

스마트미디어 시대, 방송 콘텐츠 성공의 조건
: 플랫폼별 성과를 중심으로

1. 들어가며

2. 관련 문헌 검토

1) 방송 콘텐츠 유통 플랫폼의 다변화

2) 장르별 콘텐츠 유통의 특성

2) 연구방법

	()	()	()
KBS1	• 1388 <10.6(), 22:00>	• 85 <10.6(), 20:25>	• 188 <10.9(), 19:30> • 408 () <10.11(), 09:40> -
KBS2	• -1 2 510 <10.12(), 18:20> • 765 <10.12(), 21:15> • - 510 <10.12(), 16:50>	• 16 <10.11(), 19:55>	• 3 370 () <10.12(), 23:10>
MBC	• 399 () <10.11(), 18:25> • 1284-1 <10.12(), 16:50> • 1284-2 <10.12(), 18:00>	• 51 <10.11(), 20:45>	• TV- 632 <10.12(), 10:35>
SBS	• - 348 <10.12(), 18:10> • 130 () in <10.10(), 22:00>	• 32 <10.11(), 20:45>	• TV 684 <10.12(), 09:25>
EBS	-	-	• () <10.6(), 20:50> 3690km 1 • () <10.7(), 08:35> • 337 () <10.8(), 22:45> • 378 () <10.10(), 21:50>
TV	• 15 <10.10(), 23:00> • 48 <10.8(), 23:00>	• 5 <10.11(), 23:00>	• 9 79 <10.12(), 23:00>
A	• 147 <10. 12() 23:00> • 106 <10.9(), 23:00>		• X 140 <10.10(), 23:00> • 67 < 10. 7() 23:00>
JTBC	• 14 < 10. 6(), 23 : 00> • 61 <10. 10(), 23:00>	• 39 < 10.6(), 21:40>	• 144 <10. 11(), 20:30 >
MBN	• 127 <10. 6(), 23:00> • 92 < 10. 7() 23:00>	• 1 <10.11() 18:20>	• 109 <10.8() 21: 50>
TVn	• 11 <10. 10() 21:50> • snl 28 <10. 11() 21:50>	• 1 <10.17() 20 : 30>	• 19 102 <10.8(), 20:50>

4. 연구결과

1) 방송 플랫폼별 콘텐츠 성과

〈표 2〉 지상파 프로그램의 시청률 상위 10위

					(%)	
1	MBC		2014. 10. 12		35.825	
2	KBS2		2014. 10. 12		29.552	
3	KBS1		2014. 10. 6		23.882	
4	MBC		2014. 10. 12		21.906	
5	KBS2		2014. 10. 6		21.248	
6	KBS2		2014. 10. 12		17.454	
7	KBS2		2014. 10. 12		14.771	
8	SBS	IN	2014. 10. 10		14.494	
9	MBC		2014. 10. 11		13.734	
10	KBS1		2014. 10. 6		13.574	

〈표 3〉 유료방송채널의 시청률 상위 10위

					(%)	
1	JTBC	3	2014. 10. 11		5.337	
2	JTBC		2014. 10. 6		4.811	
3	TV		2014. 10. 10		4.082	
4	tvN	3 LAOS	2014. 10. 10		3.921	
5	MBN		2014. 10. 7		3.248	
6	JTBC		2014. 10. 7		3.221	
7	MBN		2014. 10. 11		3.210	
8	MBN		2014. 10. 6		3.149	
9	MBN		2014. 10. 10		3.028	
10	MBN		2014. 10. 12		2.937	

〈표 4〉 IPTV 및 케이블TV VOD의 히트수 상위 10위 콘텐츠

1	MBC			10.11		833,307
2	KBS2			10.12		734,204
3	SBS			10.12		611,159
4	MBC			10.11		516,498
5	JTBC			10.6		493,563
6	KBS2			10.12		402,360
7	KBS2		1 2	10.12		307,663
8	SBS			10.10		360,713
9	JTBC			10.10		306,465
10	MBC			10.12		315,511

