06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 171

2014년 1학기

문화기술 분야 우수 박사학위 논문 소개

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 173

한국문화기술 통권 제17호 2014.6. pp.173~177.

TV 리얼 버라이어티 쇼 〈무한도전〉의 스토리텔링 연구

A study on storytelling for TV real variety show <Mu-han-do-jeon>

김영성 / 한남대학교 대학원 문예창작학과

지도교수: 김홍진

텔레비전 예능 · 오락 프로그램은 그 어떤 텔레비전 텍스트보다 당대의 정치 · 경제 · 사회적 상황과 유행을 적극적으로 반영하고 이끌어가는 장르이기 때문에 그 수명은 자연히 짧을 수밖에 없다. 그러나 〈무한도전〉은 방송이 처음 시작된 2005년부터 지금까지 무려 9년 가까이 전파를 타고 있을 뿐만 아니라 높은 시청률과 신뢰도, 프로그램 몰입도를 유지하고 있다. 또한 프로그램에 보이는 시청자들의 폭발적인 반응은 〈무한도전〉이 이미 단순한 예능 · 오락 프로그램의 경계를 넘어섰음을 반증한다. 하나의 TV 프로그램으로 치부해버릴 수 있는 〈무한도전〉에 관한 연구가 다방면에서 활발하게 이뤄지는 이유가 바로 여기에 있다. 그러나 이러한 연구는 언론홍보 분야에서 주로 다루고 있기 때문에 사회적 의미 발견에 치우쳐있는 것이 사실이다. 이를 극복하기 위해 본 연구에서는 리얼 버라이어티 쇼 〈무한도전〉 스토리텔링 전략을 텍스트 내적 분석을 통해 살펴보고자 한다.

이를 위해 우선된 작업은 리얼 버라이어티 쇼 장르의 명확한 규명이다. 리얼 버라이어티 쇼는 리얼리티 프로그램과 버라이어티 쇼의 특성이 결합, 변용되어 탄생한 장르이다. 이를 바탕으로 〈무한도전〉의 스토리텔링 구성을 살펴보았다. 리얼 버라이어티 쇼의 스토리텔링은 주제, 구성, 영상 미학이라는 세 가지 요소로 이뤄진다. 그리고 리얼 버라이어티 쇼의 스토리텔링 구성은 캐릭터와 미션을 바탕으로 벌어지는 사건과 배경으로

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 174

형성된다. 〈무한도전〉의 스토리텔링 구성을 분석하기 위해 본 연구에서는 캐릭터와 사건, 배경을 면밀히 검토했다. 〈무한도전〉은 다양한 별명을 활용하는 동시에 현실 인물의 성격과 특성을 바탕으로 캐릭터를 다양하게 창조했다. 또한 캐릭터의 지속적인 변화를 시도함과 동시에 다양한 미션을 통해 진화의 과정을 거치면서 〈무한도전〉의 캐릭터는 끊임없이 성장한다. 〈무한도전〉의 사건은 미션 수행 과정에서는 캐릭터의 성격과 캐릭터 간의 관계를 통해 발견되며, 미션에 의해 결정되는 배경은 캐릭터들의 목표 달성을 위한 수단으로도 다채롭게 활용된다.

〈무한도전〉은 서술자적인 자막의 기능을 전략적으로 이용하여 희극성과 리얼리티를 강화한다. 제작진의 주관적 의견이 표현된 자막은 텔레비전의 봉합을 전복시키는 효과를 야기한다. 또한 자막은 장면 내 외의 주체의 발화를 기록하면서도 그 원형은 구술로 발화가 된다. 이는 자막 언어가 구비문학과 기록문학의 그 중간적 위치에 있음을 의미한다. 따라서 자막은 판소리의 '아니리'와 초기 무성영화의 '변사'와 같은 역할을 하고 있음을 발견했다.

마지막으로 〈무한도전〉은 패러디와 장르 혼합을 이용하여 TV 예능·오락 프로그램의 서사전략을 확대하는 동시에 리얼 버라이어티 쇼의 발전 가능성과 방향을 제시하고 있다.

