

유동하는 웹, 확장하는 드라마*

송치혁**

1. 웹, 텔레비전 그리고 드라마
2. 웹으로의 전이, 공전하는 현실
3. 안방극장의 점멸과 새로운 극장의 탄생
4. 취향과 감성의 공동체, 확장하는 드라마

국문요약

웹의 발견 이후 드라마의 영토는 넓어졌다. 여타 많은 예술양식들이 웹을 경유했던 것과 더불어 텔레비전드라마 역시 웹드라마는 고유의 양식적 변환을 시도했던 것이다. 이 글은 웹이 사용자의 놀이공간에 힘입어 드라마를 전유하려는 시도를 밝히는 것을 목적으로 했다. 한국의 웹드라마는 텔레비전드라마의 관습을 토대로 기존에 시도하기 어려웠던 소재를 다루며 새로운 즐거움을 전달하는 것을 목적으로 했다.

미디어 간의 위계와 시청자의 관계를 고려하는 것은 중요하지만 웹드라마를 단순히 텔레비전드라마의 연장선으로 파악하는 것은 논의를 축소시킬 우려가 있다. 드라마라는 예술양식이 새로운 미디어와 접합하면서 끊임없이 스스로를 변화·확장시키는 양상을 살펴보는 것이 중요한 것도 이 때문이다. 변화하는 현대 미디어 장(field)의 위상은 생산자의 의도와 이용자의 욕망이 충돌하면서 생성되는 새로운 현상들이 복잡한

* 이 논문은 BK21 플러스 고려대학교 한국어문학미래인재육성사업단의 지원으로 작성되었음.

** 고려대학교 국어국문학과 박사수료.

망을 거치면서 통제할 수 없는 성질을 띄게 된다. 드라마라는 예술양식은 이 안에서 끊임없이 유동하며 스스로를 확장해나가고 있는 것처럼 보인다. <드라마월드>는 한국 텔레비전드라마가 다다른 지점이 웹을 경유할 때 생기는 현상들은 기성 미디어가 상상하는 방식과는 사뭇 달라진 현실을 보여준다. 이러한 양상은 게임 등을 활용한 웹 콘텐츠에서도 극명하게 드러난다.

결과적으로 웹 콘텐츠들이 드라마화된 형태로 생산·소비되는 것은 드라마라는 개념이 전 시대의 그것에서 더욱 확장되어가고 있음을 의미하는 것은 아닐까. 그런 점에서 웹 안에서 확장하는 드라마는 근대 이후의 세계에서 사회와 개인을 상상하는 방식에 대한 통찰을 제공하는 유의미한 참조점이 될 수 있다.

(주제어: 웹드라마, 웹, 1인방송, <드라마월드>, 웹콘텐츠)

1. 웹, 텔레비전 그리고 드라마

2000년대 이후 인터넷은 웹을 통해 기성사회의 담론과 소통체계를 아우르는 새로운 궤도를 그려냈다. 일간지를 통해 유통되던 다양한 정보들은 극단적이라 느껴질 정도로 불특정 다수의 사람들에게 개방되었다. 스마트폰이 보급되기 시작한 2010년대에 이르러 웹(인터넷)의 가치는 재발견되었다. 웹은 정보를 얻고자 하는 사용자의 욕구와 직접적으로 조우하게 된 것이다. 이러한 흐름이 한국만의 독특한 인터넷 문화로 자리 잡은 것은 웹과 사용자를 둘러싼 제반 조건의 변화를 의미하는 것이기도 했다. 예컨대 Google이 검색을 위해 초기화면을 극단적으로 단순화시킨 것과 달리 국내 포털사이트들은 뉴스 이외의 콘텐츠를 적극적으로

로 배치시키는 전략을 사용한다.

웹의 가치는 SNS라는 독특한 공간의 등장과 함께 새로운 방식으로 소비되기 시작했다. 장소, 시간과 상관없이 언제나 타인과 연결되어 있다는 모바일의 감각은 기존의 주류 언론이 점유하고 있던 담론 체계에 적지 않은 균열을 가져왔다. 웹과 함께 끝없이 증식되는 정보들로 인해 견고하게 이루어지던 담론 구조에 균열이 생겨나기 시작한 것이다.

흥미로운 점은 웹이 정보의 유통 자체에 머물지 않고 새로운 소비의 형태를 만들어냈다는 사실이다. 통제 불가능한 정보의 기하급수적인 전파는 일관된 시각으로 통찰할 수 없는 새로운 형태의 콘텐츠를 만들어 낸 것이다. 이 과정에서 대중들은 단순 소비자의 역할에 머물지 않고 일종의 사용자(User)로 참여한다. 이들은 웹을 통해 전달되는 콘텐츠들을 다시 왜곡/굴절하는 방식으로 소비와 생산에 적극적으로 가담한다. 말하자면 웹이 사용자와 직접 조우하면서 ‘놀이’¹⁾의 성격을 지닌 독특한 공간을 형성하고 있는 것이다. 사용자들은 댓글을 통해 자신의 의견을 표현하고 더 나아가 2차 생산에 직접 개입함으로써 자발적인 생산과 소비의 주체로의 욕망을 추구한다. 말하자면 웹은 즉자적인 형태의 소비를 제공하면서 동시에 재생산이 가능한 사용자들의 공간(User Interface)을 형성한다. 이때 웹은 콘텐츠 자체의 성격보다도 사용자들이 참여할 수 있게 개방된 놀이 공간의 성격을 극명하게 드러낸다.

웹이라는 공간의 등장과 함께 사용자들의 소비가 어떤 양식을 통해 변주해나가고 있는지에 대한 통찰은 중요하다. 그중에서도 ‘드라마’²⁾라

1) “놀이는 장소와 지속성에 의해 “일상적인 삶”과는 구분된다. (중략) 그것은 장소의 격리성과 시간의 한계성이다.” 요한 하위징아, 『호모 루덴스』, 김윤수 옮김, 까치, 1981, 21쪽.

2) 이 글에서 사용되는 드라마(Drama)라는 용어는 연극이나 텔레비전 드라마 등의 특정 양식을 뜻하기보다는 ‘극적인 것을 재연하는 일련의 문화적 행위를 포함하는 광의의

는 예술양식의 도입은 흥미로운 부분이라고 할 수 있다. 문학형식으로 서의 드라마는 아리스토텔레스가 정의한 바와 같이 사건과 행동의 연속체(복합체)로 정의된다.³⁾ 바꾸어 말하면 일정한 서사를 등장인물들의 행동으로 치환하여 관객들에게 재연하는 것이 드라마의 기본 형식인 셈이다.