2) 각 방송 플랫폼의 장르별 인기 콘텐츠의 특성

〈표 5〉 플랫폼별 인기 상위 5개 드라마

					/ (%) ()			
						1 (%)	2 (%)	3 (%)
	MBC		/	(8 45)	35.825	50 (13.7)	40 (13.6)	60 (11.9)
	KBS2		/	(7 55)	29.552	40 (14.6)	60 (13.8)	50 (10.6)
	KBS1		/	(8 25)	23.882	60 (25.1)	60 (18.3)	50 (13.0)
	MBC		/ /	(9 55)	21.906	40 (17.4)	50 (16.7)	60 (13.4)
	KBS2		/ /	(7 50)	21.200	60 (28.2)	40 (16.1)	50 (14.0)
IPTV VOD	MBC		/	(8 45)	516,498	40 (14.6)	50 (12.8)	60 (12.2)
	tvN			(8 30)	229,339	40 (16.3)	30 (14.0)	20 (12.3)
	SBS	80		(9 55)	159,258	50 (18.8)	40 (14.6)	60 (12.8)
	KBS2		/	(7 55)	117,542	60 (16.7)	40 (15.2)	50 (11.7)
	JTBC		/	(9 40)	74,360	50 (26.2)	50 (16.9)	40 (15.8)

〈표 6〉 플랫폼별 인기 상위 5개 예능 프로그램

					/ (%) ()			
						1 (%)	2 (%)	3 (%)
	KBS2		1 2 /	(4 50)	17,454	40 (17.6)	30 (11.7)	40 (11.4)
	KBS2		,	(9 15)	14,771	40 (14.4)	30 (14.2)	40 (13.5)
	SBS	IN		(10)	14,494	40 (15.7)	40 (15.3)	10 (10.8)
	MBC			(6 25)	13,734	40 (16.4)	10 (13.7)	40 (12.8)
	KBS1			(10)	13,574	60 (27.5)	60 (25.7)	50 (16.0)
IPTV VOD	MBC			(6 25)	833,307	40 (16.4)	10 (13.7)	40 (12.8)
	KBS2		/	(4 50)	734,204	40 (17.6)	30 (11.7)	40 (11.4)
	SBS			(6 10)	611,159	40 (12.1)	10 (12.0)	40 (11.6)
	JTBC			() (11)	493,563	20 (19.0)	40 (18.0)	30 (14.9)
	KBS2		,	(9 15)	402,360	40 (14.4)	30 (14.2)	40 (13.5)

〈표 7〉 플랫폼별 인기 상위 5개 교양 프로그램

					/ (%) ()			
						1 (%)	2 (%)	3 (%)
	KBS1			(+VCR 11)	12,859	60 (27.0)	60 (23.4)	50 (10.8)
	SBS	Y		(+VCR 8 55)	12,399	60 (15.8)	40 (15.3)	50 (14.8)
	KBS1			(7 50)	11,639	60 (29.4)	60 (26.1)	50 (12.6)
	KBS1			(7 30)	11,496	60 (17.8)	60 (17.1)	50 (14.7)
	KBS1	6		(+VCR 11)	10,633	60 (33.0)	60 (32.4)	50 (9.5)
IPTV VOD	SBS	TV		(+VCR 9 30)	141,906	40 (15.3)	40 (14.5)	50 (10.0)/
	MBN		2	(9 50)	98,901	50 (24.8)	60 (18.3)	50 (12.4)
	MBC	TV-	.61 , /	(10 45)	88,067	30 (17.7)	40 (15.3)	40 (15.2)
	A		40	(11)	41,954	60 (37.2)	60 (23.5)	50 (12.6)
	A	X	,	(11)	19,489	60 (23.5)	60 (17.2)	50 (13.2)

3) 방송 콘텐츠의 플랫폼 성과간 관계 : 실시간 방송, VOD, SNS 버즈량

〈표 8〉 TV콘텐츠의 플랫폼별 성과와 소셜 미디어

		()		VOD	VOD ()	TV (%)	(N)				(N)			
	MBC	(10.11)		4	516,498	34.034	593	423	9	161	1,894	1,496	21	377
	tvN	(10.17)		11	229,339	2.019	2,159	1,838	62	259	4,599	4,101	94	404
	SBS	(10.11)		14	159,258	8.894	79	51	4	24	61	34	0	27
	KBS2	(10.11)		16	117,542	23.766	288	256	4	28	377	302	3	72
	JTBC	(10.6)		20	74,360	2.232	85	54	1	30	155	112	3	40
	MBC	(10.11)		1	833,307	13.734	1,696	1,320	40	336	988	589	34	365
	KBS2	(10.12)		2	734,204	18.155	670	470	5	195	474	201	3	270
	SBS	(10.12)		3	611,159	9.503	927	730	9	188	481	271	14	196
	JTBC	(10.6)		5	493,563	4.811	1,866	1,537	28	301	1,627	1,238	19	370
	KBS2	(10.12)		6	402,360	14.771	1,216	939	16	261	618	306	38	274
	SBS	TV (10.12)		15	141,906	8.989	29	19	1	9	15	3	0	12
	MBN	(10.8)		17	98,901	2.671	1	1	0	0	0	0	0	0
	MBC	TV- (10.12)		18	88,067	7.247	29	21	0	8	6	2	0	4
	A	(10.7)		27	41,954	1.919	8	2	1	5	3	2	0	1
	A	X (10.10)		30	19,489	1.392	46	7	2	37	36	4	1	31

