

NEWS ON A

11

NOV. 2016

잘살아보세
동일준비 생활백서

나는
영신
이다

아빠
본색

남자
연예
쇼

시터
레전드

에미징
스토리

개
밤
주는
남자

이제
만나
러
갑니다

CAR
특수

INDEX

I . MEDIA SCOOP

채널A, 가을 맞이 NEW 라인업
마법같은 선곡쇼 〈싱데렐라〉 외
PPL 집행 사례 〈개밥주는 남자〉
모바일과 스토리텔링

II . CONTENTS GUIDE

행복과 즐거움을 선사하는 채널A 프로그램

III . AD SALES GUIDE

NEWS ON A

제 16 호

2016년 10월 14일 발행

발행인 이강운

편집인 김기용

에디터 이윤호, 곽유진, 신지혜

발행처 미디어렙A

문 의 02 2020 2610

CHANNELA_ad@mediarepa.com

MEDIA SCOOP



CHANNEL A SCOOP

채널A, 2016 가을 대개편을 통해 재도약의 전기 마련한다!

2016년 10월, 채널A가 확 바뀐다. 2016년 연내 프라임타임 오락/교양 Zone 확대를 목표로 대대적인 개편에 들어갔다. 지난 7월 ‘아빠본색’을 신호탄으로 2016년 4분기에는 4개 이상의 신규 예능 프로그램들이 출격을 준비하고 있으며, 3개의 교양 프로그램, 2개의 드라마(국내 1개, 해외 1개), 1개의 어린이 프로그램이 론칭될 예정이다.

종편 예능 명가의 부활

종편 개국 당시 채널A는 경쟁사 대비 예능 프로그램에서 두각을 나타냈다. ‘불멸의 국가대표’는 시청자들의 열화와 같은 성원을 이끌어내며 스포츠 리얼 버라이어티의 새로운 장을 열었으며, 지상파 채널에서도 해당 포맷을 차용하는 등 큰 반향을 일으켰다. 더불어 종편형 시즌제 리얼 버라이어티의 가능성을 보여주며 이후 타 채널에서 유사한 프로그램을 론칭하기도 했다. 또한 종편 최장수 프로그램인 ‘이제 만나러 갑니다’(이하, 이만갑) 역시 기존에 없었던 집단 토크쇼 포맷을 개척하였다. 초기 ‘이만갑’은 ‘이산 가족 찾기’라는 형식으로 시작되었으나, 탈북 미녀들이 등장했던 스페셜편이 큰 호응을 얻으며 지금까지 그 명맥을 이어오고 있다. 또한 ‘탈북자’에 대한 인식을 바꿔 놓으며 이들도 좋은 ‘콘텐츠’가 될 수 있다는 가능성을 확인시켰고, 현재 똑같은 내용과 주제의 카피캣 프로그램 역시 방영 중이다. 이처럼 종편 개국 초기부터 종편형 예능의 선구자 역할을 했던 채널A가 2016년 가을 대개편을 통해 종편 예능 왕좌 재탈환을 선언했다. 지난해 말 시작된 ‘개밥 주는 남자’는 광고 완판 신화를 써 나가며 대한민국 대표 핼방 예능의 자리를 단숨에 꿰 찼으며, 지난 7월 론칭

된 ‘아빠 본색’은 시작 부터 시청률 4%를 기록하며 채널A의 효자 예능으로 우뚝 섰다. 11월 초 론칭 예정인 ‘싱데렐라’는 기존 채널A에서 볼 수 없었던 캐스팅으로 화제의 중심에 서 있다. 슈퍼주니어의 김희철을 비롯 이수근과 강성연이 진행을 맡은 ‘싱데렐라’는 채널A에서 최초로 시도하는 음악 예능이나 그간 채널A의 실험적 행보에 비추어 보아 단순 음악 예능이 아닌 다양한 요소가 결합된 하이브리드 음악 예능이 될 예정이다. 이외에도 여태껏 볼 수 없었던 최강 토크쇼를 비롯 트랜디한 감각의 리얼 버라이어티, 신비한 미스터리쇼 등 다양한 장르의 예능 라인업을 통해 종편 예능 명가 타이틀을 되 찾을 예정이다.

장르 다각화를 통한 시청층 확대

채널A는 이번 개편의 목표를 예능 프로그램 확대에만 두지 않고, 드라마/교양/어린이 등 장르 다각화에 초점을 맞추고 있다. 채널A에서 2개의 드라마가 출격 준비를 마쳤다. ‘불어라 미풍야’의 황보라와 하지원 동생 전태수가 주연을 맡은 ‘니깸놀이’ 10월 중순 부터 금토 드라마로 편성될 예정이며, 주말 심야 시간대에는 미국 법정 드라마 사상 최고라고 평가 받는 ‘프랭클린 & 베시’의 최신 시즌이 방송 될 예정이다. 10월 10일 첫 전파를 탈 정통 아침 정보쇼 ‘김현욱의 굿모닝’은 시작 전부터 수 많은 기사와 티저 영상을 통해 화제를 불러 일으키고 있으며, 아이들의 대통령인 ‘뽀로로’의 가장 최신 시즌 역시 채널A에서 방송된다. 이처럼 채널A는 이번 개편을 통해 예능 강화와 더불어 장르 다각화를 통해 No.1 유료방송 타이틀을 노린다.

마법같은 선곡쇼
싱데렐라

진행: 강성연, 김희철, 이수근
출연: 문희준, 한석준, 최성국
시간: 목 23시



〈Sing데렐라〉는 패널들이 시청자의 고민을 위로하기 위한 최적의 노래를 골라 소개하는 음악 예능이다. 출산 이후 복귀한 강성연과 여러 방송에서 ‘찰떡 케미’를 자랑하는 이수근과 김희철 3 MC 조합에 방송가의 기대가 높다.

