

## 방송채널사용사업자 드라마제작의 성과와 과제

2007. 6. 15

### 요약

1. 서론
2. 방송채널사용사업자시장의 개요
3. 방송채널사용사업자의 오리지널 드라마 편성현황
4. 성과와 과제
5. 활성화 대책

작성 : 김영덕 연구원(3219-5521)

[kimyd@kbi.re.kr](mailto:kimyd@kbi.re.kr)

### 요 약

○ 방송채널사용사업자의 오리지널 드라마 제작은 케이블TV가 출범한 1995년부터 시작되었으나 그 이후를 소강상태를 유지해왔고 2006년 하반기부터 본격화되고 있는 상황임. 특히 온미디어와 CJ미디어계열의 채널 등이 가세하면서 드라마 제작시장이 뜨거워지고 있음.

- 2002년 이후 케이블TV를 통해 한 번이라도 오리지널 드라마를 방송한 채널은 11채널, 30편임. 현재(2007.5.28~6.3) 방송되고 있는 드라마는 4개 채널에서 5편의 오리지널 드라마가 방송되고 있고 6월 이후에도 7개 채널이 방영계획 있음.

#### <현재 방송중인 드라마>

채널명	OCN	tvN	채널 CGV	DTN드라마
프로그램명	-키드 갱 -가족 연애사 2	막돼먹은 영애씨	에이틴	넌센스 3
시청률*	-0.97917 -0.83842	0.622089	0.51123	

\* AGB닐슨미디어리서치(2007.5.28~6.3), 본방 기준, 주 2회 이상의 경우 평균 산출

○ 방송채널사용사업자의 오리지널 드라마 제작은 현재로선 단기적 수익모델보다는 장기적인 전략에 입각해 드라마 제작이 이루어지고 있음. 실제로 구매단가와 오리지널 드라마 제작비가 10분의 1이상이나 차이가 나며 전반적으로 지상파TV에서 방송된 국내 드라마나 해외에서 구매한 미국드라마에 비해 시청률이 떨어지는 편임(<표 -20> 참조).

- 콘텐츠 홀더로서의 위상 확보, 채널 브랜드 및 이미지 고양, 향후 다원적 활용을 염두에 둔 포석의 의미와 더불어 지상파TV의 자체콘텐츠의 통제력 강화, FTA 등에 따른 해외드라마 구매기회의 축소 등에 일정부분 대비하는 측면도 자리하고 있는 듯 함.

○ 현재로써는 케이블TV에 적합한 드라마를 모색하기 위해 다양한 실험과 시도가 전개되고 있는 상황임. 지상파TV에서 다루기 어려운 성, 호러물, 법정 드라마 등과 같은 소재, 대학교와의 공동제작등, 지상파TV의 50%이하 저예산 드라마등

○ 방송채널사용사업자는 지상파TV보다 편성여력이 있는 만큼, 시간적 여유를 갖고 제작에 임할 수 있고 일부 드라마는 방송되기 전에 제작비의 상당부분이 독립제작사에 건네지며 제작단가가 합리적으로 책정되어 지급되기도 함. 기존의 열악한 제작환경 및 불공정거래관행의 구태가 다소나마 개선될 수 있는 여지가 존재함.

- 기존의 지상파TV일변도에서 드라마 제작이 유료방송에서도 이뤄지게 됨에 따라 드라마 제작산업의 저변이 확대되고 있고 나아가 시청자들도 다양한 형식과 내용의 드라마를 접할 수 있는 기회가 늘어나고 있으나 방송채널사용사업자에 맞는 바람직한 드라마형태와 이에 정착을 위해선 좀 더 많은 노력과 시간이 요구되고 있음.
- 다양한 니즈가 존재하는 유료방송시장에서 이들의 니즈에 소구하는 다양한 드라마가 공급되어야 함은 두말할 나위가 없을 것임. 이것이야말로 유료방송의 기본적인 존재의의라고도 할 수 있을 것임. 더욱이 드라마는 우리 국민의 다수가 좋아하는 국민적 콘텐츠라고 할 수 있고 국내 영상산업의 발전과 해외한류의 지속과 확대를 위한 원동력이 되고 있음.
  - 방송채널사용사업자의 드라마 제작시도가 제대로 정착될 수 있도록 다양한 제도적 접근과 지원 정책이 검토되어야 할 것임.
  - 뚜렷한 수익모델의 확립을 통해 지속적인 드라마 제작이라는 선순환구조를 끌어내기 위해서는 2차 비즈니스 시장에서 충분한 리턴이 보장될 수 있는 시장구조가 절실함. 콘텐츠 산업발전을 위해서도 튼튼한 2차 비즈니스 시장 확립을 위한 제도마련이 장기적으로 모색되어야 할 것임.
  - 가령 애니메이션에 적용되는 신규 국산 애니메이션 편성 의무제도를 방송채널사용사업자에게 도입한다거나 우수파일럿 프로그램 지원사업에 방송채널사용사업자의 드라마 제작을 포함시킨다거나 방송영상투자조합 운영시 방송채널사용사업자의 드라마제작에 우선권 내지 특전을 부여한다거나 나아가 차후에는 방송채널사용사업자 대상의 드라마 제작 펀드 설립도 신중하게 고려해 볼 수 있을 것임.
- 방송채널사용사업자는 드라마 제작인프라가 매우 취약한 실정임. 이들을 위한 각종 제작편의 및 스튜디오 및 후반작업공간이 마련되어야 할 것임. 또한 방송채널사용사업자가 오리지널 드라마를 제작/방송하고 있다는 점이 여전히 많은 사람에게 널리 알려져 있지 않은 만큼, 드라마를 방송하는 방송채널사용사업자끼리 공동으로 프로모션을 전개하는 방안을 검토해보아야 할 것임.

## 1. 서론

- 디지털 기술의 발달, 네트워크화로 인해 방송과 통신서비스가 융합하고 신규 매체 및 플랫폼이 등장하며 채널이 급격하게 늘어나고 있음. 이처럼 방송콘텐츠 유통수요는 폭발적으로 증가하고 있으나 콘텐츠 제작물량은 턱없이 부족한 상황이 지속되고 있음.
  - 이러한 콘텐츠공급난을 해결하기 위한 처방은 기존 콘텐츠의 재활용기회를 확대하거나 신규 콘텐츠 제작을 활성화함으로써 급증하는 수요에 대응할 수밖에 없을 것임.
  - 국내에서도 방송콘텐츠 유통수요가 많아지면서 방송콘텐츠의 다원적 활용이 시도되고 있는 한편으로 콘텐츠 제작산업도 활기를 띠고 있음.
- 여기에 최근의 한류 붐 등으로 콘텐츠의 경제적 가치가 뜨거운 주목을 받으면서 다양한 회사들이 콘텐츠 제작에 뛰어들고 있음.
  - 그 동안 방송사업자나 독립제작사만의 고유영역으로 여겨졌던 방송콘텐츠제작 시장에 영화제작사, 광고사, 음반사, 연예기획사 등과 같은 이종 기업이 가세하고 있음.

<표-1> 드라마 제작현황

제작사	드라마명	비고
팬 엔터테인먼트	겨울연가, 여름향기, 구미호외전, 장밋빛 인생, 인생이여 고마워요등	음반사
DSP엔터테인먼트	세잎 클로버, 마이 걸 그 여자 사랑도 리필이 되나요, 연개소문	음반사
도레미미디어	오버 더 레인보우	음반사
SM엔터테인먼트	극장용 드라마 버케이션, 지구에서 연애중	음반사
포이보스	슬픈 연가, 루루공주	음반사

팝콘 필름	천국보다 낫선	영화사
엘로우 필름	연애시대, 프리즈, 썸데이	광고제작사
IHG	봄날, 건빵 선생과 별사탕, 독신천하, 고맙습니다 등	연예기획사

※ 출처: 동아일보 2006년 7월 29일자, 스포츠칸 2006년 8월 28일자 등의 기사자료와 IHQ홈페이지 내용을 토대로 정리

- 최근의 드라마 제작시장의 변화와 연동해 방송채널사용사업자도 드라마 제작과 유통에 적극적으로 뛰어들고 있음.
  - 영화와 애니메이션과 함께 전통적인 하이 리스크(high-risk) 콘텐츠에 해당하는 드라마를 만들 수 있는 방송사업자나 제작사는 그리 많지 않음. 지금까지 지상파3사 정도가 드라마 제작을 지속적으로 해왔을 뿐임.
  - 또한 킬러 콘텐츠인 드라마는 영화/애니메이션과 더불어 전략적 경제적 부가가치가 높은 콘텐츠로 주목을 받고 있음. 하이 리스크이기는 하지만 경제적 재활용도가 다양해지고 있어 하이 리턴(high-return)의 가능성도 커지고 있음.
  - 뿐만 아니라 유료매체 및 채널의 특성에 맞는 다양한 드라마가 제작/유통되는 것은 결국 시청자의 기본적인 이익에도 부합할 것임.
  - 오리지널 드라마 제작은 크게는 국내문화생산의 역량강화에 일조할 뿐만 아니라 지상파TV와 해외구매드라마의 유통창구로 전략해버린 방송채널시장의 현실을 극복할 수 있는 작지만 의미있는 기회가 될 것임.
- 본고는 방송채널시장에서의 오리지널 드라마 제작과 유통 현황을 살펴보고 그동안의 성과와 과제, 대책을 제시하고자 함. 전략적 경제적 가치가 높은 하이리스크의 드라마를 협소한 국내유료방송시장에서 과연 드라마 제작이 안정된 시스템 속에서 나름대로의 수익모델을 갖고 유통되고 있는지 그리고 새로운 제작과 유통시스템의 실험이 시장에서 어떻게 수용되고 있는지를 알아보하고자 함.

