

I. 서론

1. 개발의 목적

‘청소년 영상음악캠프활동 개발보고서’는 청소년들에게 바람직한 영상음악 활동 방법을 제시해주기 위해 ‘청소년 영상음악캠프활동’수련거리의 개발과정과 이론적 지침서의 두가지 주된 목적을 갖고 구성되었다.

하나는 청소년 ‘영상음악캠프활동’ 프로그램개발을 위한 이론적인 논거와 틀을 제공해 주기위한 영상음악의 체계적인 이해로서의 역할이고, 다른 하나는 영상음악활동에 대한 활동 및 교육지침서로서 청소년들 뿐만 아니라 청소년지도자와 학부모들에게도 영상음악에 대한 관심을 제고시키며 영상음악에 대한 전문적인 논의를 이끌어 내는 자료로서의 역할도 하고자 한다.

영상과 음악 그리고 캠프활동의 조합어인 ‘영상음악캠프활동’은 소위 신세대라 불리우는 청소년들의 욕구나 취향에 맞는 강한 흡인력을 갖춘 어휘이다. 이 가운데에서도 영상과 음악은 컴퓨터와 매체의 발전과 더불어 새로운 차원에서 청소년들에게 접근하고 있다. 사실 영상음악보다는 ‘뮤직비디오’라는 말로 더 익숙해져있는 영상음악은 ‘듣는 음악’에서 ‘보는 음악’으로라는 획기적인 변화속에서 청소년 영상문화의 한부분으로서 상업화되어 있는 상태이다. 박미아(1993)는 뮤직비디오를 이렇게 설명하고 있다. “뮤직비디오는 음악이 있는 화면이다. 귀로만 듣는 음악을 눈으로도 즐기게끔 하고, 청각적으로 표현하기에 모자랐던 음악의 메시지를 시각적으로 담아 낸 것이다. 뮤직비디오의 가장 중요한 기능은 영상으로 음악을 표현하는 것이다. 청각에 호소하는 음악에 시각이란 보조 기능을 동원해 시청각적 조화라는 음악의 총체적인 구체화를 이루어 큰 반응을 얻어 낼 수 있다는 점에서 뮤직비디오는 요즘 뮤지션들이 많이 채택하고 있는 음악 표현 방식이다.” 이러한 뮤직비디오의 유행을 일부에서는 청소년문화의 감각성과 속도감에서 찾기도 한다. 어쨌든 이제

뮤직비디오는 특히 청소년들 세계에서 음악의 표현양식의 하나로 신속히 자리 잡아가고 있으며 현대 서양 음악이 우리의 국악을 밀어내었듯이 음악은 단순히 듣는 것이라는 인식을 구시대의 사고방식으로 몰아가고 있다.

그런데 영상음악이 청소년들에게 흥미를 유발하고 즐거움을 준다고해서 아무런 통제없이 방치할 수는 없다. 최근 많은 관심을 불러일으키는 매체의 유해성과도 밀접한 관련을 갖는 영상음악의 선정성, 퇴폐성 등은 적지 않은 문제로 대두되고 있다. 특히 영리를 목적으로 하는 상업화된 영상음악은 청소년들의 올바른 정서함양에 악영향을 미치는 여러가지 요소와 형태를 갖고 있다. 더우기 소비와 퇴폐를 조장하는 불법적인 영상음악물의 범람은 기성세대의 우려를 가중시키고 있다. 따라서 영상음악이 청소년문화의 발전적 요소로 자리잡기 위해서는 이같은 문제를 해결해야 한다.

영상음악은 음악에 시각적 효과를 더한 음악표현형태의 하나이지만 실제 영상음악은 음악적 비중보다 영상의 무게가 더 실려보인다. 이러한 영상음악은 영상과 음악의 결합을 통해서 다양한 표현방식과 창의성으로 표현될 수 있다. 그러나, 영상음악은 음악만을 감상할 때 발휘될 수 있는 독특한 상상력이나 개인마다 개별화된 정서를 제한시킨다는 단점이 있다. 또한 선정적이고 말초적인 자극을 유발하는 상업적인 영상음악의 불건전한 감각에 휩싸여 편협한 시야와 분별없는 의식을 조장할 가능성도 있다.

그럼에도 불구하고 영상음악의 긍정적인 측면은 적지 않다. 청소년들의 다양성과 개성 그리고 창조적 능력을 계발하는데 큰 보탬이 될 뿐만 아니라 시각과 청각의 문화매체를 자연스럽게 접근할 수 있는 많은 기회를 제공해 준다. 어쩌면 경제적 기초에서 문화와 문명의 새로운 장을 여는 미래의 주도적인 문화장르가 될 가능성도 있다. 소위 대중음악과 순수음악의 두 장르가 통합되는 현상이 쉽게 나타나고 음악, 미술, 무용 등 예술분야가 상호 밀접한 관련을 갖는 새로운 형식을 창조하고 또 다른 형태로 발전할 조짐을 보이는 현실에서 영상음악은 청소년들에게 친근한 방법으로 미래의 문화적 양식의 단면을 보여주고 있는 것이다.

이같은 영상음악의 개념과 범위는 마치 X세대라는 용어를 정의하는 것만큼 어렵겠지만 영상음악이 현실적으로 청소년들에게 큰 영향을 미친다는 면

에서 영상음악에 대한 기초적 개념과 내용에 대한 설정이 필요하다.

이러한 인식을 토대로한 영상음악캠프활동의 개발로 영상음악과 청소년과의 상호관련성을 이론적으로 살펴보고, 또한 영상음악과 관련되는 각 분야의 현장전문가들로 하여금 영상음악 제작과정 및 창조의 실제 형태를 보여줄 수 있게 함으로써 영상음악이라는 새로운 분야의 개념 틀과 내용을 범주화하는 기초적 자료를 제공해 주고자 한다. 한편 이를 토대로 청소년들이 창의적이면서 바람직한 방향으로 영상음악과 관련된 활동을 할 수 있는 프로그램을 개발하여 영상음악에 대한 올바른 인식 및 활동방향을 제시해 주고자 한다.

2. 개발의 내용

본 개발연구는 기존의 영상음악활동이 상업적인 목적으로 청소년들을 단순히 소비의 대상으로 취급하여 그들에게 바람직한 영상음악활동 및 문화를 제시하는 데 미흡했을 뿐만 아니라 오히려 영상음악의 부정적 요소를 부각시켜 영상음악의 다양한 요소와 창의성을 발휘하는데 장애를 주었다는 비판적 인식에서 출발한다. 또한 정보통신산업의 급속한 발전과 함께 영상 및 방송매체의 중요성이 부각되고 있지만 이에 대응하는 올바른 영상음악활동에 대한 정보와 기초자료도 부족한 상태라는 문제 또한 제기한다.

따라서 본 개발연구는 이같은 일련의 상황에 대응하는 청소년을 중심으로 한 적극적이고 창의적인 영상음악활동을 통해 각종 매체의 주요한 요소로 등장할 영상음악문화의 바람직한 토양을 마련하는 데 중점을 두고 내용을 전개한다.

오늘날 청소년들을 위한 영상음악의 종류와 내용이 다양해지고 있으며 양적인 면에서 급격한 증가를 보이고 있다. 그러나 청소년들이 선호하는 대중음악이나 선정적인 외국음악을 영상화한 자료가 대부분인 실정이다. 이것은 영상음악과 관련된 활동을 수동적이며 무분별하게 수용하여 자칫 청소년들에게 선정적 욕구를 유발시키는 한편 퇴폐적인 정서를 조장할 수 있다.

따라서 본 개발연구의 내용은 청소년들에게 유익한 영상음악을 선정하여 다양한 활동을 통해서 즐길 수 있는 방법을 마련해 주고자 한다. 또한 기존의

영상음악을 올바르게 선택하고 자신의 정서와 발전방향에 알맞게 적용할 수 있는 감상방법에서부터 스스로 영상음악을 창조하고 평가할 수 있는 창의적이면서도 비판적 안목을 길러주는 데 초점을 맞추고 있다.

이같은 맥락에서, 본 개발연구는 이론과 감상 그리고 제작에 대한 지식과 정보를 제공할 수 있도록 구조된 내용이 중심이 된 개발보고서와 함께 영상음악활동 프로그램의 새로운 개발보다는 청소년들이 영상음악활동을 이해하고 즐길 수 있는 활동방법에 대한 창의적인 사고와 자료를 프로그램화함으로써 청소년들이 뚜렷한 철학과 방향을 가지고 영상음악활동을 활성화할 수 있는 기틀을 제공하는 내용으로 구조화한다. 또한 청소년들이 즐겨하는 캠프활동을 통해 영상음악활동이 실제 진행되는 실천적 과정을 재현하는 내용도 포함한다.

