

캐릭터 이미지 모형과 스토리텔링*

- 기호학적 방법론을 중심으로

Character Image Modeling and Storytelling

백승국(인하대학교 문화콘텐츠학과 교수)

차례

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. 들어가는 말 | 4. 캐릭터 이미지 유형 분류 |
| 2. 캐릭터 기능 유형과 기호학적 모델 | 5. 결론 |
| 3. 캐릭터 성격 유형 분류와 기호사각형 | |

1. 들어가는 말

이 글의 목적은 캐릭터의 유형을 분류하고, 캐릭터의 새로운 이미지를 생성할 수 있는 모형 구축에 대한 기호학적 접근을 시도하는 것이다. 스토리텔링 영역에 학제적 이론과 방법론을 제공하고 있는 기호학적 틀을 중심으로 캐릭터 이미지 모형을 제안하고자 한다. 구체적으로 서사 기호학의 방법론을 중심으로 캐릭터의 기능 유형과 성격 유형 등을 세분화하여 다양한 캐릭터를 생성할 수 있는 모델을 탐색하고자 한다.

최근 신한류를 선도하는 드라마 <태양의 후예>는 재난 서사에 액션, 휴먼메디컬, 로맨스 등을 융합하여 새로운 장르의 스토리텔링을 선보였다. 기존의 정형화되고 패턴화된 캐릭터 전형에서 벗어나, 다양한 주제를 융합한 변형된 캐릭터들이 드라마의 서사구조를 이끌어가면서 캐릭터의 중요성을 보여준 드라마이다. 스토리텔링 차원에서 드라마, 영화, 애니메이션 등에 등장하는 캐릭터는 콘텐츠의 서사구조를 형성하고, 콘텐츠의 긴

* 이 논문은 인하대학교의 지원에 의하여 연구되었음.

장감과 몰입을 유도하는 역할을 수행하고 있다. 캐릭터의 성격에 따라서 스토리의 서사구조가 변화되는 양상을 보이고 있다.

특히 영상콘텐츠의 캐릭터는 캐릭터의 성격 뿐 아니라 그에 맞는 이미지로 인해 시청자가 스토리텔링에 몰입하게 하는 정도가 좌우된다. 시청자는 이미 각 캐릭터의 성격에 맞는 이미지에 대한 인지적 스키마가 고정되어 있기 때문에 그에 벗어난 캐릭터의 유형과 행동은 스토리의 몰입도를 떨어지게 만드는 서사성의 장애요소로 작동한다. 영상콘텐츠의 취향과 선택에 따라 시청자의 기억 속에 저장된 캐릭터 이미지에 대한 다양한 스키마 요소를 분석하여, 서사구조에 적용하는 스토리의 컨셉 설계 과정이 킬러콘텐츠의 성공 요소로 부각되고 있다.

또한 현실과 가상의 경계를 허무는 가상현실(VR) 기술 기반의 심감미디어 콘텐츠 분야에서도 디지털 캐릭터의 유형에 관심을 갖고 있다. 인간의 제스처와 행동을 패턴화한 행위중심의 디지털 캐릭터를 생성하는 알고리즘 설계에서 벗어나, 현실 세계 사람들의 성격을 표상할 수 있는 성격중심의 디지털 캐릭터 개발에 관심을 갖고 있다. 즉 미션을 기계적으로 수행하는 기능 중심의 평면적(flat) 캐릭터가 아닌, 감성을 표상하는 입체적(round) 캐릭터를 구축하는 융합적 접근을 시도하고 있다. 특히 가상현실(VR) 기술을 적용한 게임콘텐츠는 유저들의 취향과 성격에 부합하는 요소를 갖고 있는 아바타의 선택이 무엇보다도 중요하다. 유저의 정체성을 보여주는 아바타의 선택이 게임의 몰입감과 게임성을 높이는 장치로 작용하여 가상과 현실의 경계를 넘나드는 가상현실 생태계를 조성할 수 있기 때문이다.

문화콘텐츠 분야에서도 빅데이터 기반의 콘텐츠의 몰입도를 높이는 서사구조와 캐릭터 유형의 선호도에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다. 문화적 맥락 속에서 달리 형성된 유저들의 캐릭터 선호도를 측정 분석하여, 유저들의 취향과 선호도에 적합한 캐릭터 이미지를 설정하는 과정을 요구하고 있다. 즉 서사구조의 핵심 키워드를 추출하여, 캐릭터의 유형에 대한 선호도를 분석하는 방법론적 틀을 탐색하고 있다. 또한 뇌파 측정을

통한 캐릭터의 선호도를 분석하고 활용하는 뉴로피드백 시스템을 활용하는 연구도 진행되고 있다. 뇌파 측정 시스템은 캐릭터 유형의 선호도를 중심으로 콘텐츠의 캐릭터를 설계하는 프리프로덕션 단계에 적용하여 캐릭터 중심의 서사구조를 기획하는 것이다.

이러한 맥락 속에서 서사기호학의 방법론을 중심으로 캐릭터 이미지 모형의 접근 방안을 제시하고자 한다. 캐릭터의 기능 유형을 보여준 프로프의 〈기능모델〉, 서사구조 속 등장인물의 역할을 압축적으로 보여준 그레마스의 〈행동자 모델〉 등을 활용하여, 이항대립의 갈등과 긴장감을 유발하는 서사구조의 변형된 〈행동자 모델〉을 제안하고자 한다. 또한 캐릭터의 성격을 유형화하기 위해, 그레마스, 플로슈의 〈기호사각형〉과 바르트, 마틴 줄리의 〈캐릭터 이미지 모형〉 등을 활용하여 기호학적 틀을 적용하고자 한다. 더 나아가 기호학적 방법론을 중심으로 영상콘텐츠의 캐릭터와 가상현실(VR)의 디지털 캐릭터의 유형을 분석하고, 새로운 이미지 모형을 구축할 수 있는 학제적 차원의 연구 방법론을 활성화하고자 한다.

