

로맨틱코미디 영화 '작업의 정석'에서 본 타이포그래피
시퀀스 연구

A Study on the typography sequence in the romantic comedy film
'The Art of Seduction'

주저자 : 김효일(Kimm Hyoil)

단국대학교 대학원 조형예술학과

논문요약

Abstract

I. 서론

1. 연구 목적 및 배경
2. 연구 방법과 범위

II. 로맨틱코미디 영화 '작업의 정석' 영상구조

1. '작업의 정석' 기본개요
2. 로맨틱코미디 영화의 장르 분석
3. 로맨틱코미디 영화와 영상 타이포그래피의 유희 구조
4. '작업의 정석' 편집적 특성과 구성

III. 영상 타이포그래피 시퀀스 분석

1. 문자언어와 영상언어의 의미전달 구조
2. '작업의 정석' 영상 타이포그래피 형식
3. 선형구조의 타이포그래피 내러티브
4. 영상 타이포그래피와 인터텍스트

IV. 결론과 제언

참고문헌

(Keyword)

Romantic Comedy, Screwball Comedy,
Motion Typography

논문요약

로맨틱코미디 영화 장르는 매우 한국적 정서를 담고 있다. 그러나 대부분의 로맨틱코미디 장르의 영화들은 비평가에게는 푸대접을 받고, 관객에게 환영받는 장르도 아니고 선호도가 높은 장르도 아니지만, 영화 관객은 극장 앞에 서서 영화를 고르다보면 로맨틱 코미디 장르의 영화표를 구입하게 되는 모순된 구조로 되어 있다.

본 연구는 로맨틱코미디 영화와 영상 타이포그래피에서 나타나는 유희적 관점에 대해 분석하고 영화와 영상 타이포그래피의 서술과정에서 발생하는 문자언어와 영상언어의 의미전달 과정의 특성에 대하여 파악하고자 한다. 이와 같은 맥락에서 본 논문이 연구하고자 하는 영상 타이포그래피의 유희적 자극은 로맨틱코미디 장르의 영화에 시각유희, 언어유희에 의해 인터텍스트가 가능한 구조로 접근할 수 있다.

Abstract

The film genre, romantic comedy, embodies Korean sentiments the most. However, most romantic comedy films are given the cold shoulder by critics, and are not welcomed or preferred by viewers. But what is contradictory is that many people who stand in front of a movie theatre, trying to decide which film to watch, purchase tickets for a romantic comedy movie.

This research analyzes the humorous perspective shown in motion typography and romantic comedy films, and identifies the characteristics of the communication process of text and image languages that are generated in the narration process of films and motion typography. The stimulation of humor by motion typography can be approached by a structure that allows inter-textually through visual and linguistic pun in romantic comedy films.

1. 서론

1. 연구목적 및 배경

90년대부터 국내영화는 이전보다 많은 장르의 영화가 제작되고 있다. 이러한 다양한 장르의 영화중에 가장 성공적인 영화장르가 로맨틱코미디 영화일 것이다. 영화관객들은 대부분의 로맨틱코미디 장르의 영화들은 비평가에게는 푸대접을 받고, 관객에게 환영받는 장르도 아니고 선호도가 높은 장르도 아니지만, 영화 관람객은 극장 앞에 서서 영화를 고르다보면 로맨틱코미디 장르의 영화표를 구입하게 되는 모순된 구조로 되어 있다.

코미디 영화에 대한 담론에서 발견되는 공통된 특징은 “코미디 영화=오락 영화”라는 등식이 공식화되어 다른 장르에 비해 코미디 영화에 대한 평가는 예전부터 지금까지 항상 ‘저급’, ‘오락’ 등과 동일어로 취급받아왔다. 작품성을 인정받는 몇 편의 작품을 제외한 대부분의 코미디 영화들은 ‘관객에게 웃음을 강요하는 저질 코미디물들’ 혹은 ‘저열한 소동식 코믹액션’, ‘퇴행과 장르적 후진성’, ‘짜구려 장르’ 등으로 평가받고 있다.¹⁾

본 연구의 목적은 로맨틱코미디 장르의 영화가 국내 영화 시장에서 차지하는 비율에 비해 대체적으로 낮은 예술성과 반대되는 높은 상업성으로 인해 영화 산업에 미치는 영향이 매우 높지만, 단편적인 영화의 장르로 인해 영화에 사용된 영상 타이포그래피 분야도 독립적으로 연구되지 않고 다른 영화의 일부로 조사되거나, 영상 타이포그래피에서 일부분의 특성으로만 고찰되었다. 그러나 영상 타이포그래피에서 나타나는 유희적 작용이 영화의 인터텍스트에 미치는 영향이 크다고 판단되어 영화의 유희성과 영상 타이포그래피가 지닌 유희적 특성이 서로 관련되어 유희적 자극이 드러나게 되는 것을 연구하고자 한다.

로맨틱코미디 장르의 영화는 직선적인 구조로 편성된 ‘재미’위주의 영화임에는 틀림이 없다. 그렇다고 로맨틱코미디 영화가 영화 시나리오 구조로서 복선의 사용과 내러티브의 생성이 다른 장르에 비해 뒤떨어지는 않지만, 영화를 접근하고 해석하는 과정에서 관객들에게 보다 많은 즐거움을 주고, 100분 동

안 극장 안을 즐거움으로 채우기 위해서 선형구조의 시나리오로 제작되는 것은 로맨틱코미디 장르의 영화가 지닌 숙명적인 한계라고 할 수 있다. 그러나 영화에서 나타나는 유머와 유희적 자극에 영상 타이포그래피가 지닌 선형적인 내러티브를 포함시켜 영화는 보다 즐겁고, 행복한 영화적 유희구조를 생성할 수 있다.

