한국패션디자인학회지 2005 제5권 제1호 pp. 39~52

사회 비판적 뮤직비디오 의상에 관한 연구

동덕여자대학교 패션전문대학원 패션디자인 전공 정 하 나*
동덕여자대학교 의상디자인과 교수 최 현 숙

·목 차·

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 뮤직비디오의 시대적 문화적 배경
Ⅲ. 사회 비판적 뮤직비디오의 특성과 의상의 관계
Ⅳ. 사회 비판적 뮤직비디오의 사례 분석
Ⅴ. 결 론

<요 약>

포스트모더니즘의 결과물 중 하나인 뮤직비디오는 전 세계적으로 음악을 즐기는 세대들에게 새로운 매체로 떠올랐다. 영상과 음악을 결합한 뮤직비디오는 듣는 것에서 보기 위주의 이미지 시대가 시작했음을 알렸다. 뮤직비디오가 음악의 새로운 홍보 수단이자 대중음악을 즐기는 세대들에게 대표적인 문화 아이콘이 되었으며, 뮤직비디오의 배경과 가수가 착용한 의상 및 소품이 큰 유행이 되고 있다.

사회 비판적 뮤직비디오는 사회적 상황을 비판하거나 의식적인 메시지를 담고 있는 등 강하고 직설적인 영상을 보여준다. 뮤직비디오에서의 의상과 소품 및 배경이 사회적 생활을 비판하는 메시지와 어우러져 그 효과를 높인다.

이러한 뮤직비디오의 기능에 초점을 둔 본 연구의 방법은 문헌 연구와 실증적 연구를 병행 하였다. 문헌 연구로는 이와 관련된 선행 논문과 단행본을 참고하여 대중음악 평론가들의 비평 란에서 특별히 사회비판적 특성이 강하다고 지적된 작품을 위주로 하였다. 실증적 연구로는 연구 대상이 되는 뮤지션들의 공연 실황 테이프와 뮤직비디오를 선정하여 의상학 전문가 패널의 자문을 거쳐 작품을 선정하였다.

연구 범위는 1992년부터 2004년 현재까지로 한정하였다. 그 이유는 1992년에는 서태지와 아이들과 서울 방송이 등장한 해이며, 서태지와 아이들은 뮤직비디오라는 장르를 유행시키며 기존 뮤직비디오

교신저자: 정하나 E-mail: st-martins@hanmail.net

에 시각적인 효과를 부각시켰다. 서울 방송의 등장은 시청자들에게 다양한 영상이나 프로그램을 접할 수 있게 하였다.

연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 뮤직비디오 의상으로 그 음악의 주제를 표현하며 비판의 이미지를 극대화 시킨다. 둘째, 뮤직비디오 의상으로 음악의 주제나 메시지를 나타냄과 동시에 가수의 개성을 표현한다. 셋째, 뮤직비디오 의상으로 가수의 이미지 메이킹 뿐만 아니라 뮤직비디오는 즐기는 세대들에게 유행 전달 및 의사소통 매개체로서의 가치를 발휘한다.

I. 서 론

포스트모더니즘의 결과물중의 하나인 뮤직비디오는 1981년 8월 1일 미국 MTV를 통해 본격적인 방송을 시작하였다. 국내에서는 1995년 음악 케이블방송이 생기면서 대중에 크게 확산되었다. 영상과 음악을 결합하여 만든 뮤직비디오는 오늘날 하나의 문화예술 장르로 자리잡아가고 있으며 음악을 듣는 것에서 보고 듣는 것으로 한 차원 업그레이드 시켰다. 또한 뮤직비디오는 듣는 것에서 보기 위주의 이미지시대가 시작했음을 알렸다. 고도로 산업화된 현대 도시에서는, 거리의 전광판, 백화점, 역 대합실 등, 공공장소에서도 뮤직비디오를 접할 수 있으며 심지어 개인의 휴대폰에서까지 뮤직비디오를 다운 받아 볼 수 있다. 뮤직비디오가 대중음악과 함께 젊은이들의 중요한 매체로 떠오르며 음반 판매량과 음반의 성패를 좌우하는 중요한 역할을 하게 되었다. 뮤직비디오 제작자들과 음반 기획사는 최고의 스타급 연기자를 기용하기도하고 해외 로케나 대규모 제작비 투입 등을 통해 큰 화제를 모으며 뮤직비디오를 제작해 음반의 판매 촉진 전략으로 실현되는 예들을 보였다.

뮤직비디오의 인기와 함께 뮤직비디오에 출현한 배우들과 그들이 착용한 의상, 소품 또는 배경이 큰 유행이 되고 있다. 뮤직비디오로 인해 스타가 탄생하기도 하고 뮤직비디오의 인기로 음반 판매가 급증하기도 한다. 가수들이나 배우들은 뮤직비디오로 인해 자신의 이미지 메이킹은 물론이고 개성표현을 함으로써 유행을 창조한다.

