

일본만화의 이야기구조와 미디어적 속성

-〈심야식당〉을 중심으로-

Story Structure & Media Traits of Japanese Comic Book -focusing on Shinyashokudo-

홍경수

순천향대학교 공연영상미디어학부 미디어콘텐츠전공

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

요약

<심야식당>은 서부영화와는 다른 이야기구조를 가지고 있으며 ‘새로운 인물의 등장->주변의 관심->추억의 음식주문->마스터와의 대화->음식의 효과->행방 묘연->결론’의 구조를 갖는다는 것을 발견했다. <심야식당>에는 여러 가지 미디어적 속성들로 가득 차 있다. 마스터는 샤먼으로서 사람들을 이어주고 연결해주며 음식으로 위로를 건넨다. 또한, 음식의 맛을 전달하는 매체가 아니라 추억을 전달하는 매체라는 점에서 음식은 본연의 메시지를 탈메시지화하고 새로운 메시지를 탈취한다. 이런 점에서 음식을 미디어로 볼 수 있다. 또한, 식당이라는 장소 역시 다양한 미디어이벤트가 펼쳐지고, 풍문의 수사학이 유통되는 공론장의 역할을 함을 확인할 수 있었다. 음식이 우리의 감각을 깨달시켜주며 감각비율을 새롭게 재조정한다는 측면에서 맛사지로서의 역할도 수행한다고 할 수 있다. 이런 점에서 <심야식당>의 미디어적 속성은 마살 맥루한의 미디어이론에 잘 부합된다고 할 수 있다.

■ 중심어 : 이야기구조 | 전지적 시점 | 미디어 이벤트 | 이야기 구조 | 미디어적 속성 | 캐릭터분석 |

Abstract

Comic book<shinya shokudo> has a different story structure from western movies, i.e. New Character->reaction->food->master mediation->effect of food->disappearance ->conclusion. Comic book<shinya shokudo> is full of media traits. The master is like a shaman, who console people with food of memory. Food also is a media, which carries message of memory instead of savor itself. Restaurant is a media, in which many events occur and rhetoric of rumor pervade. Foods of memory massage our feeling sense, like a media. In conclusion, comic book<shinya shokudo> has a analogous role to that of Marshal McLuhan's Media theory.

■ keyword : | Story Structure | Omniscient Viewpoint | Media Event | Story Structure | Media Traits | Character Analysis |

I. 서론

한국 내 일본만화의 인기가 식을 줄 모른다. 최근에는 음식에 대한 관심과 더불어 음식과 관련된 훈훈한

인정을 담은 만화 <심야식당>의 인기가 높다. <심야식당>은 일본에서 만화잡지에 연재된 것을 만화책으로 엮어내고, 다시 이를 드라마화한 원소스 멀티유즈(one source multi use)콘텐츠다. 한국에는 2008년 번역된 만

화책으로 소개되었고, 2009년 일본 TBS에서 드라마로 만든 동영상을 인터넷에서 다시 볼 수 있게 되며 인기가 높아졌다. 2010년 7월에는 아시아드라마 전문채널 AsiaN HD에서 한국 내 첫 방송을 시작했다. 심지어 KBS에는 동명의 라디오 프로그램이 방송 중이다. 라디오 프로그램을 기획한 피디는 음식 대신 음악으로 청취자를 대접한다. 한국에서의 <심야식당>에 대한 인기의 원인으로 '이성의 부딪힘에 지쳐 어디론가 돌아가고플 때 <심야식당>은 죽음과 같은 평온함, 유리된 일상들의 비루한 소소함, 존재 자체로 건네는 따뜻한 위무'가 손꼽히고 있다[1]. 그냥 잠들지 못하는 비루한 인생들의 삶에 대한 회한이 잘 드러나 있고, 이를 소박한 음식으로 위로하는 과정이 생생하게 묘사되었다는 것이다. 만화의 내용뿐만 아니라 만화 내 캐릭터의 의사소통구조도 <심야식당>의 인기에 영향을 미치지 않는까라는 의문에서 출발하여, 이야기 구조와 미디어적 속성에 초점을 맞추어 분석하고자 한다.

