

TV 예능 프로그램 『복면가왕』 가면 디자인의 스토리 표현 특성

감 선 주 · 유 영 선*

경희대학교 의상학과 박사과정
경희대학교 의상학과 교수*

요 약

예능 프로그램의 독창적 콘텐츠의 중요성이 부각되면서 경쟁력 있는 예능 프로그램을 만들기 위해 콘텐츠를 구성하고 있는 요소들의 표현 방법에 대한 연구가 필요하다. 이에 본 연구는 TV 예능 프로그램 『복면가왕』의 가면 디자인의 표현 방법과 스토리텔링 전략과의 관련성을 연구하고자 한다. 2015년 4월부터 2017년 12월까지 방영된 복면가왕 프로그램에 나타난 가면 디자인 553개의 사례를 수집하여 선행연구를 통하여 도출된 예능 프로그램의 표현 특성과 패션 스토리텔링의 관련성과 표현 효과를 분석하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 『복면가왕』의 가면 디자인의 주제에 따라 인간형 가면, 캐릭터형 가면, 사물형 가면, 계절형 가면, 동물형 가면으로 분류되었다. 첫째, ‘인간형 가면’은 디자인의 스토리 표현으로 은유, 패러디, 희화, 갈등, 환상, 인과적 연결로 표현되는 특성을 파악할 수 있었으며, 친숙하고 희화적이며 참신하면서 서사적인 표현 효과를 나타냈다. 둘째, 캐릭터형 가면은 패러디와 희화를 통하여 유희성을 나타냈고 이는 친숙하며 희화적인 표현 효과를 가져왔다. 인과적 연결은 동질성과 연결되며 이는 친숙하며 복고적이면서 서사적 표현으로 나타나고 있다. 셋째, 사물형 가면은 친숙하며 희화적인 표현 효과와 참신하며 서사적이면서 복고적 표현 효과를 나타낸다. 넷째, 계절형 가면은 은유, 환상, 인과적 연결로 표현되고 이는 유희성, 혁신성, 동질성으로 연결되며 친화적이고 희화적이면서, 참신하고 서사적인 표현 효과를 가져왔다. 다섯째, 동물형 가면은 희화와 인과적 연결을 통한 스토리텔링의 표현 특성을 나타냈으며 이는 친숙하고 희화적이면서 서사적으로 표현됨을 알 수 있다. 『복면가왕』프로그램에 나타난 가면 디자인은 패션 스토리텔링, 예능 프로그램의 표현 특성과 밀접한 관련성을 가짐으로써 방송 스토리를 구성하는 출연자의 캐릭터에 시청자들의 몰입을 유발하는 큰 역할을 하고 있다.

주제어 : 가면디자인, 예능프로그램, 스토리텔링, 패션스토리텔링

*교신저자: 유영선, ysyoo@khu.ac.kr

접수일: 2018년 6월 4일, 수정논문접수일: 2018년 6월 25일, 게재확정일: 2018년 7월 17일

I. 서론

문화체육관광부의 '2016년 국민여가활동조사'에 따르면 가장 만족한 여가활동에서 TV시청은 가장 큰 비율을 차지하고 있다(2016 Survey on National Leisure Activity, 2016). 현대 사회의 경제적 발전과 기술 발전은 노동시간에 연계 되는 긴장감과 피로감을 증가시켰고 스트레스 해소를 위해 대중들이 선택한 여가활동의 큰 요소로 TV시청이 선택되고 있다. 예능 프로그램은 현재 공중파 TV방송 프로그램 중 높은 비중을 차지하고 있는 분야로 다채로운 주제의 프로그램으로 시청자들에게 흥미와 재미있는 경험을 제공하고 있다. 예능 프로그램 제작자들은 시청자들의 공감과 소통을 이끌어 내기 위하여 새로운 예능 소재 발굴과 기존의 장르와 형식에서 시청자들이 보다 더 공감할 수 있는 다양한 콘텐츠 표현 방법을 모색하고 있다.

스토리텔링(storytelling)은 디지털이라는 기술 환경에서 멀티미디어라는 틀을 활용해 창조되는 모든 이야기 행위를 말하며, 대부분의 영상 콘텐츠들은 스토리텔링을 기반으로 제작되고 있다(Kim & Kim, 2013). 특히 예능프로그램에서의 독창적인 스토리텔링 전략 도입은 프로그램의 성공적 결과에도 크게 영향을 줄 수 있다 그 대표적인 사례가 MBC 『복면가왕』으로 시청자들이 공감할 수 있는 주제를 가면 디자인으로 표현하고 스토리텔링을 전개하여 성공적인 결과를 얻었다. 『복면가왕』은 2015년 설 특집 파일럿 프로그램으로 시작된 이래 주말 프로그램 『일요일 일요일 밤』에 정규 편성되었으며, 출연자들이 모두 이름과 신분을 비공개로 가면을 착용하고 노래 대결을 벌이고 패배한 출연자가 가면을 벗어 정체를 공개하는 새로운 포맷에 주목을 받았다. 『복면가왕』은 차별화된 콘텐츠에 따른 높은 시청률을 이끌어 내며 예능 프로그램의 선두에 서게 되었으며, 예능 콘텐츠의 해외 수출도 가속화 시켰다.

이와 같이 예능 프로그램의 독창적 콘텐츠의 중요성이 부각되면서 경쟁력 있는 예능 프로그램의 콘텐츠 구성과 차별화된 스토리텔링을 견고하게 만들기 위해 콘텐츠를 구성하고 있는 요소들의 표현 방법에 대한 연구가 필요하다. 예능 프로그램과 스토리텔링에 관련한 선행연구를 살펴보면 Kim, Y. M.(2008)의 리얼리티 예능 프로그램 포맷에서의 스토리텔링 구조에 관한 연구, Kim, S. H. (2008)의 예능 프로그램의 포맷과 스토리텔링 연구, Kim(2016)의 『미스터리 음악 쇼-복면가왕』의 서사전략과 그 함의, Jang(2016) 『복면가왕』의 스토리텔링 전략연구 등이 있으나 스토리텔링보다는 프로그램의 포맷에 연구가 치우쳐 있거나, 스토리텔링의 구조와 전략을 밝히는 것, 음악과 스토리텔링간의 관계 연구로 진행되어 시각적 디자인과 예능 프로그램의 스토리텔링 관계에 관한 연구는 거의 찾아보기 어렵다.

이에 본 연구의 목적은 TV 예능 프로그램의 표현 특성을 중심으로 복면가왕의 스토리텔링에 중요한 역할을 하고 있는 가면 디자인의 스토리 표현 특성과 방법을 분석하여 『복면가왕』가면 디자인 표현과 패션 스토리텔링과의 관련성을 밝힘으로써 가면의 디자인 요소가 방송프로그램 스토리텔링에 효과적으로 활용되어 성공적인 예능 프로그램에 기여할 수 있도록 하는데 있다.

본 연구의 방법은 문헌연구와 사례분석으로 이루어졌다. 분석 자료는 2015년 4월 5일부터 2017년 12월 31일까지 방영된 136회의 『복면가왕』 프로그램에 나타난 가면 디자인 사례를 중심으로 수집하였고 이 중 프로그램 스토리 기획방향과 내용을 중심으로 모니터링하여 선정된 주요 가면들은 방송화면 이미지를 캡처 하였다.

II. 이론적 고찰

1. TV 예능 프로그램 개념과 표현 특성

현행 ‘방송법 시행령’ 제 50조를 살펴보면 방송 프로그램을 ‘보도’, ‘교양’, ‘오락’의 세 유형으로 크게 나누고 있다(방송법 시행령 [Enforcement Decree of Broadcast Act], 2014). 오락 프로그램을 “국민 정서의 함양과 여가 생활의 다양화를 목적으로 하는 방송 프로그램”이라 정의하였다. 과거의 예능 프로그램은 쿵트나 코미디 쇼적인 성격이 강했지만 점차 등장인물들에게 캐릭터가 부여되고, 캐릭터 사이에 스토리가 만들어지는 등 다양한 형식으로 발전되고 있다.

