

<언더독>과 <마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머 장면 분석

김준
예원예술대학교 교양학부

Analysis on the Humorous Scenes Shown in <Underdog> and <Leafie, a Hen Into the Wild>

Joon Kim

Professor, Division of The Faculty of Liberal Arts, Yewon Arts University

요 약 본 연구는 애니메이션에서 나타난 유머 장면을 유머 유형과 유머 빈도수, 유머 시간, 그리고 유머 주체와 조연의 상관관계를 탐색하는데 목적을 두었다. 연구 대상으로는 같은 오돌또기 스튜디오에서 제작한 작품이었지만 관객 수에서 10배의 차이를 기록한 <언더독>과 <마당을 나온 암탉>으로 선정하였다. 연구 방법으로는 유머 장면을 추출하여 타당도 검사를 한 후 앙리 베르그송 웃음 이론을 통해 분석하였다. 분석 결과는 후반부보다 초 중반부에 유머 빈도수가 많아야 하며, 유머 유형의 다양성이 필요하였다. 주인공의 유머 빈도수가 높아야 하고, 조연들의 유형이 다양할수록 유머의 성향도 다양하게 나타났다. 또한 유머는 혼자보다 등장인물들의 관계 속에서 생성되는 유머가 효과적으로 나타났다. 등장인물들의 상호작용은 행동으로 나타나는 슬랩스틱이나 언어코믹으로 다양성이 증가한다. 이러한 요소들은 애니메이션 작품을 보다 독창적이고 재미있게 하며 다양한 유머 장면의 표현을 가능하게 할 것이라고 사료된다.

주제어 : 유머, 주체, 상황, 언어, 성격

Abstract The objective of this study was to explore the humorous scenes shown in animation such as types of humor, frequency of humor, hours of humor, and correlation between subject of humor and supporting role. As the subjects of research, this study selected <Underdog> and <Leafie, a Hen Into the Wild> that recorded the ten-times different number of audiences even though both works were produced by the same studio called 'Odolttogi'. In the results of analyzing those two works, there were differences. Drawing the characteristics of humor, the frequency of humor should be a lot more shown in the early to mid part than the latter part, and there should be diverse types of humor. And the frequency of humor by main characters should be increased. When the types of supporting roles were more diverse, the tendency of humor was also shown diversely. Also, the humor that was formed within relationships of characters was more effective than the humor formed alone. Through the slapstick or linguistic comedy in which such interactions are shown into actions, more diverse verbal plays could be shown. These elements could make it possible for animated works to diversely express more creative and funnier scenes of humor.

Key Words : Humor, Subject, Situation, Language, Personality

*Corresponding Author : Joon Kim(sulsong3@hanmail.net)

Received October 6, 2020

Accepted November 20, 2020

Revised October 27, 2020

Published November 28, 2020

1. 서론

애니메이션에서 유머는 인간관계에서 생성되는 의사소통 수단으로 연령과 사회·문화적 계층에 관계없이 모두에게 즐거움을 선사한다. 사람들은 즐거움에 열광하고 유머 감각을 키우기 위해 노력한다[1]. 유머의 즐거움은 같은 마음으로 연결시키는 유인 작용과 서로 같이 할 수 있는 융화작용으로부터 생성된다. 유머를 통하여 의사소통을 하는 스피치는 긴장을 완화시키며 친근감을 갖게 만들고 청중을 몰입시킨다[2,3]. 인간은 홀로 있다고 느낄 때는 유머를 향유하지 못하며 항상 인간적인 특징이나 표현을 통해서 향유된다고 한 베르그송은 인간의 결점이나 반복되는 자동화 현상, 비교와 경직성, 즉 습관화된 고정성으로 인해 웃게 된다고 한다. 또한 사회 문화의 시대적 변화에 따른 인간에 삶에 대한 반증으로서의 웃음에 주목한다. 이러한 점은 개인의 마음에서 기억과 경험 등이 고착화된 습성과 생각, 느낌, 정서 등과 같은 자아의식의 산물로서 발현되는 것이다[4]. 웃음은 시대와 상황이 변했음에도 불구하고 작품 속에서 항상 고정화된 인물들을 통해 우린 웃게 되는 것이다. 변화하지 않는 그 모습은 누구나 가지고 있는 공통의 무엇이 존재한다. 그러므로 웃음은 진지하고 고유함에서 발생하는 것이 아니라 일반화됐을 때 발생하는 것이다. 이러한 일반화의 성향의 웃음은 우리에게 폭발적으로 작용하여 몰입시키는 위력을 가지고 있다[5]. 이러한 위력은 사회관계에서 보다 수월하게 대상과 소통하며 친밀감을 높이는 사람들에게서 나타난다.

