

2020 KCA Media Issue & Trend

01 · 2

트렌드리포트

미국

다큐멘터리 지원 현황과 POV 지원 체계

1. 들어가며

2. 미국의 다큐멘터리 지원 현황

3. '제작-유통-수용'의 유기적 순환의 허브 :

POV(Documentaries with a Point Of View)

3.1. 지원과 운영의 분리를 통한 창작자의 독립성 확보

3.2. 관객에게 의미 있게 다가가는 법

4. 마치며

미국

다큐멘터리 지원 현황과 POV 지원 체계

채희상(한신대학교 미디어영상광고홍보학부)

요약문

미국의 다큐멘터리 지원은 문화예술 분야에 속한 공공 기금이나 기금을 기반으로 설립된 공영방송사를 중심으로 이루어진다. 미국 다큐멘터리 지원 정책의 궁극적인 목표는 사회의 다양한 이슈를 비판적이고 균형적인 시각으로 담아내는 다큐멘터리를 제작하여 보다 많은 사람에게 전달하는 것이다. 미국의 대표적인 다큐멘터리 지원 사례인 POV는 공영방송 PBS의 정규 프로그램으로 창작자와 관객을 유기적으로 연결함으로써 미국 다큐멘터리의 핵심 플랫폼으로 기능하고 있다. POV 사례는 제대로 운영되는 다큐멘터리 플랫폼이 미비한 한국 다큐멘터리 환경에 필요한 지원정책이 무엇인지를 확실히 드러내는 지표이다.

1. 들어가며

‘디지털-’, ‘뉴-’ ‘멀티플랫폼-’, ‘다매체·다채널-’ 등의 다양한 용어로 설명되는 역동적 미디어 환경에서 다큐멘터리 장르는 ‘기획·제작 - 유통-수용’의 모든 측면에서 급변하고 있다. 다큐멘터리를 포함해 영상산업 생태계의 이러한 변화는 플레이어들에게 새로운 가능성을 열어주는 동시에 적응에 실패한 누군가에게는 또 다른 위협요인이 되기도 한다.

미국의 다큐멘터리 지원 정책의 목표는 변화하는 미디어 환경에서 다큐멘터리가 우리 사회에 끼칠 수 있는 긍정적인 영향력을 전달하는 효율적인 방법을 모색하는 데 있다. 이를 위해 미국의



다큐멘터리 지원 정책은 공공 기금을 통해 조성된 재원을 사용하여 보다 많은 관객들에게 다양한 주제의 다큐멘터리를 경험할 수 있도록 기획 및 제작, 유통, 수용의 각 단계를 유기적으로 연결하고 있다.

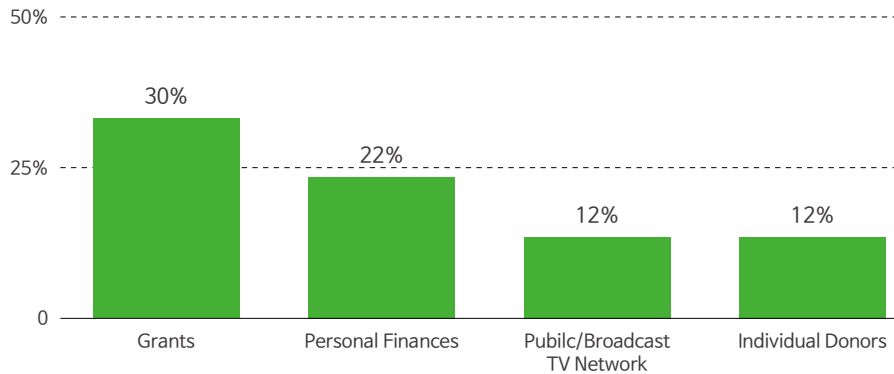
본 글은 미국의 다큐멘터리 지원 정책이 실질적으로 어떻게 작동되고 있는지를 구체적인 사례를 중심으로 살펴보기 위해 기획되었다. 우선 2장에서는 미국의 다큐멘터리 현황을 중심으로 단계별 대표적인 지원 정책 사례를 살펴본다. 미국 다큐멘터리 현황 이해는 CMSI(Center for Media & Social Impact)가 2018년 9월에 발표한 “The State of the Documentary Field : 2018 Study of Documentary Professionals” 보고서를 주로 참고하였다. CMSI 보고서는 미국 다큐멘터리 산업 구성원들의 생생한 현장 경험을 담고 있다. 구성원들의 인적 정보에서부터 펀딩(funding), 제작, 배급, 수익 등에 관한 풍부한 정보를 얻을 수 있었다. 3장에서는 미국 다큐멘터리 지원의 가장 대표적인 사례인 POV를 다룬다. 공영 방송 PBS의 다큐멘터리 프로그램인 POV의 운영방식과 POV가 미국 다큐멘터리 산업에서 차지하는 역할을 다큐멘터리 창작자와 관객의 입장에서 정리하였다.

