

우리 부서를
소개합니다

MBC 콘텐츠 유통! 우리 손에 있습니다!

- MBC 글로벌사업국 다매체유통부 -

+ 이진범 방송과기술 기자



좌측부터 MBC 다매체유통부의 조석현 차장, 최지윤, 이창훈 차장, 김성우 부장

여러 뉴미디어 플랫폼의 등장과 함께 콘텐츠에 대한 관심과 그 수요가 점차 늘어나고 있는 시점에서 방송과기술 '우리 부서를 소개합니다'에서는 MBC 콘텐츠의 국내 유통 판매를 담당하는 MBC 글로벌사업국의 다매체유통부를 찾아 업무에 관한 이모저모에 대해서 알아보았다. 부서명부터 특이한 MBC 다매체유통부에 대해 알아보도록 하자!

MBC 글로벌사업국은

MBC 다매체유통부를 알아보기 위해서는 먼저 부서가 속한 글로벌사업국을 알아야 한다. 글로벌사업국은 다시 글로벌사업본부에 속하는데 이 글로벌사업본부에서 MBC 콘텐츠의 유통에 대한 모든 것을 담당하고 있으니 실로 MBC의 매출과 관련된 가장 중요한 본부이다. 지상파 방송사 중에서 콘텐츠 유통에 대해서 본사가 직접적으로 하는 곳은 MBC밖에 없다고 하니, 그 이유와 운영 방식에 대해 궁금하기는 하나 다음 기회에 알아보기로 하자.

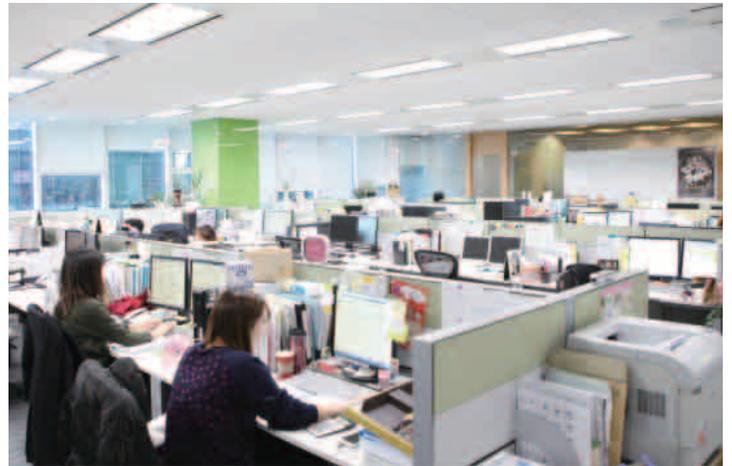
글로벌사업국은 해외사업부와 다매체유통부, 방송콘텐츠부가 속해 있으며, 글로벌사업국의 매출이 MBC 전체 매출의 1/4 이상을 차지하고 있다고 한다. 해외사업부는 해외 방송사, 해외 IPTV, 교민 방송을 대상으로 MBC 콘텐츠의 방영권을 판매하고 있으며, 다매체유통부는 국내 IPTV, CATV, 웹하드 등의 유통을 담당하고, 방송콘텐츠부는 계약이 이루어지는 사업자에게 실제적으로 MBC의 콘텐츠 아카이빙에서 콘텐츠를 전달하는 역할을 한다.

그밖에 뉴미디어사업국에서는 국내외 온라인, 모바일 플랫폼에 대한 콘텐츠 유통 사업 및 부가 사업 등을 하고 있다. 팟(poog), 유튜브, 다음 등 온라인과 모바일 등 뉴미디어 플랫폼에 MBC 콘텐츠 유통과 프로그램 부가 사업 등의 일을 담당하고 있다고 생각하면 된다.

다매체유통부 어떤 부서?

다매체유통부는 올해 6월에 신설된 부서로 국내외 IPTV, 케이블TV 실시간 및 VoD 계약, 80여 개의 웹하드와의 공급, 계약 및 불법 콘텐츠 유통에 대한 단속을 주로 담당하고 있다. 그 전까지 다매체유통부는 뉴미디어사업국에 같이 있었으나 6월에 분리가 되었다. 유료방송매체와 지상파 콘텐츠의 재송신료에 대한 분쟁은 블랙아웃이 될 정도로 방송계는 물론 시청자에게도 큰 이슈라고 할 수 있다. 그만큼 MBC의 중심에 있는 부서이다.

