

환경특성이 TV 드라마 제작자의 장르 다양성 수준에 미치는 영향

TV Drama Producers' Changing Adaptive Behaviors in Terms of Genre Variety

임성준*, 이준근**, 추승엽***

중앙대학교 경영학부*, 한국콘텐츠진흥원 전략콘텐츠본부**, 중앙대학교 대학원 경영학과***

Seong-Joon Lim(slimb@cau.ac.kr)*, Choonkeun Lee(junnylee@kocca.kr)**,
Seungyup Choo(schoo.cau@gmail.com)***

요약

본 연구는 한국 TV 드라마 제작 산업을 대상으로 하여 환경 변화에 따른 드라마 제작자의 대응 전략 변화를 분석하였다. 구체적으로 본 연구에서는 전략적 상황이론에 근거하여, 상이한 환경특성을 가진 두 시기 사이에 드라마 제작자들이 제작한 드라마의 장르 다양성 수준에 차이가 있는지를 검증하였다. 실증분석결과, 안정적인 환경특성의 시기(1994년-2002년)보다 불확실성이 높은 환경특성의 시기(2003년-2009년)에 장르 다양성 수준이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 드라마 제작자가 안정적인 환경에서는 동일한 장르를 반복적으로 활용하여 효율을 추구하는 반면, 불확실한 환경에서는 장르의 다양성을 높여 혁신을 추구하는 방식으로 환경특성에 적합한 전략을 사용한다는 것을 시사하고 있다.

■ **중심어** : | 장르의 다양성 | TV드라마 제작자 | 전략적 상황이론 | 환경의 불확실성 |

Abstract

Based on the strategic contingency theory, this study empirically examines Korean TV drama producers' changing adaptive behaviors in terms of genre variety given different levels of environmental uncertainty. The extant literature has suggested that firms tend to increase product variety in order to cope with increasing environmental uncertainty. This study attempted to verify the hypothesis that TV drama producers would employ wider variety of genre in the period with more uncertain environment(2003-2009) than the period with stable environment(1994-2002). Empirical results support the hypothesis, implying that TV drama producers tend to repeatedly produce dramas with the same genre in order to pursue efficiency in stable environment whereas they tend to employ a variety of different genre in order to cope with increasing environmental uncertainty.

■ **keyword** : | Genre Variety | TV Drama Producers | Strategic Contingency | Environmental Uncertainty |

I. 서론

한류열풍의 중심에 있는 한국 TV드라마는 시청자들에게 가장 선호되는 방송프로그램 중 하나로서 방송사

의 경쟁력을 좌우하는 핵심적인 콘텐츠로 주목받고 있다[1]. 또한 한국의 드라마 제작 산업은 향후 국가 발전을 견인할 유망산업으로 평가되며 지속적으로 성장하여 왔다[2]. 그러나 최근 한국의 드라마 제작 산업은 그

성장 과정에 있어 치열한 경쟁적 면모로 나타나는 환경 변화에 직면하고 있다. 오늘날 방송환경은 디지털 기술 및 인터넷 네트워크의 발달과 함께 다매체·다채널 방송이 구현되어 시청자의 채널선택권이 확대되고 있으며, 이로 인해 방송드라마 콘텐츠 간 치열한 경쟁이 나타나고 있는 상황이다[3]. 특히, 주목할 만한 드라마 제작 산업의 환경 변화는 방송프로그램 외주정책의 변화 과정을 통해 나타났다. 지속된 정책방향에 따라 드라마의 외주제작이 활성화되고 사전제작 방식의 증대, 작품의 대형화 및 스타권력화 현상 등이 나타나면서 제작비의 상승을 초래하는 등 드라마 제작산업을 둘러싼 불확실성의 요인들이 증대되는 추세이다[4].

따라서 불확실성이 높은 환경에 직면한 드라마 제작사들이 지속적인 경쟁우위를 확보하기 위해서는 환경 변화에 적극적으로 대응해 나갈 필요가 있다. 궁극적으로 급변하는 환경 변화 속에서 조직이 효과적으로 적응하기 위해서는 환경에 적합한 전략을 수립하고 실행하는 조직적 대응이 요구된다. 드라마 제작 산업의 경우, 환경변화에 대응하는 경쟁전략의 중요한 차원으로는 드라마 작품의 장르 다양성을 고려할 수 있다. 즉, 드라마 제작자는 동일한 장르의 드라마를 반복적으로 제작할 수 있으며, 때로는 이전까지 시도해보지 않았던 새로운 장르의 드라마를 제작할 수도 있다. 이러한 작품 장르의 다양성 정도에 대한 전략적 의사결정은 환경과의 적합성을 통해 경쟁우위를 획득하기 위한 드라마 제작자의 중요한 경쟁전략이라고 할 수 있다.

본 연구는 전략적 상황이론의 논리를 바탕으로 환경 변화에 따른 TV드라마 제작자의 적응행동변화를 연구한 임성준·이준근·추승엽(2012)의 실증연구를 확장하고자 한다[5]. 본 연구의 목적은 제작자가 추구하는 장르 다양성 패턴에 초점을 두고 기업이 환경의 특성에 따라 작품의 다양성을 추구하는 정도를 다르게 취함으로써 환경에 적응한다는 사실을 밝힌 연구결과들[6][7]이 드라마 제작 산업에서도 일관되게 나타나는지를 검증하는 것이다.

구체적으로 본 연구에서는 한국 TV 드라마제작 산업을 대상으로 상이한 환경특성을 가진 1994년-2003년 이전 시기와 2003년-2009년의 시기의 두 기간 동안 드

라마제작자들이 장르 다양성을 추구하는 패턴 변화에 주목하여 이들의 환경변화에 대응하는 적응행동의 변화를 살펴보고자 한다.

II. 이론적 고찰 및 가설의 설정

1. 전략적 상황이론

전략적 상황이론(strategic contingency theory)의 시각에서는 환경은 조직의 전략 선택에 영향을 주며, 조직은 그 조직이 처한 환경에 전략을 적합시켜야 높은 성과를 기대할 수 있다고 바라본다[8].

전략적 상황이론에 근거한 연구들에 따르면 기업이 처한 환경이 안정적이면, 기업은 기존의 전략을 유지하고 기업 내 역량을 강화하며, 내부의 정합성을 높이는 행동을 추구하게 되는 반면, 불확실한 환경에서는 다양하고 복잡한 전략을 추구함으로써 환경과의 적합성을 높이려는 조직적응을 추구하게 된다[9].