2. 캐릭터 기능 유형과 기호학적 모델

서사 기호학 차원에서 캐릭터의 기능 유형을 분석하기 위해서는 러시아의 민담을 귀납적으로 분석하여 등장인물의 31가지 기능 속에서 7개의 역할로 분류한 프로프의 기능 모델을 차용해야 한다. 프로프는 러시아의 민담 100여편을 분석하여 『민담의 행태론, 1928』출간하였다. 그는 민담 이야기에서 반복되는 불변의 서사구조와 등장인물의 기능적 역할이 있음을 도출하였다. 등장인물들의 행위 그 자체보다 이야기 구조 속에서 정형화된 등장인물의 기능적 역할을 31가지로 분류하여 체계화시킨 〈기능모델〉을 제안하였다.¹⁾

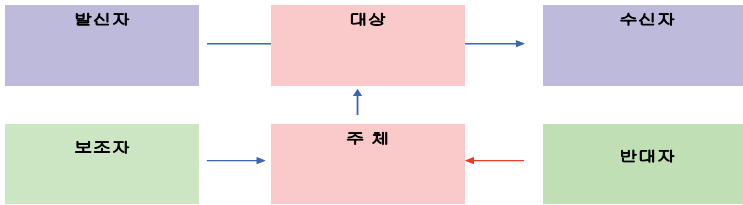
1) 백승국, 『스토리텔링 기호학의 이론과 방법론 연구』, 『현대문학이론연구』, 40권, 현대문학이론학회, 2010, 29쪽

프로프는 민담의 스토리 구조가 최초로 주어진 균형 상태의 결핍이나 손해에 의해 불균형 상태를 맞게 되고, 불균형 상태가 주인공의 행동에 의해 다시 균형 상태를 되찾는 이야기 구조를 갖고 있음을 발견하였다. 프로프의 31가지 기능이론은 등장인물의 성격과 유형보다는, 서사구조 차원의 인물들의 기능과 역할을 중심으로 접근하였다.

프로프의 31가지 기능 모델이 등장인물의 기능적 역할을 분석하는 서사학의 이론과 방법론을 연구하는 시발점이 된 것은 자명한 일이다. 하지만 31가지 기능모델을 민담이나 신화의 서사구조가 아닌, 드라마, 영화, 게임 등의 서사성과 캐릭터 분석에 적용하기에는 부족한 점이 있다. 또한 프로프의 기능이론의 핵심인 스토리 전개에의 변환은 서사구조에만 해당하는 것이 아니라, 등장인물들의 캐릭터 변형에도 영향을 미치기 때문이다.

프로프의 31가지 기능이론에 영향을 받은 그레마스는 1966년 문학작품의 서사이론을 확장하는 『의미구조론, 1966』를 발표하였다. 문학작품의 의미구조를 분석하는 방법론적 모델을 제공한 『의미구조론, 1966』은 서사구조를 중심으로 다양한 의미작용을 고찰하는데 적합한 이론과 방법론을 제안하였다. 그 중에서 〈행동자모델〉은 의미구조론의 핵심 내용으로 서사구조 속에 등장인물들의 역할을 분석하는데 유용성과 효율성을 보여주는 모델이다.

그레마스는 프랑스의 언어학자 테니에르(Louis Tesniere)가 문장을 드라마와 비유하며 사용했던 용어인 행동자(actants)를 차용하였다. 그레마스는 언어학자 테니에르가 문장을 드라마와 비유하면서 사용했던 용어인 행동자(actant)를 차용했다. 그는 문장이란 자신에게 재현하는 일종의 공연이며, 문장에는 하나의 과정(동사)과 행동자(주어) 그리고 상황(목적어)들로 구성되어 있다고 규정했다. 그레마스의 행동자 개념은 테니에르의 문법적 용어와 프로프의 31가지 기능 개념을 융합해서 만든 개념이다. 그레마스는 프로프가 제안한 7개의 기능 영역을 6개의 행동자 역할로 압축하여 다음과 같은 모델로 정리하였다.²⁾



〈그림 1〉 행동자 모델

〈행동자모델〉은 서사구조 속 스토리 전개에서 등장인물의 역할을 중심으로 도출된 모델이다. 행동자들은 기본적인 이야기 구성에 필요한 최소의 조건들을 충족시켜주면서 형식상으로는 아주 단순한 문장의 구성 요소들과 똑같은 기능을 수행하고 있으며 서사구조 속에서 주어진 역할을 기능적이고 문법적으로 수행하고 있다. 행동자의 역할은 이야기의 진행과 맥락에 따라 변형이 가능하다. 다양한 텍스트에 등장하는 인물들의 역할을 규정하는 〈행동자모델〉은 주체/대상, 원조자/대립자/, 발신자와 수신자 등의 세 쌍의 이항대립으로 범주화하고 있다.

우선 서사구조를 구성하는 중심축은 주체와 가치대상의 관계 설정은 욕망의 차원에서 이루어진다. 주체와 대상의 이항관계는 주체가 대상을 획득하거나 소유하고자하는 욕구 혹은 욕망의 관계로 규정할 수 있다. 주체는 스토리 라인에서 대상을 추구하고 욕망하는 서사행로를 수행하고, 대상은 주체의 명시적인 가치대상으로 욕구되어진다. 즉, 욕망의 대상이 없는 주체는 존재 근거가 없는 것이고 주체가 없다면 대상 역시 가치 추구의 대상이 될 수 없으므로 존재 근거가 없는 것이다.

서사구조의 긴장감과 대립의 이항관계를 조성하는 것은, 원조자와 반대자의 이항대립 쌍의 역할이다. 이들은 역동적인 힘의 경쟁과 대립의 차원에서 서사행로를 구축하게 된다. 이 행동자들은 주체와 대상의 관계에 개입해 어떤 행동자를 돕거나 방해하는 역할을 한다. 주체가 설정한 가치

2) 위의 글, 25쪽

대상을 획득하도록 도와주는 역할을 수행하는 원조자와 가치대상 획득을 방해하고 반대하는 스토리 라인을 형성하는 반대자의 관계가 긴장감을 조성하게 된다.

세 번째 이항대립 쌍은 소통차원에서 발신자와 수신자 사이에 이루어진다. 둘 사이는 일방적인 전제 관계에 의해 형성되는데, 정보나 능력은 늘 발신자로부터 수령자로 이동하기 때문에 이들 사이에 이루어지는 소통이 일방적이고 비대칭적으로 이루어진다. 예컨대 발신자는 주체에게 가치대상을 획득하도록 조종하거나 보상을 통한 계약 형식으로 스토리를 전개한다.

