

# 국내 뮤직비디오에 나타난 성역할 고정관념: 노래 장르와 성별 차이를 중심으로

## Gender Display in Music Videos: Gender Image and Sexuality by Genre and Gender

조수선

대진대학교 신문방송학과

Susan Joe(sjoe33@hanmail.net)

### 요약

본 연구는 국내 뮤직비디오에 나타난 성역할 고정관념의 재현과 구성방식을 알아보기 위해 젠더 이미지 및 선정성 유형과 관련하여 내용분석을 시도했다. 이를 위해 2004년부터 2013년까지의 각 연도별로 뮤직비디오가 있는 30위까지의 노래 총 300개와 각 노래의 뮤직비디오 상에서 주요 역할을 하는 남녀 한명씩, 총 517명의 등장인물이 선정되었다. 등장인물에 대한 성역할 고정관념은 노래 장르와 성별로 구분하여 젠더 이미지의 유형과 선정성(신체노출, 성적표현)의 유무로 측정되었다. 젠더 이미지는 여성은 고전적 이미지가 가장 많이 나타났고 남성은 순정적 이미지가 가장 많이 나타났다. 여성의 이미지는 거의 변화가 없었고 남성 이미지의 경우 중성적 이미지는 가장 적었으나 증가하는 추세를 보여주었다. 고전적 이미지가 가장 많이 나타난 장르는 R&B와 발라드였고 순정적 이미지가 가장 많이 나타난 장르는 발라드, R&B와 록이었다. 선정성은 댄스곡과 힙합에서 더 많이 나타났다. 신체노출에 있어서 여성은 모든 부위에서 남성보다 더 높은 비율로 나타났다. 성적표현에 있어서 여성은 표정유혹이 남성은 성적자세가 상대적으로 많이 나타나 성역할 고정관념이 뚜렷하게 나타났다.

■ 중심어 : | 뮤직비디오 | 젠더 이미지 | 선정성 | 고정관념 | 내용분석 |

### Abstract

The purpose of this study was to examine stereotype of gender role in music video, comparing of gender image, sexuality(body exposure & sexual expression) by genre and gender difference. A content analysis of 300 songs and 517 characters was conducted between 2004 and 2013. Results were including followings. While women engaged in classic image, man engaged in naive image. R&B and Ballad demonstrated more classic image of women. Ballad, R&B, and Rock demonstrated more naive image of men than other genre. Sexuality was more prominent in dance and hip-hop genre. Compared to male character, female character was more sexually objectified, held to exposurer herself and more likely to demonstrated sexually alluring behavior.

■ keyword : | Music Video | Gender Display | Stereo Type | Sexuality | Content Analysis |

\* 본 연구는 대진대학교 교내연구비로 수행되었습니다.

접수일자 : 2014년 05월 14일

수정일자 : 2014년 07월 02일

심사완료일 : 2014년 07월 02일

교신저자 : 조수선, e-mail : sjoe33@hanmail.net

## 1. 서론

‘미디어의 콘텐츠가 그 수용자들에게 영향을 미친다.’라는 말은 뉴스나 드라마에 한정되는 명제는 아니다. 현재의 ‘멀티미디어’ 환경에서는 전형적인 신문이나 방송채널의 유통방식을 통한 뉴스나 드라마 이외에 유튜브나 블로그 등을 통한 짧은 길이의 콘텐츠 유통방식 역시 대중화 되어가고 있다. 이러한 다양한 미디어 환경에서, 뮤직비디오는 과거 대중가요의 부수적인 제작물, 홍보물, 프로그램을 구성하는 한 부분(예를 들어, 엔딩 크레딧 등)으로 기능을 넘어 하나의 완성물로서 대중문화의 주요 콘텐츠가 되어가고 있다. 2012년 가수 사이의 ‘강남 스타일’의 경우, 유튜브를 통한 뮤직비디오 확산은 싸이와 그의 노래가 세계적으로 인기를 얻을 수 있었던 가장 큰 요인이라 할 수 있다.

뮤직비디오의 영향력이 증대되고 있는데 비해 국내 뮤직비디오의 생산시장은 그 규모가 크지 않다. 국내의 경우 몇몇 뮤직비디오 제작자들에 의해 이루어지고 있으며 제작비 자체가 소규모로 할당되므로 이들 제작자들 사이에는 작품의 완성도를 높이기 위한 노력보다는 제작비와 기간에 맞추는 것을 더 중요하게 생각하는 풍조가 만연하다[1].

영상 미디어로서 뮤직비디오는 청소년과 젊은이들 층에 텔레비전의 일반적인 콘텐츠보다 더 강력한 영향을 발휘할 수 있다. 국내의 연구는 아직까지 청소년들이 어떤 종류의 미디어 콘텐츠를 이용하는가에 대한 체계적인 현황 연구는 이루어지지 않고 있다. 다만 한국 청소년진흥원이 청소년의 미디어 이용을 TV/DVD와 개인 컴퓨터 이용을 나누어 패널조사를 실시한 바 있다 [2]. 이 조사의 대상이 된 중학교 2학년생들의 컴퓨터 이용과 관련 순위를 살펴보면 남학생은 게임, 오락 다음으로 학습 이외의 정보 검색 및 자료(음악·영화 파일 등) 이용이 가장 많은 것으로 나타났다. 여학생의 경우는 학습 이외의 정보 검색 및 자료(음악·영화 파일 등) 이용이 가장 많은 것으로 나타났다[2]. 따라서 청소년들의 경우 일반 텔레비전 음악 프로그램이나 오락쇼 엔딩 부분에 나타나는 뮤직비디오 시청 이외에도 능동적으로 인터넷이나 모바일을 통해서 뮤직비디오를 이용하

고 또한 노출될 확률이 크다는 것을 알 수 있다.

미디어의 콘텐츠는 현실상황이나 사회규범을 반영한다. 뮤직비디오의 경우 다른 어떤 수용자층보다 청소년이나 젊은이들이 가장 많이 노출된다고 할 수 있으므로 이들의 사회화에 영향을 미치는 중요한 콘텐츠이다. 또한 이성 간에 적절한 행동이 무엇인지, 어떤 직업을 선택해야 하는지 등에 대한 아이디어를 제공함으로써 젠더 역할 구분의 기준과 틀을 형성하게 한다. 청소년층의 뮤직비디오의 주요 이동 동기 중 하나는 그들 자신과 다른 사람들에 대해 학습하고 세상에 대한 이해를 얻기 위하는 것이다[3].

따라서 본 연구는 국내 뮤직비디오의 콘텐츠 상에서 나타나는 성역할 고정관념과 관련된 젠더 이미지, 그리고 선정성 유형의 정도와 차이를 알아보고자 한다.

