

TV 예능 프로그램의 연극적 기획 전략에 관한 연구 —『무한도전』, 『1박 2일』, 『런닝맨』을 중심으로

박상완*

1. 서론
2. 소통을 통한 유기체적 캐릭터의 구축
3. 현재성을 통한 공동체적 감각의 환기
4. 동행(同行)의 기획과 극적 체험의 이후
5. 결론

국문요약

이 글은 TV 예능 프로그램의 연극적 기획 전략을 살펴본 논문이다. 지상파 3사의 대표 예능 프로그램인 『무한도전』, 『1박 2일』, 『런닝맨』을 중심으로 TV 예능 프로그램이 어떻게 재미를 유발하고 시청자와의 교감을 실현하면서 의도된 목적과 효과를 달성하는지 살펴보았다.

TV 예능 프로그램의 캐릭터는 제작진과 출연진, 그리고 시청자의 소통이 누적되면서 만들어진다. 각각의 캐릭터에 적합한 극적 사건이 배치되고 이에 시청자가 호응을 함으로써 기존의 캐릭터가 강화되거나 새로운 캐릭터가 만들어진다. 여러 주체의 소통에 의해 캐릭터는 생성 · 변화 · 소멸하는 유기체적 존재라고 할 수 있다. 친숙한 캐릭터를 통해 시청자는 극적 상황을 지금 자신이 체험하고 있는 현실로 받아들인다.

* 충남대학교 국어국문학과 강사

예능 프로그램 속 허구의 세계를 자신과 분리된 별개의 것이 아닌, 동시 대의 우리가 함께 만드는 이야기로써 느끼게 되는 것이다. 이러한 동행의 느낌은 허구 세계로부터 이탈해 현실로 돌아왔을 때 제3의 효과를 만들어낸다. 『무한도전』의 문제적 현실 성찰, 『1박 2일』의 교양 정보 제공, 『런닝맨』의 관광 상품 개발과 같이 시청자는 한 편의 예능 프로그램을 자신의 일로 받아들임으로써 현실을 변화시키는 동력을 얻게 된다.

이처럼 TV 예능 프로그램은 교감을 통해 궁극적으로 관객의 내적 변화를 이끌어내는 연극적 속성을 전략적으로 활용, 재미와 웃음을 유발함과 동시에 시청자와 소통하고 현실에 대해 말 걸기를 시도하는 극예술이라 할 수 있다.

(주제어: 예능, TV 예능 프로그램, 기획, 『무한도전』, 『1박 2일』, 『런닝맨』, 교감, 캐릭터)

1. 서론

새벽부터 밤까지, 애국가가 시작하고 끝날 때까지 텔레비전에서는 무수히 많은 프로그램이 방송된다. 그 프로그램들은 시청자의 하루 사이클에 따라 적절히 안배되어 편성되고 상호 간에 영향을 주고받으며 존재한다. 가령 뉴스를 통해 현실의 이야기를 접한 시청자는 그 이후에 허구의 이야기인 드라마를 보게 된다.¹⁾ 이런 일련의 흐름(flow)에서 시청자는 긴장과 이완이라는 정서적 효과를 얻게 되며, 때에 따라서는 이러한 감응이 프로그램의 이데올로기적 효과로 이어지기도 한다.

TV 프로그램의 편성 방식에 주목했을 때, 오래 전부터 고정되어 이제

1) 레이먼드 윌리엄스, 박효숙 역, 『텔레비전론』, 현대미학사, 1996, 160쪽.

는 마치 처음부터 그려했던 것처럼 느껴지는 프로그램들이 있다. 뉴스나 드라마와 마찬가지로 지상파 기준 평일 저녁 11시, 주말 저녁 5시~8시 사이에 주로 방송되는 예능 프로그램이 그것이다. 고정된 시간대만큼이나 예능 프로그램은 탄탄한 시청층을 확보, 강한 영향력을 행사하고 있다. TV 프로그램 수출 현황에서 차지하고 있는 비중²⁾에서 알 수 있듯이 예능 프로그램의 문화산업적 가치는 결코 작지 않다.

실제로 TV 예능 프로그램의 인기와 파급력은 상상을 초월한다. 『무한도전』의 ‘토요일 토요일은 가수다’ 특집으로 인해 1990년대 가수들의 대표곡이 온라인 음원차트의 상위권에 위치했고, 『냉장고를 부탁해』 등의 요리 프로그램을 통해 세프들이 TV의 한 편을 차지했다. 『슈퍼스타 K』와 같은 오디션 프로그램은 전 세대에게 희망의 메시지를 던져주었고, 『런닝맨』의 출연진들이 정기적으로 갖는 해외 팬미팅에는 수십 만 명의 관객이 운집할 정도이며, 『1박 2일』 시즌 1 이후 캠핑 문화가 촉진되었다는 점은 누구나 인정하는 사실이다. 케이블 및 종합편성채널과 같은 방송 플랫폼의 변화와 통신매체의 발달로 인한 다채널 다매체 환경에서 예능 프로그램의 영향력은 더욱 커지고 있는 추세라고 할 수 있다.³⁾

2) 한국 TV 프로그램 수출 중 예능 프로그램은 전체의 38.7%(375만 달러)를 차지하고 있으며, 이는 드라마에 이어 2위이다(한국문화산업교류재단, 『2013 한류 백서』, 한국문화산업교류재단, 2014, 72쪽).

3) 물론 예능 프로그램의 성장이 긍정적인 것만은 아니다. 『아이리스』, 『추노』, 『공주의 남자』, 『감격시대』 등을 기획한 KBS 최지영 CP는, 2000년대 이후 많은 리얼 예능 프로그램에 아이돌이 출연하면서 K-POP이 활성화되기는 했지만 각종 TV 프로그램의 질적 하락과 방송 시장 환경의 왜곡을 야기한 명암이 존재한다고 지적했다. 예능 프로그램을 통해 해외 팬을 확보한 아이돌을 드라마의 극적인 맥락과 무관하게 출연시켜야만 하는 고충 같은 것이 대표적이다(최지영 CP의 인터뷰는 2012년 2월 29일 서울 여의도 KBS 별관에서 윤석진·박상완에 의해 이루어졌다). 이러한 관점을 곧이곧대로 받아들일 수는 없으나, 분명한 건 예능 프로그램의 영향력이 각종 사회문화적 현상의 원인이 될 정도로 이미 커졌다는 점이다.

예능 프로그램의 영향력이 커지면서 그에 대한 연구 또한 활발하게 이루어지고 있다. 다양한 전공 영역에서 이뤄진 선행연구를 종합적으로 살펴보면 대략 ‘포맷, 리얼리티, 한류, 교육, 자막’ 등의 키워드가 도출된다. 다양한 예능 프로그램의 포맷을 유형화하고 특성을 살펴본 연구,⁴⁾ 리얼 예능 프로그램의 특성에 관한 연구,⁵⁾ 예능 프로그램의 영향력을 한류와 같은 산업적인 측면에서 분석한 연구,⁶⁾ 청소년/외국인 교육과 연계시켜 살펴본 연구,⁷⁾ 그리고 예능 프로그램의 소통 기법으로써 자막을 분석한 연구⁸⁾가 그것이다.

-
- 4) 이창원, 「지상파 예능 프로그램의 다양성 변화 연구 : 포맷, 소재, 구성원 분류를 중심으로」, 고려대학교 석사학위논문, 2014; 노동렬, 「방송 예능프로그램 포맷의 진화」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제15집, 한국콘텐츠학회, 2015, 55~63쪽.
- 5) 신상기, 「텔레비전 예능의 대중문화적 함의 : 한국 지상파 텔레비전 리얼 버라이어티 쇼를 중심으로」, 동국대학교 박사학위논문, 2015; 김영만, 「리얼리티 예능 프로그램 포맷에서의 스토리텔링 구조에 관한 연구 : 〈무한도전〉, 〈1박 2일〉, 〈매밀리가 떴다〉 프로그램의 캐릭터 상호관계를 중심으로」, 『문화예술콘텐츠』 제2호, 한국문화콘텐츠 학회, 2008, 115~139쪽; 장용호 · 노동렬, 「리얼리티 예능 프로그램의 자기조직화에 관한 연구 : 〈1박 2일〉과 〈무한도전〉의 창의적 생산방식을 중심으로」, 『방송과 커뮤니케이션』 제11집 제2호, 문화방송, 2010, 39~90쪽; 조준상 · 은혜정, 「리얼리티 예능 프로그램연구 : 의사사회 상호작용 요인, 플로우 그리고 시청민족도를 중심으로」, 『언론과학연구』 제13집 제3호, 한국지역언론학회, 2013, 556~590쪽.
- 6) 하정함, 「중국내 포맷 수출한 한국 예능프로그램의 현황과 한류의 확장에 대한 영향」, 서울시립대학교 석사학위논문, 2015; 한정정 · 최철영, 「중국 예능 방송의 한류 영향 분석 연구」, 『만화애니메이션연구』 제35호, 한국만화애니메이션학회, 2014, 313~327쪽.
- 7) 문수경, 「예능 프로그램의 폭력성이 청소년의 폭력성에 미치는 영향 : 14-16세 청소년을 대상으로」, 한양대학교 석사학위논문, 2011; 풍리, 「예능프로그램을 활용한 한국 문화 교육 방안 연구 : 〈아빠, 어디가〉를 중심으로」, 경희대학교 석사학위논문, 2014.
- 8) 강미영, 「케이블방송 예능 프로그램 자막의 시각적 주의와 흥미요인에 관한 연구 : tvN 〈꽃보다 할배〉를 중심으로」, 공주대학교 석사학위논문, 2014; 조용선, 「TV 예능 프로그램 자막의 미학적 변화에 관한 연구」, 『한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집』 2013년 호, 한국엔터테인먼트산업학회, 2013, 44~49쪽; 이근우 · 이경아, 「국내 TV 예능(온라인)프로그램의 특징별 이미지와 자막의 유형이 미치는 영향」, 『정보디자인학연구』 제23집, 한국정보디자인학회, 2014, 109~120쪽.