## 2. 방송채널사용사업시장의 개요

### 1) 매출개요

- 2005년도의 방송채널사용사업자 시장은 2004년보다 약 21%(5,381억 원)이 늘어난 3조1,265억 원으로 2003년 이후 지속적으로 성장하고 있음.
- 2005년도 방송채널시장 매출액은 홈쇼핑 채널 매출액 1조 7,079억원(54.6%), 일반 채널의 매출액 1조4,186억 원(45.4%)으로 구성되어 있음. 일반채널의 매출액도 증가하고 있지만, 5개 홈쇼핑 채널의 매출액이 전체 방송채널사용사업자 매출액의 절반 이상을 차지하고 있는 상황이 지속되고 있음.

<표-2> 방송채널사용사업자의 매출액 추이와 구성

구분	2003년	2004년	2005년	2004/2005년 대비
전체 매출	2,302,255	2,588,390	3,126,497	538,107 증가
홈쇼핑채널	1,367,850	1,431,042	1,707,890	276,848 증가
일반채널	934,406	1,157,348	1,418,606	261,258 증가

※ 출처 : 방송위원회, 2004년/2005년/2006년 방송산업실태조사보고서(단위 : 백만 원)

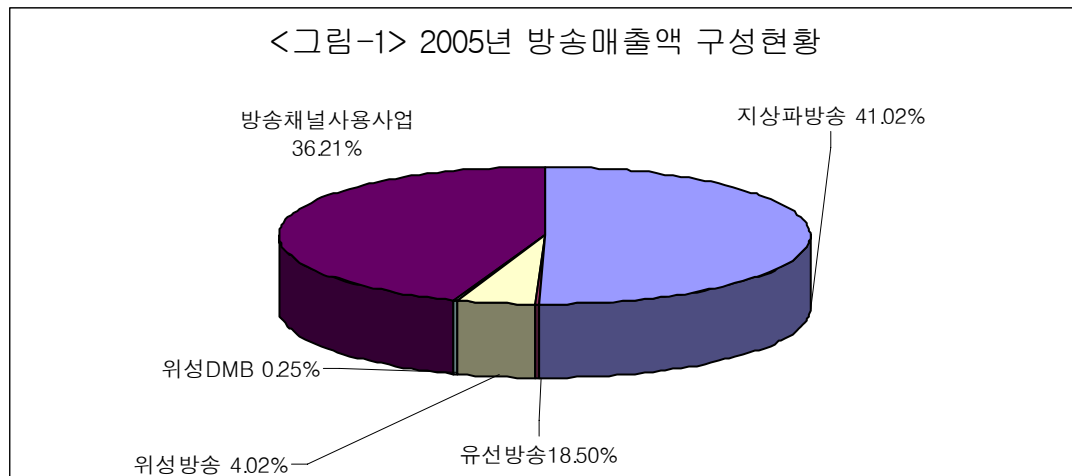
- 매년 전체 방송시장 규모가 늘어나고 있는 가운데 방송채널사용사업자의 매출이 케이블TV와 함께 방송시장의 성장을 견인하고 있음.
- 방송채널사용사업자 시장이 전체 방송시장에서 차지하는 비중은 2003년 약 32.26%, 2004년 33.30%, 2005년 36.21%로 매년 상승하고 있는 추세임. 반면 지상파방송은 매년 매출이 감소했고 비중도 조금씩 낮아지고 있는 추세임.

<표-3> 방송시장규모의 추이

구분	2003년	2004년	2005년
지상파방송	3,548,193	3,544,816	3,542,552
유선방송	1,136,490	1,384,563	1,597,366

위성방송	149,631	255,035	347,274
위성DMB	-	-	21,550
방송채널사용사업자	2,302,255	2,588,390	3,126,497
합계	7,136,569	7,772,805	8,635,240

※ 출처 : 방송위원회, 2004년/2005년/2006년 방송산업실태조사보고서(단위 : 백만원)



※ 출처 : 방송위원회, 2006년 방송산업실태조사보고서

○ 2005년의 매출액 대비 영업이익은 일반채널이 595억원, 홈쇼핑 채널이 2,710억원임.

- 당기순이익은 2,028억 원으로 이의 구성은 일반채널이 416억원, 홈쇼핑 채널이 1,612억 원. 2005년의 당기순이익은 2003년보다는 증가했지만, 2004년보다는 감소했음.
- 홈쇼핑 채널을 제외한 일반채널(147채널)의 1사당 평균 영업이익은 약 4억 원, 당기순이익은 약 2.8억원 수준임. 2005년의 영업이익보다 늘어났지만, 2004년 보다는 감소했음.

&lt;표-4&gt; 일반 채널사업자의 1사당 평균 이익 추이

구분	2003년	2004년	2005년
전체 매출	2,302,255	2,588,390	3,126,497
일반채널의 매출	934,406	1,157,348	1,418,606
영업이익 (1사 평균)	9,067 (약 7천만 원)	85,867 (약 7억2천만 원)	59,453 (약 4억 원)
당기순이익 (1사 평균)	4,776 (약 3천7백만 원)	49,430 (약 4억 천5백만 원)	41,600 (약 2.8억 원)

※ 출처 : 방송위원회, 2004년/2005년/2006년 방송산업실태조사보고서(단위 : 백만 원)

- 2005년 일반채널의 매출액 구성내역은 광고수익이 38.6%, 방송수신료 수익이 11.1%를 차지했음. 광고수익과 프로그램 판매수익은 늘어나고 있는 추세이며 방송수신료 수입은 약간의 기복을 보이고 있음.

&lt;표-5&gt; 일반채널사업자의 매출액 구성내역

	방송수신료	광고	프로그램 판매	상품판매	비영리	기타사업	합계
2003년	112,559 (12.0%)	307,140 (32.9%)	5,962 (0.6%)	7,037 (0.8%)	94 (0.0%)	501,614 (53.7%)	954,626 (100%)
2004년	177,030 (15.3%)	373,223 (32.2%)	9,226 (0.8%)	22,808 (2.0%)	27,882 (2.4%)	547,180 (47.3%)	1,157,348 (100%)
2005년	157,255 (11.1%)	547,721 (38.6%)	19,503 (1.4%)	13,072 (0.9%)	46,827 (3.3%)	634,028 (44.7%)	1,418,606 (100%)

※ 출처 : 방송위원회, 2004년/2005년/2006년 방송산업실태조사보고서(단위 : 백만 원)

- 사업자 수는 2003년 법인기준 123사에서 2006년 4월 현재 173사로 50사가 늘어났으나 비디오 채널은 2003년 6월 218에서 210으로 오히려 8채널이 줄어들었음.

&lt;표-6&gt; 방송채널사용사업자의 비디오 채널 현황과 가입자 규모

구분	2004.6	2005.6	2006.4
사업자	159	144	173



비디오 채널	241	260	210
가입가구수 (가구 보급률)	11,724,055 (69.01%)	11,694,162 (66.2%)	12,083,052 (67.0%)

※ 출처 : 방송위원회, 2004년/2005년/2006년 방송산업실태조사보고서

○ 방송채널사용사업자가 운영하는 채널은 종합유선방송을 중심으로 위성방송, 위성 DMB 등을 통해 서비스되고 있음.

- 종합유선방송 가입자 규모는 매년 증가하고 있으며 2006년 6월 현재 1,200만 가구를 넘어섰음<sup>1)</sup>. 케이블TV방송협회의 통계에 따르면 2006년 12월 현재 1,417만 가구임<sup>2)</sup>.

- 위성방송을 직접 수신하는 가입 건수는 2007년 2월 현재 200만 가구를 돌파했으며<sup>3)</sup> 위성DMB는 2006년 12월에 100만을 넘어섰음.

