

한국 코미디 영상에 나타난 의상의 패러디적 특성

- SNL 코리아를 중심으로 -

이 혜 원*

가톨릭대학교 의류학과 조교수*

요 약

SNL 코리아는 한국 코미디 역사상 가장 패러디의 성격이 강한 쇼로, 2011년부터 약 10년 넘게 방영되어왔으며 높은 시청률을 가지고 흥행하고 있다. SNL 코리아에 나타난 패러디는 국가적 사건, 다양한 시사적 관심사, 그리고 타 방송 프로그램에 기반한 여러 가지 주제를 선행요소로 하고 있으며, 패러디 표현 또한 그동안의 코미디 쇼들과는 달리 제한이 적고, 자유로우며 노골적이다. 본 연구는 한국 코미디 쇼에 나타난 의상의 패러디적 특성 분석을 연구 목표로 한다. 연구방법은 이론적인 문헌연구와 사례를 통한 실증연구를 병행하였다. 먼저 이론적 고찰을 통해 영상미디어에 나타난 패러디, 한국 TV 방송에 나타난 패러디, 그리고 한국 코미디 쇼에 나타난 패러디가 살펴졌다. 영상과 자막을 매개체로 하는 영상미디어를 통해 전달되는 패러디는 사실적이고 직설적이며 비판적인 성격을 지닌다. 그동안 한국 TV 방송에 나타난 패러디들의 예로, 코미디 장르 외에 뉴스 프로그램과 시사 프로그램들이 있었으나, 변화하는 정치 분위기에 따라 패러디 허용 범위 또한 함께 변하면서 방송은 중단 및 중영되었다. 본 연구는 SNL 코리아가 시작된 2011년부터 현재까지의 쇼 영상을 중심으로 사례연구를 실시하였다. SNL 코리아 전체 시즌을 대상으로 패러디 성격을 지닌 의상들이 수집되었고, 인물 유형별로 의상을 나누어 분석하였다. 연구 결과, SNL 코리아에 나타난 패러디 의상을 착용한 인물들 유형은 언론인, 정치인, 연예인, 비연예인 직업군, 사회적 약자와 관련한 유형으로 분류되었다. 이들의 의상을 종합적으로 살펴본 결과, 의상에 나타난 패러디적 성격은 중립적과 비중립적, 직유적 의상과 은유적 의상, 그리고 경계 해체적이었다. SNL 코리아에 나타난 의상의 패러디는 영상미디어의 매체적 특징과 코미디 장르의 표현적 특징과 결합되어 독특하게 표현되고 있었다. 본 연구는 영상미디어적 특징과 코미디 장르, 그리고 패러디 의상에 대해서, 한국의 시사적 선행요소를 바탕으로 통합적으로 분석하였다는 점에 의의를 가진다.

주제어 : 패러디 의상, SNL 코리아, 코미디 의상, 영상미디어

본 연구는 2022년도 가톨릭대학교 교비연구비의 지원으로 이루어졌음.

+교신저자: 이혜원, hyewonlee@catholic.ac.kr

접수일: 2022년 5월 27일, 수정논문접수일: 2022년 6월 9일, 게재확정일: 2022년 7월 18일

I. 서론

최근 온라인 영상 플랫폼을 통해서 시사적인 내용을 담은 패러디 영상들이 많아지고 있다. 정치, 사회, 경제, 그리고 문화와 관련한 다양한 주제를 선행요소로 하는 패러디 영상들은 불특정 대중들을 상대로 노출되며, 대중들은 패러디 영상을 통해 현실사회에 대한 문제를 간접적으로 인식한다. 한국 영상미디어에 나타난 패러디는 정규 혹은 비정규방송의 뉴스 프로그램, 시사 프로그램, 혹은 코미디 프로그램에서 종종 등장하였다. 뉴스 프로그램에 나타난 패러디는, 화제의 인물이 나타나는 현장 상황이 그대로 송출되거나, 뉴스 진행자를 통해 시사성을 띠는 소견이 전달되었다. 시사 프로그램에 나타난 패러디의 경우는 프로그램 진행자들 간 신랄한 토론이 이루어지거나, 시사적 내용과 연관된 인물들의 직·간접 인터뷰 등이 등장하였다. 코미디 프로그램에 나타난 패러디의 경우, 패러디스트(parodist)인 코미디언에 의해 화제의 인물들이 우스꽝스럽게 모방되었으며 시청자들의 웃음이 유발되었다. 한국의 패러디 영상들은 때때로 변하는 정치 분위기와 방송심의정책의 변화에 따라 방송국별로 허용되는 패러디에 대한 표현 범위가 달라졌다. 한국은 2000년 이후, 국내 여러 지역에서 개인 혹은 집단 단위로 크고 작은 집회 및 시위가 열리기 시작하였는데, 특히 ‘촛불 시위(candlelight vigil)’(Seoul sinmun, 2008)와 ‘스트리트 저널리즘(street journalism)’의 영향으로 인해, 소신 발언 허용의 분위기가 점차 등장하면서 시사적인 내용을 주제로 하는 패러디 영상들이 많아졌다. 패러디 영상은 더 이상 선행요소에 대한 단순 비판적 영상이나 저급 영상이 아니며, 새로운 표현예술의 하나인 창작물로서 점차 간주되어, 문화적·미학적 창작 영상물로서 평가되고 있다(Kim, 2005; Lee, 2009a; Song & Park, 2004).

2022년 5월 기준, 한국 패러디 코미디는 비정규

케이블 방송과 온라인 동영상 플랫폼(Over-The-Top media service, 이하 OTT) 서비스를 제공하는 쿠팡플레이(Coupang Play)에서 나타나고 있다. SNL 코리아(Saturday Night Live Korea)는 짧은 여러 개의 콩트로 구성된 스케치 코미디(sketch comedy) 장르이다. SNL 코리아는 미국 코미디 프로그램인 ‘SNL’을 각색하여 만들어졌고, 정치·사회·문화적인 사건 및 적나라한 현실의 상황을 선행요소로 패러디한다. SNL 코리아는 비정규 방송국을 통한 송출보다 OTT 서비스로 인한 송출로 인해 시청자가 급증하였다(Lee, 2022).

SNL 코리아는 다양한 시사적 내용을 패러디의 선행요소로 삼아오고 있다. 출연자들은 주로 특정 인물, 특정 직책, 특정 사건을 모방하고 재현하는 연기를 하는데, 짧은 영상 안에 강력하고 노골적인 패러디를 전달하기 위한 특정 의상을 착용한다. 코미디 영상에 나타난 패러디 의상은 패러디스트의 표현 도구로서, 시사과 코미디의 결합을 통한 독특한 특성이 나타난다. 본 연구는 한국의 코미디 영상 중, 패러디 의상이 잘 나타나는 SNL 코리아를 중심으로, 코미디 영상에 나타난 패러디 의상들을 살펴보고 이의 특성을 분석하는 것을 목적으로 한다. 본 연구의 방법으로 문헌연구와 사례 연구를 병행한다. 먼저 문헌연구에서 패러디 개념에 대해 살펴본 후, 영상미디어에 나타난 패러디, 한국 영상미디어에 나타난 패러디, 그리고 한국 코미디 프로그램에 나타난 패러디에 대해 선행연구들을 통하여 순차적으로 고찰한다. 두 번째, 사례 연구를 통해 SNL 코리아에 나타난 출연진의 의상에 대하여 관련 영상 및 이미지를 수집하고 의상에 나타난 패러디적 특성을 분석한다. 사례 연구의 범위는 SNL 코리아의 첫 번째 시즌이 시작된 2011년 12월부터 시즌11의 마지막 방송 월인 2022년 5월까지 총 11개의 시즌의 영상들을 중심으로 한다. 본 연구자는 영상 분석을 위해서, 무료 사이트인 유튜브(www.youtube.com)와 유료 사이트

인 쿠팡 플레이(www.coupangplay.com)를 통해 일차적으로 영상을 시청하였고 이를 통한 분석을 진행하였다. 본 논문의 결과에서 제시될 이미지들은 유료 사이트의 저작권 보호 관계로 무료 사이트를 통하였다.

