



01 Asian TV Drama Conference

Overview

제13회 아시아드라마컨퍼런스 Asian TV Drama conference

- ❖ 주 제 변화를 읽다 : 새로운 환경, 가능성과 기회
- ❖ 일 시 2018. 10. 17.(수) ~ 10. 20.(토)
- ❖ 장 소 호텔 인터불고 대구(만촌동) 외
- ❖ 주 최 문화체육관광부, 대구광역시
- ❖ 주 관 한국국제문화교류진흥원, 대구디지털산업진흥원
- ❖ 후 원 안동시, 경상북도문화콘텐츠진흥원

참가단체 Participants

- ❖ 한 국 한국방송작가협회, 한국드라마제작사협회
- ❖ 일 본 일본방송작가협회, 전일본TV방송제작사연맹, AIE(지역기업연합회큐슈연계기구)
- ❖ 중 국 상하이관일문화미디어, 중국드라마제작산업협회, 베이징영상예술학회,
YOUKU TUDOU INC., 동양삼상미디어주식유한공사, 베이징원라이우문화미디어,
커둔미디어(화책그룹)
- ❖ 싱가포르 Mediacorp TV Singapore Pte Ltd
- ❖ 베트남 VTV TVAd
- ❖ 태 국 Broadcast Thai Television
- ❖ 인도네시아 MNC Pictures
- ❖ 말레이시아 Astro
- ❖ 미 국 Third Culture Content, Rakuten VIKI
- ❖ 스웨덴 Ecco Rights



02 Asian TV Drama Conference

Program

시 간	10.17.				10.18.	10.19.	10.20.			
09:00-09:30	참가자 도착 및 체크인				참가자 등록	조식	체크아웃 및 참가자 귀국			
09:30-10:00					개회 및 참가자 소개					
10:00-10:50					Session 1 한국 제작자					
10:50-11:40					Session 2 일본 제작자					
11:40-12:30					Session 3 중국 제작자					
12:30-13:50					중식					
13:50-14:00					대구촬영안내	대구시 드라마 촬영 후보지 팸투어				
14:00-14:50					Session 4 특별초청세션					
14:50-15:30					Coffee Break					
15:30-16:00					<table border="1"> <tr> <td>상영회</td> <td>B2B</td> <td>대구 촬영 상담</td> <td>작가 제작자 교류회</td> </tr> </table>				상영회	B2B
상영회	B2B	대구 촬영 상담	작가 제작자 교류회							
16:00-16:20	Session 6 중국 작가									
16:20-17:10	Session 7 한국 작가									
17:10-17:30	휴식									
17:30-18:00	시상식 및 환영만찬				전체 총평	석식				
18:00-18:30					휴식					
18:30-19:00					환송만찬	제16회 DIOF 관람				
19:00-20:00										
20:00-21:00										

03 Asian TV Drama Conference

10. 17. (Wed)

부대행사 10월17일(수) 16:00~17:30

1F 행복한홀	2F 레이디스홀	2F 컨벤션홀 앞 로비	
개별비즈니스미팅(B2B)	아시아드라마 상영회	작가 제작자 교류회	대구촬영상담회
신규 비즈니스 활로개척 및 국제 공동 제작 프로젝트의 실현 ※ 희망자 사전 매칭 완료	다양한 국가의 작품을 소개하고 우수작의 해외 진출을 도모 ※ 총 6개국 10작품 신청	각국 관계자와 교류할 수 있는 열린 공간과 통역을 제공	개최자의 주요 명소를 소개하고 촬영 진행 시 유용한 정보를 안내

시상식 및 환영만찬 10월17일(수) 18:00~21:00 | 2F 컨벤션홀

- ❖ 개회사 한국국제문화교류진흥원 김용락 원장
- ❖ 환영사 대구광역시 권영진 시장
- ❖ 수상자

남자배우 부문 : 사카구치 켄타로 (일본)



- <시그널 장기미제사건 수사반>(2018), <코우노도리 시즌2>(2017), <미안하다, 사랑한다>(2017), <도쿄 타라레바 아가씨>(2017), <갯파 선생님>(2016) 외 다수
- ELLE 시네마 어워즈 2017 ELLE MEN상(2017), 제40회 일본아카데미상 신인배우상(2016), 제41회 엘란도르(Élan d'or)상 신인상(2016), 제11회 오사카 시네마 페스티벌 신인 남우상(2015)

여자배우 부문 : 박민영 (한국)



- <김비서가 왜 그럴까>(2018), <금의야행>(중국, 2018) <시광지성>(중국, 2018), <7일의 왕비>(2016), <리멤버>(2015), <힐러>(2014) 외 다수
- AAA(아시아아티스트어워드) 베스트 셀러브리티상(2017), 제4회 드라마피버 어워즈 베스트커플 상(2016), 제10회 아시아모델시상식 배우부문 아시아특별상(2015)

- ❖ 축하공연 드라마 OST 및 뮤지컬 갈라 : 배우 민우혁, 유지
- ❖ 건배사 일본방송작가협회 사라다 타마코 이사장

The 13th
ASIAN
TV
DRAMA
CONFERENCE

04 Asian TV Drama Conference

10. 18. (Thur)



컨퍼런스 본회의 10월18일(목) 09:30~18:30 | 2F 컨벤션홀

❖ 주 제 변화를 읽다 : 새로운 환경, 가능성과 기회

❖ 모더레이터 헤럴드경제 서병기 선임기자

세션	주제 및 발표자	
한국 제작자	사례를 통해 본 한국 드라마 시장의 현재와 미래	
		<p>조정호 주식회사 와이지스튜디오플렉스 대표이사</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <달의 연인 보보경심 려>(2016), <그 겨울, 바람이 분다>(2013) 등 ▪ 제4회 대한민국브랜드대상 글로벌코리아K-컬처 부문 대상, 제19회 상하이 TV 페스티벌 해외드라마부문 은상 등
일본 제작자	일본의 MANGA DRAMA, 그리고 영화 <어느 가족>	
		<p>요세 아키히코 (주)AOI Pro. 프로듀서</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <장난스런 키스 2>(2014), <미나미군의 연인>(2015), <너는 펫>(2017) 등 ▪ 제3회 드라마피버어워드 올해의 일본드라마상, 2015 도쿄드라마어워드 J Series 상, 제71회 칸국제영화제 황금종려상 등
중국 제작자	중국 TV 드라마 산업의 현황 및 향후 전망	
		<p>왕핑취 중국드라마제작산업협회 부회장 겸 비서장</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <신용문객잔>, <백발마녀>, <와호장룡>, <경화연운>, <천룡팔부>, <어머니, 어머니> <동북항일연군> 등 ▪ 국가 급 대상 다수 수상, '최고 프로듀서상', '중국 10대 우수 프로듀서' 선정 등
중 식 12:30 ~ 14:00 1F 즐거운홀		



05 Asian TV Drama Conference

10. 18. (Thur)

<p>특별 초청</p>	<p>나의 다문화 TV프로그램 독립 연출기</p>
<p>일본 작가</p>	<p>일본의 국민드라마에서 외국인 주연배우를 통해 하고 싶었던 이야기</p>
<p>중국 작가</p>	<p>웹 플랫폼과 기존 방송사의 경쟁 관계</p>
<p>한국 작가</p>	<p>소명으로서의 작가</p>



선 듀레이크 | Third Culture Content 대표

- <제중원>(2010), <아테나: 전쟁의 여신>(2011), <인천상륙작전>(2016) 등 출연, <한류를 찾아서>(2012), <드라마월드>(2016) 등 제작
- 서울드라마어워즈 해외드라마 최고인기상, 마르세이유 웹 페스트 국제 페스티벌 그랑프리 등



하바라 다이스케 | 와타나베 엔터테인먼트 작가

- <더블 페이스 잠입>(2013), <맛상>(2014), <오판>(2015) 등
- 제29회 일본아카데미상 우수각본상, 제30회 일본아카데미상 최우수각본상, Monte-Carlo 텔레비전 페스티벌 최우수상, 도쿄드라마어워즈 그랑프리 등



왕샤오팡 | 베이징 영상예술학회 작가

- <웅정황제의 여인>(2011), <미월전>(2015) 등
- 2017 중국 TV 프로그램 제작 10대 표창대회 '10대 작가', 2016 중미 국제 TV 페스티벌 '최우수 작가상', 2014 아시아 무지개 어워드 '최우수 작가상' 등



박경수 | 한국방송작가협회 이사 / 작가

- <추적자>(2012), <황금의 제국>(2013), <펀치>(2015), <귓속말>(2017) 등
- 2012 한국콘텐츠대상 국무총리표창, 2013 2015 백상예술대상 극본상, 2013 한국방송대상 작가상, 2016 방송통신위원회 방송대상 작가상 등

환 송 만 찬 | 19:00 ~ 21:00 1F 즐거운홀

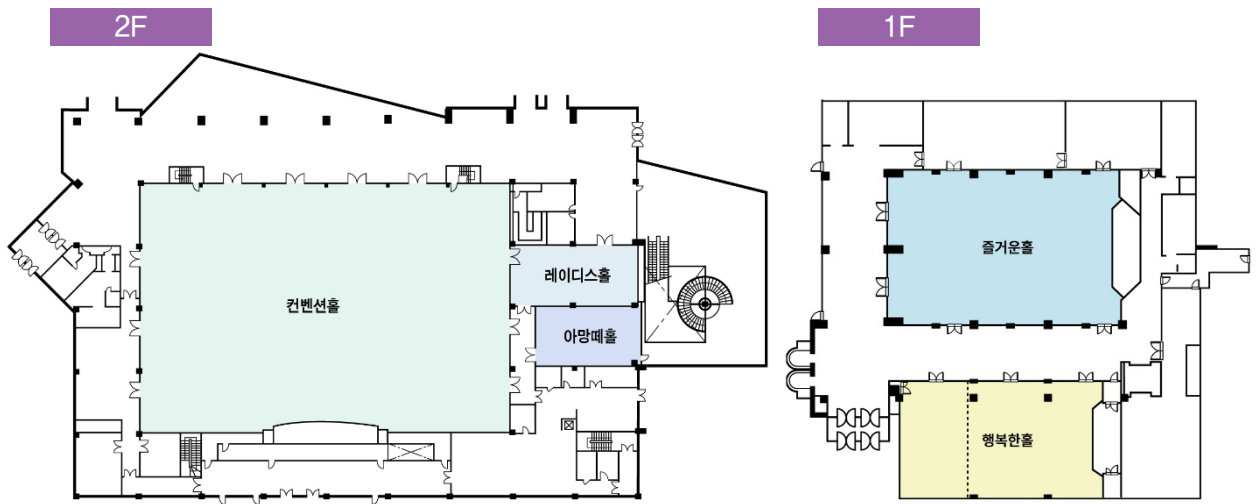
06 Asian TV Drama Conference

Venue



행사장 안내 | 호텔 인터불고 대구 (Hotel inter-burgo Daegu)

❖ 주요 연회장 위치



오시는 길

❖ 주소 대구광역시 수성구 팔현길 212(만촌동 300번지)

❖ 홈페이지 www.hotel-interburgo-daegu.com



대구국제공항 이용 시
택시 : 소요시간 약 10분 (요금: 4,500원)
KTX 동대구역 이용 시
택시 : 소요시간 약 10분 (요금: 4,500원)
버스 : 651(호텔 인터불고에서 하차)
동대구 IC 이용 시
동대구 IC에서 시청방향으로 4km (5분소요)

개 회 사

여러분, 반갑습니다.

한국국제문화교류진흥원 원장 김용락입니다.



먼저 13년의 역사를 자랑하는 '아시아 드라마 컨퍼런스'를
저의 고향, 대구에서 개최하게 되어 기쁘고 벅찬 마음을 감출 수 없습니다.
바쁘신 중에도 이 자리를 빛내주신 권영진 대구광역시장님을 비롯
올해도 먼 곳에서부터 소중한 발걸음을 해 주신
아시아 드라마 관계자 여러분께, 마음 깊이 감사의 인사를 전합니다.

대구에는 예로부터 선비의 고장, 사림학파의 근거지로
학문과 예술을 무엇보다 소중하게 생각한 지역입니다.
저는 드라마야 말고, 그 어떤 수사나 화려함 없이도
사람의 마음을 여는 '공감의 예술' 이라고 생각합니다.

한편의 드라마에 함축된 기쁨과 설렘, 가슴 먹먹히 전해오는 감동은
국경과 언어를 넘어, 너와 나의 경계를 허무는 마법을 가지고 있습니다.

바로 여기 계신 여러분들이 만들어 오신 수많은 이야기를 통해
우리 모두는 타인을 이해하는 법을 배웠고,
때로는 가슴 떨리는 사랑의 순간을 경험했고,
함께 눈물 흘리고, 함께 웃으며 위로 받기도 했습니다.

드라마가 이렇게 인간사의 희로애락을 가득 실은 '배'라고 한다면,
올해 아시아 드라마 컨퍼런스는, 그 배가 자유롭게 항해하며
앞으로 더 많은 사람들에게 공감의 마법을 전달할 수 있도록
함께 '수로'를 정비하고, 더 넓은 시야를 모색할 수 있는 장이 되었으면 합니다.

