

〈힐링캠프〉, 사운드적 서사의 등장과 그 함의

<Healing Camp>, Appearance of Sound Narrative and it's Implication

홍경수

순천향대학교 미디어콘텐츠학과

Kyung-Soo Hong(hongks86@sch.ac.kr)

요약

SBS <힐링캠프>의 배경음악과 음향효과는 다른 오락 프로그램과는 매우 차별적인 양상을 보인다는 점에 착목하여, 실제 프로그램에서 어떤 방식으로 작용하는 지 내용분석을 통해서 분석했다. 분석결과 <힐링 캠프>는 다른 오락 프로그램과는 비교할 수 없을 만큼 많은 양을 사용한다는 것을 확인했다. 즉, 전체 텍스트에서 음악과 음향효과가 차지하는 비중이 상대적으로 크다는 것을 알 수 있었다. 또한 <힐링캠프>의 배경음악과 음향효과는 동어반복적인 정보제공적 기능, 다양한 의미 중에 한 가지를 선택하여 강조하는 감정고조 혹은 정박의 기능, 텍스트에 나와 있지 않은 이야기를 풀어가는 서술 혹은 중계의 기능을 수행하는 것을 알 수 있었다. 텔레비전 자막이 수행하던 기능을 음악과 음향효과가 그대로 이어받고 있는 것이다. 물론 이러한 음악과 음향효과의 활용이 시청자의 관심을 끌고 주의를 집중시켜 시청률 상승의 효과를 가져올 것이라 예상되지만, 다른 오락프로그램과는 달리 매우 적극적이고 체계적인 활용을 통해서 오락프로그램 서사의 새로운 차원을 열어가고 있음을 확인할 수 있었다.

■ 중심어 : | 힐링캠프 | 배경음악 | 음향효과 | 서사 | 정박 | 중계 | 사운드 |

Abstract

SBS <Healing Camp> seems like having a different sound usage from other entertainment programs. After content analysis, I found that <Healing Camp> uses much more music & sound effects than <Muhandojeon>. Music & sound effects of <Healing Camp> has functions of tautological informing, uplush of emotion or Ancrage, narrating or Relais. It is very similar to television subtitle. Positive uses of music & sound effects are expected to catch the attention of audience and to increase the ratings. But <Healing Camp> uses music & sound effects very positively and systematically and opens a new dimension of narratives.

■ keyword : | Healing Camp | Sounds Effects | Narrative | Ancrage | Relais | Sound |

I. 서론

1. 들어가며

SBS<힐링캠프 기쁘지 아니한가>(이하, <힐링캠프>)는 2011년 7월 18일 몸과 마음의 치유를 뜻하는 '힐링' 콘셉트에 맞춰 탁 트인 야외에 1일 '힐링 캠프'를 만들고 스타를 초대해 이야기를 나누는 토크쇼 프로그램이다. 이 프로그램은 그 동안 연기자, 가수 등 연예인과 스포츠 스타, 심지어는 정치인까지 출연시키는 등 대중의 관심을 끄는 데 성공했다. <힐링캠프>의 인기

힐링' 콘셉트에 맞춰 탁 트인 야외에 1일 '힐링 캠프'를 만들고 스타를 초대해 이야기를 나누는 토크쇼 프로그램이다. 이 프로그램은 그 동안 연기자, 가수 등 연예인과 스포츠 스타, 심지어는 정치인까지 출연시키는 등 대중의 관심을 끄는 데 성공했다. <힐링캠프>의 인기

* 이 연구는 순천향대학교 학술연구비로 수행되었습니다(과제번호 20120182)

