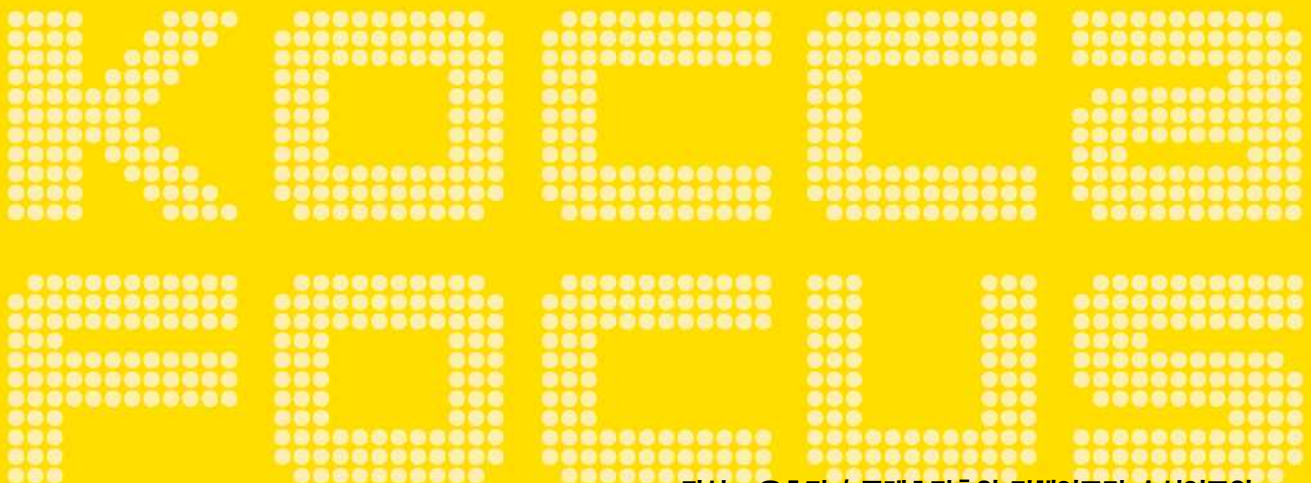


한-영-일 시청률 상위 방송콘텐츠 성공요인 분석

2010. 12.

1. 연구목적
2. 한국 : ‘막장’ 논란 불구, 시청률 톱5에 드라마 일색
3. 영국 : 일상성에 기초한 장수드라마와 BBC 뉴스의 전통
4. 일본 : NHK의 대하드라마와 저녁뉴스가 지닌 여전한 매력
5. 결론



작성 : 윤호진 / 콘텐츠진흥원 정책연구팀 수석연구원
전원경 / 영국 글라스고대학 문화정책센터 연구원
안창현 / 일본 스루가다이대학 강사

요 약

- 2010년 한 해 동안 한국, 영국, 일본의 시청자들에게 가장 인기 있었던 방송 콘텐츠를 중심으로, 인기비결과 성공요인은 무엇인지 비교 분석
- 먼저 한국에서 평균시청률 1위는 <제빵왕 김탁구>(KBS2)가 차지했고, 2위 <수상한 삼형제>(KBS2), 3위 <다함께 차차차>(KBS1), 4위 <추노>(KBS2), 5위 <대물>(SBS) 순으로 나타남
 - 2010년 최고 인기 프로그램으로 선정된 <제빵왕 김탁구>의 성공요인으로 첫째, 스타 캐스팅보다 참신한 소재와 흥미로운 줄거리로 승부, 둘째, 신선한 신인 연기자 발탁과 중견 배우들의 맹활약, 셋째, 스피디하고 흥미진진한 이야기 전개, 넷째, 복고적 향수 자극 등을 들 수 있음
 - 그러나 시청률 1위부터 5위까지의 TV 프로그램이 드라마 일색이었다는 점에서 특정 장르에 대한 편중 현상이 두드러졌고, 자극적인 대사와 선정적인 장면을 자주 내보내면서 ‘막장 드라마’ 논란에 휩싸이는 등 부정적인 측면도 노출됨
- 영국의 시청률 상위 프로그램을 분석한 결과, 시청률 톱10 중에서 드라마 3개, 뉴스 4개, 기타(교양, 요리, 퀴즈) 3개로 나타났고, 이 중에서 시청률 상위 3개 프로그램은 모두 드라마가 차지하여, 영국 역시 드라마에 대한 시청자 선호도가 강력함을 알 수 있음
 - 시청률 1위 <코로네이션 스트리트>는 1960년에 첫 방송을 시작한 장수 드라마로서, 일상성과 평범성을 통해 영국 시청자들이 등장인물들을 실제 자신의 이웃이나 친구처럼 친근하게 느끼고 있음
- 일본은 벤쿠버 동계올림픽과 남아공 월드컵 축구 등 대형 스포츠 이벤트의 시청률이 높게 기록된 가운데, NHK의 대하드라마 <료마전>과 <NHK뉴스 7>이 드라마와 뉴스 부문에서 최고의 시청률을 기록

- 2010년 최고 인기 드라마로 선정된 <료마전>의 성공요인으로는 첫째, 주연급 배우들의 뛰어난 연기력, 둘째, 각색과 연출의 힘, 셋째, 충분한 제작비, 넷째 디지털방송에 걸맞은 화질과 음향 등을 열거할 수 있음
- 종합적으로, 영국 BBC는 뉴스보도와 시사교양 부문에서 고품격 프로그램들을 제작, 방송하고 있으며, 상업방송 ITV에서 방송하는 인기 드라마들은 일상성을 기반으로 차별하고 사실적인 스토리로 구성되어 있음
- 일본의 경우, NHK가 제작하는 대하드라마와 저녁뉴스가 각각 장르별 시청률 1위를 차지한 가운데, 시사교양 부문에서는 TV아사히의 <그렇구나! 이케가미 아키라의 배우는 뉴스>가 유익하면서도 재미있는 프로그램 구성으로 좋은 평가를 받음
- 이에 비해, 한국은 드라마 장르에만 시청자들의 관심이 편중된 가운데, 공영방송 KBS를 통해 방송된 드라마들이 시청률 1~4위를 모두 차지하는 성과를 거두었지만, 일부 프로그램들은 ‘막장 드라마’ 논란에 휩싸이는 등 프로그램의 선정성과 작품 완성도 측면에서 시비가 끊이지 않음
- 따라서 한국의 KBS와 MBC 양대 공영방송은 영국의 BBC, 일본의 NHK와 같이 역사의 무게를 느낄 수 있으면서 인생을 성찰할 수 있는 기회를 제공하는 드라마, 양질의 정보를 제공하고 깊이 있는 분석을 시도하는 뉴스보도 프로그램, 오락과 재미를 함께 제공하는 버라이어티 프로그램을 지속적으로 제작, 방송할 수 있도록 노력할 필요가 있음
- 또한 상업방송과 케이블 전문채널들은 보다 참신하고 실험적인 포맷을 개발하여 방송 콘텐츠의 수준을 고양시키고, 다가오는 스마트 미디어 시대를 대비하여 온라인과 오프라인을 연계해서 이슈를 확대 재생산할 수 있는 다양한 프로모션 전략을 수립할 필요가 있음

