

## 『03-4. 주간 심층 이슈』

### 유럽 주요 방송국들의 대표자들이 전하는 방송 산업 현황

○ 출처 : 월드스크린(2010/03/22)

#### 주요내용

- 제임스 멀도크(James Murdoch) : 유럽과 아시아의 뉴스 코퍼레이션 (News Corporation)의 대표이사



#### i. 시청자들은 프로그램을 어떻게 시청하나?

- 시청자들은 방송국 측에서 생각하는 것보다 훨씬 더 쉽고 편리하게 다양한 콘텐츠들과 프로그램을 접하고 받아들이고 있음, 시청자들은 TV 스크린을 통해서 프로그램을 시청하지만 최근에는 TV외에도 노트북 혹은 아이폰 어플리케이션의 동영상을 통한 시청 등 여러 가지 다양한 방법을

통해서 프로그램을 시청함, 시청자들에게 콘텐츠를 보다 다양한 방법들 통해서 편하게 구매할 수 있도록 유연성을 제공하고 소비자들이 콘텐츠를 수신하는 선호 방법을 한 단계 더 먼저 파악하여 제공하는 것을 목표로 함, 아직까지는 거의 대부분의 텔레비전 사업이 TV 스크린에 유지되고 있지만 앞으로 대체 대상 장치라고 인식되는 것보다 더 다양한 장치들과 시청 방법들이 함께 조화를 이루는 것이 이상적임

#### ii. HD는 얼마나 중요한가?

- 텔레비전 사업이 점점 더 발전할수록 HD 프로그램과 개인 비디오 리코더(PVR)의 뛰어난 음질과 고화질이라는 이 두가지 요소가 시청자들의 TV 시청 경험을 크게 변화시킬 수 있을 것임, PVR 기술면에서는 스카이(Sky)와 NDS를 통해 개발된 이탈리아의 마이스카이(MySKY) 플랫폼과 영국의 스카이+(Sky+)가 세계 선두주자임, 영국에서는 이미 시작되었고 이

탈리아에서는 곧 출시 예정인 VOD 서비스를 이 플랫폼들에서 PVR 기술과 HD를 결합하여 제공한다면 기대가 큰 실험이 될 것임, 지난 몇 년 동안 제 3의 채널을 동원해서 HD 프로그램의 음질 개선에 많은 작업과 노력을 집중적으로 투자함, 이탈리아 혹은 영국에 뉴스 코퍼레이션이 제공하는 프로그램들을 보면 얼마나 빠르게 성장하고 있는지 확인할 수 있고 독일에서도 스카이 도이칠란드(Sky Deutschland)를 런칭하면서 7개의 고화질(HD) 채널을 선보임, HD는 사업의 큰 부분을 차지할 것이고 대량 시장을 위한 계획에서 필수적인 요소임

▪ Gerhard Zeiler(제하드 자일러) : RTL 그룹(Group)의 CEO



i. 독일 시장에 RTL 텔레비전이 기여한 점은 무엇인가?

- RTL 텔레비전은 독일 텔레비전을 위한 규칙집(rulebook)을 재편함, 과거의 독일 텔레비전 프로그램들은 교육적이었고 감독의 개인적인 취향이 크게 반영되었지만 RTL이 방송 산업으로 진출하면서 TV에 대한 시청자들의 인식이 완전히 변했음, RTL은 항상 시청자들을 중심으로 프로그램을 개발해 왔고 이러한 노력과 이유로 다양한 많은 장르에 계속해서 새로운 트렌드의 모범을 보이고 있음

ii. 오늘날의 상황을 봤을 때, 방송 사업의 미래 전망은 어떤가?

- TV는 아직도 방송 통신을 선도하고 있고 앞으로 디지털 시대가 와도 항상 선두 자리를 유지할 것임, TV 없이는 광고 부분에서도 성장이 있을 수가 없고 특히 많은 유통 채널들과 소수의 소비자 층이 탄생되는 오늘날에는 TV가 대규모의 관객들을 한번에 겨냥할 수 있는 가장 좋은 매개 수단임으로 방송은 아직까지 큰 가능성이 있는 사업임

iii. 방송에서 어떤 성장이 일어나고 있나?

