방송작가 KOREA TV & RADIO WRITERS JOURNAL 03 2019

Special Theme

넷플릭스 하다

넷플릭스, 태풍의 눈이 되나 | 이유진
넷플릭스의 글로벌 미디어 시장 진출 전략 | 이상원
'기회'와 '위협' 사이, 넷플릭스와 한국 콘텐츠 제작 환경 | 한지수
메기일까 상어일까, 넷플릭스의 미래와 한국방송 | 송민정

여기 이 作家

<살림하는 남자들> <TV는 사랑을 싣고> 심은하 작가

<살림하는 남자들>
<TV는 사랑을 싣고>
심은하 작가

방송작가

KOREA TV & RADIO WRITERS JOURNAL 03

발행일 2019년 3월 5일 | 등록번호-영등포, 라 00494 | 등록일자 2016년 10월 24일

≪방송작가≫는 한국간행물윤리위원회의 윤리강령 및 실천 요강을 준수합니다.≪방송작가≫에 게재된 필자의 의견은 본 협회의 공식 의사와 일치하지 않을 수도 있습니다.≪방송작가≫에 게재된 글과 사진은 동의 없이 무단 복제할 수 없습니다.



여기 이 作家
<살림하는 남자들> <TV는 사랑을 싣고> 심은하 작가

04 **여기 이 作家**
삶이 말한다. 괜찮아, 괜찮아.
<살림하는 남자들> <TV는 사랑을 싣고> 심은하 작가
글 박나경

10 **作家 in 作家 I**
삶이라는 기회
MBC <붉은달 푸른해> 도현정 작가
글 김선미

14 **作家 in 作家 II**
그럼에도 불구하고 재미있어서
<MBC스페셜> 이소영 작가
글 김윤양

Special theme
넷플릭스 하다 18

20 넷플릭스, 태풍의 눈이 되나
글 이유진

24 넷플릭스의 글로벌 미디어 시장 진출 전략
글 이상원

28 '기회'와 '위협' 사이
넷플릭스와 한국 콘텐츠 제작 환경
글 한지수

32 메기일까 상어일까, 넷플릭스의 미래와 한국방송
글 송민정

36

36 **이슈 앤 현장**
<복면가왕>은 우리의 미래인가?
글 박현호

40 **저작권 칼럼**
고소질 하는 사회
글 홍승기

44 **방송작가 반세기**
아이들을 위한 노래, 노래하는 아이들
글 유수호

48 **연출노트**
모두가 뜨겁게 성장했던 2018년
tvN <알함브라 궁전의 추억>
글 안길호

52 **프로그램 집필기**
"먹방 프로그램 아닙니다"
MBC <전지적 참견 시점>
글 이경희

56 **저작권 상식**
분쟁상황 시 내용증명의 작성과 효력

時代共感

58 **시인 이정록의 강 건너 풀빛**
나무거울
글 이정록

60 **한창욱의 이렇게 읽는 영화**
우리 시대의 얼굴들
영화 <얼굴들>
글 한창욱

62 **내 마음이 내 마음대로 되지 않는 이유들**
비교보다 비유
글 이장주

64 **해외통신 – 스위스**
스위스 방송 수신료, 하루 1프랑
글 유영미

67 **생명보험상식**
보험의 주계약과 특약?=자동차의 기본사양과 추가옵션
글 생명보험협회 홍보부

68

68 **作家共感 I**
작가와 개
글 장문선

70 **作家共感 II**
아이와 함께, 세계여행 블라블라~
글 정유선

72 **作家共感 III**
시간에 대하여(About Time)
글 조미진

74 **협회소식**
2019년도 정기총회 성황리에 개최

78 **편집자의 말**
담쟁이

삶이 말한다. 괜찮아, 괜찮아.

<살림하는 남자들> <TV는 사랑을 싣고> 심은하 작가

글. 박나경 편집위원 **사진.** 김용철 **장소협조.** 광화문 라운드오프 카페

"저는 <살림하는 남자들>의 우리 김승현 씨 20년 전 막내 작가 심은하입니다. 저희 프로그램에 여덟 명의 작가가 있어요. 이 작가들 앞으로 눈여겨 봐주시고요. 참 의리있게 저희 방송을 본방 시청해주시는 시청자분들께 좋은 프로그램으로 인사드리겠습니다. 마지막으로 하늘에서 이 상을 기쁘게 보고 계실 저희 친정아버지께 이 영광 돌리겠습니다. 감사합니다"

지난 12월 22일 열린 2018 KBS 연예대상에서 버라이어티 부문 작가상을 받은 심은하 작가는 무대에 올라 이렇게 수상소감을 밝혔다. 다른 사람들이 좀 섭섭해도 어쩔 수 없다. 심은하 작가를 만든 8할, 아니 9할은 누가 뭐라 해도 아버지다.





어릴 때부터 <쇼 비디오자키><웃으면 복이 와요> <소문만복래> 같은 프로그램을 보면서 컸어요. 아버지가 그쪽 코드세요. 아주 유쾌하신 분이죠. 대학에 들어간 지 얼마 안 됐을 때 아버지가 맥주를 사오셨어요. OB라거부터 다양한 맥주의 세계가 펼쳐지기 시작할 무렵인데 아버지가 어머니랑 저랑 중학생이던 남동생까지 불러서 우리 눈을 가려 놓고 '이게 무슨 맥주의 맛인지 알아맞혀라' 이런 걸 하시는 분이었거든요. 인생이 늘 재미있어야 하는 그런 분이었는데 제가 스물세 살에 교통사고로 돌아가셨어요. 그런 아버지의 부재가 저를 많이 바꿨죠.

제 아이가 지금 사춘기라 '엄마도 그랬다' 이러면서 제 어린 시절 이야기를 많이 해주거든요. 그러면서 생각해보니 제가 굉장히 내성적인 아이였더라고요. 지금 이런 말 하면 아무도 안 믿지만 그때는 되게 낯가리고, 주로 관찰만 하지 말을 하지 않는 성격이었거든요. 그런데 아버지가 돌아가시고 일을 시작하면서 아버지가 늘 해주신 말씀들이 떠올랐어요. '넌 사람을 참 편안하게 해줘', '너는 입안의 혀 같은 아이야', '사회생활을 할 때 나한테 하는 것처럼만 하면 누구한테나 사랑받는 사람이 될 거야'. 그 말씀이 굉장히 크게 다가왔어요.

춘천에서 태어나 청소년기를 보내는 동안 라디오 프로그램 <별이 빛나는 밤>에 사연을 지어 보내고 선물을 받는 일이 몇 번 반복되면서 자연스럽게 방송의 맛을 알게 됐고, 구성작가란 직업이 있다는 친구 얘길 듣고 방송아카데미를 거쳐 소위 말하는 막내 작가가 됐다. 사람과 사람 사이의 인연을 다시 돌아보게 하는 씨앗들이 뿌려지던 그 시절.

<자유선언 오늘은 토요일> 막내 작가였는데 당시 저희 프로그램 진행자가 최수종 씨였고 양옆에 남희석 씨, 이휘재 씨, 거기다 되게 잘 나가던 김승현 씨가 <뮤직뱅크> 진행을 하면서 소지섭 씨, 최창민 씨와 보조 진행자처럼 같이 있었어요. 그리고 한참 세월이 흘러 제 아이의 학교 운동회에 갔는데 김승현 씨가 거기 와서 달리기를 하고 있는 거예요. '승현아!', '누나!'

이렇게 된 거죠, 십몇 년 만에. '어떻게 지내니?' 그러면서 아이 얘기도 하고 그랬는데 알고 보니 최진실 씨 아이들이 그 학교에 다니고 있었어요. 김승현 씨는 최진영 씨하고 친했는데 와서 삼촌처럼 뛰어주고 있더라고요. 그게 참 고맙고 이뻤어요. 그러다가 <살림하는 남자들>(이하 살림남)을 하면서 전화를 했죠. '내가 지금 <살림남>을 하는데 너와 아이가 나왔으면 좋겠어.' 그러면서 '우리 애도 몇 학년이야. 그리고 우리 PD도 아이 엄마고, 우리 팀장님도 아이 엄마다. 여러 프로그램이 있겠지만 적어도 아이 엄마들이 만드는 프로그램은 너의 아이한테 상처 주지 않을 거야. 그건 믿어도 돼' 했어요. 그러고 김승현 씨 딸을 만났는데 저희한테 뭐라고 그러냐면 '저희 아빠한테 도움이 된다면 제가 해야죠' 그러는 거예요. 정말 응원하고 싶죠. 그다음에 김승현 씨 집으로 갔어요. 어머님 아버님을 봤는데 '우리 아이만 잘된다면 저희는 다 할게요' 그러시고. 손주를 키우고 한 사연이 너무 좋고 아버님이 진짜 유쾌하신 거예요. 제가 그 전에 <백년손님> 할 때 만난 남재현 씨의 후포리 장인 장모님, 그리고 함익병 선생님의 하마 장모님, 마라도 분들, 그분들과 딱 공통점이 있었어요. '됐다!' 아버님이 너무 재밌으세요. 말씀하시는데 다리를 계속 떠시는 거예요. '됐다!' 그래서 그 가족을 보면 너무너무 좋아요. 참 좋은, 참 귀한 인연이죠. 그래서 한번 잘 만나 좋은 인연을 맺어놓는 게 중요해요. 그렇게 좋게 만난 분들은 아직도 절 믿고 많이 도와주세요.

그 좋은 인연을 만들고 쌓으며 심은하 작가가 기획해온 프로그램이 <부부토크쇼 자기야> <백년손님> <동상이몽, 괜찮아 괜찮아> <살림남>… 시청률과 화제성을 모두 잡은 이 굵직한 프로그램들 속에서 아찔한 위기의 순간을 맞기도 했다.

메인 작가가 가장 갖춰야 할 덕목 1번은 기획력이겠지만 어찌 보면 더 중요한 게 위기대처 능력이 아닐까 해요. 저는 물론 후배들을 위해서라도 그걸 해줘야죠. 출연자를 교체한다든가 포맷을 바꾼다든가 모험을 무릅쓴 큰 기획을 한다든가 하는 방법들요. 이런 일이 있었어요. <부부토크쇼 자기야>를 1년 반 정도 했을 땐데 진행자한테 문제가 생겼어요. 방송사에서는 3주를 줄 테니 3주 하고 내리래요. 새 프로그램 준비도 이미 두 팀이 돼 있었고. 그때 제가 프로그램을 하나만 하고 있었거든요. 거기다 남편은 자기 회사를 하겠다고 일을 관뒀고 아이는 둘이죠, 먹고 살아야 하는데 방법이 없는 거예요. 그때 나온 게 <백년손님>이에요. 그때 PD는 자기는 토크쇼만 하던 사람이니까, 라며 빠지고 작가 중에 절반이 야외에 안 나가겠다고 빠지고 그런 어려움 속에서 PD도 없이 촬영을 했어요. 그런데 2주 만에 경쟁 프로그램을 이겼죠. 그렇게 짧은 시간 안에 포맷을 바꾼다든지 하는 대처가 필요해요. 이런 때 큰 힘이 되는 게 내 사람들, 내 출연자들이에요. 토크쇼 같이 했던 함익병 씨 남재현 씨, 최양락 씨, 팽현숙 씨. 그 네 사람이 저를 지켜준 거죠. 그래서 프로그램 잘 돼서 상을 받을 때도 어릴 때였으면 '내가 잘해서'라고 생각했을 텐데 아니에요. 그들이 안 도와줬으면 절대 할 수 없었어요.

그리고 심은하 작가가 위기에 처했을 때, 사람 때문에 힘들 때, 아이디어가 풀리지 않을 때 그 뒤에서 든든히 받쳐주는 또 한 사람의 내 편이 있다.

남편 별명이 '히든작가'예요. 초등학교 동창이고 축산과를 나와 이쪽에 관심이 1도 없는 사람인데 이 사람은 늘 내 편이잖아요. 나를 치지 않을 거고 내가 잘 되면 제일 좋아할 거고. 집에서 밥을 먹으면서도 '이런 거 어때? 저런 거 어때?' 이렇게 회의 아닌 회의를 정말 많이 하는데요. 시청자로서 말이 되는 얘기를 많이 해줘요. <백년손님>도 남편하고 만든 거예요. 제 남편이 엄마한테 잘 못 해서 만들었어요. '이렇게 건조한 사람이 우리 엄마랑 둘이 같이 있는 걸 내가 집에서 마카롱 먹으면서 보면 얼마나 재밌을까? 게다가 1박 2일 동안 유배 생활처럼 하얀 옷을 입고 처가에 가서. 세상 너무 답답하고 재밌을 거 같아.' 놀리는 맛으로. 이 사람이 모델이었고요, <살림남>은 이 인간 정말 아무것도 안 하거든요. 그래서 '설거지 좀 해. 살림은 스스로 하는 거야. 도와주는 게 아니야' 이걸 보여주고 싶어서 만든 거고요. 정말 집에서 만나는 파트너, 동지 같은 '히든작가'예요. 그런데 이제는 마른 수건 좀 그만 짜래요.

남편 말고 심은하 표 기획에 숨어 있는 또 하나 노하우는 바로 뉴스다.

저는 사회면을 봐요. 모든 기획이 사회면에서 나온 거 같아요. <살림남>도, <동상이몽>도요. 아이들과 엄마… 어떻게 할 거야. 문 꽝 닫고 들어가면 저 안에서 무슨 일이 펼쳐질지를 관찰하고 싶었어요. 그리고 장서갈등, 그것도 사회면. 그래서 주제가 나왔을 때 사회면, 정치면, 경제면 이쪽을 봐요. 그러면 가장 중요한, 가장 리얼한, 요즘 사람들이 가장 많이 공감하는 정답이 거기에 있어요. 거기 건조하게 쓰인 기사에 정답이 나와요. 그러면 그걸 어떻게 보여줄지를 고민하는 거죠. 내가 하고 싶은 프로그램이 아니라 시청자들이 보고 싶어하는 프로를 만들 수 있어요.

하지만 요즘처럼 시시각각 매체 환경이 달라지면서 시청자의 실체를 파악하기가 점점 더 어려워지는 때, 심은하 작가가 생각하는 시청자, 그리고 그들이 보고 싶어하는 프로그램은 어떤 것일까.

저는 고루하고 촌스러워요. 저는 로그인을 할 줄 모르는, 아이디 비번을 만들 줄 모르는 사람들이 마지막으로 만지고 있을 게 TV 채널이라고 생각해요. 저는 마지막까지 남는 TV를 잘하는 작가이고 싶거든요. 저희 시부모님처럼 우리 할머니처럼 아직까지는 마지막 오락이 TV라고 믿고 누워서 보시는 그분들에게 '아, 요즘 젊은 애들도 저렇구나. 요즘 사람들은 저런 생각을 하는구나. 꼰대가 되면 안 되겠구나. 갑질하면 안 되겠어. 남자들이 살림을 하니 와이프들이 저렇게 좋구나. 옛날에 잊힌 사람들이 저렇게 살고 있구나' 하는 걸 보여드리고 싶어요. 제가 만든 프로그램을 보는 사람들의 얼굴을 쫙 떠올려봐요. <6시 내고향> 시청자들이 이걸 좋아할까? 딱 그거거든요. 우리 엄마, 우리 시어머니가 이걸 보면 울까? 이걸 알아들으실까? 너무 어렵지 않나? 쉽게 가고 간단하게 가자. 그리고 진짜 얘기로 가자. 이게 포인트예요. 그러면 돼요. 지상파를 보는, 자신이 소외됐다고 생각하는 사람들, 바빠서 인터넷 이런 것까지 찾아보기 어려운 사람들이 어쩌다 틀었더니 '저 연예인도 나랑 똑같은 아픔이 있고 힘듦이 있어. 그런데 참 잘 살아가네. 쟤 저런 줄 몰랐네.' 할 수 있는 그런 프로그램을 하고 싶어요. '그래, 내가 사는 게 잘못된 게 아니야. 내가 인터넷 못하고 내가 해외여행 못 가고 내가 돈이 없고 내가 젊은 애들한테 치인다고 나 잘못 사는 게 아니야. 나 되게 잘살고 있어'라고 말할 수 있는 그런 프로그램요. 지상파가 어떻게 될까, 다 그 걱정을 하잖아요. 그렇다 해도 여기서 뚜벅뚜벅 일하고 새로운 거 만들고 하면 되지 않나 생각해요.

예능 작가로 23년. 치열한 경쟁 속에서 상처받는 일도 많지만 그럴 때 자신을 다독이는 말 '괜찮아, 괜찮아.' 어쩌면 그녀가 시청자들을 향해 건네고 싶은 위로의 한 마디일 것이다.

지금 조금 손해 봐도 돼요. 제가 메인도 늦게 됐고 많이 대기만성 형이에요. 그런데 괜찮아요. 앞으로 인생이 기니까. 조급하게 뭔가 하지 않으려고 해요. 늦게 가도 다 챙기면서 가는 게 더 중요하니까요. 내가 쏟아부은 만큼 이 사람이 아니라고 해도, 그 사람한테 서운하다고 해도 표현하지 않는 편이에요. 제가 잘하고 있으면 언제고 또 만나더라고요. 그러면 나중에 되게 미안해해요. 괜찮아요.

가끔 누군가와 힘겨루기 하느라 힘들 때도 자고 일어나면 괜찮아요. '자고 일어나면 이거 별거 아니다. 자고 일어나면 아무 일도 아니었던 것처럼 새판이 짜일 거야. 그리고 그 사람도 그렇게 나쁜 사람은 아니야. 그 사람은 나 때문에 더 힘들 거야. 날 괴롭히려면 얼마나 힘들겠니. 근데 그렇게 괴롭혀지지도 않고. 난 맨날 하하거리고 다니는데 그 사람은 얼마나 더 힘들까. 그래. 그냥 자고 일어나면 괜찮아. 내 편, 내 가족이 있어' 생각하죠.

선배님들을 보면서도 많이 배웠는데 요즘은 김기륜 선배님이 해주신 말씀을 자주 떠올려요. '1등이 남는 게 아니라 남아 있는 사람이 1등이더라.'



심은하 作家

주요 집필 작품

1998~2000	KBS <자유선언 오늘은 토요일>
2001~2002	KBS <수퍼TV 일요일은 즐거워>
2002	MBC <목표달성 토요일>
2007	MBC <쇼바이벌>
2010	KBS <해피버스데이>
2011~2012	KBS <이야기쇼 두드림>
2011~2016	SBS <자기야 백년손님>
2015	SBS <동상이몽, 괜찮아 괜찮아 시즌1>
2016~현재	KBS <살림하는 남자들 >
2018	Mnet <방문교사>
2018~현재	KBS <TV는 사랑을 싣고>
2019~현재	KBS <사장님 귀는 당나귀 귀>

주요 수상 경력

2010년	KBS <해피버스데이> 이달의PD상
2013년	SBS <자기야 백년손님> 이달의 PD상
2014년	SBS <자기야 백년손님>
	2013 하반기 프로그램평가 작품상 특별상
2014년	SBS 연예대상 방송작가상 수상
2015년	SBS <동상이몽, 괜찮아 괜찮아>
	2015 상반기 프로그램평가 작품상 특별상
2016년	한국방송작가상 예능 부문 수상
2018년	KBS 연예대상 방송작가상 수상

삶이라는 기회

MBC <붉은달 푸른해> 도현정 작가

글. 사진. 김선미 편집자 **장소협조.** 역삼동 렉탱글618커피

해와 하늘빛이 / 문둥이는 서러워
보리밭에 달 뜨면 / 애기 하나 먹고
꽃처럼 붉은 울음을 밤새 울었다
- '문둥이' 서정주 作

문둥이라는 존재의 비참하고 소외된 느낌이 너무도 강렬했다. 슬픈 시라고 생각했다. 그러던 어느 날, 다시 읽은 그 시에서 문득 잔인함이 느껴졌다. 잡아먹힌 아이. 아동학대라는 무거운 주제의 이야기 곳곳에 시를 심어놓게 된 작업의 시작이었다.




OF CLOVES

영화 습작으로 쓴 시나리오를 짧게 다듬어 공모에 냈다가 당선된 MBC베스트극장 <내 인생의 남자>로 데뷔한 것이 2000년. 5년여간의 구성작가 일을 접고 드라마 작가로 산 지 20년의 세월이 흘렀다. MBC 베스트극장 <행복한 남자> <타인에게 말 걸기> <늪>, 그리고 미니시리즈 <케세라세라> <마을 - 아치아라의 비밀> 등 다양한 작품들로 그 시간을 채워온 도현정 작가는 지난해 11월, 아동학대 가해자들을 응징하는 '붉은 울음'의 존재를 밝혀내는 미스터리 스릴러 <붉은달 푸른해>로 다시 대중 앞에 섰다.
어린 시절 끔찍한 아동학대를 경험하고 기억을 잃은 주인공 차우경(김선아 분)이 의문의 아이, 의문의 사건들과 마주하면서 시를 단서로 붉은 울음과 진실을 찾아나간다. 소재도, 주제도, 복잡한 사건들을 풀어나가는 과정도 그 어느 것 하나 접근이 쉬운 요소가 없었다. 연출 감독은 '배우들도 현장의 모든 스태프들도 다 긴장해야 했다, 사람을 긴장시키는 대본'이라고도 했다.

기획서를 쓰지 않고 대본부터 썼어요. 아동학대 관련된 이야기다 보니 편성되기 힘들 거라고 생각했거든요. 회사 쪽에선 반응이 좋았고 작업을 이어나갔는데 역시나 편성이 쉽지가 않았어요. 주제도 주제지만 제 대본 자체도 흐름이 좀 마이너하기 때문이었던 것 같아요. 중간중간 이거 하지 말아야 하나 하는 순간들도 있었는데 다행히 편성이 됐죠.
편성이 안 되더라도 내가 이걸 꼭 해야 해, 이런 생각으로 아동학대 이야기를 다루려고 한 건 아니었어요. 아동학대 가해자를 응징하는 설정도 뭔가 굉장한 주제의식을 가지고 한 게 아니고요. 우리가 뉴스를 통해서 아동학대 사건을 많이 접하잖아요. 상상을 초월할 정도로 끔찍한 그런 일을 겪은 아이들이 성장해서 성인이 되면 어떻게 될까 하는 의문에서 시작된 거예요. 트라우마가 남아있을 텐데, 어떤 삶을 살아가게 될까, 온전히 살아갈 수 있을까. 그 의문에서 시작된 게 차우경이란 인물인 거죠.

미스터리로 16부를 끌고 가기 위해서는 사건이 필요했기에 연쇄살인을 넣게 됐지만 사실 잔인한 것을 싫어한다는 도현정 작가. 그래서인지 드라마에 자극적인 학대 장면은 없다. 대신 죽음의 현장마다 표적처럼 남아있는 시구절이 극 전체에 걸쳐 몇 배의 섬찟함을 자아낸다.

아동학대 관련해서 쓰려다 보니 '문둥이' 시를 떠올리게 됐고, 시 모티브가 괜찮은 것 같단 생각이 들었어요. 처음엔 아동학대 관련된 시들이 더 있을까 해서 찾아봤는데 딱히 맘에 드는 건 없더라고요. 너무 직접적이고 주제에 딱 들어맞는 건 좀 촌스러울 수 있잖아요. 그래서 분위기상으로 같이 갈만한 시들이 없을까 하고 무작위로 시를 찾아봤어요. 정확히 무슨 뜻인지는 이해가 안 가도 느낌으로는 느껴지는 그런 시들이었어요. 그리고 왜 시가 등장했는지 매듭을 짓기 위해 은호(차학연 분)가 어렸을 때 성적 학대를 당할 때 시를 읽는 것을 통해 아동센터 원장(가해자)과 연결을 지었죠.

아동학대 가해자들을 처단하는 '붉은 울음'의 응징은 실로 잔인무도하다. 그럼에도 가해자들의 악행을 보며 분노하고 응당한 죗값을 치르는 모습을 볼 때 희열을 느끼는 우리는, 어쩌면 가슴 속에 저마다의 붉은 울음을 품고 사는 것이 아닐까.

우경이 낸 차 사고로 인해 한 아이가 죽었는데, 그동안 나 몰라라 하고 살았던 친모가 나타나 돈을 뜯어내려고 협박하면서 이런 말을 해요, "내가 용서해줄게." 그 말에 우경이 완전히 이성을 잃고 친모를 사정없이 때리는 장면이 있어요. 그 감정선이 고조돼서 나중에는 살의를 느끼고 차로 밀어버릴까 하는 생각까지 하게 되죠. 악한 사람이 정말 너무 미워서 죽여버리고 싶은 감정이 우리에게도 기본적으로 있잖아요. 심지어 연쇄살인의 범인을 잡으려는 강지헌 형사(이이경 분)조차도 "붉은 울음 그 새끼는 대체 뭐하고 있는 거야, 악마 같은 개장수(아동학대 가해자)나 잡아갈 것이지"라는 말을 해요. 붉은 울음만

이 뭔가 특별한 감정을 가진 게 아니라, 우리 모두에게도 조금씩은 그런 감정이 내재해있다는 거죠.

- **선한 의도에 악한 행위. 붉은 울음이 아이들을 학대한 가해자들을 선한 의도로 응징했다 한들, 살인을 옹호할 수 있을까.**

가해자를 살해하는 행위는 작품을 써가면서 저에게 생겼던 의문에서 나온 거예요. 말했던 것처럼 정말 나쁜 놈들 보면 죽이고 싶잖아요. 세상에 없었으면 싶잖아요. 하지만 도덕적 딜레마가 있죠. 이 딜레마는 예전부터 논쟁이 있어왔고 저는 그냥 그 문제를 얘기한 거예요. 뭐가 맞다 틀리다 하는 결론을 내리진 않았죠. 왜 휴머니즘 가득한 영화 같은 거 보면 사랑, 용서, 치유, 화합 그런 것들이 있잖아요. 근데 저 자체가 사실 그런 사람은 아닌 것 같아요. 대중을 상대로 하는 매체다 보니 극단적인 방향으로 갈 수 없어서 그 경계를 계속 왔다갔다 했을 뿐이죠. 마지막에 우경이 기억을 찾게 되면서 계모가 우경의 동생을 학대하고 죽였다는 것을 알고 계모를 죽이려 했지만 죽이지는 않아요. 그렇다고 용서하지도 못하지만요.

