http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2014.14.01.097

리얼리티 쇼 프로그램의 재미에 관한 연구 - '슈퍼스타 K' 프로그램을 중심으로

Fun Factors of a Reality Show Program

주정민*, 배윤정**
전남대학교 신문방송학과*, 전남대학교 언론홍보연구소**

Chungmin Joo(truejoo77@daum.net)*, Yunjeong Bae(76clover@hanmail.net)**

요약

이 논문은 리얼리티 쇼 프로그램인 '슈퍼스타 K'가 시청자들에게 인기를 끈 요인이 무엇인지를 살펴보았다. 이를 위해 '슈퍼스타 K'를 시청한 시청자를 대상으로 두 차례에 걸쳐 심층인터뷰를 실시하여 재미요인을 분석하였다. 연구 결과, '슈퍼스타 K'는 프로그램 기획단계에서부터 편집과 송출에 이르기까지 다양한 재미요소를 치밀하게 계획하여 제공함으로써 시청자들에게 재미를 불러 일으켰다. 특히 프로그램의 '편성', '구성', '편집', '진행방식', '소구요소'에서 다른 프로그램에서는 볼 수 없는 치밀한 전략을 통해 시청자에게 재미를 준 것으로 나타났다. 따라서 리얼리티 쇼 프로그램이 시청자에게 인기를 끌기 위해서는 프로그램 자체의 재미요인을 고려하는 것도 중요하지만 방송제작과 방영과정에서 다양한 장치와 전략이 필요하다는 사실을 알 수 있었다.

■ 중심어 : | 슈퍼스타 K | 리얼리티 쇼 프로그램 | 재미 | 시청자 |

Abstract

The purpose of this study was to investigate the factors behind the popularity of Superstar K, a reality show, among the viewers. For that purpose, the study conducted an in-depth interview with six viewers that watched the show in the first round and eight more in the second round. The interview results show that the show's fun elements include program "formation," "organization," "edition," "hosting style," and "appeal factors," which differentiated it from other shows. Superstar K made the viewers enjoy the show by thoroughly planning and providing a range of fun elements from program planning to edition and transmission.

■ Keyword : | Superstar K | Reality Show | Program | Fun Factors | Viewers |

I. 연구목적

리얼리티 쇼 프로그램인 '슈퍼스타 K'가 많은 사람들의 인기를 끌게 되면서 오디션 프로그램에 대한 관심이 높아졌다. 그동안 케이블TV 프로그램은 지상파방송 프로그램에 밀려 주목받지 못했지만, '슈퍼스타 K'에 쏠린 국민적 관심과 방송시장 전반에 미친 영향은 '신드롬'이라고 불릴만한 성과를 이뤄냈다. '슈퍼스타 K'에 이은

* 이 논문은 2012년도 전남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음.
접수일자 : 2013년 12월 04일
수정일자 : 2014년 01월 09일
심사완료일 : 2014년 01월 09일
교신저자 : 주정민, e-mail : truejoo77@daum.net

'슈퍼스타 K 2' 프로그램은 동시간대 지상파방송의 시청률을 뛰어넘는 성과를 얻어냈다. 그리고 2012년에 방영된 '슈퍼스타 K 4'의 경우도 10주 연속 지상파를 포함한 동시간대 시청률에서 최고를 기록했다.

'슈퍼스타 K 2' 성공 이후 지상파 방송사들은 유사한 컨셉의 리얼리티 쇼 프로그램들을 제작하여 방송했다. MBC의 '위대한 탄생', '나는 가수다', KBS2의 '밴드 서바이벌 TOP밴드' 등의 음악관련 오디션 프로그램 뿐 아니라 MBC의 '신입사원', SBS의 '김연아의 키스&크라이', '기적의 오디션', 'K팝 스타' 등 다양한 분야의 오디션 프로그램들을 방영했다. 또한 케이블TV 역시 tvN의 '오페라스타 2011', Mnet의 '보이스코리아' 등을 방송했다.

리얼리티 쇼 프로그램이 인기를 끌고, 프로그램이 증가하고 있지만, 그 이유를 살펴보는 연구는 활발하게 진행되지 않았다. '슈퍼스타 K'와 같은 리얼리티 쇼 프로그램이 시청자들의 관심과 다양한 사회적 이슈를 낳고 있음에도 불구하고, 프로그램의 재미요인을 분석한 연구는 찾아보기 어렵다. 그러나 리얼리티 쇼 프로그램의 선정성, 폭력성, 출연자의 겹치기 출연, 무분별한 언어사용 등을 비판적으로 접근한 연구는 부분적으로 진행되어 왔다[1].

따라서 본 연구에서는 '슈퍼스타 K' 사례를 중심으로 리얼리티 쇼 프로그램이 인기를 얻고 있는 이유를 살펴본다. 특히 많은 시청자들이 '슈퍼스타 K' 프로그램을 선호하는 이유를 프로그램의 기획, 제작, 소비의 전 과정을 통해 고찰해 본다. 그리고 이를 통해 리얼리티 쇼 프로그램 '슈퍼스타 K'의 성공 요인이 무엇인지를 분석하고, 향후 리얼리티 쇼 프로그램의 제작과 방영에서 참고해야 할 함의를 도출하고자 한다.

II. 기존 연구 고찰

1. 텔레비전 프로그램 선택과 재미 요인

리얼리티 프로그램이란 "개인이나 집단이 일상생활에서 겪은 실제 사건을 극화된 형태로 재구성하되 리얼리티 효과나 오락적 가치 등 다양한 요소를 가미한 것"이라 할 수 있다[2]. 최근 리얼리티 프로그램이 인기를 끌면서 오디션과 쇼 형태의 프로그램이 제작되고 있다. 이에 따라 리얼리티 프로그램을 중심으로 이들 프로그램이 수용자들에게 재미를 주는 요인이 무엇인지에 관한 연구들이 이뤄지고 있다. 특히 리얼리티 프로그램을 시청자들이 선택하는 요인이 무엇인지를 중심으로 연구가 진행되고 있다.

리얼리티 프로그램의 재미 요인은 주로 남의 사생활을 엿보는 형태나, 감시 형태의 포맷에서 재미를 느끼는 것으로 나타났다[3]. 김수정(2010)은 '프로젝트 런웨이'와 '도전 슈퍼모델' 프로그램의 인기 이유에 대해 관찰과 감시, 경쟁포맷, 개인인터뷰, 전문지식의 개입 등을 통해 설명하고 있다[4]. 경쟁의 경우 시청자들에게 긴장감과 드라마틱함을 전달함으로써 더욱 프로그램에 몰입하게 하고 재미를 부가시키는 것으로 나타났다[5].

