

디자인 아이디어로서의 버나클러 유머에 관한 연구 A Study on the Vernacular Humor as Design Ideas

박영원

청주대학교 산업디자인학과

Park Young-Won

Dept. of Industrial Design, Chongju Univ.

Keywords: Vernacular, Vernacular humor

1. 서론

문화의 발전과정에서 새로운 문화창조의 한계에 도달하거나, 대공황이나 세기말처럼 퇴행적 상황에서는 복고주의가 나타나는 경향이 있다. 한국도 절대적인 경제침체의 영향으로 복고주의적 경향이 일상생활뿐만 아니라 문화전반에 유행하고 있다. 생활의 소비패턴에서도 위축된 소비심리로 말미암아 비교적 저가품목의 수요급증과 함께 복고적 양상을 띠게 된다. 연극 영화에서도 어려웠던 시절을 재현한 신파극 형태, 광고표현의 복고주의 양상, TV드라마나 대중음악계의 리메이크 붐, 과거 이미지를 주제로 한 미술품, 그리고 과거 이미지나 제품을 보여주는 전시회 등의 인기가 복고풍 열기를 알 수 있게 한다.

미래에 대한 불안심리의 반작용으로 과거로의 회귀를 심리적으로 기대한다던가 어떤 지역이나 시대에 대한 향수는 디자인의 좋은 모티브가 될 수 있다. 특히 경제적, 심리적 침체기에는 광고 분야를 비롯한 시각디자인에 있어서 일반적인 단순 유머보다 강한 페이스스를 담고 있는, 단순한 웃음만을 유발하는 것이 아닌 정신적 즐거움과 감동을 담은 고급 유머는 중요한 표현 수단이 된다. 이에 버나클러의 요소는 유머효과를 창조할 수 있는 가능성을 연구한다.

2. 버나클러의 개념

버나클러라는 단어를 G. G스코트 (George Gilbert Scott)가 처음으로 1857년에 디자인 분야에 사용하였는데, 사전적 의미는 '자국어, 방언, 전문용어, 일상구어의, 지방 특유의, 시대 특유의, 풍토적인' 등이 있다.

대론 딘(Darron Dean)은 버나클러를 'naive, indigenous'로 규정하고 있는데, 이 두 단어는 '천진난만한, 특정분야에 경험이 없는, 지역고유의, 자생의' 등의 뜻이 담겨있는데 디자이너가 사용하는 언어로서의 버나클러는 '모더니즘의 자기검열 스타일로부터 자유로운, 교육으로 길들여지지 않은 감수성과 자연스러움'을 일컫는 일상적 용어가 되었고 단순히 방언, 모든 하위 문화가 갖는 계급적 특성, 고급문화가 하위문화의 특성을 포함하는 것을 말하기도 한다. 즉, 한 지방의 고유의 언어, 특히 교육에 의한 정제된 언어나 표준어가 아닌 사투리나 일상언어로 민속적 특성을 가지고 있으며 '세련된(polite), 고급취향(high-style), 학술적(academic)'과는 대조되는 것으로 정의되기도 한다. 그러나 이러한 정의는 디자이너가 작업 시에 버나클러의 생성논리로 설명할 수는 없을 것이다.

본고에서는 버나클러의 일반적 개념을 고급문화에 대한 저급 문화의 양상을 띤 듯한 양식(style), 현대적인 것에 반한 옛것이나 촌스러움(old-fashioned), 세련된 것에 반한 유치함 그리고 지나간 양식, 토속성과 자생적 지역성 등을 사유화(Appropriate)하여 새로운 표현 에너지로 전환할 수 있는 작업논리로 정의한다.

버나클러라는 용어는 단지 디자인분야 뿐만 아니라 건축 미술 음악등 문화전반에 존재하는데, 전문 작곡가에 의해 작곡된 음악이 아닌 일반 대중사이에서 자연스럽게 이루어진 생활 속의 민속음악, 예술가나 전문적인 장인의 의식적인 사고나 계획에 의하지 않고 일상적이고 습관적인 방법에 의한 민속조형예술등 지리적·풍토적 그리고 시대 특유의 생활 환경과 양식에 따른 독특한 특성을 반영한 결과를 지칭한다. 즉, 건축의 예를 보면 버나클러는 지역적인 가옥유형이나 스타일을 의미하며, 지방 고유의 재료들을 사용하고 그 지방의 지리적이고 기후적 조건에 순응할 수 있고 그 지역의 고유역사를 반영한다. 버나클러는 그 자체의 형식이라기 보다는 주변적 상황, 지리적, 지역적 풍토적, 역사적, 기술적 여건에 따라 형성된다고 할 수 있고, 그런 요소를 의도적으로 창조하여 디자인에 반영할 수 있다.

버나클러 스타일의 창조를 위해 모더니즘 미학의 위계적 속성을 무시하여, 일반적으로 저급하게 여겨지는 속성을 고급한 형식의 에너지로 활용하는 등 버나클러적 성격을 획득한 기호의 역할 바꿈을 통하여 버나클러 디자인의 새로운 효과를 만들 수 있다.