접수번호 : #121128-002

접수일자 : 2012년 11월 28일

심사완료일 : 2013년 01월 08일

교신저자 : 홍경수, e-mail : hongks86@sch.ac.kr

는 ‘힐링’이라는 단어의 광범위한 확산에 영향을 미쳤다. 힐링 하우스, 자살을 막는 힐링 메시지, 숲 힐링 데이트, 새희망 힐링론(loan), 주택 힐링 등 힐링이라는 용어의 사용은 사회 전문야로 퍼졌다. 특히 <힐링캠프>에서 박근혜, 안철수, 문재인 등 2012년 대통령 선거의 후보자들을 연달아 출연시키면서 예전 <황금어장>의 ‘무릎팍 도사’가 차지하고 있던 사회적인 오락프로그램의 역할을 대신하는 것 아니냐는 관측도 제기되었다. 연예인만 출연하는 기존 오락프로그램과는 달리 사회적 이슈가 되는 출연자를 섭외하면서 예능 프로그램의 영역을 넓힌다는 점에서 <힐링캠프>는 대중성을 띠게 되었고, 이른 바, 대중문화의 대세를 이루게 되었다. “사람은 이야기를 하면서 마음이 풀리고 치유되는 것 같다”며 “바깥 자연에서 함께 재충전할 수 있는 토크쇼가 될 것”이라는 것이 담당 PD의 설명이다[1]. 프로그램의 포맷은 일견 단순하다. 한 명의 게스트를 초대하여 이야기를 나누는 ‘일인 토크쇼’ 방식은 <자니온쇼>(1989)를 시작으로 <조영남쇼>(1993), <주병진쇼>(1993), <이홍렬쇼>(1996), <서세원쇼>(1998), <황금어장>의 ‘무릎팍 도사’ 등을 통해 꾸준히 이어져 왔다. <힐링캠프>는 <1박 2일>이나 <무한도전>으로 대표되는 리얼 버라이어티 포맷, <슈퍼스타K>, <나는 가수다>를 비롯한 서바이벌 포맷으로 이어지는 주류 예능 계보 속에서 일인 토크쇼로 선보인 것이다. 2009년 MBC에서 김제동을 진행자로 한 과일럿 프로그램 <오마이텐트>를 선보인 적이 있다. 이 프로그램은 ‘자기 자신을 만나고 알아가는 여행’이라는 콘셉트로, 자연 속에서 진행자와 출연자들이 이야기를 나누는 포맷이었는데, ‘자연’과 ‘토크’, ‘자신을 만나고 알아간다는 콘셉트’가 <힐링캠프>와 겹친다. 뿐만 아니라 <절친노트3>에서 게스트를 위해 세상에 단 하나뿐인 요리를 만들어 대접하는 방식도 첨가했다. 하지만 <힐링캠프>의 가장 중요한 콘셉트는 ‘치유’이고, 기존의 예능과는 다르게 느린 진행과 편안하고 느긋한 분위기가 특징이다. 이러한 측면에서 기존의 여러 형식을 짜깁기 한 것이라기보다는 독특한 포맷으로 승화시킨 새로운 시도로 평가받을 만하다[2].

<힐링캠프>는 게스트로 출연한 한 개인의 인생을 조

명하는 다큐멘터리적 요소와 진행자와 출연자 사이에 오가는 즐거움을 결합하여 새로운 형식의 재미를 만들어간다. 즉 게스트의 인생을 소재로 한다는 점에서는 일종의 인물 다큐멘터리이고, 웃음과 재미를 앞세운다는 점에서 오락프로그램인 것이다.

이러한 포맷을 통해 얻을 수 있는 장점은 ‘진정성’이다. 예능의 진정성은 프로그램 내용이 사실에 근거한다는 믿음과 대중의 공감에서 비롯된다[3]. 최근의 리얼버라이어티 프로그램의 인기의 근거에는 오락프로그램들이 사실에 근거한다는 믿음이 자리하고 있다. 대중문화의 키워드가 ‘공감’을 통한 즐거움으로 변화하고 있는 만큼 <힐링캠프>의 진솔한 자기고백적 토크는 시청자에게 잘 받아들여지는 것으로 보인다. 하지만, <힐링캠프>가 기존의 오락프로그램과 차별화되는 또 하나의 지점은 <힐링캠프>의 사운드 사용에 있다. 도대체 다른 오락 프로그램과는 어떻게 다른 방식으로 사운드를 사용하고 있는 것일까?

