

# TV 학원극 생존전략은 복합장르로 변화 모색



‘라이브’ ‘여신강림’ 등 웹 플랫폼에 시청자 빼앗겨 학교는 변화했지만 드라마는 그대로...공감 못 얻어 시청률 저조...신선한 소재 바탕 다양한 진화 바람직



장혁, 김민희, 조인성, 임수정, 이종석, 김우빈 등 수많은 청춘스타를 배출해 낸 학원 드라마의 전성기는 지난 걸까. 아이돌이나 청춘스타를 내세운 JTBC ‘라이브’와 tvN ‘여신강림’ 등 최근 안방극장 학원극이 좀처럼 힘을 발휘하지 못하는 데 대해 학교는 변화했지만 드라마는 그대로이다 보니 신선함도 공감도 얻지 못한다는 지적이 나온다.

이미 웹 플랫폼으로 10~20대 시청자가 상당수 옮겨간 상황에서 TV 학원극은 결국 복합장르와 수준 높은 작품으로 승부를 봐야 한다는 전망이 나온다.

◇“학교는 변화했는데 주제는 그대로...시청률 저조할 수밖에”

KBS 2TV의 ‘학교’ 시리즈부터 ‘올모스트 파라다이스’ (Almost paradise)라는 첫 구절만 들어도 모두가 떠올리는 ‘꽃보다 남자’까지 전국민을 설레게 했던 학원 소재 드라마가 최근 부진한 성적을 보인다.

‘라이브’는 인기 그룹 뉴이스트-워너원 멤버 황민현의 첫 드라마 주연작이지만 첫 회 1.3%(이하 비지상과 유료가구)의 시청률을 기록한 뒤 계속해서 0%대에 머물러

있다.

인기 웹툰이라는 검증된 원작을 바탕으로 제작된 ‘여신강림’은 어느 정도 화제성은 갖췄으나 그나마 유지하던 3%대의 시청률도 8회를 기점으로 2%대로 하락했다.

전문가들은 학원 로맨스 드라마가 성공을 거두지 못하는 이유로 ‘신선함의 부족’을 꼽는다.

정덕현 대중문화평론가는 10일 “사춘기를 겪는 청소년들의 성장통과 사랑은 늘 다뤄졌던 이야기들이다 보니 식상하게 느껴질 수 있다”며 “순정만화 같은 톤의 스토리텔링이 주는 한계”라고 지적했다.

이어 “요즘 학생들의 고민을 멜로라는 틀 안에 담는 게 의미가 있는지 의문”이라며 “실질적으로 더 큰 고민은 다른 곳에 있을 가능성이 높다”고 덧붙였다.

공희정 드라마평론가는 “학교폭력 등의 문제가 계속해서 불거지면서 학교는 더는 환상과 공상의 공간이 아니게 됐다”며 “변화된 학교와 그 속의 10대들을 수용하지 못하다 보니 저조한 성적을 거두는 것”이라고 설명했다.

그는 “학원극이 ‘학교’ 시리즈처럼 계몽적인 내용을 다루는 것에서 하이틴 로맨스의 시대로 접어들었던 것처럼 이제는 더 현실적인 메시지를 담은 드라마가 생겨나고 있

다”며 새로운 차원의 접근이 필요하다고 말했다.

◇주요 시청자는 모바일 플랫폼으로...생존 전략은 타 장르와의 결합

웹 드라마의 성장도 학원 드라마 부진의 또 다른 원인으로 분석된다.

학원 드라마를 주로 소비했던 청소년층이 웹 드라마나 웹툰 등 모바일 기반 플랫폼으로 이동했기 때문이다.

웹 드라마는 길이가 짧고 가볍게 볼 수 있다는 장점 때문에 다소 식상한 주제라도 소비가 되지만, 기존의 TV 드라마에 대해서는 시청자들의 기대치가 더 높을 수밖에 없다는 것이다.

실제로 인기 웹 드라마 ‘에이틴’, ‘만났남녀’ 등은 청소년뿐 아니라 20~30대 등 젊은 층에서도 사랑을 받고 있다.

한 시즌 당 1억 회 이상의 조회 수를 기록하기도 하는 웹 드라마들은 신예, 김동희 등 신인 배우들을 발굴해 내면서 기존 TV 학원극의 역할을 대신하고 있다.

또 최근 높은 제작비와 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 등으로 인해 소극적으로 드라마를 제작하는 기존 방송국과 달리 웹 드라마의 수는 계속해서 늘어나고

있다.

그러다 보니 연기에 처음 도전하는 아이돌 스타들도 상대적으로 문턱이 낮은 웹 드라마로 발길을 돌리면서 팬들을 시청자로 쉽게 확보해낸다.

웹 드라마의 성장이 계속될 경우 보이는 지금 전문가들은 TV 학원극이 다른 장르와의 결합 등으로 새로움을 추구하는 전략을 모색해야 한다고 제안한다.

정덕현 평론가는 “이제 학원극이 다양한 방식으로 진화하고 있다”며 “기존의 학원극에 새로운 것을 접목한 ‘어쩌다 마주친 하루’나 ‘인간수업’은 주목을 받고 있다”고 말했다.

“어쩌다 마주친 하루”는 주인공이 자신이 만화 속 인물이라는 것을 깨닫고 정해진 운명을 바꾸려 하는 판타지적 요소를 도입했으며, ‘인간수업’은 청소년의 성매매를 현실적으로 묘사해 신선하다는 평을 받았다.

