

## 이슈

# 콘텐츠 소버린 : 디지털 시대의 문화 주권

이영주  
서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 교수

## 목차

- 1 콘텐츠 시장 환경의 변화
- 2 글로벌 OTT 플랫폼 중심의 제작/유통 구조의 문제점
- 3 소버린 콘텐츠 생태계 구축의 기대 효과
- 4 나가며

## 요약

국내 콘텐츠 산업은 글로벌 OTT의 영향력 확대로 인해 콘텐츠 기획, 제작, 유통 주권과 지식재산권(IP) 확보에 어려움을 겪고 있다. 소버린 콘텐츠 생태계를 구축하면 플랫폼 권력을 분산해 제작사의 협상력을 높일 수 있으며, 우리 문화의 표현력을 강화하고, 콘텐츠 IP를 확보하여 부가 수익을 늘리는 효과로 이어질 것이다. 이에 정부 지원을 통해 자국 콘텐츠 제작과 유통을 활성화하고, 국내 플랫폼의 경쟁력을 강화하는 정책적 노력이 필요하다. 또한 콘텐츠 산업을 국가 전략 산업으로 육성해 문화 주권을 지키는 동시에 글로벌 경쟁력을 확보해야 할 것이다.

## 1. 콘텐츠 시장 환경의 변화

국내 방송 영상 생태계는 글로벌 OTT 플랫폼의 서비스 제공 이후 급변하고 있다. 미디어콘텐츠 시장은 제작, 유통, 소비 전 단계에 걸쳐 방송 미디어에서 OTT 서비스로 사실상 재편되었다. 이용자들도 실시간 방송 프로그램보다 온디맨드 방식으로 콘텐츠를 즐기는 시대가 열렸다. 이러한 변화의 중심에는 글로벌 OTT가 존재한다. 막대한 자본이 콘텐츠 제작에 투입되면서 제작 주체가 다양해졌다. 기존에는 지상파 방송사, 종합편성 채널, 대형 스튜디오가 방송영상 콘텐츠 제작을 주도했지만, 글로벌 OTT의 투자 이후 참신한 시나리오 기반의 작품이 크게 증가한 점은 긍정적인 변화이다(김상임, 이영주, 2021). 실제 넷플릭스에 유통되는 한국 드라마 시리즈의 절반 이상은 영화감독이 참여한 제작사에 의해 제작되었는데 이는 시나리오를 직접 집필하는 영화감독의 경험 그리고 세분화된 제작 과정을 거치는 영화 제작의 특성이 OTT 플랫폼에서 강점으로 작용한 것으로 평가되고 있다(김아영, 2024). 또한 소재가 다양하고 방송 미디어보다 내용 규제가 상대적으로 약한 영화 시장의 경험과 OTT 플랫폼의 특성이 일치한 것으로 볼 수 있다. 뿐만 아니라 글로벌 OTT들이 대형 스튜디오에 직접 지분을 투자하거나 웹툰 플랫폼과의 제휴를 통해 경쟁력 있는 스토리를 확보하려는 제작사들의 움직임도 이어지고 있다(김상임, 이영주, 2022).

[그림 1] 〈파친코〉 포스터



출처 : Apple TV+

한편, 글로벌 시장에서 한국 콘텐츠의 인기가 높아지자 한국을 소재로 한 콘텐츠가 제작되거나 한국의 주요 관광지를 촬영 장소로 활용하려는 해외 제작사들의 수요가 증가하고 있다. 뉴욕타임즈 베스트셀러로 선정된 동명의 소설을 원작으로 한 애플 TV 시리즈인 <파친코>는 고국을 떠나 일본으로 이민 간 4대 가족의 서사를 다룬 작품이다. 2022년 시즌 1이 방영된 후 시즌2까지 업로드 되었으며 올해 서울드라마어워즈 국제경쟁부문에 후보로 포함되기도 하였다.