〈무한도전〉의 스토리텔링 전략은 9년이라는 시간에 걸쳐 한국 텔레비전의 예능·오락 프로그램에 영향을 미쳤다. 그러나 〈무한도전〉의 성공적인 전략만 무비판적으로 모방하기만 한다면 리얼 버라이어티 쇼뿐만 아니라 예능·오락 프로그램의 발전은 기대하기 힘들다. 따라서 〈무한도전〉의 스토리텔링 전략을 분석한 본 연구는 한국 리얼 버라이어티 쇼의 미학적 특성의 이해를 돕는 동시에, 더 가치 있고 발전적인 프로그램을 위한 방향을 제시할 수 있을 것으로 기대된다. 그와 더불어 시, 소설, 희곡 그리고 영화나 드라마에만 국한되어 있는 문학 연구 저변의 확장에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 175

Since the TV entertainment program is a genre that leads and reflects the contemporary social, economic and political conditions more actively than any other television texts, it has no choice but to be short-lived naturally. However, *Mu-han-do-jeon* not only has been on air for almost 9 years since 2005, when it was first broadcasted, but also is maintaining the highest level of reliability and immersion. In addition, the tremendous response from television viewers reflects that *Mu-han-do-jeon* exceeded the level of mere entertainment program. Here lies the very reason why the animated studies of *Mu-han-do-jeon* are conducted in many different aspects, even though it could be considered a sort of popular TV program. Yet, the studies are concentrated on the social meaning because they are mostly made in the field of public information of speech. In order to overcome the limit, I am going to examine the storytelling strategy of real variety show *Mu-han-do-jeon* through the detailed analysis of its text in this study.

For this, first of all, I made a clear definition of the genre of real variety show. The three elements consisting of the storytelling for the real variety show can be divided into theme, plot and image aesthetics. And the plot of the storytelling for the real variety show is divided into the event and background happening based upon characters and missions. I made a close examination of characters, events and backgrounds of the show in this study so as to analyze the plot of the storytelling for *Mu-han-do-jeon*. *Mu-han-do-jeon* created different characters based on the uses of different nicknames and the personalities and characteristics of real people. Besides, the characters of *Mu-han-do-jeon* are still growing up by trying constant changes and following the evolving process through different missions at the same time. The events of *Mu-han-do-jeon* are found through the

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 176

personality of characters and relationship among them in the process of performing their missions. Then the background set by the given missions is colorfully utilized even as a way of achieving characters' goals.

Mu-han-do-jeon is fortifying comicality and reality by using the function of subtitles as a narrator strategically. The subtitles exposing the production crew's subjective opinion provoke the effect overthrowing 'la suture' of television. Also, subtitles records the speeches of the subjects inside and outside the scene and the original form is orally spoken as well. This means subtitles are positioned between oral literature and documentary literature. Therefore, subtitles can be equivalent to 'Anniri' of the Pansori epic chant and 'a movie talker' of the early silent film.

Finally *Mu-han-do-jeon* proposes the potential of development of the real variety show as well as expands the narration strategy of the TV entertainment show by using parodies and a mixture of genres.

Such storytelling strategy of *Mu-han-do-jeon* had an influence on other Korean TV entertainment programs for the past 9 years. However, if they merely copy the successful strategy of *Mu-han-do-jeon*, it is difficult to expect the development of not only real variety shows but TV entertainment programs. Thus the study analyzing the storytelling strategy of *Mu-han-do-jeon* will help comprehend the aesthetic traits of Korean real variety show and at the same time it is expected to propose the direction of more valuable and evolutive program. Moreover, I expect that this study will contribute to the further expansion of the base of research of literature, restricted to the fields of poetry, novels, plays, movies and soap operas so far.

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 177

주제어: 무한도전(Mu – han – do – jeon), 스토리텔링(storytelling), 리얼 버라이어티 쇼 (real variety show), 텔레비전 예능 · 오락 프로그램(TV entertainment program)

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 178

한국문화기술 통권 제17호 2014.6. pp.178~183.

지식재산권을 활용한 1인창조기업의 디자인 프로세스 구축방안 연구

A Study on Plans to Build an IP Rights-Based Design Process for One-Person Creative Companies

남지아 / 단국대학교 대학원 시각디자인학과 시각디자인전공

지도교수: 한백진

본 연구는 지식재산권(IP) 제도를 적용하여 1인창조기업에 적합한 새로운 디자인프로세스를 구축하고 이를 적용하는 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다.