I. 연구목적 및 방법

1. 연구목적

- 2010년 한 해 동안 한국, 영국, 일본의 시청자들에게 가장 인기 있었던 방송콘텐츠를 중심으로, 인기비결과 성공요인은 무엇인지 비교 분석
 - 한국, 영국, 일본은 공영방송과 상업방송이 혼용된 방송시스템을 운영하고 있다는 점에서, TV 프로그램의 내용과 편성에 대한 횡단 분석이 종종 이루어져 왔으며, 다양한 시사점을 지닌 결과를 도출해왔음
 - 2010년을 결산하는 이번 분석을 통해 세 국가의 문화적 특성과 시청 취향을 흥미롭게 비교할 수 있으며, 글로벌 미디어 시대를 맞이하여 보다 성공적인 프로그램 포맷은 무엇인지 성찰할 수 있는 기회를 제공
- 각국을 대표하는 프로그램 선정기준은 기본적으로 시청률을 토대로 이루어졌지만, 사회적 파급력이나 작품성 등도 함께 고려하여 분석할 만한 가치가 있는 프로그램들도 함께 논의하고자 했음

2. 연구방법

- 한국, 영국, 일본에 현재 거주하고 있는 전문 연구자들이 직접 원고를 작성하는 방식으로 진행
 - 시청률을 중심으로 각국의 대표 프로그램을 선정하고, 성공요인이 무엇인지 다각적으로 분석

- 개별 프로그램의 성공요인에 대한 분석과 함께, 해당 국가의 문화적인 특성과 시청 취향도 함께 고려하여 종합적인 비교 분석이 이루어질 수 있도록 초고 작성 이후 지속적인 수정, 보완 실시

II. 한국 : ‘막장’ 논란 불구, 시청률 톱5에 드라마 일색

1. 조사 개요

- 일차적으로, 2010년 1월 1일부터 2010년 10월31일까지 방영된 방송 프로그램의 평균시청률(AGB닐슨미디어리서치 기준, 전국 대상)을 기준으로 선정
 - 평균시청률 1위는 <제빵왕 김탁구>(KBS2, 36.7%)가 차지했고, 2위 <수상한 삼형제>(KBS2, 34.6%), 3위 <다함께 차차차>(KBS1, 33.4%), 4위 <추노>(KBS2, 30.3%), 5위 <대물>(SBS, 25.0%) 순으로 나타남
 - 그러나 3위를 차지한 <다함께 차차차>는 2009년 6월부터 방송되어 2010년 1월에 종영되었다는 점에서, 5위를 차지한 <대물>은 2010년 10월부터 현재까지 방송 중이라는 점 때문에 이번 논의 대상에서 제외
- 이차적으로, 시청률 상으로는 상위 5개 프로그램 순위에 들지 못하지만, 사회적으로 큰 화제를 불러 일으켰거나, 실험적인 제작으로 높은 평가를 받은 프로그램을 선정
 - 드라마 부문 : <인생은 아름다워>(SBS, 시청률 18위), <지붕뚫고 하이킥>(MBC, 시청률 12위), <성균관 스캔들>(KBS2)
 - 예능 부문 : <슈퍼스타K2>(엠넷), <해피선데이 ‘남자의 자격’>(KBS2, 시청률 7위)

2. 시청률 1위 : <제빵왕 김탁구>

- KBS 2TV에서 수목드라마로 방송된 <제빵왕 김탁구>는 1960년대부터 1980년대 후반까지 경제 개발기를 배경으로 주인공 ‘김탁구(윤시윤)’가 빵에 대한 무지와 편견의 벽을 딛고 제빵업계 1인자로 성공하는 모습을 다룬 드라마
 - 드라마 방영 이후, 드라마에 등장한 ‘보리밥빵’과 드라마 주인공의 이름을 따온 ‘김탁구빵’이 출시될 정도로 사회적으로도 큰 이슈가 된 작품
- <제빵왕 김탁구>의 성공요인으로는 다음 네 가지를 꼽을 수 있음
 - **스타 캐스팅보다는 참신한 소재와 흥미로운 줄거리로 승부** : 기존 드라마에서 케이크, 쿠키 등 모양이 예쁜 디저트 류를 소재로 한 드라마는 많았으나, ‘소박하지만 행복함’ 빵을 만드는 과정을 통해 인생과 연계한 드라마는 국내에 드물었음. 특히 드라마의 주인공인 ‘김탁구’의 빵을 향한 열정 그리고 권선징악적 메시지가 버무러지면서 기존과 다른 휴먼성장 스토리가 만들어졌음
 - **신선한 신인 연기자 발탁과 중견 배우들의 맹활약** : 중견 연기자들과 신인 연기자들의 환상적인 호흡이 드라마의 인기 비결이라고 평가할 수 있음. 신선하면서도 연기력이 뒷받침된 신인들과 연기와 중견 연기자들이 자연스럽게 어우러지며 극 초반부터 긴장감을 불러 넣음으로서 큰 관심을 이끌어 냄
 - **스피디하고 흥미진진한 이야기 전개** : 1960년대 ‘김탁구의 출생’을 시작으로 군더더기 없는 빠른 전개와 흥미진진한 에피소드들이 제공되면서 시청자들의 이목을 집중시킴
 - **복고적 향수 자극** : 크림빵, 곰보빵, 양금빵 등 1970년대를 대표하는 빵들을 등장시키며 중장년 시청자들의 복고적 향수를 자극했고, 연기자들이 선보인 복고패션 등 볼거리가 가득했음

- 그러나 <제빵왕 김탁구>는 많은 장점에도 불구하고, 강간사주, 아동납치, 존속 살해 등이 등장하면서 ‘막장 드라마’라는 비판으로부터 자유롭지 못함