오늘날 많은 미디어들이 유머를 생산해 내고 있는 것은 사용자에게 친근하게 접근하여 인지력을 높이는 것에 의미를 두고 있다. 요즘 드라마나 영화, 그리고 애니메이션 작품에서 보면, 코믹물이 아님에도 불구하고 초반부에 코믹한 요소를 추가하여 관객의 주목을 이끌어 낸 후, 본격적인 장르로 진행되는 경향이 나타나는 것을 볼 수 있다. 작품의 주제나 성향은 무겁고 우울한 내용이지만, 관객의 주위를 끌고 관심을 유도하는 유머를 이끌어내는 경향은 뚜렷하게 증가하고 있다. 유머는 관객의 마음을 즐겁게 하여 반사적으로 웃음을 터트리게 만들며, 이러한 웃음은 애니메이션에 있어서 중요한 요소로 작용한다[6]. 이러한 요소는 감성의 교류와 소통이 원활하게 이루어지도록 하며[7] 등장인물들은 웃음을 의식과 행위의 주체, 생각, 견해, 의지, 경험, 정보 등을 구체적·현실적으로 표현한다[8]. 이런 요소들은 등장인물 행동과 언어 의미를 관객에게 우호적으로 생각하게 만든다. 이러한 점은 등장

인물과 관객 사이에서 상호소통을 원활하게 하며, 주인공이나 조연들이 웃음을 선사하거나 표현함에 있어서 보다 더 친숙하게 관객에게 다가가기 위한 수단으로 활용된다[9].

유머가 가지고 있는 특징들을 애니메이션에 비추어 분석해보면 의미 있는 결과가 도출될 것이다. 이에 본 연구에서는 애니메이션에서 나타난 유머 장면 빈도수와 시간, 유머 유형, 그리고 유머의 주체와 상호관계를 분석하고자 한다. 분석 결과를 통해 애니메이션 작품에 미치는 유머는 흥행과 어떤 연관성이 있는지 알아보려 한다. 이론적 배경으로는 앙리 베르그송의 사회적인 관점에서 정의한 웃음이론을 고찰하고자 한다. 분석 작품은 애니메이션 <언더독>과 <마당을 나온 암탉>으로 선정했다. 이 두 작품 모두 선호도가 높은 동물형 캐릭터가 주인공이다[10]. 2019년 1월 국내 개봉한 <언더독>은 애니메이션계의 칸 영화제로 불리는 프랑스 안시 국제애니메이션 페스티벌 경쟁 부문에 초청됐으며, 실�크로드 국제영화제 베스트 애니메이션상 수상, 부천국제 판타스틱영화제 개막작 초청, 도쿄 애니메이션 어워드 페스티벌 경쟁 부문에 올랐으며, 아시아 태평양 스크린 어워드 최우수 애니메이션상 후보에 오르는 등 전 세계 우수영화제에서 호평을 받은 바 있다. <언더독>은 2011년 <마당을 나온 암탉>은 220만 관객을 동원했던[11] 오돌또기 스튜디오(오성윤·이춘백 감독)가 7년 만에 발표한 작품이었지만 영화진흥위원회 영화관 입장권 통합전산망 기준 약 20만 관객으로 흥행에 실패하였다[12]. 유머장면 추출방법은 연구의 목적을 설명하고 작품 상영한 후 유머 장면을 선택한 후, 애니메이션 관련 전문가 3명을 대상으로 타당도를 검증한 결과 신뢰도는 .89로 입증되었다. 이에 <마당을 나온 암탉>과 <언더독>에서 나타난 유머장면을 비교 분석하고자 한다.

