

TV 시청의 적극성이 상류 계층 묘사 드라마 시청률에 미치는 영향: 거주지역의 특성을 중심으로

Effect of TV Watching Activeness on Class-Oriented Drama Viewing Rate: Focusing on Residential Characteristics

박미현*, 신형덕**, 박주연***

홍익대학교 문화예술경영학과*, 홍익대학교 경영학과**, 홍익대학교 디자인경영융합학부***

Mee-Hyun Park(himeehyun@hanmail.net)*, Hyung-Deok Shin(shinhd@hongik.ac.kr)**,
JooYeon Park(wndusl8888@naver.com)***

요약

본 연구는 소극적 TV 시청 집단과 적극적 TV 시청 집단의 차이를 시청자의 거주지역의 특성을 중심으로 조사하였다. 플로우 이론과 사회비교 이론을 적용하여 드라마 스토리의 상류 계층 묘사 여부가 각 집단의 드라마 시청률에 미치는 영향력에 대해 살펴보았다. 2016년 2월부터 2019년 3월까지 방영된 드라마 중 상류 계층 묘사 스토리를 가진 것으로 평가되는 4개 드라마와 대조군의 4개 드라마를 선정하여 지역케이블 서비스 업체인 딜라이브 방송의 서울/경기 15개 권역 11만 가구를 대상으로 하는 권역별 평균 시청률 자료를 이용했다. 드라마 시청률에 영향을 미칠 수 있는 권역별 여성비율과 소득수준 등 변수들을 통제하고 분석한 결과 상류 사회 스토리를 담은 상류 계층 묘사 드라마는 적극적 시청 집단의 시청률에 긍정적 영향을 미치는 반면 소극적 시청 집단의 시청률에는 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구 결과는 시청자의 패턴에 따라 상류 계층을 묘사한 드라마 시청률에 미치는 상이한 영향력을 밝혔다는 점에서 의의를 갖는다.

■ 중심어 : | 드라마 시청률 | 상류 계층 묘사 드라마 | 플로우 이론 | 사회비교 이론 |

Abstract

This study investigated the differences between active and inactive TV watching groups, in terms of residential characteristics, of class-oriented drama viewing rate. We compared Flow and Social Comparison Theories to explain the relationship between class-oriented contents in the drama and viewing rate. We collected 110,000 TV viewers data of 4 class-oriented and the other 4 dramas, aired between Feb. 2016 and March 2019, through D-Live local cable service provider. Controlling gender ratio and income level which may affect viewing rate, we found that class-oriented content significantly and positively affects viewing rate in active watching group while the same content significantly and negatively affects viewing rate in inactive watching group. These results imply that Flow and Social Comparison Theories may apply in opposite directions in different watching groups.

■ keyword : | Drama Viewing Rate | Class-Oriented Drama | Flow Theory | Social Comparison Theory |

I. 서론

〈스카이캐슬〉은 2018년 11월부터 2019년 2월까지 방영된 JTBC 드라마로서 우리나라 대학교 입시와 사교육, 의료계 조직 내 파워 게임, 출생의 비밀 등 자극적 소재를 다룬 작품이었다. 특히 외국의 명문대 입학 사기 사건, 입시 코디네이터 등은 흔치 않은 소재였지만, 실제로 미국의 스탠퍼드 대학교에서 재학생 행세를 하다가 발각됐던 우리나라의 한 여성에 대한 보도(TV 조선, 2015. 6. 12)를 비롯해 드라마 방영 중 학원가에 입시 컨설팅 문의가 늘었다는 보도(JTBC, 2019. 11. 4)를 보면 현실과 크게 다르지 않음을 알 수 있다. 물론 의사 월급으로 엘리트 사교육비를 마련하고 초호화 주택에 거주하며 부를 누리는 것이 가능한가에 대해 의견이 분분했던 것은 사실이다.