3. 개발의 방법 및 방향

영상음악캠프활동은 청소년들이 쉽게 이해하고 흥미롭게 활용할 수 있도록 실질적인 도움을 주는 활동프로그램집 개발에 중점을 두는 한편, 이러한 활동 내용의 기초가 되는 영상음악 관련 이론과 실천현장의 경험이 구조화된 영상음악교재로서의 역할을 할 수 있도록 구성한다.

이러한 개발의 내용은 영상음악과 관련된 각종 정보와 자료 그리고 전문가의 의견 및 현장에서의 참여관찰을 토대로 구성한다.

문헌연구 : 영상음악에 관계되는 각종 문헌 및 프로그램의 수집 분석연구

조사연구 : 청소년들의 영상음악활동에 관련된 현장의 답사 및 참여관찰

전문가면담 : 영상 및 음악 전문가 면접 및 자문을 통한 영상음악활동에 관련된 자문 및 기술적 조언과 협조

II. 영상음악 이론

1. 영상음악의 탄생과 역사

1) TV, 영화의 등장

뮤직비디오가 요즘들어 갑자기 대두되기 시작한 장르라고 생각할지 모르지만 분명히, 뮤직비디오는 1981년에 탄생한 장르이다. 원초적 경험으로서의 음악은 언제나 여러가지 형태로 우리에게 다가온다. 콘서트에서의 연주, 앨범 커버, 테이프와 CD의 포장, 음악잡지에 실리는 사진들, 대형 브로마이드, TV쇼, 광고 등을 통해 음악은 언제나 시각적 이미지와 함께 전달된다. 가수들의 시각적 이미지는 인기에 많은 영향을 미치고 있다.

1950년대에 나온 청소년 문화와 록음악을 소재로 한 영화들은 오늘날의 홍보용 음악비디오와 크게 다를 게 없었다. 1950년대 이후 특히 TV는 록음악과 가수들의 홍보수단으로 매우 중요한 역할을 해왔다. 가령 1950년대의 〈댄스 파티〉 프로그램은 록큰롤을 좋아하는 대규모 소비자 뿐만 아니라 10대 청소년을 대상으로 한 것이다. 물론 〈히트 퍼레이드〉 댄스쇼 중 가장 앞선 것은 1957년에 시작된 디크 클라크의 〈아메리칸 밴드 스탠드〉다. 전설적인 가수 엘비스 프레슬리의 인기도 〈에드 설리반 쇼〉 출연에 힘입은 바 크다.

뮤직비디오가 탄생하기 전에도 뮤직비디오의 전신에 해당되는 것이 있었다. 홍보용 비디오의 역사를 추적한 한 BBC-TV 프로그램은 1934년 뮤직비디오의 전신이라고 할 수 있는 한 짧은 필름을 소개한 바 있다. 그리고 1940년대에도 홍보용 재즈 필름이 있었다.

2) 뮤직비디오의 등장

뮤직텔레비전 MTV는 음악사에서 악보의 발명, 레코드의 발명에 이어 가히 혁명적인 사건이었다. 그렇지만 TV는 시각과 청각의 결합체이므로 대중음악과 TV의 결합, 즉 MTV의 탄생은 매우 당연한 것일 수도 있다.

1981년 8월 1일 MTV라는 뮤직 텔레비전 방송을 통해 24시간 종일 유선 방송이 송출되면서부터 뮤직비디오는 탄생했다. 그후 2년동안 뮤직비디오는 광고계를 사로잡았고 뮤직비디오의 이미지로 된 TV광고의 전형적인 내용과 형태에 많은 영향을 주었다. 어떤 사람들은 뮤직비디오의 특징인 무선형의 접근방식 non-linear approach이 40대 이하의 젊은 세대들의 눈길을 끄는 방법이라고 말한다. MTV사의 로버트 피트만은 MTV의 뮤직비디오 서비스는 원래 12세부터 34세까지의 시청자들을 사로잡기 위해 광범위한 광고전략에 기초한 것이라고 말한다. MTV의 창시자 존 레크는 MTV를 가리켜 “보는 라디오”라고 말했다. 역시 MTV사의 간부인 존 슈나이더는 “인쇄 광고를 통해서서는 미국 청소년들에게 도달할 수 없다”고 까지 말했다.

1981년 MTV방송이 시작되었을 때 미국의 2백50만 가구가 이 방송을 시청했고 1982년 9월 방송개시 13개월만에 맨하탄 유선방송이 뮤직비디오 서비스를 시작하면서 광고계의 관심을 끌기 시작했다. 1986년에는 시청 가구수가 282만으로 늘어났다. 가수들은 레코드 출시 후에 전국순회공연 대신 MTV에 출연함으로써 더 나은 음반홍보를 할 수 있었다. 왜냐하면 MTV가 수백만명을 대상으로 하는 것이라면 순회공연에 모이는 사람은 고작 수천명에 불과하기 때문이다. 그리고 MTV를 흥내내는 방송도 늘어났다. 가장 성공적이었던 것은 MTV의 자매회사인 비디오 히트 원 VH-1 방송이었다. 1985년 1월 이 방송은 20대 후반에서 50대 전반까지의 시청자를 겨냥해서 1986년에 1200만 가구가 시청할 정도였다.

MTV는 하루 24시간 쉴새없이 미국 전역에 위성을 통해 전달되는 상업 유선 채널이다. 원래 워너 아펙스 위성 연예사 WASEC의 소유인 MTV는 가입자가 따로 수신료를 낼 필요가 없이 광고수입에만 의존하는 기본 유선서비스

이다. 1986년 봄에만도 이 채널의 시청가구수는 2,800만 가구였고, 지금은 유선방송 시스템이 있는 곳은 어디에서나 볼 수 있다. WASEC의 부사장 로버트 피트먼이 고안한 MTV는 1981년 처음 2,000만 달러의 비용으로 시작되었다. 그리고 광고수입만으로 처음 18개월동안 700만달러의 수입을 벌어들였고 1983년 5월에는 펌시콜라와 켈로그 등을 포함한 200여 상품을 생산하는 125개 광고주를 가지게 되었다. 1984년까지 시청자가 2천 2백만에 이르고 그 연령도 12세에서 34세에 까지 광범위해졌으며 광고수입도 주당 1백만달러에 달하게 되었다.

1984년 8월에 MTV는 공공기업이 되었고 4개의 음반회사와 새로운 비디오에 대한 독점권을 갖는 데 합의했다. 이후 터너방송사가 24시간 음악텔레비전으로 방송하는 경쟁사인 제2의 MTV채널 VH-1(로버트 피트먼이 “비디오 세대가 아닌 새로운 시청자”라고 명명한 25세에서 49세까지의 시청자를 겨냥한)이 5백만달러를 가지고 시작되었다. 피트먼은 24시간동안 완전히 록 비디오만을 틀어대는 방송을 생각해내고 이를 실현시키는 데 천재성을 보였다. 왜냐하면 MTV 이전에는 록비디오가 존재했어도 대개 심야 TV프로에서 나오는 공연실황 테잎이며 주로 광고 목적으로 사용되었다. 물론 오늘날처럼 비현실적이고 가상적인 내용을 담은 음악비디오를 예견했던 1964년 비블즈의 〈Strawberry Fields〉는 예외였다. ‘TOP 20’에 드는 몇몇 곡들이 비디오로도 선을 보였으나 일반채널인 NBC의 ‘Friday Night Videos’와 ABC의 ‘Hot Tracks’가 방송을 시작한 것은 MTV 이후에나 생긴 일이다.

MTV 때문에 HBO처럼 영화전문 채널도 영화들 사이에 록비디오를 삽입하게 됐다. 또 최근 가정용 VCR이 붐을 이루어 음반시장을 통해 록 비디오를 구매하는 일도 늘어났다.

3) 영상음악 연표

이러한 영상음악을 연대별로 정리하면 다음과 같다.