II. 연구문제, 연구방법 및 이론적 배경

1. 연구문제

<심야식당>의 이야기 흐름의 양상을 파악함으로써 서사구조를 분석한다. 채트먼(Chatman)은 서사를 이야기(Story)와 담화(Discourse)로 나누고, 이야기를 사건들과 존재물들로 다시 구분한다. 사건적 요소에는 행위와 돌발사가 포함된다. 이야기는 텍스트에 의해 명백히 제시되거나 추론된 모든 사건을 연대기 순으로 정리한 것이다. 이야기에서 존재물들은 등장인물과 배경으로 나뉜다. 표현의 국면으로서 담화는 두 가지 측면으로 나눌 수 있다. 서사적 전달구조와 서사적 발현이다. 서사적 전달구조는 화자의 목소리나 시점 또는 시간과 관계있으며, 서사적 발현은 영상, 편집 등이다[2]. 본 연구에서는 서사의 두 가지 요소 중 이야기에 초점을 맞춰 이야기구조를 파악하기로 한다.

연구문제Ⅰ : <심야식당>의 이야기 구조는 어떠한가?

연구문제Ⅱ : 미디어적 속성은 무엇이며 전개양상은

어떠한가?

2. 연구방법

일본어판 만화 원작 1권을 텍스트로 하여 내용분석방법을 사용했다[3]. 만화의 1권은 전체 만화의 성격이나 내용을 대표하고 있으며, 만화의 정수가 가장 잘 드러나기 때문에 대표성은 충분하다고 본다. 내용분석은 사람들 간의 의사소통을 분석하는데 특별히 유용한 방법으로서, “누가, 무엇을, 누구에게, 무슨 이유로, 어떤 방법으로, 어떤 효과를 노리고 말하는가?” 하는 문제에 대한 해답을 주는 방법으로, 만화책의 주제, 소재, 이야기 흐름 등을 분석단위로 사용한다[4]. 내용분석방법과 함께 문헌연구를 통해 만화의 미디어적 속성을 분석했다.

3. 이론적 배경

미디어이론 중 가장 대표적이며 큰 영향력을 미치고 있는 것은 마셜 맥루한(Herbert Marshall McLuhan)의 이론이다. 그는 [구텐베르크 은하계] (1962), [미디어의 이해] (1964), [미디어는 맛사지다] (1967)라는 책을 통해 자신만의 특유한 미디어 이론을 전개했다. 그의 주장에 의하면 미디어는 인간의 확장이며, 미디어가 메시지라는 것이다. 바퀴가 발의 연장이고, 옷이 피부의 연장인 것과 마찬가지로, 텔레비전은 눈, 라디오는 귀의 확장으로 보았다. 미디어를 신체의 확장으로 인식한 그는 메시지보다 미디어가 더 중요하다는 이론 즉, ‘미디어는 메시지다’라는 주장을 펼친다. 발신자-메시지-채널-수신자-효과라는 라스웰의 커뮤니케이션 모델에서 본다면, 미디어인 채널과 여기에 담기는 내용으로서의 메시지가 구분되어 있는데 그는 ‘미디어=메시지’라는 과격한 주장을 펼쳤다. 더 나아가 그는 미디어의 활용이 인간의 신체감각의 비율뿐만 아니라 사회 내의 미디어 사이의 배분비율을 조정한다는 의미에서 ‘미디어=맛사지’라는 주장을 쿠엔틴 피오르와 함께 펼치기도 했다[5]. 물론 그의 수사학적 주장은 너무 과도하다는 비판과 함께 기술결정론이라는 비난을 받지만, 그의 앞서 가는 미디어론의 통찰은 뉴미디어 시대가 한창인 지금에도 유효하다.

III. 분석결과

1. <심야식당>의 이야기 구조

만화 각 권에는 14개 안팎의 에피소드가 있고, 만화 광고 문구는 “배를 채워주고, 마음을 채워주고, 모두 웃는 얼굴로 돌아오는 길모퉁이 치유의 장소”로 만화의 취지를 설명하고 있다. 일본만화의 큰 흐름 중 하나인 음식 만화의 한 유형으로, 치열한 요리대결과는 달리 훈훈한 인정을 강조하고 있다. 일본 음식만화의 유형은 일반적으로 다음과 같이 분류되고 있다[6]. 1. 치열한 요리대결 2. 훈훈한 인정 3. 요리와 에로스 4. 남자의 애수의 맛 5. 음식 판타지 6. 미식의 역사 7. 스위츠(단 과자 및 디저트류). 다른 만화와는 달리 <심야식당>은 인정이 주된 소재인 셈이다. 음식에서 중요한 것은 식재료이기도 하지만(맛의 달인, 초밥왕 같은 치열한 요리대결), 누구랑 함께 먹느냐 하는 환경도 중요하다. 신주쿠 환락가의 이면도로에 자리 잡고 밤 12시에 열고 아침 7시엔 문을 닫는 독특한 무대와 심야에 활동하는 다양한 주변부 사람들의 일화는 말 그대로 마음을 따뜻하게 치유한다.