II. 영상미디어와 코미디에 나타난 패러디

1. 패러디의 개념과 영상미디어에 나타난 패러디

현대 이전의 패러디는 존중받아야 하는 원작의 ‘질 낮은 어리석음’을 그대로 드러내는 것(Kiremidjian, 1969)이었으나, 점점 범주가 확대되면서 현대에는 희극적이면서 비판적이고, 진지한 성격으로 바뀌어 오고 있다(Hutcheon, 2000). 현대 사회 속에서 패러디는 실천적이면서 정교하고 덜 의식적인 성격을 지닌다(Dentith, 2002). 이러한 성격의 패러디는 예술가인 ‘패러디스트’를 만나 새로운 창조를 만든다(Ko & Kim, 1995). 창조적 성격을 지닌 패러디는 원작이 되는 선행요소를 먼저 모방하지만 작가의 표현 방법에 따라 예술적 결과는 달라진다. 또한 원작을 모방하는 방식은 단순 모방이 아닌 형식 혹은 내용 변화가 수반되므로, 완전 일치 혹은 모방이 아니고, 변화를 통한 창조적인 모방으로 인정된다.

영상미디어에 나타난 패러디는 대중들에게 정보 및 시사 내용, 당대의 이슈를 패러디라는 기법과 영상미디어라는 매개체를 통하여 전달하는 것

이다. 영상미디어는, 신문과 같이 문자를 통해 전달되는 인쇄 미디어와, 라디오와 같이 소리로 전달되는 음성 미디어가 합해진 형태이다. 영상미디어는 소리, 자막을 포함한 복합 정보를 시청자들에게 효과적으로 전달할 수 있으므로, 다른 미디어의 종류보다 다양한 콘텐츠를 전략적으로 포함할 수 있다는 장점이 있다(Deuze, 2004; Mayer & Mayer, 2005). 영상미디어에 나타난 패러디의 주된 선행요소는 영상으로 꾸며지기에 좋은, 즉 스토리가 있는 사건 및 사고이다. 사건 및 사고는 주로 대중들의 관심이 집중되고 있는 국가적 사건이나 사회적 관심사를 바탕으로 한다. 영상미디어의 구성요소인 영상, 이미지, 그리고 자막은 패러디화를 위한 매개체이자 표현 도구들이다. 영상미디어에서 패러디가 나타나기 위해서는, 선행요소를 모방하는 과정에서 영상 장르에 대한 형식적 모방과 선행 사건에 대한 내용적 모방이 나타난다. 영상 장르들, 예를 들어 뉴스, 드라마, 영화, 토크쇼, 퀴즈쇼, 그리고 예능 프로그램들까지 다양한 형식들이 모방된다. 내용적 모방은 실제 사건을 다시 재조명하는 방법을 거치며, 관련 사건을 직접 다시 방송하는 방식과 사건을 각색하는 방법으로 나누어 볼 수 있다. 영상미디어를 통한 패러디는 비 영상미디어와 달리, 화면과 사운드를 이용한 사실성, 그리고 즉시적 현장성의 특성을 가지므로 대중들에게 권위적인 힘을 발휘한다(Kim & Heo, 2010). 특히 온라인을 통해 전 세계적으로 퍼지는 영상의 위력은 공중파 방송과는 다른 새로운 대중적 소구력을 가질 수 있다. <Figure 1>은 영상미디어에 나타난 패러디에 대해 도표로 정리한 그림이다.

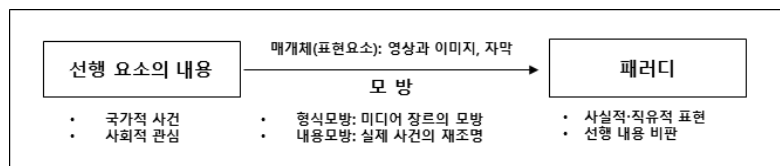


Figure 1. 영상미디어에 나타난 패러디.

2. 한국 영상미디어와 코미디 영상에 나타난 패러디

한국의 영상미디어에서 나타난 패러디는 코미디 프로그램을 제외하고 주로 뉴스와 시사 프로그램들에서 등장하였다. 선행 연구들을 통하여 대표성을 띄는 두 프로그램이 선정되었다. 먼저 뉴스 프로그램의 예로, 2003년부터 2013년, 그리고 2018년부터 다시 방송되고 있는, 24시간 뉴스 보도를 기본으로 편성한 YTN의 ‘돌발영상’이 있다(Figure 2). 돌발영상에는 비공개 뉴스 영상들을 나오며, 정치인들의 짤막한 영상과 함께 영상 내 자막이 등장한다. 돌발영상은 권력과 공적 담론의 중심에 있는 사람들의 구태의연한 모습들을 방송에 적나라하게 드러냈고(Kim & Heo, 2010; Lee, 2009b), 기업 비리, 공인들의 잘못된 언행과 실수들을 편집 없이 내보냈다. 이러한 돌발영상에 대해, 정치성이 드러난 부정적 묘사임이 지적(Woo, 2006)되기도 하였으나, 대중들은 딱딱하고 흥미롭지 않은 뉴스의 반전 포스트 크레디츠 영상(post-credits scene), 혹은 보너스 영상과 같은 재미를 느꼈다. 두 번째, 시사 프로그램이면서 인터넷 패러디 뉴스 프로그램인 ‘헤딩라인 뉴스’가 있었다. 헤딩라인 뉴스는 인터넷 패러디 신문인 ‘딴지일보’ 출신의 제작진으로 구성되었으며, 2002년부터 인터넷을 통해 방송되었다(Kim, 2004). 이후 인터넷상에서의 인기로 인해, 2004년부터 2005년까지 정규 방송 KBS의



Figure 2. YTN의 ‘돌발영상’의 예.
From YTN news. (2022).
<https://www.ytn.co.kr>

‘시사투나잇’ 프로그램을 통해 방송되었다. 헤딩라인 뉴스는 뉴스 프로그램과 비슷한 제작 형식을 모방하였고, 제보자의 변조된 음성과 모자이크된 영상으로 선행요소의 부당함이 폭로되는 것이 주된 내용이었다. 헤딩라인 뉴스에는 방영 당시 한국의 정치권 분위기와 대통령 탄핵 사건과 관련한 비판적 표현이 많이 등장하였다. 헤딩라인 뉴스는 인터넷 방송에서 정규 방송인 KBS까지 진출했다는 점에서 초기 주목을 받았지만, 정도에 지나친 패러디(Min, 2005)라는 평이 있으며, 반대 세력에 의해 현재는 중방하였다(Figure 3).

뉴스와 시사 프로그램에 나타난 패러디는 화제 인물이나 사건을 그대로 방송되거나 이용되어 통신티밀보호법, 선거법 위반, 초상권 침해, 사생활 침해, 그리고 명예훼손이라는 법적 분쟁으로 인해 중단되었다. 영상에 나타난 패러디의 권력성과 방송 제한, 그리고 창작물의 인정에 대한 여러 가지 의견들이 나왔으며, 영상 제작자, 영상 편집자에 의해 정치적 의도성 개입 등이 지적되었다(Ryu, 2004). 또한 패러디물에 대한 법적 처벌은 창작자의 표현의 자유가 침해된 것(Kim, 2017)이며 그리고 국가에 의해 통제되고 영향받는 방송 프로그램들의 변화가 필요하다는 의견(Park, 2010), 영상 창작자와 제작자 사이의 권력에 대해 진정한 패러디의 주체가 누구인지에 대한 의문들(Lee, 2009a; Lee, 2009b)이 제기되었다.

한국의 패러디 코미디는 1980년대 후반부터 시



Figure 3. ‘헤딩라인 뉴스’ 관련 논란 기사.
From Min. (2005).
<http://www.mediatoday.co.kr>



Figure 4. KBS 2TV의 ‘유머 1번지’ 코미디 프로그램의 ‘회장님, 회장님, 우리 회장님’ 코너.
From KBS. (2019).
<https://www.youtube.com>

작되었다. KBS 2TV에서 1986년부터 1988년까지 방영된 ‘유머일번지’ 프로그램에서는 ‘회장님, 회장님, 우리 회장님’이라는 코너를 통해 정치 패러디 코미디가 나타났다(Figure 4). 이 프로그램은 한국의 1980년대 후반 민주주의 여파에 영향받았고, 많은 시사적인 주제를 선행요소로 하고 있었다. 특히 가상 재벌그룹의 중역 회의 장면에서, 한국의 정치, 경제, 사회적 현안들과 관련한 주제들이 등장하였다. 하지만 이후 이 프로그램은 패러디에 대한 방송 적합성이 논란되고 제한되어 자주 중단되었다(Kim, 2021; Kwon, 2022). 코미디 패러디는 1988년 제 13대 대통령의 당선기념 연설을 통해 “정치인에 대한 풍자의 자유”가 공식 선언되면서 공식 허용되었다(Kim, 2021). 이후 정규 방송을 중심으로 많은 코미디 프로그램들에서 패러디가 나타났다(Kim, 2021). 그러나 다시금 정권이 변화하고, 이에 따른 지상파 방송 내용 제한, 그리고 영상 편집에 대한 방송사의 편향성이 의심되면서, 코미디 패러디는 점차 비정규 케이블 방송 혹은 인터넷 방송으로 무대를 옮기게 되었다.

