

싸이의 영상 뮤직비디오 ‘강남스타일’ 에 드러난 키치(Kitsch)와 밈(Meme)에 대한 탐구

Analysis of the 'Gangnam style' Music Video through the Concepts of Kitsch and Meme

이현석

동서대학교 디지털콘텐츠학부

Hyunseok Lee(hslee@gdsu.dongseo.ac.kr)

요약

싸이의 영상뮤직비디오 ‘강남스타일’은 지난 2012년 7월 15일 세계 최대 동영상 사이트인 유튜브(YouTube)에 공개 된지 161일 만에 조회수 10억 건을 돌파하며, 전 세계 ‘강남스타일’ 열풍을 일으켰다. 싸이의 ‘강남스타일’이 이토록 짧은 시간에 세계적인 파급을 일으킨 이유는 무엇일까? 학계에서는 이러한 유례없는 세계적 문화 현상에 대해 다양한 분석과 함께 일부 언론에서는 ‘키치’와 ‘밈’ 이론을 언급하였지만, 그 구체적 검증에 대한 사례가 전무한 상태이다. 본 연구에서는 ‘강남스타일’에 대한 범지구적 대중의 수용에서는 ‘키치’를 중심으로 알아보았으며, ‘강남스타일’의 세계적 ‘확산’ 과정에서는 문화복제이론인 ‘밈’을 통해 분석하였다. 이는 ‘강남스타일’ 현상에 대해 문화의 모방과 전파의 관점에서 종합적이고, 심도 있는 분석을 하고자 두 이론을 차용하였으며, 이를 통해 사회문화 현상에 대한 해석적 방법을 제시할 수 있는 연구라 사료된다. 이를 위해, 문헌과 사례조사를 통해 키치와 밈을 고찰하고, 이를 바탕으로 분석 조건을 도출한 후 ‘강남스타일’에 드러난 세계 보편의 대중적 정서와 문화의 확산에 대한 요인에 대해 분석하고자 한다.

■ 중심어 : | 강남스타일 | 키치 | 밈 |

Abstract

This research attempts to analyse the ‘Gangnam style’ which has achieved worldwide recognition and became the first YouTube video to reach a billion views on December 2012, since it has released on 15th of July, 2012. Why ‘Gangnam style’ is so popular and how Cy’s music video has spread across the world remarkably in very short period of time? It is suggested that the ‘Gangnam style’ phenomenon can be explained by ‘Kitsch’ and ‘Meme’, however there is no pertinent analysis in an academic way. In this respect, this research is concerned with addressing the ‘Gangnam style’, global cultural phenomenon, by the Kitsch related to the acceptance of global audience and the Meme engaged with global diffusion of music video in a cultural view. Therefore, this research reviews a broad range of literatures and seeks characteristics of two theories, on the ground of this, ‘Gangnam style’ will be investigated to verify the reason caused cultural phenomenon.

■ keyword : | Gangnam Style | Kitsch | Meme |

* 본 연구는 2013년도 동서대학교 학술연구조성비 지원과제로 수행되었습니다.

접수일자 : 2013년 08월 01일

심사완료일 : 2013년 10월 25일

수정일자 : 2013년 10월 21일

교신저자 : 이현석, e-mail : hslee@gdsu.dongseo.ac.kr

1. 서론

싸이(본명 박재상)의 '강남스타일'은 2012년 7월 15일 유튜브에 업로드 된 후 빌보드 싱글차트 7주 연속 2위, 영국 싱글 차트 1위, 미국 등 30여개 나라 아이튠즈 음원 차트 1위에 오르는 신기록을 잇달아 세웠다. 또한, MTV 유럽뮤직 어워드, 아메리칸 뮤직 어워드 등을 수상하고, 미국 뉴욕 록펠러 센터에서는 미국의 최정상 가수들에게만 주어지는 NBC Today 쇼의 음악 콘서트에 초대되는 등 세계 팝 음악을 주도하는 미국시장에서 그 열기가 시작되었다. 세계 팝음악계의 변방으로 치부되는 한국에서 싸이의 선전은 매우 놀라운 하나의 이례적인 현상이며, 새로운 디지털 영상 매체인 유튜브의 세계적 파급력을 절감할 수 있는 기회였다. 싸이의 '강남스타일'이 언어, 인종, 문화의 장벽을 초월하여 전 세계적인 호응을 받는 이유는 무엇일까? 본 영상의 세계적 현상에 대해 기존의 학계와 언론에서 다양한 이론적 접근(임병학, 2013; 정재식, 2012; 오세정, 2013; 박근수, 2013; 김수철, 2013; 이난수, 2012)과 일부 미디어에서는 '키치'와 '밈' 이론을 언급하였지만, 그 구체적 분석과 설명이 전무한 상태이다. 이에, 본 연구에서는 '강남스타일'에 대한 세계인의 공감형성과 수용과정에 대해 알아보기 위해 분석과정을 '키치'와 '밈' 두 이론을 연계적으로 대입하여 보다 밀도 있는 분석을 진행하고자 한다. 이를 위해 첫째, 문헌과 사례 조사를 통해 키치와 밈에 대해 이론적 고찰을 하였으며, 둘째는, 이를 바탕으로 문화의 '수용' 과정에서는 뮤직영상에서 표현된 '키치', 그리고, 문화의 '확산' 단계에서는 영상의 세계적 파급에 대해 '밈' 이론을 통해 분석하였다. 싸이의 '강남스타일'이 세계적 열풍을 일으킨 사회문화현상의 요인에 대해 알아봄으로써 세계 보편의 대중문화 코드와 그 흐름을 살펴보고자 한다.