하지만 예능 프로그램을 문학적 관점에서, 보다 구체적으로는 연극의 관습과 소통 전략의 측면에서 접근한 연구는 거의 없다. 연극이 전통 문학인 시나 소설과 다른 것은 ‘등장인물과 사건이 실제 무대 위에서 재현된다’는 데에 있다. 관객은 문자가 아닌 재현된 실재로써 작품을 체험한다. 무대 위에 펼쳐지는 이야기는 작가와 연출자, 그리고 배우에 의해 실체화된 허구의 세계다. 그러나 적어도 막이 내리기 전까지 관객에게 그것은 허무맹랑한 거짓말이 아닌 또 다른 현실로 받아들여지면서 그에 대한 체험은 능동적인 선택의 결과가 된다. 다시 말해 연극은 현실의 연장선에서 나를 극적 상황으로 던지는 총체적인 세계의 체험이다.⁹⁾

따라서 연극의 진정한 가치는 체험 이후에 발생한다고 해도 과언이 아니다. 웃음과 재미를 최적화된 형식으로 전달하고 시청자와 활발하게 소통함으로써 그 이상의 효과를 추구하는 것이 최근 예능 프로그램의 지향점¹⁰⁾이라고 할 때, 예능 프로그램은 웃음 이후에 관객으로 하여금 내적 변화를 이끌어내는 희극¹¹⁾의 한 형태라 할 수 있다. 특히 리얼 예능 프로그램의 경우, 시청자가 보는 것은 결국 개성적인 캐릭터로 분한 출연진과 그들이 만들어내는 이야기라고 할 수 있다. 즉 잘 짜여진 한 편의 연극을 본 뒤 다시 현실로 돌아왔을 때 극적 상황과 견주어 현실을

9) 주체 ‘나’가 온전히 극적 상황에 몰입/이탈하기 위한 관습(convention)이 존재하는 것도 그래서이다. 가령 공연 시작 10분 전부터 울리는 종소리, 암전과 공연이 끝난 후 커튼콜을 하는 것 등이 그것이다. 허구 세계를 상상적으로 재구성해야 하는 시나 소설과 달리 연극은 어디까지나 그것을 직접 체험하는 예술이기 때문에 그 체험의 핵심은 ‘나’의 단독성을 잠시 내려놓는 데에 있다. 존재하지 않았던 세계가 공연이 시작함과 동시에 만들어지고, 관객과 분리되었던 그 세계는 관객과 하나가 되어야 교감을 이룰 수 있다. 연극 관람, 허구 세계의 체험은 결국 나와 극적 상황과의 연결 고리를 만들어 그것을 내가 속한 세계의 일로 받아들이게 하는 과정이라는 점에서 다양한 관습을 만들어낸다.

10) 신형관 외, 『대세를 만드는 크리에이티브』, 자음과모음, 2015, 83쪽.

11) 양리 베르그송, 정연복 역, 『웃음 : 희극성의 의미에 관한 시론』, 세계사, 1998, 118쪽.

교정하는 내적 동기¹²⁾가 예능 프로그램의 시청자에게도 발생한다.

그러므로 본고에서는 재현된 실재의 체험, 그 과정과 결과를 연극적 기획 전략으로 보고 예능 프로그램을 살펴보고자 한다. 문화콘텐츠의 기획은 “장기간에 걸쳐서 작품의 미학적/산업적 가치를 만들어내는 계획 수립 및 구현 활동”¹³⁾이라고 정의된다. 즉 캐릭터를 통해 재미를 유발하고, 이로써 발생하는 친밀함이라는 정서를 바탕으로 시청자와의 교감을 실현해내는 예능 프로그램의 서사를 연극적 기획의 일환으로 보려는 것이다. 이는 곧 예능 프로그램의 인기와 소통 요인에 대한 탐구이자, 문화콘텐츠로서의 가치를 어떻게 함양할 수 있을지에 대한 예비적 고찰이라고 할 수 있다.

이를 위해 지상파 3사의 대표 예능 프로그램인 『무한도전』의 ‘끝까지 간다’ 편,¹⁴⁾ 『1박 2일』 시즌 3의 ‘당일치기 국보 전국일주’ 편,¹⁵⁾ 『런닝맨』의 ‘2015 신년 요리대전’ 편¹⁶⁾을 연구 대상으로 선정했다.¹⁷⁾ 이 3개 프로그램은 5~10년 동안 끊이지 않고 방송되고 있다는 점에서 한국의 대표 예능 프로그램이라고 평가해도 손색이 없다. 또한 케이블 및 종합

12) 양리 베르그송, 정연복 역, 『웃음 : 희극성의 의미에 관한 시론』, 세계사, 1998, 158쪽.
13) 박상완, 「텔레비전 드라마의 기획과 구현 전략—2010년대 초반 미니시리즈를 중심으로—」, 충남대학교 박사학위논문, 2015, 5~6쪽.

14) MBC, 『무한도전』, 제414 ~ 415회, 2015.2.7~2015.2.14.

15) KBS, 『1박 2일』, 제531 ~ 532회, 2015.3.29~2015.4.5. 이하 ‘국보 특집’.

16) SBS, 『런닝맨』, 제366 ~ 367회, 2015.2.15~2015.2.22. 이하 ‘요리 특집’.

17) ‘끝까지 간다’ 편은 ‘대한민국 평균 이하 여섯 남자들의 좌충우돌 도전’을 모토로 삼는 『무한도전』의 전복적 상상력을 바탕으로 한 현실 성찰(윤석진 · 박상완, 「김태호와 나영석 PD의 예능 프로그램 스토리텔링 비교—〈무한도전〉과 〈삼시세끼〉를 중심으로」, 『2015년 한국기호학회 추계 학술대회 논문집』, 한국기호학회, 2015, 88~90면 참조)이 잘 드러나고 있고, ‘국보 특집’ 편은 ‘아름다운 우리나라에서 여섯 남자가 떠나는 야생 로드 버라이어티’인 『1박 2일』의 기획 의도에 교양이라는 요소가 더해진 특별한 특집이며, ‘요리 특집’ 편은 ‘몸으로 직접 대한민국 대표 랜드마크를 소개’하고자 하는 『런닝맨』의 취지를 한류로 한층 발전시킨 특집이라는 점에서 연구 대상으로 선정했다.

편성채널의 예능 프로그램이 특정 시청층을 겨냥한 타깃형 프로그램인데 비해 이들 프로그램은 보다 폭넓은 시청층을 대상으로 만들어지는 지상파 프로그램이라는 점¹⁸⁾에서 이들의 연극적 기획을 살펴보는 것은 대중적인 소통 전략의 본질과 가치를 함께 구명하는 작업이 될 것이다.

2. 소통을 통한 유기체적 캐릭터의 구축

『무한도전』, 『1박 2일』, 『런닝맨』 이상 3편은 정도의 차이는 있으나 리얼리티를 전면에 내세운 예능 프로그램이라는 점에서 교집합을 이룬다. 이러한 리얼 예능 프로그램은 등장인물의 성격을 통해 벌어지는 사건과 이야기로부터 공감과 웃음을 유발한다는 점에서 캐릭터 구축이 작품의 일차적인 성패를 결정짓는다.¹⁹⁾ 캐릭터는 예능 프로그램을 하나의 극으로 만드는 가장 기본적인 요소이며, 이로부터 가능해지는 다양한 스토리텔링은 시청자와의 교감을 이뤄내는 근간이 된다.

리얼 예능 프로그램의 캐릭터에 대한 연구는 대체적으로 코믹한 캐릭터의 유형화, 별명과 같은 제작진의 개입, 배우 이미지와 현실의 접점 등의 측면에서 이루어졌다. 즉 예능 프로그램이 하나의 상황극(roll-play)이라는 점을 전제로 각 캐릭터의 구축 원리²⁰⁾를 살펴본 것이다. 문제는 이러한 기준 연구가 예능 프로그램을 전적으로 제작진에 의해 만들어진

18) 윤석진, 「한국 텔레비전드라마 장르 유형에 관한 시론(試論)」, 『한국문학이론과 비평』 제67집, 한국문학이론과 비평학회, 2015, 287쪽.

19) 김영성, 「TV 리얼 버라이어티 쇼 〈무한도전〉의 스토리텔링 연구」, 한남대학교 박사 학위논문, 2014, 36쪽.

20) 김남일, 「텔레비전 오락 프로그램에서 웃음유발의 정치성」, 『한국방송학보』 제22집 제6호, 한국방송학회, 2008, 22~29쪽.

결과물, 다시 말해 수용자의 참여와 틈입이 배제된 완결된 작품으로 보고 있다는 점이다. 시청자와의 소통이 예능 프로그램의 핵심 모토로 존재하는 현실에서 캐릭터를 오직 제작진의 창조물로만 제한시키는 것은 문제가 아닐 수 없다.

일반적으로 예능 프로그램의 캐릭터는 풍자극과 마찬가지로 ‘주도자, 희생자, 협조자’의 세 유형으로 이루어진다. 상황을 조율하는 좌장 역할의 주도자, 조롱과 공격의 대상이 되는 희생자, 그리고 희생자에 대한 공격을 실행하는 협조자가 그것이다.²¹⁾ 물론 이 유형은 상황에 따라 역전되거나 새롭게 구축되기도 한다. 가령 희생자였던 한 캐릭터가 다른 분야에서 두드러지는 능력을 보일 경우, 적어도 그와 관련된 상황에서 그는 주도자, 혹은 협조자의 역할을 수행하게 된다. 캐릭터 상호 간의 역학관계가 끊임없이 조정되면서 매번 새로운 상황과 웃음이 발생하게 된다.

이러한 캐릭터 변수는 제작진의 산물이 아니다. 그렇다고 출연진에 의한 결과물, 이를 테면 정해진 대본이 없는 상태에서 즉흥적으로 이루어지는 문자 그대로 리얼의 결과물이라고 볼 수도 없다. 제아무리 리얼리티 프로그램이라 하더라도 정해진 대본이 있고 사전에 상황을 계산해 연출한다는 점은 상식이다.²²⁾ 예능 프로그램의 캐릭터는 제작진이 만든

21) 캐릭터에 의한 상황극을 중시하는 『무한도전』의 경우 대부분의 상황극은 유재석(주도자)이 상황을 개시하면, 정준하와 박명수(희생자)가 나이 어린 하하·노홍철(협조자) 등에 의해 공격을 받고, 정형돈이 희생자, 또는 협조자에 위치하면서 유재석에 의해 종결되는 방식으로 구성된다. 상대적으로 캐릭터의 정형성이 약하기는 하지만 『1박 2일』과 『런닝맨』도 이 기본적인 틀에서는 크게 벗어나지 않는다.

