

〈Come back home〉 뮤직비디오에 나타난 ‘집’의 의미와 성격
- 서태지와 아이들, 방탄소년단 작품에 대한 세대론적 접근 -
Seeking for Underlying Meaning of the 'house' and Characteristics in 〈Come back home〉 Music Video
- Analyzing Seotaiji and Boys and BTS Music Video in Perspective of Generation -

길혜빈, 안승범
 경희대학교 국어국문학과

Hye Bin Kil(havina@khu.ac.kr), Soong Beum Ahn(instory@khu.ac.kr)

요약

본 연구는 1990년대 ‘X세대’ 담론과 2010년대 ‘C세대’ 담론 한복판에 존재하는 ‘서태지와 아이들’(X세대)과 ‘방탄소년단’(C세대)의 〈Come back home〉을 심층적으로 비교한다. 특히 뮤직비디오 속에서 중요한 의미를 갖는 ‘집’의 성격을 탐색하며 사회문화적 함의를 추수할 것이다. 논지의 구체성을 확보하기 위해 시모어 채트먼의 서사 소통 모델과 토비아스의 플롯 유형론을 방법론으로 택했다. 분석 결과 서태지와 아이들의 원작은 계몽과 훈육의 수직적 소통 구조를 보여주며 ‘성숙’의 플롯을 따라 이야기를 전개했다. 원작에서 ‘집’의 의미는 저항의 대상에서 내면화의 대상으로 변화해가는 것을 알 수 있었다. 이를 통해 X세대의 당대 사회구성원으로서의 위치 변화를 확인할 수 있었다. 방탄소년단의 리메이크 뮤직비디오는 공감과 연대의 수평구조를 보여주며 ‘추구/발견’의 플롯을 따라 사건이 전개되었다. 방탄소년단은 C세대를 대변하면서 팬덤의 참여를 이끌어내는 스토리텔링을 선보였다. 여기서의 ‘집’이란 자기 정체성을 전유한 자의 삶 그 자체로 파악된다.

■ 중심어 : | 뮤직비디오 | 〈Come back home〉 | 서태지와 아이들 | 방탄소년단 | X세대 | C세대 | 플롯 |

Abstract

This study compares in depth the song 〈Come back home〉 performed by two groups, one by ‘Seo Taiji And His Boys’(X Generation) and the other by ‘BTS’(C Generation) based on the discourse about the ‘X Generation’ in the 1990s and the ‘C Generation’ in the 2010s. It will specifically focus on the nature of ‘home’ that has great significance in the music video and will find the sociocultural meaning of it. Based on the analysis, the original performance by ‘Seo Taiji and The Boys’ demonstrated the vertical structure of enlightenment and discipline and narrated the story with the plot of ‘maturity’. The meaning of ‘home’ in the original version shifts from a target of resistance to a subject of internalization. The remake music video of BTS demonstrated a horizontal structure of empathy and solidarity and narrated the story with the plot of ‘pursuit/discovery’. The ‘home’ here can be considered the life itself of a person who maintains one’s self identity.

■ keyword : | Music Video | Come back home | Seotaiji and Boys | BTS | X Generation | C Generation | Plot |

1. 서론

푸코(Foucault, 1969/2000)에 따르면 담론은 추상적구성물로서 어떤 역사적 맥락에서 작동하는 힘들에 의해 특정 대상과 특정 진술 그리고 특정 주체가 관계를 맺게 된 결과이다[1]. 그러한 담론의 일종으로 세대론을 검토하고자 한다면, 특정 시공간 내에 위치하는 서로 다른 세대 간의 영향관계를 파악해야 한다. 또한 동일한 세대로 분류되는 구성원들 간의 이해관계와 그들 사이의 메시지를 읽어내야 한다. 예컨대 10대에서 20대에 이르는 청년세대의 개성과 특징을 세대론의 관점으로 분석하려면 우선적으로 그들이 당대 사회문화적 저류와 맺는 관계를 밝혀야 한다. 또한 기성세대를 대하는 입장과 태도를 해명해야 하는 것은 물론, 동질 집단 안에서의 구축된 자기 정체감을 미시적으로 해체해 봐야 한다.

대중문화는 각 세대의 담론이 선명하게 드러나는 통로이다. 유의미한 영향력을 행사했던 문화콘텐츠의 경우에는 그 시대의 코드가 다양하게 잠재되어 있을 가능성이 크다. 특히 1990년대 중반 이후 대중화 된 뮤직비디오는 젊은 층의 취향과 개성을 읽는 직간접적인 수단으로 기능한다. 이처럼 대중문화는 한 세대를 상징하는 박제된 결과물기에 세대 간의 차이를 확인할 수 있는 수단으로 활용하기에 매우 용이하다. 그 중 뮤직비디오는 영화, 드라마와 같은 여타 영상콘텐츠와 비교할 때, 매우 함축적인 메타포들이 중층적인 메시지를 형성한다. 스토리텔링 면에서는 시간의 제약 안에서 음악과의 수직적 결속에 연연하다보니, 일관된 서사보다는 이미지의 나열과 흐름만을 강조해[2] 서사 정보가 희미하거나 분절되는 특징이 있다. 그 때문에 인과관계의 맥락이 다소 불분명한 대신, 화려한 테크닉과 미장센에 의해 개별 쇼트들의 완성도가 높고 수사적 메시지가 전략적으로 드러나는 경우가 많다.

본고는 세대론에 대한 비판적 시각, 이를 테면 불균질한 구성원들을 특정 연령대에 속한다는 이유로 단순히 환원한다는 지적을 충분히 고려할 것이다. 그럼에도 사회문화적 맥락 안에서 특정 세대의 변별적 개성을 확인하려는 시도가 의미 있는 결과를 내보일 수 있다는 관점을 공유한다. 그 연장선에서 1990년대의 ‘X세대’

담론과 2010년대의 ‘C세대’ 담론 한복판에 존재하는 ‘서태지와 아이들’(X세대)과 ‘방탄소년단’(C세대)의 〈Come back home〉을 심층적으로 비교해 보고자 한다.

〈Come back home〉은 서태지와 아이들이 1995년도에 발매한 곡으로서 2017년도에 방탄소년단에 의해 리메이크되었다. 대중가요의 리메이크는 원곡을 재해석한다는 측면에서 광의의 패러디 범주에 넣을 수 있다. 패러디는 ‘차이를 가진 반복’을 의미하는데 여기서의 차이는 ‘비평적인 관점’의 개입을 전제한다[3]. 즉, 동일한 노래라도 발매되는 시대와 당대 향유층의 요구에 부응하려는 분석의 결과물일 가능성이 크다. 특히 〈Come back home〉은 1990년대와 2010년대의 청년층에 사회적 반향을 일으킨 아티스트들이 주체가 된 곡이기에 각 세대별 요구를 좀 더 선명하게 확인할 수 있다. 따라서 본고는 X세대와 C세대의 차이를 읽어내는 도구로 서태지와 아이들의 〈Come back home〉과 방탄소년단의 동명의 뮤직비디오를 대차대조하도록 한다.