이외에도 넷플릭스 오리지널 콘텐츠인 <XO-Kitty>와 <Recruit> 그리고 아마존 프라임 비디오가 투자한 <Butterfly> 모두 한국에서 촬영하고 글로벌 OTT 플랫폼에 유통된 작품이다. 특히 <XO-Kitty>는 어느 미국 소녀가 서울의 국제학교로 전학을 와서 일어나는 다양한 에피소드를 다루었는데, 북미 국가에서는 Top 10위에 올라 큰 인기를 얻어 시즌 3 까지 연장되었다. 최근 소니 픽쳐스에 의해 제작되어 넷플릭스에서 큰 성공을 거둔 <케이팝 데몬 헌터스> 역시 K-POP 아이돌을 주인공으로 하여 제작되었는데, 지난 6월 공개 이후 8 월 말까지 시청 횟수 2억 3,600만 회를 기록했다(BBC, 2025.8.29.). 또한 작품에 한국의 주요 관광지가 소개되면서 우리나라를 찾는 외국인이 증가하고 전통적인 문양의 굿즈 판매가 급상승하는 등 파생 효과가 크다(아이뉴스, 2025.9.3.).

[그림 2] XO-Kitty 포스터



출처 : 넷플릭스

그러나 글로벌 OTT의 영향력 확대는 우리나라 콘텐츠 생태계에 부정적 영향을 미치기도 한다. 먼저 경쟁력 있는 작가, 감독, 스타 배우와 같은 A급 인재들이 글로벌 OTT 작품 참여를 선호하면서 국내 방송사나 로컬 OTT 플랫폼은 A급 인력 확보에 어려움을 겪고 있다. 드라마 제작비의 40~60%, 영화 제작비의 20~30%를 차지하는 스타 출연료의 비중이 이러한 현상을 더욱 부추기고 있다.

둘째, 넷플릭스 드라마와 예능의 평균 제작비가 각각 300억 원, 100억 원 수준으로 증가하였다. 이에 따라 예산에 제약이 있는 티빙과 웨이브와 같은 국내 OTT는 오리지널 콘텐츠를 제작할수록 적자 폭이 커져 오히려 제작 편수를 줄이고 있다(이현율, 2024). 실제 OTT와 방송사에서 방영된 국내 드라마는 2022년 141편에서 2024년 105편으로 25% 감소했다(미디어오늘, 2025.9.4.). 결과적으로 막대한 제작비를 감당할 수 있는 글로벌 OTT만 오리지널 콘텐츠를 꾸준히 공급하며 구독자를 늘리고 있다. 2025년 6월 넷플릭스의 월간 활성 이용자수(MAU)는 1,480만을 기록하였고, 영업이익률도 꾸준히 상승하면서 국내 OTT와의 격차가 더욱 커지고 있다(미디어오늘, 2025.7.28.).

셋째, 국내 제작사가 제작한 콘텐츠가 크게 성공하더라도 부가 수익을 올리기 어렵다는 문제가 계속해서 제기되고 있다(박조원, 2025). <오징어게임>, <더글로리> 같은 작품이 대표적인 예로, 넷플릭스가 IP를 소유하면서 제작사는 추가 수익을 얻지 못하였다.

마지막으로 최근 OTT의 오리지널 콘텐츠들이 넷플릭스가 선호하는 장르나 유형에 맞춰 제작되면서, 우리나라 제작사들이 쌓아온 문화적 표현력이 약화되고 글로벌 OTT에 대한 의존도가 커질 수 있다는 우려도 있다(노영은, 류웅재, 2024). 이에 따라 콘텐츠의 문화 표현력을 되찾아야 한다는 ‘콘텐츠 소버린(Sovereignty)’의 중요성이 강조되고 있다. 콘텐츠 소버린은 단순히 콘텐츠를 생산하는 것을 넘어, 자국의 문화·언어·가치가 글로벌 디지털 생태계에서 주체적으로 표현되고 통제될 수 있도록 하는 정책적 전략을 의미한다.