2. 미국의 다큐멘터리 지원 현황

미국에서 문화예술 분야의 공적 지원은 기본적으로 기금 형식으로 수행된다. 국가예술기금(NEA: National Endowment for the Art), 국가인문학기금(NEH: National Endowment for the Humanities), 박물관 및 도서관 서비스 연구소(IMLS: Institute of Museum and Library Services) 등의 기금을 운용하는 연방기구들과 각 주에 속한 정부 지원 재단, 비영리 단체 등이 조성한 재원이 중심이 된다. 연방정부가 세금감면을 위한 다양한 혜택을 제공하기 때문에 기금 구성에 있어 활발한 민간 기부가 이루어지고 있기도 하다.¹⁾

1) 하은선(2018). 문화 분야 기부에 대한 세제 혜택 - 미국. <KOFIC 통신험리포트>, 2018.12.1쪽.

그림 1 다큐멘터리 펀딩의 주요 방식들



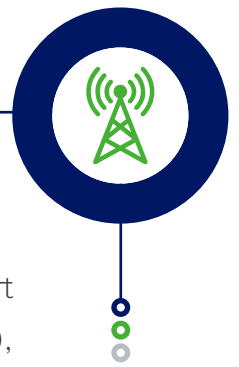
출처: Borum Chatto, C. & Harder, W. (2018). The state of the documentary field : 2018 study of documentary professionals. Center for Media & Social Impact. 12쪽.

미국의 다큐멘터리 작품은 문화예술 분야에 속한 공공 기금이나 기금을 기초로 설립된 공영 방송사의 지원, 다양한 방식의 기부 등을 통해 펀딩한 자금을 바탕으로 제작 및 유통된다. <그림 1>은 다큐멘터리 제작을 위한 주요 펀딩 방법을 나타낸다. 다큐멘터리 제작 펀딩이 연방기구를 포함한 정부 지원 기관들의 기금(30%), 공영방송 TV 네트워크의 지원(12%), 개인 기부(12%) 등의 공공 기금이나 기부에 기반하고 있음을 알려준다. 공공 기금 중 국가인문학기금의 다큐멘터리 지원 프로그램을 사례로 살펴보고자.

그림2 국가인문학기금(NEH) 중 공공프로그램 분야



출처: <https://www.neh.gov/divisions/public>



〈그림 2〉는 국가인문학기금의 사이트에 공공 프로그램 부문 페이지로, 단편 다큐멘터리(Short Documentaries), 미디어 프로젝트 : 기획·개발 지원(Media Project: Development Grants), 미디어 프로젝트 : 제작 지원(Media Project: Development Grants) 등에 관한 정보를 확인할 수 있다. 다큐멘터리 창작자들은 자신의 프로젝트에 적합한 지원 프로그램에 지원할 수 있다.

국가인문학 기금을 받기 위해서는 지원 작품이 역사, 예술사, 문학, 종교학, 철학, 인류학 등 인문학 분야의 연구 장학금을 받는 주제와 관련이 있어야 한다. 지원기간 후 완성된 작품은 방송, 영화제 등의 페스티벌, 온라인 플랫폼을 통해 배급되어야 한다. 30분 미만의 단편 다큐멘터리 제작 및 배급 지원을 위한 ‘단편 다큐멘터리 지원’ 금액은 최대 25만 달러, 기간은 6개월에서 최대 24개월이다. ‘미디어 프로젝트: 기획개발, 제작지원’ 기금에도 다큐멘터리 창작자들을 위한 프로그램이 마련되어있다. 기획개발 지원을 위해서는 완성된 대본과 향후 계획을 제출해야 한다. 지원 금액은 최대 7만 5천 달러, 기간은 6개월에서 12개월까지이다. 30분 이상의 장편 다큐멘터리 창작자들은 ‘미디어 프로젝트 : 제작 지원’ 프로그램을 활용할 수 있다. 지원을 위해서 창작자들은 국제사업자등록번호(D-U-N-S®number), SAM(System for Award Management), Grants.gov에 등록해야 한다. ‘미디어 프로젝트 : 제작지원’ 금액은 최대 100만 달러, 지원 기간은 12~36개월이다.²⁾

