



런던올림픽 주관방송사 SBS 2012 런던올림픽 방송단 발대식



SBS가 '최고의 해설위원 최강의 중계방송'을 모토로 꾸린 초호화 런던올림픽 중계단을 처음 외부에 공개했다. 지난 7월 11일(수) 오후 3시 목동사옥 13층 SBS홀에서 '2012 런던올림픽 방송단' 발대식을 갖고 해설자 위촉장 수여식과 결단식을 통해 런던 출전을 앞둔 마지막 각오를 다졌다. 또 발대식 이후 진행된 기자회견에는 캐스터와 해설위원 포토타임과 해설위원의 질의, 응답 시간을 가졌다.

이날 행사에는 차범근(축구), 노민상(수영), 장재근(육상), 박종훈(체조), 조종형(펜싱), 이한경(역도), 이종현

(사격), 정국현(태권도), 박신흠(하키), 송희(리듬체조), 박문성(축구), 박장순(테슬링), 이종경(배구) 등 13명의 해설위원과 배기완, 김정일, 손범규, 이현경, 박찬민, 김일중, 배성재, 김환, 윤성호, 박은경, 박선영 등 11명의 캐스터와 MC 등이 참석해 자리를 빛냈다.

런던올림픽 방송단장인 이철호 SBS ESPN 사장은 "우리의 차별화는 최고의 해설위원들을 모셨다는 점과 스토리와 감동을 담은 프로그램을 만날 수 있다는 것"이라며 "시청자 여러분의 구미에 맞는 캐스터를 만날 수 있을 것"이라고 전했다.

캐스터를 대표해 배기완 아나운서는 "올림픽 중계에도 변천이 있다. 애국심을 내세우는 해설이나 '막말해설'에서 요즘에는 클래식으로 돌아간 것 같다"며 "눈을 감고도 감동을 느낄 수 있게 전달하겠다"고 말했다.

성화 봉송을 하게 된 차범근 축구 해설위원은

이날 기자회견에서 올림픽 성화봉을 들고 "성화 봉송을 하게 돼 영광스럽다. 축제의 한마당에 참여할 수 있어 기쁘다"고 벅찬 소감을 밝혔다. SBS 런던올림픽 방송단은 한국 주관 방송사에 할당된 봉송주자 한 명에 차범근을 선정했고, 차 위원은 오는 7월 20일(금) 영국 그레이브젠드에서 진행되는 성화 봉송 릴레이에 참가한다. 한편, 이날 성화봉은 6월 23일(토) 영국 맨체스터에서 성화 봉송 한국주자로 나섰던 강지원 씨가 직접 들고 입장해 차 위원에게 전달한 것이다. 깜짝 이벤트로 진행된 '성화봉 전달식'은 현장 반응을 뜨겁게 만들었다.



해설위원들과 캐스터들은 7월 초 순차적으로 런던으로 떠나 중계방송을 준비할 예정이다.

SBS 올림픽 방송단은 오는 7월 27일(금) 영국 런던 올림픽 메인 스타디움에서 개최되는 '2012 런던올림픽 개막식' 생중계를 시작으로 8월 12일(일)까지 올림픽 현장의 열기를 전할 예정이다.

'2012 SBS 런던올림픽 프로그램 설명회' 개최



지난 7월 5일(목) 오전 11시 반부터 두 시간 동안 종로구 하림각에서 SBS와 미디어크리에이트는 광고주와 광고회사 관계자들 300여

명을 초청해 '2012 SBS 런던올림픽 프로그램 설명회'를 가졌다.

차범근 축구 해설위원과 노민상 수영 해설위원 등이 참여한 자리에서는 김진원 SBS 런던올림픽 총괄기획단장의 인사말에 이어 각 실무자들의 SBS 올림픽 중계의 차별화 전략에 대한 소개와 더불어 해설위원들의 필수 다짐이 이어졌다. 그리고 올림픽 판매 아이디어에 대한 시상식과 올림픽 광고판매에 대한 안내도 차례로 공개됐다. 행사의 막바지에 이르러 차범근 위원이 자신의 사인이 담긴 싸인볼을 추첨을 통해 참석자들에게 선물하자 실내가 술렁이기 시작했고, 특히 이번 런던올림픽에서 7월 20일 성화 봉송을 하게 될 차 위원을 위해 깜짝쇼로 마련된 실제 성화봉이 행사장에 등장하자 분위기는 최고조에 달했다.



