

## 오락 프로그램 유형과 VOD 시청 관계에 대한 탐색적 연구\*

전 범 수

(한양대 신문방송학과 교수)

본 연구는 오락 프로그램 유형 및 이와 같은 유형이 VOD 시청에 미치는 영향을 살펴보기 위한 것이다. 주요 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 오락 프로그램들의 시청 빈도에 따라 24개 프로그램들을 요인분석으로 살펴본 결과 5개의 오락 프로그램 유형이 나타났다. 이들 오락 프로그램들은 각각의 프로그램 특성들에 따라 지상파 장수 오락, 종편 오락, 최신 흥행 오락, 토크 및 공개 오락, 리얼 버라이어티 오락 프로그램 등으로 구분되는 것으로 나타났다. 둘째, 이들 5개의 오락 프로그램들 특성을 결정하는 요인들을 살펴본 결과, 대체적으로 인구사회학적 요인들의 특성들의 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. TV 시청량이나 플랫폼 이용 특성들은 제한적으로 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 셋째, 5개 오락 프로그램 유형 별 특성이 지상파 및 유료방송 VOD 시청 빈도에 끼치는 영향을 살펴본 결과, 최신 흥행 오락, 토크 및 공개 오락, 리얼 버라이어티 오락 프로그램 등 3개 유형은 지상파 방송 및 유료방송 VOD 시청 빈도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

국문 키워드: 오락 프로그램, VOD, 방송 프로그램

\* 이 논문은 2014년 한양대학교 교내연구비 지원으로 연구되었음(HY-2014-G).

## 1. 문제 제기

최근 오락 프로그램의 대중성 및 파급력이 확대되고 있다. 특히, 리얼리티를 기반으로 구성된 오락 프로그램들의 시청률이 증가하는 추세이다(김남일, 2008; 윤태진, 2011). 오락 프로그램은 드라마에 비해 제작비 투입 대비 효율성이 높을 뿐만 아니라 후속 시장에서의 성과도 적지 않다. 지상파 방송의 오락 프로그램은 주중 토크쇼 프로그램을 포함해 주말 시간대 버라이어티 프로그램 등이 대표적이다. 평일에는 심야 시간대, 주말 및 일요일에는 저녁 시간대가 오락 프로그램의 주시청 시간대이다. 이들 오락 프로그램은 유행 선도와 유익성 등 2개의 시청자 유인 속성을 갖고 있다(김창숙·홍원식·한주리, 2007). 게다가 주말 오락 프로그램들은 개별 프로그램의 시청률 이외에 전체 채널의 시청 점유율에 영향을 미치는 것으로 나타났다(전범수·이정기, 2014).

그러나 신규 종편 채널들이 도입되면서 오락 프로그램의 경쟁도 변화하는 것으로 보인다. 오락 프로그램에서 지상파 방송 채널과 종편 채널들 간에 프로그램 경쟁이 직접적으로 나타나고 있다. 종편 채널들이 기존 지상파 방송 채널과는 차별화된 오락 포맷 등을 개발했던 이유이다(임정수, 2013). 지상파 방송 채널들이 오랫동안 편성했던 버라이어티 쇼 프로그램이나 리얼리티 프로그램, 토크쇼 등의 포맷 이외에 종편 채널들이 새롭게 기획한 다양한 오락 장르 프로그램들이 편성되는 것이다. 드라마와 함께 지상파와 유료방송 시장에서 시청률을 견인하는 대표적인 장르인 오락 프로그램은 공급량 증가에 따라 다양한 유형으로 진화하고 있다. 리얼리티 프로그램에서부터 버라이어티, 토크쇼 등 다양한 유형의 프로그램들이 주요 시간대에 편성되고 있다. 게다가 이들 오락 장르 프로그램들은 실시간 방송 이외에 VOD 시장에서도 비교적 높은 흥행성과를 기록하는 것으로 나타났다. 본 연구는 오락 장르에 포함된 다양한 프로그램의 속성에 따른 유형 및 이들 유형에 따른 VOD 시청과의 관계를 탐색적으로 살펴보고자 한다.

본 연구는 시청자들의 오락 프로그램 시청 빈도를 중심으로 오락 프로그램이 어떻게 다양한 요인들로 유형화되는지를 탐색한 다음에 이와 같은 유형화 속성에 영향을 미치는 변수들을 살펴보고자 한다. 다양한 오락 프로그램들이 방송되고 있지만 시청자들의 시청 빈도에 따라 오락 장르 프로그램의 세부 유형을 살펴보는 것은 탐색적 가치가 있다. 다음으로는 이들 오락 프로그램 유형들이 VOD 시청과는 어떠한 연계성을 갖고 있는 가를 살펴볼 것이다. 이를 통해 오락 프로그램의 속성이 VOD 시청에 미치는 영향을 차별적으로 이해할 수 있을 것이다.

## 2. 이론적 논의

### 1) 오락 프로그램 장르 속성 및 이용 동기

오락 프로그램은 TV 프로그램 장르이다. 장르는 특정 프로그램의 유사성이 높은 집합적 프로그램이다. 국내에서도 장르 구분은 연구자나 연구마다 다르다. 장르를 명확하게 구분하기가 쉽지 않기 때문이다. 주창윤(2004)은 TV 프로그램 장르를 본질적으로 고정되어 있는 것이 아니라 계속 변화하는 개념으로 접근한다. 따라서 오락 장르를 정확하게 규정하는 것은 쉬운 일도 필요한 일도 아닐 수 있다. 그럼에도 시청자 입장에서 유사하게 평가되거나 소비되는 방송 프로그램들은 장르라는 틀 내에서 경쟁하고 공존한다. 따라서 오락 장르 프로그램이 갖고 있는 다차원적 속성을 바탕으로 새로운 하위 장르들을 검토하는 것은 의미가 있다. 하위 장르로 통합되고 구분되는 오락 장르의 다양성 및 경쟁 구조를 이해할 수 있기 때문이다.

오락 장르 프로그램들은 시청자들의 오락 동기를 충족시키기 위해 즐거움을 바탕으로 기획, 제작된다(Nabi et al., 2003). 따라서 오락 프로그램들은 드라마나 스포츠, 뉴스 장르 프로그램들과는 본질적으로 다르다. 오락 프로그램은 뉴스와 같이 정보를 제공하거나 드라마와 같이 내러티브 방식에 의존하는 프로그램이 아니라 시청자들의 즐거움과 만족도를 높일 수 있는 프로그램이다.

대체로 오락 프로그램에는 토크쇼와 리얼리티, 쇼 음악 프로그램 등이 포함된다. 특히, 대중성이 높아지고 있는 리얼리티 프로그램은 습관적인 시간 보내기와 현실 관찰을 통한 즐거움의 동기가 있다(Papacharissi & Mendelson, 2007)는 점에서 또 다른 오락 프로그램의 하위 장르를 구성한다.