많은 논란을 야기했던 것만큼 이 드라마 시청률은 최고시청률 23.8%(AGB 닐슨 기준)를 기록하여 tvN의 드라마 〈도깨비〉의 기존 기록인 20.5%(AGB 닐슨 기준)를 제치고 비지상파 드라마 중 당시 최고 시청률을 기록했다. 스카이캐슬의 인기 요인에 대해서 다양한 분석이 이루어졌는데, 매회 마지막 엔딩 장면에 몰입감을 높이는 영상 처리로 다음 회 궁금증을 유발하는 전개 방식, 그와 어울리는 OST의 효과, 개성 있는 캐릭터와 배우들의 연기력 외에도 디테일한 연출력, 인터넷에 떠도는 다양한 스포일러 등도 관심 유발에 한몫했다고 보인다. 특히 고급 수입차량과 식기류, 화려한 실내 인테리어, 출연진의 의상과 액세서리 등 상류층 생활상이 시청자 흥미를 유발했다는 내용이 포함된다.

이와 대조적으로, 최고시청률 18.1%(AGB 닐슨 기준)를 기록한 드라마였던 〈미스터 션샤인〉의 인기의 원인은 사뭇 다르다고 분석된다. 2018년 7월부터 2018년 9월까지 방영되었던 이 드라마는 1900년부터 1907년까지의 대한제국시대 의병 이야기를 다루었는데 조선의 노비 출신 소년이 미국으로 도망쳐 건너간 후 미 해병 장교가 되고, 귀국해 양반가의 영애와 사랑을 나누는 내용이다. 물론 극 중에 양반계층의 화려한 의복과 장신구 등이 등장하기는 했으나 여러 매체들은 〈미스터 션샤인〉의 높은 시청률의 주된 요인으로서 상류계층의 묘사보다는 애국 또는 사랑과 관련된 서사 구조

를 꼽았다.

이렇듯 상류 계층의 생활상 묘사가 주를 이루었던 〈스카이캐슬〉과 그렇지 않았던 〈미스터 션샤인〉이 보여주는 차이가 과연 시청자에게 어떠한 효과를 가져올 것인가에 대한 의문에서 본 연구는 시작되었다. 기존 연구에서는 드라마 선호도에 대해 개인 성향의 영향[1]과 연령, 학력, 생활수준의 영향[2]이 제시되었고, 보다 구체적으로 드라마 시청률에 영향을 미치는 요인으로서 채널, 스타 등 드라마 자체의 속성 요인과 시청자 동일성 등 수용자 요인[3], 스타 배우, PD, 작가 요인[4], 주연배우 지명도, 인터넷 기사 수[5], 작품의 완성도 등이 제시되었으나, 본 연구에서는 시청자의 판타지를 충족하는 상류 계층 묘사의 스토리가 시청률에 미치는 영향을 조사하였다.

특히 본 연구에서는 상류 계층 묘사 드라마와 그렇지 않은 드라마가 시청률에 미치는 영향은 시청자의 거주 지역과 관련된 TV 시청의 적극성에 따라 상이할 것이라고 가정하고 그에 따른 가설을 설정하여 검증하였다. 즉 적극적 시청그룹과 소극적 시청그룹을 지역을 기반으로 설정하고 각 그룹에서 계층 지향성이 시청률에 영향을 미치는 양상을 조사했다. 이러한 연구는 시청률이 기업의 광고비 수주와 직결되는 현실에서 의미를 가질 뿐 아니라 케이블TV사나 IPTV사와 같은 플랫폼 사업자들이 드라마 제작사들과 벌이는 프로그램 사용료 협상에서도 중요한 시사점을 가질 수 있다.

본 연구의 전개 방향은 다음과 같다. 먼저 2장에서는 선행연구를 검토하여 이론적 연구와 함께 가설을 제시하고 3장에서는 분석에 사용된 표본과 가설 검증 결과를 설명한다. 마지막으로 4장에서는 결론과 본 연구의 의의에 대해 논의하도록 한다.