이외에도 〈Sing데렐라〉에는 가요와 예능 프로그램을 종횡무진하며 화려한 입담을 자랑하는 패널들이 출연해 상황에 맞는 주옥같은 노래들을 선곡, 시청자들에게 선사할 예정이다.

아침 정보쇼
김현욱의 굿모닝

진행: 김현욱, 추혜정
시간: 매일 7시 40분

인기 아나테이너 김현욱이 10일부터 첫 방송되는 채널A 아침 정보쇼 〈김현욱의 굿모닝〉의 진행을 맡는다. 공동 MC로는 온라인에서 국보급 기상캐스터로 추앙 받는 채널A 간판 기상캐스터 추혜정이 낙점되었다. 〈김현욱의 굿모닝〉은 살림, 경제, 미용, 법률, 문화 등 각 분야의 전문가들이 각종 비법을 알려주고 여행, 건강, 맛집 등에 대한 유용한 정보를 소개하는 프로그램이다.



CHANNEL A SCOOP

히트다 히트! 안방 극장을 강타 할 채널A 가을 개편 프로그램

금토 드라마
니깎놀

출연: 전태수, 황보라 외
시간: 금토 20시 20분



‘롤러코스터’로 tvN의 부흥을 이끈 이성수 PD의 회심의 역작! ‘불어라 미풍아’에서 신들린 연기를 보여주고 있는 ‘황보라’와 하지원 동생이라는 타이틀을 버리고 배우로 거듭난 전태수 주연의 코믹 드라마

프리미어 드라마
프랭클린 & 베시4

시간: 토일 24시 40분



변호사 동료이자 오랜 친구인 프랭클린과 배시가 대형 로펌에 들어가면서 일어나는 해프닝, 법률이라는 어려운 소재를 유쾌하고 신나게 풀어내며 미국 방영 당시 높은 시청률을 기록한 전설의 미드, 채널A 단독 방영 확정

애니메이션 특선
뽀로로 시즌6

시간: 매일 7시 10분



어린이들의 대통령 ‘뽀통령’의 최신 시즌 채널A 상륙! 세상이 온통 하얀 눈으로 뒤덮인 어느 추운 나라 작은 섬 뽀롱뽀롱 마을에서 펼쳐지는 동물 친구들의 크고 작은 소동, 대한민국 애니메이션의 역사를 다시 쓴 역작

CHANNEL A SCOOP

반려견 위한 힙합 ‘견습생’ ‘개밥남’ 양형제 음원 발표

채널A 예능프로그램 ‘개밥 주는 남자’에 출연 중인 개그맨 양세형, 양세찬 형제가 9월 9일 프로그램에서 반려견을 위한 힙합곡 ‘견습생’ 음원을 발표하며 힙합가수로 데뷔했다.

국내 최초로 반려견을 위해 제작된 ‘견습생’은 음원 발표 이전부터 화제가 됐다. 윤일상(작곡), 조 PD(프로듀싱) 가수 전지윤(피쳐링) 등 국내 최정상 뮤지션들이 제작에 참여했기 때문이다.

‘견습생’ 뮤직비디오 제작에는 유명 개그맨이자 가수 UV의 멤버인 유세윤이 지원사격에 나섰다. 1분 30초 분량의 이 작품은 양세형 양세찬 형제의 반려견 옥희와 독희가 몸에 소형 촬영카메라를 매달고 직접 촬영한 영상으로 구성된 점이 특징이다. 유세윤은 뮤직비디오 촬영 내내 현장 감독 역할을 도맡아 했다.

시청자들의 반응은 뜨거웠다. 음원 발표 직전 네이버에서 진행한 ‘V-Live’ 생방송은 5000명 이상이 시청했으며 출연진과 실시간 대화를 하며 뜨거운 관심을 나타냈다. 16일 포털사이트 다음(Daum)에 개설한 ‘하트 펀딩 프로젝트(하트가 일정 수준으로 모이면 공약을 수행하는 공약이행 시스템)’도 이날 오후 하트 수가 50만을 돌파해 공약대로 뮤직비디오 촬영 비하인드 영상 공개가 이뤄졌다.

제작본부 김경훈 PD는 “‘견습생’은 반려견을 위한 곡인만큼 출연진, 게스트들이 모두 음원 발매 프로젝트에 진지하게 임했다”며 “출연진의 음원 발표와 가수 데뷔는 채널A의 첫 시도여서 의미가 크다”고 말했다.

CHANNEL A SCOOP

한 듯 안한 듯 자연스러운 채널A PPL

우리의 양세바리들 ‘개밥남’의 양형제와 비염치료기 브랜드 코OO의 PPL 조화는 절묘했다. ‘개밥남’ 30회에서는 양형제와 옥희&독희가 새 러브 하우스로 이사하는 장면이 방송됐다. 이 때, 양형제는 옥희&독희의 털날림을 언급하며 애견인들의 공감을 자아냈고, 자연스럽게 상품을 노출시켰다. 역시 노출이 아닌 시청자와의 공감대를 형성하며 자연스럽게 상품을 사고 싶은 욕망을 듣게 했다는 점에서 채널A PPL은 큰 의미를 가진다. 이질적인 강제 노출이 아닌 궁금증과 호기심, 가장 중요한 ‘공감’을 이끌어내는 인간적인 PPL을 선행하고 있음에 틀림 없다.



이 달의 몸신 TIP, <Z운동 : 비틀어진 골반 잡기>

1. 바닥에 바르게 누워 약한 다리의 발뒤꿈치에 수건을 댄다.

2. 무릎을 바깥쪽으로, 뒤꿈치는 반대편 무릎쪽으로 오게 한다.

