碩士學位論文
指導敎授 趙泰炳

솔 바스의 영화 타이틀 디자인에 관한 연구

A STUDY ON FILM TITLE DESIGN BY SAUL BASS

1998年 2月 日

漢城大學校 藝術大學院
産業디자인學科
視覺디자인專攻
黃 惠 楨

碩 士 學 位 論 文
指導敎授 趙 泰 炳

솔 바스의 영화 타이틀 디자인에 관한 연구

A STUDY ON FILM TITLE DESIGN BY SAUL BASS

이 論文을 美術學 碩士學位論文으로 提出함

1998年 2 月 日

漢城大學校 藝術大學院
産業디자인學科
視覺디자인專攻
黃 惠 楨

黃惠楨의 美術學 碩士學位論文으로 認定함

1998年 2 月 日

審査委員長 _____

審査委員 _____

審査委員 _____

국 문 초 록

영화 타이틀 디자인사에서 직접적이고 사실적인 묘사없이 분절되고 단절된 그래픽들의 움직임만으로 영화를 상징해 낸 〈황금팔을 가진 사나이(The Man With the Golden Arm)〉 에서의 솔 바스(Saul Bass, 1920~1996)의 디자인을 가리켜 진정한 프로로서의 타이틀 디자인이 시작되었고 평가한다. 이러한 솔 바스의 혁신적인 디자인은 그를 타이틀 디자인에서의 혁명가 혹은 개척자로 칭하게 만들었다.

타이틀 디자인의 독자적인 전문 영역을 확보하고 실험적인 발전을 거듭한 솔 바스의 영화 타이틀 디자인을 연구하는 것은 영화와 타이틀 디자인과의 관계를 정리하여 새롭게 자리매김할 수 있는 계기를 제공하고 더욱 발전시키려는 현 상황의 필연적 요구에서 비롯되었고 바람직한 미래의 타이틀 디자인의 방향을 제시하여 그 영역을 확장하고자 하는 것이다.

본 연구에서는 솔 바스의 영화 타이틀 디자인이 성립하게 된 근거를 시대적 및 이론적 고찰을 통하여 살펴 보았으며, 솔 바스의 영화 타이틀 디자인 이외의 다양한 조형활동들을 정리해 봄으로써 그의 근본적인 조형의식에 근접하고자 하였다. 한편, 솔 바스의 영화 타이틀 디자인 개념을 정의하는 것은 영화 타이틀 디자인의 실체를 조명해 보는 것이며, 이것의 실례로써 솔 바스의 타이틀 디자인을 상징성, 단순성, 유머, 구조성, 연결성, 대조성 등의 여섯 가지로 파악하여 그 특징을 분석하였다.

결과적으로 볼 때, 스크린 매체의 그래픽으로서 그 중추적 기능을 발휘하는 오늘날의 영화 타이틀 디자인은 솔 바스의 확장된 사고와 실험적 시도 그리고

그의 작품들에 의해 이루어진 것이다. 영화 타이틀 디자인사에서 그가 갖는 의의는 타이틀 디자인의 표현 방법 및 범위를 확대시키고 심화시켜서 독립적인 전문영역으로서 그 위치를 재정립 하였다는 데 가치를 가지며 기술의 발달에 따른 메카니즘적 영역 확장과 더불어 지각 영역의 확장은 물론 더욱 더 나아가 의식의 확장까지 이끌었다는 것이다. 따라서 영화 타이틀 디자인사에서 그의 역할은 빼놓을 수 없는 가치를 가지고 있음을 확인하였다.

목 차

국문초록

Ⅰ. 서론

1. 연구목적 4
2. 연구방법 및 범위 4

Ⅱ. 영화 타이틀 디자인의 시대적 고찰

1. 스튜디오 시대의 타이틀 디자인 8
2. 스튜디오 시대의 와해 후 타이틀 디자인 11

Ⅲ. 솔 바스

1. 조형활동 14
2. 영화 타이틀 디자인의 이론적 고찰 18
   (1) 이론적 배경 18
      1) 국제적 타이포그래픽 양식 18
      2) 기오르기 케페스의 「시각언어」 20
   (2) 영화 타이틀 디자인 철학 22

Ⅳ. 솔 바스의 영화 타이틀 디자인 특성 분석

1. 상징성 28
2. 단순성 37
3. 유머 40
4. 구조성 47
5. 연결성 50
6. 대조성 50

V. 결론

그림 60

참고문헌 112

Abstract 116

그 림 목 차

<그림 1> Casino : 카지노

<그림 2> The Age of Innocence : 순수의 시대

<그림 3> Cape Fear : 케이프 피어

<그림 4> GoodFellas : 좋은 친구들

<그림 5> Doc. Hollywood : 헐리웃 박사

<그림 6> The War of Roses : 장미의 전쟁

<그림 7> The Human Factor : 인간적 요소

<그림 8> That's Entertainment (Part II) : 이것이 연예다. II

<그림 9> The Lady Eve : 레이디 이브

<그림 10> Grand Prix : 그랑프리

<그림 11> Big : 빅

<그림 12> Broadcast News : 브로드캐스트 뉴스

<그림 13> Exodus : 엑소더스

<그림 14> Not with My Wife, You Don't : 내 아내와는 안 돼!

<그림 15> Second : 세컨드

<그림 16> In Harm's Way : 고난의 길

<그림 17> The Cardinal : 추기경

<그림 18> It's a Mad, Mad, Mad, Mad World : 매드매드 대 소동

<그림 19> Nine Hours to Rama : 라마로의 9시간

<그림 20> The Victors : 정복자

<그림 21> Advise and Consent :권고와 동의

<그림 22> Walk on the Wild Side : 무법지대

<그림 23> West Side Story : 웨스트 사이드 스토리

<그림 24> The Facts of Life : 삶의 진실

<그림 25> Ocean's Eleven : 오션 일레븐

<그림 26> Psycho : 사이코

<그림 27> Anatomy of a Murder : 어떤 살인

<그림 28> North by Northwest : 북북서

<그림 29> The Big Country : 빅 컨츄리

<그림 30> Cowboy : 카우보이

<그림 31> Vertigo : 현기증

<그림 32> Saint Joan : 성. 잔다르크

<그림 33> Around the World in 80 days : 80일간의 세계일주

<그림 34> Attack : 돌격!

<그림 35> Carman Jones : 카멘 존스

<그림 36> The Man with the Golden Arm : 황금팔을 가진 사나이

<그림 37> Phase IV : 제 4 단계

<그림 38> The Seven Year Itch : 칠 년만의 외출

I.서론

'정보의 홍수'의 시대인 현대사회에서 어떤 것을 취하고 버릴 것인가에 대한 순간적 갈등을 끊임없이 겪게 된다. 이러한 갈등 속에서 선택에 도움을 주는 것이 커뮤니케이터의 임무이고 현대 사회에서의 커뮤니케이션이란 단순 '전달'의 의미는 물론 시선을 확보하고 관심을 유도하며 기억에 오래 남을 수 있는 생명력까지 포함했을 때 '전달의 기능'을 완수하는 것이다. 타이틀[1]의 우선적 기능이 영화의 내용을 전달해 주는 것이지만 단지 전달만을 위한 크레딧[2]으로 구성된 타이틀 시대는 지났다. 보다 적극적인 방법이 요구되는 시대이다. 크레딧의 기본 요소인 문자와 이미지가 결합하여 관객에게 강하게 호소하며, 영화의 내용이나 취지를 대변해 줄 수 있는 진취적인 타이틀이 필요하다. 좋은 타이틀 디자인[3]은 관객들의 흥미를 유도할 수 있고 그 영화에 대한 전반적인

---

1) 타이틀(title) : 표제, 제목, 직함이라는 의미로 영화에서는 자막이라고도 불렸었지만 지금은 타이틀로 통용되고 있다. 영화나 TV같은 영상매체에서의 타이틀은 크게 오프닝 타이틀 시퀀스(opening title sequence)와 엔딩 타이틀 시퀀스(ending title sequence)로 이루어져있다. 그 외에도 영화 중간에 이해를 돕기 위한 서브 타이틀(sub-title)이 있다. 흔히 오프닝 타이틀 시퀀스는 메인 타이틀(main title)과 그 외의 크레딧(credit)들로 구성되어 영화의 시작을 의미하는 도입부의 기능을 한다. 메인 타이틀은 타이틀 로고(logo)로 영화의 제목을 나타내며 각 고유한 성질을 가진 문자체만으로도 영화의 이미지에 관계한다. 영화 전체에 있어 가장 비중 있는 문자 상징이다. 크레딧이란 영화에 참여한 사람들의 이름을 기입해 놓은 것으로 전개되는 형식은 각 영화마다 다르다. 엔딩 타이틀 시퀀스는 대개 'End'라는 사인으로 시작되며 영화의 끝을 알리는 기능을 한다. 현재 가장 보편적인 크레딧의 전개 방식으로는 오프닝 타이틀 시퀀스에는 제작사와 배급사명, 제작자나 작가, 감독 등의 비중 있는 스텝들 그리고 주요 배우들의 이름정도만 등장하며 나머지 크레딧은 엔딩 타이틀 시퀀스에 등장하는 것이다. 기술의 발달과 더불어 영화라는 매체의 매케니적 기능이 확장됨에 따라 크레딧의 길이도 초기 영화와는 비교도 안될 정도로 늘어났고 점점 늘어나고 있는 추세이다.
2) 크레딧(credit) : 영화에서 제작자, 출처, 제공자 등을 밝히는 것. 크레딧 타이틀이라고도 하며 본문에서는 '크레딧'으로 호칭하는 것을 통일화한다.
3) 타이틀 디자인(title design) : 각주1)에서 설명하고 있는 타이틀에 디자인의 기능을 첨가한 개념을 '타이틀 디자인'이라 명명한다.

분위기를 예상할 수 있게 한다. 요약이나 서사적인 형식으로 전체 스토리를 명확히 나타내며, 뒤에 나타날 어떠한 요소들을 상징적으로 암시하기도 한다. 이러한 목적 아래 스타일화하는 것이 현 시대의 타이틀 디자이너의 임무이다.

동영상의 기본 요소는 프레임(frame)[4]이며 그 프레임은 정지된 영상인 포토그래피(photography)에서 시작하였다. 이것은 빛을 의미하는 'photo'와 그래픽을 의미하는 'graphikos'가 결합된, '빛으로 된 그래픽'에서 출발한 것으로 사진기법을 설명하기 위해 이 말이 사용되었다. 영화의 기원을 사진으로 볼 때 영화는 빛으로 된 그래픽의 발전으로 그 출발부터가 그래픽을 포함하는 것이다. 여기에서 그래픽이란 상(image)에 더 가까운 개념을 의미하는 그래픽이지만 그래픽의 모든 것을 포함하는 것이기도 하다. 이렇게 볼 때 영화와 그래픽은 그 어원부터가 같은 맥락에서 출발된 것이다. 그후 빛과 그래픽의 만남 즉, 포토그래피는 무수한 포토그래퍼들을 통해 발전되어 왔고 그러한 진행은 동영상으로까지 발전하고 그곳에 인간의 희로애락을 표현해 내는 스토리를 첨가하며 다양한 기술적인 발전을 통해 오늘날의 영화에까지 이르게 된다.

초기의 무성영화 시대에는 자막에 의존하였으므로 그래픽이 영화에서 없어서는 안될 주요 요소였다. 그러나 유성영화 시대가 열리면서 영화에서 그래픽의 영역이 점점 줄어들게 되고, 그러한 인식이 굳어지게 됨에 따라 영화와 그래픽을 따로 인지하여 각자 별개의 분야로써 취급하거나 때로는 영화에서의 그래픽이란 영화를 돕기 위한 부수적 요소로 취급되기도 한다. 물론 만약 영화가 사장된다면 자연적으로 영화안의 그래픽 디자인도 사장되기 마련이다. 그러나 솔 바스(Saul Bass, 1920~1996)는 "쏟아지는 무수한 영화들 속에서 구별되어

---

4) 프레임(frame) : 영화에서 가장 짧은 샷으로 영화의 기본 단위이다. 16㎜ 영화의 경우 1초당 24 프레임이 진행된다.
허버트 제틀/최창섭 공역, 「영상미학」, 서강대학교 출판부, 1985, p.274

지는 중요한 차이를 만들어 내는 것이 바로 그래픽이다. 이것은 영화의 흥망성쇠와도 연결된다" 라고 주장하며 영화에서 그래픽 디자인의 위치를 설명한다.

그래픽 디자인의 한 부분으로서 영화의 실체와 가장 직접적이고 밀착된 관계를 가지는 타이틀 디자인은 영화에서 시간적으로는 작은 부분이며 영화를 실제적 참고자료로 삼아 제작되는 특성을 가지지만 독자적인 특성과 고도의 기교가 요구되는 전문 영역으로써 영화와는 독립된 개체로서의 협력 관계를 가진다.

짧은 시간의 타이틀이지만 두 세시간의 영화에서 사용되는 모든 기법들이 다 활용된다. 영화안에서 디자이너들의 역할은 영화의 의미와 기술적인 기법의 이해 그리고 그 실질적 적용을 토대로 하여 그래픽적인 것들이 어떻게 그 영화의 성격과 특성에 긍정적 효과를 이룩할 수 있는 지를 시각적으로 해 내는 것이다. 단지 '부속물'로서의 개념이 아닌 독립적이고 대등한 관계라는 대전제 아래에서 부분을 담당하는 특수 분야인 타이틀 디자인을 마틴 스콜세지(Martin Scorsese)는 '영화 속의 영화 (as a film within a film)'로 간주하기도 한다. 또한, 본질적인 특성과 기능에 따라 순수 예술(fine art)과 실용적 예술(functional art)이라는 차원에서 고려해 볼 때, 대중 예술이라 불리는 영화가 실용적 예술에 가깝다면 타이틀 디자인은 실용적 예술에서 순수 예술 쪽으로 가깝게 갈 수 있는 가능성을 지닌 분야이다. 타이틀이 영화를 대표하는 것이지만 함축적인 방법으로 추상적인 의미를 승화시켜 전달하는 비주얼 커뮤니케이터로서 스크린 매체에서의 그래픽 디자인 작업 중 가장 예술적으로 표현될 수 있는 분야이다. 이것은 또한 타이틀이 영화가 벗어나기 힘든 상업성의 한계에서 자유로울 수 있기 때문에 가능할 것이다.

1. 연구목적

영화와 상호보완적인 관계로써 타이틀 디자인만의 독자적인 전문 영역을 확보하는데 그 바탕을 마련함은 물론 끊임없는 발전을 거듭한 솔 바스의 여러 영화 타이틀 디자인의 실례를 탐구함으로써 현 시대의 영화와 타이틀 디자인의 관계를 정리하여 영화에서 타이틀 디자인의 위치를 재정립하게 함은 물론 타이틀 디자인의 정의를 명확하게 하고자 하였다. 그리고 미래의 타이틀 디자인의 발전적인 모범상을 제시함과 동시에 궁극적으로는 확장된 그의 사고를 통하여 타이틀 디자인의 영역을 넓히고자 하였다.

2. 연구방법 및 범위

본 논문은 솔 바스에 관한 신문 및 잡지 기사의 국외 문헌을 중심으로 논문, 서적 등의 국내 문헌과 인터넷 자료를 토대로 하였다. 또한 1977년에 피라미드 영화사에서 제작한 것으로 솔 바스가 직접 출연하여 자신의 영화 타이틀 디자인에 대해 설명하는 다큐멘터리 필름인 〈바스의 영화 타이틀(Bass on Titles)〉 비디오를 참고로 한다. 이러한 여러 자료들를 통하여 솔 바스의 조형 활동을 정리하였고 그의 영화 타이틀 디자인이 성립하게 된 근거를 시대적 및 이론적 고찰을 통하여 살펴보았다. 그리고 솔 바스가 어떤 요소를 활용하여 타이틀을 디자인하였는지 솔 바스의 영화 타이틀 디자인의 비디오 자료를 통하여 그의 특징을 분석하였다. 그가 담당했던 장편 영화의 타이틀 디자인 중에

서도 오프닝 타이틀 시퀀스(opening title sequence)[5][6]와 엔딩 타이틀 시퀀스(ending title sequence)를 중심으로 연구하였으며 연구 대상의 영화 목록은 다음과 같다.

솔 바스의 타이틀 디자인 목록

1.	1995	Casino : 카지노 <그림 1>
2.	1993	The Age of Innocence : 순수의 시대 <그림 2>
3.		Higher Learning : 하이어 러닝 (최고의 배움)
4.	1992	Mr. Saturday Night : 미스터 토요일 밤
5.	1991	Cape Fear : 케이프 피어 <그림 3>
6.		Doc. Hollywood : 헐리웃 박사 <그림 5>
7.	1990	GoodFellas : 좋은 친구들 <그림 4>
8.	1989	The War of Roses : 장미의 전쟁 <그림 6>
9.	1988	Big : 빅 <그림 11>
10.	1987	Broadcast News : 브로드캐스트 뉴스 <그림 12>
11.	1979	The Human Factor : 인간적 요소 <그림 7>
12.	1976	That's Entertainment (Part II) : 이것이 연예다. II <그림 8>

5) 시퀀스(sequence) : 시작과 끝이 분명한 소단위의 이야기를 의미하며 영화 전체 진행시간의 부분이다. 여러 개의 신(scene)들로 이루어져 있고 이 시퀀스들이 모여 하나의 영화를 구성한다. 여기서 신은 어떤 사건의 한 부분으로 확실히 구분할 수 있는 구성상 혹은 신 주제상의 한 작은 단위이다.
상게서, pp.273-274

6) 영화는 여러 개의 시퀀스들로 구성된 것이다. 영화에 있어서 그 순서가 바뀌는 경우도 있지만 대부분의 영화의 구성에 있어 첫 시퀀스는 오프닝 타이틀 시퀀스이며, 맨 마지막 시퀀스는 엔딩 타이틀 시퀀스로 되어있다.

13. 1975 Rosebud : 로즈버드

14. 1973 Phase IV : 제 4 단계 <그림 37>

15. 1966 Grand Prix : 그랑프리 <그림 10>

16. Not with My Wife, You Don't : 내 아내와는 안 돼! <그림 14>

17. Second : 세컨드 <그림 15>

18. 1965 Bunny Lake Is Missing : 버니 레이크의 실종

19. In Harm's Way : 고난의 길 <그림 16>

20. 1963 The Cardinal : 추기경 <그림 17>

21. It's a Mad, Mad, Mad, Mad World : 매드매드 대 소동 <그림 18>

22. Nine Hours to Rama : 라마로의 9시간 <그림 19>

23. The Victors : 정복자 <그림 20>

24. 1962 Advise and Consent :권고와 동의 <그림 21>

25. Walk on the Wild Side : 무법지대 <그림 22>

26. 1961 Something Wild : 썸씽 와일드

27. West Side Story : 웨스트 사이드 스토리 <그림 23>

28. 1960 Exodus : 엑소더스 <그림 13>

29. The Facts of Life : 삶의 진실 <그림 24>

30. Ocean's Eleven : 오션 일레븐 <그림 25>

31. Psycho : 사이코 <그림 26>

32. Spartacus : 스파르타쿠스

33. 1959 Anatomy of a Murder : 어떤 살인 <그림 27>

34. North by Northwest : 북북서 <그림 28>

35. 1958 The Big Country : 빅 컨츄리 <그림 29>

36. Bonjour Tristesse : 봉쥬르 트리스테스

37. Cowboy : 카우보이 <그림 30>

38. Vertigo : 현기증 <그림 31>

39. 1957 Pride and the Passion : 자존심과 격정

40. Saint Joan : 성. 잔다르크 <그림 32>

41. 1956 Around the World in 80 days : 80일간의 세계일주 <그림 33>

42. Attack : 돌격! <그림 34>

43. Storm Center : 폭풍의 중심

44. 1955 The Man with the Golden Arm : 황금팔을 가진 사나이 <그림 36>

45. The Racer : 레이서

46. The Seven Year Itch : 칠 년만의 외출 <그림 38>

47. The Shrike : 비명

48. 1954 Carman Jones : 카멘 존스 <그림 35>

II. 영화 타이틀 디자인의 시대적 고찰

1. 스튜디오 시대의 타이틀 디자인

솔 바스가 등장하기 전의 타이틀은 광고 전단(playbill)과 다를 바 없었다. 읽을 수 있을 정도로만 자간을 띄운, 빽빽한 이름의 리스트가 올려졌고 몇장 되지 않는 카드로 구성된 것에 불과하였다. 좀 더 발전적인 사고를 가진 영화사들은 장갑을 낀 손 또는 매니큐어를 곱게 칠한 아름다운 손을 등장시켜 크레딧이 기재되어 있는 일기나 가족 앨범 아니면 클래식한 소설의 겉표지<그림 8-1,11,12>를 하나씩 넘기므로써 크레딧을 전환시키는 단순한 방법으로 제작하였다. 소의 낙인의 형식으로 된 크레딧은 서부극<그림8-19,20>, 캐리커처는 코믹물, 그림자가 등장하면 살인극, 아름답게 구겨진 핑크 빛의 새틴<그림8-24>은 로맨스임을 쉽게 유추하게 하는 전형적이고 흔히 통용되어지는 진부한 소재들이 사용되었다. 물론 때때로 예외도 있었다. 그 중에서도 1941년의 코미디물인 〈레이디 이브(The Lady Eve)〉의 재치가 번뜩이는 타이틀 시퀀스가 대표적이다. 흉조로 여겨왔던 뱀을 의인화하여 장난기 있고 한편으로는 새침스러운 여성성향의 뱀을 주인공으로 애니메이션화하였다. 구상적인 방법으로 만화의 형식을 모방한 이 시퀀스는 비구상적인 방법으로 새로운 체계를 창조한 솔 바스의 〈황금팔을 가진 사나이〉가 갖는 독창성에는 못 미치는 것이었지만 초기 애니메이션 타이틀 중에서 아직까지도 재미있는 타이틀 디자인으로 꼽히는 것으로 그 진가를 인정받고 있다. <그림 9> 디자인된 신 고딕식(Neo-Gothic)의 크레딧[7]으로 타이포그래피의 레이아웃상의 참신한 시도가 보

이는 〈바람과 함께 사라지다(Gone with the Wind)〉 재판본의 타이틀 디자인도 좋은 예이다.[8] 그 밖에도 유령을 소재로 한 고스트 영화들, 특이하게 비스듬한 글자체들의 B급 영화[9]들이 있다.

글자체의 사용에서도, 30년대 후반 40년대 초의 20세기 폭스사와 MGM에서 만들어진 대다수의 영화들은 양식적인 일정한 기준없이 각기 독자적으로 제작한 글자체를 사용하였다. 이 두 영화사들의 글자체들은 물론 대부분의 경우 연한 배경 색에 대형의 조잡한 서체들이 주류를 이루었다.[10] 한편 영화 구성 형식에서 타이틀 디자인이 등장하는 타이밍도 오늘날과 같이 영화 도중에 나오는 경우는 거의 없었고, 대개 영화의 맨 처음에 등장하였다. 영화와 관객의 밀착된 관계가 가능할 수 있는 데도 불구하고 틀에 박힌 타이틀의 제작으로 관객에게 무시되거나 영화를 보기 전에 거쳐야 하는 불필요한 시간 정도로 여겨지고 있는 현실을 간파한 솔 바스에 의해 이러한 관습은 재구성되게 되었다.

솔 바스가 타이틀 디자인의 새로운 장을 열기 이전의 타이틀 디자인의 현황을 솔 바스와 같은 시대에서 타이틀 디자이너를 하였고 지금은 헐리웃 디자인 스튜디오의 영화 담당 사장인 웨인 피츠제랄드(Wayne Fitzgerald)는 "30, 40년대의 타이틀들은 비교적 간단하였다. 그것들은 거의 책 커버와 같이 취급되었다. 10장 정도의 카드로 이루어진 것으로 어느 면에서는 괜찮다고도 할 수 있

---

7) 광고 캠페인이나 예고 프로에 쓰이기 위해서 타이틀 로고가 제일 먼저 제작된다. 처음으로 디자인된 크레딧을 사용한 것은 월트 디즈니였다.

8) 처음에 BBC가 와이드 스크린으로 재판된 이 영화를 구입하였을 때는 화면 안에서 날아갔다가 다시 돌아오는 지금 형식의 크레딧이 아니었다.

9) B급 영화(B-picture) : 1930, 40, 50 년대의 동시 상영 프로그램 영화를 가리키는 용어. B급 영화는 보통 두 편 동시 상영 중에 두 번째 영화를 말한다. 이 영화의 특징은 상영작품(A급 영화보다 질적인 수준이 낮았다는 것이다. 낮은 예산, 상대적으로 지명도가 낮은 스타들, 서부 영화, 공상과학 영화같은 익숙한 장르에서 빌려와 재가공한 스토리가 B급 영화의 특색이었다.
프랭크 E. 비버/김혜리 역, 「영화미학 용어사전」, 영화언어, 1995, p.119

10) P.M 레스터/금동호·김성민 공역, 「비주얼 커뮤니케이션」, 나남, 1995, p.262

는, 자연그대로의 소박하고 간단한 것이었다. 그러나 영화의 한 부분을 담당했다기보다는 '부속물'적인 개념의 것이었다. 그후에 헐리웃의 새로운 경향으로 오프닝 신들을 집어넣기 시작하였다. 영화의 첫 장면을 위한 멋진 자연의 풍경이라든가, 자연스러운 오프닝이 없을 때야 비로소 타이틀 디자인을 찾게 되는 것이었고, 50년대에도 여전히 20, 30, 40년대에 해왔던 것과 같은 것으로 단지 길이가 좀 더 길어졌다는 것 말고는 그다지 별 차이가 없는 것이었다. 15~20개의 카드로 늘어난 타이틀 시퀀스가 상영되어지는 그 시간은 매우 따분하고 지겨운 시간이었다"라고 설명한다.

피츠제랄드가 처음 영화 타이틀 디자인을 시작했던 1952년에는 아직 스튜디오 체제이었고, 타이틀에 관한 모든 선택들은 사실상 스튜디오의 높은 사람들에 의해 이루어지는 것이었다. 그 당시의 타이틀은-물론 지금까지도 만연한 현상이지만-영화가 다 만들어진 후 가장 늦게 결정짓는 것들 중 하나였으므로, 타이틀에 관해 논해질 때면 제작자나 감독들은 또 다른 새 영화의 작업에 연루되어 있었다. 따라서 타이틀에 관한 기호와 스타일은 스튜디오의 행정을 담당하고 있는 사람들의 감각에 따르는 것이었고, 그러한 현상들은 실제적으로 영화가 만들어지는 방식이기도 했다. 게다가 조합의 계약상의 문제로 인하여 크레딧없이 곧장 영화를 시작하는 경우도 흔하였다.

1950년대 초반의 영화 산업계에 일련의 대 혁신이 일어나게 된다. 첫째는, 제작회사가 자사의 극장을 소유할 수 없게 된 것이다. 이것은 주요 스튜디오 시대[11]의 봉건적인 시스템의 와해의 신호가 되고 시스템을 통하여 각 스튜디오

---

11) 미국의 스튜디오 시대(American studio years) : 미국 영화사에서 스튜디오 시스템이 제작과 상영을 지배했던 어림잡아 1925년부터 1960년까지의 시기. 영화의 제작은 하나의 조립라인 방식으로 이루어진 과정의 각 단계로 나뉘어 고도로 분업화 되었다. 각 스튜디오 내부의 제작자들이 영화 제작의 모든 측면을 관장하여 스튜디오 시스템 내부에서 독재적인 지위를 차지했다. 스튜디오 시스템은 대중 관객의 취향에 호소하도록 기획

의 자체 미술국에서만 자급되오던 실정에서 벗어나게 됨으로써 오늘 날의 솔 바스가 있기까지 그 결정적인 계기를 만들어 준 오토 프레밍거(Otto Preminger)와의 만남이 있게 된 것이다.

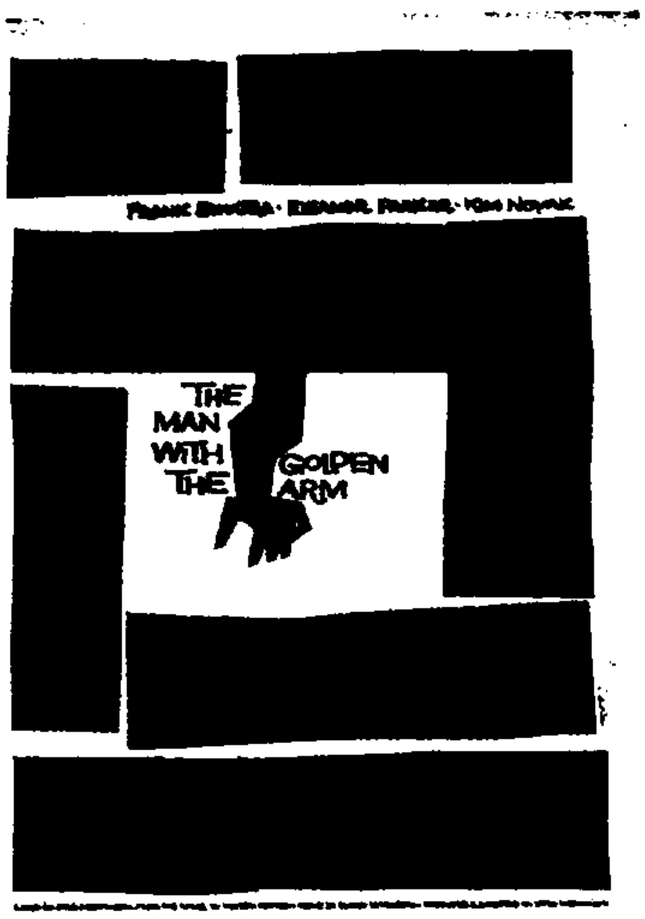
스튜디오의 몰락과 독립제작자의 부상은 제작에서 배급까지 활동상의 큰 변혁으로 영화의 내용과 형식에도 영향을 미치는 것이었고 이러한 변화는 솔 바스에게도 직접적인 영향을 미쳤다.

2. 스튜디오 시대의 와해 후 타이틀 디자인

스튜디오 체제가 와해된 후, 1960년대는 영화 제작자들이 타이틀을 포함하여 직접 자신의 영화의 모든 것에 관계하던 시기로 스튜디오 체제 아래에서 독립하게 된 감독들은 자신들의 작품이 독특한 외관과 번지르한 포장을 갖기를 원했다. 그리하여 영화가 시작하기 전에, 오늘 날의 오프닝 시퀀스에 해당하는 프리 크레딧 시퀀스(pre-credit sequence)가 상영되게 되었고 오프닝 타이틀 시

된 영화 제작에 맞추어졌다. 이 시대는 영화의 기술적 질이 작품의 정서와 낭만적인 호소력을 강화시키는 매끈하게 만들어진 영화들로 특징지을 수 있다. 영화 관객의 숫자가 최대치에 달했던 1946년 이후, 서서히 입장 수익이 감소하기 시작했고 옛 스튜디오 시스템에 주요한 변화가 일어났다. 첫째, 2차 대전후 영화에서 정서적 안정감을 찾던 많은 사람들이 영화관으로 향하던 발길을 끊었다. 둘째, 전후 시기는 많은 미국인 들이 대도시를 떠나 교외로 이동함에 따라 극장에서 멀어지게 되었다. 세째, 경마, 야구의 야간경기, 볼링, 장거리 여행등의 다른 오락거리들이 경쟁을 벌이기 시작했다. 네째, 1948년 TV가 오락수단으로써 주요한 영향력을 점하게 되었다. 다섯 째, 1948년 독점에 반대하는 움직임 속에서 미국 연방 대법원은 제작 스튜디오들이 그들 소유의 극장 체인을 처분해야 한다고 판결하여 스튜디오로부터 배급작품의 보증된 판로를 박탈했다. 뒤이어, 1950년대와 60년대를 통해 나타난 독립 프로덕션의 증가는, 마침내 스튜디오가 자체내의 극영화 제작으로 부터 독립적으로 제작되는 프로젝트의 관리상 감독이라는 새로운 역할로 옮아 가도록 이끌었다. 모든 제작 준비는 외부 제작자에 의해 이루어지곤 했다.
프랭크 E. 비버, 전게서, pp.94-96

퀀스에서 다 소화해 내던 크레딧을 엔딩 타이틀 시퀀스에서 다루어져 타이틀의 길이가 길어지게 되었다. 그리하여 로버트 알드리츠(Robert Aldrich)의 〈키스해 주세요(Kiss me Deadly)〉 에서 고속도로를 굴러가는 크레딧, 단순한 막대가 비틀어진 팔뚝으로 변모하는 〈황금팔을 가진 사나이〉 와 같은 미래 영화 오프닝 시퀀스의 창조적 디자인에 영향을 준 예술적인 타이틀 시퀀스[12]가 등장하게 된 것이다.



영화 〈황금팔을 가진 사나이〉 포스터

영화라는 스크린 매체에서 타이틀은 필수적인 요소로서 존재해 왔었지만 그러나 〈황금팔을 가진 사나이〉 의 타이틀 이전의 것들은 인쇄 매체에서의 책의 형식과 다를 바 없는 수준으로 다만 그 내용이 영화 스타나 제작사들의 이름이라는 것에서 영화임을 표방하는 것 이외에는 책에서의 목차와 흡사했다.[13] 영

12) 타이틀 시퀀스(title sequence) : 주1) 참고. 타이틀 시퀀스는 오프닝 타이틀 시퀀스와 엔딩 타이틀 시퀀스로 이루어진다. 여기서 '타이틀 시퀀스'라고 명명한 것은 초기 타이틀 디자인이 4장, 6장 또는 8장 정도의 카드로 이루어진 시퀀스이기는 하지만 책의 형식을 탈피하지 못한 것과는 다르게 움직임이 있는 진정한 시퀀스의 개념을 가진 타이틀이라는 의미를 강조하기 위해 사용되었다.

화 타이틀 디자인사에서 〈황금팔을 가진 사나이〉의 타이틀 디자인이 갖는 의의는 첫째, 움직임이 있는 매체에서의 타이틀 디자인으로써 그 특징과 특성을 충분히 활용하여 효과를 발휘하였다는 것이고 둘째, 단순한 그래픽적 요소만을 사용한 비구상적인 타이틀 디자인으로서 영화의 복잡하고 감정적인 의미들을 세련된 기법으로 전달하였다는 것이다. 따라서 1955년 솔 바스가 일그러진 구조의 팔을 만들어 냈을 때, 그때서야 비로소 시퀀스를 대상으로 디자인을 한 타이틀 디자인으로서 하나의 장르가 탄생된 것이다.<그림36> 에버렛 에이슨(Everett Aison)은 영화와 그래픽 디자이너와의 진정한 관계는 1950년 중반 솔 바스에 의해 성립되었고[14], 〈황금팔을 가진 사나이〉는 그러한 관계를 결속하는 촉매 역할을 하였다고 평한다.

〈황금팔을 가진 사나이〉 전의 타이틀들은 종종 스크린을 덮고 있는 커튼 위로 영사되곤 했었다. 그러나 〈황금팔을 가진 사나이〉에는 커튼이 다 걷혀져 스크린이 나타나기 전까지는 필름을 돌리지 말라는 메모가 각 영사 기술자 앞으로 첨부되었다.[15] "대부분의 타이틀들은 2~3분의 지겨운 리스트들에 불과하였고 크레딧이 상영되고 있는 이 시간에 관객들은 팝콘을 사기 위해 달려가거나 화장실에 가거나 아니면 수다를 떨었다. 오토와 나는 그것을 바꿔 보기로 했다. 우리의 이론은 영화는 첫 프레임부터가 그 시작이라는 것이었다. 그것은 분위기를 정립하여, 스토리가 실제로 시작되었을 때 관객이 쉽게 동화되게 하는 기회가 될 수 있는 것이었다"라고 솔 바스는 회상한다.

---

13) Robert McG. Thomas Jr., "Saul Bass", The New York Times, Apr. 28, 1996
14) 솔 바스의 첫 타이틀 디자인은 1954년 〈카멘 존스〉이다.
15) Design Week, Mar. 29, 1996

III. 솔 바스

1. 조형활동

뉴욕의 브롱크스(Bronx)에서 자라난 솔 바스는 15살 때 고등학교를 마친 후, 아트 스튜던트 리그(the Art Students League)와 브룩클린 대학(Brooklyn College)를 거쳐 워너 브라더스 영화사의 뉴욕 사무실에서 견습생으로 사회에 첫발을 내딛게 된다. 여기서 그의 일은 영화 광고를 위해 사용되는 영화 포스터를 만드는 것이었다. 그 당시 영화 포스터들은 제한된 지면 안에 최대한 많은 내용을 첨가한 것으로 격정의 순간에 포착된 영화 주인공들의 클로즈업이 한 가운데 위치하여 이목을 집중시키고, 그 주위를 그 밖의 다른 장면들이 작은 사이즈로 에워싸고 있는 그러한 것이었다. 이런 포스터들은 텔레비전이 나오기까지는 중요한 마케팅 매체였고 화려함과 감정을 자극하는 문구로 관객을 현혹시켰다. 그러나 솔 바스의 생각은 잠재된 관객들의 상상력을 동원할 수 있는 함축된 메시지를 만들어야 한다는 것이었다. 〈챔피언〉 16)은 그가 디자인한 최초의 영화 포스터로 적은 양의 문구와 검은 색으로 둘러싸인 남녀 두 스타의 작은 사진으로 그 당시의 광고주들에게는 충격적인 것이었다. 〈챔피언〉의 성공에도 불구하고 전통적인 형태의 포스터들을 만들도록 강요받았으

---

16) 〈챔피언〉은 스탠리 크래머에게 첫 번째 상업적 성공을 안겨 주었던 영화이자 최초의 반복싱 영화로, 주인공 역으로 커크 더글라스(Kirk Douglas)가 정상에 오르기 위해서는 어떤 일도 마다하지 않는 권투선수로 출연한다. 사울 배스가 디자인하여 '라이프'지에 실린 이 영화의 광고 카피는 "싸움 혹은 사랑 그는..... 챔피언이었다"라는 내용으로 다소 전통적 감각에 따른 것이었지만 전체적인 시각적 효과는 매우 파격적인 것이었다. P.M 레스터, 전게서, pp.262-263

며, 그러한 좌절들로 인하여 그는 로스앤젤레스에서 활동을 시작하였다. 1950년 그의 로스앤젤레스로의 이주는 몇 가지 의의를 지니는 데, 첫째는 뉴욕파의 감수성을 서부 지역으로 전파하였다는 것이고, 둘째는 솔 바스 자신의 독립의 계기를 마련하게 되었다는 것이다. 1952년에 지금의 바스 앤 와이거 어소시에이츠(Bass/Yager & Associates)의 전신인 자신의 스튜디오를 오픈 할 수 있었고, 그의 첫 번째 직원이었던 일레인 마카투라(Elain Makatura)는 후에 그의 배우자가 되어 타이틀과 영화 제작은 물론 그의 모든 작업의 훌륭한 파트너가 된다. 세 번째로 가지는 의의는 영화의 본고장인 로스앤젤레스에서 오늘날 그의 명성을 쌓게 된 기회를 제공해 준 그의 든든한 후원자인 오토 프레밍거를 만나게 되었고 그러한 만남은 그 유명한 '황금팔'을 탄생시키기에 이르른다. 그래픽 디자이너로서 뉴욕에서 시작하여 로스앤젤레스에서의 영화 타이틀 디자이너로서의 자리를 잡게 된 솔 바스는 그래픽 전반적인 부분으로 그의 활동영역을 넓혀 나가게 된다.

"그래픽 디자인에서 솔 바스의 방식과 영향은 더 이상 특별한 것이 아닌 것이 되었다. 사실상 그의 작품은 어디에서나 볼 수 있기 때문이다"[17]라는 말은 광범위한 그의 활동 영역과 그 영향을 단적으로 나타내는 것이다. 그의 혁신적이고 실험적인 디자인들이 이제는 흡수되어 일상생활 속에 자리잡고 있기 때문이다. 에이 티 엔드 티(AT&T)를 비롯하여 벨 시스템(Bell System), 워너사(Waner Brothers), 미놀타(Minolta) 카메라, 유나이티드 에어라인(United Airlines), 걸프 에어라인(Gulf Airline), 걸 스카웃(the Girl Scouts of America), 엑슨(Exxon) 주유소, 알코아(Alcoa) 정유회사, 퀘어커 오츠(the Quaker Oats), 셀라니스(Celanese), 제너럴 푸드(General Foods)를 위한 트레이드 마크, 심볼,

17) Graphis, Nov.-Dec., 1991, V47 N276

로고 등의 주요 대기업들의 CIP와 포장 디자인 등을 담당하였는데, 업종의 다양함은 물론 각종의 그래픽 디자인 분야에서 왕성한 활약을 보였다. 뉴욕 타임지의 로버트 토마스(Robert Thomas)는 이러한 그의 특징을 '광고 예술의 피카소(the Picasso of commercial artists)'라고 회고한다.

1940년대의 폴 랜드(Paul Rand, 1914~)가 사용한 형상과 비대칭에서 영감을 얻은 그의 그래픽 디자인은 흔히 단 하나의 상을 지면의 한 가운데에 부각시킨다. 디자인에 있어 어떤 문제의 핵심을 포착해내어 간결한 그래픽에 의한 커뮤니케이션을 시도하였다. 그는 꾸며진 장식적 문자체들을 자주 사용하였는데 이것들은 힘찬 활력이 있는 형태들과 조화를 이루었고[18] 시각 커뮤니케이션의 중요성을 잘 인식하고 있었던 그는 메시지를 증류시켜서 가장 필수적인 그래픽으로 제작하는 것을 중요시하였다.

그의 조형활동은 인쇄 매체와 TV나 영화 매체에서 그래픽 디자이너로서의 활동과 함께 감독으로서의 활동까지 뻗치는 것이었다. 한동안 '샤워 공포증'을 낳았던 알프레드 히치콕의 〈사이코(Psycho)〉에서 그는 타이틀 디자인 뿐만이 아니라 비쥬얼 컨설턴트(visual consultant)로서 바로 그 유명한 '샤워 신'의 스토리 보드를 제작하고 감독하였다.[19] 영화 역사상 가장 기억에 남는 시각 메시지[20]로서 평가받는 이 신은 칼로 여주인공을 찌르는 직접적이고 통상적인 묘

---

18) 필립 B. 멕스/월간 디자인 편집부, 「그래픽디자인의 역사」, 디자인 하우스, 1985, p.403

19) 이에 관해 다소의 분쟁도 있다. 「로저 에버트의 영화에 관한 책(Roger Ebert's Book of Film)」에 보면 여배우였던 자넷 리가 인터뷰에서 타이틀 디자이너 솔 바스가 〈사이코〉의 유명한 샤워 장면을 감독했다는 것에 대하여 부정하였다고 나와 있다. 그러나 1997년 1월 9일자 Star Tribune(Minneapolis)에서 로저 에버트는 "솔 바스에 관한 기사들, 히치콕의 책들, 로스앤젤레스 타임지의 옛기록들을 찾아 본 결과 그 장면에서 같이 일했던 동료들이 솔 바스가 그 장면을 감독했었다는 것에 대해 인정하는 많은 기사들을 찾을 수 있었다"라고 말하였다.

20) P.M 레스터, 전게서, p.266

사없이 긴장감과 무서움을 잘 표현한 '피 없는 살인' 장면으로 그 진가를 인정받고 있는 것이다. 이 샤워 신은 〈드레스트 투 킬(Dressed to Kill)〉과 같은 아류작을 낳기도 한다. 그 밖에도 〈현기(Vertigo)〉와 〈북북서(North by Northwest)〉에서도 비쥬얼 컨설턴트를 담당하였고 〈스파르타쿠스(Spartacus)〉에서 'battle scene(싸움 장면)'을 〈그랑프리(Grand Prix)〉에 등장하는 6개의 'race scene(자동차 경주 장면)'등의 주요 장면들을 감독하기도 했다.

1964년부터는 감독이 되어 직접 자신의 영화들을 만들게 된다. 〈서칭 아이(the Searching Eye, 1964)〉, 〈여기서 저기까지(From Here to There, 1964)〉, 〈인간은 왜 창조하는가(Why Man Creates, 1968)〉, 〈제 4 단계(Phase IV, 1973)〉, 〈대중예술에 관한 지침(Notes on the Popular Arts, 1977)〉, 〈솔라 필름(the Solar Film, 1981)〉, 〈정복자(Quest, 1983)〉의 일곱 작품 중에서 〈제 4 단계〉만이 유일한 장편 영화이고 나머지 작품들은 모두 단편 영화이다. 그가 포스터 디자인을 담당하기도 했던 오스카 영화제에서 인간의 창의성의 본질을 탐색하는 〈인간은 왜 창조하는가〉로 단편 영화 부분 오스카상을 수상하였고 시카고 영화제를 비롯한 모스크바 영화제 등의 국제적 권위의 영화제에서도 다수의 수상을 하여 감독으로서의 자질도 인정을 받았다.

뉴욕에서 로스앤젤레스까지, 그리고 그래픽 디자이너이자 비주얼 컨설턴트를 거쳐 영화 감독까지, 1949년의 〈챔피언〉의 광고 디자인부터 1996년의 '솔 바스 회고전'까지 그의 방대하고 열정적인 조형활동들을 통해 나타난 그의 다재다능함은 그를 디자인 서적을 비롯 디자인 인명 사전 및 영화 인명 사전까지 그에 대한 해설을 싣게 만들었고, 이러한 광범위하고 다양한 활동들은 그의 거대한 창조력이 밑바탕을 이룬 그의 조형의식을 대변하는 것이기도 하다. 2차 대전 후의 시기부터 대공황 시기를 거쳐 근대 디자인을 이끌어 왔던 그의 작품

들은 그 포괄적 활동만큼이나 다양하여 굴지의 기업 빌딩의 로비, 주유소, 영화관, 슈퍼마켓, 공항 등은 물론 각 가정의 부엌 선반, 전화, TV, 인터넷-그의 영화 경력에 관한 사이트가 개설되어 있다-등 일상생활에서 뉴욕 현대 미술관(The Museum of Modern Art), 스미소니언 인스티튜션(The Smithsonian Institution), 미국 국회 도서관(Library of Congress), 프라하 미술관(Prague Museum), 스테데리지크 미술관(Stedelijk Museum), 이스라엘 미술관(Israel Museum)등의 영구 소장품 전시실까지 어디에서나 접할 수 있게 되었다.

2. 영화 타이틀 디자인의 이론적 고찰

(1) 이론적 배경

1) 국제적 타이포그래픽 양식 (International typographic style)

제2차 대전 후의 그래픽 디자인의 양상은 낙관주의와 도전의 시기로, 새로운 그래픽 디자인의 컨셉을 위한 해결책으로 디자이너들은 점점 더 전통적인 것을 배제하고 창조력의 폭발적인 증가의 현상을 보이게 된다. 이러한 현상을 새로운 디자인으로서 받아들이게 된 출판업자들과 그들보다 더욱 진취적이었던 광고업자들에 의하여 대중들의 의식까지 서서히 잠식되었으며, 이렇게 형성된 의식들은 디자인 발전의 급속화를 도모하게 되고 이것은 실질적으로 국제적인 그래픽 디자인의 대변혁에 공헌하게 된다. 이러한 변화는 특히 전쟁의 피해가 없었던 미국과 스위스에서 가장 두드러졌는데, 1950년대의 하나의 디자인 양식

으로 자리잡게 된 스위스 디자인(Swiss design)이 중추가 되어 국제적 타이포그래픽 양식(International typographic style)으로 대변되게 되며 그 영향력을 전세계에 뻗어 나가게 된다. 객관적 명료성, 수단의 순수함, 정보 전달의 평이함에 따른 형태의 완벽성을 추구하는 국제적 타이포그래픽 양식의 시각적 특징은 수학적 그리드와 비대칭 구성을 통한 시각적 통일성의 성취이다. 현 세대의 정신을 표현하는 수단으로써 산-세리프를 사용하며, 정보를 구성하고 전달하는 조화로운 수단으로써 그리드를 사용하여 과장되지 않고 정확하며 사실에 바탕을 둔 방식으로 시각적-언어적 정보를 전달한다. 이러한 근본적 개념들과 접근 방법들의 전파는 미국에서 가장 활발하게 이루어졌고 MIT식 디자인 방법론이 생성되는데 밑받침이 된다. 국제적 타이포그래픽 양식의 그리드와 산-세리프 타이포그래피의 방법론은 내용을 표현하는 수단으로 디자인된 문자체나 조작된 낱말들을 사용하는데 있어 혁신적이다.[21]

다양한 정보전달을 하나의 일관성 있는 매체로 통합화하여 전달하는 이 방법은 방대한 조직을 편성하기 위한 논리적 도구로서의 디자인에 대한 인식이 고조됨으로써 코퍼레이트 디자인(corporate design)과 같은 일관성있는 시각화 시스템(visual identification system)을 만들게 되며, 1960년대 중반 무렵에는 국제적 타이포그래픽 양식이 서로 연결되어 하나의 운동으로 진전한다. 따라서 1940년과 1960년 사이에 미국에서 태어나 교육을 받았던 그래픽 디자이너는 탁월한 국제적인 인식을 성취할 수 있었고 전쟁전의 디자이너와 함께, 그들은 미국의 그래픽 디자인의 방향을 근본적으로 전환시켰다. 가장 두드러진 디자인 활동은 20세기 중반의 세계적인 문화의 중심지로서, 광고와 출판의 중심지이며 그래픽 디자인에서도 그 중심을 이루던 뉴욕에서 일어났다. 이러한 뉴욕파의

---

21) 필립 B. 멕스, 전게서, p.394

감수성은 솔 바스에 의해 로스앤젤레스로 전해지게 된다.

2) 기오르기 케페스 「시각언어(Language of Vision)」

상징화된 추상적 디자인을 소개한(introducing symbolic abstract designs) 그의 방법을 가리켜 독일 표현주의자들(Expressionists)의 방법이었다고도 하고, 최소화 혹은 축약된 형태의 표현이라는 맥락에서 미니멀리스트에 비유되기도 한다. 하나의 아이디어나 테마를 강조한다는 그의 경향은 중요한 점만을 강조하는 바우하우스의 철학에 따른 것이다. 바우하우스의 축소주의 철학은 솔 바스에 의하여 대중적인 시각예술의 형태와 접목하여 바우하우스 디자인 운동의 생명을 연장하였다. 라즐로 모홀리 나기(László Moholy Nagy)의 표현의 내적 법칙과 시각적인 효과의 조화는 그와 일맥상통하는 점이기도하다. 시각적 복잡함을 제거한, 간결한 그래픽 커뮤니케이션의 추구는 구성주의의 간결한 그래픽과는 다른 것으로 평가된다.

시대사적인 큰 흐름 속에서 그의 사상적 배경을 유추해 내기에 앞서 뉴욕시절 통근 길에 그가 읽었던 책들 중의 하나인 「시각언어」는 헝가리 출신의 기오르기 케페스(Gyorge Kepes)[22]가 쓴 것인데 솔 바스의 이론 형성에 많은 영

---

22) 기오르기 케페스(Gyorge Kepes, 1906~) : 시각언어에 관련된 과학과 예술의 합일 이론을 규명하려고 한 조형이론가로서, 1930년대에 베를린에서 모홀리 나기의 조수로 일하면서 영화, 무대 장치, 전시, 그래픽 디자인 분야의 일에 협력하였고 그 후 미국으로 건너와서 시카고의 뉴바우하우스의 설립에 많은 영향력을 행사하였다. 베를린 이후 시카고에서 예술 활동이라든가 교육의 실천을 통하여 배양한 사상을 정리한 것이, 1944년에 출판된 「시각언어」이다. 한편 케페즈는 새로운 조형에 있어서 시각언어의 발전에 관련된 여러 가지 예술적, 과학적 문제를 다룬 책도 편찬하였다. 모홀리 나기의 사후 그 일을 이어받아 시각적인 부분에서 큰 발전을 이룩하였으며, 디자인뿐만 아니라 조형 전반에 걸쳐 기여도가 컸다고 평가받고 있다.

향을 주었다.

이 「시각언어」는 시각 커뮤니케이션의 본질을 규명하고 이것을 현대적으로 조직화하려는 목적 아래 쓰여진 것으로 그 서문에서 " ····시각적 언어는 대체로 다른 어떠한 전달 매체보다도 더 효과적으로 지혜를 전파할 수 있다. ····동적인 형용의 감각적인 활력을 가지고 정적인 언어의 사고를 돕는다."라고 밝히고 있다. 이 책은 조형적 조직화(plastic organization), 시각적 재현(visual representation), 동적 이코노그래피를 지향하며(toward a dynamic iconography)라는 세 가지 형식으로 되어있다. 첫째, 조형적 조직화는 조형적 이미지와 인간 내부의 상호 연계성에 대해 설명한다. 둘째, 시각적 표현은 시각적 표현의 현대의 재평가를 의도하고 있다. 셋째, 동적 이코노그래피를 지향하는 의미를 가진 시각적 기호의 조직화에 관해 논하며[23] 커뮤니케이션 디자인의 모든 영역에서 조형적 이미지의 통일화를 추구하는 그래픽 디자인에서의 새로운 가능성을 예시한다.

솔 바스의 타이틀 디자인은 시각과 사고에 모두 관여하는 것으로 「시각언어」에서의 조형적 이미지나 내부의 상호 연계성을 가진 조형적 조직화에 그 근거를 찾아 볼 수 있는 것으로, 「시각언어」에서 말하는 보이는 것과 알고 있는 것까지 포함한 시각적 표현의 실천이 바로 그래픽의 상징화의 표현이다.

한편, 기오르기 케페스와 솔 바스의 관계는 브룩클린 대학에서 스승과 제자의 관계로 이어진다. 아트 스튜던츠 리그(the Art Students League, 1936~39)의 하워드 트래프튼(Howard Trafton)과 특히 브룩클린 대학(1944~45)의 기오르기 케페스 밑에서 솔 바스는 그의 디자인의 기본 원리의 터전을 이룩할 수

박대순 역, 「현대이론의 사상가들」, 미진사, 1983, pp.75-89

23) 상게서, pp.75-89

있었다.[24]

(2) 영화 타이틀 디자인 철학

영화에 있어서 타이틀은 관객이 제일 먼저 대하는 첫인상이자 제일 마지막에 대하는 뒷모습이다. 특히 오프닝 타이틀 시퀀스는 관객의 흥미를 유발시켜 영화에 대한 기대감을 갖고 본 영화가 시작되었을 때 무리없이 몰입할 수 있도록 만들어 주는 역할을 함으로써 오페라의 전주곡에 해당되는 부분이고 엔딩 타이틀 시퀀스는 그 영화에 대한 여운을 정리해 주는 것으로 단지 영화 제작에 참여한 인물들을 설명하는 안내 이상의 기능을 가지고 있다. 시작과 끝에 관한 관념적인 중요성은 차치하고라도, 어떤 대상에 있어 정수는 본체이겠지만 오랜 시간이 지나 기억되는 것들은 단편적인 이미지, 영화의 언어로 대신한다면 한 프레임 또는 한 신(scene)일 것이다. 그러한 단편적 이미지 중에서 영화에서 시작과 끝을 담당하는 타이틀의 이미지는 실로 중요한 것이다. 이러한 단편적인 기억을 더 명확히 하여 지속적인 생명력을 갖게 하며 인간의 오감 중에서도 가장 강력한 이미지를 가지는 시각을 중추로 하여 그래픽적인 센스로 조리 있게 요리하고 효과적으로 호소하는 것이 영화에서 타이틀 디자이너의 역할이다.

영화 타이틀은 '무엇을 주장하는 것'과 '어떤 방법을 사용하여 표현하는 것'의 두 가지 다른 성향의 전후관계를 포함하고 있는 것으로 궁극적으로는 시각적 배경을 필요로 하는 것이다. 아름다운 석양의 연출이나 롱렌즈를 이용한

---

24) Jim Supanick, Film Comment, Mar.-Apr., V33 N2 pp.72-77

앞배경에서 뒷배경으로의 포커스의 조정, 극도의 클로즈업, 빠른 장면 전환, 이미지들의 합성등의 촬영 기법들은 죠르쥬 멜리에스(Georges Melies)[25]의 '달로의 여행(A Trip to the Moon)'이 가지는 의의와 상응하는 그러한 비중 있는 문제가 더 이상은 아니다. 특수 기법들이 보편화됨에 따라 표현 기법상의 기술적인 평준화를 이루게 되었고 오히려 '도구'의 개념으로 인식되고 있다. 따라서 기교를 위한 기술조작의 문제는 숙련이 해결지워주므로 '무엇을 주장하려는지'가 대두되는 사항이다. 이것에 대한 진행을 좀 더 아름답게, 좀 더 재미있게, 시각적으로 구미가 당길 수 있게 하는 적극적인 시도로서 '디자인'이 요구된다. 위의 조건들이 충족되었더라고 커뮤니케이션 과정에서 수반되는 의미의 파장은 때에 따라서는 다른 반응 즉, 2차적 언어를 초래하기도 한다. 그러한 파장의 강력한 흐름을 유도하는 노력으로 그래픽 디자인의 원리를 근본 공식으로 하여 강렬한 시각적 주장을 하는 것이 타이틀 디자이너의 책무이다.

그러한 명제들에 일찍이 의문을 제기하여 개혁적이고 독창적인 작업으로 그 임무를 수행해온 솔 바스의 영화와 관련된 일련의 작업들이 영화의 범주에서 두드러져 보이는 차별성을 성취할 수 있었던 것은 그래픽 분야에서 개발해 온 시각적 기본 개념들을 영화 속으로 옮겨옴으로서 파생된 놀라운 효과였다. 솔 바스는 그가 막 타이틀을 시작했을 그 당시를 가리켜 '암흑의 시기(dark ages)'라 부른다. 이러한 암흑에 빛을 준 것이 바로 그래픽적 움직임을 가진 <황금팔을 가진 사나이>였다. 그 당시의 그의 표현들은 영화적 시각의 차원에서는

---

25) 죠르쥬 멜리에스(Georges Melies) : '트릭 영화(trick film)'의 초기 장르를 연 장본인. 오늘날 '특수효과(special effect)'라고 불리는 기술적 방법들의 대부분을 습득하여 그의 영화에 응용하였다. '달로의 여행'은 초기 공상과학 영화 중 수작으로 꼽히는 것으로 영화의 효과를 위해 그가 사용했던 몇 가지 트릭들은 당시의 한계를 극복한 것들로써 그 진가를 인정받고 있다.
Jack C. Ellis/변재란 역, 「세계 영화사」, 이론과 실천, 1988, pp.46-49

특이한 것으로 받아졌고 그와 더불어 실험적이고 창조적인 아이디어와의 결합은 그러한 구별을 더욱 확고히 함으로써 오늘날의 그의 명성을 만들어 낸 것이다. 그의 그래픽적 일관성들(identities)은 여느 관습적인 타이틀과는 다르게 직접적이고 일차원적인 사실적 이미지들을 배제한 움직임이 있는 그래픽과 타이포그래피로서 재창조되었다. '움직임'이라는 대전제 아래에서 문자와 그래픽은 '인쇄 매체에서의 변환'이라는 단순한 포맷이 아니다. 영화 타이틀 디자인은 타이밍·시퀀스·음향·동작 이 모든 것들을 단지 하나의 단일체로 만드는 차원의 성질만은 아니며, 누적되어 온 경험에만 의존되어지는 그러한 측면에서의 이해가 아니다. 리듬과 구성에 관하여 디자인과 영화를 한 관용구로서 연결짓는 솔 바스의 타이틀 디자인은 그래픽적 시각과 시네마토그래픽적 시각으로 모든 것을 통합한 것이다. 짧은 시간안에 완전한 메시지를 만들어내는 그의 타이틀 디자인은 단순한 요소들의 선택과 방법에 의해 그래픽 디자인이 영화 자체만큼이나 복잡하고 감정적인 의미들을 전달할 수 있다는 것을 증명하였다.

한편 솔 바스의 타이틀 디자인의 또 하나의 핵심 철학으로 '모든 타이틀 디자인의 핵심은 영화를 지지한다'는 것으로 이것은 타이틀 디자인이 영화에 충실하게 접근돼져야 하며, 영화 전체 프레임 아래에서 책임감 있는 감각으로 이루어져야 된다는 것이다. 따라서 타이틀 디자인은 영화의 실체와 관련된 것으로, 영화와 동떨어진 타이틀 디자인이란 근본을 잃어버린 허상에 불구하다. 영화 타이틀 디자인에 관한 그의 초기 생각은 영화를 위한 분위기를 조성하고 은유적인 방법으로 영화 스토리의 중요 부분에 밑줄을 긋는 것 다시 말하면 줄거리의 핵심을 강조하는 것이었다. 본 영화가 시작되었을 때, 오프닝 타이틀 시퀀스로 인하여 관객이 벌써 감정적인 공명을 가질 수 있도록 만드는 것은, 관객의 시점에서 출발하여 풀어 나간 것이다.

솔 바스는 점점 확산되가고 있는 추세의 외관상 화려함과 의미없는 새로움만을 추구하는 타이틀들에 대하여 비판적인 태도를 보인다. 이것은 영화의 기반위에서 이탈되어, 디자인상의 스타일의 매너리즘에 젖어서 창조의 강박관념으로 새로움만을 지향하는 현상을 비판하는 것이다. 솔 바스가 지향하는 것은 비쥬얼에만 한정된 것이 아닌 스타일이며, 기능성을 토대로 하며 영화의 시작과 더불어 유용함을 주는 것으로써 그 형태에서는 다양한 견해를 보인다. 원문에 충실한 감각만이 아닌 〈황금팔을 가진 사나이〉 에서와 같은 추상적이고 은유적인 감각까지도 포함하며 때로는 요약의 형식을 띠기도 하며, 프롤로그(prologue) 또는 에필로그(epilogue)의 형식으로 스토리의 일부가 되어 타이틀 시퀀스가 끝났을 때, 좀 더 직접적이고 가까운 감각으로 본 영화를 감상할 수 있게 한다. 대표적인 예로 〈빅 컨츄리〉 에서 그는 대륙을 횡단하는 삼개월간의 여정을 영상화한 타이틀 디자인으로써 영화의 시간적 배경에서 사용되지 않은 시간대를 사용하여 타이틀을 완성했다. '빅 컨츄리(Big Country)'라는 이 영화의 제목이자 주 소재를 드라마틱하게 윤곽을 그려낸 것으로 관객이 영화에 몰입하기 쉽도록 직접적 체험을 제공했던 프롤로그였다. 한편 일반적인 타이틀에서 엔딩 타이틀 시퀀스를 소홀히 하는 반면, 솔 바스는 미개척지인 엔딩 타이틀 시퀀스에서도 그의 실험정신에 입각한 여러 가지 시도를 해 왔다.

〈80일간의 세계 일주〉 의 엔딩 타이틀 시퀀스는 방대한 줄거리를 정리하여 결말을 맺어주는 에필로그였고 〈고난의 길〉 의 엔딩 타이틀 시퀀스는 감각적인 에필로그였다. 그는 또한 오프닝 타이틀 시퀀스의 과감한 삭제 또는 축소로써 관객의 보편적 기대 심리를 역이용하여 더 큰 관심을 유도하기도 했다.

솔 바스가 일년의 세편 내지는 네편 정도의 타이틀 디자인 제작에 참여했었던 것도 주목해 볼 필요가 있다. 이는 경제적인 이유도 전혀 배제할 수 없겠

지만-사실 영화 타이틀 디자인은 고수익을 내는 분야가 아니며 그의 회사의 경영에 바탕이 되는 수익은 로고 제작과 같은 그래픽디자인 분야에서 충당되었다-프레밍거나 스콜세지와 같은 고무적인 성향의 사람들과 전문직업인으로서 연계를 맺는 것에 더 가치를 두는 그의 가치관을 엿볼 수 있는 것이기도 하다. 그는 무엇을 하느냐에 상응하는 것으로 누구와 함께 하느냐에도 큰 의미를 부여하고 있다. 이것은 영화 타이틀이 고질적으로 가지는 장애들과도 직접적인 관계를 맺고 있는 것으로 궁극적으로는 실질적인 작업의 구조적 문제와도 직접적인 연관을 갖는 것이다. 대개 타이틀은 영화 전체적인 작업에서 후반부에 고려되어지는 것으로, 대부분 시간의 촉각을 다퉈야 하는 급속 제작의 경향이 강하다. 하지만 이 3~5분의 타이틀에서도 두 세시간의 영화를 제작하는데 쓰이는 모든 기법들이 다 활용되며 거기에 타이포그래피란 요소를 첨가한 그래픽적 작업까지 가미된 기능성을 포함하는 것으로 많은 시간을 필요로 하며, 시간의 양과 질은 대체적으로 비례하는 것이다. 솔 바스와 함께 일하는 감독들은 그러한 타이틀 디자인의 특성과 중요성을 충분히 인식하고 그 가치를 인정하므로 타이틀 디자인을 위해 예산과 시간을 남겨 놓는 즉 그의 타이틀 디자인을 후원해 주는 강력한 지지자이기도 하다. 사실상, 오늘의 그가 있기까지 오토 프레밍거의 힘과 확신에 의존한 결과라 해도 과언이 아닐 것이다. 〈황금팔을 가진 사나이〉에 대한 극장주들의 강한 반발에 대응하여 그의 든든한 방패가 되어준 오토 프레밍거가 없었더라면 영화사나 그래픽사의 큰 획을 그은 그의 업적은 그 빛을 발하지 못하였을 것이다.

한편, 이러한 시간과 예산상[26]의 문제 이외에도 타이틀이 가지는 문제는 영

---

26) 미국의 경우 일반적인 스튜디오 영화에는 평균 2,500만 달러가 든다. 그에 비하여 타이틀 제작비는 25,000 ~ 50,000 달러가 평균 수준이다. 때때로 경제적인 이유로 감독들이 직접 타이틀을 만들기도 한다. 그리고 만약 그것이 잘못되었을 때에서야 비로소

화의 주요 결정권을 가진 제작진이나 배우들의 출연 계약에 따라 부수적이고 세세한 조항의 제약을 받는 크레딧에 관한 것이다. 이 조항들은 때때로 크레딧이 등장하는 순서, 화면에 머무는 시간상의 길이, 심지어는 색상까지도 규정짓고 있다. 이러한 제약들은 디자이너의 창작 여건에 직결되는 사항이며, 영화라는 오락사업에서 크레딧이 상품으로서 평가되는 현실상을 반영하는 것이다. 그 외에도 감독이나 그 외의 결정권자들의 편협한 사고 방식도 또 하나의 저해 환경이 되어 타이틀 디자인의 직접적인 창작 환경이 된다.

IV. 솔 바스의 영화 타이틀 디자인 특성 분석

그의 타이틀 디자인의 대표적인 특징으로는 시각적으로 강하며 따라서 기억에 오래 저장되는 생명력을 지니고 있는 것이다. 단순하고 축약된 형태는 한눈에 인지되고 또다른 특징인 유머는 인지된 것을 흥미롭게 지속시키고 상징이나 은유 등을 통해 표현되는 함축의미는 상상력을 출발시켜서 재인식의 과정을 거쳐 그 인식을 확고하게 한다. 한편 화면의 구조에서 돋보이는 구성력은 세련된 기교를 느끼게 하고, 하나의 통일된 흐름을 유도하는 연결성은 그의 타이틀 디자인 작품 전체의 세심한 정성이 느껴지는 것이다. 디자인 사고에서 비롯된 디자인의 기본원리들이 스크린 매체에서 다양한 방법으로 응용되고 적용되어 지므로 관객에게 신선하게 접근되고 있다.

디자이너를 찾아오곤 한다.

1. 상징성

솔 바스의 타이틀 디자인에는 무엇인가 전달하려는 강력한 메시지를 담고 있다. 상징화된 함축 의미로서 표현된 그 메시지는 관객이 영화를 다 본 후에 완전하게 충족되어지는 것으로서 영화와 그의 타이틀은 상호간의 긴밀한 연관관계를 형성하며 이러한 솔 바스의 특징을 상징성으로 규정하였다. 타이틀 디자인에서 상징성은 문자 상징과 이미지 상징으로 이루어진다. 타이틀 디자인의 기본적 명제인 '전달'의 기능을 일차적으로 수행하는 것은 문자로서 타이틀 디자인에서 커뮤니케이션의 직접적이고 확실한 기능인 언어의 개념이 강조되는 상황에서 우선권을 차지한다. 문자는 시각적 형태의 기본 단위인 글자체 자체의 형태만으로도 각기 특유의 고유성을 가지며 그 독특함에 따라 전달되는 의미가 각기 다르다. 따라서 직접적이고 적극적인 사전적 의미와 간접적이고 소극적인 상징적 의미를 동시에 내포한다. 또한 같은 글자체라도 굵기나 크기에 따른 느낌의 차이가 있으며, 낱개의 글자체가 모여 이루는 형태들은 새로운 의미를 창조해 내기도 한다. 표현을 위한 글자체의 선택, 위치, 방향, 크기, 배치, 구성 방법은 고도의 기술과 감각을 요구하며, 커뮤니케이션을 위한 타이포그래피의 사용은 그 적용에 따라 다양한 의미를 산출해 낼 수 있고 그 가능성은 무궁무진한 것이다. 한편 통일, 대조들의 기술을 달리함에 따라 그 범위를 더 확대시킬 수도 있다.

그러나 타이틀 디자인에서 문자가 강조되는 이미지는 커뮤니케이션의 직접적인 기술로 가장 기본이기도 하지만 솔 바스의 타이틀 디자인의 묘미는 함축의 미에 있다. 상징적으로 표현된 이미지들은 관객들의 잠재된 호기심을 발동시켜 상상력으로의 발전을 꾀한다. 최초의 관념은 구체적인 사물의 연상에 의해

강화되고[27] 솔 바스는 이러한 상징적 이미지들로써 은유적 의미를 만들어 영화의 분위기나 톤을 축약하여 대표적 수단으로 사용하였다. 영화의 전체적 플롯(plot)과 필연적으로 관련되는 상징의 사용은 실체의 일차적이고 직접적, 객관적 의미는 물론 광의적 의미의 추상적인 속성까지 포함하여 의미 영역의 확장을 추구하지만, 이러한 상징적 표현은 개개인의 경험, 지식, 문화에 따른 이해도가 다르므로 보편적 인습에 따른 수용 자세의 차이를 수반하는 문화적 제약이 존재한다.

<카멘 존스>에서 타오르는 불과 붉은 장미는 여주인공 칼멘과 그녀의 정열적인 성격을 은유하고 있다.<그림35> 이 불의 이미지는 1960년의 <대탈출(Exodus)>에서 다시 사용되었다. 이 영화의 타이틀 시퀀스에서 활활 타오르는 불꽃은 꺼지지 않는 탈출의 의지를 상징하며, 포기하거나 좌절하지 않는 자유에 대한 끊임없는 갈망의 염원을 내포하는 것으로, 이스라엘이란 국가의 탄생과 관련된 폭력과 투쟁을 시사한다.<그림13>

<칠 년만의 외출>의 오프닝 타이틀 시퀀스에서 상자 안에서 튕겨져 나온 스프링에 걸려있는 크레딧<그림38-7>은 한 중견급 비즈니스맨의 중년의 공상 · 환상이 덫에 걸린 한정된 상황임을 암시하는 것이다.<그림38>

<황금팔을 가진 사나이>에서 오토 프레밍거와 솔 바스는 '팔'이 영화를 전달하는 적절한 매개체라는데 동의했다. 이 영화에서 '팔'은 주인공의 과거, 현재, 미래를 대표하는 상징적인 심볼이다. 황금팔로 불리는 딜러라는 직업의 필수적인 생계 수단이며, 마약이 주사되는 자리로서 고통과 어둠을 암시하며, '드러머'로서 새 삶을 실현시켜 줄 희망의 매개체인 것이다. 막대들의 분절적이고 불규칙한 움직임들과 그 막대들이 모여 최후로 만들어 내는 변형된 형태의 팔

---

27) 김지현, 「디자이너를 위한 타입과 타이포그래피」, Impress, 1997, p.207

은 마약 중독자의 비틀어지고 상호 연관성이 없는 정신 분열적인 삶을 추상화한 것으로 이 애니메이션 타이틀은 영화의 주요 캐릭터를 강조하는데 큰 공헌을 하고 있다.[28]

<사이코>의 수직과 수평 방향으로 율동적으로 리드미컬하게 움직이는 막대들의 분절된 형태는 극중 인물의 정신 분열적 상태를 시각적으로 은유하는 것으로 <황금팔을 가진 사나이>의 애니메이션과 기본 컨셉의 공통점을 가진다. <그림26>

<북북서>에서 '선'을 강조한 구도는 사선 고유의 정서인 불안감, 긴장감, 운동감의 요소로써 미스테리극인 이 영화 전체의 분위기를 조성해 낸다. 영화의 배경인 뉴욕의 고층 빌딩을 소재로 하여 도시적인 느낌을 강화하고, 고층 빌딩의 아웃라인을 자연스럽게 연결한 선들은 딱딱함, 바쁨, 긴장, 불안정함 등의 도시의 부정적인 측면을 부각시키며, 고층건물로 위장된 그리드<그림28-3,4>는 평온해 보이지만 그러나 사실은 헐떡이는 광고맨(주인공의 캐리 그란트역)의 철과 유리로 된 감옥인 것이다.<그림28>

<봉쥬르 트리스테스>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 귀납적인 방법으로 쾌락과 슬픔의 분위기를 표현한다. 검은 배경 위의 무정형의 형태들이 이리저리 불규칙적으로 튕겨 다니면서 유희를 하고 초반의 형태들은 즐거움과 행복을 나타내며 움직임의 템포에는 장난스러움이 베어 있다. 색이 짙어짐에 따라 서서히 분위기가 바뀌어 점점 침울해진다. 그 형태들은 라벤더 꽃잎의 형상을 흉내내고 스크린을 가득 메운다. 그 꽃잎들이 하나 둘 차례로 떨어짐에 따라, 하강의 분위기로 바뀌면서 이것은 마지막 꽃잎 하나가 남을 때까지 계속된다. 마지막 남은 하나의 꽃잎은 소녀의 얼굴 속에 떨어지고, 관객들은 이 꽃잎이 타이틀

---

28) Pamela Haskin, Film Quarterly, Fall 1996, V50 N1 pp.10-17

시퀀스보다 선행되어 홍보되왔던 포스터의 심볼인 낯익은 얼굴 속의 눈물이었음을 깨닫게 된다.

<스파르타쿠스>는 로마 노예들의 반란을 다룬 영화이다. 역사적인 인물들이 등장하는 이 영화의 배역들의 이름을 석고상과 대치시켜서 크레딧을 보충한다. 그리고 오프닝 타이틀 시퀀스의 후반부에는 시저의 두상을 부서뜨림으로써 로마의 붕괴를 상징화하였다.

<삶의 실태>는 중년의 평범한 사람들이 한번쯤 품어보는 '외도'에 관한 환타지를 코믹하게 엮어나가는 코믹 영화이다. 코믹스런 오프닝 타이틀 시퀀스의 소재들은 액자, 선물, 유리컵, 담배, 전화, 하트, 옷걸이, 레코드 자켓, 스탠드 등으로 모두 집안에 있는 것들이다. 이러한 소재들은 단지 크레딧을 시각적으로 다양하게 표현하려는 의도 외에도 이 모든 것들로 '가정'을 나타내는 것이다. 액자를 채워나가는 가족 사진이라든가 기념일들에 주고받는 선물들 등을 연결지어 생각할 수 있다.<그림24>

<빅 컨츄리>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 본 영화가 시작하는 시간적 배경보다 삼 개월이 앞선 시간을 다룬 것으로 그레고리 팩이 역마차로 대륙을 횡단하는 여정의 시간이다. 이 영화의 주 배경은 법의 효력의 영향권에서 동떨어진 분리된 한 사회였다. 여기서 표현하고자 하는 것은 법의 대한 개념으로 '공평'과 '불공평'의 기본적인 이해력을 구체화하는 것이었다. 각기 독립적으로 제정된 법은 부수적으로 따르는 규범에 기준을 둔 제도가 아니다. 그러므로 영화 속의 이 작은 사회가 실제로 얼마나 단절되고 먼 사회인지를 전달하는 것은 영화를 이해하는 데에 매우 중요한 것이었다. 솔 바스는 얼마나 많은 시간이 드느냐의 시간의 양적인 개념과 동부의 끝에서 서부의 이 작은 사회로 가기까지의 소비되는 에너지의 양적인 면을 화면을 통하여 전달하는데 도움을 준 것이

다.[29]<그림29> 그는 <정복자>에서도 동일한 기법을 사용하였다. 오프닝 타이틀 시퀀스에서 영화의 시간적 배경이 시작되기 25년전의 독일의 실상이 담긴 다큐멘터리 풋테이지(Footage:영화필름의 피트수)와 뉴스영화의 풋테이지의 몽타지를 만들었다. 이 몽타지의 마지막 이미지는 군인들의 행군 장면과 1940년 콩피에뉴(Compiegne)[30]에서 히틀러의 승리의 댄스 신<그림20-10>이었다. 영화가 시작이 되는 시기는 독일이 프랑스를 패배시킨 후이다. 그는 의도는 독일 역사의 냉혹함과 나치독일이 이끌었던 중요 사건들에 대한 감각적인 것을 만들어내는 것이었다.[31]<그림20> 이러한 기법은 자동차 경기에 관한 영화 <그랑프리>에서도 사용되었다. 몬테카를로 자동차 경주가 시작되기 바로 직전의 상황을 담은 이 오프닝 타이틀 시퀀스에서 그는 경기 전의 준비과정에서 일어나는 상황들에 대한 그의 관심을 잘 표현해 내므로써[32] 관객들로 하여금 그 긴장감, 걱정, 떨림 등을 느끼게 해 주었다. 정비사들은 엔진의 격앙된 부르릉거리는 소리들 사이에서 최후로 장비를 점검하고, 선수들은 마치 고대 로마의 검투사를 연상시키는 듯한 엄숙한 자세로 헬멧을 착용하고 장갑을 다시 조인다. 관중들은 경기가 시작되기를 기다리고 있고, 기자들은 여기저기 카메라를 들이밀기에 바쁘다. 이러한 광경들을 화면 분할과 극도의 클로즈업을 사용한 몽타주기법으로, 경기가 시작되기 직전의 팽팽한 긴장감을 관객들에게 전해 주는 것이다.<그림10>

<현기증(Vertigo)>는 퇴직한 형사가 옛 친구의 부탁으로 그의 아내를 몰래

---

29) 상게서, pp.10-17
30) 콩피에뉴 : 프랑스 북부의 Oise강에 면한 도시. 1918년 연합국과 독일이, 1940년 프랑스와 독일이 이 부근에서 휴전 조약을 체결하였다.
「영한 대사전」, 금성, 1992, p.680
31) Pamela Haskin, 전게서, pp.10-17
32) 상게서, pp.10-17

조사하는 과정 중에 일어나는 로맨스, 음모 등을 다룬 미스테리 영화이다.<그림31> 입술과 눈의 극도의 클로즈업 신으로 시작되는 이 오프닝 타이틀 시퀀스는 눈동자의 중심점에서부터 커져 나오는 소용돌이 모양의 선적인 움직임이 강조된 다양한 그래픽적 문양들이 '현기'를 형상화하는 듯하다. 얼굴을 클로즈업한 아이디어는 1966년의 <세컨드>에서 재창조되는데 자신의 삶에 염증을 느끼는 중년의 한 은행가가 성형수술을 통해 젊은 화가로 다시 태어나 새 삶을 시작한다는 섬뜩한 감각의 유머를 모티브로 하여 사건이 전개된다. 이 오프닝 타이틀 시퀀스는 눈·코·입·귀 등의 얼굴의 일부분에 대한 극도의 클로즈업 그리고 붕대에 싸인 얼굴 등은 렌즈의 변형으로 그 효과를 살렸으며, 이러한 렌즈의 왜곡된 표현들은 비틀어지고, 극대된 사실주의를 제공한다. 그리고 오프닝 타이틀 시퀀스 전체에 흐르는 불길함은 그칠 줄 모르는 오만한 인간의 욕망에 대한 불행한 결말을 예고해 주는 것이다.<그림15>

<웨스트 사이드 스토리>의 오프닝 타이틀 시퀀스에서 보여지는 그 글자들은 앵글로(Anglos)족과 푸에르토리코인(Puerto Rican)과의 분쟁의 역사를 보여주고 있다.[33] 낙서를 위장한 자유로운 캘리그래피(calligraphy)로 된 크레딧은 영화의 배경이자 그래피티 아트(graffiti art)[34]의 본고장인 뉴욕을 간접적으로 보충하고 있으며 달콤한 로맨스 영화로 분류되는 이 영화의 이면에 깔려있는 이민족의과 갈등이라는 영화의 무거운 주제들을 내포한 것으로 혼합인종으로 이루어진 미국의 사회 구성에서 발생되는 문제까지 연상하게 한다.

---

33) "A conversation with Saul Bass", Cinema, Fall 1968, pp.30-35

34) 그래피티 아트(graffiti art) : 낙서 예술이라는 의미로 도시에서 생활하는 젊은이들의 현실적인 고뇌와 정치적 메시지를 게릴라 적으로 휘갈겨 쓰는, 소외 낙서와 혼입되어 1970년대 후반부터 뉴욕의 지하철과 벽면 또는 동서 베를린 장벽 등을 스스로 발표의 장으로 여기며 갖가지 주제를 그린 그림.
「디자인 대사전」, 숭례문, 1994, p.67

<무법지대>에서 고양이는 영화의 배경인 유곽을 중심으로 일어나는 사랑, 분노, 증오의 강한 감정들을 표현하는 상징체로서 적합한 것이었다. 솔 바스는 순수와 비순수의 표현으로 검은 고양이와 하얀 고양이를 사용하였다. 검은 고양이가 뒷골목을 유유히 배회하면서 오프닝 타이틀 시퀀스가 시작된다. 그 한가로운 배회는 자기 구역의 침입자인 하얀 고양이를 만나게 되면서 중단되고 그 두 고양이들은 조심스럽게 돌아다니다가 싸움을 한다. 그리고 자기 구역을 지킨 검은 고양이의 여유로운 배회로 다시 이어지면서 오프닝 타이틀 시퀀스가 막을 내린다. 이것은 영화 스토리의 중심이 되는 어두운 뒷골목의 생활에 관한 전체적인 상을 떠오르게 하는 것이다.[35]<그림22>

<라마로의 아홉 시간(Nine Hours to Rama)>의 주제는 간디의 암살에 관한 것으로 그 비극적 사건이 일어나기 직전의 9시간을 다루고 있다. 이 위대한 사나이의 생명을 똑딱거리는 시계의 침으로 상징화한다. '시간' 실체에 대한 관념을 다루는 것으로 시계의 내부로 카메라가 들어가서 그 표면과 움직이는 동작을 검토하는 것은 서양의 시간의 구조를 재 고려해 보게 하는 방법[36]이었다.<그림19>

<버니 레이크의 실종>의 오프닝 타이틀 시퀀스 후반부에는 형상화되는 여아의 윤곽을 표현하는데 손으로 종이를 찢은 듯한 기법을 사용함으로써, 관객으로 하여금 4살 짜리 여아의 실종에 관한 무시무시한 스토리를 암시한다.

<인간적 요소>에서 등장하는 전화의 코드선은 이중 스파이를 하던 주인공이 그 정체가 탄로 남에 따라 가족과 헤어져서 홀로 소련에 체류하면서 가족을 그리워하는 애틋함·안타까움을 대변하고, 엔딩 타이틀 시퀀스에서 끊어진 채로 댕글거리며 달려있는 수화기는 그러한 감정들을 더 강화시켜 주면서 한편으로는

35) Pamela Haskin, 전게서, pp.10-17
36) 상게서, pp.10-17

희망과 가능성이 희박한 절망적인 앞날을 예견해 주는 것이다. 빨간 배경 위의 줄이 끊어질 듯 겨우 연결돼 있는 검은 전화기의 그래픽은 그 배경 색으로 공산주의를 대유하기도 한다.<그림7-4>

<장미의 전쟁>에서 눈처럼 하얀 이미지가 전체 오프닝 타이틀 시퀀스에서 돋보이던 하얀 천이, 데니 드 비토의 콧물로 온통 더럽혀지는 장면으로, 솔 바스는 관객들로 하여금 뒤에 따르는 두 시간동안 데니 드 비토가 어떠한 행동들을 전개해 낼지를 짐작하게 만든다.<그림6-7,8>

<케이프 피어(Cape Fear)>라는 제명은 두 가지 의미를 가진다. 하나는 호숫가의 휴양지인 미국의 한 지명이기도 하지만 낱말 자체의 뜻에서도 '공포의 호수'이라는 뜻으로 영화의 내용을 암시하고 있는 것이다. 영화의 클라이맥스가 펼쳐지는 신의 배경이 이 케이프 피어로, 폭풍우가 몰아치는 호숫가 배위에서 악역의 로버트 드 니로와 주인공 가족간의 갈등과 다툼은 매우 아슬아슬하고 소름끼치는 것으로 강렬한 인상을 남기는 장면이다. 중심 소재인 '물'과 그것의 텍스츄어에 관계되는 '반사' 그리고 '물에 잠긴 이미지'가 전체적 모티브로서 잔잔한 물결과 오버랩되는 눈의 클로즈업 신, 새의 비상, 한 남자의 신체의 윤곽의 이미지들은 영화의 주요 소재들과 결부되어 공포의 분위기를 유추해 내고 있다. 마지막 부분의 두눈의 클로즈업 신이 빨간 색의 칼라로 서서히 덮히면서 그 공포감을 더해준다.<그림3>

<순수의 시대(The Age of Innocence)>의 오프닝 타이틀 시퀀스의 초반부의 감각적이고 화사함이 넘쳐나는 장미 봉우리들의 개화하는 장면들은 빅토리아 시대의 허식을 은유하는 것이다. 도입부에서는 부드럽게 시작하지만 서서히 그것은 악의를 암시하게 되는 것을 의도하였다. 전체적인 오프닝 타이틀 시퀀스에 흐르고 있는 '에로틱 에너지'는 스크린 전체에 만연한 붉은 기운과 레이스

등의 이미지 등을 이용해 표출되고 있다.<그림2>

<카지노>에서 솔 바스는 카지노의 대형 간판 불빛들을 다양한 카메라 속도와 렌즈의 왜곡, 겹침을 사용하여 표현하였다. 주인공의 비극적 여로를 예시하는 것으로써 라스베가스의 밤의 생활에 관한 이미지를 다룬 것이다. 이 오프닝 타이틀 시퀀스는 라스베가스의 배신, 비뚤어진 도덕, 욕심, 교만, 그리고 끝으로는 자기 파괴까지 하는 이러한 것들을 은유로써 표현하였다.[37] 주인공 로버트 드 니로가 불과 네온 속으로 서서히 추락하는 애수의 시퀀스는 실제로는 1970년대의 마피아의 추락을 의미하는 것이기도 하다. 마틴 스콜세지가 감독한 이 영화는 솔 바스의 마지막 타이틀 디자인이라는 의의와 함께 많은 필름메이커들에 의해 동시대 최고의 작으로 손꼽히는 것이다.

솔 바스의 타이틀 디자인은 이러한 상징과 은유의 방법으로 이미지, 텍스트, 움직임, 사운드의 조작과 함께 증류된 메시지를 전달하는 것이다. 상징에 따르는 모호성은 그의 타이틀 디자인의 중추로서, 다의적인 시각적 관용구는 흥미유발과 함께 재미로서 유지시키며 신비감을 조성하여 더욱 빠져들게 만든다. 따라서 관객을 영화 속으로 점점 더 결속시키게 하는 것이다. 이러한 표현에서 한번쯤 겪게 되는 것은 모호함의 경계에 관한 혼란이며, 소심한 메타포는 자칫 권태에 빠질 위험이 있음을 솔 바스는 충고한다.

---

37) 상게서, pp.10-17

2. 단순성

「시각 언어」에는 "우리들은 혼란된 시각 환경 속에서 시각적 이미지라고 불리는 통일된 실제를 만들고 있다. …. 모든 시각적 이미지와 경험은 형성이다"라고 조형적 이미지에 대하여 정의한다. 솔 바스는 시각적 이미지를 위한 '형성'의 대표적인 법칙으로 단순화을 추구하는데 그의 이러한 특징을 단순성이라고 규정하였다. 단순화의 원리는 시각을 통한 심리작용의 상호 관계를 과학적으로 연구한 게쉬탈트(Gestalt) 시지각 법칙의 제1요소이기도 하다. 어떠한 형태이든 가능한 한 단순하게 보여진다는 단순화(Pragnan)의 법칙은 하나의 형(shape)이 단순화하여 내적 혹은 외적인 힘에 상호작용을 한다는 것[38]으로 전체를 지각함에 있어 자연히 최대 단순성의 방향을 추구하게 된다는 원리이다. 콘스탄틴 브랑쿠시(Constantin Brancusi, 1876~1957)는 이러한 단순화의 의미를 "단순화는 예술의 목적은 아니나 물질의 참뜻에 접근하는 것이다"라고 표현하고 있다. 미스 반 데 로에(Mies Van de Rohe)는 "적은 것이 많은 것이다(Less is More)"라고 단순성을 과감하게 표현했다.

혼란된 시각 환경들을 하나의 함축적 주제로 줄여야 한다는 그의 생각은 바우하우스의 기본 원리를 응용한 형태로 그의 작품에 연결되는데 그 표현 방법상의 대표적인 것이 시각의 단일화로 이것은 메시지를 집약화하고 명확하게 하는 것에 그 영향력을 발휘하고 간결화나 축소화와 관련이 있는 것이다. 그는 상징화된 복잡한 텍스트를 단순한 그래픽 요소들과 결합시킨다. 형태를 확대하거나 축소하여 단순화하면 그 기능성은 떨어지지만 형태성은 높아진다. 시

38) 홍동원, Gestalt Psychology의 지각과 표현에 관한 연구, 홍익대 석사 논문, 1985, pp.16-17

각적 복잡성을 제거한 이러한 형태성은 시각적 힘을 얻어냄으로서 강한 인상을 남긴다.

<황금팔을 가진 사나이>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 엘머 번스타인(Elmer Bernstein)의 재즈음악을 배경으로, 한 개의 흰 막대가 화면의 위에서 불쑥 나타나서 아래로 뻗어 내리고, 뒤이어 다른 막대들이 불규칙적으로 등장한다. 네 개의 막대가 화면의 중앙에서 만나게 되면 드디어 크레딧이 등장한다. 연속성을 유지하기 위해 하나의 막대만 남고 나머지가 모두 사라지고 이번에 한꺼번에 네개의 막대기가 뻗어 나와서 타이틀 로고를 둘러싸게 된다. 리드미컬한 이 막대들과 크레딧의 진행은 스타카토 식으로 배경음악과 조화를 이루며 모든 크레딧이 소개된 후에 이 막대들이 모여서 그 유명한 불규칙한 아웃라인의 변형된 팔의 형상이 된다. 검은 배경의 흰 막대라는 단순한 요소들만을 사용하여 공허하고 음산한 분위기를 자아내고 있다.<그림36>

<살인의 해부>의 오프닝 타이틀 시퀀스에는 사람 신체의 형상을 단순화하고, 이것을 분절화 시킨 그래픽을 크레딧과 함께 균형적인 레이아웃의 감각으로 애니메이션화하였다. 1959년에 제작된 이 조각난 신체의 그래픽 이미지는 36년이나 지난 1995년 스파이크 리 감독의 <클러커스(Clokers)>에 도용돼 화제가 되기도 하였다.<그림27>

<권고와 동의>는 정계를 소재로 한 영화이다. 미국 국회의 빌딩을 단순화시킨 심볼의 지붕부분이 열리면서 타이틀 로고가 등장한다. 또한 성조기의 스트라이프 무늬만을 클로즈 업 시킨 타이틀 백(title back)[39]위에 크레딧이 등장

---

39) 타이틀 백(title back) : 형과 색채를 종합한 시각 대상으로 문자 이외에 눈(화면)에 비치는 모든 형상을 포함하는 것이다. 그 표현이 실사이든 컴퓨터 그래픽이든, 다양한 시각패턴이든 모두가 이미지이며 눈으로 볼 수 있는 대상 중에서 문자로 전달되는 것 이외에 직접적으로 시각에 의해 지각되는 것.
이은숙, 영상 매체에 있어서 타이틀 디자인에 관한 연구, 건국대 석사 논문, 1995, p.49

하여 전체적으로 단순한 질서를 느끼게 한다.<그림21>

단순화, 축약화의 특징을 나타내는 방법으로써 클로즈업을 많이 사용하였는데, 이러한 특징은 실사 촬영에서도 두드러진다. <세컨드>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 화면을 가득 메운 크기의 입술과 눈, 코, 귀등이 등장한다. 거기에 극적인 조명과 렌즈의 변형을 이용하여 생략의 표현을 하였다.<그림15> <빅 컨츄리>에는 특수 촬영 기법이 이용되지는 않았으나 원근감을 표현하기 위한 롱렌즈의 사용으로, 광활한 대지를 표현하기 위해 최대한으로 멀리서 화면을 잡았고, 속도감을 나타나기 위해 마차 바퀴, 말의 움직임 등을 극도로 클로즈업하여 표현하였다.<그림29> 앞에서 설명하고 있는 영화들에서의 표현상의 공통점은 앵글 상에서 필요 없는 부분을 과감하게 삭제하였다는 것이다. 극도의 클로즈업은 <라마로의 9시간>에서 '시간'의 실체를 표상적으로 나타내기 위해 쓰였다. 시계 바늘, 눈금, 시계 내부의 장치의 확대된 모습은 그의 축소에 따른 단순성의 추구의 성향을 잘 나타내고 있다.<그림19>

<카디널>의 오프닝 타이틀 시퀀스에서 검은 사제복을 입은 한 신부가 걷고 있는 모습의 실사촬영된 타이틀 백위에 등장한 흰색의 타이포그래피들은 특수 촬영기법등을 전혀 동원하지 않은 평범한 포맷이다. 그러나 풍경의 단순하고 절도 있는 구도는 매우 세련된 것이며 배경을 고려하여 매번 위치를 달리하는 크레딧의 등장은 정갈한 느낌의 구도를 완성하게 된다. 계단, 기둥, 광장 바닥 등에서 강조되는 '선'의 느낌은 실사라기 보다 그려진 디자인된 구성 작품을 보는 듯하다.<그림17>

<무법지대>의 타이틀 시퀀스도 모두 실사로 촬영된 것이지만 단순화의 원리가 적용된 것이다. 화면에 원이 나타나면서 시작되는 오프닝 타이틀 시퀀스는 조명을 이용하여 필요 없는 부분을 생략하였다. 그래서 평면적인 원의 아웃라

인만 보이지만 사실은 입체적인 하수구관이다. 그 원은 점점 커져서 화면 밖으로 일부분이 잘려나가 괄호의 모양으로 보이게 된다. 솔 바스가 자주 사용하는 극도의 클로즈업이 만들어 내는 효과이다. 타이틀 로고의 등장에서도 극적 조명을 이용하여 검은 배경 위에 단지 고양이의 두눈만 보이고 그 양미간 사이에 'Walk on the Wild Side'라는 제명이 위치한다.<그림22-2> 한편 그 고양이가 서서히 걸어가는 장면도 발 부분만을 촬영하여 지금 걷고 있음을 상상할 수 있게 한다.<그림22-5> 이렇듯 생략된 표현의 기능은 생략되지 않은 부분을 유추하게 만들고 힐끗 보고 지나간 장면보다 기억에 오래 남게 한다.

<그랑프리>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 출발 직전의 자동차 경기장의 이모저모를 실사 촬영으로 보여주는 것으로, 여기서 주로 사용되고 있는 것은 몽타주 기법과 클로즈 업<그림10-1,3,4,7,15>이다. 자동차의 아주 작은 부품인 나사와 조인트 등으로 자동차를 대유하는 것은 사고의 극소화이고, 이러한 작은 부품조차도 극도의 클로즈업으로 표현하는 것은 시각의 극소화이다. 시각상으로 정리된 구도로써 단순성을 느끼게 하며 이러한 화면을 잘게 분활하기도 하는 몽타지 기법에서 규격화된 단순성을 느끼게 한다.<그림10-2,4,5,7>

이러한 간결하고 장식이 배제된 형태는 바우하우스의 중심인 모더니티(modernity)에 대한 연구를 보여주는 것이다.

3. 유머

솔 바스의 작품들 속에 짙게 잠재되어 있는 특성으로 대표적인 것이 유머이다. 타이틀 디자인에서 유머의 기능은 관객과의 친화감을 높이는 것이다. 즉,

흥미를 유발시키고, 재미를 느끼게 하며, 거부감이나 긴장감 없이 설득[40]하여 색다른 감동을 주며, 그에 따라 사람들의 기억에 오래 남는 생명력을 가지는 것이다. 스티븐 헬러는 따뜻함과 편안함을 가진 인류의 공통의 언어가 유머라고 말한다. 단, 그 시각적 유머 속에는 전하고자 하는 메시지가 반드시 있어야만 생명력을 가진다고 강조하였다. 유머 또한 상징성과 마찬가지로 문화적인 보편성과 개별성에 따른 차이를 가진다. 대중과 함께 호흡하는 영화라는 매체의 특성상 대중을 설득하는 방법으로 유머의 요소는 필수적이다.

이러한 유머는 의미적 표현상의 유머와 형태적 표현상의 유머로 나누어 볼 수 있다. 의미적 표현상의 유머란 일차적인 단순 유머가 아니다. 본 영화와 연결지었을 때 생기는 의미상의 유머이며, 시각적으로 유머로서 파악되기 힘든 숨겨진 유머로써 부가적 의미를 암시하는 유머이다. 한편 유머는 발상 자체가 코믹한 긍정적 유머와 대조를 사용한 반어적 유머로도 나누어진다. 긍정적 유머의 대표적인 예는 <80일간의 세계일주>, <닥터 헐리웃>등에서 찾아 볼 수 있고 반어적 유머의 예는 <돌격>, <제 4 단계>등에서 찾아 볼 수 있다. 한편 형태적 표현상의 유머는 한눈에 시각적으로 어느 누구나 다 유머로서 인지되는 것으로 대개는 그래픽상의 유머적 표현을 가리킨다. 이러한 형태적 표현상의 유머는 영화에 대한 완벽한 이해가 없더라도 한눈에 유머로서 인정되어지는 것이 많으므로 이러한 차원에서, 대부분 의미상의 유머가 형태상의 유머보다 깊이가 있는 유머라 할 수 있다.

먼저 의미상의 유머 중에서 긍정적 유머의 예를 들어 설명하면, <80일간의 세계일주>에는 누구나 다 기대하고 예상하고 있는 오프닝 타이틀 시퀀스가 없다. 대신 장장 6분이나 되는 엔딩 타이틀 시퀀스가 있다. 영화의 내용을 총

---

40) 김지현, 전게서, p.148

정리하고 있는 이 엔딩 타이틀 시퀀스는 전체적으로 코믹과 재치로서 영화의 플롯을 다시 여는 듯하다. 이 영화는 80일 안에 세계를 일주하게 된 딱딱하고 보수적이며 괴팍에 가까운 완벽주의자인 한 영국 신사와 좀 모자란 듯 싶은 하인과의 여정을 다룬 것이다. 따라서 잦은 장소 이동과 많은 배우들의 등장, 분주히 끊임없이 일어나는 잦은 소동으로 이루어진 구성들이 자칫 관객들을 산만하고 정신없게 만들 수 있는 구성의 미약성을, 에필로그의 방법으로 엔딩 타이틀 시퀀스를 구성하여서 영화 구성의 미흡성을 보완하였다. 애니메이션으로 된 이 시퀀스는 특징적인 캐리커처와 함께 크레딧이 등장하므로 -이 영화에는 카메오 출연이 많았던 것으로도 유명하다- 이름만 등장하는 크레딧에서보다 배우와 이름을 쉽게 접목시킬 수 있도록 하였고, 본 영화를 축약된 형식으로 코믹하게 애니메이션화하여 다시 훑어줌으로써 영화의 내용을 재정리함은 물론 다소 지루한 이 긴 영화에 대한 느낌을 다시 새롭게 하여 산뜻하게 끝맺음하게 해 준다. 만약 영화를 오리지날의 의미로 보고 타이틀 시퀀스를 그 패러디라고 비유한다면, 오리지날을 유머로써 능가한 패러디로 평가될 수 있다.

<그림33>

의미상의 유머중에서 반어적 유머의 예인 <돌격(Attack)>은 전쟁에 관한 영화로써, 전쟁 신이 오프닝 타이틀 시퀀스 전에 먼저 등장한다. 빗발치는 총소리와 폭음이 오가던 첫신 뒤에 시작하는 오프닝 타이틀 시퀀스의 메인 타이틀은 흔히 거의 모든 영화의 타이틀 로고가 등장하는 정중앙도 아니었고, 눈에 잘 띠는 크기도 아니었으며 '돌격'이란 뜻의 전쟁 영화에 어울릴만한 씩씩해 보이는 그런 글씨체도 아니었다. 그리고 문법적으로도 -제목을 쓸 때에는 문장의 첫머리를 대문자로 시작한다- 어긋나는 소문자로 쓰였으며, 타이틀 로고가 등장하는 위치로 가장 흔하지 않는 우하단에 위치하며, 일반적으로 크레딧에

해당하는 작은 크기이다. 이 모든 것들이 반어적으로 숨겨진 유머이다.

<그림34-2>

솔 바스가 직접 감독한 영화 중 하나로 유일하게 장편 영화인 이 <제 4 단계>에도 거창한 오프닝 타이틀 시퀀스를 찾아 볼 수가 없다. 대신, 첫 번째 시퀀스가 끝나면 'Pause I'이라는 서브 타이틀이 등장한다. 그리고 두 번째 시퀀스가 끝나면 'Pause II'라는 서브 타이틀이 등장한다. 이러한 순서로 네 번째 시퀀스가 끝나서야 드디어 'Pause IV'가 등장한다. 여태까지 등장했던 서브 타이틀과 동일한 크기, 위치로 메인 타이틀이라기보다는 서브 타이틀에 가까운 것이다. 타이틀 디자인의 거목이라 불리는 그가 직접 만든 영화이므로 더욱 기대감을 갖고 타이틀을 기다리는 관객에게 던지는 그의 유머이면서 이 영화의 주요 인물인 과학자가 마치 실험 보고서를 쓰듯이 제 1 단계, 제 2 단계, 제 3 단계, 그리고 제 4 단계로 영화를 전개해 나가고 있는 것이다.<그림37>

형태적 표현에서의 유머란 앞에서도 언급한 바와 같이, 그 형태가 드러난 유머에 해당된다. 솔 바스의 타이틀 시퀀스에 대한 완벽한 이해는 영화를 다 본 후에 이루어진다. 의미적 유머가 영화를 다 본 후 비로소 소화되는 것이 대부분인 반면 형태적 표현에서의 유머는 타이틀 시퀀스 자체만으로도 유머라고 인지되어지는 것들이다. 주로 그래픽적 요소로서 표현되는 형태적 표현의 유머는 시각적인 즐거움을 제공함으로써 시선을 유지시키며 그 효과를 강조하거나 증대시킨다. 이러한 유머의 이미지는 기억도를 높이는데 기여를 한다.