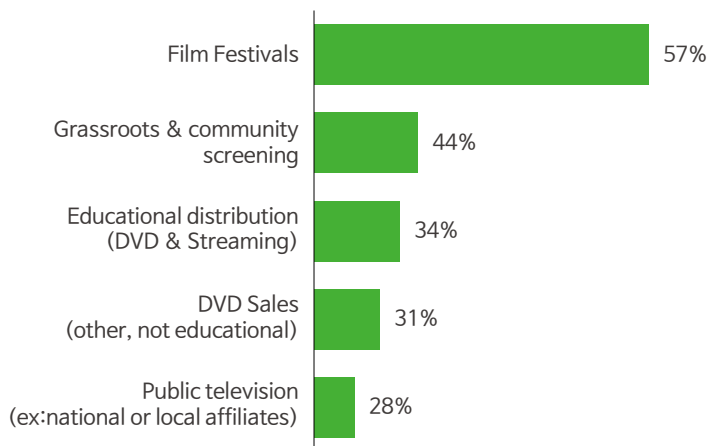
공영방송 TV 네트워크 분야의 대표적인 다큐멘터리 기금으로는 1967년 공영방송법(Public Broadcasting Act of 1967)으로 설립된 공영방송협회(CPB: Corporation for Public Broadcasting)가 운영하는 기금이 있다. iTVS(Independent Television Service)는 CPB의 기금을 사용하기 위해 설립된 기구로, 공영방송 TV 네트워크인 PBS와 아메리칸 퍼블릭 텔레비전(American Public Television)을 비롯하여 다양한 온라인 플랫폼에 다큐멘터리를 공급하고 있다.

다큐멘터리 창작자들은 펀딩을 위해 투자 및 배급 파트너를 직접 만날 수 있는 피칭행사에 적극적으로 참석하기도 한다. 대표적인 사례로 IFP(Independent Film Project)의 IFP워크를 들 수 있다. 1979년에 설립된 IFP는 미국에서 가장 큰 독립영화 지원 기관으로 넷플릭스,

2) <https://www.neh.gov/divisions/public>

아마존 스튜디오, HBO, 뉴욕타임스, 국가예술기금(NEA) 등의 후원을 받고 있다. IFP는 매년 프로젝트 포럼을 통해 제작 중인 프로젝트를 투자자 및 배급 파트너와 연결하는 장을 마련한다. 초기 파이낸싱(financing) 단계부터 포스트프로덕션 단계까지의 다양한 작품들의 창작자들이 참석한다. 2019년에는 4개 부문[다큐멘터리, 내러티브 시리즈, 내러티브 영화(U.S), 내러티브 영화(인터내셔널)]으로 나누어 5일간(9월 15~19일) 진행되었다. 다큐멘터리 창작자들은 다큐멘터리 프로젝트 포럼인 ‘스포트라이트 온 다큐멘터리(Spotlight on documentaries)’에 참석하여 미디어 산업의 투자 및 배급 담당자와 만남을 통해 자신의 프로젝트를 발전시키는 기회를 모색한다.³⁾

그림 3 다큐멘터리 주요 배급 메커니즘



출처: Borum Chatto, C. & Harder, W. (2018). The state of the documentary field : 2018 study of documentary professionals. Center for Media & Social Impact. 16쪽.

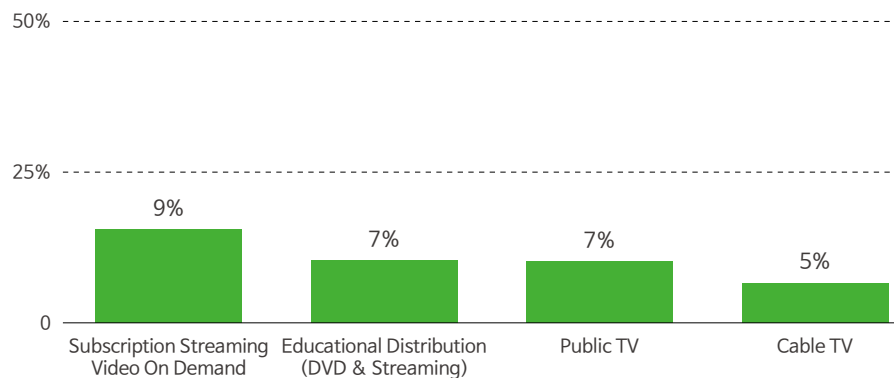
〈그림 3〉은 다큐멘터리의 주요 배급 메커니즘을 나타내고 있다. 대부분의 다큐멘터리 창작자들은 여러 배급 방법을 상황에 따라 복수 선택하여 작품을 관객에게 전달하려 노력하고 있다. 영화제(57%), 지역 커뮤니티(공동체 상영) 스크리닝(44%), 교육용 배급(34%), 상업용 DVD 판매(31%), 공영방송 TV(28%) 등을 활용해 작품을 배급하고 있음을 확인할 수 있다. 영화제나 IFP 등에서 개최되는 피칭행사를 통해 투자 및 배급 관계자들을 만나는 기회가 다큐멘터리 제작 및 유통에 매우 중요한 역할을 차지하고 있다. 미국의 대표적인 다큐멘터리 영화제로는