2. 연구 방법과 범위

본 연구의 범위로 설정한 영화 ‘작업의 정석’은 전형적인 로맨틱코미디 장르의 영화로서 영화의 시나리오가 단편적이고 직선적인 경향을 지닌 선형구조의 시나리오로 편성되어 있다.

국내에 개봉되는 많은 영화중에서 로맨틱코미디 장르의 영화가 높은 비중을 차지하고 있으며, 여러 편의 영화에서 본 연구의 주요 논제와 비슷한 경향을 나타내지만, 본 연구는 통계적인 접근에 의한 연구가 아닌 영상 타이포그래피의 현상적 관점에서의 접근이므로 본 연구의 범위는 영화 ‘작업의 정석’안에 나타난 영상 타이포그래피로 연구를 제한하고자 한다.

또한 본 연구는 로맨틱코미디 영화에서 사용된 영상 타이포그래피의 유희적 구조를 분석하기 위해 2장에서 로맨틱코미디 영화 ‘작업의 정석’의 영상구조와 개요에 대하여 고찰하였고, 3장에서는 문자언어와 영상언어의 특성과 타이포그래피의 의미전달 형식, 그리고 영상언어의 의미전달 구조를 분석하고, 선형구조의 내러티브에 의한 인터텍스트에 대하여 연구하고자 하였고, 이러한 연구과정이 로맨틱코미디 영화와 영상 타이포그래피의 유희적 자극구조에 의한 내러티브의 창출과정이라 할 수 있다.

II. 로맨틱코미디 영화 ‘작업의 정석’ 영상 구조

1. ‘작업의 정석’ 기본개요

영화 ‘작업의 정석’에서의 영화배경은 이성을 유혹하기에 둘째가라면 서러운 두 남녀가 만나 서로를 유혹하는 과정을 그린 로맨틱코미디 장르의 영화이다. 주연에는 손예진이 개인자산관리사 지원 역을 통해 청순한 이미지에서 코믹한 내숭녀로 변신을 시도하고 있으며, 상대역엔 송일국이 건축가 민준 역으로

1) 서곡숙, 2000년대 전반기 한국영화 산업에서 차지하는 코미디영화의 위상에 대한 고찰, 영화연구, Vol.23, No.0, 2004, pp.215-239

나온다. 그 외에 조연에는 박준규가 강원도 땅 부자로, 노주현이 송일국(민준)의 아버지역이며 원조 바람둥이로, 현영이 손예진(지원)의 친구로, 개그맨 안상태가 점쟁이로 나와 감초연기로 웃음을 주며, 인물 설정 관계가 단순명료한 로맨틱코미디 영화의 전형이다. 또한, 영화의 제작에는 로맨틱코미디 'B형 남자 친구'와 '안녕, 프란체스카'의 신정구 작가가 각본을 쓰고, 영화 '선물'로 영화감독으로 데뷔하고 광고대행사에서 광고 프로듀서를 지냈던 오기환 감독이 연출하였다.

2. 로맨틱코미디 영화의 장르 분석

로맨틱코미디는 용어상 연애담인 로맨스(romance)와 우스개라는 코미디(comedy)의 합성어지만 서양이나 한국의 영화용어 사전에 공식적으로 채택된 장르상의 용어는 아니다. 이와 가장 유사한 공인된 장르적인 용어는 '스크루볼 코미디(screwball comedy)'로, 미국이 정치 경제적으로 힘들었던 공황기인 30년대에서 2차 세계대전 전까지 유행했던 장르이며, 남녀의 치고받는 연애담을 우스꽝스럽고 재치있게 묘사한 스크루볼 코미디는 경쾌하고 매력적인 주인공들이 신분이나 계급차이를 넘어 사랑을 성취하는 뻘한 해피엔딩을 통해 공황기의 관객에게 현실도피라는 피난처를 공급했다.²⁾ 이와 같은 관점으로 보면 로맨틱코미디 영화는 국내 경제의 공황상태와 국민정서의 반영으로 스크루볼 코미디 장르의 영화가 나타났던 미국의 공황기와 비슷한 맥락에서 국내 영화시장의 현시점을 비유해서 논할 수 있다.

또한 영화 장르의 형성은 철저히 경제논리에 의해 영화장르가 형성되지만, 영화장르를 인정하는 장르의 편성은 영화 비평가들의 손에 의해 형성되기 때문에 아직도 네이버 검색창에 로맨틱코미디를 타이핑하면 백과사전에서도 용어가 검색되지 않는다.

코미디 장르의 인물들은 고정된 인물인 동시에 유형화되고 과장된 인물들이다. 코미디는 인간 존재의 규명이 아닌 사회적 존재로서의 유형화된 인간의 삶을 보여준다. 그러므로 등장인물들은 대부분 유형화되어 등장하게 마련이다. 인색한 수전노, 말 많은 허풍쟁이, 껌 많고 기만적인 인물 등은 과장된 행위를 통해

웃음을 유발한다.³⁾

1990년대 후반기부터 한국영화는 조금씩 성장의 분위기를 예고했다. 그러다가 2000년대 전반기에 와서 한국영화는 양적인 면에서 비약적인 성장을 이루게 된다. 연도별 한국영화의 시장점유율을 비교해보면 더욱 분명해진다. 최저기록을 보여준 1993년부터 2003년까지 살펴보자면, 1993년 15.9%에서부터 2003년 53.5%까지 매우 비약적인 변화를 보여준다.

