

## 뭘 좀 아는 ‘척’ 하는 어른들의 코미디 <SNL 코리아>

박재영

2011년부터 매주 토요일 밤 tvN에서 방송되는 <SNL 코리아>는 프로그램의 홈페이지 기획 의도에 따르면 ‘대한민국에 단 하나’, ‘뭘 좀 아는 어른들’의 생방송 코미디를 지향한다. SNL의 뿌리는 1975년 미국 NBC에서 시작한 <새터데이 나이트 라이브>이다. 정치/사회 풍자와 더불어 공연을 진행하는 뮤지컬 게스트를 통한 복합 라이브 쇼를 표방하며 40년을 넘게 장수하고 있다. 프로그램이 배출한 스타도 부지기수이다. 짐 캐리, 마이크 마이어스, 에디 머피, 로버트 다우니 주니어가 SNL 출신이다. SNL 크루로 발탁되는 것은 미국에서 가장 인기 있는 코미디언의 길을 걷게 되는 것이나 마찬가지다.

많은 이들은 오리지널 SNL의 성공을 금기 없는 신랄한 풍자에서 찾는다. 특히 정치와 젠더 문제는 뜨거운 감자였다. 티나 페이(작가, 코미디언, 영화감독)는 무능력한 여성 정치가 ‘사라 페일린’을 페미니즘적 시선으로 풍자하고 비꼬아 900만 뷰 이상을 기록했다. 호스트로 참여한 브리트니 스피어스(가수)는 본인의 가슴 안에 움직이는 기계를 넣어 직접적으로 언급하며, 10대 소녀의 가슴에 집착하는 미디어의 남성적 시선을 위트있게 꼬집었다. SNL은 ‘성’과 ‘정치’라는 두 축의 거대한 화젯거리 외에도 인종, 외모지상주의, 소수자 논쟁에 대해 수십 년간 다루어왔다. 패러디, 뮤직비디오, 콩트 등 시청자들에게 어렵지 않으면서도 참신한 방식으로 쇼를 이끌었으며 대중은 열광했다.

사전에 의하면 ‘코미디’는 ‘웃음을 주조로 하여 인간과 사회의 문제점을 경쾌하게 다룬 극 형식’의 의미를 가진다(네이버 백과 사전). 인간과 사회를 향한 비판을 전제한 프로그램에서 매주 새로운 문제를 화두로 시청자의 반향을 일으키는 것은 당연한 현상일지도 모른다. 그렇다면 <SNL 코리아>는 ‘대한민국에 단 하나’인 코미디 프로그램으로써 ‘뭘 좀 아는 어른들’인 크루와 제작진을 통해 어떠한 인간/사회적 비판의 메시지를 전하고 있을까? 그로 인한 반향에는 무엇이 있었을까? 과연 대한민국 코미디 중 단 하나라고 자부할 만한 콘텐츠를 생산하고 있는가.

[몸 사리는 혹은 사려야만 하는 <SNL 코리아>]

아쉽게도 1% 중반대의 평균 시청률로 여섯 번째 시즌의 첫 막을 내린 <SNL 코리아>는 기획 의도를 충실히 반영하고 있지는 못한 것 같다. 분명 <SNL 코리아>는 풍자의 효과적인 방식인 ‘패러디’를 주로 사용한다. 최근에 방영을 재개한 시즌6의 20회를 참고하자면 9개의 코너 중에서 6개가 기존의 영화, 드라마, 예능의 틀을 패러디했다. 영화 베테랑, 예능 복면가왕, 해외 서바이벌 리얼리티 쇼 (Man VS Wild, BBC)의 틀을 그대로 가져왔다. 그런데 이런 패러디 속에서 한국 사회 문제를 직접적으로 다룬 코너는 대한민국 회사의 현실을 야생에 빚낸 ‘Man VS City’ 뿐이었다. 나머지 코너들은 원본을 희화화하여 한시적 웃음거리로 전락시키는데 그쳤다. 예를 들어, 방탕한 재벌과 정의로운 시민의 대결구도를 소재로 기업을 비판한 영화 <베테랑>의 패러디에서, 영화의 기업을 향한 문제적 시선은 제거한 채 기존 영화 주인공의 폭력성에만 주목하여 코너를 구성하고 유명 대사를 읊었을 뿐이라는 얘기다. 드라마 <나쁜 녀석

들> 패러디 역시 ‘범죄자를 검거하기 위해 강력 범죄자를 기용한다’ 는 원작의 흥미로운 설정은 제외되었다.

그저 형사와 범죄자의 몸싸움을 일종의 스킨십으로 설정하여 동성애 코드를 통해 웃음을 유도했을 뿐이다. 굳이 <나쁜 녀석들>이 아닌 모든 액션물에 끼워 맞출 수 있는 연출일뿐더러 소수자 비하의 여지까지 찾아볼 수 있다.