끝으로 13년 전, 이 컨퍼런스의 근본을 만들어 주신
한국의故신현택 회장님과 일본의故이치카와 신이치 선생님의 노고를 기리며
아시아 드라마 발전을 위해 오늘 이 자리의 실현에 협조해주신
대구광역시 관계자 여러 분께도 다시 한번 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

대구의 가을이 곱게 물든 금호강변에서,
창작자 여러분의 고견과 지혜가 모여 오색 빛 찬란한 이야기가 무궁히 펼쳐지기를 기원합니다.

이제 '제13회 아시아 드라마 컨퍼런스'의 개최를 선언하고자 합니다.
감사합니다.

2018년 10월 17일
한국국제문화교류진흥원
원장 김 용 락

환영사



‘Asia is one’을 모토로 한
「제13회 아시아 드라마 컨퍼런스」 개최를 축하드리며,
대구를 찾아주신 국내·외 작가, 제작자 여러분을 진심으로 환영합니다.

대구는 우수한 인적자원과 공연장 등 풍부한 인프라를 바탕으로
대구국제뮤지컬페스티벌, 대구국제오페라축제, 대구국제재즈축제 등의
다양한 공연이 일 년 내내 펼쳐지는 문화예술의 도시입니다.
멋과 트렌드를 선도하는 대구에서 개최되는 이번 컨퍼런스가
짧은 일정이지만 새로운 가능성과 기회를 논의하고 변화를 만들어 가는데 중요한 밑거름이 될 것이라 확신합니다.
이처럼 대구는 트렌드를 이끌어 가는 드라마의 창작자 분들을 모시고
‘변화를 읽다-새로운 환경, 가능성과 기회’를 논의하기에 완벽한 도시입니다.

삶의 방식과 가치관이 녹아있는 드라마의 영향은 나날이 커지고 있으며, 드라마는 어떤 때는 일상 속 친근한 소재들로
어떤 때는 기발한 상상 속 소재들로 시청자들의 공감을 이끌어내며 각국에서 사랑을 받고 있습니다.

또한 최근 굿닥터, 하얀거탑, 보보경심, 심야식당 등 많은 드라마들이 수출입뿐만 아니라 리메이크, 공동제작이
늘어나면서 자국 내 문화적 공감대 형성을 넘어 이제는 각국의 문화를 잇는 가교 역할을 하고 있습니다.

드라마의 위상을 높이는 데 힘써주신 관계자 여러분의 노고에 감사의 인사를 드리며, 앞으로도 시민들에게 힘이 되고
세계인이 공감하는 좋은 드라마를 많이 만들어 주실 것을 부탁드립니다.

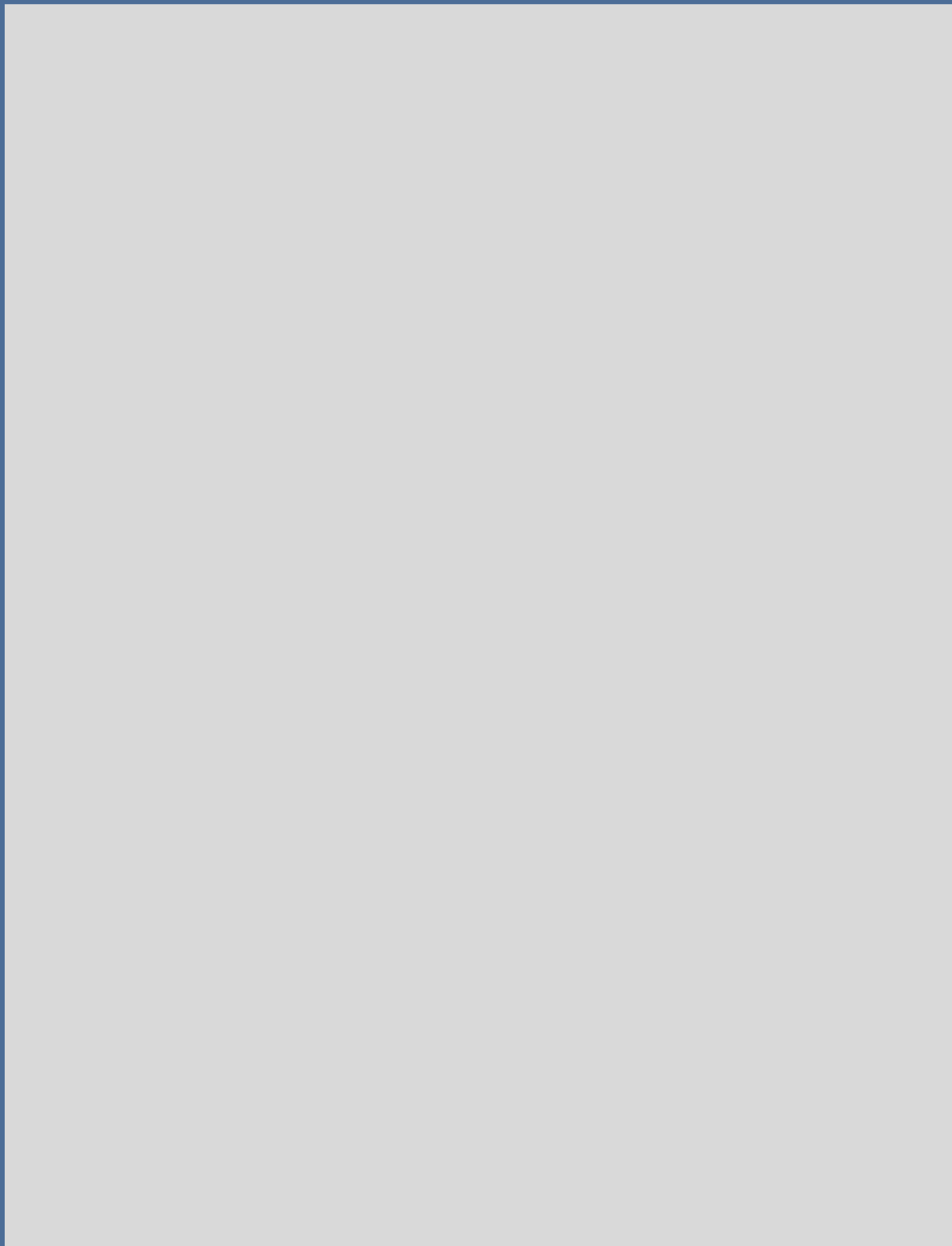
이번 컨퍼런스가 국경을 넘어선 시장의 확대와 창의적 인재들의 협업 및 공동제작을 통해
경쟁력 있는 드라마 콘텐츠가 기획되는 소중한 시간이 되기를 기원합니다.

다시 한 번 컨퍼런스 개최를 축하드리며 새로운 촬영후보지를 소개하는 ‘드라마 촬영후보지 투어’를 통해 대구의
아름다운 풍광을 즐기시고 새로운 프로젝트를 위한 신선한 영감과 자극을 받아 가시기 바랍니다. 감사합니다.

감사합니다.

2018년 10월 17일
대구광역시
시장 권영진

|| REFERENCE



세션 1 : 한국 제작자

〈달의 연인 보보경심 려〉, 〈나는 길에서 연예인을 주웠다〉 사례를 통해 본 국내 드라마 시장의 현재와 미래

조정호

1. 국내 드라마 시장의 현 주소 (한국 드라마 제작 실태의 변화)

1) 제작비의 상승으로 인한 사전제작 시스템으로의 변화-수익을 늘려야 하는 법

기존 회당 3 억선이었던 드라마의 제작비가 회당 5~6 억 선으로 상승했다. (*제작비 2,30%증가)

- 스타작가, 탑 배우의 개런티 상승, 근로기준법, 최저임금법을 통해 나타난 표준계약 이슈를 통한 스태프 인건비 증가가 제작비 증가를 주요 요인으로 꼽을 수 있다.

➔ 증가한 제작비를 충당하기 위해, 해외 판권 판매, 해외 동시 방영, 사전 심의를 받기 위해 점차적으로 기존 반사전제작에서 사전제작으로 시스템이 변화되는 추세이다.

2) 드라마 콘텐츠 수요의 증가, 뉴미디어 오리지널 콘텐츠 제작 수요 증가

- 기존 지상파 3 사(KBS, MBC, SBS), 종편(JTBC, TV 조선, 채널 A, MBN), 케이블(tvN, OCN, 드라마맥스), OTT(넷플릭스, 옥수수, 네이버 TV, 카카오 TV, KT) 등 전통적인 플랫폼들에서 드라마의 공급을 원하는 뉴미디어 플랫폼들이 늘어나며 드라마 콘텐츠의 수요가 증가하고 있다.

3) 앞서 거론한 두가지의 시장 변화로, 기존 방송국 내에서도 디레버리징 현상 발생

- 지상파 위주로 드라마 산업이 전개되던 과거와는 달리, 플랫폼이 늘어나 수요가 증가하면서, 기존 지상파 드라마의 사정은 악화되었다. 시청률 하락, 광고단가 하락, 방영권료 하락으로 이어졌다.

- 또한 사전제작 시스템, 선판매 등이 강요되었긴 하지만, 제작비 확보를 위해 거부할 수 없는 (필수적) 제작 인프라 요건, 메리트도 다가왔던 중국 시장을 한류로 앞세워 공략했지만, 현재는 한한령으로 인해 미지수에 빠져 있다.

➔ 해소되고 있기는 하지만 아직은 미지수인 중국시장, 제작에 필요한 인프라의 조건값이 상승 중인 지금 모든 국내 제작사들의 관심은

1. 중국시장은 언제 재개될 것인가?
2. 제작비를 충당시킬 수 있는 새로운 시장은?

이 두 가지로 귀결되고 있는 실정이다.

두 가지 고민을 해소하려 시도한 방법, 본 제작사가 제작에 참여한 두 가지 프로젝트를 통해 이야기해볼까 한다.

2. 사례를 통해서 본 신규 시장(비즈니스 모델) 개척

1) 〈달의 연인 보보경심 려〉(글로벌 기업과의 협업)

구분	내용
원작	보보경심 (중국소설)
연출	김규태
작가	조윤영
형식	60min , 20ep
장르	판타지 로맨스 사극
방영	SBS, 2016년 8월 29일 ~ 11월 1일
공동 투자/제작	NBC 유니버설, (주)YG 엔터테인먼트, (주)바람이분다
주요 출연진	이준기, 이지은, 강하늘, 홍종현, 남주혁, 백현, 등

- 〈달의 연인 보보경심 려〉는, 한류 현상이 작용했던 작품이다.

한국드라마로는 처음으로 중국 IP를 원작화하여 한국 드라마로 제작했던 케이스.

국내보다는 해외에서 꽤나 높은 화제성과 관심을 불러 일으킨 바 있다.

- 한류를 전면에 내세워 제작할 수 있었던 키포인트는, 글로벌 기업인 NBC 유니버설의 합류였다. 한류의 가능성(아시아 시장에서 독보적임. 미주, 유럽 등에서도 시장 반응 상승 중인 상황)을 보고 공동제작, 투자, 해외배급을 담당했다.
- 더불어 보시는 것처럼 당시 중국판권 금액 최고가를 경신했으며 선판매로 진행되었다.

➔ 〈달의 연인 보보경심 려〉를 통해 고려해볼 수 있는 부분은, 초기 기획 단계부터 국내뿐만 아닌 해외 시장을 고려했던 기획이었다는 점이다. (아이템의 선정과 파트너 컨택, 기획 단계에서 모두 고려되어야 할 부분)

국외에서는 NBC 유니버설, 국내에서는 YG 엔터테인먼트 라는 조력자들을 모아 확실하면서도 안정적인 제작 구조를 만들 수 있었다.

- 더불어 글로벌 콘텐츠 기업인 유니버설에게 중국시장을 제외한 해외 판권 판매를 전담하게끔 해, 해외 선판매로 인한 동시 방영의 형식을 취함으로써 보다 더 안정적인 제작 구조를 구축할 수 있었다.

➔ 현재 해외 판권 시장은 아직 냉각기 중이지만 여전히 의미 있는 시장인 중국 시장, 사드 사태로 인한 반작용으로 급성장한 동남아권 시장, 미주권 시장 등

그 어느 때보다 글로벌한 작품을 기획할 만한 여지가 있는 상황이다.

2) <나는 길에서 연예인을 주웠다> (새로운 드라마 시장의 개척)

구분	내용
연출	권혁찬
작가	이남규 오보현 문종호
형식	15min 40ep / 60min 10ep
장르	미스터리 로맨틱 코미디
방영	2018년 10월 중 옥수수 모바일 선방영 예정
투자	SK 브로드밴드(100%)
주요 출연진	성훈, 김가은 등

- <나는 길에서 연예인을 주웠다>는 SKB 옥수수에서 선방영 될 10부작 드라마. SKB 측에서 100% 제작비를 제공하고 제작사가 드라마를 제작 대행해 주는 구조. 제작비를 100% 투자하기 때문에, IP(지적재산권)에 대한 권리를 SKB가 가져간다.