‘웹드라마’는 웹과 드라마의 결합에 대한 고민의 산물이었다. 스낵컬처의 특징을 갖고 있는 웹드라마는 10분 내외의 짧은 에피소드를 주기적으로 업데이트하여 총 60-90분 분량의 콘텐츠를 제공한다. 상대적으로 짧은 시간에 시청이 가능한 웹드라마는 저예산으로 독창적인 이야기를 제작할 수 있기 때문에 다양한 장르적 실험과 시즌제로 제작될 가능성까지 열어두며 화제성을 낳는 콘텐츠로 주목받았다.⁴⁾

텔레비전드라마와 웹의 관계에 대해 스토리텔링과 서사 구성 방식⁵⁾, 소비 환경의 변화⁶⁾, OSMU로서의 가능성⁷⁾에 주목했다. 웹드라마는 텔레비전드라마의 새로운 가능성이 웹 플랫폼과 조우한 한국만의 독특한 대중예술이라는 것이 선행연구들의 공통된 결론이다.⁸⁾ 선행연구들이

개념으로 사용한다. 미디어와 재연방식에 따라 구분되는 텍스트들은 연극이나 영화, 텔레비전 드라마 등의 세분화된 표현으로 구분해서 사용할 것이다.

3) B.아스무트, 『드라마 분석론』, 송진 옮김, 서문당, 2000, 20쪽.

4) 미디어산업 진흥부, 『웹드라마, 한국형 동영상 콘텐츠로 부상하나』, 한국방송통신전파진흥원 발간자료, 2014.

5) 이진, 『한국 웹드라마의 스토리텔링 양상』, 『인문콘텐츠』 38, 인문콘텐츠학회, 2015; 김미라·장윤재, 『웹드라마 콘텐츠의 제작 및 서사 특성에 관한 탐색적 연구』, 『한국언론학보』 59-5, 한국언론학회, 2015; 김수정, 『웹드라마 ‘간서치 열전’의 내러티브 및 캐릭터 특징 고찰』, 『Journal of Integrated Design Research』 15-1, 인제대학교 디자인연구소, 2016.

6) 정윤경, 『웹 드라마의 선택 요인과 소비 집중에 관한 연구』, 『방송문화연구』 28-1, KBS 방송문화연구소, 2016; 박수철·반옥숙·박주연, 『웹드라마의 이용동기가 만족도와 이용태도에 미치는 영향』, 『정보사회와 미디어』 16-2, 한국정보사회학회, 2015.

7) 김은영, 『웹툰 ‘미생’의 재매개 과정에서 나타난 디지털 서사의 변주』, 『미디어, 젠더 & 문화』 31-2, 한국여성커뮤니케이션학회, 2016.

지적했다시피 웹과 드라마, 드라마와 웹의 관계는 대중예술의 생산과 소비가 플랫폼의 변화와 밀접하게 관련이 있음을 밝혀냈다. 드라마(drama)라는 예술형식의 횡단은 미디어의 변화에만 맥락이 닿아 있다고 보기 어렵다.

한국 웹드라마의 특이점과 그 한계를 세세하게 밝힌 선행연구들의 성과와는 별개로 웹이라는 특정한 공간 안에서 드라마의 위상이 변화하고 있다는 사실에 대해서는 좀 더 재고가 필요하다. 웹 콘텐츠가 사용자(User)와 직접적으로 결합될 수 있다는 점을 감안하자면 문제는 단순하지 않다. 웹의 특성, 즉 무한한 개방과 재생산이 콘텐츠들의 질과 방향을 종잡을 수 없는 설질의 것으로 변모시키고 있기 때문이다. 웹을 경유하는 콘텐츠들을 기성 미디어와의 관계 내에서 설명하기에는 해명되지 않는 빈 공간이 너무 많아진다.

주목해야 할 부분은 콘텐츠를 둘러싼 생산과 소비의 전제 조건이 달라지고 있다는 사실이다. 드라마라는 예술양식이 시대와 미디어를 초월하여 끊임없이 생산되고 있는 점을 고려하자면 모바일을 통해 웹의 전방위적인 성격이 부각되는 최근의 상황은 다각적인 측면에서 고려되어야 한다.

주지하다시피 이 글이 주목하고 있는 지점은 대기업이나 지상파 방송국의 후원 하에 텔레비전드라마의 연속선 위에 놓인 웹드라마가 아니다. 일련의 웹드라마들은 선행연구들이 밝힌 바와 같이 텔레비전 드라마를 웹이라는 공간에 맞게 구축된 예술양식이다. 웹이라는 특정한 공간을 점유한 드라마의 양식적 변용은 그 자체로 중요하지만 단지 웹드라마라

8) 일례로 미국에서는 Webisode(web과 episode의 합성어로 시즌제 드라마의 휴식기에 웹을 통해 공개되는 짧은 영상)와 같은 형태의 콘텐츠를 텔레비전과 상관없이 웹을 통해 공개한다. 하지만 이는 어디까지나 웹 고유의 콘텐츠가 아닌 시즌과 시즌 사이의 공백기를 이어주는 역할을 한다.

고 명명된 특정한 방식이 지금 물밑에서 이루어지는 웹 콘텐츠들의 성격을 포괄하기에는 한계가 있다.⁹⁾ 때문에 거대자본의 기획에 따라 제작된 웹드라마만큼이나 중요한 것은 웹을 둘러싸고 있는 사용자와 생산자간의 겹쳐짐이다.

그렇게 보자면 웹과 드라마의 조우는 고정된 하나의 예술양식의 창안보다는 일상 그 자체의 콘텐츠화를 의미하는 것처럼 보인다. 이러한 의문점을 바탕으로 끊임없이 확장하며 변모하는 드라마의 경계¹⁰⁾를 되묻는 것이 이 글의 궁극적인 목적이 될 것이다.

2. 웹으로의 전이, 공전하는 현실

주지하다시피 웹은 PC 사용자와 인터넷을 연결하는 플랫폼 역할을 한다. 때문에 웹을 경유한 콘텐츠들은 시각과 청각을 폭넓게 활용하여 대량의 정보를 사용자에게 제공한다. 웹툰이나 웹소설 등과 같은 콘텐츠들은 플랫폼의 특성을 고려하여 다양한 감각적 정보들을 활용하는 형태로 만들어지는 것이다. 그런 점에서 웹에서 가장 먼저 고려되어야 할 사항은 사용자의 편의다. 직관적인 구성을 통해 사용자가 언제나 편안하게 콘텐츠에 접근할 수 있도록 설계되는 과정 또한 웹 콘텐츠라고 본다면, 웹의 효용가치를 극대화시키는 전략은 대형 포털사이트가 콘텐츠

9) 그런 점에서 10대들이 소비하는 웹동영상의 이용률(86.1%)과 웹드라마·웹예능의 이용률(28.6%)이 극명하게 차이를 드러내는 2016년의 통계조사는 주목할 필요가 있다. 실제로 거대 자본이 상상하는 웹의 세계와 실제 이용자들이 체감하는 세계의 괴리는 명확하다. 한국언론진흥재단 조사분석팀, 『2016 10대 청소년 미디어 이용 조사』, 한국언론진흥재단, 2016, 138쪽.