II. 이론적 배경 및 연구문제, 연구방법

1. 이론적 배경: 사운드, 정박, 중계

영상텍스트 안에 사용된 음악과 텍스트와의 관계를 고찰하고자 하는 연구들은 계속되어 왔다. 텍스트와 음악과의 관계를 살핀 최근의 연구로는 디즈니의 <환타지아>와 <환타지아 2000>의 음악사용의 차이점에 대한 분석이 있다. 이호는 <환타지아>가 음악작품에 내재된 본래의 의미론적 해석에 충실한 내러티브 구조의 영상이라면 <환타지아2000>은 각각의 곡이 갖고 있는 총체적 음향의 특성을 최대한 표현하기 위한 내러티브의 영상물이라는 것이다[4].

영화 ‘토니 타키타니’(Tony Takitani)는 영화의 처음부터 끝까지 배경음악과 내레이션 등 논디제틱 사운드의 사용이 이어지는데 이는 영화음악감독인 류이치 사카모토의 음악적 탁월함을 드러내는 연출기법의 결과적 산물로 보인다. 물론 음악과 내레이션의 과도한 사용이 다른 영화와의 차별점을 설정해주며, 삶의 고독과 우수를 잘 묘사하는 장치인 것도 사실이다. <힐링캠프>

프>의 논디제틱 사운드의 사용은 다소 독특하다. 먼저 배경음악, 출처를 기준으로 할 때는 논디제틱 사운드가 비교적 많이 사용됨을 느낄 수 있다. <힐링캠프> 역시 다른 예능 프로그램에 비해 두드러지게 논디제틱 사운드를 사용하고 있다.

그렇다면 오락프로그램에서 논디제틱 사운드인 배경음악과 음향효과를 사용하는 이유는 무엇일까? 배경음악은 장소설정하기, 동작의 강조, 사물과 인물의 묘사, 사건의 회상 혹은 예고, 감정 불러일으키기 등 다양한 기능을 한다. 음향효과 역시 장소 설정, 주의 집중시키기, 동작의 강조, 본질 묘사하기, 대조적인 요소 제공하기, 유머 만들기, 의미 상징하기, 유머창작하기 등 유사한 기능을 수행한다[5]. 배경음악과 음향효과 기능을 크게 묶자면 정보제공의 기능, 감정고양 기능, 연출자의 서술을 대신하는 기능으로 구분할 수 있겠다. 정보제공의 기능에는 시간, 장소, 공간, 상황 등을 묘사하는 기능들이 포함되며, 감정고양 기능에는 인물의 심리묘사, 사건의 회상 등의 기능이 있겠다. 연출자의 서술을 대신하는 기능으로는 동작이나 행동의 강조, 의미상징, 대조적인 강조, 은유창조 등이 포함된다. 즉 연출자가 이야기하고자 하는 서사의 줄거리를 만들며, 의미를 부여함으로써 서사를 완성해가는 가는 기능이라 하겠다. 서술의 주체(subject of statement)가 담론의 주체(speaking subject)의 중재 없이 시청자에게 직접 발언하는 형태가 연출자의 서술의 기능이라 할 수 있다[6].

표 1. 배경음악, 음향효과 기능의 범주화

기능	사례
정보제공	출연자, 시간, 장소, 공간, 상황 등을 묘사
감정고양	인물의 심리묘사, 사건의 회상
서술	동작이나 행동의 강조, 의미상징, 대조적인 강조, 은유창조

이런 기능의 구분은 텔레비전의 자막의 기능과 겹쳐진다. [표 1]에서 볼 수 있듯이 오락프로그램의 자막에 대한 연구에서 홍경수는 자막의 기능을 정보제공 기능, 오디오 보완의 기능, 몰입의 기능으로 구분했다[7]. 자막이 프로그램 제목, 출연자, 제작진, 프로그램 안내, 노래가사, 끝 자막, 외국영화나 외국인 출연자의 대사를

적는 기본적인 기능 외에도 소리가 잘 안들 리는 오디오를 보완하는 역할을 하며, 상황설명이나 연출자의 생각을 담은 몰입의 기능을 한다는 것이다. 이러한 몰입기능의 자막 사용이 늘어나는 이유는 시청자의 흥미를 유발하여 시청률을 높이기 위함이다. 시청률 압박이 높은 프로그램이 몰입기능의 자막을 높은 비율로 사용하고 있기 때문이다. 또한 자막에 음향효과가 곁들여짐으로써 자막에 대한 집중도를 높이고 있다. 따라서 음향효과 증가에는 자막의 증가라는 요인이 자리하고 있다.

