

1. 국가 개황

○ 동남아시아 해안에 7100여 개의 섬으로 이루어진 나라인 필리핀의 정식 명칭은 필리핀 공화국(Republika ng Pilipinas)이며, 수도는 마닐라.

○ 필리피노로 불리는 대다수 국민들은 주로 중국인과 혼혈이거나 미국인 또는 스페인계 혼혈인.

○ 공식 언어는 타갈로그어에 바탕을 둔 필리핀어와 영어.

○ 인구의 80% 이상이 로마 카톨릭 신자들이고, 이슬람교도들도 상당수 있음.

○ 경제는 주로 농업, 경공업, 서비스업에 기반을 두고 있음.

○ 시장경제가 지배적이며, 물가가 빠르게 상승하는 편인 반면, 임금은 동아시아에서 최저 수준에 그치고 있어 실성장률은 마이너스를 벗어나지 못하고 있음.

○ 필리핀은 수세기에 걸쳐 스페인의 지배를 받았고, 반세기 동안 지속된 미국의 통치하에서 그들의 영향을 강하게 받았지만 동남아 고유의 정신과 문화는 여전히 이어져 오고 있음.

2. 방송산업 현황

○ 필리핀의 방송산업은 상업방송이 주축을 이룬다는 점에서 아시아 시장에서 독특한 특성을 지니고 있음.

○ 필리핀 미디어의 전통에 따라 미디어 그룹의 소유자들은 정

치 및 경제적인 위협으로부터 자신들을 보호하기 위한 수단으로서 거대하고 강력한 가족 기업을 유지하고 있음.

○ 필리핀 최초의 방송국은 DZAQ-TV로서 1953년 그 당시 필리핀 대통령의 동생에 의해서 설립됨. 그 후, 1957년 로페즈 가문이 메트로 마닐라에 두개의 텔레비전 방송국을 설립하였으며, 오늘날 ABS-CBN 텔레비전 네트워크로 발전하여 많은 수용자를 확보하고 있음.

○ 필리핀은 아시아 국가이면서 영어권에 속하는 구가로 서구 중심의 영상산업이 범람하고 있는 국가로, 정책적, 문화적으로 개방적인 미디어 소비 양태를 보이고 있으며, 외국 프로그램에 대해서 호의적인 태도를 가지고 있음.

○ 이미 1990년대 중후반부터 필리핀의 중심 방송사인 ABS-CBN 편성의 40%가 수입 프로그램일 만큼 해외 프로그램에 대한 개방 및 호의가 높았고, 특히 미국의 프로그램이 높은 시청률을 보이고 있음.

○ 이는 필리핀의 자체 제작 프로그램이 외국 수입 영상물에 비해 투자 비용이 많이 들었을 뿐만 아니라, 상류층의 사람들이 영어의 사용과 미국 문화에 익숙해져 있어 외국의 프로그램을 거부감 없이 받아들였기 때문으로 분석할 수 있음.

○ 최근 들어 필리핀 내 자체 제작 프로그램이 증가하면서 외국 영상물의 편성이 점차 줄어들고 있는 것으로 나타났는데, 2004년을 기준으로 필리핀 내 최대 방송사인 ABS-CBN의 경우 자체 제작 비율이 90%에 육박하고 있는 것으로 나타남.

○ 필리핀에서 인기 있는 프로그램의 장르는 드라마와 시트콤이며, 그 뒤를 자국 영화와 버라이어티 쇼, 또는 뮤직 쇼 프로그램이 뒤쫓고 있음.

3. 규제기관 및 법률

- 필리핀의 뉴미디어 관련 정책은 매우 적극적임.
- 해외 미디어 기업의 진출을 통해 다양하고 경쟁력 있는 콘텐츠를 경험하고 있는데, 이는 필리핀이 영어권 국가로서 낮은 소득 수준에 비해 서구 국가들에게 잠재력 있는 시장을 형성하고 있기 때문으로 보임.
- 규제기구로는 KBP, National Telecommunications Commission 등이 있으며 별도의 정책적 규제나 제한 사항 없이 자유주의의 원칙에 따라 산업 및 내용에 대한 규제가 이루어지고 있음.
- 자유로운 환경에서 비용경제성의 이유로 많은 비중을 차지하던 외국 프로그램(주로 미국)은 점차 그 비율을 역전시켜, 최근에는 필리핀 국내 제작의 비중이 증가하고 있음.
- 하지만 대부분이 미국 중심의 서구 프로그램에 대한 모방과 소수 엘리트층을 대상으로 한 프로그램들로 채워지고 있는 상황임.

4. 문화 콘텐츠 산업

- Sky, Home, Sun 등의 케이블 사업자는 ESPN, HBO Asia, Discovery 등 메이저 위성방송사와 계약을 체결하고 케이블을 통해 다양한 콘텐츠를 공급하고 있음.
- 기술적으로 디지털 기반 방송 환경을 촉진하고 있고, 2004년 중반 완전 디지털TV 위성방송인 Dream 위성TV는 3만여 명의 가입자를 확보 차별적인 콘텐츠 제공에 박차를 가하고 있는 실정임.
- 필리핀은 무료 위성TV의 영역이 급부상하고 있는데 특히

ABC(Associated Broadcasting Company)를 포함한 무료 위성 TV 사업자들 간의 치열한 경쟁은 현재까지 지속되고 있음.

