

한국과 미국의 뮤직비디오에서 보여지는 신체 표현과 패션에 관한 연구

권 기 영

미시건 주립대학교 연구원

The Study of Body Expression and Fashion Appeared in Music Video in Korea and American.

Gi Young Kwon

Post-doctorate at Michigan State University
(2004. 4. 7. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the musicians' body image and fashion styles portrayed in Korea and American music video in aspects of body dimension such as sex, race, nature, and technology. The results were as follows. In aspects of sex, male musicians showed the blurring of gender appearance, while female musicians reflected sexuality which intensified the gender norms. In aspects of race, musicians pursued the racial blending appearances. In nature and technology dimension, Korea music video focused on natural imagery, while American music video showed a lot of technology imagies. And, the body combined with the nature and technology implied the post human image in the future.

Key words : Body, Music video, Sex, Race, Nature, Technology; 신체, 뮤직비디오, 성, 인종, 자연, 기술

I. 서 론

오늘날 미디어를 통해 끊임없이 생산 소비되어지는 이미지는 이상적인 외모와 아이콘에 대한 미학적 기준 및 가치를 표현하며, 연예인이나 모델, 뮤지션은 역할모델로서 현대인들의 신체와 미에 대한 인식에 커다란 영향을 미친다. 스타의 패션을 추종하는 것은 대중문화에 참여하는 한 방법으로서 이는 유행현상이 되어가고 있다.

미디어는 사회의 지배적인 이데올로기를 창안하고 복제하는 정보의 중요한 원천으로서, 다양한 형태의 엔터테인먼트에서 제시되는 이데올로기를 이해하는

것은 문화 연구의 중요한 측면이다(Holtzman, 2000). 엔터테인먼트 미디어에 관한 연구는 지난 20세기 후반부에 급속도로 성장했으며, 연구자들은 엔터테인먼트 산업과 미디어가 보유한 메시지와 영향에 대해 연구해 왔다.

특히 급변하는 현대사회에서 음악은 개인, 집단, 국가를 교섭하는 역할과 함께, 사회 환경의 유용한 부분으로 시각적인 스타일 측면에서 영화나 패션산업 이상으로 막대한 힘을 지닌다(Diamond & Moisala, 2000). 현재 전 세계적으로 흠어져 있는 젊은 층의 음악적 취향과 스타일에 대한 선호도, 사고와 소비패턴이 비슷한 것(Bennett, 2000)은 음악이 지역적으로 떨어져 있는 개인의 내면 세계를 동일한 관심사로 모으고, 외적으로 같은 스타일로 결합하는 기능을 하는 데 기인한다.

스타 시스템(Star System)은 뮤지션의 신체와 스타

이 논문은 2002년 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF-2002-037-G00009).

일 이미지를 포장하고 상품화하며, MTV와 뮤직비디오를 통해 전달되는 시각적 영상물은 음악 뿐 아니라 패션에 관한 정보를 제공함으로써 의복 유행에 영향을 미친다. 최근 뮤지션들의 이름을 빌린 패션 브랜드의 런칭은 스타의 인기에 힘입어 대중들에게 쉽게 소구하고자 하는 고도의 전술 중의 하나로 의류제조업자들은 특정 의복 아이템의 매출이 뮤직비디오에서 입혀졌는가에 영향을 받는다고 밝히고 있다(Miller, 1991).

현재 우리나라의 대중음악은 미국의 영향을 많이 받고 있으며, 양국의 뮤지션의 외모와 패션스타일은 서로 많은 부분을 공유하고 있다. 그러나 대부분 대중음악의 장르에 따른 패션 스타일과 대중음악 스타의 패션연출 특성에 관한 연구(유송옥, 한자영, 2001), 그리고 뮤지션의 젠더 정체성에 관한 연구(양숙희, 김주영, 2002) 등으로 한국과 미국의 뮤지션의 신체 이미지와 스타일을 양적 통계적으로 비교 분석한 연구는 거의 없다.

오늘날 신체는 여러 다양한 학문분야에서 담론으로 제기되고 있는데, 특히 인간을 구분하는 기본적인 본질적인 조건이자 사회적 함의를 품고 있는 성은 신체를 둘러싸는 의복을 통해 이미지를 창출하는 패션과 결부되어 새로운 남성성과 여성성의 이미지로 나타나고 있으며, 매체의 발달과 세계화에 따른 서구적인 미의 추구현상은 유전적 특징에 기인한 인종적 특성을 완화함으로써 유사성을 증대시키고 있다. 또한 신체를 둘러싼 외적 환경요인으로 20세기 이래로 급속한 발달을 이루어 온 기술은 성형수술이나 인공기관, 심장이식 등의 신체개조와 변형을 통해 신체의 가변성을 확대함으로써 인간의 신체 인식에 영향을 미치고 있으며, 기술과 반대되는 개념이라 할 수 있는 자연 역시 환경과 생태학에 대한 관심의 대두와 함께 신체를 바라보는 새로운 관점으로 대두되고 있다.

이에 본 연구는 한국과 미국에서 대중음악 스타들의 신체 이미지와 패션을 외모에 따른 신체이미지의 분석 차원으로 성과 인종, 그리고 신체를 둘러싼 외적 환경으로서 영향을 미치고 있는 자연과 기술의 관점에서 비교 분석함으로써 양국의 차이점과 유사점, 그리고 내재된 의미를 확인하였다.

II. 이론적 배경

1. 사회 문화적 관점에서 바라본 뮤직비디오

영상 매체 가운데 후기 자본주의의 문화 산물 중

가장 최신의 것으로 평가되고 있는 뮤직비디오(music video)는 음악과 영상으로 이루어진 대중예술의 한 장르로서 음악의 판매촉진 도구로서의 광고적 측면, 노랫말을 포함한 뮤직이라는 음악적 측면, 그리고 비디오라는 영상적 측면이 공존(김영식 외, 2000)한다.

한국과 미국의 뮤직비디오 발전 역사를 살펴보면, 미국의 경우 1981년 MTV의 개국과 함께 본격적으로 제작되기 시작하였으며, 국내에서도 1995년에 MTV 케이블 방송이 방영되면서 발전하였다(김영순, 2003). MTV는 여러 엔터테인먼트(entertainment)와 커뮤니케이션(communication)의 상업적 형태의 복합체로서 두 영역 사이의 유사성은 뮤직비디오를 “infotainment” 또는 “advertorials”라고 부르기도 한다. 현재 전세계적으로 방영되는 채널 중 하나로 하루 24시간 방영되는 MTV는 세계의 젊은이들에게 커다란 영향을 미치며, MTV에서 보여지는 시각적 이미지와 내러티브(narrative)는 태도와 가치, 사회적 리얼리티에 대한 인식을 형성하는 잠재성을 갖고(Christenson, 1998) 있다.

