

2015. 01

스타의 역량이 방송프로그램 성공에 미치는 영향



본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.

제 출 문

한국콘텐츠진흥원 원장 귀하

본 보고서를 “스타의 역량이 방송프로그램 성공에 미치는 영향”의 결과보고서로 제출합니다.

2014년 12월 31일

주관연구기관 : 한국콘텐츠진흥원
연구수행기관 : 사이버커뮤니케이션학회
연구수행책임자 : 이관열(강원대학교 신문방송학과 교수)
연구공동연구원 : 이철한(동국대학교 광고홍보학과 부교수)
연구보조연구원 : 박연진(동국대학교 신문방송학과 박사과정)
장선희(동국대학교 광고홍보학과 석사과정)



목 차

요 약 문	i
제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 목적 및 중요성	2
1. 연구의 목적	2
2. 연구의 중요성	2
제 2 절 연구의 범위	3
1. 스타의 정의	3
2. 스타 역량 평가에 고려해야 할 사항	3
제 3 절 연구의 특징 및 차별성	4
제 2 장 방송프로그램 성공요인	7
제 1 절 방송프로그램에서 스타파워	8
1. 스타에 대한 연구	8
2. 스타의 영향력	8
3. 드라마 분야 연구에서 스타의 정의	11
4. 스타의 사회/문화적 의미	12
제 2 절 한류 드라마의 특징	13
1. 한류에 대한 정의	13
2. 아시아 지역에 수출된 한국 드라마의 특성	14
제 3 절 드라마 성공 요인	17
1. 드라마의 성공 요인을 연구하는 목적	18
2. 드라마의 성공(시청률) 요인의 구분	18
제 4 절 드라마 성공에 영향을 미치는 요인	21
1. 내적요인	21
2. 외적요인	41
제 3 장 연구방법	52
제 1 절 연구방법	53

제 2 절 내용분석	53
1. 자료의 수집 및 분석	53
2. 분석유목	54
제 3 절 심층 인터뷰	56
1. 한류와 관련한 중국인 대학(원)생들의 한류 드라마의 성공요인 분석	56
제 4 장 연구결과	59
제 1 절 내용분석 결과	60
1. 스타가 드라마 시청률에 미치는 영향	60
2. 드라마 주제와 스타별 시청률	62
3. 스타 및 기타 요인들이 드라마의 성공에 미치는 효과에 대한 통계적 검증	68
4. 스타와 드라마 시청률의 추이	76
5. 소결	82
제 2 절 FGI 결과	83
1. 사전조사	83
2. FGI 인터뷰	85
3. 소결	94
제 5 장 결론	98
제 1 절 주요 연구결과	99
1. 내용분석을 통한 스타의 영향력에 대한 결과	99
2. 스타 영향력과 함께 분석된 시청률에 영향을 미치는 요인	100
3. FGI를 통한 스타의 영향력에 대한 결과	101
제 2 절 연구의 함의	102
1. 실무적 함의	102
2. 정책적 함의	103
제 3 절 연구의 한계 및 제언	105
1. 연구한계	105
2. 후속연구를 위한 제언	106
참고문헌	109
부록	113



표 목 차

<표 2-1> 3회 이상 드라마 제작에 참여한 PD, 작가, 배우	27
<표 2-2> 드라마의 하위 장르	38
<표 2-3> 채널별 시청률/점유율 평균 비교	49
<표 3-1> FGI 참여자 명단	57
<표 4-1> 스타출연여부에 따른 평균 시청률의 차이	60
<표 4-2> 스타출연별 시청률 평균비교	60
<표 4-3> 방송사별 시청률 평균비교	61
<표 4-4> 채널별 스타 배우별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)	62
<표 4-5> 드라마 주제별 시청률 평균비교(One-way ANOVA)	63
<표 4-6> 드라마 주제별 스타출연여부별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)	64
<표 4-7> 드라마 주제별 채널별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)	65
<표 4-8> 드라마 유형별 방영연도별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)	66
<표 4-9> 드라마 채널별 방영연도별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)	67
<표 4-10> 드라마 채널별 유형별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)	68
<표 4-11> 드라마 성과에 영향을 미치는 요인(단계적 회귀분석)	69
<표 4-12> 방영유형별 드라마 성과에 영향을 미치는 요인(단계적 회귀분석)	71
<표 4-13> 주제별 드라마 성과에 영향을 미치는 요인(단계적 회귀분석)	73
<표 4-14> 방송사, 방영연도, 방송유형 별 드라마 방영빈도	74
<표 4-15> 스타가 출연한 주요 스토리 좋은 드라마	76
<표 4-16> 스타가 출연한 주요 약한 스토리 드라마	78
<표 4-17> 스타가 출연하지 않은 주요 스토리 좋은 드라마	79
<표 4-18> 스타가 출연하지 않은 주요 약한 스토리 드라마	81
<표 4-19> 투톱이상이 출연한 주요 스토리 좋은 드라마	82
<표 4-20> 좋아하는 한국 드라마와 그 이유	84



그림 목 차

<그림 4-1> 스타가 출연한 주요 스토리 좋은 시청률 드라마 추이	76
<그림 4-2> 스타가 출연한 주요 약한 스토리 드라마 추이	77
<그림 4-3> 스타가 출연하지 않은 주요 스토리 좋은 드라마 시청률 추이	79
<그림 4-4> 스타가 출연하지 않은 주요 약한 스토리 드라마 추이	80
<그림 4-5> 투톱이상이 출연한 주요 스토리 좋은 드라마 수준 시청률 추이	81
<그림 5-1> 스타 역량 및 드라마 성공 요인 측정의 종합적 모형	108



요약문

1. 연구의 목적 및 중요성

- 콘텐츠 산업의 중심을 담당하는 드라마 산업이 한류 열풍으로 이어져서 국내외를 막론하고 문화산업에 차지하는 비중이 날로 증가하는 현실에 비춰 가장 가시적으로 드라마 성공에 영향을 끼치는 스타들의 영향력을 측정하는 것에 대한 필요가 증대됨.
- 텔레비전 드라마의 성공에 스타의 역량이 얼마만큼 작용하는가에 대해서 원작 스토리, 스타의 남녀조합, 드라마 장르(주제), 방송국 채널 브랜드, 방영연도, 드라마 방영시간의 영향을 정량적으로 분석하여 드라마 시청률에 미치는 영향을 분석함.
- 중국 시청자들을 대상으로 드라마 성공요인과 스타의 기여도에 대해서 조사함으로써 향후 한류 드라마 수출 전략에 이바지하는 자료를 제시함.
- 드라마 프로그램의 시청률에 영향을 주는 요인
 - 스타요인: 스타의 출연 및 스타의 조합(원톱, 투톱 등)
 - 방송사별 특성: KBS1, KBS2, MBC, SBS
 - 드라마의 유형: 미니시리즈, 일일연속극, 주말연속극, 특별 기획 드라마
 - 드라마 방영시간: 월화, 수목, 일일, 주말저녁, 주말밤
 - 드라마 주제/장르: 주제/장르는 남녀간의 사랑이야기, 가족 중심의 이야기, 역사/시대/정치이야기, 그리고 이외의 의학드라마나 판타지, 액션물 등은 기타로 분류
 - 원작요인: 성공한 타 장르의 원작을 바탕으로 드라마 대본의 작성여부

- 드라마 완성도: 우수한 스토리와 그렇지 않은 스토리

2. 연구방법

- 연구자료: 2010년부터 2014년 11월까지 5년간 국내 지상파 4개 채널에서 아침 드라마를 제외하고 방영된 전체 드라마를 대상으로 분석함
- 스타의 정의를 직전에 주연으로 출연한 드라마 두 개에서 총합이 30% 이상이 되는 시점부터 스타로 적용. 단 아이돌이나 영화배우의 경우에는 이 기준을 적용하지 않고 각 영역에서 성공여부에 따라 구분
- 가공된 자료를 이용하여 스타와 다른 변인들 간의 관계를 시청률을 종속변인으로 하여 분석함
- 한류 드라마에 관심이 높은 국내 유학중인 대학생/대학원생 중국인 시청자들을 대상으로 중국에서 성공한 드라마의 특징을 스타파워를 중심으로 다른 변인들에 대해서 토론식으로 도출해내는 FGI 방법을 사용함

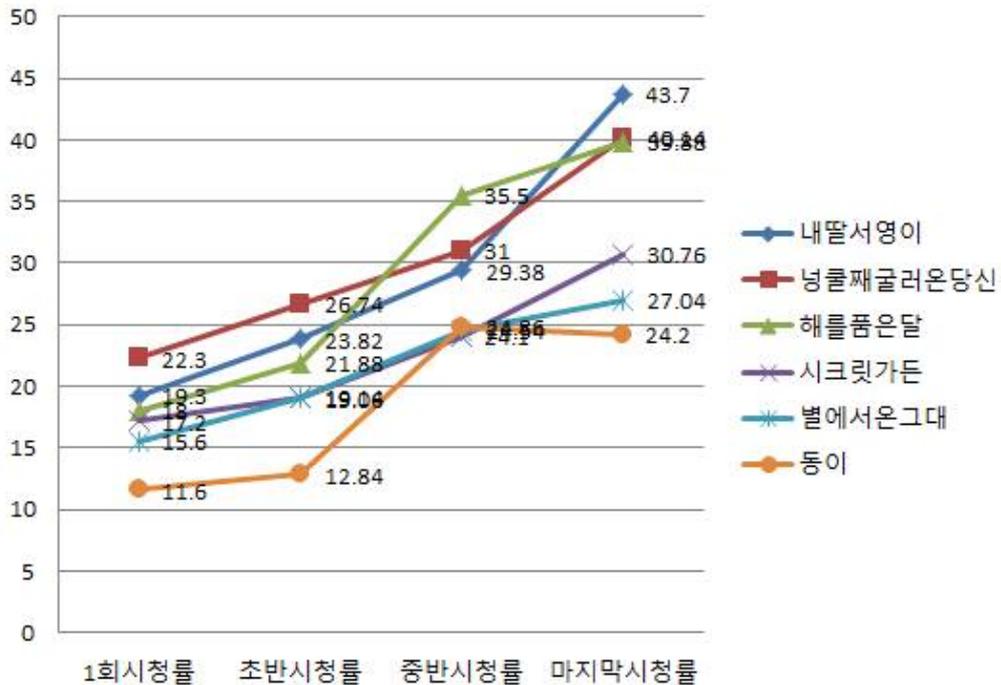
3. 연구결과

- 스타의 영향력
 - 모든 타 변인대비 스타가 참여한 드라마가 그렇지 않은 드라마보다 통계적으로 유의하게 높은 시청률을 나타냄.
 - 특히 초반 시청률에서 차이가 나타남.
 - 다른 선행연구의 결과들과 일치하며 단 스토리의 우수성에 따라서 그 효과의 지속성에 대해 매개효과가 나타남.
 - 남녀 주인공이 모두 스타인 투톱과 여성 주인공이 스타인 원톱일때가 가장 시청률

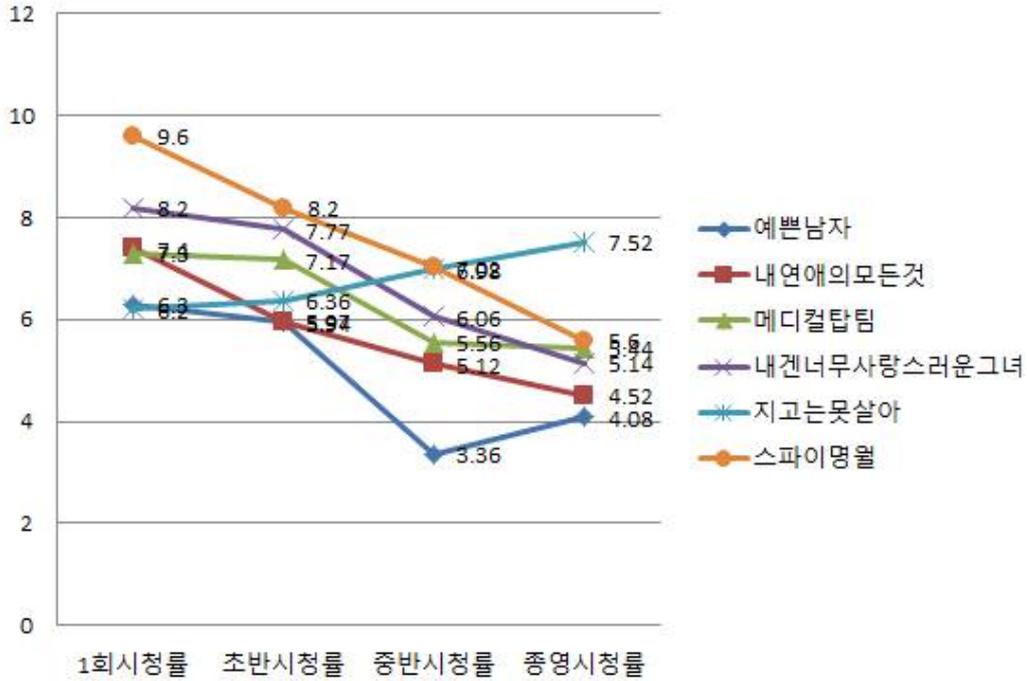
이 높았음.

○ 스타 외 변인의 효과

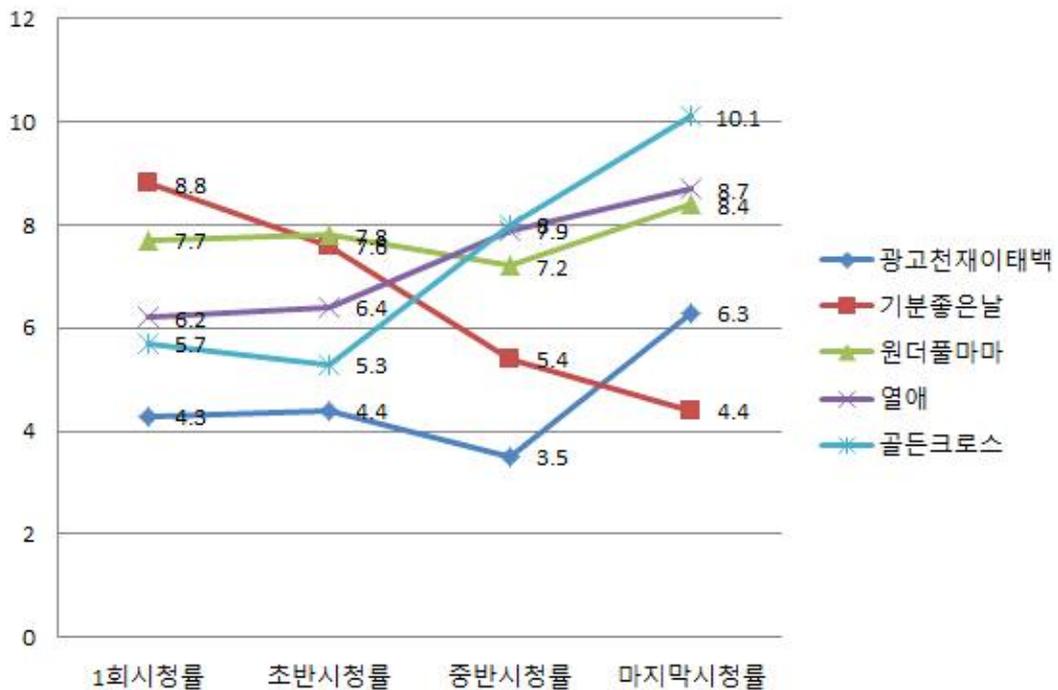
- KBS1의 드라마 시청률이 가장 높았음.
- 가족/사회를 다룬 드라마의 시청률이 가장 높았음.
- 성공적인 타 분야 원작(소설이나 만화)이 있는 경우가 드라마 작가의 대본보다 더 시청률이 높지는 않았음.
- 주말 저녁 드라마의 시청률이 가장 높았음.
- 2010년부터 2014년까지 드라마의 시청률은 매년 감소추세에 있음.
- 좋은 드라마 스토리와 스타가 결합한 경우 시청률이 점증적으로 상승하는 패턴을 보임.



- 스타가 출연하고도 스토리가 약한 경우 점증적으로 시청률이 하락하는 패턴을 보임.



- 스타가 출연하지 않고 드라마 스토리가 약한 경우에는 비교적 평평한 그래프를 나타냄.



○ 중국 시청자들을 대상으로 한 FGI 결과

- 중국에서 특히 인기있는 스타들이 존재하고 이는 시청률에 긍정적인 영향을 끼치는데 그 지표로는 중국 광고에 얼마만큼 많이 출연했는가와 관련이 큼.
- 문화적 할인이 없는 분야, 즉 로맨틱이나 판타지 또는 중국에서 볼 수 없는 메디컬, 수사물 등이 인기있는 장르로 나타남. 이들 장르를 많이 다루는 SBS에 대한 선호도가 높음.
- 스타는 초반 시청률에 큰 영향을 끼치나 그 후에는 드라마 스토리가 더 중요함.
- 드라마의 길이도 20부작 내외의 미니시리즈가 제일 적합하며 이를 초과하면 흥미가 떨어짐.

4. 결론

○ 실무적, 정책적 함의

- 스타는 드라마 성공요인의 중요한 역할을 담당하며 다른 변인과의 조합에 따라 그 효과가 조절됨.
- 스타의 효과는 초반기에 집중되며 드라마의 스토리에 따라 그 효과가 조절됨.
- 중국 시청자들은 문화적 할인이 없는 장르를 선호하며 중국내 활동을 하는 한류스타에 대한 선호도가 있으며 한국 드라마의 특성에 따라 선호도가 조절됨.
- 스타가 국내 콘텐츠 산업에 주축을 이루는 드라마 성공에 끼치는 공헌과 드라마 산업의 발전에 매우 필요한 존재임을 고려하여 이들의 대한 대우를 문학, 미술, 전통 공연 분야의 장인과 필적하는 대우가 필요하다고 판단함. 특히 드라마 수출과 한류에 기여한 배우들에게 다양한 방식으로 표창 및 활동에 인센티브를 부여하는 방식을 고안할 필요가 있음.

- 한편으로는 스타의 중요성이 커지면서 스타의 출연료가 상승하는데 그 영향으로 조연의 출연료와 제작비가 감소하는 경우 부작용으로 완성도가 떨어진 드라마가 제작될 우려가 있으므로 전체 제작비중 스타의 출연도에 대한 어느 정도의 가이드라인이 필요함.
- 향후 문화산업적인 측면에서 드라마에 지원을 하는 경우 수출에 용이한 드라마 장르를 고려해야 함.
- 직접적으로 드라마 작가에 대한 지원책이 더 유용할 수 있음을 의미하며 향후 드라마 작가에 대한 지원책이 한국 드라마 산업 발전에 더 유용할 것으로 판단함. 따라서 작가를 각 분야별로 교육시킬 수 있는 커리큘럼이 제공된다면 드라마 시장 발전에 기여할 수 있음.
- 다매체 다채널 시대에서 원소스 멀티유스(one source multi use)의 중요성이 커지는데 스타를 드라마에 출연시켜서 성공 시키는 것 이외에도 다양한 방식으로 수익성을 제고할 수 있어야 함. 이를 위해 다양한 매체의 장르 문법에 부합하는 작가의 역량이 필요하며 작가 교육 외에도 작가 스타를 배출할 수 있는 기획사 등에 대한 직간접적 지원책을 생각해 볼 시점에 도달함.
- 스타 배우 뿐 아니라 스타 PD와 스타 작가가 더 배출되어야 현재의 한류 드라마의 열풍이 유지될 수 있음. 그러나 스타 작가의 경우에는 일부의 경우를 제외하고는 독립적으로 대본을 공급할 수 있는 시장이 형성되어 있지 않음. 따라서 스타 작가의 탄생이 보다 용이할 수 있도록 대본의 판매 시장이 형성될 수 있도록 한다면 보다 안정적으로 드라마 산업의 발전이 이뤄질 것으로 예상됨.
- 각 지상파 방송국별 장점이 나타나는 분야에 대해서 이를 살릴 수 있는 지원책이 필요함.

○ 후속연구를 위한 제언

- 향후 연구에서는 스타 작가, 스타 PD로 스타의 범위를 확대하여 연구할 필요성이 제기되며, 특히 성공적인 드라마의 구성요소에 대해서 내용분석을 수행함으로써 향

후 성공적인 드라마 제작의 기초가 되는 자료를 제공할 것으로 기대함.

- 향후 연구에서는 영화의 성공 요인을 구하는 방식을 일부 도입하여 드라마의 수입, 스타의 출연료, 2차 저작권 수입 등을 지표로 삼는다면 더 정교한 연구결과가 도출될 것으로 예상함.

제1장

서 론

제 1 절 연구의 목적 및 중요성

1. 연구의 목적

- 본 연구의 목적은 크게 두 가지로 구분 될 수 있음.
- 첫째, 최근 5년간 국내 지상파 방송사에서 방영한 드라마의 현황을 정리하고 스타의 출연이 드라마 성공에 어떠한 영향을 미치는지 계량적으로 파악하고자 함.
- 둘째, 현행 드라마 제작에 있어 스타비용과 관련하여 현 실정에 맞는 개선방안을 정성적 방법을 통해 도출하고 제언하고자 함.

2. 연구의 중요성

- 한류는 지속적으로 전세계에 수출되고 있으며, 매년 지역적으로 시장이 확대되고 있고 수출되는 문화상품 역시 다양해지고 있음. 한류의 대표적 상품은 드라마 프로그램으로 2004년의 “겨울연가”가 일본에서 놀랄만한 인기를 얻었고, 2005년 “대장금”은 중국의 시청자들의 이목을 사로잡음.
- 이 두 드라마의 국외에서의 큰 성공은 향후 제작되는 드라마들이 해외 수출까지 염두에 두기 위해서 막대한 제작비의 투입이 가능해졌으며 특히 이로 인해 우리나라의 드라마제작에서 스타들의 역할이 특히 중요해 지고 있음.
- 초대형 한류스타의 탄생은 이제 드라마의 성공과 한류의 수출 가능성 여부에 큰 역할을 차지하고 있으며 실제로 이러한 기대로 스타들의 출연료가 전체 제작비에서 차지하는 비중이 절반이상을 차지하는 경우가 대부분 임.
- 그러나 드라마 콘텐츠에서 스타의 역량에 기대하는 경우가 많아진 것이 현재의 상황인데 그 기대와 중요성에 비해서 스타의 역량이 과연 드라마의 성공에 어떤 부분에 얼마만큼의 역할을 수행하는지에 대해서는 연구가 많이 이뤄지지 못하고 있는 실정임.

- 따라서 본 연구에서는 드라마 콘텐츠에서 스타의 역량이 방송 프로그램 성공에 미치는 영향을 체계적으로 제시하되 계량적 방법과 정성적 해석을 포함하여 심층적으로 그 해답을 제시하고자 함.

제 2 절 연구의 범위

1. 스타의 정의

- 드라마의 성공은 스타에 의해 상당부분이 설명됨.
 - 스타는 다양한 방식으로 정의될 수 있는데, 기존 연구들은 단순히 기존에 성공한 드라마의 개수가 2개 이상일 경우, 출연배우가 시청률 상위 25%에 드는 드라마에 참여한 경력이 있는지의 여부, 배우의 드라마 관련 수상여부, 배우의 최근 3년간 출연작품의 숫자 등을 고려해서 배우가 스타인지 아닌지를 결정하는데 사용하고 있음.
- 본 연구는 드라마 성공에 있어 스타의 출연이 어느정도 기여하는지를 판단하는 것이 주요 목적이므로, 이를 위해 드라마를 구성하는 다양한 변인 중 스타변인에 집중하고, 스타의 조작적 정의를 보다 분명히 하고자 함.
 - 본 연구는 스타를 정의하는데 있어 과거 출연한 드라마의 시청률을 기본으로 판단하되, 전작 드라마의 시청률이 저조하더라도 전작 드라마 이전 5년간 스타의 자리를 유지한 배우의 경우 스타로 정의함.
 - 또한, 최근 가수나 스포츠 스타, 영화나 연극 등의 분야에서 인기를 끈 경우에도 스타라 할 수 있기 때문에 이 역시 해당 분야에서 두각을 나타내며 활동한 경우를 스타로 조작적 정의함.

2. 스타 역량 평가에 고려해야 할 사항

- 동일한 드라마 장르라 할지라도 스타의 역량이 서로 다르게 적용될 수 있음.

- 예를들어 역사적 내용을 다루는 사극의 경우는 문화적 할인율이 크게 작용되며 주인공들의 사랑이나 우정을 다루는 로맨스의 경우에는 문화적 할인율이 적게 작용될 수 있기 때문에 스타 역량은 문화적 할인율이 적게 나타나는 분야에서 더 크게 발휘될 수 있음.

○ 본 연구에서는 다음과 같은 사항을 고려하고자 함.

- 방송사별 특성
 - 지상파 방송사간에도 스타 역량이 프로그램 성공에 미치는 영향이 다르게 나타나는지를 탐색하기 위해서 방송사별 분석을 수행하고자 함.
- 드라마의 유형
 - 드라마의 유형은 미니시리즈, 일일연속극, 주말연속극, 특별 기획 드라마 등 다양하게 나타나므로 본 연구에서는 지상파 방송사에서 방영하는 드라마 중 단막극과 특집극을 제외한 모든 드라마를 대상으로 하여 분석을 수행하고자 함.
- 드라마 주제/장르
 - 방송통신위원회에서 분류한 주제를 중심으로 스타의 역량이 가장 잘 드러나는 주제/장르를 분석하고자 함.
 - 각각의 주제/장르는 남녀간의 사랑이야기, 가족 중심의 이야기, 역사/시대/정치이야기, 그리고 이외의 의학드라마나 판타지, 액션물 등은 기타로 분류하여 분석하고자 함.

제 3 절 연구의 특징 및 차별성

- 기존의 연구는 스타가 드라마 프로그램의 성공에 기여하는 측면을 단순히 스타의 기용여부로 단순하게 비교하는 연구가 많았으며, 성공의 정의는 시청률이라는 단일 지표에 국한되어 있음.

- 물론 이러한 접근은 단순명료하게 스타를 기용했을 때와 그렇지 않을 때의 차이를 드러내는 장점이 있기는 하지만 현재 드라마에서 스타의 역량을 시청률만으로 평가한다는 한계가 있음.
- 따라서 본 연구에서는 스타의 출연과 시청률의 관계를 포함하되, 학계 전문가 그룹의 의견을 종합하여 스타의 역량을 측정하고 향후 드라마 제작 및 투자 과정에서 논의될 수 있는 주요 어젠다를 제기하고자 함.

제2장

방 송 프 로 그 램 성 공 요 인

제 1 절 방송프로그램에서 스타파워

1. 스타에 대한 연구

- 영화의 관객점유율과 관련해서 스타의 영향력을 분석한 연구 과거부터 꽤 오랜기간 누적되어 왔으며, 방송프로그램과 관련한 연구에 비해 상대적으로 많음.

- 김휴종(1998)과 김정호(2008)의 경우 한국 영화스타 개개인이 영화의 흥행에 어떠한 영향을 미치는지 분석함.
- 오현석(1999)의 경우 스타배우와 함께 감독, 제작자, 장르, 상영등급 등의 흥행에 영향을 미치는 요인들을 적용하여 성공요인을 분석하고, 이들 변수간의 상대적 중요도 등을 분석함.

- 그러나 방송 프로그램, 특히 텔레비전 드라마와 스타의 상관관계를 분석한 연구는 최근에 시작됨.

- 이화진과 김숙(2008)은 스타배우, PD, 작가 등의 스타파워가 드라마 시청률에 미치는 영향을 연구.
- 김경묵(2009)의 경우 드라마 시청률에 영향을 미치는 요인으로써 주연배우의 지명도를 포함하여 분석함.
- 권호영 등(2009)은 방송프로그램 성공과 스타와의 관계를 전문가 심층인터뷰를 통해 분석함.

2. 스타의 영향력

- 권호영(2009)은 스타파워(star power)라는 용어를 쓰면서, 개별 스타가 투입된 상품의 시장성을 재고시키는데 기여하는 정도로 규정함. 스타파워는 스타시스템(star system)에 의하여 대중문화상품의 생산과정에 이용되는데, 여기에서 스타시스템이란 “스타파워를 보유한 스타를 생산과정에 집중적으로 투입하는 하나의 마케팅 기

법이자 사업전략”을 의미함.

- 시청자가 특정 시간, 특정 채널, 특정 프로그램을 선택하여 시청하고, 이러한 선택의 과정 수행에 일관성이 있다면, 그 일관성은 시청자의 프로그램에 대한 충성도 (loyalty)로 표현될 수 있음.
- 프로그램에 대한 충성도는 편성과 같은 구조적인 요인이 주된 영향을 미치는 것으로 여겨져 왔음.
- 하지만, 급변하는 미디어 환경에서 프로그램에 대한 충성도가 다른 요인에 의해 영향을 받을 것이라는 주장도 제기되고 있음.
- 시청자는 지상파 채널뿐만이 아니라, 케이블 채널과 종합편성 채널 등을 통해서 보다 많고 다양한 프로그램 가운데 자신이 볼 프로그램을 선택하는 상황에 이르렀음.
- 게다가 인터넷 채널이나 스트리밍 등의 방식으로 편성 시간에 얽매이지 않고 프로그램에 접근해서 시청할 수 있는 미디어 환경이 마련됨에 따라, 시청자는 과거 프로그램의 편성요인어의 영향력을 상대적으로 적게 받게 되었음. 따라서 시청자는 자신의 선호나 만족에 따라 시청할 프로그램을 선택하고 결정하는 경향이 생겨나고 있음.
- 기존 연구를 보면 프로그램 충성도가 프로그램 선택과 시청률을 예측하는데 가장 유효한 것으로 여겨짐. 여기에서 프로그램 충성도를 유인하는 요인으로 스타와 같은 내적요인임(권호영 외 2009).
- 드라마는 방송 채널의 이미지를 형성하는데 중요한 영향을 미치면서, 여타 장르보다 높은 시청률을 기록하고 또 창구 효과(window effect)를 극대화하는 잠재력이 큼. 이처럼 드라마는 방송사의 경쟁력을 성취하는데 핵심적인 콘텐츠라고 할 수 있음. 많은 방송사들이 드라마 제작에 많은 제작비를 투입하고, 능력있는 PD, 작가와 스타 배우를 확보하는 경쟁에 뛰어드는 것은 당연한 수순임 (배은정 2005).
- 그러나 스타시스템이 유리한 편성을 점하고 효과적인 마케팅 전략으로 역할을 해왔다는 점을 인정하면서도, 이에 대해서는 부정적, 회의적 시선과, 비판적 시선과 개

탄하는 목소리가 공존함(권호영 외 2009).