1.1 이야기구조 분석

1권에는 총 14개의 에피소드가 담겨 있다. 비엔나소시지, 어젯밤의 카레, 고양이밥, 간장과 소스, 소고기 무조림, 낫또, 구운 김, 명란젓, 가즈돈, 나폴리, 감자샐러드, 오이절임, 수박, 라면이 소재로 등장한다. 각 에피소드에는 음식의 추억을 가진 사람들이 등장하고 음식과 사람과의 연관이 이어진다. 첫 번째 이야기 ‘붉은 비엔나소시지’는 이렇게 시작한다. 조폭임을 연상케 하는 주인공 류가 불량스러운 남자와 등장, 이상한 고급요리를 주문하며 간죽거린다. 류는 비엔나소시지 볶음을 주문한다. 불량스러운 남자도 만족한다. 주변의 게이바를 운영하는 고스즈는 추억의 맛이라며 자신이 먹고 있던 계란말이와 비엔나소시지를 교환한다. 그 후 고스즈는 류를 기다리고, 한동안 오지 않는 류가 폭행사건에 연루되었음을 텔레비전을 통해 알게 된다. 마스터는 비엔나소시지와 계란말이 도시락을 준비한다. 류와 고스즈가 병원에서 도시락을 먹으며 흐뭇해하는 것으로 이야

기는 끝난다. 물론 해피엔딩이 아니라 의외의 반전으로 끝나는 경우도 있지만, 대부분의 이야기구조는 다음의 형식을 띤다. 새로운 인물의 등장->주변의 관심->추억의 음식주문->마스터와의 대화->음식의 효과->행방 묘연->결론. 서부영화가 ‘주인공의 등장-> 주변의 관심-> 문제 직면 -> 문제 해결-> 떠남’의 이야기구조를 갖는 것이 일반적인데 비해[7], <심야식당>은 매번 새로운 인물이 등장하고 그가 사라지지만, 마스터는 계속 모든 상황을 관조하며, 인물의 동정을 꿰뚫고 있다. 그는 식당 안에만 있지만, 주변인물들이나 텔레비전 혹은 신문의 도움으로 대부분의 일을 파악한다. 모든 정보는 마스터를 통해 유통되고, 마스터는 이 정보를 통해 사람들을 연결해준다.

얼굴에 상처가 있는 마스터, 조폭 류, 게이바의 고스즈 모두 범상치 않은 삶을 사는 아웃사이더이다. 하지만 이들에게 공통된 추억이 있다. 도시락 반찬으로 소시지볶음과 계란말이를 싸가서 먹었던 학창시절의 순수함과 우정에 대한 기억이 있다. 추억의 음식을 먹고 서로 더 친밀해진다. 따라서 <심야식당>의 이야기는 현재->과거->더 나은 현재라는 시공간을 이동한다. 이러한 공간이동을 가능하게 하는 것이 바로 음식이다. 음식은 뭔가 부족하고 불만스런 현재와 더 나은 현재를 연결하는 매개체인 셈이다[표 1].

표 1. <심야식당> 1화의 이야기구조

제 1화의 이야기	이야기구조
류의 등장	인물의 등장
게이바 사장 고스즈의 관심	주변의 관심
비엔나소시지 주문	추억의 음식
마스터의 요리대접 및 의사소통	마스터의 매개
나눠먹는 류와 고스즈	추억의 음식의 효과
사고당한 류	행방 묘연
비엔나소시지와 계란말이 도시락을 먹는 고스즈와 류	결론(행복해진 두 사람)

1.2 시공간의 변화

만화에서 식당은 현실세계와는 동떨어져 있는 곳이다. 식당이 문을 여는 시간은 자정에서 아침 7시까지.

