
세계 게임 심의제도 비교분석

Comparative Analysis of Global Game Screening Systems

김찬수, 박태순
호남대학교 게임애니메이션학과

Chan-Soo Kim(cskim@honam.ac.kr), Tae-Soon Park(pts0506@honam.ac.kr)

요약

게임심의제도는 거의 모든 국가에서 운영되는데, 각 국가의 커뮤니케이션 정책에 따라 그 운영형태는 각각 상이하다. 본고에서는 주요 국가의 게임심의제도를 표현의 자유, 콘텐츠 완전공개, 청소년보호/산업진흥의 균형이라는 세 측면에서 비교분석하였다. 그 결과 미국, 유럽, 일본 등의 제도가 커뮤니케이션 정책의 기본원칙들을 충실히 지키는 편이었으며, 우리나라와 남아공, 호주 등은 아직 개선되어야 할 점이 많이 나타났다.

■ 중심어 : | 게임심의 | 표현의 자유 | 콘텐츠 완전공개 | 청소년보호 | 산업진흥 |

Abstract

Almost all of the nations run a game screening system which is characteristic depending on their communication policy. This article attempted comparative analysis about major nation's game screening systems by comparing three main aspects of their communication policy which are freedom of expression, complete opening of the contents to the public, and the balance between protection of adolescent and promotion of industry. It is shown that the screening system of USA, Europe and Japan stick well by the basic principles of communication policy, on the other hand Korea, South Africa Republic and Australia have some points that need improvement.

■ keyword : | Game Screening System | Freedom of Express | Complete Open of the Contents to the Public | Protection of Adolescent | Promotion of Industry |

1. 서론

출현한지 거의 반세기가 되어가고 있는 컴퓨터게임은 현대에 들어와 새로 생긴 매체들이 대개 그러했듯이 초기의 부정적인 인식, 담론을 피할 수 없었다. 영화, 라디오, TV, 만화 등 대부분의 현대적 매체들은

그 발생초기에 단순한 오락물로서 취급되며 심각한 사회적 부작용에 대한 우려가 대두되었으며, 예술 혹은 매체로서의 대우를 받기 위해 상당시간을 기다려야 했다.

단순한 오락물로 보여지든지, 아니면 예술 혹은 매체로 보여지든지 이들은 국가의 정책적 틀속에서 발

전하며 성장한다. 이미 사회적 담론의 대상이 된 이상 정책 및 법제도의 틀을 벗어날 수는 없는 것이다.

문제는 그 정책적 틀이 무엇을 지향하며, 무슨 원칙들을 가지고 있는가에 따라 이들 매체들에 대한 사회적 담론은 물론 그 발전의 양상도 현저히 달라진다. 가령 초기 소비에트 영화의 선전선동 기능에 대한 강조는 커뮤니케이션으로서의 영화에 대한 인식은 뚜렷했지만, 표현의 자유라는 현대적 원칙과는 괴리가 있는 것이었다. 또한 표현의 자유 이외에도 산업 및 문화와 관련하여 고려되어야 할 사안은 많다. 가령, 독과점을 방지하지 않으면 산업의 건전한 발전을 도모할 수 없으며, 청소년 보호나 소비자 권익에 소홀하면 폭넓은 구매층의 호응을 기대할 수 없게 될 것이다.

이렇게 고려되어야 할 사안이 많아지는 것은, 그것이 커뮤니케이션일 경우에 더욱 그러하다. 커뮤니케이션 산업은 단순한 경제적 산업에 비하여 그것이 미치는 문화적, 정서적 영향력이 크기 때문이다. 이 경우 산업과 문화가 별도로 취급될 수 있는 개념이나 원칙이 아니다.

본고는 이러한 문제의식 속에서 커뮤니케이션으로서의 게임 및 커뮤니케이션 정책으로서의 게임심의에 대해 살펴보려 하였다. 게임이 커뮤니케이션임에는 별 다른 이론의 여지가 없겠지만, 그의 특성에 관한 깊이 있는 접근은 아직 찾아보지 못하였다. 이 때문에 우선 게임이 커뮤니케이션으로서 가지는 특징에 대해 살펴볼 것이다. 이후 그러한 특성들을 반영하는 게임심의회도가 각국에서 어떻게 시행되고 있으며 어떠한 역할을 수행하고 있는 지 등에 대해 비교분석할 것이다. 이러한 비교분석과정을 통해서 자연스럽게 우리나라의 게임심의회도가 지향해야 할 시사점들이 도출될 수 있을 것이다.

II. 커뮤니케이션으로서의 게임

커뮤니케이션이란 사회적 관계망을 구성케 하는 인간들의 의미전달 행위, 또는 과정이라고 할 수 있다 [1]. 매체와 관련된 커뮤니케이션의 경우, 우선적으로

해당 매체와 이용자와의 커뮤니케이션이 발생한다. 하지만 그 이전에 이미 매체물을 생산하기 위한 여러 단계별의 커뮤니케이션이 존재한다. 가령 만화커뮤니케이션의 경우 스토리작가로부터의 만화가, 편집자로서의 커뮤니케이션이 있고, 만화가와 편집자는 서로 상호커뮤니케이션한다. 이러한 과정을 통해 만화가 생산되고, 생산된 만화는 여러 매체를 통하여 독자에게 전달된다[2]. 영화도 비슷하게 제작, 배급, 상영 등의 커뮤니케이션과정을 거쳐서 관객에게 전달된다[3].