<SNL 코리아>의 비판 없는 패러디가 최근에야 문제시 된 것은 아니다. 이전부터 ‘인터넷에서 젊은 층으로 부터 이미 검증을 받은 콘텐츠’ 혹은 ‘남성적 시선에서 비추어진 젠더 이슈’를 주된 소재로 답습하는 것에 불만을 가진 시청자들이 불만의 목소리를 내기도 했다. 시청자 게시판에서 ‘신선함과 위트는 사라지고 노골적인 노출만 남은 SNL’, ‘SNL의 개그는 성차별주의자의 여성혐오, 패드립 등의 악자를 향한 비난도 포함되니까’ 와 같은 비판을 어렵지 않게 찾아볼 수 있으며 ‘외방커뮤니티’, ‘뽀뽀’를 포함한 인터넷 커뮤니티에서도 남성적 시선의 폭력성을 고발하는 논지의 글들이 게시되었다.

하지만 여섯 번째 시즌을 거치면서도 시정된 부분은 미미했다. 사실 ‘비판 없는 패러디’와 ‘성희롱에 가까운 젠더 이슈’는 한국 코미디 프로그램 전반에 걸쳐 고착화된 문제이기 때문이다. 한 영화가 흥행에 성공하면 많은 코미디 프로그램이 동명의 코너를 제작한다. 코너를 기획하는데 있어 캐릭터의 성격 규정은 가장 어려운 부분인데, 이미 명쾌한 성격을 가지고 있고 캐릭터 간 관계가 확실하다는 장점 때문이다. (앞서 언급한 <베테랑>역시 개그콘서트에서 동명의 코너를 제작한 바 있다.) 문제는 영화의 인기 역시 유행을 타는 것이므로 급하게 구성되는 탓에 영화가 가진 본질적 풍자는 사라진다는 점이다. 풍자와 비판이 사라진 자리에는 ‘외모비하’와 ‘대사 그대로 따라 하기’ 가 자리하고 가벼움만 남는다. 비단 영화 패러디만을 말하는 것이 아니다. 코미디마저 인스턴트 방식을 따르고 있다.

예를 들어 인기 웹툰 ‘패션왕’을 패러디한 ‘패션고등학교’를 포함한 SNL 하이スクール 시리즈는 이미 2011년에 인터넷을 휩쓴 인기 포맷을 그대로 복사했다. 2000년대 후반부터 싸이월드, 페이스북, 유머 페이지에서 인기 소재였던 ‘허세’, ‘중2병’이 SNL에 이르러 영상화되자 방영 초반 시청자들은 열광했다. 하지만 ‘연애고등학교’, ‘다이어트고등학교’ 등의 자기복제에 젊은 시청자들은 지루함을 느꼈고 ‘가장 트렌드에 앞선’ 인터넷 콘텐츠들을 TV로 끌어오는데도 불구하고 유행에 뒤쳐진 콘텐츠라고 평가했다. 인기 웹툰과 흔히 ‘썰’이라고 불리는 유머 글, 그리고 그 글에 달린 베스트 댓글을 어떠한 창조적 사고과정 없이 그대로 차용하기에 급했기 때문에, 이 과정에서 인터넷에 원본을 올린 수많은 익명 저작자의 권리는 인정받지 못했다. 또한 ‘최근 인터넷에서 재미있다고 검증받은’ 콘텐츠를 가져오다보니 여타 프로그램에 비하여 젊은 감각을 유지한 것처럼 보이나 한시적인 웃음거리 외에 깊이 있게 생각할 질문을 던지는 코미디는 없었다. 이는 원본이 왜 인기를 끄는지, 왜 수용자가 재미있게 느끼는지에 대한 고민이 없이 재미있는 부분만을 그대로 따오는데 그쳤기 때문이다. 웹툰 패션왕의 인기 이면에는 고등학생들의 ‘입시에 대한 근심’과 ‘꾸밀 줄 아는 아이들을 바라보는 평범한 학생의 동경 어린 시선’이 있었다. 나름의 현실성과 사회성이 전제된 것이다. 하지만 <SNL 코리아>의 ‘뭘 좀 아는 어른들’은 그저 젊은 세대의 웃음 코드 쫓기에 바쁘기만 하다. 중학생들의 유행어를 선생님이 따라 하면 어색한 법이다. 쿨함은 사라지고 쿨한 척만 살아 남는다.

