



Interview with 황진우, 대표이사 at 썸씽스페셜



Something Special



황진우

대표이사&총괄 프로듀서

썸씽스페셜

출처: 썸씽스페셜

이번 인터뷰는 K-방송 포맷의 글로벌 확장을 선도하고 있는 (주)썸씽스페셜에서 총괄 프로듀서를 겸하고 있는 황진우 대표이사와 함께했다. 황진우 대표이사는 OCN, tvN 등 CJ ENM에서 프로듀서와 기획개발 팀장을 역임하며 K-콘텐츠의 전성기를 이끌어 온 24년차의 미디어 전문가다. 이외에도 한국포맷산업협회 회장, 현재 FRAPA 세계포맷인증보호협회 이사, Reed Expo MIPCOM, REALSCREEN 비상임이사, 국제 에미상 심사위원으로서 포맷산업의 국내외 표준을 선도하고 있다.

| Summary

K-콘텐츠가 세계를 휩쓰는 시대, 이제는 완성된 드라마나 예능뿐만 아니라, 콘텐츠의 설계도 격인 방송 '포맷' 자체가 뜨거운 수출 상품이 되고 있다. 창의적인 기획력을 바탕으로 한 K-방송 포맷은 전 세계 제작사들의 러브콜을 받으며 산업의 새로운 성장 동력으로 자리 잡았다.

이번 인터뷰는 '글로벌 히트 포맷 제작 전략: K-방송 포맷의 수출과 현지화 노하우'를 주제로, 포맷 기획 단계부터 글로벌 시장을 겨냥하는 전략과 성공적인 현지화 노하우, 그리고 K-방송 포맷의 지속 가능한 경쟁력 확보 방안 등에 대해 깊이 있는 이야기를 나누어보았다.

해당 원고에 대해 사전 동의 없이 상업 상 또는 다른 목적으로 무단 전재·변경·제3자 배포 등을 금합니다. 또한 본 원고를 인용하시거나 활용하실 경우 *출처 표기* 원본 변경 불가 등의 이용 규칙을 지켜셔야 합니다. 해당 원고의 내용은 집필자 개인의 의견으로 한국콘텐츠진흥원의 공식견해가 아님을 밝힙니다.

Q. 먼저 대표님과 썸씽스페셜에 대해 간단히 소개해 주실 수 있으실까요?

A. 안녕하세요. 저는 썸씽스페셜의 대표이사 겸 총괄 프로듀서를 담당하고 있는 황진우라고 합니다. 저는 (주)썸씽스페셜의 대표이사이자 총괄 프로듀서를 맡고 있습니다. 저는 24년차 방송 콘텐츠 제작 및 사업 경력을 가지고 있고요. 40편 이상의 프라임타임용 TV 프로그램 제작 및 112편의 오리지널 포맷 개발, 해외 22개 지역에서 제작 컨설턴트로 활동한 바 있습니다. 썸씽스페셜은 대한민국 최초로 포맷을 전문적으로 다루는 창의성 기반의 글로벌 콘텐츠 기획 제작 유통 사업자입니다. 한류의 일꾼들인 창작자/제작사/사업자들이 보유하고 있는 역동적이고 경쟁력 높은 대한민국의 창의성을 글로벌 시장에서 세계 최고의 콘텐츠로 자리잡을 수 있도록 프로듀싱하는 것을 사명으로 삼고 있습니다. 창업 이후 현재까지, 국내 독립사업자 최초 북미 메이저 스튜디오와의 파트너십 체결을 비롯하여, 독립사업자 최초의 페이퍼 포맷 해외 직접 진출, 비방송사 최초의 포맷 다국가 수출 등 한국 포맷 산업의 새로운 역사를 기록하고 있습니다.

Q. 대표님께서서는 수많은 오리지널 포맷을 제작하며 글로벌 성공을 이끌어 오셨습니다. 이러한 경험을 바탕으로 보셨을 때, '글로벌 시장에서 성공하는 포맷'의 핵심적인 특성은 무엇이라고 생각하시나요?

A. 세계적인 글로벌 미디어 콘텐츠 리서치사인 K7Media에서는 과거 글로벌 시장에서 성공하는 포맷의 특성을 여섯 가지로 정리하여 언급한 바 있습니다. 그 특성을 간단히 설명하면 다음과 같습니다.

첫째, SIMPLICITY. 성공하는 포맷은 단순하고 명확합니다.