3. 발뒤꿈치로 Z를 그린 뒤 역순으로 Z를 그리며 다시 돌아온다.

MEDIA SCOOP

모바일과 스토리텔링

“이용자 퍼스트로 생각하고 혁신하라”

올해 모바일 뉴스 포맷을 주제로 연구를 진행하면서 선행 연구들을 찾아보았다. 뉴스 포맷은 최근에 주목받기 시작한 분야라서 선행 연구가 많지는 않았다. 몇 개 안되는 연구 중에 눈에 띄



〈케빈 반허스트〉

는 것이 케빈 반허스트가 하버드대 쇼렌스타인센터에 체류하면서 2002년에 발간한 보고서였다. 당시 미국 신문들이 어떤 포맷을 사용하는지 분석했던 반허스트의 결론은 이렇다. “인터넷

판 미국 신문들은 온라인에 맞는 새로운 형식으로 출판되고 있지 않는 것으로 보인다. 대신 웹 버전은 인쇄 버전을 복제하고 있다. 소수의 기사만이 하이퍼링크, 이미지, 인터랙티브 요소를 사용하고 있을 뿐이다. 이 연구 결과는 신문사들이 저렴한 비용으로 시장점유율을 지키고 지역 경쟁자들을 상대로 시장 진입 장벽을 높이는 수단으로서 인터넷을 사용하고 있음을 의미한다.”

3D 게임식 뉴스까지 등장

디지털 환경에 맞는 새로운 포맷의 뉴스가 개발되어야 한다는 지적이 당시에도 없진 않았다. 그러나 신문사들은 콘텐츠 혁신과 포맷 개발에 미온적이었다. 심지어 일부 신문사는 종이 신문

을 PDF로 그대로 인쇄해 제공하기도 했다. 당시 언론사들이 가졌던 인식은 인터넷이 전통 플랫폼의 대체재가 아니라 보완제라는 것이었다. 물론, 인터넷 초창기에는 그 인식이 완전히 틀리지는 않았다. 언론사들은 전통 플랫폼에서 수익을 보전하면서 인터넷에서 소규모의 부가 수익을 올릴 수 있었다. 그러나 인터넷이 성숙기에 도달하고, 스마트폰이나 태블릿과 같은 모바일 기기가 보급되면서 사정은 전혀 달라졌다. 미디어 이용자들은 전통 뉴스 플랫폼 대신 인터넷과 모바일로 뉴스를 이용하기 시작했다. 디지털에서 그들이 뉴스를 접하는 플랫폼도 언론사 홈페이지가 아니었다. 구글의 검색엔진, 야후나 네이버 같은 포털, 허핑턴포스트나 버즈피드 등의 큐레이션 서비스, 페이스북과 트위터로 대표되는 소셜 미디어가 주된 뉴스 플랫폼으로서 부상한 것이다. 이런 상황에서 많은 언론사들이 모바일에 맞는 콘텐츠와 포맷 개발에 눈을 돌리는 것은 마시지탄이지만 필수적인 일이다.

요즘 회자되고 있는 ‘디지털 퍼스트’나 ‘모바일 퍼스트’ 같은 말들은 저널리즘과 디지털 기술을 접목시키려는 시도를 표상한다. 신문사들은 텍스트 중심의 기사에서 탈피하여 이미지와 동영상 강화시키는 반면, 방송사들은 텍스트와 스틸 이미지를 보강하고 있다. 디지털에서 전통적인 신문과 방송의 구분인 이제 무색해지고 있다. 뉴욕타임스의 스노우폴 기사처럼 텍스트, 이미지, 오디오, 동영상을 유기적으로 조합시키는 멀티미디어 저널리즘은 혁신적인 디지털 스토리텔링의 모범적 사례로 여겨진다.

전통적인 플랫폼에서 활용했던 요소들을 결합시키는 시도 이외에도, 디지털 스토리텔링의 총아라고 할 수 있는 인터랙티브 요소들도 심심찮게 눈에 띈다. 콘텐츠의 디지털 혁신은 텍스트나 동영상 같은 전통적인 포맷을 디지털로 제공하는 데서 그치는 것이 아니다. 미디어 이용자와 콘텐츠가 서로 상호작용하고, 이용자가 콘텐츠를 가지고 놀이를 할 수 있도록 만드는 단계에 이르러야 진정한 디지털 혁신이라고 할 수 있다. 특정 지역의 범죄 통계와 구글 지도를 엮어서 이용자 자신이 살고 있는 지역의 범죄 현황을 쉽게 파악할 수 있게 한다든지, 이용자가 자신의 직업을 입력하면 미래에 그 직업이 사라질 확률을 보여주는 것 등은 국내외에서 심심찮게 시도되고 있다.

국내에서도 부산 지역의 석면 지도나 메르스 감염 환자 입원 병원 지도는 많은 방문자를 기록하며 뜨거운 호응을 받은 바 있다. 최근에는 컴퓨터 게임이나 가상현실을 활용한 인터랙티브 뉴스 사례도 발견된다.

미국 아이오와의 디모인레지스터는 아이오와 지역 농부들이 처한 상황을 탐색할 수 있는 3D 입체 콘텐츠를 제공하기도 했다. 퀴즈나 여론조사



〈아이오와 디모인레지스터의 3D 인터랙티브 콘텐츠〉

형식을 빌린 인터랙티브 콘텐츠, 그리고 통계학자 한스 로즐링이 보여준 것처럼 경제 발전과 영아사망률 데이터를 인포그래픽으로 시각화시키되 2차원적으로 고정된 그래픽이 아니라 시간의 흐름에 따라 역동적으로 움직이는 인포그래픽도 존재한다.