오락 프로그램 시청 동기는 TV 시청의 본질적 동기 중의 하나이다. 심미선, 김은미, 이준웅(2004)은 시청자의 프로그램 이용을 오락 추구, 드라마 추구, 뉴스 추구, 교양 추구 등 4개 유형으로 구분했다. 이중 TV를 이용하는 목적 중의 하나가 바로 오락 동기의 충족이다. 심미선(2007)의 연구에 따르면, 오락 추구 성향이 강한 사람들은 다양한 매체를 통해 오락 장르만을 편식하는 것으로 나타났다. 이는 오락 프로그램 시청동기가 다른 동기와 구분되는 독특성이 있다는 것이다.

오락 프로그램 장르에는 다양한 프로그램들이 포함된다. 전통적인 음악 쇼, 토크 쇼, 코미디 이외에도 리얼리티 TV와 버라이어티 쇼를 접목시킨 오락 프로그램도 있다(조준상·은혜정, 2013). 그러나 오락 프로그램을 세부적으로 구분하는 것은 쉽지 않다. 장르 간의 융합이나 새로운 장르 창출이 가능하기 때문에 특정 장르로 오락 프로그램을 구분하는 것이 쉽지 않기 때문이다. 리얼리티 프로그램만 하더라도 다큐적인 속성을 갖는 리얼리티 프로그램과 오락적 속성을 갖는 리얼리티 프로그램으로 구분될 수 있다(옥민혜·박동숙, 2010). 이를 일반 예능과 리얼 예능으로 구분하기도 한다(장용호·노동렬, 2010).

최근 오락 프로그램의 대표적인 장르 유형이 된 리얼리티 프로그램은 전통적인 오락 프로그램 포맷을 바탕으로 리얼리티 요소가 포함된 융합 장르 특성을 갖는다. 그러나 형태적 요소보다는 시청자들이 리얼리티 프로그램을 시청하는 과정에서 리얼리티를 스스로 만들고 구성하고 해석하는 과정에서 즐거움을 느낀다는 의견(윤태진, 2011)은 참조할 만하다. 이는 TV 프로그램의 구분이 시청자들의 선호도와 상호작용 과정에서 만들어진다는 것을 나타내기 때문이다.

오락 프로그램에는 버라이어티 쇼 프로그램을 비롯해서 음악 쇼, 퀴즈와 게

임 쇼, 코미디 등의 프로그램이 포함되는 것이 일반적이다. 그러나 명확하게 오락 프로그램의 경계를 규정하는 기준은 없다. 분명한 것은 오락 프로그램이 뉴스, 드라마, 스포츠 등과는 구별되는 TV 장르라는 것이다. 따라서 오락 프로그램은 형식 요인보다 시청 동기 측면에서 다른 TV 장르와 구분하는 것이 보다 적절해 보인다. 가령, 즐거움을 목적으로 편성 및 방송되는 프로그램 측면에서 오락 프로그램은 드라마, 버라이어티 쇼, 오디션/서바이벌 프로그램, 토크 쇼, 음악 쇼, 퀴즈와 게임쇼, 코미디, 스포츠, 애니메이션 등이 포함되기도 한다 (주창윤·황성연·유승현 2012).

최근에는 리얼리티 포맷의 오락 프로그램 제작이 증가하는 등 오락 프로그램의 세부 장르들은 형식적으로는 공통점이나 유사성이 있지만 내용적 측면에서는 프로그램들마다 차이가 있다. 게다가 오락 프로그램 장르도 시간적 흐름에 따라 다양한 변화가 있다. 차찬영, 박주연(2012)은 2000년대 국내 지상파 오락 프로그램을 대상으로 인기 연예인 중심의 리얼리티 프로그램이 증가하고 있다는 사실을 살펴보면서 시간에 따라 오락 프로그램의 인기 추세가 달라진다는 것을 검토하기도 했다.

다른 TV 장르 프로그램과 마찬가지로 오락 프로그램들도 시청자들의 인구사회학적 특성이나 또는 시청 환경과 연계되는 구조적 특성에 따라 선호도 또는 시청 정도가 영향을 받는다. 우선, 오락 장르 프로그램은 다른 텔레비전 프로그램 시청 선호도와 마찬가지로 인구사회학적 요인에 따라 선호도나 시청 정도가 차별화될 수 있다. 이는 성별이나 연령, 소득, 학력 등 인구사회학적 요인에 따라 통계적 차이가 나타날 수 있다는 것을 의미한다. 윤해진, 문성철(2010)은 남성이나 낮은 연령대, 고학력, 저소득 응답자들일수록 오락 프로그램 선호도와 시청 정도가 증가하는 것을 살펴보았다. Greppi (2006)에 따르면, 연령이 낮고 소득 수준이 높은 응답자들은 리얼리티 오락 프로그램 시청 정도가 증가했다.

다음으로, 오락 프로그램 시청 정도는 시청 환경과 연계되는 구조적 요인들에 따라 제약될 수 있다. 구체적으로, 오락 프로그램의 시청은 플랫폼 이용 특

성에 따라서도 구분될 수 있다. 시청자들은 방송 프로그램 소비를 위해 이용하는 디바이스나 플랫폼의 종류에 따라 선호하는 콘텐츠가 차별화된다(김가영·김성민, 2014). 디지털 유료방송 플랫폼을 이용하는 가입자들이 VOD 이용이 많은 것 등이 대표적이다. 유료방송 플랫폼을 이용하는 것과 그렇지 않은 것, 다양한 모바일 디바이스를 이용하는 것과 그렇지 않은 것 등을 포함해 플랫폼에 대한 접근 및 소유 정도, 이용 정도 등에 따라 특정 장르 프로그램 소비는 구별될 수 있다. 김윤화(2013)에 따르면, 실시간 지상파 프로그램 시청 수단으로는 TV 수상기가 지배적인 반면, VOD 시청 수단으로는 TV 이외에도 PC, 휴대폰 등으로 분화되는 것으로 나타났다. 이와 함께, TV 플랫폼 차이에 따라 콘텐츠 접근 정도가 달라지는 것으로 나타났다.

## 2) VOD 시청 특성

VOD 시장의 성장은 기존 지상파 방송 및 프로그램 판권을 기획, 투자했던 채널들에게는 새로운 수익원이다. 추가 비용을 투입하지 않고도 안정적으로 추가 수익을 확보할 수 있기 때문이다. 특히, 모바일이나 IPTV와 같은 플랫폼이 활성화되면서 기존 프로그램 소비보다 VOD 콘텐츠 소비가 일반화되는 추세이다. 프로그램 편성에 따라 시간적으로 흐름을 갖는 일반 방송 프로그램의 전통 소비보다 언제 어디서나 자유롭게 방송 프로그램을 소비할 수 있는 VOD 소비가 보다 활성화될 가능성이 있다.

