

2023년도 1학기

글쓰기

기말과제

## 힐링 콘텐츠의 그림자

- 힐링 콘텐츠의 획일화와 위선

과목명	글쓰기
담당교수	박필현
학수번호	000200C-12
이름	고진
학과	한국역사학과
학번	20230211
연락처	010-8836-5149
제출일	2023.06.11

힐링 콘텐츠의 그림자  
- 힐링 콘텐츠의 획일화와 위선

20230211 고 진

<목차>

I. 서론

II. 한국형 힐링 예능의 특징

III. 한국형 힐링 예능의 문제점

1. 콘텐츠 내용과 구성의 획일화
2. 힐링 예능에서 한정적 힐링 의미 규정

IV. 결론

V. 참고문헌

## I 서론

힐링(healing)은 정신적 혹은 신체적인 상처를 치유함을 의미한다. 1990년대 일본에서 ‘힐링 물’(Healing Animation)이라는 단어가 파생되었으며 점차 대중의 생활에 널리 쓰이기 시작했다.<sup>1)</sup> 힐링물이 점차 각광받은 까닭은 현대인의 삶이 다양한 원인에서 오는 과도한 스트레스로 정신적인 치유와 쉼이 필요해졌기 때문이다. 힐링은 마음속의 공포와 슬픔을 치료하는 예술로서 사람들의 심리와 감정 상태에 영향을 준다.

따라서 사람들은 힐링 콘텐츠를 보며 현대사회에서 쌓인 스트레스를 해소하고 마음의 치유를 하고 삶의 동력을 얻는다. 힐링을 선사하는 콘텐츠들은 현대인들의 많은 관심을 받는 만큼 다양한 종류의 제작된다. 예능, 영화, 웹툰, 다큐멘터리 등 개개인이 힐링을 느끼는 콘텐츠는 취향에 따라 다르기 때문에 본 논문에서 다룰 힐링 콘텐츠의 범주를 정하는 것이 중요하다. 따라서 본 논문에서는 힐링을 테마로 하는 예능 프로그램을 위주로 다룰 예정이다.

힐링 예능은 주로 여행, 음식, 음악 등을 소재로 하며 반복적인 일상을 살아가는 현대인과 반전되는 장면을 제공하며 수용자에게 해방감과 힐링을 선사한다. 대표적인 힐링 예능 ‘삼시 세끼 시리즈’와 ‘꽃보다 할배’, ‘비긴어게인’ 등을 예로 들 수 있다. 바쁘게 돌아가는 현대사회를 벗어나 고즈넉한 일상과 색다른 해외의 모습을 조명하는 프로그램들은 당시 유행이었던 버

1)귀후이팅, 박성원.(2021).「힐링 영상 콘텐츠의 예술·문화적 의미와 역할 -〈나쓰메 우인장〉을 중심으로-」.『만화애니메이션연구 통권』제65호, 2021년 8쪽.

라이어티 홍수 속에서 신선함을 야기했고 이는 예능의 판도를 뒤집는 결과를 가져왔다. 힐링 예능의 성공은 시대의 흐름을 바꾸었고 모든 방송사는 앞다투어 힐링 예능을 대중에게 선사하게 된다. 하지만 이렇게 예능계에서 힐링 예능의 유행은 여러 가지 문제를 야기했다. 이러한 문제를 다루고 있는 선행연구들을 찾아보았지만 우리 나라 힐링 예능의 특징만 분석할 뿐 문제점을 제기하는 학술적 연구는 많지 않다. 따라서 본 논문에서는 한국형 힐링 콘텐츠 중 예능의 특징을 분석해보고 이에 대한 문제점을 심층적으로 살펴보려고 한다.

