2018 KCA Media Issue & Trend 01·2

트렌드 리포트

OTT 사업자들의 드라마 길이 단축 사례와 그에 따른 반응

1. 들어가며

2. OTT 사업자들의 드라마 길이 단축 사례
- 2.1 아마존 〈홈커밍〉
- 2.2 넷플릭스 〈매니악〉
- 2.3 페이스북 〈쏘리 포 유어 노스〉

3. 시사점
- 3.1 OTT 사업자의 드라마 길이 배경
- 3.2 드라마 분량 단축에 대한 반응

4. 마치며

OTT 사업자들의 드라마 길이 단축 사례와 그에 따른 반응

요약문

미국의 경우, 기존 TV 드라마는 광고 편성의 용이성을 위해 대개 회당 40분 이상의 분량으로 프로그램을 제작해 왔다. 그런데 최근 광고 편성의 제약에서 자유로운 OTT 진영이 TV 드라마와 차별되는 회당 30분 안팎의 드라마를 오리지널 콘텐츠로 선보이고 있다. 아마존, 넷플릭스, 페이스북이 대표적인 사례로, 이들의 회당 30분 드라마를 일각에선 '반시간 드라마'라 부르며 기존 드라마와 구분짓고 있는 상황이다. 반시간 드라마의 등장은 향후 제작 시장에도 일정 부분 영향을 미칠 것으로 거론되는 만큼 업계의 이해관계자들이 주목해야할 새로운 트렌드라 할 수 있다.

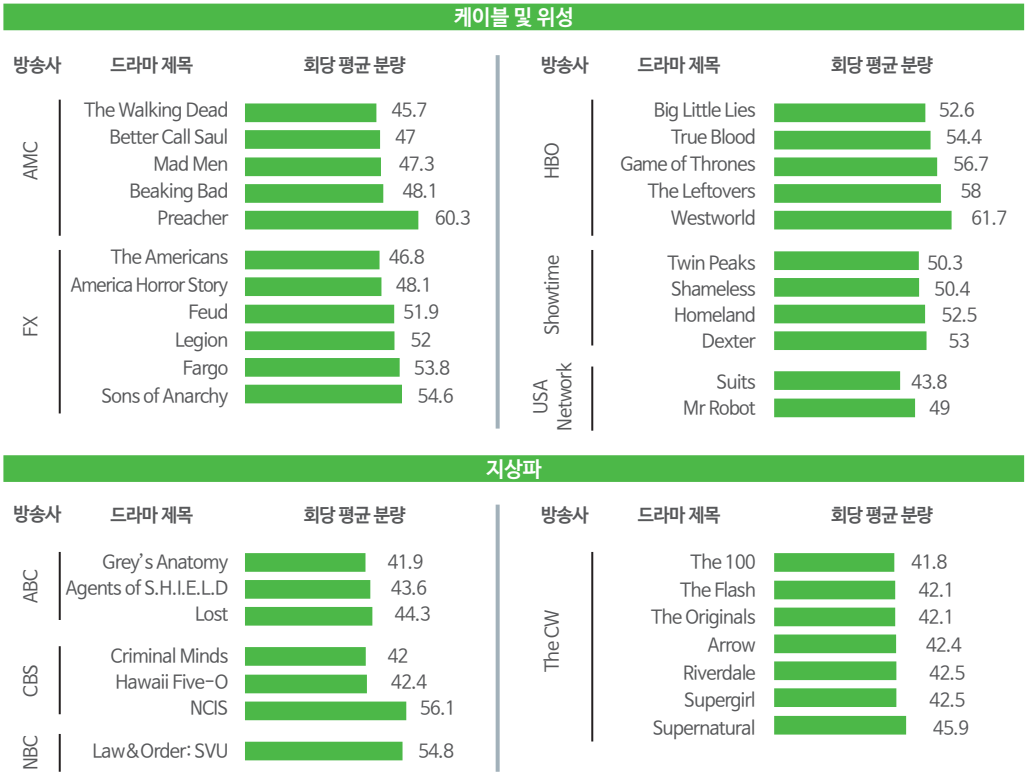
1. 들어가며

그 동안 미국 지상파 드라마는 회당 분량을 40분 안팎으로 구성하는 것이 일종의 불문율로 여겨져 왔다. 광고를 20분 가량 추가하여 편성 시간을 1시간 단위로 맞추기에 용이하기 때문이다. 광고 편성 부담이 덜한 케이블 및 위성 방송사는 이보다 조금 긴 45~55분 가량의 드라마가 다수 방영되어 왔다.