## II. 문헌연구 및 연구문제

### 1. 뮤직비디오의 부정적 영향력

일반적으로 미디어의 콘텐츠는 수용자들에게 현실을 재구성 할 수 있도록 도와주는 기능을 갖고 있다. 사회적 학습 이론에 따르면 미디어 수용자들은 그들이 노출되는 콘텐츠를 통해 직접 경험하지 않고도 인간관계, 사건의 전후, 대상에 대한 파악 등에 관해 학습하고 이를 모델링한다. 미디어 수용자들에게 내재되어 있는 고정관념은 매우 집요하여 쉽게 변화하지 않으며 특히 텔레비전 시청에 의해서 형성되는 스키마의 덩어리로 구성된다. 디지털 미디어가 상용화되는 현재는 비단 텔레비전의 콘텐츠뿐만 아니라 인터넷이나 모바일을 통한 적극적 이용의 결과로서 고정관념이 형성되고 지속된다고 볼 수 있다. 아직 성인이 되지 않은 청소년층은 어떠한 미디어의 콘텐츠에 지속적으로 노출되느냐에 따라 특정한 대상과 이슈에 대한 고정관념이 누적되어 부정적 영향을 받기 쉬운 계층이다. 다양한 미디어 콘텐츠들 중에서 특히 뮤직비디오는 부정적 효과가 더 많이 드러나는 영역이다. 뉴스를 많이 보는 청소년들은 음주운전에 대한 위험도를 더 강하게 지각하는 반면, 뮤직비디오를 많이 보는 청소년들은 음주운전에 대한 위험

도에 대해 부정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 뉴스나 뮤직비디오나 둘 다 청소년의 위험인지에 영향을 미치는 것은 확실하나 뉴스시청은 긍정적으로 작용한 반면 뮤직비디오 시청은 부정적으로 작용하였다. 이는 뉴스와 달리 뮤직비디오의 콘텐츠는 술, 담배, 마약, 폭력, 그리고 음주운전 등과 같은 일련의 위험행동들을 많이 보여주고 있으나 이러한 위험행동들에 의한 비극적 결말에 대해서는 보여 주지 않기 때문이다[4].

뮤직비디오의 성적 콘텐츠의 부정적 영역은 여성에 대한 성적 대상화 문제로 이어진다[5]. 여성 가수의 선정성이 강하게 표현된 뮤직비디오에 노출된 남자 대학생들은 선정성이 약하게 표현된 뮤직비디오에 노출된 남자 대학생들보다 더 많은 적대적 성적 신념과 여성에 대한 개인적 폭력 및 성희롱의 허용정도가 높게 나타났다고 한다[6][7].

이러한 뮤직비디오의 부정적인 영향을 알아보기 위해서는 그 전제조건으로서 현재 국내에서 제작, 유통, 노출되는 뮤직비디오에 대한 체계적인 내용분석이 요구되는바 다음에서는 뮤직비디오의 내용분석의 기준과 틀에 대한 기존의 연구 및 논의를 제시하고자 한다.

## 2. 성역할과 관련된 뮤직비디오의 내용분석

### 2.1 성별 차이

뮤직비디오 등장초기 주로 미국에서 실시된 내용분석 연구 결과에 의하면 뮤직비디오의 성적 콘텐츠는 직접적인 성행위를 보여 준다기보다는 가벼운 신체적 접촉, 자극, 옷차림 등을 통해 암시적인 전략을 취하는 것으로 나타났다. 또한 여성은 남성들이 생색을 내기위한 대상으로써 보여 지고 ‘거의 벗다시피 한 모습’으로 나오는 경우가 많았다. 여성가수들은 남성가수보다 주도하는 역할보다는 지원하는 역할을 더 많이 하는 것으로 나타났으며 그들의 음악적 능력보다는 신체적 외모를 강조하는 방식이다[8]. 남성은 여성보다 더 모험적, 지배적, 공격적, 폭력적인 인물로 나타났고 여성은 남성보다 다정하고, 의존적이고, 보살피주고, 두려워하는 인물로 나타났다. 또한 여성은 남성보다 압도적으로 드러나는 옷을 입거나 성적행동을 불러일으키거나 사랑을 받는 인물로 묘사되었다[9].

고프만의 젠더 표현(gender display)에 착안한 비언적 커뮤니케이션 분석을 바탕으로 이루어진 뮤직비디오 내용분석에서도 여성은 복종적이고 남성은 공격적인 비언어적 커뮤니케이션을 구사하는 것으로 나타나 성적 대상으로서 여성에 관한 고정관념을 강화시키는 표현이 만연하게 퍼져 있음을 알 수 있다[10].

### 2.2 장르별 차이

이러한 젠더간 불평등성은 록 뮤직비디오 뿐만 아니라 상대적으로 여성가수가 활발히 활동하고 여성 청취자가 선호하는 컨트리 음악에서도 나타난다. 컨트리 음악의 뮤직 비디오는 여성가수인 경우 대부분 여성이 진보적으로 표현되었으나 남성가수의 뮤직비디오와 남성이 중심역할로 나온 뮤직비디오의 경우 여성은 여전히 성적 대상이거나 희생자, 그리고 복종적인 여성의 이미지로 표현되었다[11]. 록과 컨트리의 경우보다 더 심각한 남녀간 성역할의 차이를 보여주는 것이 흑인음악 채널의 콘텐츠이다. 랩은 성역할 고정관념이 매우 뚜렷하게 나타날 뿐만 아니라 물질만능주의와 더불어 여성혐오적(misogyny) 콘텐츠가 우세한 것으로 나타났다. 다른 어떤 음악 장르보다 여성의 캐릭터가 성적 대상화되어 있고 여성평화적 장면이 가장 많이 나타났다[12].

흑인 여성 가수와 백인 여성 가수의 뮤직비디오를 분석한 결과 인종적 변인에서 오는 차이는 흑인 여성 가수가 백인 여성 가수보다 도발적인 옷차림이 더 심한 것 이외에는 여성에 관한 성역할 고정관념은 인종적 차이와 상관없이 나타났다. 노래 장르별 구분에서는 팝 뮤직비디오에 나타난 여성은 힙합과 R&B 뮤직비디오에 나타난 여성보다 더 많은 성적 응시의 대상화가 이루어진 콘텐츠로 구성되어 있었다[5].

노래 장르에 따른 뮤직비디오의 내용 및 차이를 분석하고자 시도한 태퍼와 쏘선(Tapper & Thorson)의 연구 결과에 의하면 컨트리 뮤직은 선정성과 폭력성이 가장 적게 나타나고 카메라 효과나 모순적인 화면 순서가 거의 나타나지 않은 장르이다[13]. 헤비메탈 록 뮤직비디오는 흑인음악에 비해 선정성은 덜 나타나고 슬로우 모션 같은 카메라의 움직임이 많이 보여진다. 팝 뮤직비디오는 선정적 장면이 많이 나오며 주도적 역할을 하

는 인물은 대부분이 백인 남성이다. 이러한 연구 결과들을 종합하자면 뮤직비디오의 성역할과 관련하여 볼 때 등장인물의 이미지와 선정성의 정도는 성별은 물론 장르별 차이가 존재한다고 할 수 있다.

