

이미지 차용을 바탕으로 한 Funny Design 방법론에 관한 기초연구

A Fundamental Study on design method of funny design on image borrowing ground

김경희

전북대학교 디자인제조공학과

홍정표

전북대학교 산업디자인과

Kim, Kyung-hee

Dept. of Design Manufacture, Chunbuk University

Hong, Jung-pyo

Dept. of Industrial Design, Chunbuk University

· key words : parody, fun, familiarity, borrowing

1. 서론

1-1. 연구배경 및 필요성

현대와 같이 경쟁이 심화된 시장 환경에서는 소비자의 욕구와 개성에 알맞은 차별화 디자인을 위한 방법론 개발이 요구되고 있다. 이와 관련하여 오늘날의 소비 특성을 살펴보면, 고객은 스스로를 남들과 차별화하고 싶어 하며, 이에 따라 고객 개인의 정체성을 확보하고자 하는 심리적 욕구를 가지고 있다.¹⁾ 또한 디자인의 목표는 보다 증가된 대중적 이해와 소비자의 다양한 선택권을 통해 삶의 의미를 형성시키려는 노력을 포함할 것이다.²⁾ 여기에서 우리는 현대인이 차별화된 제품과 다양한 선택을 원하고 있으며 이러한 제품의 필요성을 인식할 수 있다. 이에 원작의 이미지 차용을 통한 친근함에 재미를 표현기법으로 사용한 디자인방법론을 제안하고자 한다. 이러한 연구는 기존의 디자인 방법론에 재미를 사용하여 차별화가 되고, 아이디어 발상의 단계에서 다양성의 하나로 제시될 수 있을 것이다. 또한, 대중에게 친근감과 재미라는 표현방법으로 흥미와 관심을 유발하여 구매로 자연스럽게 이어질 수 있으리라 기대된다.

1-2. 연구 방법 및 내용

본 연구를 위하여 이미지 차용을 바탕으로 재미를 표현한 유형들에 대한 이론고찰, 사례수집/분석, 실증분석의 단계로 진행하고자 하며, 다만 본 연구에서는 이미지차용 유형 중에서 패러디디자인에 관한 연구를 선행하고자 한다. 첫째, 패러디 관련문헌을 고찰하여 정의를 내린다. 둘째, 패러디 제품디자인 사례를 수집 분석하여 패러디 평가요소를 추출한다. 셋째, 연구결과를 요약하여 패러디의 효과적 표현방법론을 제시함으로써 신제품 개발 과정에서 패러디 디자인을 적용할 수 있도록 하고자 한다.

2. 이미지 차용의 표현 유형

2-1. 패스티쉬(pastiche)

혼성모방으로 번역되는 패스티쉬는 프랑스로 모방, 모작을 뜻하며 유사성만을 강조한다.

2-2. 벌레스크(burlesque)

'조소'라는 그 어원이 시사하듯이 원작의 스타일을 희화적으로 모방하는 측면이 강하다. 반듯이 조롱이라는 개념을 포함하여야 한다.

2-3. 트라베스티(travesties)

'의상을 바꾼다'는 뜻에서 유래한 것으로 귀족적인 고귀한 성품의 인물을 우스꽝스러운 범속한 장면에서 등장시켜 웃음을 유발하게 한다는 특성이 있다. 익살스러움을 뜻한다.

2-4. 패러디(parody)

우스꽝스러운 개작을 뜻한다.

3. 패러디의 이론적 고찰

3-1. 사전적 의미

산문이나 운문에 한 작가나 혹은 한 부류의 작가들을 우습게 보이려는 방식으로, 특히 우습게 부적절한 주제에 이들을 적용시키면서 모방하는 사고나 구절의 전환으로 이루어진다. 원작에 다소 밀접한 근거를 두고 모방하는 것이지만 우스꽝스런 효과를 산출하기 위해 전환된 모방이다.³⁾

3-2. 패러디의 정의

한마디로 패러디는 우스꽝스러운 개작을 의미한다. 개작이 이루어지는 과정에서 단일 텍스트를 이루는 일반 작품과는 달리 패러디작품은 두 텍스트가 통합형식을 추구한다. 요컨대 패러디는 형식과 행위의 관점에서 볼 때 한편으로는 결합을 추구하고 다른 한편으로는 변화를 가져오려는 속성을 가지고 있다.

즉, 패러디는 원작을 가지고 은유나, 풍자 아이러니 등에 의해 표현되어 지며, 이러한 방법은 전통에 염두를 두고 있다는 측면에서 보수적일 수도 있지만, 오히려 그 전통에 역행하면서 패러디스트의 비판적 사고나 시대의 문화현실을 반영하는 역할을 하는 것이다.

3-4. 패러디와 표절의 구분

패러디는 원작을 모방하면서도 패러디스트의 의도를 포함하고 있어야 한다. 이러한 의도에 의해서 패러디 작품은 같은 원작의 이미지를 차용하더라도 표현하고자하는 의미는 달라지며, 차용하는 원작이 제품을 대하는 사용자에게 친숙한 것일수록 패러디스트의 의미를 전달하는 것이 용이해진다.

