

정유하 그림

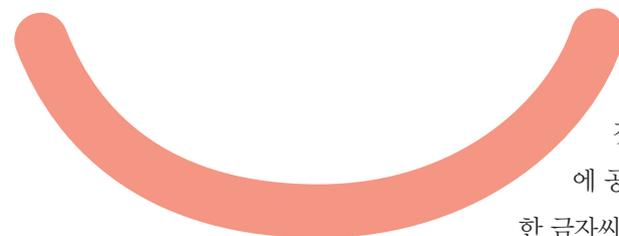
아스아미



나의 웃음은 당신의 웃음과 같을 수 없다

강명석
매거진 t 기획위원
차선아
본지 책임편집자

점점 다양해지는 미디어, 수와 종류가 폭증하는 콘텐츠, 그리고 대중의 감성과 소통하는 데 전력질주를 하는 예술에 재미와 웃음은 선택이 아닌 필수인 것만 같은 시절이다. 그러나 웃음 역시 점진적으로 변해왔다. 창작자의 의도대로만 유발되지도 흘러가지도 않으며, 모든 사람을 웃게 만드는 것 역시 녹록찮은 시대가 되었으니까. 모든 대중이 웃을 수 있을 만큼 포인트가 분명한 웃음은, 그만큼 누구나 쉽게 예상할 수 있으므로 진부하다는 ‘문화 속 웃음의 문법’을 분석해보자.



가까이서 보면 비극, 멀리서 보면 희극

“웃어라, 모두가 웃을 것이다. 울어라, 혼자 울게 될 것이다.” 박찬욱 감독은 영화 <올드보이>에서 오대수(최민식)의 입을 통해 이렇게 말했다. 정말로, <올드보이>는 오대수가 아무에게도 이해받지 못한 채 별판에서 울고 있는 장면으로 마무리된다. 그리고 두 해 뒤, 감독이 선보인 <친절한 금자씨>는 모두가 웃는 복수극이었다. 혼자서 이리저리 뛰어다니던 오대수와 달리 금자는 복수를 위해 많은 사람을 끌어들이고, 그들은 금자가 만든 케이크를 나눠 먹으며 웃는다. 그리고 스크린 밖의 우리는 피가 흘러넘치는 복수를 보면서도 킬킬거리다. 곧 사람을 죽일 금자와 그의 일행이 무덤덤하게 서로의 집안 살림에 대해 이야기하니 웃지 않을 수 없다.

감독의 의도인지는 알 수 없지만, <올드보이>의 개인의 눈물이 <친절한 금자씨>에서는 모두의 웃음으로 변하는 것은 현대사회에서 웃음의 의미를 정확하게 짚어낸다. 한 사건을 겪거나 반응하는 개인의 입장에서야 뜨거운 눈물로 대표되는 감정이 더 크게 다가오지만, 이 사건이 여러 사람에게 알려지면 감정과 눈물보다는 이성과 웃음이 더 커지기 마련이다. 따라서 금자와 관련한 각종 사건들을 TV로 보여주는 방식은 중요한 의미를 지닌다. 금자의 사건이 금자 개인에게는 분노와 슬픔을 느끼게 하지만, TV를 통해 사건을 접하는 대중은 그것을 이성적으로 받아들이고, 나름대로 논평을 하면서 유머를 덧붙이곤 한다. 영화 <괴물>에서 현서(고아성)가 죽은 줄로만 아는 가족들은 현서의 영정 앞에서 드러누운 채 통곡한다. 하지만 그들 주변의 사람들은 함께 슬퍼하기보다는 각자의 일을 처리하느라 정신이 없고, 카메라는 TV 뉴스처럼 멀리 떨어져서 그들이 발버둥치는 모습을 보여주면서 웃음의 소재로 삼는다. 이런 예처럼, 자기 자신이나 주변 사람들의 일보다 매스미디어를 통해 접하는 정보가 훨씬 많은 현대인에게, 감정보다 이성이 앞서는 것은 물론 우는 것보다 웃는 것이 익숙한 것은 당연한 일일 게다. 아무리 타인이 자신의 슬픔에 공감하길 원해도, 대다수의 사람들은 그 슬픔에 깊게 공감하기 어렵다. <친절한 금자씨>, <웰컴 투 동막골>, <괴물>, <미녀는 괴로워> 등 최근 몇 년 동안 흥행에 성공한 영화의 내용을 보라. 상당 부분이 코미디로 채워져 있잖은가. 드라마도 다르지 않다. <환상의 커플>처럼 로맨틱 코미디의 요소를 적극적으로 반영한 작품들은 성공한 반면, 진지함을 앞세운 기존의 멜로드라마는 대부분 실패했다. <눈의 여왕>, <연인>, <어느 멋진 날> 등은 시한부 인생이나 조직폭력배와의 사랑, 출생의 비밀 등 비극으로 흐