이날 참석했던 한 광고관계자는 "이번 올림픽 광고판매에 대한 SBS와 미디어크리에이트의 꼼꼼한 준비와 설명이 참석자들의 공감을 불러일으켰다"며 "특히 실제 성화봉까지 센스 있게 공개하면서 더 큰 환호를 받은 것 같다"며 호평을 보냈다. 한편, 행사를 준비한 SBS와 미디어크리에이트 또한 "이번 올림픽 프로그램 설명회가 성공적으로 진행된 만큼, 중계와 해설 또한 최고의 기량을 선보일 것"이라고 자신했다.



'20~49 시청률' 품은 SBS 드라마 광고 완판

유령

이유 있는 광고 완판!

오피니언 리더 계층의 높은 지지·화제성



본격 장르드라마 <유령>의 광고가 완판 행진을 이어가고 있다. 보통 수사물 같은 장르드라마는 매니아적 속성으로 대중의 사랑을 받긴 힘들지만 <유령>은 첫 방송 이후 지금까지 광고가 100% 완판됐다. 심지어는 주말 재방송까지도 완판되는 기염을 토하고 있는 것.

<유령>의 광고 완판 비결은 뭘까?

첫 번째는 20~49 시청률에 있다. <유령>은 소위 '오피니언 리더'로 불리는 20~40대 시청률이 유난히 높다. SBS 프로그램 중에는 <신사의 품격> 뒤를 잇고 있다. 20~40대는 여론 주도층일 뿐만 아니라, 가처분 소득과 구매력 역시 가장 높은 연령대이다. 광고주들에게는 핵심공략 대상으로 <유령>을 선택할 수밖에 없는 것이다.

두 번째는 '현실 사회의 반영'이다. <유령>은 큰 반향을 몰고 왔던 실제 사건을 드라마 상에 적극 차용, 드라마와 현실의 경계를 넘나들며 시청자들이 '개연성 있는' 사건의 경로를 받아들이게 했다. 실제로 전력회사 해킹 에피소드가 방송됐을 땐, 정부 기관에서 그런 해킹이 불가능하다며 대국민 홍보를 할 정도로 그 파급력이 대단했다.

세 번째는 높은 완성도와 충격 반전 등 '큰 화제성'이다. <유령>은 2회에서 김우현(소지섭)이 폭발사고로 숨겨 거대한 충격을 안겼다. 극 초반 주연배우가 사랑하는 초유의 전개로 반전은 <유령>을 만들어가는 하나의 코드가 되었다.

이러한 요인들이 광고주들을 <유령>으로 끌어들이고 대기 수요 역시 상당하다는 분석이다. <유령> 관계자는 "이제 반환점을 돈 명품 수사 드라마 <유령>이 보여줄 충격은 아직 많이 남았다. 선악 대결 또한 본격화 될 것"이란 말로 기대감을 높였다.



신사의 품격

광고계 뜨거운 반응

2010 '시가알이' 이어 2012 '신품알이' 이어간다



김은숙 작가·신우철 감독 콤비가 2010년 겨울 <시크릿 가든>으로 전국을 '주원 알이'에 빠뜨리더니 이제는 <신사의 품격> '도진알이'에 빠뜨리고 있다.

<신사의 품격>은 지난 7월 8일(일) 방송된 14회가 22.8%(TNmS 전국)의 시청률을 기록, 2주 연속 동시간대 시청률 1위를 차지했다. 전체 시청률뿐만 아니라 '20~49 시청률'에서도 SBS 프로그램 중 가장 높은 수치를 기록하고 있다.