〈3D 인포그래픽〉

피처만능주의를 경계하라

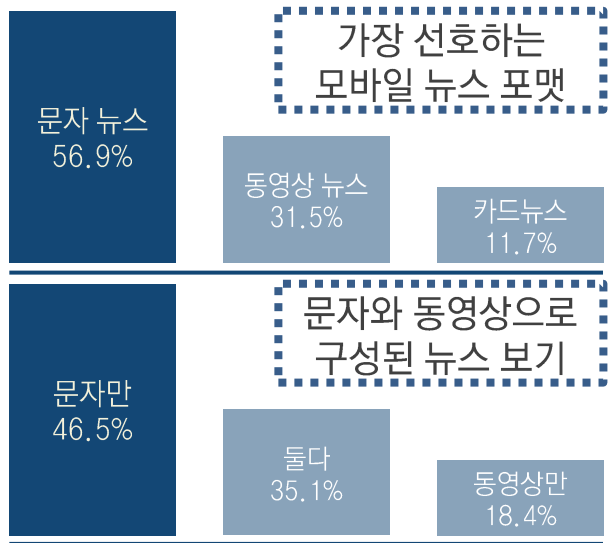
이 밖에도 콘텐츠 혁신과 관련하여 세부적인 실험들도 진행 중이다. 작은 스마트폰 화면 속에 어떤 방식으로 충분한 정보를 제공해야 할 것인가? 동영상의 길이나 텍스트의 분량은 어느 정도가 적당한가? 동영상의 가로 세로 비율은 어떻게 가져갈 것인가? 페이지는 위 아래로 스크롤하게 만드는 것이 좋은가, 아니면 좌우로 페이지를 넘기도록 만드는 것이 좋은가? 소셜 공유 버튼은 기사 상단에 배치할 것인가 하단에 배치할 것인가? 역피라미드식 기사쓰기 방식은 여전히 유효한가? 이런 문제들은 사소해보이지만 이용자들의 경험을 높이기 위해 탐구해야 할 주제이다. 디지털 콘텐츠 혁신에서 주의해야 할 점도 있다. 도널드 노만이 지적하듯이, 무엇보다 ‘피처만능주의(featureitis)’에 빠지는 것을 경계해야 한다. 피처만능주의는 새로운 기술적 피처들을 개발해서 선보이는 혁신과 동일시 한다. 멀티미디어와 인터랙티브 요소를 동원하여 훌륭

한 뉴스 콘텐츠를 만들더라도 이용자들은 외면하거나 피로감을 느낄 수 있다. 3D TV나 구글 클래스를 생각해 보면 쉽게 이해가 간다. 한때 3차원이 TV 스크린의 미래처럼 여겨졌지만, 안경을 끼는 불편함과 3차원 영상의 피로감 때문에 시장에서 성공하지 못했다. 마찬가지로 많은 시간과 인력을 투입하고 첨단 기술을 응용해 개발한 뉴스 콘텐츠를 만든다고 해도 성공한다는 보장은 없다. 장기적인 안목을 가지고 지속적인 실험과 연구가 필요한 이유다.

또 하나 경계할 점은 모바일에서 어떤 콘텐츠가 성공할 수 있을지 기계적인 공식이나 정해진 결론을 도출하기 어렵다는 것이다. 모바일이 전통 플랫폼들과 차별화되는 것은 다양한 형식들이 가능하며 유효하다는 데 있다. 모바일에서는 짧은 형식이 더 많이 소비되는 경향이 있지만, 그렇다고 긴 형식은 외면당할 것이라고 쉽게 단정해서는 안 된다. 뉴욕타임스의 '가장 많이 이메일된 기사' 목록에 대한 한 연구에 따르면, 독자들은 텍스트 길이가 긴 것들을 더 많이 이메일로 전송했다. 필자들의 자체 연구도 단순히 결론 내기 어려운 결과를 보여주었다.

문자, 이미지, 동영상 각각 장점 있어

작년 9월 스마트폰 사용자 1,020명 대상으로 실시된 설문조사 결과를 보면, 모바일에서 가장 선호하는 뉴스 포맷을 물었을 때 과반수 이상이 문자뉴스를 꼽았으며, 문자와 동영상이 결합된 뉴스에서 어떤 것을 부로 보는가 물었을 때 절반 가까이가 문자만 본다고 대답했다. 그들에게 이유를 물었더니 "동영상은 내용 파악에 시간이 걸리는 반면 문자는 편리하다"대 대답했다. 빠른 데이터 전송이 가능한 LTE 서비스로 전환되면서 모바일에서 동영상 소비가 늘고 있지만, 여전히 정보 파악에 있어 텍스트가 강점을 보이고 있다. 참고로 이미지와 동영상의 경우 정보보다 감성적 어필에 강점이 있다.



이제는 '이용자 퍼스트' 시대

뉴스 콘텐츠 혁신에 있어서 가장 핵심적인 부분은 이용자의 필요, 욕구, 한계점 그리고 이용자들이 부여하는 의미 등을 개발 단계마다 고려하여 콘텐츠를 최적화 시키는 '이용자 중심 디자인'이다. 전통 매체는 이용자를 완전히 도외시하지는 않았지만 생산자 중심이었다.

모바일 기기가 확산되면서 이용자의 성격이 달라졌다. 모바일 이용자들은 이제 언제 어디서든 원하는 시간과 장소에서 뉴스를 접할 수 있다. 전통매체와 달리 선택성이 강화되어 모바일 이용자들은 원하는 정보만 검색하여 필요한 부분만 볼 수 있으며, 이와 더불어 소셜 미디어가 등장하면서 사회적 관계성이 강화되었다. 모바일은 멀티미디어와 인터랙티브라는 새로운 기술적 가능성을 열어주었다.

그러므로 언론사들은 이러한 기술적 가능성들을 최대한 수용하여 이용자 경험을 향상시키고, 관계를 강화하여 그들의 관여도를 높여야 한다.