10) 마틴 에슬린, 『극마당: 기호로 본 극』, 김문환·김윤철 옮김, 현대미학사, 1993, 27쪽.

를 주조해내는 방식과도 깊은 연관성이 있다.

대형 포털 사이트 Naver는 웹드라마 전용 페이지인 'TV 캐스트'를 개설, 웹드라마를 포함한 동영상 서비스를 지상파 채널을 통해 방송되는 프로그램은 물론 웹 예능과 같이 Naver를 통해서만 시청할 수 있는 동영상을 실시간으로 제공한다. 대부분의 웹드라마는 Naver를 통해 공개되며 시기와 상관없이 언제나 시청할 수 있는 접근환경을 전용 페이지를 통해 구축한 것이다. Naver의 이러한 전략은 극장이나 텔레비전과 같은 미디어처럼 인터넷을 사용하려는 사용자들에게 웹의 생태계를 조성하는 구심점의 역할을 한다. 매일 업데이트되는 새로운 정보와 함께 웹드라마는 포털사이트의 페이지뷰를 늘리는 가장 효과적인 방법인 셈이다. 웹 콘텐츠에서는 내용만큼이나 사용자의 편의성, 즉 UI 디자인이 중요한 만큼 웹 생태계의 구축이라는 점에서 중요하게 다루어져야 한다. 자연스럽게 뉴스와 웹툰, 광고 등의 사이트 내 배치는 다분히 사이트를 방문하는 사용자들의 성향과 계층을 고려한 결과로 이해하는 것이 옳다. 한국의 웹드라마 역시 같은 맥락에서 이해하자면 포털사이트의 욕망 위에 서있다. 웹드라마는 텔레비전드라마와는 구별된 시청자 층을 대상으로 한다. 인터넷 사용에 능숙하면서도 스마트폰 등을 통해 자신이 원하는 정보와 콘텐츠를 자유자재로 검색·활용할 수 있는 10대와 20대, 이들이 웹 콘텐츠의 주된 수용자 층이 된다. 이른바 '덕질'¹¹⁾에 기반하여 콘텐츠를 소비할 수 있는 신세대가 주된 수용자층으로 설정되면서 웹드라마의 내용과 형식에 결정적인 영향을 끼쳤다고 볼 수 있다.

그런 점에서 다수의 웹드라마가 '청춘'을 다루고 있다는 사실을 주목

11) 오타쿠라는 단어가 변형되어서 생겨난 '덕후'는 자신이 좋아하는 취미에 집요할 정도로 집착하는 사람들을 일컫는다. '덕질'은 덕후들이 수행하는 극단적인 취향의 추구를 의미하는 말이다.

할 필요가 있다. 예컨대 삼성이 투자한 4편의 웹드라마¹²⁾는 취업준비생들이 겪는 문제들을 ‘도전’, ‘긍정’, ‘미래’, ‘희망’ 등의 키워드로 부각시킨다. 4편의 웹드라마는 삼성의 기업철학을 통해 열정과 희망을 상실한 청년들에게 응원¹³⁾을 주기 위해 계속해서 기획되는 문화 콘텐츠이다. 절망하는 청년에게 주어진 해답이 신자유주의의 최전선에 서있는 대기업의 경영철학인 것은, 실상 사회적 맥락이 소거된 채 개인(청춘)이 스스로의 감정적 전회를 통해 눈앞에 닥친 문제를 해결해야한다는 점에서 기존 텔레비전드라마가 갖는 담론과 큰 차이점을 보이지 않는다.¹⁴⁾

이와 같이 대다수의 웹드라마들은 대기업이나 공공기관의 지원을 받아 간접광고, 즉 브랜드 웹드라마의 형식을 취하고 있다.¹⁵⁾ 여기에 아이돌 산업을 주력으로 삼는 대형 연예기획사의 전략이 맞물리면서 다양한 팬서비스와 홍보가 전면에 배치되는 것은 드라마 자체의 완성도 보다는 화제성 생산이 더 중요하다는 것을 말해준다.¹⁶⁾ 그렇기 때문에 대형 포털사이트를 통해 제공되는 웹드라마들은 생산과 소비의 불균형을 토대로 제작되고 있다고 볼 수 있다. 극이 전개될 때마다 금융상품 등이 자세하게 소개되거나(〈초코뱅크〉), 자사의 연대별 차종이 추격전에 사용되는 식(〈특근〉)의 간접광고는 웹드라마가 홍보의 영역과 곧바로 맞닿

12) 〈최고의 미래〉, 〈긍정이 체질〉, 〈도전에 반하다〉, 〈무한동력〉.

13) 『4년째 웹드라마 만드는 삼성...“긍정이 체질, 경영철학 답아”』, 『한국경제』, 2016.11.1.

14) 박명진, 『타임머신/시간여행 모티브 드라마에 나타난 자기 계발 이데올로기』, 『한국극예술연구』 47, 한국극예술연구, 2015, 286-287쪽.

15) 미디어산업 진흥부, 『웹드라마, 한국형 동영상 콘텐츠로 부상하나』, 한국방송통신전파진흥원 발간자료, 2014, 79-80쪽.

16) 통산 누적 조회수에서 1,000만이 넘는 6개의 작품 중 EXO를 비롯한 인기 아이돌을 전면 배치한 작품은 4작품이다. 나머지 2개의 작품도 전문배우가 아닌 아이돌 출신 스타를 주연으로 내세웠다는 점에서 다른 맥락에 놓여있다고 보기는 어렵다. 아이돌 출신 배우에 대한 선입견은 차치하더라도 웹드라마의 중요한 홍보수단이 아이돌 출연이라는 사실을 부정하기는 어렵다. 『[2016년 웹드라마 상반기 결산 EXO는 EXO다! 카이 주연 ‘초코뱅크’ 상반기 1위 영예』, 컨스TV, 2016.7.20.

아 있다는 점을 극명하게 드러낸다. 여기에 동아시아를 포함한 해외 수출이 고려되면서 웹드라마는 마케팅의 차원에서 중요한 의미를 갖게 된다. 그런 점에서 보자면 웹드라마는 텔레비전드라마의 플랫폼 이주¹⁷⁾에 가까운 결과물이 된다. 웹드라마의 제작은 텍스트와 시청자를 직접 매개하려는 의도 보다는 제작주체의 의도를 더 극명하게 드러내는 상품에 가까워진다. 이렇듯 공중파를 비롯한 기성 담론이 웹을 다루는 방식은 기존의 관습을 따르는 방향으로 형성되었다. 이러한 웹드라마들은 현재의 텔레비전 드라마가 추구하는 방향과 마찬가지로 공적으로 인정된다고 여겨지는 가치들을 재생산해낸다. 이러한 웹드라마의 방향은 드라마를 분석하는 기존의 방식으로는 다가갈 수 없는 웹의 논리와 괴리된, 오히려 텔레비전 드라마의 연장선 위에서만 통용되는 것이기도 하다.

