

선택제약 위반을 활용한 문화콘텐츠의 네이밍 창작

Naming Creation of Cultural Contents based on the Violation of Selectional Restrictions

김영도

우송대학교 게임멀티미디어학과

Young-Do Kim(storybrand@wsu.ac.kr)

요약

본 논문의 목적은 문화 콘텐츠의 네이밍 창작 과정을 선택제약 위반에 기초하여 밝히는 것이다. 이것은 선택제약 위반이 ‘왕의 남자’와 ‘비보이를 사랑한 발레리나’ 같은 문화콘텐츠에 있어서 스토리 계획과 제목 네이밍의 한 방식으로 중요하게 고려되어야 함을 강조한다. 선택제약에 관한 이런 접근법은 1965년 노암 촘스키의 ‘통사이론의 제양상’이란 저작에서의 주장을 근거로 한다. 그의 아이디어는 언어학상 법칙의 위반은 단어와 문장의 선택자질과 관련된 허용성에 영향을 끼친다는 것이었다. 본 논문은 그의 선택제약과 선택제약 위반 사이의 확장된 개념을 문화콘텐츠의 네이밍 창작으로 맞춘 것이다.

■ 중심어 : | 선택제약 | 선택제약 위반 | 문화콘텐츠 | 네이밍 창작 |

Abstract

The purpose of this paper is to clarify the naming creation process of cultural contents based on the violation of selectional restrictions. This is to insist that the violation of selectional restrictions should be significantly considered as a mode of story planning and title naming in the cultural contents such as ‘King and the Clown’ and ‘Ballerina Who Loves B-Boy’. This approach of selectional restrictions is based on the insistence of Chomsky’s ‘Aspects of the Theory of Syntax’ in 1965. His idea had proposed that violation of linguistic rules affects the acceptability in the selectional properties of words and sentences. This focuses on the naming creation of cultural contents by widening his notion between selectional restrictions and the violation of selectional restrictions.

■ keyword : | Violation of Selectional Restrictions | Cultural Contents | Naming Creation |

1. 서론

1.1 연구 목적 및 배경

최근 미디어 기술의 고도화와 디지털 융합의 흐름을 기반으로 디지털 다매체와 다채널화가 급속히 진행되

고 있다. 이에 따라 각각의 미디어 사이의 경쟁은 피할 수 없는 상황으로 치닫고 있다. 따라서 기존의 공중파 외에 케이블TV, 위성방송, DMB, IP-TV, 3D입체방송, 스마트폰 등의 다양한 미디어 경쟁 환경에 적절히 대응할 독특한 색깔의 콘텐츠 창작은 매우 절실한 시점이

다. 즉 미디어 경쟁의 최종 승자는 콘텐츠의 경쟁에서 우월적 위상을 가지는 자에게 돌아간다고 볼 수 있는데, 질적으로나 양적으로 다양해지는 미디어에 비해 공급되어야 할 콘텐츠의 양과 질의 부족사태는 우려할 만한 수준이다. 특히 2013년 방송의 디지털 전환이란 예정된 상황 속에서 디지털방송미디어에 적합한 콘텐츠의 준비와 공급상황은 만족스럽지 않다. 최성진 서울산업대 교수는 '2009 디지털케이블TV쇼' 컨퍼런스에서 발제를 통해 2013년 디지털 전환시 필요한 콘텐츠가 연간 최소 9만5745개에서 최대 45만3483건이 필요하다고 밝혔다. 그리고 현재 제작인프라를 100% 가동한다고 해도 연간 제작 가능한 콘텐츠 수는 최소 2010건에서 최대 9517건에 불과하다고 제시했다. 따라서 미디어 시장이 요구하는 콘텐츠 수요에 비해 공급량이 최대치 기준으로 0.02%에 불과한 심각한 상황에 이르렀다고 볼 수 있다. 이러한 콘텐츠 공급의 위기예측은 표면적으로 보면 다매체와 다채널화 그리고 디지털 융합 흐름 등에 기인한 것으로 보인다. 그러나 좀 더 본질적이면서도 심층적으로 진단하면, 이것은 스토리 콘텐츠 창출 능력의 부재와 창작 기반의 허약함에서 비롯된다. 왜냐하면 보다 높아진 시청자들의 콘텐츠 소비 안목과 취향을 따라 잡으며 고도의 몰입감과 긴장감을 유발하는 신선한 스토리의 부재는 미디어에 공급될 콘텐츠 제작의 발목을 원천적으로 잡고 있는 주요한 원인으로 작동하기 때문이다. 이러한 문제인식에 공감한 대안적 사례는 한국 콘텐츠진흥원에 의한 스토리창작센터(www.storybank.or.kr)이다. 이곳의 목표점은 세계 시장에서 살아남을 수 있는 독특한 스토리의 창작과 육성 그리고 핵심 스토리텔러의 양성으로 콘텐츠 제작의 원천에 대한 인프라를 조성하는 것이다. 기존의 창작공간과 차별화되는 점은 공간 지원과 함께 창작된 스토리의 인큐베이션 프로그램과 이질적인 장르 사이의 연계를 통한 콘텐츠 창작 환경을 구축하는 것이다. 이러한 여러 배경 속에서 본 연구의 목적은 문화콘텐츠의 하이컨셉을 담지하는 테마와 소재 그리고 캐릭터와 배경의 핵심 이야기성 설정 등을 네이밍 창작이란 프레임으로 파악하여, 보다 독창적이고 다매체 환경에서 살아남을 수 있는 경쟁력 높은 문화콘텐츠의 생성을 위한 기초적

연구 자료를 제공하는 것이다.