주지하다시피 어느 시대건 청년세대, 특히 청소년들은 사회화 과정에서 일정한 성장통을 겪기 마련이다. 그들은 내외적 장애를 넘어셔야 하는 과제를 끊임없이 맞닥뜨린다. 이때 기성세대가 구축한 가치, 제도권의 질서는 미래세대를 인준하기 위한 틀로 기능한다. 그러한 상황 속에서 청소년은 ‘적응/부적응’, ‘성장/지연’의 순간들을 끊임없이 대면하며 기존 사회에 일정한 입장을 갖게 된다. 이 글은 두 개의 〈Come back home〉 뮤직비디오 속 ‘집’의 의미와 성격 안에 그러한 ‘입장’들이 특징적으로 읽힌다는 데 착안한 결과물이다.

구체적인 방법론을 밝히면, 본고는 시모어 채트먼(Seymour Chatman)의 서사 소통 모델(narrative-communication model)과 로널드 B. 토비아스(Ronald B. Tobias)의 플롯 이론(20 master plots)에 의지해서 두 뮤직비디오의 서사 구조와 핵심적인 이미지를 읽어낼 것이다. 특히 ‘성숙’의 플롯과 ‘추구/발견’의 플롯이 두 개의 뮤직비디오 서사를 각각 대변하는 바, 그들 플롯과 ‘집’의 표상이 연결되는 방식에 주목하고자 한다. 그러한 방법론의 적용 이전에 고려할 것은, 세대론이 상상적 동질 집단을 향한 자기 정체감의 표현으로 귀결될 때가 많다는 사실이다. 따라서 그

러한 단순화의 오류를 최대한 덜어내기 위해 2장에서는 청소년들의 사회구성원으로서의 위치를 다각적으로 이해하고자 한다. 그러한 기초적 논의 위에서 X세대와 C세대를 규정하는 담론의 내용을 검토할 것이다. 3장에서는 두 개의 <Come back home>의 서사 소통 모델과 플롯 구조를 따라 '집'의 의미와 성격을 파악해 그 변별적 특징을 성찰하도록 하겠다. 논지의 집중성을 제고하기 위해 본고는 서사 소통 구조에 집중하도록 한다. 따라서 뮤직비디오에 활용된 기술적 측면이나 이미지 및 음악적인 특성과 같은 형식적인 측면의 논의를 충분히 다루지 못한 점을 미리 밝히는 바이다.

II. 'X세대'와 'C세대'를 둘러싼 담론과 두 아이들의 위치

시대를 막론하고 청년은 가장 역동적인 시기이다. 청년기에 도달하면 개인은 자신을 새롭게 정의하며 독립된 '인격체'로 성장해야 한다. 청년은 콜린스(Collins)의 인간 발달 5단계 구분 중 청소년기(adolescence)와 초기 성인기(twenties and thirties), 그리고 에릭슨(Erikson)의 발달심리학 8단계 중에서도 청소년기와 초기 성인기에 해당된다. 그들은 모두 '독립'을 기준으로 청년 전후의 시기를 구분한다. 청년기에 도달하면 개인은 가족과 공동체에 의존적이었던 유년기에서 탈피해 독립적인 개체로서 사회 내 역할을 찾아 가야 한다. 그 과정에서 절대적인 정서적 유대의 공간으로서 기능했던 '집', 곧 가정에 대한 자의식에 변화가 생기게 된다.

청년기 이전의 인간에게도 '집'은 생존을 위한 물리적 공간 이상을 의미한다. 자기 진정성과 안정성이 보장되는 가상의 공동체를 표상하며, 모체와 자궁 이미지의 상징성, 곧 신화적 결속의 세계로 신비화되곤 한다. 영·유아기와 아동기에는 그러한 신비화된 '집'의 이미지가 별 의심 없이 수용되는 편이다. 그러나 자신의 세계를 스스로 정의하고 쟁취해야 하는 상황에 봉착하게 되는 청년기[4]에 이르면, '집'은 떠나야 하는 곳이면서 새롭게 재정의해야 되는 곳으로 전환된다.

굳이 한국 사회의 청년을 따로 거론하지 않더라도,

청년기는 내·외적으로 새로운 환경에서 주어지는 압박과 스트레스를 견뎌야 한다. 에릭슨은 심리 발달 8단계 내에 모두 '위기' 요인이 있지만, 청년기에 감당해야 할 '위기'를 각별하게 기술한 바 있다. 중요한 것은, 여기서의 '위기'가 '재앙의 조짐이 아니라 비약적인 성장을 위한 전환이라는 것이다. 그는 위기를 통해 재정립되는 삶의 태도를 생존을 위한 원천'[5]으로 파악하는 듯하다.

청년기의 한 부분이라 할 수 있는 청소년기를 따로 떼놓고 보면, 이 시기에 '집단'을 통해 자기를 규정하려는 성향이 매우 강해진다. 극심한 배척 행동이 나타나는가 하면, 이상적으로 생각하는 영웅 혹은 우상에 대해서는 과잉 동일시(overidentify)가 표출될 수도 있다. 이러한 태도는 또래 집단에의 의존을 강화하는 한편, 유대 가능한 범주 안에 들어오지 못하는 타인, 특히 기성세대를 부정하거나 그들의 가치에 저항하는 습관을 불러올 수 있다. 그래서 청소년을 둘러싸고 '세대 갈등'이 불거지는 일은, 범사회적·범시대적인 현상에 해당한다고 할 수 있다. 홍준기(2015)는 세대 갈등의 가장 근원적인 형태가 가족에서부터 시작되며 오이디푸스 콤플렉스, 엘렉트라 콤플렉스의 상징을 통해 그 양상을 확인할 수 있다고 말한다[6]. 청소년의 '집'에 대한 인식 변화와 부모와의 이해관계에 생긴 균열을 그러한 근원적 관계망으로 설명할 수도 있는 것이다.

한편 그들은 자기만의 '집단'을 형성할 때 시대적·상황적 특징과 연결되는 가치관을 수용하고, 이전과 다른 문화를 향유하게 된다. 이때 어떤 변인을 맞닥뜨렸는지에 따라 각기 다른 세대 담론과 가치관이 형성될 수 있다. 물론 기성세대에 반발하거나 그들과의 관계 재설정을 통해 존재 가치를 찾는다는 점에서 청소년을 둘러싼 세대 갈등은 유사성을 갖는다. 그러나 각 세대별로 다른 시대적 맥락을 따라 적응·성장하게 되는 바, 필연적으로 변별적인 문화적 감수성을 갖게 되는 점도 부인하기 어렵다. 이는 사고방식이나 추구하는 가치의 차이로도 연결될 수 있다.

지금부터는 1990년대와 2010년대의 청소년을 둘러싼 담론의 차이를 미시적으로 살펴보도록 하겠다. 1990년대에 유행한 'X세대'라는 용어는 1991년 캐나다 작가 더글러스 커플랜드(Douglas Coupland)의 소

설 『X세대(Generation X)』에서 유래되었다는 설이 가장 유력하다. 학력고사에서 대학수학능력시험으로의 전환기를 살았던 그들은 급속한 산업화의 수혜를 입어 상대적으로 풍족한 환경 아래에서 성장했다. 그들은 워크맨과 비비 등으로 소통했고, 록카페와 노래방, 그리고 MTV와 비디오, 나이키, NBA 등 감각적 '소비주의'로 점철되는 문화 속에서 풍요를 누렸다[7]. 기호와 취향에 따라 선택에 의한 소비가 한층 자연스러워졌고, 과감한 자기표현을 주저하지 않았다. 것처럼 개성화를 추구하고 감각적인 문화를 좇는 당대 청소년들의 행동패턴은 활력, 극복, 거부, 자신감과 같은 가치덕목을 응축하고 있었다.