- **일련의 사건들에 이은 또 하나의 새로운 아동학대 사건에서 도현정 작가는 조금 다른 접근으로 응징자 붉은 울음의 오류를 지적한다. 딸을 강압적으로 공부시키고 억압하며 힘들게 했던 엄마가 붉은 울음의 응징으로 죽음에 이르게 되자, 아이는 자신이 원했던 건 이런 게 아니라며 엄마를 그리워한다.**

이 사례를 넣었던 이유는, 많은 의문이 있는 문제잖아요. 학대를 당한 아이들을 부모로부터 분리시키는 걸 아이들이 정말 원할까? 저는 아니라고 생각하거든요. 아이들은, 세상에 부모밖에 없어요, 특히 어린 아이들일수록. 자길 보호해주고 밥을 먹여주고 잠을 재워주는 사람이기 때문에 그래요. 아무리 제삼자의 눈으로 봤을 때 학대를 당하는 것 같아도 아이는 사랑을 받는다고 생각하거든요. 다시 말해, 객관적으로 봤을 땐 그들이 분리되어야 하는 관계 같지만 제삼자가 모르는 그들만의 관계성이 있다는 거죠. 이건 제 생각이에요. 물론 상황에 따라 다른 접근이 필요하겠죠. 하지만 그런 관계의 특수성을 생각했을 때 제삼자가 단면적으로 관계를 이해하고 자기 시각과 기준에서 판단을 할 수는 없는 문제라는 거예요. 붉은 울음은 부모로부터 아이를 분리시키는 게 최선이고 절대선(善)이라고 생각하고 엄마를 응징했지만, 딸은 엄마의 강압적인 방식이 힘들었을지언정 엄마를 잃고 싶진 않았거든요. 붉은 울음의 오류인 거죠. 인간이 인간을 심판할 수 없는 딜레마가 바로 그거라고 생각했어요. 인간이 모든 부분을 다 알 수는 없다는 것.

- **붉은 울음은 이제 우경에게까지 손을 뻗쳐 동생을 죽인 새엄마를 응징, 복수할 것을 종용한다. "산 자의 죄는 생활에 섞이고, 관계에 섞여 결국 사라져버리죠. 이래도 살아있음을 용납할 수 있나요."**

어쨌든 삶이라는 건, 살아있다는 건 기회라고 생각해요. 학대 당해 죽은 아이는 삶의 모든 기회가 없어진 건데, 가해자는 일단 살아남으면 용서를 받아 잘 살건 죄책감에 불행하게 살건 삶에 따라서 기회가 있다는 게 너무 참을 수가 없는 거죠, 붉은 울음의 입장에선. 우경도 자신의 딸과 잘 지내는 새엄마를 보며 혼란스러워 하고요. 비록 응징을 하진 않았지만 결코 온전히 용서하지도 못하는 이유인 거죠.

묵직한 결말로 인해 되돌아보게 되는 삶의 기회. 일단 살아있음으로 인해 원하든 원하지 않든 다양한 형태로 주어졌던 기회들을 우리는 얼마만큼 붙잡고 얼마만큼을 놓치며 보내온 것일까. 어느새 눈앞에 다가와 있는 봄날의 초입에서 앞으로 마주하게 될 모든 기회에 대한 마음가짐을 가다듬어본다.

그럼에도 불구하고 재미있어서

<MBC스페셜> 이소영 작가

글. 김윤양 편집위원 **사진.** 김선미 **장소협조.** 합정 모헤닉스테이312

이소영 작가를 만나기 전날, 인터뷰를 준비하며 포털 초록창에 그녀의 이름을 쳤다. 그리고 엔터. 뜻밖에도… 이어지는 화면 속 그녀는 참을 수 없이 쏟아지는 눈물을 닦고 있었다. 눈물을 삼키려 고개를 숙인 그녀의 손엔 작은 카드가 들려있었다. 'PD수첩 작가 전원 해고'. 2012년 당시 MBC 경영진에 의해 <PD수첩> 작가 6명 전원이 해고되던 초유의 사건, 그때 그녀는 그 속에 있었던 것이다. 작가협회 신입회원이라기에는 이미 경력 16년 차, 최근 <MBC스페셜 - 옥류관 서울1호점>을 집필한 이소영 작가를 만났다.



● **나이 서른에 시작해 해고 당할 때까지 4년간 <PD수첩>을 구성하고 집필했다. 길다면 길고 짧다면 짧은 시간. 그러나 4년 내내 고비였다. 열심히 한다고 되는 일이 아니었다. 그러다 정말 잘해보고 싶던 무렵, 해고되고 말았다.**

한 3년쯤 하고 나니까 그제야 프로그램을 어떻게 해야 할지 조금 알겠더라고요. 함께 제작하는 PD와 어떻게 역할분담 해야 하는지도 알겠고. 뭔가 좀 알겠다 싶으니까 이제 나도 좀 잘해보자 싶더라고요. 하필 그때 그렇게 됐죠. 처음 싸움을 시작했을 때는 굉장히 더운 여름이었어요. 17년 동안 MBC에서 프로그램을 제작하던 선배님이 하루아침에 해고를 당한 상황을 이야기하며 눈물을 흘리는데 도저히 울음을 참을 수가 없더라고요. 손카드로 얼굴을 가리고 고개를 숙이고 있었는데 눈물이 뚝뚝 흘렀죠. 주체할 수가 없더라고요. 아마 그 사진을 보셨을 거예요. 그 사이 시간이 많이 흘렀는데 지금 봐도 그 사진을 보면 눈물이 나요. 사실 그 누구도 그 싸움이 그렇게 오래갈 줄 몰랐어요. 여름에 시작한 일이 겨울까지 갔으니까요. 메인 작가들 중에 제가 제일 어렸고 아는 것도 없었고 그래서 저는 그냥 선배들을 따라 다니기만 했는데 한 5개월쯤 지나니까 스스로 개념이 생기더라고요. 잘못된 건 잘못이라고 문제 제기를 해야 한다는 것, 부당한 것은 알려야 된다는 생각이 들더라고요. MBC라는 조직 안에서 작가들이 약한 계층인데 제가 겪은 일을 후배들이 또 겪지 않으려면 알릴 건 알리고 싸울 건 싸워야 한다는 걸 자각하게 된 거죠.

● **프로그램 제작 현장이 아니라 거리에서 투쟁하며 산 시간이 무려 7개월. 한여름에 시작한 싸움이 12월이 되어서야 끝났다. 잃은 것도 많았지만 이소영 작가는 얻은 것도 많았다. 무엇보다 그 싸움을 거치며 '사랑하는 사람'을 얻었다!!**

알고 지내던 오빠에게 연락이 왔어요. 제가 신문에서 눈물을 뚝뚝 흘리는 모습을 봤다고 하면서요. 방송사에서 일 잘하고 사는 줄 알았는데 사진 속에서 제가 울고 있으니까 이게 웬일이냐고… 그 기사를 보면서 너무 안쓰러웠대요. 그런 데다 당시 저희가 MBC 사옥 앞에서 천막농성을 하고 있었는데 차량이 많이 다니는 차도 옆이다 보니 먼지가 많았어요. 그래서 통화하며 기침을 했더니 "방독마스크 가져다줄까?" 그러더라고요. 워낙 어려웠던 시기였고 그러다 보니 급 친해져서 겨울부터 연애를 시작했고, 다음 해 봄에 결혼했어요.

● **방송작가를 시작하고 10년을 넘긴 후였다. 광주 출신인 이소영 작가는 동물자원학을 전공했다. 대학 생활 내내 전공에 흥미를 느끼지 못하다가 PD 지망생 친구를 따라 방송아카데미에 다닌 게 방송에 입문한 계기가 되었다. <MBC스페셜 – 생존> 편 자료조사를 담당하며 구성작가로 첫발을 내디뎠다. 딸을 서울로 보내며 아버지는 고가의 노트북을 사주셨다. 좋은 작가가 되라는 의미였을 터. 아버지의 응원을 받으며 야심차게 일을 시작했지만 일에 적응하지 못해서 초기에는 날마다 울었단다. 다행히 글을 쓰고 다양한 프로그램을 제작하며 일하는 재미에 빠져들기 시작했다. 이력 중에 단연 돋보이는 이력이 '소비자고발 프로그램'들. <불만제로>는 프로그램 시작될 무렵부터 참여해서 함께 제작했고, 시사를 전담하는 <PD수첩>으로 옮겨 4년간 집필하고 해고 당한 후 다시 합류한 프로그램도 <불만제로>였다. 이후 KBS의 소비자고발 프로그램도 제작했다. 16년 제작 경력 중 10년 이상이 '소비자고발 프로그램'이거나 '시사 프로그램'!**

처음에 시사 프로그램 할 때는 정말 너무 힘들었어요. 매일 혼나고, 힘들어서 이런 건 하면 안 되겠다고 생각했어요. 나랑 정말 안 어울린다. 나는 이런 걸 못하는구나…. 사람들을 만나고 사건을 취재하는 건 재미있었는데 논리적으로 정리해서 커뮤니케이션하는 게 정말 힘들었거든요. 사람들을 어떻게 설득해야 할지 논리도 없었고, 그러다 보니 '나는 안 돼…' 자괴감에 시달렸죠. 그런데 <불만제로>를 하면서 소비자를 속이는 나쁜 사람들을 쫓아다니는 것도 재미있고, 파면 팔수록 몰랐던 걸 알아가는 게 재미있더라고요. 노동강도는 그 어느 것과 비교할 수 없었지만 재미있었어요. 잘해서가 아니라 재미있어서 계속했죠.

사실 처음부터 시사에 관심 있는 사람이 몇이나 되겠어요. 기본적인 호기심이 많고 잡다하게 관심이 많다 보니 시사 프로그램을 계속하게 되는 것 같아요. 제가 절대 명석하고 논리적이어서 했던 건 아니고요, 호기심과 관심이 동력이었던 것 같아요.

● **끊임없이 프로그램을 제작하다 보니 자연스럽게 인정받는 작가가 되어 있었다. 그런데 바로 그 시기, 뜻밖에 큰 아픔을 겪어야 했다. 노트북을 사주며 딸을 응원해주시던 아버지가 갑작스레 유명을 달리하시게 된 것이다.**

아버지는 제게 엄청난 지원군이셨거든요. 제가 방송작가가 되겠다고 했을 때 '네가 좋아하는 일을 찾아서 다행이다'라고 하시면서 집을 얻어주시고 노트북을 사주셨어요. 정말 아쉬운 건 제가 <PD수첩> 메인 작가가 되는 걸 보지 못하고 돌아가셨어요. 살아계셨으면 제가 좋은 프로그램 한다고 정말 좋아하셨을 텐데요. 지금도 의미 있는 프로그램을 할 때나 상을 받을 때면 아버지 생각이 나요. 살아계셨으면 정말 좋아하셨을 텐데 싶고요.

● **어디 그뿐인가. 아버님이 살아계셨다면 이소영 작가가 예쁜 딸을 낳았을 때 얼마나 기뻐하셨을까. '방독면으로 시작'된 사랑은 결혼과 출산으로 결실을 맺었다. 새로운 우주가 생기는 큰 기쁨. 그러나 작가이자 엄마 이소영에겐 일과 육아 사이에 균형을 찾는 것이 또 하나의 숙제가 되었다.**

정말 아이 키우면서 일하는 게 보통 일이 아니더라고요. 선뜻 다시 일하러 가야겠다는 결심이 서지 않았는데 용기를 내어 다시 시작한 작품이 <MBC스페셜 – 옥류관 서울 1호점>이었어요. 구성하고 대본을 쓰는데 너무 좋아서 울컥하더라고요. 올해는 4월과 6월에 가짜뉴스를 다루는 <MBC스페셜 - 당신이 믿었던 페이크>라는 프로그램을 두 편 더 하기로 했는데요. 웬만하면 낮에 집중해서 일하고 밤을 새우지는 않으려고 노력하고 있어요. 아이도 있으니까요. 사실 아이 키우며 일하는 건 듣던 대로 정말 힘든 일이더라고요. 그런데 그럼에도 불구하고 일하는 건 일이 재미있기 때문이에요. 그 안에서 균형을 찾아야 하는 것은 아이 엄마이면서 작가인 제 몫이겠고요….

● **노동강도 세기로 이름 높은 시사 프로그램, 소비자고발 프로그램을 하면서도 이소영 작가가 지치지 않고 일할 수 있었던 원동력은 '재미'였다. 크고 작은 사건 사고의 이면에 무슨 일이 있는지 의심하고 파헤치는 그 모든 과정이 재미있었다. 그로 인해 사람들에게 새로운 사실과 좋은 영향을 줄 수 있다면 그것이 작가로 사는 보람이라 여겼다. 시사 및 소비자고발 프로그램을 지망하는 후배들에게 해주고 싶은 말을 물었다.**

막내 작가일 때 선배들이 방송작가 일이 힘드니까 하지 말라는 말을 많이 들었어요. 저한테 어울리지 않는다는 말도 들었고요. 저는 그 말이 되게 듣기 싫었어요. 그래서 제가 선배가 되면 오히려 적극적으로 하라고 해야겠다는 생각을 많이 했어요. 버틸 체력만 된다면 재미있는 일이니까 꼭 한번 해보라고 권하고 싶습니다. 남들은 뭐래도 저는 재미있으니까 앞으로도 더 시사 프로그램, 소비자고발 프로그램 할 거고요, 나중에 <아침마당>이나 <무엇이든 물어보세요> 같은 프로그램도 해보고 싶어요. 엄마가 잘 알고, 좋아하는 프로그램이거든요. 제가 가끔 후배들에게 이야기해요. 엄마, 아빠가 잘 아는 프로그램 하는 것, 그것도 효도라고요. 하하….

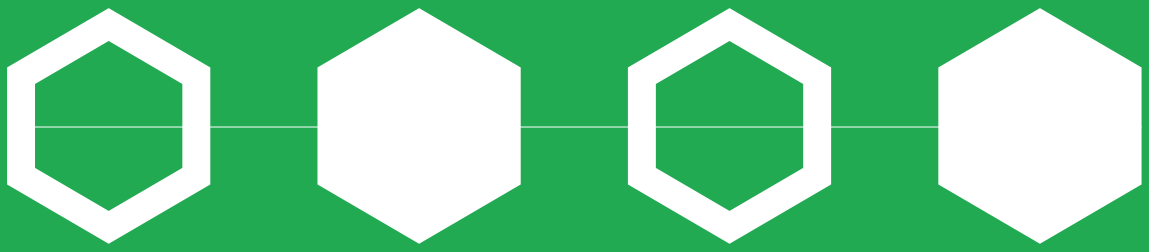


NETFLIX

SPECIAL THEME

지난 1월, 넷플릭스가 한국에서 시도하는 첫 자체 제작 드라마 <킹덤>이 전 세계 190개국에 공개됐다. 영화 <옥자>를 시작으로 예능 프로그램 <범인은 바로 너>, 200억 원을 투자한 <미스터 션샤인>에 이어 <킹덤>까지, 세계의 콘텐츠 공룡으로 등장한 넷플릭스가 보다 적극적으로 한국시장 공략에 나서고 있는 것이다. 국내 가입자 수 약 100만 명으로 추산되는 넷플릭스. 무엇이 대중의 시선을 TV가 아닌 넷플릭스로 돌려놓은 것일까. 오늘날 넷플릭스가 있기까지의 그 성공 요인을 짚어보고, 넷플릭스 열풍이 한국방송의 지형도와 작가들의 작업환경에 가져올 변화를 전망해본다.

넷플릭스 하다



1
넷플릭스, 태풍의 눈이 되나
이유진
경향신문 문화부 기자

2
넷플릭스의 글로벌 미디어 시장 진출 전략
이상원
경희대학교 언론정보학과 교수

3
'기회'와 '위협' 사이 넷플릭스와 한국 콘텐츠 제작 환경
한지수
연세대학교 정보대학원 박사 / M.I.C. Lab

4
메기일까 상어일까, 넷플릭스의 미래와 한국방송
송민정
한세대학교 미디어영상광고학과 교수

넷플릭스, 태풍의 눈이 되나

SPECIAL THEME

직장인 김보경 씨(34)는 6개월 전 넷플릭스에 가입하면서 IPTV 가입을 해지했다. 김 씨는 “집에 있는 시간도 얼마 되지 않는데 가입비, 설치비, 임대료까지 모두 부담하는 게 비효율적으로 느껴졌다”며 “월 1만 원 정도에 국내 드라마는 물론 해외 인기 드라마, 영화까지 볼 수 있는 넷플릭스를 구독하는 게 낫다고 판단했고, 결정을 후회하지 않는다”고 했다.



이유진
경향신문 문화부 기자

넷플릭스의 등장에 유료방송 업계가 긴장하는 가장 큰 이유는 김 씨의 사례와 같은 '코드 커팅(TV 선 자르기)' 때문이다. 코드 커팅은 케이블TV 같은 유료방송 시청자가 가입을 해지하고 넷플릭스와 같은 신규 온라인 동영상 서비스로 이동하는 현상을 말한다. 넷플릭스의 고향인 미국에선 이미 지난해 넷플릭스 유료가입자 수(5,100만 명)가 케이블 가입자 수(4,800만 명)를 앞질렀다. 2007년 미국시장에 넷플릭스가 처음 서비스를 시작한 지 11년 만이다.

국내에선 코드 커팅 현상이 심각한 편은 아니다. 유료방송 요금이 저렴하기 때문이다. 국내 유료방송 요금은 평균 월 1~2만 원대로, 미국 유료방송 월 요금 50~100달러(한화 6~12만 원)보다 싼 편이다. 하지만 방심해선 안 된다는 지적이 나온다. 방송업계 관계자는"유행에 민감한 한국 소비자들에게 연간 8조 원 이상을 뿌려대며 공격적인 콘텐츠 투자를 하는 넷플릭스는 매력적인 콘텐츠 백화점이 아닐 수 없다"며 "특히 1인 가구가 늘면서 TV 자체를 집 안에 두지 않는 '노티비(No TV)족'이 늘고 있다. 저렴한 요금에만 의존했다가는 한순간에 시장을 빼앗길 수 있다"고 말했다.

1년 만에 가입자 4배… 급성장한 넷플릭스

영화·드라마·예능·다큐멘터리 등 다양한 영상 콘텐츠를 제작·유통하는 넷플릭스는 현재 190개국에 걸쳐 1억 3,700만 명의 유료 회원을 보유하고 있다. 영화·드라마 등의 인터넷을 통한 스트리밍 서비스(실시간 재생)로, 설립 20년 만에 세계에서 가장 큰 엔터테인먼트 기업 중 하나가 됐다. 넷플릭스는 흔히 케이블·IPTV 시청 등을 위해 필요한 셋톱박스 없이 인터넷 연결만 가능하면 시청할 수 있어 OTT(Over The Top) 업체로 분류된다. 1997년 설립된 넷플릭스는 우편으로 배송하는 DVD 대여 서비스를 하다 2007년 스트리밍 기능을 도입하며 폭발적인 성장을 시작했다. 2012년 첫 오리지널 드라마 <릴리해머>를 선보인 뒤 <하우스 오브 카드> <오렌지 이즈 더 뉴 블랙> 등 자체 제작 콘텐츠를 연이어 성공시키며 플랫폼보다는 콘텐츠 생산 기업으로서의 정체성을 키워가고 있다. 2016년 한국을 포함한 전 세계 190개국으로 서비스 대상 국가를 확장한 넷플릭스는 영화 <옥자>, 예능 <범인은 바로 너>, 드라마 <킹덤> 등 '한국산' 오리지널 콘텐츠를 전 세계에 공개하기도 했다.

넷플릭스는 구체적인 구독자 수를 밝히지 않지만, 통신업계에 따르면 한국 진출 3년 만에 100만 명 안팎의 이용자를 확보한 것으로 알려졌다. 국내 유료방송 1위인 KT의 가입자 926만 명(자회사 KT스카이라이프의 위성방송 가입자 포함)의 10분의 1 수준에 육박한 것이다. 한 통신업체 관계자는 "넷플릭스는 최근 1년 만에 가입자를 4배나 늘렸는데 이런 추세라면 3~4년 내 전체 방송판을 흔들 정도로 성장할 것"이라고 말했다.

넷플릭스는 더 이상 '찻잔 속의 태풍'이 아니다. 넷플릭스가 이례적으로 4,300만 명이라는 시청자 수를 공개한 오리지널 영화 〈버드박스〉는 영화 속 주인공들을 따라하며 눈을 가리고 생활하는 '버드박스 챌린지'라는 유행을 만들어냈다. 북미 지역에서 사고가 급증했고, 급기야 유튜브는 버드박스 챌린지 영상 게시를 금지하기도 했다. 넷플릭스의 영향은 방송·영화계를 넘어 전 사회적으로 확산하고 있다. 한 출판사 관계자는 "출판 시장의 라이벌은 넷플릭스다. 사람들은 잠자리에 들기 전 책을 읽는 대신 휴대폰으로 넷플릭스를 보기 시작했다"고 말했다. 이처럼 넷플릭스는 다른 문화 콘텐츠 생태계에도 변화를 일으키며 위협적인 존재로 부상하고 있다.

공생이냐 공멸이냐, 갈림길 선 한국방송

국내 방송업계는 넷플릭스의 습격에 어떻게 대응하고 있을까. 대응법은 크게 두 가지로 나뉜다. 우선 JTBC와 tvN 등 비지상파 방송사들은 드라마·예능 판권을 판매해 넷플릭스를 콘텐츠 세계화의 창구로 적극 활용하는 모양새다. 지난 2월 1일 종영한 JTBC <SKY 캐슬>은 매회 JTBC 채널에서 본방송이 끝나면 다음날 넷플릭스에 전날 방영된 회차 방송분이 곧바로 업로드됐다.

tvN 드라마 콘텐츠도 마찬가지다. <알함브라 궁전의 추억> <로맨스는 별책부록> 등의 드라마 콘텐츠가 방영 다음날 곧바로 넷플릭스에 업데이트되고 있으며, <비밀의 숲>과 같이 방송이 종료된 드라마도 넷플릭스를 통해 전 회차 스트리밍 서비스가 제공되고 있다. 특히 <비밀의 숲>은 넷플릭스로 전 세계 시청자를 만난 뒤 2017년 뉴욕타임스가 선정한 '국제 드라마 부문 톱10'에 선정되기도 했다. tvN 관계자는 "넷플릭스를 배척하기 보다는 공생 가능한 부분을 찾아서 상생하는 방안을 모색 중"이라고 말했다.

반면 지상파는 '반(反) 넷플릭스 연합전선'을 구축하기 위한 움직임이 활발하다. 지상파 방송사 단체 한국방송협회는 지난해 11월 LG유플러스와 넷플릭스가 제휴를 통해 콘텐츠 서비스를 시작하자 LG유플러스에 넷플릭스 제휴 철회를 요구하고 나섰다. 이들은 장기적으로는 넷플릭스에 납품하는 소수 제작사만 살아남고, 그마저도 대부분의 수익은 넷플릭스가 가져가 "재주는 국내 콘텐츠 제작사가 부리고 돈은 해외 거대사업자인 넷플릭스가 버는 형국이 될 것"이라고 밝혔다.

이후 지상파들은 '토종 넷플릭스'를 만들기 위한 합종연횡에 나섰다. 지난 1월 SK텔레콤은 올 상반기에 자회사인 SK브로드밴드가 운영하는 온라인 동영상 서비스인 옥수수를 떼어내, KBS·MBC·SBS 지상파 3사가 공동운영하는 '푹(Pooq)'과 통합할 계획을 발표했다. 신설 통합법인을 설립한 뒤 외부에서 2,000억 원 규모의 투자를 유치해 본격적으로 자체 콘텐츠를 제작해 서비스한다는 계획이다. 한편 넷플릭스와 손잡은 LG유플러스는 2030세대에서 인기를 누리며 효과를 보고 있다. LG유플러스는 지난해 4분기 실적 발표 컨퍼런스 콜에서 "(넷플릭스는) 콘텐츠 <킹덤> 송출 이후 일 유치 고객이 3배 이상 증가하는 등 가입자 순증에 기여하고 있다"고 밝힌 바 있다.



'한국산' 오리지널 콘텐츠로 전 세계에 공개된 드라마 <킹덤>.
사진 : 넷플릭스 제공, 필자 제공

추락하는 지상파, 콘텐츠 질 강화가 우선돼야

현대경제연구원은 지난 17일 '콘텐츠 스트리밍 산업의 성장동력화가 시급하다'는 보고서를 통해 "국내 업체가 아직 크게 형성되지 못한 상황에서 글로벌 플랫폼이 자본력과 콘텐츠를 바탕으로 국내시장을 잠식할 가능성이 있다"고 밝혔다. 지난 2016년 기준 전 세계 OTT 매출의 57%를 넷플릭스(40%), 아마존 프라임비디오(10%), 훌루(7%) 등 글로벌 OTT 3사가 독식하고 있는 실정이다.

넷플릭스의 공세는 매서운데, 국내 드라마의 안일하고 후진적인 제작 시스템은 여전하다. 현재 방영 중인 KBS 2TV <동네변호사 조들호 2>는 출연자들이 잇달아 하차해 논란이 됐고, SBS <황후의 품격>과 KBS 2TV <하나뿐인 내편>은 비윤리적인 내용으로 구설에 올랐다. 싱가포르에서 한국기자단과 만난 넷플릭스 최고경영자(CEO) 리드 헤이스팅스는 "한국에는 수준 높은 제작진과 배우들이 있다. 그렇기 때문에 한국 콘텐츠의 성공을 믿는다"고 했지만, 국내 방송사는 정작 우수한 한국의 콘텐츠 제작 자원을 제대로 활용하지 못하는 모양새다.

넷플릭스는 더 이상 '찻잔 속의 태풍'이 아니다. 넷플릭스가 이례적으로 4,300만 명이라는 시청자 수를 공개한 오리지널 영화 <버드박스>는 영화 속 주인공들을 따라하며 눈을 가리고 생활하는 '버드박스 챌린지'라는 유행을 만들어냈다. 북미 지역에서 사고가 급증했고, 급기야 유튜브는 버드박스 챌린지 영상 게시를 금지하기도 했다.

넷플릭스의 영향은 방송·영화계를 넘어 전 사회적으로 확산하고 있다. 한 출판사 관계자는 "출판 시장의 라이벌은 넷플릭스다. 사람들은 잠자리에 들기 전 책을 읽는 대신 휴대폰으로 넷플릭스를 보기 시작했다"고 말했다. 이처럼 넷플릭스는 다른 문화 콘텐츠 생태계에도 변화를 일으키며 위협적인 존재로 부상하고 있다.

넷플릭스에 잠식당할 것인가. 절치부심해 반격에 성공할 것인가. 답은 알 수 없다. 하지만 얼마 전 사석에서 만난 지상파 드라마 PD의 한숨 섞인 말을 이 자리를 빌려 전하고 싶다. 그는 넷플릭스 <킹덤>을 시청한 뒤 '이제 드라마를 어떻게 만들어야 하나' 하는 걱정이 앞섰다고 했다. "시청자들 눈은 점점 높아지는데 우리더러 어떻게 드라마를 만들라는 건지 막막합니다. 넷플릭스에 대항하는 새로운 플랫폼 구축도 좋지만, 결국 높은 콘텐츠 질을 담보하지 않으면 아무 소용 없는 거 아닙니까."

넷플릭스의 글로벌 미디어 시장 진출 전략

SPECIAL THEME

최근 국내에서 방송산업과 관련된 용어 중 미디어에 가장 자주 언급되고 있는 두 단어를 꼽는다면 아마도 '넷플릭스(Netflix)'와 'OTT(Over-the-Top)'일 것 같다. 넷플릭스는 이제 그야말로 OTT 서비스의 대명사가 되었다.