VOD에 대한 기존 연구들은 VOD 서비스 선택 요인이나 선호 장르 등에 대한 것들이 대부분이다. KISDI 자료를 분석한 김윤화(2013)에 따르면, 연령대가 높아질수록 VOD 이용률은 낮아지지만 평균 시청 시간은 점점 더 긴 것으로 나타났다. 성별로는 남성과 여성 이용률이 거의 유사하게 나타났으나, 하루 평균 시청 시간은 여성이 남성보다 더 많았다. 영국 OFCOM 자료(2012)에 따르면 이용자들의 연령을 포함해 테크놀로지 이용 능력, 소유 미디어 디바이스 특성 등이 VOD 시청에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일반적으로 VOD 시청 이유는 지상파 방송을 다시 보기 위한 것이 지배적

이다. 이문행(2009)에 따르면, 응답자들은 VOD를 통해 지상파 방송 프로그램을 가장 많이 보고 있었으며, 무엇보다 버라이어티 프로그램을 선호하는 것으로 나타났다. 한편, 황준호 등(2013)은 VOD 서비스 이용이 정보 등의 동기충족보다는 즐거움을 찾기 위한 특성을 갖고 있다는 사실을 살펴보았다. 추가 비용을 지불하고 특정 콘텐츠를 VOD로 소비하겠다는 것은 이용자 개인의 즐거움 동기를 충족하려는 이유가 반영된 것이다.

국내에서의 VOD 시청과는 다르게 해외에서는 영화 또는 드라마에 대한 선호도가 높게 나타났다. Nielsen 연구(2013)에 따르면 VOD에서 가장 선호되는 장르는 영화로 나타났다. 다음으로 드라마, 다큐멘터리, 버라이어티 등의 장르 선호도가 높은 것으로 나타났다. VOD 장르별 선호도는 연령별로 차이가 나타났다. 영국 시청률 조사기업인 Barb가 발표한 자료(2014)에 따르면, 실시간 시청 대비 VOD 시장에서 가장 선호도가 높은 장르는 드라마로 나타났다.

반면, 국내 VOD 서비스는 지상파 방송의 드라마와 오락 중심의 프로그램을 다시 보기 위한 목적으로 활성화된 것이다. 이는 지상파 방송에서 대중성이나 시청률이 높은 프로그램이 바로 VOD 소비로 직접 연계될 수 있다는 것을 나타낸다. 최성진, 이영주, 조성수(2009)에 따르면, 지상파 방송을 통해 높은 시청률을 기록했던 드라마는 VOD 이용률도 같이 높았다. 김숙, 유세경(2012) 연구에서도 지상파 방송 창구에서 방송된 프로그램 시청률이 높을수록 VOD 창구에서의 성과도 높게 나타났다.

오락 장르 프로그램의 VOD 시청은 초방 플랫폼에서의 시청률이나 선호도와 밀접하게 연계될 가능성이 높다. 지상파 또는 유료방송 채널에서 대중적으로 인기가 많은 오락 방송 프로그램들이 후속 시장인 VOD 시청 정도를 높일 수 있다는 것이다. 반면, 오락 장르에 포함된 프로그램들이 다양하게 하위 장르로 분화되고 있다는 점을 감안해 본다면 같은 오락 프로그램들이라 하더라도 VOD에서의 시청 의도가 높아지는 프로그램들은 차별화될 가능성이 있다. 이와 같은 맥락에서 본 연구는 오락 프로그램 하위 장르별 VOD 시청 정도 간 연계성을 살펴볼 것이다.

### 3) 연구문제

본 연구는 이론적 논의를 통해 다음과 같이 연구문제들을 구성했다.

#### 연구문제 1: 오락 프로그램들은 시청 선호도에 따라 어떻게 유형화되는가?

연구문제 1은 오락 프로그램의 시청 빈도에 따라 프로그램들 간의 공통 요인을 살펴보기 위한 것이다. 같은 오락 장르 프로그램이지만 실제로는 오락 프로그램마다 공통되는 특성이 나타날 수 있기 때문이다. 오락 장르 프로그램을 세부적으로 구분하기 위해서는 다양한 속성들을 포함하거나 또는 시청정도 및 시청률 등의 요인을 통해 살펴볼 수 있을 것으로 판단했다. 그 동안 기존 연구들이 오락 프로그램 장르의 세분화를 통해 프로그램 특성을 검토한 연구가 거의 없다는 점을 감안해 요인 분석을 통해 오락 장르의 세분화된 속성을 살펴볼 것이다.

#### 연구문제 2: 오락 프로그램들의 유형별 속성에 영향을 미치는 요인들은 무엇인가?

연구문제 2는 오락 프로그램을 구분하는 요인들을 차별화시키는 요인들을 살펴보기 위한 것이다. 오락 프로그램 요인 분석에 따라 나타난 요인들을 종속 변수로 투입했으며 이를 결정하는 요인들로 인구사회학적 요인, TV 시청량, 플랫폼 특성 요인들을 독립 변수로 투입했다. 오락 프로그램을 세부 장르로 구분하는 연구는 거의 없었다. 따라서 본 연구는 일반적인 TV 시청 동기에 영향을 미치는 요인들로 규정되는 인구사회학적 요인을 포함해 TV 시청량, 기타 유료방송 서비스 가입 등을 포함하는 플랫폼 특성 요인들을 독립변수로 투입했다.



### 연구문제 3: 오락 프로그램 유형별 속성이 VOD 시청에 미치는 영향은 어떠한가?

연구문제 3은 오락 프로그램들의 특성들이 지상파 및 유료방송 오락 프로그램의 VOD 시청에 미치는 영향을 살펴보기 위한 것이다. 본 연구는 특정한 오락 프로그램을 선호하는 응답자들이 지상파 오락 프로그램 VOD 또는 유료방송 VOD 시청으로 연계되는가를 살펴보았다. 오락이라는 장르에 포함된 세분화된 장르들이 후속시장인 VOD 시청 정도에 미치는 영향을 탐색하기 위한 것이다. 이와 같은 연구를 통해 특정 오락 프로그램 요인을 선호하는 응답자들이 지상파 또는 유료방송의 오락 프로그램 VOD 시청에 연계될 수 있는 가를 살펴볼 것이다.

## 3. 연구 방법

### 1) 응답자

조사는 인터넷 서베이 전문 조사 기업인 마크로밀엠브레인을 통해 수행했다. 이들이 보유하고 있는 패널 응답자를 대상으로 성별, 연령별 특성을 감안하여 총 621명을 대상으로 설문조사를 실시했다. 성별로 응답자 특성을 살펴보면 남자는 312명으로 전체의 50.22%, 여자는 309명으로 49.8%를 차지하는 것으로 나타났다. 연령별로는 20대가 147명으로 전체의 23.7%, 30대는 153명으로 24.6%, 40대와 50대 이상은 각각 160명(25.8%) 및 161명(25.9%) 등으로 각 연령별대로 25% 내외로 할당 표집되었다.

