

대중문화와 한국인의 색(色): 정체성의 소비¹⁾

이희은

(서울대학교 언론정보연구소 연수연구원)

들어가며: 살색과 '살'색

최근에 소위 '하인스 워드 열풍'으로 갑자기 혼혈인에 대한 관심이 크게 늘어난 것처럼 보인다. 국가인권위원회는 2006년 중점사업으로 혼혈아동에 대한 실태조사를 포함시켰고, 혼혈인이나 외국 노동자들에 관한 내용을 새롭게 담아 교과과정 개편을 추진하겠다는

왔다. 불과 몇 년 전
호린 색은 공식적으
게 쏟아진 커다란 대

대중문화 일반 영역까
이데올로기로서 한국
에서 출발한다. 원래
하는 것이 아니라 '종
있다.³⁾ 역사적으로도
구분하는 일과 밀접
아니라 '색'으로 차별
적으로 공산주의를 상
의 공식 이름이 '붉은
것이다. 전국을 붉게
돌아보게 하고 새로운

색의 용법은 많아도
서 말한 '빨갱이'라는

서 이 발표문은 연구의 과
더 중점을 두었다는 한계

선정해서 발표했다. 그중
이들은 산업자원부 기술표
이뉴스, 2005년 10월 5
황색'으로 바뀌었던 것을,
대한 또 다른 차별이라는

"월드컵 이후 한국의 문

던 일이 그의 '색다름' 의도와 결합하여 하나의 사회적 현상처럼 커져나
까지만 해도 연한 황색만을 '살색'이라는 이름으로 부르면서 진하거나
로 '살색'에서 제외했었던 것을 생각하면, 이렇게 짧은 기간 동안 그에
중의 관심은 갑작스러운 측면이 있다.²⁾

이렇게 '색다름'에 대한 인식이 순식간에 정책 전면에서부터 다
지 열풍처럼 번진 일이 또 언제 있었든가? 이 발표문은 문화적 개념과
의 '색'과 '색다름'에 대한 인식이 어떻게 변화해나갔는지에 대한 궁금증
우리말에서 '색다르다'는 말은 단순히 서로 색깔이 다른 상태만을 의미하
류가 다르다' 혹은 '보통 것과 다른 특징이 있다'라는 관용적 의미가
'색'의 코노테이션은 한국적인 것과 그렇지 않은 것, 그리고 너와 나를
하게 관련되어 있었다. 이러한 코노테이션은 겉으로 드러나는 의미 뿐
화된 언어의 사용을 구체적으로 결정짓는다. 예를 들어 빨간색은 역사적
징했고 '빨갱이'는 공산주의자를 의미했다. 2002년 월드컵 때 응원단의
악마'로 정해진 것에서 일종의 문화적 쇼크를 느꼈던 것도 이 때문일
물들인 월드컵 열풍은 50년 넘게 이어온 붉은색 콤플렉스를 다시 되돌
의미를 부여하는 계기가 되었다.⁴⁾

흥미로운 사실은 우리말과 문화에서 이렇듯 '타자'를 규정하는
'우리'를 정의할 때 사용되는 색의 용법은 거의 없다는 사실이다. 앞에

1) 이 발표문은 아직 완성되지 않은 연구를 위한 개념 논문의 수준임을 밝힙니다. 따라서
정확성과 결과의 토의보다는 앞으로 진행될 연구를 위한 준비 과정과 아이디어 제안에
를 갖고 있습니다.

2) 2005년 한글날을 맞아 '우리말 살리는 겨레모임'에서는 '우리말 지킴이와 희망꾼'을
지킴이 명단에는 초등학교와 중학교에 다니는 여섯 명의 학생들도 끼어 있었는데,
준원이 표준 색깔 이름을 정할 때 '살색'을 '살구색'으로 바꾸게 한 장본인들이다(오
일). 2001년 '살색'이 인권침해라는 진정서가 국가인권위원회에 접수된 이후 '연주
연주황이라는 색깔 이름 역시 어려운 한자여서 쉽게 이해할 수 없고 이는 어린이에
진정서가 접수되어 결국 '살구색'으로 최종 확정된 것이었다.

3) 『민중국어사전』

4) 월드컵과 붉은 악마와 색깔에 대한 논의는 최원식, 김홍준, 김종엽 등 3인의 대담인
화와 문화운동」(『창작과 비평』, 2002년 가을)을 참고하라.

말 이외에도 ‘흰둥이’나 ‘검둥이’는 모두 특정한 외모의 집단을 타자화하는 말이다. ‘노란 머리’나 ‘파란 눈’ 등도 마찬가지다. 그러나 황색 피부나 갈색 눈동자를 들어 한국적인 정체성을 의미하는 일은 그다지 많이 볼 수 없다. 이는 한국의 정체성이 색과 관련이 없다거나 외형적인 모습과 색깔로 판단하는 일이 적었다는 의미가 아니다. 오히려 색에 대한 담론이 없다는 것은 정체성과 외모(피부색)를 관련지어 토론하는 것조차 낯설었다는 의미가 된다. 이에 깔려있는 가정은 한국인들은 모두 생김새가 비슷하기 때문에 외모로 볼 때 한국인이면 구태여 다시 질문하거나 확인할 필요가 없다는 뜻이다. 따라서 한국인에게 ‘한국인처럼 보인다’고 말하는 것은 문법적으로는 맞는 말이지만 용법상으로는 낯선 말이다. 외모가 다를 경우에만 ‘(그래도) 한국인처럼 보인다’ 혹은 ‘한국인이면서도 한국인처럼 보이지 않는다’라고 말하는 것이 성립된다. 한국인은 한국인 특유의 외모를 갖고 있으며, 같은 한국인끼리는 다른 한국인을 한눈에 알아볼 수 있는 것이 당연하다는 가정이 수반된 것이다.⁵⁾ 그동안 혼혈인들의 입대를 불가능하게 했던 병역법 조항도 “외관상 식별이 명백한 혼혈인은 제2국민역(면역)에 편입한다”고 규정되어 있다. 즉 실제 혼혈인가 아닌가의 사실 여부보다는 “외관상 식별이 명백한”지의 여부로 판단하게 되어 있으며, 이 경우 “외관상”이란 피부색에 크게 의존할 수밖에 없다.