뮤직 장르와 청중과의 관계를 조사한 갠스(Gans, 1974)의 연구에 따르면, 특정 음악 장르의 청중들은 사회계층과 민족의 차이, 취향 등에 있어 다양하며, 연주자의 모습은 역할모델로서 특정한 락 하위집단의 사회적 유형과 음악적 경험을 공유한다. 버든(Verden)과 파워스(Powers, 1989)는 빌보드(billboard) 차트 톱 40위 내의 음악 청취자들의 비교연구에서 헤비메탈(heavy metal) 메니아와 청소년 일탈 간에 명확한 관계가 있음을 확인하였고, 세인트 로렌스(St. Lawrence)와 조이너(Joyner, 1991) 또한 성적으로 폭력적인 헤비메탈 락 뮤직이 여성에 대한 남성의 태도에 영향을 미친다고 보고하였다. 김강석(1997)은 구체적인 텍스트(text)의 검토를 통해 뮤직 비디오에 나타난 성별 이미지나 왜곡된 여성상을 분석함으로써 뮤직 비디오의 사회적, 문화적 영향 등을 확인하였다. 이들 연구는 청소년의 음악에 대한 관심이 사회적 정체감과 자아개념형성에 영향을 미치며, 미디어를 통해 전달되는 연주가들의 이미지, 스타일, 역할 그리고 문화적 규범들이 의견형성을 위한 모델이 됨을 확인함으로써 대중음악의 기능을 지지한다(박영옥, 1997).

한편 뮤직 장르에 대한 선호는 청중의 의복선택과 소비행동에 영향을 미친다. 뮤지션의 외모는 음악적 운동이나 장르의 이미지를 종종 정의하며, 헤어스타일, 의복, 장신구 등 스타일은 노래만큼 중요한 주제가 된

다. 특히 대중음악의 주 소비계층인 청소년층은 그들이 좋아하는 뮤지션의 패션스타일을 모방(Rice, 1981)하는 경향이 있어 MTV 미디어의 세계화에 의해 십대 외모의 동질성은 증가하고 있다. 이처럼 MTV 이미지가 반영하는 다양한 상품은 소비활동과 관계있으며 청소년기의 소비자 사회화에 중요한 역할을 한다.

2. 대중음악과 신체 차원

성과 인종은 인간의 유전적·생물학적인 특성에 따라 결정되어지는 내적 인자로 사회관계 속에서 지니는 의미의 중요도와 함께 다양한 학문분야에서 논의되어 왔으며, 인간을 둘러싼 외적 환경요인으로 20세기 이래로 급속한 발달을 이루어 온 기술은 자연과 함께 인간의 삶에 영향을 미치며 인간 신체의 인식의 변화에도 기여하고 있다. 다음은 신체의 본질적인 내적 차원으로서 성과 인종, 그리고 신체를 둘러싼 환경으로서 자연과 기술이라고 하는 외적 차원의 측면에서 대중 음악과의 관계를 고찰한 것이다.

1) 성

성과 사랑은 대중음악의 전통적인 테마로서 음악가의 젠더 역시 시대에 따라 다양한 관점의 해석과 이데올로기를 반영해왔다. 1950년대 록큰롤이 창시된 이래로 대부분의 락 밴드는 남성이었으며, 비록 여성그룹이라 할지라도 남성에게 의해 결성되고 관리되어지며, 남성에게 대한 의존, 반란, 섹슈얼리티, 저항, 그리고 순종을 노래하는 등 일반적으로 락 뮤직에서 여성의 역할은 남성에게 의해 규정되었고 완성되어졌다(Holtzman, 2000). 특히 MTV의 개국 이후 섹시즘(sexism)은 지속적으로 제기되어온 이슈로서 여성 뮤지션은 시각적으로 내러티브 시나리오에서 배우로 역할하며, 홍보를 위한 자산으로 대상화되어 왔다. 신체를 드러내는 옷과 하이힐 등 여성신체의 코드화된 재생산은 여성과 소녀를 남성 관음증의 대상으로 위치시키며, 남성의 욕망과 지배를 위한 효과적인 전략이 되었다(Berland, 1993).

그러나, 락 뮤직의 패션에서 남성에게 의한 여성적인 의복요소를 도입함으로써 양성성의 시도가 이루어졌다. 60년대 글램(glam) 락 뮤지션의 선구자인 보위(Bow)의 앤드로지니(androgyny)를 나타내는 의상이나 70년대 록 스타의 여성적인 실루엣이나 디테일을 강조하는 의상은 당시로서는 파격적인 양성적인 매

력을 추구한 것으로, 80년대의 마이클 잭슨(Michael Jackson), 보이 조지(Boy George) 등 록 가수들의 여장이나 남성의 메이크업, 남녀의 구별없이 자유롭게 걸쳐입은 무대의상 등에서 앤드로지니스 룩을 확인할 수 있다. 이러한 기존의 제도에 반발하며 남녀성이 혼재된 이원적이고 양성적인 미를 추구하는 양상은 남녀이미지의 이항대립적인 차이 혹은 경계를 모호하게 하는 징후로 포스트모던(post modern) 경향의 일종이라 할 수 있다. 이처럼 음악가들은 사회의 젠더 역할을 복제하고 패러디(parody)하며 때로는 기성의 관념과 다른 방식을 선택적으로 사용한다(Moisala, Diamond & Koskoff, 2000).

한편 대중음악은 게이(gay)나 레즈비언(lesbian), 또는 바이섹슈얼리티(bisexuality), 호모섹슈얼리티(homosexuality)를 거의 제시하지 않아 왔는데, 왜냐하면 더 큰 주류시장 소비자들을 잃을 위험을 감수하길 원치 않기 때문이다. 대중음악은 헤게모니(hegemony)의 일부로서 이성에는 정상적이고, 선하며 자연스럽고, 동성에는 비정상적이고, 나쁜 것이고 부자연스러운 것이라는 것을 가르치며 강력한 이데올로기를 가진다. 그러나, 요즘 성 정체성의 혼돈은 대중음악과 뮤직비디오에도 영향을 끼쳐 게이, 레즈비언, 바이섹슈얼의 로맨틱한 사랑, 고통을 보여준다(Holtzman, 2000). 뮤직비디오 텍스트에 내재된 성담론 분석의 대표적인 연구로서 카프란(Kaplan, 1986)의 연구는 뮤직비디오들이 다양한 젠더 위치를 보여주고 있으며 등장인물의 자양양성적인 표면 이미지는 성의 구분을 모호하게 한다는 점을 밝히고 있다. 한국의 경우, 뮤직비디오의 성별체계의 재현에 주목한 연구(김훈순, 2001)에 따르면, 뮤직비디오에 재현되는 여성들은 청순하고 사랑스러운 소녀 이미지와 성적 매력을 무기로 남성을 위협하는 도발적이고 관능적인 팜프파탈(femme fatale)이라는 양극화된 이미지로 재현되고 있으며, 이 두 유형의 중간인 섹시 걸(sexy girl) 이미지도 많이 발견된다. 한편 남성 이미지는 마초(macho) 이미지와 여성을 헌신적으로 사랑하고 사랑에 모든 것을 거는 순정적 남성이미지, 그리고 기존의 전통적인 남성상과 확연히 구별되는 탈성화된 혹은 중성적 이미지의 남성이미지가 보인다고 밝히고 있다.

오늘날 뮤직비디오는 상업화와 함께 성적 이미지를 일종의 판매수단으로서 이용(Watson, 2002)한다. 거의 반쯤 벗은 여성들, 남녀의 성적인 행동 등 섹슈얼 이미지는 여성의 상품화 외에 남성의 상품화를 보여준다. 특히 뮤직비디오에서 제시되는 여성의 날씬하고 아름답

다운 신체와 노출 의상은 고도의 에로티시즘(eroticism)과 성 역할 고정관념을 보인다(Gow, 1990).