를 수밖에 없는 스토리지만, 내용의 상당부분을 남녀 주인공이 티격태격하는 로맨틱 코미디로 채우기도 했다.

만화와 소설, 서사 대신 명량을 취하다

현재 한국 대중문화 전반에 웃음이 얼마나 중요한 요소로 떠올랐는지는 한국만화의 변화를 통해서도 읽어낼 수 있다. 90년대까지만 해도 한국 만화계는 서사 중심의 비극이 주를 이뤘다. 이현세의 <공포의 외인구단>이나 허영만의 <비트> 같은 작품의 주인공은 끝없는 불행에 괴로워하는 청춘을 보여주고, 고구려사를 다룬 김진의 <바람의 나라>나 중국을 배경으로 나라와 나라 사이의 흥망성쇠를 다루는 김혜린의 <비천무> 등은 드라마와 영화로 제작하기 벅찰 정도로 큰 스케일과 장대한 서사를 자랑했다. 그러나 2000년대 이후 한국만화의 중심이 책에서 인터넷으로 옮겨가면서, 서사성을 띤 비극보다는 아이디어 중심의 ‘명량만화’가 큰 비중을 차지한다. 포털사이트 네이버를 보면, <마음의 소리>, <트라우마>, <정글 고등학교>처럼 읽는 데 5분도 걸리지 않는 짧은 분량 안에 독특한 아이디어로 네티즌을 웃기는 명량만화들로 채워져 있다. 기존의 어떤 매스미디어보다도 방대한 양의 정보를 빠르게 접할 수 있는 인터넷에서 네티즌은 더욱 이성적으로 콘텐츠를 접하고, 서사가 주는 비극을 끝까지 따라가며 눈물 흘리기보다는 순간적인 재치가 빛나는 작품들을 보고 가볍게 웃은 뒤, 다른 콘텐츠를 클릭해 똑같은 과정을 반복하는 데 익숙하다. 비극을 전문적으로 다루는 사이트는 찾기 힘들지만, 웃기는 콘텐츠들만을 모아놓은 ‘웃긴대학’은 어느 포털사이트에 버금가는 규모를 자랑한다.

인터넷 만화인 최훈의 <삼국전투기>는 모든 것을 웃음으로 바꾸려 하는 인터넷 콘텐츠의 극단을 보여준다. 이 만화는 삼국지 속 인물들의 헤게모니 쟁탈전과 전투를 치밀하게 묘사하고 있어, 그만큼 길고 진지한 서사를 담아낸다. 그러나 모든 등장인물을 만화와 영화 등 각종 대중문화 작품들의 캐릭터로 패러디하고, 각종 언어유희와 패러디, 과장된 상황묘사 등으로 웃음을 부여한다. 가장 대표적인 대하소설마저 짧게 보고 웃을 수 있는 코미디로 바꿔놓을 만큼 대중은, 그리고 그 대중에게 정보를 전달하는 매스미디어는, 웃음을 요구하고 있는 것이다. 이는 소설도 마찬가지다. 유머와 위트로 현실세계의 모순에 탄죽을 거는 재기발랄한 소설들이 하나의 경향으로 자리를 잡았다. 박현욱 장편소설 <아내가 결혼했다>, 김종광 소설집 <낙서문화사>, 김종혁 소설집

<핑크뉴스>, 이기호 소설집 <갈팡질팡하다가 내 이럴 줄 알았지>, 박형서 소설집 <자정의 픽션>, 박민규 장편소설 <핑퐁> 등의 작품이 대표적인 경우다.