여성 시청자들에게 달달한 로맨스를, 남성 시청자들에게 성공한 40대 남성의 판타지를 불어넣은 결과 광고계의 러브콜이 폭주하고 있는 것이다. 특히 구매력이 있는 40대 남녀 시청자에게 크게 어필해 광고주들에게 주목받고 있다.

이런 광고주들의 반응은 지난 7월 5일(목) 개최된 '2012 SBS 런던올림픽 프로그램 설명회'에서도 여실히 느낄 수 있었다. 300여 명의 광고 관계자들이 모인 이날 행사에는 <신사의 품격> 6월 30일(토) 11회 방송분이 공개돼 광고 관계자들의 큰 환호를 받았다. 드라마는 <마지막 승부>를 방불케 하는 장동건의 슛 장면부터 시선을 집중시키기 시작했다. 그리고 장동건과 김하늘의 러브라인 장면부터 4인방의 스토리가 본격적으로 진행되자 곳곳에서 웃음소리와 탄성도 흐르면서 광고관계자들 사이에서도 대세임을 입증했다.

한편, 드라마 소품으로 등장한 PPL 상품들도 소비자들의 시선을 붙잡았다. 극 중 장동건이 걸친 의상과 신발, 시계, 옷핀은 물론 장동건이 마시고 먹는 음료, 비타민, 디저트 등에 대한 비정상 관심의 쏠리며 문의 전화도 빗발쳐 '장동건 효과'를 입증했다.



<다섯손가락>, 신사의 품격 인기 이어간다

주지훈·채시라·지창욱·함은정 주연 확정



<신사의 품격> 후속으로 오는 8월 방송예정인 특별 기획 <다섯손가락>이 첫 대본 리딩을 화기에애한 분위기로 마쳤다.

지난 7월 3일(화) 일산 제작센터에서 있었던 리딩 현장에는 주연배우인 주지훈, 채시라, 지창욱, 함은정을 비롯해 전미선, 조민기, 나문희, 차화연 등 명품 조연들도 참석했다.

<마왕> 이후 오랜만에 안방극장으로 복귀하는 주지훈은 극 중 캐릭터를 위해 일주일 만에 6kg을 감량하는 등 비운의 가정사를 가진 천재 피아니스트로 완벽 변신을 꾀하고 있다.

<인수대비>, <드림하이> 등 현대극과 사극을 넘나들며 연기 영역을 넓혀가고 있는 함은정은 드라마

첫 주연 신고식인 만큼 "누가 되지 않도록 열심히 하겠다"며 대선배들과 함께하는 소감을 전했다.

이날 채시라는 리딩임에도 실제 촬영 현장을 방불케 하는 연기로 좌중을 압도했으며, 첫 악역연기에 도전하는 지창욱은 다른 배우들보다 먼저 도착해 대본 연습을 하고 아역 연기자들의 대사도 맞춰주는 다정한 면모를 보였다.

<다섯손가락>은 천재 피아니스트들의 사랑과 악기를 만드는 그룹의 후계자를 놓고 벌이는 멜로 음악 드라마다.

<아내의 유혹>, <천사의 유혹> 등을 집필한 김순옥 작가와 <장미의 인생>, <무사 백동수> 등을 연출한 최영훈 감독이 맡았다.

2시탈출 걸투쇼 야심찬 Song 프로젝트!!!

<원더플라디오-너에게보내는노래>



파워FM (두시탈출 걸투쇼)에서 그룹 '신치림 (윤종신, 조정치, 하림)'과 함께 특별한 노래를 제작했다. 이는 걸투쇼에서 진행하고 있는 특집 프로젝트로 매주 화요일마다 청취자들이 보내준 가사에 정상급 작곡가의 곡을 바탕으로 걸투가 직접 노래를 부르고 있다. 또한 탄생된 곡의 수익금은 전액 기부하기로 한 훈훈한 장기 프로젝트다.

이번 곡은 두 번째 프로젝트로 지난 4월 17일부터 5월 15일까지 진행됐으며, 청취자 이수우 씨가 보내준 사연으로 제작됐다.