### 3. 국내 뮤직비디오 내용분석과 연구문제

이제까지 본 바와 같이 미국의 뮤직비디오 내용분석 연구는 MTV 도입 초기부터 40여년을 지속적으로 활발하게 이루어져 오고 있으나 미국의 채널별, 장르별 분류방식을 국내의 뮤직비디오 현실에 그대로 도입하기에는 무리가 있다. 미국은 랩, R&B, 헤비메탈 록, 팝, 컨트리 등으로 구분하지만 국내에서의 일반적인 분류 기준은 랩, 힙합, 댄스, R&B, 발라드, 록, 트로트 등으로 구분하는 방식이 대중적이다. 국내의 경우 헤비메탈 록은 순위권 안에 드는 경우가 드물고 록으로 분류된 대부분의 노래는 소위 ‘소프트 록’이라 불린다. 뮤직비디오의 형식은 앤 캐플란의 분류 방식이 있으나 이 역시 국내의 현실에 대입하기에는 모호하다. 앤 캐플란[14]은 뮤직비디오에 나타난 고전주의적 시선거부와 전통적인 성역할의 해체가 새로운 여성상을 제시하는 것으로 보고 있다. 그러나 국내의 경우 전통적인 서사구조가 아닌 포스트모던 형식에서 나타난 여성에 대한 성적 표상들 역시 성의 구분을 모호하게 하는 제시형식만 차이가 있을 뿐 여전히 남성적 시각이 지배적이다[15].

김훈순[15]에 의하면 순정적 남성이미지는 전통적인 남성이미지와 대비되기는 하나 사랑지상주의를 강화함으로써 전통적인 순정적 여성이미지의 당위성을 공고히 하는 기제로 작용하고 있는 바 포스트모던의 형식을 갖추고는 있으나 기존의 거부정적 질서를 여전히 유지하고 있는 문화상품으로 보고 있다. 가수의 성별에 따라 여자가수의 경우는 사랑받는 대상으로서 소극적이고 수동적인 주제로 표현되거나 성적 대상이 되는 도발적이고 관능적인 팜프파탈형으로 양극화된 이미지로 나타났다.

양정혜[1]는 뮤직비디오에 나타난 전형적인 등장인물과 스토리라인을 제작관행에 대한 인터뷰를 시도함으로써 분석하고자 했다. 제작자들의 무의식적 관행에 의해 입증된 인물과 공식에 의존하는 방식이 가장 일반

적으로 나타났다. 뮤직비디오는 비주얼의 중요성이 강조되므로 남성의 직업으로 나타나는 폭력배, 목사, 경찰 등의 동선이 활발하게 표현될 수 있는 직업을 설정한 결과라 할 수 있다. 여주인공의 긴 생머리와 흰색 옷 역시 나부끼는 머리와 치마를 보여주어야 하는 제작자의 고정관념에 의한 결과라는 것이다. 특히 사랑이 주제가 되는 뮤직비디오에서 전형적으로 나타나는 거부장적인 남성과 여성 관계에 대해서 현장의 제작자들은 이러한 방식이 의식의 부재라고 알아차리기 보다는 일반적인 남녀의 모습이라고 판단하는 것으로 나타났다. 전형적 표현방식에서 탈피한 개혁적이거나 실험적인 남녀관계는 정상적인 관계가 아니라는 거부감을 안고 있으므로 거부장적 젠더 질서를 끊임없이 생산해내고 있는 것이다.<sup>1)</sup>

이상에서 논의된 바와 같이 뮤직비디오의 내용분석 결과는 연구자들 간 유사하게 나타난다. 그럼에도 불구하고 본 연구가 뮤직비디오의 성역할 고정관념에 대한 내용분석을 시도하는 이유는 첫째, 미국 연구의 노래 장르 및 뮤직비디오의 형식, 그리고 주요 주제를 국내 가요계 실정에 적용하기에는 무리가 있다. 대중적이라고 판단되는 노래의 장르 구분과 뮤직비디오의 제작형식이 다르고 우리의 경우 인종적 문제는 아직까지 문제가 되지 않는다. 둘째, 국내의 여성주의적 시각의 연구는 성역할 고정관념에 대한 비판을 제기했다는 측면에서 그 의미가 크다고 할 수 있으나 실증적 연구보다는 문화연구의 배경을 바탕으로 하고 있는 질적 연구이므로 현황과 관련된 구체적이고 세부적인 기준을 중심으로 객관적인 증명을 위한 계량분석이 필요하다. 셋째, 국내외 뮤직비디오 내용분석 관련 많은 연구들은 대부분 단기적 연구에 치중하고 있는바 장기간의 데이터가 누적된 가운데 뮤직비디오의 젠더 고정관념을 파악할 수 있는 연구가 필요한 시점이다. 따라서 본 연구의 목적은 지난 10년간 노래 장르와 성별 뮤직비디오에 나타난 젠더 이미지, 선정성의 유형(신체노출, 성적표현)을 중심으로 성역할 고정관념에 대한 재현과 구성방식이

1) 양정혜(2004)의 연구에서는 인터뷰 대상자의 성별을 밝히고 있지 않다. 앤서이저와 로(1999)의 연구에 의하면 컨트리 뮤직 비디오의 제작자의 성별은 남성이 94.4%로 압도적으로 많은 것으로 나타났다.

어떻게 변화해 왔는가를 알아보고자 하는 것이다. 이를 위한 연구문제는 다음과 같다.

- <연구문제 1> 연도별 뮤직비디오 등장인물의 이미지의 차이는 어떻게 나타나는가?
- <연구문제 2> 노래 장르별 뮤직비디오 등장인물의 이미지의 차이는 어떻게 나타나는가?
- <연구문제 3> 노래 장르별 뮤직비디오 등장인물의 선정성의 유형 차이는 어떻게 나타나는가?
- <연구문제 4> 뮤직비디오 등장인물의 성별간 선정성의 유형 차이는 어떻게 나타나는가?

### III. 연구방법

#### 1. 분석대상과 단위

본 연구는 2004년부터 2013년까지의 10년 기간 동안 인터넷과 모바일을 기반으로 하는 국내 대중음악 서비스 사이트인 '멜론'의 각 연도별 순위목록에서 뮤직비디오가 제공되는 상위 30개의 곡을 분석대상으로 설정하였다. 뮤직비디오는 청소년과 젊은이들이 주로 소비하는 콘텐츠로서 물론 텔레비전 방송의 음악 채널과 프로그램이 존재하지만 텔레비전 시청에 의하기 보다는 능동적으로 해당 노래 콘텐츠를 다운받아 사용하는 경우가 더 많다고 판단했기 때문이다. 코딩작업은 수도권 대학의 신문방송학과 졸업생 1명과 4학년생 2명이 참여했고 이 세 명의 코더는 세 차례의 모임을 통해 유목에 대한 설명과 코딩 기술에 대한 교육을 받았다. 먼저 30개의 노래를 무작위로 선정하여 예비 테스트를 시행한 후 2주간에 걸쳐 전체 분석을 완료했다.