- 권호영 등(2009)이 2009년 드라마 산업 전반에 관련된 전문가(제작관계자, 편성관계자, 유통관계자, 제작투자 관계자, 기자, 평론가, 교수 등) 16명을 대상으로 한 심층인터뷰 내용.

- 우선 스타시스템이 드라마가 방영되기 전 그리고 방영 초반에 홍보수단으로 유용할 수 있지만, 그 이후 시청률을 지속적으로 유지, 상승시키는 역할을 하지 못한다는 점이 지적됨. 결국 드라마가 전개되면서 시청자의 몰입을 유도하는 것은 스토리의 독창성과 완결성, 영상의 완성도와 같은 요소임.
- 둘째, 스타를 기용하는데 드는 비용은 제작 여건을 악화시킴. 스타에게 주어진 개런티는 제작 전반에 부담으로 작용해서, 다른 제작 과정으로의 투자를 줄어든게 만들게 되는 등 제작비의 고른 분배를 제약함.
- 나아가, 매체의 특성상 텔레비전 드라마와 스타시스템활용은 어울리지 않음. 드라마 주요 시청층은 중장년 여성인데, 현재 스타의 개념은 젊은 층이 주로 소비하는 영화에 기준을 두고 있음.

- 권호영 등(2009)은 2009년 드라마 산업 전반에 관련된 전문가 16명을 대상으로 드라마 성공 요인을 주제로 심층 인터뷰함.

- 스타배우 캐스팅에 대해서 전반적으로 부정적인 입장을 보임.
- 인터뷰대상이 되었던 “외주제작사1은 현재 스타급 캐스팅이 드라마의 완성도를 높이려는 전략보다 투자자금을 원활히 수급받기 위한 도구로 전략해가고 있음을 개탄하며, 가장 큰 문제점으로 배우자체의 인지도에 편승하는 기획 부재의 드라마제작과정을 지적하였다. 또한 PD2는 스타배우와의 드라마 작업시 대본이 수정되는 등의 관행이 여전히 존재함을 지적하며, 상대적으로 PD와 작가의 비중이 축소되는 경향에 따라 스토리 완성도에 집중할 수 없는 결과를 초래한다고 이야기하였다.”

- 스타시스템의 지속적 활용이 기획 부재의 드라마 제작풍토를 악화시키는 기제로 작

용하게 됨. 창작활동에 긍정적으로 기여한다기보다는 갑질을 하는 식이 되는 모양새이기도 한 것임.

3. 드라마 분야 연구에서 스타의 정의

- 배진아(2005)는 스타를 출연 그 자체만으로도 어느 정도 규모의 시청자들을 끌어들이 수 있는 ‘시청자 동원력’을 가진 배우를 A급 스타, 그리고 시청자 동원력은 다소 떨어지나 대중적으로 잘 알려져 있고 친근하여 일반적인 개념의 스타로 인식되는 배우는 B급 스타로 정의함
- 권호영 등(2009)은 스타를 지명도가 있는 텔런트, 보다 구체적으로 말하자면 “분석 대상 드라마의 방영년도를 기준으로 이전 4년간 영화 혹은 드라마(미니시리즈에 한정)에 2회 이상 주연(공동주연 포함)으로 출연한 연예인”으로 정의함.
- 권호영 등(2009)은 방영 처음부터 평균표준화시청률 상위 25% 이내에 드는 드라마에 참여한 PD, 작가, 출연배우를 스타로 정의함.
 - 한편, 참여한 드라마가 한번도 시청률 상위 25%내에 들지 못하는 드라마에 참여한PD, 작가, 출연배우 등 인적자원을 非스타로 정의함.
 - 초기에는 시청률 상위 25%내에 들지 못하다가 나중에 상위 25%내에 한번이라도 든 경우가 있다면, 이 드라마에 참여한 인적자원을 “스타탄생”으로 정의함.
- 대부분의 연구자가 시청률을 기준으로 스타의 영향력을 수치화하여 정의하는 경향이 있음. 권호영 등(2009)의 경우가 그 예가 됨.
- 스타파워는 ‘개별 스타가 자신이 투입된 상품의 시장성을 제고시키는데 기여하는 정도’로 정의됨(김휴종, 1998). 영화의 경우 최근 영화 흥행실적이나 제작편수 등으로 스타성을 측정하며, 드라마에서도 시청률 실적에 따라 스타의 판별방식을 사용하는 등 스타여부의 가장 현실적인 재단 기준은 시청률이라고 할 수 있음(이화진 김숙, 2007).

- 이화진, 김숙(2008)은 배우와PD와 작가가 스타인지의 여부를 구분해서 정의함.
 - 배우의 경우 전문가에게 의뢰하여 개념화함. MBC, SBS, 독립제작사에서 10년 이상 드라마 제작 및 기획을 담당하고 있는 PD가 해당년도에 편성된 드라마의 주연배우를 스타라고 평가하는지 체크하게 함. 스타 여부를 판단하는 기준으로, 특정 배우가 해당 드라마에 출연할 당시 그 배우가 일정한 정도 이상의 시청률을 올릴 수 있는 배우인지를 고려하도록 함. 전문가 세 사람의 의견 일치도에 따라 스타 여부를 결정함. 전문가들 사이에 의견불일치가 있을 경우 다수결의 원칙을 따름. 이에 따라 같은 배우라 할지라도 드라마에 출연한 시점에 따라 스타로 평가되기도 하고 그렇지 않기도 함.
 - 한편, 스타PD와 스타작가를 판별하는 기준으로 시청률을 기준으로 함. 분석기간인 2002년부터 2007년 6월 사이에 최소 2편 이상의 작품을 연출하고 집필한PD와 작가 가운데 평균 시청률 20% 이상을 기록한 경우 스타PD와 스타작가로 정의함.
 - 나아가 스타 캐스팅에 의존하는 기존 드라마 제작 관행에 대한 비판도 가능. “국내의 드라마 제작 관행에서 스타에 대한 의존이 높은 나머지 스타를 캐스팅하지 않고 소재나 형식 등 다른 차원에서의 참신한 노력을 통해서 드라마의 경쟁력을 높이려는 노력이 부족했다는 지적도 가능하다.” (배진아 2005)

4. 스타의 사회/문화적 의미

- 본 연구는 드라마와 스타에 관한 연구이지만, 특히 한국사회에서 스타에 대한 대중의 열렬한 지지가 대중음악을 중심으로 한 엔터테인먼트 산업과 관련되어 있다는 점에서, 대중음악/엔터테인먼트 사업과 관련된 팬덤현상을 다룬 기존 연구를 참조하기로 함. 아래의 연구는 주 (정민우, 이나영 2009) 참조.
- 더불어, 드라마의 스타캐스팅은 주로 아이돌 스타라는 점을 감안할 때, 이들 연구의 참조는 유용하다고 여겨짐.
- 팬덤이란, “특정 대중스타의 팬 집단이 주체가 되어 새롭게 만들어나가는 문화”

(김이승현, 박정애, 2001; 정민우, 이나영, 2009, 재인용)

- 팬덤이라는 현상은 다양한 미디어나 스포츠에 걸쳐, 다양한 연령층에 걸쳐 나타나는 문화/사회 현상임.
- 팬덤이라는 문화적, 사회적 현상의 기원은 역사적으로 한참 더 거슬러 올라갈 수 있겠으나, 이 용어가 전면적으로 부상해서 사회적으로 의미있는 현실이 된 것은 2000년대 이후부터임 (정민우, 이나영 2009).
- 한국사회에서 특히 부각되어 주목받은 것은 사회적으로 가시화되어 주목받은 것은 스타에 대한 팬덤, 특히 아이돌 스타(idol star)에 대한 팬덤임. “아이돌 스타는 주로 청소년에게 큰 인기를 얻는 가수를 가리키는 용어이나, 현재 한국에서 아이돌 스타는 가수뿐 아니라 연기, MC, 예능 등 엔터테인먼트 산업 전반을 대상으로 활동하며 10대로부터 큰 인기를 모으는 스타를 의미함. 팬덤이 의미있는 공유와 매개의 대상으로 삼는 것이 아이돌 스타일 때, 그 팬덤을 아이돌 팬덤이라고 할 수 있음 (정민우, 이나영 2009)
- 팬덤과 관련해서 특히 주목해야할 현상에는 한류가 있음.

제 2 절 한류 드라마의 특징

1. 한류에 대한 정의

- 한류(韓流: Korean Wave)란 한국의 대중음악, 드라마, 영화에서부터 언어, 음식, 패션, 심지어 성형수술에 이르기까지, 한국대중문화에 대한 열광적인 선호 혹은 지지를 가리키는 용어임.
- 한류라는 용어는 중국에서 한국 대중문화의 열풍이 일기 시작하자 이러한 현상을 표현하기 위해 중국 언론에서 처음 사용되었음.
- 그러나 이제는 중국(혹은 중화권)을 넘어서서, 동남아시아, 중앙아시아, 중동, 아프리카, 북미, 유럽 등등으로 계속 확산되어가고 있는 과정임.

- 한류현상으로 드라마 같은 특정 미디어에서 2004년 일본에서 돌풍을 일으켰던 <겨울연가>, 2005년 중국에서 인기를 얻었던 <대장금>등을 예를 들 수 있는데, 한류현상은 초반에는 드라마의 인기에 기대었다면, 현재는 K-Pop이라는 신조어로 요약되는 한국의 대중음악의 인기가 날로 상승하는 중.
- 2013년 가수 싸이(PSY)의 “강남스타일”이 전지구적으로 열풍을 일으킨 데에는 유튜브(YouTube)와 같은 동영상사이트/미디어테크놀러지/통신기술의 발달이 한 몫을 함.

2. 아시아 지역에 수출된 한국 드라마의 특성

○ 기존 한류 드라마 열풍에 대한 연구

- 이문행(2007)은 2002년부터 2005년까지 아시아지역의 8개 나라에 수출된 한국 지상파 방송의 드라마의 특성을 분석해서 국가들 사이에 존재하는 한국 드라마에 대한 선호 차이를 실증적으로 분석함(내용변인 등을 이용하여 분석).
- 각 국가별로 한국 드라마의 수입에 있어서 드라마의 유형, 주제, 한류 스타의 출연 여부, 주인공간의 관계 등이 관계가 있는지를 분석했음.

○ 중국지역에서 한국 드라마의 소비

- 한국 텔레비전 드라마의 중국 수용에 대한 연구는 대부분 한국에 체제하고 있는 중국 학생들을 대상으로 이루어졌다면, 이문행(2011)은 인터넷 게시판에 올라온 시청의견을 분석해서 중국인들이 선호하는 한국드라마의 특성을 검토했음.
 - 중국의 젊은층은 대부분 한국의 드라마를 인터넷 다운로드 방식으로 보고, 스트리밍을 제공하는 사이트에 시청의견을 공유하는 것으로 나타남.
 - 2010년 3월 27일 중국 최대 포털 사이트인 바이두(百度; www.baidu.com)에서 “재미있는 한국드라마”로 검색한 결과를 바탕으로 추출된 193개 시청의견

을 분석함.

- 총 111개의 드라마가 언급되었음.
- 드라마의 제작 연도, 방송사, 드라마 유형 및 주제, 주연배우, 감독 등의 변인을 통해 중국인들이 선호하는 한국드라마의 특성을 분석한 결과는 다음과 같음.
- 제작 연도별 특성을 보면, 드라마가 제작, 방송된 해가 2008년과 2009년에 각각 17개, 23개로 집중되는 모습을 보였음. 중국 시청자들이 최근 드라마를 선호하는 것으로 보임. 또한 인터넷 다운로드 방식이 대중화되면서 한국과 중국 사이의 방영 시차가 크지 않기 때문인 것으로 여겨짐.
- 언급된 드라마를 제작하고 방송한 방송국은 비슷한 분포로 나타났음. 달리 말하자면, 방송국을 보고 시청할 드라마를 고려하지 않는다는 점을 알 수 있음.
- 드라마 유형별 : 미니시리즈에 대한 언급이 65.8%로 가장 높게 나타났음. 뒤를 이어 주말연속극이 13.5%, 일일연속극과 특별/기획드라마가 모두 6.3%로 나타났음.
- 드라마 주제별 : 코믹(40.5%)과 애정(20.7%)을 주제로 한 드라마가 전체의 60%를 넘었음. 이로써 중국시청자들은 남녀간의 사랑 이야기나 웃음을 주는 드라마를 선호하는 것을 알 수 있음.
- 주연배우별 : 언급된 111개의 드라마에 가운데 2편 이상의 드라마에 출연한 배우는 20명으로 전체 주연배우 수의 10%에 해당됨.
- 송혜교(<풀하우스>, <가을동화>, <그들이 사는 세상>, <호텔리어>), 이다해(<마이걸>, <에덴의 동쪽>, <헬로 애기씨>, <불한당>), 현빈(<내 이름은 김삼순>, <눈의 여왕>, <그들이 사는 세상>, <친구, 우리들의 전설>), 그리고 한지혜(<비밀남녀>, <미우나 고우나>, <나랑 18세>, <여름향기>) 등의 배우가 모두 4편의 드라마에 출연했음.

- 3편에 출연한 배우가 비, 윤은혜, 이준기, 한채영, 이동건, 한효주, 재희, 신민아, 김재원, 김래원, 그리고 송승헌이 있었음.
- 2편에 출연한 배우가 하지원, 장서희, 장혁, 남상미, 그리고 공유가 있었음.
- 기존 연구가 배우의 인지도와 인기 간 상관관계를 말해왔으나, 이문행은 다른 결론을 도출. 배우들의 연기력에 대한 의견이 많음. 한국 “배우”가 아닌, “한국” 드라마에 관심이 많은 것으로 보임.
- 이문행(2007)은 다음과 같이 언급함. “중국 시청자들의 의견에서는 특정 배우의 드라마를 선호하는 경향을 발견할 수는 없었다. 이것으로 주연배우의 출연 여부와 중국인들이 선호하는 드라마 사이의 상관관계는 크게 없는 것으로 유추할 수 있다. 뿐만 아니라, 선호드라마에 출연한 주연 배우들과 중국에서 인정받은 한류스타를 비교한 결과 김래원과 송승헌 두 명 뿐인 것으로 나타났다. 이는 중국 시청자들의 특성을 나타내주는 결과로서, 일본 등은 한류스타 출연 여부에 따라 드라마를 선호하는 경향이 뚜렷하지만 오래전부터 한국 드라마를 수입하고 있는 중국, 대만과 베트남의 경우 이미 한류가 자리를 잡았기 때문에 스타출연 여부보다도 한국드라마 자체에 관심이 높아 이와 같은 결과가 나타난 것으로 보인다.”
- 통계상으로 볼 때, 특정 감독에게 편중되는 것처럼 보임. 그런데 이문행에 따르면 “중국에는 한국 드라마의 감독들이 잘 알려져있지 않았다. 따라서 드라마를 누가 제작 했느냐 보다는 한국드라마 자체에 관심이 높다는 것을 알 수 있다.”
- 다만, 동일 감독의 작품이 4편 이상인 경우를 자세히 살펴보면, 드라마유형으로 미니시리즈가 압도적인 비율을 차지하고 있었으며(16편 가운데 15편), 그리고 드라마의 주제를 보면 애정과 코믹이었음. 이로써 특정 감독보다는 특정 장르가 선호된다고 할 수 있음.
- 이문행(2007)은 중국 시청자들의 게시판 의견에 대해서, “중국 시청자들이 한국 드라마를 선호하는 이유로 자신이 공감할 수 있는 내용인지 여부를 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타났다”고 언급함.

- 한류는, 경제적으로 환산 가능한(그리고 그러한 기대가 가능한) 경제적인 효과를 낳는 것
- 예를 들어, 2001년 이후 중국의 WTO 가입과 더불어 시작된 교육시장 개방을 배경으로, 중국에서 꾸준하게 이어져 오고 있는 한류열풍에 기대어서, 중국으로 한국의 교육상품을 수출하는 것이 시장적으로 가능성이 있는지를 모색하는 연구가 이루어지기도 했음.
- 김성필, 김송죽, 이민순 (2013)의 연구는 한류에 대해 인지하는 정도(인지적 이미지)와 한류에 대해 정서적으로 반응하는 정도(정서적 이미지)가 한국이라는 국가에 대한 이미지(국가이미지)와 한국의 교육상품에 대한 구매의도에 영향을 주는지를 실증적으로 검증.
 - 중국 소재의 20, 30대 대학생 315명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 한류에 대한 정서적 이미지가 인지적 이미지 모두 한국의 국가이미지와 한국 교육 상품의 구매의도에 유의미한 영향을 주는 것(특히 국가이미지의 경우, 인지적 이미지보다 정서적 이미지가 더 큰 영향을 주는 것)을 확인할 수 있었음.
 - 또한, 한류에 대한 몰입 정도(한국어나 한국문화를 배우려는 적극적인 태도와 정신적인 노력의 정도)가 높을수록 한류에 대한 인지적 이미지가 한국교육상품 구매의도에 유의미한 영향을 주는 것으로 확인됨.

제 3 절 드라마 성공 요인

- 드라마의 성공이란 그 드라마가 시청률이 높았는지, 광고 수익, 부가 수익 등 방송사나 제작사에 많은 수익을 안겨주었는지, 사회적으로 중요 의제를 설정하는 등 파급력을 가지고 있었는지, 혹은 평론가로부터 긍정적인 평가를 받았는지 등 기준을 어느 곳에 두느냐에 따라 다양하게 정의될 수 있음.
- 일반적으로 기존 연구에서는 드라마의 성공을 시청률로 지표화 함. 시청률은 드라마의 대중적 호소력을 수치화한 형태로 가장 쉽게 파악할 수 있는 장점이 있음.

시청률이 대중적 관심의 지표가 되기 때문에 특정 프로그램이나 특정 시간대 광고 요금을 결정하거나 광고 효과를 측정하는데 중요한 요소로 간주됨.

1. 드라마의 성공 요인을 연구하는 목적

- 드라마의 성공을 시청률로 지표화해서 드라마의 성공 요인을 분석한다는 것이 드라마의 성공에 공식이 있다는 것을 뜻하는 것은 아님. 드라마를 포함, 대중 문화 예술 작품에 성공에 공식이 없을 터임. 인간 본연의 관심사가 있지만 동시에 시의적으로 특별히 호소력 짙고 넓은 공감대를 형성할 주제와 장르가 있음. 시청자의 기호는 사회적인 동시에 개인적이며, 시시각각으로 변하는 동시에 일정 패턴을 유지함. 드라마의 수많은 제작요소들이 시너지를 일으킨 결과가 시청률로 수치화한 드라마의 성공일 것임.
- 다만 드라마 제작에 들이는 고비용에 대한 위험부담을 최소화하고 안정적인 수입을 모색한다는 차원에서, 드라마를 만드는데 기능하는 요소들을 구분하고, 어떤 요소들이 드라마의 성공, 즉 높은 시청률을 이끄는 역할을 했는지를 모색하는 것은 매우 유용함.
- 케이블 채널과 종합편성 채널의 등장으로 프로그램이 다양화되고 있지만, 드라마 및 예능 오락 프로그램의 편성은 점점 심화되고 있음. 리얼리티 프로그램의 급속한 확장으로 드라마의 인기가 상대적으로 떨어졌다 하더라도, 드라마 시청률은 여전히 높으며 이로 인해 편성 심화가 고착화되는 것임. 참고로 2014년 6월 9일부터 15일 까지 한 주간 시청률 상위 10위권에 있는 프로그램 가운데 7개가 드라마인 것으로 나타남. 2012년 KBS 경우를 보면, 매주 평균 드라마 제작 횟수가 22회에 이룸(전익진, 은혜정, 2014.). 드라마 제작 과정에서 반복적으로 나타나는 바를 밝힐 필요가 제기됨.

2. 드라마의 성공(시청률) 요인의 구분

- 드라마 시청률에 영향을 주는 요인은 크게 시청자 개인적 요인과 구조적 요인으로 구분됨.

- 개인적 요인은 시청자의 특성 (성별, 나이 등), 선호, 취향 등을 포함함. 개인적 요인을 다루는 연구는 드라마에 시청자들이 좋아하는 스타 배우가 출연했는지, 스타 PD나 작가가 제작에 참여했는지, 시청자가 선호하는 장르가 활용되었는지 등의 여부를 분석함.
- 개인적 요인은 시청자의 인구사회학적 특성을 포함하기도 함. 시청자의 교육정도, 거주지 등 인구통계학적 특성에 따라 선호 프로그램의 유형이 다른지를 밝히고, 나아가 시청의 취향을 예측하려 하기도 함(Rust & Albert 1984; Rust, Wager & Mark, 1992; 전익진, 은혜정 2014에서 재인용).
- 드라마 성공 요인을 분석하는 연구는 편성과 관련된 구조적 요인을 강조하는 연구가 주를 이루어왔음. 구조적 요인에는 시청자의 이용가능성이나 시청자 행위를 설명하기 위한 프로그램 편성(편성연도, 편성시간, 편성형태, 방송횟수, 편성채널 등)을 다룸.
- 특히 편성과 같은 구조적 요인에 시청률 연구가 집중되어온 것은 텔레비전이라는 매체, 텔레비전 시청의 특성과 관련됨. 텔레비전 시청의 특성상 개별 시청자의 능동적, 자발적인 선택 행위보다 텔레비전 시청을 이루는 환경 일반에 제약을 받기 때문.
- 한편, 구조적 요인과 대별되면서 시청자의 특성으로 환원되지 않는 프로그램 내용적 요인(스타캐스팅, 내용, 주제, 장르 등)과 시청률 관계를 분석하는 연구가 있음.
- 프로그램 내용과 시청률에 대한 경험적 연구는 상대적으로 적음. 그 가운데 영화의 텍스트 분석에서의 성과를 빌어와 드라마 내용변인을 시청률과 연결 관계를 탐색하는 연구가 생겨남. 심미선 외 (2002; 이화진, 김숙, 2008)의 연구는 시청자의 선호를 독립변인으로 놓지 않고, 충성도 개념에 포함된 것으로 보고, 프로그램이 연속적인 즐거움을 가지거나 줄 띄 편성일 경우, 프로그램 충성도에 대한 설명력이 높은 것으로 분석함.
- 다만, 프로그램의 내용적 특성을 객관적으로 측정하는데 어려움이 있음. 예를 들어 스타 배우를 개념화하기 위해 전문가 의견에 기반하거나 드라마 주제를 구분할 때 연구자의 주관적 시각이 투영될 수 있음 (이화진, 김숙 2008; 권호영 외 2009).

- 오늘날 변화하는 미디어 환경에서 텔레비전을 시청하는 행태는 변화함. 케이블 채널과 종합편성 채널의 등장이나, 모바일 기기를 통해 스트리밍 혹은 다운로드하는 방식의 등장은 기존 지상파 방송사 중심의 방송체제에서 편성과 같은 구조적 요인이 가졌던 영향력을 약화시킴. 보다 능동적이고 선택적이며 개인화된 시청행위가 가능해짐.
- 더 이상 텔레비전의 편성시간에 따른 프로그램의 시청률이 유익한 수익모델이 되기 어렵게 됨. 프로그램 자체의 경쟁력을 바탕으로 시청자의 공감대를 유도하는 방향으로 이전해나갈 필요성이 제기됨.
- 드라마 시청률 성공요인에 대한 보다 복합적이고 참신한 접근이 요구됨. 많은 연구자들이 개인적 요인과 구조적 요인을 모두 아우르면서 이들 사이의 관계를 정밀하게 살피는 연구를 필요함.
- 예를 들어, 드라마의 주제나 장르 등 내적 요인과 편성과 같은 구조적, 외적 요인은 긴밀하게 연결되어 있음.
- 드라마는 흔히 일일 아침 연속극, 일일 저녁 연속극, 주간 미니시리즈, 주말 +연속극 등으로 구분됨. 일일 아침/저녁, 주간, 주말 등 드라마 유형을 구분하는 명칭에서 알 수 있듯이, 드라마는 매일 혹은 매주 단위로 반복됨. ‘본방사수’라는 단어의 탄생이 지시하듯이, 텔레비전 프로그램의 방영시간과 시청시간은 비동시적으로 되어감. 그럼에도 불구하고 여전히 시청과 편성의 패턴은 존재함. 시청패턴과 편성패턴이 서로를 규정하면서 드라마의 반복적 연속성은 강화됨. (권호영 외 2009)
- 시청패턴과 편성패턴의 반복은 서사구조의 반복으로 이어짐. 안정적인 시청층을 확보하기 위해 방송사는 이전에 상업적으로 성공한 작품 특징(이야기 구성에서부터 등장인물의 성격, 등장인물들 사이의 관계, 갈등형태, 에피소드 등에 이르기까지)을 따라하는 경향이 있음. 이러한 경향은 역사극, 멜로드라마, 로맨틱 코미디 등 장르를 막론하고 나타남. 서사구조의 반복은 시청자가 에피소드의 일부를 놓쳤을지라도 이야기 전체 흐름을 따라가는데 야기되는 어려움을 제어하는데 도움을 줌.
- 또한 편성시간과 시청자의 인구통계학적 요인과 연결됨. 드라마의 시청률은 동 시간대 다른 채널에서 방영되는 드라마의 경쟁구도에서 우위를 점할 수 있을 것인지

와 같은 편성의 문제와 더불어, 드라마가 방영되는 시간대의 주된 시청층이 누구이며 그들의 기호를 얼마만큼 충족시킬 수 있을 것인가에 의해 영향을 받음.

- 드라마 시청률에 영향을 미치는 요인 역시나 연구자마다 다르게 분류함. 전익진, 은혜정 (2014)의 경우, 개인적 요인과 대별되는 구조적 변인을 방송사 내적 요인과 방송사 외적 요인으로 구분하고, 방송사 내적 요인으로 방송사, 편성시간대, 요일, 그리고 장르를, 방송사 외적 요인으로 외주제작여부, 계절요인으로 설정함.
- 편의적으로, 이 연구에서는 드라마 성공에 미치는 요인을 내적, 외적요인으로 구분함.
- 내적 요인으로 출연진, 작가, 제작자 등 인적자원, 이들 인적자원의 스타파워 보유 여부와 캐릭터, 소재, 주제, 형식, 이야기 구성, 장르를 포함한 내용적 요소가 있음.
- 외적 요인에는 편성, 제작비, 채널브랜드가 해당됨.

제 4 절 드라마 성공에 영향을 미치는 요인

1. 내적요인

1) 인적자원

- 스타 배우, 작가, PD 등이 드라마의 성공 (시청률)에 영향을 미치는 영향력을 다루는 연구는 최근 10여 년 사이에 이루어짐. 기존 연구에 따르면, 스타가 참여한 드라마가 그렇지 않은 드라마보다 시청률이 상대적으로 높은 경우와 그렇지 않은 경우가 혼재되어 있음.
- 배진아(2005)는 2000년부터 2003년까지 KBS1, KBS2, MBC, SBS 등 지상파 4개 채널에서 방송된 드라마(전체 241개 드라마 가운데 단막극, 시추에이션 드라마를 제외한 204개의 드라마)를 대상으로, 드라마 시청률과 스타 출연 여부의 관련성을 실증적으로 제시함.

- 드라마에 출연하는 스타를 남, 녀의 성별차이로, 그리고 A, B급으로 분류함. A급 스타는 “드라마의 내용과 별개로 특정 인물이 등장한다는 이유만으로도 일정 규모의 시청자들을 흡인할 수 있는 가능성을 가진 배우”로, B급 스타는 “시청자 동원력은 확실치 않으나 대중적으로 잘 알려져 있으며 친근한 이미지를 가지고 있는 배우”로 정의함(배진아 2005).

- 연구결과, 스타배우의 출연 여부가 드라마 시청률에 영향을 미치며, 남자의 스타보다는 여자 스타의 출연이, 그리고 남녀 스타 배우의 동반 출연이 드라마의 시청률 상승에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타남. 보다 구체적으로 설명하면 다음과 같음.
 - B급 남자 스타는 드라마 시청률과 관련이 없는 반면, A급 남자 스타, A급 여자스타, 그리고 B급 여자 스타 모두 시청률과 유의미한 관련을 갖는 것으로 나타남.
 - A급 남자 스타와 A급 여자스타가 출연한 경우, 시청률이 가장 높은 것으로 나타났음. 뒤를 이어, A급 여자 스타가 출연하고 A급 남자스타가 출연하지 않는 경우, A급 남자 스타가 출연하고 A급 여자스타가 출연한 경우, A급 남자 스타와 A급 여자스타 둘다 출연하지 않은 경우의 순으로 시청률 순위가 매겨짐. 이로써 어느 정도에 이르는 시청률을 확보하기 위해서 스타 배우 캐스팅이 중요하다는 점을 알 수 있음 (배진아 2005, 289-291).
 - 스타배우 캐스팅과 드라마 시청률 사이의 관계를 부정하거나 무시하기는 어려움. 다만, 여기에 대해서는 좀더 세심한 해석이 동반되어야 함. “예컨대 스타를 캐스팅하는 드라마일수록 더 많은 제작비가 투입된다든지, 더 우수한 작가와 PD를 캐스팅할 가능성이 크다든지, 그 결과 작품의 완성도가 높아질 수 있기 때문에 시청률이 높을 수 있다는 예측이 가능함(배진아 2005).