선행연구들의 예능프로그램 특성을 살펴보면 다음과 같다. Oh(2006)에 따르면 사람들은 엔터테인먼트를 통해 인간이 가지는 유희 본능을 만족 시킬 수 있고 친숙함을 통한 편안함(comfort), 새로움을 통해 얻는 색다른(different) 흥미, 기억을 만들어주는 경험(experience)을 제공한다고 하였다. 엔터테인먼트에서 추출된 주요 감성어휘 중 빈도수가 높은 것에는 박진감이나 스릴 있는, 흥겨운, 신기한 등이 있다. 흥겨움은 유희적인 측면을 나타내는 것이고 신기함은 다른 것에 비해 뛰어나거나 희귀한 것 대한 호기심을 뜻하는 감성이라고 하였는데 대중들이 엔터테인먼트에서의 느끼는 신기함, 호기심의 긍정적이 효과로 트렌드를 만들어가게 된다. 또한 엔터테인먼트

에서는 모양과 색상, 빛 등의 시각적 감각 요소가 시청자들이 감각을 느끼는 중요한 요소라고 하였으며, 특히 색상을 통한 화려함, 열정적인, 환상적인 표현에서 흥미를 느끼는 경우가 많은 것으로 인식하고 있음을 보여준다고 하였다. Kim, J. S.(2008)은 엔터테인먼트의 두드러진 본질은 ‘새로움’과 ‘연대감’이라고 하였다. 엔터테인먼트에는 새로움이라는 창의를 필요하며 연대감과 공감을 불러일으키기 때문에 사람들 사이에 전달되고 유행하고 종식된다는 것이다. Kang(2015)은 예능 프로그램의 특성을 오락성, 트렌드 창출, 스토리텔링으로 보았다. 즉, TV 예능 프로그램은 오락성을 목적으로 한 프로그램으로서 주요 목적은 재미를 추구하고 놀이를 제공하는 것이라고 하였고 그로 인해 다른 장르에 비해 높은 시청률을 유도할 수 있고, 사회·문화와 보다 밀접한 관계를 갖고 그 시대의 유행을 일으키기도 한다고 하였다. 또한 예능 프로그램은 다른 장르와 다르게 무의식과 감성을 자극하여 재미를 준다고 하였다. 공감과 소통을 통하여 만드는 것이 중요하기 때문에 현대에 들어와서는 경험과 기억이 수반될 수 있는 스토리텔링도 중요하다고 하였다. Lee and Kim(2015)은 예능 프로그램은 대중문화의 시대적 흐름을 민감하게 반영함과 아울러 최신 유행을 만들어나가는데 일조한다고 하였다. Kim(2015)은 방송프로그램의 본질은 ‘재미’와 ‘감동’이라고 하였다. 그리고 ‘재미’란 요소는 감각적인 것과 특히 연결되는 것이라고 하였

Table 1. 선행연구에 따른 예능 프로그램의 개념.

연구자	예능 프로그램 개념			
Oh(2006)	유희 본능을 만족	새로움을 통해 얻는 색다른 흥미	기억을 만들어주는 경험	친숙함을 통한 편안함
Kim, J. S.(2008)	-	새로움이라는 창의	연대감과 공감	-
Kang(2015)	오락성	트렌드 창출	스토리텔링	-
Lee and Kim(2015)	-	시대적 흐름을 민감하게 반영하여 최신 유행 생성	-	
Kim(2015)	재미	새로움	감동	
본 연구자	유희성	혁신성	동질성	

으며 기대하는 감각과 시청해서 느끼게 되는 감각의 ‘격차’에서 오는 것이 재미라고 구체적으로 언급하였다. 그리고 ‘감동’은 우리가 가지고 있는 가치와 관련된다고 하였다. 알고 있는 가치를 새롭게 느끼든지, 모르고 있던 가치를 깨닫게 될 때 감동을 느낀다고 하였다. 그리고 프로그램이 성공을 기대하려면 익숙함과 기대를 넘어서는 ‘새로움’을 잘 짜 넣어야 하는 게 모든 콘텐츠의 공통 과제가 된다고 하였다. <Table 1>은 앞에서 살펴본 선행연구들의 특성을 범주화한 것이다.

본 연구에서는 <Table 1>을 근거로 예능프로그램의 특성을 ‘유희성’, ‘혁신성’, ‘동질성’으로 정리하였다.

1) 유희성

유희는 뚜렷한 목적의식 없이 그것 자체로도 흥미를 느끼게 되는 활동이다(Kim & Lee, 2004). 유희성, 재미, 즐거움은 많은 선행 연구에서 정확한 구분을 하지 않고 사용 하고 있다. 본 연구에서는 방송에서의 유희성을 재미, 즐거움과 같은 개념으로 다루고자 한다. Park and Chung(2015)은 유희성을 어떤 기술을 이용함으로써 느끼는 즐거움과 몰입의 정도라고 하였다. 특히, 방송 프로그램의 경우는 시청하는 경험 그 자체로 느껴지는 즐거움이라 하였다. 수용자가 예능 프로그램 시청시 흥미를 갖기 위해서는 이성적 사고보다는 감성을 자극하여 재미를 유발 시켜지는 것으로 보인다. 유희는 표현되어지는 유형에 따라 해학, 풍자, 아이러니, 기지, 패러디 등으로 분류 할 수 있다. 해학과 풍자는 사실을 그대로 나타내지 않고 왜곡하여 우스꽝스럽게 표현하여 웃음을 유발하는 공통점이 있지만 풍자가 비판적 인물을 공격한다면 해학은 공격받는 대상을 동정하고 보는 이에게 대상의 상황을 공감하게 만드는 특징이 있다. 아이러니의 어원은 그리스어의 *eironia*(위장)으로 표면의 뜻과 반대로 표현되어지는 것을 일컫는다. 즉, 표

면적으로 나타난 부분과 내적인 부분의 모순성으로 인해 발행되는 역설적인 재미이다. 기지(wit)는 사물을 빠르고 날카롭게 파악하여 다른 사람에게 즐거움을 줄 수 있도록 재치 있게 표현 할 수 있는 능력을 말한다. 패러디는 단순한 모방 차원이 아니고, 패러디의 대상이 된 작품과 패러디를 한 작품이 모두 새로운 의미를 가지게 된다는 점에서 표절과 구분된다(Figure 1). 패러디를 통해 과장하여 재미나게 표현하거나 풍자적으로 표현한 경우가 많다. 예능 프로그램을 시청함으로써 제공되는 유희는 시청자들에게 웃음과 즐거움을 주는 요소로 발전되었고 이는 현대사회의 스트레스에 대한 반작용으로 예능 프로그램의 시청률 향상의 요인으로 추측해 볼 수 있다.

2) 혁신성

‘혁신성’이란 묵은 것을 완전히 고쳐 새롭게 바꾸려는 성질을 말한다(Daum Dictionary, n.d.). Nam (2016)은 이전과는 다른 시각으로 새로움을 추구하는 창의적 사고, 아이디어라고 정의하였다. 기업들은 제품의 성공을 위해 제품의 기능이나 속성에 새로움과 혁신성을 추가하며 다양해진 소비자의 욕구를 충족시키려고 노력한다. 이는 사회와 문화의 흐름에도 영향을 주고 제품의 차별화 시키고 기업의 경쟁력을 강화시킬 수 있다. Park and Chung(2015)은 혁신성을 감성적 기능에 의해 영향을 받는 감각적 혁신성, 이성적 판단에 의해 영향을 받는 인지적 혁신성으로 나누어 보았고 시청자들의 내재된 혁신성 중 감각적 혁신성은 방송 프로그램의 신뢰와 유희성에 긍정적 영향을 미친다고 하였다. 또한 이를 매개로 하여 TV방송의 재시청의도와 추천의도에 긍정적 영향을 미친다고 하였다. 젊은 가수들의 콘서트에 새로운 음악 장르뿐만 아니라 무대디자인, 연출요소, 패션에 이르기까지 새로움을 추구하는 것은 관객의 관심과 흥미를 유발시키기 위함이다(Figure 2). 그러므로 소비자의 혁신성에 영향을 주



Figure 1. 개그콘서트.
From Jo. (2018).
<http://entertain.naver.com>



Figure 2. 지드래곤 콘서트.
From K-pop Huntress. (2013).
<http://mykpophuntress.com>

는 새로움과 신기함으로 오감을 자극하는 요소들에 초점을 맞추어 방송 프로그램이 제작되어야 좋은 효과를 거둘 수 있다고 판단된다. 선행연구를 통하여 방송에서 소비자가 할 수 있는 시청자들의 혁신성이 방송 프로그램에서도 신뢰, 유희성, 재시청의도, 추천의도 등 여러 요인에 영향을 미칠 수 있음 확인 할 수 있다. 방송의 내용이 새롭고 참신할수록 시청자의 수용의도와 방송 추천의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3) 동질성