구성원으로는 부장 1명, 부서원 4명의 단출한 인원이지만 회사 매출의 상당 부분을 차지하고 있기 때문에 한 사람이 수백억 대의 큰 매출을 담당한다. 다매체유통부는 올 해 계약은 대부분 마무리 되었지만 계약 중일 때는 IPTV, 케이블 사업자들과 외부 회의가 굉장히 많다. 건 별에 따라서는 방송 3사가 의견이 다를 수 있어, 방송사와도 회의를 하고 있고, 계약이 체결되면 매달, 매 분기로 정산을 한다. 올해는 계약이 끝나서, 2014년도 계약을 위해 준비하고 있으며 콘텐츠 유통에 대한 신규 기획도 하고 있다. 짧게 하는 일만 알아보았는데도 허를 내두를 정도로 많은 업무와 업무에 따른 강도가 느껴지는 것 같다.



다매체유통부가 위치한 을지로 미래에셋센터원 빌딩 16층

최근 계약에 대해

방송이 된 콘텐츠를 한 주 후면 볼 수 있었지만 현재는 '3주 홀드백'과 같은 FoD(Free on Demand) 혹은 SVoD(Subscriber Video on Demand)라 하여 8월 12일부터는 3주가 지나야 무료로 IPTV 등을 이용해 볼 수 있도록 정책을 바꾸었다. 바뀌고 난 후, 3사 월정액 상품에 대해 유도를 하고 있고, 점차 월정액 상품에 대한 가입자 수가 늘어나는 추세라고 한다. 아직 3개월밖에 지나지 않아 변화의 단계에 있지만 2014년 중반기가 되면 더욱 콘텐츠로 인한 수익이 늘 것으로 보이며, IPTV도 11월이 되어서야 3사와 계약이 체결된 만큼 이처럼 계약 한 건, 한 건에 대해 수개월씩 걸리는 주로 일이 많다.

많은 사람들이 계약에 있어 '왜 빨리 이루어지지 않는지' 궁금해할 수가 있다. 해당 실무자들은 계약서 문구 하나에도 신경을 써야 하고, 그에 따른 결과가 지상파 전체에 영향을 줄 수 있기 때문에 부담 아닌 부담을 느끼고 있다고 하겠다. 지상파 3사의 조율도 필요하고, 거기에 콘텐츠 판매가 MBC의 주요 수입원이기에 실제 압박까지 더하면 다매체유통부의 부서원들은 슈퍼맨이 아닐는지.

MBC 콘텐츠에 대해 물어보니

역시나 콘텐츠가 잘 팔리기 위해서는 콘텐츠가 잘 만들어져야 한다. 모든 사람들이 느끼는 것인데 쉽지는 않은 일이다. 하지만 잘 만든 콘텐츠는 OSMU처럼 다양하게, 그리고 꾸준히 팔릴 수 있다. 다매체유통부에서 정한 올해의 MBC 효자 프로그램은 역시나 '무한도전'. 얼마 전에는 '2013 무한도전 자유로 가요제'로 인해 급격히 판매되었다. 이밖에 일요일 저녁 시간대의 화제가 되고 있는 '진짜사나이'와 '아빠, 어디가'도 중반기 이후, 판매가 활발히 되었다고 하니, 잘 만든 콘텐츠의 위상이 어떠한지 보여주는 듯하다. 특이한 사항은 시청률과 콘텐츠 판매가 꼭 정비례하는 것은 아니라는 점이다. 타 사의 시청률이 높더라도 판매에 있어서는 MBC가 높은 판매율을 보이고 있어 유통시장에서 MBC 콘텐츠의 높은 경쟁력을 알 수 있다.

콘텐츠 재송신료 분쟁을 위해 준비는 어떻게 하나?

얼마 전에 케이블 MSO CJ와의 재송신에 대한 소송의 결과로 지상파 방송사는 그에 따른 재송신료를 받게 되었다. 유료방송 사업자가 서비스하는 지상파의 재송신에 대해 가입자당 대가를 받고 있는데, 미국 같은 경우를 보면, CBS, NBC, Fox TV 등도 유료방송사업자와의 분쟁 등이 있고, 그에 따른 금액이 올라가고 있다. 올해 9월에도 CBS와 Time wanner Cable과의 재송신료 분쟁에서 블랙아웃이 되는 일이 있었고, 결과적으로 재송신료가 올라갔다. 미국의 지상파 방송사들이 케이블 사업자와의 재송신료의 상승으로 광고 감소에 대해 대처하듯 우리나라 지상파도 그렇게 되길 원하고 있으며, 재송신료 대가에 대해서는 분쟁의 소지가 있을 수 있어 이에 대한 준비로 하고 있다.