분석단위는 노래와 등장인물 두 가지로 나뉜다. 노래는 노래의 장르와 등장인물을 선정하기 위한 기본단위이며, 등장인물은 각 노래에 나타나는 주요 남녀 등장인물이다. 일반적으로 장면을 분석단위로 하는 연구에서는 무작위로 추출된 장면을 분석하고 있으므로 전체 줄거리에 대한 맥락이 무시되어 있는 경향이 있다. 또한 전체 장면의 수에서 분석된 장면 수의 비율이 결과로 나타남에 따라 각 노래별 등장인물에 대한 비교를

하기 어려운 점이 있다. 따라서 본 연구는 주요 등장인물이 뮤직비디오 전체적인 흐름에서 보여주는 이미지와 더불어 실제적으로 행하는 신체노출과 성적표현의 장면이 있는지에 대한 분석을 실시함으로써 한 노래에 나타나는 등장인물을 좀 더 총체적으로 파악하고 비교하고자 했다.

뮤직비디오 등장인물이 모두 여자인 경우, 또는 모두 남자인 경우는 1명만 선택되었다. 노래는 총 300개, 등장인물은 총 517명이 선정되었다. 각 유목별 코더간 신뢰도는 크론바흐 알파(Cronbach's alpha)로 측정되었고 다음과 같다[표 1].

표 1. 분석유목과 신뢰도

유목		항목	신뢰도	
노래장르		발라드/댄스/R&B/록/힙합/기타	.90	
이미지		여성-고전적/이중적/독립적	.75	
		남성-전통적/순정적/중성적	.76	
선정성	신체노출	가슴	유/무	.92
		배/골반	유/무	.85
		엉덩이	유/무	.82
		허벅지	유/무	.80
	성적표현	성적동작	유/무	.82
		성적자세	유/무	.78
표정유혹		유/무	.81	

#### 2. 분석유목의 정의와 측정

##### 2.1 노래의 장르와 뮤직비디오의 형식

노래의 장르는 '멜론' 순위에 표기되어있는 기준을 중심으로 발라드, 댄스곡, 록, R&B, 힙합, 랩, 기타로 분류했고 국내에서는 힙합과 랩을 뚜렷이 분류하지 않은 관례에 따라 랩은 힙합에 포함시켰다. 어쿠스틱과 재즈인 경우 그 수가 적어 기타로 분류하였다.

##### 2.2 등장인물의 이미지

등장인물 이미지에 관한 그동안의 선행연구를 종합하여 정리한 이화정의 연구는 남녀 공통적으로 성격(온순/강함), 정의식(보수적/개방적), 문제해결 방법(타인주도/자기주도), 타인과의 관계(수동적/동등하거나 주도적)를 비교하고 있다. 성별간 외형적 특성으로 여성

은 치장형과 순수형으로 분류했고 남성은 헤게모니형과 뉴맨형으로 분류했다[16][17]. 그러나 위 연구의 선행연구들은 등장인물의 이미지를 세부적으로 분류한 결과, 이러한 세부유목을 종합한 의미의 남녀 이미지를 보여주고 있지 않다. 드라마의 형식과 달리 뮤직비디오는 축약적이고 때로는 비선형적인 형식이므로 세부적인 정보와 대사가 부재한 상황에서 이미지를 분류해야 한다. 따라서 본 연구는 특히 뮤직비디오에 초점을 맞춘 김훈순(여성: 청순/관능/노출, 남성: 마초/ 중성)과 수용자가 판단하는 드라마에 나타나는 여성상을 분석한 김선남, 장해순, 정현욱(전통적/수퍼우먼/진보적)의 연구에서 분류한 종합적 이미지를 바탕으로 수정 보완한 항목을 적용하였다[15][18]. 연구자와 3명의 코더들은 아후비아(Ahuvia)의 수용기반 분석기법<sup>2)</sup>을 통해 약식 FGI 형식을 갖춘 논의 하에 여성과 남성으로 나누어 각각 세 개의 이미지 항목을 만들었다. 여성 등장인물의 이미지는 고전적, 이중적, 독립적으로 분류했다. 고전적 여성의 경우 청순하고 사랑스러우며 남성의 사랑을 받는 대상으로서 순종적인 역할을 하는 여성으로 정의했다. 이중적 여성은 도발적이고 성적매력을 발산하고 진보적인 여성을 추구하는듯하나 결국 남성의 사랑을 얻고자 하는 여성으로 정의했다. 독립적 여성은 도발성이나 성적매력의 유무와 관계없이 남성의 시선이나 사랑을 의식하지 않고 행동하거나 자신을 표현하는 여성으로 정의했다. 남성 등장인물의 이미지는 전통적, 순정적, 중성적으로 분류했다. 전통적 남성은 매스 미디어에 나타나는 가정 전형적인 스타일로 강인하고 지배적이며 여성을 보호하거나 지배하는 남성으로 정의했다. 순정적 남성은 여성과 다정다감하게 소통하고 여성의 모성본능을 자극할 수 있는 남성으로 정의했다. 중성적 남성은 소위 ‘메트로 섹슈얼’로써 여성을 의식하기 보다는 자신을 치장하고 자신을 사랑하는 것이 중요한 것으로 보이는 남성으로 정의했다. 기타는 변태, 좀비, 단순공연 관람이나 그림자로 실루엣만 나타나는 경우에 해당한다.

### 2.3 선정성

선정성은 뮤직비디오의 성적 대상화를 분석한 오브리와 프리스비(Aubrey & Frisby)가 개발한 유목을 본 연구에 맞게 적용하였다[5][6]. 선정성은 우선 신체 노출과 성적 표현으로 나누고 신체 노출은 가슴 노출, 배/골반 노출, 엉덩이 노출, 허벅지 노출의 유/무, 그리고 성적표현은 성적 동작, 성적 자세, 표정 유혹의 유/무로 구성하였다.

신체노출은 가슴 노출(여성의 경우는 가슴골, 남성의 경우는 가슴근육이 나타나는 유/무로 측정하였다), 배/골반 노출, 엉덩이 노출, 허벅지 노출의 그 유/무를 측정하였다. 등장인물의 신체적 노출의 정도는 옷을 입었거나 벗었거나 상관없이 노출적으로 보여 지거나 부분적으로 보여 지는 것도 포함한다. 성적표현은 키스나 애무 그 밖의 성행위가 분명히 나타나는 경우 성적동작으로, 성적자세는 도발적인 자세를 취하는 동작, 표정유혹은 얼굴에서 나타나는 도발적인 표정(예; 게슴츠레한 눈, 벌린 입술 등등)의 유/무를 측정하였다.