이와 같은 문제의식을 토대로 본 연구에서는 글로벌 OTT 플랫폼 중심의 영상 콘텐츠 유통 구조가 가진 문제점을 분석하고, 콘텐츠 소버린 강화를 통해 콘텐츠 생태계에 미칠 긍정적인 효과와 함께 우리나라 콘텐츠의 표현력 및 주권을 지키기 위한 정책 방안을 제언하고자 한다.

## 2. 글로벌 OTT 플랫폼 중심의 제작/유통 구조의 문제점

소버린 AI가 필요한 이유는 민간 영역과 공공 영역 가릴 것 없이 AI가 우리 생활 전반에 막대한 영향을 미치기 때문이다. 특히 국방·금융 분야에서는 외부의 재재나 위협을 막아야 하고, 초거대 모델 학습 데이터의 90% 이상이 영어로 이루어져 산업과 문화적 종속을 초래할 우려가 있다.

이와 마찬가지로 글로벌 콘텐츠 시장 역시 글로벌 시장을 기반으로 한 OTT 플랫폼이 시장을 리드하고 있다. 특히 전 세계 사람들이 동시다발적으로 같은 콘텐츠를 소비함으로써 유통과 소비 시장이 거의 유사해지고 있다(양지훈, 2023). 새로운 오리지널 콘텐츠가 넷플릭스에 공개되면 수십 개국에서 상위권을 차지하는 현상이 빈번하게 나타난다. 이러한 소수의 글로벌 플랫폼을 중심으로 영상 콘텐츠가 유통되면서 문화적 동질화, 콘텐츠 다양성 저하 그리고 플랫폼 권력의 불균형과 같은 문제들이 심화되고 있다.

### 1) 문화적 동질화

문화적 할인이란 특정 문화권의 콘텐츠가 다른 문화권에 진입할 때, 언어·정서·사고방식의 차이로 인해 제대로 전달되지 않아 가치가 저평가되는 현상을 말한다. 동일한 콘텐츠에 대해서도 생활하는 지역이나 문화권에 따라 소비자들이 상이한 평가를 내릴 수 있으며, 접하는 정서와 재미 등에서도 차이가 발생한다(마일리안 니나, 이영주, 2023). 그동안 국내 방송사나 스튜디오들은 문화적 할인을 줄이면서도 현지 시장에 거부감 없이 진출하기 위해 리메이크, 포맷 수출, IP 판매 등의 방식을 활용하여 국내 콘텐츠의 해외 판매를 늘려왔다. 카카오페이지의 <너클걸>은 아마존 프라임 비디오에 IP를 판매하여 전 세계에서 공개된 바 있으며 <호령호제>, <아쿠아맨>도 오리지널 IP가 해외에서 영상으로 제작된 사례이다(양지훈, 2023).

하지만 글로벌 OTT 플랫폼 중심으로 유통 구조가 형성되면서 상이한 문화에 콘텐츠를 유통할 때 발생하는 문화적 할인 효과가 현저히 낮아지고 있다. 전 세계 시청자들에게 소구하기 위해 로컬 기반 콘텐츠를 제작하더라도 글로벌 시청자들의 보편적 취향을 고려하여 제작하기 때문이다. <오징어 게임>의 유례없는 글로벌 성공 요인을 분석한 연구에서는

온라인 동영상 플랫폼의 확산으로 상이한 문화로 인한 문화적 할인이 감소하여 로컬 콘텐츠가 현지 문화 코드와 결합함으로써 글로벌 시청자들에게 소구력을 높였다고 분석하였다(강혜원, 이성민, 2022). 또 다른 연구에서도 <오징어 게임> 시청자들이 주인공의 성장 스토리와 같은 장르적 보편성에 공감할수록 스토리와 작품성에 대해 긍정적 평가를 하는 것으로 조사되었다(마일리안 니나, 이영주, 2023). 문화 간 공통된 이미지, 원형 및 주제에 친근감을 느끼거나 보편적 스토리 구조를 지닌 콘텐츠에 대해서는 문화적 할인 효과가 크지 않다. 대신 자국 고유의 문화적 맥락 혹은 언어적 표현이 희석되거나 지역적 특성이 약화될 수 있다.