대인 관계를 기반으로 연구되어온 동질성 개념은 미디어 연구에서도 중요한 역할을 하고 있다. 텔레비전을 시청하면서 시청자들은 등장인물의 감정을 간접적으로 경험하게 되는데, 이러한 경험은 등장인물에 대한 동일시를 통해서 가능하게 된다. Choi and Lim(2011)은 관객이 내러티브의 허구성을 현실적으로 느끼게 하고 좋은 평가와 태도를 취하는 것에는 동감과 감정이입이 중요한 역할을 한다고 하였다. 동질성은 미디어 속 등장인물에 대한 감정적 연계(connection)와 플로우 경험에 중요한 영향을 주는 요인이다. Lee et al.(2012)의 연구에 따르면 오디션 프로그램 참가자에 대한 동질성 인식은 오디션 프로그램 시청의 몰입경험에 큰 긍정적인 영향을 주고 있음을 밝혔다. 가령 오디션 우승자를 발표하는 순간 시청자들은 지지하는 후보자가 느끼는 긴장감을 함께 느끼는 것이다. 기존 연구에서는 등장인물에 대한 동질성 인식이

시청자의 감정적 동일시를 증진시키고 시청 만족도를 높이는 것으로 보고하고 있다(Park & Song, 2009). 또한 미디어 등장인물에 대한 동질성 인식은 디어 콘텐츠에 대한 감정 이입(empathy)을 일으키게 된다. 프로그램에 출연하는 캐릭터와 시청자들은 인간적 상호작용을 하게 되는데 이때 출연자가 형성한 캐릭터에 대해 시청자들은 공감과 동일시, 더 나아가서는 애정을 키워나가는 특성을 파악할 수 있다. 또한 연출자들의 연기하는 캐릭터를 통해 시청자들은 대리만족을 느끼면서 감정이입을 하게 된다. 성공하는 예능 프로그램은 시대적 문화 코드와 공감각적 요소를 잘 읽어내어 시청자들의 몰입을 유도한다. 이러한 프로그램에서 느끼는 새로움과 연대감, 공감은 새로운 트렌드를 만들어 낸다.

2. 패션스토리텔링

1) 스토리텔링

아날로그에서 디지털 시대로 변화하면서 다양한 매체, 미디어가 출현함에 따라 그 속에 담을 콘텐츠가 중요해지고 있다. 이에 문화와 콘텐츠 각 분야에서 이야기를 들려주는 서사적인 양식을 일컫는 ‘스토리텔링’이 부각되고 있다. 예능 프로그램에서 ‘스토리텔링’이란 텍스트가 담고 있는 이야기를 수용자가 얼마나 잘 받아들이고 반응하는 가하는 쌍방향 소통의 핵심이 된다. Lee(2014)는 스토리는 환상을 현실과 연결시킬 수 있는 유용한

도구가 된다고 하였다. Kim(2014)은 오디션 리얼리티 쇼 프로그램에서 시청자에게 감동을 주는 주된 요인은 노래가 아닌 출연자들의 개인적인 내러티브에 있다고 하였다. Kim(2016)은 독창적인 스토리텔링을 위해 한국의 리얼리티 프로그램에서는 캐릭터를 얼마나 잘 창조해 내는가는 특히 중요한 요소라고 하였다. 캐릭터 자체의 모습 또는 다른 캐릭터와의 관계를 이용하여 이야기를 전개하기 위해 ‘내러티브’가 쓰이게 된다. 캐릭터와 캐릭터 간이나 캐릭터 개개인의 스토리텔링 구조를 전략적으로 활용하여 시청자의 몰입을 이끄는 기술로 사용되고 있다. 내러티브 몰입의 기술은 다양한 방법으로 이용되고 있는데 그 중 시각적 이미지로 시청자들의 감각을 자극하는 방법이 있다. Son(2014)은 내러티브 몰입은 탄탄한 서사구조에서 비롯되며, 미디어의 몰입에 시각이 미치는 영향은 절대적이다 하였다. ‘이야기’를 관객들에게 합리적인 설명과 개연성을 제공하기 위해 어떤 사건이나 갈등의 발생이 어떻게 가능하게 되었는지 전개 과정을 보여주기 위해 ‘내러티브’가 쓰이게 되며 시청자들은 무언가에 깊이 빠져 있는 인간 심리현상 중 하나인 ‘몰입’을 경험하게 되는데 이때 시각은 중요한 요소가 되는 것이다. 심리학자 미하이 칙센트미하이(Mihaly Csikszentmihalyi)는 시각기술이 주는 몰입은 다른 감각에 비해 즉각적이며 청각에 비해 정보자극이 더 크다고 하였다. 이러한 ‘내러티브 몰입’의 기술로 시각적 영상언어로 표현되는 것을 영화나 애니메이션을 통해 자주 접할 수 있으며, 내러티브 안에서 캐릭터의 시각적 요소 성격을 나타내는 분장, 의상, 행동 등은 시청자의 몰입을 유도하는 중요한 요소가 되는 것이다.

과거에는 재미만을 추구했었다던 예능 프로그램은 현재는 다양한 스토리텔링을 통하여 공감과 소통을 이끌고 시각기술은 내러티브 몰입을 이끌어내는 중요한 기술 중 하나이다.

2) 패션 스토리텔링

패션 분야의 스토리텔링은 패션디자인 아이템 콘셉트 전개, 패션필름의 콘텐츠 제작, 패션공간 디자인, 케이팝 앨범디자인 등 다양하게 활용되었다. 디자이너는 패션 디자인을 통해 콘셉트와 스토리를 전달할 수 있다. 패션 스토리텔링 유형 분류에는 다양한 방식이 있으나 Hong and Kim(2013)은 사실과 정보를 에피소드로 이용하는 에피소드형, 문학이나 서사구조를 응용하는 내러티브형, 디자이너가 새로운 이야기를 설명하는 크리에이티브형이 있다고 하였다. 패션은 비언어적인 의사소통의 수단임과 동시에 감정을 전달하는 매체이기도 하다. 나날이 다양해지는 매체를 통하여 패션이 가지고 있는 이야기를 전달하는 것으로 시각적 내러티브 표현의 중요성이 강조되고 있다. 내러티브는 오직 문자로만 구성되던 선형적 형식에서 회화, 시네마, 발레, 등과 같이 다양한 매체로 확장됨에 따라 내러티브의 표현 형식에서 이미지의 역할이 중요해짐을 알 수 있다(Lee & Kim, 2016). 패션분야에서 패션 콘셉트의 내러티브 표현에는 문학과 영화, 만화 캐릭터, 신화, 예술가의 유물 등 다양한 이미지들이 활용되고 있다. 가면은 세계 모든 지역의 문화 속에 존재하고 테마와 재료 등에서 많은 공통성을 내포하고 있어 패션디자이너의 콘셉트 표현에 자주 활용되고 있다(Han & Chung, 2015). 톰 브라운(Thom Browne), 샤넬(Chanel) 등 다수의 디자이너들의 컬렉션과 아디다스, 나이키와 같은 스포츠 브랜드의 다른 예술 장르와의 협업 또는 광고디자인의 콘셉트를 스토리텔링하면서 활용된 바 있다. <Figure 3>은 2013년 F/W 마틴 마르지엘라(Martin Margiella)의 ‘장인(Artisanal)’을 주제로 한 컬렉션 작품이다. 흰색, 검정색 및 녹색 대리석의 카보숑으로 만든 이 작품은 93시간 걸려 만든 쇼팽의 흉상을 표현함으로써 다른 시대와 장소의 조각들을 복원하거나 재가공 하는데 소비되는 장인의 노동시간을 철학적으로 스토리텔링하고



Figure 3. 마르틴마르지엘라. Figure 4. 어반아웃피터스.
From Miller, (2013). From The Awesomer, (n.d.).
<https://www.popsugar.com.au> <https://theawesomer.com>



Figure 5. 톰브라운.
From Thom Browne, (n.d.).
<https://www.pinterest.co.kr>



Figure 6. 17S/S 샤넬.
From Topshop blog, (2016).
<https://www.topshop.com>



Figure 7. 유희적 표현.
From Ha, (2010).
<https://blog.naver.com>



Figure 8. 혁신적 표현.
Captured by the author from
SHOW studio, (2009).
<https://www.youtube.com>



Figure 9. 동질성 표현 1.
From Lee, (2015).
<http://www.zenithnews.com>



Figure 10. 동질성 표현 2.
From SHINee 'The First' Album, (2011).
<http://minyoo.blogspot.kr>

있다. <Figure 4>는 2010년 어반아웃피터스(Urban Outfitters) 스키용 마스크로 동물캐릭터를 패러디하여 디자인한 제품이다. <Figure 5>는 2014년 F/W 톰 브라운(Thom Brown)의 남성복 컬렉션으로 컬렉션의 주제였던 '회색빛 숲속'을 과장된 크기의 가면을 이용하여 스토리텔링을 연출한다. 숲속의 야생동물과 나무들을 가면과 모자로 연출하여 감상자들에게 이야기를 전달하는 도구로 이용하고 있다. <Figure 6>은 2017년 S/S 샤넬(Chanel)의 컬렉션으로 회로판 모양의 컬러풀한 자카드 원단, LED 장식의 백 등을 선 보였는데 스타워즈의 기계군단의 헬멧을 패러디한 가면을 럭셔리한 샤넬 슈트에 조합하여 의외의 반전이미지로 시즌 콘셉트를 극적으로 전달하였다.