## 2) 제작 및 구매

○ 방송채널의 성격에 따라 제작원의 분포가 달라질 수 있음. 가령 자체제작을 중시하는 'Mnet'의 경우 100%를 자체제작에 의해 편성하고 있는가 하면 '시민방송'은 100% 외주제작으로 채우고 있음<sup>4)</sup>.

- 'SBS드라마+'는 100% 국내구매프로그램으로 편성하고 있으며 '무협TV'는 모든 프로그램을 해외에서 조달하고 있음.

○ 방송채널사용사업자가 2005년에 외주 제작한 금액과 편수는 335억 원, 14,116편으로 매년 늘어나고 있음. 2003년보다 금액은 153억 원, 편수는 5,139편이 증가했음.

1) 방송위원회, 2006년 방송산업실태조사보고서

2) [http://kcta.or.kr/data/data\\_02\\_02.asp?idx=8242&ref=8242](http://kcta.or.kr/data/data_02_02.asp?idx=8242&ref=8242)

3) <http://www.skylife.co.kr/index.html>

4) 방송위원회, 2006년 방송산업실태조사보고서, 350~358쪽

- 이 가운데 드라마는 2003년의 2편에서 2005년에 55편으로 늘어났으나 금액은 3억 8천만 원에서 1억 6천만 원으로 감소했음.
- 2005년에 국내에서 프로그램을 구매한 규모는 438억 원에 26,023편이었음. 이는 2003년의 311억 원, 19,153 편보다 늘어난 수치임.
  - 이 가운데 드라마는 9,623편에 68억 원 이상의 구매시장을 형성했음. 2003년 이후 편수 및 구매액 모두 상승하고 있음.
- 2005년에 해외로부터 방송채널사용사업자가 프로그램을 구매한 규모는 3,052만 달러, 18,536편임.
  - 이 가운데 드라마는 483만 달러, 3,280편이었음. 2004년보다 편수(1,129편), 금액(671만 달러) 모두 감소했음.

<표-7> 제작원별 편수 및 시장 규모

구분	외주제작		국내 구매		해외구매	
	편수	금액	편수	금액	편수	금액
2003년 (드라마)	8,977 (2)	182억 원 (3.8억 원)	19,153 (7,430)	311억 원 (54.7억 원)	12,617 (916)	3,266만 달러 (401만 달러)
2004년 (드라마)	8,552 (94)	299억 원 (0.35억 원)	21,601 (5,953)	381억 원 (64.2억 원)	19,665 (6,734)	4,331만 달러 (1,154만 달러)
2005년 (드라마)	14,116 (55)	335억 원 (1.6억 원)	26,023 (9,623)	438억 원 (68억 원 이상)	18,536 (3,280)	3,052만 달러 (483만 달러)

※ 출처 : 방송위원회, 2004년/2005년/2006년 방송산업실태조사보고서

3) 국내외 판매<sup>5)</sup>

- 2003년 방송채널사용사업자의 국내판매는 매년 증가하고 있음.

5) 방송위원회, 2004년/2005년/2006년 방송산업실태조사보고서

- 2003년에는 2,737편을 판매해 26억 원, 2004년에는 5,356편, 50억, 2005년에는 6,231편, 53억 원의 매출을 기록했음.
- 이 가운데 드라마는 2003년에 187편, 4,900만원, 2004년에 410편, 7,400만원, 2005년에는 213편, 7천만 원의 매출을 기록했음.

○ 한편 방송채널사용사업자의 해외 판매는 매년 증가하고 있음.

- 2003년에 752편, 68만 달러, 2004년에 1,065편, 79만, 2005년에 7,242편, 326만 달러를 수출했음.
- 이 가운데 드라마의 해외수출은 2003년에 46편, 2.7만 달러, 2004년에 142편, 3.1만 달러, 2005년에 116편 13.6만 달러를 기록하는 등 상승세에 있음.

### 3. 방송채널사용사업자의 오리지널 드라마 편성 현황

#### 1) 드라마 콘텐츠의 특성

- TV프로그램 가운데 드라마는 다른 어떤 장르보다도 높은 시청량과 선호도를 보이는 콘텐츠임.
- AGB닐슨미디어 조사에 따르면, 드라마는 2006년 고시청률 프로그램 상위 20 가운데 드라마가 16개를 차지하고 있을 만큼 시청자 집중도와 규모가 큰 콘텐츠임.

<표-8> 2006년 고시청률 프로그램

순위	프로그램명	채널명	시청률	비고
1	특별 기획 주몽	MBC	38.4%	드라마
2	주말연속극 소문난 칠공주	KBS2	30.2%	드라마
3	일일연속극 별난 여자 별난 남자	KBS1	29.8%	드라마
4	일일연속극 열아홉 순정	KBS1	28.5%	드라마

5	주말극장 하늘이시여	SBS	28.3%	드라마
6	미니시리즈 궁	MBC	21.6%	드라마
7	드라마 스페셜 돌아와요 순애씨	SBS	21.3%	드라마
8	대하드라마 서동요	SBS	21.2%	드라마
9	드라마 스페셜 마이걸	SBS	21.1%	드라마
10	대하드라마 대조영	KBS1	21.0%	드라마
11	수목드라마 황진이	KBS2	20.4%	드라마
12	대하사극 연개소문	SBS	20.2%	드라마
13	특별기획 사랑과 야망	SBS	19.3%	드라마
14	상상+	KBS2	19.0%	오락
15	금요드라마 내 사랑 못난이	SBS	17.9%	드라마
16	개그 콘서트	KBS2	17.0%	코미디
17	순간포착	SBS	16.9%	교양정보
18	KBS 9시 뉴스	KBS1	16.9%	뉴스
19	수목 미니시리즈 여우야 뭐하니	MBC	16.7%	드라마
20	금요드라마 그 여자	SBS	16.6%	드라마

※ 출처 : AGB닐슨미디어

- 드라마는 시청자들이 가장 선호하고 있는 프로그램 유형이기도 함. 한국방송광고공사 조사에 따르면 드라마(32.0%)에 이어 뉴스/보도(25.3%), 쇼/오락(21.4%) 등의 순이었음<sup>6)</sup>.
- 뿐만 아니라 드라마는 이의 앞뒤에 편성되는 다른 프로그램의 시청률에도 영향을 미치는 탁월한 인접효과도 기대해볼 수 있음.

○ 드라마는 채널브랜드나 이미지를 확립하는데 중요한 영향을 미치는 장르임. 드라마가 높은 시청률과 반향을 불러일으킬 경우, 전체채널의 브랜드 및 이미지가 높아지는 경향이 있음<sup>7)</sup>.

6) KOBACO, 2006 소비자 행태조사, 123쪽

7) 배진아, 국내 드라마제작 시스템에 관한 연구, MBC, 2004년 11월, 1~2쪽

- 드라마는 TV애니메이션과 함께 경제적으로 다원적 활용도가 매우 높은 장르임. 새로운 유통창구의 등장, 드라마를 활용한 부가시장의 확대 등으로 인해 드라마의 경제적 활용가치는 더욱더 높아지고 다양해지고 있음.
- 대중적 인기와 채널브랜드확립, 부가수익의 창출이라는 측면에서 드라마는 방송사의 경쟁력을 제고하기 위한 핵심 콘텐츠라고 할 수 있음. 이로 인해 각 방송사에서는 드라마 제작에 많은 비용을 투입하고 다각적인 홍보노력을 기울이는 등 힘을 쏟고 있음<sup>8)</sup>.

## 2) 오리지널 드라마 제작 및 편성 개요

- 방송채널사용사업자의 오리지널 드라마 제작은 2006년 하반기부터 강화되고 있는 상황임.
  - 방송채널사용사업자의 오리지널 드라마 제작은 케이블TV가 출범한 1995년부터 시작된 것으로 보임.
  - 1995년 10월부터 오락 채널 HBS가 방송한 22부작 미니시리즈 '작은 영웅들', 드라마 전문채널인 제일방송이 1996년 3월부터 방송한 주간 시추에이션 드라마 '드라마 아카데미', 여성채널 DTV가 1996년 4월부터 방송한 '블루스 하우스' 등임<sup>9)</sup>.
  - 그 이후에 방송채널사용사업자의 오리지널 드라마 제작은 다소 주춤했으나 2006년 하반기부터 온미디어와 CJ미디어계열의 채널을 중심으로 대거 드라마 제작시장에 뛰어들면서 활기를 띠고 있음.
  - CJ계열 : 채널CGV, tvN, m-net, 온미디어계열 : OCN, 슈퍼액션, 투니버스
  - 2002년 이후 케이블TV를 통해 한 번이라도 오리지널 드라마를 방송한 채널은 11채널 30편임.

8) 배진아, 국내 드라마제작 시스템에 관한 연구, MBC, 2004년 11월, 1쪽

9) 동아일보 1996년 3월 5일자

- 현재(2007.5.28~6.3) 방송되고 있는 드라마는 4개 채널에서 5편의 오리지널 드라마가 방송되고 있음.