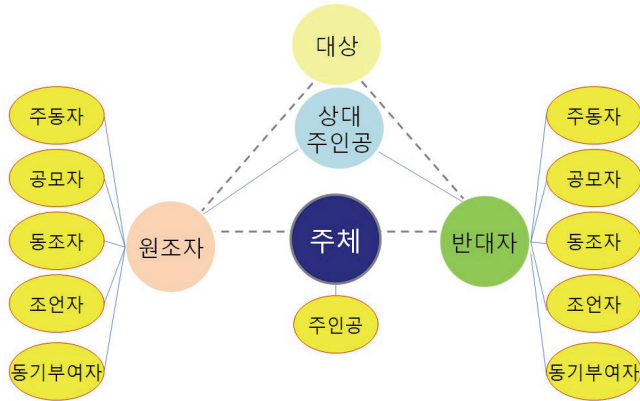
캐릭터 기능유형 분류는 프로프의 31가지 민담 기능유형에서 출발한다. 프로프의 <기능 모델>이 전하는 시사점은 러시아의 사회문화적 맥락 속에 형성된 다양한 민담을 분석하기에 적합한 분석 모형을 개발했다는 점이다. 즉 구체적으로 100여편의 민담을 선정하여 등장인물의 기능별 행동을 중심으로 귀납적인 연구 결과를 도출한 것이다. 하지만 서사이론 차원에서 프로프의 기능 모델을 캐릭터 이미지 모형 구축에 적용하기에는 한계가 있다. 첫째, 프로프의 31가지 기능은 러시아의 사회문화적 맥락 속에서 생성된 기담에만 적용되는 것이지, 문화권이 다른 이야기의 서사 구조를 적용하는데 한계가 있다. 둘째, 프로프는 등장인물의 기능 유형에 집착한 나머지 인물들이 만들어가는 다양한 이야기의 가능성을 간과하고 있으며, 각각의 기능은 선형적인 이야기 구조를 구축하는 관계로 연결되어 있다는 것이다. 셋째, 스토리보다는 인물행동의 구조적 관계에 집착한 나머지 캐릭터의 속성과 성격 유형에 대한 연구를 연구 범위에 포함시키지 못했다는 것이다.

이러한 프로프의 <기능모델>의 문제점을 보완하기 위해 파리 기호학과가 제안하는 스토리텔링 기호학의 이론과 방법론을 적극적으로 차용하고자 한다. 구체적으로 프로프의 캐릭터 기능유형 모델이 가지고 있는 문제점들은 파리 기호학과와 이론과 방법론을 구축한 기호학자 그레마스(Greimas)가 제안한 <행동자 모델>에서 해결하고자 한다. 즉 그레마스의

캐릭터 모델은 다양한 콘텐츠의 캐릭터 유형을 분석하고 검증하는데 유용성과 보편성을 보여 주기 때문이다. 특히 한국적 캐릭터 분석의 특성과 유형을 도출하여 분류하는데 적합한 모델이다.

〈행동자모델〉은 /주체(주인공)와 대상(돈, 명예, 결혼, 성공, 복수 등)/, /발신자와 수신자/ 그리고 /원조자와 반대자/라는 세 쌍의 행동자로 구성되어 있다. 그레마스의 〈행동자 모델〉의 행동자 중에서 설정의 문제가 있는 것이 소통의 축인 발신자와 수신자이다. 스토리가 전달하는 메시지를 조종할 수 있는 동화, 민담, 광고 등과 같이 짧은 이야기의 기능 유형에는 발신자와 수신자의 작동하는 소통의 축이 필요하다. 하지만, 등장인물의 다양한 심리적 상태가 개입하는 영화, 드라마, 애니메이션 장르의 시나리오를 분석하는데 소통의 축이 적합하지 못하다. 서사구조를 분석하다보면, 발신자를 무엇으로 설정해야할지 모호한 경우가 빈번하게 발생하는 것이 사실이다. 그래서 한국의 영화, 드라마, 애니메이션 등의 서사구조를 분석할 수 있는 변형된 〈행동자 모델〉이 필요하다. 그 이유는 유럽의 스토리텔링이 서사성을 중심으로 영상미학을 구축하는 반면에 한국의 시나리오는 캐릭터 중심의 서사성을 구축하는 스토리텔링이 강하게 나타나는 양상을 보여주고 있기 때문이다. 한국 드라마의 시나리오를 분석한 결과, 드라마 서사구조의 핵심 속성이 갈등, 삼각관계, 비밀, 출생 등의 주인공을 중심으로 전개되고 있는 독특한 서사성을 보여주고 있다. 갈등 구조를 중심으로 우리는 그레마스 〈행동자 모델〉을 다음과 같이 변형할 수 있다.³⁾

3) 인하대 산학협력단(백승국 외), 포맷지원 중심의 스토리저작도구(Authoring Tool) 개발, 한국콘텐츠진흥원, 2009, 20쪽.



〈그림 2〉 한국적 캐릭터 기능 유형 모델

실제로, 주체와 대상이라는 두 행동자는 상호 관련성 속에서 존재하는 상대적인 존재라고 할 수 있다. 즉, 주인공인 주체는 내러티브 구조 속에 설정한 가치대상(돈, 명예, 복수, 정의 등)을 스토리 라인 속에서 획득하길 추구하고 욕망 하게 되고, 대상은 주체에 의해 욕구되는 존재가 된다. 따라서 본 모델은 주체는 일반적으로 주인공으로 상정하며, 주체의 추구 대상은 내러티브의 구조 상 사랑, 성공 같은 의미가치 대상뿐 아니라, 상대주인공이 될 수 있음을 가정하기도 하였다.

또한, 원조자와 반대자라는 행동자들은 앞의 두 쌍의 행위소간의 관계에 개입해 어떤 행동자를 돕거나 방해하는 역할을 한다고 일반적으로 정의되어진다. 그러나 본 모델은 원조자와 반대자라는 행동자를 /주동자/, /공모자/, /동조자/, /조언자/, /동기부여자/ 등으로 그 기능을 단계별로 세분화하여 영화, 드라마, 애니메이션 같은 거대한 서사 구조의 다양한 캐릭터의 기능유형을 심층적으로 분석할 수 있는 모형이다.

3. 캐릭터 성격 유형 분류와 기호사각형

캐릭터 성격유형은 기본적으로 기호학의 의미가치의 이항 대립 개념에서 출발하여, 그레마스와 플로슈의 기호사각형 개념을 바탕으로 하여, 상프리니의 가치 사분형의 개념을 적용하고자 한다. 즉, /실용적/가치와 /유토피아적 가치/라는 의미가치 대립 쌍에서 모순되는 구조로 /비판적/가치와 /유희적/ 가치가 도출된 4분형적 가치유형 분류와 /직관/과 /감각/이라는 대립 쌍과 /사고/와 /감정/이라는 의미가치 대립 쌍을 대입시켜 새로운 캐릭터 성격유형의 틀을 제안하고자 한다.

