

꽃보다 서사, 리얼리티 예능의 여행 읽기*

—tvN 〈꽃보다 할배〉를 중심으로

김명석**

1. 서론
2. 배낭여행 프로젝트 <꽃보다 할배>
 - 2-1. <꽃보다> 시리즈의 탄생 배경과 <일박이일>
 - 2-2. 배낭여행의 과정과 여행 프로그램
3. 리얼리티 예능과 서사성의 결합
 - 3-1. 캐릭터 전략과 자막의 기능
 - 3-2. 예능과 여행 서사의 만남
 - 3-3. 다매체 시대의 기행문과 자기 성찰의 서사
4. 결론

국문요약

본 연구는 tvN 〈꽃보다〉시리즈(나영석 연출) 속 배낭여행의 서사 분석을 통해 여행 예능 프로그램의 리얼리티와 캐릭터 전략에 주목하였다. 연구대상으로 선정한 〈꽃보다 할배〉는 출연자들의 실제 배우로서의 기존 이미지와 달리 프로그램만의 고유한 캐릭터로 할배들을 차별화하고, 가이드로 동행한 서진을 통해 짐꾼이라는 독특한 캐릭터 개발에 성공했다.

리얼리티 예능 〈꽃보다 할배〉의 서사성은 첫째, 여행 전 과정을 24시간 관찰하는 리얼리티 쇼로서 캐릭터 ‘보여주기’와 자막을 통한 ‘말하기’를 결합한 서사 전략으로 편집자가 서술자 역할을 담당한다. 둘째, 예능

* 이 논문은 2014년도 성신여자대학교 학술연구조성비에 의하여 연구되었음.

** 성신여자대학교 국어국문학과 부교수

과 여행 서사를 결합한 한국형 리얼 버라이어티의 새 유형을 제시하여, 출연자와 제작진의 경계를 허물고, 시청자들 간의 체험과 동일시를 통한 인터랙티브 서사를 추구한다. 셋째, 다매체 시대의 기행문으로 첨단 기술을 활용한 열린 결말의 비선형서사로서 여행과 방송의 상동성을 특징으로 한다. 또한 자기 성찰의 서사로서 공감과 소통의 휴머니티를 추구한다.

이와 같이 <꽃보다> 시리즈의 여행은, 여행지와 여행자가 여행의 두 축이라면 현지 생활과의 만남으로 타문화를 이해하는 공간적 목적보다는 한국 관광객의 시선을 유지하며 동료/세대간의 결속을 추구하는 시간으로서의 의미가 강하다. 이는 '꽃(장소)<할배(인간)>의 서사라고 결론 지을 수 있다. 그러므로 '꽃보다 서사'라는 말을 통해 상징적으로 리얼리티 예능의 여행을 바라보는 방식을 읽을 수 있을 것이다.

(주제어: 여행, 서사, 캐릭터, 리얼리티 예능, <꽃보다 할배>, 나영석)

1. 서론

기행문은 예로부터 대표적인 서사 양식의 한 갈래이다. 다매체 시대에 TV 여행 프로그램은 현대의 기행문이다. 주로 다큐멘터리 형식으로 제공되던 여행 프로가 예능과 결합되면서 새롭게 탄생한 것이 리얼리티 예능 여행 프로그램이다. 2013년 tvN에서 첫 방영된 <꽃보다 할배>부터 <꽃보다 누나>, <꽃보다 청춘>으로 이어지는 <꽃보다> 시리즈는 각 프로그램이 모두 제목을 '꽃보다'로 시작하는 공통점을 가지고 있다. 원래 '꽃보다'라는 수식어는 일본 만화 <꽃보다 남자>¹⁾에서 유래한 것으로,

1) 1992년부터 2004년까지 연재된 카미오 요코의 순정만화. 평범한 여학생 마키노 츠쿠

이를 원작으로 우리나라에서도 제작 방영된 TV 드라마 〈꽃보다 남자〉를 패러디한 〈꽃보다 할배〉가 탄생했다. ‘꽃’이 외적인 아름다움의 절정이라면 남들 생각에 인생의 꽃이라 할 시기를 넘긴 할배들의 삶과 비교한 역설적 제목으로, 예능의 재미를 추구하는 동시에 인생의 의미를 성찰하는 프로그램 성격을 반영해준다. 〈꽃보다 남자〉에 주인공 F4가 있다면, 〈꽃보다 할배〉에는 H4라는 노년의 여행자 네 명이 출연한다. 기존의 여행 다큐들이 ‘꽃과 같이 아름답고 새로운 ‘풍경’을 보여주는 데 초점을 맞춘다면, 〈꽃보다〉 시리즈는 여행자들의 ‘이야기’를 들려주는 데 목적이 있다. 이것이 논문 제목에 ‘꽃보다 서사’라고 이름 붙여본 이유이다. 즉 여행지보다 여행자, 장소보다 이야기가 중심인 여행 프로그램이 등장한 것이다. 이러한 여행은 새로운 장소를 관광하는 것만이 아니라 잃어버린 자아를 찾아가는 여행이므로 어디로 떠나느냐 못지않게 누구와 함께 가느냐가 중요하다. 따라서 여행지 정보보다는 출연자의 인생 성찰과 동행간의 소통에 초점을 맞춘다. 인물이 있고, 그 인물들이 행동하면 이야기가 시작된다. 즉 여행은 “사건을 겪는 주체가 명확하고 뚜렷한 시공간적 배경이 있으며 사건의 흐름이 유기적으로 연결되는 훌륭한 이야기”²⁾이며, 여행은 그 과정, 즉 여정 자체가 서사를 구성한다. 거기에는 여정에 따른 시간의 흐름이 있고, 여행자의 시점도 존재하기 때문이다. 그러므로 여행의 구조와 여행 프로그램의 서사 구조는 상동성이 있다. 롤랑 바르트는 세상에는 무수한 형식의 서사물들이 있으며,

시가 명문 사립고에서 만난 부잣집 아들 네 명 중 리더인 도묘지 츠카사와 사랑에 빠진다는 스토리이다. 한국, 대만, 일본, 중국, 터키에서 드라마로 만들어졌다. 원제인 ‘꽃보다 경단’은 한국식으로 ‘금강산도 식후경’ 정도의 뜻으로, 아름다운 외모보다 자신을 사랑해 주고 아껴주는 진짜 사랑에 관한 은유이다. (<http://100.daum.net/encyclopediaview/64XXXXXXXX88>)

2) 김명철, 『여행의 심리학』, 어크로스, 2016, 252쪽.

그 하나 하나는 인간의 이야기를 충분히 담아 서로 다른 매체로 갈라져 나온다고 했다. 따라서 이 연구는 <꽃보다> 시리즈를 여행 서사로 접근할 것이다.

여행 서사로서 기행문은 여행을 하면서 보고, 듣고, 느낀바 새로운 체험과 견문, 감상을 기록하는 1인칭 고백 형식의 문장으로 어떠한 형식적 구애를 받지 않는 사실적 기록이다. <꽃보다> 시리즈는 여행지의 풍물, 인상, 민속과 역사에 대한 영상 기록은 기본이고, 여행 출발부터 목적지까지 노정의 구체적 기록과 귀로의 인상까지 기행문의 형식을 충실히 반영한다. 사전 준비와 공항 출발부터 귀국인터뷰까지 공간적, 시간적 순서로 여행 전 과정을 24시간 촬영하고, 이동 장소를 따라 이동 시간대 별로 기록·편집했다. 영상을 매체로 사용한 것은 기행문에서의 삽화나 사진의 확장으로 볼 수 있으며, 여기서 문자와 영상은 역전되어, 영상이 주가 되고 자막이 기행문의 문자를 대신한다. 기행문에서 분위기에 어울리는 시를 인용해 여행지의 인상을 표현하듯이 적절한 배경음악도 삽입했다. 따라서 <꽃보다> 시리즈 분석을 통해 우리 시대 영상 기행문의 성격을 밝힐 수 있을 것이다. 나아가 하나의 사례로서 <꽃보다 할배>가 보여주는 여행이란 어떤 것인지 살펴봄으로써 예능은 여행을 어떻게 바라보는가, 또는 어떻게 표현하는가, 즉 예능에서의 여행 읽기/쓰기를 고찰하는 것이 이 연구의 목표이다.

여행이란 무엇인가. ‘여행(Travel)’은 ‘한 곳에서 다른 곳으로의 이동 행위’로서 ‘정주지(일상생활권)에서 이탈하여 다시 돌아오는 동안의 모든 체험 과정의 총체’를 의미한다. 현대 사회에서 여행은 이동을 통해 변화를 추구하는 활동으로서 인간의 정체성을 발견하는 행위³⁾이기도 하다. 이 점에서 꽃할배들의 배낭여행은 배우로서 반복되는 일정에서

3) 이광원, 『여행학 개론』, 학문사, 2000, 12쪽.

벗어나 동료들과의 여행 체험을 통해 지나간 삶을 되돌아보고, 배우로서의 정체성을 넘어 자아의 정체성을 확인하는 행위이다.