이상원

경희대학교 언론정보학과 교수



미국 University of Florida에서 미디어경제학 전공 박사 학위
국제전기통신연합(ITU) 컨설턴트, 미국 Central Michigan University 교수,
한국언론학회 총무이사 및 한국방송학회 ≪방송통신연구≫ 편집이사 역임
현재 미국 University of Texas at Austin에서 Fulbright Scholar로 연구 중
저서 ≪한류와 문화정책≫(공저),
≪대한민국 ICT의 미래, 어떻게 준비할 것인가: ICT 전문가 12인이 묻고 답하다≫(공저) 등

넷플릭스의 글로벌 스트리밍 비디오 서비스 확장

OTT 서비스는 일반적으로 "범용 인터넷망(Open Internet)을 통해 최종 이용자에게 콘텐츠와 애플리케이션을 제공하는 서비스"로 광범위하게 정의될 수 있어서 VoIP, 전자메일, 인스턴트 메신저, 동영상 콘텐츠를 제공하는 애플리케이션 등 다양한 서비스를 포함하지만, 비디오 서비스 영역과 관련해서는 주로 가입자형 VOD (Subscription Video-on-Demand: SVOD), 주문형 VOD(Transactional Video-on-Demand: TVOD) 및 광고형 VOD(Advertising Video-on-Demand)를 의미한다.

모바일 브로드밴드 확산, 스마트 기기 보급률 증가, VOD 이용 및 몰아보기(binge watching) 증가와 함께 글로벌 동영상 OTT 시장은 지속적으로 성장 중이며, 가입자형 VOD 서비스를 제공하는 넷플릭스는 글로벌 동영상 OTT 서비스의 대표주자가 되었다. 넷플릭스의 글로벌 비디오 스트리밍 서비스 가입자 수가 2017년에 전 세계 1억 명을 돌파하였으며, 2018년 10월에 전 세계 1억 3천만 명 이상의 가입자를 확보하였고, 2018년 4월 넷플릭스의 스트리밍 서비스의 가입자 수 중 54.6%가 미국 외 해외 국가의 가입자이며, 전 세계 190여 개국에서 서비스를 제공 중이니, 넷플릭스는 충분히 OTT의 대명사라고 할만한 것 같다.

넷플릭스 창업자 겸 CEO인 리드 헤이스팅스(Reed Hastings, Jr.)가 최근에 "TV 방송시대는 2030년까지만 지속될 것이다", "앞으로 10~20년 뒤에 사람들은 '리니어 채널'이 있었다는 사실에 매우 놀랄 것이다", "그들에게 그것은 완전히 낯선 과거가 될 겁니다" 같은 장담을 했었고, OTT가 차세대 핵심 미디어가 될 것으로 추측하는 전문가가 많은 것을 고려하면 우리는 넷플릭스 서비스의 경쟁력의 원천에 관해서 알아야 할 당위성이 있다. 넷플릭스는 왜 많은 나라에서 성공하고 있고 넷플릭스의 경쟁력은 어디서 나오는 것일까? 그들의 해외시장 진출 전략은 어떤 것일까?

넷플릭스의 해외시장 진출 전략

넷플릭스의 해외시장 진출 전략은 오리지널 콘텐츠 전략, 서비스 최적화 전략, 멀티 디바이스(multi-device) 플랫폼 전략, 비즈니스 모델의 차별화 전략, 로컬 사업자와의 전략적 제휴 등으로 요약할 수 있다. 이러한 넷플릭스의 해외시장 진출 전략은 넷플릭스의 글로벌 스트리밍 서비스 성공을 어느 정도 설명할 수 있다고 판단된다.

먼저, 넷플릭스는 다른 사업자의 플랫폼과의 차별화를 위해 일부 킬러 콘텐츠를 플랫폼 사업자가 직접 제작하는 '오리지널 콘텐츠 제작 전략'을 활용함으로써 이미 <House of Cards>와 같은 히트작을 생산한 바 있다. 2012년 이후부터는 콘텐츠를 직접 제작하고 한편으로 디즈니 등과 같은 기존의 콘텐츠 기업과 독점계약을 맺음으로써 콘텐츠 역량을 강화하여 소비자에게 거의 배타적으로 콘텐츠를 제공하는 비즈니스 모델을 이용하였다. 넷플릭스는 일부 나라에서 자신들이 직접 제작한 콘텐츠와 구매한 콘텐츠의 비율을 50:50으로 맞추면서 저작권을 가진 회사들과 직접 경쟁을 추구하였다. 이러한 오리지널 콘텐츠 전략은 기존 사업자 간 경쟁이 치열해지면 콘텐츠 수급에 어려움이 가중될 시기에 대응할 수 있는 전략이라고 할 수 있다. 오리지널 콘텐츠 전략의 예로는 영국에서 엘리자베스 2세를 다룬 정치 드라마 <The Crown>에 1억 파운드를 투자한 바 있으며, 2016년 11월에 성공적으로 방영되었다. 넷플릭스는 방대한 콘텐츠 투자를 통해 2018년에만 1,500시간 분량의 이러한 오리지널 콘텐츠를 선보인 것으로 알려졌다.

동영상 OTT 서비스는 콘텐츠가 상품이고 콘텐츠가 경쟁력의 핵심요소 중 하나라는 점을 반드시 기억해야 할 것 같다. 국내 유료 방송시장이 현재 저가 구도가 경로 의존적으로 고착화되어 있는 상태이며, 최근 결합상품 경쟁으로 인해 방송 콘텐츠가 제값을 받기도 어려운 것이 현실이지만, 저가 유료 방송시장이 저가 OTT 서비스 가격을 초래하고 이는 다시 낮은 수준의 콘텐츠 투자유인과 낮은 수준의 콘텐츠 차별화 및 낮은 수준의 콘텐츠 지불의사(willingness-to-pay)로 연결되는 악순환(vicious circle)을 제거하기 위해서는 프리미엄 오리지널 콘텐츠 전략 등 특정 동영상 OTT 플랫폼에서만 이용할 수 있는 콘텐츠 제공을 통해서 차별화 전략을 추구할 필요가 있다고 판단된다.

이와 함께, 넷플릭스는 콘텐츠 추천 알고리즘을 통해 콘텐츠 소비자에게 최적화된 경험을 제공하는 전략을 이용하고 있다. 최근 미디어 콘텐츠 산업에서의 빅데이터 분석과 추천 알고리즘의 혁신은 세련된 콘텐츠 큐레이션을 통한 맞춤형 콘텐츠를 소비자에게 제공하는 것을 가능하게 하고 있고, 넷플릭스의 경우 이미 시청자 행동의 약 75% 이상이 넷플릭스의 콘텐츠 추천에 기반하고 있는 상태이며, 넷플릭스 시청자의 80% 이상은 알고리즘을 통한 추천시스템에 만족하고 있는 것으로 알려져 있다. 우리는 이러한 넷플릭스의 사례를 통해 향후 OTT를 통한 콘텐츠 유통의 경쟁 환경에서는 추천시스템의 정확도가 콘텐츠 기업의 핵심적인 경쟁력의 원천이 될 수 있음을 깨달을 수 있다.

또한, 넷플릭스는 멀티 디바이스(multi-device) 플랫폼 전략을 통해 게임콘솔, 블루레이 등 다양한 기기를 지원하는 N스크린 서비스 제공을 통해 연결성을 강화하는 전략을 이용하고 있다. 넷플릭스는 디바이스 제약이 적은 OTT 서비스의 강점과 저렴한 요금을 바탕으로 N스크린 전략을 이용해 가입자 기반을 확대하는 등 범위의 경제(economies of scope)를 추구하고 케이블 TV 등 기존 유료 방송사업자와 협력하여 콘텐츠를 제공한 바 있다.

아울러 넷플릭스는 비즈니스 모델과 콘텐츠 장르 등의 측면에서 차별화된 전략을 추구하고 있다. 넷플릭스는 비즈니스 모델 차별화를 위해 현재까지는 다른 콘텐츠 기업에서 흔히 이용하고 있는 광고 삽입형 콘텐츠나 유료 방송제(pay-per-view)형 콘텐츠 제공을 지양하고 콘텐츠를 광고 없이 무제한으로 시청할 수 있는 정액요금제를 지향하고 있다는 점에서 비즈니스 모델 측면에서도 차별화 전략을 추구하고 있다고 볼 수 있다. 제공하는 콘텐츠 장르에 있어서도 뉴스, 이용자 제작 콘텐츠, 스포츠, 뮤직비디오, 리얼리티 등과 같은 다양한 종류를 모두 취급하기보다는 현재까지는 영화와 TV시리즈물형 오락물에 특화하고 있다.

이러한 넷플릭스의 해외시장 진출 전략에서 빼놓을 수 없는 전략이 로컬 사업자와의 전략적 제휴이다. 넷플릭스는 많은 나라에서 그동안 다양한 로컬 콘텐츠 사업자 및 플랫폼 사업자와의 전략적 제휴를 잘 이용해 왔다. 좋은 예로 영국의 경우 넷플릭스는 유료 방송사업자와 전략적 제휴를 통해 급격히 성장하였는데, 특히 케이블 사업자인 Virgin Media, IPTV 사업자인 BT TV 등의 사업자와 파트너십을 체결함으로써 파트너십 체결기업이 넷플릭스의 콘텐츠를 제공하도록 하는 전략을 구사해 왔다. 한편 일본에서는 자국 콘텐츠를 선호하는 일본 시청자의 소비 경향을 고려하여 일본인이 좋아하는 로컬 콘텐츠를 증가시키면서 세계적으로 인기를 끌고 있는 킬러콘텐츠에 자막이나 더빙을 넣는 등의 현지화 전략을 추진하기도 하였으며, 글로벌 시장에서 10~20% 수준의 로컬 콘텐츠를 라인업하던 전략에서 벗어나, 일본인의 콘텐츠 수요에 맞춰 당분간 일본프로그램과 해외프로그램을 각각 5:5로 라인업 했다. 일본에서는 <고독한 미식가>와 같은 일본 지상파 사업자가 제작한 인기 드라마뿐만 아니라 후지TV와 같은 일본 제휴사와 공동 제작한 오리지널 콘텐츠인 <라스트 테라스>도 제공되기도 했다.

넷플릭스의 성공이 국내 동영상 OTT 산업에 주는 시사점

그렇다면 이러한 넷플릭스의 SVOD 서비스의 글로벌 확장과 전략적 성공이 국내 미디어 산업에 주는 시사점은 무엇일까? 일단 콘텐츠 경쟁력 강화를 언급하지 않을 수 없다. 동영상 OTT 서비스는 콘텐츠가 상품이고 콘텐츠가 경쟁력의 핵심요소 중 하나라는 점을 반드시 기억해야 할 것 같다. 국내 유료 방송시장이 현재 저가 구도가 경로 의존적으로 고착화되어 있는 상태이며, 최근 결합상품 경쟁으로 인해 방송 콘텐츠가 제값을 받기도 어려운 것이 현실이지만, 저가 유료 방송시장이 저가 OTT 서비스 가격을 초래하고 이는 다시 낮은 수준의 콘텐츠 투자유인과 낮은 수준의 콘텐츠 차별화 및 낮은 수준의 콘텐츠 지불의사(willingness-to-pay)로 연결되는 악순환(vicious circle)을 제거하기 위해서는 프리미엄 오리지널 콘텐츠 전략 등 특정 동영상 OTT 플랫폼에서만 이용할 수 있는 콘텐츠 제공을 통해서 차별화 전략을 추구할 필요가 있다고 판단된다. 이와 함께 국내에서는 특히 한국인이 선호하는 콘텐츠에 대한 투자를 확대하고 다양한 비즈니스 모델 도입을 통해 수익 다각화와 서비스 다각화를 실현하면서 이용자의 지불의사를 높일 필요가 있다. 또한 콘텐츠 투자확대와 규모의 경제를 추구하기 위해서 기업 간 다양한 전략적 제휴도 필요해 보인다.

이와 함께 연결성을 강화하는 플랫폼 전략을 추구할 필요가 있다. 특히 최근 높은 수준의 사용자 경험, 낮은 비용, 빅데이터 분석을 통한 최적화된 서비스 제공 및 플랫폼 경제(platform economy) 등의 특징을 가지고 있는 디지털 트랜스포메이션(digital transformation) 추세가 심화하고 있는 미디어 산업환경을 고려한다면 플랫폼을 통한 연결성이 부족한 고품질 콘텐츠 제작 전략만으로 성공을 거두기는 어려울 전망이다. 따라서 알고리즘과 인공지능을 이용한 콘텐츠 큐레이션과 서비스 최적화는 미디어 산업의 미래를 좌우할 수 있는 중요 요소이며, 이러한 플랫폼을 통한 서비스 최적화는 이용자에게 최적 경험을 제공할 뿐만 아니라 이용자의 플랫폼 체류 시간을 증가시켜 이용자의 이탈을 막는 데 도움이 될 것으로 보인다.

이러한 콘텐츠 경쟁력과 플랫폼 경쟁력을 제고할 수 있는 다양한 전략이 성공을 거둔다면 국내 동영상 OTT 산업도 넷플릭스와 자신감 있게 경쟁하고 해외 진출도 모색할 수 있을 것이다.

‘기회’와 ‘위협’ 사이 넷플릭스와 한국 콘텐츠 제작 환경

SPECIAL THEME

넷플릭스 하다

2011년 7월, 넷플릭스가 온라인 스트리밍 서비스와 DVD 배송을 분리해 과금하기로 하면서 실질적인 요금인상을 선언했을 때 주가는 곤두박질치고 고객들은 분노했다. 80만 명의 고객이 빠져나갔고 연일 신문은 이를 비난하기에 바빴다. 리드 헤이스팅스 넷플릭스 CEO는 바로 요금인상계획을 철회해야만 했다.



한지수

연세대학교 정보대학원 박사/M.I.C. Lab

(전) CJE&M 애니사업본부장

(전) 온미디어 TOONIVERSE 편성제작국장

KAIST IMMBA

오리지널 콘텐츠의 성공, 글로벌 콘텐츠 사업자로 자리매김하다

2019년 1월 15일 넷플릭스는 구독료를 13~18% 올리는 인상안을 발표했다. 근래 최대의 인상 폭이었다. 더 많은 오리지널 콘텐츠 제작을 위해서 요금 인상이 불가피하다는 것이 넷플릭스의 입장이었다. 그런데 흥미롭게도 이번에는 가격 인상 소식이 전해지자마자 주가는 6% 넘게 올랐다. 이제 금융가에서도 웬만한 가격 인상에는 넷플릭스 고객들이 이탈하지 않을 것으로 본 것이다. 오히려 공격적 투자와 확장으로 근래 들어서야 흑자를 내기 시작한 넷플릭스의 손익에 긍정적 영향을 끼칠 것으로 보았고 2011년과 같은 대규모의 고객 이탈도 나타나지 않았다.

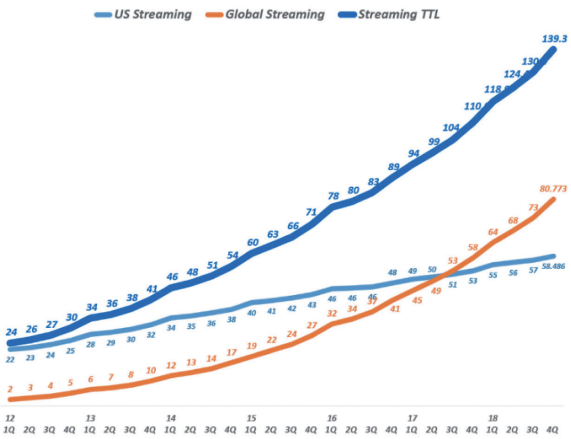
그간 넷플릭스에 어떤 변화가 있었던 것일까. 2011년 온라인 스트리밍 서비스를 분리하고자 했을 때 넷플릭스는 자신만의 독자적 콘텐츠가 없었다. 외부 콘텐츠 공급에 의존해야 했기에 거대 미디어 콘텐츠 그룹과의 딜에서 독점권 및 판권료 인상에 대한 부담을 계속 질 수밖에 없었다. 그런데 2013년, 넷플릭스는 IT 기업의 강점인 고객의 빅데이터를 활용하여 제작비 1,000억 원에 달하는 오리지널 드라마를 제작, 전편 동시 공개라는 파격적 방식으로 <하우스 오브 카드>를 론칭한다. 이 오리지널 드라마의 큰 성공은 그동안 콘텐츠 유통업체에 가까웠던 넷플릭스를 콘텐츠 제작과 유통을 겸한 강력한 사업자로 변신시켰다. 이제 넷플릭스는 2018년에만 345개의 오리지널 프로그램을 제작한 거대 글로벌 콘텐츠 사업자로 자리매김하고 있다.

글로벌 파트너와 글로벌 시청자가 중요해진 넷플릭스

아래 분기별 넷플릭스 유료 구독자 수 추이를 보면 2018년 4분기 1억 4천만 명에 달하는 유료 구독자를 보유한 글로벌 플랫폼임을 알 수 있다. 흥미로운 지점은 미국 유료 구독자 수가 5천만 명대에서 정체하고 있는 반면 글로벌 유료 구독자는 2017년에 미국 구독자 수를 넘은 후 현재 8천만 명을 넘어서는 빠른 성장을 보이고 있다는 점이다. 넷플릭스의 대규모 제작비와 마케팅 비용을 고려하면, 성장의 Key는 글로벌 시장에 있음을 알 수 있다. 넷플릭스의 글로벌 시장 중요성이 커질수록, 글로벌 시장을 공략할 수 있는 콘텐츠를 제작할 수 있는 파트너가 중요해진다.

넷플릭스 분기별 스트리밍 서비스 유료 구독자 수 추이(2012년 1분기~2018년 4분기)

자료 : 필자 제공



플랫폼 간 경쟁이 치열해지는 것은 콘텐츠 제작엔 기회다. 판로가 다양해지기 때문이다. 아시아 콘텐츠 제작의 전진 기지로서 한국 콘텐츠에 대한 투자는 상당한 규모로 확대될 것이다. 한국의 콘텐츠 제작은 이전에 없었던 플랫폼 환경을 맞이하게 되었다. 가혹한 경쟁과 급격히 확대된 글로벌 시장이 동시에 앞에 놓여 있다. 좋은 시간대에 편성되었다는 이유만으로 어느 정도 안정된 위치를 누릴 수 있는 시간은 끝나가고 있는 것 같다. 모든 세대가 특정 시간 TV 앞에 모여 가족 드라마를 시청하는 풍경 또한 이미 낯설다. 쏟아지는 콘텐츠 앞에서 확실한 취향의 만족과 공감을 제공하지 않는 콘텐츠는 철저히 외면받을 것이다.

아직 본격적인 진입이 어려운 중국을 논외로 한다면 아시아 시장에서 제작의 전진 기지로서 중요한 국가는 일본 그리고 한국이라고 생각한다. 한국의 드라마, 일부 예능의 경우 중국까지를 포함해 아시아 시장에서 성공적인 히트를 기록한 데이터를 갖고 있다. 최근 K-pop은 아시아 외 글로벌 시장까지 확장 가능성을 보여주었다. 2017년 칸 영화제와 한국영화계에 큰 논란을 일으키며 개봉한 봉준호 감독의 <옥자>(이미 그 마케팅 성과만으로도 제작비 600억 원을 충분히 상회하고도 남았을 것이다), 2018년 스튜디오 드래곤이 제작하고 300억 원이 넘는 판권을 지불한 블록버스터 드라마 <미스터 션샤인>, 2019년 1월 한국을 새로운 좀비물의 성지로 부각시킨 넷플릭스 오리지널 드라마 <킹덤>까지, 한국의 콘텐츠들은 흥미로운 출발을 보여주었다. 2019년에도 오리지널 드라마, 연예기획사와 함께한 다양한 예능 프로그램까지 많은 콘텐츠들이 대기하고 있다.

이제 콘텐츠 제작 역량을 보유한 제작사라면 지상파 채널의 편성 가능 시기나 해당 방송국의 취향을 고려한 캐스팅을 고민하는 단계를 지나 넷플릭스라는 플랫폼을 통해 바로 글로벌 시청자에 닿을 수 있는 기회를 가지게 되었고 기획의 깊이와 폭을 넓힐 수 있게 되었다. 이전 같았으면 '미드 하냐'라는 비난을 들으며 현실화하기 어려울 수 있었던 세분화된 장르와 콘셉트, 대규모 제작비와 방대한 세계관이 요구되는 시즌제 판타지물 같은 것들을 기획하고 도전해볼 수 있는 시장이 열린 것이다. 현 단계 넷플릭스는 상당한 연출과 기획의 권한을 보장하고 있는 것으로 알려져 있다.

넷플릭스의 국내 진출이 갖는 동전의 양면

비즈니스 관점에서 본다면, 넷플릭스와의 계약으로 제작비 전액을 바로 회수할 수 있는 가능성이 높아졌고 글로벌 OTT 판권을 제외한 부가 사업의 권리 역시 제작사가 가져갈 수 있어 글로벌 비즈니스를 확대할 여지가 많아진다. 넷플릭스 입장에서 1천억 원을 쉽게 넘어가는 미국시장 대상의 넷플릭스 오리지널 콘텐츠 제작비와 비교했을 때, 한국 콘텐츠는 가성비가 높고 아시아 문화권 공략이 가능하면서 새로운 것을 갈망하는 미·유

럽 가입자까지 테스트 가능한 경쟁력을 갖춘 콘텐츠일 것이다. 한국 제작사 측면에서는 국내시장 근간으로 수십억 원의 제작비 한계에 오래 묶여 있다가 수백억 원을 넘나드는 블록버스터급 콘텐츠를 기획하고 그 이상의 수익을 빠르게 회수할 수 있는 환경이 생겼다고 할 수 있다. 정치적 이유로 리스크가 높은 중국시장의 위험을 감수하지 않아도 새롭게 글로벌 콘텐츠 비즈니스를 전개할 기회가 된 것이다.

그러나 역설적으로 그렇기 때문에 제작사의 환경은 빈익빈 부익부의 가속화가 일어날 가능성이 높다. 한국 콘텐츠의 글로벌 입지가 넓어지기 시작하면서 스튜디오 드래곤처럼 연간 수 편의 블록버스터 콘텐츠와 수십 편의 포트폴리오를 운영하면서 리스크를 헤지(hedge)할 수 있는 대형 제작사가 나오고 있고, 그들에게 수혜가 몰릴 것이다. 데이터 기반의 결정 시스템을 가진 OTT 플랫폼의 특성을 고려할 때, 확실한 성공과 히트의 데이터를 갖고 있는 작가, 연출가, 배우를 확보하지 못한 소규모의 제작사들에게는 더 가혹한 환경이 될 가능성도 있을 것이다. 웹툰처럼 정량적 히트 레코드를 갖고 있는 원작을 확보하거나 해당 영역 외의 분야라도 잠재력을 입증한 크리에이터가 있다면 새로운 콘텐츠를 기획하고 만들어내는 일을 함께 시도하는 일을 고민해볼 필요가 있다고 생각한다.

플랫폼 간 경쟁, 콘텐츠 제작에는 기회로

물론 경쟁은 콘텐츠 제작사끼리만의 문제는 아니다. 거대 콘텐츠 미디어 그룹 Disney는 2019년 본격적인 OTT(over the top, 온라인동영상서비스) 시장의 진입을 선언했다. 21세기 폭스를 인수하며 더 막강해진 라인업을 갖게 된 디즈니는 OTT 서비스 <디즈니플러스>를 론칭하면서 Disney, Pixar, Marvel, Lucasfilm 등 수천 편에 이르는 영화, 드라마, 애니메이션 콘텐츠를 독점적으로 제공, 넷플릭스가 독주하던 OTT 시장의 판을 흔들 것으로 전망된다. 워너미디어, NBC 유니버셜 등도 스트리밍 서비스 시장에 줄줄이 뛰어들 것으로 예상되고 있다. 아마존과 같은 IT 기업 역시 오리지널 콘텐츠를 계속 강화해나가고 있으며 무엇보다 유튜브와 같은 새로운 콘텐츠 플랫폼이 거대하게 세력을 확대 중이다. 글로벌 플랫폼에 대응하기 위하여 국내 IPTV와 네이버와 카카오 같은 IT 플랫폼들도 콘텐츠 제작과 확보에 뛰어들고 있다. 플랫폼 간 경쟁이 치열해지는 것은 콘텐츠 제작엔 기회다. 판로가 다양해지기 때문이다. 아시아 콘텐츠 제작의 전진 기지로서 한국 콘텐츠에 대한 투자는 상당한 규모로 확대될 것이다.

한국의 콘텐츠 제작은 이전에 없었던 플랫폼 환경을 맞이하게 되었다. 가혹한 경쟁과 급격히 확대된 글로벌 시장이 동시에 앞에 놓여 있다. 좋은 시간대에 편성되었다는 이유만으로 어느 정도 안정된 위치를 누릴 수 있는 시간은 끝나가고 있는 것 같다. 모든 세대가 특정 시간 TV 앞에 모여 가족 드라마를 시청하는 풍경 또한 이미 낯설다. 쏟아지는 콘텐츠 앞에서 확실한 취향의 만족과 공감을 제공하지 않는 콘텐츠는 철저히 외면받을 것이다. 그 어느 때보다 연결되어 있는 콘텐츠 유저들은 '볼 만하다'고 판단한 콘텐츠에 대해서 놀라운 속도로 빠르게 열광하고 추천하며 붐을 만들어내기도 할 것이다. 이런 새로운 플랫폼 환경의 가능성을 잡아낼 수 있는 영민한 전략을 녹여낸 새로운 콘텐츠의 탄생을 기대해본다.

메기일까 상어일까, 넷플릭스의 미래와 한국방송

SPECIAL THEME

넷플릭스 하다

‘메기 효과’라는 것이 있다. 미꾸라지들이 싱싱하고 오래 살게 하려면 그 수조에 천적인 메기 한 마리를 넣으면 효과 만점이라는 것이다. 미꾸라지들은 메기에게 잡아 먹히지 않으려고 안간힘을 쓰므로 자동적으로 빨리 움직이게 되는데, 미꾸라지가 오래 싱싱하게 살면 오는 이득이 메기가 미꾸라지 몇 마리 잡아먹어 발생하는 손실보다 크다. 그래서 이를 메기 효과라 부른다.

송민정

한세대학교 미디어영상광고학과 교수



스위스 쮜리히대학교(University of Zuerich)에서 커뮤니케이션학 박사학위(Ph.D.) 취득
1995~1996 스위스 바젤 주재 경영경제 컨설팅펌인 프로그노스(Prognos A.G.) 객원연구원
1996~2014 KT경제경영연구소 수석연구원 역임
주요 저서 ≪정보콘텐츠산업의 이해≫ ≪인터넷콘텐츠산업론≫ ≪디지털 미디어와 콘텐츠의 이해≫
≪모바일 컨버전스는 세상을 어떻게 바꾸는가≫ ≪스마트미디어의 이해≫ ≪디지털미디어경영론≫ 등

오리지널 콘텐츠 확보를 둘러싼 전쟁

폐쇄된 TV에서 개방된 TV로 시청자들의 눈을 돌리게 한 지금, 이제 이들을 움직이는 것은 더 이상 플랫폼이나 채널 브랜드가 아니다. 이러한 패러다임 변화로 인해 뛰어난 콘텐츠 라이브러리와 제작역량, 오리지널 콘텐츠 보유 여부가 미디어 경쟁력을 결정짓기 시작했다. 넷플릭스의 부상으로 이를 깨달은 미국 전통 미디어 기업들은 오리지널 콘텐츠 확보에 열을 올리기 시작했다. 한국시장도 예외가 아니다. 그렇다면 전통 미디어 기업들에게 넷플릭스가 메기인데, 넋을 놓고 바라만 본다면 상어가 될 공산이 크다. 즉, 발 빠른 대응을 한다면 넷플릭스는 메기가 된다는 논리이다.