롤랑 바르트는 영상의 다의성을 규정하는 언어적 메시지의 기능을 정박과 중계라는 용어로 설명했다. 정박(Ancrage)은 도상적 메시지의 총체성이 아닌 오직 그 기호들의 어떤 것에만 적용된 메타 언어체의 의미고정 기능을 뜻한다. 이미지의 시니피에들의 자유에 비해, 텍스트는 억압적인 가치를 가지고 있으며, 그리하여 우리는 한 사회의 정신과 이데올로기가 특히 집중되는 것이 바로 그 층위라는 것을 이해하게 될 만큼 규정적이다. 미디어 산물에서 시각기호와 언어기호는 상호보완적이다. 언어기호에서 생긴 빈틈이 이미지로 메워지고 그 역도 마찬가지다. 언어와 이미지는 쌍방 간의 환정을 통하여 한 방식만으로 설명하기 난감한 정보를 하나의 계쉬탈트로서 전달하는데, 이러한 해독을 가능하게 하는 것이 중계(Relais)다. 즉 중계로서의 말은 영화에서 매우 중요한데, 영화 속에서는 대사가 설명이라는 단순한 기능을 갖고 있는 것이 아니라, 메시지들의 연속 속에 이미지에서 발견되지 않는 의미들을 배치함으로써 행위를 실제로 앞당기게 한다[8]. 즉 이미지에 담겨있지 않는 정보를 언어적으로 배치함으로써 이미지를 더 잘 설명하게 해주는 것을 말한다. 그렇다면 배경음악이나 음향효과 역시 의미를 고정시키고 이미지에서 발견되지 않는 서술의 기능을 수행하고 있으므로 정박과 중계 기능을 수행하고 있다고 볼 수 있다. 정박과 중계의 수행양상은 분석을 통해 고찰해보기로 한다.

타라스티는 프롭이 신화에 대해 정리한 것을 바탕으로 텍스트와 음악 사이의 상호 작용 모델을 정리했다[9]. 텍스트 서술층과 음악 서술층이 일치하는 경우, 텍스트 서술층과 음악적 서술층이 서로 일치하지는 않으나 음악적 서술층이 텍스트 서술층의 공백 부분을 보충

하는 경우, 음악 서술층이 텍스트 서술층을 보충하는데 그치지 않고 적극적으로 독립적인 방식으로 서술 기능을 담당하는 경우, 텍스트 서술층과 음악 서술층이 서로 분리되는 경우, 텍스트 서술층 자체가 제거된 경우 등의 다섯 가지 모델이 그것이다. <힐링캠프>에서는 텍스트와 사운드가 어떤 관계를 맺고 있는 지 타라스티의 모델을 근거로 살펴보겠다.

2. 연구문제

영상콘텐츠를 구성하는 요소들은 크게 비디오적 요소와 오디오적 요소로 구분할 수 있겠다. [표 2]에서 보듯이 비디오적 요소에는 실사 영상과 만들어진 영상으로 나뉘며, 오디오적 요소는 실사영상과 함께 따라오는 디제틱(diegetic) 사운드와 실사영상과 관련 없이 더해지는 논디제틱(non-diegetic) 사운드로 구분할 수 있다. 이야기의 서술과 직접적인 관련이 없다는 의미인 논디제틱 사운드에는 배경음악, 음향효과, 내레이션이 포함된다. 따라서 본 연구에서는 논디제틱 사운드인 배경음악, 음향효과가 오락프로그램의 서사와 어떤 관련을 맺는 지 그리고 그 함의는 무엇인지 고찰하고자 한다.

