# Etisalat의 Senior Manager Neha Singh 인터뷰



etisalat and
Senior Manager, Etisalat
**Neha Singh**

중동 대표 통신사 Etisalat의 Services & OTT Partnerships Senior Manager인 Neha Singh와 인터뷰를 진행했다. 그는 Netflix, Shahid, YouTube, Spotify 등 글로벌 OTT와의 파트너십, 번들링, 라이선싱, 플랫폼 수익화 전략을 총괄해 왔으며 중동 콘텐츠 유통과 플랫폼 운영 전반에 걸친 실무 경험을 보유한 전문가이다. 특히 데이터 기반 플랫폼 운영과 콘텐츠 확보 전략, OTT 사업 개발 분야에서 전문성을 쌓아 온 만큼, 중동 플랫폼이 콘텐츠를 평가하고 서비스하는 기준을 가장 가까이에서 경험해 왔다.

이번 인터뷰에서는 중동 플랫폼이 바라보는 K-스토리의 초현지화 조건과 데이터 기반 콘텐츠 운영 전략, 리메이크 계약 구조, 슈퍼 IP의 활용 가능성, 그리고 한국 콘텐츠 기업이 중동 시장 진출 과정에서 준비해야 할 비즈니스 전략과 협력 방향에 대한 실무적 인사이트를 들을 수 있었다.

## Summary

**중동 OTT 시장은 가족 중심의 시청 문화와 다국적 이용자 환경을 기반으로 글로벌 흥행보다 문화적 적합성과 데이터 기반 초현지화를 중심으로 콘텐츠를 평가하는 시장으로 변화하고 있다. 플랫폼은 완주율과 이용자 유지율, 검색량 등 데이터를 바탕으로 콘텐츠 확보와 추천, 자막·더빙 전략을 차별화하며, 리메이크 역시 현지 문화와 법률을 반영한 재구성을 핵심 경쟁력으로 인식하고 있다. 또한 AI 기반 개인화 추천과 통신사 번들 중심의 유통 구조 확산으로 플랫폼과 콘텐츠의 연계성이 더욱 중요해지고 있다. 한국은 경쟁력 있는 스토리 IP와 검증된 팬덤을 강점으로 중동 시장에서 리메이크와 슈퍼 IP 확장 가능성이 높으며, 현지 플랫폼과의 장기적인 협력 체계와 데이터 기반 현지화 전략을 갖춘다면 지속 가능한 사업 기회를 확보할 수 있을 것이다.**

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 지키셔야합니다. 해당 원고의 내용은 집필자 개인의 의견으로 특정 회사 및 한국콘텐츠진흥원의 공식견해가 아님을 밝힙니다.

**Q. 중동 OTT 플랫폼은 해외 콘텐츠, 특히 K-스토리를 평가할 때 어떤 요소를 가장 중요하게 고려합니까?**

A. 중동 OTT 플랫폼은 해외 콘텐츠, 특히 한국 콘텐츠를 검토할 때 단순히 글로벌 흥행 성과만 보고 판단하지 않습니다. 실제로는 가입자 확보와 이용자 유지, 일일 시청시간 확대 가능성을 중심으로 지역 데이터와 이용자 특성, 현지화 요소 등을 함께 검토합니다.

가장 먼저 보는 것은 콘텐츠가 중동의 가족 중심 문화와 얼마나 잘 어울리는지입니다. GCC (걸프협력이사회 - 사우디아라비아, 아랍에미리트, 쿠웨이트, 카타르, 오만, 바레인) 국가에서는 TV와 OTT를 가족이 함께 시청하는 문화가 여전히 강하기 때문에, 지나치게 폭력적이거나 정치적 갈등이 강한 작품, 노골적인 성적 표현이 있는 콘텐츠는 가족 단위 시청이 쉽지 않습니다. 한국 콘텐츠는 효, 세대 간 존중, 절제된 로맨스와 같은 가치관을 담고 있는 경우가 많아 여러 세대가 함께 보기 적합한 콘텐츠로 받아들여집니다.

콘텐츠 구매팀은 글로벌 흥행 순위보다 작품의 기본적인 서사 구조를 더 중요하게 봅니다. 예를 들어 <열혈사제>와 <김비서가 왜 그럴까>는 대규모 글로벌 마케팅 때문이 아니라 직장 내 인간관계, 가족에 대한 책임, 관계 중심의 로맨스와 같은 서사가 현지 이용자들의 공감을 얻으면서 Shahid와 Netflix MENA에서 오랫동안 좋은 성과를 냈습니다.

**Q. 중동 플랫폼은 다양한 국가와 문화권의 이용자를 대상으로 콘텐츠를 어떻게 세분화해 운영하고 있습니까?**

A. 중동 시장을 하나의 동일한 시장으로 접근하는 것은 가장 흔한 실수 가운데 하나입니다. UAE와 카타르 같은 GCC 국가에서는 외국인 거주자가 인구의 절반 이상을 차지하는 경우가 많기 때문에, 특정 국가나 특정 아랍권 시청자만을 대상으로 콘텐츠를 운영해서는 높은 이용자 유지율을 기대하기 어렵습니다.

한국 콘텐츠는 사회적 성공이나 경제적 성장, 개인의 충성심과 같은 보편적인 주제를 다루기 때문에 아랍 현지인뿐 아니라 남아시아와 동아시아 출신 거주자들에게도 폭넓게 공감을 얻을 수 있다는 장점이 있습니다.