자정은 하루의 죽음을 알리는 시간이다. 하루의 시작이 오전 9시가 아니라 자정인 건, 삶이 죽음에서 기원해 죽음으로 돌아가는 찰나의 순간임을 암시한다는 점에 닿아 있다[8]. 이곳에도 작은 다름은 있지만, 세상의 모순은 반영되지 않는다. 돈이 없으면 그냥 먹을 수도 있고, 잔돈이 없으면 외상으로 달아도 되며, 틈틈이 서비스가 제공된다. 하루 동안 각박한 삶을 살아온 사람들을 위로하는 장소다. 그럼에도, 이곳은 세상의 온갖 풍문들이 거쳐 가는 곳이며, 고달픈 삶의 무늬가 담기는 곳이기도 하다. 이들은 고달픈 현실에서 음식을 통해 추억의 시간으로 이동하며, 그때 느꼈던 따뜻한 마음으로 위로를 받고, 음식의 연상 작용에 의해 더 나은 현재로 이동하게 된다[표 2].

표 2. 심야식당 1화의 시공간의 변화

아웃사이더로서의 만만하지 않은 삶	현재
우정, 의리, 배려가 있었던 시절	과거
충족되는 현재의 결핍	더 나은 현재, 내일의 시간

2. 〈심야식당〉의 미디어적 속성

2.1 샤먼으로서의 마스터

에피소드의 주인공은 매번 새롭게 등장하지만, 내레이션을 주체는 마스터다. 이야기의 처음과 끝 그리고 중간과정이 모두 그를 통해 진행된다. 미디어는 중개자, 매개자를 뜻하는 것으로 두 사물 사이를 연결해주는 역할을 한다. 예전엔 신 내림을 받은 샤먼, 무당 등이 신과 인간을 연결해주는 미디어였다. 요즘의 미디어는 메시지가나 콘텐츠를 담은 도구로서의 ‘매체’를 뜻한다. 만화에서 마스터는 모든 사람들을 1:1로 대응하는 면대면 커뮤니케이션을 시도한다. 그를 통해 다른 사람들이 연결된다.

주인공 마스터는 전지적 시점을 가진 것으로 상정된다. 1권 14화도 주인공 내레이션으로 프롤로그가 시작된다. “개인적인 의견이지만, 사치코(幸子)라는 이름을 가진 사람은 의외로 불행이 잘 어울리는 기분이 드는데, 옛날 노래 탓인지도 모른다.” 주인공은 등장인물과 의사소통을 하고, 다른 주변인들과도 의사소통을 한다.

등장인물과 주변인들이 직접 의사소통을 하는 경우는 그다지 많지 않고, 대화의 내용도 형식적인 경우가 많다. 마스터는 주변의 풍문을 통해서 사람들의 소식을 연결해주고, 사람들의 후일담을 전하기도 한다. 마스터는 작가의 분신인 셈이고, 전지적 작가 시점과 유사하다. 간혹 음식으로 두 사람이 이어지는 경우가 생기는데, 이때도 두 사람은 마스터를 통해서 서로 속마음을 확인하거나 주고받는다. 마스터는 사람을 중개해주는 샤먼인 셈이다.

<심야식당>에는 항상 들르는 단골들이 있다. 주변인이라 할 수 있는 이들은 열심히 새로운 등장인물에 대한 정보를 유포하거나, 맛장구를 치는 역할을 한다. 베렐슨(B. Berelson)이라는 학자는 신문이 나오지 않은 기간 동안 사람들이 가장 아쉬워하는 것이 무엇인지 조사해보았다. 조사 결과 사람들이 아쉬워하는 점은 정보보다는 주위 세상이 어떻게 돌아가는지를 알 수 없는 것이었다. 그는 “what missing the newspaper means?”라는 논문에서 미디어는 정보를 전달하는 이상의 가치, 즉 주변세상이 어떻게 돌아가는지 알려주는 기능을 가지고 있다는 것을 밝혔다. 세상이 어떻게 돌아가는지 분위기를 파악하고, 다른 사람들은 어떻게 살고 있나 살펴보기 위해 미디어에 접속하는 경우도 많다. 오래 전 천동 번개 지진 등 자연재해가 일어날 때 사람들은 하늘의 뜻을 알고 있다고 여긴 샤먼을 찾아가 앞으로의 일을 가늠했다. 현대인은 무슨 일이 일어나고 있고, 어떻게 행동해야 하는지 알고 싶을 때 샤먼 대신 미디어를 찾는다. 미디어가 현대적 의미의 샤먼인 셈이다. 사람들이 식당에 꾸준히 들르는 이유는 음식을 먹고 싶다기보다는 큰 세상으로부터 도피하여 작은 세상이 어떻게 돌아가는 지 파악하기 위한 것이라고 볼 수 있다. 단골인 주변인들은 본인의 문제를 직접 의뢰하지도 않고, 직접적으로 충고하지도 않는다. 등장인물의 이야기에 귀 기울이며, 맛장구쳐주고, 풍문을 전달하는 역할을 수행한다. 이들도 모두 문제를 가지고 있으며, 주변 사람들의 이야기를 듣고 음식을 함께 먹으며 주변을 파악하는 것이다.