2. 이론적 배경

베르그송은 웃음의 담론 중에서 가장 많이 인용되는 이론서 중 하나로 평가 받는다. 베르그송은 코믹과 웃음의 정의를 인간에게 있어서 희극적인 것은 사물을 상기시키는 것이라고 한다. 인간적인 코믹은 불완전성에서 발생하고 이러한 불완전성을 교정하는 행위에 의해 웃음이 발생한다. 웃음을 유발하는 교정은 사회적 맥락에서 파악되는 것으로 이는 일상적인 것에서의 일탈을 가시적으로 드러내고 비판하는 지점에서 나타난다. 정신적 결여에 의해서 발생한 웃음은 경직된 메커니즘으로 어떤 행위를

성취하는 의식적이나 무의식적 심리 과정에서 사고방식이나 행동양식, 적응에서 융통성이 없고 굳어진 습관 등을 말한다. 경직된 메커니즘은 서로 관련이 있는 행위들이나 사건들의 배열에서 희극적으로 나타난다. 베르그송은 이러한 요소들을 반복, 자리바꿈, 그리고 사건들의 연속이나 순서의 중첩 세 가지로 보았다. 첫째, 반복은 말이나 문장이 아닌 상황의 반복으로 반복된 상황에서 나타나는 의미를 말한다. 둘째, 자리바꿈은 어떤 상황 속에서 역할이 바뀌는 것으로 속임수를 당하 사기꾼, 도둑맞은 도둑 등과 같은 해프닝을 보여준다. 셋째, 연속이나 순서의 중첩은 하나의 상황에서 두 개의 전혀 독립적인 일련의 사건들을 일어나는 동시에 두 개의 아주 다른 유형들이 암시될 수 있는 상황 안에서 나타난다. 중첩은 혼동의 즐거움이다. 이것은 가능한 의미와 실제의 의미 사이에서 나타난 상반되는 현상으로 나타난다.

베르그송은 언어가 유머를 표현하는 것과 유머를 만들어내는 것은 다르다고 주장한다. 언어 유머는 번역되어지지 않으며 말의 선택에서 발생한다. 서로 다른 말의 형태인 재치의 변종은 부조리한 사상을 현존하는 관용구로 표현하는 것에서 발생한다. 습관이나 타성의 법칙에 따라 말하는 것 혹은 말하고 싶지 않은 것을 말하고 행동하고 싶지 않은 것을 행동하는 것에서 유머가 발생한다. 또한 언어는 내적인 의미와 외적인 의미를 가지고 있는데 이러한 의미들이 충돌할 때 유머는 발생한다. 언어표현이 비유적으로 사용되었음에도 어떠한 상황에서 본연의 의미로 들었다고 거짓말을 하는 경우 유머효과가 나타난다. 언어유희를 만드는 사람은 본연의 의미에서 비유적인 의미로 바꿀 때 언어가 나타내는 서로 다른 의미들을 사용한다. 언어유머는 언어의 일시적인 방심상태에서 발생한다고 볼 수 있다.

베르그송은 인물의 비사회성, 관객의 무감동성, 그리고 자동화 현상을 유머 요인으로 보고 있으며 이것들이 서로 교차되고 섞이면서 코믹이 구성된다고 보았다. 이렇게 혼합된 요소로 만들어진 코믹은 부조리의 논리에서 발생 할 때 유머는 발생한다. 즉 유머는 습관처럼 관례화되고 굳어진 것에서 만들어진 상황을 유연하게 하여 특정한 개인들을 객관화 된 다른 사람들에 다시 적용시키는 과정에서 나타난다. 사회적 요소가 강한 웃음은 사회적 규범에 일치하지 못하는 불일치한 면과 상대방을 웃음의 대상으로 격하시키는 것, 인간적인 특성을 기계적인 것으로 비하하는 지점에서 웃음이 발생한다 [13-15].

3. 작품 분석

3.1 <언더독> 작품 분석

3.1.1 유머장면 분석

애니메이션에서 <언더독>에서 나타난 유머장면 분석 결과는 36장면으로 다음과 같이 나타났다.

Table 1. <Underdog>

시간	유머 장면	시간	유머 장면
04:42		11:19	
05:07		12:36	
05:25		15:18	
05:36		15:20	
08:05		21:56	
08:10		26:22	
11:13		46:22	
11:16		47:02	
11:18		47:27	
55:05		90:21	
56:35		90:40	
72:58		91:30	
74:27		93:05	
75:25		93:18	

77:05		94:00	
77:10		94:10	
83:05		94:19	
85:44		94:32	

3.1.2 유머유형과 시간 빈도 분석

<언더독>에서 나타난 유머유형을 시간과 빈도수를 분석한 결과는 다음과 같이 나타났다.