1921 독일에서 오스카 폰 피신거, 재즈와 클래식 음악과 동시에 방영되는 만화영화를 만들기 시작

1927 세계 최초의 토키영화 〈재즈 싱어〉 주연 알 존슨

1940 디즈니의 음악영화 〈환타지아〉

1956 엘비스 프레슬리 미국 TV프로에 최초로 출연
 엘비스 프레슬리 〈러브 미 텐더〉로 영화데뷔

1957 엘비스 프레슬리 〈에드 설리반 쇼〉에 출연

1964 비틀즈 〈에드 설리반 쇼〉에 출연

1965 비틀즈 영화 〈헬프!〉에 출연

1966 비틀즈의 공연실황 비디오 〈We Can Work It Out〉 〈Paperback Writer〉

1967 비틀즈, BBC-TV의 생중계로 세계의 2억 시청자들 앞에서 〈All You Need Is Love〉연주

1968 비틀즈의 만화영화 〈엘로우 서브마린〉

1970 다큐멘터리 영화 〈우드스톡〉, 오스카상 수상

1970 비틀즈의 마지막 영화 〈렛 잇 비〉

1971 콘서트 필름 〈핑크 플로이드 인 폼페이〉

1971 〈Soul Train〉 프로그램 미전역에 방송

1973 ABC의 〈Rock Show〉, NBC의 〈미드나잇 스페셜〉 등 음악프로그램

1974 핑크 플로이드, 〈Dark Side of the Moon〉홍보차 멀티미디어적인 세계 순회공연

1977 음악영화 〈토요일밤의 열기〉 주연 존 트라볼타
 음악영화 〈아바〉 Abba

1978 마이클 잭슨 주연의 영화 〈The Wiz〉, 음악영화 〈그리스〉 주연 존 트라볼타, 올리비아 뉴튼 존

1979 〈아메리칸 톱 10〉, 비디오 클럽 방영시작

1980 8월1일 MTV 첫 방영시작

1982 같은 제목의 음악영화(1980)에 기초한 TV 시리즈 〈Fame〉 NBC로 방영

1983 마이클 잭슨의 뮤직비디오 〈드릴러〉 출시
 음악영화 〈플래시댄스〉
 NBC 〈Friday Night Videos〉 방영시작 6월 아메리칸 비디오상 첫 시상식

- 1984 MTV, 6대 음반사와 독점 계약체결
 조 잭슨, 〈빌보드〉지에 뮤직비디오 비난 성명 발표
 〈MTV 경찰〉이라는 부제가 달린 NBC 시리즈 〈마이애미 바이스〉 방영,
 마이클 잭슨 펌시 콜라 광고 출연
- 1985 MTV 채널의 하나인 VH-1 방송시작
 〈We Are the World〉
 뉴욕 현대미술관, 뮤직비디오 수집시작. 9월에 첫 전시회
- 1987 MTV 유럽, 런던에서 방영시작. 음악영화 〈더티 댄싱〉 소니사, CD-V
 (비디오 영상을 담은 CD) 개발
- 1988 마이클 잭슨의 〈Bad〉
- 1989 펌시콜라 광고에 마돈나 출연
- 1990 TV시리즈 〈엘비스〉(ABC) 방영중단
 마돈나의 비디오 〈Justify My Love〉, BBC와 MTV의 방영금지조치에
 도 불구하고 비디오 싱글로 발매됨
- 1991 마돈나의 다큐멘터리 영화 〈Truth or Dare〉 미국 이외에서는 in Bed
 with Madonna라는 제목으로 출시
 마이클 잭슨의 비디오 〈Black or White〉
 MTV 창설 10주년을 맞아 ABC-TV 황금시간대에 〈MTV 10〉이라는
 특별 프로그램 방영

2. 영상음악과 광고

뮤직비디오는 제작과정에서 CF 기법을 사용하고 있으며, 그 자체로도 노래에 대한 광고효과를 가져온다. 가수들은 레코드 홍보를 위해 TV 출연 외에도 뮤직비디오 제작에 많은 신경을 쓰고 있는 것도 이 때문이다.

스타는 자신의 이름과 이미지의 사용에 대한 허가권 license을 가짐으로써 부를 축적한다. 1957년 뉴욕 타임즈의 기사를 보면 이 사실을 명확히 알 수 있다.

“작년 프레슬리를 상표로 부착한 면직의류의 매출이 2천만 달러 이상을 기

록했다. 10대 이전과 10대 청소년을 위한 자켓, 스커트, T셔츠, 청바지, 모자, 나일론 스카프, 팔찌, 스티커, 운동화, 짧은 스타킹에는 모두 프레슬리의 마크가 찍혀 있어서 볼티나게 팔렸다. 목걸이, 마약, 팬시 가게에서도 Hound Dog 오렌지, Love You 푸셔 赤紫, Heartbreak 핑크 등 프레슬리의 히트곡을 딴 색깔 이름을 프레슬리 친필로 새겨 놓은 립스틱 케이스가 진열되어 있다.”

스타들 덕분에 레코드 홍보는 매우 쉬워졌다. 한동안 이미 TV 등의 매체를 통해 친숙해진 유명 스타들, 가령 영화배우, 탤런트 등이 음반 취입을 하는 불이 일어났던 것도 이러한 이유때문이다. 이 스타 시스템에서 음악을 사용하는 여러 개의 다른 매체들의 공존 관계가 가장 두드러지게 나타난다. 모든 판매에서 스타의 중요성이 이처럼 크기 때문에 일간 신문의 연예면은 가능한 스타의 선전에 열을 올린다. 라디오에서는 이들의 최신 음반을 소개하기에 바쁘고, 잡지에서는 스타들의 사진으로 지면을 채우느라 신경을 곤두세운다. 뉴욕타임즈지는 MTV를 가리켜 ‘패션 TV’라고까지 말한 바 있다. 음반회사에서는 손가락 하나 까딱하지 않고도 스타들의 레코드 판매를 올릴 수 있었다. ‘대중이 원하는 것’은 이미 알려진 제한된 인물이다. MTV가 음반 판매에 미치는 영향에 있어서 간단하지만 매우 중요한 요인은, 애초부터 그 전략의 일부였던 것으로, 처음과 끝에 노래의 제목을 화면에 나타내기로 한 결정이다.

말하자면 뮤직비디오는 노래와 아티스트를 포장해서 파는 광고물인 셈이다. 모든 비디오 클립(클립: 노래따위를 흥겹게 하기 위한 특수효과와 비디오 필름)에는 가수 이름, 노래 제목, 레코드 회사 이름이 명시되어 있다. 영화광고도 영화음악을 맡은 가수를 뮤직비디오로 보여준다. TV 시리즈 ‘마이애미 바이스’도 뮤직비디오의 영향을 많이 받은 것으로 알려졌다. 어떤 동기로 레코드를 구입했는가라는 설문조사에 대한 응답이 라디오, 친구의 권유, MTV, 콘서트, 잡지, TV의 뮤직비디오 프로그램 순으로 나타났다.

이제는 록 비디오이건, 청바지나 청량음료 선전이건, MTV자체의 광고이든 간에 비슷한 성격을 띠게 됐다. 마이클 잭슨과 라이오넬 리치를 기용한 펄시콜라 광고와 휘트니 휴스턴을 출연시킨 다이어트 코코 광고는 뮤직비디오와 거의 비슷하게 만들어졌다. 록 비디오의 발상은 원래 광고의 발상에서 나왔

다. 사실 록 비디오의 더 적합한 이름은 ‘록 프로모 promo’이다. 왜냐하면 음악비디오는 레코드 제작사로서는 홍보promotion의 도구이기 때문이다. ‘프로모’라는 말이 적절한 까닭은 비디오의 생산방식과 스타일에서 광고와의 연관성이 명확히 드러나기 때문이다. 4분짜리 비디오에는 비논리적인 이미지 변화와 첨단 광고기법이 등장한다.

흥미있는 사실은 레코드 회사에서 라디오 방송국에 무료로 음반을 제공하듯 프로모션 비디오가 무상으로 공급되기 때문에 방송채널에 방영되기 위해서 치열한 경쟁을 한다. 앞으로 언젠가는 음반사들이 MTV에 비디오를 방송하려고 돈을 지불해야할 날이 올지도 모른다. 뮤직비디오 한 개를 만드는데 적어도 3만5천달러에서 5만달러라는 많은 경비를 음반사가 부담해야 하기 때문에 방송비용은 그리 큰 부담이 되지 않을 것이다.