예능 프로그램의 표현 특성이 패션 스토리텔링의 표현 특성으로 나타난 사례들을 발견할 수 있는데 <Figure 7>은 『Vogue Korea』의 패션 화보의 한 사례로 친숙한 작품을 왜곡하고 변형시킨 패러디로 낯설고 새로운 의미의 혁신적인 속성을 보여주는데 본래의 스토리에 유머와 풍자, 재미를 가미

하여 즐거움을 제공하고 있다. <Figure 8>은 2009년 F/W 가레스 퓨(Gareth Pugh)의 패션필름으로 디자이너의 혁신적인 콘셉트를 스토리텔링하고 있다. 흑백으로 구성되는 화면과 가상적인 실루엣과 변화의 모습을 첨단 방식을 이용하여 디자이너의 의도를 표현하였다. 이는 감상자들에게 새롭고 참신한 모습을 제공하여 관심과 흥미를 유발하였다. <Figure 9>는 투아이즈의 2015년 앨범 재킷으로 '말괄량이 삐삐'를 연상시킨다. 대중적인 삐삐의 이미지를 통해 친숙함을 느끼는 관객들은 편안함을 느끼게 된다. <Figure 10>은 뽀빠이를 주제로 한 샤이니 앨범 재킷으로 인생을 즐기려 하고 심각하기 보다는 가볍고 경쾌한 뽀빠이를 패러디하여 콘셉트로 활용하였다. <Figure 9>와 <Figure 10>과 같이 이전의 문학이나 서사물을 활용하여 패션을 스토리텔링의 도구로 이용하고 있다. 기존의 이야기를 활용하여 이미지를 제공함으로써 관객들은 가지고 있는 경험을 토대로 공감을 느끼고 감동하게 되며 몰입을 할 수 있다.

3. 『복면가왕』의 프로그램 구성과 특성

1) 『복면가왕』 개요

2015년 2월 18일 설날 특집으로 방송된 『복면가왕』은 2015년 4월 5일 『우리들의 일밤』이라는 예능 프로그램의 하위 프로그램으로 정규 편성되었다. 『복면가왕』의 가왕 결정은 방송 회차 기준으로 2회에 걸쳐 토너먼트 방식으로 진행된다. 출연자 여덟 명이 두 명씩 한 조를 이루어 듀엣으로 노래 경연을 하고 둘 중 패배한 출연자의 노래를 들으면서 정체를 밝히는 전반전, 방송기준 1회와 1라운드를 통과한 출연자들이 토너먼트 방식으로 올라가는 2라운드와 3라운드 그리고 가왕전으로 진행되는 후반 1회이다.

『복면가왕』은 다른 음악 서바이벌 프로그램과는 확연한 차이가 있다. 1라운드에는 노래의 경연보다는 예능이나 스토리텔링에 집중해 있다. 노래를 부르는 출연자가 가면을 착용하고 듀엣으로 경연한 후, 1라운드를 탈락한 출연자는 또다시 노래를 할 수 있는 기회를 얻으며 노래 외에도 장기자랑을 하거나 가면 캐릭터에 맞는 개인기를 연출하기도 한다. 그리고 가면을 벗어 정체를 공개하는 스토리로 구성이 된다. 이는 『복면가왕』이 노래 경연뿐만 아니라 출연자들의 캐릭터 간 또는 각각의 캐릭터 내러티브에도 똑같은 비중을 두고 있음을 알 수 있다. 경연을 벌이는 출연자마다 캐릭터가 부여된 가면을 착용함으로써 출연자 자체의 캐릭터를 감추거나 또는 힌트를 주면서 시청자와 관객의 몰입을 이끌어 낸다. 노래 평가에서 탈락한 출연자는 가면을 쓰고 노래한 사연을 이야기하기도 하고 출연자 개개인의 근황을 시청자에게 들려주기도 한다. 판정단들은 아무런 편견을 가지지 않은 채 판정하기 때문에 예측하지 못한 탈락자가 생기기도 하고 무명의 신인이 승리하기도 한다. 이 때 시청자들은 편견의 간극을 체험하게 된다. 음악으로 판정을 하는 것처럼 보이지만 가면이라

는 새롭게 부여받은 캐릭터에 의해 시청자들은 단지 듣는 음악이 아니라 새로운 시각적 경험도 체험하게 된다.

2) 『복면가왕』 프로그램 구성

TV예능 프로그램은 재미를 추구하고 오락성을 목적으로 한 프로그램으로 이성적인 측면보다 감성적인 측면을 자극하여 재미를 주며 동시대의 사회, 문화현상을 잘 반영하며 당대의 유행을 창출하기도 한다. 『복면가왕』은 편견 없는 노래경연을 표현하기 위해서 출연자의 얼굴을 가리기 위해 가면을 이용한다. 가면을 통하여 출연자의 캐릭터가 가려지고 출연자는 새롭게 부여받은 캐릭터를 표현하면서 판정단이 가지고 있는 편견을 배제시키려 노력한다. 이야기를 구성해나가는 부분이 형식인데 『복면가왕』은 가면을 착용한 출연자가 노래 경연을 하고 경연에서 패배한 출연자가 가면을 벗고, 승리한 출연자가 가면을 계속 쓰는 형식을 가지고 있다. 가면을 쓰고 있을지, 벗고 있을지가 결정되는 형식은 복면가왕의 포맷 중 가장 중요한 요소이다. 내용과 형식에 맞춰 이야기를 이끌어낼 구성원이 필요하게 되는데 가면을 착용한 출연자는 가면을 통하여 진행자와 판정단과 이야기 소재를 제공하게 되고 더 나아가 프로그램과 시청자를 연결시키는 역할을 담당하게 된다. 또한 복면의 씬으로써 출연자의 또 다른 캐릭터를 생성해내고 있어 『복면가왕』 프로그램 구성모델 중 구성원에도 큰 역할을 담당하고 있다. 『복면가왕』은 이미 드라마, 음악, 예능 프로그램을 통하여 형성된 캐릭터가 있는 출연자를 가면을 통하여 새로운 캐릭터로 재창조시키고 있다. 가면을 통하여 다른 캐릭터를 연기하는 출연자의 모습이 기존의 캐릭터와 차이가 나면 날수록 시청자들은 더욱 예측하기 힘들어지고 가면을 벗을 때 더욱 놀라기도 한다. 출연자들은 가면을 통하여 본인들이 이미 가지고 있던 캐릭터로부터 탈출하기도 하고 시청자

들이 가지고 있던 선입견을 해소시킬 기회를 가질 수도 있다. 가면을 통하여 시청자들의 몰입을 높게 되며, 스토리텔링의 내러티브의 도구로서 큰 역할을 하고 있다. 가면을 쓰고 노래하는 모습은 비현실적인 모습으로 환상적인 측면을 연출하기도 한다. 『복면가왕』에서의 가면은 여타 다른 예능 프로그램이나 오디션 프로그램과 변별성을 규명하는 큰 요소일 뿐만 아니라 프로그램의 구성에도 적극적인 개입을 하고 있음을 알 수 있다.

III. 『복면가왕』 가면 디자인 특성과 스토리텔링 표현 방법 분석

본 장에서는 앞장에서 논의 정리된 예능 프로그램의 표현 특성과 스토리텔링에 관한 이론적 배경을 토대로 『복면가왕』에서의 가면 디자인의 유형을 분류하고 이를 예능 프로그램의 표현 특성과 패션 스토리텔링 표현 방법을 통하여 분석하고자 한다. 분석 대상은 정규 편성된 복면가왕 1회부터 134회, 패자부활전 2회분을 범위로 정하여 출연한 총 553개의 가면이 수집되었다. 예능 프로그램에

서의 가면 디자인의 역할과 활용 방식을 분석하여 그 내재된 의미를 고찰하였다.

1. 『복면가왕』 가면 디자인 사례분석

가면 디자인의 유형에 따라서 인간형 가면(주변인, 역사적 인물), 캐릭터형 가면, 사물형 가면, 계절형 가면, 동물형 가면으로 분류하였고 각 유형에 따라 표현 내용을 정리하였다(Table 2). 553개의 가면 중 22개의 가면을 선정하여 사례분석 하였다. 선행연구에서 도출된 예능프로그램의 표현 특성과 패션 스토리텔링 유형을 분석틀로 사용하였다.