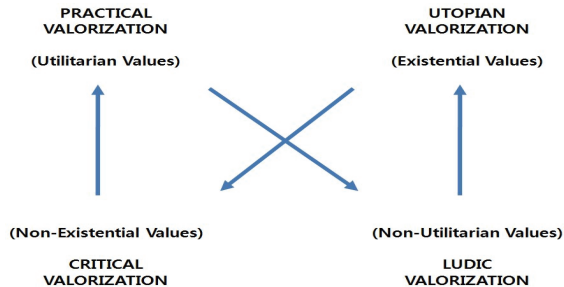
스토리텔링 기호학은 여러 층위를 거치면서 의미가 생성된다는 특징을 갖는다. 심층층위에서는 의미의 기본단위들이 드러나고 그들의 역동적인 관계에 기반 한 의미망들이 모습을 보인다. 기호사각형은 매우 단순한 이분 대립구조로부터 출발했지만 항들 간의 관계의 정연한 복잡화를 통해서 완성된 의미망을 조망하는 구성 모델이다. 실제로, 이항 대립 구조가 두 항의 변별적 자질에서 의미를 생성하는 데 반해, 기호사각형은 세 가지 항의 대립구조가 의미작용의 가치체계를 구축하고 있다.

실제로 기호사각형은 다음에 제시될 플로슈, 샴프리니 등의 학자들을 통해 텍스트의 의미구조뿐만 아니라 인간행위, 사회의 가치체계, 커뮤니케이션, 인간정서 등에 대한 기술에도 적용되면서 그 효율성을 보여주었다. 실제로, 기호사각형은 문학텍스트는 물론이고 광고 담론이 창출하는 의미작용 분석에도 그 효율성을 보여주었다.

기호학을 마케팅 분야로 확장시킨 플로슈는 1980년대 Citroen 자동차사의 수많은 텔레비전 광고를 비교분석하여, 1980년대 소비자들이 욕구하는 소비가치 분석을 시도한, 『Semiotique, Marketing et Communication』 출간하였다. 플로슈는 자동차의 서로 다른 가치부여 유형을 그레마스 기호 사각형의 마케팅 영역으로 확장하였다. 1980년대 시트로엥 자동차에서 투영된 소비가치는 실용적 가치, 유토피아적 가치, 비판적 가치, 유희적 가치라는 4가지 가치 유형으로 구별되었다. 플로슈는 커뮤니케이션 담

화의 진화를 통해 이 브랜드의 커뮤니케이션 역사를 심도있게 분석해 내고 있다. 이 4가지 분류는 그 포지셔닝을 통한 정당성을 기반으로 브랜드의 정체성을 분석하는데 매우 유용한 역할을 했다.

여기서 사용된 컨셉 즉, 실용적 가치, 유토피아적 가치, 비판적 가치, 유희적 가치는 존재적 가치와 실용적 가치라는 이항 대립을 기반으로 텍스트의 의미구조를 분석하는 서사기호학의 개념에서 차용한 것이다. 그레마스 1966년 출간한 <의미 구조론>과 1968년 보드리아르의 <사물의 체계>에서 사물의 실용적 가치와 존재적 가치라는 이항 대립 개념을 중심으로 전개되고 있는 것을 파악한 플로슈는 이항대립의 가치를 기호사각형에 적용하여 설명하고 있다. 플로슈는 실용적 가치와 유토피아 가치의 이항대립의 의미영역을 넘어서는 새로운 의미 공간으로 확장시키고 있다.

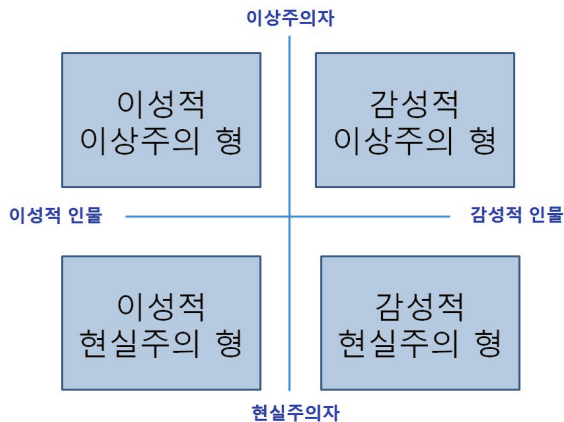


〈그림 3〉 플로슈의 기호사각형

플로슈 기호사각형의 반대관계를 통해 추출된 가치는 실용적 가치와 유토피아적 가치이다. 의미구조론 차원에서 가치들은 하나의 핵심 키워드로 표현되어야한다. 그 이유는 4가지 항에 배치할 수 있는 의미소들은 담론을 관통하고 있는 내재된 동위소(isotopies)들의 결합으로 생성되는 핵심 키워드이기 때문이다. 우선, 실용적 가치를 형상하는 핵심 키워드는 자동차 조작에 대한 편리함과 견고함 그리고 운전자의 안전성이다. 유토피아적 가치로는 자동차를 통해 운전자가 느끼는 삶과 모험, 정체성 등과

같은 상징적인 개념들이 추출되었는데, 이는 유토피아적 가치를 추구하는 소비자는 자동차 구매를 통해 자신의 정체성과 존재적 가치를 획득하고자 하는 소비 욕구가 있기 때문이다. 한편, 모순관계 속에서 도출된 유희적 가치와 비판적 가치 중 유희적 가치는 자동차의 화려함, 우아함, 공간의 재미 등을 추구하면서 실용적 가치를 부정하는 것으로 정의되었으며, 비판적 가치를 추구하는 소비자는 자동차의 가격과 질 등을 소비 가치로 생각하는 소비층이다. 여기서 우리는 유희적가치가 유토피아적 가치를 전제하고 있으며, 비판적가치가 실용적 가치를 전제한다는 의미에서 ‘함축관계’를 찾을 수 있다. 사실, 앞의 관계들은 단지 정태적 양상을 보이지 않는데, 이는 기호사각형의 역동적 양상이 시트로엥이라는 브랜드의 의미 가치 변형 과정을 보여줄 수 있다는 뜻이다. 예를 들면, 1980년 이전까지의 시트로엥사는 자동차의 기술적 혁신, 조작성의 편리함, 운전자의 안전 등을 강조하는 실용적인 가치를 지향가치로 집중하였지만, 1982년부터는 이런 실용적 가치를 부정하면서 자동차의 화려함과 우아함을 나타내는 유희적 가치와 소비자의 정체성과 존재적 가치를 창출하는 유토피아적 가치를 지향하는 쪽으로 방향을 전환시킨다.