<삼미 슈퍼스타즈의 마지막 팬클럽>, <카스테라> 등을 쓴 박민규는 비극이 아닌 유머로 삶의 메시지를 전달한다. <삼미 슈퍼스타즈의 마지막 팬클럽>의 주인공은 프로야구 원년의 꼴찌팀 삼미 슈퍼스타즈의 팬클럽이 돼 온갖 해프닝을 겪는다. 하지만 그 해프닝들은 결국 ‘프로들이 득실거리는 세상의 아마추어 같은 존재’로 살아야 했던 삼미 슈퍼스타즈와, 주인공의 삶을 통해 드러나는 세상과 인생에 대한 통찰이다. 비극을 내세운 소설들이 그만큼 작품 속 메시지를 무겁게 제시했다면, 박민규는 유머를 통해 보다 가볍고 따뜻하게, 그리고 한번 더 생각할 수 있도록 전달한다.

박형서의 두 번째 소설집 <자정의 픽션>은 <개그 콘서트>보다 웃기는 소설이라는 평가를 받는다. <사랑손님과 어머니>의 음란성 연구)는 삼촌 친구인 사랑손님이 옥희에게 준 달걀은 성적 상징이며 손님과 과부인 어머니, 옥희가 삼각관계임을 논문처럼 밝히면서 소설과 비평의 경계를 모호하게 만들고, 냉철한 논문 형식을 웃음으로 도배한다. 같은 맥락에서 <논쟁의 기술>에 나오는 ‘은근히 겁주기’ ‘무시하기’ ‘알뜰게 웃기’ ‘정신없이 들이대기’ ‘막나가기’ 등의 소재목 역시 순수하게 웃음만을 유발할 뿐 문학작품이 통상 갖는 교훈이나 함의의 영역과는 거리가 있다. 그렇게 그는 소설의 내용이 아닌 소설의 존재 형식, 소설 그 자체에 대해서 고민한다.

이런 모색은 이기호의 <갈팡질팡하다가 내 이럴 줄 알았지>와 <최순덕 성령충만기>에서도 읽어낼 수 있다. 유머와 아이러니로 무장한 천연덕스런 입담을 과시하는 그의 작품은, 의도와 목적과 진심을 매번 배반하는 시트콤적 상황의 무한 연쇄들로 이뤄지는 것이 특징이다. 단적인 예가 소설로 쓴 소설론이라 불려도 좋을 <수인(囚人)>인데, 집필에 매진하기 위해 산 속에 들어갔다가 원자력발전소 폭발로 국가가 사라진 것도 모르는 신인작가 박수영을 통해 소설가가 된 자의 운명을 탐색한다. 원폭에서 살아남은 사람들은 각자의 직업에 따라 유엔의 심사를 받고 세계 각지로 흩어지는 중이고, 대형서점 진열대에서 자신의 소설책을 찾아오면 프랑스로 보내주겠다는 유엔심사관의 제안을 받은 소설가는 시멘트로 뒤덮인 교보문고를 곡괭이로 파낸다. 자신이 책이 남아 있지 않으면 어떻게 하나 걱정하면서.

가거라 슬랩스틱아, 다시 보자 엽기야

이처럼 대중과 웃음이 매스미디어를 통해 연결되고 대중이 웃음을 원할수록, 웃음의 코드 자체도 변해왔다. 생산해낼 수 있는 콘텐츠의 숫자와 종류가 한정적이었던 지난 날의 대중문화에서 웃음은 내러티브를 통해 만들어졌다. 신문수의 만화 <로봇 찌빠>, 길창덕의 <꺼병이>, 윤승운의 <한심이> 등 과거의 명랑만화나, <유머일번지>에서 공전의 히트를 기록한 <영구야 영구야> 등이 내러티브에 의한 코미디의 대표적인 예다. 이들 작품은 주인공이 어느 한 사건을 겪는 과정에서 잘게 쪼개 여러 개의 작은 에피소드를 취하는 내러티브를 보여준다. 이 에피소드는 기승전결을 갖추고 있어 그 자체로 웃음을 유발하게 되는 것이다. 이를테면 영구가 동네잔치에 갔다가 먹을 것을 얻는 과정에서 온갖 소동을 겪는 식이다. 이런 내러티브 위주의 코미디에서는 넘어지거나, 사람이 몇 바퀴씩 구르거나 하는 슬랩스틱 코미디가 웃음의 수단이었다. 일정한 흐름을 가진 내러티브 안에서 웃음을 선사하기 위해 반전은 필수에 가까웠다. 한 번에 큰 웃음을 선사할 수 있는 강한 포인트가 있어야 했기 때문이다. 이런 웃음은 창작자의 의도가 대중에게 그대로 전달되는 일방통행을 전제로 한 것이다. 콘텐츠 창작자는 대중이 내러티브를 그대로 따라갈 것이라 믿고, 과장된 슬랩스틱 코미디를 통해 웃음의 포인트를 명확하게 짚어주면서 모든 대중이 웃기를 원하는 것이다.

