

## 문화콘텐츠의 글로벌 제작에 소싱과 효율적 제작방안

김은영(교신저자)  
연세대학교  
(lklk1888@hanmail.net)  
김은정  
가천의과대학교  
(khjsys@hanmail.net)

글로벌화 국제화가 가속되며 문화콘텐츠를 제작하기 위한 해외 현지 제작의 빈도와 몰량이 급속하게 증가하고 있고 과거에는 드물게 나왔던 텔레비전 드라마의 해외제작물도 자주 등장하고 있다.

본 연구는 제작사가 해외에서 제작을 할 때에 발생하는 문제점을 제작자, 인적자원, 제작비, 해외 지원자, 소싱, 통역, 기술 장비를 중심으로 파악하고 효과적 문화콘텐츠 제작에 따른 글로벌 소싱에 대한 대안을 제시 하였다.

문화 콘텐츠를 해외에서 제작하기 위한 효율적인 방안의 제시에는 경비를 효율적으로 운영하는 방법으로 해외 조력자 발굴을 위한 종합 서비스망의 구축을 위한 소위원회나 집행기관의 설립, 현지 정부기관의 협조를 받는 방법(꼭 재정지원이나 협찬이 아니더라도), 필요한 나라 지역을 대상으로 해외조력자(코디네이터)를 발굴하는 방안, 해외조력자의 능력을 검증하는 방안, 정보통신을 이용해서 데이터베이스를 구축하는 방안, 현지 장비를 활용하는 방안과 장단점, 기획된 경비를 철저하게 분석하고 효과적으로 활용하는 방안과 구성하여야 할 공동구성 조직체(글로벌 소싱을 위한 실행기관)의 경비 부담 문제 등에 대한 것을 제시하였다.

과거와는 달리 일상적으로 즐기는 안방극장에서의 문화컨텐츠도 해외 제작은 보편화되어 있고 영화도 국제적인 감각과 흥행성에 중점을 두어 해외 제작을 선호하고 있다. 이에 본 연구는 글로벌 소싱의 문제점과 효율적인 제작에 관한 방안을 찾는 것으로 상기 방안을 제시 하였다. 따라서 본 연구는 단순히 제작비만 아끼자는 방향의 연구는 아니고 보다 넓은 의미에서 해외문화 콘텐츠 제작의 효율성과 경제성을 찾는 두 가지의 과제를 포함하고 있다.

이미 글로벌화 되어 가는 문화콘텐츠의 내용을 들여다 볼 때 해외에서의 제작은 막을 수 없는 추세이고 세계적인 추세인 제작의 흐름을 볼 때 기왕이면 좀 더 효율적인 제작, 실속 있는 제작, 그리고 가능하면 우리 모두 공동의 자산인 국고를 절약하는 제작으로 나가야 하는 것이 바른 방향이 될 것이다.

주제어: 글로벌 소싱, 문화콘텐츠 제작, 해외제작, 코디네이터, 현지제작, 해외로케

### 1. 서론

세계가 좁아지고 국제화가 가속화되어 가면서 각국의 문화를 보존하려는 자기문화 보존의 욕구와 더불어 자기 문화를 타문화에 전달하려는 의욕도 비례적으로 증가해 가고 있다. 아울러 자국의 문화 콘텐츠 이용자를 위한 문화콘텐츠 제작(해외) 제작

에 있어 현지의 문화나 전통문화가 문화 콘텐츠 구성에 의도적이든 의도적이지 아니든 포함되고 있고 새로운 흥미 유발의 재료로 포함하려는 시도가 지속되고 있다.

무릇 문화는 자기의 전통문화를 보존하여 길이 후세의 교훈과 뿌리를 심어주는 것도 좋은 일이지만 반대로 발달된 문화나 전통을 받아들여 새로운 문화 창조와 국제 경쟁력을 이룰 수 있는 기반이

구성되면, 자국 국민들은 가까워지는 국제사회에서 좀 더 상대국을 잘 이해하는 문화학습의 도구로 삼을 수 있어 이러한 것도 크게 문제가 될 것이 없고 오히려 장려할 일이기 때문에 문화콘텐츠의 제작은 시와 때를 가리지 않고 문화전달의 중요성을 감안하여 문화콘텐츠 내용에 걸 맞는 주제가 함축되고 이용자가 실증을 느끼지 않고 문화 흡수에 자연스럽게 접근이 되어야 한다.

그런 의미에서 우리나라 문화 콘텐츠를 제작하려는 제작사와-텔레비전, 영화, 연극, 대중문화 등의 콘텐츠를 제작하려는 제작사들-해외에서 우리나라에 들어와 제작하려는 제작사들이 문화 콘텐츠를 제작하는 진행과정과 제작하려는 문화 대상(소싱)에 대해 좀 더 합리적이고 전문적인 방법론으로의 접근을 시도하는 것은 소요경비의 대폭 절감은 차치하고, 필요한 문화 대상의 적절한 섭외와 효율적 진행으로 수천수만의 대중에게 가는 문화 콘텐츠를 좀 더 효율적으로 알차게 제작할 수 있는 기회를 제공할 수 있을 것 같아 본 연구에 임하게 되었다.<sup>1)</sup> 사실 문화 콘텐츠의 제작은 언어문화 등의 장애에서 혹은 외국문화에서 오는 격차로 인하여 많은 기회비용의 손실과 함께 엄청난 국고를 낭비할 수 있는 요인이 있는 실정이다.

가끔 가다가 해외에서 아르바이트 겸 문화 콘텐츠 제작 현장을 안내하면서 느낀 것, 개선점을 이번 기회에 발표함으로써 안으로는 값진 외화의 낭비를 줄여 필요 없는 국부의 유출을 감소시키고 밖

으로는 해외에 나가서 문화 콘텐츠를 제작하는 제작자들이 좀 더 해외에 안정된 환경과 기회를 제공하여 문화 콘텐츠 제작에 다소나마 기여하였으면 하는 바람이다. 이에 본 연구자 2명은 본 연구 이전에 이미 여러 번에 걸친 해외 여행경험과 해외에 거주하였던 경험 및 각종 문화 콘텐츠의 현지 경험, 실제 촬영의 섭외 등을 통하여 느꼈던 여러 가지 느낌과 판단을 연구 결과에 담아 제작 인력들의 기회비용을 보다 유효 적절하게 활용하고 이왕에 기획된 문화콘텐츠를 더욱 알차게 제작하여 그 효용을 배가 하자는 취지이다.

### 1.1 연구방법

본 연구의 연구 방법은 실증사례 연구(본인의 실 경험을 주축으로)와 문헌 연구를 병행하였다. 본 연구자 2인이 그간에 각각 경험한 몇몇 사례가 본 연구 이론의 근간을 이루고 있고 실제 경험을 토대로 느낀 것에 대한 구체적 실현 방안을 제시하였다. 여기서의 문헌 연구라 함은 선행연구 자료가 아닌 제작 경비 등 학문적 자료 이외의 것을 의미한다.

이 연구의 내용과 유사한 선행연구는 전문한 상태이라 부득이 현장 제작자들과 관계자들을 만나 면담 형식이나 전화통화로 이 연구의 실증적 검증을 해줄만한 관련 제작자들의 의견과 해외에서 본 연구자들 외에 소싱 지원을 해주었던 사람들을 대

1) <스타워즈> 외에 <터미네이터3>, <매트릭스>와 <엑스맨> 속편 등 할리우드 거대작인 메이저 영화사들의 블록버스터 상당수가 해외 로케이션으로 제작되는 실정이다. 비용이 저렴한 데 비해 질적인 만족에도 큰 문제가 없었던 전례들이 쌓인 덕분인지, 캐나다와 오스트레일리아가 인기다. 워너의 <터미네이터3>와 폭스의 <엑스맨> 속편은 캐나다에서, 워너의 <매트릭스> 속편은 오스트레일리아에서 영화의 대부분을 촬영했다. 제목 그대로 시카고가 무대인 미라맥스의 <시카고>를 캐나다의 토론토에서 찍는 정도나, 해외 로케이션이 시스템으로 자리 잡는 것 아니냐는 전망이 나오고 있다. 이 같은 현상의 가장 큰 이유는 경제적 효율성 때문이다. 프로듀서의 입장에서는 캐나다에서 찍으면 10~15% 정도의 제작비가 절감되고, <터미네이터3> 같은 영화를 1억 5천만 달러 선에서 만들 수 있다. [http://www.cine21.com/Article/article\\_view.php?mm=001001002&article\\_id=7470](http://www.cine21.com/Article/article_view.php?mm=001001002&article_id=7470) 검색 2007년 6월 22일

상으로 면담, 전화 등을 통하여 사례의 신뢰도를 제고 시켰다.

대부분의 연구 결과나 방안 제시는 현장에서 경험한 실체적 체험과 경험을 합리적 판단에 의한 정리와 방법의 구안이며 소싱을 위한 주 협력자 아니면 보조 협력자로서 혹은 통역으로서 역할을 하면서 겪었던 일을 학문적인 접근 방법에 의해 서술하였다.

## 1.2 연구의 범위와 내용

주로 효율적 문화 콘텐츠의 제작방안과 효과적인 소싱 방법에 대한 것을 대중문화 중 영화촬영과 텔레비전 프로그램 제작을 중심으로 논의 하였다. 연구자의 경험으로 보아 사전 조사가 철저해도 현지에 도착하여 겪는 무수한 행정, 문화, 기술적 문제들이 도사리고 있어 이에 대한 예산과 기회비용의 낭비가 워낙 심하여 이를 해결해야 하는 본질적 문제를 다루어야 한다고 생각하였다.

## 1.3 용어의 정의

본 연구에서 사용될 용어를 일반사회에서 사용하는 것과 본 연구에서 언어나 활용 편의상 사용해야 할 용어의 의미가 같지 않아 몇 개의 용어를 다음과 같이 정의한다.

**프로듀서:** 일반적으로 방송용어에서 제작자를 뜻하는 말이나 여기서는 광의의 의미로 영화제작자, 텔레비전 프로듀서, 연극이나 문화예술 제작자를 통칭하여 프로듀서라 한다. 특히 본 연구에서는 텔

레비전 제작자와 영화 제작자를 칭하는 것으로 한다.