'년 할 수 있어'란 제목으로 이 시대를 살아가는 모든 사람들에게 희망을 전하는 내용이다.

작곡가 김형석 씨와 가수 나윤권 씨가 만든 '물랐었어, 헐 ㅠㅠ'이란 곡에 이어 진행된 이번 프로젝트는 인기 작곡가 '신사동 호랭이'와 함께 세 번째 프로젝트로 이어지고 있다.

SBS 스페셜

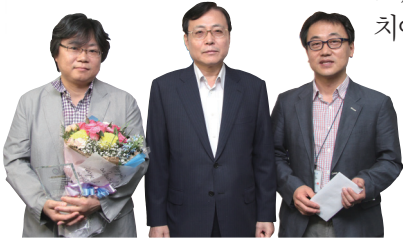
‘영원한 치어리더 사노아미의 노래’

SBS, ‘이달의 좋은 프로그램상’ 연속 5회 수상

〈SBS스페셜〉 ‘영원한 치어리더 사노아미의 노래’ 편이 방송통신심의 위원회에서 시상하는 ‘이달의 좋은 프로그램상’ 을 수상했다.

장애인의 날 특집으로 제작돼 지난 4월 22일 방송된 ‘영원한 치어리더 사노아미의 노래’ 는 선천성 사지 무형성 장애를 갖고 태어난 사노아미(22, 일본)가 손발 없는 장애를 극복하고 치어리더 활동을 하는가 하면 가수로서의 꿈을 키워나가는 과정을 담아 많은 감동을 주었다.

이번 수상으로 SBS는 〈SBS스페셜〉 2부작 ‘기적의 하모니’ 와 신년 특집 3부작 ‘만사소통’, 〈지식나눔콘서트 인〉, 〈힐링캠프 기쁘지 아니한가-차인포 편〉에 이어 방송통신심의위원회 ‘이달의 좋은 프로그램상’ 을 연속 5회 수상하는 기록을 세웠다.



핑크드라이버로 사랑을 전해요



SBS골프가 2012 마스터스 챔피언 버바왓슨의 ‘핑크 드라이버’ 로 사랑을 전하는 ‘핑크 드림 캠페인’ 을 펼친다.

‘핑크 드라이버’ 는 장타자 버바왓슨의 용품 후원업체인 핑골프에서 특별 제작한 드라이버로, 버바왓슨이 300야드가 넘는 샷을 날릴 때마다 핑에서 300달러씩 최대 300번까지 암 환자를 돕는 자선단체에 기부되고 있다. 특히 버바왓슨이 마스터스에서 우승하면서 골프팬들에게 뜨거운 관심을 받은 ‘핑크 드라이버’ 는 전 세계 5천 개 한정판으로 출시됐다.

국내에는 핑골프의 공식 수입업체에서 단 100개만을 수입해 SBS골프와 손을 잡고 사회공헌 프로젝트의 일환인 ‘핑크드림 캠페인’ 을 개최하게 됐다.

이번 캠페인은 7월 13일(금)부터 SBS골프 쇼핑몰(<http://shop.golf.sbs.co.kr>)을 통해 ‘핑크 드라이버’ 100개가 독점판매 되고, 판매수익금 전액은 소아암·희귀병으로 고생하는 아이들을 위해 쓰일 예정이다.

한편, SBS골프는 SBS미디어그룹의 대표적인 사회공헌 프로그램 〈희망TV〉와 함께하는 골프 꿈나무 후원 ‘스크린 골프장비 기증식’ 과 한국골프장경영협회와 함께하는 ‘사랑의 골프공’ 캠페인 등 상반기에 2차례 사회공헌 활동을 펼친 바 있다.

‘무언가족’ 2관왕

147회 ‘이달의PD상’ · ‘2012 상반기 작품상’

〈SBS 스페셜〉 ‘2012 대기희 무언가족’ 이 지난 6월 29일(금)과 7월 2일(월) 각각 ‘이달의 PD상’ 과 ‘2012 상반기 작품상’ 을 수상했다.