II. 이론적 배경 및 가설

1. 드라마의 기능: 감정정화(Catharsis)

고대 그리스인들은 집단 카타르시스를 얻기 위하여 목적으로 드라마를 이용하였다[6]. 드라마는 다른 형태의 예술 커뮤니케이션과 마찬가지로 일반적 정서와 이미지를 표현할 뿐 아니라 그에 더하여 인간의 이율배반

적 측면과 딜레마를 객관화하여 표현하는 예술 형태이다[7]. 이를 통해 드라마는 일상생활에서 적절히 표현되지 못했던 경험들을 명료화하고 수용하여 치유의 힘을 발휘하기도 한다. 이 같은 드라마의 기능과 관련해 영국의 고전학자 도널드 윌리엄 루카스[8]에 따르면, 아리스토텔레스(Aristotle, BC 335)는 'De Poetica'에서 '감정정화(Catharsis)' 개념을 설명하며 "서술적 형태가 아니라 하나의 드라마틱한 형태로 한 행위를 모방하는 것"이라 정의하고 이 같은 모방을 통하여 두려운 감정과 연민을 해소하게 된다고 강조하였다. 감정정화란 주인공의 허구적 경험에 자신의 감정을 대리 경험 또는 동일시 함으로써 자신을 정화시키고 스스로의 감정을 억제할 수 있는 과정이라는 것이다[6][8].

이러한 연구는 이후 커뮤니케이션 분야의 미디어 이용에 관한 연구에서 맥을 같이 한다. 아나스트 필립[9]은 매스미디어의 선호도를 결정하는 요인을 조사하기 위하여 칼 융[10]이 'Psychological Types'에서 제시한 4가지 성격유형으로 감각(sensation), 사고(thinking), 감정(feeling), 직관(intuition)으로 나누고 각각의 유형과 오락적인 미디어 선택 간의 관계를 조사하였다. 그는 이 조사에서 감각은 오감을 통해 상황을 인식하는 기능으로, 직관은 감각보다는 통찰에 의지해 지각하는 기능으로 보고 감각적인 유형의 사람들은 영화나 TV를 선택하는 반면, 직관적인 유형의 사람들은 책을 선호한다고 보았다[6][9]. 이러한 연구결과로부터 유추할 수 있는 측면은 심리적 요인과 TV 이용행태 간에는 밀접한 관련성이 있을 것이라는 점과 심리적 요인에 따라 매스 미디어의 이용행태가 다르게 나타날 수 있다는 점이다.

현대인들은 운동경기를 비롯해 레크리에이션, 영화 관람, 음악 감상, TV 감상 등을 통해 긴장을 해소하며 살아간다. 특히 직접 경험의 기회가 상대적으로 감소하고 대부분의 경험을 간접 경험에 의존하게 하는 TV 매체는 인간의 외부세계에 대한 대부분의 경험과 정보를 제공하는 동시에 투사(projection), 동일시(identification) 혹은 감정정화(catharsis) 등의 기능을 한다[6].

2. 플로우 이론

2018년에 방영된 드라마 스카이캐슬은 우리나라 대

학교 입시와 사교육, 의료계 조직 내 파위게임 등 흔치 않은 소재를 다루며 비지상파 드라마 중 역대 최고 시청률을 기록했다. 명문대에 입학하기 위해 입시 코디네이터를 고용하고 엘리트 사교육비를 마련하는 등 기존 드라마와는 다른 소재를 사용하지만 상류층을 유지하거나 진입하기 위한 상류 계층 묘사 드라마라는 기존의 맥락을 같이한다.

이러한 유형의 드라마는 화려한 경제적 배경에도 불구하고 현재의 계층을 유지하기 위해 최선을 다해서 살아가거나 열악한 환경에서 최선을 다해 성공적인 삶을 영위하는 스토리를 주로 다루고 있다. 등장인물의 계층을 다른 소재의 드라마는 시청자의 호기심과 간접체험 동기를 부여할 수 있고 대리 경험에 의한 만족도를 높여줄 수 있으며[2][11], 시청자들은 미디어를 통해 개인의 욕구를 충족시킨다[12]. 사람들은 텔레비전 드라마를 시청하면서 강한 몰입과 감정이입을 하면서 재미를 극대화하고[13] 드라마가 만들어내는 허구의 세계를 통해 판타지를 충족시킨다[11].