실제 미국 통계 정보 포털 서비스인 스태티스타(Statista)의 자료에 따르면, 2017년 방영된 대다수 지상파 방송사 드라마의 회당 분량은 42분대가 가장 많았으며, 케이블 및 위성 방송사는 50분대가 가장 많은 것으로 나타났다.

그림 1 2017년 미국 TV 드라마 방영작의 회당 평균 분량 비교

(단위: 분)



출처: Statista, STRABASE 재구성(2017.12)

이러한 불문율은 OTT 진영에서도 지켜져 왔다. 넷플릭스(Netflix), 아마존(Amazon) 등 SVOD 서비스는 광고 편성에 대한 부담이 전혀 없음에도 불구하고, 분량면에서 기존 방송사와 거의 동일한 드라마를 오리지널 콘텐츠로 선보여 왔다. 예컨대, 넷플릭스의 인기 오리지널 콘텐츠 〈하우스 오브 카드(House of Cards)〉와 〈더 크라운(The Crown)〉의 회당 분량은 각각 42~58분과 56~61분 이었다. 이러한 현상은 OTT 사업자가 오리지널 콘텐츠를 제작하는 데 있어 기존 방송사의 콘텐츠 제작 관습을 그대로 유지했기 때문으로 추측된다.

하지만 최근 회당 분량시간에 변화가 일고 있다. 넷플릭스, 아마존은 물론이고 신규 플랫폼 '워치(Watch)'를 통해 2018년 새롭게 OTT 시장에 진입한 페이스북(Facebook)까지, 이들이 공개한 최신 오리지널 콘텐츠가 회당 30분 안팎의 구성을 보이며 새로운 트렌드를 형성 중이다. 일각에서는 이를 두고 '반시간 드라마(Half-hour Drama)'라 칭하며 편성 기준 '1시간 콘텐츠'인

TV 드라마와 구분하고 있다.

물론 기존에도 회당 30분 단위의 TV 드라마는 존재했었으나, 대부분은 시트콤(Sitcom)으로 불리는 코미디 장르에 국한되어 있었다. 하지만 OTT 진영의 반시간 드라마는 미스터리, 스릴러 등 다소 무거운 내용을 다룬 장르라는 점에서 차별화된다. 본고에서는 최신 사례들을 통해 OTT 진영이 촉발 중인 드라마 분량 단축 현상을 짚어보고, 관련 시사점을 도출해 보고자 한다.

2. OTT 사업자들의 드라마 길이 단축 사례

2.1. 아마존 〈홈커밍〉

2018년 11월, 아마존(Amazon)은 오리지널 콘텐츠 〈홈커밍(Homecoming)〉의 첫 시즌을 공개했다. 〈홈커밍〉의 주된 내용은 전역 군인의 사회적응을 지원하는 정부 시설 '홈커밍'의 사회복지사로 재직했던 한 여자가 퇴직 후 미국 국방부 감사 과정을 통해 〈홈커밍〉에 대한 자신의 기억이 무언가 잘못되어 있음을 깨닫게 된다는 것이다.

그림 2 아마존 〈홈커밍〉의 한 장면

출처: Decider(2018.10)

미스터리 장르로 구분할 수 있는 〈홈커밍〉은 총 10개의 에피소드로 구성되어 있으며, 에피소드 회당 분량은 최소 24분에서 최대 37분이다. 〈홈커밍〉의 첫 번째 시즌을 전편 감상하기 위해서는 5시간 가량이 걸리는 것으로 알려져 있는데, 이는 방송사 드라마 시리즈들과 비교했을 때 상당히 단축된 분량이라 할 수 있다.[1]

〈홈커밍〉이 관심을 받은 또 다른 이유는 동명의 '팟캐스트 소설(Podcast Novels)'을 각색한 작품이기 때문이다. 오디오북의 개념에 가까운 팟캐스트 소설은 스마트폰과 스마트 스피커 등을 통해 최근 소비가 늘어나고 있는 추세다. 특히 미국의 영화 및 방송 관계자들은 팟캐스트 소설을 지적재산권(IP)으로 활용하는 전략에 큰 관심을 보이고 있다. 팟캐스트 소설이 상대적으로 저렴한 비용으로 제작 가능하면서도, 청취자들로부터 1차적인 스토리 검증을 받을 수 있기 때문이다.

영화 배우 줄리아 로버츠(Julia Roberts)가 주인공으로 출연했다는 점도 세간의 관심을 모으기 충분했다. 알려진 바에 따르면, 〈홈커밍〉은 줄리아 로버츠가 주연을 맡은 첫 드라마 시리즈이다. 줄리아 로버츠 뿐 아니라 지난 몇 년간 넷플릭스나 아마존의 오리지널 콘텐츠에 출연하는 헐리우드 출신 영화 배우들이 늘어나고 있는 추세로, 이는 OTT의 오리지널 콘텐츠가 헐리우드 영화만큼의 위상을 지니고 있음을 시사하는 바이다.