22) 제작진은 대본이 없이 이루어지는 리얼한 상황임을 강조하고, 시청자 또한 그것이 꾸며진 리얼 상황임을 이미 알고 있다. 하지만 이러한 암묵적인 동의가 깨질 경우 리얼리티 프로그램에 대한 비난이 발생하기도 한다. 예를 들어 2013년 2월 『정글의 법칙』은 오지가 아닌 관광지에서, 제작진이 꾸며놓은 상황 안에서 출연진이 진짜처럼 연기를 했다는 점 등에서 시청자의 비난을 받기도 했다(허설희, 〈열정까지 거짓이라〉 '정글의 법

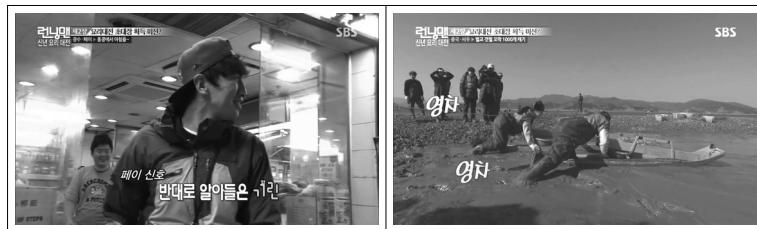
대본에 출연진의 활약이 더해지고, 이에 시청자가 호응하며, 그 반응이 다시금 제작진에게 감지되어 캐릭터의 개성이 이후의 방송에서 더욱 강화되는 일련의 과정이 누적되면서 만들어지는 결과물이라 할 수 있다.

이처럼 예능 프로그램의 캐릭터는 점진적으로 구축된다. 애초부터 제작진이 출연진의 이미지를 고려해 특정 캐릭터를 염두에 두고 개발시켜 만든 사례²³⁾도 있으나, 텔레비전을 통해 연속 방송된다는 매체성을 염두에 두었을 때 예능 프로그램의 캐릭터는 제작진·출연진·시청자의 소통으로써 점진적으로 만들어지는 역사적인 존재라 할 수 있다. 예능 프로그램의 캐릭터가 웃음을 유발하고 공감을 이끌어낼 수 있는 이유 또한 바로 그들이 우리의 참여에 의해 구체화된 산물이기 때문이다. 따라서 실시간으로 이루어지는 캐릭터의 생성과 변화는 시청자와의 소통을 추구하고 그 이상의 효과를 창출하고자 하는 예능 프로그램의 기획 의도가 드러나는 단초라 할 수 있다.

『런닝맨』 '요리 특집'은 일곱 명의 멤버가 각각 게스트와 짹을 이뤄 요리 재료를 구하는 등의 미션을 수행, 최종적으로 요리 대결을 펼쳐 우승자를 가리는 내용의 에피소드이다. 출연진이 개별적으로 미션을 수행하기 때문에 그 과정에서 캐릭터의 차별성이 매우 두드러진 사례라 할 수 있다.

23) 조작논란이 남긴 것), 뉴스엔미디어, http://www.newsen.com/news_view.php?uid=201302140806432210, 2015년 12월 8일 최종검색).

23) 홍연수, 「리얼 예능프로그램 출연자들의 인상학적 이미지와 캐릭터 이미지의 상관성에 관한 연구 : 무한도전, 1박2일, 런닝맨, 남자의 자격을 중심으로」, 『한국영상학회 논문집』 제11집 제2호, 한국영상학회, 2013, 145~158쪽.



〈장면 1〉

〈장면 2〉

〈장면 1〉과 〈장면 2〉는 허점투성이면서도 엉뚱한 배신을 곧잘 하는 이광수, 뛰어난 체력을 바탕으로 능력자라는 별명이 있는 김종국의 캐릭터가 강조되는 부분이다. 〈장면 1〉은 이광수가 식당 주인과 가위바위보를 해 이겨야 음식을 먹을 수 있는 상황에서 실수를 저질러 승부에서 지는 모습, 〈장면 2〉는 김종국이 자신과는 정반대로 체력이 부족한 게스트와 함께 오직 육체적인 노력이 필요한 미션을 수행하는 모습이다.

이처럼 『런닝맨』에서는 각각의 캐릭터를 형상화하기 위해 기준에 구축된 이미지를 반복 활용하고 거기에 걸맞은 사건과 상황을 부여한다. 꼼수를 쓰는 것이 특기인 이광수에게는 제작진이 꼼수를 눈치 채기 힘든 외국이라는 설정이, 몸을 쓰는 것이 특기인 김종국에게는 정반대 속성의 게스트가 배치된다. 이와 같이 『런닝맨』의 경우 캐릭터의 개성이 드러나도록 의도적으로 상황을 연출하고, 출연진은 그에 부합된 행동을 하면서 기준 캐릭터를 더욱 강화하는 양상을 보인다.

『무한도전』 '끝까지 간다' 특집은 제작진이 제시한 상금을 두고 출연진이 경쟁하는 추격전의 형식으로 꾸며진 에피소드이다. 상자를 열어 상금을 획득한다는 동일한 목적을 두고 다섯 명의 멤버는 저마다의 방식으로 경쟁한다.



〈장면 3〉

〈장면 4〉

〈장면 3〉과 〈장면 4〉는 예의가 바르고 착한 국민 MC 유재석과 늘 당하기만 하는 어수룩한 정준하의 캐릭터를 엿볼 수 있는 부분이다. 제작진은 자막을 통해 이 장면에서 강조하고자 하는 캐릭터의 개성을 직접적으로 드러내고 상황을 지켜보는 시청자의 반응 역시 이와 크게 다르지 않게 된다.

여기서 중요한 건 이러한 캐릭터의 구축 방식이 다른 사람을 희생시켜야만 상금을 얻을 수 있다는 ‘끝까지 간다’ 편의 룰과 관계되면서 변화의 가능성을 내포하고 있다는 점이다. 이 편에서 상금은 최종 우승자를 제외한 다른 멤버의 출연료로 조성된다. 즉 이기심을 매개로 한 특집인 셈이다. 때문에 〈장면 3〉은 기존 유재석 캐릭터의 착한 인성이 반복/강화되는 것임과 동시에 그 인성이 특정 상황 안에서는 어떻게 이기적인 면모로 뒤바뀌는지를 보여주기 위한 복선 기능도 한다. 경쟁이 치열해 질수록 유재석 또한 다른 멤버들과 마찬가지로 상금을 독차지하기 위해 온갖 속임수를 쓴다. 실제 현실과 허구 세계가 교호하면서 유재석이라는 하나의 기호가 갖는 의미가 이전과 연속성을 이루기도 하고 외려 역설이 되기도 하는 것이다. 마찬가지로 〈장면 4〉는 추격전 포맷이 수차례 반복되면서 정준하의 캐릭터가 바뀌어가고 있음을 보여준다. 이전의 추격전에서 늘 속이기 쉬운 바보로 존재했던 정준하가 이제는 제법 머

리를 쓰면서 무시 못 할 인물이 되어가는 변화 과정이 그려지고 있다. 이처럼 『무한도전』에서는 기존에 구축된 캐릭터를 반복하는 한편 변화시키기도 한다.

『1박 2일』에서는 새로운 캐릭터의 생성 가능성을 엿볼 수 있다. ‘국보 특집’은 여섯 명의 출연진이 두 팀으로 나뉘어 하루 동안 전국의 국보를 찾아가면서 펼치는 대결을 담고 있고 멤버들은 저마다의 방식으로 게임에 임한다.



〈장면 5〉

〈장면 6〉

두 팀이 전국의 국보를 찾아가 퀴즈를 풀고 최종 대결의 승패가 걸린 업전을 받는다는 것이 룰이다. 〈장면 5〉는 다른 팀원들과 다르게 이동 중에 꼼꼼히 국보에 관련된 공부를 하는 차태현의 모습이고, 〈장면 6〉은 퀴즈 풀이에 전혀 도움이 되지 않았던 김준호가 MC를 맡았던 옛 기억을 떠올려 정답을 맞히는 모습이다.

각각 10년과 5년이라는 긴 방송 역사를 지니고 있는 『무한도전』, 『런닝맨』과 달리 위에 제시한 『1박 2일』 시즌 3는 채 2년이 되지 않았다. 그만큼 『1박 2일』의 경우 개성적인 캐릭터가 구축되어가는 과정이라고 할 수 있고, 위 장면을 통해 새로운 캐릭터가 어떻게 만들어지는지 확인할 수 있다. 배우 출신으로 예능 프로그램의 고정 출연이 처음인 차태현

에게 그전까지 부여된 이미지는 ‘불운의 아이콘, 다동이 아빠, 차태평, 차귀찮’²⁴⁾ 등이었다. 그러나 이 편에서는 다른 출연진과 다르게 열심히 공부하는 모습이 부각되면서 ‘성실힘’이라는 새로운 속성이 추가된다. 이에 따라 차태현에게는 늘 사람 좋은 웃음을 보여주지만 그 안에는 누구보다 노력하는 사람이라는 면모가 덧붙여지면서 새로운 캐릭터와 별명이 생길 가능성이 발생한다. 물론 반대로 이런 노력에도 불구하고 여전히 복불복에서 늘 실패하는 불운의 아이콘이라는 면모가 강화되기도 된다. 마찬가지로 〈장면 6〉을 통해서는 ‘얍쓰’라는 별명처럼 늘 꼼수를 부리는 김준호의 캐릭터가 다소간 변형된다. 오래 전에 맡았던 프로그램에서의 퀴즈를 잊지 않고 있다는 점이 드러나면서 역시 뛰어난 개그맨이 되기 위해 누구보다 노력하는 사람이라는 점이 부각된다. 『1박 2일』 안에서 그는 웃음을 위해 ‘얍쓰’가 되지만, 그러한 행동이 오히려 대중 앞에서 슬퍼도 웃어야만 하는 희극적 숙명을 드러내면서 김준호의 캐릭터는 새롭게 변화할 동력을 얻게 된다.

예능 프로그램의 캐릭터는 일차적으로 제작진에 의해 극적인 상황과 사건이 설정되면서 만들어진다. 그런데 이를 출연진이 소화하면서 애초에 의도했던 개성이 드러나기도 하지만 때로는 새로운 개성이 부각되기도 한다. 시청자가 보는 것은 제작진의 의도가 아니라 그것이 출연진에 의해 형상화된 캐릭터이다. 즉 극적인 사건 속에 놓여 그 자신의 개성을 발산하는 캐릭터를 통해 재미를 느끼게 되고, 이러한 반응은 다시금 제작진에 의해 포착되면서 이후에 설정의 토대가 된다. 또한 시청자가 반응을 보였던 캐릭터를 어떻게 활용하느냐에 따라 극적인 사건 역시 취

24) 임의택 · 윤성혜, 「한국 리얼리티 예능 프로그램 포맷에서의 스토리텔링과 음악의 상관관계 연구」, 『한국고등직업교육학회논문집』 제15집 제3 · 4호, 한국고등직업교육학회, 2014, 110쪽.