이러한 경향은 글로벌 시장 진출을 목표로 하는 문화상품에서 나타나는 ‘문화적 혼종성’과 다소 차이가 있다. 혼종성은 세계화와 초국적 문화 흐름에 의해 생겨난 혼합 과정 이자 그 산물로 생성된 문화현상으로 K-POP은 대표적으로 혼종성을 지닌 문화상품이라 볼 수 있다. 하지만 K-POP은 아티스트나 크리에이터가 능동적으로 글로벌 팬에 소구하기 위해 다양한 가치, 신념, 실천들을 포함하여 혼종화된 문화 형식으로 소구한다는 특징이 있다(Yoon & Jin, 2017, 2019, p.337). 최근 형성되고 있는 아이돌 그룹은 멤버의 절반 이상이 외국인으로 구성되어 다국적 문화상품으로 소구하고 있다(양지훈, 2023).

하지만 글로벌 OTT 플랫폼이 로컬 기반으로 오리지널 콘텐츠를 제작을 할 때 혼종성을 적극적으로 활용하여 혼종성의 복잡성, 정치성이 심화되어 자국 문화의 독자적 표현이 약화되고 있다는 지적도 제기되고 있다(노영은, 류옹재, 2024, p. 70).

## 2) 콘텐츠 다양성의 약화

글로벌 시장을 겨냥한 콘텐츠 제작은 자국 내 문화적 다양성보다 글로벌 수요에 맞춘 스토리·캐릭터·배경 설정을 유도하면서 글로벌 OTT의 오리지널 콘텐츠가 장르적 유사성을 보이는 경향을 보이고 있다.

최근 넷플릭스에서 방영된 오리지널 콘텐츠 드라마는 2024년 14편에서 2025년 23편으로 크게 증가했으며, 예능은 9편에서 5편으로 감소하였다. 드라마는 시즌제도 편성되고 있으며 25년에는 신규 콘텐츠가 많이 제작되었다. 하지만 드라마의 경우 신규 콘텐츠라 하더라도 액션과 로맨스 장르에 국한되어 제작되고 있으며 특히 액션 장르가 가장 많다. 스토리는 캐릭터의 서사를 통해 절망적이고 부조리한 사회상을 재현하는 작품이 많으며, 세

계 보편적으로 존재하는 경제적 어려움, 슬픔, 절망이 존재하는 디스토피아적 상황을 의도적으로 활용하고 있음을 알 수 있다.

[표 1] 한국에서 방영한 넷플릭스 오리지널 콘텐츠

연도	장르	작품명	비고
2024	드라마(14)	오징어게임 시즌2, 스위트홈 시즌3, 경성 크리쳐 파트2, 지옥 시즌2, 지금 우리 학교는 시즌2	시리즈
		기생수 더 그레이, 살인사노난감, 아무도없는 숲속에서, 닭강정, 돌풍, the 8 show, 하이라키, 트렁크, Mr. 플랑크톤	초방
	예능(9)	피지컬 100 시즌 2, 좀비버스 시즌2	시리즈
2025	드라마(23)	슈퍼리치 이병언, 미스터리 수시단, 더 인플루언서, 신인가수 조정석, 흑백요리사 : 요리 계급 전쟁, 코미디 리벤저, 최강력비 : 죽거나, 승리하거나	초방
		황야, 로기완, 크로스, 무도실무관, 전란	
		오징어게임 시즌 3, 사냥개들 시즌 2, 악한 영웅 class 2	시리즈
	예능(5)	종종외상센터, 푸씩 속았수다, 트리거, 탄금, 애마, 광장, 악연, 은총과 상연, 멜로무비, 캐서로, 다 이루어질지니, 이사랑 통역 되네요, 지백의 대가,	초방
		당신이 죽었다, 더 원더풀스, 동궁, 천천히 강렬하게, 나의 완벽한 비서, 스캔들, 레이디 두아	
	다큐	솔로지옥 시즌 4, 대환장 기안장, 데블스 플랜 시즌 2, 모태솔로지만 연애는 하고 싶어, 크라임씬 제로	
	애니메이션	나는 생존자다	
	영화(6)	홀엔버튼	
		계시록, 84제곱미터, 고백의 역사, 사마귀, 굿뉴스, 대홍수	