2011년, 지상파 코미디보다 과감한 패러디 코미디가 케이블 방송사 tvN의 ‘SNL 코리아’를 통해 시작되었다. SNL 코리아는 2011년 시즌 1을 시작으로, 2022년 5월 기준 시즌 11까지 방영되었다. SNL 코리아의 고정 출연자는 코미디언들이지만, 에피소드마다 배우, 가수, 정치인, 그리고 비연예

인 유명인들이 프로그램의 ‘호스트(host)’로서 출연한다. 프로그램의 기본 콘셉트이자 캐치프레이즈인 ‘토요일 밤, 당신이 알고 있던 스타를 찾아!’(CJ Now, 2011)이며, 출연자들은 이 콘셉트에 맞추어, 고정관념 이미지를 깨는 연기로 철저하게 스스로를 망가뜨린다.

SNL 코리아에는 다양한 선행요소가 등장한다. 가장 영향을 미치는 선행요소는 국가적 차원의 사건 및 사고이며, 많은 사람에게 공감을 얻기 위한 다양한 주제들이 사실적으로 과감하게 노골적으로 패러디되고 있다. SNL 코리아가 방영되었던 전체 시즌과 관련한 정치·사회·문화와 관련한 국가적 이슈로는 대선 3건, 올림픽 5건, 대통령 탄핵 관련 1건이 있었다. 국가적 차원의 사건 외에도 여러 사회적인 관심사들, 예를 들어 성차별, 빈부격차, 세대 차이, 각종 직업관과 사회적 지위에 대한 비교 표현, 그리고 당시 인기 있었던 다양한 영상 장르들이 패러디의 선행요소가 되고 있었다. OTT 서비스 이후 시즌 10부터는 실제 정치인들이 직접 등장하기도 하였고 정치 패러디에 대한 긍정적인 의견을 직접 전달하였다. 또한 지금까지 패러디 코미디의 주된 선행요소였던 ‘대통령’이 시즌 11에서는 대통령 선거 후보자와 당선자의 신분으로 재차 출연하기도 하였다. <Table 1>은 11개의 시즌으로 다양한 주제에 대하여 패러디한 SNL 코리아의 선행요소에 대하여 정리한 것이다.

Table 1. SNL 코리아 시즌별 패러디의 관련 선행요소들.

시즌	SNL 방영 기간	패러디의 선행요소		
		국가적 사건	정치·사회·경제·문화적 관심사	방송 (프로그램명, 방송사)
1	2011.12 ~ 2012.01	한미FTA 비준안 통과	정치(대통령, 청와대, 검찰 관련 사건, 정치 화합 기원)	뉴스, 퀴즈쇼(장학 퀴즈, EBS) 영화(사운드오브뮤직, 미국)
2	2012.05 ~ 2012.07	하계올림픽	정치(대통령 후보), 사회(남녀평등, 팬덤), 문화(실내 스포츠 유행)	뉴스, 드라마(응답하라 1997, tvN), 예능(짹, SBS)
3	2012.09 ~ 2012.12	대통령 선거	정치(대통령 후보와 관련 정당), 사회(성형과 다이어트)	시사교양(먹거리X파일, 채널A), 광고(유니클로), 드라마(막돼먹은 영애씨, tvN), 영화(러브앳처얼리, 미국)
4	2013.02 ~ 2013.11	대통령 임기 교체, 전쟁 위협	정치(대북정치), 사회(패션모델, 연예인, 다이어트, 성형, 여성지위)	드라마(그 겨울, 바람이 분다, SBS), 예능(TV는 사랑을 싣고, KBS; 꽃보다할배, tvN; 우리결혼했어요, MBC; 아빠어디가, MBC; 랫미인, tvN)
5	2014.03 ~ 2014.11	동계올림픽, 월드컵	문화(한국 월드컵 국가대표 선발), 사회(연예인과 팬문화, 셀카봉 인기)	드라마(CSI, CBS; 셜록홈즈, BBC), 예능(우리결혼했어요, mN; 진짜 사나이, MBC), 신세계(영화, 한국)
6	2015.02 ~ 2015.12	청탁금지법 제정	문화(여성 래퍼와 음악), 사회(대학등록금 동결, 군대 문화, 여자연예인간 싸움, 다이어트와 성형)	드라마(응답하라 1994, tvN), 예능(진짜 사나이, MBC), 영화(위플래시, 미국), 탐사보도(그것이 알고 싶다, SBS)
7	2016.02 ~ 2016.06	살인사건, 흉기난동사건	사회(여자연예인 욕설 사건, 조기교육, 남녀평등, VR, 증간소음문제)	뉴스, 예능(꽃보다청춘, tvN), 다큐멘터리(극한직업, EBS)
8	2016.09 ~ 2016.12	대통령 탄핵	정치(국정 농단과 대기업 연루), 경제(취업난), 사회(웹툰 인기)	뉴스, 드라마(도깨비, tvN; 태양의 후예, KBS), 예능(영재발굴단, SBS)
9	2017.03 ~ 2017.11	대통령 선거	정치(대통령 후보) 사회(서비스 직원, 여배우의 속옷노출사건, 위킹맘)	오디션(프로듀스 101, Mnet)
10	2021.09 ~ 2021.11	하계 올림픽	사회(택배기사, 역할대행 아르바이트 등 비정규 직업, 메타버스), 문화(홈트레이닝 열풍)	뉴스, 드라마(오징어게임, 넷플릭스; 슬기로운 의사생활, tvN)
11	2021.12 ~ 2022.05	대통령 선거, 베이징 동계올림픽	정치(대통령 후보와 공약), 사회(인터넷 방송열풍과 크리에이터 행동논란)	뉴스, 예능(솔로지옥, 넷플릭스), 유튜브 방송

III. SNL 코리아에 나타난 의상

1. 인물 유형 구분

에피소드별로 패러디의 선행요소 즉, 국가적 사건 및 사회 시사적인 이슈, 그리고 방송 프로그램 등에 따라, 방영 시기에 따라 출연자들이 맡은 배

역과 연기된 인물 유형 또한 다양하였다. 전체 시즌을 살펴본 결과, 뉴스 프로그램 형식이 가장 많이 나타났으며, 뉴스의 진행자 및 제작자의 모습으로서 언론인들의 모습이 가장 많았다. 언론인들은 선행 사건 및 요소에 대한 폭로 및 고발, 그리고 비판자로서의 의견을 표현하였다. 두 번째, 역사적으로 코미디 패러디의 선행요소로서 자주 등

장해왔던 정치인들, 특히 대통령 선거를 앞둔 후보들에 대한 내용이 많았다. 이들은 뉴스 프로그램과는 달리 후보들끼리의 경쟁과 각 후보의 관련 정당, 정치인과 더불어 시사성을 띠는 스토리를 부각시키기 위해, 서바이벌 쇼, 각색 드라마, 퀴즈 쇼 등의 장르에서 나타났다. 세 번째, 출연자들의 원래 직업인 ‘연예인’을 둘러싸고 기획사, 매니저 등 다양한 직업들이 나타났는데 이들은 연기자, 가수, 개그맨의 특성을 살린 각색 드라마, 뮤직비디오, 시트콤, 그리고 영화 등의 장르에서 주로 나타났다. 이외에도 패러디의 선행요소가 되는 직업군들로는 주로 사회에서 소외되었으나 주목하고 개선되어야 하는 직업군들이 나타났다. 직업의 표현은 주로 제복 혹은 직업복을 착용하고 해당 근무행위를 하는 연기로 나타났다. 출연자들은 착용한 의상만으로도 연기하는 인물 유형을 정확하게 상징해야 하므로 근무복, 제복, 집단복, 고정관념을 가지는 옷을 착용하였다.