보통 노래가 먼저 만들어지기 때문에 노래가 시각적인 것보다 우선되고 시각적인 가능성을 제한한다. 따라서 영상감독들의 창의성은 작곡자와 연기자의 창의성에 종속될 수밖에 없었다.

MTV가 이룩한 가장 커다란 성과는 오락entertainment과 상업적 광고홍보를 구분할 수 없게 만드는 비디오의 영역에 팝음악을 결합시킨 것에 있다. 여기서 “관촉”은 두 가지 의미를 갖는다. 첫째는 MTV 방송 자체를 판매하는 것이고 둘째는 밴드와 그들의 노래앨범을 파는 것이다. 이 모든 경우에 비디오는 광고와 같은 기능을 수행한다. 그러나 MTV는 음악비디오 자체를 판매하는 것 뿐만 아니라 비디오로 담겨진 음악과 밴드의 모습을 판매한다. MTV가 매주 방영하는 뮤직비디오는 80~100편 정도인데 매주 편성이 달라지지만 1주일 동안에는 80여편의 뮤직비디오가 반복해서 나오기 마련이다.

광고도 반복되고, 뮤직비디오도 반복된다. 이러한 반복은 시청자들에게 강한 인상을 심어주고 그 인상때문에 소비자들의 판단에 막대한 영향을 주게 된다. 그러므로 우리는 다음과 같은 공식을 얻게 된다.

반복=인상=소비자의 판단

뮤직비디오의 다양성은 록스타의 공연과 여러 악기를 연주하는 밴드의 다른 멤버들의 모습이 얼마만큼 나오느냐에 달려있다. 그러나 이것은 MTV 이전에 나왔던 공연실험 테이프를 따라가는 장면을 확인할 수 있는 비디오들이

다. 매니저들은 여기서 스타덤 현상에 의지한다. 즉, 10대들을 라이브 공연장으로 불러들이고 앨범뿐만 아니라 스타와 관련된 모든 장식물들 T셔츠, 재킷, 모자 등을 사도록 한다. 또한 몇몇 감독들은 스타들을 등장시키지 않고 비디오 만들기를 선호할지 모르나 잘 팔기위해 스타들을 나오게 한다.

뮤직비디오가 산재되어 있는 곳은 방송국을 스폰서하는 회사들의 광고이다. 보통 한번에 4개정도로 묶여져 있는 이 광고들은 젊은 성인관객들에게 호소력을 가지도록 극단적으로 짧은 록비디오들로 만들어진다. 이런 종류는 너무 많아 TV를 보지않던 사람이라면 어느 것이 광고인지 또는 록 비디오인지를 구별하지 못할 정도이다.

무작위로 시간을 추출한 1985년 6월 자료에 따르면 뮤직비디오와 다른 것과의 비율은 거의 절반정도 이다. 이 비율은 24시간 편성프로그램의 시간마다 달라지지만 1981년 MTV가 시작했을 때와 비교하면 정규적인 광고와 비디오들과는 다른 더 많은 관측물들이 중시된다는 것이다. 즉 방송채널이 성공할수록 그 채널의 상업화는 더욱 증가된다는 것이다. 1986년말에 MTV는 라디오 록 방송국들을 모방해 '4곡을 한번에'보여주는 방식을 시작했다.

3. 누가, 언제 MTV를 보는가

우선, MTV는 주로 젊은이들이 개별적으로 집에서 시청한다. 많은 10대들은 그저 휴식을 취하기 위해 MTV를 보는데 열중한다고 답하고 있으며, 유선 TV가 없으면 친구집에서 보기도 한다. 이 MTV 시청경험은 집단으로 하며 사람들은 재미의 측면에서만 좋고 나쁘다는 의사를 분명히 밝힌다. 때로 어떤 프로그램들은 10대들이 집중적으로 시청하기 보다는 일상적인 파티에서 배경음악처럼 사용되는 경우도 있다. 어떤 10대들은 혼자 프로그램을 보기도 하지만 많은 10대들이 보는 데는 신경을 쓰지 않고 공부할 때 라디오를 틀어놓는 것처럼 배경음악으로 사용한다고 한다. 또한 종종 그들만이 좋아하는 음악에 화면을 맞추기도 한다.

그러나 시각적인 차원의 강조는 뮤직비디오의 광범위한 보급이라는 측면에서 분명히 한계가 있다. 첨단기술을 모두 활용한다면 사람들은 소형 라디오를

가지고 다니는 것처럼 소형 TV세트도 가지고 다닐 수도 있을 것이다. 그렇지만 아직은 그렇지 못하다. 워크맨 현상때문에 비디오를 보는 것보다 음악을 듣는 경우가 더 많다. 그럼에도 여전히 MTV는 대학교의 라운지나 카페테리아에서(이곳에서는 두사람이 돈을 내고 보는 뮤직 비디오 기기를 운영하기도 한다) 시내의 댄스클럽 무대에 이르기까지 다양한 무대에서 인기가 있다. 댄스클럽에는 댄서들 주변에 TV스크린이 장착 되어 있다. 심지어 대형 백화점에도 젊은이들의 옷을 파는 곳에 MTV를 보여주는 TV가 설치되어 있다.

그렇지만 MTV를 가장 많이 소비하는 곳은 가정이다. 각 채널별 프로그램은 비제이VJ들이 비디오를 설명하고 소개하는 것까지 포함해서 다양하게 구성되어 있다. 여기에는 『음악 뉴스와 콘서트 투어 정보』시간, T셔츠 같은 MTV의 판촉물 부문, 대개 미리 찍은 여러 스타들과의 인터뷰등도 있다. 또 음악 경연대회나 수상자들, 록스타와 함께 주말을 보내는 장면이나, 런던으로 잠시 날아가 화면을 보여주거나 록스타의 차를 보여주기도 한다. 또 매주 열리는 행사로 『금요일 밤의 비디오 경연』, 『토요일 밤 카운트다운』, 『MTV 퍼쳐 이벤트』나 『주말 심야 실황공연』 시간 같은 프로그램이 있다.

국내에서는 아직 선진국처럼 하루종일 뮤직 비디오를 방영하는 유선방송망이 없지만, 기존의 TV매체에서 뮤직비디오의 제작기법을 프로그램에 적극 반영하고 있는 추세이다. TV에서도 콘서트 청중을 가장한 방청객을 앞에 두고 녹화하는 스튜디오 공연 형식에서 탈피하여 컴퓨터 그래픽스를 동원한 야외 혹은 스튜디오 로케를 통해 뮤직비디오를 제작하여 공급한다. 『지구촌 영상음악』, 『가요 데이트』 등과 같이 뮤직비디오를 소개하는 프로그램이 독립될 정도이다. TV는 라디오, 레코드, 음악잡지를 흡수통합하는 새로운 음악매체로 등장하고 있다. 『특종연예정보』는 콘서트 뿐만 아니라 보고 듣는 종합잡지 역할도 해낸다.

대중음악 분야에서는 기존의 레코드 녹음 외에, 마돈나의 경우처럼 뮤직비디오를 위해 새로 편곡하는 경우와, 댄스 믹싱, 연주곡 편곡, 영화 사운드 트랙의 일부로 사용되는 발췌곡 등 노래 한 곡에 대한 여러가지 변형이 존재한다. 1988년 ‘차세대 가정용 A/V 시스템’으로 등장한 CDV 컴팩트 디스크 비디오는 컴팩트 디스크에 의한 디지털 사운드와 고화질의 비디오 화면이 함께

결돌여집으로써, 새로운 차원의 음악감상을 가능하게 한다. 업계에서는 녹음과 재생이 가능한 DAT 디지틀 오디오 테이프의 대중화가 이루어지고 난 다음에야 CDV가 본격적으로 보급될 것이라고 전망하고 있다.

4. 뮤직비디오의 긍정적 측면과 사회적 비판

1984년 팝 가수 조 잭슨 Joe Jackson은 자신의 LP 〈몸과 마음 Body and Soul〉을 비디오로 제작하는 것에 반대해 화제를 불러일으킨 적이 있다. 그는 “비디오가 음악을 죽인다”는 제목의 성명서를 발표했다.

여기서 그는 비디오 때문에 음악과 음악인의 가치가 땅에 떨어졌고 비디오를 만들라는 압력은 옳지 못하다고 말했다. 또 비디오 제작에 소요되는 막대한 제작비 때문에 음반산업 본연의 임무를 다하지 못하고 있으며 뮤직비디오에서 나타나는 백인우월주의와 남성우월주의가 큰 문제라고 지적했다.