여행은 생각의 산파이다. 움직이는 비행기나 배나 기차보다 내적인 대화를 쉽게 이끌어내는 장소는 찾기 힘들다. 우리 앞에 보이는 것과 우리 머릿속에 떠오르는 생각 사이에는 기묘하다고 말 할 수 있는 상관관계가 있다. 때때로 큰 생각은 큰 광경을 요구하고, 새로운 생각은 새로운 장소를 요구한다. 다른 경우라면 멈춰서서 일주일 내적인 사유도 흘러가는 풍경의 도움을 얻어 술술 진행되어 나간다.⁴⁾

알랭 드 보통은 『여행의 기술(The Art of Travel)』에서 여행 과정에 부여하는 가치, 목적지와 관계없는 방향에 부여하는 가치를 설명하면서, 다른 역사, 다른 사고방식의 존재를 느끼며 혼란을 경험하는 것이야말로 여행에서 얻을 수 있는 의미로 보았다. 생소한 공간과 생활방식에 대한 목격에서 비롯된 생각은 차이를 통해 ‘나를 발견하고, 남을 이해하게 만든다. 다매체시대에는 눈앞에 보이는 화면을 마주하면서 영상 여행이라는 대리체험으로 여행을 떠나지 못한 시청자들에게도 가벼운 성찰의 계기를 마련해 줄 방송이 가능해진다. 정해놓은 목적지도 없이 화면 속 풍경으로 아무 생각 없이 방황하며 프로그램을 따라가는 동안 여행의 본질인 이동 없이도 출연자들과의 동일시를 통한 간접적인 여행을 체험하고, 프로그램이 끝나면 채널 밖 일상으로 복귀한다.

관광학 이론은 여행 프로그램 분석에 몇 가지 시사점을 제공한다. 관광(Tourism)은 ‘즐거움을 위한 여행(Traveling for Pleasure)’으로서, 그 어원인 ‘Tomus(돌다)’로부터 ‘Tour(순회 여행)’라는 말이 유래했다.⁵⁾ 즐거

4) 알랭 드 보통, 『여행의 기술』, 정영목 역, 청미래, 2013, 78쪽.

5) 동양에서도 주역 ‘관국지광(觀國之光)’이란 구절에 이미 ‘관광’이란 말이 나왔다.

김상원, 『관광학(2판)』, 대왕사, 2013, 23-24쪽.

움을 위한 여행으로서 관광은 “일상 생활권을 떠나 다른 자연 및 문화적 환경에서 즐거움을 추구하려는 일련의 행위”⁶⁾이다. 그러나 이는 집을 떠나기 위해서가 아니라 집으로 돌아와 살기 위한 것으로, 삶의 재충전을 위해 즐기고 일상의 자리로 되돌아온다. 여기서 여행이란 ‘깨달음’보다 ‘즐거움’을 추구하는 행위가 된다. 예능 프로그램으로서 〈꽃보다 할배〉의 목적 역시 일차적으로 ‘즐거움’에 있음을 부정할 수 없다. 그러나 이 프로는 즐거움만 추구하지 않는다. 제작진은 출연자 인터뷰와 편집 과정에서 자막 등을 통해 ‘깨달음’을 강조하고, 이 점은 시청자들에게 재미와 더불어 감동을 선사한다. 즉 이 프로그램은 단순히 즐거움을 추구하는 관광을 넘어 여행의 본질적 의미를 되돌아본다.

한편 예능 프로그램은 당연히 방송사의 수익을 위해 존재한다. 영어에서 Tourism은 Business Trip과 대비된다. 〈꽃보다 할배〉의 여행은 관광인 동시에 배우들의 비즈니스라는 이중성을 갖는다. 그들은 직접 여행 경비를 부담하지 않고, 여행의 대가로 출연료를 받는다. 소속사의 허락을 받아 일정을 잡고 현지 촬영을 떠난 것이다. 눈에 보이는 할배들 네 명의 여행을 좇는 화면 밖의 수십 명의 제작진을 위한 막대한 출장비가 제작비로 투입되며, 방송은 광고료 수입으로 연결된다. 프로그램 곳곳에 등장하는 ‘물 만난 할배들의 식탁에 빠지지 않는 생수나 짐꾼이 애용하는 호텔 예약 사이트는 간접 광고의 그 대표적인 예이다. 〈꽃보다〉 시리즈의 연출자인 나영석 PD는 2014년 한국 여행 산업을 이끄는 영향력 있는 인물 15위에 올랐다고 하며, 예능 프로그램과 관광산업의 영향 관계에 관한 연구 성과⁷⁾도 나오고 있다. 현대 관광의 구조에서 그 구성 요인

6) 윤병국, 『여행의 기술』, 형설출판사, 2008, 12쪽.

7) 이혜은·최희수, 『예능프로그램이 관광 산업에 미치는 영향』, 『한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집』, 한국콘텐츠학회, 2016.5, 215-216쪽.

은 관광 주체(관광객: Tourist), 관광 객체(관광대상, 관광자원: Tourism Attractions 또는 Resources), 관광 매체(관광사업자: Tourism Media) 등 3 부분으로 구분된다.⁸⁾ 여행 프로그램의 경우 관광 주체인 출연진 외에도 시청자 역시 2차적인 관광 주체로 이해할 수 있다. 관광 객체는 방송의 경우 여행지 선정이 관광 주체 즉 관광객 자신이 아닌, 일종의 관광 매체 역할을 수행하는 방송사에 의해 이루어지는 것이 특징이다. 따라서 관광 구조를 여행 프로그램 분석에 적용할 때 유의해야 할 요소가 바로 관광 매체이다. 관광 매체는 원래 관광사업자를 의미하는데, 이는 관광 주체와 객체를 매개하기에 영문으로 Tourism Media라고 표기한다. 여기서 매체(Media)라는 용어가 쓰이는 것은 프로그램을 제작 방영하는 방송 미디어와도 부합한다. 방송도 하나의 사업자로서 여행 프로그램을 통해 수익을 추구한다. 자본주의 사회의 여행에는 여행 주체와 객체를 매개하는 방식이 필요하고 여행 관련 예능 프로그램들이 성행하는 것도 그러한 현상을 반영한 것이다.

2. 배낭여행 프로젝트 〈꽃보다 할배〉

2-1. 〈꽃보다〉 시리즈의 탄생 배경과 〈일박이일〉

이 연구의 분석 대상인 〈꽃보다 할배〉는 〈꽃보다〉 시리즈의 시발점으로 프랑스와 스위스, 대만, 스페인, 그리스로 여행지를 확대하며 시즌3까지 다양한 여행의 모습을 보여주었다.⁹⁾ 〈꽃보다〉 시리즈의 개요는 다

8) 윤병국, 『여행의 기술』, 형설출판사, 2008, 13-14쪽.

9) 〈꽃보다 누나〉에서 여성들의 여행은 어떻게 재현되는지, 혹은 〈꽃보다 청춘〉에서 여

음과 같다.

제목	여행지	방송 기간	분량	출연자
꽃보다 할배	유럽, 대만	2013.7.5. ~2013.10.4	14회	이순재, 친구, 박근형, 백일섭, 이서진, 썬니
꽃보다 누나	크로아티아	2013.11.29. ~2014.1.17	8회	윤여정, 김자옥, 김희애, 이미연, 이승기
꽃보다 할배	스페인	2014.3.7. ~2014.5.28	8회	이순재, 친구, 박근형, 백일섭, 이서진
꽃보다 청춘	페루	2014.8.1. ~2014.9.5	6회	윤상, 유희열, 이적
꽃보다 청춘	라오스	2014.9.12. ~2014.10.10	7회	유연석, 손호준, 바로
꽃보다 할배	그리스	2015.3.27. ~2015.5.8	7회	이순재, 친구, 박근형, 백일섭, 이서진, 최지우
꽃보다 청춘	아이슬랜드	2016.1.1. ~2016.2.12	7회	정상훈, 조정석, 정우, 강하늘
꽃보다 청춘	아프리카	2016.2.19. ~2016.4.1	7회	안재홍, 류준열, 고경표, 박보검

〈꽃보다 할배〉는 리얼리티 예능 프로그램이다. 사적 영역의 공론화 현상을 반영한 리얼리티 프로그램은 사실과 허구의 재현 양식을 혼합하면서 TV 프로그램과 대중의 상호소통 효과를 창출해 왔다.¹⁰⁾ 리얼리티 프로그램이 발전해 여행, 요리, 육아, 오디션 등 다양한 주제 및 형식과 결합되면서, 리얼리티 예능은 일반인이 아닌 인기 연예인들의 숨겨진 삶을 바라보는 즐거움을 주고 있다. 리얼 버라이어티 프로그램으로서 각본을 최소화하고 출연진의 개성을 살리기 위한 카메라의 24시간 관찰

행에 대한 시각의 세대차를 비교해보는 것도 의미 있는 작업이겠으나 회당 60~90분 분량 총 64회 방영분인 시리즈 전편을 단번에 다루기에 어려움이 따르므로 여기서는 〈꽃보다 할배〉를 중심으로 분석 대상을 한정하였다.

10) 김의권, 『리얼리티 프로그램의 확산과 즐거움에 대한 연구』, 『세리엔터테인먼트 연구』 8, 한국엔터테인먼트사업연구원, 2007, 147-167쪽.