사회 비판적 뮤직비디오의 주제는 사회적 · 의식적 · 비판적이며 직설적으로 또는 은유적으로 영상을 통해 표현한다. 독재에 대한 투쟁, 압박받은 교육 현실에 대한 비판, 마약 남용, 자살 등, 메시지가 강한 주제들을 전달하기 위해서 가수들이 착용한 옷이나 소품과 뮤직비디오의 배경이 아주 큰 역할을 하고 있다. 사회 비판적 뮤직비디오에서 의상은 의미 전달 매체뿐 아니라 의사소통의 매체로서 시각적인 효과를 극대화 시킨다.

이러한 뮤직비디오의 기능에 초점을 둔 본 연구의 목적은 사회 비판적 뮤직비디오와 그 의상과의 관계를 연구하여, 뮤직비디오에서 의상이 그 역할을 더욱 효과적으로 표현될 수 있게 함으로서 예술 영상 매체로 자리 잡은 뮤직비디오의 발전에 도움을 줄 수 있게 하는 데 있다.

연구 방법은 이와 관련된 선행 논문을 참고로 하였으며, 대중음악 평론가들의 비평 란에서 특

별히 사회비판적 특성이 강하다고 지적된 작품을 위주로 하였다. 이들은 의상학 전문가 패널의 자문을 거쳐 연구자가 최종 리스트를 작성하였다. 따라서 '서태지와 아이들'의 '발해를 꿈꾸며', '교실이데아', 'Come Back Home', '자우림'의 '낙화', '조PD'의 'My Style', 그리고 '빅마마'의 'Break Away'를 선정하였다.

연구 범위는 서태지와 아이들과 서울 방송이 등장한 1992년부터 2004년 현재까지 하였다. 1992년에 등장한 서태지와 아이들은 뮤직비디오라는 장르를 유행시키며 기존 뮤직비디오에 시각적인 효과를 부각시켰다. 서울 방송의 등장은 기존의 공영방송에서 탈피하여 시청자들에게 다양한 영상이나 프로그램 -오락·쇼 프로그램 등-을 접할 수 있게 하였다.

Ⅱ. 뮤직비디오의 시대적 문화적 배경

1. 포스트모더니즘 문화

2차 세계대전이 끝나고 혼란스러웠던 시기를 지난 1960년대에는 대중문화의 발달을 배경으로 다양한 문화와 소비의 시대가 도래 하였다. 기능적이고, 획일적, 절대주의적이었던 모더니즘은 이러한 다양성의 시대에서 점차 그 효력을 상실하게 되고, 이러한 흐름과 맞물려 철학, 문화, 예술 분야에서도 다양성, 다원성을 추구하는 성향이 대두하게 되었다. 모더니즘에 비해 혁신적인 현상들이 대두되었던 1960년대에 기존의 가치 체계의 변화, 도덕적 효력의 상실, 새로운 것을 추구하는 정신은 포스트모더니즘으로 발달하였다.[1)]

포스트모더니즘에서는 성전(聖典)지향, 엘리트주의, 질서 추구 등의 특징을 지닌 모더니즘과는 달리 우상 파괴, 반귀족주의, 자유주의 등이 특징이 나타난다. 이를 기반으로 포스트모더니즘에서는 모더니즘에서 나타나는 예언자적 엘리트주의와 권위주의를 카리스마적인 거장의 오만한 몸짓이라고 실날하게 비난한다.[2)]

포스트모더니즘의 특성들을 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 포스트모더니즘 문화에서는 '미학적 대중주의'에 입각하여 고급문화와 대중문화의 경계를 허물고, 탈 정전을 지향한다. 둘째, 포스트모더니즘 문화는 패스티쉬[3)]에 의한 깊이 없음의 문화이다. 셋째, 포스트모더니즘 문화는 자기 반영적 성격을 갖는다. 이것은 절대성에 대한 부정의 의미하는 것으로 혼란은 야기한다. 넷째, 이러한 패스티쉬와 자기 반영적 성격을 지닌 포스트모더니즘 문화는 수용자를 탈 중심화시키고 주체구성에 실패하게 만든다.[4)]

---

1) 황인선(2002), 20C이후 실내디자인과 패션에 있어 조형적 상관성에 관한 연구, 건국대학교 p.36
2) 김강석(1997), 한국 뮤직비디오의 장르적 범주화와 영상적 특성에 관한 연구 -서강대학교. p.17
3) 패스티쉬(pastiche): 패러디와 비슷한 기존의 작품의 변형 기법이며, 패러디가 풍자적이고 희화적이며 원작과의 차이를 내세우는 반면 패스티쉬는 원작과의 유사점을 우선시하며 풍자를 목적으로 하지 않는다.