세계경제는 IT기반의 창조적 아이디어와 디자인으로 경제적 부가가치를 창출하고, 그에 따른 특허기술로 획득한 성과를 자산화하는 이른바 지식재산경영의 시대라 해도 과언이 아니다. 시장에서는 기업의 수익 원천을 창조성에 두고 지식재산으로 연결되어 차별화된 사업이 성행하게 되었고, 이 중 개인의 창의적 사고를 사업자원에 적극적으로 활용하여 수익을 창출해내는 1인창조기업이 질적·양적으로 발전하게 되었다.

1인창조기업은 창조적 아이디어를 이용한 경제적 부가가치 및 일자리 창출 비율이 타 업종에 비해 높고 특유의 유연함과 신속함을 바탕으로 시장에 적응하고 있으며 특히 IT, 디자인, 콘텐츠 분야에서 급속하게 증가하고 있는 추세를 보인다.

그 중에서도 디자인은 1인창조기업이 강점을 보이는 분야이다. 디자인은 이제 1인창조기업을 넘어 어느 기업 분야를 막론하고 상품의 차별성을 높여주는 강력한 경쟁력으로 떠올랐다. 그 중에서도 2011년 시작된 애플과 삼성의 지식재산권 소송은 지식재산권과 디자인이 중요해진 현재의 시장상황을 잘 대변해주고 있다.

1인창조기업의 독창적인 아이디어와 우수한 디자인에 대해 사회적 관

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 179

심은 크지만 반면, 그들의 이러한 지적 권리는 짧은 시간 내에 침해 및 무단 도용되고 있으며 이는 지식재산을 기반으로 하는 창조경제에 큰 문제점으로 대두되고 있다.

본 연구는 이처럼 지식기반사회에서 1인창조기업의 지적재산권을 보호해야 한다는 문제인식과 상황개선의 필요성에서 출발한다.

2장에서는, 예비적 고찰을 통해 지식재산권 제도 및 디자인보호법의 현황과 지식재산권 DB에 대해 살펴보고, 전략적이고 활용 가능한 디자인 지식재산권 보호 방안을 찾아본다. 또한 1인창조기업 현황을 살펴보고 현재 1인창조기업의 경영자를 대상으로 지식재산권의 필요성 및 효용성에 대한 그들의 인식을 설문조사하여 결과를 정리해 넣었다. 이 조사자료는 3, 4장에서 진행하게 될 지식재산권을 활용한 1인창조기업의 디자인프로세스 구축에 대한 필요성을 제시해주는 전제로 활용되었다.

3장에서는, 1인창조기업의 업종별 디자인 지식재산권 활용사례를 조사하여 디자인프로세스에 필요한 디자인 관련 지식재산권을 도출해내었다. 디자인 업종을 크게 지식서비스업과 제조업으로 나누어, 각 사례를 다섯 가지씩 선별하여 각 사례가 가지고 있는 ①핵심기술, ②특징, ③지식재산권 종류, ④전략 등으로 나누어 분석했다. 이 분석자료는 4장에서 제언하게 될 디자인프로세스에 단계별로 필요한 지식재산권의 종류와 전략을 설명하는 데 기본적인 전제가 되었다.

4장에서는, 3장에서 도출한 분석자료를 토대로 현행 디자인프로세스를 지식재산권의 활용관점에서 권리요소 보호방안의 결핍으로 인한 문제점을 해결할 수 있는 방안을 모색하였다. 즉, 지식재산권 전략이 포함된 1인창조기업을 위한 신(新)디자인프로세스 구축을 제안하였다. 여기서 지식재산권 융합과정은 구체적으로 지식재산권 요소의 권리화 방안으로서 ①지식재산권 선행조사, ②디자인 권리적 분석 ③지식재산권 디자인 전략구성, ④지식재산권 출원 전략 ⑤지식재산권 보호 및 창출 전략 등이 각 단계별로 포함하였다. 그 후 이러한 지식재산권 중심 디자인프로

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 180

세스의 1인창조기업 성장단계별 지식재산전략에 따른 적용방안에 대해 제언하였다. 이런 연구과정은 궁극적으로 더 확대하여 기업의 운영 여건별 적용방안도 함께 모색할 수 있다고 생각한다.

