

CPNT모델측면에서의 강남스타일 뮤직비디오 성공요인 도출 Derivation of Success Factors Gangnam-style music video in the framework of CPNT Model

채수만, 송경석, 이종만(교신저자)
호서대학교 창업학부

Chae suman, Song Kyungseok,
Lee Jungmann(corresponding author)
Division of Entrepreneurship, Hoseo University

요약

본 연구는 C.P.N.T측면에서 싸이의 뮤직비디오 그리고 문화적인 요소의 성공요인들에 대해서 분석했다. 연구결과, 싸이의 뮤직비디오에는 재미, 유머, 음악과 춤의 반복성 등 창의적인 콘텐츠를 보여주었으며, 플랫폼으로는 YG의 유튜브 직접 제작 참여로 수용자의 시청에 부담 없게 접근이 용이하게 고화질 자용량으로 보급하였습니다. 네트워크측면에서는 트위터와 페이스북과 같은 다양한 서비스를 통하여 빠른 속도와 장소에 구애받지 않고 유통망을 형성했으며, 매스미디어 NBC방송에 유튜브 영상이 소개됨으로 싸이의 뮤직비디오와 음악이 단순한 UCC영상의 평범함에서 대중적이고 혁신적인 상징의 이미지로 급부상하게 된다. 또한 아이패드, 스마트폰, N스크린 등 많은 터미널을 통해 싸이의 강남스타일 뮤직비디오와 음악은 수용자의 시각과 청각을 만족시켜 주어 성공하게 된다.

I. 서론

오늘날 현대사회는 이동을 중요시하는 특징을 가지고 있다. 한류의 시작은 한국의 내적인 변혁과 외부적인 변화에 의해서 이뤄졌다. 한국의 내부적 세계화로 인해 촉발된 치열한 내부경쟁으로 질적 성장을 이룬 한국 문화상품은 디지털화와 정보화를 통해 생성된 전 지구적 네트워크들을 거쳐 개방성이 증대된 중국을 비롯한 동아시아 국가들에 이동되었다. 한류의 정체는 드라마뿐만이 아닌 영화에서도 마찬가지로 나타났다 또 클럽문화와 음악분야에서의 싸이의 뮤직비디오와 비주얼이 성공할 수 있는 요인들을 분석해본다.[1]

II. 싸이 음악의 성공요인

1. 싸이 의상의 특징

싸이의 음악적 장르인 하우스 음악이 대중의상에 어떠한 영향을 미치고 있으며 어떠한 식으로 대중들에게 재해석 되어 입혀지고 있는가를 알아보았다. 레이버들이 즐겨 입는 의상의 특징은 비주얼 이펙트가 기본이 되는 네온컬러들의 사용이 라는 것이다. 심플한 실루엣의 네온컬러 그래픽 티셔츠, 스키니 진, 운동화가 레이버들의 기본적인 스타일이다.

싸이의 경우 이러한 클럽문화 또는 하우스 음악의 대중적인 의상 스타일에서 벗어나 텍시도 및 정장스타일을

추구하여 갖춰진 느낌과 평범함 속에 정리된 안정감을 줌으로써 의상의 특징을 주었다.[2][3]

2. 반복적 사운드 사용

싸이의 강남스타일과 쥘맨과 같은 일종의 하우스뮤직은 게임 사운드와 비슷한 성향을 가지고 있다. 게임 사운드의 반복은 흔히 과거 8비트 아케이드 게임에서 두드러진다. 8비트 사운드의 본래 출력할 수 있는 음역 폭이 한정되어 있었고, 8비트 컴퓨터 하드웨어를 통한 기계음의 출력이었기 때문에 현대 게임에 비하면 상대적으로 현실감이 떨어지는 편이다. 하지만 이와 같이 사운드 출력이었음에도 불구하고, 그 한계성 안에서 다채로운 사운드의 운용이 존재했고 특히 반복되어 표현되는 사운드의 가장 구류를 이루며 게임 속에 삽입되었다. 싸이의 음악도 이와 비슷한 특징을 보여준다. 배경 사운드의 반복 유형과 특정구간의 반복으로 게임유저들의 행동처럼 몰입을 유도하는 것이다. 또 소녀시대의 여러 음악과 조용필의 바운스 음악의 경우도 특정구간의 반복으로 수용자의 무의식 반응 현상을 유도하고 있다. 이는 최근 그리고 앞으로의 음악의 발전 성향이라고도 본다. 단순히 여러 번 반복하여 듣고 난 후에 흡수된 수용자의 되비침 행위가 아닌 아주 짧게 몇 번만의 음악 감상으로도 충분히 곡의 전체적인 흐름을 파악하고 특정 구간을 반복하여 따라 부를 수도 있으며 곡과 어울릴만한 의상과 행동의 스타일도 스스로 제안할 수 있는 미래지향적인 반복적

사운드(음악)의 성향이라 본다.[4][5]