소득별로 살펴보면 월 소득 200만원 미만인 응답자가 64명으로 전체의 10.3%를 차지하는 것으로 나타났으며 200-299만원 사이에 포함된 응답자는 99명으로 15.9%를 점유했다. 300-399만원 사이는 150명으로 24.2%, 400-499만원 사이는 132명으로 21.3%, 월 소득 500만원 이상인 응답자는 176명으로 전체의 28.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 전체적으로 월소득 400만원 미만인 응답자

가 50.4%, 400만원 이상인 응답자가 49.6%를 차지하는 것으로 나타났다. 학력 별로는 고졸 이하가 114명으로 18.4%의 점유율을 기록했으며 대학 재학 이상은 507명으로 81.6%로 나타나 고학력 응답자가 많이 표집된 것으로 나타났다.

학력을 제외할 때 응답자 전체적으로 남자와 여자, 20대부터 50대 이상, 소득별로 다양한 집단들이 균형적으로 구성된 것으로 나타났다.

〈표 1〉 응답자 특성

| 구 분 |           | 빈 도 | 비 율    |
|-----|-----------|-----|--------|
| 성별  | 남자        | 312 | 50.2%  |
|     | 여자        | 309 | 49.8%  |
| 연령  | 20대       | 147 | 23.7%  |
|     | 30대       | 153 | 24.6%  |
|     | 40대       | 160 | 25.8%  |
|     | 50대 이상    | 161 | 25.9%  |
| 소득  | 200만원 미만  | 64  | 10.3%  |
|     | 200-299만원 | 99  | 15.9%  |
|     | 300-399만원 | 150 | 24.2%  |
|     | 400-499만원 | 132 | 21.3%  |
|     | 500만원 이상  | 176 | 28.3%  |
| 학력별 | 고졸 이하     | 114 | 18.4%  |
|     | 대학 재학 이상  | 507 | 81.6%  |
| 계   |           | 621 | 100.0% |

## 2) 측정

본 연구에서 활용된 핵심 변수들에 대한 측정은 다음과 같다. 오락 프로그램들의 시청 빈도를 측정하기 위해서 지상파 및 유료방송 프로그램에서 방송되는 시청률 1% 이상의 프로그램 24개를 표집한 다음에 이들 프로그램들에 대해 응답자들이 시청하는 빈도를 리커트 5점 척도로 측정했다. 분석 대상 오락 프로그램으로는 평일 및 토요일, 일요일 토크쇼와 버라이어티 오락 프로그램들을 포함해 유료방송 채널들이 편성, 방송하는 오락 프로그램들이 추가되

었다. 이들 프로그램을 군집화하기 위해 요인분석을 적용했다.

TV 시청시간은 평일, 토요일, 일요일로 각각 구분해 일일 평균 시청 시간을 분 단위로 측정했다. 인구사회학적 요인은 성별, 연령, 소득 등을 측정했다. 성별은 남녀로, 연령은 실제 나이를 측정했으며 소득은 100만원 단위로 측정한 뒤 평균값에 가까운 월평균 300만 원 이하와 이상인 집단을 구분한 뒤 이를 이항 변수로 변환했다. 다만, 학력 변수는 고졸 이하 학력에 포함된 응답자가 18.4%로 매우 적어 실제 분석에서는 활용하지 않았다.

플랫폼 규모는 개인별로 다양하게 이용 가능한 플랫폼 9개 중에서 실제로 이용하는 개수로 측정했다. 응답자들은 아날로그 케이블TV, 디지털 케이블TV, IPTV, 위성방송, 지상파 방송 직접 수신, 인터넷 다시 보기, 웹 하드 다운로드, DMB, 스마트폰 어플 등 9개의 플랫폼 서비스 이용을 측정했다. 유료방송 서비스 가입은 케이블TV, IPTV, 위성방송 등 3개 방송 서비스를 이용하기 위해 비용을 지불하는 서비스를 측정했다. VOD 서비스 이용은 두 가지로 구분했다. 지상파 오락 프로그램을 VOD 서비스를 통해 이용한 것과 유료방송 오락 프로그램을 이용한 것 등으로 구분해 측정했다. VOD 이용은 IPTV와 케이블TV, 위성방송 등 3대 유료방송 플랫폼에서 이용하는 VOD 서비스 이용 정도로 측정했다.

## 4. 연구 결과

### 1) 연구문제 1의 분석 결과

요인분석을 통해 총 24개의 오락 프로그램 시청 빈도 측정값을 살펴보았다. 분석 결과, 5개의 요인이 추출되었다. 이들 5개 요인이 차지하는 총 변량은 57.739%로 나타났다. 24개의 오락 프로그램을 개별 프로그램 속성(제작년도, 장르, 출연자, 편성시간대, 시청률 등)에 따라 포괄적으로 유형화하는 것이 최적인 해결이지만 본 연구는 탐색적 의미에서 시청 선호도를 중심으로 편의적으로 5개의 프로그램 유형으로 구분해 살펴보았다.

각각의 요인을 살펴보면, 첫 번째 오락 프로그램 유형으로는 세바퀴, 스타킹, 붕어빵, 정글의 법칙, 전국노래자랑, 해피선데이, 불후의 명곡, 연예가 중계 등 8개의 오락 프로그램이 포함되었다. 이들 프로그램 모두가 지상파 방송에서 오랫동안 편성되어 왔던 장수 오락 프로그램들이다. 시청자들이 익숙해 있는 오락 프로그램 유형으로 판단되었다. 첫 번째 오락 유형이 차지하는 변량은 29.109%로 나타났다.

두 번째 유형은 웰컴투시월드, 동치미, 유아식상팔자, 대찬인생, 히든싱어 등 5개의 오락 프로그램이 포함되었다. 이들 프로그램 모두 종편 채널에서 편성된 오락 프로그램이라는 것이 차별점이다. 지상파 방송 프로그램과는 다르게 종편 프로그램들에서 편성되는 오락 프로그램들이 별도 유형으로 구분된다는 것이 특징이다. 두 번째 오락 프로그램 유형이 차지하는 변량은 12.279%로 나타났다.

세 번째 유형은 아빠 어디가, 꽃보다 할배, 진짜사나이, 해피투게더, 힐링 캠프, 나 혼자 산다 등 6개의 오락 프로그램이 포함되었다. 이들 오락 프로그램 대부분 최근에 기획, 편성된 프로그램들로 인기가 높은 흥행 오락 프로그램들이다. 첫 번째 유형의 장수 오락 프로그램과는 다르게 비교적 새롭게 편성된 프로그램이라는 것이 차별점이다. 세 번째 요인이 차지하는 변량은 6.993%로 나타났다.

네 번째 유형은 라디오 스타와 SNL, 개그콘서트 등 3개 프로그램이 포함되었다. 이들 프로그램은 토크 쇼 또는 공개 개그쇼 프로그램이라는 공통점이 있다. 오락 프로그램에서 토크 쇼 프로그램이 차지하는 비율이 줄어들기는 하지만 라디오 스타 등의 일부 프로그램들이 나름대로 대중적 인기를 유지하는 것으로 보인다. 개그콘서트에 대한 시청 정도는 비교적 높게 나타났다. 네 번째 요인이 차지하는 변량은 5.104%로 나타났다.