물론 'X'라는 기표에 잠재되어 있는 '종잡을 수 없음'의 의미는 기성세대의 당대 청소년들에 대한 부정적 시선을 환기시키는 면도 있다. 그도 그럴 것이, 정치적 이념 차이가 세대 담론의 전반을 이루었던 70, 80년대 세대들의 입장에서 볼 때 그들의 개인화 된 생활패턴은 상당히 이질적인 것이었다. '대문자 역사'에 대한 자의식을 바탕으로 공동체를 우선시하는 기성세대에게 그들은 이기적으로 파편화 된 존재들이었는지도 모른다.

그러나 대중문화 소비의 주도권을 쥔 청소년들로부터 새로운 문화콘텐츠에 대한 열망이 분출되자 그 흐름은 거대한 사회적 현상으로 나타났다. '서태지와 아이들'이 소위 '문화대통령'으로 불릴 수 있었던 것은, X세대의 욕구와 감각이 그들의 음악, 이미지, 메시지 등과 강렬하게 결속했기 때문으로 보인다. 당시 '서태지와 아이들'은 단순한 '아이돌(idol)'이 아니었다. 한 세대를 대표할 정도의 영향력을 확보한 아이들은 그 세대가 희구하는 가치와 소망의 내용을 구체화하는 콘텐츠다. 그들은 지향하고자 하는 가치를 반영하고 목표점에 대한 기준으로 승화된 상징이다. 이러한 맥락에서 '서태지와 아이들'은 시대를 표상하면서 세대를 대변하는 총체적인 아이돌이자 문화 권력이었다. 자기 취향이 분명한 X세대는 소비를 통해 기성세대의 규제와 제도권의 계몽적 인준 절차를 벗어나고자 했던 바, '서태지와 아이들'에 대한 열광적인 팬덤은 이미 그 자체로 기성세대를 향한 저항적 실천의 표상이었다. X세대는 '서태지와 아이들' 같은 문화 권력을 중심으로 서로 결속했고 일정한 방향성을 갖는 집단적 자의식을 가질 수 있었다.

한편 2010년대의 청소년을 지칭하는 용어들은 관점에 따라 다양하게 나타난다. 이를테면 'Y세대'는 1993년 미국의 『Ad Age』잡지에 처음 등장하였으며[8] 2000년 이후에 주역으로 성장한 밀레니엄 세대를 말한다. 이들은 패션이나 팬시시장의 소비주체로 성장하였고 컴퓨터를 포함한 정보통신기기의 활용에 능한 세대다. 이 중 1995년생 이후 세대는 'Z세대'로도 불리며 특히 정보기술(IT)과 함께 자란 디지털 원주민(Digital native)으로서 유행에 극히 민감하고 정체성이 모호한 시대에 살고 있다는 특징을 갖는다[9]. 이들은 효율성을 중시하고 실용주의적 생활태도를 가진 것으로 평가받는다. 흥미로운 것은, 'X세대'가 가졌던 집단적 세대의 식 조차도 희석된 세대라는 점이다.

본고는 2010년대의 청소년을 지칭하는 용어로 'C세대'라는 용어를 쓰고자 한다. 이는 'Y세대', 'Z세대' 등의 의미와 연결되면서도 '지금 여기'의 청소년을 설명하는데 훨씬 유용하다. 구글(Google) 사의 연구진이 2006년 유튜브를 인수하면서 최초로 언명한 개념이자 단어로 여기서의 'C'는 'Connection', 'Creation', 'Community', 'Curation'의 의미를 포괄하며 페이스북과 트위터, 유튜브와 카카오톡 같은 가상세계의 네트워크망 안에서 자족적이며, 때론 중독적인 생활을 수용하는 세대를 지칭한다. 구글은 또한 이 네 가지 키워드 즉, 촘촘한 네트워크와 공동체를 바탕으로 유튜브(YouTube)에 거주할 것이라며 그들을 'Youtube Generation'이라고도 명명하기도 했다[10]. 유튜브는 1인 방송 즉, 소비자가 아니라 제작자로서의 활동이 가능한 플랫폼이다. 유튜브가 그들의 '주된 거주지'가 된다는 것은 곧 C세대가 능숙한 프로슈머로서 대중문화 소비의 주체를 넘어 참여와 생산의 주체로 나아간 이들 세대는 새로운 것에 대한 추구하고 모험을 즐긴다는 것을 의미한다.

하지만 모순적이게도 생산과 활동이 자유로워야 될 이들이 정작 처한 환경은 'N포 세대', '88만원 세대', '잉여 세대', '달관 세대'라는 자조적 표현으로 점철되는 사회이다. 현재도 다양한 청년 이슈 제기, 청년을 둘러싼 담론 형성이 활발하게 이루어지고 있지만 아직도 청년을 국가가 지원해야 하는지 또 지원하는 근거, 구체적인 지원 대상, 지원 방식 등에 대한 사회적 합의가 이루어지지 못하고 있다[11]. 취업률, 청년 실업률과 같은

경제 지표들이 현실세계 내에서 근거 있는 공포를 낳고 있으며 그들을 불안의 극한으로 내몬다. 청소년기에 경험하는 고민과 불안 중 하나는 가까운 미래에 의미 있는 사회적 역할을 획득할 수 있느냐의 여부와 관련된다. 그런데 C세대의 진입을 기다리는 사회의 구조적 조건이 극심한 경쟁을 요구하는 것은 물론, 미리부터 패배감과 연결된 무기력을 불러일으킬 수 있는 상황에 가까운 게 사실이다.

그 때문에 C세대의 내면을 안으로 옥죄는 회의감과 바깥으로 향하는 저항감은 '기성세대'라는 가상의 집단이 아닐 수 없다. 그들은 생존을 두고 현실에의 수용과 적응 과정을 거치면서 보이지 않는 사회구조와 대결하는 입장에 선다. 이때 집단적 자의식으로 결속하기보다는 각자의 취향에 따라 계열화되고 파편화 된 위치에서 사적 영역을 지키려 한다. C세대의 세대의식은 SNS망의 기술적 기반처럼 책임질 수 있는 테두리 내에서의 사사로운 연대감, 자유로움을 특징으로 하며 매우 불균질하고 유동적인 특성을 지니는 셈이다.