가장 중요한 것은 이용자와의 커뮤니케이션인데, 이것은 일방적이지 않다. 매체물은 이용자측으로 일단 일방적 커뮤니케이션이 되지만, 다시 이용자측의 비평이나 소문 등을 통하여 피드백 커뮤니케이션과정을 거친다. 컴퓨터게임도 이와 유사한 커뮤니케이션과정을 거친다. 기획·제작·유통의 단계를 거쳐 이용자에게 전달되며, 이용자측의 피드백커뮤니케이션도 발생한다. 하지만, 가령 영화나 만화 등과 대별되는 게임커뮤니케이션의 가장 큰 특징은 그러한 피드백 커뮤니케이션이 매우 활발하며, 심지어는 매체물의 내용에까지 직접 영향을 미친다는 점이다. 영화와 만화의 경우, 매체물의 내용이 변할 수 있는 수준의 커뮤니케이션은 상상하기 어려웠다. 하지만 게임은 그 본질적 속성이 그러한 변화를 기반으로 한다. 물론 이는 게임의 온라인화, 네트워크화에 기인한다. 컴퓨터게임의 발달은 90년대 인터넷이 보급되면서 이전의 게임과는 크게 구별되는 획기적인 변화를 하게 된다. 이전의 컴퓨터게임은 기실 상호작용성이라는 특성이 크게 나타나지는 않으며, 마치 만화나 비디오와 유사한 커뮤니케이션 과정을 거친다.

하지만 인터넷의 등장과 온라인게임의 등장 및 활성화는 이러한 커뮤니케이션의 모습을 크게 변모시켰다. 첫째, 커뮤니케이션 자체가 매체물의 콘텐츠가 된다. 온라인게임은 전반적인 틀만 주어진다. 구체적인 게임의 내용은 이용자 간의 커뮤니케이션을 통해 구성된다. 근본적으로 온라인게임의 콘텐츠는 고정된 시나리오와 화면으로 구성된 것이 아니라 이용자의 행위에 의해 형성되기 때문이다. 둘째, 이용자와 게임 기획자, 운영자와의 활발하며 긴밀한 상호커뮤니케이

선이 발생한다. 그것은 온라인게임이 수시의 패치를 통해서 게임의 내용을 변화시킨다는 점에 기인한다. 세 번째의 특징은 다양한 매체를 통해서 게임이 구현된다는 것이다. 온라인게임은 PC를 기반으로 하여 성장하였지만, 점차 콘솔게임기, 휴대폰, PDA등 그 구현매체의 폭을 넓히고 있다.

이러한 논의를 하나의 모델로 정리하면 다음의 그림과 같다.

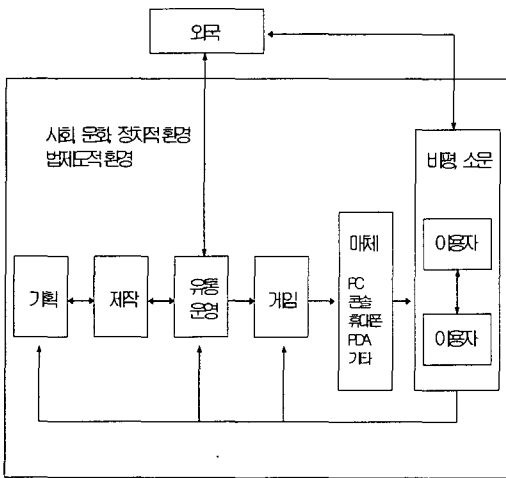


그림 1. 게임커뮤니케이션 모델

이러한 게임커뮤니케이션은 매스커뮤니케이션의 특성을 지니고 있지만, 간단히 매스커뮤니케이션으로 범주화하기에는 구별되는 특징들도 많이 지니고 있다. 매스커뮤니케이션은 대규모의 익명적 수용자, 공개적·동시적·일시적인 메시지 전달, 대규모 조직이라는 특성을 지닌다[4]. 일견 게임에도 모두 충분히 적용 가능한 개념으로 판단되기도 하지만, 인터넷뉴스 그룹, 메일링리스트, 월드와이드웹 등이 매스커뮤니케이션으로 단정되기 어려운 것과 마찬가지로 게임도 쉽게 단정지를 수는 없다. 이질적 익명의 수용자나 공개적 전달, 동시적 전달 등은 게임커뮤니케이션과는 다른 특성으로 보여지기 때문이다. 인터넷의 특성은 공개성과 동시성을 희미하게 한다. 또한 자발적인 게임이용자들은 이질적 익명의 수용자 집단으로 보기 어렵다.

결론적으로, 게임커뮤니케이션은 이전 매체물의 커

뮤니케이션, 매스커뮤니케이션의 틀과 유사하면서도 그 활발한 상호작용성으로 인하여 동일 범주에 넣을 수 없는 독특한 성격의 커뮤니케이션 모델을 지닌다 하겠다.

III. 커뮤니케이션정책으로서의 게임심의

II장에서 살핀 바와 같은 특성을 갖는 커뮤니케이션으로서의 게임은, 따라서 그 정책 결정이 일반 산업의 정책과는 다른 방식으로 이루어져야 한다. 게임과 관련한 정책 중 가장 주요한 것이 심의와 관련한 것이다. 이는 검열과 등급분류 사이의 정치철학적 지향점과 관련한 정책이기도 하며, 현실적으로, 산업진흥·문화조성과 깊은 관계를 가지는 것이기 때문이다.

