

# BBC의 콘텐츠 국제화 전략: BBC월드와이드를 중심으로

▣ 박 병 선\*

## 1. 개요

BBC월드와이드는 BBC의 콘텐츠들을 통해 수익을 극대화하는 역할(main commercial arm)을 맡고 있는 BBC의 자회사이다. BBC는 2012년 향후 BBC가 주력할 다섯 가지 전략 목표로 ‘디지털 성장 주도’, ‘국제화’, ‘TV채널 규모 확충’, ‘신규 콘텐츠에 대한 투자 확충’ 및 ‘소비자와의 접점 확대’를 설정하고, 자사 콘텐츠의 경쟁력을 국제적으로 강화하는 방향 설정을 통해 미디어 시장의 변화에 대응하고 있다. 본고에서는 BBC월드와이드를 중심으로 BBC의 콘텐츠 제작 및 판매, 배급 전략과 국제화 전략 동향을 조망하였다.

## 2. BBC월드와이드의 콘텐츠 전략 및 국제화 전략

BBC월드와이드의 핵심 사업은 크게 채널(Channels) 서비스, 판매 및 배급(Sales & Distribution), 소비자 상품(Consumer Products), 글로벌 브랜드(Global Brands), 콘

---

\* 정보통신정책연구원 방송미디어연구실 연구원, (043)531-4311, bspark@kisdi.re.kr

텐츠 제작(Content Production) 등 다섯 개 부문으로 구분되어 있으며, 매출액상으로 현재 가장 핵심적인 사업부문은 채널서비스 사업이나, 최근 콘텐츠 제작 부문 또한 커지고 있다.

<표 1> BBC월드와이드의 사업부문별 매출액 변화(2011~2013년)

(단위: 백만 파운드)

사업분야	2011/2012	2012/2013	증가율
채널(Channels)	344.6	369.1	7.1%
판매 및 배급(Sales & Distribution)	292.7	312.3	6.7%
소비자 상품(Consumer Products)	211.4	181.6	-14.1%
글로벌 브랜드(Global Brands)	146.6	141.1	-3.8%
콘텐츠 제작(content Production)	135.5	151.2	11.6%

자료: BBC Worldwide Annual Review 각 년도

콘텐츠 제작 부문은 현지 제작을 통한 프로그램 판매 및 프로그램 포맷 수출을 포괄하며, 최근 지속적인 성장률을 보이고 있다. 또한 콘텐츠의 판매 및 배급과 관련해서는 200여개 국가에 11개의 주요 지사를 설치하고, 700여개의 주요방송사 또는 플랫폼에 프로그램을 판매하고 있다.<sup>1)</sup>

## (1) 콘텐츠 제작

BBC월드와이드는 콘텐츠 분야를 운영 전략의 최우선 분야로 보고 있으며, 주요 콘텐츠 공급처인 BBC를 통해 글로벌 제작사 및 영국의 독립제작사 콘텐츠를 조달받고 있다.

제작 유형 또한 다양화되어 있는데, 자체제작 및 독립 제작사 외주 방식뿐만 아니라 공동제작과 고객사 수요 기반 제작이 활성화되어 있어 국제적 배급 및 수상과 관련해서 실적을 올리고 있다. 제작 유형별 주요 콘텐츠와 관련한 내용은 <표 2>와 같다.

1) BBC Worldwide Annual Review 2012/2013

〈표 2〉 BBC월드와이드의 콘텐츠 제작 유형 및 현황

유형	콘텐츠	방송채널	제작사	기타 사항
공동제작	〈Ripper Street〉	BBC One	Tiger Aspect Productions, Lookout Point, BBC America	시즌2 제작 역시 승인받은 상태
	〈Parade's End〉	BBC Two	HBO Miniseries, Trademark Films, BBC Worldwide, Lookout Point, BNP Paribas Fortis Film	벨기에 정부 면세정책(Tax Shelter Scheme)의 지원을 받고 있으며, 4개의 Broadcasting Press Guild awards 수상
자체제작	〈Father Brown〉	BBC One	BBC 인하우스 드라마	
독립 제작사 외주	〈A Young Doctor's Notebook〉	Sky Arts 1	Big Talk	BBC가 제작비용 투자
	〈Call the wildlife〉	-	Neal Street	
고객사 수요 기반 제작	〈Da Vinci's Demons〉	-	Starz社의 수요에 따라 LA에 있는 BBC Worldwide Productions에서 제작	120개 이상 국가에 배급됨

자료: BBC Worldwide Annual Review 2012/2013

공동제작의 경우, 역사상 최초로 국제공동제작을 실시한 방송사로서<sup>2)</sup> 국가 간 경계를 뛰어넘어 재정, 극본, 사전제작, 사후제작, 배급 등 다양한 측면에서 적극적인 협조 경향을 선도하고 있다.