김선호(언론진흥재단 연구위원)
김옥태(방송통신대 미디어영상학과 교수)

CONTENTS GUIDE

싱데렐라



채널A가 선보이는 신개념 하이브리드 뮤직 토크쇼!

배우이자 2집 가수 강성연과 슈퍼주니어의 김희철, 안정적인 진행의 이수근이 만났다!
사연이나 상황에 꼭 맞는 노래를 선정하고 그 자리에서 원곡자 혹은 필 충만한 가수가 꾸미는 멋진 무대
영원한 오빠 문희준부터 떠오르는 예능 늑동이 한석준, 최성국까지 흥부자 '노래고' 크루 형성

프로그램 정보

출연: 강성연, 김희철, 이수근, 문희준, 최성국 외
일시: 목요일 23시
예상 시청률: 4.0%(가구) / 1.5%(P2049)

Buying Point

일반 광고: Tier 2 프로그램 패키지 적용
PPL: 음료, 의상, 쿠키 등
가상 광고: 등급 고지, 브릿지, 하이라이트, 돌출

개밥 주는 남자



일반 광고 & PPL 완판 행진! 대한민국 대표 펫방

P2049 타깃 비중 50% 육박하는 최고의 타깃형 프로그램으로 온라인에서도 뜨거운 반응 리얼 버라이어티에 최초로 도전하는 주병진과 예능 치트키 양세형, 양세찬 형제의 만남 최연소 아이돌에서 최연소 아빠돌로 변신한 유키스 '동호' 전격 출연!

프로그램 정보

출연: 주병진, 양세형, 양세찬, 유키스 동호
 일시: 금요일 23시
 최고 시청률: 2.9%(가구) / 0.8%(P2049)

Buying Point

일반 광고: Tier 1 프로그램 패키지 적용
 PPL: 애견 용품 / 출연자 용품(의상, 식품, 음료 등)
 가상 광고: 등급 고지, 브릿지, 하이라이트, 돌출

아빠 본색



시작부터 시청률 5% 육박, 화제의 그 예능!

가족 예능의 명가 채널A의 2016년 하반기 블록버스터급 야심작
김구라-김동현 부자의 마지막 6개월 단독 공개!

2016년 대한민국을 뜨겁게 달군 예능 치트키 흥귀신 김흥국의합류로 재미도 두 배, 감동도 두 배

프로그램 정보

출연: 김구라, 이창훈, 김영호, 김흥국
일시: 수요일 21시 30분
최고 시청률: 4.5%(가구) / 0.8%(P2049)

Buying Point

일반 광고: Tier 1 프로그램 패키지 적용
PPL: 의류, 신발, 식품, 가정 용품, 어플리케이션 등
가상 광고: 등급 고지, 브릿지, 하이라이트, 돌출

풍문으로 들었쇼



성공적인 리뉴얼을 통해 월요 예능 최강 자리 예약!

종횡무진 활약 중인 이상민과 언니들의 워너비 최여진의 환상 콤비네이션
 마녀사냥을 성공 반열로 이끈 장본인 곽정은 에디터 전격 합류
 수 십년 지난 캐캐묵은 풍문이 아닌 바로 지금 우리가 가장 궁금해하는 풍문만 쓱쓱 골라 시청률 쓱쓱

프로그램 정보

출연: 이상민, 최여진, 곽정은, 김지민, 스테파니 등
 일시: 월요일 23시
 최고 시청률: 3.7%(가구) / 1.1%(P2049)

Buying Point

일반 광고: Tier 2 프로그램 패키지 적용
 PPL: 카메라(무대 배치), 음료, 의상, 큐카드 등
 가상 광고: 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

이제 만나러 갑니다



국내외 언론 시선 집중, 300회를 바라보는 종편 최고 예능

최고 시청률 5% 돌파를 비롯 월간 평균 시청률 4% 기록

신규 패널의 지속적인 투입으로 북한의 새소식을 가장 빨리 접할 수 있다

이상민, 장수원 등의 투입으로 P2049 타깃 대상 콘텐츠로 발돋움

프로그램 정보

출연: 남희석, 박은혜, 이상민, 신은하, 김아라 등

일시: 일요일 23시

최고 시청률: 5.5%(가구) / 1.5%(P2049)

Buying Point

일반 광고: Tier 1 프로그램 패키지 적용

PPL: 토크 주제가 되는 모든 제품/서비스, 큐카드

가상 광고: 등급 고지, 브릿지, 하이라이트

잘 살아보세

통일을 전제로 남남북녀들의 가상 가족 프로젝트
예능 대세, 1박2일의 숨겨진 센터 김종민 전격 합류!
하희라, 이승연을 비롯 최정상급 여배우들 전격 출연

프로그램 정보

출연: 최수종, 이상민, 김종민, 김일중, 신은하, 한송이 등
일시: 토요일 21시 30분
최고 시청률: 4.0%(가구) / 1.0%(P2049)



나는 몸신이다

한국인이 가장 선호하는 건강 정보 프로그램
시청률 6% 돌파하며 지상파 위협
객관성이 보장된 건강 비법으로 다양한 연관 검색어 생성 중

프로그램 정보

출연: 정은아, 변우민, 조민희, 이용식, 엄앵란
일시: 수요일 23시
최고 시청률: 6.3%(가구) / 1.1%(P2049)



카톡쇼 시즌4

동시간대 시청률 1위를 기록하며 탄탄한 매니아층 확보
더 강해지고 더 독해진 카덕(자동차 덕후) 총 출동
자동차와 관련된 모든 정보 제공

프로그램 정보

출연: 박은지, 장진택, 이민웅, 양지민
일시: 금요일 24시 40분
최고 시청률: 1.8%(가구) / 0.6%(P2049)



천 개의 비밀 어메이징 스토리

종편형 재연 드라마의 새로운 장을 열다!
막장과 선정적인 내용만 판치는 종편 재연 드라마들과 차별화 선언
과거와 현재, 전 세계를 넘나드는 놀라운 이야기들 총집합

프로그램 정보

일시: 화요일 23시
최고 시청률: 5.2%(가구) / 0.9%(P2049)



니감놀

깜짝 놀랄 이야기들이 만드는 폭소 열전!