객관적이고 글로벌한 시각에서 넷플릭스의 미래를 보기 위해 먼저 미국 전통 미디어 기업들의 대응 움직임을 살펴보자. 인터넷 이용이 용이한 환경이 전제된다면, 이미 인터넷 동영상 즉, OTT (Over the top) 동영상 시장 확대가 기업 가치 재평가로 이어지게 된다. OTT 확대로 미디어 플랫폼 경쟁이 더욱 치열해지면 콘텐츠 몸값은 오르게 되고, 이를 누구보다도 잘 아는 미국 전통 미디어 기업들은 오리지널 콘텐츠 확보를 위해 다양한 M&A를 단행한다.

좀 더 자세히 설명하면, 케이블TV나 IPTV 등 가입자 기반의 폐쇄형 플랫폼 사업 영역 확장은 자연독점을 누리는 통신기업들에게 그동안 매우 용이한 전략이었고, 이런 이유로 인해 그동안 콘텐츠 제작역량은 시장을 바꾸는 경쟁력이 아니었다. 하지만, 상황이 180도 달라진 것이다. 이제 시청자를 움직이는 힘이 더 이상 플랫폼이나 채널 브랜드가 아닌 것이다. 그래서 정신 차린 AT&T는 타임워너를 인수해 <왕좌의 게임> 같은 인기물을 보유한 HBO와 워너브라더스를 동시에 확보했고, 이를 토대로 경쟁사들을 압박한다. 예로 슬링 TV(Sling TV)에게 HBO 라이선스를 유지하려면 일정 수준 보증된 구독료를 지급하라고 AT&T가 제시하자, 슬링 TV는 이를 거부했고 결국 HBO 배포 권한을 잃게 되었다. 슬링 TV의 다음 수순은 가입자 이탈이다. 그동안 콘텐츠 자체보다는 거래 골목만을 지켜왔던 AT&T가 오리지널 콘텐츠 확보로 자사 플랫폼 내 유료 가입자 수를 증가시키는 전략을 추진하고, 경쟁사를 압박한다.

이러한 전략은 플랫폼 기업에만 제한되지 않고 있다. 태생이 콘텐츠기업인 디즈니조차도 픽사, 마블스튜디오, 21세기폭스 등을 인수해 어벤져스, 스타워즈, 아바타, 에일리언 시리즈 등의 인기 콘텐츠 판권을 확보하면서 넷플릭스를 공략할 준비를 갖추기 시작했고, 2019년부터는 아예 넷플릭스에의 콘텐츠 공급을 중단한다. 점점 더 콘텐츠 제작 능력이 경쟁사 대비 낮은 기업은 폭발적으로 증가하는 라이선스 비용을 감당하기 어렵게 된다고 디즈니는 보는 것이다. 즉, 디즈니는 콘텐츠 수급 비용 증가로 인해 이익 마진이 줄어 넷플릭스가 결국 힘들어질 것이라고 확신하고 있을 것이다. 이처럼 미국 상황에서 플랫폼 기업이나 콘텐츠 기업 모두에게 가장 중요한 핵심 경쟁력은 '오리지널 콘텐츠 소유 여부'가 된 것이다. 따라서, 넷플릭스의 미래도 오리지널 콘텐츠 확보에 달려있다고 봐야 한다.

국내 기업들과의 활발한 제휴 전략

그렇다면 메기가 된 넷플릭스를 바라보는 한국 방송시장은 앞으로 어떻게 될까? 유튜브와 넷플릭스의 국내 진출로 이미 국내 미디어 기업들은 골머리를 앓기 시작했고, 메기에게 먹히지 않기 위해 달갑지 않지만 OTT 서비스 강화가 불가피하다. 최근 옥수수와 푹(Pooq)의 협력이 이를 보여주는 시그널이 된다.

융합 패러다임 변화를 지켜볼 때, 현재 변화의 핵심 본질은 단연 모바일 환경이다. 콘텐츠 소비 환경이 스마트폰으로 옮겨간 이상 코드 커팅(Cord cutting) 현상은 필연적일 수밖에 없다. 국내 방송통신위원회에 따르면, 이미 2015년에 스마트폰은 필수매체 1위에 올라섰으며, 특히 모바일에 최적화된 클립형 콘텐츠가 급증하기 시작했으며, 1인 미디어의 등장으로 다양한 장르의 짧은 분량의 콘텐츠가 제작되면서 콘텐츠 제작과 유통 생

2019년에도 넷플릭스를 비롯한 글로벌 OTT향 한국산 콘텐츠 판매가 확대될 것이며, 이러한 넷플릭스의 한국산 콘텐츠 확보전략이 국내 콘텐츠 기업에 주는 기회는 첫째, 안정적 글로벌 유통망 확보이다. 즉, 넷플릭스와의 계약만으로도 일정 수준의 수출 효과가 존재하게 되는 것이다. 둘째, 넷플릭스는 국내 콘텐츠 창작자와 제작자에게 좋은 조건을 제시해 콘텐츠의 질을 높이는 전략을 수행하고 있어서 콘텐츠 질 제고에도 도움이 된다.

태계의 구조적 변화가 불가피해진 것이다. 다음 수순은 기존 유료방송이 해지되는 코드 커팅 또는 코드 쉐이빙(Cord shaving) 현상이다. 코드 커팅은 더 이상 유료 방송을 가입하지 않는 사람들을, 코드 쉐이빙은 기본 패키지로 옮겨가는 것을 말한다.

클립형인 짧은 분량의 쇼트렝스(Short-length) 콘텐츠 소비뿐만 아니라, 이제는 풀렝쓰(Full-length) 콘텐츠 소비도 급성장하게 만든 주인공이 2016년 1월부터 국내 서비스를 개시한 넷플릭스이다. 한 국내 앱 조사업체인 와이즈앱에 따르면, 넷플릭스의 2018년 9월 국내 사용자 수는 90만 명으로 추산된다. 이 수치는 아직 옥수수, 푹 등에 비해서는 낮은 수준이나, 넷플릭스의 지난 3년간 성장률은 매우 놀랍다. 즉, 넷플릭스의 가입자 수는 3년간 235%, 시청시간은 350%로 국내 타 플랫폼에 비해 급성장했다. 넷플릭스는 국내 시장에서 먼저 플랫폼 기업과 제휴해 가입자 수를 확장했다. 2016년 케이블방송 플랫폼인 딜라이브가 넷플릭스를 OTT 셋톱에 탑재했고, 2017년 CJ헬로도 넷플릭스를 OTT 셋톱에 탑재하면서 TV를 통한 접근 편의성을 높였다. 2018년 5월부터는 LG유플러스와 제휴해 3개월 무료 이벤트를 실시하는 등 국내 후발 통신기업과도 손잡아 프로모션 전략을 펼쳤다. 이러한 플랫폼 제휴와 더불어 넷플릭스는 국내 콘텐츠 확보에도 적극적이다. 즉, 넷플릭스는 <미스터 션샤인> <비밀의 숲> <라이브> 등 2017년 4분기 스튜디오 제작 콘텐츠의 50%, 제이콘텐트리 600시간 규모의 콘텐츠를 확보했고, <킹덤> <범인은 바로 너> 등 한국 오리지널 콘텐츠를 제작·공급하기 시작한다.

넷플릭스에 대응하기 위한 국내 플랫폼 간 경쟁

이처럼 상황이 급속히 전개되고 있지만, 아이러니하게도 국내 유료방송 가입자 규모는 여전히 증가 추세이다. 가장 큰 원인이라면 미국 대비 OTT 서비스의 가격 경쟁력이 높지 않다는 점이다. 실제로 미국 유료방송 ARPU(가입자당 매출액)는 80~100달러 수준이나, 국내 ARPU는 미국의 1/10 수준이며, 통신기업 주도의 IPTV는 인터넷, 스마트폰과의 결합상품을 통해 추가적 가격 할인도 가능하다. 하지만, 넷플릭스의 제작시장 개입으로 콘텐츠의 몸값이 오르고 있어서 유료방송 ARPU가 오를 가능성이 커지고 있다. 마진 압박을 받게 될 것이기 때문이다. 그렇다면 코드 커팅 현상을 마냥 배제할 수는 없는 상황이 전개될 것이다. 넷플릭스가 미국 드라마와 해외 콘텐츠 중심에서 벗어나 한국산 콘텐츠 확보를 통해 라인업을 강화하고 있기 때문에, 5G 등 네트워크 품질이 더욱 발전하여 OTT 시청 편의성이 TV향에서도 향상되면 국내에서도 코드 커팅 현상이 나타날 것이다.

이에, 옥수수는 IPTV 콘텐츠 및 VOD 중심으로 시장점유율을 확대하기 시작했고, LG유플러스는 팟캐스트, 아프리카TV 등 콘텐츠 중심으로 확대전략을 취하기 시작했다.

이처럼 이미 메기가 된 넷플릭스에 대응하려는 국내 플랫폼 간 경쟁은 OTT 시장에서 더욱 치열해질 것이며, 그동안 을의 위치에 있던 국내 콘텐츠 제작사에겐 또 다른 기회로 작용할 것이다. 콘텐츠 유통로가 확대되고 있기 때문이다. 정신을 차리기 시작한 기존 미디어 기업들의 콘텐츠 확보전과 아울러, 국내 IT 기업들의 진입도 만만치 않다. 이들도 콘텐츠 제작에 관여하기 시작하여, 네이버는 자사 플랫폼인 V라이브에의 안정적인 콘텐츠 공급을 위해 YG엔터테인먼트, YG인베스트먼트에 투자를 진행했고, SK텔레콤은 SM엔터테인먼트와 손잡고 신규 음악 플랫폼을 만들기 시작했다. SK텔레콤은 2017년 70억 원, 2018년 150억 원의 콘텐츠 투자를 집행하였다.

득과 실이 혼재할 국내 시장의 미래

2019년에도 넷플릭스를 비롯한 글로벌 OTT향 한국산 콘텐츠 판매가 확대될 것이며, 이러한 넷플릭스의 한국산 콘텐츠 확보전략이 국내 콘텐츠 기업에 주는 기회는 첫째, 안정적 글로벌 유통망 확보이다. 넷플릭스는 전 세계에 1억 명 이상의 가입자를 보유 중이며, 2017년 190여 개국에 진출했다. 국내 콘텐츠 기업은 넷플릭스에 한국산 콘텐츠를 제공해 해외시장 매출을 확보할 수 있다. 넷플릭스를 통해 전 세계에 공급된 <비밀의 숲>은 뉴욕타임즈가 선정한 최고의 TV 시리즈 중 하나로 선정되었고, <범인은 바로 너>는 총 25개 언어로 190개국에 제공되었다. 즉, 넷플릭스와의 계약만으로도 일정 수준의 수출 효과가 존재하게 되는 것이다. 둘째, 넷플릭스는 국내 콘텐츠 창작자와 제작자에게 좋은 조건을 제시해 콘텐츠의 질을 높이는 전략을 수행하고 있어서 콘텐츠 질 제고에도 도움이 된다. 사전제작 시스템, 지상파 방송사 대비 높은 제작비 책정 및 지급, 계약서에 의한 거래 등의 보다 선진화된 시스템을 도입하여 그동안 열악했던 국내 콘텐츠 제작 환경을 개선하는 효과가 있다.

한편, 콘텐츠제작사 입장에서 넷플릭스의 오리지널 콘텐츠 수주가 항상 득만 있는 것은 아니다. 자세히 보면, 오리지널 콘텐츠는 유통사가 판권을 소유하는 대신 일정 마진(보통 제작비 기준 20% 내외)을 보장받는 구조이다. 제작비 회수 측면에서 리스크가 낮다는 장점이 물론 있지만, 콘텐츠 흥행으로 인한 보상도 없다는 점이 단점이 된다. 이는 그동안 슈퍼 '갑'이었던 지상파 방송사와의 계약 관행과도 사실상 다를 게 없다. 예로 스튜디오 드래곤의 <도깨비> 가 제작비 기준 GPM(Gross Profit Margin) 50%를 달성했던 점과 비교해본다면, 흥행 콘텐츠 제작 시 실적 레버리지가 없다는 점이 단점이 된다.

그럼에도 불구하고 그동안 너무 열악한 환경에 있었던 국내 콘텐츠 기업들은 넷플릭스의 오리지널 콘텐츠 수주를 긍정적으로 판단해야 할 것이다. 넷플릭스 같은 글로벌 기업들은 국내 기업 대비 높은 제작비를 지급한다는 측면에서 절대 이익 규모가 증가하는 점과 평균 제작비 증가가 기대되기 때문이다. 예로 2017년 6월에 개봉한 한국산 영화인 <옥자>의 경우에 580억 원의 엄청난 제작비가 투입되었으며, 2019년 1월 25일에 출시된 드라마 <킹덤>은 편당 제작비가 15~20억 원으로 알려져 있다. 두 작품 모두 국내 기준으로 상상 초월 최고 수준의 제작비가 투입된 것이다. 또한, 이미 케이블과 종편 채널에도 충분히 많은 드라마가 방영되고 있는 상황인데, 경쟁사인 지상파 방송과 넷플릭스 같은 글로벌 OTT 등의 콘텐츠 수주로 예상치 못한 신규 매출이 가시화되는 상황에서 오리지널 콘텐츠의 제작 편수가 지속적으로 성장할 것이다. 이미 상당한 수혜를 보고 잇는 국내 양대 대표 드라마 제작기업인 스튜디오 드래곤과 제이콘텐트리는 2019년 중 넷플릭스향 오리지널 콘텐츠를 방영할 예정이며, 수주 작품 수도 꾸준히 증가할 것으로 예상한다. 이러한 과정이 진행되는 동안에 미국보다는 다소 느리지만, 결국에는 국내 방송시장에서도 콘텐츠 제작 경쟁력이 높은 기업들에 의해 미래 방송시장이 주도될 것으로 기대한다.

<복면가왕>은 우리의 미래인가?



박현호

MBC 콘텐츠 사업국장

현재 MBC 콘텐츠 국내외 유통, 포맷 판매, 리메이크, 공동제작 총괄
1995~2017 예능 프로그램 다수 제작

폭발적인 현지 반응, 미국판 <복면가왕>

미국에서 <복면가왕(The Masked Singer)>이 인기다. 크레이그(Craig)라는 프로듀서가 기획하고 엔데몰 샤인(Endemol Shine North America)이 제작, 폭스(Fox)가 방송했다. 프로듀서가 자기 딸과 LA의 태국식당에 갔다가 마주친 태국 버전에 꽂혀서 태국 제작사에 연락했고, 우리와 연결되고 서울에 넘어와 녹화현장을 보고 가더니 계약서가 오가고 얼마 후 미국에서 프로그램을 만들어 지난 1월 초부터 방송 중이다.

첫회 당일 18-49 시청률 3.0%로 압도적 1위(2위는 고든램지 1.2%), 미국 리얼리티 시즌 첫회 시청률 7년 만의 최고, 첫 방송 후 3일 이내에 TV로 본 시청자 수 1,230만 명, 7회까지 평균 18-49 시청률 2.4%로 순항 중이다. 전 세계적으로 두드러지는 포맷 화제작이 없던 상황에서 이러한 성적표는 고무적이다. 1월 말에 미국 마이애미에서 열린 NATPE 마켓에서는 항상 북미와 남미 바이어들로부터 "축하합니다!(Congratulations!)"라는 인사를 들으며 상담을 시작했다. '아, 이런 스타일이 포맷으로 이들에게 어필되는군' 하는 깨달음이 컸다, <복면가왕> 덕분에.

시청률만이 아닌 바이럴 반응도 폭발적이다. 얼마 전 방송된 그래미(Grammy)에서 가수들 의상이 좀 튄다 싶으면 바로 '당신이 masked singer냐?'는 댓글이 유쾌하게 달렸고, 연예인 판정단 중 한 명인 제니(Jenny)의 남편이자 뉴 키즈 온 더 블럭의 멤버인 도니(Donnie)가 인터뷰에서 자기가 '토끼'라는 세간의 의혹(?)에 대해 해명하기도 했으며, 아침방송에서 마리 오스몬드(Marrie Osmond)와 인터뷰 중에 '공작'이 방송에서 '마이클 잭슨과 친구였다'고 말한 멘트를 근거로 그녀의 오빠가 '공작'이라는 걸 밝혀내기도 했다. 엘런 쇼(The Ellen Show)에서는 복면가왕 2회가 방송될 즈음에 'The Masked Dancer' 라는 코너를 방송해 차기 스핀오프 가능성에 대한 기대감을 높였다. 게다가 이러한 <복면가왕> 신드롬을 만들어낸 프로듀서의 딸 클라라(Clara Plestis)는 가수 겸 배우로 활동 중인데 복면가왕 무대에 복면을 쓰고 코러스로 활동한 후 사진을 소셜 미디어에 올려 화제가 되기도 했다.

국가별로 일어난 <복면가왕>의 무궁무진한 변종

2015년 <나는 가수다>(이하 나가수) 시즌3 CP 시절에 설 특집으로 방송된 <복면가왕>을 보고 의아해했던 적이 있다. '박정현, 양파, 김경호, 소찬휘가 <나가수>에 출연해 노래하는 시대에 복면을 쓴 가수라니… 이 친구들은 저기 나가면 시청자들이 바로 알 텐데, 이들 말고 저 무대에 설 가수들이 그렇게 많나?' 쓸데없는 걱정이었다. 얼마 후 <마이 리틀 텔레비전>과 함께 정규편성 되면서 방송계에 태풍급 화제를 몰고 왔고 MBC 예능의 든든한 기둥이 되었다. '복면' 하면 떠오르는 이미지가 '하회탈, 오페라의 유령, 배트맨' 정도밖에 없던 나라에서 '복면' 프로그램을 만들어 재미를 보고 수출까지 했으니 (내가 생각해도) 대단한 일이다. 얼마 후면 200회가 방송된다. 10년 넘게 방송된 <무한도전>만은 못해도 10회 전후로 제작하는 시즌제 프로그램들과 비교하면 대단한 '장수' 프로그램이고, 전 국민이 다 아는 인기가수들의 경연이었던 <나가수>의 뒤를 이어 '가수의 인기라는 선입견을 떠나 진정성 있는 노래로 어필'하겠다는 기획 의도가 살아있는 것도 놀랍다.



각 나라마다 선호하는 캐릭터도 다르고 경연 방식도 달라 <복면가왕>의 변종은 무한하다. 사진 : Masked Singer Fox 공식 인스타그램

중국, 태국, 인도네시아 등에서 만든 리메이크 작품들은 가왕의 아들, 딸이다. 비슷한 듯 다르다. 중국에 보낸 <복면가왕>은 첫 시즌에선 재미를 못보다가 서울로 제작사 임원들이 단체로 넘어와서 녹화현장을 참관하고 나서는 자기 방식대로 오리지널로부터 점차 이탈하기 시작했고, 한한령을 거치면서는 '이건 중국 오리지널'이라며 어이없는 주장을 시작하더니 가창력이나 대결보다는 가수가 누군지 알아맞히는 재미를 추구하는 쪽으로 전환해 버렸다. 심지어 관객들에게 발각(?)되면 그 가수는 박수를 받으며 복면을 벗고 퇴장하기도 한다. 또한, 태국에 보낸 <복면가왕>은 온몸을 공룡, 버섯, 두리안 등등의 거대한 인형 속에 감췄다. 목소리와 가창력 외에는 누군지 추측할 단서가 없다. 다양한 서양 프로그램 포맷들을 체화한 경험이 많아선지 '아주 한국적인' 무대와 분위기를 '아주 태국스럽고 글로벌한' 톤으로 바꿨다. 인도네시아에선 거의 외계인 쇼가 되었다. 인간의 상상력을 총동원해 만든 기괴한(?) 캐릭터로 분해 K-POP을 노래하는 셀러브리티들을 보고 있으면 여기가 인도네시안지, 미국인지… 옵션 계약을 통해 자국 방송사들과의 협상권을 찜해 둔 회사가 20개가 넘으니 아직도 <복면가왕>의 변종은 무궁무진하다. 각 나라마다 선호하는 캐릭터도 다르고 경연방식도 다양한 가능성이 열려있다. 조만간 유럽의 몇 개국에서도 제작을 개시할 예정이라 그네들의 미적, 문화적 감각이 어떻게 복면과 의상, 그리고 무대에 표현될지 기대가 크다.

폭스 버전에서는 유니콘, 사자, 까마귀, 푸들, 벌, 외계인 등의 다양한 복면과 의상을 선보였고, 운동선수, 코미디언, 배우들이 가면을 벗으며 화제의 중심에 섰다. '과연 누굴까?'라는 궁금증과 설렘의 시선이 고가의 복면과 의상 너머에 숨어있는 셀러브리티를 겨냥하면서 수반하는 관음적 집중력이 높은 시청률과 화제성으로 나타났고, 하루에 2회분을 녹화해 두 주에 걸쳐 방송을 내보내는 우리가 소화하기는 힘든 그 정교함에 시청자들은 찬사를 보냈다. 그리고, 우리의 <복면가왕>이 진화하듯이 그들의 대결 방식도 진화했다. 오리지널과 태국, 중국 버전 등을 종합 분석한 듯 미국 시청자들이 선호하는 방식으로 각 버전들의 장점을 뽑아내고 사족을 잘라낸 뒤 재구성해 업그레이드했다. 시청자들의 변덕스러운 기호는 항상 어제와 다른 소비대상을 갈망하기에 제작자는 늘 새로운 것에 대한 강박이 있다.

우리 <복면가왕>의 미래는

폭스의 녹화를 참관하면서 우리 프로듀서는 제작비와 캐스팅에 감탄하고, 디렉터는 그들의 무대와 의상을 칭찬하고, 마케터는 방송의 성공을 어떻게 포맷 판매와 마케팅에 활용할 것인가를 고민했다. 이제는 역으로 우리 <복면가왕>의 미래를 고민할 때다. 우리의 마스크를 사이즈와 기능에 있어서 업그레이드할 순 없을지, 연예인 판정단의 규모를 더 늘리거나 줄일 순 없는지, 협찬을 더 확대해서 제작비 볼륨을 확 키울 순 없을지 고민이 필요하다. 시청률 흥행에 도움이 되는 출연자를 더 오래 붙잡아 둘 방법은 없는지, '우리동네 음악대장'처럼 누군지 알면서도 보게 되는 가수들을 더 영입할 가능성은 없는지, '가창력'과 '관중의 호기심' 중 어디에 방점을 둘 건지, 200회 가까이 방송을 하다 보니 가용 출연자 풀이 고갈되는데 '대결' 구도 극대화를 통한 변신은 불가능할지, 그리고 무엇보다도 <무한도전>처럼 지쳐서 잠시 쉬겠다는 얘기가 나오기 전에 시즌제로 제작 시스템을 당장 대개조해야 하는 게 아닌지… .

오는 2월 27일에 9, 10회가 연속 방송되면서 미국 시즌은 막을 내리지만 올해 안에 시즌2를 예고하고 있다. 아마도 더 많은 에피소드가 제작될 것이고 캐스팅도 더 좋아질 것이다. 방송 시기도 가장 주목받는 가을 시즌일 수 있고, 그때쯤이면 세계 각국에서 로컬 버전이 몇 개 더 만들어질 것이다. 지금도 출연자 가운데 미국에서 유명한 사람이 많지만 시즌2에는 미국만이 아닌 전 세계적인 슈퍼스타들을 보게 될 수도 있지 않을까? 이 프로그램을 진정한 아방가르드(truly avant-garde TV)라고 칭한 롤링 스톤즈지의 기사가 선언한 것처럼 <복면가왕>은 우리 미래의 일부분이 될 테니까("The Masked Singer will be part of our future").

마음이 살짝 급해졌다. <무한도전>을 쫓아 달린 수많은 리얼 버라이어티의 시대에 '포맷'으로 협상할 만한 프로그램을 만나기는 쉽지 않다. 10대 이상의 카메라로 단독샷을 따고 동선 곳곳에 고정캠을 숨겨서 자연스러운 출연자들의 케미를 많이 잡아내고 또 그걸 오래 편집하는 데 익숙한 PD들이 주류인 데 비해 게임 쇼 경험이 있고 스튜디오 메이킹에 익숙한 PD, 작가가 상대적으로 적다 보니 미국시장에서 원하는 '경쟁(competition)이 있고 승자와 패자가 명확한' 이른바 포맷화가 가능한 프로그램이 드물다. 게다가 지금도 공중파의 예능 편성은 어느 한 형식이 먹힌다 싶으면 정교한 시즌 관리 없이 탈진할 때까지 빨아먹는 무한 위클리 제작 시스템이라 아무리 매력적인 포맷도 대중에게 익숙해질 때쯤이면 그 후광을 잃지 않던가. 구작들의 아카이브를 탐색해서 스핀오프를 고민하고, 이미 시청자들에게 잊힌 프로그램을 찾아 포맷 부활을 도모하느라 부산해졌다. 우리의 차기 포맷은 무엇인가?

고소질 하는 사회



홍승기
인하대학교 법학전문대학원장
한국방송작가협회 고문변호사

저작권은 깡패?

저작권은 순 깡패 같은 권리이다. 유럽에서 권리의 속성을 배타적 권리(exclusive right)라고 이름 붙였다. 근대 시민 사회의 바탕이 된 '소유권' 정도에나 붙이는 속성으로서, 권리 중에서 무지 센 놈이라는 뜻이다. 외국의 법률 사전에서도 근거는 밝히지 않고 저작권을 엄청 센 권리라고만 설명한다. 사정이 그렇다 보니 저작권자의 동의를 받지 않고 저작물을 이용했다가는 낭패를 당하기 십상이다.

몇 년 전부터 폰트(글자꼴) 침해 사건이 빈번하다. 꽤 유명한 폰트 디자인 개발업체는 목하 저작권 침해 분쟁을 무더기로 제기하는 중이다. 인터넷을 뒤져 자신들이 개발한 글자꼴이 제삼자 홈페이지에서 몇 글자만 이용되었으면 대뜸 내용증명을 보내고 형사처벌을 들먹인다. 상대는 대체로 구멍가게 수준이고, 직원이 제품 소개를 인터넷에 올리긴 올렸는데 영세업체 직원이 오래 붙어 있을 리도 없고, 글씨체는 인터넷에서 주워 온 서체가 분명하다. 폰트 개발업자 중에는 대충 폰트 파일을 인터넷에 뿌려두었다가 뒤통수 치기식 영업에 몰두하는 이들이 있다. '마음대로 쓰시라'에 덧붙여 깨알 같은 글씨로 '상업적 목적'의 사용을 금한다. 때를 기다리다가 순진한 이용자들 상대로 '상업적 이용'이라고 공갈을 치며 덤비는 것이다. 가장 극성을 부리는 폰트 개발업체에서 독립한 폰트 디자이너는, 자신이 근무하던 시절에는 그렇지 않았는데 요즈음 회사 분위기가 왜 그리 변했는지 안타깝다고 했다. 아마도 정상 거래보다 그런 식의 겁박으로 벌어들인 매출이 훨씬 많지 않겠냐는 질문에도 고개를 끄덕였다.