2.2. 넷플릭스 〈매니악〉

넷플릭스가 2018년 9월 공개한 오리지널 콘텐츠 〈매니악(Maniac)〉은 SF와 블랙코미디 장르를 혼합한 드라마이다. 이 드라마는 마음의 상처를 치료할 수 있는 기적의 치료제를 개발 중인 제약회사에서 임상실험에 참여한 남녀의 이야기를 주로 다룬다.

〈매니악〉 역시 전체 10회의 에피소드로 구성되어 있으며, 회당 분량은 최소 26분에서 최대 47분으로 구성된다. 모든 에피소드를 시청하는 데 걸리는 시간은 약 6시간 가량이다.

---

1) 위키피디아(Wikipedia) 등에 따르면, 북미에서 방영되는 드라마는 지상파 기준 대게 1개 시즌당 20~26개 에피소드로 구성되는 경우가 많다고 한다. 케이블의 경우에는 이보다 적은 10~13개 에피소드로 구성되는 경우가 많다고 알려져 있다.

그림 3 넷플릭스 〈매니악〉의 한 장면

출처: Digital Spy(2018.9)

〈매니악〉은 2015년 노르웨이 방송사 TV2에 의해 방영된 동명의 드라마를 바탕으로 개작된 작품이다. 하지만 대다수 평론가들은 넷플릭스의 〈매니악〉과 노르웨이 TV2의 〈매니악〉은 내용과 분위기 면에서 상당한 차이를 보인다는 평가를 내리고 있다.

〈홈커밍〉과 마찬가지로 〈매니악〉 역시 스타 캐스팅으로 인해 공개 전부터 화제를 모았다. 〈매니악〉의 주인공으로 출연한 엠마 스톤(Emma Stone)은 2017년 미국 여성 배우 중 가장 높은 출연료를 받는 것으로 알려져 있다.

2.3. 페이스북 〈쏘리 포 유어 로스〉

페이스북의 OTT 서비스 '워치'는 아마존과 넷플릭스와 달리 AVOD 형태의 서비스다. 즉, 직접 경쟁 대상은 유튜브(YouTube)라 할 수 있다. 하지만 최근 페이스북은 워치를 통해 SVOD 사업자에 준하는 고품질 오리지널 콘텐츠로 선보이면서 사용자 확보에 열을 올리고 있다.

그림 4 페이스북 〈쏘리 포 유어 로스〉의 한 장면

출처: Vox(2018.9)

2018년 9월 공개한 〈쏘리 포 유어 로스(Sorry For Your Loss)〉는 페이스북의 대표적 오리지널 콘텐츠이다. 〈쏘리 포 유어 로스〉의 주인공은 헐리우드에서 탄탄한 연기 커리어를 쌓아온 엘리자베스 올슨(Elizabeth Olsen)으로, 2014년부터 헐리우드 영화사 마블 스튜디오의 '어벤져스(Avengers)' 시리즈에 출연하며 전 세계적인 인지도를 쌓아 오고 있는 배우다.

〈쏘리 포 유어 로스〉의 주요 내용은 급작스러운 남편의 사망을 겪게 된 젊은 미망인이 죽은 남편의 스마트폰을 단서로 그의 비밀을 추적하는 과정을 다루고 있다. 장르는 휴먼 드라마로 구분할 수 있으며, 회당 분량 최소 26분에서 최대 32분의 10개 에피소드로 구성되어 있다.

엘리자베스 올슨을 전면으로 내세운 〈쏘리 포 유어 로스〉에 대해 더 버지(The Verge) 등 언론매체는 "페이스북이 엘리자베스 올슨과 함께 오리지널 콘텐츠의 야망을 실현하려 하고 있다"라고 소개한 바 있다. 특히 SVOD 서비스와 달리 AVOD 서비스라는 점과, 22억 명 이상의 사용자를 확보하고 있는 페이스북을 기반으로 콘텐츠 유통이 이뤄진다는 점에서 큰 강점을 지니고 있다는 평

가다. 예컨대, 워치에서 유통되는 영상은 페이스북의 고유 기능인 '좋아요(Like)'나 '팔로우(Follow)'가 적용되는 데, 이를 통해 시청자의 지인들에게 빠르게 확산되는 효과를 얻을 수 있다. 그 뿐만 아니라 기존 페이스북이 광고주들에게 제공했던 사용자 인사이트를 콘텐츠 제작에도 적용할 수 있을 것으로 기대되는 대목이다.