이성의 심리를 이해하지 못하는 사람들을 위한 전격 연애 백서
위기 상황에서 빛나는 여자들의 아이디어, 생활의 길잡이
전태수의 황당한 연애담을 코믹하게 담아낸 나의 연애담

프로그램 정보

출연: 전태수, 황보라, 유연지, 문메이슨 등
일시: 금토 20시 20분



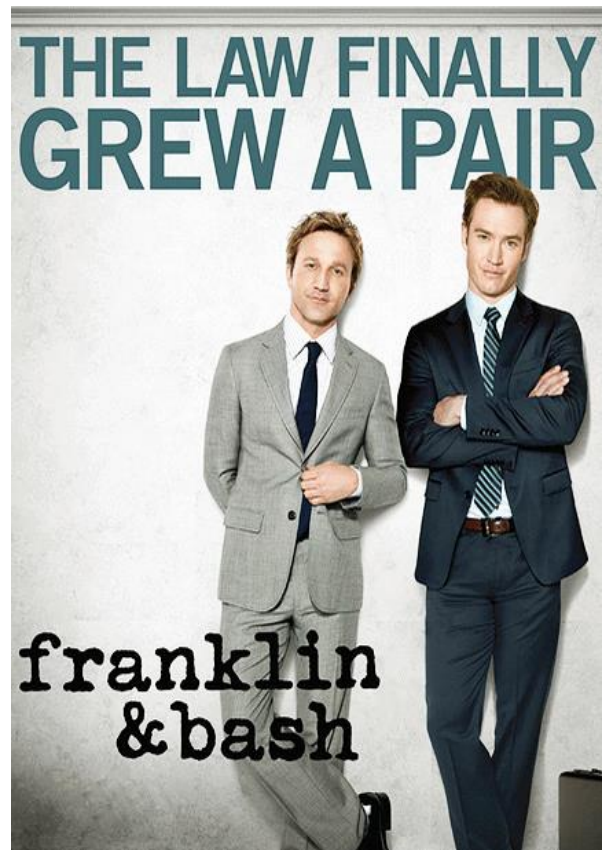
프랭클린 & 배쉬 4

전미를 뽐낸 법정 코미디의 전설

매시즌 기대되는 신작 Top 5에 선정된 화제의 미드
딱딱한 법정물을 가라 코미디 요소가 적절히 가미된 법정 코미디
유쾌한 캐릭터들이 펼치는 웃음과 감동의 대 향연

프로그램 정보

출연: 마크 폴 고셀라, 브래킨 메이어 등
일시: 토일 24시 40분



김현욱의 굿모닝

일상을 바꾸는 새로운 아침의 시작

최고의 아나테이너 김현욱과 최고의 기상캐스터 추혜정의 만남
놓칠 수 없는 알짜 정보로 당신의 아침을 업그레이드
건강, 살림, 뷰티, 생활 법률, 문화 등 모든 이슈를 한 눈에

프로그램 정보

진행: 김현욱, 추혜정

일시: 매일 7시 40분



먹거리X파일

올바른 식문화를 이끄는 최고 탐사 프로그램

포탈 검색어 상위권을 휩쓸며 '먹거리'에 대한 사회적 이슈 제기
권성징약의 기초 하에 시청자를 기만하는 업체들 집중 고발
한국판 '미슐랭 가이드'로 인정 받는 '착한식당' 지속 발굴 중

프로그램 정보

출연: 김진(채널A 기자)

일시: 일요일 21시 40분

최고 시청률: 4.2%(가구) / 1.5%(P2049)



닥터 지바고

의학 정보 뿐 아니라 건강과 실생활에 필요한 아이템들 총 망라
신변잡기식 정보 나열이 아닌 철저한 실험과 검증
최고의 입담꾼 김현욱과 여성들의 워너비 레이앙의 환상 케미

프로그램 정보

출연: 김현욱, 레이앙
일시: 월요일 20시 20분
최고 시청률: 2.3%(가구) / 1.3%(F3054)



몸신처럼 살아라

이제는 전국의 내로라하는 몸신들을 직접 찾아 간다
그들과 동고동락하며 그들만의 건강한 노하우 직접 체험하며
대한민국 숨은 몸신들의 의식주 전격 공개!

프로그램 정보

출연: 김오곤, 팽현숙
일시: 일요일 7시 20분
최고 시청률: 1.7%(가구) / 0.7%(F3054)



신대동여지도

인기 개그맨 윤택이 대한민국 방방곡곡 찾아 떠나는 '윤택한 여행'
죽음의 문턱에서 기적으로 살아난 이들의 '기적의 건강 밥상'
시골에서 자신만의 방법으로 선택한 사람들의 이야기 '시골에 산다'

프로그램 정보

출연: 윤택, 김태욱, 최호정
일시: 일요일 8시 20분
최고 시청률: 1.8%(가구) / 1.0%(M3039)



황금 나침반

있어야 자산 관리를 하지'라는 안일한 생각이 만든 현실
자산 관리에 대한 편견을 뒤집는 신개념 자산 인포테인먼트!
원조 아이돌 NRG를 비롯 유명 연예인들도 관심 집중!