2. 키치(Kitsch)와 밈 (Meme)의 이론적 고찰

2.1 키치(Kitsch)

키치의 어원적 의미를 살펴보면 1870년대 독일어 동

사 'verkitschen' 에서 '다른 것을 속여 물건을 강매하다'라는 뜻[1]과 또 다른 용어인 'Kitchen'은 '진흙을 손으로 문지르며 놀다'에서 기원[2]되었다. 요약하자면, 모방을 통한 저속한 치장 및 싸구려, 천박하고, 유치하며, 기만적인 특성을 지닌 사물을 뜻하며 통용되었다. 초기의 키치는, 19세기 후반 산업혁명의 성공과 함께 경제적으로 성장한 일반 수요계층의 문화소비와 밀접한 관련이 있다. 당시 중산층이 소유하기 어려운 고가의 명작 예술품을 대량으로 모조하여 공급함으로써 사람들의 예술적 향유와 신분상승 욕구를 대리 충족시켰으며, 이에 따라 키치는 일반 소비층의 문화적 수요와 상업적 공급이 결부되며, 독창적 예술성 보다는 저가의 모방 예술제품으로 인식되며 시작되었다. 이러한 키치에 대해 하우저(1990)는 '(키치는) 사이비 예술이며, 달콤하고 싸구려 형식을 갖춘 예술이고, 위조되고 기만적인 현실묘사에 불과한 것[3]'이라고 하였으며, 그린버그(1939)는 '키치는 (본질에 대한) 간접경험이며 모방된 감각이다. 키치는 이 시대의 삶에 나타난 모든 가짜의 요약이다'라고 하였다[4]. 키치는 대상에 대한 본질적 인식과 진지한 통찰보다는, 낭만적 유희를 위해 본질을 왜곡하고, 예술의 정형성과 형식성을 벗어난 하위수준의 저속한 예술로 치부 되었다. 이는 진실을 기만하기 위해 키치를 방법론적으로 채용하고, 마치 심오한 의미가 있는 듯 고급예술처럼 보이려는 거짓된 상투성은 대중을 자기 착란과 환각으로 유도한다[5]. 루트비히 기츠(Ludwig Giesz)가 언급하였듯이 키치는 '감상적 자기향락 추구'에 기반 하며[6], 이로 인한 환각주의적 자기충족성은 거짓과 허구 속에서 예술적 시대착오를 일으키고, 사회 문화체계의 정형성에 반하는 속성을 갖게 된다. 조중걸은 '대상으로부터 그 대상이 조성하는 어떤 다른 표상으로 감정의 전이가 일어나는 것을 키치적 정서[7]'라고 하였다. 이는 조장된 감정입에 의해 본질과 다른 허구적인 이차적 정서에 유도됨을 의미한다. 이는, 대상에 대한 감상자의 태도와 대상과 맺는 관계 방식에 의해 키치가 형성됨을 알 수 있으며, 이 과정에서 예술은 싸구려 감상과 손쉬운 쾌락을 통한 자기만족을 추구하게 된다. 이러한 키치의 기만적 특성은 일반 예술사가들의 주요 비판의 대상이 되었으며, 이를 극복

하는 것이 예술의 선결조건으로 주장되었다[8].

반면, 프랑스 심리학자 몰르 (Abraham Moles)는 ‘키치는 의미의 윤곽이 명확하게 나타나는 외연적인 현상 이라기 보다는 한층 본능적인 심층에까지 도달하는 내포적인 현상[9]’ 이라고 하였으며, 또한, ‘(키치는) 인간 존재방식의 한 유형’ 이라고 주장하였다[10]. 이는, 키치에 대한 인간과 사물과의 관계 설정방식에서 인간의 존재방식 자체에 대한 인식으로 접근하였다. 키치는 대상 그 자체에 대한 단순한 감각적 접근이 아닌, 내재적 관계를 통해 삶의 일부로서 표현되며, 사물의 물리적 기능은 인식의 주체에 의해 사회적 존재가치로서 환원된다. 현대인의 내재된 정서와 잠재 욕구는 이러한 키치적 표현을 통해 표출되며, 대중의 보편적 정서와 공감을 이루며 확산되고 있다. 이준희는 ‘키치는 보통사람들의 당연한 자기표현이며, 기득권층의 그들만의 세상에 대한 저항이자 조롱이다[11]’고 하였으며, 윤진은 ‘(키치는) 기존 질서에 대한 거리를 전제한다는 점에서 사회적 권위에 맞서는 효과적 저항의 자리[12]’가 될 수 있다고 하였다. 기득권층과 고전예술에 반하는 키치는 성립 초기부터 일반 대중들과의 문화적 유대와 공유가치를 바탕으로 문화적 표현양식으로 전개되었다.

이에 따라, 현대 사회속의 키치는 정형화되고 구조화된 사회 통념상의 절대성과 허위의식에 대해 유머로 풍자하고 있으며, 이를 통해 산업사회 속의 심리적 소외감이나 경기침체에 따른 정서적 불안감을 해소하는 사회적 기능을 한다. 이는, 키치가 소비의 대상으로만 여겨지던 기존의 외연적 단계에서 대중의 정서를 드러내는 문화담지자 역할을 하게 되었으며, 또한, 현대인의 삶의 양식을 드러내는 예술의 포괄적 범주를 아우르는 하나의 장르로 인식되고 있다. 또한, 키치는 예술적 사유와 진지한 통찰 그리고, 사변적 태도를 요구하는 고전예술이나 이해하기 난해한 현대미술과 달리 통속적이면서도 인식하는 이의 감각을 유희와 기만으로 유도하여, 감성적 편안함과 심리적 나르시즘을 느끼게 한다. 피곤에 지친 대다수의 대중들은 예술을 통해 심리적 이완과 휴식을 취하고자 하며, 이에 부합하는 키치는 직접적이고, 실용적으로 다수 현대인의 정서를 충족하고 있음을 알 수 있다. 고로, 키치는 사상이나 이념과 관련

한 예술사조에서의 성립이 아닌, 예술에 대한 대중의 태도와 문화 소비에 기반 하여 그 영역을 확립하고 있음을 알 수 있으며, 자본주의 시대의 소비를 위한 공리적 예술의 성향을 보인다. 이러한 대중성을 기반으로 하는 키치는 디지털 매스미디어의 사용의 용이함과 동시적인 과급력으로 일반인의 참여와 문화적 수요를 더욱 유도하고 있다.