이렇듯 조금만 다른 피가 섞여서 다른 피부색을 보여도 낯설게 대하거나 온전한 한국인으로 쳐주지 않다가, 어느 순간 자랑스러운 한국인이 되어 나타난 하인스 워드가 대중의 아이콘으로 소비되는 현상은 무엇을 의미하는가? 이 발표문은 한국인의 정체성에 관한 대중문화의 재현 방식에 관심을 갖고, 미디어와 대중문화에 나타나는 피부색이나 혼혈에 대한 담론의 급격한 증가가 한국인의 정체성에 대한 개념적 변화를 일부분 설명해줄 수 있는 것은 아닌가 하는 문제를 제기한다. ‘색다름’에 대한 관심이 돌발적이고 우연한 것이 아니라, 현재 우리 사회의 현실과 욕망을 설명해주는 하나의 징후라고 이해하는 것이다. 그리고 이러한 징후가 나타나게 된 배경에는 1990년대 이후 달라진 사회적 변화와 미디어 환경의 변화가 놓여있다고 이해한다. 이를 위해 대중음악에서의 사례를 중심으로 ‘색’에 대한 미디어의 재현을 살펴보려 한다.

미디어와 색(컬러)의 재현

과학의 합리성이 지배하기 시작한 이후, ‘본다’는 행위는 차이와 차별을 생산해내는 중심적인 시스템으로 작동해왔다. 겉으로 드러나서 쉽게 눈에 보이는 피부색이나 몸의 생김새는 일상생활에서 스테레오타입을 생산하고 강화하는 잣대 역할을 해왔다. 특히 19세기 사진 기술의 발명 이후, 눈에 보이는 이미지는 과학적이고 객관적인 증거로 작용하며 사회적

제 재현된다는 것은 현실적인 것이라기보
1980년대 초반에 이미 컬러 영화를 생산해내
화에 컬러가 광범위하게 사용된 것은 1960
가능한 한 사실적으로 재현하는 것이라고

렇게 설명한다. 아직 한국말이 서툰 자신에게 지인이
사람들은 그에 동의하며 아주 잘되었다는 듯한 표정
인다는 말을 왜 칭찬으로 받아들여야 하는지 이해할
고 지인은 “이젠 더 이상 중국 사람이냐 베트남 사람

그러나 대중매체의 역사에서 '놀이' 보다는 개념적이고 관습적인 것이다. 영화의 경우 19는 기술적 기반은 마련되어 있었지만, 실제로 영년대 들어서면서부터였다. 영화의 목표가 현실을

5) 발표자의 수업을 듣는 한 중국 학생은 자신의 경험을 이
“너 이제 정말 한국 사람처럼 보인다”는 말을 했고, 주위
을 지었다는 것이다. 이 학생은 자신이 한국 사람처럼 보
수 없다고 말했다. 그러면서 설명을 요구하는 자신에게 그
처럼 보이지 않는다는 뜻”이라고 대답했다고 한다.

할 때, 컬러 사용이 이처럼 늦어진 것은 언뜻 이상하게 보인다. 이를 이해하기 위해서는 리얼리즘이란 단순히 현실을 그대로 흉내 내는 것이 아니라 어디까지를 현실로 받아들일 준비가 되어 있는냐의 문제라는 점을 인식해야 한다. 실제로 컬러가 영화에 사용되기 시작할 무렵에는, 과거를 회상하는 장면이나 환상 등을 묘사할 때 컬러를 더 자주 사용했다. 예를 들어 미국 영화 <오즈의 마법사>에서 오즈의 환상 세계 장면은 컬러로 처리된 반면 도로시의 집이 나오는 현실 세계 장면은 흑백으로 처리했다(Turner, 1994).

픽션이 아닌 뉴스나 다큐멘터리의 경우에도 색의 재현은 사회의 구체적인 현실과 이데올로기에 큰 영향을 받는다. 1994년에 미국의 풋볼 선수 O.J. 심슨(O.J. Simpson)이 살인 혐의로 체포되었을 때, 시사 잡지인 <뉴스위크(Newsweek)>와 <타임(Time)>에는 그의 얼굴이 표지사진으로 실렸다. 이때 <뉴스위크>는 사진을 보정하지 않고 그대로 사용한 반면 <타임>은 콘트라스트를 강화하여 심슨의 얼굴이 실제보다 더 어두워보이도록 처리했다. <타임>측은 단순히 미적인 측면에서 사진의 빛깔을 수정했다고 설명했다. 비평가들은 이것이 단순한 미적 처리가 아니라 이데올로기적인 선택이었다고 비판했다. 미디어 재현의 관습에서 어두운 얼굴빛이나 조명은 악과 부정을 상징하는 것이고, 심슨의 얼굴을 실제보다 더 어둡게 처리함으로써 재판이 벌어지기도 전에 그를 범죄자로 취급했다는 것이다(Sturken and Cartwright, 2001). 이처럼 미디어는 단순히 색의 차이를 보여주는 것에서 그치지 않고, 그 차이가 실현되는 방식을 통해 정체성에 수반되는 의미를 구성해나가기도 한다(Grossberg, Wartella, and Whitney, 1998)

한국인의 외모, 특히 피부색에 대한 미디어의 관습은 오랜 동안 제한적이었다. 실제로 다수에 속하지 못하는 피부색이 미디어에 전혀 등장하지 않았던 것은 아니지만, 우리의 관념 속에서 그러한 피부색은 낯선 것이었고 색다른 것에 불과했다. 그러한 색다름이 재현되는 빈도가 상대적으로 적다는 점도 문제였지만, 그러한 문제에 대한 논의 자체가 드물었다는 점은 더 큰 의미를 지닌다. 최근 몇 년 사이 몇몇 텔레비전 프로그램에서 피부색이 다른 사람들에 대한 이야기를 보여줄 때에도, 당연하고 일상적으로 표현하기보다는 동정과 연민 어린 시선으로 바라보는 경우가 더 많았다. 좋은 의도이긴 했겠지만, 황색과 다른 피부색을 색다른 것으로 부각시키면서 결국은 황색 피부를 자연스럽고 상식적인 것으로 의미화한 셈이 된다. 즉 홀(1983)이 ‘탈명명화(exnomination)’라고 설명했던, 이름 부르지 않음으로써 자연스러운 것으로 만드는 의미화 과정이 일어난 셈이다. 이러한 미디어의 제한된 재현은 한국인이 단일민족이라는 신화적 믿음이 그만큼 굳건함을 말해주는 것이기도 하다.