다섯 번째 유형은 런닝맨, 무한도전 등 유재석이 진행하는 리얼 버라이어티 오락 프로그램들이 포함되었다. 본격적으로 리얼 버라이어티 오락 포맷을 갖

〈표 2〉 요인분석에 따른 오락 프로그램 유형

| 개별 프로그램 | 유 형                       |                    |                          |                          |                          |       |
|---------|---------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------|
|         | 1<br>지상파<br>장수 오락<br>프로그램 | 2<br>중편 오락<br>프로그램 | 3<br>최신 흥행<br>오락<br>프로그램 | 4<br>토크+공개<br>오락<br>프로그램 | 5<br>리얼 버라이어티<br>오락 프로그램 |       |
| 세바퀴     | .759                      | .228               | .091                     | .048                     | .008                     |       |
| 스타킹     | .751                      | .239               | -.047                    | -.019                    | .096                     |       |
| 붕어빵     | .711                      | .248               | .153                     | -.106                    | .120                     |       |
| 전국노래자랑  | .673                      | .290               | -.051                    | -.056                    | .017                     |       |
| 해피선데이   | .582                      | .099               | .238                     | .177                     | .095                     |       |
| 불후의 명곡  | .581                      | .118               | .134                     | .117                     | -.085                    |       |
| 연예가 중계  | .563                      | .164               | .163                     | .300                     | -.092                    |       |
| 정글의 법칙  | .498                      | .027               | .088                     | .110                     | .417                     |       |
| 웰컴투시월드  | .374                      | .780               | .168                     | -.030                    | .001                     |       |
| 동치미     | .369                      | .766               | .113                     | -.001                    | -.070                    |       |
| 유자식상팔자  | .337                      | .737               | .191                     | -.018                    | -.015                    |       |
| 대찬인생    | .505                      | .699               | .089                     | .046                     | -.053                    |       |
| 히든싱어    | .042                      | .598               | .067                     | .334                     | .179                     |       |
| 아빠 어디가  | .089                      | .084               | .719                     | -.074                    | .243                     |       |
| 꽃보다할배   | -.069                     | .303               | .642                     | .116                     | -.134                    |       |
| 진짜 사나이  | .150                      | .043               | .627                     | -.007                    | .179                     |       |
| 해피투게더   | .228                      | -.085              | .528                     | .396                     | .243                     |       |
| 힐링캠프    | .408                      | .174               | .492                     | .264                     | -.093                    |       |
| 나혼자산다   | .164                      | .209               | .488                     | .385                     | .073                     |       |
| 라디오스타   | .047                      | .027               | .351                     | .699                     | -.022                    |       |
| SNL     | -.143                     | .426               | .004                     | .657                     | .185                     |       |
| 개그콘서트   | .316                      | -.121              | -.099                    | .506                     | .094                     |       |
| 런닝맨     | .098                      | .042               | .199                     | .078                     | .829                     |       |
| 무한도전    | -.363                     | -.055              | .405                     | .334                     | .508                     |       |
| 통계값     | 아이겐값                      | 6.986              | 2.947                    | 1.678                    | 1.225                    | 1.021 |
|         | 변량                        | 29.109             | 12.279                   | 6.993                    | 5.104                    | 4.254 |
|         | 계                         | 57.739             |                          |                          |                          |       |

고 있는 두 개의 프로그램이 별도의 오락 프로그램 유형으로 구분된다는 것이 특징이다. 다섯 번째 유형이 차지하는 변량은 4.254%로 나타났다.

## 2) 연구문제 2의 분석 결과

요인분석을 통해 추출된 5개 오락 프로그램 유형들을 결정하는 변수를 살펴보기 위해 회귀분석을 적용했다. 종속변수는 5개 오락 프로그램 요인들을 투입했으며 독립변수는 성별, 연령, 소득 등 인구사회학적 요인들, TV 평일 및 주말, 일요일 시청시간들, 플랫폼 이용 규모와 유료방송 플랫폼 가입 유무 등을 포함했다. 회귀분석은 5개로 구분되는 오락 프로그램들에 영향을 미치는 독립변수들을 이해하기 위한 것이다.

회귀 분석 결과, 지상파 장수 오락 프로그램 요인을 결정하는 독립변수들은 연령을 포함해 성별, 일요일 TV 시청시간 등으로 나타났다. 특히 연령은 가장 큰 설명력이 있었다. 연령이 높으면서 남성인 응답자들은 지상파 장수 오락 프로그램을 선호하는 것으로 보인다. 이들 응답자들은 기존에 선호하는 오래된 오락 프로그램들을 반복 소비하는 것으로 판단할 수 있다.

다음으로 종편 오락 프로그램 속성은 유료방송 플랫폼 가입자이면서 연령이 높은 응답자들이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 종편채널을 시청하기 위해서는 케이블TV와 위성방송, IPTV 등 유료방송 플랫폼을 이용하는 것이 필수적이며 이에 따라 이들 유료방송 가입자들의 종편 오락 프로그램 이용이 증가하는 것으로 보인다. 종편 채널들이 뉴스 및 시사 프로그램 편성 비율이 높은 만큼 높은 연령대의 남성 시청자들의 충성도가 높다는 사실을 감안한다면 이들 응답자들이 뉴스 등의 프로그램 이외에 오락 프로그램까지도 종편 채널 충성도가 높다는 것을 추론할 수 있다.

최신 흥행 오락 프로그램은 여성 응답자이면서 플랫폼 이용 규모가 많은 응답자들이수록 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 지상파와 유료방송 채널에 비교적 편성된 시점이 오래되지 않은 프로그램들은 여성 시청자들의 시청 정도가 높은 것으로 보인다. 이들 응답자들은 다양한 플랫폼을 통해 오락 프로