프로그램 정보

출연: 설수현
일시: 수요일 24시 50분
최고 시청률: 0.9%(가구) / 0.2%(P2049)



뽀로로 시즌6

어린이들의 No.1 프로그램 뽀로로 최신판 채널A 방영 확정!
어린이 시간대로는 프라임 타임인 오전 7시대 편성
뽀로로와 친구들이 숲 속 마을에서 펼쳐가는 신나는 이야기

프로그램 정보

일시: 매일 7시 10분



서민갑부

휴먼 다큐와 관찰 다큐를 결합한 신개념 교양 프로그램
20대와 30대의 열렬한 지지를 받는 스테디셀러
예능 제작진의 합류로 다양한 흥미 요소까지 기대

프로그램 정보

일시: 목요일 21시 50분

최고 시청률: 3.8%(가구) / 1.0%(P2049)



신문이야기 돌직구쇼+

여당 국회의원 출신 패널부터 야당 대변인 출신 패널과 더불어
양측을 조율하는 중립 패널까지 함께하며 균형 잡힌 논조를
유지하는 대한민국 No.1 시사 토크 프로그램

프로그램 정보

출연: 김진(채널A 기자), 임윤선, 이계진 등

일시: 월-금 9시

최고 시청률: 4.1%(가구) / 0.6%(P2049)



쾌도난마

종편의 주력 장르인 시사토크의 선구자
균형잡힌 공정토크, 파고드는 심층토크, 날카로운 솔직토크
의견과 주장 전달만이 아닌 정보의 깊이를 추구하는 프로그램

프로그램 정보

출연: 이용환(채널A 정치부 차장)

일시: 월-금 16시 / 토 18시

최고 시청률: 4.2%(가구) / 0.6%(P2049)



채널A 종합뉴스

대한민국 가장 빠른 메인 뉴스

쟁쟁한 경쟁자들을 제치고 유료방송 메인 뉴스 시청률 1위 행진
미디어미래연구소 선정 화제성 1위 프로그램
시청자들의 뉴스 시청 패턴을 고려한 시청자 지향형 메인 뉴스

프로그램 정보

출연: 하태원, 곽정아

일시: 매일 19시 20분

최고 시청률: 5.0%(가구) / 0.8%(P2049)



김승련의 뉴스 TOP 10

세상에 없는 뉴스 쇼

우리가 기억해야 할 뉴스 10개를 선정
뉴스 고수들과 선정된 10개를 분석하고 뒤집어도 보고 이면에 숨겨진 이야기까지 꼬집어 내는 뉴스 쇼

프로그램 정보

출연: 김승련(채널A 정치부 차장)

일시: 월-금 17시 40분 / 일 18시

최고 시청률: 4.9%(가구) / 0.7%(P2049)



AD SALES GUIDE

일반광고 & 시보 패키지 : Mix & Match

★ 프로그램 등급별 패키지

등급	최소 청약제	프로그램	판매금액 (회차별)		
			중CM	PIB	전후CM
Tier 1	중CM 6천 만원 PIB 4.5천 만원 전후 2천 만원	이제 만나러 갑니다 개밥 주는 남자 아빠 본색	2천 만원	1.5천 만원	1천 만원
Tier 2	중CM 4천 만원 PIB 3천 만원 전후 1.5천 만원	싱데렐라 잘 살아보세 풍문으로 들었쇼 나는 몸신이다	1.5천 만원	1천 만원	0.5천 만원
Tier 3	중CM 3천 만원 PIB 2천 만원 전후 1천 만원	먹거리 X파일 어메이징 스토리 카톡쇼 시즌4			

* PIB: 전End~-3 & 후Top~+3

★ 종합뉴스 Only 패키지

프로그램	판매금액	위치별 횟수	
		전후 CM	중CM (주말)
종합뉴스	3천 만원	28	8
	2.5천 만원	31	N/A

★ 탄력시보 패키지

시급	시간대	금액	기준	비고
SA Prime	21시대, 23시대	1.5천 만원	1회 10초 월 30회 기준	프로그램이 2개 이상 시간대에 걸쳐있을 경우 높은 시급 적용
SA	나머지 SA	1.25천 만원		
A	A급 시간대 전체	0.75천 만원		
B	B급 시간대 전체	0.3천 만원		

IMC 패키지 : The Real Variety

★ PPL 패키지

패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	제안가
기획 PPL 패키지 (에피소드 생성)	방송	기획 PPL	협의	본방 재방	1 TBD	3천 만원
		단순 PPL	협의	본방 재방	1 TBD	
	온라인	비디오클립			1개	
기능 PPL 패키지 (흐름 속 사용)	방송	기능 PPL	협의	본방 재방	1 TBD	2천 만원
		단순 PPL	협의	본방 재방	1 TBD	
	온라인	비디오클립			1개	
단순 PPL 패키지 (단순 배치)	방송	단순 PPL	협의	본방 재방	1 TBD	1천 만원
	온라인	비디오클립			1개	
큐카드 PPL 패키지 (예능)	방송	큐카드 PPL	협의	본방	4	1천 만원
큐카드 PPL 패키지 (교양)						0.75천 만원

★ 가상광고 패키지 (제작비 별도)

패키지	매체	구성	길이	본/재	횟수	제안가
브릿지 패키지 하이라이트 패키지	방송	프레임형	5초수준	본방 재방	4 TBD	3천 만원
			10초수준	본방 재방	4 TBD	
돌출형 패키지 등급 고지 패키지	방송	자막형	5초수준	본방 재방	4 TBD	2천 만원
						1천 만원

CMMS 패키지 : The Real Flexibility

★ CMMS 패키지 (Customized Media Marketing Solution)