1990년대 이전에는 일반 대중이 미디어를 통해서 ‘색다른’ 한국인을 경험하는 사례가 극히 제한되어 있었다. 전통적인 한국인의 외모와 다른 혼혈 음악인들이 간혹 성공을 거두기는 했지만, 그들의 음악적 재능은 혼혈이라는 화젯거리에 묻혀 빛을 발하지 못했다. 그들이 텔레비전 방송에 등장할 때에는 최대한 ‘한국 사람처럼’ 보이기 위해서 노력해야만 했는데, 이를테면 가수 인순이는 자신의 곱슬머리를 펴야만 했던 에피소드를 설명하기도 한다.⁶⁾ 자신이 혼혈이라는 사실 자체를 숨겨야만 했던 일은 말할 것도 없다. 드라마나 코미디

6) 1990년대 중반, 가수 인순이는 텔레비전에 더욱 자주 등장하며 꾸준한 인기를 쌓아갔으며, 그는 공식적으로 자신을 ‘받아들여준’ 대중에게 감사의 뜻을 전하기도 했다. 여기에는 가창력을 요구하는 <열린 음악회>라는 프로그램과 변화하는 대중음악 환경의 덕도 있었지만, 그가 ‘순수’ 한국 남자와 결혼함에 따라 대중들이 마침내 그를 ‘진정한’ 한국 여인으로 받아들인 탓도 있다. 결혼 후 그가 딸을 낳고 나서 “배는 불러가는데 아기가 그냥 나올지 선행을 하고 나올지 걱정이 되더라고요”라는 인터뷰를 하기도 했다. 이처럼 정체성의 문제는 또한 성 정체성의 문제와도 복잡하게 얽힌다.

등에서 가끔 외국인이 등장해 능숙하지 못한 한국어를 구사하며 인기를 끌 때에도 정작 혼혈인의 출연은 오히려 찾아보기 힘들었다.

그나마 다른 대중매체에 비해서 대중음악은 상대적으로 일찍 ‘색다른’ 음악을 주류로 편입시켰다. 1990년대 초 음악시장이 크게 확장하면서 소위 흑인 음악이 눈길을 끌기 시작했다. 특히 레게나 힙합 등 댄스 음악이 인기를 끌면서 흑인의 문화적인 스타일이나 코드 등이 더 이상 낯설지만은 않게 되었다. 원래 미국이나 자마이카의 흑인음악은 현실적인 정치적 문제에 뿌리를 둔 저항적인 음악이지만, 이 음악들이 한국에 들어오는 과정에서 그러한 정치색은 사라지고 이국적인 취향을 강조하는 단순한 기표로 변형되어 사용되는 일이 많았다. 1990년대의 뮤직비디오에서 흔히 볼 수 있었던 야자수, 오픈 스포츠카, 다른 색으로 물들인 머리 등은 노래의 내용이나 문화적 의미와는 별개로 곁도는 기호들일 뿐이었다.

사실 한국의 대중음악은 정체성을 구성하는 두 가지 요소, 즉 소속감과 차이에 대한 느낌이 가장 첨예하게 대립하면서도 공존해나가는 장으로 작용했다. 1990년대 대중음악은 순수와 혼종 사이를 위태롭게 오가는 댄스음악 같았다. 색다른 외모로 노래하는 가수들이 미디어 재현의 전면에서 노래와 춤을 앞세워 등장했음은 물론이고, 한 때 금기사항이거나 숨겨야만 했던 혼혈이나 다문화적인 경험은 1990년대의 한국사회에서 갑자기 문화적인 자산으로 떠올랐다. 빠른 댄스 음악을 중심으로 비주얼한 측면이 중요해지면서, 눈길을 끄는 색다른 외모와 다문화적인 능력이 중요하게 된 것이다. 2001년 동아일보는 “혼혈 소녀 VJ 사라”에 대한 기사에서 다음과 같이 설명하고 있다.

“프랑스인 아버지와 한국인 어머니 사이에서 태어난 그가 VJ로서 갖춘 ‘미덕’은 나이를 가늠키 힘들 정도의 성숙한 외모. 프랑스인 특유의 오밀조밀한 마스크에 동양적인 그윽함까지 겸비했다는 평이다. 언뜻 보면 데뷔 전 뽀빠에서 살았던 ‘S.E.S.’ 멤버 유진을 연상케 하는 얼굴이다. 외모를 바탕으로 한 VJ로서의 ‘상품성’은 국내외 시청자에게 고루 어필할 수 있어, 올해 말 위성방송 개국을 기점으로 오세아니아 권까지 프로그램을 수출하려는 이들 신생 대중음악 케이블 TV의 전략과 맞아떨어진다.”⁷⁾

그로부터 3년 후 또 다른 혼혈 VJ ‘나라’가 관심을 끌었는데, 그를 보도한 코리아헤럴드에 따르면 그의 이중문화적인 배경과 영어 능력이 케이블 채널의 VJ로 영입되는 것에 결정적인 이유였다고 한다.⁸⁾

1990년대 말에서 2000년대 초에 이르기까지 이렇게 대중음악을 중심으로 혼혈이 눈에 띄게 대두한 것은 놀라운 일이 아니다. 페더스톤과 래쉬(2002)의 주장처럼 글로벌리제이션의 최근 현상에서는 시장의 확대와 민족주의의 부활이라는 원래의 특징 이외에도 코스모폴리타니즘(cosmopolitanism)에 대한 관심이 커지는 것이 일반적이기 때문이다. 갑작스럽게 글로벌리제이션과 로컬리제이션의 복잡한 관계 속에 놓이게 되면서 한국 대중음악은 그린(Greene, 2001)이 말했던 소위 ‘어지러운 코스모폴리타니즘(unsettled cosmopolitanism)’을 겪어나갔다고 할 수 있다. 그린은 네팔 음악이 글로벌리제이션의 과정 속에서 변용되는 과정을 연구하면서, 글로벌 음악을 받아들이되 잘못 이해하거나 다르게 이해하여 변용하는 것 역시 중요한 음악적 경험임을 읽어냈다. 그는 이렇게 여러 요소들을 섞어서 어느 하나로 설

7) 동아일보, 2001년 8월 10일자

8) Korea Herald, 2004년 3월 16일자

명할 수 없는(*inscrutable*) 네팔의 음악들이 코스모폴리탄적인 정서와 연결되어 있다고 생각하고, 이를 '어지러운 코스모폴리타니즘'이라 이름 붙였다.