일반적으로 커뮤니케이션정책은 다음과 같은 특이점이 있다. 첫째, 커뮤니케이션 정책결정은 개별제도나 조직차원을 넘어 사회적, 문화적, 정치적 영향을 끼칠 수 있다. 둘째, 다른 산업과 달리 순수하게 경제적인 규제와 사회적인 규제를 구분하기 어렵다. 셋째, 개별적 커뮤니케이션 정책결정에서도 순수한 경제적 혹은 순수한 사회적 규제를 구분하기 어렵다.

이러한 특수성을 가지는 커뮤니케이션 정책모델로서는 다음의 것을 볼 수 있다[5].

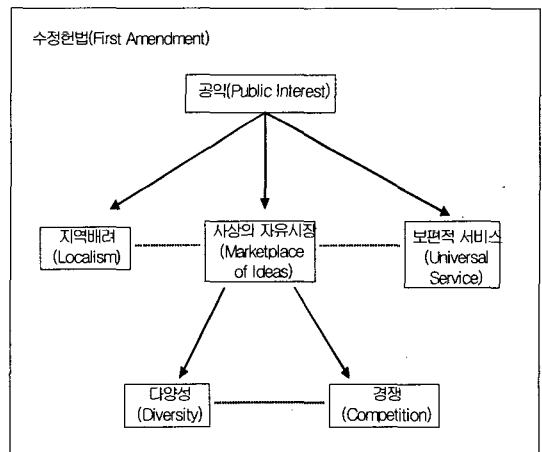


그림 2. 커뮤니케이션정책의 기초원칙들

여기서 가장 특기할 만한 것은 왼쪽 상단에 있는 수정헌법(First Amendment)이다. 이는 미국의 수정헌법을 말하는 것인데, 헌법의 정신이 모든 정책결정의 근본틀로서 견지되어야 함을 나타낸다. 물론 전반적인 헌법을 모두 의미하는 것이 아니며 커뮤니케이션정책과 직접 연결되는 의미를 함축한다. 바로 '표현의 자유'이다. 특히 수정헌법은 국회가 표현과 언론의 자유를 침해하는 어떠한 법도 만들어서는 안 된다고 명시하고 있다.

표현의 자유 다음으로 중요한 원칙이 공익(Public Interest)이다. 이는 '사상의 자유시장(Marketplace of Ideas)', '지역배려(Localism)', '보편적 서비스(Universal Service)'의 원칙들을 아우르는 우산과 같은 원칙으로, 민주적 정책이론의 핵심으로 묘사되기도 한다[6]. 이에 의하면 정책입안자는 정책결정을 할 때 평가기준을 분석적 지침으로 활용할 수 있다. 즉, 상세내용분석을 통하여 정책내용과 정책효과를 평가하는 것이다. 이러한 해석 및 정책수행과정은 비민주적이라는 비판을 받을 수 있다. 하지만 정책적 맥락에서 관료들이 독립기관의 정책결정의 목적이나 본질적 이슈에 더 잘 접근할 수 있다는 점이 배려된다. 독립기관이 특정한 경제, 기술 영역에서 정책결정을 하는 것이 단순히 민주적 대표의 의견을 추종하는 것보다 고도의 전문화된 기술지식과 전문의견이 직접 반영되어 효과적일 수 있다는 것이다. 물론 이러한 방식이 외부의 의견을 무시하는 것이 아니다. 공공이익의 개념화 또는 완벽한 정책결정을 위하여 외부의 의견 및 자문도 필수적이다[7].

사상의 자유시장은 상반되는 정보원으로부터의 자유롭고 제약없는 정보를 얻을 수 있도록 해야 함을 뜻한다. 17세기의 존 밀턴(John Milton)으로부터 유래한 개념인데, 밀턴은 정부의 언론통제가 불필요하며, 자유로운 사상 및 표현의 공개를 주장하였다. 이에 반해, 진실은 객관적인 것이 아니며, 더 나아가 만약 진실이 객관적이고 발견 가능한 것이라면 다양성은 오히려 축소될 것이라는 반론도 있다[8]. 하지만 법적·정책적 의사결정의 상황에서는 객관성의 달성, 즉 입증할 수 있는 진실이 필요하기 때문에 '사상의

자유시장'은 가치가 있다고 보기도 한다[9].

지역배려는 지역 공동체의 이익을 배려해야 함을 뜻한다. 디지털 매체의 발달은 지역 공동체의 재개념화를 요구하고 있으며, 이에 따라 지역배려라는 원칙의 개념도 변모되고 있다. 즉, 이전의 지역적, 행정적 기준에서의 공동체가 이제는 공유되는 문화, 가치, 정치적 관점 등을 기준으로 하여 다시 설정되어야 한다는 것이다. 이러한 새로운 기준에서의 공동체는 그것이 지역적으로 결합되어 있는가의 여부와는 관계없이 의제, 공동이익, 공유가치에 초점을 맞춘다[10].

보편적 서비스는 커뮤니케이션 서비스가 가능한 광범위한 곳에 차별 없이 이루어질 수 있도록 해야 함을 뜻한다. 20세기초 전화망 개설과 관련하여 발생한 개념인데, 이후 정보화사회의 필수적인 원칙으로 부각되었다[11].