## II. 한국형 힐링 예능의 특징

힐링을 소재로 하는 예능들은 크게 관찰형, 생활 체험형, 음식형, 여행형, 음악형, 경영형으로 나눌 수 있다. 한국형 힐링 예능이 일반 예능들과 다른 점은 먼저 비교적 느린 서사 진행이다. 일반 예능의 경우 매회 다른 에피소드를 가지고 진행된다. 따라서 시청자들은 매주 새로운 사건과 주제를 보게 되고 프로그램의 특성 상 한 회 안에서 해당 주제를 마무리 해야 하기 때문에 서사가 빠르게 전개될 수 밖에 없는 구조이다. 이와 다르게 힐링 예능에서는 빠른 서사 진행이 아니라 힐링 프로그램의 유형에 따른 적절한 장면과 멋진 자연경관, 출연자들 간의 캐미, 적절한 배경음악과 자막 등을 활용하여 잔잔한 힐링을 선사한다. 또한 프로그램의 우선순위가 시청자들에게 재미를 선사하는 것보다 힐링 프로그램의 유형을 잘 살리는 것을 더욱 중요하게 여긴다는 것을 알 수 있다. 대표적인 한국 힐링 예능 <삼시세끼>는 2014년부터 '정선편', '고창편', '어촌편', '바다 목장편', '산촌편' 등을 선보였다. 이 프로그램은 출연자들이 도시에서 농촌으로 떠나 자급자족하여 삼시세끼를 차려먹는 이야기를 그린다. 첫 방영 당시 그동안 예능에서 찾아볼 수 없던 신선한 소재와 시골의 고즈넉하고 한적한 분위기, 출연자들 간의 캐미가 어우러져 소위 대박을 친 작품이었다.

또 다른 예로는 경영형 예능의 대표적이 예 <윤식당>이 있다. <윤식당>은 도시를 벗어나 대표적인 휴양지 발리 근처의 섬에 한식당을 열어 연예인들이 직접 식당을 경영하는 프로그램이다. 제작진은 식당의 장소와 건물만 제공하고 식당의 경영은 연예인들이 직접 하는 프로그램인 만큼 각자의 역할에 충실하는 출연자들의 모습을 보여주었다. 더불어 식당일을 하면서 출연자들 간의 캐미, 식당의 매출을 위해 고군분투하며 홍보하는 모습, 식당을 찾아오는 손님과의 에피소드, 휴일에 직원들끼리 휴식을 즐기는 모습 등 식당을 경영하며 나올 수 있는 다양한 장면을 보여줌으로써 시청자들의 흥미를 이끌었다. 무엇보다 휴양지가 배경이 되었기 때문에 매주 발리의 아름다운 모습과 식당을 함께 보여주며 시청자들에게 가장 큰 힐링을 선사했다.

힐링 예능의 특징은 느린 서사 전개, 자연스러운 출연자들의 캐미 집중, 자연과 인간이 함께 담긴 화면 등으로 정의할 수 있고 이러한 특징은 필수적 요소가 되었다. 힐링 예능은 점차 예능의 한 장르로 구축 되어갔고 현재에는 거의 모든 방송사에서 힐링 예능을 선보이고 있다. 이는 힐링 예능의 범람으로 이어졌다.

## III. 한국형 힐링 콘텐츠의 문제점

## 1. 콘텐츠의 내용의 구성과 확일화

지금까지도 힐링에 초점을 맞춘 신규 예능 프로그램들이 꾸준히 런칭되고 있다. 그러나 힐링 예능에 대한 니즈는 과거에 비해 많이 사라졌다. 스타들이 대신 여행을 가고 호캉스를 즐기는 모습이 더 이상 새롭지 않기 때문이다.<sup>2)</sup> 이렇듯 앞서 성공한 힐링예능의 포맷을 차용해서 제작하는 확일화의 문제가 발생하고 있다. 삼시세끼 시리즈의 성공 이후 이와 비슷한 농촌 예능들(풀 뜯어먹는 소리 (TVN), 섬총사 (TVN), 나물 캐는 아저씨 (KBS), 자연스럽게 (MBN)등)이 반영되었다. 연예인들이 바쁜 도시를 벗어나 한적한 시골에서 마을 일손도 도우며 농사도 짓고 매 끼니를 직접 만들어서 먹는 내용의 반복인 프로그램이다. 이렇게 반복되는 프로그램의 구성은 실제로 시청자들을 질리게 했고 이는 화제성과 시청률의 차이로 이어졌다. 닐슨 코리아에서 제공한 시청률 분석표에 따르면 2015년 방영된 삼시세끼 어촌편 2와 2019년 방영된 풀 뜯어먹는 소리의 3 - 대농원정대의 시청률을 비교해보면 큰 격차가 나는 것을 알 수 있다.