구체적으로 안정적인 환경에서의 기업은 기존 성공 전략에 대한 효율을 추구하여 루틴(routine)에 의해 지원되는 집중화된 적응행동을 하게 된다. 또한 새로운 전략대안에 대한 요구를 느끼지 못하기 때문에, 이례적인 변화가 발생하지 않는 한 경쟁전략상 최소한의 변화만을 고수하게 된다[10].

반면, 경쟁이 심하고 예측하기 어려울 정도로 역동적으로 변하는 불확실한 환경에서의 기업들은 직면한 다양한 위협요인들에 대응하기 위한 전략대안들을 모색하게 된다[11]. 즉, 전략, 기술, 조직 운영방식 등에 대한 새로운 대안들을 폭넓게 탐색하며, 새로운 아이디어의 중요성을 강조하여 혁신과 유연성을 확보하기 위한 차별화된 전략을 선택하는 경향을 보이게 된다[12]. 따라서 환경이 불확실할수록 기업은 다양성을 추구하는 제품차별화를 시도하고 혁신적인 제품을 통해 성공가능성을 높일 수 있는 경쟁전략을 수행하게 된다.

2. 환경특성과 장르 다양성

제품 다양성의 결정은 기업이 변화하는 환경에 적응하기 위한 필수적인 전략적 선택 중 하나이다. 제품 다

양성은 기존 제품그룹 내에서의 변동으로서 다양한 시장 세그먼트를 만족시키기 위해서 제품의 총 라인을 생산하는 정도를 나타낸다[13].

기업은 제품 다양성의 조정을 통해 환경에 적응한다 [14]. 불확실성이 낮은 안정적인 환경에서는 제품 다양성의 효익이 투입되는 비용보다 충분히 크지를 신중하게 분석함으로써 제품라인의 다양화에 상대적으로 소극적인 입장을 취하는 경향이 있다[15].

그러나 불확실성이 높은 시기에 처한 기업들은 위험을 분산시키기 위해서 제품라인의 범위를 증가시키게 된다. 다양한 제품라인은 더 넓은 범위에 있는 고객들과의 접촉을 가능하게 하고 고객의 요구를 더 정확하게 충족시키도록 함으로써 환경 불확실성의 영향을 감소시킬 수 있다. 즉, 환경이 불확실할수록 기업은 더욱 다양한 제품차별화를 시도하고 혁신적인 제품개발을 시도함으로써 성공가능성을 높일 수 있는 경쟁전략을 추구하는 것이다[7].

한편 드라마 제작자에게 있어서 제품 다양성의 측면은 드라마의 장르 다양성으로 이해할 수 있다. 또한 조직의 대표적인 적응행동이라 할 수 있는 제품의 다양성을 조정하는 것은 드라마 제작자에 있어 장르의 다양성을 조정하는 것으로 나타난다.

환경의 변화가 매우 역동적이고 불확실해 질수록 드라마 제작자는 어떠한 장르가 성공할 것인지, 또는 유사한 장르의 드라마들이 얼마나 흥행하게 될 것인지에 대해서도 확신하기 어려워진다. 따라서 환경이 불확실할수록 드라마 제작자는 더욱 다양하고 혁신적인 장르를 시도함으로써 성공가능성을 높일 수 있는 전략을 추구할 것이라고 추론할 수 있다. 실제 같은 문화산업 내 영화 제작사를 대상으로 한 국내·외의 선행연구들은 외부환경의 불확실성이 장르 다양성과 정의 관계가 있음을 보고하고 있다[6][16].

3. 가설의 설정

이상의 논의를 종합하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

연구가설 : 환경이 안정적인 시기(1기)보다 환경의

불확실성이 높은 시기(2기)에 TV드라마 제작자가 추구하는 장르 다양성 수준이 더 클 것이다.

구체적으로 본 연구에서는 연구가설을 실증하기 위하여 방송프로그램 외주정책관련 문헌연구에 기초해 TV드라마제작산업의 환경적 불확실성의 특성에 따라 상대적 안정기를 1994년~2002년의 시기(1기)로, 상대적 변혁기를 2003년~2009년의 시기(2기)로 구분하였다.

이상의 설정된 가설을 바탕으로 본 연구의 모형을 도식화 하면 다음의 [그림 1]과 같다.

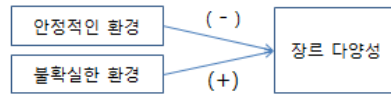


그림 1. 연구모형

III. 연구방법

1. 표본과 자료수집

본 연구는 한국 TV드라마 제작산업을 실증분석의 대상으로 하였으며, 기초자료 수집을 위해 1994년부터 2009년 8월까지 국내 지상파4개 채널(KBS, KBS2, MBC, SBS)에서 방영된 전체 드라마 중 내용과 연속성 측면에서 상이한 시트콤, 단막극 또는 1~2회의 특집극을 제외한 총 852개 작품의 정보를 우선적으로 수집하였다. 수집된 자료에는 방영시기와 각 드라마에 참여한 제작자, 출연진, 줄거리, 시놉시스, 기초 장르 등의 정보가 포함되어 있다.

그러나 본 연구의 가설이 환경적 특성이 상이한 1994년~2002년(1기) 및 2003년~2009년(2기)의 두 시기 간에 드라마제작자들의 장르 다양성 패턴이 상이할 것이라 예측하고 있기 때문에 두 시기 간의 장르 다양성 정도를 비교하기 위해 각 시기별로 최소 3편 이상의 작품을 제작한 드라마제작자들의 작품 695개를 추출하여, 최종적으로 실증연구의 표본으로 사용하였다. 분석에

사용된 제작자별 데이터는 개별 드라마별로 정리된 자료를 제작자별, 기간별로 정렬한 뒤, 명목변수로 처리된 장르구분을 각각 카운트하여 계산하였다. 그 결과 전체 시기에 걸쳐 드라마제작에 참여한 드라마제작자는 총 67명이고 1기에 29명, 2기에 38명의 제작자가 존재하였다.

2. 환경변수의 측정

본 연구에서는 한국 TV 드라마제작산업 환경에 근본적인 영향을 미친 사건(event)을 중심으로 연구의 실증분석이 된 전체시기를 서로 다른 환경적 특성을 가진 두 시기로 구분하였다. 이러한 시기적 구분 방식은 인적자원의 활용패턴에 초점을 두고 환경변화에 대응한 TV드라마 제작자의 적응행동을 연구했던 임성준·이준근·추송엽(2012)의 견해를 따르고 있으며 그 내용을 정리하면 다음과 같다[5].