또한 리얼리티 쇼 프로그램의 재미 유발기제에 관한 연구에서는 공통적으로 '현실감(reality)'을 중요한 요인으로 지적하고 있다. 크루(Crew, 2006)는 '서바이버'라는 프로그램의 시청자들을 대상으로 어떤 요인들이 시청자들에게 즐거움을 주는지를 연구했다. 그는 실제 인물들의 등장으로 인한 현실감, 대본에 없는 내용을 즉흥적으로 보여주는 행동, 자신의 윤리적 코드와 비교해 보면서 느끼는 재미, 극한 상황에서 보여주는 감정적 반응, 그리고 예측불가능한 상황이나 행동에서 오는 재미 등이 주요 요인이라는 사실을 밝혔다[6]. 또한 캐릭터의 일관성과 성장, 자막의 활용, 출연자들의 사적영역에 관한 소재 등의 활용을 통한 오락적 현실감 유발이 중요한 역할을 한다고 보았다[7].

김미라(2008)는 '무한도전', '1박 2일', '패밀리가 떴다' 등의 분석을 통해 과장된 캐릭터의 설정과 활용, 출연자들의 도전과 체험 과정에서 발생하는 에피소드, 해프닝 중심의 촉매 기능의 강화, 시청자 대신 놀아주기 등을 리얼 버라이어티 쇼의 재미와 즐거움 유발 기제 요인으로 들고 있다[8]. 그밖에 요인으로 기존 오락 장르에서 사용되어온 제작진의 의중이 담긴 코믹한 자막, 드라마와 영화 등의 패러디, 캐릭터와 배경의 부조화를 이루는 상황설정 등도 제시했다. 특히 일부 연구에서는 자막의 활용을 통해 출연자의 상황이나 심정을 대변하

는 표현, 제작진의 의견을 표출하는 내용 등이 재미를 유발하고 있다고 보았다[9]. 또한 리얼리티 쇼 프로그램에서 묘사되는 내용과 출연자들의 행동이 얼마나 진실한지를 인식하는 과정에서 진정성의 요인이 재미에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 제시했다[10].

2. 텔레비전 프로그램 선택의 구조적 요인

텔레비전 시청자들의 프로그램 선택에 영향을 미치는 요인으로 편성전략 등과 같은 구조적 요인으로 보는 관점이 있다. 구조적 관점에 관한 논의들은 채널, 편성, 시청가능성, 방송시간대 등 방송환경을 시청자들이 프로그램 선택에 영향을 미치는 주요 요인으로 보았다[11]. 황성연(2005)은 시청 선택에 영향을 미치는 구조적 요인으로 시청정도, 시청 프로그램 선호도, 동일 유형 프로그램 선호도, 집단시청 가능성, 시청자 프로그램 인지도 등을 지적했다. 그리고 시청자들의 프로그램 시청에 편성과 같은 구조적 요인이 다른 요인들보다 더 많은 영향을 미친다는 사실을 제시했다[12]. 최세경 등(2006)은 방송 프로그램의 시청률 성과에 제작변인(제작비), 편성관련 변인(편성시간대), 장르변인(장르), 제작형태변인(외주제작과 자체제작)이 미치는 영향을 살펴보고, 질적 성과에 영향을 미치는 변인으로는 장르변인이, 수용자 성과에 영향을 미치는 변인으로는 편성시간대와 장르라는 결과를 제시했다[13].

편성은 “프로그램의 내용과 형식, 시간을 결정하는 행위”이다[14]. 그래서 프로그램 편성요인은 시청자들의 프로그램 선택에 중요하게 작용한다. 일반적으로 방송사들은 타 방송사들의 편성프로그램을 고려해 편성전략을 구사하고 있다. 프로그램의 시청률은 다른 방송사들의 같은 시간대 편성 프로그램에 직간접적인 영향을 받을 수밖에 없다. 최근 개국한 종합편성채널들이 프라임타임에 메인뉴스 및 드라마의 시간배열을 함으로써 지상파채널과는 다른 유형의 프로그램을 편성하는 대응편성 전략을 취하고 있고, 종합편성채널들 간에는 같은 유형의 프로그램을 편성하는 중복편성 전략을 사용하고 있는 것도 같은 시간대 편성 프로그램 영향력을 고려한 전략이라 할 수 있다[15].

3. 텔레비전 프로그램 선택의 개인적 요인

방송 프로그램 선택에 관한 연구들은 개인의 인구학적 속성이나 미디어 이용량과의 관계 또는 이용 동기가 프로그램 시청에 중요한 요인으로 작용한다고 본다. 특히 특정 장르에 대한 개인적 선호도에 따라 혹은 이용자의 성향이나 욕구가 프로그램 선택에 영향을 미친다고 보고 있다. 박신영(2010)은 텔레비전 드라마 시청자의 현실도피와 판타지 성향이 드라마 이용동기, 장르선호와 몰입경험에 영향을 미친다고 보았다[16]. 박웅기・송진경(2009)은 텔레비전 드라마 시청에서 시청자들이 경험하는 감정적 동일시가 시청만족도를 높이는데 영향을 준다고 보았다[17].

개인들의 텔레비전 프로그램 선택과정에서 시청자들의 장르 및 채널에 대한 충성도가 시청행위를 설명하는 중요 요인이라는 연구도 있다. 채널 충성도는 TV시청의 일반적 충성도, 특정 채널을 더 선호하는 채널 충성도, 특정 프로그램 유형에 대한 일관된 선호도를 보이는 프로그램 충성도, 특정 프로그램 시리즈를 반복 시청하는 프로그램 충성도 등이 있다[18]. 한편, 다채널 환경에서는 지상파 환경과 달리 채널 충성적인 시청 경향은 점차 감소하고 프로그램의 충성도가 중요한 요인이라는 연구결과도 있다. 심미선 등(2002)은 다채널 상황에서 프로그램 선택가능성을 예측할 수 있는 변인으로 시청량, 편성요인, 프로그램 충성도, 채널충성도, 장르충성도, 시청 상황 등을 제시했다. 그리고 그 중에서도 프로그램 충성도가 가장 설명력이 높은 변인이라는 연구결과를 제시했다[19]. 김현주(2002)도 TV 프로그램 내용이나 개인적 취향이 TV 시청 선택에 더욱 영향을 미치는 것으로 나타나 프로그램 선택에 있어서 채널 충성도보다는 프로그램 충성도가 훨씬 더 의미가 있다고 주장했다[20]. 배진아(2006) 역시 지상파 텔레비전 드라마 분석을 통해 채널이나 스타출연과 같은 드라마 자체의 속성 요인보다는 초반 충성도, 시청자 동질성 등의 수용자 요인에 의해 시청률이 더 크게 영향을 받는다는 결과를 제시했다[21]. 즉, 프로그램 방송 초반에 충성심에 높은 시청자를 확보하는 것이 전체 시청률에 영향을 미치는 중요한 요인이 되며, 시청자 구성의 동질성 정도가 낮을수록 시청률이 높아진다는 것이다.