〈표 3〉 오락 프로그램 유형 결정 요인

| 독립 변수            |             | 오락 프로그램 유형             |          |                    |         |                       |          |                       |          |                          |          |
|------------------|-------------|------------------------|----------|--------------------|---------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|--------------------------|----------|
|                  |             | 1<br>지상파 장수<br>오락 프로그램 |          | 2<br>종편 오락<br>프로그램 |         | 3<br>최신 흥행<br>오락 프로그램 |          | 4<br>토크+공개<br>오락 프로그램 |          | 5<br>리얼 버라이어티<br>오락 프로그램 |          |
|                  |             | Beta                   | t        | Beta               | t       | Beta                  | t        | Beta                  | t        | Beta                     | t        |
| 인구사회<br>학적<br>요인 | 성별          | .095                   | 2.659**  | -.064              | -1.573  | -.194                 | -4.940** | .190                  | 4.997**  | .160                     | 4.015**  |
|                  | 연령          | .500                   | 13.778** | .094               | 2.282*  | -.033                 | -.823    | -.266                 | -6.845** | -.198                    | -4.869** |
|                  | 소득          | .009                   | .242     | -.047              | -1.148  | .015                  | .368     | .079                  | 2.039*   | -.061                    | -1.503   |
| TV<br>시청시간       | 평일          | .088                   | 1.676    | .095               | 1.598   | .074                  | 1.279    | .033                  | .585     | -.020                    | -.333    |
|                  | 토요일         | -.136                  | -1.907   | .027               | .330    | .115                  | 1.462    | .063                  | .828     | -.013                    | -.161    |
|                  | 일요일         | .164                   | 2.551*   | -.008              | -.109   | .040                  | .569     | .073                  | 1.065    | .132                     | 1.824    |
| 플랫폼<br>특성        | 플랫폼<br>규모   | .080                   | 1.953    | -.028              | -.605   | .115                  | 2.525*   | .181                  | 4.157**  | .069                     | 1.498    |
|                  | 유료 방송<br>가입 | -.068                  | -1.681   | .185               | 4.003** | .041                  | .915     | .001                  | .029     | -.046                    | -1.003   |
| 통계값              | R2          | 0.277                  |          | 0.059              |         | 0.115                 |          | 0.172                 |          | 0.089                    |          |
|                  | F           | 28.601**               |          | 4.703**            |         | 9.711**               |          | 15.553**              |          | 7.278**                  |          |

\* p < .05 \*\* p < .01

그램을 시청할 수 있는 가능성이 높은 것으로 추론된다.

토크 및 공개 오락 프로그램은 연령이 낮으면서 남성인 응답자, 플랫폼 이용 규모가 많고 소득이 높은 응답자들일수록 영향을 미치는 것으로 나타났다. 라디오 스타 또는 개그콘서트와 같은 프로그램들은 젊은 남성 시청자들이 선호하는 프로그램으로 판단된다는 것이다. 게다가 플랫폼을 다양하게 이용하면서 소득이 높은 만큼 VOD와 같은 새로운 비선형 콘텐츠 소비가 높을 수 있는 시청자들로 보인다.

리얼 버라이어티 오락 프로그램은 남성이면서 연령이 낮은 응답자들이 선호하는 오락 프로그램 장르 유형으로 나타났다. 이들 2개 프로그램들은 모두

유재석이 출연하는 무한도전이나 런닝맨 프로그램들이다. 리얼 버라이어티 오락 프로그램은 젊은 남성 시청자들이 선호하는 유형의 오락 프로그램 장르로 보인다.

결론적으로 오락 프로그램에 대해 응답자들은 성별이나 연령 등의 인구사회학적 요인에 따라 시청이 세분화되는 것으로 나타났다. TV 이용 시간이나 플랫폼 이용 규모는 오락 프로그램 유형에 큰 영향을 미치지 않았다. 오락 프로그램 시청에 영향을 미치는 요인은 인구사회학적 변수이다. 특히 남성 응답자들은 토크 및 공개 오락 프로그램 및 리얼 버라이어티 오락 프로그램 유형을 선호하는 것으로 나타났다. 반면, 여성 응답자들은 최신 흥행 오락 프로그램을 선호하는 것으로 나타났다. 이외에도 연령별로도 차이가 나타났다. 나이 많은 응답자들은 지상파 장수 오락 및 종편 오락 프로그램을 선호하는 것으로 나타난 반면, 젊은 응답자들은 토크 및 공개 오락 프로그램이나 리얼 버라이어티 오락 프로그램 유형을 선호하는 것으로 나타났다.

### 3) 연구문제 3의 분석 결과

다음으로 오락 프로그램 유형들이 지상파 및 유료방송 오락 프로그램 VOD 시청에 미치는 영향을 살펴보았다. 회귀분석 결과, 지상파 장수 오락 프로그램 및 종편 오락 프로그램 유형은 지상파 VOD 시청에 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오랫동안 지상파 방송 채널에 편성되었던 간판 오락 프로그램들은 초방일 경우에는 효율적일 수 있지만 신선감이 높지 않아 VOD 시청 정도는 비교적 높지 않은 것으로 보인다. 종편 프로그램 역시 초기라는 점을 감안한다면 제작 완성도나 흥미성 측면에서 VOD 시청 빈도가 높지 않은 것으로 이해할 수 있다.

반면, 최신 흥행 오락 프로그램을 포함해 토크 및 공개 오락 프로그램, 리얼 버라이어티 오락 프로그램 등은 지상파 VOD 시청에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 편성된 시점이 1-2년이 되지 않은 최신 흥행 오락 프로그램들이나 라디오 스타와 개그콘서트와 같은 토크 및 공개 오락 프로그램, 유재석



이 출연하는 대표적인 리얼 버라이어티 오락 프로그램들은 응답자들이 VOD 를 통해서도 소비 가능성이 높은 오락 프로그램 포맷으로 판단된다.

결론적으로 오래된 지상파 오락 프로그램은 간판 프로그램으로서 초방 시청률 측면에서는 이점이 있지만 VOD 시청 정도는 높지 않다는 것을 살펴볼 수 있다. 반면 최신 흥행 오락 프로그램이 VOD 시장에서는 보다 이점을 갖고 있다는 것을 이해할 수 있다. 게다가 일부 토크 및 공개 오락 프로그램, 리얼 버라이어티 오락 프로그램은 제작비 투입이 높은 만큼 안정적 시청률과 VOD 시청 정도를 끌어 올릴 수 있는 가능성이 있는 것으로 보인다.

<표 4> 오락 프로그램 유형별 속성이 VOD 오락 프로그램 시청에 미치는 영향

| 오락 프로그램 유형       | VOD 시청         |          |      |         |
|------------------|----------------|----------|------|---------|
|                  | 지상파            |          | 유료방송 |         |
|                  | Beta           | t        | Beta | t       |
| 지상파 장수 오락 프로그램   | -.154          | -3.207** | .054 | 1.068   |
| 중편 오락 프로그램       | -.079          | -1.652   | .071 | 1.397   |
| 최신 흥행 오락 프로그램    | .178           | 3.707**  | .185 | 3.681** |
| 토크+공개 오락 프로그램    | .268           | 5.565**  | .218 | 4.318** |
| 리얼 버라이어티 오락 프로그램 | .251           | 5.225**  | .118 | 2.360*  |
| 통계값              | R <sup>2</sup> | 0.190    |      | 0.106   |
|                  | F              | 16.593** |      | 8.399** |