<자료 1 : 삼시세끼 어촌편 2 시청률3)>

<자료 2 : 풀 뜯어먹는 소리3 - 대농원시대 시청률4)>

시청률의 차이에는 여러 가지 요인이 있을 수 있지만, 그중에서도 시청자들이 느끼는 신선함이 떨어져 흥미가 유발되지 않는 것이 가장 큰 요인이다.

이는 농촌형 예능만 해당되는 사례가 아니다. 가게나 식당, 펜션을 운영하는 경영형 예능도

2) 우다빈(2022.07.30) <저무는 힐링 예능... 새로움이 필요한 때> 《한국일보》 . <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2022072716440000553?did=MN> (2023.06.03)

3) 삼시세끼 어촌편 2 시청률, 닐슨 코리아 제공. [https://search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=tab\\_etc&mra=bjkw&x\\_csa=%7B%22pkid%22%3A%2257%22%2C%20%22isOpen%22%3Afalse%2C%20%22tab%22%3A%22rating%22%7D&pkid=57&os=2927681&qvt=0&query=%EC%82%BC%EC%8B%9C%EC%84%B8%EB%81%BC%20%EC%96%B4%EC%B4%8C%ED%8E%B8%20%20%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0](https://search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=tab_etc&mra=bjkw&x_csa=%7B%22pkid%22%3A%2257%22%2C%20%22isOpen%22%3Afalse%2C%20%22tab%22%3A%22rating%22%7D&pkid=57&os=2927681&qvt=0&query=%EC%82%BC%EC%8B%9C%EC%84%B8%EB%81%BC%20%EC%96%B4%EC%B4%8C%ED%8E%B8%20%20%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0) (2023.06.11)

4) 풀 뜯어먹는 소리3 - 대농원시대 시청률, 닐슨코리아 제공. [https://search.naver.com/search.naver?sm=tab\\_hy\\_top&where=nexearch&query=%ED%92%80%EB%9C%AF%EC%96%B4%EB%A8%B9%EB%8A%94%EC%86%8C%EB%A6%AC+3+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&oquery=%EB%B0%94%EB%9D%BC%EB%8D%98+%EB%B0%94%EB%8B%A4+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4Sj5dp0j1sssUwHBn8ssssssaw-119753](https://search.naver.com/search.naver?sm=tab_hy_top&where=nexearch&query=%ED%92%80%EB%9C%AF%EC%96%B4%EB%A8%B9%EB%8A%94%EC%86%8C%EB%A6%AC+3+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&oquery=%EB%B0%94%EB%9D%BC%EB%8D%98+%EB%B0%94%EB%8B%A4+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4Sj5dp0j1sssUwHBn8ssssssaw-119753) (2023.06.11)

확일화의 문제를 피할 수가 없다. 나영석 PD의 윤식당과 강식당 등 연예인들이 식당을 운영하는 예능이 사람들의 많은 관심을 받아 이와 비슷한 포맷의 예능들이 등장한다. 대표적으로 우도 민박 (TVN), 시고르 경양식 (JTBC), 운탄고도 마을 호텔 (tvN STORY), 형제 라면 (TV조선), 바라던 바다 (JTBC) 등이 있다. 특히 프로그램 <바라던 바다>의 경우 <윤식당>처럼 식당 경영의 요소와 <비긴어게인> 같은 버스킹의 요소를 조합하여 새로운 프로그램을 예고했지만 어느 한 곳에도 집중하지 못한 짬뽕 프로그램이라는 평을 받았다. 시청률의 부분에서도 약 1%를 넘나들며 고전했던 것을 확인할 수 있었다. 다른 프로그램에서도 각자만의 특징과 개성을 기존의 성공 프로그램의 포맷과 적절히 섞어 차별화를 유도했지만, 문제는 이와 같은 차별화 시도가 프로그램의 고유한 정체성을 형성하지 못했다는 점이다.<sup>5)</sup> 이러한 상황에 대해 정덕현 대중문화평론가는 “코로나19 사태가 장기화되면서 예능에서의 새로운 시도가 어려워진 만큼, 기존에 성공했던 예능 패턴에 몇 가지 특징을 가미하는 식의 안전한 프로그램이 줄을 잇고 있다”면서 “각각의 고유한 서사와 색깔을 드러내지 못한다면 시청자들에게 지루함을 안길 수밖에 없다”고 분석했다.<sup>6)</sup> 이렇듯 예능 프로그램의 확일화 문제는 아직까지 돌파구를 찾지 못하고 있다.