또한, 코미디 영화에 대한 관객의 호응은 다른 연구조사에서도 명확하게 드러난다. 영화진흥위원회 정책연구팀의 보고에 따르면 영화 관객들이 가장 자주 보는 영화장르로는 코미디 영화가 32.8%로 가장 높은 응답률을 보였으며, 그 다음으로 액션(23.1%), 애정·멜로(15.1%), 추리·스릴러(9.2%), SF·환타지(7.7%) 등의 순이다.⁴⁾

사람들은 영화를 보며 영화에 등장하는 주인공과 자신을 대치해서 대리만족의 욕구를 해소한다. 이러한 대리만족의 최선봉에 위치한 영화장르는 로맨틱코미디와 폭력적인 액션 영화가 있으나 두 영화 장르가 모두 영화 비평가들의 눈에는 바람직하지 않은 상업적인 소재로 제작되는 영화들이다.

3. 로맨틱코미디 영화와 영상 타이포그래피의 유희 구조

인간에게 유희적 감정을 생성하게 되는 감정의 기초(基調)는 웃음과 유머를 바탕으로 감정의 자극에 의한 메커니즘으로 웃음이 지나치면 울음이 나는 경험과 같이 감정과 정반대의 현상을 유발시키는 생리적 구조이며, 또한 웃음으로 인해 다른 감각기관을 차단시키는 역할까지 수행하게 된다. 이러한 웃음은 감성(感性, sensibility)차원의 자극보다는 자극적이며, 생리적 현상을 유발하기 때문에 감정(感情, feeling)차원에서 분석되어야 한다.

웃음이 유발되는 경험의 범위는 육체적인 간질에서부터 다양한 유형의 정신적인 감흥에 이르기까지 매우 다양하다. 대체로 웃음의 심리학적 현상은 감성적 긴장으로부터의 해방, 우월감의 만족, 자기방어 세 가

2) 유지나, 90년대 로맨틱 코미디의 욕망기계 장치, 그 전략과 음모, 영화연구, Vol.11, No.0, 1996, pp.118-127

3) 서곡숙, 2000년대 전반기 로맨틱 코미디영화의 인지전략 분석 - <좋은 사람 있으면 소개시켜줘>와 <오! 해피데이>를 중심으로 -, 영화연구, Vol.26, No.0, 2005, pp.209-233

4) 서곡숙, 2000년대 전반기 한국영화 산업에서 차지하는 코미디영화의 위상에 대한 고찰, 영화연구, Vol.23, No.0, 2004, pp.215-239

지로 요약될 수 있다.

웃음은 우리가 최대한 행복해지도록 하기 위하여 여러 결점들이 걸로 드러나는 것을 억누름으로서 이 결점 자체들을 교정하고, 우리가 우리자신을 악으로부터 개선해 나가도록 이끄는 것이라고 할 수 있겠지만, 항상 호의에 의해서 그리고 공정성의 이면에 의해 불러 일으켜진다고는 할 수 없다. 웃음의 본질이란, 원래 사회생활의 뿌리 깊은 관습으로 인해 우리가 갖추게 된 하나의 메커니즘에서 비롯되는 단순한 결과인 것이다. 이렇게 유머는 보는 차원에 따라 정의가 다르고 종류가 많아서, 과학적으로 정의를 내리기 어려운 개념이라 할 수 있다.⁵⁾

유머의 시각적 적용의 방법으로 편(fun), 과장, 반복, 비교, 비유 또는 대조의 방법이 있는데, 그 결과 시각적 패러디, 시각적 편, 시각적 역설, 시각적 풍자로 시각적 즐거움을 창조하여, 인간적이고 호감 있는 커뮤니케이션 분위기 조성, 정보로의 원활한 유도, 호기심 유발로 기인한 주목효과, 긍정적이고 적극적인 행동으로의 연결을 가능하게 하는 수단이 된다. 특히 편(편)의 특징이 가장 효과적이라 할 수 있으며, 거의 모든 시각적 유머는 비주얼 편(visual fun) 효과를 가지고 있고, 이것은 fun의 기법인 조합(combining), 대치(substitute), 조작(manipulating)중 대치의 방법으로 유머의 시각적 적용의 수단이 된다. 그 표현방법 즉 fun의 가장 순수하고 단순한 표현으로 문자나 어떤 이미지를 다른 것으로 대신 시킴으로써 효과를 내는 것이 있고, 심볼의 조합(combining symbols)으로, 두 개 이상의 심볼을 조합하여 여러 가지의 것을 동시에 의미하고 암시할 수 있는 새로운 심볼을 만드는 것, 심볼의 조작(manipulating symbols)으로, 목적에 맞게 심볼을 축소, 확대, 왜곡 등의 방법이 있다.⁶⁾

영상매체에 적용되는 타이포그래피는 TV방송 프로그램 중에 엔터테인먼트 프로그램을 중심으로 적극적인 내러티브 매개체로 활용을 하고 있으며, 영상 타이포그래피와 로맨틱코미디 장르의 영화는 <그림 1>과 같이 스토리 전개과정에서 관객에게 새로운 유희적 자극과 시각적 자극을 일으키기 위해 전혀 새

5) 박영봉 · 이희옥 · 하태길, TV 유머광고의 표현 특성에 관한 연구, 마케팅과학연구, Vol.7, No.0, 2001, pp.185-186
6) 전성애, Typography에서의 시각적 유머효과의 활용에 관한 연구 -Typo를 활용한 typeface 표현을 중심으로-, 디자인과학연구, Vol.6, No.2, 2003, p.96

로운 시각적 메시지를 포함한 캘리그래피를 사용하고, 유희적 구조인 유머와 위트로 구성된 매우 유사한 특성을 나타내고 있으므로 로맨틱코미디 장르의 영화에 영상 타이포그래피 효과는 영화의 스토리를 보완해주고 영화의 유희적 오락성을 극대화 할 수 있는 매개의 역할로 드러난다.