1) 인간형 가면

인간형 가면은 크게 친근감을 나타내어주는 주변인 가면과 역사적 인물 가면으로 나눌 수 있다. 주변인 가면은 대중적으로 공감 캐릭터로 우리 주변에서 쉽게 일어날 수 있는 에피소드를 전달해준다. <Figure 11> ‘하면된다 백수탈출’ 가면은 대중적인 사회적 문제의 취업난을 주제로 노력하면 극복할 수 있는 긍정적 이미지로 유희화 시켜 관객들이 쉽게 공감하여 감동을 받을 수 있게 하였다.

Table 2. 가면 유형별 출현 빈도와 표현 내용.

가면유형	가면 개수	표현 내용
인간형 가면	129	- 위트있게 표현 - 우스꽝스러운 묘사 - 아이러니한 표현 - 역사적 인물 현대적 재해석
캐릭터형 가면	105	- 대중적 캐릭터 패러디
사물형 가면	182	- 재료의 재활용 - 의인화 - 향수를 유발하는 아이템 활용 - 공감적 핫이슈 활용 - 키치적 표현
계절형 가면	62	- 계절주제를 디자인으로 활용 - 의인화
동물형 가면	75	- 인간 친화동물을 주제로 사용 - 유희적 묘사 - 동물 성격과 상반된 성격을 삽입
계	553	-



Figure 11. 하면된다
백수탈출.
Captured by the author
from Naver TV. (2016e).
<https://tv.naver.com>



Figure 12. 우리동네
음악대장.
Captured by the author from
Naver TV. (2016j).
<https://tv.naver.com>



Figure 13. 작년에 왔던
각설이.
Captured by the author
from Naver TV. (2016b).
<https://tv.naver.com>



Figure 14. 화생방실
클레오파트라.
Captured by the author
from Naver TV. (2015a).
<https://tv.naver.com>



Figure 15. 파리잡는
파리넬리.
Captured by the author
from Naver TV. (2016a).
<https://tv.naver.com>

<Figure 12> ‘우리 동네 음악대장’ 가면의 경우 동네라는 친근한 언어사용으로 관객들과의 거리를 좁히고자 노력하였다. <Figure 13> ‘작년에 왔던 각설이’ 가면은 출연자가 실력 있는 가창력으로 『복면가왕』 경연에 참가해서 아쉽게 탈락하고 재도전한 캐릭터의 인물을 해학적으로 표현하고 있다. 가면을 착용하였지만 판정단과 시청자에게 힌트를 제공하고 탈락을 아쉬워한 판정단과 시청자에게 동정의 감정을 불러일으켜 재미를 제공한다. 역사적 인물 가면은 역사 속에서 발견되는 유명인, 위인들을 주제로 디자인되고 그들의 이야기를 서사적으로 풀어내고 있다. 인간형 가면은 동감할 수 있는 이야기를 표현하는 도구가 되거나 과거를 재현하는 모습 외에 새로운 캐릭터를 부여하여 새로운 이야기를 만들어 내기도 한다. 역사적 인물을 현대화시켜 혁신적인 모습으로 참신한 모습을 제공하여 재미를 유발하고 인물에 따른 스토리텔링을 형성하여 몰입을 유도하기도 한다. <Figure 14> ‘화생방실 클레오파트라’는 고전적인 소재의 가면을 현대적으로 재해석하여 고루해 보일 수 있는 소재를 현대화시키는 작업을 하였다. 이는 자칫 심각할 수 있는 무거운 캐릭터에 긴장을 해소시키는 역할을 하고 새로움과 참신함을 가미하여 관객들의 흥미를 유도한다. <Figure 15>는 21대 복면가왕 ‘파리잡는 파리넬리’로 파리넬리의 날카로운 인상을 순화하기 위하여 재미를 유발 할 수 있는 ‘파리’라는 캐릭터를 접목하였다. 자칫 무서워

보일 수 있는 인상을 우스꽝스러운 파리와 접목하여 표면적인 모습과 반대로 아이러니하게 표현하여 기존의 파리넬리 스토리에 새로운 이야기를 첨가하였다.

2) 캐릭터형 가면

캐릭터형 가면은 인기 만화나 동화에 나왔던 주인공을 패러디하여 새로운 의미를 부여한 가면이다. 만화나 동화에 이미 만들어져 있는 캐릭터가 있어 관객들은 가면만을 보고도 복면가수의 연출할 성격을 쉽게 파악할 수 있다. 복면가수는 본래의 캐릭터를 숨기고 다른 캐릭터로 쉽게 접목할 수 있으며 가면에 이미 형성되어 있는 이야기로 관객과 쉽게 소통할 수 있다. 캐릭터형 가면은 패러디된 가면에 출연자가 연기하는 캐릭터가 오버랩되면서 새로운 의미를 가지게 된다. <Figure 16> ‘인공지능 짜빠’ 가면은 엉뚱하고 멍청한 캐릭터에 아이러니하게 ‘인공지능’이란 수식어를 붙여 유희적인 면을 가미시켰다. <Figure 17> ‘감기조심하세요 성냥팔이 소녀’ 가면은 어렸을 적 누구나 읽었던 대중적이 동화의 캐릭터를 모티브로 하여 따뜻한 동심을 가지고 무대를 바라볼 수 있게 하였다. <Figure 18> ‘과묵한 번개맨’ 가면은 번개맨의 파워풀한 스토리가 출연자의 파워풀한 음색과 어우러져 극적인 무대를 제공하였다. 이는 패션 스토리텔링 유형 중 내러티브형에 속한다. <Figure 19> ‘세일러문’과 ‘원더우먼’ 가면은 인기 만화의



Figure 16. 인공지능 찌빠.
Captured by the author from
Naver TV. (2016f).
<https://tv.naver.com>



Figure 17. 성냥팔이 소녀.
Captured by the author from
Naver TV. (2016c).
<https://tv.naver.com>



Figure 18. 과묵한 번개맨.
Captured by the author from
Naver TV. (2016d).
<https://tv.naver.com>



Figure 19. 원더우먼과 세일러문.
Captured by the author from
Naver TV. (2017d).
<https://tv.naver.com>



Figure 20. 팝콘소녀.
Captured by the author
from Naver TV. (2017a).
<https://tv.naver.com>



Figure 21. 잘터져요
와이파이.
Captured by the author
from Naver TV. (2015c).
<https://tv.naver.com>



Figure 22. 에헤라디오.
Captured by the author
from Naver TV. (2016i).
<https://tv.naver.com>



Figure 23. 그 음악은
틀지마세요 DJ.
Captured by the author
from Naver TV. (2016g).
<https://tv.naver.com>



Figure 24. 한여름밤의
치맥파티.
Captured by the author
from Naver TV. (2015b).
<https://tv.naver.com>

여주인공의 대결로 각기 다른 만화에 등장한 인기 캐릭터가 『복면가왕』의 무대에 등장하여 대결하는 서사구조로 기획되었다. 이것은 기존 캐릭터를 『복면가왕』의 무대에 맞게 재탄생시키고 출연자들의 본래의 캐릭터의 모습은 감추고 가면에 의해 만들어진 캐릭터간의 대결로 개연성을 제공하면서 시청자들이 몰입할 수 있게 연출되었다. 이는 패션 스토리텔링 크리에이티브형에 속한다. 캐릭터형 가면은 원래의 캐릭터를 패러디하여 예능 프로그램의 표현 특성 중 유희성과 쉽게 관객의 공감을 일으킬 수 있다는 점에서 동일성이 사용 되었다. 익숙한 이미지를 가면 디자인에 활용하여 시청자의 몰입 경험에 긍정적인 영향을 주고 있다. 『복면가왕』은 희극성을 띄는 다양한 이야기 속에 내러티브 몰입의 도구로 가면을 이용하고 있다.

3) 사물형 가면

사물은 형성되어있는 캐릭터의 성격이 거의 없

는 경우가 많아 새롭고 참신한 이야기의 전개가 가능하다. 이는 관객들의 호기심과 흥미를 쉽게 유도할 수 있다. <Figure 20>, <Figure 21>, <Figure 22>는 기존의 가면 디자인에서는 찾아볼 수 없는 주제로 팝콘, 와이파이, 라디오 등이 가면으로 제작되었다. 사물가면은 캐릭터의 성격을 관객들이 예측할 수 없어 출연자가 가면을 착용하고 어떤 성격을 부여하였을 때 관객들은 참신하고 새로운 느낌을 가질 수 있다. <Figure 23>의 가면은 가면 제작에 사용되는 재료의 참신성을 엿볼 수 있다. 『복면가왕』의 가면들은 어떤 사물이나 소재를 가면에 그대로 재활용하는 기발한 아이디어는 시청자들에게 또 다른 재미와 감동을 이끌어 내고 있다. <Figure 23> ‘그 음악은 제발 틀지 마세요. DJ’는 복고적인 느낌의 LP판의 포장은 재료의 참신성과 함께 관객들에게 그 시절의 향수를 느낄 수 있게 한다. 이러한 소재를 사용한 가면들은 관객들의 감각적인 자극과 새로운 느낌을 경험하게 한다.