하지만 웹이 가지고 있는 소비의 과정이 기성 미디어와는 전혀 다른 성격을 내포하고 있다는 점을 고려해보자. 텔레비전의 시청을 주된 여가로 생각하지 않는 신세대들이 향유하는 웹은 기성 텔레비전드라마에 대해 다른 인식 지평을 보여준다.

Netflix를 통해 공개된 <드라마월드>¹⁸⁾는 한국 텔레비전드라마가 가지고 있는 정형화된 이미지와 클리셰들을 재전유하는 방식으로 기존 텔레비전드라마의 한계와 방향성을 상징적으로 활용한 웹드라마다. 간단하게 줄거리를 살펴보면, 클레어는 K-drama의 광팬으로 스마트폰을 이용해 <사랑의 맛>을 비롯한 텔레비전드라마를 시청하는 것이 유일한 취미인 미국의 여대생이다. 우연한 사건을 통해 텔레비전드라마의 세계, 즉 드라마월드(Dramaworld)로 빨려 들어간 클레어가 어긋난 이야기를

17) 정윤경, 「웹 드라마의 선택 요인과 소비 집중에 관한 연구」, 『방송문화연구』 28-1, KBS 방송문화연구소, 2016, 57-59쪽.

18) <Dramaworld>, Viki · Netflix 공개, 2016.

바로잡는 것이 <드라마월드>의 주된 내용이다.

흥미로운 점은 현실 세계의 사람인 클레어가 드라마월드를 지키는 방식이 K-drama에서 필수적으로 사용되는 ‘공식’¹⁹⁾의 반복이란 사실이다. 예컨대 클레어가 드라마월드에서 제일 처음 한 행동은 주인공 박준과 악녀 가인의 키스를 방해한 것이다. 수년간 K-drama를 시청해왔던 클레어는 한국 텔레비전드라마에서는 첫 키스를 했던 상대만이 진정한 사랑이 될 수 있다는 관습적 재연에 익숙하기 때문에 도출해낸 결론에 따라 행동한 것이다. 또한 클레어처럼 현실에서 건너온 세스는 스스로 K-drama의 주인공이 되기 위해 여자 주인공을 위협으로 몰아넣고 결정적인 순간에 자신이 구하려는 계획을 세운다. 이들의 행동은 K-drama로 지칭되는 한국 텔레비전드라마가 내용보다 독특한 법칙, 즉 형식의 성립이 더 중요하다는 사실을 암시한다.

<드라마월드> 내에서 재연된 극중 드라마 <사랑의 맛>은 제목에서도 내용을 알 수 있을 정도로 한국 텔레비전드라마의 관습화된 맥락을 쥐고 있다. ‘맛’이라는 표현은 이 드라마의 주인공이 전문 셰프일 것이며 레스토랑 운영과 기업 승계 사이에서 가난한 여주인공과 야망을 가진 악녀 사이에서 갈등할 것임을 암시하고 있다. 간단한 키워드만으로 내용 추측이 가능하다는 것은 기존 한국 텔레비전드라마가 갖고 있는 선입견을 여지없이 노출시킨다. 이에 더해 김치로 뺨을 때리거나 술 취한 여자가 자동으로 업히는 장면은 한국 텔레비전드라마가 비현실적인 토

19) <드라마월드>의 제작자는 극의 전개를 고려해 K-drama의 공식을 크게 5가지로 요약했다. 1. 모든 드라마는 진정한 사랑의 키스로 끝난다. 2. 남자주인공은 자신감, 외모, 약간의 오만함을 가지지만 여자주인공을 배려하는 신사여야 한다. 3. 남자주인공의 사위신이 반드시 등장한다. 4. 휘방꾼과 장애물이 많을수록 진정한 사랑이 된다. 5. 진정한 사랑이 이루어지면 드라마가 초기화된다. 『한류드라마의 법칙 5개로 압축... ‘드라마월드’ 시즌2 배경도 한드』, 『헤럴드경제』, 2016.9.5.

대 위에서 굴러가고 있음을 희극적으로 확인시키며 웃음을 유발한다.

뒤집어 생각해보면 주류 미디어인 텔레비전을 통해 방송되는 한국의 텔레비전드라마들이 재연하고 있는 극적 상황이 현실과 동떨어져있으며 동시에 리얼한 감각의 체험과는 거리가 있다는 은유이기도 하다. 여전히 텔레비전이 대중들 사이에서 보편적으로 통용되는 가치와 평균을 보여주고는 있지만 적어도 텔레비전드라마가 이것을 보장해준다는 믿음은 사라졌다. 소비의 측면에서 보건대 한국 텔레비전드라마에 대한 기대는 정해진 시간에 텔레비전을 통해 이루어지는 시대는 지났다고 보는 것이 옳다. 정주행(첫 회부터 마지막 회까지 드라마 전체를 순서대로 시청하는 행위)보다는 짤방이나 클립 형식²⁰⁾으로 텔레비전의 콘텐츠들이 소비되고 재구성되어 웹으로 다시 복제된다. 이미 전체에 대한 궁금증은 단편적으로 형성된 감정적인 반응들, 그리고 이를 끌어내는 자극만을 확인하는 것으로 대체되었다. <드라마월드>를 통해 확인할 수 있는 반응은 주류 미디어인 텔레비전이 생산해내는 문화적 담론이 하위문화의 수준으로 격하되었다는 사실을 말해준다. <드라마월드>가 패러디를 통한 조소의 수준에 머무르지 않는 이유는 텔레비전드라마의 재미가 현실성에 있지 않고 비현실적인 설정과 클리셰의 반복적인 확인에 있다는 달라진 인식을 보여주고 있기 때문이다. 더 이상 기성 미디어가 상상하는 드라마는 웹 안에서 굴절되어 다른 의미로 변주되고 있다.

20) 짤방은 해당 텍스트의 일부분을 캡처 형식으로 저장하는 방식을 뜻하며, 클립 형식은 특정한 구간을 따로 편집하여 재생하는 방식을 뜻한다.