또한 사람들은 자신의 내면에 있는 욕구를 해소하기 위해 현실에서는 불가능한 가상 세계에 몰입하게 되는데 이러한 상태를 심리학자인 칙센트미하이(Flow) 이론으로 개념화하였다[14]. 플로우 이론에 의하면 어떤 특별한 외적 동기 없이 사람들은 재미와 즐거움이라는 내적 보상에 의해 자발적으로 그 행위를 반복하게 된다. 미디어에서 제공하는 판타지를 통해 대리 만족을 하게 되고 욕구를 충족하고 현실로부터 도피하기도 한다[11][15]. 특히 상류 계층 묘사 드라마는 시청자의 판타지를 충족시켜줄 수 있는 장르로서 시청자의 몰입을 유도할 수 있다. 그리고 이러한 경향은 드라마를 적극적으로 시청하는 집단에서 더 두드러질 수 있는데 미디어 시청에 익숙할수록 자극의 역치가 높아지면서 판타지 욕구에 대한 기대치도 동반 상승하게 된다. 미디어 시청이 잦아수록 간접경험의 양이 늘어나면서 평범한 가족 이야기나 사랑 이야기에는 무뎠던 채이고 몰입을 유도할 수 있는 자극적인 소재에 열광하게 된다. 따라서 적극적 시청 집단은 화려한 삶을 보여주는 상류 계층 묘사 드라마를 더 선호할 것으로 가설을 설정하였다.

가설 1. 드라마의 상류 계층 묘사 내용은 적극적 시청 집단의 시청률과 유의한 정(+)의 관계를 가질 것이다.

3. 사회비교 이론

적극적 시청 집단이 상류 계층 묘사 드라마를 선호한다고 해서 소극적 시청 집단이 상류 계층 묘사 드라마를 선호하지 않는다는 것을 의미하지는 않는다. 특히 본 연구에서는 시청 집단을 두 개로 분리하여 각각 시청의 적극성과 상류 계층 묘사 드라마의 선호 성향과의 관계를 검증하므로 별도의 가설을 설정하는 것이 필요하다.

인구통계적으로 볼 때 대체로 연령이 높은 여성에 연령이 낮은 여성이, 그리고 여성에 비해 남성이 소극적 시청 집단을 구성하는 것으로 발견되었다[16]. 그런데 이러한 소극적 집단은 사회적 경쟁을 겪고 있는 집단이라는 것을 추측할 수 있다. 이미 직업 등 사회생활에서 경쟁에 시달리면서 제한된 TV 시청을 하는 소극적 시청집단은 상류 계층 묘사 드라마의 내용에서 드러나는 피로감을 반복하고 싶지 않게 된다.

사회비교 이론에 따르면 자신보다 우월한 사람과의 비교는 개인의 감정에 부정적인 영향을 미친다 [17][18]. 드라마 속 등장인물의 배경이 화려할수록 사회적 경쟁에 지친 소극적 시청자가 느끼는 상대적 박탈감은 커지게 되고 이러한 감정을 유발하는 드라마를 기피하는 경향이 나타날 수도 있다. 드라마 속에 등장하는 화려한 주인공과 자신의 삶을 비교하는 경향이 특히 소극적 시청 집단에서 두드러질 수 있다. 따라서 소극적 시청 집단은 화려한 삶을 보여주는 상류 계층 묘사 드라마를 선호하지 않을 것이라고 가설을 설정하였다.

가설 2. 드라마의 상류 계층 묘사 내용은 소극적 시청 집단의 시청률과 유의한 부(-)의 관계를 가질 것이다.

III. 실증분석

1. 데이터

본 연구는 2016년 2월부터 2019년 3월까지 방영된 드라마 중 당시 이슈가 되었던 상류 계층 묘사 드라마와 계층이 주제가 아닌 드라마 각각 4편씩, 총 8편을 선정해 시청률을 분석 대상으로 하였다. 상류 계층 묘사 드라마로는 <스카이캐슬>, <미스티>, <품위있는 그녀>, <리턴> 등 4개 드라마, 계층이 주제가 아닌 드라마로는 <미스터 션샤인>, <도깨비>, <태양의 후예>, <눈이부시게> 등 4개 드라마를 선택하였다. 데이터는 딜라이브 케이블TV사가 자체 운용 중인 시스템에서 생성된 값으로, TNmS(Total National Multimedia Statistics)가 해당 데이터를 가공 및 제공한 평균시청률이다. 시청률은 서울권역 15개 자치구와 경기권역 14개 시·군 가입자 중 약 11만 가구를 유효표본으로 하여 얻은 값으로, 딜라이브 방송 권역별 구분에 따라 이를 다시 15개 권역으로 나누어 산출되었다.