특히 채널의 수가 많고 채널 자체의 성격이 차별화된 다채널 방송환경에서 개인선호 요인인 프로그램 충성도가 더 중요하다는 것을 나타내며, 이는 프로그램에 대한 반복시청률이 높다는 것을 의미한다. 또한 시청자의 현실도피성향, 판타지성향, 감정적 동일시, 시청자 동질성 여부 등도 시청 선택에 영향을 미치는 개인적 요인으로 나타났다.

Ⅲ. 사례 선정 및 연구 방법

1. 사례 선정

시청자들의 텔레비전 프로그램의 선택에 관한 기존 연구결과를 살펴보면, 텔레비전 프로그램의 시청행위에 영향을 미치는 요인은 편성 요인과 같은 구조적인 요인, 프로그램 충성도와 같은 개인적인 요인, 그리고 현실감과 같은 콘텐츠 요소 등이 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 그러나 리얼리티 프로그램에 관한 그 동안의 연구에서는 구조적인 요인과 개인적 요인보다는 경쟁관계, 자막 활용, 의도하지 않는 상황설정, 프로그램 결과의 신뢰성 등과 같은 콘텐츠 요소만을 제시해 왔다. 그리고 이러한 리얼리티 프로그램의 선택요인에 관한 논의들은 주로 해당 프로그램들이 재미를 주기 위해 텍스트 안에서 어떤 요소를 구축하고 있는지를 분석하는 데 치중해 왔다. 따라서 시청자들이 프로그램을 선택하는 재미요인을 종합적으로 파악하는데 한계를 가질 수밖에 없었다. 따라서 본 연구에서는 시청자들이 리얼리티 쇼 프로그램을 왜 선택하고 시청하는 지를 살펴보기 위해 '슈퍼스타 K'를 선택했다.

'슈퍼스타 K' 프로그램이 다른 프로그램보다 인기가 있었던 것은 리얼리티 쇼 프로그램의 한 형태인 오디션 프로그램이라는 장르적 성격, '슈퍼스타 K'만이 가지고 있는 독특한 진행방식, 방송시간 등의 구조적인 요인이 영향을 주었을 것으로 보인다. 동시에 시청자들이 프로그램 자체의 특성에 적절하게 반응함으로써 인기를 끌었을 가능성도 크다. 즉 '슈퍼스타 K'는 시청자들의 프로그램에 대한 선호도와 충성도 같은 시청자 요인도 흥미를 야기하는 데 영향을 주었을 가능성이 크다. 또한 '슈퍼스타 K'가 시청자들의 폭발적인 인기를 끌었던 요인은 프로그램 자체가 갖고 있는 특성도 중요하게 작용했을 가능성이 있다. 다시 말해서 프로그램 자체가 갖고 있는 다양한 재미요소들이 시청자들의 관심을 끄는 데 중요한 역할을 했을 것이다.

2. 연구 방법

'슈퍼스타 K' 프로그램의 편성 및 편집 등 구조적인 요인과 프로그램을 선택하는 시청자 요인, 그리고 프로그램 자체가 갖고 있는 소구요소가 프로그램 재미에 미치는 영향은 무엇인지 알아보기 위해 대학생 시청자를 대상으로 FGI(Focus Group Interview)를 실시했다. FGI는 구조화된 오픈형 문항을 만들어 인터뷰 내용을 정리한 다음, 실제 인터뷰에서는 이들 문항에 대해 자유롭게 응답하도록 했다. 인터뷰 대상은 그동안 '슈퍼스타 K'를 시청해온 대학생 시청자들을 대상으로 하고, 그 중에서도 '슈퍼스타 K' 프로그램을 시즌별로 절반이상(7회 이상) 시청한 경험이 있는 시청자로 제한했다. 대학생 집단을 인터뷰 대상자로 선정한 이유는 여러 계층 중에서도 '슈퍼스타 K'를 가장 관심 있게 시청하였고, 아울러 재미요인을 가장 잘 파악하고 있을 것으로 판단했기 때문이다. 대학생 집단 중에서 남녀학생의 비율, 학년비율 등을 고려하여 인터뷰 대상자를 선정했다. 인터뷰는 2013년 4월 8일부터 4월 30일까지 진행되었다.

FGI는 두 차례에 걸쳐 진행했다. 1차에서는 '슈퍼스타 K'의 재미요소의 유형을 파악하기 위해 6명의 대학생에게 '슈퍼스타 K'의 시청동기, 인기 이유, 재미 요소 등에 대해 자유롭게 이야기 하도록 했다. 그 결과 '슈퍼스타 K'가 재미있는 이유로 프로그램 편성과 편집 요소, 프로그램의 구성과 진행 요소, 그리고 다양한 프로그램 소구 요소가 주요 유형으로 도출되었다. 1차 FGI 결과에 기초하여 또 다른 대학생 8명에게 2차 FGI를 실시했다. 2차에서는 1차 FGI에서 나온 유형의 요인들을 중심으로 프로그램이 인기를 끌었던 재미요인이 무엇이었는지에 대해 세부내용을 인터뷰했다.

표 1. 인터뷰자 명단

구분	이름	나이	성별	학년
1차	종.	19	남	1
	인.	22	남	3
	지.	24	남	4
	다.	19	여	2
	보.	21	여	3
	혜.	22	여	4
2차	석.	25	남	4
	은.	18	여	1
	지.	24	남	3
	준.	25	남	4
	민.	18	남	1
	문.	20	여	2
	광.	24	남	3
	일.	19	남	2

인터뷰 진행과정에서 동일한 질문에 대해 인터뷰 대상자들 간에 이견이 발생했을 경우에는 다른 제3자의 인터뷰 결과를 인용했다. 이는 연구의 객관성을 확보하고, 연구 목적인 프로그램의 재미요인을 보다 분명하게 고찰하기 위한 방안이었다. 또한 심층인터뷰 결과의 일반화와 풍부한 내용을 제시하기 위해 인터뷰 결과를 정리하는 과정에서 기존의 ‘슈퍼스타 K’ 프로그램에 대한 연구와 관련 글 등을 보완적으로 참조하여 재미요인을 분석했다.

