

IV. 동향 브리프

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
끈 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

IV. 동향 브리프

2 디즈니 플러스, 3개월 만에 가입자 400만 명 감소

출처

NDTV, "Disney+ Streaming Service Loses 4 Million Subscribers In 3 Months, Most From Asia", 2023.05.11.

디즈니 플러스는 2023년 1분기 3개월 만에 400만 명의 스트리밍 서비스 가입자가 구독을 해지함에 따라 전체 가입자 수가 1억 5,780만 명으로 감소한 가운데 구독 해지 사례 대다수가 인도 지역에서 발생

- 디즈니 플러스는 The Walt Disney Company(이하 "Disney")의 미디어-엔터테인먼트 배급부서가 운영하는 구독형 OTT 서비스로 2019년 11월 12일 정식 출시
- 인도 지역의 경우, Disney India의 자회사 Star India가 운영하는 디즈니 플러스 핫스타(Disney+ Hotstar)를 통해 스트리밍 서비스 제공
 - 핫스타는 인도의 국민적인 인기 스포츠인 크리켓 경기의 중계권을 잃고 난 후, 2023년 1분기 동안 수백만 명의 이용자가 이탈하는 상황에 직면
 - 핫스타 서비스를 구독 해지하는 사례가 증가함으로써 디즈니 플러스의 가입자 수가 전 분기 대비 400만 명이나 감소하는 주요 원인이 됨
 - 디즈니 플러스는 지난 12월 미국과 캐나다에서 구독료를 인상한 이후 30만 명의 서비스 가입자가 구독을 해지한 바 있음
- 한편, Disney는 넷플릭스와의 경쟁을 위해 쏟아 부은 막대한 자금을 회수하는 데 어려움을 겪으며 비용 절감에 착수
 - Disney의 전 회장 Bob Iger는 회사가 직면한 위기를 해결하기 위해 2021년 11월 CEO로 복귀한 이후, 2022년 2월 직원 7,000명 감원을 통해 55억 달러(7조 3,000억 원)의 비용을 절감하겠다는 개편안을 발표
 - Disney는 스트리밍 사업에 대한 투자를 확대하면서 전통적 TV 사업 부문에서 어려움을 겪고 있으며, 올해 선형 네트워크(linear network)의 영업 수익은 전년 대비 35% 감소한 18억 달러(2조 3,904억 원)를 기록
 - ESPN 등 주요 스포츠 프로그램의 중계 및 제작비는 증가하는 반면, ABC 방송국 등 자회사의 광고 수익은 감소하며 선형 네트워크의 영업 수익 감소로 연결

IV. 동향 브리프

3 할리우드 작가들, ‘넷플릭스 파업’ 돌입

출처

Los Angeles Times,
“Hollywood is calling
it ‘the Netflix strike.’
Here’s why”, 2023.05.08.

할리우드 영화방송 프로그램 작가 1만 1,500명이 소속된 미국작가조합(Writers Guild of America)이 전례 없는 장기 파업에 돌입한 가운데 일각에서는 이를 ‘넷플릭스 파업’이라 명명

- 2023년 5월 2일 시작된 미국작가조합의 파업이 장기화되고 있는 가운데 많은 작가들이 거리로 나와 임금 인상 및 근무 환경 개선을 요구
 - 파업에 참여한 작가들은 넷플릭스로부터 시작된 스트리밍 혁명에 따른 비즈니스 모델의 변화가 노동환경에 미치는 영향에 대해 피력
- 넷플릭스는 엔터테인먼트 산업에 새로운 바람을 불어넣으며 엔터테인먼트 산업의 중심이자 변화의 주체로서 영향력을 확장
 - 넷플릭스는 유료 TV 서비스보다 저렴한 요금으로 다음 에피소드를 기다릴 필요 없이 VOD 서비스를 통해 소비자가 원하는 프로그램을 시청할 수 있도록 함으로써 소비자의 TV 및 영화 시청 방식 변화에 기인
 - 넷플릭스는 〈오징어 게임〉, 〈브리저튼(Bridgerton)〉, 〈타이거 킹(Tiger King)〉과 같은 히트작을 선보이면서 프로그램 제작에 연간 약 170억 달러를 투자하며 할리우드에서 가장 영향력 있는 고용주 중 하나로 입지를 확장
- 그러나, 많은 작가들은 넷플릭스가 프로그램 제작 방식 및 보상 체계를 바꾸면서 작가들의 처우 등 노동환경에 악영향을 미치고 있다고 지적
 - 넷플릭스는 TV 프로그램보다 적은 수의 에피소드 및 시즌으로 프로그램을 제작하며 적은 수의 작가를 고용해 단기간에 작업을 수행하는 방식을 채택
 - 또한 영화가 케이블 TV를 통해 방영되거나 프로그램이 재방송 되는 경우 등 추가 수익에 대한 잔여 보상이 이루어지던 기존의 방식이 아닌 선지급 방식을 채택함에 따라 작가들의 노동 강도는 높아진 반면 수익은 감소
 - 월트 디즈니, 아마존 스튜디오, 워너 브라더스, 디스커버리 등 넷플릭스와의 경쟁을 선언하며 스트리밍 서비스를 시작한 전통적인 미디어 기업 또한 넷플릭스의 방식을 수용함에 따라 해당 방식이 업계의 관행으로 고착

IV. 동향 브리프

4 넷플릭스, 2023년 1분기 실적 발표

출처

AP, "Netflix reports a first-quarter burst in subscriber growth", 2023.04.19.