플랫폼은 이러한 특성을 고려해 이용자 집단별로 콘텐츠를 다르게 노출합니다. UAE, 사우디아라비아, 쿠웨이트 등 GCC 현지 이용자에게는 관계 중심의 드라마를 우선 추천하고, 젊고 디지털 이용 비중이 높은 외국인 거주자에게는 전개가 빠른 스릴러나 액션 콘텐츠를 알고리즘을 통해 적극적으로 노출하는 방식입니다.

**Q. 플랫폼 관점에서 '초현지화(Hyper-Localization)'란 무엇이며, 일반적인 현지화와는 어떤 차이가 있습니까?**

A. 플랫폼에서 말하는 초현지화는 단순히 콘텐츠를 번역하거나 자막을 제공하는 수준을 의미하지 않습니다. 콘텐츠를 어떤 방식으로 번역하고 서비스할 것인지까지 포함해 이용자의 시청 방식과 지역 특성을 함께 고려하는 과정입니다.

대표적인 사례가 VIU UAE입니다. 이 플랫폼은 한국 드라마의 아랍어 더빙을 적극적으로 도입했지만, 더빙은 제작비 부담이 크고 지역마다 선호하는 방언이 다르다는 어려움도 있습니다. 레반트 방언이나 이집트 방언은 비교적 널리 이해되지만, 일부 시청자들은 자신들의 지역적 특성이 충분히 반영되지 않았다고 느끼기도 합니다. 이러한 이유로 프리미엄 콘텐츠는 지금도 아랍어 자막을 중심으로 서비스하는 경우가 많습니다.

플랫폼은 콘텐츠의 기대 성과에 따라 현지화 방식도 달리 적용합니다. 고예산 로맨스나 가족 드라마는 배우의 원래 연기를 살리기 위해 여러 방언의 자막을 제공하는 경우가 많고, 대규모 라이브러리 콘텐츠는 일반 아랍어 더빙을 적용해 보다 편하게 시청할 수 있도록 운영합니다.

**Q. 시청 시간, 완주율, 재방문율과 같은 시청자 데이터는 콘텐츠 구매와 편성 전략에 어떤 영향을 미칩니까?**

A. 플랫폼은 현지 통신사와 협력해 DPI(Deep Packet Inspection) 데이터와 통신사 CRM 데이터를 함께 활용합니다. 이를 통해 네트워크 이용 패턴과 데이터 사용량, 앱 이용 행태 등을 분석하고, 이용자를 매우 세분화된 그룹으로 구분합니다. 이러한 데이터를 바탕으로 추천 방식도 달라집니다. GCC 현지 이용자에게는 관계 중심의 드라마를 우선적으로 노출하고, 젊은 외국인 거주자에게는 전개가 빠른 스릴러나 액션 콘텐츠를 추천해 이용자 참여를 높입니다.

또 하나 중요하게 보는 지표는 완주율과 이용자 유지율입니다. 중동 이용자들은 콘텐츠를 한 번에 몰아보는 성향이 강하기 때문에, 전개가 빠르고 매회 흥미를 유지할 수 있는 작품이 유리합니다. 반대로 호흡이 긴 작품은 시즌 전체를 한꺼번에 공개하거나 여러 작품을 묶어 제공하는 방식으로 공개 전략을 조정합니다. 라이선스를 검토하는 단계에서도 작품의 전개 속도와 서사 구조를 분석해 일일 시청시간과 이용자 유지율을 높일 수 있는지를 중요한 판단 기준으로 활용합니다.

**Q. K-스토리를 중동 시장에 맞게 리메이크할 때 가장 중요하게 고려해야 하는 계약 조항은 무엇입니까?**

A. 중동 시장에서 해외 K-스토리를 아랍어 드라마로 리메이크하는 계약은 원작 IP의 보호와 현지 규제 준수 사이의 균형을 맞추는 과정이라고 생각합니다. 일반적인 할리우드나 한국의 표준 계약서만으로는 충분하지 않으며, 실제 협상에서는 세 가지 계약 요소가 가장 중요한 쟁점이 됩니다.

첫 번째는 문화적 수정에 대한 계약상 예외 조항(Carve-out)입니다. 한국 제작사는 일반적으로 원작의 예술적 완성도와 IP 보호를 위해 원작 보존 조항을 강하게 요구합니다. 그러나 사우디아라비아의 시청각미디어위원회(General Commission for Audiovisual Media)나 UAE 국가미디어위원회(National Media Council) 규정에서는 최종적인 법적 책임이 현지 방송사와 플랫폼에 있기 때문에, 현지 플랫폼이 종교적 표현, 남녀 관계 설정, 음주 장면, 노출이나 성적 표현 등을 자유롭게 삭제하거나 수정할 수 있는 권한을 계약서에 명확하게 포함해야 합니다. 또한 이러한 수정이 계약 위반으로 간주되거나 원저작권자의 별도 승인을 다시 받아야 하는 상황이 발생하지 않도록 규정하는 것이 중요합니다.

두 번째는 단계별 크리에이티브 승인 체계입니다. 언어 차이와 시차로 인해 제작 과정이 지연되는 것을 방지하기 위해 모든 제작 단계에 대해 원작자의 승인을 받는 방식은 선호하지 않습니다. 대신 한국 제작사는 작품의 전체 콘셉트와 주요 배우 캐스팅에 대해서만 협의 권한을 갖고, 에피소드별 대사, 현지 서브플롯, 전개 속도, 문화적 표현 등은 현지 플랫폼이 최종 결정권을 갖는 구조를 선호합니다. 또한 원저작권자가 제출물을 받은 뒤 상호 합의한 기간(5~14영업일) 안에 서면으로 이의를 제기하지 않으면 자동으로 승인한 것으로 간주하는 '간주 승인 조항(Deemed Consent Clause)'을 계약에 포함해 제작 지연을 방지합니다.