2. 인물 유형별 의상

1) 언론인 관련 의상

SNL 코리아의 여러 시즌에서 반복적으로 나타

나는 인물 유형은 언론인이었다. 아나운서를 비롯하여 기자, 프로듀서(PD)의 모습들이 뉴스와 시사 프로그램을 모방한 영상 장르에서 나타났다. 아나운서와 기자, 그리고 PD는 시사적 내용을 전달하고 비리를 고발하며, 냉소적이고 중립적인 입장을 가진 인물로 연기되었다. 언론인들의 의상은 모두 격식을 차린, 슈트 의상과 단정한 짧은 헤어스타일이었다. 채킷은 블랙, 브라운, 네이비, 그레이 색상이었으며, 셔츠는 화이트 혹은 블루 계열이었다. 여성 아나운서의 경우 남성 슈트 및 셔츠와 유사한 스타일과 더불어, 분홍, 하늘색을 비롯한 파스텔 색상의 노출 없는 단정한 블라우스와 슈트가 착용되었다(Figure 11). 남성 언론인의 경우, 모두 넥타이를 착용하고, 간혹 가슴 포켓치프 장식을 착용하기도 하였다(Figure 5, Figure 6, Figure 8). 기자는, 검정 재킷과 화이트 셔츠, 모노톤의 슈트를 착용하거나 현장 취재를 위한 활동적인 의상 표현을 위해 넥타이를 착용하지 않기도 하였으며, 현장 인터뷰 촬영의 모습인 경우, 베이지 혹은 브라운 계열의 슈트를 착용하기도 하였다(Figure 9, Figure 11, Figure 12). 토크쇼 형식의 뉴스인 경우 재킷을 벗고 조끼를 착용한 모습으로, 완화된 격식 슈트 의상이 착용되었다(Figure 10). PD는, ‘사



Figure 5. 아나운서.
From Sasuob. (2011a).
<https://www.youtube.com>



Figure 6. 아나운서.
From Sasuob. (2011b).
<https://www.youtube.com>



Figure 7. PD.
From Doo22Doo22. (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 8. PD와 아나운서.
From Kim. (2013a).
<https://www.youtube.com>



Figure 9. 기자.
From Leemr. (2015).
<https://www.youtube.com>



Figure 10. 아나운서.
From Jang. (2016).
<https://www.youtube.com>



Figure 11. 인턴 기자와 아나운서.
From Coupangpaly. (2021a).
<https://www.youtube.com>



Figure 12. 인턴 기자와 실제 정치인.
From Coupangpaly. (2022).
<https://www.youtube.com>

건 고발'이라는 내용적 선행요소의 심각성을 표현을 위해 아나운서보다 덜 화려하거나 톤 다운된 넥타이를 매는 경향이 나타났다(Figure 7, Figure 8). 남·여 언론인으로 연기된 출연자들은 차분한 말투와 단호한 행동에 적합한 의상으로 중립적이면서 냉정함을 나타냈다.

2) 정치인 관련 의상

SNL 코리아는 <Table 1>과 같이, 3번의 대통령 선거를 비롯하여, 대통령 탄핵, 국정농단. 그리고 법적 개정과 관련한 국가적 사건들과 시기가 많이 겹쳐있었다. 국가적 사건과 겹치는 시즌 전후로, 대통령 후보들이 패러디되었고, 특정 정치인들의 의상은 그대로 모방되고 묘사되어 출연자에게 표현되었다. <Figure 13>은 제18대 대통령으로 당선되었던 선거 후보, <Figure 14>는 제18대 대통령 선거 후보들, 그리고, <Figure 15>와 <Figure 16>은 제20대 대통령 선거 후보들의 모습이 패러디된 모습이다. 출연자들은 대통령 선거 후보자와 유사하면서 재미있는 이름으로 뉴스 프로그램을 따라한 영상에서 인터뷰를 하거나, 정치와 상관없는 '베이비시터 면접'이나 '서바이벌 게임' 같은 예능 모방 영상에서 정치인을 패러디하였다. 특정 정치인이

선행요소가 될 때는 언론에서 자주 착용됨이 비춰졌던 의상이 나타났고, 출연자들은 특정 정치인의 말투와 행동 모방으로 관련인을 풍자하였고 정치인을 향한 은유적 모방 또한 나타났다. <Figure 17>은 '여의도 텔레토비'라는 쿼트 제목을 가진 영상의 한 장면으로, 한국의 국회의사당이 있는 지역인 '여의도'를 인형들이 사는 동산으로 표현한 장면이다. 정치인들은 동산에 모여 사는 똥똥한 인형으로 묘사되었으며, 이 경우, 특정 정치인과 정당의 특징이 잘 나타나도록 대표 색깔이 사용되었고, 출연자들은 특정 정치인 특유의 말투와 행동으로서, 인형의 탈을 쓴 특정인임이 선행요소임을 드러냈다.

대선 외에 국가적 논쟁거리가 되었던 정치적 사건에 대해서도 패러디되었는데, 그 예로 <Figure 18>과 같이 국정농단 관련 당사자가 직설적으로 패러디된 모습이 있다. 대선 시기와 겹치지 않았던 시즌들에서도 불특정 정치인들은 꾸준히 등장하였으며 그 예로 <Figure 19>와 <Figure 20> 장면이 있다. 이 장면들에서는 불특정 다수 정치인이, 힘에 굴복하는 행동과 말투가 나타났으며, 특정 색상을 지니지 않고 단순한 모노톤의 슈트 차림의 정치인들을 발견할 수 있다. 이후, 시즌 11의 경우,



Figure 13. 정치인.
From Bulldog. (2018).
<https://www.youtube.com>



Figure 14. 대통령후보들.
From Frostedbass91. (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 15. 정치인.
From Park. (2017).
<https://www.youtube.com>



Figure 16. 정치인 부부들.
From Coupangpaly. (2021g).
<https://www.youtube.com>



Figure 17. 정치인들.
From Kwon. (2012b).
<https://www.youtube.com>



Figure 18. 정치 사건 피의자.
From Kingsuljangin. (2016).
<https://www.youtube.com>



Figure 19. 정치인 부부.
From Saturday. (2014).
<https://www.youtube.com>



Figure 20. 정치인들.
From OCostadelSolo. (2011).
<https://www.youtube.com>

패러디의 선행요소가 되었던 실제 정치인 13명이 직접 기자의 인터뷰에 응하는 영상들도 등장하였는데, SNL 코리아의 특별 게스트로서 초청된 대선 후보자들, 그리고 각 후보가 속한 같은 정당의 정치인, 그리고 관련 정치인들이 게스트로서 출연하였다. 이 시즌에서는 대통령 후보자 및 당선자의 반복 출연(Figure 12)으로, 시청자들의 관심을 집중시켰는데, 기자는 당선인에게 코미디 패러디 방송에 대한 자유성을 인정하는지에 대한 여부를 묻는 등 뉴스와 정반대의 엉뚱한 인터뷰 내용이 나타났다.

3) 연예인 관련 의상

SNL 코리아에 나타난 ‘연예인’은 주로 출연자 본인의 실제 활동 이름으로 연기되었다. 연예인으로서 출연자는 남성보다 여성이 많았으며 주로 배우보다 가수들이었고, 솔로 혹은 그룹 등 다양하였다. 여성 연예인들은 에로티시즘과 연관 지어 신체 노출이 많은 의상을 착용하였다. 노출 부위는 주로 가슴, 팔, 다리였으며, 여자 연예인과 함께 등장하는 남성 출연자들은 노출이 거의 없었다. <Figure 21>은 극 중 게스트로 출연한 연예인이 골프 스윙 자세의 시범을 보일 때 일부러 가슴골이

더 노출되도록 강조하는 모습이며, <Figure 22>는 대중의 편견과 질타를 이겨낸 성공한 에로배우의 모습이다. <Figure 22>와 관련 에피소드 영상에는 여자 연예인의 신체 부위가 종종 모자이크 되기도 하였다. <Figure 23>은 남성들을 유혹하는 ‘마녀’의 역할로서 나타난 여자 연예인의 모습이며, <Figure 24>는 미혼의 상대 배우를 유혹하는 모습이다.

여성 연예인들과 같은 장면에 등장한 인물 유형들로 매니저와 기획사 직원들이 있었다. 이들은 여성 연예인과 달리 폐쇄적이고 캐주얼한 의상을 착용하였다. 매니저는, <Figure 25>와 <Figure 26>과 같이 ‘연예인 관리’라는 활동적인 모습을 표현하기 위해 매 에피소드 같은 스타일의 티셔츠에 작업성, 편리성을 상징하는 조끼를 착용했다. <Figure 27>은 기획사 직원들의 모습으로, 연예인의 외모를 비롯하여 모든 활동 전반을 관리하는 인물들이다. 기획사 직원들의 단호하고 딱딱하며 감정 없는 표정과 행동을 하고, 주로 블랙과 화이트 계열의 슈트 차림으로 연예인과 매니저와 비교되는 단정한 차림이었다. 연예인들과 그를 둘러싼 상대 배우, 매니저, 그리고 기획사 직원들과 관련한 영상에서는, 반드시 예쁘고 관능적이어야 하며



Figure 21. 연예인.
From Kwon, (2012a).
<https://www.youtube.com>

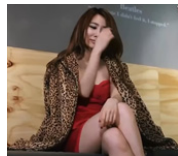


Figure 22. 연예인.
From BEFbot0302, (2013).
<https://www.youtube.com>



Figure 23. 연예인.
From Oh, (2013).
<https://www.youtube.com>



Figure 24. 연예인.
From B.E. (2014).
<https://www.youtube.com>



Figure 25. 연예인과 매니저.
From Lee, (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 26. 연예인과 매니저.
From Bacob, (2021).
<https://www.youtube.com>



Figure 27. 기획사 직원.
From SHINee, (2015).
<https://www.youtube.com>

완벽해 보여야 하는 여성 연예인의 원색 노출 의상과 대조되는 무채색 폐쇄적 의상이 동시에 나타났다. 연예인들이 등장하는 영상에서는, 항상 자기 자신이 ‘보여지기’ 위해 관리받아야 하고, 개성이 무시되는 연예인에 대한 사생활 보호와 동정심, 연예인에게 지시하고 명령하며 냉소적인 태도를 보이는 기획사 직원들에 대한 비판, 화려한 직업 뒤에 숨겨져 있는 매니저라는 직업에 대한 인식 전환에 대한 의미가 내포되어 있었다.