- 이화진과 김숙(2008)은 드라마의 내용변인 가운데 한 가지로 스타배우, PD, 작가의 참여를 설정하고, 이들 변인이 드라마 시청률에 미치는 영향을 분석함.
 - 2002년 1월부터 2007년 6월까지 지상파 4개 채널에서 방영된 전체 드라마 가운데 단막극, 특집극, 일일저녁연속극을 제외한 모든 드라마 265편을 분석

대상으로 삼음. 연구 초점이 원작을 비롯한 내용변인의 영향력을 살피는데 초점을 둔다는 점에서, 스토리 구조가 비교적 분명한 미니시리즈와 원작 각색이 이루어지는 아침드라마, 주말드라마 등 37편을 추출해서 중점적으로 살펴봄.

- 전문가 의뢰를 바탕으로 스타배우를 개념화함. MBC, SBS, 독립제작사에서 10년 이상 드라마 제작 및 기획을 담당하고 있는 PD가 해당년도에 편성된 드라마의 주연배우를 스타라고 평가하는지 체크하게 함. 스타 여부를 판단하는 기준으로, 특정 배우가 해당 드라마에 출연할 당시 그 배우가 일정 정도 이상의 시청률을 올릴 수 있는가를 고려하도록 함. 이에 따라 같은 배우라 할지라도 드라마에 출연한 시점에 따라 스타로 평가되기도 하고 그렇지 않기도 함. 전문가 세 사람의 의견일치도에 따라 스타 여부를 결정함. 전문가들 사이에 의견불일치가 있을 경우 다수결의 원칙을 따름.
- 시청률을 스타PD와 스타작가를 판별하는 기준으로 삼음. 분석기간인 2002년부터 2007년 6월 사이에 최소 2편 이상의 작품을 연출하고 집필한PD와 작가 가운데 평균 시청률 20% 이상을 기록한 경우 스타PD와 스타작가로 정의함.
- 연구결과, 스타 배우의 출연은 전반적으로 시청률 차이를 가져오는 것으로 나타남.
- 남성 스타 배우가 단독 주연인 경우보다는 여성 스타 배우가 단독 주연인 경우 시청률이 높았음.
- 단독 스타의 주연보다는 두 명 이상의 스타배우가 주연일 경우 시청률이 높았음.
- 채널별로 보면, KBS2와 MBC는 스타배우가 출연하는 드라마와 스타 배우가 출연하지 않는 드라마 간의 시청률 차이가 매우 큰 것으로 나타남. 이들 채널이 현대극 형태의 미니시리즈 편성이 많은 것과 관련된 것으로 보임.
- 스타 PD와 작가가 참여할 경우 시청률이 확연히 높아짐. 채널별로 보면, KBS2가 스타PD를 기용했을 때 시청률25.2%, 스타 작가를 기용했을 때

24.9%로 가장 높았음. SBS는 스타 PD나 스타 작가가 참여하지 않은 드라마에서 모두 시청률이 가장 높았음.

- 한편, 국내원작변인은 드라마 시청률에 대해 미미한 설명력을 나타냈지만, 스타 배우, 작가, PD 등의 다른 제작요소와 결합되었을 때, 시청률을 높이는 것으로 나옴.

- 권호영 등(2009, III장)은 드라마 제작 측면에서 스타배우의 활용 여부를 세부 요인으로 설정하고 스타배우 캐스팅과 드라마 시청률사이의 관계를 검토함.

- 스타를 지명도가 있는 배우로 정의함.
- 2005년부터 2009년 9월 30일 이전에 종영된 드라마 가운데, 스토리의 기승전결 구조를 띄지 않는 시트콤, 단막극, 한두 회에 걸쳐 방송되었던 특집극, 비정상적으로 종방 했던 드라마, 그리고 북한에서 제작한 드라마를 제외한 261편을 대상으로 함.
- 스타가 출연한 드라마가 그렇지 않은 드라마보다 시청률이 약간 낮음. 그러나 이는 통계적으로 유의한 수준은 아님.

- 권호영 외(2009, V장)는 PD, 작가, 배우(주연으로 분한 배우로 제한)와 같은 인적 자원이 가진 스타파워와 드라마 시청률 사이의 관계를 연구함.

- 1994년부터 2009년 8월까지, 15년 8개월간 지상파 4개 채널에서 방영된 드라마 가운데 시트콤, 단막극, 1-2회로 편성된 특집극을 제외한 총 852편을 연구범위로 삼음. 이들 드라마 제작에 참여한PD, 작가, 배우, 각각 151명, 103명, 444명을 추출함(권호영 외 2009).
- PD, 작가, 배우 등 인적자원의 스타파워는 시청률을 기준으로 판별함. 이들이 처음 참여한 드라마부터 표준화시청률 상위 25%이내에 들었다면 스타, 참여한 드라마가 한번도 표준화시청률 상위 25%이내에 들지 못했다면 非스타, 초기에는 상위 2%내에 들지 못하다가 추후에 출연한 드라마가 상위 25%내에 한번이라도 들었다면 스타탄생으로 정의함.

- 각 인적자원이 스타가 되기 이전과 이후 시청률에 대한 영향력을 살피기 위해, 이들이 3회 이상 참여한 드라마를 대상으로 자료를 재구성함.
- 인적 자원의 구성조합으로 PD-작가(24쌍), 제작- PD(41쌍), 제작-작가(33쌍), 제작-출연배우(39쌍)의 네 가지 관계로 상정함. 인적 자원들의 구성조합이 가진 스타파워도 마찬가지로 시청률을 기준으로 판별하고, 스타 조합과 非스타 조합, 조합의 스타 이전시기와 스타 이후시기로 구분함.
- “제작자와 각 인적 자원 간 조합들의 공동 작업 경험과 이들이 보유한 스타 파워가 시청률에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 반복적 공동 참여경험에 따른 시청률 차이를 분석하기 위해 기본적으로 3편 이상의 공동 작업 경험을 가진 인적 자원 조합들의 참여드라마를 분석대상으로 하였다”
- 스타 인적 자원의 시청률 분석 결과, PD, 작가, 배우 모두 스타인 드라마 경우, 非스타가 참여한 드라마보다 시청률이 높았음. 이는 통계적으로 유의한 수준으로 밝혀짐. 이는 선행연구와 일치.
- 스타탄생 시점을 기준으로 스타 이전 시기와 이후 시기 시청률을 비교했을 때, 스타 PD와 스타 배우의 경우, 스타로 인정받은 이후 시기의 드라마들이 스타로 인정받기 이전 시기의 드라마보다 시청률이 높았음. 다만, 스타 작가의 경우는 스타 이전/이후 시기의 차이가 통계적으로 유의하지 않음.
- 스타파워가 시청률에 미치는 영향이 지속하는지를 검증했을 때, PD, 작가, 배우의 모든 인적 자원들에 있어서 스타일 경우 非스타일 경우보다 높은 시청률을 나타냄. 단, 스타 PD, 작가, 배우의 영향력은 드라마 참여의 일정 횟수를 초과할 경우, 非스타PD, 작가, 배우가 참여한 드라마의 시청률과 차별화되지 않았음. 스타PD의 경우 6회, 스타 작가의 경우 4회, 스타 배우의 경우 6회 참여 때까지는 非스타PD, 작가, 배우가 참여한 드라마와 대비되는 높은 시청률을 보임.
- 결론적으로, 스타파워는 드라마 시청률을 상승시키는 요인임. 하지만 그 영향은 단기적인 시의성을 내포하고 있음.

- 스타 구성 조합과 非스타 조합의 시청률 분석 결과, PD-작가, 제작-PD, 제작-작가, 제작-배우의 구성조합에서 스타조합이 참여한 드라마가 非스타 조합의 드라마보다 시청률이 높았음. 이는 통계적으로 유의한 수준으로 밝혀짐.
 - 특히 PD-작가 구성 조합의 경우 다른 구성조합과 비교했을 때, 스타 조합과 非스타 구성 조합 사이의 시청률 차이가 가장 큰 것으로 나타남. 이는 PD-작가가 반복적으로 협력관계를 유지하면서 발생한 스타파워가 시청률에 미치는 영향력을 검증함.
 - 스타 인적 자원들의 구성 조합이 지속성을 갖는가 여부를 분석 했을 때, PD-작가, 제작-PD, 제작-작가, 제작-배우의 구성 조합 모두에서 非스타 구성 조합보다 높은 시청률을 나타냄. 단, 인적 자원의 구성조합이 갖는 스타파워는 드라마 참여의 일정 횟수를 초과할 경우 감소함. 제작자-작가 조합은 2회, 제작자-배우 조합은 3회가 경과하면 非 스타조합과 차이가 없는 비슷한 시청률을 보임. 제작자-PD 조합 경우, 이와 같은 시청률 수렴현상을 보이지 않았지만, 드라마 횟수가 늘어날수록 非스타 PD, 작가, 배우가 참여한 드라마 시청률과의 차이가 줄어들어.
 - 결론적으로, 스타 인적 자원 그리고 스타 인적자원의 구성 조합이 보유한 시청률에 대한 영향력은 분명 존재하지만, 그 효과는 단기적인 시의성을 가짐. 따라서 드라마를 제작할 때 스타파워를 보유한 인적자원을 활용하되, 새로운 아이디어와 이미지를 제공할 수 있는 다양한 인적 자원을 개발하고 활용해야 함.
- 오경석 등(2014)은 드라마 제작에 관여하는 인적자원으로 PD, 작가, 배우를 선정하고, 이들이 시청률에 미치는 영향을 사회 네트워크 분석(혹은 사회 연결망 분석, social network analysis)을 사용하여 분석함.
- 2000년에서 2009년 사이에 방영된 지상파 방송 3사 드라마 가운데 매년 시청률 상위 20위에 오른 드라마를 선정함. 이 중 특별 편성된 드라마, 방송횟수가 16회가 되지 않는 드라마, 매회PD, 작가, 배우가 바뀌는 옴니버스식 드라마를 제외함. 그 결과 154개 드라마를 분석대상으로 삼음.

- 추출된 154개 드라마에 참여한 PD, 작가, 배우(주연급 연기자로 제한)의 수가 각각 214명, 189명, 536명으로 총 939명으로 확인됨. 이 가운데 최소 3회 이상 드라마 제작에 참여한PD(15명), 작가(18명), 남자배우(34명), 여자배우 (27명) 총 94명을 추출함. 추출된PD, 작가, 배우의 명단은 <표 2-1>과 같음.
- 추출한PD, 작가, 배우를 가지고 집단 연결망의 응집력 정도를 분석하기 위해 밀도를 분석하였고, 집단의 응집형태가 중앙 집중적으로 형성되어 있는지 아니면 방사형태로 형성되어 있는지를 분석함.
- 분석결과, 전체 연결망 구성에서 보편적으로 연기자들이 중앙의 위치를 차지하고 스타 PD와 작가도 중앙에서 멀지 않은 위치에서 다수의 배우와 연결되어 있음. 안정된 연기력을 보여주는 연기자 및 검증된 연출가와 작가들이 드라마 제작에 참여함으로써, 높은 시청률이라는 성과로 나타난 것으로 보임.
- 한정적인 PD-작가 사이의 연결망이 일부 형성되어 있을 뿐, 대부분 직접 연결없이 연기자를 통해 연결망이 구성됨.

<표 2-1> 3회 이상 드라마 제작에 참여한 PD, 작가, 배우

구분	명수	명단
연출	15	권석장,김근홍,김사현,김양,김종창,문보현,신우철,오종록,이대영,이병훈,이장수,이종한,장태유,전기상,정을영
작가	18	김기호,김수현,김영현,김은숙,김인영,문영남,서영명,오수연,윤선주,이덕재,이정선,이흥구,이환경,임성한,정성희,정지우,최완규,최현경
남자배우	34	고수,권상우,김민종,김승수,김영철,김영호,김재원,류시원,류진,박상원,박신양,변우민,소지섭,손현주,송일국,안재욱,유준상,이동욱,이민우,이병헌,이서진,이재룡,이종원,이주현,이창훈,이훈,장혁,장현성,전광렬,조민기,조인성, 지성,차인표, 한재석
여자배우	27	고현정,구혜선,김민정,김소연,김정은,김하늘,김현주,김희애,명세빈,박선영,소유진,송혜교,심혜진,오연수,유호정,윤정희,이요원,이태란,장서희,정선경,채림,채시라,최지우,하지원,한혜진,한효주,황수정

출처 : 오경석 외(2014)

- 중앙성 분석에서 중앙을 차지하고 있는 PD와 작가는 흔히 스타제작진이라고 불리우는 이들임.
 - 반면, 중앙을 차지하고 있는 배우는 박선영, 오연수, 김승수 등이었음. 이들은 유명한 배우이기는 하지만, 통상적으로 스타라고 분류되지는 않음. 그럼에도 불구하고 이들의 중앙성이 높게 나타난 것은 꾸준히 작품 활동을 하면서 출연한 드라마가 모두 시청률 상위그룹에 올라가 있었기 때문인 것으로 보임.
 - 한편 장동건, 원빈, 류시원, 이병헌 등 흔히 한류스타로 분류되는 이들은 류시원을 제외하고 연계관계망에서의 중앙성이 미미함. 장동건과 원빈의 경우 영화 출연에 치중해왔기 때문에 흥행 드라마에 관련된 분석 데이터 안에서 이들의 스타성이 포착되지 않은 것으로 보임. 명실공히 최고 한류스타로 자리해 온 배용준의 경우 <겨울연가>이후 <태왕사신기>에 출연한 것 외에 다른 작품 활동을 하지 않았기 때문에 분석대상에 들지 못했음.
- 스타활용 여부가 드라마 시청률에 미치는 영향이 제한적이라는 점을 넘어서서 스타 캐스팅이 드라마 성공에 부정적이라는 점이 지적됨.
- 권호영 등(2009)이 2009년 드라마 산업 전반에 관련된 전문가(제작관계자, 편성관계자, 유통관계자, 제작투자 관계자, 기자, 평론가, 교수 등) 16명을 대상으로 한 심층인터뷰를 빌리면 다음과 같음.
- 배우가 대본이 요구하는 캐릭터에 부합하는지, 연기력이 뛰어난지 보다 대중 인지도가 높은지에 의존해서 캐스팅이 이루어질 경우, 완성도 높은 스토리를 시청자에게 전달하는데 어려움.
 - 한류에 영합해서 스타캐스팅에 의존해서 드라마가 기획, 제작될 경우, 오히려 해외 시장에서 부정적인 평가를 면치 못하게 됨.
 - <찬란한 유산>(2009, SBS, 연출 진혁; 극본 소현경)은 스타파워에 의존하지 않은 채 50%에 육박하는 높은 시청률을 기록한 대표적인 사례임. 특별하지 않은 등장인물과 가족애라는 진부해보일 수 있는 소재를 다루고 있지만, 미

스터릴 요소를 더하는 등 스토리를 입체적으로 설계하여 작품의 완성도를 꾀했음. 또한 주연에서 조연, 단역에 이르기까지, 출연하는 배우가 캐릭터와 완벽하게 동화되는 호연을 보여줌(권호영 외 2009). 기업의 사회기부에 대한 관심이 고조되는 시기에 기업의 사회 환원을 중심으로 플롯을 삼음 인간중심적인 경영방식을 실천하는 기업인을 표현함. 이른바 ‘막장드라마’가 대세인 가운데 ‘착한드라마’의 성공가능성을 내비침 (권호영 외 2009).

- 편성에서 유리했던 점이 있기는 했음. <천추태후>와 경쟁 편성되었지만, 장르에서 주유 타겟 시청층이 차별화되었음/갈렸음(권호영 외; 2009).

2) 내용

- 서울 시민 491명을 직접 면접조사를 통해 시청자의 프로그램 결정 요인을 분석한 김현주(2002; 권호영 외 2009, 재인용)에 따르면, 텔레비전 시청 선택에는 시청자의 이용가능성이나 프로그램 배치 구조 등과 같은 외적 요인이 영향을 미치지만, 일단 텔레비전을 켜고 난 다음에는 프로그램의 내용이나 개인적 취향이 더 큰 영향을 미침.
- 드라마는 익숙한 소재를 도식적인 구조와 상투적인 등장인물을 통해 형상화하는 경향이 강함. 이로 인해 시청자는 앞으로 전개될 극의 내용을 쉽게 예측함.
- 드라마의 예측가능성은 극의 긴장감을 지속시키는데 방해가 됨. 드라마는 긴장감의 결핍을 메우기 위해 다양한 극적 장치를 동원함(예를 들어, 폭력물에서 주인공들이 하나의 사건과 연애에 동시에 관여한다든가, 여러 가족 구성원들을 2-3개 상이한 줄거리 속에서 각각 주인공으로 배치하는 등의 방식).
- 하지만, 드라마의 예측가능성은 시청의 조건이자 목적이기도 함. 시청자들은 등장인물의 행동과 그에 따른 극적 상황이 개연성을 가지고 전개될 때, 드라마에 몰입하게 됨. 드라마는 허구의 세계를 다루면서도 현실적인 개연성으로부터 완전히 분리되지 않은 이중적인 성격을 지님. 현실세계를 기반으로 허구적 이야기를 만들어내는 드라마는 있을 법함(verisimilitude)과 그럴듯함(plausibility)을 갖추어야 시청의 재미를 제공할 수 있음.

- 또한 등장인물의 행동을 통해 사건을 전개하는 것이 극예술의 본질임. 일일연속극이나 주말연속극 대부분이 사건 중심의 극정 상황을 중심으로 하는 이야기 구조를 취한다면, 미니시리즈는 매력적인 등장인물의 행동을 우선하는 이야기 구조를 취함. 이러한 이야기 구조의 차이 때문에 전자가 현실에서 쉽게 접할 수 있는 평범한 사람들의 소소한 일상을 소재로 취하는 반면, 후자는 현실에서 쉽게 접할 수 없는 등장인물을 통해 시청자의 판타지를 충족시켜주는 방식으로 구성됨.
- 높은 시청률을 기록했던 드라마를 보면 극예술의 본질에 충실한 경우가 많음. 결국 드라마의 성공의 핵심에는 매력적이고 입체적으로 창조된 등장인물과 참신하면서도 탄탄한 구조와 같은 극예술의 기본원리가 있음.
- 드라마의 내용과 시청률 사이의 관계를 분석한 기존 연구의 내용은 아래에 이어짐.
- 이화진, 김숙 (2008)은 드라마 주제 유형을 내용변인으로 삼고 드라마 시청률에 미치는 영향을 분석함.
 - 2002년 1월부터 2007년 6월까지 지상파 4개 채널에서 방영된 전체 드라마 가운데 단막극, 특집극, 일일저녁연속극을 제외한 모든 드라마 265편을 분석 대상으로 삼음. 연구 초점이 원작을 비롯한 내용변인의 영향력을 살피는데 초점을 둔다는 점에서, 스토리 구조가 비교적 분명한 미니시리즈와 원작 각색이 이루어지는 아침드라마, 주말드라마 등 37편을 추출해서 중점적으로 살펴봄.
 - 프로그램 주제 변인으로 드라마에서 중심으로 다루는 이야기의 유형에 따라 남녀관계, 가족 또는 사회, 역사 또는 시대로 구분함.
 - 이 가운데 남녀관계는 그 주제를 다루는 방식에 따라 정통 멜로(남녀간의 애절한 사랑에 초점을 두는 전통적 이야기)와 트렌디/로맨틱 코미디(현대적이며 코믹하고 발랄한 터치로 묘사하는 경우)로 세분함.
 - 분석 결과, 역사나 시대적 주제를 다루는 드라마 평균 시청률이 21.1%로 가장 높음. 남녀관계가 주제인 정통 멜로(15%), 트렌디/로맨틱 코미디(16.9%), 가족/사회 (15.2%)보다 월등한 차이를 보임.

- 분석기간동안 방송되었던 개별 드라마의 높은 시청률 때문인 것으로 추측됨. 당시 MBC의 <주몽>이 41.8%, KBS2의 <해신>이 27.7%, 그리고 <황진이>가 22.5%를 기록함.
 - 정통멜로의 부진한 성과는 최근 드라마 트렌드와 관련됨. 현대적인 감각과 밝은 터치로 묘사한 <내 이름은 김삼순>, <달자의 봄>의 높은 시청률을 기록함. 반면 남녀 간의 애절한 사랑을 전통적인 기법으로 그려낸 <가을 소나기>, <90일, 사랑할 시간> 등은 저조한 시청률을 보임.
- 권호영 등(2009)은 드라마의 내용과 시청률의 관계를 분석하면서, 드라마의 주제(역사, 남녀관계 등), 등장인물의 캐릭터(성공지향형, 캔디형 등), 특수한 소재의 활용(불륜, 출생의 비밀, 기억 상실 등), 원작/원형 스토리의 촬영여부, 그리고 드라마 구성요소(인물, 사건, 배경)의 실험성 여부가 드라마의 시청률에 미치는 영향을 살펴봄.
- 2005년부터 2009년 9월 30일 이전에 종영된 드라마 가운데 261편을 대상으로 선정함. 스토리의 기승전결 구조를 띄지 않는 시트콤, 단막극, 한두 회에 걸쳐 방송되었던 특집극, 비정상적으로 종방했던 드라마, 그리고 북한에서 제작한 드라마를 제외함.
 - 연구결과 첫째, 주제와 관련해서 살펴보면, 근대이전 시기를 배경으로 한 고전적 영웅담이나 왕권 다툼을 다룬 드라마나, 불륜, 이혼, 고부간의 갈등 등 가정을 중심으로한 사적영역의 이슈를 다룬 드라마의 시청률이 높았음. 반대로, 근대 이후의 시기를 배경으로 드라마나, 공적영역에서의 이슈, 혹은 남녀관계를 주제로 삼은 드라마의 시청률이 낮았음.
 - 둘째, 드라마 캐릭터와 시청률의 관계를 확인하기 위해, 드라마의 주인공 2명(드라마 속 비중의 순서로 주인공 1, 2로 표시되지만, 이 둘의 비중 차이가 항상 극명한 것은 아님)의 캐릭터를 나타내주는 세부 항목별로 시청률에 영향을 미쳤는지를 분석함. 캐릭터를 나타내주는 세부 항목으로 직업, 연령, 경제수준, 외모, 성격 (예를 들어 차갑거나 냉철한 성격, 명량한 성격), 유형 (남자주인공의 경우. 성공지상주의/영웅호걸형, 귀공자형, 나쁜 남자형/악당형, 착한 남자/순정남형, 기타; 여자주인공의 경우 캔디형(콩쥐형), 귀여운 악

녀형/공주형, 현모양처형, 팜므파탈형, 기타), 극 전개에 따른 캐릭터의 변화 여부 등 여덟가지 세부적인 항목별로 시청률과의 관계를 검토함.

- 분석결과, 드라마의 주인공의 캐릭터로서의 특성의 차이가 시청률의 차이로 나타나는 것은 매우 드물었음. 주인공의 직업, 연령, 학력, 경제수준, 외모의 요인, 성격, 유형, 극의 전개에 따른 주인공의 캐릭터 변화와 같은 항목에서는 시청률 차이가 크게 나타나지 않았음.
- 유일하게 주인공의 성격 항목에서만 시청률 차이가 유의하게 나타났음. 주인공 1이 명량한 성격일 경우, 차갑거나 냉철한 성격일 경우보다, 시청률이 높게 나타났음. 이는 최근 경제불황을 배경으로 심각한 내용보다는 유머코드를 쫓는 시청자의 심리를 반영하는 것으로 해석됨.
- 셋째, 특수한 소재가 활용되었는지의 여부가 시청률에 영향을 미치는지를 검토함. 특수 소재로는 불륜, 출생의 비밀, 기억 상실이 고려됨. 참고로 이들 소재는 지금껏 흥행드라마를 제작하기 위한 기본 공식마냥 여겨져 왔음.
- 분석결과, 이 같은 특수 소재의 활용 여부와 시청률의 관계가 통계적으로 유의미하지 않다는 결론이 도출됨. 불륜, 출생의 비밀을 소재로 다룬 드라마가 그렇지 않은 드라마보다 시청률이 약간 높았지만, 통계적으로 유의미한 수준은 아님. 한편, 기억 상실을 소재로 다룬 드라마가 그렇지 않은 드라마보다 시청률이 약간 낮았지만, 이 역시나 통계적으로 유의한 수준은 아님.
- 이러한 분석결과는 시청자들의 요구에 부응한다는 명목으로 혹은 시청률 경쟁을 위해 불가피하다는 이유로, 불륜, 출생의 비밀, 기억 상실과 같은 소재를 활용해왔던 기존 드라마 제작자들에게 근본적인 성찰을 요구함.
- 넷째, 드라마의 구성, 실험성, 분위기 및 갈등해결 형태와 시청률 관계는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타남.
- 드라마 스토리 구성방식을 보면, 국내 원형 스토리를 활용했을 때 순수 창작물이거나 해외 원형 스토리를 활용했을 경우보다 시청률이 높았음. 그러나 이는 통계적으로 유의한 수준은 아님.

- 인물, 사건, 배경을 기준으로 드라마의 실험성을 분석한 결과, 실험적 인물이 등장하거나 실험적 사건을 소재로 하거나, 혹은 실험적 배경을 적용한 드라마가 그렇지 않은 경우보다 시청률이 약간 낮았지만 통계적으로 유의한 수준은 아님.
 - 드라마의 전체적 분위기가 ‘신기하고 신비스러우며 웅장하고 장대’한 드라마가 시청률이 가장 높고, ‘슬프고 애절하거나 잔잔하고 감동적인’ 드라마가 시청률이 가장 낮음. 그러나 이러한 드라마 분위기의 차이는 통계적으로 유의하지 않음.
 - 드라마가 갈등을 해결하는 방식에 따라 시청률을 비교했을 때, 해피엔딩으로 갈등을 해결한 드라마의 시청률이 가장 높고, 비극적으로 끝난 드라마가 시청률이 가장 낮음. 그러나 이러한 차이는 통계적으로 유의한 수준은 아님.
- 권호영 등(2009)은 극예술로서 드라마의 구성 원리에 기초하여 2000년대 방영된 미니시리즈를 대상으로 사례분석을 시도함.
- 시청률과 작품성에서 모두 높은 평가를 받은 작품 6편, 시청률과 작품성 모두에서 인정받지 못했던 작품 4편, 시청률은 저조했지만 작품성을 인정받은 드라마 3편, 시청률은 높았지만 작품성을 담보하지 못했던 드라마 1편을 분석함.
 - 사례분석 후, 한국 드라마의 성공과 실패의 요인은 극예술의 기본 구성원리에 있다고 결론지음. “매력적인 등장인물의 창조가 극적 상황의 흥미를 담보하는 전제 조건이며, 등장인물의 개성과 참신하고 탄탄한 구조가 어우러질 때 높은 시청률을 기록하는 것은 물론 작품성도 높게 평가받는다는 것이다. 또한 아무리 진부하고 상투적인 소재라 하더라도 그것을 시대 상황에 맞게 적절하게 변주시켜 새로운 감성을 자극한다면 얼마든지 시청자의 호응을 이끌어낼 수 있음.
- 전문가들 역시 입을 모아 드라마의 내용적 요인이 드라마 시청률에 중요한 영향을 미친다고 언급함.

- 권호영 등(2009)이 2009년 드라마 산업 전반에 관련된 전문가(제작관계자, 편성관계자, 유통관계자, 제작투자 관계자, 기자, 평론가, 교수 등) 16명을 대상으로 한 심층인터뷰 내용.
 - 대다수의 전문가들이 드라마의 내용적 측면, 즉 드라마의 주제, 메시지, 완성도 높은 스토리의 구성 등을 드라마 성패를 결정짓는 절대적, 핵심요인이라고 답함. 빈약한 스토리는 시청자의 외면으로 직결됨. 최근 미국 드라마를 보는 시청층이 늘어나면서 시청자의 눈이 높아짐.
 - 스토리 자체로의 완결성에 덧붙여 대중의 수준, 친숙도, 취향, 사회 환경과 연관되는 주제의식을 겸비해서 시청자로부터 공감을 이끌어내야 함.
 - 한류와 관련해서, 공통적으로 “한국적인 소재와 정서가 해외 시장에서도 소구 가능”하다고 말함. “ ‘대장금’ ‘주몽’ ‘겨울연가’ 와 같은 대표적 사례에서 볼 수 있듯이, 따뜻한 가족애, 남녀간의 애절한 사랑이야기라는 보편적 정서에 호소하는 한국적인 정서와, 궁중음식, 의술 등 한국적인 소재가 해외시장에서도 성공할 수 있는 밑거름이 된다”고 주장함.
- 권호영 등(2009)은 시청률이 높은 드라마와 낮은 드라마를 각각 유형화하고 내용의 차이를 분석함.
- 2004년부터 2009년 9월에 종영한 드라마 가운데 평균 가구 시청률 상위 15개를 추출하고, 여기에서 일일연속극이나 아침연속극을 제외한 13개 드라마를 선정, 이들을 고시청률 프로그램으로 정의함. 그리고 고시청률 프로그램의 회별 시청률 추이를 살펴봄. 고시청률 프로그램에 해당하는 드라마에는 크게 세 가지 유형이 있음.
 - ① 지속적 상승형: 첫회부터 마지막회까지 시청률이 지속적으로 상승세를 유지한 드라마를 지칭함.
 - ② 후반 부진 희생형: 지속적으로 상승하던 시청률이 중반부부터 다소 하락세를 보이지만 후반부에 회복하는 유형을 지칭함.

③ 후반 부진 하락형: 초반부터 중반까지 시청률이 지속적으로 상승하다가 후반부 하락세를 보인 후 희생하지 못한 유형을 지칭함.