**현지 조력자:** 해외제작을 위하여 참가하는 현지 제작 도움을 주는 통역, 문화콘텐츠 참가자, 출연자

**제작사:** 제작된 문화콘텐츠를 상용, 혹은 문화 전달용으로 국내외에서 배포, 상영, 방송하는 자

**문화 콘텐츠:** 텔레비전의 드라마, 다큐멘터리, 기타 장르에 속하는 텔레비전 방송용 프로그램과 영화, 그리고 연극 등 대중에게 방송, 방영, 실연되는 문화적 콘텐츠 일체

## II. 문제의 제기

### 2.1 내부적 환경

#### 2.1.1 프로듀서(제작사)

최근 텔레비전 드라마의 많은 부분이 그리고 영화에서조차 해외에서의 촬영이 점차 보편화 일반화 되고 있다. 어느 면에서 극중 효과를 위해서 할 수 없는 경우도 있지만 어느 면에서는 구태여 해외 로케이션 할 필요가 없는데도 시청자나 이용자들의 흥미를 유발하여 좀 더 많은 흥행(시청률)을 유지하려는 프로듀서들의 기획에 의하여 인위적으로 해외 제작이 가해진다고 생각되는 문화콘텐츠들도 많다.<sup>2)</sup> 문화 콘텐츠의 제작에 있어서 이러한 프로듀서들의 의중은 그것의 효율을 떠나 어느 면에서는 대중들이 접하지 못하는 대상(source)들이 제작된 문화 콘텐츠를 접하면서 알게 모르게 인식되어 그 문화(대상)를 이해하게 되며 자기화하는 과정에 들

2) 연구자의 의견으로는 프라하 연인, 올인 등 일부 드라마가 전체의 극 흐름으로 볼 때 외국에서의 제작의 필요성이 꼭 필요한 것은 아니었으나 극 흐름을 떠나 가보지 못한 사람들에게 현지의 문화와 전통 그리고 사는 모습을 보여주어 흥미를 유발한 것은 사실이다.

어가고 어느 순간에 우리 문화와 비교까지 하게 되어 우리 국민들이 국제화로 되어 가는 과정에 좀 더 쉽게 그리고 빠르게 적응하는 순 기능적 변화를 주게 될 것으로 예상되어 프로듀서들의 의중이 어떠한지 크게 나쁠 것은 없다고 보여 진다. 그렇기 때문에 해외제작에서 역기능도 있지만 본 연구의 주제가 아니므로 여기서는 논외로 하고 순기능적 역할과 이에 수반되는 제작상의 문제점을 중심으로 논하기로 한다.

따라서 다큐멘터리, 드라마, 보도취재, 기획취재, 영화등 대부분의 영상물이 경영상의 문제 뿐 만 아니라 국제화라는 시대적 요구에 의해서 좀 더 다양성을 가진 문화적 콘텐츠를 요구하고 있는 문화 콘텐츠 이용자들의 성향을 볼 때 프로듀서들이 자의나 타의에 의해서 문화 콘텐츠를 제작하기 위하여 세계 각국을 가는 것은 피할 수 없는 상황이라고 본다.

그러나 아직도 많은 프로듀서들이 자기만의 전문적 영역에서 뛰어 나지만 해외 제작에 있어서 경험 미숙과 언어불편, 그리고 문화적 차이의 이해가 부족하여 여러번의 기회비용의 손실과 금전적 비용낭비의 요인을 유발시키고 있고 효과성이 탁월하고 완성도가 높은 문화제작물의 제작에 미진한 요소가 많다.

### 2.1.2 인적자원

글로벌 소싱의 문제는 사람의 문제 즉 인적자원의 문제와 지역의 문제(장소)로 보아야 할 것 같다. 조사가 제대로 이루어졌다면 현장 촬영이 가능한 장소가 어디이며 어떤 사람들이 그 장소에서 참여할 수 있는지에 대한 윤곽은 쉽게 드러난다. 물

론 이는 곧바로 대본에 적용되는데 이러한 과정이 이루어지기까지 무수히 많은 과정을 거치게 된다.

프로듀서들의 현지 감각은 자기가 살아 본 어느 경우에 특정 지역을 제외하고는 사실상 전무 하다고 보아야 한다. 문헌이나 인터넷 정보에서는 프로듀서들이 겪었던 다양한 현지의 체험을 가질 수 없다. 기껏 할 수 있는 일의 종류가 동료 프로듀서들의 경험담을 간간히 듣는 정도이거나 그들이 경험했던 동일한 장소는 아니지만 제작 경험담을 역시 문헌으로 교환 하거나 경험 할 수밖에 없다.

대부분이 작가나 현지 지인, 혹은 방송국의 경우 현지 지사를 통해서 아름아름 진행하는 현재의 방식이 이러한 제한 없는 자원을 활용하는데 문제가 많다. 또 특정한 지역을 가는데 필요한 언어 구사도 제한이 되어 있고 프로듀서 측에서의 준비는 한정된 인적 자원을 동원하기 때문에 현지 섭외의 한계성은 분명히 드러날 수밖에 없다고 본다.

이에 대한 한국프로듀서연합회는 “명심해야 할 것은 주체가 논란이 클수록 또 심층적인 탐사조사가 많이 필요한 주제일수록 섭외에 있어 이처럼 출발부터 문제가 생길 가능성은 많으며 촬영과정 내내 이 같은 문제가 계속 발생할 수도 있다는 사실을 각오해야 한다는 것이다. —중략— 그렇다고 해서 촬영현장의 섭외에 있어 ‘다른 장소로 가자, 여기는 적당하지 않은 것 같다’는 생각을 함부로 해서는 안 된다. 이는 연출자가 프로그램 전반의 흐름에 대해 확신한 자신감을 갖고 있지 못하다는 말이나 마찬가지이며 지역 소싱의 문제를 스스로 들어 내는 것이기 때문에 여간 해서는 잘못 되었다고 변경하려는 경우가 드물다.”<sup>3)</sup>

프로듀서들이 각국의 현지 사정에 밝은 인원을

3) 영국 bbc 방송국의 지침을 한국 프로듀서 연합회, <http://www.pdnet.or.kr>, 2007년 6월 27일 검색해서 재인용함

확보한다거나 일일이 프로듀서 측의 편의를 위하여 인력을 확보해 둔다는 것도 여의치 않은 일이고 평소에 일이 없을 때 일이 있을 때를 대비하여 무작정 기다리게 할 수도 없으며 그렇다고 현지 사정에 밝고 문화콘텐츠를 이해하고 행정력을 겸비한 사람을 일일이 찾는 것도 시간과 인맥을 동원해야 하는 유사한 번거로움과 어려움을 주고 있다.

### 2.1.3 제작비

옛날에는 각국이 한국인 관광객 유치를 위해서 또 교역을 위해서 각 국에서는 한국의 문화콘텐츠 제작팀에 비교적 우호적인 태도를 보이며 제작비를 일부 부담하거나 어떤 경우에 있어서 전체를 부담하면서 초청까지 하였다. 그러나 지금은 이러한 콘텐츠 제작의 빈도가 많아져 옛날같이 그렇게 쉽게 협찬을 한다거나 적극적으로 도와준다고 기대는 하지 말아야 한다.

문화 콘텐츠 제작 경쟁이 심해지고 이에 투입되는 각종 제작요소들의 비용이 크게 상승하면서 제작비 문제는 프로그램 제작의 질과 양, 방향 등 모든 면에서 결정적인 영향을 미치는 핵심요소로 변하고 있으며 이것이 프로듀서들의 자금 부담을 가중시키는 중요한 요인으로 작용하고 있다. 제작비의 상승과 함께 제작되는 프로그램의 양도 같이 늘어나 제작비 상승은 더욱 압박을 받게 되고 이런 시류를 활용하고 있는 호주 정부는 외화 벌이를 위해서 미국이나 캐나다와 유사한 환경을 제공하며 제작비의 30% 이상 저렴한 호주국을 활용하여 문

화콘텐츠를 제작하라는 캠페인도 벌이고 있다.<sup>4)</sup> 제작비를 줄이기 위한 피나는 노력은 미국의 경우에 있어서 찾아 볼 수 있다. 미국제작사에 의해서 제작된 "시카고"라는 영화는 영화 제목 자체가 시카고 이면서 시카고를 무대로 제작되는 콘텐츠인데도 불구하고 캐나다의 토론토에서 제작을 하여 15% 정도 제작비를 절감했다고 한다. 이런 형편에 우리나라 문화 콘텐츠가 제작비를 염두에 두지 않고 제작을 하려 든다면 참으로 모순된 일이 아닐 수 없고 이에 대한 부정적 의견은 결론에 담겠다.

이러한 근간의 정황으로 볼 때 문화콘텐츠의 해외 제작은 여러 가지 행정, 인력, 섭외 문제를 차치하고라도 제작비적인 요인이 가장 큰 요소임을 부인할 수 없다.

## 2.2 외부적 환경-참가자(대상)

문화 콘텐츠의 기획이 정상적으로 이루어지면 현장 촬영이 가능한 장소가 어디이며 어떤 사람들이 그 장소에서 참여할 수 있는지에 대한 윤곽이 나타나는데 이때 고려해야 될 일은 현지 및 프로듀서 측의 참가자 및 촬영 장소 섭외이다. 정밀조사 과정에서 많이 확보할 수는 있지만 가장 중요한 부분이 확인한 내용과 다를 수도 있고 그래서 한번으로 해결될 수 있다는 기대를 해서는 안 된다는 것이다.

특히 중요한 것은 중앙행정기관의 손이 미치지 않는 지방 관리들이나 수사기관 및 정보기관의 협조가 개발도상국은 심하고 선진국이라도 이러한 상황은 아니지만 합법적인 절차를 진행하였음에도 불

4) 호주 통신정보기술문화부(Department of Communications, Information Technology and the Arts), 호주 영화진흥 위원회(the Australian Film Commission), 호주영화기금협회(the Australian Film Finance Corporation), 호주 무역 대표부(Austrade) 및 주 정부의 영화사무소와 같은 에이전시를 통한 호주 정부의 지원 등의 지원 계획-[http://www.austrade.or.kr/www/industry\\_16.asp](http://www.austrade.or.kr/www/industry_16.asp) 2007년 6월 30일 검색

구하고 존재한다는 사실이다. 중앙정부에서는 관광진흥, 교역증진 등을 이유로 촬영허가를 내주었는데 막무가내식의 장비 압수 등이 공공연히 자행되고 있으며 적당히 타협을 볼 때까지 며칠이 걸리는 것은 물론이고 동행한 스타들의 비싼 인건비와 경비(출연료, 숙박비 등)가 시간의 경과에 따라 소모되고 어느 경우에는 촬영 현장 장소 자체의 허가나 승인을 뒤집어 버려 카메라에 담아 낼 수도 없는 경우가 왕왕 있다. 이에 따라 새로운 장소를 찾는데 너무나 많은 시간이 소요되고 기회비용이 상상도 없이 초과되기 일수 이다.<sup>5)</sup> 이럴 경우 기획된 시간과 제작비가 생각지도 않게 발생하고 제작 기일을 지키기 위해 문화 콘텐츠의 질을 떨어뜨리고 촬영에 임하는 수밖에 없다.