➔ 신규 OTT 플랫폼의 등장에는, 판권 시장의 변화를 말하지 않을 수 없다. 큰 손 역할을 하던 중국 시장의 부재에도, 동남아시아 시장의 재발견을 통해 해외 판권 시장이 다시 활성화되었고. 그 중심에는 넷플릭스가 있다.

과거에도 동남아시아 시장은 개별적인 국가 판매에 그치다 보니, 들이는 품에 비해 가격은 턱없이 낮을 수 밖에 없었다. 수요는 존재하지만, 수익이 미비했던 동남아시아 시장을, 동남아시아 시장을 패키지로 묶어 판매단가를 높이는 전략으로 넷플릭스는 성공적인 성과를 거두었다.

- <맨투맨>, <비밀의 숲>, <화유기>, <밥 잘 사주는 예쁜 누나>, <라이브>는 제작비의 50~60%의 금액을 넷플릭스를 통해 판권료 지급으로 해결할 수 있었다. 최근 넷플릭스가 구매한 TVN 드라마 <미스터 션샤인>의 경우, 제작비 대비 판권료 비율이 80%까지 상승했다. (넷플릭스 오리지널을 달고 방영하는 조건)

- SKB 측도 넷플릭스와 흡사하게 경쟁력 있는 신규 OTT 플랫폼으로의 성장을 시도하고 있다. 자체 오리지널 콘텐츠 확보에 대한 니즈, 글로벌 시장으로의 진출 계획으로 오리지널 콘텐츠 드라마 제작을 시도하고 있다. 앞서 설명했던 해외 판권 판매의 중요성이 증가했기 때문에 새로운 플랫폼들의 오리지널 콘텐츠에 대한 권리 욕구 또한 증가하고 있다.

3. IP (지적재산권) 확보의 중요성

- 넷플릭스와 SKB, 그리고 아시아 콘텐츠 확보에 뛰어든 예정인 아마존까지.. 신규 OTT 플랫폼들의 성장 전략에 가장 중요한 것은, 바로 IP(지적재산권)의 확보이다. 투자 대가의 확보로, IP(지적재산권) 내 부가판권 권리를 활용해 수익을 회수함. 해외판권판매와 국내에서 발생하는 VOD 판매 가 이에 해당한다.
- 근래 드라마를 방영하는 방송사 중 가장 높은 주가를 올리고 있는 TVN 과 JTBC 의 경우도 IP 확보 전략을 활용한 사례라 말할 수 있다.

스튜디오드래곤과 제이콘텐트리라는 IP 를 확보할 수 있는 조력자를 두어, 양 방송사의 드라마 슬롯의 대부분을 책임지게 하기 때문이다. 기본적으로 방영을 보장받아야 IP 를 넘기는 조건이 성립하기 때문에.

- 본 제작사도 국내외 원작 구매, IP 개발, 웹툰 제작사와의 공동제작 시도 등을 통해, IP 확보를 위한 끊임없는 노력을 기하고 있다.

4. 결론 : 변화하는 드라마 시장에서 중요한 것은, 프로듀싱 이다.

- 지금까지 어려운 드라마 제작 환경 속에서, 당사가 새로운 시장을 개척하기 위해 시도했던 방법들을 예시로 말해 보았다.
- 확장성 없는 TV 라는 플랫폼에 종속되고, 이제는 포화되어 버린 있는 TV 방송 시장 이외에, 동남아시아, 중국, 미주권 등의 전세계 글로벌 기업과의 협업과, TV 플랫폼이 아닌 새로운 OTT 시장의 개척 등이었다.
- 더불어 OTT 플랫폼의 사업자가 증가함에 따라, 콘텐츠 확보를 위한 경쟁은 더욱더 심화될 것이다. 특히나 미국 내에서 이러한 움직임의 가속화가 예상되고 있다. 이들의 아시아 시장으로의 진출이 본격화 될 경우, 넷플릭스와 마찬가지로 한국 콘텐츠 업체들에게 접근할 가능성이 높을 것이고, 이는 곧 국내 제작사들이 보다 다양한 플랫폼 사업자들과 가격협상력을 높일 수 있을 것이다.
- 이러한 시도가 가능하려면, 글로벌 콘텐츠 관계자와의 끊임 없는 협업 시도와, 경쟁력 있는 IP 확보에 대한 노력이 뒷받침되어야만 한다. 이 모든 작업들이, 이제는 콘텐츠를 만드는데 있어 무엇보다도 PRODUCING 의 중요성이 대두되고 있다는 점에서 흥미롭다.
- 이제는 기본적인 수익구조를 만드는 것이 관건이라, 드라마 콘텐츠 제작의 초기 기획 단계에서부터 치밀하게 짜여진 청사진 아래 제작할 수 밖에 없다.
- 경쟁력 있는 IP 의 확보, 국경을 넘은 커뮤니티, 형식과 장르를 넘나드는 유연하고 폭넓은 제작 노하우 등 현재 급변하는 드라마 시장의 위기는, 이러한 요소들로 인해 기회와 가능성이 되지 않나 생각한다.

세션 2 : 일본 제작자

일본의 MANGA DRAMA, 그리고 영화 <어느 가족>

요세 아키히코

AOI Pro.

01
AOI Pro.가 제작한
**MANGA
DRAMA
FROM JAPAN** 과
영화 『어느 가족』

WHAT IS

02

03



1963년 창업
TV 광고를 중심으로
디지털 콘텐츠, 엔터테인먼트 콘텐츠 기획 및
제작 관련 사업을 담당하는 일본의 대형 광고 영상 제작 회사

AOI Pro.

DEPT ENTERTAINMENT CONTENTS

엔터테인먼트 콘텐츠부

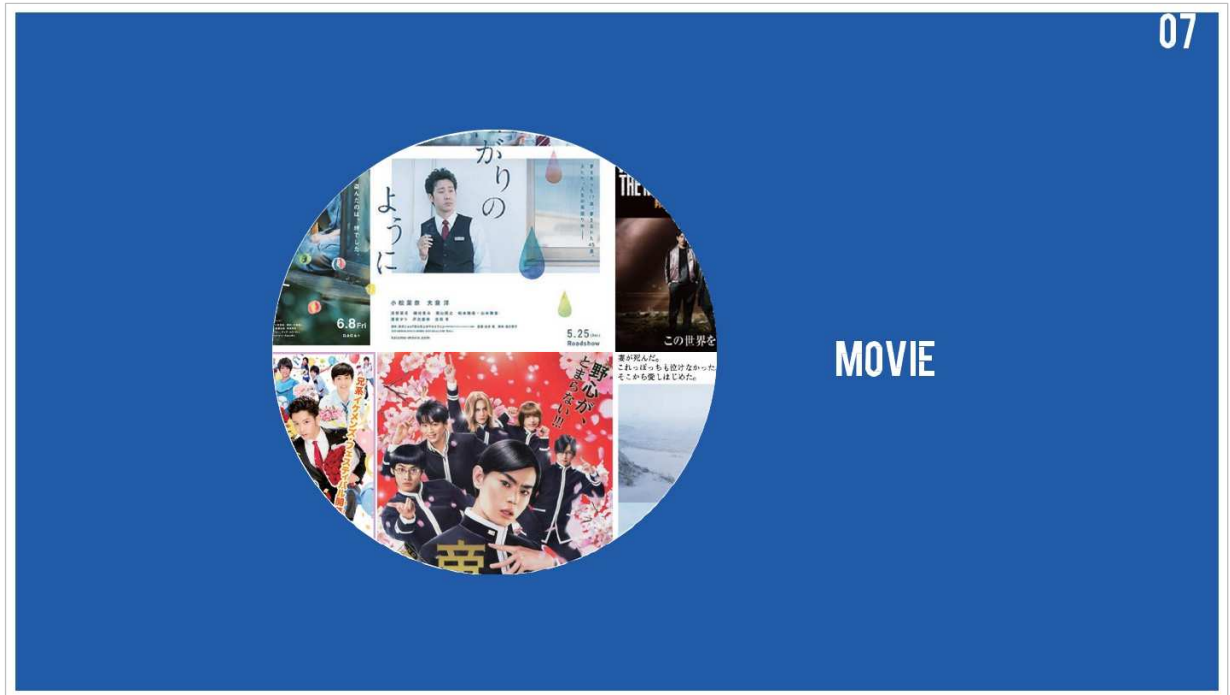
영화, TV 드라마 등
엔터테인먼트 콘텐츠 기획 및 제작에 참여
영화와 TV 드라마의 비율은 반반

04

05



TV & DRAMA





광고 제작 회사가 TV 드라마 제작에 참여하는 이유

- 광고 제작은 완전 수주형이며, 제작사는 제작한 광고의 콘텐츠 홀더가 아님
- 일본은 드라마 제작도 완전 수주형이 다수
- 드라마 제작사의 제작·저작권이 인정된 것도 있지만, 저작권 수입은 금액이 크지 않음
- TV 드라마 제작을 콘텐츠 비즈니스로 취급, '제작위원회' 안건에 한해 투자를 포함하여 참여 중
- 출자하며 사업에 참여하는 '제작위원회 방식'은 영화와 같은 비즈니스 모델
- 완전 수주형에서 탈피, 제작 수주가 아닌 투자 안건의 제작 부분을 수주

사업에 참여해 콘텐츠 홀더가 됨으로서
'제작 이익'과 '수익 배분'이 수입원이 됨

1

2

제작 프로덕션이 사업에 참여하면 좋은 점

- 사업과 제작의 연결성 강화
- 스토리와 비즈니스의 양립 방안을 제작 프로덕션 측에서 제안할 수 있음
- 비즈니스 면에서 스토리 발상이 쉬워짐
- 오프닝 타이틀 제작 등 광고 프로덕션의 강점을 살리기 용이
- 사업적 장치를 드라마 내용에 반영할 수 있음
 - ※ 상품을 내용에 포함 (간접 광고) / ※ 제휴 곡의 가사를 드라마 내용에 반영
- '영화'와 '드라마'를 동시에 제작하는 '제작위원회'에 참여하기 쉬움
 - ※ 일본에서는 최근 이와 같은 사례가 늘고 있음

같은 비즈니스 모델로 TV 드라마 제작에
참여하고 있는 광고 제작 프로덕션 다수



10

MANGA DRAMA FROM JAPAN

발표자가 제작한 드라마 시리즈

3

11

2014

일본이 세계적으로 자랑하는 콘텐츠
- 만화를 중심으로

12



원작의 매력 요소인
세계관이나 등장 인물 캐릭터를
최대한 살려 영상화!

2015

13

2017

해외 진출을 비즈니스의 중점으로 삼아
국내외 팬들을 만족시키는
'원작 지향' 작품 제작
©후지TV / SPO / AOI Pro. 외

14



15

세계 각국에서 방송 & 스트리밍



16

장난스런 키스 2 ~ LOVE In TOKYO

- DramaFever Award
'베스트 일본 드라마' & '베스트 커플'
- 도쿄 드라마 어워즈 2015 J 시리즈상

<원작>

- 일본의 대히트 순정 만화
- 아시아 각국에서 드라마화

<드라마화>

- 크게 히트한 시즌 1 이후 제작 프로덕션 변경으로 담당하게 됨
- '아시아에서 통하는 드라마'를 만들어달라는 요청
- 원작이 훌륭하여 전 세계에 팬이 많기 때문에, 기대를 저버리지 않는 것을 염두에 두고 최대한 충실히 재현
- 사내 광고 디렉터를 기용해 오프닝 타이틀 제작 → 후속 시리즈의 정석이 됨
- '1화 1키스'를 목표로 멋진 키스신 고안
- #1 오키나와 신혼여행 편에서는 관광 효과를 노린 지역 보조금도 있었기 때문에 오키나와를 방문하는 아시아 신혼여행객이 자주 찾는 명소를 조사하여 명소를 잇는 골든 루트를 제안하고, 그 루트를 도는 신혼여행 스토리를 제작

<결과>

- 일본 드라마의 첫 중국, 북미 스트리밍. 중국에서 사회 현상이 됨
- 2015 상반기 Amazon 랭킹 대상
[DVD·블루레이] 일본 TV 드라마 카테고리에서 1위, 3위 등 상위권에 다수 랭크인

16



17

장난스런 키스 2 ~ LOVE In TOKYO

- DramaFever Award
'베스트 일본 드라마' & '베스트 커플'
- 도쿄 드라마 어워즈 2015 J 시리즈상



 DRAMAFEVER

2015년 2월 5일

뉴욕 허드슨 극장에서 개최된 시상식에
드라마를 대표하여 이리에 나오키 역을 연기한
주연 후루카와 유우키 씨가 참석



17



미나미군의 연인 ~ my little lover

<원작>

- 일본에서 11년 만에 네 번째 드라마화

<드라마화>

- '장난스런 키스 2'와 달리 오리지널 스토리를 구성
- '1화 1심쿵'을 목표로 대본의 해당 부분을 체크하며 제작진, 출연진 모두 같은 인식 공유
- 오프닝 타이틀은 더욱 진화

<결과>

- 전 세계 동시 스트리밍

너는 펫

- 제34회 ATP상 TV 그랑프리 장려상

<원작>

- 일본에서 14년 만에 두 번째 드라마화
- 한국에서 2011년에 영화화

<드라마화>

- 1화 2심쿵
- 촬영에 사용된 아파트 엘리베이터에서 우연히 발견한 '애완동물' 버튼을 아이템으로 사용, 두 사람 간 연애의 거리감을 연출
- 드라마 전체에 비, 빨간 우산 등을 사용, 성숙한 사랑을 드라마틱하게 연출
- DVD에만 수록된 보너스 트랙에는 가슴 설렘만한 장면이 가득

<결과>

- 중국, 홍콩, 한국 동시 방송, 스트리밍
- 제34회 ATP상 TV 그랑프리 장려상



4

또 다른 사업,
영화에서 쾌거 달성!

