

## 영국 방송 프로그램의 동향과 주목할 만한 포맷

오늘날과 같은 다매체 시대에서는 미디어의 하드웨어보다 콘텐츠가 산업의 성패를 좌우한다고 해도 과언이 아닐 정도로 중요한 요소로 작용한다. 이에 따라 성공적인 미디어 콘텐츠의 개발로 인해 전 세계에서 벌어들이는 수익은 극대화되고 있다. 일례로 현재 세계에서 가장 많은 텔레비전 프로그램을 수출하는 업체로 잘 알려진 네덜란드계 회사 'Endemol'의 2006년 한 해 총 매출은 약 11억 유로(한화 약 1조 8,000억 원) 수준으로 한국의 지상파 방송사들의 연간 매출액을 훨씬 웃도는 금액이다(2006년 기준, KBS 1조 4,000억 원, MBC 8,300억 원, SBS 7,700억 원).

매체의 하드웨어 시장은 이미 포화 상태라는 점을 고려해 볼 때, 미디어 콘텐츠 시장의 잠재력은 그야말로 무궁무진하다고 할 수 있다. 그리고 바로 이러한 점으로 인해 미디어 선진국들은 2000년대 초반부터 콘텐츠 산업에 과감하게 투자해 왔다. 영국의 방송 콘텐츠는 오랜 역사와 양질의 내용으로 인해 세계적으로 잘 알려져 있다. BBC를 비롯한 유아 전문 채널이 제작하는 영국의 어린이 프로그램은 전 세계 50여개 이상의 국가에서 어린이 교육 프로그램으로 활용되고 있으며, 영국의 다큐멘터리는 연간 수 조원 규모의 외화를 벌어들이고 있다. 이번 호에서는 영국 방송 프로그램의 동향과 주목할 만한 포맷을 소개하고 이를 통해 한국의 방송 콘텐츠 산업이 지향해야 할 바에 대해 고찰해 보고자 한다.

### 리얼리티 프로그램의 강세

<The X-Factor>

명실 상부한 영국 최고의 Talent Show로서 수많은 영국의 아이돌 스타들을 배출한 지상파 방송 'ITV'의 간판 프로그램이다. 영국 전역에서 누구나 제한 없이 참가할 수 있는 예선전(수십만 명 이상이 참가)을 시작으로 본선으로 갈수록 더욱 흥미진진해지는 구조를 가지고 있다. 단순히 또한 <X-Factor> 이후에도 예선 과정에서 있었던 다양한 에피소드들을 편집해서 만든 시리즈들도 매우 흥미롭다. Dannii Minogue, Louis Walsh, Sharon Osbourne, Simon Cowell 등 영국 내 엔터테인먼트 산업에서 매우 영향력 있는 4명으로 구성된 심사위원단은 매우 냉철하면서도 공정한 심사로 마지막 1인을 선발하며, 엄청난 경쟁을 뚫고 최종 선발된 사람은 자신의 첫 번째 음반을 취입할 수 있는 기회를 부여받게 된다.



<그림 1> 2008 The X-Factor 우승자인 Alexandra Burke의 싱글 앨범

이와 유사한 형태의 프로그램으로는 미국의 Fox사와 공동 제작한 <American Idol>, 최종 선발자에게 2만 파운드의 상금과 영국 왕실에서 공연할 수 있는 기회를 제공하는 <Britain's Got Talent> 등이 있다. <Britain's Got Talent>는 <X-Factor>와 동일한 포맷이지만, <X-Factor>가 1년 동안의 예선과 결선을 통해 1명의 가수를 만들어가는 과정이라면, <Britain's got talent>는 노래뿐 아니라, 댄스, 묘기 등 갖가지 재능을 총망라하여 누구든지 참가할 수 있는 프로그램으로 최후의 1인은 영국 왕실에서 공연할 기회를 가지며, 각종 방송 및 음반 제의를 통해 스타가 될 수 있는 기회를 갖는다. 이미 미국에서도 이러한 프로그램을 그대로 수입하여 <America's got talent>라는 프로그램을 인기리에 방영하고 있다.