3. 버나클러 유머

웹스터 사전에는 유머를 ①우연한 사건, 행동, 상황 혹은 아이디어의 표현에 있어서 나타나는 특질로서 웃음이나 부조화 혹은 어색함을 유발시키는 것(웃음이나 즐거움) ②아이디어, 상황, 우연한 사건 또는 행동에서 우스움이나 부조화적인 요소를 발견하고 표현하고 평가하는 정신적인 능력(우스꽝스러운 모방 혹은 표현) ③우스꽝 하려는 행동이나 노력으로 정의하고 있는데, 버나클러를 통하여 유머효과를 창조할 수 있다.

버나클러는 취향, 교육, 기술, 재능 등의 상대적인 수준에 기초한 주관적, 계층적 개념이다. 버나클러가 재미있는 것으로 여겨지는 것은 단지 대부분의 오래 전 유행이 몇 년이 지나 재미있게 보여지는 것이라기 보다는 디자이너들이 세련된 전문가가 되기 이전의 시대를 보여주는 것이기 때문에 디자인이 세련된 시기에는 순수한 매력을 강하게 가지게 된다. 즉, 어떤 당시의 유행하던 기호와 방식을 복원하여 현대의 커뮤니케이션에 활용함으로써 해서 친근함이나 유머로 다른 메시지와 차별화할 수 있는 가능성을 가지고 있다.

버나클러의 성격을 획득하고 있는 도상(icon)의 이용으로 버나클러 유머효과를 얻을 수 있다.

4. 버나클러 유머의 창조

버나클러의 일반적 성격을 획득하고 있는 도상을 사유화하거나 하나의 작업논리로 버나클러를 다루어 유머성을 확보한다. 효과적인 시각커뮤니케이션을 위한 정신적 즐거움이나 주목효과와 함께 버나클러 유머의 창조를 위하여 버나클러의 일반적 개념

념과, 버나클러가 모더니즘 사고의 위계질서를 벗어나 현상의 여러 요인의 상대적인 수준에 기초한 주관적 계층적 개념의 창조라는 관점을 토대로 다음과 같은 방법론을 제시할 수 있다.

1) 저급형태의 차용

현대의 모더니즘의 기계미학과 위계질서에의 벗어난 원초적 이미지나 저급한 형태를 차용하거나 또는 저급형태와 고급디자인을 결합 또는 병치함으로써 버나클러와 버나클러 유머를 얻을 수 있다. 미적이나 시각적으로 저급한 것을 차용하여 변형함으로써 고급한 형식으로 차별화 하여 효과적인 전달력을 가지게 한다. 즉 저급 형태를 차용할 시에 디자인 역할의 개입을 인지하게 함으로써 매력을 발생하게 한다. 모더니즘이 개념화시킨 합리적이고 합목적적인 이성적 이상향에 비추어 가치 절하된 도상을 새로운 취향으로 재인식하게 하여 정신적 즐거움을 유발하게 한다. 고급한 예술어휘가 아닌 일상의 어휘를 다른 유형의 고급언어로 변환한다.

시대적으로 또는 과학 기술적으로 낙후된 기술의 이미지를 차용한다던가 고급과 대량생산에서 파생된 듯한 저급을 혼합하여 사용함으로써 반 위계질서(anti-hierarchy)적 행위로 새로운 미적 감각을 자극하기도 한다. 이렇게 하여 유머의 유형중 '아이러니'의 개념이 인식되기도 한다.

2) 친숙한 과거로의 회귀

친숙한 과거의 도상을 차용하여 과거의 한 시절로 회귀한 감정을 유발시켜 문화적 감수성을 자극하여 정신적 즐거움을 느끼게 한다.

기능적인 것 합목적적이고 합리적인 논리에만 집착하고 익숙해진 모더니즘 사고에 가장 원초적이고 때로는 감각적인 접근으로 감성적 만족감을 유발하게 한다. 유년시절의 익숙한 시각적 요소의 차용으로 유년시절의 눈 높이로 돌아가게 하기도 하고, 완벽함과 세련됨의 위계질서를 해체함으로써, 원초적이고 원시적인 성질을 획득하기도 하여 새로운 기호로 변화시킨다. 과거의 친숙한 재료, 질감, 시각물, 제품, 환경을 차용하기도 하고, 부족한 감각 표현기술의 재현을 통하여 의도적인 '어색함'이나 '촌스러움' 그리고 '예스러움'을 창조하기도 한다.

3) 과거양식이나 도상의 사유화

현대적 디자인의 개념이 정착되기 이전의 여러 예술양식 뿐만 아니라 대량생산이 가능해진 기계생산시대이후의 디자인 개념의 태동과 함께 아르누보 아르데코를 비롯한 양식의 큰 줄기와 초기 모더니즘이후 대량생산 스타일의 여러 유형등이 존재한다. 또한 큰 맥락에서의 스타일 외에도 그 시대와 지역 및 국가마다의 기술적 특성과 정서를 반영한 실체들이 존재하는데, 새로운 가치창조를 위해 사유화 할 수 있다.

