

보도시점	보도자료 배포 후 즉시		
담당부서	전략기획팀	담당자	여은정
이메일	ej_yeo@koreafilm.or.kr	연락처	02)3153-2064

보 도 자 료

“사랑”은 왜 한국영화 제목에 가장 많이 등장했을까? 한국영화박물관 신규 기획전시 ‘제목전(展)’ 8일(금) 개막

- : 한국영화 100년 8,400여 편 제목 데이터 분석
- : 한국영화 제목 속 여성 지칭 어휘, 남성보다 63% 많아
- : 애니메이션 · 영상 · 그래픽 디자인 협업, 텍스트를 움직임으로 확장한 전시



▲ <제목전(展)-텍스트, 타이포그래피, 무빙 이미지> 포스터

한국영상자료원(원장 모은영, 이하 ‘영상자료원’)은 8일(금)부터 한국영화박물관(상암동 소재)에서 신규 기획전시 <제목전(展) - 텍스트, 타이포그래피, 무빙 이미지>(이하 ‘제목전(展)’)을 개최한다.

이번 전시는 한국영화 100여 년의 역사를 ‘제목’이라는 가장 작은 단위로 해체하고, 이를 다시 이미지와 움직임으로 확장해 보여주는 전시다. 1919년부터 2025년까지 약 8,400여 편의 한국영화 제목을 분석하는 한편, 애니메이션과 영상, 그래픽 디자인을 통해 제목이 하나의 시각적 경험으로 재탄생하는 과정을 선보인다.

□ 역대 한국영화 제목에 가장 많이 사용된 단어 1위는 '사랑'

한 세기 넘는 시간 동안 한국영화 제목에서 가장 많이 등장한 단어는 무엇일까? 그 답은 '사랑'이다. <제목전(展)>은 1919년부터 2025년까지 공개된 한국영화 8,436편을 수집·분류하여 다양한 키워드로 분석하고, 이를 통해 한국영화를 바라보는 새로운 관점을 제시한다.

'한국영화 제목 단어 TOP 100' 섹션에서는 제목에 등장하는 단어를 빈도 기준으로 100위까지 산출해 한국영화가 어떤 정서와 서사 구조 속에서 전개되어 왔는지를 보여준다. '사랑'은 총 197편에 사용되어 1위를 차지했으며, 이어 '여자'(172편), '밤'(124편), '청춘'(77편), '왕'(69편), '남자'(67편), '사나이'(67편), '꽃'(63편), '길'(61편), '사람'(56편)이 뒤를 이었다.

이 가운데 1위를 차지한 '사랑'은 한국영화가 관계 중심 서사와 멜로드라마를 축으로 발전해 왔음을 보여준다. '이별', '눈물', '연인', '로맨스' 등 감정과 관계를 둘러싼 어휘 역시 높은 빈도로 등장하며, 한국영화의 정서가 인물 간의 감정과 관계에 깊이 기대어 있음을 드러낸다. 이러한 경향은 1960년대부터 최근까지 비교적 꾸준히 이어지며, 시대를 관통하는 정서적 흐름을 형성해 왔다.

□ 왜 한국영화에는 여성을 지칭하는 어휘가 더 많을까?

제목은 단순한 명명을 넘어, 특정 시대의 감각과 시선을 드러내는 기호다. 한자가 섞인 문어체, 외래어 중심의 표현, 일상적 구어체에 이르기까지 제목의 변화는 곧 한국 사회의 문화적 흐름과 대중 감수성의 변화를 반영해 왔다.

이번 전시는 이러한 맥락에서 **한국영화 제목을 문화사회적 관점으로 조명**한다. 대표 섹션인 '너의 이름은 여자'에서는 여성과 남성을 지칭하는 어휘의 사용 양상을 비교 분석한다. '여자'는 전체 단어 빈도에서 2위를 차지했으며, 여성을 지칭하는 어휘는 47종으로 남성을 지칭하는 어휘 29종보다 약 63% 더 많은 비중을 차지했다.

이는 한국영화 산업의 역사적 흐름과도 맞닿아 있다. 신파와 멜로드라마를 중심으로 여성 인물의 희생과 감정을 강조해 온 서사 구조, 그리고 1970~80년대 성애영화의 영향 등은 제목에서 여성 어휘의 높은 빈도로 이어졌다. 더 나아가 <산딸기>(김수형, 1982년), <가시를 삼킨 장미>(정진우, 1979년), <앵무새 몸으로 울었다>(정진우, 1981년)와 같이 여성을 은유하는 표현까지 포함하면 그 비중은 더욱 확대된다. 이러한 경향은 한국영화가 오랫동안 여성 인물을 특정한 감정과 서사의 틀 속에서 재현해 왔음을 보여주는 단서이기도 하다.