연구의 실증분석이 된 전체시기인 1994~2009년에 있어서 한국 TV 드라마제작산업의 환경변화를 유도했다고 판단할 만한 사건은 방송프로그램 외주정책의 변화이며, 이러한 사건으로 인해 드라마의 외주제작 및 사전제작 방식이 증가되는 등 치열한 경쟁 환경이 조성되게 된다.

방송위원회가 매년 고시하고 있는 방송프로그램 의무 외주 비율은 전체 방송 프로그램 편성시간 중 방송국 외부의 독립제작사가 만든 프로그램이 차지하는 시간의 비율을 의미한다. 1991년 방송프로그램 의무 외주 비율을 처음으로 고시된 이후 1994년에 독립제작사 외주비율 분리고시가 발표되었으며, 이어서 1998년 문화관광부의 '방송영상산업진흥대책' 발표에 따라 단계적으로 외주비율이 확대되어 왔다.

이러한 과정을 살펴보면 1994년 가을의 외주의무비율고시 이후부터 2002년까지는 외주제작물의 비율을 점진적으로 높여가면서 의무 외주 정책이 안정적으로 정착되어온 시기로 규정될 수 있다. 의무 외주 편성 비율은 1991년에 3%, 1994년 10%가 적용된 이후 매년 약 3%씩 안정적으로 상승하는 추세를 보였으며, 이 시기에 방송사들은 완만하게 증대되는 의무 외주 비율을 맞추면서, 외주제작 전담 부서를 조직하여 기획과 제작은

독립제작사가 하되 방송사로부터 편성을 사전에 확보하는 형태로 제작방식을 운영함으로써 안정적인 방송 프로그램 관리를 실현하였다[17].

그러나 이전까지의 안정적인 방송 환경과는 달리 2003년부터는 드라마 제작사의 외주제작이 비약적으로 확장되는 가운데 상이한 환경적 특성을 가진 시기가 나타나게 된다. 2003년 문화관광부의 '방송영상산업진흥대책'에 따라 정책방향이 외주제작 의무편성비율을 40%로 확대하여 추진하기로 결정한 이후 현재까지 방송3사의 외주제작 편성비율은 급격히 증가하여 약 35%를 상회하고 있다. 특히, 2003년부터 적용된 의무 외주제작 편성비율은 특수관계자의 제작이 있는 지상파방송 사업자는 매월 전체방송시간의 35%이상, 특수관계자(지상파 방송사업자의 자회사)가 없는 방송사는 30% 이상으로 정해졌다. 또한 이전까지 의무외주비율이 적용되지 않았던 EBS는 20% 이상으로, SBS외의 지역민영 지상파 방송사업자는 4% 이상으로 외주제작비율이 규정되었다. 특히 KBS, MBC, SBS 등 주요 방송사들은 자회사인 특수관계자가 제작한 프로그램 편성비율을 전체 외주제작 프로그램의 21% 이내로만 해야 하며, 매월 주시청시간대 방송시간의 10% 이상을 외주제작 프로그램으로 편성하도록 적용받게 되었다[18].

이렇듯 외주정책이 도입 초창기를 지나 2003년을 기점으로 의무외주제작비율을 급격히 확대 적용시켜 가는 과정에서 드라마제작 환경에는 커다란 변화가 나타나게 된다. 의무 외주비율 정책에 따라 독립제작사의 양적 성장과 질적 성장을 통해 국제적인 경쟁력을 보유한 대형 드라마의 제작이 시도되게 된다. 2004년에는 JS픽처스의 '러브스토리 인 하버드', 김중학프로덕션의 '슬픈 연가'와 '태왕사신기', 엘로우필름의 '연애시대' 등 대형 드라마의 사전제작을 통해 대표적 외주제작사들은 방송사와의 협상력을 높이는 시도를 하게 된다. 이러한 과정에서 기존 지상파 방송사의 수직적 통합 구조가 상당부분 해체되고 시장에서의 독립적인 지위가 약화되는 상황이 초래되게 된다. 또한 외부제작사의 방송 프로그램이 대형화되면서 드라마간 치열한 시청률 경쟁이 나타나게 되었으며, 기존 제작자 중심에서 배우, 작가 중심체제로의 전환 즉, 스타권력화의 현상과 이로

인한 제작비 상승 등으로 드라마 제작환경 있어서의 불확실성이 증대되는 결과를 초래하였다[19].

궁극적으로 2003년 이후 의무외주편성비율의 급격한 확대와 이로 인해 나타난 사전제작, 작품의 대형화, 스타권력화 등의 일련의 흐름에 기인하여 드라마제작 환경은 불확실성이 높고 치열한 경쟁적 특성을 가지게 된다.

본 연구에서는 이상의 논의와 같이 급격한 환경변화를 초래했던 방송프로그램 외주정책의 변화를 기준으로 전체 연구대상기간 중 1994~2002년 시기를 안정적이고 불확실성이 낮은 환경특성의 시기(1기)로, 2003년~2009년 8월까지의 시기를 경쟁적이고 불확실성이 높은 환경특성의 시기(2기)로 정의하였다.

3. 장르 다양성 변수의 측정

드라마 산업에서 장르는 드라마 콘텐츠를 분류하는 핵심 기준이다. 또한 장르 다양성은 일정 기간 동안 드라마 제작자가 제작한 장르의 범위로서 제품 다양성의 개념과 유사하게 드라마 제작자가 추구할 수 있는 경쟁 전략으로서의 의미를 가진다.

일반적으로 드라마의 장르는 내용과 형식이 얼마나 유사한가에 따라 분류된다. 그러나 드라마의 장르 구분에 있어서는 명확한 분류기준이 존재하지 않았다. 드라마의 장르를 분류했던 선행연구들에 따르면 연구자의 판단에 따라 각기 다양한 방식으로 장르를 구분하고 있다[20-23]. 기존 연구들의 장르 분류 방식은 멜로, 액션, 미스터리 등의 분류와 같이 내용을 기준으로 하거나 단막극, 시츄에이션의 분류와 같이 형식을 기준으로 한 방식이 혼재되어 사용되었다는 한계점이 존재한다. 또한 장르 분류에 있어서는 시대적 흐름에 따라 새로운 장르가 생성되어 반영되기도 하였다. 기본적으로 장르 분류는 확립된 이론에 기반 하는 것이 아니라 끊임없이 산업의 특성이나 수용자의 취향에 따라서 변하기 때문이다[24]. 예를 들어, 로맨틱 코메디, 퓨전사극과 같이 시대적 흐름에 따라 이전에 존재하지 않았던 새로운 장르 분류가 생성되기도 한다.