사상의 자유시장은 다시 다양성(Diversity)과 경쟁(Competition)의 상위 원칙으로서 자리잡는다.

다양성은 공익의 가장 핵심적이면서도 기본적인 요소이다. 이는 다시 원천의 다양성, 내용의 다양성, 노출의 다양성의 세 하위범주로 구분된다. 이 중에서 가장 중요한 것은 내용의 다양성이라 할 수 있다. 원천의 다양성 및 노출의 다양성도 근본적으로는 내용의 다양성을 담보하기 위한 것이다.

경쟁은 사상의 자유시장을 뒷받침하는 원칙이면서, 동시에 경제적인 의미로서 독과점의 배제 및 소비자 권익의 보호를 의미한다. 경쟁의 촉진을 통해서 사회적 편익의 증가를 도모하고, 기업의 진입을 방해하는 인공적인 장벽을 제거하고, 어느 한 기업이 가격을 조작하거나 경쟁자들을 제거하는 것을 예방하며, 상품의 원가와 실제 가격을 최대한 일치시킬 수 있는 환경을 만드는 것을 목적으로 한다[12].

이러한 원칙과 개념화의 모델은 주로 방송을 배경으로 하여 만들어진 것이지만, 영화, TV콘텐츠 등의 새로운 양상의 커뮤니케이션에도 동일하게 적용되고 있으며, 근래의 새로운 커뮤니케이션 양식으로 자리 잡고 있는 게임에도 같은 모델이 적용될 수 있다. 게임 역시 산업적, 문화적, 정치적인 여러 요소들이 아우러지는 커뮤니케이션이 틀림없으며, 따라서 단선적

인 정책모델이 아니라 상기의 복합적인 모델이 필요한 것이다.

하지만 게임커뮤니케이션의 특수성과 근래의 주된 논의를 감안할 때, 상기의 모델은 좀 더 게임에 맞게 특화될 필요가 있을 것이다. 가령, 지역배려 원칙에 의한 지역공동체 이익의 배려는 최근 게임과 관련하여 여러 시민단체에서 주창하고 있는 ‘청소년 보호’의 문제, 산업체 및 산업계 관련 협·단체 측에서 요구하고 있는 ‘산업진흥’, ‘업계의 경제적 권익 보장’의 문제로 연결될 수 있을 것이다. 지역배려가 반드시 지역적 연고에 의한 공동체의 이익과 가치를 배려한다는 것이 아니라 지역적인 문제와 관계없이 공유되는 가치, 문화를 기준으로 한 공동체를 배려하는 것으로 새로이 바뀌고 있음은 앞에서 살폈다. 이러한 새로운 기준에 의하면 공유되는 가치와 목적을 가지는 집단들에 대한 배려가 상기 모델의 지역배려에 해당하는 사안이 될 것이다.

사상의 자유시장은 게임콘텐츠의 완전공개로 재해석이 가능할 것이다. 시장을 거친 후 도태되거나 추방되는 것이 아니라 사전에 임의적으로 시장의 공개가 제한되는 콘텐츠가 있어서는 안 된다는 의미이다.

보편적 서비스 및 다양성, 경쟁은 별도의 재해석이 필요 없는 개념으로 판단된다. 이들은 주로 경제적 인프라, 제도와 연결되는 개념으로서 여타 커뮤니케이션과 달리 고려되어야 할 만한 두드러진 특징이 나타나지 않는다.

결국 게임커뮤니케이션은 표현의 자유라는 큰 틀 속에서 청소년 보호, 산업진흥의 문제, 콘텐츠의 완전 공개 문제 등이 적절하게 조화되어야 하는 사안으로 볼 수 있다. 재정리한 개념을 다시 도식화하면 다음과 같다.

이러한 모델 하에서 콘텐츠의 공개를 침해하는 검열은 표현의 자유 및 공익이라는 큰 원칙을 훼손하는 정책이 된다. 큰 원칙들을 지키면서 청소년 보호 및 산업진흥 등의 문제에 대해서 조화롭게 접근할 수 있는 정책이 요구된다 하겠다.

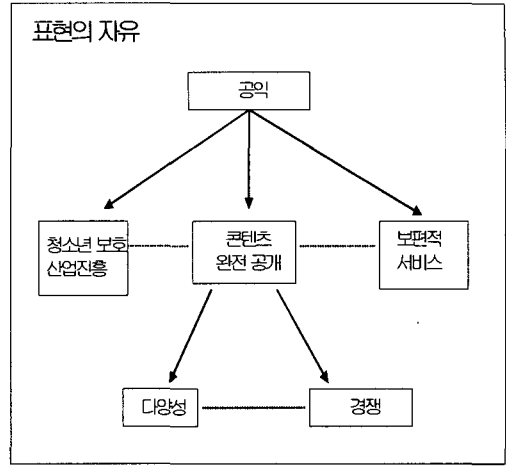


그림 3. 재구성한 커뮤니케이션 정책의 기초원칙들

IV. 세계 게임심의현황 및 국내 심의의 위상

우리나라 심의기관을 포함한 세계심의기관의 현황을 파악하며 비교하는 것을 목적으로 하는데, 논의의 편의와 정확성을 기하기 위하여 가능한 정확한 정보들이 제공되고 있는 심의기관들을 대상으로 하여 분석할 것이다. 해당 국가 및 심의기관은 다음의 표와 같다.