그래서 C세대의 '개인화'는 '저항'의 의미보다도 생존을 위한 '적응'의 의미에 가깝다고 할 수 있다. 개성 추구의 형태라기보다는 생존을 위한 선택방식으로 보는 게 타당하다. 방희경·유수미(2015:54)는 하트와 네그리(Hardt&Negri)의 '훈육사회와 통제사회'의 설명을 빌려 통해 이러한 개인화 담론에 대해 인상적인 해석을 내놓은 바 있다. 훈육사회에서는 수직적인 훈육으로 사회를 통제한다. 가시적인 '제도'를 통해 사람들에게 해야 할 것과 하지 말아야 할 것을 직접적으로 제시한다. 이 때 피지배 대상들은 자신들의 삶이 규제되고 있다는 것을 인지하고 있다. 반면, 통제사회는 '명령 메커니즘'을 민주적으로 내재화한다. 사람들은 이미 자신을 규제하는 틀을 알고 있으며 사회는 이를 직접적으로 명시화하려 하지 않는다. 그러나 통제사회의 권력은 개인의 삶에 철두철미하게 스며들어 생체권력(biopower)의 형태로 작동한다[12]. 한 예로 그들은 이미 자유 시장 경제의 논리를 내재화했으며 그 권력을 인정하고 그에 자신을 맞추려 노력한다. '자기 계발'과 '스펙'을 추구하는 행위는 이미 '담론'의 한 축에 대한 적응이며 개인의 성공과 실패는 전적으로 그 자신이 부담할 몫으로 돌아간다. 그리고 이는 '어쩔 수 없는 현상'으로 치부된다.

그렇다면 '방탄소년단'이 'Army'로 대표되는 전 세계적인 팬클럽을 구축하면서 한류 K POP 역사에 새로운 전기를 마련한 것은 C세대의 특징과 상황에 적확하게 연결된 점도 무시할 수 없다. 국내 대형 연예기획사에 비해 자금력과 노하우가 부족했던 '빅히트 엔터테인먼트'가 만든 '방탄소년단'은 SNS를 적극적으로 활용해 '자신만의 이야기'를 유포하는 전략을 사용했다. 전세계에 편재하는 C세대의 취향문화, 향유문에 올라타 'Connection', 'Creation', 'Community', 'Curation'에 최적화 된 스토리텔링을 구사한 것이다. 지금과 같은 위상의 '방탄소년단'을 있게 한 <피 땀 눈물> 등의 작품도 진정성 있는 자기 이야기, 특히 이미 선재하는 폭압적 사회구조가 내에서 분투하는 성장담을 내세워 공감을 이끌어냈다고 볼 수 있다.

'방탄소년단'의 주요 곡들에서 발견되는 '저항'의 뉘앙스는 맞서 싸울 대상이 있는 특정한 상황을 전제로 발현되지 않는다. 그들의 자전적 이야기가 가장 자세히 담긴 스페셜 앨범 '화양연화 Young Forever'에서 '저항'의 제스처가 발견되는 곡이 없는 건 아니다. 그러나 <쩨올>, <불타오르네>와 같은 곡에서 발견되는 전복과 비판의 목소리는 그들과 같은 세대, 바꿔 말해 C세대를 향한다. 기성사회의 불온한 질서를 겨냥한 곡은 <랩새>로 한정된다. 요컨대 '방탄소년단'은 자신의 성장담을 경유해 C세대의 처지를 위로하고 격려하는 한편, 자성을 촉구하는 입장을 취하는 특이한 아이돌이다. 그들은 군림하고 계몽하며 지도하는 리더, 혹은 우상이 아니다. 공감하고 먼저 실천하면서 참여를 요청하는 리더의 성격을 가진다고도 할 수 있겠다.

지금까지 X세대와 C세대 담론이 당대의 사회적 배경과 문화적 조류에 따라 매우 다른 성격으로 나타난다는 것을 검토했다. 또한 시대와 사회를 대하는 태도의 차이, 그리고 기성세대와 자신들의 세대를 향하는 메시지의 변별성 등을 확인해 보았다. '서태지와 아이들', '방탄소년단'이 내보이는 저항의 성격과 방향에서 엿보이는 낙차를 파악하고자 했다.

다음 장에서는 이러한 세대담론 안에 내재한 논점에 유의하면서 '서태지와 아이들'과 '방탄소년단'의 <Come back home> 뮤직비디오를 분석할 것이다. <Come back home>은 서태지와 아이들의 곡을 방탄

소년단이 리메이크함으로써 문화번역, 세대번역의 의미를 수렴하는 작품이다. X세대와 C세대의 성격과 자기 세대를 향한 두 아이들의 태도도 확연한 차이를 가진다. 특히 두 뮤직비디오 속 ‘집’의 이미지는 그러한 차이 ‘들’의 심층을 파악하는 데 유의미한 도구가 된다.

미리 밝힌 것처럼, 두 뮤직비디오의 스토리텔링을 효과적으로 검토하기 위해 토비아스가 분류한 플롯 유형을 참고할 것이다. 미리 밝히면 ‘서태지와 아이들’의 〈Come back home〉은 ‘성숙’의 플롯을, 방탄소년단의 동명 뮤직 비디오는 ‘추구/발견’의 플롯을 갖는다. 각각의 플롯 구조를 따라가 보면, ‘서태지와 아이들’은 X세대의 이상 이미지를 등에 업고 뮤직비디오에 직접 등장하여 청소년을 훈육하고 각성시키는 입장에 선다. 기성세대를 향한 저항의 태도를 분명히 하면 그들은 스스로 기성세대의 위치로 이동해 사실상 X세대의 안정적인 사회화, 혹은 기성질서로의 귀속을 선언했다. ‘서태지와 아이들’은 그들 자신의 기존 이미지와 결별하면서 X세대의 종언을 공지한 셈이다. 반면 ‘방탄소년단’은 뮤직비디오에 직접 등장하지 않은 채, C세대의 절망적인 상황에 공감하면서 출구를 찾는 과정에 그들도 함께 참여하고 있다는 뉘앙스를 풍긴다. C세대의 대변자를 자처하면서 공감과 위로를 앞세운 동류의식을 분명히 드러내는 것이다.

토비아스가 말한 ‘성숙’의 플롯은 낙관적 미래를 향해 나아간다. 그에 따르면, 주인공은 무지하거나 모자란 어떤 상태에서 출발해 성인이 되어가며 그 과정에서 세상의 진면목을 만난다. 최초의 그는 당장 직면한 현실을 부정하고 행해야 하는 일을 앞에 두고 퇴행하기도 한다. 그러나 아이러니하게도 주인공은 늘 ‘올바른 일’을 하려고 노력한다. 그는 아직 어린아이이기에 무엇이 옳고 그른지를 아직 알지 못할 뿐이다. 시행착오를 겪으며 그는 ‘올바른 일’이 무엇인지를 깨닫고 교훈을 얻으며 성장한다. 이야기 내에서 성장이 명확하게 공시되지 않는 경우도 존재하지만, 그러하더라도 어느 시점에는 완전한 성인으로 거듭난다는 것을 전제로 한다[13].