본 연구에서는 연구자별 장르 분류 방식과 시대적 흐름에 따라 나타나는 장르 분류 방식의 차이를 극복하기 위해 기존 선행연구들이 사용했던 장르 구분 방식을 비

교한 후 드라마의 '내용적 측면'에 기준을 두고 공통적으로 사용되었던 장르들을 도출하였으며, 한국콘텐츠진흥원의 방송 콘텐츠 관련 전문가의 검증을 통해 최종적으로 15개(공포, 농촌, 멜로, 미스터리/스릴러, 법정, 사회, 액션, 역사, 의료, 정치, 청소년, 청춘/로맨스, 홈, 환상/SF, 휴먼)의 장르를 분류 기준으로 선정하였다.

장르 코딩에 있어서는 드라마의 내용적 측면을 고려하여 3명의 코더들이 각기 전체 드라마의 장르를 분류하였다. 장르 분류는 분석자의 자의적인 해석에 영향을 받을 수 있기 때문에 장르 구분의 신뢰도를 확보하기 위해 3명의 코더 중 적어도 2명 이상의 일치된 장르 코딩을 최종적으로 사용하였다. 연구표본 전체 695개 드라마 중 3명의 코더가 모두 같은 장르로 구분한 드라마가 673편(96.83%), 2명이 일치된 장르로 구분한 드라마가 22편(3.17%)이었으며, 3명의 코더가 각기 다른 장르로 분류한 드라마는 존재하지 않은 것으로 나타나 본 연구의 장르 분류 결과가 신뢰도를 확보한 것으로 판단할 수 있다.

이상의 장르 분류를 바탕으로 본 연구의 핵심변수인 드라마 제작자의 장르 다양성 정도를 측정하기 위해 영화산업을 대상으로 동일한 현상을 연구한 임성준·김종준(2003)의 측정방법을 기초로 일부 수정하여 사용하였다[16]. 구체적으로 각 제작자의 장르 다양성은 각 시기에 제작자가 제작한 드라마 장르의 분포를 기반으로 측정할 수 있다. 즉, 장르 다양성의 지표는 특정 시기(t)에 특정 제작자(i)에 의해 제작된 각 장르(j)에 해당되는 드라마의 수에 근거하여 계산된다. 본 연구에서는 장르 다양성을 나타내는 세부적인 지표로서 범위, 편중도의 두 가지 지표를 활용하였다.

첫째, 장르 범위는 각 시기에 제작자가 제작한 드라마들의 장르 수를 카운트한 다음 드라마 제작자간 제작편수 차이에서 발생하는 영향을 통제하기 위하여 제작자에 의해 제작된 총 제작 편수로 나누어 측정한다.

$$\text{장르 범위(Range)} = \text{COUNT}(X_{j,i,t})/N_{i,t} \quad (1)$$

둘째, 장르 편중도는 각 시기에 드라마 제작자에 의해 가장 많이 제작된 장르에 대한 편중 정도를 나타내

는 지표이다. 편중도는 특정 제작자에 의해 특정 기간 동안 가장 많이 제작된 장르에 해당되는 영화의 수에서 가장 적게 제작된 장르의 수를 차감한 다음 해당 제작자의 총 제작편수로 나누어 측정한다.

장르 편중도(Variance)

$$= [\text{MAX}(X_{j,i,t}) - \text{MIN}(X_{j,i,t})] / N_{i,t} \quad (2)$$

이상의 두 가지 지표는 각기 다른 차원에서 장르의 다양성을 측정하고 있다. 장르 범위의 개념은 [그림 2]와 같이 특정 제작자가 특정 시기에 제작한 드라마의 장르의 수를 반영하고 있기 때문에 다양성을 나타내는 가장 단순하고 명확한 지표라고 할 수 있다. 그러나 이러한 지표는 다양성의 전체 속성을 반영하고 있지 못하다. 예를 들어, 특정한 제작자가 제작한 10편의 드라마에 4가지 장르를 사용하였는데 7편의 드라마를 동일한 장르로 제작하고 나머지 드라마를 각기 다른 장르로 제작하였다면, 실제 이 제작자는 장르를 다양하게 제작했다고 보기 어렵다. 따라서 본 연구에서는 장르 편중도 개념을 적용하여 장르 범위가 가지는 한계점을 보완하였다.

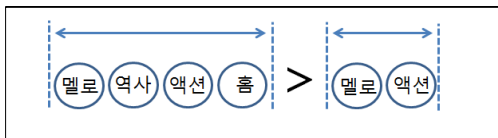


그림 2. 장르 범위의 개념

장르 편중도의 개념은 [그림 3]과 같이 제작자가 여러 장르를 활용했다라도 특정 장르의 제작 빈도가 높을수록 특정 장르에 편중된 경향을 나타내며, 장르 편중도가 클수록 장르 다양성 수준이 낮아진다고 판단할 수 있다. 따라서 실제 분석에 있어서는 장르 범위와 장르 편중도의 두 가지 지표 간 방향성을 일치시키기 위해 편중도 산출값을 역코딩하여 사용하였다[편중도(-) = 1-편중도].

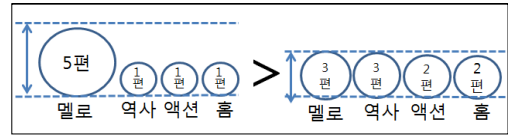


그림 3. 장르 편중도의 개념

이상의 두 지표는 각기 다른 방법으로 장르의 다양성을 측정하고 있기 때문에 이들이 하나의 개념으로 설명될 수 있는가를 확인하기 위해 요인분석을 실시하였다. 주성분 분석 결과, 장르의 다양성이라는 하나의 요인(고유값 1.491, 설명력 74.52%)을 추출할 수 있었으며, 두 지표들은 통계적으로 유의한 상관관계를 보이는 것으로 나타났다($r=.491$; $p<.01$).

따라서 실증분석에서는 연구의 간결성(parsimony)을 위해 두 가지 지표들을 각각 측정한 후 표준화하여 궁극적으로 장르 다양성이라는 하나의 결합변수(composite factor)를 생성하여 사용하였다. 구체적으로 장르 범위, 장르 편중도를 각각 표준화 한 후 평균값을 사용하였다.