사선택된다.

이는 예능 프로그램의 캐릭터가 고정된 것이 아니라 언제나 생성·변화·소멸의 과정에 놓여있는 유기체적 존재라는 점을 의미한다. 그 어떤 예능 프로그램도 변화하지 않고서는 시청자와 지속적으로 교감할 수 없다. 그런 점에서 유기체적 캐릭터의 구축은 끊임없이 변모함으로써 시청자와 소통하고자 하는 예능 프로그램의 소구 전략이 드러나는 부분이라 할 수 있다. 시청자는 캐릭터가 새롭게 만들어지고, 강화되고, 다시 새로운 모습으로 변화하는 역사적인 순간에 함께 참여하게 된다. 이로써 시청자와 허구 세계 사이의 간극은 사라지고, 그에 비례해 친밀함의 정서는 더욱 강화된다.

3. 현재성을 통한 공동체적 감각의 환기

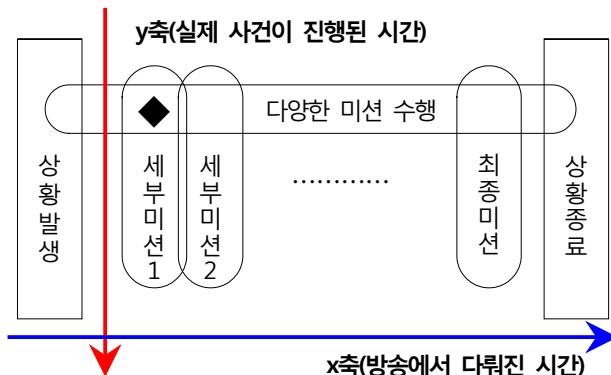
개성적인 캐릭터와 극적인 사건의 결합을 통해 한 편의 연극처럼 만들어진 예능 프로그램은 한 걸음 더 나아가 시청자가 허구 세계를 지금 여기 나의 일로 느끼게끔 다양한 장치를 마련한다. 앞 장에서 살핀 캐릭터 구축이 친밀감을 형성하기 위한 전략이었듯 지성적인 존재인 수용자²⁵⁾와 공감대를 형성하지 못하는 극은 실패할 수밖에 없다. 토크쇼와 같은 포맷이 급격히 쇠퇴한 것이 이를 방증한다.²⁶⁾ 반대로 시청자에게

25) 양리 베르그송, 정연복 역, 『웃음 : 희극성의 의미에 관한 시론』, 세계사, 1998, 15쪽.

26) 『서세원쇼』, 『이홍렬쇼』와 같이 1인 MC와 게스트의 대화로 구성된 기존의 토크쇼는 시청자가 참여할 수 없는 구성을 취한다. 시청자가 철저히 그들의 이야기를 경청하는 방식이기 때문에 이러한 전통적인 토크쇼는 2013년 종영된 『무릎팍도사』 이후 현재는 거의 찾아볼 수 없으며, 『라디오스타』, 『해피투게더』와 같이 다소 변형된 형태로만 남아 있다.

자신의 일인 것처럼 느껴지는 리얼 예능 프로그램의 경우, 바로 그들의 반응이 투영된 캐릭터와 현재성의 담보를 통해 시청자와 보다 폭넓은 교감을 이루고 그 이상의 효과를 발생시킬 수 있게 된다.

『무한도전』, 『1박 2일』, 『런닝맨』과 같은 예능 프로그램은 매회 하나의 공동 목표를 설정하고 그것을 단계적으로 수행해가는 구조로 이루어져 있다. ‘끝까지 간다’는 최종 상금을 얻기까지 10번 상자를 열 수 있도록 짜여있고, ‘국보 특집’은 전국의 국보를 차례대로 찾아가 퀴즈를 맞히고 엽전을 더 많이 획득하는 방식, ‘요리 특집’은 최종 요리 대결을 위해 멤버별로 재료를 구하고 요리 비법을 전수받는 방식으로 구성되어 있는데 이를 그림으로 표현하면 다음과 같다.



〈그림 1〉 리얼 예능 프로그램의 서사 구성

위의 그림에서 x축은 방송의 시작과 끝, 즉 한 편의 작품이 갖는 물리적인 시간을 의미하고, y축은 각 캐릭터에 의해 계속해서 별도의 상황이 만들어지면서 실제로 사건이 벌어지는 시간을 의미한다. 모든 멤버들에게 요구되는 공통의 최종 미션이 존재하기 때문에 전체 서사는 이를 수

행하고 승자를 가리는 방향으로 진행된다.(x축 방향) 그리고 그 과정에서 제작진이 마련한 단계별 미션을 멤버들이 자신의 캐릭터에 맞게 수행하면서 자연스럽게 별도의 서사가 구성된다.(y축 방향) 멤버들이 세부 미션을 수행하는 방식에 따라 캐릭터 각각의 서사는 중첩되기도 한다.

여기서 중요한 건 ◆표시 부분, 즉 시작에서 끝까지 정해진 전체 서사의 흐름에서 캐릭터가 세부 미션을 어떻게 수행하느냐에 따라 별도의 서사가 만들어지는 부분이다. 이 분기점을 어떻게 그려내느냐에 따라 세 작품은 서로 다른 방식으로 현재성을 확보하게 된다.

『런닝맨』 '요리 특집'은 '오프닝(멤버와 게스트의 만남) → 재료 획득 → 비법 전수 → 최종 미션(요리 대결)'으로 구성된다. 세부 미션을 일곱 명의 멤버가 별도로 수행하고, 최종 미션에 이르러서야 모든 출연진이 한자리에 모이게 된다. 이때 각 멤버들이 세부 미션을 수행하는 과정은 병렬적으로 그려진다. 어느 한 멤버에게 비중을 실지 않고 방송 시간마저 균등하게 배분하며, 무엇보다 이들이 한날한시에 동일한 미션을 수행하고 있다는 점을 강조한다.

하지만 실제로 멤버들은 서로 다른 공간과 시간에서 세부 미션을 수행하고 있고²⁷⁾ 소요되는 시간도 모두 다르다. 이들이 지금 동일한 조건에서 공평한 경쟁을 하는 것 같은 느낌을 만들어내기 위해 아래와 같은 자막이 삽입된다.

27) 지석진(충남 태안), 허하(제주도 내륙), 송지효(제주도 해안), 유재석(강원 정선), 김종국(전남 벌교), 개리(태국 방콕), 이광수(홍콩).



〈장면 7〉

〈장면 8〉

일곱 명의 멤버와 일곱 명의 게스트가 한날한시에 미션을 수행한다는 것은 현실적으로 불가능한 일이다. 설령 그렇다 하더라도 여기서 제작진이 의도하는 것은 마치 육상경기처럼 멤버들이 동일한 조건 하에서 미션을 수행하고 있다는 느낌을 주는 것이다. 즉 현재 시청자가 보는 상황이 짜여진 각본에 의해 연출된 것이 아니라 방송 1~2주 전 주변의 익숙한 어느 곳에서 벌어진 진짜 상황이라는 점, 더불어 그 시간 또 다른 곳에서는 다른 멤버가 같은 미션을 수행한다는 점을 강조한다.

따라서 시청자는 각 멤버들의 서사를 병렬적으로 보면서 마치 이들이 레이스를 펼치듯 동시에 경쟁을 하고 있다는 착각을 일으키게 된다. 이런 효과는 제목 런닝맨에서 느껴지듯 극적 상황과 시청자를 심리적으로 합일시키기 위함이다. 단순히 멤버들이 주어진 미션을 어떻게 수행하느냐를 보여주는 것에 그치지 않고, 그 과정을 시청자가 함께 하고 있는 것처럼 느끼도록 실제 사건이 진행된 시간과 방송에서 다뤄진 시간을 일치시킨다.²⁸⁾ 이는 서로 다른 일곱 개의 극적 시간을 하나로 묶음으로써 극적 상황의 현재성을 환영적으로 일으키는 편집 기법²⁹⁾이다.

28) 이는 story time과 discourse time의 관계와 유사하다(시모어 채트먼, 최상규 역, 『원화와 작화』, 예림기획, 1998, 80쪽 참고).

29) 시청각 매체인 텔레비전은 비가시적 요소인 감각을 날 것 그대로 전달할 수 없다. 시청자의 입장에서는 텔레비전을 통해 보고 듣는 것에서 언제나 결핍을 느낄 수밖에 없다. 때문에 예능 프로그램에서의 편집은 이러한 결핍의 감각을 최소화하고 시청자

이에 반해 『무한도전』과 『1박 2일』은 제작진이 설정한 세부 미션의 규칙 자체가 상대적으로 느슨한 편이다. 최종 미션을 향해 멤버들이 자유롭게 행동하도록 놔두고, 그만큼 높아진 자유도로부터 일탈이 생기지 않도록 세부 미션을 최소한의 규칙 삼아 설정한다고 할 수 있다. 따라서 이 두 작품에서는 시청자가 보다 직접적으로 개입할 여지가 생긴다. 『런닝맨』의 경우 극적 상황과 시청자 사이의 관계가 시간 편집을 통해 조율되면서 함께 하고 있다는 환영의 효과를 만들어낸다면, 이 두 작품은 시청자를 작품 안으로 끌어들이는 보다 적극적인 소통 방식으로 현재성을 강화한다.

먼저 『1박 2일』은 전국의 명소를 찾아간다는 포맷 자체부터 시청자와의 만남을 전제로 하고 있다. 또한 명소에서 행해지는 미션 중 상당수를 시민과 함께 하는 게임으로 구성해 극적 재미와 참여성을 높인다.³⁰⁾ 멤버들이 작품 안에서 만나는 시민은 결코 시청자와 다른 존재가 아니기 때문에 이는 극적 상황이 마치 나의 일로 느껴지는 효과를 발생시킨다. 반면 『무한도전』은 정해진 포맷이 없기 때문에 해당 특집의 성격에 따라 시청자의 참여도에 다소간 차이가 있다. 가령 '무한상사' 시리즈에서는 시청자의 참여가 이루어지지 않지만, 시청자의 선택에 따라 향후의 전개가 결정된 '2015 특별기획전'과 같은 경우는 시청자의 참여를 적극적으로 시도한 사례이다.

『1박 2일』 '국보 특집'은 게임과 같은 시청자 참여가 활발하게 이루어진 편은 아니다. 애초에 설정된 최종 미션과 세부 미션 그 어디에도 시청자와 함께 할 수 있는 부분이 없었기 때문이다. 하지만 『1박 2일』이라

를 최대한 빼르게 극적 상황 안으로 유도하는 것을 최우선으로 삼는다(김은영, 『예능은 힘이 세다』, 에쎄, 2011, 141쪽).