키치는 과거에 대한 향수, 본성적인 감성, 말초적 쾌락, 실제 세계에 대한 환각 등 통속적이고, 직설적인 특성을 보인다. 이러한 표현방법은 ‘예술이 없는 예술의 구성[13]’ 으로서 과도한 자의식의 부여와 제작의 비형식성으로 어느 장르에도 속하기 힘든 난해한 구성을 보이며, 서로 다른 개별적인 표현양식을 겹쳐 맞춘 듯한 중층적 구성을 보인다. 이러한 비예술적 구성으로는 주변에서 흔히 찾아볼 수 있는 현대화된 도시 빌딩의 스카이라인에 어울리지 않는 첩탐모양의 예식장이나 이발소에 걸린 개울가의 물레방아와 예쁜 초가집의 빗바랜 그림 등으로 예를 들 수 있으며, 이러한 어설픈 모방과 부적절한 혼용에 따른 키치적 표현은 예술성 보다는 정서적 안도감으로 ‘키치적 감수성’을 불러일으킨다[14]. 또한, 편안함과 즐거움을 추구하는 대중의 예술에 대한 태도는 유머코드와 접점을 이루며, 누구나 즐길 수 있는 오락적 성향을 보이고 있다.

이러한 현시대의 키치에 대해 류승호(2005)는 자연발생적, 복고적 향수, 상징성, 비교적 짧은 지속성, 양호한 양산성, 직설적 표현, 소비자 대중 취향 중심 등으로 요약 하였으며[15], Philip Crick(1983)은 키치의 특성에 대해 1) 방중, 탐닉의 결과로서 실물 이상일 것을 요구, 2) 최종적, 비신비적, 명시적, 정서적 자극을 요구, 3) 이중적 부정, 예술작품으로 자신을 제시하는 오류, 4) 구조와 장식의 단순한 공존, 5) 전통과 무관하게 과거의 제의를 환상적으로 차용으로 언급하였다[16]. 이와 같이, 현대 대중문화의 속성을 드러내는 키치는 ‘강남스타일’에 담긴 세계 대중문화의 코드를 살필 수 있으리라 보며, 앞선 선행연구를 중심으로 본 연구에서는 키치의 표현특성을 모방, 모조라는 태생적 속성을 바탕으로 한 부조화성, 비맥락성, 중층적 구조, 말초적 쾌락, 섹슈얼리티, 복고적 향수, 유머코드로 분류하였다. 이러한 본

저자의 해석과 특성 분류는 사례대상에 대한 분석 틀 도출에 바탕 하게 된다.

2.2 밈(Meme)

1976년 리처드 도킨스가 주창한 밈 이론은 다윈의 진화론에 근거한다[17]. 다윈의 자연 선택설에 의하면, 유전자는 우성적 요소에 대한 자연선택, 결합과 배척을 통한 변이, 그리고, 이를 통한 개체증식(전달)의 과정을 거치며 진화한다. 유전자의 생물학적 정보는 염색체에 코딩 되고, 뇌에 저장되어 세대 간의 종적 전파를 통해 자기 복제를 실행한다. 이로 인해, 생물체는 오랜 세대를 걸친 점진적인 변이과정을 통해 진화하여 현생 인류에 이르렀다. 유전자의 진화는 불변의 자연법칙으로서 자연선택을 통한 개체의 존속과 확산을 위해 자기 복제를 영구적으로 반복하는 자기 복제자이다. 이러한 진화론의 복제 원리는 생물학뿐 아니라 사회학, 경제학, 인류학, 예술학 등 인문사회과학 분야까지 영향을 미치며, 사회현상을 설명하는 포괄적인 이론으로 적용되고 있다. 도킨스는 그의 저서 ‘이기적 유전자 (The Selfish Gene, 1976)’에서 진화론을 통해 사회문화현상에 대한 분석을 시도하였다. 문화의 전달과 확산 과정도 생물학적 유전자처럼 자기 복제 기능을 하며, 이러한 문화복제 현상을 ‘밈’이라고 정의하였다[18]. 유전자의 지향성은 스스로 널리 번성하고, 오랫동안 보존하려는 특성이 있으며, 밈 또한 문화의 확산과정에서 다른 경쟁요소에 비해 더 많이 복제되고, 오래 지속 되는 것을 최우선 목적으로 한다[19]. 이는, 유전자의 복제와 상응하는 가설 체계를 문화현상 속에서 밈으로 규정함으로써 문화적 요소의 전달과 존속을 진화론적 방법에서 접근하여 해석하고 있으며, 이는 생물학과 사회학의 연계를 통해 사회문화현상에 대한 새로운 접근과 설명이 가능하게 되었음을 의미한다. 앨런 그래핀(2007)은 ‘밈이 장래에 문화 진화 연구에 어떤 역할을 하리라는 것을 부정하기는 어려우리라는 것’이라고[20] 하였고, 수잔은 ‘인간의 뇌는 물론, 의식과 자아까지도 밈을 통해 생산되었음을 강조[21]’ 하였다. 이는 도킨스의 이론을 바탕으로 밈을 통한 문화의 복제와 진화에 대한 새로운 이론적 해석을 언급하고 있다. 유전자는 자기복제를 실행하는 화학적

실체이지만, 사회문화현상 속의 밈은 무형의 실체로서 다른 사람 및 집단에게 언어, 생각, 가치, 지성, 신념, 믿음 등을 전달하는 복제 과정 그 자체이다. 진화론의 개념에서는 유전자가 기본 단위이며, 밈은 인간 개개인 혹은 집단을 개체로 하는 단위이다. 이는 생물학적 진화론과 사회문화현상 속의 밈은 복제의 원리는 같지만 다른 조건의 복제자에 의해 다른 속성을 보인다. 러시아 출신의 생물학자인 테오도시우스 도브잔스키는 “문화는 유전자에 의해 이어지는 것이 아니다. 문화는 다른 인간으로부터 학습을 통해 얻어지는 것이다”고 언급하였다[22]. 문화의 진화를 설명하는 밈은 생식질의 유전정보에서의 변화만이 진화에 적용된다는 바이스만 유전이 아닌 라마르크의 후성유전에 가깝다. 문화의 진화는 환경의 영향과 후천적으로 획득된 형질이 개체 단위인 인간에게 유전으로 작용되기 때문이다. 도킨스 또한, 자연선택 과정 중 유전자 내의 정보만이 아닌 외부의 환경도 진화에 영향을 미친다고 하였으며, 이에 대해 ‘확장된 표현형’이라고 설명하였다. 도킨스가 언급한 것 같이 밈은 생존을 위해 이기적이지만, 반면, 이타적이기도 하다. 남을 위해 희생하는 이타적인 밈은 개체 단위가 인간이기 때문이며, 후천적인 사회적 학습을 통해 이루어지는 문화적 영향 때문이다. 또한, 성적 쾌락을 위한 성문화, 독신 문화 등은 인간 욕구에 따른 감성적 밈으로서 유전자 복제와 대립되는 개념으로 볼 수 있다. 이는, 밈은 사회 문화적으로 장려하는 집단적 가치를 우위로 하지만, 생물학적 생존성이나 사회적 윤리성과 필연 되지 않으며, 인간의 집단적 가치와 감성적 본능에 의해 유전자의 진화원리와는 다른 특성을 보인다.