BBC는 1980년대부터 '공동제작부'라는 조직을 신설하고 국제 저작권, 계약에 관한 법률 지식, 해외의 기술수준의 판단 문제 등 폭넓은 분야에 걸쳐 전문적 지식을 바탕으로 하는 역할을 지원해 왔으며, BBC월드와이드 및 월드와이드의 각국 지사(BBC America 등)는 이러한 국제공동제작의 교각 역할을 하고 있다.

BBC에서 공동제작을 통해 만들어지는 프로그램의 장르를 살펴보면 드라마가 가장 많고, 다큐멘터리, 장편 영화 순이다.<sup>3)</sup> 다큐멘터리나 애니메이션 장르의 경우 한 국가

2) BBC가 PBS의 전신인 US Educational and Television Service와 체결한 다큐멘터리 공조방안은 TV 역사상 최초의 국제 공동제작이었음

가 제작하기에는 자본이 많이 투입되어 원금 손실의 가능성이 높고, 소구력에 있어서 어느 정도 보편성을 확보하고 있어 공동제작이 많이 이루어지고 있다.

이와 관련해서는 우리나라에서도 2014년 6월 미래창조과학부와 국내 방송사 및 제작사가 국내 방송시장의 한계를 극복하기 위한 해외진출 전략으로써 ‘한영 방송콘텐츠 기획안 쇼케이스’를 런던에서 개최한 바 있다.<sup>4)</sup>

또한 BBC월드와이드는 2012년 Burning Bright Production 등 두 개 독립제작사 설립에 직접 참여하여 150시간에 해당하는 프로그램을 제작하기도 하였다.<sup>5)</sup>

## (2) 콘텐츠 판매 및 배급

콘텐츠 제작 분야에서 특징적으로 나타났던 독립제작사와의 유기적인 파트너십은 포맷 수출과 함께 콘텐츠 판매 분야의 주요한 전략이기도 하다.

BBC월드와이드 콘텐츠 투자의 대부분(2012년 기준 £76.2m)은 독립제작사와 유기적인 관계 속에서 이루어지는데, 200개 이상의 독립제작사가 BBC와 파트너십을 형성하여 프로그램 제작 및 판매 분야에서 협력하고 있다.<sup>6)</sup> 이러한 BBC-BBC월드와이드-독립제작사 간 선순환관계는 영국 내 콘텐츠 분야 발전에 상당부분 기여하고 있다.

포맷 수출 역시 현지화 전략으로써 주력하고 있는 부분인데, BBC의 대표적인 로컬 포맷 제작 프로그램으로 ‘2013 남아프리카 영화/TV 대상’에서 Best International Format으로 지정된 <Come with Me South Africa> 등을 들 수 있다.<sup>7)</sup>

한편 BBC월드와이드는 영국을 대표하는 배급회사 역할을 담당한다는 전략을 가지고 있는데, 특히 독립제작사의 국제적 배급 대행에 적극적으로 나서 온 전통을 가지고 있기도 하다.<sup>8)</sup> 근래 LOVEFiLM, 넷플릭스, 훌루 등과 VOD 배급 계약을 맺어 디지

3) 미디어전략연구소(2009), 포스트 한류를 위한 시장개척 전략으로서 국제공동제작 활성화 방안 연구

4) 미래창조과학부 보도자료(2014. 6. 9), “미래부, 방송콘텐츠 국제 공동 기획·제작 지원 본격화”.