이러한 그린의 아이디어를 한국의 대중음악에 연결시켜 설명하자면, 모빌리티와 코스모폴리타니즘의 재현이 90년대 이후 대중음악의 중요한 요소였음을 알 수 있다. 음악적으로는 여러 장르가 혼재하고(심지어 노래 한 곡에 여러 장르가 섞여 있을 만큼), 가사는 한국어와 영어가 마구잡이로 섞여 있으며, 시각적으로는 노란 머리와 선했한 피부와 흑인 패션이 서로 뒤섞여 표현된 것이다. 이렇게 이해할 수 없이 섞여버린 스타일은 젊은 도시의 소비자, 즉 코스모폴리탄적인 감성과 소비에 익숙한 음악 수용자들을 끌어들이게 된다. 이들에게는 문화의 뿌리나 근원을 밝히는 일은 그다지 중요하지 않다. 오히려 여러 스타일이 섞인 음악은 뭔가 새로운 것, 뭔가 다른 것, 뭔가 쿨한 것, 그리고 뭔가 '내가 모르지만 멋진 것'으로 이해되고 소비된다.

일부 학자들은 국경과 경계를 넘어 문화와 정체성이 서로 섞이는 혼종성(*hybridity*)을 글로벌 시대 대중문화의 지배적인 특징이라고 설명한다(예를 들어 Garcia Canclini, 1995). 그러나 내피시(Naficy, 1993)는 혼종성과 혼합성(*syncretism*)은 서로 다른 개념이므로 구분해서 이해해야 한다고 주장한다. 내피시에 따르면 생물학적 개념에서 유래한 혼종성이 서로 다른 두 문화가 섞이는 현상을 말하는 반면, 혼합성은 한 문화가 다른 문화와 섞여 제3의 문화를 만들어내는 것을 의미한다. 이는 혼종성에 비해 더 지속적이고 안정적이며 그 형성 맥락이 보다 분명하다. 또한 두 문화가 합해졌다고는 하지만 그 중 어느 하나가 더 우월한 지위를 점한 모습을 쉽게 드러낸다. 내피시는 대중문화의 혼종성은 결국 혼합성으로 안정화되려 하는 경향이 있다면서, 이 과정의 잠재적인 위험성을 이렇게 지적한다. 즉 주류 문화에 대한 어떠한 형태의 저항이나 반발마저도 단순히 스타일의 상업적인 변형으로 여겨질 수 있다는 것이다. 그 결과 정체성은 이윤을 추구하는 미디어가 생산해낸, 그저 소비할 수 있는 문화 상품에 지나지 않게 되어버린다는 것이다.

어지러운 코스모폴리타니즘이든 혼합성이든, 한국 대중음악은 여러 스타일의 혼합을 시도하면서도 대중의 차가운 시선과 사회적 규제를 피할 수 있을 만큼의 순수성은 잃지 않는 선에서 협상해온 흔적이 있다. 주로 비주열한 스타일에서는 과감히 스타일을 혼합하면서도 노래의 가사나 전체적인 내용에서는 무조건적인 사랑이나 운명적인 죽음, 그리고 과거에 대한 노스텔지어를 통해 도덕적 순결함을 함께 강조한 것이다. 이러한 순수함에 대한 강박관념은 어쩌면 아파두라이(2000)가 말한 '로컬리티의 페티시즘'에 지나지 않는지도 모른다. 즉 글로벌리제이션의 시대에 '로컬'은 이제 그저 하나의 페티쉬에 지나지 않게 되었고, '한국적'인 가치관이나 정체성이라는 로컬리티는 하나의 텅 빈 기호로만 남게 되었다는 것이다. 바바(1985)가 지적한 것처럼 혼종성의 상징이나 재현이 증가한다는 것은 곧 '순수한' 원래의 정체성을 되찾으려는 욕구가 그만큼 강하다는 것을 반증해주기도 하는 것이다. 한국 대중음악이 얼핏 글로벌해 보이는 스타일을 양산한 것은 사실이지만, 그 이면에는 한국적인 정체성을 향한 강한 열망이 늘 살아있었다는 의미이기도 하다. 발라드 음악의 신파조에 가까운 순수지향성과 댄스 음악의 국적을 알 수 없는 혼종성은 이러한 두 욕망이 부딪히는 지점을 상징적으로 보여준다.

모든 정체성 구성에서는 차이가 드러나게 되고 나와 타자의 구분이 불가피하다. 한국의 대중문화에서는 이러한 차이가 물질적 소비문화 그 자체로 다가온 것이 아니라 물질적 소비문화에 대한 기억으로 다가온다. 로컬리티는 글로벌리제이션이 있음으로 해서만 문제가 되고, 또한 정체성의 색다름과 차이는 불안한 시대에 정체성을 붙잡아두려고 할 때에만 중

요한 문제로 다가온다. 이렇게 과거를 복구하고 역사를 복원하려는 노력은 글로벌리제이션의 시대에서 전혀 새로운 것이 아니다. 대중음악의 혼종적 스타일이 얼핏 보면 기존의 한국 문화에 대항하는 문화적 저항으로 여겨질 수도 있으나, 사실은 그보다는 과거의 기억을 다른 식으로 되살려 다른 문화에 대한 적대감을 더 강화하는 역할을 수행한다. 한국에서 미국의 록이나 힙합은 환영받지만 유럽의 음악은 그렇지 못하다. 새로운 문화적 형태가 계속 생겨나지만, 물질적 기반이 없이 기억에만 의존하는 그런 상품은 너무나도 쉽게 주류 문화에 흡수되어 버린다.