2. 뮤직비디오의 출현과 확산

광고와 텔레비전의 전략을 동시에 소유하며 포스트모더니즘의 성격을 강하게 내포하는 대표적인 산물이 바로 뮤직비디오이다.[5] 포스트모더니즘의 산물인 뮤직비디오는 1981년 미국 MTV의 탄생을 통해 본격적인 방송을 시작하였다. 그 이후 뮤직비디오는 방송기술의 발달, 뮤직비디오의 매체적인 특성과 여러 가지 사회적 여건을 배경으로 미국뿐만 아니라 전 세계적으로 수용자들이 자주 접할 수 있는 매체가 되어왔다.[6] 음악을 보는 것에서 듣고 보는 것으로 한 차원 업그레이드 시킨 뮤직비디오는 보기 위주의 이미지 시대가 시작했음을 알렸다.

우리나라도 1995년 3월 케이블방송이 보급되면서 다채널 시대가 시작되었다. 음악 전문 방송 -kmtv, m.net-의 출현으로 보다 많은 음악 프로그램들이 생겨나기 시작했다. 시청자들은 다양한 채널을 통해 이전보다 자주 뮤직비디오를 접하게 되었다. 이러한 뮤직비디오의 빠른 전파는 젊은 시대의 문화 전반에도 많은 변화를 가져왔다.[7] 음악 전문 방송에서 뮤직비디오만 소개하고 방영하는 프로그램이 등장하여 뮤직비디오의 활용 범위와 역할이 증가하였다.

고도로 산업화된 현대 도시에서는, 거리의 전광판, 백화점, 역 대합실 등, 공공장소에서나 개인의 휴대폰을 통해서도 뮤직비디오를 접할 수 있다. 뮤직비디오가 대중음악과 함께 큰 인기를 끌자 음반 판매 촉진을 위한 중요한 수단으로 떠올랐다. 뮤직비디오 제작자들과 음반 기획사는 최고의 스타급 연기자를 기용하기도하고 해외 로케나 대규모 제작비 투입 등을 통해 큰 화제를 모으며 뮤직비디오를 제작해 음반의 판매 촉진 전략으로 실현되는 예들을 보였다.

뮤직비디오가 큰 인기를 끌며 뮤직비디오의 배경과 가수가 착용한 의상 및 소품 등이 큰 유행이 되고 있다. 뮤직비디오를 통해 스타급 연기자가 되거나 이미지가 좋아진 실례들도 있을 정도로 뮤직비디오에 대한 관심은 나날이 증가하고 있는 추세다. 가수들은 뮤직비디오에서 자신의 이미지 메이킹과 개성표현은 물론 유행을 창조하고 리드하는 감각적인 표현을 의상을 통해 한다.

뮤직비디오 의상은 가수의 개성표현 물론, 유행을 창조하고 리드하며 감각적인 영상을 표현하는 수단이 된다. 일반적으로 관습상, 도덕상 받아들여지지 않던 의상도 가수의 착용으로 인하여 기존 사고의 변화를 가져와 대중에게 의상의 품목으로 받아들여지기도 하고, 가수의 개성을 표현하는 의상이 그와 동일시되려는 청소년은 물론 일반인들에게까지 모방되어 새로운 스타일의 유행으로 발전되기도 한다.[8]

---

4) 김강석, 위의 책, p.17
5) 김강석, 위의책, p3
6) 류경민(2004), 뮤직비디오 의상에 관한 연구 ,홍익대학교 , p.2
7) 류경민, 위의 책, p.6
8) 류경민, 위의 책, p.3

3. 사회 비판적 뮤직비디오의 특성과 의상과의 관계

Ann Kaplan[9]이 <뮤직비디오 ,어떻게 읽을 것인가 -포스트모던영상과 소비문화>[10]에서 MTV 뮤직비디오를 중심으로 5가지의 형태-'낭만주의적', '사회 의식적', '허무주의적', '고전적', '포스트모던'-으로 분류하였다. 이 5가지의 형태 중 '사회 의식적'뮤직비디오의 정의를 참고하여 '사회비판적'뮤직비디오를 재 정의하였다. 사회 의식적 뮤직비디오는 특수한 시각적 장치보다는 각각의 뮤직비디오들이 갖는 표면적 주체-주요 등장인물과 특정사물-에 의해 정의된다. 사회 의식적 비디오는 지배적인 부르주아적 사회에 반대되는 위치에 놓는다는 점에서 서구문화에서 모더니즘 전통에 가장 가까운 것으로 볼 수 있다. 그 시대의 어떠한 정치적인 이슈들이 뮤직비디오의 배경이 된다. 주제는 분열, 분쟁, 거부, 그리고 소외의 모멘트와 관계한다. 이러한 것에는 부모의 권위에 반대, 외교정책에 대한 인유나 빈곤 같은 구체적인 사회적 부당성을 알림, 여성의 억압과 여성연대의 가능성을 표현 등이 있다.[11]