그러나 김종민, 김태욱 등이 출연하여 제작했던 뉴질랜드에서의 한 프로그램 제작은 장비 일체와 숙박, 왕복항공기료, 국내 이동 차량과 장비 등 전체를 협찬 받으며 스타들의 출연료만 부담하고 현지 조력자, 현지 출연자, 통역등 대부분을 협찬 받아서 제작한 경우도 있다. 물론 대상지의 협찬을 받는다는 것은 어느 경우에는 윤리적 문제를 동반하여 거론이 될 수도 있겠지만 이 정도는 아니더라도 충분히 경비를 절감할 수 있는 방법들은 당사국의 행정기관과 얼마든지 협상으로 경제적이며 효율적인 진행이 가능하다.

위 두 가지 사례에서 한쪽은 방송국 자체에서 진행한 것이며 다른 한쪽은 현지 사정에 밝은 프리랜서 헬퍼<sup>6)</sup>를 고용하여 일당 100달러씩 주고 상

상도 못할 정도의 풍부한 지원을 받은 경우이다. 선진국이나 후진국을 막론하고 저작권의 문제나 초상권의 문제가 만만치 않아 이러한 현상은 잘하면 상당한 경비 절감을 가져오며 효과적인 문화콘텐츠 제작에 활용되며 그렇지 않은 경우 경비는 경비대로 효과성의 하락은 그것대로 감수 하는 수밖에 없다.

### III. 효과적 문화콘텐츠 제작방안

#### 3.1 공동체 구성( POOL)

이러한 특정한 촬영장소를 섭외하는 방법 중의 하나는 섭외를 전문으로 하는 전문회사에 용역을 의뢰하는 것이다. 문화콘텐츠 제작을 위해 흔한 장소를 제작진이 직접 찾아 나서는 것도 문제이지만 흔하지 않는 장소를 찾는데 제작진이 직접 나선다는 것은 어리석은 일이다. 한국 프로듀서 연합회는 촬영장소 섭외전문가는 연출자가 원하는 장소가 어디인지 정확하게 찾아주고 또 선택할 수 있는 여러 장소를 제시해줄 수 있고 그만한 가치가 있다<sup>7)</sup>고 강조하고 있다.

이러한 방법을 진행하기 위하여 한국 프로듀서연합회, 문예진흥원, 영화감독협회 등 관련기관이 모여서 문화콘텐츠 글로벌 소싱을 위한 공동 소위원회에나 집행기구를 구성해서 해외 조력자를 찾고

5) 실제로 정식적인 장비와 행정절차를 완료하고 떠난 kbs2 지구촌 영상음악 연재물 프로그램( 오락물 ) 제작 도중 인도네시아의 발리에서 관광지를 선전하고 배경을 비추어 주는 홍보성 프로그램인데도 현지 경찰이 촬영 장비를 압수하여 1 주일 만에 합의금(그들 말로 촬영료)을 지불하고 간신히 찾았고 반대로 뉴질랜드에서는 헬리콥터까지 뉴질랜드 관광청에서 무상으로 제공하여 헬리콥터 및 모터사이클 질주 장면을 촬영하였다.

6) 한옥, 재 뉴질랜드 교민, 현지 방송전문 코디네이터

7) 한국 프로듀서 연합회, 위의 문헌

운영해야 한다.<sup>8)</sup> 공동 소위원회에서는 문화콘텐츠 글로벌 소싱을 위한 섭외처의 탐색, 정보공유, 해외 문화콘텐츠 제작을 위한 예산 및 제작비 공유, 현지 섭외자 정보 공유가 이루어져야 하며, 정보 공유된 자료를 집적하여 공동으로 검색하여 참고할 수 있도록 하여 해외 유능 소싱자와 업체에게는 정기 및 부정기로 한국의 해외 문화콘텐츠 제작의 의뢰를 알선함으로써 지속성 서비스가 가능하게 함은 물론(보통 규모에서 1년에 2-3회 정도의 소싱 의뢰이면 유지가 가능하다고함)<sup>9)</sup> 이에 따른 많은 보이지 않는 혜택과 기회비용의 절감을 도모해야 한다.

### 3.2 현지 촬영에의 문제

#### 3.2.1 행정

현지 촬영에서 비용 문제를 떠나 행정적 문제를 여러모로 검토해야 한다. 장비를 위한 끼르네<sup>10)</sup>는 기본에 해당하는 문제이고 선후진국을 통틀어 현지 제작에 일정, 장소, 대상자 섭외 등 막대한 영향을 끼치는 문제로 때로는 외교 문제로까지 비화되어 현지 공관이나 외교 통상부의 도움까지 받아야 하는 사태가 발생한다.

이는 현지 문화에 익숙지 않은 제작진의 안이함에서 오는 오류로서 제작일정 및 제작 경비에 많은 오차를 함께 유발 시킨다. 이에 대한 직접적인 사

례는 앞서 언급되었으며 이러한 사례 외에도 상당히 많고 이는 선후진국을 가리지 않는다.

반대로 애초에 제작 일정과 대상을 좀 더 포괄적으로 여유 있게 잡았을 때 대상국 정부는 물론 지방 정부와도 많은 도움을 받을 수 있으며 공적인 중장비까지 동원되어 원활한 현지 촬영을 유도시킬 수 있다.<sup>11)</sup>

얼마 전 리빙 TV에서 방영된 "타이티의 삶과 생활"<sup>12)</sup>은 섭외가 잘 되어 한국에서 동반한 연예인 출연료만 지불하고 나머지는 모두 협찬을 받아 진행되었다. 리빙TV는 공중과 방송도 아니고 유선방송임에도 불구하고 현지 조력자가 행정적 절차를 유연하고 원만하게 처리하여 문화콘텐츠를 순조롭게 제작하게 되었다.

김호진(2003)은 이에 대해 "간과하지 말아야 하는 것은 제작비를 절약 하는 것을 떠나 프로그램의 질 문제다. 당시 타히티 정부는 헬리콥터 및 수중 촬영을 위한 스쿠버 다이빙 장비, 참치 잡이를 위한 200톤급 소형 어선의 근해 출항 등 다양한 형태의 고가 장비를 무상으로 지원하여 질 좋은 프로그램을 제작할 수 있었는데 이와 같은 경우는 타히티 외에도 인도, 파키스탄, 터키 등 여러 나라가 있었다<sup>13)</sup>고 밝혔다.

연구자의 경우에도 이러한 경우는 선진국인 캐나다에서도 경험 하였고 본인이 장기 체류하였던 미국의 조지아 주에서도 경험 하였다.<sup>14)</sup>

여기서의 시사점은 동일 국가에 대해서 어느 경

8) 방송국이나 기자단의 (POOL)제 운영과 유사한 개념의 해외 조력자를 운영하는 체계를 말한다.

9) 한옥, 위의 각주 내용

10) 외국에서 현지 문화콘텐츠 제작을 위한 프로듀서가 대상 정부에 제출하는 장비 및 제작 일정과 리스트

11) 김호진, 리빙티브이, 타이티의 삶과 자연, 리빙 티브이, 2003년 6월 24일 방영. khjsys@hanmail.net(2007년 6월 16일 면담)

12) 김호진, 위의 각주내용

13) 김호진, 위의 각주내용

14) 캐나다에서는 캐나다의 생태 환경을 도서로 펴내며 한국의 "투어타임즈" 출판사에 대해 현지 취재 (교통, 촬영, 항공료, 숙박, 통역, 가이드) 일체를 지원하였다.

유에는 간판급 방송사가 가서도 어려움을 겪었고 어느 면에서는 다소 대중성이 객관적으로 떨어진다는 할 수 있는 유선방송에서 진행 하였을 때 다른 결과가 나온 것이다.

중요한 문제는 다양한 형태의 그리고 다양한 방법의 행정 접근을 누가 더 잘하느냐에 따라 소용 경비의 절약뿐만 아니라 질 좋은 문화콘텐츠를 제작하는데 많은 차이점을 가져 올 수 있다는 결론이다.

### 3.2.2 소싱

프로듀서의 소싱에 관련하여 다양한 소싱 장소와 사람에 대하여 논의하여 보겠다. 문화 콘텐츠의 기획 단계에서는 콘텐츠의 내용과 유사한 정보라도 가치가 있다고 생각하고 접근할 필요가 있다. 주제와 관련이 있는 인물들과의 인터뷰를 위한 현지인의 소싱인데 현지인이기 때문에 인터뷰는 증언과 같은 것으로 과대평가해 버릴 수도 있는 함정이 있어 자료적 가치를 부여하기 위해서는 현지 조력자와의 긴밀한 대화가 필요하다. 아무리 프로듀서들이 현지 조사를 잘한다 하여도 현지 조력자들만큼 현지인의 소싱을 잘할 수는 없다. 예를 들어 중국에서 “주임”급은 해당 직책에서 상당히 높은 사람이며 그 업무에 대표자 격인데 한국에서 명함을 받고 나서 과장이나 대리급 밑의 직급으로 착각하는 경우는 거의 100% 라고 보아도 좋다. 중국의 주임은 우리 급으로 해당부서의 국장이나 본부장 격에 해당되기 때문에 한국 프로듀서들이 사람의 중요성에 대해 간과하기 쉽다.

대부분의 소싱이 문헌적 자료들을 많이 동원하는데 주제와 정확하게 맞아떨어지는 자료에서부터 관련성이 희박하지만 검토해야하는 자료에 이르기까지 모든 문서로 된 자료들을 현지 조력자와 현지의

정보로 확인하는 것이다. 어차피 해외 조력자에게 돈을 주고 시키는 일이라 크게 비용이 차이가 나지 않고 대부분 적은 비용이나 혹은 전체 비용 중에 계산이 되기 때문에 그다지 많지 않다. 이들이 하는 문헌조사는 우리나라 도서관의 자료 보다는 훨씬 깊이가 있고 정확하다. 따라서 현지 조력자가 현지 도서관을 철저히 조사하면 상당한 도움이 된다.