1.2 연구 범위 및 방법

21세기 성장동력산업인 문화콘텐츠 산업의 지속적인 발전 토대 중의 하나는 콘텐츠와 스토리의 컨셉을 함축하는 콘텐츠 네이밍이다. 따라서 콘텐츠 네이밍의 창작은 단순히 이름 그 자체를 넘어서서 콘텐츠의 주제성과 이야기성을 함축적으로 담아내는 프로세스라 할 수 있다. 그러므로 본 논문에서 OSMU의 소재로 활용할 컬러 콘텐츠로서의 문화콘텐츠는 기존과 다른 신선한 하이컨셉(high concept)과 스토리밸류(story value)를 포용하는 네이밍의 창작을 통해 가능하다고 보고, 다채로운 문화콘텐츠의 연구 대상 중에서 콘텐츠 네이밍, 그 중에서도 제목 네이밍이란 범위로 한정하여 연구해 보고자 한다. 또한 문화콘텐츠의 특성 상 네이밍은 콘텐츠 컨셉과 캐릭터 그리고 이야기의 설정과 감상 전반에 영향을 미치면서, 콘텐츠의 세부적인 스토리텔링 생성 구조와도 밀접하게 상관되어 있으므로 이 경계 지점도 살펴본다. 그리고 본 논문은 소설, 영화, 방송드라마, 공연 등의 문화콘텐츠의 분야 중에서 스토리와 제목 네이밍의 연계에 있어서 성공적이었던 대표 사례에 한정하여 연구대상을 선별한다. 그리고 컬러콘텐츠로서의 문화콘텐츠가 갖추어야 할 네이밍 창작의 이론적 기반이자 핵심 관점을 노암 촘스키(Noam Chomsky)에 의해 제시된 선택계약의 개념과 이것의 위반이란 개념을 문화콘텐츠의 네이밍 창작에 역동적으로 도입하고, 이를 연구의 방법론적 잣대로 활용해 나가고자 한다. 물론 선택계약 위반이란 개념 외에 다양한 네이밍 창작 방법론도 존재하지만, 본 논문에선 선택계약 위반의 개념을 담고 있는 콘텐츠의 제목 네이밍 중에서 스토리와의 관련성을 높게 가지는 사례에 한정하고 이를 중심으로 살펴본다.

II. 선택계약 위반에 관한 일반적 고찰

2.1 노암 촘스키와 선택계약 개념

우리의 삶은 실질적인 선택의 연속으로 이루어져 있

다고 해도 과언이 아니다. 현대의 실존주의 관점에서 보면 선택은 실존의 규정계기(規定契機)로서 중심적 문제를 이롭고 동시에 독립적이지 않다. 지혜로운 선택으로 유명한 솔로몬의 재판은 모성과 연결된 선택의 속성을 보여준다. 양자역학세계에서 대상에 대한 관찰자의 관찰행위 자체가 대상물에 영향을 미친다는 점은 관찰이라는 초점화의 선택 행위가 실체에 접근을 왜곡시키고 배제시킨다는 통찰을 준다. 이렇듯 무언가를 선택한다는 것은 다른 것들과 연계된 맥락에서 정도의 차이는 있을 지라도 제한이나 제약을 받게 됨을 의미한다. 그러므로 언어 분야에서 이루어지는 촘스키의 선택제약 주장도 사실 특별히 낮은 개념은 아니며, 언어학의 범주를 넘어 일상적으로 접하는 콘텐츠 전반으로도 확대 가능한 것이다. 페르디낭 드 소쉬르의 구조주의 언어학의 전통을 계승한 촘스키는 『통사이론의 제양상』(1965)에서 은유를 설명하는 관점으로 선택제약(Selectional Restrictions)의 개념을 제시한다. “선택제약이란 한 어휘 항목이 다른 어휘항목과 결합하는 방식을 규정짓는 규칙을 말한다. 한 문장에서 명사는 통사 자질을 가지고 있는 반면 동사나 형용사는 명사와의 관계에 따른 선택 자질을 갖고 있다. 그러므로 한 주어는 아무 낱말이나 술어로 삼을 수 없고 오직 여러 낱말 가운데서 특정한 낱말만을 술어로 선택하게 마련이다 [2].” 다시 말해서 선택제약은 주어인 명사와 술어인 동사의 결합에 의한 문장 생성에 있어 의미상 규칙을 위반하는 비논리적인 경우의 금지상황을 의미한다. 다시 말해서 주어로 선택된 단어의 의미망과 연결되는 술어의 선택은 일정한 제약을 받는다는 것이다. 또한 명사를 수식하는 형용사의 경우도 명사의 의미망과 비논리적인 경우 명사를 꾸미기 어려운 형용사의 선택을 제약 받는다는 것이다. 이러한 선택제약 개념은 촘스키가 은유를 설명하는 과정에서 제시된 것으로, 선택제약과 은유는 밀접한 관계를 가진다. 그에 의하면 은유는 선택제약의 의미론적 위반의 표현법으로 일종의 문법적 이탈이다. 이러한 의미론적 제약에서의 이탈은 아리스토텔레스의 『시학』 21장에서 제시된 일상적인 상황에서 이탈한 천재의 표징이라는 은유의 특별한 상상력과 창조성이라는 맥락에 닿아 있다. 물론 은유를 문법적