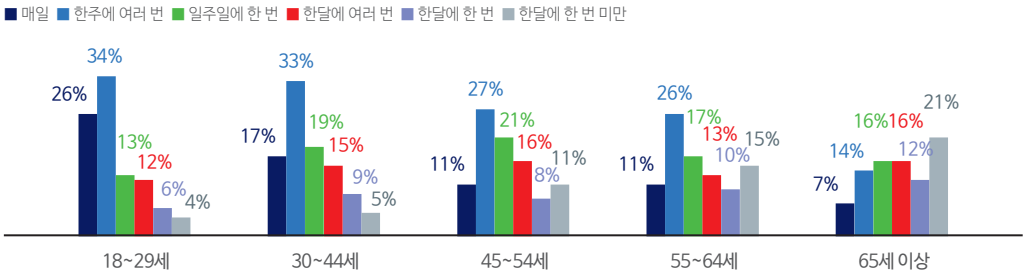
3. 시사점

3.1. OTT 사업자의 드라마 길이 단축 현상 배경

OTT 사업자들이 잇따라 분량이 단축된 드라마를 공개한 데에는 '몰아보기(Binge Watching 또는 Binge Viewing)' 시청 행태의 영향이 컸던 것으로 분석된다. 여러 편의 에피소드를 몰아서 보는 시청 행태로 인해 제작자들이 기존보다 짧은 분량의 콘텐츠에 관심을 두게 되었다는 것이다.

스태티스타에 따르면, 2018년 10월 18세 이상 미국인 1,804명을 대상으로 한 설문에서 18~29세 연령대 중 26%는 매일 '몰아보기'를 하고 있다고 답변했으며, 34%는 매주 최소 2일은 '몰아보기'를 하고 있다고 응답했다.

그림 5 미국인의 몰아보기 시청 행태 분석



출처: Statista(2018.10)

즉, 대중들이 '몰아보기' 시청 행태를 선호함에 따라 OTT 사업자와 콘텐츠 제작사들은 기존보다 짧은 분량의 콘텐츠가 시청 경험 측면에서 더 유리하다는 판단을 내렸고, 그 결과가 최근 반시간 드라마라는 현상으로 이어지게 되었다는 분석이다.

또한, 회당 30분 미만의 드라마는 출퇴근 시간 등에 부담 없이 즐길 수 있는 '스낵컬쳐'의 성격을 지니고 있어 OTT 사용자들에게 친화적이라는 평가를 받고 있다. OTT의 장점은 일상 속 언제 어디서든 원하는 콘텐츠를 시청하는 데 있는데, 40~60분에 달하는 콘텐츠는 잠깐의 시간을 내서 시청하기에는 다소 부담스러운 분량이기 때문이다.

3.2. 드라마 길이 단축에 대한 반응

미국 엔터테인먼트 매거진 벌쳐(Vulture)의 필진이자, 대중문화평론가인 젠 체니(Jen Chaney)는 연출자[2]의 이전 작품과 비교했을 때 〈홈커밍〉은 불필요한 장면이 존재하지 않았으며, 30분은 오히려 극적 긴장감을 유지하기에 충분한 시간이었다고 평가했다.

캐나다의 대표적 영자 일간지 내셔널 포스트(National Post)의 샤다프 아샨(Sadaf Ahsan) 칼럼리스트도 이와 비슷한 입장이다. 그녀에 따르면, 〈쏘리 포 유어 노스〉는 30분이라는 분량 안에서 진지한 분위기를 유지하면서도, 시청자가 이해하기 쉽게 스토리가 전개되었다고 평했다. 이는 기존 30분 단위 TV 드라마가 시트콤과 같은 코미디 장르의 구성 방법임을 전제로 한 발언이다.

뉴욕타임즈(The New York Times)의 칼럼리스트 제임스 포니워직(James Poniewozik)은 반시간 드라마가 '경제적'이라 표현했다. 이는 분량이 단축되면서 드라마 시청에 소요되는 시간은 물론이고, 제작 비용이 낮아질 수 있음을 의미한 것이다. 40분 이상 분량을 가진 드라마는 시청자의 집중력을 유지하기 위해 종종 플롯을 복잡하게 구성하는 경우가 있다. 플롯을 복잡하게 만드는 한 방법으로는 다양한 등장인물을 배치하는 것이 있는데, 등장인물이 늘어나게 되면 자연스럽게

2) 연출자인 샘 에스마일(Sam Esmail)은 〈홈커밍〉 직전에 〈미스터 로봇(Mr. Robot)〉이라는 TV 드라마 시리즈를 연출한 바 있다. 한편, 〈미스터 로봇〉은 미국 케이블 방송 USA 네트워크(USA Network)에서 2015년 6월부터 방영되었다.