\* p < .05 \*\* p < .01

## 5. 결론 및 논의

본 연구는 오락 프로그램 유형 및 이들 유형이 VOD 시청에 미치는 영향을 다양하게 살펴보기 위한 것이다. 주요 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 오락 프로그램들의 시청 빈도에 따라 24개 프로그램들을 요인분석으로 살펴본 결과 5개의 오락 프로그램 유형들이 나타났다. 이들 오락 프로그램들은 각각의 프로그램 특성들에 따라 지상파 장수 오락 프로그램, 종편 오락 프로그램, 최신 흥행 오락 프로그램, 토크 및 공개 오락 프로그램, 리얼 버라이어티 오락 프로그램 등으로 구분되었다. 둘째, 5개 오락 프로그램들 유형별 특성을 결정하는 요인들을 살펴본 결과, 인구사회학적 요인들이 영향을 미치는 것으로 나타났다. TV 시청량이나 플랫폼 이용 특성들은 제한적으로 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 셋째, 5개 오락 프로그램 유형별 속성이 지상파 및 유료방송 VOD 시청 빈도에 미치는 영향을 회귀분석을 통해 살펴본 결과, 최신 흥행 오락 프로그램, 토크 및 공개 오락 프로그램, 리얼 버라이어티 오락 프로그램 등 3개 유형은 VOD 시청 빈도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구를 통해 오락 장르에 포함된 다양한 프로그램들이 세부적으로 분화될 수 있다는 사실을 살펴볼 수 있었다. 같은 오락적 장르의 구조적 특성을 공유하고 있지만 내용 측면에서 다른 속성을 갖는 것이다. 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

우선, 지상파 장수 오락 프로그램에 포함된 세바퀴, 스타킹, 붕어빵, 정글의 법칙, 전국노래자랑, 해피선데이, 불후의 명곡, 연예가 중계 등의 프로그램들은 소구 대상이 일반 모두를 대상으로 하고 있으며 남성 응답자들의 시청 정도가 비교적 높게 나타났다. 이들 프로그램은 마니아 계층이 있는 프로그램이기 보다는 제작된 지 오래된 오락 장르 프로그램이 대부분이다.

다음으로 웰컴투시월드, 동치미, 유자식상팔자, 대찬인생, 히든싱어 등의 종편 프로그램들은 시청률은 비교적 다른 지상파 방송 프로그램에 비해 낮지만

종편 오락 프로그램을 선호하는 응답자들에게 소구되는 프로그램이다. 최근에는 썰전이나 마녀사냥, 비정상회담 등 독자적으로 지속적인 시청 계층을 확보한 종편 프로그램이 증가하는 추세이다. 다만, 본 연구가 이루어진 시점에서는 종편 프로그램들만을 시청하는 틈새 시청자 계층이 있는 것으로 나타났다.

최신 흥행 오락 프로그램들로는 아빠 어디가, 꽃보다 할배, 진짜 사나이, 해피투게더, 힐링 캠프, 나 혼자 산다 등의 프로그램이 포함되었다. 이들 오락 프로그램들은 최근 흥행성이나 인지도 측면에서 높은 평가를 받는 프로그램들을 포함하는 것으로 나타났다.

라디오스타와 SNL, 개그콘서트 프로그램은 토크 및 공개 개그쇼 오락 프로그램들이다. 특히 SNL이나 개그콘서트는 일반 청중과 같이 개그 프로그램을 코너 방식으로 운영하는 프로그램들로 다른 오락 프로그램 포맷과는 구분되는 특성을 갖고 있는 만큼 독립적인 오락 프로그램 하위 장르를 유지하는 것으로 판단된다.

유재석이 출연하면서 주말 야외 리얼리티 프로그램 속성을 갖는 런닝맨이나 무한도전은 다른 오락 프로그램들과는 차별화된 속성을 갖는 리얼 버라이어티 프로그램들이다. 이들 프로그램들은 다른 오락 프로그램들에 비해 야외를 배경으로 유재석이 팀을 이끄는 시청자들의 몰입도가 높은 프로그램들로 보인다.

본 연구를 통해 오락 프로그램들의 유형이 성별이나 연령 등의 인구사회학적 요인의 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 오락 프로그램이 모든 연령대와 남녀 시청자 모두를 만족시키는 것이 쉽지 않다는 것이다. 유료방송 채널들의 증가로 인해 인구사회학적 집단별로 선호하는 프로그램이 세분화되는 과정에서 지상파 방송에서 편성되는 오락 프로그램들도 속성별로 다른 소구력을 갖고 있기 때문이다. 성별이나 연령대에서 선호하는 프로그램들은 서로 다른 오락 프로그램 특성을 갖게 된 것으로 보인다. 오락 프로그램의 기획, 편성, 제작 방식도 시청자들의 속성에 따라 차별적으로 준비해야 할 것이다.

오락 프로그램 유형별 속성은 VOD 성과와도 밀접하게 연계되어 있다. 지상

과 장수 오락 프로그램이나 종편 오락 프로그램들은 VOD 시청과 큰 연계성이 나타나지 않았다. 반면 최신 흥행 오락 프로그램이나 토크 및 공개 오락 프로그램, 리얼 버라이어티 오락 프로그램들은 VOD 시청 정도가 높게 나타났다. 같은 오락 프로그램 장르에 포함된 프로그램이라도 그 속성에 따라 VOD 시청 성과가 다르게 나타날 수 있다. 물론 이와 같은 속성이 시간적 흐름에 따라 가변적일 수도 있다. 후속적인 연구가 필요할 것으로 판단된다.

본 연구는 드라마와 함께 국내 방송 콘텐츠의 경쟁력을 확대해가고 있는 오락 프로그램의 세부 유형 및 이에 따른 VOD 시청 빈도에 미치는 영향을 살펴 보았다. 다시 말해, 기존 장르 연구와는 다르게 오락 장르 내의 세분화된 장르 속성을 탐색했다. 오락 장르 내에서 5가지 속성을 검토했으며 이들 유형별 속성을 결정하는 요인들은 대부분 인구사회학적 요인들로 나타났다.

본 연구는 다음과 같은 한계가 있다. 첫째, 오락 프로그램을 시청 정도 요인에 따라 요인분석을 행한 만큼 다른 요인의 속성이 반영되지 못한 것이다. 오락 프로그램의 제작 방식이나 출연자, 스토리 등 다양한 특성들을 포함해 오락 장르의 세분화를 검토해보는 것도 필요해 보인다. 이를 위해서는 오락 프로그램 속성 및 시청률 자료 등을 확보해 요인분석 이외에 다양한 분석 방식을 적용해보는 것이 필요하다.

둘째, 연구가 추진되는 시점에서 종편 프로그램들이 다수 포함되지 못하면서 종편 오락 프로그램들은 독립적인 세부 장르로 고정된 느낌이 있었다. 그러나 최근에는 인기 있는 종편 오락 프로그램들이 증가하게 되면서 기존 오락 프로그램의 장르별 구분을 시계열적으로 변화 추세를 살펴볼 필요성이 있다.

셋째, 오락 프로그램의 시청률에서부터 VOD 이용 정도에 이르는 연계성을 구체적 자료를 통해 검증하는 방식도 모색해야 할 것이다. 이를 통해 본 연구에서 나타난 오락의 세부 장르가 후속 시장에 미치는 영향을 보완적으로 살펴볼 수 있을 것이다.