## IV. 결과

### 1. 연도별 등장인물의 이미지

<연구문제 1> 연도별 뮤직비디오 등장인물의 이미지의 차이는 어떻게 나타나는지를 알기 위해 우선 여성과 남성 등장인물을 집단별로 나누어 해당 이미지를 측정하고 각각 연도별, 등장인물의 이미지에 대한 교차분석을 실시하였다[표 2][표 3]. 연도별 여성의 이미지 교차분석 결과는 통계적으로 유의미하지 않았고 남성의 이미지 교차분석은 통계적으로 유의미하게 나타났다( $X^2 = 58.750, p < .001$ ). 여성과 남성 이미지 모두 연도에 의한 점진적 증가나 감소는 뚜렷이 나타나지 않았다. 이에 연도를 2004년부터 2008년까지 5년간, 그리고 2009년부터 2009년부터 5년간 두 시기로 나누어 부가적인 분석을 실시하였다. 여성 이미지 결과는 여전히 통계적으로 유의하지 않았지만 남성 이미지 결과는 통계적으로 유의하였다. 두 시기별 남성 이미지 교차분석 결과, 전통적인 남성은 변화가 없었으나 순정적 남성은

2) A. Ahuvia, "Traditional, interpretive and reception-based content analysis," *Social Indicators Research*, 54(2), pp.139-172, 2001.

감소한 반면 중성적 남성의 이미지는 증가한 것으로 나타났다.

표 2. 연도별 여성 이미지

연도	고전적	이중적역할	독립적	기타	전체
2004	12(9.4)	4(5.3)	3(5.0)	0(0.0)	19(7.2)
2005	12(9.4)	6(8.0)	8(13.3)	0(0.0)	26(9.9)
2006	10(7.9)	7(9.3)	10(16.7)	0(0.0)	27(10.3)
2007	16(12.6)	9(12.0)	4(6.7)	0(0.0)	29(11.0)
2008	15(11.8)	8(10.7)	6(10.0)	0(0.0)	29(11.0)
2009	17(13.4)	6(8.0)	3(5.0)	0(0.0)	26(9.9)
2010	5(3.9)	13(17.3)	8(13.3)	1(1.0)	27(10.3)
2011	12(9.4)	8(10.7)	9(15.0)	0(0.0)	29(11.0)
2012	16(12.6)	6(8.0)	3(5.0)	0(0.0)	25(9.5)
2013	12(9.4)	8(10.7)	6(10.0)	0(0.0)	26(9.9)
전체	127(100)	75(100)	60(100)	1(100)	263(100)

$X^2 = 32.505, p = .214$

괄호 안은 % 임.

표 3. 연도별 남성 이미지

연도	전통적	순정적	중성적	기타	전체
2004	7(6.7)	13(11.9)	7(19.4)	0(0.0)	27(10.6)
2005	14(13.5)	12(11.0)	2(5.6)	0(0.0)	28(11.0)
2006	6(5.8)	21(19.3)	1(2.8)	0(0.0)	28(11.0)
2007	14(13.5)	12(11.0)	1(2.8)	1(20.0)	28(11.0)
2008	12(11.5)	14(12.8)	0(0.0)	0(0.0)	26(10.2)
2009	6(5.8)	11(10.1)	3(8.3)	0(0.0)	20(7.9)
2010	14(13.5)	3(2.8)	3(8.3)	1(20.0)	21(8.3)
2011	13(12.5)	3(2.8)	7(19.4)	0(0.0)	23(9.1)
2012	12(11.5)	8(7.3)	6(16.7)	1(20.0)	27(10.6)
2013	6(5.8)	12(11.0)	6(16.7)	2(40.0)	26(10.2)
전체	104(100)	109(100)	36(100)	5(100)	254(100)

$X^2 = 58.750, p = .000$

괄호 안은 % 임.

## 2. 노래 장르별 이미지

<연구문제 2> 노래 장르별 뮤직비디오 등장인물의 이미지의 차이는 어떻게 나타나는지를 알기 위해 각각 장르별, 성별 이미지에 대한 교차분석을 실시하였다. 장르별 여성의 이미지 교차분석 결과는 통계적으로 유의미했다( $X^2 = 59.190, p < .001$ ). 전체적으로 고전적 여성이 48.3%로 가장 많이 나타났고 그 다음 이중적 역할의 여성이 28.5%, 그리고 독립적 여성이 22.8%의 순으로 나타났다. 고전적 여성은 R&B에서 80.0%, 록에서 61.9%, 발라드에서 60.5%, 힙합에서 44.2%로 나타난 반면 독립적 여성은 댄스곡에서 41.4%로 나타났다[표 4].

표 4. 노래장르별 여성 이미지

	발라드	댄스곡	록	R&B	힙합	기타	전체
n	86	87	21	25	43	1	263
고전적	52 (60.5)	23 (26.4)	13 (61.9)	20 (80.0)	19 (44.2)	0 (0.0)	127 (48.3)
이중적	23 (26.7)	28 (32.2)	6 (28.6)	2 (8.0)	16 (37.2)	0 (0.0)	75 (28.5)
독립적	11 (12.8)	36 (41.4)	1 (4.8)	3 (12.0)	8 (18.6)	1 (100.0)	60 (22.8)
기타	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (4.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.4)

$X^2 = 59.190 \quad P = .000$

괄호 안은 % 임.

장르별 남성의 이미지 교차분석 결과는 통계적으로 유의미했다( $X^2 = 49.704, p < .001$ ). 전체적으로 순정적 남성이 42.9%로 가장 많이 나타났고 그 다음 전통적 남성이 40.9%, 중성적 남성이 14.2%의 순으로 나타났다. 순정적 남성은 발라드에서 59.9%, R&B에서 53.8%, 록에서 52.2%로 가장 높게 나타났고, 그리고 댄스곡에서 30.4%로 가장 낮게 나타났다. 힙합과 댄스곡에서는 전통적인 남성이 가장 높은 비율로 나타났는데 각각 47.1%와 41.7%를 차지했다[표 5].

표 5. 노래장르별 남성 이미지

	발라드	댄스곡	록	R&B	힙합	기타	전체
n	86	87	21	25	43	1	263
전통적	37 (39.8)	25 (41.7)	7 (30.4)	11 (42.3)	24 (47.1)	0 (0.0)	104 (40.9)
순정적	52 (55.9)	15 (25.0)	12 (52.2)	14 (53.8)	16 (31.4)	0 (0.0)	109 (42.9)
중성적	4 (4.3)	15 (25.0)	4 (17.4)	1 (3.8)	11 (21.6)	1 (100.0)	36 (14.2)
기타	0 (0.0)	5 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (2.0)

$X^2 = 49.704 \quad P = .000$

괄호 안은 % 임.