3) · <https://ifpweek.com/creators/documentaries/>



‘Boulder International Film Festival(BIFF)’, ‘Full Frame Documentary Film Festival’, ‘SF Documentary Fest(SF DocFest)’, ‘Seattle International Film Festival(SIFF)’, ‘Cinema at the Edge Festival(CATE)’ 등이 있다. 또한 교육이나 공공선을 추구하기 위한 배급 방식(지역커뮤니티 상영, 교육용 배급, 공영방송 TV)이 다큐멘터리 작품의 유통에 중요한 역할을 차지하고 있음을 확인할 수 있다. 이러한 방법으로 배급되는 다큐멘터리의 주요 수익은 <그림 4>와 같다.

그림 4 다큐멘터리의 주요 수익원



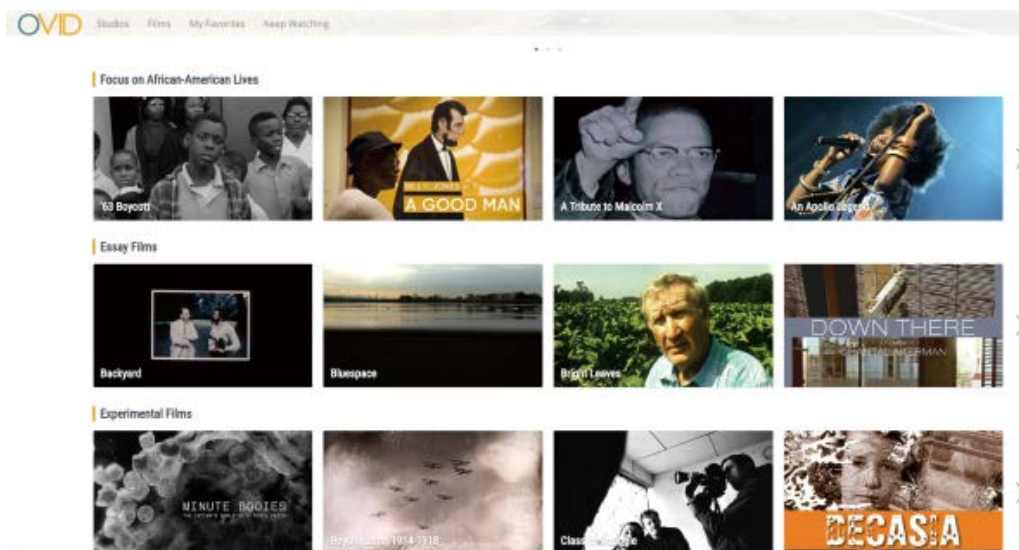
출처: Borum Chatto, C. & Harder, W. (2018). The state of the documentary field : 2018 study of documentary professionals. Center for Media & Social Impact. 13쪽.

<그림 4>는 다큐멘터리 창작자들에게 최근 작품의 주요 수익 창구가 무엇인지를 질문한 결과이다. 넷플릭스, 아마존 프라임 등의 온라인 구독 플랫폼(9%), 교육용 배급(7%), 공영방송 TV(7%), 케이블 TV(7%) 등의 플랫폼들이 고른 분포를 보인다. 다큐멘터리 장르에서는 넷플릭스 등의 OTT 서비스가 극장보다 이미 중요한 수익창구가 되었고 계속해서 그 비중이 높아질 것으로 예상된다.

다큐멘터리의 유통(배급 및 상영/방영)과 수익 창출에 있어 중요한 역할을 하고 있는 온라인 플랫폼은 매우 다양한 방식으로 진화하고 있다. 다큐멘터리 창작자들은 넷플릭스, 아마존 프라임, 디즈니+ 등의 글로벌 OTT 플랫폼, PBS로 대표되는 공영방송이 운영하는 온라인 플랫폼, 독립영화 전용 온라인 플랫폼인 오비드 TV(Ovid TV) 등을 통해 관객에게 좀 더 적극적으로 다가가려 하고 있다.