Ⅳ. 연구결과

1. 프로그램 편성

‘슈퍼스타 K’가 시청자들에게 인기를 끌었던 이유 중의 하나는 프로그램 편성전략이 작용했다. ‘슈퍼스타 K’는 금요일 오후 11시에 시작하여 다음 날 오전 1시 30분경까지 진행한다. 이 시간대는 주말이고, 주시청시간대가 아닌 주변시청 시간대이다. 그래서 지상파방송사들은 이 시간대에 주요 프로그램을 편성하지 않는다. 이 시간대는 지상파방송의 드라마가 끝나는 시간이기 때문에 오히려 드라마 시청을 마친 시청자들이 ‘슈퍼스타 K’로 옮겨와 시청하는 경향이 있었다. 아울러 다음 날 오전까지 방송을 하지만 주말이기 때문에 시청자들이 편하게 프로그램을 시청한 것으로 나타났다. 2012년 ‘슈퍼스타 K’ 시즌 4의 경우 TNmS기준으로 최저 7.9% 최고 10.8%의 높은 시청률이 나온 이유도 이 때문이다. 이는 당시로는 케이블TV 역사상 최고의 시청률로서 전 국민을 오디션 열풍으로 몰아넣었다는 평가가 무색하지 않은 흥행기록이었다[22].

> 금요일 저녁에 그 시간대에 볼 만한 프로그램이 없어요. 지상파에서 금요일에 그 시간대에 주로 교양프로그램을 방송하는데, ‘슈퍼스타 K’ 는 오락프로그램이어서 사람들이 많이 본 것 같아요.(광.)

> 10대 20대가 토요일 전날이어서 편하게 시청할 수 있는 시간대였어요. 부담 없이 늦게까지 볼 수 있어서 인기가 있었던 것 같아요.(준.)

‘슈퍼스타 K’가 시청자들의 관심을 끌었던 또 다른 이유는 자극적인 다수의 예고편 방송도 주요 요인으로 작용했다. ‘슈퍼스타 K’는 오디션 프로그램이라는 점을 활용하여 예고편 방송을 통해 매회 누가 탈락하고 누가 합격할지를 지속적으로 방영하여 시청자들이 본 방송을 보도록 유도했다. 예고편을 본 시청자들은 본 방송을 통해 자신이 지지하는 개인이나 팀이 다음 회에도 나올 수 있을지에 대해 관심을 가질 수밖에 없었다. 그리고 이러한 예고편은 이 프로그램을 방송한 ‘Mnet’ 채널뿐만 아니라 CJ계열의 다수 채널을 통해 방송을 하여 분위기를 고조시켰다. 따라서 시청자들은 ‘슈퍼스타 K’의 예고편에 자주 노출됨으로써 본 방송 시청의 가능성이 커질 수밖에 없었다.

> 시간에 상관없이 하루 종일 수시로 예고편을 보여줘서 언제하지 라는 기대감을 갖게 되었어요.(광.)

> Mnet, tvN에서도 예고를 자주해서 관심을 가질 수밖에 없었어요. 타이틀 자막 등을 통해 CJ계열사 전체 PP에서 사전고지를 해서 관심을 유발했어요.(준.)

‘슈퍼스타 K’는 다른 프로그램에 비해 재방송을 자주해 시청자들이 프로그램에 자주 노출될 수밖에 없었다. 새로운 시즌이 시작되기 전에 전 시즌의 내용을 다시 재방송하여 시청자들의 관심을 끌었다. 그리고 본 방송을 하기 전에 이전 회 프로그램을 방송하고, 본 방송이

종료된 이후에는 본 방송의 요약 분을 방송하는 방식을 통해 시청자들의 관심을 집중시켰다. 이전 회를 보지 못한 시청자들은 본 방송시작 전에 이전 회의 결과를 확인한 후 본 방송을 볼 수 있어 본 방송의 관심을 더 키울 수 있었다. 그리고 본 방송이 끝난 후에도 그날 방송의 주요장면 등을 재편집하여 보여줌으로써 마니아층의 시청을 유도하고, 다음 회에 대한 기대를 키우는 편성전략을 구사했다.

> 전 시즌 프로그램을 새로운 시즌에서 다시 보여줬어요. 새 시즌이 임박하면 연속해서 전 시즌 내용을 방송해서 관심을 가지게 했어요.(문.)

> 전편을 미리 보여주고, 본방, 본방 후에 본방 요약본을 보여 줘서 마니아 층을 계속 끌고 가는 편성을 해서 관심을 유도했어요.(광.)

2. 프로그램 편집

'슈퍼스타 K'는 프로그램 편집측면에서도 다른 프로그램과는 차별되는 전략을 구사했다. '슈퍼스타 K'는 이른바 '악마의 편집'이라는 다른 프로그램에서 시도하지 않은 새로운 방식의 편집을 통해 시청자들이 프로그램에 관심과 흥미를 갖도록 유도했다. 제작진은 편집을 통해 영상의 시간배치를 새롭게 하고, 특정출연자들의 캐릭터를 부각시키며 리얼리티 쇼를 마치 드라마처럼 스토리가 뚜렷한 쇼로 만들었다. 편집을 통해 출연자들의 관계를 드러내고, 특정인을 부각시키기도 했다[23]. 예고편에서 재미있을 만한 내용을 뒤섞어 관심을 유도하였고, 극적인 상황을 연출해서 시청자들에게 본편의 방송에 대한 기대감을 키우기도 했다. 본편 방송에서도 중간 중간에 흥미를 끌만한 내용을 편집해 집어넣어 2시간 이상의 프로그램을 지루하지 않도록 시청자의 관심을 끌었다. 어떤 내용이 방송될지 시청자들이 알 수 없도록 다양한 형식과 내용을 편집하여 생방송 중간에 보여줘 재미를 유도했다. 일부에서는 편집을 통해 지나치게 시청자의 관심을 유도하려고 한다는 평가도 있었지만, 결국 이러한 편집방식이 '슈퍼스타 K'의 흥미를 고양시키는 역할을 했다.

> 예고편에서 관심을 끌만한 출연자에 대해 최소한의 정보만을 보여줘서 관심을 가지도록 하거나 아니면 극적 상황을 연출하고(예를 들어 우는 장면) 그 이유를 가끔 2-3주 혹은 끝날 때까지 안보여 주기도 해 시청자의 궁금증을 키우기도 했어요.(일.)

> 하나의 이야기가 2주 정도 계속 이어지는 편성을 해서 시청자들이 관심을 갖고 계속 시청을 할 수밖에 없는 구조로 편집을 해요.(민.)

프로그램의 흥미를 진작시키기 위해 '교차편집'이라는 방식을 사용하기도 했다. 출연자들의 내용을 시간의 흐름에 관계없이 뒤죽박죽 편집해서 보여주거나 연결되는 장면이나 상황을 분리해서 순서와 관계없이 보여주기도 했다. 이러한 편집기법으로 시청자들이 오디션의 결과를 예측하지 못하도록 하여 궁금증을 야기했다. 또한 예선에서는 여러 지역에서 열리는 오디션을 지역을 교차하여 보여 주어 비교하게 하거나, 특정 지역끼리 비교하여 보여 줌으로써 시청자들이 자신의 지역예선의 결과를 궁금해 하며 프로그램을 시청하도록 했다. 일반적으로 사용하는 편집기법과 절차보다는 시청자들의 관심과 흥미를 유발시키는 편집기법을 적용했다.