표 2. 영상콘텐츠의 비디오 오디오 구성

영상콘텐츠	비디오	실사영상	라이브 액션 필름
		컴퓨터그래픽	자막, 그래픽, 사진, 이미지
	오디오	디제틱 사운드	대사, 주변음, 현장음
		논디제틱사운드	음악, 음향효과, 내레이션

연구문제 I : <힐링캠프>의 사운드가 서사와 어떤 관계를 맺고 있나?

연구문제 II : <힐링캠프>의 사운드 활용의 함의는 무엇인가?

3. 연구방법

본 연구에서는 내용분석방법을 사용했다. 내용분석이란 메시지로써 표현되는 특정 심벌, 명제, 인물 등을 분석단위로 하고 그들에 대한 출현빈도의 계산, 출현공간의 계측 및 평가 등 미리 설정한 카테고리화 판단기준에 따라 분석한다. 비교적 최근에 방송된 프로그램

인 2012년 9월 24일 방송된 <힐링캠프> 정형돈 편을 무작위로 선택해 사운드의 양적·질적 분석을 통해 시니피에가 어떤 방식으로 전달되고, 사운드와 서사가 어떤 관련을 맺는지 살펴봤다.

III. 분석결과

1. 양적분석

<힐링캠프>에서 배경음악이나 음향효과를 어떻게 사용하는 지 우선 <힐링캠프> 기성용 편 앞부분을 살펴보자. 1분 동안 15개의 음악과 음향효과가 사용되는 것을 발견할 수 있다. 음향과 음향효과는 크게 자막을 강조하는 것과 자막이 없는 행동이나 상황을 설명하는 것으로 나뉜다.

<힐링캠프> 기성용 편(2012년 8월 20일 방송, 65분 방송)은 65분 방송 동안 배경음악이 64회, 음향효과가 461회 총 525회의 배경음악과 음향효과가 삽입되었다. <힐링캠프> 정형돈 편(2012년 9월 24일 방송, 65분 방송) 역시 배경음악 61회, 음향효과 389 등 총 450회의 배경음악 및 음향효과가 사용되었다. 대략 1분에 1회가량의 배경음악이, 1분에 6-8회의 효과음이 사용된 것이다. <힐링캠프>보다 방송시간이 긴 <무한도전> 해님 달님편(2012년 10월 13일 방송, 85분방송)의 경우 배경음악이 62회, 효과음이 276회로 총 338회를 사용한 것에 비교하면 차이가 확연히 느껴진다. <힐링캠프>의 음악과 음향효과 사용이 다른 오락 프로그램과는 매우 다른 양상으로 사용된다는 것을 알 수 있다.

2. 질적분석: 서사의 형식으로서의 사운드

2.1 정보 제공, 혹은 동어반복

‘압박감 ×, 모아둔 돈 ×’ 라는 부분에서는 버저가 울리는 소리가 효과음으로 제시된다. 버저 음은 없다는 것을 자막화한 × 표를 청각화한 것이다. 따라서 청각적으로 들리는 것이 없다는 시니피에를 자막으로 시각화하고 시각화를 다시 청각화하는 중층구조를 갖고 있다. 따라서 청각적인 자극이 시각화를 거쳐서 다시 청각화되는 이중 청각화의 구조를 띠는 것이다.

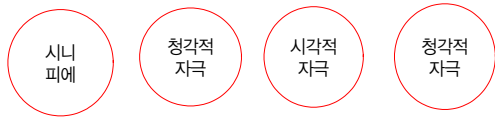


그림 1. 시니피에의 시청각적 재현

따라서 시니피에는 출연자의 ‘압박감이 없었어요.’ 라는 청각적 자극과 자막화된 ‘압박감×’, 없다는 것을 뜻하는 강렬한 ‘뚜’하는 버저 음으로 중층적으로 구성된다. 이는 ‘강제퇴장’이라는 자막 역시 비상을 알리는 경고음이 음향효과로 더해짐으로써 청각적이고 시각적인 메시지를 음향효과라는 청각적 메시지로 정보를 더해 줌으로써 강조하는 효과를 노린 것으로 보인다.