3. 시청률 2, 4위 : <수상한 삼형제>와 <추노>

- <수상한 삼형제>는 부실한 장남, 현실적인 둘째, 믿음직한 막내라는 독특한 캐릭터를 지닌 세 형제를 통해 가족과 형제, 부부가 주는 의미를 다룬 주말 드라마. 그러나 드라마 설정의 비현실성과 선정적인 장면 때문에 ‘막장 드라마’ 논란이 방영기간 내내 제기됨
 - 여러 논란에도 불구하고, <수상한 삼형제>가 높은 시청률을 기록한 이유는 무엇보다도 강한 캐릭터들이 크고 작은 사건들로 충돌하면서 가족 문제를 설득력있게 묘사했기 때문
 - 이 드라마의 등장인물들은 욱하면서 몰입하게 하는 강한 캐릭터를 지니고 있음. 이들이 자연스럽게 충돌하며 끊임없이 만들어 내는 크고 작은 사건들이 드라마에 대한 몰입 및 중독으로 이어지고 있음
 - 형제·고부·동서지간의 갈등, 불륜 등 전통적인 갈등 코드는 한국의 시청자들이 공감하고 호응하는 주제임. <수상한 삼형제>는 이런 갈등 코드를 적절하게 사용하면서, 가족이 ‘멍에’가 될 때도 있고 ‘안식처’가 될 때도 있지만 결국에는 가슴으로 품게 되는 존재임을 실감나게 그려냈음
- <추노>는 하루아침에 가문이 몰락하여 불우한 인생을 살게 된 주인공이 자신의 신분을 격하시키게 만들었던 사람들을 추적하기 위해 추노꾼이 되어 그들을 쫓는 이야기를 그린 드라마
 - 이 드라마의 성공요인으로는 먼저 짜임새 있는 스토리와 연출을 들 수 있음. <추노>는 애초에 10회 가량 사전 제작이 진행된 상태에서 방송을 시작했

기 때문에, 상대적으로 여유 있는 촬영과 편집이 가능했으며, 그 결과, 마지막까지 극 완성도를 유지할 수 있었음

- 또한 조선시대를 배경으로 도망노비를 쫓는다는 신선한 소재를 활용하여, 도망간 노예들을 잡아 관가에 넘기는 ‘추노꾼’을 나쁘지만 미워할 수 없는 캐릭터, 아픔을 간직했지만 결코 슬퍼하지 않고, 즐거워하되 도가 넘치지 않는 인물로 묘사. 주인공 이외에도 드라마의 등장인물 하나하나가 ‘명품조연’으로 그들만의 독특한 캐릭터를 완성
- 또한 실감나는 액션과 스펙터클한 배경 역시 성공요인 중 하나. <추노>는 여성뿐만 아니라 남성들의 시청까지 유도. 이는 박진감 넘치는 액션장면과 그림 같은 화면 덕분임. 첨단 레드윈 카메라를 통해 활극은 더욱 스타일리시했고, 장면은 더욱 더 현실감 있게 묘사되었음

4. 시청률보다 작품성으로 인정받은 방송 3사의 2010년 으뜸 드라마

- SBS의 <인생은 아름다워>는 김수현 작가 특유의 깔끔하고 정갈한 대사와 함께, 자극적인 사건이나 이른바 ‘막장 코드’를 전혀 사용하지 않으면서도, 방송 내내 시청자들을 웃고 울게 만든 가족 드라마라는 호평을 받음
 - 재혼가정의 진정한 화합, 40대 중년의 유쾌한 연애, 젊은 커플의 풋풋한 사랑 등 다양한 인물들의 이야기를 잔잔하게 묘사. 특히 동성애자인 장남을 감싸주고 위해주는 가족들의 모습은 진정한 가족 사랑과 이해의 의미를 되새기며 많은 이들의 감동을 자아냈음.
 - 아름다운 제주도의 풍광 속에서 촬영된 이 드라마는 캐릭터에 딱 맞는 배우들의 열연을 통해 탄탄한 가족애 스토리와 웰메이드 드라마로서 시청자들에게 큰 감동을 선사
- <거침없이 하이킥>의 후속작이라 할 수 있는 MBC의 일일시트콤 <지붕뚫고

하이킵>은 시트콤 전문 제작자인 김병욱 PD의 감각이 유감없이 발휘되면서 ‘하이킵’ 신드롬이라는 표현이 나올 정도로 매니아 층을 상대로 큰 인기를 모음

- 이 시트콤은 산간 오지 출신의 두 자매가 이순재의 집에 식모로 들어가면서 이집 식구들과 여러 가지 에피소드를 겪게 되는 것을 큰 줄거리로 하여, 평일 저녁에 30분씩 매일 방송
- <거침없이 하이킵>의 성공요인으로는 개성 강한 캐릭터들의 환상적인 조화를 들 수 있음. 어딘가 부족한 면이 있는 캐릭터들을 통해 현실을 날카롭게 비추고 때로는 부동켜안으며 하나의 세계를 창조했음
- 또한 매 회가 단순한 에피소드일 때도 있으나, 드라마처럼 전체적으로 극을 이끌어 가는 중심 내용이 있어 시청자들이 다음 회를 기다리게 하는 매력을 발산. 다시 말해서, 시트콤임에도 불구하고, 드라마와 같은 스토리 구성을 통해 극 완성도를 고양시킴

○ KBS 2TV에서 방송된 퓨전 사극 <성균관 스캔들>은 꽃미남 유생들과 남장 여자라는 흥행코드와 금등지사에 얽힌 비밀이라는 역사코드가 어우러지면서, 매니아 층을 중심으로 ‘성스’ 열풍을 불러일으킴

- 이 드라마의 가장 큰 성공요인은 매력적인 캐릭터를 창출했다는 데 있음. 남장 여자 박민영을 비롯해 송중기, 유아인, 박유천 등 젊은 연기자들이 기대 이상의 연기를 했고, 관록 있는 중견 연기자들이 뒤를 받쳐주었음
- 여장남자를 주인공으로 내세운 어찌면 진부한 스토리임에도 불구하고, 이 드라마가 사랑을 받은 것은 ‘여성이 할 수 있는 것이 없는’ 조선시대를 배경으로 한 여성과 그 주변의 성장스토리를 흥미진진하게 엮어내며 재미와 감동을 전달했기 때문
- <성균관 스캔들>의 시청자들은 단순히 드라마를 보는 것에 그치지 않고, 다시 온라인에서 커뮤니티를 형성하여 그날의 명장면과 명대사를 공유하고, 등장인물의 상황과 심리를 함께 해석하는 등, 온라인과 오프라인에서 활발하게 연