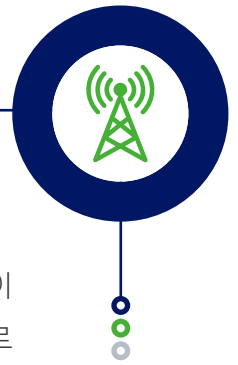
오비드 TV는 다큐멘터리, 비상업영화, 외국어 영화 등의 독립영화를 온라인 스트리밍하는 플랫폼이다. 미국에서 가장 중요한 위치를 차지하는 8개의 독립영화 배급사들이 참여해 설립하였다. 현재는 11개의 스튜디오(Bullfrog Films, dGenerate Films, Distrib Films US, First Run Features, Grasshopper Film, Icarus Films, Kartemquin Films, KimStim, National Film Board of Canada, Oscilloscope Pictures, Women Make Movies)가 다른 플랫폼에서 볼 수 없는 특색 있는 영화들을 구독자에게 제공한다. 대표적인 다큐멘터리 스튜디오인 Kartemquin Films, 중국의 다큐멘터리를 포함한 독립영화를 전 세계에 배급하고 있는 dGenerate Films, 북미 다큐멘터리 배급의 중심 역할을 하고 있는 Icarus Films 등의 스튜디오들이 뛰어난 다큐멘터리를 소개하고 있다. 월 6.99달러의 구독료를 내면 인터넷이 연결된 모든 디바이스에서 광고 없이 영화를 관람할 수 있다. 감독, 이슈, 내러티브(장르), 시리즈, 다큐멘터리, 국가 등의 카테고리에 따라 작품을 분류해 제공한다.⁴

그림 5 오비드 TV 다큐멘터리 카테고리 화면



출처: 오비드 TV <https://ovid.tv/page/docs>

4) <https://ovid.tv/page/studios>



〈그림 5〉는 오비드 TV의 다큐멘터리 카테고리 시작화면이다. 아프리카-아메리칸의 삶, 에세이 영화, 실험 영화, 영화에 관한 영화, 원주민의 삶, 여성 감독, 역사 영화, 관찰 영화 등 주제, 장르 등으로 분류되어 이용자의 선택을 기다리고 있다.

미국의 다큐멘터리 지원은 공공 기금을 재원으로 설립된 기금 운용 기관 및 기구를 중심으로 이루어지고 있다. 지원의 궁극적인 목표는 사회의 다양한 이슈들을 비판적이고 균형적인 시각으로 담아내는 다큐멘터리를 제작하여 보다 많은 수용자(관객)에게 전달하는 것이다. 이를 실현하기 위해 ‘기획·개발-제작-유통(배급 및 상영)-수용(관람) 및 참여’의 각 단계가 매끄럽게 연결되는 다큐멘터리 유기적 순환 생태계를 구축하려 하고 있다.

3. ‘제작-유통-수용’의 유기적 순환의 허브 : POV(Documentaries with a Point Of View)

3.1. 지원과 운영의 분리를 통한 창작자의 독립성 확보

미국의 가장 대표적인 다큐멘터리 지원 프로그램이자 유통 플랫폼은 POV(Documentaries with a Point Of View)이다. POV는 미국 공영 방송인 PBS의 정규 프로그램으로 지금까지 500편이 넘는 다큐멘터리들이 소개되었다. POV는 1988년에 방송을 시작해 현재 32번째 시즌이 방영 중이다. 명칭 그대로 미국 사회를 이해하고 좀 더 나은 세상을 위한 대안적 ‘관점’을 담아내는 다큐멘터리를 제작한 후, 모든 미국인이 편리하게 접근할 수 있는 다양한 플랫폼에 담아 전달하고 있다.⁵⁾

5) · <https://www.pbs.org/pov/>

POV는 공영방송인 PBS를 비롯하여, 국가예술기금(NEA), The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation, the Wyncote Foundation 등의 기금을 주요 재원으로 운영된다. POV의 운영은 비영리 미디어 아트 단체(national nonprofit media arts organization)인 아메리칸 다큐멘터리(American Documentary/AmDoc)에서 1995년부터 맡고 있다. 아메리칸 다큐멘터리는 PBS와 계약을 맺고 매년 라이선싱(Licensing) 비용을 지급받는다. 예산(지원)과 운영이 분리된 POV의 구조는 다큐멘터리 창작자들에게 작품 제작 및 유통(배급 및 상영)에 있어 독립성을 보장해준다. 아메리칸 다큐멘터리가 POV 운영에 있어 PBS와 다큐멘터리 창작자들을 연결하는 중간 관리자의 역할을 충실히 수행하고 있기 때문에 가능한 일이다. 아메리칸 다큐멘터리는 창작자와 PBS 방송국 담당자가 모두 참여하는 편집위원회에서 작품을 선정하고 창작자에게 정당한 수익을 보장하는 배급 시스템을 구축하였다. 아래의 두 인터뷰는 다큐멘터리 창작자와 플랫폼인 POV를 소유한 PBS 그리고 POV를 운영하는 아메리칸 다큐멘터리의 상호존중을 바탕으로 한 신뢰 관계를 잘 보여준다.⁶