1981년 8월 1일 MTV가 첫 방영을 시작하면서 들었던 첫번째 노래가 〈비디오가 라디오 스타를 죽인다. Video Kills the Radio Star〉였다는 점은 우연한 일이 아니다. 이 노래는 MTV보급과 함께 크게 유행했다.

TV시대가 도래함에 따라 음악 자체 보다는 음악의 영상적 효과가 중요하게 되었다. 청소년들은 음악보다는 가수의 시각적 이미지, 복장, 머리모양을 모방하는 데 관심을 쏟고 있다. 음악고유의 가치보다 현란한 무대효과나 자기과시 등이 중요하게 된다는 우려도 없지 않다. 음악을 들을 때 얻게되는 자유로운 상상력이 일방적으로 강요된 시각적 해석에 의해 제한을 받는 것도 사실이다.

이러한 음악의 시각화가 음악의 수용에 큰 영향을 미친다. 우선 뮤직비디오의 등장으로 음악경험 자체보다 시각적 효과가 더 중요한 것으로 여겨질 가능성이 높아진다. 매력적이지 못한 ‘이미지’ 즉, 외모가 뛰어나지 못한 가수들이 어려움을 겪게 될 것이고, 음악이 무대효과나 자기과시의 그늘에 가려질지도 모른다. 또한 음악을 듣는 사람이 주관적으로 해석할 수 있는 자유가 박탈당하거나 감소되는 결과를 낳을 수도 있다. 따라서 음악의 수동적 감상태도가 더욱 심화될 것이다.

따라서 여기서는 TV를 어떻게 해석할 것인가의 문제에 직면하게 된다. 즉 TV를 20세기 후반에 나타난 사람들의 인식과 지각구조 자체가 구체화된 것으로 보는 견해와, 청소년문화의 가장 타락하거나 아니면 가장 저항적인 문화 형태로 보는 견해가 충돌을 일으킨다. 뮤직비디오를 긍정적 측면에서 본다면, 기존의 오디오와 TV 채널의 결합 또는 확대로 해석하는 견해에 관심을 가질 필요가 있다. MTV의 창설자는 MTV를 가리켜 ‘눈으로 보는 라디오’라고 말했다. 어려서부터 TV와 TV광고에 익숙해져 있는 대부분의 청소년들은 음악을 듣기 보다 보는 것을 좋아한다. 이런 점에서 청소년들의 감수성을 일깨워 줄 수 있는 뮤직비디오를 적절히 사용한다면 교육용 교재로 활용될 수도 있다.

그렇지만 부정적인 시각도 적지 않다. 연주자의 외모나 이미지, 가사 내용의 시각화 등 음악의 부수적 측면이 음악의 본질적 측면을 지배하게 될 것이라는 우려의 목소리가 그것이다. 1982에서 1984년 사이에 나타난 소위 새로운 ‘편업 문화’가 이에 대한 증거다. 팝음악은 최근 심각할 정도로 인기의 포장에 둘러싸이게 된 것이다.

뮤직비디오는 일반적인 비디오와 마찬가지로 직접 또는 간접적으로 시각적인 메시지를 전달한다. 가령 ‘전쟁은 나쁜 것이다’라든가, ‘사회생활은 치열한 경쟁마당이다’ 등을 그 예로 볼 수 있다. 또 노래 가사를 일방적으로 해석하여 시각화함으로써 상상력의 발달에 도움을 주기보다는 오히려 제한할 수 있다. 그리고 가장 문제가 되는 것은 뮤직비디오에 심심찮게 등장하는 폭력과 섹스를 묘사하는 장면이다. 이것은 폭력과 섹스가 TV나 비디오, 영화에서 문제가 되는 경우와 거의 비슷하다.

또한 뮤직비디오는 대부분 남성우월주의, 백인 우월주의, 여성에 대한 잘못된 고정관념을 보여준다. 1986년에 발표된 한 논문에 의하면, 폭력의 가해자는 18세에서 34세까지의 백인 남성이 가장 많은 것으로 나타났고, 피해자도 역시 마찬가지였다. 폭력을 행사하는 방법으로는 무기보다 맨주먹이 더 많았으며, 그 결과로는 죽음이 5% 미만, 형무소행이 10%, 그리고 나머지는 결과를 보여주지 않는 것이 대부분이었다. 성관계를 묘사하는 부분에서도 애무, 정사, 포옹, 키스, 성적희롱 순이었다. 이성간의 섹스가 가장 많았고, MTV의 경우 동성연애가 35%에 달했다. 한편의 뮤직비디오에 성적인 장면이 3회 내

지 6회까지 나타나는 것으로 집계되었다.

트위스터드 시스터의 특이한 비디오인 〈리더 오브 더 팩 Leader of the Pack〉의 세부사항들을 보면, 한 홀통한 중산층 소녀가 거대한 근육질과 뿔히 드러난 가슴, 허리까지 늘어진 머리칼을 자랑하는 한 무시무시한 밴드의 멤버와 결합하기 위해 겪는 엄청난 폭력의 모험을 코믹하게 그리고 있다. 오비 오스본의 〈어둠속의 총성 Shot In the Dark〉도 비슷하게 또 어떤 중산층 소녀가 오스본의 통과제의를 통해 얼룩말처럼 생긴 요녀로 변모하는 것을 보여준다. 엘리스 쿠퍼의 〈그가 돌아왔다 : 그는 가면뒤 사나이다 He's Back : He's the Man Behind the Mask〉의 경우는 중산층의 젊은 남자가 무시무시하게 엘리스 쿠퍼의 지옥세계에 빠지게 된다.

5. 영상음악의 종류

뮤직비디오의 종류는 크게 두가지로 나눌 수 있다. 하나는 팝뮤직 그룹 또는 아티스트가 음악을 연주하는 모습을 담은 비디오, 다른 하나는 음악에 대한 시각적 해석을 동반한 뮤직비디오이다. 그런데 전자의 경우라도 단순한 실황기록의 의미밖에 없는 비디오는 MTV방송이 시작되기 전부터 있어 왔기 때문에 본격적인 뮤직비디오와는 거리가 멀다고 볼 수 있다. 또 MTV방송 이후에도 계속되어 오고 있는 실황녹화 비디오를 이용한 뮤직비디오는 카메라 조작이나 세련된 기법 등에서 단순한 실황녹화 비디오와는 다른 차원의 예술성을 보여준다. 음악에 대한 시각적인 해석을 동반한 후자의 경우에도 줄거리가 몰흐르듯 쉽게 흘러가는 경우와 그렇지 않고 앞뒤 문맥이 전혀 상관없이 흘러가는 경우로 나눌 수 있다.

뮤직비디오의 산실인 MTV 비디오에는 기본적인 5가지의 유형이 있다.

1) 낭만적 유형

낭만적 유형은 이미 대중화되고 감상주의적인 60년대의 소프트록을 회상하는 것이다. 신디 로퍼같은 여성스타들이 여성시청자를 겨냥한 것이 대부분이

고 예외적인 것으로는 라이오넬 리치의 〈헬로 Hello〉가 있다.

1983년부터 2년간 낭만적인 유형의 비디오 수가 늘어난 반면 허무주의적인 것은 퇴조를 보였다. 둘째로는 남성 스타들이 낭만적인 유형을 석권하게 되어 늘 MTV 차트의 톱 20위권 내에 올라 있다. 예를 들면, 필 콜린스의 〈하룻밤 더 One More Night〉, 포리너의 〈사랑이 무엇인지 알고 싶어요 I Wanna Know What Love is〉, 폴 영의 〈떠날때는 언제나 Everytime You Go Away〉등 이다.

낭만적 비디오의 내용은 대체로 사랑과 향수와 동경이다. 이별의 고통을 표현한 신디 로퍼의 〈Time After Time〉, 팻 베네타의 〈우리가 속한것 We Belong〉이나 스티비 닉스의 〈누군가 사랑에 빠진다면 If Any One Falls In Love〉등이 그것이다.

보통 낭만적 비디오에서 이미지들은 사랑, 이별, 재회 등에 관한 노래의 줄거리를 다시 만드는 서사적 연쇄로 연결되어 있다.