30) 김윤희, 「리얼 버라이어티 쇼 프로그램의 스토리텔링 연구 : 〈무한도전〉, 〈1박 2일〉, 〈남자의 자격〉을 중심으로」, 경희대학교 박사학위논문, 2014, 136~145쪽 참고.

는 예능 프로그램 자체가 일상적인 여행을 콘셉트로 한다는 점에서 시청자와의 교감은 결코 포기할 수 없는 부분이다. 때문에 ‘국보 특집’에서는 다음과 같은 장면을 통해 시청자의 현재적 감각을 일깨운다.

〈장면 9〉는 김준호, 차태현, 김종민으로 구성된 파랑팀의 전체 이동 경로를 보여주는 장면이다. 총 585km에 이르는 ‘서울 → 청주 → 아산 → 전주 → 부산’까지의 여정이 지도 위에 표현되고 있다.



〈장면 9〉

이 장면은 일차적으로 『1박 2일』의 기본 취지인 여행 정보를 제공하는 기능을 한다.

중요한 건 〈장면 9〉에 그려진 멤버들의 이동 과정이 여과 없이 시청자에게 전달된다는 점이다. 『런닝맨』의 경우 세부 미션과 세부 미션 사이의 이동 과정은 대부분 생략되지만, 『1박 2일』에서는 멤버들의 이동 모습이 매우 비중 있게 그려진다. ‘국보 특집’에서 빨강팀에 비해 훨씬 더 많은 이동을 한 파랑팀의 경로만 위와 같이 표현된 것도 그래서이다. 마지막으로 찾아가야 할 국보가 부산 소재 조선왕조실록으로 결정되면 서 전주에서 부산, 다시 부산에서 서울로 복귀하는 긴 여정이 설정된다. 출연진은 물론 제작진도 예상치 못한 사태에 당황하고 설상가상 KTX를 준비하지 못해 온전히 차로만 이동해야 하는 상황이 벌어진다. 6시간이 넘는 긴 이동시간 동안 멤버들은 녹초가 되고, 그 와중에 벌어지는 소소한 에피소드들(김준호와 김종민의 용변 문제 등)이 빠짐없이 그려진다.

또한 이동 중에 두 팀의 멤버들은 라디오 생방송에 전화로 출연하기도 한다. 미리 설정된 상황 하에서는 시청자와 만날 수 없게 되자 즉흥적으로 시청자와의 소통을 추구하는 것이다. 이처럼 이동 과정이 비중

있게 다루지고 그 안에서의 일들이 하나의 극적 사건으로 발전하면서 시청자는 일요일 저녁 TV를 통해 다른 사람의 여행을 보고 있음에도 마치 내가 그들과 함께 여행을 하고 있는 것 같은 느낌을 받게 된다. 그들은 나의 의도가 반영된 친밀한 캐릭터이기 때문에 그들이 겪는 사건들이 또 다른 내가 체험하고 있는 현실로 받아들여지는 것이다.

『무한도전』 '끝까지 간다' 특집은 세 작품 중 기획 취지부터 돌발 변수 까지 시청자의 참여를 가장 열어놓은 사례라 할 수 있다. 먼저 이 작품은 최종 상금을 제작진이 출연진에게 주는 보너스라고 설정하면서 시작된다. 13월의 보너스라 불리는 연말정산을 떠올리게 하는 설정을 통해 시청자와의 공감대를 미리 기저에 배치하는 것이다. 본격적인 이야기가 시작되면 '상자를 한 번 여는 것'이라는 세부 미션을 위해 다섯 명의 멤버들이 도심 한복판에서 경쟁적으로 각자의 서사를 만들어내기 시작한다. (<그림 1>의 ◆)³¹⁾ 한 멤버가 상자를 차지해 도주하면 다른 네 명의 멤버가 그를 쫓아 상자를 빼앗는 과정이 반복된다. 이 과정은 서울 시내 곳곳에서 동시다발적으로 벌어지기 때문에 제작진이 예상하지 못했던 변수가 발생하고 이때 시청자의 틈입이 이뤄진다.



〈장면 10〉

〈장면 11〉

31) 이러한 구조는 상호 대립적으로 보이지만 실상은 게임의 법칙 하에 출연진을 적절하게 배치시킴으로써 공동체적 효과를 강화시킨다(김은영, 『예능은 힘이 세다』, 애씨, 2011, 75쪽).

상자를 가진 멤버는 추격을 따돌리기 위해 주변의 시민들에게 도움을 청한다. 〈장면 10〉은 대학로에서 박명수가 와플 가게 주변 사람의 도움을 받는 모습, 〈장면 11〉은 하하가 택시기사의 도움을 받는 모습이다. 멤버들이 시민에게 도움을 청하는 것은 애초에 계획되지 않은 일이다. 〈그림 1〉의 x축이 진행되는 가운데 멤버들이 y축을 스스로 구성해나가면서 발생하는 돌발 변수라고 할 수 있다.

흥미로운 것은 이런 멤버들의 부탁을 시청자들이 결코 거절하지 않고, 심지어 먼저 나서기까지 한다는 점이다. 방송 당시 위의 장면들은 다른 멤버들의 부탁과 협박에도 불구하고 처음 멤버와의 약속을 끝까지 지키는 시민들의 뚜심 있는 모습으로 화제가 되기도 했다. 또한 종로 인근에서 벌어지는 첫 추격 장면에서 시민들은 멤버들에게 도망 간 멤버가 어디로 갔는지 알려주는 등 능동적으로 추격전에 참여한다. 앞의 두 작품이 시청자와의 소통 창구를 열어놓는 방식이라면 ‘끝까지 간다’ 특집은 오히려 시청자의 참여가 있어야만 완성될 수 있는 서사³²⁾라고 할 수 있다.

『런닝맨』 ‘요리 특집’이 미션이 동시적으로 진행되는 것 같은 환영적 효과를 통해 현재적 감각을 일으킨다면, 『1박 2일』 ‘국보 특집’은 이동 과정에 초점을 맞춤으로써 극적 세계와 시청자 간의 동일성을 높인다. 한편 『무한도전』 ‘끝까지 간다’ 특집은 애초부터 시청자를 서사의 한 주체로 놓고 극적 상황과 현실의 경계를 지워버린다. 방송에 보이는 극적 상황이 바로 얼마 전 내가 직접 보고 겪은 일이 되는 것이다.

이러한 다양한 방식은 다시금 리얼(real)이라는 키워드로 압축된다. 세 작품을 비교했을 때 사전적 의미에서의 가공되지 않은 진짜, 즉 리얼에 가장 가까운 것은 『무한도전』이라 할 수 있다. 하지만 『런닝맨』의 편

32) 정덕현, 『다큐처럼 일하고 예능처럼 신나게』, 중앙북스, 2014, 184쪽.

집, 『1박 2일』의 정서적 교감 또한 리얼리티를 확보하는 한 방식이라 할 수 있을 것이다. 이는 리얼리티가 단순히 사실성의 측면, 즉 사전 대본이 없다는 관점에서 접근할 수 없음을 상기시킨다. 애초에 리얼 예능 프로그램이 내세우는 ‘리얼한 상황’이라는 것 자체의 취지가 극적 상황과 시청자 간의 거리를 좁히고 공감을 일으키는 데³³⁾에 있기 때문에 이때의 리얼리티는 한마디로 말해 이야기를 지금 여기 우리의 일로 받아들이는 공동체적 감각의 구현이라고 할 수 있다.

연극에서의 공동체적 감각은 관람을 통해 세계 내적 존재인 자아와 자아의 총체인 세계를 비교함으로써 내적 변화를 이끌어내는 맥거름이다.³⁴⁾ 마찬가지로 예능 프로그램이 보여주는 것이 나와 무관한 그들만의 이야기라면 그것은 단지 한번 즐기고 잊히는 일회성 오락이 될 것이다. 하지만 리얼 예능 프로그램에서 추구하는 현재성은 끊임없이 극적 상황이 결코 연예인들에 의해 만들어진 허구가 아니라 우리 자신의 이야기라는 점을 강조한다. 이는 결국 작품의 기획 의도에 의해 의도적으로 계산된 전략이라 할 수 있다. 각각의 예능 프로그램은 만들어진 목적이 있고 가장 핵심적으로 추구하는 결과가 있다. 이것을 달성하기 위해 각각의 캐릭터를 구체화하고, 이들의 행동과 시청자 간의 거리를 좁힘으로써 최종적으로는 현실적인 동력을 얻게 된다. 문화콘텐츠로서 기획의 목적, 즉 효과가 실현되기 시작하는 것이다.

33) 김은영, 『예능은 힘이 세다』, 에쎄, 2011, 145쪽.

34) 김용수, 『연극이론의 탐구 : 대립적인 시각들의 대화』, 서강대학교 출판부, 2012, 406~409쪽 참고.

4. 동행(同行)의 기획과 극적 체험의 이후

연극의 관객은 무대 위에 펼쳐지는 허구 세계를 체험하고 막이 내림과 동시에 현실로 돌아온다. 마찬가지로 개성적으로 구축된 캐릭터들과 그들이 벌이는 다양한 사건들이 끝나게 되면 시청자는 본래의 현실로 되돌아온다. 현실 세계는 방송 전이나 후나 변하지 않았다. 하지만 시청자의 현실, 시청자라는 주체의 입장에서 바라보는 현실은 변했다. 현실과 유사한 또 다른 세계를 체험함으로써 시청자의 정체성이 방송 전과 후가 달라졌기 때문이다.³⁵⁾

처음 시청자는 어디까지나 단독자로서 예능 프로그램을 접한다. 무대와 객석, 배우와 관객이 분리되어있듯 프로그램이 시작하기 전까지 시청자는 독립된 상태다. 그러나 방송이 시작되면 시청자와 예능 프로그램 안 허구 세계 사이의 간극은 순식간에 지워진다. 별명으로 상징되는 친숙한 캐릭터³⁶⁾는 시청자와의 정서적 거리감을 상쇄시킨다. 나아가 그들이 벌이는 사건들을 내가 직접 체험하고 있다는 느낌이 발생하면서 공동체적 감각이 환기된다.