형태적 표현상의 긍정적 유머의 예인 <이것이 연예다.II>는 각 영화들의 하이라이트 장면만을 모은 것으로 주연급 출연 배우들의 크레딧의 양으로도 일반 영화에 비해 훨씬 많다. 게다가 모두가 스타급 배우이므로 크레딧 하나라도 소홀히 다룰 수 없다. 이러한 문제를 솔 바스는 특유의 유머와 재치로서 훌륭

하게 소화해 내었다. 매스 게임을 하듯 군중들의 형태로 글자를 표현하거나 <그림8-4>, 모래 사장 위의 손가락으로 글자를 써서 표현하거나<그림8-5>, SOS 조난 신호를 상징하는 유리병 안의 들어있는 쪽지 등의 방법으로 <그림8-13>, 크레딧이 등장하는 소재나 발상을 다양하게 함으로서 관객의 흥미를 유지시키며 각 상황을 달리함으로서 누구의 크레딧이 먼저 등장하는지, 어떠한 크기로 등장하는지의 미묘한 알력 다툼을 회석시킨다. <닥터 헐리웃>에서 등장하는 크레딧은 타이포그래픽 레이아웃상의 유머로써, 주인공 닥터 역인 마이클 제이 폭스가 새빨간 오픈카로 하이웨이를 달리는 장면에서 오프닝 타이틀 시퀀스가 시작한다. 달리는 차 밑 도로 바닥에서 등장하는 크레딧의 발상 자체도 코믹스러우며 아스팔트 위에 등장하는 크레딧의 크기를 점점 작게 함으로써, 달리는 차의 신이 등장하기 위한 속도감을 미리 보여주는 역할을 한다.<그림5-1~3> 메인 타이틀의 등장에서도 화면의 중간에서 갑자기 등장한다는 점도 특이하지만 크기를 달리함에 따라 원근감, 깊이감을 표현하며 크레딧을 배치하는데 있어 매 위치를 달리하는 레이아웃 상의 특징은 실사 촬영된 배경을 망치지 않고 최대의 조화를 이루려는 세심함과 함께 그만의 독특한 유머가 베어 있는 것이다.<그림5>

형태적 표현상의 반어적 유머의 예인 <세컨드>의 오프닝 타이틀 시퀀스의 전체에 흐르는 분위기는 음침한 것이나 화면을 꽉 채우고 있는 눈의 형상의 한 가운데에서 점점 커져나오는 크레딧이나 붕대에 싸여 약간 벌어진 입술의 가운데에 위치하는 크레딧에 관한 발상은 독특하며 유머러스한 것으로 전체적 분위기와는 대조를 이루는 시각 표현상의 유머로 볼 수 있다.<그림15> <장미의 전쟁>의 오프닝 타이틀 시퀀스를 보면 컨셉상 이렇다 할 만한 특징이 없는 듯하다. 제목에 '전쟁'이란 과격한 언어가 들어가 있지만, 오프닝 타이틀 시퀀스

를 거의 다 볼 때까지 전체적 인상은 잔잔하고 부드러우며 클래식하다. 그러나 오프닝 타이틀 시퀀스가 끝나면서 본 영화의 첫 신으로 넘어가는 장면 전환의 방법이 매우 독특하며 실사 촬영된 흰색의 타이틀 백위로 크레딧의 등장과 퇴장은 위치나 크기, 배치 등에서 매우 평범하다. 단지 타이틀 백의 흰색과 글자체에서 느껴지는 깔끔함과 순수함으로 전체 오프닝 타이틀 시퀀스의 느낌을 이끌어 간다. 그러나 단지 흰색의 배경으로만 인식되었던 것이 곡선을 만들며 점점 천의 텍스츄어성을 표현하고 그전에 나온 곡선이 천의 접혀있는 부분임을 인식시키게 한다. 그리고 그 천은 나중에 자연스럽게 손수건이 되어 데니 드비토의 콧물을 훔쳐내는 영화의 첫장면과 연결된다. 다소 평범한 전반부의 지배적인 이미지를 한 순간에 코믹함으로 이끄는 재치 있는 순발력과 흰색 배경이 콧수건으로 변화는 유머의 발상이 뛰어난 작품이다.<그림6>

형태 표현상의 긍정적 유머이자 그래픽상의 유머적 표현의 부류에 속하는 대부분의 영화들은 영화 장르에서도 코믹에 속하는 영화들이 주류를 이루고 있다. 영화를 함축하여 대표하는 타이틀 디자인의 기본적 기능을 충실히 실행하는 차원에서, 코믹 영화의 타이틀 디자인 또한 그러한 맥락에서 제작되어졌으므로 유머적 요소가 포함되는 것은 기본공식이라 하겠다. 이 부류의 예들은 다음과 같다. <80일간의 세계 일주>의 엔딩 타이틀 시퀀스는 즐거움을 주는 애니메이션이다. 솔 바스의 다재다능한 재능과 예리한 감각적 유머가 베어있는 이 시퀀스에서 정확하고 완벽주의의 영국신사인 주인공의 캐릭터를 신사모를 쓴 의인화된 시계로서, 그의 하인의 캐리커처의 대용으로는 영화의 첫 시퀀스에서 그가 타던 한 개의 큰 바퀴와 또하나의 작은 바퀴로 된 고풍스런 자전거로 비유하였고, 장면과 장면의 전환은 이 두 캐릭터가 움직이면서 자연스럽게 바뀌게 된다.<그림 33-1,3> 스페인을 대유하는 것으로서 투우장면을 사용하였

고 소의 몸체가 반으로 갈라지면서 인물의 캐리커처와 함께 이름이 등장한다.<33-6> 이집트로 나타내는 피라미드에 붙어 있는 편지 봉투들의 이름이 바로 이집트에서 등장한 배우들의 이름이다.<그림 33-8> <그림 33-19>에서 그의 여행을 방해하는 악역의 캐리커처는 단지 눈썹, 눈, 수염만으로 표현하였는데도 불구하고 그의 표정이 확실하게 전달되며 그 모습이 매우 코믹하다. 영화 <오션 11>의 배경인 라스베가스를 카드나 주사위, 슬럿 머신 등을 응용한 이 오프닝 타이틀 시퀀스에는 그래픽으로 된 크레딧이 등장한다. <그림 25-4,5>에서 감독의 이름의 등장과 퇴장의 방법이 재미있다. 주사위가 굴러서 화면에 들어오고 그 위에 감독의 이름이 나온 후 도박장에서 사용하는 막대기가 그 두 주사위를 끌어간다. <삶의 실태>의 애니메이션 타이틀 시퀀스는 가족 액자 안에 사진 대신 크레딧을 집어넣고, 선물 꾸러미 중의 선물 상자 형태의 레이아웃으로 크레딧의 외형을 위장하고, 그러한 위장은 때로는 쥬스컵에 빠지는 얼음이기도 하고 담배의 재가 되기도 하고 전화 수화기의 들려 나오는 노래가 되기도 하고 하트가 되기도 하고 옷걸이에 걸린 옷이나 슈트케이스가 되기도 하고, 스탠드의 갓이 되기도 한다. 이러한 발상 자체도 재미있지만 크레딧의 등장과 퇴장의 방식이 더욱 재미있다.<그림24> <매드 매드 대소동>은 원제의 'world'를 지구본으로 비유하고 이 지구본을 이용하여 다양하고 코믹한 방법으로 그 많은 수의 크레딧을 소개한다. 통조림을 따듯이 지구본을 벗겨가면서 크레딧이 등장하거나, 새가 날아와 품어주자 알이 부화하듯 지그재그로 깨어지면서 또는 지구본의 가운데의 지퍼를 열면서 크레딧이 등장한다.<그림18> <칠 년만의 외출>에서 타이틀 시퀀스는 경쾌하고 가볍다. 우선 밝은 난색의 대비가 만들어 내는 분위기이다.<그림38> 색은 기본적으로 인간의 직감적인 시각을 자극하는 것으로 채도가 높은 난색은 따뜻함, 행복, 유쾌한 반응

을 불러일으키는 것이다. 화면을 분할한 면들이 마치 문처럼 열리고 닫히면서 크레딧이 바뀌는 아이디어도 독특하며 메인 타이틀 로고의 글자체도 색연필로 쓴 듯한 귀여운 느낌이다.<그림38-3> 상자가 열리면서 스프링에 튕겨져 나오는 감독 빌리 와일더의 크레딧의 발상도 코믹하다.<그림38-7>

4. 구조성

화면구성에서 화면의 골조를 성립하고 있는 요소들의 배치에서 드러나는 구조적 특징을 구조성이라 규정하였다. 솔 바스의 구조성의 가장 두드러진 성향은 사선·직선과 같은 딱딱한 선이 강조된 기하학적 구조의 구성이다. 기하학적 구조란 추상적인 선이나 도형으로 구성되는 것으로 직선을 기본 요소로 하여 평행선, 격자, 십자, 지그재그 등과 곡선의 파도형, 나선형, 동심원 그리고 삼각, 사각, 마름모꼴 등으로 짜맞추어진 구조를 뜻하는 것으로 일정하고 합리적인 규칙성을 지닌다.

한편 선은 그 형태와 방향에 따라 각기 고유의 느낌을 가지며, 여러 단어의 결합으로 이루어진 문장의 레이아웃은 시각적 방향과 형태로서도 느낌을 표현해낸다. 일반적으로 수평선은 휴식, 안정, 고요, 적막, 일정한 리듬을 의미하고 수직선은 성장, 삶을 의미하며, 대각선은 불안, 역동을 의미한다. 이러한 선들을 이용한 선적인 구조는 질서감, 수학적 비례감, 규격화된 통일감, 객관적 명료성 등을 갖게 한다. 그리고 다양한 응용에 따라 리듬감의 강·약을 조절한다. 대각선이나 격자형의 이용은 그의 모더니스트적 성향을 반영하는 것으로 전반적인 그의 작품 중에서 쉽게 발견되어진다. 이러한 특징은 바우하우스의 타이

포그래피 스타일의 중심인물인 모홀리 나기의 기본적인 직사각형 그리드[41] 구조에서도 그 맥을 찾아볼 수 있다.

이 구조성은 두 가지 측면에서 분석해 볼 수 있는데 타이틀 디자인의 기본 요소인 문자에 관한 것 즉 타이포그래피의 구조적 특징과 타이틀 백의 구조적 특징이다. 문자는 단순히 형태만으로도 커뮤니케이션의 기능을 수행하며 특히 동영상에서 가독성에 의해 인지되는 문자의 내적인 의미전달보다 시각적으로 한눈에 인지되는 형태적 의미전달이 더 빠르고 효과적이다. 점·선·면의 기본원리 중에서 글자는 특히 선에 의해 표현되는 것으로써, 글자가 모여 단어가 되고 단어가 모여 한 문장이 되는 것을, 의미를 떠난 단순한 시각적인 차원에서 보면 글자가 모여 문장이 되는 과정은 점이 모여 선이 되는 과정이라고도 할 수 있다. 솔 바스의 크레딧의 배치에 관한 형태적 표현에서 두드러지는 구조성은 지루하고 단편 일률적인 크레딧이 주류를 이루는 다른 영화들의 크레딧과 견주어 볼 때 단연 구별되어지는 점이다. 내용상으로도 전혀 새롭지 않고 단지 이름만 바뀔 뿐인 이 지루한 시간을 뒷배경과의 관계를 치밀히 고려하여 타이포그래피가 등장하는 분량, 위치, 방향 등의 다양한 시도로 운동감, 리듬감을 추구하였다. 그리고 글자의 크기, 굵기, 길이, 여백에 관한 타이포그래피의 기본적 조형 요소들을 다양하고 변화있게 활용하였다.

영상 매체가 갖는 메카니즘적 특성은 인쇄물에서의 타이포그래피보다 적극적이고 직접적이며 확장된 영역으로서 새로운 효과를 창출해낸다. 정지된 그래픽에서의 운동감보다 더욱 적극적인 운동감을 성취할 수 있고, 이것은 심도 깊은 입체감 및 깊이감 등을 획득하기도 한다. 음향의 첨가로 의미를 증대시키기도 하고, 시간상의 개념인 프레임수의 조작에 의해 속도감을 증폭시킬 수도

41) 서로 조화롭게 하기 위하여 일정한 간격으로 수평·수직선을 그어 만든 일종의 조직망.

있다. 그러나 적용 매체의 차이를 막론하고 기본적 임무는 읽기 쉽고 보기 좋고 인상깊게 만들어 내는 것이다.

솔 바스의 타이포그래피의 표현에 이러한 구조들은 다양하게 이용하여 그 효과를 증가시킨 예들은 다음과 같다. <좋은 친구들>의 오프닝 타이틀 시퀀스에서는 타이포그래피의 중복이나 겹침을 사용하여 운동감과 속도감을 표현한다.<그림 4> <헐리웃 박사>에서는 레이아웃의 위치와 크기의 변화로 속도감과 깊이감을 나타내었다. 이러한 레이아웃의 변화에 따른 솔 바스의 주요 특징 중에 하나인 사선과 수직·수평 구도를 빼 놓을 수 없다.<그림5> <하이어러닝(Higher Learning)>에서는 크레딧의 레이아웃을 대각선 방향으로 배치하고 빠른 진행으로 운동감을 주었다.

위의 영화의 타이틀 시퀀스는 크레딧에서 선적인 요소와 타이포그래피와의 관계에 관한 것이었다. 그러나 타이틀 백에서도 선이 강조된 구조적 특징은 쉽게 발견되어 진다. <북북서>의 고층 빌딩의 창문을 연장한 그리드 형식의 사선들은 입체적인 착시효과를 얻어내고 있다. 이 오프닝 타이틀 시퀀스의 중심 소재는 '선'이다. 그 중에서도 두드러지는 것은 '사선'으로서 그래픽과 타이포그래피의 공통된 흐름을 형성하여 시각적 효과를 증대시키며, 경쾌하고 빠른 리듬감을 준다.<그림28> <추기경(Cardinal)>의 오프닝 타이틀 시퀀스의 실사 촬영의 배경과 크레딧은 그의 그래픽적 센스가 결부되지 않았다면 진부하고 평범한 타이틀에 지나지 않았을 것이다. 특수기법의 사용이나 애니메이션의 사용과 같은 기술적인 기교들은 사용되지 않았지만 어느 장면이라도 일시 정지시킨다면 그 장면 하나로도 잡지의 표지를 보는 듯한 느낌인 매우 감각적이다. 실사로 촬영된 타이틀 백과 크레딧의 관계를 고려하여 매 크레딧이 배치되고 각 위치와 분량이 다르다. 또한 실사 촬영되었지만 '선'의 인상이 매우 강렬하

여 마치 그려 넣은 패턴을 보는 듯한 타이틀 백의 구도가 독특하고 강하며 아름답다. 기둥들의 수직선, 광장바닥의 블럭들이 이루어내는 비늘 문양의 패턴, 계단의 원근감으로 기교를 부려 표현된 사선과 같은 선의 패턴들이 각 장면마다 다채롭게 펼쳐져서 만들어 내는 인상이다.<그림17> <카지노>의 오프닝 타이틀 시퀀스의 첫 신에서 자동차가 폭파된 후 주인공이 날아가는 방향도 사선의 방향이며, 그 뒤로 나타나는 현란한 네온사인의 영상들도 선적인 요소가 곳곳에서 발견되어 진다. 여기에서도 특히 사선이 두드러진다.

<그림1-2,3,8,9,11,12>

5. 연결성

솔 바스가 그의 메시지를 전달하기 위해 활용하는 방법들은 매우 독특하고 다양하다. 이러한 다양함 속에서 하나의 통일감을 형성하려는 시도로서 메시지들을 기술적으로 하나의 고리로서 연결시켜 결속시키고 있는 그의 특징을 연결성으로 규정하였다. 이러한 고리는 오프닝 타이틀 시퀀스와 엔딩 타이틀 시퀀스가 연결이 되는 경우, 오프닝 타이틀 시퀀스가 본 영화의 첫 프레임과 연결이 되는 경우, 본 영화의 마지막 프레임과 엔딩 타이틀 시퀀스가 연결이 되는 경우, 마지막으로 앞에서 나열한 고리들이 서로 연결되어 새로운 고리를 만드는 경우로 분류할 수 있다. 이러한 연결성은 의미적으로 연결이 되거나 시각적으로 연결이 되고 있다. 그리고 의미와 시각적 표현이 모두 혼합된 복합적인 연결을 이루어 그 결속을 돈독히 하기도 한다. 시각적 연결이란 표현의 형태상의 공통점을 갖는 것으로, 의미적 연결이 영화와 관계를 가지며 연결 고

리를 갖게 되는 반면 시각적 연결은 한눈에 포착되는 그래픽 상의 공통분모를 가지는 것으로, 심볼을 통일화한다거나 특수효과를 통일화하는 방법을 사용하므로 의미적 연결보다 쉽게 인지되는 특징이 있다. 이러한 연결 고리들은 반복의 전략으로 질서를 선정하여 전체적인 일치감을 만들어서 그 메시지를 명확하게 하며 보완하고 있다.

<빅 컨츄리>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 미국 대륙을 횡단하는 역마차의 여정을 표현하고 있다. 그리고 마침내 그 역마차가 영화 속의 작은 마을에 도착했을 때에 본 영화가 시작한다. 그 여정에 드는 시간과 에너지의 감각으로써, 관객은 영화의 배경이 얼마나 거대한 땅에서의 작은 부분이며, 얼마나 소외된 사회인지를 오프닝 타이틀 시퀀스에서 직접적으로 체험함에 따라 영화가 시작되었을 때, 무리없이 그 작은 사회에 동화되어 있게 된다. 이 영화의 오프닝 타이틀 시퀀스와 첫 프레임은 의미와 시각적으로 연결이 되며, 오프닝 타이틀 시퀀스와 엔딩 타이틀 시퀀스에서도 광활함을 느끼게 하는 의미상의 공통점을 발견할 수 있다.<그림29>

<북북서>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 본 영화의 첫신의 배경인 뉴욕 거리를 세련된 기술로 암시해 준다. 사선의 구조는 도시의 긴장감, 불안감을 조성하고 '유리'라는 텍스츄어성을 감각적으로 이용하여 뉴욕거리의 분주함 모습을 고층 건물의 유리창에 반사시켜 표현한다.<그림28> 따라서 오프닝 타이틀과 영화의 첫 프레임이 의미와 시각상으로 자연스럽게 연결되면서 고리를 형성한다. 그리고 오프닝 타이틀 시퀀스와 엔딩 타이틀 시퀀스 모두 '사선'이 강조된 구도성의 공통점이 발견되어 진다.

<무법지대>의 오프닝 타이틀 시퀀스와 엔딩 타이틀 시퀀스에는 고양이를 등장시켜 영화를 은유적으로 상징하고 있다.<그림22> 영화 마지막 부분의 사건

의 결말을 신문기사로서 나타내고 이 신문을 고양이가 밟고 지나가면서 영화가 종료함과 동시에 엔딩 타이틀 시퀀스가 시작되는 것이다. 고양이라는 상징의 공통점으로 오프닝 타이틀 시퀀스와 엔딩 타이틀 시퀀스가 의미와 시각상으로 하나의 고리를 형성하였다.

<인간적 요소>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 빨간 배경 위에 검은 전화의 애니메이션이고<그림7-1~5> 엔딩 타이틀 시퀀스는 실사로 촬영되었지만 여기서도 주소재는 전화이다.<그림7-7~8> 주인공의 통화 장면으로 본 영화의 첫 프레임이 시작되고<그림7-6> 영화의 마지막 프레임도 주인공의 통화장면으로 끝을 맺고 있다. 표현 방법상의 차이는 있지만 오프닝 타이틀 시퀀스와 본 영화의 첫 프레임, 그리고 마지막 프레임과 엔딩 타이틀 시퀀스는 공통된 소재로서 시각적으로 하나의 연결고리를 형성하며, 오프닝 타이틀 시퀀스와 엔딩 타이틀 시퀀스는 은유적인 상징을 연장되어 의미적 고리를 형성한다.<그림7>

<그랑프리>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 초조함, 긴장감이 만연한 레이싱이 막 시작하기 전의 경기장이 배경이었다. 본 영화는 바둑판 무늬의 레이싱 깃발이 올려짐으로서 시작된다.<그림10-1~16> 엔딩 타이틀 시퀀스는 경기가 다 끝난 텅빈 경기장을 배경으로 하며 공허함이 감도는 것이다.<그림10-17~18> 시작과 끝이라는 이항대립의 숙어적 관념의 고리를 만들어 각자 나타내는 분위기의 성질은 다른 것이지만 관용구 적인 하나의 맥을 형성하여 시작은 더욱 시작스럽게 끝은 더욱 끝스럽게 만들고 있다. 사전적 의미상으로 반대이기는 하나 연결성의 법칙으로 볼 때 의미상의 고리를 형성하는 것이다.<그림10>

위의 영화에서 의미적 연결 또는 의미를 중심으로 한 복합적 연결고리를 살펴보았고 다음은 시각적 연결의 특징이 강한 영화들의 예이다.

<살인의 해부>의 오프닝 타이틀 시퀀스에 등장했던 분절돼 사람의 형상<그림

27-2>의 일부분에 'End' 사인이 찍혀 나오므로써<그림27-12> 영화의 종료를 알리므로 그래픽 상의 연결을 의도하였다. 오프닝 타이틀 시퀀스에서 등장했던 심볼을 엔딩 타이틀 시퀀스에서의 엔드 사인으로 같이 사용하는 것은 그의 유머적 성향과 더불어 작은 부분까지 배려하는 세심한 정성을 보여주는 것이다. 이와 같은 기법은 <카멘 존스><그림35-4>, <칠 년만의 외출><그림38-8>, <성 잔다르크><그림32-8>, <카우보이><그림30-12>, <봉쥬르 트리스테스>, <북북서><그림28-8>, <사이코><그림26-11~12>, <오션 일레븐><그림25-7~8>, <엑소더스><그림13>, <권고와 동의><그림21-7~8>, <내 아내와는 안 돼!><그림14-7>등에서도 쓰였다.

<사이코>의 수평·수직선들의 리드미컬한 유희가 끝나면 수직 수평구조의 아웃라인을 가진 고층건물이 모여있는 도시의 전경이 등장하면서 오프닝 타이틀 시퀀스의 수직·수평의 모티브와 그 맥을 같이한다. <그림26-11,12>에서 보면 오프닝 타이틀 시퀀스의 수평선이 등장하여 엔딩 타이틀의 화면을 메워나간다. 시각적으로 오프닝 타이틀 시퀀스와 첫 프레임 그리고 영화의 맨 마지막 프레임과 엔딩 타이틀 시퀀스가 다 같이 하나의 시각의 고리를 형성한다.

<오션 일레븐>의 오프닝 타이틀 시퀀스에 등장하던 전자 문자체를 엔딩 타이틀에서도 같이 사용하였고 어지럽게 움직이다가 드디어 글자의 형태를 갖추게 되는 방법도 동일하다.<그림25-7~8> 그리고 오프닝 타이틀 시퀀스의 마지막 장면의 주사위를 막대기가 끌어내는 장면과 영화의 첫 프레임을 합성시켜 자연스런 시작을 유도하고 있다.<그림25-5> 오프닝 타이틀 시퀀스와 엔딩 타이틀 시퀀스의 시각적 연결이다.

<세컨드>의 오프닝 타이틀 시퀀스에서는 변형된 렌즈의 굴곡을 표현함으로써<그림15> 오프닝 타이틀 시퀀스의 전반적인 흐름을 이끌어가며 역 대합실로

의 첫 프레임으로 넘어갈 때에도 이러한 카메라 기법이 계속되면서 같은 흐름을 유도한다. 렌즈의 굴곡으로 표현된 시각상의 연결이다.

오프닝 타이틀 시퀀스와 영화의 첫 프레임으로의 시각적으로 자연스럽게 연결되어 한 맥락을 이루는 것으로 <삶의 실태>의 오프닝 타이틀 시퀀스는 애니메이션으로 여러 가지 유머스런 발상이 돋보이는 작품이다.<그림24> 오프닝 타이틀 시퀀스와 본 영화의 자연스러운 시작을 유도하는 방법에서는 그러한 유머를 찾아볼 수 있다. 오프닝 타이틀 시퀀스의 후반부에 스탠드가 등장한다.<그림24-14> 스탠드의 갓을 대신하여 크레딧들이 그 갓의 모양을 나타내고 있다. 초반에서부터 등장하는 남자의 손이 그 스탠드의 줄을 잡아당기면서 불이 꺼지고 잠깐동안 검은 색의 배경만 등장한다. 그리고 다시 불이 켜지면 아까와는 다른 이름들의 크레딧으로 바뀌어있다. 팔찌를 찬 여자의 손과 교대로 불을 켰다 껐다하면서 크레딧의 장면 전환이 이루어진다.<그림24-15> 그러한 켜짐과 꺼짐의 방법으로 오프닝 타이틀 시퀀스와 영화의 첫 프레임이 전이되어진다.

영화의 마지막 프레임에서 엔딩 타이틀 시퀀스로 시각적으로 자연스럽게 연결된 작품으로 <봉쥬르 트리스테스>를 꼽을 수 있다. 화장을 지우며 울고 있는 여주인공의 얼굴을 클로즈업 시키면서 화면이 꺼지고 눈물 방울이 그려진 얼굴의 그래픽으로 대체된다. 이 그래픽은 인쇄 매체를 통하여 영화가 개봉되기 전부터 대중에게 홍보되왔던 것으로 관객에게는 이미 익숙한 그림이고 영화를 다 본 후에야 관객들은 그 그래픽의 의미를 깨닫게 된다.

<케이프 피어>의 오프닝 타이틀 시퀀스의 엑스레이로 촬영된 것 같은 효과를 낸 흑백의 두눈의 클로즈 업 장면<그림3-10>이 서서히 칼라로 변하고 그와 동시에 줌 아웃<그림3-11>되면서 소녀의 얼굴의 일부분임을 알게 되고, 그 소

녀의 독백으로 영화가 시작된다. 그리고 본 영화의 마지막 장면도 오프닝 타이틀에서 쓰였던 방법의 역으로서 소녀의 얼굴<그림3-11> 그리고 두눈 그리고 흑백의 클로즈업으로<그림3-12> 끝을 맺고 있다. <케이프 피어>의 전체의 '물'의 텍스츄어는 타이틀의 가장 처음 등장하는 '유니버설 스튜디오'라는 탑 타이틀에서부터 표현되고, 엑스레이식의 촬영기법을 흉내낸 눈의 클로즈업신은 본영화의 첫 프레임에 등장하는 소녀의 얼굴의 일부로서 자연스럽게 예속된다. 이러한 순서는 영화의 가장 마지막 프레임과 엔딩 타이틀 시퀀스로의 전이에서도 같은 기법이지만 역행의 순으로 표현되고 있다. 따라서 오프닝 타이틀 시퀀스와 영화의 첫 프레임 그리고 영화의 맨 마지막 프레임과 엔딩 타이틀 시퀀스가 시각적으로 한 고리로 이어져 있다.

6. 대조성

구성 요소들간의 상반된 충돌로 일어나는 효과를 잘 운용하고 있는 솔 바스의 특성을 대조성으로 규정하였다. 이러한 대조에 의해 강조된 요소는 우선적으로 시선을 획득하는 시각적 우위를 차지하는 것이다. 솔 바스가 그의 디자인에 즐겨 사용하는 것은 상반된 강한 대비로 힘있고 집중적인 효과를 산출한다. 앞에서 언급한 그의 특징 중에 하나인 단순화나 극소화의 이미지들도 상대적인 개념으로서 크게는 대조와도 관련되는 것이기도 하다. 상반된 강한 대조의 방법으로 이미지간의 대조, 배경음악과 이미지의 대조, 구성 흐름상의 대조, 표현기술상의 대조, 형태와 이미지와의 대조, 시작적인 그래픽의 표현의 대조등은 적극적이고 강렬한 느낌을 전달한다. 한편, 색채의 대조는 가장 직접적

인 방법으로 악센트를 준 색이 여타의 부분과 파격적으로 다른 색조이거나 아니면 명도나 채도가 아주 다른 것을 말한다.[42]

본영화의 내용과 오프닝 타이틀 시퀀스와의 이미지간의 대조의 예인 <돌격>은 1944년 유럽을 배경으로 한 전쟁 영화이다.<그림34> 이 영화의 오프닝 타이틀 시퀀스는 전쟁이라는 배경에서의 이미지와는 반대되는 가벼운 음악을 사용하여, 프리 오프닝 시퀀스(pre-opening sequence)의 전투신과의 대조를 이루고 있고, 막사에서의 아침의 이모저모를 표현하고 있는 이 오프닝 타이틀 시퀀스<그림34-4~12>는 매우 일상적이고 평범한 것으로 의미상의 대조를 이루고 있다.<그림34> <순수의 시대>의 오프닝 타이틀 시퀀스의 감각적인 캘리그래피나 레이스의 오버랩 된 장미들은 우아하다.<그림2-1~5> 그러나 편집과 음향이 어우러지면서 뭔가 위협하는 듯한 장미의 이미지로 대조적 분위기를 자아낸다. 여기서 사용하고 있는 또 다른 대조는 타이틀 시퀀스에 전체에 깔려있는 '에로티시즘'과 영화 전체에 깔려있는 '절제'와의 대조로 오프닝 타이틀 시퀀스에서 충만 되었던 에로틱한 감정들은 본 영화가 진행됨에 따라 서서히 억제된 정서들로 대치하게 된다.<그림2>

배경음악과 이미지의 대조의 대표적인 예로 <카지노>에서는 라스베가스의 형형색색의 찬란한 네온사인의 타이틀 백<그림1-2~13>과 도박의 도시나 마피아 등의 영화의 주요 소재와는 대조적인, 장엄한 고전음악을 배경음악의 사용하여 반어적으로 그 효과를 증대시켰다.

구성의 흐름 상의 대조의 예인 <장미의 전쟁>의 오프닝 타이틀 시퀀스에서 초반, 중반, 그리고 후반까지 별다른 특징을 보이지 않다가 후반부의 마지막 신에서 급격한 대조의 기법을 사용하여 그 효과를 증대시켰다. 이 오프닝 타이

42) 데이비드 A. 라우어/이대일, 「조형의 원리」, 예경, 1996, p.241

틀 시퀀스의 전반적인 잔잔하고 은은하며 순수한 이미지와 대조적으로 마지막 신에서는 빠른 전개의 속도에 있어서도 대조를 이루며 그 이미지에서도 대조를 이룬다.<그림6>

표현기술상의 대조의 예로써 <빅 컨츄리>의 오프닝 타이틀 시퀀스에서 나타나는 대조의 특징은 기술적인 방법에서의 대조의 활용이다. 우선 극도의 역마차의 롱샷으로 시작한다. 그리고 마차, 말발굽, 마차 바퀴들의 최대의 클로즈업을 나란히 배열함으로써 맹렬히 달리는 활동성을 표현하였다. 그 다음 다시 롱샷으로 잡음으로써 아주 작게 보이는 역마차의 지각하기 힘든 미세한 움직임을 조금씩 확장되고 있는 먼지의 구름으로 느낄 수 있게 하였다. 이러한 두 가지 조건의 대조적인 촬영 기법은 광활한 땅을 횡단하는데 있어 극소의 거리량에 드는 엄청난 에너지에 대한 감각을 갖게 해 주는 것으로 타이틀의 주제를 강화하는 역할을 하였다.[43]

그래픽의 대조중에서도 <사이코>에서는 수직선과 수평선의 대조가 뚜렷한 선의 대조이고 <인간적 요소>에서 나타난 빨간 배경 위의 검은 전화기는 색의 대조로서 강한 인상을 준다.<그림7-1~5> 이러한 뚜렷한 색의 대조는 <좋은 친구들>에서도 나타나는데 검은 배경 위의 붉은 글자는 프리 오프닝 시퀀스의 후반부의 살인의 분위기와 연결되는 것으로 색의 대조에 의해 빨간 색이 더욱 부각되고 있다.<그림4> <케이프 피어>의 타이틀 시퀀스에서 흑백으로 처리된 소녀의 두눈이 위에서부터 번져오는 빨간 색조로 서서히 덮히면서 색의 대조를 이용한 공포감을 형성한다. 이것은 흑백과 칼라의 대조로 명도와 채도의 대조이기도 하다. 한편 또다른 색조의 대조를 통한 물결의 단절을 표현해 내기도 한다.<그림3-2,5,6> <하이어 러닝>의 오프닝 타이틀 시퀀스에서는 색과

---

43) Pamela Haskin, 전게서, pp.10-17

무채색의 대비가 사용되었다. 크레딧을 무채색으로 설정한데 반하여 타이틀 로고만을 빨간색의 색조로 표현하여 주조색인 무채색과 강한 대조를 이룬다.

위에서 나열한 대조들의 사용은 비대칭적 균등을 형성하고 이것은 대칭적 균등에서보다 자극적이며 강한 효과가 있다.

V. 결론

전통적 타이틀 디자인이 읽기 위한 타이틀과 장식적 차원의 디자인으로 이루어졌을 때, '기능성'이라는 명제를 기반으로 하여 단순한 요소들로 이루어진 비구상적인 그래픽을 사용하여 영화를 상징해 낸 솔 바스의 혁신적인 시도는 타이틀 디자인의 본격적인 장을 연 것이다.

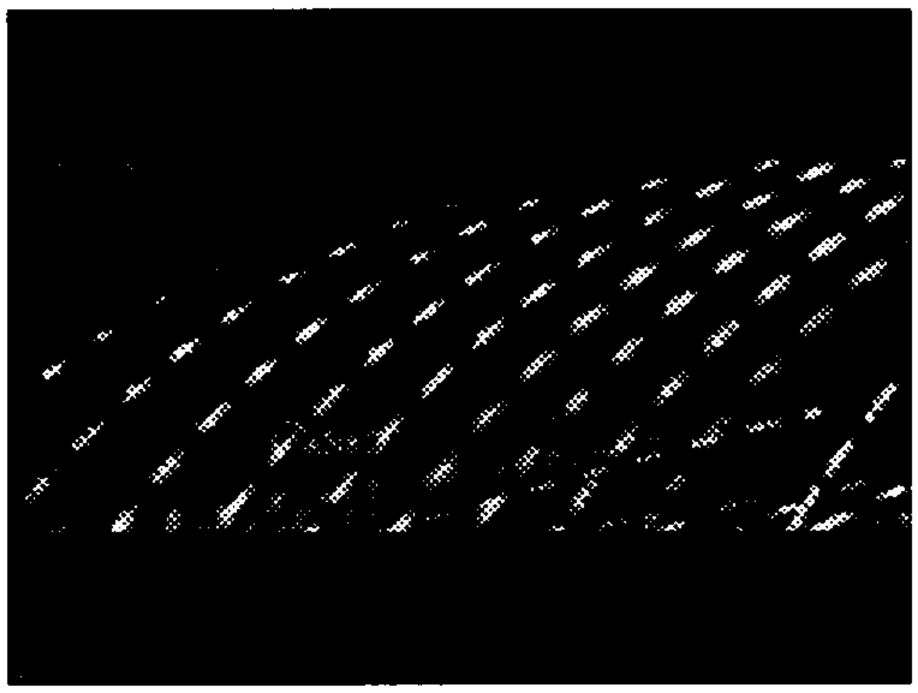
타이틀은 주로 영화의 제일 초반부에 등장하여 짧은 시간동안 두 세시간의 영화를 표현해낸다. 이러한 대표자로서의 타이틀의 기능성을 강화하기 위해 영화와 밀접한 관계를 맺으며, 독자적인 전문 영역으로 발전할 수 있도록 이끈 원동력은 그의 광범위한 조형의식과 관습에 얽매이지 않는 자유로운 시도에서 비롯된 것이며, 이러한 그의 실험적 사고는 타이틀 디자인의 발전을 위한 가능성을 제시하는 노력으로 이어진다. 〈웨스트 사이드 스토리〉에서와 같이 크레딧을 위한 글자체로서 자유로운 형식의 캘리그래피를 사용한 것은 정자체보다는 가독성이 떨어지지만 영화의 분위기나 내용을 암시하는 기능적인 면에서는 훨씬 훌륭한 것으로 타이틀 디자인에 있어서 레이아웃의 기본요소 중의 하나인 '가독성'의 제약에서 벗어나려는 노력이었다. 그리고 〈80일간의 세계일

주〉에서의 장장 6분의 엔딩 타이틀 시퀀스를 제작한 것은 타이틀이 가지는 짧은 시간상의 한계에 도전하는 것이었으며, 그의 타이틀 디자인의 주요 제작원리로 상징성, 단순성을 채택한 것도 시간상의 제약을 극복하려는 또하나의 시도였다. 이러한 제작원리이외에 그의 타이틀 디자인의 특성인 구조성, 연결성, 대조성, 유머를 통한 실험적 구성의 타이틀 디자인은 열린 형식의 구조를 통한 구조의 확장을 의도한 것이며, 시각적 촉각에 관한 텍스츄어성 표현은 영화라는 시청각적 매체의 한계를 넘어서 촉각에까지 지각의 영역을 확대를 한 것이다.

디자이너 드위긴스(W. A. Dwiggings)가 1922년에 그래픽 디자인이라는 용어를 처음 사용한 이래, 그래픽 디자인은 인쇄 매체뿐만이 아니라 영화나 TV, 컴퓨터 등의 현대의 다양한 매체에 적용됨에 따라 타이포그래피는 물론 그림, 사진, 화상, 그리고 그에 따르는 사운드까지 그 영역이 확장되었고, 정지된 그래픽(static graphic)에서 움직이는 그래픽(moving graphic)까지 포함하는 포괄적인 것이 되었다. 스크린 매체에까지 그래픽 디자인의 개념을 커뮤니케이션 효과의 최대화하는 것으로 확장된 사고를 실천해 온 솔 바스의 시도들은 그 영역을 확장시키고 전문화시키며, 미래의 그래픽 디자인 중에서도 영화에서의 그래픽 디자인의 중추를 이루는 타이틀 디자인 분야에 그 영향력을 널리 미치게 되었다.

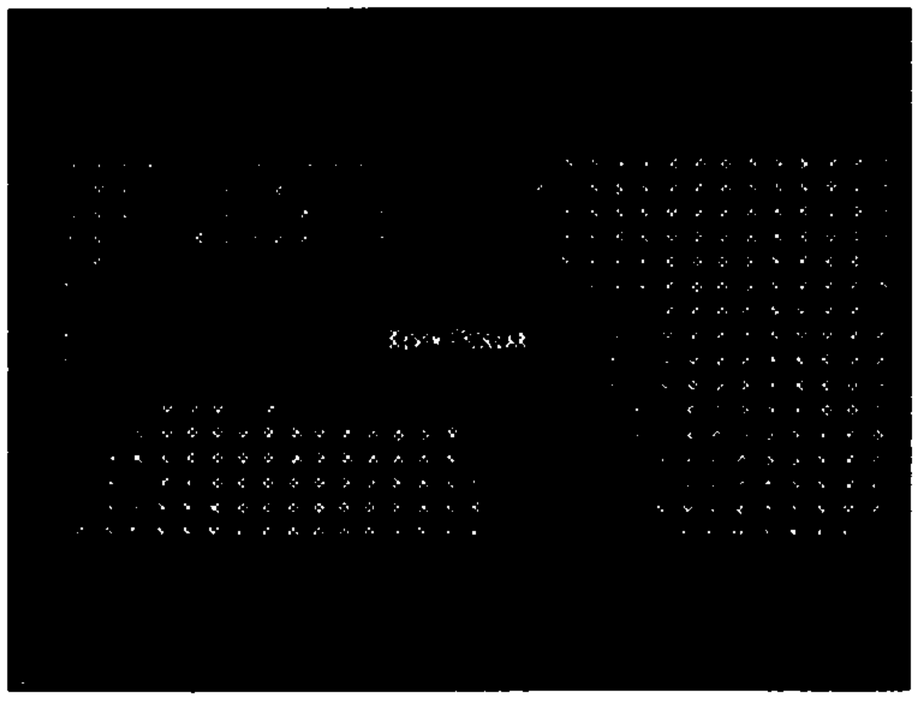
이러한 영향은 기술의 진보에 따르는 메카니즘적 확장과 더불어 매체의 확대를 통한 지각의 확장과 더욱 더 나아가 의식의 확장까지 추구하고자 하는 것이다. 앞으로의 타이틀 디자인은 솔 바스를 출발점으로 하여 그 영역을 더욱 더 확장하며 심화시켜야 할 것이다.

그림 1-1



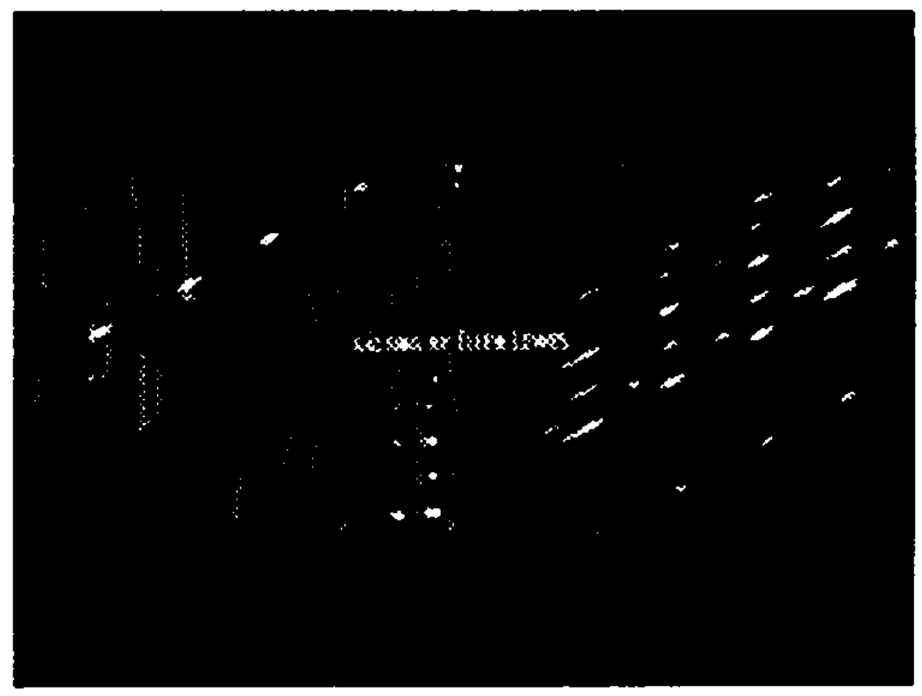
1-2

1-3



1-4

1-5

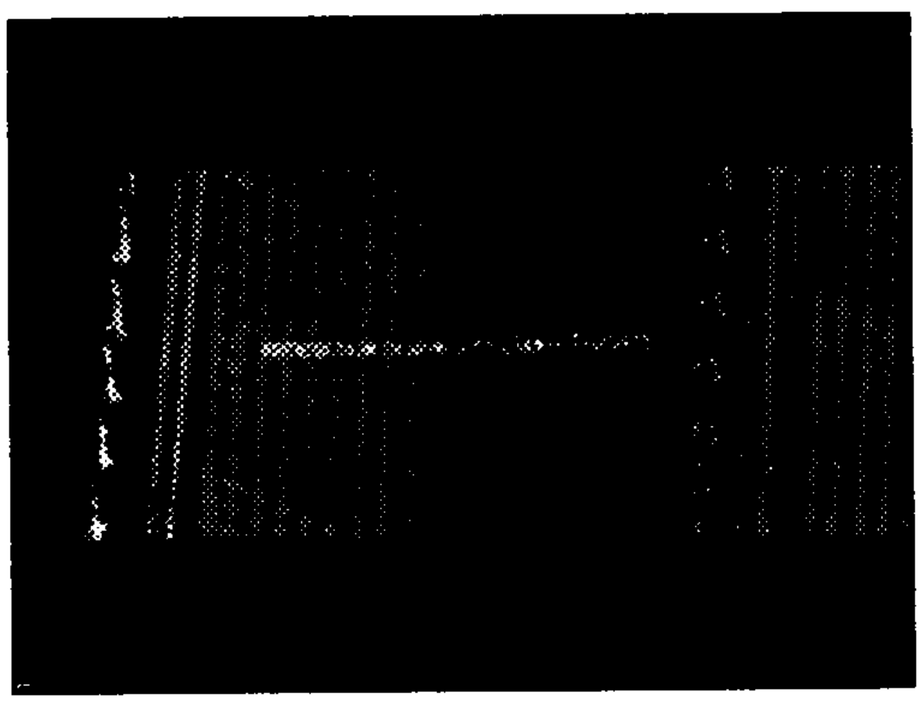


1-6

1-7

1-8

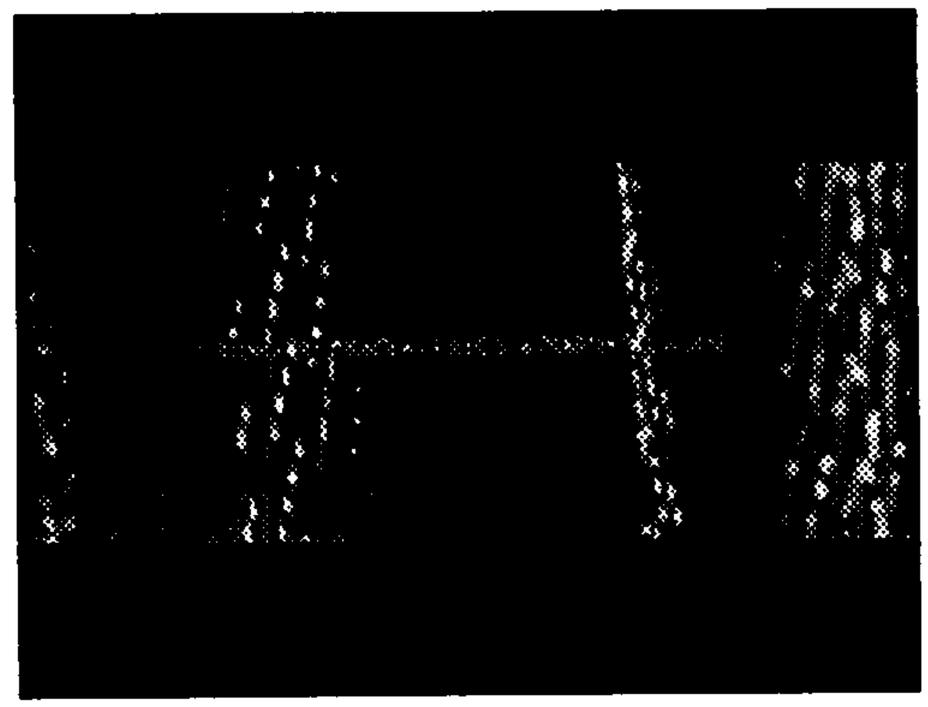
1-9



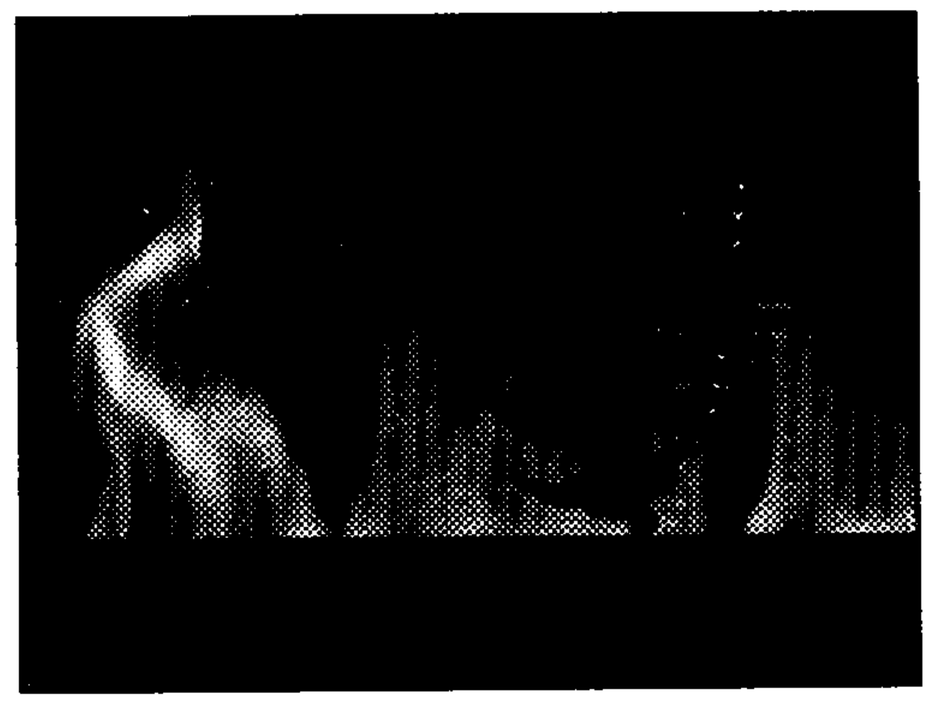
1-10

1-11

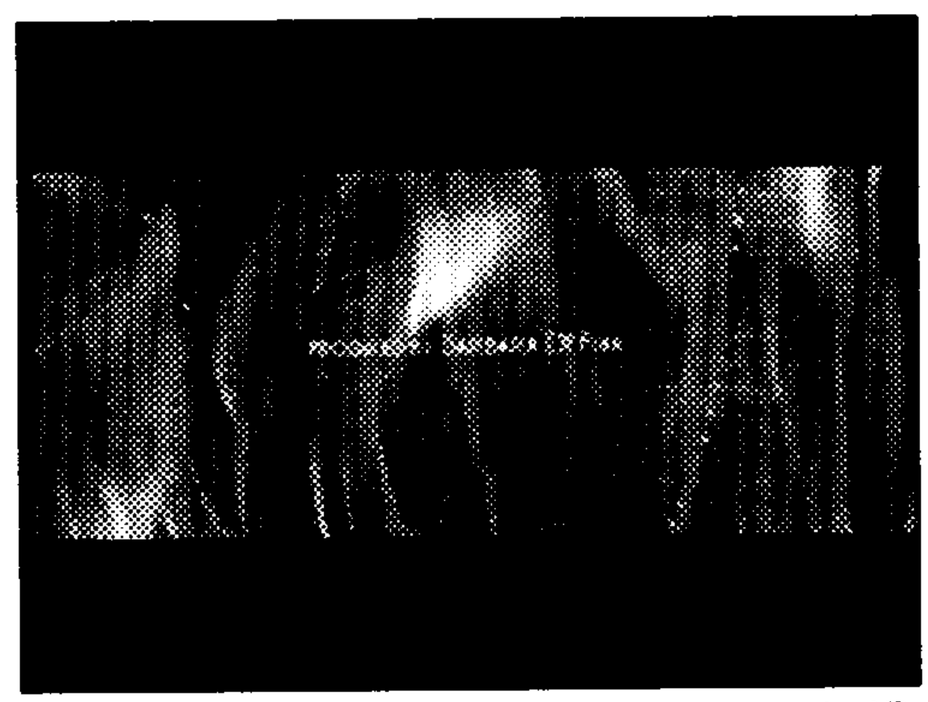
1-12



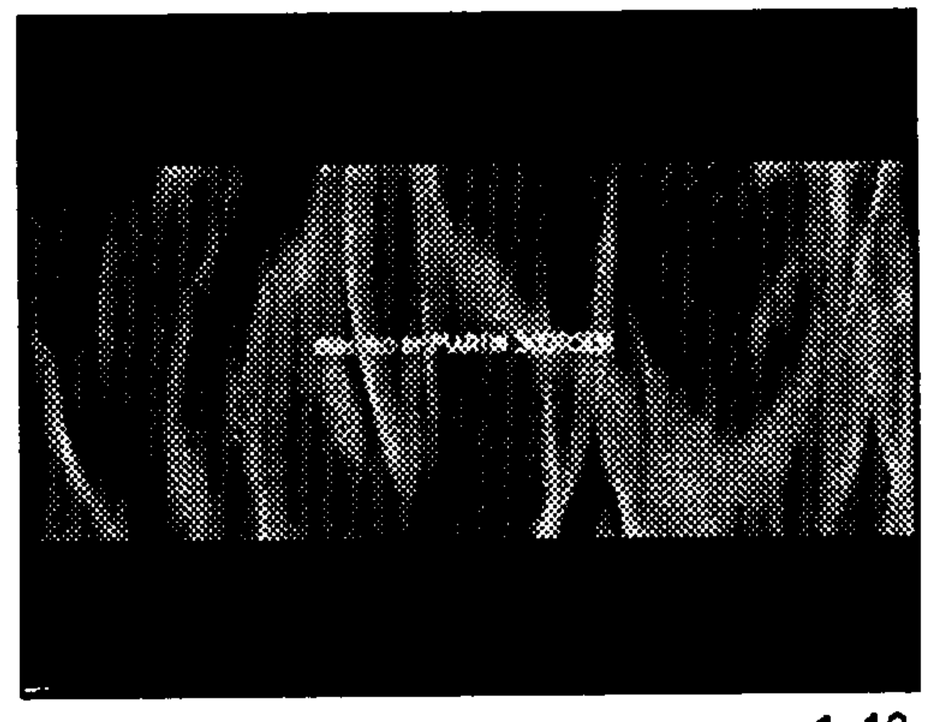
1-13



1-14



1-15



1-16

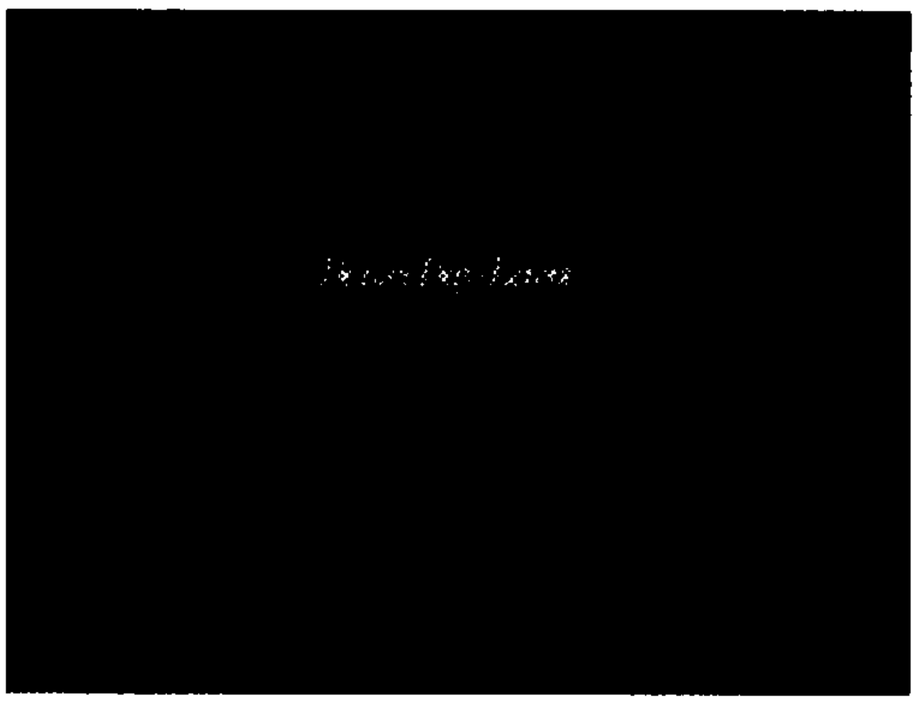
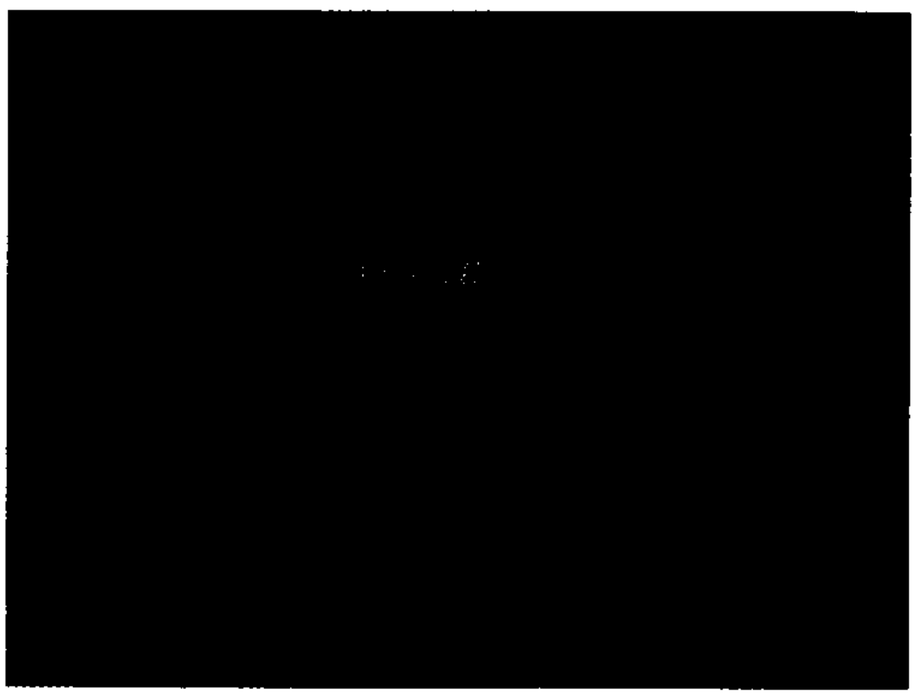
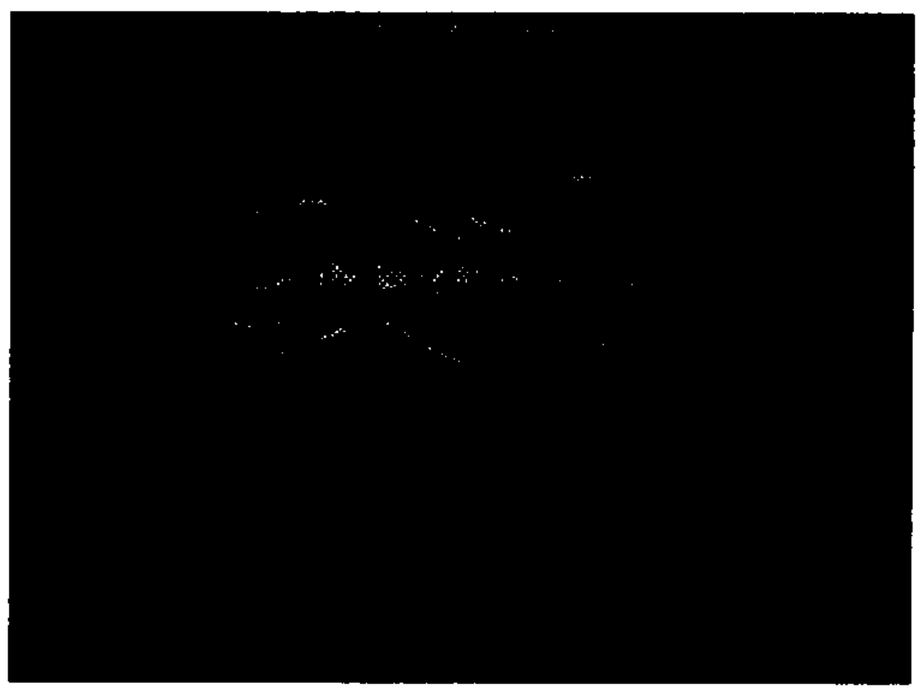


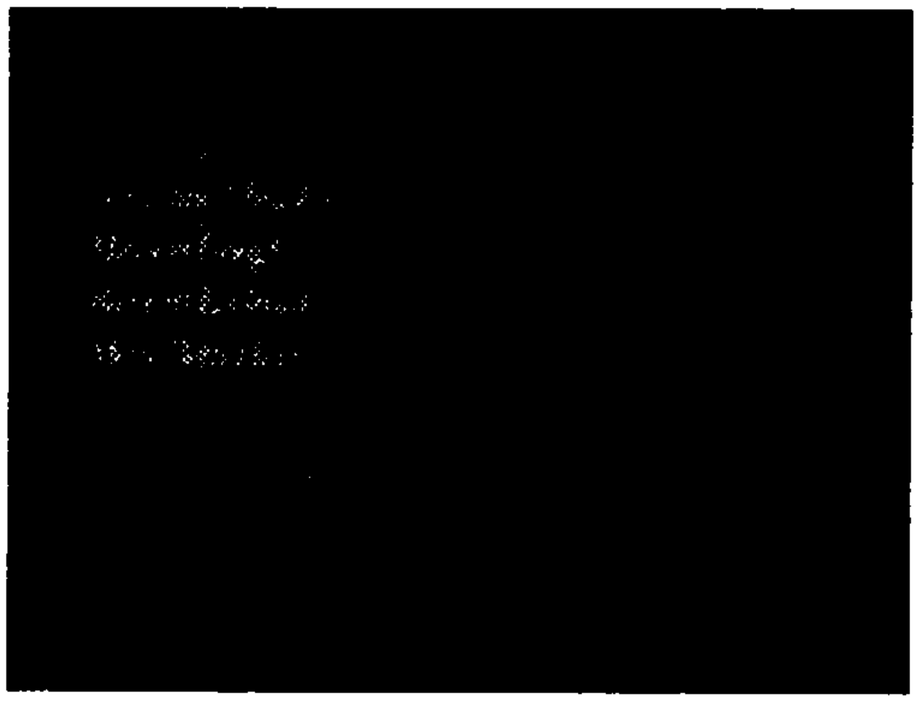
그림2-1



2-2



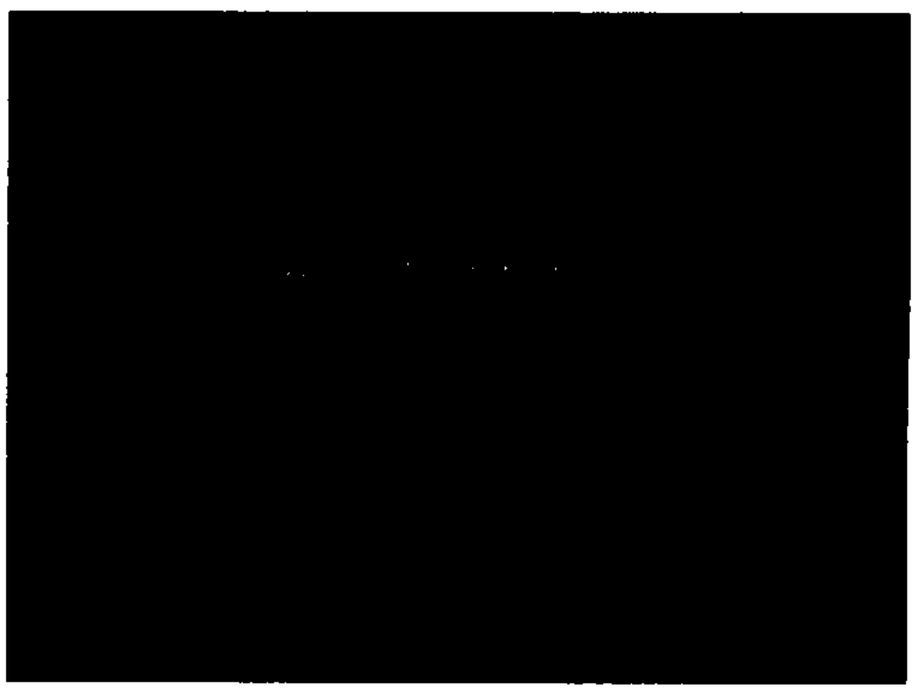
2-3



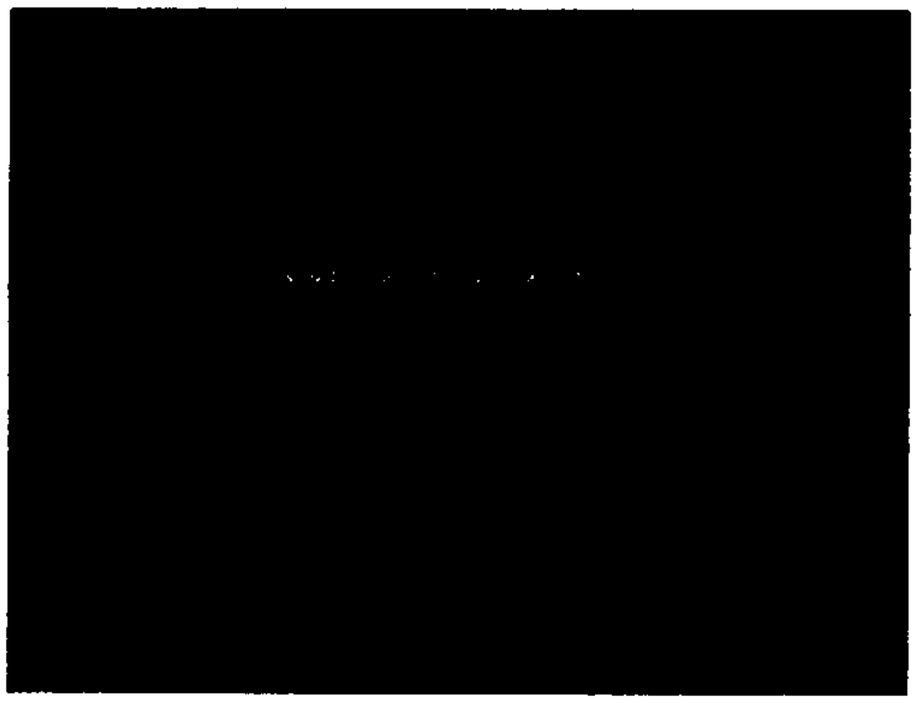
2-4

2-5

2-6



2-7



2-8

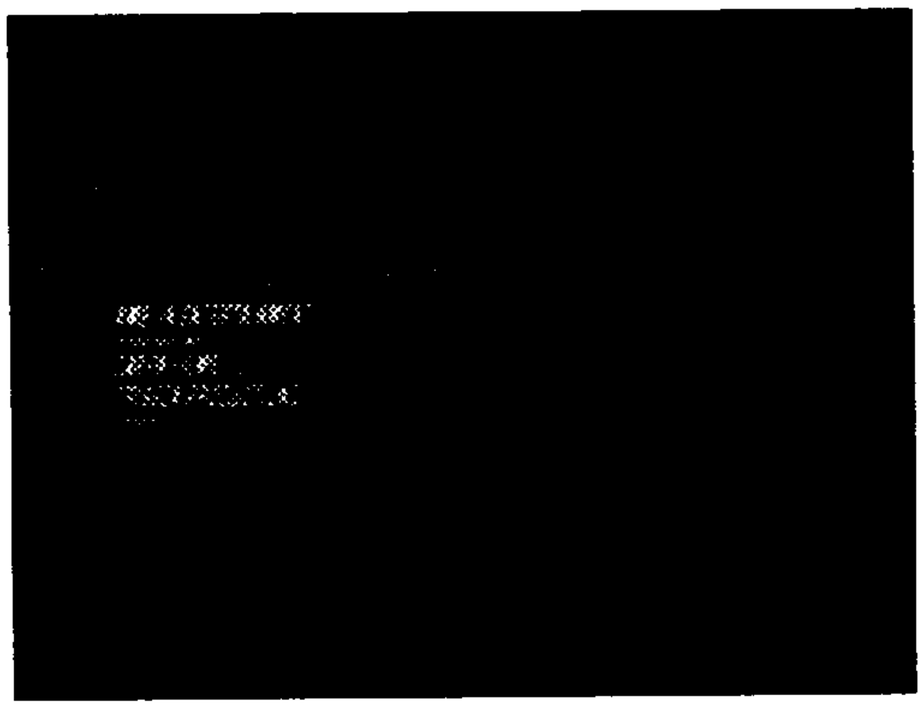
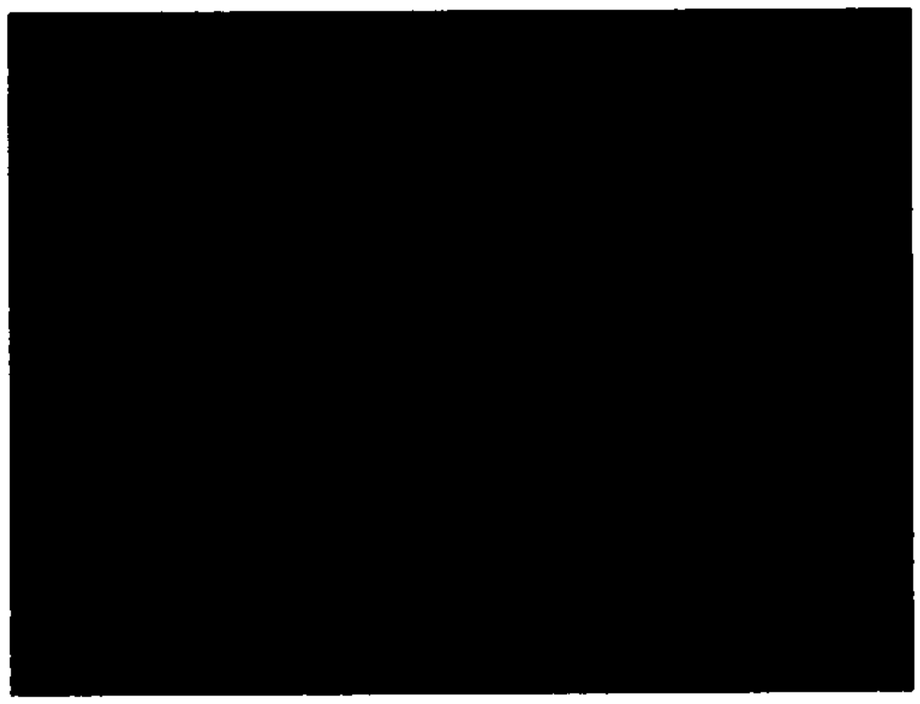


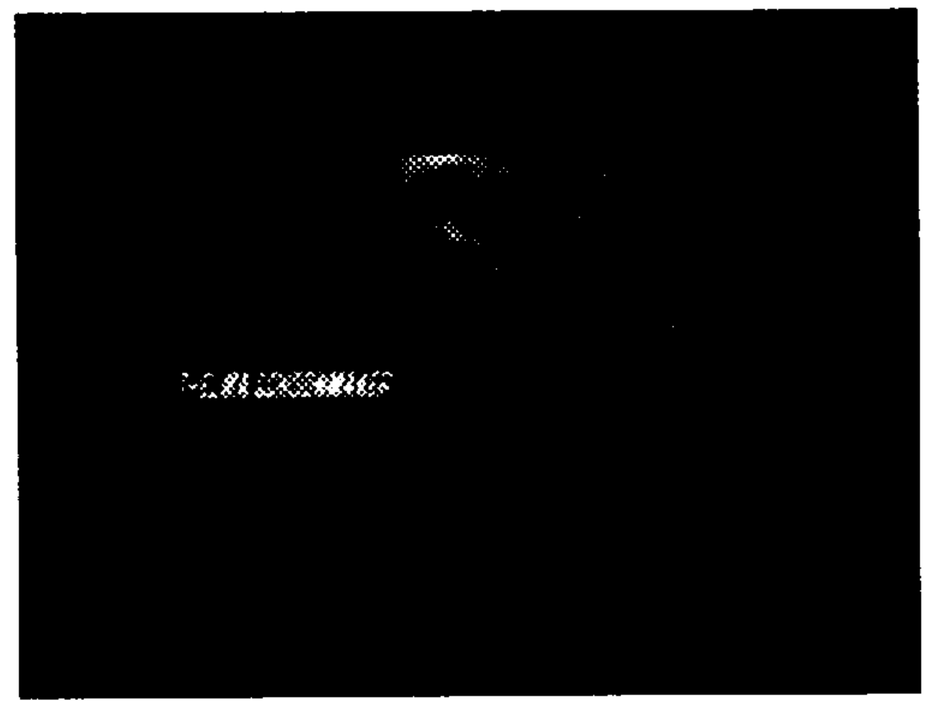
그림3-1

3-2

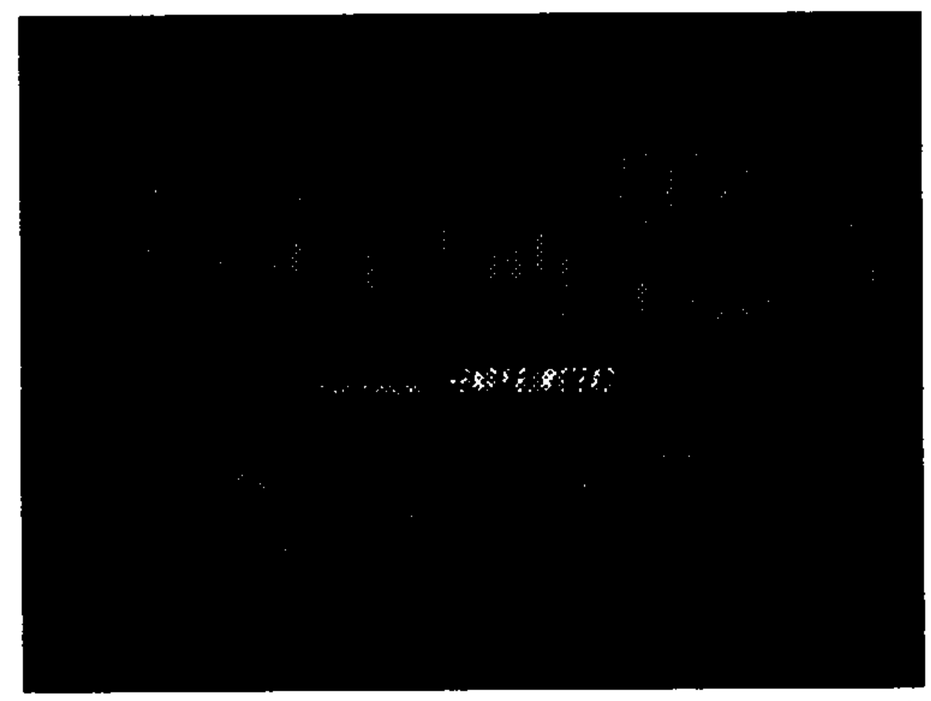
3-3



3-4

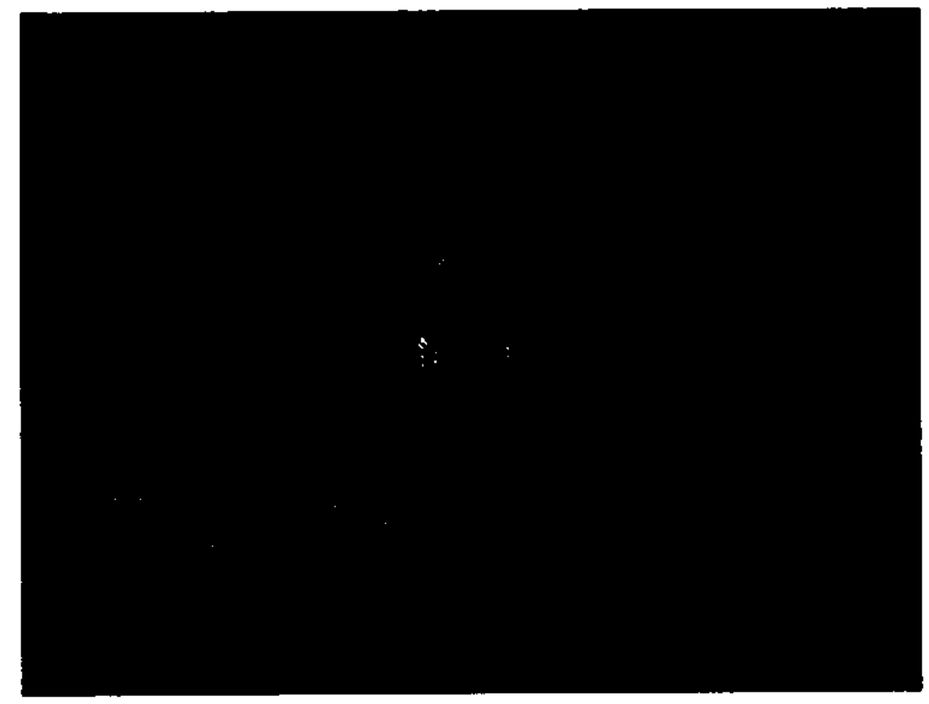


3-5

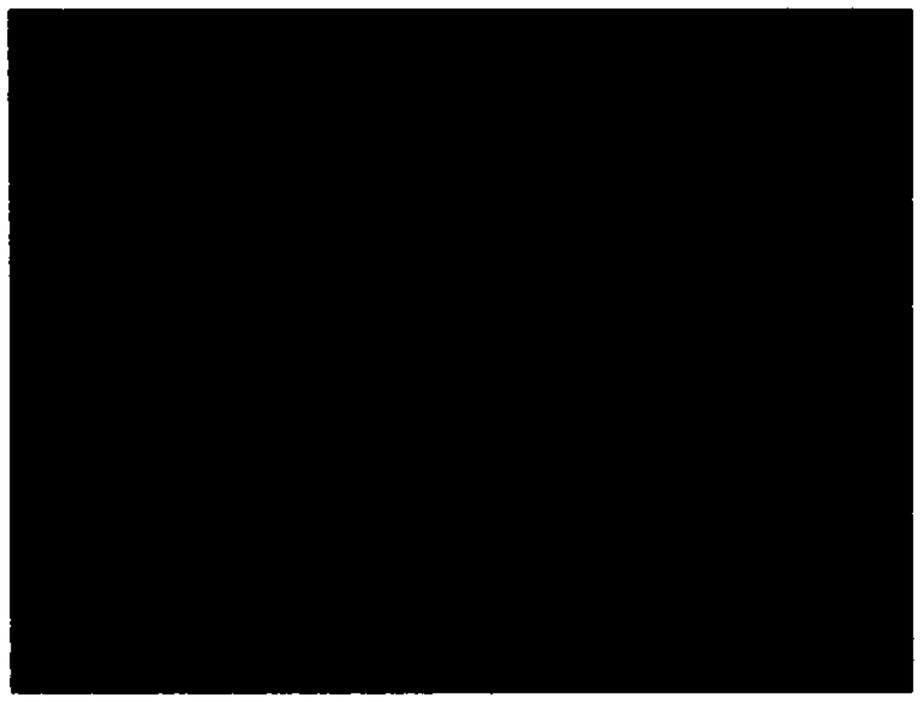


3-6

3-7

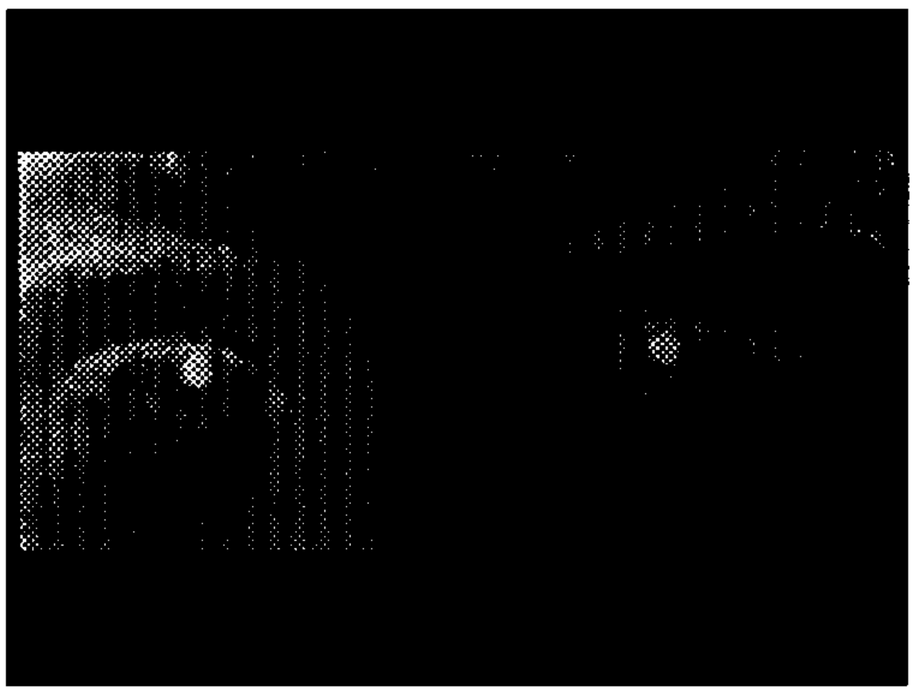


3-8

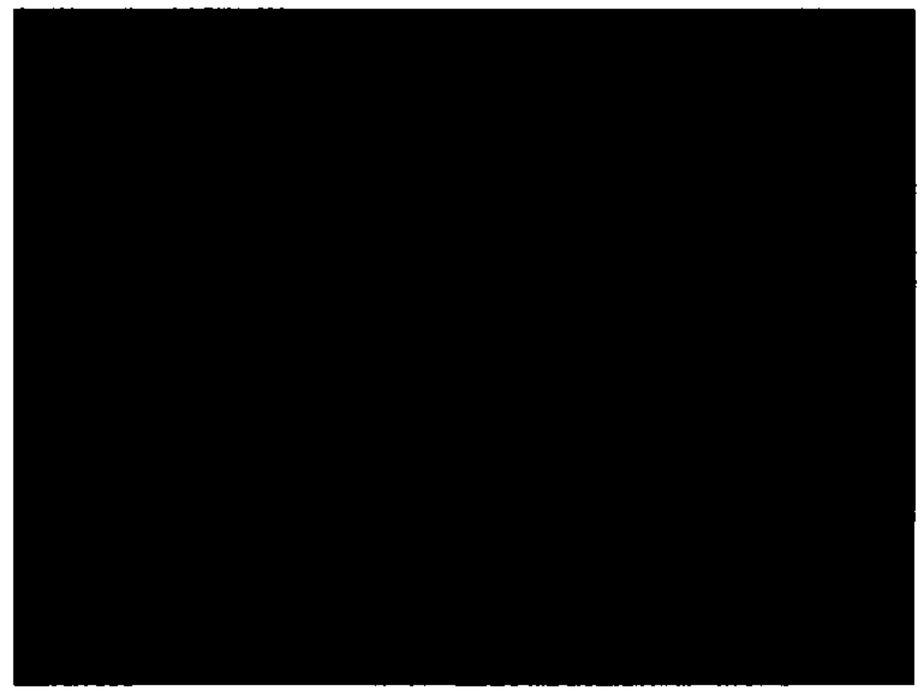


3-9

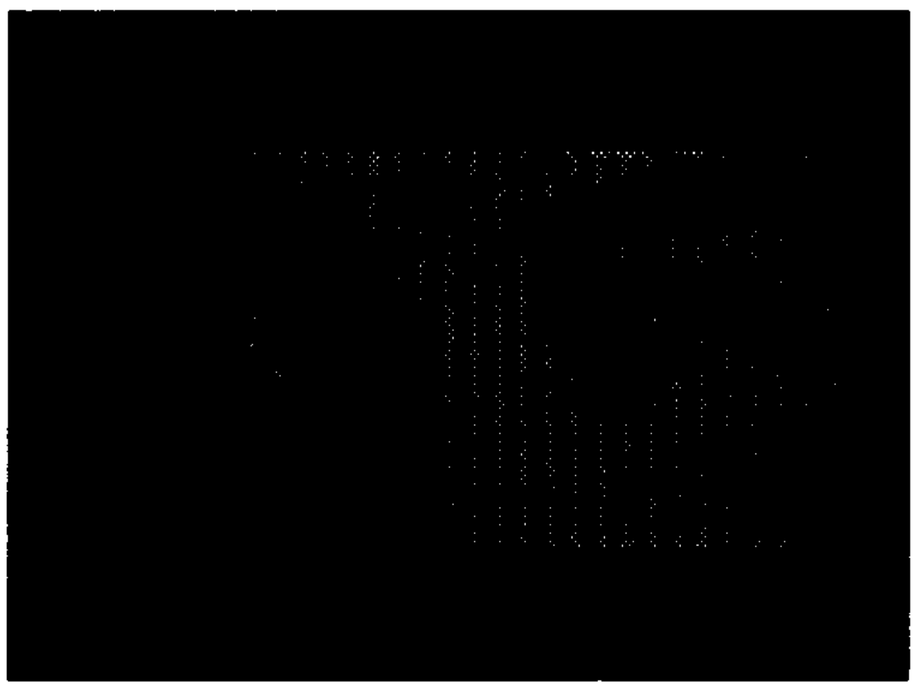
그림4-1



3-10



4-2



3-11

4-3

3-12

4-4

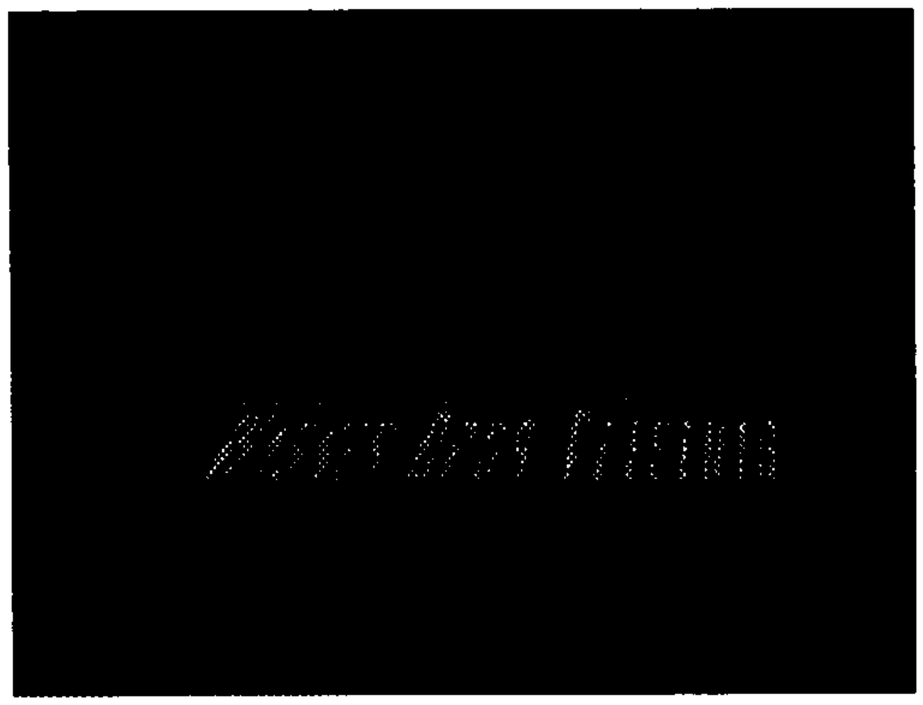
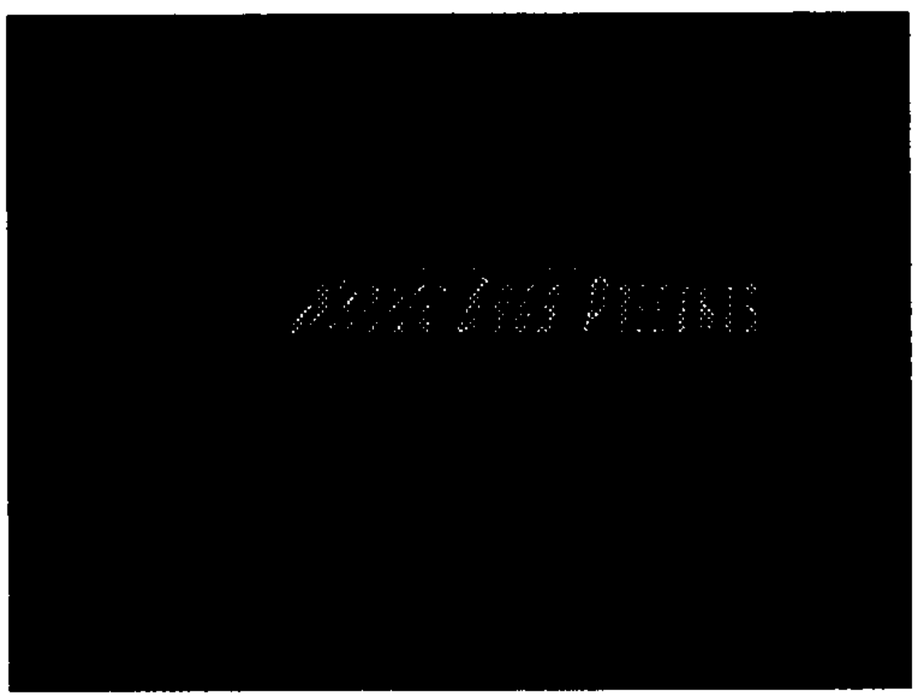
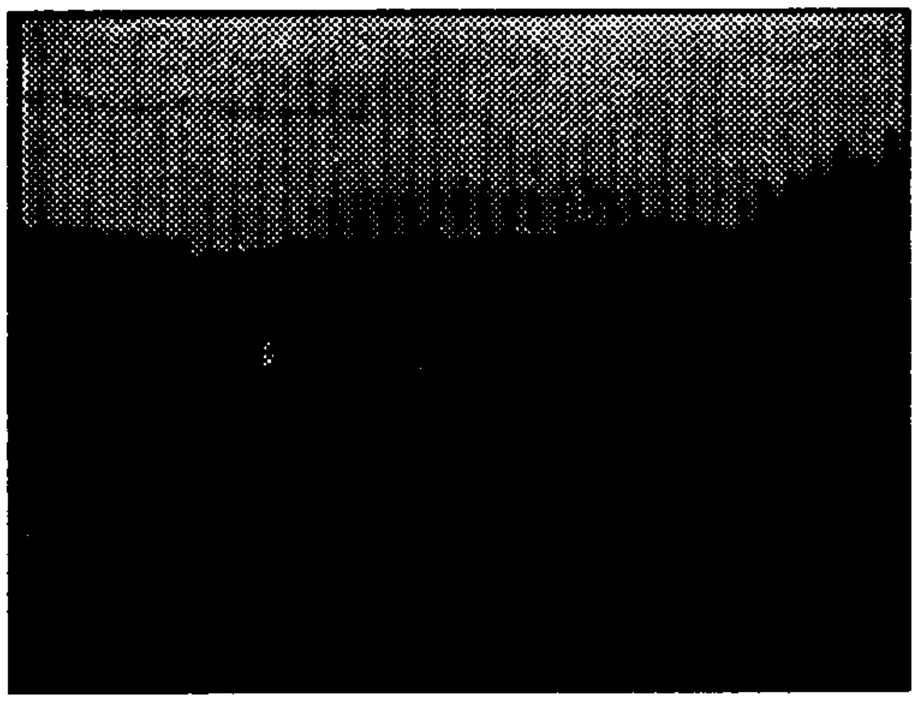


그림5-1

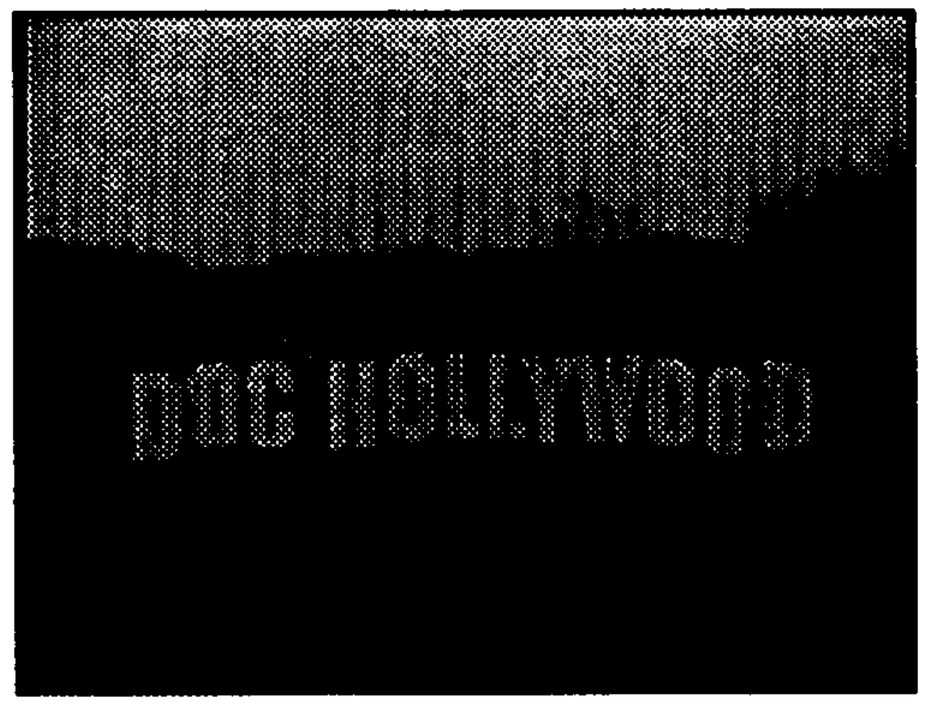


5-2

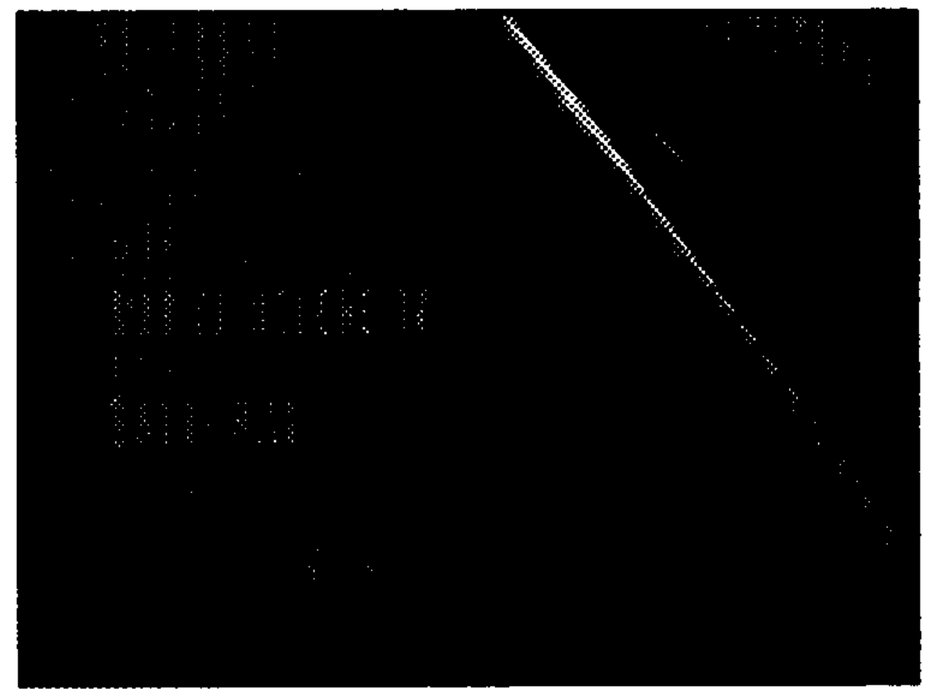
5-3



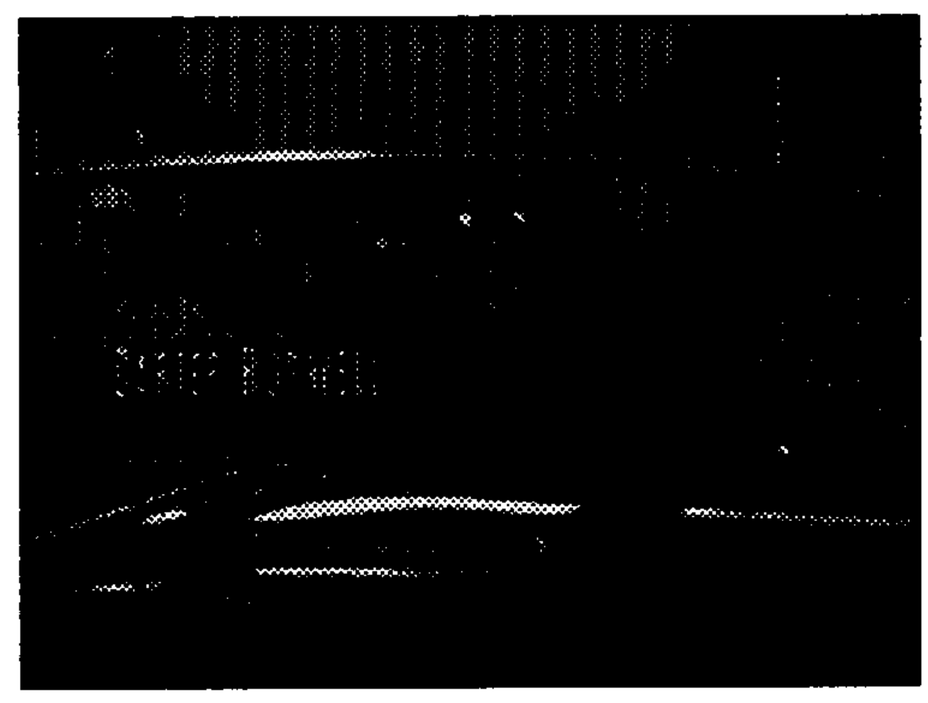
5-4



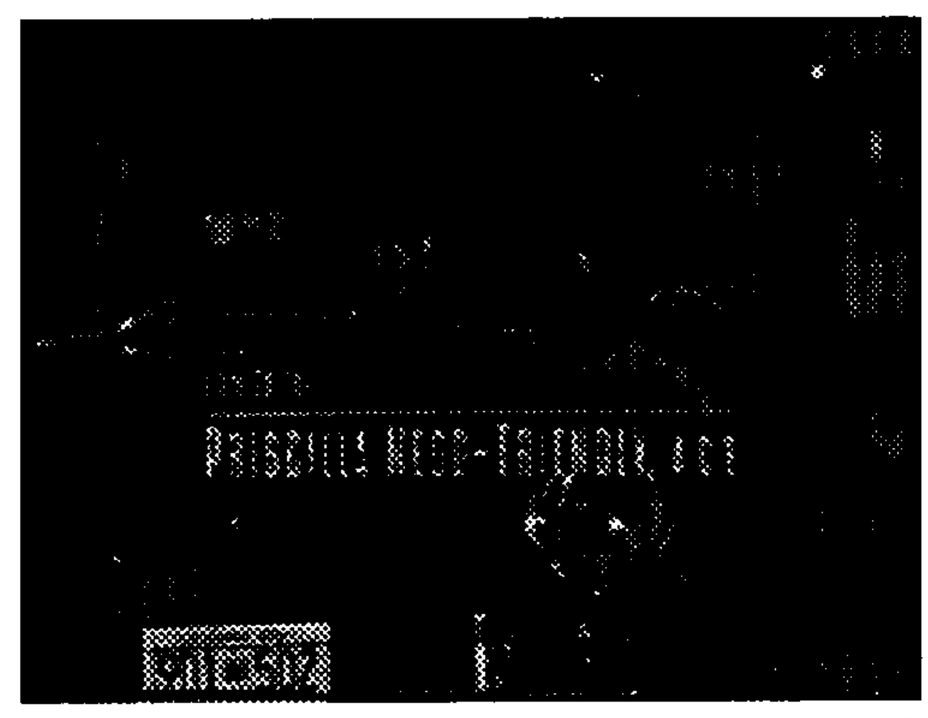
5-5



5-6



5-7



5-8

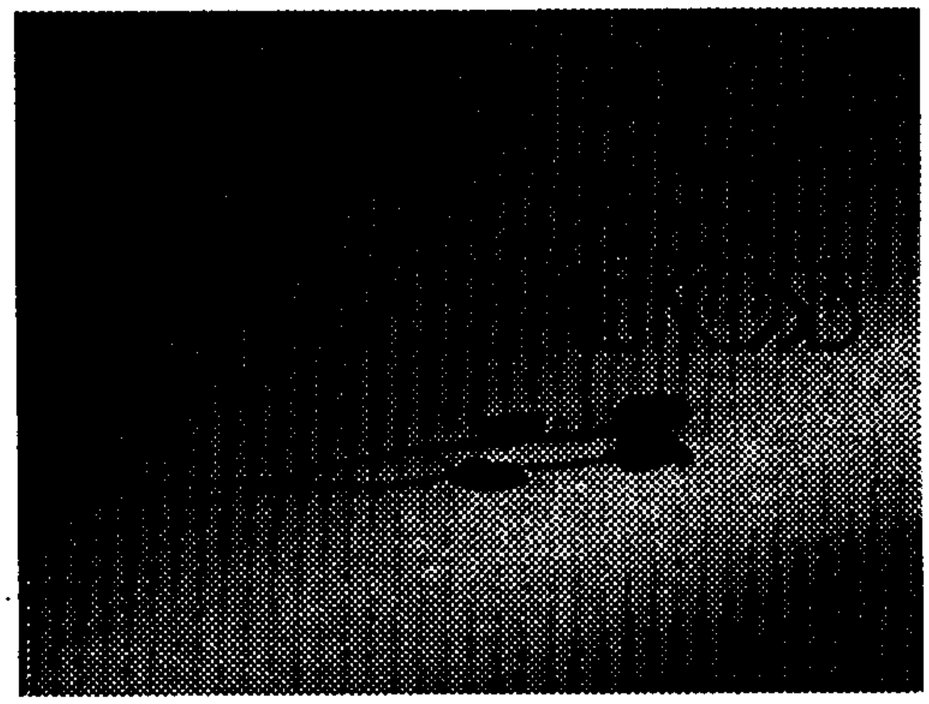
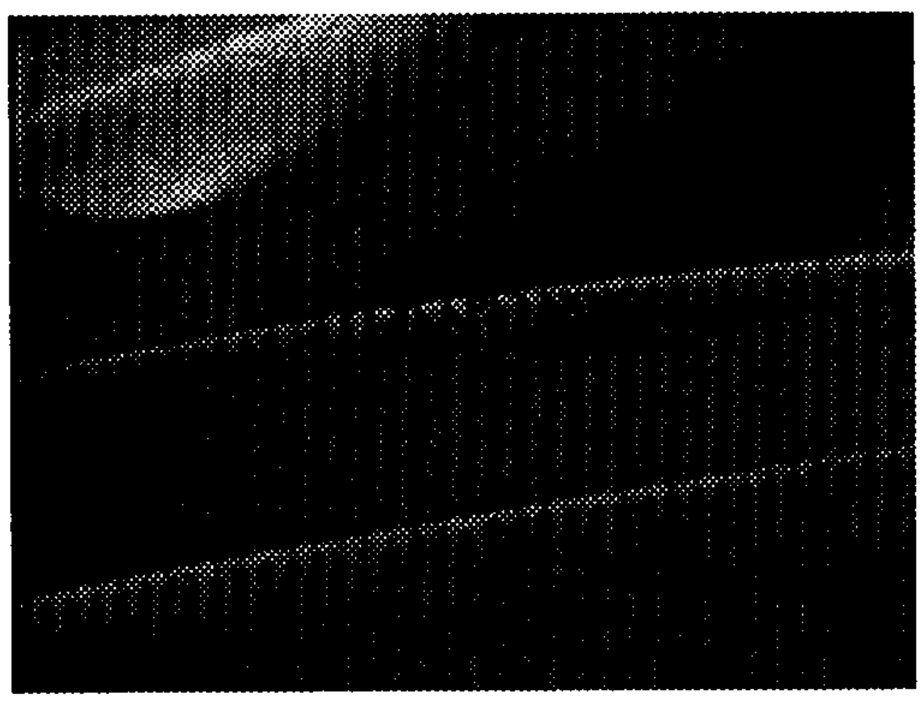
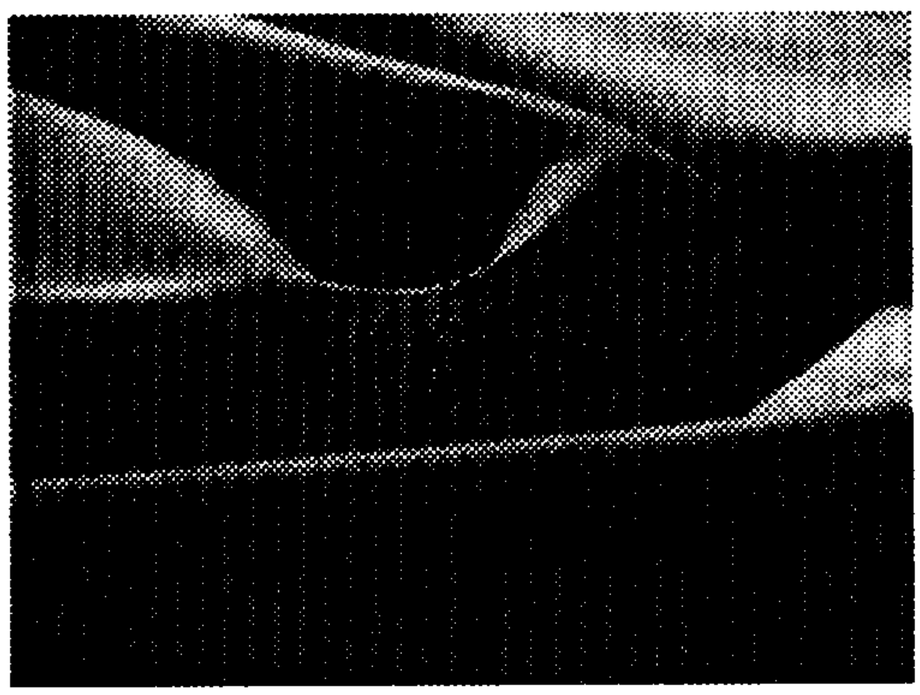