그런 점에서 <심야식당>은 MBC 황금어장의 한 코너 <무릎팍 도사>와 흡사한 캐릭터 구조를 가졌다. 강

호동이 부채도사로 등장하고 두 명의 주변인이 이야기를 듣고 맛장구쳐주며, 의뢰인은 자신의 고민을 털어놓고 위로받는다[표 3].

표 3. 심야식당과 무릎팍 도사의 캐릭터의 유사성

심야식당 캐릭터	캐릭터의 역할	무릎팍 도사 캐릭터
마스터	사면	강호동
새로운 등장인물	의뢰인	게스트
주변인(오차츠키시스터 등)	청중, 정보유도, 대화의 상대	유세윤, 우승민

2.2 미디어로서의 음식

<심야식당>에서 의아하게 생각되는 것은 음식의 요리과정과 음식을 먹는 사람이 음식의 맛에 대해 설명하는 묘사가 많이 생략되어 있다는 것이다. 일본 음식문화의 특징 중의 하나는 궁극의 맛에 대한 집착이다. 물론 훈훈한 인정을 강조하다 보니, 이런 과정이 생략되었을 것이다. <심야식당>에서 음식은 맛을 전하는 미디어가 아니라, 추억을 전달한다. 여기서 음식은 미디어이고 추억이 메시지다. 물론 맛있어서 많이 먹는 이야기도 없지 않지만, 음식은 맛보다는 추억이라는 이름이 더 강조된다. 따라서 ‘미디어가 메시지’라는 맥루한의 발언을 적용하여, ‘미디어:메시지=음식:추억’이라는 등식이 성립하게 된다. “미디어의 ‘내용’이란 실제로는 정신의 집을 지키는 개의 주의를 끌기 위해 강도가 손에 들고 있는, 피가 푹푹 떨어지는 살코기와 같은 것이다 [9].”

도둑이 집 지키는 개를 꼬드기기 위해 피가 푹푹 떨어지는 생고기를 미끼로 주듯이, 메시지는 그저 미끼일 뿐이고, 정말 중요한 것은 도둑이고, 도둑은 바로 미디어라는 것이다. TV의 다양한 프로그램도 결국 TV라는 미디어의 메시지를 전달하기 위한 미끼일 뿐이라는 것이다. 그래서 중요한 것은 미디어다. <심야식당>에서 음식은 미디어이고, 추억은 메시지이며, 정작 맛은 탈메시지화되었다. 맛의 메시지를 탈취하는 추억은 음식이라는 미디어의 진짜 메시지이다.

표 4. 미디어로서의 음식의 메시지관계

음식	맛	추억
미디어	탈 메시지	메시지

2.3 미디어로서의 식당

미디어에 대한 좋은 비유 중 하나는 미디어가 현실을 비추는 거울이라는 것이다. 좋은 거울은 현실을 있는 그대로 비추겠지만 왜곡된 거울은 현실을 비틀어서 보여준다. 거울이라는 비유와 관련된 중요한 논쟁은 미디어가 현실을 반영하는 것일까, 아니면 현실을 구성하는 것일까 하는 것이다. 미디어는 사건의 수많은 측면 중에 아주 일부분만 선택할 수밖에 없어서 현실을 있는 그대로 100% 재현할 수 없다. <심야식당>이라는 시공간은 세상을 그대로 반영하기도 하지만 반면에 세상을 다시 구성(construct)하기도 한다. <심야식당>은 일본이라는 세상에서 보면 작은 공간에 지나지 않고, 심야에만 열었다가 아침에는 문을 닫는다. 여기에서 반영하는 세상은 아주 작으며, 주변부 삶에 초점이 맞춰져 있다. <심야식당>은 다른 식당이 맞이해주지 않는 시간과 공간에서 자신의 소임을 다한다. <심야식당>이 담아내는 세상의 풍경은 완전한 풍경은 아니지만, 현실을 반영하면서 새로운 현실을 만들어가는 미디어의 현상이다.