이와 같이 패션 연예잡지와 뮤직비디오 등 미디어는 문화에서 제시하는 체형, 사이즈, 뷰티를 지속적으로 보여줌으로써, 미에 대한 비현실적인 이미지를 제시하며, 잠재적인 모델링(modelling) 도구로서 신체이미지형성과 에로티시즘, 성 역할 고정화 등 성적인 태도에도 영향을 미치고 있다.

2) 인종

피부톤을 포함한 생물학적인 특성에 근거한 인종의 구분은 사회적, 정치적 그리고 경제적 관점의 이데올로기와 관계있으며, 음악취향을 예측하는데 가장 강력한 인구통계학적 변인이다. 이는 대부분의 대중음악 장르가 인종적·민족적 기원과 관련있기 때문인데, 예를 들면, R&B, 소울(soul), 랩(rap)은 아프리카-아메리칸 문화, 살사(salsa)는 히스패닉(hispanic), 레게(reggae)는 자마이카(Jamaica)의 유산이며, 현대의 하드(hard) 락과 헤비메탈은 백인 젊은 층과 관련 있다(Christenson, 1998). 빌보드(Billboard) 차트가 음악 장르별로 구분을 한 것은 음악 선호도에 미치는 인종적 민족적 차이의 중요성에 대한 인식을 보여주는 것이다.

대중음악의 인종과 관련한 역사는 주로 흑인에 의해 제작되고 리코딩(recording)된 음악과 밀접한 관련을 갖고 있으며, 아시안-아메리칸은 거의 없다. 모타운(Motown)에서 랩/힙합(hiphop)에 이르기까지 흑인음악이 발전해 온 맥락을 살펴보면, 1950년대에 흑인음악의 리듬과 블루스(blues)의 모방은 오리지널 흑인 버전(version)에 대한 신화를 보여주며 이후 록큰롤, 헤비메탈과 함께 흑인의 R&B, 랩, 힙합은 인기있는 영문화가 되었다(Holtzman, 2000). 현재 톱 40 차트에 오른 노래 중 아프리카-아메리칸의 비율은 점차 증가하고 있다(Lyrics World, 1999). R&B, 힙합은 흑인의 한과 정체성을 음악을 통해 표현하며, 랩/힙합 패션 스타일은 스포티하고 기능적인 디자인으로 인해 인종을 불문하고 주류 트렌드로서 나타나고 있다. 특히 아프로(afro), 브레이드(braid), 드래드럭스(dreadlocks) 등의 헤어스타일은 그들의 외모양식으로서 음악 및 정체성을 드러낸다. 랩/힙합 세대는 흑인 젊은 층들이 주류 문화에 광범위한 영향을 미친 첫 세대로서, 최근 흑인 음악, 의복, 그리고 화술을 받아들이는 10대 백인은 증가하고 있으며 대중음악가들 중에서도 에미넴(Eminem)

의 경우에서 보듯이 백인 래퍼(rapper)가 등장하고 있다. 이는 미국의 대중문화에서 인종적 경계가 희미해지고 있음을 보여준다(Roediger, 1995).

3) 자연과 기술

최근 생태미학의 대두는 대중매체에서 인위적으로 가공된 것이 아닌 친환경적이고 자연주의적인 이미지와 인간을 강조하는 모습으로 나타나고 있다. 과학문명이 발달할수록 기계문명의 차갑고 이성적인 면을 보완하는 자연의 중요성은 높아진다. 대중음악 장르 중 이콜로지(ecology)의 대두와 함께 시작된 뉴 에이지(New age) 음악은 클래식적 난해함과 대중음악의 기계음을 탈피한 자연의 소리를 표현함으로써 다른 음악 장르에 비해 자연 친화적인 특징을 지니고 있다. 이것의 시초는 1960년대에 일어난 뉴 에이지 운동으로서, 그동안 서양을 떠받들고 있던 '기계론적'이고 분석론적인 사고'에 한계를 느끼고 새로운 과학을 찾고자 하는 사상이 사회 전역에 확산되면서 탄생하였다. 오늘날 특히 여성 뮤지션의 장식적인 그룬지(grunge) 스타일은 차갑고 기술적인 컴퓨터 문화에 대한 반작용으로 나타난 것이다(Hayt, 2000).

공간으로서의 자연환경은 뮤직비디오와 영화 등의 대중매체에서 배경이 되며, 더 나아가 인간신체와 동식물의 결합이 추구되기도 한다. 최근 대중문화는 물론이고 현대미술에도 신체변형을 주제로 한 작품이 보이는데, '자연적인 것'을 해체한 뒤 파편적 재구성에서 비롯된 이러한 변종은 자연 속에서 결코 본적이 없었던 새로운 생물형태의 창조가능성을 말하며, 자연적 진화 과정을 인위적으로 조작할 수 있다는 것을 의미한다. 이러한 변신은 모든 형태, 의미화, 기호, 기의를 와해하고 현대의 도식화된 사고를 부인하며, 신체에 대한 새로운 인식의 틀을 제공한다.

한편, 기술은 대중음악의 악기, 생산 방식, 공연무대, 그리고 방송 매체에까지 곳곳에 영향을 미치는데, 대중음악 장르 중 테크노(techno) 또는 일렉트로닉(electronic), 사이버펑크(cyberpunk)는 컴퓨터와 전자악기를 이용해 만들어진 댄스 뮤직으로 기술이 음악에 미친 영향을 직접적으로 보여준다.

특히 뮤직비디오는 테크놀러지를 이용한 종합예술의 결정체로서 미디어를 통한 이미지와 사운드라는 자연스러운 환상과 생활을 보여주며, 연구자들이 그들의 실제적 능력을 초월하는 것을 가능케 한다. 또한 순환하거나 나선형으로 진행되는 비선형적인 시간의 흐

름, 순간이동과 장소전이로 이어지는 공간구성, 다성적인 이야기 구조와 다중캐릭터, 시선의 분열과 상호교차에 대한 탐색, 양성인에서 사이보그 이미지로 이어지는 신체에 대한 관심을 공유(백지숙, 2000)함으로써 순간적인 내러티브와 환타지 세계, 그리고 상상의 구성물들을 구현하며 포스트모더니즘적 특성을 보유한다. 이러한 일관성 없이 연결된 이야기 구조와 파편화된 장면 속에 노래하는 가수의 모습을 중첩시킨 비디오에서 여성은 주로 환상 속의 대상화된 이미지로 응시의 대상이 되며, 컴퓨터 그래픽 효과를 이용해 신체와 기계의 결합을 보이며 실제와 환타지의 경계를 모호하게 표현한 뮤직비디오는 기술매체 사회에서 인간의 존재 양식에 대한 물음을 던진다. 오늘날의 미학적 생산의 주체는 ‘인간’ 아니라 텔레비전, 영화, 컴퓨터, 비디오 같은 일종의 ‘시각기계(Schmaschine)’로서 이들은 실제의 사물과는 무관한 탈의미화된 코드, 매체, 기호 등을 통해 이미지를 재생산하며(최문규 외, 2000), 이를 통해 현실 사회의 단면을 직간접으로 반영한다.