계하면서 시너지 효과 발휘

5. 엠넷 <슈퍼스타K>와 KBS <해피선데이 '남격'>이 선사한 감동과 열정

- 케이블 음악전문채널인 엠넷(Mnet)이 제작, 방송한 <슈퍼스타K>는 작년에 이어 두 번째 시즌을 맞이한 공개 오디션 프로그램
 - 이른바 '슈퍼워크'로 접어들면서, 지상파 프로그램들을 압도하는 시청률을 기록하는 '대반란'을 연출했고, 결선 무대에 올랐던 TOP 11이 부른 곡들이 잇따라 음악 순위차트를 점령했으며, 지상파방송이 유사 프로그램을 만드는 등, 역대 케이블 자체제작 프로그램 중에서 가장 큰 화제를 불러일으킴
 - <슈퍼스타K>는 기본적으로 치열한 서바이벌 방식으로 진행되면서, 참가자와 심사위원뿐만 아니라 시청자들에게도 극도의 긴장감을 갖도록 함. '60초 광고 후에 확인 하겠습니까'라는 멘트가 유행어가 될 정도로, 사람들의 관심과 긴장을 고조시키는 효과를 만들어냄
- KBS 2TV <해피선데이>에서 한 꼭지를 담당했던 '남자의 자격'은 남자들이 죽기 전에 꼭 해봐야 할 일들을 한 가지씩 이뤄 나가면서 출연자 7명의 삶까지 진솔하게 들여다보게 해주는 리얼 버라이어티 프로그램
 - 특히 '남자, 그리고 하모니' 편은 거제전국합창경연대회 출전을 위해 연습에 열중하는 '남격 합창단'들의 모습을 진솔하고 감동스럽게 담아내 폭발적인 호응을 받았음
 - 단순히 웃기려고만 하는 예능이 아니라, 솔직하면서도 생생한 경험을 담은 '남자의 자격' 출연자들의 모습에 시청자들은 웃음과 감동을 함께 느낄 수 있었음

Ⅲ. 영국 : 일상성에 기초한 장수 드라마와 BBC 뉴스의 전통

1. 조사 개요

- 공식 시청률 조사기관인 BARB(Broadcaster's Audience Research Board, www.barb.co.uk)의 인터넷 사이트를 통해 2010년 1월부터 9월까지 지상파 채널(BBC1, BBC2, ITV, Channel 4, Five)의 프로그램 시청률 분석
 - BARB는 시청률이 아니라 영국 내 5100개 가정을 표준 집단으로 선정하여, 이 집단의 시청자 수를 통해 전체 시청자 수를 추산하는 방식을 채택
- 2010년 누적시청자 수가 가장 많은 10개 TV 프로그램 중 3개 프로그램이 드라마, 4개 프로그램이 뉴스, 나머지 3개 프로그램은 각각 교양, 요리, 퀴즈 프로그램으로 나타남
 - 이 중에서 시청률 상위 3개 프로그램은 모두 드라마가 차지하여, 영국 역시 드라마에 대한 시청자 선호도가 강력함을 확인할 수 있음

2. 시청률 1위 : ITV의 <코로네이션 스트리트>

- 2010년 1~9월 사이에 시청률 1위를 차지한 프로그램은 드라마 <코로네이션 스트리트(The Coronation Street)>
- <코로네이션 스트리트>는 상업방송 ITV에서 월요일부터 금요일까지 주 5회 방송하는 드라마로서, 2010년 1월 1일부터 9월 30일까지 기록한 누적 시청자 수는 17억 1,300만 명에 달함

- 1960년 12월 9일 첫 방송이 시작된 이래 주 2회에서 주 5회 사이로 다양하게 편성되며, 현재까지 7454회가 방송
- 드라마 속에 등장하는 ‘코로네이션 스트리트’는 맨체스터 외곽에 있는 가상의 동네 이름
- 이 드라마의 기본적 구조는 ‘코로네이션 스트리트’에 이웃해서 사는 버로우 일가, 오그돈 일가, 돕스 일가, 블랑쉬 헌트, 샬리 웹스터, 제드 스톤, 토니 고든 등 수많은 인물들이 얽히고 설키며 만들어내는 이야기들로 구성
- 50년 이상 방송되면서 실제로 출연배우가 사망해서 드라마를 떠난 사례도 있었고, 주요 등장인물이 드라마 속에서 병이나 사고로 죽는 경우도 발생
- <코로네이션 스트리트>가 묘사하는 스토리들은 영국의 중산층에서 일어날 수 있는 소소한 일상들로, 1960년대와 1970년대에는 비틀스, 롤링스톤스 등 영국의 유명 팝그룹들이 드라마의 주요 소재로 등장하기도 함
- 이 드라마의 주요 등장인물인 힐다 오그돈은 1982년의 한 통계에서 퀸 마더(엘리자베스 2세 여왕의 어머니), 엘리자베스 2세, 다이애나 왕세자비의 뒤를 이어 영국에서 네 번째로 유명한 여성에 선정
- <코로네이션 스트리트>의 성공요인 분석
- 영국인들의 ‘스테레오타입’을 가장 평범하고 일상적인 방식으로 보여줌. 즉, 등장인물들의 성격은 특이하고 과장되기보다는 영국 중산층들의 평균적 성격에 가까움.
- 이와 같은 일상성과 평범함이야말로 이 드라마가 50년 이상 시청률 1위 자리를 놓치지 않으며 영국 시청자의 사랑을 받고 있는 강력한 요인임. 실제로 영국 시청자들은 <코로네이션 스트리트>를 텔레비전에 등장하는 가상의 상황과 인물이 아니라 실제 자신의 이웃이나 친구처럼 친근하게 느끼고 있음
- 일부에서는 <코로네이션 스트리트>가 시대에 뒤떨어진 드라마라거나, 노년층

시청자들을 위한 프로그램이라고 비판. 이러한 비판을 탈피하기 위해 약물중독이나 동성애 등 젊은이들을 겨냥한 소재가 등장하는 경우도 종종 발생

3. 시청률 2, 3위 : ITV의 <에머데일>과 BBC의 <이스트엔더스>

- 시청률 2위를 차지한 <에머데일(Emmerdale)>은 주 5회 방송되는 ITV 드라마이며 조사기간 동안 누적 시청자 수는 15억 1,300만 명을 기록. 시청률 3위 <이스트엔더스(Eastenders)>는 BBC1에서 주 5회 방송하는 드라마로서, 누적 시청자 수는 13억 8,500만 명
- <에머데일>은 장수 프로그램이라는 점에서는 <코로네이션 스트리트>와 유사하지만 드라마의 포맷이나 설정은 조금 상이함
 - 1972년 <에머데일 농장>이라는 이름으로 시작된 이 프로그램은 경쟁 드라마인 <코로네이션 스트리트>나 <이스트엔더스>가 대도시(맨체스터와 런던) 시민들의 일상을 보여주는 데 비해, 웨스트 요크셔에 있는 가상의 농장 ‘에머데일’을 무대로 진행
 - 1972년 처음 드라마가 시작했을 당시에는 실내 스튜디오에서 촬영하는 대부분의 드라마들과는 달리, 실제 농장을 대상으로 한 야외 촬영을 고수해서 화제를 일으키기도 함
 - 지난 38년 동안 총 5745회가 방송된 <에머데일>은 영국인들에게 ‘재난 드라마’라고 불릴 정도로 격렬하고 극단적인 사건이 많이 일어나는 드라마임. 드라마가 방영되는 38년 동안 거의 매년 산불, 비행기 불시착, 살인, 납치, 홍수 등 사건사고들이 드라마의 소재로 등장.
 - 경쟁 드라마인 <코로네이션 스트리트>나 <이스트엔더스>에 비해 이처럼 극단적인 사건들이 연속적으로 벌어지는 구조와 빠른 극 전개 방식이야말로 <에머데일>의 성공요인으로 꼽힘