이 뿐만 아니라 가면제작에 사용된 재료들을 살펴 보면 헬멧, 주전자, 쿠션, 상패 등 참신한 재료들이 사용됨으로써 기존 가면재료와는 차별화되는 경향을 보여준다. <Figure 24>는 ‘한여름 밤의 치맥 파티’로 대중적인 음식을 가면 디자인에 적용하여 시청자에게 공감을 유도하는 작용을 한다. 사물형 가면은 창작된 이야기를 표현할 수 있는 도구로 사용되고 있다. 또한 사물형 가면은 키치적인 방식을 디자인하여 자칫 무거워질 수 있는 분위기를 가볍고 재미나게 표현하도록 기획한 면을 찾아볼 수 있다.

4) 계절형 가면

계절형 가면은 사계절에서 느낄 수 있는 풍경, 축제, 계절 과일 등을 주제로 하여 관객들의 일상 환경을 표현하는 가면이다. 관객들이 경험한 에피소드를 표현할 수 있다. 미디어를 즐기는 매우 중요한 요소 중 하나인 동일시는 관객들이 출연자의 캐릭터의 모습에 감정이입의 경험을 가져오게 한다. 감정이입은 프로그램에 출연한 캐릭터와 시청자들의 인간적 상호작용을 하게 하는 가장 큰 요소이다. <Figure 25>, <Figure 26>, <Figure 27>은 계절과 시기와 관련된 모티브로 디자인하여 시청자들이 느끼는 계절감과 시기에 따른 분위기를 같은 시각으로 바라보기 위해 기획되고 있을 알 수 있다. 이와 같이 친숙한 느낌의 가면은 공중과 텔레비전 채널의 예능 프로그램 『복면가왕』에서 많은 시청자들의 공감과 동일시를 이끌어내기 위해

사용하는 기법이다. 이러한 친근한 이미지는 시청자들에게 편안함을 제공하고 긴장을 완화하는 역할을 한다. 가면을 착용한 모습은 평소 관객들의 캐릭터와는 다르기에 편견 없이 출연자의 노래를 들을 수 있는 기회를 제공한다. 또한 계절형 가면도 사물형 가면처럼 가면의 디자인으로 이용된 사례가 없어 주제와 재료의 사용이 참신하고 새롭다.

5) 동물형 가면

동물형 가면은 인간 친화 동물을 주제로 디자인된 가면으로 동물의 기본적인 성격을 디자인에 표현하기도 하고 새로운 이미지를 첨가하여 새로운 이야기를 창작하기도 한다. 가면이 가진 이름을 보아도 유희성을 강조한 특성을 발견할 수 있다. <Figure 28> ‘노래할 고양이’ 가면과 <Figure 29> ‘반갑습니다람쥐’ 가면은 유행어를 주제로 사용하여 즐거움을 유발한다. 『복면가왕』은 노래 경연의 요소를 가진 프로그램이지만 오락성을 강조한 측면을 볼 수 있다. 프로그램의 구성시간 중 노래경연에 할애된 시간과 개인기에 할애된 시간이 거의 동일함을 알 수 있다. 출연자의 개인기도 능숙한 개인기보다 미숙한 개인기로 웃음을 유발하기도 하고 코믹하고 과장된 몸짓으로 관객에게 재미를 선사하기도 한다. 동물형 가면은 동물이 가진 캐릭터를 출연자의 개인기에 적극 활용하고 있다. 유희적 표현 도구로 가면이 사용되고 있다. 출연자가 연출하는 캐릭터를 통해 기존 동물의 캐릭터에 새로운 이야기가 첨가되기도 한다. 경연 프로그램에



Figure 25. 문학소녀.
Captured by the author from
Naver TV. (2016h).
<https://tv.naver.com>



Figure 26. 기쁘다 트리오셨네.
Captured by the author from
Naver TV. (2016k).
<https://tv.naver.com>



Figure 27. 진달래와 개나리.
Captured by the author from Naver TV. (2017b).
<https://tv.naver.com>



Figure 28. 노래할고양.
Captured by the author from
Naver TV. (2017c).
<https://tv.naver.com>



Figure 29. 반갑습니다라쥬.
Captured by the author from
MBC. (2016).
<http://www.imbc.com>



Figure 30. 아기해마.
Captured by the author from
Naver TV. (2017e).
<https://tv.naver.com>

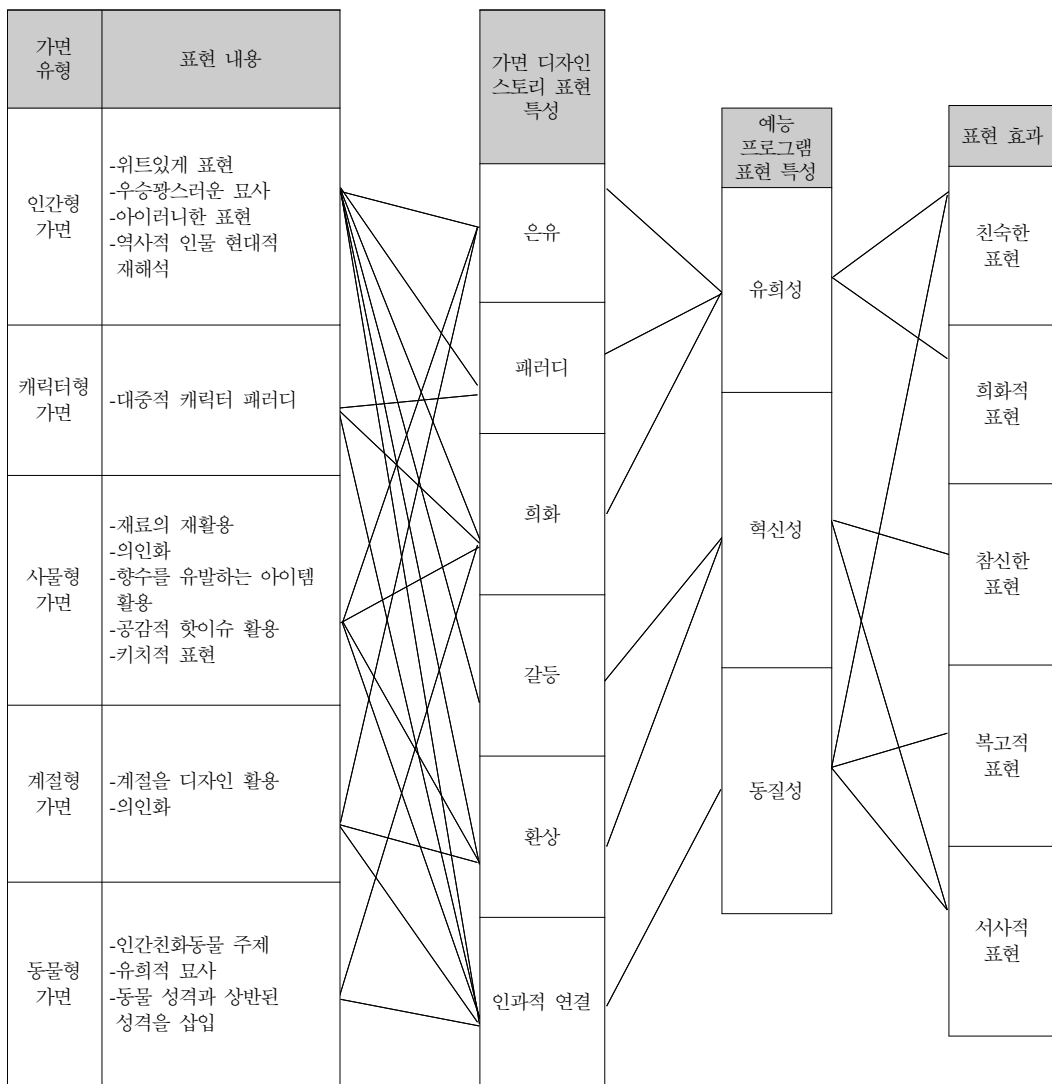


Figure 31. 가면 디자인 스토리 표현 특성과 예능프로그램 표현 특성의 관련성과 표현 효과.