또한 ‘의료보험공단의 전화’라는 자막에는 전화벨 소리가 효과음으로 울렸다. 이러한 음향효과는 일반적인 오락프로그램에서 거의 사용되지 않을 만큼 문자에 충실한 음향효과와 구현이며 일종의 동어반복을 연상케 하는 용법이다. ‘뉴욕스타일’이라는 자막에는 뉴욕뉴욕 노래가 연주되며, ‘얼굴이 찢어졌다’고 말하는 부분에서는 실제 찢어지는 소리가 효과음으로 동시에 곁들여진다. ‘덜덜 떨었다’고 말할 때 역시 두두두 하는 떠는 다리를 연상케 하는 효과음이, ‘합격했다’는 자막에는 트럼펫으로 빠빠 소리가 울려 퍼진다. ‘앗 생각났다’ 자막에는 어린이가 까꿍 하는 듯한 유아어가 효과음으로 사용됐다. 텍스트와 사운드의 즉물적인 연결을 도표화하면 다음과 같다. 또한 자막 중 질문이 등장할 때는 짧고 간단한 효과음이 균질하게 나온다.

텍스트 : A...B...C...D...E...F
 사운드 : A'..B'..C'..D'..E'..F'

2.2 감정 고양, 혹은 정박

〈힐링캠프〉가 가장 빈번하게 사용하는 음향효과는 거쉬윈의 랩소디 인 블루의 멜로디를 딴 효과음이다. 주로 안타까움이나 허망함을 표현하는 효과음이다. 예를 들어 형돈이 개콘을 그만두고 타사의 프로그램에 옮겼는데 그 프로그램이 6주 만에 폐지되었다는 대목에서 랩소디 인 블루의 멜로디가 따라붙는다. 프로그램 폐지가 어떤 맥락인지 앞에서 보지 않았더라도, 이 음

향효과만 들으면 ‘안타까움과 허망함’을 말하는 것이라고 금세 알 수 있다. 임혁필의 ‘왜 회사를 그만두느냐?’는 부분에서는 <모래시계>의 주제가 백학이 연주된다. 또한 형돈이 회사를 그만두고 의료보험 혜택을 못 받아서 엄마가 병원에 못가고 집에서 치료했다는 대목에서는 슬픈 음악이 등장하여 시청자의 감정으로 슬픔으로 이끈다. 이는 톨랑 바르트가 언급한 언어적 메시지의 정박 기능과 매우 유사하다. 이미지의 다양한 의미 중에서 한 가지의 의미를 골라서 이를 강조함으로써 시청자의 감정을 끌어내는 것이 정박에 다름 아니다.

텍스트 : A....B....C....D....E....F
 사운드 : a'.....b''.....c'''.....d''''.....e'''''.f'

2.3 서술 기능, 혹은 중계

서술기능과 정보제공, 감정고양 사이의 차이는 매우 미묘하다. 불안증세를 느낀다는 형돈의 말에 김제동이 자신의 감정을 토로하며 공감하려고 하자 형돈이 선을 그으며 ‘그런 느낌 아니다’라고 말하는 장면에서 배경 음악이 흘러 나왔다. 단순히 그런 느낌 아니라고 할 때 부정을 표시하는 ×표와 함께 나온 강렬한 버저 음으로도 충분히 설명할 수 있는데도, 정형돈의 인기곡인 ‘안 좋을 때 들으면 더 안 좋은 노래’ 중 ‘아니 아니 아니 아니.....’라는 부분을 흘러 보냈다. 출연자는 단순히 아니라고 한 것을 음악감독을 포함한 연출자는 ‘아니 아니 아니 아니.....’라는 구절을 써서 상대방을 약 올리는 듯한 느낌을 살린 것이다. 이것이 바로 사운드가 텍스트를 넘어서 새로운 메시지를 담아내는 중계의 기능을 하는 지점이다. 이때의 음악은 자막 못지 않은 강한 효과를 가진다. 또한 정형돈의 톨 모델인 유재석에 대한 마음을 표현한 ‘무한재석교’라는 자막에서는 베토벤의 환희의 송가가 울려 퍼진다. ‘단순한 신뢰관계를 넘어선 종교이자 신앙’이라고 하는 자막에 ‘환희의 송가’가 더해지며, 정형돈의 유재석에 대한 믿음의 정도를 이야기한다. ‘회사를 다니다가 개그맨이 되기 위해 회사를 그만두고 본격적인 준비에 들어간다’는 부분에서는 배경음악으로 중국 영화 소림사를 떠올리게 하는 음악이 연주된다. 단순히 진로를 바꾸었다는 것에 그치지 않고, 아