20

21

萬引き家族
リリー・フランキー 安藤サクラ
6.8 Fri
GAGA

어느 가족
7월
PALME D'OR
FESTIVAL DE CANNES

AOI Pro. 출자·제작 작품
'어느 가족'

제71회 칸 국제 영화제
황금종려상 수상



22

갈라파고스화되는

23

"일본의 영화 업계는 자주 좁아지고 있다."
해외에서 인터뷰할 때
저는 이렇게 대답하고 있습니다.
좋은 쪽으로든 나쁜 쪽으로든
일본 영화의 투자 회수 가능성은
일본 시장으로만 국한되어 있습니다.
그래서 해외로 나가려는 의욕이
제작자에게도 배급사에도 없습니다.
일본의 대형 영화사는 특히 그렇습니다.
이렇게 되면 일본에서 통하는 것들만 기획하게 됩니다.
이런 상황에 강한 위기감을 느낍니다.
해외로 나가는 것이
훌륭한 것도 대단한 것도 아니지만
40세 이하의 젊은 영화감독의 이름을
해외에서 듣는 일이 거의 없습니다.
이대로면
일본 영화 자체가 세계에서 잊혀져 버릴 겁니다.

고레에다 히로카즈 감독

2016년 '태풍이 지나가고' 개봉 인터뷰 中

일본영화

고레에다 감독은 자신은 TV 출신이며
지금도 스스로를 TV 디렉터라고 말하고 있습니다.

그런 감독의 제언...

일본 드라마 계에도
똑같이 적용되지 않을까요?

24

25

상호 작용
하면서
많은 것을
배웠습니다

지난 5년간 'MANGA DRAMA FROM JAPAN'과 '고레에다 영화'를 번갈아 제작



2014

2015



2016

2017



2018



26

27

고레에다 감독과의 작업에서 배운 것

5

적극적 해외 진출의 중요성

• 해외로 진출하는 것은 전혀 특별한 일이 아니다

‘해외에서 일본을 본다는 것’의 중요성

칸은 '끝'이 아닌 '시작'

칸에서 작품을 어디까지 멀리 퍼뜨릴 수 있느냐가 관건

해외에서 무엇이 먹힐지는 생각하지 말 것. 생각해서는 안 됨

그보다 자신의 내면을 직시하는 것이 중요

제작자는 일본 국내 방영에 만족할 뿐 해외 비즈니스 성공이나 호평은 ‘포상’ 정도로 생각하고 있지 않은가?

28

29

결론

CONCLUSION

- '해외에서 먹히는 것이 무엇인가'가 아닌 '보편적인 것이 무엇인가'를 추구할 것
- 인생이란 무엇인지, 가족이란 무엇인지, 사랑이란 무엇인지 당연한 명제를 충실히 대할 것
 - 보편적인 것을 확실히 그린다면, 세계에 감동을 주는 것은 당연하다
 - 그것이 결국 해외로, 세계로 통하는 것이다



30

31

과제

지금까지의 발표에 더해, 8월 상하이 출장 시 현지 영화인과 교류하며 깨달은 점

PROBLEMS

향후 아시아 지역의 과제

① 작품

- 플랫폼의 증가로 제작 편수가 증가하고 있음
- 편수는 증가하는 반면, 전체 퀄리티는 낮아지고 인기 작품 수는 줄어들고 있음
 - 자국뿐만이 아닌 아시아 지역에서의 공동 제작 촉진
 - 퀄리티의 전반적 향상

② 제작진 인재 교류

- 일본은 지금 제작 인력 부족이 심각한 상태
- 이대로 가면 5-10년 후에는 제작 현장이 붕괴될 거라는 의견도 존재
 - 각국의 제작진 정보를 신속히 교환했으면 함
- 아시아 지역에서 제작진 교류를 촉진하고 접점을 가져 광범위한 인재 확보 가능성을 검토했으면 함

32

THANK YOU

세션 3 : 중국 제작자

중국 드라마 산업 현황 및 향후 전망

왕평취

1. 중국 드라마 업계 현황

올해는 중국 드라마가 탄생한 지 60주년이 되는 해입니다. 현재 중국 정부는 14,400여 개 기관에 <TV 방송 프로그램 제작 허가증>을 수여했으며, 그 중 113개 기관이 오랜 기간 동안 <드라마 제작 허가증>을 보유하고 있습니다. 중국 정부가 공시한 바에 따르면 최근 5년 동안 드라마 촬영 허가 문서는 매년 4만 편 이상이며, 실제로 방송 허가를 받은 드라마는 1만 4천~1만 5천 편 정도입니다. 중국에서 드라마를 방영하는 지방 방송국은 473곳이며, 여기에는 52개의 위성채널이 포함되어 있습니다. 지상채널은 매년 새로운 드라마와 재방송 드라마를 포함해 10만여 편을 방송하고 있는데, 위성채널이 매년 방영하는 1만 7천여 편의 드라마 중 신규 드라마는 5,500편 정도입니다. CCTV, 종합채널, 드라마 채널은 매년 1,500~1,600편 정도의 새로운 드라마를 방영합니다. TV 프로그램 중 드라마 시청률은 전체의 30% 정도이며, 그 중 위성채널이 60%를 차지합니다. 2017년, 250편의 웹드라마가 제작됐습니다. 최근 몇 년간 드라마에 투자하는 비중이 점점 더 커지고 있으며, 1990년대 중국 인기 드라마 <갈망>, <편집부고사>의 제작비용은 한 회당 2~3만 위안(한화 약 320만~480만 원)이었으며, 미국에서 촬영했던 드라마 <뉴욕의 북경인>은 회당 12만 위안(약 1,900만 원)의 비용이 사용되었습니다. 2012년 <웅정황제의 여인>의 제작비용은 7천만 위안(약 110억)을 넘어섰으며, 2015년 <화천골>의 제작비용은 1억 위안(약 160억 원)을 넘었습니다. 같은 시기에 제작한 <무미량전기>, <미월전>은 3억 위안(약 480억 원)에 달했으며, 올해 방영된 <여의전>의 제작비용은 5억 위안(약 800억 원)에 달했습니다. 현재 기획중인 70부작 대하 드라마 <조조>의 제작예산은 약 7억 위안(약 1,100억 원)에 달할 예정입니다. 제작비용이 상승함과 동시에 드라마 판권 판매 수입도 빠른 속도로 높아지고 있습니다. 1990년 초에는 드라마가 방송사 간 교환 방식으로 방영되었기 때문에 판권 판매 수입이 없었습니다. 90년대 말에 이르러서야 드라마 판권 수입이 생겼는데, 회당 60만 위안(약 9,600만 원)이 최고 수준이었습니다. 2000년대 초 판권 수입은 100만 위안(약 1억 원)을 돌파했습니다. 최근 인터넷 동영상 판권 비용이 폭등하면서 드라마 판권 수입도 함께 오르고 있습니다. A급 보통주 환서세기(欢瑞世纪)에 따르면 드라마 <천계지백사전설>, 웹 드라마 <도묘필기 3>의 제작비용이 각각 3억 3000위안(약 530억 원)과 2억 8,800위안(약 460억 원)이며, iqiyi(아이치이)에 독점 중계권을 <천계지백사전설>은 회당 550만 위안(약 8억 원), <도묘필기3>는 회당 2,400만 위안(약 38억 원)에 내놓았습니다. 현재 위성채널과 인터넷 채널에서 상당한 인기를 얻고 있는 중국 드라마의 판권 판매 수입이 회당 1천 만 위안(약 16억 원)을 넘어서는 건 일상이 되었습니다. 2017년 중국 드라마 판권 거래 총액은 약 332억 위안(약 5조 3천억 원)으로 추산됩니다. 2017년 방송국과 인터넷 채널을 포함해 광고 비용 총액이 약 708억 위안(약 11조 4천 억 원)으로 추산됩니다. 2017년 드라마 삽입 광고 총액은 약 11억 위안(약 1,700 억 원)입니다. 여기까지 드라마 판권 수입이었고, 이는 해외 판권 수입과 휴대폰 게임과 같은 파생상품의 판매 수입은 포함하지 않은 금액입니다. 제작비용과 판권 수입이 빠른 속도로 오르고 있는 것과는 반대로 전통 방송 채널의 드라마 시청률은 매년 떨어지고 있습니다. 1990년대 CCTV에서 방영되는 인기 드라마의 시청률은 30% 이상으로 거의 모든 사람이 시청한 것이나 다름없는 수치였습니다. 2006년 CCTV에서 방영했던 드라마 <경화연운>의 시청률은 14% 이상을 유지했으나 최근 웹 채널과 OTT시장이 성장하면서 드라마 시청률은 1%를 넘는 것도 높은 수준이 되었습니다. 2017년 중국 전역에 방송되는 드라마 중 시청률 1%를 넘는 것은 28편뿐이고, 2%가 넘는 드라마는 2편뿐이었습니다. 그 중 가장 높은

시청률을 기록한 드라마는 〈인민적명의〉로 약 3.66%를 기록했습니다. 지금까지 말씀드린 기본 현황 이외에 중국 드라마 제작 및 2대 방송 영역에도 많은 변화가 일어나고 있습니다. 양극분화 현상을 통해 발전하고 있습니다. 전통 드라마 채널 시청률이 점점 떨어지면서 광고주의 투자는 상위 5개 위성채널에 집중되고 있습니다. 그 중 상위 3개 위성채널의 광고 수입 총액은 기타 모든 위성채널의 광고수입을 넘어섰으며, 이로 인해 상위에 랭크한 채널이 높은 가격으로 인기 드라마의 구매권을 독점하는 현상이 나타나고 있습니다. 다른 채널들은 적자 상태에 이르렀고, 상당수의 위성채널이 드라마 첫 방송권을 구매하지 못해 그저 재방송에 의지하고 있는 실정입니다. 드라마 제작비용이 계속해서 오르기 때문에, 상위 20개 드라마 제작사만이 우수한 인재와 자원을 축적하고 그것을 기반으로 드라마 제작량을 계속 늘려서 시장 점유율을 높이고 있습니다. 대다수의 제작사가 무서운 속도로 치솟는 드라마 제작 비용에 뒤로 물러나 1년에 드라마 한 편을 제작하기도 어려운 실정입니다. 경험이 뛰어난 제작사조차도 단독제작을 포기하고, 대형 제작사의 하청 스튜디오로 전환하고 있습니다. 앞으로 중국 드라마 제작과 방송 이 두 가지 영역의 집중현상은 점점 더 뚜렷해질 전망입니다.

2. 중국 인터넷 동영상 현황 및 발전추세

최근 10년 동안, 과학기술의 발전으로 중국 인터넷 시청과 OTT산업이 무서운 속도로 성장하고 있습니다. 현재 중국의 인터넷 사용자 인구는 8억 명에 달하고, 그 중 75%가 인터넷으로 드라마나 TV 프로그램을 시청하고 있습니다. 근래 웹 드라마 시청률이 나날이 증가하고 있는데, 2016년 인터넷으로 동시 방영했던 〈화천골〉은 약 200억 뷰를 넘었다고 합니다. 순수 웹드라마 〈노구문〉은 4개월 만에 100억 뷰를 달성했고, 한국 드라마 〈태양의 후예〉는 80억 뷰를 넘어섰습니다. 2017년, 후난위성 드라마 〈인민적명의〉는 TV와 웹에서 동시 생중계가 되었는데, 한 달 동안 약 200억 뷰를 달성했다고 합니다. 심지어 〈삼생삼세 십리도화〉는 300억 뷰를 달성했습니다. 스마트TV 보급이 점점 늘어나고 있고, 현재까지 판매된 스마트TV는 약 2억 대입니다. 2020년까지 중국의 OTT TV 단말기 수는 약 4억 대 규모를 달성할 전망인데, 이는 중국의 모든 가정에 보급되는 것이나 다름없는 수치입니다. 스마트TV 보급 범위가 커지면서, 중국 시청자들의 시청 습관도 변하고 있습니다. 약 60%의 TV 시청자가 다시 보기를 통해 자신이 좋아하는 드라마나 TV 프로그램을 시청하고 있습니다. 중국 인터넷 동영상 산업은 다음과 같은 양상으로 나타나고 있습니다.