그밖에

방송 3사 중에서 현재 20년 이상의 방송 콘텐츠 아카이빙이 된 곳은 MBC밖에 없기에 이 부분에 있어서도 콘텐츠 유통에 있어 많은 장점이 있다. 1980년대 중반 이후 프로그램은 전부 파일화가 되어 있어서, 언제든지 MBC가 원하는 플랫폼에, 원하는 포맷으로 고화질 콘텐츠를 제공할 수 있다고 한다. 비록 SD이기에 현재의 Full-HD에는 못하지만 비교적 고화질 콘텐츠를 제공할 수 있어, 비교적 안정적인 MBC의 수익원이다.

Interview 김성우 MBC 다매체유통부 부장



부장님 소개와 사무실의 위치가 생소한데 이 부분도 설명 부탁드립니다.
작년에 해외사업부 부장을 맡고 있다가 올해 5월 24일부로 다매체유통부의 부장을 맡게 되었습니다. 기존 뉴미디어사업부에서 하던 일이 재송

신, VoD를 담당하는 다매체유통부와 순수하게 뉴미디어를 다루는 뉴미디어사업부로 나누어지면서 업무의 효율화와 조직화에 대한 부분이 더욱 강화되었다고 볼 수 있겠습니다. 현재 저희 사무실 위치가 여의도나 상암 MBC가 아닌 따로 떨어진 위치에 있는데 약간 의아하게 여겨지실 겁니다. 이곳이 원래는 미디어랩을 위해서 마련된 공간이지만 그 결과로 인해 사업을 담당하는 부서에 대한 배려 차원으로 현재 을지로에서 일하고 있습니다. 위치 등이 좋기에 다들 만족하고 있지만 본사와의 업무도 있고, 계약이 2년 되어 있어서 내년 가을에는 상암 MBC로 이동할 예정입니다.

다매체유통부를 포함한 글로벌사업본부가 다양한 출신의 인원으로 구성되어 있다고 하는데요.

네, 글로벌사업본부에는 기술 출신의 사람들이 많습니다. 뿐만 아니라

“저희 모두 한 가지 일만 하는 것이 아닌 다양한 분야에 연결된 업무를 하며, 또한, 회사의 매출과 직결되어 있기에 눈에 보이지 않는 부서원들의 책임감과 사명감이 강한 부서라고 할 수 있습니다.”

PD, 경영, 카메라 감독 출신 등 다양한 분야의 사람들로 이루어져 있습니다. 사업이라는 부분이 여러 사람, 다수의 부서와 연결이 되어 있다 보니 자연스럽게 현재와 같은 인력 구성이 된 것이 아닌가 합니다. 일하는 직원들도 상당히 업무에 대해 만족을 하고 있습니다. 저희 모두 한 가지 일만 하는 것이 아닌 다양한 분야에 연결된 업무를 하며, 또한, 회사의 매출과 직결되어 있기에 눈에 보이지 않는 부서원들의 책임감과 사명감이 강한 부서라고 할 수 있습니다. 기회가 된다면 후배들도 이런 쪽 일을 경험해 보면 좋을 것 같습니다.

MBC 콘텐츠의 유통과 계약에 대한 업무를 다루고 계시는데, 어려움이 있다면 어떤 일이 있는지요?

콘텐츠 유통, 계약에 관해서는 실무자들이 워낙 잘하고 있기 때문에, 큰 어려움은 없지만 난해한 업무로 이런 경우가 있습니다. IPTV나 케이블TV로 지상파의 월 정액제(13,000원)에 가입을 하면 이 금액의 35%는 유료방송사의 몫이고, 나머지 65%는 지상파 방송의 몫인데 이것을 또 지상파 방송 3사에서 나누어야 합니다. 그러나 방송 3사 하고도 나누기도 쉽지 않은 경우가 많이 있습니다. 이에 관해 유료방송사 쪽하고도 얘기를 해야 하는 부분도 생기고요. 280원을 받는다고 거기서 끝나는 것이 아닙니다. 각 사마다 사정이 있기에 외부 사람들이 알지 못하는 여러 가지 일이 많습니다. 날카로운 대결이 이루어지기도 하는 지루한 싸움의 연속이라고 볼 수 있습니다.

미디어 소비의 변화와 함께 CJ와 같은 거대 케이블사업자의 위상은 날로 높아지고 있는 반면, 이에 반해 지상파 방송은 정체의 모습을 보이고 있습니다. 이에 대한 지상파 방송의 돌파구가 있다면 어떤 방안들이 있는지 솔직한 답변을 들어보고 싶습니다.