<표-9> 현재 방송중인 드라마

채널명	OCN	tvN	채널 CGV	DTN드라마
프로그램명	-키드 갱 -가족 연애사 2	막돼먹은 영애씨	에이틴	넌센스 3

- 오리지널 드라마를 방송한 전체 11개 채널 가운데 6월 이후에 6개 채널이 차기작품의 방영계획을 갖고 있으며 1개 채널은 새롭게 오리지널 드라마를 제작/방영할 예정임.

### 3) 주요 채널별 현황과 특징

#### (1) OCN

- OCN은 MPP/MSO인 온미디어 계열의 '오리온 시네마 네트워크'의 영화전문채널로 2005년에 598억 원의 매출과 288억 원의 영업이익, 210억 원의 당기순이익을 기록했다.
- 해외 프로그램이 약 3분의 2를 차지하고 국내구매가 37%, 자체제작은 2.1%, 외주제작 1.3%임<sup>10)</sup>. 20대에서 40대까지 남녀 고르게 시청되고 있으며 2006년 현재 111개 SO에 송출되고 있음.
- AGB닐슨미디어 리서치에 따르면 5월 기준 가구 평균 채널 시청률 0.682%를 기록해 5위를 차지했음.
- OCN은 2004년 11월 '동상이몽'을 시작으로 현재 방송중인 '키드갱' 까지 포함해 총 7편의 드라마를 제작/방송해왔음. 2008년 8월에는 에로틱 스릴러 '이브의 유혹'을 방송할 예정임.

10) 방송위원회, 2006년 방송산업실태조사보고서, 354쪽

- OCN은 방송채널사용사업자 가운데 가장 많은 오리지널 드라마를 제작/방송해 왔음.
  - 네 명의 여자가 펼치는 6편의 섹시 퍼즐극인 동상이몽, 지상파TV의 미니시리즈와 유사한 네 남녀의 애절한 사랑이야기 '썸데이', 폐업을 앞둔 병원에서 10년 전 사라진 소녀의 비밀을 다룬 호러물 '코마', 한 가족의 엽기적인 연애사를 담은 성인 코미디 '가족 연애사', 젓먹이 아이를 맡게 되며 벌어지는 조직폭력배들의 좌충우돌 스토리 '키드갱' 등 지상파TV에서는 방송되기 어려운 내용과 형식을 시도하고 있음.
  - 4부작의 '동상이몽'에서 시작해 점차 40부의 '다세포 소녀'(1화 10~15분물), 16부작의 '키드갱'까지 점차 화수를 늘려가는 추세임. 오리지널 드라마는 케이블TV의 프라임 타임대라고 할 수 있는 23시대에 편성했음.
  - 제작사인 '엘로우 필름'이 만든 '썸데이'를 구매해 방송한 것을 제외하고 모두 외부위탁제작형태로 제작되었음. 참고로 '썸데이'는 해외에 판매되었음.
  - '동상이몽'을 통해 시청자와 광고주의 인식이 영화를 방영하는 채널을 넘어 자체제작이 가능한 방송이라는 인식을 심어줌. 호러물인 '코마'를 통해 단순 에로물이 아닌 작품성있는 장르물도 가능하다는 사실을 알게 됨. 썸데이는 시청률은 예상보다 밀돌았지만, 지명도 있는 배우를 끌어들이는 선례를 남겼다는 평가임<sup>11)</sup>.
  - '동상이몽' 6부작 15억, '가족연애사' 5부작 10억, '코마' 5부작 25억, '썸데이' 16부작 45억원, '가족연애사 2' 8부작 10억, '키드갱' 16부작 40억원<sup>12)</sup>등 지상파TV의 한 편당 소요되는 통상 제작비용(8천만 원~1억 원)을 넘어서는 금액을 투입했음.
- OCN은 영화전문채널답게 'TV영화'라는 컨셉을 지향했고 일부 드라마는 봉만대(동상이몽), 김경용(썸데이)등 영화 감독을 투입했음.

11) FILM 2.0, 2007년 6월 5일자, 72쪽

12) FILM 2.0, 2007년 6월 5일자, 72쪽

<표-10> OCN의 오리지널 드라마 방송현황

드라마명	단위	방영시기	내용 및 특성	제작사	방영시간	출연진
동상이몽	5부	2004.11.26 ~	네 여자가 펼치는 6편의 섹시 퍼즐극으로 각 에피소드는 독립된 영화이지만, 한편 한 편 퍼즐을 맞추듯 짜깁기해보면 새로운 이야기가 펼쳐지는 신선한 구성이 특징	매니아22	금 23:00~	임정은, 허영진, 김윤희, 박마리, 김도연
가족연애사	6부	2005.12.16 ~	장성한 세 딸을 둔 한 중년가정의 사랑과 결혼관, 성적 욕망을 코믹하면서도 솔직하게 그려낸 드라마	JN미디어홀딩스	월 24:30~	최종원, 이경표, 이매리, 추자현, 홍민희
코마	5부	2006.7~	같은 시간, 같은 공간을 배경으로 다섯 명의 각기 다른 공포를 그림	시오필름(주)	금 23:00~	이세은, 명지연, 임원희
다세포소녀*	40부	2006.8.30 ~	인터넷 만화 다세포 소녀의 단편연작 시리즈. 무쓸모 고등학교를 배경으로 펼치는 학생들의 엽기적인 순애보를 새로운 유머와 재미가 주요 내용.	(주)다세포클럽	수,목22:00~	임성연, 박지민, 김은주, 윤성훈, 강인형
썸데이	16부	2006.11~	진정한 사랑을 찾아가는 젊은 남녀의 진솔하고 애절한 사랑을 그린 배두나, 김민준 주연의 사전제작 시리즈	(주)옐로우필름	금 23:00~	배두나, 김민준, 이진욱, 오윤아
가족연애사2	18부	2007.1.5~	서울 청담동을 배경으로 개성있는 삼형제의 리얼하고 다양한 연애 이야기를 다룬 코믹 시리즈	JN미디어홀딩스, 여해엔터테인먼트	일 24:00~	한상규, 이의정, 윤기원, 한태수
키드갱	16부	2007.5.18 ~	만화 '키드갱'을 원작으로 한 갱스터 육아 코미디	사과나무픽처스	금 23:00~	손창민, 이종수
이브의 유혹	4부	2007.8(예정)	남자를 유혹해 파멸시키는 악녀들의 이야기. 시나리오 작업과 감독 인선이 거의 마무리된 상태로 배우 섭외와 제작준비를 마치면 5월 초 크랭크인할 예정	화인웍스	미정	

주1) 상기 표는 MOVIEWEEK(249호), 각종 신문기사 및 OCN홈페이지 등을 토대로 작성

주2) '다세포 소녀'는 온미디어 계열의 '수퍼 액션'<sup>13)</sup>에서도 방송되었음.

(2) tvN

- 초대형 토탈 엔터테인먼트 채널인 tvN은 '제4의 지상파TV'를 표방하며 2006년 10월부터 방송을 시작했다. 전체 방송시간의 46.5%를 자체 제작 프로그램을 채우고 있고 현재 약 1,300만 가구를 커버하고 있음<sup>14)</sup>.

13) 수퍼액션은 하반기에 호러물인 '데자부', 섹스코미디물 '에스클리닉'을 방송할 예정이다.

14) 미디어 오늘 2007년 3월 6일자



- AGB닐슨미디어 리서치에 따르면 5월 기준 가구 평균 채널 시청률 0.436%를 기록해 10위를 차지했음.
- tvN은 본방송 개시 이래 꾸준히 오리지널 드라마 제작을 방송해오고 있음. 현재 방송중인 '막돼먹은 영애씨'까지 포함해 4편의 드라마를 방송했고 만화원작인 '위대한 캣츠비'가 7월부터 방송될 예정임.
- 남성관 '섹스앤시티'를 표방했던 '하이에나'를 비롯해 여성관 하이에나인 '로맨스헌터', 미스터리물인 '인어이야기', 다큐드라마형식의 '막돼먹은 영애씨'등 지상파 TV에서 좀처럼 다루기 어려운 내용을 그리고 있음.
- '막돼먹은 영애씨'는 통상 지상파TV에 소요되는 제작비의 50% 수준의 저예산으로 제작되었고 내부제작인 것이 특징임.
- '로맨스헌터'는 채널K와 tvN이 공동투자해 제작한 드라마임.
- 4부작인 '인어이야기'를 제외하고는 지상파TV의 미니시리즈와 같은 16부작으로 구성되어 있음.

○ 자체제작중심의 tvN은 앞으로도 계속적으로 오리지널 드라마를 제작/방송할 예정이다.