### 3) 플랫폼 권력의 불균형

이처럼 글로벌 OTT 플랫폼이 콘텐츠 유통을 독점하면서 자국 제작사와의 협상력 격차가 심화되고 있다. 대표적인 예로, 웨이브에 콘텐츠를 독점 제공하던 SBS는 2025년부터 넷플릭스에도 콘텐츠를 제공하기 시작한 것을 들 수 있다(연합뉴스, 2024.12.24.). SBS는 넷플릭스와의 전략적 파트너십을 통해 신작 제작비를 넷플릭스로부터 확보하고 글로벌 판매 수익을 올릴 기회를 얻었다. 특히 해외 판매 시 지상파와 3사가 출자해 만든 코코와를 통해 콘텐츠를 공급해왔으나, 제작사 입장에서는 더 높은 가격을 제시하고 많은 구독자를 보유한 플랫폼과의 계약을 선호할 수밖에 없는 것이 현실이다.

이러한 글로벌 플랫폼과의 콘텐츠 공급 계약은 SBS에만 그치지 않고 콘텐츠 라이브러리가 풍부한 다른 방송사나 스튜디오로 확산될 가능성이 크다. 하지만 이러한 현상은 로컬 플랫폼의 경쟁력을 약화시키고 글로벌 플랫폼의 시장 집중을 높여, 결국 국내 콘텐츠에 대한 해외 선호도가 높더라도 제작사들의 협상력이 약해질 수밖에 없다.

또한 국내 제작사가 투자받은 영상 저작물의 IP가 글로벌 OTT 플랫폼에 귀속되면서 국내 제작사 및 원작자들의 권리가 상실되는 문제도 심각하다. 제작사가 IP를 소유하지 못해 2차 저작물을 제작하거나 부가 수익을 창출하지 못하는 현상이 고착화되고 있다.

### 3. 소버린 콘텐츠 생태계 구축의 기대 효과

이와 같은 배경에서 국내에서 제작된 콘텐츠의 기획, 제작, 유통에 대한 주도권을 회복하는 일은 우리나라의 정서·언어·가치를 온전히 담아내는 창작 환경을 만들고, 우리 문화의 독자적인 표현력을 넓히는 것을 의미한다. 소버린 콘텐츠 생태계를 구축하면 먼저 국내 제작사들의 글로벌 OTT 플랫폼에 대한 협상력이 강화되고, 문화적 할인 완화와 문화적 표현이 강화되며, 마지막으로 부가 수익을 확대할 수 있을 것으로 기대한다. 이 장에서는 소버린 콘텐츠 생태계를 구축함으로써 가져올 수 있는 기대 효과를 구체적으로 살펴보자 한다.

#### 1) 플랫폼 권력의 분산과 글로벌 플랫폼에 대한 협상력 강화

현재 넷플릭스, 디즈니+, 아마존 프라임 등 소수의 글로벌 OTT가 콘텐츠 유통 시장을 장악하면서 우리 문화의 고유한 표현이나 우리 사회의 문제의식을 작품에 자유롭게 담아내기 어려운 상황이다. 글로벌 OTT의 영향력이 과도하게 커지면, 장기적으로 우리 콘텐츠 제작 수요가 줄어들고 제작 환경이 위축될 가능성이 크다.