표 1. 진화론과 밈의 비교

	생물학적 진화론	사회문화현상 속의 밈
주체	유전자	인간, 집단
목적	생물학적 개체의 확산 및 존속	문화와 사회의 존속 및 진화
특성	생존과 진화를 위한 자연법칙	상대적인 후천적 사회성
전달방법	종적 전달	종적, 횡적 전달
복제원리	생물학적 개체의 생존성	인간 사회의 집단적 가치

앞의 [표 1]과 같이 유전자와 밈의 복제 과정은 주체, 특성, 복제원리에서 차이점을 보이고 있다.

문화현상 속의 수많은 밈들은 개인 혹은 집단의 보편적 선호도에 따라 보다 우월한 밈이 선택되고, 확산된다. 인간은 다양한 문화복제를 통해 스스로 밈이 되기도 하며, 다른 이에게 밈을 전달하기도 한다. 사회내의 집단적 가치에 부합하는 개인의 성공적인 자아실현은 다른 이들로 하여금 모방을 유도하게 하는 우성적인 밈이 되며, 영향력 있는 자기 복제자가 된다. 복제과정에서 다수에 의해 선택된 집단적 밈은 수평적 전파를 통해 확산되며, 대중의 보편적 정서와 부합되는 밈으로서 다른 밈과의 경쟁에서 우성으로 작용하게 된다. 모방의 대상이 되는 메타밈은 여러 사람과 집단을 거치는 과정에서 진화론의 유전자와 같이 변이를 일으키게 되고, 새로운 밈으로 진화하게 된다. 고로, 패턴화된 문화 양식과 가치체계는 세대를 통해 종적으로 전달되고, 보존되며, 확산되는 과정을 거쳐 문명의 관습적인 틀이 형성되며, 문화의 진화가 진행된다. 인간은 태어나면서부터 타 인간 및 집단으로부터 문화적 영향을 받으며, 사회가 요구하는 규범과 행동양식을 의식적, 무의식적 모방을 통해 습득하며, 문명화된다. 이러한 인간의 자아는 문화 양식과 관련한 수많은 밈들로 이루어져 있는 밈플렉스이며, 자기 조직적, 자기 보호적이다[23].

밈을 통한 사회 문화 요소의 전달과 확산도 유전자와 매우 유사한 원리로 우월한 문화적 요소에 대한 의지적 선택, 그리고 모방의 과정에서 변이가 발생되며, 이를 다른 사람들에게 전달함으로써 문화 복제가 진행된다. 밈은 유전자의 자연선택과 달리 사회적 학습, 환경의 영향 그리고, 주체의 의지적 선택에 의한 라마르크식 유전의 문화 복제가 실행된다. 이는 사회문화 속의 우성인 밈이 선택되며, 조금씩 변형된 형태로 세대를 통해 고착화가 반복되며 문화의 진화가 이루어지기 때문이다. 위와 같이 도킨스와 수잔을 중심으로 한 문헌연구와 밈과 진화론의 비교를 바탕으로 밈의 문화 복제 과정의 특성에 대해 살펴보았다. 밈의 자기 복제 목적은 진화론과 같지만, 복제의 주체, 목적, 특성, 복제원리 등에서 차이점을 보인다. 이는, 절대적인 자연법칙이 아닌 사회 현상 속에서 작용되기 때문이며, 밈은 그 전개 과정에서 의외적, 상대적 특성을 보인다.

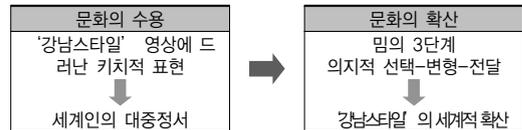
본 연구에서는 이를 바탕으로 본 저자의 관점에 의해

‘의지적 선택- 변형- 전달’의 3단계로 분류하였으며, 이 전개 과정은 사례대상인 ‘강남스타일’의 세계적 문화 확산을 검증할 분석도구로 도출하였다.

3. 키치(Kitsch) 와 밈(Meme)을 이용한 분석 틀

사이의 ‘강남스타일’에 내포된 사회문화현상에 대한 종합적이고, 연계적인 분석을 위해 ‘키치’와 ‘밈’에 대한 선행연구를 진행하였다. 이를 바탕으로 키치의 특성을 분류하였고, 밈은 3단계 (의지적 선택, 변형, 전달) 과정으로 단계화하였다. 이는, ‘강남스타일’이 세계적 차원의 문화수용과 전달, 확산을 일으킨 사회현상적 요인에 대해 살펴보기 위해 키치가 원인으로서 밈이 그 과정과 결과로서 연계되는 분석 틀을 도출하였다.

표 2. 키치와 밈을 이용한 연계적 분석 틀



이를 요약하면 위의 [표 2]와 같으며 다음 장에서 위 분류에 준거하여 ‘강남스타일’을 분석하고자 한다.