따라서 데이터는 15개 권역별 8개 드라마에 대한 평균 시청률로써 총 120개 값으로 구성되었다. 이 시청률을 기준으로 절반 하위 집단을 TV 시청에 소극적 집단으로, 절반 상위 집단을 적극적 집단으로 분류하였다. 분석 시점을 2016년부터 책정한 것은 딜라이브가 시청률 시스템을 재정비하면서 이전 데이터값 생성이 어려운 데 그 이유가 있다. 각 변수들의 기술통계량은 [표 1]과 같다.

표 1. 기술통계량

		N	최소	최대	평균	S.D.
시청률	적극적 집단	60	1.401	11.11	6.39	3.33
	소극적 집단	60	.350	1.375	.794	.280
여성비율	적극적 집단	60	49	52	50.79	.935
	소극적 집단	60	49	52	50.74	.904
소득수준	적극적 집단	60	14.89	17.61	15.87	.829
	소극적 집단	60	14.89	15.86	15.86	.801
인구당 문화시설 수	적극적 집단	60	1.2	24	6.03	5.82
	소극적 집단	60	1.2	24	6.68	6.66
면적	적극적 집단	60	2.81	8.12	4.06	1.77
	소극적 집단	60	2.81	8.12	4.05	1.77
여성 주인공	적극적 집단	60	0	1	.5	.5
	소극적 집단	60	0	1	.75	.43
계층 지향적 드라마	적극적 집단	60	0	1	.27	.446
	소극적 집단	60	0	1	.73	.446

2. 변수

본 연구는 시청률을 종속변수로 하여 측정하였다. 매체 이용행위에 있어서 특정 매체의 이용량은 시청행위

에 있어 질적인 특징을 결정하는 가장 중요한 변수이며 시청량은 시청자의 시청 패턴을 설명하는 주요 요인이다[19][20]. 독립변수인 상류 계층 묘사 드라마는 출세를 지향하거나 성공 지향적 요소가 포함되어 있는 드라마로서 <미스티>, <품위있는 그녀>, <리턴> 등을 “1”로, 그렇지 않은 드라마는 “0”으로 코딩하였다.

통제변수로는 시청률에 영향을 미칠 수 있는 변수들을 사용하였다. 일반적으로 여성이 남성보다 텔레비전 시청을 상대적으로 더 많이 하고 특히 드라마를 더 선호한다. 텔레비전 드라마는 흔히 여성적 장르로 분류된다[2]. 이에 지역별 여성비율 변수를 사용하였다. 또한 주 시청층이 여성인 것을 고려하여 주인공의 성별이 동일할 경우 드라마에 대한 감정이입을 유도할 수 있을 것으로 예측하여 타이틀 롤이 여성인 드라마를 통제변수로 사용하였다. 경제적 특성으로서 소득수준은 토지, 노동, 자본 따위의 생산 요소에 따라 보수로 받는 임금, 이자 등을 의미하는 요소소득을 사용하였고 로그를 취하였다. 또한 인구 당 문화시설 수와 면적 변수를 사용하였는데 지역 면적이 클수록 인구가 더 많을 것이고 따라서 지역별 시청률에도 영향을 미칠 수 있을 것으로 판단되어 이를 로그를 취한 값으로 사용하였다. 또한 지역 내 문화시설 수가 많을수록 문화생활을 더 활발하게 할 것이므로 드라마도 적극적으로 시청할 것으로 예측하여 이를 통제변수로 사용하였다. 분석에 사용된 변수의 상관관계는 다음 [표 2]와 같다.

표 2. 상관관계표

소극 적극	1	2	3	4	5	6	7
1 시청률	1	.25*	.17	-.06	-.08	.72**	.63**
2 여성비율	.05	1	.41**	-.18	-.55**	-.01	-.01
3 소득수준	.00	.48**	1	.26*	-.22+	-.00	-.06
4 인구당 문화시설 수	-.01	-.22*	.10	1	.33**	.02	-.07
5 면적	.01	-.54**	-.21	.42**	1	-.00	.01
6 여성 주인공	-.26*	.02	.00	-.05	.00	1	.95**
7 계층 지향적 드라마	.45**	.03	.07	.02	-.00	.60**	1