4) 지역특유성의 활용

버나클러 유머의 창조를 위해 일정지역의 특수성 즉, 특유의 풍속·의상·주거형태를 통해 느낄 수 있는 원초성·통속성을 포함한 지역특유성을 활용 할 수 있다.

5. 버나클러 및 버나클러 유머의 사례

앞장에서 정리한 버나클러 유머의 네 가지 창조유형을 토대로 버나클러의 사례와 버나클러 유머로 창조할 수 있는 대상을 현재 광고를 비롯한 시각디자인 분야에서 빈번히 보여지는 버나클러 이미지를 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, '저급한 형태의 차용'의 대상으로 세련되지 못한 원초적

이미지나 우리의 근대사를 담은 준 골동품들이 묘한 정감을 일으킨다. 예를 들면 옛날 가수 LP, 60 - 70년대 국민학교 교과서, 빛바랜 흑백사진, 김정색교복, 예비군복, 구식전화기, 선풍기, 축음기, 어린 시절의 딱지, 종이인형, 구슬, 옛날인형, 큰 성냥통등이다. 이러한 이미지로 신식공작실, 아트박스등, 팬시업체에서 일종의 패러디 기법으로 복고주의적 디자인을 제작하고 있다. '촌스러움'과 '저급형태의 형태에 대한 우울감' 그리고 '향수'로 정신적 즐거움과 유머를 느끼게된다. 또한 키치(kitsch)적 요소를 차용할 수 있다. 키치는 급격한 산업화, 교통통신의 발달, 대중문화의 확산을 통하여, 통속적 사회현상, 진품적 가치나 효과를 모방하는 태도, 인간존재 방식의 한 유형으로 왜곡되고 과장된 형태, 여러 가지가 결합된 중층적 구조로 존재한다.

둘째, '친숙한 과거로의 회귀'인데, 과거의 친숙한 이미지 또는 과거의 생활패턴을 연출한다.

신파조의 영화, 과거 가요, 교복을 입던 시절, 가난했던 시절의 이미지는 광고표현에 활용한다. 이렇게 복고주의적 광고표현 뿐만 아니라 옛 시절에 제작하여 방영한 흑백광고를 현재에 재 활용하기도 한다.

셋째, '과거양식이나 도상의 사유화'로 유럽이나 미국의 아르누보 아르데코 스타일을 받아들여 새로운 감각의 이미지를 디자인 할 수 있다. 아르누보의 장식적인 곡선, 아르데코의 햇살무늬(sunray), 지그재그한 강한 선, 미국 모더니즘의 스트림라인, 팝아트등 시대적 은유로 활용할 수 있는 모티브이다. 우리나라의 경우 전통양식·역사적 작품·민화 등에 나오는 고유양식도 버나클러의 특징을 가지고 있다. 또한 역사적 인물, 독특한 개성을 가진 인물 등과 강력한 시대를 대변하는 도상의 차용으로 버나클러 유머효과를 줄 수 있다. 디자인 기획사 <도포>의 '신명레방'의 광고작업 그리고 OB라거의 TV광고등 국내의 몇몇 패러디 광고에서 사례를 볼 수 있다.

넷째, '지역특유성의 활용'으로 어느 지역에 국한된 이미지, 예를 들면 에스키모, 미국의 서부, 각 국가의 민속문화, 시골의 이미지등 지역특유성을 느낄 수 있는 것을 차용하여 버나클러를 창조한다.

6. 결론

경제적 침체기나 세기말적 상황은 어느 시대나 장소 또는 제품에 대한 향수, 안정된 생활에 대한 기대, 우울에 대한 반작용으로 가정을 향한 귀속의식등으로 나타난다. 위축된 소비심리와 새로운 문화창조의 일시적 한계에 부딪혀 문화전반에 복고주의적 경향이 현저하다. 광고를 비롯한 시각디자인 전반에도 복고주의의 경향이 신선한 자극으로 감지되고 있다. 세련되지 못한 저급의 형태, 유치하지만 친숙한 도상이나 양식을 사유화하고 차용하여 버나클러 이미지를 통한 정신적 즐거움을 유발하고 있는데, 버나클러 유머를 통한 차별화는 시대적 상황에 반영해 보아도 의미가 있다. 또한 버나클러의 정확한 이해를 통한 기호 사용은 차용한 이미지에 새로운 의미를 부여하여 전달하는 것을 가능하게 하는데, 아이디어 발상에 있어서 모티브 선택을 풍부하게 한다. 그리고 세계화(globalization)와 지역화(localization)의 상관관계 속에 한국적인 그리고 우리특유의 성질을 작업논리화 함으로써 시각전달 및 광고효과를 배가할 수 있는 가능성, 민족 고유가치를 유념한 한국적 해학의 표출을 통한 문화적 정체성(cultural Identity)이라는 부가가치의 확보등 부차적인 효과도 기대할 수 있겠다.

시대별·계층별·커뮤니케이션 목적별로 차별화된 실증적 연구가 기대된다.