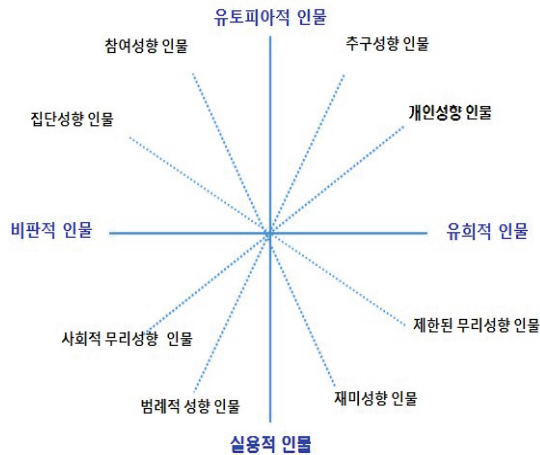
이 분류는 그레마스, 플로슈의 기호학자가 제시해 주었던 기호학적 가



〈그림 5〉 캐릭터 성격 유형 4분형

치 유형화로 새로운 캐릭터 이미지 모형을 생성하는 기본 틀이 될 것으로 생각한다.

즉, /이상주의자/적 지향가치를 가진 캐릭터의 유형은 다시 /이성적/ 행동양식을 가지는 인물인가, /감성적/ 행동양식을 가지는 유형인가에 따라 두 가지로 구분되었다. 또한, /현실주의자/적 지향가치를 가진 캐릭터의 유형도 다시 /이성적/ 행동양식을 가지는 인물인가, /감성적/ 행동양식을 가지는 유형인가에 따라 두 가지로 구분되었다. 따라서 이렇게 탄생된 4가지 유형의 캐릭터 성격은 이성적 이상주의 형과 감성적 이상주의 형 그리고 이성적 현실주의 형과 감성적 현실주의 형으로 유형을 분류할 수 있다. 더 나아가 4가지 유형의 캐릭터 성격을 모태로 다음과 같이 다양한 캐릭터 유형을 포지셔닝 맵에 배치할 수 있다.



〈그림 6〉 인물유형 가치 추구 성향 분류

우선, /이상주의자/적 지향가치를 추구하면서 /이성적/ 행동유형을 가진 “이성적 이상주의 형”은 그 지향가치와 행동유형이 어느 쪽으로 더 많이 기우느냐에 따라 “선구자형”, “개척자형”, “리더형”, 그리고 “학자형”

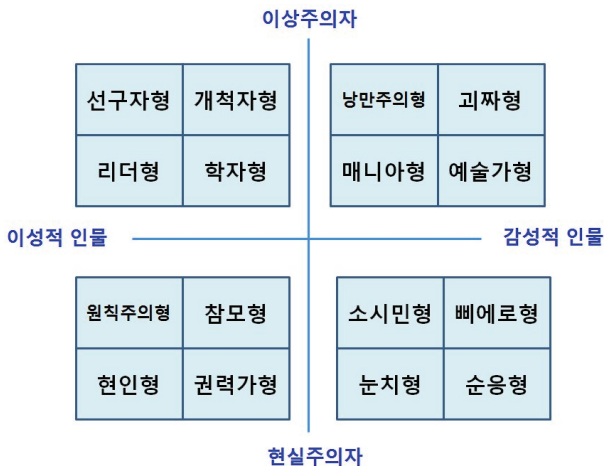
등 4가지 성격유형으로 분류되었다. 즉, 이 4가지 분류 유형은 그 중 “선구자형”의 경우가 가장 이상주의자적 지향가치를 추구하며 /이성적/ 행동유형을 나타내는 인물유형이며, “학자형”은 그 중 가장 /이상주의자적/ 추구 성향이 약하며 /이성적/ 행동유형도 약한 인물유형의 분류라고 할 수 있겠다. 또한, 우리는 참여성향이 강한가, 집단성향이 강한가에 따라 선구자형 > 개척자형 > 리더형 > 학자형의 순으로 /이상주의자/적 지향가치 추구하고 /이성적/ 행동양식 추구가 강한 유형을 하위 분류할 수 있겠다.

/이상주의자/적 지향가치를 추구하는 유형이지만 /감성적/ 행동유형을 보이는 “감성적 이상주의 형”은 “낭만주의형”, “괴짜형”, “매니아형”, 그리고 “예술가형”으로 세분될 수 있었다. 즉, 이 유형에서는 그 중 “괴짜형”이 가장 /이상주의자/적 지향가치를 추구하면서 /감성적/ 행동 방식이 강하며, “매니아형”이 그 중 가장 /이상주의적/ 지향가치 추구경향이 약하며, /감성적/ 행동방식이 약한 인물유형을 대표한다고 정의할 수 있겠다. 또한, 우리는 이상추구 성향이 강하나, 개인 성향이 강하나에 따라 괴짜형 > 낭만주의형 > 예술가형 > 매니아형의 순으로 /이상주의적/ 지향가치 추구하고 /감성적/ 행동양식 추구가 강한 유형을 하위분류할 수 있겠다. 한편, /현실주의자/적 지향가치를 추구하는 유형이면서 /이성적/ 행동유형을 나타내는 “이성적 현실주의 형”은 다시 “원칙주의자형”, “참모형”, “현인형”, 그리고 “권력가형”으로 세분화시켰다. 즉, 이 유형에서는 그 중 “현인형”이 가장 /현실주의자/적 지향가치를 추구하면서 /이성적/ 행동 방식이 강하며, “참모형”이 그 중 가장 /현실주의적/ 지향가치 추구경향이 약하며, /이성적/ 행동방식이 약한 인물유형을 대표한다고 정의할 수 있겠다. 또한, 우리는 사회적 무리성향이 강한가, 법례적 성향이 강한가에 따라 현인형 > 원칙주의형 > 권력가형 > 학자형의 순으로 /현실주의자/적 지향가치 추구하고 /이성적/ 행동양식 추구가 강한 유형을 하위 분류할 수 있겠다.