*p<.05, **p<.01

3. 분석결과

본 연구의 가설을 검증하기 위해 회귀분석을 수행하였다. [표 3]에서 확인할 수 있듯이 드라마 이용에 적극적인 집단에서 상류 계층 묘사 드라마는 시청률에 정(+)의 영향을 미쳤으나 드라마 이용에 소극적인 집단에서 상류 계층 묘사 드라마는 시청률에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 H1과 H2는 지지되었다. 동일한 변수로 전체 집단을 대상으로 추가 분석한 결과 상류 계층 묘사 드라마는 시청률에 유의한 영향이 미치지 않는 것으로 나타나 자극적인 소재가 시청률을 견인하는 것은 아니라는 점을 확인할 수 있었다. 즉 상류 계층 묘사 드라마는 드라마를 적극적으로 시청하는 일부의 집단에서만 긍정적인 반응을 이끌어낼 수 있음을 시사하고 있다.

표 3. 회귀분석 결과

	적극적 집단	소극적 집단
상수항	-8.466 (17.453)	-4.465** (1.504)
여성비율	.392 (.372)	.084** (.031)
소득수준	-.293 (.369)	.036 (.032)
인구당 문화시설 수	-.059 (.051)	-.009* (.004)
면적	.214 (.187)	.027 (.016)
여성 주인공	-5.710** (.648)	1.054** (.186)
계층지향적 드라마	7.286** (.733)	-.592** (.183)
N	60	60
F	18.691**	19.072**
수정된 R ²	.643	.648

+p<.1, *p<.05, **p<.01

IV. 결론

본 연구에서는 TV 시청에 있어 소극적인 시청 집단의 이용 특성이 드라마 시청률에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 본 연구의 시사점은 다음과 같다.

첫째, <드라마 스카이크슬>, <미스티>와 같이 부와 권력을 거머쥔 성공한 사람들의 배경을 소재로 다룬 상

류 계층 묘사 드라마는 주로 드라마 시청에 있어 적극적인 집단이 더 선호하는 것으로 나타났다. 드라마 이외에도 뉴스, 오락 등 여러 장르를 즐기고 다양한 콘텐츠를 갖춘 넷플릭스, 유튜브 등을 통해서도 미디어 감상을 즐기는 적극적인 집단은 자극의 역치가 높아지면서 판타지 욕구에 대한 기대치도 상승해 몰입을 유도하는 자극적인 소재에 열광한다는 것을 볼 수 있다. 또한 적극적인 집단은 상류 계층 묘사 드라마를 통해 경제적 배경에 기반을 둔 화려한 소비문화를 간접 경험하며 감정정화를 경험한다는 것을 공감할 수 있다.

둘째, TV 시청에 있어 소극적인 집단은 적극적인 집단과 비교해 상류 계층 묘사 드라마를 덜 선호하는 것으로 나타났다. 다른 사람의 화려하고 성공적인 삶과 비교하게 되면 시청자 자신보다 우월한 사람과 비교되면서 상대적 박탈감이 커지고 부정적인 영향이 미치며 드라마 시청에 소극적인 경향을 보일 수 있는 것이다. 이 집단에게 있어서는 등장인물과 시청자 자신을 동일시하지 못하면서 드라마와 공감대 형성에 실패하는 것이다. 분석에 사용된 시청률 시스템은 딜라이브의 수도권 가입자 2백만 가구 가운데 11만 가구를 바탕으로 값을 산출한다. 국내의 유명 시청률 조사기관인 닐슨과 TNMS 미디어가 발표하는 시청률은 전국의 3천~4천 가구를 토대로 한 데이터라는 점에서 상당히 비교할 만한 시스템이다. 몇 명의 시청자가 우리나라 시청자의 선호를 대표한다는 개념을 확대해 시청자 개인의 시청 패턴을 파악하는 빅데이터에 기초한 지표를 종합해 프로그램과 채널에 대한 평가가 가능하기 때문이다. 그러한 점에서 딜라이브의 자체 시청률 시스템은 보다 세분화된 연구와 다양한 분석이 가능하다는 것에 집중할 필요가 있다.