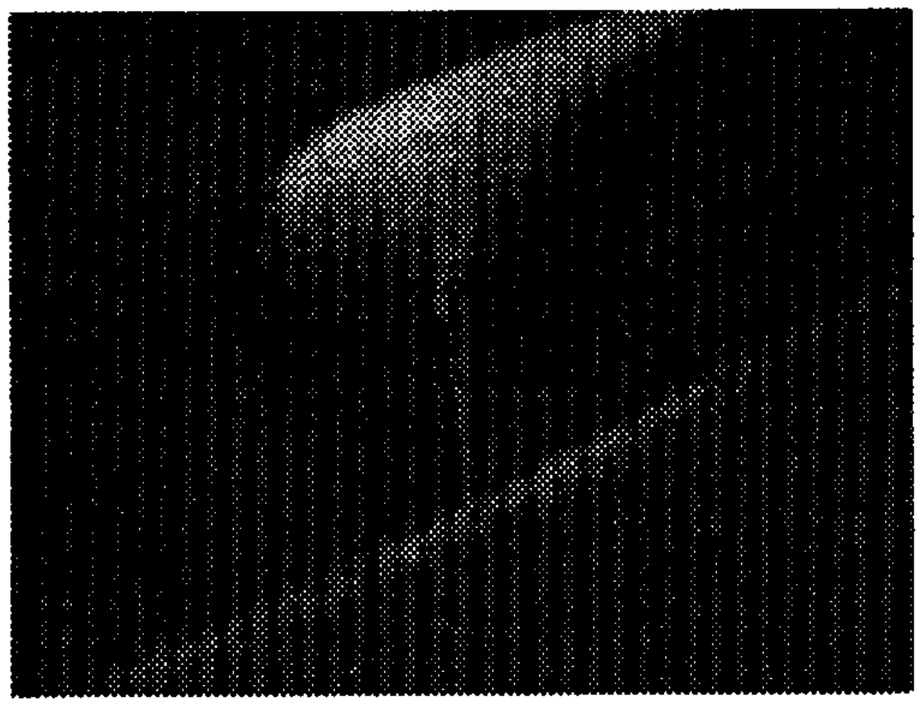
그림6-1



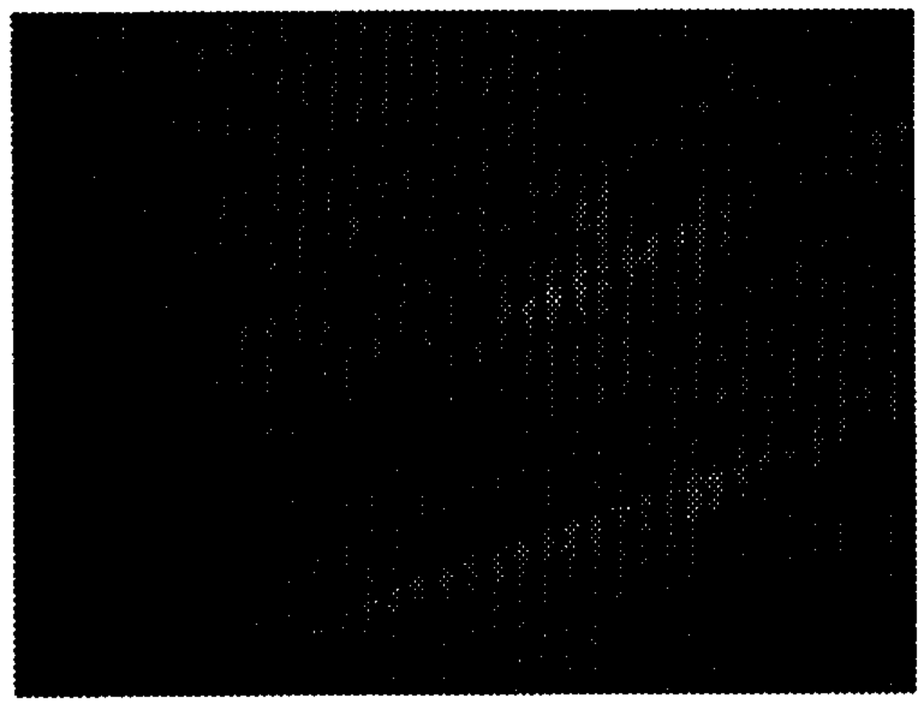
6-2



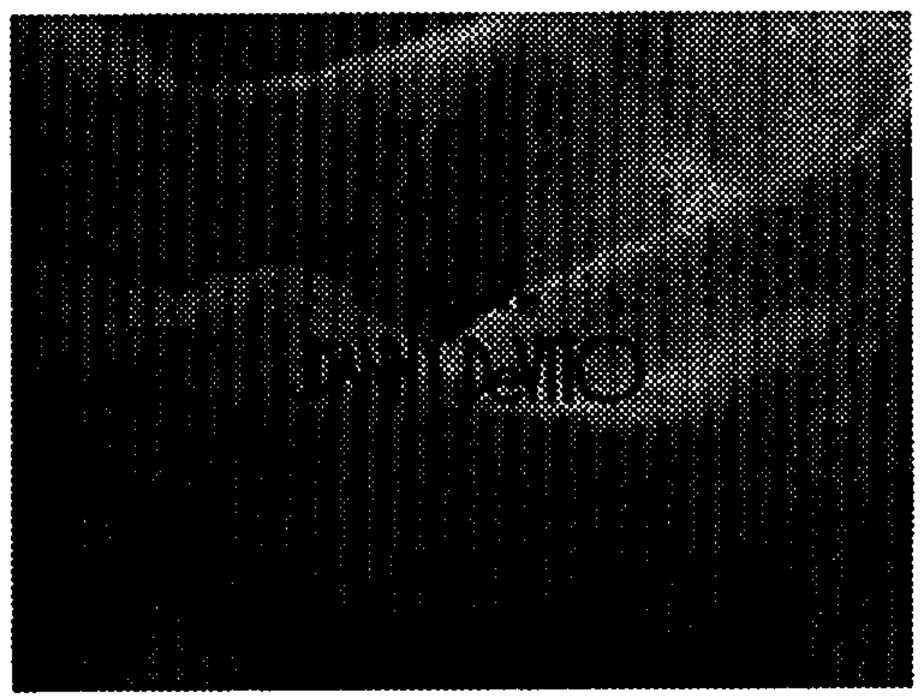
6-3



6-4



6-5



6-6

6-7

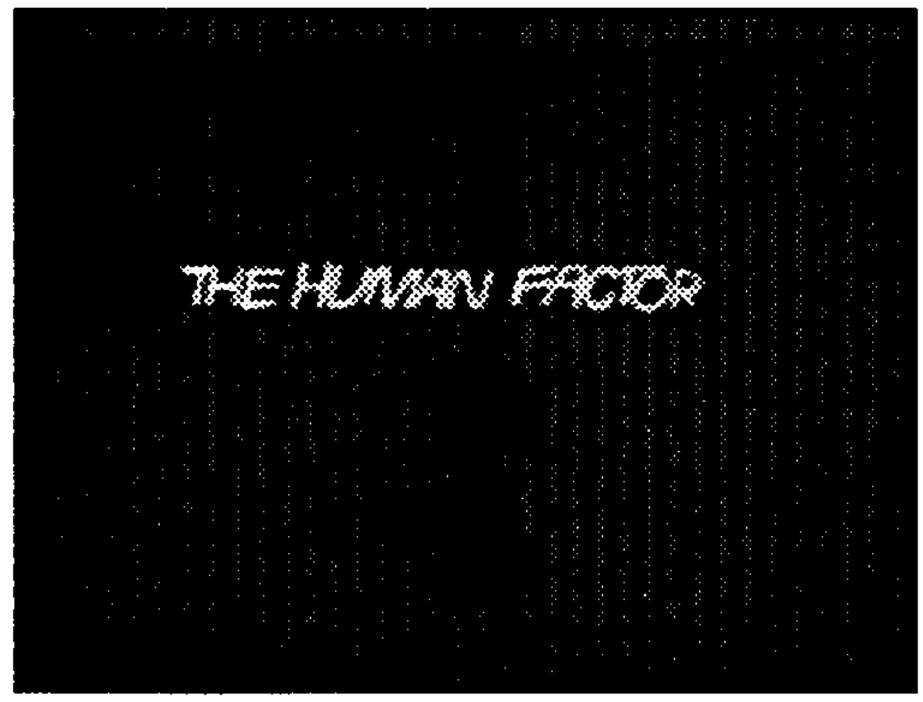
6-8

그림7-1

7-2

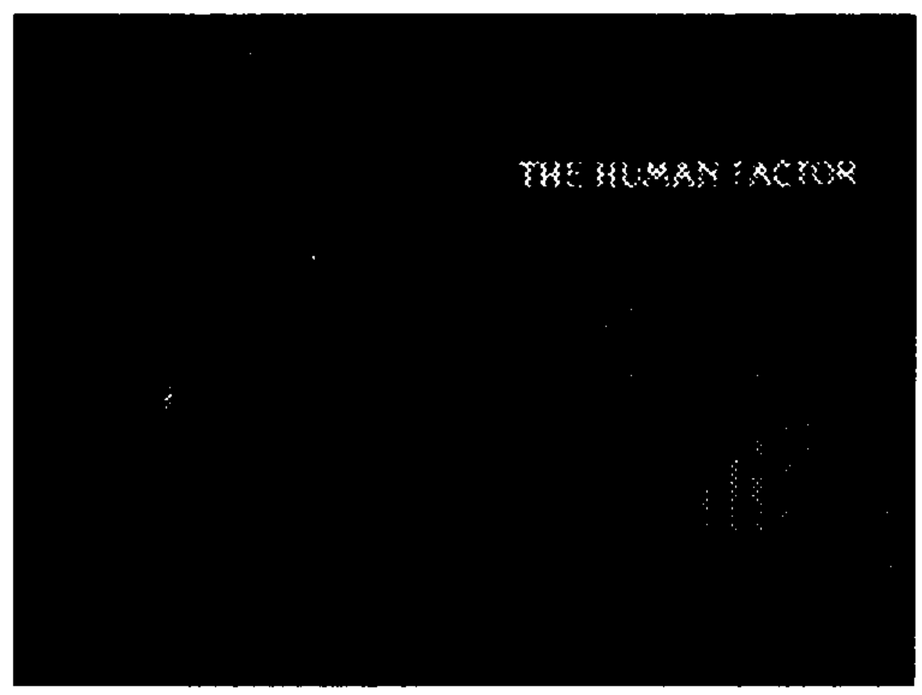
7-3

7-4

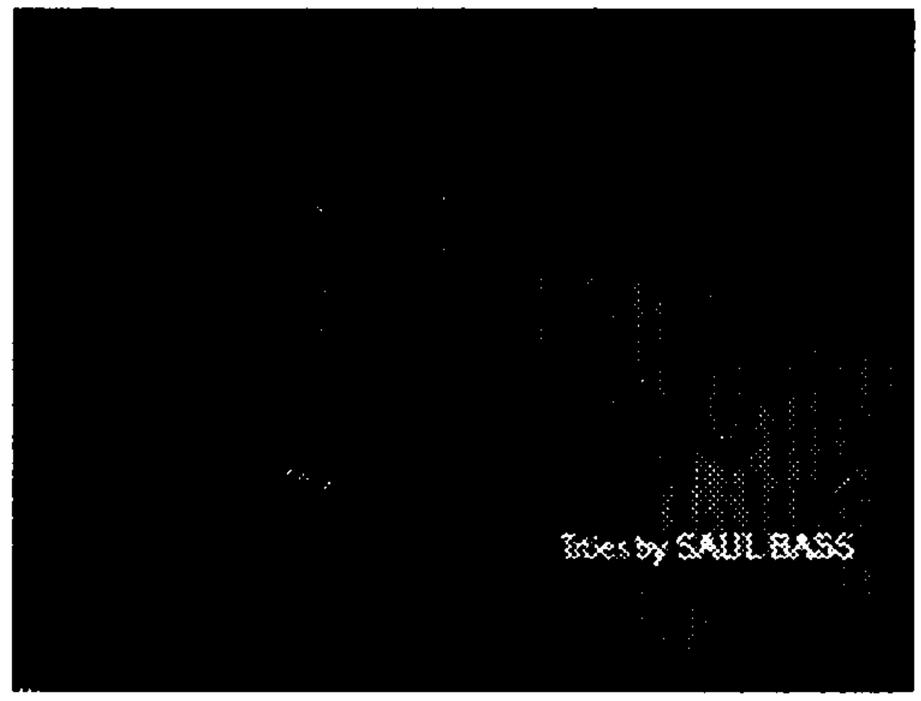


7-5

7-6



7-7



7-8

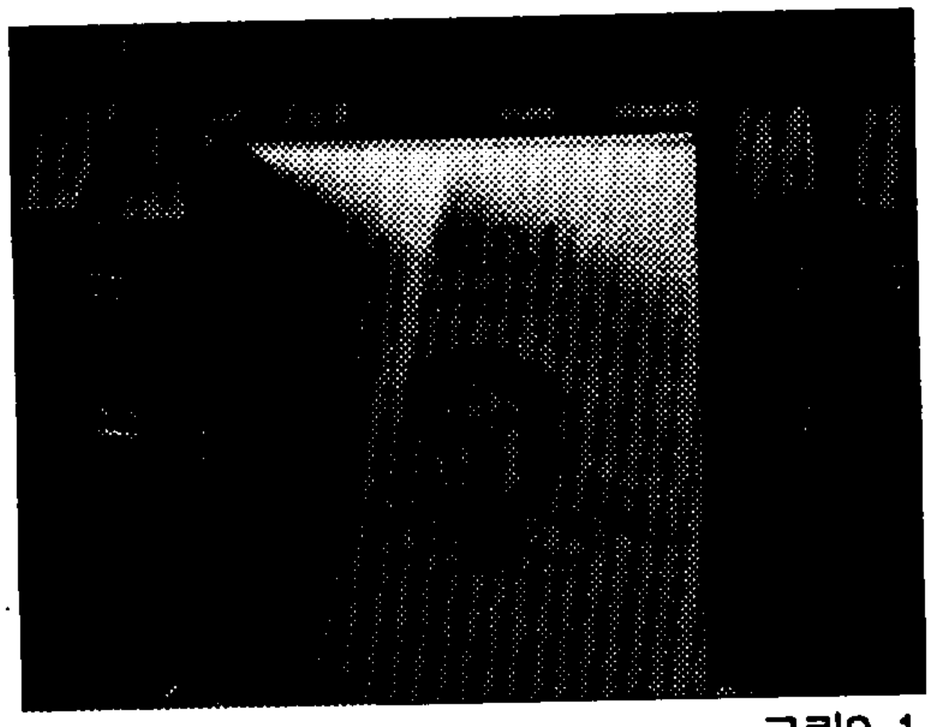
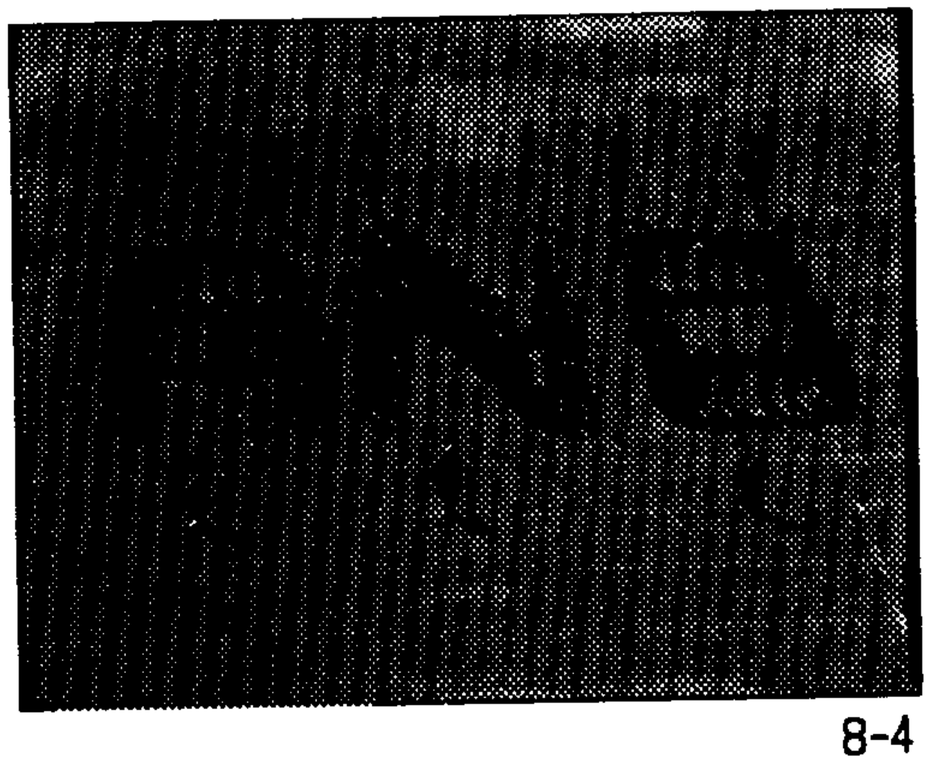


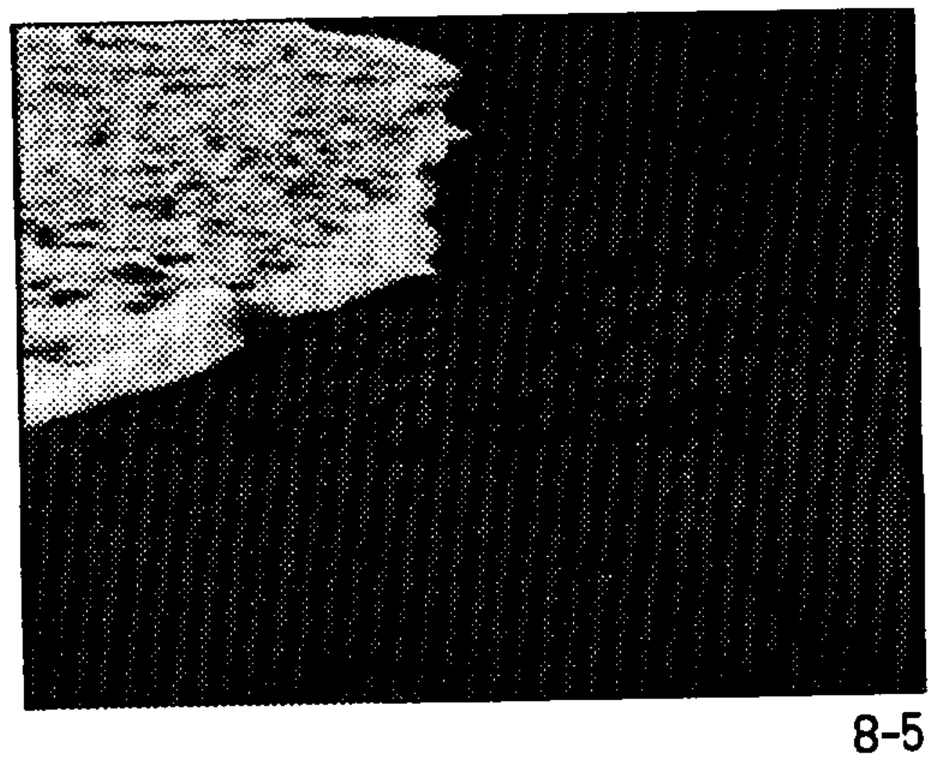
그림8-1

8-2

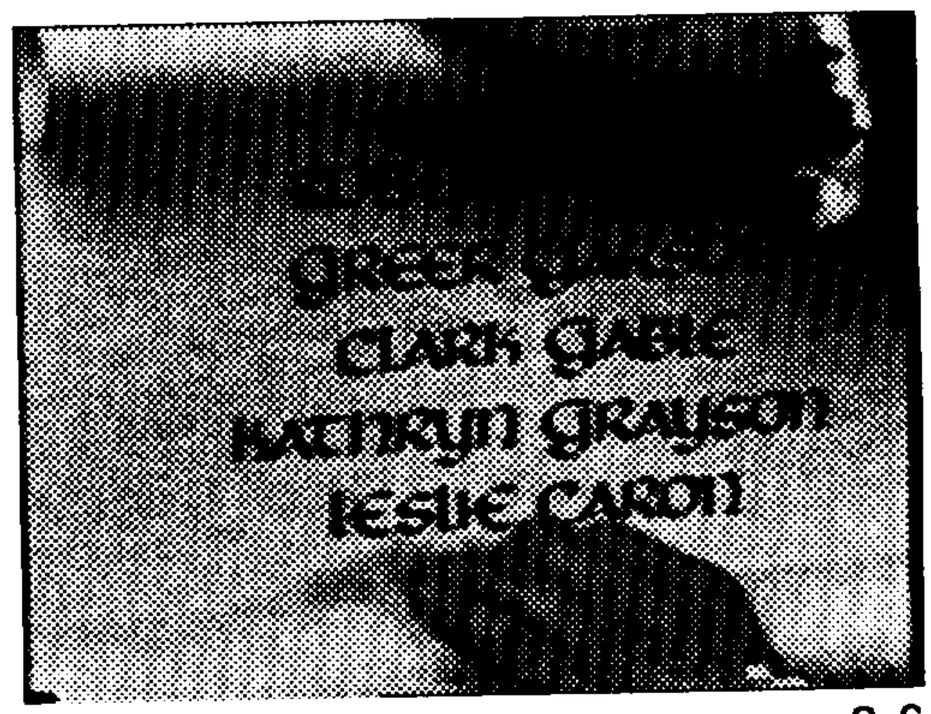
8-3



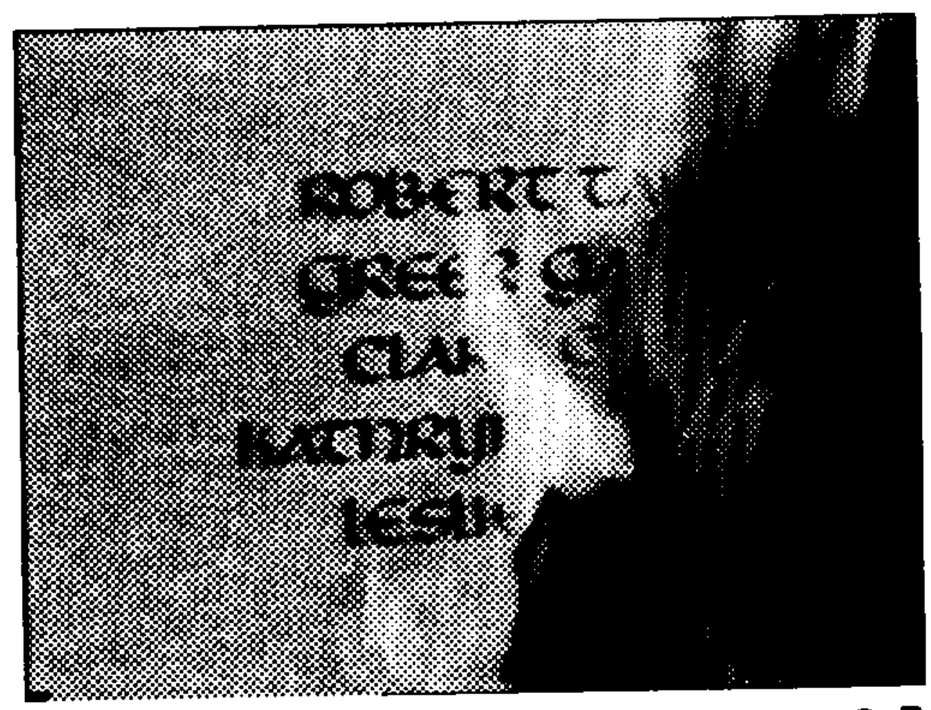
8-4



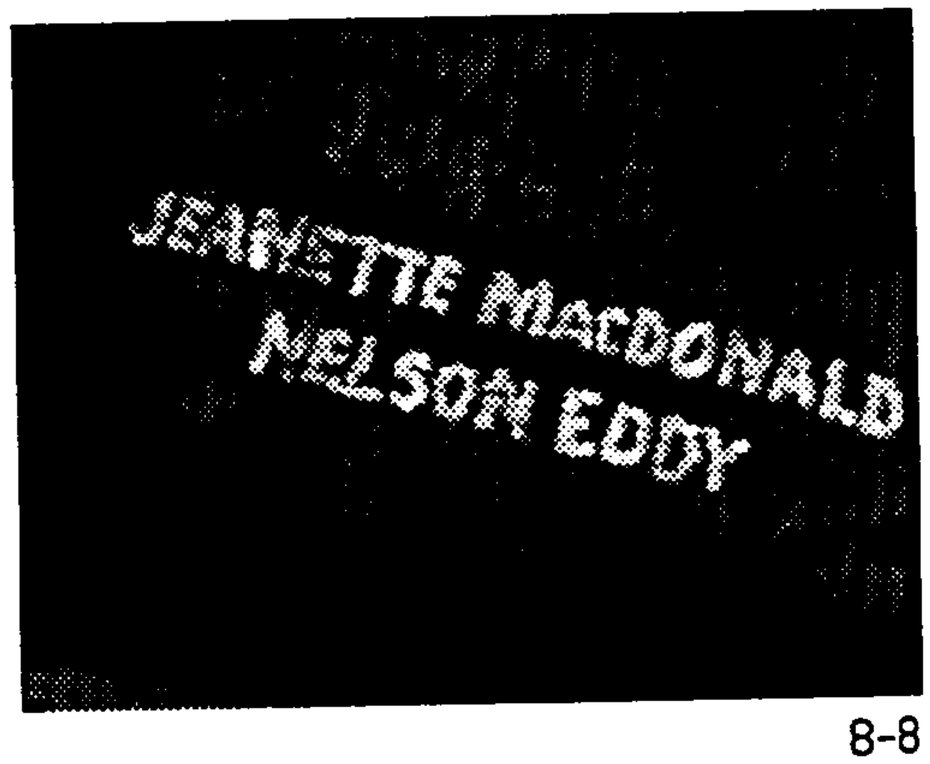
8-5



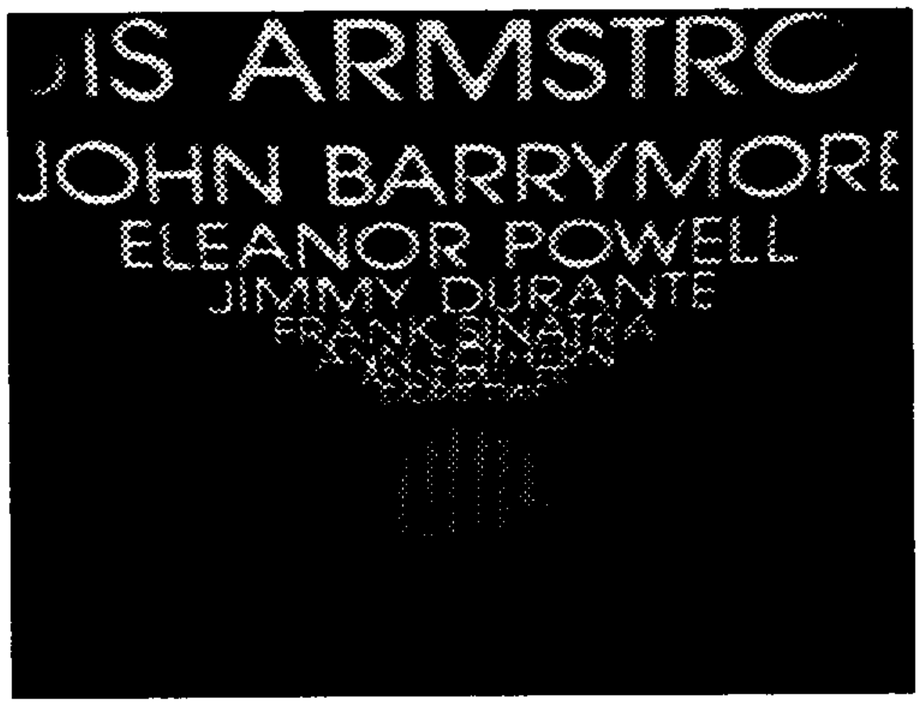
8-6



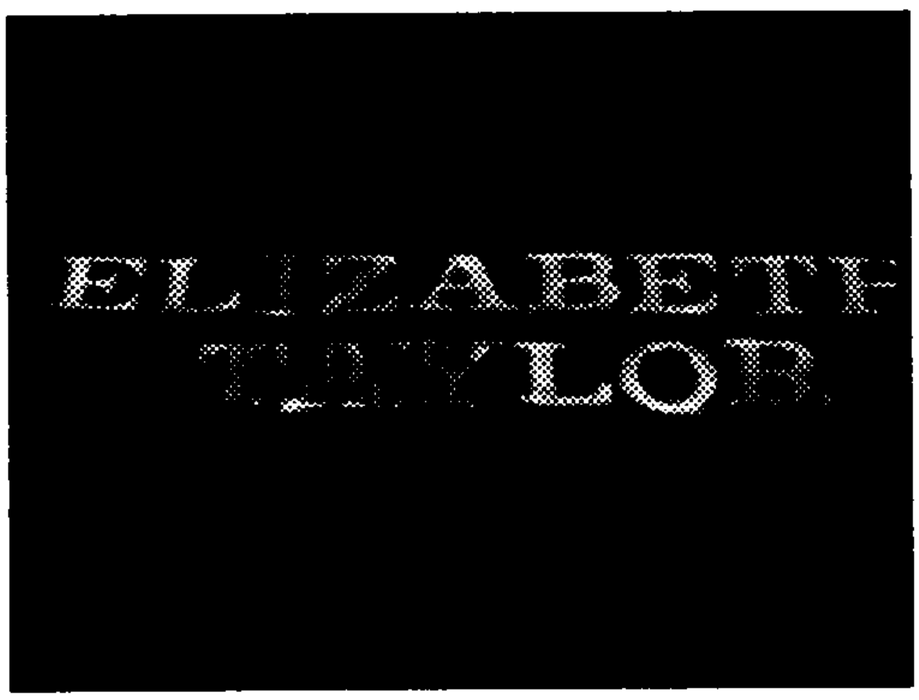
8-7



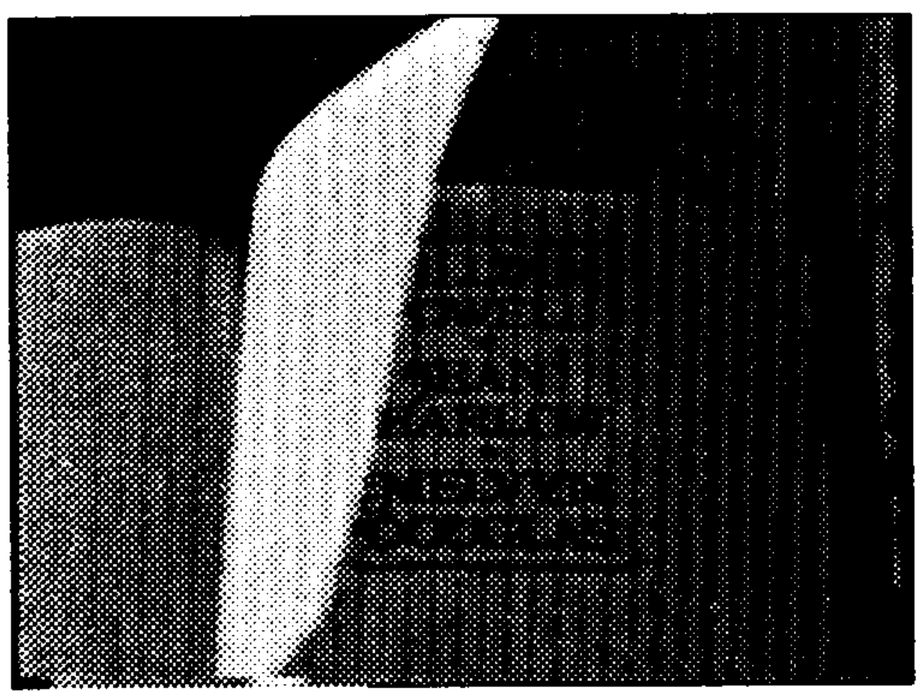
8-8



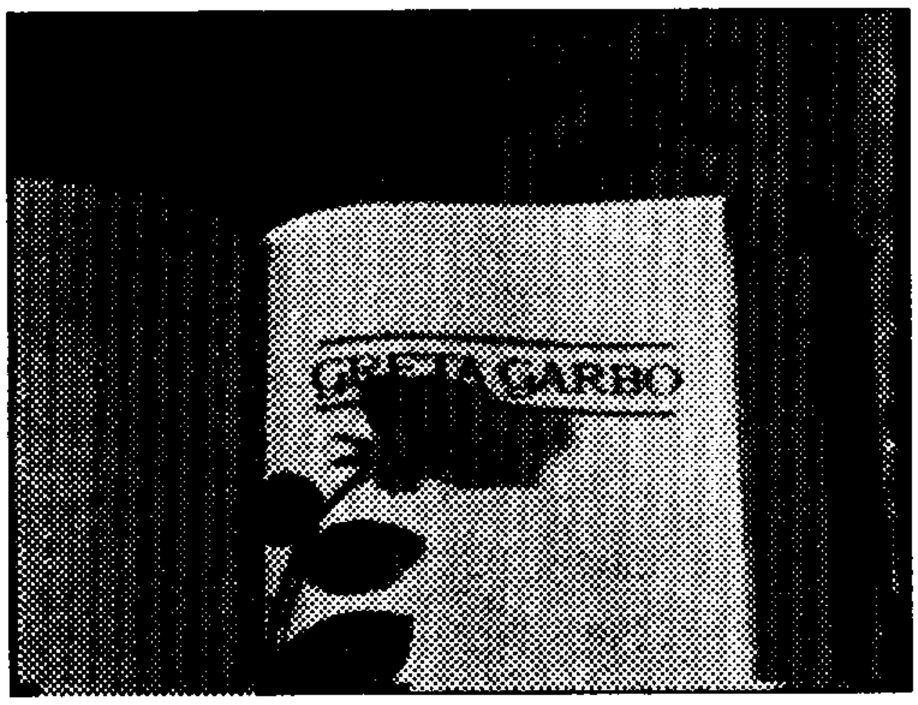
8-9



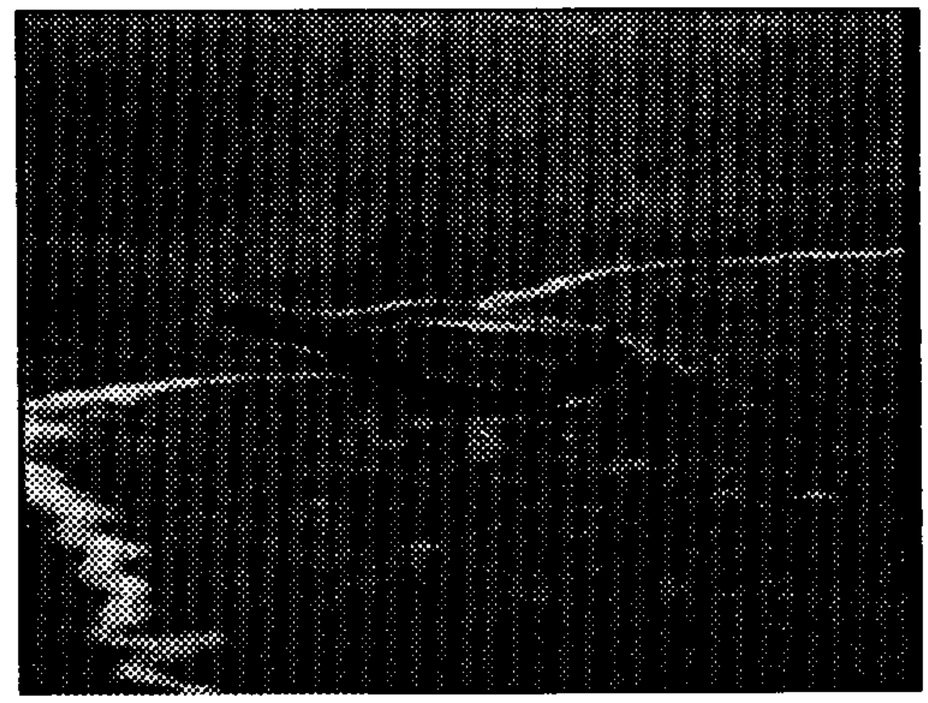
8-10



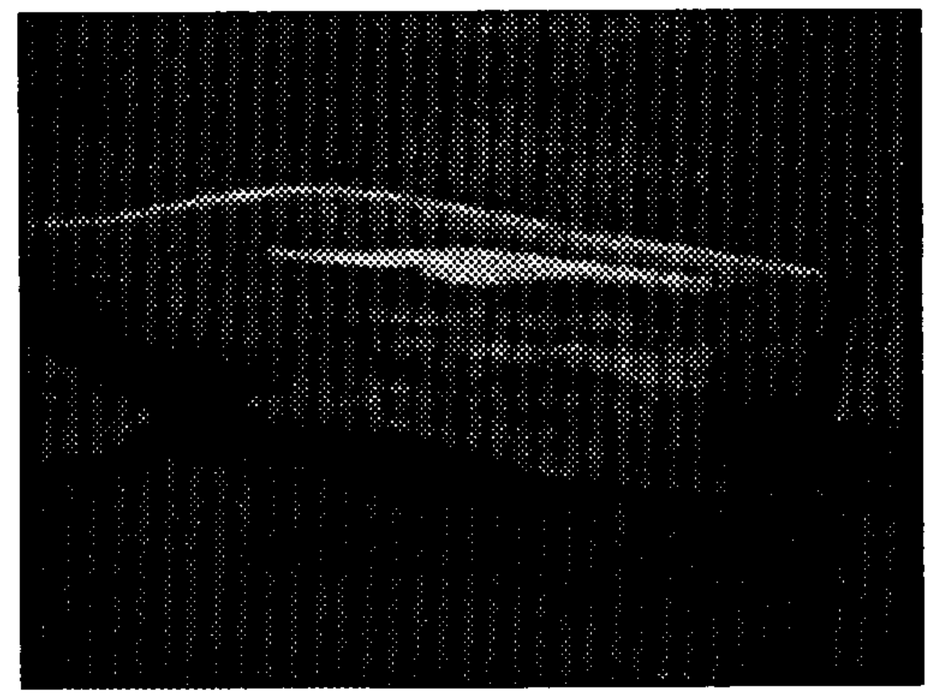
8-11



8-12

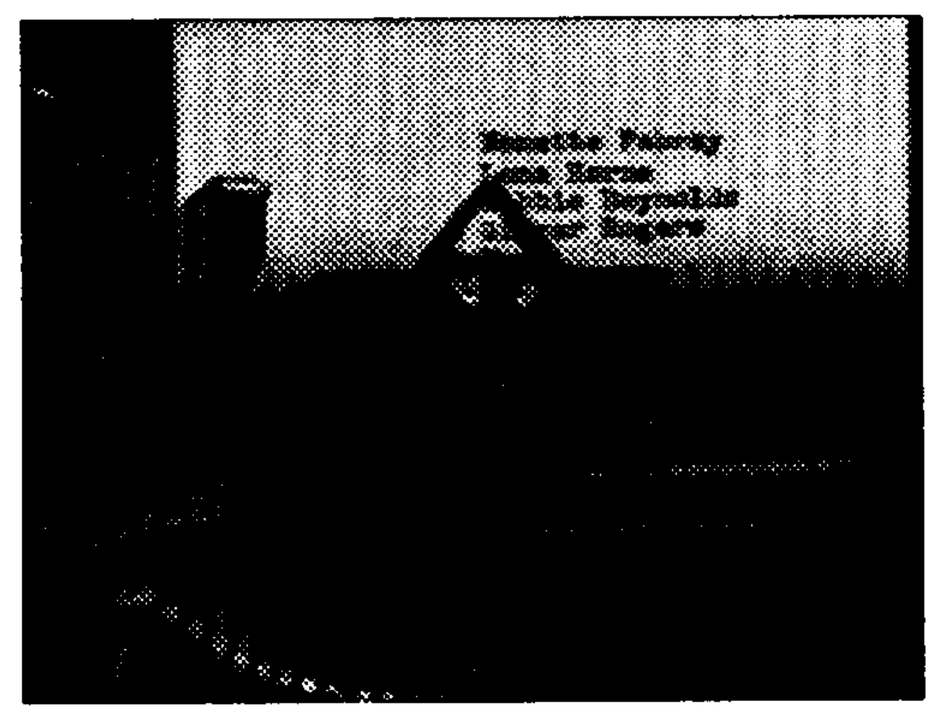


8-13

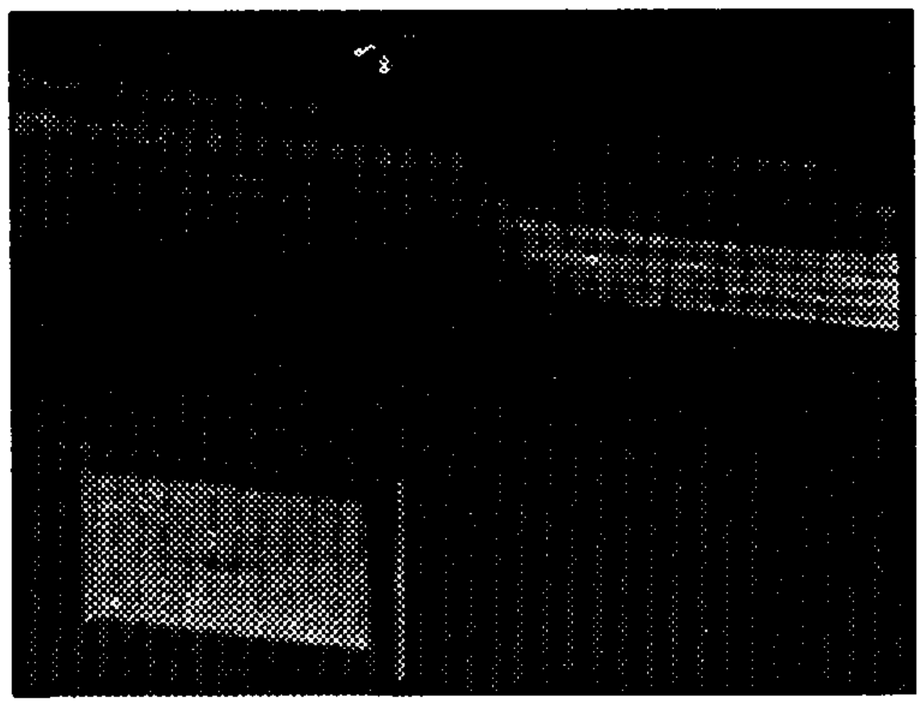


8-14

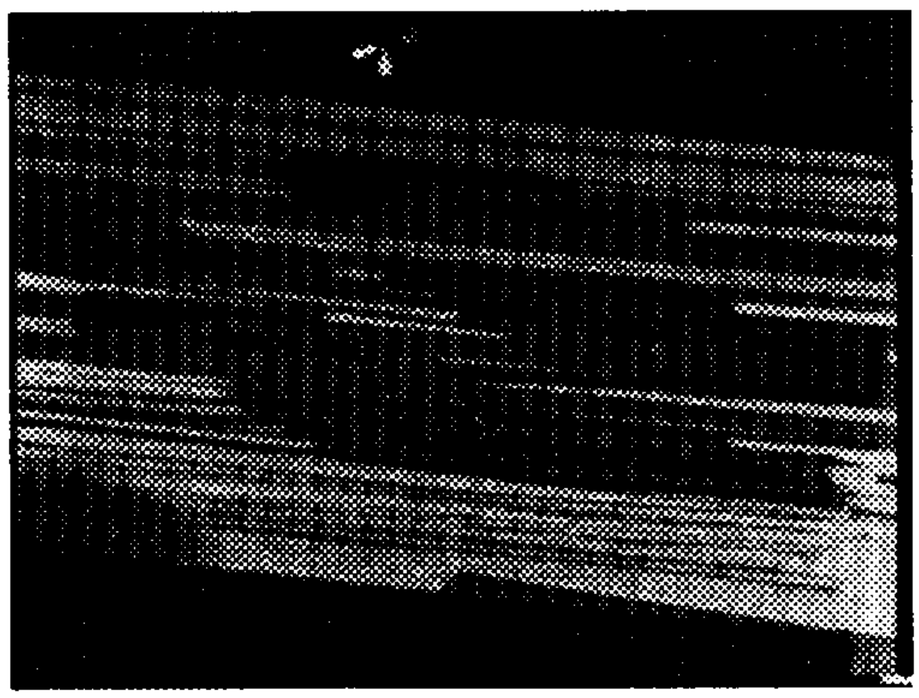
8-15



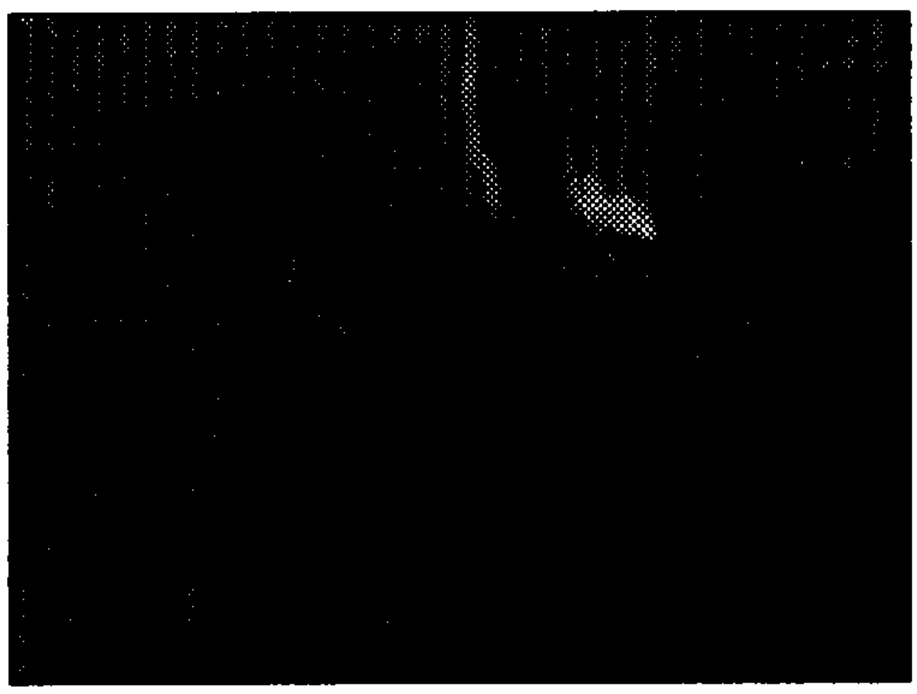
8-16



8-17

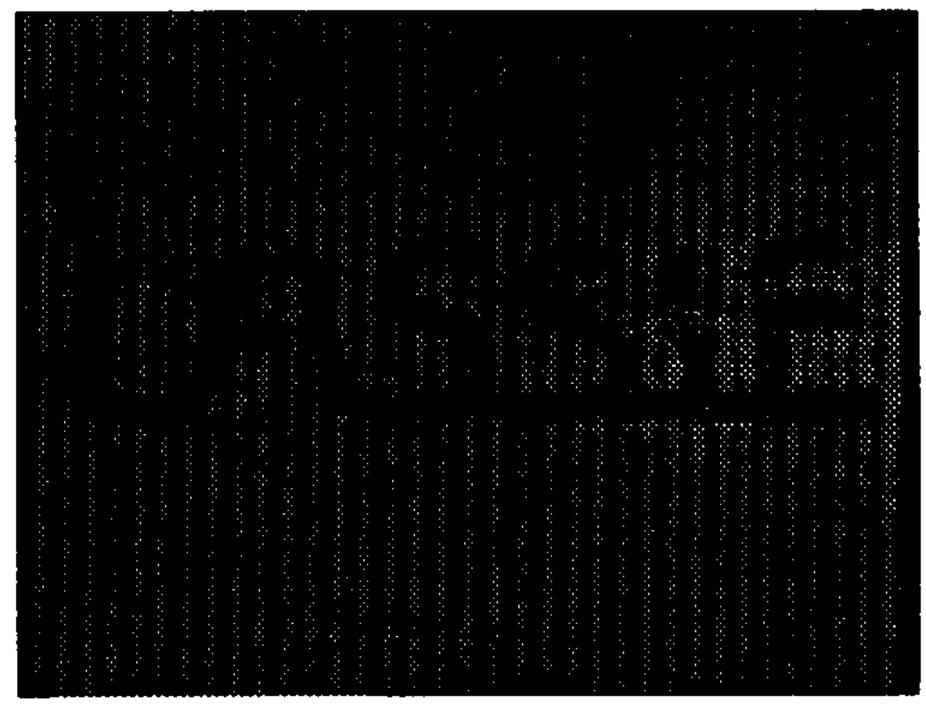


8-18

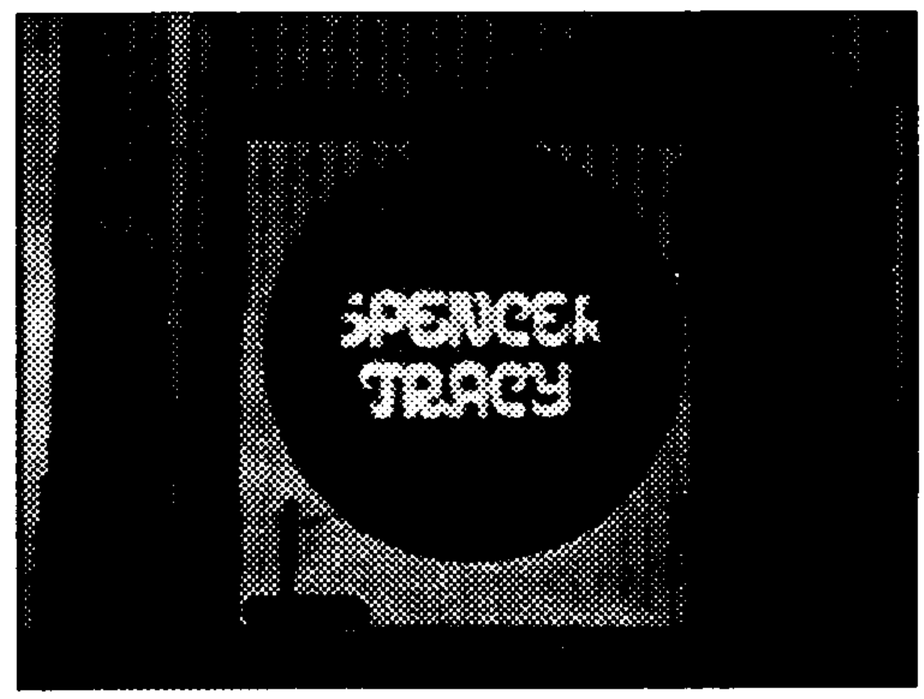


8-19

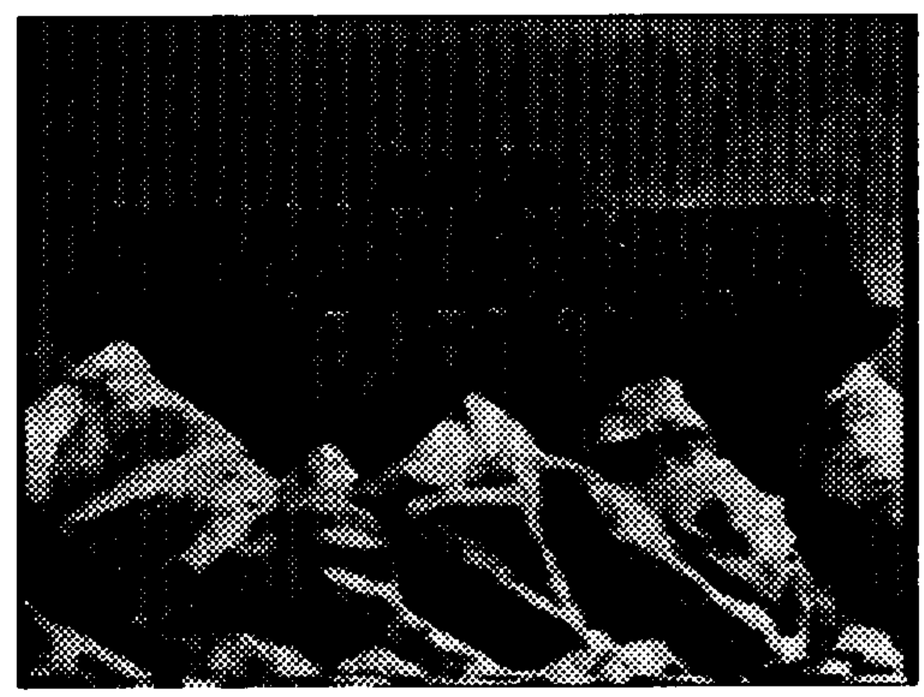
8-20



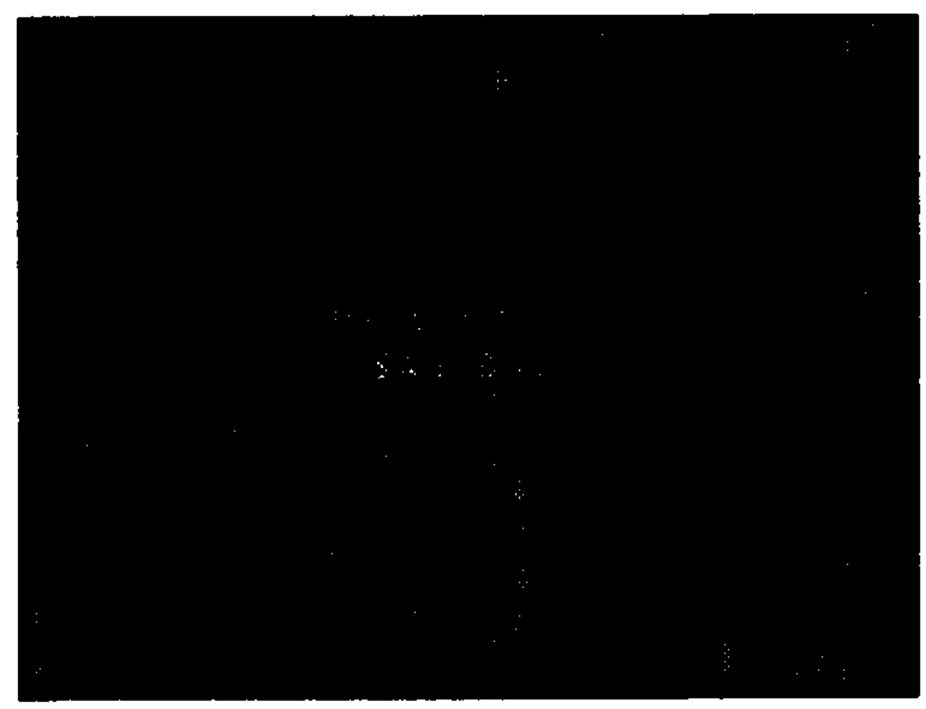
8-21



8-22

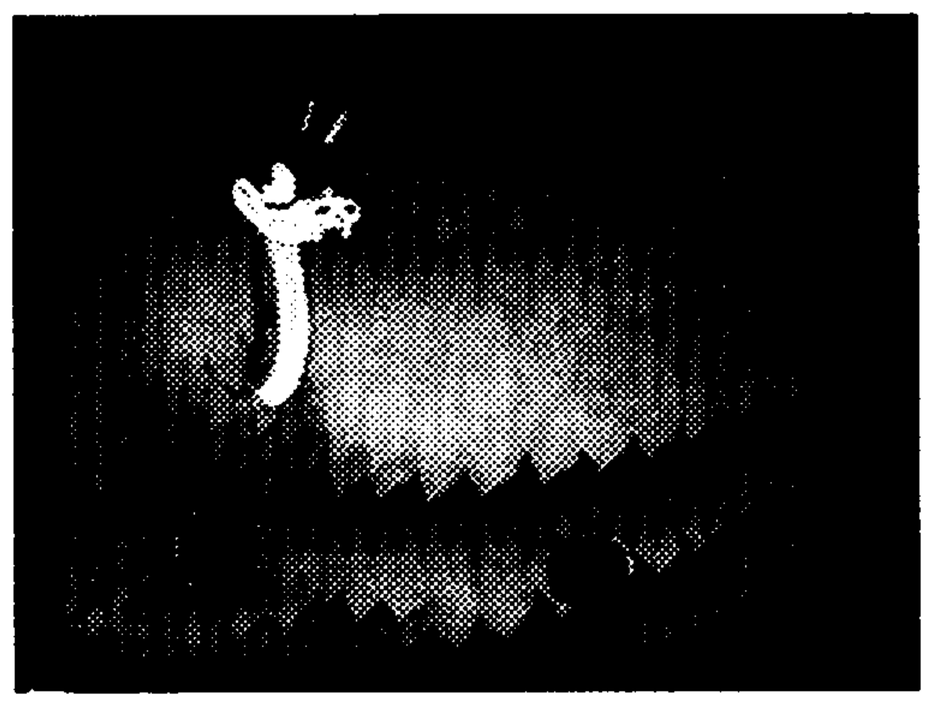


8-23



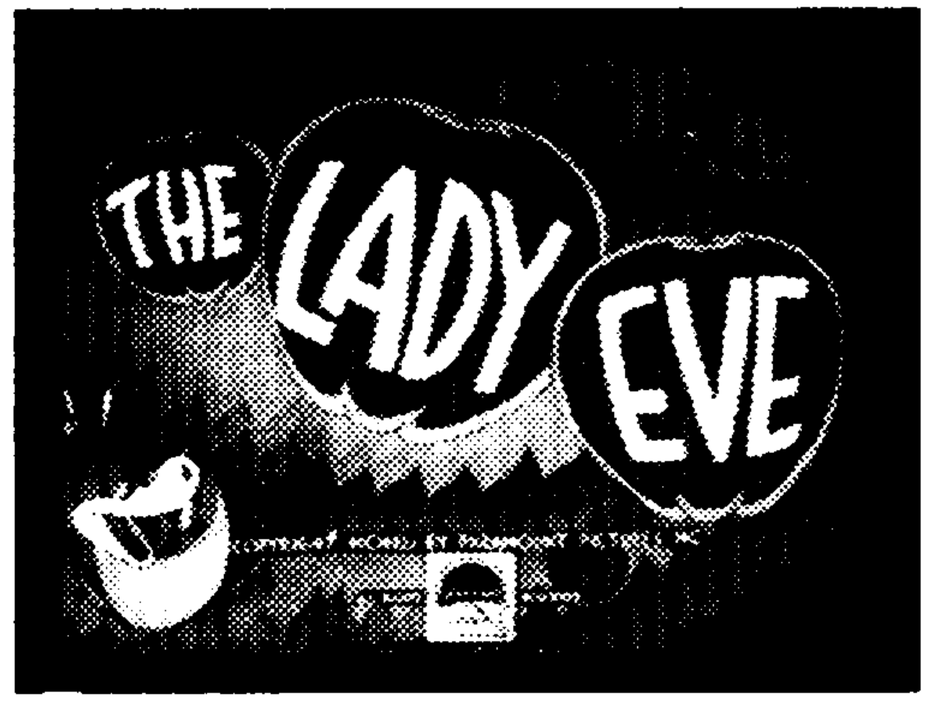
8-24

그림9-1



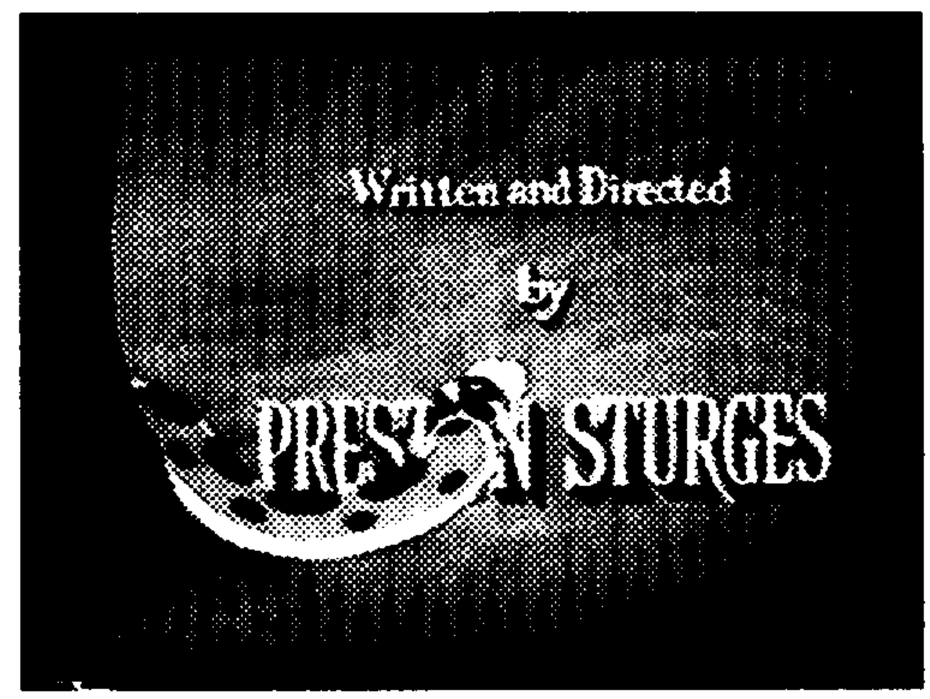
9-2

9-3

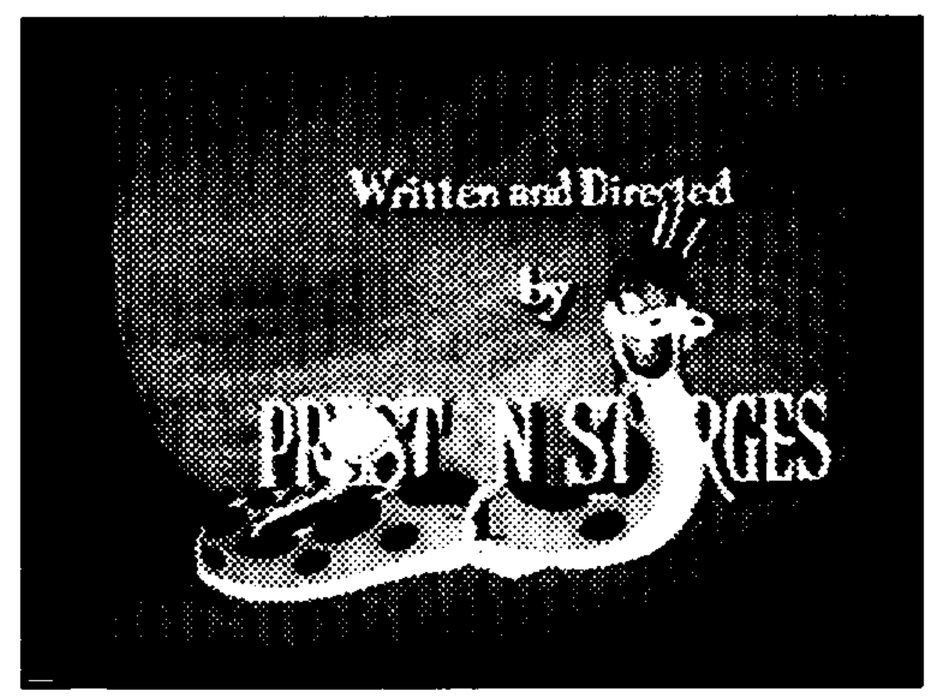


9-4

9-5



9-6

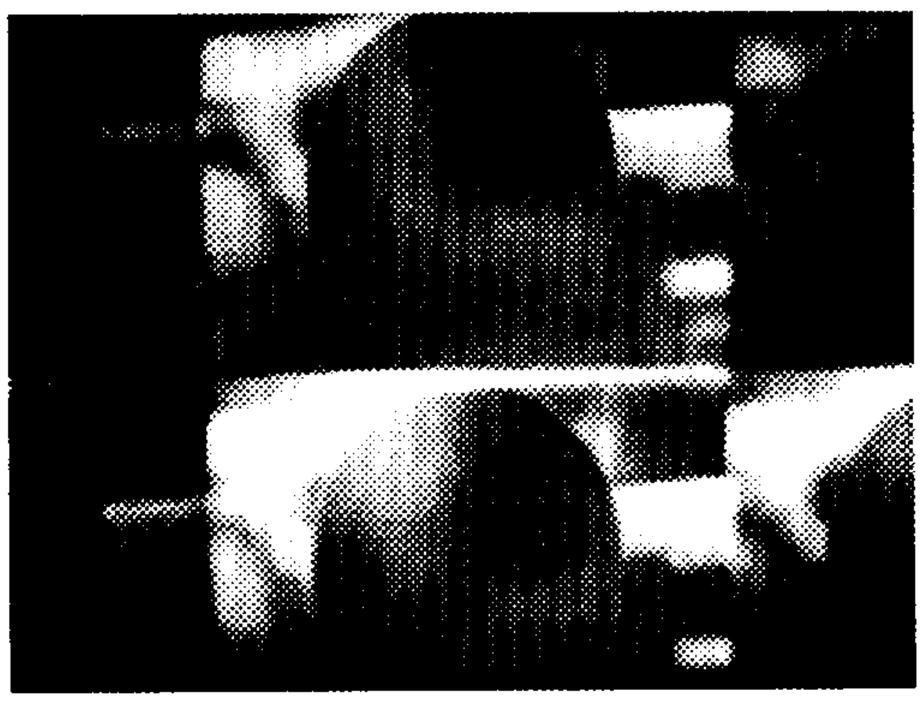


9-7

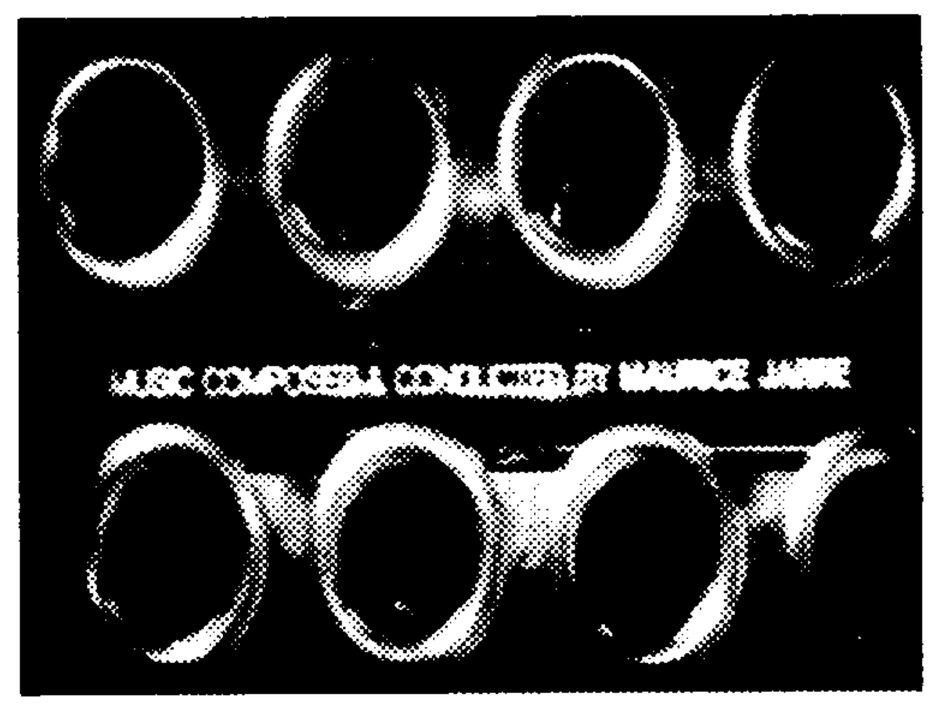
9-8

그림 10-1

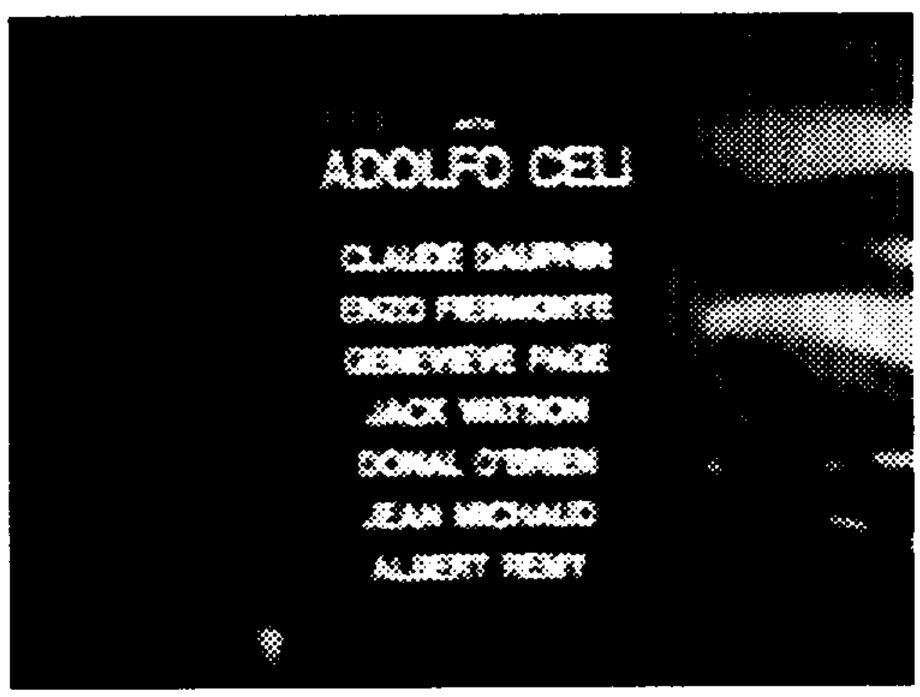
10-5



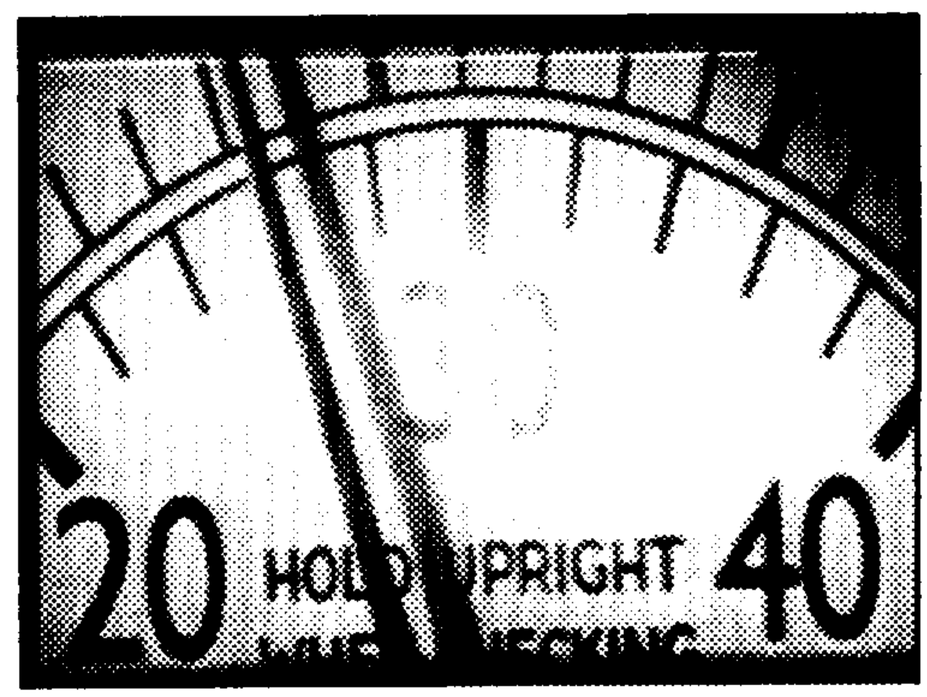
10-2



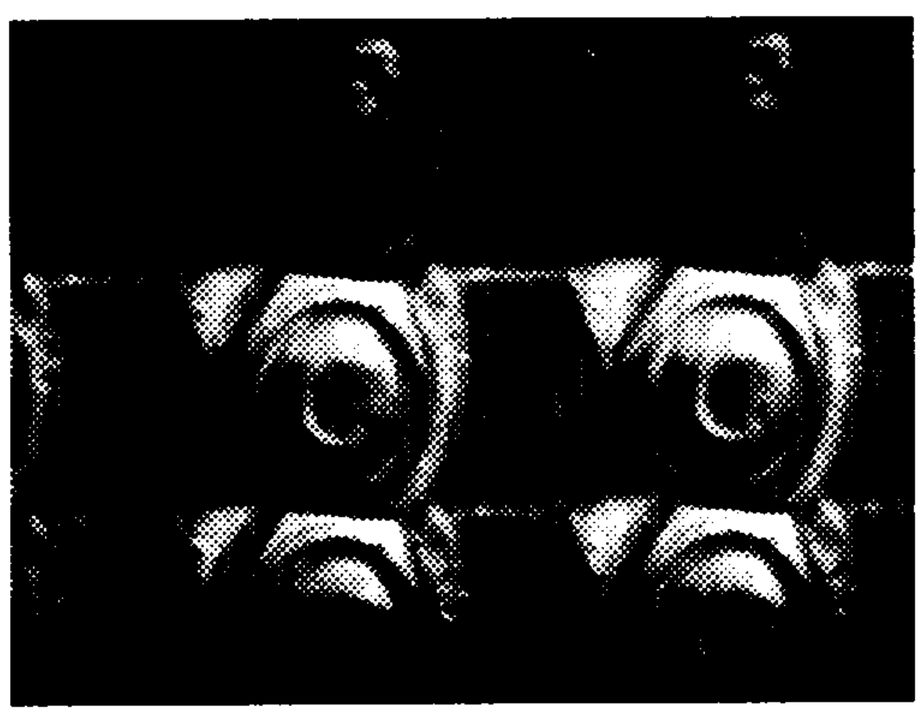
10-6



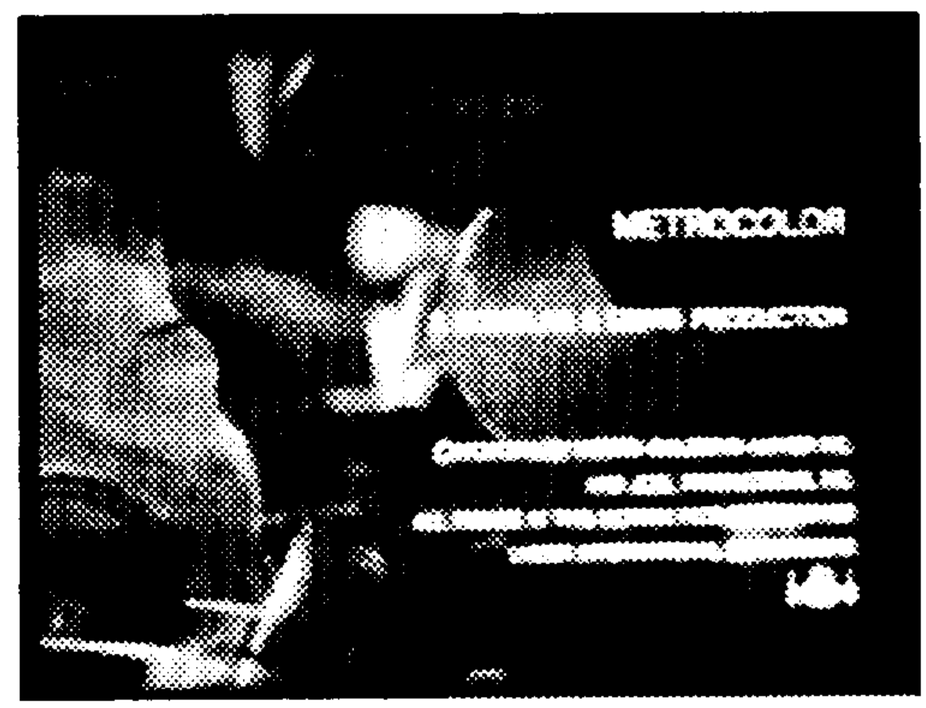
10-3



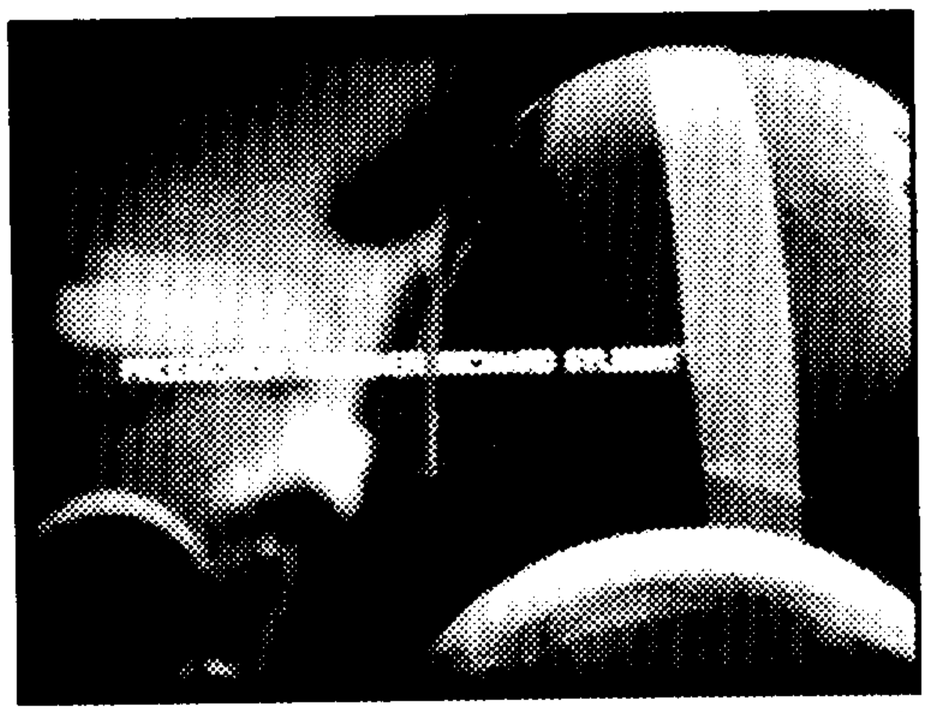
10-7



10-4

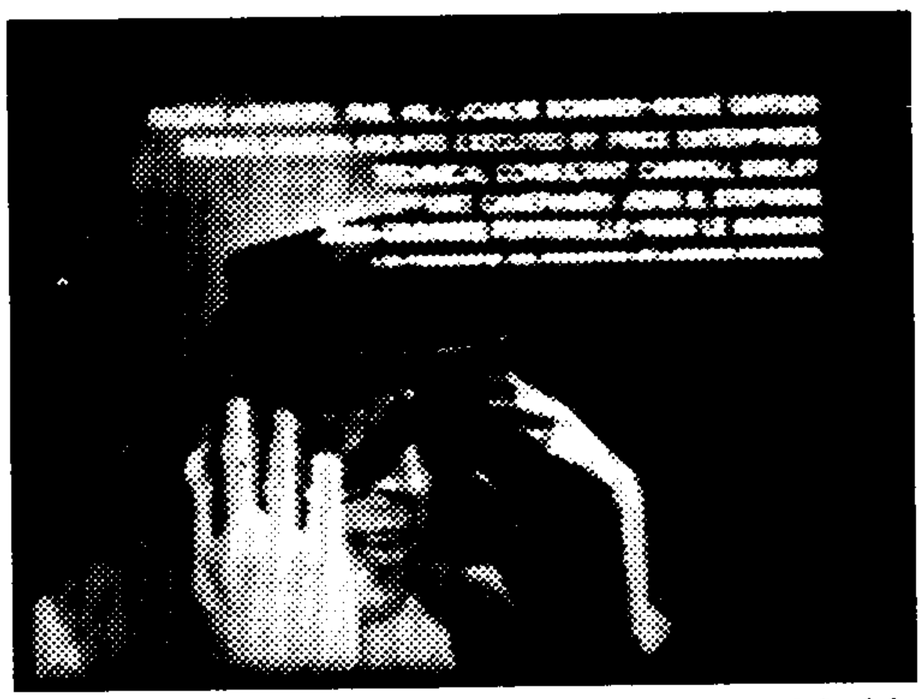


10-8



10-9

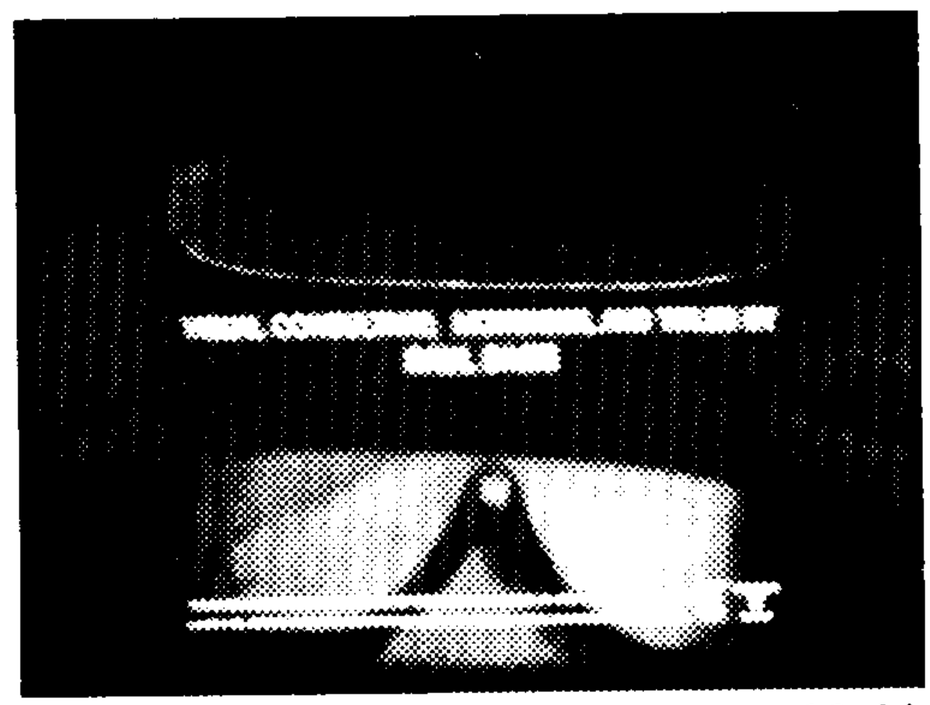
10-10



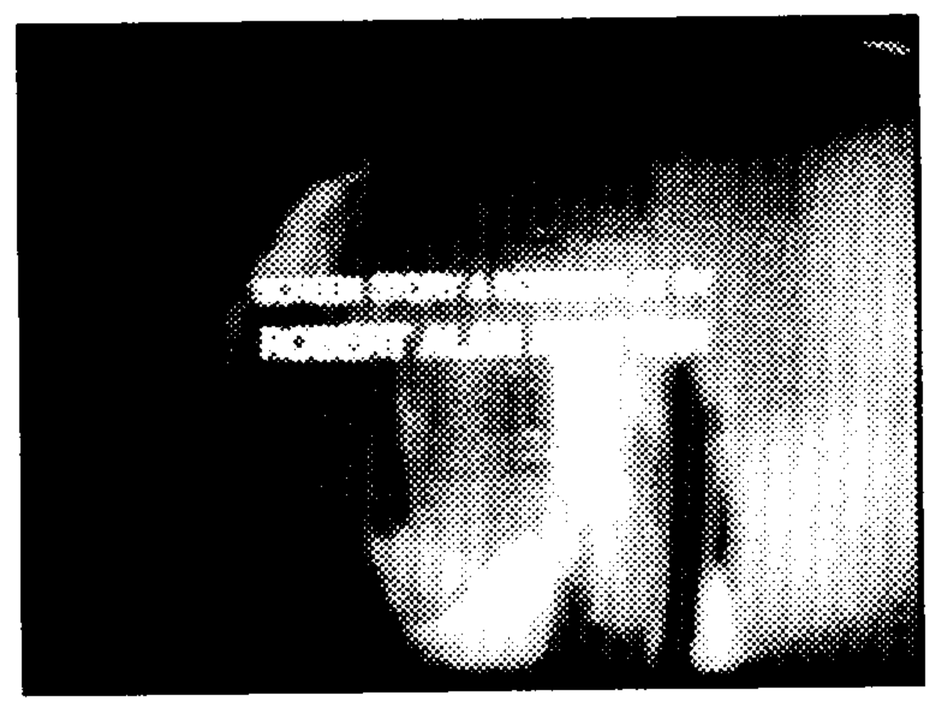
10-11

10-12

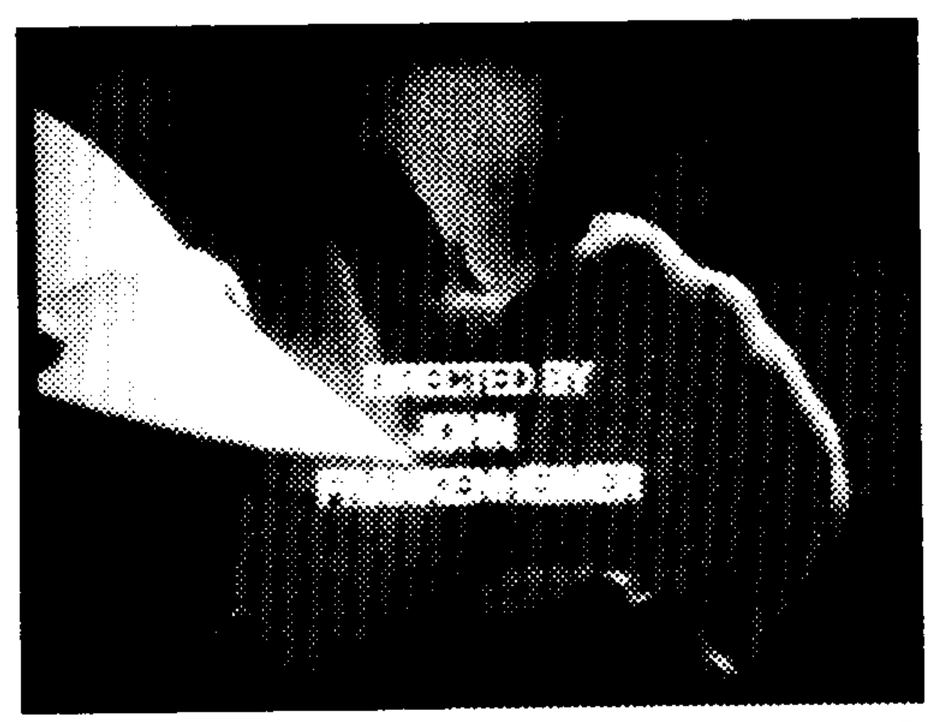
10-13



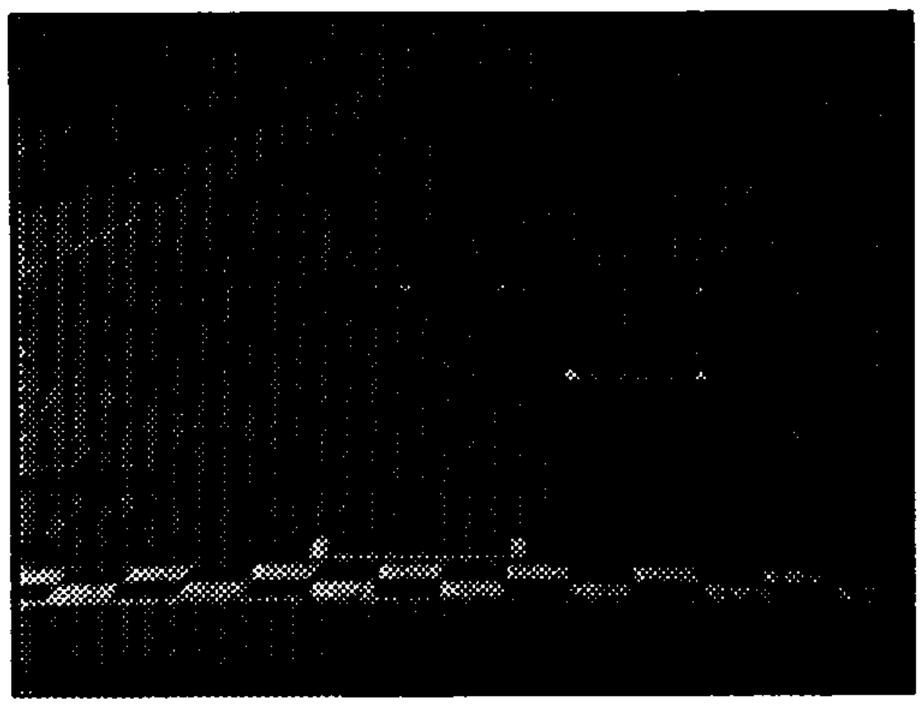
10-14



10-15



10-16



10-17

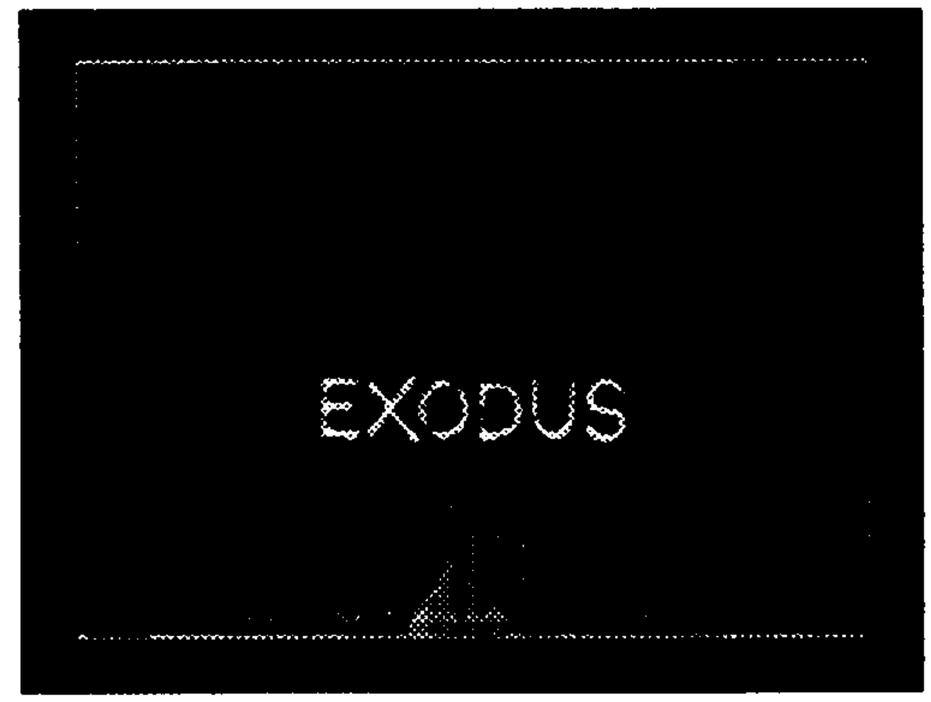
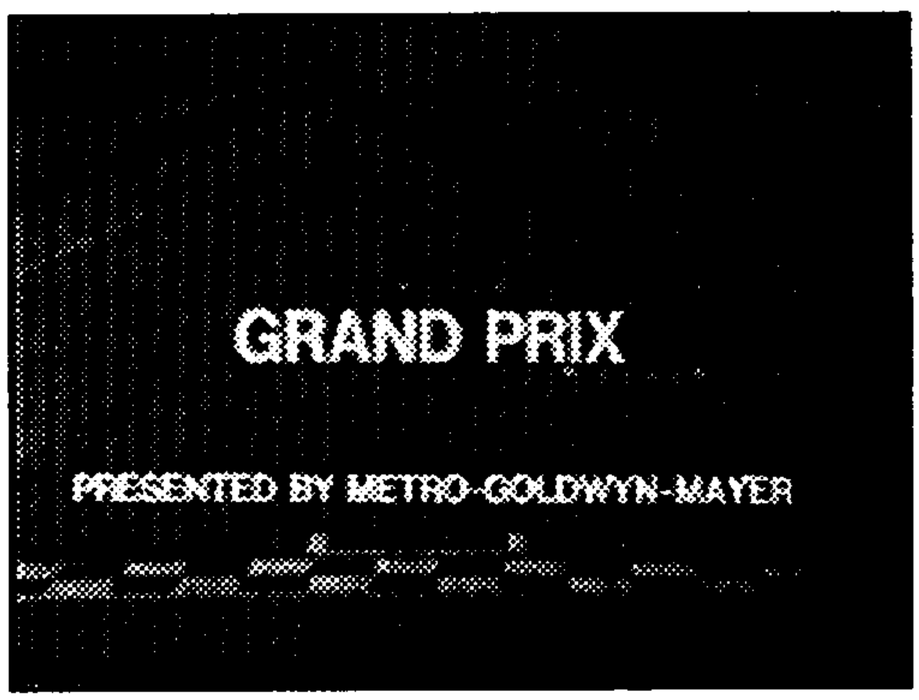


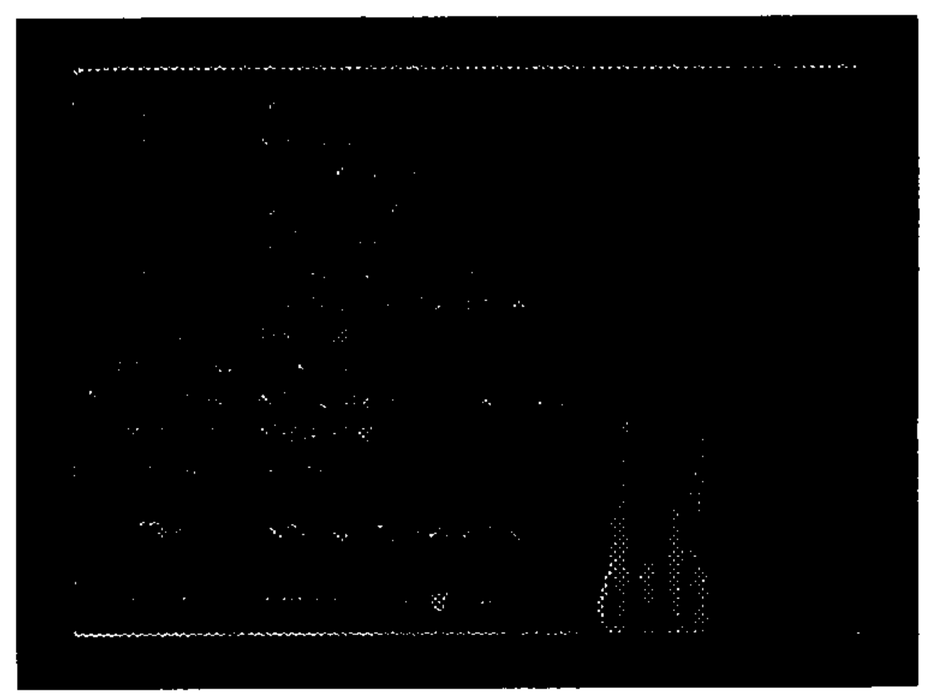
그림13-1



10-18

13-2

그림11



13-3

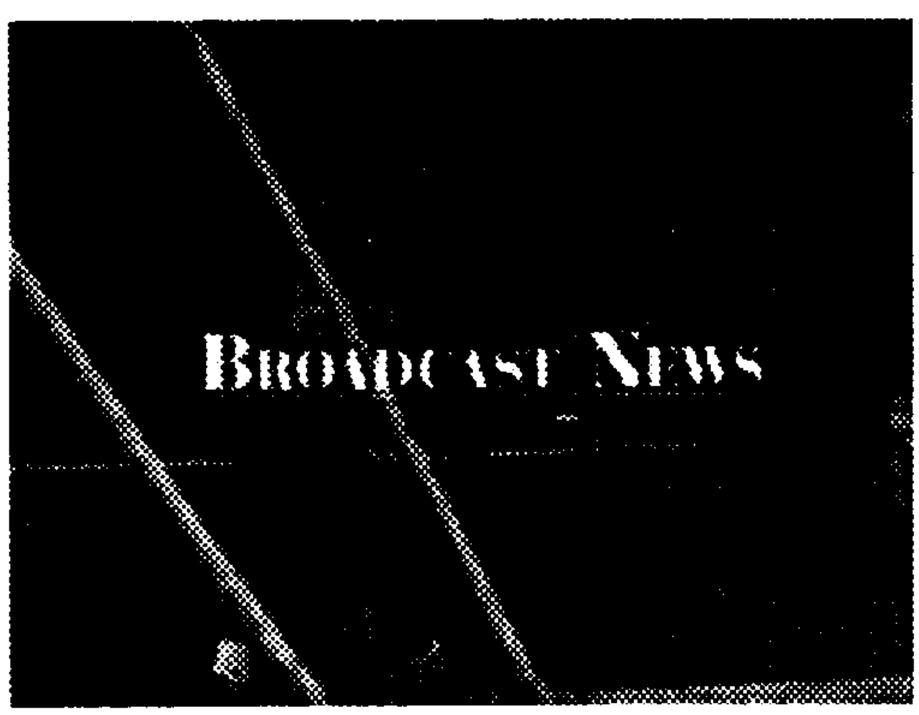
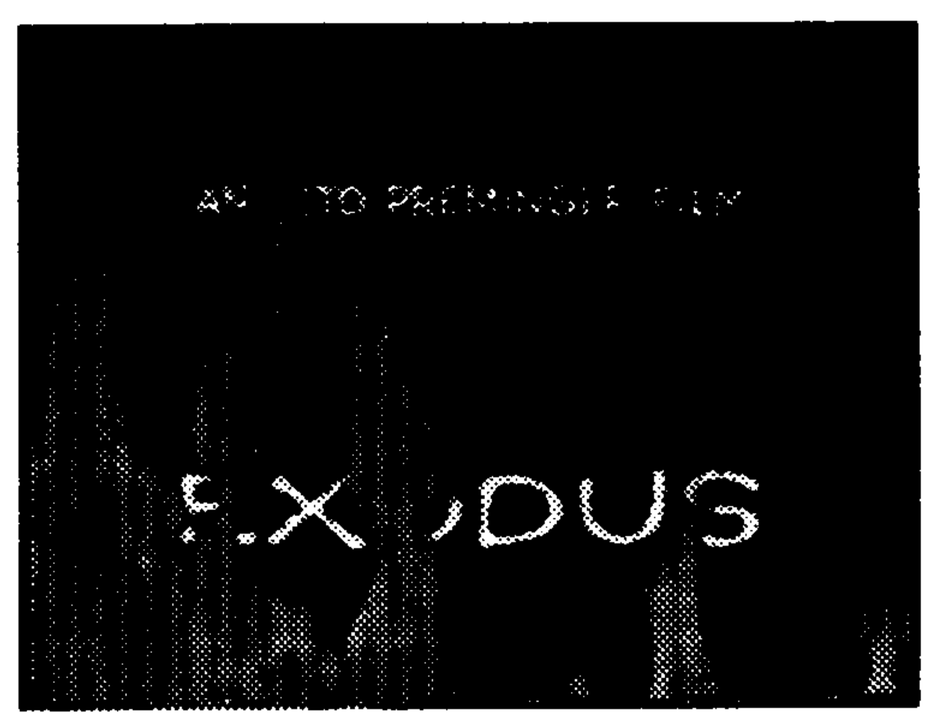