이러한 프로그램들이 인기를 끄는 이유 중 하나는 '누구나 스타가 될 수 있다'는 신데렐라 신드롬을 실제로 가능하게 만든다는 데 있다. 실제로 2007년 Britain's got talent의 최종 승자는 어눌하게 생긴 핸드폰 판매사원이었던 Paul Potts라는 남자였는데, 그는 자신 안에 감추어져 있던 천상의 목소리를 발견함으로써 일약 영국 내 최고의 오페라 가수가 될 기회를 얻었다. 이외에도 평범한 가정에서 자랐지만 천사 같은 목소리를 가진 6살 소녀, 몸이 아픈 홀어머니의 소원을 들어드리고자 가수의 꿈을 키우는 청년 등 참가자들의 비하인드 스토리가 알려지면서 해당 프로그램은 더욱 인기를 얻게 되고, 시청자들은 감동을 받게 된다.

#### <Big Brother>

지상파 방송 'Channel 4'가 만들어낸 가장 인기 있는 프로그램 중 하나이다. 'Channel 4'의 역대 시청률 Top 10의 기록은 대부분 Big Brother가 가지고 있을 정도이다. 이미 한국의 언론에도 간혹 소개된 바 있는 빅 브라더 시리즈는 매년 새로운 참가자들로 채워지게 되며, 그들은 일정한 공간에서 같이 함속하면서 일거

수 일투족을 감시당하게 된다. 그러면서 점차 카메라의 시선에 익숙해지고, 그들의 숨겨진 끼를 발휘하게 되는데, 시청자들은 이들의 행동을 보고 자신이 마음에 드는 캐릭터에 투표를 하게 된다. 이렇게 해서 연말쯤 최종 우승자를 선정하고, 그 우승자는 엄청난 금액의 상금과 연예계로 진출할 수 있는 기회를 가질 수 있으며, 설령 우승을 하지 못한 참가자라도 빅 브라더 참가 경험을 바탕으로 연예계에 진출하는 경우가 있다. 빅브라더가 열기를 뿜을 때 즈음이면 영국 대다수 언론의 2~4면에는 항상 빅 브라더의 이야기가 빠지지 않으며, 시청률은 약 40% 정도를 유지한다.

시청자들의 관음증적 성향을 끌어내는 요소가 있지만 이를 통해 평범한 일상에서의 희로애락을 모두 맛볼 수 있다는 점이 이 프로그램의 가장 큰 매력이다. 그러나 출연자들의 사생활이 여과 없이 방송되고, 이 과정에서 부적절한 언행이 어린이나 청소년 시청자들에게 부정적인 영향을 미친다는 의견도 있다. 실제로 최근에 자궁암으로 사망한 Jade Goody 같은 경우 Big Brother를 통해 일약 스타덤에 올랐지만, 이 과정에서 보여주었던 시사 상식에 대한 무지함과 섹스 스캔들, 그리고 자신의 이름을 딴 향수를 판매하고 자서전을 펴내는가 하면 심지어 자신의 마지막 죽음까지도 상업적으로 이용하는 등의 행위가 ‘돈만 벌어서 즐기면 그만’이라고 생각하는 천민자본주의 의식의 전형이었다는 점에서 비판하는 목소리도 적지 않다.

### **스포츠 프로그램의 진화**

영국의 최대 스포츠 전문 위성 채널인 <Sky Sports>는 유명한 언론 재벌 루퍼트 머독의 소유이다. 그는 ‘스포츠 중계야말로 이 시대 방송이 만들어낼 수 있는 가장 상업성 있는 프로그램이며, 평범한 스포츠를 일약 세계적인 수준의 엔터테인먼트로 만들어낼 수 있는 콘텐츠이다.’라고 주장했다. 실제로 한국에서도 유명세를 타고 있는 <잉글랜드 프리미어리그>의 경우 한해 중계권료로 발생하는 수익이 연간 3조 2,000억 원 규모이며, 해외에서 벌어들이는 중계권료도 약 1조 3,000억 원 규모이다. 하지만 이는 단순히 프리미어리그 축구 경기가 재미있어서 해당 방송사가 손쉽게 벌어들이는 돈은 결코 아니다. 영국 내에서 가장 많은 프리미어리그 중계권을 소유하고 있는 Sky Sports는 과학적인 통계와 데이터 그리고 최첨단 그래픽을 동원하여 TV를 통해 축구를 중계하는 것이 얼마나 흥미로운 것인지를 체험할 수 있도록 해준다. 또한 2006년부터 송신을 시작한 HD 화질의 스포츠 중계를 통해 선수들의 땀방울 하나까지 잡아주는 선명한 화질과 경기장의 뜨거운 열기를 느낄 수 있는 현장음까지 생생하게 느낄 수 있다.