3. 안방극장의 점멸과 새로운 극장의 탄생

초창기 웹드라마의 생산과 유통은 텔레비전드라마의 연장선 위에서 그려진 것은 부정할 수 없는 사실이다. 웹과 드라마라는 용어를 맞바로 결합시킨 상상력에서도 확인이 가능하듯이 텔레비전으로 시청하던 드라마를 웹을 통해서도 가능하다는 상상이 웹드라마의 제작과 생산으로 이어졌던 것이다. 2장에서 살펴보았듯이 이 상상력이 맞아있는 곳은 주류 미디어가 극적인 것을 생산해내는 방식의 답에서 기인한 것이기도 하다.

‘드라마’라는 용어에서 알 수 있듯이 방송국은 극적인 예술 양식을 통해 시청자를 확보하려 했다. 방송 초창기부터 사용되던 ‘안방극장’²¹⁾이란 용어는 텔레비전이 갖는 문화적인 맥락을 적실하게 설명해준다. 각 가정의 안방으로 연극을 중계하거나 재연하는 방식으로 이루어지던 텔레비전드라마가 고유의 특수한 양식을 갖기까지 시간이 필요했던 사실을 고려하면 드라마는 새로운 시대의 미디어를 재조직화하는 유용한 도구인 셈이다.

웹 콘텐츠가 어떤 방식으로 우리의 일상과 관계를 맺고 있는지에 대한 분석 역시 필요하다. 물론 웹드라마의 태생과 유통방식을 고려하자면 텔레비전드라마와의 연장선 위에 놓인 예술양식인 것은 맞지만 미디어 간의 투쟁과 협상이 끊임없이 이루어지는 웹이라는 공간에 대한 이해가 필요하다. 웹이 개방한 것은 서로 다른 미디어의 예술양식이기도 하지만 각 담론 간의 충돌을 흡수하고 증폭시키는 역할 또한 하고 있기 때문이다. 때문에 이전에는 중요하지 않게 여겨지던 것들이 콘텐츠의 위상을 갖게 되는 현상은 가벼운 것이 아니다.

21) 임중수, 「TV, 일상으로 들어오다」, 『문화과학』 48, 문화과학사, 2006, 279-280쪽.

애니메이션 전문 채널인 Animax에서 방송된 〈도티 & 잠뜰 TV〉²²⁾는 게임 〈Minecraft〉²³⁾를 활용하여 1인 방송 크리에이터인 도티와 잠뜰 등이 상황에 맞는 목소리 연기를 통해 이야기를 채워가는 프로그램이다. Sandbox 게임으로 분류되는 〈Minecraft〉는 특정한 스토리텔링이나 목적 없이 구축된 가상세계에서 Player가 스스로 원하는 행동을 자유롭게 할 수 있다. 정식 방영된 〈도티 & 잠뜰 TV〉의 ‘외계인학교’ 에피소드는 사용자가 직접 편집한 모드에서 외계인학교로 전학 온 친구들의 이야기를 다루고 있다. 정해진 서사가 부재한 만큼 모든 상황과 대사는 서로간의 합의가 이루어진 범위 내에서 자유롭게 발화된다. 주된 시청층이 초등학생까지의 유년층인 만큼 자극적인 소재는 지양되고 이해하기 쉬운 내용으로 구성되어 있다. 이 과정에서 키보드를 조작하는 소리와 기타 잡음 등이 여과 없이 송출되고 방송 중에 일어나는 돌발상황 역시 콘텐츠의 내용으로 포함된다. 또한 엄밀하게 짜여진 대본과 연출보다는 큰 틀의 이야기를 거스르지 않는 수준에서 각자의 순발력과 연기력에 의존하여 이야기 전개가 이루어진다.

기존의 드라마, 좁게는 텔레비전 드라마가 뿌리를 두고 있는 연극적인 관습과는 다소 다른 방식으로 이루어지는 〈도티 & 잠뜰 TV〉는 게임이라는 미디어를 1인방송의 포맷으로 전환시킨 대표적인 예라고 볼 수 있다. ‘외계인 학교’ 에피소드는 외계의 어느 행성을 배경으로 새롭게 전학 온 친구에게 학교와 주변 시설물에 대한 도티와 친구들의 이야기를

22) 〈도티 & 잠뜰 TV〉, Animax, 2016.5.26~방영중.

23) 〈Minecraft〉는 스웨덴의 작은 개발사인 Mojang이 제작한 게임으로 특정한 서사 없이 게이머가 자유롭게 채집과 건설을 반복하는 것이 특징이다. 게임의 주요 소스도 무료로 개방되어 있기에 유저들의 자유로운 수정이 가능하기에 각자의 취향과 관심에 따라 자유로운 플레이가 가능하다는 특징을 가지고 있다. 문의식, 〈마인크래프트〉, 『게임대백과』, 2014.10.6 (http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=2885&contents_id=68421)

다루고 있다. 물론 이 상황은 게임이라는 특정한 콘텐츠를 경유하는 것이지만 한편으로 재연을 위해 마련된 또 다른 무대가 되는 셈이다. 이때 실연자들은 성우와 같이 목소리 연기를 하지만 대본이 없다는 점에서 큰 차이점을 지닌다. 기존 어린이 프로그램에서 시도하던 인형극이나 콩트와도 차별화되는 이유는 댓글과 채팅 등을 통해 공중파를 비롯한 텔레비전에서 이루어지는 것과 다른 논리로 극을 전개시킨다.

케이블 채널이긴 하지만 전문 교육을 받은 인력이 아닌 일반 사용자가 직접 기획하고 제작한 콘텐츠가 방송된다는 사실은 텔레비전이 점유하고 있던 전문적인 영역이 점차 개방되고 있다는 증거이기도 하다.²⁴⁾ 물론 이러한 현상이 곧바로 방송의 경계가 소멸할 것이라는 전망으로 이어지기에는 무리가 있지만 전문 작가·연출·배우를 통해 재연된 것만이 드라마의 구분은 서서히 희미해져가는 것처럼 보인다.

그런가 하면 LG 유플러스는 개인 Youtube 채널을 900번 대의 정규 채널로 편성²⁵⁾하는 파격적인 시도를 했다. 이 채널들은 다양한 게임을 실황중계하거나(대도서관 TV), 장난감을 직접 갖고 노는 모습을 방송하고(캐리와 장난감 친구들), 컨셉에 맞는 화장법을 직접 시연하며(썸님) 외국인의 시선으로 한국 문화를 관찰·체험(영국남자)하는 방식의 콘텐츠들을 제공한다. 개인 유튜브 채널을 운영하는 이들은 개인 혹은 소규모의 인력으로 시청자가 원하는 콘텐츠를 아프리카 TV나 Twitch 등의 스트리밍 사이트를 통해 생중계하고 이를 편집한 영상이 Youtube에 업로

24) 실제 <도티 & 잠뜰 TV>는 8-10세 유아층의 관심 속에서 2.6%의 시청률을 기록하며 동시간대 1위를 차지하기도 했다. 이 현상은 <뽀로로와 친구들>같은 애니메이션과 같은 맥락에 서있으면서도 게임이라는 미디어를 텔레비전에서 활용했다는 측면에서 더 주의 깊은 분석이 시도될 필요가 있다. 『애니맥스, '도티&잠뜰' 7월 애니 채널 동시간대 시청률 1위』, 『텐아시아』, 2016.8.4.