표 1. 분석대상 국가 및 심의기관

국가	심의기관
한국	영상물등급위원회(이하 '영등위') (KMRB, Korea Media Rating Board)
중국	신문출판총서
일본	CERO(Computer Entertainment Rating Organization)
유럽	PEGI(Pan Europe Game Indicator)
남아공	FPB(Film and Publication Board)
미국	ESRB(Entertainment Software Rating Board)
호주	OFLC(Office of Film and Literature Classification)

모델을 기준으로 할 때 비교분석할 사안은 매우 많지만, 본고에서는 표현의 자유와 콘텐츠 완전공개, 지

역배려(청소년보호, 산업진흥) 원칙에 집중하여 분석하려 한다. 이는 일단 이들 원칙들이 심의제도와 관련하여 직접적으로 연결되는 사안이기 때문이다. 여타 원칙들은 비단 심의제도의 문제만이 아니라 수출입규제, 게임인프라 등 경제적, 산업적 문제와도 연결되는 것이어서 논의가 산만해질 우려가 있으며 분석의 집중을 위하여 후속연구로 미루고자 한다.

1. 표현의 자유

우선 살펴볼 것은 각국의 심의기관이 얼마나 표현의 자유를 최상의 원칙으로서 견지하고 있는가이다. 민주주의의 전제조건인 표현의 자유는 청소년 보호나 산업진흥보다 우선적으로 배려되어야 하는 원칙이다. 물론 여기서의 표현의 자유가 절대적인 것을 의미하는 것은 아니다. 표현의 자유가 여타의 자유에 비교해서 무조건 우월적인 지위에 있다는 뜻은 아니며, 결코 절대적이며 특권적 지위가 부여된 자유는 아니다. 표현의 자유는 국가적 보호법익, 사회적 법익, 개인적 법익에 의하여 직간접적인 제한이 가해질 수 있다[13]. 하지만 표현의 자유가 구조적 틀로서 규정되며 특수한 경우에 제한이 되는 것과, 구조적 틀로서 이해되지 못하며 상시적인 제한이 가능한 것과는 커다란 차이가 있다.

표현의 자유와 관련한 입장에 대해서는 각국 심의기관이 표방하고 있는 심의의 목적 및 원칙을 통해서 확인할 수 있다. 다음의 표는 그러한 목적 및 원칙에 관하여 각 심의기관이 표방하고 있는 바를 정리한 것이다.

우선 국내 심의기관인 영등위를 보면 표현의 자유에 대한 배려가 없음을 확인할 수 있다. 궁극적으로 청소년 보호가 표방되고 있는데, 청소년 보호는 산업진흥과 동일한 차원에서 배려되어야 하는 사안임을 감안할 때 그 목적이 편향되어 있음을 확인할 수 있다. 중국은 산업진흥과 청소년 보호를 동시에 배려하는 목적을 표방하고 있는데, 역시 표현의 자유에 대한 인식이 박약하다. 오히려 사회주의라는 체제를 강조함으로써 표현의 자유를 침해할 소지가 높다.

표 2. 각국 심의기관의 목적 및 원칙

국가	심의 목적 및 원칙
한국 [14]	영상물의 공공성과 윤리성을 확보하여 국민의 문화생활의 질적 향상을 도모하는 한편, 선정성폭력성 등의 유해영상물로부터 청소년을 보호
중국 [15]	1. 청소년의 정신건강을 보호하고 사회주의 정신문명 건설을 촉진 2. 자국의 게임산업을 보호하고 육성
일본 [16]	컴퓨터엔터테인먼트 문화의 건전한 발전을 위하여, 표현의 자유를 최대한 존중하며, 사회윤리수준을 적정하게 유지하기 위해 게임소프트에 관한 사회윤리수준을 반영하여 적정성을 심사
유럽 [17]	해당제품의 연령등급에 대한 객관적이고 이해할 수 있고 신뢰할 수 있는 정보를 부모와 교육자에게 제공할 것으로 목적
남아공 [18]	청소년을 보호함과 동시에 성인들에게는 충분한 정보를 바탕으로 한 선택을 가능하도록 하여 남아공의 다양성을 최대한 존중, 영화와 간행물에 관한 한 헌법이 보장하는 권리와 자유를 감안해 적절한 균형을 유지, 유해하고 착취적인 내용으로부터 청소년을 보호.
미국 [19]	부모와 소비자들이 그들이 가족에 적절한 게임을 고를 수 있도록 지원
호주 [20]	등급분류결정은 다음의 원칙을 가능한 준수하여야 한다. 1) 성인은 자신이 원하는 바를 읽고 듣고 볼 수 있어야 한다. 2) 미성년자는 해가 되거나 혼란을 야기할 수 있는 매체로부터 보호되어야 한다. 3) 모든 이는 자신이 불쾌하다고 생각하는 매체로부터 보호되어야 한다. 4) 지역공동체의 우려사항을 고려한다.

이에 반해 여타의 국가들은 상당히 적절한 정책적 목표를 설정하고 있음을 알 수 있다. 일본은 표현의 자유 보장에 대한 직접적인 명시를 하고 있으며, 남아공과 호주는 성인의 불 권리를 보장함으로써 우회적으로 표현의 자유에 대한 배려를 나타내고 있다. 미국과 유럽의 경우는 표현의 자유 보장 차원을 넘어서 적극적인 정보제공을 목적으로 하고 있다. 모든 표현물의 공개를 전제로 한 가운데, 그에 대한 정보 제공을 통해서 적절한 이용을 도모하려는 것이다. 이들이 표현의 자유를 원칙적으로 보장하고 있음은 시장의 출시를 제한하는 등급이나 방식을 가지고 있지 않음에서 알 수 있다. 즉 표현물이 출시되는 것을 막음으로써 사회적 부작용을 방지하는 방식이 아니라 모든 표현물의 자유를 허용하면서 그에 대한 관리를 정보제공 및 교육을 통해서 도모하는 것이다.