넷플릭스가 급격한 가입자 감소로 위기에 직면한 이후 반등하며, 3분기 연속 전문가들의 예측을 상회하는 가입자 증가세를 지속

- 2023년 4월 18일 발표된 자료에 따르면 1분기(1~3월) 동안 175만 명의 가입자가 증가하며 데이터 분석업체 FactSet의 설문조사를 통해 전문가들이 제시한 평균 예상치보다 약 55만 명 이상 많은 수준의 가입자를 확보
- 이번 1분기 구독자 증가분은 넷플릭스의 1분기 역대 최대 증가치보다는 적은 수준이나 전년 동기 20만 명의 구독자를 잃은 상황과 대조를 이룸
 - 넷플릭스는 지난해 10여 년 만에 처음으로 예상 밖의 1분기 손실을 기록함에 따라 광고가 포함된 저가 요금제를 출시하고 계정 공유에 대한 단속을 시행
 - 또한, 경영진은 월스트리트의 시선을 구독자 규모에서 재무 지표로 돌리기 위해 분기별 가입자 증가분 예측을 중단
- 넷플릭스의 전년 동기간 대비 1분기 수익은 18% 감소했으며 총 매출은 4% 증가
 - 올해 1분기 수익은 13억 달러(약 1조 7,141억 원)로 전년 동기간 대비 18% 감소한 것으로 나타났으나 주(share)당 수익은 FactSet의 예측보다 다소 높은 수준인 2.88 달러(약 3,800원)를 달성
 - 매출은 전년 동기간 대비 4% 증가한 81억 6,000만 달러(약 10조 7,590억 원)로 FactSet의 예상치보다 다소 낮은 증가세를 기록
- 넷플릭스는 이용자들의 계정 공유를 제한하기 위해 단속에 착수
 - 넷플릭스는 강력한 성장세를 보이는 동안은 계정 공유 행위를 단속함으로써 이용자들을 자극할 이유가 없었으나 작년 상반기에 대규모 가입자 이탈 현상을 기점으로 전략을 전환
 - 넷플릭스는 단계적으로 강력한 계정 공유 단속을 시행함으로써 타인의 계정에 무임승차한 이용자 약 1억 명을 대상으로 추가 요금을 부과하는 등 수익을 창출할 계획이며, 6월 말까지 이를 완료할 예정

IV. 동향 브리프

5 커넥티드 TV, 스트리밍 전쟁의 새로운 강자로 급부상

출처

Fortune, "The real streaming wars are not between Netflix and Disney. Asian smart TV makers and Silicon Valley are vying to capture your living room—and upend legacy media", 2023.04.21.

스트리밍 서비스의 확산과 경쟁 심화로 인해 '스트리밍 전쟁'이 야기되고 있는 가운데 넷플릭스는 다른 스트리밍 플랫폼 경쟁사가 아닌 커넥티드 TV와의 경쟁에 직면

- 넷플릭스와 디즈니 플러스 등 스트리밍 서비스가 증가함에 따라 '스트리밍 전쟁'으로 일컬을 만큼 사업자 간 경쟁이 심화되는 듯 보이나, 스트리밍 서비스는 상호 배타적인 관계를 띄지 않으며 소비자가 원하는 만큼 중복 구독이 가능
 - 조사 결과 평균적으로 미국 가정은 이미 5.2개의 스트리밍 서비스를 이용하고 있으며 이는 몇 년 전과 비교해 400% 증가한 수치
 - 수십 년 전, 'TV 전쟁'은 3개 방송사 간의 경쟁으로 시작되었으며, 이들은 현재까지 모두 살아남았을 뿐 아니라 200개 이상의 채널로 폭발적으로 확대
 - 오늘날, 스트리밍 플랫폼은 과거 방송사들이 'TV 전쟁'을 겪었던 것과 같은 상황에 직면하고 있는데 스트리밍 서비스가 1만 개 이상으로 급증하면서 이는 '스트리밍 전쟁'이 아닌 거대 해일을 동반한 '스트리밍 쓰나미' 수준으로 확대
- 그러나 커넥티드 TV로부터 촉발되고 있는 경쟁은 모바일 기기를 통해 제공되는 스트리밍 서비스와는 달리 각 가정 당 1~2대에 불과한 텔레비전을 매개로 한 승부로서 진정한 '스트리밍 전쟁'을 야기
 - 인터넷에 연결이 가능한 커넥티드 TV는 '스트리밍 쓰나미'를 확산하는 플랫폼으로서 현재 미국 가정의 87%가 커넥티드 TV를 보유하고 있는 것으로 확인
 - 비즈니스 모델도 변화를 맞이하고 있는데, 과거 유료 TV가 다양한 콘텐츠를 확보하고자 워너 브라더스, 월트 디즈니 등 콘텐츠 제공업체에 수십억 달러를 지출했다면, 현재는 콘텐츠 제공업체가 자사의 스트리밍 앱을 판촉하기 위해 커넥티드 TV에 수백만 달러를 지불하는 방식으로 전환
 - 특히 커넥티드 TV의 홈 화면은 소비자의 시청 접근성 및 콘텐츠 소비 가능성을 한층 높여주는 공간으로 자리매김
 - 넷플릭스 또한 자사로부터 분사한 후 커넥티드 TV 분야에서 입지를 굳힌 Roku의 재인수를 추진함으로써 타 커넥티드 TV와의 경쟁에서 우위를 점하기 위해 노력 중

