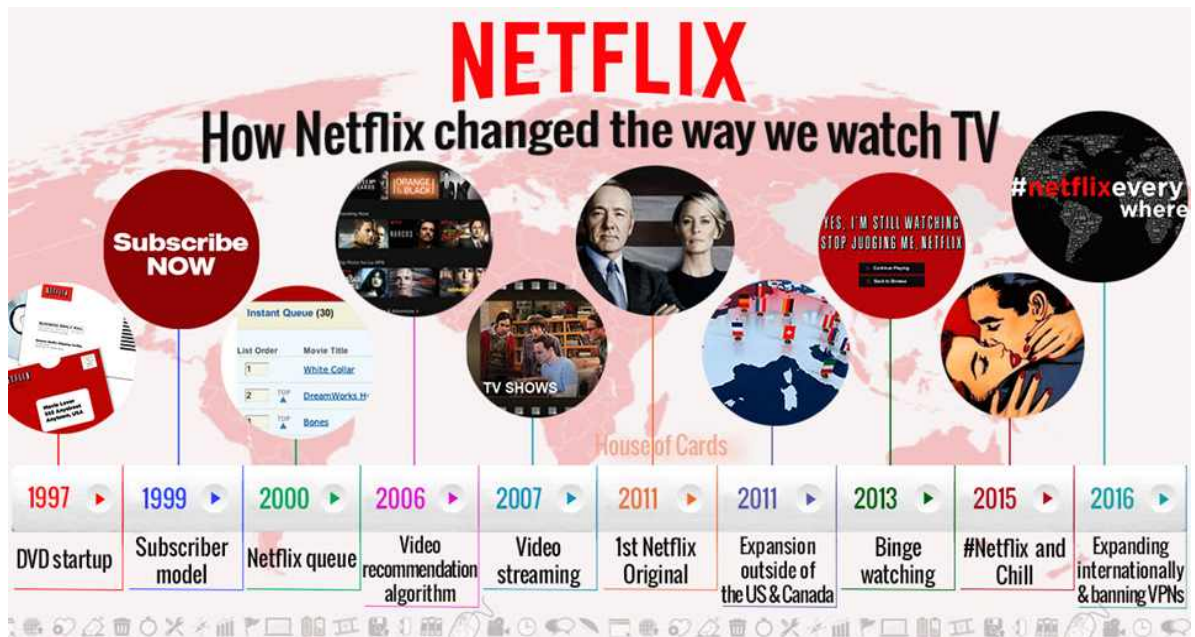


## 2-2. Phase 2 해석 : 넷플릭스가 미친 미디어 산업 변화요인

### 넷플릭스 Netflix

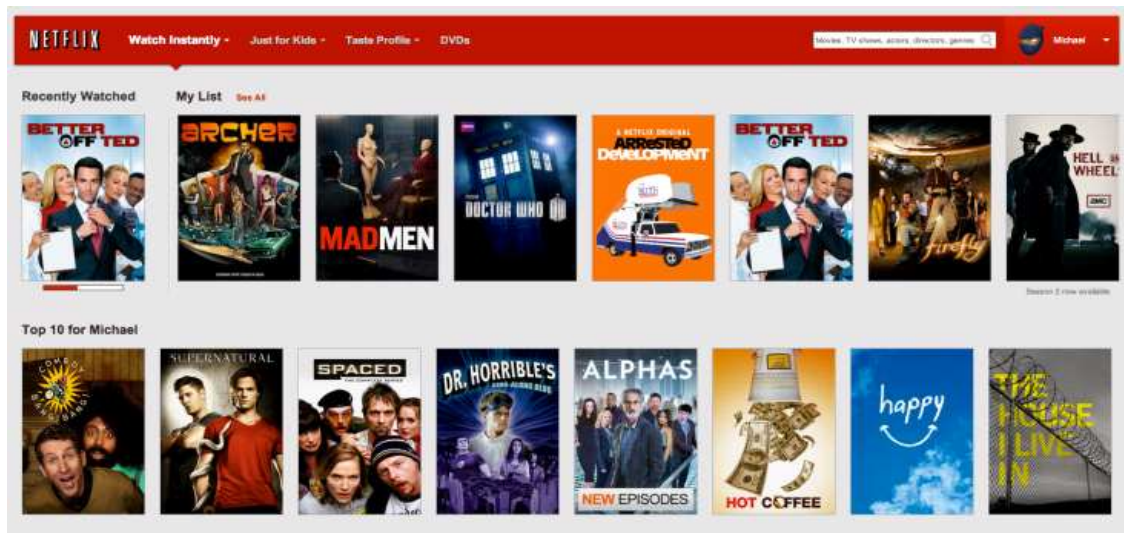
1997년에 설립된 넷플릭스 창업자 리드 헤이스팅스가 정의한 넷플릭스 정의는 ‘세계 최대의 인터넷TV 네트워크’이다. 넷플릭스는 TV 프로그램과 영화를 190여 개국에 인터넷망을 이용해서 전송한다. 인터넷망을 이용하기 때문에 고객들은 언제, 어디서든지 인터넷만 연결되면 모든 디바이스를 통해서 콘텐츠를 시청할 수 있다.