세 번째는 원작 IP와 현지 리메이크 작품의 권리 구분입니다. 계약에서는 원작 포맷 IP는 한국 제작사가 계속 보유하되, 아랍어 리메이크 버전의 영상 저작물과 마스터 파일, 각색 대본, 현지화 메타데이터의 저작권은 현지 플랫폼이 소유하도록 명확히 구분해야 합니다. 또한 후속 시즌이나 현지 극장판 제작, 중동 지역 내 2차 유통이 이루어질 경우를 대비해 현지 플랫폼이 우선협상권(Right of First Negotiation, ROFN)과 우선거절권(Right of First Refusal, ROFR)을 확보하는 구조를 선호합니다.

**Q. 한국 콘텐츠 기업이 중동 플랫폼 또는 제작사와 협상하기 전에 반드시 준비해야 할 법률·비즈니스 체크리스트는 무엇입니까?**

A. 가장 먼저 고려해야 할 것은 준거법(Governing Law)입니다. 해외 판매자는 일반적으로 영국법이나 싱가포르법을 선호하지만, 상업적으로 필요하다면 UAE나 사우디아라비아 등 현지 법률을 적용하는 방안도 수용할 필요가 있습니다. 물론 양측 모두에게 적절하다면 영국법을 적용하는 경우도 가능합니다. 다만 실제 사업 운영과 스트리밍 서비스, 통신사 번들링, 수익 창출이 모두 중동 지역에서 이루어지는 만큼, 현지 플랫폼과 정부 규제기관은 현지 법률을 기준으로 규제를 적용합니다. 따라서 협상 초기부터 이러한 법적 환경을 인정하는 것이 불필요한 계약 지연을 줄이는 데 도움이 됩니다.

또한 음악과 효과음(Music & Effects, M&E)을 분리한 마스터 파일을 준비하는 것이 중요합니다. 현지 규정에 따라 특정 대사를 삭제하거나 수정해야 하는 경우에도 배경음악과 효과음을 그대로 사용할 수 있어야 하므로, M&E 트랙을 독립적으로 제공해야 합니다. 그렇지 않으면 플랫폼은 해당 에피소드 전체의 음향을 새로 제작해야 하는 추가 비용을 부담하게 됩니다.

마지막으로 부가 권리와 배경 권리의 정리도 반드시 필요합니다. 모든 OST가 글로벌 디지털 스트리밍 권리까지 확보되어 있는지 확인해야 하며, 음악 사용 권한이 국내 방송에만 한정되어 있을 경우 현지 플랫폼 입장에서는 추가 비용이 발생해 콘텐츠 가치가 크게 낮아질 수 있습니다. 또한 리메이크권과 포맷권이 기존 국내 방송 권리와 명확하게 분리되어 있는지도 사전에 확인해야 합니다.

**Q. 글로벌 콘텐츠가 중동 시장에서 성공할 가능성을 판단할 때 가장 중요하게 보는 핵심 성과지표(KPI)는 무엇입니까?**

A. 중동 OTT 시장에서는 해외 콘텐츠의 성공 가능성을 단순히 화제성만으로 판단하지 않습니다. 콘텐츠를 도입하기 전부터 실제 서비스 이후까지 여러 데이터를 종합적으로 분석해 성공 가능성을 평가합니다. 저희가 콘텐츠를 검토할 때 가장 중요하게 보는 기준은 크게 다섯 가지입니다.

첫 번째는 콘텐츠 공개 전 형성되는 시장 반응입니다. 이미 다른 국가에서 서비스된 작품이라면 틱톡, 인스타그램 등 SNS에서의 반응과 시청자 평점, 온라인 화제성을 함께 살펴봅니다. 이러한 데이터는 콘텐츠가 자연스럽게 관심을 모으고 있는지, 그리고 출시 이후 마케팅 비용을 크게 들이지 않고도 신규 이용자를 유치할 수 있는지를 판단하는 중요한 기준이 됩니다.

두 번째는 현지 검열 이후에도 스토리가 자연스럽게 이어질 수 있는지입니다. 중동 시장에서는 종교적 표현이나 정치적 이슈, 성적 표현 등 현지 규정에 따라 수정하거나 삭제해야 하는 장면이 적지 않습니다. 따라서 일부 장면을 편집했을 때 이야기의 흐름이 크게 훼손되는 작품은 신중하게 검토합니다. 대표적인 사례가 마블 영화 <이터널스(Eternals)>입니다. 동성 간 키스 장면과 부부 관계를 묘사한 일부 장면의 삭제가 요구됐지만 디즈니가 이를 수용하지 않으면서 사우디아라비아와 쿠웨이트, 카타르 등에서는 극장 개봉이 취소됐습니다. 저희도 콘텐츠 계약을 체결하기 전에 이러한 요소가 이야기의 핵심 전개에 영향을 미치는지 먼저 검토하며, 검열 이후 서사가 크게 훼손될 가능성이 있는 작품은 도입을 지양하는 편입니다.