IV. 동향 브리프

6 넷플릭스, 미국에서 계정 공유 단속에 착수

출처

CNN, "Netflix begins password sharing crackdown in the US", 2023.05.24.

Variety, "Netflix Launches Paid Sharing in U.S., Will Start Blocking Users With Unauthorized Passwords". 2023.05.23.

넷플릭스가 오랜 관행이었던 비밀번호 제공을 통한 계정 공유를 제한하기 위한 방편으로써 2023년 5월 23일 계정 공유 제한 및 단속 조치를 공식적으로 발표

- 넷플릭스는 가족 이외의 사람들과 계정(비밀번호)을 공유하는 미국 내 가입자들에게 이메일을 통해 새로운 '이용자 추가' 옵션을 제시
 - 넷플릭스는 계정 소유자에게 가구 내 구성원 외의 사람들과 계정 공유를 지속하기 위해서는 추가 이용자 당 매월 7.99달러의 추가 요금을 결제할 것을 요구
 - 넷플릭스는 계정 공유가 자사 서비스의 성장을 촉진하는 주요 요인이 됨에 따라 이를 관망해 왔으나, 2022년에 들어서는 계정 공유 행위를 점차 단속하겠다고 계획을 발표하기도 함
 - 또한, 넷플릭스는 적절한 비용을 결제하지 않고 계정 소유자의 가구 외부에서 로그인을 시도할 경우 해당 기기의 접근을 차단할 예정이지만, 가입자의 경우 휴가지에서 대여한 기기를 이용하거나 호텔에서 TV를 새롭게 활용하더라도 서비스에 지속 접근할 수 있다고 설명
 - 넷플릭스는 계정 소유자와 함께 거주하는 가구 내 구성원을 위해 계정 공유 시 사용할 수 있도록 프로필 추가 기능을 제공하고 있으며, 가구 외부에 거주하는 이용자들은 유료 계정에 새로 가입하거나 추가 이용자 등록을 통해 정당한 요금을 결제해야 한다고 강조
- 넷플릭스는 전 세계적으로 1억 가구 이상이 계정을 공유하고 있는 것으로 추정됨에 따라 허용 가능한 수준을 넘어섰다고 판단하고 2023년 초 캐나다, 포르투갈, 스페인을 포함한 여러 국가에서 비밀번호 공유 행위를 단속하기 시작
 - 가구 외 추가 등록 이용자 당 매월 부과되는 추가 요금은 ▲영국 4.99파운드(약 8,185원) ▲아일랜드 4.99유로(약 7,110원) ▲노르웨이 39크로네(약 4,671원) ▲스웨덴 49크로나(약 6,017원) ▲덴마크 39크로네(약 7,460원) ▲네덜란드 3.99유로(약 5,685원) ▲호주 7.99호주달러(약 6,917원) ▲필리핀 149페소(약 3,540원) ▲말레이시아 13링깃(약 3,752원) ▲홍콩 28홍콩달러(약 4,747원) ▲싱가포르 6.98싱가포르달러(약 6,853원)로 국가별로 상이

IV. 동향 브리프

7 파라마운트, 파라마운트 플러스와 Showtime의 통합 스트리밍 서비스 출시

출처

CNBC, "Paramount streaming service to merge with Showtime on June 27", 2023.05.22.