또 다른 소싱에서의 비용을 절약할 수 있는 방법은 비슷한 주제를 다룬 다른 문화콘텐츠를 자세히 조사하는 것인데 이는 문화 콘텐츠에 대한 효율적 검토 방안이 되고 구체적이고 보다 심층적인 소싱을 진행해야 할 방법을 알려주며 이 부분에서 상당히 많은 비용을 절약하거나 아니면 비용을 더 추가해야 되는 것을 알려주고 제작하려는 문화 콘텐츠의 관련된 내용에 대해서 어느 부분은 가능하고 아예 기획을 하지 않아야 할 부분이 정리되게 된다.

이러한 부분의 문제점에 대한 것은 역시 선정된 현지 조력자와 의논하여 문화콘텐츠를 만족시킬 만한 현지 사람들의 섭외 여부와 출연시킬 수 있을지에 대한 판단이 가능하게 된다. 이렇게 함으로서 제작하려는 콘텐츠의 적절한 대상을 소싱하게 되며 어느 경우에 소싱의 결과에 따라 기획된 콘텐츠의 내용을 다시 변동하거나 방향전환을 하여 좀 더 발전된 내용으로 혹은 보다 목적에 부합되는 내용들로 전환하는 계기가 되기도 한다.

물론 이럴 경우 비용의 조정을 통하여 절감 혹은 증가로 콘텐츠의 내용을 좀 더 의도에 맞게 제작할 수 있다.

### 3.2.3 통역

대부분의 프로듀서들이 한 두 나라의 언어는 구사할 수도 있고 그렇지 않을 수도 있다. 그러나 영

어나 일본어를 비롯한 언어 구사가 가능하더라도 경험이나 능력의 차이로 인하여 혹은 문화콘텐츠 제작사의 사정으로 인하여 해당국의 언어를 정확하게 구사할 줄 아는 제작진을 딱 맞추어 보낸다는 것은 그렇게 쉬운 일이 아니다.

이 부분은 현지외국어 - 통역 - 한국어 혹은 이와 반대로 되기 때문에 오다가다 빠뜨리는 단어나 의미의 전달 오류로 직접 하든 아니면 통역을 통하든 많은 문제점을 앓고 있다. 실례로 가까운 중국만 보더라도 대부분의 경우 조선족을 활용하는 데 이 또한 무수히 많은 문제점을 내포하고 있으며 이로 인한 폐해도 만만치 않다.

그러나 이러한 문제점이 산재함에도 불구하고 대부분의 문화콘텐츠 제작자들이 현재의 모순을 안고 현재의 상태를 유지하면서 개선의 노력은 기울이지 않으며 답습해 나가고 있다. 개선의 여지를 안 보 이는 주된 이유는 “개선의 방법이 마땅치 않고 대안이 없어서<sup>15)</sup>”라는 대답이 공통적이다.

따라서 현지 소싱의 문제에 대해 프로듀서가 하던 현지 조력자가 하든 만족할만한 성과를 얻기 위해서는 상당한 경륜과 이에 수반되는 지식의 깊이와 문화 콘텐츠 제작에 대한 know-how 축적이 반드시 필요한 사항이다.

현지 조력자와 함께 소싱에 대한 대부분의 검토가 끝난 뒤 실제 과정의 정확한 제작기간과 정확한 대상(소스들)을 두고 심층 검토에 들어가는데 이때 역시 곧 콘텐츠의 제작이 시작될 수 있으므로 상세한 사항까지 조사가 이루어져야 한다.

현지 조력자와 대상의 분석에 있어서 중요한 점은 조력자의 성품하고도 연관이 있는데 신속성, 정확성, 신뢰성, 콘텐츠에 대한 감각적 접근이다. 소스의 분석은 항상 오류가 있다는 가정 하에 가능한 이러한 오류를 줄이기 위해 대상 사정에 밝은 준비된 현지 조력자를 동원하는 것은 의미 있는 일이며 제작할 콘텐츠와 관련해 있을 수 있는 다양한 문제점과 구성의 방향에 대한 자료를 미리 수집하고 현지 조력자의 경험과 능력을 통해서 진행과정을 지켜보아야 하는 것이 좋다. 그런데 현재는 현지 조력자를 프로듀서들이 모두 제각각 소싱을 하여 지불 금액이 과다하고 조건에 맞는 사람도 구하기가 쉽지 않아 초기 접근부터 무리를 하는 경우가 왕왕 있다. 현지 조력자는 문화 콘텐츠 내용의 직접 책임자가 아니기 때문에 적어도 1주일에서 한 달 이상 조사할 시간적 여유를 주어야 하는데 인력이 부족한 혹은 기획이 늦어진 프로듀서가 시간에 쫓기며 충분한 시간을 주지 못하여 경비는 경비대로 시간은 시간대로 여유 있게 활용하지 못하는 게 현실이다.

문화콘텐츠 소싱에 있어서 내용이나 사건을 둘러싼 인과관계에 대해 충분한 조사를 진행하여야 하며 특히 다큐멘터리 문화콘텐츠의 경우 현지 조사와 자료가 갖는 사실성을 충분히 느낄 수 있어야 콘텐츠의 본연의 맛을 낼 수가 있다. 때문에 문화 콘텐츠를 해외에서 제작할 경우에 분석, 조사, 채집할 수 있는 모든 대상들에게 대해 현지 조력자를 통하여 철저하고 광범위하게 조사를 해야 하나 현

15) 전진국, 한국방송광고공사, CP. 면담 : KBS2를 통하여 매주 연재되었던 “지구촌 영상음악” 프로그램을 진행하면서 해외각국을 순방하며 현지 제작을 많이 한 경험을 가지고 있어 섭외문제에 대하여 각별한 인식을 가지고 있다.  
 - 이 동기, 교통방송, 전 제작부장, 면담 : 교통방송의 “세계의 교통” 제작을 책임 맡았고 역시 교통방면의 취재와 제작을 위해 동아아 및 남아프리카 공화국까지 현지 생방송을 제작 진행하였다.  
 - 전용길, 한국방송광고공사, PD : 전용길 PD는 추적 60분, 황하등 해외 촬영분이 많은 프로그램을 제작하여 문화 콘텐츠 분야에 경험이 많고 해외 소싱에 대해서는 그가 제작한 프로그램에서 상당한 경험을 축적했다.

재는 제때에 갖출 것을 갖춘 현지 조력자 수배의 어려움으로 즉흥적이며 현지 연고처에 의뢰하는 형식으로 그때그때 조달하여 활용하기 때문에 전문적이며 새로운 정보자료들을 정확한 접근방법으로 제시하지 못하고 있다.

신영식(2002)은 “새로운 문제에 대한 새로운 상황적인 조건들을 구성해 보여주면서 현 상황이 안고 있는 문제점들을 제시하고 이를 통해 변화된 상황에 적합한 해결책을 제공할 수 있어야 하는데 현장 조사가 제대로 이루어지지 않고 현지사정에 능통한 조력자의 도움도 받기가 힘들어 제작 내용 자체의 부실을 가져 오는 경우가 많다.<sup>16)</sup>”고 하였다.

현장 조사의 정확성을 기하기 위해 필요한 언어의 구사는 필수적이긴 한데 문화콘텐츠를 제작하는 프로듀서들이 고용하는 통역의 문제는 상기 기술한 내용으로 인하여 대상국 언어만 통한다고 채용하는 경우도 많다. 이 역시 제작을 진행하는 데 있어서 많은 시행착오와 기회비용을 유발시키며 문제점을 적절히 해결하지 못할 때 궁극적으로 전체 제작에 대한 질을 저하시키는 요인이 되며 제작상의 차질을 초래한다.

### 3.2.4 장비

문화콘텐츠를 제작하는 것은 단순한 인력의 이동을 요구하는 것뿐만 아니라 적은 부분에서는 카메라 촬영을 위한 ENG 카메라부터 시작하여 조명장비, 크레인 등 보조 장비와 같은 대형들도 있으며 중량이 많이 나가는 장비 등 일일이 열거 할 수 없도록 많다. 이러한 장비들은 어느 경우에는 직접

가지고 나가고 어느 경우에는 현지에서 대여 하는데 가지고 가든 대여하든 통관 문제부터 나중에 한국으로 돌아올 때 대상국의 세관에서 보증금을 회수하는 문제까지 순조롭고 편안하게 이루어지는 과정들이 하나도 없다.

또한 크레인, 달리, 특수렌즈, 발전기 등 현장 촬영 때는 현장조건에 따라 새로운 장비들이 필요한 경우가 항상 발생하게 마련이고 추가적인 제작 장비의 필요성을 미리 예측해 반드시 준비해야 하는데 임시 조달된 현지 조력자와의 단순한 커뮤니케이션으로 해결하기는 많은 무리가 따른다. 이 같은 예상 밖의 일들이 생기지 않도록 하기 위해서 가장 중요한 것은 미리 제작과정 전체에 대한 기획을 현지 유능한 조력자와 같이 조감도를 그려 낼 수 있어야 한다는 것이다.

예를 들어 한국 하고 가까운 중국의 위하이 공항은 오후 5시만 되면 세관원이 퇴근해 버려 장비 보증금을 찾으려면 다음날 오전 9시까지 기다려야 한다.<sup>17)</sup> 그런데 경험이 많지 않고 단순한 통역만 한다든가 혹은 어떤 사건의 전달자의 역할만 하였다면 이러한 사소한 일을 알 수가 없어 쓸데없는 시간을 많은 인원들이 대기해야 한다는 것 등이다.

뿐만 아니라 많은 장비들이 현지에서 조달하는데 시간이 걸린다거나 혹은 조달자체가 어려운 경우도 있고 어느 경우에는 장비를 구할 수 없는 상황이 오기도 한다. 분명히 현지 조력자에게 부탁을 하고 그러한 장비들이 있다는 확약을 듣고 갔는데 나중에 보면 낭패스러운 일이 나타나곤 한다. 그럴 때 일일이 책임의 문제를 거론하지 못하고 없는 대로 진행되는 경우도 많다.

16) 신영식, 현지 취재를 위한 방송문화 제작 요령과 실제, 재미언론인 교육 세미나, 뉴욕 오피파크 호텔 (2005.7.12), 세미나 자료 재인용

17) 김동진(2007), 주식회사 HPSI 대표이사

이러한 일들은 모두가 현지 조력자의 역할이 거의 100%를 차지하는데 현지 조력자를 잘못 만나거나 능력의 한계가 있다거나 경험이 부족하면 할 수 없이 돈으로 해결하는 수밖에 없고, 만일 돈으로 해결하지 못하는 일이라면 제작하는 문화 콘텐츠의 질을 낮추는 수밖에 없다.