그림12



13-4

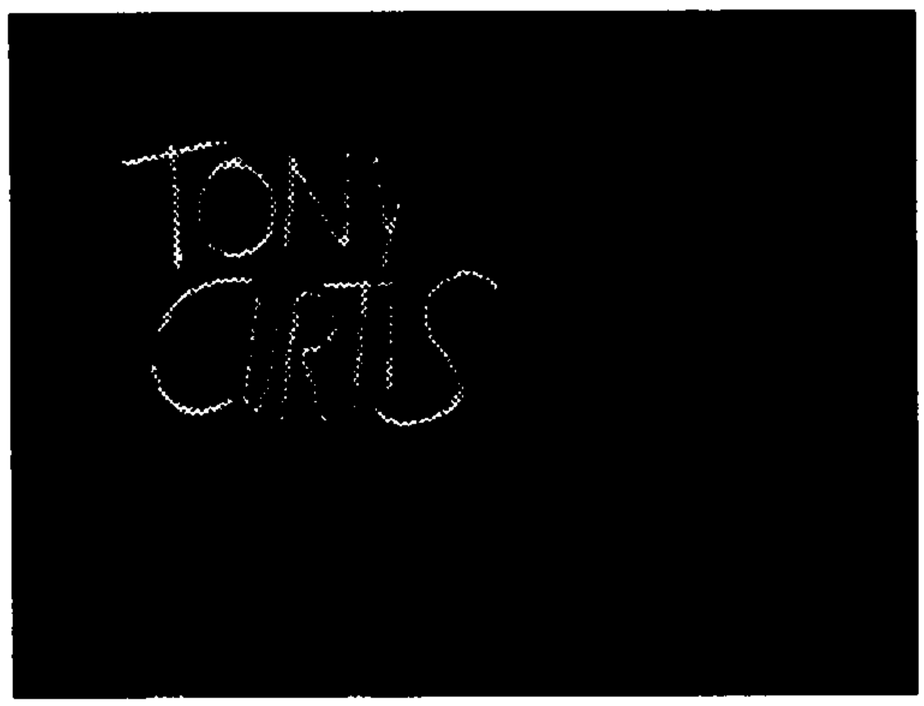
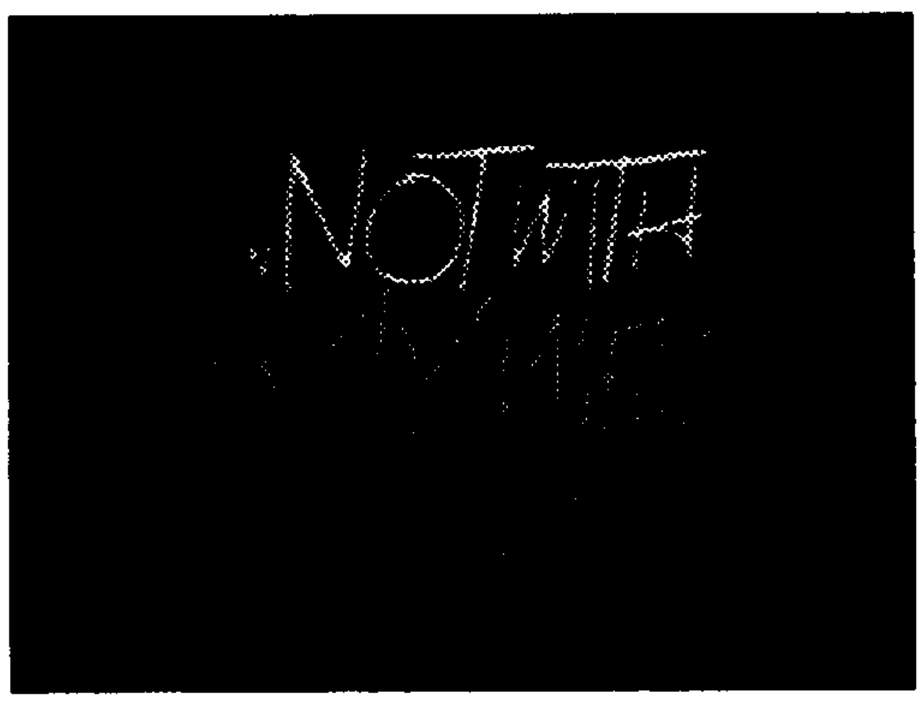
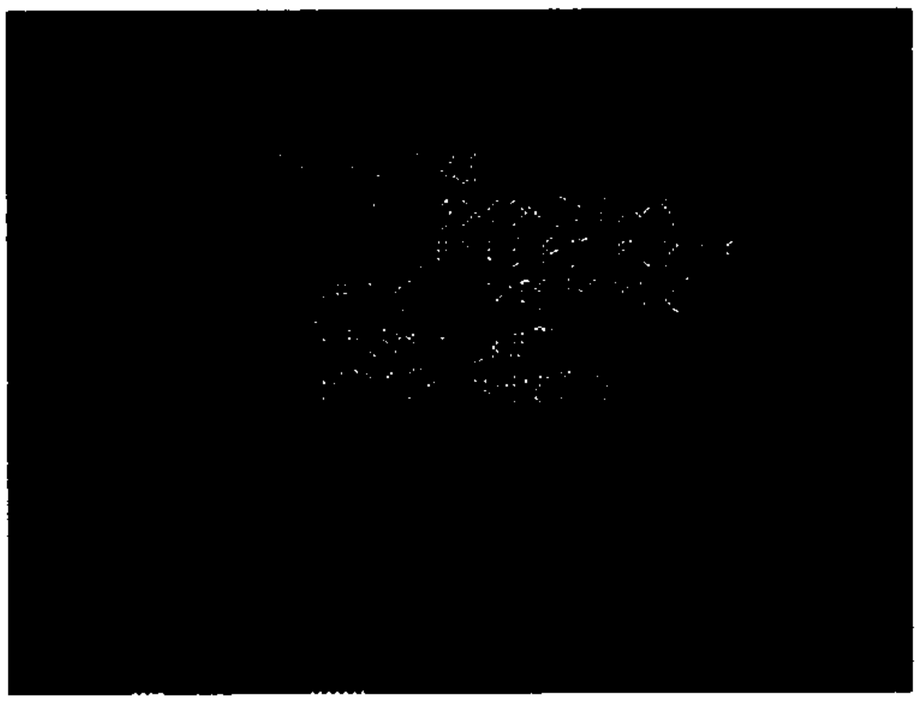


그림 14-1

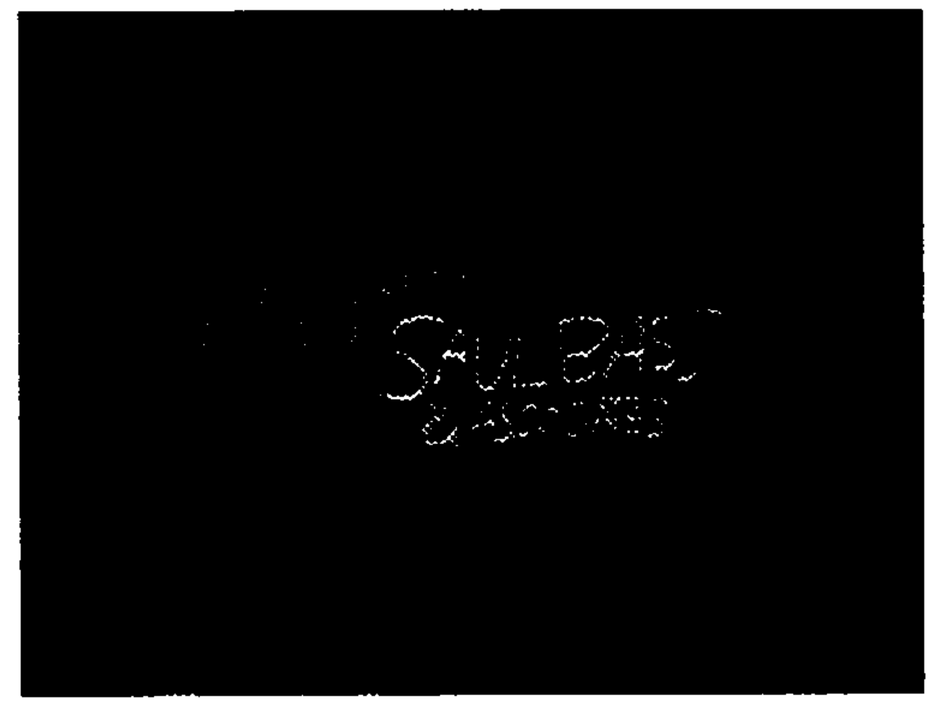


14-2

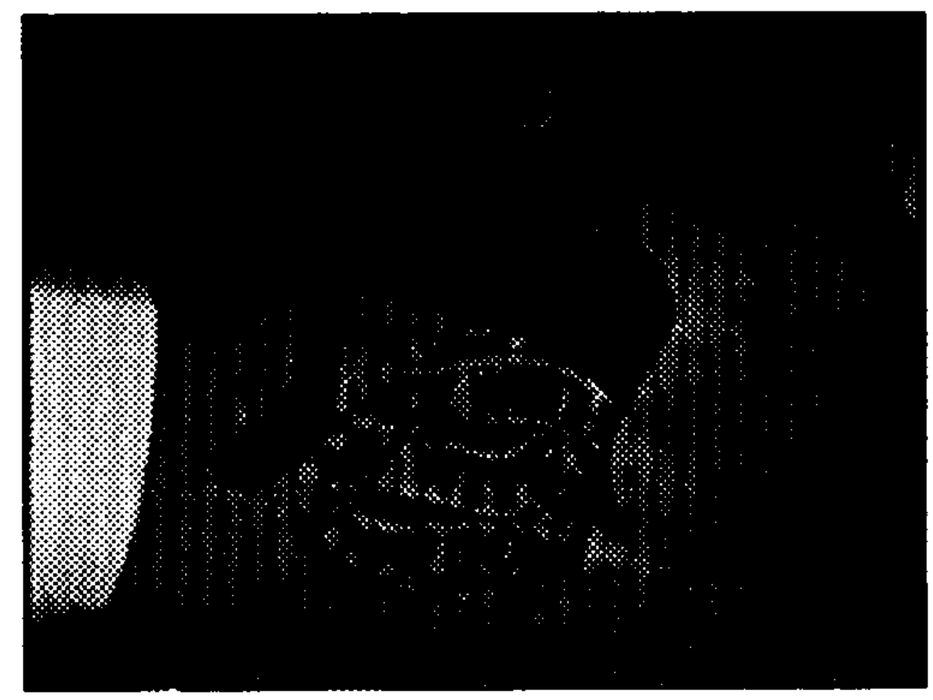
14-3



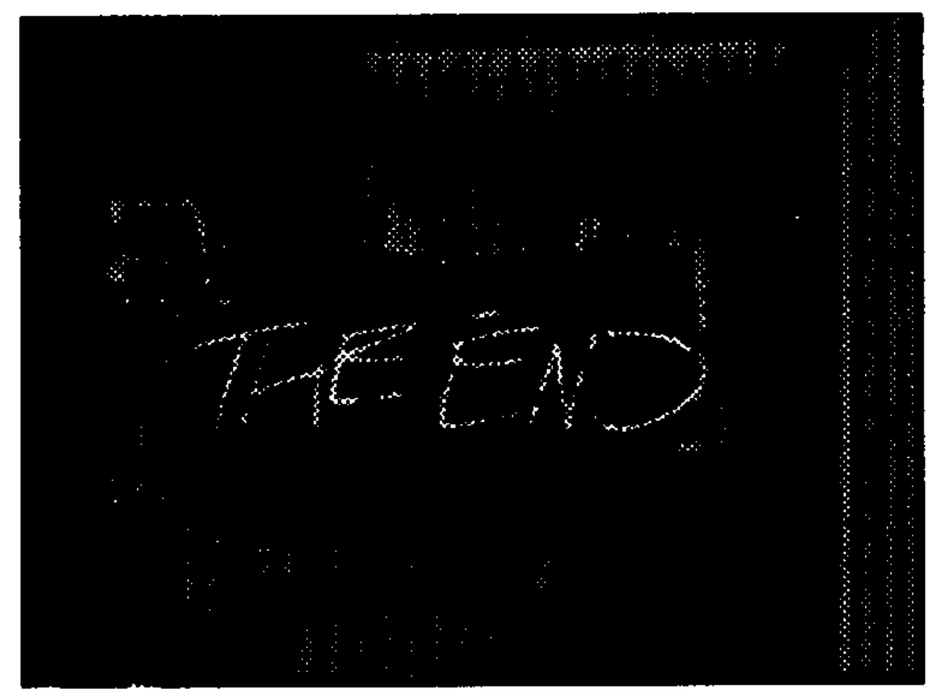
14-4



14-5



14-6

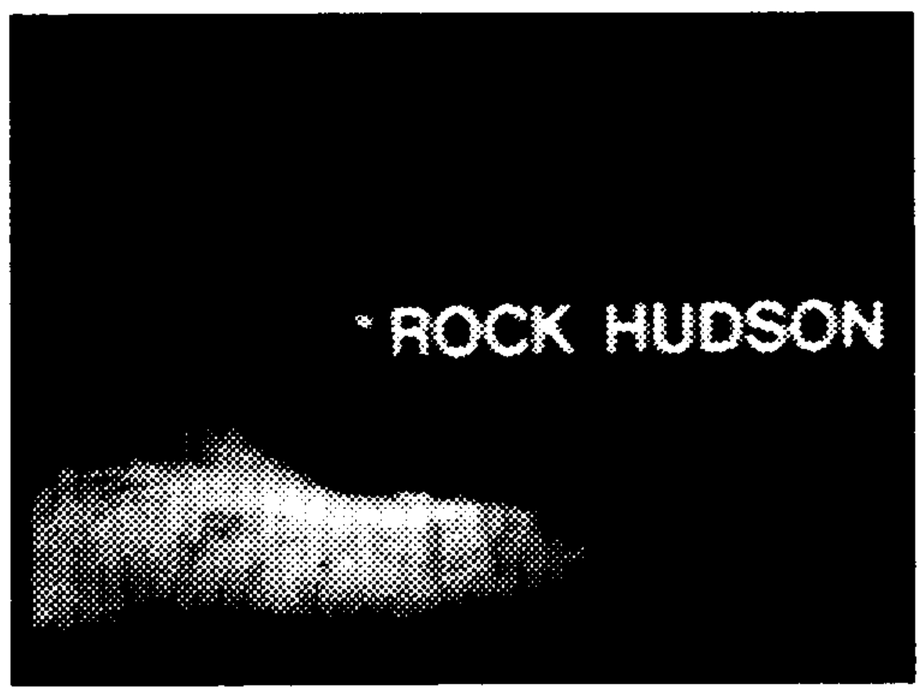


14-7

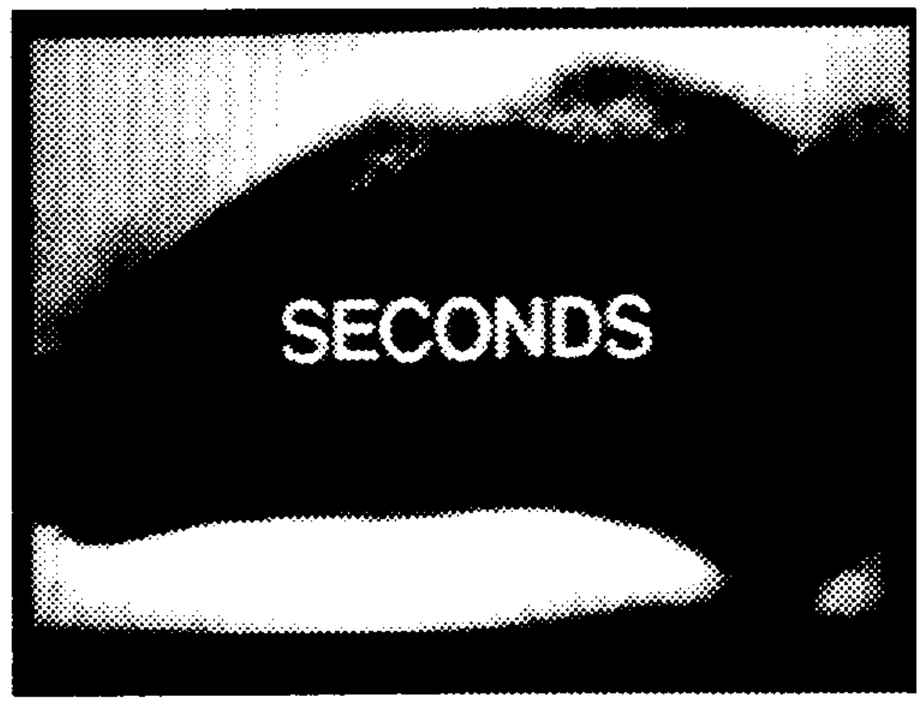
14-8

그림 15-1

15-2

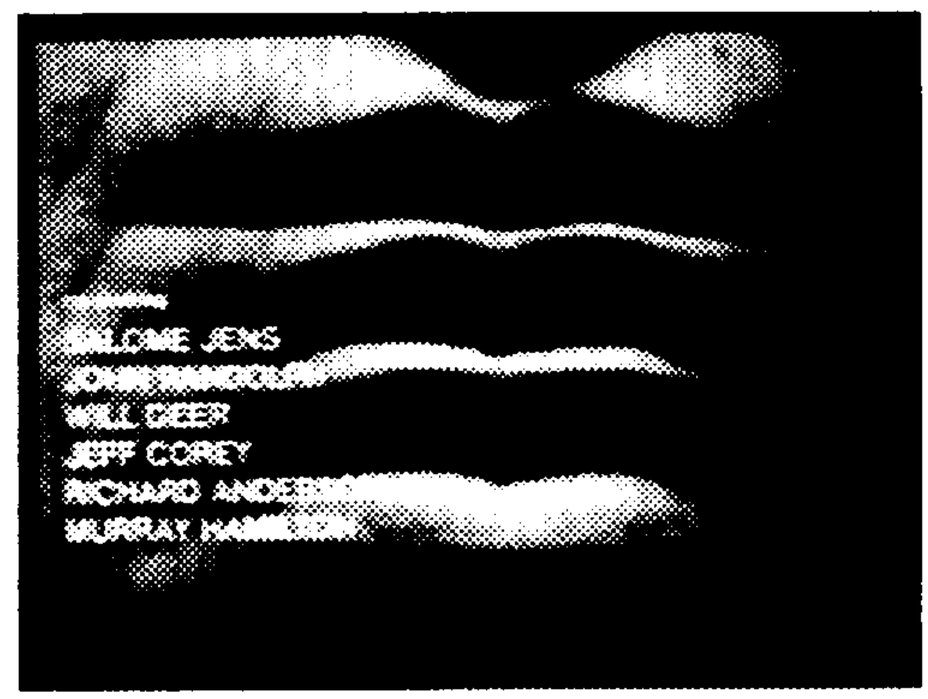


15-3



15-4

15-5

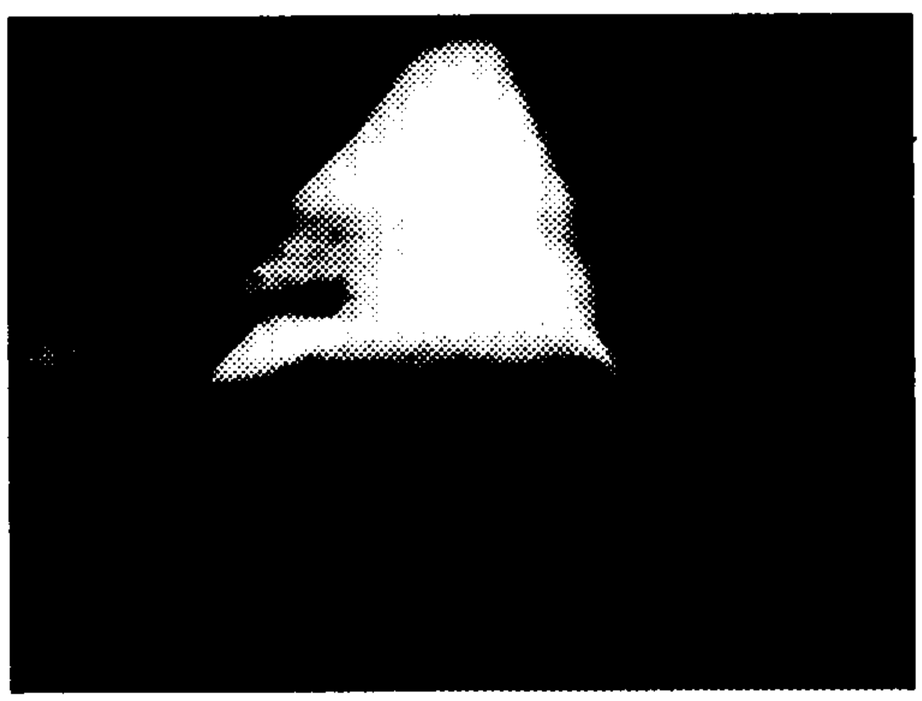


15-6

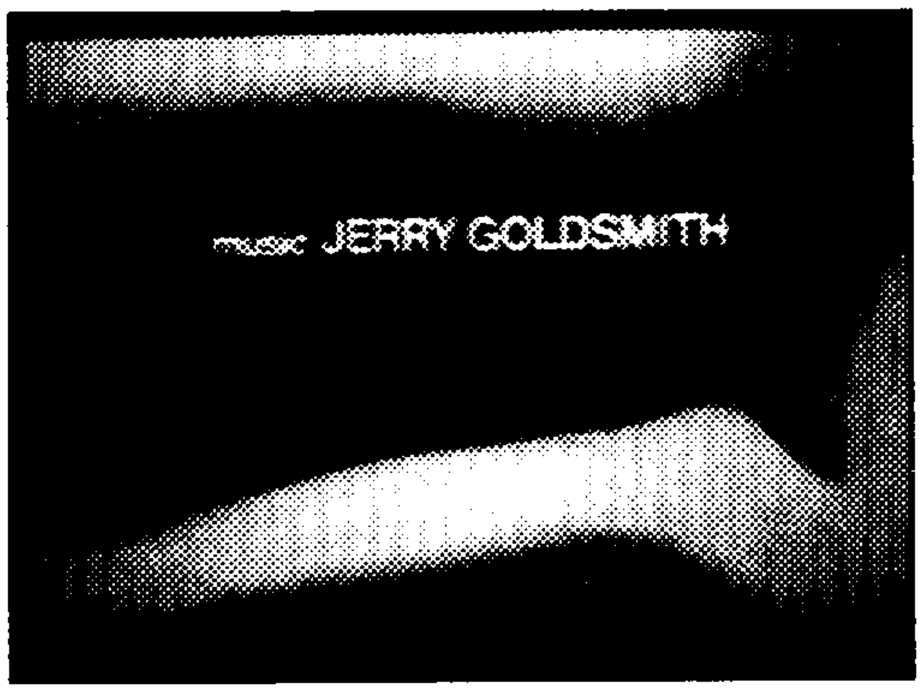
15-7

15-8

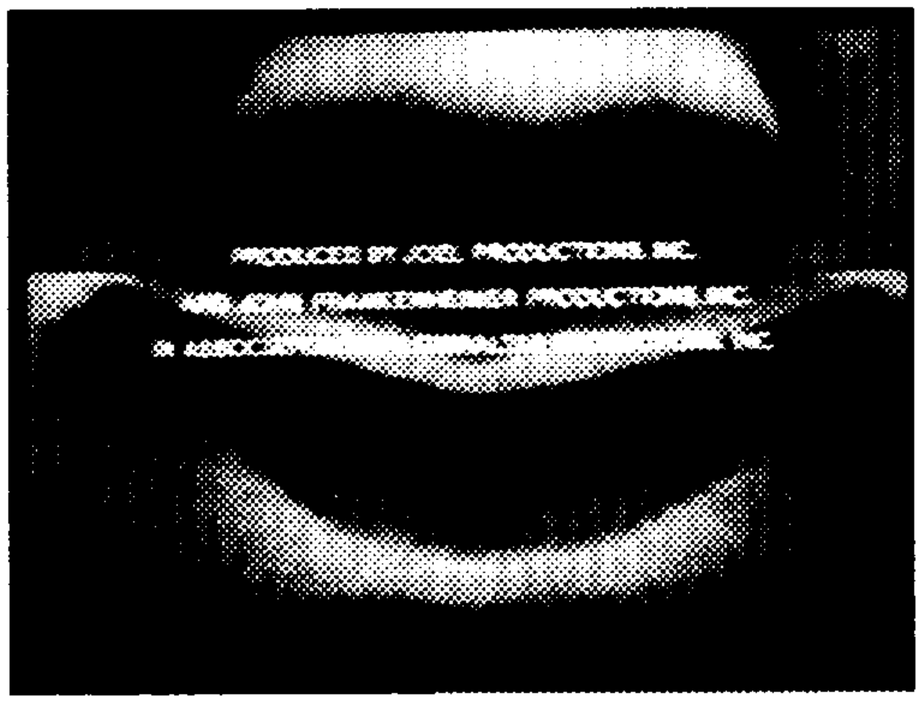
15-9



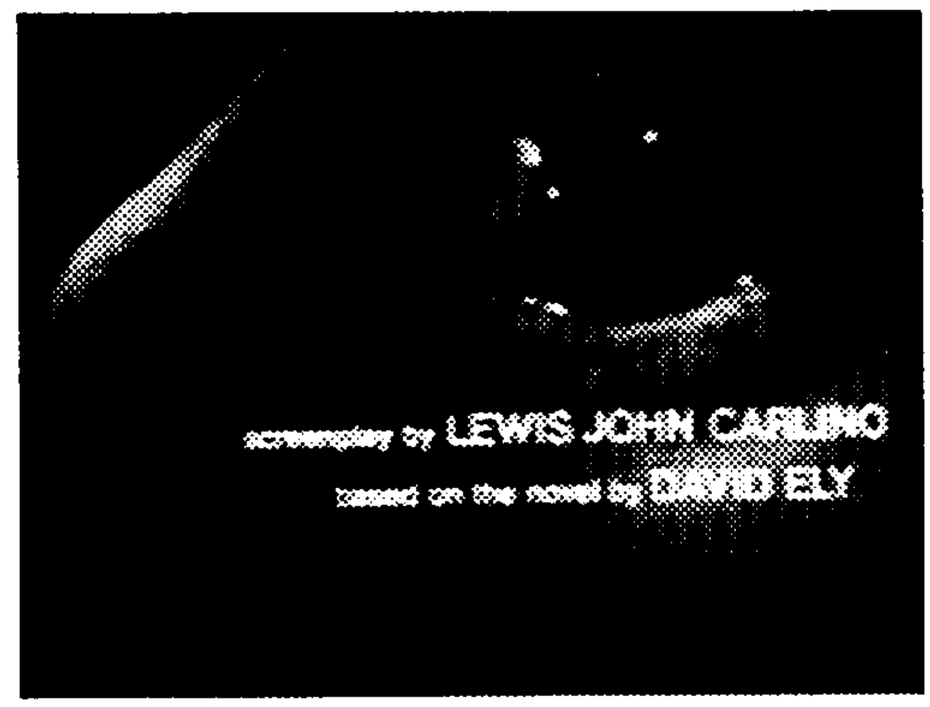
15-10



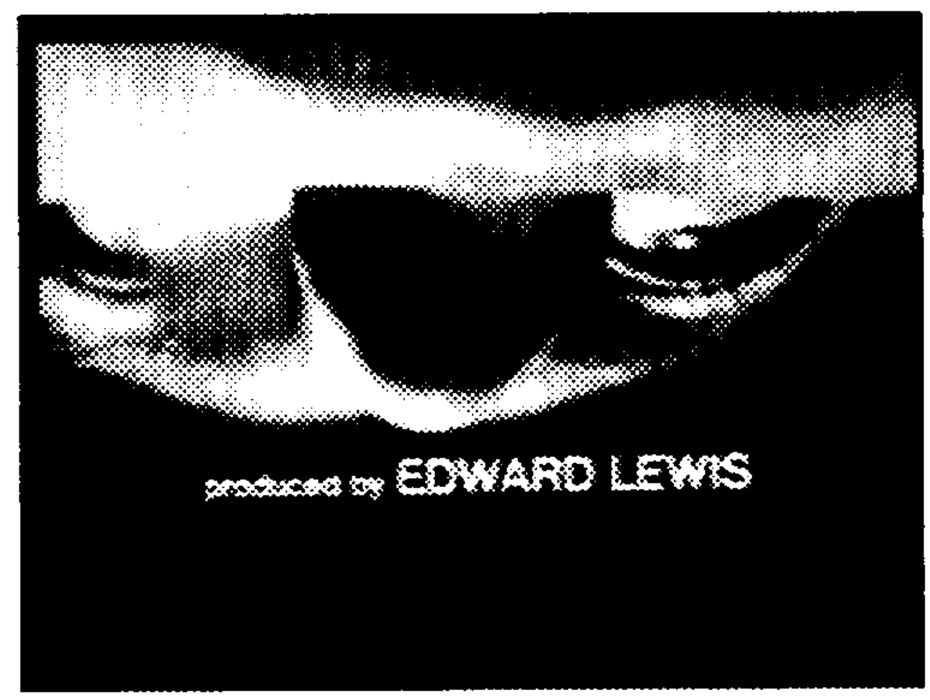
15-11



15-12



15-13



15-14

15-15

15-16

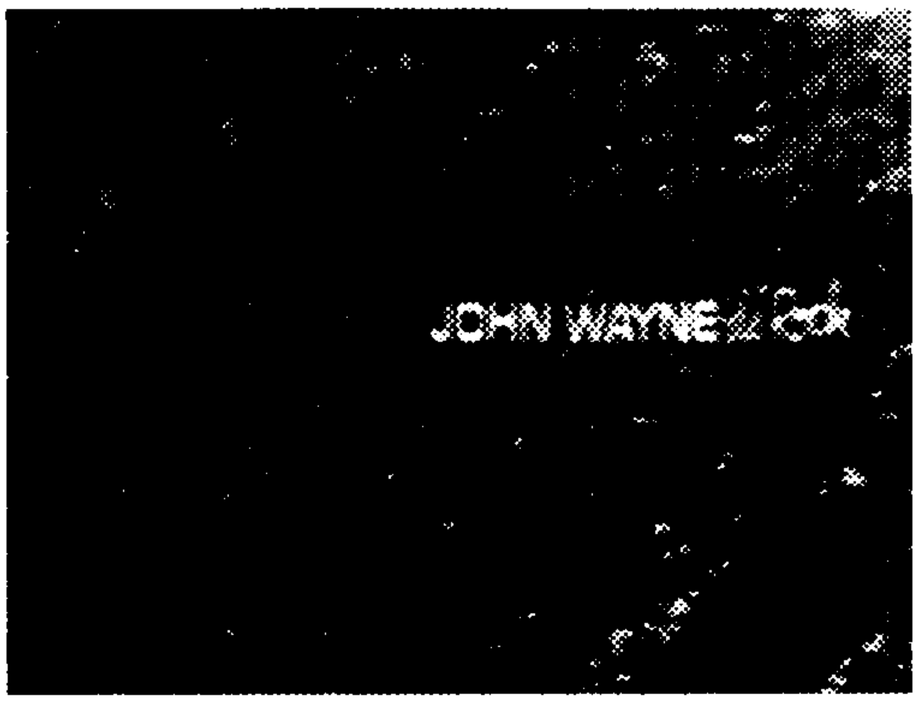
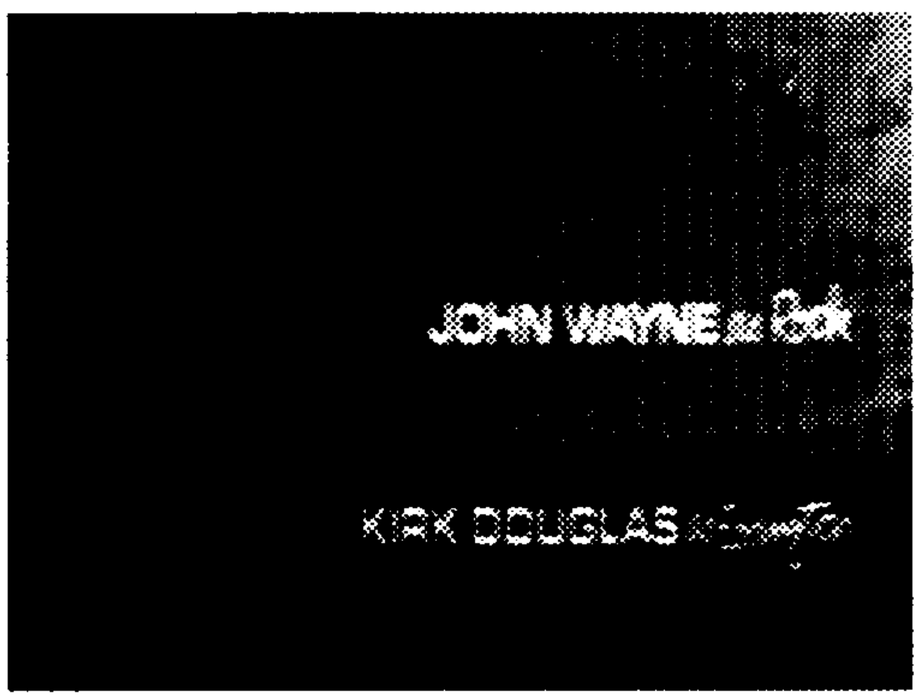
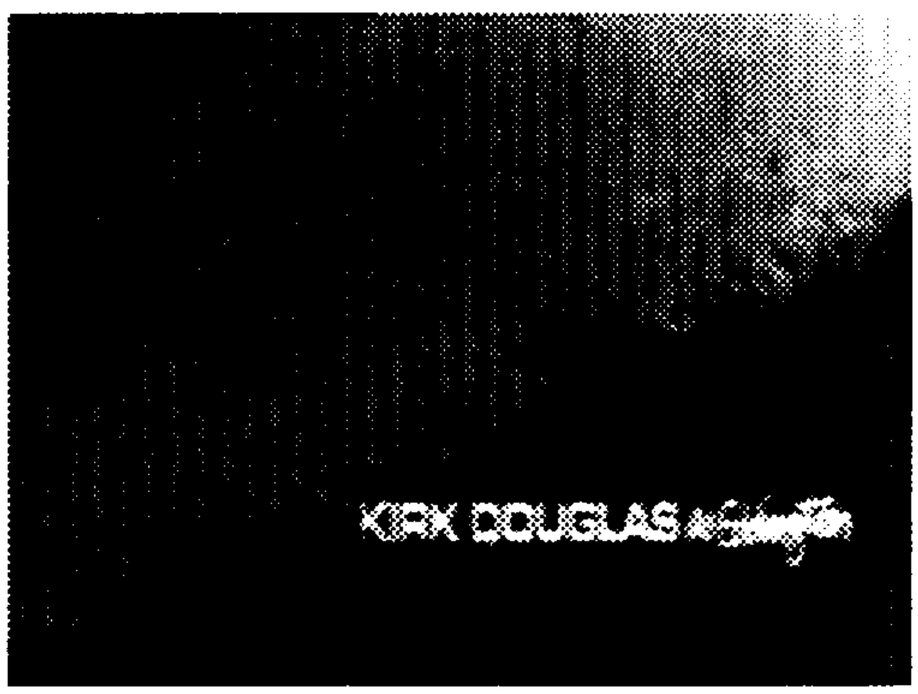


그림 16-1

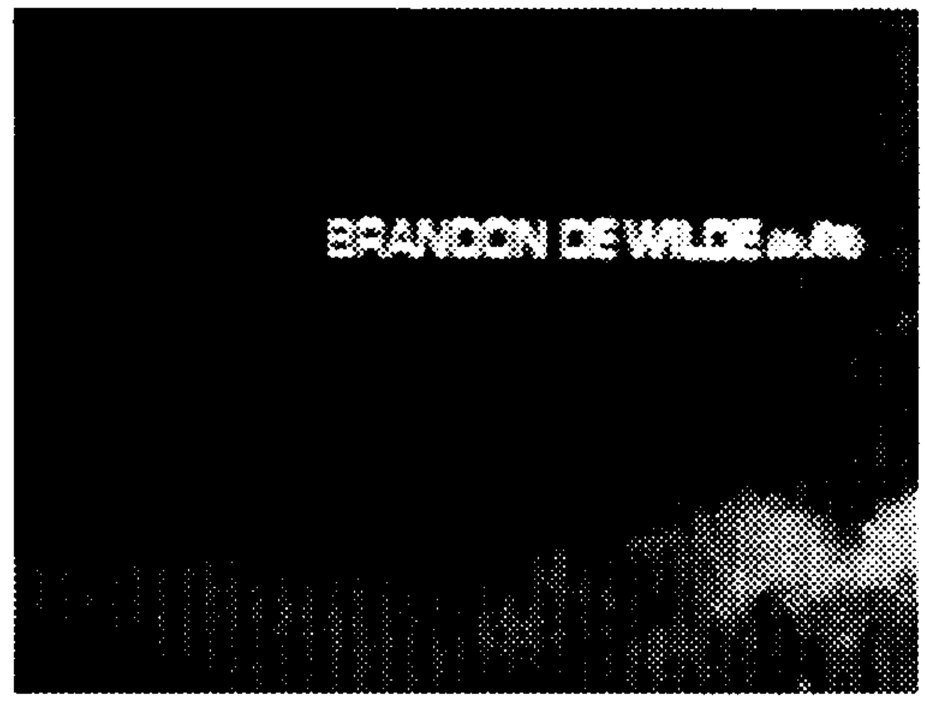


16-2

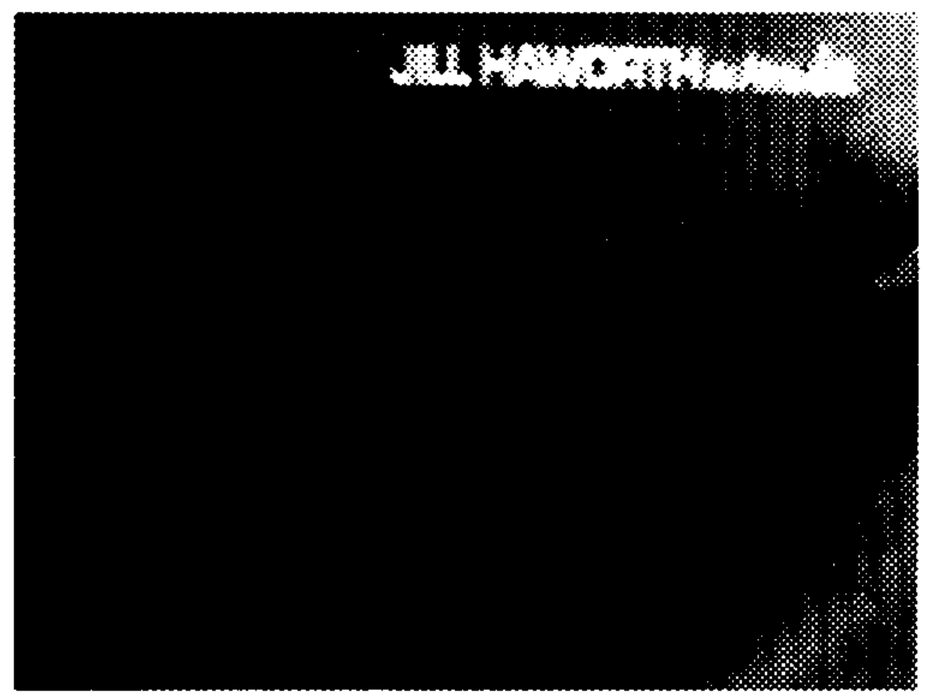


16-3

16-4

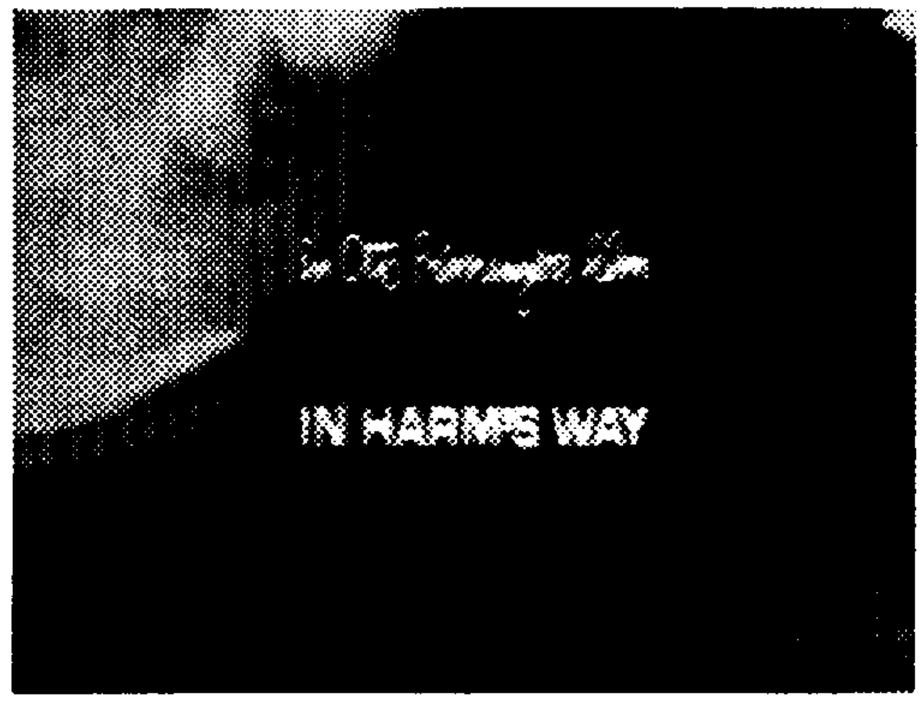


16-5

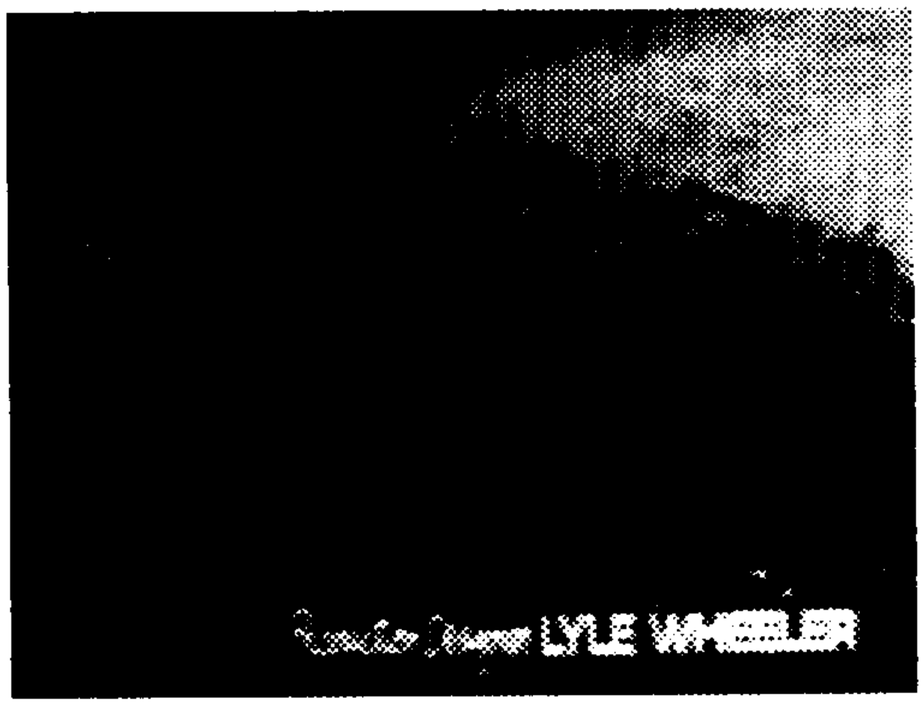


16-6

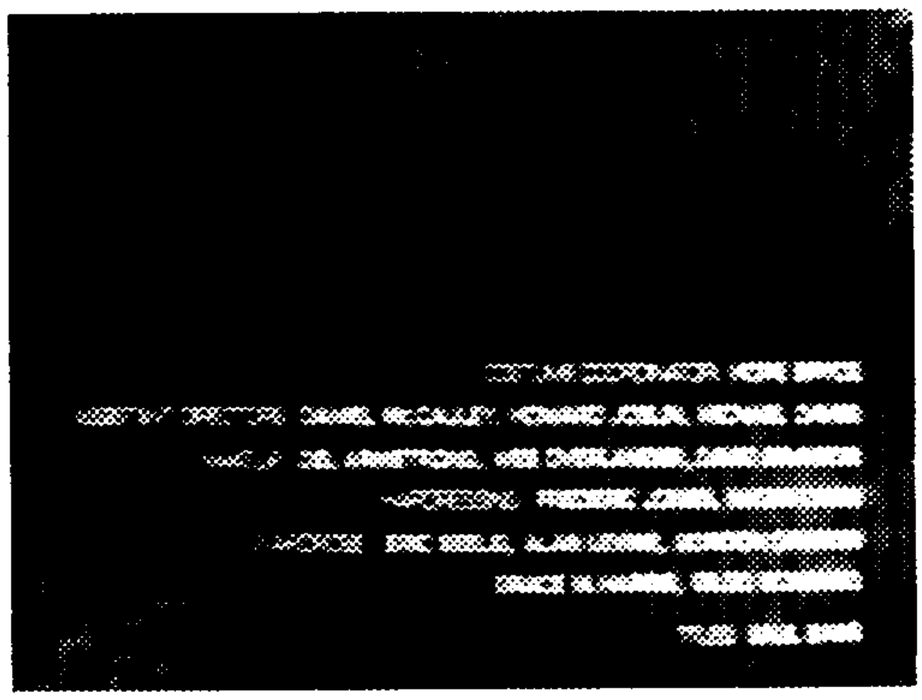
16-7



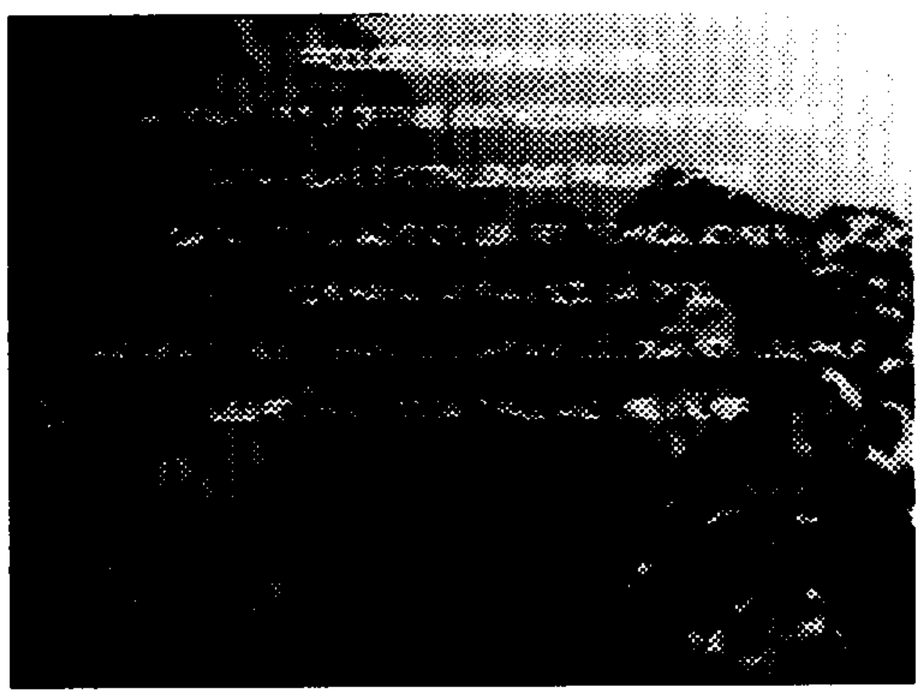
16-8



16-9



16-10



16-11

16-12

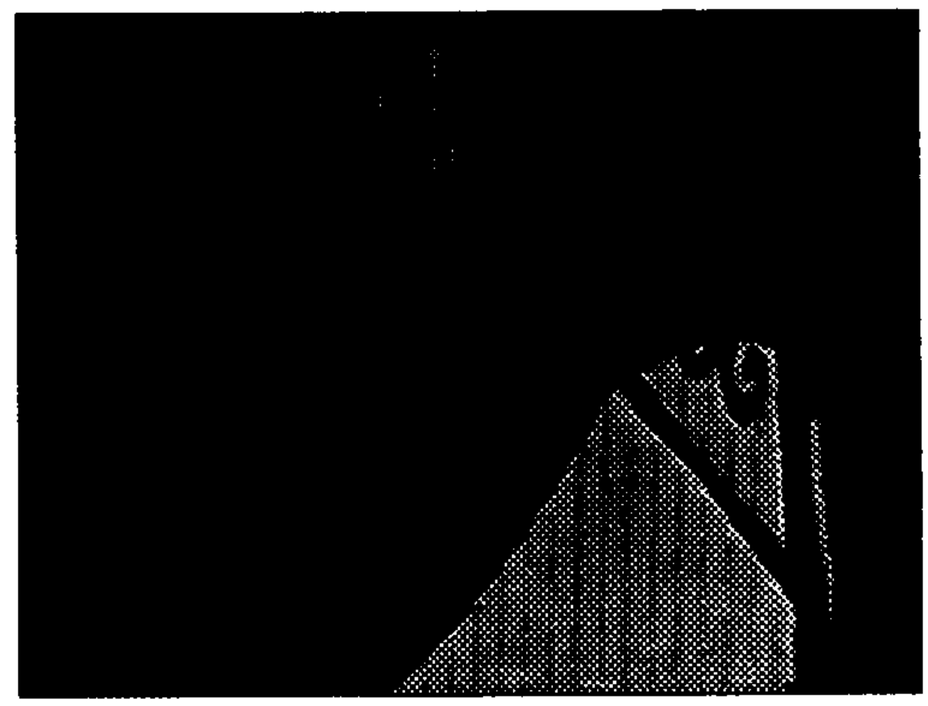
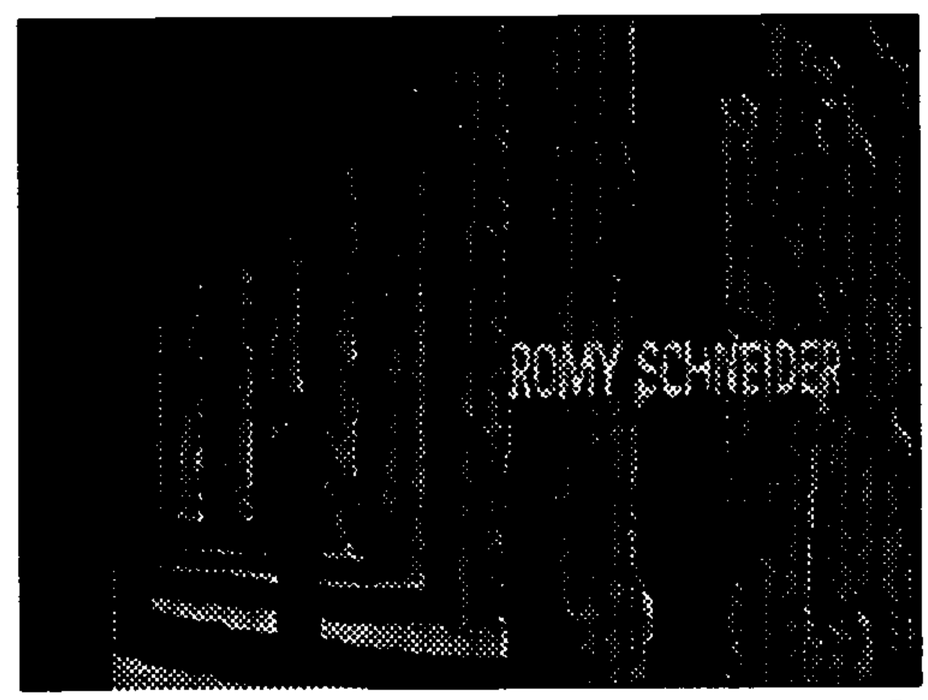
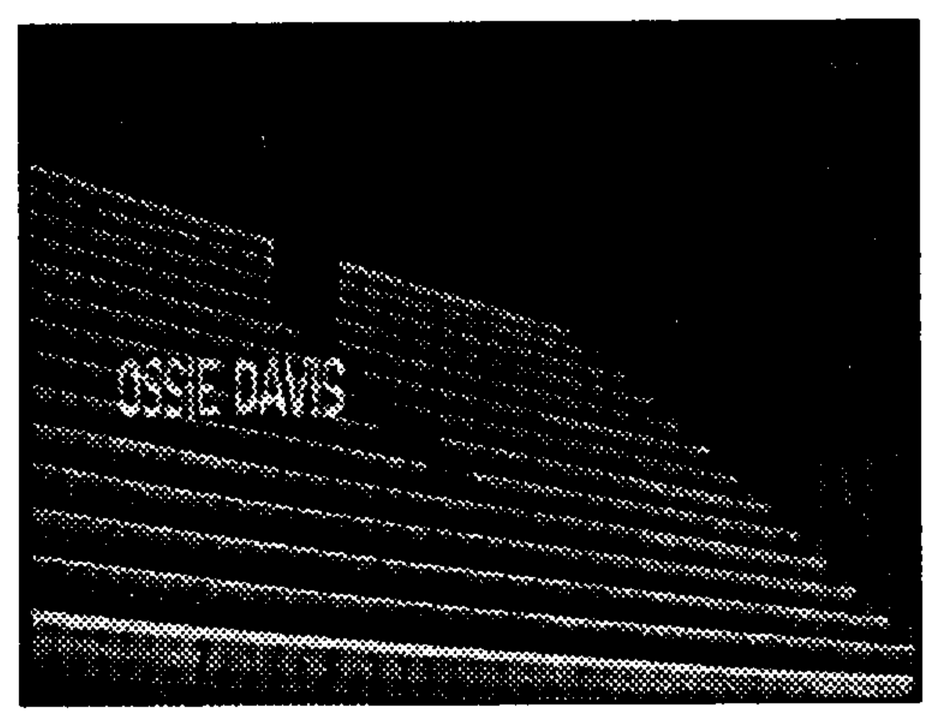


그림17-1

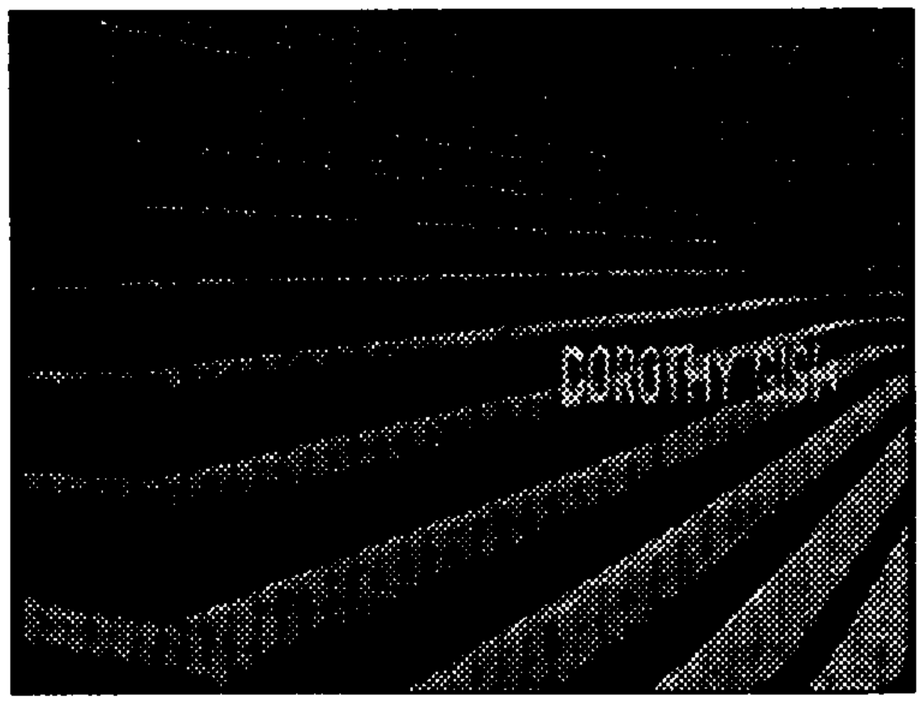
17-2



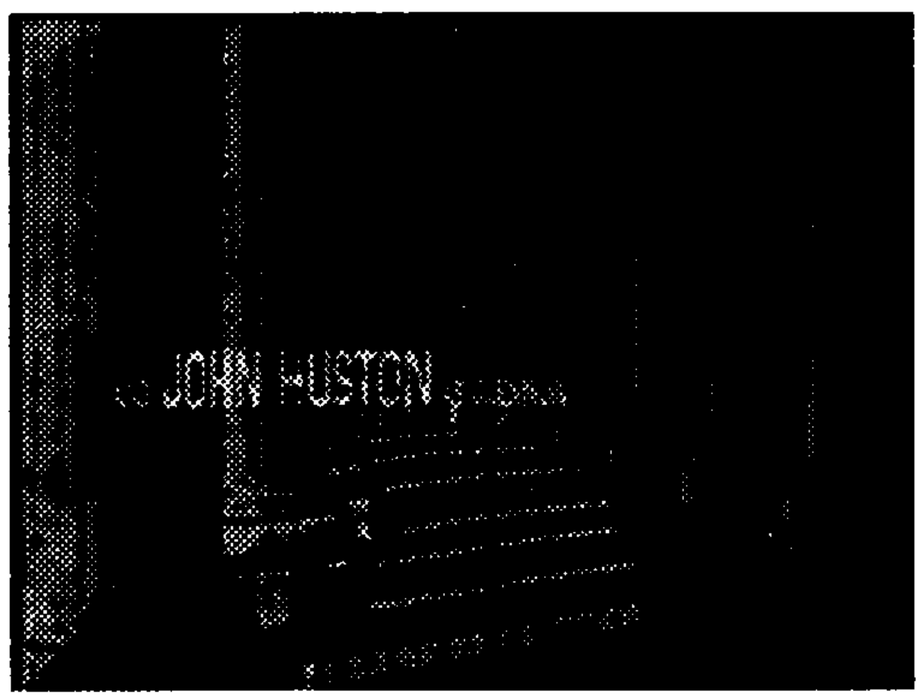
17-3



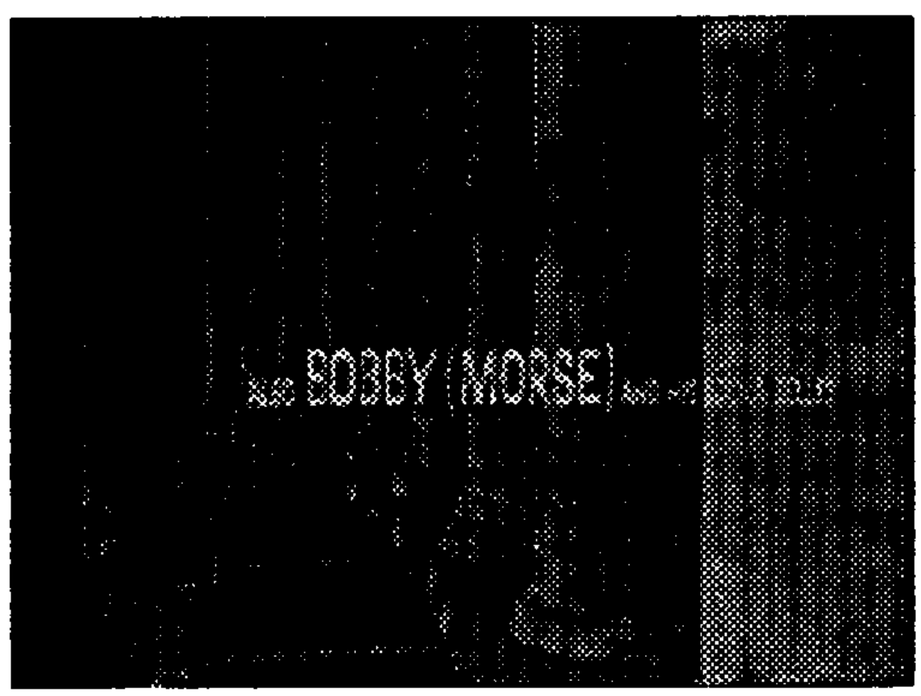
17-4



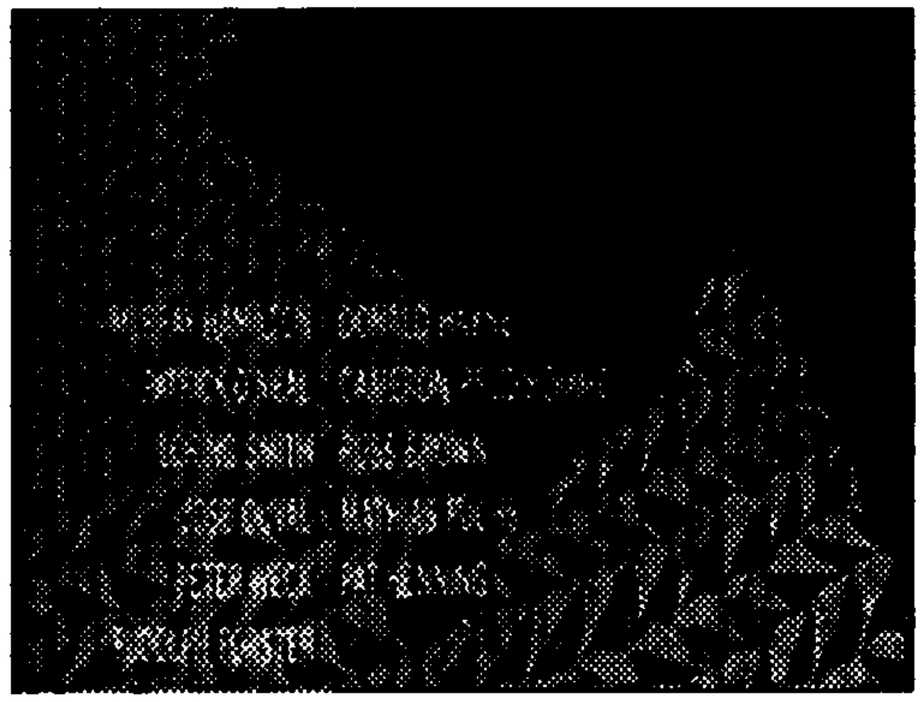
17-5



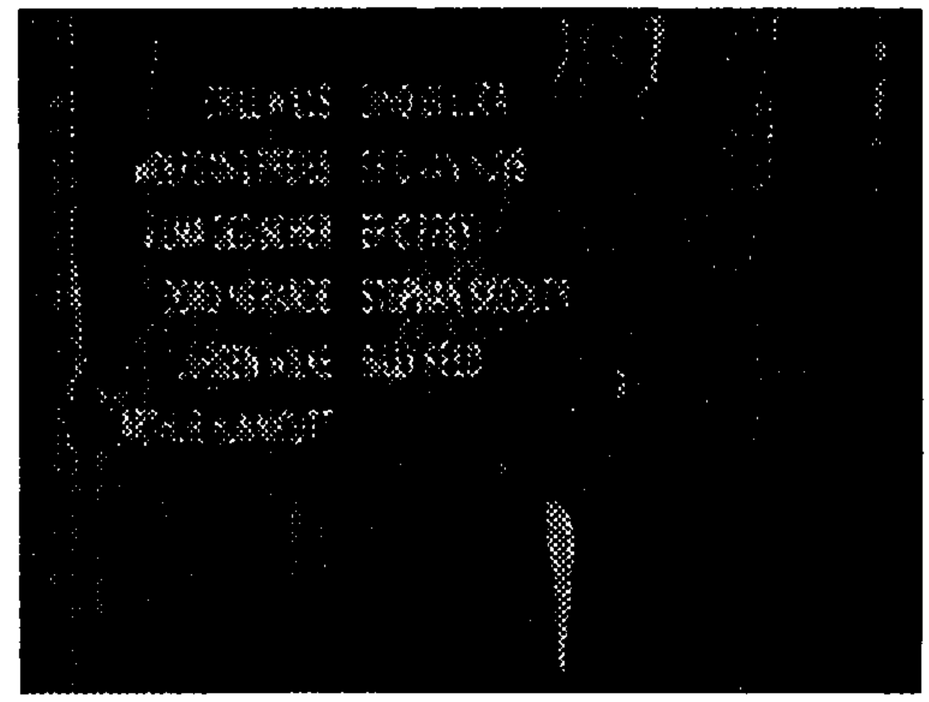
17-6



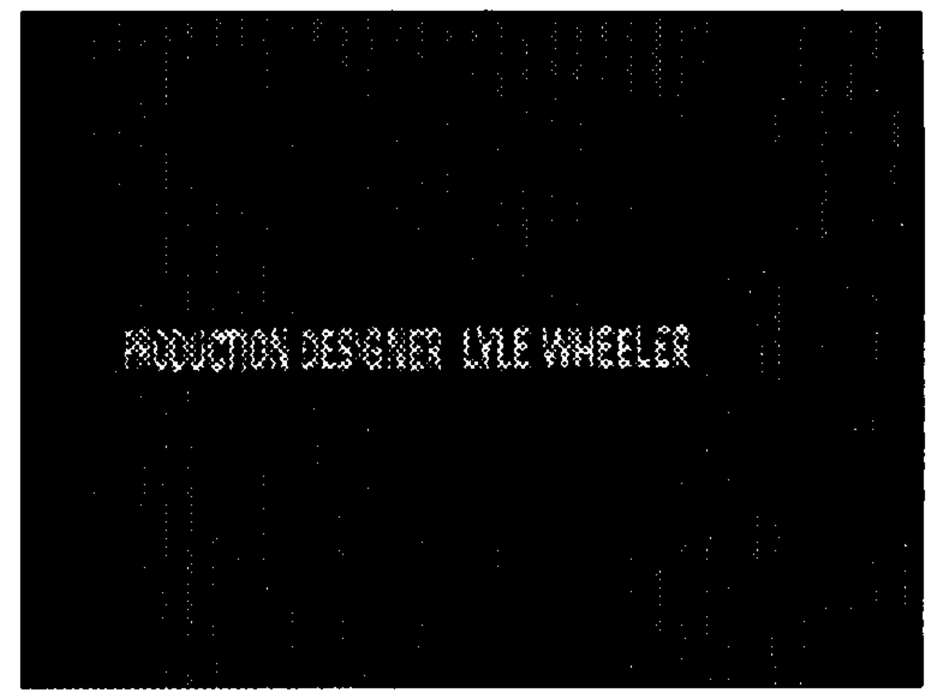
17-7



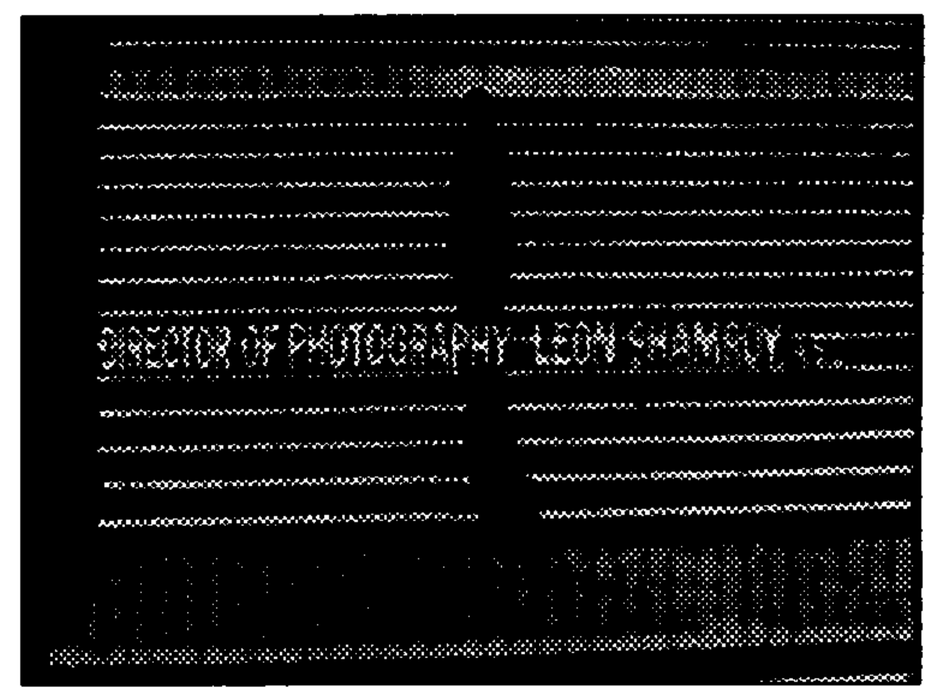
17-8



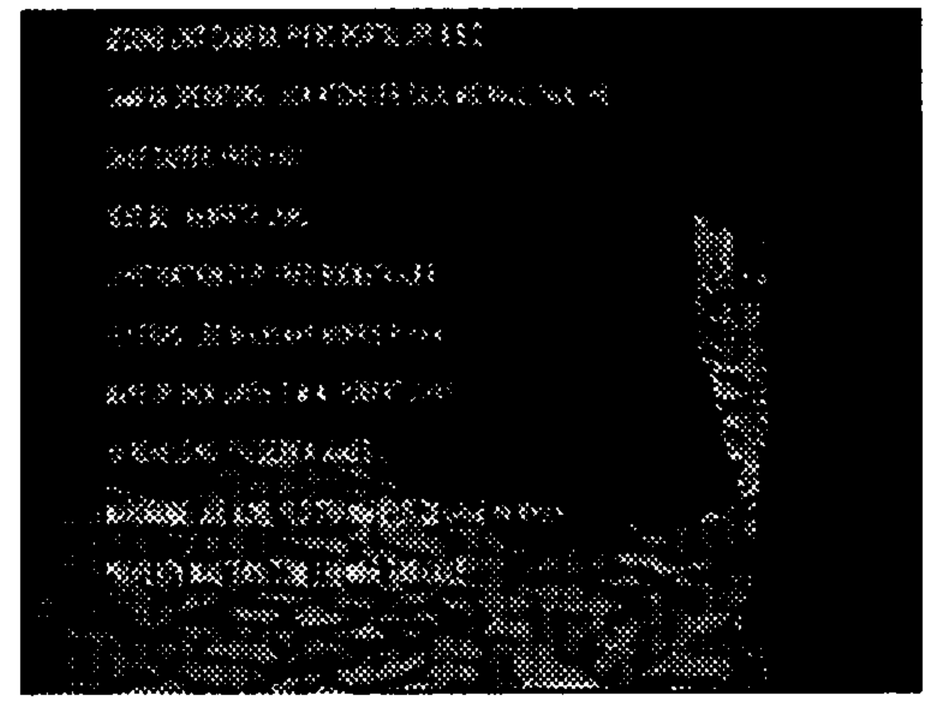
17-9



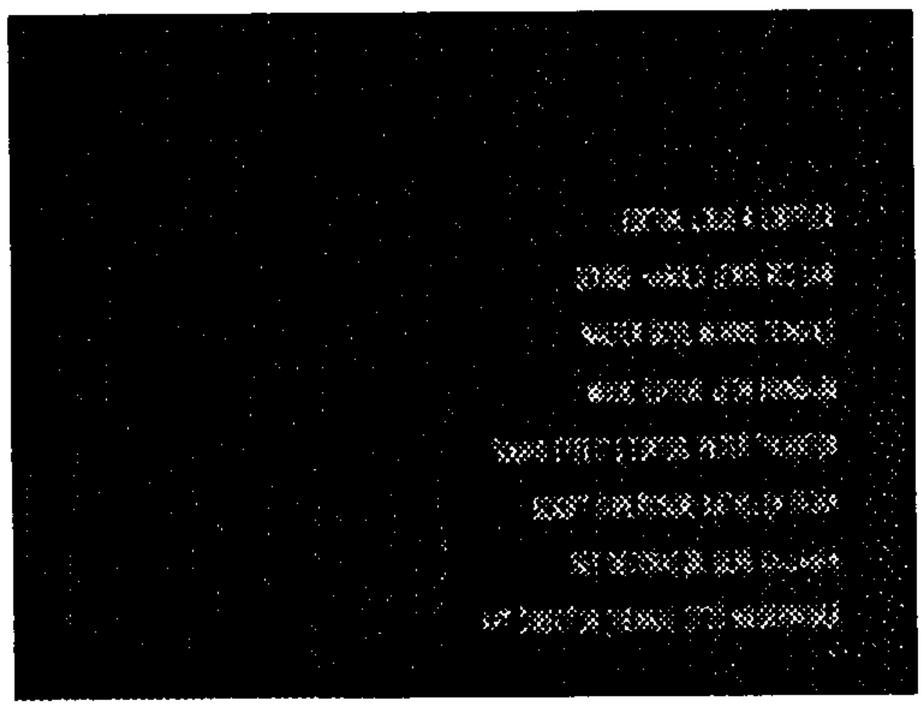
17-10



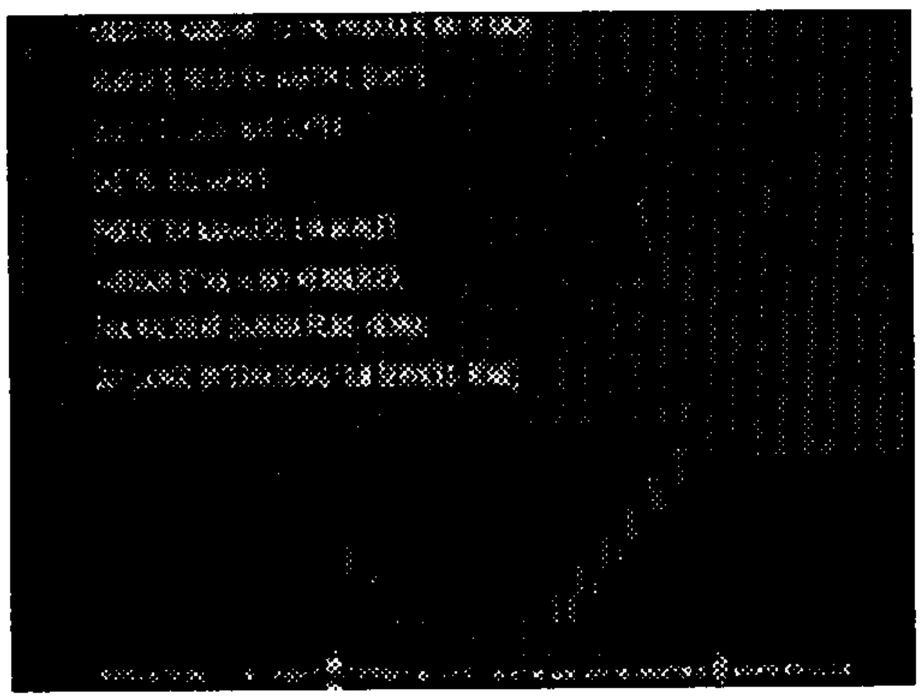
17-11



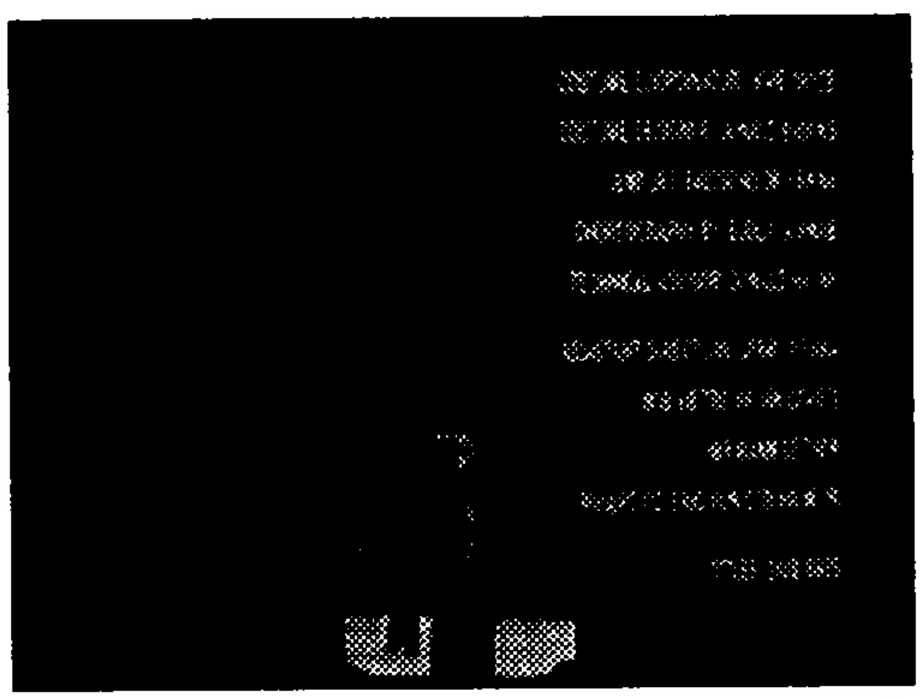
17-12



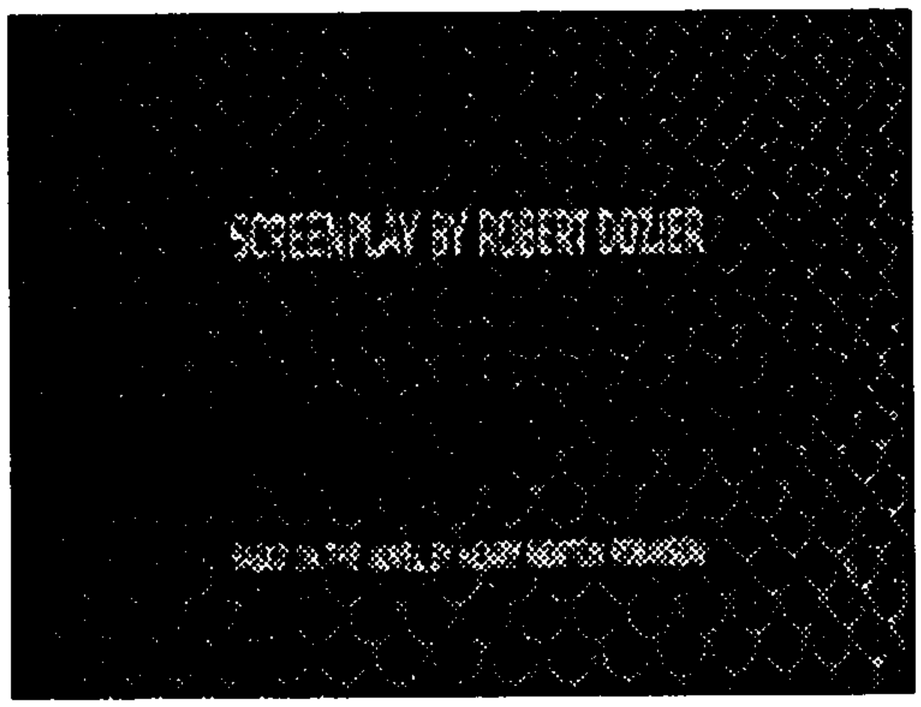
17-13



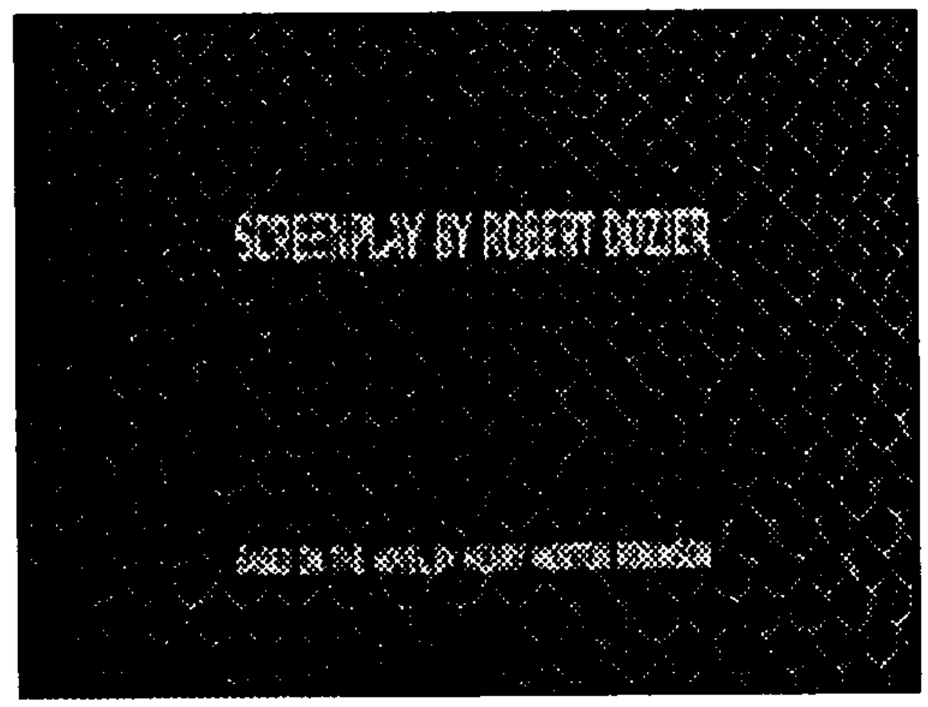
17-14



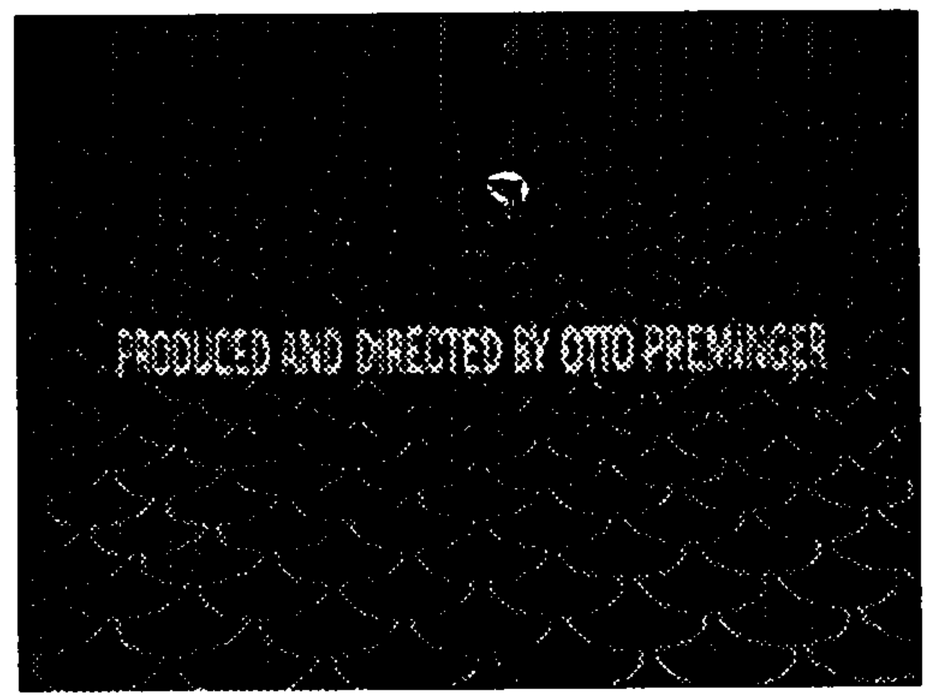
17-15



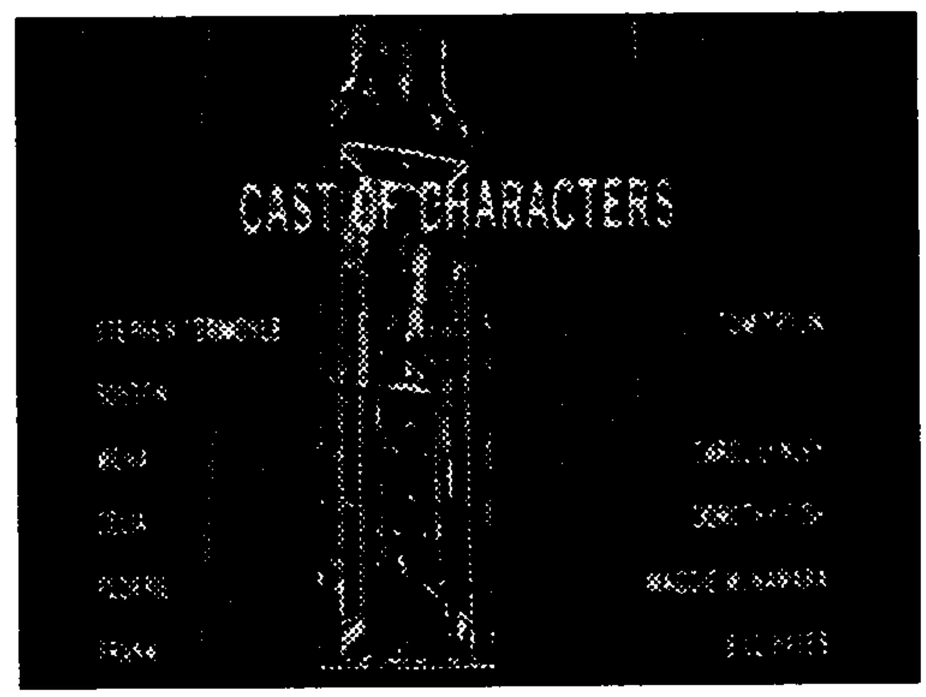
17-16



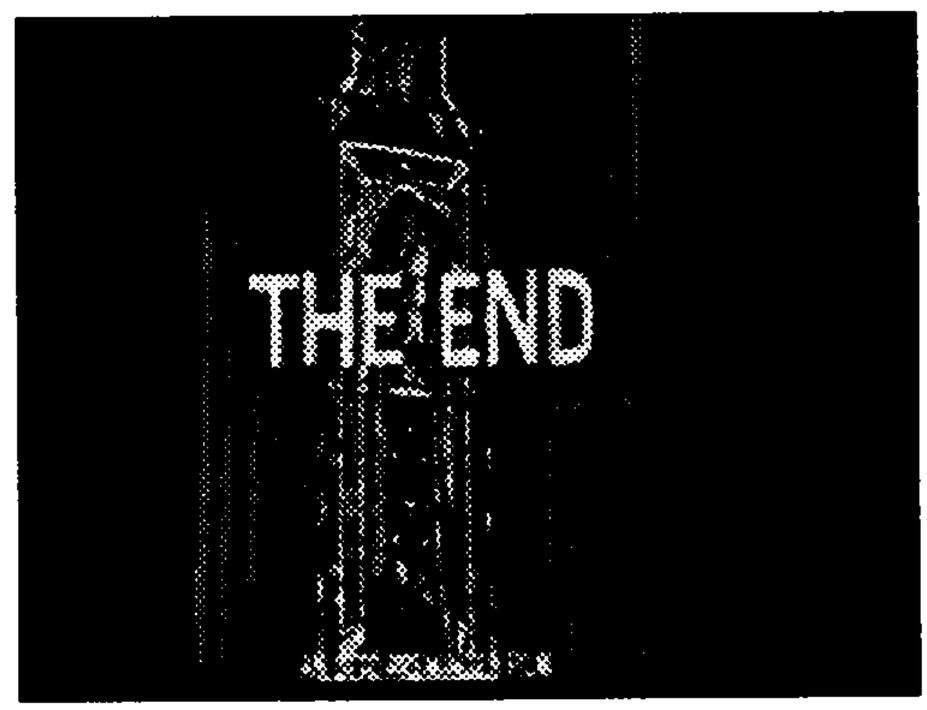
17-17



17-18



17-19



17-20

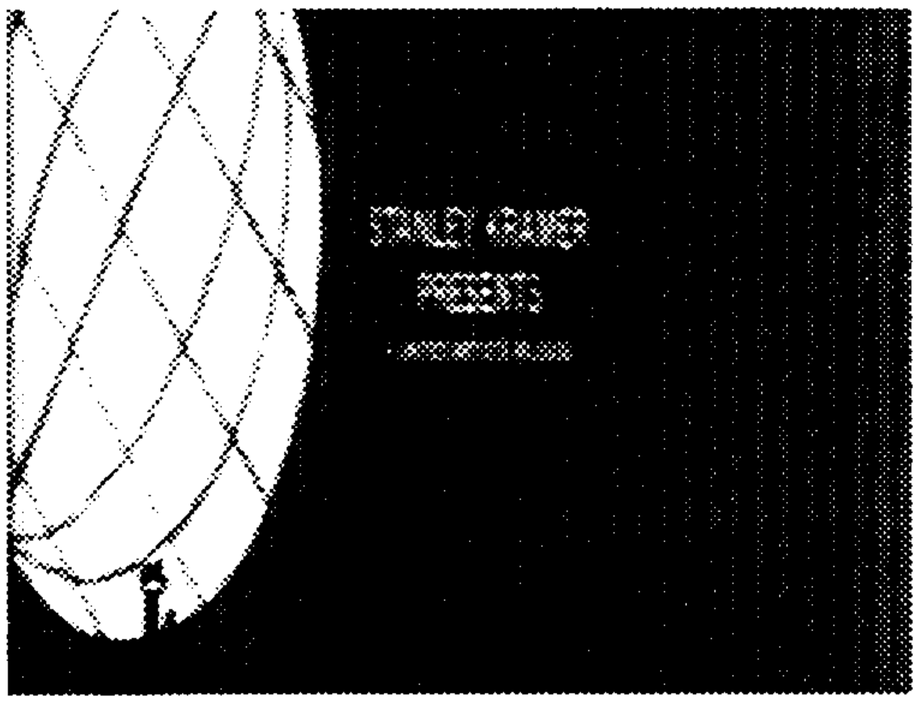
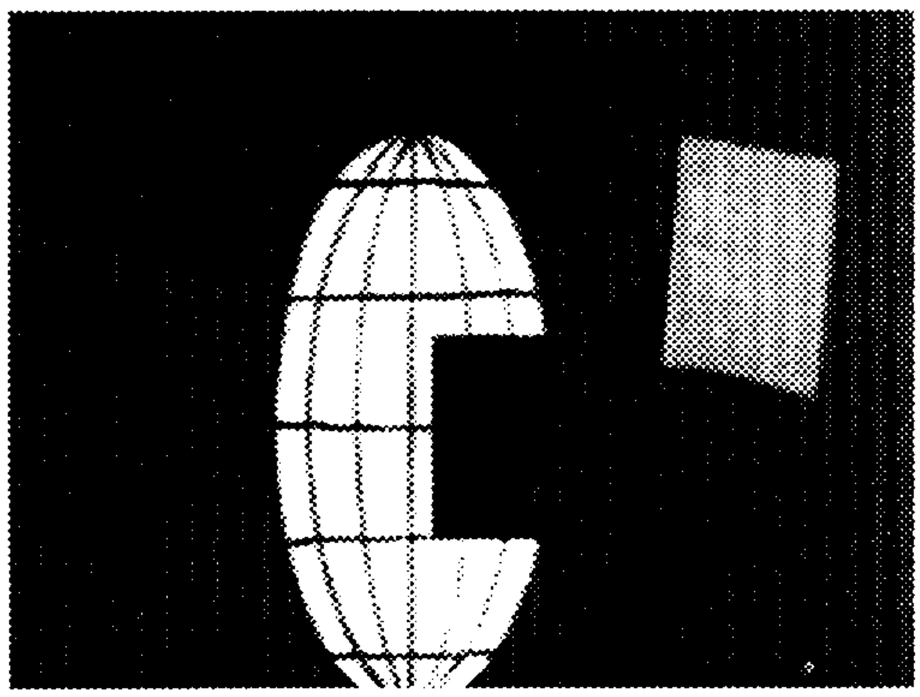
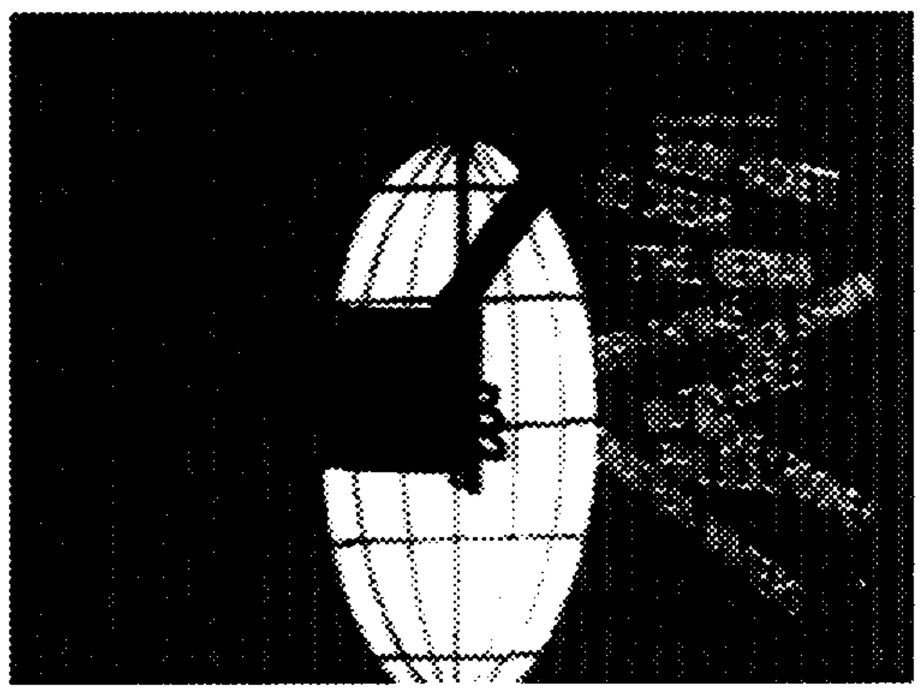