이 <꽃보다> 시리즈 전반에 적극 활용되고 있다. 낮 시간의 여행 장면뿐만 아니라 야간에 출연자 숙소까지 카메라를 설치해 <꽃보다 청춘(페루 편)>에서처럼 출연자들만의 솔직한 대화를 숨김없이 보여주거나, <꽃보다 청춘(아프리카 편)>에서 류준열의 샤워 장면을 실수처럼 보여주는 등 시청자들의 관음증적 흥미를 유발한다. 그동안 <일박이일>이나 <무한도전>, <런닝맨> 해외 특집에서는 기존의 리얼리티 프로그램의 경계 분류로 설명되지 않는 새로운 시도들이 나왔다. 리얼리티 프로그램에 게임성을 혼합한 한국형 리얼리티의 새로운 형식¹¹⁾에 맞춰 기존의 경쟁과 보상이라는 게임 구도를 유지하면서 거기에 여행지의 특성을 반영하고 있다. <꽃보다> 시리즈에서는 출연자간 대결은 없지만 전원이 한 팀이 되어 제한된 용돈으로 여행 일정을 완수하는 것도 하나의 커다란 미션이다. 최성민¹²⁾은 <무한도전> 사례 분석에서 출연자들의 성격(character)와 상호관계(network)가 리얼리티를 형성한다고 지적했다. 이와 비교할 때 <꽃보다 할배>는 실제 출연자를 캐릭터화하고 경쟁대신 공감의 네트워크를 활용해 시청자에게 호소력을 높이는 한국형 리얼리티의 한 특성을 보여준다. 서구 리얼리티 프로그램이 타자로의 차이를 생산한다면 동일자의 정치학이 작동하는 국내 프로그램은 출연한 스타들의 친근하고 진솔한 모습을 수용자가 수용하고, 출연진 각자에게 부여한 캐릭터와 미션 수행 과정을 통해 연대의 서사를 구축한다.¹³⁾ 이때 시청자들이 출연진에게 느끼는 의사사회 상호작용, 플로우와 시청만족도의 관계¹⁴⁾에서

11) 류철균·장정운, 「리얼리티 쇼의 게임성 연구」, 『인문콘텐츠』 13호, 인문콘텐츠학회, 2008.11, 33-48쪽.

12) 최성민, 「대중 매체 텍스트의 리얼리티 문제 연구」, 『인문콘텐츠』 18호, 인문콘텐츠학회, 2010.7, 125-146쪽.

13) 이희승, 「지상과 리얼 버라이어티의 한국 지역적 특징과 수용의 쾌락」, 『언론과학연구』 11권 3호, 한국지역언론학회, 2011.9, 207-237쪽.

14) 조준상·은혜정, 「리얼리티 예능 프로그램연구」, 『언론과학연구』 13권 3호, 한국지

한국형 리얼리티 프로그램의 특성을 찾을 수 있다. 이 점에서 신정아의 〈꽃보다 청춘〉 분석도 미디어 소통과 공감에 초점을 맞추고 있다.¹⁵⁾ 그 밖에 관광학 전공자 시각에서 〈일박이일〉이 관광지 이미지를 어떻게 그리고 있는지 기호학적 분석을 실시한 성과도 나와 있다. 〈일박이일〉의 기본 취지가 알려지지 않은 국내 관광지를 소개해, 지역 특산물로 요리해 먹고, 지역 주민과의 정서적 교류를 통해 끈끈한 애착관계를 형성함으로써 진정한 관광이 무엇인지를 보여주며, 토크 버라이어티를 실외로 가져간 형식으로 시청자들에게 연예인들과 같이 여행하는 듯한 대리만족감을 주었다고 분석했다.¹⁶⁾ 같은 연출자 나영석 PD가 무대를 해외로 확대한 〈꽃보다 할배〉는 예능의 흥미 요소에 여행을 통해 인생을 되돌아보는 휴먼다큐의 성격을 강화했다는 시도로서 주목된다.

〈꽃보다〉 시리즈로 여행 전문 PD로서 자리를 굳힌¹⁷⁾ 연출자 나영석이 생각하는 좋은 프로그램이란 ‘첫째, 새로운 것, 둘째, 재미가 있을 것, 셋째, 의미가 있을 것’이란 세 가지를 만족시킬 때 만들어진다.¹⁸⁾ 여행의 재미만큼 의미를 추구하는 프로그램이 〈꽃보다〉 시리즈이다. 누구나 삶의 중요한 결정을 앞두고 여행을 떠나는 경우가 있는데, 나영석은 2012년 초봄 5년간의 〈일박이일〉 연출을 접고 홀로 아이슬란드로 향한

역언론학회, 2013.9, 556-590쪽.

15) 신정아, 『미디어 소통의 관점에서 본 여행 프로그램의 공감성 연구- tvN 〈꽃보다 청춘〉 페루 편을 중심으로』, 『글로벌문화콘텐츠』 제21호, 글로벌문화콘텐츠학회, 2015.11, 133-160쪽.

16) 양승훈·김민철, 『TV 리얼 버라이어티 쇼프로그램에 나타난 관광지의 이미지』, 『관광학 연구』 34권 2호, 한국관광학회, 2010.4, 123쪽.

17) 〈꽃보다〉 시리즈와 〈삼시세끼〉의 연속 히트로 2015년 예능 PD 최초로 백상예술대상 TV 부문 대상을 수상했다. 이후 매체를 확장해 인터넷방송 〈신서유기 1,2〉에서 과거 〈일박이일〉 팀을 주축으로 중국 서안, 청두, 리장 편을 제작했고, 2016년 tvNgo에서 일반인들의 릴레이 배낭여행 프로젝트인 〈80일간의 세계일주〉를 진행중이다.

18) 나영석, 『어차피 레이스는 길다』, 2012, 문학동네, 34쪽.

다.¹⁹⁾ 그리고 결국 그해 12월에 12년간 몸담았던 KBS를 그만두고, 다음 해 1월 CJ E&M으로 회사를 옮긴다. 지상파 특히 보수성이 강한 공영방송에선 할 수 없는 독특한 프로그램 기획 및 제작에 대한 권한을 제공한 것이 이적 이유²⁰⁾라는 점에서 회사를 바꾸고 첫 작품인 〈꽃보다 할배〉는 나영석이 추구하는 예능의 방향성을 가장 잘 보여주는 사례라고 볼 수 있다.

〈일박이일〉에서 획득한 노하우들은 자연스럽게 새 프로그램에 영향을 미치고 있으며, 여행에 대한 연출자의 시각도 당시에 형성된 것으로 보아도 무리가 없다. 이를테면 “잡지에서 가라는 대로 가는 여행, 취향에 맞지 않는다. …(중략)… 정보는 부족할수록 좋다. 고백하건대 나는 멤버들이 주축이 된 자유여행을 할 때가 가장 재미있었다. 대체 어디로 갈지, 나조차도 모르면서 두근거리며 따라갈 때에 비로소 일을 하는 것이 아니라 같이 여행을 하는 심정이 되곤 했다. 내가 피디라는 것마저 잊고 그들의 여행에 슬쩍 한 자리를 얻어 탄 심정으로 따라다니곤 했던 것이다.”²¹⁾와 같이 〈일박이일〉의 경험은 배낭여행 프로젝트 〈꽃보다〉시리즈가 여행지 선정과 같은 큰 틀 외에는 일체를 출연자들에게 일임하고, 피디가 또 한명의 동행자가 된 이유를 암시해준다. 멤버들과 제작진간의 복불복으로 출연자와 연출자의 거리를 없앨 뿐만 아니라 카메라 앞과 뒤의 경계를 허문 〈일박이일〉의 수법도 여행 프로 사상 처음 적용되었다. 출연자 전원에게 6밀리 카메라를 하나씩 붙였던 〈일박

19) 아이슬란드 오로라 여행 경험은 후에 〈꽃보다 청춘〉(아이슬란드) 편으로 생생하게 되살아나기도 했다. 아이슬란드 호텔은 사치가 주는 매력 대신 하룻밤 잠자는 곳이라는 호텔 본연의 목적에 충실한 숙소가 가득하다는 인상도 여기서 비롯되었다. 그에 앞서 작가나 조연출 도움 없이 아이슬란드 행 항공권 및 호텔 예약을 직접 한 경험이 〈꽃보다〉 시리즈 내내 숙소 찾기 및 교통 편 예약 미션의 계기가 되었을 것이다.

20) 나무위키 <https://namu.wiki/w/%EB%82%98%EC%98%81%EC%84%9D>

21) 나영석, 『어차피 레이스는 길다』, 2012, 문학동네, 49-50쪽.

이일)에서 보여준 이동하는 차안에서 수학여행 떠나는 학생들처럼 마냥 들떠 소리 지르고, 노래를 부르고, 피디 뒷담화, 관심 있는 여자 연예인 얘기를 나누는 여섯 멤버들의 리얼한 영상은 크로아티아 여행지에서 김동률 노래를 따라 부르는 ‘누나들’과 19금 이야기로 밤을 새는 페루의 ‘청춘들의 모습에 고스란히 재현되었다. “하루종일 따라다니는 카메라에 따로 큐 사인 따위 있을 리가 없다. 그냥 거기에 존재하고 있는 카메라, 지금 녹화중이다, 또는 쉬는 중이다의 경계마저 허물어지고 처음부터 끝까지 끊이지 않는 네버 엔딩 촬영이 계속되는 순간, 역설적으로 멤버들은 카메라의 존재를 의식하지 않게 된 것이다.”²²⁾와 같이 촬영과 휴식의 경계가 사라진 것만이 그 의미는 아니다. 멤버들의 격의 없는 모습들, 장난치는 그림, 여행을 떠나는 설레는 얼굴, 여행지에서 우연히 발생하는 여러 상황과 좌충우돌하는 모습은 웃자고 만든 버라이어티쇼에 리얼리티라는 윤기를 더해주었다. 자연스러운 스토리텔링과 멤버들의 캐릭터가 생겨나고 코메디쇼에 다큐멘터리적인 요소들이 결합되면서 진짜 여행기가 만들어지기 시작했다.²³⁾ 고정 멤버로 이루어진 프로그램을 진행하면서 캐릭터의 힘이 무엇인지, 하루하루 스토리가 축적되어 어떻게 웃음으로 치환되는지를 배우는 경험²⁴⁾은 서사에 눈뜨는 과정이기도 하다. 버라이어티는 그저 웃기고 재미있고 게임이나 열심히 하면 되는 거리고 생각하던 나PD에게 스토리가 주는 매력, 감성에 소구하는 편집을 가르쳐준 것²⁵⁾이 〈일박이일〉이다. 그리고 이제 캐릭터의 성장과 축적되는 서사를 〈꽃보다〉시리즈 편집에서 본격적으로 보여주고 싶었던 것이다. 한편 〈꽃보다〉시리즈가 동행간의 유대감에 치중한 반면 현지

22) 나영석, 『어차피 레이스는 길다』, 2012, 문학동네, 72-73쪽.