<표-11> tvN의 오리지널 드라마 방송현황

하이에나	16부	2006.10.1 1~	남성관 '섹스 앤 더 시티'를 표방. 윤다훈, 오만석, 김민중 등이 전하는 남성들의 성적 판타지 시추레이션 미니시리즈	에이스토리	월~금 9:30~	김민중, 소이현, 윤다훈, 오만석
인어이야기	4부	2007.1.17 ~	남해 앞바다에서 신원불명의 여자시체가 발견되고 누군가가 살해 후 유기한 것으로 추정된다. 이 사건을 해결해나가는 과정을 그린 4부작 미스터리 드라마.	(주)인디컴시네마	금 23:00~	서영희, 김남진, 이지현, 강신일
로맨스헌터	16부	2007.2.7 ~	사랑의 아이러니함을 진솔하게 이야기하면서 여자들의 삶을 되돌아보게 한다. 또한 세련된 라이프스타일을 제시하여 여성들의 눈길을 사로잡는 것이 기획의도.	채널K	수 23:00~	최정윤, 채민서, 양진우, 전혜진
막돼먹은 영애씨	16부	2007.4.20 ~	여자이기 때문에 겪어야 하는 크고 작은 문제들을 다큐드라마라는 형식으로 이야기	자체제작	금 23:00~	김현숙, 정다혜, 최원준, 윤서현
위대한 캣츠비	24부	2007.7.4(예정)	강도하의 만화를 드라마화	팬텀엔터테인먼트	미정	MC몽, 박예진, 강경준,

							장현성
--	--	--	--	--	--	--	-----

(3) 채널CGV

- CJ미디어 계열의 채널CGV는 2005년에 345억 원의 매출을 기록했고 이 가운데 314억 원이 광고수익임.
- CJ미디어계열의 채널CGV는 영화전문채널로 2006년 현재 110개의 SO를 통해 송출되고 있음.
  - AGB닐슨미디어 리서치에 따르면, 5월 기준 가구 평균 채널 시청률 0.581%를 기록해 7위를 차지했음.
  - 채널CGV는 2005년에 해외구매가 59%, 국내구매가 39%, 자체제작이 2%를 차지하고 있음.
- 2006년 10월부터 오리지널 드라마 2편 방송해왔으며 6월 20일부터 '파이버걸즈'를 방송할 계획임. 10월에는 방송채널사용사업자가 만들기 어려운 퓨전 미스터리 사극인 '원행'을 제작해 방송할 예정임.
- 영화전문채널답게 드라마와 영화의 접목을 시도하고 있음.
  - '프리즈'는 350살 먹은 뱀파이어와 순수한 사랑을 그린 시네마틱 드라마로 기제작된 드라마를 구입했으며 '에이틴'은 충무로 영화인과 중앙대학교 영화연구자들을 결합시켜 완성한 산학협력작품임.
  - 올해 CJ미디어에서 제작 또는 기획중인 드라마는 3편으로 산하의 채널CGV와 XTM 등을 통해 내보낼 예정임. CJ미디어는 콘텐츠 개발국 산하에 드라마기획팀을 두고 드라마 제작에 역점을 두고 있음.

<표-12> 채널CGV의 오리지널 드라마 방송현황

프리즈	5부	2006.10.27~31	350살 먹은 뱀파이어와 순수한 소녀의 사랑을 그린 이서진, 박한별 주연의 시네마틱 드라마	(주)엘로우필름	24:00~	이서진, 박한별, 손태영
-----	----	---------------	--	----------	--------	---------------

18(에이틴)	4부	2007.3.2 ~	10대들의 이야기를 젊은 영화인들의 재기 발랄한 감각으로 표현, 새로운 영화를 만들어 보자는 시도에서 출발. 특히 영화 채널이 직접 나서 충무로 영화인과 학교(중앙대학교 첨단영상대학원) 같은 영화산업 구성원들을 한데 모아 이번 프로젝트를 완성했다는 점이 이채롭다.	CGV 자체제작	금 22:00~	박민지, 임원희,곽지민, 임성언, 심태윤, 정의철, 전해진
파이브걸즈	12부	2007.6.20 (예정)	5명의 여자와 한 남자의 기묘한 동거를 다룬 시트콤		미정	이지혜, 김지현, 설성민, 장서진

(4) Mnet

○ CJ미디어계열의 Mnet은 음악전문채널로 2005년에 310억 원의 매출을 올렸고 이 가운데 광고수익은 150억 원임.

- Mnet은 2005년에 100% 자체제작으로 편성을 채우고 있으며 110개의 SO에 송출되고 있음.

- AGB닐슨미디어 리서치에 따르면 5월 기준 가구 평균 채널 시청률 0.254%를 기록해 18위를 차지했음.

○ 2006년 5월 이래 '브레이크'를 비롯해 3편의 드라마를 방송했음. 아직은 차기 드라마 방송계획은 없음.

○ Mnet의 주요 시청층인 10대와 20대를 겨냥한 드라마 제작을 시도하고 있음.

○ 다른 채널과 달리 자체제작을 중시하는 Mnet의 드라마제작은 내부제작인력에 의해 만들어졌음.

○ 뮤직비디오 제작경험을 가진 내부인력들이 드라마 제작경험이 전무했기에 먼저 '브레이크'라는 음악 드라마부터 시작했고 이를 토대로 영역을 넓혀 인터넷과 리얼리티를 결합한 '성교육 닷컴', '추락천사 제니'를 제작해왔음.

<표-13> Mnet의 오리지널 드라마 방송현황

브레이크	6부+ 2부	2006.5.11 ~	PUMA Beat Street 2006 예선전이 있는 날! 치열한 예선 끝에 비보이 4팀이 4강	Mnet 자체제작	목18:00~1 8:30	김규중, 배슬기, 심은
------	-----------	----------------	---	--------------	------------------	--------------

			전에 오른다. 춤으로 젊을 을 발산하는 네 팀의 살아있는 이야기			진, 라이언, 정준하
성교육닷컴	16부	2006.3.24 ~	입시와 친구, 이성문제 등으로 고민하는 대한민국의 가장 평범한 고등학생들이 (SUNGKYO6.COM)사이트를 통해 자신들의 성과 사랑, 학업문제를 솔직하게 털어 놓고 고민하는 이야기.	Mnet 자체제작	금 18:00~18:30	원미미, 이현호, 진원, 이민지
추락천사 제니	3부	2006..11.30~	젊은 세대의 변함없는 주 관심사인 사랑과 꿈, 인간 사이의 관계를 보여주는 스토리 전개와 함께 그들이 요즘 추구하고 있는 트렌디한 라이프스타일, 인터넷 문화, 게임이나 만화를 중심으로 발달한 디지털 감수성 등 중년층 이상을 주시청자층으로 한 지상파 드라마에서 아직까지 보여주지 못한 요소들을 담아냄.	Mnet 자체제작	목 23:00~	박미지, 김C, 백현, 원영, 김재우, 김경욱, 박영서

(5) 드라마맥스

○ 드라마맥스는 드라마전문채널로 2007년 현재 약 950만 가구 이상에 송출되고 있음.

- AGB닐슨미디어 리서치에 따르면 5월 기준 가구 평균 채널 시청률 0.245%를 기록해 20위를 차지했음.

○ '시리즈TV'에서 작년 12월부터 '드라마맥스'로 이름을 바꾼 이래 두 편의 오리지널 드라마를 방송했음. '형제여 어디 있는가'라는 한중합작드라마를 방송할 예정으로 있음.

- 연애 재구성은 실화를 토대로 한 유니버스 형식의 연애담이며 '크라임'은 법정드라마 형식을 취하고 있음.

○ 드라마맥스는 다른 채널과는 달리 오후 4시대에 드라마를 편성해왔음.

<표-14> 드라마맥스의 오리지널 드라마 방송현황

연애의 재구성	4부	2007.2.22 ~	현실 속에서 연애와 사랑의 기술을 연마하는 사람들의 실화를 토대로 공감대를 얻을만한 연애이야기를 풀어나간다.	Y스톤	목,금 16:20~	김현철, 안상태, 정시아, 김승현, 황효은, 정환, 황인영, 안혜경
크라임	4부	2007.3.8 ~	커다란 사회적 파장을 일으키며 치열한 법정공방을 벌였던 실제 사건을 극화한 본격 법정드라마.	하우	목,금 16:15~	안내상, 오지혜, 정영숙
형제여	20부	미정	한중합작드라마로 제작준비단계, 드라마맥스	마이	미정	

어디있는가 (강호열전)		와 중국 상하이영화대학이 50 대 50으로 투자.	프로덕션		
-----------------	--	-----------------------------	------	--	--

(6) DTN드라마

- DTN드라마는 드라마전문채널로 2006년 현재 36개의 SO를 통해 송출되고 있음. 2006년 기준 국내구매가 84%, 해외구매가 16%를 차지하고 있음.
- DTN드라마는 2005년에 273억 원의 매출과 영업이익 44억, 당기순이익 44억을 기록했음.
- AGB닐슨미디어 리서치에 따르면 5월 기준 가구 평균 채널 시청률 0.027%를 기록해 71위를 차지했음.
- 2006년 10월부터 지금까지 년센스 시리즈로 3편의 드라마를 제작 방송해왔음.
- 3편의 년센스 시리즈는 모두 충청북도의 주성대학과 공동제작해왔으며 시트콤 형식임.