한국인이라는 개념과 정체성

근대 한국의 역사는 타자와 우리의 구분 자체가 나라와 민족 중심으로 이루어지는 경우가 많았고, 그러다보니 정작 우리의 정체성을 구성하는 것은 무엇인가에 대해서 논의할 기회는 상대적으로 적었다. 우리를 정의하는 방식은 명시적으로나 정서적으로 너무나 명확해서 그에 대해 질문하거나 의문을 제기하는 것조차 용납되지 않는 분위기였다. 그러나 사회적으로 급격한 변화의 국면이 오면 이처럼 숨어있던 문제들이 갑자기 표면으로 떠올라 명확히 정의되어야 할 필요성이 생긴다. 1990년대의 한국은 이제까지의 역사적 타자, 즉 적들의 존재가 희미해지면서, 그 정치적 타자들이 문화적으로 가까워짐을 경험하는 과정의 연속이었다. 이제까지 낯설기만 했던 흑인 음악이 아주 한국적인 방식으로 소화되고, 비밀스레 둘러보아야만 했던 일본 대중문화를 공식적으로 즐길 수 있게 되었으며, 정치적 이유로 가까이 할 수 없었던 나라를 직접 여행하는 일이 가능해졌다. 이렇게 타자와의 접촉이 잦아질수록 스스로의 정체성에 대한 질문과 의문을 갖게 되는 일이 많아진다.

역사적으로 한국은 한 핏줄로 이루어진 단일 민족 국가라는 믿음을 갖도록 강요되어 왔다. ‘한국인’은 이러한 인종적인 개념에 따라 정의되고, 정부 정책에서부터 우리가 흔히 사용하는 일상 언어에까지 한민족이라는 관념은 뿌리 깊게 자리하고 있다. 그러나 사실 ‘민족’은 정의하기 어려운 말이다. 이 개념은 인종적인 집단을 의미하기도 하지만 국가를 의미하기도 하기 때문이다. 남북한의 통일 정책에서도 이러한 민족적 정체성의 단일함과 순수함은 결정적인 요소로 작용한다. ‘우리는 하나’라는 통일 구호가 상징하는 것은 남북한이 하나의 인종 집단에 속한다는 뜻이기도 하지만 같은 나라라는 정치적 의미도 담겨있다. 이 말이 상징하는 것은 과거에 대한 노스텔지어적인 신화를 이용하여 더 강한 근대국가를 형성하

국가라는 믿음은 신화적 담론이 가족주의의 담론과 맞물려 있기 때문이다. 근대 한국의 역사에서 국가의 형성은 일본의 강점기와 관련되어 있고, 국가(國家)라는 개념조차도 이미 일본의 식민지배라는 경험과 언어 속에서 형성되고 논의되어왔다. 사실 국가주의 이데올로기에서는 핵가족 개념이 핵심적인 역할을 하기 때문에 국가와 가족의 담론이 함께 뚜렷하게 나타나는 것은 이상한 일이 아니다.

이처럼 ‘국가’나 ‘민족’이라는 개념이 한국의 정체성 형성에 큰 영향을 미친 데 비해서 ‘인종’이라는 말에 대한 논의는 상대적으로 적었다. ‘인종’이라는 말이 19세기 들어서야 생겨났기 때문이기도 하지만, 더 중요한 이유는 한국처럼 단일 민족으로 구성된 나라에서는 더 이상 인종에 대한 논의가 필요 없다는 이데올로기 때문이다. 따라서 ‘인종’이라는 말 그 자체가 이미 성, 계급, 민족 등의 사회적 분류에 비해 매우 외래적이다. 한국인에게 있어 인종적 정체성이란 질문할 필요조차 없이 당연히 눈앞에 보이는 한 가지 색깔이었던 것이다.

한국인의 정체성에 대한 질문이 오랜 동안 의문시되지 않았던 까닭 중의 하나는 한국의 정체성이 자명하다는 잘못된 믿음 때문이었다. 그러나 홀(Hall, 1996)이 말했듯이 글로벌리제이션은 정체성의 위기와 함께 오고, 한국의 정체성에 관한 (의도적인 혹은 비의도적인) 무지 역시 위기를 맞아왔다고 보아야 한다. 1990년대 이전의 한국 대중문화는 상대적으로 배타적이고 동일한 문화를 재현하는 데 집중되어 있었고, 이러한 재현 과정은 한국 대 그 외의 다른 모든 것(others)이라는 이항대립을 통해 이루어졌다. 어찌 보면 이는 서구의 오리엔탈리즘(Said, 1978, 1993)과 관련하여 이와부치(2002)가 말했던 ‘셀프 오리엔탈리즘(self-orientalism)’의 한 형태라 볼 수도 있다. 오리엔탈리즘의 전형적인 방식은 우리를 일반적이고 정상적이며 통일된 정체성으로 정의하기 위해 타자를 배제하거나 단순화하는 것이다. 이러한 메커니즘에서는 타자를 제외한 모든 것이 우리이고, 우리는 다양하고 역동적인 반면 타자는 하나로 뭉뚱그려 동질적이고 정적인 것으로 본다.