또한, /현실주의자/적 지향가치를 추구하는 유형이지만, /감성적/ 행동유형의 성격을 가진 “감성적 현실주의 형”의 경우는 “소시민형”, “빠에로형”, “눈치형” 그리고 “순옹형”으로 구분되었다. 즉, 이 유형에서는 그 중

“순응형”이 가장 /현실주의자/적 지향가치를 추구하면서 /감성적/행동 방식이 강하며, “소시민형”이 그 중 가장 /현실주의적/ 지향가치 추구경향이 약하며, /감성적/행동방식이 약한 인물유형을 대표한다고 정의할 수 있겠다. 또한, 우리는 제한된 무리성향이 강한가, 재미추구 성향이 강한가에 따라 순응형 > 눈치형 > 뻘에로형 > 소시민형의 순으로 /현실주의자/적 지향가치 추구하고 /감성적/행동양식 추구가 강한 유형을 하위 분류할 수 있겠다.

우선, /이상주의자/ 적 지향가치를 추구하면서 /이성적/ 행동유형을 가진 “이성적 이상주의 형”은 그 지향가치와 행동유형이 어느 쪽으로 더 많이 기우느냐에 따라 “선구자형”, “개척자형”, “리더형”, 그리고 “학자형” 등 4가지 성격유형으로 분류되었다. 또한, /이상주의자/적 지향가치를 추구하는 유형이지만 /감성적/ 행동유형을 보이는 “감성적 이상주의 형”은 “낭만주의형”, “괴짜형”, “매니아형”, 그리고 “예술가형”으로 세분될 수 있었다. 한 편, /현실주의자/적 지향가치를 추구하는 유형이면서 /이성적/ 행동유형을 나타내는 “이성적 현실주의 형”은 다시 “원칙주의자형”, “참모형”, “현인형”, 그리고 “권력가형”으로 세분화시켰다. 또한, /현실주의자/적 지향가치를 추구하는 유형이지만, /감성적/ 행동유형의 성격을 가진



〈그림 7〉 캐릭터 성격 유형 16분형

“감성적 현실주의 형”의 경우는 “소시민형”, “배에로형”, “눈치형” 그리고 “순응형”으로 구분할 수 있다.⁴⁾

4. 캐릭터 이미지 유형 분류

이미지(image)는 우리말의 ‘영상’ 혹은 ‘심상’과 가까우며 사전적 의미는 기억하고 있는 것, 또는 대상이 눈앞에 없을 경우 등에 생각해 내서 다시 표현하는 것, 시각적·청각적·촉각적 이미지 등과 같이 지각대상이 재생된 직관적인 상(像)을 뜻하기도 하지만, 어떤 생각·태도·개념 등과 같이 한층 추상적인 뜻으로 쓰이는 경우도 있다. 이를 캐릭터와 연관시켜서 해석해보면 이미지란 캐릭터에 대해 연상할 수 있는 ‘영상’에 해당하는 것으로서 지각대상이 재생된 직관적인 상(像)이거나, 다른 한편으로는 ‘심상’으로서의 캐릭터에 대한 생각, 태도, 개념에 관한 것이다.

하지만 이 연구가 영상 시나리오 내에 등장하는 캐릭터 이미지에 한정하여 이를 분석하거나 창조할 수 있는 이미지 모형을 구축하기 위해서는 시각적 이미지와 생각이나 태도와 같은 심적 이미지뿐만 아니라 캐릭터를 둘러싸고 있는 환경을 반영시켜야 하며, 이 모든 것들은 영상표현이 아닌 언어로 기술된다는 것을 기억해야 한다. 그러므로 캐릭터의 이미지는 인물의 내적, 외적, 주변적 환경에 의해 서술되어 구축되는 인물의 정체성을 나타내는 것이라고 정의할 수 있다. 이에 우리는 캐릭터 이미지를 하나의 텍스트로 이해하고, 이미지는 텍스트 내에서 기호로 코드화되어 표현되며, 이미지를 읽어내는 것은 코드화된 기호를 해독하는 것이라는 점에 주목하여 기호학의 이론 중에서도 코드이론을 중심으로 이미지를 이해하였다.

4) 인하대 산학협력단(백승국 외), 『포맷지원 중심의 스토리저작도구(Authoring Tool) 개발』, 한국콘텐츠진흥원, 2009, 34쪽

야콥슨은 커뮤니케이션 모형에서 발신자가 수신자에게 맥락과 채널에 맞춰 메시지를 코드화하는 것으로 언어의 소통이 일어남을 설명하고 있으며, 그레마스는 의미생성 모델을 통해 기호의 표층구조와 심층구조 사이에는 코드위기와 코드풀기를 통해 의미가 생성된다는 것을 설명하고 있다.

캐릭터는 내면의 성격이 코드화되어 외형적으로 드러나며, 수신자는 다양한 코드풀기 과정을 통해 캐릭터를 이해하게 된다. 그러므로 캐릭터를 창조하기 위해서는 내면의 성격을 다양한 형태로 코드화하는 것이 필요하다. 코드를 형성하는 규칙들은 역사성과 문화성을 함축하고 있는 사회적 관습에 의거하며, 코드는 발신자와 수신자 간의 규칙 속에서 의미를 발생하게 한다. 그러므로 영화, 드라마, 애니메이션 등에 등장하는 캐릭터에는 심층구조에 인물의 문화적 환경, 가치관, 성격이 담겨있음이 분명하며, 표층구조에서는 이를 코드화시켜 행동과 외형 등의 다양한 형태로 등장하게 된다.

그러므로 캐릭터의 창조 및 유형화를 위해서는 텍스트 속에서 캐릭터에 의미를 부여하는 다양한 코드들을 파악하여야 한다. 대상지시적인 목표에 한정하기 보다는, 사실, 문학은 복수적인 의미를 향해 열리기 위해 언어적 대상의 모든 가능성을 이용한다. 따라서 문학작품을 닫힌 구조로 인식하기는 불가능하다. 오히려 문학을 기표들의 수많은 복합체들이 교차하는 지점으로 정의하고, 그 해석이 수많은 의미를 생산한다고 하는 것이 더 옳다. 즉 텍스트란 코드들의 생산적인 교차점이다.