(1) 인터넷 판권 비용의 증가

2006년 이전, 인터넷에서 방영되는 드라마는 거의 판권이 없었으므로 돈을 지불할 필요도 없었습니다. 2006년, 〈무림외전〉이 시범적으로 인터넷 판권을 판매했는데, 금액은 전체 10만 위안(약 1,600만 원)으로 회당 1,250위안(약 20만 원)이었습니다. 2018년에 이르러 드라마 한 회의 인터넷 판권 판매액은 1천만 위안(약 16억 원)을 돌파했습니다. 12년 사이에 약 8,000배나 증가한 셈입니다. 현재 중국 드라마 시장에서 인터넷과 TV채널에서 동시에 인기를 끌고 있는 드라마는 인터넷 판권 판매 수입으로도 제작비용을 감당할 수 있기 때문에 드라마 방영 수입은 이윤으로 남습니다.

(2) 방영 형식의 변화

드라마는 크게 TV채널과 인터넷 플랫폼에서 방영되는데, TV채널 우선 방영 후 웹 방영, TV채널과 웹 동시 방영, 웹 우선 방영 후 TV채널 방영의 3가지 방식으로 나뉩니다. 2012년, iqiyi(아이치이)에서 방영한 SF로맨스 〈기이한 가정〉은 장시위성에 판매되어 웹 우선 방영 후 TV채널 방영의 시초가 되었습니다. 2015년 5편의 드라마가 웹 우선 방영 후 TV채널 방영을 했고, 2016년에는 12편, 2017년에는 20편으로 늘어났고, 2018년 현재에도 계속 증가하는 추세입니다. 제작사의 신규 드라마 기획안에도 우선 인터넷으로

반응을 살핀 다음에 TV채널에서 방영하자는 내용이 있는 것으로 보아, 중국 드라마 제작의 대세는 웹 우선 방영 후 TV채널 방영이라고 해도 과언이 아닙니다. 현재 TV방송 심사기관과 시장공간은 이미 포화상태에 이르렀기에 많은 제작사들이 웹 독점 중계의 방식을 택하고 있습니다. 머지않아 인터넷 플랫폼이 드라마 방영의 주요 공간이 될 것입니다.

(3) 동영상 사이트의 경영 형태 변화(유료 전환)

인터넷 플랫폼은 처음에는 드라마를 완전 무료로 방영했습니다. 2012년 유료 방식을 시험 운영했고, 2014년 유료 이용자 비율은 10%에 그쳤습니다. 그러나 2018년 현재 유료 이용자 비율은 50%를 넘어섰습니다. 매년 10%씩 증가하고 있는 셈입니다. 현재 iqiyi(아이치이), Tencent(텐센트), Youku(요우쿠) 3대 인터넷 플랫폼의 회원 수는 2억 명(중복 포함)이 넘었습니다. 연간 회원비 180위안(약 3만 원)로 계산하면, 회원비로 벌어들이는 수익만 360억 위안(약 5조 8천만 원)입니다. 3대 인터넷 플랫폼이 독점하는 드라마 비율은 85%를 넘어섰고, 유료 드라마 이용량은 96%에 달합니다.

(4) PPL은 동영상 콘텐츠의 순이익 공간

2013년, <용문표국>이 처음으로 줄거리 내용과 실제 브랜드를 결합해 성공을 거둔 후, <암흑자>가 50만 위안(약 8천만 원)의 비용을 들여 PPL을 하기 시작했습니다. 이런 이벤트는 제작사와 웹 방영 측에 순이익 공간을 제공하는 것입니다. 인터넷 시청자 대부분이 청소년이므로 작품 속에 광고를 삽입하면 빠르게 반응이 오기 때문에 광고주들이 더욱 PPL을 선호합니다. 현재 PPL비용은 1천만 위안(약 16억 원)을 돌파했습니다. 종합하면 최근 10년간 과학기술의 빠른 성장으로 중국의 인터넷 동영상 플랫폼은 드라마 제작업, 광고주, 시청자들에게 환영받는 드라마 방영 공간이 되었고 앞으로 발전 가능성은 더 큼니다.

3. 한중 합작, 중국+해외 합작 전망

이전부터 한중 합작 드라마 제작 사례가 있었습니다. 제가 구주음상출판공사(九洲音像出版公司)에서 편집장으로 있던 시절 <호텔리어>, <가을동화>, <겨울연가> 등 우수한 한국 드라마가 중국에서 방영이 되었습니다. 중국 드라마 제작자는 한국 드라마의 현실적인 소재에서 많은 영감을 받아 중국 드라마 시장 형성과 발전에 많은 영향을 주었습니다. 동시에 중국 드라마 <황제의 딸>, <거상 치아오쯔용>, <천룡팔부> 등이 한국에서 많은 사랑을 받았습니다. 그러나 최근 발생한 일들로 한중 드라마 산업의 합작이 많은 제약을 받게 되었습니다. 양국의 업계 사람들은 새로운 합작의 기회가 오기를 고대하고 있습니다. 제가 이렇게 낙관적으로 전망하는 것은 아래 이유들 때문입니다.

(1) 공동의 문화 전승은 합작의 기본

한국과 중국은 역사적으로 오랫동안 친구로 지내왔습니다. 또한, 인, 의, 예, 지, 신과 충성, 효도 이런 동방 문화가 양국 국민들의 피에 흐르고 있습니다. 근대 이후, 우리는 침략을 받았고, 노역을 살기도 했습니다. 평화와 정의를 항상 염원했기에 그 마음이 굉장히 잘 통합니다. 그러므로 우리가 함께 만든 드라마는 양국 시청자들의 사랑과 환영을 받을 수 있을 것입니다.

(2) 공동의 시장은 합작의 원동력

중국은 13억이라는 대형 시장을 가지고 있습니다. 생활수준이 높아지면서, 정신문화에 대한 요구가 나날이 높아지고 있습니다. 한국은 경제와 문화가 발달했기 때문에 시청자들이 한국 드라마에 거는 특유의 기대와 선호가 있습니다. 그러니 두 나라 정부와 업계 종사자들이 책임과 의무를 갖고 현재 놓여져 있는 어려움과 국민들의 요구를 받아들여야 합니다. 최대한 빨리 모순이 해결될 수 있는 출구를 찾아 새로운

협작의 기회를 만들어야 합니다.

(3) 공동의 이상은 협작의 다리

오늘날 세계는 새로운 변화를 맞이하고 있습니다. 중국 정부는 'One Belt and One Road'-신 실크로드 경제권 및 21세기 해상 실크로드의 건설과 동시에 인류 운명 공동체 형성을 주창하고 있습니다. 인류가 마음으로 소통하고, 감정을 모으고, 서로 신뢰하는 것은 문화의 교류와 융합에 달려있습니다. 두 나라의 국민들은 동방문화의 창조자이자 계승자입니다. 우리는 책임감과 의무감을 가지고 세계에 우리의 문화를 전파해야 합니다. 우리의 이야기를 들려주고, 우리의 마음속 소리를 전달하고, 우리의 이상을 표현해서 전세계인이 함께 아름다운 세상을 만들어야 합니다. 드라마는 역사와 현실생활을 생동감있게 표현하는 장치입니다. 한국과 중국의 드라마 제작자들이 서로 협력하여 우수한 드라마를 만들어 전세계에 방영하고, 시장을 키워 수익을 늘려야 합니다. 한중 양국뿐만 아니라 중국 정부와 중국 드라마가 아시아 각국, 세계 각국과 협작해서 더 많은 양질의 드라마를 제작해 세계인이 서로를 이해하고, 신뢰하고, 존중할 수 있는 문화적 다리가 되길 바랍니다.

감사합니다!

세션 4 : 특별초청세션 미국

나의 다문화 TV 프로그램 독립 연출기

션 듀레이크



DRAMAWORLD : 나의 다문화 TV 프로그램 독립 연출기

소개



션 리처드 듀레이크
프로듀서 / 배우



의술로써 나라를 구한다
최대한 350-400년
최대한 100년만
최대한 100년만
최대한 100년만
2014년 11월 14일 방송



KOREA NEXT
PREMIERES 16 DECEMBER, SUNDAYS 10PM
Five documentaries showcasing the heart of Korea: K-pop, kimchi, K-dramas and everything in between.
Discovery CHANNEL



MBC
<http://cafe.daum.net/SeanRichard>



Discovery CHANNEL



ATHENA 전영미의 아신



What would YOU do if you fell into your favorite K-drama?
A VIKI ORIGINAL
DRAMAWORLD

전 세계 K-드라마 시청자 현황



해외에서 개최된 드라마 팬 미팅



Viki 바이럴 영상 해설자로 출연

글로벌 팬층 대상 스트리밍 플랫폼 서비스



시청자 수 합계: 월 시청자 7,500만 명 이상

시청 층: 비아시아인이 80%(백인, 흑인, 라틴계), 북미 시청자의 40%

K-드라마 비한국인 팬 프로필



건강한 섹시함



속수무책 로맨스



자막, 문제 없죠!



주로 여성이며, 밀레니얼 세대 (10대 - 20대 초반)



향수를 불러일으키는 가족에 대한 가치



선남선녀



자신의 감정에 충실히 행동하는 인물



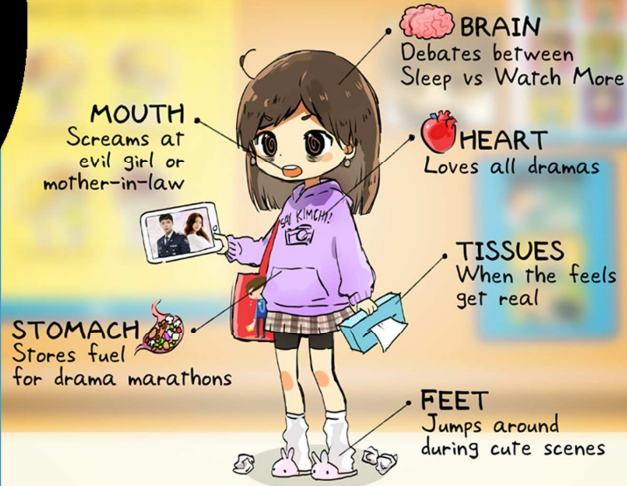
중독성 있는 즐거움 / 끝림 요소

K-드라마
비한국인
팬 프로필

단순한 시청이 아닌
탐닉

#VIKI
@VIKI

THE ANATOMY OF A DRAMA FAN



DRAMAWORLD

시즌 1 예고편

NETFLIX

NETFLIX

DRAMAWORLD : 나의 다문화 TV 프로그램 독립 연출기




R viki의 첫 오리지널 시리즈

DRAMAWORLD

시즌 1




What would YOU do if you fell into your favorite K-drama?

A VIKI ORIGINAL

DRAMAWORLD

COMING APRIL 2016



포맷:
10화 @
편당 12-18분



투자:
Viki (미국)
제타바나
엔터테인먼트
(중국)

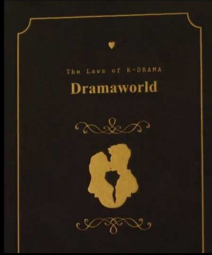


장르: 판타지,
로맨틱 코미디

배급 :

- ▶ Viki (AVOD 중화권, 대한민국을 제외한 전 세계 - 2016년 4월 17일 런칭)
- ▶ Youku (중화권 - 2016년 5월 9일 런칭)
- ▶ Netflix (SVOD 중화권 제외 전세계 - 2016년 5월 23일 런칭)
- ▶ 대한민국 독점 런칭 - 2016년 7월 1일

DRAMAWORLD 의 개념화



전 세계 한국 드라마 팬층에게
판타지를 선사



DRAMAWORLD 제작

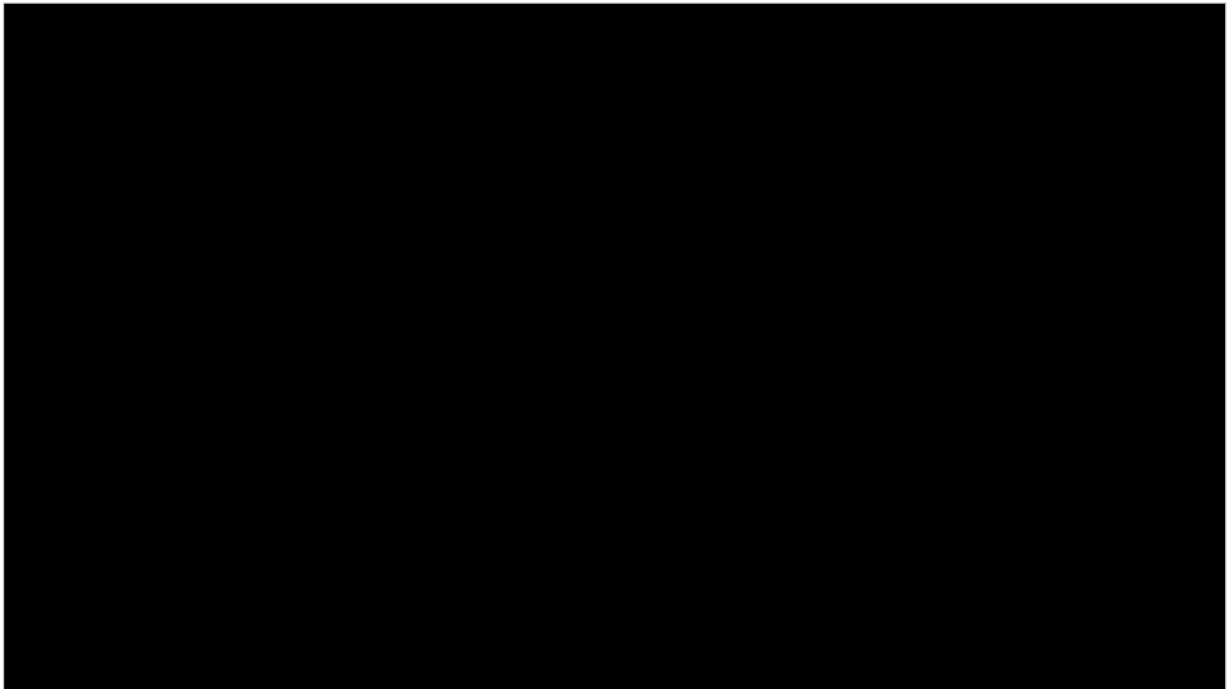


상투적 표현, 비유, 카메오

상투적 표현, 비유,
카메오

DRAMAWORLD





DRAMAWORLD : 나의 다문화 TV 프로그램 독립 연출기

시즌 1 반응

R viki

DRAMAWORLD

- ▶ 방영 후 24시간 내 팬들이 30개 이상 언어로 번역을 완료
- ▶ 가장 상호적인 프로그램 (팬 댓글)
- ▶ Viki에서 가장 많이 시청한 Top 10 프로그램으로 등재
- ▶ 최근 평점 9.1/10