## 3. 노래장르별 선정성의 유형

<연구문제 3> 노래 장르별 뮤직비디오 등장인물의 선정성의 유형 차이를 알아보기 위해 장르별 신체노출과 성적표현에 대한 교차분석을 실시하였다. 먼저 신체

노출에서 가슴 노출, 배/골반 노출, 엉덩이 노출, 허벅지 노출 모두 통계적으로 유의하였다[표 6]. 위 유형을 다 포함하여 하나라도 해당되는 신체 노출을 하는 등장인물의 비율은 전체 등장인물의 29.8%로 집계되었다. 신체노출은 전체적으로 허벅지가 25.0%로 가장 높게 나타났고, 배/골반이 17.8%, 가슴이 15.3%, 그리고 엉덩이가 11.0%의 순으로 나타났다. 위의 신체별 노출을 장르별로 살펴보면 다음과 같다. 가슴노출은 댄스곡의 등장인물이 32%가 나타났고 힙합이 10.6%, R&B가 9.8%, 발라드의 7.3%의 순으로 나타났으며 락은 6.8%로 가장 낮은 비율을 차지했다( $X^2=48.701, p<.000$ ). 배/골반 노출은 댄스곡에서 42.9%로 가장 높게 나타났고 힙합이 13.8%, R&B가 7.8%, 발라드가 5.6%, 록이 4.5%로 나타났다( $X^2=91.533, p<.000$ ). 엉덩이 노출은 댄스곡에서 29.9%로 가장 높게 나타났고 힙합이 7.4%, R&B가 5.9%로 나타났다. 록과 2.3%, 발라드는 1.1%로 상대적으로 낮은 비율로 나타났다( $X^2=77.766, p<.000$ ). 허벅지 노출은 댄스곡이 49.7%, 힙합이 24.5%, R&B와 발라드가 각각 13.7%와 12.3%로 나타났으며 록이 9.1%로 나타났다( $X^2=73.268, p<.000$ ). 댄스곡은 모든 신체별 노출에서 다른 장르보다 우위를 차지하고 있음을 알 수

표 6. 노래장르별 신체노출

	발라드	댄스곡	록	R&B	힙합	기타	전체	
n	179	147	44	51	94	2	517	
가슴	유	13 (7.3)	48 (32.7)	3 (6.8)	5 (9.8)	10 (10.6)	0 (0.0)	79 (15.3)
	무	166 (92.7)	99 (67.3)	41 (93.2)	46 (90.2)	84 (89.4)	2 (100.0)	438 (84.7)
	$X^2 = 48.701 \quad P = .000$							
배 / 골반	유	10 (5.6)	63 (42.9)	2 (4.5)	4 (7.8)	13 (13.8)	0 (0.0)	92 (17.8)
	무	169 (94.4)	84 (57.1)	42 (95.5)	47 (92.2)	81 (86.2)	2 (100.0)	425 (82.2)
	$X^2 = 91.533 \quad P = .000$							
엉덩이	유	2 (1.1)	44 (29.9)	1 (2.3)	3 (5.9)	7 (7.4)	0 (0.0)	57 (11.0)
	무	177 (98.9)	103 (70.1)	43 (97.7)	48 (94.1)	87 (92.6)	2 (100.0)	460 (89.0)
	$X^2 = 77.766 \quad P = .000$							
허벅지	유	22 (12.3)	73 (49.7)	4 (9.1)	7 (13.7)	23 (24.5)	0 (0.0)	129 (25.0)
	무	157 (87.7)	74 (50.3)	40 (90.9)	44 (86.3)	71 (75.5)	2 (100.0)	388 (75.0)
	$X^2 = 73.268 \quad P = .000$							

괄호 안은 % 임.

있다.

성적표현은 성적동작, 성적자세, 표정유혹으로 분류했고 성적동작이 24.8%로 가장 높은 비율을 보였고 표정유혹 22.8%, 성적자세 14.3%의 순으로 나타났다. 위 유형을 다 포함하여 하나라도 해당되는 성적표현을 하는 등장인물의 비율은 전체 등장인물의 37.1%로 집계되었다. 전체적으로 비교할 때 앞서 신체노출보다는 성적표현이 더 많은 비율로 나타남을 알 수 있다.

장르별 교차분석 결과, 성적 자세와 표정유혹은 통계적으로 유의미했으나 성적동작은 통계적으로 유의미하지 않았다[표 7]. 성적동작은 성적표현들 중 전체적인 빈도가 가장 높게 나타났고 댄스곡을 제외하면 각 장르별로도 가장 높은 비율로 나타남으로 차이가 없는 결과가 나온 것으로 파악된다. 성적자세는 댄스곡이 29.3%, 힙합이 17.0%, R&B가 11.8%, 발라드가 5.0%로 나타났고 록에서는 나타나지 않았다( $X^2=47.846, p<.000$ ). 표정유혹은 댄스곡이 48.3%로 가장 많이 발견되었고 힙합이 26.6%로 그 다음 순이었다. 그 다음 R&B와 록은 각각 9.8%와 9.1%로 나타났고 발라드가 가장 적은 7.3%로 나타났다( $X^2=89.739, p<.000$ ).

표 7. 노래장르별 성적표현

	발라드	댄스곡	록	R&B	힙합	기타	전체	
n	179	147	44	51	94	2	517	
성적동작	유	39 (21.8)	40 (27.2)	10 (22.7)	14 (27.5)	25 (26.6)	0 (0.0)	128 (24.8)
	무	140 (78.2)	107 (72.8)	34 (77.3)	37 (72.5)	69 (73.4)	2 (100.0)	389 (75.2)
	$X^2 = 2.447 \quad P = .784$							
성적자세	유	9 (5.0)	43 (29.3)	0 (0.0)	6 (11.8)	16 (17.0)	0 (0.0)	74 (14.3)
	무	170 (95.0)	104 (70.7)	44 (100.0)	45 (88.2)	78 (83.0)	2 (100.0)	443 (85.7)
	$X^2 = 47.846 \quad P = .000$							
표정유혹	유	13 (7.3)	71 (48.3)	4 (9.1)	5 (9.8)	25 (26.6)	0 (0.0)	118 (22.8)
	무	166 (92.7)	76 (51.7)	40 (90.9)	46 (90.2)	69 (73.4)	2 (100.0)	399 (77.2)
	$X^2 = 89.739 \quad P = .000$							

괄호 안은 % 임.

4. 성별 선정성 유형

<연구문제 4> 뮤직비디오의 등장인물 성별간 선정성 유형 차이를 알아보기 위해 먼저 신체노출을 알아보았다. 이를 위해 성별간 가슴 노출, 배/골반 노출, 엉덩이 노출, 허벅지 노출에 대해 각각 교차분석을 실시하였고 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다[표 8]. 가슴노출은 여성의 22.1%, 남성의 8.3%가 노출된 것으로 나타났다( $X^2=18.968, p<.000$ ). 배/골반 노출은 여성의 27.4%가 남성의 7.9%가 노출된 것으로 나타났다( $X^2=33.595, p<.001$ ). 엉덩이 노출은 여성의 20.5%가 남성의 1.2%가 노출된 것으로 나타났다( $X^2=49.325, p<.001$ ). 허벅지 노출은 여성의 40.7%가 남성의 8.7%가 노출된 것으로 나타났다( $X^2=70.759, p<.001$ ). 여성의 경우 신체노출이 가장 많이 나타난 부위는 허벅지, 배/골반, 엉덩이, 가슴의 순이었고 남성은 허벅지, 가슴, 배/골반, 엉덩이의 순이었다.