<자료 3 : 바라던 바다 시청률>

## 2. 힐링 예능에서 한정적 힐링 의미 규정

두 번째 문제점은 예능에서 힐링의 의미를 규정하고 있다는 것이다. 힐링이라는 본디 주관적인 감정이기에 각자 힐링을 하는 방식이 다르다. 하지만 힐링물이라는 하나의 장르가 만들어지면서 힐링을 보편적인 형태로 만들고 정형화하고 있다. 힐링 예능은 그들이 지정한 바쁜 현대인을 대상으로 이들에게 번아웃이 왔다는 진단을 내린다. 이에 대한 처방으로 출연자들은

5) 김지혜(2021.08.03.) <시청자는 ‘짜툽 윤식당’에 속지 않는다…‘바라던 바다’·‘우도주막’ 1%대 시청률 못 면하는 이유> 《경향신문》

<https://m.khan.co.kr/culture/culture-general/article/202108031719001#c2b> (2023.06.03)

6) 위와 같음.

7) 바라던 바다 시청률, 닐슨코리아 제공.

[https://search.naver.com/search.naver?sm=tab\\_hy\\_top&where=nexearch&query=%EB%B0%94%EB%9D%BC%EB%8D%98+%EB%B0%94%EB%8B%A4+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&query=%EC%82%BC%EC%8B%9C%EC%84%B8%EB%81%BC+%EC%96%B4%EC%B4%8C%ED%8E%B8+2+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4ST4wp0J1sssUYbS0Vsssss4V-025824](https://search.naver.com/search.naver?sm=tab_hy_top&where=nexearch&query=%EB%B0%94%EB%9D%BC%EB%8D%98+%EB%B0%94%EB%8B%A4+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&query=%EC%82%BC%EC%8B%9C%EC%84%B8%EB%81%BC+%EC%96%B4%EC%B4%8C%ED%8E%B8+2+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4ST4wp0J1sssUYbS0Vsssss4V-025824)

(2023.06.11)

일상을 벗어나 여행을 떠나거나, 자신을 구속하는 것이 없는 시골로 향한다. 그곳에서 특별한 하루를 보내고 평소에 먹지 못하는 특별한 식사 메뉴를 만들어 다 함께 즐긴다. 하루의 끝을 출연자들은 서로 마주 앉아 진솔한 대화로 마음을 터놓으며 이곳에 오니 마치 힐링된다는 소감을 말하며 마무리를 한다. 이러한 장면을 통해서 힐링 예능은 일상의 복잡한 도시를 벗어나 특별한 곳에서만 느낄 수 있다는 듯이 힐링의 의미를 규정한다. 이는 힐링 예능의 선두주자였던 <삼시세끼>부터 내려오는 패턴으로 이 힐링의 의미는 여전히 많은 힐링 예능의 대표적인 메시지로 작용하고 있다. 최근 힐링 예능의 메시지도 지친 도시를 떠나 힐링하러 떠난다거나, 코로나 시절에는 ‘도시를 떠나 사람이 많이 없는 시골이나 섬으로 향하는 예능’ 등의 주제로 기존 주제와 별반 다르지 않았다. <운탄고도 마을 호텔> (tvN STORY), <바라던 바다> (JTBC), <우도 민박> (tvN), <윤스테이> (tvN) 등이 그 예이다.