최근에 TNMS 미디어는 VOD를 많이 시청한 프로그램, 재방송 시청이 많은 프로그램 분석이 가능하다는 점을 홍보하고 있는데, 이는 바로 기업의 광고비로 연결된다는 점에서 대단히 민감한 사안이다. 이러한 점에서 딜라이브를 비롯한 케이블TV사와 SKT, LG U+ 등 IPTV사들은 자사 가입자들로부터 얻은 시청률 데이터를 보다 폭넓게 분석할 필요가 있다. 두 조사기관의 결과를 뒤집는 데이터를 얻을 수 있고 이를 통해 기업들이 광고비를 제대로 책정할 근거가 된다는 점에서 이는

획기적인 시청률 시스템으로 등극할 가능성도 있다고 보인다. 특히, 플랫폼 사업자들이 공중파-PP(Program Provider, 채널 사업자)-종편과 해마다 벌이는 프로그램 사용료 협상에서 시청자를 볼모로 블랙아웃(채널 송출 중단)이 거론될 만큼 첨예한 대립이 펼쳐지는 가운데, 프로그램 사용료 기준이 필요하다는 모호한 주장만 되풀이되고 있다. 이러한 상황에 플랫폼 사업자들은 자사 시청률 시스템의 공신력을 높이기 위해 보다 정확한 통계와 분석력을 갖추어 프로그램 사용료 기준 문제를 해결하고 콘텐츠 기획, 장르와 배우 선정, 장르 등 갖가지 영역에 객관적이고 정확한 기초 데이터를 제공하는 것을 목표로 해야 한다고 본다. 이러한 점에서 본 연구 결과는 상류 계층 묘사 드라마와 계층이 주제가 아닌 드라마 시청률을 드라마 시청에 적극적인 그룹과 소극적인 그룹으로 보다 세분화함으로써 시청자의 패턴을 면밀히 분석하는 시도를 하였다는 점에서 의의를 갖는다.

이러한 노력에도 불구하고 이 논문은 몇 가지 한계점을 지니고 있으며 이는 향후 연구를 통해 극복되기를 기대한다.

첫째, 드라마 시청률을 보다 장기간에 걸쳐 분석한 것이 아닌 특정 8개 드라마의 시청률에만 초점을 맞추었는데 더 다양한 드라마 시청률을 고려하였다면 더 많은 시사점을 도출할 수 있을 것이다.

둘째, 딜라이브 방송 권역 내 시청률을 산출하여 유효표본을 수도권 11만 가구로 제한함에 따라 타지방 시청자들의 시청 패턴을 반영하지 못하였다. 후속 연구에서 좀 더 광범위한 데이터를 확보한다면 보다 확장된 시청 패턴을 확인할 수 있을 것이다.

셋째, 시청률 데이터가 한 가정의 시청 패턴을 파악하는 것이므로 남녀가 함께 거주하는 가족에 있어서 특정 드라마의 시청을 결정하는 주체의 성별을 확정해서 구분하는 데에는 한계가 있다. 또한 소득 수준별 시청률 데이터를 분석함에 있어서 시청자들이 사전에 신고한 가구당 소득신고 자료에 근거한 구분이 아니므로 소득 수준에 대한 명확한 기준을 적용하여 그들의 시청률을 측정하는 데에도 한계가 있다. 상기의 한계점들은 추후 설문조사를 통해 성별, 연령, 소득 수준별, 사용매체 등으로 세분화하여 조사한다면 연구결과에 대한 보

완이 가능할 것이다. 이러한 한계점에 대해 향후 비슷한 관심을 공유하는 연구자들에게 양질의 보완이 이루어질 것으로 기대한다.

참 고 문 헌

[1] 양문희, “개인성향과 텔레비전 프로그램 유형 선호도의 관계 연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제12호, pp.230-240, 2011.

[2] 유세경, 이윤진, “한국 여성의 텔레비전 드라마 소비양식에 관한 연구,” 한국심리학회 학술대회 자료집, pp.231-232, 2003.

[3] 배진아, “드라마 시청률 영향 요인 분석: 드라마 속성 및 수용자 요인을 중심으로,” 한국방송학보, 제19권, 제2호, pp.270-309, 2005.

[4] 이화진, 김숙, “TV드라마 시청률에 영향을 미치는 요인,” 한국방송학보, 제21권, 제6호, pp.492-535, 2007.