반면, ‘추구’의 플롯은 인물의 내면을 들여다보게 하는 바, 주인공은 반드시 어린 아이의 단계에서 출발할 필요가 없다. 그는 결단을 통해 집을 나서는데 추구의 대상은 물질적 보상이 아니라 정신적인 차원의 깨달음

과 관련된 것이어야 한다. 주인공은 집을 나와 지난한 여정을 경험하며 그 과정에서 대가를 치르고, 결국에는 최초로 품었던 질문에 답을 얻는다. 이 답은 주인공을 처음의 자리로 되돌리며, 비로소 현실을 직시하도록 만들어준다. 이러한 ‘회귀’는 무수한 장애를 극복한 후 인생을 새롭게 다시 시작할 수 있는 깨달음을 전제한다[14]. 한편 ‘발견’의 플롯은 “나는 누구인가?”, “나는 왜 여기에 있는가?”와 같은 질문에 스스로 답을 찾는 과정으로 전개된다.[15] 주인공과 불확실성과 고통 속에서 변화에 저항하거나 균형을 잃어버린다. 한참 뒤 평형을 되찾으려고 애쓰지만 기피했던 상황들에 봉착해 더 나은 인물로 나아갈 수 있는지를 시험 받는다[16].

III. 〈Come back home〉의 플롯 구조와 ‘집’의 함의

1. 1990년대 ‘서태지와 아이들’의 전언과 ‘집’ 이미지의 성격

‘서태지와 아이들’은 X세대의 문화 권력을 상징하는 독보적 아이콘으로 동시대 청년, 청소년을 이끄는 리더의 역할을 수행했다. 그들은 X세대만의 저항 담론의 한 복판에서 의미를 생산하고 공론화 하는 데 지대한 영향을 끼쳤다. 1990년대 대중음악은 청년세대의 담론이 재점화되는 시기였는데 이 당시 신세대인 X세대는 이전까지의 공동체를 위한 개인의 희생을 윤리적 덕목으로 여기던 문화에 반기를 들기 시작했다[17]. 서태지와 아이들은 이렇듯 수직적인 유교 문화의 경직성이 잔존하던 한국사회에서 저항의 선봉장을 자처했다.

‘서태지와 아이들’의 1집에서 3집 앨범을 통해 초기 음악 세계를 평가할 수 있다면, X세대를 등에 업고 그가 어떤 메시지를 생산했는가를 여실히 알 수 있다. 〈교실 이데아〉와 같은 곡을 언급하지 않더라도 그의 대표곡들 중 일부는 매우 직설적으로 기성세대와 그들이 만든 억압적 환경에 대한 저항을 나타내 보인다. 그들은 음악뿐만 아니라 무대 바깥에서의 패션, 행동 등으로도 당대 한국사회의 가치와 규제에 대한 X세대의 저류를 대변한다.

그와 같은 일련의 상징성을 염두에 두고 재해석해보면, 〈Come back home〉은 매우 흥미로운 전환이 일

히는 곡이다. 서태지와 아이들이 4집 앨범에 이르러 기성세대와의 타협을 도모하거나 스스로 기성세대의 위치로 나아가고 있음이 확인되기 때문이다[18]. 이러한 주장은 스토리텔링 구조로 선명하게 확인 가능한데, 시모어 채트먼의 서사 소통 모델[19]을 응용해 다음과 같이 제시할 수 있겠다.

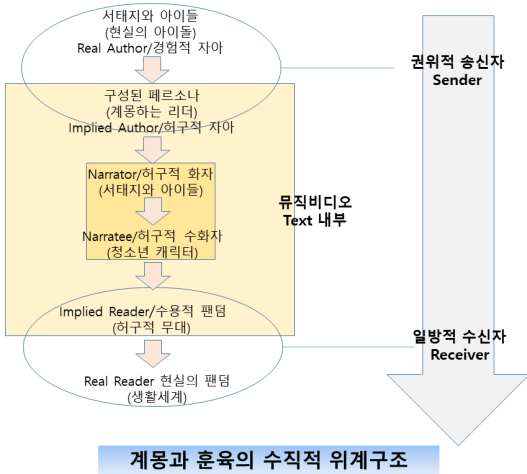


그림 1. 서태지와 아이들의 〈Come back home〉 뮤직비디오의 서사 소통 모델

서태지와 아이들의 〈Come back home〉 뮤직비디오 속 주인공은 올바른 길을 찾지 못한 것은 물론 무기력한 방향을 거듭하고 있는 청소년이다. 그는 성장을 위한 관문을 앞두고 있지만, 그 너머로 나아가지 못하고 도피할 곳을 찾는다. 뮤직비디오 속 공간들은 그의 방향을 해석하는 데 유의미한 논점을 잠재한다.

먼저 그는 집에서 출발해 집으로 돌아간다. 그런데 초반에 등장하는 집과 마지막의 집은 전혀 다른 성격을 갖는다. 집의 물리적 형태가 아닌 주인공의 집을 바라보는 태도가 바뀌었기 때문이다. 이를테면, 최초의 집은 주인공을 억누르고 규제하는 닫힌 공간, 벗어날 수 없는 테두리처럼 상징화된다. 벗어날 수 없는 ‘강요-순응’의 메커니즘이 작동하는 공간인 것이다. 뮤직비디오에 등장하는 빈 교실, 범죄와 연관된 뒷골목 등은 그가 그 메커니즘에서 벗어나기 위해 취해 온 일탈적 상황들을 헤아리게 한다. 그러한 공간들이 현실적 방향을 가시화하는 공간이라면, 황량한 벌판으로 가시화되는 정신적

고뇌의 공간, 추상적 방향의 공간도 존재한다. 이 공간은 현실적 방향의 공간과 교차되면서 그의 내면의 고투를 느끼게 한다. 흡사 캄벨이 ‘고래의 배’라고 칭한 재생의 영역[20] 혹은 자기 초극의 시공간으로 기능한다고 할 수 있겠다. 그곳에서 그는 집의 의미와 성격을 갱신하는데 궁극적으로는 이미 구축된 세계 내에서 진로를 모색하고자 결심한다.

서태지와 아이들은 주인공과 한 프레임에 등장해 직접적으로 소통하거나 대화하진 않는다. 서태지와 아이들이 등장하는 쇼트와 주인공이 등장하는 쇼트는 대개 병렬적으로 교차된다. 서태지와 아이들은 허구적 화자로 가시화되지만, 권위를 갖고 훈육하며 계몽하는 리더의 모습만큼은 분명히 한다. 그가 등장하는 쇼트들의 공간 배경은 창고, 집, 폐건물, 도심 밤거리, 밤거리 승용차 등이다. 이 공간 중 일부는 추상적 세트에 불과하지만, 더 많은 수가 방황하는 청소년들이 시간을 보내는 현실적 장소에 해당한다. 그는 그곳에서 ‘Come back home!’을 반복하면서 메시지를 생산하고 회유한다. 방황하는 주인공은 그의 이야기를 경청하는 수화자의 위치에 서는데 이는 서태지와 아이들을 둘러싼 X세대 팬덤이 그들의 메시지를 대할 때의 자세를 환기시킨다.

이처럼 서태지와 아이들은 3집까지의 태도와 달리 X세대 팬덤 위에 군림하면서 방황하는 청소년에게 유력한 영향력을 행사하는 모습을 숨기지 않는다. 그는 기성세대가 재편해 놓은 질서 안에서 방향을 끝내야 한다고 말하면서 그를 다시 집으로 되돌려 보내는 힘을 과시한다. 이때의 집은 의식의 전환, 의지적 결단에 의해 새롭게 수용된 기성 사회의 가치체계와 다르지 않다. 그렇게 주인공은 시험에 빠져 보낸 방향의 날들을 정리하고 집으로 회귀하는 것을 통해 ‘성숙’의 플롯을 낙관적으로 마무리한다. 토비아스의 말대로 그는 “자신을 다시 들여다보며 세상을 바라보던 지금까지의 시각을 바꾸”[21]는 결말에 다다랐다고 할 수 있다.