이를 위해 국내 콘텐츠 제작사들이 글로벌 플랫폼과의 거래 협상력을 강화하여 콘텐츠 유통의 주도권을 확보하고 공정한 수익 배분을 가능하게 할 필요가 있다. 무엇보다도 창작자 중심의 생태계를 보호함으로써 창작자의 자율성과 표현력을 보호하는 방향으로 정

부 정책을 설계해야 할 것이다. 구체적으로 제작사들의 글로벌 플랫폼 선호 현상을 완화하기 위해서는 정부가 국내 OTT 플랫폼에 콘텐츠를 공급하는 제작자를 지원함으로써 글로벌 플랫폼 의존도를 낮출 필요가 있다. 국내 플랫폼에 경쟁력 있는 콘텐츠를 공급할 수 있다면 국내 제작사에게 안정적인 수요와 협상력을 제공하여 콘텐츠 생태계를 건강하게 유지할 수 있다.

### 2) 문화적 할인 완화와 표현력 강화

소버린 콘텐츠 정책은 우리나라의 문화적 자존감과 표현의 자유를 지키는 효과적인 방안이 될 수 있다. 글로벌 OTT에서 인기가 높은 국내 콘텐츠의 시청 동기를 살펴보면, 한국 문화와 한국어에 대해 더 깊이 알고 싶어하는 시청자의 호기심이 크게 작용한 것으로 나타났다(마일리안 니나, 이영주, 2023). 실제 한국 드라마는 넷플릭스 콘텐츠 가운데 미국 오리지널 시리즈 다음으로 많이 시청되는 장르로 밝혀졌다(유진희, 2025).

이에 한국 콘텐츠에 대한 높은 선호도를 기반으로, 우리나라 문화와 언어를 활용한 콘텐츠가 활발하게 제작되고 유통된다면, 글로벌 시장에 더 다양한 문화적 표현이 등장하여 문화적 동질화 현상을 완화하는 데 기여할 것이다.

### 3) 부가 수익 확대

국내 콘텐츠 산업의 가장 큰 문제 중 하나는 원천 IP가 부족하고 IP의 다각적 활용 전략이 미흡하다는 점이다. 글로벌 OTT 플랫폼에 대한 의존도가 높아지면서 콘텐츠 IP 역시 해외로 넘어가는 경우가 많다. 이에 대한 대안으로 'IP 주권 펀드'가 제안된 바 있다. 이 펀드는 제작사가 일정 지분을 보유한 프로젝트에 대해 정부가 자금을 지원하고, 제작사와 플랫폼이 제작비를 공동 분담하며 IP 권리를 공유하도록 하는 방식이다. 콘텐츠 제작사에 대한 금융 지원 확대도 필요하다(미디어스, 2025.8.19.).

궁극적으로 최근의 한류 열풍이 글로벌 수준의 IP 확보로 이어져야 한다. 초기 투자를 지원해 IP를 확보하고 제작비를 충당할 수 있다면 제작사의 부가 수익을 확대할 수 있는 토대를 마련할 수 있을 것이다.

## 4. 나가며

세계 각국은 글로벌 플랫폼의 시장 독점과 문화적 영향력에 대응하기 위해 콘텐츠 유통에 대한 정책적 개입을 강화하고 있다. 프랑스는 글로벌 플랫폼이 자국 콘텐츠를 일정 기준 이상 제작하도록 하는 의무를 부여하고 있으며, 캐나다는 온라인스트리밍법에 글로벌 OTT 사업자에 대해 재정적 기여, 콘텐츠 제작 지원 그리고 문화적 의무를 부여하는 내용을 담고 있다(김광재, 2024).

우리나라는 다행히 글로벌 시장에서의 K-콘텐츠에 대한 수요가 높아 쿼터제가 없어도 제작은 늘고 있지만, 제작과 유통 과정에서의 협상력은 여전히 취약하고 IP를 확보하지 못해 부가 수익 창출에 어려움을 겪고 있다. 이에 문화 강국으로 나아가기 위해 영상산업을 국가 전략 산업으로 지정하여 콘텐츠 생태계가 지속적으로 성장할 수 있도록 제작 및 유통 구조를 확립하여 디지털 시대의 문화 주권을 확보할 수 있도록 해야 할 것이다.