23) 나영석, 『어차피 레이스는 길다』, 2012, 문학동네, 74쪽.

24) 나영석, 『어차피 레이스는 길다』, 2012, 문학동네, 279쪽.

25) 나영석, 『어차피 레이스는 길다』, 2012, 문학동네, 166쪽.

인들과 교류가 미흡하고, 여행자라는 국외자 시선으로 일관해 글로벌한 시각 확대를 꾀하지 못한 한계는 <일박이일>의 성공 요인에 비춰볼 때 문제점이라 할 수 있다.²⁶⁾ 경제 분야의 공정무역이란 개념처럼 관광 분야에도 공정여행이라 하여 여행지의 지역 경제와 자연, 문화를 존중하는 여행 방식이 활발히 전개되고 있다.²⁷⁾ 공정무역이 글로벌 기업의 커피노동자 착취를 문제 삼듯이, 공정여행은 여행지에서 물건을 싸게만 사려고 하면 현지 노동자의 저임금을 강화한다는 점을 경계한다. <꽃보다> 시리즈의 잔재미인 배낭여행 용돈 깎기 미션 수행 못지 않게 제값으로 하는 여행이 왜 중요한지 반성할 필요 있다. 이에 반해 지역의 자연과 맛으로 시선을 돌린 <삼시세끼>와 <꽃보다> 시리즈가 짝패를 이룰 때 나영석이 추구하는 세계가 가감 없이 드러날 것이다.

2-2. 배낭여행의 과정과 여행 프로그램

<꽃보다 할배>는 배낭여행 프로젝트 1탄을 표방하면서 기획되었다. 여행지는 모두 해외로서 대표적인 배낭여행지인 프랑스와 스위스에서 시작하여 대만, 스페인, 그리스 등지를 여행했다. 본격적 논의에 앞서 배낭여행의 특징을 잠시 살펴보도록 하겠다.

배낭여행(backpacking)은 필요한 물품을 배낭에 넣고 떠나는 여행으로 경비를 절약하고 생생한 체험을 할 수 있다. 최소한의 경비로 하는

26) <꽃보다 할배> 대만 편에서 시민들의 친절에 감사를 표하는 장면이 있으나 여기서의 현지인과의 교류란 길 찾기, 음식점 안내 정도에 불과하다. <꽃보다 청춘>에 등장하는 젊은이들의 여행에서도 이러한 소극성은 극복되지 못하고 있다. <일박이일> 외국인 특집에서 보여준 다문화주의에 비견할 참신한 기획을 <꽃보다> 시리즈에서는 발견할 수 없다.

27) 정란수, 『개념 여행』, 시대의 창, 2012, 142-143쪽.

여행이므로 숙소 역시 호스텔, 게스트하우스 등 상대적으로 저렴한 곳을 이용한다. 여행지 정보를 스스로 수집해야하는 단점이 있지만, 여행 일정을 유동적으로 짤 수 있다는 장점이 있다. 사실 여행사 상품과 달리 배낭여행은 국내에서 미리 세운 사전 준비와 계획에도 불구하고, 현지 상황에 따라 해결할 일들이 종종 생긴다는 점이 매력이다. 그래서 <꽃보다> 시리즈도 사전 준비와 통고 없이 갑자기 출발하는 쪽으로 거듭 방향을 잡는다. 할배들은 개인 소지품과 분배된 용돈 외에 특별한 준비 없이, 가이드인 서진에게 모든 것을 맡긴다. 이 여행은 네 명의 할배, H4와 짐꾼 서진의 효도 여행이기도 하다. 여행의 디테일한 부분에는 이른바 ‘배낭여행 10계명’²⁸⁾과 같은 요령이 자연스럽게 배어있다. 짐꾼은 제한된 용돈으로 관광을 계획하면서 게스트하우스나 한인민박 등에 숙소를 잡고, 할배들의 나이를 고려해 도보 이동 거리와 동선을 파악한다. 또 현지 여행 정보를 최대한 습득해 할배들의 식성에 맞춘 현지 식당을 찾거나, 한식을 선호하는 할배들을 위해 식재료를 구입해 식사를 준비한다. 때로는 입장료나 기타 비용 마련을 위해 제작진과 씨름을 하기도 한다. 이후 <꽃보다 청춘> 시리즈에서 젊은 출연자들이 등장하면서 점점 더 실제 배낭여행에 가까워진다. 단 여행지에서 현지인이나 세계 각지에서 온 젊은 친구들을 사귀는 경험처럼 반영이 되지 못한 부분도 있다. <꽃보다 할배>만 해도 젊은 배낭족들처럼 자유여행을 통해서 자신의 영역을 확대하고, 새로운 친구들을 만들어가는 쪽보다는 패키지관광 효도여행 상품처럼 가이드가 짜준 일정에 따라 자신들만의 폐쇄적 관광

28) 이른바 ‘배낭여행 십계명’이란 다음과 같은 내용이다. 유럽 시내 여행은 도보를 이용하라. 식품은 대형슈퍼를, 5시 이후에 이용하라. 물가 싼 지역을 숙소로 잡아라. 각종 ‘증’을 활용하라. 야간열차 이용 필수, 추가 요금은 피하라. 현지 여행 정보를 잘 활용하라. 관광객용이 아닌 현지인용을 이용하라. 박물관 입장료를 줄여보라. 선물은 베틀시장에서 무조건 깎아서 사라. 현지인 친구를 많이 만들어라.

을 하기 때문이다. 하지만 세대가 다른 <꽃보다 청춘>에서도 이런 부분이 적극적으로 반영되지 못했다는 사실은 제작진 의도가 여행을 통해 세계를 수용하고 소통하기보다 동행들 간의 동료애와 자아성찰에 목적을 맞춰져 있기 때문으로 보인다.

그러면 배낭여행은 어떻게 이루어지는가. 일반적으로 배낭여행의 과정은 ‘여행 욕구, 여행 정보 수집과 평가, 여행 결정, 여행 준비, 여행 체험, 여행 후 평가’의 6단계로 이루어진다. 배낭여행 과정 첫 단계인 ‘여행 욕구’에 있어서는 일차적으로 출연진의 자발적 욕구가 아니라 제작진의 프로그램 개발 욕구에 따라 섭외가 이루어진 것이 특징이다. 따라서 이 배낭여행은 출연자 입장에서 사실 출장에 해당한다. 즉 사업상 여행(business trip)이다. 물론 섭외 수락 과정에서 할배들의 여행이라는 새로운 기획에 동참하고, 수십 년간 연기를 함께 해 온 동료들과 추억여행이 되리라는 기대는 여행 욕구를 형성한다. “배낭은 6.25때 쌀자루 맨 이후 처음”(1회)이라는 이순재의 말에서 느껴지는 호기심이나, “여행이란 가 볼 만 해지다가 나이가 들어버렸다”는 신구의 후회는 여행욕구를 보여주는 인터뷰이다. 한편 이서진 섭외 과정에서는 미대형과 같이 가는 미술행이라며 써니나 현아와 동행하는 것처럼 속임수를 써서 여행욕구를 일으키고, 뒤늦게 공항에서 할배들을 모시고 가는 효도여행(?)임을 밝히는 반전이 시청자들의 흥미를 자아낸다. 시청자 편에서는 리얼리티 예능을 통해 연예인들과 배낭여행을 간접체험 할 수 있다는 기대감이 일종의 여행 욕구가 될 것이다. 두 번째 단계인 ‘여행 정보 수집’의 경우에도 최초에는 여행자가 배제된 채 제작진에 의해 사전에 이루어졌다. 이어지는 ‘여행 결정’ 단계도 제작진 단독으로 대표적인 배낭여행지인 유럽의 파라-스위스로 행선지를 정하고, 첫 숙박지와 여행 예산의 규모를 정했다. 그러나 그 이외에는 여행 과정에서 짐꾼 이서진에게 관광 일

정과 숙소 예약, 비용 지출 등을 일임한다. 현지에서 돌발하는 의외성이 배낭여행의 매력이기애 이러한 기획은 성공적이었던 것으로 보인다. 제작진이 모든 계획을 수립하는 것보다 여행 과정에서 직접 여행 계획 짜기를 보여주는 편이 효과적이다. 편집 시에는 여행 정보 수집과 결정 단계는 최소화하고, '여행 준비' 단계부터 출연자를 찾아가 인터뷰를 진행한다. 여행 준비는 2013년 3월 출발 약 4개월 전에 강남 커피숍에서 제작진과의 첫 만남에서 시작된다. 대형 이순재(80세)부터 친구(78세), 박근형(74세), 백일섭(70세), 여기에 짐꾼 이서진(43세)까지 출연자들이 차례로 소개된다. 배낭여행의 시작은 출발 전 기대감과 준비과정에서의 설렘이다. 출연자들의 집을 방문하여 밑반찬과 소주 등 짐 챙기는 장면과 출발 전 소감 인터뷰가 이어진다.