2.3.1 미디어 이벤트의 공간

세상을 비추는 공간으로서의 심야식당에는 다양한 미디어적 이벤트가 발생한다. 이곳은 다양한 사람들이 모여서 마스터와 혹은 자기들끼리 이야기를 주고받는 공론장이며, 끊임없는 인터뷰가 일어난다. 이곳의 마스터는 방송프로그램의 엠시(Master of Ceremony)와 마찬가지로 역할을 한다. 또한, 가수나 연주자는 이곳에서 사람들에게 직접 노래나 연주를 펼치기도 한다(1권 3화 고양이 밥). 왕년의 인기스타들은 이곳에서 자신의 올드팬을 만나 정을 나눈다(11화 감자샐러드). 최근에 MBC의 예능 프로그램 세바퀴에서 퀴즈를 풀고 토크를 나누는 프로그램의 본령과는 달리 출연자들이 자신의 앨범을 곧장 홍보하기 위해 사람들 앞에서 노래하거나 연주를 하는 경우가 흔해졌다. <심야식당>에서 공연을

펼치는 사람들과 토크쇼에서 노래하는 사람은 모두 무대를 만들어 주변 사람과 소통하고자 한다. 이를 가능하게 하는 것이 미디어의 장소로서의 특성이다.

2.3.2 풍문의 공간

장소는 고정되어 있고, 마스터는 전지적 시점을 취하고 있다. 그가 얻을 수 있는 정보는 한정되어 있다. 이를 해소시켜주는 것이 다양한 미디어와 주변인들의 풍문이다. 마스터는 신문, 텔레비전, 잡지 등을 통해 주인공의 동정을 파악하며, 그것도 여의치 않을 때에는 주변인들이 보거나 들은 바를 통해서 사실을 확인한다. 풍문으로 전달된 뉴스는 정확성의 문제가 있음에도, 사실처럼 받아들여지고, 이를 통해 해석이 가해진다. 식당은 여러 풍문들이 유통되는 공간이며, 여기에서 발생한 헤프닝 역시 다른 곳으로 전달되기도 한다. 풍문이라는 장치는 만화작가가 서술의 편의상 상정했다는 것을 유추할 수 있다. 장소를 식당 한곳에 고정해놓은 채 서술을 해야 하는 입장에서 구체적인 사건 현장을 주인공이 모두 다 찾아다닐 수는 없다. 주방에만 갇혀 있어야 하는 마스터가 정보를 취득할 수 있는 손쉬운 방법은 식당에서 신문, 잡지, 텔레비전을 보거나 주변인들로부터 전해 듣는 풍문이다.

2.4 음식은 맛사지다.

맥루한은 미디어가 메시지라는 명제에서 한발 더 나아가, 쿠엔틴 피오르와 함께 쓴 『미디어는 맛사지다』에서 이같이 주장했다. 책에는 다양한 사진들이 과격적으로 편집되어 있고, 글도 색다르게 배열되었다. 『미디어의 이해』에서 주장한 내용을 실제로 책이라는 미디어를 통해 생생하게 보여주고 있다. 엄지로 휴대폰의 문자를 쓰거나, 터치폰을 만지는 우리는 인류역사상 엄지손가락을 가장 왕성하게 사용하는 세대이다. 몇십 년 전만 해도 엄지는 지폐를 세거나 인감도장을 찍을 때 사용했다. 하지만 핸드폰이 도입된 뒤에 우리 몸에서 엄지의 비중이 매우 높아진 것이다. 새로운 기술 혹은 미디어의 등장은 우리 신체의 감각의 비율을 조정하고, 우리 사회의 기술의 비율도 조정한다. 어릴 적 먹었던 감자샐러드나, 삼각김밥(1권 7화)은 사람의 감각을 조

정해서 평생 그 음식에 편중된 감각을 갖게 한다. 이 추억의 음식은 사람을 정화하는 힘이 있고, 힘을 주기도 한다.

또한, 만화에서 주로 보이는 음식의 전염도 미디어적이다. 한 미디어가 사회에 도입되면 그 사회 내의 감각의 비율이 재조정되는 것처럼, 등장인물이 새로운 음식을 시키면 주변 사람들 대부분이 같은 음식을 시키는 감각의 재조정현상이 발생한다. 바로 미디어가 맛사지라고 한 맥루한과 쿠엔틴 피오르의 주장과 합치하는 지점이다.