문화체육관광부에서도 이에 대응하고자 홍보물을 만들어 배포도 하고, 유력 일간지에 지면을 마련하여 칼럼을 싣기도 한다. 저작권자의 탐욕이 발호하는 현장이고, 저작권 남용의 전형적 사례라고 폰트 개발업체 측을 질타하는 글을 보냈다. 문체부 저작권과 내부에서 회의를 계속 한 듯 여러 번 톤 다운(tone down) 해달라는 연락이 왔다. 폰트 개발업체도 거의 영세기업이고, 개발에 들인 노력을 무시할 수는 없었을 게다. 결국 칼럼은 물렁물렁하고 희멀건 글이 되었다.

유럽 유명 직물회사의 염직 디자인이 함부로 이용되었다는 분쟁도 많다. 상대는 동대문시장에서 원단을 끊어 여성 의류를 제작하는 지방 중소업체들이다. 유럽 회사는, 중소업체가 중소도시 백화점 매장에서 판매하는 여성 의류의 소매가에 멋대로 추정한 판매 수량을 곱하여 '십수억 원'을 내놓으라고 내용증명을 줄줄이 보내고, 형사고소장을 건건이 접수했다. 내용증명을 받고 경찰에 불려간 사장님들은 거의 경상도 사투리가 진한 대구 아저씨들이었다. 1970년대까지 우리 수출품목이 고만고만했던 시절 대구는 의류산업의 중심으로 대한민국 수출의 첨병이었다. 방직공장에는 2천 명, 3천 명 여공들이 3교대로 근무하며 땀 흘려 번 돈으로 고향의 남동생 고등학교 월사금도 내고, 시집갈 밑천도 모았었다. 유럽 업체의 대리인이라는 이는, 대구는 이제 섬유산업의 메카가 아니라 저작권 침해의 메카라고 떠들었다. 유럽 제품과 국내 원단은 언뜻 보기에 색깔도 문양도 크게 달랐다. 자세히 살펴보니 유럽 디자인을 축소하고 색상을 바꾸어 놓은 점이 뚜렷하였다. 사정이 그렇다면 국내 원단업자들을 공격하는 게 맞을 텐데, 원단을 구입하여 제품을 가공한 생산업체를 공격하는 이유가 궁금하였다. 이태리 업체는 국내 생산업자들이 이태리의 명품 디자인을 모를 리가 없다고 단언하고, 국내 업자는 이렇게 느낌이 다른데 어찌 같은 원단이냐고 흥분하였다. 이태리 업체의 손해가 있다면 원단값을 기준으로 하여야지, 어떻게 국내 의류업체의 디자인과 재단이 부가된 완성품의 소매가가 기준이 될 수 있냐는 질문에는 답을 못했다. 십몇억 원을 내놓으라고 협박을 하고 고소장을 들이밀면 겁을 먹고 5, 6천만 원을 내놓는 업체가 아직도 있다는 후문이었다.

형사책임에 대한 태도의 다양성

우리 저작권법은 저작권 침해에 대하여, 민사책임과 함께 망라적으로 형사처벌이 가능한 것으로 입법하였다. 민사책임이란 기본적으로 손해배상 책임을 의미하고, 형사책임이란 국가형벌권의 발동에 따라 피의자로서 조사를 받고 피고인으로 재판을 받아 형벌의 부담을 지는 책임을 말한다. 호주와 싱가폴 저작권법은 침해가 상업적 규모(commercial scale)이고 저작권자에게 상당한 악영향(substantial prejudicial impact)을 끼친 경우에만 형사처벌권을 발동한다. 미국 저작권법에서는 피해액이 1천불 이상인 경우에 형사책임을 인정하지만 실제로 형사처벌권이 발동되는 경우는 거의 보이지 않는다. 전직 미국 연방검사였던 WIPO(국제지적재산권기구) 국장에게 실태를 물었더니, '바쁜 연방검사가 저작권 침해 따위 지질한 사건에 신경 쓰겠냐'는 한마디로 정리하였다(저작권 침해 사건은 연방 사건이다). 일본과 우리나라는 대단히 유사한 제도를 가지고 있으나 형사고소 건수는 천차만별이다. 인구 대비 저작권 침해 형사고소 비율이 우리가 일본의 50배 이상이다. 적어도 그 사회는 형사처벌에 빙자하여 겁박을 하고 합의금을 뜯어내는 병리 현상과는 거리가 있다는 뜻이다.

오래전 대만 기업과 국내 기업 간 분쟁 처리를 하며 겪은 일이다. 장기간 거래처이던 대만 기업이 계약 갱신 과정에서 버진 아일랜드(Virgin Island)에 주소를 둔 같은 상호의 회사로 계약 당사자 명의를 바꾸었다. 업무 담당자도 같고, 이메일도 같고, 법인명도 같은데 주소만 버진 아일랜드가 되어 있었다. 계약서를 검토하면서, 주소에 문제가 있으니 챙기라고 일렀는데 어째 담당자가 깜빡했던 모양이었다. 대금이 십억 원 정도 밀리자 국내 담당자가 독촉을 하였고, 대만 거래처에서는 그 회사는 우리 회사가 아니라고 오리발을 내밀었다. 거래계약서에는 '분쟁이 생기면 대한상사중재원의 중재로 해결한다'는 중재 조항이 있었다. 대만 기업은 버진 아일랜드 회사와는 무관하다는 억지만 부리고, 어렵게 어렵게 분쟁서류를 송달하였다(송달이 되어야 절차가 개시된다). 대한상사중재원에서 판정문을 받아 대만에서 강제집행을 하기 위하여 대만 변호사사무실을 방문하였다. 재판권은 주권 작용이므로 대한민국의 판정문으로 바로 대만에서 강제집행을 하지 못한다. 대만 법원에서 강제집행을 위한 '집행판결'을 따로 받아야 한다. 집행판결 과정에서는 사건의 실체에 대하여는 다투지 않고, 제3국의 판결이 국내에서 집행되는 것이 그 국가의 공서양속(public policy)에 반하지 않는가 하는 점만 따진다.

대만 변호사들에게 집행판결 절차를 맡기면서, 대만 기업이 사기죄를 저질렀으니 형사고소를 하는 것이 좋겠다는 의견을 주었다. 그런데 대만 변호사들이 이해를 잘 하지 못하였다. 상거래에서 발생한 채무인데 왜 형사절차가 동원되느냐고 의아해했다. 장기간 거래 중에 있던 대만 회사가 계약을 갱신하는 과정에서 의도적으로 '버진 아일랜드'에 같은 상호의 법인을 설립한 후, 계약서에 살짝 그 회사의 주소지를 기재하여 상대방을 속이고 거래 대금을 편취하였으니 전형적인 사기가 아니고 무엇이냐고 반문하였다. 출장에서 돌아와서도 여러 번 그들로부터 사기죄에 대한 문의가 왔다. 법률가들이 형사절차를 대하는 태도가 국가마다 이렇게 차이가 있구나 싶었다.

달라진 환경

우리 저작권법을 개정하여 형사처벌의 요건을 강화하려는 시도도 몇 번 있었다. 미국처럼 피해 금액을 특정해서 일정 금액 이상의 손해가 발생하는 경우에만 형사처벌이 가능하도록 하든, 호주, 싱가폴처럼 추상적 기준을 두고 개별적으로 수사기관과 법원이 판단하도록 하든 무엇인가 통제가 필요하다는 뜻이다. 번번이 입법은 좌절되었으나 다행히 변화가 있었다. 법원도 검찰도 합의금 장사치들에게 냉정해진 것이다. 수사기관은 수사와 처벌을 자제하고(고소장 각하제도의 이용, 교육조건부 기소유예 제도 도입), 법원은 손해배상 금액에 엄격해졌다. 전체적으로 사회가 합리성을 찾아간다는 느낌이다.

아이들을 위한 노래, 노래하는 아이들

유수호

한국방송작가협회 회원



1957 대전KBS 전속 성우, 어린이합창단 지도
1960 서울 MBC-R 어린이 프로그램 고정집필
1963 KBS-R <후라이보이아저씨> <방학일기>
1967 CBS-R / 극동방송 주간드라마 집필
1976 KBS-R 어린이연속극 <아빠의 얼굴>
KBS-TV <애기들차지> <영이의 일기> <부리부리박사>
뮤지컬드라마 <모이자 노래하자> <TV유치원 하나둘셋> 등 다수 집필

날아간 후라이

"후라이 아저씨는 총이 없어도, 언제든지 입에서는 후두두드 푸앙" 자전거 동요에 가사를 개사하여 만든 <후라이보이아저씨> 주제곡을 틀어보고 있는 담당 PD 앞에 곽규석 씨의 친동생 곽규호 씨가 나타났다.

"어유, 곽규호 씨 웬일이신가?" PD가 묻자, "저 형님이 갑자기 날아가셨습니다." "엥? 날아가다니? 어디로?" "그게 저 아니 그럼 혹시?" "아니 그게 아니고요. 오늘 새벽에 갑자기 미국으로 날아가셨습니다." "뭐라고요? 아니 엊그제 나와 통화했는데 그럴 수가…" "형님이 백배사죄한다면서 저보고 방송녹음 대신 좀 해달라고 부탁하셔서…" "나 참, 설마설마했는데 이런 홍두깨가 어디 있어?" 어쩔 수 없다. 나와 PD는 대타로 온 곽규호 씨와 함께 대본연습을 하고 녹음에 들어갔다. 어투도 비슷하고 말솜씨도 비슷해 청취자는 아는지 모르는지 그냥 방송이 잘 진행됐다. 한 달 후, 프로그램 개편에서 후라이 아저씨 코너는 슬그머니 날아가 없어졌다.

신세계

1971년 11월, 37세인 노총각 필자는 아름다운 여인을 만나 결혼을 하게 됐다. 연이어 2세대 아들이 태어났다. 아들이 5살이 되자, 나는 내가 받은 조기 음악교육을 시켜본다고 '토이 심포니'를 들려줬다. 그런데 이게 웬일? 아이는 냅다 미니 야외 전축을 발로 걷어차고는 밖으로 뛰어나간다. "나 나가 놀 거야." 나는 다음날, 요즘의 인기 동요 '날아라 태권 브이'를 틀어줬더니 아이는 마음에 들었는지 큰 소리로 따라부르며 이리 뛰고 저리 뛰고 야단법석이다. "아니 어린이 정서는 빵점 아냐?" 나는 아연실색하여 '역시 한 세대가 지나가니 음악 감각도 달라지는구나' 하고 세대교체가 두려워지고 어안도 벙벙해진다.

우리 아이는 매우 활동적이다. 어쩌면 정서불안이 아닌가 하고 걱정도 됐지만, 동네 꼬마들을 보면 우리 아이와 똑같다. 수선스럽고 말 안 듣고 천방지축이다. 나는 생각했다. 내가 겪었던 시대적인 트라우마를 2세대에게 물려줘서는 안 되겠다는 각오로 "그래 개구쟁이라도 좋다. 건강하게만 자라다오" 하며 실컷 뛰게 했다. 모든 부모가 다 그렇다. 그런데 얼마 후 치맛바람의 엄마들, "하지마"를 연발하는 아빠들, 자녀교육에 비상이 걸렸다. 방과 후 과외가 성행하고 과격한 부모들의 과잉보호, "그렇다. 아이들을 보호하자" 우격다짐으로 시키는 과외, 아이들의 정서는 점점 망가지기 시작한다. 나는 과잉보호로 인한 부작용과 해법을 담은 어린이 연속극을 써보겠다는 결심 아래 급히 '아빠의 얼굴'을 주제로 시놉시스를 써 KBS 라디오 어린이 담당에게 보여줬다. OK다. 급히 3회분을 써오라는 것이다. 그런데 막상 시작을 앞두고 또 비상이 걸린다. 요즘 학교 아이들의 실태, 어떻게 생활하며, 무슨 생각을 하며, 무엇이 하고 싶으며, 바라는 소망이 무엇인지 알 길이 없다. 나는 초등학교 교사인 친구에게 달려가 내가 필요한 앙케이트를 보여주고 교실 전체 아이들의 반응을 조사해 달라고 부탁했다. 받아 보니 정말 놀랍다. 가정생활에 불만이 대다수이고, 불안하고, 답답하다는 반응이 무척 높았다. 하고 싶은 일을 제재당하고 묵살된다는 반응, 정말 심각하다. 나는 20회분의 플롯을 완성하고 집필을 시작했다. 집이 여유롭고 산만하다. 그래서 원고지를 챙겨 광화문에 있는 모 음악다방 한구석, 대형 스피커 밑에 자리 잡았다. 그곳은 시끄럽고, 어둡고, 의자도 단 하나밖에 없는 구석 자리, 내 집필 장소로는 안성맞춤이다.

아침에 출근, 저녁 늦게 퇴근, 아무런 제재 없이 원고를 썼다. 귀따갑고 시끄러운 음악 소리가 내게는 진군에 박차를 가하는 군가로 들려, 더 잘 써진다. 집필 속도가 빨라지고 연속방송도 시작했다.

내 원고는 점점 지렁이 글씨로 변해갔지만, 단막극보다 쓰기 쉬워 재미가 났다. 1회, 2회, 3회가 방송되자 애청자가 급격히 늘어난다. 여기저기서 '아빠의 얼굴' 주제가가 퍼지고 있는걸 보면 굳이 묻지 않아도 알 수 있다. 친구 교사에게 전화해 봤더니 이상하게 아이들의 표정이 밝아지고 "어젯밤 꿈속에~" 하는 노래를 부르며 다닌단다. 나는 "성공이다"라고 부르짖었다. "어젯밤 꿈속~ 에~ 나는 나는 날개 달고 ~ 구름보다 더 높이~ 올라 올라 갔지요~ 무지개 동산에서 놀고 있을 때 이리저리 나를 찾는 아빠의 얼굴~" '아빠의 얼굴' 주제곡은 전국 모든 어린이의 인기 동요가 된다. 부모에게 반강제로 구속받고 자기 취미를 무시당하는 과잉보호에서 벗어나려는 주인공들의 반항과 기지, 어머니만 보면 짜증 나고 아버지만 보면 무섭고 두려운 트라우마를, 찌그러진 '아빠의 얼굴'로 표현했다가 마지막에는 '웃음 짓는 아빠의 얼굴'로 그려내는 아이들의 순박함과 솔직함. 첫 시작부터 주인공이 엉뚱한 짓만 하고 말썽만 부리는 코믹액션이 듣는 청취자로 하여금 재미와 후련함을 연출하는 걸작이 될 줄이야… 나는 만족한 미소를 지었다.

남산에서 여의도로

KBS가 남산에서 여의도로 옮겨졌다. 나는 자연스럽게 여의도로 장소를 옮겨 <애기들 차지>라는 TV 프로그램 집필을 시작했다. 그곳에는 김연진 차장과 정선언, 이흥주, 정곽영 씨 등 베테랑 PD들이 포진하고 있었는데 우선 우리는 흩어져 있는 프로그램을 좀 더 폭발적으로 집결시킬 필요성을 느껴 요일별로 각기 다른 '폼'으로 묶어봤다. 대략 월요일은 움직이는 '그림동화', 화요일은 '노래하고 춤추고', 수요일은 '숫자공부', 목요일은 '통통통 게임', 금요일은 크로마키 인형극 '부리부리 박사', 토요일은 '이주일의 동요'와 '영이의 일기' 등이다. 그중에 나는 '움직이는 그림동화'와 '노래하고 춤추고'를 집필했다.

'움직이는 그림동화'는 주로 이솝우화를 주제로, 삽화 4장을 붙여놓고, 삽화 속의 캐릭터는 동화구연에 맞춰 입이나 손이나 다리 등을 움직일 수 있게 만들어 녹화를 시작한다. 주제곡과 함께 타이틀이 뜨고 중학생인 MC 박희 양이 미소 지으며 등장해 옛이야기를 시작한다. MC는 토끼의 대사를 성대모사로 진행하며 화면은 삽화 1번을 보여준다. 토끼가 입을 움직이며 말한다. 상대방은 사자다. 사자는 머리를 흔들며 짜증을 낸다. 그러자 토끼는 몸을 흔들며 생쥐를 부른다. 카메라는 생쥐의 몸을 MC가 흔드는 모습으로 줌아웃시킨다. MC는 웃으며 다음 이야기로 넘어간다. 삽화 2번으로 바뀐다. 거기서 생쥐와 토끼의 대사가 있고, 3번 삽화로 넘어가 이야기

는 절정에 이른다. 이윽고 밴드의 음악이 울리고 MC가 크로마키로 옮겨 3번 삽화로 들어와 춤추며 노래한다. 신기하고 드라마틱하다. 연주가 끝나면 다시 MC가 나와 이야기를 진행하다가 결말의 4번 삽화로 넘어가 곤경에 빠진 사자의 모습에서 코드 음악과 함께 MC는 교훈적인 말로 끝맺는다. 아주 짤막한 이야기 속에는 다양한 기법이 나온다. 움직이는 삽화, 크로마키 기법, 그리고 노래와 율동, PD는 이를 위해 즉흥으로 작곡을 해 작곡료 없이 무보수로 서비스한다. PD와 필자는 하나가 되어 어린이 사랑하는 마음으로 모든 희생 다 감수하며 제작에 몰두한다.

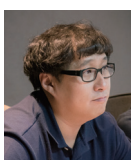
이제 '노래하고 춤추고' 프로그램을 소개한다. 성우 홍영란은 우리가 등용시킨 첫 번째 뮤지컬 배우다. 타이틀 위에 홍영란이 주제곡을 부르며 춤추듯 경쾌하게 등장한다. 봄 풍경이다. 노래, 율동 끝나자 영란은 웃으며 인사한다. 그리고 활짝 핀 봄꽃에 다가간다. "어머, 너는 무슨 꽃이기에 이렇게 예쁘니?"

그때 참새가 등장하며 "진달래꽃이에요" 한다. 반주가 시작되며 '진달래꽃' 노래를 영란이 부르며 춤춘다. 화면에는 '진달래꽃'이란 큰 글자가 뜬다. 이런 식으로 이야기꽃, 노래꽃을 피우며 유아들에게 '봄, 진달래, 참새, 나비'의 낱말을 익히고 한글도 익힌다. 이 프로그램 역시 마땅한 기성곡이 없으면 그때, 그때 필자는 직접 작사, 작곡하여 서비스한다. 이 밖에 '우영이의 일가', 크로마키 드라마 '부리부리 박사' 등의 집필은 물론 '이주일의 동요'도 필자가 작사, 작곡한 '귀여운 참새', '군밤이요' 노래를 방영하기도 했다.

소개할 프로그램은 많다. 그렇다고 그 많은 것을 다 말씀드릴 수 없어 이것으로 끝내고 다음에는 사상 초유의 어린이 공개방송 <모이자 노래하자> 프로그램을 소개하고자 한다. 취지는 즐거운 동요를 널리 보급시키고 어린이다운 동요를 어린이가 불러야 함에도, 어른들의 최신 유행가요를 애청하는 것을 막아보자는 것이었다. 다행히 박훈수 PD는 동요 작곡가이기에 음악에 능통하고 필자 역시 작곡도 하여, 우리 두 사람을 손발이 척척 잘 맞고 '포맷' 역시 함께 설정, 의논했다. KBS 본관 대행 녹화실에 대형 크레인 카메라를 끌어다 놓았다. 그리고 100명의 어린이가 앉을 자리를 둥글게 3단으로 설치하고 맨 앞에는 뽀빠이 이상용과 인기 아역배우, 박설희의 더블 MC석도 마련, 후면에 '모이자, 노래하자' 글씨를, 아주 크게 파노라마 형태로 써 붙였다. "스펙터클, 버라이어티쇼", "모이자 노래하자" 기대하시라!!

모두가 뜨겁게 성장했던 2018년

tvN <알함브라 궁전의 추억>



안길호 PD

2015 SBS <미세스캅>
2016 SBS <내 사위의 여자>
2017 tvN <비밀의 숲>
2018 tvN <알함브라 궁전의 추억>

생명력 넘치는 대본, 준비된 배우들과의 만남

<알함브라 궁전의 추억>(이하 알함브라)이란 대본을 처음 봤을 때 느낌은 이게 만화 대본인가 싶었다. 이슬람 군인 형태의 동상이 분수대 위에서 사람으로 변해 뛰어내리고, 중세시대 기마병이 유령처럼 등장하며, 주인공이 사방에서 날아오는 화살들을 피해 관광객 사이로 뛰어다닌다(?) 독특한 상상력으로 찬사받는 송재정 작가님의 대본을 처음 본 순간 느꼈던 감정은 '엄청 재미있지만, 이걸 영상으로 어떻게 표현한다…'였다. 리얼리티가 생명이었던 나의 전작에 비해 <알함브라>는 완전 새로운 시각에서 대본을 해석해야 했다. 특히 <알함브라> 대본은 읽는 사람에 따라 각기 다른 그림을 그릴 수 있었다. 제작 과정에서 참여하는 이의 주관적인 해석이 들어갈 수밖에 없는 작품이구나 하는 생각이 들었다.

어떤 작품이든 마찬가지지만, 특히나 이번 작품은 준비 과정에 상당히 많은 사람들의 노력이 들어갔다. 스펙터클하고 촘촘한 대본에 비해 촬영 자체에 준비할 시간은 턱없이 부족했고, 제작비 관련하여 제작사의 큰 결정들이 필요했다.

시작은 누가 주인공을 맡을 것인가였다. 남자주인공은 행동, 감정 반경은 크고 넓었으며 액션의 수준 또한 높았고, 여자 주인공은 누구보다 섬세하고 디테일한 표현을 해주어야 했다. 판타지의 설득력은 주인공들의 연기가 제일 중요하다고 생각했다. 현빈과 박신혜라는 완벽한 배우들의 조합이 만들어졌고, 두 스타가 우리 작품에



<알함브라 궁전의 추억>이란 대본을 처음 봤을 때 느낌은 이게 만화 대본인가 싶었다. 독특한 상상력으로 찬사받는 송재정 작가님의 대본을 처음 본 순간 느꼈던 감정은 '엄청 재미있지만, 이걸 영상으로 어떻게 표현한다…'였다. 리얼리티가 생명이었던 나의 전작에 비해 <알함브라 궁전의 추억>은 완전 새로운 시각에서 대본을 해석해야 했다.
사진 : 홍보 포스터

합류했다는 것만으로도 반 이상 성공했다고 생각했다. 현장에서 배우들은 성실함과 겸손함을 갖추었고, 연기력, 대본 해석 또한 완벽했다. 이어 김의성, 이승준, 김용림과 같은 베테랑 배우들이 참여했고, 찬열, 박훈, 민진웅, 조현철, 한보름, 이재욱, 이시원, 이학주 같은 개성 있는 연기자들이 참여했다. 더없이 믿음직스러운 조합이었고, 완성된 캐스팅에 꽤나 기대가 되었다.

효율과의 싸움

어떻게 하면 효율적으로 완성도를 높일 수 있냐는 것이 촬영 팀의 과제였다, 실력 좋고 열정 있는 스태프들이 모였고, 고난도 CG를 맡아 잘 해낼 업체들과 후반 팀들 그리고 해외에서 찍어야 할 분량들을 정리해나갔다. 좋은 대본에 좋은 배우, 그리고 스태프들의 힘을 믿어 두렵지 않았지만, 모든 것이 처음 시도해보는 것이었고 한정된 자원 안에서 잘 만들어야 하는 부담도 컸었다.

먼저 해외 촬영이라는 산이 당장 큰 문제였다. 대본의 7회분이 해외 로케였다. 먼저 국내에서 처리할 수 있는 양을 제외하고, 최소한의 분량만 가지고 가는데도 꽤 많은 양을 찍어야 했다. 해외는 한국과 다르게 처음부터 완벽한 시간개념과 정확한 로케이션 장소, 지켜야 할 룰과 규칙이 정말 많았다. 지금은 우리나라 현장도 정해진 규칙과 시간에 대한 개념이 정확해지고 있지만, 해외에서는 단 1분의 오차도 용납되지 않았고 사전에 허가받지 않은 장소에 카메라를 비출 수 없었다. 허가문제, 예산문제가 가장 큰 이슈이다.

특히 스페인에서 촬영할 때는 장소에 따라 칼이나 총이 등장해서는 안 되는 곳이 많았다. 결국 로마에서는 로마의 법을 따르듯, 최대한 그들이 요구하는 규칙에 위배되지 않게 사전준비를 더더욱 철저히 했고, 만약에 생길 리스크를 최소화했다.

중요한 씬들은 한국 스태프들이 주도적으로 진행했지만, 현지 스태프들도 자신의 일처럼 움직여줬다. 기본적으로 프로페셔널했고, 최선을 다해주었다. 해외 팀의 할리우드 시스템도 엿볼 수 있었고, 서로 간의 스타일을 비교해볼 수 있어 좋았다. 현지 스태프들은 한국 팀의 빠른 진행 속도, 효율적으로 연기하고 촬영하는 우리의 익숙한 시스템에 대해 적잖이 놀라워했다.





<알함브라 궁전의 추억>에 참여한 모든 배우들이 서로를 격려했고, 배려했다. 현장의 분위기는 늘 배우들과 스태프들의 열정으로 뜨거웠다.
사진 : 필자 제공

CG는 우리 작품의 큰 비중을 차지했다. 어떤 CG를 구현해야 완성도가 있을 것인가에 대한 고민이 끊임없이 이어졌다. 우선, 게임이라는 부분에서 실제 VR 게임을 체험해보기도 했고, 레퍼런스가 될 수 있는 게임과 작품들을 다 찾아보았다. 증강현실을 소재로 한 영화나 드라마가 많이 없다. 오히려 게임이나 광고에서 게임 레이아웃에 대한 아이디어를 많이 찾을 수 있었다. 게임에 큰 관심이 없었지만 게임을 공부하면서 느낀 것은 게임의 스토리라인이 놀랍게도 잘 구축되어 있고, 작은 CG 하나하나가 그냥 만들어진 것이 아니라는 것이다. 자막 하나하나가 고민의 흔적이었고, 생명바 하나를 정하는 문제도 며칠을 고민해야 했다. 지면을 빌어 모든 게임 산업에 종사하는 분들에게도 존경의 뜻을 표하고 싶다.

드라마가 진행될수록 감정들이 깊어져서 영화나 광고에서 보는 화려한 CG가 정답이 아니라는 생각이 들었다. 그래서 <알함브라> 첫 시사 때 게임 CG가 심심하다는 지적도 있었지만, 추후 진행될 복잡한 인물들의 감정선에 따라 적정한 레이아웃을 찾아내는 작업이 가장 힘들었던 기억이 있다.