세 번째는 콘텐츠가 어떤 이용자층을 대상으로 하는지 명확한지입니다. 중동은 하나의 동일한 시장이 아니라 국가와 연령, 문화적 배경이 매우 다양한 시장입니다. 따라서 모든 사람을 대상으로 하는 콘텐츠보다는 특정 이용자층을 명확하게 겨냥한 작품을 선호합니다. 예를 들어 전개가 빠른 액션이나 스릴러는 모바일 이용이 많은 젊은 층에 적합하고, 가족이 함께 시청할 수 있는 관계 중심의 드라마는 여러 세대가 함께 이용하는 가구 계정에 더 적합합니다.

네 번째는 배우와 제작진의 인지도입니다. 주연 배우가 이미 글로벌 또는 중동 시장에서 인지도가 높거나, SNS에서 영향력이 큰 인물이라면 콘텐츠를 선택하는 데 긍정적인 영향을 미칩니다. 또한 유명 감독이나 제작진이 참여한 작품도 신뢰도를 높이는 요소입니다. 실제로 이용자는 수많은 콘텐츠 가운데 익숙한 배우의 얼굴이나 이름을 먼저 보고 작품을 선택하는 경우가 많기 때문에, 이러한 요소는 초기 시청을 유도하는 데 상당한 역할을 합니다.

마지막으로 가장 중요하게 보는 지표는 완주율과 이용자 유지율입니다. 콘텐츠가 공개된 이후에는 전 회차를 끝까지 시청한 이용자의 비율과 공개 후 7일, 30일 동안 이용자가 플랫폼에 계속 머무르는지를 가장 중요하게 분석합니다. 중동 이용자들은 콘텐츠를 짧은 시간 안에 몰아보는 소비 성향이 강하기 때문에 2~3화에서 이탈이 급격하게 발생한다면 전개 속도나 문화적 공감대에 문제가 있다고 판단합니다. 반대로 완주율이 높다는 것은 콘텐츠가 이용자의 관심을 끝까지 유지했다는 의미이기 때문에, 플랫폼의 성과와 이용자 이탈률을 판단하는 가장 중요한 지표로 활용하고 있습니다.

**Q. 플랫폼 데이터 분석이 콘텐츠 확보 전략이나 현지화 방식에 직접적인 영향을 미친 사례가 있다면 소개해 주십시오.**

A. 플랫폼에서 데이터를 분석한 결과가 콘텐츠 확보나 현지화 전략을 크게 바꾼 사례는 여러 번 있었습니다. 특히 데이터를 기반으로 의사결정을 내리면 기존의 직관이나 경험만으로는 발견하기 어려운 이용자 특성을 확인할 수 있었고, 실제 서비스 방식도 그에 맞게 달라졌습니다.

대표적인 사례가 2017년 UAE에서 나타난 한국 콘텐츠 수요 증가입니다. 당시 검색 데이터를 분석한 결과 한국 콘텐츠에 대한 관심이 예상보다 훨씬 빠르게 증가하고 있다는 사실을 확인했습니다. 일반적인 방식이었다면 처음부터 대규모 라이선스를 확보하고 더빙까지 포함한 서비스를 준비했을 것입니다. 하지만 데이터 분석 결과를 바탕으로 우선 현대 표준 아랍어 자막만 제공하는 방식으로 서비스를 시작해 시장 반응을 먼저 확인했습니다. 이를 통해 초기 라이선스 비용과 운영 비용을 효율적으로 관리하면서도 실제 수요를 검증할 수 있었습니다.

또 다른 사례는 연령대에 따라 자막과 더빙에 대한 선호가 뚜렷하게 다르다는 점을 확인한 것입니다. 분석 결과 모든 이용자에게 동일한 현지화 방식을 적용하는 것은 효과적이지 않았습니다. 젊고 디지털 환경에 익숙한 외국인 거주자들은 원어 음성과 현대 표준 아랍어 자막을 선호하는 경향이 강했습니다. 실제로 STARZPLAY에서 서비스한 심리 스릴러 <Dear X>는 자막만 제공했음에도 높은 참여율을 기록해 반드시 더빙이 필요한 것은 아니라는 점을 확인할 수 있었습니다. 반면 35~50세의 중장년층이나 가족 단위 이용자는 스트리밍 서비스를 편안하게 시청하는 경향이 강했기 때문에, 레반트 방언이나 이집트 방언으로 더빙을 제공했을 때 이용자 이탈을 줄이는 데 더 효과적이었습니다. 이러한 분석 결과를 바탕으로 콘텐츠 특성과 이용자층에 따라 자막과 더빙 전략을 구분해 적용하게 됐습니다.

장르별 추천 방식도 데이터 분석을 통해 달라졌습니다. 실시간 시청 데이터를 보면 장르마다 선호하는 이용자층이 명확하게 구분됐습니다. 예를 들어 넷플릭스 UAE에서 높은 순위를 기록한 <김부장>과 같은 액션 스릴러는 특정 이용자층의 선호가 매우 뚜렷했던 반면, 아마존 프라임 비디오 MENA에서 인기를 얻은 <내일도 출근!>과 같은 직장 로맨틱 코미디는 또 다른 이용자층에서 높은 반응을 보였습니다. 이러한 결과를 바탕으로 플랫폼은 기존의 'K-드라마'와 같은 포괄적인 카테고리 대신 작품별 특성과 이용자 성향에 맞춘 세분화된 추천 전략을 운영하게 됐습니다.