<그림 1>영화의 유희구조

4. '작업의 정석' 편집적 특성과 구성

영화 '작업의 정석'에서 나타나는 편집적인 특성은 일반적인 컷편집(cut editing)에 의한 자연스러운 동작의 연결로 심리적 긴장감을 유발하는 역동적인 구성이 나타나지 않는다.

또한 영화 전반에 사용된 쇼트의 연결은 자연스러운 쇼트의 움직임으로 최선으로 하는 방식으로 시선을 통해 자연스럽게 연결하거나 내러티브 과정에서 내용의 전달을 위한 변화만이 존재한다.



<그림 2>영화 '작업의 정석'의 선형 편집구조

주지하는 사실이지만, 영화 ‘작업의 정석’에는 편집적인 테크닉과 복선구조로 편집되지 않았고 내러티브의 메시지에 집중할 수 있는 단선구조의 선형적 편집구조로 제작되었다. <그림 2>에 나타난 영화 내용 중 주인공 지원과 민준의 전화통화 신(scene)은 영화의 내용을 관객에게 직선적으로 전달하는 매우 일상적인 대화에 의한 좌우 시선방향에 따른 기본적인 편집구성이다.

III. 영상 타이포그래피 시퀀스 분석

1. 문자언어와 영상언어의 의미전달 구조

1.1. 문자언어의 언어영역

인류는 최초로 구어형식의 대화(對話, conversation)를 통해 커뮤니케이션을 이루며 사회를 형성해 나아갔다. 그 후 매우 많은 시간이 경과한 다음에야 비로소 그들 자신의 역사를 문자언어로 표현할 수 있는 방법을 획득하게 되었다. 이 또한 특정 사회에서나 있었던 일로 모든 인류의 집단들에게 동시에 자생적인 발생이 이루어지지는 않았다. 인류의 원조인 호모 사피엔스가 3만~5만 년 전에 존재한 것으로 추정되고 이때부터 음성언어가 존재하였다고 추정하여도, 최초의 문자는 기껏해야 6천 년 전에 사용하기 시작하였다.

이후 전자문명의 도입과 이를 통한 다양한 매체의 기술적인 진보와 발달로 문어적 특성과 구어적 특성은 상호간에 보다 활발한 교류를 하게 되었다.⁷⁾

문자에 대한 데리다의 입장은 19세기 말과 20세기 초 프랑스 상징주의 시인, 독일의 다다이스트와 표현주의자, 이태리와 러시아의 미래파 시인과 러시아의 구성주의적 타이포그래퍼들이 실험적으로 시각언어를 개척한 것보다 더 진보적이다. 그들은 정통철학에서 주변적인 것으로 여겼던 소리와 형상을 연상 작용으로 연결하여 시에 쓰인 활자를 회화적 이미지로 표현하거나, 문자의 크기와 배열을 더하여 인간의 개성과 감정을 나타내었고, 국내의 인쇄출판 업계에서도 20세기 초 박팔양⁸⁾, 임화⁹⁾, 김화산¹⁰⁾ 등에 의해 전위

적인 다다시가 시도되었고 1930년대 이상과 김기림이 서구의 타이포그래피와 관련된 실험시를 발표하였다. 활자의 형태적 측면이 강조되어 ‘읽는 시’에서 ‘보는 시’로 변화가 일어났다.¹¹⁾

문자는 언어임과 동시에 형태를 지닌 시각적 조형기호이다. 따라서 문자는 그림으로도 이해될 수 있다는 것이다. 타이포그래피의 비언어적인 전달에 의한 표현이 그것이다.¹²⁾ 이러한 문자언어의 형태가 지닌 속성은 그 문자의 의미 이전에 형태의 구조에 의해 메시지가 발화(發話, locutionary)하게 된다.

인간의 언어는 구술적인 의미를 갖는 체계화된 ‘말의 언어’와 그림에서 나타나는 ‘시각적인 언어’라는 상징기호를 통해서 감정과 정보를 주고받는다. 인간이 처음부터 ‘말의 언어’와 ‘시각적인 언어’를 구분했던 것은 아니다. 인류의 조상들에게서 발견되는 특징은 문자가 없던 인류의 조상에게서 정보를 전달하고 기록하기 위한 수단으로 그림을 사용하였고 이는 발전된 형태의 문자로 진화하게 되는 것이다.

또한, 전통적인 타이포그래피에 움직임이 없다고 단정 지을 수는 없다. 인쇄매체에서 타이포그래피의 시각적 인지과정은 그리드나 레이아웃에 따라, 단어와 행, 단, 문장의 순서로 작은 단위에서 큰 단위로 옮겨가며 읽히게 되며, 타이포그래피가 읽히는 방식에 따라 왼쪽에서 오른쪽으로 수평적 방향으로 독서의 방향과 시선의 흐름이 일치하게 된다.

1.2. 비문자 언어의 의미전달과 형식

비문자 언어의 범위는 문자언어 이외의 시각적 체계를 지닌 심볼과 이모티콘(emoji) 등을 의미한다.

전개했다. 작품에는 《저자에 가는 날》, 《데모》 외 다수가 있다.
9) 임화 [林和, 1908.10.13~1953.8.6]: 시인·문학평론가. 1926년 카프에 가입한 이래 중추적 역할을 하였고 《개설 신문학사》를 통해 체계적인 방법론을 갖춘 근대문학사를 시도하였다. 《우리 오빠와 화로》, 《우산 받은 오코하마》 등의 시를 발표하였고 《문학의 논리》라는 평론집을 저술하였다.

