

IV. 동향 브리프

1 넷플릭스, <더 글로리>의 인기에 힘입어 K-드라마에 대한 투자 확대

출처

The New York Times,
“‘The Glory’ Was a Hit.
Now Netflix Is Spending
More on K-Dramas.”,
2023.05.07.

학교 폭력 피해자의 복수를 다룬 드라마 <더 글로리>가 전 세계적으로 선풍적인 인기를 끌 가운데 넷플릭스가 한국 콘텐츠에 25억 달러를 추가로 투자할 계획을 발표

- ◎ <더 글로리>는 2022년 12월과 2023년 3월 각 8개의 에피소드가 공개된 총 16부작 드라마로, 2023년 5월 첫째 주 넷플릭스 비영어권 인기 TV 프로그램 순위 5위에 등극
 - <더 글로리>는 수 세기 동안 드라마의 인기 소재로 사용된 ‘집단 괴롭힘(bullying)’과 ‘복수(revenge)’를 하나로 엮어 ‘오징어 게임’과 같이 웅장한 세트와 화려한 시각적 효과 없이도 정익에 굶주린 한국과 해외의 시청자들을 매료
- ◎ 넷플릭스는 <더 글로리>를 통해 스토리라인과 캐릭터에 초점을 맞춘 프로그램도 전 세계적으로 통할 수 있다는 것을 보여줬다는 사실에 의미가 있다고 강조
 - <더 글로리>는 13주 동안 넷플릭스 비영어권 인기 TV 프로그램 순위 상위 10위 안에 머물며 <오징어 게임>, <지금 우리 학교는>, <이상한 변호사 우영우>에 이어 한국 드라마 중 4번째로 비영어권 인기 TV 프로그램 순위 상위 10위권 진입
 - 넷플릭스는 올해에만 30개 이상의 한국 드라마, 영화 및 버라이어티 쇼를 출시할 예정이며 이를 통해 <더 글로리>의 성공을 이어가기를 희망
 - 넷플릭스는 <더 글로리> 후반 8개 에피소드를 공개한 지 3주 만인 2023년 3월 말, 또 다른 한국 스릴러물인 영화 <길복순>을 공개한 가운데 <길복순>은 지난 5주간 넷플릭스 비영어권 인기 영화 순위 10위권 내 유지
- ◎ 넷플릭스는 전 세계적인 한국 콘텐츠의 인기에 힘입어 향후 4년 동안 한국 콘텐츠에 25억 달러(3조 3,200억 원)를 투자할 것이라고 발표
 - 넷플릭스의 공동 CEO인 Ted Sarandos는 윤석열 대통령과 만난 자리에서 <오징어 게임>, <피지컬: 100>, <더 글로리>등 히트작을 언급
 - 또한, Sarandos는 한국 콘텐츠가 글로벌 문화 및 시대의 중심에 있다고 강조