장르 다양성(Genre Variety)

$$= \text{Mean}[Z\text{범위}, Z\text{편중도}(-)] \quad (3)$$

4. 통계분석방법 및 연구모형

본 연구는 상대적으로 안정적이며 불확실성이 낮은 환경과 상대적으로 불확실성이 높은 환경에 처한 드라마 제작자들이 추구하는 장르 다양성 차이를 검증하는 것에 목적을 두고 있다. 따라서 본 연구의 가설인 시기별 제작자의 장르 다양성 차이를 검증하기 위하여, 상이한 환경특성을 가진 1기와 2기의 차이를 검증하는 독립표본 t-test를 사용하였으며, 통계분석 패키지로 SPSS 19.0을 사용하였다.

IV. 연구 결과

1. 표본의 특성 및 기술통계량

본 연구의 대상 표본은 총 67명의 제작자들이다.

1994년부터 2009년 8월 사이에 제작된 연구대상 드라마 695편중에서 1기(1994-2002년)에는 29명의 제작자가 415편(59.7%)을, 2기(2003-2009년)에는 38명의 제작자가 280편(40.3%)의 드라마를 제작하였다.

표본이 된 전체시기에 걸친 제작자의 제작편수는 최대 60편, 최소 3편이었고 평균 10.37편이었다. 또한 제작자들은 최대 11개 장르, 최소 1개 장르를 활용하는 것으로 나타났으며, 평균 장르 수는 3.99개였다.

[표 1]에서 제시하고 있는 기술통계량에 따라 제작자가 제작한 작품 수의 시기별 차이를 살펴보면 1기에 해당하는 제작자는 평균 14.81편으로 2기의 제작자 평균 7.37편보다 더 많은 제작 빈도를 보이고 있다. 또한 제작자가 활용한 장르 수의 차이를 살펴보면, 1기가 평균 4.72개의 장르로 2기의 평균 3.42개 보다 많은 장르의 활용도를 보이고 있다.

표 1. 제작자 작품 수 및 장르 수 기술통계량

변수		평균	N	표준편차
제작자 작품 수	전체시기	10.37	67	12.225
	1기	14.31	29	16.085
	2기	7.37	38	7.027
제작자 장르 수	전체시기	3.99	67	2.246
	1기	4.72	29	2.814
	2기	3.42	38	1.500

또한 [표 2]의 장르 분류 및 분포의 기술통계량에 따르면 전체 15개의 장르 중 ‘멜로’가 237편(34.1%)으로 가장 많은 제작 빈도를 보였으며, ‘홈’드라마 188편(27.1%), ‘청춘/로맨스’ 111편(16.0%)의 순으로 나타났다. 상대적으로 ‘농촌’ 및 ‘환상/SF’ 장르가 가장 낮은 활용빈도(3편, 0.4%)를 보이는 것으로 나타났다. 그리고 이러한 전체 시기에 걸친 장르 활용 패턴은 1기와 2기의 개별 시기에 있어서도 거의 유사하게 나타났다. 이와 관련된 연구표본의 제작자별 장르분포의 구체적 정보는 <부록>에 수록하였다.

장르별 제작 빈도에 있어 ‘멜로’, ‘홈’, ‘청춘/로맨스’가 가장 많이 제작된 것으로 나타난 것은 드라마의 수용자인 시청자의 특성과 관련이 있다. 일반적으로 시청자들은 특정 드라마 장르에 대한 일관된 선호도를 통해 그 장르의 드라마를 반복적으로 시청하는 경향을 보인다

[25]. 과거 높은 시청률을 나타내었던 잘 만들어진 특정 장르 드라마에 대한 시청 경험이 시청자로 하여금 특정 장르에 대한 기대를 가지게 하기 때문이다[26]. 또한 특정 장르에 대한 일관적인 선호도는 시청자에게 있어 의사결정 상의 편리함을 제공한다. 동시간대 소수의 채널 간 드라마 선택 시에는 의사결정 과정에 소요되는 정보, 시간 등을 고려하여 장르를 결정하게 된다[27]. 이러한 맥락에서 드라마 제작자들은 경험적으로 높은 시청률을 나타낸 검증된 특정한 장르에 초점을 두고 제작의 우선순위를 결정한다고 해석할 수 있다.

한편 다채널 다컨텐츠 등 의사결정 대안이 풍부한 상황에서 시청자들은 다양한 대안에 대해 면밀히 분석하는 상이한 의사결정을 하게 된다[27]. 시청자의 의사결정 대안이 많은 상황에서 드라마 제작자는 장르를 전략적으로 선택하며, 기존 검증된 장르에서 벗어난 새로운 차별적 장르를 시도하게 된다.

표 2. 장르 분류 및 분포 기술통계량

환경 특성	전체			1기			2기		
	빈도	%	제작 지수	빈도	%	제작 지수	빈도	%	제작 지수
공포	5	.7	5	4	1.0	4	1	.4	1
농촌	3	.4	2	3	.7	2	0	.0	0
멜로	237	34.1	62	126	30.4	26	111	39.6	33
미스터리 /스릴러	14	2.0	10	7	1.7	6	7	2.5	5
법정	4	.6	4	2	.5	2	2	.7	2
사회	24	3.5	20	15	3.6	12	9	3.2	9
액션	22	3.2	17	14	3.4	11	8	2.9	6
역사	40	5.8	17	23	5.5	9	17	6.1	10
의료	7	1.0	6	3	.7	3	4	1.4	3
정치	4	.6	4	4	1.0	4	0	.0	0
청소년	10	1.4	6	9	2.2	5	1	.4	1
청춘/로맨스	111	16.0	40	49	11.8	15	62	22.1	29
홈	188	27.1	40	141	34.0	23	47	25.0	23
환상/SF	3	.4	3	2	.5	2	1	.4	1
휴먼	23	3.3	18	13	3.1	10	10	3.6	8
합계	695	100	254	415	100	134	280	100	131

2. 통계분석과 가설의 검증

한편 [표 1]에서 제시된 바와 같이 표면적으로는 안정적인 환경에 처한 1기의 제작자들이 불확실성이 높은 환경에 처한 2기의 제작자들 보다 활용한 장르 수가

더 많은 경향이 나타나고 있다. 이러한 결과는 각 시기 별 제작자간 작품 제작 편수가 주는 효과를 통제하고 있지 못한 것에 기인한다. 즉, 1기의 제작자가 2기의 제작자 보다 평균 작품 제작 편수가 2배가 넘기 때문에 결과적으로 더 많은 장르의 활용 빈도를 나타냈을 가능성이 크기 때문이다.