<표-15> DTN드라마의 오리지널 드라마 방송현황

년센스	2006.10.26~	대학생들이 자체제작한 창작청춘시트콤. 방송동아리를 배경으로 일어나는 에피소드를 대학생들의 시각에서 명랑하고 가볍게 접근하여 누구나 부담없이 시청할 수 있는 시트콤.	DTN드라마 제작지원, 충북 청원 주성대학 공동 제작	목,금 16:30~ (25분물)	
년센스2	2007.1.12~	상동	상동	목,금 17:40~ (25분물)	
년센스3	2007.5.1~	상동	상동	금 17:40~	최수인, 허슬기, 이성혁, 김광훈, 김서원, 박은비, 권혁진

(7) MBC드라마넷

- MBC드라마넷은 지상파MBC의 계열사로 드라마 전문채널임. 111개의 SO에 송출

되고 있으며 국외제작이 99.3%로 압도적이며 해외구매 0.4%, 외주제작이 0.3%를 차지하고 있음.

- 2005년에 453억원의 매출을 올렸고 영업이익이 239억원, 당기순이익이 176억을 기록했음.
- AGB닐슨미디어 리서치에 따르면 5월 기준 가구 평균 채널 시청률 1.028%를 기록해 1위를 차지했음.

○ MBC계열의 MBC드라마넷은 2002년부터 총 5편의 드라마를 방송해왔음. 그리고 조선과학수사대인 '별순검'을 금년 8월부터 방송할 예정으로 있음.

- 1/2부로 끝나는 단막극 위주로 제작해오다가 2006년 12월부터 방송된 '빌리진 날봐요'는 26부작으로 만들었음.
- '피아노가 있는 풍경', '열 번째 비가 내리는 날', '안녕 내청춘'은 모두 HD로 만들어진 작품임.
- 'GG'는 30분짜리 단막극으로 위성DMB인 'TU미디어'에서 방송되었음.

<표-16> MBC드라마넷의 오리지널 드라마 방송현황

빌리진 날봐요	26부	2006.12.26~	인기를 잃은 가수와 그를 짝사랑하는 라디오 보조 작가의 사랑이야기를 그린 이지훈, 박탐희 주연의 드라마	HB엔터테인먼트	화,수 11:25~ 2시간연속 방송	이지훈, 박희본, 박탐희, 이다진
피아노가 있는 풍경	60분 1부	2006.11.27	아버지를 여윈 4남매가 어머니와 탄광촌에 있는 외삼촌 집으로 들어가 살면서 겪는 어려움, 그리고 피아노를 배우려는 어린이의 열정을 담은 작품. HD단막극.	자체제작	월 12:55	김성령, 강민휘
GG	30분 1부	2006.11.9, 10	SD단막극. 디지털콘텐츠의 총아로 각광받는 게임을 통해 초등학생들의 고민과 승부 등을 다룬 명랑 드라마. 아역배우 '이인성'이 주인공을 맡아 기성세대가 느끼지 못했던 젊은 세대의 의식을 재치 있게 풀어 나간다. DMB드라마 특성에 맞춰 30분짜리 단막극으로 제작.	자체제작	19:40~	이인성
열 번째 비가 내리는 날		2005년	HDTV영화. 29살 미혼모가 딸의 노력으로 다시 사랑을 찾아가는 로맨틱 코미디.	자체제작		소유진, 정성환
안녕 내청춘	120분 2부	2002년	HDTV 성년의 날 2부작 특집극	자체제작		

(8) 기타

- 그밖에 코미디TV가 '란제리'(2002.8)와 '호텔와이키키'(2003.3)을, 투니버스가 2006년 1월에 '에일리언 쌤'을, 평화방송이 '성 김대건'을 2006년 9월에 방송한 바 있으며 SBS드라마+가 '커플 브레이킹'을 방송할 예정으로 있음.
- 위성DMB를 대상으로 한 단편 중심의 오리지널 드라마도 제작되어 방송되고 있음.

<표-17> 위성DMB용 드라마 편성 현황

TU 미디어 채널 블루	압	20분 52부	2005. 07	첫DMB드라마, 시트콤	초록밴 미디어		이지현
	포켓드 라마		2005. 06~	음악드라마. 인기가수들의 컴백무대 및 데뷔무 대로 가수가 직접 주인공으로 등장해 자신의 연기와 노래를 함께 선보이는 장편 뮤직드라마.			배기성,홍 경민,김창 렬,오종혁, 김재덕,이 재진, 김 중서 등
	1minute			하루 36차례 1분씩 방송되는 1분드라마			
	포토드 라마			스틸사진으로 구성된 새로운 스타일의 DMB전 용 드라마			
MBC Dram a Ch11	GG	30분 1부	2006. 11.9~ 10	SD단막극. 디지털콘텐츠의 총아로 각광받는 계 임을 통해 초등학생들의 고민과 승부 등을 다 룬 명랑 드라마.아역배우`이인성'이 주인공을 맡아 기성세대가 느끼지 못했던 젊은 세대의 의식을 재치 있게 풀어 나간다. DMB드라마 특 성에 맞춰 30분짜리 단막극으로 제작.	MBC 프로덕 션	19: 40 ~	이인성

<표-18> 채널별 제작원 구성비율

채널명	구분	2005	2004	2003
Mnet	자체제작	100.0	100.0	100.0
	외주제작	0.0	0.0	0.0
	국내구매	0.0	0.0	0.0
	국외구매	0.0	0.0	0.0
채널CGV	자체제작	2.0	0.3	0.0

	외주제작	0.0	0.3	0.0
	국내구매	39.0	23.1	23.4
	국외구매	59.0	76.3	76.6
DTN드라마	자체제작	0.0	0.0	9.0
	외주제작	0.0	0.0	0.0
	국내구매	84.0	100.0	68.0
	국외구매	16.0	0.0	23.0
MBC드라마넷	자체제작	0.0	0.0	0.0
	외주제작	0.3	0.0	0.0
	국내구매	99.3	98.0	97.4
	국외구매	0.4	2.0	2.6
OCN	자체제작	2.1	0.2	2.0
	외주제작	1.3	1.9	0.0
	국내구매	37.0	25.0	30.0
	국외구매	63.0	72.9	68.0
수퍼액션	자체제작	4.1	0.0	0.0
	외주제작	2.5	23.0	6.8
	국내구매	37.9	12.0	32.0
	국외구매	62.1	65.0	51.2
투니버스	자체제작	4.0	0.0	3.0
	외주제작	0.0	0.0	0.0
	국내구매	35.0	34.5	34.0
	국외구매	61.0	65.5	63.0
ComedyTV	자체제작	12.0	10.0	15.0
	외주제작	0.0	0.0	0.0
	국내구매	87.0	83.0	77.0
	국외구매	1.0	7.0	8.0

주) 제작원 구성비율은 어느 특정일을 정해 조사한 결과치를 소개한 것임.

※ 출처 : 방송위원회, 2004년/2005년/2006년 방송산업실태조사보고서



&lt;표-19&gt; 2007년 5월 방송채널별 평균 시청률 현황

순위	채널명	평균 시청률	순위	채널명	평균 시청률
1	MBC드라마넷	1.028	11	MBC ESPN	0.425
2	투니버스	0.891	12	JEI재능방송	0.414
3	KBS드라마	0.711	13	수퍼 액션	0.357
4	YTN	0.700	14	Xports	0.337
5	OCN	0.682	15	SBS스포츠	0.302
6	SBS드라마+	0.647	16	MBC무비스	0.270
7	채널CGV	0.581	17	e-channel	0.255
8	챔프	0.540	18	Mnet	0.254
9	XTM	0.470	19	코미디TV	0.250
10	tvN	0.436	20	드라마스	0.245

※ 출처 : AGB닐슨미디어리서치

#### 4. 성과와 과제

##### 1) 성과

○ 방송채널사용사업자의 오리지널 드라마 제작은 현재로선 단기적 수익모델보다는 장기적인 전략에 입각해 드라마 제작이 이루어지고 있음.

- 실제로 오리지널로 제작하기보다 지상파방송의 드라마를 구매해 방송하는 것이 비용이나 시청률 면에서도 유리함. 구매비용은 대체적으로 오리지널 드라마 제작비보다 10분의 1이상이나 차이가 나며 전반적으로 지상파TV에서 방송된 국내 드라마나 해외에서 구매한 미국드라마에 비해 시청률이 떨어지는 편임(<표-20> 참조).