셀프 오리엔탈리즘 역시 오리엔탈리즘과 마찬가지로 너와 나를 구분하는 메커니즘이라는 면에서는 같지만, 타자가 만들어낸 이미지 속에 기꺼이 스스로를 위치지음으로써 다른 타자들과의 차별성을 강조한다는 특징이 있다(이와부치, 2002). 1990년 이전의 한국 대중문화도 우리(한국인)를 타자로부터 구별할 뿐 아니라 한국 문화와 정체성 그 자체의 동질성과 통일성을 강조했었다. 이러한 통일된 국가 정체성을 이루어내기 위해서 도덕적 가치판단이나 비난 혹은 규제가 따르곤 했다. 예를 들어 1975년 이후 한국의 대중음악 앨범은 모두 건전가요 한 곡씩을 넣어야만 했다. 이름은 ‘건전가요’이지만 사실상은 한국의 긍정적인 이미지를 홍보하는 캠페인 노래의 성격이 더 강했다.⁹⁾

그러나 1990년대 급격히 확장되면서 문이 열린 대중문화의 영향으로 한국사회는 비로소 자기 반성을 해볼 수 있는 기회를 갖게 되었다. 즉 벤들(2000)이 말한 것처럼, 글로벌리제이션의 과정 속에서 이제까지 소위 전통이라는 이름으로 굳건히 믿어왔던 것에 대한 의문을 품고 거리를 두기 시작하게 되었다. 그렇다고 해서 정체성의 다양성과 차이에 대한 인식이 갑자기 폭발적으로 늘어난 것은 물론 아니다. 다만 정체성이라는 것이 타자와의 비교를 통해 끊임없이 구성되는 과정이라고 이해한다면, 1990년대의 한국사회는 비로소 무엇인가를 추구하는 형식으로서의 정체성이 아니라 무엇인가를 피하는 형식으로서의 정체성 구성과정을 새로이 경험하게 되었다고 할 수 있다. 낯선 것들과의 접촉을 통해 이제까지 의심 없이 지탱해온 단일 민족이라는 신화가 눈에 뜨이게 도전받기 시작했다고 볼 수 있기 때문이다.

‘살색’과 ‘음색’: 소속감과 거리감

18세기 인류학의 담론에서 쓰이기 시작한 이래 ‘타자’라는 개념은 부정적인 의미를 더 많이 함유해왔다. 문화적 재현은 타자를 제외하고 침묵하게 하고 과장하거나 단순화시켜왔다. 따라서 타자는 약하고 복종적이며 고유의 역사를 갖고 있지 못한 것으로 묘사되었다. 그러나 한국의 뮤직비디오에서 본 것처럼 타자가 우리 내에서 재발견되고 재구성될 수도 있다. 타자를 시각화하는 것이 그러한 사례이다. 예를 들어 많은 댄스 뮤직비디오에서 시각적 재현을 통한 정체성 구성은 긍정적 방식이 아니라 부정적인 방식으로 일어난다. 노랑계 염

9) ‘아, 대한민국’(국가 정체성 강조), ‘어허야 동기동기’(전통적인 마을의 개념 강조), ‘시장에 가면’(전통 가치 옹호), ‘우리의 소원은 통일’ 등의 건전가요가 모두 ‘긍정적인’ 대한민국의 이미지를 강조하고 있다.

색한 머리는 백인처럼 보이기 위해서라기보다는 한국인처럼 보이지 않기 위해서이다. 영어 가사를 사용하는 것은 영어가 좋아서라기보다는 한국어가 아닌 그 무슨 언어가 멋있어 보이기 때문이다. 배경으로 사용되는 이국적인 풍경은 꼭 그 장소가 의미 있어서라기보다는 한국적이지 않은 어떤 풍경에 매혹되기 때문이다. 따라서 노란 머리가 무슨 의미인가보다는 왜 까맣지 않은 머리인가에 더 분석의 초점이 맞추어져야 한다. 즉 타자에 대한 권력의 행사가 아니라 스스로를 부정하는 과정으로서 이해할 때, 대중문화의 색다른 모습은 더 의미가 있다고 본다.

상의 공동체'(앤더슨, 다. 특히 텔레비전의 와준다. 문디(1999)는 데 성공했다고 설명 적 재현을 활용하여 지는 아닐지라도 한 이 한다. 낯선 음악과 현되는 폭력, 그리고 다. 이러한 맥락에서 게 된다.

는 없다. 이때 언어
나 목소리와 음색을
나 이국적인 외모의
뮤직비디오를 가려낼
가가 서툰 가수들이라
도 목소리는 흥내 낼

연차상 케리디엔더기

과 음식이 한국적 정체성을 구성하는 데 중요한 요소로 이러한 몸의 정체성이 어떤 방식으로 재현되는가 하는 과 음식, 즉 외모에서 나타나는 인종적인 특색이 한국의 지 왔던 부분이기 때문일 것이다. 성과 계급과 국가는 현의 중심에 놓여있었다. 그러나 몸의 외형적인 조건으로 모두 같은 조건일 것이라 동의했고, 따라서 갈등겨져 왔다. 그러나 바로 이러한 담론의 부족 그 자체가 입고 대중문화의 영역에서 상업적 설득력을 얻을 수 있는 색다름은 한국 영토 내에 존재하는 일종의 이산적인 하는 것인지도 모른다.

산 공간은 현실의 이산 공간의 확산과 궤를 같이 하면서
년대 이후 경제적으로 문화적으로 글로벌라이제이션이 진
화가 일었다. 한국에 거주하는 외국 노동자들의 수가 늘

이렇게, 대주요하이 비주언하 츠며으 이체차느, 겨으 주으차다. 애나차며, 하구저 저

다. 이는 자기 정체성 확립의 지표로 종교나 언어를 먼저 꼽으며 '상
1980)를 설명하는 서구 학자들의 견해에서는 오히려 빠져있는 부분이
음악은 시각적인 재현을 통해 끊임없이 상상의 공동체를 구성하도록 도
할리우드 뮤지컬이 유토피아를 시각화함으로서 미국인들에게 사랑받는
한다. 할리우드 뮤지컬처럼 한국의 대중음악 역시 시각적 재현과 음악
낮선 것에 더 쉽게 다가갈 수 있는 정서적인 고리를 만든다. 유토피아까
국의 대중음악(뮤직비디오)은 한 때 멀었던 것을 가까운 것으로 느끼게
가사에도 불구하고 친근한 멜로 드라마적 내러티브나 비장미 넘치게 표
노스텔지어 등이 이 낯선 대중매체를 아주 한국적인 것으로 만들어준
비록 낯설게 보이는 몸이나 색일지라도 자연스럽게 일상 속으로 들어오

물론 한국적 정체성을 정의하는 데 언어의 중요성을 간과할 수는 약호의 체계로서 한국어 언어 구조 그 자체보다 말하는 언술 방식이 의미한다고 보는 편이 더 정확할 것이다. 대중음악에서 영어의 사용이 인물들이 등장하는 것은 더 이상 드문 일이 아니다. 여기에서 한국의 수 있는 까닭은 바로 한국적인 음색 때문이다. 그래서 비록 한국어 구사도 한국말 구사에 최선을 다하곤 한다. 시각적인 것은 흉내 낼 수 있어

수. 연.는. 신.시. 페.르.의. 기.신.리. 미.치. 쿼.프.리.크. 마.들.리.에. 세.라.페.이.저.