4) 비연예인 관련 직업 의상

SNL 코리아에 나타난 비연예인 유형으로는, 제복 및 근무복의 형태인 유니폼을 입은 직업군이 표현되었다. 운동선수, 학생, 재소자, 의사, 판매원, 직장인, 서비스직, 의사, 간호사, 환자, 보디가드, 경찰, 군인 등이 등장하였다. 먼저 <Figure 28>은

남학생 집단, <Figure 29>는 여학생 집단 모습이며, 모범적이지 않은 청소년의 모습이 나타났다. 이들은 교복을 변형하여 학교 규정에 어긋난 형태로 착용하였고, 가발과 염색 등으로 반항심을 표현하였다. 이런 청소년 집단들은 성인과 대치하거나 서로 경쟁하고 다투는 모습이 나타났는데, 집단 내 강자와 약자들을 나누어 현실사회의 축소판과 같이 경쟁하고 다투었다. <Figure 30>은 다른 직원들의 업무를 떠맡아 일해야 하는 직장인의 모습으로, 주로 개성이 드러나지 않은 어두운 색상의 재킷과 화이트 셔츠, 그리고 약간의 개성 표현으로서의 색상의 넥타이가 착용되었다. <Figure 31>에 나타난 운동선수는 청색과 백색의 운동복을 착용하고 겨루는 장면이며, 주로 특정 스포츠 종류가 나타나지 않았고 스포츠 도구 없이 맨몸으로 겨루는 양쪽 팀의 선들로 상징되었다. <Figure 32>는



Figure 28. 불량 남학생들.
From Maristaryh. (2014).
<https://www.youtube.com>



Figure 29. 불량 여학생들.
From Coupangpaly. (2022f).
<https://www.coupangplay.com/>



Figure 30. 직장인.
From Kim. (2017).
<https://www.youtube.com>



Figure 31. 운동선수들.
From Ang. (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 32. 재소자들.
From Hong. (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 33. 의사들.
From Coupangplay. (2021b).
<https://www.youtube.com>



Figure 34. 간호사들과 환자.
From RRRori. (2015).
<https://www.youtube.com>

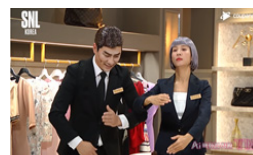


Figure 35. 백화점 판매원들.
From Coupangpaly. (2021c).
<https://www.youtube.com>



Figure 36. 보디가드.
From SPiCy!. (2019).
<https://www.youtube.com>



Figure 37. 군인.
From SNL. (2015).
<https://www.youtube.com>



Figure 38. 경찰.
From Bacob. (2016).
<https://www.youtube.com>



Figure 39. 호텔직원과 여행가이드.
From Coupangpaly. (2022d).
<https://www.youtube.com>

재소자의 모습으로, 여자와 남자의 색을 분홍색과 청색으로 표현하였다. 재소자들은 죄목의 구분 없이 남녀의 성으로만 색깔이 나뉜 같은 의상을 입고 있었다. <Figure 33>은 푸른 수술복 위에 흰색 가운을 걸친 의사들의 모습이며, 점잖아야 한다는 고정관념을 깨고 즐겁고 재미있게 노래하는 모습이 나타난다. <Figure 34>에서는 옅은 분홍과 보라색 계열의 간호복을 입은 여성 간호사의 모습과 화이트 계열 환자복을 입은 남자 환자가 등장하며 돌봄자와 피 돌봄자의 모습이 표현된다. <Figure 35>에서 나타난 백화점 판매원은 예의 바르게 고객을 응대해야 하는 모습으로, 검정색 슈트와 화이트 셔츠가 입혀졌고, 시종일관 허리를 앞으로 살짝 굽힌 모습이었다. <Figure 36>에서 나타난 보디가드는 검정색 재킷과 화이트 셔츠, 그리고 검정색 넥타이를 착용하고, 보호모드 혹은 비 보호모드인 두 가지로만 전환되는 개성 없는 모습으로 표현되었다. <Figure 37>의 군인들의 모습으로, 사회에서는 나타나지 않은 부당한 군대 문화가 풍자되었고, 직급이 높은 군인은 활동이 편한 실내복으로, 직급이 낮은 군인은 제복을 착용하였다. <Figure 38>에서는 제복을 입은 채, 개인의 사적인

알림 서비스를 위해 출동한 경찰들의 모습이 나타났다. <Figure 39>에서는 호텔 직원과 여행 가이드가 가상 현실을 이용한 세계 여행을 위해 직접 고객을 찾아다니고 응대하는 모습이 나타났고, 변화된 여행문화와 서비스에 대해 해당 직업군이 겪는 고충들이 표현되었다.

5) 사회적 약자 의상

SNL 코리아에는 다양한 직업군과 함께, 현실사회에서 '비주류'로 간주하는 사람들의 모습이 더 볼어 등장하였다. 첫 번째로는 약자로서의 남성이다. SNL 코리아에는 여자가 남자보다 약자라는 사회적 고정관념과 달리 남자가 약자가 된 모습이 나타났다. <Figure 40>의 경우, 과격함과 터프함으로 대표되는 '고전적인 남성성'으로 인해 가려지게 되는 진짜 인성에 대한 증거로서, '착한 인증마크'를 따기 위한 시험을 보고, 결국 자격증을 획득하게 되는 남자들이 나타난다. 이들은 모범적이고 착한 인성을 드러내기 위하여 무채색의 단정한 슈트를 착용하였다. <Figure 41>의 경우, 근육질의 신체로 평가받아야 하는 남자의 슬픔이 나타났다. 출연자는 탈의한 채, 인위적이지 않은 자연스러운

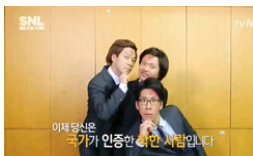


Figure 40. 착한 남자들.
From Kim. (2013b).
<https://www.youtube.com>



Figure 41. 근육질을 거부하는 남성.
From JBum0925. (2013).
<https://www.youtube.com>



Figure 42. 전업주부 남성.
From Gang. (2016).
<https://www.youtube.com>



Figure 43. 성형 사회에 맞서는 여자.
From Lee. (2013).
<https://www.youtube.com>



Figure 44. 시즌4, 병든 불량 여자.
From Kim. (2013c).
<https://www.youtube.com>



Figure 45. 비정규 아르바이트생.
From Lee. (2014).
<https://www.youtube.com>



Figure 46. 비정규 아르바이트생.
From Coupang Play. (2021e).
<https://www.youtube.com>

몸을 드러내고 호트러진 모습으로 시위하였다. <Figure 42>는 늘어진 티셔츠와 앞치마를 착용한 남성 주부의 모습이다. 전업주부는 보통 여성이라는 고정관념과 반대로, 남성을 유혹하고 심부름을 시키는 과격하고 남성적인 아내의 모습이 함께 나타났다. 남성과 반대로 여성은 외모지상주의에 반발하고 더 이상 약한 모습이지 않은 과격한 모습으로 적극성을 나타냈다. <Figure 43>은, 예쁜 미모를 얻기 위한 성형을 해야만 하는 여성이 모자와 선글라스로 자신의 모습을 은폐하는 모습이다. 이 영상에서는 성형미인에 대한 부정적인 인식을 벗고, 예뻐진 모습에 대해 당당하게 자랑하는 여성이 나타났다. <Figure 44>에서는 말과 행동이 거칠고 돈을 갈취하는 여성 불량배의 모습이 나타났다. 여성 불량배는 야생적 레오파드 프린트가 돋보이는 재킷과 가죽 의상, 그리고 부피가 큰 금속 액세서리의 착용을 하였으며, 거친 행동과 말투와 반대로 신체적으로 병들어 의학적인 도움이 필요하였다. 그 외 비정규직 근로자의 모습은 아르바이트, 인턴 사원 등의 모습으로 나타났다. <Figure 45>에서 많은 고객을 반복적으로 응대해야 하는 카페 아르바이트의 모습으로 단정한 머리 스타일과 함께 단순한 화이트 셔츠와 블랙계열 앞치마가 착용되었고, <Figure 46>에서는 회색과 블루계열의 작업복 형태의 의상이 착용되었다.