“우리가 여러 지역의 공중파 방송국들의 프로듀서를 작품 선정 과정에 고루 참여시키기 때문에 이러한 [독립적인 제작과 운영의] 당위성을 명확하게 확보할 수 있었다... PBS에게 최종 승인권이 있긴 하지만 그 단계에서 작품이 거절되는 예는 거의 없었다.” (크리스 화이트 POV 책임프로듀서)⁷

“POV는 제한적인 라이선스(예를 들어, 북미지역 방송권)와 약간의 스트리밍 권한 정도의 계약을 추진한다. 저작권은 고스란히 다큐멘터리 제작자에게 돌아간다. 극장 상영, 영화제 상영, 디지털 관련 계약, 해외 시장이나 교육콘텐츠 배급권 등 그들의 편익에 맞춰 배급전략을 짜도록 한다.” (저스틴 네이건, POV 제작책임)⁸

6) 이은경·임소연(2019). 다큐멘터리 생태계의 활성화 방안 - 독립 다큐멘터리의 성장과 미국의 POV 사례를 중심으로. 〈한국콘텐츠학회 논문지〉 19(6), 175쪽.

7) 위의 글, 175쪽.

8) 위의 글, 175쪽.





그림 6 POV Call for Entries 페이지

출처: POV call for entries <https://cfe.pov.org/>

POV는 시즌제로 방영되는 방송 일정을 고려해 1년 단위로 상시 지원을 받는다. 예를 들어 2020 POV 시즌 방영 다큐멘터리들은 2019년 7월 31일까지 지원된 작품들을 대상으로 선정한다. POV call for entries는 3개의 카테고리로 나뉜다. ‘Standard’는 최종 완성된 작품을 제출하는 것을 원칙으로 하지만 창작자의 판단에 따라 1차 편집본(rough cut) 제출도 가능하다. ‘Short’는 35분 미만의 작품을, ‘Early Introduction’은 기획개발 및 제작 중인 작품을 제출하는 카테고리이다. ‘Early Introduction’에 제출된 작품들 중 POV의 관심을 얻은 작품들은 1차 편집본 제출을 요구받기도 한다. 가능성 있는 작품들을 보다 적극적으로 발굴하려는 POV의 노력을 읽을 수 있다.

3.2. 관객에게 의미 있게 다가가는 법

POV를 통해 1988년 첫 방영된 작품들은 기존의 공영방송에서는 잘 다루지 않았던 페미니즘, 시민권, 반전 운동 등을 다루어 큰 반향을 일으켰다. 사회적 이슈에 관한 창작자의 개인적 시선이 그대로 담긴 1인칭 다큐멘터리는 독립다큐멘터리만이 할 수 있는 작품이 무엇인지 잘 보여주었다.⁹ 1960년대 후반부터 꾸준히 사회적 이슈에 관한 다큐멘터리를 제작해 왔던 미국의 다큐멘터리 창작자들에게 미국 시청자들 중 97% 이상이 볼 수 있는 POV의 보편적인 네트워크는 관객을 만날 수 있는 매우 훌륭한 기회를 제공하였다. 지금까지 프로그램당 평균 250만 명이 POV의 다큐멘터리를 시청하였다. 에미상(Emmys) 38회, 피바디상(George Foster Peabody Awards) 22회, 아카데미상 3회 등 방송 및 영화 분야의 꾸준한 수상경력은 POV 작품들의 질적 성과를 단적으로 보여준다.¹⁰

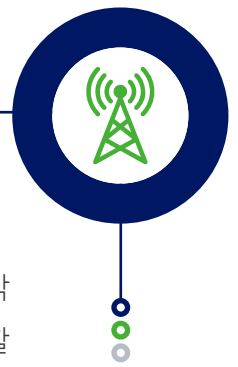
표 1 Broadcast Schedule for POV, POV Short [2019년 11~12월(MT/Mountain Time)]