- BBC의 <이스트엔더스(Eastenders)>는 여러 측면에서 <코로네이션 스트리트>와 유사한 형식을 가진 프로그램으로서, 1985년에 시작되어 현재까지 모두 4000회 이상이 방송된 장수 프로그램
 - <이스트엔더스>는 런던 이스트엔드 지역에 있는 가상의 동네 ‘알버트 스퀘어’에 거주하는 사람들을 중심으로, 주로 노동계급의 모습을 묘사
 - 사실 <이스트엔더스>라는 드라마 제목 자체가 적지 않은 상징성을 띠고 있는데, 템스 강의 동쪽을 의미하는 이스트엔드는 런던이 세계 제1의 대도시로 급부상하던 빅토리아 여왕 시대(1837~1901년) 형성된 런던의 빈민 지역임
 - 현재도 이스트엔드는 웨스트엔드 지역에 비해 거주 환경과 교육 여건 등이 열악하며, 파키스탄, 인도, 동유럽 등지에서 온 이민자들이 많이 거주하고 있음. 즉, ‘웨스트엔드=중산층의 동네, 이스트엔드=빈민가’라는 의식은 한 세기 이상 런던 시민들의 의식 속에 분명히 남아 있음
 - <이스트엔더스>에 등장하는 인물들은 대부분 가게 점원, 노점상, 식당 종업원 등 전형적인 노동계층의 직업을 가지고 있음. 여성 캐릭터들은 감정적이고 수다스러운 동시에 강한 생활력을 가진 모습으로 묘사되며, 남자 캐릭터들은 무능력하거나 시대에 뒤떨어진 마초 스타일임
 - <코로네이션 스트리트>에 비해 마약이나 청소년 임신, 살인, 절도, 외국인 불법체류 등 대도시 런던의 어두운 부분들이 많이 등장한다는 것도 <이스트엔더스>의 특징. 그러나 한 동네에 사는 수많은 등장인물들의 삶을 크고 작은 에피소드로 끝없이 엮어간다는 기본적인 구도에서 <코로네이션 스트리트>와 <이스트엔더스> 사이에는 큰 차이가 없음

4. 시청률 4위 : <BBC 10시 뉴스>

- 드라마의 시청률 강세에도 불구하고, <BBC 10시 뉴스>가 거둔 성과(누적 시청자 수 6억 3,200만 명)는 높게 평가할 만함
- <BBC 10시 뉴스>는 BBC 런던 본부에서 제작하는 전국 뉴스 25분과 각 지역 BBC에서 제작하는 지역 뉴스 10분 등 총 35분으로 구성
 - 전국 뉴스에서 소개하는 뉴스 아이템 수는 보통 회당 8~10개 사이로 매우 적은 편인데, 이는 단순 동정보도에서 탈피하여 뉴스에 대한 심층적인 분석이 이루어지기 때문
 - 정치, 경제, 복지, 교육 관련 뉴스의 비중이 큰 편이며 중동과 아프가니스탄, 아프리카나 파키스탄 등 영연방 국가들에 대한 국제뉴스들도 많이 다루어짐
- <BBC 10시 뉴스>는 영국이 자랑하는 문화상품인 BBC의 권위와 품격을 상징하는 대표 프로그램
 - BBC는 매년 가구당 145파운드(약 28만원)이라는 고액의 시청료를 징수하고 있는데, 여기에는 공영방송 BBC의 독립성과 공정성을 수호하는 <BBC 10시 뉴스> 같은 프로그램이 큰 역할을 수행
 - 공정성과 시사적인 깊이, 뉴스에 대한 분석력, 자사에 대한 가차없는 비판 등을 골고루 갖추고 있다는 점 때문에 <BBC 10시 뉴스>는 영국 시청자들에게 절대적인 신뢰와 지지를 받고 있음

5. 시청률 5위 : BBC의 <더 원 쇼>

- BBC 1TV를 통해 방송되는 <더 원 쇼(The One Show)>는 매거진 스타일의

시사문화 프로그램으로서, 누적 시청자 수 6억 150만 명을 기록

- 주중 저녁 7시에 방송되는 <더 원 쇼>는 경제, 교육, 문화, 국제 등 여러 가지 사건과 뉴스들을 토크쇼 형식으로 다루며, 남녀 두 명의 사회자가 초대 손님과 함께 진행
 - <더 원 쇼>의 특징이자 성공요인은 시의성 있는 뉴스들을 적절한 분석과 부드러운 시각으로 다루는 것이라고 할 수 있음
 - 또한 요리, 대중음악, 출판 등 주부들이 선호할 만한 가벼운 주제도 많이 등장함. 이처럼 교양과 오락의 중간 영역에 절묘하게 위치한 인포테인먼트 프로그램으로서 많은 시청자들의 사랑을 받고 있음
- 이 밖에도 2010년 1~9월 사이에 영국 텔레비전 방송에서 시청률 6-10위 사이에 랭크된 프로그램 중에는 <ITV 뉴스>(ITV), <BBC 6시 뉴스>(BBC1), <Come dine with me>(요리 프로그램, Channel 4), <BBC 주말 뉴스>(BBC1), <Eggheads>(퀴즈 프로그램, BBC2) 등이 포함되어 있음
 - 해외 제작 프로그램으로는 미국의 <CSI> 시리즈와 성인 애니메이션 <심슨 가족> 등이 높은 시청률을 나타냄

IV. 일본 : NHK의 대하드라마와 저녁뉴스가 지닌 여전한 매력

1. 조사 개요

- 지상파 채널 : NHK 2채널(종합TV, 교육TV)과 상업방송 5채널(NTV, TBS, 후지TV, TV아사히, TV도쿄)
- 시청률 조사기관 : 비디오리서치(Video Research)가 매주 각 장르별 상위 10