다음으로 '여행 체험' 단계는 출발지에서 목적지를 거쳐 귀로하는 전 과정을 24시간 촬영하는 리얼리티 프로그램의 중심 내용이다. 다양한 계층과 연령대에 속한 여행자들의 여행 행동을 보여준 뒤 이들이 여행에서 어떤 긍정적인 결과를 얻는지 보여주는 각종 예능 프로그램이 여행 효능감을 높여주는 기능²⁹⁾을 한다는 결과도 있다. 여행 서사는 여행 자체가 서사 구조를 형성한다. 등장인물이 여행하면서 경험하는 모든 일, 즉 '여행 체험'이 서사적 내용이며, 여행자의 시각이 서사물의 시점이 된다. 여기서는 배낭여행 시 공통적으로 인상적인 경험을 제공하는 '공항', '숙소', '관광' 체험이 <꽃보다 할배>에 어떻게 드러나는가 살펴보고자 한다.

첫째, 여행의 출발은 '공항' 체험과 함께 이루어진다. 여행 1일차는 인천공항에 도착하는 할배들을 한 명 한 명 보여주면서 시작된다. <꽃보다 남자>의 주제가와 함께 개성 있는 공항패션으로 차려입고 등장한다.

29) 김명철, 『여행의 심리학』, 아르코스, 2016, 256쪽.

대중을 의식한 스타들이 아니더라도 일반인 여행자도 공항에서만은 스타가 되고 싶다. 출국게이트를 통과해 수많은 외국인들이 오가고 화려한 면세품점이 있는 그곳은 이미 새로운 세계이다. 일상에서 벗어나 여행의 자유가 주는 흥분과 기대감이 충만한 장소가 공항이다. 공항에서 여정을 시작하는 것은 왜 중요한가. ‘현대문화의 상상력이 넘쳐나는 중심³⁰⁾인 공항 터미널이야말로 리얼리티 예능에서 최적의 무대이다. 알랭 드 보통은 『여행의 기술』 제1부 ‘출발’을 여행 전 기대와 여행을 위한 장소들에 할애하면서 ‘공항’에 대해 기술하고 있다. 그는 “어디로라도! 어디로라도! 이 세상 바깥이기에 하다면”이라고 항구나 역으로 가서 소리 지른 보들레르가 근대의 여행을 시작하는 장소와 여행을 돕는 기계의 아름다움을 최초로 표현한 19세기 예술가라는 T.S. 엘리엇의 평을 인용했다.³¹⁾ 보들레르에게 플랫폼의 시, 대합실의 시가 있었다면 현대에는 공항의 시가 있다. 그래서 공항은 모든 여행자의 로망의 시발점이다. 공항 전광판의 시간표만 봐도 설레고, 공항 패션으로 자신을 최대한 꾸민다. <꽃보다 할배>에서도 매 시리즈마다 공항 장면이 적지 않은 분량을 할애하고 있다. 또한 예능 프로로서 흥미를 높이기 위해 공항 장면마다 트릭이나 서프라이즈 효과를 배치한다. 유럽 편에서 서진이 걸그룹 현아 대신 할배들과 여행을 떠나야하는 제작진의 속임수를 뒤늦게 깨닫는 장면, 스페인 편에서 대장을 맡은 이순재에게 여행 경비인 용돈을 속이는 장면, 대만 편에서 소녀시대 써니, 그리스 편에서 최지우의 동행 비밀이 공개되는 장면이 모두 공항이라는 장소에서 이뤄진다. 예능에서 공항은 혼자만의 공상에 빠지는 장소가 아니라 동행하는 여행자들의 만남의 장소이다. 공항에서의 기대와 실망, 놀람을 리얼리티 예능은 세세

30) 알랭 드 보통, 『공항에서 일주일: 히드로 다이어리』, 정영목 역, 청미래, 2009, 16쪽.

31) 알랭 드 보통, 『여행의 기술』, 정영목 역, 청미래, 2013, 50쪽.

하게 담아 전달한다.

둘째, 배낭여행에서 중요한 것 또 한 가지가 ‘숙소’ 선정이다. <꽃보다> 시리즈는 숙소 찾기를 하나의 미션으로 활용하고 있다. 출연자가 이동 중에 직접 급박한 상황에서 제한된 경비로 숙소를 정하게 된다.³²⁾ 첫 회에서는 제작진이 파리 외곽의 한인민박을 첫 숙박지로 사전 예약해서 수고를 덜어주었지만 말도 통하지 않는 생소한 도시에서 남이 정한 숙소를 할배들과 짐을 끌고 찾아가는 것 자체가 또 하나의 미션인 셈이다. 이렇게 첫째 날은 12시간의 비행과 파리 지하철을 통과하여 숙소에도 달하는 과정을 담는다. 그 과정에서 여행하는 할배들의 ‘캐릭터’가 형성되며 첫날부터 작은 갈등도 표면화된다. 이순재는 직진순재로, 신구는 자상하고 따뜻한 미소천사로 캐릭터가 잡힌 반면 무릎 통증이 있는 백일섭은 집에서 정성껏 짜준 장조림통을 지하철 계단에서 무겁다고 던져 버린다. 이서진에게는 이런 개성 있는 할배들을 조정하며 여행을 완수해야 하는 짐꾼 임무가 맡겨진다.

셋째, 여행 체험의 핵심은 역시 ‘관광’이다. 여행 2일차부터 본격적인 관광이 시작된다. 첫 관광지 루브르박물관에서는 수많은 관광객 틈에서 묘사기 위해 줄서기와 사진 찍기, 박물관 관람 등이 이어진다. 특히 할배들의 캐릭터를 부각시키기 위해 박물관 보는 법을 ‘학구파’ 이순재와 할 수 없이 따라나선 ‘출구파’ 백일섭으로 대조시키거나, 이른바 ‘파리대분열’ 장면 삽입으로 여행객간의 갈등을 의도적으로 강조한다. ‘사진’은 오늘날 여행에서 매우 중요한 요소가 된다. 에펠탑에서 포토타임을 가지며 점핑하는 장면은 포스터로도 제작된 <꽃보다 할배>의 대표 사진이다. 할배들도 여행에서 남는 건 사진밖에 없다며 열심이다. 박근형 같은 경우는 자신이 가져온 카메라로 찍은 사진들을 고국의 아내에게 보내준

32) <꽃보다 할배>(그리스 편) 같은 경우는 이를 여행 포탈의 간접광고와 연결시키고 있다.

다. 알랭 드 보통은 아름다움을 만나면 그것을 붙들고, 소유하고 싶은 강한 충동을 느끼게 되는데 손에 잡히지 않는 아름다움을 어떻게 소유할 것인가는 카메라가 하나의 방법이라고 했다. 사진은 우리 자신을 물리적으로 아름다운 장소에 박아놓을 수 있다. 우리 자신이 그 장소 안에 좀더 확실하게 존재한다면, 그 장소도 우리 안에 좀더 확실하게 존재한다는 것이다.³³⁾ 사진은 장소와 더불어 그 시간을 소유하고자 하는 욕구이며, 그 장소, 그 시간 속에 자신을 영원히 존재하게 만들자하는 욕구이다. 배낭여행의 기억은 최종적으로 사진으로 남는다. 〈꽃보다 할배〉는 그 자체가 활동사진이다.

마지막으로 ‘여행 평가’ 단계는 주로 출연자 인터뷰에서 나오는데, 여행 일정에 따른 수시 인터뷰 외에 귀국 후 인터뷰를 앞당겨 편집하기도 했다. 그밖에 감독판에서 보여준 여행 후일담 역시 ‘여행 평가’의 일부분이다. 일반적으로 여행 후에 한번쯤 모여서 추억을 나누는 뒷풀이 자리가 있듯이 〈꽃보다 할배〉3탄인 그리스 편 마지막 회에서는 귀국 한 달 후 이서진, 최지우와 나영석 PD가 이태원 그리스 식당에서 만나 여행 뒷이야기를 나누는 장면이 나온다. 그 외에 ‘여행 평가’는 자막을 통해 제시되기도 한다. 여기에는 여행을 정리하는 제작진의 생각이 강하게 반영되어 있다.

33) 알랭 드 보통, 『여행의 기술』, 정영목 역, 청미래, 2013, 274-275쪽.

3. 리얼리티 예능과 서사성의 결합

3-1. 캐릭터 전략과 자막의 기능

〈꽃보다 할배〉는 여행 다큐멘터리가 아닌 리얼리티 예능 프로그램으로서 출연자들에게 특정 캐릭터를 부여한다. 캐릭터화는 일차적으로 실제 배우의 성격을 반영하지만 편집 과정에서 이 프로그램만의 특징한 캐릭터로 유형화한다. 내레이션이 없이 24시간 관찰한 화면을 편집해서 내보내기 때문에 자막이 서술자 기능을 맡게 된다.³⁴⁾ 자막은 등장인물 간의 인터뷰를 그대로 문자로 옮겨놓거나 요약하고, 입 밖으로 내지 않은 속마음을 추측해 표현하거나, 등장인물의 행동을 해석, 평가하는 등 다양한 기능을 담당하기에 내레이션 없이도 전지적 서술자의 기능을 충분히 수행하는 편집자의 도구가 된다. 이러한 의도적인 편집과 자막 삽입으로 4명의 할배들은 여행자로서 각자의 개성뿐만 아니라 배우로서, 나아가 인간적 면모를 부각시킬 수 있었다.

