

# 디지털 스토리텔링의 웹 사례연구

## The case study of Digital Storytelling structure on the Web

김태연

국민대학교 테크노디자인대학원 디지털미디어디자인학과

김수정

국민대학교 테크노디자인대학원 디지털미디어디자인학과

Taeyeon Kim

Graduate School of Techno Design , Kookmin University

Suzung Kim

Graduate School of Techno Design , Kookmin University

· Key word: Digital Storytelling, World wide Web

### 1. 서론

#### 1-1) 디지털 스토리텔링의 정의

요즘 온라인 마케팅의 새로운 트렌드로 대두되고 있는 디지털 스토리텔링은 스토리를 다양한 매체 즉, 디지털 영상, 텍스트, 음성, 사운드, 음악, 비디오, 애니메이션을 통해 서로 공유하는 과정이다.

U.C. 버클리 대학의 디지털 스토리텔링 센터의 공동창립자인 조셉 램버트(Joseph Lambert)에 따르면 디지털 스토리텔링은 오래된 스토리 기술을 새로운 미디어에 끌어들여 변화하고 있는 현재의 삶에 맞게 가치 있는 이야기들로 맞춰가고자 하는 생각이라고 말한다.

즉, 인간이 세계를 인식하고 정서적인 감정을 표현해내는 가장 기본적인 도구인 스토리를 멀티미디어 요소로 가공하여 보는 사람의 관심과 참여를 적극 유도해낸다는 것이다.

따라서 이러한 과정들은 그동안 선형적이고 수동적이었던 스토리 구조에서 참여자들 모두가 공감하고 공유되어지는 스토리로 전 세계의 팬들을 대상으로 하는 잡지의 기능을 가진 월드 와이드 웹에서 좀더 광범위하게 나타나고 있다.

#### 1-2) 디지털 스토리텔링 효과

결론부터 말하자면 상호 작용 매체를 통한 디지털 스토리텔링은 청중 속 화자의 위치를 극화시키면서 청중의 즉각적인 피드백을 다시 스토리로 재생산하여 일종의 다중 형식 스토리(the Multiform story)<sup>1</sup> 처럼 커뮤니케이션을 형성해 광고 시너지 효과를 얻게된다.

즉 예전의 일방적으로 받아들였던 청중의 수동적 형태는 적극적 참여로 인한 탄력적 존재로 재탄생하면서 또 다른 스토리를 생산하고 그것은 하이퍼텍스트(Hypertext)를 통해 바로 디지털 포맷

광고로 전환되는 시스템을 선보인다는 것이다.

<그림1>

따라서 요즘 기업들은 이점을 이용해 자사의 웹사이트에 음성, 비디오, 음악, 텍스트 등을 통해 개인의 스토리를 올리게 함으로써 고객들로부터 직접 브랜드의 이미지를 창출해내게 하고 있다. 가장 쉬운 예로 인터넷의 각종 사이트에 있는 게시판들을 보자. 우리는 게시판에서 여러 다양한 사람들의 글을 읽고, 글을 올리기도 한다. 우리의 글 올리기도 일종의 디지털 스토리텔링이며 여러 사람들에게 읽히므로써 뜻하지 않은 광고적 효과를 볼 수 있다.

이처럼 디지털 스토리텔링은 최신의 기술과 효과를 보여주는데 목적이 있는 게 아니라 보는 사람의 관심을 끌어내고 정서적인 경험 등을 멀티미디어 작업으로 가공하여 컴퓨터 등을 통해 세대와 공간을 초월해서 보다 리얼하게 제공하므로써 인간 감성에 적극적으로 다가서기 위한 과정이다.

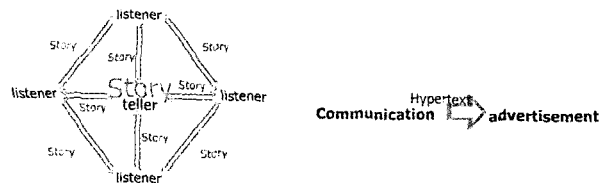


그림1> 네트워크 커뮤니케이션을 통한 스토리텔링이 적용된 단면도

#### 1-3> 연구의 목적과 방향

앞서 말한 바와 같이 스토리는 우리가 살아가면서 항상 접하는 것이지만 어떻게 가공되고 어디에 쓰여지는 지에 따라 다른 효과들을 얻을 수 있다. 웹은 기본적으로 링크로 상호 연결된 각종- 이미지, 텍스트, 차트, 테이블, 비디오 클립들- 도큐먼트의 결합 물인 하이퍼 텍스트로 구성되어진 공간이다. 그렇기 때문에 좀더 다양한 방법으로 스토리를 구성할수 있는 기반이며 즉각적인 상호작용이 가능한 공간이다. 이러한 점들을 기반으로 디지털

스토리텔링이 적용된 웹사이트 사례를 분석해 보고 실제로 적용 가능한 방법을 제시한다.