개 프로그램을 독점 발표

2. 2010년 시청률 최고 프로그램은 스포츠 이벤트

- 2010년 상반기(4~9월)에는 대형 스포츠 이벤트 중계 프로그램이 큰 인기
 - 벤쿠버 동계올림픽 여자 피겨스케이팅 중계는 도쿄 지역에서 36.3%(순간 최고시청률 46.2%)를 기록
 - 남아공 월드컵 축구 일본 대 카메룬 경기 중계는 44.9% 기록
- 이를 제외한 정규 편성 프로그램 중에는 신설 프로그램보다 오랫동안 골든타임에 방송되고 있는 관록 있는 프로그램들이 여전히 높은 시청률을 유지

3. 드라마 : 2010년 최고 인기 드라마는 NHK의 <료마전>

- 2010년에 방송된 드라마 가운데 가장 큰 인기와 관심을 모은 것은 NHK 대하 드라마 <료마전(龍馬傳)>
- 2010년 1월에 첫 방송을 시작하여 10회까지의 평균 시청률 22.1%를 기록했고, 이후 시청률이 조금씩 하락해 11~20회에는 19.6%, 21~30회(7월 말)에는 18.5%를 기록하여, 10월 말까지 평균 시청률은 18.8%로 집계
- 전통적으로 NHK 대하드라마는 시청률이 높은 프로그램일 뿐만 아니라, NHK의 공영성을 실현하는 장르로 자리매김 하고 있음
 - 2009년 방송된 <천지인(天地人)>은 연간 평균시청률 21.2%, 2008년 방송된 <아쓰히메(篤姫)>는 연간 평균시청률 24.4%를 각각 기록

○ <료마전>의 성공요인 분석

- 첫째, 주연급 배우들의 뛰어난 연기력. 주인공인 사카모토 료마(坂本龍馬)를 맡은 가수 겸 배우 후쿠야마 마사하루(福山雅治)는 제작발표회에서 ‘사카모토 료마를 후쿠야마가 연기한다’는 캐치프레이즈를 내세울 정도로 화제를 모았고, 실제로도 새로운 료마상(像)을 만들었다는 호평을 받음. 이와 함께 미쓰비시제철의 기초를 다진 이와사키 야타로(岩崎彌太郎)를 맡은 가가와 테루유키(香川照之), 기타 오모리 나오(大森南朋), 마키 요코(眞木よう子) 등의 연기도 탁월하여 대하드라마를 좋아하는 남성시청자뿐만 아니라 여성시청자들에게 소구하는 데에도 크게 기여함.
- 둘째, 각색과 연출의 묘. NHK는 이미 1968년에 시바 료타로(司馬遼太郎) 원작의 <료마가 간다>(龍馬がゆく)를 방송한 적이 있지만, 이번에는 여기에 머물지 않고 현대 일본인에 맞게 새롭게 각색, 새로운 인물상을 창출하는 데 성공했음. 이를 담당한 것은 30%가 넘는 시청률을 기록했던 <HERO> 등 후지TV의 인기드라마를 각색한 후쿠다 야스시(福田靖). 연출은 <하계타카>(ハゲタカ)로 유명한 오토모 게이시(大友啓史)가 담당
- 셋째, 안정적인 제작비. <료마전>의 편당 제작비는 약 6천만 엔이었으며 총제작비는 약 30억 엔으로 추정. 세계적인 경기침체로 제작비를 줄이는 상업방송에 비해 수신료라는 안정적 재원을 바탕으로 NHK의 제작진을 최대한 활용, 인건비를 억제해 질 높은 드라마를 제작할 수 있었음
- 넷째, 디지털방송에 걸맞은 화질과 음향. 거대한 스케일을 담아낼 수 있는 영화와 같은 화질을 위해 대하드라마에서는 처음으로 프로그레시브 카메라(30P 카메라)를 도입. 오프닝에서는 헐리웃 진출 가수를 기용하는 등 지금까지와는 다른 대하드라마를 시도

- 이 밖에는 만화가를 내조하는 모습을 감동적으로 그린 아침드라마 <게게게의 여보(ゲゲゲの女房)>가 아침시간대임에도 불구하고 선전하여, 최종회 23.6%, 평균시청률 18.6% 기록. 상업방송 드라마 가운데는 SMAP의 기무라 다쿠야(木

村拓哉)가 주연을 맡은 후지TV의 <달의 연인: Moon Lovers>(月の戀人: Moon Lovers)가 22.4%의 시청률을 기록하며 출발했지만, 평균시청률 16.8%에 머무르면서 체면치레

- 지금까지 분석한 일본의 인기 드라마들은 기본적으로 탄탄한 대본을 바탕으로 하고 있으며, 캐스팅과 시나리오, 연출 등에서도 시청자들이 공감할 만한 새로운 시도를 했다고 평가할 수 있음

4. 뉴스/인포테인먼트 : <NHK뉴스7>과 <이케가미 아키라의 배우는 뉴스>

- 뉴스 프로그램 가운데는 <NHK뉴스7>이 높은 시청률을 기록. NHK의 대표적인 뉴스 프로그램인 <NHK뉴스7>은 그날 있었던 주요 뉴스를 차분하게 전달하면서, 15% 이상의 안정적인 시청률 확보. 또한 저녁 7시대가 버라이어티 일색인 상업방송간의 치열한 경쟁이 어부지리로 작용
- 인포테인먼트 가운데 주목할 점은 NHK 기자주간으로 퇴직해 프리랜서로 활동하는 이케가미 아키라(池上彰)의 활약. 그는 상업방송에 이른바 ‘배우는 뉴스, 해설하는 뉴스’를 정착시켰는데, 대표적인 프로그램이 TV아사히의 <그렇구나! 이케가미 아키라의 배우는 뉴스(そうだったのか!池上彰の學べるニュース)>
 - 매주 수요일 저녁 8시대에 편성된 이 프로그램의 첫 회 시청률은 17.4%이었지만, 5월 5일 특집방송에서는 22.3%를 기록하는 등 소구력을 인정받음. 매주 시청률 상위 프로그램에 들어가 있으며, 같은 시간대에는 경쟁 상대가 없을 정도
 - 이 프로그램은 2008년 10월부터 약 1년간 이케가미의 뉴스해설 코너로 인기를 끌었던 프로그램을 발전시킨 것으로서, 이케가미는 제작진이 선정한 주요 뉴스, 길거리에서 인터뷰한 시청자 질문, 중학교 입시와 뉴스와의 관계, 과거 화제가 됐던 뉴스의 현재 상황 등을 해설