III. 연구대상 및 방법

1. 연구 대상

대중음악의 영향은 반복되는 이미지에 의해 측정할 수 있다. 따라서 음악전문 잡지나 채널 등에서 인기순위 톱에 드는 곡들은 대중에게 인지도가 높고 그만큼 교감을 이루며 대중에게 문화적 영향력을 행사한다고 할 수 있다(최민성, 2002).

본 연구는 2003년 한 해 동안 미국 빌보드 뮤직비디오 톱 5 순위 내에 든 것과 한국의 M.net의 인기 뮤직비디오 톱 5에 선정된 뮤직비디오를 분석대상으로 하였다. 이 중 음악가가 등장하지 않는 비디오는 분석대상에서 제외하였고, 두 번 이상 5위 안에 든 뮤직비디오는 한 번만 포함하였다. 그 결과 한국의 뮤직비디오 50개와 미국의 뮤직비디오 58개가 채택되었으며, 여기에 등장하는 한국 뮤지션 101명과 미국 뮤지션 129명을 분석대상으로 하였다.

2. 연구 방법

선정한 비디오에 등장한 음악가의 신체적 특성 및 의복 스타일, 그리고 배경을 성, 인종, 자연, 기술의 측면에서 분석하였으며, 이를 위해 SPSS 프로그램을

이용하여 빈도와 백분율, chi-square, 평균과 표준편차를 구하였다.

1) 성

성적인 측면에서 음악가의 이미지를 분석하기 위해 남녀 음악가의 헤어 길이와 신체노출 정도, 의복 스타일, 그리고 장신구의 수를 조사하였다.

헤어길이는 스킨헤드(skinhead), 클로즈 컷(close cut), 크루 컷(crew cut), 귀를 덮지 않은 길이, 귀를 부분적으로 덮은 길이, 어깨길이, 어깨보다 긴 머리로 나누었다. 신체 노출은 의복의 스타일과 착용방법, 그리고 비치는가의 여부에 따라 노출이 전혀 없는 단계인 0에서부터 전혀 옷을 입지 않은 누드상태의 6가지 총 7단계로 나누어 분석하였다. 0은 신체를 드러내지 않고 감싼 스타일, 1은 반팔이나 반바지 등 팔과 다리의 일부를 드러낸 정도, 2는 슬리브리스 소매와 무릎 위까지의 노출, 3은 슈미즈 차림의 경우처럼 어깨와 가슴 일부, 팔 전체, 허벅지 일부가 드러난 정도, 4는 미드리프 부분까지 노출, 5는 여성은 비키니 부위만 가리고 전부 노출한 경우이고, 남성은 팬티 정도만 착용했을 때, 그리고 6은 완전 누드로 정하였다. 의복 스타일은 스포츠 캐주얼(sports casual-티셔츠, 카고 팬츠, 트레이닝복 등 액티브하고 스포티한 캐주얼 스타일), 섹시 캐주얼(sexy casual-탱크톱, 핫팬츠, 미니스커트 등 신체라인을 드러내는 섹시한 캐주얼 스타일), 트렌디 캐주얼(trendy casual-자켓, 스웨터 등의 스타일), 세미포멀(semi formal-비즈니스 정장에 비해 덜 격식을 차린 스타일), 비즈니스 정장류(정장 슈트), 이브닝 드레스, 특수 의상(특수하게 제작된 무대의상류), 스포츠 캐주얼/정장류(스포츠 캐주얼과 정장류의 서로 다른 두 스타일을 번갈아 보여줌)로 구분하였다. 다음으로, 이어링, 네크리스, 팔찌, 반지 등 악세서리의 종류에 따른 수를 조사하였다. 한 가지도 착용하지 않음을 나타내는 0부터 4가지 종류를 다 착용한 4가지 총 5단계로 나누었다.

2) 인종

뮤직 비디오에서 보여지는 뮤지션의 인종과 뮤직 장르와의 관계, 그리고 인종과 관련된 신체 이데올로기를 파악하기 위해 뮤지션의 인종과 배경등장인물의 인종구성, 음악장르 그리고 인종적인 특성과 관련된 헤어의 색상과 헤어스타일을 조사하였다. 인종 구분은 피부톤과 생김새에 따라 백인(White), 흑인

(Black), 그리고 아시아인(Asian)으로 구분했으며, 만일 혼혈일 경우에는 소수 인종의 범주에 포함시켰다. 예를 들면, 백인과 흑인의 혼혈일 경우, 흑인으로 분류하였다. 그리고 여러 인종의 멤버로 구성된 음악그룹의 경우는 백인과 흑인(W/B), 백인과 아시아인(W/A), 흑인과 아시아인(B/A), 백인, 흑인 그리고 아시아인(W/B/A)에 따라 구분하였다. 헤어색상은 흰/은발, 금발, 밝은 갈색, 갈색, 어두운 갈색/검은색, 현란한 색상으로 구분하였다. 헤어스타일은 특히 드래드릭스, 브레이드 등 특정 인종의 특성을 드러내는 스타일을 중심으로 조사하였다.

3) 자연과 기술

뮤직비디오의 배경장면을 가상공간(우주나 외계, 컴퓨터 시뮬레이션을 통한 가상공간, 비현실적인 장면 등)과 실제공간으로 나눈 뒤, 실제공간을 자연환경(산, 들, 바다, 자연에 인접한 휴양지, 농어촌 등), 도시환경(빌딩숲, 지하철, 뒷골목, 나이트클럽 등), 그리고 무대환경(공연무대)으로 세분화하였다. 가상공간과 도시환경, 무대환경은 기술의 범주와, 자연환경은 자연의 범주와 관련있는 것으로 보고 뮤직비디오의 배경장면을 분석하였다.

다음으로, 뮤직션의 신체가 자연물(동식물)과 결합하거나 테크놀러지(기계, 로봇 등)와의 결합을 보이는 것이 있는지를 조사하였다.

IV. 연구 결과 및 논의

뮤직비디오 장르 구성비를 살펴본 결과, 한국은 댄스 뮤직(24편, 62.4%)이 압도적으로 인기가 높았으며 다음으로 발라드(15편, 30%), R&B(5편, 10%), 랩/힙합(4편, 8%), 락(2편, 4%)의 순서로 나타났다. 이에 반해, 미국은 락&팝(30편, 51.7%)이 과반수 정도를 차지하고 있으며, 다음으로 랩/힙합(14편, 24.1%), 그리고 메탈(4편, 6.9%)과 R&B/소울(4편, 6.9%)이 같은 비율을 차지하였고, 레게(3편, 5.2%), 펑크/하드코어 락(2편, 3.5%), 얼터너티브 락(1편, 1.7%)으로 나타났다.

뮤직션의 성비는 한국의 경우, 남성 뮤직션이 68.3%로 여성의 31.7%보다 2배 이상 많이 인기 순위 차트에 속하였다. 미국은 한국에 비해 남성 뮤직션의 비율이 85.3%로 여성뮤직션의 14.7%에 비해 5배 이상 높은 수치를 기록하고 있다. 이는 여성 뮤직션의

경우 솔로인 경우가 많지만 남성뮤직션은 남성그룹을 이루는 경우가 많은 것도 한 이유가 된다.

1. 성

한국과 미국의 남녀뮤직션들의 외모 요인을 헤어길이, 신체노출, 신체장식, 의복스타일로 구분하여 성적인 측면의 이미지를 분석하였다.