> 정규방송 시작 후 뒤에 나올 영상을 교묘하게 엮어서 미리 보여주고, 집중도가 떨어질 때에 뒤에 나올 내용을 중간에 스팟으로 잘라서 보여줘 관심을 기울이게 하는 편집방식을 사용하기도 했어요.(광.)

> 두 사람, 두 팀의 내용을 뒤죽박죽 집어넣어 결과를 예측하지 못하도록 하는 편집효과를 노렸어요. 떨어진 것인지, 합격한 것인지 구분하지 못하도록 중간 중간 멘트나 인터뷰를 집어넣어 헷갈리게 하기도 했어요.(광.)

> 시즌 초반에 지역예선 때 지역을 교차해서 보여 주거나 특정지역의 예선 즉 군대 등을 보여주어 관심을 끌었어요. 지역에서는 그 내용을 두 회에 걸쳐 보여주거나, 다음 주 분량의 예선결과를 이번 주에 보여 주기도 하고, 돌발상황을 만들어 보여줘서 궁금증을 야기했어요.(민.)

3. 프로그램 구성

'슈퍼스타 K'가 도입한 지역예선제는 지역 시청자들이 프로그램에 대해 관심을 갖도록 했다. 전체 국민을

대상으로 끼가 있는 예능인을 찾는 방식이어서 전국의 시청자가 관심을 가졌다. 특히 예능에 재능이 있는 일반인들도 ‘슈퍼스타 K’에 출연하여 자신의 재능을 테스트하는 이른바 ‘참여’ 바람을 일으켰다. 자신 주변에 참여자가 있을 경우 그 사람을 응원하기 위해 프로그램에 주목하는 효과를 낳기도 했다. 지역 예선에서 지역출신의 연예인을 등장시켜 사람들의 관심을 유도한 것도 효과가 컸다. 그리고 마치 프로 스포츠에서 지역구단을 응원하듯 특정지역 출신자가 단계별 예선을 통과할 때마다 그 지역 시청자들이 응원을 하는 효과를 낳기도 했다. 전국에 ‘슈퍼스타 K’의 바람을 일으킨 것이 바로 지역예선제이다.

> 지역예선을 ‘대국민’ 이라는 슬로건을 걸고 지역을 찾아가서 진행하는 방식을 활용해 지역민의 관심을 유도했어요.(석.)
>
> 주변의 지인이 나오는지, 합격하는지에 대한 관심을 야기하여 시청률을 높이는 효과가 있는 것 같아요.(문.)
>
> 지역연고의 스포츠 팀을 응원하는 것처럼, 지역예선을 통과한 지역사람을 응원했어요. 내가 응원을 해서 그 사람이 뽑힌 것 같은 느낌도 들었습니다. 마치 나의 게임캐릭터를 키우는 것 같았죠.(준.)
>
> 지역을 부각시키고, 지역 예선참가자를 모아두고 지역출신 아이돌을 출연시켜 지역대표성을 강조하여 지역대표를 응원하게 했어요.(민.)

‘슈퍼스타 K’는 전형적인 오디션 프로그램으로 참여자들의 경쟁을 통해 시청자들의 관심을 유도했다. 참여자들의 경쟁 결과에 따라 탈락과 합격여부가 가려지는 방식으로 시청자들의 흥미를 야기했다. 참가자들은 모두가 참여하는 ‘캠프’와 ‘슈퍼위크’에서 과제를 부여받고, 해당 과제를 얼마나 잘 수행하느냐에 따라 ‘생존’과 ‘탈락’이 결정되었다. 매회 방송이 거듭될수록 시청자들은 누가 탈락할지에 대해 관심을 기울이고, 자신이 지지하는 참가자의 탈락여부에 촉각을 곤두세우게 했다. 이러한 ‘생존과 탈락’은 방송사에서 프로그램 진행과정에서 시청자들의 관심을 집중시키기 위해 마련한 서사구조였다[24].

특히 떨어진 출연자가 패자부활전으로 살아나는 방식을 활용하여 경쟁방식의 효과를 극대화 했다. 시청자들은 자신이 응원했던 출연자가 탈락할 경우 패자부활전을 통해 다시 등장하기를 기대하며 시청했다. 이러한 프로그램 구성방식으로 시청자들이 프로그램을 지속적으로 관심을 갖고 시청하도록 했고, 아울러 흥미를 야기하는 요인으로 작용했다.

> 심사를 받는다는 것 자체가 흥미를 야기했던 것 같아요... 경쟁은 잔인하지만 오히려 흥미를 이끄는 거였던 것 같아요.(지.)
>
> 최종 결승전까지 방송을 보면, 실수해서 떨어진 참가자가 다시 패자부활전으로 나올 수 있어 자신이 응원하는 사람에 대한 기대를 계속하게 해요.(광.)
>
> 패자부활전을 통해 극적으로 구해주는 방식을 통해 관심을 계속 갖도록 하는 효과가 있는 것 같아요.(광.)

‘슈퍼스타 K’는 본선 오디션부터 시청자가 직접 참여하는 문자 투표(실시간 진행, 전체 점수의 60% 차지)와 인터넷 투표(사전에 진행, 10% 차지)를 실시했다[25]. 이 과정에서 시청자들은 오디션 참가자들의 당락을 결정하는 투표에 참여하면서 스타를 만드는 상징적 권위를 지닌 존재로서 심사위원과 동일한 동격의 존재로서 위상을 갖도록 했다[26]. 즉 시청자들은 참가자 평가라는 행위를 통해 심사위원과 동일시를 통해 자신의 존재감을 확인하며, 프로그램에 더욱 적극적으로 참여하여 만족감을 얻었다.

문자 투표를 통한 시청자들의 평가방식은 ‘슈퍼스타 K’를 흥미 있게 하는데 기여했다. 자신이 응원하는 출연자에 대해 문자 투표를 통해 지지를 보낼 수 있고, 아울러 응원하는 출연자가 얼마나 시청자의 지지를 받는지를 확인하는 과정에서 관심을 야기했다. 특히 연령과 성별 결과를 공개하여 특정 출연자가 어떤 계층으로부터 지지를 받는지를 확인할 수 있게 했고, 인기 계층을 예측할 수 있게 해 흥미를 야기했다. 특히 최종전 등에서는 심사위원들의 점수보다는 문자 투표의 비중이 커서 시청자들이 문자 투표에 관심을 기울이며 자신이 지지하는 출연자를 응원하게 만들었다.