결론적으로, 상기 분석대상 기관에서 중국과 우리나라의 경우 표현의 자유에 대한 강조를 찾아볼 수 없었으며, 다른 국가들은 직접적으로 표현의 자유를 명

사하거나 더 나아가 정보제공을 목적으로 하고 있음을 알 수 있었다.

각 심의기관이 표방한 목적 및 원칙은 단순한 문구상의 문제가 아니라, 해당기관의 심의방향을 주도하며, 하나의 사회적 담론으로서 기능한다는 점에서 커다란 의미가 있는 것이다. 또한 각국의 각 매체물 심의기관이 대부분 유사하게 운영되고 있다는 점을 감안할 때 이것은 비단 게임에만 국한된 것이 아닌 전반적인 커뮤니케이션정책의 틀을 확인할 수도 있게 해준다.

이러한 점에서 우리나라의 게임심의를 우려되는 바가 많다. 헌법적 큰 틀인 표현의 자유에 대한 배려가 보이지 않고 있는데, 이는 나아가서 창작의 자유를 침해할 소지를 만들어 산업진흥에 대한 무관심 혹은 배척을 초래하며, 일방적인 규제만을 지향할 수 있기 때문이다.

2. 콘텐츠 완전공개

표현의 자유와도 맞닿아 있는 범주이다. 표현의 자유에 대한 배려는 콘텐츠, 즉 표현물이 제한 없이 시장에 풀릴 수 없도록 할 것이기 때문이다. 이에 대해서는 각 기관이 어떤 등급범주를 가지고 있는가를 통해서 확인할 수 있다. 즉, 불합격이나 이용불가와 같이 시장에의 출시를 원칙적으로 봉쇄할 수 있는 제도가 있는가를 확인하려는 것이다.

표 3. 각국 심의기관 등급의 범주

국가	등급의 범주
한국	전체, 12세, 15세, 18세, 등급보류, 이용불가
중국	허가, 금지
일본	전체, 12세, 15세, 18세
유럽	3세, 7세, 12세, 16세, 18세
남아공	A(전체), 13세, 16세, 18세
미국	3세, 6세, 10세, 13세, 17세(M), 18세(AOL)
호주	전체, 8세, 15세, 15세(법적제한 있음), 출시금지(RC)

심의제도상에서 출시금지가 가능하도록 하고 있는 곳은 한국, 중국, 호주이다. 여타의 국가에서는 심의시에 미리 출시를 금지할 수 있도록 하는 제도가 없

다. 물론 이들 국가라고 하여 모든 표현물이 완전히 자유로이 유통될 수 있는 것은 아니다. 현격한 포르노나 반국가적 표현물에 대해서는 제한 조치가 있는데, 그것은 심의과정을 통해서 거르는 것이 아니라 사후적으로 형법이나 기타 관련법, 관련기관을 통하여 이루어진다. 구조적 틀로서의 표현의 자유를 최대한 유지하면서 특수한 경우에 제한 조치를 찾는 것으로서, 미리 심의과정상에서 필터링을 통하여 제한을 하는 것과는 커다란 차이가 있다.

모델에서 중심부를 차지하고 있는 콘텐츠의 완전공개가 이루어지지 않으면 그 주변이나 하위의 원칙들이 정상적으로 작동하기 어렵다. 특히 창작의 자유에 대한 제한으로 이어져서 하위의 다양성이나 경쟁의 원칙은 크게 훼손될 우려가 높다.

3. 청소년 보호 및 산업진흥

모델에서 본 바와 같이 청소년 보호와 산업진흥은 동일한 차원에서 균형있게 배려되어야 한다. 각 심의기관이 이들을 어떻게 조화시키고 있는지에 대해서 정량적으로 판단하기는 어려우며, 심의위원의 구성, 심의기관의 설립 배경 등을 통해서 간접적으로 분석을 하려 한다. 이는 얼마나 산업계와 청소년계의 주장이 적절히 반영될 수 있는가를 보고자 하는 것이다.

표 4. 각국 심의기관의 기관 성격 및 심의결정참여자

국가	기관성격	심의결정 참여자
한국	민·관 성격혼재	문화예술·영상물·청소년·법률·교육 및 언론 분야와 비영리 단체 등에서 종사하고 전문성과 경험이 있는 자
중국	국가기관	정부 관료
일본	산업자율 단체	20세가 넘어야 하며, 게임을 하는 자제가 있는 사람, 주부, 학생, 교원면허가 있는 사람, 50-60대 연령인 사람. 게임업체종사자는 심사원이 될 수 없다.
유럽	산업자율 단체	부모·소비자단체/아동심리전문가/언론전문가/유럽의 미성년자 보호법과 관련한 법률전문가/학자/집행위원회의 대표위원/ISFE 및 ISFE 관리자 대표
남아공	국가기관	일반 시민이 추천
미국	산업자율 단체	일반 시민
호주	국가기관	지역사회평가위원회, 총독이 위촉(재심위원)