이처럼 앞 장들에서 살핀 소통을 통한 유기체적 캐릭터와 현재성을 통한 공동체적 감각은 동행(同行)이라는 효과를 만들어낸다. 리얼 예능 프로그램의 연극적 기획 전략에서 궁극적으로 추구하는 동행은 ‘캐릭터를 통해 상쇄된 정서적 거리를 바탕으로 공동체적 감각을 환기, 제3의

35) 안 위베르스펠트, 신현숙·유효숙 역, 『관객의 학교—공연기호학』, 아카넷, 2012, 430쪽.

36) 『런닝맨』의 ‘왕코’ 지석진, ‘하로로’ 하하, ‘에이스·멍지효’ 송지효, ‘유르스 윌리스’ 유희재, ‘꼭이’ 김종국, ‘개리씩’ 개리, ‘기린’ 이광수처럼 이들은 친숙함으로 무장한 캐릭터이다. 이 외에도 『무한도전』과 『1박 2일』은 어느 하나로 특정할 수 없는 다양한 별명을 통해 캐릭터의 친숙성을 드러낸다(임의택·윤성혜, 『한국 리얼리티 예능 프로그램 포맷에서의 스토리텔링과 음악의 상관관계 연구』, 『한국고등직업교육학회논문집』 제15집 제3·4호, 한국고등직업교육학회, 2014, 110~111쪽).

효과를 실현하는 전략이라 할 수 있다. 즉 시청자의 입장에서는 극화된 이야기를 통해 재미를 느끼고 방송이 끝난 후 현실에 대한 인식을 변화시키는 가능성의 동력이라 할 수 있다.

『무한도전』 '끝까지 간다' 편은 아무런 정보 없이 모인 멤버들이 제작진으로부터 특별 보너스를 주겠다는 이야기를 들으면서 시작된다. 공짜로 돈을 벌 수 있는 기회가 생기자 멤버들은 너나 할 것 없이 계약서에 싸인을 하고 미션에 돌입한다. 그런데 이러한 룰은 제작진의 거짓말이었고 멤버들이 속았다는 사실이 곧바로 드러난다.



〈장면 12〉



〈장면 13〉

상자를 열 때마다 제공되는 상금은 다른 멤버들의 계좌에서 조성되고 새로운 상자가 열리면 기존 상금은 없어지지만 계좌의 지출액은 사라지지 않고 누적된다. 멤버들은 제작진에게 항의를 하지만 제작진은 모든 것이 계약서의 뒷면에 명시되어있었다고 발뺌을 한다. 〈장면 12〉는 이런 이면 계약서에 화가 난 멤버들이 항의를 하는 장면이고, 〈장면 13〉은 빚이 계속해서 늘어나는 상황에 멤버들이 분노하는 모습이다. '열심히 하면 할수록 더 힘들어지는'과 같은 자막처럼 멤버들은 약자로서의 서러움을 체감하게 된다.

시청자가 극적 상황과 혼연일체가 되어 이야기를 자신의 일로 받아들

이는 상황에서 멤버들이 느끼는 서러움은 결국 시청자 본인의 것이 된다.³⁷⁾ 특히 이 편의 초반부에서 특별 보너스가 상여금의 방식, 즉 13월의 보너스라고 말해지는 연말정산으로 소개되었다는 점이 중요하다. 일반 서민의 입장에서 연말정산은 보너스처럼 환급되는 돈으로 인식된다. 하지만 소득공제 및 환급 기준이 계속 강화되면서 실제로 서민들이 느끼는 연말정산은 더 이상 보너스가 아닌 실정이다. 기준에는 연말정산에서 환급 받는 보너스를 위해 1년 동안 열심히 노력하는 방식이었다면, 이제는 그렇게 노력해도 환급금이 줄어들거나 오히려 세금을 더 납부해야 되는 상황이 벌어지기도 한다.³⁸⁾

이러한 서민들의 불만을 ‘끝까지 간다’에서는 게임을 통해 반영하고, 여기에 끊임없이 ‘갑질’이라는 자막을 삽입해 한국 사회의 계층적 갈등도 상기시킨다. 제작진에 비해 약자의 입장인 멤버들은



〈장면 14〉

마지막 순간 빚을 모두 탕감해주겠다는 말에 기쁨을 감추지 못한다. (〈장면 14〉) 그전까지 빙곤자들끼리의 쟁투를 보여줬던 것에 비하면 이는 다분히 의도된 상황이라고 할 수 있다. 이 순간 『무한도전』은 현실의 모순을 폭로/풍자하는 것을 넘어 성찰의 단계로 들어선다. 기준의 자막이 멤버들의 심리를 대변한다면 이때의 자막은 극적 상황을 전지적으로 바라보는 제3자의 논평에 가깝다.³⁹⁾ 즉 곧 현실로 돌아갈 시청자에게

37) 정덕현, 『다큐처럼 일하고 예능처럼 신나게』, 중앙북스, 2014, 183쪽.

38) 2014~2015년 시행된 연말정산에서는 '싱글세, 다자녀가족세'와 같은 논란으로 서민의 불만이 더해진 바가 있다(OSEN이슈팀, '연말정산 문제점, 싱글·다자녀 가족 세금 더 낼수도…누굴 위한 건가', OSEN, <http://osen.mt.co.kr/article/G1110058820>, 2015년 12월 8일 최종검색).

전하는 메시지인 셈이다.

『무한도전』의 특이점은 단순히 현실의 모순을 고발함으로써 시청자의 불만을 대리적으로 해소시켜주는 데에 있지 않다. 골계미를 띠고 있는 이 예능 프로그램에서 대부분 풍자의 대상은 기득권으로 설정되지만, ‘끝까지 간다’와 같은 편에서는 공격의 대상이 전 방위로 확산된다. 이면 계약서와 같은 부당한 방법으로 강자가 약자를 수탈하는 것이 일차적인 문제라면, 그러한 문제를 알고서도 저항하지 않고 오직 눈앞의 이득만 쫓는 멤버들의 모습은 시청자 자신의 모습과 결코 다르지 않다는 점에서 보다 확장된 비판이라고 할 수 있다. 시청자가 ‘끝까지 간다’ 편을 보고 느끼게 되는 것은 갑질로 얼룩진 현실과 그런 갑의 횡포에 여전히 휘둘리고 있는 자신의 모습이다. 때문에 방송이 끝나고 현실로 돌아오면 부정한 세력을 공격했다는 시원함보다 씁쓸함을 더 크게 느끼게 된다. 이러한 씁쓸함은 현실을 더욱 돌아보고 변화시키는 원동력이 될 수 있다. 이미 현실에서 시청자는 갑질을 충분히 경험하고 있기 때문에 그것이 즉자적으로 드러나는 극적 상황의 의미를 해독하는 것은 결코 어렵지 않다. 하지만 그 이상의 풍자와 비판이 담긴 극적 상황을 체험하고 현실로 돌아오게 되면 더욱 깊이 자신과 사회를 돌아보게 된다.

『1박 2일』 ‘국보 특집’ 편은 국내의 특정 여행지를 선정해 멤버들이 그 곳에서 하루를 묵고 온다는 기준의 포맷을 변형시킨 사례이다. 멤버들은 숙박을 하지 않는 대신 아침 8시부터 자정까지 16시간 동안 전국의 국보를 돌아보고 서울로 돌아오는 미션을 부여받는다. 이처럼 기준의 1박 설정에서 벗어났다는 점은 이 특집의 기획 의도 역시 다른 데에 있음을 뜻하는 대목이다.

39) 이는 출연진과 극적 상황에 거리를 두는 김태호 PD 특유의 기법이다(정덕현, 『다큐처럼 일하고 예능처럼 신나게』, 중앙북스, 2014, 189쪽).

제작진은 사전에 전국의 국보를 섭외한 뒤 사각의 게임판에 장소를 기재하고 팀별로 주사위를 굴려 나온 숫자대로 정해진 장소를 찾아가는 게임을 시작한다. 이에 따라 빨강팀(김주혁 · 데프콘 · 정준영)은 '서울 → 서울 → 평창 → 단양 → 서울', 파랑팀(김준호 · 차태현 · 김종민)은 '서울 → 청주 → 아산 → 전주 → 부산' 순서로 국보를 찾아가게 된다. 또한 각각의 국보를 찾게 되면 제작진이 사전에 준비한 퀴즈를 풀게 된다. 이때의 퀴즈는 해당 국보와 관련된 교양, 혹은 야사의 지식을 묻는 것으로 준비된다. 즉 각각의 국보를 찾아가는 모든 세부 미션은 '이동 → 방문 → 해설 → 관람 → 퀴즈 풀이'의 단계로 이루어진다.

이러한 세부 과정은 역시 앞 장에서 설명했던, 시청자가 함께 움직이고 있다는 느낌 부여와 더불어 정보 제공이라는 취지를 달성한다. 멤버들이 한 장소에서 다른 장소로 이동하는 시간과 그 사이의 과정이 모두 그려지기 때문에 시청자는 차후에 자신이 직접 그곳들을 방문할 때 실질적으로 도움이 되는 정보를 얻을 수 있다. 또한 미처 알지 못했던 국보와 관련된 정보들이 학예사의 설명과 제작진의 퀴즈를 통해 설명된다. 즉 기존의 편들이 해당 명소의 여행지로서의 가치를 홍보하는 데에 목적이 있었다면, '국보 특집'은 이러한 홍보보다 정보 제공에 보다 초점을 맞추고 있다.

흥미로운 것은 국보에 대한 퀴즈들이 일반적인 역사 교육을 통해 얻을 수 있는 지식과는 다소 차이가 있다는 점이다. 제작진이 내는 퀴즈들은 대부분 흥미를 유발하는 기상천외한 것들이다.⁴⁰⁾ 물론 실제로 없었던 일이라거나 야사의 허무맹랑한 기록이라고만 치부할 수는 없다. 분

40) '무구정광대다라니경이 발견된 우연한 사건(도굴꾼의 침입)', '용두사지 철당간이 세워진 설화(주지스님의 홍수 꿈)', '상원사 어귀에 세워진 비석의 용도(세조의 옷걸이)', '단양 적성비가 발견된 우연한 사건(조사단이 신발에 묻은 흙을 닦던 중 발견)', '사람을 죽인 코끼리에 대한 처벌(유배)'

명히 기록되어있는 것, 혹은 알려져 있지 않았을 뿐 실제로 일어났던 사실들이 퀴즈에 나온다. 때문에 이러한 정보를 아는 것과 해당 국보의 역사적 가치를 아는 것은 전혀 다른 차원의 문제라고 할 수 있다. ‘국보 특집’에서 국보는 역사적 지식의 측면이 아니라 누구나 쉽게 접할 수 있는 친숙한 소재로서 다뤄진다. 쉽게 말하면 시청자가 그곳을 찾아갔을 때 같이 간 일행에게 국보의 역사적 측면은 설명할 수는 없을지라도 그와 관련된 일화를 농담 삼아 꺼낼 수는 있도록 도와준다.