5) 손창용(2013), 공영방송의 글로벌 전략: BBC와 BBC월드와이드를 중심으로

6) 5)와 같은 출처

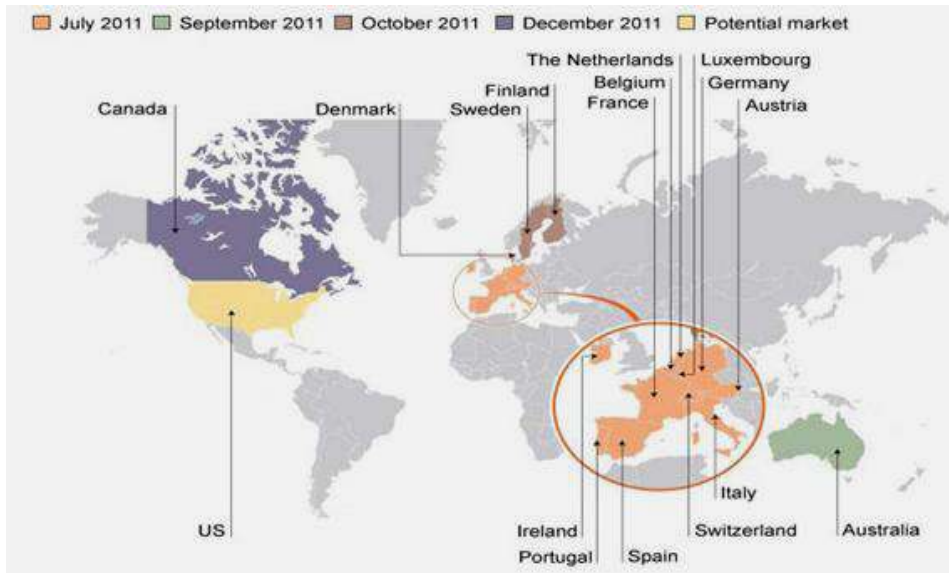
7) 1)과 같은 출처

털 사업부문의 매출액이 증가(2012~2013년 23.2% 증가)<sup>9)</sup>한 것 또한 판매 및 배급 부문의 성장에 영향을 미쳤다.

### (3) Global iPlayer를 통한 동영상 서비스

디지털 미디어 시대의 콘텐츠 국제화 전략으로써 인터넷을 통한 동영상 서비스 고도화는 필수적인 부분이다. BBC는 디지털 시대에 적합한 사업 전략으로써 인터넷을 통해 방송콘텐츠를 제공하는 iPlayer를 출시한 바 있는데, 자회사인 BBC월드와이드는 BBC 콘텐츠의 글로벌화 및 해외 거주 영국인의 원활한 콘텐츠 시청을 위해 2011년 9월 Global iPlayer를 출시하였다.

[그림 1] Global iPlayer 서비스 국가



자료: Informa Telecoms & Media(2012)

8) 조항제(1995), BBC의 세계시장 확대전략, 그 의미와 평가, 『방송학 연구』, 통권 6호

9) 1)과 같은 출처

BBC iPlayer가 수신료 납부자를 대상으로 무료 서비스를 제공하는 반면, Global iPlayer는 가입자를 대상으로 유료 서비스를 제공하고 있다.<sup>10)</sup> 이는 지상파 방송사로써는 최초로 전 세계를 대상으로 유료 동영상 서비스를 제공하는 것이며, 2012년을 기준으로 [그림 1]에 표시된 국가들을 중심으로 서비스를 제공하고 있다.

#### (4) 대륙별 운영전략 차별화

앞서 언급한 일련의 콘텐츠 전략들과 함께 BBC는 BBC월드와이드라는 창구를 통해 대륙별로 운영전략을 달리해 해외시장에 방점을 찍는 ‘영국을 세계로, 세계를 영국으로(Bringing the UK to the world and the world to the UK)’ 목표를 실천하고 있다.

북미에서는 BBC America를 통해 콘텐츠 배급 및 송출을 하고 있으며, LA의 BBC Worldwide Production을 통해 지역 특화 콘텐츠를 제작하고 있다. 남미의 경우, 18개의 스페인어 및 포르투갈어 사용 국가에 채널 배급을 하는 한편 SVOD 서비스를 제공해 매출을 올리고 있다.

호주에서는 오락 전문 채널인 UKTV를 통해 드라마, 코미디 프로그램을 제공함으로써 실시간 오락 분야의 영향력을 키우고 있고, 아시아에서는 인도네시아, 캄보디아, 버마를 비롯해 6개 채널 브랜드를 론칭한 상황이다.