따라서 이러한 결과를 해석하는 데에 있어서는 조심스런 접근이 요구된다. 본 연구에서는 제작자간 제작 편수 차이에서 발생하는 영향을 통제하고 장르 다양성의 본질적인 속성을 반영하기 위해 연구방법에서 제시된 장르 범위 및 장르 편중도(-)의 값을 측정하였다. 장르 범위와 장르 편중도(-)의 기술통계량은 다음의 [표 3]에 제시되어 있다. 장르 범위와 장르 편중도(-)의 값이 크다는 것은 보다 다양한 장르를 활용한다는 것을 의미한다. 장르 범위와 장르 편중도(-)의 두 가지 차원에서 다양성 개념을 측정한 결과, 두 변수 모두 1기 보다 2기의 평균값이 높은 결과를 나타내고 있다.

표 3. 장르 범위 및 장르 편중도(-) 기술통계량

변수		평균	N	표준편차
장르 범위	1기	.481	29	.220
	2기	.560	38	.179
장르 편중도 (-)	1기	.598	29	.218
	2기	.723	38	.150

※ (-)는 지표의 방향성을 일치시키기 위해 역코딩 처리한 결과임

본 연구에서는 다양성을 측정하는 범위와 편중도의 개념을 결합하여 장르 다양성 변수를 생성하였으며, 1기에 비해 2기가 높은 다양성의 값을 보이는 경향이 통계적으로 유의한 차이를 보이는 지를 확인하기 위해 독립표본 t-test를 실시하였다. [표 4]는 본 연구의 가설을 검증한 t-test 결과를 보여주고 있다.

표 4. 1기와 2기의 장르 다양성 차이 t-검정 결과

변수		N	평균	표준편차	t
장르 다양성	1기	29	-.296	1.003	-2.548*
	2기	38	.226	.669	

*P < 0.05, **P < 0.01

※ 장르 다양성은 결합변수로서 세부지표인 장르 범위 및 장르 편중도를 표준화한 후 평균값을 사용함.

장르 다양성 정도에 대한 시기별 차이의 유의성을 검증한 [표 4]에서는 시기별 차이가 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며(t=2.548, p<0.05), 장르 다양성 정도는 1기보다 2기가 평균적으로 높은 것으로 나타났다. 즉, 앞선 장르 다양성 측정방법의 정의에서 설명된 바와 같이 1기의 값 보다 2기의 값이 높다는 것은 2기의 제작자들이 다양한 장르를 시도하는 경향이 더 높다는 것을 의미한다.

따라서 본 연구의 표본인 TV드라마 제작자들은 1기인 안정적인 환경에 직면한 1994년~2002년 시기보다 2기인 불확실성이 높은 환경에 직면한 2003년~2009년의 시기에 상대적으로 제작하는 작품의 장르를 다양하게 가져가는 경향이 나타나 설정된 연구 가설이 지지되었다.

3. 심층인터뷰 결과

앞선 통계적 가설 검증 결과에 대한 건전성(robustness)을 확보하기 위하여, 본 연구에서는 추가적으로 드라마 제작자들의 인터뷰를 바탕으로 분석 결과가 가지는 함의를 제고하였다.

환경특성에 따른 장르 다양성 차이에 대해.

“환경특성에 따른 드라마 제작자의 대응행동에 대해서는 최근에 쏟아져 나오는 새로운 장르의 드라마들이 좋은 설명이 될 것입니다. 시청자의 입장에서는 그동안 전통적으로 자리잡고 있던 장르들은 스토리 진행에 대해 아는 맛에 보는 것이지만 최근의 ‘구가의 서’와 같은 예는 환타지, 사극 등이 혼합된 이전에 존재하지 않았던 새로운 방식으로서 시청자들에게 다음 회가 어떻게 진행될지 궁금증을 유발시키는 새로운 경험을 제공해 주고 있다고 할 수 있습니다. 요즘과 같이 방송 채널이 확대되고 드라마 간 경쟁이 심화될수록 시청자들의 선택권이 넓어지게 되며, 이에 따라 제작사는 시청자들에게 소구할 수 있도록 식상함을 넘어서 새로운 시도를 하게 되는 경향이 필연적으로 나타나고 있는 것입니다.”

S 드라마 제작사 A 대표

“드라마는 상업성이라는 기본적 속성 때문에 시청률에 주목하지 않을 수 없습니다. 즉 시청자의 관점이 가장 중요합니다. 그런데 최근 드라마 제작 여건에서는 여러 가지 문제점이 나타나고 있습니다. 이제까지 드라마의 성공 법칙으로 판단했던 스타배우에 대한 한계가 나타나고 있는 것이죠. 스타파워가 드라마의 시청률을 완벽하게 보장하지 못하는 것은 물론이고 한류 열풍으로 인해 배우들의 출연료가 급상승하여 제작환경이 악화되고 있다고 할 수 있습니다. 더불어 배우들의 높은 출연료에 더불어 드라마 제작에서 가장 중요한 역할 중에 하나인 작가들의 고료 또한 더불어 상승하고 있는 추세입니다. 물론 높은 제작비를 확보할 수 있으면 좋겠지만, 제작자가 스타배우, 스타작가에만 매달리는 것으로는 더 이상 성공을 보장받을 수 없다고 할 수 있습니다. 이제는 새로운 시도가 필요합니다. 시청자들에게 어필하기 위해서는 익숙한 캐스팅과 뻔한 이야기가 아닌 참신한 시도, 새로운 이야기가 필요하다고 봅니다.”

A 드라마 제작사 L 대표

이상의 두 인터뷰 사이의 공통점은 드라마 제작자가 고려할 수 있는 전략적 선택과 관련하여 기본적으로 드라마의 수용자인 시청자에 초점을 두고 있다는 점이다. 다채널 다매체로 나타나는 불확실성이 높고 치열한 경쟁적 특성을 가진 드라마제작 환경에서 시청자는 드라마 시청에 있어서 수동적 선택이 아닌 넓은 채널선택권을 바탕으로 보다 능동적인 시청 의사결정을 보인다는 것이다. 이에 대응하는 드라마 제작자의 대응전략으로서 두 인터뷰의 내용은 드라마 제작에 있어서 새로운 장르의 시도와 그 중요성에 주목하고 있다. 이상의 논의는 드라마 제작자가 장르 다양성 추구 정도의 변화를 통해 환경변화에 대응한다는 본 연구의 검증결과를 재확인하는 설명이라 할 수 있다.

V. 결론

본 연구에서는 한국 TV 드라마 산업을 대상으로 드

라마 제작자가 환경변화에 대응하여 어떠한 경쟁전략을 수립하고 대응하는지를 파악하고자 하였다. 구체적으로 안정적인 환경에 처해있던 1994년~2002년 시기보다 불확실성이 높은 환경에 처해있던 2003년~2009년의 시기에 드라마제작자들의 장르 다양성 추구 정도가 상대적으로 클 것이라는 가설을 설정하고 검증하였다.