10) 김화산 [金華山, 1905~?]: 문학평론가·시인. 1927년 조선 프롤레타리아 예술가동맹(KAPF) 문학의 방향전환기에 목적의식론을 비판하고 아나키즘 문학론을 펼쳤다. 본명은 방준경(方俊卿). 경성제일고등보통학교를 거쳐 경성법학전문학교를 마쳤다. 지방법원 서기로 지내다가 판사시험에 합격했으나 문학에 뜻을 두고 KAPF 맹원이 되어 시와 평론을 발표했다.

11) 강옥미, 해체주의 관점에서 본 통신언어의 언어유희, 기호학 연구, Vol.16, No.0, 2004, p.84

12) 윤재성, 시각언어로서의 타이포그래피 이미지 표현에 관한 연구, 디자인과학연구, Vol.4, No.1, 2001, p.77

7) 이진희, 언어의 구어성과 문어성에 관한 연구, 독일문학, Vol.85, No.0, 2003, p.531

8) 박팔양 [朴八陽, 1905.8.2~?]: 월북 시인. 주로 전원을 칭송하는 자연시와 사회적 현실에 대한 관심을 노래한 경향시 등을 발표하였다. 구인회에 가담하고 카프에 참여하면서 다양한 문학적 편력을

이모티콘은 컴퓨터 자판에서 아스키(ASCII)¹³⁾문자의 외형을 이용해 얼굴표정 등 감정을 묘사하는 표현 방식이며, 이모티콘은 90년대 중반 PC통신이 발달한 이래 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 환경에서 어휘의 음절을 줄이거나 생략하는 등 특징적으로 어휘를 사용하는 참여자(네티즌)들이 증가했으며 일부에서는 이모티콘을 파라랭귀지(paralanguage)라고 규정하고 있으며 이는 이모티콘이 지닌 역할이 언어의 맥락을 풍부하게 하는 점을 특징으로 거론한다.¹⁴⁾

이러한 이모티콘의 주된 역할은 문자언어가 지니지 못한 감정의 표현을 신속히 상대방에게 전달할 수 있는 형태적 구조를 지니고 있어서 이모티콘을 감정 속성 매개로 사용하는 이유이다. 이모티콘은 언어의 변천과 순화 사용 등의 역사적 관점과는 다른 별개의 사회·문화적 관점으로 인지해야 하며, 이모티콘은 단지 문화적 기류에 의한 일시적인 현상이 아닌 언어적 영역으로 확대해서 인식하는 페러다임의 변화가 일고 있다.

언어의 객관적 의미를 파악하는 과정에서 비문자 언어의 단서는 상대의 감정을 파악하기 위해 언어단서보다 기여하는 정도가 높다. 대화자 또한 대화의 의미를 추론하고 가치를 부여함에 있어 언어보다 비언어 단서에 더 비중을 두는 경향이 있다.

이러한 언어 이외의 비언어체계의 의미전달구조는 '문자'와 '이미지'라는 서로 다른 두 종류의 기호체계가 합성되어 제3의 시각 텍스트가 생성된다. 동시에 보거나 듣지 않고서는 사고할 수 없는 텍스트로서, 컴퓨터 환경에서처럼 '동시다중작업(multitasking)'을 요구하는 '이코노텍스트(iconotexte)'가 제3의 시각텍스트로 새롭게 창출된 경우다. 이코노텍스트란 '아이콘(icon)'과 '텍스트'를 합성한 개념으로서, '글'과 '그림'의 단순한 합성이라기보다는 그것들이 서로에게 말을 건네며 서로를 향해 열려있는 형국, 이른바 대화적 상상의 세계가 창출해내는 '제3의 장르'를 말한다.¹⁵⁾

13) 아스키 (American Standard Code for information interchange) : 미국에서 표준화가 추진된 정보교환용 7비트 부호. 1963년 미국 표준협회(ASA)에 의해 결정되어 미국의 표준부호가 되었다. 미니컴퓨터나 개인용 컴퓨터(PC)와 같은 소형 컴퓨터를 중심으로 보급되어 현재 국제적으로 널리 사용되고 있다.

14) 박현구, 온라인 환경의 이모티콘과 비언어 행위의 관계, 언론과 학연구, Vol.5, No.3, 2005, pp.273-302

15) 이상신, "문자"와 "이미지"가 서로에게 말건네는 시대의 해체적

<그림 3>에 나타난 비문자 언어의 표현과 비문자 언어의 움직임으로 인해 언어적 표현을 보완하고 상황에 대한 설명과 메시지를 추가하여 보이지 않는 내러티브에 대한 보완관계를 이룬다.



<그림 3>비문자 언어의 표현과 내러티브의 보완

1.3. 타이포그래피에 의한 의미전달과 형식

타이포그래피에 있어서 조형적 기능이란 비언어적 전달방법으로 전형적인 활자에 의한 의미의 전달보다 여간, 자간, 행간 등의 기본적인 구조를 재배치하고, 자연스러운 붓 터치(touch)에 의한 표현과 문자를 이용하여 생략, 축소, 확대하고 이에 일러스트레이션적인 시각효과를 표현하는 등 다양한 기법과 표현방식에 따라 문자가 지닌 의미보다 적극적인 의사전달이 가능한 접근방식이라 할 수 있다.