성공적이었던 시도와 모험

배우들의 연기는 실로 완벽했다. 명불허전 현빈이었고 박신혜였다. 연출하면서 이런 배우들의 조합을 만날 수 있다는 것은 큰 행운이라고 생각했다. <알함브라>에 참여한 모든 배우들이 서로를 격려했고, 배려했다. 현장의 분위기는 늘 배우들과 스태프들의 열정으로 뜨거웠다. 특히나 출연진들 모두가 해외 먼 곳에서 춥고 더운 날을 함께 관통하며 동지의식이 끈끈해졌던 것 같다. 배우들은 항상 현장에서 몸을 아끼지 않았다. 어려운 촬영을 진행하면서 어느 누구도 불편한 기색 없이 끝까지 놓지 않았던 열정에 깊은 고마움을 표한다.

<알함브라>의 모든 관계자들은 새로운 시도를 했다고 자부한다. 고난도 액션, CG 촬영을 통한 배움의 연속이었고, 체득해나가는 과정이 정말 즐거웠다. 처음 해보는 것이지만 잘 만들고 싶다는 스태프들의 열망이 스스로 능동적이고 끈끈한 작업 분위기를 만들었던 것 같다. 늘 그렇듯이 작품이 끝나면 아쉬움이 남는데 이번에는 더욱더 진하게 남는 것 같다. 스태프, 연기자 모두가 최선을 다했지만 더 열심히 할 걸, 더 잘 할 수 있었는데라는 공통적인 이야기를 나누는 것을 보았다. 우리 작품은 종영하고 나서도 오랫동안 기억에 남는 작품일 것 같다.

생각보다 시청자들에게 많은 사랑을 받았다. 좋게 봐주신 점이 많았던 것 같다. '드라마가 성공했느냐?'라고 누군가 묻는다면, 우리 스스로는 완전하지 않지만 나름의 성공을 했다고 생각한다. 시청률을 떠나서 이러한 시도와 모험이 나름의 성공이라고 봐주셨으면 좋겠다. 스태프들의 열정과 배우들의 열연, 그리고 작가님의 상상력이 없었더라면 불가능했다. 앞으로도 한국 CG 기술력과 스태프들의 열정을 믿고 더 다양한 시도가 되는 작품들이 많이 선보였으면 하는 바람이다.

“먹방 프로그램 아닙니다”

MBC <전지적 참견 시점>



이경희

MBC <일밤-돌아온 몰래카메라> <나는 가수다 2> <섹션TV 연예통신>
<세바퀴> <라디오스타> <전지적 참견 시점> 외
KBS <연예가중계>

시청률 10%를 넘나들며 승승장구하던 <라디오스타>를 박차고 나와서 신규 프로그램을 기획했던 건 지금도 미스터리다. 스튜디오 토크쇼를 몇 년간 하면서 신물이 나던 차에 문득 확 트인 야외 버라이어티가 하고 싶었다. 어떤 프로그램을 할까 몇 달을 고민하던 2017년의 여름날, 후배작가들과 상암동 횡단보도를 건너며 나는 문득 이런 말을 했다.

"연예인이랑 매니저랑 같이 여행가는 그림은 어떨까? 조금 새롭지 않나?"

이게 바로, <전지적 참견 시점>(이하 전참시)의 '전지적'인 시작이었다.

연예인의 또 다른 가족, 매니저

관찰 예능의 출연자로 '매니저'를 생각했던 건, 리얼 버라이어티의 막다른 골목에서 찾은 유레카 같은 것이었다. 부부 예능, 육아 예능, 부모님이 나오는 싱글족의 사생활 관찰 예능 등 뻔한 가족 예능의 홍수 속에서 연예인 주변에 새로운 인물은 진짜 없는가에 대한 고민은 계속됐다. 그러던 차에, 친하게 지내던 매니저가 했던 말이 떠올랐다.

"나는 우리 가수 OO이랑 가족처럼 지내~ 피만 안 섞였지 거의 뭐 가족이라고 볼 수 있지."

그래! 연예인의 가족이 식상하다면 연예인의 또 다른 가족을 찾아보자! 그리고 연예인이 진짜 가족보다 더 자주 본다는 매니저에게 꽂혀 방송국 복도를 다니면서 매니저들을 스캔하기 시작했다.

먹다먹다 연예대상까지 먹은 영자의 전성시대, 그 위대(胃大)한 서막

우리는 기획 단계부터 섭외 1순위가 이영자였다.

남자 MC들의 전유물로 여겨지던 예능판의 룰을 그대로 답습하고 싶지도 않았거니와 어느샌가 예능에서 자취를 감춰버린 여자 MC들에게 기회를 주고 싶기도 했다. 그렇지만 그보다도 더 중요했던 섭외 포인트는, '사생활이 한 번도 공개되지 않은 신비로운 MC여야 할 것'이었다. 나는 이영자가 KBS <슈퍼선데이>의 중심에 서서 무대를 호령하던 1990년대, 그녀의 고정 팬이자 주요 시청층이었다. 그런데 최고의 MC였던 그녀는 내가 방송작가가 되던 2000년대 초반부터 TV에서 거의 보이지 않았다.

나는 예전부터 이영자가 궁금했다. 생각보다 러블리하다는 그녀에 대한 소문이 더 구미를 당기게 했다. 하지만 그녀가 한 번도 공개하지 않았던 사생활을 오픈해 줄지가 미지수였다. 설득은 오랜 시간 이어졌고, <나 혼자 산다>나 <미운 우리 새끼>처럼 집 공개가 아닌 매니저와 스케줄 공개라는 점을 어필해 섭외에 극적으로 성공했다!

그런데 이번에는 주변의 걱정이 이어졌다. 이제는 한물간 MC를 왜 원톱으로 내세우느냐…. 그럼에도 불구하고, 우리가 이영자를 끝까지 고집할 수 있었던 이유는 의외로 신선함이었다. 2000년대 초반부터 이어졌던 그녀의 긴 공백은 오히려 득이 되었던 것이다. 30대에서 70대는 누구나 다 아는 이영자가 10대, 20대들 사이에서는 생소한 인물이라는 놀라운 평가가 있었기 때문이었다. 실제로 우리 메인작가님의 중학생 딸은 이영자라는 사람이 누군지 모른다는 사실이 너무나 새롭고 충격적이었다. 만약, 10~20대들이 이영자를 뉴페이스로 봐준다고만 해도 절반은 성공이라는 생각이 들었다. 그렇게 이영자와 송 팀장의 첫 촬영 날이 다가왔다.

대본 아닙니다. 생 리얼(?) 휴게도사 이영자 편!

의외로 많은 분들은 <전참시>를 먹방 프로그램으로 알고 있다.

심지어 최근 <전참시>에 잠깐 나왔던 영화배우 정우성 씨도 처음엔 우리 프로그램을 맛집 프로그램으로 알고 보기 시작했다고 고백할 정도였으니…. 사실 우리도 절대! 먹방 프로그램이 아니다, 라고 말하고 싶지만 실제로 음식을 먹는 장면이 많이 나오는 건 사실이니까 크게 부정할 수도 없는 노릇이다. 우리는 먹방 프로그램은 아니지만, 우리의 먹방으로 인해서 수많은 소상공인들이 살아나 우리 프로그램 존재 자체를 고맙게 생각한다면 그걸로 족하다.

작년 봄, 소떡소떡 열풍이 불었을 때, 소떡소떡 재료 납품 업체 사장님이 우리에게 보냈던 편지를 기억한다. 그 분은 실제로 파산 신고를 며칠 앞둔 어느 토요일 밤, 이영자가 안성휴게소에서 소떡소떡을 먹는 장면이 전파를 탔고, 그다음 날인 일요일, 전국 휴게소의 소떡소떡이 품절되는 사태에 이르렀다고 한다. 그래서 사장님 공장에는 재료 주문 전화가 쇄도했다고… 그래서 <전참시> 제작진과 이영자 씨에게 너무 감사하다는 편지를 보내셨단다.

사실 이영자가 핫도그를 먹으면 전국의 핫도그가 동이 나고, 이영자가 만두를 먹으면 그 만두가게가 핫플레이스가 되는 매직이 이뤄진다. 우리는 여전히 '먹방 지겹다'는 악플을 받음과 동시에 그 주에 방송한 음식이 다음 날 바로 매진이 되는 신기한 경험을 한다. 욕은 욕대로 하면서, 먹을 건 먹으러 가는 시청자들의 마음은 지금도 알 수가 없다.

그후에도 이영자의 휴게소 사랑은 잊을 만하면 방송을 탔고 그녀를 휴게도사로 거듭나게 했다. 그럴 때마다 지인들은 이영자의 휴게소 관련 토크가 대본이 아니냐는 질문을 많이 했다. 대본이면 너무나 뿌듯했겠지만, 절대! 대본이 아니다. 오롯이 그녀의 머릿속과 위장 속에서 나온 결과물이다. 그런데 그녀는 이런 엄청난 데이터베이스를 그동안 왜 꽁꽁 숨기고 살았을까? 이영자를 그저 먹성 좋은 연예인으로만 치부했던 지난날이 아쉬웠다. 이제라도 그녀가 이렇게 빛을 봐서 정말 다행이라고 생각했다.

꺼진(?) 연예인도 다시 보자!

<전참시>에 나오면 스케줄이 없던 연예인도 스케줄이 풀(full)로 찬다는 이른바 <전참시> 매직이 있다. 그 매직은 앞서 개그맨 박성광에게서 시작되어 자연인 이승윤까지 이어져 지금도 스케줄에 굶주린 많은 연예인들에게 꿈과 희망을 주고 있다고 한다. 실제로 그런 것이, 박성광과 이승윤은 <전참시> 출연 전까지 고정 프로그램이 1개 혹은 아예 없을 정도로 여유 있는 삶을 살았다. 그런데 지금은 우리 촬영도 겨우 잡을 만큼 빡빡한 스케줄을 소화하고 있다. 솔직히 우리도 당시에 핫하지 않은 연예인들을 촬영하면서 큰 고민이 없었다고 하면 거짓말이다. 당연히 화제가 될 수 있을지, 시청률이 떨어지진 않을지 걱정이 많았다. 하지만 우리는 그들의 매니저에게 초점을 맞추기로 했다. 아직 입사한 지 100일이 되지 않은 병아리 같은 신입 여자 매니저와 고정 스케줄이 없어 매니저와 친해질 기회가 없었던 개그맨, 그리고 분명히 <개콘>의 초대박 코너 개그맨이었지만 지금은 자연인으로 불리는 남자와 그를 사랑하는 훈남 매니저의 화려하지 않은 일상…. 우리는 분명히 새롭고, 충분히 공감이 간다고 자부했다. 그리고 이는 적중했다. 오히려 이제 와서 걱정인 것은, 그들의 연예인보다 그들의 매니저가 더 인기인이 되어서 다른 프로그램에서도 매니저만 찾고 있다는 아이러니다.

<전참시>가 그리는 방송가 청춘들의 가슴 뜨거운 이야기

지난 1년간 <전참시>를 시청해온 시청자들은 말한다.

<전참시>는 요즘 보기 드문 '착한 예능'이라고.

지상파에서 가장 독하다는 <라디오스타>를 신나서 2년이나 했던 내가 '착한 예능'이라니….

사실 첫 시작은 그런 선한 의도는 아니었음이 분명했다.

연예인과 매니저라는 특수한 관계로 만난 두 사람의 동상이몽을 관찰하는 예능으로 시작했지만, 지금은 사회생활을 하는 직장인이라면 누구나 공감할 스토리와 그들에게 필요한 희망을 담는 프로그램으로 변모한 것이 가장 큰 변화라고 할 수 있겠다. 그리고 이렇게 프로그램이 발전한 것에는 아마도 송이 매니저의 공이 가장 클 것이다.

"송이 매니저님! 저도 매니저님처럼 사회초년생이에요. 같이 힘내요!"

요즘 송이 매니저가 가장 많이 듣는 응원의 말이다.

작년 여름, <전참시>에서 주차 연습을 하다가 엉엉 울었던 송이 매니저는, 이제 주차와 차선 변경의 달인이 되었다. 하지만, 그때의 그 마음가짐과 다짐은 그대로다. 여전히 인사는 90도로 공손하게. 항상 감사하는 마음도 잊지 않는다. 나 역시 송이 매니저를 보면서 15년 전 방송작가를 처음 시작하던 그 시기를 떠올렸다. 뭔지 잘 모르지만 간절한 마음 하나로 모든 걸 이겨냈던 그때, TV 속 누군가의 삶을 통해 위로를 받았었다. <전참시>가 언제까지 '착한 예능'의 탈을 쓰고 있을지 모르겠지만, 오늘이 힘든 이 세상 어느 누군가가 <전참시>를 통해 그래도 세상은 아직 살만하다는 작은 희망을 가졌으면 좋겠다.



연예인과 매니저라는 특수한 관계로 만난 두 사람의 동상이몽을 관찰하는 예능으로 시작했지만, 지금은 사회생활을 하는 직장인이라면 누구나 공감할 스토리와 그들에게 필요한 희망을 담는 프로그램으로 변모한 것이 가장 큰 변화라고 할 수 있겠다. 사진 : 필자 제공

분쟁상황 시 내용증명의 작성과 효력

"원래 약속한 기한 내에 원고를 다 넘기고 방송도 끝났는데 제작사 대표가 차일피일 미루고 원고료를 지급하지 않고 있어요." "방송사 편성을 받겠다고 해서 대본을 여러 개 집필해줬는데 편성이 안 됐다고 몇 년이 지나도록 계약을 종료해 주질 않아요."

방송사나 제작사 등과 일을 하다 보면 여러 가지 분쟁상황에 놓이게 된다. 이에 따라 크고 작은 손해가 발생하고 피해를 입는 일도 빈번하다. 이런 경우 처음에는 상대방에게 전화나 이메일을 통해 해결을 요구하는 게 보통이다. 그러나 상대방에서는 이런저런 핑계를 대고 적극적으로 해결 의지를 보이지 않는 게 대부분이다. 애초에 말로 해결될 상황이라면 그런 분쟁상황이 생기지 않았을 테지만 소송 등 법적 단계로 가기 전에 보다 강력한 메시지를 전달할 수 있는 방법으로 '내용증명'을 활용할 수 있다. 내용증명은 어떠한 사실을 증명하기 위해 작성하는 문서를 말하는데 그 자체만으로는 법적인 강제성은 없다.

그럼에도 때로는 강력한 수단으로 충분한 효력을 발휘할 때도 있다. 내용증명을 작성하면 우체국을 통해 상대방에게 전달하게 되는데, 누가, 언제, 누구에게 발송되었는지를 증명해주기 때문에 상대방에게 보다 강력한 의사를 전달하면서도 심리적으로 압박을 가할 수 있기 때문이다. 또한 추후 법적 분쟁이 예상된다면 적극적으로 증거를 남기는 근거로 활용할 수도 있다.

내용증명을 작성하는 방법은 간단하다. 내용증명에 특별한 양식은 없으나 우선 발신인, 수신인 정보(이름, 주소, 연락처)를 정확히 기재한다. 제목은 단순히 내용증명이라고 쓰기보다는 '미지급 원고료에 대한 지불 요구건' 등 구체적으로 쓰는 게 좋다. 본문의 내용은 상대방에게 전달하고자 하는 핵심 사항, 요구 조건 등을 간결하게 정리한다. 강력한 주장을 위해 과장되거나 거짓 정보 등을 보태는 일은 절대 금물이며 불필요한 표현은 최소화해서 추후 소송으로 이어지더라도 발신인에게 불리한 증거로 사용될 가능성을 배제하여야 한다.

내용증명 원본은 3부를 작성하여야 하는데 우체국에서 1부는 수신인에게 발송하고 1부는 우체국이, 1부는 발신인이 각각 보관하게 된다.

우체국이 1부를 보관하기 때문에 상대방 수신인이 문서를 전달받은 사실이 없다고 주장하는 것을 방지하는 효과가 있다. 내용증명은 우체국에서 보낼 수도 있고 인터넷 우체국 사이트를 통해 온라인으로 발송할 수도 있다.

내용증명은 소송 전 단계의 행위로서 강력한 경고장을 보내는 것으로 소송으로 가기 전에 원만한 합의를 이끌어내기도 한다. 좋은 말로 해결에 나서지 않는 분쟁유발자가 있다면 적극적으로 내용증명을 활용할 필요가 있다.

時代共感

시인 이정록의 강 건너 풀빛

이정록 시인
거울로서는 아무짝에도 쓸모가 없지만 겉모습이 아닌 마음을 비춰보기에는 나무거울도 괜찮은 것 같다. 하늘도, 내면을 성찰하기에는 더할 나위 없이 크고 넓은 거울이 아니던가.

한창욱의 이렇게 읽는 영화

한창욱 영화평론가
<얼굴들>은 그 장소에 고정된 어떤 이미지 대신 장소의 이면과 그 내부에 포함된, 쉽게 우리 눈에 잡히지 않는 인물들을 잡아내며 장소를 다른 방식으로 환기한다.

내 마음이 내 마음대로 되지 않는 이유들

이장주 심리학 박사
비교가 불러오는 부작용을 해소하는 가장 이상적인 솔루션은 '비유'라고 합니다. 비교 대신 비유를 들면 아무도 기분 나빠지지 않습니다.

時代共感
시인 이정록의 강 건너 풀빛



나무거울

이정록 시인

現 만해문예학교장
1993년 동아일보 신춘문예 시 당선
시집≪동심언어사전≫ ≪눈에 넣어도 아프지 않은 것들의 목록≫ ≪어머니학교≫ ≪정말≫ ≪의자≫
산문집≪시가 안 써지면 나는 시내버스를 탄다≫ ≪시인의 서랍≫
동화책≪대단한 단추들≫ ≪미술왕≫ ≪십 원짜리 똥탑≫ ≪귀신골 송사리≫
동시집 ≪지구의 맛≫ ≪저 많이 컸죠≫ ≪콧구멍만 바쁘다≫ 청소년시집 ≪까짓것≫
그림책 ≪달팽이 학교≫ ≪똥방패≫
박재삼문학상, 윤동주문학대상, 김달진문학상, 김수영문학상 수상

주걱 / 이정록

주걱은
생을 마친 나무의 혀다
나무라면, 나도
주걱으로 마무리되고 싶다
나를 패서 나로 지은
그 뼈저린 밥솥에 온몸을 묻고
눈물 흘려보는 것, 참회도
필생의 바람이 될 수 있는 것이다
뜨건 밥풀에 혀가 데어서
하얗게 살갗이 벗겨진 밥주걱으로
늘씬 얻어맞고 싶은 새벽,
지상 최고의 선자善者에다
세 치 혀를 댄다, 참회도
밥처럼 식어 딱딱해지거나
쉬어버리기도 하는 것임을,
순백의 나무 한 그루가
내 혓바닥 위에
잔뿌리를 들이민다

- ≪제비꽃 여인숙≫ 민음사

‘나무거울’이라는 말이 있다. 거울로서는 아무짝에도 쓸모가 없지만 겉모습이 아닌 마음을 비춰보기에는 나무거울도 괜찮을 것 같다. 하늘도, 우러러 얼굴을 비춰볼 수는 없지만 내면을 성찰하기에는 더할 나위 없이 크고 넓은 거울이 아니던가. 나를 들여다보기로 마음먹은 이에게는 세상 만물이 다 거울이다. 부끄러워 눈물 흘리는 수많은 사람에게 하늘의 별은 모두 반성이 된다. 방금 탄생한 어린 별들은 배냇저고리를 입고 젖을 먹는다. 은하수는 백일잔치도 못 한 어린 반성들이다.

‘겉모양은 그럴듯하나 / 쓸모도 없는 물건이나 사람을 / 나무거울이라고 하죠. / 나무는 되비침도 얼비침도 없으니까요. / 하지만 나무는 나무를 보고 크죠. / 소나무가 무성해지면 잣나무가 기뻐하죠. / 목이 아플 때까지 나무를 우러르면 / 가슴앓이 냉가슴에도 샛별이 뜬다지요. / 나무불상과 나무십자가도 멋진 나무거울이지요. / 삐걱대는 나무다리도 참 좋은 나무거울이지요. / 내 그림자 속 뼈를 들여다볼 수 있으니까요. / 옹이는 나무의 상처지요. / 옹이가 빠져나간 마룻장의 까만 눈동자가 / 처마 끝 푸른 하늘을 보아요. / 그대는, 아름드리나무가 되라고 나무라는 사람을 갖고 있나요. 나무랄 데 없을 때까지 나무라는 / 나무거울을 모시고 있나요.’
- 졸시 <나무거울> ≪동심언어사전≫ 문학동네

주걱은 그 모양새가 나무거울 같다. 봄과 가을이 짝을 이뤄 강강술래 춤을 추는 나이테가 있다. 물과 햇살이 땅에서 하늘로, 하늘에서 땅으로 펼쳐지며 아름다운 결을 이룬다. **나는 나무주걱을 거울로 쓴다. 밥을 풀 때마다 반성한다. 누군가에게 따뜻한 밥을 건네는 주걱과 같은 사람이 되기를 기도한다. 하지만 나는 밥통 같은 사람이다. 주걱에 붙은 밥풀을 입술로 떼어먹으며 입에 풀칠이라도 하며 사는 게 다 남의 덕분임을 잊지 말자고 마음 다잡는다.** 하지만 번번이 참회는 쉬어버리거나 딱딱해진다. 빈 밥솥처럼 어두워진다.

곧 팔순이 되는 어머니에게 색연필과 노트를 선물했다. 치매 예방에 좋다는 말을 귀동냥했기 때문이다.
“엄니! 여기다 그림두 그시구 일기두 쓰구 아버지한테 편지두 써유.”
“또 교무수첩이냐? 20년 넘게 답장두 읎는디…….”
“그래야 하늘에 계신 아버지가, 우리 아들이 아직두 핵교근무 잘하는구나! 여기실 거 아뉴?”
“볼펜이 왜 이리 두껍다냐?”
“오색볼펜이유. 그리구 그림 그실 때 절대루 지우개 쓰면 안 돼유. 그짓말이 생겨유. 말처럼 한번 내뱉으면 그림 두 지울 수 읎슈. 그래야 참말 그림이유.”
“그럼 너도 글 쓸 때 지우개 안 쓰냐? 한 마디도 안 고쳐야 참말일 거 아녀. 써놓고 보면 남부끄러운 얘기가 태반일 텐디 워치기 그냥 책을 낸다냐?”
“무조건, 그림은 지우개 쓰면 가짜유.”
“글과 그림이 뭐가 다르다는 겨. 윽박지르지 말구 잘 가르쳐줘야지. 선생이란 놈이 늙은 어미한티 명령을 허네. 가짜 선생 아녀?”

이렇게 시작한 볼펜 그림이 색연필을 거쳐 반년 만에 스케치북 두 권이 되었다. 혼자 보기가 아까워서 산문집 ≪시가 안 써지면 나는 시내버스를 탄다≫에 실었다. 책을 쓸 때마다 나무거울을 하나씩 들여놓는 것 같다. 참회록이 또 늘었다. 주걱으로 흠씬 얻어맞고 싶은 봄이다.

時代共感
한창욱의 이렇게 읽는 영화



우리 시대의 얼굴들
영화 <얼굴들>

한창욱 영화평론가
영화비평지 <필로> 기고
저서 ≪책으로 다시 살다≫(북바이북, 2015) 공저
≪당신은 가고 나는 여기≫(어른의시간, 2015) 공저
≪스탠리큐브릭≫(리디북스, 전자책 출간)
≪이젠, 함께 쓰기다≫(북바이북, 2016) 공저

지난 설날 즈음 개봉한 <극한직업>이 큰 흥행을 거두었다. <극한직업>은 다른 곳에 한눈팔지 않고 관객을 웃기기 위해 사력을 다한다. 이런 정공법은 지금 관객들에게 신선하게 다가갈 법도 하다. 그리고 친숙한 소재를 활용해 지금 이 시대를 그려내고 있기도 하다. 하지만 그 속을 자세히 들여다보면 <극한직업> 또한 기존 코미디 공식을 간편히 재활용하면서 흔하게 통용되는 선입견을 바탕으로 이야기를 이끌어 갈 뿐, 시대의 깊은 속살은 드러내지는 못한다. 대중 코미디 영화에서 많은 것을 기대할 수는 없겠지만, <극한직업>은 그리 높게 평가하기는 힘든 작품이다.

비슷한 시기에 한국 독립영화 <얼굴들>이 개봉했다. 서민적 삶과 공간이라는 점에서 우리는 이 영화를 주목할 필요가 있다. 이 영화는 지금까지 나온 한국영화와는 상당히 다른 얼굴들을 보여준다. 이 영화는 고등학교 행정실 직원 기선(박종환)과 고등학교 축구부 학생 진수(윤종석), 기선의 옛 애인 혜진(김새벽), 택배기사 현수(백수장)의 이야기를 따라간다. 기선은 학생들의 졸업사진을 통해 알게 된 진수에게 관심을 쏟는다. 진수는 그런 관심에 어리둥절하다. 혜진은 직장을 그만두고 어머니의 식당을 직접 리모델링 하며 식당 운영에 참여한다. 현수는 택배로 바쁜 일상을 보낸다.

<얼굴들>은 다큐멘터리를 만들어온 이강현 감독의 첫 극영화 작품이다. 이런 감독 이력과 영화의 화법 덕택에 이 영화는 마치 다큐멘터리 같다는 인상을 준다. 하지만 이 영화의 특별함은 다큐멘터리에서는 보여주기 힘든 인위적 순간에 자리한다. 네 사람의 이야기는 직접 관련하지 않는다. 기선을 기점으로 세 인물이 연결되긴 하지만, 기선을 제외하고는 나머지 인물들은 그저 얼굴도 모른 채 잠시 스쳐 간다. 그리고 현수가 택배에서 발견한 타인의 일기장은 잠깐 다른 이야기를 불러오기도 한다. 인물들의 이야기는 긴밀하게 엮이기보다는 멀리서 각자의 자리를 점유한다. 그들의 시간들도 때로 비선형적으로 흐른다. 하나의 시퀀스는 제대로 완결되거나 다음 시퀀스로 자연스럽게 이어지지 않은 채 비약한다. 이는 세계와 일상에 대한 이 영화의 태도를 짐작하게 한다.

기선이 진수에게 왜 그렇게 관심을 쏟는 것인지 우리는 알 수 없다. 혜진이 왜 회사를 그만두었는지, 현수가 왜 갑작스럽게 타인의 일기장을 읽는 것인지도 알 수 없다. **<얼굴들>은 행위의 연유와 과거를 설명하기보다는 그들 앞에 닥친 현재들을 나열해서 보여주기를 택한다. 기선이 진수에게 쏟는 관심은 그저 우리에게 이타적 행위로 나타날 뿐이고, 혜진의 새로운 삶은 자기 스스로 삶을 꾸려나가려는 의지로만 나타난다.** 그 연유와 과거가 무엇이든 인물들의 선택은 그들의 직업과 관련되고, 당장 치르거나 매달려야 하면서 스스로 부과한 어떤 책임과 임무들과 관련된다. 즉, 그 무엇보다 '현재'가 가장 중요한 순간인 것이다.