유럽의 경우 서유럽과 중·동부유럽으로 세분해 운영을 달리 하고 있는데, 서유럽에서는 이탈리아의 RETE4 방송사를 통해 BBC Knowledge 채널을 서비스하는 한편 2012년 노르웨이의 디지털 지상파 TV 사업자 RIksTV를 통해 새로운 배급 채널을 확보하였다. 중·동부유럽에서는 폴란드의 DTH 플랫폼인 Cyfrowy Polsat을 통해 채널을 서비스하고 있으며, 2013년 초 BBC Knowledge 또한 론칭한 상태이다.<sup>11)</sup>

대륙별 운영전략에 따른 최근 실적은 <표 3>에 정리된 바와 같다.

10) 신호철(2012), BBC Worldwide의 Global iPlayer 사업 동향과 전망, 『방송통신정책』, 제 24권 7호 11) 1)과 같은 출처

〈표 3〉 대륙별 BBC월드와이드의 운영전략 및 실적 현황

북미	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BBC America를 통해 송출과 콘텐츠 배급을 하고 있으며, LA의 BBC Worldwide Production을 통해 지역 특화 콘텐츠 제작</li> <li>- BBC America는 8,060만 가구에 이르는 가구도달률을 보여 2012~2013년 사이 국제화 지역들 중 가장 큰 성장세를 보임</li> </ul>
호주	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오락 전문 채널인 UKTV를 통해 영국 드라마, 코미디 프로그램을 제공함으로써 실시간 오락 분야의 영향력을 키우고 있음</li> <li>- 2012. 9월에는 시드니에서 BBC Worldwide Australia Channels Showcase를 개최하기도 했으며, &lt;Top Gear&gt; Festival 등 현장 이벤트에 8만 명 이상의 국민들이 참여</li> </ul>
아시아	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도네시아, 캄보디아, 버마를 비롯해 아시아에 6개 채널 브랜드를 론칭</li> <li>- 버마의 경우 BBC World News, BBC Entertainment, CBeebies의 세 개 채널 브랜드 론칭</li> </ul>
서유럽	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이탈리아의 RETE4 방송사를 통해 BBC Knowledge 채널을 서비스하고 있으며, 2012년 노르웨이의 디지털 지상파 TV 사업자인 RiksTV를 통해 새로운 배급 채널을 확보</li> </ul>
중·동부유럽	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 폴란드의 DTH 플랫폼인 Cyfrowy Polsat을 통해 채널을 서비스하고 있으며, 2013년 초 BBC Knowledge 또한 론칭</li> </ul>
남미	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18개 스페인어 및 포르투갈어 국가에 채널 배급을 하고 있으며, SVOD 서비스의 매출 또한 증가세임</li> </ul>

자료: BBC Worldwide Annual Review 2012/2013

### 3. 결 어

이상에서 살펴보았듯 BBC월드와이드는 콘텐츠를 통해 BBC의 브랜드 자산을 구축하고, BBC 서비스 및 제품 간 시너지 효과를 강화하는 전략을 이행하는 데 있어 첨병 역할을 하고 있다. 방송 콘텐츠의 실시간성 여부가 모호해지면서 동영상과의 경계가 흐려지고, 인터넷 및 IT 거대기업들이 동영상 시장에서 영향력을 넓혀가고 있는 시점에 ‘shop window’로써 BBC월드와이드의 역할은 기존 방송사들의 활로 모색에 있어 주목할 만한 일레가 될 수 있을 것으로 보인다.

## 참고문헌

- 손창용 (2013), 공영방송의 글로벌 전략: BBC와 BBC월드와이드를 중심으로
- 신호철 (2012), BBC Worldwide의 Global iPlayer 사업 동향과 전망, 『방송통신정책』, 제 24권 7호.
- 미디어전략연구소 (2009), 포스트 한류를 위한 시장개척 전략으로서 국제공동제작 활성화 방안 연구.
- 조항제 (1995), BBC의 세계시장 확대전략, 그 의미와 평가, 『방송학 연구』, 통권 6호.
- 미래창조과학부 보도자료 (2014. 6. 9), “미래부, 방송콘텐츠 국제 공동 기획·제작 지원 본격화”.
- BBC Worldwide Annual Review 각 년도.