세월이 흘렀다. 미디어는 다양해졌고, 그에 따라 콘텐츠의 수와 종류가 폭증하고 있으며, 웃음 역시 변했다. 무엇보다 창작자의 의도대로만 유발되지도 흘러가지도 않으며, 모든 사람을 웃게 만드는 것 역시 녹록잖은 시대가 되었다. 수많은 미디어를 통해 창작자 이상으로 많은 대중문화 콘텐츠를 접하는 대중은 긴 내러티브를 따라가면서 한두 번 웃는 정도로는 만족하지 않는다. 게다가 모든 대중이 웃을 수 있을 만큼 포인트가 분명한 웃음은, 그만큼 누구나 쉽게 예상할 수 있으므로 진부한 것이 된다. 과거 시청자들은 코미디 프로그램에서 몇 달씩 똑같은 유행어와 똑같은 상황이 펼쳐져도 웃었지만, 최근 시청자들은 똑같은 상황이 두세 번 반복되면 더 이상 그 코너를 보지 않는다. 과거에는 코미디 프로그램의 한 코너가 일 년 이상 방영되는 것이 보통이었다. 그러나 지난해 최고의 인기를 모았던 <개그콘서트>의 <마빡이>, <개그夜>의 <사모님> 등은 식상함을 이유로 일 년도 채우지 못하고 폐지됐다. <마빡이>는 방영 몇 달 뒤부터는 네티즌의 UCC동영상까지 웃음의 소재로 사용하고, <사모님>은 사모님과 김기사의 관계를 계속 바꿔가며 방영기

간 내내 끊임없는 변화를 시도했지만 말이다.

엽기, 패러디, 언어유희 등 2000년대 이후 대중화한 새로운 웃음의 코드들은 내러티브에 따르는 대신, 순간적인 재치와 아이디어를 선택했다. 창작자에서 대중으로 가는 일방통행 대신 창작자와 대중의 쌍방향소통에 발맞춰간 결과다. 한때 웹진 <판지일보> 등을 통해 인터넷을 강타한 ‘엽기’는 내러티브를 바탕으로 한 웃음보다 훨씬 빠른, 그리고 슬랩스틱 코미디와는 달리 예측할 수 없는 폭소를 안겨줬다. 신문 사회면에 등장하는 관습적 의미와는 조금 다른 정의와 맥락으로 등장한 엽기는, 일반인의 상상을 뛰어넘는 결과물을 제시하고 이를 통해 웃음을 유발하는 하나의 문화코드로 부상하게 된 것이다. 그 이면에는 사전심의 제도 등의 검열 장벽이 무너지고, 인터넷을 통해 접할 수 있는 대중문화 콘텐츠의 양이 폭증하는 등의 변화가 있었고, 이는 콘텐츠 생산의 변화로 이어졌다. 인터넷에서는 욕설의 사용이나 유명인을 우스꽝스럽게 합성해 엽기적인 상황을 연출하는 <판지일보>가, 만화에서는 비정상적인 정신세계를 가진 캐릭터와 배설물과 관련한 유머를 아무렇지도 않게 사용한 <이나중 탁구부>, <괴짜가족> 등의 작품이 인기를 얻은 것은 우연이 아니다. 그러나 엽기를 이용한 웃음의 코드는 한 번 사용하면 그 이상을 보여줘야 하기 때문에 점점 그 강도를 높여가야 한다는 점에서 대중적인 웃음의 코드가 되기에는 무리였다. 엽기가 어느 선을 넘는 순간 웃음이 아닌 짜증이나 분노를 유발할 수 있으므로.