4. 강남스타일에 드러난 키치(Kitsch) 와 밈 (Meme)

4.1 문화의 수용- 영상에 내포된 세계 공통의 대중문화코드, 키치(Kitsch)

‘2012년 대한민국에서는 그 사람이 사는 곳이 곧 그의 계층과 지위를 상징한다[24]’고 하였듯이, 서울의 강남은 경제적 풍요, 부와 성공, 최첨단의 유행을 선도하는 지역으로 현실 속의 함축된 자본주의를 상징한다. 이는, 자본주의 시대에 새로운 사회적 위계질서가 형성되고, 그 상위 계층이 거주하는 강남은 일반 대중에게 선망의 대상이자 현실적, 경제적 격차로 인해 상대적 박탈감이 들게 하는 양가적 의미를 지니고 있다. 상위

계층의 절대성과 특권의식이 내재된 강남은 싸이의 뮤직영상 비디오 ‘강남스타일’ 속에서 풍자와 조소의 대상이 되며, 이를 통해 관객들에게 해소적 웃음을 유발하고 있다. 이동연 교수는 ‘강남스타일’의 세계적 흥행에 대해 ‘싸이가 없었다면 강남스타일이 온전히 그 키치적 매력을 발산할 수 있었을까[25]’라고 하였다. 싸이가 의도한 영상 속의 키치적 표현은 그의 예전 음악성향에서 기인한다. 1집의 타이틀 곡인 ‘새’에서 관능적이고, 파격적인 노래가사와 퍼포먼스로 관객의 반향을 일으키기 시작하였고, 2집의 ‘나쁜 년’, ‘처녀는쟁’의 노래가사는 매우 선정적이고 직설적인 표현으로 기존의 힙합뮤직과 다른 엽기적인 문화코드를 유행시키기도 하였다 [참조: 아래 노래가사].

“더 세계 안아달라/ 흐느끼던 나쁜 년아” [‘나쁜 년’의 노래가사 중],
 “그래 너 처녀냐? 비켜 난 처녀 같은 거 안 먹어” [‘처녀 논쟁’의 가사 중]

이러한 선정적이고, 마초주의적인 그의 성향과 저급한 음악성은 ‘강남스타일’에서 키치적으로 재현된다. 또한, YG 엔터테인먼트 대표 양현석은 ‘싸이만의 괴짜 기질과 살짝 못난 외모가 오히려 차별화에 성공한 것 같다’고 하였다[26]. 이는 싸이의 뚱뚱하고 다소 못난 외모가 실제 ‘강남스타일’을 어설픔게 모방함으로써 키치적 효과를 극대화했기 때문이다. 싸이는 선글라스와 ‘복고풍’의 가르마 머리 그리고 어울리지 않는 명품으로 치장하며 실제의 강남스타일인 척한다. 이는 저속한 모방을 통한 모조된 싸구려 느낌의 키치적 정서에 바탕한 은유적 상징성을 드러내고 있다. 이러한 강남스타일에 대한 기만적 변용은 싸이의 오버된 액션과 우스꽝스러운 상황설정을 통해 스스로가 유치해지고, 웃음거리가 됨으로서 강남의 허세를 조롱하고 희화화하고 있다.



그림 1. 놀이터

그림 2. 버스 안

어린이 놀이터에서 해변의 관광지에 온 듯이 파라솔 아래서 선글라스를 쓰고 랩을 하는 싸이의 모습[그림 1]은 시작부터 황당함과 가벼운 유머로 시작된다. 강남스타일과 어울리지 않는 공간에서, 우스꽝스럽게 강남스타일을 모방한 싸이는 과장된 제스처와 진지한 표정을 연출하며, 어이없는 유치함으로 웃음을 유도한다. 영상 속의 대부분의 공간은 강남적인 부유함이나 고급스러움을 보여주는 곳이 아닌 도시 환경 속의 아파트 놀이터, 관광버스 안, 대중목욕탕, 한강 둔치, 야외 광장, 동네의 장기관, 놀이 공원, 지하철, 테니스장 등 다양한 연령층의 사람들이 집단으로 소통하고 즐길 수 있는 대중적인 장소로 구성되어 연출되었음을 알 수 있다. 이러한 서민적 공간에서의 영상구성은 주체와 환경, 그리고 주체와 사물이 어울리지 않는 키치의 부적절한 혼합, 부조화성으로 연출되고 있다.

대중적 공간에서의 강남스타일에 대한 조소와 실소는 대중들로 하여금 편안한 동질감과 함께 유쾌한 웃음을 유발하고 있으며, 실제 인식의 대상인 강남스타일에 대해 자기 기만적, 환각적인 이차적 정서에 몰입되게 한다. 영상에 등장하는 관광버스 내부의 공간[그림 2]은 중년의 아저씨, 아줌마들이 스트레스를 해소하고, 집단적 카타르시스를 느끼는 놀이 공간이다. 싸이는 버스 안에서 이들과 어울려 역동적인 춤 동작과 노래로 흥을 고조시키며, 현대인의 대중공간에 대한 의미를 키치적 정서로 환원하고 있다. 이와 같이 싸이는 다양한 연령층의 여러 공간을 오가며, 대중들을 위해 유치스러운 강남의 스타일로 의도되고 있으며, 더 이상 상위계층을 대변하는 강남스타일이 아닌, 유쾌한 폭소유발을 위한 기만적 유희의 대상으로 연출되고 있다. 윤진 사회학과 교수는 ‘키치는 사람들이 처음 접했을 때 민망함을 넘어 불쾌할 수도 있을 정도로 가장 원초적인 본성을 자극한다 [27]’고 하였다. ‘강남스타일’의 노래가사 중 ‘낮에 정숙하다 밤이면 미쳐버리는’과 같이 선정적인 노래가사와 말초적 쾌락을 추구하는 표현이 시퀀스 전반에 연출되고 있다. 한강둔치의 요가 하는 여자들을 보는 장면과 지하철에서 현아를 보며 여성의 성적 매력에 탄성을 보내는 모습은 관능적 코드를 드러내지만, 이에 반응하는 싸이의 과장된 몸짓과 바보스러운 제스처가

더욱 부각되고 있다[그림 3][그림 4].



그림 3. 한강둔치

그림 4. 지하철

이는, 선정성을 위한 외설적 연출의 장면구성이 아닌 키치의 과장성을 통한 유머와 폭소의 유발이 연출의도이기 때문이다. 노골적이고 은밀한 섹슈얼리티는 강남스타일의 유치한 캐릭터와의 혼성적 구성을 통해 가벼운 웃음으로 정화되고 있다. ‘동네 삼류 양아치의 한심한 연애질을 여과 없이 드러내는 직설적인 가사, 선정성을 자극하는 여성의 신음효과[28]’로 설명되는 싸이의 양아치 기질, 선정성, 객기 등은 그의 엽기적 성향을 그대로 보여준다. 이를 반영하듯, 지하 주차장에서 맞바람을 맞으며 양쪽에 여자를 끼고 걸어가는 싸이의 모습과 실내 마구간에서 여자에 둘러싸여 춤추는 모습은 성물신주의를 상징하며, 마초주의적 섹슈얼리티를 여과 없이 보여 준다[그림 5][그림 6].