그는 “앞으로 학원 소재 드라마가 흥행하기 위해서는 새로운 지대로 나아가야 한다”며 과감한 시도의 필요성을 강조했다. 추후 넷플릭스에서 공개될 예정인 학교 배경의 좀비극 ‘지금 우리 학교는’처럼 계속되는 새로운 시도가 학원극의 계보를 써 내려갈 것으로 기대된다. /연합뉴스

## 트와이스 ‘아이 캔트...’ 최단시간 2억뷰 돌파

‘크라이 포미’ ‘필 스페셜’ 등도 미·일 등 해외차트서 두각

걸그룹 트와이스(사진)의 ‘아이 캔트 스톱 미 뮤직비디오가 트와이스 뮤직비디오 가운데 가장 빠른 속도로 2억 뷰를 돌파했다.

11일 소속사 JYP엔터테인먼트에 따르면 이 뮤직비디오는 전날 오후 8시 40분께 유튜브에서 조회수 2억 건을 넘겼다.

지난해 10월 말 공개된 지 약 77일 만으로, 종전 트와이스 자체 최단 시간 2억 뷰 뮤직비디오인 ‘라이키’ (약 130일)의 기록을 크게 앞당겼다.

정규 2집 ‘아이즈 와이드 오픈’의 타이틀곡인 ‘아이 캔트 스톱 미’는 박진영 JYP 대표 프로듀서가 작곡한 복고풍 댄스곡이다. 뮤직비디오는 선과 악 사이에서 갈등하는 트와이스의 모습을 감각적

인 연출로 그려냈다.

이 앨범은 앞서 미국 빌보드 메인 앨범 차트인 ‘빌보드 200’에서 72위로 진입하며 글로벌 음악 시장에서도 두각을 나타냈다.

트와이스가 지난달 ‘2020 엠넷 아시안 뮤직 어워즈’에서 깜짝 선공개한 뒤 발매한 ‘크라이 포미’도 지난 2일자 빌보드 ‘월드 디지털 송 세일즈’ 차트에서 정상에 올랐다.

미국 경제 매체 포브스는 이 곡과 관련해 “트와이스가 음악적 스펙트럼을 넓히고 견고한 글로벌 영향력을 키우고 있다”고 호평하기도 했다.

한편, 트와이스는 지난해 9월 내놓은 ‘필 스페셜’이 이달 빌보드 재팬 ‘스트리밍 송’ 차트에서 누적 재생 횟수 1억 회를 넘기며 공고한 일본 팬덤을 재확인했다. 해외 가수가 이 차트에서 1억 스트리밍을 달성한 것은 에드 시런과 방탄소년단에 이어 트와이스가 역대 세 번째다. /연합뉴스



## 임상수 감독, 칸 이어 할리우드 간다

미 뉴아르 영화 ‘소호의 죄’ 연출

지난해 ‘해브:행복의 나라’로 칸 국제 영화제에 공식 초청받았던 임상수(사진) 감독이 미국 할리우드에 진출한다.

11일 영화 제작사 열매엔터테인먼트에 따르면 임 감독은 미국 제작사 ‘2W 네트워크’가 공동 제작하는 뉴아르 영화 ‘소호의 죄’를 연출한다.

세계적 미술 잡지 ‘아트 인 아메리카’의 편집자인 리처드 바인의 동명 소설을 원작으로 한 영화는 뉴욕 예술계의 뒤들린 삶과 죄의 문제를 다룬다. 국내에도 소개된 소설은 거부인 미술 애호가 부부의 아내가 총에 맞고 숨진 채 발견되는 살인 사건을 통해 뉴욕 미술계의 추악한 이면을 드러내는 작품이다.

330억원의 제작비가 투입되는 영화는 현재 원작자인 바인과 임 감독이 시나리오 작업 중이며, 오는 7월



프리프로덕션을 시작해 하반기에 촬영을 시작할 예정이다.

주연 배우로는 휴 잭 맨과 브래드 피트가 물망에 올라 있다고 제작사는 전했다.

제작을 맡은 2W 네트워크는 할리우드 메이저 스튜디오 최초의 여성 프로덕션 대표로 유니버설 픽처스 부사장을 역임한 도나 스미스가 설립한 제작·배급사다. 그는 ‘원더 리스트’와 ‘스타워즈’, ‘쥐라기 공원’, ‘백 투 더 퓨처’, ‘아폴로 13’ 등 120여 편의 작품을 제작한 바 있다. /연합뉴스

### 산업현장 작업환경 개선 및 근로자의 건강을 지켜주는 호남기업 집진기

### 창사 32년 (주)YHB ECO

www.yhbeco.co.kr

## 미스트크리너

절삭유 미스트/오일미스트 제거  
원심력 및 필터기술 적용  
99.8% 집진 효율



## 더스트크리너

먼지, 분진, 각종 더스트 제거  
카트리지 / 백필터 적용



## 전기집진기

산업/요식업소  
연기·기름·미세먼지 98% 제거  
생활민원해결!



호남지역 대리점 모집  
무점포/무자본 판매하실 분

광주공장 영업부 : 광주광역시 광산구 하남산단10번로 115-33(안창동)  
TEL : 062 - 953 - 2995  
H·P : 010-2051-6401

서울영업본부 : 서울시 금천구 가산디지털2로 14 대동테크노타운12차 501호 TEL : 02 - 2029 - 6400 ~ 3