도 모른다.

그렇다면 문제는 왜 피부색
여겨질까 하는 점이며, 대중문화에서
점이다. 역설 같지만 아마도 피부색
정체성을 논할 때 가장 당연히 여겨
는 우리의 현실적 갈등과 미디어 재
로 드러나는 특성에 대해서는 암묵적
이 없으므로 논할 필요가 없다고 여
창조성이라거나 독특함이라는 옷을
게 된 것이다. 어떤 면에서 대중음악
공공영역(아파두라이, 1996)의 역할을

이러한 미디어 재현상의 이차
도 상당히 다른 모습을 보인다. 1990
행되면서 '한국적 외모'의 지형에 변

어났고 그들이 한국이라는 공간 안에 구성해 놓은 이산(diaspora) 마을이나 외국인 거리의 풍경이 일상 속으로 더 가까이 다가왔다(김현미, 2005). 혼종성의 정체성과 문화적 재현이 어쩔 수 없이 한국 사회의 문화 지형을 바꾸어왔고, 오랫동안 당연시 여겨지던 통일된 한국 정체성의 개념도 도전받기 시작했다. 즉 ‘한국 사람이 한국 사람처럼 생기지 않을 수도 있다’는 인식이 부분적으로나마 자리 잡기 시작한 것이다. 따라서 타자를 시각화하는 일이 잦아질수록 동시에 우리를 정의하려고 하는 욕망 역시 그만큼 큰 힘으로 드러나게 되었다.¹⁰⁾ 물론 이러한 다민족 다인종 공간이 1990년대 이후에만 존재하는 특수한 상황이라고 말할 수는 없다. 헤데토프트(2003)가 지적했듯이 글로벌리제이션과 다인종의 관계는 단순한 인과관계가 아니다. 한국의 상황을 볼 때 사람의 흐름(이민) 없이는 현재와 같은 다인종의 논의가 이루어지지 않았겠지만, 문화적인 재현과 사회의 실제 현실에서 드러나는 다인종의 상태의 괴리감이 오히려 정체성의 위기에서 기존의 지위를 강화하려는 강박관념을 더 부추기기도 한다. 김현미(2005)가 지적했듯이 프랑스인들이 모여 사는 서래마을과 동남아에서 온 노동자들이 모여 사는 안산에 대한 우리의 시각은 사뭇 다르기만 하다. 같은 혼혈이라도 피부색이 짙은 경우와 피부색이 창백한 경우의 혼혈에 대한 대접이 크게 다른 것과 일맥상통하는 예이다.¹¹⁾

즉 ‘색다름’을 인식하고 소비하는 대중문화 과정은 잠재적인 문화적 저항이나 급진성의 의미가 있을 수도 있지만, 동시에 단순히 후기 자본주의 소비사회의 마케팅의 한 현상에 불과할 수도 있다. 혹스(1992)는 백인 가부장제 사회에서 생산되고 소비되는 흑인 대중문화에 대한 관심을 “타자 잡아먹기(eating the others)”라고 설명하기도 했다. 즉 현실적인 흑백 인종간의 갈등 문제는 교묘히 피해나가면서 흑인 문화를 낮설고 매혹적인 것으로 상업화하여 안전하게 소비하는 데 그친다는 비판이다.

결국 대중음악의 사례에서 드러난 색다름의 재현 방식은 한 때 낮설었던 것을 익숙하게 해주고 기존의 한국적 정체성의 고정된 가치에 대한 회의를 품게 하였다는 의의가 있지만, 소속감과 차이를 시각적으로 재현하여 문화적 정체성을 상품으로 소비하는 데 그치게 한다는 한계 또한 노출한다. 이렇게 정체성과 이미지의 소비를 연결하는 메커니즘은 광고의 그것과 매우 닮아있다. 광고는 소속감과 차이의 경계선 사이에서 작용하며, 소비하지 않는 것은 죄이지만 남들과 똑같은 것만을 소비하는 것도 시시한 일이라는 소비 이데올로기를 자연스럽고 전파한다(Sturken and Cartwright, 2001). 즉 어느 사회나 문화와 가족에 내가 소속되는지, 그리고 어떻게 다른 이들과 차이를 통해서 구별되는지를 호소하는 것이다. 따라서 광고에서 명시적인 민족주의나 애국주의의 언어를 사용하여, 물건 구매 행위를 시민권 행사의 행위와 동등한 위치에 놓는 것이 드문 일은 아니다.¹²⁾ 건전한 시민은 건전한 구매자이고 훌륭한 애국자는 왕성한 소비자인 셈이다. 1990년대 대중음악에서 드러났던 색다름의 양상들이나 현재 우리가 목격하고 있는 하인스 워드 열풍 역시 ‘남과 같으면서도 다른’ 정체성을 왕성하게 소비함으로써 건전한 대한민국 시민이 되기 위한 상품으로 판매되고 있는지도 모른다. 나카노(2002)가 지적했듯이 현대 근대 도시를 살아가는 사람들은 소외되는 것, 두드러지게 눈에 띄는 것, 그리고 뒤쳐지는 것 모두를 두려워하는 존재들에 불과하다.

10) 여전히 남성적인 시각의 대상화에 그친다는 한계가 있지만, <파이란>이나 <결혼원정대작전> 등의 상업 영화에서 이러한 인구 구성상의 변화를 일부 표현하고 있으며, <다섯개의 시선>이나 <여섯개의 시선> 등의 영화에서는 이러한 한국 문화지형의 변화를 한층 더 적극적으로 탐구하고 있다.

11) 다니엘 헤니나 데니스 오 등의 배우가 멋진 남자 역할을 맡으며 드라마의 주인공을 맡은 것은 ‘혼혈임에도 불구하고’가 아니라 ‘백인과의 혼혈인 덕분에’로 설명하는 편이 더 적당할 것이다.