- RTL 그룹 내의 많은 부분이 성장을 하고 있음, RTL은 방송 그룹일 뿐만 아니라 국제 프로덕션 부분을 담당하는 프리맨틀미디어(FremantleMedia)를 소유하고 있음, 프리맨틀미디어는 12억 유로의 수익을 창출하고 빠른 성장률을 자랑함, 모든 새로운 플랫폼 혹은 유통 채널이 소비자들을 끌어

모이기 위해서 더 흥미로운 콘텐츠들을 필요로 하면서 디지털 시대에 ‘놓칠 수 없는(Can't-afford-to-miss)’ 콘텐츠들은 계속 가치가 상승하고 있음

- 소비자들과 함께 방송도 변화하기 때문에 RTL은 디지털과 온라인 시청에 계속해서 투자를 하고 그 결과 디지털 분야에서 성장이 기대됨
- 세 번째로 오늘날 세계적인 경제 불황기가 끝나면 광고가 다시 성장할 것이고 이로써 TV 산업도 이익을 기대할 수 있음

▪ Ynon Kreiz(이논 크레이즈) : 엔데몰(Endemol)의 CEO



i. 주요 성장 부분은 무엇인가?

- 엔데몰은 계속해서 중심 사업을 최우선으로 성장할 것이고 그 다음으로 새로운 지역으로 확장할 계획이 있는데 아시아와 중앙/동유럽, 중동 그리고 라틴 아메리카로 확장할 계획임, 엔데몰은 역사적으로 디지털 분야를 지향하는 회사로 디지털 성장을 위한 개발에 적극적이고 상업적으로 개발할 수 있는 부분 등의 좋은 기회들을 받아들임

ii. 포맷 사업에서 경쟁력을 유지하기 위해서 엔데몰이 직면해야 할 가장 중요한 도전은 무엇인가?

- 엔데몰이 가장 중요시 하는 점은 방송 사업의 가장 중심이 되는 부분에 초점을 유지하는 것인데 여기서 말하는 중심은 텔레비전 프로그램의 창조성과 제작으로 엔데몰이 가지고 있는 가장 큰 장점임, 하지만 무엇보다 지역 확장, 사업의 다양성, 배급 채널 구축, 드라마 극본 활동 확장과 디지털 사업 구축 등 높은 경쟁 속에서 엔데몰이 가지고 있는 장점을 유지하기 위한 다수의 계획들을 가지고 있음

iii. 엔데몰과 같은 큰 회사들은 방송국들과 좋은 관계를 성립하기 위한 충분한 유연성을 어떻게 유지하는가?

- 엔데몰의 주요 전략에는 현재 25개 이상의 국가에서 찾을 수 있는 대규모의 기관과의 합병과 방송국 파트너들과 가까운 관계를 지속하는 것임, 이런 점들이 알맞은 예산 안에서 많은 소비자들을 겨냥할 수 있는 좋은 프로그램들을 방송국들에게 전달할 수 있게 하며 높은 경쟁력과 유연성을

동시에 가질 수 있게 함

- **Andreas Bartl(안드레스 바틀) : 독일 무료 TV 프로지벤셋.1 미디어 (German Free TV proSiebenSat.1 Media)의 매니징 디렉터**



i. 프로지벤(ProSieben)은 고품질의 미니시리즈와 기념 영화들로 유명한데 이 부분들은 앞으로 계속해서 중요한 역할을 할 것인가?

- 경제 불황기 속에 시청자들은 방송국이 더 흥미롭고 탄탄한 프로그램을 계속해서 제공하기를 원하고 방송국 측에서는 그 기대치를 달성하는 것을

목표로 함, 프로그램을 포기 할 수 없기 때문에 프로지벤은 시청자들의 끊임없는 관심을 모으기 위한 TV 프로그램들을 계속 제작할 것임

ii. 콘텐츠들은 다른 플랫폼들로 어떻게 전달되는가?

- TV 온 디맨드는 시청자들 사이에서 굉장히 중요한 동향이고 향후 몇 년 동안 계속 지속될 것임, 독일은 아직까지 미국만큼 크게 확장된 것은 아니지만 시청자들 중 특히 낮은 연령층의 시청자들은 인터넷과 함께 자라왔고 언제든지 어느 곳에서든 원하는 것을 충족할 수 있는 환경에서 생활해 왔기 때문에 온디맨드의 사용량은 점점 확장될 것임, 맥스돔(Maxdome)이라는 온디맨드 포털은 온라인으로 비디오를 시청할 수 있는 가장 큰 곳으로 독일에서는 컨셉트 TV 3.0이라고 불리는데 이 뜻은 TV 콘텐츠가 큰 TV 스크린, 노트북 스크린 그리고 아이폰 등의 스마트폰 스크린으로 이용이 가능하다는 것임, 프로지벤셋.1 미디어는 이런 개발을 진지하게 고려하면서 작업하고 있고 하나의 TV 그룹으로 영화와 프로그램을 온라인과 모바일 공간으로 전달하는 사업의 중심을 확장해서 온라인 광고 사업의 시장 주식을 보유할 수 기회를 엿보고 있음

- **John de Mol(존 데 몰) : 탈파 미디어 그룹(Talpa Meida Group)의 창시자**



i. 빅 브라더(Big Brother)등의 프로그램들은 TV 전망을 어떤 식으로 변화시켰나?