이탈이 아니라, 인간의 보편적인 생활의 다양한 언어적 표현의 범주로 보는 학자들도 있다. 노엄 촘스키의 제자인 조지 레이코프(George Lakoff)의 『삶으로서의 은유』에 의하면, 은유는 우리 삶의 수많은 일상적 주제들과 현상들을 인지하게 해주는 기본적인면서도 보편적인 기제이다. 여하튼 선택제약과 은유의 개념 사이에서 중요한 것은 일상적 사람의 보편적인 인지작용이라는 은유의 개념과 더불어 창조적 생성에 핵심 역할을 수행한다는 은유와 은유를 설명하는 ‘선택제약 위반’이란 개념이 킬러콘텐츠로서의 문화콘텐츠 창출에 활용할 수 있다는 점이다.

2.2 선택제약 위반과 시적 창조성

의도적으로 선택제약을 깨뜨리는 가장 대표적인 예 술장르는 시이다. 왜냐하면 시는 존 크로우 램슨(John Raman)에 의하면, 불확정적인 특유의 체제를 가진 느슨한 논리적 구조로 일상적 선택과 결합의 통사구성이란 일상언어적 한계를 뛰어 넘는 모순적 특이성을 가지기 때문이다. 다시 말해서 선택은 결합을 한정하고, 결합은 선택을 한정하는 언어의 기본적인 배열과 구성의 원리를 무시하고 새로운 상상력과 독창성의 관점에서 기존의 의미망과 다른 언어의 선택과 결합을 시도하는 비일상적 언어의 구조와 속성을 가지고 있는 것이 시이다. 표피적으로 보면 순수예술인 시와 상업적 가치 중심인 경영이라는 전혀 이질적인 학문영역이라는 선택제약으로 인해 함께 연구대상으로 이야기될 수 없다는 사실을 위반하고, 46편의 시를 분석하면서 시인의 창작 원리를 경영에 도입한 주장이 있다. 황인원은 『시에서 아이디어를 얻다』에서 시적 창조성과 창작 방법론이 치열한 콘텐츠 산업 현장에서도 활용 가능한 창의적 사고와 아이디어 생성법의 잠재력을 가지고 있다고 주장하였다. 그는 시를 단순히 문학적 감상의 차원에만 머물지 않고 콘텐츠 산업 현장에 필요한 실용적 차원으로 관점을 달리하고 있다. 이러한 점은 시적 창조성이 문학적 결과물의 산출과 감상에만 그치지 않고, 10여 년간 세계총행 1위라는 「타이타닉」의 기록적 제약을 깬 3D 영화 「아바타」 같이 넘볼 수 없는 차이로 콘텐츠 시장을 장악하는 독창적인 문화콘텐츠 창작

에도 적절하게 활용될 수 있는 실질적 감수성과 단서를 제공한다.

2.3 선택제약 위반과 모순어법

츨스키의 선택제약을 위반하는 언어적 현상과 연계시켜 볼 수 있는 것은 모순어법(oxymoron)이다. “겉으로 보기에는 자기모순이거나 불합리한 것 같지만, 나중에 보면 이치에 맞는 진술을 역설(paradox)이라 한다. 그리고 역설적 발언이 일상 용법에서 반대말인 두 용어를 결합시키면, 그것을 모순어법이라 부른다[5].”