youku 优酷 .com

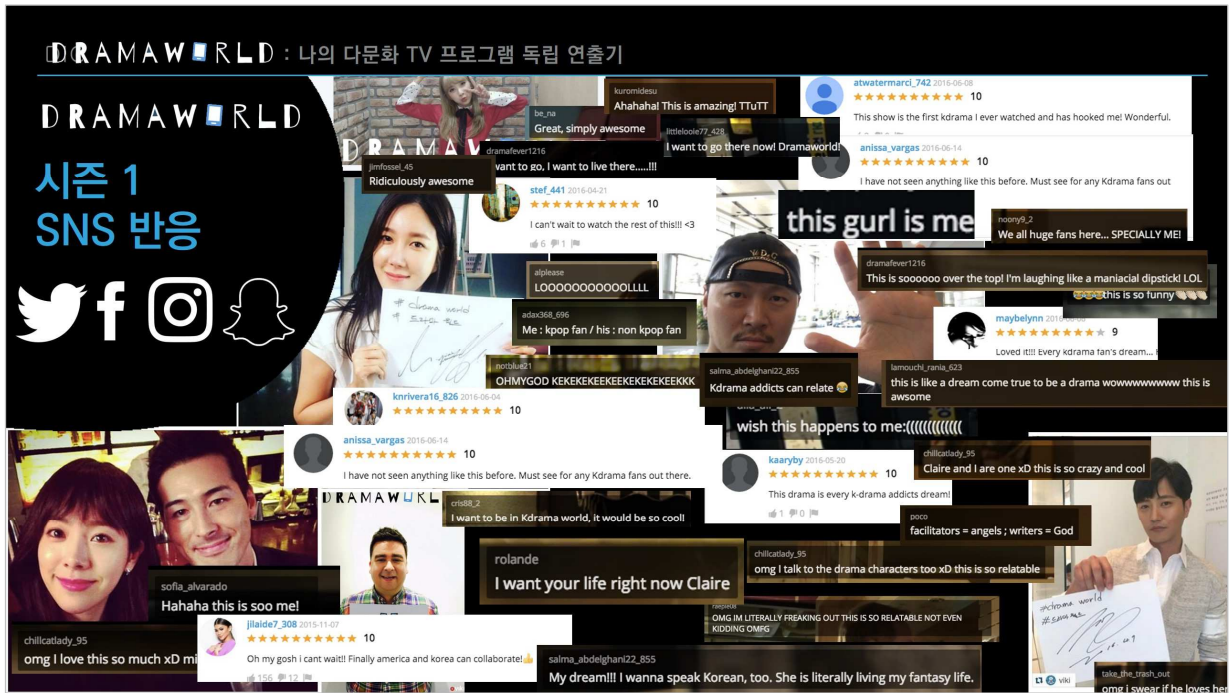
미국 콘텐츠 부문 1위

최근 평점 9.2/10

NETFLIX

넷플릭스 최고 콘텐츠 책임자 테드 서랜도스는 **Sense8**, **옥자**와 더불어 **Dramaworld**를 한국에서 가장 기대되는 작품이라 발표하였음

최근 별점 4.5/5



DRAMAWORLD
시즌 1 수상



Most Popular Foreign Drama of the Year: "Dramaworld" from the United States



Marseille
Web Fest

Marseille Web Fest Announces Top Prize
Winners, Led By 'Dramaworld' And
'Whatever, Linda'



- 최우수 드라마시리즈상
- 최우수 각본상
- 최우수 감독상
- 최우수 남우주연상
- 최우수 여우주연상

- 최우수 남우조연상
- 최우수 시각효과상
- 최우수 촬영상
- 최우수 편집상



- 최고 감독상
- 최고 배우상
- 최고 남우조연상
- 최고 특수효과상

DRAMAWORLD
시즌 2:
2019년 방영!



'Dramaworld' Deal Sees
Propagate Board Breakout
U.S.-South Korean Series
(EXCLUSIVE)



포맷:
10화 @
편당 30분



투자:
Third Culture
Content (미국) +
신규 아시아 파트너

THIRD CULTURE
CONTENT



PROPAGATE

한류 2.0

콘텐츠 제작 패러다임 전환

지금은...

- ▶ 틈새 플랫폼은 전 세계적으로 독자적인 콘텐츠를 제작하는 것
- ▶ 어디에 살고 있는지 보다 무엇을 좋아하는지를 기반으로 타겟 대상을 구축
- ▶ 전통적인 공간에서 불가능했던 독특한 스토리를 이야기할 수 있는 더 많은 기회
- ▶ 스토리를 가장 우선하는 진정한 유기적 공동제작
- ▶ 미국 스튜디오는 세계적으로 어필하고 있는 한국 콘텐츠의 상업적 매력을 인정하고 있음

콘텐츠 제작자에게 미칠 장점과 단점

▶ 장점

- ▶ 좋은 콘텐츠에 대한 수요가 증가할수록 제작자의 자율권 증가
- ▶ 창작 과정에 더 많은 자유 부여
- ▶ 제한 사항 감소

▶ 단점

- ▶ 예산 감소
- ▶ 인프라 감소

철학

THIRD CULTURE
CONTENT

- ▶ 시청자를 파악하라
- ▶ 기회를 창출하라
- ▶ 틈새 시장을 채워라
- ▶ 파트너를 찾아라
- ▶ 실행하라

감사합니다!

www.thirdculturecontent.com

sean@thirdculturecontent.com

세션 5 : 일본 작가

일본의 국민드라마에서 외국인 주연배우를 통해 하고 싶었던 이야기

하바라 다이스케

○ 영상 - 맛상 제1화 편집본(5~10분)

방금 보신 영상은 ‘맛상’이라는 드라마로, 2015년에 NHK에서 방송된 아침 연속TV소설이며, 일본에서는 ‘아침드라마’라 불리는 국민드라마입니다. 방송기간은 반년이었습니다. 월요일부터 토요일까지 주 6회, 매일 아침 8시부터 15분간, 총 150회가 방송되었습니다.

오늘은 이 맛상을 예로 들어, 제가 생각하는 일본 드라마의 현재, 드라마 외의 것까지 포함한 TV프로그램 전반에 걸친 자율규제, 그리고 저희의 스승님인 ‘쓰가 고헤이’에 관해 말씀 드리겠습니다.

○ 드라마의 현 상황 - 여주인공 캐스팅에 관하여

맛상은 아침드라마로는 사상 처음으로 외국인을 여주인공으로 캐스팅했습니다. 주인공의 모델이 된 ‘맛상, 다케쓰루 마사타카(竹鶴政孝)’ 씨가 국제결혼을 했기 때문입니다.

맛상은 ‘일본에서 처음으로 위스키를 만든 사람’으로 ‘일본 위스키의 아버지’라 불립니다. 그는 일본에서 제대로 된 스카치위스키를 만들겠다는 꿈을 안고 지금으로부터 100년도 더 전인 1900년대 초에 스코틀랜드로 유학을 떠났고, 그곳에서 스코틀랜드인 여성과 사랑에 빠져 함께 일본으로 귀국 후 결혼했습니다. 그러한 역사적 사실을 드라마화한 것이므로 당연히 여주인공은 외국인일 수밖에 없습니다.

캐스팅할 때 문제가 된 것이 있었습니다. 외국인이라도 일본어를 할 줄 아는 여배우, 즉 현재 일본에 살고 있거나 살았던 적이 있는 사람을 캐스팅하느냐, 아니면 일본어 능력은 고려하지 않고 외국에서 배역의 이미지에 맞는 실력 있는 여배우를 캐스팅하느냐였습니다. 이 문제에 대해 오랜 시간 논의했습니다. “일본어를 할 줄 모르는 여배우를 캐스팅하면 연출할 때 서는 위치나 몸짓 하나까지 일일이 통역을 거쳐 설명해야 하니 촬영에 시간이 많이 걸린다. 그리고 일본과 외국은 생활습관은 물론, 드라마 촬영현장의 분위기도 다를 테니 도중에 자기 나라로 돌아가 버릴지도 모른다” 혹은 “무명의 외국배우를 쓰면 시청률이 안 나온다” 등의 의견도 있었지만, 결국 오디션에서 캐스팅된 배우는 일본어는 전혀 할 줄 모르고 일본에는 와본 적도 없는 무명의 미국인 연극배우 샬럿 케이트 폭스(Charlotte Kate Fox) 씨였습니다. 샬럿과 처음 인사했을 때, 저는 태어나서 처음으로 여배우한테 허그를 당했습니다. 샬럿을 캐스팅하길 잘했다고 생각했습니다.

드라마 촬영은 스태프들과 샬럿의 각고의 노력 덕에 무사히 끝낼 수 있었습니다. 시청률도 좋았고 평판도 좋았습니다. 아침드라마 최초의 외국인 여주인공을 연기한 샬럿은 지금도 일본에서 배우로 활동 중입니다.

○ 자율규제 1 - 국민드라마라는 이유로 제약

- 악인을 등장시키지 않는다. 살인이나 살인사건은 물론, 도둑이나 사기꾼 등 다른 드라마에서는 흔하게 나오는 ‘악인’을 등장시키지 않는다. 등장시켰다 해도 반드시 깊이 반성하고 바른 인생을 걷게 한다.
- 폭력행위는 절대 묘사하지 않는다.
- 불륜은 안 된다.
- 주정뱅이는 등장시키지 않는다. 아침부터 주정뱅이가 나오는 드라마는 시청자들이 싫어할 우려가 있다. 위스키를 만드는 게 주제인 드라마이지만 술에 취해 폭력을 휘두르는 건 당치도 않다.

○ 자율규제 2 - 인종 및 민족에 관한 표현의 제약

- '양놈(毛唐:게토, 구미인을 멸시하여 부르는 말)'은 금지어, '외인(外人)'도 안 됨

그 당시 일본인들이 처음 보는 서양인을 뭐라 불렀을까 생각해봤더니 '양놈'이란 단어가 떠올랐습니다. 그때는 서양인을 업신여기는 표현인 '양놈'이라는 말을 당연한 듯 쓰던 시절이었으니까요. 이 표현은 좀 오래된 일본영화에도 빈번하게 나오고 20세기 중반을 산 사람이면 누구나 알고 있거나 들은 적이 있는 표현임에도 불구하고 '지나치게 과격하다'는 이유로 '쓰지 않기로 한다'는 방침이 세워졌습니다. '외인'도 마찬가지입니다. 지금도 프로야구 등에서는 '외인 용병'이라는 말이 흔하게 쓰이는데, 차별 표현으로 해석될 가능성이 있다는 이유로 드라마에서는 쓰지 않습니다. 후에 자세히 설명하겠지만, 한국이나 북한 출신인 사람을 '총'이라 부르는 사람이 있는데 이것도 물론 자율규제의 금지 단어입니다. 그래서 저는 맛상에서 서양인을 가리키는 표현을 '이방인(異人)' 혹은 '이방인 씨(異人さん)'로 통일했습니다.

- 홋카이도 편에는 꼭 아이누 민족을 등장시키고 싶었다

드라마 후반에서 맛상은 위스키 제조에 적합한 땅을 찾아 여행을 하고 홋카이도에 공장을 세우기로 합니다. 홋카이도의 기후가 위스키의 본고장인 스코틀랜드의 기후와 비슷한 데다 물이 깨끗하다는 것이 이유였습니다. 홋카이도는 1800년대 중반만 해도 일본 지도에 없었습니다. 그곳은 1868년에 메이지 시대가 되기 전에는 아이누 민족이 살던 에조(蝦夷)라는 땅이었기 때문입니다. 에조는 에도 시대(1603~1868년)에 일본인이 무력으로 침략하여 통치하기 시작했고 메이지 시대(1868~1912년)에 일본에 합병되었습니다. 지금도 홋카이도는 지명의 대부분이 아이누어입니다. 아이누어로 된 지명에 일본 한자를 억지로 붙인 탓에 홋카이도 지도는 읽기가 매우 어렵습니다.