- 이 프로그램은 일본민간방송연맹(日本民間放送連盟)의 ‘청소년에게 보여주고 싶은 프로그램’에 선정되었으며, 제36회 방송문화기금상의 ‘TV엔터테인먼트상’을 수상하기도 함. 폭넓은 취재, 잘 짜여진 구성, 이케가미의 능숙한 언변을 바탕으로 뉴스를 진지한 버라이어티로 승화시켰다는 평가를 받고 있음

5. 버라이어티 : <행렬이 생기는 법률상담소>와 <쇼텐>

- 버라이어티 가운데는 NTV의 <행렬이 생기는 법률상담소(行列のできる法律相談所)>가 가장 높은 인기를 보였는데, 2002년 4월 신설된 이 프로그램은 법률을 주제로 한 버라이어티라고 할 수 있음.
 - 2007년 8월 19일 시청률이 35.3%로 1977년 10월 이후 방송된 역대 버라이어티 시청률 가운데 5위를 차지했으며, 2010년 상반기에도 15~20%의 시청률을 유지
 - 포맷은 연예인을 중심으로 한 패널이 법률적인 다툼을 웃음을 섞어 판단하면 변호사 4명이 답하는 형식임. 법률을 다루는 기존의 버라이어티가 변호사 1명이 등장해 단정적으로 판단을 내리는데 비해, <법률상담소>의 경우, 변호사 4명의 판단이나 근거가 일치하지 않는 경우도 발생. 각각의 견해와 의견을 제시해 법률적인 판단에도 차이가 있으며 법률 해석의 한계도 존재한다는 것을 보여줌
 - 이 프로그램의 성공요인으로서는 첫째, 사회자로 소장 역을 맡은 시마다 신스케(島田紳助)의 재기 넘치는 애드립이 크게 작용. 시마다는 법적 다툼을 제시할 뿐만 아니라 패널의 판단을 재치있게 이끌어 내며 변호사의 판단에도 재담을 섞어 웃음을 자아냄
 - 둘째, 주요 출연진인 연예인 패널과 변호사의 개그에 가까운 토크. 프로그램의 대부분은 출연진의 토크로 채워지는데, 특히 출연 변호사 가운데는 이 프로그

램의 인기를 바탕으로 국회의원이거나 오사카 지사에 당선되기도 함.

- 셋째, 웃음과 함께 감동을 제공. ‘캄보디아 학교건립 프로젝트’와 같은 특집 이벤트를 통해 단순한 시청 즐거움만이 아닌 국제적인 감동도 선사
- 일요일 저녁시간대에 <사자에 아줌마>와 맞대결을 벌이는 <쇼텐(笑點)>도 대표적인 장수 프로그램이자 고시청률 프로그램으로서, 일본의 전통예능인 오기리(大喜利)를 중심으로 한 버라이어티 작품
 - 오기리는 사회자가 운을 떼면 기지를 발휘해 재치있게 답변하는 언어유희라고 할 수 있는데, 좋은 대답에는 방석이 1장 주어지고, 좋지 않은 대답을 할 경우에는 방석을 빼앗김
 - <쇼텐>의 시청률은 기본적으로 18% 이상을 유지하고 있으며, 때에 따라서는 22%를 넘는 높은 시청률을 기록하기도 함. 1966년 6월 방송을 시작해 2006년 1월 2000회를 돌파
 - 기본 포맷은 오기리를 중심으로 중간에 짧은 코너가 삽입되어 있음. 출연진은 주로 예능 경력이 오래된 베테랑이 중심이며, 장르는 만담과 콩트, 라쿠고(落語) 등 다양
 - 중장년층을 타깃 오디언스로 하기 때문에 1986년부터 자막방송을 시작했으며, 2009년 10월부터 해설방송도 실시. 주로 공개방송으로 녹화하고 있으며, 매년 4차례 지방에서 녹화

6. 애니메이션 : 후지TV의 <사자에 아줌마>

- 후지TV의 <사자에 아줌마(サザエさん)>는 일본을 대표하는 애니메이션 프로그램으로서, 하세가와 마치코(長谷川町子)의 동명만화를 원작으로, 1969년 10월부터 방송되어 현재까지 41년 동안 2000회 이상, 6300편 이상의 이야기가 방송

됨

- 일요일 저녁시간대에 편성된 이 프로그램의 평균시청률은 20% 전후로 가족이 함께 모여 볼 수 있는 국민적인 프로그램으로 자리매김. 최고시청률은 39.4% (1979년 9월 16일)로 애니메이션 가운데 2위를 차지
- 이 프로그램의 성공요인은 첫째, 고정편성. 수십 년간 같은 시간에 방송되어 안정적인 시청습관을 형성했고, 가족이 다함께 텔레비전 앞에 모일 수 있는 시간대에 편성하여, 모든 연령층을 대상으로 소구하는 내용으로 구성
- 둘째, 일본의 중산층 가정을 무대로 한 홈드라마. 계절과 절기에 따른 연중행사가 소재로 포함되어 있으며, 가족여행이나 보너스 등은 매년 반복되는 에피소드라고 할 수 있음.
- 이 프로그램의 인기는 '사자에 아줌마 효과'(サザエさん効果)라는 용어에서 확인할 수 있는데, <사자에 아줌마>의 시청률이 높으면 주가가 떨어지고, 시청률이 낮으면 주가가 오른다는 것임. 즉, 경기가 좋을 때는 일요일 저녁에 외출이 많기 때문에 <사자에 아줌마>을 볼 수 없어 시청률이 떨어지는데, 이때는 주가가 상승한다는 의미

V. 결론

- 2010년 한 해 동안 한국, 영국, 일본의 시청자들에게 가장 인기 있었던 방송콘텐츠를 중심으로, 인기비결과 성공요인은 무엇인지 비교 분석
 - 2010년을 결산하는 이번 분석을 통해 세 국가의 문화적 특성과 시청 취향을 흥미롭게 비교할 수 있으며, 글로벌 미디어 시대를 맞이하여 보다 성공적인 프로그램 포맷은 무엇인지 성찰할 수 있는 기회를 제공
- 먼저 한국에서 평균시청률 1위는 <제빵왕 김탁구>(KBS2)가 차지했고, 2위

<수상한 삼형제>(KBS2), 3위 <다함께 차차차>(KBS1), 4위 <추노>(KBS2), 5위 <대물>(SBS) 순으로 나타남.