그림 5. 지하주차장

그림 6. 실내마구간

강남스타일을 상징하는 캐릭터에 대한 마초주의와 섹슈얼리티의 혼용적 관계방식을 통한 저급한 묘사는 실제적 진실을 떠난 기만적 유머의 연출이며, 뮤직영상을 통한 키치적 환각성은 관객들의 자의적 비판심리를 유쾌하게 해소하고 있다. 이는 키치가 대상 자체에 대한 문제보다는 대상에 대한 인식의 태도에 의해 관계방식을 설정하고 있음을 알 수 있다.

프로듀서 마르탱 메소니에는 ‘싸이의 뮤직비디오의 가장 큰 콘셉트는 재미있게 즐기자[29]’라고 하였으며, KISS FM 진행자 제시 로자노는 ‘많은 사람이 직장을

구하지 못하고 있고, 또 경제난이죠. ‘강남스타일’은 사람을 행복하고 즐겁게 해줍니다’라고 하였듯이[30] 키치를 통한 유머 코드는 ‘강남스타일’의 기본 영상 의도임을 알 수 있다. 글로벌적 대중정서의 공감 형성을 위해서는 고급 미술처럼 진지하지 않고, 누구나 유쾌하게 즐길 수 있는 유머적 요소를 통해 대중들에게 카타르시스적 쾌감을 제공하고 있음을 알 수 있다. 이는, ‘(키치의) 전복적 감수성이 지금 우리, 나아가 지구촌 사회 저변에 깔린 압도적 정서[31]’임을 알 수 있으며, 싸이 또한 키치적 표현과 정서를 통해 그만의 방식으로 잘 노는 판따라 기질을 세계에 보여주었다. 이는 그린버그가 언급했듯이 키치는 오락을 바라는 대중문화를 기반으로 하며, ‘강남스타일’ 또한 키치를 통해 대중의 웃음과 재미를 유도 하고 있음을 알 수 있다[32].

또한, 문화와 언어가 다른 지역에서의 ‘강남스타일’에 대한 소비에 대해 노형남 고려대학교 교수는 ‘언어가 통하지 않더라도 음악을 통해 인간적 교감과 오락을 위한 메시지가 충분히 전달되고, 일반대중과 감성을 공유하고 집단지성과 일체감을 느낄 수 있기 때문이다[33]’라고 하였다. 이는 ‘강남스타일’을 통해 일심동체의 감동을 공유하기 때문이며, 이는, 인종과 국가의 경계를 넘어선 글로벌적 선풍을 일으킨 키치 특유의 대중 문화성에 기인하기 때문이다.

앞서 언급하였듯이 ‘강남스타일’의 영상 시퀀스는 어설픈 모방, 부조화성, 비백락성, 중층적 구조, 말초적 쾌락, 마초주의적 섹슈얼리티등 키치적 표현으로 구성되었고, 이는 대중문화에 기반한 키치적 요소가 장치되었음을 알 수 있다.

4.2 문화의 확산- 믿음 통한 ‘강남스타일’ 의 세계적 열풍

싸이의 ‘강남스타일’은 동영상 채널인 유튜브(YouTube)와 파급효과가 큰 SNS (Social Network Service)를 통해 전 세계적으로 확산되었다. 접근의 용이성과 즉시적인 파급력을 바탕으로 하는 유튜브는 새로운 문화 전달의 창구가 되고 있으며, 아이돌 팝 스타 저스틴 비버와 캐나다 출신 신인 가수 칼리 래 잭슨은 이를 통해 무명에서 일약 세계적인 스타로 발돋움 할 수 있었

다. 사이의 '강남스타일' 또한 유튜브의 전 세계적인 유행망과 파급효과로 인해 세계적인 열풍을 일으킬 수 있었다. 그 과정을 살펴보면, 초기 단계에서 Justin Bieber의 매니저 Scooter Braun의 '강남스타일'에 대한 유튜브의 '좋아요'의 추천과 사이를 미국으로 초청한 일은 세계적인 주목을 끄는 계기가 되었다. 사회적 영향력이 큰 밈 유발자인 Braun의 '좋아요'의 추천은 영상의 세계적 확산을 촉진하는 계기가 되었고, 이를 통해, 밈의 첫 번째 단계인 우성적 대중문화 요소에 대한 '선택'이 이루어 졌음을 알 수 있다. 이를 계기로 미국 유명 힙합 뮤지션 티페인이 자신의 트위터에 '강남스타일'에 대해 언급하였고, 이후 로비 윌리엄스, 케이티 페리 등의 찬사가 이어지며, 할리우드 셀리브리티들의 바이럴 효과와 함께 SNS를 통한 밈의 수평적 전달이 세계적으로 가속화 되었다[34]. 이는 '강남스타일'의 영상과 음악, 말춤이 선구적인 밈 유발자들의 선택을 기점으로 확산되었으며, 지구촌 대중들의 집단적 선택이 뒤따르게 되었음을 의미한다. 또한, Shifman(2011)은 유튜브의 영상에서 밈을 유발하는 6 가지 특성을 제시하였는데[35], 이는 밈의 첫 번째 단계인 대중의 '선택'을 유도하는 요소이다. 6가지 특성은 1) 평범한 사람 등장 (ordinary people), 2) 조금 모자란 듯한 마초주의 남성 (flawed masculinity), 3) 유머 (humor), 4) 반복성 (repetitiveness), 5) 단순성(simplicity), 6) 특이한 콘텐츠(whimsical content) 이며, 이러한 6가지 특성은 앞서 살펴 본 키치적 표현의 요소와 매우 유사함을 알 수 있으며, 사이의 '강남스타일'은 Shifman의 밈 유발 요소 6 가지 특성과 매우 일치하고 있다. 이는, 키치적 정서가 밈 유발을 위한 우성문화로 작용되며, 키치적 표현과 역량이 밈으로 계속 연계되기 때문이다. 이러한 키치와 밈의 연관성은 대중문화의 전개에 있어서 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다.