타이포그래피는 문자에 전달자의 주관적인 감정을 동반하여 표현하는 방법으로써 문자를 의사전달 수단으로써가 아니라 시각요소로 취급해 조형적이고 심미적인 의미의 생성이 가능한 것이다. 또한, 타이포그래피가 비언어적 상징을 매개로 하여 이루어지는 비언어적 커뮤니케이션 수단의 요소로서 첫째, 개념적인 요소로 점, 선, 면, 양감, 둘께, 시각적인 요소로 색, 크기, 방향, 질감, 셋째, 관계적인 요소로 공간, 위치 등이 있으며 이 요소들을 통하여 시각적인 전달 기능을 수행한다.¹⁶⁾

1.4. 영상언어의 의미전달 구조

영화의 가장 작은 단위는 쇼트(shot)이다. 쇼트는 카메라가 한 번 움직이기 시작해서 끝날 때까지의 연속된 한 화면 단위를 말하는데, 이 쇼트를 영화의 기표라고 할 수 있다. 그런데 영화에서는 이 기표가 일반 언어와 달리 '이차 분절(deuxieme articulation)'이

상상력 - "시설" 텍스트 『냉귀지, 冷鬼志, Language』를 중심으로 -, 현대소설연구, Vol.20, No.0, 2003, p.84

16) 윤재성, 같은 논문, p.74

없는 기표다. 필리포 마르네티¹⁷⁾에 따르면, 언어 기호는 '이중 분절(double articulation)'을 하는데, 이때 이차분절은 모호한 덩어리에 불과한 소리의 실질적 차이에 의해 변별적이기는 하나 의미작용은 없는 음소(phoneme)로 분절되는 것을 말한다. 이 최소단위는 기호다. 일반적으로 기호는 청각적 이미지인 기표와 기의가 자의적 결합을 이룬 것으로, 그 가치는 한 언어 체계 내에서 다른 기호들과 대립관계에 의해 나타난다.¹⁸⁾

영화는 스크린 위에 전개된 서사적 이야기를 매개로 작가와 관객이 서로 커뮤니케이션하는 예술이다. 이러한 과정에서 감독이 관객에게 대화를 건네는 방식은 영화의 최소단위인 쇼트 배열과 편집을 통한 감독의 발화행위(perlocutionary act)와 밀접한 관련이 있다. 그런데 발화행위는 예술 장르에 따라 다양하다. 예를 들어 소설이나 영화의 '서사적 방식'과 연극의 등장인물들의 목소리를 직접 빌려오는 '대화적 방식'이 있다.¹⁹⁾

결과적으로 모든 영상언어의 발화행위를 규정하는 언어적 분석은 쇼트의 배열에 의해 이루어지게 된다. <그림 4>의 언어적 표현으로의 영상 이미지의 쇼트와 타이포그래피의 배열관계는 영상이 언어로 발화행위를 이루는 과정과 동일시된 편집방식으로 영상화면의 언어적 서술과정을 지원하게 된다.



<그림 4> 언어적 표현으로의 쇼트와 타이포그래피의 배열

2. '작업의 정석' 영상 타이포그래피 형식

17) 필리포 마르네티[Filippo Tommaso Emilio Marinetti, 1878.12.22 ~ 1944.12.2]: 이탈리아의 소설가·시인. 1909년 《미래파 선언》을 발표, 과거 전통에서 벗어나 모든 해방을 목표로 하는 미래주의운동을 창시했다. 작품은 《미래파의 사람 마파르카》, 《트리폴리 전쟁》 등이다. 미래파운동은 미술계, 특히 회화나 조각 분야에서 큰 호응을 얻었다. '미래파 화가 선언', '미래파 회화의 테크닉 선언' 등이 그것이다.

18) 서명수, 영화에서의 환유와 은유, 기호학 연구, Vol.6, No.0, 1999, pp.214-215

19) 서명수, 같은 논문, p.216

영상 타이포그래피는 시간과 공간 안에서의 타이포그래피의 변화, 실행, 정렬 등을 포함한 다양한 움직임 디자인하는 것이며, 영상 타이포그래피의 움직임은 시간 속에서 존재하기 때문에 타이포그래피의 움직임 속에 대중이 공감할 수 있는 영감과 감정이 조음기관(구강, 입)을 통해 메시지를 전달하는 것이 무엇보다 중요하다. 타이포그래피의 움직임을 만들어가는 과정 중 구술언어에서 발견되는 음성적인 특징이나 억양, 음악이나 음향의 정서적 느낌, 댄스와 같은 동선이나 역동성, 영화와 같은 내러티브적 성격 등을 가질 수 있다.²⁰⁾



<그림 5> 스토리의 보조적 작용을 통한 상황설명

영화 '작업의 정석'에서 나타나는 영상 타이포그래피의 형식은 스토리의 전개과정에서 발생하는 의미의 제시와 <그림 5>와 같이 스토리의 전개과정에서 전후 배경에 대한 설명과 제시를 통해 스토리의 보조적 작용과 등장인물 간의 연속적인 관계 설정에 대한 설명을 만들어 낸다.



<그림 6> 대화를 통한 심리상황에 대한 설명

또한, 영화 '작업의 정석'에 사용된 영상매체 타이포그래피에서의 내러티브 구성과 타이포그래피에 의한

20) 신청우, 키네틱 타이포그래피 분석, 기초조형학연구, Vol.4, No.2, 2003, p.286

유희구조의 생성은 <그림 6>과 같이 등장인물들의 대화 간에 예상되는 멘트에 대한 제시를 통해 관객이 다음 상황에 대하여 상상력을 불러일으켜 관객에게 영상화면의 스토리에 집중할 수 있도록 유희구조를 만들어 내고 있으며 이러한 스토리의 전개과정에서 영상 타이포그래피의 역할은 등장인물의 심리묘사를 통해 관객이 주인공으로 대치되는 대리만족의 욕구를 해소할 수 있는 기능을 부가시키게 된다.

또한, 영화 '작업의 정석'에서 사용된 타이포그래피 형식은 단순하고 직설적이며 <그림 7>과 같이 이전의 영화 등에서 사용된 내레이션을 문자텍스트로 그 기능을 이전시켜 사용하거나, 독백으로 처리할 수 있는 부분들을 시각적으로 직접 보여줌으로써 언어적 표현으로서의 '재미'를 더하고 있으며, 여기에 문자가 읽히는 순서에 따라 문자와 아이콘을 <그림 8>과 같이 애니메이션으로 처리함으로써 기표(문자)를 기의로 표현하여 의미의 전달을 보다 정확히 관객에게 전달하는 주의환기의 효과를 배가 시키고 있다.