이외에 인구사회학적 특성에 따라 본 연구에서는 연령 등의 속성이 결과에 영향을 미쳤을 가능성이 있다. 오락 프로그램 주력 소비 대상 계층이 젊은 연

령대에 있는 만큼 본 연구 결과를 일반화하는 것은 신중할 필요가 있다. 기타, 오락 프로그램들의 편성 등에 따른 경쟁 구조, 오락 프로그램들과 드라마 간의 프로그램 인접 효과 등이 후속 시장성과에 대한 영향 등을 탐색하는 것도 가치가 있을 것이다.

■ 참고문헌 ■

- 김가영 · 김성민(2014). 스마트미디어 이용동향. <전자통신동향분석> 29권2호, 42-48.
- 김남일(2008). 텔레비전 오락 프로그램에서 웃음유발의 정치성 : MBC-TV 〈무한도전〉의 텍스트 분석을 중심으로. <한국방송학보> 22권6호, 9-41.
- 김숙 · 유세경(2012). 드라마 특성에 따른 선형 매체와 비선형 매체에서의 이용 성과에 관한 연구. <미디어 경제와 문화> 10권2호, 52-86.
- 김윤희(2013). 지상파TV 방송프로그램 시청행태 분석. <KISDI STAT Report>.
- 김창숙 · 홍원식 · 한주리(2007). TV 연예 오락 프로그램의 향후 시청 의향에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : 장르 및 프로그램에 대한 시청자 평가를 중심으로. <사회과학연구> 23권3호, 283-303.
- 심미선 · 이준웅 · 김은미(2004). 라이프스타일에 따른 텔레비전 시청패턴 연구. <한국언론학보> 48권2호, 189~217.
- 심미선(2007). 다매체시대 미디어 레퍼토리 유형에 관한 연구. <한국방송학보> 21권2호, 351~390.
- 옥민혜 · 박동숙(2010). ‘오락적 현실감’ 작동 방식과 상호텍스트성: 리얼 버라이어티 쇼 수용 연구. <미디어, 젠더 & 문화> 14권, 73-109.
- 윤태진(2011). 정서적 참여와 실재(reality)의 재구성 : 한국 리얼리티 텔레비전쇼의 작동방식에 대한 고찰. <방송문화연구> 23권2호, 7-36.
- 윤태진 · 문성철(2010). 미디어 레퍼토리 유형에 따른 콘텐츠 소비: 지상파 장르 선호도를 중심으로. <한국방송학보>, 24권5호, 325-369.
- 이문행(2009). IPTV 가입자의 VOD 서비스 이용 태도: 20, 30대 직장인을 대상으

- 로 한 심층 인터뷰를 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지> 10권10호, 181-191.
- 임정수(2013). 종편 2년의 성과와 방송계 지형변화. <신문과 방송>, 12월호, 23-26.0
- 장용호·노동렬(2010). 리얼리티 예능 프로그램의 자기조직화에 관한 연구 : <1박 2일> 과 <무한도전> 의 창의적 생산 방식을 중심으로. <방송과 커뮤니케이션> 11권2호, 39-90.
- 전범수·이정기(2014). 토요일 프라임 타임 프로그램 편성전략이 채널 시청률에 미치는 영향. <방송과 커뮤니케이션> 15권2호, 5-35.
- 조준상·은혜정(2013). 리얼리티 예능 프로그램 연구: 의사사회 상호작용 요인, 플로우 시청만족도를 중심으로. <언론과학연구> 13권3호, 556-590.
- 주창윤(2004). 텔레비전 프로그램 장르 분류기준에 관한 연구. <방송연구> 겨울호, 105~136.
- 주창윤·황성연·유승현(2012). 방송 프로그램의 세부 분류기준 및 도입방안 연구. 방송통신위원회 지정 연구. 2012-19.
- 차찬영·박주연(2012). TV 오락 프로그램의 포맷 구성의 변화: 2000년대 지상파 방송 프로그램을 중심으로. <언론과학연구> 12권3호, 526-564.
- 최성진·이영주·조성수(2009). 지상파 방송 드라마의 고화질 VOD 이용 요인에 관한 연구. <언론과학연구> 9권4호, 639-670.
- 황준호·김남두·박병선(2013). 주문형방송서비스(VOD)의 선택과 수용에 관한 연구. KISDI 기본연구.
- [http://m.kisdi.re.kr/mobile/repo/res\\_view.m?key1=13288&key2=0&key3=&category=1](http://m.kisdi.re.kr/mobile/repo/res_view.m?key1=13288&key2=0&key3=&category=1).
- Barb(2014). [http://www.barb.co.uk/whats-new/catch-up-viewing-by-genre?\\_s=4](http://www.barb.co.uk/whats-new/catch-up-viewing-by-genre?_s=4).
- Greppi, M.(2006). 'Runway finale flies into record books. <Television Week> Vol.26, No.2.
- Nabi, R. L., Biely, E. N., Morgan, S. J. & Stitt, C. R. (2003). Reality-based programming

and the psychology of its appeal. <Media Psychology> Vol.5, 303 - 330.

Nielsen(2013). Viewing on demand: The cross-platform report.

[http://www.tvb.org/media/file/Nielsen-Cross-Platform-Report\\_Q2-2013.pdf](http://www.tvb.org/media/file/Nielsen-Cross-Platform-Report_Q2-2013.pdf).

OFCOM(2012). On-demand services: understanding consumer choices.

[http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/tv-ops/vod/Research\\_Report.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/tv-ops/vod/Research_Report.pdf)

Papacharissi, Z. & Mendelson, A. L. (2007). An Exploratory Study of Reality Appeal:

Uses and Gratifications of Reality TV Shows. <Journal of Broadcasting & Electronic Media> Vol.51 No.2, 355-370.

최초 투고일 2014년 10월 08일

논문 수정일 2015년 02월 10일

게재 확정일 2015년 02월 25일



# An Explorative Study of the Relationship between Types of Entertainment Programs and Viewing Behaviors of VOD Programs

Bum Soo Chon

Associate Professor

Dept. of Journalism and Mass Communication

Hanyang University

This study attempted to find the relationship between types of entertainment programs and viewing behaviors of VOD programs. The major results are following: firstly, the results of factor analysis for 24 TV programs showed that there are five types of entertainment programs. They are old terrestrial TV programs, comprehensive channel programs, new top rated programs, talk and open comedy programs and real variety programs. Secondly, major determinants of classifying entertainment programs are demographic factors. In addition, other factors including TV viewing time and pattern of using platforms are explaining types of entertainment programs. Also three types of entertainment programs such as new top rated programs, talk and open comedy programs and real variety programs are closely related to viewing behavior of both terrestrial and pay TV VOD.

Key Words: Entertainment Program, VOD, Viewing Behavior