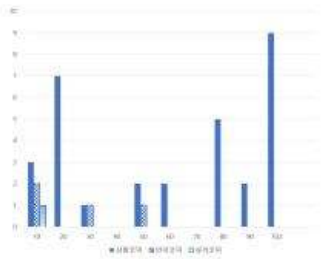


Fig. 1. <Underdog>

애니메이션 <언더독>에서 나타난 유머 시간 분포는 후반부 16장면 (44%)으로 가장 많았으며, 도입부 15분 안에 13장면(36%), 중반부에 5장면(14%), 초장반부에 2장면(6%) 순으로 나타났다. 유머 유형은 상황코믹이 31장면(86%), 언어코믹이 4장면(11%), 성격코믹이 1장면(3%)으로 나타났다.

3.1.3 유머주체 분석

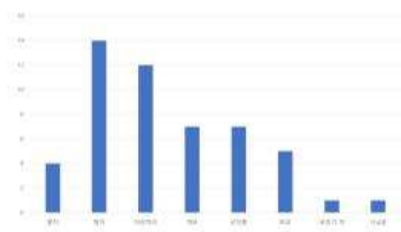


Fig. 2. <Underdog>

<언더독>에서 나타난 유머 주체 빈도 분석 결과는 다음과 같이 나타났다. <언더독>에서 유머 장면에서 주체

를 살펴보면 주인공 뽀치는 4장면이었으며, 조연들인 짱아 14장면, 아리카리 12장면, 개코와 군인 7장면, 토리 5장면, 보조기 개, 사냥꾼이 한 장면으로 나타났다.

3.2 <마당을 나온 암탉> 작품 분석

3.2.1 유머장면 분석

<마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머장면 분석 결과는 34장면으로 다음과 같이 나타났다.

Table 2. <Leafie, a Hen Into the Wild>

시간	유머 장면	시간	유머 장면
02:00		31:50	
07:27		34:18	
08:05		35:01	
11:36		36:19	
11:57		37:01	
12:23		37:15	
13:43		38:37	
25:44		39:57	
28:55		41:25	
41:39		52:19	
42:09		52:28	
43:57		52:36	

47:01		53:59	
47:07		54:05	
48:38		59:22	
48:50		71:33	
49:08		78:08	

3.2.2 유머유형과 시간 빈도 분석

<마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머유형을 시간과 빈도수를 분석한 결과는 다음과 같이 나타났다.

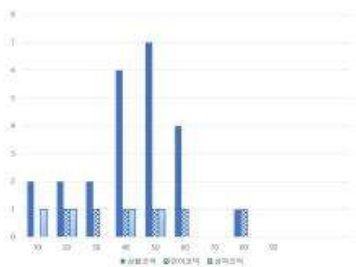


Fig. 3. <Leafie, a Hen Into the Wild>

애니메이션 <마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머 시간 분포는 중반부 22장면 (65%)으로 가장 많았으며, 도입부 7장면(21%), 후반부에 2장면(6%) 순으로 나타났다. 유머 유형은 상황코믹이 24장면(71%), 언어코믹이 6장면(18%), 성격코믹이 4장면(12%)으로 나타났다.

3.2.3 유머 주체 분석

<마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머 주체 빈도 분석 결과는 다음과 같이 나타났다.

유머 장면에서 주체를 살펴보면 주인공 잎씩 12장면, 초록이 7장면이었으며, 조연들은 달수 12장면, 집오리들 6장면, 물오리들 2장면, 수탉 2장면, 숫물오리, 박쥐, 참새 Ep, 양계장 닭, 짝이 한 장면으로 나타났다.