25) 『LG유플러스 “이젠 유튜브 동영상 TV로 보세요”』, 『매일경제』, 2016.10.10.

드된다. 시청자들은 웹을 통해 실시간으로 이들의 방송을 즐기는 한편 텔레비전으로 원하는 시간대에 원하는 콘텐츠를 편안하게 즐길 수 있게 되었다. 이러한 흐름이 제한적인 흐름이긴 하지만 웹 콘텐츠들이 텔레비전으로 전이되어 서로의 정체성을 공유하기 시작했다는 사실까지 부정할 수는 없다. <마이 리틀 텔레비전>²⁶⁾ 이후 많은 프로그램들이 인터넷 생중계와 녹화편집 방송을 병행하며 시청자들의 댓글과 채팅을 방송에 맞게 편집·삽입하는 과정은 텔레비전이 취했던 일방향적인 커뮤니케이션이 실시간 피드백이 가능한 방향으로 점차 이동해가는 과정이기도 하다. 이러한 흐름이 헤게모니의 전환을 의미하는 것은 아니지만 방송사가 일방적으로 제공하는 것과 다르게 시청자가 자발적으로 검색하여 향유하는 행위를 통해 자신이 원하는 콘텐츠를 제공받는다든 점에서 한정된 동영상만을 서비스 하는 VOD(Video On Demand)시스템과는 다른 궤적을 보인다. 웹을 통해 만들어지고 유통되는 다양한 콘텐츠들이 텔레비전을 경유하여 접근할 수 있는 현실은 텔레비전으로 대변되는 기성 미디어의 달라진 위상을 확인시켜준다.

4. 취향과 감성의 공동체, 확장하는 드라마

아즈마 히로키가 지적했듯이 웹은 거미줄처럼 촘촘하면서도 끊임없이 뻗어나가는 기호로 이루어진 공간이다.²⁷⁾ 웹이라는 기호 체계는 표층(페이지)과 심층(HTML)으로 구성되어 있으며 심층을 통해 표층이 구

26) MBC에서 방송되는 예능 프로그램 <마이 리틀 텔레비전>은 인터넷 1인 방송을 참고하여 일요일 저녁에 Daum·카카오 등을 통해 생방송을 중계하고 이를 편집해 토요일 저녁에 텔레비전에 맞는 형식으로 편집·방송하는 프로그램이다.

27) 아즈마 히로키, 『동물화하는 포스트모던』, 이은미 옮김, 문학동네, 2007, 170-171쪽.

성된다. 이때 중요한 것은 보이는 것(표층)을 통해 보이지 않는 세계(심층)를 추적해내는 것이 아니다. 각각의 OS와 브라우저 등의 환경에 맞게 디자인된 웹은 보이지 않는 세계인 데이터베이스까지도 시각적으로 확인이 가능해진다. 말하자면 심층에 있는 것조차 보이는 것으로 환원되는 세계가 웹인 것이다.²⁸⁾

아즈마 히로키가 웹의 체계를 해석 하는 방식은 근대적인 해석을 통해 형성된 사실주의적인 세계관이 현재에 와서는 판이하게 달라졌음을 의미한다. 웹의 논리는 이전부터 존재하던 수많은 예술형식들, 예컨대 만화와 소설, 영화 등을 자신에게 맞는 형태로 변화시켜왔다. 이들이 웹을 경유할 때는 기존에 소비되던 형태가 아닌 OS와 브라우저, 모바일 환경에 맞는 형태로 과감하게 축소·변형된다. 일례로 문체나 화면 구성 방식, 만화에 BGM과 영상이 추가되며 독특한 형식을 창안해내는 양상은 텍스트를 소비하는 방식이 웹의 논리에 따라 재배열되고 있음을 의미한다. 말하자면 사용자 각자의 환경에 맞추어 최대한 등가적으로 구조화된 시스템을 향유하고 있는 것이 웹 콘텐츠의 논리이기도 하다.

웹 안에서 사용자(User)의 역할은 필요한 정보를 검색하여 찾아내는 동시에 적극적인 해석을 포함한다. 이 과정은 왜곡과 굴절을 통한 재생산이 웹 콘텐츠를 소비하는 주요한 행위로 인식하게 해주는데 이 때 중요한 것은 콘텐츠 내에서의 법칙과 논리에 국한되지 않고 각기 다른 세계를 병렬시키는 행위이다.²⁹⁾ 2차 창작을 통해 원작의 세계관을 파괴하는 동시에 극단적으로 연결시키는 것이 웹 콘텐츠를 향유하는 방식인 셈이다. 웹이 모든 것을 보이는 세계로 환원시켜 각자의 브라우저로 송출하는 동시에 사용자들은 자신이 원하는 콘텐츠를 찾아 미처 인식하지

28) 아즈마 히로키, 『동물화하는 포스트모던』, 이은미 옮김, 문학동네, 2007, 179쪽.

29) 아즈마 히로키, 『동물화하는 포스트모던』, 이은미 옮김, 문학동네, 2007, 183쪽.

못한 욕망을 재연한다. 웹 콘텐츠는 사용자의 욕망을 극단적으로 시각화시켜 현실을 매개하는, 일종의 계(界)를 형성해내는 것이다.

그렇게 보자면 사실적으로 재구축된 혹은 사실적이라 여겨지는 세계는 다른 의미로 바뀌었다고 볼 수 있다. 사용자들이 자신의 취향을 미세한 부분까지 조합·왜곡·굴절시켜 검색하는 행위는 심층(데이터베이스)에 새겨진 정보들을 개개인의 욕망으로 전유시켜 사실적인 것으로 인식하는 것과 같다. 웹을 경유하여 생성되는 콘텐츠의 존재 방식³⁰⁾은 웹과 현실 세계의 관계를 사유하는 하나의 근거가 된다.