표 5. 음식과 감각비율변화의 양상

미디어의 개인의 감각비율변화	미디어의 사회 내 감각비율변화
음식에 경도된 맛에 대한 감각	등장인물의 음식에 주변인물도 동화

IV. 결론 및 의의

〈심야식당〉은 서부영화와는 다른 이야기구조를 갖고 있으며 ‘새로운 인물의 등장->주변의 관심->추억의 음식주문->마스터와의 대화->음식의 효과->행방 묘연->결론’의 구조를 갖는다는 것을 발견했다. 주인공 마스터는 모든 상황을 관조하며, 인물의 동정을 꿰뚫고 있고, 주변인물들이나 텔레비전 혹은 신문의 도움으로 대부분의 일을 파악하고 있다. 주인공은 전지적시점에서 이야기를 풀어가고 있다고 할 수 있다.

〈심야식당〉에는 여러 가지 미디어적 속성들로 가득 차 있다. 마스터는 샤먼으로서 사람들을 이어주고 연결 해주며 음식으로 위로를 건넨다. 또한, 음식의 맛을 전달하는 매체가 아니라 추억을 전달하는 매체라는 점에서 음식은 본연의 메시지를 탈메시지화하고 새로운 메시지를 탈취한다. 이런 점에서 음식을 미디어로 볼 수 있다. 또한, 식당이라는 장소 역시 다양한 미디어이벤트가 펼쳐지고, 풍문의 수사학이 유통되는 공론장의 역할을 함을 확인할 수 있었다. 음식이 우리의 감각을 계발시켜주며 감각비율을 새롭게 재조정한다는 측면에서 맛사지로서의 역할도 수행한다고 할 수 있다. 이런 점

에서 <심야식당>의 미디어적 속성은 마살 맥루한의 미디어이론에 잘 부합된다고 할 수 있다.

본 연구에서는 서사분석의 또 하나의 줄기인 담론분석은 시도하지 않고, 이야기구조와 미디어적 속성만을 분석해보았다. 만화에 담긴 공간이 미디어적 성격을 띠고 있으므로 독자와 시청자에게 편안하고 부담 없이 받아들여진 것으로 유추할 수 있다. 만화라는 미디어의 내용 안에 또 다른 미디어 시공간이 펼쳐지고 있는 것이 <심야식당>의 특성이며 인기비결의 하나라고 할 수 있겠다. 앞으로 담론 및 이데올로기 분석이나 한국의 오락프로그램과의 비교연구 등 의미 있는 연구가 시도될 수 있겠다.

이선복스, pp.39

저자 소개

홍 경 수(Kyung-Soo Hong)

정회원



- 1990년 2월 : 고려대 신방과
- 2000년 2월 : 서울대 언론정보학과 석사
- 2008년 2월 : 서울대 언론정보학과 박사 수료
- 2010년 3월 ~ 현재 : 순천향대

공연영상 미디어학부 전임강사

<관심분야> : 방송, 서사분석

참고 문헌

- [1] 이재훈, 존재 자체만으로 우리를 위무하는 '심야식당'. 미디어스 2010
- [2] Chatman, S., Story and Discourse: Narrative structure in fiction and film.
김경수 역, 영화와 소설의 서사구조, 민음사.1978/1999.
- [3] 安倍夜郎, 深夜食堂1. 小學館. 2007.
- [4] Earl Babby, 고성호의 역, 사회조사방법론, 도서출판그린, pp.386. 2002.
- [5] Herbert Marshall McLuhan, 쿠엔틴 피오르. The Medium Is the Massage. 김진홍 역,
미디어는 맛사지다, 커뮤니케이션북스, 1967/2001.
- [6] BRUTUS, 2010 매거진하우스.
- [7] Stuart Voytilla, Myth & the Movies: Discovering the Myth Structure of 50 Unforgettable Films.
스튜어트 보이틸라, 김경식역, 영화와 신화, 을유문화사, 1999/2005
- [8] 이재훈, '존재 자체만으로 우리를 위무하는 심야식당'. 미디어스 2010
- [9] Herbert Marshall McLuhan(1964). Understanding media. 박정규 역(1997) ,미디어의 이해, 커뮤니케