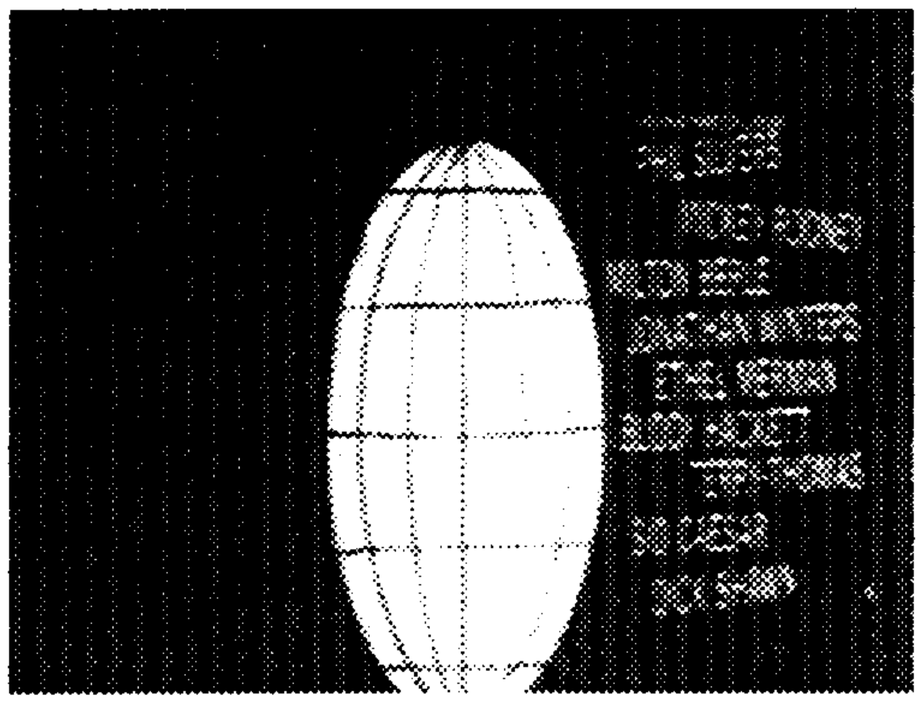
그림 18-1



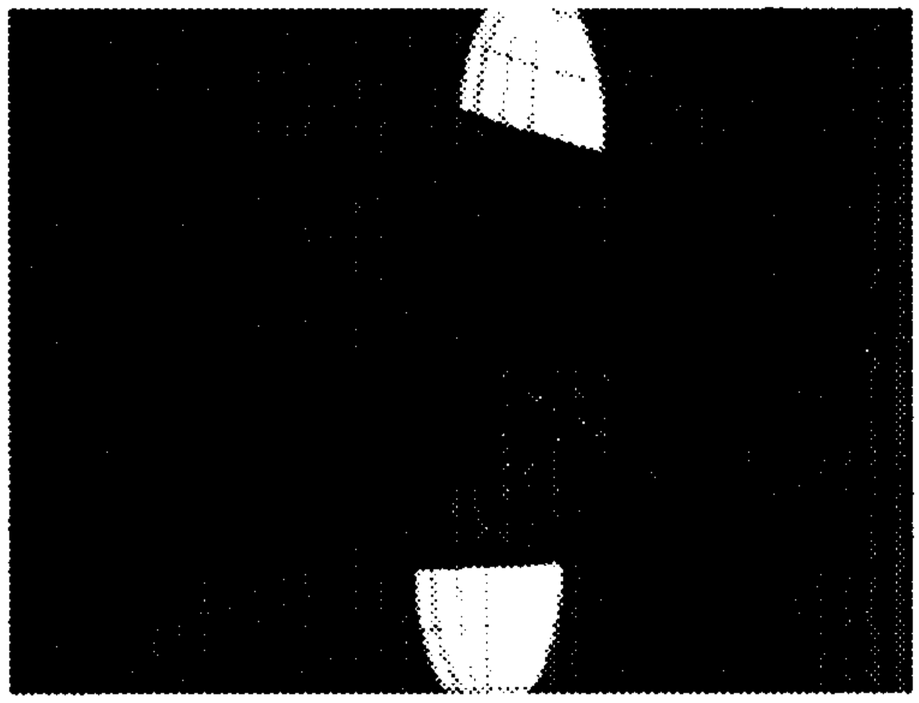
18-2



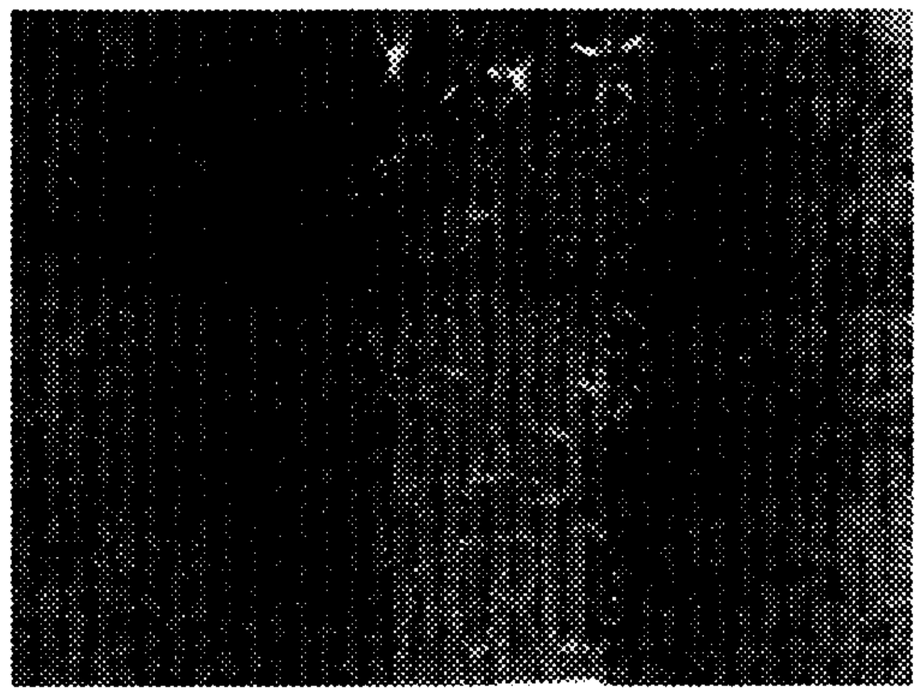
18-3



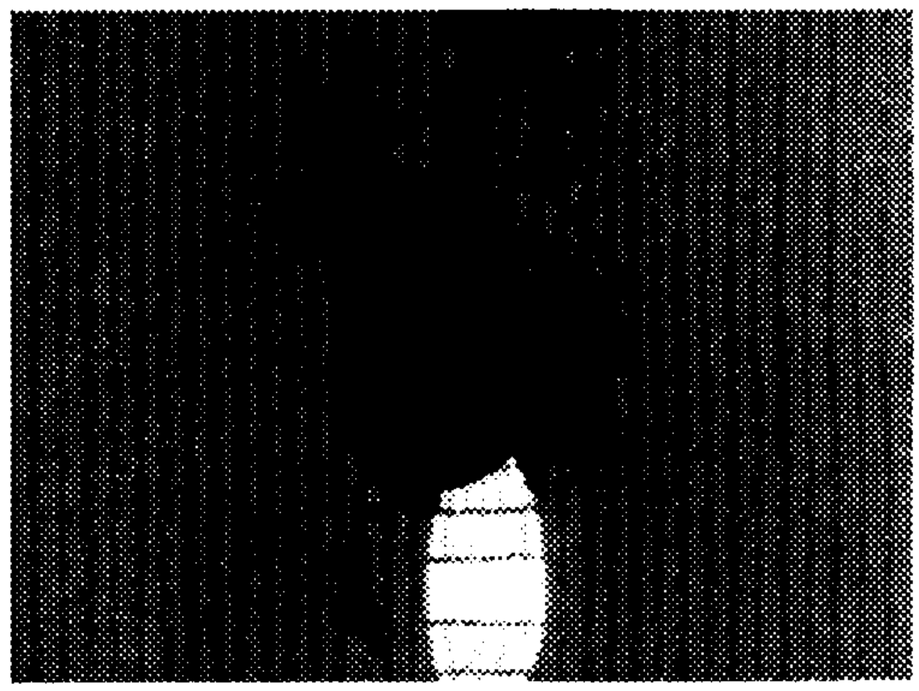
18-4



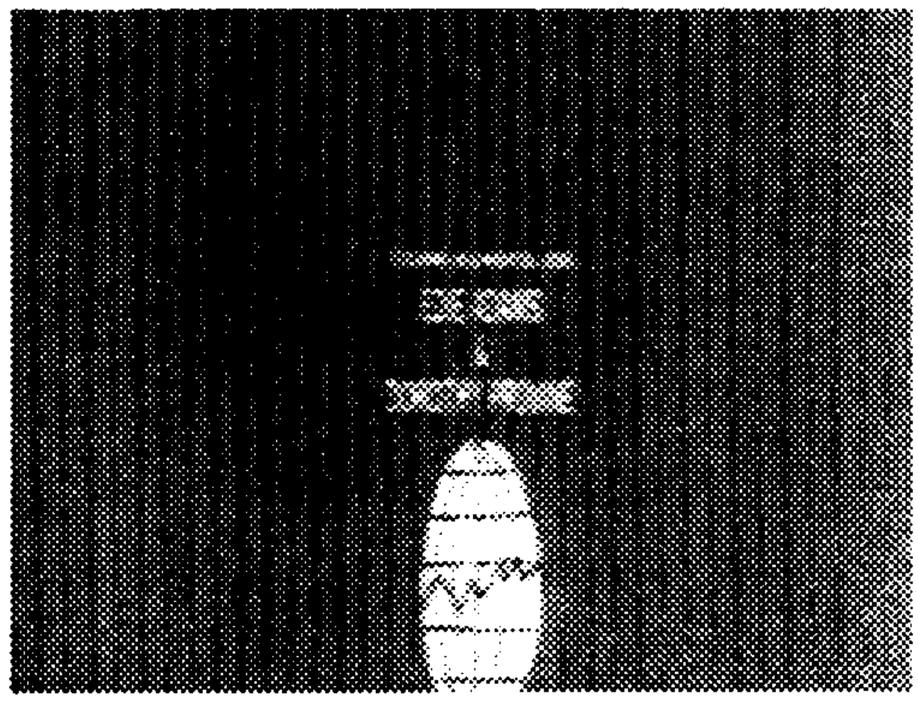
18-5



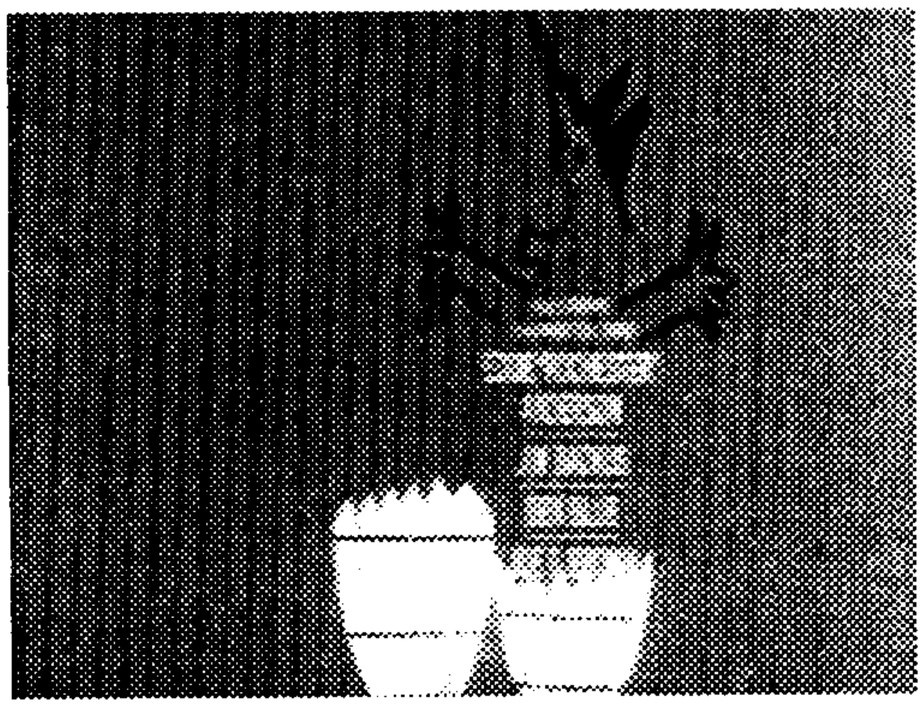
18-6



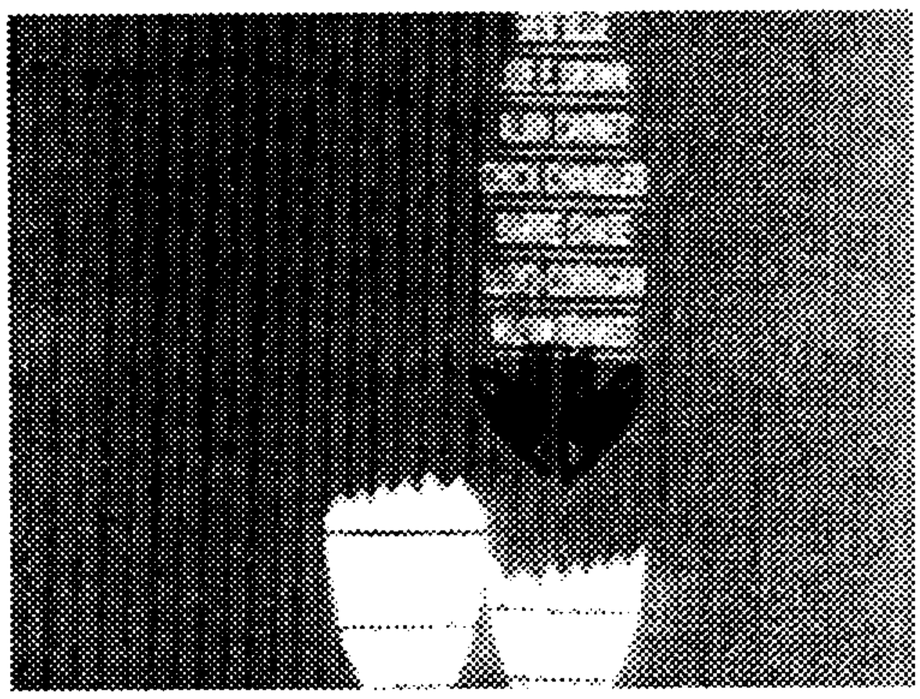
18-7



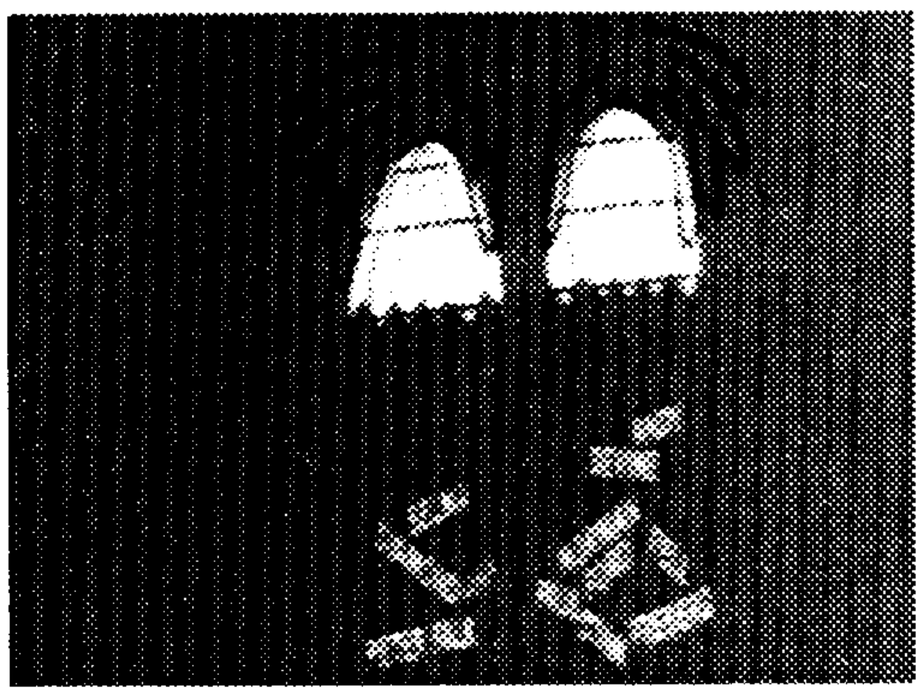
18-8



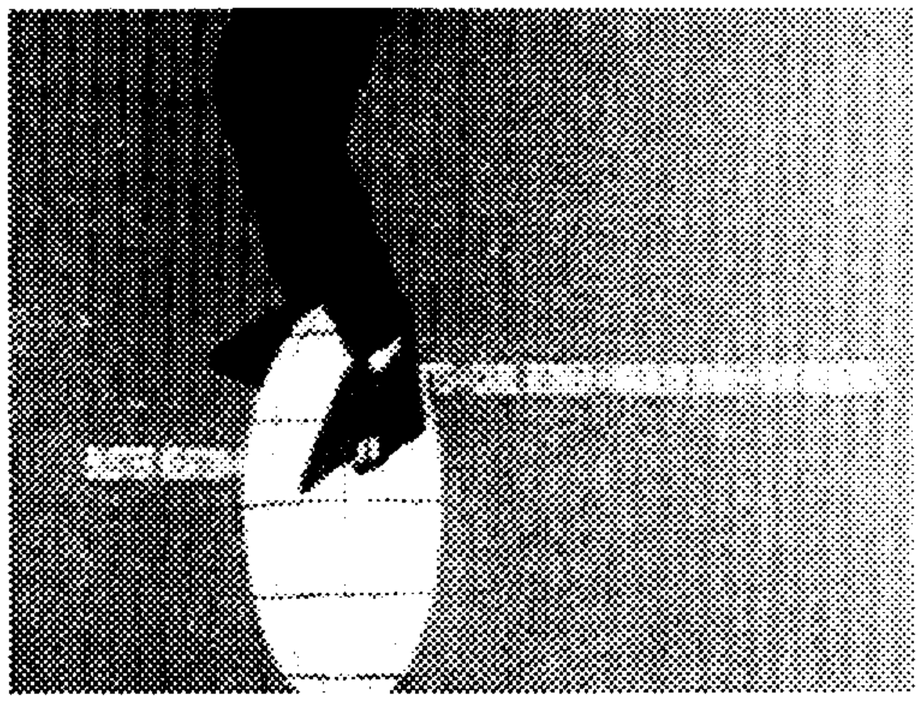
18-9



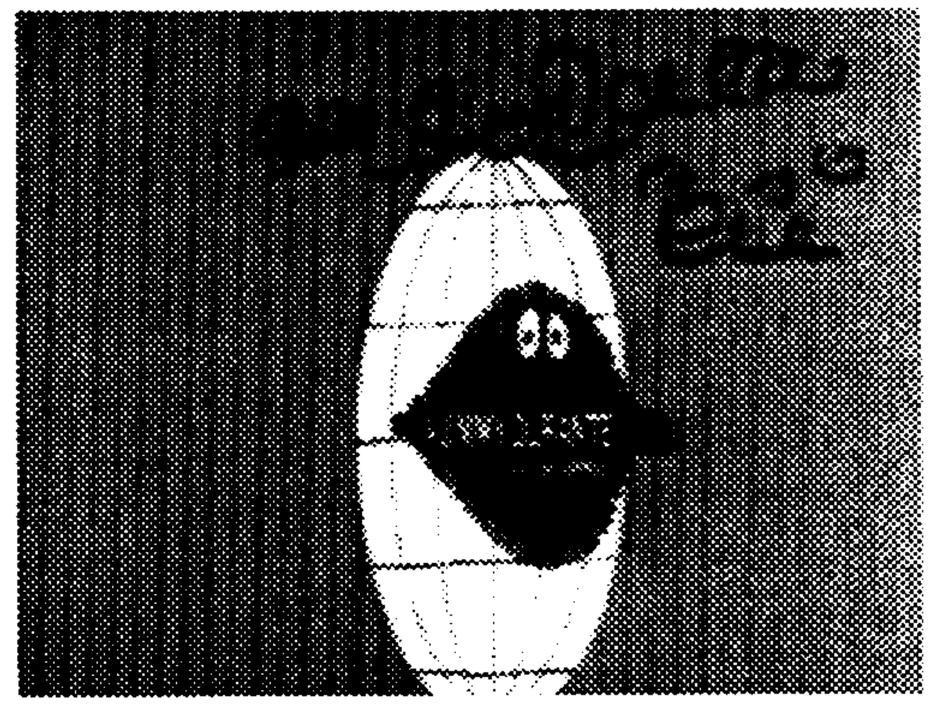
18-10



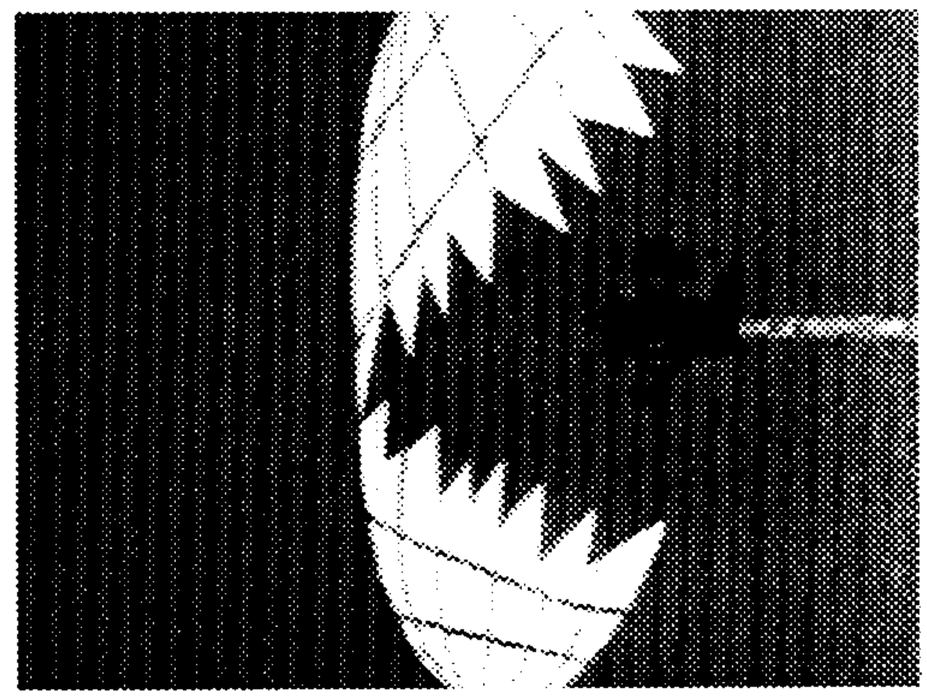
18-11



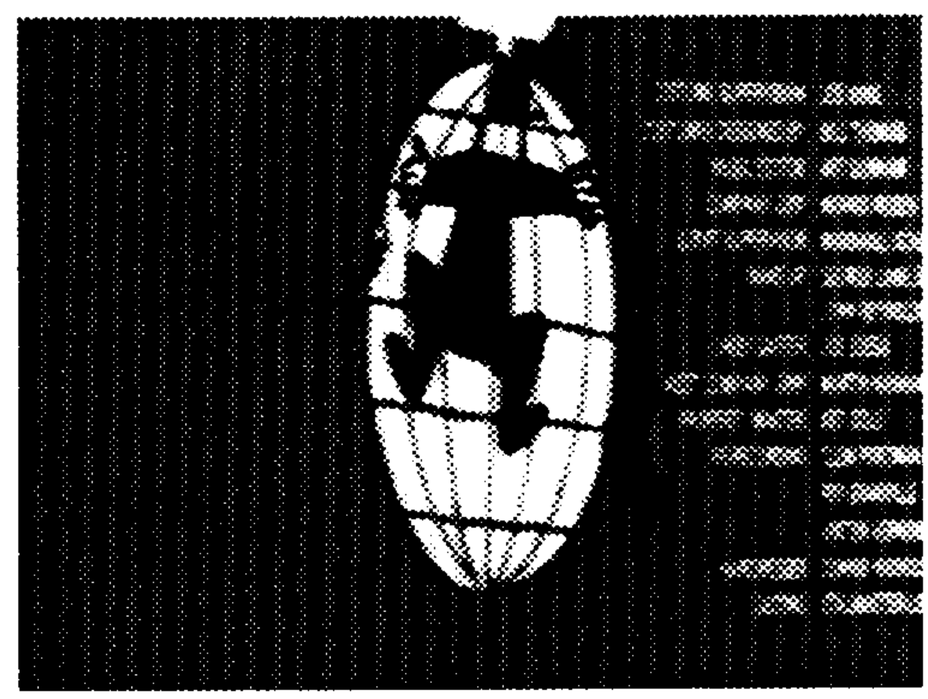
18-12



18-13



18-14



18-15

18-16

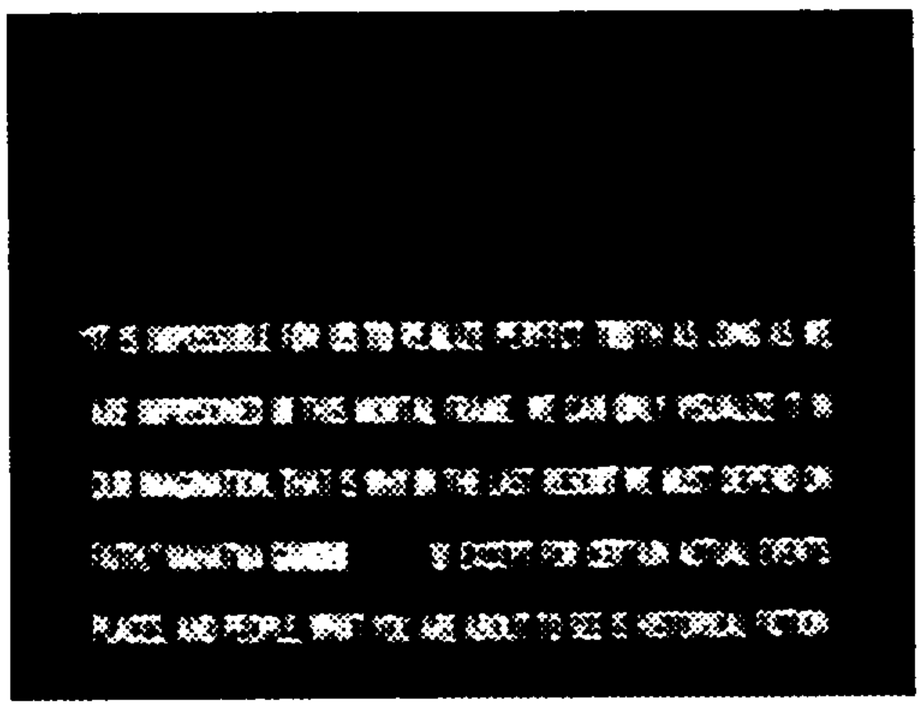
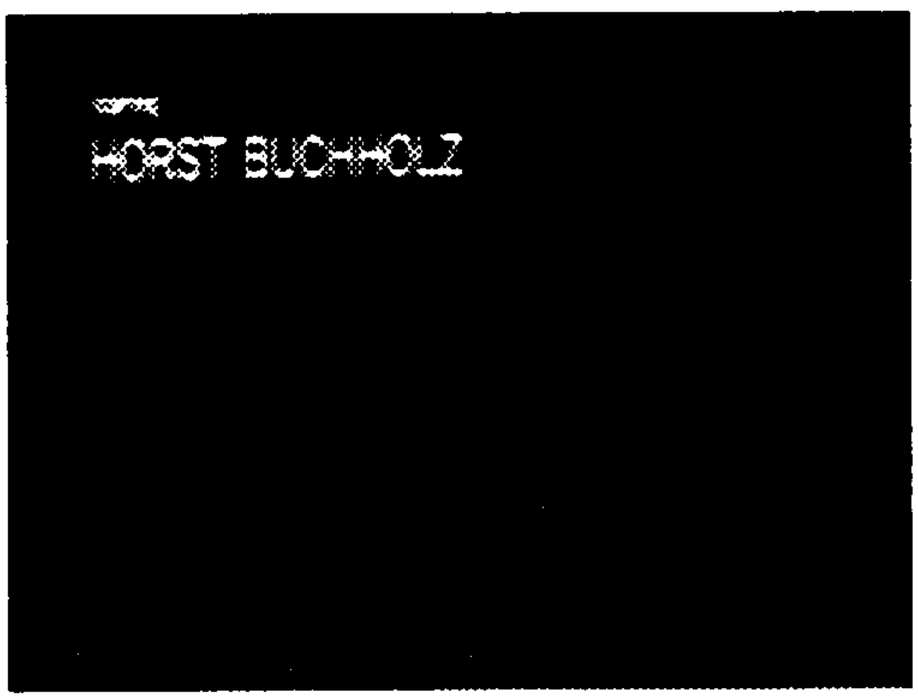
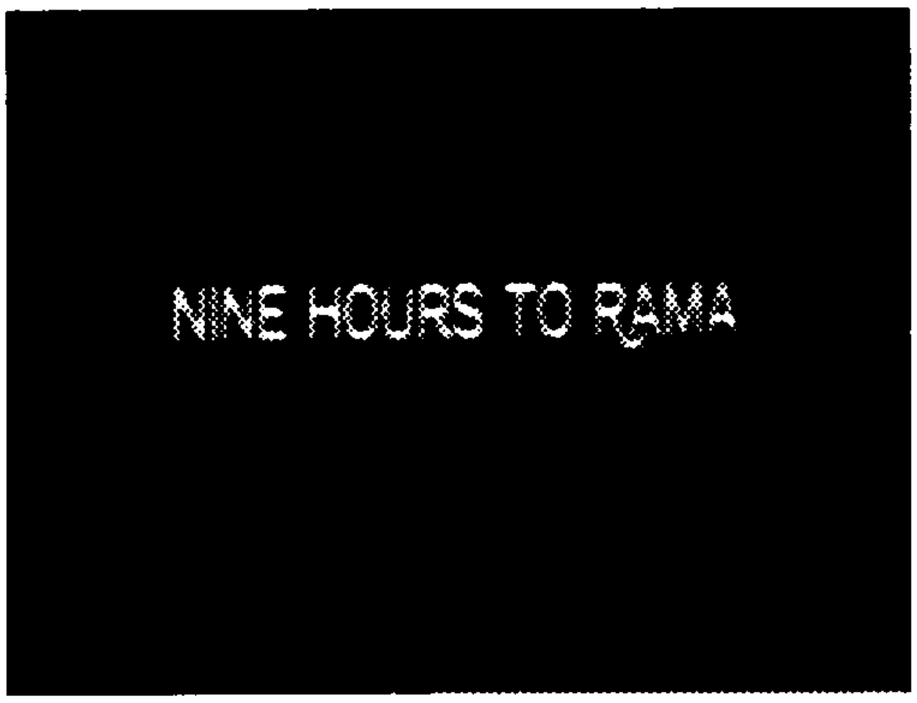


그림19-1

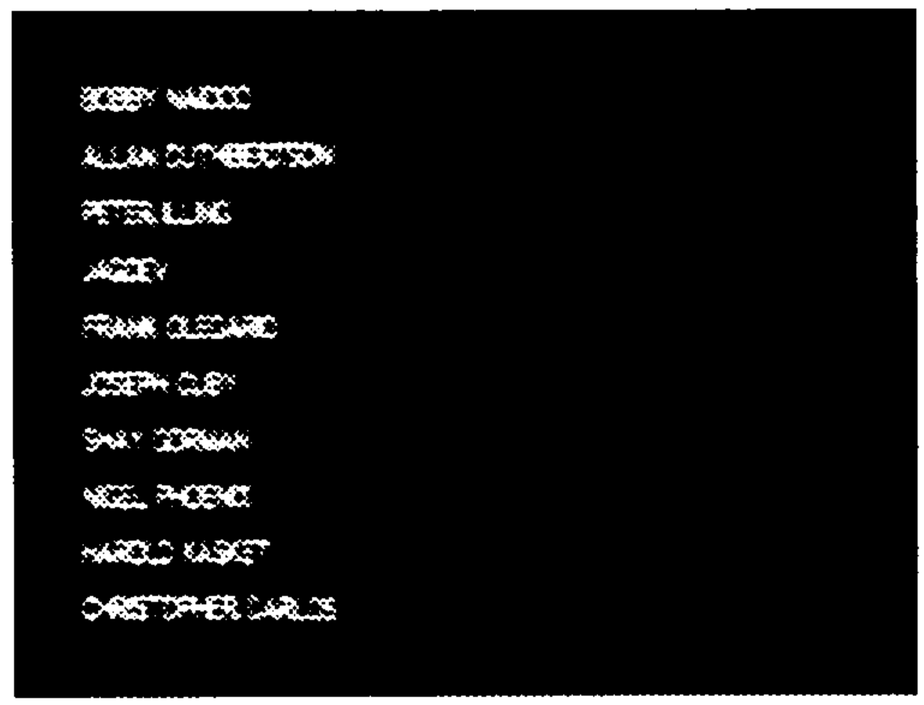


19-2

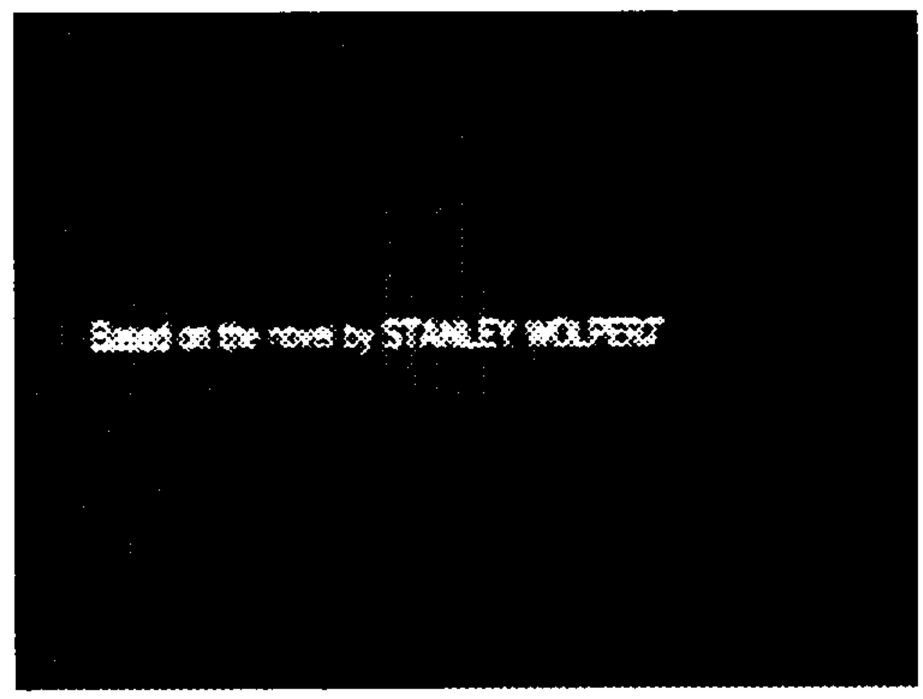
19-3



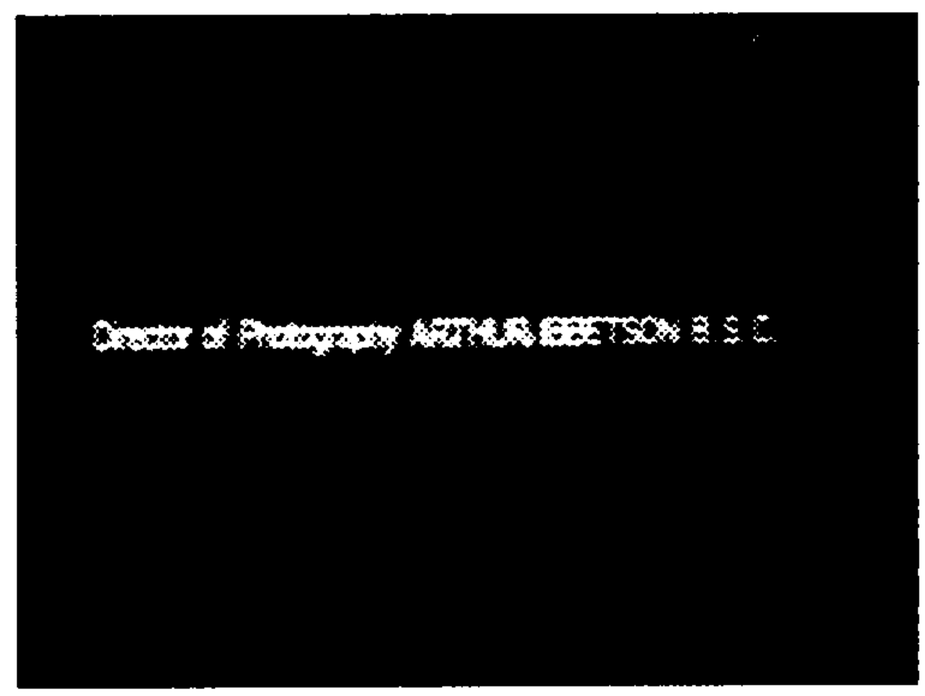
19-4



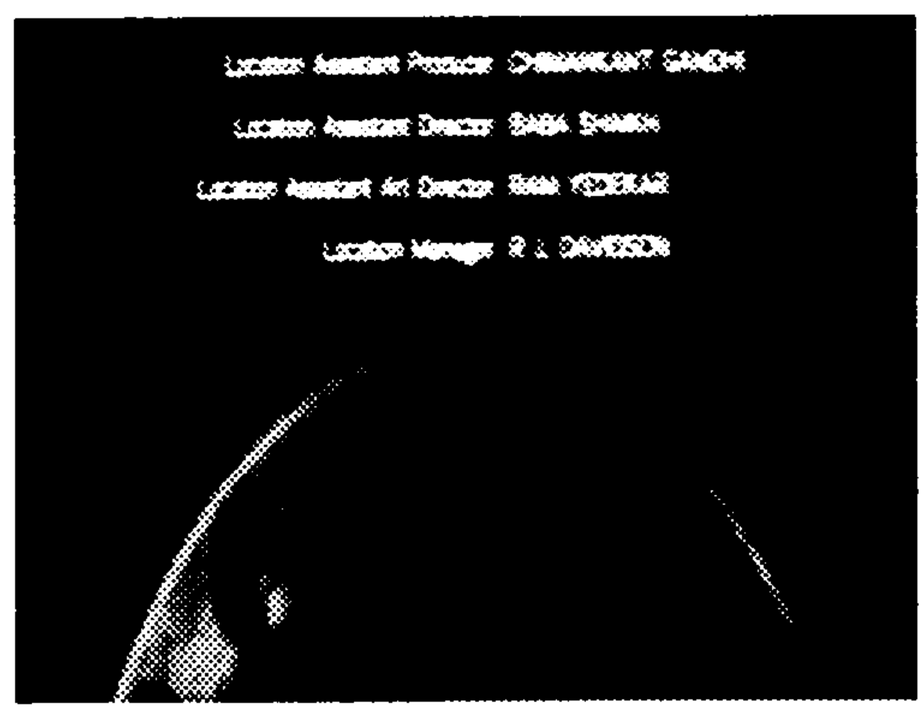
19-5



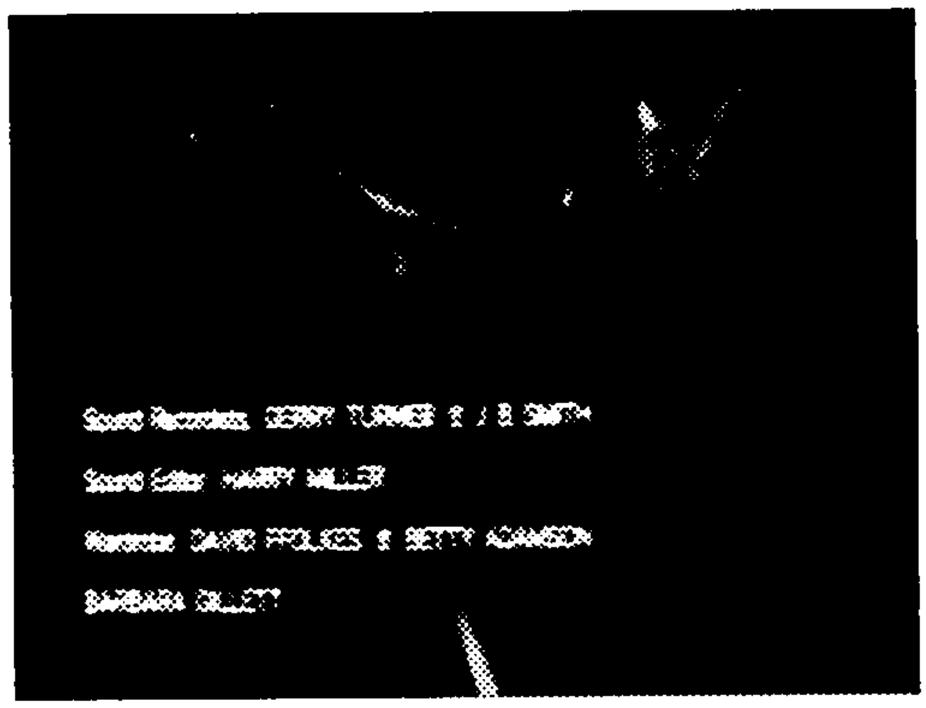
19-6



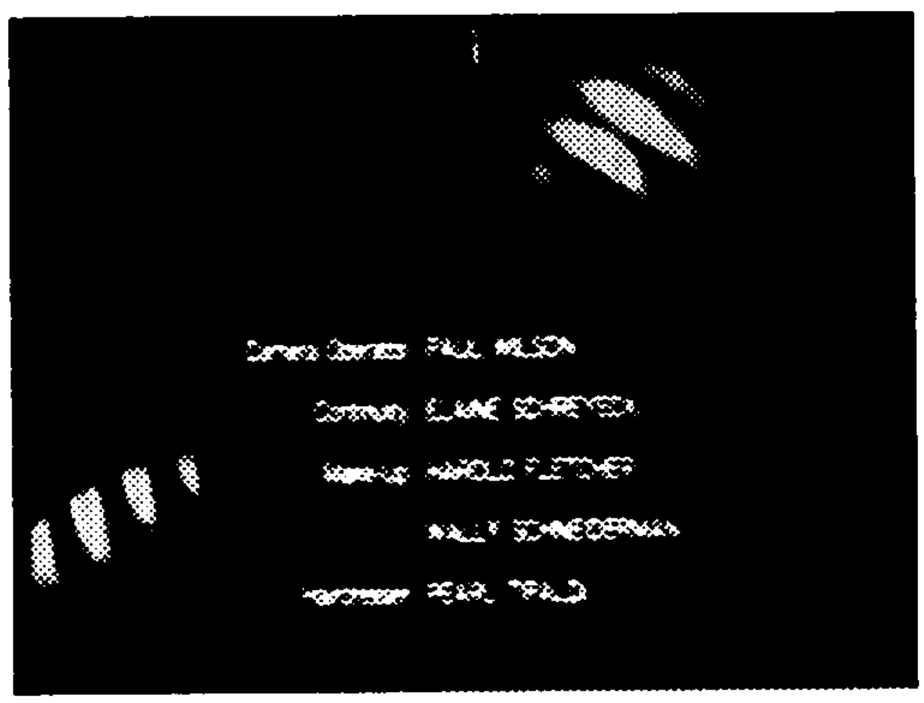
19-7



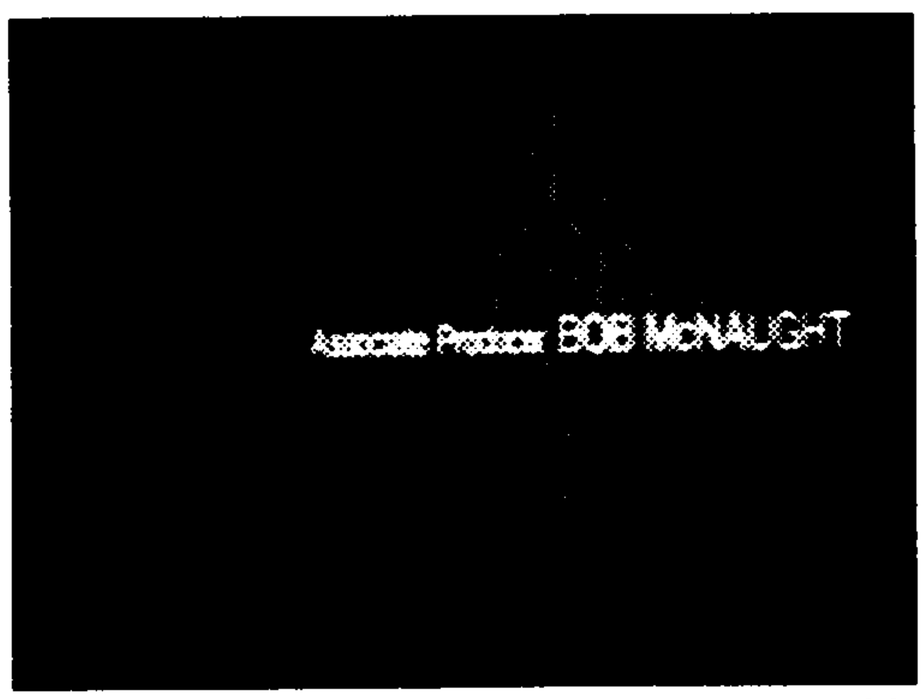
19-8



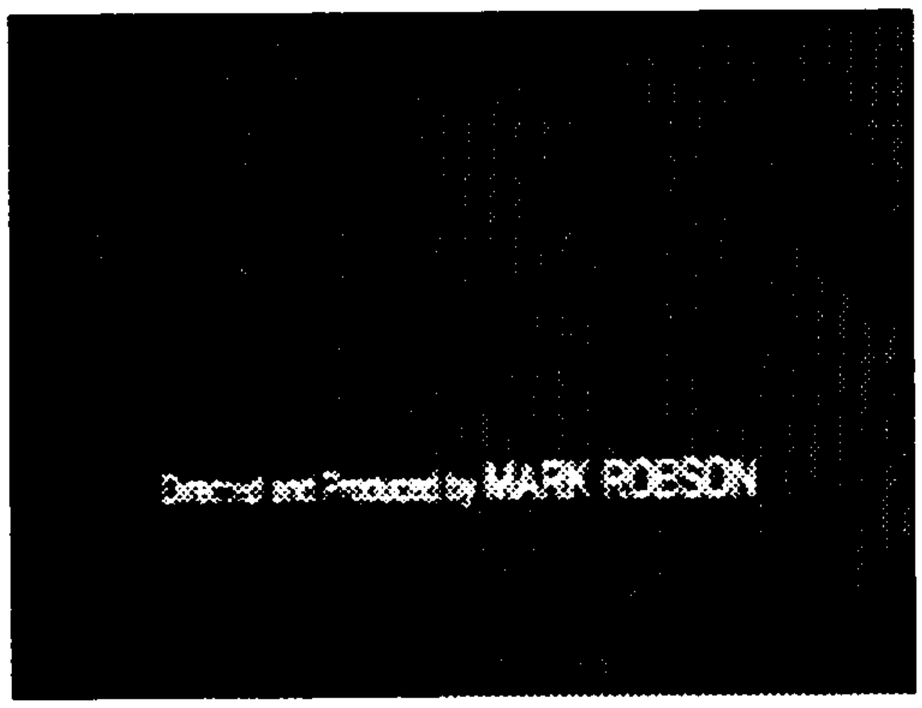
19-9



19-10



19-11



19-12

그림20-1

20-2

20-3

20-4

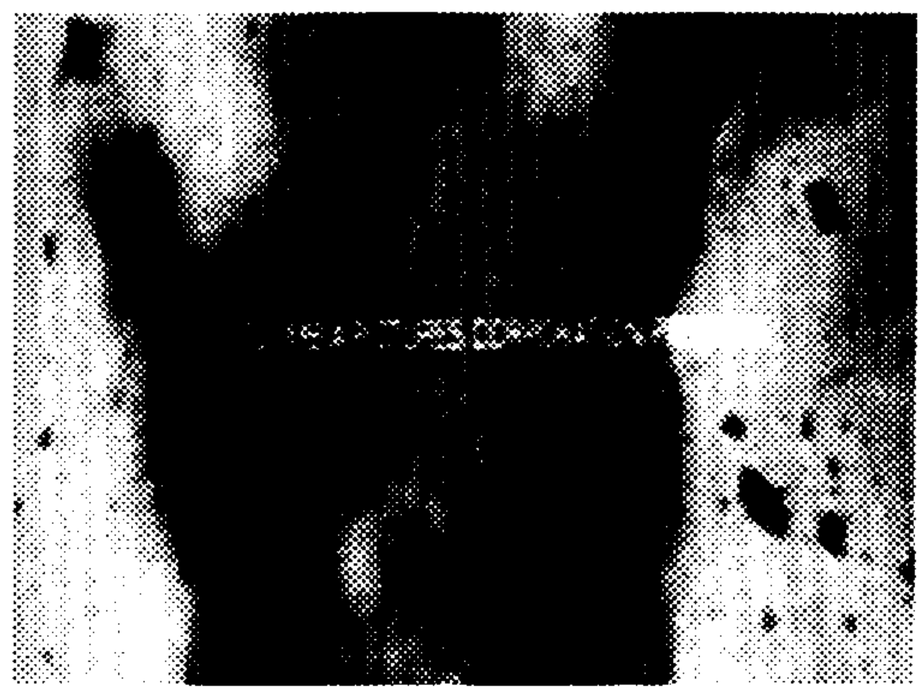
20-5

20-9

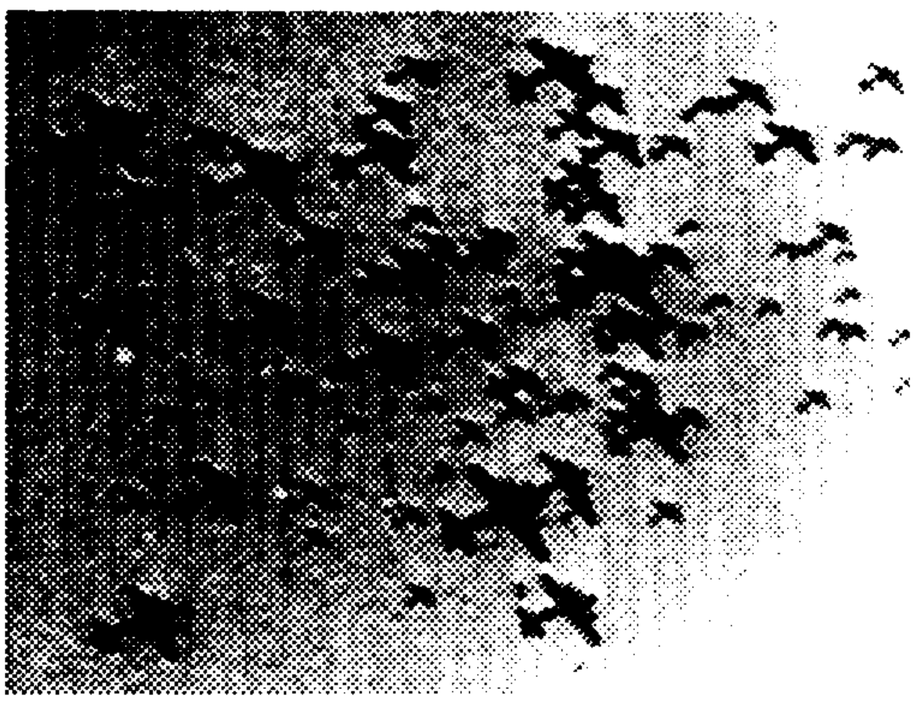
20-6

20-10

20-7



20-11



20-8

20-12

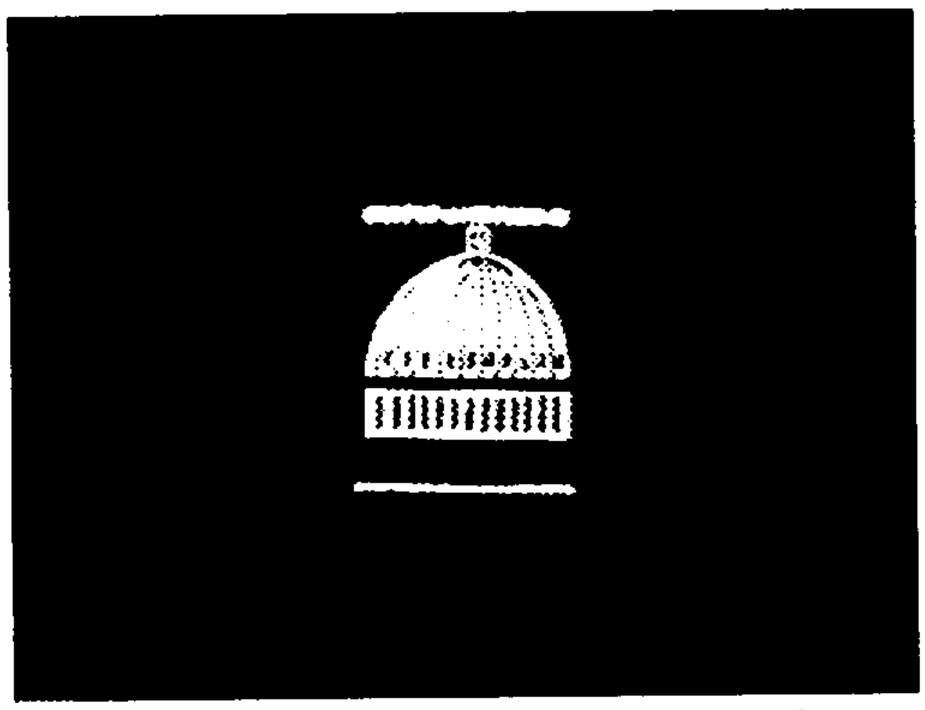
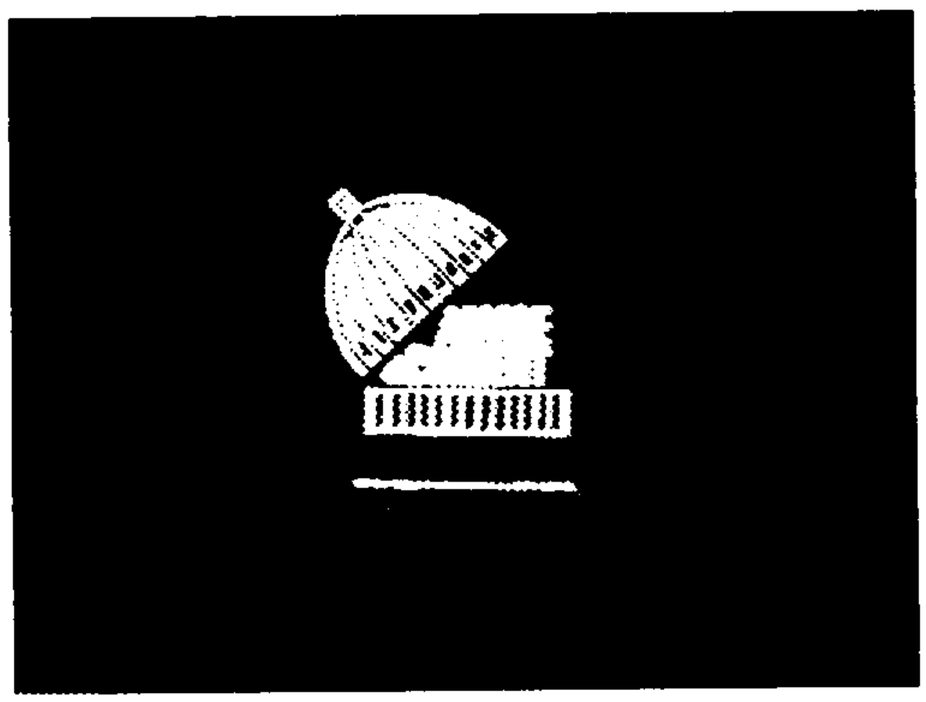
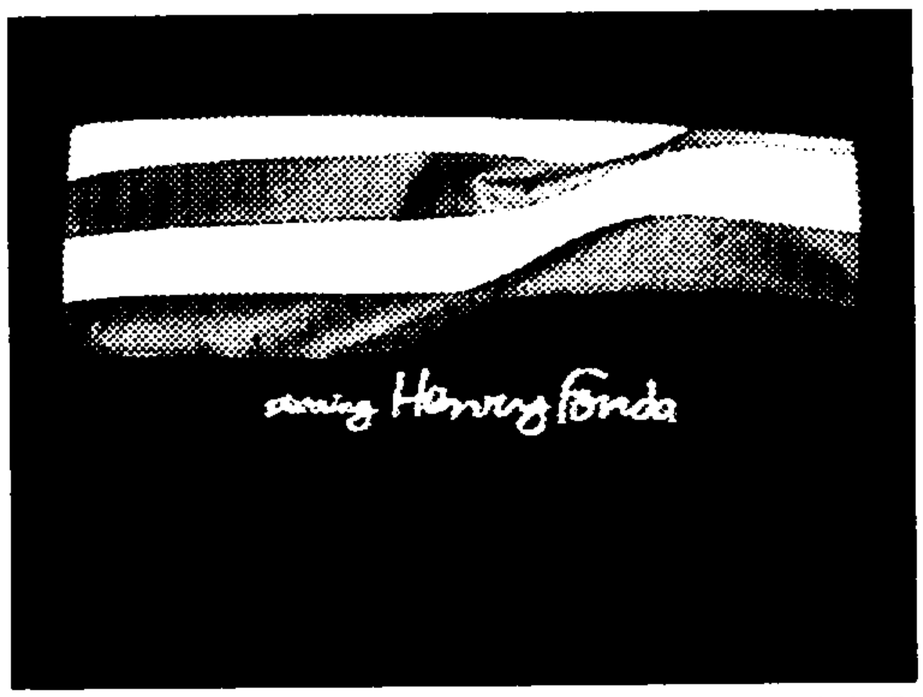


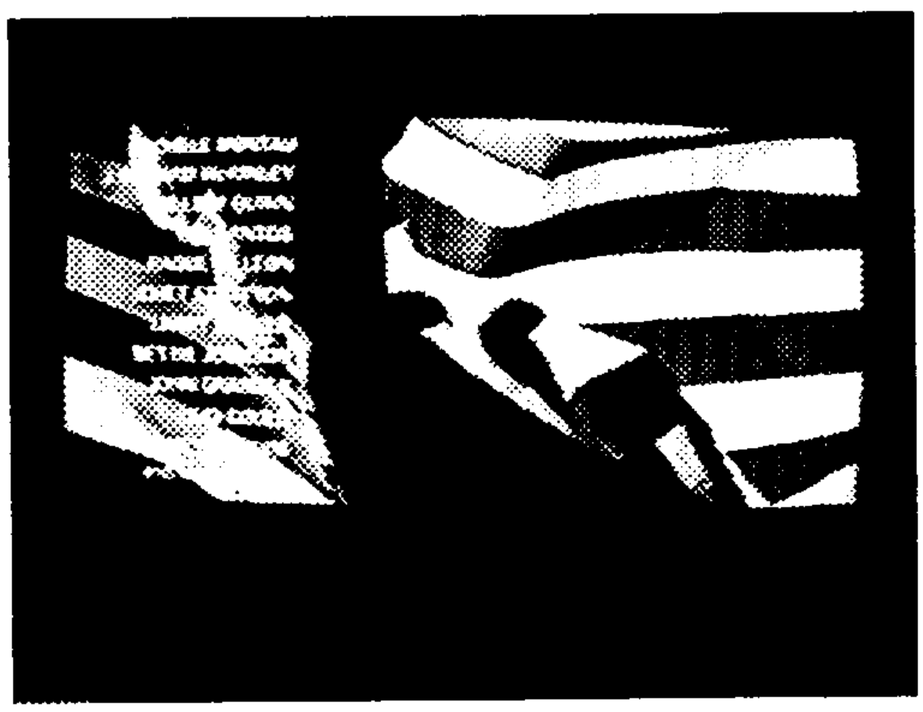
그림21-1



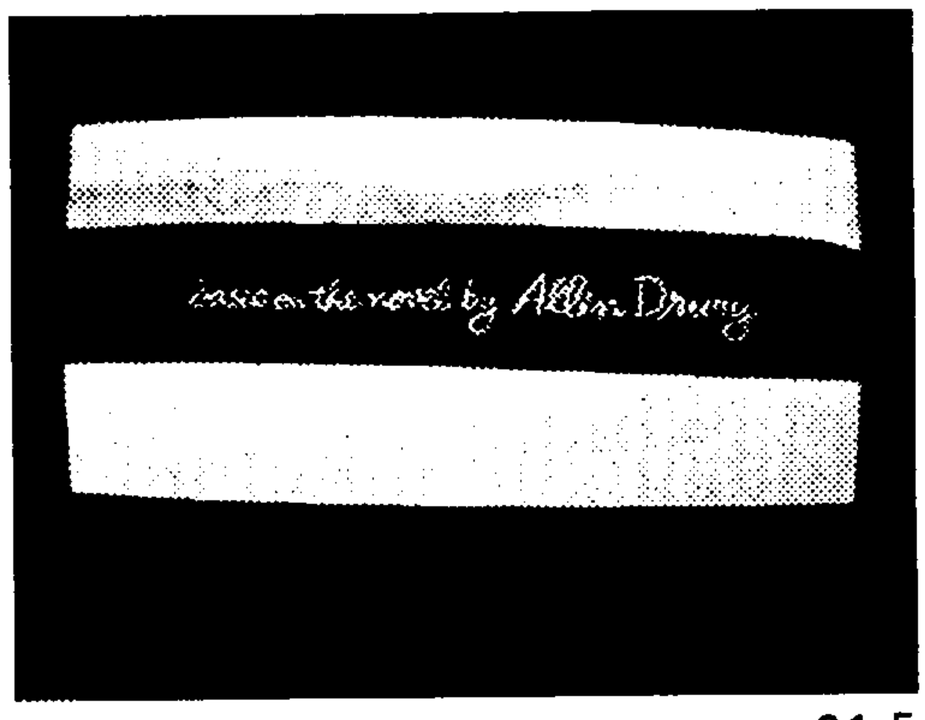
21-2



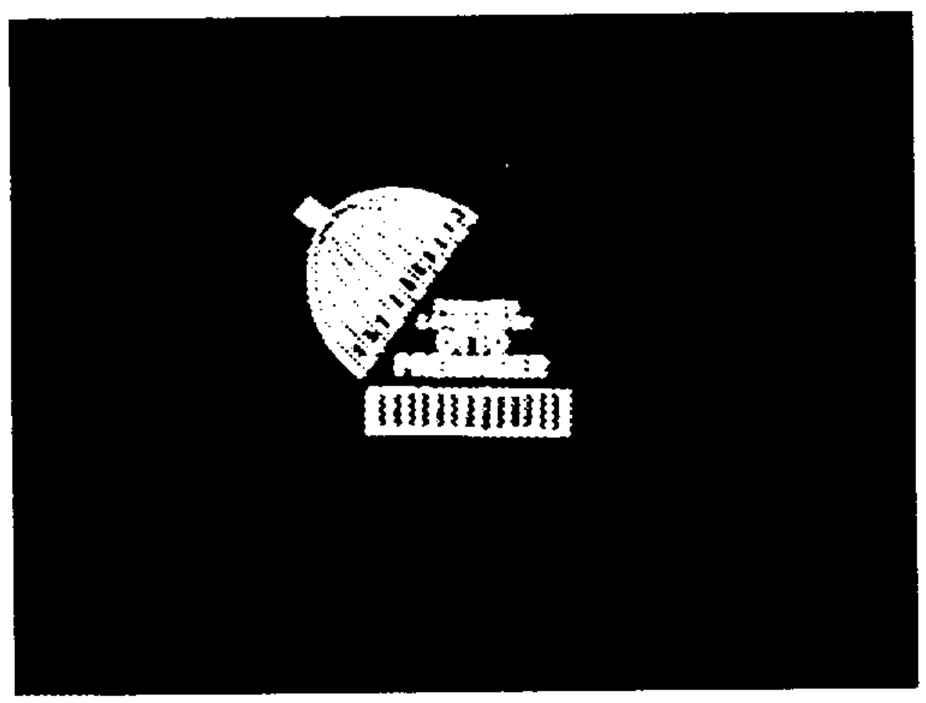
21-3



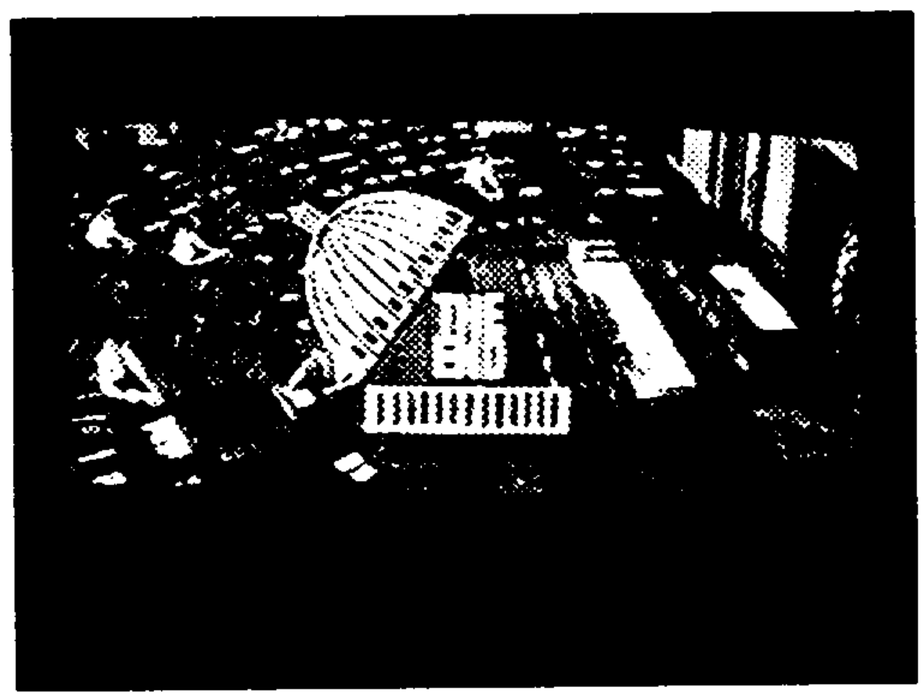
21-4



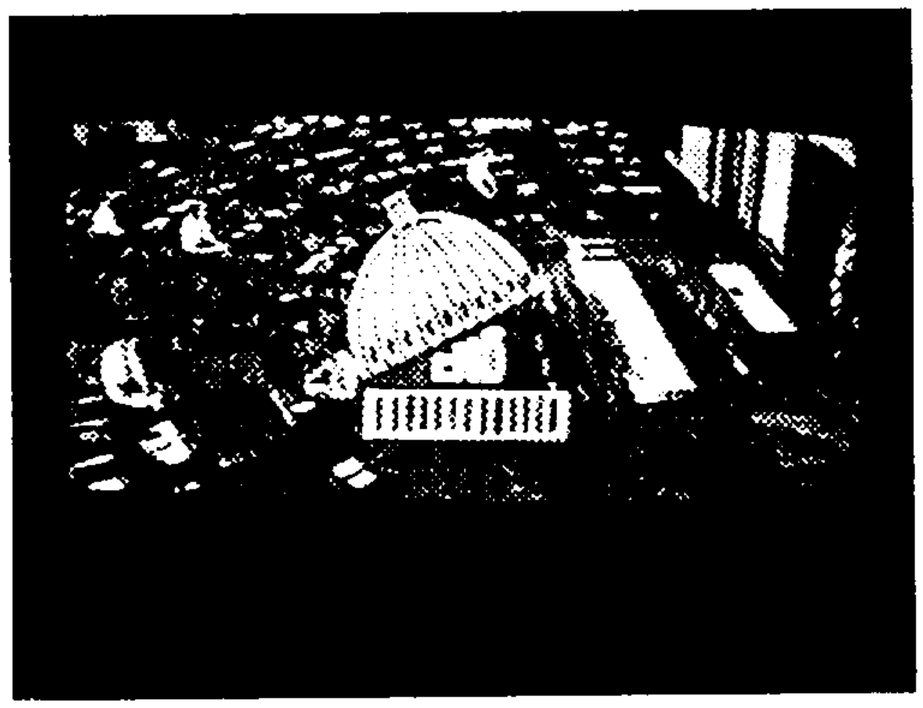
21-5



21-6



21-7



21-8

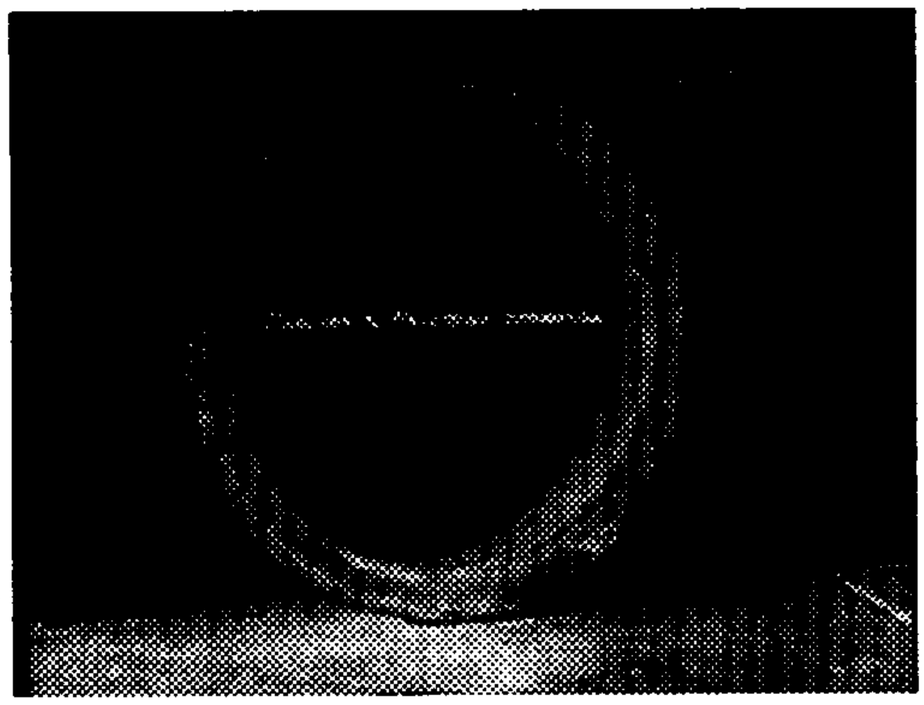
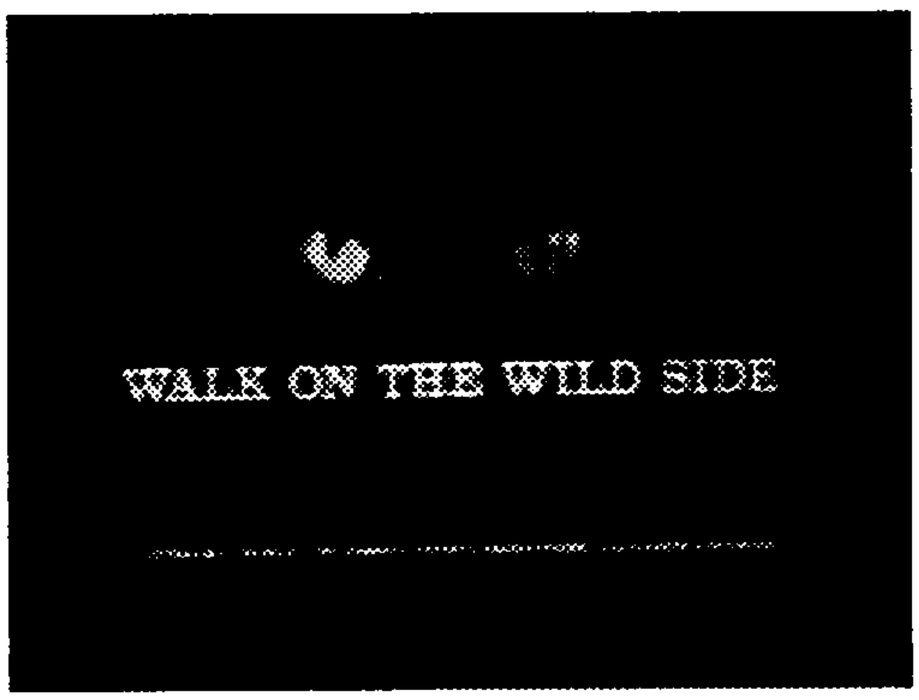
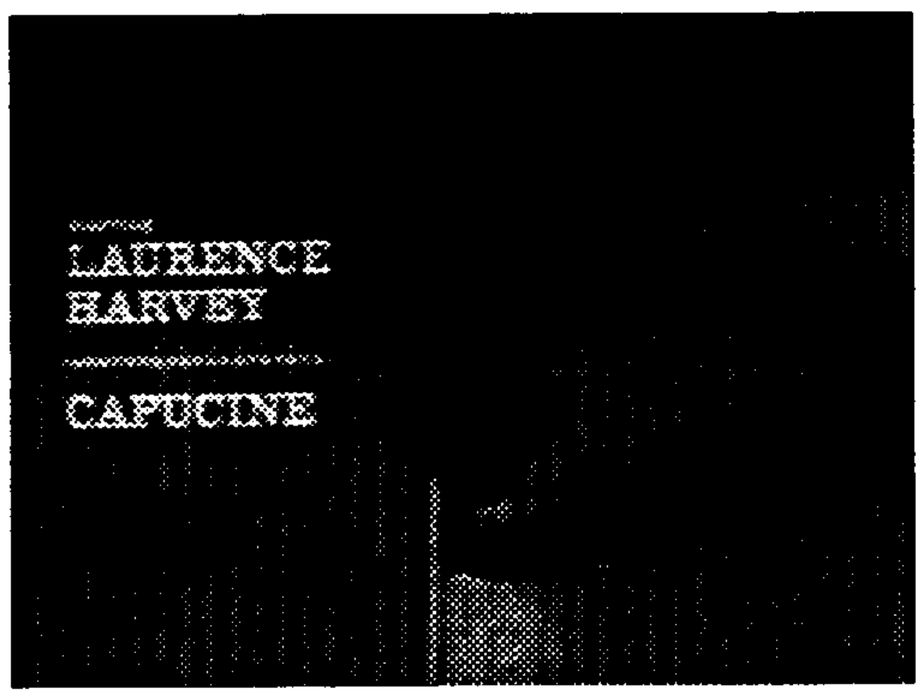


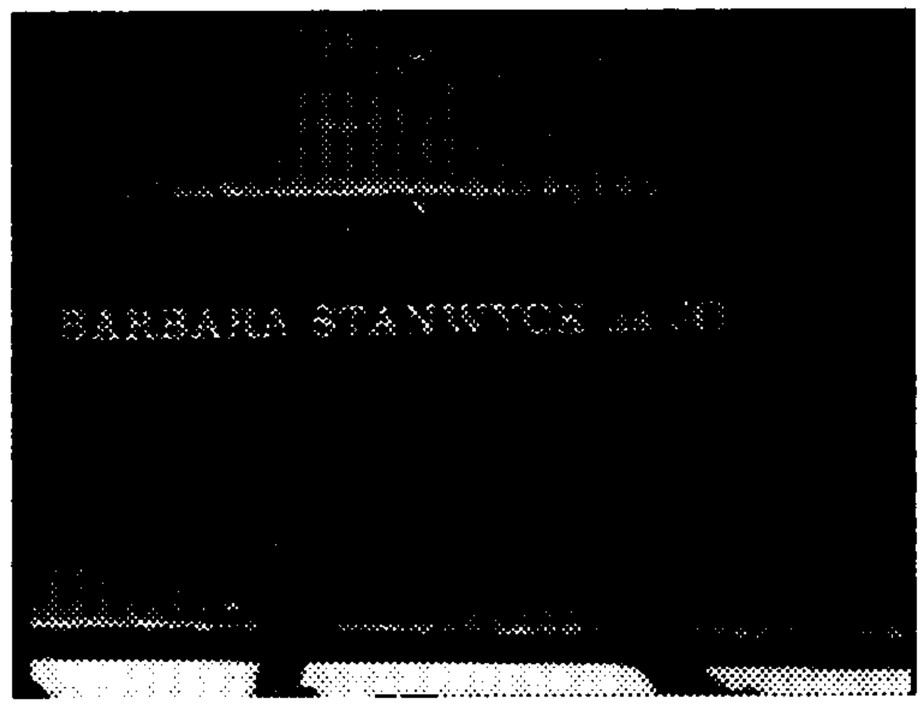
그림22-1



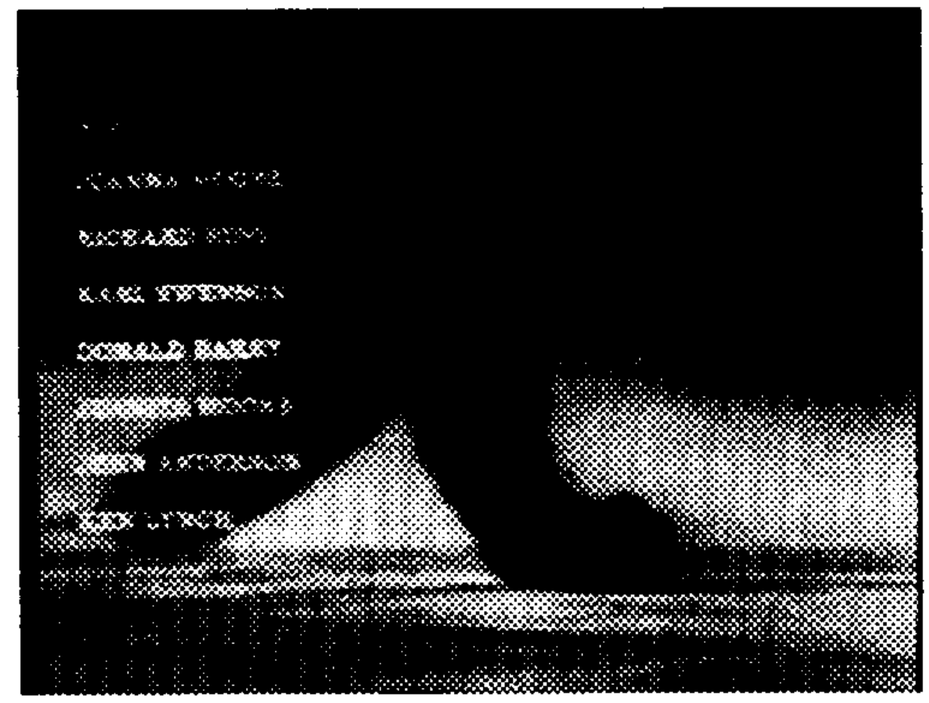
22-2



22-3

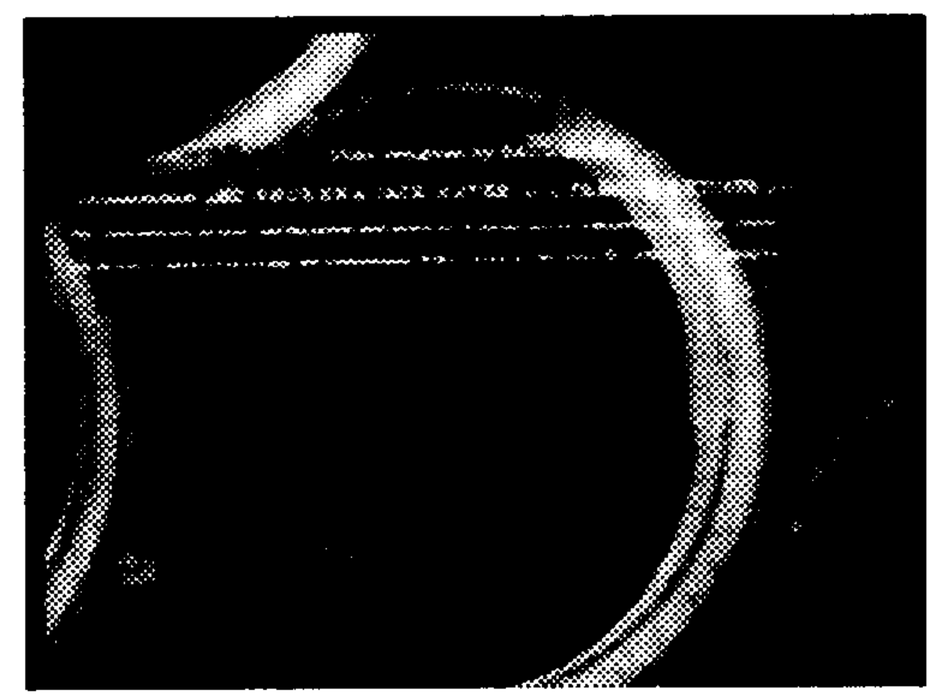


22-4

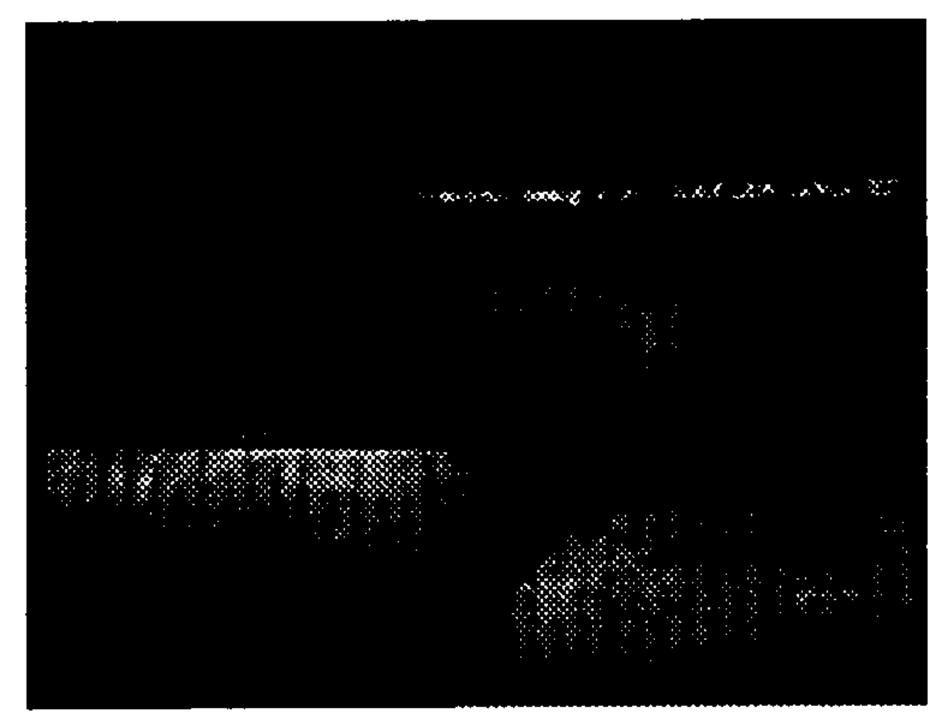


22-5

22-6



22-7



22-8

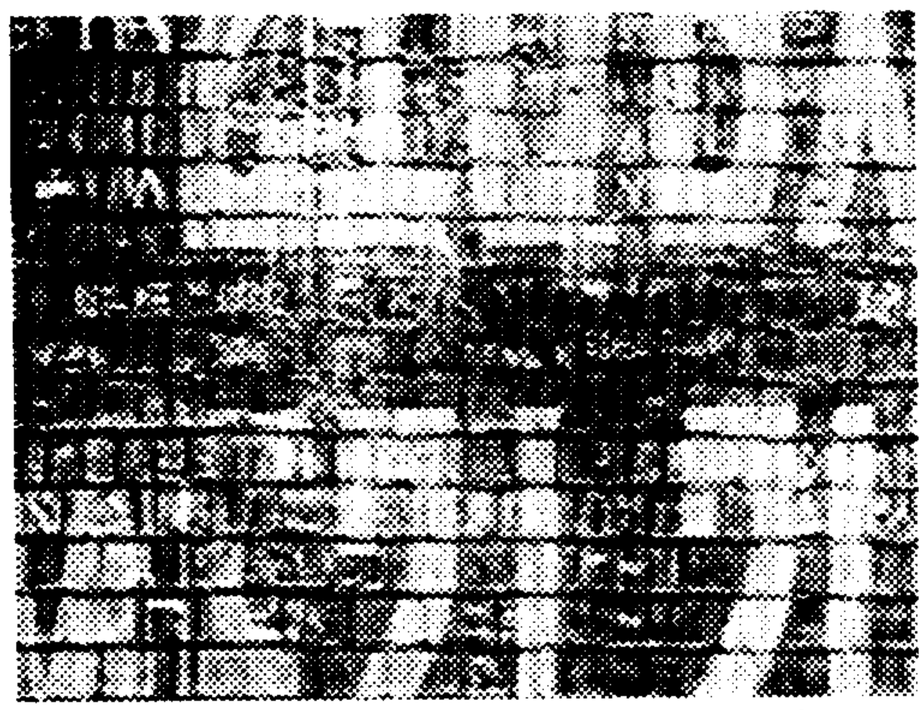
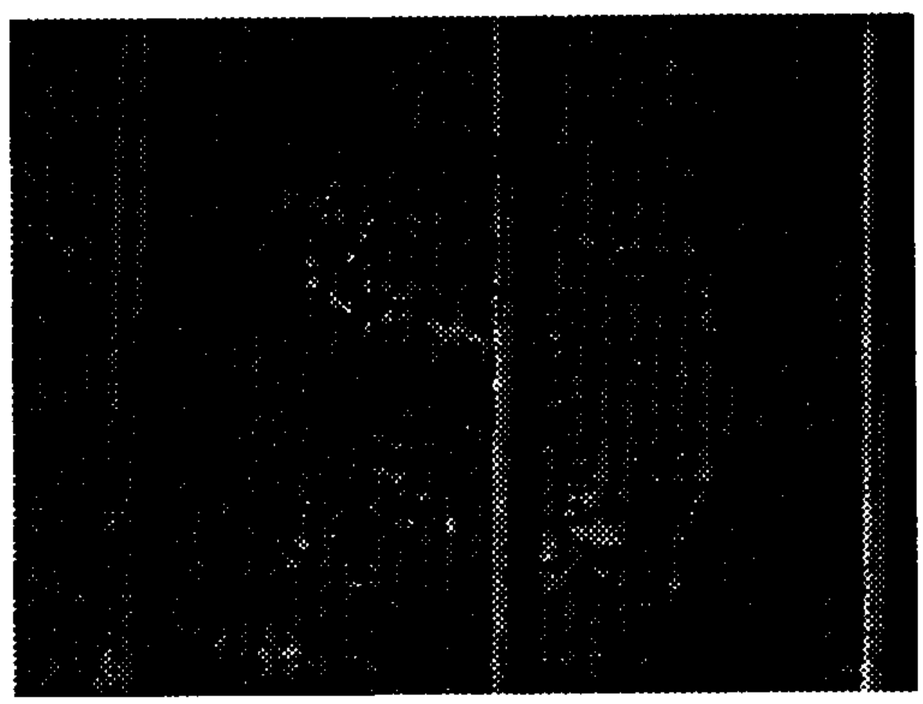
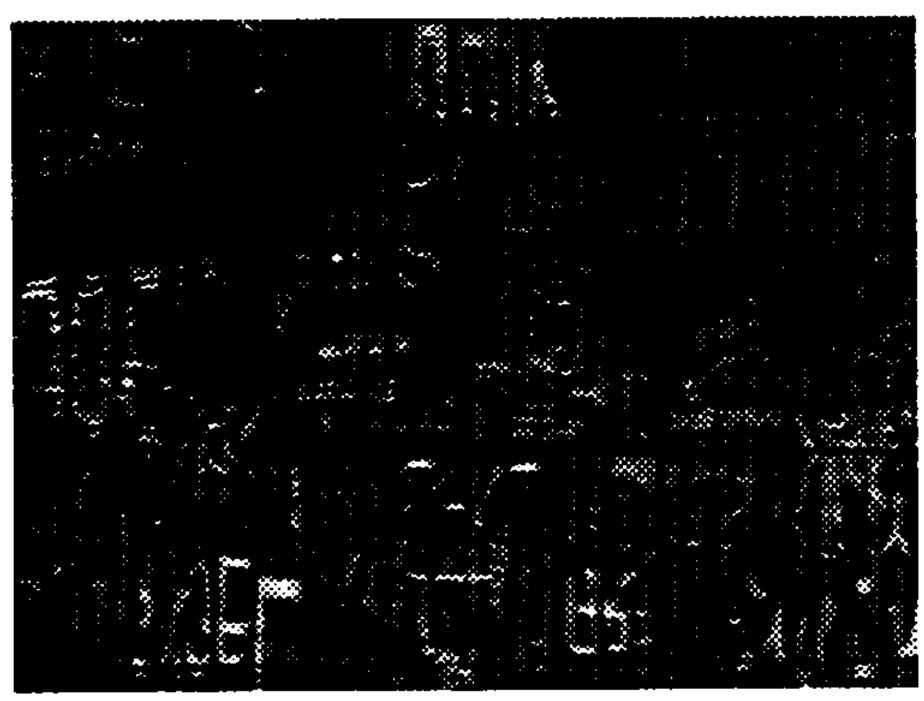


그림23-1

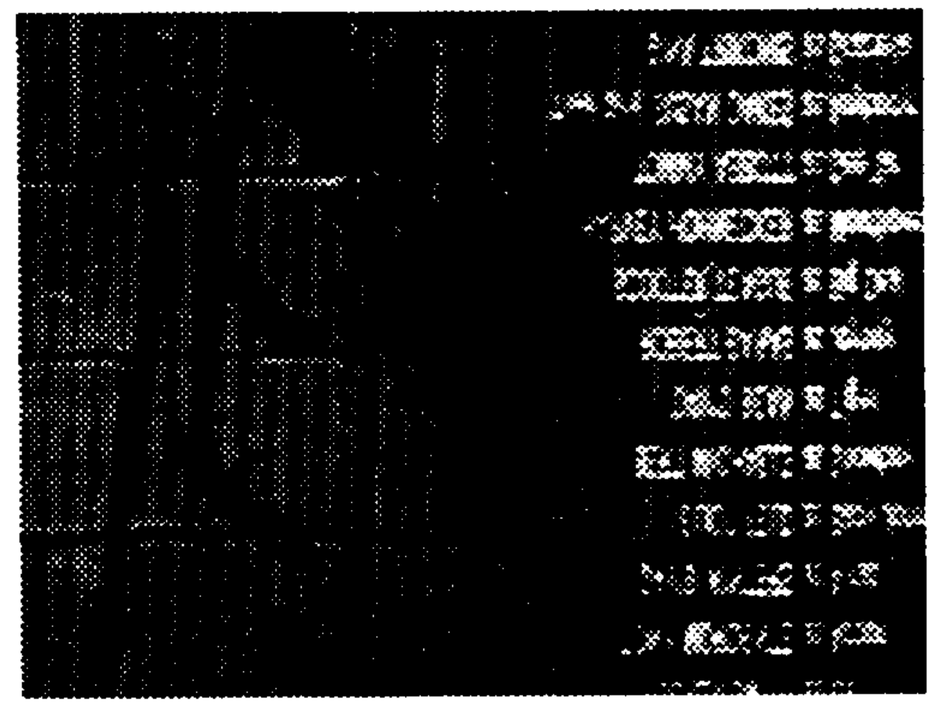


23-2

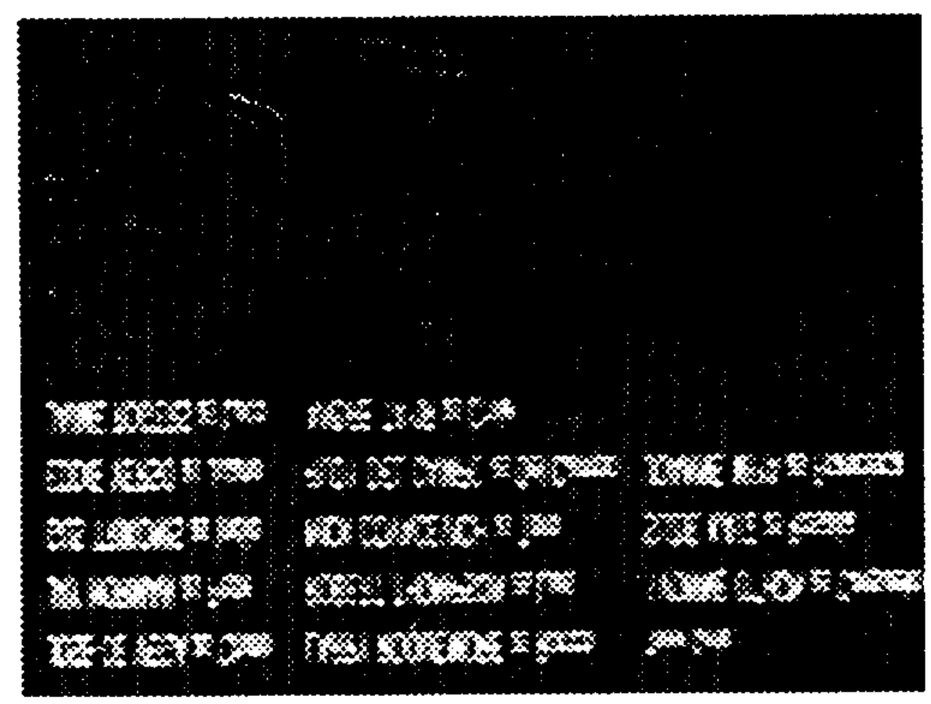


23-3

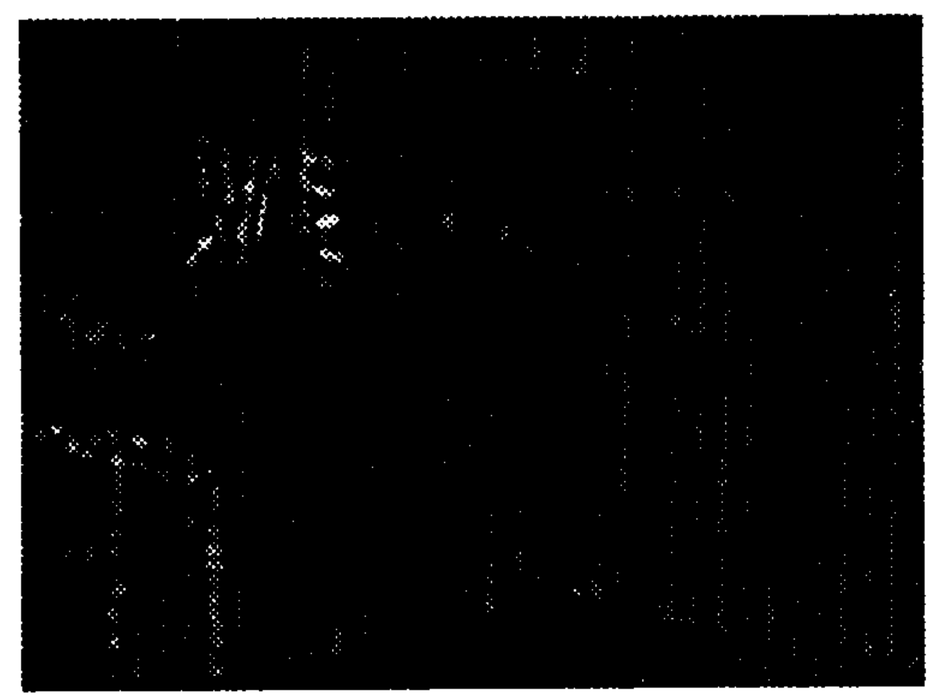
23-4



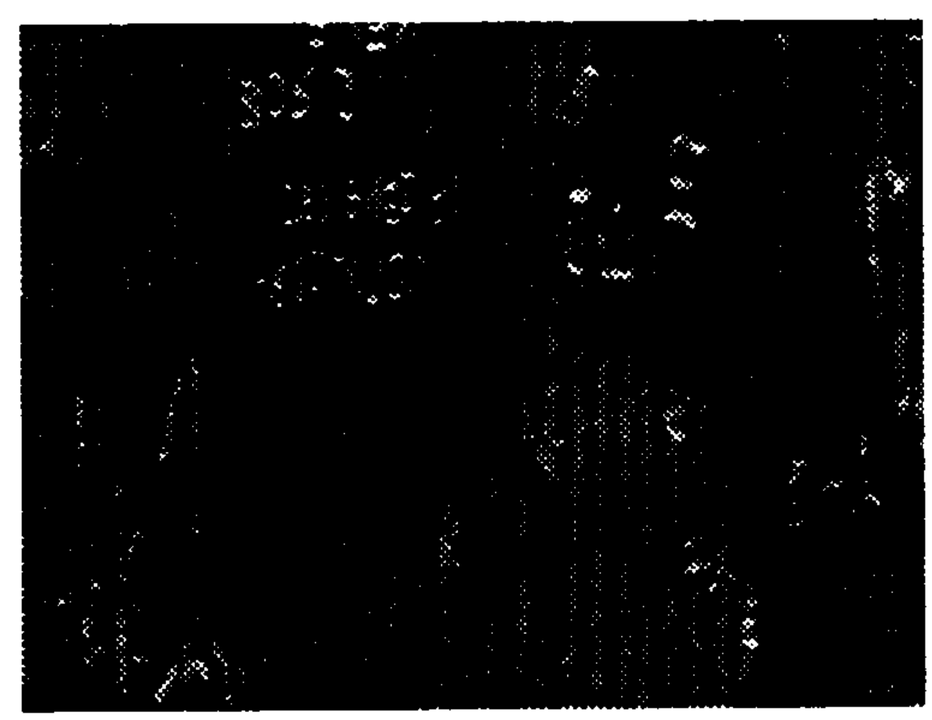
23-5



23-6

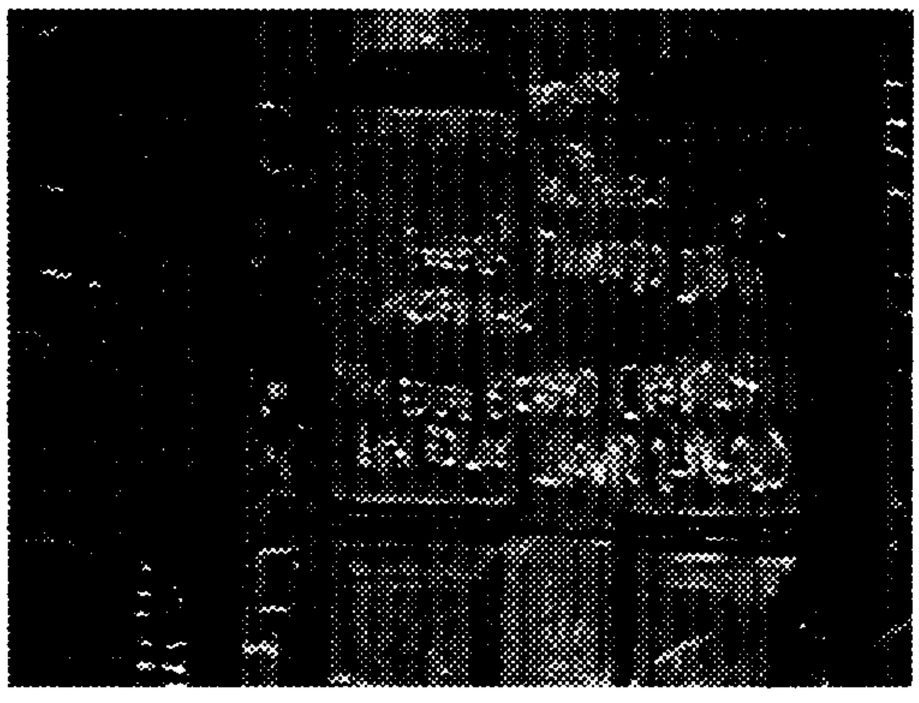


23-7

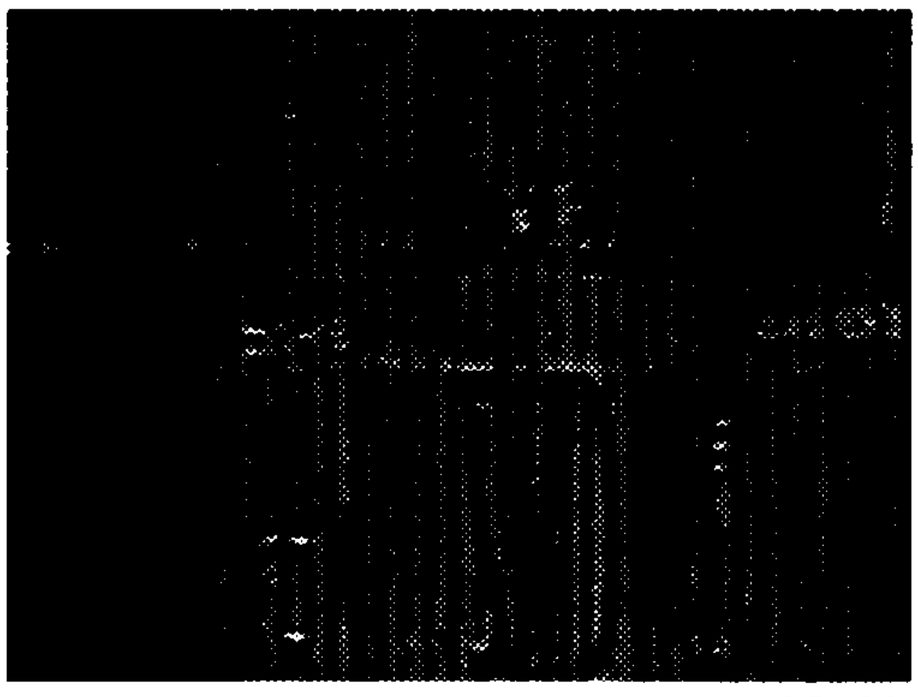


23-8

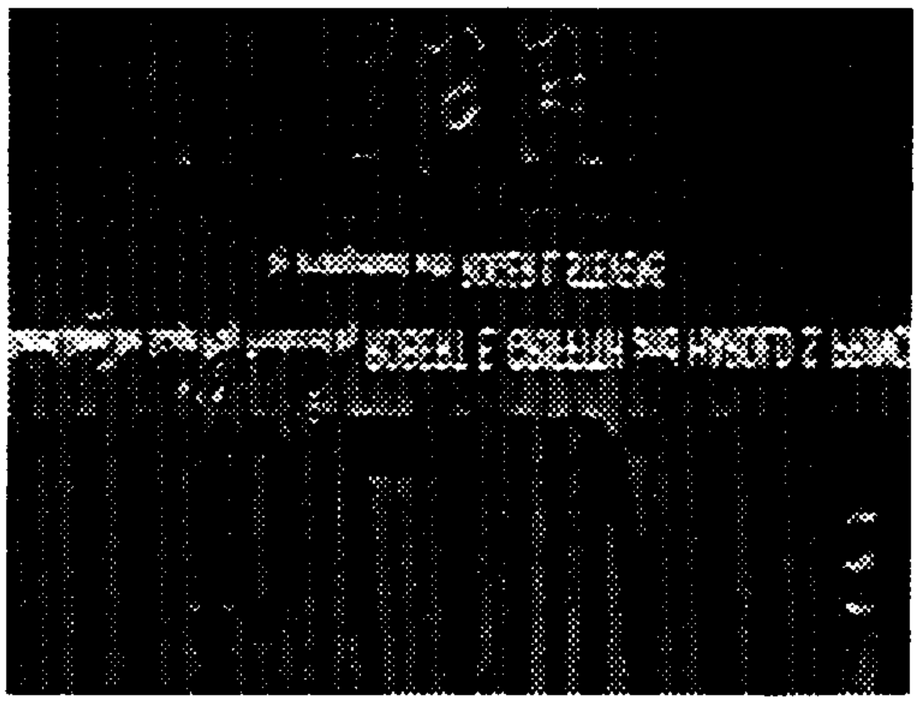
23-9



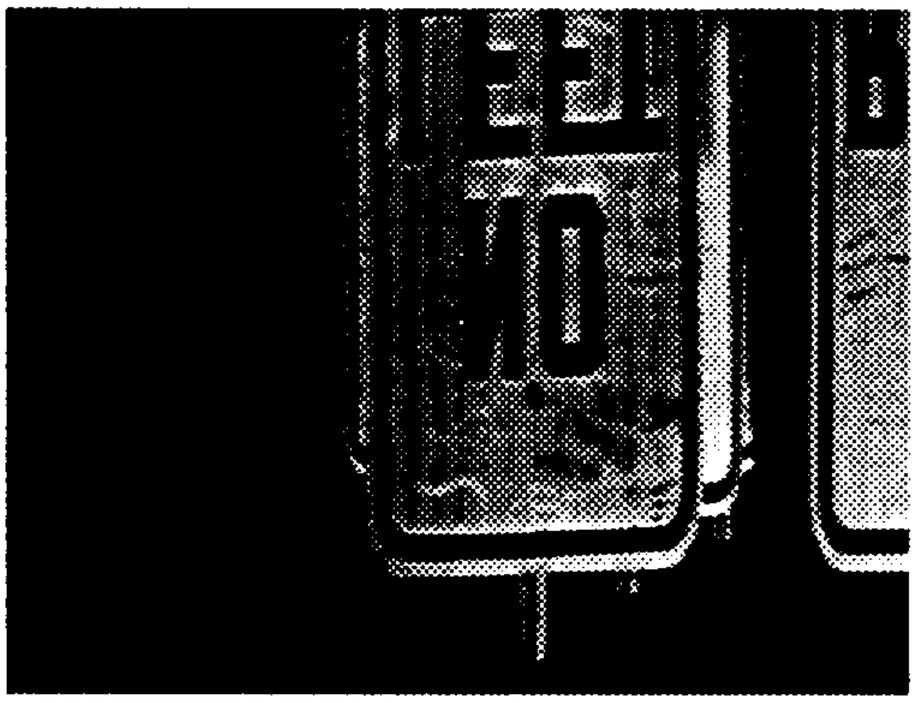
23-10



23-11

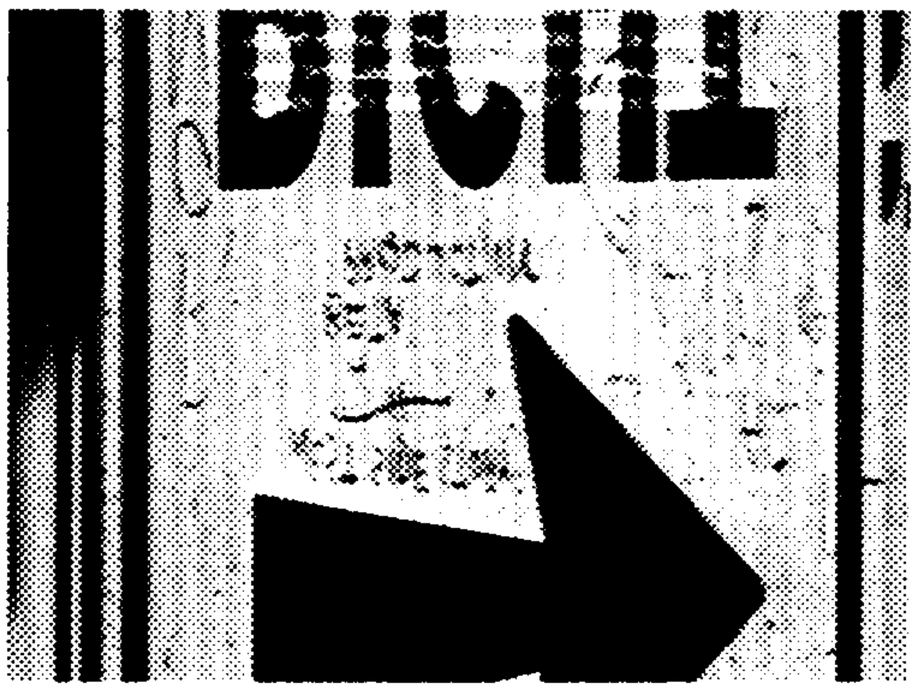


23-12

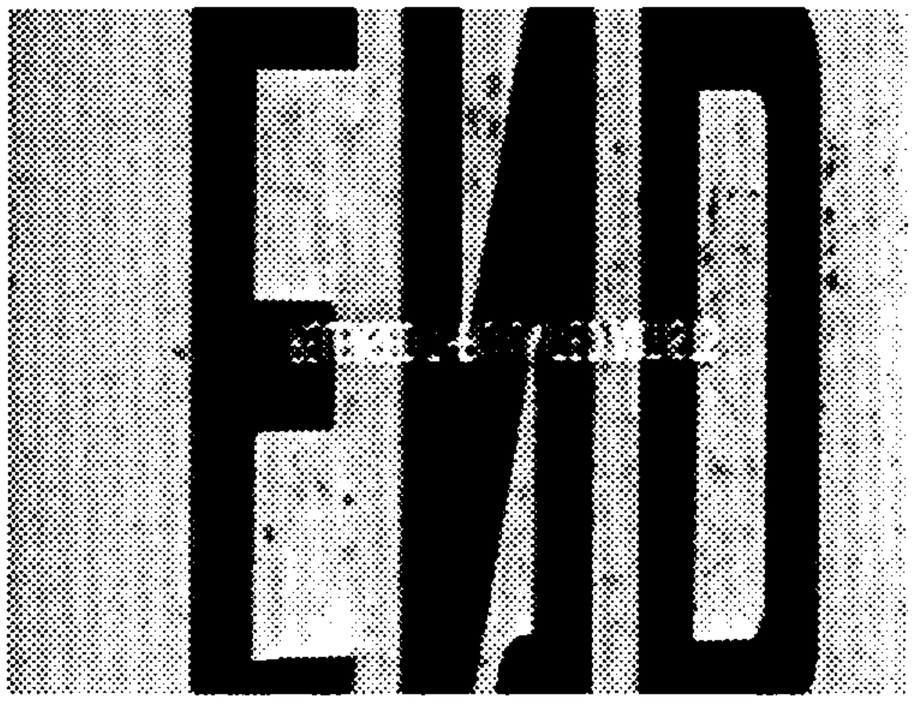


23-13

23-14



23-15



23-16

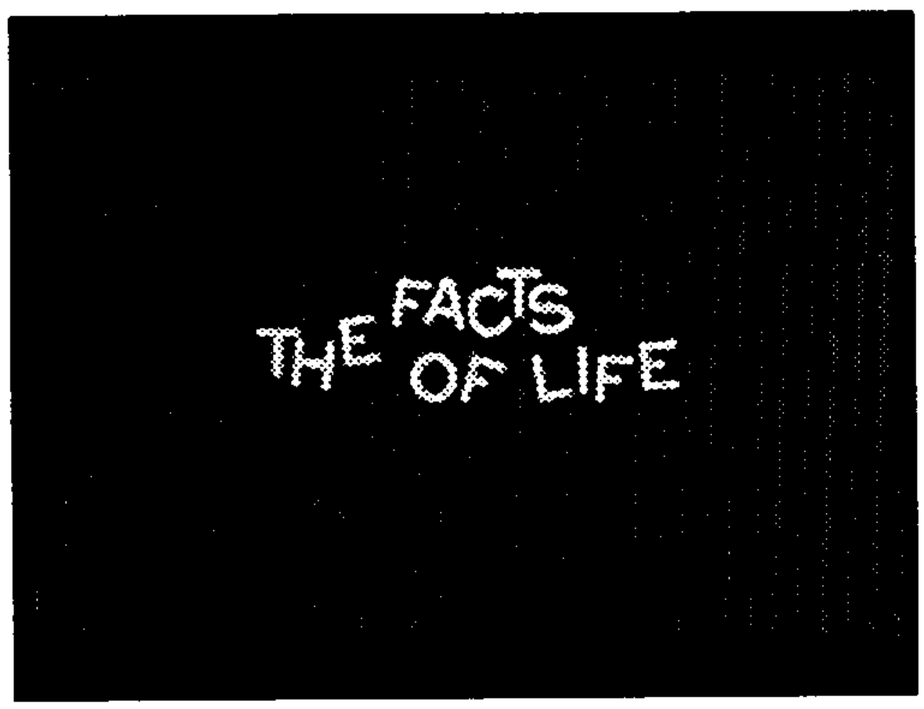
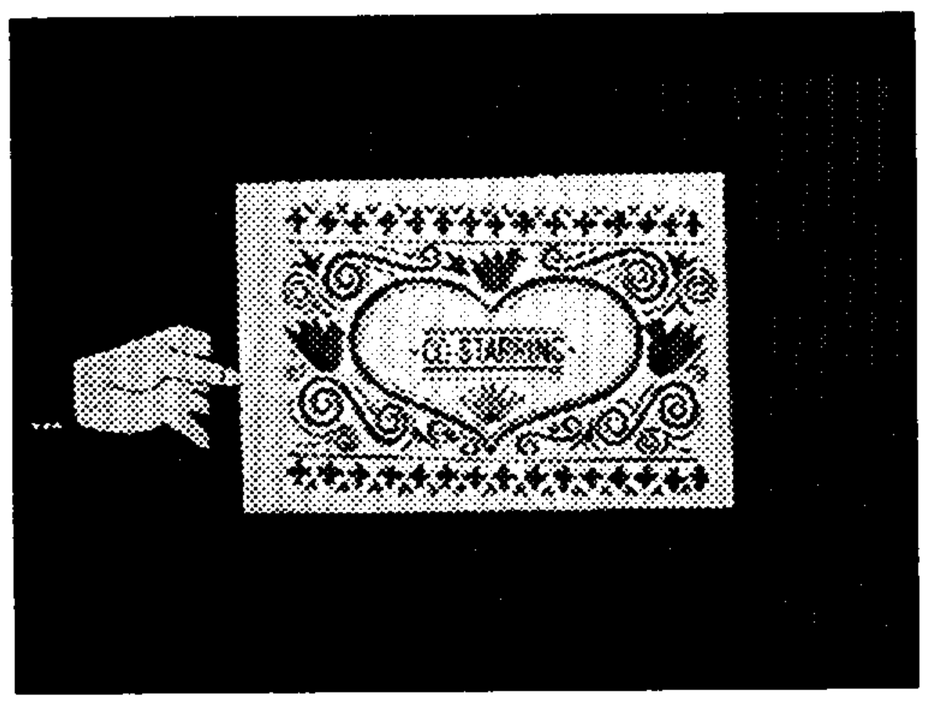
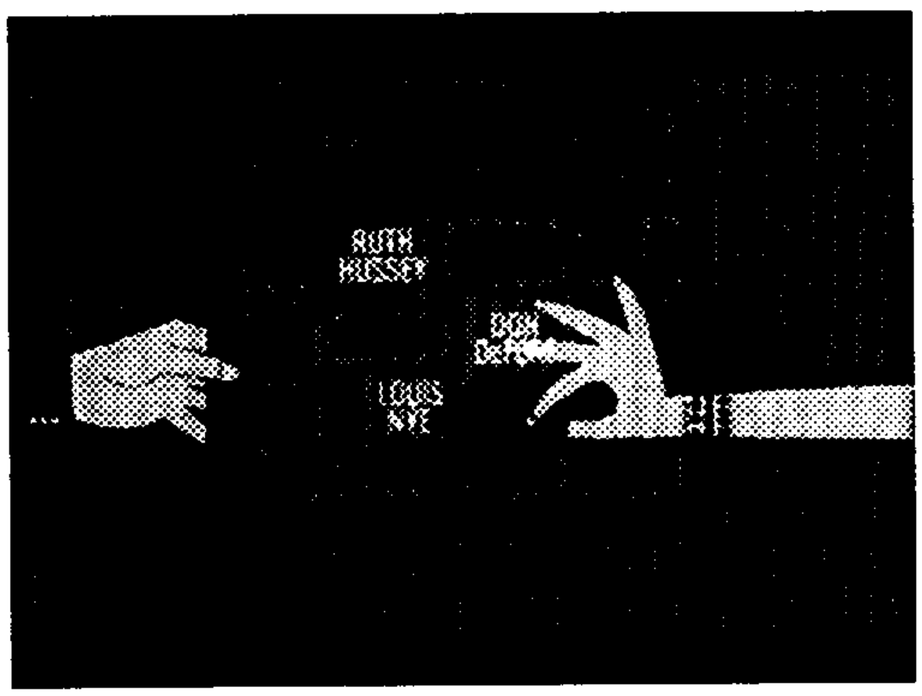