12) 월드컵이 다가오면서 이동통신회사들이 붉은색과 애국심을 연결하여 광고하는 것도 대표적인 사례이다.

타자화하기(Othering)와 '한국' 마케팅

한국의 대중음악과 대중문화계 일반에서 보여주는 '색다름'에 대한 매혹은 글로벌 리제이션과 민족주의가 서로 갈등하고 협상하는 장으로 작용했다. 이 과정에서 한국적인 정체성은 크게 세 단계로 표현된다고 볼 수 있다. 첫째는 부정(negation)이다. 기존에 국가적 정체성을 규정하는 확실한 요소라고 생각되었던 것들에 대한 거리두기를 의미한다. 한국인은 검은 머리여야만 한다는 것, 한국인은 노란 피부여야만 한다는 것에 대한 부정이 스타일이라는 이름으로 실행되는 것이다. 두 번째 단계는 확대(amplification)이다. 즉 홀(1996)이 이야기했듯이 어느 정도 다른 인종이나 다른 문화의 요소를 취사선택하는 사례에서 이러한 과정을 엿볼 수 있다. 세 번째 단계는 내부적 다양화(pluralization)이다. 낯선 문화적 기호들을 허용할 뿐 아니라 적극적으로 받아들이는 것이다. 이렇게 세 단계를 거치면서 비로소 스스로 거리두기, 즉 타자화하기(othering)의 과정이 일어난다고 볼 수 있다. '우리'를 구성하는 기존의 담론과 이데올로기에서 거리를 두면서도 단순히 타자를 흉내 내는 것에서만 그치지 않는 제3의 공간을 열 수 있는 가능성이 생기는 셈이다.

그러나 앞에서 보았듯이 이러한 타자화의 과정을 통한 문화적 의미 생산은 이보다 더 큰 소비주의라는 자본의 논리 속에 제 빛을 발하지 못하고 있다. 하인스 워드가 몰고 온 열풍은 그가 혼혈이라는 점 외에도 미국에서 성공한 사람이라는 점, 남자라는 것(즉 그의 어머니가 '순수' 한국인이라는 점), 그리고 그의 몸이 보여주는 상업적인 기호(건장한 체격, 검은 피부, 미국 운동복 패션 등)라는 점을 모두 고려할 때 이해 가능하다. 즉 애국주의, 순수혈통주의, 모성과 희생에 대한 감동적 내러티브, 성공 신화, 한국에 광범위하게 퍼진 미국 문화의 영향 등의 배경이 있었기에 비로소 그가 혼혈이라는 점이 미디어에 별다른 저항 없이 재현될 수 있었다고 생각한다. 색다름에 대한 따뜻한 시선은 그가 그저 그런 어느 한국인이 아니라 '자랑스러운 한국인'의 범주에 들어가기 때문에 가능했던 것이 아닐까? 즉 갑자기 색다른 모습을 우리 안으로 받아들이는 것이 아니라, 오히려 기존의 '자랑스러운 우리 대한민국' 속에 그 색다름을 애써 포함시키려는 민족주의의 또 다른 표현에 불과할지도 모른다.

참고문헌

김현미 (2005) 『글로벌 시대의 문화번역: 젠더, 인종, 계층의 경계를 넘어』. 또하나의 문화.

Anderson, B. (1983) *Imagined Communities*, New York: Verso.

Appadurai, A. (1990) 'Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy,' in P. Williams and L. Chrisman (eds) *Colonial Discourse and Post-Colonial Theory: A Reader*. Columbia University Press. (Originally in *Public Culture*, 2, 2, Spring.)

Appadurai, A. (2000) *Public Culture: Society for Transnational Cultural Studies: Globalization*, Durham, NC: Duke University Press.

Bhabha, H.(1990) *Nation and Narration*, London and New York: Routledge.

- Bendle, M. F. (2002) 'The Crisis of 'Identity' in High Modernity,' *British Journal of Sociology*, 53, 1: 1 ~ 18.
- Garcia Canclini, N. (1995) *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*, Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Greene, P. (2001) 'Mixed Messages: Unsettled Cosmopolitanism in Nepali Pop,' *Popular Music*, 20, 3: 169~187.
- Grossberg, L., Wartella, E., and Whitney, C. (1998). *Mediamaking: Mass Media in a Popular Culture*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Featherstone, M. and Lash, S. (2002) 'Recognition and Difference: Politics, Identity, Multiculture,' *Theory, Culture & Society*, June.
- Hall, S. (1982) 'The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in Media Studies,' in T. Bennett, J. Curran, M. Gurevitch, and J. Woollacott (eds) *Culture, Society and the Media*, London: Methuen.
- Hall, S. (1996) 'The Questions of Cultural Identity,' in S. Hall, D. Held, D. Hubert and K. Thompson (eds) *Modernity: An Introduction to Modern Societies*, Cambridge, MA: Blackwell.
- Hedetoft, U. (2003) *The Global Turn: National Encounters with the World*, Aalborg: Aalborg University Press.
- hooks, b. (1992) 'Eating the Others: Desire and Resistance,' in J.B. Schor and D.B. Holt (eds) *The Consumer Society Reader*, New York: The New Press.
- Iwabuchi, K. (2002) *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Durham and London: Duke University Press.
- Lancaster, R. (1991), 'Skin Color, Race and Racism in Nicaragua,' *Ethnology* 30(4): 339-353, October.
- Mundy, J. (1999) *Popular Music on Screen: From Hollywood Musical to Music Video*, Manchester and New York: Manchester University Press.
- Nakano, Y. (2002) 'Who Initiates a Global Flow?: Japanese Popular Culture in Asia,' *Visual Communication*, 1, 2: 229~268.
- Naficy, H. (2002) 'Identity Politics and Iranian Exile Music Videos,' *Critical Studies: Music, Popular Culture, Identities*, 19, Amsterdam and New York: Rodopi.
- Said, E. (1993) *Culture and Imperialism*, New York: Vintage Books.
- Sturken, M. and Cartwright, L. (2001). *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Turner, G. (1994) *Film as Social Practice*. London and New York: Routledge.