멀리 있는 인물들, 끊어지는 서사, 이를 연결하는 것은 관객의 몫으로 남는다. 혜진이 옛 직장 동료에게 건네는 선크림이 진수가 기선에게 건네는 선크림으로 환기되어 돌아오듯이, 인물들은 선형적 직선이 아니라 비선형적 순환 안에서 엮인다. 그 순환 속에서 우리는 그들과 우리, 우리와 타인의 삶이 어떤 점에서 서로 연결되어 있다는 점을, 각자 주체적으로 살기 위해 고군분투한다는 점을 받아들여야 한다. 이렇게 <얼굴들>은 우리들의 참여를 기다린다. 우리는 인물들의 이야기에 단순히 반응하기보다는 적극적으로 서사의 시간 안으로 들어가야 한다. 혜진이 리모델링 중인 가게에서 혼자 플랭크를 하며 삶을 버티는 시간을, 개업 후 식당의 반찬을 재활용할 것인지 말 것인지 망설이는 그 잠깐의 순간을 놓치지 말아야 한다. 고단한 삶 속에서 이루어지는 주체적 선택들과 그 선택을 이해하려는 시간을 포착해야 하는 것이다.

제목과 달리 이 영화는 얼굴을 자주 보여주지 않는다. 오히려 장소에 더 많은 시선을 둔다. 영화 첫 장면에서 우리는 학교 전경과 함께 축구부가 달리는 모습을 본다. 축구부의 구령은 학교 건물에 반향을 일으키며 완결되지 않은 잔여물로서 우리의 시청각을 건드린다. '학교' 하면 떠올리게 되는 학생들의 공부 모습도 좀체 나오지 않는다. **<얼굴들>은 그 장소에 고정된 어떤 이미지 대신 장소의 이면과 그 내부에 포함된, 쉽게 우리 눈에 잡히지 않는 인물들을 잡아내며 장소를 다른 방식으로 환기한다. 그곳에는 우리가 놓치기 쉬운 얼굴들과 시간의 흔적이 자리한다.** 후미진 뒷골목, 가로막힌 길들에는 뒤처지는 것 같으면서도 뒤처지지 않은 삶이 놓여 있다. 그렇게 장소와 인물은 느슨하고 우연히 연결되며 또 다른 기억과 얼굴이 된다. <얼굴들>은 삶의 우연성을 긍정하며 각자의 기억과 흔적을 존중하려 한다.

독립영화계 스타 김새벽과 박종환은 일상에서 머뭇거리거나 결단하는 순간들을 깊게 드러내며 우리의 평범한 일상에 자리한 삶의 온기와 원기를 전한다. 그렇게 <얼굴들>은 그럴 의도가 없음에도 불구하고 우리를 위안한다. 우리의 선택과 행동 하나하나 모두 설명될 필요는 없다고, 자신을 비롯하여 누군가의 삶에 영향을 주고 영향받으며 같이 한 발짝씩 걸어나가도 괜찮다고, 혜진이 기선에게 말하듯, 진수가 스스로 그러하듯, 걸어나가기 위해 신발 끈을 바짝 조이기만 하면 된다고 말한다.

時代共感
내 마음이 내 마음대로 되지 않는 이유들



비교보다 비유

이장주 심리학 박사

이락디지털문화연구소 소장, 게임문화재단 이사
前 중앙대학교 심리학과 강의전담 교수
<주간경향> <게임톡> <인벤> <엔씨소프트 블로그> 등 정기 기고
저서≪여자와 남자는 왜 늘 평행선인걸까?≫ ≪십대를 위한 미래과학콘서트≫ ≪사회심리학≫ 외 다수

대여섯 살짜리 무리 아이들에게 각자 컵에 주스를 따라주면 아이들이 가장 먼저 하는 행동이 무엇인지 아시나요? 냉큼 마시기는 절대로 아닙니다. 옆에 아이와 비교하기가 정답입니다. 내 주스가 다른 아이보다 많은지 적은지를 비교하고 나서 마실 생각을 합니다. 아이들이 마시는 주스의 적당량은 컵의 크기나 목마름에 있지 않고, 다른 사람의 마시는 양과 밀접하게 연관된다는 것을 아주 일찍부터 터득한 것입니다.

아이들만 그런 것이 아닙니다. 어른들도 크게 다르지 않습니다. 예를 들어보지요. 내가 열심히 공부해서 A+ 성적을 받았음에 만족하고 있던 기분을 잡치는 방법은 아주 간단합니다. 내가 만든 시험정리 노트를 잠깐 살펴본 친구도 A+를 받았다는 소식을 듣는 순간 '갑분싸(갑자기 분위기 싸해지게)'됩니다. 방금까지 뿌듯했던 A+라는 나의 점수가 허무해집니다. 이보다 더 불공평한 일은 없다고 느껴지는 순간입니다. 결국 우리는 누구와 비교하는가에 따라서 세상이 천국일 수도, 지옥일 수도 있다는 점이 시사됩니다.

내가 초라해지고, 비참해지게 만드는 것은 저 멀리에 있는 무시무시한 테러리스트나 범죄집단이 아니라 내 옆에 있는 평범한 사람들일 수 있다는 결론에 다다릅니다. 옆에 살고 있는 사람, 즉 가족, 이웃, 친구가 자칫하면 멀리 있는 적보다 더 치명적일 수 있다는 뜻이지요.

다트머스(Dartmouth) 대학의 심리학자 주디스 화이트(Judith White)는 이런 현상을 '수평적 적대감(horizontal hostility)'으로 설명했습니다. 서로 다른 사람이나 집단이 공동의 목표를 위해 협력했던 사례들을 찾아본 결과, 공동의 목표가 이들의 결속을 오히려 방해한다는 것을 발견했습니다. 예를 찾기는 너무 쉽습니다. 자수성가한 집의 형제들이 서로 원수가 되는 경우는 뉴스에서 종종 보게 됩니다. 또 일상수준에서 보면 다른 사람에게 부러움을 사는 친구나 동료를 축하하기보다는 '너 그거 알아?'로 시작하는 험담을 쏟아내며 고소해합니다. 집단 수준으로 확장되면, '우리 집안/회사/나라 사람들은 글러먹었어'라는 푸념으로 나타납니다. 자신은 절대로 그렇지 않은데 다른 사람 때문에 자기가 저평가되고 있다는 것을 은연중 과시하는 행동입니다.

역설적으로 누군가를 못마땅하게 생각하고, 훈계하려고 하는 사람은 정말 올바르고, 고상해서가 아니라 자신의 지위가 누추함을 극복하고자 하는 방어기제라고 생각됩니다. 끊임없이 자신보다 약한 자들을 괴롭히면서 정의를 실현한다고 굳게 믿습니다. 스스로는 세상을 이끄는 지도자 그룹이라고 생각합니다만 다른 사람들의 눈에는 저잣거리의 양아치 떼거리로 비치기 마련입니다. 조금 순화시키자면 '꼰대' 정도 될까요? 아무튼 누군가가 몹시 못마땅하게 밉다면, 요즘 내가 많이 무의식적으로 위축되고 초라하게 느끼고 있다는 반증일 가능성이 높습니다.

의식적인 수준에서 바람직하다고 생각하는 행동도 자칫 부작용을 불러올 수 있습니다. 예를 들면, 누구도 따라오기 힘든 뛰어난 역량을 발휘하는 군계일학의 직원 김 대리가 있다고 가정합시다. 많은 사람 앞에서 본부장님이 김 대리를 칭찬합니다. 그리곤 "김 대리를 본받아서 다들 분발하라구" 이런 말도 남깁니다. 하지만 본부장의 이런 행동은 실적이나 사기에 모든 측면에서 마이너스 효과를 가져올 가능성이 농후합니다. 왜냐면 다른 직원들에게 위협감을 심어주었기 때문이지요. 위협적인 존재는 힘을 합쳐 제거해야 하는 것은 너무 당연한 이치입니다. 본부장의 숨은 메시지는 "다들 힘을 합쳐 김 대리를 찍어내라구"가 되는 겁니다.

사실 이런 행동은 사회적 동물들이 집단 내에서 자신의 지위를 보존하고자 하는 중요한 생존본능이기도 합니다. 계몽적인 훈계로 교화될 수 있는 성질의 행동이 아니라는 의미입니다. 그렇다면 어떻게 하면 적대감을 줄일 수 있을까요? 힌트가 될 만한 속담이 있습니다. '곳간에서 인심 난다'라는 말이 그것입니다. 좀 여유가 있으면 적대감도 줄어들 수 있습니다. 다 함께 무언가를 나누는 상황에서 김 대리 덕분에 이런 성과를 누리게 되었음을 알린다면 적대감 대신 환호가 더 집중될 수 있다는 의미입니다.

비교가 불러오는 부작용을 해소하는 가장 이상적인 솔루션은 '비유'라고 합니다. 비교 대신 비유를 들면 아무도 기분 나빠지지 않습니다. 예를 들면, 성과가 저조한 것을 다른 사람이나 부서와 비교하기보다는 아무리 심한 가뭄에도 마르지 않는 '깊은 산속 옹달샘 같은 성과'를 내도록 비유를 한다면 어떨까요? 사회적 환경이 어려울수록 분석을 하는 비교보다, 상상을 하는 비유가 더 절실해집니다. 우리 사회에 마르지 않는 상상의 물줄기 역할을 하는 작가 여러분들의 건투를 기원합니다.

스위스 방송 수신료, 하루 1프랑

유영미
SBS <출발 모닝와이드 유영미 피디의 해외 기행> 제작
SBS <생방송 투데이> <지구촌 VJ 특급 스위스 편> 등 제작
YTN <글로벌 코리안 스위스편> 제작
스위스 웹매거진 스위스눈(www.swissnun.com) 운영
현재 스위스 거주



보지 않아도 내야 하는 방송 수신료 논란

젊은 여성 두 명이 서로 지난 주말 스마트폰을 얼마나 오랫동안 사용했는지 비교하는데, 그중 한 여성은 주말에만 26시간 동안 스마트폰을 이용했단다. 다른 여성이 깜짝 놀라며 "이 정도면 스마트폰 중독 아니야?"라고 했더니, 그 여성이 말하길 "아냐. 스마트폰 이용 시간은 겨우 6시간뿐이고, 나머지는 넷플릭스 한 거야.(Den Rest habe ich bloss genetflixt.)"

Netflix에 en을 붙여 일반 동사처럼 사용할 만큼 젊은 사람들 사이에 넷플릭스는 그들이 소비하는 대중미디어의 대표가 된 듯하다. 그들에게 스위스 공영 방송이라든가, 그 방송사의 대표적인 프로그램 <당신 옆의 공영방송(SRF bi de Lüt)> <토요 카드놀이 현장(Samschtig-Jass)> 등은 오히려 낯설고 촌스러울 뿐이다. 그러니 해마다 451프랑(한화 약 50만 원)의 방송 수신료가 아깝다며 불평하는 사람이 많아질 수밖에. 그래도 2014년 수신료법이 개정되어 2019년부터는 한 10만 원쯤 싸졌다. 하루에 1프랑, 1년 365프랑. 약 40만 원쯤 된다.

"넷플릭스만 보는데 방송 수신료를 내야 해요?" "네."

"우린 집에서 TV나 라디오를 보지 않아요. 컴퓨터도 없어요. 스마트폰 하나로 다 해결해요. 그런데 방송 수신료를 내야 해요?" "네."

2019년 새해 벽두부터 방송 수신료에 대한 이야기로 시끄럽다. 개정된 방송 수신료법이 올해부터 효력을 발생하며 수신료 액수과 징수 회사, 징수 방법 등이 달라졌기 때문에 우왕좌왕하는 게 미디어를 통해 기사화되고 있다. 그래도 지난해 초 같을까.

스위스를 뜨겁게 달군 '방송 수신료 폐지 국민투표'

지난해 3월 4일 방송 수신료를 폐지하자는 국민투표가 있었다. 법 개정안을 통과시키고 개정된 법이 발효되기 전이었는데, 아예 방송 수신료 자체를 폐지하자는 안건이었다. 2013년 당시 20대 초반의 자유민주당 청년들이 일 마치고 맥주를 마시며 나라의 운명을 걱정하는 수다를 떨다가, 공부하고 정치도 하느라 TV 볼 시간도 없는데 매년 엄청난 금액의 수신료를 꼬박꼬박 내야 하는 건 말도 안 된다며 불만을 토로한 게 2018년 나라 전체를 뜨거운 토론장으로 만들었던 '방송 수신료 폐지 국민투표'의 시작이었다. 이게 바로 말로만 듣던 직접 민주주의라는 건가.

스위스 공영 방송사를 한 큐에 날려 버릴 수 있는 국민투표, 처음 들었을 땐 말도 안 되는 것 같은 이 의견은 토론이 뜨거워질수록 힘을 받아갔다.

"요즘 시대에 누가 공영 방송프로그램을 시청하는가, 영화나 드라마는 넷플릭스가 있고, 프리미어 리그는 민영 스포츠 TV가 있는데…."

"수신료를 딱 반만 깎는다고 하면 반대표에 표를 던질 수도 있다."

"인터넷이나 소셜 미디어가 쉽지 않은 노년층에겐 공영 방송 프로그램이 정보의 원천지이자 오락이다."

국민에게 세금을 받아 다시 그들 모두에게 돌려주는 공공 서비스. 우편, 철도, 도로, 미디어 서비스 등이 있다. 그중 스위스에서 미디어 서비스를 담당하는 곳이 스위스 국영 방송 SRG사다. 1차 세계 대전 후 라디오가 처음 보급되었을 때 스위스는 영국의 BBC사를 모델로 나아갈 방향을 찾았다. 전쟁 기간 중 선전 선동에 시달린 국민에게 공공 무선 방송(라디오)은 독립성과 수준 높은 질이 보장된, 국민 모두를 위한 방송을 약속했다.

현재 스위스 공영 방송국은 연방정부에서 거둬들인 수신료를 받고 정치, 문화, 경제, 사회, 스포츠와 오락 프로그램을 제작해 TV와 라디오, 인터넷을 통해 전국에 있는 국민에게 방송하고 있다. 지역에 따라 쓰는 언어가 다른 스위스는 공식 언어가 독일어, 불어, 이태리어, 레토르로만어로 네 개다. 공공 서비스인 만큼 이 모든 언어로 방송될 뿐 아니라 일부 프로그램은 시각 청각 장애인을 위해 수화나 자막으로도 서비스한다. 수신료 일부는

34개의 민영 라디오, TV 방송국을 지원하는 데도 쓰인다.

이런 서비스가 여전히 필요하냐는 근본적인 질문이 던져졌다. 방송사가 처음 생겨났을 때야 미디어 공공 서비스가 절대적으로 필요했지만, 지금은 넷플릭스와 인터넷과 팟캐스트와 소셜 미디어 등을 통해 누구나 미디어의 소비자이자 공급자가 될 수 있다. 공공 서비스의 수요가 줄어들고 있는 건 기정사실이다. 상황이 이러하니 수신료를 폐지하고 미디어 서비스를 민영화하자는 목소리가 커졌고, 설문조사에서 찬성률이 높아지며 수신료 폐지 운동을 이끌던 정치인들은 고무되어 갔다.

하지만 투표 당일 놀랍게도 투표자의 71.6%가 반대표를 던졌다. 압도적인 표 차로 부결된 '방송 수신료 폐지' 안건은 당분간 수면 위로 다시 떠오르기는 힘들 것이다. SRG사는 안도했고, 국민들은 예정대로 2019년부터 365프랑을 내기로 했다. 무슨 생각이었을까?

'스위스다운' 국민 정서

공영 방송사가 없어지면 가장 직접적인 1차 피해를 보는 사람은 소수 언어권 지역 사람들이다. 민간 기업에서 시장이 크지 않은 그 지역 사람들을 위한 방송을 만들기는 만무할 것이기 때문이다. 언어권에 따라 문화적인 갈등이 없지 않지만 여러 언어를 사용한다는 건 '스위스다움'이고 스위스의 자부심이기도 하니, 내가 소수언어를 쓰지 않는다고 해도 소수언어의 문화가 지켜져야 한다는 국민적인 합의가 투표를 통해 드러난 것이다. 다수의 원칙이지만 소수를 배려한다는 민주주의의 교과서적 기본 원칙이 그대로 발현됐다.

방송 수신료 액수에 대한 불만이 정말 많다. 그런데 이 국민투표가 가결되길 원하며 불만에 부채질했던 사람들은 수신료 액수가 부담스러운 빈곤층을 대변하는 시민단체가 아니었다. 공영 방송의 거대한 힘을 견제하려는 반정부 단체도 아니었다. 돈이 아주 많은, 소위 돈 귀족이라 불리는 사람들. 그중 보수계의 브레인이라 불리는 유명 정치인이 특히 이 국민투표를 지지했다. 그는 오래전부터 여러 신문사와 민영 방송사를 사들이며 미디어 지평을 보수화하려 한다는 얘기가 돌고 있었다.

가짜 뉴스가 한 나라의 운명을 단번에 바꿀 수도 있다는 걸 브렉시트를 통해 지켜본 스위스인은 미디어 시장을 통째로 일부 돈 많은 신귀족에게 넘겨주는 걸 거부하고, 내가 낸 돈으로, 진정 나와 우리를 위한 미디어 장을 만들기 위해 신뢰할 수 있는 이정표 하나쯤은 남겨야겠다는 절박하지만 강력한 의지, 또 그 신뢰를 공영 방송사가 배신하지 않을 것이라는 믿음을 투표로 보여줬다.

올해 스위스인은 하루 1프랑의 방송 수신료를 그 어느 해보다 기꺼이 낼 것이다.



'방송 수신료 폐지 국민투표'는 투표자의 71.6%가 반대하며 일단락되었고, 스위스의 국민 정서를 확인하는 계기가 되었다. 사진 : 필자 제공

글. 생명보험협회 홍보부

보험의 주계약과 특약?=자동차의 기본사양과 추가옵션

보험에서 '주계약이 어떻고 특약은 이러이러한 것이 있다' 등의 말을 들어보셨을 겁니다. 보험계약을 할 때 자주 등장하는 용어인데요, 이번 기회에 확실하게 알아두시면 큰 도움이 될 겁니다.

생명보험상품은 일반적으로 주계약(기본보장계약)과 특약(추가보장계약)으로 이루어집니다.

보험계약에서 기본이 되는 중심적인 보장내용 부분을 주계약이라고 합니다. 독립적으로 판매할 수 있는 보험을 말합니다. 보험계약의 가장 큰 특징(가입목적)을 나타내는 부분이며 계약성립의 기본이 되는 부분입니다. 자동차에 비유하자면, 기본사양 자동차입니다.

이에 반해 보험의 특약은 기본사양 자동차에 추가하는 다양한 옵션과 같습니다. 특약은 특별약관의 줄임말입니다. 주계약에 붙여 보험계약자가 원하는 보장을 추가하는 보험을 말합니다. 원칙적으로 주계약 자체만으로 보험계약이 성립할 수 있으나 주계약만으로 보험계약자들의 다양한 요구와 보장을 모두 충족시키기에는 한계가 있습니다. 자동차의 추가옵션과 똑같습니다. 예를 들어 추가옵션인 '차선이탈경보장치'를 반드시 원하는 고객은 기본사양 차량에는 만족하지 않을 것입니다. 보험회사는 계약자들의 다양한 요구를 수용할 수 있는 여러 가지 특약을 주계약에 붙여서 판매하고 있습니다. 예를 들면 연금보험에 가입하려는 계약자는 본인의 필요에 따라 암보장특약, 입원특약, 재해보장특약 등 다양한 특약을 선택하여 보장범위를 확대할 수 있습니다.

한편, 특약은 그 부가방법에 따라 주계약에 의무적으로 결합 되어 있는 의무부가(고정부가)특약과 보험계약 시 계약자의 선택에 의해 임의로 가입할 수 있는 선택부가특약 등으로 구분됩니다.

특약을 효과적으로 선택할 경우 한 번의 보험가입으로 여러 가지 보장을 받거나 편익을 도모할 수 있어 편리합니다. 특약도 상품 개발 시 주계약과 동일한 개발절차를 거치게 되어 있는 별개의 상품이지만, 주계약을 가입하지 않고 특약만을 가입하는 것을 불가능합니다. 또한 통합보험이라 불리는 가족형보험에서는 주계약 피보험자의 가족(배우자 또는 자녀 등)도 특약부가를 통해 보장서비스를 누릴 수 있으며, 일정 요건을 만족하는 경우 보험기간 중간에도 추가적으로 특약을 부가할 수 있습니다.

<특약의 종류>

구 분	내 용
보장을 추가·확대하기 위한 특약	암보장특약, 성인병특약 등 질병관련 특약 재해사망특약, 휴일재해보장특약 등 재해관련 특약 기타 입원특약, 수술특약, 정기특약, 실손의료비 특약 등
가입자의 편의를 위한 제도성 특약	우량체 할인특약, 선지급서비스특약, 연금전환특약 등

作家
共感 1

작가와 개

장문선

한국방송작가협회 회원

SBS-TV <오픈드라마-60퍼센트의 사랑>
KBS-TV <부부클리닉 사랑과 전쟁>
E채널-TV <블라인드스토리 주홍글씨>

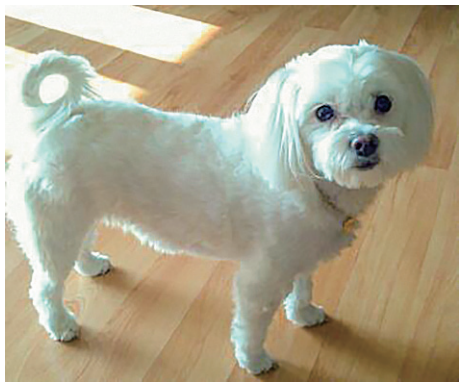
13년을 동고동락해온 반려견 '봄이'가 백내장으로 눈이 안 보인 지 열흘이 지났다. 봄이는 지난해 가을 간암에 걸려 간 일부와 담낭을 제거하는 수술을 했다. 수의사는 길게 살아야 3년이라는 말을 덧붙이면서 마음의 준비를 하라고 했다. 그런데 채 6개월이 안 되어 백내장까지 겹쳐 앞을 못 보니 마음이 쓰리다 못해 갈가리 찢어지는 듯하다.

13년 전, 창작의 고독함을 달래려 말티즈 암컷을 입양했었다. 사실 창작의 고독함은 핑계이고 마감에 쫓겨 사는 스트레스를 해소할 방법이 없을까 하던 중 '개랑 놀기'가 번개처럼 뇌를 스치고 지나갔다. 어릴 적부터 개를 워낙 좋아했던 터라 더 잴 것도 없이 그렇게 젖 뗀 지 2개월 된 강아지를 나의 식구로 편입을 시켰다.

봄이는 인간과 함께 살기 위해선 훈련부터 받아야 했다. 그런데 사실 봄이는 겨우 소변 훈련만 마쳤고, 마감이 생명인 방송 드라마에 매이다 보니 산책 한 번 변변히 나갈 수가 없었다. 세 살 버릇 여든까지 간다고 했던가? 봄이는 그때 산책을 제대로 못 해 지금도 밖에 나가려고 하면 꼬랑지를 숨기고 엉덩이를 뒤로 빼 아주 애를 먹는다. 오로지 집에서만 달리고 사고치고 먹어대고 하더니 입양한 지 5개월 만에 8kg에 육박하는 '말돼지'가 되어버렸다.

투실투실한 말티즈였지만(사실 견주인 나도 투실투실했음) 봄이는 내 눈에는 이 세상에서 가장 예쁘고 똘똘한 개였다. 책상에 앉아 작업할 땐 내 옆에 퍼질러 누워 몇 시간이고 기다려 주다가도 '도가 좀 지나친 거 아냐'라는 눈빛을 쏘아대며 책장에 꽂힌 책들을 죄다 주둥이로 물어 방바닥에 늘어놓았다. 놀아달라는 시위였다. 그 모습이 재미있어 일부러 컴퓨터 앞에 앉아 능청을 떨기도 했었다. 봄이의 성화에 작업하던 것을 팽개치고 한바탕 격렬하게 장난을 치고 나면 개는 기진맥진해 늘어지고 견주는 개운한 기분으로 컴퓨터 앞에 앉았다.

봄이는 창작으로 인한 스트레스뿐만 아니라 덤으로 고독함까지 해소해주는 명견이었다. 그렇게 10년 넘게 나의 충실한 개로, 한솥밥 식구로 살아온 봄이는 지난해부터 갱년기 증상을 보이더니 급격히 늙어갔다. 물론 나도 몇 년 전부터 갱년기에 들어서서 사춘기 못지않은 질풍노도를 겪고 있었다. 감정도 감정이지만 갑자기 치솟는 열감 때문에 겨울에도 부채며 선풍



기가 집안 곳곳에 대기 중에 있고, 허리며 무릎 등 관절까지 속을 썩여 수술을 고려하고 있다. 그렇게 활발하던 봄이도 딸아이가 장난을 치면 엥엥거리며 성질을 부렸다. 봄이 또한 고관절에 문제가 있다는 수의사 말에 '어쩌면 그 주인에 그 개일까'라는 생각이 들더니 갑자기 서러운 감정이 치솟아 올랐다. 사춘기보다 무섭다는 갱년기를 나도 봄이도 피해가길 바랐건만 웬걸, 갱년기 증상이란 증상은 죄다 맞닥뜨리니 내 처지도, 봄이 처지도 가엽고 짠해 개를 안고 펑펑 울고 말았다.

동병상련이었을까. 봄이는 밥 주는 나만 졸졸 쫓아다녔고 어느 때보다도 봄이를 세심히 살피는 일이 많아졌다. 그러다 보니 내게 닥친 갱년기 증상에 대해 관심을 갖게 되었고 그 또한 삶의 한 과정임을 인정하게 되었다. 또한 13년 봄이의 삶은 내게 삶과 죽음에 대한 진지한 성찰을 갖게 했다. 드라마 작업이란 늘 타인의 삶에 귀를 기울이고 그것을 나의 삶처럼 만드는 것이라 생각해 왔었다. 관건은 리얼리티였고, 그것을 확보하는 일이 한결같은 지상 명제였다. 그렇게 갈구하던 리얼리티를 나는 지금 처절하게 내 몸과 봄이 몸을 통해 얻고 있었다. 예전엔 병(病)이란 '아프다가도 낫는 것'이었다면 지금은 '아프다가 죽을 수도 있는 것'으로 정의의 폭이 더 넓어졌다. 젊음보다는 늙음이, 삶보다는 죽음이 가깝게 느껴지는 요즘 너무도 리얼한 이 현실을 외면하고 싶을 때도 있다.

열흘 넘게 앞이 안 보여 이리 치고 저리 치던 봄이는 제법 제 기억의 동선을 이용해 부딪치는 횟수가 줄어들고 있다. 수의사는 개는 상상력이 없기에 두려움이 없으니 걱정하지 말라고 한다. 역으로 인간은 상상력이 있기에 두려움도 있다는 얘기이겠지. 상상력이 없어서 그럴까. 봄이는 예전보다 더 잘 먹는다. 간과 담낭 제거를 하면서 식욕을 잃었었는데 앞을 못 보면서부터는 가리는 게 없어졌다. 또한 툭하면 누워있던 아이가 이제는 부딪혀 넘어져도 여기저기 탐색을 하면서 분주하다. 코와 귀에 의존해 생존본능에 충실한 봄이를 보면서 나도 나의 갱년기에 대해 긍정적인 자세를 가져본다. 규칙적인 운동과 바른 섭생 그리고 상상력 절대 금지!