흥미로운 사실은 사용자가 자신의 욕망을 직접적으로 대면하기 어렵다는 데에 있다. 예컨대 먹방(Social Eating) 열풍과 <마이 리틀 텔레비전>을 패러디한 <마이 국회 텔레비전>³¹⁾의 등장은 새로운 시대에 콘텐츠가 소비되는 방식에 대한 유의미한 참조점을 제공한다. 인간의 기본적인 욕구에 해당하는 먹는 행위와 사회적으로 중요하게 고려되어야 하는 정치적 행위가 웹을 통과하며 본래의 것과 다른 성격의 것으로 변모한다. 시청자들은 자신이 원하는 메뉴를 원하는 방식대로 크리에이터가 먹기를 원하기에 별풍선과 같은 현물을 전달하면서 자신의 욕망을 대리 재연하기를 추구한다. <마이 국회 텔레비전> 역시 필리버스터를 바라보며 실시간으로 채팅을 하고 별풍선을 전달하듯이 온라인으로 정치후원

30) 대표적으로 미국의 MARVEL 스튜디오는 영화, 텔레비전드라마, 코믹스 등을 통해 자사 소속 영웅들을 하나의 세계관으로 묶어내며 '마블유니버스'를 만들어냈다. 한국에서도 역시 이러한 움직임이 감지된다. 만화 창작집단 YLAB은 작가와 발표시기가 각기 다른 작품들을 종말이라는 구체적 상황으로 연결시키는 '슈퍼 스트링' 세계관을 창조하여 하나로 연결시키는 작업을 진행하고 있다. 물론 이러한 세계관의 형성은 웹의 특성까지도 밀접하게 맞물려있는 것이다.

31) 2016년 2월 23일 테러방지법 통과를 합법적으로 방해하기 위해 200시간에 가까운 '필리버스터'가 인터넷을 통해 생중계된 것을 인터넷 1인 방송을 소재로 MBC에서 방송되었던 <마이 리틀 텔레비전>을 패러디해 생긴 제목이다.

금을 기부하며 사사로운 취향의 영역을 극명하게 드러냈다. 공적인 행위인 정치와 사적인 행위인 요식이 웹을 경유하여 극단적으로 축소된 양상을 설명하는 것은 요원해보이기까지 한다.

소비되는 것은 의사소통 그 자체다.³²⁾ 잘 짜여진 이야기를 감상하는 것만큼이나 사용자들은 자신의 욕망을 직접 보기 원하는 것이다. 이 과정에서 중요한 것은 먹거나 듣는 행위 자체가 아니라 별다른 편집 없이 짧게는 3-4시간, 길게는 10시간이 넘는 시간동안 특정한 감정과 취향을 불특정한 개인(들)과 공유하고 있다는 감각이다. 먹는 입과 말하는 입은 어디까지나 사용자 자신의 욕망을 위해 움직이는 것이 된다. 자본의 논리보다도 사용자 개개인의 욕망이 병렬적으로 연결된 ‘결핍-만족’의 구조가 웹 콘텐츠를 움직이는 동력이라고 볼 수 있다. 따로 분리되어 있던 세계들은 웹을 통해 접속과 단절을 끊임없이 반복하며 존재한다. 이를 하나로 묶어낼 수 있는 커다란 전망이 부재한 시대지만 각자가 자신의 욕망에 따라 미끄러지듯이 웹 사이를 유영하는 것은 근대 이후의 세계에서 드라마를 소비하는 방식의 전환을 의미하는 것일 수도 있다.

웹을 경유한 인터넷방송이 드라마적인 것과 접속하는 현상은 사뭇 흥미롭다. 앞서 언급한 <도티 & 잠뜰 TV>와 같이 게임 등의 특정한 양식이 실연자를 통해 재전유되는 양상은 드라마의 변화를 가시화시키는 것이라고 볼 수 있다. 사용자는 게임과 같은 본래의 양식이 전달하는 의미망을 뚫고 들어와 극적으로 재구성된 콘텐츠를 실시간으로 소비한다. 드라마라는 이름을 가진 예술양식이 걸어온 변화의 길은 격변하는 미디어 장 내에서 달라진 의사소통 체계를 재연하는 길이기도 했다.³³⁾

32) 아즈마 히로키, 『일반의지 2.0』, 안천 옮김, 현실문화, 2012, 194-195쪽.

33) 그런 점에서 10대와 20대가 콘텐츠를 소비하는 방식이 TV에서 PC로, 다시 PC에서 스마트폰으로 이동하는 양상은 주목할 필요가 있다. 전통적으로 뉴스, 예능 프로그램, 드라마 등을 고정된 미디어를 통해 수용하던 시대의 종언은 신문과 텔레비전이

그런 점에서 텔레비전을 하나의 제도이자 체계화된 감정이며 경험을 통해 체득된 문화로 이해했던 레이먼드 윌리엄스의 통찰³⁴⁾을 웹으로 옮겨도 크게 무리는 없을 것이다. 그가 텔레비전을 ‘사회적’인 관계로 파악했던 것은 드라마를 통해 사람들의 일상이 구성되고 재생산된다고 보았기 때문이다.³⁵⁾ 이 말을 뒤집어보면 웹은 드라마화를 통해 구축된 개인의 일상과 사회적인 것 사이의 거리를 극단적으로 좁혀주는 역할을 한다. 너무 가까워진 거리는 다시 드라마화된 형태로 전환되어 콘텐츠의 소비를 결정짓는다. 요컨대 ‘현실적인 것’이라 여겨지는 가치들은 텔레비전 등의 주류 미디어에서 여전히 다루어지겠지만, 웹을 경유한 ‘드라마’는 현실적이라는 감각을 전혀 다른 방식으로 재연해낼 것이다. 이 과정을 일종의 결어로 보는 것은 확장하며 분화를 거듭하는 새로운 시대의 드라마를 절반만 이해하는 것일 수 있다.

다소 장황하게 돌아왔지만 웹과 드라마의 결합은 단순히 텔레비전드라마의 미디어적 확장을 의미하지 않는다. 끊임없이 작은 이야기들로 분화하고 미끄러지는 욕망들 사이에서 주류 미디어가 재연하는 드라마들이 불특정 다수의 욕망을 전부 충족시켜줄 수는 없다. 웹 콘텐츠들이 드라마화된 형태로 생산·소비되는 것은 드라마라는 개념이 전 시대의 그것에서 더욱 확장되어가고 있음을 의미하는 것은 아닐까. 그런 점에

고안해냈던 공동체의 해체를 수반하는 것이다. 자신이 원하는 시간에 원하는 장소에서 원하는 정보만을 취사선택할 수 있는 모바일 시대의 도래는 기성 담론이 상상하는 수준을 넘어선 새로운 의사소통 방식의 도래를 알리는 것이기도 하기 때문이다. 한국언론진흥재단 조사분석팀, 『2016 10대 청소년 미디어 이용 조사』, 한국언론진흥재단, 2016, 53-55쪽.

34) 린 스피겔, 『서론』, 레이먼드 윌리엄스, 『텔레비전론』, 박효숙 옮김, 현대미학사, 1996, 27쪽.

35) Raymond Williams, “Drama in Dramatized Society”, *The Routledge Reader in Politics and Performance*, Routledge, 2000.

서 웹 안에서 확장하는 드라마는 근대 이후의 세계에서 사회와 개인을 상상하는 방식에 대한 통찰을 제공하는 유의미한 참조점이 될 수 있다.