## IV. 경비 절감 방안

### 4.1 우선 해외 조력자 발굴 공동 전선을 형성하라

前說한 바와 같이 해외조력자를 발굴하고 관리하기 위한 관계부처나 이해 당사자들 간의 공동대처가 필요하다. 산재해 있는 해외 협력자들의 소스를 모으기 위해서는 필연적 과정이고 이를 위한 대국적 관점에서의 중지를 모으는 것이 필요하다. 이제까지 해외 로케가 결정되면 여기저기 아는 사람을 통해서 사람을 구해달라는 말을 되풀이 할 필요도 없고 한곳으로 전화만 하면 해당 콘텐츠에 적합한 해외 협력자를 구할 수 있는 시스템 운영이 되기 위해서는 관계부처와의 긴밀한 협조가 필수적 과정이다.

영화진흥공사, 영화감독협회, 한국프로듀서연합회, 방송국 자체 등 관련 부처와 이해당사자가 모여서 구성하는 단체나 집행기구로 여기에는 개인이나 일반소기업(물론 이들도 문화콘텐츠를 제작하는 제작자들이다)도 참가자 회원의 등급을 달리하면서 참가를 허용하면 어떤가 한다. 기술의 발전에 따라 소형 카메라를 가지고 VJ가 문화콘텐츠를 새로 제작하는 최근의 추세에 비추어 과거와는 훨씬 많은 해외 조력자를 필요로 하고 있고 마치 도서관을 운

영하는 것처럼 해외 조력자 은행을 구성하여 개인이든 단체든 그에 걸 맞는 도움과 조력을 주어 문화 콘텐츠 제작에 필요한 경비의 절감과 질적 제고를 위한 토대를 구축하여 국가적 서비스 기구로서 운영되어야 한다.

이는 개인이 한다거나 혹은 방송국이나 영화사가 하게 되면 과거와 같이 유사한 형태로 운영될 소지가 있고 이용에 있어서도 공적 기구가 갖는 신뢰성과 공공성을 내포하기 어려워 효율적인 도움처로서 능률 제고에 문제가 있기 때문이다.

또한 공공성을 띄우게 되면 대상(대상국이나 지역 행정관청) 지의 조력을 받기도 쉽고 여러 가지 행정적 문제도 손쉽게 해결할 수 있어 대단한 기회비용의 절감 효과를 제공할 수 있다. 이 또한 콘텐츠 내용의 질적 제고를 동시에 유발시키는 다중적 효과를 기대할 수 있다.

### 4.2 필요한 나라나 지역을 대상으로 거점 조력자를 만들라

해외 조력자는 앞서 용어의 정의에서 정의 하였던 조력자이다. 이 의미는 개인 및 집단이 모두 포함되는 포괄적 의미를 담고 있다. 처음에는 가장 많이 문화콘텐츠를 만드는 빈도수를 기록하는 지역으로부터 시작하여 차츰 그 지역을 넓혀 나가는 것이다.

예를 들면 중국북경으로 하다가 빈도가 많아지면 중국 북경과 상해 등으로 나누어지며 이와 같은 방법으로 나라와 지역을 구분해서 점차 그 포괄하는 영역을 넓혀주는 것이다. 방송국 한곳에서 혹은 영화 제작사 한곳에서 이따금씩 하게 되면 현지 조력자도 지속성의 문제 때문에 가격도 비싸지며 경험도 지속적으로 쌓을 수 없고 많은 점에서 불리한

점이 도출 될 수 있으나 이렇게 함으로서 이용이 잦아지게 되며 해외조력자로서는 문화콘텐츠의 소싱에 점차적으로 학습효과가 나타나면서 비용의 절감효과와 질 좋은 제작의 양면을 취하는 방향으로 발전과 진화를 거듭하게 된다.

물론 물량에 따른 해외조력자의 기대감이나 예측에 의한 사전 준비와 나름대로의 다양한 준비를 위한 사전 조사와 정밀 조사는 어떤 면에서 보면 프로듀서가 미처 생각지 못하는 면 까지 거들어 주어 상대적으로 프로듀서들은 여러 가지 방면에 효과를 거둘 수 있다.

이런 일례로 SBS 계열사의 하나인 SBS프로덕션은 2006년 5월 9일<sup>18)</sup> 현지제작을 의뢰할 인도네시아 BIMANTARA그룹<sup>19)</sup>의 RCTI사와 인도네시아 현지제작에 관한 계약을 체결하였다.

내용은 SBS프로덕션은 프로그램 포맷과 제작 노하우를 제공하고 인도네시아 측에서는 현지 방송사 마케팅, 현지제작, 광고판매 및 콘텐츠 배급 사업을 수행할 합작법인의 설립을 구체적으로 진행해 나가기로 합의한 것이다. SBS는 현지제작의 프로그램으로 “알뜰살림 장만퀴즈”를 추진하였다.

이러한 내용의 골자는 이제 현지 제작을 각자 하느냐 공동으로 하느냐의 문제와 각자 현지 제작 조력자를 구하는 것과 공동으로 구하여 운영하는 것과의 차이점이다. 양쪽의 문제가 모두 문제가 상존하고 있는 상황이라 그리고 문화 콘텐츠 제작 프로듀서들의 특성에 따라 다르겠지만 각자가 따로 운영하거나 조력자를 활용할 때 할 때 꾸준한 물량이 지원되기 어렵고, 문화 콘텐츠가 달라질 때마다 경험미숙으로 대응하는 감각적 경험 제고가 어렵고,

한 방송국이나 영화사에서 문화콘텐츠를 한 지역에 지속적으로 발주를 줄 수 있는 물량의 한계, 그럼으로 인하여 한 콘텐츠가 끝나면 다음까지 이어지지 않아 결속되었던 계약관계의 집중도가 떨어져 상대방도 흥미를 감소시키고 얼마 지나서 서로가 호지부지 되는 현상이 나타난다. 반면에 공동으로 진행할 때 여러 문화콘텐츠 프로듀서들이 간헐적이라 하더라도 전체 물량이 많아 1년에 각 지역마다 적어도 한두 번 이상 용역을 공급하는 지속성이 있어서 수주를 받는 해외 조력자들은 물량이 지속되는 느낌을 받고 여러 문화 콘텐츠 제작자들의 물량이 오다보니 다방면에 경험이 쌓이게 되고 물량 자체를 소화하기에 지속적으로 장비 등을 사용하기 때문에 소요 경비 면에서 충분히 감액이 가능하며 복잡한 세트 제작 등 다소 난이도가 높은 지원활동에도 학습효과에 의한 대처가 용이하다는 장점이 있다. 그러나 예를 들어 방송국 하나가 이런 일을 시도한다면 세계 여러 지역에 1년에 한두 번 용역을 공급하기는 절대 불가능한 일이라 상대방이 꾸준히 충성도(ROYALTY)를 유지할 수 있다는 가능성은 생각해 볼 문제이다.

단점인 경우에는 해외조력자들이 나타나면 안 된다는 자신감으로 인하여 가격 상승의 요구가 있을 수 있고 조직의 구성이 제대로 되어 있지 않거나 콘텐츠 제작자들 사이의 비교 대비로 인하여 차별화를 시도할 수 있으며 장기간 활용할 때 매너리즘에 빠져 공식대로 대응할 경우가 생길 수 있으나 공동화 작업으로 진행될 때 이러한 점의 발생에 대한 구체적 방안을 사전 예방할 수 있게 그에 걸맞는 해외협력자 매뉴얼대로 진행시키도록 요구 하여

18) [http://sbs.englishkorea.com/main/php/search\\_view.php?cStr=kids&idx=150](http://sbs.englishkorea.com/main/php/search_view.php?cStr=kids&idx=150), 검색일 2007년 6월 15일

19) BIMANTARA그룹은 인도네시아의 11개 지상파 방송사중 3개 방송사 (RCTI, TPI, Gloval TV)와 Mobile-8이란 이동통신사를 운영하고 있는 인도네시아 방송, 통신그룹이다.

가능한 한 갈등의 소지를 줄이는 것으로 풀어 나가야 할 것이다.

#### 4.3 해외조력자의 능력을 검증하라

공동으로 해외 조력자를 활용하는 기구가 설립되었으면 해외 조력자의 검증은 그리 어려운 일은 아니다. 하나의 기구가 구성되었으면 이 기구가 한 지역 한 지역 선정해서 해외 조력자의 능력을 검증하면 된다.

검증의 종류에는 우리가 보통 회사를 검증하는 재무제표적인 방법과 다른 방법이 있지만 사람에 대한 능력에 문제라 실제 면담이 이루어지는 것이 가장 좋은 방법으로 주장한다. 무엇인가 표준이 있어야 하는데 해외조력자의 역할은 그러한 표준이 없다. 그럼에도 불구하고 해외조력자가 담당해야 할 업무는 다방면에 걸쳐 상당한 지식과 경험을 요구하는 성격이라 여러 사람에 의해 임기응변 등을 검증할 수 있는 직접 면담이 반드시 들어가야 하고 다음으로 일반회사에서 한 것과 마찬가지로 자산이나 이력 등의 검증을 실시하라고 권한다.

언어 구사 능력은 필수이고 행정 업무 처리 경험을 바탕으로 하는 행정력 처리 등이 함께 검증되어야 하며 이에 수반되는 문화콘텐츠 제작지원 경험에 대한 담론적 평가도 병행하는 것이 좋다.

#### 4.4 정보통신을 이용해서 정보를 나누라

인터넷을 통한 정보의 공유는 더 거론할 필요조차 없지만 여기에서는 그 내용에 대한 것을 중심으로 보완적 성격의 내용을 좀 더 거론할까 한다. 공동으로 구성된 해외 제작 조력자에 대한 정보는 공유하면 공유 할수록 경비도 절감되고 문화 콘텐츠

의 질도 제고가 된다. 따라서 현지 조력자와 소싱에 대해서 가능한 한 비밀적인 사항을 제외하고 홈페이지의 구성을 제대로 디자인하여 해당 사이트에 글을 올리고 정보와 자료가 필요한 프로듀서들이 검색할 수 있게 해야 한다.