파라마운트 글로벌의 대표적인 스트리밍 서비스인 파라마운트 플러스가 2023년 6월 27일 미국에서 케이블 TV 채널인 Showtime과 통합된 형태의 스트리밍 서비스를 새롭게 출시될 예정이라고 발표

- 파라마운트는 프리미엄 케이블 TV 채널인 Showtime과의 합병으로 파라마운트 플러스의 구독료를 인상할 계획
 - Showtime의 프리미엄 서비스가 포함된 파라마운트 플러스의 구독료는 9.99 달러에서 11.99달러로 인상되며, Showtime의 콘텐츠가 포함되지 않은 구독료는 4.99달러(약 6,627원)에서 5.99 달러(약 7,955원)로 인상
 - 파라마운트는 Showtime과의 합병을 통해 Showtime을 파라마운트 플러스로 리브랜딩하고, 2023년 말까지 Showtime 앱 서비스를 종료할 계획
 - 합병 후, Showtime TV는 〈옐로우스톤(Yellowstone)〉, 〈크리미널 마인드(Criminal Minds)〉등 장수 인기 프로그램의 스핀오프 시리즈 등 파라마운트 플러스가 제작하는 오리지널 콘텐츠를 유료 TV 추가 요금제 가입자들에게 제공할 예정
 - 파라마운트는 올해 파라마운트 플러스의 최대 손실이 예상된다고 밝힌 바 있으며 이번 합병이 콘텐츠 지출 규모를 줄이는 데 도움이 될 것으로 전망
- 미디어 기업들은 최근 스트리밍 서비스를 통한 수익 창출을 위해 콘텐츠 지출 절감에 초점을 맞추고 다양한 전략을 단행
 - 워너 브라더스 디스커버리(Warner Bros. Discovery)는 합병 이후 비용 절감에 성공한 가운데 워너 브라더스의 스트리밍 서비스인 HBO Max와 디스커버리의 스트리밍 서비스인 디스커버리 플러스를 결합한 통합형 스트리밍 서비스 플랫폼인 Max를 2023년 5월 23일 출시
 - 디즈니는 올해 30억 달러(약 4조 원)의 콘텐츠 지출을 포함하여 55억 달러(7조 3천억 원)의 비용을 절감할 것을 발표하고 자사의 스트리밍 서비스 플랫폼 디즈니 플러스에 Hulu의 콘텐츠를 추가

IV. 동향 브리프

8 '맥스', HBO 맥스와 디스커버리 플러스의 결합으로 콘텐츠의 다양성 확대

출처

USA Today, "Meet Max: What you can watch on the new app that combines HBO Max and Discovery+", 2023.05.22.

HBO 맥스와 디스커버리 플러스가 모기업 워너미디어-디스커버리 간 합병을 통해 워너 브라더스 디스커버리로 재탄생하며 통합 스트리밍 플랫폼 '맥스'를 새롭게 출시

- HBO 맥스가 '맥스'로 리브랜딩되어 2023년 5월 23일 새롭게 출시됨에 따라 HBO 맥스의 가입자들은 기존과 동일한 아이디 및 비밀번호를 통해 로그인 가능
 - HBO 맥스는 적어도 2023년 11월까지 구독료를 인상할 계획이 없으며 기존 가입자들은 동일한 비용으로 서비스 이용이 가능
 - HBO 맥스를 무료로 구독하는 HBO 케이블 가입자들은 이제 '맥스'를 무료로 구독하게 되며 기존 가입자들은 계정 설정 및 시청 기록을 모두 동일하게 유지
- '맥스'는 광고 재생 여부, 동시 시청 기기 수 등 혜택에 따라 세 가지 요금제를 제공하며, 가입자들은 '맥스'를 통해 HBO 맥스와 디스커버리 플러스의 모든 프로그램을 시청 가능
 - (Ad-Lite 요금제) 월 9.99 달러(약 1만 3,267원) ▲광고: 포함 ▲동시 시청 가능 기기 대수: 2대 ▲해상도: 1080p HD ▲오프라인 다운로드: 미포함 ▲5.1 서라운드 음질 보장
 - (Ad Free 요금제) 월 15.99달러(약 2만 1,235원) ▲광고: 미포함 ▲동시 시청 가능 기기 대수: 2대 ▲해상도: 1080p HD ▲오프라인 다운로드: 최대 30개까지 ▲5.1 서라운드 음질 보장
 - (Ultimate Ad Free 요금제) 월 19.99달러(약 2만 6,547원) ▲광고: 미포함 ▲동시 시청 가능 기기 대수: 4대 ▲해상도: 1080p HD ▲오프라인 다운로드: 최대 100개까지 ▲돌비 애트모스(Dolby Atmos)¹⁾ 음질 보장
 - 한편, 디스커버리 플러스는 여전히 독립 실행형 서비스로 이용이 가능하나 디스커버리 콘텐츠가 포함되지 않은 HBO 맥스의 독립 실행형 서비스는 이용이 불가

1) 청중을 몰입시켜 모든 영상을 소리로 들을 수 있게 해주는 자연스럽고 실감 나는 음향 기술로 2021년 영화관용으로 처음 선보인 이후 노트북이나 태블릿 PC에도 적용

IV. 동향 브리프

9 CNET, 넷플릭스에서 시청해야 할 최고의 한국 드라마 12편 추천

출처

CNET, "The 12 Best K-Dramas to Stream on Netflix Right Now", 2023.05.12.