형태	할인	혜택
일반광고 탄력시보	개별 판매가의 20% 할인	일반광고 포함될 경우 최종 청약액으로 최소 청약 금액 산정 일반광고 포함시 채널A플러스 추가 노출 (횟수 협의 必)
PPL	개별 판매가의 30% 할인	일반광고 포함될 경우 최종 청약액으로 최소 청약 금액 산정
가상광고	개별 판매가의 50% 할인	PPL과 돌출형 가상광고 동시 집행시 동시 노출 가능

* 청약 조건

- 일반광고와 탄력 시보는 3천 이상시 통합 패키지 포함 가능
- 일반 광고와 탄력시보만의 결합시 할인 및 혜택 불가

★ 채널A Upfront 패키지

패키지	청약 기간	최소 청약 금액	금액 소진 조건
단기 캠페인형	3개월	일반광고 포함될 경우 최종 청약액으로 최소 청약 금액 산정	
중기 캠페인형	6개월	일반광고 포함될 경우 최종 청약액으로 최소 청약 금액 산정	
장기 캠페인형	12개월	PPL과 돌출형 가상광고 동시 집행시 동시 노출 가능	

기본 판매 가이드



금액대	1천만원 횟수	보너스율	시금별 비중			
			SA	A	B	C
6천 만원 이상	25	1200%	35%	35%	20%	10%
5천 만원 이상	24	1150%				
4천 만원 이상	23	1100%				
3천 만원 이상	22	975%	30%	35%	25%	10%
2천 만원 이상	21	900%				
1천 만원 이상	20	850%				

	청약금액	보너스율		1천만원 횟수	
		일반청약	Upfront	일반청약	Upfront
일반 패키지 Vs Upfront 패키지 보너스율 비교	6천 만원 이상	1200%	2000%	25	40
	5천 만원 이상	1150%	1950%	24	35
	4천 만원 이상	1100%	1700%	23	30
	3천 만원 이상	975%	1475%	22	27



금액대	1천만원 횟수	중CM 비중	SSA 비중	보너스율
1천 만원 이상	600	10%	50%	1900%
1천 만원 미만	500	8%	45%	1500%

편성표



급	시	월	화	수	목	금	시	급	토	일				
C	5	채널A 스페셜					5	채널A 스페셜						
	6	교양 재방				채널A 시청자마당		6	교양 재방					
B	7	채널A 아침뉴스					7	교양/재방	몸신처럼 살아라					
	8	채널A 특선 애니메이션 뽀롱뽀롱 뽀로로 시즌6					8	B	토요 랭킹쇼	신대동여지도				
	9	김현욱의 굿모닝					9		뉴스 특급	선데이 모닝쇼				
	10	신문이야기 돌직구쇼 +					10	A	예능/교양 재방	박상규의 이슈속으로				
11	이슈 투데이					11	예능 재방							
12	예능 재방					12								
13	뉴스 특급					13								
14	이남희의 직언직설					14								
A	15	정연욱의 쾌도난마					15	A	예능 재방					
	16	김승련의 뉴스 TOP10					16							
	17	채널A 종합뉴스					17					뉴스 스테이션	뉴스뱅크	
	18	TV주치의 닥터 지.바.고					18					안형환의 시사포커스	일요매거진	
	19	예능/교양 재방					19					채널A 종합뉴스		
SA	20	예능/교양 재방				금토 드라마 니감놀	20	SA	금토 드라마 니감놀	예능/교양 재방				
	21	예능/교양 재방	한번 더 해피엔딩	아재 감성 느와르 아빠본색	서민 갑부	예능/교양 재방	21		통일준비 생활백서 잘 살아보세	먹거리 X파일				
	22	풍문으로 들었SHOW	천개의 비밀 어메이징 스토리	나는 몸신이다	SING데렐라	개밥 주는 남자	22		신규 예능	이제 만나러 갑니다				
A	23	예능/교양 재방				황금 나침반	예능/교양 재방	카톡쇼4	프리미어 드라마 프랭클린&배시 시즌4					
	24	예능/교양 재방					1	예능/교양 재방						

★ 광고단가

단위 : 천원

구분	일반광고(15")		시보/자막광고(10")	
	전/후CM	중CM	시보광고	자막광고(NEXT ID)
SA	7,400	11,100	4,930	1,230
A	2,500	3,750	1,670	420
B	1,300	1,950	870	220
C	500	750	330	80

편성표



급	시	월	화	수	목	금	시	급	토	일	
B	5							5	B		
	6	예능 재방						6		예능 재방	
A	7							7	A		
	8	교양 재방			TV주치의 닥터 지.바.고			8		나는 몸신이다	예능 재방
SA	9							9	SA		
	10	예능 재방					예능 재방	10			
SSA	11							11	SSA		
	12	예능/교양 재방						12			
SA	13							13	SA		
	14	교양 재방	먹거리 X파일	몸신처럼살아라	황금 나침반	서민갑부	14	예능 재방			
SA	15							15	SA		
	16	예능 재방						16			
SSA	17							17	SSA		
	18	예능 재방						18			
SA	19							19	SA		
	20	개밥 주는 남자	한번 더 해피엔딩	풍문으로 들었 SHOW	아재 감성 느와르 아빠본색	예능 재방	20	이제 만나러 갑니다		통일준비 생활백서 잘 살아보세	
SSA	21							21	SSA		
	22	예능/교양 재방						22			
SA	23							23	SA		
	24	예능 재방			천개의 비밀 어메이징 스토리 카톡쇼 4		예능 재방	24		예능 재방	
A	1	예능 재방						1	A		
	2	예능/교양 재방						2			

★ 광고단가

단위 : 천원

구분	일반광고(15")		시보/자막광고(10")	
	전/후CM	중CM	시보광고	자막광고(NEXT ID)
SSA	400	800	260	80
SA	250	500	160	50
A	80	160	100	30
B	80	160	53	16

NEWS ON A

2016.11