버지 어머니의 원수를 갚기 위해 죽기 살기로 무술을 배우러 떠나는 초심자의 심각한 각오를 떠올리게 한다.

텍스트 : A.....C.....E.....F

사운드 : A'.....B'.....E'.....D'

이처럼 <힐링캠프>는 타라스티가 언급한 텍스트와 사운드와의 다섯 가지 관계 중 크게 세 가지의 관계를 맺고 있는 것을 알 수 있으며, 각각의 관계가 프로그램 서사에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. <힐링캠프>는 다른 오락프로그램과는 달리 매우 적극적으로 활용되고 있다는 것을 발견할 수 있었고, 정보제공, 감정고양, 서술의 기능을 수행하는 것을 발견할 수 있었다. 이 세 가지의 기능은 각각 동어반복, 정박, 중계의 역할을 하며 프로그램의 서사의 흐름에 영향을 주는 것을 알 수 있다. 따라서 <힐링캠프>의 서사의 흐름에서 사운드가 차지하는 비중은 매우 크며, 사운드가 서사에 지배적인 영향을 주는 첫 번째 오락프로그램의 등장으로 의미를 둘 수 있겠다.

III. 결론

텔레비전 오락프로그램은 웃음과 재미라는 주탑을 기둥으로 이어 나가는 다리와도 같다. 최근 들어 주탑 사이의 간격이 점점 좁아지고 있지만, 여전히 웃음과 재미는 오락프로그램의 기둥역할을 하고 있다. 웃음과 재미에 주마가편 격으로 추가된 것이 1990년대 초반부터 시작된 자막이다. 일본 오락프로그램을 모방하여 한국의 오락프로그램 역시 큰 글자의 자막을 프로그램에 넣기 시작했으며, 20여년이 흐른 지금은 자막 없는 오락프로그램은 상상하기 어렵게 되었다. 당시 자막이 텔레비전 영상문법에 맞지 않고 영상미를 해친다는 지적도 제기되었지만, 요즘 들어서는 자막이 오락 프로그램의 필수적인 요소로 자리 잡았다. 자막은 단순한 정보를 제공하는 것에 그치지 않고, 상황을 요약하여 설명하며, 출연자의 대사를 그대로 받아쓰고, 녹화전후의 사정을 알려주며, 심지어 연출자의 목소리를 전달하기도

한다. '큰 웃음 주신 000님에게 깊은 감사드립니다', '편 집 안합니다' 등의 자막은 카메라 뒤편에 자리한 연출자를 카메라 앞으로 끌어내는 계기를 만들었다. 이제 시청자는 카메라 뒤편의 연출자가 궁금해졌고, 궁금증이 연출자를 카메라 앞으로 불러내었다. <무한도전>의 경우, 연출자의 목소리를 전달하는 자막은 제 7의 출연자로 손꼽히게 되었고, <1박 2일>의 마지막 멤버는 담당 피디가 되었다. 자막이 피디들을 화면 앞으로 끌어낸 것뿐만 아니라, 이제는 효과음을 대동하게 되었다. 물론 1990년대에도 강조 자막의 등장에는 '뽕뽕'하는 효과음이 함께 나왔다. 하지만 이제 효과음은 매우 다양해졌으며, <힐링캠프>의 경우 거의 모든 자막에 효과음이 함께 등장한다. 이처럼 음향효과가 활짝 피어난 데는 자막의 존재와 밀접한 연관이 있다.