해마다 수십 수백편의 해외 콘텐츠 제작이 발생하는 현실에서 연재물일 경우 장기적으로 제작되는 문화 콘텐츠는 이러한 자료들이 무수히 많이 축적될 수 있고 이러한 자료의 정리나 데이터베이스는 두고두고 문화 콘텐츠 프로듀서들의 물리적 공간에서의 실제 할 수 없었던 경험들을 현실감 있게 조언 할 수 있을 것이다.

실제로 기자협회나 한국프로듀서연합회 등에서 해외취재나 현장 취재 등에 관한 취재 담이나 경험담 등을 공유하는 기자협회보나 피디저널 등이 있기는 하지만 정보의 깊이가 아직 얕고 필요한 사람들이 검색하거나 자료를 취득하기에는 거리가 멀다.

따라서 이러한 현지조력자나 소싱에 대해서 일정한 형식을 갖추어 정리를 하고 이것을 공유케 하는 것은 국가적 과제이다. 이러한 데이터베이스의 구축은 해마다 수많은 방송국과 영화 제작자들의 해외에서의 콘텐츠 제작을 원활하게 할뿐 만아니라 동일한 실수와 동일한 시행착오를 상당 부분 격감시킬 수 있다.

#### 4.5 복수의 해외조력자를 만들어라

콘텐츠 제작자들이 모여서 공동으로 선발하여 공동으로 활용하는 해외 조력자들은 단수일 필요는 없다. 이미 일정 물량 이상의 제작물을 공급할 수 있는 수량의 확보와 빈도수가 보증하기 때문에 해외의 조력자를 복수 혹은 다수로 운영하여 제작비를 경제성 있도록 물고 갈수가 있다. 과거에는 간

혈적으로 소싱을 진행하다 말다 하여 기업화 표준화되기 어려운 해외 조력자들도 제작 빈도수가 많아지면서 점차 조직적으로 활동 하는 계기가 부여되고 스스로의 경쟁력 확보를 위해서 정보와 경제 원칙에 맞게 그리고 필요할 때 찾기 쉽도록 노력을 기울이게 될 것이다.

소싱에 있어서 인력도 그렇지만 소품은 가격도 천차만별이다. 이는 국내외를 막론하고 유사한 현상으로 특히 사극이나 역사극 같은 경우 소품의 좋은 소싱은 전체 제작비에 많은 부분을 절약할 수 있어 이를 입체적으로 검증할 복수의 조력자는 필수적이고 전체적으로 필요한 예산도 담당 스태프나 조력자에게 전무 맡기지 말고 적어도 직접 챙겨 볼 필요가 있고 한두 번씩 검증할 필요가 있다.

연구자의 경험에 비추어 보면 대부분 현장에서 즉석으로 지불하는 경우도 많은데 이렇게 무계획하게 하면 나중에 정말 중요한 부분에서 소비해야 할 자금을 집행 못하여 전체의 질을 떨어뜨리는 경우를 많이 보았다.

#### 4.6 가능한 현지 장비를 활용하라

장비의 운반 문제는 가장 골치 아픈 일이면서도 반드시 해야 하는 일이다. 장비의 반입이 잘못 되었을 때 상대방 지역이나 정부 및 세관에 압류 될 수도 있고 현지 대상지에서 지역과 지역을 이동해서 다른 행정 구역으로 이동이 되었을 때 그 지역의 행정관청(경찰서나 정보수사국 등)이 중앙정부의 의지와는 달리 자기 멋대로 촬영을 저지하거나 공항에 장비를 압수해서 애를 먹이는 경우가 종종 있다.

어느 경우든지 여기저기(공관이나 현지 상부기관) 연락하면 해결은 가능하나 상당한 시간이 걸리

고 이에 부수되는 경비와 제작시간의 손실도 만만치 않다. 해외 조력자가 없을 때는 현지 사정과 겹쳐서 상당 기간 고생을 해야 해결되는 일이 비일비재 하다. 특히 당해 지역의 공휴일이나 금 토요일 등 휴일이 겹치거나 특별한 행사가 있으면 해결 할 방법도 없고 참가한 전체 인원이 호텔에 할 일없이 머물거나 대사관등 조력자가 올 때까지 기다려야 하는 경우도 있다.

녹화된 테이프를 압수 하는 경우도 있고 중국 같은 경우 주파수가 맞지 않거나 주사방식이 맞지 않아 고가의 장비에 동력 충전이나 제작 후에 현지 검수가 불가능 하여 사용에 애로가 겹치는 등 장비나 기술 문제는 과거에도 현재에도 꾸준한 문제점으로 부각되어 오면서 같은 일을 되풀이 하고 있다.

따라서 현지 문화 콘텐츠 제작 관련 업체나 장비 대여업체를 활용하는 것과 장비 자체 휴대등 검토 할 필요가 있으며 어떤 경우에는 특수촬영(수중 카메라사용 등)등은 차라리 해외 조력자와 협의 하여 현지 섭외로 제작하면 원하는 질적 콘텐츠가 제작 될 때까지 수없이 반복하여도 과외경비가 소요되지 않는다.

이같은 경우 가장 최근인 가수 '비'의 미국 공연의 경우 한국에서 가져간 장비의 전기 형식이 미국 안전 규격인 'UL' 마크가 없는 아주 사소한 실수로 미국 전역에의 공연이 취소되고 사기협의로 고소되는 한편 우리의 문화 콘텐츠에 대한 신뢰도 떨어뜨렸는데 이에 대한 사회적 책임도 묘연하다. <표 1>

#### 4.7 기획된 경비를 철저하게 분석하자

소요경비의 산출과 집행은 상당히 어려운 부분이고 어느 경우에는 계산 자체가 불가능해 보이기도

〈표 1〉 비의 2007년 7월 미국공연취소

가수 '비' 사기 혐의로 고소당해

가수 '비'가 미국 하와이 공연을 취소한 데 대한 책임으로 검찰에 고소를 당한 사실이 뒤늦게 알려졌습니다. 비의 하와이 공연을 주관한 이승수 클릭 엔터테인먼트 대표는 공연취소의 책임을 물어 지난달 중순 가수 비와 스타엠 엔터테인먼트 그리고 비의 전 소속사인에 등에 대해 서울중앙지검에 사기혐의로 고소장을 제출했습니다. 서울중앙지검은 형사6부에 사건을 배당했고 검찰은 이미 이승수 대표를 고소인 자격으로 불러 조사한 것으로 확인됐습니다.

LA에 '비'는 오지 않았다...그 책임은?

[오마이뉴스 최지에 기자]

지난 6월 30일 저녁 8시, '비'의 공연이 시작되어야 할 시간임에도 불구하고 스테이플 센터 앞에는 많은 팬들이 서성이고 있었다.

"왜 사람들이 주차장으로 가지?"라며 의아해하고 있을 때쯤 "today's concert is canceled(오늘 콘서트는 취소됐음)"라는 종이를 든 주차요원들이 눈에 띄었다.

월요일부터 티켓환불을 해준다는 말 뿐, 공연취소의 아무런 이유를 듣지 못한 채 팬들은 아쉽게 발길을 돌릴 수밖에 없었다. 이를 전까지 월드투어 기자회견을 열고, 공연 당일 <LA타임즈>(LA times) 문화섹션에 '아시아 최고의 스타' 비의 LA공연이 틈뉴스로 보도된 상황인지만, 콘서트 돌연 취소는 충격적이었다.

스테이플 센터 측은 '쇼 연출 상의 문제로 취소되었다'는 짧은 이유만 홈페이지에 공지했다. 몇 시간이 지나서야 LA 공연의 프로모터인 'V2B global'의 공연준비 미비로 콘서트를 진행할 수 없었다는 스타엠 측의 입장을 들을 수 있었다. '하청업체에 지불한 수표가 부도수표였다', 'LA 소방국의 음향·특수 장비 불허로 무대장치를 쓸 수 없었다', '공연 전날 스테이플 센터에서 열린 경기 때문에 무대 세팅 시간이 충분치 않았다'는 스타엠 측의 발표는 그동안 '월드투어'라는 이름으로 준비해왔던 공연이 얼마나 허술했는지를 여실히 보여주었다.

공연 취소의 근본적인 이유는 제대로 된 사전 조사 없이 말만 앞선 현지 프로모터에게 공연을 100% 의지했던 데 있다. 공연 진행 경험도 없고, 잘 알려지지 않은 'V2B 글로벌'이 선부른 계획으로 진행하기엔 비의 월드투어는 능력보다 큰 이벤트였다.

'V2B 글로벌'의 대표 앤디 김은 4일 <LA 타임즈> 인터넷 판 기사를 통해 "비 측의 주장은 사실과 다르다"고 입장을 밝혔다. 한국 기획사 측이 장비사용이 허가되지 않는다는 것을 알고도 대안책을 내놓을 노력을 하지 않았으며 일방적으로 공연 취소를 통보했다는 'V2B 글로벌'의 주장으로 한국 기획사와 미국 현지 프로모터 간의 책임 논란은 더욱 불거질 것으로 보인다.

==-----중략-----==

〈표 1〉 비의 2007년 7월 미국공연취소(계속)

비의 월드투어 실패는 한국 연예인들의 미국 진출 장벽의 현실을 보여준다. 아시아 내의 한류와 더불어 미국 내 한국 연예인, 한국계 연예인에 대한 관심은 높아지고 있지만 이를 지원해 줄만큼 미국 연예계와 공연 계획을 잘 아는 현지 기획사가 없다는 것이 문제로 지적되고 있다.

〈LA 아시안 채널〉의 관계자는 “자금이 넉넉한 한국계 프로모션 회사도 커넥션 부족, 미국의 까다로운 공연 규정, 미국 연예계 바닥의 생리를 잘 알지 못해 1년도 채 안 돼 손때기 일수”라며 현지 사정을 말했다. 이어 “아시아 최고의 가수가 공연 1시간 30분 전에 무대가 준비되지 않아 갑작스럽게 취소했다는 것이 이해되지 않는다”며 이번 사태로 미국 시장에서 비의 신뢰도가 다시 회복될 수 있을지 우려했다.

비의 갑작스런 공연 취소로 그동안 비를 기다려 온 교민 사회뿐만 아니라 한류열풍에 휩싸인 아시안 커뮤니티도 큰 상실감을 표현했다. 많은 중국 방송들과 〈LA 18〉을 비롯한 아시안 미디어들은 “아시아 가수 최초의 스테이플 센터 공연”이라며 대대적으로 보도하고, 큰 기대를 보여 왔다. 그러나 공연이 불발되자 아쉬움을 표현하며 비뿐만 아니라 앞으로 다른 한류열풍 연예인들의 미국 진출이 힘들어지지 않을까 걱정했다.