이는 서태지와 아이들의 모습은 그 스스로가 내면화했던 X세대의 이미지를 벗어나려는 시도로 해석할 수 있다. 그들은 이미 어른이 되었으며 청소년 즉, 아직 완성되지 않은 미성숙한 이들에게 거리를 두려는 모습이 역력하다. 가출을 경험하는 주인공 이야기의 시작과 끝에는 서태지의 손이 등장한다. 정확히 말하면 서태지의

가지런히 모은 두 손바닥이 등장하는데 그 사이에서 주인공의 방향이 시작되고 고통이 종결된다. 서태지가 내려다보는 주체이며 권위를 갖고 명령하는 리더의 모습으로 시각화되는 셈이다.

서태지와 아이들 4집이 나온 이후, 거리의 청소년들이 〈Come back home〉을 보고 들은 후, 그 메시지에 동화된 사례가 많았다고 한다[22]. 문화대통령으로 불렸던 X세대의 신화적 우상이 일종의 화두를 제시했기 때문이다. 이처럼 그들은 자기 영향력을 토대로 상대를 길들이는 리더의 모습을 수렴한다. 이로써 그들은 X세대 담론의 구심점에서 스스로 벗어난다. 파격적인 음악과 패션, 행동 등으로 취해온 ‘저항’의 수단들도 내려놓는다. 만약 〈Come back home〉을 드라마투르기의 관점에서 본다면, 논리적으로 완벽한 서사가 아니다. 설득적인 교사를 위한 어설픈 봉합이라고 할 수 있을 것이다. 그러나 당시 서태지와 아이들의 팬들은 단순히 가수를 선망하는 집단 이상이였다. 압도적 우상을 ‘과잉동일시’하던 당대의 X세대 팬덤은 그 비약적 귀결점을 통과해 새로운 세대에게 자리를 내주기 시작한 것이라 할 수 있다. 서태지와 아이들이 등장하는 〈Come back home〉에서 중층적으로 의미를 변화, 확장하는 이유도 여기에 있다.

2. 2010년대 ‘방탄소년단’의 전언과 ‘집’ 이미지의 성격

방탄소년단은 2010년대를 살아가는 청소년의 목소리를 가장 잘 대변한다고 평가받는 아이돌이다. 흥미롭게도 방탄소년단의 〈Come back home〉 리메이크는 서태지 데뷔 25주년 프로젝트의 첫 출발에 해당한다. 방탄소년단의 리메이크 뮤비는 원곡의 강렬한 베이스 사운드를 그대로 재연하면서 곡의 메시지를 C세대의 상황에 맞게 갱신한 것이 눈에 띈다.

주지하다시피, 방탄소년단 노래의 주된 메시지는 서태지와 아이들과 마찬가지로 핵심 향유층이 속한 세대를 적극적으로 공략한다. 흥미로운 것은, 방탄소년단의 가사에는 기존 아이돌들의 노래와는 달리 ‘노력(38회), 인생(17회)’ 등의 단어가 매우 빈번하게 반복된다는 사실이다. 굳이 비교하자면, 그들보다 다소 앞선 시대 K-POP 그룹에 속하는 빅뱅의 노래 안에는 지금까지

‘인생’이라는 말이 3번 등장했으며 동시대 아이돌인 트와이스의 노래에는 관련 단어가 단 한 번도 등장하지 않는다고 한다[23]. 이처럼 방탄소년단은 C세대에 속하는 팬덤에게 그들 스스로가 밟아 온 성장담을 들려주면서 인생과 성취에 대한 자의식적 태도를 공유한다. 방탄소년단의 〈Come back home〉 뮤직비디오가 서태지와 아이들의 원작과 변별되는 점도 여기서 기인한다.

먼저 방탄소년단의 〈Come back home〉을 가로지르는 중심 서사는 검은 옷을 입은 청소년의 방향을 따라 흘러간다. 상대적으로 보충적인 성격을 갖는 주변 서사 라인에는 각기 다른 꿈을 좇는 청소년들의 절망적인 현실이 위치한다. 후자는 전자의 정서를 강화하는데 기여한다. 앞에서 밝힌 것처럼, 방탄소년단의 〈Come back home〉은 ‘추구’와 ‘발견’의 플롯이 뒤섞인 ‘추구/발견’의 플롯에 가깝다. 먼저 ‘추구’의 플롯은 인생 전부를 걸 수 있는 대상을 찾아 주인공이 집을 떠나는 결단을 내림으로써 시작된다. 이후 그는 방황의 여정을 거듭하는데, 결국에는 내외적 장애물을 극복해 가며 도약을 향한 투쟁을 완수하기 마련이다. 그 여정의 끝에서 그는 내면의 변화, 혹은 깨달음을 얻고 맨 처음 출발점으로 다시 되돌아간다. ‘성숙’의 플롯과 ‘추구’의 플롯이 다른 점이 있다면, ‘추구’의 플롯 속 주인공은 상대적으로 자기 자신을 더 이해하는 상황에서 감춰진 지혜를 얻기 위해 인과적으로 나아간다는 사실이다.

한편 방탄소년단의 〈Come back home〉에 ‘발견’의 플롯이 뒤섞였다고 판단할 수 있는 근거는 나 자신의 정체성을 찾는 것이 곧 ‘감춰진 지혜’이기 때문이다. 좀 더 구체적으로 서술하면, 주인공에 해당하는 검은 옷을 입은 청소년은 미래에 대한 불투명성, 재능의 한계 앞에서 좌절하다가 삶의 균형을 잃어버린다. 그러다가 치열한 삶의 끝에서 기적과 같은 계기를 만나 평형을 되찾고 더 나은 인물로 나아갈 수 있다는 확신을 얻게 된다.

그런데 이 확신은 주인공 한 명의 사적인 깨침이 아니라 동시대 청소년과 청년들, 곧 C세대 전체의 깨달음으로 이어진다. 이를테면 방탄소년단이 만든 〈Come back home〉 뮤직비디오에는 학교에 부적응한 듯 보이는 교복을 입은 학생, 면접 실패 후 회사 건물 밖에서 방황하는 취업준비생, 야근에 시달리는 직장인을 비롯해서 한계를 돌파하고 싶은 격투기 선수 등이 나온다.

청년세대의 취향문화에 깃든 열정과 감각 등을 보여주기 위해 그래피티 아티스트, 길거리 댄서, 이름 없는 뮤지션, 타투이스트 등이 자신에게 주어진 불확실성과 싸우는 장면을 삽입하기도 한다. 범죄와 연관된 골목과 약(마약) 등이 시각화될 때에는 일탈의 경계에 놓인 청년세대의 암울한 미래가 직접적으로 상기된다. 검은 옷을 입은 주인공의 고통은 그 젊은 세대 전체의 고통을 대변하는 것이라고 할 수 있다.