**Q. 의사결정 과정에서 가장 중요하게 활용한 데이터 지표는 무엇이었습니까?**

A. 실제 의사결정 과정에서 가장 중요하게 활용하는 데이터는 몇 가지로 압축됩니다.

먼저 검색량입니다. 특정 작품이나 콘텐츠 유형의 검색 비율이 전체 활성 이용자의 10%를 넘으면 단순한 관심을 넘어 실제 시장성이 있다고 판단하고 추가적인 시장 분석과 콘텐츠 확보를 검토합니다.

또한 이용자가 어느 시점에서 시청을 중단하는지도 매우 중요한 지표입니다. 언어 설정과 이용자 집단별 데이터를 함께 분석하면 어느 장면에서 이탈이 발생하는지 확인할 수 있고, 이를 통해 더빙이 필요한지, 자막만으로 충분한지를 판단할 수 있습니다.

완주율 역시 현지화 전략의 효과를 평가하는 핵심 지표입니다. 자막만 제공한 스릴러에서 높은 완주율이 나타난다면 더빙 없이도 충분한 성과를 기대할 수 있습니다. 반대로 가족 드라마에서 자막 버전의 완주율이 크게 낮다면 해당 콘텐츠는 지역 방언 더빙이 반드시 필요하다는 신호로 받아들입니다.

마지막으로 일일 시청시간도 중요하게 활용합니다. 특정 이용자층에서 일일 시청시간이 크게 증가하는 장르가 확인되면, 플랫폼은 해당 장르의 콘텐츠를 적극적으로 확보하고 추천을 강화하는 전략을 수립합니다. 결국 이러한 데이터는 콘텐츠 확보뿐 아니라 현지화 방식과 마케팅, 추천 전략까지 결정하는 핵심 근거로 활용되고 있습니다.

**Q. 중동 시장에서 성공적으로 초현지화를 구현한 글로벌 콘텐츠 사례가 있다면 소개해 주십시오.**

A. 가장 대표적인 사례는 2024년 WATCH IT Original로 공개된 <Special Case(El Hala El Khasa)>입니다. 이 작품은 한국 드라마 <이상한 변호사 우영우>를 공식 리메이크한 아랍어 시리즈이지만, 단순히 원작을 그대로 옮긴 것이 아니라 중동, 특히 이집트 시청자들이 자연스럽게 받아들일 수 있도록 스토리와 인물, 법률 환경, 문화적 요소를 전반적으로 재구성했습니다. 원작이 가진 감동은 유지하면서도 현지 콘텐츠처럼 느껴질 수 있도록 만든 대표적인 초현지화 사례라고 생각합니다.

이 사례를 보면 해외 IP를 중동 시장에 성공적으로 정착시키기 위해서는 콘텐츠 자체의 현지화뿐 아니라 플랫폼 운영과 유통 전략까지 함께 설계하는 것이 중요하다는 점을 확인할 수 있습니다.

**Q. 리메이크 성공을 가능하게 하는 핵심 요인은 무엇이라고 생각하십니까?**

A. 첫 번째 성공 요인은 현지의 법률·사회·문화 환경에 맞게 이야기 구조를 재설계한 점입니다. 먼저 작품의 형식부터 달라졌습니다. <Special Case>는 10부작으로 구성된 빠른 전개의 이집트 미니시리즈인 반면, <이상한 변호사 우영우>는 16부작으로 사건 중심의 에피소드 구조를 갖춘 한국 드라마입니다. 주인공의 동기 역시 현지 정서에 맞게 바뀌었습니다. <Special Case>에서는 주인공 나딤(Nadim)이 돌아가신 어머니의 유언을 이루기 위해 최고의 변호사가 되려는 개인적인 목표가 이야기의 중심이 됩니다. 그 과정에서 기업 간 경쟁과 동료들의 견제, 자신의 장애를 이용하려는 주변 인물들과 맞서게 됩니다. 반면 <이상한 변호사 우영우>는 사회적 편견과 제도적 차별, 개인의 성장에 초점을 맞추며, 우영우가 한바다 로펌이라는 비교적 협조적인 환경 속에서 전문성을 인정받아 가는 과정을 그립니다. 천재성을 표현하는 방식도 현지 문화에 맞게 달라졌습니다. <Special Case>에서는 주인공의 내면세계를 표현하기 위해 이집트의 전설적인 밴드인 Al-Massrieen의 음악과 클래식, 복고 대중문화를 활용했습니다. 반면 <이상한 변호사 우영우>에서는 고래와 바다 생물을 시각적 은유로 사용해 주인공의 직관과 감정을 표현했습니다. 자폐를 바라보는 관점 역시 현지 현실을 반영했습니다. <Special Case>는 이집트 사회에서 자폐인이 겪는 제도적 지원 부족과 일상적인 편견, 그리고 노동시장에서의 포용성 문제를 직접적으로 다룹니다. 반면 <이상한 변호사 우영우>는 한국의 기업 문화와 조직 체계 속에서 나타나는 위계질서와 차별을 중심으로 자폐에 대한 사회적 인식을 풀어냈습니다.