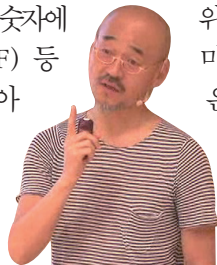
지난 5월 6일과 13일 2부작으로 방송된 ‘무언가족’ 은 가족의 붕괴가 가져오는 개인의 위기, 또 이 사이 악순환의 심각성을 여섯의 출연 가족을 통해 사실적으로 보여주며, 현대 가족이 처한 문제의 원인과 해결책에 대해 모색했다. ‘무언가족’ 은 ‘소통 부재’ 에 대한 적절한 화두의 제시와 자신의 가정을 한번쯤 돌아볼 수 있는 계기를 주었다는 점에서 높은 점수를 받았다.



제9회 ‘G포럼’ 박웅현 크리에이티브 디렉터 ‘창의력과 소통의 기술’ 강의



‘진심이 짓는다’ (대림 e편한세상), ‘사람을 향합니다’, ‘생각이 에너지다’ (SK), ‘잘자 내 꿈꿔, 나이는 숫자에 불과하다’ (KTF) 등 수많은 히트 광고의 주인공인 TBWA코리아 박웅현 ECD(크리에이티브 디렉터)가 ‘G포럼’에 초청됐다. 지난 7월 4일(수) 오전 8시 목동사옥 13층 SBS홀에서 개최된 제9회 ‘G포럼’



에서 박웅현 ECD는 ‘창의력과 소통의 기술’이라는 주제로 한 시간 반 동안 강의를 진행했다. 이날 강연에서 박웅현 ECD는 창의력을 위해 우리의 일상부터 제대로 바라볼 수 있어야 한다고 말하며, 제대로 바라보기 위한 훈련과 인문학적 소양의 중요성을 강조했다. 미디어홀딩스에서 주관하는 경영강좌인 ‘G포럼’은 그룹 전 계열사의 임원 및 보직자를 대상으로 실시되며 목동사옥 사내 TV(채널 10번)로 시청할 수 있다. 강연 내용은 ERP에서 동영상으로 볼 수 있다.

서암학술장학재단 2012년도 고교 및 대학장학생 지원증서전달식

서암학술장학재단(이사장 윤세영 SBS미디어그룹 명예회장)은 7월 9일(월) 오후 3시 목동사옥 13층 SBS홀에서 2012년도 고교 및 대학장학생 지원증서전달식을 열고 서울대학교 건설환경공학부 1학년 박태현 학생 등 대학생 4명과 경기고등학교 1학년 손현국 학생 등 전국에서 선발된 고등학생 총 44명에게 지원증서를

전달했다. 고교장학생으로 선정된 학생들에게는 입학 시부터 졸업 시까지 등록금 전액을 지원하며, 대학장학생들의 경우 인성, 지성, 덕성을 겸비한 미래인재로 자라날 수 있도록 등록금 전액뿐 아니라 교양강좌와 봉사 활동을 실시할 계획이다.

2012년도 상반기 작품상, 특별상, 창안상

2012년도 상반기 작품상

부문	프로그램	연출자	선정여부
예능	서바이벌오디션 K팝스타	박성훈	최우수상
드라마	샬러맨 초한지	최문석	우수상
예능	힐링캠프 기쁘지 아니한가	백승일	우수상
교양	SBS스페셜 - 무언가족	강병석	우수상
보도	제9대 국회의원선거 개표방송	김강석	우수상
외주	지식나눔콘서트 아이러브[시]	박재연	우수상
라디오	봄의 영스트리트	허금옥	우수상