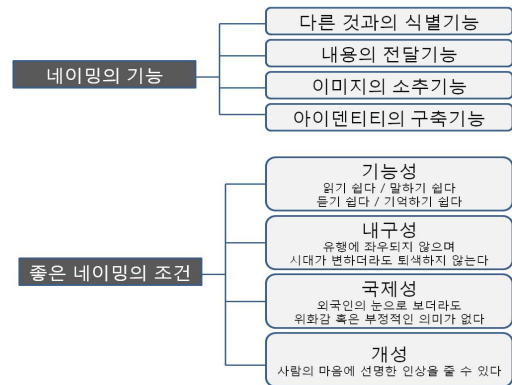
이 모순어법은 합리적인 서양의 이성중심주의(logocentrism)의 전통사고관에 위배된다. 따라서 이성중심적 관점에서 바라보면, 모순어법의 현상은 용납하기 어려운 것이다. 더욱이 모순어법의 위험한 측면은 이성중심주의의 사고행위에서 존중되는 이항대립항을 활용한 사유방식의 적용을 허물어 버린다는 사실이다. 낮/밤, 선/악, 남/녀, 앞/뒤 등의 수많은 인간 인식을 위한 이항대립쌍들의 위계질서는 모순어법의 울타리에서 느슨해지며 무시된다. “기분좋은 고통(pleasing pains)의 예를 이분법적 대립항으로 배열하면 즐거움/괴로움이 된다. 여기서 즐거움은 (+즐거움)이지만 괴로움은 (-즐거움)이므로 이분법적 사고방식에선 서로 엄격하게 분리된 요소들이다. 그러나 모순어법에 오면 즐거움도 (+즐거움)이 되고 괴로움도 (+괴로움)이 되어 즐거움은 괴로움을 억압하거나 우선해야 할 아무런 근거를 갖지 못하고, 서로 다른 이 두 요소들은 각각의 (+) 요소를 가질 뿐 (-) 가치를 갖지 않는다[6].” 이러한 억압구조의 해체는 선택제약의 위반과 맥락을 같이 한다. 사실 우리의 삶은 흑백논리처럼 분명하게 이성중심적으로만 작동하진 않는다. 상호 의존적 관계 속에서 서로 뒤엉켜 접치는 부분과 모순의 상황과 함께 존재하는 것이 실제 삶의 모습이다. “모순어법과 모순어법적 상황은 문학의 오래된 관심사 중의 하나로, 본질적으로 긴장을 내포하기 때문에 플롯(plot)의 전개에 있어서 빼놓을 수 없는 요소인 갈등을 구성하기도 한다[6].” 그러므로 선택제약 위반과 모순어법은 정도의 차이를 가지고 우리가 접하는 일상과 함께 문학콘텐츠의 의미장을 구축하며 존재하고 있는 것이다.

III. 선택제약 위반과 콘텐츠 네이밍 창작

3.1 네이밍 창작의 일반 유형

네이밍의 사전적 단어 의미는 대체로 명명하기, 이름 붙이기로 되어 있다. 요코이 게이코는 『네이밍 발상법』에서 네이밍의 기능과 조건에 관해 [표 1]처럼 정리하였다. 그 중에서 아이덴티티의 구축 기능은 콘텐츠 컨셉과 연계된 네이밍 창작에서 보다 중요하게 고려될 부분이다. 왜냐하면 단상하게 확산될 수도 있는 기업 이미지를 핵이 되는 정확한 단어로 수렴시킨 네이밍은 기업의 역사와 정신 그리고 고객을 위한 다양한 스토리텔링을 함축적으로 담아내므로 아이덴티티는 시간이 갈수록 더욱 단단하게 되기 때문이다. [표 1] 외에도 네이밍을 가능하게 하는 주된 형식적 요소로 문자 기호 등의 시각요소와 음성과 소리로 표현되는 소리요소 그리고 내용을 반영하는 의미요소와 이미지요소를 들 수 있다[6].요코이 게이코에 의하면, 네이밍 창작의 일반적 유형으로는 크게 기존에 사용 중인 사전에서 컨셉과 이미지에 적합한 단어를 발견하는 “언어의 발견”과 기존에 없는 새로운 단어를 조어해내는 “언어의 발명”을 들 수 있다.그는 “언어의 발명”에 해당하는 조어의 구체적 방법을 ‘두 단어의 조어’, ‘한 단어의 조어’, ‘복수 단어의 조어’로 나누었는데, 이것은 비교적 실질적인 네이밍 창작의 패턴을 보여준다.