서 주도적 분위기를 이끈 긴장감, 진지함을 배제하고 오락성을 강화한 측면이 있다. <Figure 30> ‘아기해마’ 가면은 동물의 생태계를 모두 포함하여 제작하여 캐릭터뿐만 아니라 주위 환경도 가면 디자인에 포함될 수 있는 참신함을 보여준다.

이상에서 살펴본 가면 디자인의 주제에 따라 분류된 가면의 예능 프로그램의 표현 특성과 패션 스토리텔링 유형은 <Figure 31>과 같다. 시각적 가면 디자인이 예능 프로그램의 구성요소와 스토리텔링의 방식으로 효과적으로 활용되고 있음을 확인할 수 있다.

IV. 결 론

본 연구는 『복면가왕』의 예능 프로그램의 표현 특성과 패션 스토리텔링을 살펴보고 『복면가왕』의 표현 도구로 사용된 가면 디자인의 관련성과 효과를 분석하였다. 선행연구에서 도출된 예능 프로그램의 표현 특성은 유희성, 혁신성, 동질성이며 패션 스토리텔링에서 나타나는 표현에는 은유, 패러디, 희화, 갈등, 환상, 인과적 연결로 정리되었다. 『복면가왕』에 제작된 가면 디자인의 분석 결과는 다음과 같다. 『복면가왕』의 가면 디자인의 주제에 따라 인간형 가면, 캐릭터형 가면, 사물형 가면, 계절형 가면, 동물형 가면으로 분류되었다. 첫째, ‘인간형 가면’은 주변인 가면과 역사적 인물 가면으로 나눌 수 있는데 인간형 가면 디자인의 스토리 표현으로 은유, 패러디, 희화, 갈등, 환상, 인과적 연결로 표현되는 특성을 파악할 수 있었다. 은유, 패러디, 희화로 표현된 가면은 예능 프로그램의 표현 특성 중 유희성으로 연결되었으며 이는 친숙하며 희화적인 표현으로 나타났다. 가면 디자인의 스토리 표현 중 갈등과 환상으로 표현된 것은 예능 프로그램 특성 중 혁신성으로 연결되었으며, 이는 참신한 표현과 서사적 표현으로 나타났으며,

가면 디자인 스토리 표현 특성 중 인과적 연결로 나타난 표현은 친화적, 복고적이면서 서사적인 표현 효과로 나타남을 알 수 있다. 둘째, 캐릭터형 가면은 패러디와 희화를 통하여 유희성이 나타났고 이는 친숙하며 희화적인 표현 효과를 가져왔다. 캐릭터형 가면의 인과적 연결은 예능프로그램의 표현 특성 중 동질성과 연결되며 이는 친숙하며 복고적이면서 서사적 표현으로 나타나고 있다. 셋째, 사물형 가면 중 패션 스토리텔링의 표현 특성의 은유, 희화가 발견되는 디자인은 예능 프로그램의 표현 특성 중 유희성으로 연결되며 이는 친숙하며 희화적인 표현 효과가 나타났으며, 환상은 예능 프로그램의 혁신성으로 연결되며 이는 참신하며 서사적으로 표현됨을 알 수 있다. 인과적 연결로 나타난 특성은 동질성으로 정리될 수 있으며 이는 친숙하며 복고적이면서 서사적 표현으로 정리되었다. 넷째, 계절을 모티브로한 계절형 가면은 의인화를 통한 은유, 환상, 인과적 연결로 표현되고 이는 유희성, 혁신성, 동질성으로 연결되며 친화적이고 희화적이면서, 참신하고 서사적인 표현 효과를 가져왔다. 다섯째, 동물형 가면은 희화와 인과적 연결을 통한 스토리텔링의 표현 특성을 나타냈으며 이는 친숙하고 희화적이면서 서사적으로 표현됨을 알 수 있다. 『복면가왕』 프로그램에 나타난 가면 디자인은 패션 스토리텔링과 예능 프로그램의 표현 특성의 밀접한 관련성을 가짐으로써 방송 스토리를 구성하는 출연자의 캐릭터에 시청자들의 몰입을 유발하는 큰 역할을 하였다. 따라서 예능 프로그램의 가면 디자인이 대중들의 감성을 자극하여 재미를 유발하고 여가를 즐기게 하는 엔터테인먼트의 중요 요소임이 확인됨으로써 방송 스토리 표현 방법으로써의 후속 연구가 기대된다.

References

- Choi, N. H., & Lim, A. Y. (2011). The roles of character's functionality and character's attractiveness on emotional response of spectators. *Journal of Industrial Economics and Business*, 24(1), 539-574.
- Daum Dictionary. (n.d.). 혁신성 [Innovation]. *Daum Dictionary*. Retrieved May 27, 2018, from http://dic.daum.net/search.do?q=%ED%98%81%EC%8B%A0%EC%84%B1&dic=kor&search_first=Y
- Ha, D. H. (2010, June 21). 2010년 VOUGE 7월호 무한도전 / 6월19일 무한도전 달력특집 방송 [2010 Vogue July Issue Mu-Han-Do-Jeon / June 19 Mu-Han-Do-Jeon Calendar special broadcast]. *Daum Blog*. Retrieved May 27, 2018, from <http://blog.daum.net/tainrai/1066836>
- Han, J., & Chung, K. Y. (2015). A comparative analysis of masks adapting design in art and fashion. *Journal of Korean Society of Design Science*, 28(1), 113-130. doi:10.15187/adr.2015.02.113.1.113
- Hong, Y. J., & Kim, Y. I. (2013). Study on the digital storytelling types and characteristics of fashion designer brands. *Journal of the Korean Society of Costume*, 63(8), 43-57.
- Jang, G. S. (2016). Study on storytelling strategy of "King of Mask Singer". *Culture Art Contents*, (17), 147-181.
- Jo, H. J. (2018, March 17). '개그콘서트' 김준호, 요다로 완벽 변신...녹화장 초토화 ['Gag Concert' Kim Joon Ho perfect transformation into Yoda...recorded location is devastated]. *YTN*. Retrieved May 27, 2018, from http://www.ytn.co.kr/_sn/0117_201803171424446958
- Kang, J. W. (2015). A study on of TV entertainment program planning direction as retro culture contents. *The Journal of Culture Contents*, (6), 283-330.
- Kim, J. E., & Lee, J. J. (2004). A study on play as Kidult expressed on contemporary. *The Korea Society of Fashion Design*, 4(1), 85-99.
- Kim, J. S. (2008). Culture and entertainment, as the way to touch customer heart. *CERI Entertainment Review*, 10(-), 121-131.
- Kim, K. S., & Kim, H. S. (2013). Storytelling strategy of visual-image contents base on rhetoric metaphors. *Journal of Digital Contents Society*, 14(4), 481-491. doi:10.9728/dcs.2013.14.4.481
- Kim, S. K. (2016). *An analysis of storytelling in television program: tvN's <Grandpas over Flowers>*. Unpublished master's thesis, Kyung Hee University, Seoul.
- Kim, S. H. (2008). A study on the format and storytelling of entertainment program: Focusing on the format & contents of 『The Mureupark-Dosa』 of MBC. *Culture Art contents*, 2(-), 91-113.
- Kim, S. J. (2015, August). 미스터리 음악쇼 <복면가왕>에 나타난 '재미'와 '감동'의 페르소나 [Persona of 'fun' and 'touching' in mystery music show <King of Mask Singer>]. *Broadcasting Trend & Insight*, 8(2), 49-58.
- Kim, Y. M. (2008). Study on structure of storytelling in TV reality show program format. *Culture Art Contents*, (2), 115-139.
- Kim, Y. H. (2014). *A study on the storytelling for TV real variety show programs: Focused on <Infinite Challenge>, <1 night 2 days>, <Man's qualification>*. Unpublished doctoral dissertation, Kyung Hee University, Seoul.
- K-pop Huntress. (2013, May 2). G-Dragon 2013 World Tour: One of a Kind in Malaysia. *K-pop Huntress*. Retrieved May 27, 2018, from <http://mykpophuntress.com/2013/05/02/g-dragon-2013-world-tour-one-of-a-kind-in-malaysia>
- Lee, C. W., & Kim, J. H. (2015). The change of content diversity in prime-time TV entertainment programs (2004-2013): The analysis of program formats, subject matters and cast members. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 59(3), 265-299.
- Lee, J. S., Lee, M. Y., Yeon, B. Y., & Kim, K. M. (2012). The mediating role of flow experience in survival audition program viewing. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 26(2), 167-204.
- Lee, M. S. (2014). A study on a creative fashion design methodology using storytelling: Focusing on 'Misu à Barbe' collections. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 14(4), 35-45.
- Lee, S. H. (2015, August 26). 투아이즈, 재킷부터 가사까지 '말괄량이 삤삤' 통일 콘셉트로 컴백 [2EYES, from jacket to 'Pippi' comeback as a unified concept]. *ZNNITH NEWS*. Retrieved May 27, 2018, from <http://www.zenithnews.com/news/articleView.html?idxno=13143>
- Lee, Y. S., & Kim, S. N. (2016). A study on non-verbal expressions for the realization of narrative visualization: Focusing on a 3D cat character, "Puss". *Journal of Korea Multimedia Society*, 19(3), 659-672.
- MBC. (2016, September 18). 반갑습니다라귀 정체 공개 [Nice to meet you squirrel identity disclosure]. *MBC*. Retrieved May 27, 2018, from http://www.imbc.com/broad/tv/ent/sundaynight/common_page/clip/index.html?list_id=6591221
- Miller, R. (2013, July 4). Maison Martin Margiela Haute Couture Fall 2013. *Popsugar*. Retrieved May 27, 2018, from <https://www.popsugar.com.au/tag/Maison-Margiela-Runway-13-Haute-Couture-Fashion-Week-30926992>
- Nam, Y. J. (2016). The innovative design idea in Anrealage fashion. *Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art*, 17(6), 187-199.
- Naver TV. (2015a, May 24). 4대 복면가왕 '화생방식 클레오파트라'의 결승 무대! [The forth kings 'Cleopatra in CBR room' final stage!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/400927>
- Naver TV. (2015b, July 12). '7월의 크리스마스'와 '한 여름