둘째, FLEXIBILITY. 성공하는 포맷은 현지화되는 나라와 언어, 문화에 맞추어 적용될 수 있도록 유연합니다.

셋째, SCALABILITY. 성공하는 포맷은 핵심적인 요소는 유지하면서 다양한 현지 제작 규모에 맞출 수 있어야 합니다.

넷째, AUTHENTICITY. 성공하는 포맷은 진솔함으로 그 진정성 전달합니다.

다섯째, STORYTELLING. 성공하는 포맷은 시청자를 사로잡는 스토리텔링을 가지고 있습니다.

마지막으로, PLAYALONG. 성공하는 포맷은 시청자들 모두가 함께 즐길 수 있어야 합니다.

오늘날의 글로벌 시장에서의 포맷 상품은 무조건 새롭기 보다는 얼마나 더 보편적 감수성을 지니고 이를 독창적으로 접근하는가, 그리고 얼마나 사업성이 높은가를 평가받고 있습니다. 이처럼 글로벌 시장에서 포맷이 성공하기 위해서는 그 요소들을 효과적으로 반영함으로써, 내가 만든 포맷이 지닌 상품 가치를 높여야 될 것입니다.

Q. 이전 직장에서 <꽃보다 할배>, <너의 목소리가 보여>와 같이 전 세계적으로 큰 사랑을 받은 포맷을 개발하고 수출하신 경험이 있으신데요. 이 과정에서 가장 중요하게 고려했던 요소는 무엇이었는지 구체적으로 말씀해 주실 수 있을까요?

A. 꽃보다 할배, 그리고 너의 목소리가 보여가 처음 출시된 2010년대 중반만 해도 한국 포맷은 해외 시장에서 언더독이었습니다. 그렇기 때문에, 우리가 내놓은 포맷이 얼마나 글로벌 트렌드에 부합하는지, 얼마나 독창적인지, 그리고 얼마나 효과적인지를 담아내는 것이 중요하였습니다. 따라서 시장 인사이트 확보, 해외 포맷 상품이 지니 특징 분석, 네트워크 확보, 그리고 셀 수 없이 많이 피칭과 리패키징이 실행되었습니다. 이 과정에서 터득한 핵심은 얼마나 내 포맷의 차별화를 잘 표현하고 전달할 수 있는가 였습니다. 무수히 많은 시행착오를 겪었고, 계속 부족한 점을 보완해 나갔습니다. 쉽지 않은 과정이었지만 이를 통해 얻은 경험은 엄청난 가치를 가졌습니다. 이 가치가 지금의 썸씽스페셜을 설립하고 버틸 수 있게 해준 원동력입니다.

Q. 해외 콘텐츠 바이어들은 포맷을 검토할 때 다양한 기준을 적용합니다. 대표님 보시기에 수익 모델, 시청률 데이터, 제작 기술력 등 여러 지표 중 어떤 부분이 가장 큰 설득력이 있으며, 실제로 어떤 요소를 강조하는 것이 효과적 일까요?

A. 수익 모델, 시청률 데이터, 제작 기술력 등 저는 어느 하나도 간과해서는 안 된다고 생각합니다. 포맷 사업의 핵심 역량은 포맷 사업에 대한 전문성, 글로벌 포맷 상품화에 대한 기술, 그리고 효과적인 네트워크의 확보입니다. 그리고 이를 통하여 국내 포맷 IP가 해외에 효과적으로 현지화될 수 있도록 전문성의 이전을 실행하는 부분입니다. 포맷이 국내에서 히트하였다고 해외에서도 전부 히트할 수도 있다는 생각, 과거 중국에서 주로 실행했던 방법처럼 한국 제작진이 직접 해외에 나가는 방식의 공동제작이 필수라는 의견, 능동적인 아웃바운드 형태의 해외 수출보다는 해외 사업자들이 과거 한국 포맷을 사기 위해 접촉할 것이라는 수동적인 인바운드 형식에 기대하는 모습 등. 이러한 제한된 생각들은 포맷 사업 역량 확보에 도움이 못한다고 생각합니다. 영어 네이티브 스피커가 해외 사업을 무조건 잘 할 수 없듯이, 포맷 사업을 효과적으로 수행하기 위해서는 다양한 지표와 데이터들을 활용하고, 여기에 포맷 사업 역량을 적용함으로써 상품성을 높여 나가야 하겠습니다.