출처: <https://www.le-vpn.com/netflix-10-innovations-changed-world/>

넷플릭스는 처음에 영화 DVD를 우편으로 대여해주는 회사로 출발했다. 당시 시장을 장악하고 있는 회사는 블록버스터로 전 세계 100여 개 이상 매장을 가진 글로벌기업이었다. 넷플릭스가 유명해진 이유는 거대 기업 블록버스터를 망하게 한 장본인이기 때문이다. 넷플릭스는 최신작은 부족했으나, 정기 구독료를 지불하면 정해진 수량 내에서 DVD를 무한정 기간 없이 대여해주었고, 고객들은 최신작을 보기 위해서 스스로 DVD를 빨리 반납했기 때문에 경쟁사의 약점인 연체료를

공략할 수 있었다.



인터넷을 통해서 취향에 맞는 영화를 고를 수 있는 Netflix Queue

얼마 지나지 않아 블록버스터, 아마존, 월마트 등도 동일한 서비스를 제공하기 시작했다. 위기에 처한 넷플릭스가 선택한 대안은 인터넷 기반 스트리밍 서비스였다. 2000년에 자신의 취향에 맞게 리스트를 만들 수 있는 “Netflix Queue” 을 도입하였고 2007년 이후에는 오프라인 우편 대여 서비스를 버리고 인터넷 스트리밍 서비스에 집중했다. 스트리밍 서비스를 시작하면서 가입자가 급증하자 넷플릭스는 콘텐츠 구매에 투자하기 시작했다. 그러나 기존 월트 디즈니 등 콘텐츠 제공자와 가격 협상에서 마찰을 빚으면서 자체 콘텐츠 제작으로 방향을 선회한다. 이때 나온 대표적인 작품이 <하우스 오브 카드>부터 최근에는 봉준호 감독 <옥자> <왕좌의 게임> 시리즈 등이다.

스트리밍 서비스를 통해서 넷플릭스는 VOD(Video On demand)의 본격적인 시대를 열게 된다. 이 서비스로 인해 사람들은 비디오를 보는 행위 전체를 “비디오를 보다(Watching Video)” 라는 말과 “스트

리밍(Streaming)” 을 동일한 단어로 인식할 정도로 소비자의 취향을 변화시켰다. 주말에는 드라마시리즈를 몰아서 보는 ‘Binge watching’ 라는 신조어를 탄생시킨 것도 넷플릭스의 영향이다.

기존 미디어에서는 정해진 시간대에 본방 사수 (Tune in or miss out) 를 통해서만 TV 콘텐츠를 봐야만 했다. 넷플릭스 이후에는 자신이 원하는 시간과 환경에 맞추어서 다양한 미디어 스크린을 통해서 시청할 수 있는 자유를 만들어냈다. 넷플릭스가 시작한 온디맨드 비디오 서비스의 시작은 현재 거의 모든 TV 네트워크와 케이블 채널이 제공하고 있으며 가격정책도 넷플릭스 비슷한 수준을 따르고 있을 정도로 표준화가 되었다.

### 넷플릭스 Netflix Effect 용어 탄생

넷플릭스의 시기별 중요한 발전을 기준으로 미디어 산업이 겪은 변화에 대응하는 방식에 영향을 받은 미디어 및 타산업들의 대응 방식을 살펴보면서 ‘넷플릭스 효과’ 라고 언론에서 주목하기 시작하였다.

2013년 10월 <The Star>의 “The Netflix-ication(넷플릭스化) of all media” 라는 기사에서 처음 사용한 것으로 추정되는 신조어로 이 기사에서는 넷플릭스의 미디어 산업 선도 현상을 본격적으로 다루었다.

경제전문지 2019년 2월 <Forbes>는 “What is The Netflix Effect?” 라는 기사에서 “하루아침에 전 세계적 스타가 되는 현상” 으로 단어를 사용했다. 2019년 3월 <Rotten Tomatoes> 역시 “The Netflix Effect: How Streaming Gives TV Shows a Second Lease on Life” 라는 기사에서 넷플릭스로 플랫폼을 옮기고 나서 대중의 반향을 얻은 Lifetime의 TV시리즈 <You>의 사례를 언급하며 “넷플릭스 효과” 를 말했다.

넷플릭스 효과는 특정한 현상을 의미한다기보다는 포괄적으로 이용자가 많은 넷플릭스라는 플랫폼을 통해 콘텐츠와 탤런트가 세계적으로 인정을 받는 등 넷플릭스를 통해 미디어 산업이 변화하는 모든 현상을 통틀어 지칭한다고 보는 것을 의미한다. 넷플릭스가 미디어 산업

전반에 걸쳐서 소비자, 미디어 산업자체, 기타산업에 어떻게 영향을 미쳤는지도 중요하다. 그러나 콘텐츠 큐레이터 시각에서는 왜 넷플릭스가 그러한 선택을 하게 되었는가에 대해서 사회문화적 맥락과 미디어 사용자 시각에서 다양하게 해석함으로써 단순한 비즈니스 성공전략 이외에 우리에게 시사하는 다양한 의미를 찾을 수 있을 것이다.

/©백상훈