- 2000년도에 빅 브라더는 국제적인 뉴스 미디어의 매스컴 효과로 의해서 급속도로 세계적인 성공을 거두었음, 완전히

새로운 포맷의 프로그램으로 큰 관심을 얻은 빅 브라더스는 텔레비전의 새로운 장르를 갈고 닦은 역할을 했고 TV 전망을 현대화하는데 도움을 제공함

ii. 포맷을 개발할 때 고객들에게 상호 작용 요소를 포함시키는 것이 얼마나 중요한가?

- 미디어 전망이 더 다양해지고 더 복잡한 플랫폼으로 콘텐츠를 제작해야 하는 기회들이 많아지면서 모든 부분에 더 많은 사업들을 개발하고 발전시켜야 할 가능성이 높아짐, 상호 작용 요소는 포맷의 추가적인 요소보다는 본질적인 요소가 되어야 할 것임

iii. 더 많은 회사들이 포맷을 개발하면서 특징이 두드러지는 새로운 아이디어를 개발하는 것이 어려워지는가?

- 탈파 미디어 그룹처럼 콘텐츠 창조와 제작에 100% 초점을 맞추는 회사들은 거의 없음, 개발 포맷 이외에도 고품질의 프로그램을 제작하기 위해서는 실행이 필수 조건임, 탈파는 포맷을 제작과 유통보다 더 중요시 여기고 모든 포맷을 내부적으로 제작/생산하고 있음, 이 외에도 탈파는 견본 방송 프로그램 제작 투자를 완성 전에 할 수 있는 권한을 가지고 있음
- 탈파 미디어 그룹에는 탈파 콘텐츠(Talpa Content)를 담당하는 전문 부서가 있는데 프리미엄 콘텐츠를 개발하고 모든 내부적인 포맷을 제작함

▪ Adrian Sarbu(아드리안 살부) : 센트럴 유러피언 미디어 엔터프라이즈 (Central European Media Enterprises)의 CEO



i. CME에 대한 타임 워너(Time Warner)의 투자는 어떻게 시작되었나?

- 2007년 후반부터 CME 측은 타임 워너와 제휴를 맺는 것이 서로에게 큰 이익이 될 수 있을 거라고 생각하여 파트너십에 대해서 깊게 고려하고 있었음, 콘텐츠 부문에서 특히 큰 장점을 가지고 있는 CME 측은 유럽에서

방송 자산(asset)관리에 포함되지 않은 회사들과 사업 파트너를 맺기를 원했고 타임 워너는 중앙/동유럽 지역에서 콘텐츠 부문이 강한 부서를 소유하고 있는 주요 방송국과 제휴를 맺기를 원했으므로 두 회사가 서로에게 필요한 점을 보완해 주는 역할을 함

- 타임 워너의 투자는 CME이 프로그램의 유동성을 강화하고 채널 개발에 꼭 필요한 조연자 역할을 하며 콘텐츠 계획에 자원적인 공급을 제공함, CME는 타임 워너와 맺은 파트너십이 세계적으로 유통될 수 있는 중앙/동유럽의 지역 텔레비전과 영화 콘텐츠를 개발하는데 도움을 줄 수 있다고 믿음

ii. CME 방송국의 주요 장점은 무엇인가?

- CME는 방송국을 운영하기 시작하면서 지난 15년 동안 직원들에게 교육을 제공해 왔고 따라서 **실력 있는 인재들을 양성**하고 있음, CME의 관리 부서에서 일하는 직원들의 평균 나이는 33살로 연령층이 낮은 편이지만 다수는 10년 이상 이 회사를 위해서 일해 온 사람들로 회사에 헌신적임
- CME의 사업 모델에서 가장 중요한 기동 역할을 하는 것 중 하나는 **고유의 콘텐츠를 제작, 생산하는 것**이고 지역의 **논픽션과 픽션 프로그램을 제작하는 것**임, CME의 지역 콘텐츠는 좋은 평점을 얻으면서 회사의 경쟁력을 높여주는 역할을 함, CME의 뉴스 프로그램은 시장에서 선두주자이고 주요 엔터테인먼트 프로그램들과 댄스 프로그램 그리고 리얼리티 프로그램들도 높은 시청률을 기록하며 픽션 프로그램은 높은 평점을 담당하는 가장 큰 요소임, 그리고 지난 15년 동안 CME는 상업 텔레비전의 전체적인 지각을 변화시키는데 성공을 거둠

▪ Dawn Airey(도운 에이리) : 파이브(Five)의 대표이사



i. 파이브 채널을 위해서 달성한 큰 업적은 무엇인가?