- 저시청률 프로그램으로 선정된 13편 드라마의 시청률 추이를 분석한 결과 그 유형에는 다음의 네 가지가 있음.

① U자형(先하락 後상승형): 방영 초반부터 중반부 혹은 중반 이후까지 하락세를 보이다가 이후 상승세를 보이는 유형을 지칭함.

② 지속적인 하락형: 드라마 초반부터 후반까지 지속적으로 하락세를 유지하는 유형을 지칭함.

③ 저시청률 고정형: 방영 내내 시청률 $\pm 1\%$ 이상의 차이를 보이지 않는 경우로, <일단 뛰어> (2006-2007, KBS2, 연출 김정민, 지병현, 극본 황다운, 이명숙, 안형란), <싱글파파는 열애중>(2008, KBS2, 연출 문보현, 극본 오상희)이 있음.

④ 기타 유형이 있음.

- 분석결과, 드라마 내용과 관련해서 다음의 패턴이 확인됨. 첫째, 드라마 도입부에서 자극적인 갈등요소, 주인공의 시련, 에피소드 방식의 빠른 전개로 시청층을 유입함. 도입부 시청층 유입이 이후 시청률 상승에 기폭제로 작용함. 둘째, 시청자들은 드라마 주인공의 분명히 인지하고 드라마에 몰입함. 주인공의 위기나 시련이 제시되었을 때 시청자의 몰입도가 증가함. 셋째, 낯선 소재와 형식을 이용할 경우 대중적 호소력이 낮아 시청률 경쟁에서 불리하게 작용함. 한편, 통속적인 소재를 다루더라도 시청률이 저조한 드라마의 경우, 긴장감을 유발하는 갈등 장치가 없었음.

- 고시청률프로그램의 사례분석을 통해서 봤을 때, 내용측면에서 절정을 유도하는 요소가 후반부에 있어야 긴장감을 유지함.

① 지속형 상승형 드라마: 드라마 장르(사극, 현대극 등)이나 편성요일에 관계없이 에피소드를 중심으로 드라마가 빠르게 전개되는 특징이 있음. 후반부에

등장한 반전 스토리가 등장해서 극적 긴장감을 유지함.

② 후반 부진 희생형: 편정보다는 스토리 전개방식에 따라 시청률이 변화한 것으로 보임. 전반에서 갈등이 해소되거나 해소되는 것으로 보일 때 시청률이 상대적으로 하락하지만, 후반부 갈등이 재점화되면서 다시 상승함.

③ 후반 부진 하락형: 주인공의 위기나 갈등상황이 전반부에서 전면적으로 배치됨. 이는 초반 시청률 상승에는 도움이 되지만, 갈등 상황이 전반부에 해결되면서 지속적으로 시청률을 견인 혹은 상승시키는데는 실패함(30대 여성 시청층 부재한 것도 한 실패의요인임)

- 저시청률 프로그램은 유형에 관계없이 갈등상황을 설계하거나 소재의 활용에서 실패한 것으로 드러남.

① U자형 (先하락 後상승형): 갈등의 완급을 조절하는데 실패함. 갈등요소가 많더라도 두드러진 갈등이 없음. 또한, 시청자 몰입을 유도할 중심인물이 모호함. 일반적으로 시청자는 드라마를 볼 때 한 중심인물을 두고 스토리를 따라가는데, 그 중심인물을 뚜렷하게 설정하지 못함.

② 지속적인 하락형: 갈등을 축으로 인물간 대립관계를 단단하게 설계하지 못함. 또한 비현실적이거나 지나치게 낯설고 불편한 소재를 다룸으로써 보다 넓은 범위의 시청자에게 어필하는데 실패함.

③ 저시청률 고정형: 두 편의 드라마를 사례분석했다는 점에서 일반화의 어려움이 있음. <일단 뛰어>의 경우, 드라마가 중심인물을 고정해놓고 있으나, 세명의 작가들이 매회 다른 사건, 인물을 중심으로 스토리를 전개한 방식이 시청자에게 낯설었을 수 있음. 반면, <싱글파파는 열애 중>의 경우 전형적인 신파요소를 사용했는데, 이런 점이 시청자에게 진부하게 비쳤을 수 있음.

- 이상의 연구 결과는 참신하고 매력적인 캐릭터를 가지고 구성된 탁월한 시나리오를 바탕으로, 훌륭한 연출이 가미되었을 때 드라마의 시청률이 높다는 기존의 교과서적인 명제를 증명함.

- 캐릭터, 주제의식의 중요성과 관련하여 가장 유용한, 최근의 예로 사회적으로 신드롬을 일으키며 케이블 채널 tvN에서 20부작으로 방영되었던<미생>(2014, 감독 김원석, 작가 정윤정)을 들 수 있음.
- <미생>은 2012년 1월부터 2013년 8월까지 포털사이트 다음(Daum)에서 인기리에 연재되었던 작가 윤태호의 웹툰 <미생>을 각색해서 만든 드라마임. 프로 바둑기사가 되는데 실패한 스물여섯 청년 장그래가 대기업의 인턴 사원으로 들어가면서 벌어지는 이야기를 담고 있음. 아이돌 그룹 ‘제국의 아이들’ 출신으로, 연기영역으로 활동 영역을 넓혀온 임시완이 주인공 장그래 캐릭터를 맡게 됨. 방영 전부터 원작과의 싱크로율을 분석하는 등, 대중의 관심을 받았던 작품임. 시청률 1.6%(닐슨코리아, 케이블 기준)로 출발한 이 드라마는 연출과 배우들의 활약으로 직장인의 삶을 현실적으로 담아낸데에 시청자의 공감과 평론가의 호평이 이어지면서, 시청률이 상승 곡선을 이룩함. 9회에 이르러 시청률 5.06%로 2014년 케이블 드라마 가운데 최고 시청률을 기록했음. 18회에 이르러 시청률 7.95%를 달성함. <미생>의 마지막 회(20회)는 평균시청률 8.4%, 최고시청률 10.3% (닐슨코리아 유료플랫폼 가구 기준)을 기록했음.
- 제일기획은 2014년 10월 17일부터 12월 16일까지, <미생>이 방영되던 기간동안 이 드라마와 관련해서 어떤 내용이 소셜미디어에 언급되었는지, 그리고 온라인 검색어에 등장했는지를 빅데이터 분석과 설문조사를 병행해서 함. 전체 19만 2000건의 <미생> 관련 언급에서 주인공 캐릭터인 ‘장그래’(임시완 역할)에 대한 언급이 21%를 차지하며 가장 높은 순위를 기록함. 시청자들이 드라마 속에서 비정규직의 삶을 보여준 장그래 캐릭터에 공감하면서 드라마에 대한 관심을 지속시킨 것으로 여겨짐.
- 한편, 온라인 검색에서는 장그래와 동기 인턴사원 캐릭터인 ‘안영이’(강소라 분)에 대한 언급이 가장 높은 것으로 나타남. 드라마 관련 검색어 3만 4,000건 가운데 안영이 관련 검색어(예를 들어, ‘안영이,’ ‘강소라,’ ‘강소라 드레스’ 등)가 전체의 42.7%에 해당함. “온라인 검색은 ‘알고 싶다’는 호기심에서 비롯된 것인 만큼 시청자들이 안영이라는 캐릭터를 선망의 대상으로 바라봤다”고 해석됨.
- <미생>의 인기비결에 대한 종합 평가에서 제일기획은 “주인공 캐릭터들의 다양한 매력이 서로 시너지를 일으키면서 시청자들의 감정이입을 지속적으로 끌어냈기 때

문”이라고 결론지음.

3) 장르

- 영화에 비해 텔레비전 드라마 장르에 대한 체계적인 연구가 축적되지 못함. 장르에 대해서 일관적이고 정밀한 개념 정의가 아직까지 이루어지지 않음.
- 일찍이 텔레비전 드라마의 장르 분류를 시도한 주창운(2004)은 드라마를 12개의 하위장르(멜로드라마, 홈드라마, 로맨틱드라마, 역사드라마, 경찰드라마, 법률드라마, 다큐드라마, 무협/액션, 학교, 전원, 단막극, 외국드라마)로 나눔. 여기에 전인진, 은혜정(2014)이 의학 드라마를 새롭게 추가함. 드라마의 하위 장르를 표로 구성하면 <표 2-2>와 같음.

<표 2-2> 드라마의 하위 장르

드라마의 하위 장르	정 의
멜로드라마	가족 갈등, 불륜, 가족 성장기 등을 다룬 드라마
홈드라마	가족의 신뢰와 애정에서 전개되는 드라마
로맨틱드라마	젊은 남녀의 사랑을 중심으로 전개되는 드라마
역사드라마	역사적 배경을 소재로 한 드라마
경찰드라마	범죄와 수사관련 드라마
법률드라마	법률문제를 다룬 드라마
다큐드라마	다큐멘터리 형식의 드라마
무협/액션	무협이나 액션 중심의 드라마
학교	학교를 배경으로 하는 드라마
전원	농촌이나 어촌 등을 배경으로 하는 드라마
단막극	이야기가 한 회에 끝나는 드라마
외국드라마	외국에서 제작된 드라마
의학드라마	병원 내 생활을 소재로 한 드라마

출처 : 주창운(2004), 전인진, 은혜정(2014)

- <표 2-2>에 언급된 드라마의 하위 장르의 상당수가, 드라마 시청률 연구에서 드라마의 배경, 내용, 주제 등의 개념으로 시청률에 영향을 주는 요인으로 이해되어 왔

음. 앞서 소개된 드라마 내용을 변인으로 한 시청률 연구에서도 드러남.

- 배진아 (2005)는 드라마를 역사적 배경에 따라 분류하거나 (현대극, 시대극, 사극) 혹은 내용에 따라 분류하는 것(트렌디 드라마, 멜로드라마, 홈드라마)은 드라마의 성격을 제대로 반영하는데 한계가 있다고 지적함. 같은 역사극이라도 어떤 주제를 어떤 방식으로 풀어내느냐에 따라 매우 다른 속성의 드라마가 될 수 있음. 내용에 따른 분류는 그 기준이 모호하여 현실적으로 적용하기에 부족함.
- 이에 따라 편성 요일, 시간대와 같은 편성요인을 기준으로 드라마 유형화를 시도함. 편성 요일이나 시간대에 따라 구분되는 드라마의 유형이 드라마 하위 장르와 연동되어 나타나는 이유로, 드라마 유형과 장르가 개념적으로 혼용 가능한 것으로 간주되기도 함.
 - 배진아(2005)는 2000년부터 2003년까지 KBS1, KBS2, MBC, SBS 등 지상파 4개 채널에서 방송된 드라마 241개 가운데 단막극, 시추에이션 드라마를 제외한 204개의 드라마의 시청률을 드라마 유형별, 채널 유형별을 변인으로 분석함.
 - 편성 요일, 시간에 따라 드라마를 유형화하는 것의 이점을 다음과 같이 설명함.
 - 드라마 유형을 프로그램이 방송되는 요일과 시간대를 기준으로 월화, 수목, 주말, 일일 오전, 일일 저녁 드라마로 분류함. “일반적으로 월화드라마는 특집 기획의 장편 드라마 혹은 미니시리즈가, 수목 드라마로는 트렌디 스타일의 미니시리즈가, 주말 저녁 드라마는 주로 가족 중심의 이야기 전개에 멜로 드라마의 성격을 가미한 드라마가, 일일 오전 드라마는 40, 50대 여성 시청자 취향의 멜로드라마가, 일일 저녁 드라마는 전형적인 형태의 홈드라마가 편성되는 경향이 있다”고 평가함.
 - 드라마가 방송되는 요일, 시간대에 근거한 분류는 기본적으로 편성 시간대를 기준으로 하기 때문에, 드라마의 외적, 구조적 요인으로 분류되는 편성 요인과 유사할 수 있음. 하지만, 이러한 유형 분류는 “유사한 시간대에 편성되는 월화/수목 드라마도 다른 유형으로 분류하는 등 기존의 편성 개념과는 다소

차별화된 속성을 갖기 때문에 제안된 드라마 유형 요인을 드라마 자체의 속성 변인으로 취급하고자”함.

- 연구 결과, 드라마 유형이 시청률/점유율에 유의미한 차이가 있는 것으로 드러남. 주말 저녁 드라마, 월화 드라마, 수목 드라마, 일일 저녁 드라마의 시청률이 다른 유형의 드라마보다 시청률이 높았음. 유사한 시간대에 배정되지만 수목 드라마가 월화 드라마보다 시청률이 높은 것으로 기록됨. 여기에는 일반적으로 더 대중적인 미니시리즈가 주로 수목 드라마로 편성되는 경향과 관련있는 것으로 보임(배진아 2005).

- 배진아(2005)와 유사한 맥락에서, MBC 시청자연구소(2006)는 편성시간과 장르라는 기준으로 구분하고 드라마 성공모델을 도출하려함.

- 2002년 1월부터 2006년 6월까지 5년간 지상파 3사 방송국에서 방영된 드라마 55편을 대상으로 함.
- 분석대상이 된 드라마는 편성시간과 장르별로 미니시리즈, 역사극, 주말 8시대와 10시대 드라마, 그리고 금요드라마로 구분됨.
- 분석 기준은 드라마의 주제, 갈등구조, 캐릭터의 특성을 중심으로 함.
- 분석 결과, 미니시리즈와 주말 10시대 드라마의 경우, 주인공의 애정갈등이 집중 조명되고, 여성 캐릭터는 비전형적인 캔디형과 이라이저형의 대결, 남성 캐릭터는 성격 나쁜 왕자와 좋은 왕자의 대결로 구분됨. 주말 8시대와 금요 드라마의 경우, 불륜과 같은 자극적인 소재를 도입부에 배치하고(그로써 여성 4,50대 시청자를 공략하고), 여성 캐릭터는 희생적 여인과 현대적 악녀, 남성 캐릭터는 가부장적 남성과 순정파 남성이 등장함. 역사극의 경우, 명확한 권선징악적 결말이 선호되며, 여성 캐릭터는 능력있는 선인과 방해자, 남성 캐릭터는 비범한 영웅과 순정파 악인이 등장.
- 드라마의 외적 요인 : 편성요인, 경쟁, 채널브랜드

- 드라마 외적 요인에는 드라마의 편성(편성형태, 편성시간, 방송횟수, 편성 채널 등),

경쟁드라마/채널, 채널브랜드 등이 있음.

- 편성은 기준이 되는 드라마를 방영하는 방송사에서 그 드라마를 전후로 어떤 프로그램 편성하는지, 동일 시간대 다른 방송사가 어떻게 대응 편성을 하는지와 같이 프로그램을 배치하는 것과 관련됨.
- 편성을 광의의 개념으로 사용해서 경쟁드라마/채널의 내용까지도 편성 요인의 구성 요소로 간주할 수 있음.

2. 외적요인

1) 제작비

- 김기배, 권호영(2005)은 편성시간, 드라마의 장르, 제작비의 순으로 텔레비전 프로그램의 시청률에 영향을 미친다고 주장함(김기배, 권호영, 2005; 권호영 외 2009, 재인용).
- 프로그램을 제작하는데 투여되는 비용의 규모는 프로그램의 경쟁력, 프로그램의 질과 밀접한 관계가 있음.
- 프로그램이 제작비용의 제약으로부터 자유로울수록, 시나리오의 요구에 부응하는 촬영이 가능하게 되고, 그 결과 프로그램의 질이 높아질 가능성이 있음.
- 제작비 지원에 따라 보다 완성도 높은 세트에서 촬영을 한다든가, 로케이션 촬영을 하는 일이 가능하게 되고, 이런 면은 프로그램 마케팅 차원에도 적극적으로 활용될 수 있음.
- 정리하자면, 제작비가 높을수록, 프로그램의 질이 향상되고, 그 결과, 시청률 향상이 유도될 수 있음.
- 하지만 프로그램에 투여된 제작비에 비례해서 시청률이 무한대로 증가하는 것은 아님. 프로그램 제작비용을 늘리면 일반적으로 더 큰 시청자집단이 보장되고, 기대되

는 시청자수가 많을수록 더 많은 제작비가 투자되도록 동기화될 수 있음. 그러나 수확 체감의 법칙에 따라, 투자가 일정 한계를 넘어서면, 증가된 투자액만큼 시청자가 늘어나지 않음(김은미 1999, 스가야 미노루 2003; 권호영 외 2009, 재인용).

- 따라서 적정 규모의 제작비를 책정해서, 균형있는 분배를 통해 작품의 완성도를 이루고 시청자의 관심을 끄는 것이 중요함.

- 그런데, 최근 드라마 제작비 상승의 주된 요인은 스타캐스팅에 의존하는 드라마 작품토에서 기인함. 정작 늘어난 제작비는 스타를 위한 개런티 외의 다른 제작요소에는 투자가 되지 못하는 문제가 발생하기도 함.

- “드라마에서 스타 배우와 스타 작가는 회당 수천만원의 보수를 받음으로써 드라마 제작비용의 50% 이상을 차지함으로써 드라마 제작비 상승의 주요 원인으로 지목”됨(권호영 외 2009)

- 게다가 앞서 언급된 바와 같이, 스타캐스팅과 드라마 시청률 사이의 관계가 시기적으로 제한적일 수 있다는 점을 감안한다면, 스타 개런티로 인한 제작비 상승은 제작비 규모에 대한 전반적인 재고를 요청함.

- 권호영 등(2009)이 2009년 드라마 산업 전반에 관련된 전문가 (제작관계자, 편성관계자, 유통관계자, 제작투자 관계자, 기자, 평론가, 교수 등)16명을 대상으로 제작비의 영향력과 적정 규모의 제작비에 대해 질문함.

- 제작비가 드라마 제작에 미치는 영향에 대해서는 찬성과 반대의 의견으로 양분됨.
- 찬성하는 쪽은 대규모의 투자가 아이디어를 개발하는 단계에서부터 안정적이고 풍족한 기획 여건을 마련하게 함으로써 좋은 드라마, 시청자에게 호소력 있는 드라마를 만들 가능성을 높인다고 봄.
- 반면 대규모 투자에 대해서 부정적인 견해가 다수 존재함. 제작 규모란 대본에 근거해서 결정되는데, 현재는 소모적인 대작 경쟁만이 있을 뿐임. 스토리를 개발하고 탄탄하게 만드는데 투자가 이루어지기보다는, 무분별하게 해외

에서 촬영을 하는 등 화려한 볼거리를 채우는데 많은 비용이 사용되면서, 일종의 제작비 누수현상이 생기는 것임. 대규모 제작비로 진행되는 드라마의 경우, 제작비 상당부분을 스타캐스팅에 할애하면서, 다른 제작 부분에 대해서는 소홀하게 됨. 스타캐스팅에 의존해서 드라마를 만들 경우, 제작주체들이 안일해짐. 드라마가 완성도 있는 스토리를 갖지 못한 채 몇몇 스타캐스팅에 의존한다거나 화려한 볼거리만으로 점철된다면 시청률이 높을 수 없음.

- 제작비의 편중된 지출에 대한 비판적 목소리가 있음. 스타 배우나 작가에게 지급되는 과도한 개런티는 오히려 드라마의 발전을 저해하는 요소로 작용할 뿐. 드라마의 규모와 성격에 맞게, 드라마의 다양한 요소로 균형있게 제작비가 분배되어야 함.
- 교수2는 전체 제작비의 15-20% 수준에서 주연배우의 출연료가 결정되어야 하고, 40-50% 수준에서 작가료와 연기자 출연료가 결정되어야 전체적으로 균형 있는 지출을 구성할 수 있으며 작품의 질 또한 보장될 수 있다”고 이야기 함(권호영 외 2009).
- 참고로, 스타 작가 및 배우의 개런티가 고액으로 형성된 데에는 외주제작사들 간의 과다 경쟁에서 비롯된 면이 지적됨(권호영 외 2009).
- 전문가들이 주로 언급한 가장 실패한 드라마는 <태왕사신기>와 <로비스트>였음. 이 두 드라마의 공통점은 스타시스템에 의존하고 막대한 제작비를 투입했으나, 기획, 제작과정, 스토리의 완성도에서 약점을 노출했다고 지적함(참고로 여기에서 드라마의 실패란 저조한 시청률을 의미하는 것은 아님).

2) 편성요인

- 드라마의 편성요인으로는 드라마의 시작 연도, 시작 계절, 일일극 또는 미니시리즈 등 편성형태, 편성시간, 방송횟수, 편성채널 등이 포함됨.
- 이화진, 김숙(2008)도 편성시간대별로 드라마 유형을 나누고 있음. 보통 지상파 방송사에서 실무적으로 사용하는 드라마 유형이 요일과 방송편성시간에 기반하고 있

는데 이것이 시청자들의 이용가능성을 제약하기 때문. 이에 따라 드라마 유형을 월화드라마, 수목드라마, 주말저녁연속극(토요일과 일요일 저녁 8시대 편성되는 드라마), 주말 밤 드라마(토요일과 일요일 밤 9시에서 10시대에 편성되는 드라마), 일일아침드라마, 금요드라마의 범주로 구분함.(이화진, 김숙, 2008)

- 이화진, 김숙(2008)은 드라마의 편성에 따른 시청률 영향을 분석하면서, 편성 연도, 요일별/시간대별로 차별화된 드라마 유형, 채널브랜드에 따른 시청률 차이를 살펴봄.

- 2002년 1월부터 2007년 6월까지 지상파 4개 채널에서 방영된 전체 드라마 가운데, 미니시리즈, 아침드라마, 주말드라마 등 37편을 추출해서 중점적으로 살펴봄.
- 연도별 변인에 따르면, 2004년 드라마 시청률이 18.3%로 가장 높았고, 2006년 13.7%, 2007년 상반기 12.7%로 낮아지는 추세임.
- 드라마 유형별 시청률 차이를 보면, 주말 밤 드라마의 평균 시청률이 19.4%로 가장 높게 나타남. 반면 일일아침드라마의 평균 시청률은 12.2%로 가장 낮음. 월화드라마의 경우 평균 14.4%로 같은 시간대 방송되는 수목드라마(16.7%)보다 낮은 시청률을 보임.
- 이는 KBS1의 대하드라마가 시청자로부터 꾸준한 사랑을 받아온 것과 관련됨.
- 채널별 시청률 차이를 살펴보면, SBS 시청률 평균이 17.5%로 가장 높음.
- 채널과 연도변인에 따른 시청률을 보면, 2004년 KBS1의 시청률이 가장 높음.
- <불멸의 이순신>(21.9%), 일일아침드라마 <그대는 별> (19.9%)때문인 것으로 보임.
- 드라마 유형별 채널별 시청률 차이를 보면, MBC 월화드라마 시청률(16.6%)

이 KBS2(12.4%), SBS(15%)보다 매우 높음. 그러나 수목드라마에서는 MBC(14.9%)가 가장 낮음. 주말 밤 드라마는 SBS가 21%로 가장 높음.

- 권호영 등(2009, III장)에 따르면, 드라마의 시청률은 편성시간, 편성 형태, 방송횟수, 방송 채널과 같은 편성 요인의 영향을 많이 받음. 시청자들이 드라마를 시청하는데에는 일정한 패턴과 선호도가 존재하고 있음.

- 드라마의 편성시간을 평일 아침시간, 평일 20시, 평일 21시 및 22시, 그리고 주말 저녁시간으로 구분하고 각 시간대에 편성된 드라마의 시청률을 비교분석했음. 비교분석한 결과, 평일 20시 대에 편성된 드라마(드라마 형태로 표현하자면 일일 드라마)의 시청률이 가장 높고, 주말 저녁시간 대에 편성된 드라마가 그 뒤를 이었음. 같은 일일 드라마라 할지라도 평일 아침시간대에 편성될 경우, 가장 낮은 시청률을 보였음. 평일 아침시간 대에 편성된 일일 드라마의 시청률은 평일 21시 및 22시 대에 편성된 드라마 (드라마 형태로 표현하자면 미니시리즈)보다 약간 낮을 뿐이었음. 이러한 결과는 드라마가 편성되는 형태와 방송횟수가 시청률과 관계가 있을 것임을 예시함.
- 드라마의 편성형태를 일일연속극, 미니시리즈, 주말연속극, 목/금드라마로 구분하고 드라마 시청률을 비교한 결과, 주말연속극의 시청률이 가장 높고, 일일연속극이 그 뒤를 이었음. 목/금드라마의 시청률이 가장 낮음(권호영 외 2009).
- 방송횟수의 기준에 따르면, 드라마가 30회 이상 100회 미만 방송될 경우, 시청률이 가장 높았고, 20회 미만 방송될 경우, 시청률이 가장 낮았음. 방송횟수에 따라 시청률이 차이를 보이는 것은, 미니시리즈처럼 20회 내외로 편성되는 경우보다, 30회 이상 100회 미만으로 편성되는 주말연속극이나 100회 이상 편성되는 일일연속극의 시청률이 높은 것과 관련됨(권호영 외 2009).
- 채널별 드라마의 시청률을 보면, KBS1이 가장 높고 SBS, MBC, 그리고 KBS2의 순서였음.
- KBS1에서 방송된 드라마의 평균 시청률이 높은 것은 배진아(2005)가 채널별로 드라마의 시청률을 분석했던 결과에서 나와 있었음. 그러나 이 두 연구가

채널별 드라마의 시청률에 영향을 미친 요인에 대한 세부분석 내용은 다름. 배진아(2005)는 채널별 드라마 장르의 경쟁력을 말했다(아래 채널브랜드에 대한 내용 참조). 반면, 권호영 외(2009)는 다른 채널에 비해서 KBS1이 적은 수의 드라마를 방송한 것에 비해, “방송된 미니시리즈의 시청률이 높았기 때문”이라며, “예를 들며, ‘미우나 고우나,’ ‘너는 내 운명’ 등과 같이 30%를 초과하거나 20%대 후반을 기록한 드라마가 많았다”고 언급함. 그런데 여기에 언급된 드라마가 각각 2007-2008년, 2008-2009년 오후 8시대에 편성된 일일드라마/일일연속극이었다는 점을 감안한다면, 권호영 외(2009)의 분석결과는 KBS1 드라마의 높은 시청률을 근거로 채널별 드라마 장르의 경쟁력이 고착되고 있음을 주장한 배진아(2005)의 연구를 다시금 확인하는 것이라고 할 수 있음.

- 권호영 등(2009)은 2004년부터 2009년 9월까지 방영되었던 드라마 가운데 고시청률 드라마 13편, 저시청률 드라마 13편을 선정하고, 드라마의 내용과 편성이 시청률에 미치는 영향을 분석함. 분석 결과, 드라마 시청률에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 편성으로 확인됨.

- 고시청률 프로그램 가운데 지속형, 상승형 드라마에 해당하는 다섯 편 모두 편성이 유리하게 작용함. 시청률 경쟁을 할 만한 드라마가 동 시간대 다른 채널에서 방영되지 않았음. 설사 경쟁 편성이 되었을지라도 장르의 특성상 주요 타겟 시청층이 차별화되었음.
- 저시청률 프로그램은 유형에 관계없이 모두 편성경쟁에서 열위에 있었던 것으로 나타남. 시청률이 저조했던 드라마 대부분이 장기 편성된 사극과 시청률 경쟁을 벌임. 전통적으로 사극은 장르 특성상 중장년층을 기본 시청층으로 안고 출발하는 이점을 지님. 장기편성 될 경우, 시청층이 견고해지면서 유출이 적음. 저시청률 드라마 유형별 편성의 영향에 대한 내용은 다음과 같음.

① U자형(先하락 後상승형): 편성 경쟁에서 절대적으로 열위에 있음. 동시간대 경쟁 드라마가 종영된 후 시청률이 상승세를 보이는 경우가 많은 것이 이 때문.

② 지속적인 하락형: 역시나 편성에서 절대적인 경쟁 열위에 있었음. 당시 경

쟁우위에 있던 드라마 모두 평균가구시청률 30-40%의 드라마였음. 동시간대 다른 채널에서 방영되던 드라마는 모두 특별기획으로 편성된 시대극이었음. <선덕여왕>(2009, MBC, 연출 박홍균, 김근홍, 극본, 김영현, 박상연), <패션 70's>(2005, SBS, 연출 이정효, 이재규, 극본 정성희), <에덴의 동쪽>(2008, MBC, 연출 성준기, 김진만, 극본 나연숙)과 같은 드라마였음.

③ 저시청률 고정형: 두 편의 드라마를 가지고 일반화하기 어려지만, 이들 역시 편성 경쟁에서 절대적 열위에 있었다고 할 수 있음. 동시간대 다른 채널의 드라마는 장기간동안 방영되어 이미 고정 시청층을 확보한 상태임.

- 편성이 드라마의 성공/시청률에 미치는 영향에 대해서, 전문가들의 의견이 분분함.
- 권호영 등(2009)은 2009년 드라마 산업 전반에 관련된 전문가 (제작관계자, 편성관계자, 유통관계자, 제작투자 관계자, 기자, 평론가, 교수 등) 16명을 대상으로 편성요인이 드라마 시청률에 미치는 영향에 대해 심층인터뷰를 실시함.
 - 편성의 영향력이 미미하다고 답한 전문가들은 스토리 자체의 완성도가 확보되는 것이 가장 중요하다고 말함.
 - 편성이 드라마 성공에 중요한 영향을 미치는 요소라고 답한 전문가들은 편성요인에 큰 비중을 두면서 말함.
 - SBS <천사의 유혹>의 경우 9시대 방영이라는 파격 편성을 통해서 당시 시청률 부동의 1위를 차지하고 있던 <선덕여왕>과의 정면대결을 피해감. 그 결과 20%대 시청률을 달성함.
 - 즉, 드라마 편성시 시청자의 라이프 스타일을 면밀하게 고려해야 함. MBC는 <선덕여왕>과 같은 대하사극을 대부분의 사람들이 일찍 귀가하는 월, 화요일 밤에 편성함. SBS는 중장년층이 텔레비전을 주로 볼 수 있는 주말 저녁시간에 가족드라마를 두 시간 연속으로 편성함.
- 편성은 기준이 되는 드라마를 방영하는 방송사에서 그 드라마를 전후로 어떤 프로그램을 편성하는지, 동일 시간대 다른 방송사가 어떻게 대응 편성을 하는지와 같이,

프로그램을 배치하는 것과 관련됨.