진행자가 출연자의 문자 투표 현황을 계속 이야기해주면서 빨리 투표를 해야 할 것 같은 생각이 들었어요. 그런 방식이 투표와 관심을 유도하게 하는 효과가 있어요.(일.)

연령대, 성별로 투표 결과를 공표해서 좋아하는 계층을 알 수 있게 하여 자신이 스스로 참여하게 하는 효과가 있어요.(석.)

개성을 가진 심사위원의 구성과 심사위원들의 심사방식도 시청자들의 관심을 끌었다. 심사위원을 음악뿐만 아니라 예능분야에도 조예가 깊은 사람들로 구성하여 날카로운 심사평으로 프로그램의 흥미를 높였다. 특히 독설을 날리는 심사위원의 심사평에 시청자들이 동감하기도 하고, 반감을 갖기도 하는 등의 과정을 통해 프로그램의 재미를 높였다.

심사위원마다 캐릭터와 스타일을 갖고 있어 심사위원 구성과 심사위원들의 평가에 흥미를 갖게 했어요.(문.)

심사위원 구성원들이 각각 개성이 달랐어요. 음악뿐만 아니라 오락, 쇼 등에 관심을 갖고 평가하는 위원들이 있어 재미있었어요. 특히 날카로운 독설을 날리는 심사위원이 있어 흥미 있게 프로그램을 볼 수 있었어요.(준.)

스토리텔링식 프로그램 구성도 재미요인으로 작용했다. 본선에 진출한 출연자들이 공동의 합숙을 하고, 훈련을 받고 오디션을 준비하는 과정을 집요하게 포착하면서 각각에게 특정한 색깔의 캐릭터를 부여하면서 그 과정에서 드라마틱한 개인의 삶을 부각시켰다. 아울러 이러한 스토리에 다양한 형식의 공연이나 재미를 줄 수 있는 '미션' 수행을 통한 게임식 서바이벌 형식을 효과적으로 활용했다[27]. 시청자들은 이러한 형식의 프로그램을 시청하면서 '슈퍼스타K' 식의 이야기 구조에 적극적으로 반응했다.

4. 프로그램 진행방식

'슈퍼스타 K'는 사회자의 프로그램 진행방식이 인기를 끌었다. '60초 후에 공개합니다!'라는 사회자의 멘트가 유행할 정도로 진행방식 자체가 프로그램의 흥미를 야기했다. 60초 후에 결과를 발표한다는 진행자의 멘트는 시청자들에게 결과를 기다리게 만드는 요인으로 작용했다. 60초의 기다림이 주는 긴장감은 많은 시청자들에게 예측에 대한 기대를 하게 함으로써 프로그램의 재미를 더해 주는 역할을 했다[28]. 사회자의 매끄러운 진행과 함께 순간순간 긴장감을 유도하는 진행방식은 시청자들이 프로그램에 집중하게 하는 요인이 되었다. 특히 출연자들이 탈락하는지 아니면 합격했는지를 결정하는 순간에 진행자는 시청자들의 가슴을 졸이게 하는 멘트와 분위기를 연출했다.

진행자의 멘트가 처음에는 긴장감을 주는 요소였지만 나중에는 재미로 받아들여졌어요. 김성주의 진행방식이 슈퍼스타 K에 어울렸어요.(준.)

다른 오디션 프로그램은 기존 가수나 예능인이 진행하는 경우가 대부분인데, 슈퍼스타 K는 아나운서 출신의 전문 진행인이 진행을 했기 때문에 매끄럽게 잘 연결시킨다는 느낌이 들었어요.(광.)

출연자들에게 다양한 미션을 부여하여 수행하게 한 것도 시청자들에게 흥미를 야기했다. 출연자들이 부여된 임무를 잘 수행하는지를 조마조마한 마음으로 지켜보게 했다. 특히 프로그램 중간 중간에 미션을 부여하고 수행정도에 따라 시청자들이나 심사위원이 평가하도록 함으로써 노래중심 평가의 단조로움을 해소했다. 동시에 중간 중간에 이슈거리가 됐던 출연자를 다시 출연하도록 하는 것 또한 시청자들의 흥미를 야기한 요인이었다. 시청자들에게 잊혀 질 때가 되면 출연하게 해 시청자들의 궁금증을 해소하도록 하는 효과가 발생했다.

콜라보 미션 등 미션이 다양해서 좋았어요. 곡 선정, 편곡 등을 맡겨서 다양한 미션을 행했다는 점에서 흥미로웠고, 진행 중간에 다양한 미션을 넣어서 좋았어요.(석.)

이슈를 만든 사람들이 떨어져도 한 번씩 출연하도록 했어요. 복통령, 떨통령, 외통령 등 조연에 대한 배려가 흥미를 유발한 것 같아요.(문.)

독특한 출연자를 강조하는 방식의 프로그램 진행도 시청자들의 흥미를 유발했다. '슈퍼스타 K'는 독특한 개성을 가진 출연자를 강조하는 방식을 통해 시청자들

사이에서 화제 거리를 만들었다. 또한 프로그램 진행과정에서 특정인의 과거, 생활담, 가족사 등을 소개함으로써 화제의 인물로 부각시키기도 했다. 시청자들은 개성이 있거나 독특한 출연자를 통해 동질감 혹은 이질감을 느끼면서 프로그램에 대해 더욱 관심을 기울였다.

> 등장인물 중 특정인의 면모를 부각시키는 것이 흥미로웠어요. 노래실력이 뛰어난 사람도 아니지만 스타일이 독특했고....(은.)

5. 프로그램 소구요소

‘슈퍼스타 K’는 경쟁구도를 통해 시청자들에게 긴장감을 유도하는 방식으로 흥미를 끌었다. 대부분의 오디션 프로그램이 경쟁을 통해 합격자를 선발하지만, ‘슈퍼스타 K’처럼 다양한 방식을 통해 긴장감을 야기 시킨 프로그램은 드물다. 라이벌 구도를 통한 경쟁유발, 시청자의 참여라는 응원방식을 통한 긴장감 등을 유도하여 최종 우승자를 배출하는 방식으로 재미를 유발했다. 특히 이러한 긴장감은 참여자들 간의 갈등 구조를 부각시키는 형태를 통해 더욱 그 효과가 나타나도록 했다.

> 누가 될 것인가에 관심을 갖도록 긴장감을 유발했어요. 인터넷 게시판과 트위터 등에서 합격자와 탈락자에 대한 논란으로 더욱 긴장감을 증폭시켰어요.(지.)

> 출연자 간의 대립을 통한 갈등 구조로 인해서 긴장감을 조성했어요.(석.)