첫째 형 이순재(80세)는 4명의 할배 중 제일 큰형으로 앞만 보고 대화도 없이 빨리 걸어 ‘직진 순재’라는 별명이 붙는다. 여행자로서 그는 문화재에 관심 많은 학구파이자 동물들을 사랑하는 숲 속의 친구로 설정됐다. 평소의 엄격하고 고집스런 이미지와 달리 ‘시키면 척척 움직이는

34) 자막의 기능에 대한 연구가 최근 수년간 지속적으로 산출되었다. 대표적 성과는 다음과 같다.

정수영, 『TV 영상자막의 특징 및 기능에 관한 연구: 지상파TV 3사의 리얼 버라이어티쇼를 중심으로』, 『한국언론학보』 53권 6호, 한국언론학회, 2009.12, 153-176쪽; 김옥태·홍경수, 『텔레비전 프로그램의 자막이 시청자의 주의, 정서, 그리고 기억에 미치는 영향』, 『한국언론학보』 56권 3호, 한국언론학회, 2012.6, 5-27쪽; 김호경 외, 『예능프로그램 자막의 특성과 수용자 인식에 미치는 영향』, 『한국콘텐츠학회논문지』 16권 3호, 한국콘텐츠학회, 2016.3, 232-246쪽.

80세 순재, ‘거침없이 망설임 없이 진격’, ‘미술 작품에 호기심을 느끼는 유형’, ‘세상에서 가장 똑똑한 80대’ 등의 자막이 그의 새로운 캐릭터를 형성한다. 둘째 신구(79세)는 인자한 아버지이자 ‘계를 좋아하는 노인’이라는 기존 이미지가 있는데, 막내 백일섭을 주로 ‘섭섭이’로 부르고 동생들부터 이서진까지 살뜰히 챙기면서 ‘구아형’이란 애칭을 얻게 된다. 그러나 늘 술을 좋아하고, 때로는 거친 모습을 숨기고 있어 이중적인 캐릭터를 형성한다. 셋째 박근형(74세)은 재벌이나 야심 가득한 정치인이라는 기존 이미지를 갖고 있어 ‘센 캐릭터’로 등장하지만, 한편으로는 잘생긴 외모에 아내와 자주 통화하는 로맨티스트이며, 폐쟁이 백일섭과 형님들 사이를 조율하는 분위기 메이커 역할을 맡는다. 막내 백일섭(70세)은 무능해보여도 순박하고 정이 많은 아버지라는 기존 이미지를 갖고 있지만 예능 프로 특유의 ‘악마의 편집’의 희생자로 여행에는 무관심하고 가는 곳마다 사건을 일으키는 문제 인물로 묘사된다. 또 피로회복제 모델로 정력적이라는 선입견과 달리 저질 체력으로 여행 중 매사에 의욕이 없고 파리 지하철역 장조림 사건으로 욕하는 캐릭터로 형상화된다.

이들 4명의 할배 캐릭터가 대조적으로 드러나는 명장면이 있다면 바로 ‘성당 감상법’이다. 자막에 따르면 이순재의 감상법은 ‘학문적 접근’이다. 위, 아래, 왼쪽, 오른쪽을 분석하며, 읽을 수 있는 모든 것을 읽는다. 디테일한 모양 하나까지 놓치지 않고, 새로운 지식을 해석해 내 것으로 만드는 식이다. ‘이 세상은 온통 알고 싶은 것 투성이, 이 세상은 온통 궁금한 것 투성이’라는 자막과 함께 ‘궁금’이라는 애칭을 부쳐준다. 서술자(자막)가 개입하여 인물에 대한 분석 평가를 해주고 있다. 신구의 성당 감상법은 ‘본질적 접근’이다. “늘 약자의 편에 서야 한다는” 자막과 함께 성당 건물보다 자선이 더 본질임을 강조한다. 박근형의 감상법은 ‘신앙적 접근’으로 진지하게 기도하는 모습이나 십자가 촬영 장면들을 삽입

한다. 백일섭의 성당 감상법이라면 몸이 무거운 자로서 한 마디로 ‘접근 안 함’이다.

제 5의 캐릭터인 짐꾼 이서진은 <꽃보다 할배> 시리즈마다 할배들을 함께 모시고 여행하는 가이드 역할을 맡는 특이한 존재이다. 그는 까다로운 네 명의 할배를 모시는 비운의 짐꾼이라는 캐릭터로 형상화된다. 제작진의 거짓말에 합류한 미대형으로 대선배 연기자인 할배들의 젊은 짐꾼으로 ‘혼자만의 시간’을 갈망하지만 여행 중 할배들과 인간적 교감을 갖게 된다. 그의 성당 감상법에는 ‘치유적 접근’이란 자막이 붙는데, “이곳에 와 계신가요. 만약 계시다면 저를 굶어 살피소서. 이 한 몸 쉬게 할 혼자만의 공간을 내어 주소서”라는 기원에서 알 수 있듯이 잠시라도 할배들에게서 벗어나 ‘신성불가침이 성립되는 혼자만의 공간’을 추구하는 모습으로 그려진다. 이때 자막은 인물의 내면 심리를 통찰하는 전지적 서술자가 된다. 서진은 몰카 당하는 배우, 통역사, 내비게이터, 요리사, 총무 등 온갖 역할을 성실하게 수행하며 묵묵히 선생님들의 가이드를 담당한다. 완벽한 여행을 위해 한 번 더 확인하고 확인하는 짐꾼 서진의 모습을 예능 프로그램답게 희화화된 편집으로 보여준다. 그 3단계는 영상과 자막으로, ‘1단 집중모드 / 보조개 실종, 입 나눔’, ‘2단 초집중모드 / 입술 깨물기’, ‘3단 초집중긴장모드 / 입술 씹어먹기’와 같이 제시된다. 짐꾼의 역할은 후속작인 <꽃보다 누나>에서 이승기로 이어지는데, 영어도 잘하고 능력 있는 이서진과 비교하면 일찍이 연예인으로 데뷔하여 매니저 없이 혼자 힘으로 제 역할을 못하지만 누나들의 귀여움과 보살핌을 받으면서 성장하는 성장한 캐릭터로서 차별화시킨다. 그 외에 대만 편에서 써니, 그리스 편에서는 최지우가 여성 짐꾼으로 이서진과 함께 잠시 공동 가이드 역할을 맡아 활력소를 제공한다. 본질적으로 자유여행인 배낭여행에는 원래 가이드가 없지만 할배들의 여행자적

특수성을 고려해 설정해 다양한 능력으로 할배들과 다른 각도에서 예능 프로그램을 이끌어가는 멀티맨과 같은 존재이다. 실제 배우의 이미지보다는 프로그램에서 맡겨진 역할에 따라 강화된 캐릭터로서 출연자인 이서진은 국민 집꾼이라는 새로운 이미지로 시청자들의 긍정적 평가와 인기를 받게 된다.

다큐멘터리와 예능의 등장인물 보여주기 방식이 상대적으로 차이가 있듯이 리얼리티 프로그램이지만 다수의 출연자들을 편집 전략에 따라 캐릭터화 하는 것은 하나의 서사 전략이다. 인물이 행동을 하면 기본적으로 서사는 성립하게 되지만 서사에서 또 한 가지 필수적인 것이 서술자의 존재이다. 리얼리티 프로그램은 출연자들을 24시간 따라붙는 카메라를 통해 3인칭 관찰자 시점과 같이 등장인물들의 여행 일정을 그대로 보여주고 있다. 카메라의 눈(camera eye)은 사전 대본 없이 인물과 사물을 그대로 비춰줄 뿐이다. 한편 인터뷰를 통해 각각의 인물 내면의 소리를 들을 때는 내적 초점화에 의한 서술이 이루어진다. 그런데 이러한 편집에 의해 시청자에게 등장인물의 내면을 언제든지 보여주고, 자막을 통해 그것을 요약하고 해석 평가하며, 현재 시점뿐만 아니라 여행 전 과거나 미래를 미리 보여주기도 하며 전지적 서술자의 기능을 수행한다. 결국 '보여주기'를 표방하지만 내레이션 없는 자막 편집만으로도 '말하기'가 가능하게 되는 것이다. 이렇게 영상 서사에서 서술자란 편집자이며, 〈꽃보다 할배〉의 여행 읽기란 여행하는 출연자뿐만이 아닌 연출자의 여행 읽기를 보여주는 것이다. 실제로 연출자와 작가를 비롯한 제작진이 함께 여행을 하고, 여행의 사전 준비로부터 일련의 계획이 이들에 의해 이루어진다. 그들은 여행을 하면서 출연자들의 개성을 파악한 캐릭터 전략을 수립하고, 현장에서 바로 촬영에 이를 반영할 수 있었다.³⁵⁾

35) 할배들의 캐릭터 전략은 주로 작가에 의해 이루어진다. 메인 작가인 이우정은 나영

3-2. 예능과 여행 서사의 만남

〈꽃보다 할배〉는 버라이어티 예능과 여행 서사를 결합한 한국형 리얼 버라이어티의 사례를 제시했다. 한국형 예능 프로의 대표적 사례인 〈일박이일〉은 ‘야생’, ‘로드’, ‘리얼’ 컨셉으로 미션을 수행하며, 게임+잡담, 개인기를 보여주는 일종의 실외 토크쇼이다. 이때 개별 캐릭터보다는 남자들의 동료애를 강조한다. 〈꽃보다 할배〉 역시 유명 연예인들이 배낭여행이라는 특정 과제를 수행하며 친분, 갈등, 오해, 화해의 과정을 거치게 된다. 출연자 선정에서 다년간의 배우 인생과 노년의 지혜를 갖춘 할배들의 캐릭터화로 서사성을 강화했다. 러시아 민담을 분석하며 프로 프가 서사에서의 인물을 그 기능으로 설명했듯이 개성이 다른 네 명의 할배와 짐꾼 서진은 일개인으로서의 출연자 역할을 넘어서 캐릭터로서의 기능을 충실하게 수행한다. 이와 같은 캐릭터 전략은 리얼리티 프로그램에서 시청자들에게 그동안 알려진 유명 배우로서의 이미지가 아닌 출연자의 실제 모습을 보여주는 것이 목적이지만 결국은 프로그램의 흥미를 위해서 편집과정에서 전에 없던 이미지를 덧입혀 새로운 캐릭터를 만든다. 그러니까 캐릭터라는 것은 고정된 것이 아니고 새롭게 해석되고 변화하는 것이다.

