

Paloody

[패러디
문화]

국민대학교 테크노디자인대학원 브랜드디자인LAB

한성수

사전적 의미로써 패러디라 함은 문학작품의 한
형식으로써 ‘어떤 저명 작가의 시의 문체나 운율을
모방하여 그것을 풍자적 또는 조롱삼아 꾸민
익살스러운 시문’ 이라 명시되어 있습니다.

최근에 이 패러디가 시각 커뮤니케이션의 영역 다방면에서 나타나고 있습니다.
물론 이 패러디가 시대에 대두되어 나타나게된 현상은 아니며 거슬러 올라가
포스트 모더니즘의 스타일중 하나로서 역할을 해왔다 합니다.

패러디는 다양한 분야에서 해학적으로, 풍자적으로, 때로는 비판적으로 메시지를
전달하며 광고하는데 많이 쓰이고 있으며 그 시대의 탈 구조화의 일면으로써 퓨전적
성향을 지니고 있다 할 수 있습니다. 패러디의 퓨전적인 성향은 포스트 모더니즘의
여러 변모에서 나타납니다. 개념적으로는 퓨전이라는 큰 범주 내에 속해있지만 그
영향력은 여러 다방면으로 찾아볼수 있습니다.

포스트 모더니즘에서 말하는 저급문화와 고급문화의 탈 영역 구분화에
지대한 영향을 미쳤다 할수있습니다. 과거의 정형화 되고 획일적인 형식들을 자유롭고 장식적이며 반
역사적인 방식으로 인용할수있게 만들뿐 아니라 예술이 지니고있던 희소성, 독창성 또한 그 의미 및
가치를 잃어 버린 현시대의 영역에서 이것이야 말로 각종 이미지들이 범람하는 가운데 가장 적절한
문화적 모델이 될수있다는 입장을 보여주었고, 또한 그 재구성, 패러디 된 작품들이 사회의 어두운
이면이나 제3의 목소리를 대변해주는 도구로써도 인식론적, 문화적으로도 빠르게 인지됨에 따라
다양하게 이용되었습니다.

**최근에도 이 패러디 문화는 여러분야에 적용 되어지고
있습니다. 영상을 이용한 메스미디어 성향을 지는 패러디
광고 및 포스터, 잡지, 싸인물에 이르는 판촉물 까지도,
다양한 문화의 저변에서 찾아볼 수 있습니다.**

하지만 팝아트의 출범 이후 그 선구 주자라 칭해지는 앤디워홀의 경우 패러디가 아닌
패스티쉬라 불리우는 혼성모방을 추구하게 되었으며 패러디의 의미가 퇴색하게 되었다
생각합니다. 이미지의 범람후 그 차용및 이용의 가치에 관해서는 하나하나 운운할수 없지만
단순한 상업적 목적으로써의 응용은 패러디에 관한 인식및 가치의 시각이 하양되며 무분별하게
사용될수 있습니다. 실제 최근의 사례를 보아도 다방면에서 찾아볼수 있고 이 시대, 문화는 그
패스티쉬를 '패러디' 라 운운하며 그 가치를 찾으려 하고 있습니다.
저급문화라 불리우는 인디문화와 고급문화라 불리우는 대중문화가 여전히 존재하듯이 포스트
모더니즘시대의 시대적인 특성은 계속해서 존재하고 있으며 그 사회적, 문화적인것으로
퓨전적인 성향이 또다시 일어나고 있는 시점입니다.

단순한 패스티쉬적 모방이 아닌 하나의 이야기를 담고 하나의 목소리를 담고있는 시각적 언어로써
패러디를 응용해야 할것이며 그 의미를 다시한번 되새겨 봐야 할것입니다. 이에따라 패러디에 관한
내용을 보다 세밀하고 분석적인 눈으로써 바라보며 그 과거와 최근의 사례를 중심으로 논문을
구성하고 싶습니다.