서울대 장대익 교수는 사이의 말춤이 전 세계인의 뇌와 몸을 통해 전파 되는 것은 따라 하기 쉽고, 재미있기 때문이며[36], 이러한 밈을 통해 세계적으로 확산된다고 하였다. 카우보이를 연상케 하는 복고풍의 말춤 댄스는 많은 참여자로 하여금 춤동작을 따라하게 하는 집단적 모방효과를 유발하였다. 모방의 형태는 플래시몹,

패러디 영상제작, 댄스 경연대회 등으로 이루어졌으며, 이는 참여자들에 의해 말춤이 이차적으로 재생산되며, 확산되었음을 의미한다.

대규모 플래시 몹(Flash Mob)은 이탈리아 나폴리를 시작으로 2012년 10월 1일 1만 명이 참여하였고, 10월 22일 밀라노에서 2만 명 [그림 7], 11월 10일 로마에서 3만 명이 모였으며, 이러한 연쇄적인 집단 모방 행위는 프랑스로 연결되어 11월 5일 2만 명의 플래시 몹 참여자로 이어졌다. 또한, '강남스타일'을 모방한 '~ 스타일'의 패러디 영상제작이 유행되었고, 하나의 집단적 놀이 문화를 형성하며 세계적인 말춤 열풍을 일으키게 되었다[그림 8].



그림 7. 밀라노 플래시몹 그림 8. 런던 스타일(패러디)

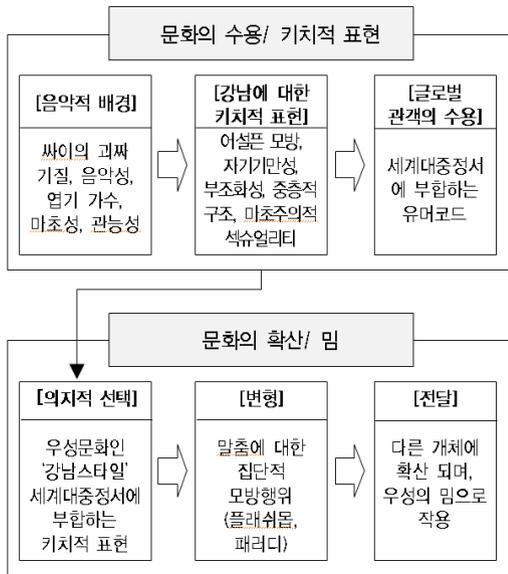
'강남스타일'의 말춤에 대한 모방은 여러 단계를 거치며 변형되는데, 이 복제 과정은 밈의 두 번째인 '변형'의 단계에 속한다. 이는 밈 이론에서 말하는 우성적 문화 요소에 대한 집단적 '선택'에 이은 '변형'이 수용과정에서 이루어 졌음을 알 수 있다. 서울대 장대익 교수는 '지침을 복제하는 경우가 산물을 복제하는 경우보다 복제 충실도가 높다'라고 언급하였듯이[36] 말춤에 대한 라마르크식 유전이 집단적 플래시 몹과 패러디를 통해 이루어졌다. 이는 현대 대중들의 문화적 정서와 선호도가 밈에 의해 전달되고, 표출되었기 때문이다. '강남스타일'의 세계적 확산은 우성적 문화요소에 대한 의지적 '선택', 모방 단계에서의 '변형' 그리고 확산을 위한 '전달'의 반복적인 자기 복제 과정을 통해 이루어졌음을 알 수 있으며, 유전자의 진화같이 대중이 원하는 문화적 요소가 복제되는 밈 현상을 통해 이루어졌음을 알 수 있다.

4.3 소기결론

세계인의 정서적 공감을 호소하는 영상표현은 키치

를 통해 알아보았고, 문화의 확산 과정은 문화 복제이론인 밈을 통해 ‘강남스타일’에 대해 분석하였다. 분석 결과, 키치는 밈의 확산을 유발하는 원인의 단계로 작용하였고, 밈은 키치에 의한 문화적 선택을 전 세계로 확산하는 결과적 단계에 해당됨을 알 수 있었다. 이는, 차용된 두 이론이 인과적으로 연계되어 ‘강남스타일’의 세계적인 열풍과 확산에 대해 살펴 볼 수 있었으며, 고로, 본 연구에서 도출한 연계적 이론은 현대 사회문화 현상적 본질의 한 일면을 설명할 수 있는 분석 모델로 제시하고자 하며, 분석된 결과는 다음[표 3]과 같이 요약되었다.

표 3. 키치와 밈을 차용한 문화의 수용과 확산에 대한 분석 요약



5. 결론 및 제언

싸이의 ‘강남스타일’은 짧은 기간 동안 유례없는 열풍을 일으키며 세계적인 주목을 받았다. 이러한 사회문화 현상에 대해 많은 해석과 설명이 뒤따랐으며, 그 요인에 대한 다양한 의견이 제시되었다. 분명한 것은, 싸이의 영상뮤직 비디오 ‘강남스타일’을 통해 범지구적 공통의 대중정서가 드러났으며, 영상의 확산이 관객의 능동

적인 참여를 통해 급속히 확산되었다는 점이다. 본 연구에서는 이러한 점에 대해 ‘키치’와 ‘밈’ 이론을 차용하여 연계적 분석을 시도하였다. ‘키치’는 대중정서를 반영하는 새로운 예술 장르로 인식되고 있으며, ‘밈’은 새로운 문화 복제 이론으로 사회문화 현상에 대해 기존과 다른 접근을 가능케 하는 이론이다. 키치는 문화요소의 모방을 통한 기만적 유희를 목적으로 감상적 자기만족을 추구하며, 밈은 모방과 복제를 통한 문화의 진화를 목적으로 한다.