<그림 7>내레이션의 대처와 기의적 표현



<그림 8>내레이션의 대처 부분 확대

3. 선형구조의 타이포그래피 내러티브

문자언어는 시각적인 형태를 이용하는 반면에 음성언어는 음성을 생성하는 신체기관으로 발동기관은 폐(허파)이고, 발생기관은 성대이며, 조음기관은 입(구강)과 코(비강)에 있는 기관들에 의해 만들어지는 청각적인 과정을 이용해 공기 중에 진동으로 전달된다. 또한 음성언어는 시간에 제약을 받고, 문자언어는 공간 위에서 실현되어 반영구적이다. 그리고 말을 하는 사람은 대개 듣는 사람과 같은 장소에서 특정한 청자를 염두에 두고 말을 하게 된다. 그러나 글을 쓰

는 사람은 독자와 떨어져 있으며, 그 글을 읽을 독자가 누구인지 모르는 일이 많다.²¹⁾ 문자언어는 사건 서술과 대상 묘사에 치중하는 '디제시스(diegesis)'의 언어인 반면, 영상언어는 이미지에 의한 대상 재현적 '미메시스(mimesis)'의 언어라는 차이가 있다.

문자언어가 지닌 특징인 디제시스는 화자(혹은 서술자)에 의한 간접적 사건 기술이라는 의미에서 '말하기'라는 개념과 관계되어 있지만, 영상언어의 특징인 미메시스는 사건의 직접적 제시인 '보여주기'라는 개념과 연결되어 있다. 그러나 영상언어는 문자언어와 다른 차원의 기술과 묘사, 즉 '말하기'의 능력을 지니고 있다. 영상언어는 재현하고 보여주는 동시에 기술하고 말하는 특성을 가지고 있다고 볼 수 있다.²²⁾

이러한 영상언어의 특성과 결합한 영상 타이포그래피의 메시지 전달과정에는 문자만으로 전달해야 하는 인쇄매체 타이포그래피보다 적극적이고, 정확한 메시지의 전달이 가능해진다. <그림 9>에서 나타나는 영상 타이포그래피는 등장인물의 심리구조를 드러내어 문자로 나타내고 이에 맞는 심리구조의 연동을 통해 메시지의 전달이 보다 쉽게 관객에게 전달되는 구조를 이용하고 있다.



<그림 9>구조적으로 제시된 문항에 대한 순차구조

4. 영상 타이포그래피와 인터텍스트

영상 타이포그래피에 의한 언어적 표현원리는 문자언어가 영상화면에서 문자언어의 고유 권한인 문자의 기록과 전달영역이 아닌 문자가 영상화면에서 동적 구성력과 새로운 의미를 지니게 된다. 영상매체에

21) 김성규, 음성 언어 총위와 문자 언어 총위의 위상에 대한 연구, 언어학, Vol.30, No.0, 2001, p.66

22) 박경우 · 박현구 · 연세대학교 · 윤태진, 문자문화, 구술문화, 영상문화의 진화와 상호작용, 정보통신정책연구원, IT의 사회.문화적 영향 연구, Vol.2004, No.50, 2004, p.49

서의 타이포그래피 속성은 음성언어가 지닌 속성과 같은 억양(intonation)과 어조(tone of voice) 등 문자언어의 속성보다는 음성언어의 속성에 가까운 특성을 지니고 있다.

이러한 음성언어와 문자언어의 특성을 결합한 의미의 전달과정에는 음성언어가 지닌 면대면(fade to face) 커뮤니케이션 구조와 같은 즉흥적인 의미전달이 효과적으로 적용이 되며, 언어의 전달에서 언어유희와 시각유희를 적용하여 인터텍스트가 가능한 구조로 접근이 용이하다.

모든 유희의 기초가 되는 언어유희(verbal pun)는 아리스토텔레스의 ‘ 수사학’에서 언급되기 시작하였으며, 언어유희는 한 단어(상징)가 두 가지 이상의 의미(다의어)를 암시하거나, 또는 똑같거나 거의 동일한 형태나 소리를 가진 두 개 이상의 단어(동음이의어)가 서로 다른 단어(상징)를 사용할 때 가능하다.

언어유희는 단어와 숫자, 알파벳 등을 조합하여 sam4u(sam for you, 홍삼전문쇼핑몰), Net2Phone(넷투폰), 한술B2B Club (Business to Business), 5tion (ocean, 가수) 등 일정한 체계를 갖춘 언어적 매개를 조합하여 다양한 효과를 생성한다. 또한, 시각유희(visual pun)는 형태의 유사성에 근거하여 어느 한 글자가 또 다른 글자를 연상하기 위하여 사용되거나, 같거나 비슷한 형태를 가질 때 사용된다. 영상매체 세대는 문자를 텍스트가 아닌 이미지로 받아들이기 때문에 자신을 남과 구별 짓기 위하여 새로운 기호로 대체하여 장식하면서 끊임없이 기표를 자생적으로 생산하고 있다. 외래어에서는 글자의 장식적 측면에 치중하여 한글 자모의 형태가 숫자, 특수문자 등으로 대체되기 때문에 문자에서 발생하는 가독성은 어쩔 수 없이 떨어진다.²³⁾

이러한 과정에서 영상매체에서 영화의 이미지와 타이포그래피에 의한 인터텍스트는 영상언어와 문자언어의 혼용으로 인해 자연스럽게 서로의 의미를 연관하여 적용시키면서 발생하게 된다.