<SNL 코리아>의 몸을 사리는 태도는 캐스트의 구성에서도 그대로 나타났다. 지난 시즌에서 활약한 작가 출신의 유병재와 강유미를 제외하면, 이미 공중파에서 검증된 신동엽, 안영미, 정명옥 위주의 배석에서 신예의 활약은 없었다. 이는 작가와 캐스트를 넘나드는 멤버들이 아이디어를 스탠드업 코미디, 패러디, 랩과 노래 등 다양한 방법으로 표현하는 오리지널 SNL과 대비되는 모습이다. 앤디 샘버그가 쇼에서 '론리 아일랜드'라는 그룹을 결성해 자작곡으로 뮤직비디오를 만들어 웃음을 주거나 티나 페이나 크리스틴 위그 처럼 탄탄한 시나리오를 쓰는 캐스트는 더욱 찾기 어렵다. 사실 시즌 5를 전후로 <SNL 코리아>의 색깔은 매우 달라졌다. 프로그램의 초창기에는 '여의도 텔레토비', '위클리 업데이트'등에서 사회와 정치를 직설적으로 풍자하며 김민교, 김슬기, 고경표 등 신예 캐스트들이 인기를 끌었다. 뉴스 앵커였던 최일구 씨가 위클리 업데이트를 진행할 정도였다. 오리지널 snl도 마찬가지였다. 현직 대통령 오바마가 직접 출연한 에피소드는 큰 화제를 불러일으켰고 대중과 소통할 수 있는 좋은 기회를 제공했다.

하지만 국내에서는, 정치 풍자에 대한 공감과 인기 못지않게 외부의 반발도 강했다. 실제로 '여의도 텔레토비' 김슬기의 풍자로 <SNL 코리아>는 새누리당의 항의를 받았다. 2012년에는 대선과 맞물려 프로그램의 성격이 도마에 오르내렸고 이후 시즌 5부터는 시청 등급을 15세로 하향 조정한 데 이어서 정치풍자는 완전히 사라졌다. 과연 코미디 풍자는 한국 사회에서 시기상조였던 것일까? 하지만 높은 인기를 감안해보자면 그것은 아닐 것 같다. 오히려 정치권의 과민반응은 <SNL 코리아>에 독이 된 측면이 크고 그에 따라 자발적으로 순치가 된 것도 사실이다. 물론 <SNL 코리아>가 모두 옳다는 이야기는 아니다. 그러나 지금 <SNL 코리아>가 가진 무미건조함은 지난 몇 년간의 논란 속에서 생존하기 위해 감수한 대안의 결과일지도 모른다. 결과적으로 프로그램은 4년이 넘는 지금까지 편성되고 있다. 하지만 오리지널 프로그램이 가진 '코미디를 통한 정치/사회에의 인식 제고 역할'은 완전히 사라졌다. 40년 전 미국에서부터 이어온 SNL의 근간이 나간 셈이다.

[본질을 잃고 남은 것은 악습의 답습]

<SNL>이라는 프로그램에서 '정치'가 사라지자 남은 것이 '성'이었고 '15세 관람가' 프로그램에서 솔직한 성적 담론이 오가기란 애초에 불가능했다. 몸매 좋은 여성 아이돌이 출연하면 몸매가 부각되는 의상을 입고, 이를 쳐다보는 노골적인 카메라의 시선과 익살스러운 신동엽의 표정이 그 자리를 대신했다. 이 정도로 부족하다 싶을 때에는 게스트보다 외모가 예쁘지 않은 크루들이 '못생김'을 맡아 자박하며 웃음을 유도했다. 대한민국 코미디 전 영역에 걸친 고질적 문제인 외모비하 유머에 편승한 것이다. 시즌 6의 8회, 가수 가인이 출연한 '원초적 디바' 편은 더욱 극명히 보여줬다. 조용필과 콜라보레이션할 여가수를 찾는다는 구성으로 비록 회사의 인재 상에 맞지 않지만 가인의 성적 매력에 남성 직원들이 넋을 잃고 계약을 한다는 내용이었다. 문제는 그 다음이다. '예쁘지 않은' 코미디언 이세영이 가인을 반대하자 남자 직원들이 강하게 밀쳐내고 때리는 장면까지 웃음거리로써 전파를 탔다. 또한 프로그램 초반 가인의 과거 사진을 본 신동엽은 "공부 밖에는 답이 없어"라고 반복적으로 외치는데 외모가 뛰어나지 못한 사람은 공부 외에는 성공할 길이 없다는 지극히 잘못된 기성세대의 편견을 답습한다. 조심스러운 시선에서 논의돼야 하는 '성', '젠더', '양성평등'이 지극히 통념적인 외모지상주의 안에서 왜곡되고 있는 것이다.