최근 우리 정부는 소버린 AI의 중요성을 인지하고 다양한 정책을 추진하고 있다. 소버린 AI는 해당 국가의 데이터 주권을 지키고 규제 체계를 준수하면서 개발된 AI 기술을 의미하는데, 민간 기업이 자국 문화와 환경에 맞는 AI 모델 개발에 투자하면 정부가 이를 지원한다(김정환, 2024). 최근 네이버는 하이퍼클로바X를 통해 한국어 기반 초거대 언어모델을 개발하여 문화 표현력을 강화하고 글로벌 플랫폼 의존도를 낮추는 데 기여하고 있다. AI에서의 주도권 확보는 개별 기업만의 문제가 아니며 산업 생태계 전체에 영향을 미칠 수 있기 때문에 AI 기술개발을 통해 다양성의 가치를 지키고 안전한 기술 활용을 위해 정부가 적극적으로 개입하는 것이다.

마찬가지로 콘텐츠 생태계에서 글로벌 플랫폼이 주도하는 현상 역시 개별 방송사나 제작사만의 문제가 아니다. 정부는 콘텐츠 산업에서 자국 문화의 표현력과 경쟁력을 강화할 수 있도록 콘텐츠 제작자들이 자체적으로 창작 환경을 구축하고 동시에 국내 플랫폼이 경쟁력 있는 콘텐츠를 공급할 수 있도록 적극 지원해야 한다.

정부는 향후 5년간 51조 규모의 문화산업 투자 계획을 발표한 바 있다. 이외에 미디어콘텐츠산업을 지원하는 특별법 제정과 조세특례제한법 개정을 통해 미디어콘텐츠 제작 시 세제혜택을 제공하거나 R&D로 인정하는 등 포괄적 지원 정책이 필요하다(조영신, 2025).

또한 국내 OTT를 육성할 수 있는 실효성 있는 방안 마련이 필요하다. 로컬 OTT가 자생력을 갖춰야 국내 제작사들의 협상력이 강화되고 소수의 대형 콘텐츠에 치우치지 않고 다양한 소재의 콘텐츠들이 제작될 수 있다. 현재 제작사들이 글로벌 OTT를 선호하는 이유는 단순히 제작비를 넘어 추가 이익까지 확보해 투자비용을 회수할 수 있기 때문이다. 현실적으로 국내 미디어 시장은 규모가 작아 자체 플랫폼이나 콘텐츠 생태계가 독자적으로 성장하기 어렵다는 한계가 있다. 로컬 OTT들이 경쟁력 있는 콘텐츠를 확보하려면 막대한 투자가 필요하며, 이는 정부뿐만 아니라 민간 기업의 참여도 요구됨을 의미한다. 따라서 콘텐츠에 투자하는 민간 기업에 세제 혜택을 부여하는 등 적극적 지원이 이루어져야 할 것이다. 궁극적으로는 체계적인 콘텐츠 소버린 정책을 통해 문화적 자율성과 글로벌 경쟁력을 동시에 추구하고, 개방형 생태계와 국제 협력 속에서 자국 콘텐츠의 표현력과 주권을 지켜내야 할 것이다.