IV. 결론과 제언

영화는 대중의 선호에 따라 그 형식이 바뀔 수 있는 ‘힘의 논리’에 지배를 받는 매체라 할 수 있다. 더욱

이 스크린쿼터제의 축소와 향후 발생하게 될 영화시장의 완전개방 등 정치적 맥락에서 우리나라의 문화를 개방한다면 영화의 영역은 더욱이 ‘힘의 균형’에 의해 지배를 받게 될 것이다. 이러한 미래의 상황에 대해 앞서서 걱정할 이유가 없겠으나 국내의 영화시장을 예술성이라는 족쇄로 대중성을 버리게 된다면 더욱 큰 문화의 순수성을 잃어버릴 수 있게 된다.

국내의 영화 장르 중에 로맨틱코미디 장르의 영화는 저자본의 투자로 효과적인 수익구조를 발생시킬 수 있는 매력적인 분야라 할 수 있다. 이러한 장르의 영화에 투자하는 것이 우리나라 영화계의 장래를 밝게 만드는 역할을 하게 될 것이다.

지금까지 로맨틱코미디 장르의 영화 ‘작업의 정석’에서 나타나는 타이포그래피의 움직임과 영상에서 타이포그래피가 지닌 의미에 대하여 연구하였다. 이 과정에서 로맨틱코미디영화가 지닌 유희성이 영상 타이포그래피의 유희성과 결합하여 새로운 내러티브를 자생적으로 생산하고, 영화의 매개적 속성에 따른 영상 타이포그래피가 지닌 의미를 발견하였으며 이는 로맨틱코미디 영화가 나아가갈 방향에 대한 새로운 탐구의 기회라고 인식할 수 있다.

영상 타이포그래피 영역은 음성언어와 문자언어의 시각적, 청각적 속성을 이용하여 영화의 내러티브에 의한 영상 메시지의 전달이 관객에게 메시지에 집중할 수 있는 시각적 효과를 가져다주며, 이는 결국 성공적인 메시지의 전달로 이어지게 된다.

국내 영화에 대한 연구 자료는 매우 많은 부분에서 영화의 예술성을 초점으로 연구되고 있으나, 이와 같은 현상은 결국 영화의 매니아 층을 위한 집단적 이기주의를 야기시킬 수 있고, 더욱이 대중적 지지기반을 획득하지 못하는 구조를 이루게 된다.

본 논문의 관점은 영상 타이포그래피가 로맨틱코미디 영화에서 영상타이포그래피에 의해 발생하는 의미작용 관계에 대한 것을 대상으로 연구되었으나, 영상 타이포그래피가 로맨틱코미디 장르의 영화에만 적용되는 것이 아니라 할 수 있다.

본 연구의 대상은 많은 로맨틱코미디 영화 중 ‘작업의 정석’의 범위 안으로 연구 범위를 제한하여 접근한 것은 연구의 핵심과제인 영화와 타이포그래피의 유희적 결합으로 인터텍스트에 의해 자생적으로 의미를 발생시키는 연계에 대한 분석이 어렵기 때문이

23) 강옥미, 같은 논문, pp.89-95

다. 이에 향후 로맨틱코미디 영화의 유희적 구조와 영상 타이포그래피 속성의 통계적 접근에 의한 연구가 필요하다.

참고문헌

- 1) 강옥미, 해체주의 관점에서 본 통신언어의 언어유희, 기호학 연구, Vol.16, No.0, 2004
- 2) 김성규, 음성 언어 층위와 문자 언어 층위의 위상에 대한 연구, 언어학, Vol.30, No.0, 2001
- 3) 박영봉·이희욱·하태길, TV 유머광고의 표현 특성에 관한 연구, 마케팅과학연구, Vol.7, No.0, 2001
- 4) 박경우·박현구·연세대학교·윤태진, 문자문화, 구술문화, 영상문화의 진화와 상호작용, 정보통신정책연구원, Vol.2004, No.50, 2004
- 5) 박현구, 온라인 환경의 이모티콘과 비언어 행위의 관계, 언론과학연구, Vol.5, No.3, 2005
- 6) 서곡숙, 2000년대 전반기 한국영화 산업에서 차지하는 코미디영화의 위상에 대한 고찰, 영화연구, Vol.23, No.0, 2004
- 7) 서곡숙, 2000년대 전반기 로맨틱 코미디영화의 인지전략 분석, 영화연구, Vol.26, No.0, 2005
- 8) 서곡숙, 2000년대 전반기 한국영화 산업에서 차지하는 코미디영화의 위상에 대한 고찰, 영화연구, Vol.23, No.0, 2004
- 9) 서명수, 영화에서의 환유와 은유, 기호학 연구, Vol.6, No.0, 1999
- 10) 신청우, 키네틱 타이포그래피 분석, 기초조형학연구, Vol.4, No.2, 2003
- 11) 이상신, "문자"와 "이미지"가 서로에게 말 건네는 시대의 해체적 상상력, 현대소설연구, Vol.20, No.0, 2003
- 12) 유지나, 90년대 로맨틱 코미디의 욕망기계 장치, 그 전략과 음모, 영화연구, Vol.11, No.0, 1996
- 13) 윤재성, 시각언어로서의 타이포그래피 이미지 표현에 관한 연구, 디자인과학연구, Vol.4, No.1, 2001
- 14) 이진희, 언어의 구어성과 문어성에 관한 연구, 독일문학, Vol.85, No.0, 2003
- 15) 전성애, Typography에서의 시각적 유머효과의 활용에 관한 연구, 디자인과학연구, Vol.6, No.2, 2003
- 16) 두산세계대백과 EnCyber & EnCyber.com

