

## 드라마 '모래시계'에서 '올인'까지 - 콘텐츠 기반의 머천다이징

2003년 1월 초에 방송을 시작하여, 4월 초에 종영했던, SBS 대기희 드라마 '올인(All In)'(초록뎀미디어 제작)은 여러 가지 의미에서 한국 최고의 기록을 만들었다.

우선, 자극의 수위를 높여가며 치열하게 경쟁하는 공중파 3사가 주도하는 미디어 환경과 더불어, 인터넷 미디어와 케이블 및 위성방송 등이 시청자들의 편이에 따른 시간대에 수시로 재방송 서비스를 해주는, 그야말로 멀티미디어시대에 50%를 넘어서는 공중파 시청률을 기록했다는 사실이다.

다소 논란의 여지가 있지만, 10년 전 시청자들에게 문화적 충격을 주었던 '모래시계'(SBS 제작)가 60%가 넘는 시청률을 기록할 당시의 미디어 환경과는 본질적으로 궤를 달리 하는 것이기에, 오히려 '모래시계'를 능가하는 시청률이라고 말할 수도 있는 것이다.

두 번째, 과거 '모래시계'가 '1980년 광주민주화운동'과 조직폭력과 정치권의 밀착된 세계라는, 정치적으로 금기시되던 소재를 파격적으로 다루었다면, '올인'은 도박을 산업으로 다루고 나아가 제주국제자유도시라는, 어찌 보면 드라마와 어울리지 않는 딱딱한 소재를 결합시켰다는 점에서 방송드라마의 새 장을 열었다고 할 수 있다.

세 번째, '모래시계'가 강원도 정동진을 한국 최고의 관광 명소로 만들었다면, '올인'은 제주도 섭지코지라는 알려지지도 않았고 멋진 자연풍광 외에는 삭막하기 이를 데 없는 지역을 새로운 관광 명소로 부상시켰다는 점에서 공통된 의미가 있다.

미디어 콘텐츠의 폭발력을 보여주는 사례일 뿐 아니라, 최근 지방자치단체에서 적극적으로 방송 드라마 세트 유치에 심혈을 기울이고 있는 이유이기도 하다.

이번에 필자가 말하고자 하는 대목은, 하나의 콘텐츠가 만들어지고 그것이 다양한 머천다이징 영역으로 확대 재생산되는 추세와 양상을 다루고자 하는 것이다.

사실 10년 전, '모래시계'라는 킬러 콘텐츠가 등장하였을 때에는, 그 드라마를 활용한 소위 'One Source-Multi Use' 전략이 부재한 상태였다. 그래서 '모래시계'를 통해 정동진이 급부상하는 과정 자체가 지극히 자연발생적이어서 정동진의 난개발(亂開發)을 낳았다.

그러나 그 이후 양상이 점점 변화하면서, 이제는 방송 드라마와 그 드라마에 등장했던 머천다이징 아이템이 연결되어 기억되는 추세로 변했다.

'토마토' -요요, '태조 왕건' - 궁예의 인형, '경찰특공대' - 총기 등이 그 대표적인 사례이고, 동일한 맥락에서 '김희선 목걸이'나 '김남주 머리핀'이니 하는 식의 연결된 기억 또한 마찬가지로 할 수

있다.

이번 '올인'의 경우에도 남녀 주인공의 사랑을 연결시켜 주는 오르골(뮤직박스)이 등장하는 것도 이례적인 사례가 아니다.

특히 '올인'의 경우에는 과거와는 달리 제작사가 직접 오르골 제작에 나서고, SK NATE.COM이 독점 판매회사로 결합하여 추진되었다는 점에서, 주목할 만한 사례라 할 수 있을 것이다.

이제는 '올인'의 제주도 촬영지였던 섭지코지의 세트장을 중심으로 하는 드라마 테마파크의 개발계획이 추진 중이라는 소식이 들려온다.

콘텐츠의 머천다이징 수준을 한 단계 끌어올리고, 모처럼 부상한 관광 명소의 난개발을 사전에 예방하겠다는 것이다.

지금까지 방송시장의 경우 공중파 방송사의 일방통행만 존재하였을 뿐, 독립 제작사의 목소리나 지위가 제대로 평가 받지 못했던 것이 현실이다. 문화산업 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 방송시장이 콘텐츠의 시장만큼은 저급한 수준에 머물러 있었다.

그러나 이제 독립 제작사의 역할과 비중이 높아지는 시점에서, 독립 제작사가 '홀로 서기'를 뛰어넘어 새로운 부가 사업에 눈을 돌리고 있다는 사실은, 향후 방송산업 시장의 판도가 어떻게 변화해 갈 지를 가늠해 볼 수 있는 매우 의미 있는 일이다.

이제 우리 나라에서도, 미국의 월트디즈니가 풍부한 애니메이션 콘텐츠와 머천다이징 경험을 바탕으로 세계 최고의 놀이 동산식 테마파크인 디즈니랜드를 만들어 운영하듯, 콘텐츠 기반의 한국적 테마파크를 경험해 볼 수 있는 시점에 이른 것이다.

한편의 공공성을 지녀야 할 방송사의 드라마가 지나친 상업주의에 물드는 것은 우려할 만한 일이지만, 독립 제작사들을 중심으로 기존의 무사안일한 제작 중심 마인드에서, 다양한 사업 수익모델을 추구하고 실천하고 있다는 것은, 역으로 방송 드라마의 수준을 한 단계 끌어올리는 긍정적인 결과를 낳을 수 있다고 기대하고 또 믿는다. **ICOVA**



**DIGITAL AVENUE**  
entertainment

디지털애비뉴는 CGI(Computer Generated Imagery) 영화와 디지털 콘텐츠를 기획·제작하는 회사이다.

현재, 그리스신화의 이야기를 모티브로 하는, Full 3D 애니메이션 영화 'Joyful Argonauts(조이풀 아르곤나우츠)'를 제작하고 있다.