2012년도 상반기 특별상

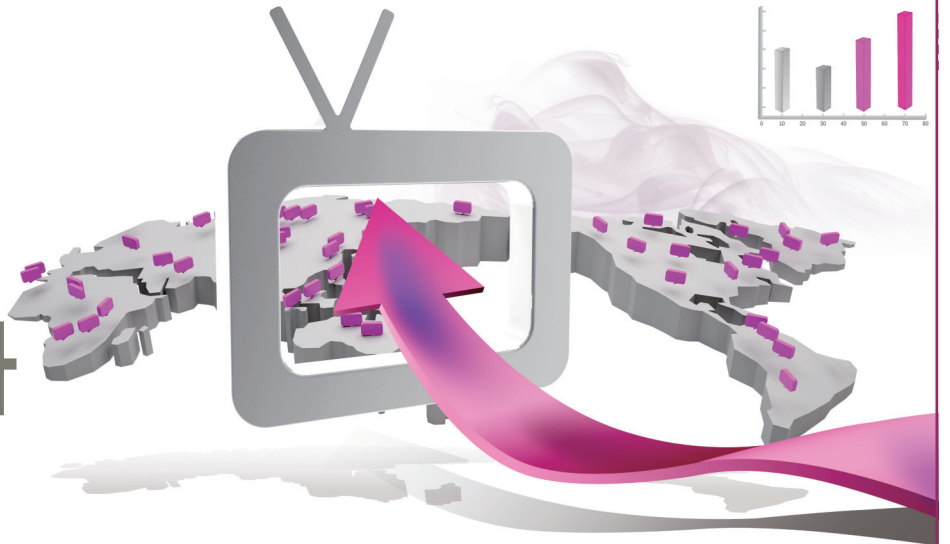
부문	프로그램	성명	업무
드라마	옥탑방 왕세자	이희명	작가
교양	금강한이야기 Y	이영훈 외 5명	외주PD
예능	서바이벌오디션 K팝스타	윤도현	진행자
예능	힐링캠프 기쁘지 아니한가	한혜진	진행자
라디오	두시탈출 컬투쇼	김주리	작가
아나운서	출발 모닝와이드	최기환	아나운서

2012년도 상반기 창안상

소속	성명	직급
제작본부 제작운영팀	최애라	차장
방송지원본부 노사협력팀	김정목	사원
방송지원본부 뉴미디어개발팀	유성	사원

재미있는 미디어마케팅 이야기 8

포맷(format) 알아야 국제적 트렌드 잡는다



포맷 유통의 시대

얼마 전 tvN에서 방영하는 <SNL 코리아 2> (Saturday Night Live)를 우연히 보게 되었다. 게스트로 출연한 신동엽이 SBS 프로그램 <쌍을> 패러디하는 내용이었는데, 내가 놀랐던 부분은 그 프로그램이 꽤나 “괜찮다”는 것이다.



케이블 채널에서 하는 프로그램이 재미있을 수 있다는 게 놀랄 일은 아니지만, 그럼에도 불구하고 이것을 보면서 여러 가지 감정이 교차한 데는 이유가 있다. 필자가 몇 해 전 SBS 편성기획팀에 있을 때도 SNL에 대한 이야기를 하면서 우리 방송에서도 이런 프로그램을 시도해보면 어떨까 의견을 주고받은 적이 있기 때문이다. 당시 대부분의 반응은 당연히 “우리 정서와 맞지 않는다”, “우리 제작 실정에서는 불가능하다”는 것이었고, 자연스레 기획 개발 아이디어에서 사라져버린 기억이 있다. 그런데, 우리가 이렇게 평가했던 프로그램을 tvN에서 이미 2시즌째 방송을 하고 있고, 이제는 자리를 잡아서 깜짝 놀랄 만큼 재미있는 프로그램이 되어가고 있는 것이다.

최근 게스트만 보더라도 신동엽, 박진영, 조여정, 바다, 티아라 등 웬만한 프로그램에서 섭외하기 힘든 대형 스타들이 출연하여, 케이블 수준을 뛰어넘는 코미디 프로그램으로 성장하고 있는 듯 보인다. 그럼, tvN에서 이것을 성공시킨 힘은 무엇일까? 물론 tvN의 제작 역량도 성장했겠지만, 아마도 이 힘은 SNL의 포맷(format)에서 나오는 것이라 생각된다. 잘 알려져 있다시피, SNL은 미국 NBC에서 1975년부터 방송을 해온 대표적인 코미디 프로그램이고, tvN은 정식 계약을 통해 SNL의 포맷 라이선스를 계약하여 제작하고 있다.