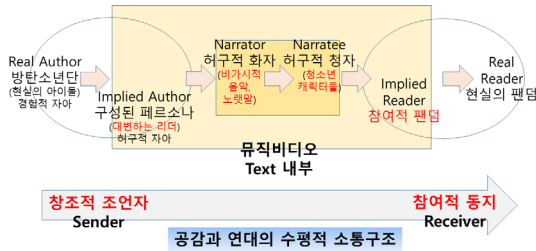


그림 2. 방탄소년단의 <Come back home> 뮤직비디오의 서사 소통 모델

서사 소통 모델 면에서 방탄소년단의 이 뮤직비디오가 원작과 다른 대목은 크게 세 가지로 요약할 수 있다.

첫째, 방탄소년단이 이 허구적 스토리 라인에 참여하는 입장이 서태지와 아이들의 그것과 큰 차이를 보인다. 그들은 '대변하는 자아', 곧 C세대 안에서 그들의 고통을 함께 짊어지고 나아가는 존재로 자신을 정의한다. 그 때문에 그들은 창조적 조연자의 위치에 서서 뮤직비디오의 주향유층, 곧 C세대에 속한 청소년들을 참여적 동지로 불러낼 수 있게 되는 것이다.

둘째, 방탄소년단의 <Come back home>에서 방탄소년단 멤버들은 이야기 세계 내에 직접 등장하지 않는다. 뮤직비디오에는 검은 옷을 입은 캐릭터를 비롯해서 뮤직비디오에 등장하는 허구적 청자에게 직접 메시지를 건네는 허구적 화자는 비가시적 음악, 노랫말뿐이다. 이러한 전략은 노랫말의 내용에 명령과 훈육의 뉘앙스가 강하게 묻어한다는 점을 감안한 것이다. 권위적 이미지를 피하면서 소통 방식에 있어서 공감과 연대의 수평구조를 만들기 위한 고려가 담겨 있는 셈이다.

셋째, 방탄소년단의 <Come back home>은 청소년, 청년들이 처한 불운한 상황을 다각적으로 보여주기 위해 다양한 역할, 신분, 직업을 가진 캐릭터들을 보여준

다. 이는 'Army'로 불리는 방탄소년단의 핵심 향유층뿐만 아니라, 뮤직비디오를 접한 C세대 전반을 참여적 팬덤으로 만들기 위한 의도라고 판단된다.

그렇다면 방탄소년단의 <Come back home>이 '추구/발견'의 플롯을 통해 '집'의 의미와 성격을 어떤 방식으로 전환시켰는지에 주목해보기로 한다. 이 뮤직비디오에서 가족공동체가 등장하는 물리적 집은 등장하지 않는다. 뮤직비디오가 시작점으로부터 검은 옷을 입은 주인공은 홀로 길 위에서 있다. 그의 배경이나 가족 내에서의 상황 등은 전혀 등장하지 않는다. 서태지와 아이들의 뮤직비디오는 노랫말의 표면적인 의미를 그대로 실천한다. 방황하는 청소년들에게 가족의 품, 기성사회의 질서로 안전하게 되돌아가라는 메시지로 귀결된다. 그와 대조적으로 방탄소년단의 메시지는 철저히 '진정한 자기 자신', '나 다운 정체성'이 실천되는 경지를 '집'으로 상정한다. 바꿔 말해, 노랫말은 원작과 동일하게 집으로 돌아가라는 권면을 반복하지만, 이때의 '집'은 성찰과 노력이 동반되는 길 위에서 늘 새로 지어지고, 부서지는 자기만의 가치와 꿈이다.

이야기 흐름을 따라 부연해보면, 검은 옷을 입은 주인공은 숲속 길 위에서 벌판으로 나가 도시의 외곽을 맴돈다. 도시와 그 사이에는 철조망이 놓여 있고 그 순간 공부에 절망하는 학생, 면접에 실패한 취업준비생, 야근에 시달리는 회사원 등의 이미지가 단속적으로 지나간다. 주인공의 상황을 떠올릴 때, 이 장면들은 주변부로 밀려날지 모른다는 불안, 사회의 중심으로 진입하지 못할 수도 있다는 공포와 관련된다 할 수 있다. 하지만 바로 다음 순간 주인공은 어두운 기억을 떨치고 지하도와 다리 위를 달려 도시 안으로 근접해간다. 이미 주변은 깊은 밤이 되었고 그는 멈춘 곳에서 기적처럼 개기일식을 목격한다.

이 장면은 다양한 해석을 허락하지만, 다른 차원의 세계가 도래하는 순간을 보여준다고 할 수 있겠다. 진짜 자기를 찾을 수 있다는 희망 앞에서 시간이 멈춘 것으로 이해할 수도 있을 것이다. 개기일식 장면이 외눈그림, 해골문양 이미지 등을 지나서 도착한다는 점에서 음험한 공포의 상황들을 딛고 드디어 자기 정체성을 발견했다는 의미로도 해석할 수 있을 것이다. 방탄소년단의 뮤직비디오를 '추구/발견'의 플롯이 착종된 것이라

고 보는 이유는 이 같은 독해가 가능하기 때문이다.

물론 마지막 시퀀스가 이야기 세계 내에서 발생한 갈등이 완전히 봉합된 상태로 이끌지는 않는다. 이른 바 '열린 결말'에 가깝다. 그러나 이때의 열린 결말은 항상 길 위에서 더 나은 삶으로 갱신되어야 한다는 해석을 강화한다. 더 나아가 그 장면은 '해결의 포기'를 의미하는 게 아니라 C세대의 문제를 사회적 의제로 테러다놓는 심미적 계기를 부여한다고 할 수 있을 것이다[24].

이처럼 〈Come back home〉의 내포작가(방탄소년단의 한 페르소나)는 생존을 위한 적응에 몸부림치는 C세대를 자기 이야기 안으로 끌어들인다. 파편화, 계열화되어 세대의식 조차도 희석되어 있는 그들에게 자기만의 '집'을 찾아 치열해지자고 권면한다. 뮤직비디오 말미에 사족처럼 붙은 쇼트들은 서태지와 아이들의 〈Come back home〉 뮤직비디오의 몇몇 장면에 대한 오마주이다. 손에 들린 카세트 테이프 A면, B면에는 각각 서태지와 아이들, 방탄소년단이라고 적혀 있다. 그들은 1990년대 X세대의 우상이었던 서태지와 아이들의 상징적 위치로 나아가고자 한다. 중요한 것은 그들은 이전 세대의 우상과는 달리 전혀 다른 태도로, 다른 시대를 살아가고 있는 C세대에 대한 이해와 공감으로, 원작의 메시지를 각색하여 '집'의 의미를 새롭게 갱신하고 있다는 사실이다.

IV. 결론

본 연구는 서태지와 아이들, 방탄소년단의 〈Come back home〉 뮤직비디오에 나타난 '집'의 의미와 성격을 서사소통 구조와 플롯 유형에 대한 분석을 거쳐 확인해 보았다. 그 과정에서 X세대와 C세대를 둘러싼 담론 안에서 그들이 지금 어떤 입장과 태도를 보이고 있는지 파악해 보았다.