이 연구는 디자인에서 지식재산권이 차지하는 영역과 중요성이 높아지는 상황을 인식하여 1인창조기업의 상황에 맞춰 지식재산권을 활용한 디자인프로세스를 개발하고 적용방안을 제안한다. 물론 지식재산권 요소만으로 개인적 활용을 통한 완벽한 디자인프로세스를 제안하기엔 한계가 있다고 생각한다. 그러나 이러한 연구의 시도가 상대적으로 대기업 및 중소기업에 비해 소외되어왔던 1인창조기업의 지적재산권에 대한 재인식의 기회를 마련해 주고, 더는 새로운 디자인프로세스에 대한 필요성을 피력할 수 있다는 점에서 본 논문의 의의를 찾을 수 있을 것이다. 또한 본 연구가 향후 보다 전략적인 디자인프로세스의 등장과 방법론 확장에 기여되기 바라며, 궁극적으로는 비즈니스모델의 고도화와 경영여건 개선, 기업지속가능성까지 확장시킬 수 있는 교두보 역할을 하길 바란다.

The purposes of this study were to build a new design process fit for one-person creative companies by applying the intellectual property(IP) right system and propose ways to apply the process.

It is no exaggeration to say that the global economy has entered the so-called era of IP management, which involves creating economic value added with IT-based creative ideas and designs and capitalizing achievements made with the resulting patented technologies. Differentiated business has become prevalent in markets all around the world, finding the sources of corporate revenues in creativity and connecting them to IP. Making active use of personal creative ideas as business resources and making profits, one-person creative companies have undergone development both in quantity and quality.

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 181

One-person creative companies are characterized by higher economic value added and more jobs created based on creative ideas than other lines of business and fast adaptation to the market based on their unique flexibility and speed. They are especially on the rapid rise in IT, design, and content.

Design is one area where one-person creative companies demonstrate their strengths. Design has indeed emerged as a powerful element of competitive edge to increase product differentiation regardless of corporate fields beyond one-person creative companies. The ongoing IP court battles between Apple and Samsung since 2011 well represent the increased importance of IP and design in the current market.

Even though there is no huge social interest in original ideas and remarkable designs created by one-person creative companies yet, their IP rights have soon been violated and used without permission, which has emerged as a big problem in IP-based creative economy of today and future.

The present study was conceived by recognizing the issue of IP right protection for one-person creative companies in the knowledge-based society and raising a need to improve the current situations.

Chapter 2 examined the current state of IP right system and design protection act and databases of IP rights and searched for strategic and available plans to protect design IP rights through a preliminary study. It also looked into the current state of one-person creative companies, conducted a survey on a need for and utility of IP rights with current managers at one-person creative companies, and sorted out the findings, which were then used as a premise to suggest a need for a IP rights-based design process for one-person creative companies in

Chapters 3 and 4.

Chapter 3 identified IP rights related to design and needed for a design process by investigating cases of design IP right utilization by the lines of business at one-person creative companies. The design business was mainly divided into knowledge service and manufacturing, for each of which five cases were selected and analyzed in ①core technologies, ②characteristics, ③types of IP rights, and ④strategies. The analysis results would serve as a basic premise to explain the types and strategies of IP rights needed in each stage of design process to be proposed in Chapter 4.

Based on the analysis results from Chapter 3, Chapter 4 searched for ways to solve the problems due to the shortage of right element plans from the perspective of utilizing current design processes as IP rights. That is, a new design process establishment was proposed for one-person creative companies, including IP rights plants. Here, the fusion process of IP rights specifically represents a plan to turn the elements of IP right into actual rights and includes in each stage ①a preliminary study on IP rights, ②analysis of IP rights in terms of design rights, and ③application strategies for IP rights. The chapter then proposed application plans according to the IP strategies of one-person creative companies according to the stages of growth in such an IP rights-based design process. Those research procedures would be able to expand further eventually and help to search for application plans according to the operational conditions of corporations.

Recognizing the situation around the rising area and importance of IP rights in design, the present study developed an IP rights-based design process according to the circumstances of one-person creative companies and proposed its application plans. There are, of course, limitations with proposing a perfect design process through personal

06□□□□□□_□□□□□□17□ 14. 8. 12. □□ 5:20 Page 183

utilization only with the elements of IP rights, but such research attempts can create a chance to re-recognize the IP rights of one-person creative companies that have been alienated and further raise a need for a new design process, which grants some significance to the present study. In addition, the study will hopefully make a contribution to the emergence of a more strategic design process and the expansion of its methodology and eventually play the roles of a bridgehead to advance a business model, improve the management conditions, and expand corporate sustainability.

주제어: 디자인(design), 지식재산권(intellectual), 1인창조기업(one-person creative company), 지식재산경영(intellectual property managment), 지식재산 융합 디자인프로세스(design process based on fusion of knowledge and property)