포맷 (format)이란?

포맷이란 용어가 이미 방송가에서는 일상적으로 사용되고 있지만, 사실 법적인 면에서 그 개념은 여전히 모호하며 유동적이다. 원래 포맷이란 출판업계에서 책의 규격을 의미하는 용어로 사용되던 것이 라디오 방송용 용어로 차용되면서 프로그램이 여러 에피소드 속에서 변하지 않고 지켜지는 프로그램의 본질적 요소를

지칭하는 용어로 사용하고 있다. 하지만, TV 프로그램들의 장르적 특성에 따라서, 또 그 밖의 여러 특성에 따라서 헤아릴 수 없이 다양하다는 점을 감안하면 이러한 포맷의 정의는 쉽게 큰 유용성을 갖는다고 보기 어렵다.

그럼에도 불구하고, 90년대 후반부터 TV 프로그램 포맷의 유통은 전 세계적으로 활발히 진행되고 있다. 법적인 정의의 모호함과 상관 없이, 마케팅의 필요에 의해서 TV 프로그램 포맷이 하나의 상품으로 인정되고 거래가 이루어지는 것이다. 그 이전에도 영국과 미국은 프로그램 아이디어에 대한 교류가 빈번하게 이루어져 왔고, 우리 방송도 오래 전부터 일본 방송에서 많은 아이디어를 차용해 왔으나, 그것이 하나의 상품으로 인정받고 정식 계약을 통해 거래가 되기 시작한 것은 비교적 최근의 일이다.

지난 10여 년간의 자료를 보면, 포맷의 국제적 유통은 매우 빠르게 성장하고 있다. 2002년부터 2004년 동안 포맷 유통의 총 비용은 64억 유로 정도였으나, 2006년부터 2008년 동안은 93억 유로로 약 45% 증가한 것으로 나타나고 있다. 같은 기간 동안 포맷 유통의 수수료와 저작권료만 약 3억 5천만 유로 정도일 것으로 평가되고 있다. 포맷이 유통되는 프로그램도 처음에는 리얼리티 프로그램으로 한정되어 있었으나, 게임쇼, 메이크 오버, 오디션 프로그램, 그리고 최근에는 드라마까지 점점 그 범위를 넓히고 있다.

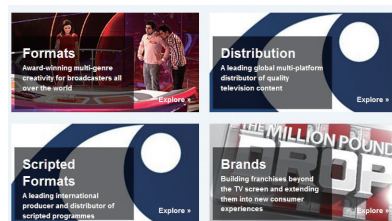


어떻게 팔고 사는가?

포맷이 거래되는 방식을 보면 프로그램의 종류에 따라 거래 형태도 다양하지만, 일반적으로 해당 프로그램의 ‘포맷 바이블’이라고 불리는 제작 정보 패키지(진행 스크립트, 게임의 규칙, 타이틀과 주요 캐치프레이즈, 미술장치 및 무대 디자인 도면)와 부가정보(시청률 정보, 타겟 시청층 분석) 및 CG

소프트웨어가 제공되고 부가적으로 원 제작진의 제작 컨설팅을 포함하여 하나의 상품으로 구성되어 거래되고 있다.

그 거래과정을 보면, 하나의 포맷이 유통되는 데는 여러 단계와 창구를 거치게 된다. 프로그램을 직접 제작한 원 저작권자가 해당 프로그램의 포맷 라이선스를 포맷 배급 전문 회사를 통해 판매를 하는 경우가 대부분인데, 그중에는 제작과 포맷 유통을 모두 담당하는



엔데몰(Endemol)과 같은 대형회사도 있고, 포맷 배급만을 담당하는 전문 포맷 배급사들도 있다. 또한 이들 포맷 배급회사들이 전 세계의 방송 시장을 모두 관리할 수 없기 때문에 다양한 포맷 거래 대행사(대행인들)가 존재한다. 이들은 일종의 거래 보조자로 해외 신규 포맷을 소개하고 해외의 포맷 동향을 업데이트 해주는 시장의 정보원 역할을 하고 있다.

