

### 23. 다음 글의 주제로 가장 적절한 것은?

The primary purpose of commercial music radio broadcasting is to deliver an audience to a group of advertisers and sponsors. To achieve commercial success, that audience must be as large as possible. More than any other characteristics (such as demographic or psychographic profile, purchasing power, level of interest, degree of satisfaction, quality of attention or emotional state), the quantity of an audience aggregated as a mass is the most significant metric for broadcasters seeking to make music radio for profitable ends. As a result, broadcasters attempt to maximise their audience size by playing music that is popular, or — at the very least — music that can be relied upon not to cause audiences to switch off their radio or change the station. Audience retention is a key value (if not the key value) for many music programmers and for radio station management. In consequence, a high degree of risk aversion frequently marks out the ‘successful’ radio music programmer. Playlists are restricted, and often very small.

\* aggregate: 모으다    \*\* aversion: 싫어 함

- ① features of music playlists appealing to international audiences
- ② influence of advertisers on radio audiences' musical preferences
- ③ difficulties of increasing audience size in radio music programmes
- ④ necessity of satisfying listeners' diverse needs in the radio business
- ⑤ outcome of music radio businesses' attempts to attract large audiences

### 23. [출제 의도] 주제 추론

#### [해석]

상업적 음악 라디오 방송의 주된 목적은 청취자를 광고주와 후원자 집단에 인도하는 것이다. 상업적 성공을 달성하기 위해서는, 그 청취자는 가능한 한 대규모여야 한다. (인구 통계학적 또는 심리 통계학적 개요, 구매력, 관심 수준, 만족도, 주목의 질, 또는 정서 상태 같은) 다른 어떤 특성보다도, 집단으로 모인 청취자의 크기는 음악 라디오가 수익 목적으로 이바지하게 하고자 하는 방송 진행자에게 가장 중요한 측정 기준이다. 결과적으로 방송 진행자는 인기 있는 음악, 또는 – 적어도 – 청취자가 라디오를 끄거나 방송국을 바꾸게 하지 않을 것으로 믿기는 음악을 틀어 청취자의 규모를 극대화하려고 애쓴다. 청취자 보유는 많은 음악 프로그램 제작자에게, 그리고 라디오 방송국 경영진에 (유일한 핵심 가치는 아니더라도) 하나의 핵심 가치이다. 그 결과 높은 수준의 모험 회피는 흔히 ‘성공한’ 라디오 음악 프로그램 제작자를 구분 짓는다. 방송 목록은 한정되고 흔히 매우 적다.

#### [풀이]

상업적 음악 라디오 방송의 주된 목적이 대규모 청취자를 광고자에게 인도하는 것이므로, 방송업자는 청취자 보유를 핵심 가치로 삼아서 인기 있는 음악이나 청취자를 유지하는 음악을 방송하게 되고 방송 목록은 한정되게 된다는 내용의 글이다. 따라서 글의 주제로 가장 적절한 것은 ⑤ ‘음악 라디오 사업의 대규모 청취자를 끌어들이려는 시도의 결과’이다.

- ① 국제적 청중의 관심을 끄는 음악 방송 목록의 특징
- ② 광고주가 라디오 청중의 음악적 선호에 미치는 영향
- ③ 라디오 음악 프로그램에서 청중 규모 확대의 어려움
- ④ 라디오 사업에서 청취자의 다양한 요구를 충족시킬 필요성

#### [Words and Phrases]

primary 주된, 주요한 deliver 인도하다, 넘겨주다 sponsor 후원자 demographic 인구 통계학적인 profile 개요, 윤곽 metric 측정 기준 retention 보유, 유지 restrict 한정하다, 제한하다