(좌)The Beat Box, (우) Unforgettable Duet



출처: 썸씽스페셜

Q. 방송 포맷의 해외 수출 과정에서는 법적 리스크 관리와 지식재산권(IP) 보호가 중요한 과제입니다. 수출 계약 단계에서 이러한 위험을 최소화하고 IP를 효과적으로 보호하기 위한 실무적 노하우가 있다면 공유 부탁드립니다.

A. 포맷의 패키징 과정에서 매우 중요한 부분을 차지하는 것이 IP보호 장치를 마련하는 것입니다. IP를 보호하는 장치가 마련돼 있다면 포맷 상품 가치를 더 높일 수 있습니다. 포맷 패키징 과정에서 FRAPA(세계포맷인증보호협회)의 FRS(포맷등록시스템)에 등록하는 것을 추천드립니다. FRS 등록 시 포맷의 USP와 주요 키워드를 함께 기록하고, 계속 업데이트를 하면서 그 과정도 남기 때문에 이는 향후 유사 분쟁 발생 시 효과적으로 대처할 수 있는 장치가 됩니다. 이외에도 포맷 수출 협의 과정을 메일 상 E-trail로 남기는 방식도 추천드립니다. 과정을 기록하고, 그 기록을 보존하는 것은 법적 리스크 해소와 IP보호를 위한 가장 효과적인 노하우입니다.

Q. 해외 바이어와 소통할 때, '한국 포맷'이 가진 고유한 가치를 어떻게 효과적으로 전달하시는지 대표님만의 노하우가 궁금합니다. 문화적 차이를 넘어 공감을 이끌어내는 전략이 있다면 말씀해주세요.

A. 한국 포맷의 특징을 한국 시청자들의 특성에 비유하면서 설명을 합니다. 한국인 역동적이기 때문에, 그만큼 시청자들의 취향이 자주 변하고, 이를 위해서 한국 제작진은 포맷에 끊임없이 새로운 시도를 한다고 말합니다. 그래서, 이러한 특성은, 해외에서도 잘 알려져 있는 'KOREAN TWIST(한국식 비틀기)',라고 설명합니다. 한국식 비틀기란, 한국 포맷에서 볼 수 있는 차별점을 설명하는 부분으로, 서로 다른 장르를 혼합하는 하이브리드 형태가 많고, 익숙한 인물들을 캐스팅하지만 예상하기 어려운 모습을 부여하고, 연예인들이 새로운 경험을 체험하게 만들며, 기존의 장르에 새로운 세팅을 추가하거나, 현장에서 제작진들이 즉흥적으로 대행하는 특성을 의미합니다. 이러한 KOREAN TWIST는 과거 그 나라를 대표하는 포맷의 특성을 설명했던, 'AUTHENTICITY IS GREAT BRITAIN'(영국식 진정성), 'THE DUTCH ANGLE EXPERIENCE'(네덜란드식 시각의 경험), 'NORDIC NOIR(북유럽식 느와르)'과도 연결되어 한 국가의 차별화된 창의성을 표현하는 데 부족함이 없다고 생각합니다.

Q. 포맷이 해외에서 현지화되는 과정에서는 다양한 도전 과제가 발생할 수 있습니다. 대표님께서 경험하신 주요 어려움과 이를 극복하기 위한 조언을 부탁드립니다. 아울러, 성공적인 현지화 사례와 그 핵심 요인도 함께 설명해 주실 수 있으실까요?