IV. SNL 코리아에 나타난 의상의 패러디적 특성

1. 중립 · 비중립적 의상

중립적 의상은 선행요소에 대한 비판적 사고에 영향을 미치지 않는 의상이며, 비중립적 의상은 선행요소가 담겨있으면서 비판적 대상이 되는 의상이다. 중립적 의상은, 시사적 내용을 전달해야

하는 언론인, 연예인을 평가하고 관리하는 기획사와 매니저, 제복을 착용하여 사회적 기대 행동이 드러나야 하는 직업군, 그리고 대우의 수준에 따라 행동이 달라진 사람들에게서 나타났다. 정치인, 연예인, 부당한 대우를 받는 사람들의 의상에서는 비중립적 의상이 나타났다. 먼저 뉴스 형식 콩트에서 나타난 아나운서나 기자, 그리고 PD 등과 같은 언론인은 사건 전달 및 내용에 대한 비판자이며 현상 고발하는 역할로 표현되었다. 그들의 의상은 무채색 혹은 모노톤의 클래식한 슈트와 넥타이를 주로 착용하였다. 언론인과 대치되어 나타난 출연자의 직업은 정치인들이었으며 고발자로 대표되는 언론인과 반대로 피고발자로서의 비중립적 의상이 나타났다. 피고발자로서 정치인들은 특정인으로 지칭됨을 표현하기 위하여 대중들에게 익숙하게 자주 언론에 비취졌던 공식 차림이 착용되었다. 또한 특정 머리 스타일이 연출되고 액세서리가 착용되어 최대한 비슷하게 보이기 위해 그대로 대부분 모방되었다. 직접 모방되지 않을 경우에는 우스꽝스럽게 보이기 위한 인형의 탈이나 가면이 착용되었다. 연예인은 평가받는 대상으로서 패러디되었으며 항상 ‘아름답고, 섹시’해야 한다는 시선에 부합하기 위한 비중립적 의상을 착용하였다. 기획사 직원과 매니저는 함께 등장하는 연예인과 비교하여 상대적으로 중립적인 의상이 착용되었다. 비연예인 직업군으로 표현된 경우, 주로 제복 및 집단복의 중립적 의상이 나타났으며 추가 설명 없이 의상만으로도 기대되는 사회행동이 상징되도록 표현되었다. 사회적 약자들의 의상은 상황에 따라 변하는 지위와 대우에 따라 착용자 의상 표현의 의도성이 달라졌다. 대우가 긍정적일 때는 중립적 의상, 부정적이고 차별적일 때는 비중립적 의상이 나타났다.

2. 직유·은유적 의상

두 번째, 직유적 표현과 은유적 표현이다. SNL 코리아에 나타난 패러디는 시사적 사건 및 내용을 그대로 영상으로 송출하는 것이 아닌, 코미디라는 장르와 연기하는 출연자들에 의해 패러디 표현 방법에 직유성과 은유성을 추가하였다. 이는 뉴스 프로그램이나 시사 프로그램의 영상에서 나타난 패러디와 다른 점이며, 코미디언이라는 출연자에 의해 재해석되고 연기와 말투, 의상으로 꾸며져 표현된다는 점에서 방송 심의에 덜 제한적이다. 먼저, 정치인의 경우, 옷의 종류와 스타일, 색상, 액세서리, 그리고 머리 가발까지 완벽히 모방되어 스타일링 되었다. 이들의 우스꽝스러운 행동과 말투는 외모와 극단적으로 대비되었다. 정치인들은 몸이 거대하여 뒤통거리는 ‘텔레토비’ 인형으로 표현되는 등 은유적인 모방 형태의 패러디는, 비현실적인 캐릭터의 모습을 한 정치인을 은유적으로 표현하였다. 이런 은유적 표현은 선행요소를 비현실적으로 일그러뜨리며, 캐릭터화하였으므로 패러디를 통한 웃음을 직유적 표현보다 더 유발하였다. 연예인의 경우, 실제 활동할 때의 의상보다 더 많은 신체 노출이 나타난 의상을 착용하였고, 이는 극단적 직유적 모방 표현이라 할 수 있다. 불특정 다수 및 다양한 직업군이 표현될 때에도 옷의 분위기와 제복의 종류에 따라 의상에 대한 기대행동이 예상되는 직유적 의상이 나타났다. 은유적 의상은 패러디의 선행요소가 국가적, 사회적 관심 수준이 많거나, 직접 모방되어 패러디되기에 방송 심의 제한이 우려되는 수준일 때 주로 나타났다. 직유적 표현과 은유적 표현이 함께 등장하는 경우도 있었다. 선행요소의 익숙한 모습 표현을 위해 고정관념적인 의상이 그대로 모방되는 동시에, 정상적임을 파괴시키는 비정상적 의상이 은유적으로 표현되기도 하였다. 성형수술을 해야만 하는 여성 얼굴 위에 기이한 성형 설계도를 드리

거나 착한 남자 인증마크를 얼굴에 엮기적으로 인두로 각인한 경우가 그 예이다.

3. 경계 해체적 의상

SNL 코리아에 나타난 패러디는 코미디와 언론, 정치, 사회, 그리고 문화의 구분을 파괴하였다. 의상은 보이지 않는 사회적 경계의 구분까지 해체하기 위한 표현의 도구로써 사용되었다. 익숙함과 낯설, 정상적임과 비정상적임, 남성과 여성, 강자와 약자, 심각함과 장난스러움, 그리고 불쾌와 통쾌 감정 간 경계들이 붕괴되었다. 익숙한 현실과 사건을 상징하고 고정관념을 가지는 의상들은 출연자의 우스꽝스러운 연기와 함께 새로운 의미로서 재탄생되었다. 정치인들의 사적인 개인감정들이 연기되었고, 노출 의상을 착용해야만 하는 연예인들과 그를 관리해야 하는 주변인의 생활이 극단적으로 표현되어, 시청자들에게 동정심과 애잔함을 전달하였다. 다양한 직업군과 새롭게 등장한 사회적 약자들을 통해, 그동안 등한시했던 현실을 직시하도록 메시지를 간접적으로 전달하였고, 극 중 소외감과 외로움을 연기하는 출연자를 통해 현실 세계에 있는 시청자들에게 공감을 불러일으켰다. SNL 코리아에 나타난 패러디는 극단적 반대의 모습을 통해 비교 판단이 필요함을 시청자들에게 호소하는 패러디이다. 패러디 영상에 나타난 의상은 보이지 않은 많은 사회적 경계, 그리고 심리적·신체적 고통을 주는 사람과 받는 사람을 상징하는 도구이자 메시지의 전달 매개체다. SNL 코리아에 나타난 영상들은 현실사회에서 일어나는 크고 작은 사건에 대한 사회적 무관심에 대해 반발하고 저항하며, 제대로 직시하고 인지하지는 의미의 표현으로 해석될 수 있다. <Table 2>는 SNL 코리아에 나타난 의상의 패러디적 특징을 정리한 표이다.

Table 2. SNL 코리아에 나타난 의상의 패러디의 특징.