또 하나 생각해 볼 점은 캐릭터 간의 갈등과 변화이다. 예능에서는 캐릭터간의 대립과 경쟁이 프로그램을 이끄는 핵심요소이다. 그런데 소설이란 자아와 세계와의 갈등이라고 한 게오르그 루카치의 말과 같이 서

석 PD와 〈일박이일〉을 만들며, KBS연예대상 쇼오락 부문 방송작가상, 한국방송작가상 쇼오락 부문, 대한민국 콘텐츠 대상 등을 수상한 베테랑이다. 나영석 PD와 옮긴 tvN에서 〈꽃보다〉 시리즈를 만드는데, 여행 장면 곳곳에도 등장한다. 캐릭터 형성에 대한 탁월한 능력은 예능작가 출신으로 드라마에 도전하여 〈응답하라〉 시리즈를 성공시킨 경력에서도 확인된다.

사적 요소 중 핵심은 갈등의 존재이다. 2회에 등장하는 ‘파리 대부분열’은 출연자들간의 최초의 갈등으로 예고에서부터 시청자들의 관심을 끌기 위하여 강조한 내용이다. 파리 여행 첫날 에펠탑 관람 후 저녁 일정에서 상젤리제 거리 관광을 원하는 이른 바 우파 이순재에 반발하여, 피로에 지친 좌파 백일섭이 숙소행을 주장하자, 중도파 친구와 제작진까지 개입하여 논쟁을 벌인다. 짐꾼 이서진은 어린 자기에게는 투표권이 없다며 기권한다. 사소한 의견 대립에 불과하지만 단체로 여행을 하다보면 반드시 한번쯤 벌어지는 갈등을 보여주려는 의도에서 편집한 내용이다. 그러나 여행이 진행되면서 할배들이 서로를 위해 걸음의 속도를 맞춰주는 장면들은 여행이란 무엇인가를 보여주려는 연출 의도와 관련이 있다.

〈꽃보다 할배〉의 서사 구조는 세 가지 갈등을 내포하고 있다. 첫째는 할배들간의 성격차로 인한 갈등이다. 위에 소개한 ‘파리 대부분열’이 그 예이다. 자유여행인 배낭여행 시 숙소나 식사메뉴를 결정하는 과정에서 자연스럽게 누적된 불만은 일행을 분열시키곤 한다. 심지어 박물관을 관람하는 방식조차도 달라서, 관심과 체력의 차이는 갈등의 원인을 제공한다. 둘째로는 짐꾼 서진과 할배들간의 갈등이 가능하지만, 대선배들을 모시는 긴장된 환경에서 서진의 인내심과 선배에 대한 존경심으로 갈등은 표면화되지 않는다. 여행 과정에서 서진의 내적 갈등은 내면의 성숙으로 이어진다. 억지로 떠맡은 임무와 바쁜 일정에 다른 여행자처럼 쉽다 성찰의 기회도 얻지 못하며 갈등하던 짐꾼에게 결국 선배 연기자들과의 여행이 새로운 계기가 된다는 점을 시청자들은 눈여겨보게 된다. 셋째는 출연진과 제작진(연출자 나영석PD)간의 갈등이다. 출연자와 제작진의 경계 허물기는 한국형 버라이어티의 특성으로 이 프로그램에서도 〈일박이일〉처럼 출연진과 제작진간의 경계가 소멸되고, 때로는 제작진에 반발하는 출연진 사이의 크고 작은 갈등이 일어난다. 침대마다

달린 카메라를 보고 자는 것만은 자유스럽게 하자는 근형의 요구에 취침시는 카메라를 끄겠다고 맞서다 결국은 제거하거나, 1인당 180 유로에 달하는 물랭루즈 관광비용을 제작진이 부담하라는 서진의 제안과 신구의 고집에 물리서는 장면이 나온다.

이렇게 제작진과 제작과정의 뒷이야기가 전면화 되고, 카메라 앞과 뒤, 무대와 무대 뒤 공간의 경계가 소멸하면서 또 하나의 리얼리티를 추구한다. 한식쟁탈전에서 서진은 할배들의 저녁찬거리를 마련하기 위해 막내작가의 방을 습격하고, 제작진 가방을 뒤져 통조림 반찬을 획득해 가기도 한다. 이 과정에서 일반적으로 방송 카메라 뒤에 숨겨진 제작진의 생활이 노출된다. 또 연출자 나영석 PD는 <꽃보다 할배>의 6번째 캐릭터처럼 출연진과 밀착해 짐꾼 서진의 대화 상대가 되어주기도 하고, 때로는 출연진과 일박이일 복불복 게임처럼 대결을 벌인다. 나PD는 이 서진 섭외 과정에서부터 스페인편의 이순재 용돈 삭감까지 이야기의 뒤에서 사기꾼 캐릭터처럼 출연자들을 골탕 먹인다. 반면 연출자로서 절대권력을 행사하지 못하고, 출연자들의 단결된 행동에 번번이 좌절되기도 한다. 과거 <일박이일>에서 제작진과 출연자들이 족구 대결을 벌였듯이, 이번에는 5회에서 이른바 '빅데이'라고 이름 붙인 내기 고스톱판이 벌어진다. 부족한 여행 경비를 추가 확보하려는 출연진과 이에 맞서는 제작진이 충돌된다. H4의 선수는 오직 고스톱판에서만 왼손을 사용하는 60년 경력의 '왼빠' 이순재와 센캐릭터 박근형이고, 제작진의 대표 선수는 여행 주치의인 의대 나온 여자 정현숙과 타짜 포스의 이서진 담당 VJ 윤성용 촬영감독이다. 출연자와 제작진이 일진일퇴의 공방전을 펼친 이 게임은 여행지에서의 자주 볼 수 있는 '놀이' 문화를 자연스럽게 보여주는 흥미로운 장면이기도 하다. 경계의 소멸은 시청자와의 사이에서도 나타나 리얼리티 프로그램을 시청하는 동안 감정이입과 동일시를 통한

관객 몰입(flow)을 통해 상호작용이 이루어진다. 즉 제작진과 출연자의 양방향적 진행이 이루어지는 일종의 인터랙티브 서사이다.

3-3. 디매체 시대의 기행문과 자기 성찰의 서사

〈꽃보다 할배〉는 영상으로 만들어진 기행문이다. 기존의 여행서적이 1인칭 기행문의 형식을 띠다면 이 프로그램의 시점은 3인칭 관찰자와 내적 초점화, 그리고 전지적 작가 시점을 결합하고 있다. 여행 전 과정을 24시간 촬영하여 사전 각본에 의해 설정된 장면이 아닌 현장의 리얼리티를 담은 카메라아이를 추구한다. 중간중간에 삽입되는 인터뷰를 통해 내면심리묘사도 가능하다.

여행 서사는 여행 일정 자체가 서사가 된다고 앞에서 언급했지만 여행의 과정 과정마다 인터뷰를 진행하고 편집 시 이를 활용하여 여행 시간 이상의 인생 체험을 담아내었다. 즉 서사적 측면에서 시간 구조를 살펴보면 중심이 되는 여행의 시간 외에 여행 이전의 시간들과 여행 이후의 후일담의 시간들이 배치되며, 선형적인 시간구조의 흐름 중간 중간에 삽입된 인터뷰 영상들이 주로 자기성찰의 순간들을 담고 있는 것이다.

몇 가지 인터뷰를 살펴보자면, “당신에게 여행은 무엇인가요?”라는 질문에 각각 ‘젊음’(신구), ‘행복’(근형), ‘추억’(일섭)이라는 답을 내놓는다. 순재는 추상적인 대답대신 가장 단순하게 “여행은 즐거운 겁니다.”라는 답을 내놓는다. 그리고 마지막에는 “여행은 계속 되어 돼. 순재가 직진하는 한”라는 자막을 통해 여행을 마무리 짓는다. 한편 여행과는 상관없이 여행을 통해서 반대로 떠난 일상에 대한 반성과 애착을 보여주기도 한다. “우리가 너무 바쁘게 사는 것이 아닌가... 나는 한국이 좋아”라는 일섭의 인터뷰는 여행을 마치고 집에 돌아오면 그래도 뭐니뭐니해도

집이 최고야, 우리나라가 편해 라는 식의 반응들을 보여주는 대목이다. 한편 이 프로그램은 노년의 경험과 지혜로 젊은이들과 소통한다. “우리는 실수한다는 것을 두려워하거든 젊은이들은 실수를 반복하면서 개선이 되고 더 좋은 걸 찾을 수 있어.”라는 신구가 젊은이에게 보내는 충고를 소개하며, 반대로 “그들은 우리 과거이자 현재이며 미래입니다.”라는 자막으로 할배들을 재조명한다. 이와 같이 일종의 토크버라이어티로서 다초점적 심층 인터뷰 장면을 통해 오락성, 자극성 대신의 공감과 가치를 통한 휴머니티를 추구한다.