두 번째 성공 요인은 현지 시청자들에게 익숙한 배우와 제작진을 활용한 마케팅 전략입니다.<Special Case>는 대중적으로 인지도가 높은 배우와 신예 배우, 그리고 업계를 대표하는 제작진을 균형 있게 조합했습니다. 이러한 캐스팅 자체가 중요한 마케팅 자산으로 작용하며 다양한 연령층의 관심을 이끌어냈습니다. 대표적으로 배우 Ghada Adel은 폭넓은 대중성을 바탕으로 기존 시청자층의 관심을 끌었고, Taha Desouky는 젊은 세대를 중심으로 SNS에서 높은 화제성을 만들었습니다. 여기에 전설적인 음악가 Hany Shenouda가 참여하면서 중장년층의 향수를 자극했고, 배우 Ahmed Amin의 특별출연까지 더해져 작품 공개 전후 자연스러운 입소문이 형성됐습니다.

마지막으로 중요한 요인은 플랫폼 운영과 통신사 제휴를 포함한 생태계 전략입니다. 현지화는 콘텐츠만 잘 만든다고 성공하는 것이 아닙니다. 플랫폼이 이용자의 관심을 장기적인 가치로 어떻게 연결하는지가 더욱 중요합니다. <Special Case>는 WATCH IT의 대표적인 오리지널 콘텐츠로서 신규 가입자 확보와 이용자 참여 확대, 유지율 향상, 브랜드 협업 등 다양한 사업적 성과를 만들어낸 사례라고 볼 수 있습니다. 우선 작품에 대한 높은 SNS 화제성은 WATCH IT에 새로운 이용자를 유입시키는 데 큰 역할을 했습니다.  또한 구독 수익뿐 아니라 광고와 스폰서십, 브랜드 협업 등 다양한 수익 모델을 함께 창출할 수 있었습니다. 가입 장벽을 낮추기 위한 전략도 중요했습니다. WATCH IT는 통신사 제휴와 모바일 결제, 다양한 구독 상품을 함께 운영하면서 이용자가 보다 쉽게 서비스를 이용할 수 있도록 했습니다. 콘텐츠 공개 방식 역시 이용자 참여를 높이는 데 효과적이었습니다. 시즌 전체를 한 번에 공개하는 대신 에피소드를 순차적으로 공개하면서 매주 새로운 화제를 만들었고, 이용자의 재방문과 구독 유지에도 긍정적인 영향을 미쳤습니다.

**Q. 하나의 스토리가 웹소설, 웹툰, 드라마, 게임 등 다양한 형식으로 확장되는 '슈퍼 IP' 모델을 중동 플랫폼은 어떻게 바라보고 있습니까?**

**A.**

플랫폼 운영과 사업 제휴의 관점에서 보면, 중동의 OTT 사업자는 슈퍼 IP 모델을 매우 실용적으로 평가합니다. 글로벌 스튜디오가 여러 콘텐츠 형식을 통한 수익 다각화에 주목한다면, 중동 플랫폼은 초기 콘텐츠 투자 위험을 낮추고 이미 시장성이 검증된 이용자 유입 경로를 확보할 수 있는지를 우선적으로 봅니다.
중동 시장에서 슈퍼 IP 모델이 실제로 평가되는 방식은 크게 세 가지로 나눌 수 있습니다.

첫째, 기존 팬덤을 사전에 검증된 시장조사 자료로 활용할 수 있다는 점입니다. 중동 플랫폼은 성공한 웹툰이나 웹소설을 원작으로 한 K-스토리를 여러 수익을 창출하는 IP로만 보지 않습니다. 해당 작품의 콘셉트와 캐릭터에 대한 충성도, 이야기 전개 방식이 이미 글로벌 시장에서 검증됐다는 점을 더욱 중요하게 평가합니다.이러한 작품이 실사 K-드라마로 제작되면 기존 팬덤 자체가 강력한 마케팅 채널로 작용합니다. 작품 공개 첫날부터 일정 수준의 시청자를 확보할 수 있고, 틱톡과 X, 인스타그램 등 중동 지역의 소셜미디어에서 자연스러운 화제도 형성됩니다. 이에 따라 플랫폼은 초기 마케팅 비용을 줄일 수 있으며, 신규 가입자 확보에 실패할 위험도 낮출 수 있습니다.
둘째, 걸프협력회의 국가의 젊은 이용자 사이에는 영상과 만화 콘텐츠의 소비 격차가 존재합니다. 플랫폼 이용 데이터를 보면 걸프 지역의 젊은 세대가 한국 IP를 활발하게 소비하는 것은 분명하지만, 실제 이용 행태는 영상 콘텐츠에 크게 집중돼 있습니다. 웹소설 원문이나 디지털 만화와 같은 텍스트 기반 콘텐츠를 읽는 이용자는 여전히 소수이며, 주로 WEBTOON과 같은 글로벌 앱을 사용하는 영어 구사 능력이 높은 충성도 높은 팬층에 한정됩니다. 물론 지역의 디지털 만화 시장도 조금씩 변화하고 있습니다. 사우디아라비아의 Manga Arabia와 같은 현지 사업자는 Manga Arabia Youth 앱을 통해 한국 웹툰을 아랍어로 번역해 제공하고 있습니다. 그러나 플랫폼은 영상 콘텐츠를 본 이용자가 다시 웹소설이나 웹툰을 찾아 읽을 것이라고 전제하지 않습니다. Yonder와 같이 연재형 소설 콘텐츠를 중심으로 운영된 글로벌 앱도 중동에서 의미 있는 이용자 기반을 확보하지 못했고, 결국 전 세계적으로 서비스가 종료됐습니다. 이러한 경험을 통해 중동 플랫폼은 MENA 시장에서 영상이 대중적인 IP 소비의 최종 단계라는 점을 분명하게 인식하고 있습니다.
셋째, 수익화는 구독형 서비스와 통신사 제휴를 중심으로 이뤄집니다. 글로벌 스튜디오는 슈퍼 IP를 게임과 연계하거나 상품을 판매하고, 오프라인 체험 공간으로 확장하는 방식에 주목합니다. 그러나 중동 OTT 플랫폼의 수익 구조는 여전히 광고 기반 주문형 비디오, 구독형 주문형 비디오 가입, 장기적인 통신사 결합상품 수익과 같은 핵심 지표에 집중돼 있습니다. 현지 플랫폼 입장에서는 부가 라이선싱 사업이 전체 실적에 미치는 영향이 크지 않습니다. 슈퍼 IP의 실질적인 재무 가치는 직접 가입자를 유치해 월간 반복 매출을 높이거나, e&, du, STC와 같은 통신사와의 제휴에서 높은 가입자당 평균매출을 확보할 수 있는지에 달려 있습니다.