사회비판적 뮤직비디오는 사회의 문제점을 비판한다는 점에서 Kaplan이 제시한 사회 의식적 뮤직비디오와 비슷하지만 사회 의식적 유형을 1970년대의 펑크(Punk)와 액시드 록(Acid Rock)의 전통을 기반으로 하며 여기서 모호하게 차용한 요소들과 모더니즘적 요소를 결합시킨 뮤직비디오라고 정의 내리고 있으며, 이 유형의 뮤직비디오의 배후에는 어떤 종류의 진행되는 운동을 가시화한 정치적인 기의들이 깃들어 있다고 지적한다. 하지만 국내 뮤직비디오의 이 유형은 Kaplan이 지적한 음악적 전통을 지니고 있지도 않으며 특별한 정치적 기의를 담고 있지 않은 경우가 대부분이다. 국내의 이 유형의 뮤직 비디오에서는 외국의 경우처럼 인종 문제, 계층간의 갈등, 성차별, 특별한 정치적인 발화 등과 같은 부분에 대해서는 다루어지지 않고 있다.[12]

사회 비판적 뮤직비디오에서 다루고 있는 주제는 사회 부조리 · 부패, 청소년 문제, 교육 현실 비판, 마약 남용, 자살, 낙태 ,사회적 모순 등 현대 사회의 사회성 짙은 문제들에 대한 것이다. 메시지가 강한 주제들을 직접적으로 전달하기 보다는 노랫말에 부합하는 영상 자료나 의상을 통해 메시지를 부각시킨다. 특히 가수들이 착용한 옷이나 소품과 뮤직비디오의 배경이 아주 큰 역할을 하고 있다. 사회 비판적 뮤직비디오에서 의상은 이미 의미 전달 매체뿐 아니라 의사소통의 매체로써 시각적인 효과를 극대화 시킨다.

---

9) E. Ann Kaplan은 영국 출신의 이론가로 1970년대 중반 이후 미국에서 활동하고 있다. 1970년대 영화 이론을 페미니즘의견지에서 비판적으로 해명하고 있다. 대표적 저서로는 <텔레비전을 검토하며 Regarding Television >(1983) , <포스트모더니즘과 그 불만 Postmodernism and Its Discontent>(1988) 등이 있다. 현재는 뉴욕 주립대학(스토니브룩)의 인문학 연구소 소장으로 있다. (앤 카플란(1996), 채규진 · 성기완 역, 뮤작비디오 어떻게 읽을 것인가, 한나래)

10) E. Amn Kaplan(1987), Rocking around the clock: music television, postmodernism and consumer culture

11) E. Ann Kaplan, 앞의 책, p.57~58

12) 김강석, 위의 책, p.73

Ⅲ. 사회 비판적 뮤직비디오의 사례 분석

1. 서태지와 아이들

1992년 데뷔해서 1996년 은퇴하기 까지 서태지와 아이들은 1990년대 대중 문화계의 가장 중요한 아이콘이었다. 90년대에 신세대들의 열렬한 지지를 받으며 서태지와 아이들은 그 세대의 문화와 자아를 대표하는 상징적인 인물이었다. 특히, 서태지는 "문화 대통령"이라는 호칭을 받으며 90년대 문화를 대변하는 인물로 뽑히기도 한다. 서태지와 아이들은 그 동안 다루어졌던 음악의 주제에서 벗어나 교육 현실 비판, 마약 남용, 자아 정체성, 남과 북의 통, 물질만능주의 등 사회적인 주제들을 음악에 담아 많은 이슈를 낳기도 하였다. 또한 우리나라에 뮤직비디오라는 매체를 최초로 각인 시킨 장본인이며 음반을 낼 때마다 늘 새로운 의상과 뮤직비디오로 늘 사람들의 관심을 끌었다.