A. 포맷을 수출하는 것 만큼이나 중요한 것이 '관리'입니다. 현지화가 잘 되도록, 그리고 그 성공이 계속해서 유지될 수 있도록 관리하는 것은 매우 중요합니다. 이 때문에 포맷 사업에는 유통/배급 능력 뿐 아니라, 기획개발, 제작, 마케팅의 복합적인 능력이 요구됩니다. 그리고 이를 총망라한 '바이블'이라는 것이 존재하여 그 포맷의 가치를 높입니다. 바이블은 영문 기획안의 수준을 넘어서는, 포맷의 성공적인 현지화를 유도하는 레시피입니다. 더불어 바이블을 지속적으로 업데이트하고 현지 사업자와 소통하는 것 역시 중요합니다. 그 어떤 현지화도 '알아서 잘 하겠지'는 없습니다. 그것이 미국, 영국, 네덜란드, 프랑스 등 어떠한 콘텐츠 선진국일지라도 말입니다. 포맷 수출 계약은 50%의 프로세스일 뿐입니다. 현지화에 대한 관리가 나머지 50%입니다. 이를 함께 진행하지 못한다면 성공확률 50%밖에는 구현을 하지 못한 것입니다.

Q. 최근 글로벌 콘텐츠의 트렌드는 아주 빠르게 변화하고 있습니다. 대표님께서 현재 가장 두드러진 트렌드가 무엇이라고 보시며, 이러한 변화가 제작사와 바이어에게 어떤 시사점을 던진다고 생각하시나요?

A. 트렌드는 특정 시점의 어느 하나를 파악하기 보다는 전체적인 흐름을 계속 주시하고 확인해야 되는 것이라고 생각합니다. 하지만 지난 몇 년째 확실하게 언급할 수 있는 트렌드는 다음과 같습니다.

"새로운 히트작은 언제 어느 곳에서든 나올 수 있다. 그리고 최근 히트작들을 보면, 새로운 아이디어보다 그 접근 방식에 더 초점을 맞추고 있다. 오늘날 혁신의 시대에도 포맷은 계속 진화하고 있다. 그렇기 때문에, 우리는 기존 요소들을 어떻게 하면 우리 자신만의 시각으로 새롭게 구현할 수 있을 지 고민해야 한다."

위의 트렌드는 '22년 해외 마켓에서 할리우드 메이저 스튜디오 기업의 콘텐츠총괄이 컨퍼런스에 언급한 이야기입니다. 저희 썸씽스페셜 역시 이 트렌드를 따라가고자 노력하고 있습니다.

Q. 최근 AI, VR 등 새로운 기술이 콘텐츠 제작 방식 전반에 영향을 미치고 있습니다. 이러한 기술이 포맷 제작과 수출에 미치는 긍정적·부정적 영향은 무엇이며, 씬씽스페셜은 이를 어떻게 접목하고 계신지 궁금합니다.

A. 새로운 기술은 포맷에서도 새롭게 표현하는 효과적인 도구가 될 수 있습니다. 하지만 포맷에서는 새로운 기술이 적용될 경우, 수출 시에 그 기술이 어떻게 해외에서 효과적으로 구현될 수 있는가를 고민해야 될 것입니다. 이전에도 새로운 기술 사업자와 MOU를 체결하고 그 기술을 포맷으로 구현하기 위하여 시도한 바 있습니다. 하지만 문제는 그 기술을 해외에서 어떻게 현지화하여 효과적으로 구현할 수 있가에 있었습니다. 기술 사용료를 포맷 라이선스에 반영시키기도 쉽지 않으며, 무엇보다 기술의 제공자들은 대부분 초기 투자와 비용에 대한 기대치가 높기에, 새로운 기술을 한 두개 국가에 수출하여 수익을 확보한다는 것은 쉽지 않습니다. 따라서 저의 기술의 경우, 해외사업 진행 시 원천 기술을 보호하면서 효과적으로 기술을 이전하는 방법 또는 표준화된 소프트웨어 개발에 투자하는 것을 고려해야 한다고 생각합니다. 무엇보다 해외 사업은 장기적으로 접근해야 합니다.