1) 헤어길이

헤어스타일과 관련한 남성다움과 여성다움은 일반적으로 남성의 귀가 보이는 짧은 머리와 여성의 긴 머리와 관계있다. 분석대상 남성뮤직션들의 헤어스타일 중 가장 높은 비율을 차지한 것은 한국의 경우 귀를 덮는 헤어스타일(59.4%)로서 젤(gel)이나 무스(mousse) 등 헤어용품을 이용하여 형클어지고 자유분방하며 다소 반항적인 이미지의 스타일로 표현하였다. 이는 일반적인 한국남성의 헤어규준에 비추어 다소 긴 스타일이다. 스킨헤드와 흑인의 짧게 깎은 헤어스타일인 클로즈 컷은 전혀 나타나지 않았는데, 인종적 요인과 함께 스킨헤드가 지닌 거칠고 폭력적인 이미지를 억제하는 요인이 영향을 끼쳤으리라 여겨진다. 미국의 남성 뮤직션은 한국에 비해 더 다양한 길이의 헤어스타일, 즉 스킨헤드에서 어깨길이 이상의 긴 스타일 등을 골고루 선보였으며, 이 중 귀를 덮지 않은 길이의 스타일(30.9%)이 가장 높게 나타났다. 그러나 어깨길이 이상의 긴 헤어스타일은 한국의 경우 4.3%에 불과했지만, 미국은 24.4%를 차지하여 많은 남성 뮤직션들이 긴 헤어를 선호하는 것으로 나타났다.

한편, 여성뮤직션의 경우, 한국(75%)과 미국(89.5%) 모두 어깨보다 더 길게 내려오는 여성스럽고 섹시한 스타일을 선호하는 것으로 드러났다. 뮤직션의 성과 헤어길이는 $p < .001$ 에서 유의미하였다.

2) 신체노출

일반적으로 신체 노출 측면에서 여성은 남성에 비해 더 노출하는 경향이 있으며, 노출을 통한 섹시미 강조는 욕망의 대상으로서의 여성을 보여준다. 뮤직션의 노출도를 조사한 결과 한국과 미국의 남성 뮤직션 대부분은 0 내지 1의 신체를 많이 드러내지 않는 것으로 나타났으며, 이에 반해 여성 뮤직션은 팔과 가슴 윗부분, 미드리프, 다리 등을 드러내는 노출도 3

의 비율이 가장 높게 나타나 여성뮤지션의 노출도가 남성뮤지션에 비해 높음이 확인되었다. 평균값으로 양국의 노출도를 비교해 보면 남성뮤지션의 신체 노출도는 한국의 경우 $M=2.23(SD=.425)$, 미국은 $M=6.68(SD=.856)$ 로 나타나 미국의 남성뮤지션의 노출도가 한국에 비해 높았으며, 여성 뮤지션의 경우에도 한국은 $M=2.44(SD=1.014)$, 미국은 $M=2.68(SD=1.455)$ 로서 미국이 약간 더 높은 노출도를 보였다. 이는 신체노출에 대한 문화적 차이에 기인한 것으로 한국에 비해 미국이 노출에 대해 더 관대한 것에 기인한다고 추측되어진다.

3) 의복스타일

뮤지션의 의복스타일은 남성과 여성에 따라 뚜렷한 차이를 보였는데, 남성의 경우 한국(56.5%)과 미국(82.7%) 모두 <그림 1>에 나타난 것과 같은 액티브한 스포츠 캐주얼 스타일을 가장 많이 착용하였으며, 다음으로 <그림 2>의 지적인 이미지와 관련되는 비즈니스 정장류(한국: 20.3%, 미국: 10.9%)를 착용하였다. 스포츠 캐주얼 스타일의 높은 비중은 조사대상에 포함된 뮤직 장르의 종류와 비중과 관계있는데, 즉 한국에서 높은 인기를 끌고 있는 댄스 장르나 미국의 락&팝 그리고 랩/힙합 장르는 뮤지션의 자유로운 동작과 안무 그리고 음악이 발생한 배경 등을 고려해 볼 때 스포츠 캐주얼 스타일과 밀접한 관련을 맺고 있다. 특히 힙합 뮤지션의 기본 스타일 아이

템인 배기진(baggy jeans)과 헐렁한 티셔츠, 작업복, 트랙 재킷(track jacket) 등은 인종과 경계를 불문하고 주류 트렌드로서 나타나며 스트리트 패션을 주도하고 있다. 이에 반해, 여성은 <그림 3>에서 제시된 것처럼 탱크톱과 핫팬츠 또는 미니스커트처럼 신체라인을 드러내는 섹시 캐주얼 스타일(한국: 31.3%, 미국: 36.8%)과 <그림 4>의 슬림 스타일의 드레스 종류(한국: 50%, 미국: 21.1%)를 주로 착용함으로써 여성스럽고 섹시한 분위기를 연출하였다. 스포츠 캐주얼/정장류처럼 서로 다른 종류의 복식을 교차적으로 착용하는 것은 이미지의 반전을 위한 것으로 조사대상 뮤직비디오에서 제시하는 경우는 그리 높지 않았다. 뮤직비디오는 여성가수의 얼굴과 춤추는 몸을 집중적으로 보여줌으로써 성적 대상화로 삼는 경향이 있는데, 이 때 신체를 직접 드러내거나 타이트하게 피트된 의상은 춤추는 신체의 라인을 부각시키는 역할을 한다. 이는 뮤지션의 의복스타일이 남성과 여성의 의복규범에 대한 고정관념을 그대로 답습하고 있음을 보여준다. 그러나, 일부 예외로 <그림 5>의 뮤직비디오 「중독」의 남성그룹 신화는 랩 스타일의 바지를 착용함으로써 이성의 복식코드를 착용한 뮤지션의 모습을 보여주었고, <그림 6>의 「Me against the music」에서 브리트니 스피어스(Britney Spears)는 소매가 없는 변형된 셔츠에 넥타이를 맨 섹시한 모습으로 흰색 바지 정장을 착용한 마돈나(Madonna)와 함께 동성애적인 분위기를 주는 동작과 시선의 안무를 선보였다. 한국의 조사대상 뮤직비디오에서 동성애를 암시하는 것은 없었지만, 미국의 경우 크리스티나 아길레라(Christina Aguilera)의 「Beautiful」에 등장하는 동성애 커플과 타투(T.A.T.U)의 「All the things she said」에서 두 10대 소녀 뮤지션의 키스는 동성애를 보여주었다. 이는 한국에 비해 동성애에 대해 관대한 미국의 사회적 인식과 관련있다고 여겨진다.