바르트는 그의 저서 ‘S/Z’에서 발자크의 중편 소설 ‘사라진느’를 분석하기 위해 5개의 약호(CODE)로 구성된 독해단위를 설정하여 약호가 지닌 공식적 의미를 파악하였다. 시나리오나 극본에서 캐릭터를 구축하기 위한 창조적인 글쓰기 작업도 바르트의 독해코드와 밀접한 연관성을 지니며, 이 코드를 활용하여 캐릭터의 이미지를 나타내는 텍스트를 생산하는데도 응용할 수 있다.⁵⁾

5) 백승국, 위의 글, 165쪽.

바르트의 다섯 코드는 해석학적 코드, 의소적 코드, 상징적 코드, 행동(행위)적 코드, 문화적 코드로 구성된다. 이들 각각의 코드에 대한 설명과 캐릭터 이미지와의 관계를 살펴보면 다음과 같다. 바르트의 해석학적 코드는 각종 사건들의 다양한 해석을 불러오는 기능을 하는 단위들 전체이며, 의소적 코드는 주로 등장인물이나 명칭들이 내포하고 있는 의미론적 요소들을 지칭한다. 다음으로 상징적 코드는 대조가 뚜렷하게 나타나며 다가성과 가역성의 영역 그리고 인물들의 행동들과 처신들의 코드를 행동적 코드, 마지막으로 마지막으로 지식이나 지혜의 코드들 가운데 하나로서 학문적 혹은 도덕적 권위에 의존하는 문화적 코드가 있다.⁶⁾

바르트의 다섯 가지 약호를 캐릭터 이미지 유형에 적용하면, 의소적 코드는 캐릭터의 성격을 유추할 수 있으며, 상징적 코드는 캐릭터의 내면을 파악할 수 있다. 행위적 코드는 캐릭터의 담화를 토대로 행동을 파악할 수 있고 이를 통해 캐릭터의 정체성을 분석할 수 있다. 마지막으로 문화적 코드는 캐릭터의 성격에 영향을 주는 사회·문화적 맥락들을 파악할 수 있게 한다. 그러나 해석학적 코드는 캐릭터의 이미지를 구체화시키는 코드이기 보다 캐릭터가 누구인지에 관한 정체성을 자극하는 코드이기 때문에 이미지를 구성하는 요소로서는 적절하지 않다.

한편 조형기호학의 창시자 장 마리 플로슈는 “기호학적 컨셉은 무엇이며 또 그것이 어떻게 광고의 컨셉이 되는가를 보여준다. 컨셉은 결국 다양한 역할들과 상황들로 이루어진 하나의 이야기, 장식, 연출일 터인데, 하나의 컨셉을 선택할 때 그것을 다시 사용할 때, 또는 경쟁적인 관계에 있는 다른 컨셉들과 대결할 때 기호학은 ‘판독’할 수 있는 기준을 제공한다”⁷⁾고 설명한다.

플로슈에 의하면 시각적 요소는 특수한 코드화에 따라서 참작된다고 주장한다. 코드화는 텍스트의 기저에 흐르는 범주의 쌍 맺기에 기초하는데,

6) 롤랑 바르트, 『s/z』, 김용권 역, 연암서가, 2015, 96~98쪽.

7) Floch Jean-Marie, *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF, 1990.

언어의 표현과 내용의 쌍 맺기는 준 상징적 체계(système semi-symbolique)를 성립시킨다. 즉 플로슈의 조형기호학은 “시각적인 기표의 감각적인 자질에 대한 성찰⁸⁾을 위해 표현의 실질(substance de l'expression)이 시각적이라는 점에 주목하고 있다. 한편 마틴 졸리(Martine Joly)에게 이미지는 이질적 요소들로 이루어진 혼합체로서, 기호의 여러 범주들을 하나의 틀(한계) 속에 모아 조율하는 것이다. 즉, 이론적인 의미에서의 이미지(유추적인 도상적 기호)와 조형적 기호들(색깔·형태, 내부구성, 텍스트), 그리고 대부분의 (말의 언어의) 언어학적 기호들을 하나의 범주로 통합·조율하는 것이다.⁹⁾ 따라서 플로슈와 마틴 졸리의 조형기호학은 이미지의 내용에 대한 담화로서 시각·조형적인 표현 그리고 이미지에 내재해 있는 개인적 환경(성장배경, 이데올로기 등) 등의 공시적인 의미가 상징적 체계로 존재하는 것을 살펴볼 수 있다.

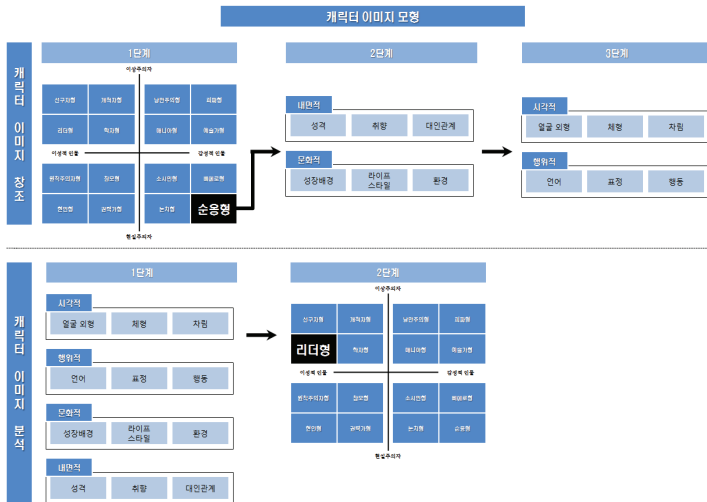
바르트의 다섯가지 코드, 장마리 플로슈와 마틴 졸리의 이미지 분석 방식과 앞 절에서 논의한 성격 유형을 토대로 본 연구는 캐릭터 이미지 모형을 도출하였다. 캐릭터 이미지 모형은 이미지 창조와 분석으로 구분되며, 이미지 창조는 3단계, 이미지 분석은 2단계로 구성된다.