표 1. 네이밍의 기능과 조건



두 단어(A, B)의 조어는 다시 ‘A+B=AB’로 두 단어

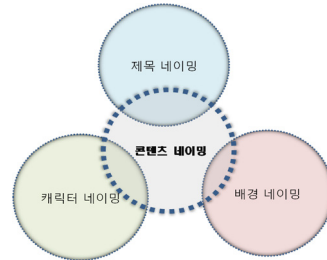
를 그대로 조합(combination)하는 방식과 'A+B⇒C'로 두 단어의 공통문자로 접합(joint)하는 방식 그리고 'A'+B'⇒C'라는 두 단어의 일부를 혼성하는 방식으로 이루어진다. 또한 한 단어(A)의 조어는 'A-X=A'와 같이 한 단어의 일부분을 절취하는 방식과 'α+A=αA'같이 접두어(prefix)를 붙이는 방식 그리고 'A+β=Aβ'같이 접미어(suffix)를 붙이는 방식으로 이뤄진다. 복수단어(A, B, C)의 조어는 앞 머리글을 연결하는 방식으로 이뤄진다. 사전 등에서 찾아내는 “언어의 발견” 유형은 각 나라 언어의 문화적 배경과 어원적 의미 그리고 시각적 형태미와 언어의 음감 등 여러 요소들을 고려하여 이루어진다. 또한 중앙의 문자를 중심으로 좌우 같은 문자를 반복하는 회문, 중의법, 동음단어조합, 의인화, 의성어, 의태어, 문자의 상징성, 애너그램 등의 자유로운 발상에 의존하는 네이밍 창작 방법론은 “언어학상의 물을 응용한 조어나 다국어어를 사용한 네이밍과 비교하면 다소 모험적이면서도 정통파라고 할 수 없는 부분도 있으나 풍부한 발상으로 네이밍의 폭을 넓힐 수 있다는 점에서 강점을 가진다[4].” 그리고 자유로운 발상에 의한 네이밍 창작의 경우, 앞에서 언급한 은유적 의미작용에 의한 명명작업이 중요한 역할을 한다. 은유의 아버지 격인 아리스토텔레스에 의하면 “은유의 가장 큰 역할은 어휘 부족을 메꿔 주는 일이다. 은유는 아리스토텔레스도 말했듯이, 하나의 사물에 별개의 이름을 붙이는 것이기도 하다. 실제적으로 단어의 사용이나 문장의 구성은 명명행위와 같다[1].” 그러므로 콘텐츠 시장에서 살아남을 수 있는 선택제약 위반의 독특한 스토리를 은유하는 네이밍 창작 행위는 콘텐츠의 성패를 좌우하는 핵심으로 평가할 수 있다.

3.2 콘텐츠 네이밍 창작의 구성요소

선택제약 위반에 의한 콘텐츠 네이밍의 창작과정은 ‘모든 경계에는 꽃이 핀다’는 함민복의 시구처럼 경계 지점에서의 충돌을 요한다. 즉 콘텐츠 네이밍은 서로 이질적인 선택과 조합의 경계에서 킬러콘텐츠로서의 가능성과 몰락의 위험한 줄타기를 시도하며 긴장의 꽃을 피우는 과정으로 비유할 수 있다. 구체적으로 들어가면 콘텐츠 네이밍은 [표 2]에서 보여주듯이 캐릭터

네이밍과 배경 네이밍 그리고 가장 중요한 제목 네이밍을 포함한다. “캐릭터 네이밍은 다시 사람과 비사람으로 크게 나눌 수 있다. 사람은 한국인과 외국인으로 나뉘게 되며 이는 국적에 맞게 네이밍됨을 의미한다. 비사람은 동물과 무생물 및 상상물로 나뉘며 의인화된 캐릭터도 여기에 해당한다[3].” 배경과 장소의 네이밍은 사실적인 내용의 콘텐츠보다는 판타지나 허구의 스토리 위주로 구성된 콘텐츠에서 더욱 중요해진다. 그리고 가장 중요한 콘텐츠 네이밍의 요소인 제목 네이밍은 콘텐츠의 승패를 좌우할 정도로 중요하기에 실무적이면서도 학문적 전문성으로 창작되어야 한다.

표 2. 콘텐츠 네이밍의 구성요소



본 논문에서 제시되는 선택제약 위반을 활용한 콘텐츠 네이밍은 제목 네이밍에서 특히 빛을 발한다. 왜냐하면 독창적 스토리의 생성원리는 이질적인 충돌에 의한 은유적 의미 생성의 기제를 포함하고 있고, 선택제약 위반에 의한 제목 네이밍은 스토리 생성과 밀접하게 연계되어있기 때문이다. 즉 긴장미 넘치는 다양한 갈등과 해결의 예측할 수 없는 상황을 전개시키는 몰입감 높은 스토리 기반의 콘텐츠는 은유적 플롯의 정도가 높다. 이것은 내용상에서 선택제약 위반이 많다는 것을 의미한다. 또한 킬러콘텐츠로서의 성격을 드러내는 스토리는 꾸며진 줄거리를 가진 거대한 선택제약 위반의 콘텐츠 네이밍 창작에서 출발하는 경향이 높은 것으로 이해될 수 있다.