국내에 해외 프로그램 포맷이 수입되는 경로를 보면, 각 방송사에 직접 대형 포맷 배급회사인 엔데몰과 같은 기업의 담당자가 직접 방문하는 경우도 가끔 있지만 그 중간의 포맷 거래 대행사(대행인들)가 해외의 여러 포맷을 소개하여 거래를 성사시키는 경우가 더 일반적이다. 일반적으로 포맷 라이선스 비용은 해당 프로그램의 제작비의 5~7% 수준으로 결정되는 것으로 알려져 있다.

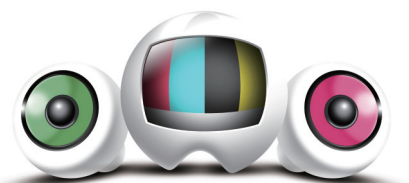
최근 국내 방송사의 포맷 수입 경향을 살펴보면, 예전에는 단순히 해외 프로그램의 타이틀만 빌려오는 방식이 대부분이었지만, 최근에는 포맷을 해외의 제작 컨설팅까지 포함한 풀패키지로 구매하는

사례가 증가하고 있다. 국내 포맷 수입은 CJ계열 방송사들을 중심으로 2000년대 후반부터 급증하고 있는 추세이다. 지상파 방송사들은 여전히 소극적인 모습을 보이고 있는 가운데, 오디션 프로그램류(도전 슈퍼모델, 프로젝트런웨이, 코리아

갓탈렌트, 오페라스타 등)를 중심으로 다수의 포맷이 수입되고 있다.

SBS와 해외 포맷?

해외 포맷 배급회사의 담당자가 국내에 들어올 때 지상파 방송사보다는 CJ로 대표되는 케이블 방송사들을 먼저 방문한다는 것은 이미 잘 알려진 사실이다. 필자가 편성기획팀에 근무할 때도 해외 포맷 담당자들을 가끔 만나고 해외 포맷에 대한 소개를 받긴 했지만, SBS를 포함한 지상파 방송사에 대해서는 다소 덜 적극적인 모습을 보였던 것으로 기억된다. 물론, SBS와 같은 지상파 방송사의 경우, 케이블에 비해 더 훌륭한 제작 역량을 갖고 있으므로 해외 포맷을 수입하여 제작하기보다는 창의적인 제작 역량을 100% 활용하는 것이 중요하다고 생각된다. 하지만, 최근의 CJ 등 방송사와 비교하면 지상파 방송사의 경우 해외 프로그램에 대한 마케팅 역량이 너무 뒤처지고 있다는 느낌을 지우기 어렵다.



CJ 등의 경우에는 해외 프로그램 구매와 판매를 위한 전문 인력이 육성되고 있고, 매우 상시적으로 해외 프로그램 포맷 배급사 및 포맷 대행인들과의 접촉이 이루어지고 있는 반면, 내 기억으로는 SBS에서는 해외에서 포맷 배급사 담당자들이 방문하였을 때 이들과 미팅을 담당하는 정식 통로가 어디인지도 불분명한 상황이었다. 자신만의 프로그램을 잘 만드는 것은 중요하지만, 국제적인 트렌드에 대한 관심과 이해가 동반되지 않으면 자칫 우물 안의 개구리처럼 폐쇄적인 모습을 보이기 쉽다. 해외 프로그램 유통망이 국내의 지상파 방송사들을 배제하려는 경향들을 보이는 것은 이런 면에서 다소 우려할 만하다. 이런 면에서 해외 포맷에 대한 관심과 이를 담당 할 만한 통로가 어떻게 정규화될 수 있을지에 대한 고민이 필요한 시점 일 듯하다.

동덕여대
교양교직학부
홍원식 교수