이번 사태의 가장 큰 피해자는 비 당사자와 팬일 것이다. 200달러에 육박하는 비싼 티켓에, 다른 주 혹은 해외에서 온 팬들도 많아 거센 항의가 있지 않을까 염려했지만 오히려 차분한 분위기다. 중국과 일본에서 비를 보기 위해 건너온 팬들도 아쉬움을 표현하며 눈물을 글썽이기도 했지만 “콘서트가 취소된 것은 비의 책임이 아니”라며 꾸준한 애정을 보였다.

비는 3일, 미국 최대 UCC 사이트인 ‘유투브’에 팬팅팅 음성 동영상을 올려 공연 취소에 대한 사과와 속상한 심정을 밝혔다. 이에 중국 팬들은 응원의 말과 동영상을 올려 여전한 애정을 과시했다.

‘한국 최고의 가수 비의 월드투어’라는 야심 찬 계획이 각종 소송과 공연 취소로 물거품이 되고, 비는 큰 이미지 타격을 입었지만, 이를 계기로 아시아를 넘어 세계시장까지 넓히고 있는 한국 연예계의 취약점이 보완되어야 할 것이다.

/최지에 기자

(자료 : YTN, 2007년 7월 7일 오후 7시 20분 방송분 ; 최지에, 오마이뉴스, 2007년 7월 2일)

한다. 그러기에 신생 방송국들이 초기에 문화콘텐츠 제작을 위해 해외 로케를 나갈 때 숙박은 1일 당 얼마, 식사대는 1일당 얼마 등의 규칙을 정하여 마치 일반 회사직원들과 같이 출장비 형식으로도 지급이 되곤 했고 지금도 일부 방송국에서는 이러한 방법으로 지급하고 있다.

문화콘텐츠의 다양성과 깊이를 이해할 때 참으로 불합리한 지급 방법인줄은 알고 있으면서도 표준화 된 양식도 없고 그렇다고 일일이 현지를 다녀 볼 수도 없고 물가를 확인할 수도 없어 달리 다른 방법이 있는 것도 아니다. 이러한 해외 소싱

지원처가 설립되면 점차 표준화를 이룰 수 있을 것이다.

그렇다고 본 연구에서 주장하는 해외조력자의 견적이 완전히 물가와 연동하여 일치하고 합리적이라는 것도 아니다. 따라서 이러한 것을 합리적으로 계산하기 위하여 앞서 주장한 점차적으로 복수의 혹은 다수의 조력자를 두어 견적을 교차하여 비용을 비교하여야 한다. 이 역시 초창기에 한곳에만 하다가 점차 조력자를 넓혀가면서 가능한 일이다.

4.8 대상국(대상지)의 행정관청과 긴밀히 협의를 하라

많은 경우에 있어서 한국 주재 대사관이나 관광청, 무역 관계 행정기관이나 대표부등을 활용하는 것은 아주 추천할만하다. 우선 어느 경우든지 개인 문화콘텐츠 제작자이든 혹은 기업이나 방송국 혹은 영화관계 콘텐츠이든 모두 이러한 방향의 진행은 먼저 공식적인 루트를 가지고 진행하는 것이라 비교적 현지 진행에 무리가 덜 따르며 그 지역에서의 모든 진행과정에 대해 어떤 경우에는 숙박과 항공편까지도 제공하여 주고 있어 경비절감의 지름길이며 소재에 따라 다르지만 이런 정도까지는 해주지 못하더라도 대부분 행정적 편의나 촬영의 편의는 얼마든지 요구할 수 있고 크게 무리하지 않은 범위 내에서 지원해 주고 있다.

근래에 몇몇 드라마에서 현지 촬영이 많았는데 어느 경우에는 항공편, 어느 경우에는 현지 제작에 많은 도움을 받았다.

이러한 것은 단순한 지원 차원에서의 문제는 아니고 각국이 자국의 홍보를 위해 음으로 양으로 자국의 국토나 사회 및 환경 등이 전체적이거나 국지적인 것이 노출되는 것을 환영하기 때문에 도와주

려는 분위기가 있으며 요즘에는 이방면에서 문화 콘텐츠 제작자들이 활발하게 활용하고 있다. 공동의 기구를 구성하여 요청한다면 그 나라는 그 나라 대로 한국을 대표하는 기관에서의 요청으로 본국(대상국)에 좀 더 용이하고 편안하게 공식적인 틀을 가지고 진행할 수 있으며 우리나라 문화 콘텐츠 프로듀서는 동일한 조건하에 좀 더 효율적이고 질이 높은 제작을 진행시킬 수 있으며 현지에서의 안전성과 제작환경도 판이하게 달라질 것이다.

김호진(2007)은 이에 대해 "각국의 정부가 자국의 홍보와 인지도 제고를 위해 혼신의 힘을 기울이고 있어 이를 적절히 잘 활용하여 경제적 이익 및 문화콘텐츠의 제작 품질 제고를 기할 수 있으며 현재 제작자들 각자가 각개 전투 하듯이 이것저것 협찬 요청을 하는 것은 모양새도 안 좋고 국가 위상에도 걸맞지 않아 이를 합리적으로 유효적절하게 협찬도 요청하고 번거로움도 피하게 해주며 공식기구가 요청하는 형식의 모양을 가져가면 해당 국가의 현지 담당 기관도 업무 추진이 용이하고, 우리나라 프로듀서들은 상당한 협력으로부터 실익을 가져 올수 있는 매력 있는 일로 우선 기구의 공식화와 창구의 단일화를 기하는 것이 급선무"<sup>20)</sup>라 하여

구분	2002년도	2003년도	2004년도	2005년도
신청	39개 업체, 57개 작품	65개 업체, 97개 작품	57개 업체, 72개 작품	71개 업체, 103개 작품
지원현황	18개 업체, 18개 작품	23개 업체, 23개 작품	18개 업체, 18개 작품	18개 업체, 18개 작품
지원금액	9억 원	10억 원	10억 원	8억 원
예산	10억 원	13억 원	13억 원	10억 원

(자료 : 문화관광부, 2005 문화미디어 산업 백서 : 우수프로그램 제작지원현황, 문화관광부, 104면)

〈그림 4〉 우수 프로그램 지원현황

20) 김호진 (2007), 텔레비전 드라마의 해외제작에 관한 실무 세미나, 여의도 관광호텔, 2006. 11. 7. 세미나 자료

본 연구의 연구 방향과 유사점을 보이고 있다.

#### 4.9 공동구성 조직체의 경비문제

문화콘텐츠 경비문제는 여러 가지 사안이 많아 일일이 계산하기는 쉽지 않다. 콘텐츠 프로듀서들은 일단 현재의 시스템에서 과거처럼 하지만 않으면 경비 자체는 상당히 절약이 가능하다. 이러한 전제 조건은 이러저러한 구실로 직접 지불하는 방식을 피해야 하고 공동으로 구성한 (POOL) 구성체의 유지비를 가입비로 내고 그때그때 행사마다 알선료 비슷하게 정액 혹은 일정한 비율의 수수료료를 내면 된다.

또한 가입을 안 하더라도 그때그때 사안을 의뢰해 올 때 진행 비용을 부담하면 된다. 국가적 차원의 일이라면 문예진흥원 등에 인원을 몇명만 보충하거나 보강하여 기구를 설치하면 되는 그리 많은 인력이 소요되지는 않고 이에 비해 문화 콘텐츠는 많은 자금들을 동원하여 진행하기 때문에 결코 손해 보는 일이 아니며 정부 보조도 가능한 일이다. 구태여 수많은 사람이 필요하지는 않고 방송 작가나 섭외 담당 경험이 있는 인력을 보강하여 시스템 구성에 활용하면 될 것이다.

다른 방법은 문화관광부가 콘텐츠 제작 지원을 해마다 10억 원 안팎으로 조성하여 지원하고 있는데,<sup>21)</sup> 이러한 예산중의 일부를 해외 콘텐츠 제작에 필요한 해외조력자 관리 지원기금으로 활용하여도 되고 1999년부터 2005년까지 8700명의 방송 및 언론인을 해외에 파견하여 연수교육을 시켰는데<sup>22)</sup>

이 예산에서의 활용도 가능 할 것이다. 초기 단계에서 비용이 발생하나 차차 이용이 늘면서 자체 예산으로 가능하게 될 것이고 궁극적으로 한편당 수익원이 소요되는 해외 문화 콘텐츠의 비용을 고려할 때 국가적인 과제로 큰 경제적 이익을 가져 올수 있다.

## V. 결론

본 연구는 국제화 환경에서 1년에 수십 수백차례 해외 문화 콘텐츠 제작을 위한 콘텐츠제작자들(프로듀서)이 어려움을 겪는 글로벌 소싱에 관한 방법을 연구자의 몇 번에 걸친 통역과 가이드 경험, 그리고 해외 협력자의 경험을 바탕으로 그 방안을 제시하였다.

전문가를 비롯한 해외 문화 콘텐츠 제작 경험자들은 언어 문제와 적절한 대상지의 소싱 문제를 이구동성으로 가장 어려움으로 꼽았다.<sup>23)</sup> 그 다음에 현장에서의 행정절차와 촬영에의 제한적 사안들이었다. 해외 제작에 있어서 현장에서의 제작 현실이 호락호락하지 않은 난관이 많았음을 시사한 내용이고 이를 소싱해 줄 경험 있는 단체나 개인도 절실히 요구된다 하였다.<sup>24)</sup> 본 연구의 결과는 이러한 해외 글로벌 소싱에 대한 문제점들을 먼저 짚어보고 가장 시급한 것으로 해외조력자 발굴을 위한 공동 전선을 구축하는 것을 제시하였다. 무조건적인 협찬도 있을 수 없고 카메라만 가지고 간다고 다 지원하여 주는 것도 아니며 최근에 와서 공식적인

21) 문화관광부(2005), 문화미디어 산업 백서 : 우수프로그램 제작지원현황, 문화관광부, 104면

22) 문화관광부(2005), 동계서 129면

23) 텔레비전 드라마의 해외제작에 관한 실무 세미나, 여의도 관광호텔, 2006. 11. 7.