Q. 씬씽스페셜은 대만과 함께 'LEAP 프로젝트'를 추진하며 글로벌 협력의 영역을 확장하고 있습니다. 앞으로는 어떤 국가나 지역과의 협력을 확대할 계획인지, 또 그 이유는 무엇인지 말씀해 주실 수 있을까요?

A. 씬씽스페셜은 지난 몇 년간 다양한 해외사업자들과 공동개발 프로젝트를 진행한 바 있습니다. 작년의 경우 대만 콘텐츠진흥원 TAICCA와 함께 LEAP을 진행하여 다양한 대만 창작자들과 협업한 바 있습니다. 그리고 올해는 프랑스와, 스페인의 두 국가의 주요 미디어기업들과 새로운 프로젝트를 개발하고 있습니다. 중요한 것은 '글로벌향 컨셉트'에 대한 접근입니다. "내 프로젝트는 글로벌향이다"라는 진단과 평가는 우리 스스로가 할 수 있는 것이 아니라, 해외 시장의 선택을 통해 얻을 수 있는 것입니다. 그렇기 때문에 국제 공동제작과 공동개발은 그 의미가 높으며, 계속 시도해야 된다고 생각합니다. 해외 사업을 원하시는 많은 분들은 미국에서의 진출을 꿈꾸기 마련입니다. 하지만 절대 잊지 말아야 되는 것은, 미국은 세계 최대 시장으로써, 사업의 최종 종착점이라는 것입니다. 과정이 없이 바로 종착점에 이르는 것은 어렵습니다. 설령 바로 미국 시장에 진입할 기회가 생길더라도, 다른 시장에서의 경험을 통해 얻을 수 있는 노하우와 역량을 쌓지 못한 채 진출하게 되면 많은 부분을 희생할 수 밖에 없을 것입니다. 그 과정을 얻는 것이 바로 글로벌 협력의 강점입니다. 그리고 그 글로벌 협력은 해외에서 무조건 비용을 지급하는 방식이 아닌, 내가 과정을 확보하기 위한 투자의 방식입니다.

Q. 마지막으로, 대표님께서 보시기에 K-방송 포맷 산업이 미래에도 지속적으로 성장하기 위해 필요한 노력은 무엇 일까요? 또 씬씽스페셜이 지향하는 궁극적인 목표와 비전, 그리고 이번 인터뷰에서 전하지 못한 메시지가 있다면 함께 들려주시면 감사하겠습니다.

A. 얼마전 프랑스의 대학원에서 학생들을 대상으로, 그리고 일본에서는 100여명의 방송 PD들 앞에서 강의를 한 바 있습니다. 그 때 동일하게 얘기한 부분이 있는데, 바로 '글로벌 진출에 대한 선택'입니다. 어떤 일본 PD가 "글로벌 진출이 필수입니까?"라고 물었습니다. 그래서 저는 선택의 문제라고 답하였습니다. "자기 자신이 자국에서 최선을 다하여 좋은 퀄리티의 내수용 프로그램을 공급하는 프로듀서가 되고 싶다면, 글로벌 진출에 고민할 필요는 없다. 하지만 내가 내 이름을 혹은 내 기획안이 글로벌 플랫폼에서도 노출되고, 그리고 기획안이 전세계에 진출하는 모습을 보고 싶다면 글로벌 진출은 필수이며 이에 맞춰 준비해야만 한다."

저는 같은 얘기를 한국의 프로듀서들과 사업자들에게도 하고 싶습니다. 그리고 이것이 K-포맷의 미래와도 연결돼 있다고 생각합니다. 글로벌 진출이 필수라고 생각된다면, 이에 맞춰서 준비해야만 할 것입니다. 썸씽스페셜은 여기에 최적의 파트너가 될 수 있도록 항상 준비하고 있습니다. 저희 썸씽스페셜은 해외 진출을 위한 대한민국 포맷의 허브이자 한국을 대표하는 IP 스튜디오가 되도록 최선을 다하고 있습니다. 많은 기대와 관심 부탁드립니다.

해당 원고에 대해 사전 동의 없이 상업 상 또는 다른 목적으로 무단 전재·변경·제3자 배포 등을 금합니다. 또한 본 원고를 인용하시거나 활용하실 경우 *출처 표기* 원본 변경 불가 등의 이용 규칙을 지켜셔야 합니다. 해당 원고의 내용은 집필자 개인의 의견으로 한국콘텐츠진흥원의 공식견해가 아님을 밝힙니다.