실증연구 결과는 환경시기 구분상 1기에 비해 불확실성이 증가된 2기에 더 다양한 장르를 시도한 것으로 나타나 설정된 가설이 통계적으로 검증되었다. 일반적으로 드라마 제작자들은 드라마의 참신함과 친숙함을 동시에 추구하게 되는데, 본 연구의 결과는 환경이 불확실할수록 제작자는 새로운 고객가치를 창출하고 드라마의 참신함을 추구하기 위해 다양한 장르의 드라마를 제작한다는 것을 시사하고 있다.

또한 이러한 결과는 기업이 불확실한 환경에 대응하기 위해 다양한 제품라인을 구성하거나 다방면에서 복잡한 경쟁전략을 수립하게 된다는 경영학 관련 선행연구의 결과와 유사하다[7]. 궁극적으로 본 연구결과가 가지는 공헌은 환경의 불확실성에 직면할 때 드라마 제작자는 동일한 장르를 반복적으로 사용하여 효율성을 추구하는 것이 아니라, 다양성을 시도하는 적응행동을 추구한다 점에서 전략적 상황이론의 일반적인 명제와 문화산업 내의 선행연구들[5][6][16]의 결과를 재검증했다는 데에 있다.

최근의 방송환경은 뉴미디어의 등장으로 다매체·다채널이 구현되면서 시청자의 TV시청 시간이 전체적으로 감소하고 있으며, 기존 미디어 및 지상파 TV 드라마는 치열한 방송 콘텐츠의 시장 경쟁이라는 도전에 직면하고 있다. 이러한 맥락에서 본 연구를 통해 검증된 환경특성과 TV드라마 장르 다양성 간 적합적 관계가 가지는 함의는 향후 바람직한 방송국의 편성방향 및 드라마 제작사의 제작 방향을 제시할 수 있을 것으로 기대된다.

한편, 연구결과가 가지는 시사점에도 불구하고, 본 연구는 변수 측정과 관련된 몇 가지 한계점을 가지고 있다. 첫째, 본 연구에서는 환경의 시기 구분에 있어 문헌 연구를 바탕으로 드라마 제작 산업 내 환경변화를 야기

했던 사건(event)을 중심으로 접근하였다. 이와 같은 사건연구 방법에 있어서는 연구자의 자의성 문제의 한계점이 존재할 수 있기 때문에 향후 연구에서는 보다 객관적인 환경변수의 측정이 요구된다. 둘째, 본 연구에서는 장르 다양성 변수의 측정에 있어서 장르 폭과 장르 집중도 개념을 포괄하는 측정을 통해 기존 연구들의 한

계를 보완하려 하였다. 그럼에도 불구하고 장르 다양성 변수의 측정이 개념적으로 타당하게 설정되고 사용되었는지에 대한 한계가 여전히 존재하며, 드라마 제작 산업에 적합한 개념설정과 측정이 이루어지기 위해서는 추후 다양한 시도를 통한 연구결과와 축적이 요구된다고 할 수 있다.

〈부록〉 표본 제작자별 장르 분포

환경 구분	장르	공포	농촌	멜로	미스터리/스릴러	법정	사회	액션	역사	의료	정치	청소년	청춘/로맨스	홈	환상/SF	휴먼	합계
17기	강병문			4									1	1			6
	곽영범		2	15	1	1	1	2			1	1	8	13		1	46
	권이상		1					1						1			3
	김세영			4										2			6
	김승수	1		2			1			1			1	5			11
	김우철			1								1	1	4			7
	김지일			7	1				2				2	7	0	2	21
	나형수													3			3
	박복만			1				1					3	5			10
	박영석			2										1			3
	박종			4							1		1	1		1	8
	박창식	1		3				1					1				6
	변건			4					2	1				7		1	15
	신현택			2				1		1				5			9
	신호균			3				1									4
	심현택			2				1						4			7
	유수열	1		8				1	1			1	1	8			21
	윤홍식			4				1		2						1	8
	이은규			6	1	1		1					3	3		2	17
	이재갑			2					1					7		1	11
	이종수			21	2		1	1	3			1	10	20		1	60
	이진석			2							1						3
	이태석												1	4			5
	임강호			9	1		3	2	7			1	9	19		2	53
	장근수			1					1				1				3
	장기오			4			1	1				1	1	5			13
장한성			2										1	1		4	
최상식	1		11	1		2	1	5				5	6	13	1	1	47
최종수			2				1						2			5	
소계	4	3	126	7	2	15	14	23	3	4	9	49	141	2	13	415	

<계 속>

환경 구분	장르	공포	농촌	멜로	미스 터리 /스릴러	법정	사회	액션	역사	의료	정치	청소년	청춘/ 로맨스	홈	환상/ SF	휴먼	합계
2기	고대화			5	1		1	2	3				2	1			15
	고영탁			1	1				1					2			5
	김기범			3				2					2				7
	김남원			2		1	1						2				6
	김동래			2										1			3
	김사현			3				1					3				7
	김현정			2										1			3
	김현준			17	2			1	1			1	8	11	1	1	43
	문성준	1		2									1	1			5
	문정수			2					1	1			3				7
	박성수												2	1			3
	박영석			2										2		1	5
	박창식			3			1		4				3	1		2	14
	변건			15			1		1				4	2			23
	소원영			2			1						1			1	5
	신병철			2									1	1			4
	신현택													3		2	5
	신호균			1			1						2				4
	오경훈					1	1		1				2			1	6
	윤균일			6									1				7
	윤희식			2					2				1	1			6
	이강훈			2									1				3
	이대영			3										2			5
	이성주												2	1			3
	이은규			1	2								2	2			7
	이장수			4									3				7
	이재갑			3										3			6
	이종수			4									1	1			6
	이진석			3									3	1		1	8
	이찬규			2										1			3
	장근수			4									1	4			9
	정운현			3				1	1				2				7
정인			3									1	3			7	
정인견			2			1						1				4	
정훈탁			2									2			1	5	
조윤정			1			1						4				6	
조중현							1	2	1			1	1			6	
최창욱			2	1					2							5	
소계	1		111	7	2	9	8	17	4		1	62	47	1	10	280	
전체	합계	5	3	237	14	4	24	22	40	7	4	10	111	188	3	23	695