3.3 콘텐츠 네이밍 창작과 스토리의 생성과정

“이야기(story)의 이해는 곧 은유를 줄거리를 통해 원인과 결과가 생기고 그 안에서 서로 우연한 사건들이

하나의 큰 행위 속에서 통일되고 종합된다. 이처럼 서로 다른 것들을 종합한다는 점에서 이야기는 은유와 비슷하다[7].” 그러므로 콘텐츠의 내용을 형성하는 스토리도 은유적 기제의 본질로 작동하는 선택계약 위반의 개념을 적용할 수 있다. 즉 시 뿐만 아니라 서사 장르인 소설이나 영화 그리고 방송드라마와 공연 등의 서사콘텐츠에도 선택계약 위반의 콘텐츠 네이밍 창작은 적절히 활용될 수 있는 것이다. 제목 네이밍 창작과 스토리 생성을 창조적으로 연계해 서사콘텐츠를 생성시켜내는 방법은 딘 쿤츠(Dean Koontz)의 소설창작 과정에서 확연히 드러난다. 그는 어울리지 않는 단어를 이용한 제목의 충돌적 결합으로 새로운 스토리의 생성을 자극하고 소설 전체의 플롯을 형성한다. 예를 들어 “악마를 선택했다면, 간단한 수식을 붙여 나열해 본다. 파스한 악마, 춤추는 악마, 시중드는 악마, 울부짖는 악마. 그리고 좀 더 복잡한 어구를 붙여 본다. 암흑 속에 숨은 악마, 내 마음 속의 악마, 호박색으로 빛나는 악마. 또한 악마에 동사를 붙여본다. 악마가 활보한다. 악마가 불침번을 선다. 악마가 도망친다. 이번엔 명사와 악마를 결합시키는 데 어울리지 않는 낱말을 곁들인다. 겁쟁이 악마, 상냥하게 부르짖는 악마, 상냥하게 찾아오는 악마 등으로 잠재의식 속의 아이디어 펌프를 자극해 본다. 2~3분 뒤에 머리 속에서 하나의 스토리가 골격을 갖춰 나간다[9].” 이러한 과정을 통해 결정된 「상냥하게 찾아오는 악마」라는 선택계약 위반의 제목 네이밍을 기반으로 한 편의 스토리를 만든 것이 딘 쿤츠의 스토리 창작과정이다. 일반적으로 ‘악마’라는 단어의 의미망과 ‘상냥하게 다가오는’이라는 수식어는 선택계약 위반의 선택과 조합인 것이다. 한마디로 그는 선택 계약 위반의 원리를 제목 네이밍 창작에 활용하여 최고급 공상소설이라는 스토리 콘텐츠를 생성시켰던 것이다.

3.4 네이밍의 기타 창작 기법

선택계약과 선택계약 위반의 사이에서 생성되는 콘텐츠 네이밍 창작의 방법론은 더하기, 빼기 등의 기법 외에 중의적인 표현기법이나 캐릭터를 의인화하는 기법과 의성어를 활용한 음감의 형상화 기법에 의해 활용 범위를 넓힐 수 있다. 또한 특수한 문자나 기호라는 고

유명사적 표현에 의한 호기심의 극대화 기법과 각 문화권에 의해 만들어진 상징을 활용하는 기법도 네이밍 창작에 활용 가능한 기법으로 볼 수 있다. 그런데 이러한 기법들은 한가지만을 사용하기보다 콘텐츠의 스토리와 컨셉 그리고 콘텐츠의 활용 상황 등과 연동시켜 복합적으로 사용해야 효용성을 극대화시킬 수 있을 것이다. 그리고 인지심리학과 감성공학 등의 발전으로 주목받고 있는 감정 브랜딩 전략과 문화를 매개로 콘텐츠를 향유하는 계층의 감성적 부가 가치를 창출하려는 문화 마케팅 분야의 전략도 네이밍 창작의 기법으로 변용시킬 수 있다.

IV. 네이밍 창작의 분야별 주요사례 분석

4.1 문자콘텐츠 분야

올해(2010) 한국문학번역원 주최 ‘세계 작가 축제’에 참가한 자리에서 2008년 픽션부문 풀리처상을 수상한 미국 작가 주노 디아스(Junot Diaz)는 한국 소설을 45편 정도 읽었고, 그 중에서 이문열의 소설 「우리들의 일그러진 영웅」을 인상 깊게 읽었다고 고백했다. 이렇게 외국작가가 인정할 정도로 소설 「우리들의 일그러진 영웅」은 인상적인 제목 네이밍과 내용의 정확한 연계를 보여주는 문자콘텐츠 분야의 대표적 콘텐츠 네이밍 창작사례로 볼 수 있다. [그림 1]은 이문열의 우리들의 일그러진 영웅 소설 표지와 영화의 한 장면을 보여 준다.



그림 1. 우리들의 일그러진 영웅

박종원 감독에 의해 영화로도 제작되어 상당한 주목을 받은 제11회 이상문학상 수상작 「우리들의 일그러진 영웅」은 학창시절의 교실이라는 작은 공간과 배경