<그림 2> Sky Sports HD 채널의 TV 광고 장면

영국은 스포츠 중계에 있어서 ‘정규방송 관계로 여기서 마칩니다.’라는 자막을 상상할 수 없다. 왜냐하면 스포츠 중계에 배정하는 시간은 ‘그 스포츠 경기가 완전히 마치는 시점까지’라고 명시되어 있기 때문에 미리 넉넉하게 시간을 배정해 놓고 남은 시간은 선수들과의 인터뷰나 과학적 분석 서비스 등에 할애한다. 한 마디로 스포츠 중계 자체가 정규방송의 대접을 받고 있다는 의미이다. 또한 <Sky Sports News>라는 위성 채널은 1년 365일 24시간동안 스포츠 관련 뉴스만 계속적으로 중계해주고 있는데, 이는 웬만한 위성 채널보다 시청률이 높으며, 스포츠 마니아들 사이에서 인기가 있다. 여기에 스포츠 경기에 대한 관심을 고조시키는 광고는 블록버스터 영화의 예고편을 방불케 하는 수준으로 보는 이로 하여금 해당 스포츠 중계를 시청하고자 하는 욕구를 불러일으키기에 충분하다.

하지만 이렇게 스포츠에 열광적인 영국도 스포츠 중계에 지상파 채널을 낭비하는 우를 범하지는 않는다. 일례로 <2006 월드컵>이나 <유로 2008>과 같은 안정적인 시청률이 보장되는 스포츠 이벤트에도 불구하고 영국의 방송법은 동일한 스포츠 경기를 한 채널 이상에서 중복 중계하는 것을 허가하지 않는다. 지난 <유로 2008>의 경우 지상파 방송인 BBC와 ITV가 전체 경기를 50:50으로 분할해서 중계했다. 또한 비인기 종목에 대해서도 지상파 방송사별로 의무적으로 방영해야 하는 쿼터를 지정해서 국민들에게 꾸준히 노출시킬 수 있는 계기를 마련하고 있다. 이러한 점은 매년 국제 대회에서 좋은 성과를 거둘 때에만 집중적으로 중계하고, 지상파 3사가 동일한 경기를 중계하는 등의 한국적 스포츠 방송 시장에 대비되는 모습이라 할 수 있다.

## 요리 프로그램의 다양화

오늘날을 살아가는 현대인들에게 식생활의 문제는 가장 큰 고민 중 하나로 떠올랐다. 이러한 상황에서 한국의 방송들은 하나같이 맛집을 찾아나서 음식을 소개하는 프로그램 만들기에 주력했고, 그 결과 요즘 서울 시내 웬만한 식당들은 ‘○○방송

프로그램 출연'이라는 플랜카드를 내걸고 있을 만큼 차별성이 없어졌고 식상해졌다. 영국은 외식 문화가 그다지 발달하지 않은 탓도 있겠지만, 대부분의 요리는 스스로 만드는 과정에서 즐거움을 얻는다는 철학적 마인드를 기반으로 요리 프로그램을 만든다. 특히 영국의 TV 요리 프로그램들은 시청자들이 쉽게 구할 수 있는 흔한 재료를 이용해 자신만의 맛있는 요리를 만드는 과정에 주목한다. 현실성 있는 소재와 실제 생활에 반영할 수 있는 요리, 그리고 요리 과정에서 흥미로운 이야기를 통해 요리의 즐거움을 더욱 배가시킬 수 있다.