표 1. 싸이 그리고 한류의 성공요인

싸이 그리고 한류의 성공요인		
노순규	2012	소셜서비스에서 유통되는 빅데이터들을 다루는 것이 중요함
이택광	2003	한류의 흐름과 크게 상관없으며 웃음이 성공요인
오세정	2012	유머와 독특함, 쉽고 기억하기 쉬움, 그리고 나와 비슷한 사람이 요인

Ⅲ. 연구방법론

기업의 전략 분석과 가치 평가에 쓰이는 척도 중 하나로 CPNT 가치사슬(CPNT Value chain) 분석이 있다. 기업의 핵심사업역량을 콘텐츠(Contents)와 플랫폼(Platform), 네트워크(Network), 터미널(Terminal)이라는 4가지 요소로 분해해 평가하는 방식이다.

Ⅳ. CPNT측면에서의 성공요인 도출

C(content)

싸이의 뮤직비디오에는 재미와 유머 그리고 음악과 춤의 반복성으로 인하여 새로운 창의력을 보여준다. 하지만 B급이라는 영상과 음악의 분류로 스토리의 불일치라는 인식 또한 내재되어 있으며 과감하고 도전적인 행위와 노출은 일부수용자에게 불쾌감을 주기도 한다. 그러나 도전 없는 창의력은 성공의 확률이 적으므로 이는 좋은 방향이다. 싸이의 쉐틀맨 뮤직비디오에서도 볼 수 있듯이 신사 그리고 양반다운 걸모양을 보여주지만 코믹스러운 행동으로 돌발을 유발하여 수용자의 웃음과 재미를 제공한다.

P(patfrom)

YG에서 직접 제작 참여로 수용자의 시청에 부담 없는 개념과 시점으로 유튜브에 접근이 용이하게 고품질 저용량으로 보급된다. 스마트폰을 이용한 실시간 검색과 감상할 수 있는 공유의 비간접적인 공간을 제공함에 따라 수용자는 자연스럽게 볼 수 있고 등장하는 영상 속 장소는 현대사회의 일상적인 공간에서 보고 느낄 수 있는 대중적인 장소에서 연출한 만큼 친근감 또한 느끼게 만들어주는 중요한 요인이 되었다.

N(network)

강남스타일 뮤직비디오는 트위터와 페이스북과 같은 다양한 서비스를 통하여 빠른 속도와 장소에 구애받지

않고 싸이 뮤직비디오의 수용자를 위한 유통망이 형성된다. 또한 매스미디어 NBC방송에 유튜브 영상이 소개됨으로 싸이의 뮤직비디오와 음악이 단순한 UCC영상의 평범함에서 대중적이고 혁신적인 상징의 이미지로 급부상하게 된다. 한류 발생과정의 내부적요인에서 언급한 JYP 엔터테인먼트와 가수 싸이의 생각과 표현의 요소들이야말로 성공적 유통구조의 전형적인 요소를 보여주는 것이다.

T(Terminal)

또한 아이패드, 스마트폰, N스크린 등 많은 터미널을 통해 싸이의 강남스타일 뮤직비디오와 음악은 수용자의 시각과 청각을 만족시켜주어 성공하게 된다.

V. 결론

본 연구는 기존의 시각 및 촉각에만 국한되어 있던 연구들과는 다른 청각적인 요소가 한류 가수 싸이의 음악과 뮤직비디오의 성공적인 영향을 미치는 결과를 도출하게 되면서, 차후 특정 음악과 뮤직비디오를 연구함에 있어서 특정 감각에 치중되지 않는 연구의 토대가 마련되었다. 또한 반복적인 기법뿐만 아니라 여타 다른 음악과 뮤직비디오 음악적 장르와 캐릭터 그리고 사운드의 첨예한 분석을 통해 유저의 몰입을 극대화시킬 수 있는 후속 연구가 계속 진행된다면 문화콘텐츠 산업성과도 연관되어 이윤창출의 극대화로 발전 가능하다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 홍석경 “세계화 과정 속 디지털 문화 연상으로서의 한류” 언론정보연구 제50권 제1호, pp. 157-192, 2013.
- [2] 박한임 “클럽문화가 대중의상에 미친 영향” -하루스 뮤직(House Music)을 중심으로 - 한국패션디자인학회지 제10권 1호 The Korean Society of Fashion Design Vol.10 No.1, pp.75-91, 2010.
- [3] 오한승 “대중음악 소비자들의 이용패턴 변화에 대한연구” 2012년 한국산학기술학회 춘계 학술발표논문집, pp.127-129, 2012 May 25.
- [4] 김완석, 윤재선, 임 찬, 민병철 “반복사운드 활용이 게임 유저의 몰입에 미치는 영향분석” 한국콘텐츠학회논문지 제10권 제3호, pp.149-156, 2010.3.
- [5] 오한승 “대중가요 멜로디 표현기법에 관한 연구” 한국산학기술학회 2011년도 춘계학술논문집 2부, pp.619-621, 2011.