24) 김호진(2007), 위의 각주 참조

루트와 본국으로 보고시 신뢰도 조성을 위한 검증된 매체나 영화가 될 수 있다는 공식적인 기관의 요청이면 좋겠다는 의견이 몇몇 나라에서 희망하는 사항이며 해당 업무 담당자와의 면담 및 전화 통화 에 대한 답변이었다.<sup>25)</sup>

다음에 필요한 것은 필요한 나라 지역을 대상으로 조력자를 만들어야 한다는 주장을 펼쳤다. 공식 기구가 구성이 되면 기 경험했던 문화콘텐츠 제작자들을 대상으로 조사를 실시하여 현지 조력자를 쉽게 찾을 수 있다. 단기간에 구성할 수 있는 방법으로 추천할만한 방법이고 이미 국내에는 모아지지 않은 정보이고 가공되지 않은 정보이지만 그동안에 문화콘텐츠 제작자들의 활동으로 보아 이들의 협조를 얻으면 얼마든지 좋은 정보를 데이터베이스화 할 수 있다.

해외조력자의 능력을 검증하는 것이 쉽게 결론을 낼 수 있는 간단한 일이 아니다. 지속적인 활용과 문화 콘텐츠 제작자들의 수시로 보고되는 의견들을 종합하여 타당성과 능력을 검증하는 수밖에 달리 추천할 만한 방법이 없어 본 연구에서는 이 부분의 대한 연구에 미흡성을 인정하고 이에 대한 후속연구를 기대 한다.

정보통신을 이용해서 정보를 나누는 것은 설 새 없이 가동되고 있는 인터넷망을 활용하여 정보의 수집과 검색을 원활하게 흐르도록 하여 조성된 자원을 철저히 활용하는 의미도 있고 이 사이트를 활용하여 해외 조력자를 공개적으로 찾아 볼 수도 있으며 특정한 부분에서 산출되기 어려운 경비내역을 검증 시킬 수 있는 효과가 있다. 이러한 사이트

를 통해서 정보는 공유되며 정리되고 좀 더 알찬 콘텐츠 제작기획을 세울 수 있다.

복수의 해외조력자를 만드는 것은 자본주의의 엄연한 현실인 경쟁력 제고를 위한 것으로 이를 통해서 보다 합리적인 제작비용의 산출을 제도화 할 수 있을 것이다. 또한 가능한 현지 장비를 활용하는 것은 여러 가지 여건을 고려할 때 이제까지의 시행착오를 줄이면서 제작 기간 내의 제작을 완료 할 수 있는 스케줄에 의한 콘텐츠의 제작을 하기위한 좋은 방법이다. 이는 경비의 절감은 물론 장비의 고장이나 교체 시에도 상당한 이점이 있으며 소싱 대상과의 혹은 소싱 대상국과의 긴밀한 협의에 의하여 많은 시간과 노력 그리고 경비의 절약을 실현 해 주는데 의심의 여지가 없다.

글로벌 소싱은 말 자체로 언어, 지역, 문화 등 1년에 수십 수백회의 실로 다양한 매체사와 영화 제작사들에 의해서 공식 비공식적으로 이루어지는 것을 가능하면 공동으로 대처하여(POOL 제 운영) 활용, 콘텐츠 프로듀서나 현지 조력자나 같이 이익을 나누는 방법이다. 그럼에도 불구하고 우리는 쓸데없는 취재 경쟁과 드라마 경쟁 등으로 제작비에 무관심하게 지나쳐 온 것이 사실이다.

본 연구는 연구자가 해외에서 거주하면서 몇몇 영화사와 텔레비전 프로그램의 섭외와 통역을 맡고 느낀 실 체험에서의 경험과 방안을 제시한 것으로, 짧은 연구기간과 기말고사 시험까지 겹쳐서 또 시간상의 제약으로 매체사나 영화 제작사의 해외문화 콘텐츠 제작에 필요한 항목별 경비를 자세하게 취득하지 못하여 경비의 비교 분석은 연구의 한계점

25) 압둘 무탈립 아왕, 말레이시아 관광청 한국 사무소소장으로 협찬자의 체면을 살릴 수 있는 기관이나 단체의 추천이나 요청이면 숙박을 비롯한 많은 부분의 도움을 많은 기회를 본국 정부는 물론 관련 업체를 쉽게 설득하여 협찬을 다양한 방법으로 해줄 수 있다고 말하였다. (전화면담)

- 김해영 이탈리아관광청 소장도 이에 대해 유사한 언급을 하였으며 가능하면 좀 더 형식적인 면을 갖추어서 본청에서 많은 것을 지원 받을 수 있는 서류상의 형식적 절차를 중요시 하였으면 한다고 하였다. (전화면담)

으로 부득이 미룰 수밖에 없었던 것을 아쉬움으로 표현하고자 한다.

그러나 자금의 제한을 못 느낄 정도로 풍부하게 운영했던 콘텐츠 제작 현장에서의 국부 유출을 바라보며 무엇인가 기여를 해야겠다는 일념으로 문제점과 개선방안을 메모하였고 발표는 좀 더 많은 자료를 조사한 후에 대학원 과정에서 학위취득으로 하려 예정하였으나 전공이 영문학이고 제 2 연구자도 의학계통이라 망설이던 차에 이러한 기회가 왔다. 학생의 신분으로서도 느꼈던 많은 문제점과 그리고 얼마든지 절약할 수 있는 가능성, 그 정도의 예산이면 훨씬 더 질 좋은 콘텐츠를 제작할 수 있는 여건이 될 것이라는 확신을 가지고 이 연구에 임하게 된 것이다.

조금만 신경 쓰면 엄청난 경비를 절약할 수 있고 좀 더 효과적인 메시지를 전달 할 수 있는 담고 싶은 문화 콘텐츠를 담은 텐데 경험과 언어 미숙 그리고 잘 조직된 모체가 없어서 경비는 경비대로 작품은 작품대로 아쉬움을 남기면서 마무리 짓는 것 같았다. 이러한 낭비적 요소는 직접 경험한 미국, 괌, 인도네시아, 중국등에서 이루 말할 수 없이 반복되고 지속되고 있었으며 소싱의 문제도 무수히 실수를 반복하고 있었다. 잘못된 소싱과 준비 부족에 의한 현장에서 무리한 임기응변도 임시변통도 거의 빼놓지 않고 있었고 반복되었다.

제작에 소요되는 비용도 유사하거나 비슷한 일정에 천차만별이고 대한민국의 콘텐츠 제작자들은 제작비를 적정안하는 세계에서 유일한 나라로 본 연구자의 손님들이었다.

제작자들에게 조금 부담이 될 내용일지 모르나 적은 제작비를 가지고 제작하는 프로듀서는 적은대로 많은 제작비를 가지고 제작하는 프로듀서들은 많은 대로 필요치 않은 경비의 발생을 제어하여야

하고 필요한 곳에만 사용하여 국고의 낭비를 막는 방법을 제시하려 이 연구에 임하게 되었다. 이를 위하여 공동체를 구성하여 진행할 때 적어도 제작비는 나라마다 지역마다 나름대로의 적절한 선에서 표준화 될 것이고 검증되어 이로 인하여 낭비적 요소와 거품을 몰아내고 문화 콘텐츠를 이용하는 이용자에게 적어도 좀 더 양질의 콘텐츠를 공급하는데 기여하여야 할 것이다.

이 연구의 주제는 문헌에도 없고 선행연구도 없다. 실험자들의 현장 경험담을 중심으로 또 전문가의 면담을 통하여 이루어 졌다. 참고 문헌도 부족하고 자세한 데이터의 비교도 부족한 아쉬움이 많은 연구이다. 그러나 전체의 맥을 통한 중심 주제의 의도를 살려 문화 콘텐츠 제작에 작으나마 보탬이 되기를 간절히 빌어본다.

## 참고문헌

- 김호진 (2003), 리빙티브이, 타히티의 삶과 자연, 리빙티브이, 2003년 6월 24일 방영
- \_\_\_\_\_ (2006), 텔레비전 드라마의 해외제작에 관한 실무 세미나, 여의도 관광호텔, 2006. 11. 7. 세미나 자료
- 신영식(2005), 현지 취재를 위한 방송문화 제작 요령과 실제, 재미언론인 교육 세미나, 뉴욕 옴니파크 호텔 (2005.7.12). 세미나 자료
- 문화관광부(2005), 문화미디어 산업백서: 우수프로그램 제작지원현황, 문화관광부, 104면
- YTN, 2007년 7월 7일 오후 7시 20분 방송분
- 최지애, 오마이뉴스, 2007년 7월 2일
- 문화관광부, 2005 문화미디어 산업 백서: 우수프로그램 제작지원현황, 문화관광부, 104면

참고사이트

[http://www.cine21.com/Article/article\\_view.php@  
mm=001001002&article\\_id=7470](http://www.cine21.com/Article/article_view.php?mm=001001002&article_id=7470) 검색 2007  
년 6월 22일-[http://www.austrade.or.kr/www/  
industry\\_16.asp](http://www.austrade.or.kr/www/industry_16.asp)

[http://sbs.englishkorea.com/main/php/search\\_view.  
php?cStr=kids&idx=150](http://sbs.englishkorea.com/main/php/search_view.php?cStr=kids&idx=150), 검색일 2007년 6  
월 15일

## The Method of Sourcing and Production for the Cultural Contents at the Overseas

EunYoung, Kim\* · EunJeong, Kim\*\*

### Abstract

As gathering internationalization, the overseas producing frequency and the amount of materials for the production of cultural contents in the overseas has been increasing, and the television dramas, which was rarely come up the past, show frequently at the television that are usually made up at the abroad.

This study has grasp of the problems about producers, human resources, production cost, overseas sponsors, sourcing, translator, technique equipments that come up when the makers produce in the abroad, and also handle the problem of global sourcing which is made basis on the effective cultural content production.

The suggestions of effective method for producing cultural contents in abroad are the establishment of small committee for finding helper in abroad, the cooperation of local government, the scouting for overseas helper in need nation, the way of examine the ability of overseas helper, the method for data base construction using information communication, the disadvantages and advantages in using equipment of local, the analysis of planned expense, and the expense problem of the cooperative composition union - the execution government for global sourcing.

Different from the past, even the television drama's production over the overseas became common and also the movie prefers to make it abroad, because it is concerned the international sense and the box-office record. This study suggests problems of global sourcing and the effective producing methods for it. Therefore, this study is not only about the method for saving production cost, but also includes the more broad meaning in overseas

---

\* English

\*\* Dental Hygiene

cultural contents production's efficiency and economic efficiency.

The internationalization is already settled, and the producing in abroad spreads rapidly. So the right ways for producing have to push ahead with the effective and solid methods, and try to save production costs possibly.

Key words: Global Sourcing, Cultural Contents Producing, Overseas Production, Coordinator