그러므로 맛상이 홋카이도에 갔을 때에도 당연히 많은 아이누 민족이 살고 있었습니다. 홋카이도로 건너간 맛상과 여주인공이 아이누 민족과 직접 접촉했는지 여부는 확인하지 못했지만, 저는 당시의 홋카이도가 드라마에 나오므로 꼭 아이누 민족도 등장시키고 싶었습니다. 아이누 사람들이 일본에 합병된 후 일본인에 대해 어떻게 생각했는지, 어떤 차별을 받았는지에 대해서도 생각해보고 싶었기 때문입니다.

처음에 일 년 분의 줄거리를 구상할 때는 아이누 민족 에피소드도 포함되어 있었는데 홋카이도 편 촬영 일이 다가오며 따라 "아이누를 등장시키는 건 어렵지 않을까", "이 드라마에선 아이누가 안 나와도 되지 않을까", "항의하거나 불쾌해하는 시청자도 있지 않을까"라는 의견이 많아져서 결국 아이누 인을 등장시키는 에피소드는 모두 취소되었습니다.

그 밖에도 맛상 부부가 오사카에서 살던 시절, 소위 '재일교포'라 불리던 한반도가 고향인 인물과 여주인공이 교류하고 여주인공이 "나만 일본 특유의 문화와 풍습 때문에 어려움을 겪는 게 아니구나" 하고 느끼는 에피소드도 있었지만 이 또한 취소되었습니다. 이유는 아이누 민족 때와 같았습니다.

이러한 자율규제는 아침드라마를 비롯한 드라마뿐 아니라 일본 TV 전체에 퍼져있다고 생각합니다.

○ 제 스승님은 김봉웅

제 스승님은 '쓰가 고헤이'라는 극작가입니다. 쓰가 고헤이의 본명은 김봉웅이며 한국의 경상남도가 고향인 재일교포 2세인데 안타깝게도 8년 전에 폐암으로 돌아가셨습니다. 쓰가 고헤이는 일본에서 저보다 훨씬 많은 상을 수상하셨고 일본의 연극계에는 지금도 '쓰가 세대'라는 말이 있으며 '일본의 연극계는 쓰가 고헤이 이전과 이후로 나뉜다'고 할 정도입니다. 제가 각본가가 된 것도 오로지 이분 덕분입니다. 저는 10대 때 쓰가 고헤이에 대해 동경심을 품게 되었고 20대에는 어시스턴트 겸 기사가 되어 그의 연극 제작과 관련된 모든 잡무를 담당했으며 30세에 시나리오작가로 데뷔하였습니다. 50대인 지금도 저의 토대는 쓰가 고헤이입니다. 지금도 쓰가 고헤이를 동경하고 존경하며, 감사한 마음뿐입니다. 물론 저는 쓰가 고헤이가 한국인이라는 것을 알고 있었지만 특별히 국적에 대해 의식한 적은 없습니다. 스승님의 국적이 미국이었던 러시아였던 저는 제자가 되었을 겁니다. 세계 중요한 것은 국적이 아닙니다. 저는 스승님의 재능에 반했고

그의 인품을 사랑했습니다. 스승님과 함께 보낸 시간은 저에게 그 무엇과도 바꿀 수 없는 보물입니다. 그래서 저는 스승님의 조국인 한국에 대해서도 깊은 호의를 가지고 있습니다. 그리고 제 극단에는 현재 3명의 재일교포가 있는데 3명 중 2명은 한국 국적이고 1명은 북한 국적입니다. 그들은 아주 좋은 사람들이고 소중한 저의 동료이자 동지입니다. 스승님을 좋아해서 스승님의 조국도 좋아하게 된 것처럼 그들이 있어 저는 한국은 물론 북한에 대해서도 호의를 가지고 있습니다. 저는 일본과 한국, 북한이 더욱 친해지길 바랍니다. 이게 제 솔직한 마음입니다.

그런 저의 마음을 함께 작업한 드라마에도 반영하고 싶을 때가 종종 있지만, 자율규제의 벽에 부딪혀 민족문제를 다루는 것은 금기시되고 있습니다. 저는 방송국 직원이 아니기 때문에 자세한 것은 모르지만, 아무도 '금지'하는 사람은 없다고 생각합니다. 모든 것은 '자율규제'입니다.

○ 언젠가는 공평하게

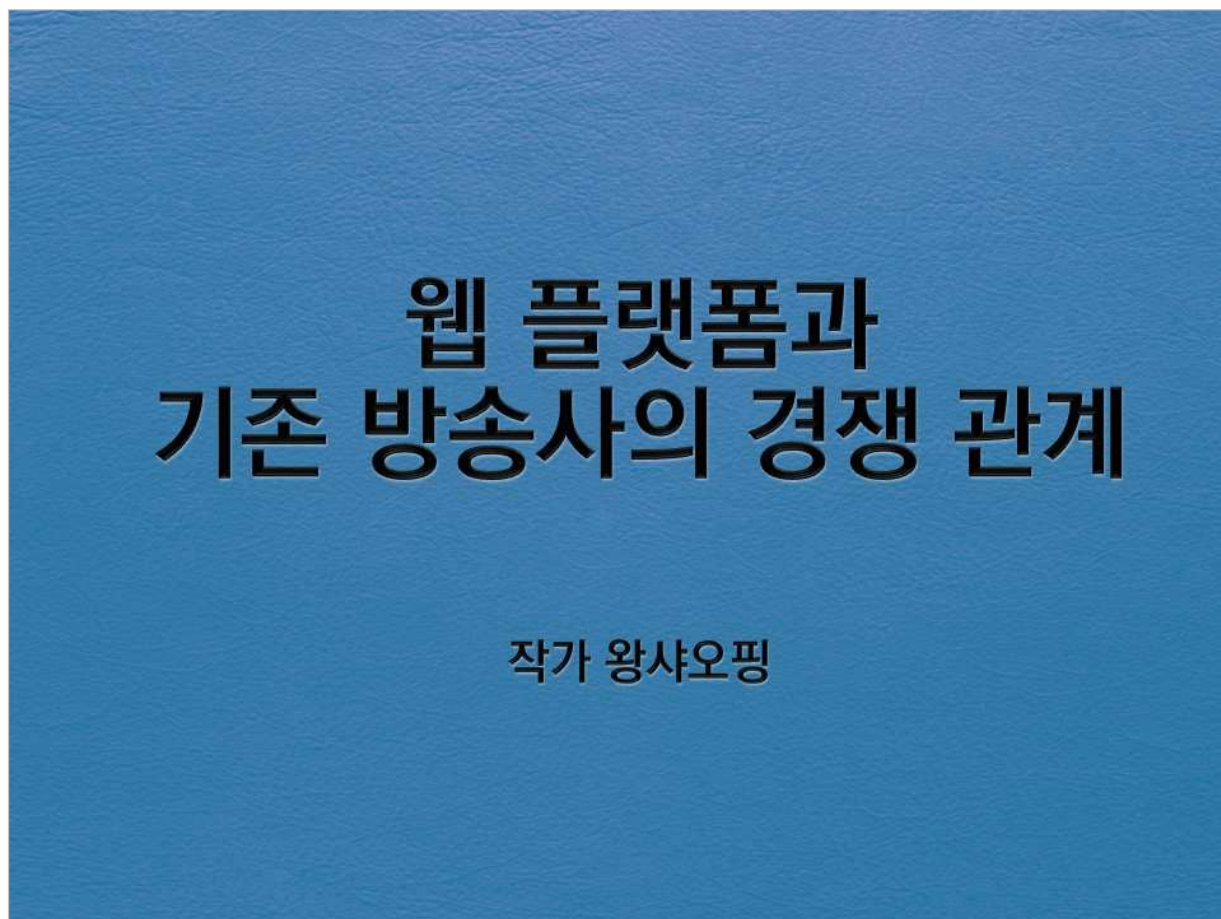
쓰가 고헤이라는 김봉웅의 작가명은 '언젠가는 공평하게(いつかこうへいに)'라는 뜻의 일본어에서 따왔다고 합니다. 그리고 제2차 세계대전 중에 한반도에서 일본으로 건너와 일본의 한자를 읽고 쓸 줄 모르셨던 어머니를 위해서 읽기 쉽게 히라가나로만 된 이름을 작가 명으로 삼았다는 말도 있습니다.

영화와 TV업계뿐 아니라 아시아가 언제까지나 평화롭기를 바라며, 누구를 위한 것인지 알 수 없는 자율규제 같은 건 하지 않아도 되는 사회가 되기를 기원합니다.

세션 6 : 중국 작가

웹 플랫폼과 기존 방송사의 경쟁 관계

왕샤오핑



웹 플랫폼으로 인한 드라마 제작 환경의 변화

- * 2017년 말 현재, 중국의 모바일 이용자 수는 5억 5천만 명을 넘어섰으며, 전체 인터넷 동영상 조회수는 6,317억 건을 기록 그 중 드라마 조회수는 4,232억 6천만 건을 기록하였으며, 전체 조회수의 약 70%를 차지하고 있음
- * 현대 사회의 빠른 속도와 다양해진 정보는 신세대와 구세대의 소비 습관에 큰 차이를 불러 옴
- * 이러한 변화는 방송사의 광고주와 신세대 시청자가 기존 플랫폼에서 이탈하는 결과를 낳게 됨

웹 플랫폼과 TV 드라마의 장르 차이

- * 중국 드라마 심사 제도의 차이(*웹 플랫폼과 방송사 드라마 제작에 대해 정부의 심사 방식이 다름 - 전자는 선 방영 후 심사 '자체 심사', 후자는 선 심사 후 방영)와 시청층의 다양화는 두 플랫폼의 드라마 장르 차이를 불러 옴
생활 드라마나 정극 등은 방송사의 시청자를 만족시키고 있으며, 범죄 드라마와 서스펜스 드라마, 청춘 드라마 등은 인터넷상에서 유행 중

매체의 장벽을 무너뜨린 우수 드라마

어느 플랫폼이든 내용으로 승부해야 한다

(예시: <옹정황제의 여인>, <미월전> 등의 제작 과정과 시청률)



- * 2017년, 중국 내 방송사와 인터넷상 모두에서 높은 시청률을 기록한 작품이 연이어 등장 - 명품 드라마라면 고정 시청 층의 한계를 깰 수 있고, 접근성 좋은 콘텐츠는 선호도 높은 우수 작품이 될 수 있다는 것을 증명

세션 7 : 한국 작가

소명으로서의 작가

박경수

겁도 없이 발표를 맡았습니다. 본 회의의 테마가 ‘드라마 업계를 둘러싼 환경의 변화가 실제 현장에서 어떤 영향을 미치고 있으며, 앞으로 어떻게 대응해 나갈 것인지에 관한 이야기’라는 것을 들었을 때는 어안이 병병했습니다. 제가 모르는 것들 투성이었기 때문입니다.

저는 시대의 변화에 영민하게 대응할 수 있는 작가가 아닙니다. 억울한 죽음을 당한 딸의 진실을 밝히려는 힘없는 아버지의 이야기를 다룬 추적자, 황금의 주인이 되고 싶은 가난한 청년의 야망과 파멸을 그린 황금의 제국, 성공을 위해 달리던 검사의 생애 마지막 6개월의 참회록을 그린 편치, 성공을 위해 불의와 타협했지만 건널 수 없는 양심의 강 앞에서 돌아와 싸우는 판사의 이야기를 그린 귓속말 등, 저는 도덕과 욕망의 선택지에 선 인간의 문제를 통속적인 극 구조 속에서 써내려 가는 작가입니다. 혼자 작업실에 있는 시간이 대부분이라, 업계를 둘러싼 환경의 변화를 느낄 방법도 없고, 드라마 제작 환경의 변화보다 올 여름 고장 난 에어컨 때문에 생긴 작업실의 온도 변화가 더 신경 쓰이는 더디고 느린 작가입니다. 분명 세상은 변하고 있겠죠. 드라마 제작 환경도 많이 달라졌을 것입니다. 그런 변화에 영민하게 적응하는 새롭게 탄생하는 작가군의 선두가 아니라, 저는 우리 드라마를 이끌어 온 여러 선생님들의 족보 꼬트머리에 이름을 올리고 싶어 하는, 구시대의 막내가 되고픈 작가입니다. 그러니 제가 모르는 것을 말씀 드릴 순 없고, 제가 조금이라도 알고 있는 것을 함께 나누고 싶습니다.