프로그램	작품명	방송 일정	채널
POV (#3015)	〈Almost Sunrise〉	11.4(월) - 17:00, 22:00	World(4)
		11.10(일) - 2:00	
POV (#3007)	〈Tribal Justice〉	11.16(토) - 22:00	World
POV (#3006)	〈Memories of a Penitent Heart〉	12.1(일) - 17:00	World
		12.2(월) - 3:00	
POV (#3215)	〈Midnight Traveler〉	12.30(월) - 22:00	IDAHO(1)
POV Short(#202)	〈Water Warriors〉	11.12(화) - 23:30	World
		11.13(수) - 7:30, 13:30	
		11.16(토) - 21:30	
		11.17(일) - 1:30, 8:30, 16:30	

출처: Idaho PBS <https://www.idahoptv.org/schedule/azlist/>

9) 권세미(2018). 독립다큐멘터리와 공영방송이 손잡는 방법 - 미국 〈POV〉 사례. 〈ACT! 미디어인터내셔널〉, 110호.

10) <https://www.pbs.org/pov/>



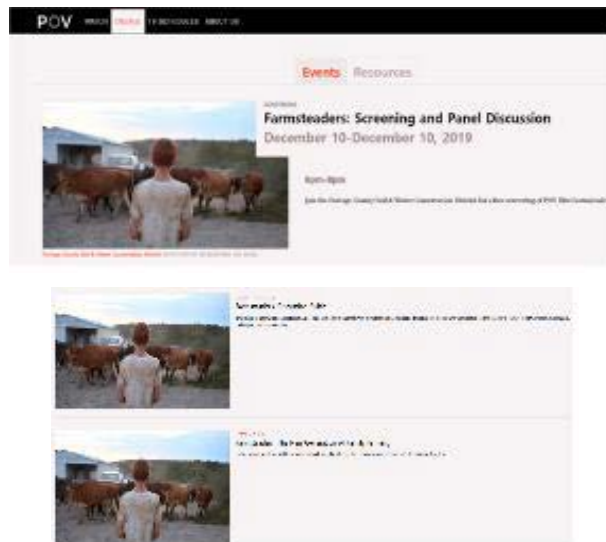
〈표 1〉은 POV의 PBS 방송 스케줄(11~12월)을 나타낸다. POV(장편 다큐멘터리)의 경우 각 작품이 토요일, 일요일, 월요일 오후 5시나 10시에 최소한 한 번씩은 방송되고 있음을 확인할 수 있다. POV short(단편)의 경우 한 편의 작품을 7회 방송하고 있다. 11월 16일에는 POV short와 POV가 연속 편성되어 있다. 최소한의 시청률이 확보되는 시간에 편성함으로써 보다 많은 관객에게 프로그램을 전달하려는 POV의 의도를 읽을 수 있다. POV는 PBS의 온라인 플랫폼에서도 이용할 수 있다. POV를 포함한 PBS의 모든 프로그램을 온라인으로 이용할 수 있는 PTV Passport 서비스는 연 60달러(월 5달러)이다. 세금공제 혜택이 주어지기 때문에 수용자의 부담이 상대적으로 적다.

아메리칸 다큐멘터리는 POV의 작품들을 PBS의 보편적 네트워크를 통해 단순히 많은 관객에게 전달하는 데 머무르지 않고 다큐멘터리의 교육적 가치를 극대화하기 위해 노력하고 있기도 하다. 이를 위해 수천 명의 교육 종사자 및 커뮤니티 그룹과 협력하고 있으며 이와 관련된 15,000명이 넘는 사람들과 직접적으로 긴밀히 연결되어 있다. 이들은 온라인과 오프라인을 넘나들며 POV 다큐멘터리를 보다 많은 관객들에게 의미 있게 전달하기 위해 노력하고 있다.

“전국에 11,000개의 공동체 파트너 네트워크가 있다. 이들은 커뮤니티 센터, 도서관, 교회, 교도소, 카페, 지역 방송국과 단체 등이다. 여기에서 우리 POV 영화들을 무료로 상영한 후 토론을 갖는 형식이다. 현재 매년 850회 정도의 상영회를 이들과 협력하여 열고 있다.”(저스틴 네이건, POV 제작 책임)¹¹⁾

11) 이은경·임소연(2019). 앞의 글, 176쪽.