올해가 유통사업, 재송신, VoD에 대한 일이 안정화된 시점입니다. 그렇기에 내년에는 큰 이슈가 없습니다. 때문에 내년 저희 부서는 도약 단계 차원의 준비가 이루어질 예정입니다. 심도 있는 연구와 조사가 필요하겠지요. 케이블의 경우에는 HD 케이블에 가입한 경우만 재송신료를 받고 있습니다. 그렇기에 클리어람이나 8VSB 등이 이슈가 되는 것이 아닌가 합니다. 그런 문제는 너무나 거시적이기에 저희가 어떻게 할 수 있는 것은 아니고, VoD에 대해서는 전략을 만들려고 합니다.

올해 8월 하순부터 무료 VoD가 3주로 바뀌었기 때문에, 콘텐츠에 대한 소비자들의 인식을 키우고 있고, 소비도 조금씩 늘어나고 있는 것 같습니다. 내년에는 좀 더 다양한 VoD 서비스를 제공할 수 있도록 기획하고 있습니다.

가장 중요한 것은 역시나 콘텐츠 자체의 경쟁력입니다. 전부는 아니지만 시청률이 높은 프로가 VoD 시장에서도 힘을 발휘하고 있고, ‘해를 품은

달’은 여전히 많은 분들이 보고 계십니다. 고민이 되는 것은 많은 드라마 제작이 외주제작사에 의해 이루어지고 있는데, 그 유통에 대한 권리도 외주제작사에서 가져가기 때문에 장기로 보면 콘텐츠 수급에 큰 문제가 되고 있습니다. 제작비의 증가와 인력 등의 문제로 현재 방송사에서 다루기는 어려운 점이 많기에 우려가 되는 부분입니다.

지상파에 대한 정부 차원의 규제 등도 풀어야 할 것 같습니다. 지상파 이기에 상대적인 불이익을 받는 경우가 있습니다. 다채널에 대한 부분도 좀 더 생각을 해보아야 하는 부분입니다. 다채널을 하는 것이 지상파에 분명한 수익을 보장해 줄 수 있는지 말입니다. 많은 검토와 이해가 필요하다고 생각합니다.

다매체유통부의 에피소드를 들려주시거나 부서 자랑을 하신다면?

자세한 이야기는 업무상 말씀을 드릴 수는 없습니다만 한 가지를 말씀드리겠습니다.

몇 가지 계약 건에 대해 우리 부서가 끈질기게 기다렸던 적이 있습니다. 빨리 계약을 한다면 불리한 조건에서 계약을 할 여지가 있지만 기다려서 오히려 잘 된 일이 몇 가지 있습니다.

또, 이런 일이 있습니다. 저희 부서원들이 굉장히 꼼꼼한 편입니다. 예를 들어 부서원 한 명이 외부의 정산 자료를 보다가 몇 가지가 누락된 것을 찾은 겁니다. 상대방도 고의로 한 것은 아니지만 결국 바로잡아 6억 원의 매출이 더 늘어났습니다. 자료를 보며 잘못된 점을 찾기가 정말 힘든데, 굉장히 상사로서 부서원을 칭찬해주고 싶은 부분입니다.

마지막으로 저희 업무 중 불법 콘텐츠 유통 단속이 있습니다. 미국에서 유학생이나 교민들을 대상으로 하는 불법 웹하드가 성행했었습니다.

이러면 안되겠다 싶어 북미 지역의 웹하드를 국내 최초로 단속했었습니다. 더욱이 웹하드 업체에 배상금을 부과하고, 금전적으로만 하면 또 불법 유통이 되기 때문에 정상 유통을 위해 웹하드 업체와의 계약까지 체결한 것이지요. 이미 2개사와 정식 계약을 완료했고, 1개사와 곧 계약을 할 예정입니다. 미국은 불법 콘텐츠를 유통시킨 사람과 받는 사람 모두 불이익을 받을 수 있는 여지가 국내에 비해 매우 민감한 편입니다. 이런 환경에서 정식 계약을 완료한 웹하드 업체의 경우 기존과는 달리 홍보를 통해 교민들에게 콘텐츠에 대해 믿음을 줄 수 있기에 오히려 이제는 방송 콘텐츠에 대한 분위기가 바뀌어 웹하드 업체에서 먼저 계약을 하자고 하는 추세입니다. 콘텐츠 시장에 대한 인식인 바뀐 좋은 예라고 할 수 있습니다.

MBC다매체유통부에 대해 많이 알게되셨나 모르겠습니다. 감사합니다.