막스 베버는 직업으로서의 정치, 소명으로서의 정치를 이야기했습니다. 이에 빗대어, 저는 직업으로서의 작가, 소명으로서의 작가가 있다고 생각합니다. 이 둘은 분리되는 것은 아닙니다. 한 명의 작가 안에 이 두 가지가 혼재되어 있습니다. 내 안에 있는, 직업으로서의 작가는 생활인의 의미입니다. 한 끼 밥을 위해 글을 써야 하고, 내일의 식량을 위해 원고를 넘겨야 합니다. 내 글이 팔려야 쌀로 바꿀 수 있으니까요. 하지만 작가의 마음 속에는 쌀과 거래할 수 없는 자신만의 씨앗이 있습니다. 그것이 바로 소명입니다. 자신만의 소명! 시류와 세상에 신경 써야 하는, 직업으로서의 작가라는 외피를 잠시 벗어두고, 지금부터 저는 제 안에 있는 씨앗인 소명으로서의 작가에 대한 이야기를 잠시 하려고 합니다. 소명으로서의 작가는 무엇을 쓸 것인가를 고민하는 내 안에 있는 작가의 씨앗입니다. 빠르게 변화하는 세상이 무엇을 원하느냐가 아니라, 내가 무엇을 쓰고 싶느냐에 대한 질문과 대답입니다. 플랫폼의 변화에 어떻게 대처하느냐는 영민함이 아닌, 인간의 속살에 얼마나 더 가까이 다가갈 것이냐를 밤새 고민하는 우둔함에 대한 이야기입니다. 제 첫 작품인 추적자를 통해서 그 고민을 함께 하고자 합니다. 먼저 영상을 잠시 보도록 하겠습니다.

(추적자 영상. 5분 가량)

2012년 방송된 16부작 드라마인 추적자는 저의 입봉작입니다. 가난하지만 성실하게 살아온 형사 백홍석의 딸이 뺑소니 사고로 사망합니다. 백홍석은 그 사건의 배후에 있는 유력 대선후보 강동윤에 맞서 딸의 진실을 밝혀 낸다는 이야기입니다. 첫 작품이어서 그렇기도 하고, 작가라면 누구나 부딪히는 문제겠지만, 드라마가 중반 즈음 가면, 내가 지금 제대로 쓰고 있는지, 길을 잃고 헤매는 건 아닌지 모를 정도로 비틀거리고

혼란이 옵니다. 이게 말이 되나? 내가 지금 뭘 쓰고 있나? 한 썬을 쓰면서도 수십 번씩 자책하고 내가 왜 이런 드라마를 쓰겠다고 시작했을까 수 백 번 후회하면서 한 줄씩 써 나가게 됩니다. 그러다가 도저히 넘을 수 없을 것 같은 거대한 벽을 만나게 됩니다. 누구도 도와줄 수 없는, 누구의 조언도 도움이 되지 않는 절대 절망의 상태! 이 순간을 벗어나고 돌파할 수 있게 만들어주는 것은, 드라마 작법도 아니고, 구성의 잔기술도 아닌, 오직 진심. 나에게 이 드라마를 쓰도록 만들었던, 내적 명령의 코어입니다. 추적자라는 드라마를 처음 떠올렸을 때, 너무나 쓰고 싶어서 손이 떨렸던 한 썬이 있습니다. 이 드라마의 마지막 썬이었습니다. 진실을 밝힌 뒤, 법정에서 선 백홍석에게 판사가 판결을 내리려던 순간, 세상의 판결과는 상관없이, 법정에서 나타난 딸 수정이의 영혼이 백홍석에게 건네는 말. '아빠, 고마워. 아빤 무죄야' 그 딸의 위로에 눈물 한 방울 흘리는 힘없는 아버지 백홍석의 모습. 이것이었습니다. 이 한 썬을 쓰기 위해 드라마를 시작했고, 수없이 많은 혼란 속에서도 이 한 썬을 위해서 비틀거리면서도 그 길을 걸어갔던 것입니다. 그때 알았습니다. 작가의 심장을 떨리게 만드는 한 썬만 있다면, 드라마를 쓸 수 있다는 것을. 작가의 내면 가장 깊은 곳에서 솟구치는 그 진심의 한 썬이, 작가로 하여금 긴 대본을 쓰면서 겪는 혼란과 혼선을 돌파하게 만들어주는 동력이라는 것을 느꼈습니다. 이 한 썬을 쓰기 위해서 16회 분량의 대본을 쓴 것입니다. 이제는 저도 어느 정도 시들어서, 이런 썬보다도 통장에 입금되는 원고료에 심장이 떨리는 속물이 되어가고 있지만, 아직도 잊지 않으려 애쓰고 있습니다. 내 심장을 떨리게 만드는 것은 다른 사람의 마음도 떨리게 만든다는 그 단순한 진실을.

외부 환경은 언제나 변해왔습니다. 처음 영화라는 것이 만들어졌을 때, 연극의 시대는 끝났다고들 말했습니다. 하지만 초기의 헐리웃을 장악한 것은 브로드웨이에서 희곡을 쓰던 작가들이었습니다. TV가 방송을 시작했을 때 연극과 영화의 시대는 끝났다고들 말했습니다. 하지만 초기의 브라운관을 장악한 것은 대학로의 희곡 작가와 충무로의 시나리오 작가였습니다. 어떤 외부환경의 변화가 있더라도, 내 심장을 떨리게 만드는 이야기를 쓰겠다는 소명을 가진 작가는 자신의 지분을 확보할 것이라고 믿습니다. 작가란 변화하는 세상 속에서도, 변하지 않는 인간의 본질을 이야기하는 사람이기 때문입니다.

소명으로서의 작가에게 가장 중요한 것은, 외부 환경이 요구하는 조건이 아니라, 작가 내면의 조건입니다. 그 첫 번째는 방금 말씀 드렸듯이, 작가의 심장을 떨리게 만드는 이야기, 혹은 한 썬입니다. 지금 내가 쓰는 드라마가 나의 유작이 되어도 좋다는 판단이 들 정도로, 나를, 내 마음을, 내 인생을 통째로 뒤흔드는 이야기를 쓰겠다는 작가의 각오. 그것이 소명으로서의 작가에게 필요한 첫 번째 조건이라고 생각합니다.

소명으로서의 작가에게 중요한 두 번째 조건은 '내 마음을 울리는 인간'을 그리겠다는 각오입니다. 저의 작품인 '편치'의 한 장면을 잠깐 보겠습니다.

(편치 영상, 3분 가량)

편치 기획안의 카피는 '다시는 오지 못할 이 세상을 건너가면서, 세상과 작별하는 남자가 날리는 마지막 편치' 였습니다. 서울지검 검사 박정환은 성공을 위해 달려온 인생이었습니다. 출세를 위해 불의와 흔쾌히 손을 잡았고, 승진을 위해서 비리를 스스럼없이 저질렀습니다. 자신이 모시던 보스가 드디어 검찰총장이 되고 성공가도에 발을 올리게 된 순간, 뇌종양에 걸린 사실을 알게 됩니다. 남은 시간이 6개월 밖에 안 된다는 것을 알게 되지요. 그런데 검찰총장은 박정환의 아내인 정의로운 검사 신하경을 제거하려고 합니다. 여기까지가 드라마의 출발 부분입니다. 박정환을 그리고 싶었습니다. 가난했던 청년 박정환, 뛰어난 머리로 검사가 되었지만, 가진 능력만큼 대우받지 못하는 불공평한 시스템에서, 성공을 위해 불의를 저질러온 남자 박정환. 그가 뇌종양에 걸린 뒤 남은 6개월의 시간을, 자신의 악업을 지워 나가는 참회록을 쓰고 싶었습니다. 이 인

간이 내 마음을 울렸습니다. 하지만 박정환이라는 인간을 떠올렸을 때 마음에 걸렸던 부분은, 뻔한 시한부 이야기가 되지 않을까 하는 우려였습니다. 극적인 장치로 시한부 설정은 드라마에서 너무나 많이 반복되어 온 것이니까요. 이 인간을 그리고 싶다는 진심과 이 인간이 기획적으로는 너무 진부하다고 판단되는 공학이 충돌하는 순간입니다. 그때 생각했습니다. 진짜 작가는 남들이 안 쓰는 이야기를 쓰는 작가가 아니라, 남들이 다 쓰는 이야기를 좀 더 잘 쓰는 작가라고 생각했습니다. 백 명의 작가가 불치병을 다뤄도 괜찮습니다. 천 명의 작가가 박정환과 유사한 인간을 주인공으로 그려도 괜찮습니다. 소명으로서의 작가로서, 이 순간 판단의 기준은, 박정환이 내 마음을 울리는가, 그것뿐입니다. 모든 공학과 작별하고 오직 내 마음의 울림을 들여다보는 순간, 그 인간의 인생이 내 마음을 치는 그 순간을 믿고 그 인간의 인생의 어느 포인트를 단면으로 잘라내어 1부 1권을 시작하는 순간, 소명으로서의 작가의 작업이 시작됩니다. 성공을 위해 질주하던 남자가 맞닥뜨린 생의 마지막 6개월. 그 피할 수 없는 데드라인에 선 가련한 인간 박정환을 그려보고 싶다는 내 마음의 울림을 믿었습니다. 박정환이 바라보는 세상은 불합리합니다. 올바르게 살면 손해를 보고, 불의를 저지르며 사는 자들이 지배하는 세상입니다. 사실이 그럴지도 모릅니다. 하지만 그건 중요하지 않습니다. 세상이 어떠한든, 무슨 상관입니까? 중요한 것은, 그래서, 넌 어떻게 살 건데? 라는 '나'를 향한 질문입니다. 세상이 불합리하다고 나도 불합리하게 살 것인가, 세상이 불합리하더라도 나는 인간의 길을 갈 것인가. 박정환은 불합리한 길을 갔고, 그 벌을 받은 것입니다. 그의 어리석은 선택이 내 마음을 건드렸고, 그가 받는 벌이 작가의 마음을 울렸습니다. 그리고 배웠습니다. 소명으로서의 작가의 두 번째 조건은 작가의 마음을 울리는 인간을 그리는 것이라고.

여러분들도 느끼시겠지만, 외부에서 바라보는 작가와 작가 자신이 바라보는 작가가 다른 경우가 자주 있습니다. 사람들은 제가 사회 고발 드라마를 쓴다고 말을 합니다. 하지만 저는 그런 드라마를 쓴 적도 없고, 쓸 생각도 없습니다. 저는 단지 제 마음을 울리는 인간을 그릴 뿐입니다. 섬마을 소년을 그리면 섬마을이 배경일 수 밖에 없듯이, 제가 그리는 인간이 21세기 초반의 대한민국을 살아가기에 지금의 대한민국이 배경일 수 밖에 없습니다. 저의 드라마에 사회 고발적 요소가 있다면, 제 마음을 울리는 주인공이 살아가는 21세기 대한민국이 불합리하기 때문일 것입니다. 시대와 국가와 무대와 직업은 배경일 뿐. 작가가 그리는 것은 오직 그 인간의 본질입니다. 가난한 청년의 욕망, 재능 있는 자가 선택한 쉬운 길, 가치보다 이익을 선택한 자들 등등 저는 천 년 전에도 있었고, 천 년 뒤에도 있을, 변하지 않는 인간의 그 무엇을 그리려고 노력하는 작가입니다. 저는 사회를 고발한다는 말에, 조금의 거부감이 있습니다. 나이 마흔이 넘으면, 자신이 사는 세상에 책임이 있다는 말이 있습니다. 이 사회에 문제가 있다면, 그건 저의 책임입니다. 이 세상의 불합리는 내 안의 악마가 만들거나, 침묵하거나, 묵인한 것입니다. 그래서 아픕니다. 그 불합리한 세상을 살아가는 나의 주인공에게 내가 책임감을 느끼고, 연민하게 되는 것입니다. 나의 침묵으로 만들어진 불합리한 세상을 나의 주인공이 살아가기 때문입니다.

지금까지 소명으로서의 작가로서, 제가 느낀 두 가지. 내 심장을 떨리게 만드는 이야기를 쓸 것이며, 내 마음을 울리는 인간을 그리겠다는, 그 동안의 작업을 통해 얻은 배움과 각오를 말씀 드렸습니다. 귀한 시간 내에서 오신 자리에, 이 무슨 뜬구름 잡는 소리냐고 생각하실 수도 있지만, 작가는 자신이 아는 것을 쓸 수 밖에 없듯이, 저는 이 자리에서 제가 느낀 것을 말씀 드릴 수 밖에 없습니다. 마지막으로 다시 생각해 보겠습니다. 급속하게 변화하는 방송 환경 속에서 작가는 어떻게 할 것인가? 모르겠습니다. 정답은 없습니다. 각자가 가진 오답만이 있을 뿐입니다. 중요한 것은 해답이 아니라, 질문입니다.

편지에서, 박정환에게 했던 질문을 저에게 다시 건네봅니다. '그래. 세상은 이렇다. 세상은 이렇게 변하고 있다. 하지만 중요한 건, 그래서 넌 무엇을, 어떻게 쓸 것인가?' 입니다. 작가는 다양한 체위로 고객의 비위

를 맞추는 창녀가 아닙니다. 단 한 번의 사랑으로 인생을 불태우는 순정의 소녀입니다. 제가 생각하는 소명으로서의 작가는 이러하지만, 이 또한 오답이라는 것을 알고 있습니다. 하지만 작가는 자신이 내린 오답을 정답이라고 믿으며 생의 마지막 순간까지 밀어붙이는 자입니다. 그것 말고는, 다른 방법이 없기 때문입니다.

소란스러운 원심력의 시대에, 내면의 구심력으로 하루 하루를 건디며 한 줄 한 줄 써 내려가고 있는, 모든 작가 동료들에게 경의를 보내며, 서툰 발표를 마칩니다. 감사합니다.