 5.FFA (2019c). Geschäftsbericht 2018. [URL] <https://www.ffa.de/download.php?f=be568e7c309d233ff99aacbc4927c10f&target=0>
- 6.MPAA (2018). 2018 Theme Report. [URL] <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2019/03/MPAA-THEME-Report-2018.pdf>
- 7.SPIO (2019). Filmstatistisches Jahrbuch 2019. Baden-Baden: Nomos.
- 8.Udo Michael Krüger (2019). Profile deutscher Fernsehprogramme 2018: Tendenzen der Angebotsentwicklung zur Gesamtund Hauptsendezeit, Media Perspektiven 4/2019, 179–202. [URL] https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0519_Krueger_Zapf-Schramm_Jung_2019-06-12.pdf
- 9.VAUNET (2019). Pay-TV In Deutschland 2019. [URL] https://www.vau.net/system/files/documents/vaUNET-publikation_pay-tv_in_deutschland_2019_0.pdf

참고규정

- 10.Das Filmförderungsgesetz(제7차 개정). [URL] <https://www.ffa.de/download.php?f=a8aa7d2a4a9f9c74f714bc64b7d7e218&target=0>
- 11.DFFF Richtlinie der BKM(2018.10.15). [URL] <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/973862/459156/5f105466e2e47fc18222da9c0e111f1d/2017-08-01-richtlinie-dffii-data.pdf?download=1>
- 12.Merkblatt zum Antrag auf Stoffentwicklungsförderung für programmfüllende Dokumentarfilmvorhaben. [URL] <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/973862/320800/f06640672de24de25e9548c0ac2acb4e/2017-08-17-merkblatt-stoffentwicklungsfoerderung-bf1-data.pdf?download=1>
13. Merkblatt zum Antrag Produktionsförderung. [URL] <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/973862/320684/9684856431dba9fb1e7c107b485e86ea/2017-08-11-merkblatt-produktionsfoerderung-data.pdf?download=1>