<그림 1> Eminem 「Lose yourself」



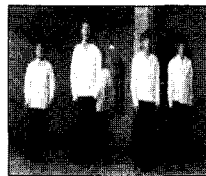
<그림 2> 신화 「중독」



<그림 3> 이효리 「10 minutes」



<그림 4> Beyonce 「Baby boy」



<그림 5> 신화 「중독」



<그림 6> Britney Spears 「Me against the music」

4) 장신구의 수

뮤지션이 착용한 장신구 종류에 따른 수를 평균값으로 비교해 본 결과 남성뮤지션의 경우, 한국($M=1.94$, $SD=.725$)이 미국($M=.75$, $SD=1.024$)보다 높았으며, 여성뮤지션도 마찬가지로 한국($M=1.87$, $SD=.907$)이 미국($M=1.58$, $SD=1.465$)보다 조금 높게 나타났다. 흥미로운 사실은 미국은 남성뮤지션에 비해 여성뮤지션이 더 다양한 종류의 장신구를 착용하는 것으로 나타났지만, 한국은 정반대로 남성의 장식정도가 여성에 비해 더 높다는 점이다. 신체 장식의 일부로서 문신과 피어싱을 한 음악가들도 보였는데, 한국의 경우 문신을 드러낸 음악가가 등장한 비디오는 단 하나였지만 미국은 9개의 비디오가 문신을 한 음악가가 등장함으로써 문신이 암시하는 저항적이고 폭력적인 이미지가 미국의 뮤직비디오에서 더 많이 나타남이 밝혀졌다.

2. 인종

1) 인종과 뮤직 장르

한국의 뮤직비디오에 등장하는 남녀 뮤지션들은 모두 아시아인으로 단일한 반면, 미국은 여러 민족으로 이루어진 국가임을 반영하듯 다양한 인종 구성을 보였다. 인종에 따른 비율을 보면, 백인의 비율(남: 79.1%, 여: 68.4%)이 가장 높았고, 다음으로 흑인(남: 18.2, 여: 31.6%)이었으며 아시아인(남: 2.7%, 여: 0%)은 극소수였다. 뮤지션과 배경 인물의 인종간의 상관관계를 살펴본 결과, 한국은 의미있는 관계가 없었으나, 미국은 $p<.01$ 이하에서 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 즉 음악가의 인종과 같은 인종의 배경인물이 등장하는 경향이 있었다.

인종과 음악 장르와의 관계를 보면, 미국의 조사대상 뮤직비디오 58개 중 백인음악가들의 뮤직비디오가 39개였으며 이 중 28개가 락&팝 장르이고 다음으로 메탈이 4편, 랩/힙합, 레게, 펑크/하드코어가 각각 2편씩, 얼터너티브 락이 1편이다. 흑인 뮤지션의 뮤직비디오는 19개로 12편이 랩/힙합, R&B/소울이 4편, 락&팝이 2편, 레게 1편이다. 이와 같이 백인은 주로 락의 다양한 장르를, 흑인은 랩/힙합, R&B/소울 장르를 선호함으로써 인종과 음악 장르가 유의미한 관계를 지니고 있음을 보여주었다.

2) 헤어 색상

한국의 남녀 뮤지션들의 헤어 색상을 조사한 결과

남성의 71%와 여성의 56.3%가 금발, 밝은 갈색, 갈색 등으로 염색을 한 것으로 나타났다. 이에 반해 미국은 짙은 갈색/검은 색의 헤어가 남성 68.2%, 여성 52.6%로 과반수가 넘어 한국과 상반된 결과를 보였다. 한국의 뮤직비디오에 등장하는 남녀 뮤지션의 밝게 염색한 머리는 서구적인 이미지를 추구하는 것으로 최근 한국의 젊은이들 사이에 유행하는 염색경향에도 상당한 영향을 미치는 것으로 여겨진다.

3) 헤어 스타일

브레이드나 드레드럭스 또는 아프로 헤어 스타일은 아프로 어메리칸의 유전적 특징에서 기인한 그들만의 독특한 스타일로서, 한국의 경우, 남성 3명과 여성 1명의 뮤지션이 브레이드 스타일을 하였으며, 미국은 전체 흑인 뮤지션 26명 중 아프로 스타일을 한 흑인 1명, 브레이드를 한 흑인 1명으로 나머지 흑인들은 대부분 흑인의 짧게 깎은 스타일인 클로즈 컷 헤어 스타일을 하였다. 백인임에도 흑인의 헤어 스타일을 추구한 경우는 전체 100명의 백인 중 단 2명이 브레이드를, 한 명이 드레드럭스를 함으로써 낮은 수치를 보였다. 한편, 조사 대상 흑인 여성뮤지션들 6명은 모두 염색 또는 스트레이트 퍼머를 함으로써 흑인의 특성이 전혀 배제된 백인의 헤어스타일을 추구하였으며, 이는 흑인 남성의 금발로 염색한 브레이드 스타일 1명과 스트레이트로 편 스타일 1명에 비교해 볼 때, 여성에게 더 서구적인 미의 기준이 존재함을 보여준다.

<표 1>은 한국과 미국의 뮤지션의 신체적 특성과 패션을 성과 인종적 관점에서 조사한 분석결과를 나타낸 것이다.

3. 자연과 기술

뮤직비디오에 등장하는 배경을 가상공간과 실제공간으로 나누어 분석한 결과 한국 뮤직비디오의 16.3%(8편)와 미국의 15.1%(9편)가 그래픽 영상 기술을 이용해 구현한 가상공간 내의 신체를 표현하였으며, 가상현실과 실제공간을 교차편집한 경우는 한국 4.1%(2편), 미국 17.2%(10편)으로 나타나 미국의 뮤직비디오가 전반적으로 한국에 비해 기술의 범주와 관련되는 이미지를 더 표현한 것으로 나타났다. 가상공간의 이미지는 환상의 세계와 상상의 구성물을 구현함으로써 실제와 환타지의 경계를 모호하게 하고, 탈막

<표 1> 성과 인종적 관점에서 바라본 한국과 미국의 뮤지션의 신체적 특성과 패션

	남성 뮤지션		여성 뮤지션		
	한국 n=69 (%)	미국 n=110 (%)	한국 n=32 (%)	미국 n=19 (%)	
성	헤어 길이				
	스킨헤드	0	13.6	0	0
	클로즈 컷	0	11.8	0	0
	크루 컷	7.2	7.3	0	0
	귀를 덮지 않은 길이	29.0	30.9	0	0
	귀를 부분적으로 덮은 길이	59.4	20.9	3.1	5.3
	어깨길이	4.3	13.6	21.9	5.3
	어깨보다 긴 머리	0	1.8	75.0	89.5
	신체 노출				
	0 (노출 없음)	76.8	45.5	9.4	5.3
	1	23.2	49.1	6.3	15.8
	2	0	0.9	18.8	26.3
	3	0	0.9	62.5	26.3
	4	0	3.6	3.1	10.5
	5	0	0	0	15.8
6 (누드)	0	0	0	0	
의복 스타일	스포츠 캐주얼	56.5	82.7	12.5	15.8
	섹시캐주얼	0	0	31.3	36.8
	트렌디 캐주얼	5.8	2.7	0	0
	이브닝 드레스	0	0	0	21.1
	세미 포멀	1.4	3.6	50.0	15.8
	비즈니스 정장류	20.3	10.9	3.1	0
	특수 의상	0	0	0	5.3
	스포츠 캐주얼/정장류	15.9	0	3.1	5.3
	장신구의 수				
0	2.8	53.6	6.3	31.6	
1	18.8	27.3	25.0	21.1	
2	60.9	12.7	46.9	21.1	
3	15.9	2.7	18.8	10.5	
4	1.4	3.6	3.1	15.8	
뮤지션의 인종	백인	0	79.1	0	68.4
	아시아인	100	2.7	100	0
	흑인	0	18.2	0	31.6
인종	헤어 색상				
	흰/은발	1.4	0.9	0	0
	금발	4.3	9.1	0	26.3
	밝은 갈색	29.0	7.3	31.3	15.8
	갈색	36.3	10.0	25.0	5.3
	어두운 갈색/검은색	29.0	68.2	43.7	52.6
현란한 색	0	0.9	0	0	

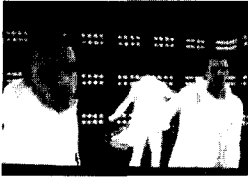
락화된 시간과 공간의 배경을 통해 인물의 이미지를 부각(김훈순, 2001)하는 역할을 하는데, 뮤지션의 외모 및 패션스타일은 대부분 하이테크 의상보다는 일반적인 의류를 착용한 모습으로 나타나며 뮤지션을 몸의 일부분을 클로즈업하는 카메라 앵글과 화면교차편집 방식은 맥락과 의미보다는 화면을 가득 채운 뮤지션의 시각적 영상으로 과장된 이미지에 몰두하게 하는 효과를 내었다.