1) 강상원, 쉽게 알자! 마케팅, 더난출판, p39, 2002

2) 김민수, 21세기 디자인 문화 탐사, p140

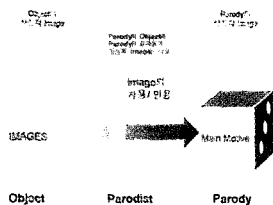
3) 옥스퍼드 영어사전

여기에서 패러디는 표절(plagiarism) 간의 가장 명백한 구별이 가능해진다. 즉, 예술과 문학에 많은 유명한 위조품들이 있어 왔지만 속임수들은 배경이 된 텍스트의 해석에 개입시키기 보다는 감추려 한다는 점에서 근본적으로 패러디와 다르다.

4. 패러디제품디자인의 의미

제품디자인의 패러디는 한마디로 기호화하는 사람과 사용자(해독자)가 낡은 것을 새로운 것에 병합시키는 구조의 덧붙이기를 하는 행위로 이러한 과정에서 우습게 보이려는 방식이라고 할 수 있다.

제품디자인에 있어 패러디의 유머는 즐거움을 주는 특별함이 아니라 원작에 대해 밀접한 근거를 둔 연루에 패러디스트가 표현하고자 하는 의미에 대해 사용자가 개입하는 정도에서 유머를 찾아야 할 것이다. 다시 말해 사용자가 패러디 된 제품 속에서 그 자신을 패러디라 특징지어주는 복잡한 결정요인들을 찾아가는 과정을 의미한다.

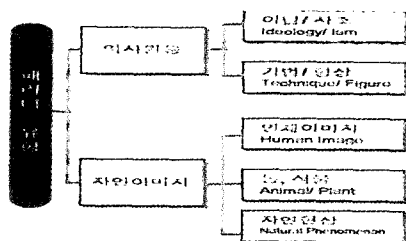


<표1> 패러디 제품디자인의 개념도

5. 패러디 제품디자인 사례

다른 분야와 달리 제품디자인의 경우 자신을 패러디라 드러내지 않고 있다. 하지만 그 속에 내재한 내용을 보았을 때 패러디의 성향을 갖고 있는 사례들을 찾아 유형별로 분류해 보면 아래와 같다.

분류방법은 제품디자인이 입체적 조형물이라는 특성상 외관의 형태를 바탕으로 아래와 같이 나누어 보았다.



<표2> 패러디의 유형

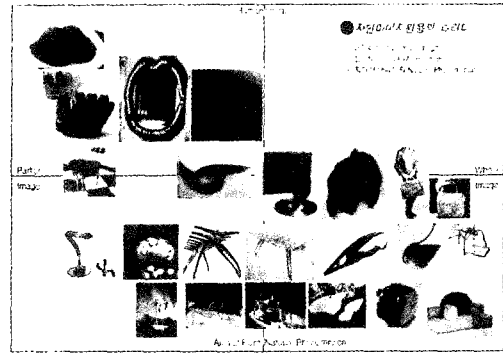
5-1. 역사 원용의 패러디

역사원용의 패러디는 한 예술가의 이념이나 사조 또는 전체 작품의 특정적 양식에 따른 패러디이다.

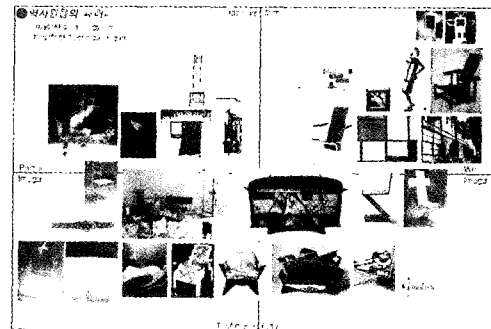
5-2. 자연이미지원용의 패러디

자연에서 형태를 인용하는 것으로, 형태를 인용할 때는 반드시 디자인된 제품과 인용된 이미지의 상호연관성이나 아이러

니가 가미된 특별한 의미를 지니고 있어야 한다.



<표3>역사원용의 패러디



<표4>자연 이미지 원용의 패러디

6. 패러디 프로세스 제안

이렇게 수용자에 의해 완성되어야 하는 패러디가 사전지식이거나 이론적 체계의 정립 없이 이루어지면 전달하고자 하는 의미를 수용자에게 전달하지 못하거나, 처음에 설정했던 방향에서 벗어나 전달하고자 하는 의미가 혼란스럽게 된다. 이러한 오류를 남기지 않기 위해 본 연구를 통하여 얻어진 연구를 바탕으로 parody design process를 제시하고자 한다.

7. 연구의 효과 및 활용

7-1.교육측면

이 연구는 디자인 전공 학생들에게 아이디어 발상단계에 있어서 다양성을 지원하고 또한 디자인 방법론에 있어 창의적 실험방법론을 제시 가능할 것으로 기대된다.

7-2.학문적 측면

이 연구는 새로운 디자인방법론을 개발함으로써 본 연구에 대한지속적인 연구는 신 디자인방법론에 대한 지속적인 연구가 가능할 것이다.

7-3. 디자인 현장 측면

소비자에게 재미와 친근감의 표현방법으로 흥미와 관심을 유발하여 차별화를 통한 구매를 유발할 수 있으리라 기대된다.

참고문헌

- 김상구 · 윤여복 역, 패러디이론, 문예출판사
- 문철, 창의적 사고를 유도하기 위한 실험, 2002 디자인학회, 봄 학술대회논문집
- 박수진, 시각디자인에 나타난 패러디 사례 연구, 홍익대학교대학원, 1993
- 오창섭, 키치 현상을 통해본 제품의 사회문화적 기능, 서울대학교 대학원, 1997