이와 더불어 프로그램의 서사의 줄기를 따라가며 음악이 깔린다. 특히, 비교적 정적인 토크 프로그램에서 음악이 차지하는 비중은 클 수밖에 없다. 힐링을 목적으로 하는 프로그램의 다소 정적인 진행과 끊임없이 이어지는 토크의 화면들(이른바, 토크 헤드)을 보완하기 위해서 다양한 음악이 동반된다. <힐링캠프>의 음악의 특성은 창의적인 해석과 선곡에 있다. 판에 박힌 듯한 진부한 음악들을 고정적으로 사용하는 여타 오락프로그램과 달리, <힐링캠프>의 음악들은 텍스트와 잘 접착된다.

살펴본 것처럼 <힐링캠프>의 배경음악과 음향효과는 다른 오락 프로그램과는 비교할 수 없을 만큼 많은 양을 사용한다는 것을 확인했다. 양적인 비중만 보더라도 전체 텍스트에서 음악과 음향효과가 차지하는 비중이 상대적으로 크다는 것을 알 수 있었다. 또한 <힐링캠프>의 배경음악과 음향효과는 동어반복적인 정보제공적 기능과, 다양한 의미 중에 한 가지를 선택하여 강조하는 감정고조 혹은 정박의 기능, 텍스트에 나와있지 않은 이야기를 풀어나가는 서술 혹은 중계의 기능을 수행하는 것을 알 수 있었다. 텔레비전 자막이 수행하던 기능을 음악과 음향효과가 그대로 이어받고 있는 것이다. 물론 이러한 음악과 음향효과의 활용이 시청자의 관심을 끌고 주의를 집중시키는 시청률 견인의 효과를 가져올 것이라 예상되지만, 다른 오락프로그램과는 달리 매

우 적극적으로 체계적인 활용을 통해서 오락프로그램 서사의 새로운 차원을 열어가고 있음을 확인할 수 있었다. 또한 이러한 분석이 향후 더 많은 오락프로그램들이 음악과 음향효과를 더욱 효과적으로 분석할 수 있는 근거를 마련했다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있겠다.

참 고 문 헌

[1] 방연주, “과관만장한 B급 스타, 토크쇼 적신다”, PD 저널 2011년 7월 5일(Available : <http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=31916>)

[2] 박은비, “자연 속에서 무장해제! 치유와 위로를 이끌어내는 진정성”, 미발표논문.

[3] 김은영, *예능은 힘이 세다*, 서울: 예쎌, 2011.

[4] 김 호, “〈환타지아〉와 〈환타지아 2000〉에서 나타나는 음악적 요소와 내러티브 상관관계의 분석”, 한국콘텐츠학회 논문집, 2011(11).

[5] A. Alten, *Audio in Media* Wadsworth Publishing, 2005, 김윤철 역, 미디어 음향, 서울: 커뮤니케이션북스, 2006.

[6] 홍경수, 시청률압박이 TV 프로듀서의 자막에 대한 인식과 활용에 미치는 영향, 서울대 대학원 석사학위 논문, 2000.

[7] 홍경수, 시청률압박이 TV 프로듀서의 자막에 대한 인식과 활용에 미치는 영향, 서울대 대학원 석사학위 논문, 2000.

[8] R. Barthes, *Image-Music-Text*. Hill and Wang, 1978.

[9] E. Tarasti, *Myth and Music: A Semiotic Approach to the Aesthetics of Myth in Music especially that of Wagner, Sibelius and Stravinsky*.New York: Mouton de Gruyter, 1979.

저 자 소 개

홍 경 수(Kyung-Soo Hong)

정회원



- 1990년 2월 : 고려대 신방과
- 2000년 2월 : 서울대 언론정보학과 석사
- 2012년 8월 : 서울대 언론정보학과 박사
- 2010년 3월 ~ 현재 : 순천향대

미디어콘텐츠학과 조교수

<관심분야> : 방송, 서사분석