최근 1년 이내에 가장 성희롱적 요소가 두드러진 에피소드는 외화 <나를 찾아줘>의 패러디였다. 여성 아이돌 '시크릿'의 멤버 전효성이 출연했다. 원작은 집에서 사라진 부인을 소재로 한 스릴러 영화지만 SNL 측에서는 전효성의 '가슴'이 사라진 것으로 패러디됐다. 대한민국 남자 모두, 심지어 공권력까지 전효성의 '가슴'에 울고 웃는다는 설정 아래, 여성의 신체에 대한 직설적 평가가 당연한 것처럼 표현됐다. 영상의 후반부에서 전효성 본인이 “가슴이 아닌 가슴로 봐달라”며 이번 에피소드의 기획이 마치 자신에 대한 미디어의 고정관념을 깨려는 것처럼 표현했지만 전효성은 저 대사를 외친 이후에도 계속해서 자신의 몸매를 부각한 코미디를 이어갔다. 한복을 입고 몸매를 부각한 춤을 추고, 할머니 분장을 한 후에 늙어서도 몸매가 좋다며 '그렇지 않은' 코미디언 강유미에게 굴욕을 선사하는 식이다. 연예매체 티브이데일리의 방송 직후 기사 제목처럼 '가슴으로 시작해 가슴으로 끝났다.'

과연 <SNL 코리아>를 통한 전효성의 호소는 성공한 것일까. 대부분의 포털 기사들은 'SNL 코리아6 전효성, 가슴 실종? 숨길 수 없는 폭풍 볼륨...강유미 굴욕'(세계일보), '전효성 '메이드 북' 입고 허리 숙여...'출렁' 가슴 노출'(컨슈머타임스)처럼 성희롱에 가까운 자극적 제목과 함께 몸매를 칭송하기 바빴다. 하지만 많은 여성 시청자들이 불쾌감을 느꼈다는 의견이 쇄도했다. 남성 시청자인 나 역시도 <SNL 코리아>에서 전효성의 가슴과 함께 비견된 '김우빈의 어깨'에 대해 불편함을 느꼈다. 여성의 가슴과 남성의 어깨가 동일 선상으로 이야기 되는 것은 또 다른 폭력이기 때문이다. 결과적으로 전효성과 SNL 측의 호소는 진정성 여부를 떠나서 실패했다.

이쯤 되면 “대한민국에 단 하나, ‘뭘 좀 아는 어른들’의 생방송 코미디”라는 프로그램의 슬로건이 의심스럽다. 과연 <SNL 코리아>의 어른들은 뭘 아는 걸까? 매회 뜨고 있는 트렌드를 가볍게 패러디하며 웃음을 유도하는 그들은 사실 코미디의 본질을 아는 것이 아니라 아는 척 하는 것은 아닐까? 시대는 변했다. 예쁘지 않은 여성들을 향한 외모비하와 원초적인 자극을 노리는 인스턴트 식 코미디에 사람들은 지쳤다. 현실을 꼬집어 웃음을 이끌어 내야 하는 그들은 약자를 꼬집어 편견을 이끌어내고 있다. 풍자의 대상이어야 할 정치와 사회 대신에, 조심스럽게 논의되어야 할 소수자와 약자가 상처를 받는 콘텐츠를 이어가고 있다. 프로그램의 본질을 잃고 남은 것은 악습의 답습 뿐 이다.

그렇다면 <SNL 코리아>는 앞으로 어떤 길을 모색해야 할까? 성공은 늘 모방으로부터 시작된다. 미국 SNL의 성공의 원인이 성역 없는 풍자였다는 사실을 명심해야 한다. 정치와 사회, 인간을 포함한 넓은 영역에의 풍자, 비판이 전제된 패러디, 방송 이후 시청자에게 미칠 영향을 포괄적으로 고려해야 한다. 더불어 한국적 시각과 맥락이 필요하다. 아직 직접적인 정치 코미디가 이루어질 환경이 아니라면 그 환경에 대해 비판할 수 있어야 한다. 아직 성인들의 성적 유머가 공개적으로 논의되기 어려운 것이 현실이라면 적어도 왜곡된 통념을 따라서는 안 될 것이다. 또한 <SNL 코리아>가 발전하려면 주체성이 필수적이다. 어설픈 모방과 통념의 답습이 아닌 프로그램만의 철학이 있어야 한다. ‘여의도 텔레토비’ 코너의 인기를 재현하고자 ‘글로벌 위켄드 와이’를 통해 사회 문제를 읊기만 하면 될 것이라는 생각은 상당히 안일하며, ‘15금’을 통해 더욱 많은 시청자와 소통할 수 있게 되어 기쁘다는 프로그램에서 여자 아이들의 몸매와 이를 영큼하게 바라보는 중년 코미디언의 시선만을 편집한 장면은 기본적 여성인

권조차 갖추지 못한 국내 현실에 개탄하게 만든다. 뉴미디어가 각광받으며 프로그램의 핵심 부분만 인터넷에서 골라 보는 시대다. 시청자는 냉정하다. 역설적으로 '안전한 콘텐츠'를 좇는 지금의 방식은 프로그램의 입지를 더욱 불안하게 만들 뿐이다.