- 그럼에도 초방단계에서 제작비 대비 시청률을 기대하기 어렵지만, 재/삼방의 활용가능성, 채널브랜드 및 이미지 상승, 향후 다원적 이용가능성 등 유무형의 효

과를 고려한다면 반드시 실망스런 성과라고 할 수는 없음.

- 이러한 관점은 2007년 6월 현재 7개의 채널이 오리지널 드라마를 앞으로도 제작/방송할 의향이라는 점에서 뒷받침되고 있음. 또한 방송채널사용사업자는 대부분 황금시간대라고 할 수 있는 오후 시간대 또는 심야 11시 이후 시간대에 드라마를 정기 편성하고 있어 오리지널 드라마 편성에 대한 상당한 전략적 무게를 두고 있는 것으로 보임.

<표-20> 제작원별 드라마 시청률비교

순 위	오리지널 제작 프로그램		지상파 구매 프로그램		해외 수입 프로그램	
	프로그램명(채널명)	시청률	프로그램명(채널명)	시청률	프로그램(채널명)	시청률
1	키드갱 (OCN)	0.97917	히트 (MBC드라마넷)	1.89947	C.S.I.5(미국) (XTM)	1.58377
2	가족연애사2 (OCN)	0.83842	전의 전쟁 (SBS드라마플러스)	1.57168	C.S.I.NY2(미국) (OCN)	1.12543
3	막돼먹은 영애씨 (tvN)	0.62089	나쁜여자 착한여자 (MBC드라마넷)	1.54477	C.S.I. MIAMI4(미국) (OCN)	0.74604
4	에이틴 (CGV)	0.51123	내남자의 여자 (SBS드라마플러스)	1.28302	C.S.I.대니스패셜(미국) (OCN)	0.69425
5			TV소설-그대의풍경 (KBS드라마)	1.13467	뉴욕특수수사대5(미국) (OCN)	0.65130
6			하늘만큼 땅만큼 (KBS드라마)	1.12619	크리미널마인드2(미국) (CGV)	0.63717
7			문희 (MBC드라마넷)	1.05266	섹스&시티5(미국) (Onstyle)	0.58363
8			드라마시티-연꽃피 던날 (KBS드라마플러스)	0.97271	가면라이더블레이드 (Champ)	0.54824
9			행복한 여자 (KBS드라마)	0.97253	라스베가스2(미국) (OCN)	0.47726
10			내결에 있어 (MBC드라마넷)	0.74213	NCIS4 (XTM)	0.45613

※ 자료: AGB닐슨미디어리서치(조사기간: 2007.5.28~6.3)

주) 시청률 산정은 본방송 기준으로 하였으며 주 2회 이상 방영된 프로그램에 대해서는 평균을 산출

하였음

<표-21> 방송채널사용사업자의 오리지널 제작 드라마 시청률 및 시청점유율 현황

프로그램	방영채널	평균		자체최고		방영 시작일자
		시청률	점유율	최고시청률	점유율	
에일리언셈	투니버스	3.892	18.92	5.795	22.68	2006.1~
가족연애사2	OCN	2.194	8.96	2.536	9.88	2007.1~
가족연애사1	OCN	1.928	11.29	2.597	14.19	2006.4~
코마	OCN	1.323	6.04	1.664	7.2	2006.7~
시리즈다세포소녀	수퍼액션	0.689	3.96	1.289	6.14	2006.9~
썸데이	OCN	0.647	3.15	0.925	3.85	2006.11~
동상이몽	OCN	1.668				2004.11~
프리즈	CGV	0.762		1.043		2006.10~
에이틴	CGV	0.949		1.043		2007.3~
하이에나	tvN	0.553		0.917		2006.10~
인어이야기	tvN	0.231		0.294		2007.1~
로맨스 헌터	tvN	0.680		1.293		2007.2~
막돼먹은 영애씨	tvN	0.884		1.076		2007.4~
연애의 재구성	드라마스	0.173		0.423		2007.2~
크라임	드라마스	0.243		0.385		2007.3~

※ 자료 : AGB닐슨미디어리서치. 단 드라마스는 TNS

주) '막돼먹은 영애씨'는 7회까지의 방영 평균 시청률

- 방송채널사용사업자가 드라마 제작을 지속하고 있는 것은 콘텐츠 홀더로서의 위상 확보를 통해 채널 브랜드를 고양시키고 향후 다원적 활용을 염두에 둔 포석의 의미가 강함.

- 이와 더불어 지상파TV의 자체콘텐츠의 통제력 강화, FTA 등에 따른 해외드라마

구매기회의 축소 등에 일정부분 대비하는 측면도 자리하고 있는 듯함. 오리지널 드라마를 제작함으로써 콘텐츠 수급을 다소나마 원활하게 가져가려는 의도도 엿보임.

- 방송채널사용사업자가 자체적으로 드라마를 제작 및 방송함으로써 가입자가 뚜렷하게 증가하거나 광고비 수익이 늘어나거나 하는 조짐은 현재로써는 없음.
- 현재로써는 케이블TV에 적합한 드라마를 모색하기 위해 다양한 시도가 전개되고 있는 상황임.
  - 오리지널 드라마는 지상파TV에서 방송되는 드라마와 흡사한 내용과 캐스팅으로 드라마를 방송하기도 하고 지상파TV에서 좀처럼 담을 수 없는 신선한 소재와 형식 그리고 내용을 다루기도 함.
- 방송채널사용사업자는 지상파TV보다 편성여력이 있는 만큼, 지상파TV의 미니시리즈제작에서 흔히 볼 수 있는 초치기 관행, 쪽대본 등과 같은 열악한 제작환경보다는 시간적 여유를 갖고 제작이 이뤄지고 있어 제작퀄리티를 높일 수 있는 기회가 부여되고 있음.
- 방송채널사용사업자의 드라마 제작이 일정부분 알려지면서 캐스팅환경도 점차 개선되고 있음.
  - 지상파방송과 비교되어 방송채널사용사업자의 드라마에 출연하는 것을 꺼리는 연기자들이 대부분이었으나 A급 스타들이 출연함으로써 케이블TV에 대한 인식이 조금씩 개선되고 있음. 일부 연기자는 케이블TV출연을 지상파TV 및 영화진출의 기회로 삼는 케이스도 나타나고 있음.
- 지상파TV와 독립제작사간의 불공정한 역학관계가 방송채널사용사업자 레벨에서는 다소 시정될 수 있는 여건이 조성되고 있음.
  - 사전제작의 경우 방송되기 전에 제작비의 상당부분이 독립제작사에 건네지며 제작단가가 합리적으로 책정되어 지급되기도 함. 완성후 제작비 지불이 관행이었던 지상파방송에 반해 '키드갱'의 경우 촬영에 들어가기 전 상당부분의 제작

비를 지불, 안정적인 연출이 가능하도록 했음.

- 열악한 제작기반 및 협찬이나 PPL수익을 기대할 수 없는 상황임을 고려 일부 드라마의 경우 지상파방송의 드라마제작비 규모를 증가하는 비용이 지급되고 있음.
- 오리지널 드라마를 제작한 채널에 대해 대부분 광고주의 반응은 호의적임. 오리지널 드라마 제작/방송이 곧바로 광고수익과 직결되는 시장구조는 아니지만 향후 광고시장 확대에 대한 기대를 갖게 하고 있음.
- 독립제작사가 사전제작한 드라마의 새로운 판매창구로써 방송채널사용사업자가 구매고객으로 부상하고 있음.
  - 독립제작사에 사전에 제작된 '썸데이', '프리즈'는 지상파TV가 아니라 방송채널사용사업자가 구매해 최초로 채널에 노출시켰음.
- 기존의 지상파TV일변도에서 드라마 제작이 유료방송에서도 이뤄지게 됨에 따라 드라마 제작산업의 저변이 확대되고 있고 나아가 시청자들도 다양한 형식과 내용의 드라마를 접할 수 있는 기회가 늘어나고 있음.
  - 방송채널사용사업자의 드라마는 내부제작하는 형태, 외부프로덕션에게 위탁제작하는 형태, 방송채널사용사업자와 공동제작하는 형태, 외부프로덕션이 기제작한 프로그램을 구매하는 형태 등으로 나뉘질 수 있음. 그 동안 방송채널사용사업자는 주로 지상파방송이 제작한 드라마를 구입해 방송하거나 해외프로그램을 구매해왔으나 드라마를 내부에서 자체제작 또는 외주제작 또는 공동제작하거나 기제작된 것을 구매하는 새로운 형태가 나타나고 있음.
  - 방송채널사용사업자가 오리지널 드라마 제작에 나선 것이 드라마 제작산업의 저변확대와 활성화, 그리고 다양한 드라마 생산에 일정 부분 기여하고 있다고 판단됨.