2) 사회적 의식을 반영한 모더니즘 계열의 뮤직비디오

1982년부터 1985년까지 1960년대의 좌익과 자유주의 휴머니즘의 다양한 형식과 이데올로기로 연계된 것들이 나타나기 시작한다. 1980년대 초기에 ‘사회 의식적’인 비디오에 팽배한 세 가지 주제는 모두 분열, 분쟁, 거부, 그리고 소외에 관한 것이다.

우선 부모와 권위에 반대하는 비디오들은 부모와 직장과 국가의 권위에 대해 성장기의 인간이 가지는 환멸과 혐오를 나타내고 있다. 때때로 주인공들은 권력에 의해 고통받는 희생자들로 묘사되고, 모든 사회권위를 대표하는 인물로부터 회생을 당한다.

존 쿠파의 〈권위의 노래 Authority Song〉, 티어즈 포 피어즈의 〈어머니의 말씀 Mother's Talk〉(1986), 브루스 스프링스틴의 〈미국서 태어나 Born in the U. S. A.〉등이 그 보기이다.

3) 이벤트적 뮤직비디오

이벤트적 뮤직비디오로는 〈U. S. A. /Africa〉의 이벤트비디오를 모방하는 비디오들이 홍수처럼 쏟아지는 것으로 들 수 있다. 이것은 굶주리고 있는 사람들에게 관심을 갖는 것이 유행이 되도록 영향을 주었다. 이 점에 있어서 스프링스틴의 〈선 시티 Sun City〉비디오에서 관련되는 부분이 보여주는 것처럼 영향력이 크지만 이러한 노력의 포스트모던한 결과에 대해 책임을 져서는 안될 것 같다.

스프링스틴은 미국의 록 음악 환경에서는 비범한 인물이며, 진정으로 노동계급과 포괄적으로 ‘억압받은 자’들에게 진정으로 동일한 의식을 지켜주는 것처럼 보인다. 〈미드나이트 오일〉의 〈두 세계의 가장 좋은 것〉도 스프링스틴의 비디오와 마찬가지로 비슷하다. 이 음악밴드는 매우 관습적이지 않은 방법으로 등장한다. 리더는 완전히 대머리이고, 다른 멤버들은 다양한 노동자들의 옷을 입고 있다. 이 비디오도 역시 공연중인 밴드와 TV뉴스에서 따온 이미지들을 왔다갔다 한다. 그러나 이 비디오는 제3의 공간이 있다. 그것은 지구상의 사람들의 행동을 들여다보고 그에 대해 평가를 하는 우주의 공간이다.

첫 부분은 공연을 하고있는 사람들을 보여준다. 무대는 어둡고, 멤버들에게 필름 느와르(흑백영화)처럼 차례로 조명이 가해진다. 그래서 그들은 그림자들 사이로 부분적으로 보인다. 음악은 멜로디도 별로 없이 시끄럽게 연주된다. 스프링스틴처럼 멤버들은 그들의 가사를 노래부른다기 보다는 그저 소리 지른다. 음악이 시작되자 느린 동작으로 무대에 뛰어오르는 사람들의 장면이 나온다. 이러한 영상은 단순히 소리위에 겹쳐져 있다. 카메라는 아주 가까이 까지 들이대고 있는 것이 무엇인지 잘 모르게 된다. 그리고 노래의 시작과 함께 리더는 뒷편의 외계에서 영상으로 촬영된다.

그 외계에선 온 세계가 돌아가면서 보여진다. 처음 주제로 나오는 자막인 “시간이 촉박하다. 우리는 두 세계의 가장 좋은 것을 발견했다”라는 말이 반복되면서 일련의 뉴스 장면들이 나온다. 뉴스에서 로켓이 올라가고 제3세계

의 어린이가 죽어가고, 레이건 대통령의 밝은 얼굴, 죽음의 고통에 빠져있는 제3세계의 성인등이 나온다. 처음에는 몸체만 나오고 나중에는 얼굴이 클로즈업된다. 군인들이 총을 쏘고, 미국의 주요 시가지가 불에 타고, 철조망뒤에 있는 죄수들의 모습이 비쳐진다. 이 장면은 죄수들처럼 팔을 흔드는 팬들의 모습과 겹쳐지면서 아이러니한 장면이 된다. 다른 로켓이 발사되는 장면이 나오고, 제3세계 국가의 여자와 어린이들, 그리고 전쟁으로 파괴된 거리가 나온다.

다시 밴드 멤버들을 비추는 장면으로 되돌아 온다. 여전히 “시간이 촉박하다. 우리는 두 세계의 가장 좋은 것을 발견했다”는 가사를 노래하고 있다. 여기서 전쟁의 모습들과 로켓포가 쏘아지는 장면이 다시 반복되는 것으로 이어진다. 다음 부분은 밴드의 리더가 외계로 떠올라가는 장면으로 바뀐다.

외계로부터 그는 ‘실제’세계는 예전에 바꿨던 것만큼 좋은 것은 못된다고 설명한다. 음악은 가장 시끄럽고, 끊이지 않고, 가장 분노에 찬 데까지 이르면서 가사의 뒷부분이 반복된다. 마지막 장면은 코믹한 모습을 보여준다. 밴드 멤버들은 달위에 서서 자기들이 요리한 소시지가 둥둥 떠올라 손에 잡히지 않는 것을 반복하는 장면이다.

스타들은 매우 분노에 차있고 자신들과 동질성을 느끼는 분위기에 대해 반항하고있다. 그럼에도 시청자들로서는 달리 어떻게 할수 없는 것 같다. 뉴스자막 같은 것이 빨리 움직이기 때문에 반복해서 전체적인 정치화면을 보아야만 제대로 알아볼 수 있을 뿐이다. 시청자들은 그러나 불명확한 정보에 갇혀있다.

이것을 풀어내는 것은 쉽지않다. 비디오의 전체 의미는 화면에 나타난 것을 꼼꼼히 생각해보아야만 겨우 이해할 수 있는 것인데 반드시 그렇지만은 않다. 앞으로 논의할 다양한 종류의 재미있는 응시들은 이 경우에는 별 효력이 나타나지 않는다. 브레히트의 스타일에 맞춘다면 보다 더 동떨어진 위치에서 현재 일어나는 일에 대해 보고 듣고 생각해야만하기 때문이다. 그러나 음악의 지속적인 비트와 에너지, 생동감, 중요한 부분을 명확하게 처리하는 것 등에 대해 시청자들은 단순히 따라간다. 영상과 음악은 빨리 움직여서 전체의 의미를 생각할 시간도 없는 반면, 시청자들의 감각 기관은 바빠진다.

헤이거와 밴드의 멤버들은 CIA의 국제적인 공작활동에 동조하는 덩치 큰 테러리스트같은 ‘록커’들을 대표한다. 이 비디오는 헤이거가 자신이 납치한 외교관에게 불명확한 말로 “우리가 싸워야 하나/확실히 해두자/네가 너무 밀어부치면/망하게 될거야”라는 식으로 시작된다. 이러한 말들이 지나가고 주인공의 자동차와 이를 추격하면서 총격전이 벌어지는 장면이 나온다. 비디오 전체에서 헤이거는 노래를 부른다기보다는 소리를 지르기만한다. 헤비메틀 음악은 점점 더 빨라지고 소리가 커진다. 대체로 드럼소리만 들리고 기타와 비명의 찢어질듯한 소리는 엄청난 에너지를 발산하며 승리를 확신하는 듯한 분위기에서 분노와 애국심을 내비치는 것처럼 들린다.

헤이거가 “우리는 5천만명의 록커들이 있다/모두 총으로 무장했다”라고 외치면 검은 복장을 한 사람들이 트럭에 올라 타서 총을 쏘아대는 장면이 나온다. “우리는 그걸 좋아하지 않아/우리는 그걸 취하지 않을 거야/그것을 까부쉬라” 이러한 말들이 띄엄띄엄 반복된다.

다음 장면은 다마스커스에서 CIA와 러시아의 비밀거래 장면이 나오면서 헤이거는 “우리는 때려 없애려고 한다/모두 알다시피”라고 노래한다. 음악이 연주되면서 헤이거의 그룹이 변장을 하고 불을 지르면서 그를 구출한다. 입안에 카메라를 장치해놓고 헤이거를 찍은 장면이 나오면서 헤이거는 “우리가 함께할 때/그때가 최고다/몽처 하나가 되면/아무 상대도 없다”고 말한다. 헤이거는 자신이 독안에 든 생쥐처럼 잡히게 될 때도 아이러니컬하게도 “우리는 힘이 있다/그들은 결과를 알고있다”고 주장한다.