지상파 채널인 <Five>에서 새롭게 시작한 'Breaking into Tesco'라는 프로그램은 20명의 아마추어 요리사들에게 대형할인매장인 Tesco(한국으로 따지면 이마트나 롯데마트 정도)에서 직접 장을 보는 과정에서부터 시작해서 요리를 하는 과정, 그리고 요리와 맛에 대한 평가에 이르는 과정을 다룬 프로그램이다. 이 프로그램의 강점은 기존 요리 프로그램이 가지고 있던 '식상함', 그리고 일반 가정에서 흔히 만들어 먹기 힘든 요리로 점철되었던 요리 프로그램의 '고상함'을 뛰어넘어 영국인들이 흔히 이용하는 할인 매장에서 직접 볼 수 있는 값싸고 평범한 일반 재료로 간단하면서도 맛있는 요리를 만드는 방법에 초점을 맞추었다는 점에 있다. 또한 요리 과정도 깨끗하게 손질된 냄비와 도마, 칼 등이 구비된 스튜디오에서가 아니라 일반 가정집의 부엌이나 평범한 야외에서 진행되어 보는 이로 하여금 '누구나 요리를 할 수 있다'는 자신감을 끌어낸다.

## 유익한 정보 프로그램

인터넷의 발달로 인해 많은 사람들은 필요한 정보를 온라인 상에서 쉽게 얻을 수 있게 되었다. 그러나 인터넷 정보는 공식적으로 검증되지 않은 것이 많아서 어떤 정보를 믿어야 할 지 고민하는 것이 사실이다. 아래에 소개하는 프로그램들은 아주 사소한 컨셉트로 출발하였지만, 누구나 흥미를 가질 수 있는 소재이기 때문에 많은 시청자들의 관심을 받고 있는 프로그램들이다.

### <Fifth Gear>

채널 Five의 자동차 비교 프로그램이다. 남성 진행자 1인과 여성 진행자 1인이 메인 MC가 되고 고정 보조 남성 MC가 1인 존재한다. 이들은 모두 MC이면서 동시에 자동차 마니아를 자칭할 만큼 자동차에 대해 관심이 높고, 자동차를 잘 다루는 사람들이다. 매주 약 4~5대 정도의 자동차를 소개하는데, 특히 인터넷 상이나 마니아들 사이에서 뜨겁게 논란이 되고 있는 동급 비슷한 가격 수준의 자동차를 직접 시승 등을 통해 비교함으로써 시청자들로 하여금 장단점을 이해하게 해준다. 또한 평소에 직접 만나볼 수 없는 꿈의 자동차(예를 들어 바이마흐나 페라리, 람보르기니 등)들을 소개하고 내, 외부 설명 및 시승 과정 등을 직접 영상에 담아 방송한다.

이 방송은 시청률이 아주 높은 편은 아니지만, 고정적인 자동차 마니아층을 확보할 수 있는 만큼 안정적인 시청률을 기록하고 있다. 또한 자동차와 함께 펼쳐지는 자연환경, 타국의 자동차를 만나기 위해 경험하게 되는 색다른 문화 등의 요소들도 이 프로그램의 숨겨진 매력이라고 할 수 있겠다.

### <The Gadget Show>

최근에 인기 있는 최신 전자 아이템들(예. 디지털 카메라, PSP, 게임기, 노트북 컴퓨터, CD 플레이어, 네비게이션 등등)을 소개하고 해당 제품들의 장단점을 소개하는 프로그램이다. 요즘처럼 하루가 멀다 하고 새로운 전자제품들이 쏟아져 나오는 시대에 소비자들은 각각의 제품들이 무엇에 이용하는 물건이며, 각각의 특성과 장, 단점을 알고 싶어한다. 그러나 인터넷에 소개되는 제품의 설명은 해당 제조사에서 제공하는 주관적이고 일방적인 정보에 불과하며, 직접 만져보고 다루어보지 못하는 치명적인 단점이 있다. 그러한 소비자들의 요구를 대리만족 시켜주는 프로그램이 바로 <The Gadget Show>이다. 이 프로그램은 주제로 정한 전자제품을 하나부터 열까지 세세하게 들여다보고 분석한다. 그리고 필요하다면 갖가지 극한의 상황에서 해당 제품이 어느 정도의 안정성과 내구성을 가지는지도 직접 실험을 통해 보여준다.