---

### 참고문헌

- 강혜원, 이성민(2022) 넷플릭스의 초국적 콘텐츠 소구 전략 : '오징어게임'에 나타난 장르적 보편성과 문화적 특수성이  
이중적 상품화 구조 분석, *언론과 사회*, 30(3):5~41
- 김광재(2024), 캐나다 OTT와 방송사업자의 공정경쟁 기반 마련 : 온라인스트리밍법을 중심으로, *방송문화* 2024 가을호, 81~89
- 김상임, 이영주(2022) 웹툰 플랫폼의 국제적 다각화 전략-네이버웹툰과 카카오웹툰의 일본 진출 사례를 중심으로,  
만화애니메이션연구, 66, 589~629
- 김상임, 이영주(2021) OTT 플랫폼 환경에서의 국내 콘텐츠 기업의 경영전략 : 동적 역량 접근을 중심으로,  
사이버커뮤니케이션학보, 38(3), 5~45
- 김아영(2024) 넷플릭스 딜레마 : 플랫폼 아비투스 시대, *한국 방송영상 제작시스템 변화에 관한 연구*, *언론과 사회*, 32(2),  
56~105
- 김정현(2024) 다양성을 지키기 위한 국내 사업자들의 소버린 AI 전략, <관춘저널>, 91~96
- 노영은, 류웅재 (2024) 초국적 문화산업이 직조하는 한류의 문화 정치 : K-콘텐츠를 전유하는 글로벌 OTT 플랫폼과  
혼종화 전략, *언론과 사회*, 32(4), 63~114
- 마일리안 니나, 이영주(2023) 문화적 근접성과 장르적 보편성이 '오징어게임'에 대한 평가 및 시즌 2 시청의사에 미치는  
영향에 관한 연구, *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 17(7), 83~95
- 미디어오늘(2025.9.4.) 넷플릭스 독주 계속되면 K-콘텐츠 제작면수 '50%' 줄어든다?
- 미디어오늘(2025.7.28.) 넷플릭스의 2025년 상반기 실적이 주는 교훈
- 박조원(2024) 넷플릭스는 K-드라마의 구원인가? 북리뷰 : <파우스트의 계약 : 넷플릭스와 K-드라마>, *신문과 방송*, 55~58
- 아이뉴스(2025.9.3.) "케데한" 보다 때 밀려 앓아요" ...관광업 '훈풍'
- 양수영, 이성민(2022) 한류의 발전 과정과 향후 전망, *KOCCA FOCUS*, 통권 138호
- 양지훈(2023) 미디어 콘텐츠 글로컬라이제이션 전략의 진화, 미디어 이슈 & 트렌드, 59, 1~11
- 연합뉴스(2024.12.24.) 콘텐츠 독과점은 끝났다...넷플릭스와 손잡은 SBS
- 유진희(2025) <킹덤>부터 <꼭싹 속았수다>까지, 넷플릭스 한국 10년! 국내 영상 콘텐츠 산업의 변화와 방송사의 과제,  
방송문화, 29~42
- 이성민(2021) 글로벌 사업자의 콘텐츠 IP 전략과 시사점 : 디즈니와 넷플릭스 사례 비교를 중심으로, 미디어 이슈 &  
트렌드, 43, 25~39
- 이성민(2024) <흑백요리사>로 본 미디어산업의 변화\_ 상상력 구현에 지원 아끼지 않는 넷플릭스 내수 콘텐츠 시장,  
지켜낼 수 있을까, *신문과 방송*, 22~24
- 이유진, 노단, 백현미(2024) 넷플릭스를 통한 국가 간 영화 유통과 장르별 문화할인에 관한 연구, *한국언론정보학보*,  
126호, 68~94
- 이현율(2024) 승자의 저주에 빠진 위기의 K-콘텐츠 산업 : 다시 국내 시장에 집중하면서, *방송문화*, 3~61
- 조영신(2025.5.29.) 대한민국 영상산업진흥정책, *한국방송학회 한국영상산업 지원정책 : 최소 Q와 유통 형식을 물다  
세미나 발표문*
- 지인혜(2023). 국내 OTT 산업 및 기업의 주요 현황과 시사점. 미디어 이슈 & 트렌드, 54, 22~32.
- 한정훈(2024) 스트리밍의 확산과 레거시 미디어의 미래 : FCC 방송통신시장 경쟁현황 보고서를 중심으로, *방송문화*, 85~99
- BBC(2025.8.29.) 케데한 : 케이팝 본고장, 한국에서도 성공을 거둔 비결
- Yoon, T. J., & Jin, D. Y. (eds) (2017) *The Korean wave : Evolution, fandom, and transnationality*, 나보라(역)(2019)  
<한류 : 역사, 이론, 사례>, 펴주 : 한울