참고 문헌

- [1] 장규수, “한류의 어원과 사용에 관한 연구”, 한국 콘텐츠학회논문지, 제11권, 제9호, pp.166-173, 2011.
- [2] 이장우, 이강복, “한류 드라마 콘텐츠의 국제경쟁력과 해외진출 전략”, 경영학연구, 제36권, 제6호, pp.1419-1447, 2007.
- [3] 장병희, 이양환, 임성철, “미디어 환경의 변화와 드라마 시청 - TV, PC, 모바일 플랫폼 간 적소분석”, 방송통신연구, 2010년 가을호, pp.130-165, 2010.
- [4] 이정훈, 박은희, “외주제작정책 도입 이후 지상파 드라마 제작 시스템의 변화”, 방송문화연구, 제20권, 제2호, pp.31-58, 2008.
- [5] 임성준, 이준근, 추승엽, “환경변화에 따른 TV드라마 제작자의 적응행동변화”, 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제12호, pp.627-638, 2012.
- [6] D. Miller and J. Shamsie, “Strategic Responses to Three Kinds of Uncertainty : Product Line Simplicity at the Hollywood Film Studios,” *Journal of Management*, Vol.25, pp.97-116, 1999.
- [7] R. Raubitschek, “Hitting the Jackpot : Product Proliferation by Multiproduct Firms under Uncertainty,” *International Journal of Industrial Organization*, Vol.6, pp.469-488, 1988.
- [8] D. C. Hambrick, “High Profit Strategies in Mature Capital Goods Industries: A Contingency Approach,” *Academy of Management Journal*, Vol.26, pp.687-707, 1983.
- [9] D. Miller, T. K. Land, F. J. Milliken, and H. J. Korn, “The Evolution of Strategic Simplicity : Exploring The Models of Organizational Adaption,” *Journal of Managemnet*, Vol.22, pp.863-887, 1996.
- [10] D. Miller and P. H. Friesen, “Momentum and Revolution in Organizational Adaptation,” *The Academy of Management Journal*, Vol.23, No.4, pp.591-614, 1980.
- [11] D. Miller and M. Chen, “The Simplicity of Competitive Repertoires: An Empirical Analysis,” *Strategic Management Journal*, Vol.17, pp.419-439, 1996.
- [12] J. G. March, “Exploration and Exploitation in Organizational Learning,” *Organization Science*, Vol.2, pp.71-87, 1991.
- [13] K. Lancaster, “The Economics of Product Variety : A Survey,” *Marketing Science*, Vol.9, pp.189-206, 1990.
- [14] S. Kekre and K. Srinivasan, “Broader Product Line : A Necessity to Achieve Success?,” *Management Science*, Vol.16, No.2, pp.1216-1231, 1990.
- [15] J. O. Whitney, *Strategic Renewal for Business Units*, Working Paper, Graduate School of Business, Columbia University, 1995.
- [16] 임성준, 김중준, “환경특성이 영화제작사 작품장르의 다양성과 인적자원 활용패턴에 미치는 영향에 관한 연구: 1960년-1998년 한국영화제작산업을 대상으로”, *인사조직연구*, 제11권, 제2호, pp.79-108, 2003.
- [17] 이정훈, 박은희, “외주제작정책 도입 이후 지상파 드라마 제작 시스템의 변화”, *방송문화연구*, 제20권, 제2호, pp.31-58, 2008.
- [18] 김병선, “프로그램 편성 비율 고시가 지역 지상파 방송 편성에 미치는 영향-의무 외주 제작 비율 및 자체 편성 비율 고시를 중심으로”, *언론과 학연구*, 제8권, 제3호, pp.5-541, 2008.
- [19] 김진웅, “외주제작의 상업화 현상에 관한 연구”, *방송과 커뮤니케이션*, 제9권, 제1호, pp.6-35, 2008.
- [20] 박소라, “경쟁도입이 텔레비전 프로그램 장르 다양성에 미치는 영향에 대한 연구 : 1989년 이후 지상파 방송 편성표 분석을 통하여”, *한국언론학보*, 제47권, 제5호, pp.222-250, 2003.
- [21] 이종수, “TV 장르 트렌드 국제 비교 연구- 90년

대 이후 한국·미국의 지상파 TV의 인기 장르 비교를 중심으로”, 방송연구, 제60호, pp.263-292, 2005.

[22] 주창윤, “텔레비전 프로그램 장르 분류기준에 관한 연구”, 방송연구, 2004년 겨울호 pp.105-136, 2004.

[23] G. Creeber, T. Miller, and J. Tulloch, *The Television Genre Book*, 박인규(역), 텔레비전 장르의 이해, 산해: 서울, 2004.

[24] 박소라, 황용석, *EPG 프로그램 DB화와 코딩 개발서*, EPG, 2000.

[25] J. M. Matelski, *Soap Opera Worldwide: Cultural and Serial Reality*, Jefferson, NC: McFarland, 1999.

[26] K. K. Desai and S. Basuroy, “Interactive influence of genre familiarity, star power, and critics’ reviews in the cultural goods industry: The case of motion pictures,” *Psychology & Marketing*, Vol.22, No.3, pp.203-223, 2005.

[27] N. Lavie, A. Hirst, J. W. Fockert, and E. Viding, “Load to theory of selective attention and cognitive control,” *Journal of Experimental Psychology*, Vol.133, No.3, pp.339-354, 2004.

이 준 근(Choonkeun Lee)

정회원



- 2004년 2월 : 방송통신대학교 경영학과(경영학사)
- 2007년 8월 : 중앙대학교 경영학과(경영학석사)
- 2010년 8월 : 중앙대학교 경영학과(경영학박사수료)

▪ 2009년 5월 ~ 현재 : 한국콘텐츠진흥원 전략콘텐츠 본부장

<관심분야> : 전략경영, 문화산업 경영

추 승 엽(Seungyoun Choo)

정회원



- 2001년 2월 : 중앙대학교 경영학과(경영학사)
- 2004년 8월 : 중앙대학교 경영학과(경영학석사)
- 2010년 2월 : 중앙대학교 경영학과(경영학박사수료)

▪ 2008년 6월 ~ 현재 : 중앙대학교 시간강사

<관심분야> : 전략경영, 기술경영, 문화산업 경영

저 자 소 개

임 성 준(Seong-Joon Limb)

정회원



- 1984년 2월 : 연세대학교 경영학과(경영학사)
- 1986년 8월 : Univ. of Texas at Austin, MBA(경영학석사)
- 1994년 8월 : Univ. of Texas at Austin(경영학박사)

▪ 1995년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 경영학부 교수

<관심분야> : 전략경영, 문화산업 경영