과거에 비평적 거리를 둔 반복, 패러디

반면 패러디와 언어유희는 보다 오랜 생명력을 지녔다. 패러디는 원본을 알고 있다는 전제에서 출발하기 때문에, 창작자와 수용자가 얼마나 밀접하게 교감하느냐에 따라 그 효과는 달라진다. 이런 특징은 대중이 대중문화 콘텐츠를 많이 접할수록 점점 위력을 갖게 되는 점과도 통한다. 대중문화의 역사가 긴 미국의 경우 이미 70년대부터 본격적인 패러디 영화 <에어플레이>이 발표됐고, 미국 최고의 코미디쇼 <새터데이 나이트 라이브> 역시 패러디를 중요한 웃음의 코드로 삼았다. 한국의 경우 대중문화에 대한 데이터가 충분히 쌓인 2000년대 이후 본격적으로 패러디에 의한 웃음이 부상하기 시작했다. <쉬리> 이후 한국영화가 급부상하기 시작해 다수의 히트작이 나온 뒤인 2002년에 한국 최초의 본격 패러디 영화인 <재밋는 영화>가 발표된 점과, <개그콘서트> 초기에 개그맨들의 인기 연예인 성대모사나 CF 패러디가 화제였던 점 등에

서도 알 수 있듯이, 패러디는 대중들이 TV 프로그램이나 영화, CF 등 영상 콘텐츠에 익숙하다는 것을 전제로 한다. 이런 특징은 기존의 내러티브를 바탕으로 한 코미디를 대체할 수 있다는 점에서 중요하다. 일일 시트콤 <거침없이 하이킥>은 영화 <괴물>, 미국 TV 드라마 <24> 등 다양한 대중문화 작품을 패러디했고, 시트콤 <안녕, 프란체스카>는 한 에피소드 전체를 영화 <친절한 금자씨> 패러디로 채우기도 했다. 이렇듯 패러디된 <거침없이 하이킥>의 에피소드는 원본과 상당히 유사한 스토리를 취하거나 그 작품을 본 사람이라면 누구나 알 수 있는 요소들을 집어넣고, 그것을 비틀어서 웃음을 유발한다. 시청자들은 과거 내러티브 중심의 코미디를 보듯 시트콤의 에피소드를 그대로 따라가면서 자신들이 알고 있는 내용을 어떻게 뒤틀지 궁금해 한다. 원작을 뒤틀어 가벼운 웃음을 만들어내는 패러디가 영화나 시트콤과 만나면서 오히려 새로운 내러티브의 형식을 만든 것이다.

이처럼 패러디는 원전의 ‘풍자적 모방’ 또는 ‘희극적 개작’으로 정의되지만, 최근 문화 전반의 흐름을 보면 이런 규범적인 의미로만 읽어내긴 힘들다. 원전에 대한 모방의 형식인 동시에 해석의 형식이고, 또 비평의 형식이기 때문이다. 이처럼 이중구조를 띤 상호텍스트성은, 한 텍스트가 다른 텍스트와 결합하여 보다 큰 담론을 이루는 것이 특징이다.

최근 시각예술 분야에서 주목되는 작품은 ‘당대 문화의 문제를 심도 깊게 다루는 A급 현대미술’이지만 ‘천연덕스러운 블랙 유머’를 통해 관객을 웃게 만드는 조각가 이형구의 <아니마투스> 연작. 대중문화의 환영 속에서 가상의 화석을 발굴하는 작업이다. 벅스 버니, 톰과 제리 같은 만화 캐릭터의 뼈대를 인공적으로 만들고 진짜 화석이라도 되는 양 라틴어 학명까지 붙여 헛갈리게 하는데, 정교한 뼈 조각 작품들은 마치 새로 발굴한 화석 같아 보인다. 아톰과 미키 마우스라는 대중문화의 아이콘을 조합시킨 이동기의 <아토마우스> 연작도 마찬가지다. 그는 내러티브 만화의 컷 하나를 베끼고 확대한다든지, 기존의 만화 이미지를 합성해서 새로운 이미지를 창출한다든지, 대중스타나 광고의 이미지 같은 대중적 이미지를 확대하는 등의 작업을 선보여왔다. 이런 맥락에서 주목할 만한 전시는 사비나미술관의 <명화의 재구성>전이다. “국내 작가들의 작품을 통해 거장들의 독특한 화풍뿐만 아니라 당시의 조형적 규칙과 시대정신, 화가의 인생까지 짚어볼 수 있도록 했다”는 이 전시의 작품들은 국내 젊은 작가들이 밀로의 <비너스>를 비롯해, 밀레의 <만종>, 레오나르