- 나아가 정치, 경제, 사회, 문화 등 전반적인 시대적 맥락에서 그 드라마가 시의적절하게 편성, 방영되었는지에 관련된 부분까지 확장될 수 있음(권호영 외, 2009). 드라마는 정서적 교감을 유도하면서, 그야말로 대중들의 일상생활에 깊숙이 자리한 문화사회적 산물이면서 동시에 자본주의 대중사회의 대표적인 문화상품이기도 함. 드라마가 일시적으로 소비되는 단순한 오락물이라기보다는, 그 사회의 다양한 측면과 상호작용하는 역동적인 장르임. 경제가 어려울 때 시청자를 위로하는 내용의 드라마, 남녀 사이의 로맨스보다는 따뜻한 가족애를 내세우는 드라마가 시청률이 높은 사례가 있음.

3) 채널브랜드

- 드라마는 뉴스 다음으로 방송사가 가장 많이 방영하는 프로그램임.
- 한국 시청자들은 유난히 드라마를 좋아함. 케이블과 종편채널에서 드라마 제작, 편성하면서 하루 방영되는 드라마의 양이 급격하게 늘어남.
- 드라마는 뉴스와 더불어 채널에 대한 태도 형성에 지대한 영향을 미침. 역으로 특정 채널에 대한 충성도가 드라마 시청률에 영향을 미칠 수 있음.
- 드라마의 성공은 그 드라마가 방영된 채널의 브랜드 가치를 규정하고 향상시키는데 공헌할 수 있음. 뉴스와 더불어 드라마는 채널의 이미지를 형성하는데 중요한 영향을 미치는 장르임. 또한 완성도 높은 드라마는 대중들 사이에서 회자가 되면서 사회적으로 좋은 반응을 일으키고, 그 결과 채널의 대외적 이미지를 함께 높이는 경향이 있음 (배진아, 2005).
- 드라마는 방송 채널의 이미지를 형성하는데 중요한 영향을 미치면서, 여타 장르보다 높은 시청률을 기록하는 드라마는 또한 창구 효과(window effect)를 극대화하는 잠재력이 큼. 이처럼 드라마는 방송사의 경쟁력을 성취하는데 핵심적인 콘텐츠라고 할 수 있음.

- 채널 브랜드는 실무적으로도 채널별 시청률 성과의 차이를 살펴보는 기본 변인임. 만일 채널충성도가 작용할 경우, 특정 채널의 편성이 채널에 대한 충성도를 가진 시청자의 이용가능성을 높여 시청률에 영향을 미친다고 가정할 수 있음(이화진, 김숙, 2008).
- 다매체 다채널 미디어 환경 안에서 채널에 대한 평판이 브랜드 자산이 되어 특정 채널이나 특정 채널의 프로그램을 선택할 수 있는 기준이 될 수 있음.
- 심미선 등의 연구(심미선, 2005; 전익진, 은혜정, 2014, 재인용)에서 채널 브랜드의 인식이 채널에 대한 품질평가로 이어지는 것을 보여줌. 일례로 KBS가 다큐멘터리에 강하고, SBS가 오락 프로그램에 강할 것이라는 인식이 시청자에게 미리 존재하기 때문에 각 채널이 채널 브랜드 이미지에 부합하는 프로그램을 제작했을 때 채널에 대한 시청자의 평가가 높게 나옴.
- 배진아(2005)는 2000년부터 2003년까지 KBS1, KBS2, MBC, SBS 등 지상파 4개 채널에서 방송된 드라마 241개 가운데 단막극, 시추에이션 드라마를 제외한 204개의 드라마의 시청률을 드라마 유형별, 채널 유형별을 변인으로 분석함.

<표 2-3> 채널별 시청률/점유율 평균 비교

채널	드라마수	평균시청률	점유율
KBS1	19	20.3	37.5
KBS2	52	11.8	19.0
MBC	64	19.3	30.3
SBS	69	16.8	26.7
F값		12.52*	19.93*

* p<.001

출처 : 배진아(2005)

- KBS 1이 평균 20.3%로 가장 높은 시청률을 기록, MBC (19.3%), SBS (16.8%), KBS2 (11.8%)가 뒤따랐음. “KBS1의 경우 방송된 드라마 수는 많지 않지만, 일일 아침 연속극과 일일저녁 연속극, 주말 대하사극 등 전통적으로 높은 시청률을 기록하는 프로그램이 집중되어 있기 때문에 시청률 성과가 높게 나타난 것으로 해석된다. 채널별 드라마 시청률 차이를 통해서, 채널별로 드라마 장르의 경쟁력이 어느 정도 고착되어 있음을 확인할 수 있었다(배진

아 2005).”

- 또한, 채널별 유형별 분석은 지상파 각 채널별로 경쟁력있는 드라마의 유형을 확인 가능케 함. KBS2는 다른 세 개의 채널에 비해 경쟁력이 다소 떨어지는 것으로 분석됨. 주말 저녁 드라마와 일일 오전 드라마는 KBS1가 경쟁력을 보여줌. 일일 저녁 드라마 시청률은 KBS1과 MBC가 높았음. 월화 드라마는 MBC가, 수목 드라마는 SBS, MBC 순으로 시청률이 높았음(배진아, 2005).
- 앞에서 언급되었던 드라마 <미생>의 성공으로 이 드라마를 방송했던 tvN은 엔터테인먼트 채널로서의 입지를 다지게 됨. 이전에 tvN이 방송했던 <응답하라 1997> (2012, 감독 신원호, 이성재; 극본 이우정), <응답하라 1994> (2013, 감독 신원호; 극본 이우정) 등 이른바 ‘응사시리즈’와 <나인: 아홉 번의 시간여행> (2013, 감독 김병수; 극본 송재정)이 비지상파드라마의 가능성을 선보였다면, <미생>이 보여준 작품으로서의 완성도와 대중에 대한 호소력은, tvN을 명실공히 지상파채널을 위협할만한 엔터테인먼트 채널로서의 입지를 굳고히 다지는데 분명한 공헌함을 함.
- 배진아(2005)의 연구는 내용변인으로 시청률 분석했다고 하지만, 실질적으로 편성 등 외적 요인과 더 관계가 있었음.

제3장

연구 방법

제 1 절 연구방법

- 본 연구의 연구방법론은 크게 두 가지로 구분할 수 있음.
- 첫째, 지상파 방송사에서 최근 5년간 방영된 드라마의 시청률 현황을 파악하기 위해 지상파 방송사에서 방영된 드라마에 대해 내용분석하고 각 드라마의 평균시청률을 바탕으로 통계결과를 제시하고자 함
- 둘째, 중국 유학생을 대상으로 한 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 통해 중국에서 한국 드라마가 성공할 수 있는 방안을 유추하고, 드라마 성공에 있어 스타의 기여도가 어느정도 되는지 알아보하고자 함.
- 이러한 과정은 향후 드라마 제작 및 투자 과정에서 논의될 수 있는 주요 어젠다를 제기하는 것이기도 함.
- 이를 통해 중국내 한국드라마와 관련한 인식과 제언, 국내 드라마 제작 및 방영의 새로운 정립방안을 정리하고자 함.

제 2 절 내용분석

1. 자료의 수집 및 분석

- 시청률 영향 요인을 분석하는 기존 연구들은 시청률과 같은 집단 데이터를 이용하고 있음
- 본 연구는 개별 드라마의 경쟁력에 영향을 미치는 요인을 찾아내는 것이 주목적이므로 개별 드라마를 분석단위로 하는 자료를 구축함.
- 즉, 2010년부터 2014년 11월까지 5년간 지상파 4개 채널에서 방송된 드라마 중 아침드라마, 단막극, 특집극을 제외한 총 236편의 드라마를 분석 대상으로 하여 개별 드라마 단위의 자료를 마련함.

- 채널, 시청률의 데이터는 닐슨 전국 기준 시청률에서 산출하였으며, 여기에 방송유형, 스타유형, 원작유무 등은 따로 코딩함.
- 자료의 분석은 SPSS 18.0을 이용하였으며, F검증과 회귀분석을 실시함.

2. 분석유목

○ 방송사

- 지상파 방송사를 기준으로 KBS1, KBS2, MBC, SBS 4개의 방송사

○ 방영연도

- 우리나라는 정기적인 드라마 교체시기가 정해져 있기보다는 상황에 따라 개별 라인업에 의존하고 있어 100회 이상 방영되는 드라마의 두해에 걸쳐 방영될 수 있음
- 따라서 2010년, 2011년, 2012년, 2013년, 2014년으로 구분하여 드라마가 첫 번째로 방영된 시점을 해당 방영연도로 코딩

○ 방영시간

- 각 드라마의 방영시간은 월화드라마, 수목드라마, 일일드라마, 아침드라마, 주말저녁드라마, 주말 밤드라마로 구분
- 월화드라마 : 월, 화 오후 10시에 방영되는 드라마로 미니시리즈나 특별기획드라마 등
- 수목드라마 : 수, 목 오후 10시에 방영되는 드라마로 미니시리즈와 특별기획드라마 등

- 일일드라마 : 평일 저녁 7시 30분부터 8시 30분, 월요일부터 금요일까지 방영되는 드라마
- 주말저녁드라마 : 토, 일 오후 8시와 9시에 방영되는 연속극
- 주말 밤드라마 : 토, 일 오후 10시에 방영되는 스페셜드라마나 연속극

○ 주제

- 드라마 주제의 구분은 유세경과 정윤경(2000)의 장르구분을 따르며, 구체적으로 드라마에서 중심으로 다루는 이야기의 유형에 따라 남녀관계, 가족, 역사/시대/정치 기타(의학 등)등으로 구분

○ 스타배우

- 주인공의 전작 두 작품의 평균 시청률의 합이 30%이상일 경우 스타로 구분
- 구체적으로 해당 드라마 출연을 기준으로 이전에 출연했던 2개 드라마의 시청률의 합이 30%이상일 경우 스타배우로, 그렇지 않을 경우 비스타로 구분
- 따라서 동일한 배우일지라도 연도에 따라 스타가 될 수도 있고 비스타가 될 수도 있음.
- 단, 아이돌, 영화배우 등은 해당 분야에서 성공여부에 따라 스타와 비스타로 구분

○ 원작유무

- 작가가 원작 없이 쓴 순수 창작과 국내외 만화, 소설, 드라마 등을 원작으로 하여 쓴 경우로 구분

○ 시청률

- 시청률은 닐슨이 조사한 각 드라마의 회당 전국 시청률을 평균시청률로 환산하여 분석

○ 드라마 스토리의 우수성

- 전문가를 대상으로 기억에 남는 스토리가 우수한 드라마와 상대적으로 스토리가 약한 드라마를 상기하게 한 후 드라마의 우수성을 정성적으로 구분함

제 3 절 심층 인터뷰

1. 한류와 관련한 중국인 대학(원)생들의 한류 드라마의 성공요인 분석

○ 참여자

- 20-25세의 남녀 중국인 유학생으로 한국어 능력이 중간 이상이고 한국 드라마에 대한 시청 경험이 있고 한류현상에 대해서 이해가 충분한 학생을 대상으로 시행함

○ 진행방식

- 두 번의 FGI를 통해서 사전 질문을 하고 사회자를 내세워 한류 드라마의 성공요인을 중국인의 시각에서 추출해 냄

<표 3-1> FGI 참여자 명단

	성별	연령(만)	학력	국가
A	여	24	대학원생	중국
B	여	25	대학원생	중국
C	남	26	대학원생	몽골
D	여	24	대학원생	중국
E	여	24	대학원생	중국
F	여	26	대학원생	중국
G	여	24	대학원생	중국
H	여	24	대학원생	중국
I	여	24	대학원생	중국
J	여	22	학부생	중국
K	여	22	학부생	중국
L	여	22	학부생	중국
M	여	22	학부생	중국
N	남	20	학부생	중국
O	여	25	학부생	중국
P	여	21	학부생	중국
Q	여	23	학부생	중국
R	여	23	학부생	중국

제4장

연구 결과

제 1 절 내용분석 결과

1. 스타가 드라마 시청률에 미치는 영향

- 출연만으로도 일정한 시청률을 확보할 수 있는 배우를 스타라 정의할 수 있고 이번 연구에서는 2회 이전 주연으로 출연한 드라마에서 시청률이 합계 30% 이상인 경우로 정의함.
- 아래 표와 같이 스타출연의 경우 비출연에 비해 평균 시청률이 2.59 % 차이가 나는데 이는 통계적으로 유의미한 차이임.

<표 4-1> 스타출연여부에 따른 평균 시청률의 차이

	N	평균시청률	표준편차	t
스타출연	139	14.43	6.426	3.303**
스타없음	97	11.84	5.122	

**p<.01

- 스타출연 형식에 따른 시청률 차이

<표 4-2> 스타출연별 시청률 평균비교

	평균시청률	N	F
남성원톱(34)	13.68	34	3.860*
여성원톱(58)	14.66	58	
투톱이상(47)	14.70	47	
스타없음(97)	11.84	97	

* p<.05

- 드라마에서 남성스타와 여성스타가 공동으로 주연을 맡은 경우의 시청률이 가장 높았고, 그 다음으로는 여성스타가 단독으로 주연을 맡은 경우임
- 드라마에서 남성스타가 단독 주연을 맡은 경우의 시청률은 13.68%로 투톱 이상과 여성 원톱에 비해 통계적으로 의미있는 차이가 나타남

- 드라마에서 남녀 스타가 없는 경우 시청률이 11.84까지 떨어짐

○ 방송국별 스타 배우 출연의 효과

- KBS1의 시청률이 가장 높고, KBS2, SBS, MBC의 순으로 시청률의 순위가 나타남

- KBS1 드라마의 경우 스타가 없어도 높은 시청률을 나타냄

- 이는 사극과 시대극 위주로 편성되고 있는 측면에 기인하며 드라마 숫자가 상대적으로 적음

- SBS가 시청률이 높은 이유는 드라마의 편성이 가장 많고 상대적으로 경쟁 드라마와 겹치지 않는 시간에 배정된 경우가 많아서라고 추측할 수 있음

<표 4-3> 방송사별 시청률 평균비교

	평균시청률	N	F
KBS1(33)	18.91	33	5.443**
KBS2(43)	13.62	43	
MBC(52)	12.68	52	
SBS(107)	12.74	107	

** p<.01

○ 방송국별 스타 배우의 출연 조합의 효과

- KBS2는 특이하게 여성 원탑일 경우 가장 시청률이 높았고 MBC, SBS 드라마 모두 투탑일 때 가장 시청률이 높음

- KBS2, MBC, SBS 드라마의 경우 모두 스타가 등장하지 않았을 때 평균적인 드라마 시청률보다 2-3% 하회하는 시청률을 나타냄

- MBC의 경우에는 남성 단독주연일 경우가 가장 저조한 시청률을 나타냈음

- 드라마의 주시청층이 여성이라고 여겨지는데 과거 연구에서는 남성 단독 주연일 경우가 여성 단독 주연일 경우보다 시청률이 높았으나(이화진, 김숙, 2008), 이번 연구에서는 여성 단독주연이 남성 단독주연보다 더 높은 시청률을 나타내는데 이는 주시청층의 인구통계학적 구성이 변화하고 있음을 나타내는 지표임

<표 4-4> 채널별 스타 배우별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)

단위 :N(%)

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	전체	
남성원톱	2 (16.32)	10 (16.93)	11 (10.61)	11 (13.32)	34 (13.68)	2.886*
여성원톱	2 (13.45)	17 (16.30)	21 (14.47)	18 (13.47)	58 (14.66)	
투톱이상	1 (28.15)	10 (13.38)	14 (15.40)	22 (14.23)	47 (14.70)	
스타없음	11 (19.55)	25 (10.58)	28 (10.78)	33 (11.14)	97 (11.84)	
전체	16 (18.92)	62 (13.62)	74 (12.68)	84 (12.74)	236 (13.37)	
F=3.613*						

상호작용효과 : 방송사×스타배우 F=1.770ns.

ns. non-significant

* p<.05

2. 드라마 주제와 스타별 시청률

○ 드라마 주제별 시청률 분석

- 기존 연구에 의하면 드라마 주제에 따라서 시청률에 유의미한 차이가 나타남
- 이화진, 김숙(2007)의 연구와 배진아(2005)의 연구에서는 역사나 시대극이 가장 높은 시청률을 나타냈음
- 이번 연구에서는 역사나 시대극(13.62%)보다 가족과 사회를 다루는 드라마 (16.57%)가 더 높은 평균 시청률을 나타냈음

<표 4-5> 드라마 주제별 시청률 평균비교(One-way ANOVA)

단위 :N(%)

	평균시청률	F
남녀관계	90(10.94)	14.280***
가족/사회	66(16.57)	
역사/시대/정치	44(13.62)	
기타	36(12.04)	

*** p<.001

- 남녀관계를 다룬 멜로나 트렌디 드라마는 가장 낮은 시청률을 나타냈는데 이는 선호하는 드라마의 유형이 과거와는 변화하고 있는 트렌드를 나타냄

○ 드라마 주제와 스타출연 여부별 시청률 비교

- 스타가 출연한 경우에는 남녀 관계, 가족 사회, 역사/시대 드라마의 경우에는 스타가 출연한 경우가 그렇지 않은 경우보다 높은 시청률을 나타냄
- 스타 기용여부가 가장 큰 차이를 나타내는 장르는 역사/시대극인데 스타 기용 경우에는 시청률이 17.88%이고 스타 비기용의 경우에는 10.72%에 불과함
- 역사/시대극 이외의 남녀관계, 가족/사회, 기타 드라마의 경우 모두 스타를 기용한 것과 기용하지 않은 것이 약 3% 정도 차이가 나타남

○ 드라마 주제별과 스타 성별 기용방식에 따른 분석

- <표 4-6>에서 볼 수 있듯이 남녀관계에서는 투톱이상이 가장 높은 시청률(13.14%)이 나타나는데 이는 멜로의 특성상 두 주인공의 연애 이야기에 대한 내용이 주를 이루므로 남녀 주인공에 대한 의존도가 높아짐
- 반면 가족/사회 드라마는 다른 장르에 비해서 스타를 기용하지 않은 드라마가 많은 편이며 스타 유무가 시청률 차이에 비교적 적은 영향을 끼침

<표 4-6> 드라마 주제별 스타출연여부별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)

단위 :N(%)

	스타출연	스타미출연	전체	
남-여관계	60 (11.98)	30 (8.86)	90 (10.94)	F=19.292 ***
가족/사회	28 (18.58)	38 (15.10)	66 (16.57)	
역사/시대/정치	24 (17.88)	20 (10.72)	44 (14.62)	
기타	27 (12.54)	9 (10.57)	36 (12.04)	
전체	139 (14.43)	97 (11.84)	236 (13.37)	
F=25.480***				

상호작용효과 : 스타출연여부×주제 F=1.885ns.

*** p<.001

- 여성스타 단독 주연이 남성 원톱이나 남녀 투톱 스타에 비해서 많이 제작되었고 시청률도 더 높음
- 역사/시대 극은 스타가 가장 적게 기용되었으며 남성 원톱인 경우에 가장 시청률이 높았음
- 기타 드라마의 경우에는 남성원톱, 여성원톱, 투톱의 차이가 크지 않았음

○ 방송사별 드라마 원작유무에 따른 분석

- 드라마가 타 매체를 통해 배포된 원작을 기반으로 하고 있는가의 여부에 따라 시청률에 어떠한 차이가 있는지 분석한 결과, 원작의 유무에 따라 시청률의 차이가 있는 것으로 나타남.
- 구체적으로 원작의 국적에 따라 국내원작, 일본원작, 기타원작, 작가창작으로 구분하였는데, <표 4-7>에 제시된 바와 같이 국내원작을 기반으로 한 드라마의 시청률이 13.82%로 가장 높았으며, 다음으로 작가창작 드라마의 시청률이 13.37%로 나타남.

<표 4-7> 드라마 주제별 채널별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)

단위 :N(%)

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	전체	
국내원작	3 (14.04)	4 (11.05)	7 (13.90)	4 (16.25)	18 (13.82)	F=2.290*
일본원작	-	3 (5.14)	4 (8.11)	3 (10.05)	10 (10.96)	
기타원작	-	-	1 (9.77)	-	1 (9.77)	
작가창작	13 (20.04)	55 (13.70)	62 (12.88)	77 (12.66)	207 (13.47)	
전체	16 (18.92)	62 (13.62)	74 (12.68)	84 (12.74)	236 (13.37)	
F=1.438ns.						

상호작용효과 : 원작×방송사 F=1.451ns.

ns. non-significant

* p<.05

- 이와 다르게 해외 원작의 경우 국내 원작이나 순수창작보다 시청률이 낮은 것으로 나타났는데, 일본원작 드라마의 경우 10.96%, 기타 원작(대만) 드라마의 경우 9.77%로 10%정도의 시청률을 나타냄.

- 이는 국내원작의 경우, <해를 품은 달>, <야왕>, <대물>등과 같이 대중성이 검증된 인기 작품을 원작으로 삼아 일정량 이상의 시청률을 확보할 수 있기 때문인 것으로 보임.

- 채널별로는 전체 드라마 236편 중 원작을 기반으로 한 드라마의 수가 29편으로 사례수가 적기는 하지만, 빈도 상 MBC가 국내원작을 포함하여, 일본원작 등을 가장 많이 활용하고 있는 것으로 조사됨.

○ 드라마 편성요인에 따른 시청률 차이

- 드라마 시청자들은 스타 변인 뿐 아니라 시청에 영향을 주거나 제약하는 물리적인 요인에도 영향을 받음

<표 4-8> 드라마 유형별 방영연도별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)

단위 :N(%)

	2010	2011	2012	2013	2014	전체	
월화드라마	19 (13.82)	12 (14.02)	13 (10.75)	14 (11.28)	9 (8.4)	67 (11.65)	F=6.824 ***
수목드라마	15 (13.57)	17 (12.21)	15 (12.39)	17 (11.21)	12 (9.1)	76 (11.71)	
일일드라마	6 (15.78)	7 (14.54)	6 (15.98)	9 (14.88)	4 (16.67)	32 (15.57)	
주말저녁 드라마	9 (14.12)	7 (18.00)	7 (17.15)	6 (17.00)	4 (16.86)	33 (16.63)	
주말밤드라마	5 (16.93)	5 (18.22)	7 (14.85)	7 (13.69)	4 (10.75)	28 (14.89)	
전체	54 (14.31)	48 (14.47)	48 (13.45)	53 (12.83)	33 (10.98)	236 (13.37)	
F=1.329ns.							

상호작용효과 : 방영연도×방영유형 F=.650ns.

ns. non-significant

*** p<.001

- 기존 연구에서는 드라마의 시청률은 지속적으로 낮아지고 있으며 월화 드라마의 시청률이 가장 낮고 주말 저녁이나 주말 밤 드라마의 시청률이 가장 높은 것으로 나타났는데 이번 연구에서도 요일별 시청률의 차이가 확인되었음
- 최근 5년간 드라마는 주말 저녁 드라마가 가장 시청률이 높았으며 그 다음으로는 일일드라마, 주말 밤 드라마, 수목드라마, 월화 드라마의 순으로 나타남

○ 드라마 채널별 방영연도별 시청률 분석

- KBS1의 경우에는 사극/시대극 위주로 적은 편수만이 제작되지만 시청률은 가장 높은 것으로 나타남
- KBS2의 시청률이 두 번째로 높고 그 다음으로는 MBC, SBS의 순으로 나타남
- KBS1의 특수성을 감안하여 이를 제외하면 비슷한 유형의 드라마를 방송하는 채널의 경우 2011년에는 SBS가, 2012년에는 MBC, 2013년에는 KBS2, 2014년에는

MBC 드라마의 평균 시청률이 높았는데 이는 어떤 특정 채널이 드라마의 강점이 있는 것이 아니라 매년 순위가 바뀔만큼 치열한 경쟁이 일어나고 있음을 나타내는 결과임

<표 4-9> 드라마 채널별 방영연도별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)

단위 :N(%)

	2010	2011	2012	2013	2014	전체	
KBS1	6 (16.18)	3 (19.42)	3 (20.66)	2 (24.13)	2 (18.59)	16 (19.79)	F=6.593 ***
KBS2	12 (16.31)	12 (13.79)	13 (14.14)	14 (12.85)	11 (10.87)	62 (13.59)	
MBC	15 (11.89)	17 (13.21)	14 (14.28)	18 (12.41)	10 (11.19)	74 (12.59)	
SBS	21 (14.34)	16 (15.39)	18 (11.11)	19 (12.04)	10 (9.36)	84 (12.45)	
전체	54 (14.31)	48 (14.47)	48 (13.45)	53 (12.84)	33 (10.98)	236 (13.37)	
F=.945ns.							

상호작용효과 : 방송사×방영연도 F=1.014ns.

ns. non-significant

*** p<.001

○ 드라마 채널별 유형별 시청률 분석

- 지난 5년간 월화 드라마가 가장 높은 시청률을 기록한 채널은 MBC였고, 수목 드라마는 SBS, 일일 드라마는 KBS1의 사극이, 주말 저녁드라마는 KBS2, 주말 밤 드라마는 SBS가 가장 높은 시청률을 기록했음
- 특히 KBS2의 주말 저녁 드라마는 전체 평균 시청률 13.37%보다 월등하게 높은 28.17%인데 이는 채널 자체의 강점과 더불어 MBC와 SBS는 주말에 드라마가 저녁과 밤으로 나뉘 2개가 편성되는데 비해 KBS2는 하나만 방영하는 특성도 일정부분 시청률 향상에 기여했다고 보여짐
- 일일 드라마는 전통적으로 KBS 채널이 타채널 대비 월등히 높은 시청률을 기록함

<표 4-10> 드라마 채널별 유형별 시청률 평균비교(two-way ANOVA)

단위 :N(%)

	KBS1	KBS2	MBC	SBS	전체	
월화드라마	-	26 (10.01)	14 (15.54)	27 (12.08)	67 (11.99)	F=7.603***
수목드라마	-	25 (12.12)	26 (10.16)	25 (13.21)	76 (11.81)	
일일드라마	9 (23.20)	3 (18.69)	12 (11.61)	8 (11.10)	32 (15.41)	
주말저녁드라마	7 (13.41)	8 (28.17)	9 (12.63)	9 (12.18)	33 (16.44)	
주말밤드라마	-	-	13 (15.66)	15 (14.33)	28 (14.95)	
전체	16 (18.92)	62 (13.62)	74 (12.68)	84 (12.74)	236 (13.37)	F=10.729***

상호작용효과 : 방송사×방영유형 F=13.467***

*** p<.001

3. 스타 및 기타 요인들이 드라마의 성공에 미치는 효과에 대한 통계적 검증

- 드라마의 성공에 영향을 끼치는 요인을 알아내는데 적합한 회귀분석을 실시함
- 그 결과 드라마 장르, 스타기용 여부, 방송된 연도, 남녀 스타의 기용유형, 채널, 스타, 편성시간 모두가 시청률에 통계적으로 유의미한 차이를 가져옴
- 드라마 시청률에 영향을 미치는 요인의 상대적 기여도 검증
- 드라마 장르의 경우는 가족/사회 장르가 가장 높은 시청률을 기록함
- 스타를 기용한 드라마는 그렇지 않은 드라마에 비해서 높은 시청률을 나타냄
- KBS1의 역사/시대 극은 시청률 향상에 유의미한 영향을 끼침
- 2014년도가 가장 드라마 시청률이 낮았으며 조사기간인 2011년부터 지속적으로 시청률이 하락하는 추세이나 2014년도의 경우 특히 통계적으로 유의미한 차이로 저

조합

- 드라마 편성요인으로는 주말밤 드라마의 편성되는 것이 시청률에 긍정적으로 기여함

<표 4-11> 드라마 성과에 영향을 미치는 요인(단계적 회귀분석)

	B	β	t	유의확률	수정된 R^2	F
(상수)	11.448	-	16.814	.000	.321	14.868***
가족/사회	5.921	.440	7.309	.000		
스타없음	-3.609	-.295	-4.905	.000		
역사/시대/정치	3.135	.202	3.452	.001		
KBS1	5.458	.227	3.948	.000		
2014년	-2.672	-.154	-2.834	.005		
KBS2	2.162	.158	2.779	.006		
투톱이상	2.013	.131	2.188	.030		
주말밤	2.216	.119	2.11	.036		

· 종속변인 : 시청률

· 더미변수 : 가족(주제가 '가족/사회'일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

스타없음(스타가 출연하지 않을 경우 1, 출연했을 경우 0)

역사/시대/정치(주제가 '역사/시대/정치'일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

KBS1(채널이 KBS1일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

2014년(방영연도가 2014년일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

KBS2(채널이 KBS2일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

투톱이상(스타가 2인 이상 출연할 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

주말밤(주말밤드라마일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

○ 편성별 드라마 성과에 영향을 미치는 요인

◇ 월화 드라마

- 남, 여 스타 배우의 동시 기용이 시청률에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타남
- MBC 드라마가 통계적으로 유의미한 차이로 시청률이 높음
- 2010년과 2011년이 다른 연도에 비해서 통계적으로 시청률이 높았음

- 스타가 기용되지 않은 경우에는 시청률이 크게 하락함

◇ 수목 드라마

- 스타가 아닌 배우가 등장할 경우 시청률이 크게 부정적인 영향을 받음
- 시대/역사 드라마의 시청률이 높을 것으로 분석됨
- SBS 드라마가 통계적으로 유의미한 차이로 시청률이 타 채널이 비해 높음
- 타연도 대비 2014년에 가장 낮은 시청률을 기록함

◇ 일일 드라마

- KBS1, KBS2의 채널요인만이 시청률에 통계적으로 유의미한 영향을 끼침
- 스타변인은 드라마 시청률에 기여하지 못하는 것으로 조사됨

◇ 주말저녁 드라마

- 스타가 등장하지 않는 경우 시청률에 부정적인 영향을 끼침
- KBS2 채널이 타 채널에 비해 통계적으로 유의미한 차이로 높은 시청률을 나타냄

◇ 주말밤

- 주말 밤 드라마의 경우 스타변인이 시청률에 영향을 끼치지 않음
- 가족/사회 주제의 드라마가 타 장르에 비해 통계적으로 유의미하게 높은 시청률을 기록함

<표 4-12> 방영유형별 드라마 성과에 영향을 미치는 요인(단계적 회귀분석)

방영유형		B	β	t	p	수정된 R^2	F
월화	(상수)	12.011		14.343	.000	.455	12.004 **
	남-여	-2.568	-.277	-2.856	.006		
	MBC	3.066	.269	2.748	.008		
	스타없음	-3.820	-.395	-4.053	.000		
	2010년	4.951	.482	4.748	.000		
	2011년	3.010	.249	2.598	.012		
수목	(상수)	12.175		13.545	.000	.373	12.166 ***
	스타없음	-5.370	-.440	-4.755	.000		
	역사	6.474	.445	4.771	.000		
	SBS	2.484	.197	2.120	.037		
	2014년	-3.154	-.194	-2.117	.038		
일일	(상수)	11.408		17.379	.000	.767	52.162 ***
	KBS1	11.794	.885	10.010	.000		
	KBS2	7.279	.354	4.005	.000		
주말저녁	(상수)	14.301		14.091	.000	.762	52.188 ***
	KBS2	14.712	.813	9.237	.000		
	스타없음	-3.365	-.214	-2.436	.021		
주말밤	(상수)	13.394			.000	.138	5.314*
	가족	3.620	.412	2.305	.029		

· 종속변인 : 시청률

· 더미변수 : 남-여(주제가 남-여일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

MBC(채널이 MBC일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

스타없음(스타가 출연하지 않을 경우 1, 출연했을 경우 0)

2010년(방영연도가 2010년일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

2011년(방영연도가 2011년일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

역사/시대/정치(주제가 '역사/시대/정치'일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

SBS(채널이 SBS일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

2014년(방영연도가 2014년일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

KBS1(채널이 KBS1일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

KBS2(채널이 KBS2일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

가족/사회(주제가 '가족/사회'일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

○ 드라마 주제별 시청률 영향요인 분석

◇ 남녀 관계 드라마

- 남녀 관계 드라마의 경우 투톱인 경우가 드라마 성공의 가장 큰 영향을 끼치는 것으로 나타남
- 주말밤에 편성되는 경우가 시청률을 높이는데 기여하고 있음
- 2014년은 타 연도에 비해서 시청률이 하락하였음
- 일일 드라마로 편성되는 경우에 가장 높은 시청률을 기록함

◇ 가족/사회 드라마

- KBS2와 KBS1의 채널 효과가 드라마 시청률에 영향을 끼치는데 이러한 결과로 KBS의 방송국 이미지가 가족/사회 관련 이미지가 생겨나는 것으로 파악됨
- 주말밤이나 주말 저녁 편성대가 시청률 향상에 긍정적인 영향을 끼침
- 스타가 없는 경우에는 시청률이 큰 폭으로 하락하게 되는 것으로 조사됨

◇ 역사/시대 드라마

- 이 장르의 스타배우가 기용되지 않을 경우 시청률에 크게 부정적인 영향이 미침
- 2013년에 가장 시청률이 안 좋은 장르였음
- 그 외 변인은 통계적으로 유의미한 영향을 끼치지 않는 것으로 분석됨

◇ 기타 드라마 장르

- 메디컬이나 미스터리, 첩보 드라마 등은 기타 장르로 분류하였는데 이 장르에서도 스타가 없는 경우에 시청률이 불리하게 작용함
- 기타 변인은 시청률에 영향을 통계적으로 유의하게 끼치지 못하는 것임
- 2010년에 가장 높은 시청률이 나타났음.