‘슈퍼스타 K’는 주변의 평범한 사람이 음악이라는 재능을 통해 성공하는 스토리를 보여줌으로써 흥미를 야기했다. 보통사람이 자신의 재능을 통해 인생이 역전되는 현상을 보여 줌으로써 시청자들에게 대리만족을 주기도 하고 동일시 효과를 유발하기도 했다. 특히 출연자들의 인간적인 면모를 강조하여 동정심을 유발하기도 하고, 때로는 독특한 행동이나 캐릭터를 통해 흥미를 야기하기도 했다. 아울러 젊은 세대를 중심으로 프로그램을 구성하면서도 모든 계층에게 소구할 수 있도록 대국민 오디션 프로그램 형태로 구성한 것도 ‘슈퍼스타 K’가 인기를 끌고, 시청자들에게 재미를 유발한 요인이었다.

> 나와 같은 평범한 사람들을 시청자들한테 보여주면서 찌질 했던 애가 인생이 역전되는 변화과정 등을 보는 것이 너무 신기해서 계속 보게 된 것 같아요.(지.)

> 동질감을 느꼈어요. 보통사람인 출연자를 여과 없이 보여줌으로써 동질감을 느끼게 했어요.(광.)

또한 ‘슈퍼스타 K’는 보통의 사람들이 음악을 통해 성공하는 모습을 보여줌으로써 시청자들에게 희망을 주었다. 프로그램을 보면서 열정을 갖고 자신의 일을 하면 성공할 수 있다는 자신감을 보여주었다. 특히 ‘슈퍼스타 K’ 시즌 2에서 우승자인 ‘허각’은 중졸 학력의 환풍기 수리공 출신으로 행사무대에서 노래를 부르던 평범한 외모의 인물이었다. 방송초기에서는 주목을 받지 못하다가 회를 거듭할수록 인생스토리가 부각되며 관심을 끌었다[29]. 좌절을 딛고 성공한 출연자들이 자신의 일에 최선을 다하는 사람들의 모습을 보여주면서 삶의 희망을 갖도록 했다. 이러한 프로그램 자체의 재미가 시청자들에게 ‘슈퍼스타 K’를 많이 보게 한 요인으로 작용했다.

> 프로그램을 보면서 나도 앞으로 뭔가 할 수 있을 것 같다는 느낌을 받았어요. 마치 나도 출연자처럼 어떤 역할을 할 수 있다는 마음을 느끼게 했어요.(일.)

> 가난하고, 열정하나만으로 성공하는 모습을 보여주면서 시청자들한테 나도 성공할 수 있다는 것을 보여줬던 것 같아요.(은.)

V. 결론 및 함의

리얼리티 쇼 프로그램의 재미요인을 밝히기 위해 케이블TV에서 인기리에 방송한 ‘슈퍼스타 K’를 분석한 결과, 시청자들이 ‘슈퍼스타 K’에 관심을 갖고 지속적으로 시청했던 이유는 단순히 프로그램 내용이 흥미 있었기 때문은 아니었다. 제작진의 치밀하고 과학적인 편성과 편집, 그리고 체계적인 프로그램 구성과 진행 등이

함께 작동한 결과였다. 즉, 프로그램 자체의 흥미요인도 작용했지만 편성 등 구조적인 요인과 시청자의 선택을 야기한 다양한 프로그램 장치가 함께 작용한 결과라고 할 수 있다.

'슈퍼스타 K' 프로그램의 재미요인 분석을 통해 리얼리티 쇼 프로그램이 시청자의 관심을 끌기 위한 제작방식을 도출할 수 있다. 기존 방송사들이 시도하지 않은 계획적인 프로그램의 배치전략이 필요하고, 시청자의 관심을 끌기위한 치밀한 프로그램 구성이 필요하다. 시청자들의 관심을 끌기위해 다양한 재미요소를 치밀하게 도입하는 전략이 필요하다. 프로그램의 기획 단계부터 시청자들의 예상 반응을 고려한 재미요소를 반영하고, 프로그램이 방영되는 과정에서도 시청자의 욕구를 채워줄 수 있는 제작이 필요하다. 무엇보다도 프로그램의 재미요소를 적재적소에 반영하여 긴장감을 야기하며 완성도 높은 프로그램을 제공하는 것이 중요하다.

표 2. '슈퍼스타 K' 프로그램 재미요인

유 형	재미 요인
프로그램 편성	- 시청시간대 선정 - 다수 예고편 방송 - 재방송을 통한 노출
프로그램 편집	- '악마의 편집' 기법 적용 - '교차편집' 활용
프로그램 구성	- 지역예선제와 참여 - '생존과 탈락' 제도 - 문자투표를 통한 평가 - 심사위원 구성과 평가 - 스토리텔링식 구성
프로그램 진행	- 사회자의 독특한 진행 - 출연자의 다양한 미션수행 - 개성있는 출연자의 강조
프로그램 소구	- 경쟁과 갈등 - 대리만족과 동일시 - 희망과 성공신화

'슈퍼스타 K'는 그동안 우리나라 리얼리티 쇼 프로그램에서 시도하지 않았던 편성 및 기획, 그리고 제작방식 등을 활용하여 프로그램의 발전 및 시청자 확보 가능성을 증명했다는 점에서 의의가 크다. 특히 그동안 방송프로그램 시장을 주도했던 지상파방송사가 아닌 케이블TV 채널에서 새로운 방식의 프로그램을 제공하여 오디션 프로그램 제작의 바람을 일으킨 점은 좋은 아이디어와 기획이 있다면 시청자들에게 인기를 끌 수 있는 재미있는 프로그램을 제작할 수 있는 가능성을 보여줬다. 또한 그동안 한정된 포맷과 제작방식으로 시청자에게 인기있는 프로그램을 제작하려고 했던 방송프로그램의 제작 관행에 새로운 도전정신을 불러일으킴으로써 우리나라 방송 프로그램의 제작활성화의 새로운 방향을 제시했다.

본 연구는 '슈퍼스타 K'라는 리얼리티 쇼 프로그램의 시청자를 대상으로 재미요인을 분석했다. 그러나 연구방법을 인터뷰에 집중하여 보다 실증적인 측면의 재미요인을 검증하지 못한 한계를 갖고 있다. 즉 인터뷰 대상을 대학생으로 국한하여 다양한 계층의 입장을 반영하지 못했다. 따라서 제작자와 네티즌들이 생각하는 재미요인 등에 대한 보완연구가 병행된다면 더 의미 있는 결과 도출이 가능할 것이다. 아울러 향후 연구에서는 본 연구에서 나타난 재미요인에 기초하여 리얼리티 쇼 프로그램에서 어떠한 재미요인이 시청자들의 프로그램 선택과 시청에 비중 있는 요인으로 작용했는지에 대한 연구가 필요하다. 이를 통해 리얼리티 쇼 프로그램의 재미요인을 좀 더 구체적으로 밝혀 제작자는 물론 연구자의 이해를 넓히기를 기대한다.