이렇듯 대중을 향한 미디어의 노출은 TV 화면에 나오는 출연자들처럼 행동해야만 진정한 힐링을 할 수 있는 것처럼 만든다. 한 두번 이러한 화면에 노출되면 대리만족의 방식으로 보고 넘기지만 비슷한 장면이 모든 방송사의 힐링 예능에서 나오면 힐링의 의미는 어느 순간 규정되고 만다. 현실적으로 현대인들은 큰 결심을 해야 가능한 힐링 예능 표 힐링을 맘만 먹으면 가능한 것처럼 보편화시키고, 누군가에는 생활의 터전인 농촌, 어촌, 산촌 마을을 지나치게 가공하고 있다.<sup>8)</sup> 더불어 출연한 동물들이 인기 종이 되는 문제, 촬영 후 해당 장소의 관광지화로 겪는 현지인과의 갈등이나 자연환경 파괴 같은 부작용도 동반하는 부작용도 가지고 있다.<sup>9)</sup> 이렇듯 힐링예능은 그저 힐링 예능이라는 장르의 몸짓만 불리고 있을 뿐 실질적으로 사람들의 필요한 부분을 어루어 만져주고 있지 않다. 힐링을 하는 방법은 사람마다 다르고 그만큼 많은 방법이 있다. 하지만 힐링 예능을 통한 힐링 의미의 규정은 다양한 힐링의 방식을 고찰하는 기회를 박탈하고 방송을 통해 규정된 힐링의 방법으로만 유도해 진정한 힐링을 할 수 없게 한다. 이는 힐링을 할 수 있는 예능이 아닌 그저 힐링 판타지를 선보이는 것과 다르지 않다.

## IV. 결론

사람들의 지친 감정을 치유해주는 힐링과 가장 영향력있는 콘텐츠의 접목은 방송가의 흐름을 뒤바꿔놓을 정도로 엄청난 센세이션을 불러왔다. 관찰형, 생활 체험형, 음식형, 여행형, 음악형, 경영형으로 나누어지는 예능들은 사람들의 많은 관심과 사랑을 받았고 사람들은 일상의 지침을 여러 힐링 예능들을 보며 치유했다. 이러한 사람들의 관심은 힐링 예능이 우후죽순 생겨나는 발판이 되고 최근 10년간 힐링 예능은 방송계의 하나의 스테디한 장르고 자리매김했다. 더불어 이를 보는 주요 시청자들에게도 변화가 생긴다. 주 시청자들의 안목이 점점 높아지고 익숙한 것에 금방 싫증이 나는 새로운 세대로 교체된다. 이렇게 힐링 예능에 대한 선호도가 점점 감소하게 된다. 하지만 예능계에서는 여전히 예능을 위험부담이 적은 기존의 성공 프로그램과 약간의 새로운 요소를 도입한 힐링 예능을 제작한다. 따라서 점점 ‘힐링물’이라는 장르는 획일화되고 고착된다. 뿐만 아니라 힐링의 의미를 한정적으로 규정하는 문제도 발생한다. 힐링 예능은 주관적인 감정 힐링을 특정한 이미지로 규정해 대중의 실질적 힐링을 방해하

8)이예지(2020.09.29.) 「'힐링 예능'에 속지 않는 법」, 《ARENA》.  
<https://www.arenakorea.com/arena/article/46208> 2023.06.03.

9) 위와같음.

고 한시적으로 통증을 완화하는 미약한 효과의 진통제로서의 역할로만 소비될 뿐이다..

현재 방송가는 공중파나 케이블 TV가 트렌드를 이끌어가는 것이 아닌 누구나 창작자가 되어 콘텐츠를 제작할 수 있는 시대가 도래했다. 이에 따라 변화되는 사람들의 관심사와 흥미는 공중파와 케이블이 아니라 SNS, 유튜브, OTT 속의 콘텐츠이다. 벌써 공중파와 케이블의 획일적인 프로그램에 지친 많은 사람들이 SNS, 유튜브, OTT 속에서 저마다의 힐링을 찾고 있다. 그간 예능 프로에서 보여지던 한정적으로 규정된 힐링에서 벗어나 다양한 사람들이 창작한 힐링 콘텐츠를 찾아 즐기고 있다. 더불어 일반인들이 직접 크리에이터가 되어 콘텐츠를 제작하는 시대를 벌써 넘어서 연예인들도 TV 프로그램 속이 아닌 유튜브라는 공간으로 진출해 많은 프로그램에 참여하는 추세이다. 이렇듯 트렌드를 이끌어가는 주체가 바뀌었으니 그간 획일적이고 한정적인 포맷으로만 방영하던 공중파와 케이블 방송사에서 이 흐름에 따라 사람들이 볼 것 같은 프로그램에 대한 진정한 고찰과 탐구를 해야 한다. 진정한 힐링과 다양한 힐링을 느낄 수 있는 콘텐츠를 제작하는 방향으로의 걸음이 필요하다.