作家 共感 2

아이와 함께, 세계여행 블라블라~

정유선

한국방송작가협회 회원

KBS-R <팝스프리덤>(現) <종교와 인생>
TBS-R <황인용의 뮤직투뮤직> <장유진의 음악편지> <한동준의 마이웨이>
저서 ≪아이와 함께, 크로아티아≫ ≪아이와 함께, 아일랜드 영국≫

아이와 처음으로 둘만의 해외여행을 감행한 것은 아이가 4살 때였다. 일본 도쿄여행. 우리는 지브리 미술관, 크레용하우스, 하코네 야외조각미술관, 그리고 유황냄새가 진동하는 오와꾸다니에 갔었다. 9월 초였지만, 일본은 그야말로 찜통이었다. 오와꾸다니에 도착하자마자 숨이 턱 막혔다. 하지만 아이는 아랑곳하지 않고 이곳의 명물인 검은 달걀을 먹기 위해 산을 오르기 시작한다. 그런 우리를 보고 반대편에서 내려오던 한국인들이 한마디씩 했다.

"유모차 끌고 못 올라가요. 온통 계단이에요."

하지만 아이는 단호했다.

"가다가 안 가면 안 되지, 엄마! 난 끝까지 갈 거야. 유모차는 두고 가면 되잖아."

그러면서 저 혼자 깡총깡총 올라가버리는 아이. 달리 방법이 없었다. 주저하던 나는 과감하게 유모차를 버리고 아이의 뒤를 쫓아갔다. 1개씩 먹을 때마다 7년을 더 살게 된다는 그 검은 달걀을 먹기 위해.

하지만, 달걀의 효험은 일본 사람에게만 적용되는 것일까? 달걀 두 개를 먹었으니 14년은 거뜬히 튼튼해야 할 내가 해가 갈수록 쪼그라든다. 아이는 쑥쑥 커가는데, 엄마는 퐁퐁 몸도 마음도 작아지는 것이다.

이듬해가 되어 우리는 33일의 여정으로 크로아티아로 떠났다. 여행은 즐거웠지만 곤란한 적이 한두 번이 아니었다. 플리트비체 국립공원에서는 길을 잃었고, 히치하이킹도 해봤다. 스플리트에서는 숙소를 잡지 못해 세 시간 동안 헤맸으며 라스토케에서는 장을 보러 나갔다가 비가 오고, 문도 고장 나고, 하필 주인도 외출 중이어서 오들오들 떨며 처량하게 집 앞에 서 있기도 했다. 하지만 그때마다 동동거리는 나를 안심시켜 준 것은 아이였다.

"빗소리 예쁘다. 라스토케는 물의 나라야."





여섯 살 때는 아일랜드와 영국으로 떠났다. 40여 일 동안 <이상한 나라의 앨리스>, <해리포터>, <걸리버 여행기>의 발자취를 찾아다니다 그만 소매치기를 당하고 말았다. 경찰서까지 찾아가며 두고두고 씩씩대는 엄마에게 아이는 이렇게 속삭였다.

"엄마! 우리 레프리콘 만난 거지. 지갑 가져간 아저씨. 말썽꾸러기 레프리콘이잖아. 아일랜드 요정!"

세월이 흘러, 아이가 10살이 되었다. 더 이상 산타를 믿지 않는 나이. 나는 그래도 동화는 있다는 것을 보여주고 싶어 아이와 함께 그림형제의 발자취를 찾아 독일 메르헨 가도에 올랐다. 하지만 자기주장이 보다 선명해진 10대 소녀와의 여행은 쉽지 않았다. 툭하면 다투었고, 툭 하면 토라졌다. 급기야 나는 유치하게도 다시는 너와 여행을 안 하겠다는 막말까지 했다. 하지만 그런 생각 짧은 엄마에게 아이는 여행 마지막 날, 눈물을 글썽거리며 이렇게 말하는 것이다.

"엄마! 미안. 내가 엄마 여행을 망친 것 같아서 미안해요…."

이번 설 연휴에는 잠깐 대만을 다녀왔다. 이제 5학년이 된 아이는 키가 나와 10cm도 차이가 나지 않는다. 발뒤꿈치를 올리면 그대로 시선이 같다. 그런 아이에게 나는 여행 내내 구박을 받았다.

"엄마! 영어 발음 진짜 웃겨. 왜 이렇게 영어를 못해~"

"여기서 지하철을 타는 거잖아. 헷갈리면 어떻게 해."

"엄마. 사진은 이렇게 찍어야지. 왜 이렇게 기계치야."

그래놓고 마지막 날은 이렇게 말한다.

"저랑 여행 다녀주셔서 감사합니다."

사춘기를 코앞에 둔 아이는 이제 엄마 마음을 제 마음대로 쥐락펴락한다.

다음 여행은 또 어떻게 될까? 훌쩍 큰 키로 내내 엄마를 내려다보며 한숨이나 짓지 않을까.

"엄마! 그거 또 잊어버렸어? 왜 이렇게 덜렁대~"

아니, 이제 곧 같이 안 간다는 날도 오겠지?

아이는 퐁퐁 커 가는데, 나는 슉슉 작아진다.

作家 共感 3

시간에 대하여 (About Time)

조미진

한국방송작가협회 회원

KBS-TV <추적60분> <KBS스페셜> <KBS 글로벌대기획, 슈퍼피쉬 5부작>
SBS-TV <임성훈의 세븐데이즈> <뉴스추적>
EBS-TV <지식채널e> <다큐프라임>
저서 ≪오래된 미래, 전통육아의 비밀≫

무덤을 뚫고 일어난 한 남자가 살아서 걷는다. 뚜벅뚜벅. 좀비 영화 속 한 장면이 아니다. 십 년 전 반복해서 꾸곤 하던 꿈속의 이미지다. 그리고 그 남자는 돌아가신 아빠다. 아마도 시한부 선고를 받고 갑작스레 돌아가신 아빠의 죽음을 인정하고 싶지 않았던 무의식이 만들어낸 것이리라. 한동안 비슷한 종류의 꿈들이 이어지고는 했다. 산소 호흡기를 빼고 벌떡 일어나시거나, 이사 간 새 집을 둘러보면 거기서 웃고 계시는 아빠를 보고 달려가 안는 등등. 정말이지 꿈속에서나마 타임 슬립 영화에서처럼 시간을 되돌리고 싶었던 모양이다.

시사 프로그램을 수년간 맡아왔던 터라 상처나 죽음의 민낯을 보아왔다고 생각했다. 하지만 그것은 어디까지나 착각이었다. 삶과 죽음, 그리움에 대한 정의들이 새로 정립됐다. '언제 끝날지 모르는' 삶, '언제 찾아올지 모르는' 죽음, '사무치는' 그리움. 그 뼈아픈 경험이 꼭 나쁘지만은 않았다. 삶 앞에서 무한히 겸손해졌고, 남겨진 가족들을 더 사랑하고자 했던 시간. 그러나 인간은 망각의 동물이 아니던가. 아빠의 부재로부터 꼭 십 년이 흘렀고, 더 이상 시간을 되돌리는 꿈도 꾸지 않게 되었다.

"딸랑구, 밥은 먹고 일하는가?"
"마감이라 바빠요. 끝나고 연락드릴게요."
작업에 방해될까 조심스레 보내온 엄마의 카톡에 성의 없는 답변이 반복되고 있었다. 방송을 통해 조금이나마 세상에 긍정적인 영향력을 미친다는 것은, 지금 이 시간에도 밤을 새워 글을 쓰는 작가들에겐 큰 자부심일 것이다. 하지만 정작 내 가족에겐, 늘 바쁘기만 한 사람은 아니었던가.
엄마의 시간을 돌아보게 된 건, 늦깎이 결혼을 한 덕분이었는지 모른다. 남편을 통해 비로소 가장 친한 친구에게도 보인 적 없었던 밑바닥, 콤플렉스, 유치함을 내보일 수 있는 존재, 그게 부부라는 걸 깨닫게 되면서 말이다. 그렇게 35년간 함께했던 존재가 사라져버린 엄마의 십 년은 어땠을까?



"적적하시면 다른 분이라도 만나보세요." 마음에도 없는 말을 했던 적이 있다, 엄마의 옆에 다른 사람이 서 있는 걸 상상할 수도 없으면서…. "아빠가 무덤에서 일어나시겠다." 엄마의 답에 내심 안도했다. 어느 날엔가는 아빠 제사를 지내던 날, 집안으로 날아 들어온 새 한 마리 때문에 곤혹을 치르기도 했다. "너네 아빠다. 놔둬라."
어릴 적 부모님의 사이가 항상 애틋하지만은 않았다. 고집이 센 두 분은 자주 다투기도 해서 언젠가는 ≪이혼 잘하는 법≫이라는 책을 선물한 적도 있었으니까. 물론 그건 어디까지나 '사랑이 깊어지면 미움도 깊어진다'던 어느 노배우의 말처럼, 부부의 사랑을 몰랐던 시절의 일이었다.

이제야 그 '참(?)사랑'을 알아가기 시작한 나는 엄마에게 특별한 이벤트를 준비했다. 45년 전, 지금의 나보다도 훨씬 젊었던 엄마와 아빠의 결혼기념일. 그 날에 맞춰 일본행 비행기에 몸을 실었다. 유후인의 고요한 료칸에서 가이세키 요리가 나오자, 엄마의 얼굴에 오랫동안 보지 못했던 환한 미소가 번졌다. 그 순간만큼은 내가 아빠의 빈자리를 대신하기를, 아주 오랜만에 아내의 시간이 흐르기를 바랐다.
여행을 마치고 돌아와 <어바웃 타임>이라는 영화를 다시 봤다. 벽장 속에 들어가 시간을 되돌리는 영화, 하지만 주인공은 결국 아버지의 죽음을 인정해야만 했다. 만약 내게 시간을 되돌릴 수 있는 능력이 주어진다면 어떨까? 아마 아빠가 암 선고를 받던 시절로 갈지 모르겠다. 물론 내게 그런 능력은 주어지지 않을 것이다. 하지만 알고 있다. 결코 되돌릴 수 없는 시간을 통해 알게 된 깨달음은, 주어진 시간을 흘려버리지 말자는 것이다. '있을 때 잘 해'. 그 짧은 말 속에 시간에 대한, 아니 사랑에 대한 진리가 담겨있는 건 아닐까.

ps. 평소 닭살이 돋아 하지 못했던 사랑 고백, 지면을 통해서나마 전해봅니다. 엄마, 사랑합니다. 부디 아빠 몫까지 오래 오래 사세요.

2019년도 정기총회 성황리에 개최



















2019년도 협회 정기총회가 성공적으로 치러졌다. 지난 2월 26일 여의도 63빌딩 그랜드볼룸에서 열린 총회에서, 참석회원들은 2018년도 수행사업 및 2019년도 사업계획안에 별다른 이의를 제기하지 않았고, 2018년도 결산과 2019년도 예산안 역시 그대로 승인했다.

지난 한 해도 협회는 방송작가의 권익 확대와 위상 제고를 위한 다양한 노력과 시도를 해나갔다.

가장 두드러진 성과는 원고료 인상과 저작물 사용계약 체결 및 그에 따른 징수액 확대다. 지상파 방송 3사의 2016년, 2017년 방송원고료가 전년 대비 각각 2%씩 인상, EBS의 2018년 방송원고료는 전년 대비 3% 인상돼 인상소급분 지급을 이끌어냈다. 또한 종교채널 5개사와 저작물 사용계약을 신규 체결, 종합편성채널 4개사와 저작물 사용계약을 개정 체결해 사용료 징수액을 확대하는 등 회원들의 저작권 수익이 확대될 수 있도록 했다.

지난해부터 시행된 방송작가 표준집필계약서와 관련하여 회원작가들을 대상으로 관련 설명회를 갖고 계약 진행 시 유의할 점 등에 대한 이해를 높이기도 했다. 이 외에도 방송 환경 및 집필 시스템이 다변화됨에 따라 입회규정의 입회자격에 대한 기

준을 완화하는 등 작가들의 원활한 입회와 저작권 확보를 위해 노력했다.

협회 부설교육원은 개원 30주년을 맞아 30주년 문구가 삽입된 기념품을 제작, 강사 및 교육생뿐만 아니라 방송사와 제작사 관계자들에게도 널리 배포하여 홍보했다.

협회는 2019년도에도 다양한 대내외 사업을 벌일 예정이다. 방송작가 소재발굴 워크숍 등의 국내 사업뿐 아니라 해외 방송 동향에 대한 이해를 높일 수 있는 방송작가 국제포럼 등의 글로벌 사업에도 참여해 회원작가들의 집필 활동에 도움이 될 수 있도록 할 계획이다.

총회의 모든 절차가 마무리된 후에는 협회가 마련한 경품행사가 진행됐다. 스타일러, 빨래건조기, 고급 무선청소기, 공기청정기 등 경품 규모를 대폭 늘린 가운데 열띤 분위기가 이어지면서 회원들에게 큰 즐거움을 선사했다. 행사가 끝난 뒤에는 회원들의 친목을 도모하기 위한 만찬이 이어졌다.

종교 케이블 5개사 재방료 인상 등 합의

KTV 등 공공채널도 협상 본격화

협회는 지난 2월 종교 케이블 5개 방송사와 약 7개월간의 협의를 마치고 재방요율 인상 등을 골자로 한 저작물 사용계약 갱신안에 합의했다.

작년 7월부터 기독교방송(CBS) 등 종교 케이블 방송 5개사와 저작물 사용계약 갱신을 위한 협의를 진행해왔는데, 이번 협상에서 2017년부터 2021년까지 적용할 재방송 요율에 대해 최종 합의한 것이다.

이번 개정은 2017년부터 적용할 재방송 사용기준을 마련하기 위한 것으로, 합의 결과에 따라 징수액은 2016년 대비 최대 35% 인상될 예정이다. 현재 협회는 종교 5개사와 구두 합의를 마치고 계약서 작성을 위한 세부사항을 조율하고 있다.

협회는 지난 2018년 2월 19일자로 기독교방송(CBS), 가톨릭평화방송(CPBS), 불교방송(BBS), 불교텔레비전(BTN), 기독교텔레비전(CTS) 이상 종교 5개사와 최초로 저작물 사용계약을 체결한 바 있다. 이에 따라 2011년 이후의 협회 관리저작물에 대한 사용료를 소급하여 징수하였으며, 6년 치에 해당하는 저작권료를 협회 회원에 분배할 수 있었다.

한편 협회는 지난 1월 공공채널인 국회방송(NATV), 국민방송(KTV), 방송대학TV, 국방TV와 올해 들어 첫 협의를 시작하고 본격적인 계약 체결 협상에 돌입했다. 공공채널 4개사가 협상 TF팀을 꾸려 우리 협회와의 협상에 적극 임하기로 한 만큼 빠른 시일 내에 합의를 도출하여 사용료를 징수할 방침이다.

장르별 회원연구회 사업계획서 접수

협회는 3월 13일까지 2019년도 장르별 회원연구회 사업계획서를 접수받는다. 장르별 회원연구회 지원 사업은 연수교육사업의 일환으로, 장르별 연구회로부터 사업계획서를 접수 받아 사업심의조정위원회의 심의와 이사회 결의를 통해 지원금을 확정한다. 현재 활동 중인 회원연구회로는 드라마연구회, 구성다큐연구회, 예능연구회, 라디오연구회, 번역연구회, 그리고 방송문예포럼이 있다. 협회는 금년에도 다양한 지원계획을 수립해놓고, 회원연구회의 활발한 활동을 기대하고 있다. 사업계획서는 홈페이지에서 양식을 다운로드해 기한까지 협회로 제출하면 된다.

2018 작가상 수상작품집 발간

2018년도 제31회 한국방송작가상을 수상한 작가들의 작품집이 3월 중 발간된다. 이번 한국방송작가상 수상작품집에는 <나의 아저씨>의 박해영 작가를 비롯해 <TV유치원>의 안영은 작가, <라디오스타>의 곽상원 작가, <김현정의 뉴스쇼>의 이선주 작가의 작품이 실렸다. 작품집은 전 회원에게 택배로 발송되고 일반 서점에서도 판매될 예정이다.

2019년도 1분기 신입회원 서류접수 일정 안내

협회에서 2019년도 1분기 신입회원 입회서류를 접수한다. 접수 기간은 3월 4일(월)부터 8일(금) 오후 3시까지로, 입회원서는 협회 홈페이지에서 내려받으면 된다.

서류를 작성하기 전 반드시 협회 홈페이지의 메뉴 중 '협회소개 → 입회안내 → 입회원서 작성안내'를 참조해 작성하고, 작성한 입회원서는 출력 후 상기 접수 기간 내에 협회에 방문하여 접수해야 한다. 기타 궁금한 내용은 협회 경영지원팀(02-784-1696)으로 문의하면 된다. 입회신청은 분기별로 1년에 총 4차례(3월, 6월, 9월, 12월) 진행하고 있다.

2019년 KBS TV드라마 미니시리즈 극본공모 열려

KBS에서 2019년 TV드라마 미니시리즈 극본공모를 실시한다. 대한민국 드라마를 이끌어갈 작가를 발굴하고, 완성도 있는 극본을 확보하여 드라마의 질적 향상을 도모하기 위함이다. 공모 부문은 16부작 이상 미니시리즈로, 응모 자격에는 경력 유무 제한이 없다.

접수 기간은 4월 22일(월) 오전 10시부터 4월 26일(금) 오후 5시까지로, 시놉시스(분량 제한 없음), 1~2회 극본, 회별 줄거리(3~16회)가 포함된 한글 문서파일을 KBS 홈페이지에서 온라인으로 제출해야 한다. 최우수작(1편), 우수작(3편)을 선정해 시상할 예정이다. 당선작은 보완을 거쳐 미니시리즈로 제작을 추진하고, 당선된 작가는 KBS 드라마사업부의 당선작 기획숙성 및 제작 작업에 참여하게 된다. 기타 궁금한 내용은 KBS 드라마기획반(02-781-3481, 3482)으로 문의하면 된다.

회원 동정

경사

배명지 회원 2월 16일 결혼

조사

권미경 회원 2월 13일 배우자상
김 영 회원 2월 17일 시부상
오광민 회원 2월 24일 모친상
최석경 회원 2월 14일 부친상
박정희2 회원 2월 19일 부친상
정지연2 회원 2월 15일 부친상
이성정 회원 2월 23일 부친상

회원 신간

하늘로 다시 돌아간 하느님

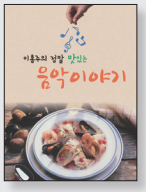
이기명 / 크로바



故 노무현 대통령의 후원회장을 지낸 이기명의 정치 칼럼집 ≪하늘로 다시 돌아간 하느님≫. <팩트TV>에 연재한 <이기명 칼럼>을 중심으로 펴낸 칼럼집이다. 저자 스스로 '독한 글'이라고 말할 정도로 정부는 물론이고 여당과 야당의 각종 정치현안에 대한 신랄한 조언과 비판을 풀어내고 있다.

이홍주의 정말 맛있는 음악 이야기

이홍주 / 아이에스



지난 30여 년간 MBC와 KMTV 그리고 CJ m-net 미디어와 공연기획사 에스컴에서 음악 프로그램과 공연을 기획·제작·연출했던 대중문화평론가 '이홍주'가 클래식부터 뮤지컬, 오페라, 대중가요, 팝뮤직, 국악, 재즈 등 모든 음악장르를 망라해 <문학뉴스>에 연재했던 재밌고 황당하고 감동스런 이야기 63편을 모아 책으로 출간했다. 저자 이홍주는 남북 최초의 대중예술합동공연의 남측 공연단장, 서울 패럴림픽 선수촌공연 프로듀서, 뮤지컬 <어른이 학교>의 대본작가, 그리고 약 600편의 뮤직비디오를 기획 제작했다. 그리고 MBC 가을맞이 가곡의 밤, 청소년을 위한 팝스콘서트, 어린이 뮤지컬 <하늘을 나는 양탄자> 등의 공연 프로듀서로도 유명하다.

엄마에게 안부를 묻는 밤

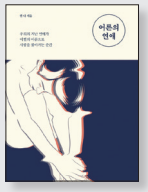
박애희 / 걷는나무



세상에 내 편 하나 있으면 살아지는 게 인생이라는 말이 있다. 이 책에는 세상에서 단 한 사람, 든든한 내 편이던 엄마에 대한 이야기가 담겨있다. 때로 지겹게 싸웠고, 서로 상처를 주기도 했지만 엄마는 세상살이에 지칠 때면 항상 돌아갈 수 있는 곳이었다. 그러던 어느날, 저자는 인생에서 상실을 경험한다. 라디오 작가인 딸의 방송을 듣고 매일 같이 문자로 안부를 묻던 엄마를 떠나보낸 것이다. 아파서 마주하지 못했고, 그 공백에 익숙해지지도 못했던 시간이 7년, 저자는 세상에서 가장 따뜻한 존재였던 엄마와의 기억을 꺼낸다. 그리고 자신과 이 책을 읽는 당신에게 말한다. "용기를 내 다시 꼭 행복해지자고." 때로 삶이 쓸쓸하게 느껴질 때, 혼자라고 느껴지는 순간, 사랑하는 사람이 그리운 당신에게 이 책이 다정한 위로와 희망으로 다가갈 수 있기를 바란다.

어른의 연애

한나 / 유노북스



"사랑, 한 꺼풀 벗겨지다." 지난 연애를 기억하는 순간, 열리는 사랑 이야기. 모두가 잠든 늦은 새벽 시간, 깨어 있는 단 한 명의 청취자를 위해 우두커니 밤을 지킨 그녀. MBC <윤하의 별이 빛나는 밤에>, KBS <더 가까이 고민정입니다> 등 라디오 프로그램의 구성작가로 활약한 한나의 첫 감성 에세이. 그간 많은 애청자들에게 선보인 오프닝 원고와 지난 연애의 기억을 담은 소회의 글들이 남다른 시적 감수성으로 재탄생되었다.

천리를 지키는 산, 조헌

최영찬 / 활빈당



"한반도의 평화는 무장된 군사력으로 지켜야 한다. 전쟁을 회피하고 두려워했기에 일본의 침략을 받았고 조헌을 비롯한 칠백 명의 의병들이 목숨을 던져 막았다." 조선은 명나라와는 사대事大하고 여진이나 일본과는 교린정책을 썼다. 그럼에도 첩보활동은 매우 중요했으니 힘 있는 명나라의 동태를 파악하고 북방의 여진이나 일본 왜구의 침범을 막아야 했기 때문이다. 첩보활동은 비변사에서 했는데 ≪천리를 지키는 산, 조헌≫은 비변사에 침투한 일본의 이중간첩 '두더지'를 조직을 배신한 '여우'의 제보를 받고 추적하는 흥미진진한 조선판 첩보소설이자 사회제도의 모순을 고발하는 역사소설이다.

담쟁이

바람도 차지 않고 햇살도 따스한데, 가슴은 뜨거워지지 않고 몸은 천근만근입니다.
춘곤증일까요? 갱년기 증상일까요? 전에 비해 노동의 시간은 확연히 줄어들었는데도, 하룻밤 새우기도 힘들어진 몸. 그리고 날이 갈수록 줄어드는 집중력을 유지하는 시간. 비슷하게 나이 먹어가는 동료, 선후배들을 만날 때면 어김없이 등장하는 화제의 하나입니다. 더구나 봄이니, 눈부신 창밖 풍경을 바라보노라면 나만 쳐져 있는 듯하여 더욱 무기력해집니다.
건강보험공단의 자료에 따르면 실제로 초봄에 우울증환자가 가장 많이 발생한다고 합니다. 급격한 환경 변화, 호르몬의 변화, 계절의 분위기에서 느껴지는 박탈감도 큰 영향을 준다고 하지요. 어쩌면 우리 작가들에게 무기력증은 단순한 계절적 요인이 아닐지도 모릅니다. 매순간 피 말리며 지내야 했던 작가생활이 가져다준 번아웃증후군일 수도 있습니다. 에너지총량의 법칙에 따라 일찌감치 주어진 에너지를 소진해버린 탓입니다.

가끔씩 <방송작가>지에 틈틈이 써온 원고를 보내주시거나, 꾸준히 책을 써서 출간하시는 원로작가 분들이 계십니다. 시간이 흘러도 변치 않고 왕성한 원로작가 분들의 창작열이 존경스럽습니다. 때론 쉼 없는 열정이 부럽기도 합니다. 지면의 문제와 전체적인 편집방향, 배분의 문제 등으로 그 원고를 다 실을 수 없다는 점이 죄송스러울 따름입니다.
그 원고를 보면서 가라앉았던 에너지를 다시 일으켜 세워봅니다. 무언가를 쓸 수 있는 존재인 '작가'라는 사실에 감사하고, 있는 그대로의 나를 바라봅니다. 시속 100킬로미터로 달려왔다면, 시속 60킬로미터로 달리는 것도 나쁘지 않고, 힘들면 잠시 쉬어가도 괜찮습니다. 내 앞에 있는 수많은 것들이 온통 벽처럼 느껴질지라도, 한발 한발 그 위로 기어 올라가면 언젠가 그 벽을 올라설 수 있다는 사실을 믿습니다.
올 봄에도 그 벽 위로 손을 뻗치며 담쟁이덩굴이 새싹을 틔우겠지요.

월간 방송작가 통권 156호 **발행인 겸 편집인** | 김운경 **책임 편집위원** | 김주영 **편집위원** | 고혜림·곽상원·김명호·김윤양·박나경 **진행** | 김선미 **제작지원** | 홍승범 **디자인** | 큐라인 02-2279-2209 **표지 인물** | 작가 심은하
표지 사진 | 김용철 **주소** | 서울 영등포구 국회대로 750 금산빌딩 4층 403호 한국방송작가협회
전화 | 02-782-1696, 780-5220 **팩스** | 02-783-3711 **홈페이지** | www.ktrwa.or.kr **메일** | journal@ktrwa.or.kr



역사와 전통의 방송작가 명문

방송작가교육의 메카
한국방송작가협회 교육원

가장 많은 방송작가 배출!

- 매년 각 방송사 극본공모 결과 당선 작가의 80~90% 차지
- 역량 있는 드라마작가, 구성작가, 쇼·코미디작가, 라디오작가 다수 배출
- 1988년 설립 이래 방송작가 최고의 요람으로 자타 공인

매기 25명 내외의 현역 방송작가 책임 강의

- 현역 방송작가 첨삭강의
- 이론과 창작 결합 시스템
- 기초, 연수, 전문반 등 계단식 교육
- 작품분석과 개별지도
- 최상위 창작반은 소수정예 장학금으로

www.ktrwa.or.kr TEL 02-780-0003

사단법인 한국방송작가협회
KOREA TV & RADIO WRITERS ASSOCIATION

혜택도 보장도 **길어야 안심이죠!**

내 인생, 끝까지 행복하게

100세시대 종신보장, 생명보험이 해결해 드립니다



생명보험협회
Korea Life Insurance Association