## 2) 과제

- 지상파TV에 비해 방송채널사용사업자의 낮은 인지도로 인해 일부 텔런트의 경우 출연을 꺼려하는 경우가 여전히 존재함.
- 케이블TV에서의 드라마 제작/방송은 지상파TV에서 갖는 드라마의 전략적 가치보다 떨어짐. 제작비가 지상파TV보다 더 많이 소요되는 경우도 있고 지상파TV처럼 시청률의 집중이 크게 나타나는 영역도 아니기 때문임.
- 자체제작드라마를 2차적으로 활용할 수 있는 시장구조가 형성되어 있지 않기 때문에 일부 드라마의 해외판매를 제외하고 자체채널에서 재활용되는 수준에 머물러 있어 부가수익을 기대하기 어려운 실정임.

## 6. 활성화 대책

- 방송채널사용사업시장에서의 드라마 제작은 아직도 다양한 실험이 진행되고 있는 단계에 있음. 여전히 드라마제작의 메리트가 시장에서 충분히 검증된 상태는 아님. 케이블TV에 맞는 바람직한 드라마형태를 찾기 위해서는 좀 더 많은 노력과 시간을 필요로 하고 있음.
- 지상파TV의 전유물처럼 여겨졌던 드라마 제작이 방송채널사용사업에서 시도되고 있는 것은 자연스럽고 바람직한 현상이라고 할 수 있음. 방송채널사용사업자의 시청자는 지상파의 불특정 다수를 대상으로 하는 시청자의 니즈와 분명 다르기 때문임. 그럼에도 지금껏 지상파TV에서 제작된 드라마를 구매해 방송해왔음.
- 다양한 니즈가 존재하는 유료방송시장에서 이들의 니즈에 소구하는 다양한 드라마가 공급되어야 함은 두말할 나위가 없을 것임. 이것이야말로 유료방송의 기본적인 존재의의라고도 할 수 있을 것임.
  - 더욱이 드라마는 우리 국민의 다수가 좋아하는 '국민적 콘텐츠'라고 할 수 있고 국내 영상산업의 발전과 해외한류의 지속과 확대를 위한 원동력이 되고 있음.
- 그런 의미에서 방송채널사용시장에서의 드라마 제작은 다양한 형태의 드라마가

- 유통되기 위한 첫 걸음이라고 할 수 있음. 방송채널사용사업자의 드라마 제작시장을 활성화할 수 있도록 다양한 제도적 접근과 지원 정책이 검토되어야 할 것임.
- 지상파TV와 방송채널사용시장 간의 라이벌 관계가 아니라 지상파TV에서 방송하기 어렵거나 할 수 없는 드라마를 유료방송에서 제작하고 공급함으로써 지상파TV의 드라마와 함께 다양한 드라마가 공생할 수 있도록 하는 접근이 필요함.
  - 다양한 드라마가 유통될 수 있는 시장구조, 다시 말해 시장이 협소하고 게다가 특정시청자 층을 대상으로 하고 있는 유료방송에서 그들만의 드라마 제작과 유통이 정착될 수 있도록 제도적 접근이 모색되어야 할 것임.
  - 무엇보다 뚜렷한 수익모델의 확립 없이는 지속적인 드라마 제작이라는 선순환 구조를 끌어내기 어려움. 이를 위해서는 2차 비즈니스 시장에서 충분한 리턴이 보장될 수 있는 시장구조가 절실함. 이는 비단 방송채널사용사업자의 드라마에만 해당되는 이야기는 아니지만, 거시적 차원에서 콘텐츠 산업발전을 위해서도 튼튼한 2차 비즈니스 시장 확립을 위한 제도마련이 장기적으로 모색되어야 할 것임.
  - 국내 드라마 산업 발전을 위해 드라마전문채널 등에 가령 애니메이션에 적용되는 신규 국산 애니메이션 편성 의무제도<sup>15)</sup>를 방송채널사용사업자에게 도입을 검토해보는 방안임. 이렇게 함으로써 신규 드라마제작을 활성화할 수 있는 토대가 마련될 것임.
  - 단기적으로는 방송채널사용사업자의 드라마 제작을 활성화하기 위해 현재의 지원 정책을 정비함으로써 적극 대처해야 할 것임.
- 가령 우수파일럿 프로그램 지원사업에 방송채널사용사업자의 드라마 제작을 포함시킨다거나 방송영상투자조합 운영시 방송채널사용사업자의 드라마제작에 우선권 내지 특전을 부여한다거나 하는 방안을 고려해 볼 수 있을 것임. 나아가 차후에

15) KBS, MBC는 연간전체방송시간 가운데 1% 이상 국내에서 제작된 신규 애니메이션을 편성해야 함.

는 방송채널사용사업자 대상의 드라마 제작 펀드 설립도 신중하게 고려해 볼 수 있을 것임.

- 방송채널사용사업자는 드라마 제작인프라가 매우 취약한 실정임. 현재의 공적기관에 의한 제작인프라제공으로는 수요를 맞출 수 없는 형편임. 다른 프로그램과 달리 드라마는 비교적 장기 작업을 수반하기 때문에 제작 및 후반작업을 안정적으로 진행할 수 있는 공간이 필요함. 드라마 제작을 위한 각종 제작편의 및 스튜디오 및 후반작업공간이 마련되어야 할 것임.
- 방송채널사용사업자가 오리지널 드라마를 제작/방송하고 있다는 점이 여전히 많은 사람에게 알려져 있지 않은 상황임. 따라서 드라마를 방송하는 방송채널사용사업자끼리 공동으로 프로모션을 전개하는 방안을 검토해보아야 할 것임.



## &lt;참고문헌&gt;

- 김성연(2006), 스타시스템과 드라마 외주제작시장 변화에 관한 연구: 방송사, 외주제작사, 기획사의 관계 변화를 중심으로, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 김승현·한진만(2001), 한국사회와 텔레비전드라마, 한국방송문화진흥회.
- 김영덕(2006), 동아시아 드라마 제작환경과 비즈니스 연구-일본-, 한국방송영상산업진흥원
- 김진웅외, 외주제작증가로 인한 방송사 드라마 제작 실태변화 연구, 방송문화진흥회, 2005년 연구보고서
- 배진아, 국내 드라마제작 시스템에 관한 연구, MBC,
- 양문석(2005), 스타권력화와 한국 드라마의 미래.
- 이동후(2004), 전환기의 한국드라마 : 2003~2004년도 드라마의 특성과 전망, 2004 사단법인 여의도클럽 세미나 'TV드라마 경쟁력 제고방안과 과제' 발표논문.
- 정영희(2006), TV 드라마의 문제점과 합리적 개선 방향, "방송위원회 주최 TV 드라마의 질적 개선 방안 마련을 위한 토론회" 발제문.
- 최진섭(2004), MBC PD협회 정기세미나 <대장금 그 성과와 사회문화적 함의> 발제문(2004. 3. 26).
- 최필선(2003), 독립제작사 방송영상저작물의 저작권 보호에 관한 연구: 지상파 방송사와 독립제작사 간 저작권의 포괄적 양도를 중심으로, 홍익대학교 대학원 법학과 석사학위논문.
- 방송위원회(2000), 방송운영현황 및 서비스실태조사자료집.
- 방송위원회(2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006). 방송산업 실태조사 보고서.
- KOBACO, 2006 소비자 행태조사.
- AGB닐슨미디어/TNS 시청률 자료

## 정기간행물

ASTAR (2005. 10), 한국 드라마, 이제 기획프로듀서의 시대가 열린다.

ASTAR (2006. 5), 한국드라마, 홍보시스템이 너무 부족하다.

ASTAR (2006년 3월호), 드라마 배급은 어떻게 이루어지나?

ASTAR (2006년 4월호), TV Drama Business.

CINE21.com (2004.11.30), 외주제작사 홀로서기 '사전제작' 뜬다

DRAMATIQUE 8호, 9호, 12호, 23호

FILM2.0(2006. 8. 1), 방송, 영화에 눈돌리다.

FILM 2.0, OCN은 한국의 HBO가 될 것인가, 2007년 6월 5일자

MOVIE WEEK (229호), WEEKLY ISSUE: 사전제작 드라마 제작열풍

MOVIE WEEK (249호), WEEKLY ISSUE: 케이블 TV 드라마 제작 열풍 집중분석.

한국방송협회, 방송문화, 드라마 제작위기와 개선방안, 2004년 4월호

동아일보(2006. 7. 29). '드라마 띄워 노래 팔겠다' 음반사들, 영상제작 GO!.

마이데일리(2006. 7. 31), 음반사 드라마 제작 붐... '기대 반, 우려 반'.