인물 유형	인물의 특성	의상의 표현	패러디적 특징
언론인 관련	·유형: 아나운서, 기자, 프로듀서 ·내용: 시사적 내용 전달과 비리 고발 ·연기: 냉소·중립적 태도, 차분한 말투, 단호함	·클래식 계열 색상의 수트 차림(남: 블랙, 네이비, 그레이계열, 여: 파스텔 색상) ·단정한 짧은 헤어스타일 ·포켓치프와 베타이, 조끼착용	·중립적 의상 ·패러디의 선행요소에 대한 비판적 사고에 영향 미침. ·선행요소 묘사를 위한 의도적 의상
정치인 관련	·유형: 불특정 정치인과 특정 정치인 ·내용: 선거공약관련, 특정 정치인 조롱, 상대 정치인 비판 ·연기: 무능함 표현(불특정 정치인), 특정 사건 비판(특정 정치인)	·불특정 정치인: 모노톤 계열의 수트 차림 ·정당대표 정치인: 정당색 반영 수트 차림 ·특정 정치인: 특정 인물 상징하는 묘사적 아이템 착용 ·은유적 표현: 기형적 인형의 탈	·비 중립적 의상 ·현실모습에 대한 극단적 사실적 모방의 표현 ·의상으로 상징하는 인물이 누군지 즉각 인식 가능
연예인 관련	·유형: 연예인, 매니저, 기획사 직원 ·내용: 에로티시즘, 사생활 노출 혹은 보호, 연예인 개성 무시 ·연기: 연예인(에로배우, 마녀, 폭력성을 가짐), 매니저(소외, 무시됨), 기획사 직원(무뚝뚱하고 감정없음)	·여성 연예인: 원색 관능적 의상(가슴·다리 노출) ·매니저: 매회 같은 캐주얼 의류(티셔츠, 조끼 등) ·기획사 직원: 블랙수트와 화이트 셔츠	·직유적 의상 ·현실모습에 대한 극단적·사실적 모방의 표현 ·의상으로 상징하는 인물이 누군지 즉각 인식 가능함.
비연예인 직업군 관련	·유형: 불량학생, 운동선수, 채소자, 의사, 판매원, 직장인, 서비스직, 의료인, 경찰, 군인 등 ·내용: 본 직업과 반대목적을 수행함. ·연기: 직업 기대행동과 다른 행동(우스꽝스러움)	·유니폼을 대부분 착용함(작업복, 제복, 운동복 등) ·색상: 남과여, 상급자와 하급자, 강자와 약자 등의 구분 ·기대행동에 반하는 의상표현 ·개성이 드러나지 않은 스테레오 타입 의상	·은유적 의상 ·비현실적·비정상적 모방의 표현 ·직유적 표현보다 강한 비판이 가능함.
사회적 약자	·유형: 착한 남자, 주부인 남성, 성형 반대하는 여성, 비정규직 등 ·내용: 사회적 고정관념에 반발함. ·연기: 비주류로서의 남성, 약한 불량배, 감정없는 반복행동	·고정관념적 의상과 개성없는 의상(작업복, 수트, 들어진 티셔츠 등) ·은폐성 표현을 위한 악세서(선글라스, 모자등)	·경계 해체적 의상 ·코미디와 언론, 정치, 사회, 그리고 문화의 구분을 파괴함. ·코미디 패러디의 제작 의도 및 목표임.

V. 결 론

본 연구는 한국 코미디 영상에 나타난 의상의 패러디적 특성 분석을 목표로, SNL 코리아 프로그램을 중심으로 출연자들의 의상을 수집하고 이에 나타난 패러디적인 특성을 분석하였다. 요약하면 다음과 같다. 한국 코미디 영상에 나타난 패러디는 형식적·내용적 변화를 통해 창조적인 패러디의 표현이 나타나고 있었다. 영상에 나타난 패러디는

선행요소의 내용 전달에 있어 영상미디어의 매개체인, 영상, 이미지, 그리고 문자를 통해 즉시적 현장성과 사실성을 가진다. SNL 코리아는 온라인으로 송출되는 OTT 서비스를 통해 다양한 선행요소와 더불어, 과감하고 노골적인 패러디를 드러냈다. SNL 코리아 출연자들은 다양한 선행요소 모방을 위해 극 중에서 언론인, 정치인, 연예인, 비연예인 직업군, 사회적 약자의 유형으로 나누어 연기하였다. 인물 유형에 따라 나타난 의상은 패러디 선행요소에 따라 착용되는 아이템의 종류, 색상, 액세서리, 노출 정도, 전체 분위기가 달라졌다. SNL 코

리아 의상에 나타난 패러디적 특징은 고발자와 피 고발자의 위치에 따른 의상의 중립성 정도, 모방의 표현 방법에 따른 직유와 은유, 그리고 사회적 구분의 경계 해체적 특징이다. 중립과 비중립적 의상은 패러디의 선행요소에 대한 비판적 사고에 영향을 미치지 않는 의상과 영향을 미치는 의상이며, 직유적 의상과 은유적 의상은 패러디되는 현실 모습에 대한 극단적이고 사실적인 표현인지, 비현실적이면서 비정상적인 표현과 연관하였다. 패러디의 선행요소가 바탕이 되어 패러디로 표현된 결과는 중립성의 정도, 그리고 실제 모습과 패러디를 통해 변형된 모습의 유사 정도에 따라 최종 시사성의 강도가 차이 났다. 마지막 경계 해체적 의상은, 패러디 코미디의 최종 목표와 일치하며, 의상을 패러디 표현 매체로서 패러디 코미디가 지향하는 목표인, 사회의 다양한 경계 파괴와 계층 통합을 위한 수단으로 작용하도록 한다.

본 연구의 한계는, SNL 코리아 전체 시즌의 영상들을 연구 대상으로 하였으나 현재 영상이 삭제되어 시청이 어려운 영상, 그리고 법적 문제, 저작권 문제로 인한 시청 제한이 되어 있는 영상들은 본 논문에 수록되지 않았다. 또한 패러디스트인 코미디언 출연자들의 연기에 내재된 정치 성향, 혹은 편향성의 가능성을 한계로 제시하는 바이다. 본 연구는 최근 변화하는 영상미디어 산업과 콘텐츠의 다양화, 그리고 영상 예술 영역의 확장과 더불어, 증가하고 있는 패러디 코미디 영상에 대해 한국이라는 국가적인 제작 배경과 더불어 패러디에 영향을 준 여러 선행요소를 의상과 함께 통합적으로 심층 연구하였다는 점에 의의가 있다. 본 연구를 바탕으로, 영상뿐 아니라 다른 미디어, 혹은 코미디 영상이 아닌 다른 영상 장르에서 나타난 패러디 분석 등 다양한 관련 연구가 이어지길 기대한다.

References

- Ang, T. (2012, July 15). *Athletes*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=k5AW0hZd678&t=97s>
- Bacob TV. (2021a, June 2). *Female celebrities and manager*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from https://www.youtube.com/watch?v=W_5V82itefU
- Bacob. TV (2021b, June 8). *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=OMxwEN0pMw>
- B.E.G.A. (2014, June 24). *Female celebrity*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=qsMKT3-gj8A>
- BEFbot0302. (2013, April 14). *Female celebrity*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=Wi1XJpL0EQU>
- Bulldog. (2018, April 15). *Politician*, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=9akE0Hk2bLw&t=353s>
- CJ Now. (2011, November 29.). *국내 최초 리얼 생방송 코미디쇼! <새터데이 나잇 라이브 코리아>(Saturday Night Live Korea)> [Korea's first real live comedy show! <Saturday Night Live Korea>]*. *CJ*. Retrieved March 6, 2022, from https://www.cj.net/cj_now/view.asp?bs_seq=12960
- Coupage Play. (2021a, September 26). *Announcer and intern reporter*, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=iKS7QX82IMl&t=59s>
- Coupage Play. (2021b, September 26). *Doctors*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=z3RnauyMuaU&t=79s>
- Coupage Play. (2021c, October 3). *Department store clerks*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=qf1SusRHTig&t=61s>
- Coupage Play. (2021d, October 3). *Hotel staff and tour guides*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=LzNj33Dg4fQ&t=11s>
- Coupage Play. (2021e, October 24). *A part-timer*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=aacNQpNK-ss&t=1s>
- Coupage Play. (2021f, December 26). *Delinquent school girls*, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=ReKRSTB5PK8&t=138s>
- Coupage Play. (2021g, December 26). *Politicians and their wives*, *Youtube*. Retrieved May 4, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=FmhgvQZ-c2A&t=74s>
- Coupage Play. (2022, March 20). *Intern reporter and politician*, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=byrd81VGR4c>
- Dentith, S. (2002). *Parody*. Routledge: England.
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism?. *Journalism studies*, 5(2), 139-152. doi:10.1080/1461670042000211131
- Doo22Doo22. (2012, December 9). *Producer*, *Youtube*. Retrieved March 2, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=dhabSfSpwTA&t=65s>
- Frostedbass91. (2012, December 9). *Presidential candidates*,