- 파이브는 새로운 크리에이티브 담당 부서를 마련함, 파이브 채널은 시청자들의 큰 관심과 반응을 일으키는 다큐멘터리를 제공하면서 파이브 채널의 전체적인 인식을 높였고 주요 엔터테인먼트와 탤런트에 관한 프로그램들의 평점도 높은 편임
- 지난 25년에 가장 최악이었던 최근 엔터테인먼트 경제 상황을 이겨내기 위해서 파이브는 간접비를 심각하게 재검토 하였고 그 결과 총 직원 인원의 25%를 삭감함, 파이브는 프로그램의 예산도 감축해야했지만 **프로그램 계약을 재협상하고 텔레비전 스케줄에서 비교적 주요하지 않은 부분들의 예산을 골든아워 시간대의 프로그램에 추가적으로 투자를 하면서 프로그램의 품질에 지장이 가지 않도록 노력함**, 이런 다양한 방법들이 동원되어 프

로그래를 살린 결과 현재까지 파이브 방송국만 시청률 부분에서 상승세를 보였음

ii. 파이브 채널에서 아직까지 미국 프로그램들은 중요한 역할을 하는가?

- 파이브는 처음부터 지금까지 항상 고품질의 미국 시리즈와 영화들을 영국텔레비전에 제공해왔는데 이중에는 CSI, NCSI, 더 멘탈리스트(The Mentalist)가 있음, 파이브는 앞으로도 계속 미국의 프로그램 상품들을 영국 시청자들에게 전달할 것임, 그리고 파이브 USA(Five USA)이라는 디지털 채널은 미국 프로그램 제공을 위한 파이브의 독점 채널로 파이브의 전체적인 성과에 주요 역할을 함, 미국 프로그램 획득은 파이버(Fiver)에게도 중요하고 파이버와 파이브 USA는 매년 안정적인 성장률을 보이고 좋은 성과를 달성함

iii. 시청자들이 파이브의 프로그램을 시청하는 방법의 변화?

- 점점 더 많은 수의 고객들이 언제 어디서든지 이용이 가능한 콘텐츠에 대한 수요가 높아짐, 그러나 총 시청의 95%는 아직까지 기존의 방송 시스템(TV)에서 전달되고 그 중 몇몇 개의 프로그램들은 DVR로 녹화되어 같은 날에 재방송되기도 함

▪ Sophie Turner Laing(소피 터너 랭) : BskyB의 엔터테인먼트와 뉴스 부서의 매니징 디렉터



i. 스카이(Sky)의 콘텐츠에 엔터테인먼트를 어떻게 중심에 놓았나?

- 스카이의 뉴스와 스포츠 프로그램들은 스카이 내부에서 직접적으로 만들어지고 많은 사람들이 이 두 가지 장르의 프로그램 제작과 개발을 위해서 큰 노력을 하고 있음, 스카이는 제 3의 프로덕션 회사들을 통해서 엔터테인먼트 프로그램들을 주문 의뢰하여 콘텐츠를 전달했지만 프로그램의 사실성과 진실성을 제공하는 것을 무엇보다 중요시하기 때문에 **고유의 프로그램을 시작하는 것에 초점을 맞추기 시작함**, 스카이 측은 스카이 아트스(Sky Arts)에 다시 초점을 맞추고 HD로 전향하며 스카이 리얼 라이브(Sky Real Lives)를 재런칭 함

ii. 고객들을 어떻게 만족시키는가?

- 엔터테인먼트가 발전하면서 스카이는 다른 플랫폼에서 이용이 가능한 콘텐츠들과 스카이의 콘텐츠를 구별시키는 것이 중요함, 스카이 측에서 필요로 하는 부분은 뉴스와 스포츠 채널이 외의 다른 채널들에서 시청자들의 관심을 사로잡을 수 있는 주요 프로그램들임
- 스카이가 제공하는 시청 경험은 프로그램의 가치와 만족도를 전달하는 방법들 중 하나로 최근에는 HD쪽으로 눈을 돌리고 있음, 스카이는 고화질로 프로그램을 제공하는 점에 대해서 큰 관심을 가지고 있고 HD 프로그램이 스카이가 강조하는 프로그램들의 특징을 더욱더 부각시켜 줄 것이라고 기대함