그림24-1

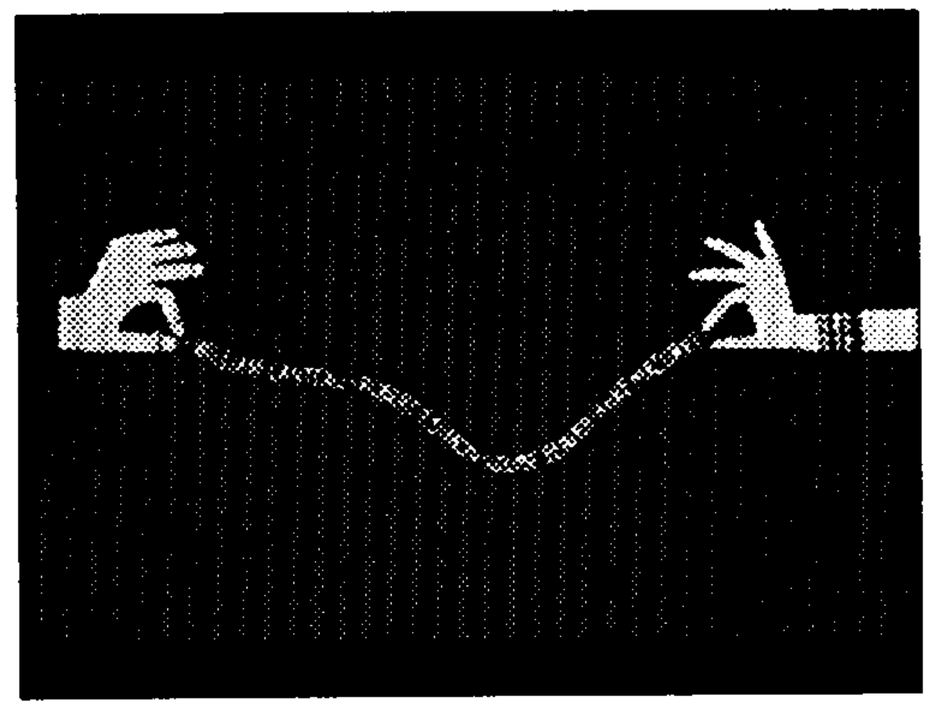


24-2

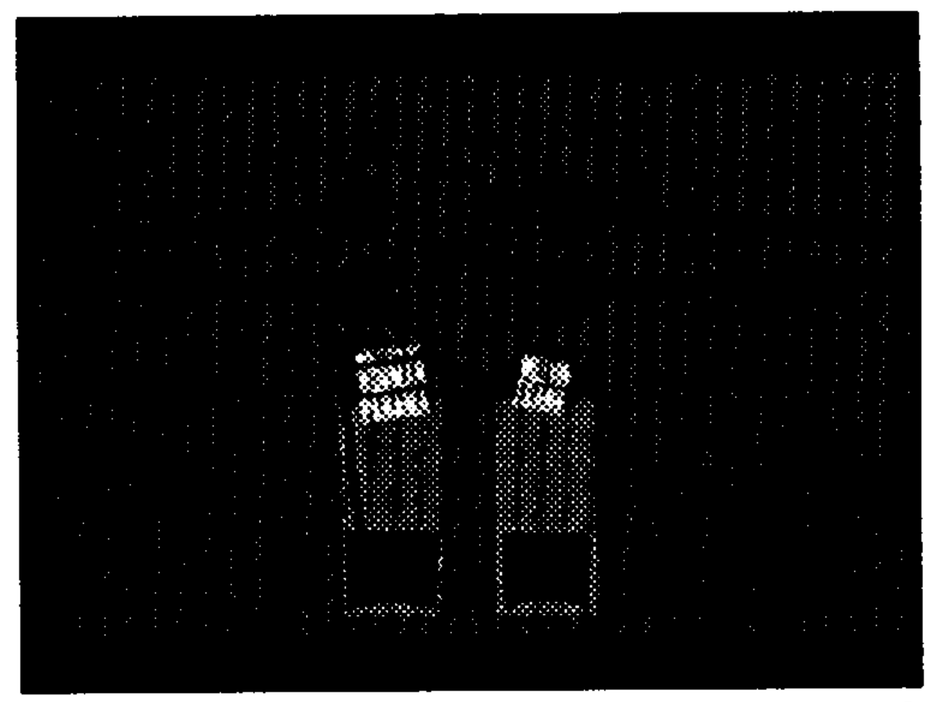


24-3

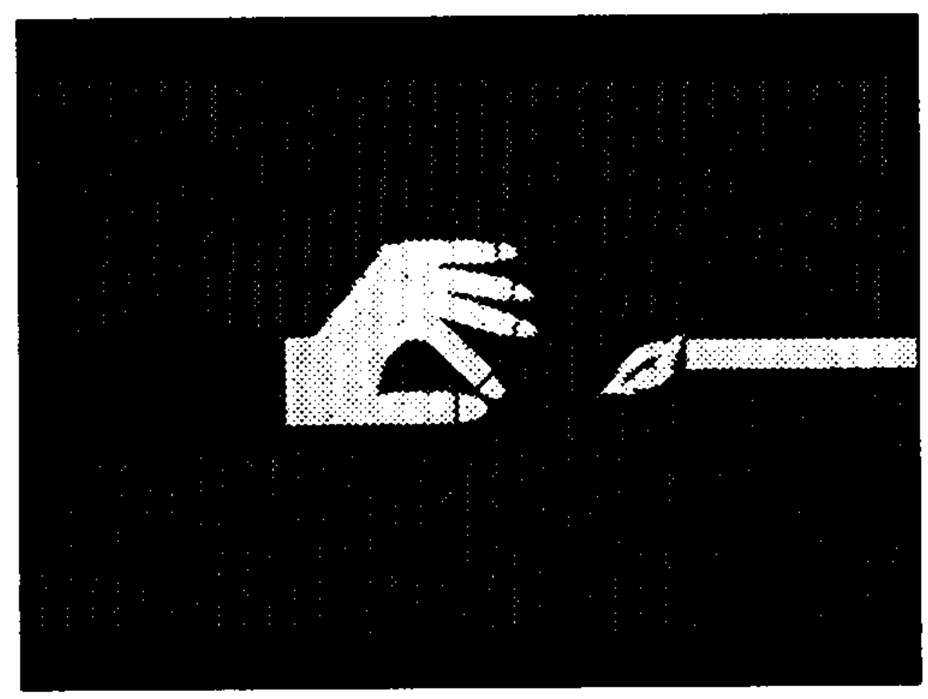
24-4



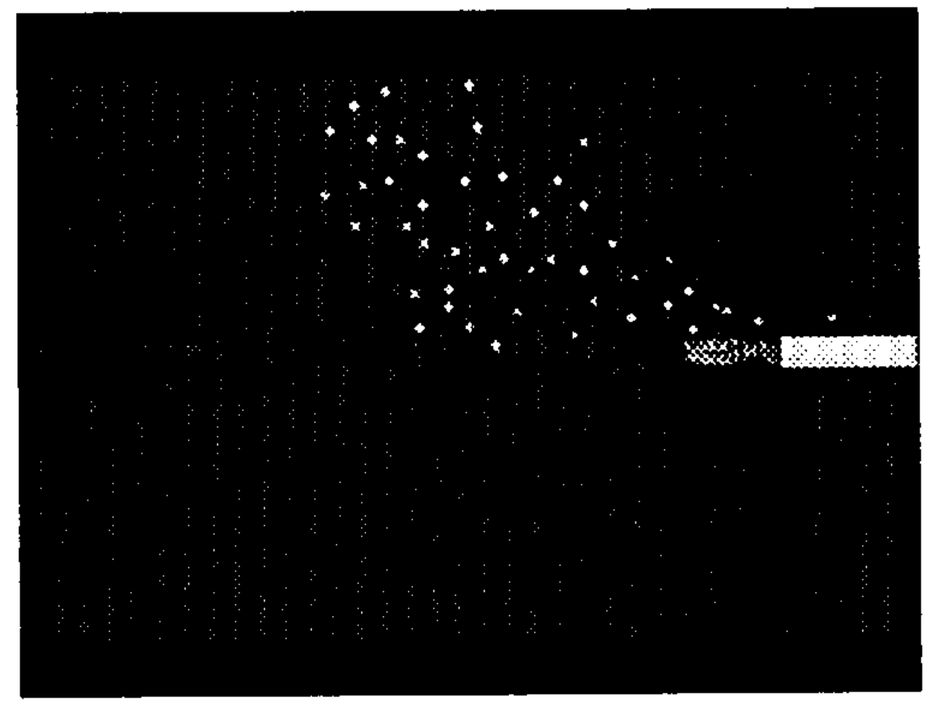
24-5



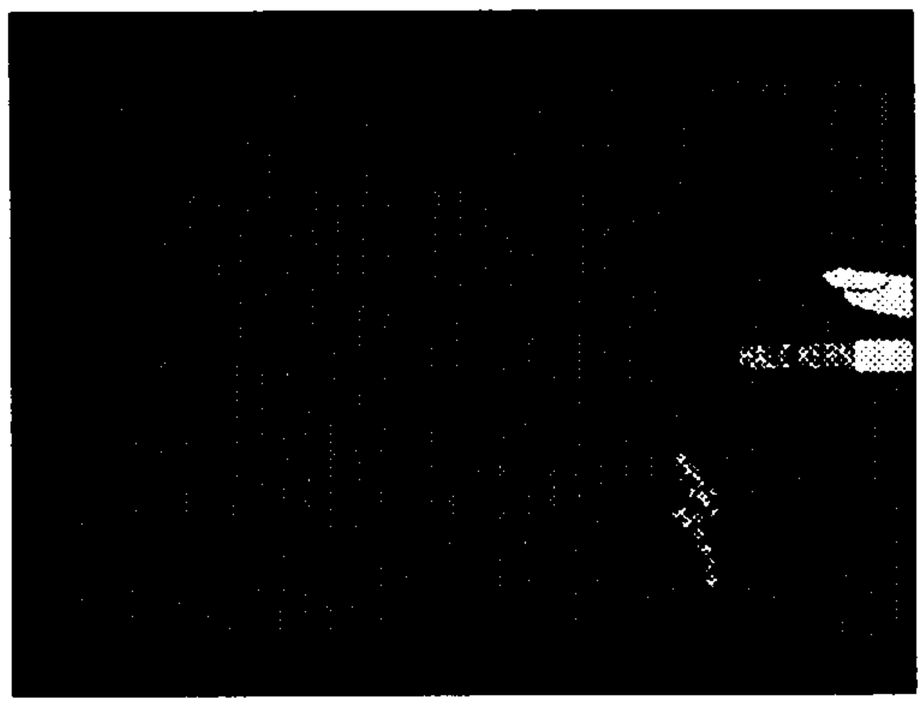
24-6



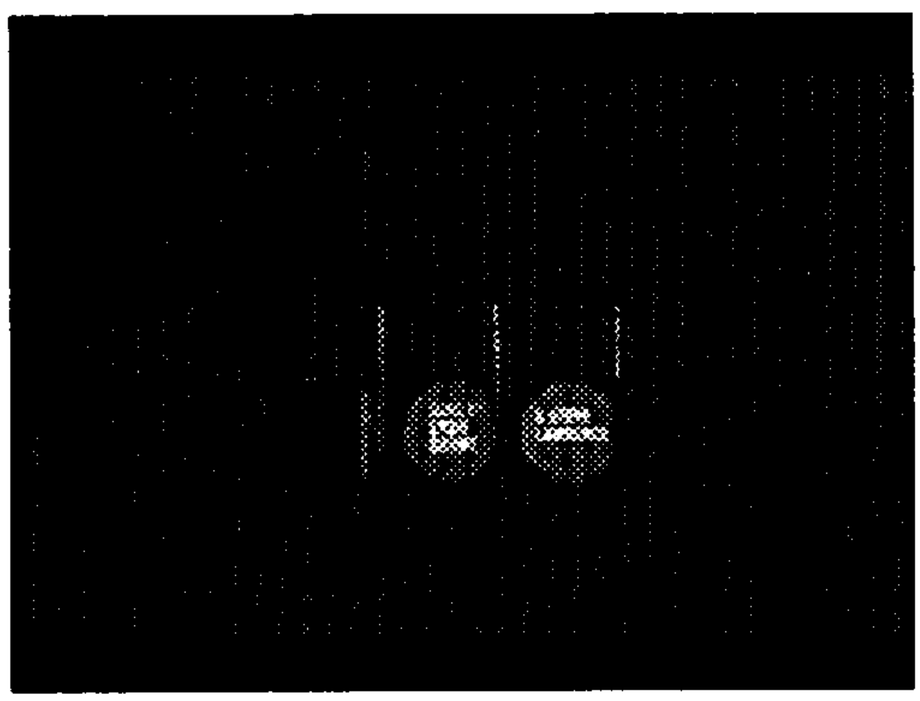
24-7



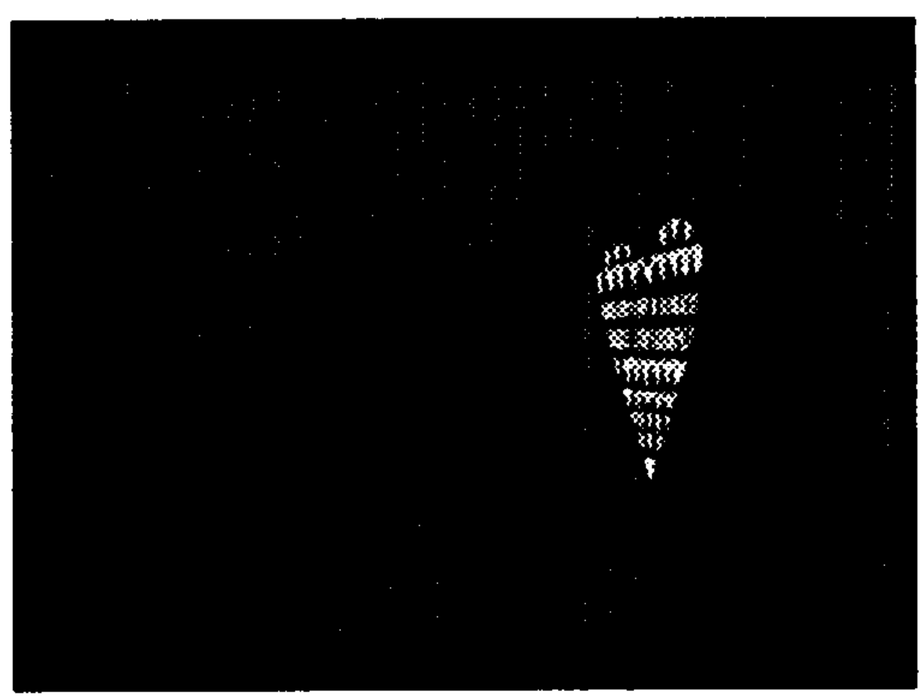
24-8



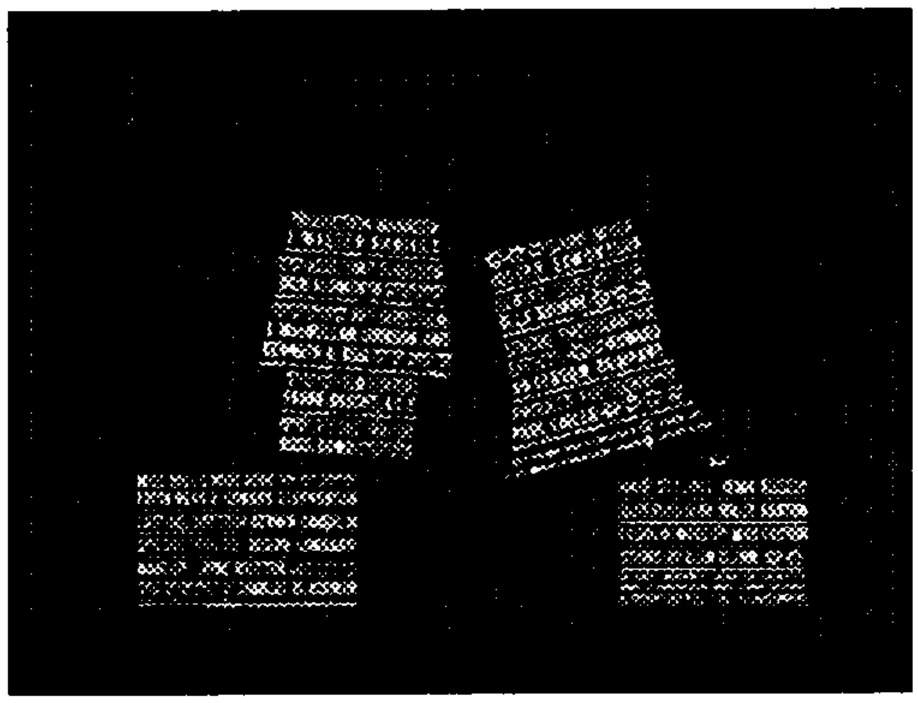
24-9



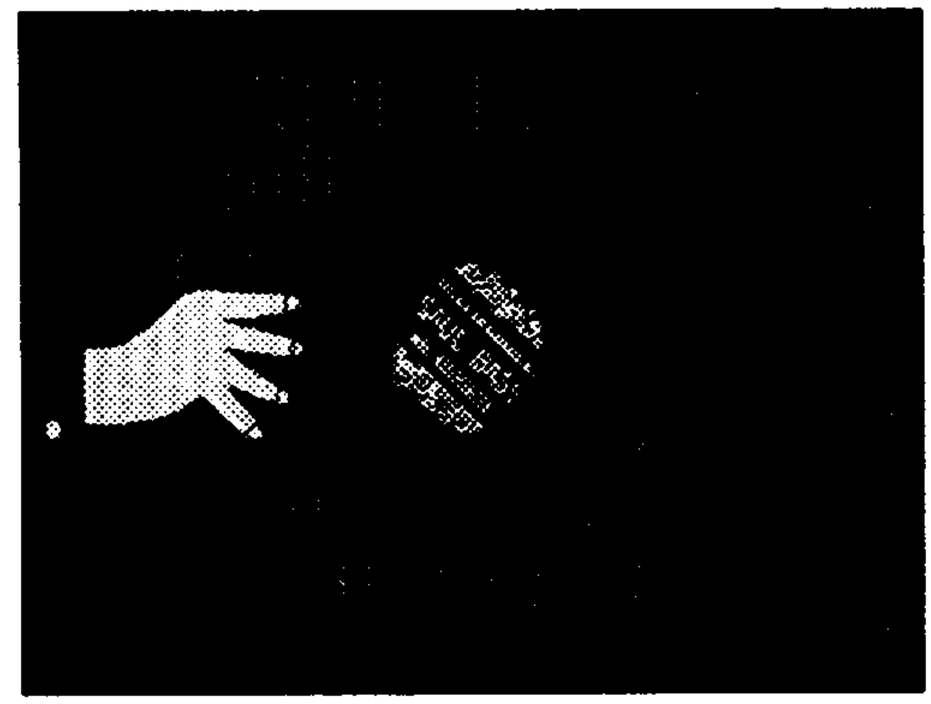
24-10



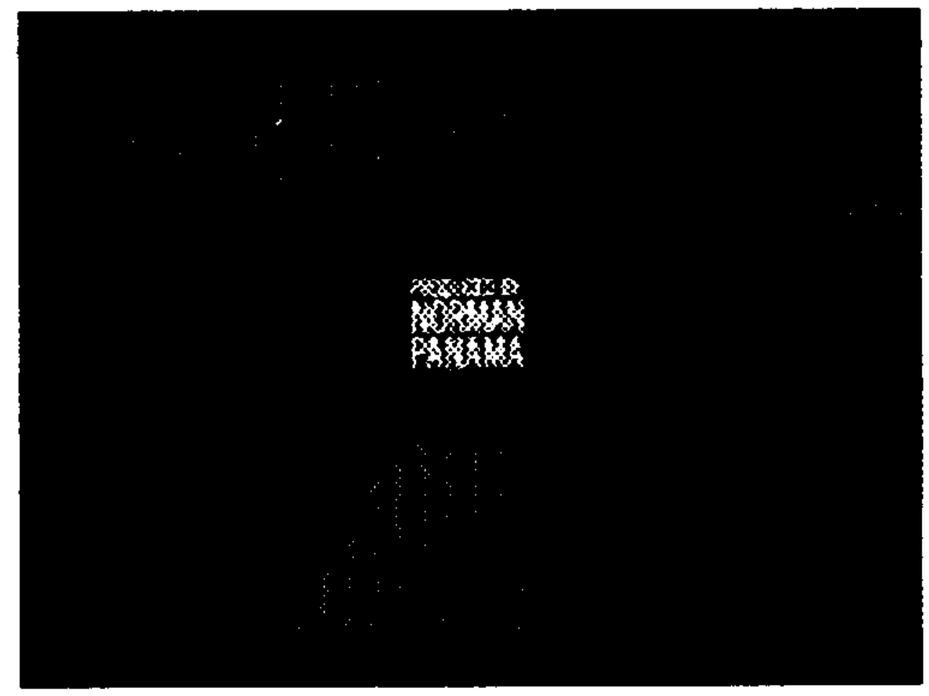
24-11



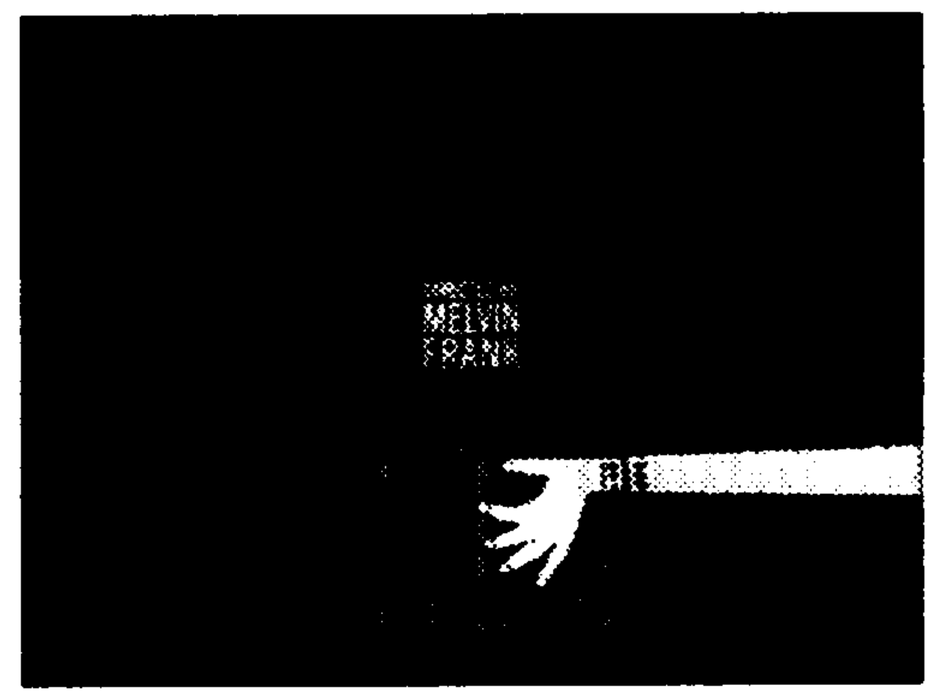
24-12



24-13



24-14



24-15

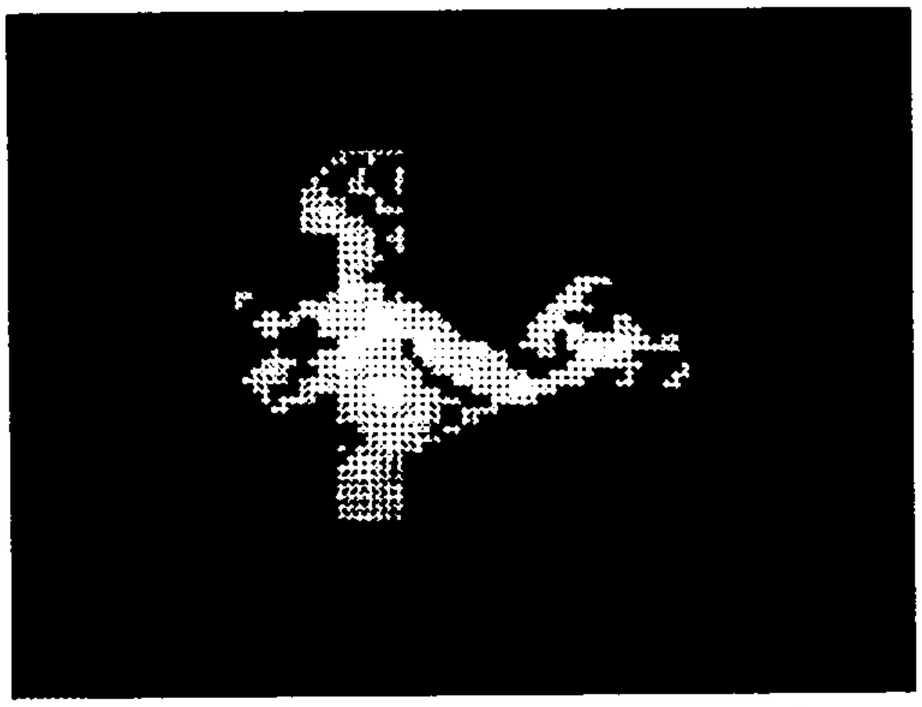
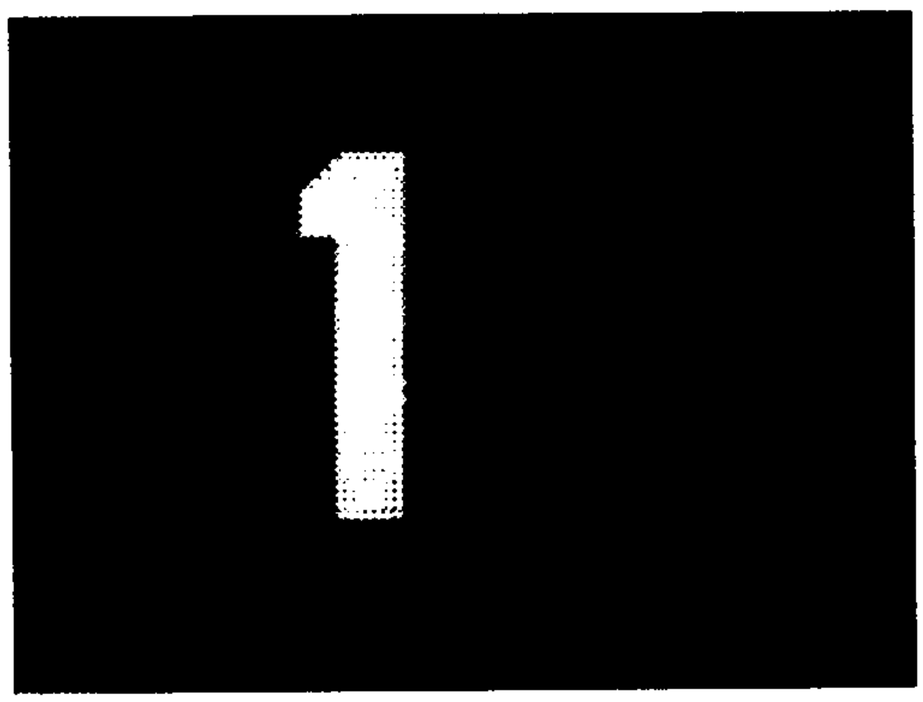
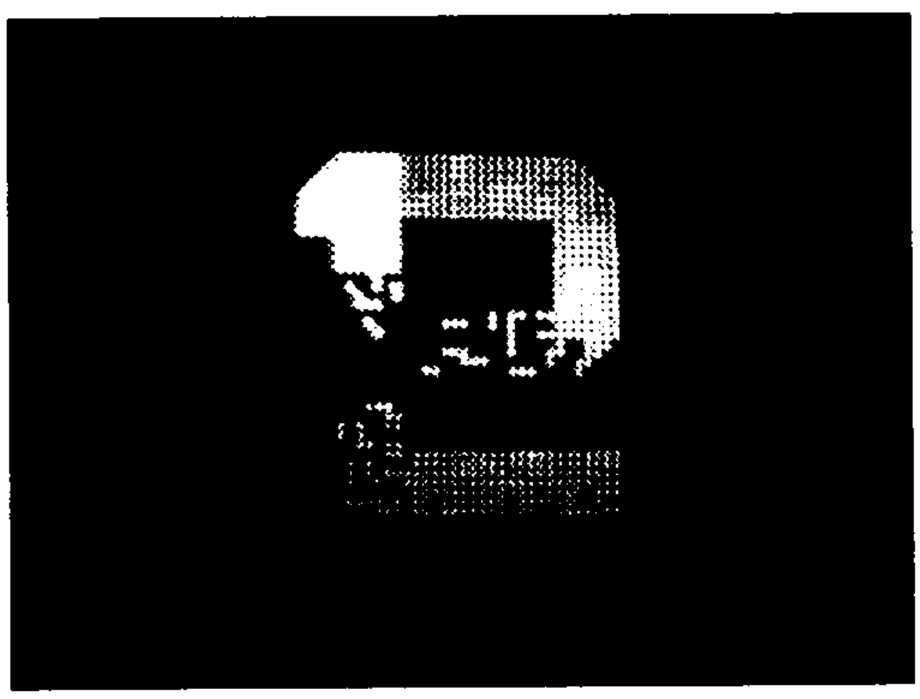


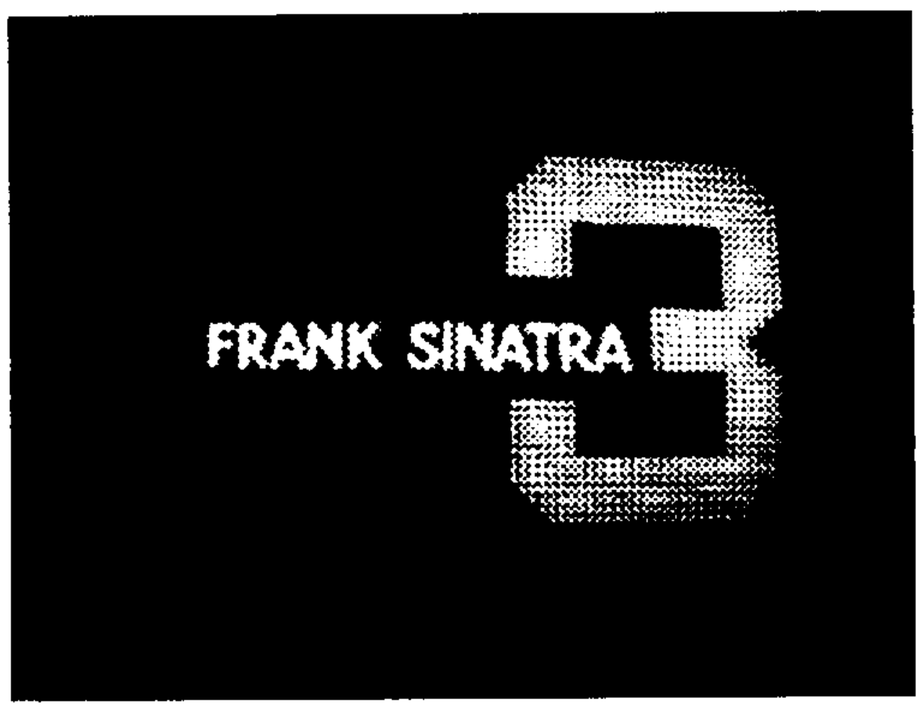
그림25-1



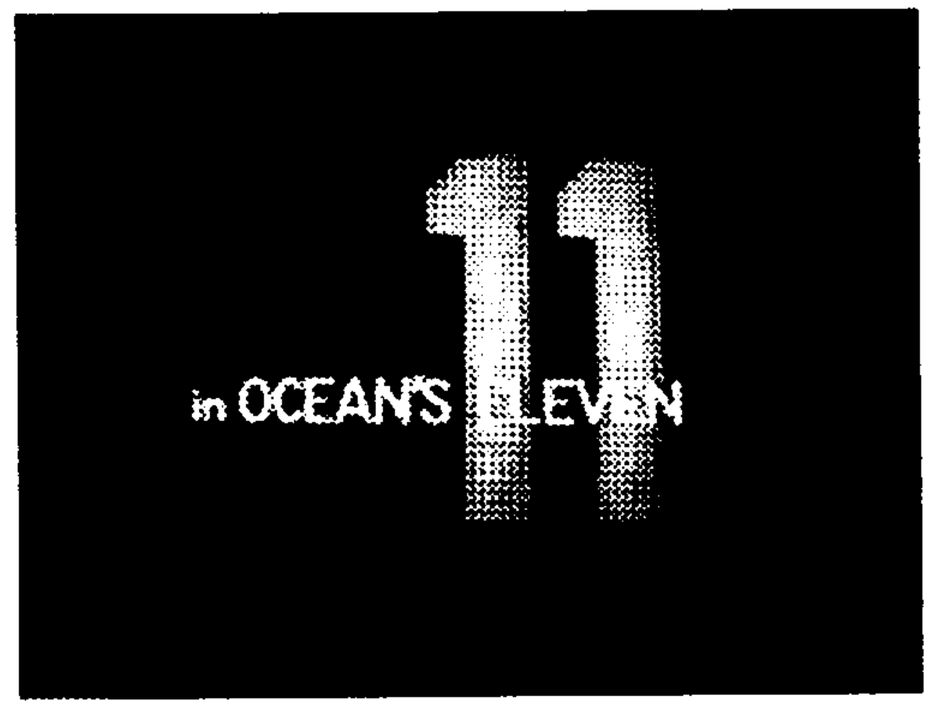
25-2



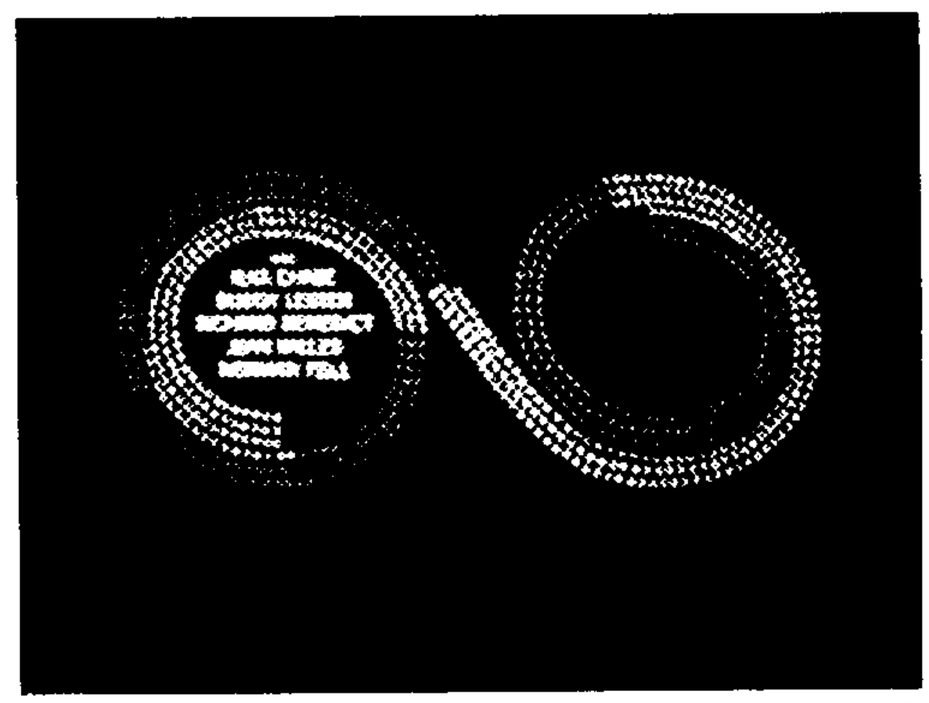
25-3



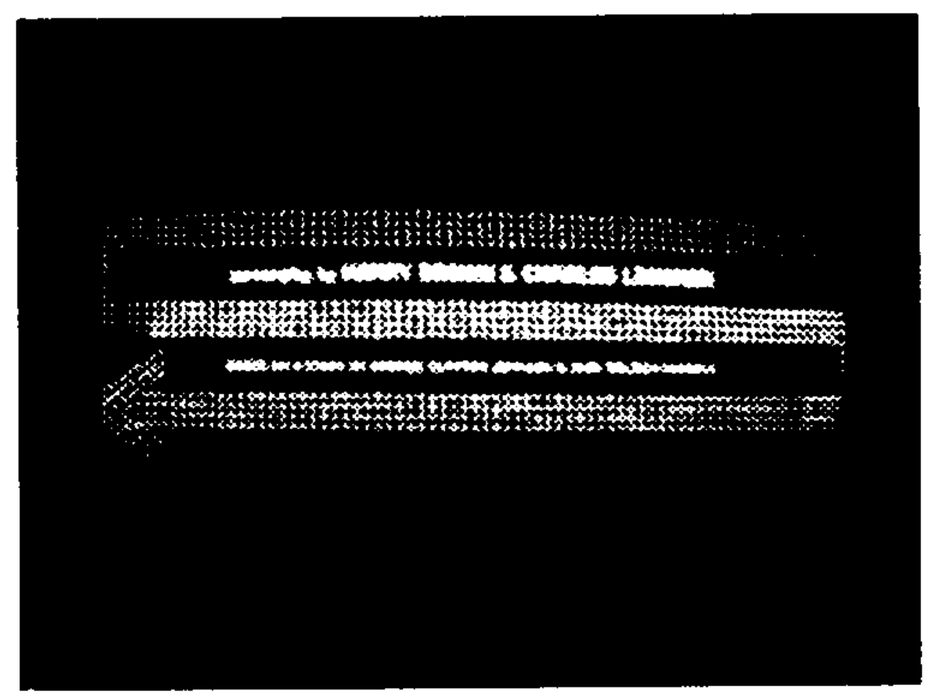
25-4



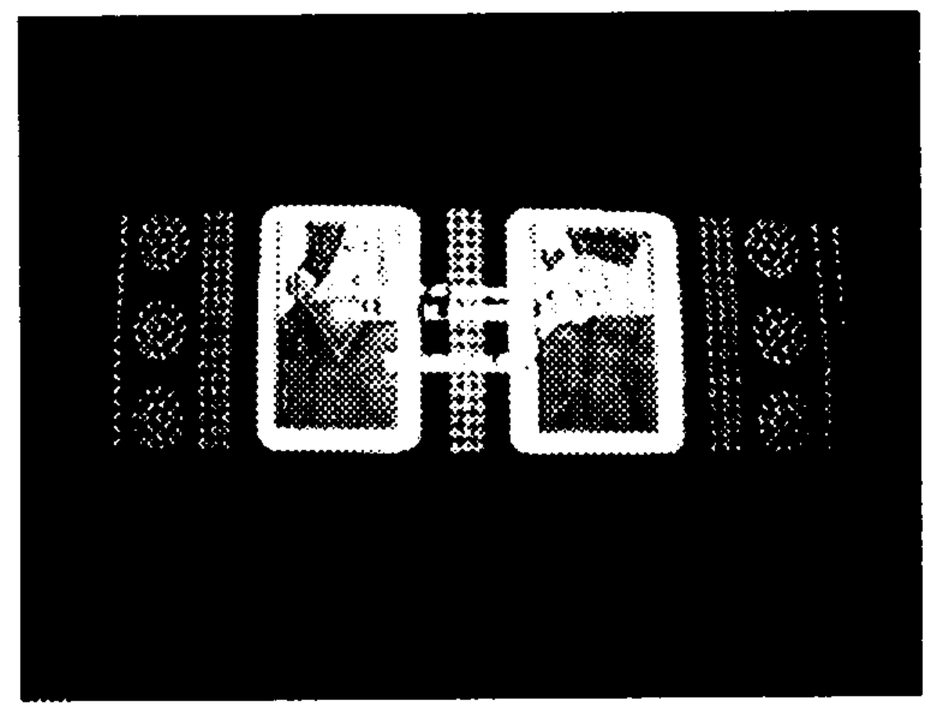
25-5



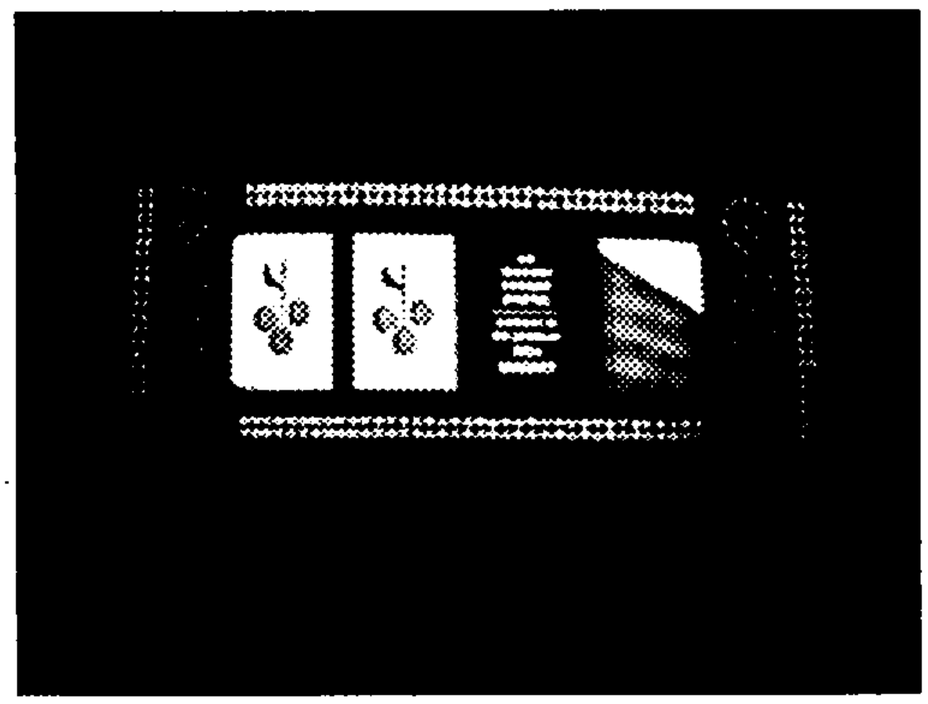
25-6



25-7

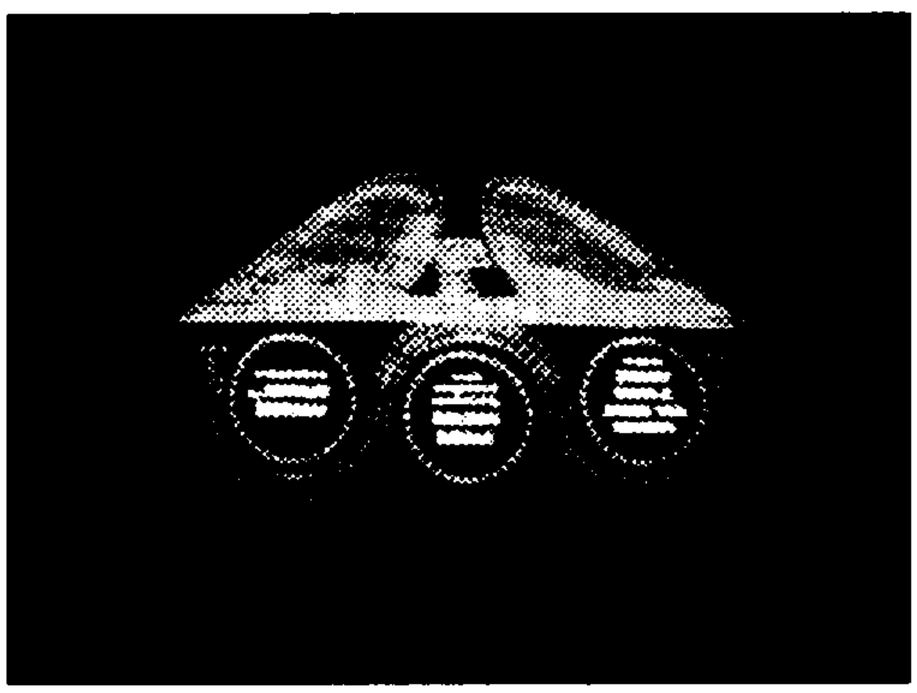


25-8

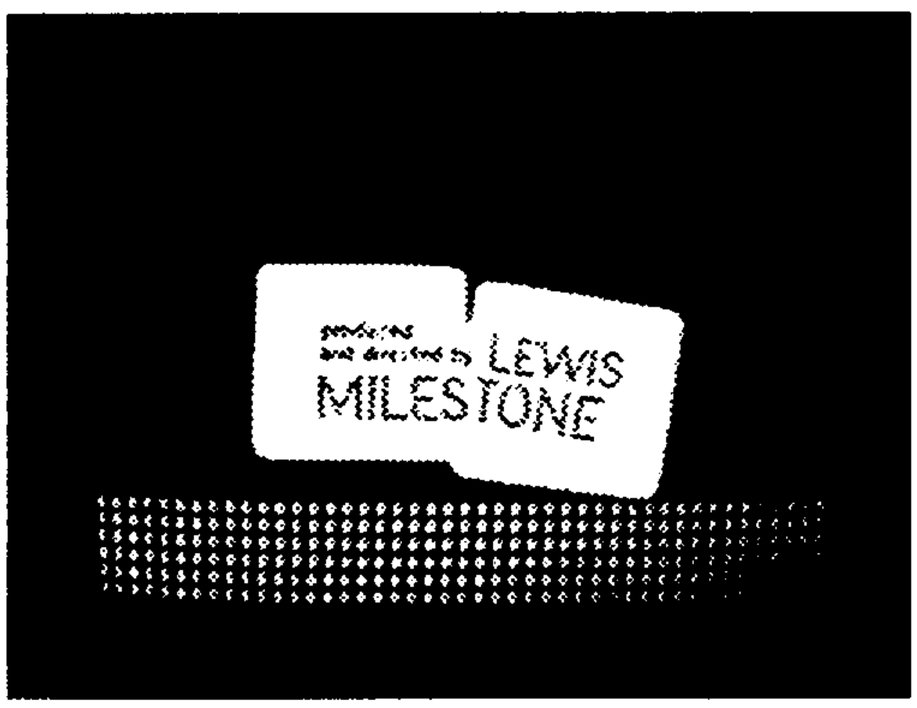


25-9

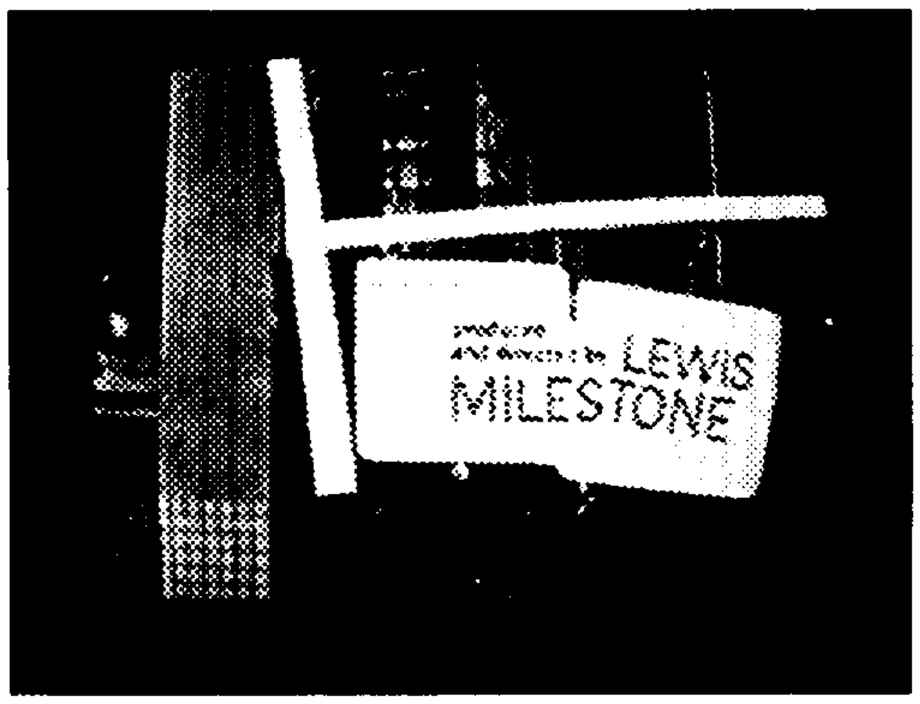
25-10



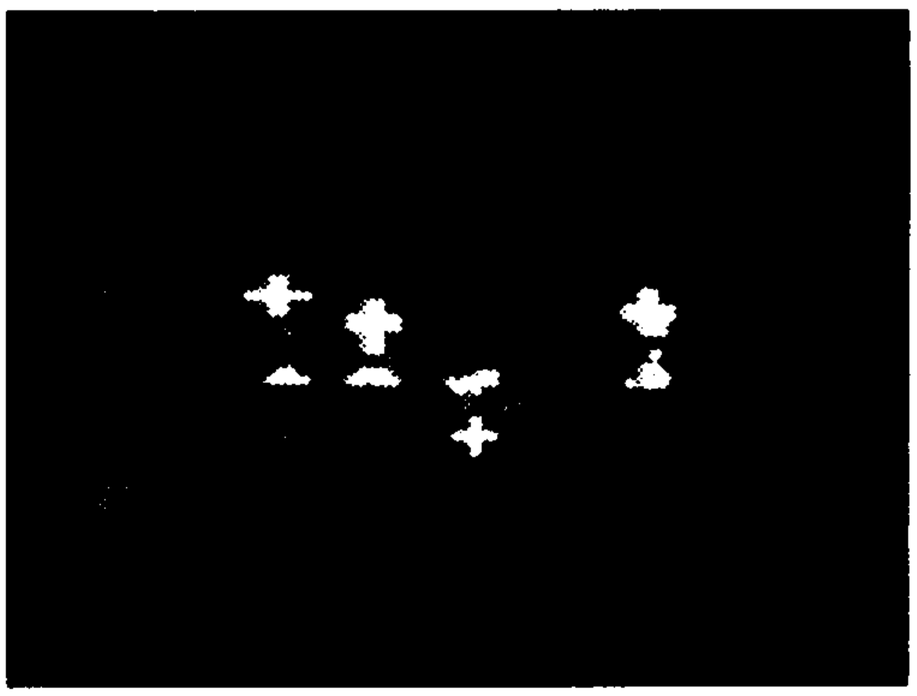
25-11



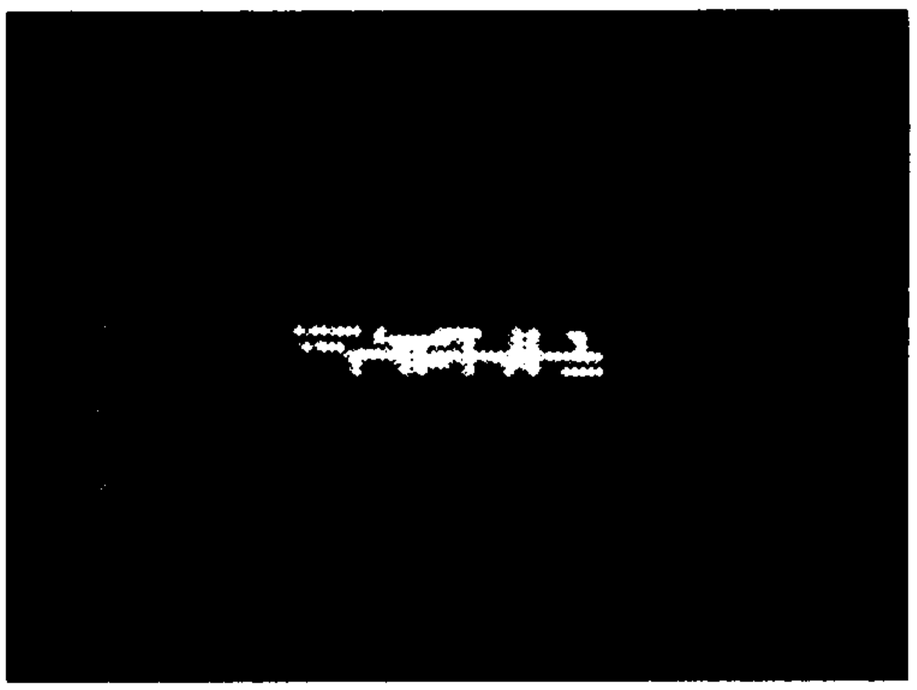
25-12



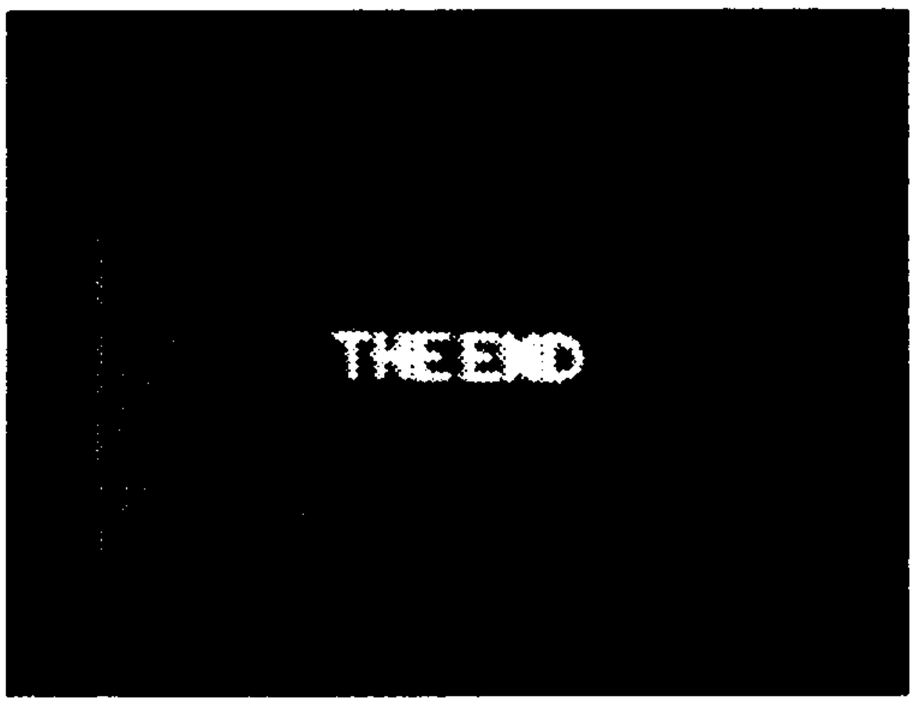
25-13



25-14

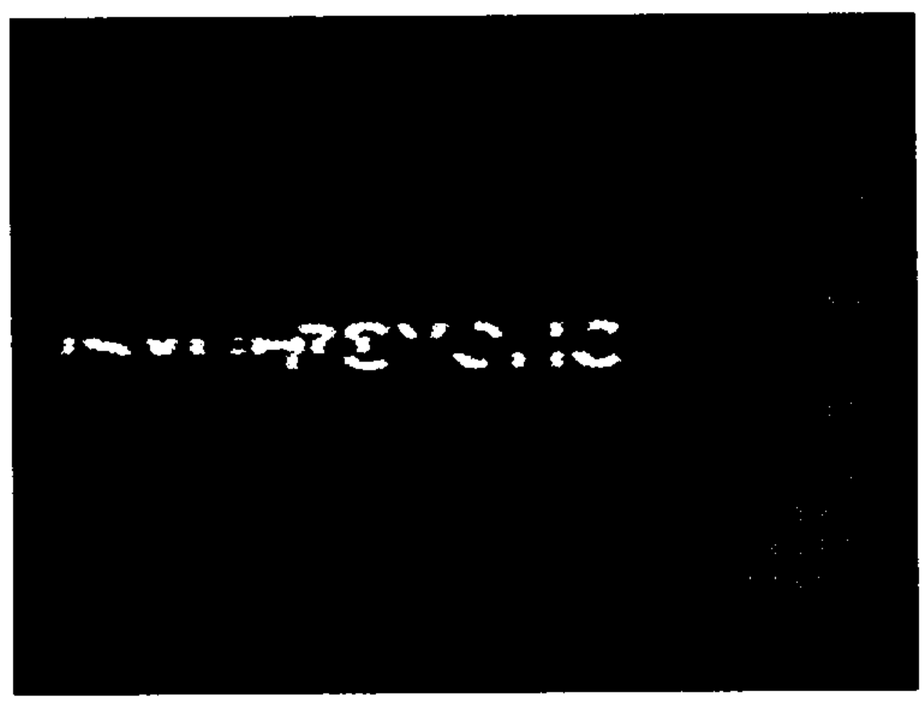


25-15



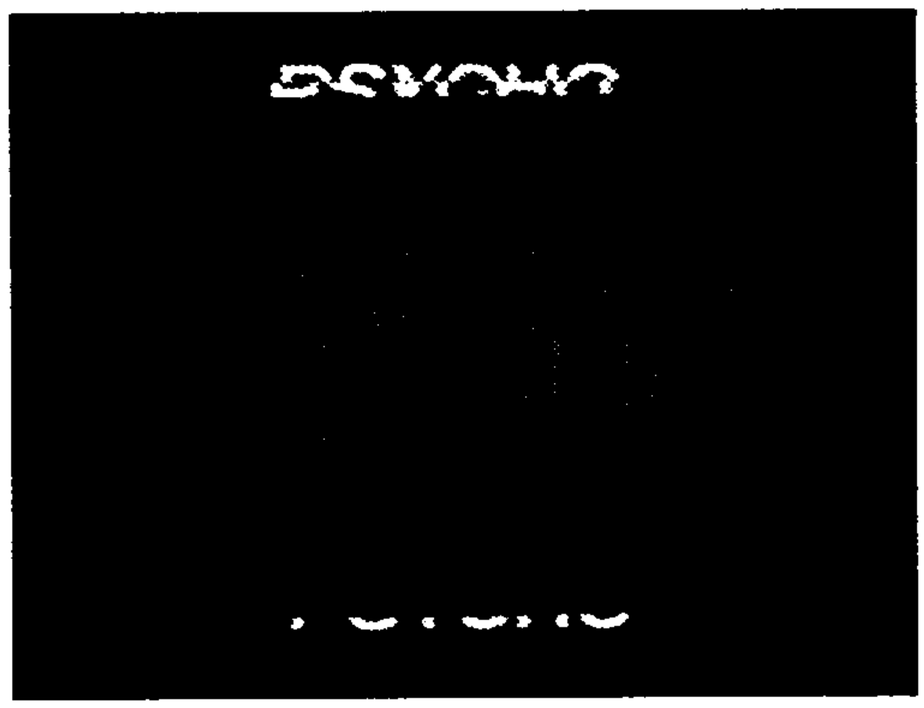
25-16

그림26-1

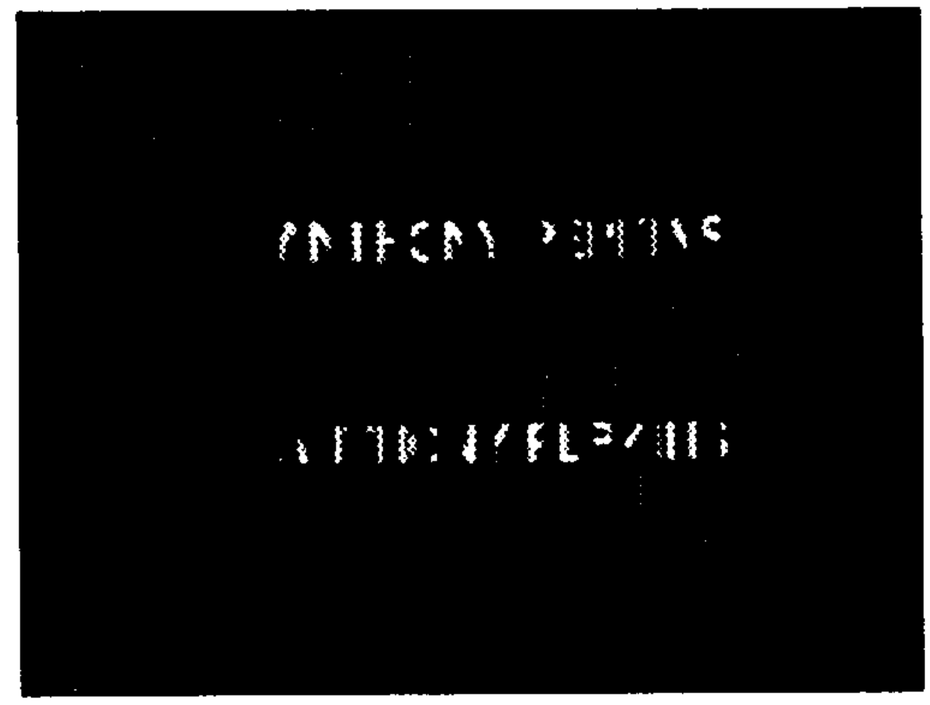


26-2

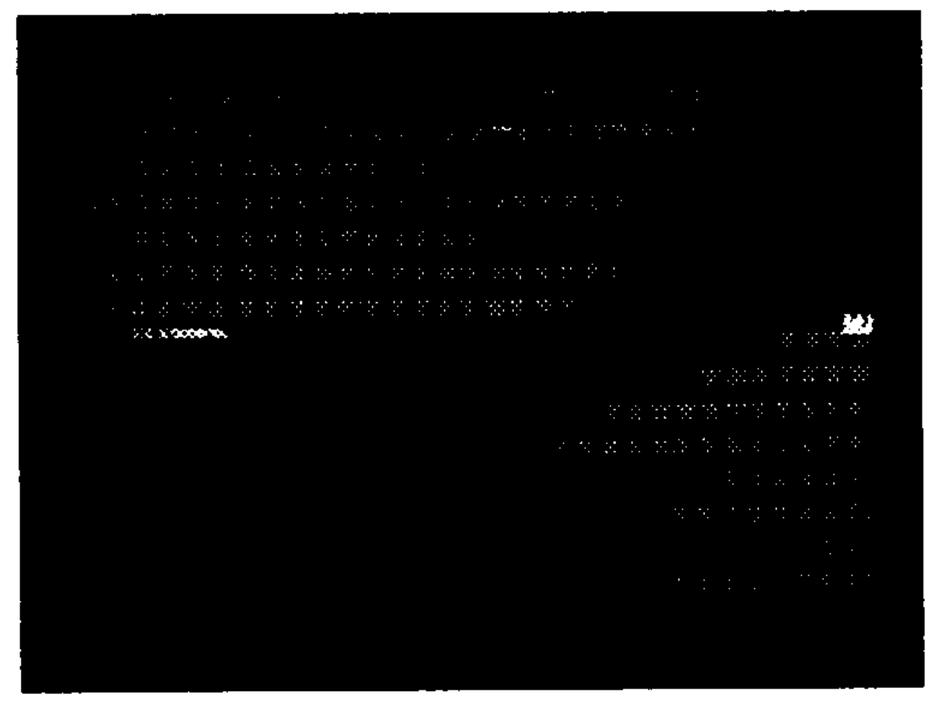
26-3



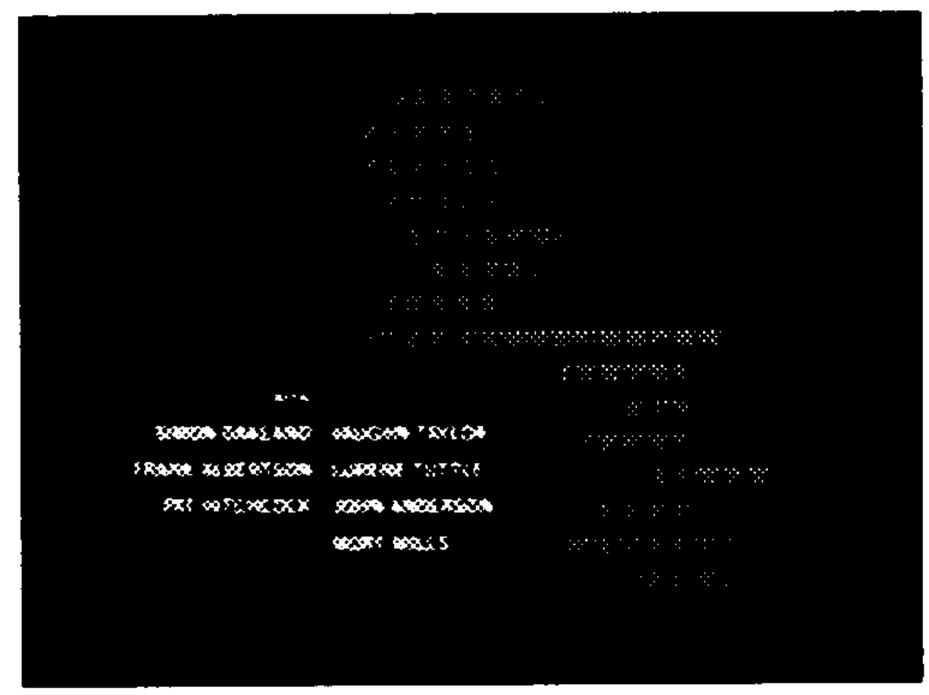
26-4



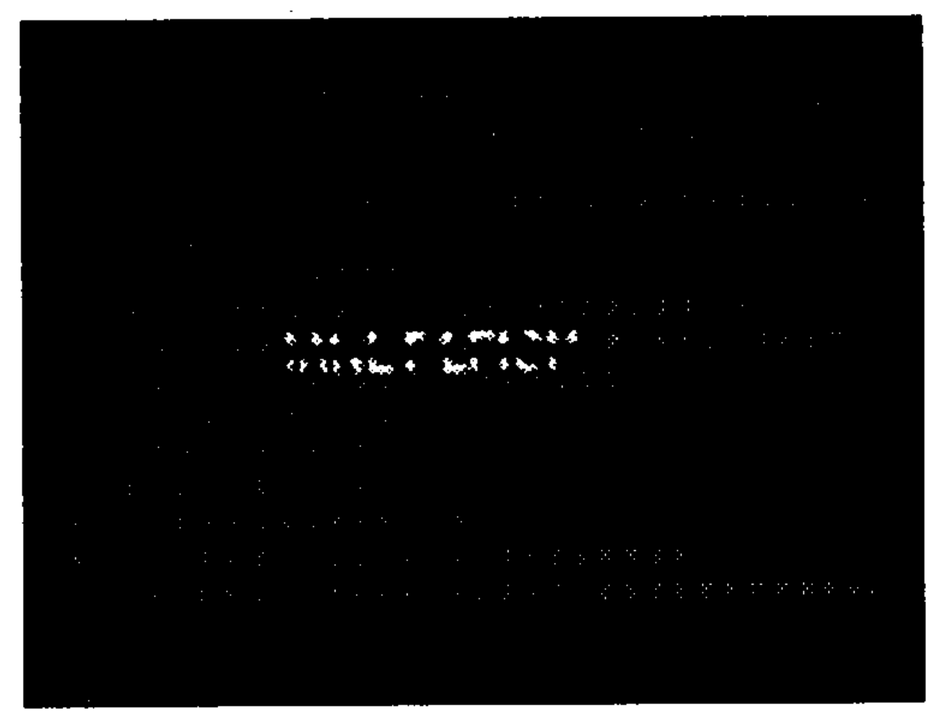
26-5



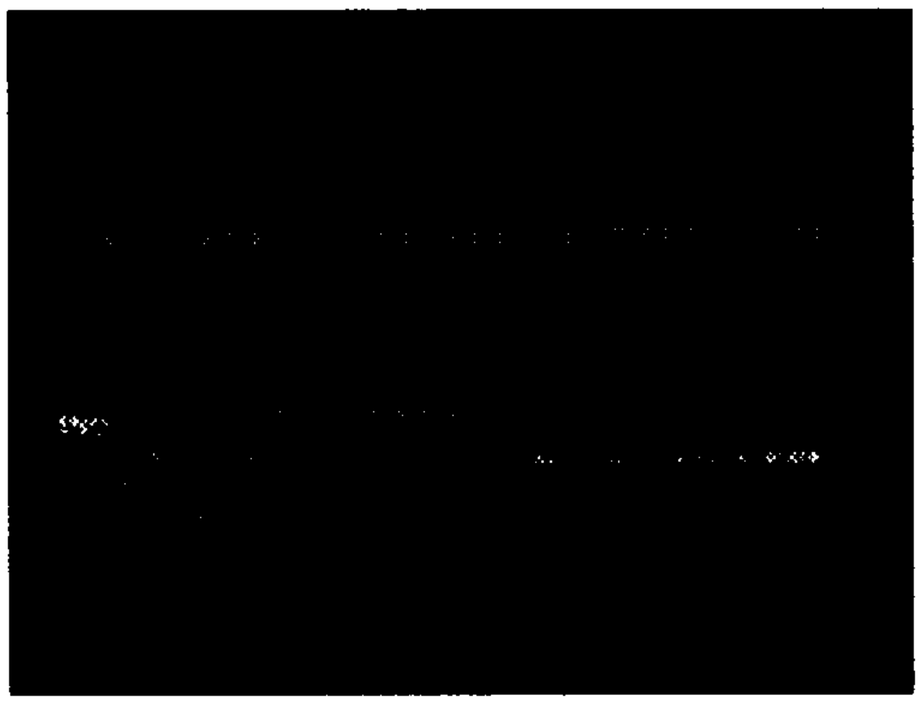
26-6



26-7

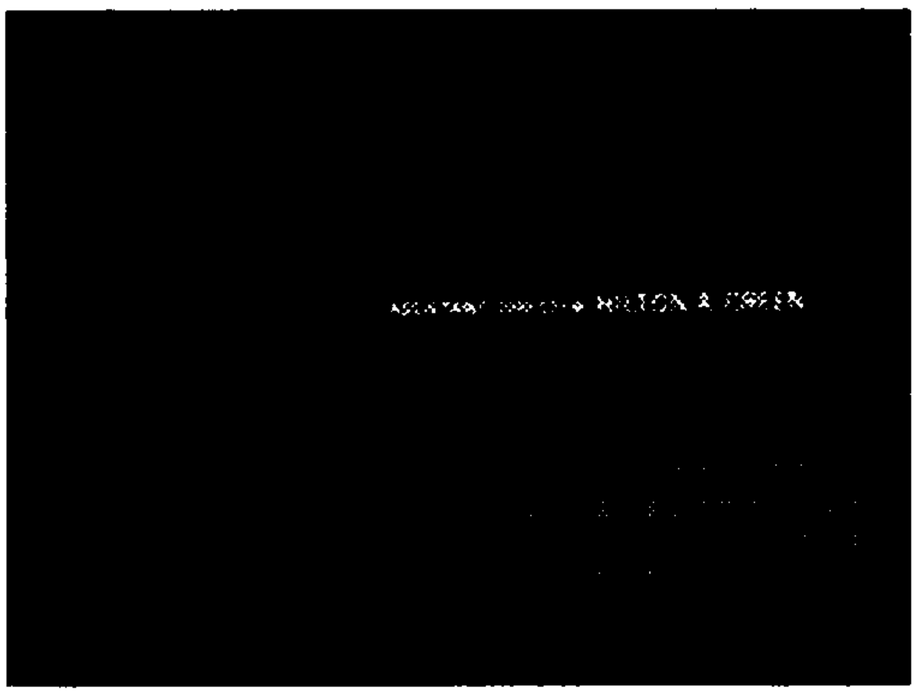


26-8

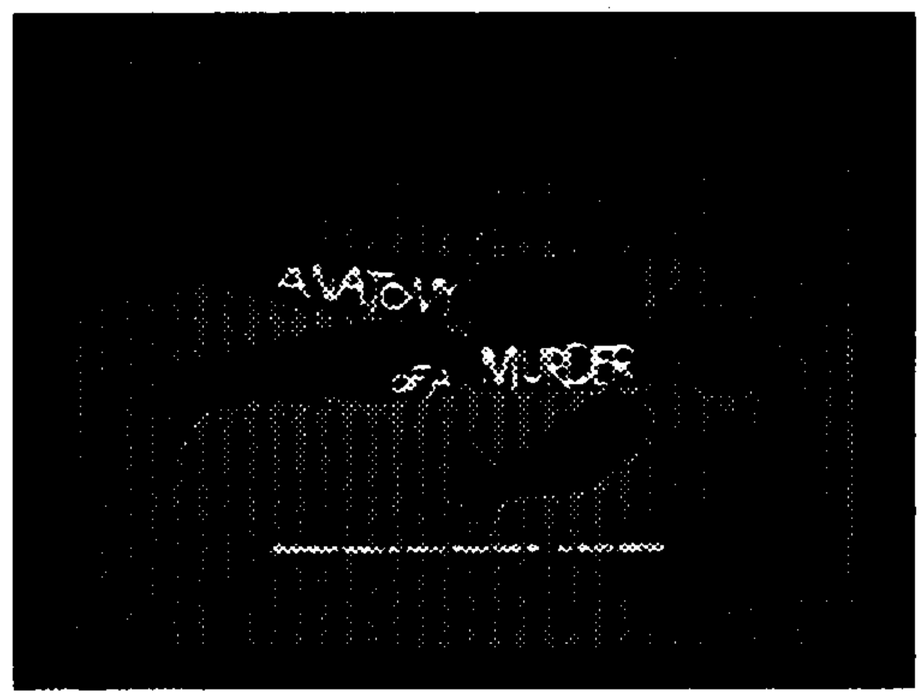


26-9

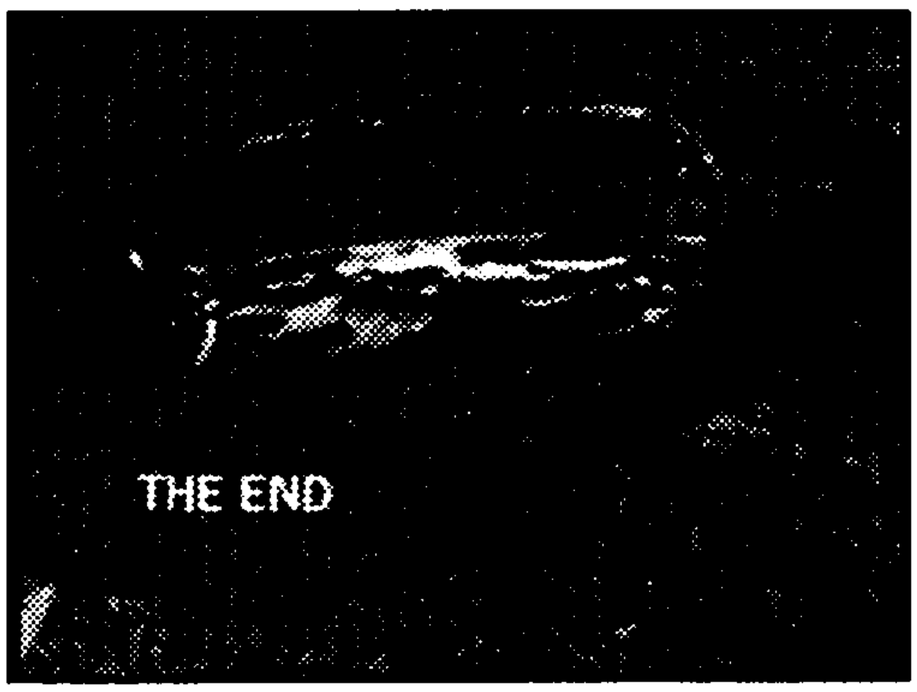
그림27-1



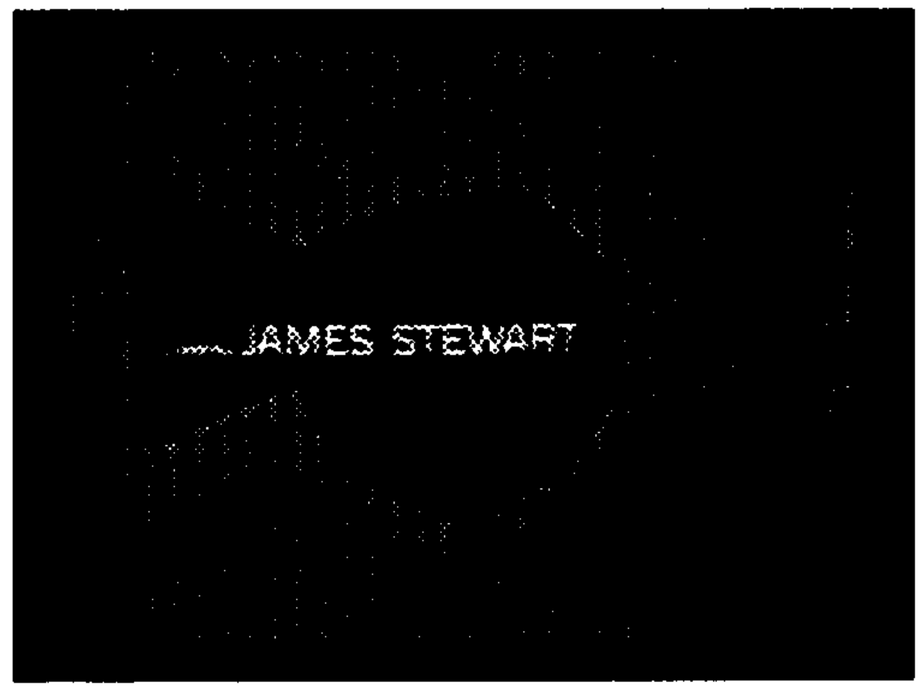
26-10



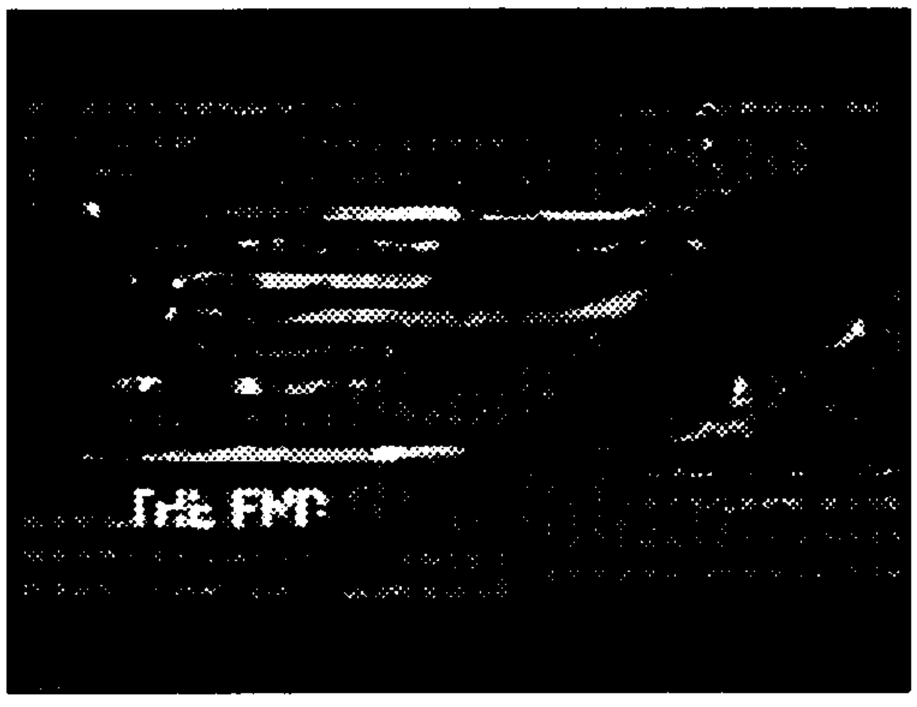
27-2



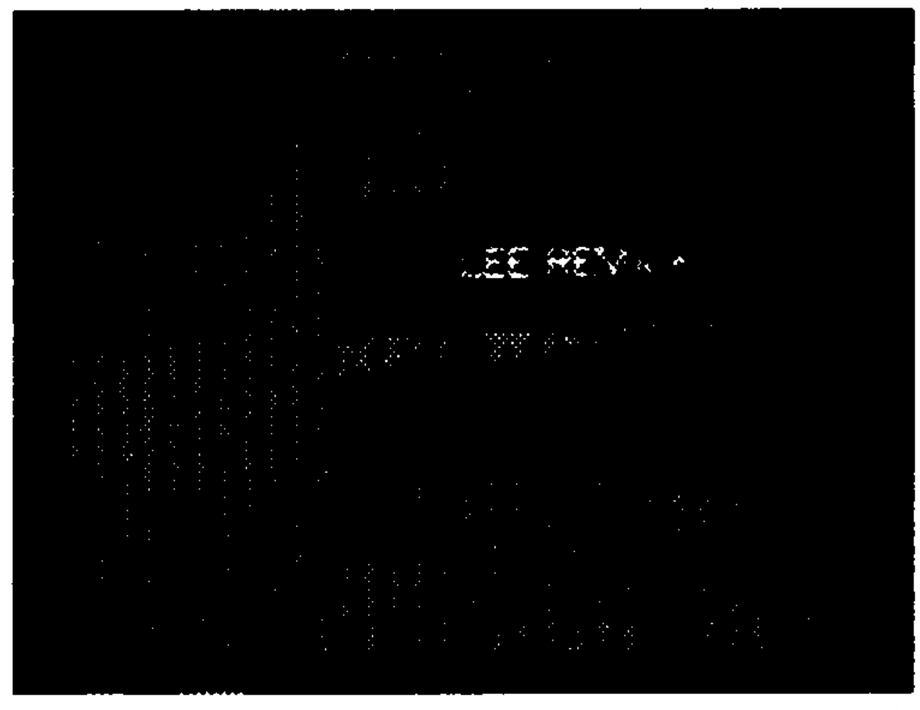
26-11



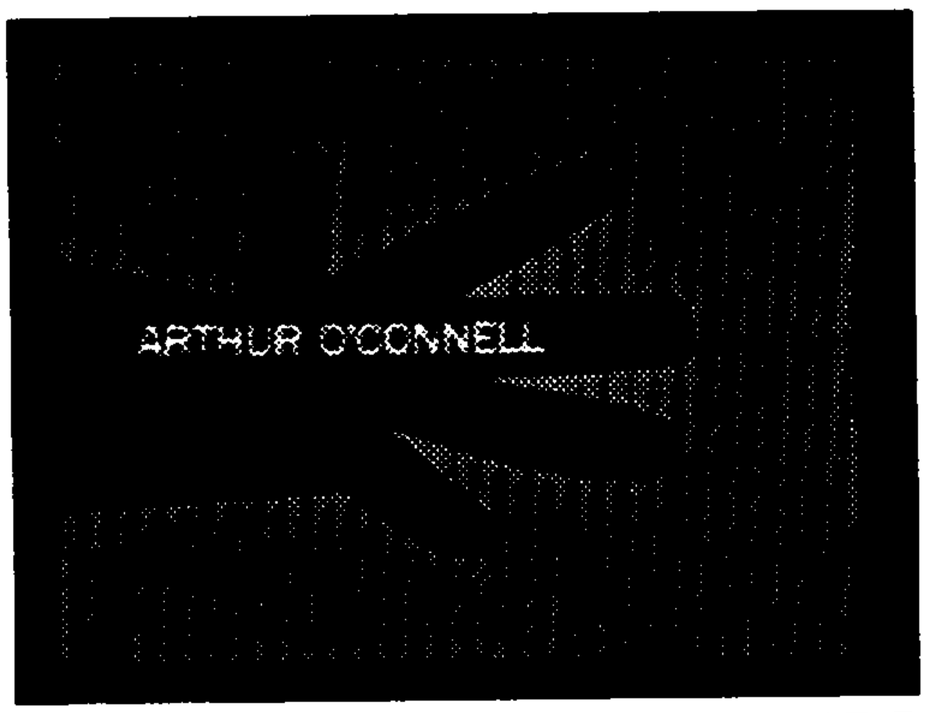
27-3



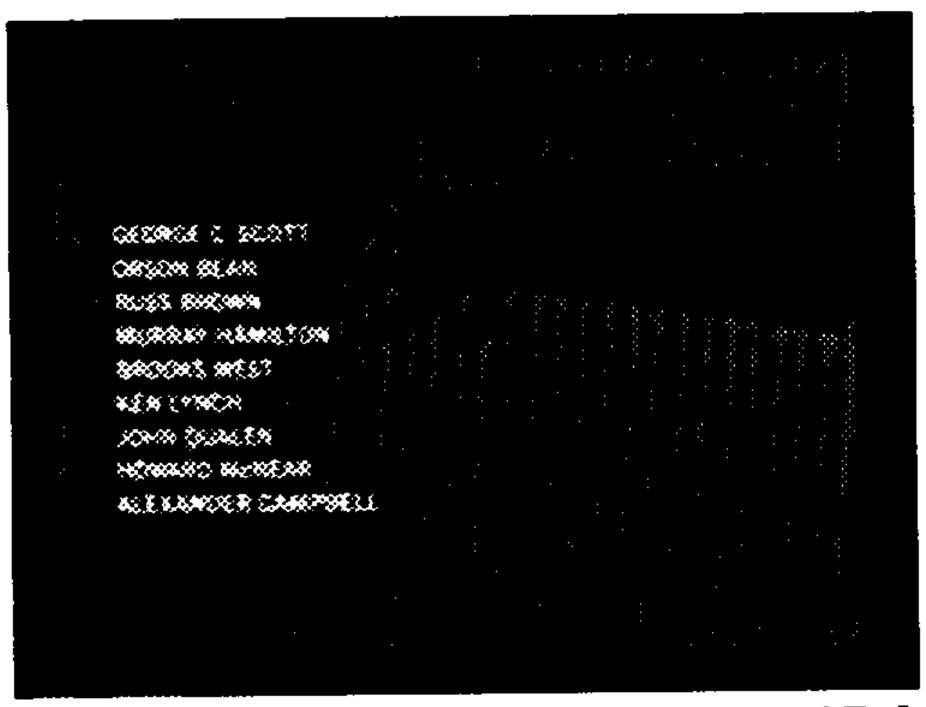
26-12



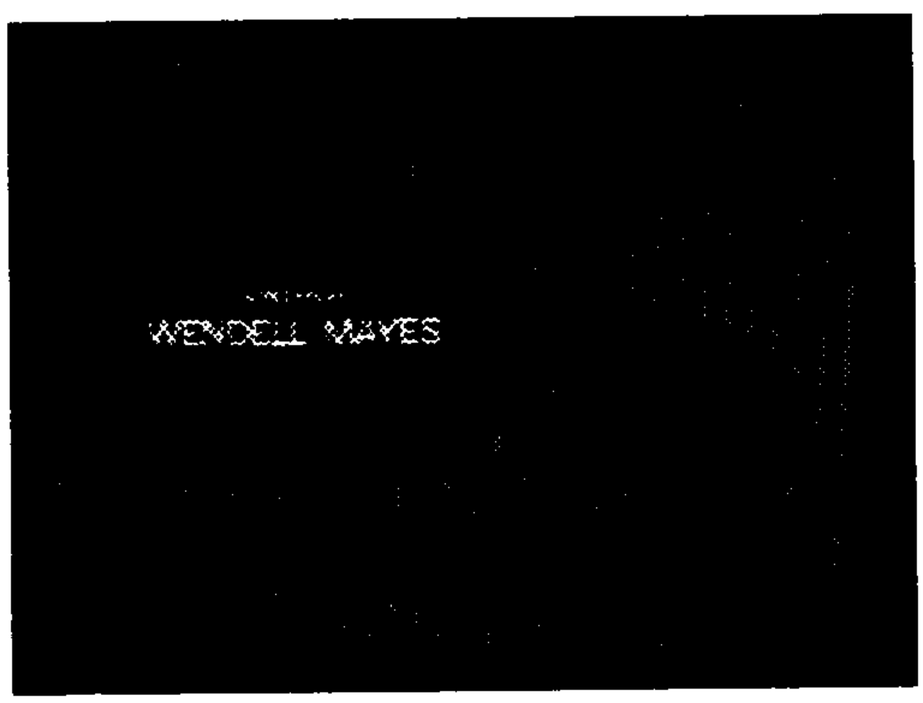
27-4



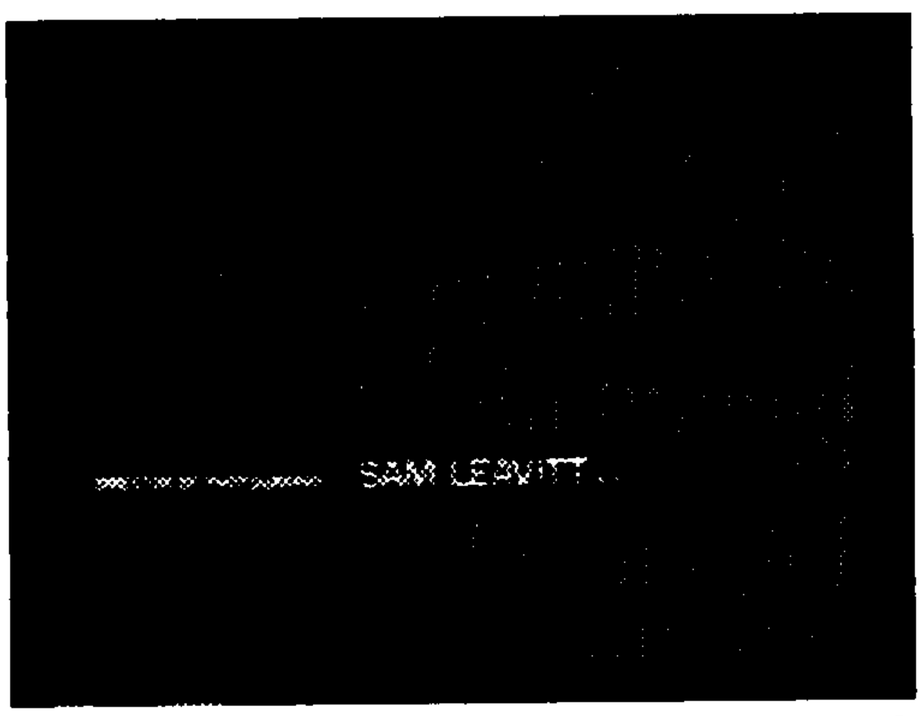
27-5



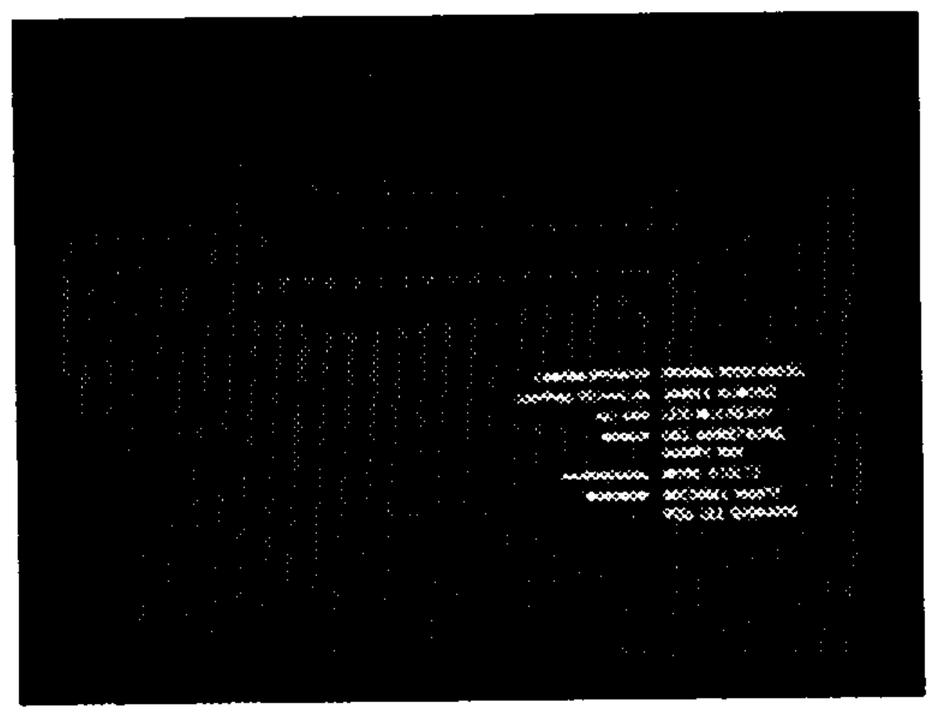
27-6



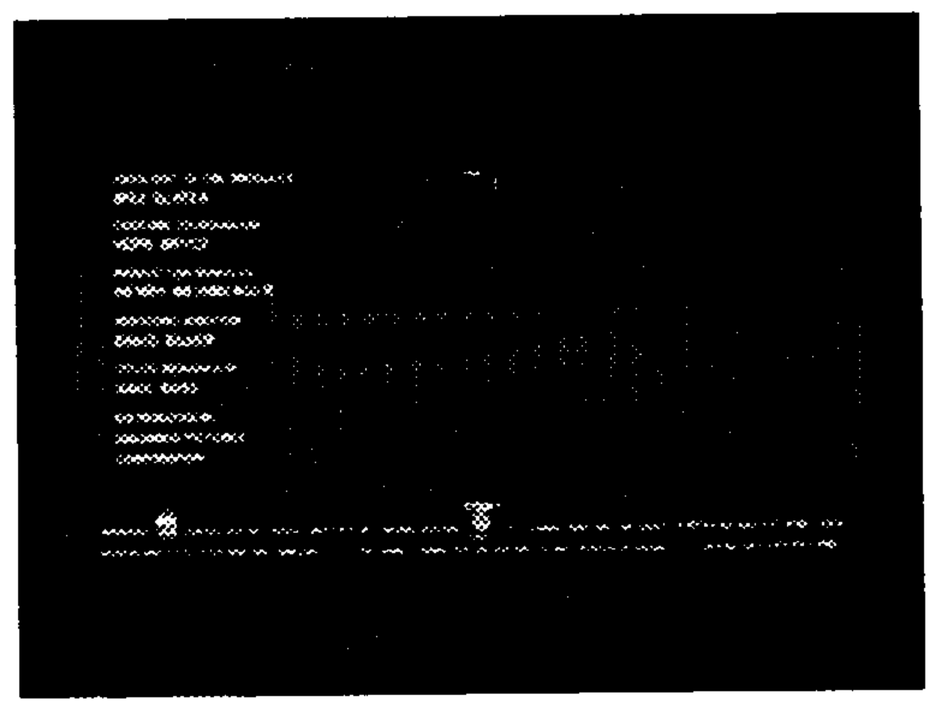
27-7



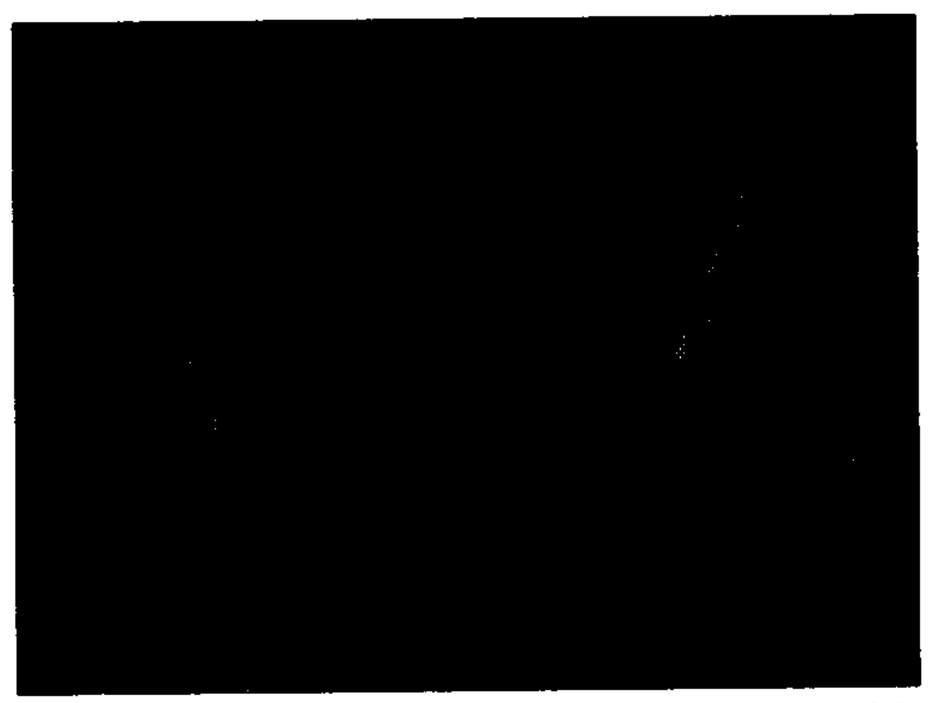
27-8



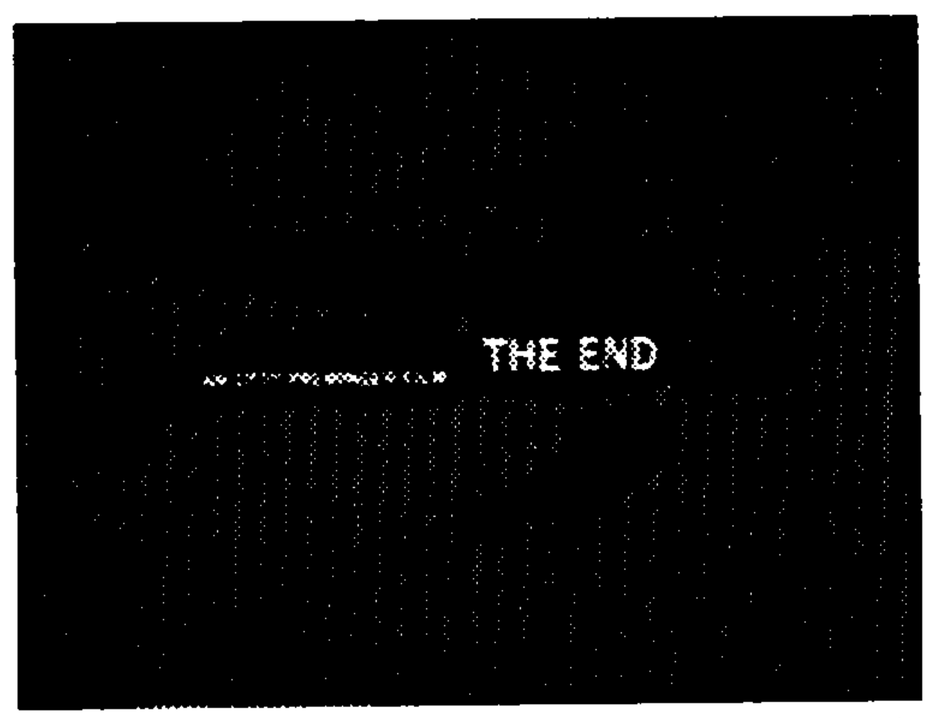
27-9



27-10



27-11



27-12

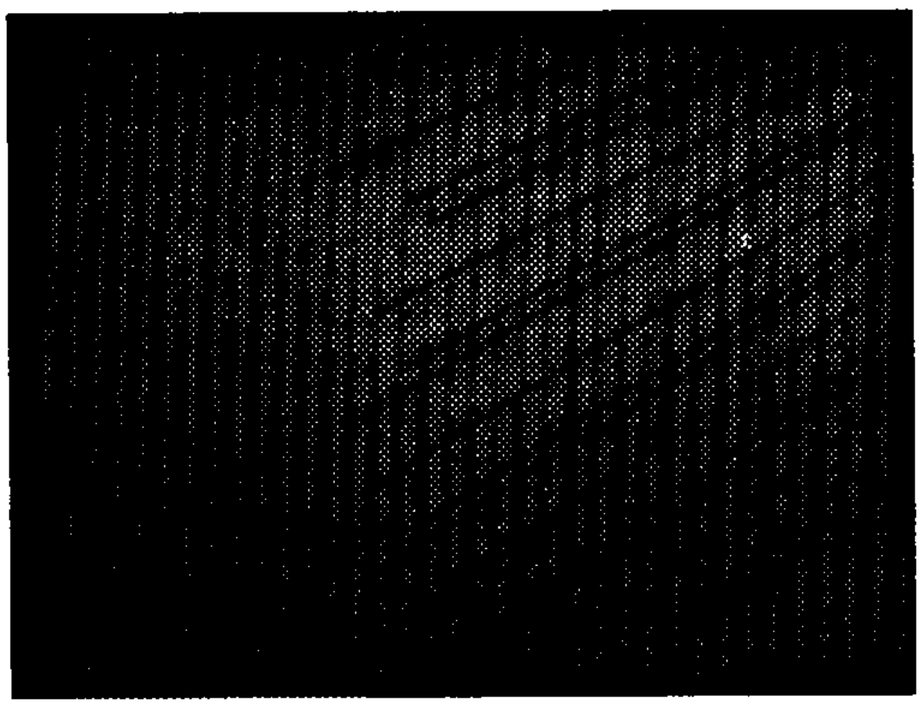
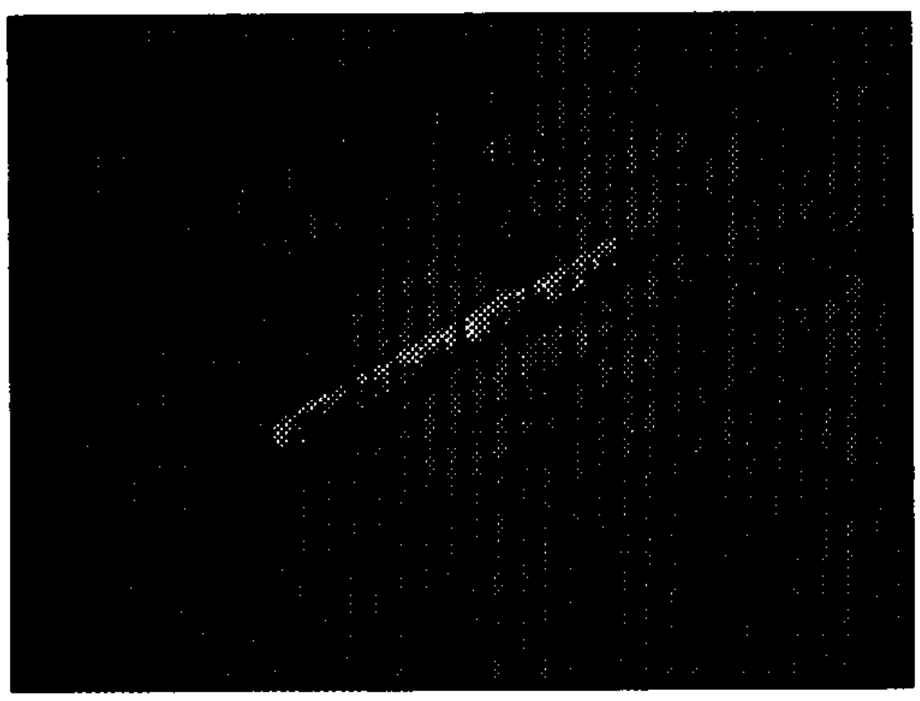
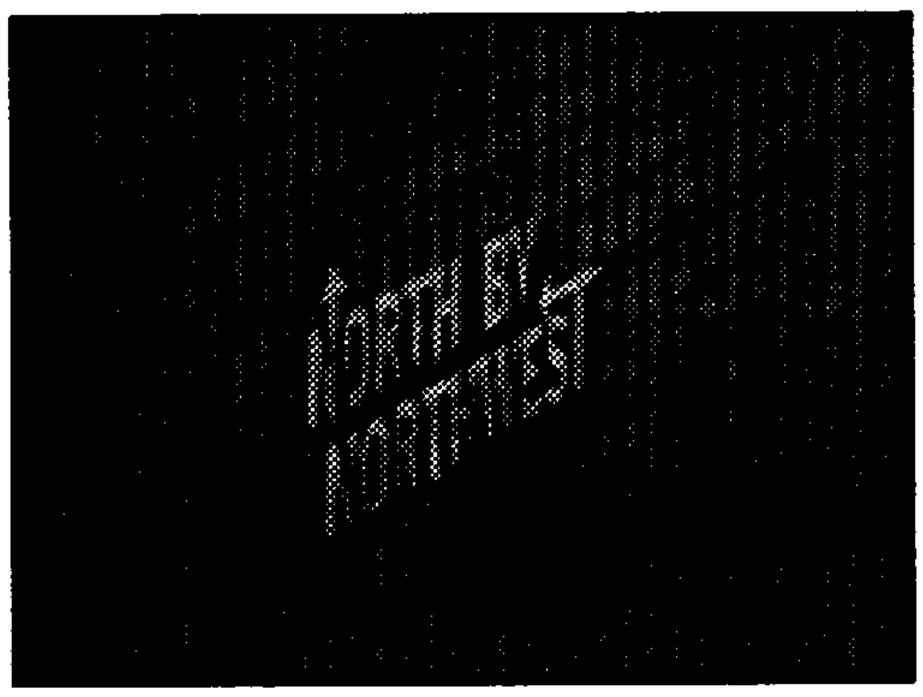