## 2. 스토리텔링 사례와 분석

### 2-1) 네트워크 기반을 통한 스토리텔링 적용된 사례

<http://www.nextexit.com/drivein/driveinframeset.html>



#### World of Coca-Cola in Las Vegas

베이 지역의 유명한 아티스트인  
다나 애츨리는 디지털  
스토리텔링의 선구자로서  
코카콜라 회사에서는 그를

초빙해서 라스베가스의 'World of Coca Cola' 극장에서 비디오/온라인 합작 작품을 만들었다. 이 작품들은 수천 가지의 개인 이야기들을 다루고 있는데, 세대를 초월해서 코카콜라를 마시는 사람들이 제출한 것이다. 앞에서 말한 디지털 스토리텔링의 좋은 본보기라 할 수 있고 이런 아트 형태가 매우 인기가 있기 때문에 광고주들이 이 방식을 택하고 있는 전형적 사례다.

### 2-2) 사이트 전체가 스토리로 구성된 사례

[http://www.dalkis.com/cartoon/comic\\_4c\\_01.html](http://www.dalkis.com/cartoon/comic_4c_01.html)



#### 딸기마을

(주)쌈지의 대표적인 캐릭터인 딸기와 그의 친구들로 이루어진 소핑몰로써 사이트 전체가 마을이라는 컨셉인 슈퍼마켓, 동사무소 등 테마파크처럼 스토리를 가진 사이트이다. 특히

회원들이 직접 꾸미는 공간인 만화방은 캐릭터의 인지도를 높이고 있는 역할을 하며, 여기에 응모된 딸기엄서들은 표현과 내용이 매우 다양하고 참가자들 또한 초등학생부터 대학생까지 실로 다양하여 캐릭터의 인기를 보여주는 광고 효과를 보고 있다.

### 2-3) 사례 분석 결과

위의 사이트중 첫 번째는 스토리를 가진 사람들이 모임으로써 광고적 효과를 보고있는 사례고 두 번째는 테마를 가진 사이트 내에서 사람들이 모임으로써 광고적 효과를 보고있는 사례이다. 이 밖에도 스토리텔링이 적용된 사례는 다양하지만 이 두 사례가 보여주는 가치에는 그 첫 번째가 컴퓨터를 이용할 수 있는 사람들은 누구나 이야기를 만들고 참여할 수 있으며 두 번째가 공동체를 형성하는 (community-building) 힘이 있다는 것이다.

## 3. 결론

퍼포먼스 아티스트이자 스토리텔러인 다나 애츨리는 디지털 스토리텔링을 온라인 캠프파이어에 비유했다 즉 모닥불 앞에서 도란도란 나누던 얘기를 장소와 시간의 제약이 없는 온라인 상으로 옮겨왔을 뿐이라는 얘기이다. 이처럼 스토리라는 건 어느 날 갑자기 생성되어진 게 아니라 일상 속에 우리가 느껴왔던 얘기가 가공되어져 적용되었음을 말하고 있다. 따라서 주목할 점은 기술이 발달하면 발달할수록 스토리를 표현하는 방법이 풍부해지는 것인지 스토리의 중요성이 사라지는 않을 것이며 새로운 스토리텔링을 위해 필요한 기술을 제안하고, 반대로 새로운 기술에 의해 탄생하게 될 스토리텔링이 개발되어지는 등 가능성은 풍부하다는 것이다.

또 하나 중요한 점은 스토리는 사람들과 떨어져서 생각할수 없으므로 공동체를 형성하는 힘에도 많은 잠재력을 가지고 있다고 볼수있다.

이러한 점을 종합해 볼 때 스토리텔링이 적용된 웹사이트를 우리의 옛날 재래시장의 모습에 비유하고 싶다.

단순히 물건을 사고 파는 장소가 아닌 사람 사는 이야기(사실과 가십이 공존하는)가 항상 순환하는 곳인 그런 재래시장에서 스토리는 또 하나의 메리트를 형성한다. 따라서 웹을 스토리가 있는 시장이라 표현하고 싶으며 생성되고, 사라지고, 덧붙여지고, 축소되어지며, 곳곳에 형성되어진 테마 공동체는 미래의 온라인 재래시장으로써의 역할을 충분히 소화 해 낼 것이라고 말하고 싶은 바이다.

1) 하나의 상황이나 즐거리를 일상 경험 속에서는 서로 배치되는 여러 가지 변형으로 보여주는, 글로 썬어지거나 극으로 된 서사를 뜻한다.

## 참고문헌

1. 인터랙티브 스토리텔링  
Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace  
/자넷 머레이 (Janet H.Murray) / 안그라픽스
2. <http://jungle.co.kr/>의 메거진 정글-스페셜 이슈 '2001년 5월 특집 / 디지털 스토리텔링'
3. [http://www.businessweek.com/2000/00\\_20/b3681104m](http://www.businessweek.com/2000/00_20/b3681104m)  
'The Power of Digital Storytelling'
4. <http://www.storycenter.org/joebio.html>