1) '발해를 꿈꾸며'(1994)

남과 북의 통일과 신세대와 구세대간의 통일을 염원하는 곡으로 자유와 사랑 그리고 평화를 담고 있다. '서태지와 아이들'의 정규 앨범 3집의 타이틀곡이다. 하얀 상의·하의와 비둘기, 진정한 의미의 자유를 나타내는 서태지의 치마, 그리고 단절의 아픔을 상징하는 빨간 목장갑이 등장한다. <그림1>과 <그림2>에서 보면 양현석의 하얀 셔츠와 하얀 바지는 순수하고 맑은 이미지를 나타내내고 있다. 하얀 비둘기를 날리는 장면에서 양현석의 옷차림과 비둘기의 색과 맞춰 통일에 대한 염원과 평화를 보여주고 있어서 하얀색 의상만으로도 곡에 대한 표현을 높인다. 여기서 비둘기의 의미는 진정한 상징인 '평화, 자유, 사랑'을 뜻하고 있다. <그림3>은 서태지가 치마를 입고 있는 장면이다. 서태지가 치마를 입은 것은 단순히 남자가 치마를 입은 게 아니라 가수로서의 표현의 자유를 얻고 싶어 하는 모습을 보여주고 있는 것이다. <그림4>은 이주노가 빨간 목장갑

<그림 1> 진정한 평화의 상징인 비둘기를 날리는 장면, (1994)

<그림 2> 양현석의 하얀색 의상, (1994)

을 카메라에 대고 손을 돌리는 장면인데 여기서 이주노의 빨간 목장갑은 남과 북의 단절, 신세대와 구세대간의 단절과 아픔을 빨간색[13]을 통해 나타내고 있다고 본다.

<그림 3> 진정한 의미의 자유를 나타내는 서태지의 치마, (1994)

<그림 4> 단절과 아픔을 상징하는 이주노의 빨간 목장갑, (1994)

2) '교실 이데아' (1995)

3집의 특징인 강한 ROCK 사운드를 느낄 수 있는 대표적인 곡이다. 이 곡은 3집에서 가장 이슈가 되었던 곡으로 제도권적인 우리나라 교육의 현실을 직설적으로 비판한 곡이다. 이 뮤직비디오는 '1995다른 하늘이 열리고...'의 콘서트의 라이브 실황으로 만들어 졌다. 서태지가 군복스타일의 긴 남색 코트를 입고 무대에 설치된 단상에 모습을 드러내며 뮤직비디오가 시작된다. 군복스타일의 코트는 금속의 단추로 포인트를 주어 금속성이 주는 차가운 느낌과 군복의 위엄과 강한 이미지를 나타내는 역할을 한다. <그림5>[14]가 원래 군복이다. <그림6>은 서태지가 입고 나온 군복스타일의 옷과 비슷함을 알 수 있다. <그림7>[15]에서 군복스타일의 코트를 착용한 서태지가 단상에

<그림 5> 군복

<그림 6> 군복스타일의 코트를 입고 열창중인 서태지, (1995)

<그림 7> 단상에서 연설중인 서태지 (1995)

13) 빨간색은 열정, 사랑, 으뜸, 기원, 신성, 환희, 행운, 죽음, 생명 등 다양한 의미를 지니고 있다. 이 뮤직비디오에서 빨간 목장갑의 의미는 생명과 죽음을 나타내는 빨강의 의미로 본다.

14) 사진출처:http://www.samsungdesign.net/Databank/DesignDB/Picture/end1.asp (2004년 12월 10일)

15) 사진출처: http://imagesearch.naver.com/search.naver?where=dt_iphoto&query=%B1%B3%BD%C7%C0%CC%B5%A5%BE%C6&sort=0&scp=0&c=2&qt=df&xc=&top=1 (2005년 4월 20일)

서 현 교실의 현실과 모순적인 교육 문제에 대해 연설을 한다. "...전국에 있는 900만의 학생들의 머리 속에 일제히 똑같은 것들만 강요하고 있다..." 서태지와 아이들뿐만 아니라 무대위의 백댄서들도 코트를 입고 공연을 한다. 군복스타일의 코트를 착용하여 무거운 주제(교육 현실 비판)에 맞춰 강하고 선동적인 이미지를 주며 그들의 주장을 강력하게 어필한다. 군복 스타일의 코트가 다소 선동적인 이미지가 강했지만 노래의 주제를 부각시켜주는 탁월한 선택이라고 보여진다.

3) 'Come Back Home' (1996)