<표 4-13> 주제별 드라마 성과에 영향을 미치는 요인(단계적 회귀분석)

주제		B	β	t	p	수정된 R^2	F
남-여	(상수)	10.008		17.924	.000	.233	7.751***
	투톱이상	3.638	.349	3.721	.000		
	2014년	-3.550	-.287	-3.061	.003		
	주말밤	3.111	.221	2.357	.021		
	일일	5.192	.202	2.155	.034		
가족/ 사회	(상수)	12.382		11.368	.000	.697	30.920***
	KBS2	11.315	.624	8.386	.000		
	KBS1	13.600	.691	8.964	.000		
	주말밤	6.196	.354	4.479	.000		
	스타없음	-3.128	-.228	-3.141	.003		
	주말저녁	3.223	.229	2.778	.007		
역사/ 시대/ 정치	(상수)	18.856		16.776	.000	.367	13.444***
	스타없음	-7.430	-.583	-4.787	.000		
	2013년	-4.707	-.286	-2.349	.024		
기타	(상수)	12.122		16.260	.000	.190	5.099*
	2010년	3.997	.401	2.597	.014		
	스타없음	-3.077	-.349	-2.263	.030		

· 종속변인 : 시청률

· 더미변수 : 투톱이상(스타가 2인 이상 출연할 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

2014년(방영연도가 2014년일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

주말밤(주말밤드라마일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

일일(일일드라마일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

KBS2(채널이 KBS2일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

KBS1(채널이 KBS1일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

스타없음(스타가 출연하지 않을 경우 1, 출연했을 경우 0)

주말저녁(주말저녁드라마일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

2013년(방영연도가 2013년일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

2010년(방영연도가 2010년일 경우 1, 그렇지 않을 경우0)

○ 방송사별 방영연도별 방송유형 별 드라마의 반영빈도

- <표 4-14>와 같이 각 채널별 드라마의 제작건수를 측정한 결과 KBS1은 주로 일일 드라마와 주말 저녁 드라마를 미리 기획을 통해 제한된 숫자로 만들고 전체적으로 드라마에 주력하지 않고 있음

<표 4-14> 방송사, 방영연도, 방송유형 별 드라마 반영빈도

방송사	방송유형	방영연도					
		2010	2011	2012	2013	2014	전체
KBS1	월화	-	-	-	-	-	-
	수목	-	-	-	-	-	-
	일일	2	2	2	2	1	9
	주말저녁	4	1	1	0	1	7
	주말밤	-	-	-	-	-	-
	전체	3	3	2	2	6	16
KBS2	월화	6	4	6	6	4	26
	수목	5	6	5	5	4	25
	일일	0	0	0	1	2	3
	주말저녁	1	2	2	2	1	8
	주말밤	-	-	-	-	-	-
	전체	12	13	14	11	12	62
MBC	월화	3	4	2	3	2	14
	수목	5	6	5	6	4	26
	일일	2	3	2	4	1	12
	주말저녁	2	2	2	2	1	9
	주말밤	3	2	3	3	2	13
	전체	15	17	14	18	10	74
SBS	월화	10	4	5	5	3	27
	수목	5	5	5	6	4	25
	일일	2	2	2	2	0	8
	주말저녁	2	2	2	2	1	9
	주말밤	2	3	4	4	2	15
	전체	21	16	18	19	10	84

- KBS 2는 역시 타 방송국 대비 드라마의 숫자가 10-15개 정도 적지만 KBS1에 비하면 드라마에 주력하고 있으며 특히 월화와 수목 드라마의 개수가 많음
- MBC는 비교적 방영시간대가 고르게 편성되어 있으며 주말 밤 드라마를 편성하여 운용하고 있음
- SBS는 일일 드라마가 적고 사극이나 시대극 보다는 미니 시리즈 형식의 드라마를 위주로 제작하고 있으며 비교적 각 시간대별로 고르게 드라마가 편성되고 있음
- 모든 방송사들은 2010년부터 2014년 9월까지 연도별 각 편성시간대에 드라마가 일정한 개수로 제작되고 있는 것을 알 수 있음

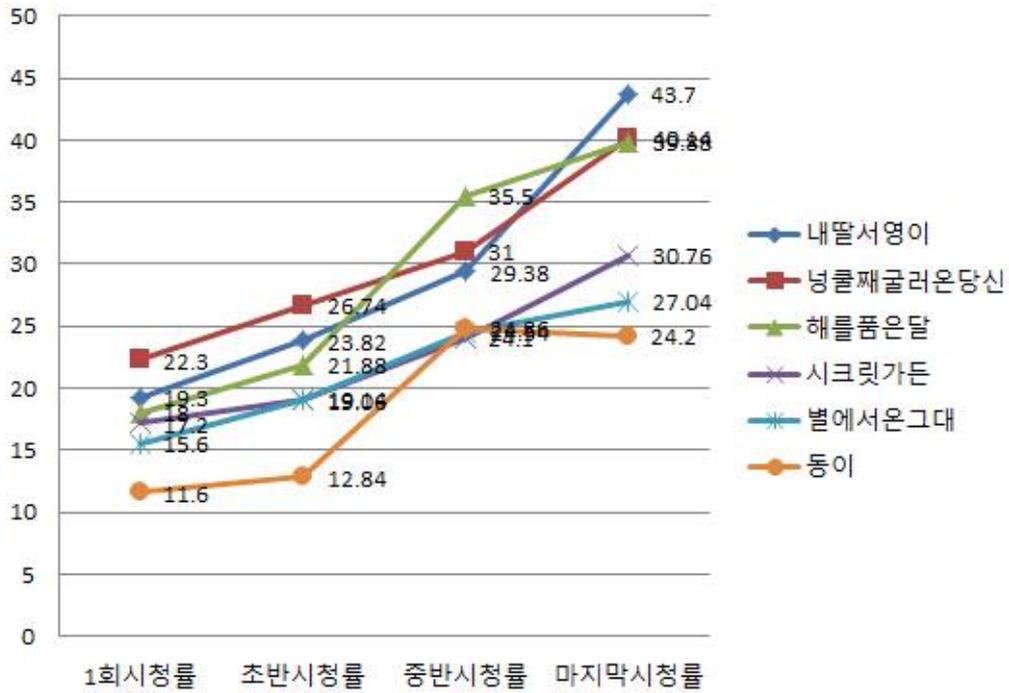
4. 스타와 드라마 시청률의 추이

- 전문가 자문을 통해서 비교적 원작이 탄탄한 드라마와 비교적 원작이 약한 드라마를 대상으로 스타가 출연했을 때와 스타가 출연하지 않았을 때의 시청률의 추이를 통해서 스타파워를 정성적으로 확인함
- 기존 연구에서는 스타파워는 시간적 흐름에 따른 효과가 있으며 특히 초반부분에 스타파워가 크게 나타나고 그 후에는 스타와 비스타 출연 드라마의 차이가 감소됨
- 즉, 스타파워는 드라마에서 시효성이 있는 짧은 기간에 발휘되는 효과라는 결과가 제시됨(KOCCA Focus, 2009)
- 이번 연구에서는 정성적으로 드라마의 스토리가 우수한 경우와 비교적 약한 경우에 따라서 스타파워의 효과를 검증함으로써 보다 세분화된 스타파워의 시효성을 분석함

○ 스타가 출연하는 드라마 스토리가 우수한 경우의 시청률 추이

- 스토리가 좋을 경우 초반 시청률보다 중반에서 종반으로 갈수록 지속적으로 상승함

<그림 4-1> 스타가 출연한 주요 스토리 좋은 드라마 추이



<표 4-15> 스타가 출연한 주요 스토리 좋은 드라마

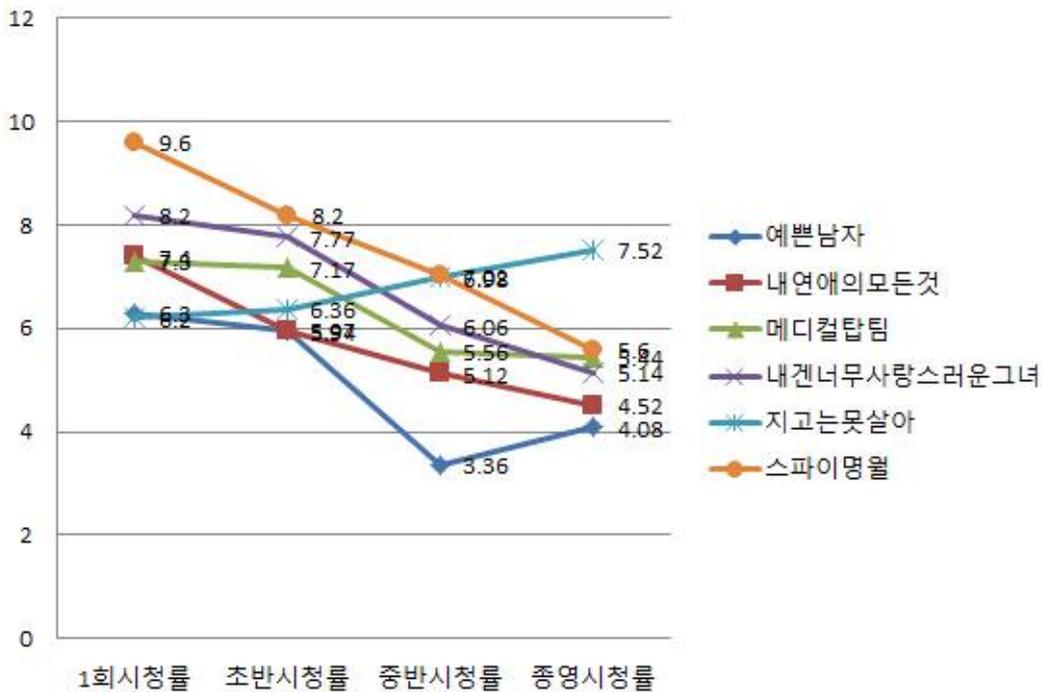
드라마명	방송사	방영유형	출연스타	1회 시청률	초반 시청률	중반 시청률	종영 시청률
내딸 서영이	KBS2	주말저녁	이보영	19.3	23.82	29.38	43.7
닝쿨째 굴러온 당신	KBS2	주말저녁	김남주	22.3	26.74	31	40.14
해를 품은 달	MBC	수목	한가인, 김수현	18	21.88	35.5	39.88
시크릿 가든	SBS	주말밤	현빈, 하지원	17.2	19.06	24.1	30.76
별에서 온 그대	SBS	수목	전지현, 김수현	15.6	19.14	24.54	27.04
동이	MBC	월화	한효주	11.6	12.84	24.86	24.2

- 1회 시청률과 초반 시청률 모두 비 스타 출연 드라마보다 높음
- “넝쿨째 굴러온 당신”, “시크릿 가든”, “별에서 온 그대”의 경우 지속적으로 상승하였고, “동이”와 “해를 품은 달”은 미묘한 변화를 초반에 보이다가 초반에서 중반으로 가는 과정에서 시청률이 급상승하였음

○ 스타가 출연하고 드라마 스토리가 약한 드라마 시청률 추이

- 스타가 출연했지만 전문가가 보았을 때 드라마 스토리가 약한 경우에는 모두 초반 시청률에 비해 회를 거듭할수록 시청률이 낮아짐

<그림 4-2> 스타가 출연한 주요 약한 스토리 드라마 추이



- 장근석, 아이유등 스타파워가 검증된 주인공도 초반 시청률을 유지하는데 기여는 하지만 점차 하락하게 됨
- “지고는 못살아”의 경우에는 시청률은 조금씩 상승하였으나 초기 시청률이 6%대로

낮아서 성공적인 드라마 성과를 나타내지 못함

- “스파이 명월”과 “예쁜남자”, “내겐 너무 사랑스런 그녀” 역시 급격한 중후반 하락을 경험함

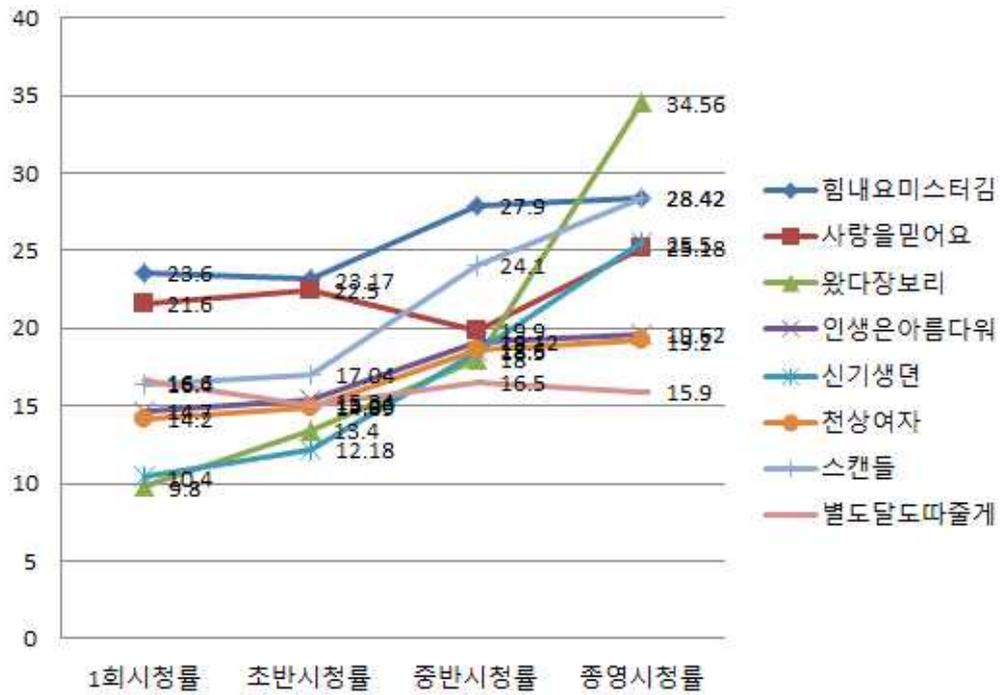
<표 4-16> 스타가 출연한 주요 약한 스토리 드라마

드라마명	방송사	방영유형	출연스타	1회 시청률	초반 시청률	중반 시청률	종영 시청률
예쁜남자	KBS2	수목	장근석, 아이유	6.3	5.9	3.5	4.1
내 연애의 모든 것	SBS	수목	신하균, 이민정	7.4	6.0	5.1	4.5
메디컬 탐팀	MBC	수목	권상우, 정려원	7.3	7.2	5.6	5.4
내겐 너무 사랑스러운 그녀	SBS	수목	정지훈, 정수정	8.2	7.8	6.1	5.1
지고는 못살아	MBC	수목	최지우, 윤상현	6.2	6.4	7.0	7.5
스파이 명월	KBS2	수목	한예슬, 에릭	9.6	8.2	7.0	5.6

○ 드라마 스토리가 좋지만 스타가 출연하지 않은 드라마의 시청률 추이

- 스타가 출연한 경우에 비해서 초반 시청률이 약함
- 스타가 출연한 경우에 비해서 급격한 상승은 없고 비교적 처음 시청률에서 완만하게 오르거나 유지되는 수준임
- 전반적으로 스타가 출연하지 않은 스토리 좋은 드라마는 중반에서 종영 시청률에서 상승하는 경우가 많은 편임
- “신기생똥”과 “왔다 장보리”는 중반 시청률이 급격히 상승하였음

<그림 4-3> 스타가 출연하지 않은 주요 스토리 좋은 드라마 시청률 추이



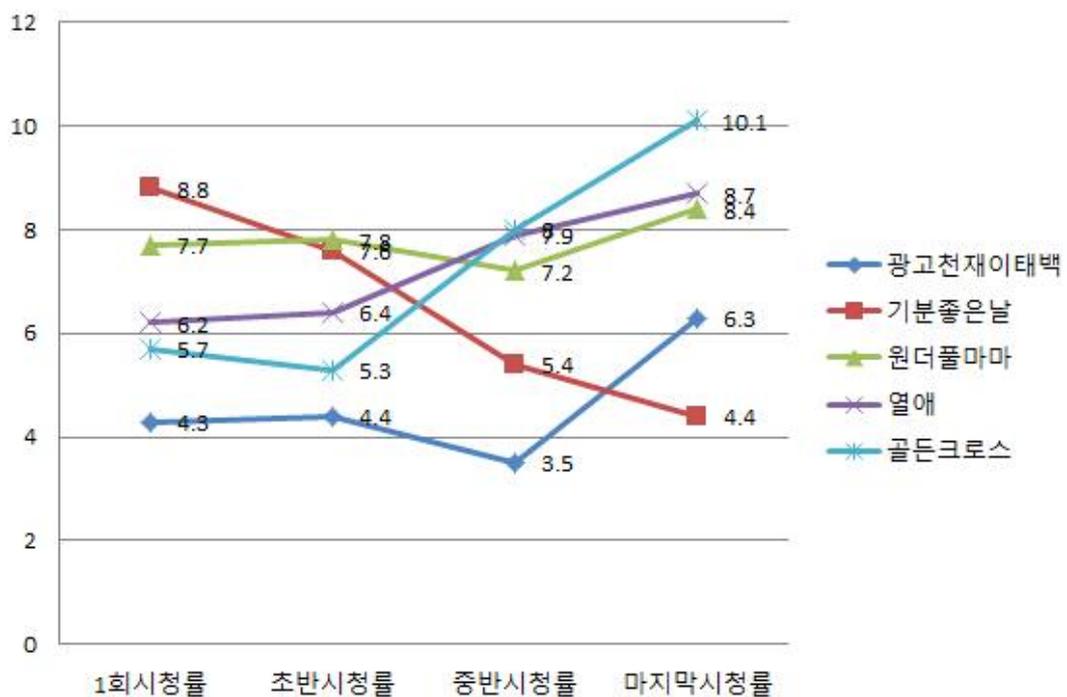
<표 4-17> 스타가 출연하지 않은 주요 스토리 좋은 드라마

드라마명	방송사	방영유형	1회 시청률	초반 시청률	중반 시청률	종영 시청률
힘내요 미스터김	KBS1	일일	23.6	23.17	27.9	28.42
사랑을 믿어요	KBS2	주말저녁	21.6	22.5	19.9	25.18
왔다 장보리	MBC	주말저녁	9.8	13.4	18	34.56
인생은 아름다워	SBS	주말밤	14.7	15.34	19.12	19.62
신기생던	SBS	주말밤	10.4	12.18	18.5	25.5
천상여자	KBS2	일일	14.2	14.89	18.6	19.2
별도달도 따줄게	KBS1	일일	16.4	17.04	24.1	28.42
스캔들	MBC	주말밤	16.6	15.06	16.5	15.9

○ 드라마 스토리도 상대적으로 약하고 스타가 기용이 되지 않은 경우

- 스타가 출연하지 않은 경우 상대적으로 초반 시청률이 약하고 초반에서 중반으로 가는 과정에서 대부분 시청률이 정체되거나 하락함
- 이 유형에 속하는 드라마 시청률은 비교적 완만하게 움직이고 급격하게 변하지 않음
- 스타를 기용하지 않은 좋은 드라마 스토리의 경우와 마찬가지로 초반에서 중반보다는 중반에서 종반으로 갔을 때 시청률이 상승하는 경향이 발견됨

<그림 4-4> 스타가 출연하지 않은 주요 약한 스토리 드라마 추이



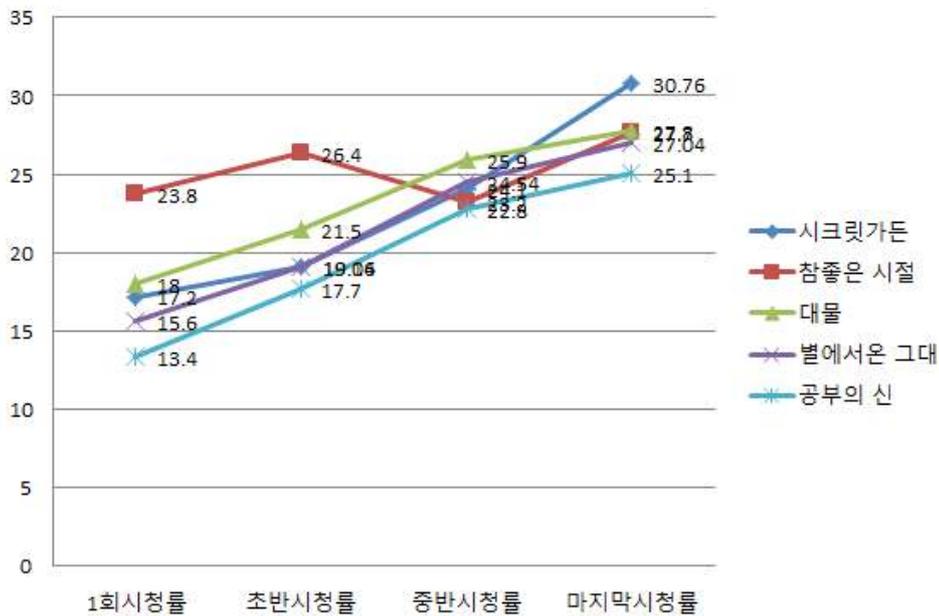
<표 4-18> 스타가 출연하지 않은 주요 약한 스토리 드라마

드라마명	방송사	방영유형	1회 시청률	초반 시청률	중반 시청률	종영 시청률
광고천재 이태백	KBS2	월화	4.3	4.4	3.5	6.3
기분 좋은 날	SBS	주말저녁	8.8	7.6	5.4	4.4
원더풀마마	SBS	주말저녁	7.7	7.8	7.2	8.4
열애	SBS	주말저녁	6.2	6.4	7.9	8.7
골든크로스	KBS2	수목	5.7	5.3	8	10.1

○ 스타 남녀 출연 유형별 드라마 수준과 시청률 추이

- 남녀 투탑일 경우에는 비교적 급격하게 상승하는 추이를 나타냄
- 최초 시청률도 높고 중반에 다소 정체기가 있더라도 최종으로 갈수록 극복하면서 스타파워가 확인됨

<그림 4-5> 투탑이상이 출연한 주요 스토리 좋은 드라마 수준 시청률 추이



<표 4-19> 투톱이상이 출연한 주요 스토리 좋은 드라마

드라마명	방송사	방영유형	출연스타	1회 시청률	초반 시청률	중반 시청률	종영 시청률
시크릿가든	SBS	주말밤	하지원, 현빈	17.2	19.06	24.1	30.76
참 좋은 시절	KBS2	주말저녁	이서진, 김희선	23.8	26.4	23.2	27.7
대물	SBS	수목	고현정, 권상우	18	21.5	25.9	27.8
별에서 온 그대	SBS	수목	전지현, 김수현	15.6	19.14	24.54	27.04
공부의 신	KBS2	월화	김수로, 배두나, 유승호	13.4	17.7	22.8	25.1

5. 소결

- 스타는 드라마의 스토리가 우수한 경우에는 초반부터 중반까지의 시청률을 견인하는 효과가 그래프상에 나타남
- 스타는 드라마의 스토리가 약한 경우에는 시청률을 중반 이후 견인하는 파워는 가지고 있지 못하나 초반에 주목하게 하는 효과는 일부 나타남
- 드라마의 스토리가 좋지만 스타가 출연하지 않은 드라마는 초반 시청률 보다는 중반 시청률이 높고 꾸준하게 시청률이 증가하지만 급격하게 상승하지는 않음
- 드라마의 스토리가 좋지만 스타가 출연하지 않는 드라마는 중반부터 종영 시청률이 초반에서 중반으로 가는 시청률보다 증가폭이 더 큼
- 스타의 파워가 그래프상으로 확인되었으며 선행 연구와 마찬가지로 스타파워의 시효성이 재차 검증된 결과임
- 스타가 출연했을 경우에는 상대적으로 높은 기대를 가지고 출발하여 그 결과 스토리의 좋고 나쁨에 따라 시청률 그래프의 추이가 급격하게 변화하는 특성이 나타남
- 즉 스타는 초반 시청자의 기대를 가지고 드라마를 시작할 수 있게 하며 드라마 진

행 과정에서 스토리가 좋을 경우 더 급격한 시청률 향상을 기대할 수 있음

- 스타가 기용되지 않은 드라마는 위와 같은 스타의 효과를 얻기 어려우며 대본의 힘으로 완만한 변화가 주로 나타남

제 2 절 FGI 결과

1. 사전조사

- 본 FGI는 한국 드라마가 중국에서 왜 인기가 있는지, 만약 중국에서의 한국 드라마가 성공한다면 한국 연예인 즉 스타는 얼마나 기여하는지에 대해 알아보고자 함.
- FGI 실시 전, 중국인 유학생을 대상으로 총 5문항의 간단한 설문지를 돌렸고, 그에 따른 답을 정리하여 FGI에 활용하고자 하였으며, 5문항의 질문은 다음과 같음.
 - 좋아하는 한국 드라마와 그 이유를 적어주세요
 - 좋아하는 한국 연예인(스타)과 그 이유를 적어주세요
 - 한국 연예인(스타)이 출연했을 때의 장점을 적어주세요
 - 중국에서 인기 있는 한국 연예인(스타)는 누구인가요
 - 만약 한국 연예인(스타)이 중국에서 인기가 있으려면 어떻게 해야 할까요
- 좋아하는 한국 드라마와 그 이유를 적어달라고 제시했던 첫 번째 질문에 대한 답을 살펴보면 대부분의 학생들이 'SBS 수목드라마' 중 하나를 좋아하는 한국 드라마로 선정함.
- 또한 자신이 선택한 좋아하는 한국 드라마에 대한 이유는 대부분이 드라마의 내용 또는 스토리에 관한 것이었고, 그 밖의 대답으로는 주인공들의 외모, 연기력을 꼽았으며, 첫 번째 질문에 대한 요약은 다음 표<4-20>과 같음.
- 좋아하는 한국 연예인(스타)과 그 이유에 대해 적어달라고 제시한 두 번째 질문에서는 배우보다는 가수를 선택하는 경향이 많았음.