대부분의 심의기관은 심의위원회에 산업계 종사자를 배제하고 있다. ESRB는 독립적인 등급요원에 의하여 등급을 결정하는데, 이들은 일반 시민들로 구성된다. 일본의 CERO도 ESRB와 유사한 제도를 운영한다 [21]. 학부모를 중심으로 하는 일반 시민들에 의해서 심의위원회가 구성되는 셈이므로 아무래도 산업진흥, 업계이익보호보다는 청소년 보호의 관점에서 보수적인 등급을 매기기 쉽다. 하지만 이러한 난점을 보장하는 주요한 요인이 있는데, 바로 이들 기관의 성격 및 설립배경이다. ESRB나 CERO는 모두 업계의 이익을 보호하기 위하여 업체들이 자발적으로 모여 형성한 단체이다. 게임의 사회적 부작용에 대해 스스로 자정을 하기 위하여 등급분류를 하고 있는 것으로서 오히려 산업진흥·업계이익보호에 편향될 소지가 많은 기관인 것이다. 따라서 오히려 심의위원회로는 청소년 보호에 관심이 많은 인사들을 배치하는 것이 균형을 잡은 방안일 수 있다. 이러한 측면에서 보면 이들 기관의 심의위원 구성은 청소년 보호에 편향된 것이 아니라 산업진흥과 적절한 균형을 도모한 것이라 볼 수 있다.

PEGI에는 부모·시민단체원 이외에도 심의위원으로 ISFE관계자가 들어간다. ISFE는 유럽 인터랙티브 소프트웨어 연합(Interactive Software Federation of Europe)으로서 PEGI를 설립한 산업계의 단체이다. 이들 대표와 부모·소비자 단체가 같이 자문위원으로 들어간 것은 청소년 보호와 산업진흥에 대하여 같이 안배하고 있음을 보여준다.

이에 반해 여타의 심의기관들은 청소년보호에의 편향성들이 나타난다. 이들은 별도의 업체의견을 수용하는 장치가 마련되지 않은 채, 심의결정에 업체종사자가 관계되는 경우가 없기 때문이다. 여론에 민감한 관료나 청소년보호에 훨씬 더 많은 관심을 가지는 학부모·시민단체 구성원들로서만 심의가 결정되면 아무래도 청소년보호에 편향되기 쉬울 것이다.

영등위는 업체종사자가 배제되어 있기 때문에 위원 구성상에서 산업계의견이 반영되기 어렵다. ESRB·CERO의 심의위원회에도 업체종사자는 배제되어 있지만, 이들과 영등위와는 그 기관의 성격이 매우 틀리

다. 영등위는 업계가 자율적으로 모여서 구성된 단체가 아니다. 이전의 검열기관인 공연윤리위원회의 후신으로서 검열적 요소를 많이 완화시킨 했지만 여전히 국가기관으로서의 성격을 지니고 있다. 이 때문에 ESRB·CERO가 그 기관의 성격자체가 이미 산업계의 의견을 반영하는 조건을 지녔던 것과는 달리 업계의 의견이 반영될 창구가 전무한 상태가 되고 있는 것이다.

이러한 정황은 FPB, OFLC도 유사하다. 이들 기관도 자율적 민간단체가 아닌 국가단체로서의 성격을 지니며 심의결정과정에 업체종사자의 목소리가 반영될 직접적인 창구가 보이지 않는다. 중국의 경우는 더욱 심각할 것이다. 정부산하단체가 아니라 정부가 직접 게임을 관장하고 있고, 관료적, 행정편의주의적 심의가 이루어질 가능성이 많다. 이러한 속에서 구체적인 업계의 의견이 반영되기 쉽지 않을 것이다.

V. 결론

게임 역시 커뮤니케이션으로서 표현의 자유라는 헌법적 기본권에 의하여 보장되어야 한다. 물론, 일정한 조건 하에서 그러한 자유에 일정한 제한을 가할 수도 있는데, 그렇다 하더라도 표현의 자유라는 구조적 틀은 엄격하게 전제되어야 한다. 표현의 자유는 민주주의의 가장 근본적이며 직접적인 요소이기 때문에 청소년보호나 산업진흥과 같은 또 다른 중요한 요소들보다도 우선적으로 배려되어야 하는 것이다. 이 표현의 자유가 엄격한 원칙으로서 존중된다면 사상의 자유시장(콘텐츠의 완전공개) 원칙 또한 쉽게 지켜질 수 있을 것이다.

표현의 자유가 전제되는 아래서 청소년 보호 혹은 건전문화조성과 같은 문화적 요소와 산업진흥 혹은 업계이익 보호와 같은 경제적 요소는 동일한 차원에서 균형이 꾀해져야 한다. 이 둘은 지역공동체 배려라는 커뮤니케이션 정책모델의 한 원칙에 속하는 것으로서, 서로 배타적인 개념이라기보다는 상호보완하는 개념이다.

이러한 측면에서 본고에서는 거시적 커뮤니케이션 정책이론의 틀에서 세계 게임심의기관의 특성을 비교하여 보았다. 구체적으로는 표현의 자유, 콘텐츠 완전 공개, 청소년보호·산업진흥의 조화라는 차원에서 살펴보았는데, 미국, 일본, 유럽의 심의제도가 우리나라를 포함한 여타 국가에 비하여 커뮤니케이션 정책이라는 틀속에서 기본원칙들을 보다 충실히 지키고 있음을 알 수 있었다. 이에 반해 전체주의 국가라고 할 수 있는 중국의 제도는 가장 그러한 기본원칙들과 괴리가 있었다.