회당 제작 비용 역시 증가하게 된다. 이러한 점에서 반시간 드라마는 기존 드라마 대비 등장인물의 수를 축소하여 제작 비용의 절감을 도모할 수 있다.

한편, 제임스 포니워직은 반시간 드라마가 시청자의 집중력을 유지하기 위해 복잡한 플롯 대신 캐릭터에 더욱 초점을 맞추는 경향이 있다고 설명했다. 예컨대, 〈쏘리 포 유어 로스〉는 남편을 잃은 주인공의 슬픔과 분노 등에 이야기를 집중하는 전략으로 시청자에게 소구한다. 위 사례로 거론된 반시간 드라마들이 주인공으로 유명 배우를 기용한 것 역시 이러한 측면에서 바라볼 수 있다. 플롯 대신 캐릭터을 부각하기 위해 연기력과 인지도를 동시에 담보한 배우의 출연이 필요했을 것이다.

4. 마치며

반시간 드라마 등장은 향후 콘텐츠 제작 시장에 일정 부분 영향을 미칠 것으로 보인다. 예컨대, 기존 회당 40분 단위 드라마에 맞춰져 있던 시나리오 기획 및 개발 방법의 변화가 요구될 수 있다. 반시간 드라마는 그 특성상 플롯보다는 캐릭터에 집중하게 되는데, 이는 기획 단계에서부터 반영되어야 할 사안이기 때문이다.

그러나 오늘날의 시청자들이 다양한 취향을 가지고 있기 때문에 반시간 드라마가 유행한다고 해서 기존 회당 40분 이상 드라마가 사라질 것으로 보이진 않는다. 오히려 HBO와 같은 케이블 TV 방송사는 지상파나 OTT와의 차별성을 확보하기 위해 영화 수준으로 긴 분량의 에피소드를 시도하고 있는 상황이다.[3]

또한, 반시간 드라마의 등장 이후 기존보다 더욱 탄력적인 분량을 가진 드라마가 탄생할 가능성도 있다. 그 조짐은 이미 〈매니악〉의 사례에서 포착되고 있다. 〈매니악〉에는 26분짜리 에피소드와 47분짜리 에피소드가 함께 존재한다. 스토리 전개에 따라 그 분량을 유연하게 구성한 것이다.

3) 실제 HBO의 인기 드라마 〈왕좌의 게임(Game of Thrones)〉은 가장 긴 에피소드 분량이 90분에 달한다.

OTT 진영은 그 동안 대중의 시청 행태를 변화시키는 데 큰 기여를 했다. 그리고 시청 행태의 변화는 다시 OTT 진영이 반시간 드라마를 등장시키는 동인이 되었다. 과연 반시간 드라마가 일시적 유행이 될지, 아니면 방송 시장에 변화를 초래할지 관심이 집중되고 있다.

REFERENCE

1. Decider, 'Amazon's 'Homecoming' Proves Half-Hour Dramas are TV's Best Binge', 2018.10.31
2. Digital Spy, 'Maniac writer explains why Netflix's new series has short episodes: 'We like the velocity'', 2018.9.19
3. Esquire, 'Homecoming Is the Innovative, Podcast-to-TV Series You've Been Waiting For'. 2018.10.27
4. Evening Standard, ' The power half hour: from The Good Place to Homecoming, new TV comes in 30-minute doses', 2018.11.26
5. Guardian, 'Finally some good news: TV dramas are getting shorter', 2018.11.6
6. IndieWire, 'From 'Homecoming' to 'Maniac,' 30-Minute Episodes Solve TV's Pacing Problem', 2018.11.15
7. National Post, 'Why the trend towards half-hour dramas represents the next level of bingeabilty', 2018.11.8
8. Statista , 'Average episode length of selected TV shows as of 2017(in minutes)', 2017.12
9. Statista, 'Frequency of binge viewing television shows according to consumers in the United States as of October 2018, by age group', 2018.10
10. The New York Times, 'Let's Hear It(Quickly) for the Half-Hour Drama', 2018.11.6
11. The Verge, 'Facebook is building out its original TV ambitions with an Elizabeth Olsen series', 2018.2.9
12. Thrillist, 'The One Thing That Isn't Evolving With Netflix & Hulu's Takeover of TV'. 2017.10.16
13. Vox, 'Don't sleep on Sorry for Your Loss, a terrific new half-hour drama airing on Facebook', 2018.9.23

KCA 한국방송통신전파진흥원