〈장면 15〉

이는 ‘국보 특집’의 기획 취지를 엿볼 수 있는 대목이다. 본래 역사는 과거에 있었던 사실만을 의미하지 않는다. 나아가 진정한 역사 교육 또한 지나간 사실을 연도/장소/인물 식으로 단순 암기하는 것

이 아니다. 과거를 지금 여기의 우리와 이어진 것으로 파악하고, 그런 연속성으로부터 현재와 미래의 우리가 무엇을 배울 수 있는가가 진정한 역사의 가치라면 ‘국보 특집’은 이를 달성하기 위해 ‘친숙함과 재미’라는 방법을 채택한다. 흥미를 유발하는 퀴즈를 통해 해당 국보에 대한 관심을 일으키고, 이런 퀴즈로써 각인된 기억은 차후에 보다 전문적인 지식을 험양할 수 있는 발판이 될 것이다. 설령 그런 전문 지식을 공부하지 않게 되더라도 재미를 통해 국보에 대한 관심이 촉발되었다는 점, 우리 도처에 선조들의 소중한 유물과 기억이 살아 숨 쉬고 있다는 것이 인식되었다는 것만으로도 충분한 의의가 있는 시도라 할 수 있다.(〈장면 15〉) 정리하면, 다양한 재미를 통해 우리가 쉽게 잊고 지내는 것들을 다시 한 번 되돌아보게 만드는 공익적인 교양 험양이 이루어진다.

앞의 두 작품과 달리 『런닝맨』 ‘요리 특집’은 그 기획 의도와 목적이

명확한 편이다. ‘요리 특집’ 편은 멤버들이 게스트와 짝을 이뤄 요리 대결을 펼치고, 전문 셰프들이 요리를 평가해 우승자를 겨루는 방식으로 구성된다. 그리고 ‘재료 구하기 → 비법 전수’라는 세부 미션을 배치해 캐릭터와 현재적 감각을 자극한다.

여기서 중요한 건 바로 이 ‘재료 구하기 → 비법 전수’라는 세부 미션이 이야기 전체에서 가장 많은 비중을 차지하는 중요한 부분이라는 점이다. 총 2회에 걸쳐 방송된 ‘요리 특집’ 편은 방송 분량 중 70% 정도를 이 세부 미션에 할애한다. 최종 미션은 요리 대결을 펼치고 우승자를 가리는 것이지만, 대결 자체보다 그 이전의 준비 과정이 더 중요하게 다뤄진다.

작품의 대부분을 차지하고 있는 이 세부 미션은 관광 홍보라는 목적을 위해 활용된다. 멤버들이 국내 곳곳으로 흩어져 그곳의 특산물을 소개하는 것은 물론이거니와 개리와 이광수가 미션을 수행하는 곳이 태국과 홍콩이라는 점이 이를 방증한다.



〈장면 16〉

〈장면 17〉

개리는 게스트 김성령과 함께 태국의 ‘카오산 로드’를 ‘뚝뚝’을 타고 다니며 길거리 음식을 맞히는 미션을 수행한다.(〈장면 16〉) 이곳이 태국의 대표적인 여행지라는 점이 부각되고 더불어 미션 정답은 ‘3대 길거리 음

식'이다. 미션을 수행하는 와중에 이들은 덴마크, 스페인 등 다양한 국적의 외국인과 만나 'K-POP'을 알려주기도 한다. 한편 이광수는 중국인 게스트 페이와 짹을 이뤄 홍콩의 '소호 시장'에서 미션을 수행한다.(<장면 17>) 다양한 맛집을 돌아다니며 역시 '현지 음식'을 소개하는데, 앞의 <장면 1>과 같은 실패 상황이 반복되면서 최대한 많은 음식들이 소개된다.

본래 『런닝맨』은 국내의 특정 랜드마크를 방문, 그곳에서 이름표를 떼는 술래잡기와 같은 최종 미션을 고정 포맷으로 삼았던 프로그램이다. 하지만 최근에는 오히려 이런 전통적인 포맷을 찾아보기 힘들다. 언제부터인가 대부분의 편들은 영화/드라마/노래와 같은 작품 홍보를 위해 게스트가 출연하고, 이들과 멤버들이 다양한 세부 미션을 수행하며, 최종적으로 이름표 떼기를 변용한 미션을 수행하는 방식으로 구성되고 있다. 즉 '요리 특집' 편처럼 우승자가 가려지는 최종 미션보다 그 이전의 상황을 중시하는 방식으로 변화했다.

이런 포맷의 변화에 가장 크게 작동한 것은 『런닝맨』의 해외 인기라고 할 수 있다.⁴¹⁾ 『런닝맨』에 출연하고 있는 일곱 명의 멤버들은 해외에서 더 많은 인기를 누리고 있는 연예인들이다. 이는 『런닝맨』이 애초부터 국내의 최신 랜드마크를 홍보하면서 일어난 자연스러운 결과라 할 수 있다. 1990년대 후반부터 시작된 한류 열풍은 관광이라는 직접적인 반응으로 이어졌고,⁴²⁾ 한국의 랜드마크를 배경으로 삼는 『런닝맨』의 출

41) 2015년 9월 중국의 충칭에서 열린 팬미팅에는 2만 명 이상의 현지 팬들이 운집했다고 한다(박설이, '대륙 달궈가는 '런닝맨'…충칭 6인 팬미팅 대성황', TV REPORT, <http://www.tvreport.co.kr/?c=news&m=newsview&idx=788635>, 2015년 12월 8일 최종 검색).

42) 박은숙·최해수, 「한류가 관광지 이미지와 관광객 만족에 미치는 영향」, 『관광연구』 제27집 제6호, 대한관광경영학회, 2013, 57~73쪽.

연진과 프로그램의 인기 또한 비약적으로 상승했다.

이처럼 해외 시청자의 인기를 얻게 되면서 ‘요리 특집’은 아예 해외 시청자를 위한, 바로 그들의 나라를 조명한다. 단지 국내 시청자만이 아닌 해외 시청자까지도 동행의 감각을 일깨우는 것이다. 그런 점에서 해외에서 가장 인기가 많은 멤버인 개리와 이광수가 태국과 홍콩을 방문한 것은 우연이 아니다. 실제로 이들이 세부 미션을 수행하면서 현지 팬들에게 둘러싸이는 모습은 수시로 그려진다. 앞서 『1박 2일』이 여행이라는 기준 포맷과 다소 차별화된 ‘국보 특집’ 편을 선보였다면, 『런닝맨』 ‘요리 특집’은 기존의 관광 홍보 목적을 해외로 더욱 확장시킨 사례이다. 현지 팬을 더 이상 작품의 수혜자로 보지 않고 그들의 일상 속으로 침투하여 더욱 큰 홍보 효과를 노리는 것이다.⁴³⁾

한 편의 연극을 보고 난 뒤 관객이 허구 세계와 현실 세계를 견주어보면서 현실을 재조정하듯이 예능 프로그램의 시청자 또한 극적 체험 이후 애초의 기획 의도였던 특정 효과를 얻게 된다. 그것은 『런닝맨』의 한류/관광이라는 산업적 가치의 실현일 수도 있고, 『1박 2일』의 재미있고 유익한 교양 교육이라는 공익의 체화일 수도 있으며, 『무한도전』의 문제적 현실에 대한 성찰이라는 정신적 성숙일 수도 있다. 각각의 예능 프로그램이 추구하는 바는 모두 다르기 때문에 그것을 어느 하나로 특정하는 것은 불가능하다. 그럼에도 분명한 것은 이러한 목적을 달성하기 위해 재미와 교감을 가장 중시한다는 점이다. 캐릭터부터 시작되는 각종 서사 전략을 통해 한 편의 예능 프로그램은 시청자에게 잘 짜여진 극이자 내가 함께 하고 있는 놀이의 장으로 인식된다. 한바탕 놀이를 즐

43) 2013년 한국을 방문한 관광객은 1,200만 명을 돌파했다. 이 중 『런닝맨』의 인기가 많은 중국·홍콩·싱가포르·말레이시아의 관광객이 급증하고 있다는 점(한국문화 산업교류재단, 『2013 한류 백서』, 한국문화산업교류재단, 2014, 12쪽 참조)을 통해 이러한 시도가 실제적인 효과를 발생시키고 있다고 유추할 수 있다.

기고 난 뒤, 그 놀이 속의 본질을 자각하면서 시청자에게는 변화가 발생 한다. 바로 이 내적/외적인 변화야말로 TV 예능 프로그램이 연극적 기획을 통해 추구하는 본질이라 할 수 있다.

5. 결론

연극은 관객에게 현실과 유사한 또 다른 허구의 세계를 보여준다. 관객이 체험하는 허구 세계는 또 다른 총체적인 현실이다. 그것은 현실의 연장에 존재하고, 연극의 끝에는 언제나 현실이 존재한다. 자신의 삶 속에서 체험하는 연극을 통해 관객은 세계 내 존재인 자아를 조정할 수 있는 가능성을 얻게 된다. 허구 세계로의 감정적 이입과 이탈은 자아를 새롭게 갱신된 주체로써 호명한다.

바로 그 역사적인 순간을 예능 프로그램은 재미와 교감으로써 실현한다. 기본적으로 『무한도전』, 『1박 2일』, 『런닝맨』은 극적인 이야기로 꾸며진다는 공통점이 있다. 그 안에는 정해진 시공간이 있고, 살아 숨 쉬는 인물이 있으며, 그들이 만들어내는 사건이 있다. 시청자가 보는 것은 가상의 시공간이 아니고, 연예인이 아니며, 대본에 의해 계산된 사건이 아니다. 시청자 자신의 반응이 반영된 캐릭터와 그들이 현재적으로 벌이는 사건을 본다. 그리고 현실과의 접점에서 그 허구 세계는 시청자의 내적 변화와 현실의 변화를 동시에 일으킨다.