비교적 정확한 자료를 입수할 수 있었던 세계게임심의기관을 비교분석해 보았는데, 이른바 선진국이라는 국가의 심의형태가 역시 더 커뮤니케이션 정책모델에 충실함을 살필 수 있었다.

이에 반해 우리나라를 비롯한 몇 국가의 심의제도에서는 다소의 문제점들을 확인할 수 있었다. 특히 우리나라는 아직도 표현의 자유에 대한 기본권으로서의 존중이 박약함이 큰 문제로서 보인다. 이 때문에 등급보류와 같은 콘텐츠의 완전공개를 막는 제도가 여전히 존속하고 있으며, 청소년 보호라는 담론에 지나치게 경도되어 산업발전과의 균형을 도모하지 못하고 있었다.

이러한 문제점은 비단 게임심의에 국한된 것이 아니다. 전반적인 커뮤니케이션 정책의 틀이 선진적이지 못하기 때문에 발생하는 문제로서, 여타 매체물의 심의도 비슷한 문제점을 보여주고 있다. 한 국가의 전체적인 심의정책, 커뮤니케이션정책을 대표하여 보여주고 있는 셈이라 할 것이다.

우리나라의 지금까지의 심의정책이 거시적인 커뮤니케이션 정책틀에 대해 간과하지 않았으나 점검해볼 필요가 있을 것이다. 지역적인 사회문제, 여론, 이슈에 묶여 큰 틀에서의 원칙을 생각 못했던 부분이 없는가 되돌아 봐야 할 것이다. 최근 게임심의와 관련하여 새로운 법제도적 정비를 도모하고 있는 추세이다. 거시적이며 장기적인 원칙 속에서 선진적인 정비를 도모해야 할 것이다.

참고 문헌

- [1] W. J. Severin and J. W. Tankard, Jr., *Communication Theories : Origins, Method, Use*, Hastings House, 1979.
- [2] 랜달피 해리슨, 하중원 역, *만화와 커뮤니케이션*, 이론과 실천, pp.33-34, 1989.
- [3] G. 조엘, J. 린튼, 김훈순 역, *영화커뮤니케이션*, 나남, p.24, 1994.
- [4] C. R. Wright, *Mass Communication : A Sociological Perspective*. Random House, p.15, 1959.
- [5] P. M. Napoli, *Foundations of Communications Policy*, Fordham University, 2001.
- [6] G. Schubert, *The Public Interest : A Critique of the theory of a political concept*, The Free Press, p.7, 1960.
- [7] S. K. Bailey, *Nomos V : The Public Interest*. Atherton Press, p.97, 1962.
- [8] C. E. Baker, "Scope of the First Amendment freedom of speech," *UCLA Law Review*, Vol.25, No.5, 1978.
- [9] B. S. Duval, Jr. "Free competition of ideas and the quest for truth : Toward a teleological approach to First Amendment adjudication," *George Washington Law Review*, Vol.41, No.2, 1972.
- [10] T. A. McCain and G. F. Lowe, "Localism in Western European radio broadcasting : Untangling the wireless," *Journal of Communication*, Vol.40, No.1, 1990.
- [11] A. Berendt, "Universal Service : What is it? and how?," *Intermedia*, Vol.23, No.2, 1995.
- [12] M. S. Fowler and D. L. Brenner, "A marketplace approach to broadcast regulation," *Texas Law Review*, Vol.60, 1982.
- [13] 김택환, *영상커뮤니케이션의 자유와 윤리 : 영상(film)통제 및 심의제도에 관한 연구*, 커뮤니케이

선복스, pp.37-50, 1998.

[14] <http://www.kmr.or.kr>

[15] 한국게임산업개발원, 2005 대한민국 게임백서, 2005.

[16] <http://www.cero.gr.jp>

[17] <http://www.pegi.info>

[18] <http://www.fpb.gov.za>

[19] <http://www.esrb.org>

[20] <http://www.oflc.gov.au>

[21] CESA, 家庭用ゲームソフトのレーティングシステムの在り方に関する検証, 2003.

저자 소개

김 찬 수(Chan-Soo Kim)

정회원



• 1982년 2월 : 한양대학교 정밀기계공학과(공학학사)

• 1990년 12월 : Louisiana State University Mech. Eng.(공학석사)

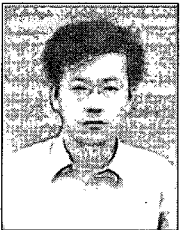
• 1993년 8월 : Louisiana State University Mech. Eng.(공학박사)

• 1995년 3월 ~ 현재 : 호남대학교 게임애니메이션학과 부교수

<관심분야> : 게임콘텐츠

박 태 순(Tae-Soon Park)

정회원



• 1989년 2월 : 연세대학교 경영학과(경영학사)

• 2003년 2월 : 연세대학교 영상대학원 멀티미디어저널리즘 전공(영상학석사)

• 2003년 9월 ~ 현재 : 연세대학교 영상대학원 영상커뮤니케이션전공 박사과정

• 2005년 3월 ~ 현재 : 호남대학교 게임애니메이션학과 전임강사

<관심분야> : 게임콘텐츠