표 8. 성별간 신체노출

		여자	남자	전체
가슴	유	58(22.1)	21(8.3)	79(15.3)
	무	205(77.9)	233(91.7)	438(84.7)
		$X^2 = 18.968$		$P = .000$
배/골반	유	72(27.4)	20(7.9)	92(17.8)
	무	191(72.6)	234(92.1)	425(82.2)
		$X^2 = 33.595$		$P = .000$
엉덩이	유	54(20.5)	3(1.2)	57(11.0)
	무	209(79.5)	251(98.8)	460(89.0)
		$X^2 = 49.325$		$P = .000$
허벅지	유	107(40.7)	22(8.7)	129(25.0)
	무	156(59.3)	232(91.3)	388(75.0)
		$X^2 = 70.759$		$P = .000$

괄호 안은 % 임.

두 번째로, 성적표현은 성적동작, 성적자세, 표정유혹으로 분류하여 교차분석을 실시한 결과, 모두 통계적으로 유의미하였다[표 9]. 성적표현 중 성적동작은 여성은 29.7%가 표현하는 것으로 나타났고 남성은 19.7%가 표현하는 것으로 나타났다( $X^2=6.898, p<.01$ ). 성적자세는 여성은 20.5%가, 남성은 7.9%가 표현하는 것으로 나타났다( $X^2=16.881, p<.001$ ). 표정유혹은 여성은 34.2%, 남성은 11.0%가 드러나는 것으로 나타났다( $X^2=39.472, p<.000$ ). 여성의 경우 가장 많이 나타나는 성적표현은

표정유혹, 성적동작, 성적자세의 순이었다. 남성의 경우 가장 많이 나타난 성적표현은 성적동작, 성적자세, 표정유혹의 순이었다.

표 9. 성별간 성적표현

		여자	남자	전체
성적동작	유	78(29.7)	50(19.7)	128(24.8)
	무	185(70.3)	204(80.3)	389(75.2)
		$X^2 = 6.898$		$P = .009$
성적자세	유	54(20.5)	20(7.9)	74(14.3)
	무	209(79.5)	234(92.1)	443(85.7)
		$X^2 = 16.881$		$P = .000$
표정유혹	유	90(34.2)	28(11.0)	118(22.8)
	무	173(65.8)	226(89.0)	399(77.2)
		$X^2 = 39.472$		$P = .000$

괄호안은 % 임.

IV. 결론 및 논의

오늘날 뮤직비디오는 청소년과 젊은이들에게 성역할 고정관념에 가장 큰 영향을 미칠 수 있는 미디어의 콘텐츠 중의 하나이다. 그 시대의 대중적인 음악은 국가마다 다르게 나타나고 뮤직비디오 역시 다른 형태와 구성방식을 갖고 있으므로 해외의 연구의 틀과 결론을 그대로 적용하기보다는 성역할 고정관념과 관련하여 국내의 상황에 맞는 뮤직 비디오에 대한 양적분석 연구가 필요하다. 따라서 본 연구는 국내의 대중음악의 뮤직비디오에 나타난 성역할 고정관념의 현황을 파악하기 위해 젠더 이미지와 선정성 유형을 노래 장르와 등장인물의 성별을 기준으로 일련의 체계적인 내용분석을 실시한 후 그 차이를 알아보고자 했다.

뮤직비디오에 나타난 여성의 이미지는 고전적 여성이 가장 많았고 독립적 여성이 가장 적었다. 고전적 여성은 R&B에서, 이중적 역할의 여성은 힙합에서, 독립적 여성은 댄스곡에서 가장 선호되는 이미지로 나타났다. 댄스곡에 이중적 이미지보다 독립적 이미지의 여성이 더 많이 등장한 것은 댄스곡이 유혹적인 여성을 등장시키기는 하지만 남성의 시선을 의식하지 않고 즐길 수 있는 여성의 이미지를 더 부각하고 있는 것을 의미한다. 그러나 이 연구의 정의에서 볼 수 있듯이 독립적 여성은 진보적 여성으로서의 자신의 정체성을 갖고 역

할모델을 할 수 있는 여성과는 다르므로 구분이 필요하다.

반면 댄스곡에서 남성은 전통적 이미지가 여전히 강하게 나타났다. 순정적 남성은 발라드, R&B, 록에 걸쳐서 선호되는 이미지로 나타났고 모든 장르를 통틀어 전통적 남성보다도 더 많이 나타나는 이미지이다. 남성의 이미지들 중 지난 10년 동안 순정적 이미지는 가장 많이 나타난 이미지가기는 하나 2009년 이후로는 오히려 감소하는 반면 중성적 이미지는 증가하고 있는 것으로 나타났다. 이는 김훈순[15]의 연구에서는 드러나지 않았던 현상이다. 여성을 의식하기 보다는 자신을 치장하고 자신을 사랑하는 것을 중요시 여기는 이미지의 증가는 댄스음악을 제외한 발라드, R&B와 록 뮤직비디오에 나타나는 남성상의 변화로 여겨진다.

이러한 장르별 차이의 존재는 음악을 추구하는 방식과 철학이 다르고 이에 따라 뮤직비디오의 제작 형식과 표현도 다르게 나타나기 때문이다. 미국의 경우 전통적인 남성상은 주로 록이나 랩 음악에서 많이 나타난 반면 국내의 경우는 댄스음악이 전통적인 남성상을 견고히 하는 역할을 맡고 있다고 할 수 있다. 국내 힙합음악에서 이중적 여성 이미지가 다수로 나타난 것도 흥미롭다. 이는 여성을 가장 수동적이 존재로 묘사하는 미국의 힙합과 다른 이미지로서 문화적 배경의 차이에 의해 장르별 성역할 이미지가 변화할 수 있다는 점을 시사한다.

신체노출은 가슴, 배/골반, 엉덩이, 허벅지 모두에서 댄스곡이 압도적으로 많이 나타났고 그 다음은 힙합이었다. 힙합은 다른 어느 장르보다 댄스와 가까운 장르이기 때문에 보여진다. 성별로는 가슴, 배/골반, 엉덩이, 허벅지 모두에서 여성이 남성에 비해 압도적으로 우세하게 나타나 오브리와 프리스비(Aubrey & Frisby)의 연구[5]에서 나타난 여성에 대한 성적 대상화가 그대로 재현되었다. 여성과 남성 공통적으로 허벅지 노출이 가장 높은 비율로 나타나 선정성과 관련된 신체노출 부분이 다양하게 표현되고 있는 현상으로 해석된다. 성적표현은 성적자세와 표정유혹에서 역시 댄스곡과 힙합이 우위를 보였으나 키스, 애무 등을 포함하는 성적동작은 장르별 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 성적동작이 각 장르별 가장 높은 비율로 나타났기 때문에 보여진다. 신체노출과 성적표현의 성별간

비교에서의 모든 부분이 여성이 남성보다 더 많았고 그중, 특히 성적표현 중 여성은 표정유혹을 가장 많이 하는 반면 남성은 성적동작을 가장 많이 하는 것으로 나타났다. 이는 월리스(Wallis)의 연구 결과[10]와 유사한 연장선으로서 한층 더 세부적으로 성적표현 영역에 있어서 현실세계의 성역할 고정관념과 비언어적 커뮤니케이션의 차이를 조명하고 있다고 할 수 있다.