한국 TV 시리즈가 전 세계적으로 인기를 끌고 있는 가운데 IT 리뷰 전문매체 CNET 이 전 세계 K-드라마 팬들을 위해 넷플릭스에서 시청 가능한 한국 드라마 12편을 추천

- 〈택배기사〉(2023): 2071년 디스토피아를 배경으로 한 신작으로 심각한 공해로 인해 인간의 생존율이 1%에 불과한 상황에서 택배기사 '5-8'과 난민 '사월'이 깨끗한 공기에 대한 접근을 제한하는 대기업에 맞서 싸우는 내용을 전개
- 〈이상한 변호사 우영우〉(2022): 자폐 스펙트럼 장애가 있는 변호사 '우영우'를 중심으로 한 법정물로 로맨스, 코미디, 가족, 사회 문제 등 다양한 소재를 포함
- 〈더 글로리〉(2022): 학창 시절 끔찍한 집단 괴롭힘의 피해자인 교사 '문동은'이 인생을 바쳐 자신을 괴롭힌 사람들에게 복수하는 과정을 그린 드라마
- 〈나쁜엄마〉(2023): 홀로 자식을 키우기 위해 역척스러운 엄마가 될 수밖에 없었던 엄마 '영순'과 사고로 인해 7살 지능으로 돌아가 버린 검사 아들 '강호'의 이야기
- 〈환혼〉(2022): 가상의 국가 대호국을 배경으로 영혼을 바꾸는 '환혼술'로 인해 운명이 바뀐 주인공들의 이야기로 액션, 판타지, 음모, 로맨스 등 다양한 요소를 포함
- 〈나의 아저씨〉(2018): 삶의 무게를 버티며 살아가는 아저씨 삼형제와 거칠게 살아온 한 여성이 서로를 통해 삶을 치유하게 되는 이야기
- 〈지금 우리 학교는〉(2022): 좀비 바이러스가 발생한 고등학교에 고립되어 구조를 기다리던 학생들이 살아남기 위해 함께 사투를 벌이는 좀비물
- 〈사랑의 불시착〉(2019): 패러글라이딩 사고로 북한으로 넘어간 남한의 상속녀 '윤세리'와 북한 장교 '리정혁'의 비밀스러운 러브스토리를 다룬 드라마
- 〈스위트홈〉(2020): 사고로 가족을 잃은 은둔형 외톨이 고등학생 '현수'가 그린홈으로 이사 간 후 겪게 되는 기괴하고 충격적인 일들을 담은 판타지 스릴러
- 〈일타 스캔들〉(2023): 사교육의 중심지에서 펼쳐지는 전직 국가대표 출신 반찬가게

사장 '행선'과 대한민국 수학 일타 강사 '치열'의 러브스토리를 다룬 드라마

- ◎ 〈퀸메이커〉(2023): 대기업 전략기획실 출신 이미지 메이킹 전문가가 정의로운 인권변호사를 서울시장으로 만들기 위해 고군분투하는 과정을 그린 정치 스릴러
- ◎ 〈미스터 션샤인〉(2018): 신미양요 때 군함에 승선해 미국으로 간 소년이 미군 신분으로 조선에 돌아와 주둔하며 벌어지는 일을 그린 시대극으로 당시의 계급 제도와 정치적 상황 등을 밀도 있게 묘사한 작품

IV. 동향 브리프

10 넷플릭스, 다큐멘터리 〈퀸 클레오파트라〉를 둘러싼 논란에 직면

출처

Egyptian Streets,
"Netflix's Queen
Cleopatra
Documentary: Accurate
Depiction or Hollywood
Drama?", 2023.05.22.

넷플릭스가 4개의 에피소드로 구성된 다큐멘터리 〈퀸 클레오파트라〉를 제작 후 공개한 가운데 클레오파트라를 흑인으로 묘사한 것과 관련하여 논란이 제기