5. 영상 콘텐츠 유통 현황

- 필리핀에서 외국 프로그램에 대한 시청은 자국 프로그램의 시청보다는 낮은 시청률을 기록하고 있으나, 유럽이나 호주의 프로그램보다는 아시아의 프로그램을 선호하고 있는 것으로 나타남.
- 필리핀 시청자들은 액션, 어드벤처 프로그램에 흥미를 보이고 있으며, 그 뒤를 외국 영화와 드라마 시리즈, 만화, 스포츠 프로그램이 잇고 있음.
- 프로그램의 질적 완성도 측면에서는 외국 프로그램이 자체 제작 프로그램에 비해 높다는 데서 긍정적인 평가를 내리고 있으나, 문화적 격차 및 자국의 문화적 이해의 부족 등이 부정적인 면으로 지적되고 있음.
- 필리핀의 영상물 유통에는 영어의 사용이 중요한 프로그램 선택 요인으로 작용하고 있는데, 교육 정도가 높고 경제적으로 여유가 있으며 영어를 사용하는 사람들이 외국 프로그램을 선호하는 것으로 나타남. 따라서 필리핀에서의 외국 영상물의 유통과 수용에 가장 영향을 미치는 요인은 바로 교육 수준과 영어의 유창성이라고 할 수 있음.
- 필리핀에서 외국 프로그램의 감소는 프로그램의 길이 때문인 것으로 판단되는데, 필리핀의 제작 역량으로 인해 30분 이내의 짧은 시간의 프로그램에 비해 1시간짜리의 긴 프로그램을 제작하는 것이 경제적으로 유리하다고 판단됨.

6. 필리핀의 한류

- 필리핀 정부는 외국 프로그램 수입물에 대한 어떠한 수입쿼터도 적용하지 않고 있음.
- 필리핀의 한류를 이끄는 방송사는 GMA, ABC-CBN로, 이 두 방송사에서 주로 한국 드라마를 수입하여 방영하고 있음.
- 여타 동남아시아 국가들이 중화권의 영향을 많이 받고 있는데 반해, 필리핀은 서구적인 성향이 강해 독립적인 시장을 형성하고 있음.
- 현재 필리핀의 경우 만다린 더빙본이 아닌 타갈로그어 더빙본으로 한국 드라마를 방송하고 있는데, 할리우드 프로그램이나 영어권 프로그램이 보통 영어로 반영되는 것과는 차이를 보이고 있음.
- 현재 필리핀의 GMA TV의 경우 <Full House>와 <이브의 모든 것>(오전 10~10시 30분), <옥탑방의 고양이>(11시 30~12시), <낭랑 18세>(일요일 11시 30분~12시)를 방영 중에 있으며, 이러한 한국 드라마들의 인기가 높아지자, GMA TV에서는 한국의 프로그램을 남미의 텔레노벨라에 대응해 Koreanovela로 지칭하고 있음. 또한 필리핀의 최대 방송사인 ABS-CBN에서도 향후 드라마 <온리 유> 편성을 예고하며 홈페이지를 통해 드라마에 대한 정보를 제공하고 있음.
- 2000년대에 접어들면서 자체 제작 역량 강화에 힘쓴 필리핀은 문화적 친근성을 지닌 아시아 프로그램에 대한 관심을 기울이고 있으며, 그중에서도 한국의 드라마에 대한 관심이 높음.
- 현재 한국 드라마의 경우 주로 아침 시간대와 점심 시간대를 대상으로 띠편성을 유지하고 있는 상황.

7. 방안 및 대책

- 서구적 영향이 강한 필리핀의 시장을 현재 한국 드라마들이 잠식하고 있음. 따라서 한국 드라마의 필리핀 시장에서의 성공은 향후 남미 시장으로의 진출 여부를 판가름할 수 있는 잣대로 삼을 수 있을 것으로 보고, 시장 진출 전략을 수립해야 할 것임.
- 필리핀 시청자들에게는 도시의 하류층 삶을 투영하는 프로그램이 인기가 많은데, 특히 주인공이 어려운 문제에 직면하는 등의 상황에 시청자들의 몰입도가 높음을 알 수 있음.
- <대장금>이 필리핀에서 인기를 끌 수 있었던 요인 중 하나도 바로 주인공인 장금이가 처한 어려움과 문제 해결 능력에 필리핀의 시청자들이 쉽게 몰입할 수 있었다는 것임.
- 따라서 향후 필리핀으로 수출할 프로그램의 경우 내용적인 측면에서 도시의 하류층의 삶을 반영하는 내용이 포함된 프로그램을 선별하여 유통하는 것이 필리핀의 시청자들에게 쉽게 다가갈 수 있을 것으로 보임.