- 가장 많은 선택을 받은 좋아하는 한국 연예인(스타)은 'EXO'로 외모뿐만 아니라 음악과 춤, 모든 부분에서 다른 한국 연예인들보다 뛰어난 것 같다는
- 또한 소속사인 'SM 엔터테인먼트'가 중국의 방송 프로그램을 더 잘 활용하여 마케팅을 잘 하고 있다는 의견도 있었음.

<표 4-20> 좋아하는 한국 드라마와 그 이유

좋아하는 한국 드라마	이유
별에서 온 그대	- 다른 드라마들보다 스토리(줄거리)가 신기하다 - 남녀 주인공의 외모가 뛰어나다 - 주인공 설정이 재미있다
괜찮아 사랑이야	- 내용에서 인간성이 느껴진다 - 서로를 이해하고 다독여주는 스토리가 좋다
유령	- 다른 드라마와 다르게 남녀의 사랑이야기가 없다 - 새롭고 흥미로운 주제의 드라마라서 좋아 한다
상속자들	- 남녀 주인공들이 멋있고 예쁘다
너의 목소리가 들려	- 흔한 연애 드라마가 아닌 법률 드라마라 좋다 - 배우들의 연기가 좋았다
미생	- 현실적인 내용의 드라마라 공감이 간다 - 한국의 직장생활에 대해 공부하게 된다

- 그 밖에 가수로는 빅뱅, 인피니트, 비스트, F(X)의 크리스탈, 동방신기 등이 있었고, 배우로는 김수현, 전지현, 이민호가 있었음. 좋아하는 이유로는 대부분이 외모에 대한 평가였고, 배우의 경우 연기력이 추가됨.
- 세 번째 질문, 한국 연예인(스타)이 출연했을 때의 장점으로서는 한국 연예인들이 방송에 나왔을 때, 다방면에서 재주가 많기 때문에 많은 것을 보여주고 거기에 외모도 받쳐주기 때문에 보는 사람들의 입장에서는 즐겁거나 행복하다고 말함. 또한 한국 연예인이 나온 프로그램은 인지도가 상승하기에 프로그램 입장에서 장점이라고 말한 답변도 있었음.

- 네 번째, 중국에서 인기있는 한국 연예인(스타)을 묻는 질문에는 두 번째 질문과 상당 부분 겹쳤으나 개인적인 호감을 묻는 두 번째 질문에서는 가수를 선택한 학생들이 많았는데, 중국에서의 인기 또는 호감을 묻는 네 번째 질문에서는 배우들이 많았다는 점이 차이점이라고 할 수 있음.
- 가장 많은 선택을 받은 한국 연예인(스타)은 '이민호'와 '김수현'이었는데, 그 이유는 드라마 <상속자들>과 <별에서 온 그대>로 인한 인기 상승을 토대로 중국 내에서 많은 광고에 나오고 있고, 심지어는 유명하지 않은 브랜드들을 유명하게 만들었다는 점을 인기 있는 배우로 꼽은 이유였음. 그 밖엔 같은 드라마에 나왔던 김우빈, 전지현, 이종석 등이 인기 있는 연예인(스타)로 꼽힘.
- 마지막으로 한국 연예인(스타)이 중국에서 인기가 있으려면 어떻게 해야 할까라는 질문에 대한 답으로는 모두 외모를 1순위로 꼽았다. 좋은 작품도 중요하고 연기력도 중요하지만 무엇보다 외모가 받쳐줘야 성공할 수 있다는 대답이었고, 그 뒤에 회사에서의 마케팅 능력이 중요한 요소가 된다고 답하는 학생들이 많았음.
- 다섯 가지의 간단한 질문 문항과 그에 따른 답을 토대로 중국에서의 한국 드라마와 연예인(스타)에 대한 간략한 정보를 획득할 수 있었고, 이를 토대로 더 심층적인 분석을 위해 중국인 유학생(대학원생)들에게 FGI를 실시함.

2. FGI 인터뷰

- FGI 인터뷰에 대한 정리는 간단한 질문에 대한 제시와 그에 따른 학생들의 답을 요약하여 제시하고 이를 분석하여 요약하고자 함.

Q. 자신이 좋아하는 한국 드라마와 그 이유에 대해서 자유롭게 이야기 해주세요.

- 요즘은 '피노키오'를 보고 있는데, 내용이 '너의 목소리가 들려'와 비슷하면서도 독특하고 재미있어서 보고 있어요. 그 전엔 '상속자들'도 재미있게 봤어요. 처음엔 '이민호' 때문에 드라마를 봤는데, 나중엔 '김우빈' 때문에 계속 봤어요.
- 저는 '상속자들' 스토리가 별로여서 재미없었어요. 저도 '김우빈'은 좋아하지만 스토

리는 별로 맘에 들지 않았어요. 한국 드라마 내용들 결국엔 다 비슷한 것 같아요.

- 그런데 tVN 드라마는 스토리가 다 달라요. 그래서 요즘 tVN 드라마 많이 보고 있어요. 요즘엔 '미생' 챙겨보고 있는데, 전엔 '로맨스가 필요해'를 시즌별로 다 챙겨봤어요.
- 저는 케이블에서 하는 '나쁜 녀석들'이라는 드라마를 챙겨봤어요. 연애 이야기는 아니었지만 재미있고 흥미로웠어요.
- 제가 좋아하는 드라마는 아무래도 가장 많이 본 드라마인 '발리에서 생긴 일'이에요. 한 다섯 번 넘게 본 것 같아요. 계속보고 계속보고. 화질이 안 좋아서 요즘은 답답해요.
- 그 '발리에서 생긴 일' 드라마 때문에 '조인성'의 인기가 중국에서 많아졌어요. 제 친구도 그 드라마 때문에 '조인성' 팬이 되었어요.
- '괜찮아 사랑이야'도 솔직히 '조인성' 나온다고 해서 봤는데, 재미있어서 2번이나 봤어요.
- SBS 드라마들이 재미있고 인기 있는 것 같아요. 중국에 사는 제 친구는 한국에 방송국이 SBS만 있는 줄 알고 있었어요.

Q. '이민호' 때문에 드라마를 봤다던지 '조인성' 때문에 봤다던지와 같이 특정 연예인이 나오기 때문에 드라마를 보기 시작했다는 의견이 있는데요. 특정 연예인으로 인해 드라마가 성공할 확률도 높다고 보시나요?

- 처음에는 드라마 내용 전체적으로 잘 모르고 간단한 줄거리만 있기 때문에 아무래도 인기 있는 배우가 나온다고 하면 그 드라마를 더 많이 보는 것 같아요.
- 인기 있는 배우보다는 자신이 좋아하는 배우가 나오면 보는 것이 더 맞는 것 같아요.

- 저는 '박유천' 좋아해서 '보고싶다' 드라마를 처음에 챙겨봤어요. 재미있었는데 뒤로 갈수록 재미없고 지루해서 좋아하는 연예인이 나왔지만 끝까지 보지 않았어요.
- 오히려 반대의 경우도 있는 것 같아요. 좋아하는 배우가 아니라 싫어하는 배우가 나오는 쪽이 영향을 더 받는 것 같아요. 아까 요즘 '피노키오' 보고 있다고 말했는데, 저는 보지 않았어요. 그 이유는 배우가 마음에 들지 않아서예요.
- 제가 봤을 땐, 인기 있고 유명한 배우가 나온다고 하면 그렇지 않은 드라마보다 처음에는 인기가 많을 거라고 생각해요. 하지만 처음에만 그렇고 드라마가 진행될수록 이야기가 더욱 중요해지는 것 같아요.
- 그래도 어떤 드라마를 통해서 배우가 인기가 많아지면 그 배우가 나왔던 드라마나 영화를 찾아보는 것은 있는 것 같아요. 제 친구가 '별에서 온 그대'를 보면서 '김수현'을 너무 좋아했는데, 그래서 '김수현'이 나왔던 드라마랑 영화를 다 찾아 봤어요. 하지만 드라마가 인기 있을 때만 찾아봤어요.
- 제 친구도 '김수현' 때문에 '은밀하게 위대하게' 영화를 찾아 봤어요. 그런데 요즘은 '김수현' 별로 안 좋아하고 오히려 싫어하는 것 같아요.
- 제 주변에도 '김수현' 좋아하는 사람 없는데, 왜 인기가 있다고 나오는 건지 모르겠어요.
- 나도 그게 궁금해요. '김수현'이 왜 인기가 있다고 나오는 건지...
- 제가 봤을 땐, '김수현'이 인기 있는게 아니라 드라마에 나왔던 '도민준'을 사람들이 좋아하는 것 같아요. 사실 '김수현' 하면 모르는 사람들 더 많고 '도민준'하면 아는 사람들이 더 많아요.
- 만약 다른 사람이 '도민준' 역할을 했어도 그 사람 똑같이 인기가 많았을 거예요.

Q. 이야기를 들어보니 유명 연예인을 통한 드라마의 성공에 대해서는 그 비중이 매우 작다고 느껴지네요?

- 한 30% 정도? 차지한다고 봐요. 처음에 방송할 때만... 한 30% 정도.
- 만약에 인기 있는 배우가 한 명 나오는 것보다는 주인공 모두가 인기 있는 배우라면 더 영향을 미칠 수 있을 것 같아요.
- 그건 한국 드라마뿐만 아니라 중국 드라마에서도 똑같은 것 같아요. 아무리 잘생기고 연기력 좋은 사람이 나와도 재미가 없으면... 그러니까 내용이 별로면 안 챙겨봐요.
- 제가 한국 드라마 처음 보게 된 건 '꽃보다 남자'였어요. 그거 이미 대만에서도 방송을 했고 내용 모르는 사람이 없어요. 그런데 보게 된 이유는 주인공들이 잘 생기고 매력적으로 느껴져서 내용을 다 아는데도 챙겨봤어요.
- 그 때는 한국 드라마에 대한 인식이 별로 없고 초반이다 보니까 누가 나오는지의 영향을 많이 받았던 것 같아요. 그런데 지금은 워낙 한국 드라마가 잘 알려져 있고 많은 사람들이 중국 드라마만큼 찾아보기 때문에 유명 연예인이 나오는 것에 대해 큰 의미는 없는 것 같아요. 배우보다 내용에 더 관심이 많아요.
- 저도 같은 생각이예요. 아까 말한 것처럼 30%정도만 영향을 미치는 것 같아요. 그것도 처음에만 그 정도의 영향을 미치고 뒤로 갈수록 극중 역할이나 내용이 100% 차지해요.
- 저는 좋아하는 연예인이 있는데 그 연예인이 나온다고 해서 무조건 그 드라마를 보거나 끝까지 챙겨보지는 않아요. '2pm'을 좋아하는데 멤버 중 '옥택연'이 나온 '참 좋은 시절'은 너무 길고 재미도 없어서 안 봤어요.
- 맞아. 너무 길면 또 재미가 없는 것 같아요.

Q. 스토리와 등장 배우가 아닌 드라마의 길이도 영향을 미친다는 말인가요?

- 네. 너무 길면 재미가 없어요. '에덴의 동쪽'이라는 드라마를 봤는데, 진짜 너무 길어서 보다가 그만 뒀어요.

- 저도 진짜 재미있는 한국 드라마를 찾았어요. 보면서 검색을 했는데, 80부작인가? 90부작이라고 검색에서 나왔어요. 그래서 재미있게 보다가도 그만 봤어요.
- 제가 본 제일 긴 드라마는 '아내의 유혹'이었어요. 다 보긴 했는데 너무 힘들었어요. 너무 길어서 중간에 그만 보고 싶었어요.
- '장서희'가 나온 드라마 너무 다 길어요. '인어 아가씨'도 너무 길었어요.
- '인어 아가씨'처럼 예전에 중국에서 방영해주던 한국 드라마들 다들 길었어요. 그래서 사람들이 한국은 드라마 너무 길게 만든다고 말했어요.
- 한국에 오기 전에 한국 드라마는 무조건 다 길다고 생각했어요. 그 때는 중국에서 반영되는 드라마들이 앞에서 말한 것처럼 다 장편이었거든요.
- 요즘은 미니시리즈? 많이 나와서 사람들 생각 많이 바뀌었어요.
- tvN 드라마처럼 케이블에서 방영되는 한국 드라마들이 재미있는 이유 중 하나인 것 같기도 해요. 길지 않고 16부 정도에서 끝나기 때문에... 그래서 요즘 중국에서도 tvN 드라마들이 점점 더 인기가 많아지고 있어요.
- 길이가 스토리랑 연결되는 것 같기도 해요. 왜냐하면 빨리 끝나기 때문에 진행이 빨리빨리 되고 그래서 사람들이 더 흥미롭게 드라마에 집중하는 것 같아요.
- 한국 드라마 성공하려면 제일 중요한건 내용이고 그 다음엔 배우가 매력 있어야 하는 것 같아요. 우리가 계속 얘기하고 있지만 결과적으로는 내용이 중요한 것 같아요.

Q. 결국 제일 중요한 것은 내용(스토리)이라고 말해주셨는데, 한국 드라마의 내용에서 어떤 부분이 흥미를 이끌고 성공으로 이끄는 것 같나요?

- 솔직히 다 비슷한 내용이긴 해요. 특히 한국 드라마는 남녀 주인공 사이에서 진행 속도라고 해야하나? 그게 너무 느려요. 그래도 성공하는 드라마들은 비슷한 내용

안에서도 독특한 소재가 꼭 있는 것 같아요.

- 맞아요. 인기 있는 드라마들 보면 독특한 소재들이 꼭 들어있어요. ‘별에서 온 그대’의 경우도 남자 주인공이 외계인이었잖아요. 그리고 캐릭터가 너무 매력적이예요. ‘도민준’도 매력적이지만 저는 ‘전지현’이 맡았던 ‘천송이’ 캐릭터에서 매력을 느꼈어요.
- 독특한 소재는 ‘나인-아홉 번의 시간여행’에서도 나와요. 정말 재미있게 봤어요. 이런 독특한 내용이 인기 있는 요인인 것 같아요.
- 차라리 요즘은 남녀사이의 연애 이야기가 하나도 없거나 정말 현실적인 내용의 드라마들도 인기가 있는 것 같아요. ‘미생’처럼 말이에요.
- 맞아요. 장르가 특이하다는 것도 한국 드라마 내용 부분에서 중요한 것 같아요. 예전엔 무조건 남녀사이의 사랑이 꼭 있어야 했는데 요즘은 그렇지 않아요.
- 그래도 중국 전 지역에서 인기가 있으려면 연애 이야기는 필수인 것 같아요. 사실 한국 드라마 중에 ‘유령’이나 ‘싸인’처럼 연애 이야기가 아니라 범죄? 수사하는 그런 내용의 드라마도 인기가 있었어요. 그런데 젊은 사람들 사이에서 재미있다고 얘기 나왔지 중국 전체에서 인기가 있었던 것은 아니예요. 올해 했던 드라마 중에서는 ‘신의 선물’도 그렇구요.
- 중국 드라마나 한국 드라마가 성공하려면 내용이 중요하긴 해요. 하지만 요즘 중국에서 한국 드라마가 인기 많은 이유는 중국 드라마와 같은 내용이어도 한국 연예인들이 키도 크고 멋있고 예쁘기 때문인 것 같아요.
- 맞아요. 모든 한국 드라마가 내용이 독특하고 소재가 독특한 건 아니예요.
- 이상하게도 무조건 멋지고 예쁘다고 드라마를 챙겨보는 건 아니고 내용을 중요시하지만 좋은 내용의 같은 드라마라면 외모를 따지는 것 같아요. 그리고 한국 드라마들 영상이 너무 예뻐서 더 좋은 것 같아요.
- 제가 봤을 땐 내용과 배우 둘 다 중요한 것 같아요. 그래도 조금 더 비중을 준다면

내용이 더 중요하겠지만요.

Q. 그럼 이쯤에서 한국 연예인(스타)에 대한 이야기를 해볼게요. 요즘 중국에서 가장 인기 있는 한국 연예인(스타)은 누구인가요?

- ‘이민호’가 제일 인기 많아요.
- ‘꽃보다 남자’랑 ‘상속자들’에서 비슷한 역할을 해서 그런지 극중 캐릭터가 ‘이민호’의 이미지가 되었어요.
- 웬지 돈이 많을 것 같고, 한 여자만 바라보고 바람 피우지 않을 것 같다는 이미지가 ‘이민호’의 이미지가 되었어요. 드라마에서 맡은 역할 때문이에요. 그래서 인기도 많아요.
- ‘이민호’는 ‘상속자들’ 전에도 ‘꽃보다 남자’ 때문에 인기가 있는 상태였어요. 그런데 ‘상속자들’을 찍으면서 전에 맡았던 역할과 비슷하고 그래서 더욱 그 이미지가 확고해지고 인기를 더 얻게 된 경우예요.
- ‘김수현’은 아무도 몰랐어요. 한국에 그런 배우가 있다는 것도 몰랐고 이번에 ‘별에서 온 그대’를 찍고 나서 인기가 많아졌어요.
- 솔직히 ‘이민호’는 드라마에서 맡았던 역할의 이름보다 ‘이민호’라는 이름 자체가 얼굴을 떠올리기가 더 쉬워요. 그런데 ‘김수현’은 이름을 들었을 때보다 극중 역할인 ‘도민준’을 들었을 때 얼굴을 떠올리는게 더 쉬워요.
- 저도 ‘김수현’을 ‘별에서 온 그대’를 보면서 좋아했는데, 드라마가 끝나고 딱 좋아하는 것도 끝났어요. 아무래도 ‘도민준’을 좋아했던 것 같아요.
- ‘도민준’ 역할은 누가 맡았어도 ‘김수현’만큼의 인기를 얻었을 거예요.
- ‘김수현’의 인기는 다른 배우들에 비하면 정말 특이한 경우인 것 같아요. 운이 좋았어요.

- 요즘 너무 자주 광고에 나오고 많이 보여서 사람들이 오히려 ‘김수현’을 꺼려하기도 해요.
- 저는 그 드라마가 왜 인기가 있는지도 잘 모르겠어요.
- 처음에 ‘별에서 온 그대’ 주목 받지도 못했어요. 다들 잘 몰랐는데 인터넷에서 다들 재미있다고 SNS를 통해서 퍼졌어요. 그래서 사람들이 찾아보기 시작했어요.
- 저도 친구가 추천해서 보기 시작했어요.
- ‘상속자들’의 경우 ‘이민호’가 나온다고 해서 본 사람들 많이 있었어요. 그런데 ‘별에서 온 그대’는 인터넷을 통해서 소문이 나면서 인기가 많아졌어요.

Q. 두 배우에 대한 이미지가 상반적인데요. 그렇다면 한국 연예인(스타)이 중국에서 인기를 얻고 성공하려면 어떤 조건이 있어야 할까요?

- 배우라면 무엇보다 좋은 작품에 좋은 역할을 맡아야 한다고 생각해요. ‘도민준’과 같은 역할을 맡게 되면 분명히 인기를 얻을 수 있어요.
- 그렇지만 외모도 매우 중요한 것 같아요. 잘생기고 키 크고 예쁘고 몸매 좋고...
- 외모가 무조건은 아니라고 저는 생각해요. ‘나쁜 녀석들’ 드라마 보면서 ‘마동석’이라는 연예인을 좋아하는 팬이 많아졌어요. 그는 키가 큰 것도 잘생긴 것도 아닌데 인기가 많아요. 무조건 잘생겼다고 인기 있는 건 아니고, 얼마나 매력적인가라고 보는게 좋을 것 같아요.
- 가수도 마찬가지예요. 외모도 중요하지만 무엇보다 춤과 노래가 좋으면 인기가 많아요.
- 성격이 좋아야하는 부분도 있어요. 겸손하고 예의가 있어야 해요. 예전에 중국에서 ‘장나라’가 인기 많았어요. 그런데 한국 방송에서 ‘돈 없으면 중국에 가요’와 같은 말을 해서 중국 사람들이 ‘장나라’ 싫어하게 되었어요.

- 말조심해야 해요. 중국 방송에서만 해야 하는 것이 아니라 한국 방송에 나가서도 말조심해야 해요. 요즘 인터넷 때문에 한국에서 방송하는 것도 다 찾아볼 수 있어서 항상 말조심하고 예의 있게 행동해야 해요.

Q. 그렇다면 마지막으로 중국에서 한국 드라마 또는 한국 연예인(스타)이 나와서 긍정적인 영향을 주는 부분이 있을까요? 쉽게 말해서 장점이 있을까요?

- 저한테 개인적으로 주는 긍정적인 부분은 드라마 보면서 즐거운 정도라고 생각해요.
- 오히려 드라마나 연예인을 좋아하는 개개인보다는 사회나 사업하는 사람들에게 영향을 많이 미치는 것 같아요. ‘별에서 온 그대’가 유행할 때, ‘전지현’이 마셨던 음료나 착용했던 반지 그리고 옷처럼 ‘전지현’이 하고 나왔던 모든 것들이 유행이었어요.
- 방송에 나오고 그 다음 날이면 인터넷 쇼핑몰에서 모든 제품들이 다 판매하고 있었어요.
- 맞아요. 완전히 다 판매가 되어서 구할 수 없거나, 너무 비싸서 가짜가 만들어졌어요.
- 그 때 드라마에서 치킨이랑 맥주 얘기하는 바람에 중국에서 치킨이랑 맥주가 많이 팔렸어요. 이런 쪽에서 일하는 사람들은 아마 긍정적인 영향을 받았다고 생각할 거예요.
- 한국 패션에 대해 파악하는 방법이 되기도 했어요. 드라마에서 연예인들이 입고 나오는 옷을 보면서 저런 것들이 요즘 유행하는 구나라고 이해할 수 있었어요.
- 드라마 보면서 그냥 단순히 즐겁기도 했지만 기다리면서 상상하고 생각하는 것도 재미있었어요. 정말 좋아하는 드라마는 빨리 대사가 번역되어서 자막 올라오기를 기다리면서 즐거웠으니까요. ‘별에서 온 그대’의 경우가 그랬어요. 한국에서 방송하는 시간에 중국 인터넷으로 바로 볼 수 있었어요. 사람들이 듣고 바로 번역에서 자

막으로 보여줬어요. 다른 드라마들 짧아도 1-2시간 안에는 자막이 올라왔는데 ‘별에서 온 그대’는 바로바로 올라왔어요.

- 요즘 ‘피노키오’랑 ‘미생’이 인기 있는데, 더 재미있는 드라마 많이 나왔으면 좋겠어요. 제가 두 드라마를 다 안 봐서 조금 심심하기도 해요.

3. 소결

- 중국인 유학생(대학원생) 18명을 대상으로 FGI 인터뷰를 실시한 결과, 중국에서 최근 4년간 기억나는 가장 성공적인 드라마는 별에서 온 그대, 팬텀아 사랑이야, 유령, 상속자들, 너의 목소리가 들려, 미생임.
- 좋아하는 드라마 스타는 가수 출신으로 연기 겸업을 하는 연예인을 많이 지목했고 김수현, 전지현, 이민호 등이 빈번하게 거론됨.
- 한류 드라마 스타는 외모와 연기력, 그리고 다방면에 재주가 많은 스타를 선호함.
- 드라마 스타 파워는 중국내 광고 촬영 횟수와 비례하는 경향을 보임.
- 드라마 내용 면에서는 남녀 관계 외에 독특한 소재에 대한 선호도가 증가하고 있음.
- FGI 인터뷰를 통해 알 수 있는 한국 드라마의 성공요인은 우선 드라마의 내용, 즉 스토리가 중요하다는 결과를 얻을 수 있었음.
- 배우의 역할도 드라마의 성공에 영향을 미치는 요소가 될 수 있지만, 드라마가 시작하는 초반에만 영향을 미치는 것으로 보임.
- 즉, 한류 스타가 출연하면 초반 관심이 높아지고 그 스타 때문에 드라마를 선택하려는 경향이 크지만 이야기가 진행될수록 드라마 대본이 더 중요하게 작용함.
- 그 이유는 드라마가 어떻게 진행되고 이야기 어떻게 흘러가는지에 대해서 중국 시

청자가 예측하지 못하는 상태에서 드라마에 대해 정확히 알 수 있는 요소가 배우뿐 이기에 이 부분이 초반에는 영향을 미칠 수 있지만, 드라마의 스토리가 점점 진행 되면서 배우보다는 내용 쪽으로 초점이 옮겨진다고 볼 수 있음.

- 이는 인터뷰에 참가한 학생들 전원이 좋아하는 배우, 인기 있는 배우가 나와서 보기 시작한 드라마일지라도 중간에 재미가 없거나 원치 않는 스토리일 경우 보는 것을 중단한다고 대답한 것에서 예측할 수 있음.
- 오히려 배우의 역할은 그 반대일 때 더 영향을 미친다고 볼 수 있는데, 인기 있고 좋아하는 배우가 나와서 보는 경우보다 싫어하거나 원치 않는 배우가 나왔을 때 그 드라마를 보지 않는 경우에 더 큰 영향을 미친다고 보임.
- 즉, 한국 드라마의 중국내 성공요인으로는 가장 중요한 것이 드라마 자체의 매력이고 두 번째가 한류 스타인데 어느 정도 신체적 매력과 연기력이 있으면 꼭 000 아니라도 드라마의 역할이 좋으면 스타가 될 수 있음.
- 또한, 해외에서의 드라마 성공을 위해 스토리, 배우의 역할도 중요하지만 어떻게 SNS를 통해 드라마가 퍼지고 확산되고 있는지도 성공을 위한 하나의 요인이라고 확인할 수 있었음. 예를들어 '별에서 온 그대'의 경우 SNS를 통한 입소문이 가장 결정적인 역할을 한 것으로 보임.
- 이러한 SNS의 영향은 한류스타의 활발한 SNS활동을 통해 각 스타의 인지도에 크게 영향을 미치며 이러한 영향력이 다시 드라마의 시청동기에 영향을 끼치기도 함.
- 인터뷰를 통해 알 수 있었던 또 다른 사실은 드라마의 '길이'였는데, 스토리가 좋고 재미있다고 할지라도 너무 길거나 내용을 끄는 요소들이 보이면 그 드라마에 대해 지겨움을 느끼고 실증을 느낀다고 대답함.
- 중국에서 인기 있었던 드라마들도 최대 20부작이었고, 많은 사람들이 주목하고 있는 tvN 드라마들도 대부분 16부작에서 끝이 남. '미생'의 경우도 20부작임을 통해, '길이' 역시 드라마의 성공에 중요한 요소라고 볼 수 있음.
- 한편으로는 '길이'가 스토리에 영향을 미친다고 볼 수 있는데, 빠른 전개와 진행을 통해 중국 시청자들의 흥미와 집중력을 이끈 것으로 보임.

- 결론적으로 한국 연예인(스타)의 역할이 드라마 성공에서의 무조건적인 요소라고는 볼 수 없지만, 영향을 미치는 요인 중 하나인 것은 분명함.
- 특히 아직까지도 한국 드라마에 대해서 익숙하지 않은 시청자들이 많기 때문에 최초 인지도 높은 스타가 출연하는 것이 필요하며 가수 등이 특히 이런 목적으로 효과적이거나 최초 또는 초반 시청에 주로 영향을 끼침.
- 중요한 것은 중국에서 인기를 얻을 수 있는 배우가 중요한 것이 아니라 싫어하는 배우가 되지 않는 것이 오히려 더 중요한 요인이라고 판단됨.
- ‘김수현’의 경우 어떠한 인지도도 없는 상태였지만 드라마 자체만으로도 큰 인기를 끌 수 있었는데, 이는 ‘김수현’에 대해 그 전에 좋은 평가가 없었지만 반대로 나쁜 평가도 없었기 때문에 가능.
- 앞서 말했듯이 나쁜 평가가 존재하게 되면 드라마의 인기와는 별개로 드라마 자체에 관심을 갖지 않는 사람들이 생기게 됨. 따라서 이 부분만 잘 해결할 수 있다면 스토리가 좋은 한국 드라마라면 어떠한 드라마든지 제 2의 ‘별에서 온 그대’가 될 수 있다고 보임.

제5장

결 론

제 1 절 주요 연구결과

- 본 연구는 드라마에 스타의 출연이 실제 시청률성과에 유효한 영향을 미치는지 알아보는데 목적이 있음
- 이를 위해 2010년부터 2014년 11월까지 5년간 오후 7시 이후에 방송 3사에서 방영된 드라마를 기준으로 스타출연여부, 방송시간대, 주제, 원작유무 등을 내용분석하고 이를 바탕으로 각 드라마의 시청률 성과에 미치는 영향을 회귀분석을 통해 확인함.
- 이와 함께 실제 드라마 제작현실과 스타배우 기용의 유효성을 보다 심층적으로 파악하기 위해 전문가를 대상으로 FGI를 실시함.

1. 내용분석을 통한 스타의 영향력에 대한 결과

- 스타는 드라마의 스토리가 우수한 경우에는 초반부터 중반까지의 시청률을 견인하는 효과가 그래프 상에 나타남
- 스타는 드라마의 스토리가 약한 경우에는 시청률을 중반 이후 견인하는 파워는 가지고 있지 못하나 초반에 주목하게 하는 효과는 일부 나타남
- 드라마의 스토리가 좋지만 스타가 출연하지 않은 드라마는 초반 시청률 보다는 중반 시청률이 높고 꾸준하게 시청률이 증가하지만 급격하게 상승하지는 않음
- 드라마의 스토리가 좋지만 스타가 출연하지 않은 드라마는 중반부터 종영 시청률이 초반에서 중반으로 가는 시청률보다 증가폭이 더 큼
- 스타의 파워가 그래프 상으로 확인되었으며 선행 연구와 마찬가지로 스타파워의 시효성이 재차 검증된 결과임
- 스타가 출연했을 경우에는 상대적으로 높은 기대를 가지고 출발하여 그 결과 스토리의 좋고 나쁨에 따라 시청률 그래프의 추이가 급격하게 변화하는 특성이 나타남

- 즉 스타는 초반 시청자의 기대를 가지고 드라마를 시작할 수 있게 하며 드라마 진행 과정에서 스토리가 좋을 경우 더 급격한 시청률 향상을 기대할 수 있음.
- 스타가 기용되지 않은 드라마는 위와 같은 스타의 효과를 얻기 어려우며 대본의 힘으로 완만한 변화가 주로 나타남.