이러한 말들이 끝나면서 음악은 복잡한 작곡과 악기들의 교묘하고 재미있는 소리를 내면서 간주로 전환된다. 적들이 헤이거를 전기의자에 앉혀놓고 자백을 강요하는 장면이 음악의 리듬과 접합된다. 소리들은 영상과 더욱 맞물려 나오면서 헤이거가 전기충격 살해를 당하는 장면에서 절정에 달한다. 그런데 다음 그는 마술처럼 풀려나와 도망해 다음 장면에서 차를 몰고 간다. 그의 목소리는 오랫동안 “노오오오오”라고 외치면서 음악 선율에 맞춘다. 밴드가 서서히 등장하면서 그의 외침은 더욱 커진다.

마지막 부분에서 열기가 절정에 오르면서 오픈 카에서의 총격전 장면이 나온다. 몇몇 장면들은 이전 장면에서 반복된 것이며 주인공들이 적들에게 승리

를 거두는 것을 목격하게 된다. 그룹은 이제 “미국의 소리”를 여러번 합창하면서 자신들의 애국심을 보여준다. 마지막 장면들은 차가 끔찍하게 폭발하면서 확대되는 장면으로 끝난다. 연기가 스크린 전체를 메우면서 카메라는 연기를 따라 하늘로 올라간다.

이 비디오에서 확연히 드러나는 엄청난 폭력은 시대를 알아보기 어렵게 한다. 달리 말해 ‘록커’들이 자유주의적인 휴머니스트들이라고 더이상 간주할수 없다. 허무주의 비디오에서 나타나는 폭력과 무정부상태는 연합전선의 형성을 위해 즉각적으로 행동을 취하는 것과 연루된 애국적이고 강렬한 이데올로기로 가득차 있다. 헤이거의 편에서 보면 그가 주장하는 것에 대해 어떤 거리를 두고 우스꽝스러운 양식으로 보여주더라도 여기서 정치적인 ‘지시대상들’은 명확하다.

4) 고전적 뮤직비디오

줄거리가 명확히 전개되고 현실을 무대로 하며 무대에서 실연하는 뮤직밴드 멤버들의 평범한 모습을 보여주지 않는 경우다. 이런 유형은 역시 점점 더 자기가 하는 것에 관해 자의식을 갖도록 한다.

이 유형은 대부분 헐리우드의 영화 장르에서 따온 것이다. 특히 최근에 주류를 이루고 있는 비디오들은 공포, 서스펜스, SF의 영화 장르에서 따온 것이다. 이러한 유형에는 마이클 잭슨의 유명한 〈드릴러 Thriller〉, 예스 Yes의 〈외로운 가슴의 소유자 Owner of a Lonely Heart〉, 듀란듀란의 〈거칠은 아이들 Wild Boys〉 등이 있다.

5) 허무주의적인 비디오

보통 헤비메탈 밴드들이 등장하고 화면의 거의 모든 시간이, 라이브 공연의 장면이나 무대 이외의 장면이 간간히 삽입되면서, 연주자들의 무대 이미지를 부각시키는데 사용한다. 최근의 펑크, 뉴웨이브와 헤비메탈의 무정부적인 입장과는 거리가 멀다. MTV에서 이러한 유형은 주로 헤비메탈 밴드에 의해 재

현되고 펑크는 대부분 검열에 걸려져 그 하위그룹으로 간주되어 문화의 주변부로 멀리 밀려나 있다.

대개의 허무주의적인 비디오는 미리 연출된 연기를 하지 않고 실황공연에서 그 독창성을 보여준다. 카메라의 초점은 밴드를 한데 뭉쳐 무대에서 열을 내뿜는 연주를 하는 모습을 담는다. 팬들의 팔이 흔들리는 것이 연주자의 시점에서 잡은 이미지들 앞에 나온다. 카메라와 편집을 공격적으로 사용하고 있다. 즉, 광폭 렌즈, 줌 쇼트, 발빠른 편집 등이 전형적으로 사용되고 있다.

데이빗 보위의 〈디제이D. J.〉, 오지 오스번의 〈어둠속에서 쫓다 Shot in the Dark〉나 피틀리 크뤼의 〈포근한 나의 집 Home Sweet Home〉, 스콜피온스의 〈허리케인처럼 흔들어놓다 Rock You Like A Hurricane〉 등이 그 예이다.

사랑의 주제는 감미로운 나르시시즘에서 비롯된 것으로 이별의 고통, 가학증, 피학증, 양성애, 동성애 등에 초점을 맞추고 있다. 그러나 반권위주의적인 주제는 단순히 해결되지 않는 외디푸스적인 분쟁으로부터 노골적인 혐오, 허무주의, 부정부상태, 파괴등으로 옮겨지고 있다.

6) 포스트모더니즘 비디오

이미지의 애매성과 혼성모방(패스티쉬)을 자주 사용하는 것은 포스트모더니즘 비디오에서 가장 두드러진 요소다. 이러한 비디오들은 즐거리는 느슨하게 진행된다. 피틀리 크뤼의 〈사랑하기엔 너무 어려 Too Young to Fall in Love〉, 퀸의 〈라디오 가가 Radio Gaga〉 등이 그 예이다.

6. 뮤직비디오 분석의 실예

1) 신디 로퍼의 〈Time After Time〉

신디 로퍼의 〈Time After Time〉은 평범하지 않은 복잡한 줄거리를 가지고 있다. 전형적인 혼성모방으로 시작되는 도입부에서 여주인공은 텔레비전 스

크린에서 디트리히와 게리 쿠퍼가 쓰라린 이별을 하는 장면을 보고 연인과의 이별을 연상한다. 여주인공은 떠나기 전에 연인과 함께 지낸 과거를 회상한다. 그 남자는 그녀의 거친 외모를 싫어하고 노동자인 그녀의 어머니가 편안하기를 바라고 같이 살았을 때는 행복했었다는 추억을 불러일으키는 장면이 나온다. 여주인공은 연인을 따라 역으로 가서 고통스러운 이별의 장면에서 서로 안녕을 기원한다.

이보다 먼저 나온 신디 로퍼의 유명한 비디오 〈여자는 즐거운 것만 하고 싶어해 Girl Just Want to Have Fun〉은 이와 다른 모습을 보인다. 만일 〈돈이면 뭐든지 바꿀수 있다 Money Change Everything〉가 그녀의 전형적인 작품이라면 최근의 그의 작품은 허무주의적인 범주에 속한다. 자신의 성공에 대해 씩씩한 평가를 하듯 비디오에서 보여주는 그녀의 연기는 화난 표정으로 말을 거칠게 내뱉고 고약한 짓을 하는 사람들에게 소리를 지르고 기름통을 던져차고 쥐어짜내며 막무가내의 분노를 터뜨린다.

〈Time After Time〉에서 나타난 모녀간의 끈끈한 정은 매우 중요한 의미를 가진다. 이러한 범주의 비디오들은 부모-자식간의 관계를 이상화시키고, 사랑하는 사람에게 몰입하게 되고 유아기의 어머니-자식간의 친밀함을 다시 포착하도록 강요하는 외디푸스 이전단계와 양성에에 대한 연모를 드러낸다.

이러한 비디오에서 음악은 역시 톤이 부드럽고 멜로디가 있고 서정적인 요소가 강하다. 필 콜린스가 피아노를 연주하는 장면처럼 악기연주는 가볍고, 보통 하나의 악기에 초점을 맞추고 있다. 멜로디가 풍부한 주요 테마는 자주 반복된다. 그 배경에는 확실하고 지속적인 비트가 있다. 스타의 목소리는 전면에서 악기들을 이끌며, 합창단의 소리는 메아리의 효과음으로 꾸며진다. 드럼이 사용되더라도 부드럽게 연주된다.

2) 브루스 스프링스틴 〈Born in the USA〉

스프링스틴의 강한 면모가 보이는 비디오 〈미국서 태어나 Born in the USA〉는 USA 앨범의 많은 노래들에서 공통되는 씩씩한 아이러니를 반영하고 있다. 이 비디오의 첫부분은 마이크에 대고 노랫말을 내뱉으며 공연하고 있는

스프링스틴 자신에게 초점을 맞추고 있다.