따라서 중동 플랫폼이 슈퍼 IP를 평가할 때 가장 중요하게 보는 것은 여러 형식으로 확장할 수 있다는 가능성 자체가 아닙니다. 기존 팬덤을 활용해 마케팅 비용과 투자 위험을 줄이고, 영상 콘텐츠를 통해 가입자와 반복 매출을 확보할 수 있는지가 핵심입니다.

**Q. 플랫폼의 관점에서 다양한 미디어로 확장할 수 있는 K-스토리 IP는 단일 콘텐츠 IP와 비교해 어떤 경쟁력을 갖고 있습니까? 이러한 확장 가능성이 콘텐츠 구매나 투자 결정에도 영향을 미칩니까?**

A. 가장 큰 장점은 이미 검증된 팬덤과 시장성을 확보하고 있다는 점입니다. 웹소설이나 웹툰을 기반으로 한 작품은 이미 글로벌 시장에서 이야기와 캐릭터의 경쟁력이 검증돼 있으며, 충성도 높은 이용자층도 확보하고 있습니다. 따라서 플랫폼은 신규 콘텐츠보다 상대적으로 낮은 위험으로 투자할 수 있습니다. 또한 이용자 유지 측면에서도 강점이 있습니다. 단일 콘텐츠는 공개 직후 이용자가 집중되지만 관심이 빠르게 감소하는 경우가 많습니다. 반면 확장형 K-스토리는 세계관과 다양한 캐릭터를 기반으로 여러 시즌과 스핀오프를 제작할 수 있어 이용자의 시청 시간을 늘리고 장기적인 이용을 유도할 수 있습니다. 추천 알고리즘 활용도 역시 높습니다. 웹툰과 웹소설은 장르와 이용자 반응에 대한 데이터가 충분히 축적돼 있기 때문에 플랫폼은 이를 활용해 보다 정확한 추천 서비스를 제공하고 관련 콘텐츠를 함께 노출할 수 있습니다. 이는 구독 유지율을 높이는 데에도 도움이 됩니다. 수익 구조도 단일 콘텐츠보다 다양합니다. 드라마의 성공이 게임, 라이선싱, 굿즈, 출판, OST 등으로 이어질 수 있기 때문에 하나의 IP가 지속적으로 새로운 가치를 만들어낼 수 있습니다.

**Q. 향후 2~3년 동안 중동 OTT 플랫폼에서 K-스토리 비즈니스에 가장 큰 영향을 미칠 변화는 무엇이라고 생각하십니까?**

A. 앞으로 3~5년 동안 중동에서 K-스토리의 성공은 단순히 콘텐츠를 판매하는 기존 라이선스 모델보다 플랫폼 환경의 변화에 얼마나 잘 대응하느냐에 달려 있다고 생각합니다. 특히 데이터 활용과 플랫폼 인프라가 빠르게 발전하면서 세 가지 변화가 가장 큰 영향을 미칠 것으로 예상합니다.

첫 번째는 AI 기반 초개인화 추천 서비스의 확대입니다. 중동 OTT 플랫폼들은 이용자의 일일 시청 시간을 늘리기 위해 AI 기반 추천 시스템을 적극적으로 도입하고 있습니다. 중동 이용자는 배우 이름보다 얼굴을 기억하는 경우가 많기 때문에 AI는 이용자의 시청 이력을 분석해 같은 배우가 출연한 다른 작품을 자동으로 추천하거나 썸네일을 이용자별로 다르게 노출하는 방식까지 활용하게 될 것입니다. 이러한 개인화 기술은 콘텐츠 탐색 시간을 줄이고 전체 시청량을 높이는 데 중요한 역할을 할 것으로 보입니다.

두 번째는 단순 수입보다 현지 리메이크가 더욱 확대되는 흐름입니다.이제는 해외 작품을 그대로 서비스하는 것보다 현지 리메이크를 제작하는 방식이 더욱 경쟁력을 갖게 될 것입니다. <Special Case>가 <이상한 변호사 우영우>를 성공적으로 현지화한 사례처럼, 검증된 한국 스토리를 중동의 문화와 법률, 사회환경에 맞게 다시 제작하는 방식이 플랫폼 입장에서는 훨씬 안정적입니다. 검열이나 문화적 차이를 제작 단계에서 미리 반영할 수 있기 때문에 투자 위험도 줄일 수 있습니다.