에서 생긴 정서를 통해 만들어진 영웅 아닌 영웅의 스토리이다. 이것의 주된 은유적 상징성은 부조리한 사회와 권력 그리고 개인 사이에서 벌어질 수 있는 미묘한 문제를 집약적으로 보여주는 것이다. 그리고 학창시절 영웅이었던 엄석대의 존재에 의한 내용 전개와 제목의 절묘한 어울림은 선택계약 위반의 성공적인 콘텐츠 네이밍의 사례라 할 수 있다. 즉 ‘영웅’이라는 성공적인 존재와 결합된 수식어인 ‘일그러진’은 일반적인 영웅의 의미와 충돌하는 것으로, 선택계약 위반에 의해 더욱 역동적이면서도 몰입도 높은 은유적 스토리라인을 연상시키는 매력을 성공적으로 담지해낸 사례인 것이다. 이와 유사한 사례는 영화화되기도 한 박현욱의 소설 「아내가 결혼했다」와 히가시노 게이고의 소설 「아름다운 흉기」이다. 아내는 이미 ‘결혼했다’는 의미를 내재하고 있으므로 결혼했다란 문구와 결합될 수 없고, 흉기는 사람을 죽이거나 해치는 데 쓰는 도구의 의미망을 가지므로 ‘아름다운’이란 수식어를 취할 수 없는 제약 상황에 의해, 이 콘텐츠들은 명백히 선택계약 위반을 위반한 콘텐츠 네이밍인 것이다.

4.2 영상 콘텐츠 분야

사극영화의 진부한 고정관념을 깨면서 1,230만이라는 경이적인 관객의 신화를 달성하고 한국 영화 흥행사를 다시 쓴 이준익 감독의 사극영화 「왕의 남자」는 원래 연극 「이(爾)」를 원작으로 하였다. [그림 2]는 영화 「왕의 남자」의 포스터와 영화장면이며 연극 「이」의 포스터를 비교해 보여준다.



그림 2. 왕의 남자

연극 「이(爾)」는 2000년도 '동아연극상' 작품상, '연극협회선정 베스트5' 작품상과 희곡상, '평론가협회

선정 베스트3' 작품상을 수상할 정도로 그 작품성과 흥행성 모두를 인정받았다. 하지만 연극 제목 「이(爾)」를 그대로 영화 제목으로 사용하였다면 과연 천만 관객의 영화 흥행에 도달할 수 있었을까? 영화 「왕의 남자」는 기존 사극과 달리 총 1,800컷의 빠른 호흡의 영상전개도 연극과 차별화되었지만, 보다 더 중요했던 것은 영화제목만으로도 상당한 주목을 받았다는 사실이다. 100억대의 제작비를 들인 영화 「실미도」와 「태극기 휘날리며」를 제치고, 40억 대의 제작비만으로도 킬러콘텐츠로서의 위상을 세운 것은 선택계약 위반의 영화 제목이 큰 역할을 한 것으로 보인다. 영화 제작자는 한 인터뷰에서 다음과 같이 이야기하였다. “영화는 제목 그대로 ‘왕의 남자’를 이야기합니다. 남자인 왕을, 그의 남자인 공길을, 공길을 제 목숨보다 소중한 여기는 남자인 장생을 이야기합니다[8].” 이렇게 동성에 코드를 담은 영화의 제목을 정함에 있어 은유성 높은 ‘왕+남자’라는 선택계약 위반의 네이밍 창작은 스토리의 호기심을 증폭시키며 흥행을 이끄는 동력의 역할을 절묘하게 수행한 것이다. 이와 유사한 사례로 영화 「올드 보이」·「킬러들의 수다」등을 거론할 수 있다. ‘올드’는 ‘보이’와 반대의 의미라는 점에서 수식어로 사용할 수 어렵다는 점, 킬러들은 잔인하고 무거운 의미를 가지기 때문에 경박함과 가벼운 의미를 내포한 수다와 충돌한다는 점에서 이 작품들은 선택계약 위반의 콘텐츠 네이밍이다.

4.3 공연 콘텐츠 분야

비보이(B-boy)를 공연콘텐츠로 변용시켜, 역동적 춤의 볼거리와 스토리 재미를 동시에 만족시킨 문화콘텐츠인 「비보이를 사랑한 발레리나」는 ‘길거리 춤’과 ‘발레’의 이질적 만남이란 독특한 스토리 설정의 네이밍으로 킬러콘텐츠로 자리매김한 공연콘텐츠의 대표적인 사례이다. [그림 3]은 우아한 발레리나의 춤동작과 격한 동작의 비보이 장면을 비교해 보여준다.

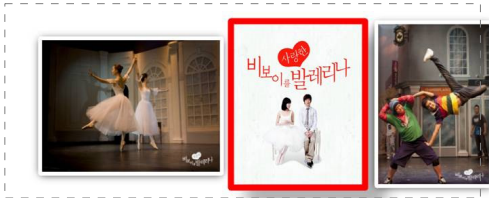


그림 3. 비보이를 사랑한 발레리나

통속적인 관점에서 보면 힙합문화에 빠진 브레이크 댄서인 비보이와 귀족적 고상함의 상징적 의미를 지닌 발레리나 사이의 사랑이란 스토리는 결코 평범하지 않다. 비보이가 진보라면 발레리나는 보수적 계층과 신분을 은유적으로 상징한다고 해석될 수 있다. 그러므로 서로 선택계약의 신분적 상이함을 지닌 두 남녀의 사랑 이야기를 선택계약 위반의 은유적 함축성으로 창작해 낸 제목 네이밍은 사람들을 공연장으로 이끄는 동력으로 작동한 공연콘텐츠의 대표 사례이다. 또 다른 공연 분야의 사례는 연극 「백설공주를 사랑한 난장이」를 들 수 있다. 백설공주를 사랑했던 캐릭터는 왕자님이 아니라 난장이였다는 스토리 컨셉을 함축적으로 담은 「백설공주를 사랑한 난장이」는 ‘백설공주’와 ‘난장이’라는 신분상의 차이와 기존의 이야기와 대립된다는 측면에서 선택계약 위반의 네이밍 구조를 가진 공연 콘텐츠이다.