두 뮤직비디오는 먼저 구성적인 측면에서 차이가 있었는데 서태지와 아이들의 원작은 계몽과 훈육의 수직적 소통 구조를 보여주었다. 또한 '성숙'의 플롯을 따라 이야기가 전개되는 것을 발견할 수 있었다. 뮤직비디오 속에 나타난 최초의 '집'은 세대 갈등의 전장, 정서적 억압의 기원처럼 읽히지만, 마지막 시퀀스에서 재등장한 '집'은 더 이상 저항의 대상이 아니었다. 안전한 성장을

택한 주인공은 기성사회의 가치를 내면화하기에 이른 것처럼 보인다. 이러한 스토리텔링 배면에서 X세대 담론의 구심점에 놓여 있던 서태지와 아이들이 기성사회의 목소리를 체화해가고 있음을 확인할 수 있었다. 짐작컨대 서태지와 아이들의 4집 즈음에 이르러 X세대만의 저항과 전복의 태도도 누그러져가고 있었음을 상기해볼 수 있었다. 그들 중 많은 수가 기성사회의 구성원으로 진입해가는 상황이었으리라 추측된다.

한편 방탄소년단의 리메이크 뮤직비디오는 공감과 연대의 수평구조를 보여주었으며 '추구/발견'의 플롯을 따라 사건들이 전개되고 있었다. 주지하다시피 원작에서는 서태지와 아이들이 직접 출연해 방황하는 청소년들을 훈육하는 태도를 취한다. 그런데 방탄소년단은 뮤직비디오에 직접 등장하지 않는다. 그러면서도 청소년, 청년 세대들이 처한 다양한 현실적 고통을 함께 짊어진 채 C세대를 대변하려는 듯 하는 제스처가 읽힌다. 이 뮤직비디오가 나온 2017년에는, X세대 내에서 서태지와 아이들이 차지했던 지위를, C세대 내에서 방탄소년단이 점유해가고 있었다. 방탄소년단이 유다른 점이 있다면, 그들은 주향유층을 참여적 동지로 불러내면서 자기 성찰적 자세를 포기하지 말라는 독려를 행하고 있다는 사실이다. 그 연장선에서 보면, 방탄소년단이 리메이크한 뮤직비디오 속 '집'의 의미란 자기 정체성을 전유한 자의 삶, 그 자체일 수 있겠다.

본 연구는 서로 다른 세대를 대표하는 두 아이들에 관한 연구일 수 있다. 더 정확히는 그들 사이에 놓인 동명의 뮤직비디오에서 읽을 수 있는 사회문화적 함의에 주목한다. 논의를 마무리하는 상황에서 밝히고 싶은 것은, 그 영향력에 비해 K-POP 한류를 이끌고 있는 뮤직비디오에 대한 연구가 충분하지 않다는 사실이다. 이 글 역시 뮤직비디오의 서사구조와 플롯 유형을 따라 행한 인문학적 비평의 한 사례에 해당할 뿐이다. 글로벌한 사회문화적 현상으로 포착되는 K-POP 뮤직비디오가 매우 많다는 점에서 관련 후속 연구가 확대될 수 있길 희망한다.

참 고 문 헌

[1] 방희경, 유수미, “한국 언론과 세대론 전쟁 (실크세대에서 삼포세대까지),” 韓國 言論學報, 제59권, 제2호, pp.37-61, 2015.

[2] 강홍규, “사진적 이미지의 뮤직비디오 연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제2호, pp.251-256, 2016.

[3] 박선민, *대중가요 리메이크와 복고*, 커뮤니케이션북스(주), p.52, 2015.

[4] 에릭 H. 에릭슨, *유년기와 사회*, 송제훈 역, 연암서가, pp.319-321, 2007.

[5] 김미영, “에릭슨의 심리사회 발달적 인간 고찰,” 사회복지경영연구, 제2권, 제2호, pp.27-42, 2015.

[6] 홍준기, “절망한 청년들을 어떻게 치료할 것인가,” 르몽드 디플로마티크, 제81권, p.32, 2015.

[7] 권경우, “한국 청년세대 담론의 지형도,” 교양학연구, 제3권, p.25, 2016.

[8] 박혜숙, “신세대 특성과 라이프 스타일 연구 - Z세대를 중심으로 -,” 인문사회21, 제7권, 제6호, pp.753-767, 2016.

[9] 박혜숙, “신세대 특성과 라이프 스타일 연구 - Z세대를 중심으로 -,” 인문사회21, 제7권, 제6호, p.758, 2016.

[10] 김환표, *트렌드 지식 사전*, 인물과 사상사, p.219, 2013

[11] 김영미, “한국 2030세대의 청년정책에 대한 태도와 영향요인,” 한국콘텐츠학회논문지, 제18권, 제5호, pp.386-396, 2018.

[12] 방희경, 유수미, “한국 언론과 세대론 전쟁 (실크세대에서 삼포세대까지),” 韓國 言論學報, 제59권, 제2호, p.54, 2015.

[13] 로널드 B. 토비아스, *인간의 마음을 사로잡는 스무 가지 플롯*, 김석만 역, 풀빛, p.262-272, 2012.

[14] 로널드 B. 토비아스, *인간의 마음을 사로잡는 스무 가지 플롯*, 김석만 역, 풀빛, pp.110-127, 2012.

[15] 로널드 B. 토비아스, *인간의 마음을 사로잡는 스무 가지 플롯*, 김석만 역, 풀빛, p.321, 2012.

[16] 로널드 B. 토비아스, *인간의 마음을 사로잡는 스무 가지 플롯*, 김석만 역, 풀빛, p.327, 2012.

[17] 우지혜, 백선기, “청년 안에서부터 바깥으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제18권, 제2호, pp.553-568, 2018.

[18] 김형근, “서태지의 성공전략에 대한 분석,” 지역과 커뮤니케이션, 제2권, 제1호, pp.189-212, 1998.

[19] 시모어 채트먼, *이야기와 담론*, 한용환 역, 푸른사상, p.296, 2008.

[20] 조셉 캠벨, *천의 얼굴을 가진 영웅*, 이윤기 역, 민음사, p.120, 1999.

[21] 로널드 B. 토비아스, *인간의 마음을 사로잡는 스무 가지 플롯*, 김석만 역, p.271, 2012.

[22] <https://news.joins.com/article/3159544>, 2019.02.26.

[23] <http://www.hankookilbo.com/News/Read/201711290479726494>, 2019.02.26.

[24] 이승연, 박지훈, “웹툰이 재현하는 청년문제와 재현 방식,” 한국소통학보, 제23권, pp.209-242, 2014.

저 자 소 개

길 혜 빈(Hye Bin Kil)

정희원



- 2018년 2월 : 경희대학교 국어국문학과(문학석사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 경희대학교 국어국문학과 박사 과정

<관심분야> : 멀티미디어, 콘텐츠 기반 교육

안 승 범(Soong Beum Ahn)

정희원



- 2010년 8월 : 경희대학교 국어국문학과 (문학박사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 경희대학교 국어국문학과 조교수

<관심분야> : 문화콘텐츠 스토리텔링, 스토리텔링 기획, 대중문화비평, 영화비평