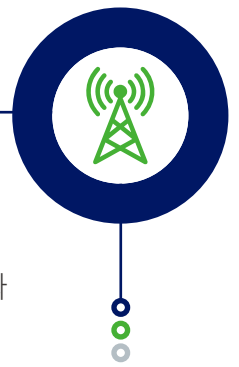
그림 7 POV Engage의 스크리닝 안내 및 교육용 자료



출처: POV Engage <https://www.pbs.org/pov/engage/events/>

POV 홈페이지에 ‘POV Engage’는 특정 주제에 관한 다큐멘터리의 오프라인 상영 안내와 이와 관련된 다양한 교육용 자료를 동시에 제공한다. 〈그림 7〉은 POV Engage의 두 메뉴 화면(2019.12.1)이다. 이벤트 화면(왼쪽)은 12월 12일 오후 6시~8시에 지역 커뮤니티(Portage County Soil & Water Conservation District)에서 〈Farmsteads〉가 무료 상영된다는 공지이다. 상영 후에는 영화에 관한 패널 토론이 예정되어 있다. 세부 화면으로 들어가면 다가오는 다른 지역의 상영 일정도 확인할 수 있다. 리소스 화면(우측)은 〈Farmsteads〉를 활용해 강의 및 토론을 할 수 있도록 자료를 모아 놓았다. 다큐멘터리별로 강의 계획(lesson plan), 토론 가이드(discussion guide), 참고 도서(reading list)를 제공함으로써 다큐멘터리를 활용한 최적의 강의가 가능하도록 실질적인 도움을 준다. 강의 계획 자료에 학년 표시가 되어 있고 관련된 동영상 클립도 제공하기 때문에 강사가 난이도를 적절히 조절하면서 효율적으로 강의를 할 수 있다.

다큐멘터리 창작자에게 POV는 거의 모든 미국인을 잠재적 관객으로 하는 거대한 플랫폼이자 자신의 작품에 관한 합리적인 수익 분배를 받을 수 있는 매력적인 비즈니스 파트너이기도 하다. 또한 관객과의 긴밀하고 정교한 커뮤니케이션을 통해 자신의 다큐멘터리의 사회적 가치를 확인할 수 있는 곳이기도 하다. 아메리칸 다큐멘터리는 POV가 미국 다큐멘터리의 ‘제작-유통-수용’의



지속적 순환의 허브로 기능할 수 있도록 정교한 운영 시스템을 구축해냈다. 그 비결은 창작자와 관객 그리고 방송국 모두를 존중하는 그들의 열린 '관점'이다.

4. 마치며

다큐멘터리는 사회를 보다 나은 방향으로 나아가게 하는 화두를 던져주는 대표적인 장르이다. 세상에 엄연히 존재하나 다루어지지 않는 사회적 약자들의 삶, 은폐된 추악한 비리들, 작지만 근본적인 변화를 추동하는 아름다운 작은 움직임 등이 다큐멘터리라는 그릇에 담겨 우리의 사회를 변화시키는 동력이 된다. 미국의 다큐멘터리 지원 정책은 기획·개발, 제작, 유통(배급 및 상영) 각 단계를 유기적으로 연결하는 역할을 하며 다큐멘터리의 사회적 가치를 미국 사회에 실현하는 데 중요한 역할을 하고 있다. 이에 비해 한국의 다큐멘터리 지원 정책은 여전히 단순한 제작비 지원이 중심이 되는 경우가 많다. 기획·개발, 배급, 상영 단계의 지원 정책이 조금씩 증가하는 추세가 보이지만 여전히 일회적, 단편적, 비체계적인 경향이 있음을 부정할 수는 없다. 다큐멘터리 창작자, 방송사를 포함한 제작 및 유통 사업자, 지원 정책기관, 관객 모두가 존중받으며 만족할 수 있는 플랫폼이 필요함을 이미 모두 다 알고 있는 지금이야말로 근본적인 변화를 추진할 수 있지 않겠냐는 생각을 해보며 글을 마친다.

REFERENCES

1. 권세미(2018). 독립다큐멘터리와 공영방송이 손잡는 방법 - 미국 〈POV〉 사례. 〈ACT!미디어인터내셔널〉, 110호.
2. 이은경·임소연(2019). 다큐멘터리 생태계의 활성화 방안 - 독립다큐멘터리의 성장과 미국의 POV 사례를 중심으로. 〈한국콘텐츠학회논문지〉, 19(6).
3. 하은선(2018). 문화 분야 기부에 대한 세제 혜택 - 미국, 〈KOFIC 통신헌리포트〉, 2018.12.
4. Borum Chatto, C. & Harder, W. (2018). The state of the documentary field : 2018 study of documentary professionals. Center for Media & Social Impact.
5. 국가인문학기금(NEH) <https://www.neh.gov/divisions/public>
6. IFP(Independent Film Project) <https://www.ifp.org/>
7. 오비드 TV (Ovid TV) <https://ovid.tv/>
8. PBS POV https://www.pbs.org/pov/?utm_source=pov&utm_medium=nav