- 넷플릭스는 아프리카 역사에 기록될 만한 기념비적인 여성들을 주제로 하는 장편 다큐멘터리 시리즈인 〈African Queens〉의 일환으로 이번 작품을 제작
- 그러나 〈퀸 클레오파트라〉에서 클레오파트라가 흑인으로 묘사된 것과 관련하여 고대 이집트의 역사적 인물에 대한 '블랙워싱(blackwashing)¹⁾' 논란이 심화되며 해당 프로그램의 방영을 중지하라는 청원이 제기
 - 다큐멘터리는 할리우드의 배우 겸 성우인 Jada Pinkett-Smith가 목소리를 통해 클레오파트라를 소개하는 가운데 클레오파트라를 흑인으로 묘사하는 장면으로 시작
 - 이후, 뉴욕 Hamilton College의 고전학 교수인 Shelley Haley의 인터뷰로 전환되며, 교수가 어린 시절 할머니와의 일화를 통해 할머니로부터 클레오파트라가 흑인이라고 들었던 이야기를 회상하는 장면 이후 다큐멘터리가 본격적으로 시작
- 〈퀸 클레오파트라〉는 엔터테인먼트적 요소를 통해 시청자들에 재미와 흥미를 유발하도록 제작되었으나 시청자들은 역사적 인물 묘사에 대한 부정확성을 이유로 해당 작품에 대해 낮은 평점을 부여하고 비판을 제기
 - 특히, 이집트 젊은이들 사이에서 자신의 얼굴 절반을 이집트의 역사적 인물과 합성한 이미지를 만들어 게시하는 온라인 캠페인([#مصر_للمصريين](#))이 성행하며 '이집트는 이집트인들을 위한 것'이라는 해시태그가 확산
 - 이와 동시에 이집트는 현지 TV 채널 Al-Watha'eqeya를 통해 클레오파트라에 대한 자체 다큐멘터리를 제작할 계획임을 발표

1) 백인이 아닌 인물임에도 백인 배우를 캐스팅하는 관행인 '화이트 워싱(whitewashing)'에 대비되는 용어로, 인종적 다양성을 추구하는 취지에서 작품에 무조건 흑인을 등장시키는 추세를 비판하는 표현

IV. 동향 브리프

11 대형 미디어 기업, 스트리밍 수익 확보를 위해 광고 적극 도입

출처

CNBC, "Desperate for streaming profits, media giants look to a soft ad market for help", 2023.05.20.

스트리밍 서비스의 가입자를 유치하는 데 막대한 비용을 투입한 대형 미디어 기업들이 서비스의 수익성을 개선하기 위해 광고에 크게 의존

- 대형 미디어 기업들은 수익성 개선을 위해 스트리밍 서비스에 보다 많은 광고를 유입시키는 등 공격적인 전략을 추진
 - 구독자 증가율이 둔화되고 서비스 중단 및 재개를 반복하는 이용자들의 이탈 현상이 증가하는 등 여러 요인으로 인해 광고를 활성화하려는 움직임이 확산
- NBCUniversal은 최근 진행 중인 할리우드 작가 파업으로 인력이 부족한 상황에서 광고주들의 관심을 끌기 위해 테디베어 캐릭터가 등장하는 영상을 제작
 - 해당 영상에서 테디베어는 "We need ads(우리는 광고가 필요해)"라는 후렴구가 반복되는 음악에 맞춰 노래하고 춤을 추는 등 직접적으로 광고를 구걸
- 디즈니는 이달 초 실적 발표를 통해 광고 기반 서비스의 중요성을 새롭게 강조
 - 디즈니 CEO인 Bob Iger는 Hulu의 콘텐츠가 디즈니 플러스에 새롭게 추가될 것이라고 발표한 이후, 전체 스트리밍 시장이 단기적인 역풍에 직면하고 있음에도 Hulu와 디즈니 플러스의 결합으로 인한 광고 효과의 잠재력은 매우 크며 광고주들에게도 긍정적인 신호가 될 것이라고 강조
- 넷플릭스는 수년 동안 광고에 반대해 오던 입장을 철회하고 2023년 5월 17일 광고주를 위한 가상 프리젠테이션을 진행하며 광고 기반 서비스에 대한 정보를 제공
 - 넷플릭스는 저렴한 광고 기반 요금제를 도입함으로써 해당 요금제의 월간 활성 이용자 수가 500만 명에 도달했으며, 광고 기반 요금제 가입이 가능한 지역의 신규 가입자 중 25%가 해당 요금제를 선택했다고 설명
- 이처럼 다수의 스트리밍 서비스 플랫폼이 저렴한 요금의 광고 기반 스트리밍 서비스를 제공하고 있는 가운데 미국의 경우 2023년 1분기 광고 기반 서비스 가입자 수가 전년 동기 4,430만 명에서 5,520만 명으로 약 25% 가량 증가
 - 광고 기반 요금제 가입률은 2020년에서 18%에서 2022년 32%로 크게 상승

IV. 동향 브리프

12 디즈니 플러스 이용자, 디즈니의 인기 콘텐츠 서비스 중단 조치에 보이콧 선언

출처

Mirror, "Disney+ subscribers 'boycott' streamer as string of popular shows disappear from service", 2023.05.22.

CBR, "Bryan Cranston Urges Fans to Watch His Disney+ Film Before the Streamer Deletes It", 2023.05.22.