V. 결론

본 논문은 춤스키의 선택계약 개념을 기초로 네이밍 창작의 일반적 고찰과 함께 은유적 속성과 맥락을 같이 하는 선택계약과 그것의 위반이란 특성을 전반적으로 살펴보았다. 그리고 독창적 색깔을 가진 콘텐츠만 살아남는 치열한 문화콘텐츠현장에서 네이밍과 스토리를 연계시켜 킬러콘텐츠로서의 경쟁력과 가능성을 다분히 가지는 콘텐츠 네이밍 창작 사례 중에서 선택계약 위반의 개념을 내재하고 있는 제목 네이밍의 주요 사례도 살펴보았다. 특히 4장에서는 각 분야별 선택계약 위반의 네이밍 사례를 집중적으로 살펴보았는데, 사실 각 분야별로 좀 더 많은 수의 사례를 찾아내고 그것들 간

의 이론적 규칙을 창출하는 작업이 필요한데, 본 논문에선 선택계약 위반의 네이밍 창작 사례를 전반적으로 살펴보는 연구범위의 한계에 따라 후속 논문에서는 각 콘텐츠 분야별 보충연구를 통해 한계를 극복해야 할 것이다. 또한 문화콘텐츠의 네이밍 창작에 대한 인식 부족과 네이밍 창작에 대한 이론적 틀의 부족으로 캐릭터 네이밍과 배경 네이밍에 대한 연구까지 나아가지 못한 본 논문의 한계점에 관해서도 후속 논문에서 보완할 것이다. 또 다른 한계점으로는 선택계약 위반의 개념을 담고 있는 콘텐츠의 제목에 한정하여 네이밍 창작을 살펴보았기에 복잡다단한 콘텐츠의 네이밍 상황에 모두 적용할 수 있는 일반화된 논리를 도출하기 어렵다는 것이다. 즉 선택계약과 선택계약의 위반 사이에서의 콘텐츠 네이밍 창작의 특수한 스펙트럼을 콘텐츠 네이밍의 다채로운 상황에 모두 적용하는 것은 무리라는 것이다. 그럼에도 불구하고 보다 독창적 감수성을 활성화시키는 선택계약 위반의 제목을 통해서 살핀 네이밍 창작의 여러 사례들은 제목과 내용 사이에서 함축적 접점을 가진다는 점에서 킬러콘텐츠로서의 자질을 드러내고 있음도 알 수 있었다. 그러므로 제목과 콘텐츠 내용 사이의 상관성을 선택계약 위반이란 개념으로 살핀 본 연구의 실질적 효과는 킬러콘텐츠의 창작 방향성을 잡는 과정에서 나타날 것이다. 앞으로 보다 강력한 킬러콘텐츠 창출을 위해서 선택계약 위반의 개념을 문화기호학, 인지심리학, 감정 공학 등의 다학제적 접근법과 융합한 문화콘텐츠 네이밍 창작의 후속 연구가 필요하다.

참고 문헌

- [1] 김봉주, *개념학*, 한신문화사, 1996.
- [2] 김옥동, *은유와 환유*, 민음사, 2000.
- [3] 박경철, “문화콘텐츠 캐릭터의 네이밍 개발을 위한 방법 연구”, *만화애니메이션연구*, 통권 제15호, p.194, 2009.
- [4] 요코이 게이코, 이재춘 역, *네이밍 발상법*, 보보스, 2005.
- [5] 이정호, “모순어법에 대한 포스트모던적 조명”,

人文論叢, 제27호, pp.21-26, 1992.

[6] 최병광, *네이밍 법칙*, 두앤비컨텐츠, 2005.

[7] 한국기호학회 편, *은유와 환유*, 문학과지성사, 1999.

[8] 한국철학사상연구회 편, *철학을 만나면 즐겁다*, 북섬, 2007.

[9] Dean Koontz, 박승훈 역, *베스트셀러 소설 이렇게 써라*, 문학사상사, 2000.

저 자 소 개

김 영 도(Young-Do Kim)

정회원



- 2000년 8월 : 홍익대학교 대학원
- 2003년 8월 : 추계예술대 대학원
(영상시나리오 석사)
- 2008년 8월 : 국민대학교 TED
(콘텐츠디자인 박사)
- 2010년 12월 : 한남대 (문학박

사)

<관심분야> : 디지털문화콘텐츠와 문예창작, 포토포엠