그러나 한편으로는 서술자의 편집과 자막을 통한 개입과 평가는 시청자들의 각인효과를 유도한다. 〈걸어서 세계 속으로〉 같은 여행 다큐나 과거 〈짹〉과 같은 예능 프로에 등장하여 강렬한 인상을 주었던 내레이션은 부재하지만, 화면재구성(분할), 자막과 그래픽 삽입, 다양한 효과음, 음성변조, 배경음악, 배우들의 흑백 자료화면 등이 서사를 보완하는 ‘다매체 서사’이다. 최첨단 방송기술을 활용하여 장시간 밀착 촬영이 가능한 소형 촬영장치를 출연자마다 거의 일대일로 배치 활용하여 리얼리티 쇼의 효과를 얻을 수 있고, 헬리캠 촬영 등을 통해 여행자들을 상공에서 조망하는 효과도 얻어내면서 기존의 여행다큐에서 만나보지 못하던 다양한 화면을 시청자들에게 제공하였다.

〈꽃보다 할배〉는 나영석이라는 스타 연출자가 제작진과 공동으로 여행을 기획하고 편집한다. 이러한 방법은 정해진 일정, 각본에 따른 드라마가 아닌 열린 형식으로서 출연자의 선택에 따라 여러 일정, 다양한 서사가 가능한 비선형 서사이다. 그것은 이 여행이 배낭여행이기 때문에 가능했다. 즉 여행의 형식과 프로그램의 형식 간의 구조적 상동성이 존재한다. 〈꽃보다 할배〉 시리즈 전체를 놓고 보면 고정된 출연자가 여행의 행선지를 바꾸면서 반복적으로 벌이는 미션을 수행하는 버라이어티

프로그램으로서, 여행의 조건을 조금씩 바꾸면서 전과는 다른 새로운 경험을 획득하는 비선형적인 과정이 바로 여행의 본질이기도 하다. 할배들로부터 청춘으로 이어지는 <꽃보다> 시리즈가 언제까지 계속될지는 모른다. 여행은 늘 열린 결말이다.

5. 결론

여행 프로그램의 역사는 정보 위주의 다큐멘터리를 중심으로 발전해왔지만 <일박이일>과 같이 한국형 예능의 등장 이후 여행 프로는 잘 알려지지 않은 국내외 관광지 소개, 지역 특산물 요리, 지역 주민과의 정서적 교류로 진정한 여행의 의미를 탐색해왔다. <꽃보다> 시리즈는 이전의 여행 프로와 비교할 때 목적지까지 어떻게 가서 무엇을 할까라는 질문은 공통적이지만 무엇보다도 시청자들에게 연예인과 여행하는 대리만족을 주었다. 방송 후 해당 지역의 관광객이 대폭 증가하면서 관광지 PPL에 이용된 측면도 있으나 관광 이미지와 관광 담론을 구축하는데 기여하였다.

본론에서 살펴본 바와 같이 본 연구는 배낭여행 프로젝트 <꽃보다 할배>의 여정과 서사를 분석하면서 리얼리티와 캐릭터 전략에 주목하였다.

리얼리티 예능 <꽃보다 할배>의 서사성은 첫째, 여행 전 과정을 24시간 관찰하는 리얼리티 쇼로서 캐릭터 '보여주기'와 자막을 통한 '말하기'를 결합한 서사 전략으로 편집자가 서술자 역할을 담당하게 했다. 연구 대상으로 선정한 <꽃보다 할배>는 출연자들의 실제 배우로서의 기존 이미지와 달리 프로그램만의 고유한 캐릭터로 할배들을 차별화하고, 가이

드로 동행한 서진을 통해 짐꾼이라는 독특한 캐릭터 개발에 성공했다. 다큐멘터리의 내레이션 기능을 대신하는 자막은 서술자의 기능을 수행하며 배경과 인터뷰로 표현할 수 없는 부분을 채워준다. 둘째, 예능과 여행 서사를 결합한 한국형 리얼 버라이어티의 새 유형을 제시하여, 출연자와 제작진의 경계를 허물고, 시청자들 간의 체험과 동일시를 통한 인터랙티브 서사를 추구한다. 셋째, 다매체 시대의 기행문으로 첨단 기술을 활용한 열린 결말의 비선형서사로서 여행과 방송의 상동성을 특징으로 한다. 또한 자기 성찰의 서사로서 공감과 소통의 휴머니티를 추구한다.

이와 같이 <꽃보다> 시리즈의 여행은, 여행지와 여행자가 여행의 두 축이라면 현지 생활과의 만남으로 타문화를 이해하는 공간적 목적보다는 한국 관광객의 시선을 유지하며 동료/세대간의 결속을 추구하는 시간으로서의 의미가 강하다. 이는 ‘꽃(장소)〈할배(인간)〉’의 서사라고 결론 지을 수 있다. 그러므로 ‘꽃보다 서사’라는 말을 통해 상징적으로 리얼리티 예능의 여행을 바라보는 방식을 읽을 수 있을 것이다.

이번에는 하나의 시론으로서 <꽃보다 할배>를 서사 분석하는데 집중했다면, 향후 연구대상을 확장해 <꽃보다 누나>, <꽃보다 청춘> 시리즈와의 비교 연구, 이동보다는 한 곳에 머무는 여행이라는 트렌드를 반영한 같은 연출자의 새 히트작 <삼시 세끼>나 연로한 아버지와 아들이 함께 가는 여행인 <아버지와 나> 같은 후발 예능과의 비교 연구, 여행 다큐와 여행 예능 프로그램의 비교 연구로 확대해 가면서 새 방송 장르 개발에 기여할 수 있는 자료를 제공할 수 있기를 기대한다.

참고문헌

1. 기본자료

- 나영석 연출, 〈꽃보다 할배〉, tvN, 2013.
_____, 〈꽃보다 할배〉(스페인 편), tvN, 2014.
_____, 〈꽃보다 할배〉(그리스 편), tvN, 2015.

2. 논문과 단행본

- 나영석, 『여차피 레이스는 길다』, 문학동네, 2012.
류철균·장정운, 「리얼리티 쇼의 게임성 연구」, 『인문콘텐츠』 13호, 인문콘텐츠학회, 2008.11, 33-48쪽.
신정아, 「미디어 소통의 관점에서 본 여행 프로그램의 공감성 연구- tvN 〈꽃보다 청춘〉 페루 편을 중심으로」, 『글로벌문화콘텐츠』 제21호, 글로벌문화콘텐츠학회, 2015.11, 133-160쪽.
양승훈·김민철, 「TV 리얼 버라이어티 쇼프로그램에 나타난 관광지의 이미지」, 『관광학 연구』 34권 2호, 한국관광학회, 2010.4, 121-142쪽.
윤병국, 『여행의 기술』, 형설출판사, 2008.
이광원, 『여행학 개론』, 학문사, 2000.
이혜은·최희수, 「예능프로그램이 관광 산업에 미치는 영향」, 『한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집』, 한국콘텐츠학회, 2016.5, 215-216쪽.
이희승, 「지상파 리얼 버라이어티의 한국 지역적 특징과 수용의 쾌락」, 『언론과학연구』 11권 3호, 한국지역언론학회, 2011.9, 207-237쪽.
정란수, 『개념 여행』, 시대의 창, 2012.
조준상·은혜정, 「리얼리티 예능 프로그램연구」, 『언론과학연구』 13권 3호, 한국지역언론학회, 2013.9, 556-590쪽.
최성민, 「대중 매체 텍스트의 리얼리티 문제 연구」, 『인문콘텐츠』 18호, 인문콘텐츠학회, 2010.7, 125-146쪽.
알랭 드 보통, 『공항에서 일주일: 히드로 다이어리』, 정영목 역, 청미래, 2009.
_____, 『여행의 기술』, 정영목 역, 청미래, 2013.

Abstract

Narrative over Flower, Reading travel of TV Reality Entertainment
- Focusing on 〈Grandpas Over Flowers〉

Kim, Myung-Seok(Sungshin University)

This paper analyzes the of backpacking in tvN's 〈Grandpas Over Flowers〉 series, and then studies the character strategy and the reality of entertainment program. The program differentiated Grandpas with a unique character Unlike the real image of the actors, and succeeded to character setting by developing the character of porter serves as a guide.

The narrative features of the entertainment 〈Grandpas Over Flowers〉 as a reality show to observe 24 hours are narrative strategy of combining showing characters and speaking with the subtitle. The second feature is presenting to the type of Korean real variety by combining the entertainment and narrative of travel. The breaking down boundaries between performers and producers and the pursuit of an interactive narrative are the another narrative features. It is the travelogue of Multimedia ages utilizing high technology. The Homology with travel and broadcasting as a non-linear narrative of the open end is the feature of the program too. Also it seeks to humanity's empathy and communication as a narrative of self-reflection.

The travel in 〈Grandpas Over Flowers〉 seeks solidarity between colleagues and same generation. It's as strong a sense of time, rather than spatial purposes to understand other cultures and meeting with local life. So 'Grandpas Over Flowers' means 'Narrative Over Flowers'. We can see the way of reading travel in TV Reality Entertainment by naming the word 'Narrative Over Flowers'.

(Key Words: travel, narrative, character, reality entertainment, 〈Grandpas Over Flowers〉, Na Yung-Seok)

논문투고일 : 2016년 7월 10일

심사완료일 : 2016년 8월 3일

수정완료일 : 2016년 8월 16일

게재확정일 : 2016년 8월 17일