디즈니 플러스가 비용 절감 계획의 일환으로 2023년 5월 26일부터 플랫폼에서 마블(Marvel) 시리즈를 포함한 인기 영화 및 시리즈 50여 개 콘텐츠에 대한 서비스를 중단함에 따라 가입자들의 불만이 확산

- 디즈니 플러스는 디즈니 플러스 플랫폼에서 45개 콘텐츠, Hulu 플랫폼에서 13개 콘텐츠의 서비스를 종료할 예정임을 발표하고 서비스 종료 콘텐츠 목록을 사전 공개
- 일부 콘텐츠에 대한 서비스 중단 결정은 디즈니가 2023년 말 디즈니 플러스와 Hulu 플랫폼을 통합할 계획을 발표한 이후 공개
 - Disney CEO인 Bob Iger는 미국 고객들에 통합된 스트리밍 서비스를 제공하기 위해 통합 플랫폼을 도입할 것을 약속하고, 통합 플랫폼 출시 이후에도 디즈니 플러스, Hulu 및 ESPN+ 등 독립형 서비스를 유지할 계획이라고 설명
- 그러나 일부 서비스 중단 결정에 실망한 이용자들은 자신이 좋아하는 프로그램을 더 이상 시청할 수 없다면 해당 서비스를 위한 요금을 결제할 이유가 없다며 SNS 상에 디즈니 플러스에 대한 보이콧을 선언
- 디즈니는 2022년 12월 미국과 캐나다에서 디즈니 플러스의 구독료를 인상한 이후 가입자 30만 명이 구독을 취소하는 상황에 직면한 바 있음
 - 2023년에는 광고 미포함 요금제의 가격을 현재 10.99달러(약 1만 4,595원)에서 추가 인상할 예정
- 한편, <오직 하나뿐인 아이반>(The One and Only Ivan)의 배우 Bryan Cranston은 SNS를 통해 팬들에게 콘텐츠가 삭제되기 전에 이를 시청할 것을 촉구
 - <오직 하나뿐인 아이반>은 극장 개봉이 예정되었으나 코로나19 확산으로 인해 극장이 폐쇄된 이후 2020년 8월 디즈니 플러스를 통해 공개된 바 있으며, 이번 서비스 중단 발표로 5월 26일 플랫폼에서 삭제

IV. 동향 브리프

13 중국 텐센트, 스트리밍 서비스 가입자 급감에 따른 대응책 마련

출처

Digital TV Europe,
"Tencent sees video
subscriber number drop
sharply", 2023.05.18.

중국 온라인 스트리밍 서비스 플랫폼 텐센트 비디오의 가입자 수가 감소하고 있는 가운데 텐센트는 새로운 콘텐츠를 선보이며 반등을 도모

- 온라인 전자상거래 거대 기업인 텐센트는 스트리밍 서비스 가입자 감소와 관련하여 변화하는 소비자들의 수요에 부응하기 위해 노력하고 있다고 발표
 - 2023년 3월 말 기준, 텐센트 비디오의 가입자 수는 1억 1,300만 명을 기록하며 전년 대비 9% 감소했으며 수익은 6% 감소한 것으로 나타남
 - 텐센트는 소비자들의 이탈을 방지하고 새로운 가입자를 유치하기 위해 스트리밍 서비스의 콘텐츠 품질을 개선하고 다양화하고 있다고 설명
 - 텐센트는 콘텐츠 출시 지연을 가입자 및 수익 감소의 원인으로 보고 이를 개선하기 위한 노력의 일환으로 2023년 4월 신규 오리지널 시리즈인 'The Long Season'을 공개
- 텐센트의 스트리밍 서비스 수익은 감소한 반면, 음악 구독 서비스 수익은 증가
 - 텐센트는 소비자들에게 더 나은 음악감상 서비스를 제공하기 위해 음질을 개선하고 다양한 레이블 및 아티스트와의 협력을 강화
 - 텐센트는 음악 구독 서비스 이용자의 참여와 소비를 촉진함에 따라 해당 서비스의 수익이 전년 대비 30% 증대
- WeChat으로 더 잘 알려진 텐센트의 소셜 네트워크 서비스 Weixin의 경우, 비디오 계정의 소비가 증가
 - 텐센트는 영상 콘텐츠 크리에이터에 더욱 효과적으로 콘텐츠를 제작할 수 있는 환경을 제공하는 동시에 전자상거래 인프라를 개선하여 크리에이터가 전자상거래를 통해 판매 수수료를 제공받을 수 있도록 지원
 - 이와 관련, 텐센트의 일일 활성 크리에이터 수와 일일 비디오 업로드 수는 2022년 대비 2배 이상 증가했으며 1만 명 이상의 팔로워를 보유한 크리에이터 수는 전년 대비 3배 이상 증가

IV. 동향 브리프

14 넷플릭스, 〈메이 디셈버〉북미 판권 1,100만 달러에 취득

출처

Variety, "Netflix Buys
'May December,'
Starring Natalie
Portman and Julianne
Moore, for \$11 Million
Following Buzzy Cannes
Debut", 2023.05.23.