'서태지와 아이들'이 마지막으로 발표한 정규 앨범 4집의 타이틀 곡 이다. 국내에선 생소했던 'Gangster Rap' 이라는 장르의 곡이다. 제목 그대로 가출한 청소년들에게 집으로 돌아오라는 의미의 메시지 강한 노래이다. 즉, 서태지와 아이들은 가출하여 낙오자가 될 청소년들에게 집으로 돌아가 자신들의 미래를 스스로 개척하라는 메시지를 남긴다. 심지어 이 곡을 듣고 가출한 청소년들이 귀가하는 사례가 생겨 뉴스에 보도되기도 하였다. 뮤직비디오에서 보여준 스노우보드 패션뿐만 아니라 스노우보드 스포츠가 선풍적인 인기를 끌며 유행을 했다. 노래의 의미에 맞춰 냉소적이고 강하고 신비로운 이미지를 내세우며 세 멤버 모두 얼굴을 반 정도 가린 모습을 보여준다. 또한 이 뮤직비디오는 1996년 MTV 아시아 어워즈(MAA)에서 수상을 하기도 하였다. <그림8>에서 서태지는 단발머리를 하고 짙은 썬글라스와 모자를 써 얼굴을 반쯤 가렸다. 그 동안 보여 주었던 미소년의 이미지를 탈피하여 곡의 특성에 맞게 강하고 냉소적인 이미지를 주었으며 서태지가 착용한 모자와 썬글라스가 큰 인기를 끌었다. <그림9>에서 양현석은 앞머리를 길게 내려 얼굴을 가렸으며 귀를 덮는 공군 스타일의 모자를 썼다. 이는 역시 신비스럽고 강한 이미지를 보여주고 있다. <그림10>에서 이주노는 마스크를 써 얼굴의 반을 가리고 오버롤 스타일의 헐렁한 팬츠를 입고 있다. 사회에 대한 두려움과 불신을 마스크를 착용하여 얼굴을 반 이상 가리고 모자를 써 노출을 극도로 제한함으로 냉소적인 모습을 보여주고 있다.

<그림 8> 냉소적이며 신비로운 분위기의 단발머리와 스노우보드 패션의 서태지, (1995)

<그림 9> 귀를 덮는 공군 스타일의 모자를 쓴 양현석, (1995)

<그림 10> 오버롤 스타일의 팬츠와 마스크를 착용한 이주노, (1995)

2. 자우림

자우림은 '자주빛 비가 내리는 숲'이라는 뜻을 지닌 국내 ROCK 밴드로서 톡톡 튀는 가사로 그들만의 분위기를 내는 락 밴드이다. 홍대클럽 출신 인디밴드로 영화 '꽃을 든 남자(1997)'의 주제곡 'Hey, Hey, Hey'를 불러 큰 인기를 모으며 정규 앨범을 내 꾸준한 활동을 하고 있다. 일본에서의 활동도 성공적이라는 평을 듣고 있다.

1) '낙화' (1998)

'낙화'는 자우림 2집에 실린 곡으로 왕따를 당한 한 여학생의 자살에 대한 노래이다. 왕따가 유행을 하면서 자살하는 학생들이 늘어나는 사회적인 이슈를 김윤아만의 독특한 스타일로 가사를 풀었다. 또한 엄숙한 분위기의 뮤직비디오가 그 효과를 더했다.

<그림11>은 뮤직비디오 시작 부분이다. 죽은 여학생의 생각인 듯 "이제 난 우리 반 친구들을 영원히 왕따시켰다"라는 문구가 나온다. <그림12>에서 김윤아는 검정색 수트를 입고 노래를 부른다. <그림13>, <그림14>에서 남자 멤버 이선규와 구태훈도 똑같이 검정색 수트를 입고 묘지 주변을 걷는다. 검정색이 지닌 본래의 이미지는 어둠, 죽음, 고뇌, 죄악을 나타낸다. 특히 검정 수트는 관혼상제를 비롯한 공식석상의 예복으로 통용되고 있다. 이 뮤직비디오에서 멤버들이 입은 검정 수트의 의미는 자살을 한 여학생의 혼을 기리는 의미를 잘 나타내고 있다. 이 노래가 지닌 의미를 검정 수트로 완벽하게 표현했다고 해도 과언이 아니다.

<그림 11> 뮤직비디오 시작 부분, (1998)

<그림 12> 검정색 수트를 입은 김윤아, (1998)

<그림 13> 검정색 수트를 입은 이선규, (1998)

<그림 14> 검정색 수트를 입은 구태훈, (1998)

3. 조 PD

버클리 음대 출신인 조PD (본명: 조중훈)는 통신을 통해 자신이 만든 곡을 사이버상에 올려 큰 이슈를 낳았다. 그의 음악은 미국 정통 힙합에 거칠고 직설적인 화법이 특징이다. 얼굴 없는 가수로 유명했던 그가 사람들 앞에 모습을 보이며 현재 5집까지 냈다.

1) 'My Style' (2001)

정규 앨범 4집에 실린 곡으로 아무 생각 없이 유행을 따라가는 현대인을 비판한 곡이다. <그림 15>, <그림16>에서 온통 흰 배경에 흰색 셔츠를 입은 남자가 등장한다. <그림17>, <그림18>에서 그 조립품 상자를 책상에 놓고 조립을 하기 시작한다. 완성된 조립품은 조PD 자신의 모습이다. 이는 아무 생각 없이 유행을 따라가는 현대인은 꼬집는 것으로 보편에 섞여 자신의 존재를 잃어하는 사람들에 대한 경고 매세지를 담고 있다. 배경과 함께 흰색 수트는 무미건조함과 인간미의 상실을 느끼게 한다.[16]

<그림 15> 하얀색 셔츠를 입은 남자의 모습, (2001)

<그림 16> 온통 하얀색인 방의 모습, (2001)

<그림 17> 조립품의 모습, (2001)

<그림 18> 완성된 조립품의 모습, (2001)

16) 한나영, 앞의 책, p.34

4. 빅마마

'빅마마'는 외모 지상주의가 지배적인 현 우리나라 가요계를 비판하며 음악과 노래 실력으로 승부하기 위해 만들어진 그룹이다. 멤버들 모두 국내에서 내노라 하는 보컬들이며 1집 타이틀 곡 'Break Away'의 뮤직비디오가 큰 이슈를 일으켰다.