- 밤의 치맥파티'의 대결! ['July christmas' and 'summer night chimak party' battle!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/451746>
- Naver TV. (2015c, October 11). '잘 터져요 와이파이'의 정체 공개! ['Well pops WiFi' identity disclosure!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/562324>
- Naver TV. (2016a, January 17). '파리잡는 파리넬리'의 가왕 후보전 ['Farinelli catching the fly' the king of singer candidate round]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/698679>
- Naver TV. (2016b, February 14). '작년에 왔던 각설이'의 3라운드 무대! - 오늘은 가지마 [The third round of 'last year's begger'! - do not go today]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/740538>
- Naver TV. (2016c, February 28). '감기조심하세요 성냥팔이 소녀'의 3라운드 무대 [The third round 'be careful of cold, the little match girl']. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/765762>
- Naver TV. (2016d, February 28). '과묵한 번개맨'의 3라운드 무대! [The third round of 'lightning man without words'!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/765737>
- Naver TV. (2016e, June 5). '하면 된다 백수탈출'의 3라운드 무대! [The third round of 'you can do it, escape jobless'!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/914776>
- Naver TV. (2016f, June 26). '인공지능 찌빠' vs '아름다운 밤이예요 오스카'의 듀엣곡! ['AI Chippa' vs 'beautiful night Oscar' duet song!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/951654>
- Naver TV. (2016g, July 3). '그 음악은 제발 들지 마세요 DJ' vs '신명난다 에헤라디오'의 듀엣곡 ['Don't play the song, DJ' vs 'get excited, Eheradio' duet song]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1030295>
- Naver TV. (2016h, September 4). '문학소녀'와 '가을향기'의 불붙은 '동물 흉내 대결'! ['Literary girl' and 'autumn scent' battle enthusiastic 'animal imitation confrontation'!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1093058>
- Naver TV. (2016i, September 11). '신명난다 에헤라디오'의 가왕 방어전! ['Get excited, Eheradio' the king of singer defense round]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1105898>
- Naver TV. (2016j, September 16). 음악대장 [Music cap]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1113396>
- Naver TV. (2016k, December 25). '지방방위대 디저트맨' vs '기쁘다 트리 오셨네'의 듀엣곡! ['I'm glad you're here, tree' vs 'local guards dessert man' duet song!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1330415>
- Naver TV. (2017a, February 19). 복면가왕 알리 [King of mask singer ali]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1459182>
- Naver TV. (2017b, March 19). '2017 미스코리아 진~달래' vs '옷도 노래 취미도 노래 나는야 개나리' 듀엣곡 ['2017 miss Korea azalea' vs 'it is yellow clothes, hobby is also a song. I'm a forsythia' duet song]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1529887>
- Naver TV. (2017c, March 19). '장화신고 노래할고양'의 3라운드 무대! [The third round of 'a singing cat in boots'!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1529699>
- Naver TV. (2017d, May 14). 복면가왕 양광 & 황승언 [King of mask singer Onion & Hwang Seung Un]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1677932>
- Naver TV. (2017e, July 16). '아기해마'의 3라운드 무대! [The third round of 'baby hippocampus'!]. *Naver TV*. Retrieved May 27, 2018, from <https://tv.naver.com/v/1864312>
- Oh, B. K. (2006). The entertainment attributes for information design. *Design Convergence Study*, 5(2), 59-70.
- Park, S. H., & Chung, K. H. (2015). Effects of consumer innovativeness on review intention and recommend intention by mediating of trust and playfulness: Focused on TV cooking show. *Korea Research Academy of Distribution and Management Review*, 18(6), 93-103.
- Park, W. K., & Song, J. K. (2009). A study on the emotional identification in TV drama viewing: Relationships among homophily, viewing motives, and viewing satisfaction. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 23(3), 233-275.
- SHINee 'The First' Album. (2011, December 21). *Minyoo*. Retrieved May 27, 2018, from <http://minyoo.blogspot.kr/2011/12/pictures-shinee-first-album-scan-8p.html#/2011/12/pictures-shinee-first-album-scan-8p.html>
- SHOWstudio. (2009, March 4). SHOWstudio: Gareth Pugh Autumn/Winter 2009 by Ruth Hogben. *Youtube*. Retrieved May 27, 2018, from https://www.youtube.com/watch?v=5C_LMYdKzWY
- Son, J. H. (2014). A study of space planning process in stereoscopic 3D for narrative immersion. *Journal of the Korea Contents Association*, 14(3), 94-102. doi:10.5392/JKCA.2014.14.03.094
- The Awesomer. (n.d.). Halloween Ski Masks. *The Awesomer*. Retrieved May 27, 2018, from <https://theawesomer.com/halloween-ski-masks/68797>
- Thom Browne. (n.d.). *Pinterest*. Retrieved May 27, 2018, from <https://www.pinterest.co.kr/jmxxx/thom-browne>
- Topshop blog. (2016, October 4). Karl Lagerfeld's Best Chanel Catwalk Sets Ever. *Topshop blog*. Retrieved May 27, 2018, from <https://www.topshop.com/blog/2016/10/karl-lagerfelds-best-chanel-catwalk-sets-ever>

2016 Survey on National Leisure Activity. (2016, December).

KOREA.KR. Retrieved May 27, 2018, from file:///C:/Users/user/Downloads/2016_%EA%B5%AD%EB%AF%BC%EC%97%AC%EA%B0%80%ED%99%9C%EB%8F%99%EC%A1%B0%EC%82%AC679.pdf

방송법 시행령 [Enforcement Decree of Broadcast Act].

(2014, February 5). *National Law Information Center*. Retrieved May 27, 2018, from <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=150882#0000>.

A Study on Story Expressional Characteristics of the Mask Design for Entertainment Program 『King of Mask Singer』

Kam, Seon Ju • Yoo, Young Sun⁺

Doctoral course, Dept. of Clothing and Textiles, Kyung Hee University

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Kyung Hee University⁺

Abstract

It is necessary to study how to express elements constituting contents in order to make competitive entertainment programs. The purpose of this study is to examine the story expressional characteristics of mask design for a television entertainment program. In this study, we collected 553 mask designs in 『King of Mask Singer』 program from April 2015 to December 2017. The results of the study are as follows. According to the theme of mask design of 『King of Mask Singer』, it was classified into human type masks, character type masks, object type masks, season type masks and animal type masks. First, ‘human type masks’ grasp the characteristics expressed by metaphor, parody, comic, conflict, fantasy and causal connection as a story expression of design. There is a familiar, funny, new and narrative expression effect. Second, ‘character type masks’ show playfulness through parody and humor, which has a familiar and funny effect. Causal connections are linked to homogeneity, which is familiar, retro, and narrative. Third, ‘object type masks’ have familiar, funny expression effects, narrative and retro expression effects. Fourth, ‘season type masks’ are represented by metaphor, fantasy, and causal connections, which leads to playfulness, innovation, homogeneity. It has a new and narrative expression effect. Fifth, ‘animal type masks’ show the characteristics of expressing storytelling through funny and causal connection. It has a familiar, funny and narrative expression effect. The mask design shown in the 『King of Mask Singer』 has a close relationship with fashion as a storytelling which provides it with its expressive characteristics.

Key words : mask design, entertainment program, storytelling, fashion storytelling