넷플릭스가 2023년 5월 20일 칸 영화제에서 공개된 후 6분 간 기립 박수를 받은
화제작 〈메이 디셈버(May December)〉의 북미 판권을 1,100만 달러(한화 약 146억
원)에 구매

- 넷플릭스는 Neon 등 여러 입찰자와 함께 제76회 칸 영화제 황금종려상 경쟁 부문에 진출하여 전 세계의 주목을 받은 〈메이 디셈버〉의 판권을 구매하기 위해 응찰
 - 북미 판권의 입찰가는 600만 달러(약 79억 6,800만 원)에서 시작해 입찰이 진행됨에 따라 가격이 급등했으며 넷플릭스가 최종적으로 1,100만 달러에 낙찰
 - 넷플릭스는 〈메이 디셈버〉가 2023년 가을 2024년 오스카상(제96회 미국 아카데미 시상식) 작품상 후보로 선정되기를 기대
- 〈메이 디셈버〉는 20살 차이의 남녀 간 사랑을 다룬 로맨스 영화로 Todd Haynes 감독이 연출하고 Natalie Portman과 Julianne Moore가 주연으로 출연
- Julianne Moore는 20세 연하의 연인 '메이(May)'의 상대역인 20세 연상의 '디셈버(December)' 역을 맡았으며, Natalie Portman은 극중 할리우드 영화 여배우로서 20세 연상인 '디셈버' 캐릭터를 극중 영화에서 연기하는 '엘리자베스' 역을 맡음
- 극중 스토리는 한 황색언론이 '메이'와 '디셈버'가 처음 사랑에 빠질 당시 '메이'의 연령이 13세에 불과한 점과, 20년 차이가 나는 두 사람의 관계를 악의적으로 다룸으로써 시작됨
 - 두 사람의 연인 관계는 전국적 스캔들을 불러일으켰으며, 수십 년 후 극중 영화에서 '디셈버' 캐릭터를 맡게 된 '엘리자베스'가 '디셈버'의 삶을 연구하기 위해 메이-디셈버 커플을 마주하게 되면서 스토리 전개가 절정으로 향함
- Julianne Moore는 기자 간담회를 통해 영화에 관한 자신의 감상평을 전달
 - Moore는 영화 관람객의 입장에서 이번 영화가 매우 위태롭다고 느끼는 이유는 연인 관계에 있어 양 당사자 간 연령의 경계가 어디까지인지 판단이 매우 어렵기 때문이라고 밝힘

IV. 동향 브리프

15 로드리고 가르시아 감독, 넷플릭스 최초의 스페인어 영화 〈파밀리아〉연출

출처

NBC, “‘Mother and Child’ director Rodrigo Garcia wraps first Spanish-language feature for Netflix”, 2023.05.23.

2011년 개봉 영화 〈마더 앤 차일드(Mother and Child)〉의 감독인 로드리고 가르시아가 넷플릭스 최초의 스페인어 영화인 〈파밀리아(Familia)〉를 연출

- 가르시아 감독은 넷플릭스의 전폭적인 지원을 받아 멕시코 과달루페 지역(Valle de Guadalupe)에서 진행된 〈파밀리아〉의 촬영을 모두 마쳤다고 발표
 - 콜롬비아 태생의 가르시아 감독은 〈마더 앤 차일드〉, 〈앨버트롭스(Albert Nobbs)〉 등 평론가들의 찬사를 받은 영화 외에도 〈식스 피트 언더(Six Feet Under)〉, 〈빅러브(Big Love)〉, 〈인 트리트먼트(In Treatment)〉등의 인기 TV 시리즈를 연출
 - 가르시아 감독이 멕시코에서 영화를 연출한 것은 이번이 처음이며, 〈파밀리아〉는 기묘한 가족의 모습을 통해 그들의 운명을 바꿀 결정을 둘러싼 가족 관계의 복잡성을 탐구하고 가족의 중요성을 조명한 작품
 - 〈파밀리아〉에는 Daniel Giménez Cacho, Ilse Salas, Cassandra Ciangherotti 등 스페인어권 인기 배우들이 대거 출연
- Francisco Ramos 넷플릭스 중남미 콘텐츠 총괄 부사장은 넷플릭스와 가르시아 감독의 첫 협업에 대한 기대를 표명
 - Ramos 부사장은 〈파밀리아〉에 대해 넷플릭스가 3년 간 멕시코 영화 및 드라마에 3억 달러(약 4,000억 원)를 투자하기로 한 #QueMéxicoSeVea 이니셔티브의 일환으로 제작된 작품이라고 강조하며 이번 프로젝트를 통해 가르시아 감독과의 협업이 지속될 것을 기대
 - 가르시아 감독은 자신의 아버지이자 콜롬비아의 노벨 문학상 수상자인 소설가 가브리엘 가르시아 마르케스의 문학작품인 〈백년의 고독〉을 영화화하는 넷플릭스 프로젝트의 총괄 프로듀서로 참여할 예정