## V. 참고문헌

-김지혜(2021.08.03.) <시청자는 '짜통 윤식당'에 속지 않는다... '바라던 바다'·'우도주막' 1%대 시청률 못 면하는 이유> 《경향신문》.  
<https://m.khan.co.kr/culture/culture-general/article/202108031719001#c2b>  
(2023.06.03)

-우다빈(2022.07.30) <저무는 힐링 예능... 새로움이 필요한 때> 《한국일보》.  
<https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2022072716440000553?did=MN>  
(2023.06.03)

-이예지(2020.09.29.) 「'힐링 예능'에 속지 않는 법」, 《ARENA》.  
<https://www.arenakorea.com/arena/article/46208> (2023.06.03.)

-귀후이팅, 박성원.(2021).「힐링 영상 콘텐츠의 예술 · 문화적 의미와 역할 -〈나쓰메 우인장〉을 중심으로-」.『만화애니메이션연구 통권』제65호, 2021년 (7~36쪽).

-삼시세끼 어촌편 2 시청률, 닐슨 코리아 제공.  
[https://search.naver.com/search.naver?sm=tab\\_hy\\_top&where=nexearch&query=%EC%82%BC%EC%8B%9C%EC%84%B8%EB%81%BC+%EC%96%B4%EC%B4%8C%ED%8E%B8+2+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&oquery=%ED%92%80+%EB%9C%AF%EC%96%B4%EB%A8%B9%EB%8A%94+%EC%86%8C%EB%A6%AC+3+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4Sg2sprvTosslmbwwsssstu4-158157](https://search.naver.com/search.naver?sm=tab_hy_top&where=nexearch&query=%EC%82%BC%EC%8B%9C%EC%84%B8%EB%81%BC+%EC%96%B4%EC%B4%8C%ED%8E%B8+2+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&oquery=%ED%92%80+%EB%9C%AF%EC%96%B4%EB%A8%B9%EB%8A%94+%EC%86%8C%EB%A6%AC+3+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4Sg2sprvTosslmbwwsssstu4-158157) (2023.06.11)

-풀 뜯어먹는 소리3 - 대농원시대 시청률, 닐슨코리아 제공.  
[https://search.naver.com/search.naver?sm=tab\\_hy\\_top&where=nexearch&query=%ED%92%80%EB%9C%AF%EC%96%B4%EB%A8%B9%EB%8A%94%EC%86%8C%EB%A6%AC+3+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&oquery=%EB%B0%94%EB%9D%BC%EB%8D%98+%EB%B0%94%EB%8B%A4+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4Si5dp0J1sssUwHBn8ssssssaw-119753](https://search.naver.com/search.naver?sm=tab_hy_top&where=nexearch&query=%ED%92%80%EB%9C%AF%EC%96%B4%EB%A8%B9%EB%8A%94%EC%86%8C%EB%A6%AC+3+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&oquery=%EB%B0%94%EB%9D%BC%EB%8D%98+%EB%B0%94%EB%8B%A4+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4Si5dp0J1sssUwHBn8ssssssaw-119753) (2023.06.11)

-바라던 바다 시청률, 닐슨코리아 제공.

[https://search.naver.com/search.naver?sm=tab\\_hy\\_top&where=nexearch&query=%EB%B0%94%EB%9D%BC%EB%8D%98+%EB%B0%94%EB%8B%A4+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&oquery=%EC%82%BC%EC%8B%9C%EC%84%B8%EB%81%BC+%EC%96%B4%EC%B4%8C%ED%8E%B8+2+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4ST4wp0J1sssUYbS0Vssss4V-025824](https://search.naver.com/search.naver?sm=tab_hy_top&where=nexearch&query=%EB%B0%94%EB%9D%BC%EB%8D%98+%EB%B0%94%EB%8B%A4+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&oquery=%EC%82%BC%EC%8B%9C%EC%84%B8%EB%81%BC+%EC%96%B4%EC%B4%8C%ED%8E%B8+2+%EC%8B%9C%EC%B2%AD%EB%A5%A0&tqi=i4ST4wp0J1sssUYbS0Vssss4V-025824) (2023.06.11)

귀하가 제출한 본 서면은 교육 목적의 교재 제작과 수업 자료 등으로 사용될 수 있습니다.

이에 대해 사용 승낙을 하시겠습니까?

예

아니오