2. 스타 영향력과 함께 분석된 시청률에 영향을 미치는 요인

- 스타가 출연하는 드라마는 그렇지 않은 경우보다 현격한 차이가 존재함.
- 남성 단독 스타가 출연하는 드라마의 성공 가능성이 가장 약하며, 여성 단독 스타와 남녀 투톱 이상은 통계적으로 유의미한 차이는 없음.
- 방송국 별로 스타 효과의 차이가 나타나는데 사극/시대극 위주의 소수의 드라마를 방영하는 KBS1의 경우에는 스타가 드라마에 출연하는 횟수가 타 방송국 대비 가장 낮았지만 시청률은 높게 나타남.
- 드라마 주제는 남녀 관계보다는 가족/사회를 다룬 드라마가 더 높은 시청률을 기록하였으며 이는 과거 남녀의 멜로 또는 로맨틱 코미디 물이 예전에 비해 선호되지 않음을 나타냄.
- 원작이 있는 드라마의 경우라고 해서 특별히 시청률에 영향을 끼치지 못하는 못했는데 그 이유는 드라마 전문 작가들의 역량이 원작 작가에 비해서 뒤지지 않는 데에 기인함.
- 편성요인도 시청률에 영향을 끼치는데 일일 드라마와 같이 연속성이 있는 경우 시청률이 높게 나타나는 편이었으며 주말 시간대가 평일 시간대보다 구조적으로 시청률을 확보에 유리하다는 사실이 나타났음.
- 매년 드라마 시청률은 추세적으로 감소하고 있는데 이는 케이블, 종편, 온라인, 모바일 매체의 활성화로 인한 것과 텔레비전을 통한 시청시간이 감소하는 젊은 세대의 시청행태에 기인하는데 향후 드라마 성공 지표로 시청률에 대한 보완이 필요함

을 시사함.

3. FGI를 통한 스타의 영향력에 대한 결과

- 가장 중국에서 최근 4년간 기억나는 성공적인 드라마는 별에서 온 그대, 괜찮아 사랑이야, 유령, 상속자들, 너의 목소리가 들려, 미생임.
- 좋아하는 드라마 스타는 가수 출신으로 연기 겸업을 하는 연예인을 많이 지목했고 김수현, 전지현, 이민호 등이 빈번하게 거론됨.
- 한류 드라마 스타는 외모와 연기력, 그리고 다방면에 재주가 많은 스타를 선호함.
- 드라마 스타 파워는 중국내 광고 촬영 횟수와 비례하는 경향을 보임.
- 한국 드라마의 중국내 성공요인으로는 가장 중요한 것이 드라마 자체의 매력이고 두 번째가 한류 스타인데 어느 정도 신체적 매력과 연기력이 있으면 꼭 특정 유명 스타가 아니라도 드라마의 역할이 좋으면 스타가 될 수 있음.
- 한류 스타가 출연하면 초반 관심이 높아지고 그 스타 때문에 드라마를 선택하려는 경향이 크지만 이야기가 진행될수록 드라마 대본이 더 중요하게 작용함.
- 중국내 언론이나 SNS 활동이 한류스타의 인지도에 크게 영향을 미치고 이 영향력이 다시 드라마의 시청동기에 영향을 끼침.
- 아직까지도 한국 드라마에 대해서 익숙하지 않은 시청자들이 많기 때문에 최초 인지도 높은 스타가 출연하는 것이 필요하며 가수 등이 특히 이런 목적으로 효과적이거나 최초 또는 초반 시청에 주로 영향을 끼침.
- 드라마의 길이도 중요한데 너무 길면 부정적인 영향을 끼치고 미니 시리즈 정도 (16-24)회 정도를 적정하다고 생각함.
- 남녀 관계 외에 독특한 소재에 대한 선호도가 증가하고 있음.

제 2 절 연구의 함의

1. 실무적 함의

- 첫째, 드라마의 성과를 높이기 위해 스타배우 기용에 의존하기 보다는 방송초반에 탄탄한 줄거리 구성과 인물 소개로 충성적 시청자들을 확보할 필요가 있다는 점을 들 수 있음.
- 물론 본 연구에서도 스타배우 출연에 있어서 과거의 연구결과보다는 다소 줄어들었지만 아직까지 스타 배우의 출연이 시청률 성과에 영향을 미치는 중요한 요인임이 확인되었음.
- 그러나 스타 배우의 출연이 필연적으로 시청률의 성공으로 이어지는 것은 아니었는데, 앞서 연구결과에서 제시했다시피 몇몇 드라마는 소위 A급 스타를 기용했음에도 불구하고 시청률이 10%를 넘지 못하는 사례도 확인됨.
- 이는 드라마 제작 과정에서 스타에게 지나치게 의존해 온 경향이 있었다는 점을 보여주는 단적인 예라고 할 수 있음.
- 따라서 향후 드라마 제작에 있어서 스타배우에 의존하기보다는 다양한 소재와 형식을 개발하여 드라마의 질적 수준을 높일 필요가 있음.
- 둘째, 다양한 소재와 형식을 개발하여 드라마의 질적 수준을 높일 필요가 있다는 점을 들 수 있음.
- 2000년대 초반 드라마 성공요인을 분석한 선행연구들에 따르면, 역사나 시대물 혹은 남녀간의 애정문제를 다루는 로맨틱 코미디, 혹은 멜로물 등의 애정드라마의 시청률 성과가 높은 것으로 나타남.
- 그러나 본 연구에서는 역사나 시대물 혹은 가족드라마의 시청률 성과가 보다 높은 것으로 확인됨.
- 이상의 결과를 통해 특정 연령대의 시청자에 초점을 맞추기 보다는 다양한 시청층

을 확보할 수 있는 소재의 드라마를 제작하려는 노력이 필요하다는 것을 유추할 수 있음.

2. 정책적 함의

- 스타가 드라마에 출연하는 경우에 시청률이 증가하는 것은 통계적인 검증에 의해 판명됨. 스타가 국내 콘텐츠 산업에 주축을 이루는 드라마 성공에 끼치는 공헌과 드라마 산업의 발전에 매우 필요한 존재임을 고려하여 이들의 대한 대우를 문학, 미술, 전통공연 분야의 장인과 필적하는 대우가 필요하다고 판단함. 특히 드라마 수출과 한류에 기여한 배우들에게 다양한 방식으로 표창 및 활동에 인센티브를 부여하는 방식을 고안할 필요가 있음.
- 스타의 중요성이 커지면서 스타의 출연료가 상승하는데 그 영향으로 조연의 출연료와 제작비가 감소하는 경우 부작용으로 완성도가 떨어진 드라마가 제작될 우려가 있으므로 전체 제작비중 스타의 출연도에 대한 어느 정도의 가이드라인이 필요함. 개별 액수제한 보다는 전체 제작비 대비 비율에 대한 기준을 제작사 협의체와 연예 기획사에서 협의를 하는 것이 필요함. 영화에서처럼 출연료 외에 2차 판권이나 해외수출에 대해서 러닝 게런티제 도입도 고려해볼만 함.
- 드라마 스토리의 우수성이 시청률 확보에 중요하며 특히 중국 시청자의 경우에는 주연 배우가 신체적인 매력과 일정 수준의 연기력이 확보된 경우 드라마 스토리가 가장 중요한 요소인데 문화적 할인(cultural discount)이 적은 로맨틱물이나 문화권에 의해서 영향을 받지 않는 소재의 드라마 스토리가 성공요인으로 확인됨. 따라서 향후 문화산업적인 측면에서 드라마에 지원을 하는 경우 수출에 용이한 드라마 장르를 고려해야 함.
- 성공적인 원작이 있는 드라마가 드라마 작가가 쓴 드라마보다 우수한 시청률을 기록하지 못함. 이는 드라마 성공을 위해서 소설이나 만화와 같은 장르를 지원하기 보다는 직접적으로 드라마 작가에 대한 지원책이 더 유용할 수 있음을 의미하며 향후 드라마 작가에 대한 지원책이 한국 드라마 산업 발전에 더 유용할 것으로 판단함.

- 국내 드라마 작가 중 스타파워가 있는 경우는 김수현, 김정수, 송지나, 최완규, 이경희, 김규완, 박정란, 박진숙, 김운경, 문영남, 이선미, 김기호, 김도우, 홍정은, 호미란, 홍진아, 홍자람, 임성한, 서영명, 주찬옥, 정유경, 김영현, 윤선주, 김인영, 김은숙, 노희경, 인정옥, 김지우, 박연선 등인데(신주진, 2013) 이들은 줄거리라인, 캐릭터, 트렌드, 매니아 분야별 장점이 있는 작가들임. 중국 시청자들은 특히 드라마의 줄거리를 중시하고 있었는데 이들 스타 작가들을 섭외하여 드라마 스쿨이나 드라마 마스터 클래스를 열어 드라마 작가양성을 도모하고 나아가 드라마 시나리오 시장을 형성하여 다양한 작품이 한국과 중국 방송국에서 직접 구매할 수 있는 시스템을 구축하는 것도 관련 산업 발전에 크게 기여할 것으로 판단됨.
- 드라마의 수출을 위해서 필요한 것은 스타의 인지도와 더불어 대본의 우수성인데 중국시장의 경우 남녀 이야기, 로맨틱 코미디, 판타지 등이 인기가 높은 것으로 FGI 결과 나타남. 따라서 작가를 각 분야별로 교육시킬 수 있는 커리큘럼이 제공된다면 드라마 시장 발전에 기여할 수 있음.
- 다매체 다채널 시대에서 원소스 멀티유스(one source multi use)의 중요성이 커지는데 스타를 드라마에 출연시켜서 성공 시키는 것 이외에도 다양한 방식으로 수익성을 제고할 수 있어야 함. 즉, 드라마 제작 단계에서부터 만화, 게임, 소설, 뮤지컬 등의 다양한 활용을 염두에 두고 제작하는 것이 스타의 출연료 상승에 따른 대응책이 될 수 있는데 노희경의 경우 대본을 책으로 판매하여 성과를 거둠.
- 원소스 멀티유스를 실현하기 위해서는 다양한 매체의 장르 문법에 부합하는 작가의 역량이 필요하며 작가 교육 외에도 작가 스타를 배출할 수 있는 기획사 등에 대한 직간접적 지원책을 생각해 볼 시점에 도달함.
- 스타 배우 뿐 아니라 스타 PD와 스타 작가가 더 배출되어야 현재의 한류 드라마의 열풍이 유지될 수 있는데 현재 스타 배우 시장은 체계적으로 운영되고 있고, 스타 PD는 지상파 방송국에 소속되거나 케이블 채널 등에 스카우트되는 형식으로 안정성이 있는데, 스타 작가의 경우에는 일부의 경우를 제외하고는 독립적으로 대본을 공급할 수 있는 시장이 형성되어 있지 않음. 따라서 스타 작가의 탄생이 보다 용이할 수 있도록 대본의 판매 시장이 형성될 수 있도록 한다면 보다 안정적으로 드라마 산업의 발전이 이뤄질 것으로 예상됨.

- 각 지상파 방송국별 장점이 나타나는 분야에 대해서 이를 살릴 수 있는 지원책이 필요함. 가령 KBS1은 사극이나 시대물의 대작의 형식으로 사전기획을 오랜 시간 거쳐 나오는 작품인데 KBS1의 제작 지원을 유관단체나 정부부처가 할 경우 이를 고려할 수 있음. 마찬가지로 KBS2의 경우에는 가족을 주제로 한 드라마가 성공적이고 이러한 이미지가 스테이션 이미지(station image)에 영향을 끼치는데 KBS2가 가족 드라마를 제작할 경우에 차별적인 지원책이 있다면 방송국별로 개성있고 경쟁력있는 드라마가 제작될 수 있을 것으로 판단함.
- 기존 드라마의 대본을 스토리 차원에서 체계적으로 연구하여 일종의 성공 법칙을 도출해내고 이를 바탕으로 향후 드라마 제작이나 교육, 수출 등에 이용할 수 있는 연구가 필요함. 이번 연구에서는 전문가가 좋은 대본과 그렇지 않은 대본에 대해서 경험적으로 구분을 하였지만 보다 객관적이고 근거가 충분한 스토리를 판명해 내기 위해서 “좋은 시나리오의 법칙”, “스토리텔링의 비밀”, “베스트 셀러는 어떻게 만들어 지는가?” 등에서 제시한 기승전결의 매력적 구조, 한국인/중국인들에게 가장 매력적인 소재, 갈등의 구성, 주제의 확립 등의 고찰을 통해서 한국 드라마 스토리의 성공 요인을 최근 10년간의 드라마를 대상으로 도출해 낸다면 산업적/학문적/실용적 가치가 큰 연구가 될 것으로 제안하는 바임.

제 3 절 연구의 한계 및 제언

1. 연구한계

- 이 연구는 3개월이라는 비교적 짧은 시간 내에 수행되어 본 연구를 통해서 스타 역량이 드라마 성공에 미치는 영향에 대한 정교한 모델을 제공하기 보다는 향후 연구에서 고려해야 할 요인을 통계적으로 유의미한 결과를 제시하는 부분과 문헌연구와 FGI를 통해서 얻어진 요인을 제시함으로써 완성도 높은 스타역량 예측요인에 대한 포괄적, 탐색적 분석의 가치를 지님.
- 통계적으로 유의미하게 스타의 시청률 제고 효과는 나타났으며 이 외에도 편성요인, 방송국 채널 요인, 드라마 장르 요인 등도 시청률에 영향을 끼치는데 이 변인 외에도 같은 시간대 경쟁 드라마 요인, 계절별 시청률의 증감 등의 요인도 차후 연구에서는 고려해야 할 것임.

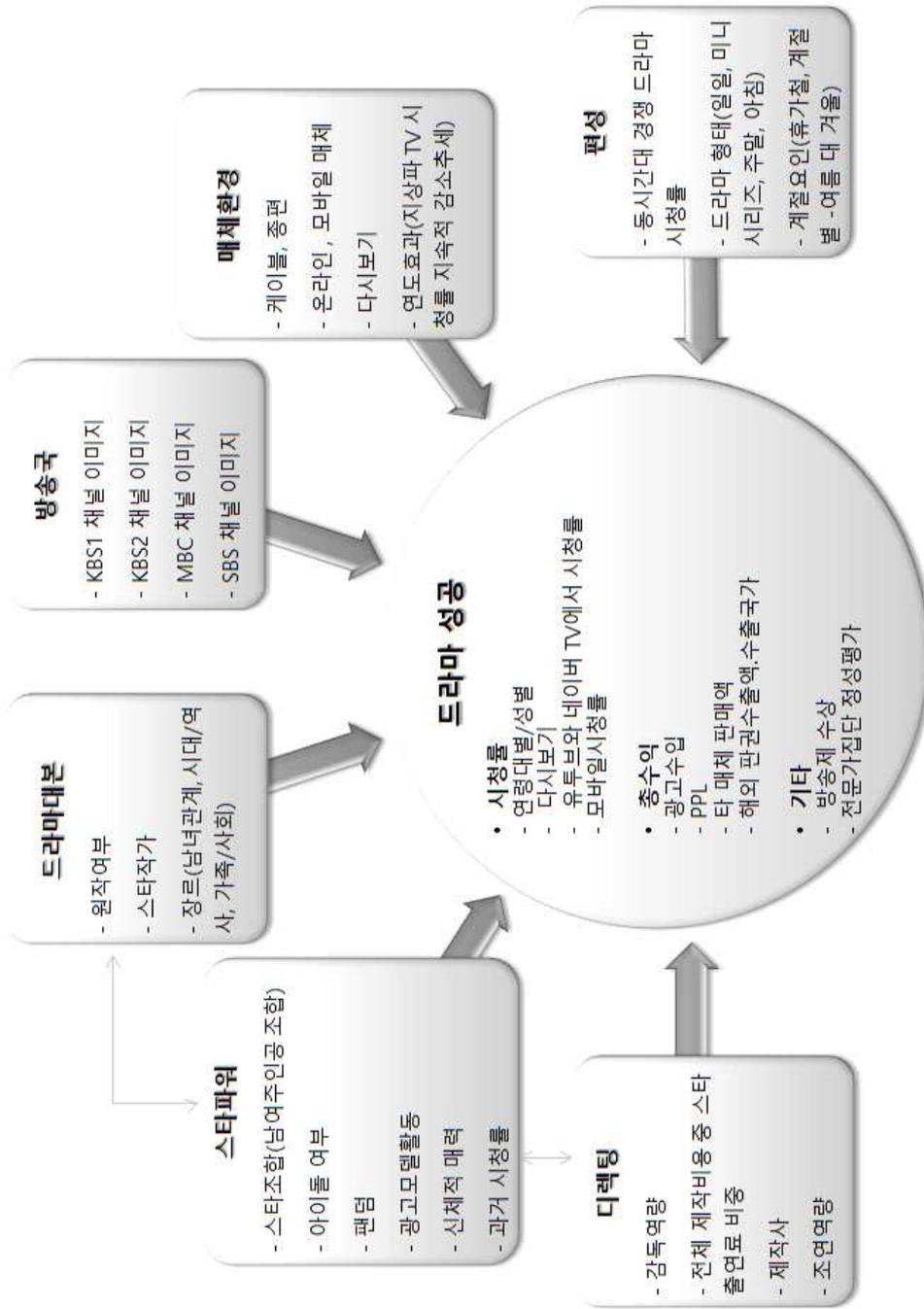
- 스타의 역량 부분에서도 스타의 과거 시청률이나 광고모델의 가치, 연기경력, 팬덤, 아이돌 여부 등 단순히 이전 드라마의 시청률이 합산이 일정 비율이 넘었을 때 스타라고 정의하는 것 보다는 다차원적으로 스타를 정의하면 향후 스타의 역량 측정 모형의 정교화에 기여할 것으로 판단함.
- FGI를 중국 시청자들을 대상으로 하였는데 그 이유는 비교적 성공한 드라마만이 중국 시장에 수출하고 있어서 성공 드라마에 대한 인식을 공유할 수 있으며, 향후 드라마 성공에 크게 영향을 끼치는 중국의 해외 드라마 판권 판매나 한류 열풍과 같은 현상에 스타가 기여하는 바가 크기 때문임. 그러나 보다 정교한 측정을 위해서는 국내 시청자들과 일본과 동남아, 미국, 유럽 등의 나라로 확대해야 할 필요성이 존재함.

2. 후속연구를 위한 제언

- 본 연구는 드라마의 성과를 시청률로 보고 있는데, 드라마의 성과는 수용자의 만족, 드라마에 대한 사회적 논의, 사회적 파급 효과 등 다양한 차원에서 평가될 수 있음.
- 따라서 향후 연구에는 그러한 성과를 포함하여 심층적인 논의가 이루어질 필요가 있으며 특히 영화에서의 스타의 역량 연구는 비교적 드라마 분야보다 활성화되어 있는데 여기서 사용하는 지표를 일부 사용한다면 보다 정교한 예측 모델을 제시할 수 있을 것임.
- 영화에서는 관객수도 중요하지만 2차 판매를 포함한 수입 측면에서의 지표를 중시하는데 드라마에서도 PPL, 광고판매액, 해외판권 판매, 타 채널에 프로그램 판매, 다시보기 등의 매출액 위주의 드라마 성공 지표에 대한 활용이 요구됨.
- 영화에서는 영화성공에 대한 질적인 방식으로 평론가 또는 전문가 집단의 평가, 공신력있는 영화 사이트에서의 평가, 영화제 수상등과 같이 양적인 요인을 보완하는 지표도 드라마 성공요인에서 고려해 볼만함.

- 이번 연구에서는 스타 출연에 초점을 맞춰 다양한 차원에서 드라마의 성과를 논의 하였으나, 실제 드라마의 시청률에 영향을 미치는 요인은 여러 요인들이 복합적으로 작용할 가능성이 높음(<그림 5-1>).
- 예를 들어, 스타의 출연이 총 제작비에서 차지하는 출연료가 높기 때문에 다른 제작부분에서 부실하게 드라마가 제작되거나, 스타가 좋은 작가가 집필한 드라마에 주로 출연하여 시너지를 높이는 등의 상호작용 효과가 존재할 가능성이 높음.
- 따라서 향후 연구에는 이러한 요인들을 복합적으로 적용한다면 보다 심도있는 논의가 가능할 것임. 위의 그림은 향후 드라마 성공에 스타의 역량이 기여할 수 있는 부분과 이와 상호작용을 일으키는 요인들을 도식화한 것임.
- 향후 드라마 성공을 단순히 시청률에만 머물지 않고 시청률은 연령대나 성별 등으로 세분화하고, 수익측면과 질적인 전문가 평가 차원에서도 드라마 성공 지표로 활용한다면 스타 역량이 더 정교화하게 파악될 것으로 제안함 .

<그림 5-1> 스타 역량 및 드라마 성공 요인 측정의 종합적 모형



참고문헌

- 권호영, 박웅진, 윤석진, 김숙(2009). 드라마 성공요인분석. KOCCA 연구보고서 09-80. 한국콘텐츠진흥원.
- 권호영(2009). 드라마에서 스타 참여의 효과와 지속성 분석. KOCCA FOCUS. 09-12. 한국콘텐츠진흥원.
- 김경목(2009). 대 흥행(block-buster) 드라마의 조건 : 드라마의 친숙성, 주연배우 지명도, 인터넷 기사(記事) 등이 시청률에 미치는 영향. 전략경영연구, Vol.12 No.1,
- 김기배, 권호영(2005). TV 프로그램에 대한 투입과 성과간의 관계 연구, 한국언론학보. 49권 6호. 36-56.
- 김병철, 이우석(2008). 좋은 시나리오의 법칙. 톰 스템플 저. 김병철-이우석 역. 서울: 시공아트.
- 김성필, 김송죽, 이민순(2013). 한류 이미지가 한국교육상품의 구매의도에 미치는 영향-중국대학생들의 몰입도의 조절효과를 중심으로, 한국콘텐츠학회논문지. vol 13. No.2, 460-474.
- 김윤철(2002). 스토리텔링의 비밀. 마이클 티어노 저. 김윤철 역. 2002. 서울: 아우라.
- 김이승현, 박정애(2001). 빠순이, 오빠부대, 문화운동가?: 서태지 팬덤 이야기. 한국여성연구소, 여성과 사회 13, 158-175.
- 김은미(1999). 프로그램 제공사업에서 시장진입순서가 갖는 의미에 대한 분석 : 미국의 사례, 사이버커뮤니케이션학회, 사이버커뮤니케이션 학보 4, 105-127.

- 김현주(2002). 시청자의 TV 프로그램 선택 요인에 관한 연구, 한국방송학회, 방송통신연구 55, 167-193.
- 김휴종(1998). 스크린쿼터제와 한국 영화산업, 삼성경제연구소, SERI연구보고서.
- 노희경(2009). 그들이 사는 세상. 노희경 대본집. 서울: 북로그컴퍼니.
- 배진아(2005). 드라마 시청률 영향 요인 분석 : 드라마 속성 및 수용자 요인을 중심으로, 한국방송학보 19(2), 2005.6, 270-309.
- 신주진(2009). 20인의 드라마 작가를 말하다. 한국방송문화총서 96. 서울: 도서출판 밍.
- 심미선, 한진만(2002). 프라임타임대 지상파 텔레비전 프로그램 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 한국언론학회, 한국언론학보, 46(4), 177-216.
- 이문행(2007). 아시아 8개국에 수출된 한국 드라마 특성에 대한 연구 : 2002년부터 2005년까지의 수출 실적을 중심으로, 한국콘텐츠학회, 한국콘텐츠학회논문지 7(9), 2, 34-43
- 이화진, 김숙(2007). TV드라마 시청률에 영향을 미치는 요인 : 내용변인을 중심으로, 한국방송학보 21(6), 2007.11, 492-535.
- 임소연(2013). 베스트셀러는 어떻게 만들어지는가. 제임스 홀 저. 임소연 역. 서울: 위너스북.
- 전익진, 은혜정(2014). 연관 규칙 분석을 이용한 시청률 분석 연구 : 지상파 드라마를 중심으로. 한국언론학회, 한국언론학보 58(5). 391-416.
- 정민우, 이나영(2009). 스타를 관리하는 팬덤, 팬덤을 관리하는 산업 스타를 관리하는 팬덤, 팬덤을 관리하는 산업 : '2세대' 아이돌 팬덤의 문화실천의 특징 및 함의, 한국여성커뮤니케이션학회, 미디어,젠더&문화 12, 191-240.

주창윤(2004). 텔레비전 프로그램 장르 분류기준에 관한 연구, 한국방송학회, 방송통신연구 59, 105-136.

Rust, R., & Albert, M.(1984). An audience flow model of television viewing choice. Marketing Science, 3(2), 113 ~ 127.

Rust, R., Wagner, K., & Mark, A.(1992). Viewer preference segmentation and viewing choice models for network television. Journal of Advertising, 21(1), 1 ~ 18.



부록

조작적 정의에 의한 스타 분류

- 본 연구의 분석대상에 포함된 드라마에 출연한 주연급 배우들의 스타분류임.
- 동일배우임에도 불구하고 스타에도 속하고 비스타에 속하는 배우가 있는데, 이는 분석 대상 드라마 중 초반에는 스타가 아니었다가 이후 시청률의 성과를 낸 작품들이 이어지면서 스타반열에 오르게 되었기 때문임.
-
- 예를 들어 김수현의 경우, 드림하이에 출연할 당시 스타가 아니었으나, 해를 품은 달을 통해 스타 반열에 올랐으며, 이후 별에서 온 그대에 출연할 당시에는 과거 출연한 작품들의 시청률 성과를 통해 스타로 분류된 경우임.

1. 스타 배우

남성배우	여성배우
고수, 공유, 권상우, 김명민, 김래원, 김수현, 김재원, 김주혁, 박신양, 박시후, 소지섭, 송일국, 송승헌, 송중기, 신하균, 안재욱, 엄태웅, 유승호, 유아인, 유준상, 윤상현, 이민호, 이범수, 이서진, 이선균, 이승기, 이종석, 이태곤, 장근석, 장동건, 장혁, 정지훈, 정진운, 조승우, 조인성, 주원, 지성, 차승원, 차태현, 천정명, 한석규	고현정, 공효진, 구혜선, 김선아, 김정은, 김태희, 김하늘, 김현주, 김혜수, 김희선, 김희애, 문근영, 설리, 손예진, 송윤아, 송혜교, 수애, 수지, 신민아, 신세경, 신은경, 아이유, 유리, 유진, 윤아, 윤은혜, 이보영, 이요원, 이지아, 장나라, 장서희, 전지현, 정수정, 정유미, 최강희, 최수영, 최정원, 최지우, 하지원, 한가인, 한예슬, 한지민, 한지혜, 황정음

2. 스타가 아닌 배우

남성배우	여성배우
<p>감우성, 강지환, 기태영, 김강우, 김남길, 김동완, 김민준, 김상중, 김석훈, 김수현, 김승수, 김승우, 김재원, 김재중, 김지석, 김지훈, 김현중, 류수영, 류진, 박건형, 박기웅, 박상민, 박유천, 박운재, 박정철, 백성현, 서준영, 성훈, 손현주, 송창의, 신성록, 연정훈, 에릭, 오만석, 오지호, 오창석, 유건, 유동근, 유준상, 윤계상, 윤시윤, 이규한, 이동건, 이동욱, 이상우, 이상엽, 이성재, 이장우, 이정진, 이재윤, 이종석, 이재룡, 이종혁, 이준기, 이태성, 이희준, 임주환, 임시완, 전광열, 정겨운, 정용화, 정윤호, 정일우, 정준호, 조현재, 조동혁, 조정석, 주지훈, 주진모, 주상욱, 지성, 지진희, 지창욱, 지현우, 진구, 최다니엘, 최수종, 최진혁, 최태준, 하석진, 황동주, 현우</p>	<p>강소라, 고아라, 김규리, 김민정, 김아중, 김유빈, 김옥빈, 김지수, 남상미, 다솜, 명세빈, 문정희, 문해원, 서영희, 서우, 서지혜, 서현진, 성유리, 소이현, 손담비, 송지효, 신세경, 신애라, 엄지원, 왕지혜, 염정아, 오연서, 오현경, 윤소이, 윤은혜, 이다혜, 이다희, 이민정, 이보영, 이소연, 이시영, 이연희, 이유리, 이지아, 이진, 이채영, 이태란, 임수향, 박세영, 박민영, 박세영, 박신혜, 박주미, 박진희, 박하선, 박한별, 배종옥, 전소민, 정려원, 정유미, 정은지, 정은채, 조윤희, 진세연, 채시라, 최윤영, 한은정, 한혜린, 한혜진, 황신혜, 황정음, 홍수현</p>

연구진

주관연구기관 : 한국콘텐츠진흥원

연구수행기관 : 사이버커뮤니케이션학회

연구수행책임자 : 이관열(강원대학교 신문방송학과 교수)

연구공동연구원 : 이철한(동국대학교 광고홍보학과 부교수)

KOCCA 연구보고서 14-44

**스타의 역량이 방송프로그램 성공에
미치는 영향**

발 행 인 : 송성각

발 행 일 : 2015년 1월 14일

발 행 처 : 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

전화 1566-1114 / 팩스 (061) 900-6015

인터넷(<http://www.kocca.kr>)

ISBN: 978-89-6514-404-5 (93600)

비매품