도 다빈치의 <모나리자>, 추사 김정희의 <세한도> 등 명작들을 현대적인 미감으로 패러디한 것들이다. 이 전시에서 가장 유쾌하고 고차원적인 웃음을 선보인 작가는 이동재다. 미국의 콘돌리자 라이스 국무장관을 쌀로, 영국의 코미디언 미스터 빈은 콩으로, 동학혁명의 주인공 녹두장군 전봉준은 푸른 녹두로 재현하는 작업을 해왔으며, 가수 현미도 곡물 현미로 표현해 관람객에게 재기발랄한 즐거움을 안겨준다. 이렇게 먹는 음식으로 다양한 인물을 만든 그는 음식의 역사적, 문화적 의미와 이름을 연관짓는 언어유희를 결부시킨다.

하지만 이들 작가의 작품이 ‘원전의 풍자적 모방’으로서의 패러디라고 잘라 말하기 힘들다. 오히려 패러디가 지닌 의미를 활용했다는 뉘앙스가 더 짙다고나 할까. 이런 점은 앞서 언급한 소설가 박형서나 90년대 초반부터 메타시를 써온 시인 박상배의 작업에서도 찾아볼 수 있다. 이 느슨한 연관성은 패러디 작품이 삶을 반영한 원전을 또 반영한 것, 곧 ‘반영의 반영’에서 나온 것이다. 시에 대한 시 쓰기, 소설에 대한 소설 쓰기, 희곡에 대한 희곡 쓰기는 패러디의 자기반영성이고, 메타성에 가깝다. 자기반영성으로서, 자의식적이라는 점에서, 자기비판의 의미에서 말이다. 따라서 이런 메타성은 장르에 대한 현대적인 시도를 가능케 하지만, 대중문화에서는 언어유희를 유행시키는 한 동인이 되었다.

메타의 시대, 언어유희와 자기유희

창작자와 대중의 적극적인 소통이라는 점에서 언어유희 역시 패러디와 같은 웃음의 맥락을 가지고 있다. 메가쇼킹의 만화 <애육전선 이상없다>나 개그프로그램인 <웃음을 찾는 사람들>의 코너 <그만해>처럼 극단적인 언어유희를 사용해 웃음을 유발하는 작품들에서 중요한 것은 단어 그 자체가 아니라 대중이 알고 있는 단어의 ‘뉘앙스’를 어떤 식으로 이용하는가 하는 것이다. <애육전선 이상없다>에서 ‘염통이 쫄깃해지는’이나 ‘책은 마음의 패밀리레스토랑’이라는 표현, <그만해>에서 두 명의 주인공들이 하는 “그만해~ 너 얼굴이 지금 초심을 잃었어” 같은 말들은 수용자가 그 단어들이 현재 어떤 이미지와 의미로 통용되는지 알아야 웃을 수 있다. 모두에게 같은 뜻을 가졌던 언어가 웃음의 창작자와 수용자들만이 이해할 수 있는 독특한 뉘앙스를 통해 새로운 웃음을 만들어내는 것이다.

〈환상의 커플〉처럼 남녀가 티격태격하는 로맨틱 코미디 드라마 역시 그러하다. “꼬라지 하고는~” 같은 표현을 쓰는 주인공 나상실 (한예슬)의 말투가 가진 독특한 뉘앙스나 “한번 가버린 초코볼은 돌아오지 않아” 같은 독특한 표현을 통해 웃음을 이끌어낸다. 그러나 패러디와 언어유희는 새로운 웃음의 코드인 동시에, 현대 대중문화에서 웃음의 창조에 관한 딜레마까지 함께 보여준다. 〈개그콘서트〉의 〈갈기道〉의 출연진들이 축구해설가 신문선과 비슷한 성대모사를 하면서 “이건 신문선인 것도 아니고 안성기인 것도 아냐”라고 말할 때, 이 개그를 이해하기 위해서는 신문선과 안성기를 모두 알아야 하고, ‘갈기도 하고 아닌 것도 같다’는 말의 독특한 뉘앙스까지 함께 이해해야 한다. 그만큼 이 개그를 이해하는 사람들은 더욱 복잡한 유머를 즐길 수 있지만, 그 외의 사람들은 어디서 웃어야 할지 난감해진다. 실제로 언어유희와 패러디가 주가 되는 인터넷 유머나 개그프로그램들은 대부분 젊은이들에게 집중적으로 소비된다. 모두가 웃음이 필요한 시대지만, 웃음을 받아들이는 방식은 저마다 달라진 시대가 된 것이다.