한편, 실제공간을 자연환경, 도시환경, 그리고 무대 환경으로 세분화하여 조사한 결과, 한국 뮤직비디오는 기술의 범주와 관련되는 도시공간과 무대환경의 비중이 각각 48.7%(19편)와 17.9%(7편)로 나타난 데 비해, 미국은 76.9%(33편)와 12.9%(5편)로 더 높은 수치를 보였다. 자연환경의 비중은 한국과 미국이 각각 7.7%(3편)와 2.6%(1편), 그리고 도시와 자연의 교차편집이 된 것은 한국과 미국이 차례로 25.6%(10편)와 7.7%(3편)로 나타나 한국의 뮤직비디오가 자연의 범주와 관련되는 자연환경적 이미지를 더 선호하는 것으로 나타났다. 그리고 도시환경의 경우, 미국의 뮤직비디오는 발달되고 깨끗한 화려한 도시보다는 뒷골목, 슬럼가, 허름한 지하철, 감옥 등 황량한 도시공간 또는 향락적인 분위기의 클럽이나 댄스바 등을 주로 보이는데, 이는 뮤직비디오의 배경이 음악의 분위기나 스타일적인 특성에 영향을 끼친다는 측면을 고려할 때 미국의 락, 랩/힙합 등의 음악장르가 발생한 배경과 상관있는 것으로 여겨진다.

뮤지션의 신체가 자연물(동식물) 또는 테크놀러지(기계, 로봇 등)와의 결합을 보이는 것이 있는지를 조사한 결과, <그림 7>의 한국의 뮤직비디오 「Music」에서 여성뮤지션은 환상적인 분위기를 자아내는 자연 속에서 순백의 빛나는 긴 드레스를 입고 잠자리 날개를 단 모습으로 아름답고 순수한 자연과의 합일을 이룬 신체이미지를 보여주었다. 미국의 뮤직비디오 「Fighter」는 회색톤의 초현실적인 공간 속에서 곤충과 결합한 여성뮤지션의 몸을 보여주는데, 타이트한 검은 의상은 섹시함과 팜프파탈적인 이미지를 자아



<그림 7> 바다 「Music」



<그림 8> Justine Timberake 「Rock your body」



<그림 9> The strokes 「12 : 51」

내며, 라디오헤드(Radiohead)의 「There there」는 숲속에서 발견한 이상한 자켓을 입고 나무로 변하는 사나이의 모습을 통해 그로테스크한 분위기를 표현하였다. 이처럼 동물과 결합된 반인반수의 인간형상 또는 변종은 뮤지션에게 신비한 이미지를 부여하며 이 때의 복은 인간존재가 자연으로 화하는 데 있어 중요한 매개체의 역할을 한다.

한편 뮤직비디오에 테크노 영상기술의 도입은 신체의 이미지를 변화 왜곡하여 인간정체성에 대한 불확실성을 제기하는데, 그 예로 <그림 8>의 「Rock your body」는 가상의 공간 속에 존재하는 뮤지션의 여러 분신을 보여줌으로써 대상화, 객체화한 인간의 디지털 이미지를 구현하였고, 더 화이트 스트리프스(The white stripes)의 「Seven nation army」 또한 가상의 공간, 전자미술, 인간복제와 만화경 속의 인간 모습을 통해 포스트모던 시대의 분절 파편화된 신체 이미지를 보여주었다. <그림 9>의 「12 : 51」에서 더 스트로크스(The strokes)는 야광을 발하는 하이테크 의상을 착용하여 테크놀러지와 결합을 시도하였으며, 한국의 뮤직비디오 「G. 선상의 아리아」에서 컴퓨터 게임에 몰두한 한 남성이 기계의 일부분으로 되어버리는 장면은 무의식적으로 기계에 몰입되어 인간성마저 상

실해 버리는 것에 대한 경고와 함께 인간정체성에 대한 불확실성을 제기한다.

<표 2>는 한국과 미국의 뮤직 비디오에서 제시되는 공간을 자연과 기술의 관점에서 조사한 분석결과를 나타낸 것이다.

V. 결 론

사회의 지배적인 이데올로기를 창안하고 복제하는 정보의 중요한 원천으로서 다양한 형태의 미디어에서 제시되는 이데올로기를 이해하는 것은 문화 연구의 중요한 측면이다(Holtzman, 2000). 본 연구는 한국과 미국의 뮤직비디오에서 보여지는 뮤지션들의 신체 이미지를 성, 인종, 자연 그리고 기술의 측면에서 분석하고, 동서양의 차이에 따른 신체 표현에 차이가 있는지 그 의미는 무엇인지를 조사하였다.

첫째, 성의 차원에서 남녀 뮤지션들의 헤어 길이와 신체노출 정도, 의복스타일, 그리고 장신구의 수를 조사한 결과, 세부적인 차이는 있지만 한국과 미국 모두 남성의 경우 신체노출이 심하지 않은 스포츠 캐주얼 스타일을 주로 착용한다는 점에서 남성다움을 보이지만 다소 긴 헤어와 과다한 장신구 착용과 같은 여성적인 특성을 함께 지니고 있다는 점에서 성적 특징의 혼합을 보였다. 양국의 여성 뮤지션은 모두 긴 헤어와 장신구 착용, 그리고 신체를 드러내는 섹시 캐주얼 스타일과 이브닝 드레스의 착용을 통해 젠더 규범을 강화하는 외모를 추구하며 섹슈얼리티를 주된 이미지로 표현하였다. 한편, 뮤직비디오의 영상 측면에서 미국의 몇몇 비디오는 호모섹슈얼 이미지를 제시하기도 하였다.