이제 남은 문제는 감정적인 반응을 동반하는 콘텐츠의 변화된 위상을 해명하는 일이다. 끊임없이 변주되는 영상 콘텐츠들은 1인 방송 플랫폼 뿐만 아니라 Youtube와 같은 동영상 사이트들을 통해 끊임없이 생겨나는 개인채널들이 텔레비전의 영역을 대체하고 있는 현실은 기성의 담론 질서에서 상상할 수 있는 범위를 넘어선 것이기 때문이다.

웹과 드라마의 만남은 일직선적인 방향에서 이루어지고 있지 않다. 이 글에서 다루고 있진 않지만 거대자본과는 다른 방식으로 이루어지고 있는 〈72초 드라마〉 혹은 동성애 등 지상파 방송에서는 다루어지기 어려운 소재를 적극 차용하는 일련의 웹드라마들은 여전히 주목할 필요가 있다. 아울러 Netflix를 통해 방영된 〈House Of Card〉와 같이 텔레비전 등을 거치지 않고 오로지 웹을 통해서만 접할 수 있는 드라마의 존재 역시 함께 고려되어야 할 문제다. 텔레비전이 필요 없어진 시대에 드라마를 본다는 것은 분명 이전 시대의 그것과는 다른 의미를 지니게 되었다. 이제 드라마라는 예술 양식은 세계, 혹은 인간과 대면하는 새로운 국면에 도달해있다.

참고문헌

1. 논문과 단행본

- 권만우·이상호, 『방송의 보완적 서비스인가 파괴적 혁신인가?』, 『방송문화연구』 27-1, KBS 방송문화연구소, 2016, 9-37쪽.
- 김미라·장윤재, 『웹드라마 콘텐츠의 제작 및 서사 특성에 관한 탐색적 연구』, 『한국언론학보』 59-5, 한국언론학회, 2015, 298-327쪽.
- 김상철·김광호, 『마이리틀 텔레비전 시청률에 영향을 미치는 요인에 관한 연구』, 『한국디지털콘텐츠학회 논문지』 17-1, 한국디지털콘텐츠학회, 2016, 1-10쪽.
- 김수정, 『웹드라마 '간서치 열전'의 내러티브 및 캐릭터 특징 고찰』, 『Journal of Integrated Design Research』 15-1, 인제대학교 디자인연구소, 2016, 111-122쪽.
- 김은영, 『웹툰 『미생』의 재매개 과정에서 나타난 디지털 서사의 변주』, 『미디어, 젠더 & 문화』 31-2, 한국여성커뮤니케이션학회, 2016, 45-80쪽.
- 미디어산업 진흥부, 『웹드라마, 한국형 동영상 콘텐츠로 부상하나』, 한국방송통신전파진흥원 발간자료, 2014.
- 박명진, 『타임머신/시간여행 모티브 드라마에 나타난 자기 계발 이데올로기』, 『한국극예술연구』 47, 한국극예술연구회, 2015, 261-294쪽.
- 박수철·반옥숙·박주연, 『웹드라마의 이용동기가 만족도와 이용태도에 미치는 영향』, 『정보사회와 미디어』 16-2, 한국정보사회학회, 2015, 47-70쪽.
- 송진·이영주, 『웹 기반 동영상 콘텐츠 이용에 관한 탐색적 연구-이용자 속성, 이용 특성, 미디어 이용과 장르 선호를 중심으로』, 『사이버커뮤니케이션학보』 33-2, 사이버커뮤니케이션학회, 2016, 43-85쪽.
- 이진, 『한국 웹드라마의 스토리텔링 양상』, 『인문콘텐츠』 38, 인문콘텐츠학회, 2015, 241-260쪽.
- 임종수, 『TV, 일상으로 들어오다』, 『문화과학』 48, 문화과학사, 2006, 273-289쪽.
- 정윤경, 『웹 드라마의 선택 요인과 소비 집중에 관한 연구』, 『방송문화연구』 28-1, KBS 방송문화연구소, 2016, 53-85쪽.
- 레이먼드 윌리엄스, 『텔레비전론』, 박효숙 옮김, 현대미학사, 1996.
- 마틴 에슬린, 『극마당: 기호로 본 극』, 김문환·김윤철 옮김, 현대미학사, 1993.
- B.아스무트, 『드라마 분석론』, 송전 옮김, 서문당, 2000.
- 아즈마 히로키, 『일반의지 2.0』, 안천 옮김, 현실문화, 2012.

- 아즈마 히로키, 『동물화하는 포스트모던』, 이은미 옮김, 문학동네, 2007.
- 요한 하위징아, 『호모 루덴스』, 김윤수 옮김, 까치, 1981.
- JOH&Company 편집부, 『넷플릭스』, JOH&Company, 2016.
- 한국언론진흥재단 조사분석팀, 『2016 10대 청소년 미디어 이용 조사』, 한국언론진흥재단, 2016.
- Routledge edit, *The Routledge Reader in Politics and Performance*, Routledge, 2000.

Abstract

Liquid Web, Expanding Drama

Song, Chi-Hyuk(Korea University)

The territory of “drama” has broadened since the creation of web services. Television dramas have also attempted to shift to the form used by web dramas, as many other styles of art have done. The purpose of this article is to explain how web services have tried to corner the drama market based on the strength and size of their user base. The purpose of Korean web dramas is to deliver new kinds of entertainment to people while dealing with themes that have not been considered before and making use of the conventional features of traditional TV dramas.

It is important to consider the relationship with viewers and the media hierarchy, but it is apparent that the discussion can be oversimplified if web dramas are simply regarded as an extension of TV dramas. This is why it is important to look at how dramas are constantly changing and expanding, while “dramas” are also being mixed with other new media. While a new phenomenon is being created in the clashing between the producers’ intentions and the users’ desires, the status of the changing modern media field is not controlled by the complex systems in place. “drama” as an art form seems to be expanding by itself, constantly floating the complex web. The web drama *⟨DramaWorld⟩* shows us how the circumstances of TV dramas have changed and become quite different to the way they are perceived by conventional media when they are produced through the web. This aspect is clearly highlighted in web contents involving games.

It can be assumed that web contents in the style of “drama” are made and consumed in an attempt to shift away from the conventional style of TV dramas. In this regard, dramas expanding onto the web can be a meaningful reference point that provides insight into how to imagine and explore the role of modern society and the individual in it.

32 대중서사연구 제23권 1호

(Key Words: Webdrama, web, Broadcasting on One person, 〈*Dramaworld*〉,
webcontents)

논문투고일 : 2017년 12월 10일

심사완료일 : 2017년 2월 4일

수정완료일 : 2017년 2월 12일

게재확정일 : 2017년 2월 15일