예능 프로그램의 캐릭터는 제작진 · 출연진 · 시청자의 상호 작용에 의해 만들어지는 유기체적 존재다. 우리가 극적 상황을 통해 보는 것은 결국 생성 · 변화 · 소멸 중 어느 한 과정에 놓여있는 캐릭터이다. 그 캐릭터가 앞으로 어떻게 변모할지는 미리 알 수 없다. 하지만 분명한 건

캐릭터의 현재적 상황에 대한 나의 반응이 또 다른 변모의 토대가 된다는 점이다. 이렇듯 끊임없이 점진적으로 변모하는 캐릭터는 시청자 자신의 모습으로 치환된다. 이에 덧붙여 캐릭터가 펼치는 극적인 사건들은 현재성을 강력하게 추동한다. 시청자는 극적 상황이 현재 벌어지고 있는 것처럼 느끼기도 하고, 그 안의 서사에 직접 참여할 수도 있으며, 때에 따라서는 방송 이후에 그것을 고스란히 되짚어볼 수도 있다. 이런 소통과 교감을 통해 개별 주체였던 시청자는 우리라는 공동체로 수렴되어 특정 효과를 만들어내는 주체로 자리매김한다. 나와 나의 이야기가 담긴 극적 상황에 공감하면서 현실을 성찰하기도 하고, 교육이나 관광 같은 실제적 효과를 창출해내기도 한다.

이러한 예능 프로그램의 단계적인 전략을 통해 문화콘텐츠의 본질적 가치를 되새겨볼 수 있다. 문학 작품의 내용만을 배우는 시대가 아니다. 예능 프로그램과 같은 문화콘텐츠 역시 마찬가지다. 문학이 삶을 돌아보고 인생에 대한 교훈을 주듯, 예능 프로그램 또한 재미와 교감으로써 이를 수행한다. 중요한 건 재미와 교감을 어떤 방식으로 실현하는가이다. 그런 점에서 시청자와의 소통을 바탕으로 다양한 캐릭터를 만들어내는 한편 현재성과 공동체적 감각을 환기함으로써 문화적/산업적 가치를 실현하는 예능 프로그램의 동행의 기획 전략은 문화콘텐츠의 나아갈 방향을 보여준 로드맵이라 할 수 있다.

참고문헌

1. 기본자료

- MBC, 『무한도전』, 제414 · 415회 ‘끝까지 간다’, 2015.2.7~2015.2.14.
KBS, 『1박 2일』, 제531 · 532회, ‘당일치기 국보 전국일주’, 2015.3.29~2015.4.5.
SBS, 『런닝맨』, 제366 · 367회, ‘2015 신년 요리대전’, 2015.2.15~2015.2.22.

2. 논문과 단행본

- 강미영, ‘케이블방송 예능 프로그램 자막의 시각적 주의와 흥미요인에 관한 연구 : tvN 〈꽃보다 할배〉를 중심으로」, 공주대학교 석사학위논문, 2014.
김남일, ‘텔레비전 오락 프로그램에서 웃음유발의 정치성」, 『한국방송학보』 제22집 제6호, 한국방송학회, 2008, 9~41쪽.
김영만, ‘리얼리티 예능 프로그램 포맷에서의 스토리텔링 구조에 관한 연구 : 〈무한 도전〉, 〈1박2일〉, 〈패밀리가 떴다〉 프로그램의 캐릭터 상호관계를 중심으로」, 『문화예술콘텐츠』 제2호, 한국문화콘텐츠학회, 2008, 115~139쪽.
김영성, ‘TV 리얼 버라이어티 쇼 〈무한도전〉의 스토리텔링 연구」, 한남대학교 문예 창작학과 박사학위논문, 2014.
김용수, 『연극이론의 탐구 : 대립적인 시각들의 대화』, 서강대학교 출판부, 2012.
김윤희, ‘리얼 버라이어티 쇼 프로그램의 스토리텔링 연구 : 〈무한도전〉, 〈1박 2일〉, 〈남자의 자격〉을 중심으로」, 경희대학교 박사학위논문, 2014.
김은영, 『예능은 힘이 세다』, 애쎄, 2011.
노동렬, 『방송 예능프로그램 포맷의 진화』, 『한국콘텐츠학회논문지』 제15집, 한국콘텐츠학회, 2015, 55~63쪽.
레이먼드 윌리엄스, 박효숙 역, 『텔레비전론』, 현대미학사, 1996.
문수경, ‘예능 프로그램의 폭력성이 청소년의 폭력성에 미치는 영향 : 14-16세 청소년을 대상으로」, 한양대학교 석사학위논문, 2011.
박상완, ‘텔레비전 드라마의 기획과 구현 전략—2010년대 초반 미니시리즈를 중심으로—」, 충남대학교 박사학위논문, 2015.
박은숙 · 최해수, ‘한류가 관광지 이미지와 관광객 만족에 미치는 영향」, 『관광연구』 제27집 제6호, 대한관광경영학회, 2013, 57~73쪽.
시모어 채트먼, 최상규 역, 『원화와 작화』, 예림기획, 1998.
신상기, ‘텔레비전 예능의 대중문화적 합의 : 한국 지상파 텔레비전 리얼 버라이어티 쇼를 중심으로」, 동국대학교 박사학위논문, 2015.

- 신형관 외, 『대세를 만드는 크리에이티브』, 자음과모음, 2015.
- 안 위베르스펠트, 신현숙 · 유효숙 역, 『관객의 학교—공연기호학』, 아카넷, 2012.
- 양리 베르그송, 정연복 역, 『웃음 : 희극성의 의미에 관한 시론』, 세계사, 1998.
- 윤석진, 『한국 텔레비전드라마 장르 유형에 관한 시론(試論)』, 『한국문학이론과 비평』 제67집, 한국문학이론과 비평학회, 2015, 273~297쪽.
- 이근우 · 이경아, 『국내 TV 예능(오락)프로그램의 특징별 이미지와 자막의 유형이 미치는 영향』, 『정보디자인학연구』 제23집, 한국정보디자인학회, 2014, 109~120쪽.
- 이창원, 『지상파 예능 프로그램의 다양성 변화 연구 : 포맷, 소재, 구성원 분류를 중심으로』, 고려대학교 석사학위논문, 2014.
- 임의택 · 윤성혜, 『한국 리얼리티 예능 프로그램 포맷에서의 스토리텔링과 음악의 상관관계 연구』, 『한국고등직업교육학회논문집』 제15집 제3 · 4호, 한국고등직업교육학회, 2014, 105~126쪽.
- 장용호 · 노동렬, 『리얼리티 예능 프로그램의 자기조직화에 관한 연구 : <1박 2일>과 <무한도전>의 창의적 생산방식을 중심으로』, 『방송과 커뮤니케이션』 제11집 제2호, 문화방송, 2010, 39~90쪽.
- 정덕현, 『다큐처럼 일하고 예능처럼 신나게』, 중앙북스, 2014.
- 정 숙, 『재미있는 TV 쇼 오락 예능 이렇게 쓴다』, 시나리오친구들, 2008.
- 조용선, 『TV예능 프로그램 자막의 미학적 변화에 관한 연구』, 『한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집』 2013년 5호, 한국엔터테인먼트산업학회, 2013, 44~49쪽.
- 조준상 · 은혜정, 『리얼리티 예능 프로그램연구 : 의사사회 상호작용 요인, 플로우 그리고 시청만족도를 중심으로』, 『언론과학연구』 제13집 제3호, 한국지역언론학회, 2013, 556~590쪽.
- 풍 리, 『예능프로그램을 활용한 한국 문화 교육 방안 연구 : <아빠, 어디가>를 중심으로』, 경희대학교 석사학위논문, 2014.
- 하정함, 『중국내 포맷 수출한 한국 예능프로그램의 현황과 한류의 확장에 대한 영향』, 서울시립대학교 석사학위논문, 2015.
- 한국문화산업교류재단, 『2013 한류 백서』, 한국문화산업교류재단, 2014.
- 한정정 · 최철영, 『중국 예능 방송의 한류 영향 분석 연구』, 『만화애니메이션연구』 제35호, 한국만화애니메이션학회, 2014, 313~327쪽.
- 홍연수, 『리얼 예능프로그램 출연자들의 인상학적 이미지와 캐릭터 이미지의 상관성에 관한 연구 : 무한도전, 1박2일, 런닝맨, 남자의 자격을 중심으로』, 『한국영상학회 논문집』 제11집 제2호, 한국영상학회, 2013, 145~158쪽.

3. 인터넷 자료

박설이, '대륙 달궈가는 '런닝맨'…총칭 6인 팬미팅 대성황', TV REPORT, <http://www.tvreport.co.kr/?c=news&m=newsview&idx=788635>, 2015년 12월 8일 최종검색.

허설희, 〈열정까지 거짓이라 '정글의 법칙' 조작논란이 남긴 것〉, 뉴스엔미디어, http://www.newsen.com/news_view.php?uid=201302140806432210, 2015년 12월 8일 최종검색.

OSEN이슈팀, '연말정산 문제점, 싱글·다자녀 가족 세금 더 낼수도…누굴 위한 건가', OSEN, <http://osen.mt.co.kr/article/G1110058820>, 2015년 12월 8일 최종검색.

Abstract

A Study on the Theatrical Planning Strategies of TV Entertainment Program

– Focused on the 『Infinite Challenges』, 『One Night, Two Days』, 『Running Men』

Park, Sang-Wan (Chungnam University)

This paper presents an investigation into the theatrical planning strategies of TV entertainment programs. It examined what kind of narrative strategy TV entertainment programs were using to commune with the viewers and achieve their intended goals and effects with three entertainment programs representing the three terrestrial broadcasting stations, Infinite Challenges, One Night, Two Days, and Running Men.

The characters of TV entertainment programs are built based on the accumulated communication among the production staff, cast, and viewers. The old characters are strengthened or new ones are created as dramatic events are placed to fit each character and induce responses from the viewers. That is, characters are organic beings that go through a cycle of creation, change, and extinction through the communication among the many different subjects. The viewers accept a dramatic situation as if they were experiencing it right now through familiar characters. They get to feel that the fictional worlds of entertainment programs are the stories told by all the people of contemporary times instead of something separate from them. That feel of companionship creates a third effect when the viewers return back to their realities from the fictional worlds. Like in the cases of reflection on the problematic reality in Infinite Challenges, provide culture information in One Night, Two Days, and development of tourist products in Running Men, they accept an entertainment program as their own thing and get the driving force to change the reality.

Those findings indicate that TV entertainment programs are a form of dramatic art to offer fun and laughs, communicate with the viewers, and speak to the reality by utilizing the theatrical attribute of ultimately stimulating their internal changes through communion as a narrative strategy.

(Key Words: entertainment, TV entertainment program, planning, Infinite Challenges,

One Night, Two Days, Running Men, communion, character)

논문투고일 : 2015년 10월 30일

심사완료일 : 2015년 12월 1일

수정완료일 : 2015년 12월 11일

제재확정일 : 2015년 12월 15일