최근 웃음을 다루는 대중문화 콘텐츠 중 작품 속 캐릭터와 UCC를 성공적으로 활용한 작품들이 대중적인 인기를 누린다는 사실은 그래서 흥미롭다. 〈무한도전〉과 〈거침없이 하이킥〉, 〈마빡이〉 등은 모두 ‘아는 사람만 아는’ 마니아적인 웃음의 코드를 바탕으로 깔고 있다. 여섯 명의 출연자들이 방송계의 실제 이야기들을 쏟아내면서 자기 자신의 이야기를 코미디의 소재로 삼는 〈무한도전〉이나 시트콤이면서도 다양한 장르 패러디를 시도하는 〈거침없이 하이킥〉, 그리고 계속해서 개그맨 자신의 이야기를 하는 〈마빡이〉의 웃음 코드를 모든 사람이 이해하기는 쉽지 않다. 그러나, 이들 작품에는 모두 독특한 캐릭터가 있다. 〈무한도전〉은 기본적으로 여섯 명의 독특한 캐릭터를 바탕으로 진행되고, 〈거침없이 하이킥〉은 ‘야동순재’(야한 동영상 보는 순재), ‘괴물준하’(괴물처럼 많이 먹는 준하) 등 출연진 모두가 별명을 가지고 있을 정도로 캐릭터 각각의 개성이 뚜렷하다. 〈마빡이〉 역시 출연진들이 무언가를 말하기도 전에 대머리 가발에 이상한 동작을 하며 이마를 치는 캐릭터들로 인해 순식간에 화제가 됐다. 이 작품들은 모든 대중이 이해하기에는 어려운 웃음의 코드를 담고 있지만, 누구나 쉽게 관심을 가질 수 있는 캐릭터를 사용해 대중을 끌어들이고, 대중이 자발적으로 그 작품에 대한 정보를 알도록 만든다. 한국에서도 방영 중인 일본 애니메이션 〈개구리 중사 캐로로〉는 일본인들조차 원작을 모두 알고 있는 사람이 드물 정도로 일본 애니메이션에 관한 방대한 패

러디를 자랑하지만, 한국에서는 열 살도 되지 않은 아이들마저 즐겨본다. 주인공을 온갖 해프닝을 벌이는 외계 개구리로 설정한 덕분에 아이들도 쉽게 작품에 다가설 수 있기 때문이다. 작품 속 캐릭터를 통해 작품에 흥미를 가지고, 다시 작품 속에 전제된 수많은 유머 코드를 이해한 대중은 UCC를 통해 그것을 대중에게 퍼뜨린다. 〈거침없이 하이킥〉은 팬들의 자발적인 UCC로 인터넷에서 화제가 되면서 인기를 얻을 수 있었고, 〈마빡이〉는 아예 UCC를 코너에 끌어들이면서 식상해지던 코너에 새로운 활력을 불어넣었다. 그리고 대중은 UCC를 통해 웃음의 수용자에서 창조자로 변신한다.

대중은 끊임없이 웃지만, 그 웃음의 이유는 자신의 코드에 따라 천차만별로 달라지고, 더 나아가서는 자신이 웃음을 만들어내면서 자신의 존재를 드러낸다. 대중에서 개인 중심으로, 창조자에서 수용자 중심으로 흘러가는 웃음의 변화는 매스미디어와 대량생산의 시대에서 오히려 자신만의 개성을 찾는 것이 더욱 멋진 것이 된 현대사회의 독특한 단면을 보여준다. 모두가 웃는다. 그 모두의 웃음 뒤에는 이런 전제가 붙어야 할지도 모른다. 너의 웃음과 나의 웃음은 같지 않다.

글쓴이 **강명석** 1976년에 태어났으며, 현재 〈한국일보〉의 객원기자이자 〈매거진t〉의 기획위원이다. 영화, 드라마, 가요, 방송 등 대중문화 전반에 걸쳐 다양한 비평칼럼을 쓰고 있으며, 저서로는 〈서태지를 읽으면 문화가 보인다〉가 있다.