1) 'Break Away' (2003)

<그림19>, <그림20>에서 보면 예쁜 얼굴의 4명의 여자들이 몸매를 드러내는 미니스커트, 슬리브리스 드레스 등을 입고 무대 위에서 노래를 부르고 있다. <그림21>는 무대위의 몸매를 드러낸 가수들을 감상하고 있는 남자들의 모습이다. 노래를 듣는 사람들은 노래도 되고 외모도 되는 인형 같은 가수들을 생각하고 있지만 이들은 진짜 노래를 하는 게 아니다. 무대에서 라이브 하듯이 립싱크를 하고 있는 것이다. <그림22>은 무대 뒤에서 대신 노래를 불러주고 있는 빅마마의 모습이다. 그들은 무대위의 가수들과 대조되는 평범한 티셔츠와 스웨터 차림으로 등장한다. 그들은 노래를 잘하지만 전혀 예쁘지도 않고 뚱뚱하다. 이들은 무대에서 노래를 하고 싶지만 외모가 안 된다는 이유로 무대에서는 못 서고 대신 노래를 하고 있는 것이다. 이 뮤직비디오에서는 외모가 되지만 노래는 못 하는 립싱크 가수들을 비판하며 빅마마는 노래로 승부를 걸겠다는 의지를 보여주었다. 의상만으로도 그들의 대조적인 이미지와 빅마마의 개성을 충분히 살렸다.

<그림 19> 몸매를 드러낸 옷을 입은 가수들, (2003)

<그림 20> 몸매를 드러낸 옷을 입은 가수들이 립싱크 하는 모습, (2003)

<그림 21> 여자들의 몸매를 감상하는 남자들, (2003)

<그림 22> 무대 뒤에서 라이브로 노래하는 빅마마, (2003)

V. 결 론

대중 영상 매체로써 음반판매홍보의 목적으로 시작한 뮤직비디오는 현재 대중문화에 큰 영향을 미치며 영상 예술 장르로 자리 잡고 있다. 뮤직비디오는 음악을 듣는 것에서 보고 듣는 것으로 한 차원 업그레이드 시키면서 음악이라는 청각 예술 장르에서도 이미지 시대의 도래를 주도하는 매체가 되었다. 대중음악을 즐기는 것이 삶의 주요 부분이 되어버린 젊은 세대들에게 대표적인 문화아이콘이 된 뮤직비디오에서, 의상은 가수의 개성 표현과 이미지 상승과 함께 뮤직비디오를 즐기는 세대들에게 큰 유행이 되며 감각적인 영상을 표현하는 큰 역할을 한다.

사회 비판적 뮤직비디오는 사회적 상황을 비판하거나 의식적인 메시지를 담고 있는 등 강하고 직설적인 영상을 보여준다. 이 때 가수들이나 연기자들은 강한 메시지나 가사의 의미 또는 자신의 이미지를 의상이나 소품 그리고 그 배경을 통해 간접적으로 또는 직접적으로 표현을 하며 비판의 이미지를 극대화 시킨다. 뮤직비디오에서의 의상과 소품 및 배경이 사회적 상황을 비판하는 메시지가 어우러져 그 효과를 더 높인다.

'서태지와 아이들'의 '발해를 꿈꾸며', '교실이데아', 'Come Back Home', '자우림'의 '낙화', '조PD'의 'My Style', '빅마마'의 'Break Away'를 선정하였다.