□ 텍스트에서 이미지로, 다시 움직임으로 — 동시대 감독들이 재해석한 영화 제목



▲ 이상화 감독 대표작
<접힌 기억>



▲ 한병아 감독 대표작
<우주의 끝>



▲ 김태양 감독 대표작
<미망>

이번 전시는 영화 제목을 단순한 텍스트가 아닌 '움직이는 이미지'로 확장한다. 글자가 형태를 바꾸고, 장면으로 전환되며, 리듬을 갖고 움직이는 과정은 제목이 하나의 독립된 시각 언어가 될 수 있음을 보여준다.

이를 위해 동시대 애니메이션 감독과 극영화 감독이 참여해 한국영화 제목을 새로운 방식으로 재해석한 영상 작업을 선보인다. 최근 미국 메릴랜드 영화제와 브라질 애니아르테 페스티벌에 초청되며 주목받고 있는 이상화 감독은 2000년대 한국영화 제목과 캐릭터를 모티브로 한 애니메이션 작품을 선보인다. <지구를 지켜라!>(장준환, 2003년), <올드보이>(박찬욱, 2003년), <괴물>(봉준호, 2006년) 등 대표작의 이미지를 빠르게 변주하는 모핑 애니메이션을 통해, 제목과 이미지가 유기적으로 결합하는 과정을 시각화한다.

한국독립애니메이션협회 회장이자 전주국제영화제, 인디애니페스트 대상 수상자인 한병아 감독은 1966년작 <워커힐에서 만남시다>(한형모)를 모티브로, 영화 제목과 이미지를 애니메이터의 시선으로 재해석한 작업을 선보인다. 또한 영화 <미망>(2024년)으로 국내외 영화제에서 주목받은 김태양 감독은 한국 고전영화의 타이틀 시퀀스를 콜라주한 영상 작업으로 참여해, 제목이 지닌 시간성과 영화사의 층위를 시각적으로 풀어낸다.

□ 한국영화 포스터 디자인을 이끄는 스튜디오 3곳의 작업 한자리에



▲ 스튜디오 빛나는 대표작
<왕과 사는 남자>



▲ 꽃피는 봄이 오면 대표작
<파묘>



▲ 프로파간다 대표작
<밀수>

한국영화 제목의 미학은 포스터 디자인에서 가장 선명하게 드러난다. 영화를 보기 전 관객이 가장 먼저 마주하는 제목의 서체와 디자인은 영화의 정서를 시각적으로 압축해 전달하는 중요한 장치다.

이번 전시에서는 한국영화 포스터 디자인을 이끌어 온 주요 스튜디오 세 곳의 작업을 통해, 제목이 어떻게 이미지로 구현되는지를 조명한다. '스튜디오 빛나는(박시영)'은 <군체>(연상호, 2026년), <성적표의 김민영>(이재은, 2022년) 등 개성 있는 캘리그래피 작업을 선보이며, 최근 <왕과 사는 남자>(장항준, 2026년) 포스터로 주목받고 있다. '꽃피는 봄이 오면(김혜진)'은 <죽거나 혹은 나쁘거나>(류승완, 2000년)를 시작으로 <박쥐>(박찬욱, 2009년), <암살>(최동훈, 2015년), <파묘>(장재현, 2024년) 등 굵직한 작품을 통해 한국영화 포스터 디자인의 흐름을 이끌어 온 작업을 소개한다.

'프로파간다(최지웅, 박동우, 이동형)'는 <신세계>(박훈정, 2013년), <소공녀>(전고운, 2018년), <밀수>(류승완, 2023년) 등 대표작의 캘리그래피와 작업 과정을 통해 제목 디자인이 완성되는 과정을 보여준다.

이번 전시는 우리가 무심히 지나쳐온 영화 제목을 통해 한국영화를 다시 읽고, 텍스트에 머물던 제목을 이미지와 움직임의 경험으로 확장하는 자리가 될 것이다.

본 전시는 한국영화박물관에서 8일(금) 오전 10시 30분부터 관람할 수 있고, 자세한 이용 방법은 홈페이지(www.koreafilm.or.kr)를 통해 확인할 수 있다. 전시 관람료 무료다. (문의: 02-3153-2039)