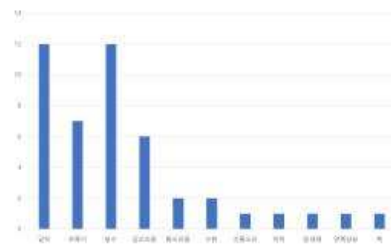


Fig. 4. <Leafie, a Hen Into the Wild>

3.3 <언더독>과 <마당을 나온 암탉> 비교분석

3.3.1 유머시간 비교 분석

애니메이션 <언더독>과 <마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머 시간을 비교 분석하면 <언더독>은 후반부에 44%로 코믹한 장면이 많이 나타난 반면, <마당을 나온 암탉>은 중반부에 65%로 나타났다. 가장 적은 빈도수를 살펴보면 <언더독>은 초중반부에 6%였으며, <마당을 나온 암탉>은 후반부에 6%로 나타났다.

3.3.2 유머유형 비교 분석

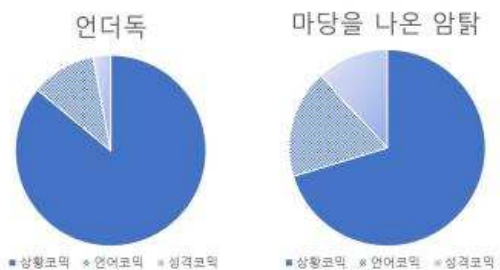


Fig. 5. <Underdog> & <Leafie, a Hen Into the Wild>

애니메이션 <언더독>과 <마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머 유형을 비교 분석하면 <언더독>은 상황코믹이 86%, 언어코믹이 11%, 성격코믹이 3%로 나타났으며, <마당을 나온 암탉>은 상황코믹이 71%, 언어코믹이 18%, 성격코믹이 12%로 나타났다.

3.3.3 유머시간 비교 분석

애니메이션 <언더독>과 <마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머 주체 빈도를 살펴보면 주연이 차지하는 비율은 <언더독> 8%, <마당을 나온 암탉> 26%로 차이를 보였다. 조연들을 살펴보면 <언더독>은 일곱 개의 캐릭터,

<마당을 나온 암탉>은 열 개의 캐릭터로 나타났다. 조연들 중에서 가장 많은 빈도수를 보인 캐릭터는 <언더독> 짱아 27%, <마당을 나온 암탉> 달수 26%로 나타났다. 가장 작은 빈도수를 보인 캐릭터는 한 장면씩 등장한 캐릭터로 <언더독>보조기 개와 사냥꾼이었으며, <마당을 나온 암탉> 숯물오리, 박쥐, 참새 떼, 양계장 닭들, 짝으로 나타났다. 등장인물 상호작용 관계 속에서 나타난 유머 장면은 <언더독> 18% <마당을 나온 암탉> 35%로 나타났다.

4. 결론

이 연구는 애니메이션 <언더독>과 <마당을 나온 암탉>에서 나타난 유머는 어떠한 차이를 보이는가에 관한 것이다. 이 두 작품은 오돌또기 스튜디오에서 제작한 작품이었지만 관객 수에서 10배의 차이를 기록했다. 이 두 작품의 스토리는 자기 구역을 떠나 자신의 주체성을 회복하고자 하는 내용으로 재미를 추구하기보다 조금 무거운 주제를 담고 있다. 하지만 애니메이션으로 제작함에 있어서 유머는 필수적인 요소이다. 베르그송의 코믹 유형은 상황코믹이 절대적으로 많이 나타났다. 이는 애니메이션에서 등장인물들이 행동으로 표현하는 슬랩스틱 코믹이 성향이 높은 이유로 파악되었다. 유머장면은 <언더독> 36장면, <마당을 나온 암탉> 34장면으로 비슷하였지만 <언더독>에서 더 많이 나타났다. 그럼에도 불구하고 <마당을 나온 암탉>이 성공한 이유를 유머적인 측면에서 특징을 분석해보면, 후반부보다 초 중반부에 유머 빈도수가 높았으며, 유머 유형이 보다 다양하게 나타났다. 그리고 주인공의 유머 빈도수가 높았고, 조연들의 유형이 다양하였고 등장인물들의 관계 속에서 생성되는 유머 장면이 많은 것으로 나타났다. 반면에 <언더독>은 후반부에 유머 빈도수가 가장 높았으며 중반에 가장 적은 빈도를 보였고, 유머 유형에서 성격코믹과 언어코믹이 상대적으로 적게 나타났다. 주인공에서 나타난 유머 빈도수가 매우 낮았으며, 조연들의 유형이 다양하지 않았다. 또한 상호관계적인 측면에서 나타난 유머 장면도 <마당을 나온 암탉>에 비해 2배나 적게 나타났다. 이러한 분석 결과로 첫째, 후반부보다 초 중반부에 유머 빈도수가 많아야 한다. 유머 장면이 초반에 많이 등장하면 관객들의 몰입도와 흥미를 유발하는 효과가 있다. 둘째, 유머 유형의 다양성이 필요하다. 성격코믹은 사회 요소적인 측면이 강하고 언어코믹은 재치와 상호 충돌되는 현상을 나타내는 것으