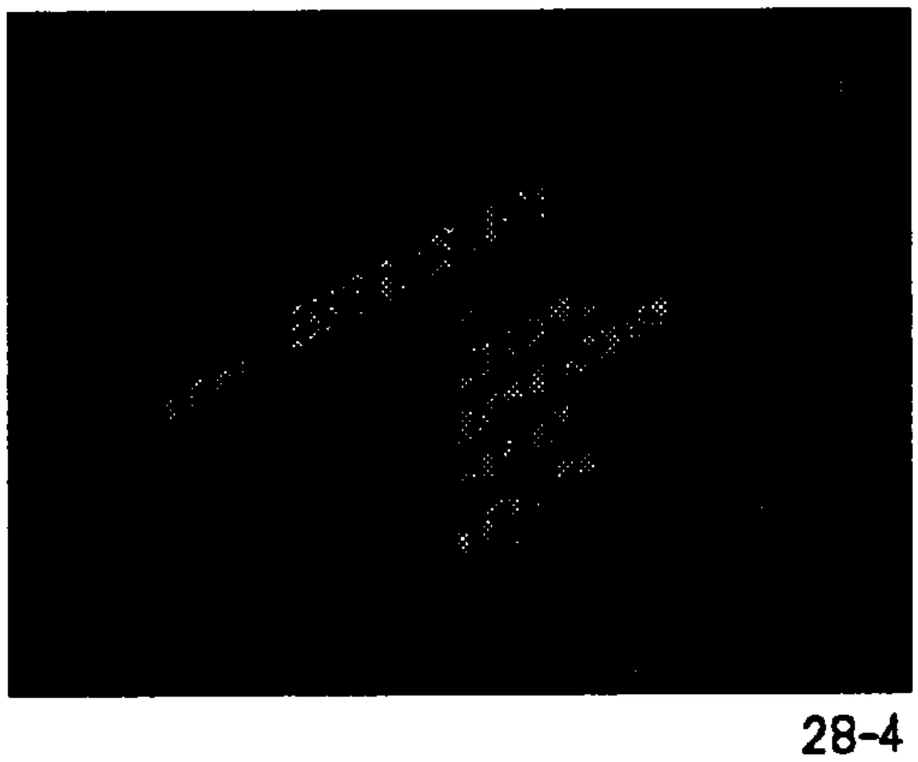
그림28-1



28-2

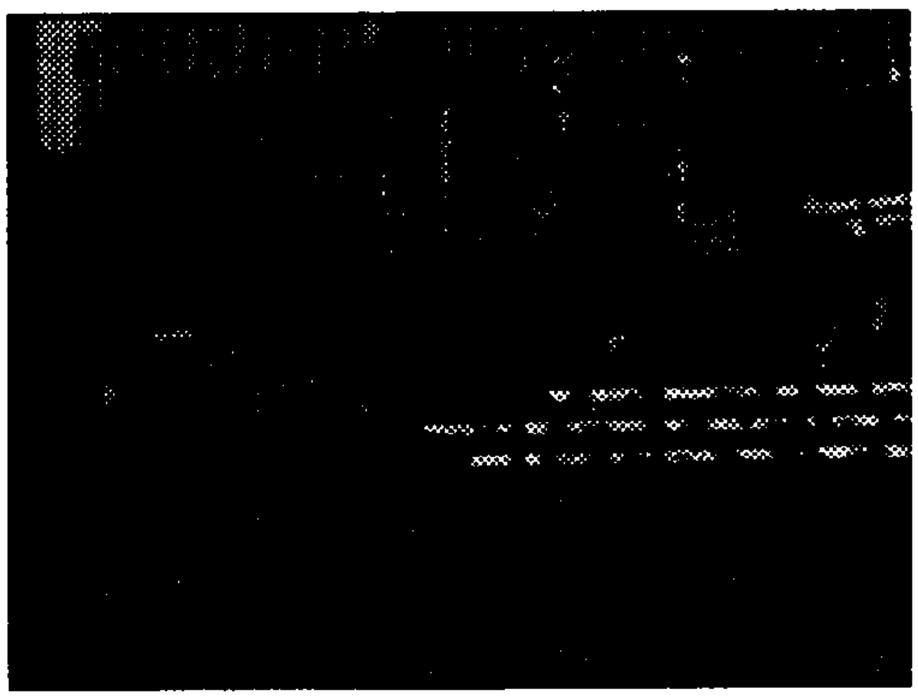


28-3

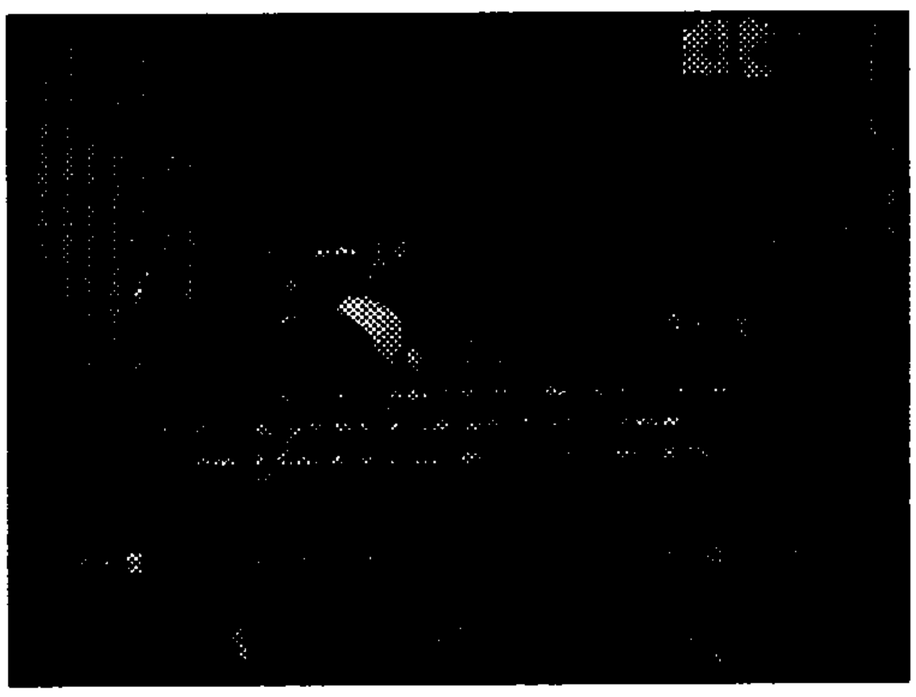


28-4

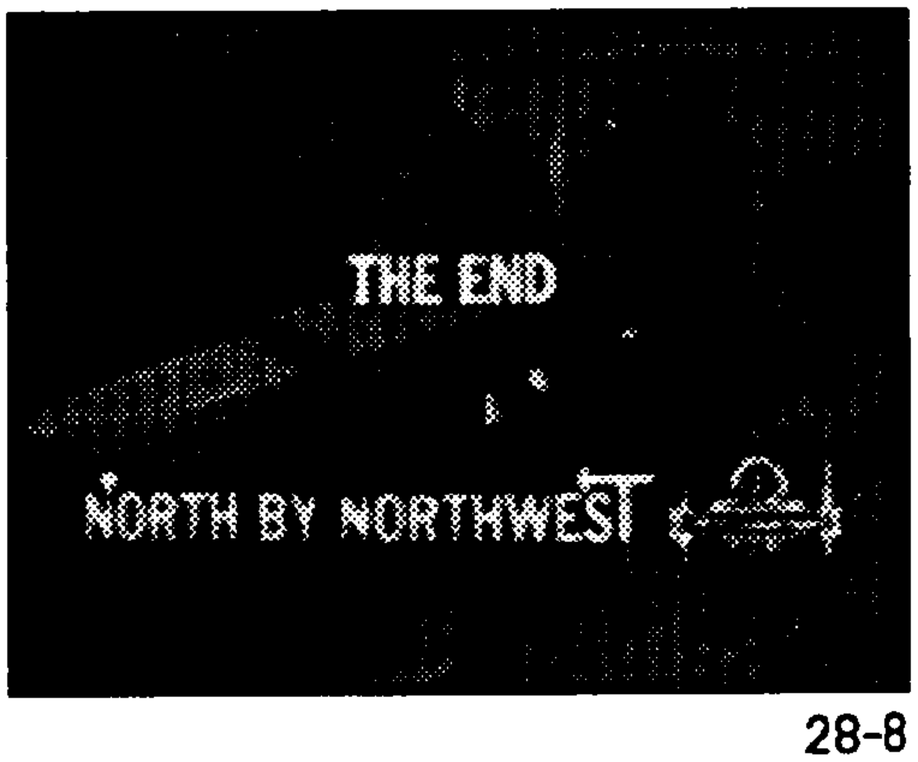
28-5



28-6



28-7



28-8

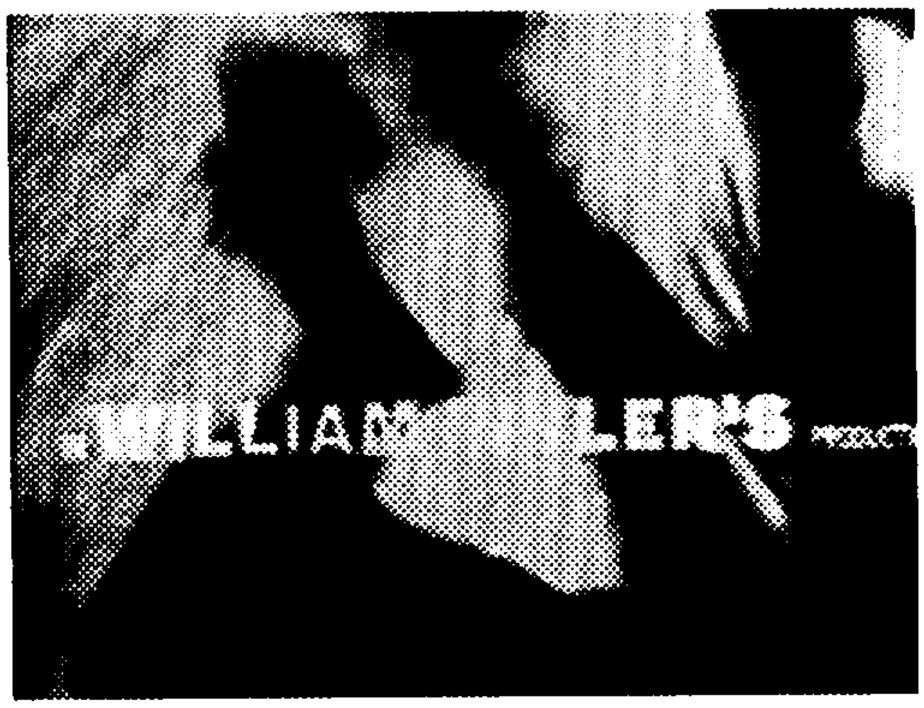
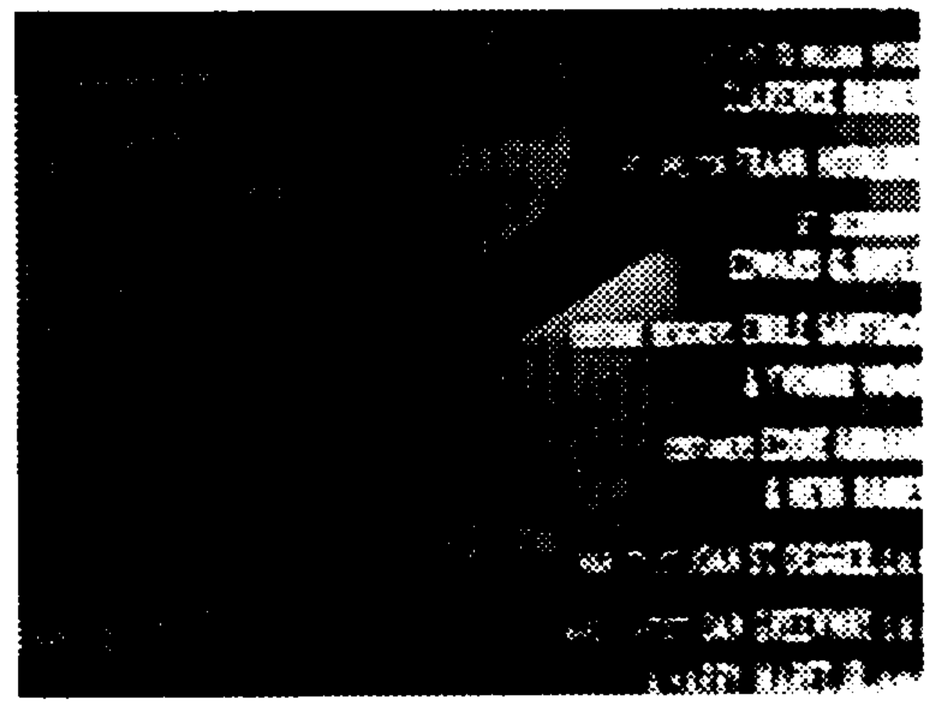
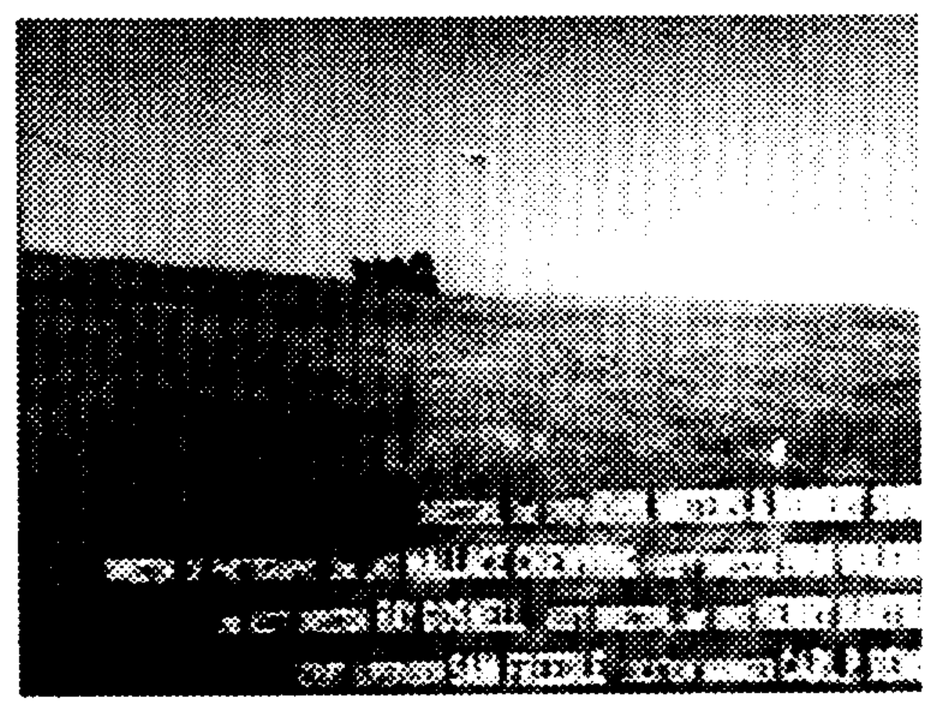


그림29-1

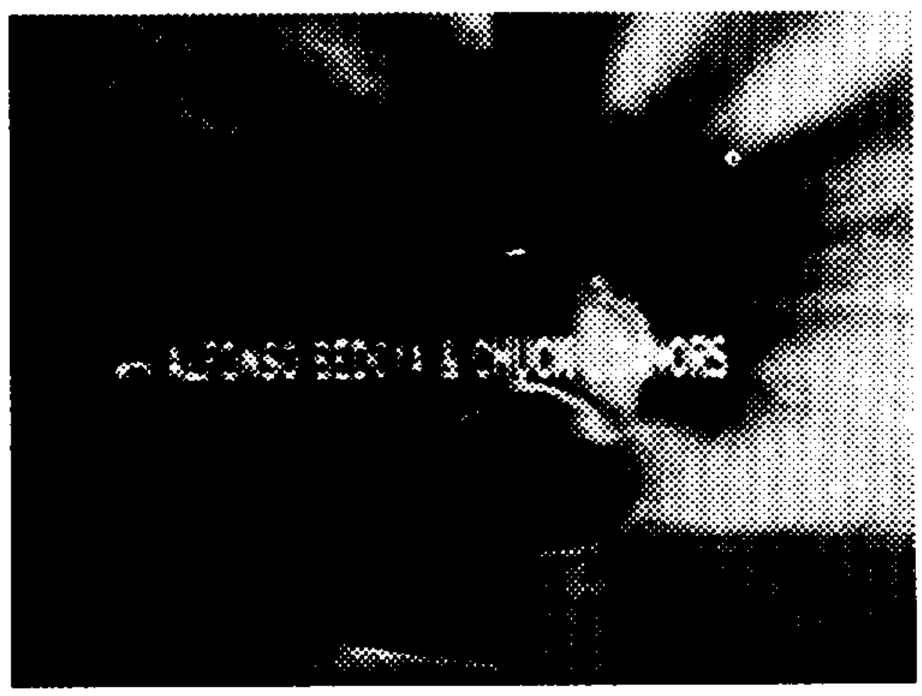


29-5

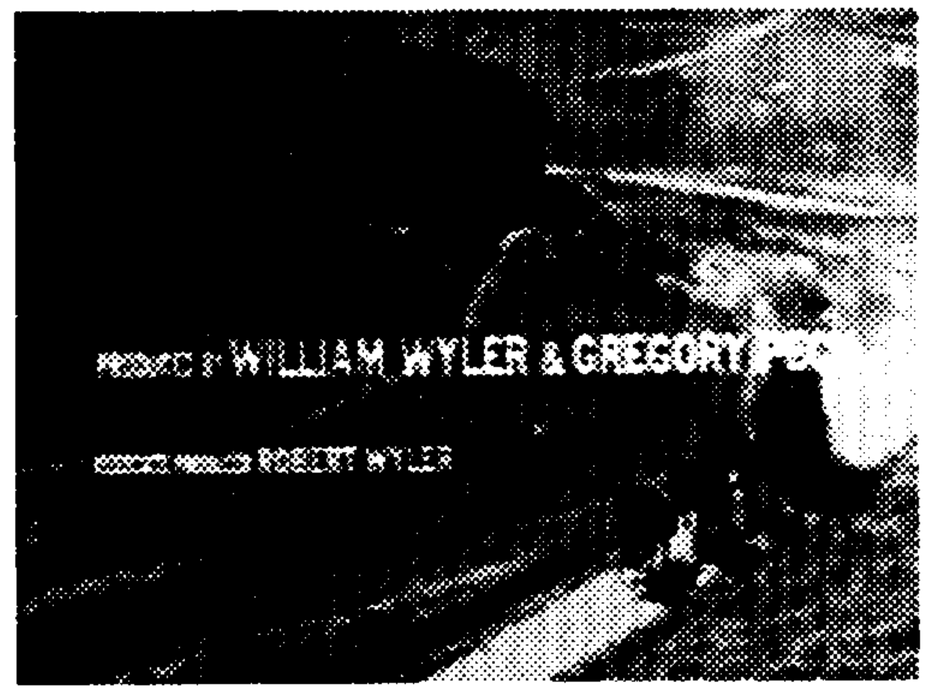
29-2



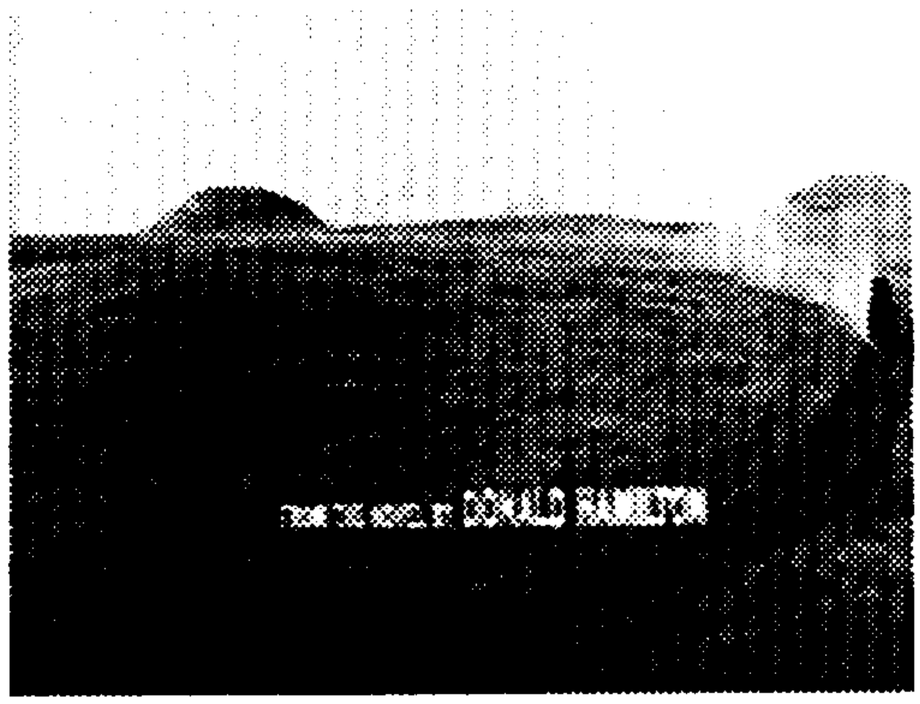
29-6



29-3



29-7



29-4

29-8

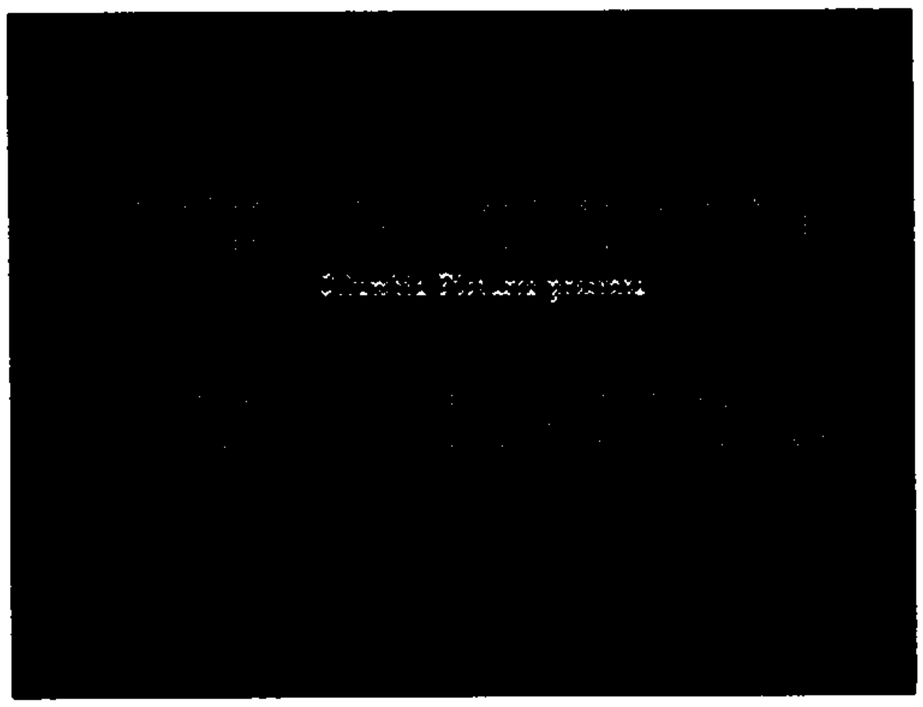
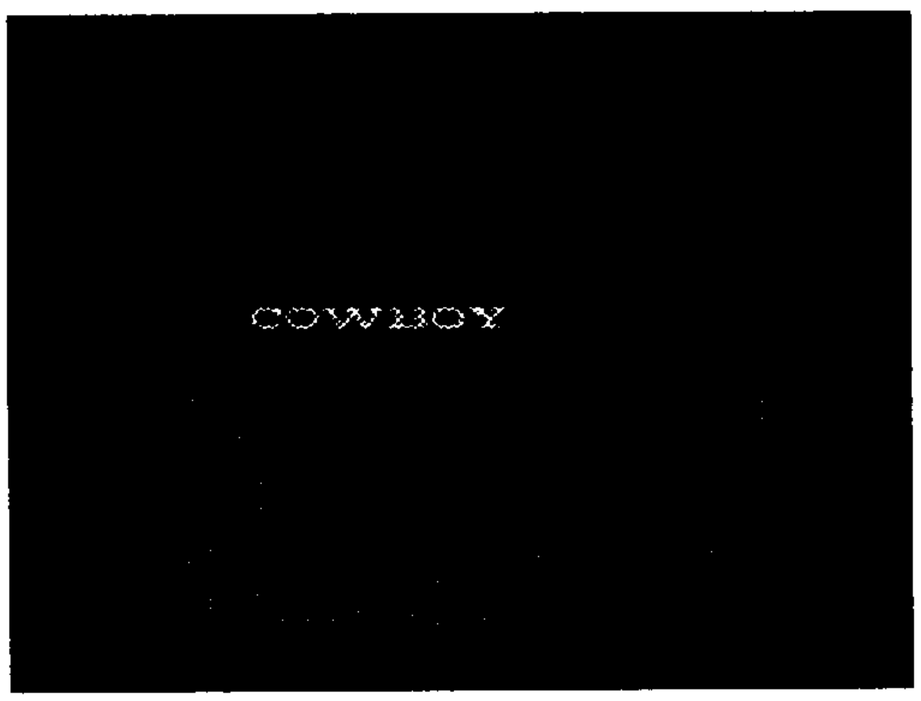
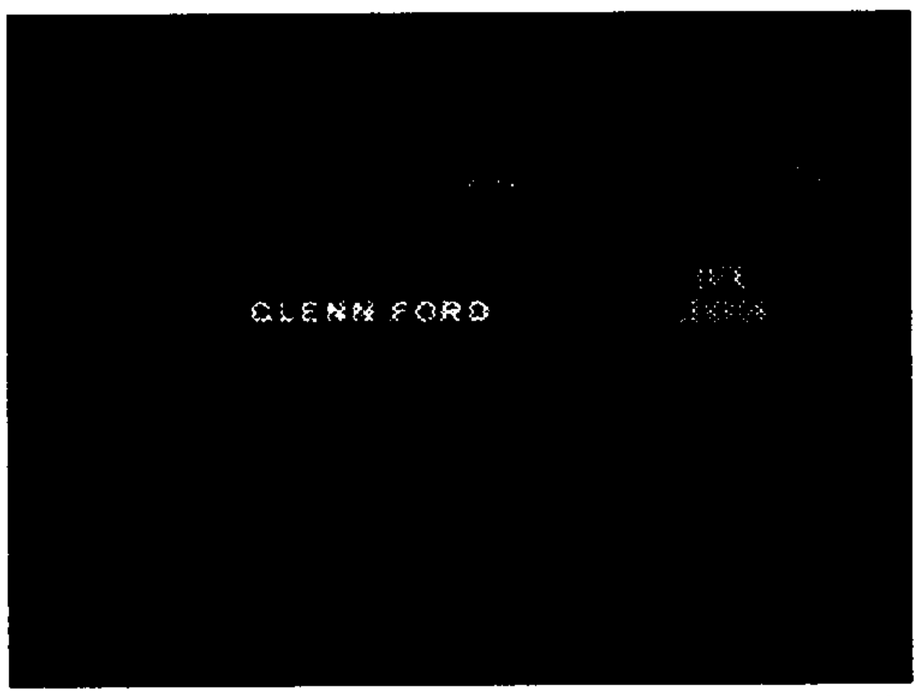


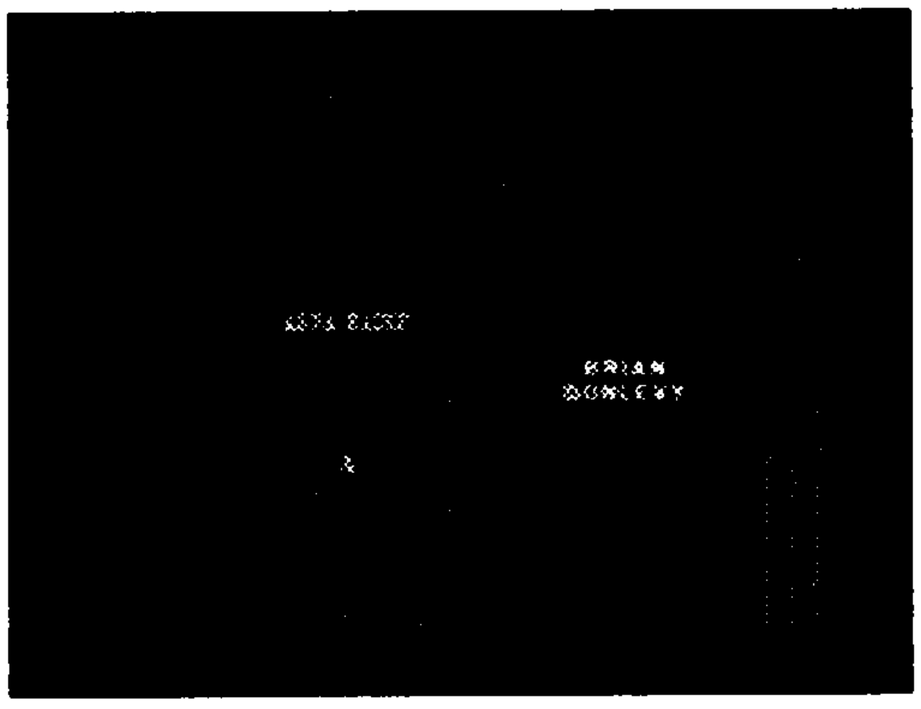
그림30-1



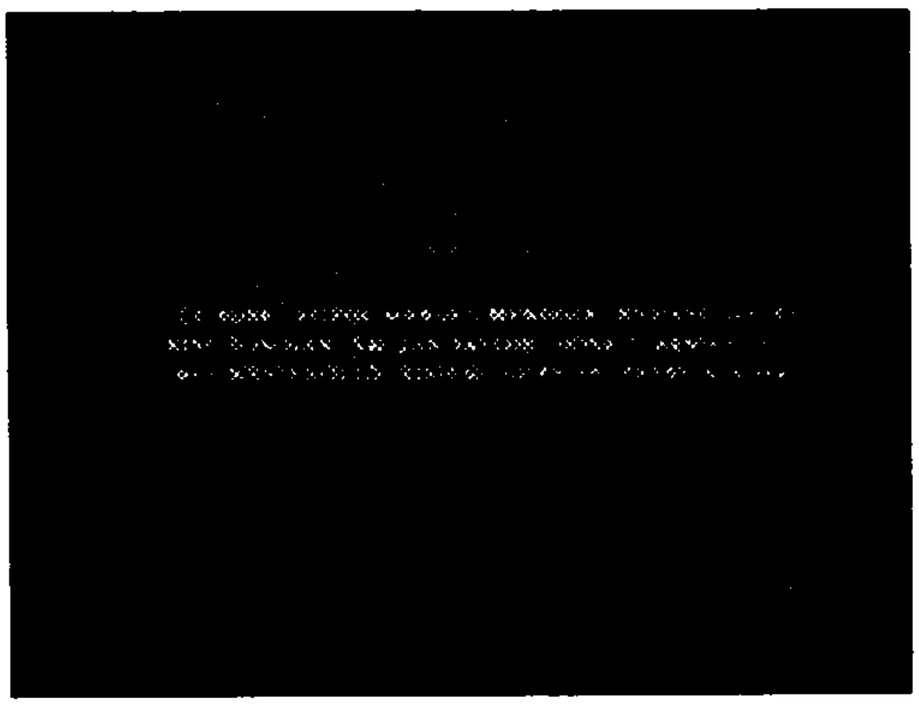
30-2



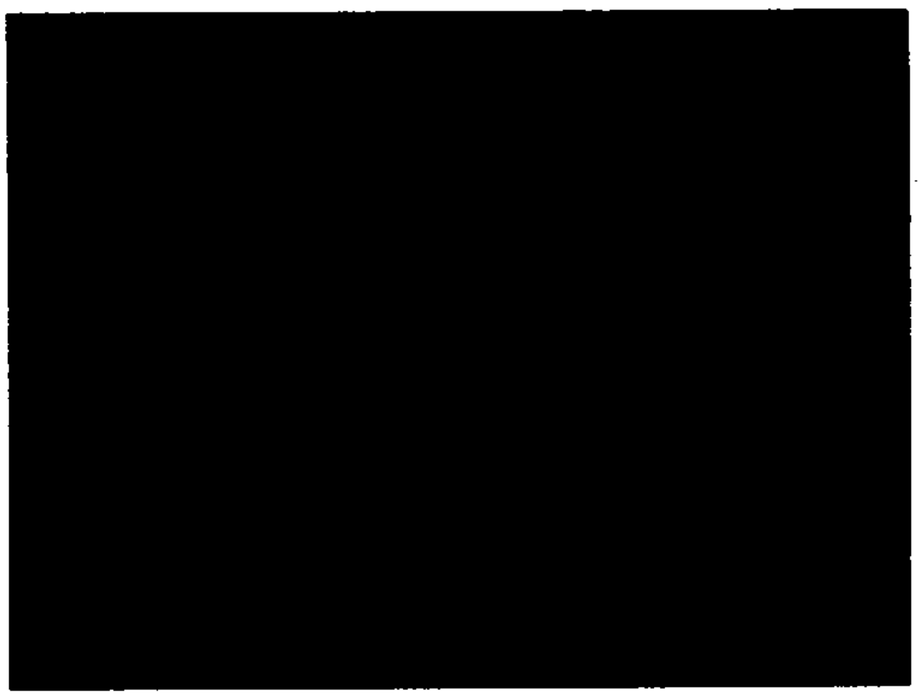
30-3



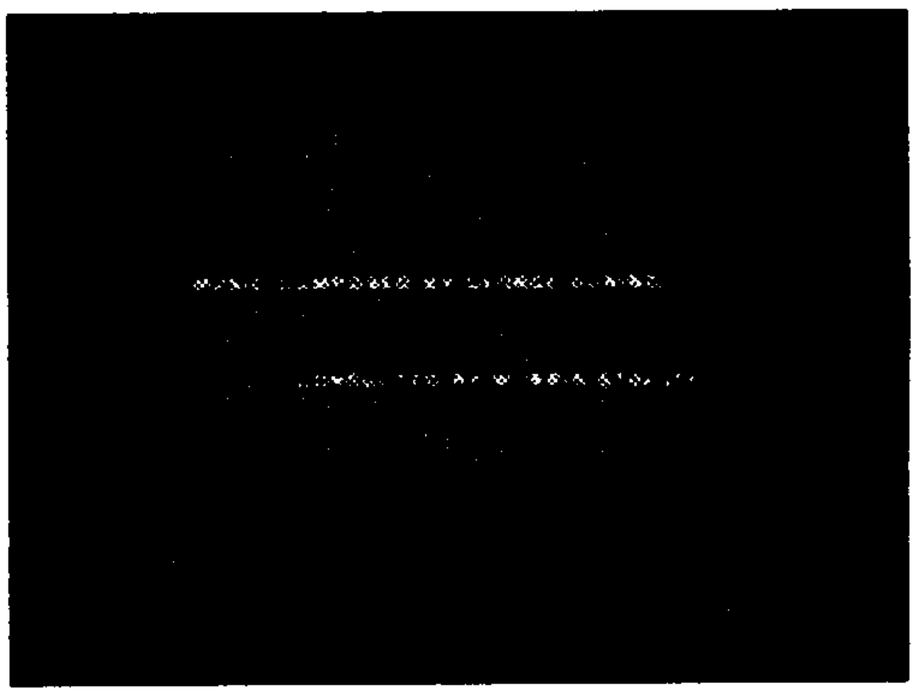
30-4



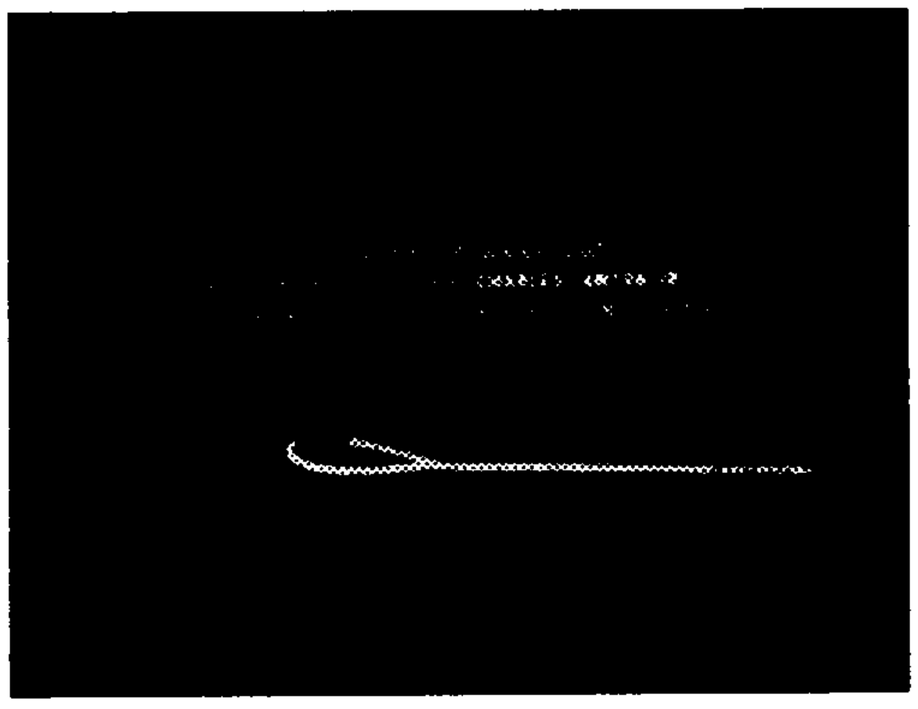
30-5



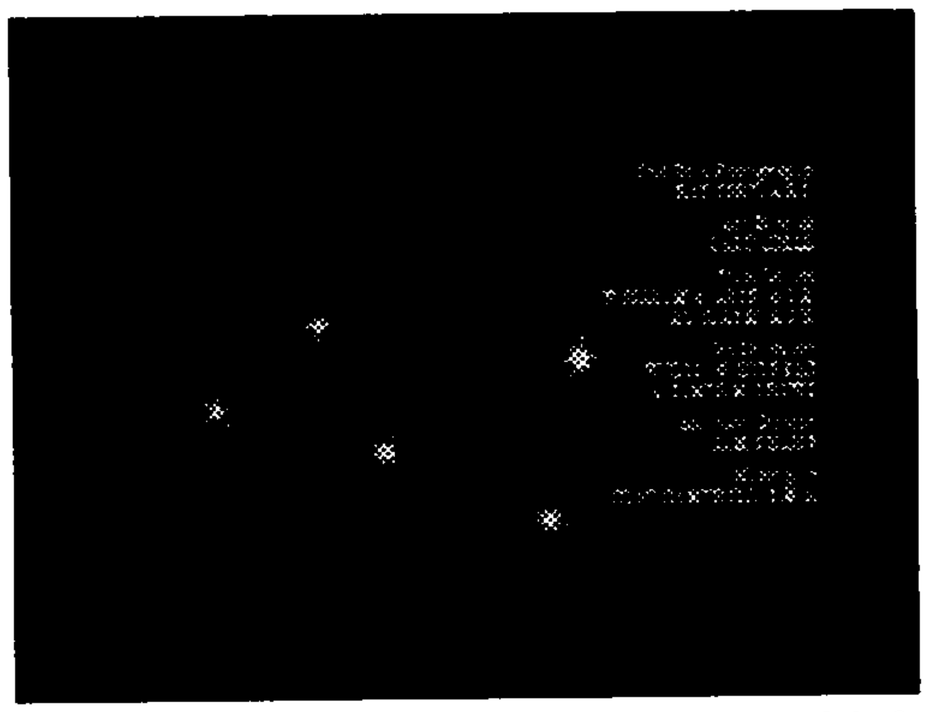
30-6



30-7

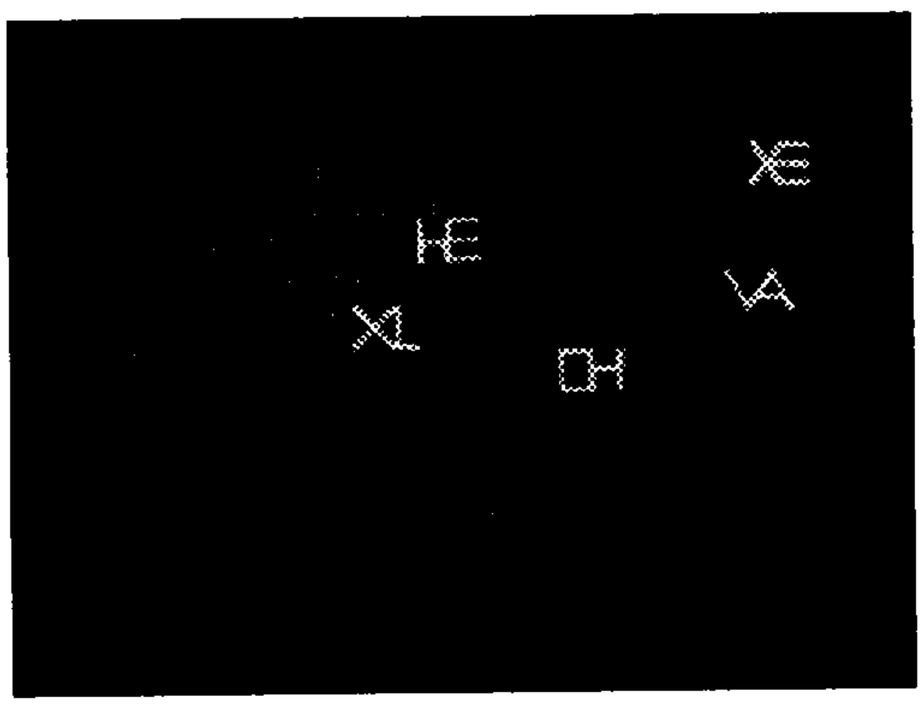


30-8



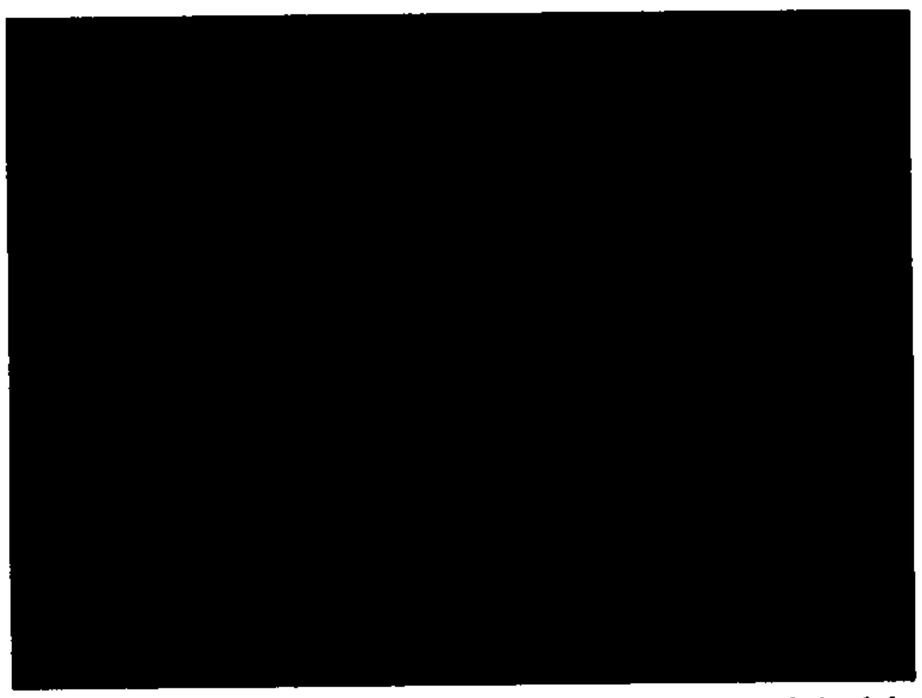
30-9

그림31-1

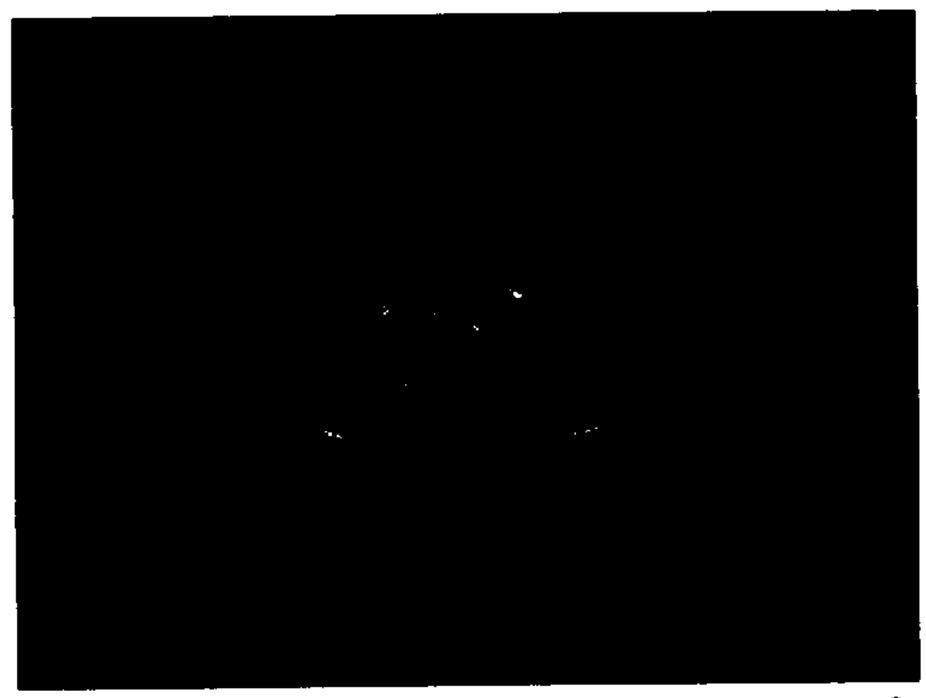


30-10

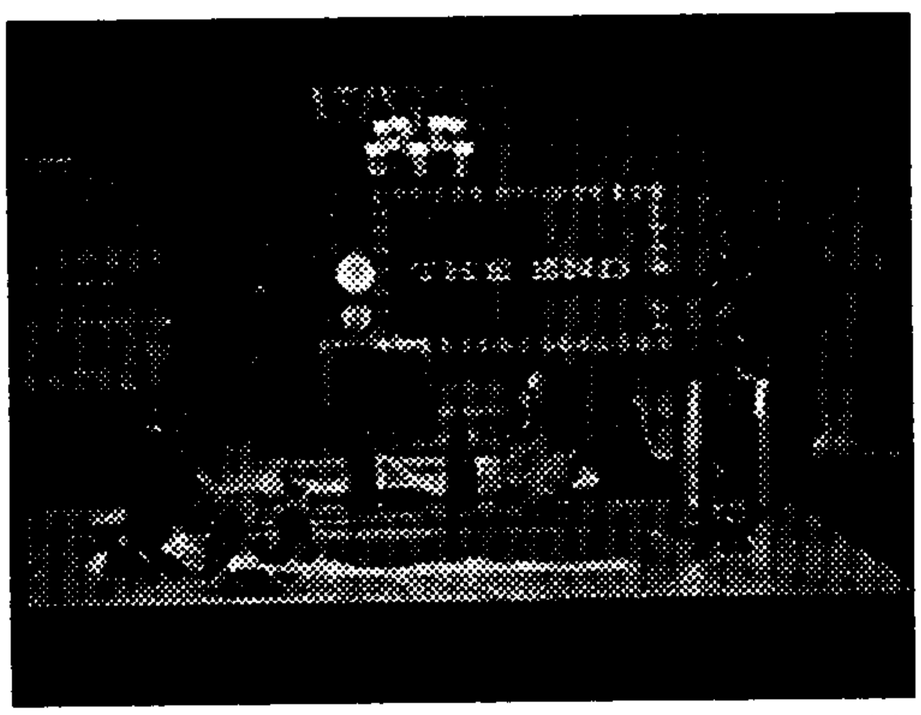
31-2



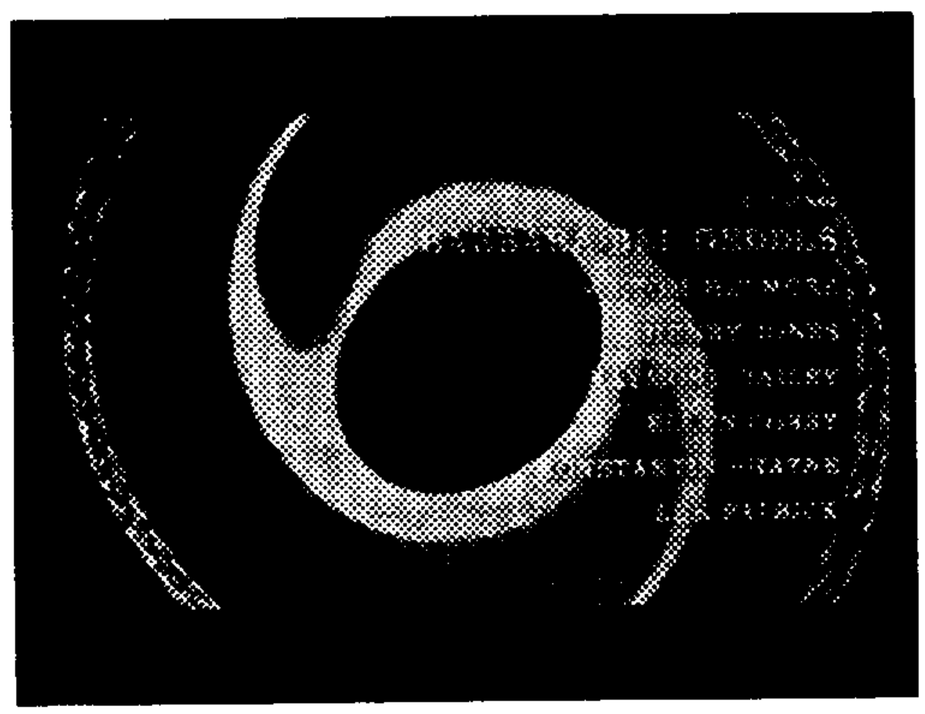
30-11



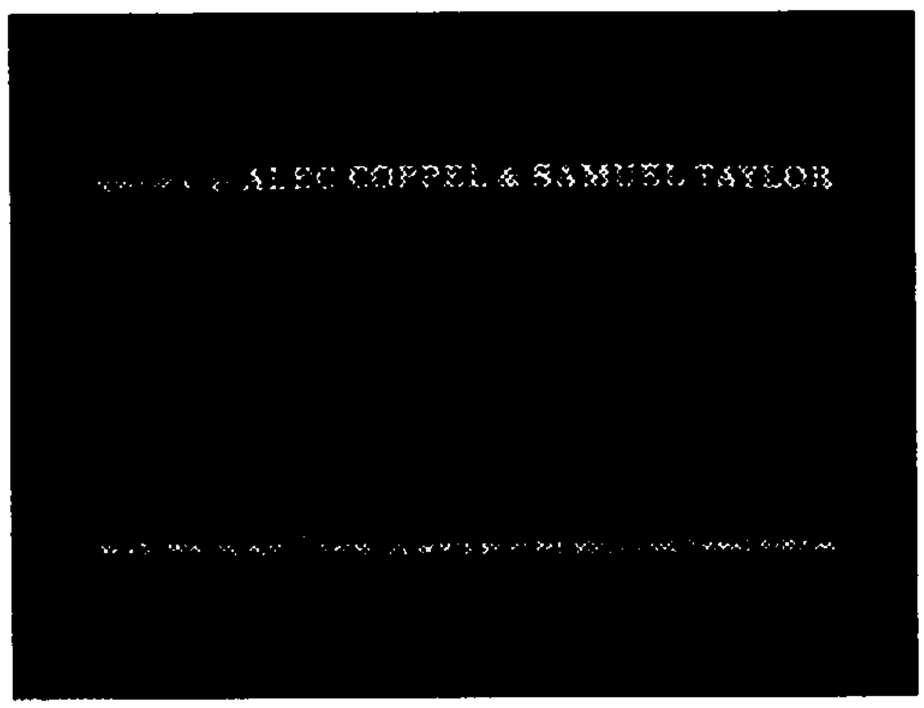
31-3



30-12

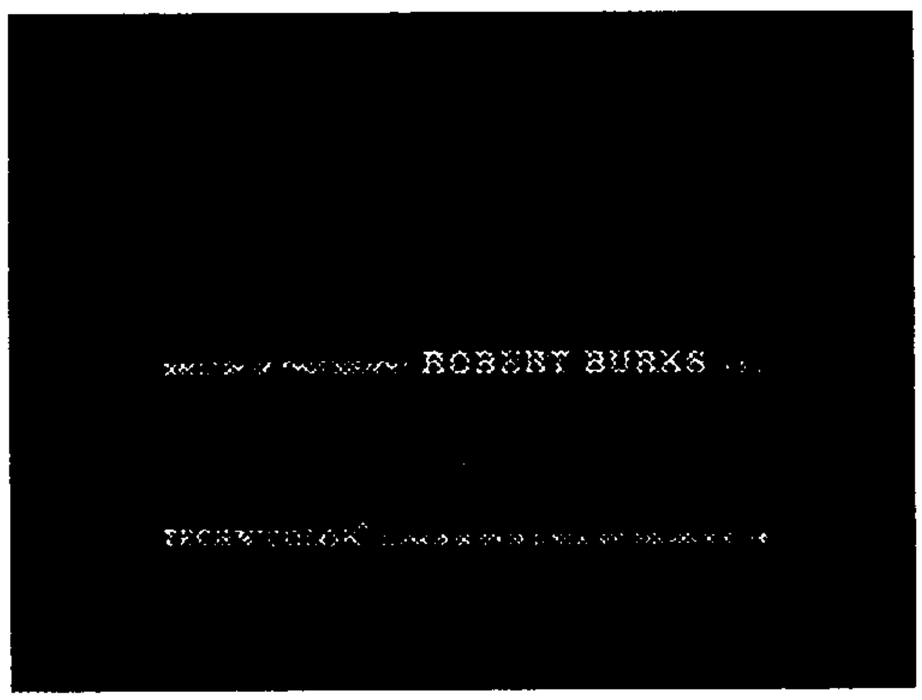


31-4



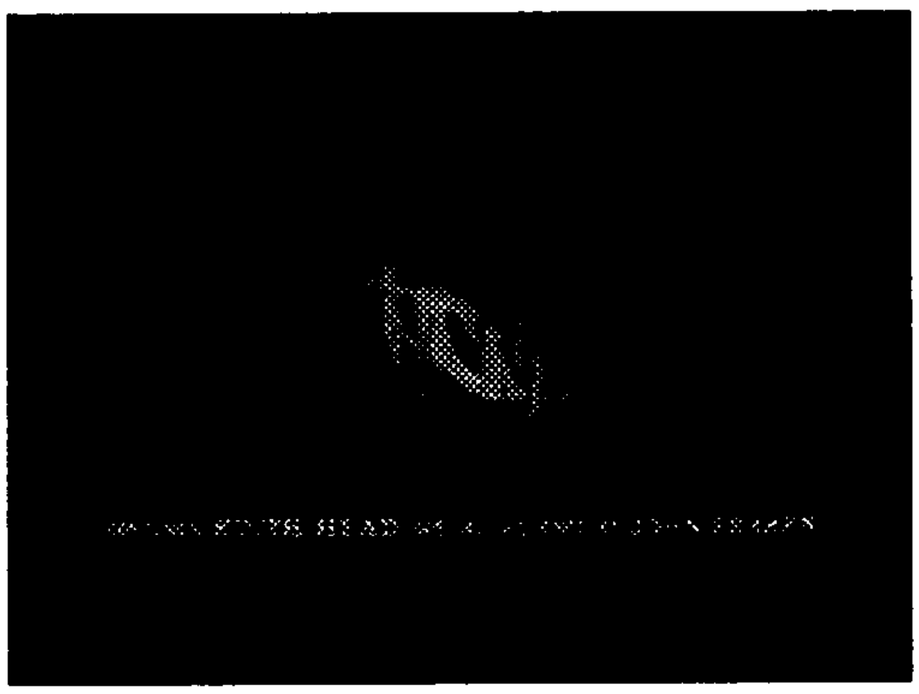
31-5

31-9



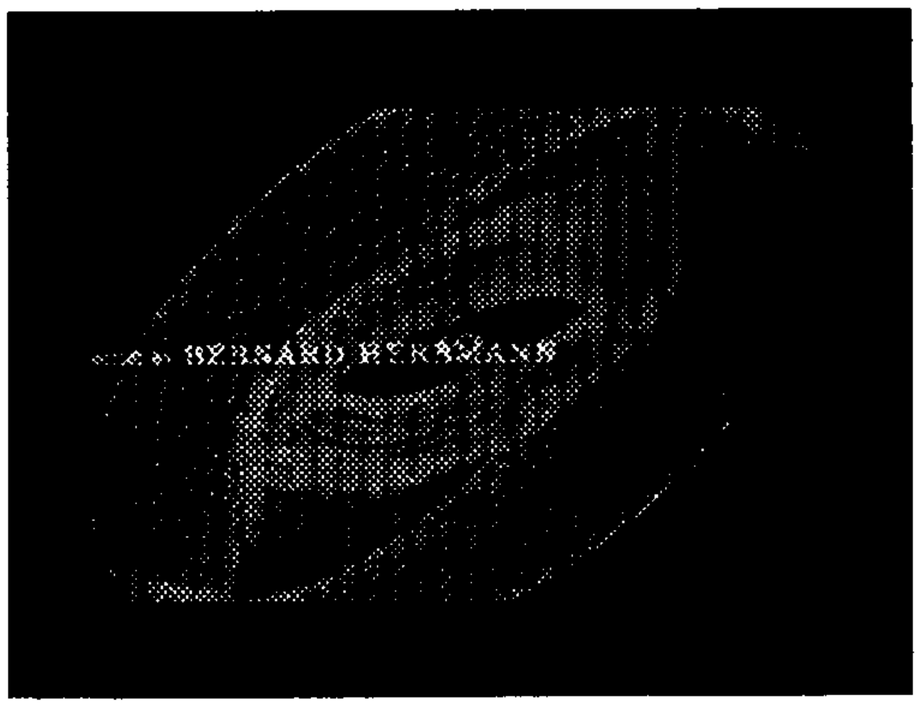
31-6

31-10

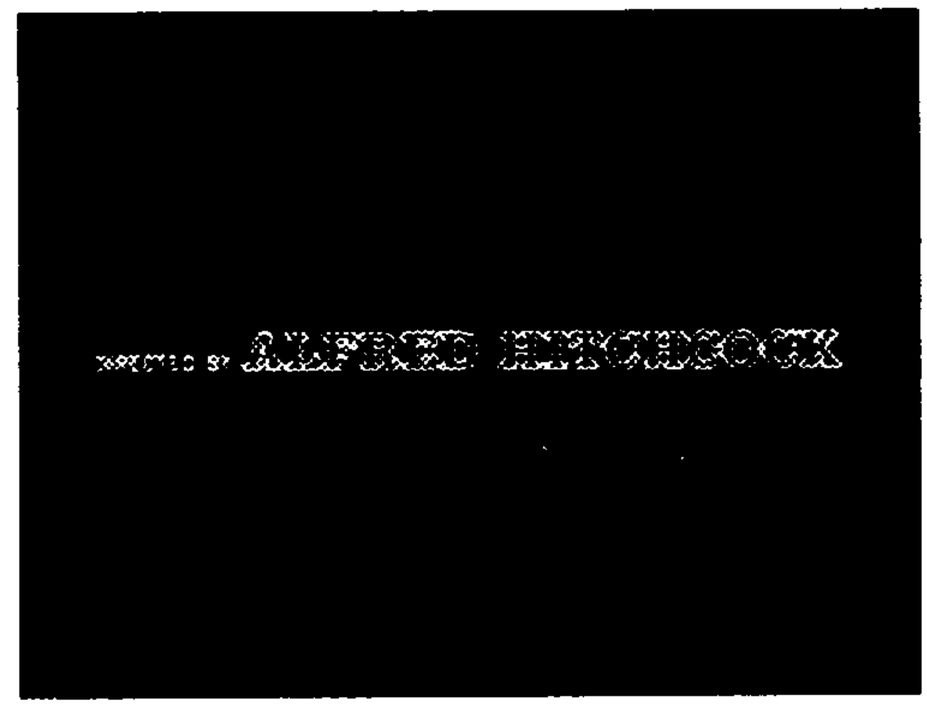


31-7

31-11



31-8



31-12

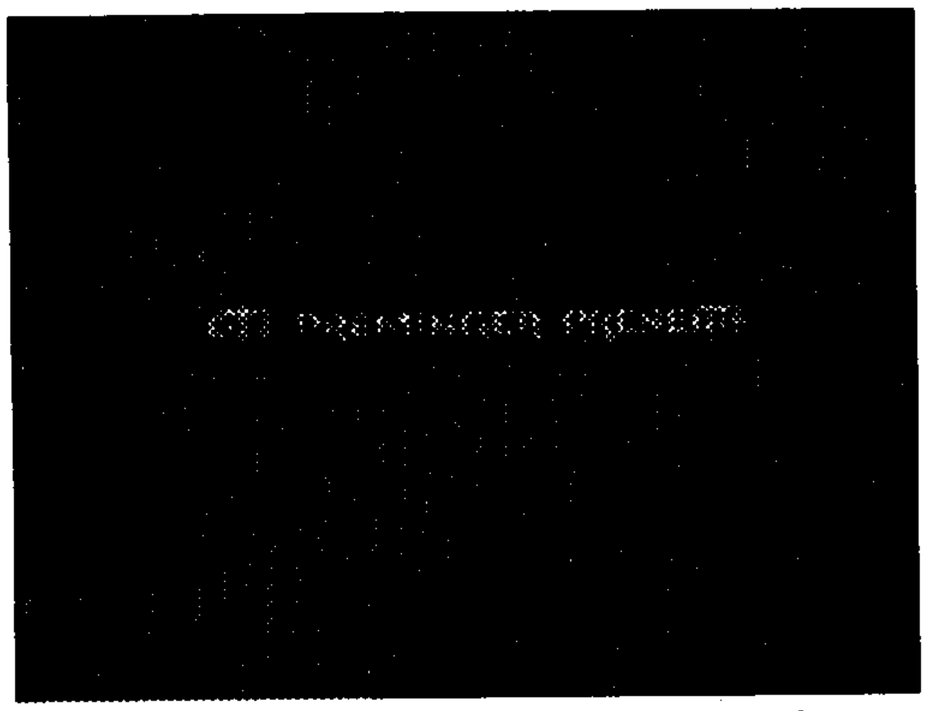
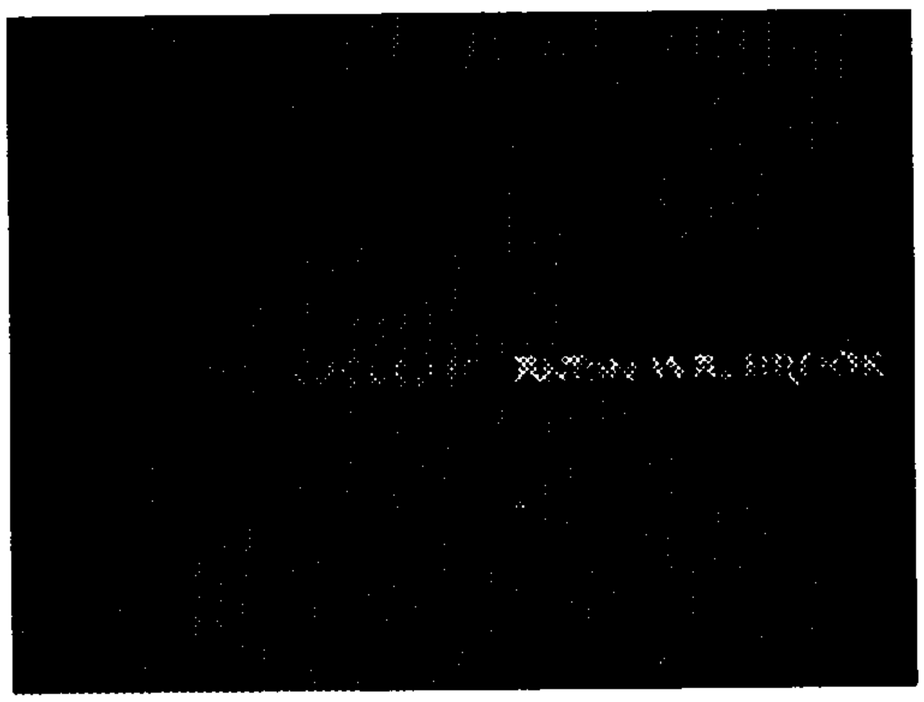
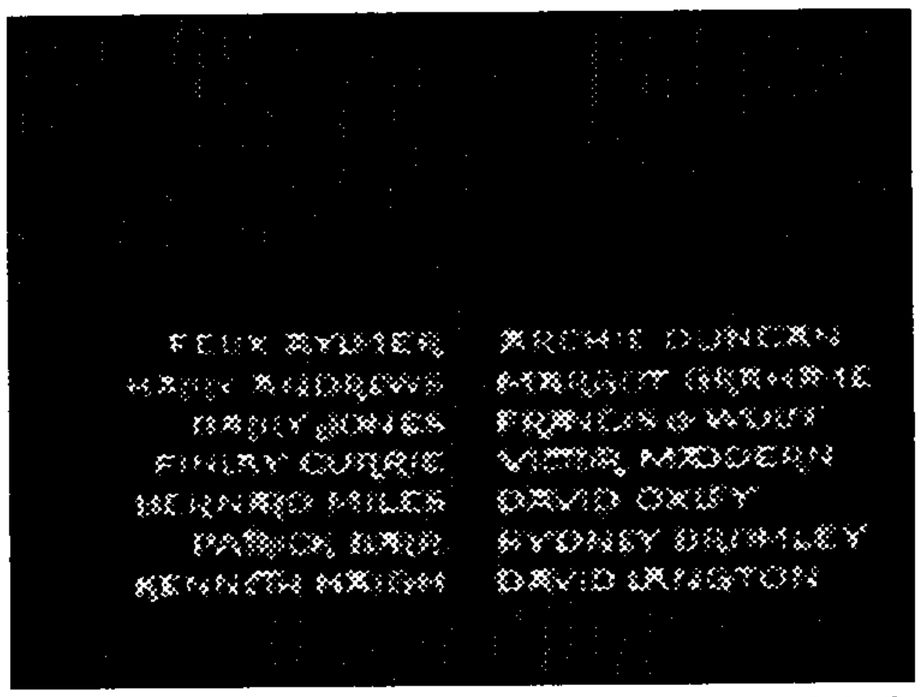


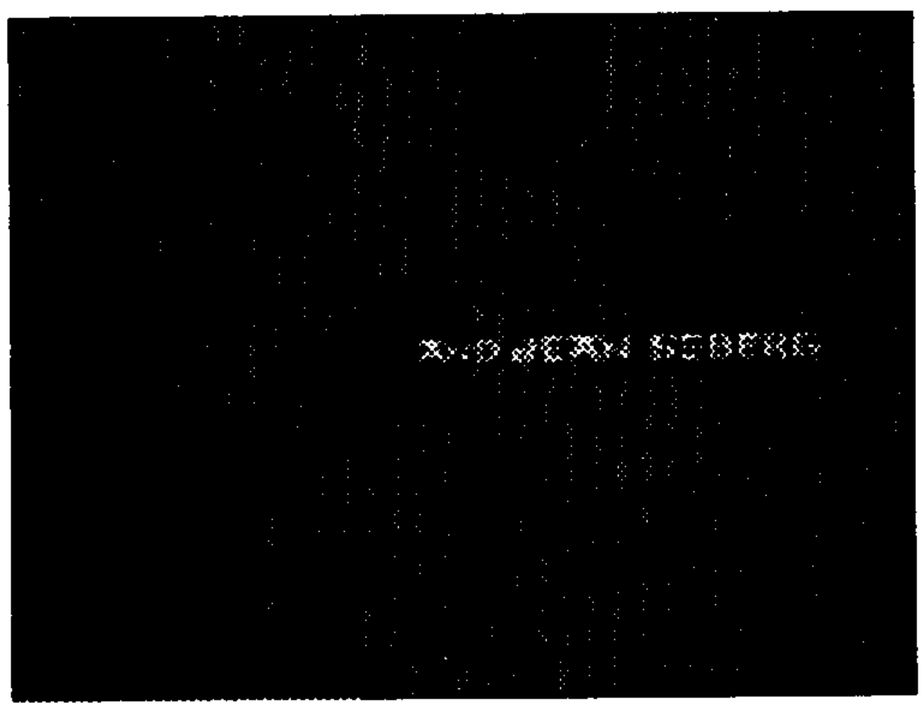
그림32-1



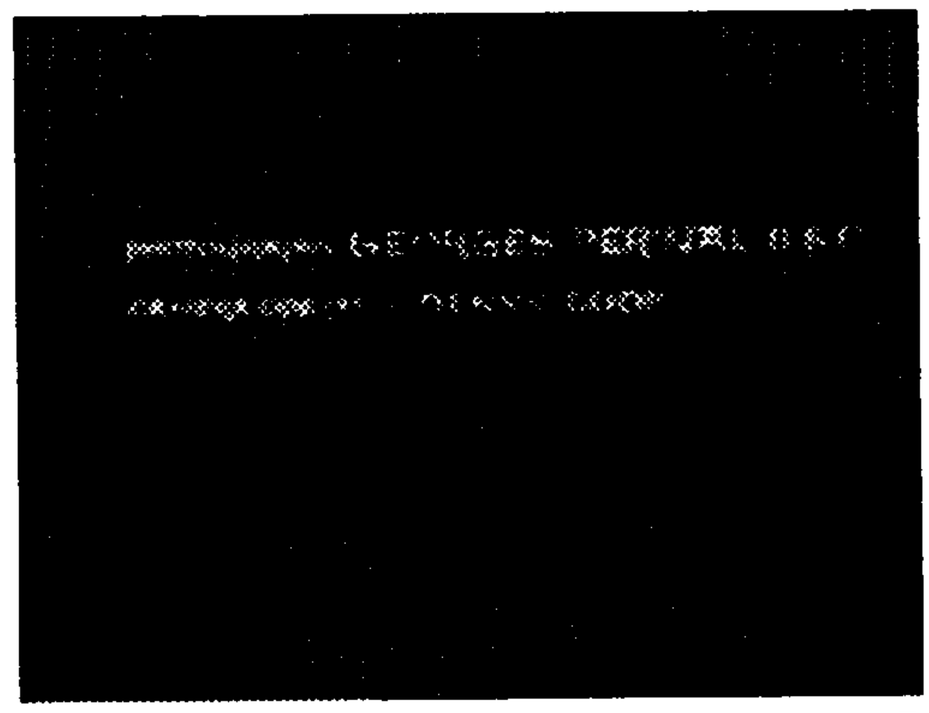
32-2



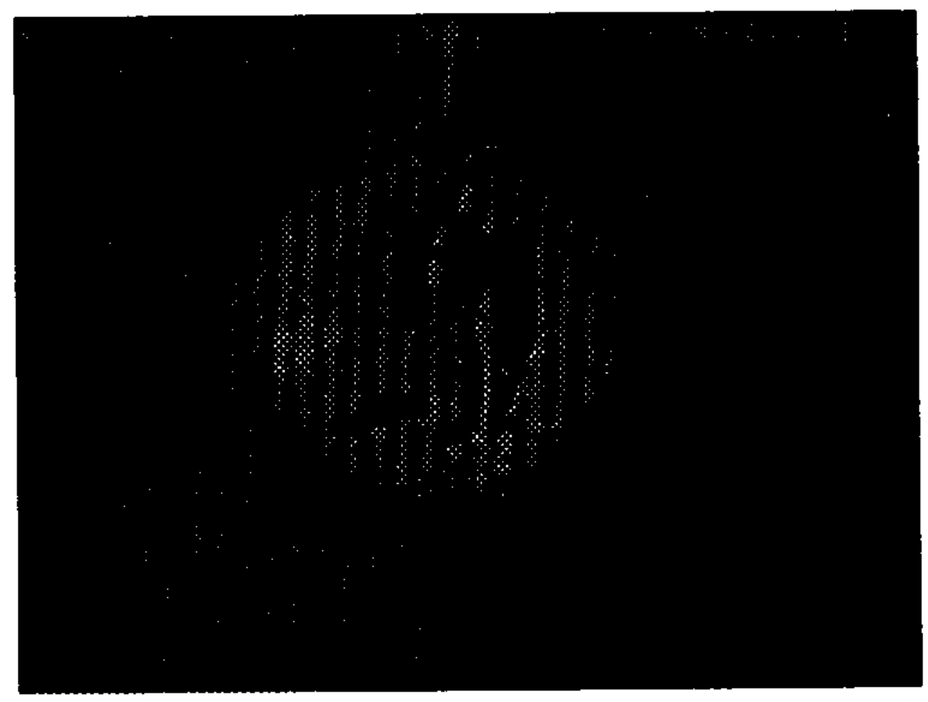
32-3



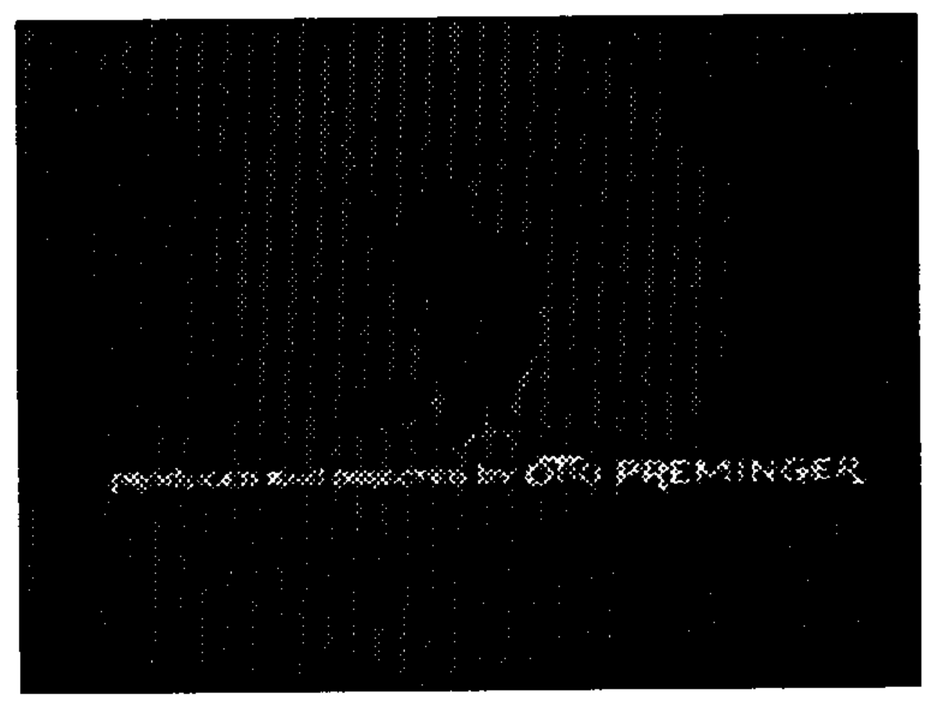
32-4



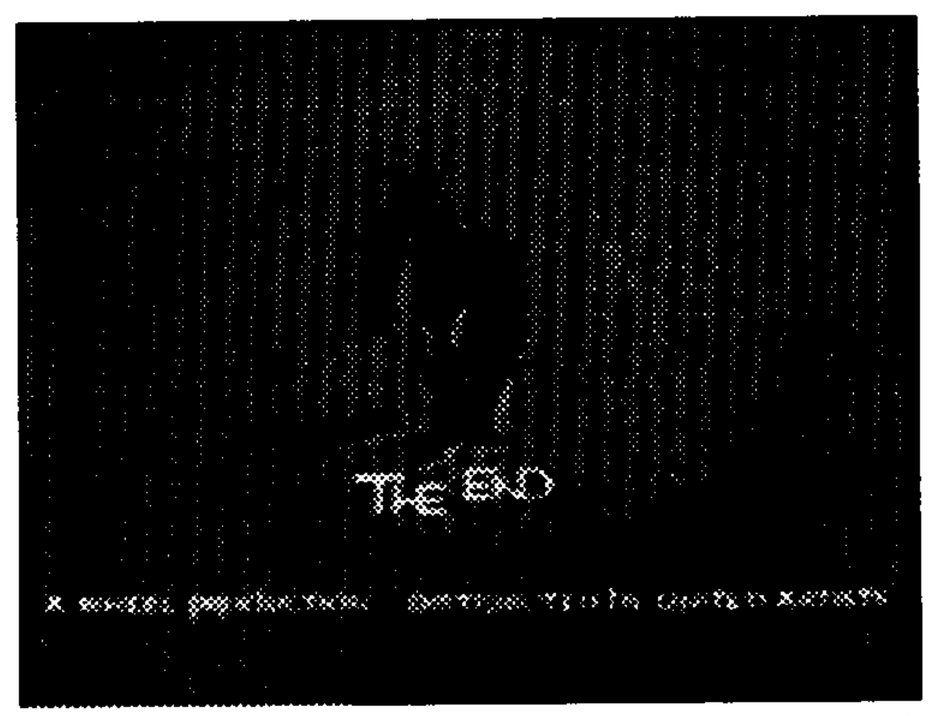
32-5



32-6



32-7



32-8

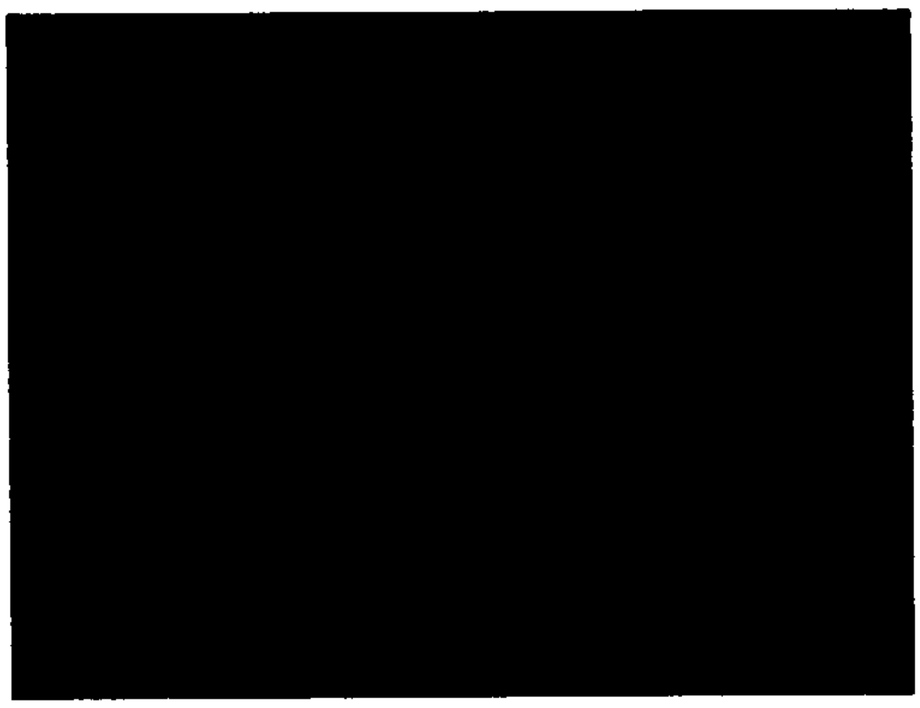
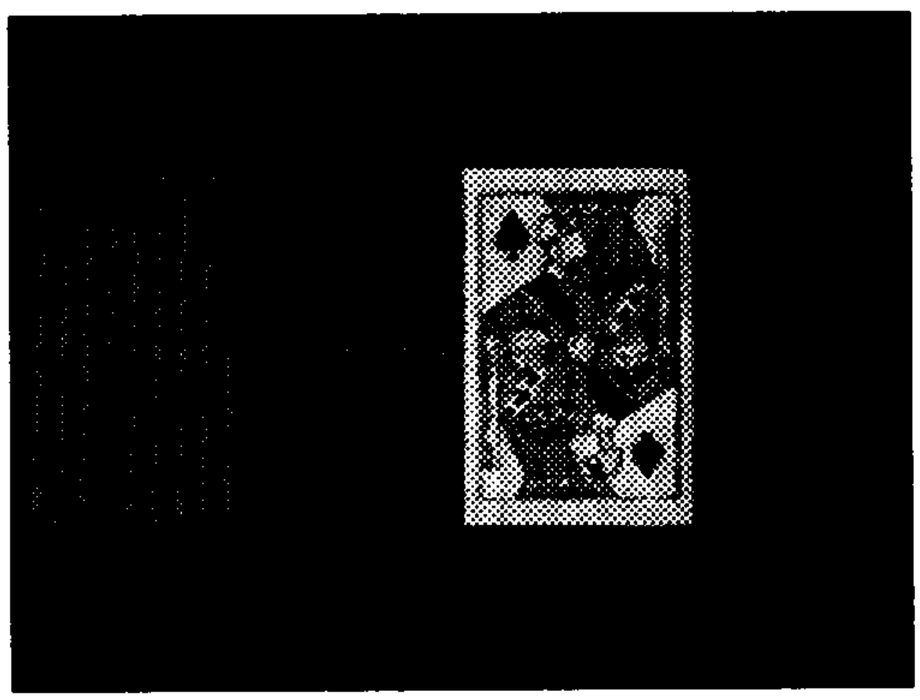
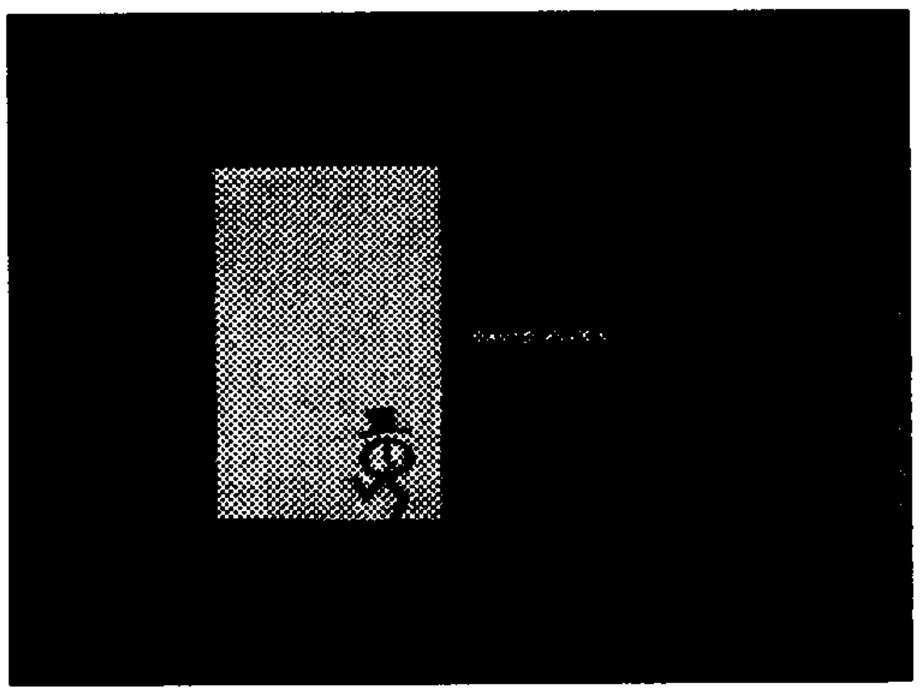