- 또한 드라마 부문의 <인생은 아름다워>(SBS), <지붕뚫고 하이킥>(MBC), <성균관 스캔들>(KBS2), 예능 부문의 <슈퍼스타K2>(엠넷), <해피선데이 '남자의 자격'>(KBS2)은 사회적으로 큰 반향을 일으켰거나, 작품성에서 호평을 받았다는 점에서 분석대상 프로그램으로 선정
 - 2010년 최고 인기 프로그램으로 선정된 <제빵왕 김탁구>의 성공요인으로 첫째, 스타 캐스팅보다 참신한 소재와 흥미로운 줄거리로 승부, 둘째, 신선한 신인 연기자 발탁과 중견 배우들의 맹활약, 셋째, 스피디하고 흥미진진한 이야기 전개, 넷째, 복고적 향수 자극 등을 들 수 있음
 - 그러나 시청률 1위부터 5위까지의 TV 프로그램이 드라마 일색이었다는 점에서 특정 장르에 대한 편중 현상이 두드러졌고, 자극적인 대사와 선정적인 장면을 자주 내보내면서 '막장 드라마' 논란에 휩싸였던 점을 지적할 수 있음
 - 한편으로는 케이블 음악전문채널 엠넷에서 제작, 방영한 <슈퍼스타K2>가 폭발적인 호응을 얻으면서 지상파의 아성을 깨트린 첫 사례로 기록되었고, <지붕뚫고 하이킥>과 <성균관 스캔들>은 비록 시청률 톱5에는 들지 못했지만 온라인상에서는 가장 큰 주목을 받는 방송 콘텐츠로 떠오름
- 영국의 시청률 상위 프로그램을 분석한 결과, 시청률 톱10 중에서 드라마 3개, 뉴스 4개, 기타(교양, 요리, 퀴즈) 3개로 나타났고, 이 중에서 시청률 상위 3개 프로그램은 모두 드라마가 차지하여, 영국 역시 드라마에 대한 시청자 선호도가 강력함을 알 수 있음
- 시청률 1위 <코로네이션 스트리트>는 1960년에 첫 방송을 한 장수 드라마로서, 일상성과 평범성을 통해 영국 시청자들이 등장인물들을 실제 자신의 이웃이나 친구처럼 친근하게 느끼고 있음
 - 2위 <에머데일>과 3위 <이스트엔더스>도 이와 마찬가지로, 소수 상류계층

이나 전문 직업인 등 특별한 사람들이 아닌, 지극히 평범한 등장인물이 등장하며, 이들을 통해 시청자들은 판타지 충족보다는 평범한 삶이 주는 안온함과 일상성에 만족을 느끼고 있음

- 영국의 시청문화를 주도하는 핵심 주체 중 하나는 세계적으로 존경받고 있는 공영방송 BBC라고 할 수 있음. BBC의 고품격 다큐멘터리와 심도 깊은 분석을 추구하는 뉴스, 토론 프로그램들에 익숙해 있는 영국 시청자들은 텔레비전을 통해 자극적인 오락이나 판타지를 찾기보다는 문화를 즐기고 정보를 얻으며 일상의 평온함을 확인하는 데 익숙해 있음
- 일본은 밴쿠버 동계올림픽과 남아공 월드컵 축구 등 대형 스포츠 이벤트의 시청률이 높게 기록된 가운데, NHK의 대하드라마 <료마전>과 <NHK뉴스7>이 드라마와 뉴스 부문에서 최고의 시청률을 기록
 - 그밖에 2010년에 주목할 만한 프로그램으로는 후지TV의 <달의 연인: Moon Lovers>(드라마), TV아사히의 <그렇구나! 이케가미 아키라의 배우는 뉴스>(인포테인먼트), NTV의 <행렬이 생기는 법률상담소>(버라이어티), 후지TV의 <사자에 아줌마>(애니메이션) 등이 있음
 - 2010년 최고 인기 드라마로 선정된 <료마전>의 성공요인으로는 첫째, 주연급 배우들의 뛰어난 연기력, 둘째, 각색과 연출의 힘, 셋째, 충분한 제작비, 넷째, 디지털방송에 걸맞은 화질과 음향 등을 열거할 수 있음
 - 시사정보 부문에서 신선한 반향을 일으킨 <그렇구나! 이케가미 아키라의 배우는 뉴스>는 상업방송에 이른바 ‘배우는 뉴스, 해설하는 뉴스’를 정착시키면서, 폭넓은 취재, 잘 짜여진 구성, 이케가미의 능숙한 언변을 바탕으로 뉴스를 진지한 버라이어티로 승화시켰다는 평가를 받았음
 - 마지막으로 후지TV의 <사자에 아줌마>는 일본을 대표하는 애니메이션 프로그램으로서, 일요일 저녁시간대에 편성되었음에도 불구하고 20% 내외의 평균 시청률을 기록하면서 온 가족이 함께 모여 볼 수 있는 국민적인 프로그램으로 자리매김

- 지금까지의 분석 결과를 종합해보면, 한-영-일 세 국가 모두 공영방송의 프로그램이 시청률 경쟁에서 두각을 나타내고 있으며, 자국의 방송문화 형성에도 상당한 영향력을 행사하고 있음을 확인할 수 있음
 - 영국의 BBC는 뉴스보도와 시사교양 부문에서 고품격 프로그램을 제작, 방송하고 있으며, 상업방송 ITV에서 방송하는 인기 드라마들 역시 일상성을 기반으로 차별하고 사실적인 스토리로 구성되어 있음
 - 일본의 경우, NHK가 제작하는 대하드라마와 저녁뉴스가 각각 장르별 시청률 1위를 차지한 가운데, 시사교양 부문에서는 TV아사히의 <그렇구나! 이케가미 아키라의 배우는 뉴스>가 유익하면서도 재미있는 프로그램 구성으로 좋은 평가를 받음
 - 이에 비해, 한국은 드라마 장르에만 시청자들의 관심이 편중된 가운데, 공영방송 KBS를 통해 방송된 드라마들이 시청률 1~4위를 모두 차지하는 성과를 거두었지만, 일부 프로그램들은 ‘막장 드라마’ 논란에 휩싸이는 등 프로그램의 선정성과 작품 완성도 측면에서 시비가 끊이지 않음
- 따라서 한국의 KBS와 MBC 양대 공영방송은 영국의 BBC, 일본의 NHK와 같이 역사의 무게를 느낄 수 있으면서 인생을 성찰할 수 있는 기회를 제공하는 드라마, 양질의 정보를 제공하고 깊이 있는 분석을 시도하는 뉴스보도 프로그램, 오락과 재미를 함께 제공하는 버라이어티 프로그램을 지속적으로 제작, 방송할 수 있도록 노력할 필요가 있음
 - 또한 상업방송과 케이블 전문채널들은 보다 참신하고 실험적인 포맷을 개발하여 방송 콘텐츠의 수준을 고양시키고, 다가오는 스마트 미디어 시대를 대비하여 온라인과 오프라인을 연계해서 이슈를 확대 재생산할 수 있는 다양한 프로모션 전략을 수립할 필요가 있음