[5] 김경목, “대 흥행(block-buster) 드라마의 조건: 드라마의 친숙성, 주연배우 지명도, 인터넷 기사(記事) 등이 시청률에 미치는 영향,” 전략경영연구, 제12권, 제1호, pp.25-54, 2009.

[6] 김인자, “Psycho-Drama’의 시청동기와 심리적 효과 연구: 드라마 게임 시청행태를 중심으로,” 인간이해, 제10권, pp.21-37, 1989.

[7] 권호영, *드라마 성공 요인 분석*, 한국콘텐츠진흥원, pp.21-41, 2009.

[8] D. W. Lucas, *Aristotle Poetics*, Oxford, Clarendon, pp.32-33, 1968.

[9] P. Anast, “Personality Determinants of Mass Media Preferences,” Journalism Quarterly, Vol.43, pp.729-732, 1966.

[10] C. G. Jung, A Contribution to the Study of Psychological Types, In Psychological Types, CW 6, pp.510-523, 2013.

[11] 박신영, “미디어 콘텐츠 이용자의 판타지 욕구가 콘텐츠 몰입에 미치는 영향: TV 드라마와 영화를 중심으로,” 한국언론학보, 제54권, 제2호, pp.234-254, 2010.

[12] E. Katz, M. Gurevitch, and H. Haas, “On the Use of the Mass Media for Important Things,”

American Sociological Review, Vol.38, No.2, pp.164-181, 1973.

[13] 유세경, 김명소, 이윤진, “텔레비전 드라마 시청동기와 태도 연구,” 한국방송학보, 제18권, 제1호, pp.245-288, 2004.

[14] M. Csikszentmihalyi, *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, New York: Harper&Row, pp.93-94, 1990.

[15] J. Storey, *An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture*, Athens: University of Georgia Press, 1993.

[16] 강익희, 은혜정, 정운경, *시청 행태 심층 분석*, 커뮤니케이션북스, 2002-13, pp.3-4, 2004.

[17] L. Festinger, “A Theory of Social Comparison Processes,” Human Relations, Vol.7, No.2, pp.117-140, 1954.

[18] 양혜승, “드라마 수용자는 어떤 특성을 지닌 등장인물을 시청하려 하는가?: 등장인물의 경제적 배경과 삶에 대한 자세가 수용자의 정서반응, 공감, 시청의도에 미치는 영향,” 한국방송학보, 제31권, 제1호, pp.78-106, 2017.

[19] R. P. Hawkins, N. Reynolds, and S. Pingree, “In Search of Television Viewing Styles,” Journal of Broadcasting & Media, Vol.35, No.3, pp.375-383, 1991.

[20] 심미선, “다매체 시대 미디어 레퍼토리 유형에 관한 연구,” 한국방송학보, 제21권, 제2호, pp.351-390, 2007.

저 자 소 개

박 미 현(Mi-Hyun Park)

정회원



- 1991년 2월 : 한양대학교 불어불문학과(문학사)
- 2009년 8월 : 한양대학교 대학원 (광고학석사-광고홍보)
- 2019년 2월 : 홍익대학교 대학원 (문학석사-예술기획)
- 현재 : 홍익대학교 대학원 문화예술

경영학과 박사과정

〈관심분야〉 : 문화예술경영, 문화정책 등

신 형 덕(Hyung-Deok Shin)

정회원



- 1990년 2월 : 서울대학교 경영학과 (경영학사)
- 1992년 2월 : 서울대학교 대학원 경영학과(경영학석사-국제경영)
- 2003년 5월 : 오하이오주립대학교 (경영학박사-전략경영)
- 2006년 ~ 현재 : 홍익대학교 경영

대학 경영학과 교수

〈관심분야〉 : 전략경영, 국제경영, 문화예술경영 등

박 주 연(JooYeon Park)

정회원



- 2013년 8월 : 홍익대학교 동양학과 (미술학사)
- 2015년 8월 : 홍익대학교 대학원 문화예술경영학과(문화예술경영학 석사)
- 2019년 8월 : 홍익대학교 대학원 문화예술경영학과(문화예술경영학 박사)

■ 2019년 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인경영융합학부 강사

〈관심분야〉 : 문화예술경영, 문화정책, 문화콘텐츠 등