둘째, 인종의 차원에서 뮤지션의 인종, 헤어 색상과 스타일, 배경등장인물의 인종구성을 조사한 결과, 한국은 모든 뮤지션이 아시아인임에도 불구하고 미국에 비해 헤어염색을 통해 백인의 밝은 헤어색상을 지닌 뮤지션의 비율이 더 높았으며, 비록 일부지만 브레이드와 같은 아프리카인 아메리칸의 독특한 헤어스타일을 한 뮤지션들도 있었다. 이는 서구적인 미의 기준을 추구하는 경향과 함께 대중음악의 기원이 서구에 있기 때문에 서구 뮤지션들의 외모를 음악적 특성과 함께 수용하는 것으로 여겨진다. 한편, 미국은 뮤지션의 인종구성이 한국에 비해 다양하지만 아시아인은 거의 없었고, 헤어색상 역시 다양한 색상을 선보이고 있었다. 그리고 헤어스타일 측면에서 백인의 브레이드 또

<표 2> 자연과 기술의 관점에서 바라본 한국과 미국의 뮤직 비디오의 공간적 특성

뮤직비디오의 공간적 특성		한국 n=50 (%)	미국 n=58 (%)
가상 공간		16.3	15.1
가상 공간 +실제공간		4.1	17.2
실제공간	도시환경	48.7	76.9
	도시/자연환경	25.6	7.7
	자연환경	7.7	2.6
	무대환경	+17.9	+12.9
		100	100
총 (%)		100	100

는 흑인의 금발 염색 등 인종간의 경계를 무너뜨리는 의모를 추구하는 경우가 소수지만 존재했으며, 이는 헤어가 과거 인종주의나 정치적 함축을 갖지 않으며, 음악적 성향과 개성을 나타내주는 언어로서 역할함을 보여준다. 특히 흑인 여성 뮤지션은 흑인 남성 뮤지션에 비해 백인의 미적 기준을 지닌 경우가 더 두드러졌는데, 이는 여성뮤지션에 있어서 서구적인 미의 기준이 더 크게 영향을 미침을 반영한다.

셋째, 자연의 차원에서 한국의 뮤직비디오가 미국에 비해 더 자연미를 추구한 영상을 보였으며, 뮤지션과 자연물과의 결합을 보이는 경우 한국은 자연의 순수미와 신비로움을 부각하는 패션스타일을 보이는데 반해, 미국은 그로테스크한 이미지를 자아내는 패션을 보였다.

넷째, 기술의 차원에서 미국의 뮤직비디오는 한국에 비해 가상공간과 도시, 그리고 하이테크 분위기의 무대 등을 표현한 영상이 더 많으며, 이러한 공간 속에서 뮤지션의 신체는 주체가 아닌 대상으로서 파편화·분절화하며 테크놀러지에 몰입된 인간의 모습을 표현하고 있었다. 테크놀러지와 결합된 신체와 패션은 사이보그적인 인간과 하이테크 의상으로 나타났으며 미래인간의 이미지를 제시한다.

오늘날 엔터테인먼트 미디어는 10대의 가치관과 태도, 그리고 스타일에 영향을 미치며, 미국과 한국 모두에서 공식적 비공식적 학습의 장으로서 교육과 사회화를 위한 원천이 된다. 뮤직비디오에서 전달되는 메시지 정보를 분석하는 것은 미디어 생산자와 학생, 그리고 미디어 소비자들에게 엔터테인먼트를 비평적으로 바라볼 수 있도록 할 것이며 제시되는 이미지를 판독하는데 도움을 줄 것이다. 후속 연구로서 실제 뮤직비디오를 수용하는 수용자층이 인지하는 성, 인종, 자연, 기술과 관련한 이데올로기에 대해 분석하면 좋을 듯하다.

참고문헌

- 김강식. (1997). *한국 뮤직 비디오의 장르적 범주화와 영상적 특성에 관한 연구*. 서강대학교 언론대학원 석사학위논문.
- 김영식, 권중문, 지현호. (2000). 국내 뮤직비디오의 영상적 특성에 따른 유형분류 연구. *한국사진학회지 AURA*, 7, 74-82.
- 김훈순. (2001). 한국 뮤직비디오의 포스트모더니즘과 성 정치학. *한국방송학보 통권*, 15(3), 87-129.
- 박영옥. (1997). 뮤직 비디오 형식의 사회적 의미. *시대와 철학*, 8(2), 36-51.
- 백지숙. (2000, 9). 뮤직비디오와 MTV의 문화적 의미 몇 가지. *월간미술*. 자료검색일 2004, 3. 15, 자료출처 <http://www.wolganmisool.com>
- 양숙희, 김주영. (2002). 마돈나 의상에 나타난 젠더 정체성 -뮤직비디오 텍스트를 중심으로-. *복식문화연구*, 10(1), 60-75.
- 유송옥, 한자영. (2001). 1990년대 이후 국내 대중음악 스타의 패션연출 특성에 관한 고찰. *복식*, 51(5), 61-75.
- 최문규, 김희봉, 조경식, 서규환. (2000). 새로운 매체현실과 문화변화. *독일어문학*, 11, 257-322.
- 최민성. (2002). 뮤직비디오 이미지 연구의 출발. *한국언어문화*, 22, 365-382.
- Bennett, A. (2000). *Popular music and youth culture*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan. p.196.
- Berland, J. (1993). Sound, image and social space: music video and media reconstruction.(pp. 25-44) (ed in) Simon Frith, Andrew Goodwin, and Lawrence Grossberg. *Sound and Vision: The Music Video Reader*. London; New York: Routledge.
- Christenson, P. G. (1998). It's not only rock & roll : : popular music in the lives of adolescents. *Cresskill, N.J. : Hampton Press*.
- Diamond, B. & Moisala, P. (2000). *Music and Gender*. Urbana: University of Illinois Press.
- Englis, B. G, Solomon, M. R. & Olofsson, A. (1993). Consumption imagery in music television: A bi-cultural perspective. *Journal of Advertising*, 22(4), 21-33.
- Gans, H. J. (1974). *Popular culture and high culture*. New York: Basic Books.
- Gow, J. (1990). The relationship between violent and sexual images and the popularity of music videos. *Music and society*, 14(1), 35-46.
- Hayt, E. (2000, Jan. 2). Style directives for 2000: Make it extravagant. *New York Times*, p. 91.
- Holtzman, L. (2000). *Media messages : what film, television, and popular music teach us about race, class, gender, and sexual orientation*. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe.
- How MTV has Rocked Television Commercials. (1989, Oct. 9). *New York Times*, p. D6.
- Kaplan, E. A. (1986). History, the historical spectator and gender address in music television. *Journal of Communication Inquiry*, 10(1), 23-34.
- Lyrics World, 1998-2000. retrived from <http://lyrics.natant.com.br>
- Miller, K. (1991). People and ideas. *Apperture*, 122(win), 118-120.
- Moisala, P. Diamond, B. & Koskoff, E. (2000). *Music and*

- Gender*. Urbana : University of Illinois Press.
- Rice, F. P. (1981). *The Adolescent: Development, Relationships, and Culture*. Boston: Allyn and Bacon.
- Roediger, D. (1995). Guineas, wiggers, and the dramas of racialized culture. *American Literary History*, 7(4), 654-668.
- St. Lawrence, J. S. & Joyner, D. J. (1991). The effects of sexually violent rock music on males' acceptance of violence against women. *Psychology of Women Quarterly*, 15, 49-63.
- Tiggemann, M. (2002). Media influences on body image development. In T. F. Cash, and T. Pruzinsky (Eds.), *Body Image* (pp. 91-98). New York: Guilford Press.
- Verden, P., Kathleen, D. & Powers, C. H.(1989), Heavy metal and adolescent delinquency. *Popular Music and The Society*, 13(1), 73-82.
- Watson, L. (2002, Dec 27). Sex appeal of 'video girls' sends wrong message to young people. *Recorder*, 107(52), p. A7.