본 연구를 통해 사회비판적 뮤직비디오와 의상과의 관례를 분석한 결과는 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다. 첫째, '서태지와 아이들'의 '발해를 꿈꾸며'는 남과 북의 통일과 신세대와 구세대간의 통일을 염원하는 곡으로 순수함을 나타내는 하얀 의상과 자유를 상징하는 치마가 등장한다. '교실이데아'는 현 교육 현실을 비판하는 곡으로 군복스타일의 긴 코트를 입었다. 군복 스타일의 긴 코트를 착용함으로써 위엄과 강한 이미지를 나타내며 그들의 주장을 강하게 부각시켰다. 'Come Back Home'은 가출한 청소년들에게 집으로 돌아와서 자신의 미래를 개척하라는 메시지가 담긴 곡이다. 서태지와 아이들은 스노우보드 의상과 스포츠를 소개하면서 냉소적이면서 강한 이미지를 주는 단발머리, 귀를 덮는 공군 모자와 썬글라스, 마스크등을 착용하였다. 둘째, '자우림'의 '낙화'는 왕따를 당한 여학생의 자살에 대한 노래다. 자우림 멤버들 모두 검정색 수트를 착용하여 노래가 주는 의미를 완벽하게 표현했다. 셋째, '조PD'의 'My Style'은 개성없이 남을 따라하는 현대인을 비판한 곡으로 흰색 수트와 흰색 배경으로 무미건조함과 인간미의 상실을 느끼게 한다. 넷째, '빅마마'의 'Break Away'는 외모 지상주의의 현 가요계를 비판한 곡으로 립싱크를 하는 가수들은 몸매를 드러내는 옷을 입고 있고 뒤에서 노래를 해주는 빅마마는 평범함 차림의 옷을 입음으로써 빅마마의 개성을 충분히 살렸다.

사회비판적 뮤직비디오의 의상은 그 음악의 주제를 표현하며 비판의 이미지를 극대화 시키며, 음악의 주제나 메시지를 나타냄과 동시에 자신의 개성을 표현한다.

본 연구에 선택된 사회비판적 뮤직비디오 외에 다른 뮤직비디오를 연구하여 확장시킬 필요가 제기된다고 제안한다.

(접수: 2005년 3월 28일)

【참 고 문 헌】

김현섭(1995), 서태지담론, 세훈문화사

강명석 외(1999), 서태지를 보면 문화가 보인다, 한솔미디어

국승표 외(1994), 신세대론: 혼돈과 질서, 현실문화연구

패션 큰 사전 편찬 위원회(1999),패션디자인 큰 사전, 교문사

류경민(2004), 뮤직비디오 의상에 관한 연구, 홍익대학교

김강석(1997), 한국 뮤직비디오의 장르적 범주화와 영상적 특성에 관한 연구, 서강대학교

高智泰(1996), Pop Music Video의상에 관한 연구, 홍익대학교

한나영(2000), 90년대 후반 한국 언더그라운드 음악의 사회 문화적 의미와 소비자 성향에 대한 연구, 서강대학교

최대실(1993), 뮤직비디오에 관한 연구; 유희(play)적 특성을 중심으로, 서강대학교

홍윤희(2001), 대중가요를 위한 Audio-visual Slide Show제작; 그룹 "자우림"곡들을 중심으로, 이화여자대학교

도희(2002), 뮤직비디오 의상에 나타난 남성이미지 연구 -2000년부터 2002 현재까지, 숙명여자대학교

황인선(2002), 20C이후 실내디자인과 패션에 있어 조형적 상관성에 관한 연구, 건국대학교

신승환(2003), 포스트모더니즘에 대한 성찰, 살림출판사

A Study on the Costumes of Socially Critical Music Videos

Dept., Fashion Design, Graduate school, Dongduk Womens' Univ. **Jeong Ha-na**
Prof., Dept., Fashion Desugn, Dongduk Women's Univ. **Choy Hyon-sook**

Music video, which is one of the outcomes of postmodernism, has emerged as a new medium for generations who enjoy music throughout the world. Music video, which is the combination of sound and image, is a sign showing the opening of the age of visual image after the age of audio. Music video has become a new means of promoting music and a cultural icon representing generations enjoying pop music. In addition, the background of music video as well as clothes and items used by the singers is gaining high popularity.

Socially critical music videos show strong and straight images containing purposeful messages that criticize social situations. Clothes, items and background in music videos reinforce the effect of such messages that criticize social situations.

The present study purposed to examine the functions of music videos through literature review and demonstrative research. Literature review referred to previous researches and books related to music videos that were considered to be critical by pop music critics. In addition, for demonstrative research, we selected works to be studied from video tapes recording the performances of musicians to be studied and their music videos through consultation with costume specialists.

The scope of the study was from 1992 to the present as of 2004. It was because 'Seo Tae-ji and Boys' and Seoul Broadcasting System (SBS) emerged in 1992. 'Seo Tae-ji and Boys' popularized the genre of music video, emphasizing the visual effect of existing music videos. With the opening of SBS, TV viewers were provided with various images and programs.

The results of this study are as follows. First, costumes in music videos express the themes of the music and maximize the image of criticism. Second, costumes in music videos represent the themes or messages of the music and describe the singers' personality. Third, costumes in music videos create the singers' images and function as the media of fashion and communication to generations who enjoy music videos

Key words : Music video, visual image, social situations, Socially critical music videos, costumes, messages