캐릭터 이미지 창조의 1단계 영역은 16분형으로 유형화된 성격 중 하나를 선정하고, 2단계는 내용 차원에서 1단계에서 설정된 이미지를 구체화할 수 있는 캐릭터의 /내면적/이고 /문화적/인 내용들을 구체화한다. 캐릭터의 내면적 코드는 성격, 취향, 대인관계 등 인물들의 내면적인 성격과 심리상태를 생성한다. 다음으로 문화적 코드는 캐릭터의 개인적 성향들이 만들어진 성장배경, 라이프 스타일 등을 구축한다. 3단계에서는 캐릭터의 개인적인 성향과 심리상태를 담화차원에서 표현할 수 있는 /시각적/, /행위적/ 코드를 토대로 캐릭터 이미지를 생성한다. 시각적 코드는 얼굴외형, 체형, 차림 등 캐릭터의 전체적인 인상을 표현할 수 있는 시각

8) Floch Jean-Marie, *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit -Pour une sémiotique plastique*, Paris, Editions Hadès Benjamins, 1985.

9) Joly Martine, *Introduction à l'analyse de l'image*, Nathan, 1993.

기호들로 배치한다. 행위적 코드는 캐릭터의 성격을 부가적으로 설명할 수 있는 언어, 표정, 행동들로 보다 구체화 시킨다.



〈그림 8〉 캐릭터 이미지 모형

반면 캐릭터 이미지의 분석 1단계는 시각적인 코드로 위인 얼굴외형, 체형, 차림과 언어, 표정, 행동들을 체계화 시키는 행위적 코드 그리고 문화적 코드로 구성된 캐릭터의 성장배경, 라이프 스타일, 환경을 분석한다. 그리고 성격, 취향, 대인관계 등의 내면적 코드를 분석한다. 다음으로 2단계는 1단계에서 분석된 캐릭터의 다양한 요소들을 토대로 이미지의 성격을 분석할 수 있다.

5. 결론

이 글의 목적은 캐릭터의 유형을 분류하고, 캐릭터의 새로운 이미지를

생성할 수 있는 모형 구축에 대한 기호학적 접근을 시도하는 것이다. 스토리텔링 영역에 학제적 이론과 방법론을 제공하고 있는 기호학적 틀을 중심으로 캐릭터 이미지 모형을 제안하고자 하였다. 서사 기호학의 방법론을 중심으로 캐릭터의 기능 유형과 성격 유형 등을 세분화하여 다양한 캐릭터를 생성할 수 있는 모델을 제안하기 위해 서사 기호학의 방법론적 틀을 사용하였다. 캐릭터의 성격변화에 따라 한 작품 내에서 이미지 변형이 일어남을 확인하여 그 논리적 타당성을 제시하였다. 프로프의 캐릭터 분류는 이야기의 연속성에 기반한 기능적 요소만 강조한 이론이라면, 그레마스의 행동자 모델은 의미론 차원에서 내면을 같이 연구한 이론이기 때문에 캐릭터 이미지 모형 연구에 중요한 이론적 토대가 될 수 있었다. 여기에 모형의 구조를 만든 방법론으로 기호학을 기반으로 하는 롤랑 바르트의 5가지 코드 분석, 장 마리 플로슈의 이미지 분석 그리고 마틴 줄리의 이미지 분석을 참고하였다.

이 글은 문화콘텐츠 분야에서 학제적 차원에서 접근하고 있는 빅데이터 기반의 서사성과 캐릭터 연구에 기호학적 방법론의 효용성을 보여주는 것이다. 문화적 맥락 속에서 달리 형성된 유저들의 캐릭터 선호도를 측정 분석하는 방법론과 유저들의 취향과 선호도에 적합한 캐릭터 이미지를 설정하는 기호학 중심의 학제적 연구를 제시하는 것이다. 기호학적 방법론이 캐릭터 이미지 모형 구축의 알고리즘 모델을 설계하는 과정에서 공헌할 수 있는 가능성이 있다고 생각하면서, 차후 CT(문화기술)과 인문학의 학제적 융합 연구가 더욱더 확장되길 기대해본다.

참고문헌

- 박인철, 『파리학과파의 기호학』, 민음사, 2003.
- 백승국, 『스토리텔링 기호학의 이론과 방법론 연구』, 『현대문학이론연구』, 40권, 현대문학이론학회, 2010.
- 인하대 산학협력단(백승국 외), 『포맷지원 중심의 스토리저작도구(Authoring Tool) 개발』, 한국콘텐츠진흥원, 2009.
- Anne Casment, 박현순, 이창인 역, 『분석심리학의 창시자 칼 융』, 학지사, 2007.
- Barthes Roland (1976), *S/Z*, Seuil.
- Baudrillard Jean (1968), *Le système des objets*, Paris, Gallimard.
- Floch Jean-Marie (1990), *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF.
- Floch Jean-Marie (1985), *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit -Pour une sémiotique plastique*, Paris, Editions Hadès Benjamins.
- Greimas Algeirdas Julien (1976), *Sémiotique et sciences sociales*, Paris, Seuil.
- Greimas Algeirdas Julien and Courtes Joseph (1993), *Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette.
- Joly Martine(1993), *Introduction à l'analyse de l'image*, Nathan.
- Jouve Vincent (1986), *La littérature selon Roland Barthes*, Minuit.

Abstract

Character Image Modeling and Storytelling

Baik Seung Kuk

The purpose of this study is a semiotics approaching in character image modeling to classify types of characters, and to generate new images of characters. This study suggests the character image models based on semiotic tools that offer interdisciplinary theories and methodologies in the realm of storytelling. On the methodology of narrative semiotics, this thesis investigates the possibility of forging models that can create various characters, subdividing the characters' types in functions and personalities.

The field of virtual reality-based immersive media contents has interests in types of digital characters. The field pays attention to developing digital characters based on personalities represent the people in reality, deviating the algorithm designs of digital characters revolve around actions patterned gestures and actions of humans.

This study presents approaching measures of character image models with narrative semiotics methodology. This study utilizes Propp's Model of Functions showing the types of characters' function and Greimas' Actantial Model showing the roles of characters in narrative structure summarily, and suggests a modified actantial model arouses conflicts and tensions between binary oppositions.

To categorize characters' personalities, semiotic tools will be verified their utility, using Semiotic Square of Greimas, Floch, and Semprini,

and Character Image Model of Barthes and Joly. And furthermore, this thesis will analyze characters' types of video contents and virtual reality, based on semiotic methods, and extend methodologies in interdisciplinary levels for forging new image models.

주제어: 캐릭터(Character), 스토리텔링(Storytelling), 캐릭터 이미지 모형(Character Image Modeling)

논문 접수일 2016. 07. 10. | 논문 심사일 2016. 07.18 | 게재 확정일 2016. 08. 10.