본 연구의 결과를 요약하자면, 첫째, 싸이의 괴짜 기질과 음악성이 ‘강남 스타일’의 영상 제작에 인과적으로 적용되어, 싸이만의 엽기적이고 유머스러운 코드가 키치와 혼합되며 표현되었다. 이는 부담 없는 즐거움과 유머를 추구하는 세계대중의 정서에 부합되며, 흥행할 수 있었다. 둘째, 이러한 세계적 관객의 의지적 선택을 유도한 키치적 표현은 우성적 문화요소로서 밈을 유발하는 ‘선택’ 단계로 연계됨을 알 수 있다. 새로운 영상유통매체인 유튜브와 SNS를 통한 밈은 세계 곳곳에서 플래쉬 몹과 패러디 영상 등 집단적 모방행위를 통해 공간의 제약을 벗어난 세계대중의 일체적 카타르시스를 제공하였다. 이를 통해, ‘강남스타일’에 대한 참여자의 이차적 재생산과 함께 원본에 대한 ‘변형’의 과정이 이루어지고, 세계적으로 ‘확산’되는 자기문화복제 현상이 이루어졌음을 알 수 있다. 본 연구를 통해 글로벌 관객이 ‘강남스타일’을 수용하게 된 요인을 ‘키치’의 대중정서의 관점에서 찾을 수 있었고, 본 뮤직영상의 세계적 확산은 문화복제이론인 ‘밈’을 통한 두 이론의 연계적 분석 모델을 통해 살펴볼 수 있었다. 이는 ‘강남스타일’에 대한 대중예술의 의미영역과 진화론적 관점에서의 문화의 확산에 대해 살펴볼 수 있었던 의미 있는 연구라 사료된다.

참고 문헌

[1] 이병애, “독일문학작품에 나타난 키치에 대한 연구”, 독일문학, 제14집, p.73, 1973.
 [2] R. C. Solomon, 김영미 역, *On Kitsch an*

- Sentimentality*, Jacc, 겨울호, p.127, 1991.
- [3] H. Arnold, 최성만, 이병진 역, *예술의 사회화*, 서울 한길사, p.249, 1990.
- [4] C. Greenberg, "Avant-Garde and Kitsch," *Partisan Review*, Vol.6, p.38, 1939.
- [5] 조중걸, *키치, 우리들의 행복한 세계*, 프로네시스, p.9, 2007.
- [6] L. Giesz, *Phanomenologie des Kitsches*, Heidelberg: Rothe, 1960.
- [7] 조중걸, *키치, 우리들의 행복한 세계*, 프로네시스, p.11, 2007.
- [8] 조중걸, *키치, 우리들의 행복한 세계*, 프로네시스, 2007.
- [9] A. Moles, 엄광현 역, *키치란 무엇인가?*, 시각과 언어, p.283, 1996.
- [10] A. Moles, 엄광현 역, *키치란 무엇인가?*, 시각과 언어, p.12, 1996.
- [11] <http://news.hankooki.com/lpage/opinion/201209/h20120919213303113100.htm>
- [12] 윤진, "포스트모던 시대의 대중문화 - 저항과 키치사이-", *프랑스문화예술연구*, 제26집, p.1-29, 2008.
- [13] 조중걸, *키치, 우리들의 행복한 세계*, 프로네시스, p.83, 2007.
- [14] http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=200507191755541&code=990307
- [15] 류승호, "키치와 버네크러 개념의 제품디자인 수용을 위한 이해", *디자인학 연구*, 제3권, 제18호, pp.199-208, 2005.
- [16] C. Philip, "Kitsch," *British Journal of Aesthetics*, Vol.23, No.1, pp.48-52, 1983.
- [17] R. Dawkins, *The Selfish Gene*, Oxford University Press, 2nd Edition, 1989.
- [18] R. Dawkins, *The Selfish Gene*, Oxford University Press, 2nd Edition, p.192, 1989.
- [19] 수전 블랙모어, 김명남 역, *밈*, 바다출판사, 2010.
- [20] 앨런 그래핀, 마크 리들리, 이한음 역, *리처드 도킨스, 우리의 사고를 바꾼 과학자*, 을유 문화사, p.254, 2007.
- [21] 수전 블랙모어, 김명남 역, *밈*, 바다출판사, 2010.
- [22] T. Dobzhansky, *Genetics of the Evolutionary Process*, Columbia Univ. Press, 1970.
- [23] 수전 블랙모어, 김명남 역, *밈*, 바다출판사, 2010.
- [24] <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=104245>
- [25] 이동연, "내가 아는 '싸이'에 관한 모든 것", 제72호, 인물비평, 겨울호, pp.307-330, 2012.
- [26] <http://starin.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?newsid=01121766599630600>
- [27] 연세대학교 경영학과 실천마케팅학회, "'강남스타일'이 증명한 키치효과", 제11호, pp.65-70, 2012.
- [28] 이동연, "내가 아는 '싸이'에 관한 모든 것", 제72호 인물비평, 겨울호, pp.309, 2012.
- [29] MBC 스페셜, "싸이 Go, 세계는 강남스타일", 2012
- [30] MBC 스페셜, "싸이 Go, 세계는 강남스타일", 2012
- [31] <http://news.hankooki.com/lpage/opinion/201209/h20120919213303113100.htm>
- [32] C. Greenberg, "Avant-Garde and Kitsch," *Partisan Review* 6, p.38, 1939.
- [33] 노형남, "여흥, 모방예술, 관광 브랜딩의 정향변화", *관광연구*, 제27권, 제6호, pp.239-258, 2013.
- [34] <http://www.policymic.com/articles/19339/gangnam-style-what-the-psy-song-means-and-why-it-went-viral>
- [35] L. Shifman, "An Anatomy of a YouTube Meme," *New Media and Society*, Sage Publications Ltd, 2011.
- [36] 장대익, "밈 이론이 제시하는 도발적인 세계관", *한평생의 지식*, 민음사, 2012.

저 자 소 개

이 현 석(Hyunseok Lee)

정회원



- 1999년 2월 : 광주대학교 산업디자인학과(학사)
 - 2001년 9월 : Bournemouth University(영국), Computer Animation(MA)
 - 2012년 9월 : Loughborough University(영국), Animation(PhD)
 - 2013년 3월 ~ 현재 : 동서대학교 디지털콘텐츠학부 조교수
- <관심분야> : 디지털 콘텐츠, 애니메이션, 디지털 콘텐츠 다큐멘터리