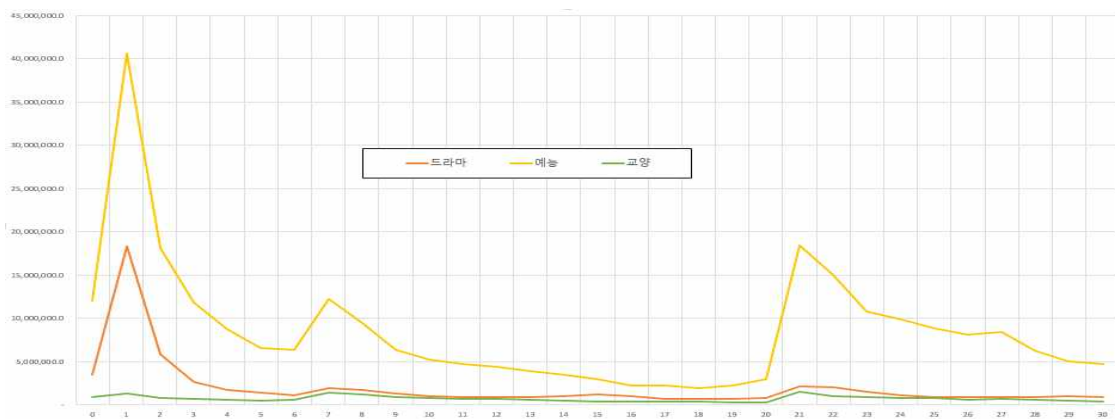
〈표 9〉 인기 방송 콘텐츠의 플랫폼 성과 간 상관관계

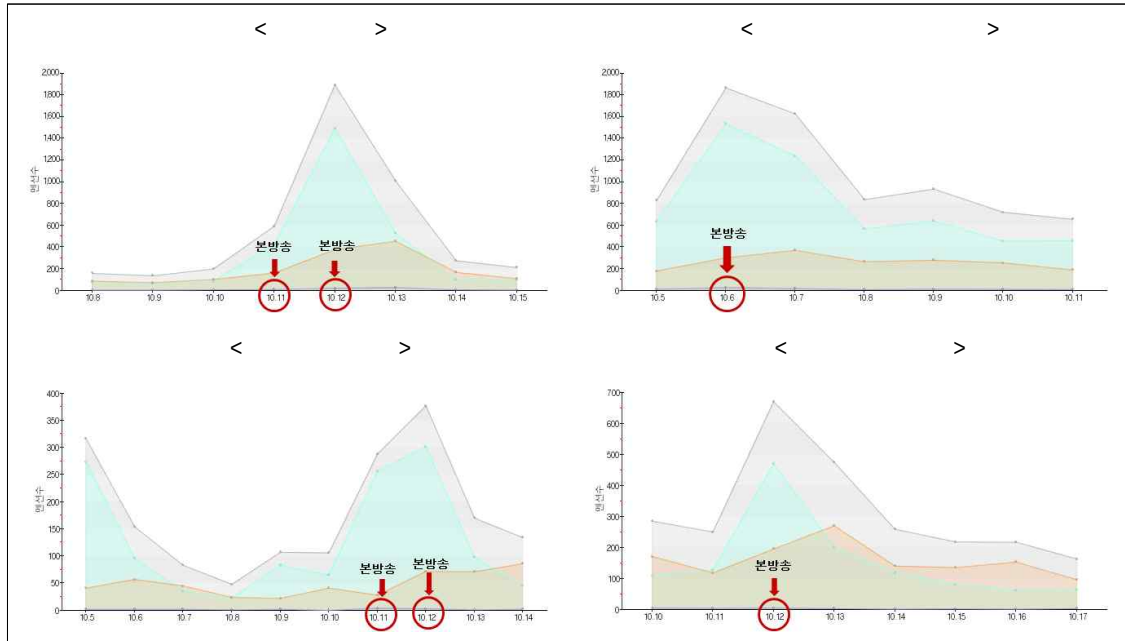
		VOD		
	1	.471	.045	.069
VOD		1	.626*	.253
			1	.782**
				1

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

[그림 1] 프로그램 종류별 일자별 이용현황

(:)





5. 결론 및 논의

참고문헌