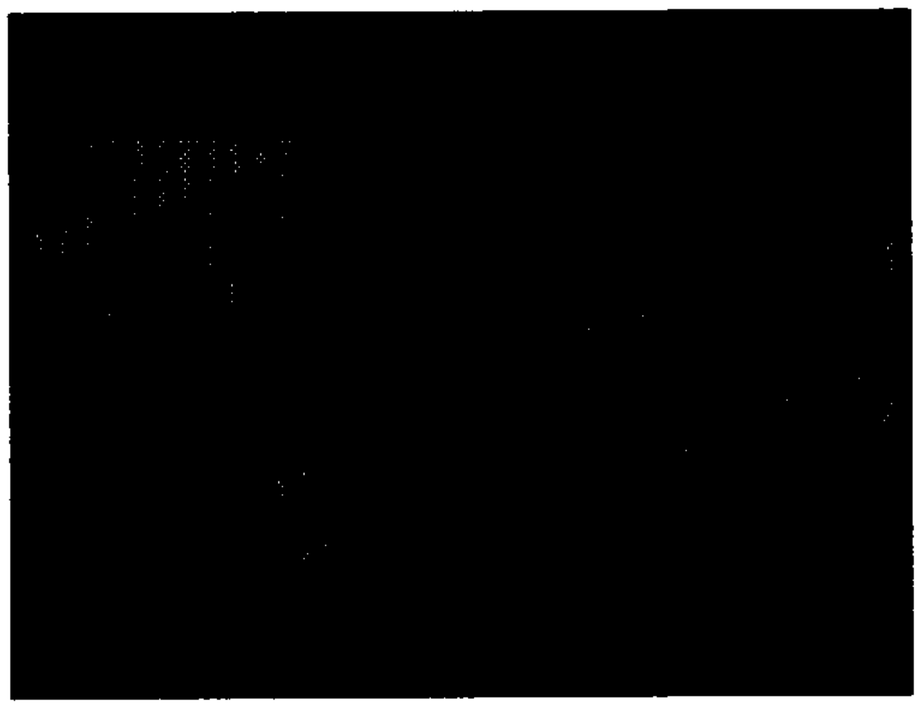
그림33-1



33-2



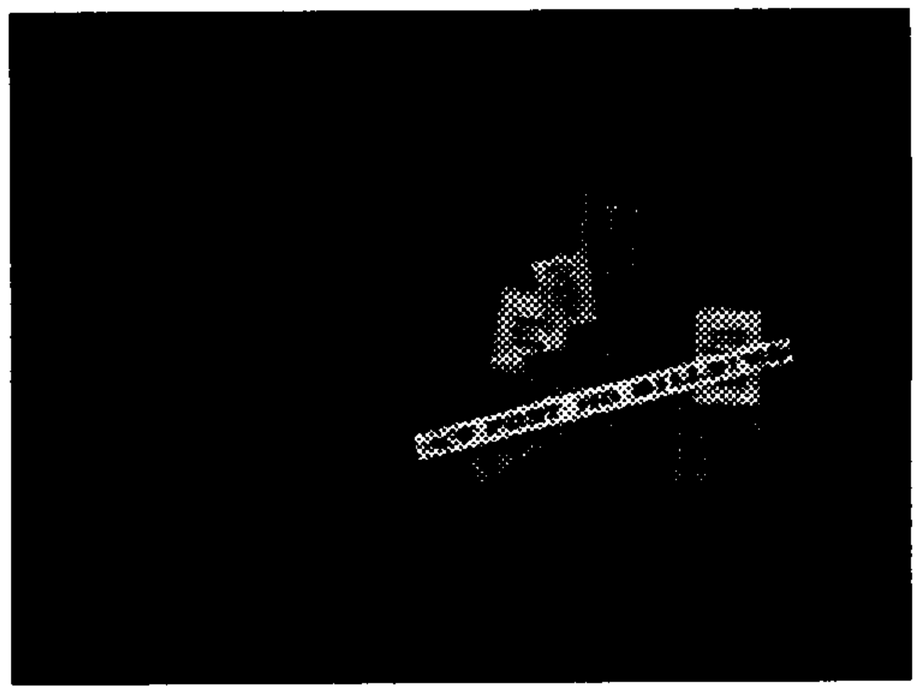
33-3



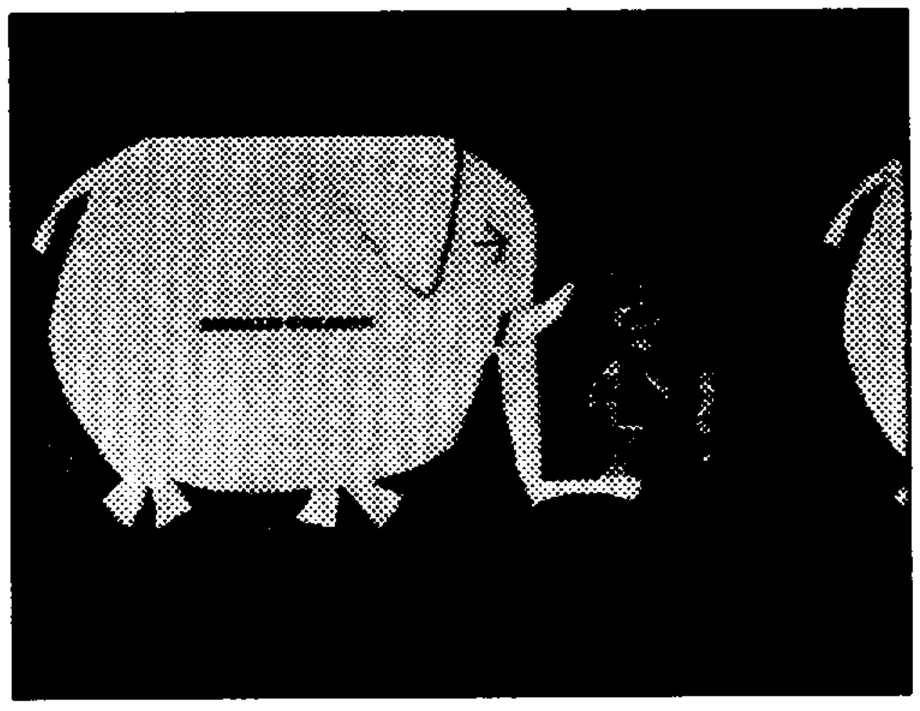
33-4

33-5

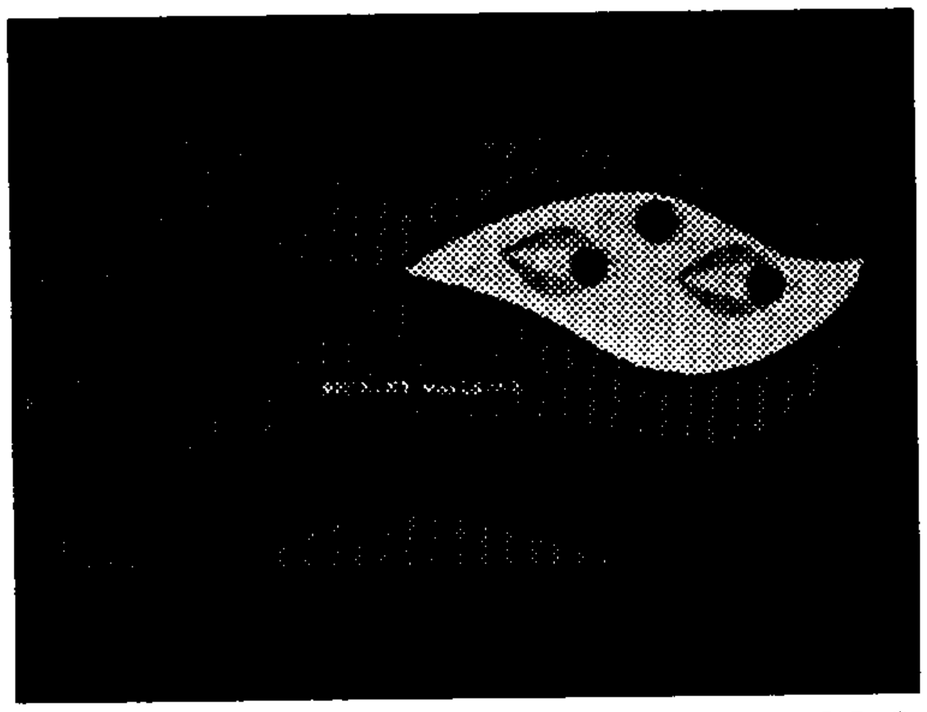
33-6



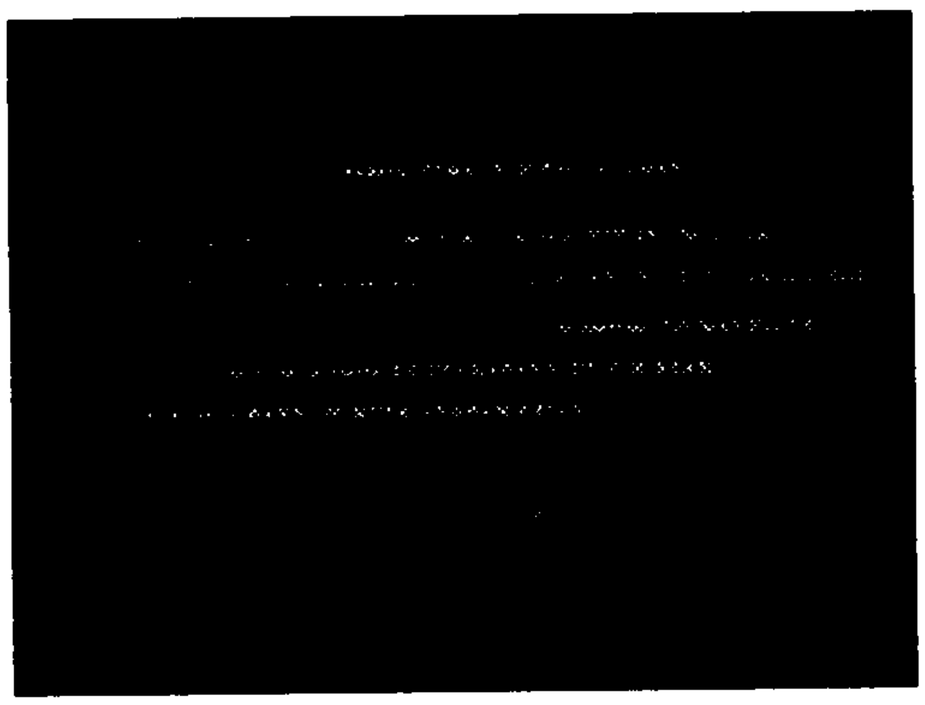
33-7



33-8

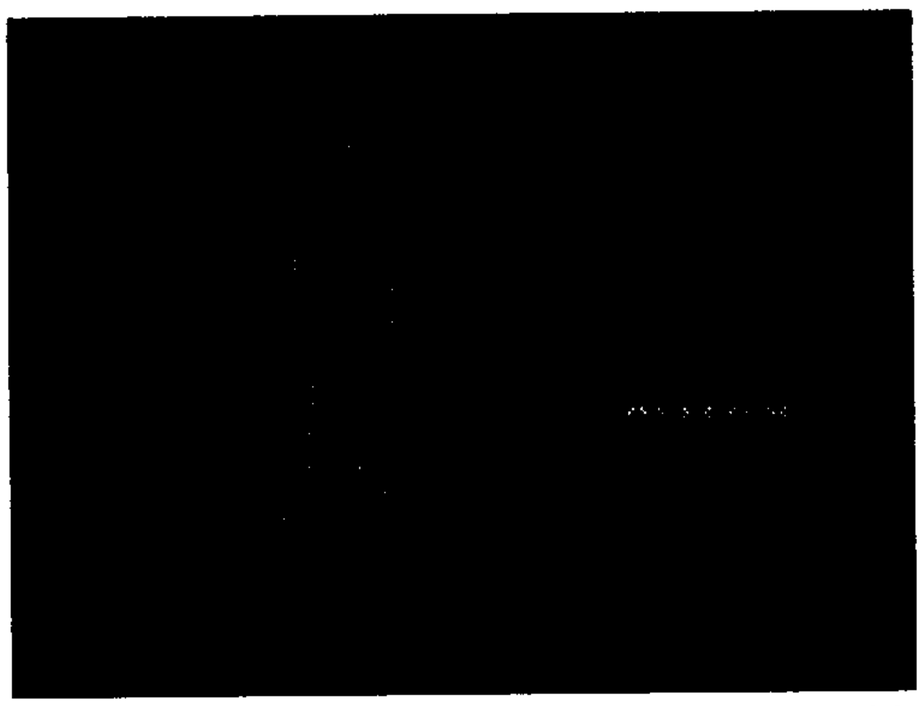


33-9



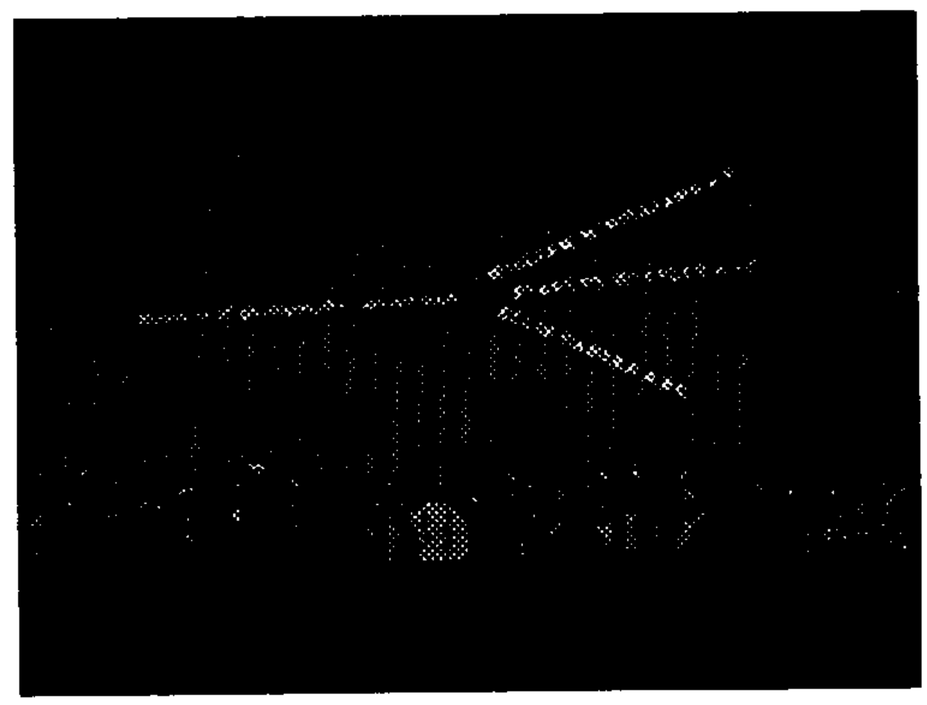
33-10

33-11

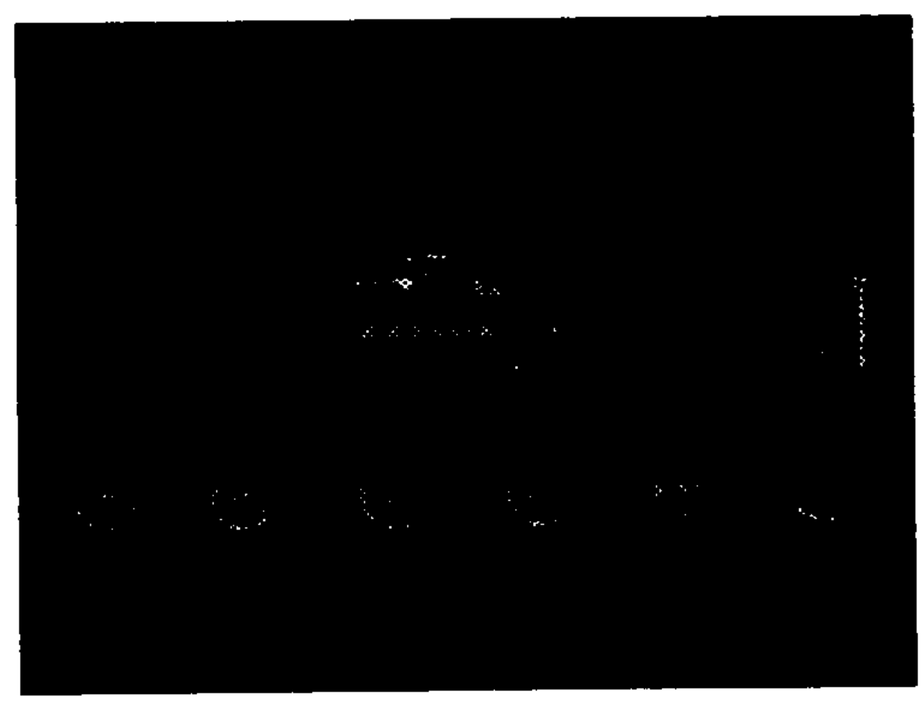


33-12

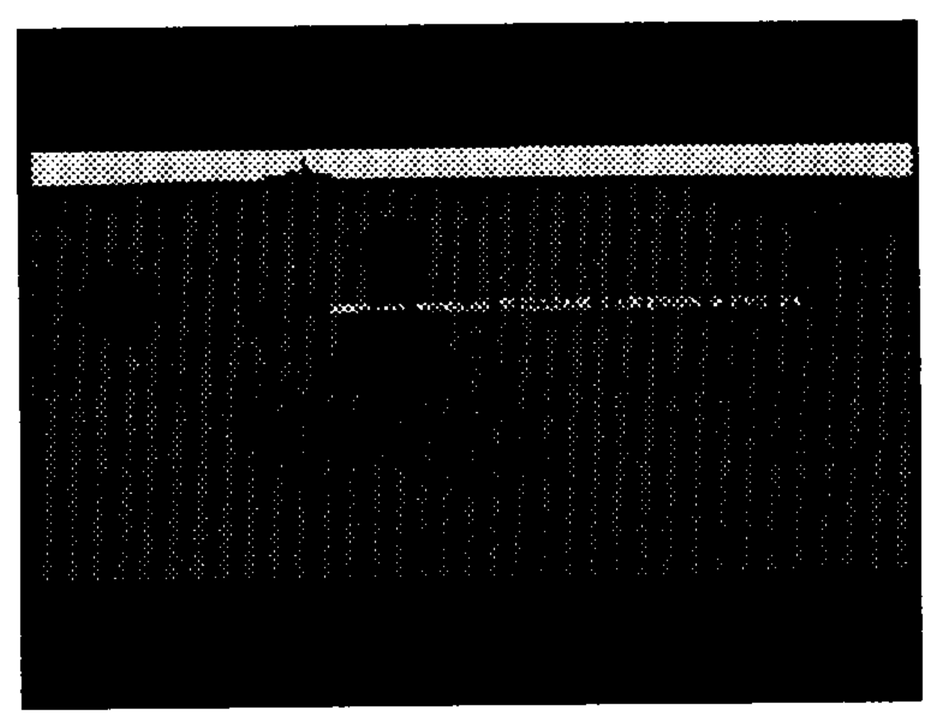
33-13



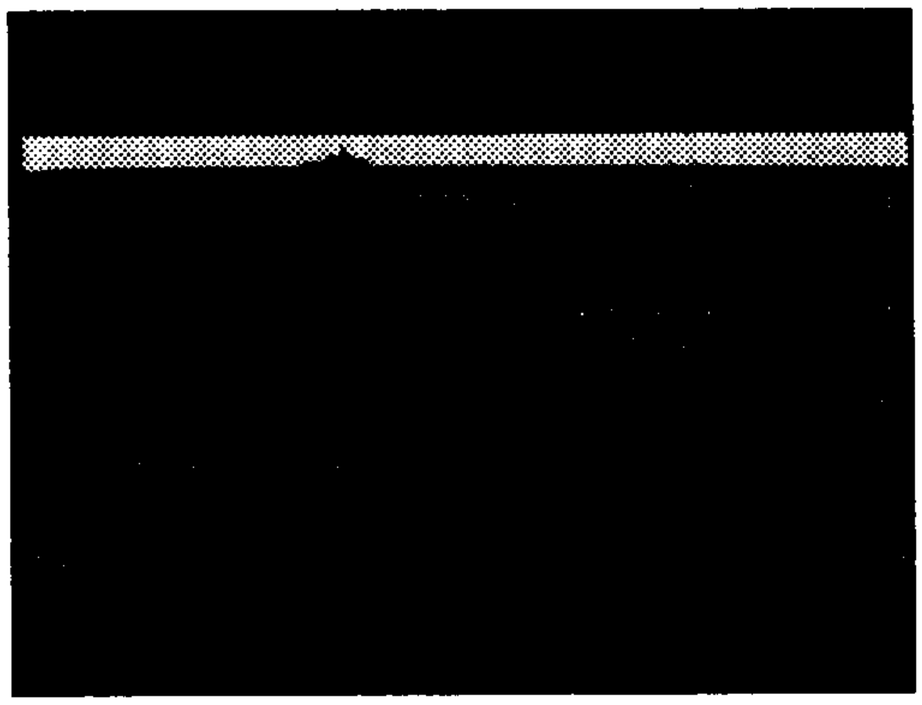
33-14



33-15

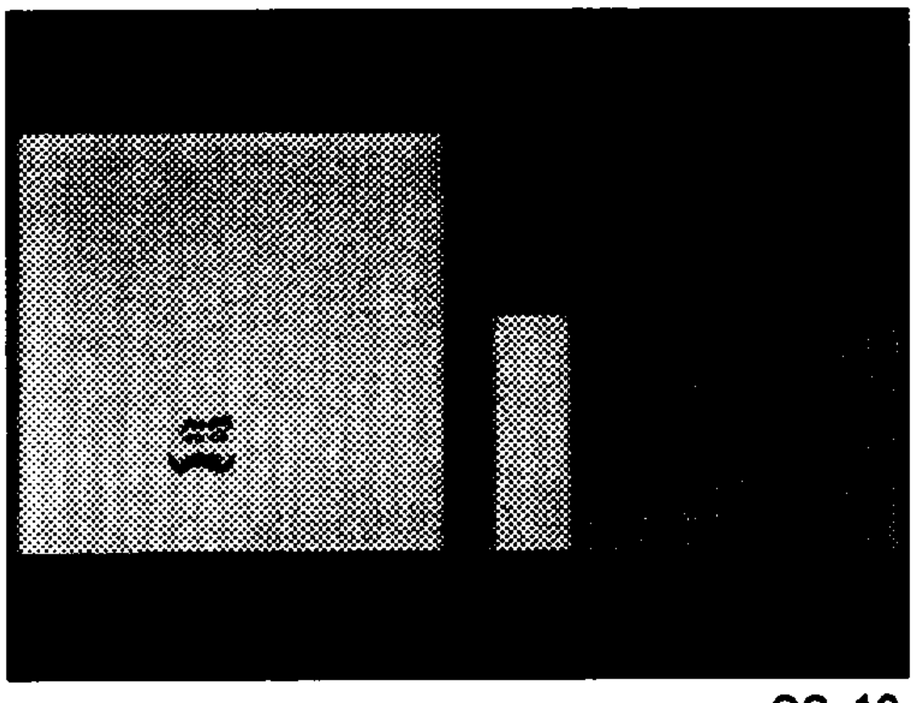


33-16

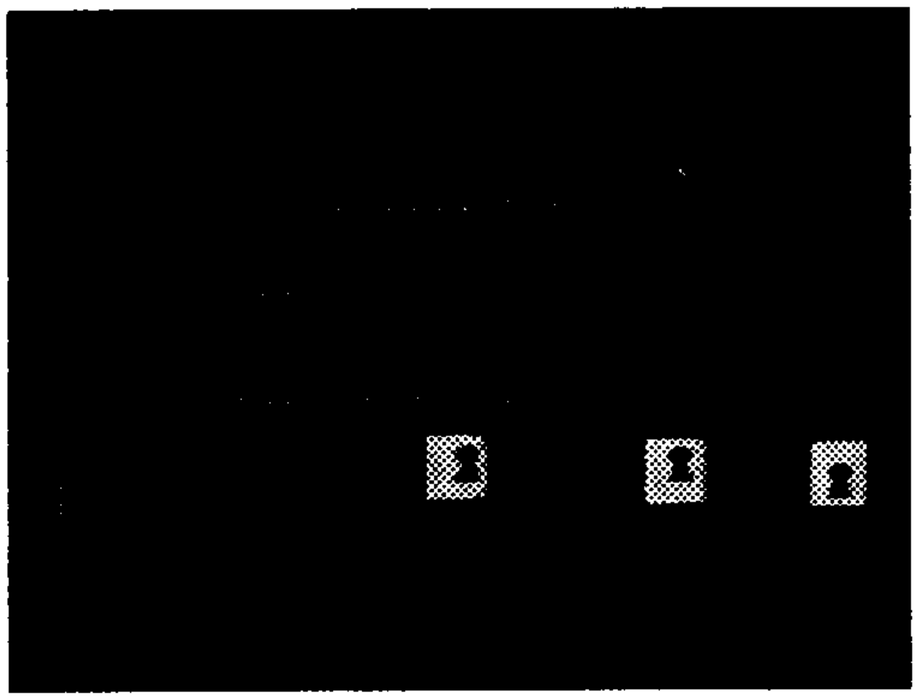


33-17

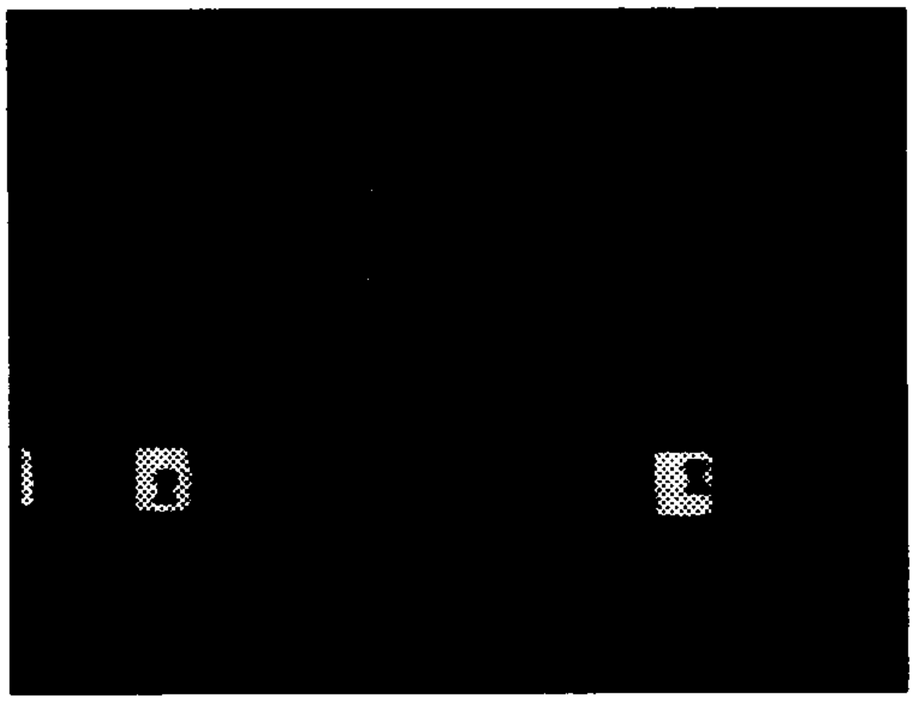
33-18



33-19



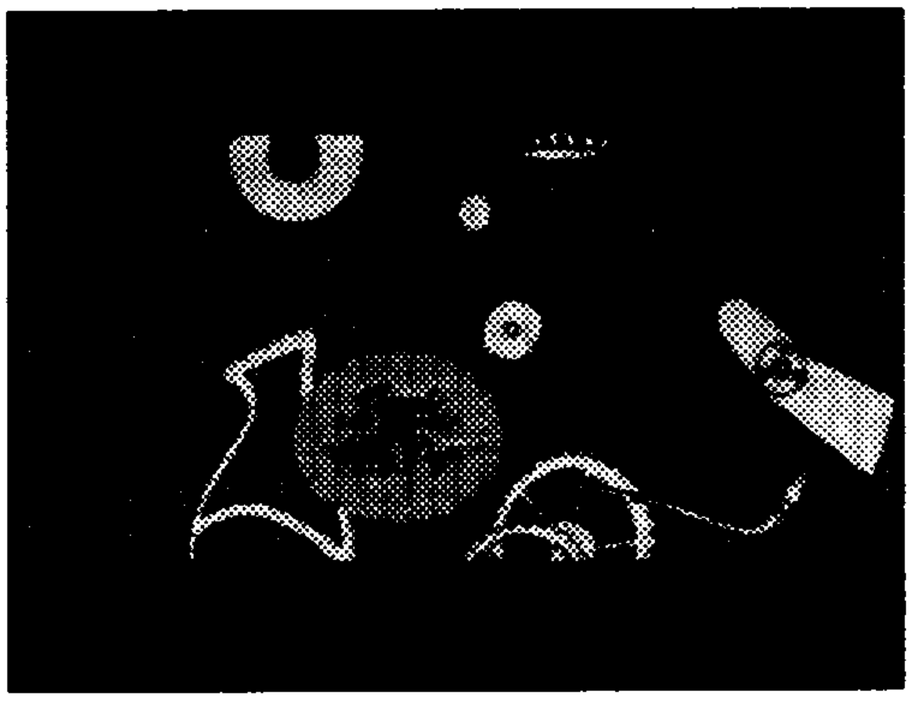
33-20



33-21

33-22

33-23



33-24

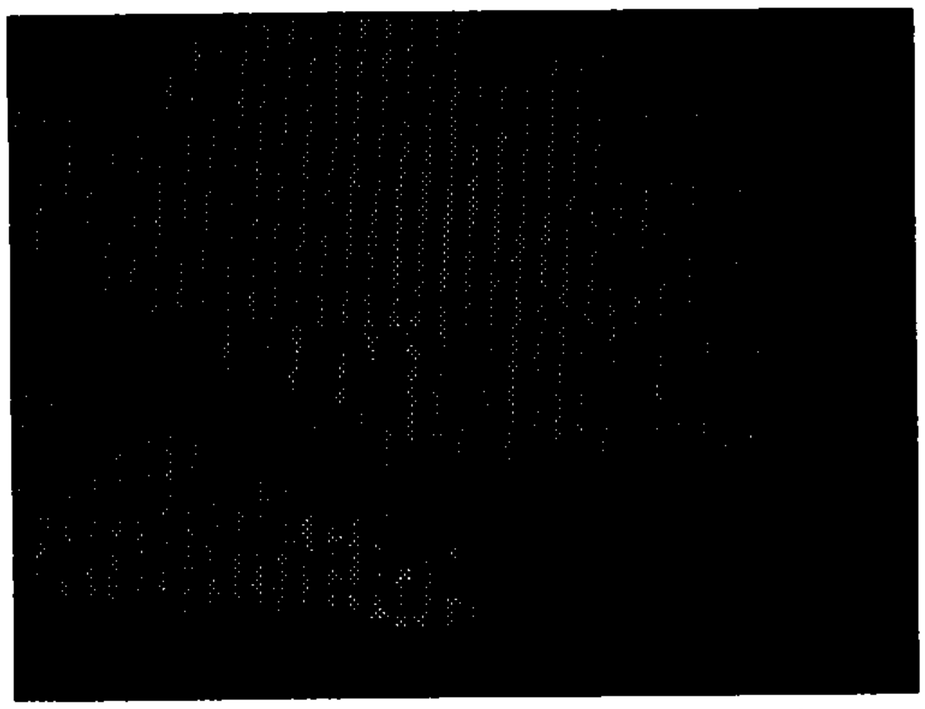
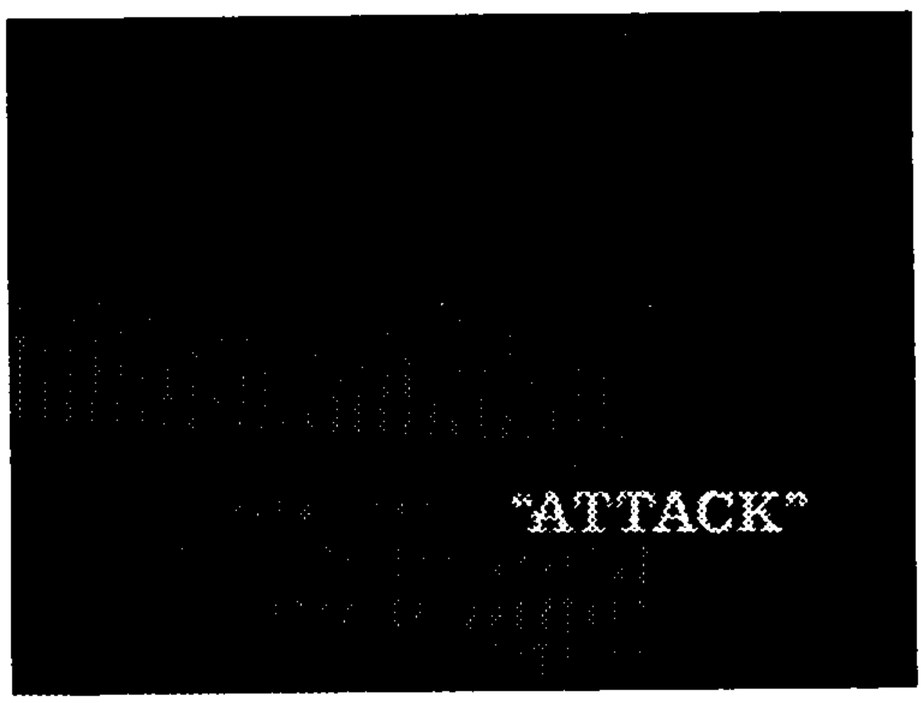
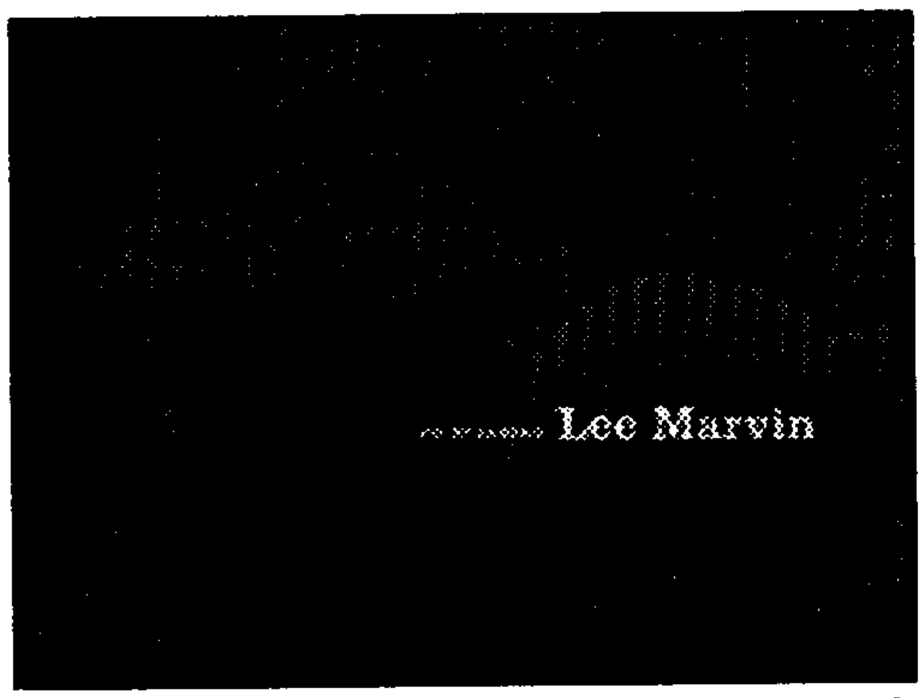


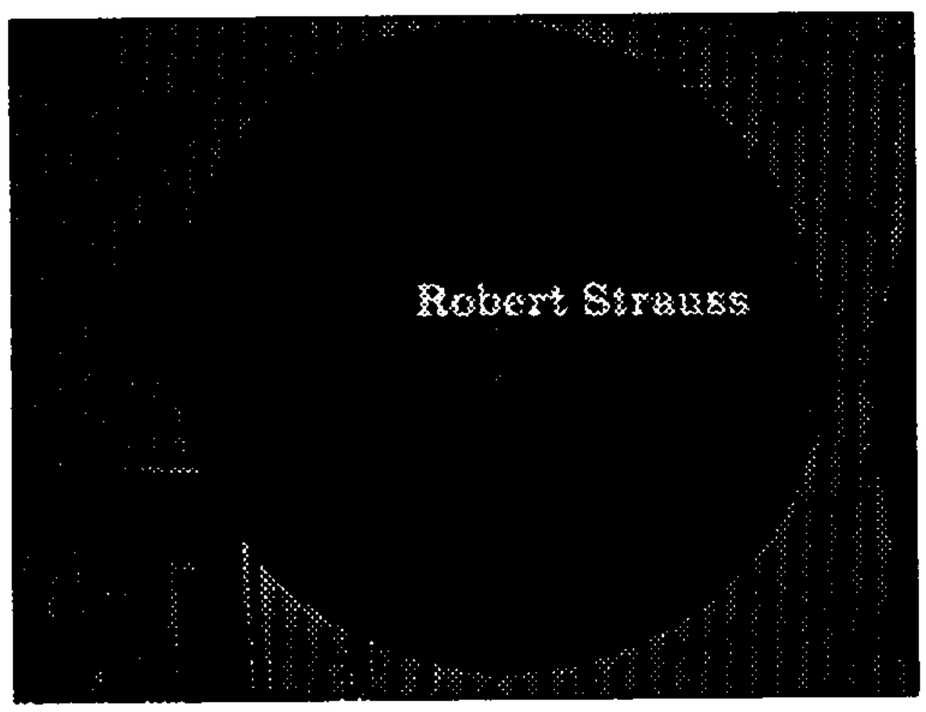
그림34-1



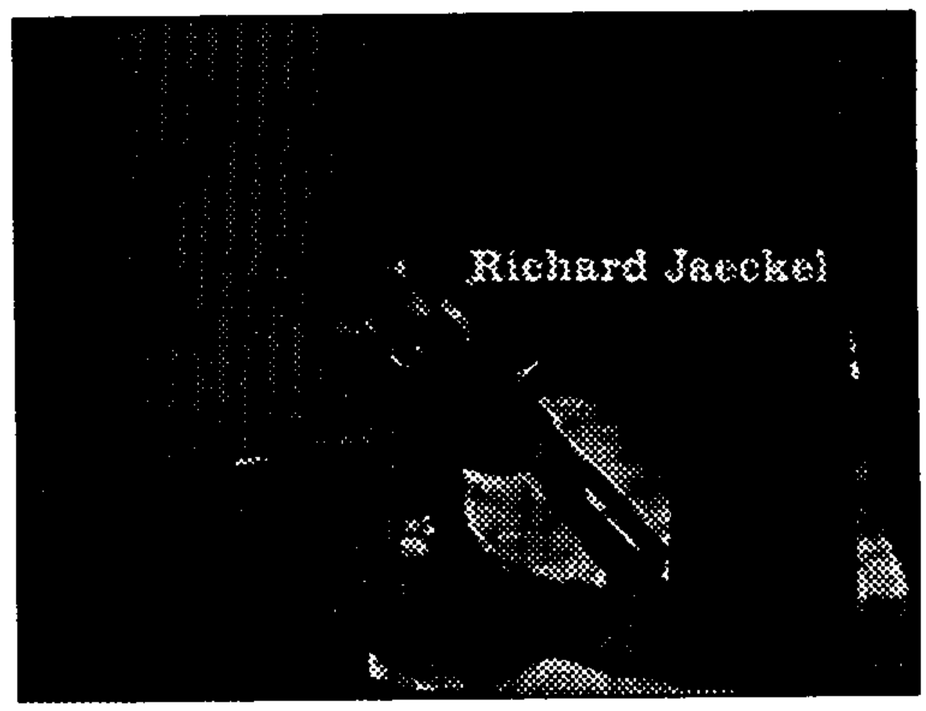
34-2



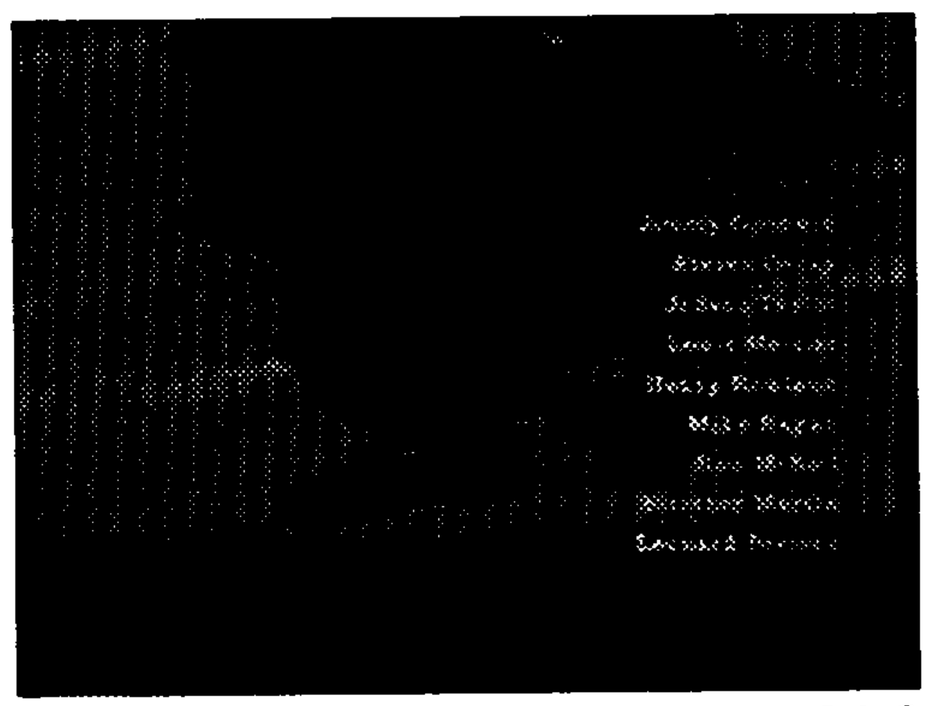
34-3



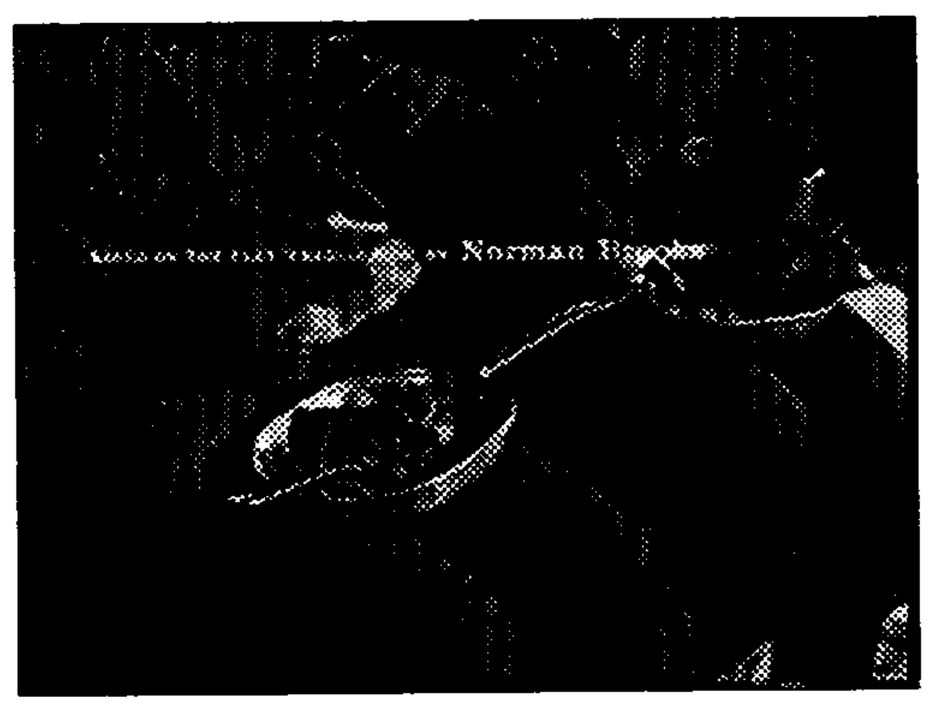
34-4



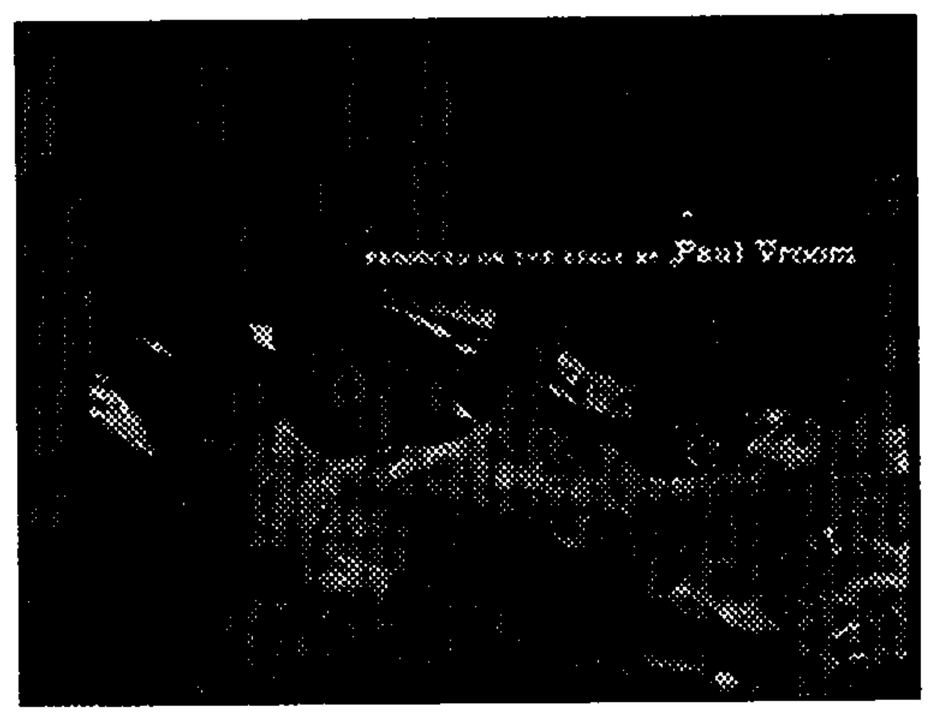
34-5



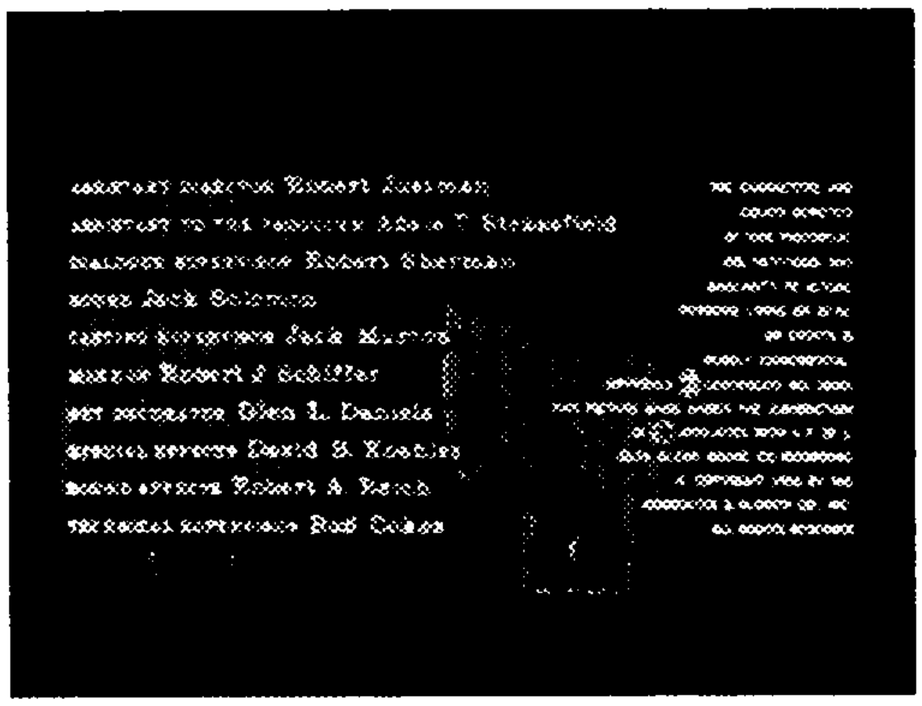
34-6



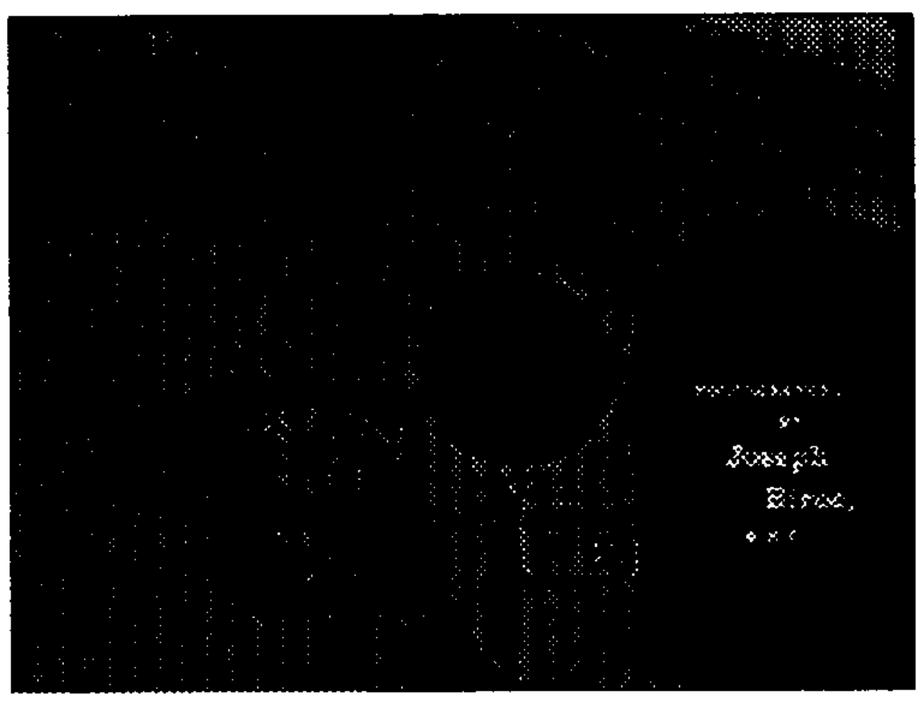
34-7



34-8

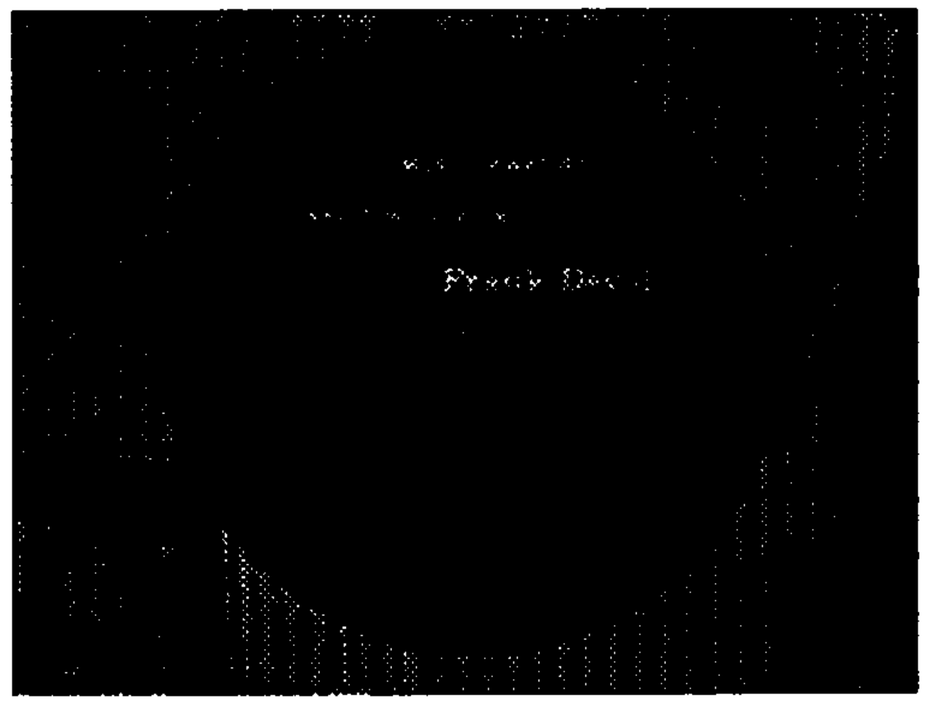


34-9



34-10

34-11



34-12

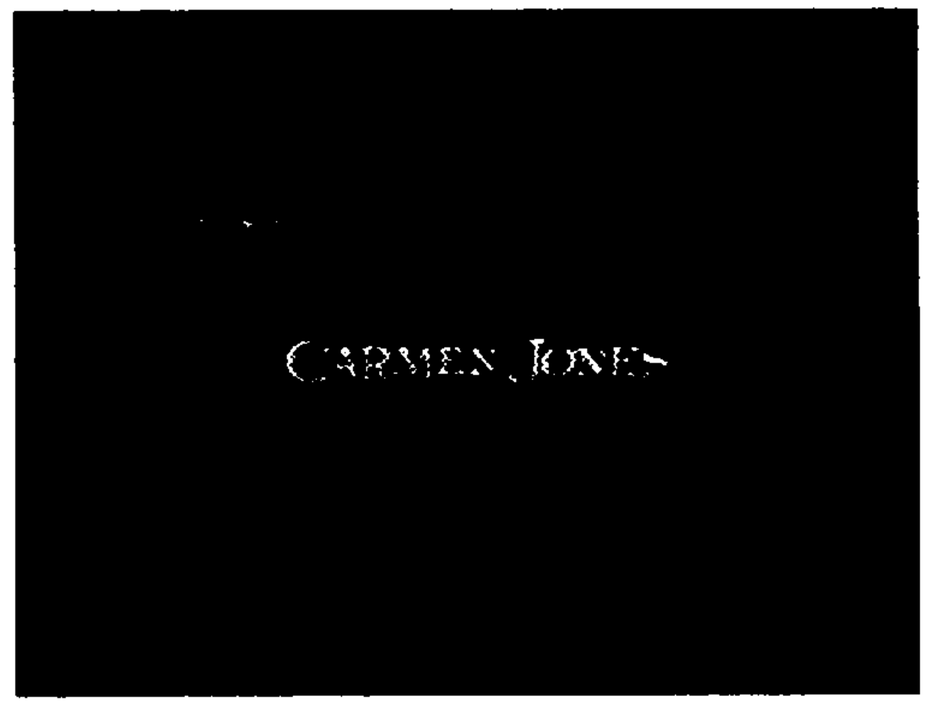
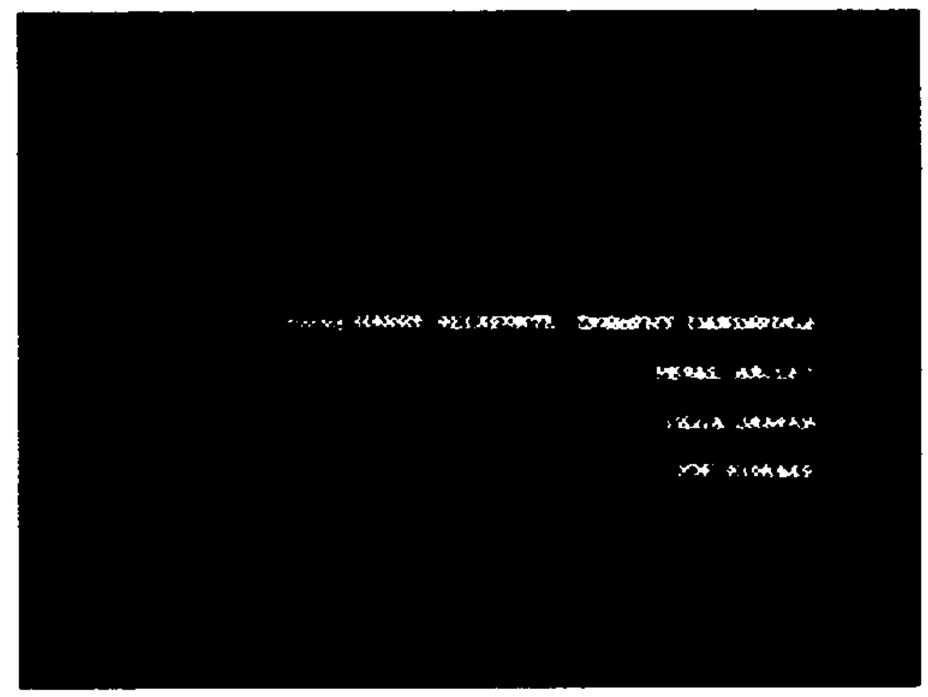
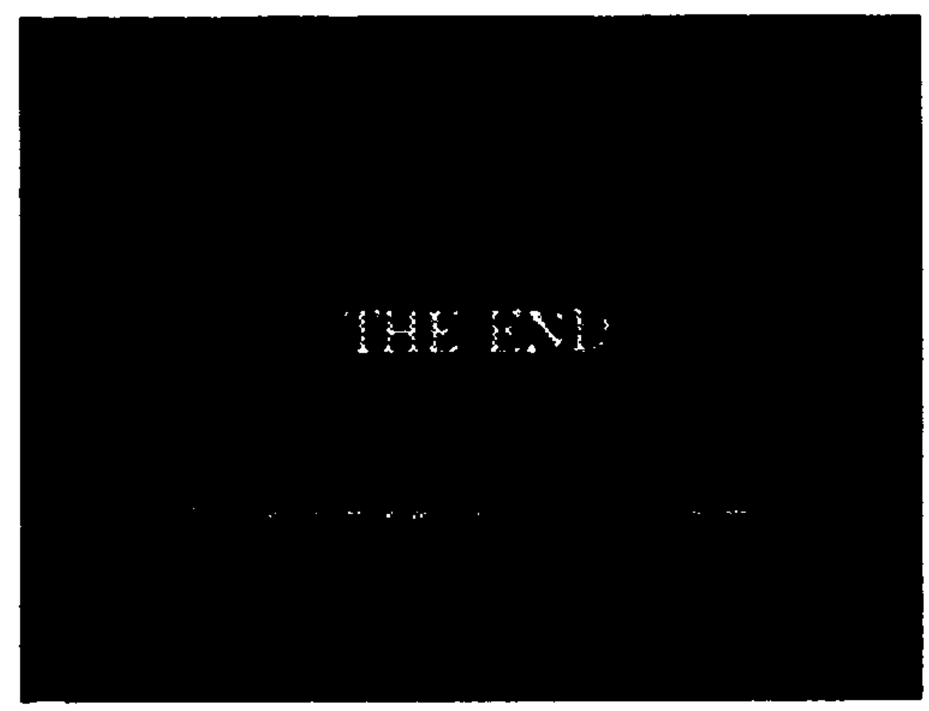


그림35-1



35-2

35-3



35-4

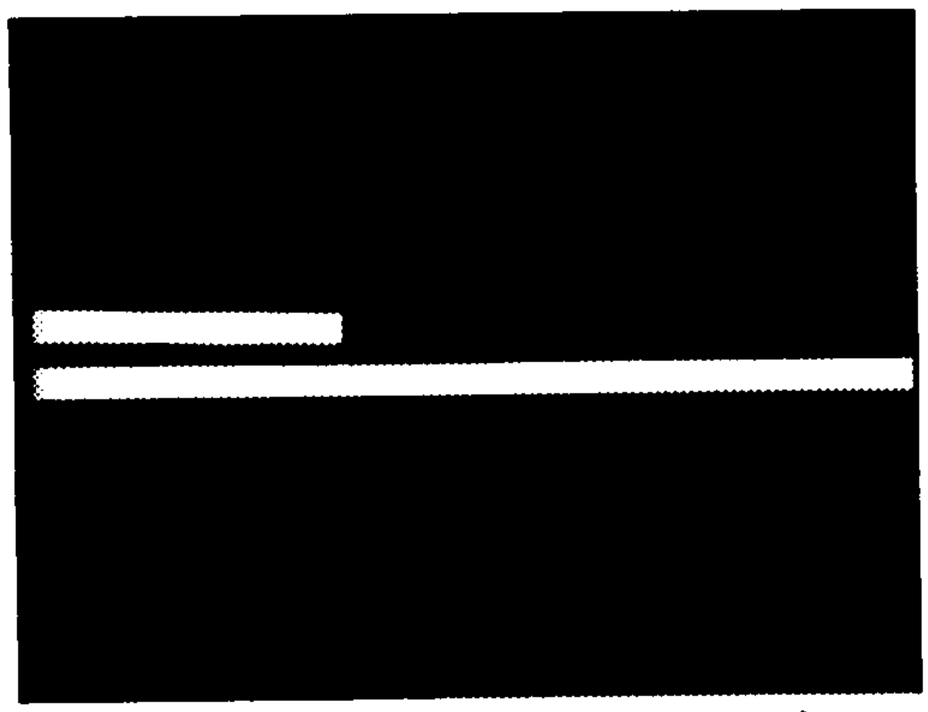
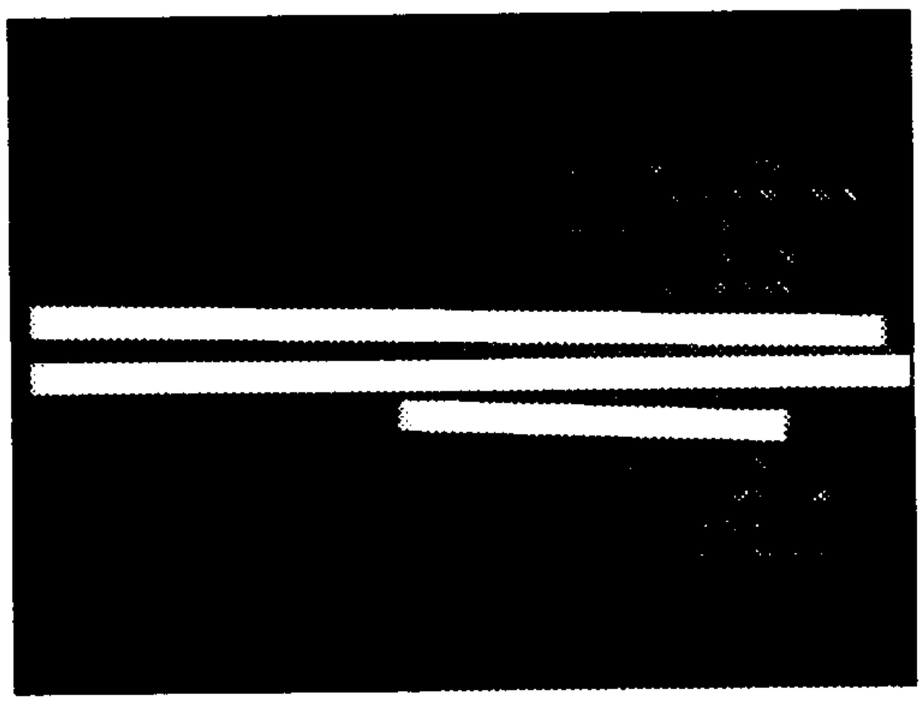
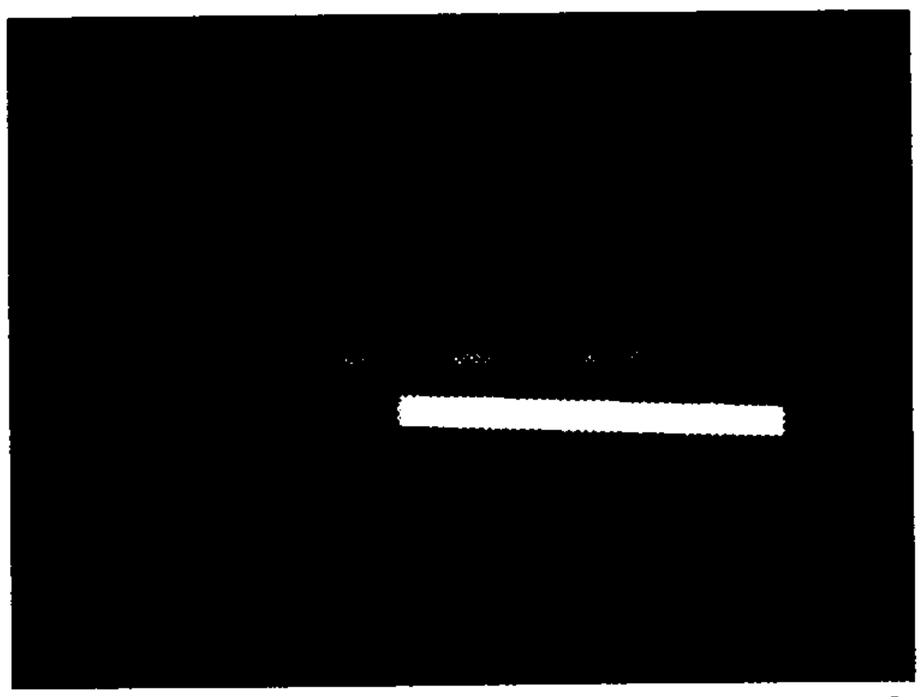


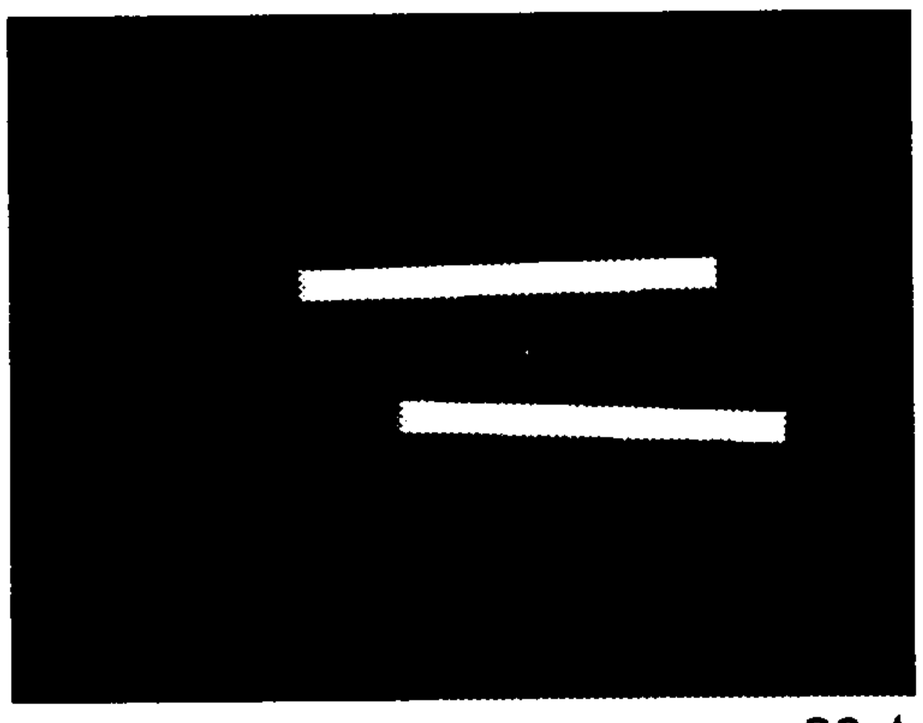
그림36-1



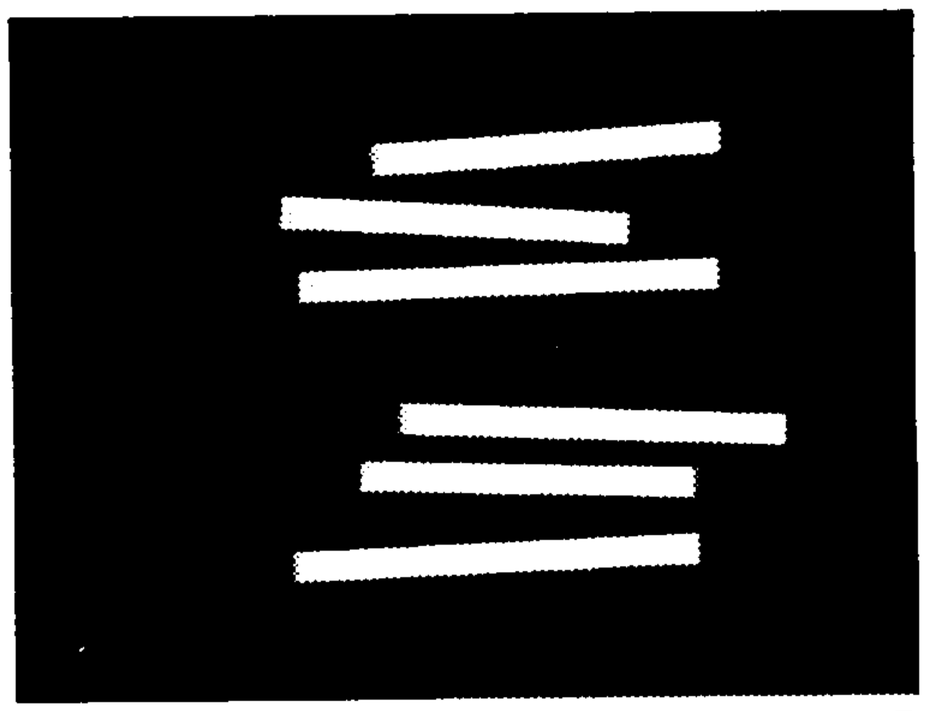
36-2



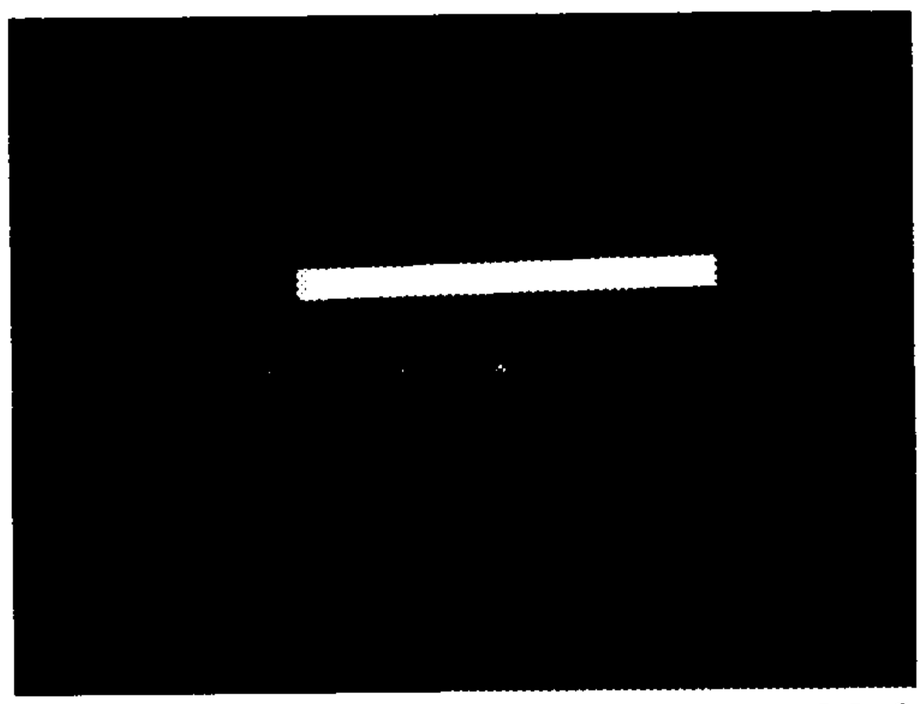
36-3



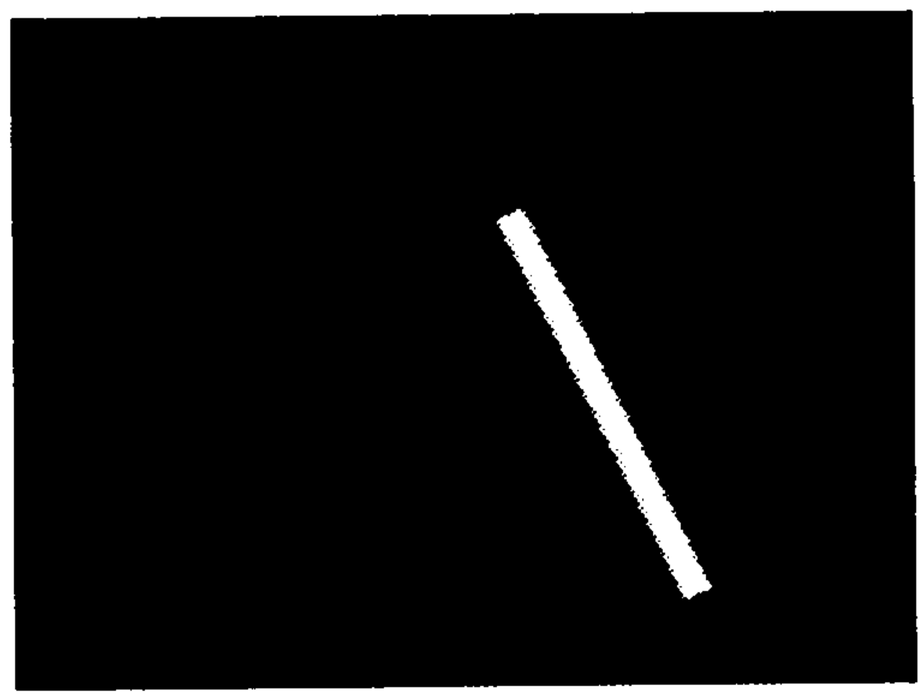
36-4



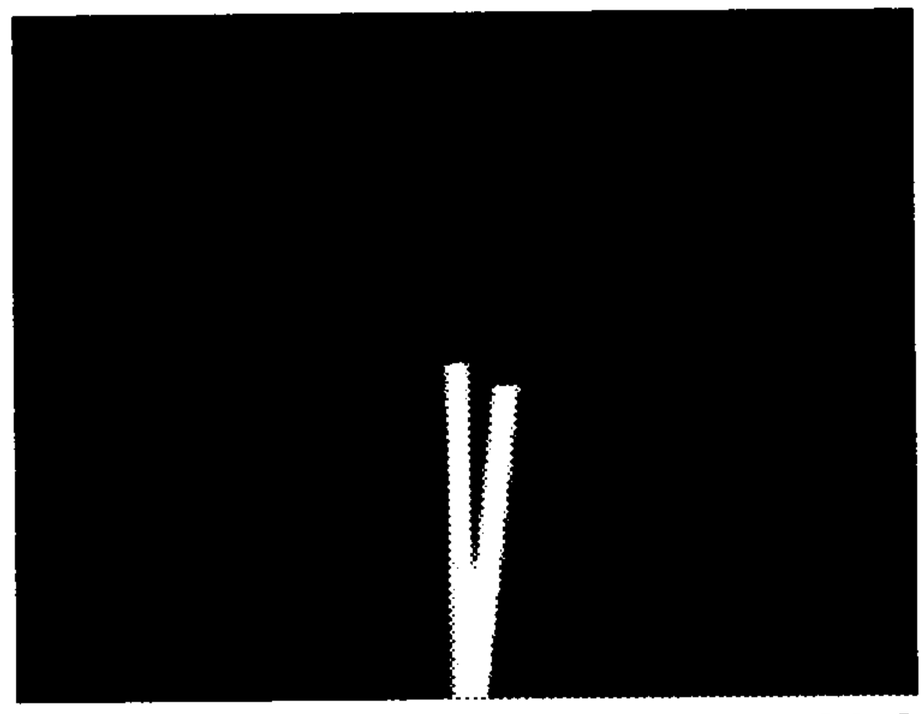
36-5



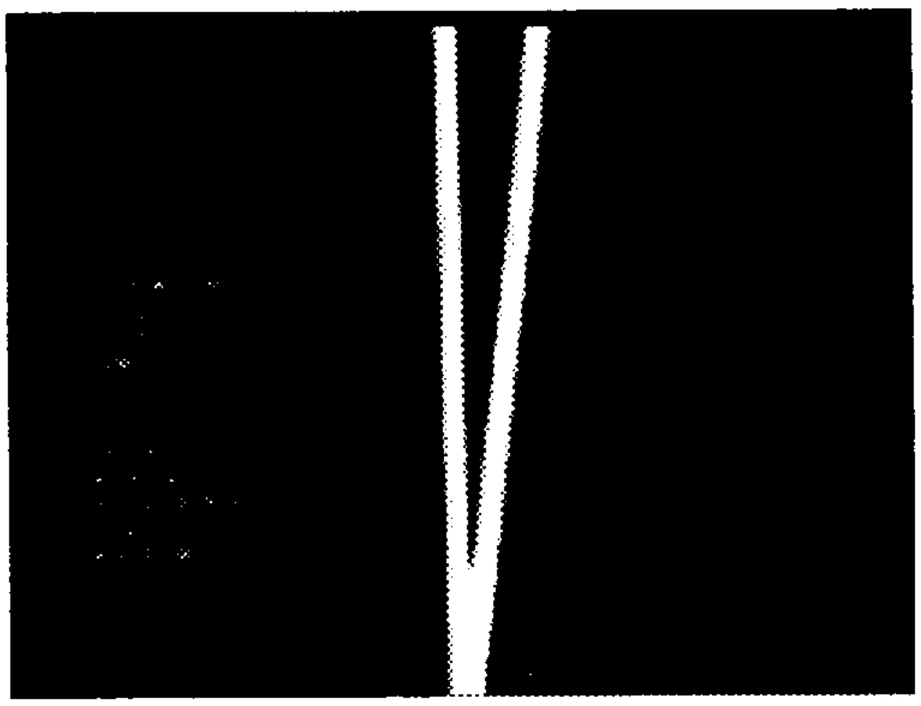
36-6



36-7

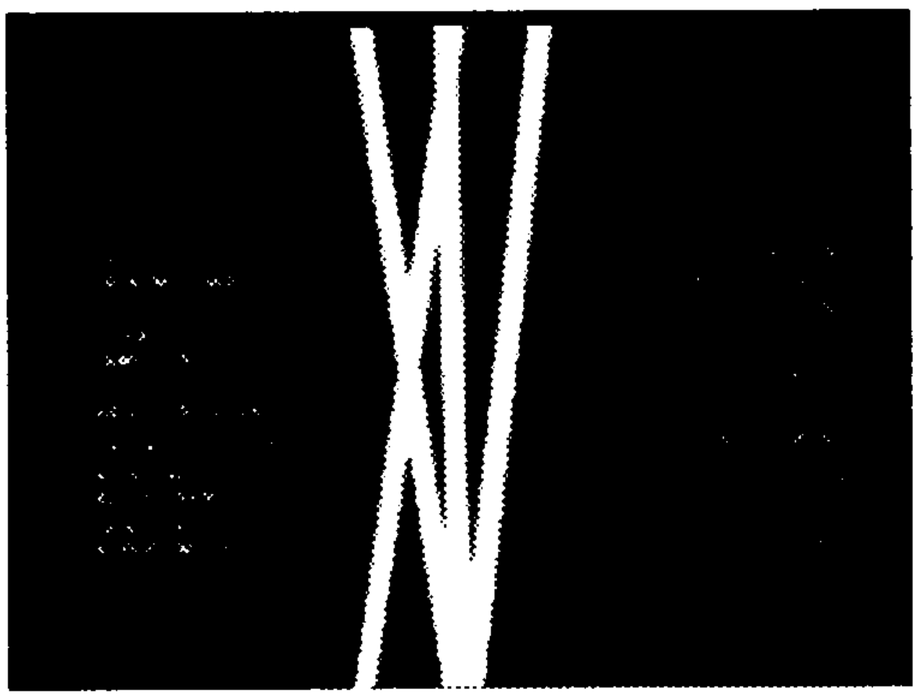


36-8

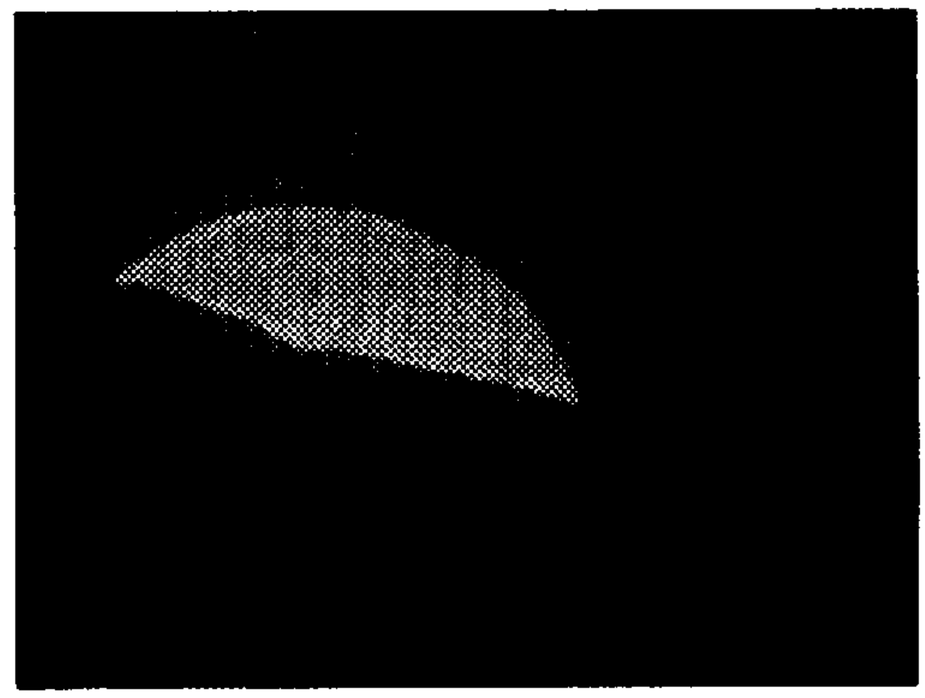


36-9

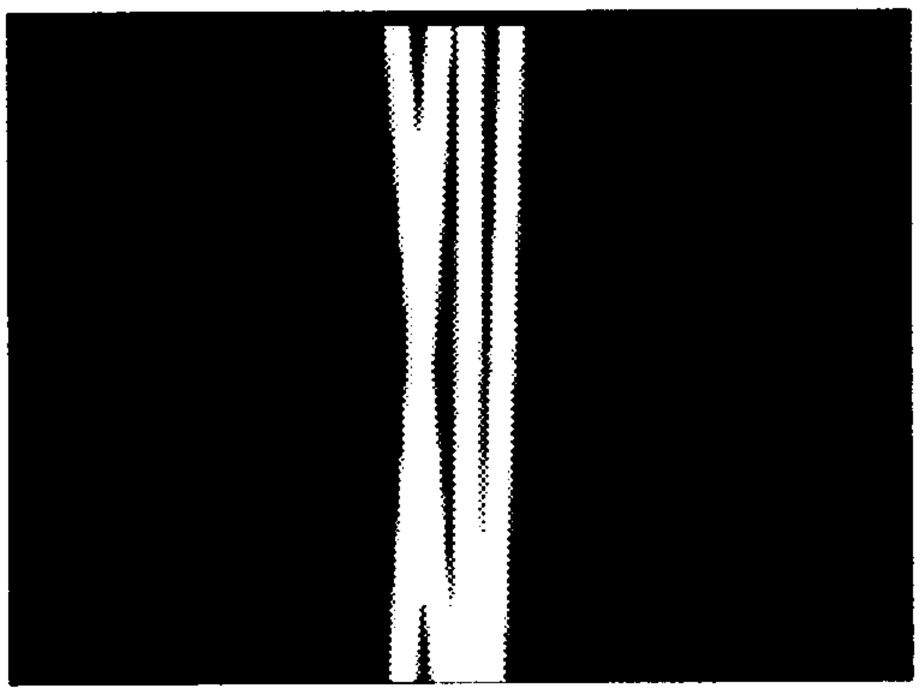
그림37-1



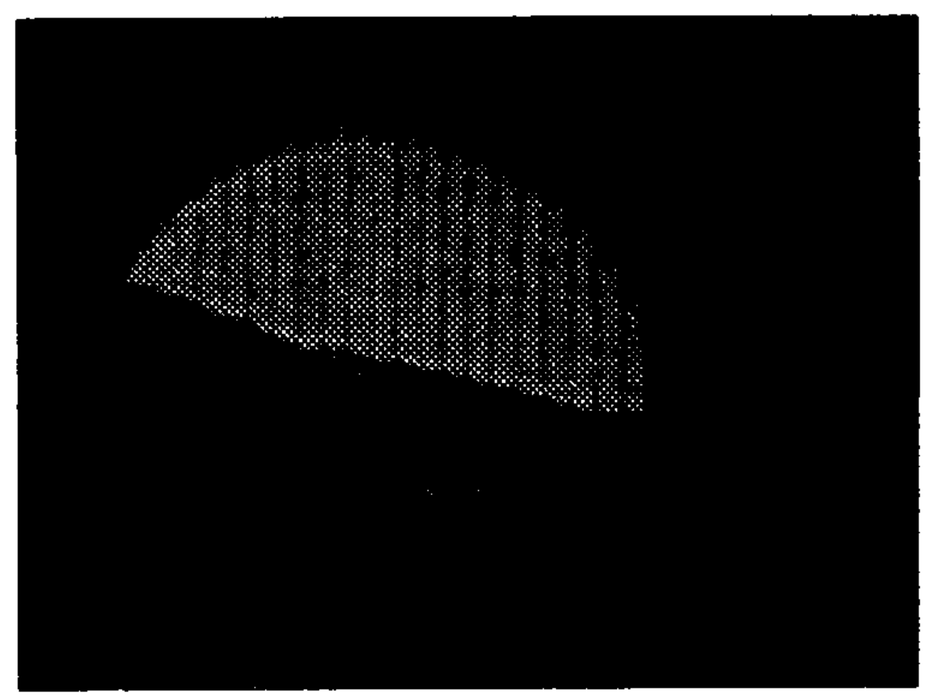
36-10



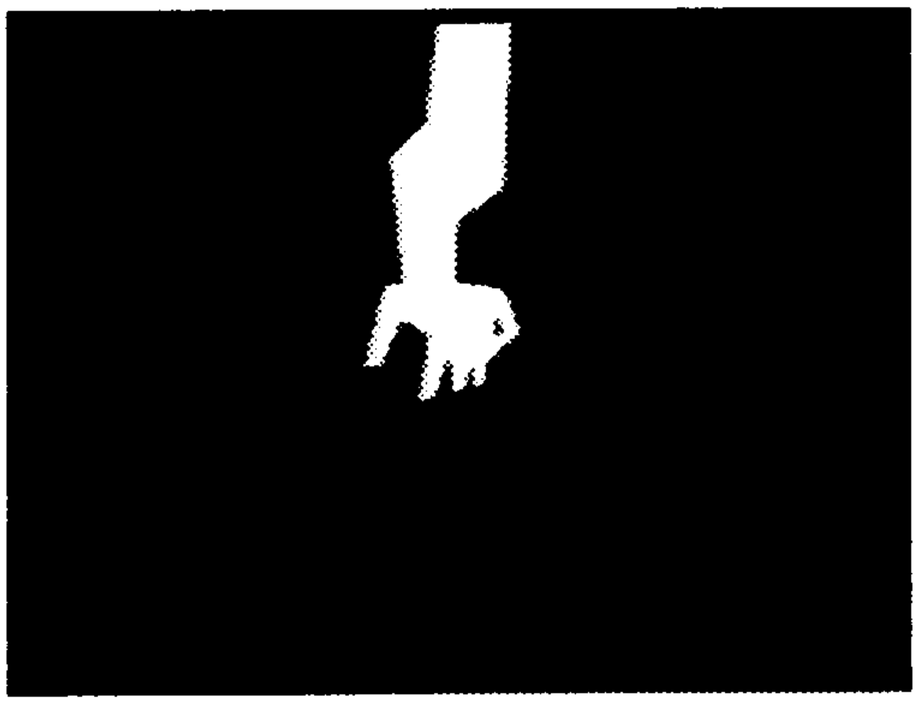
37-2



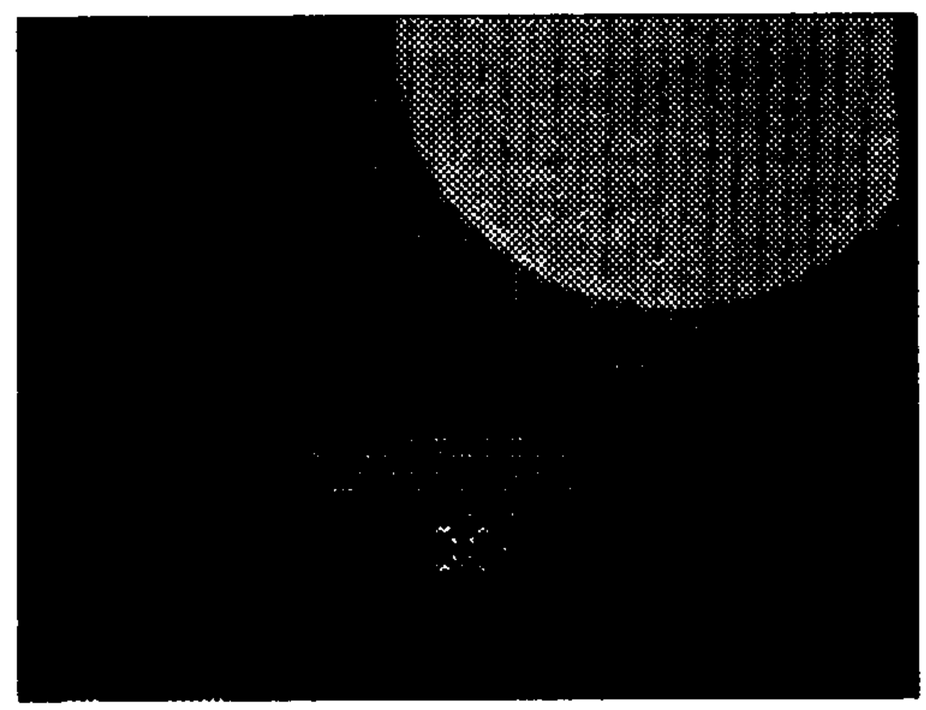
36-11



37-3



36-12



37-4

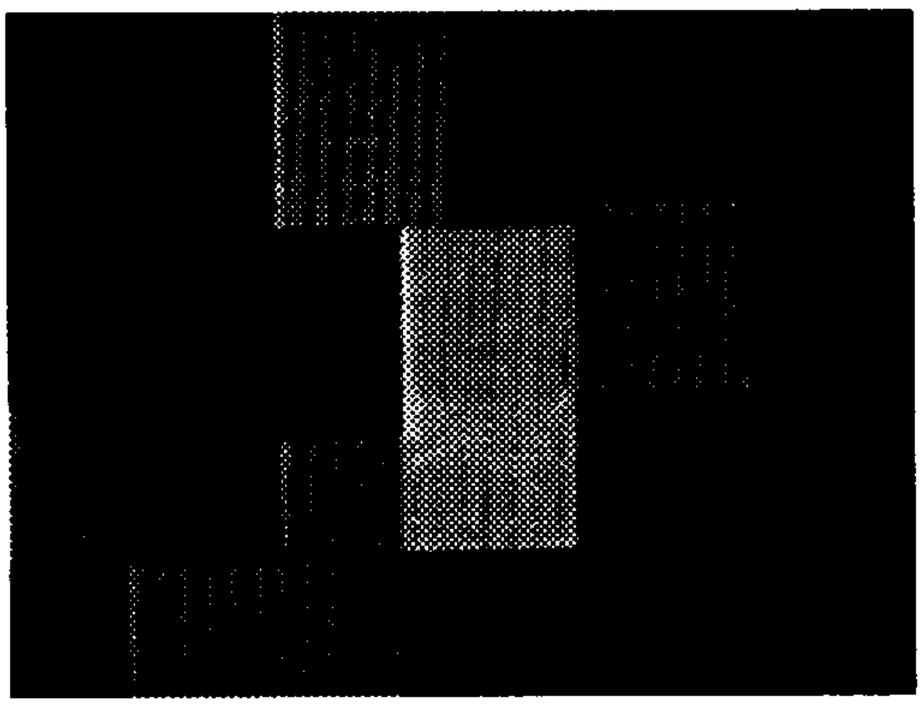
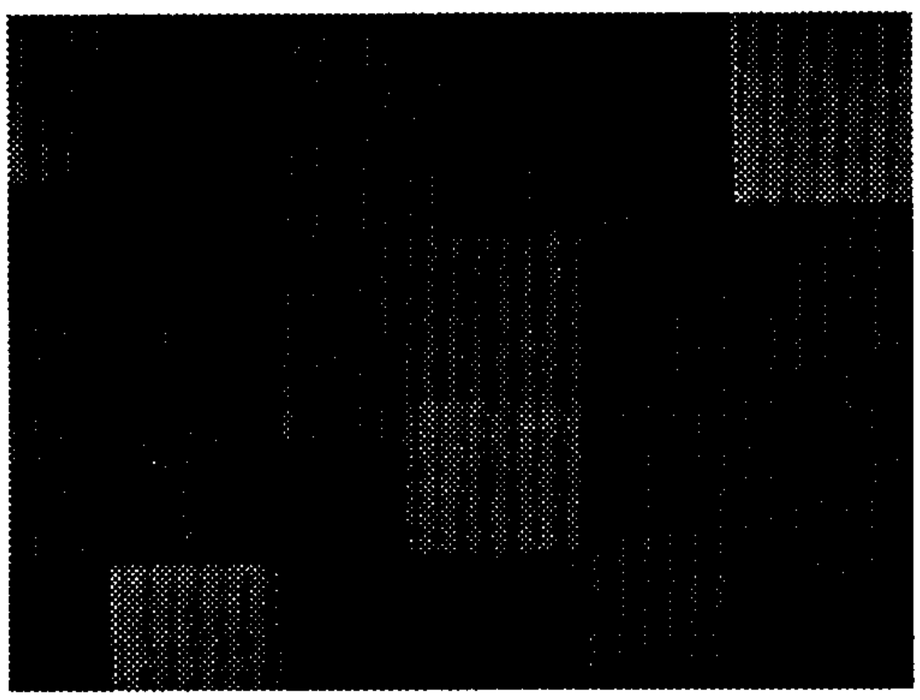
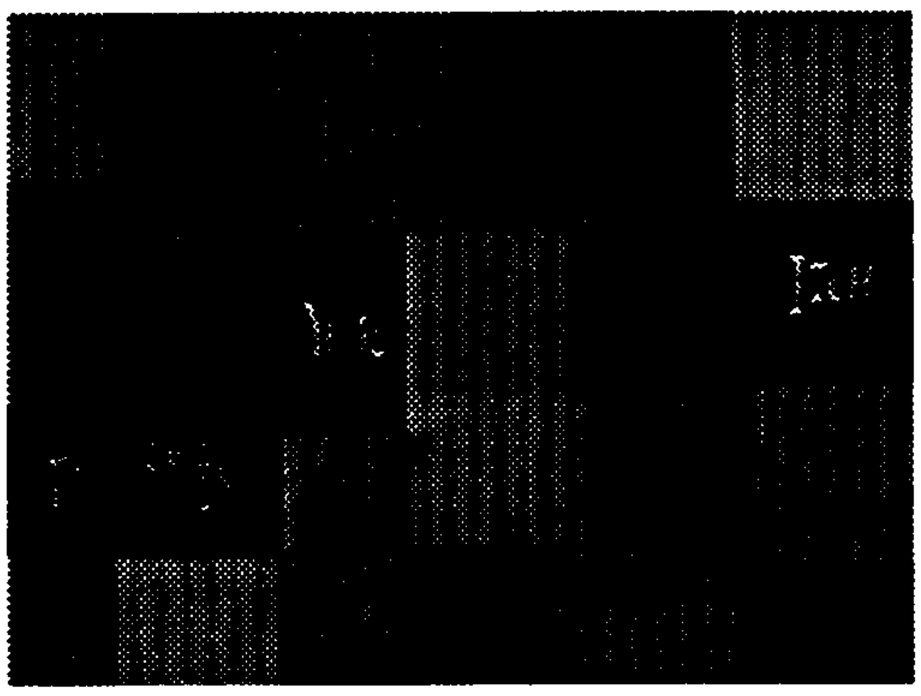


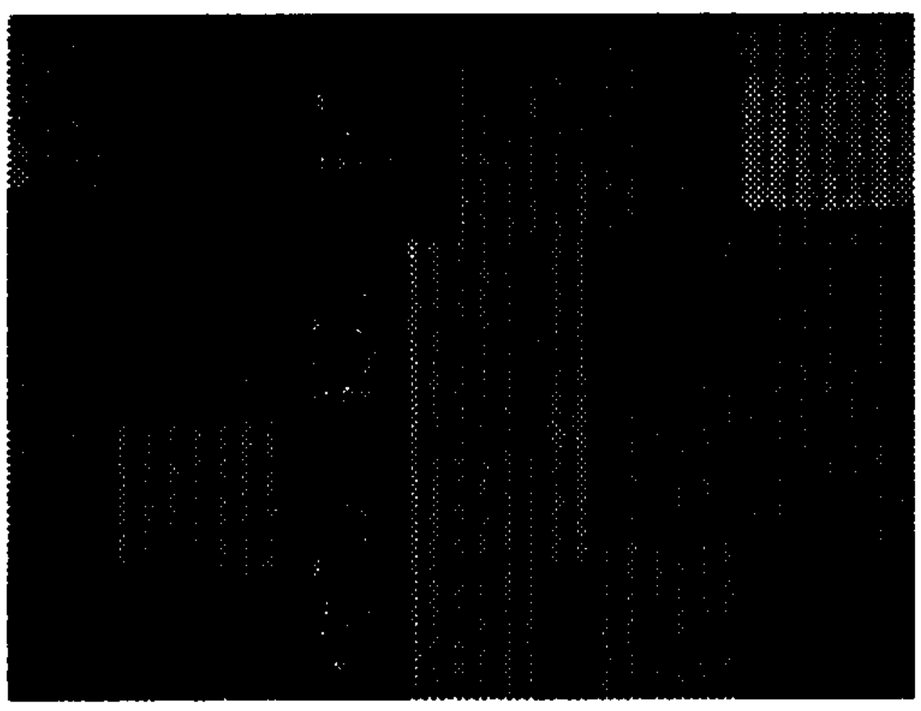
그림38-1



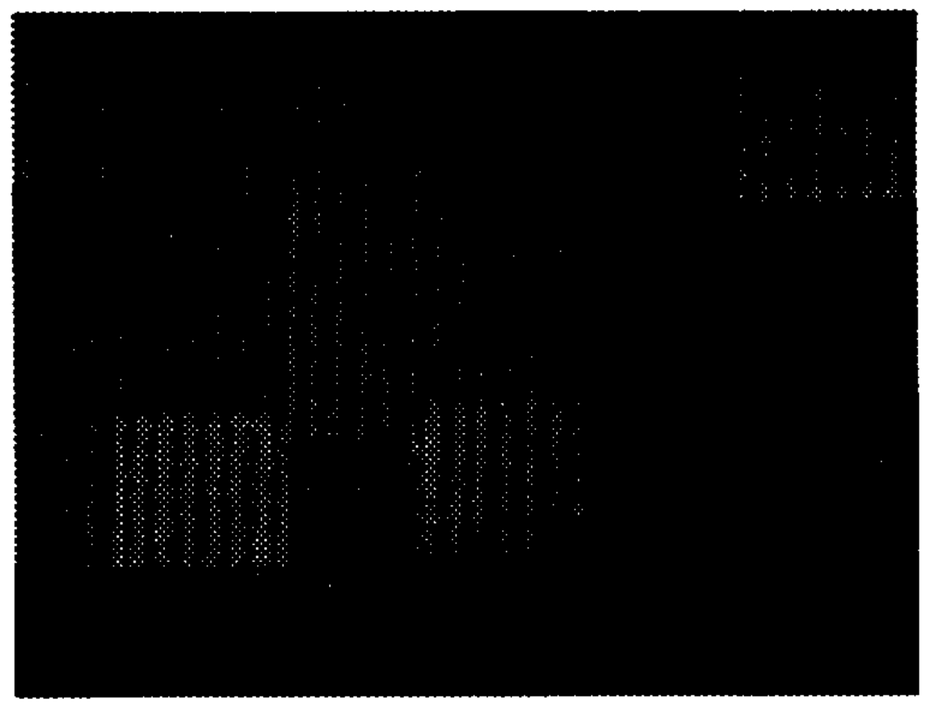
38-2



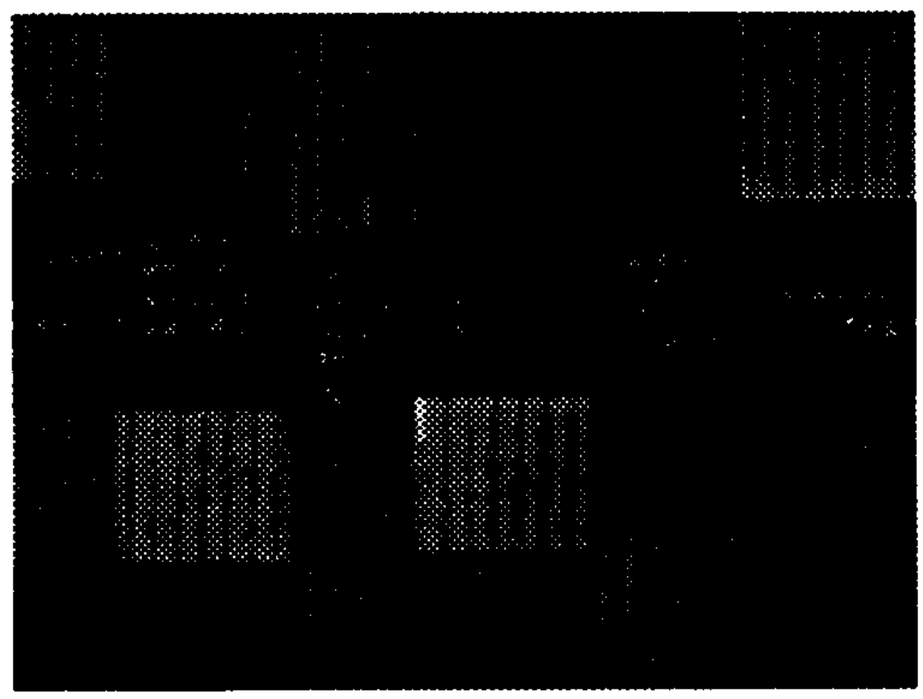
38-3



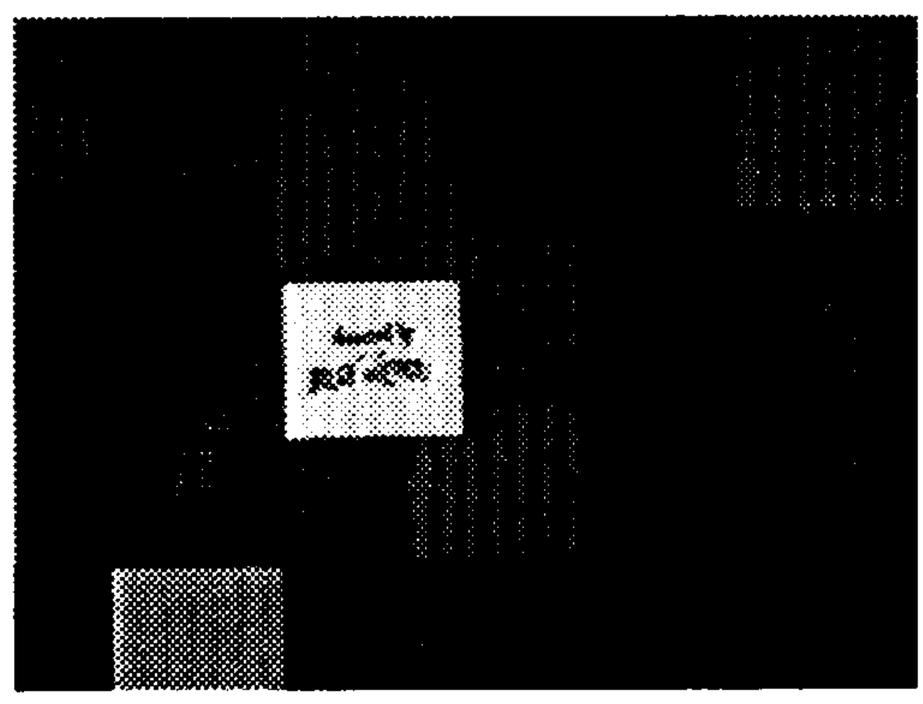
38-4



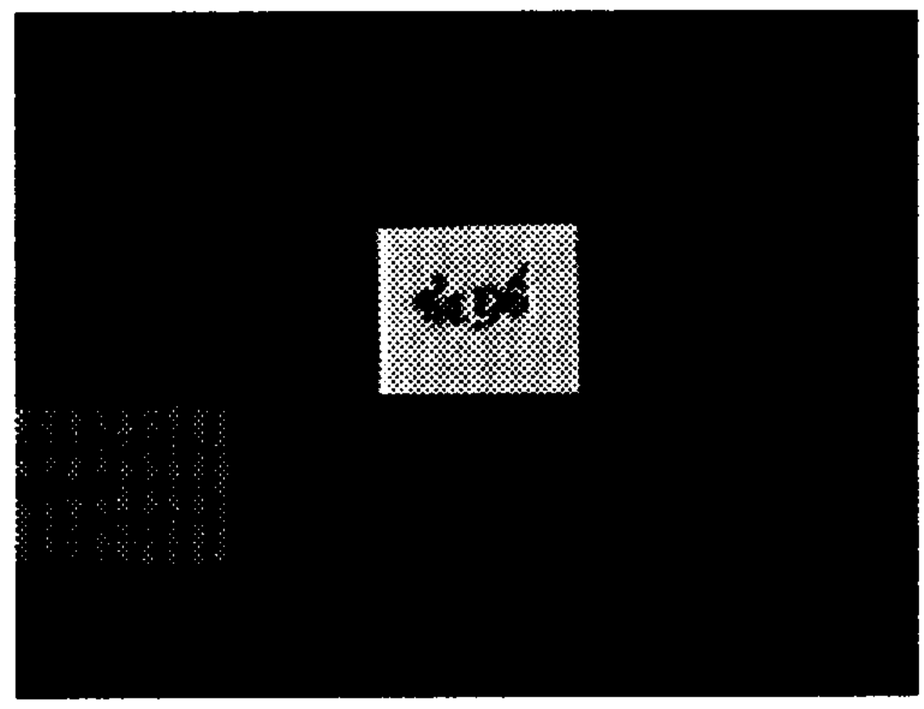
38-5



38-6



38-7



38-8

참 고 문 헌

〈국내 문헌 및 번역본〉

1. 단행본

· 강동문, 「사진디자인론 : 사진과 디자인의 상호작용」, 해뜸, 1987

· 김지현, 「디자이너를 위한 타입과 타이포그래피」, Impress, 1997

· 김지현, 「타이포그래픽 커뮤니케이션」, 브랜미술, 1992

· 김홍련, 「그래픽 문자 디자인」, 디자인오피스, 1997

·「디자인 대사전」, 숭례문, 1994

· 마샬 맥루한, 「미디어는 맛사지다」, 열화당, 1988

· 박대순역, 「현대이론의 사상가들」, 미진사, 1983

· 버나드 F. 딕/김시무 역, 「영화의 해부」, 시각과 언어

· 이기동, 「영한 대사전」, 금성, 1992

· 프랭크 E. 비버/김혜리 역, 「영화 미학 용어 사전」, 영화언어, 1995

· P.M. 레스터/금동호·김성민 공역, 「비주얼 커뮤니케이션」, 나남, 1995

· 필립 B. 멕스/월간디자인 편집부 역, 「그래픽디자인의 역사」, 디자인하우스 , 1985

· Herbert Zettl, 「영상미학」, 서강대학교, 1985

2. 논문

· 김세훈, 영화에 있어서 타이틀 디자인에 관한 연구, 홍익대 석사 논문, 1989

· 문지숙, 타이포그래피에 있어서 시각적 유희에 관한 연구, 홍익대 석사 논문, 1993

· 이은숙, 영상매체에 있어서 타아틀 디자인에 관한 연구, 건국대 석사 논문, 1995

· 정은숙, Moving Graphic에서 시·공간적 조형표현에 관한 연구, 홍익대 석사 논문, 1994

· 홍동원, Gestalt Psychology의 지각과 표현에 관한 연구, 홍익대 석사 논문, 1985,

〈국외 문헌〉

1. 단행본

· Giannalberto Bendazzi, 「Cartoons : One hundred years of cinema animation」

· John Halas, 「Film & TV Graphics」, Walter Herdeg The Graphis Press Zurich

· John Halas, 「Graphics in Motion ; from the special effects film to Holographics」, NY, Van Nostrand Reinhold Company, 1987

· Kathryn B. Hiesinger and George H. Marcus, 「Landmarks of Twentieth-Century Design」, Abbeville Press Publishers

2. 신문 기사

· Bill Zwecker, "Oscar Poster Gets Here Hot Off the Press", Chicago Sun-Times, Mar. 11, 1994, P22

· David Shipman, "Maurice Binder", The Independent (London), Apr. 13, 1991, Gazette page; P42

· Desson Howe, "Anaconda", The Washington Post, Apr. 11, 1997, N42

· Garu Arnold, "Idol Thoughts", The Washington Post, May 16, 1981, Style; Movies; B1

· Judith Shulevitz, "Sometimes Titles Are the Whole Story", The New York Times, Jul. 28, 1991, Sec 2; P 9; Col 1

· Julie V. Iovine, "Film Credits Tell a Story", The New York Times, Oct. 3, 1996, Sec C; P 9; Col 1

· Laurie Halpern Benenson, "The New Look in Film Titles", The New York Times, Mar. 24, 1996, Sec 2; P 22; Col 4

· Martin Scorsese, "The Lives They Lived", The New York Times, Dec. 29, 1996, Sec 6; P44; Col 3

· Rex Weiner, "Imaginary Forces take over the RGA/LA shop", Variety, Mar. 2, 1997,

Film; P32

· Richard Corliss, "Revel Without a Cause", Time, Feb. 20, 1984

· Robert McG. Thomas Jr., "Saul Bass" Milestones, The New York Times, Apr. 27, 1996, A, 30:1

· "Saul Bass" Milestones, Los Angeles Times, Apr. 27, 1996, A, 22:1

· "Saul Bass" Milestones, Time, May 6, 1996, V147 N19

· "Saul Bass" Milestones, The Washington Post, Apr. 28, 1996, B, 4:2

· "Title Talk", The Hollywood Reporter, Apr. 7, 1995

3. 잡지 기사

· "Bass Instinct", Creative Review, May 1995, V15 N5

· Brouse Kane and Joel Reisner, "A Conversation with Saul Bass", Cinema, Fall 1968

· Chee Pearlman, "Kiss of the Spider Woman", ID, 1990, V37

· "Credit Rating", Design Week, Mar. 29, 1996, Title graphics; P18-20

· Dean Billanti, "The Names Behind the Titles", Film Comment, May-Jun. 1982

· Design Week, Mar. 29, 1996

· Everett Aison, "Saul Bass : The Designer as Filmmaker", Print, 1969, V23s

· "First Impression", Design Week, May 9, 1997, Profile; P16-17

· James Woudhuysen, "What clients never know; designer' opinions", Management Today, Apr. 1989

· Jim Supanick, "SAUL BASS:....TO HIT THE GROUND RUNNING...", Film Comment, Mar.-Apr. 1997, V33 N2

· Jonathan Romney, "The Age of Innocence", New Statesman & Society, Jan. 28, 1994, V7 N287, P33

· Laurel Harper, "The Man with the Golden Designs", HOW, May-Jun. 1996, V11 N3

· Mary Fichter, "Double Feature", Graphis, July-Aug. 1996, V52 N304

· "Movies, Computer and the Future", American Cinematographer, Jan. 1983, V64

· "New Look In Film Titles", American Cinematographer, Jun. 1962, V43 N1

· New York Times Magazine, Dec. 29, 1996, 6, 44:3

· "Opening Title Sequence for the Island of Dr. Moreau", American Cinematographer, Sep. 1996, V77

· Pamela Haskin, "Saul, can you make me a title?", Film Quarterly, Fall 1996, V50 N1

· Pat Kirkham, "Maurice Binder's Bond film titles", Sight and Sound, 1969, V23

· Pat Kirkham, "Maurice Binder's Bond film titles", Sight and Sound, Dec. 1995, V5 N12

· Pat Kirkham, "Saul Bass and Billy Wilder : In Conversation", Sight and Sound, Jun. 1995, V5 N6

· Pat Kirkham, Sight and Sound, Feb. 1994, V4 N2

· Pat Kirkham, Sight and Sound, Dec. 1994, V4 N12

· Pat Kirkham, Sight and Sound, Jau. 1996, V6 N1

· R. Gid, "Saul Bass", Graphis, 1963, V19 N106

· "Roll Call", ID, Mar.-Apr. 1990, V37

· "Saul Bass", Communication Arts, 1969, V11 N4

· Saul Bass, "Film Titles", Graphis, 1960, V16 N89

· "Saul Bass", Idea, Sep. 1993, V41 N240 P130

· Steven Heller, "Saul Bass", Print, Jul.-Aug. 1996, V50 N4

· Stuart Klawans, "The War of the Roses", The Nation, Jan. 1, 1990, V250 N1 P31

· "The unoriginal sin", Design Week, Oct. 27, 1995, Private View; P31

· Tom Goss, "On-Air, On-Screen: Type Over Time", Print, 1968, V40

ABSTRACT

A study on Film Title Design by Saul Bass

Hye Jung Hwang
Major in Visual Design
Dept. of Industrial Design
The Graduate School of Arts
Hang-Sung University

"The Man with the Golden Arm" by Saul Bass'(1920~1996) was created without direct or realistic approach. By using movements of simplified graphic images, Saul Bass truly redefined the meaning of Title Design in film. Saul Bass' revolutional perceptive images and artistically polished designs made him the forefront of Title design in Motion Picture.

The relationship between Film and Title Design was the main purpose behind this research on Saul Bass. Saul Bass reorganized the new aspects of Title Design based on his creative mind and fresh approach. And his professional independent as a Title Designer

influenced majority of his followers, most of then were movie-makers and graphic designers. How to preserve and guide the future of Title Design as an independent medium is the point of this research. This research is mainly focused on Saul Bass' life-long study of Film Title Design and his various artistic approaches to reexamine the basic elements of his artistic senses. Through this research, the notion of Saul Bass' Film Title Design is defined and an essence of his works is discovered. For instance, Saul Bass' Film Title Design is analysed and distinguished as six characteristic aspects; symbolism, simplicity, humour, construction, connection and contrast.

Saul Bass known as an influential Title Designer who redefined appearance of graphic design as a part of moving images, is the most principal pioneer in the history of Film Title Design. He reinvented the definition of Film Title Design and presented endless creative visual possibilities to both graphic design and film world. His creative mind and influential approach is the core force of his creations.