세 번째는 구독 중심에서 통신사 번들 중심으로 수익 구조가 변화하는 것입니다. 중동에서는 신용카드 기반의 직접 구독보다 통신사와의 결합상품이 점점 더 중요해지고 있습니다. 실제로 Shahid와 STARZPLAY, Viu MENA 등도 e&, STC, du와 같은 통신사와 협력해 프리미엄 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 앞으로는 완주율이 높은 오피스 로맨스나 스릴러 장르가 통신사 번들의 핵심 콘텐츠로 활용되면서 플랫폼과 콘텐츠 기업 모두 안정적인 수익 구조를 확보하게 될 것으로 예상합니다.

**Q. 이러한 변화에 대응하기 위해 한국 콘텐츠 기업은 어떤 전략을 우선적으로 준비해야 한다고 생각하십니까?**

A. 한국 콘텐츠 기업은 단순히 콘텐츠를 판매하는 공급자의 역할에서 벗어나 중동 플랫폼과 함께 성장하는 장기적인 파트너라는 관점으로 접근해야 합니다.

우선 처음부터 글로벌 리메이크를 고려한 IP를 기획할 필요가 있습니다. 국내 시장뿐 아니라 해외에서 현지화하기 쉽도록 핵심 세계관과 감정선, 문화적 요소를 구분해 설계하면 리메이크 가능성이 훨씬 높아집니다.

또한 중동의 법률과 계약 환경에 대한 이해도 중요합니다. 현지 플랫폼은 실제 사업 운영과 규제 대응을 담당하기 때문에 UAE나 사우디아라비아 법률을 적용하는 계약을 선호하는 경우가 많습니다. 이러한 현실을 이해하고 협상에 임하면 계약 과정도 훨씬 원활해질 것입니다.

마지막으로 현지화를 고려한 제작 시스템을 갖춰야 합니다. M&E 트랙을 분리하고 메타데이터를 체계적으로 관리하면 자막과 더빙을 보다 효율적으로 제작할 수 있습니다. 특히 젊은 층은 자막을, 중장년층은 더빙을 선호하는 경향이 있기 때문에 다양한 현지화 방식을 지원할 수 있는 제작 환경이 필요합니다.

**Q. 마지막으로 중동 시장에서 장기적으로 성공하기 위해 한국 콘텐츠 기업에 꼭 전하고 싶은 조언 세 가지가 있다면 무엇입니까?**

A. 첫 번째는 중동을 아랍어 시장으로만 보지 말라는 점입니다. 걸프 지역에는 인도와 파키스탄, 방글라데시 등 남아시아 출신 거주자가 매우 많습니다. 이들은 힌디어 콘텐츠에 익숙한 경우가 많기 때문에 아랍어뿐 아니라 힌디어 더빙이나 영어 음성을 함께 활용하면 추가적인 현지화 비용 없이 훨씬 넓은 시청자를 확보할 수 있습니다.

두 번째는 통신사와 협력한 마이크로 드라마 시장을 적극적으로 공략하는 것입니다. 중동에는 신용카드를 사용하지 않는 블루칼라 노동자가 많습니다. 이들을 대상으로 7~8분 분량의 짧은 에피소드와 저렴한 월정액 상품을 통신사 결제와 연계해 제공한다면 새로운 시장을 개척할 수 있을 것입니다.

세 번째는 프리미엄 작품은 적극적인 마케팅과 함께 출시해야 한다는 점입니다. 단순히 플랫폼 라이브러리에 작품을 추가하는 것만으로는 높은 라이선스 가치를 기대하기 어렵습니다. Shahid와 같은 주요 플랫폼을 통해 독점 공개하고, 현지 방송과 라디오, SNS를 활용한 대규모 마케팅을 함께 진행해야 합니다. 또한 팬미팅이나 시사회, 퀴즈 이벤트 등 팬 참여 프로그램을 운영하면 작품의 화제성을 높이고 이후 한국 콘텐츠의 라이선스 가치도 함께 높일 수 있을 것입니다.

## ○ 한국 콘텐츠 기업을 위한 시사점 및 제언

### 01. 중동형 콘텐츠 평가 기준 변화

- 글로벌 흥행보다 문화적 적합성과 가족 중심 서사 중시
- 완주율·이용자 유지율 등 플랫폼 성과 중심 콘텐츠 평가 확대
- 한국 기업의 중동 이용자 맞춤형 콘텐츠 기획 경쟁력 중요성 확대

### 02. 초현지화 기반 콘텐츠 제작 확대

- 번역을 넘어 문화·종교·생활양식을 반영한 콘텐츠 재구성 확대
- 국가·연령·이용자 특성별 자막·더빙 운영 방식 세분화
- 한국 기업의 현지 리메이크와 맞춤형 제작 역량 중요성 증대

### 03. 리메이크 중심 IP 비즈니스 확대

- K-스토리 기반 현지 리메이크 수요 지속 확대
- 문화 수정 권한과 IP 권리 구조를 고려한 계약 중요성 증대
- 한국 기업의 글로벌 리메이크 사업 경쟁력 확보 기회 확대

### 04. 플랫폼 중심 OTT 생태계 재편

- AI 기반 개인화 추천 서비스 확대
- 통신사 번들 중심 플랫폼 유통 구조 강화
- 플랫폼 협력 기반 콘텐츠 사업 모델 중요성 확대

### 05. K-스토리 IP의 장기 사업화 가치 확대

- 검증된 팬덤 기반 IP의 투자 안정성 부각
- 슈퍼 IP 기반 이용자 유지 및 콘텐츠 확장성 확대
- 영상 중심의 지속 가능한 IP 비즈니스 성장 가능성 확대