본 연구는 그 동안 국내의 뮤직비디오에서 단편적으로 다루어왔던 성역할 고정관념 관련 주요 변인들을 장르별 그리고 성별간 차이로 나누어 구체적 분석을 시도했다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다. 본 연구에서 시도한 유목과 항목의 구성은 추후 뮤직비디오 관련 다양한 주제의 내용분석을 실시하는 연구를 위한 준거의 틀을 제공해 줄 수 있다. 예를 들어, 본 연구의 분석단위인 등장인물은 기존의 장면(화면)을 기본 분석단위로 하고 있는 연구와 다른 측면을 조명할 수 있을 것이다. 또한 본 연구의 결과는 뮤직비디오의 성역할 고정관념의 재현이 어떠한지에 대한 환기를 불러일으키고 뮤직비디오 이용과 관련 청소년을 대상으로 하는 미디어 교육의 필요성을 제기하는데 의의가 있다. 뮤직비디오의 위험성에 대한 일반적인 인식적 오류는 선정성이 강하게 드러나는 소위 '19금' 뮤직비디오에 대해 청소년의 접근을 막을 수 있다면 안전하다고 판단하는 것이다. 그러나 선정적 요인은 전체적인 양과 수위도 중요하지만 그 외 이미지와 더불어 장르별로 다른 성역할 고정관념을 배양하는 기계라는 점을 주지할 필요가 있다. 따라서 청소년들이 뮤직비디오의 성역할 고정관념의 장르별 차이를 파악하게 된다면 뮤직비디오에 대한 리터러시를 보다 구체적으로 함양할 수 있을 것이다.

본 연구는 단기적인 연구보다는 지난 10년간의 대중적인 뮤직비디오를 대상으로 분석단위의 수를 증가시키고자 노력했음에도 불구하고 유목별 통계에서 때로는 충분한 값이 나오기 힘들었다. 추후 연구는 더 많은 분석 대상과 단위의 수를 확보하는 것이 필요하다. 또한 본 연구의 내용분석의 결과는 뮤직비디오에서 재현되는 성역할 고정관념에 대한 현실을 객관적이고 과학적으로 설명하는데 매우 유용하지만 인과관계를 밝히기에는 방법론상의 한계를 갖고 있다. 추후 연구는 내

용분석에서 발견된 성역할 고정관념이 청소년과 젊은 이들에게 어떠한 영향을 미치는지에 대한 추적이 가능한 설문조사나 실험연구 단계로 진행되어야 할 것이다.

### 참고 문헌

- [1] 양정혜, “뮤직비디오 제작의 관행이 텍스트 구성에 미치는 영향: 제작진들과의 인터뷰를 중심으로”, 한국방송학보, 통권, 제18-2호, pp.134-168, 2004.
- [2] 배상률, “한국아동·청소년패널조사 2010 리서치 브리프 제4호”, 한국청소년정책연구원, 2012.
- [3] D. F. Roberts, P. G. Christenson, and D. A. Gentile, “The Effects of Violent Music on Children and Adolescents. In A. Douglas (Eds.). Media Violence and Children,” A Complete Guide for Parents and Professionals, pp.153-170, 2003.
- [4] K. Bullens and J. Bulck, “News Music Videos and Action Movie Exposure and Adolescents’ Intentions to Take Risks in Traffic,” Accident Analysis and Prevention, Vol.40, pp.349-356, 2008.
- [5] C. M. Frisby and J. S. Aubrey, “Race and Genre in the Use of Sexual Objectification in Female Artists’ Music Videos,” The Howard Journal of Communications, Vol.2, pp.66-87, 2012.
- [6] J. S. Aubrey, K. M. Hopper, and W. G. Mbure, “Check That Body! The Effects of Sexually Objectifying Music Videos on College Mens’ Sexual Beliefs,” Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol.55, No.3, pp.360-379, 2011.
- [7] M. C. R. Burgess and S. Burpo, “The Effect of Music Videos on College Students’ Perceptions of Rape,” College Student Journal, Vol.46, No.4, pp.748-763, 2012.
- [8] J. Gow, “Reconsidering Gender Roles on MTV: Depictions in the Most Popular Music Videos of the Early 1990s,” Communication Reports, Vol.9, No.2, pp.151-161, 1996.
- [9] S. Seidman, “Revisiting Sex-role Stereo typing in MTV Videos,” International Journal of Instructional Media, Vol.26, pp.1-11, 1999.
- [10] C. Wallis, “Performing Gender: A Content Analysis of Gender Display in Music Videos,” Sex Roles, Vol.64, pp.160-172, 2011.
- [11] J. L. Andsager and K. Roe, “Country Music Video in Country’s Year of the Woman,” Journal of Communication, Vol.49, pp.69-82, 1999.
- [12] K. Conrad, T. Dixon, and Y. Zhang, “Controlversial Rap Themes, Gender Portrayals and Skin Tone Distortion: A Content Analysis of Rap Music Video,” Journal of Broadcasting & Elerctroinic Media, Vol.53, No.1, pp.134-156, 2009.
- [13] J. Tapper and E. Thorson. “Variations in Music Videos a Function of Their Musical Genre,” Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol.38, pp.103-114, 1994.
- [14] 앤 카플란 지음, 채규진, 성기완 역, 포스트모던 영상과 소비문화: 뮤직 비디오, 어떻게 읽을 것인가, 한나래 펴냄, 1996.
- [15] 김훈순, “한국 뮤직비디오의 포스트모더니즘과 성정치학”, 한국방송학보, 통권, 제15-3호, pp.87-128, 2000.
- [16] 이화정, “멜로드라마에 나타나는 여성 대립자 유형의 변화(1990년부터 2100년까지)”, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.12, No.10, pp.54-62, 2012.
- [17] 이화정, “멜로드라마에 나타난 남성상 유형의 변화(1992년부터 2012년까지)”, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.13, No.7, pp.62-69, 2013.
- [18] 김선남, 장해순, 정현욱, “수용자의 드라마 여성 이미지에 대한 수용행태 연구”, 한국방송학보, 통권, 제18-1호, pp.76-115, 2004.

저 자 소 개

조 수 선(Susan Joe)

정회원



- 1986년 2월 : 중앙대학교 신문방송학과(학사)
- 1992년 6월 : 미 미시건 주립대학교 텔레커뮤니케이션(석사)
- 1996년 12월 : 미 앨러배마 대학교 매스커뮤니케이션(박사)
- 2005년 9월 ~ 현재 : 대전대학교 신문방송학과 부교수  
<관심분야> : 미디어 콘텐츠 및 수용자