예를 들어 게임기의 트로이카라 불리는 Sony의 Playstation 2와 Nintendo의 Wii 그리고 Microsoft사의 X-Box 를 갖가지 실험을 통해서 조목조목 분석하고, 해당 제품 사용자들의 만족도, 그리고 기존에 소개되지 않았던 치명적인 결함 등을 객관적으로 소개하는 것이다. 하지만, 이 프로그램은 논란이 될 만한 “따라서 어떤 제품이 더 우위에 있다”라는 식의 결론을 내리지는 않는다. 철저하게 객관적인 사실 전달을 방송의 목적으로 하며, 논란이 될 만한 특정제품 편향적인 방송은 지양한다.

### <The Sex Education Show>

영국 지상파 방송들은 최근 몇 년간 자체 제작한 성인용 성교육 프로그램 시리즈물과 각종 인간의 육체와 관련된 프로젝트를 많이 발표해왔다. 여기서 말하는 성인용 성교육 프로그램이란 단순히 야한 성인영화 수준의 것이 아닌 구체적이면서도 부부생활에 실질적으로 도움이 되는 다큐멘터리 형식의 프로그램을 의미한다. 특히 채널 4의 <The Sex Education Show>는 처음 방영되었을 때 영국 언론들로부터 파격적이라는 평가를 받았지만, 해당 시리즈가 진행될수록 많은 시청자들의 공감을 얻었고, 동 시간대 최고의 시청률을 기록하는 등 화제가 되었던 프로그램이다. 이 프로그램에는 실제 부부들이 참여하여 인터뷰를 하고, 부부의 성생활에 도움이 되는 생활 패턴이나 음식 그리고 음악, 스포츠 활동 등을 소개하는 한편, 일반인들이 잘 모르고 있는 구체적인 몸의 부위별 설명에 대해서도 사실적이다. 이러한 프로그램은 성인 남녀가 평소 궁금했지만, 접하기 어려웠던 민감한 의문점

들을 해소하는데 도움이 될 뿐만 아니라, 건전한 성생활과 부부관계를 통해 건강하고 화목한 가정을 만들고 나아가 사회의 분위기 역시 개선하는데 일조할 수 있다는 평가를 받고 있다.

## 영국의 전반적인 방송 분위기

영국은 이제 서서히 리얼리티와 버라이어티 분위기의 방송프로그램이 줄어드는 추세이며, 구체적 아이템에 대한 리얼리티 정보 프로그램이 점차 늘어나는 추세이다. 이러한 분위기는 2009년 방송사별 개편에서 더욱 가속화될 것으로 전망된다. 최근 몇 년간 여론의 스포트라이트를 받아왔던 최고의 리얼리티 방송 <빅 브라더> 역시 최근 한풀 꺾인 시청률과 인기로 곤욕을 치렀다. 방송프로그램 역시 패션과 마찬가지로 유행에 매우 민감할 수 밖에 없다. 현재 한국의 경우에도 모든 프로그램이 버라이어티 토크쇼 형식으로 흘러가고 있는 추세이다. 너무 과하다는 느낌이 들 정도이다. 그럼에도 불구하고 담당 PD들은 그것을 고집한다. 왜냐하면 이것이 시청률을 확보해야만 살아남을 수 있는 한국의 방송 시장에서 안전한 방법이기 때문이다. 그러나 새로운 형식의 프로그램에 대한 도전 역시 요구된다. 모험이 따르겠지만, 이를 통해 새로운 길을 개척해낸다면 방송 콘텐츠 시장에서의 입지가 확고해지는 계기가 될 수 있기 때문에 충분히 투자 가치가 있을 것이라 판단된다.

### ● 참조 :

- [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk)
- [www.itv.com](http://www.itv.com)
- [www.channel4.com](http://www.channel4.com)
- [www.five.tv](http://www.five.tv)
- [www.skysports.com](http://www.skysports.com)

- 작성 : 주재원(영국 리즈 대학교 커뮤니케이션학과 박사과정,  
mediakorea@hotmail.com)