로 관객에게 재미와 또 다른 각각의 의미를 생성한다. 셋째, 주인공의 유머 빈도수가 높아야 한다. 넷째, 조연들의 유형이 다양해야 한다. 등장인물들이 다양할수록 각각의 상황에서 나타나는 유머의 성향도 다양하게 보여 줄 수 있다. 다섯째, 등장인물들의 관계 속에서 생성되는 유머 장면이 많아야 한다. 등장인물들의 상호작용은 행동으로 나타나는 슬랩스틱이나 언어코믹으로 다양성이 증가한다. 이러한 요소들을 잘 활용한다면 애니메이션 작품을 보다 독창적이고 재미있게 하며 다양한 유머 장면의 표현을 가능하게 할 것이라고 사료된다.

REFERENCES

- [1] S. I. Han. (2016). *Humor*, Seoul : Communication Books Publishing.
- [2] S. J. Jun. (2005). *High-Quality Humor for Successful Leaders*, Seoul : Dasan Books Publishing.
- [3] H. J. Cho & W. Y. Kim. (2005). A study on the preference and use of humor according to the type of humor. *Journal of communication & information*, 31, 355-377.
- [4] J. Y. Kim (2018). A Study on Issues and Tasks of Humanity and Social Science in a Fourth Industrial Revolution Era, *Journal of Digital Convergence*, 16(11), 137-147
<https://doi.org/10.14400/JDC.2018.16.11.137>
- [5] R. J. Young. (2013). *The Aesthetics of Laughter*, Seoul : Euro Publishing.
- [6] U. S. Kim & Y. S. Sung & H. J. Kim. (2009). Effects of Humor-forming Factors and Repetition on Humor Response. *Korean Journal of Consumer and advertising psychology*, 10(4), 633-662.
- [7] I. H. Cho (2019). Structural study on storytelling of VR contents, *Journal of Digital Convergence*, 17(1), 295-300 <https://doi.org/10.14400/JDC.2019.17.1.295>
- [8] S. E. Chi, S. I. Kim (2019). Analysis of Preference by Mobile Game Character Type -Focused on Dragon Village, Cookie Run, Ani Pang-, *Journal of Digital Convergence*, 17(9), 337-342
<https://doi.10.14400/JDC.2019.17.9.337>
- [9] S. G. Lee & S. I. han (2008). *Laughing and Success*, Seoul : Koreangeulnuri Publishing,
- [10] C. H. Kim (2018). Study on the Components of Social Media Users' Value Expectation, *Journal of Digital Convergence*, 16(12), 579-591
<https://doi.org/10.14400/JDC.2018.16.12.579>
- [11] J. A. Son. (2011). *Title of Website*. Name of daum.. <https://movie.daum.net/moviedb/main?movieId=41651#none>

- [12] J. A. Son. (2019). *Title of Website*. Name of daum..
<https://movie.daum.net/moviedb/main?movieId=98098>
- [13] H. Bergson. Y. B. Jeong Trans, (1992). *laugh*, Seoul : Segyesa Publishing,
- [14] H. Bergson. H. Y. Lee Trans, (2016). *Les deux sources de la morale et de la religion*, Seoul : dongsubook Publishing,
- [15] H. Kim. (2016). Interpretation of a Theory on Laughter by Bergson in Comparison with the Neurophysiological Approach. *Journal of Foreign literature studies*, 61, 75-95.

김 준(Joon Kim)

[정회원]



- 2001년 2월 : 안양대학교 경영학과 (경영학 석사)
- 2009년 2월 : 안양대학교 경영학과 (경영학 박사)
- 2014년 8월 ~ 현재 : 예원예술대학교 교양학부 교수
- 관심분야 : 마케팅, 인사조직

· E-Mail : sulsong3@hanmail.net