- Youtube. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=2kiFPrPNuQ0&t=206s>
- Gang, S. (2016, March 6). Homemaker man, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from https://www.youtube.com/watch?v=boHST8IwC_Q
- Hong, S. (2012, November 19). Prisoners, *Youtube*. Retrieved March 3, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=dVK7-6wQqec>
- Hutcheon, L. (2000). *A theory of parody: The teachings of twentieth-century art forms*. University of Illinois press: USA.
- Jang, T. (2016, October 2). Announcer, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, from https://www.youtube.com/watch?v=rQADNgE_x2c&t=4s
- JBum0925. (2013, July 21). A man who refuses to be muscular, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=JfPwc6zqR-4>
- KBS COMEDY. (2019, February, 9). "The Chairman, the Chairman, our Chairman" from "The Humor No. 1." comedy program. *Youtube*. Retrieved March 6, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=3SGSefLhCoU>
- Kim, C. H. (2021, November 7). 누를수록 세진다? 정치 풍자 방송의 역사 [The more it pressed, the stronger it gets? history of political satire broadcasting]. *Kyunghyang*. Retrieved March 6, 2022, from <https://m.khan.co.kr/national/national-general/article/202111070833001#c2b>
- Kim, J. (2013a, September 22). Good men, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=oLOIQIZyKtNQ&t=14s>
- Kim J. (2013b, December 28). Producer and announcer, *Youtube*. Retrieved March 2, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=62dIKxXBS6k&t=32s>
- Kim, J. (2017, January 6). Office worker, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=s0qeP3E6agE&t=628s>
- Kim, J.-Y., & Heo, C. (2010). A critical analysis of political parodies on Korean television programs: "Sisa Tonight," "Dolbal Youngsang," and "Infinity Challenge". *Journal of Communication Science*, 10(2), 221-259.
- Kim, K. H. (2005). Political parody and freedom of expression: A bipolar approach-expression of opinion and statement of facts. *Journal of Media Law, Ethics and Policy*, 4(2), 169-199.
- Kim, M. K. (2004). "정치·사회 이슈는 씹어야 제맛" ["The political and social issues have to be chewed for real taste"]. *WEEKLY DONGA*. Retrieved March 8, 2022, from <http://weekly.donga.com/List/3/all/11/73455/1?msclid=35d8e240b0d411ecad8d17e065ec9822>
- Kim, S. J. (2017, May 31). 대법 "정치인 풍자화도 광고물"...팝아티스트 '이하' 벌금형 [Supreme Court "Politician satirical commercials"...Pop artist fined "hereinafter"]. *The JoongAng*. Retrieved April 2, 2022, from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=66719>
- Kim, T. (2013c, March 24). A sick gangster woman, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=YoE3wLE85qM&t=7s>
- Kingsuljangin. (2016, November 17). A political suspect, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=a6dXPoxWl6o>
- Kiremidjian, G. D. (1969). The aesthetics of parody. c(2), 231-242. doi:10.2307/428572
- Ko, H., & Kim, M. (1995). A study on parody expressed in modern fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 25(-), 249-298.
- Kwon, E. S. (2022, January 25.). OTT손잡고 '말폭탄' 재장전... '사이다 맛' 정치풍자에 웃음 '뽕' [Reload the 'word bomb' and 'cider flavor' in partnership with OTT... "Burst into laughter" due to political satire]. *Sege Ilbo*. Retrieved March 16, 2022, from <http://m.segye.com/view/20220125515963>
- Kwon, O. (2012a, December 24). Female celebrity, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=GKtEG6wyIT4&t=85s>
- Kwon, O. (2012b, December 16). Politicians, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, from https://www.youtube.com/watch?v=f_tlzHaORis
- Lee, C. (2012, December 19). Female celebrity and manager, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=dZW15moYXlw&t=98s>
- Lee, J. Y. (2022), OTT앱 사용자 증가폭 1위는 쿠팡플레이...SNL 코리아의 흥행영향 [The number one increase in OTT app users is Coupang Play...The Impact of SNL Korea's Success]. *The JoongAng. Media Today*. Retrieved April 2, 2022, from <https://www.joongang.co.kr/article/25050101#home>
- Lee, K. (2009a). Exploring the <Pop Up> and Its Socio-Political Roles. *Broadcasting Culture Research*, 21(2), 81-115. doi: 10.22854/sbc.2009.21.2.81
- Lee, K. S. (2009b). A cultural politics of online parody: Its aesthetical possibilities and limits. *Korean Journal of Communication & Information*, 48(-), 109-134.
- Leemr. (2015, June 12). Reporter, *Youtube*. Retrieved March 5, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=aKIRkzsmz-w&t=9s>
- Lee, S. (2012, December 16). A woman who confronts the plastic surgery world, Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=bPuKOURLqY>
- Lee, Y. (2014, March 31). A part-timer, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=zb8GI744BDI&t=53s>
- Maristaryhy. (2014, June 8). Delinquent boys, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=Je8ICz2nkd8&t=135s>
- Mayer, R., & Mayer, R. (Eds.). (2005). *The Cambridge handbook of multimedia learning*. Cambridge university press.

- Min, I. (2005, March 18). KBS '시사투나잇' 패러디 한나라당 강력 반발 [Hannara party's strong opposition to KBS's parody of "Cisa tonight."]. *Mediatoday*, Retrieved April 2, 2022, from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=35373>
- Oh, G. (2013, April 30). Female celebrity, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=UWr4SYUT5OM&t=104s>
- Park, I. (2010). KBS's Current-affairs Programs under the Structural Control. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 24(6), 209-245.
- Park, Y. (2017, May 2). Politician, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=IxRys5uhnTo&t=558s>
- RRRori K. (2015, January 17). Nurse and a patient, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=umGHf20s9cU>
- Ryu, J. M. (2004, October 10). 한나라당 KBS '시사투나잇' 취재 거부결정 [Hannara Party Decides to Refuse to Cover KBS "Sisa Tonight"]. *Media Today*. Retrieved April 2, 2022, from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=30748>
- Sasuob. (2011a, December 18). Announcer, *Youtube*. Retrieved March 2, 2022, from https://www.youtube.com/watch?v=f13j4dE_NnM
- Sasuob. (2011b, December 18). Announcer, *Youtube*. Retrieved March 2, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=XkUsqpu8RnQ>
- Saturday N. (2014, March 28). Politician and his wife, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=OwcP5V6GeME&t=92s>
- Seoul sinmun.(2008, July 31). [촛불 100일 (中)] 진화하는 집회 문화 [[Candle 100 days (in progress)] Evolving rally culture]. *Seoul sinmun*. Retrieved April 2, 2022, from <https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20080731012009>
- SHINee k. (2015, October 21). Agency employees, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=EyjwtSVwtFoM>
- SNL. (2015, October 7). Solders, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=AIXGAmlZWaE&t=133s>
- Song, J. S., & Park, S. Y. (2004). A study on visual humor in political parody posters. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 10(3), 89-99.
- SPICy! S. (2019, May 5). Bodyguards, *Youtube*. Retrieved March 18, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=p6csdrdfEdk>
- Woo, H. J. (2006). A frame analysis on the Korean political reality described by new format news program. *Journal of Korean Journalism*, 50(1), 192-220.
- YTN news. (2022, February 27). [주간 돌발영상] 2월 넷째주 [[Weekly video clip] The 4th episode of February]. *YTN*. Retrieved March 21, 2022, from <https://www.ytn.co.kr/replay/view.php?idx=16&key=202202251728271196>
- OCostadelSol0. (2011, December 25). Politicians, *Youtube*. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=LnRMkAjJxnM>

Parody Characteristics of Costumes in Korean Comedy TV Shows

- Focused on SNL Korea -

Lee, Hyewon⁺

Assistant professor, Dept. of Clothing and Textiles, Catholic University of Korea⁺

Abstract

SNL Korea is one of the most parody-like TV shows in the history of Korean comedy, which has been aired for more than 10 years since 2011 and has been popular with high ratings. The parody shown in SNL Korea is based on national events, various current affairs, and diverse topics based on broadcasting programs. Unlike previous comedy shows, parody expressions are also less restrictive, free, and explicit. This study aims to analyze the parody characteristics of fashion in Korean comedy shows, focusing on SNL Korea. As for the research method, theoretical literature research and empirical research through cases were conducted at the same time. First, through theoretical investigation, parodies appearing in show media, those appearing in Korean TV broadcasting programs, and those appearing in Korean comedy shows were examined. Parody delivered through video media using video and subtitles as a medium has a realistic, straightforward, and critical character. Examples of parodies that have appeared in Korean shows contain news programs and current affairs programs in addition to comedy genres. However, depending on the changing political atmosphere, the range of parody expression allowed also changed, so the broadcast was stopped or ended. This study conducted a case study focusing on the shows from 2011 when SNL Korea began to the present. Fashion with parody characteristics was collected for the entire season of SNL Korea and it was analyzed by symbolized or specific persons types. As a result of the study, the types of people wearing parody fashion that appeared in SNL Korea were classified into types related to journalists, politicians, celebrities, non-celebrities, occupational groups, and the socially disadvantaged. As a result of a comprehensive look at their fashion, the parody character of fashion in SNL shows was neutral, non-neutral, simile fashion, metaphorical fashion, and the fashion that dismantled social boundaries. This study is meaningful in that the characteristics of show media, comedy genre, and fashion were comprehensively analyzed based on national current affairs and events.

Key words : parody costume, SNL Korea, costumes in comedy, video media