참 고 문 헌

[1] 주창윤, "텔레비전 드라마의 미학적 성격", 한국극예술연구, 제23집, pp.369-390, 2006.

[2] R. Kilborn, "How Real can You Get?," European Journal of Communication, Vol.9, No.4, pp.421-439, 1994.

[3] M. Andrejevic, *Reality TV: The Work of Being Watched,* New York: Rowman & Littlefield, 2004.

[4] 김수정, "글로벌 리얼리티 게임쇼에 나타난 '자기통치'의 문화정치: <프로젝트 런웨이>와 <도전! 슈퍼모델>프로그램을 중심으로", 한국방송학보, 제24권, 제6호, pp.7-44, 2010.

[5] 이경숙, 조경진, "오락프로그램에 차용된 리얼리티와 경쟁의 조합: <서바이버>와 <무한도전>

비교분석”, 방송과 커뮤니케이션, 제11권, 제1호, pp.89-119, 2010.

[6] R. E. Crew, “Viewer Interpretations of Reality Television: How Real is Survivor for Its Viewers?,” In D. S. Escoffery(Ed.), *How Real is Reality TV?: Essays on Representation and Truth*, Jefferson, NC: McFarland & Company, pp.61-77, 2006.

[7] 옥민혜, 박동숙, “오락적 현실감 작동 방식과 상호텍스트성: 리얼 버라이어티 쇼 수용연구”, 미디어, 젠더 & 문화, 제14호, pp.73-109, 2010.

[8] 김미라, “리얼 버라이어티 쇼의 재미 유발 기제에 관한 연구”, 방송연구, 제67호, pp.43-168, 2008.

[9] 주형일, “커뮤니케이션 메시지의 생산과 수용에 대한 매체기호학적 연구를 위한 제언: 한국 텔레비전의 자막 사용이 갖는 특성을 중심으로”, 한국언론정보학보, 제15호, pp.75-225, 2000.

[10] 김미라, “리얼리티 오디션 쇼의 인지된 진정성 차원과 수용자 관여, 재미와의 관계연구”, 한국방송학보, 제25권, 제6호, pp.88-124, 2011.

[11] J. G. Webster and G. D. Newton, ″Structural determinants of television news audience,″ Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol.32, No.4, pp.381-389, 1988.

[12] 황성연, “시청선택에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 구조적 요인, 시청자 특성, 프로그램 품질평가의 통합 분석을 중심으로”, 한국방송학보, 제19권, 제4호, pp.644-689, 2005.

[13] 최세경, 양선희, 김재영, “방송프로그램의 성과에 영향을 미치는 요인 분석: 프로그램의 질, 수용자, 경제적 성과를 중심으로”, 방송연구, 제62호, pp.171-199, 2006.

[14] 홍기선, *현대방송의 이해*, 서울: 나남, pp.298-301, 2004.

[15] 김미라, “종합편성채널의 초기 편성에 관한 연구”, 언론과학연구, 제12권, 제2호, pp.145-169, 2012.

[16] 박신영, “텔레비전 드라마 시청자의 성향이 이용동기, 장르선호도 및 드라마 몰입 정도에 미치는 영향: 대학생 시청집단의 현실도피와 판타지 성향을 중심으로”, 언론과학연구, 제10권, 제1호, pp.166-201, 2010.

[17] 박웅기, 송진경, “텔레비전 드라마 시청에서의 감정적 동일시에 관한 연구: 동질성, 시청동기, 시청만족도의 상관성을 중심으로”, 한국방송학보, 제23권, 제2호, pp.233-275, 2009.

[18] W. McDowell and J. Sutherland, ″choice versus chance: Using brand equity theory to explore TV audience lead-in effects, A case study,″ Journal of Media Economics, Vol.13, No.4, pp.233-247, 2000.

[19] 심미선, 한진만, “프라임타임대 지상파 텔레비전 프로그램 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 한국언론학보, 제46-4호, pp.177-216, 2002.

[20] 김현주, “시청자의 TV 프로그램 선택 요인에 관한 연구”, 방송연구, 제55호, pp167-193, 2002.

[21] 배진아, “방송드라마의 제작 시스템에 관한 연구”, 한국콘텐츠학회 2006 춘계종합학술대회 논문집, 제4권, 제1호, pp.255-258, 2006.

[22] 송명진, “서사 전략과 대중문화 콘텐츠: 방송오디션 프로그램 ‘슈퍼스타 K2’와 ‘위대한 탄생’을 중심으로”, 대중서사연구, 제25호, pp.205-228, 2011.

[23] 강명석, “악마의 편집, 그 진실은 어디에?”, 방송작가, 2011년 11월호, pp.32-35, 2011.

[24] 최소망, 강승묵, “텔레비전 오디션 리얼리티 쇼의 서사구조 분석: <스타오디션 위대한 탄생>과 <슈퍼스타 K2>를 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제6호, pp.120-131, 2012.

[25] 최지선, “오디션 프로그램의 생산과 소비”, 문화비평, 제64호, pp.312-323, 2010.

[26] 손성우, 김동규, “경쟁 리얼리티 TV프로그램의 리얼리티 창출 기제와 그 의미에 관한 연구: <슈퍼스타 K3>와 <나는 가수다>의 비교 분석을 중심으로”, 언론과 사회, 제20권, 제4호, pp.40-80, 2012.

[27] 최지선, 위의 논문, pp.312-323, 2010.
[28] 조인희, 손준혁, "오디션 프로그램이 사회 및 경제에 미치는 영향에 관한 연구: 슈퍼스타 K를 중심으로", 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 제5권, 제3호, pp.34-40, 2011.
[29] 최소망, 강승묵, 위의 논문, pp.120-131, 2012.

저 자 소 개

주 정 민(Chungmin Joo) 정회원

- 2001년 2월 : 고려대학교 신문방송학과 박사
- 1998년 12월 : 대통령직속 방송개혁위원회 전문위원
- 1993년 10월 : 방송위원회 연구원
- 2002년 8월 ~ 현재 : 전남대학교 신문방송학과 교수

<관심분야> : 뉴미디어 기술의 채택 및 확산, 뉴미디어 정책, 뉴미디어 콘텐츠

배 윤 정(Yunjeong Bae) 정회원

- 2006년 2월 : 전남대학교 신문방송학과 박사수료
- 2002년 2월 ~ 현재 : 전남대학교 언론홍보연구소 연구원
- 2003년 9월 ~ 현재 : 조선대학교 강사

<관심분야> : 뉴미디어 콘텐츠, 뉴미디어 정책