그의 깊고 허스키한 목소리와 분노에 찬 반항적인 얼굴과 몸짓은 강렬하고 큰소리로 나오는 음악의 반복적인 비트를 흥내내고 있다. 카메라는 대부분의 시간동안 그의 얼굴을 근접 촬영하고 있다. 때때로 분노에 가득한 저항을 보여주기위해 치켜드는 그의 팔과 화면의 앞 프레임에서 팬들이 팔을 흔들어대는 것과 함께 그의 모습을 비추기도 한다. 노래부른다기보다 그냥 외쳐대는 듯한 노랫말은 어떻게 주인공이 “자그마한 고향에서 나와 출세할수 있는지”, 그리고 그 주인공이 “외국으로 황인종들을 죽이러 보내지는지” 말해주고 있다. 이는 “미국에서 태어나”이라는 말이 길게 반복되면서 이어진다. 시각적으로 나타나는 것은 대체로 또 다른 스프링스틴의 얼굴을 클로즈업한 것이다.

이 노래와 비디오의 다음 부분에서는 고향으로 돌아와 한 제련소에서 일하는 것과 숙련공들이 아무런 도움도 줄 수 없다는 것에 대해 이야기한다. 여기서는 노동계급의 이웃들과 함께 주인공이 행복한 어린시절을 보냈다는 것을 상기시켜준다. 다시 무대에 서 있는 스프링스틴에게로 돌아와 “미국서 태어나”를 연신 외치는 그의 클로즈업된 얼굴을 보게 된다. 이것은 장터에 나온 자동차들의 이미지들과 섞인다. 여기서는 두 가지의 ‘성인용’ 자동차들이 뒤따르는데 하나는 유려한 펜시형 자동차이고 다른 하나는 장식이 많은 구형차이다. 이어서 미국인들의 생활을 반영하는 아이러니한 대비가 비슷하게 나온다.

잘 차려입은 사람들이 ‘수표를 현금으로 바꿔주는’곳 밖에 서있고 한 젊은이가 장터에서 총을 쏘고있다. 이러한 그림은 베트남 정글에서 적에게 항복하는 미국 군인들의 장면과 겹쳐진다. 애꾸눈을 가진 고참군인이 클로즈업되고 팔에 문신이 새겨진 다른 베테랑에게 넘어간다. 이어서 베트남에서 싸우는 군인들의 이미지들이 융해된다. 다시 거리를 걷고 있는 아주 작은 베트남 어린이가 나온다. 음악이 더욱 고조되면서 스프링스틴의 목소리는 거의 울부짖음으로 솟아오르고, 어린이의 모습은 재빨리 움직이는 카메라가 알링턴 국립묘지에서 연달아 이어지는 흰 무덤들의 행렬과 같이 보여진다.

결국 무대에서 스프링스틴의 울부짖는 얼굴이 나타난다. 길게 이어지는 목소리가 계속되는 동안 융접공장에서 일하는 사람들의 모습이 나온다. 불꽃이 타오르는 가운데 다시 무대로 돌아와 스프링스틴의 밴드 멤버들—격정적인

고음을 연주하고 있는 드럼주자, 기타리스트—과 소리지르는 청중들을 보여준다.

점점 소리가 작아지고 조용해지는 아이러니한 음표들로 끝나면서 젊은이들의 모습을 보여준다. 한 소녀는 모자를 쓰고 있고, 다른 소년은 자전거에 타고 있다. 흑인 연기자들과 한 남자는 콜라를 마시고 있고, 여학생들은 걸어서 집으로 가고 있다. 다른 남자들은 야구를 하기도 한다. 즉 일상적인 미국인들의 생활이 계속되는 것을 보여주는 장면들이다. 베트남에서 무의미하게 고통받고 목숨을 잃는 것에 전혀 관심을 기울이지 않는다. 사실 이러한 이미지들을 아이러니컬하게 나열함으로써 이 노래는 훨씬 더 강력하게 말하고 있다.

스프링스틴이 연주하는 음악의 편곡도 시각적인 것과 소리가 크고 분노에 찬 반항적인 가사들에 위력을 제공한다. 이것은 악기들이 평상시보다 더욱 찢어지는 소리를 내며 주인공의 분노를 더욱 고조시킨다. “미국에서 태어났다”는 것은 말하자면 어린시절의 희망과 환상을 저버리는 무분별한 살인과, 싸움, 부상, 죽음에 자신을 관련시키며 태어난다는 것이다. 스프링스틴의 최근 라이브앨범에 있는 ‘전쟁’비디오는 〈미국서 태어나〉에서 사용된 주제를 더욱 심화시키고 있다.

7. 영상음악과 예술, 그리고 포스트모더니즘

매체로서 영상물 Video이 갖는 유일한 특성은 음향과 영상을 동시에 기록하고 재생할 수 있다는 점이다. 모더니즘에서는 비디오를 설치미술의 일부로 받아들였지만, 최근 비디오 아트에서는 ‘테이프’를 예술의 독자적인 텍스트로 취급한다.

더 프리텐더 The Pretenders의 〈Don't Get Me Wrong〉 비디오가 그 좋은 보기이다. 이 그룹의 The Avengers라는 텔레비전 쇼에 대한 존경심 때문에 패트릭 맥니 Patrick MacNee의 게스트 출연으로 이야기를 끝맺는 것으로 꾸며져 있다. 한편 중간에 라이브 공연 필름으로 되돌아 감으로써 대중가요 구조의 기초인 반복의 요소를 제공한다.

토킹 헤즈의 〈와일드 라이프 Wild Life〉 비디오는 문자 그대로 이에 대한 전

형적인 보기인데, 이것은 연주자/인물들의 연속에 의해 지배되는 모형공간 matrix : 마이크 앞에서 말하고/노래하는 위치의 설정을 전제로 하고 있다. 격자망 구조는 담화의 세계에 대한 불신의 유보, 그리고 이러한 세계의 허구성을 폭로해야 한다는 아방가르드적 필연성의 상황에서만 그 의미를 갖는다. 이것은 구경거리와 관객 간의 장벽을 허물려는 희망의 진부함, 그리고 그 구경거리 내에서 계속 순진하게 구체화되어 남는 것의 불가능성에 의해 만들어진다. 좀더 정확히 말하자면, 구경거리는 어떤 한정된 유희를 위한 공간을 구성하고, 그 유희는 창조 또는 차용된 아이덴티티를 가정하고 있다는 사실이다.

세계 굴지의 뉴욕 현대미술관에서 1985년부터 뮤직비디오를 수집하기 시작했는데 이어 9월에 첫 전시회를 열었다. 경우에 따라서 뮤직비디오는 예술성에 있어서는 백남준의 비디오아트에 버금가는 수준이다.

뮤직비디오를 최대한 활용, 세계 최고의 스타로 떠올랐던 마돈나는 80년대 이후 문화계, 예술계를 한마디로 요약하고 있는 ‘포스트모더니즘’에서 빼놓을 수 없는 인물이다. 그녀는 ‘도용의 여왕’이다. 필요하다면 헐리우드 슈퍼스타들의 개성을 자신의 것으로 만들어 ‘현대판 마릴린 몬로’가 되는 것을 서슴치 않는다. 〈Deeper and Deeper〉 비디오에서는 마릴린 몬로와 70년대의 이미지를 혼성모방하고 〈Vogue〉 비디오에서는 로랑 바칼에서 마를렌느 디트리히에 이르는 클래식 스타들의 모습을 재현한다.

뮤직비디오는 고급예술과 대중문화를 혼합시키고 경계선을 무너뜨린다는 점에서 포스트모더니즘의 전형적인 모습을 보여준다. 일관성있는 줄거리를 거부하는 포스트모던적인 문화가 MTV와 뮤직비디오의 텍스트에서 나타난다.

다른 화면을 차용해서 쓰는 혼성모방은 포스트모더니즘의 전형적인 모습인 ‘상호텍스트성’을 보여주는 것이다.

그동안 시각매체로 굳건한 아성을 지키고 있던 인쇄매체가 ‘USA Today’의 경우처럼 과감한 사진 편집, 컬러 인쇄, 박스형 편집 등을 동원하게 된 것도 뮤직비디오의 등장 때문인 것으로 풀이된다.

Ⅲ. 영상음악 감상

1. 들어가는 말

세상에는 많은 종류의 음악과 영상물이 있다. 그렇기 때문에 영상음악을 단정적으로 정의하기 쉽지 않다. 대중가수들의 뮤직비디오도 영상음악이고, 가야금 선율에 할머니가 춤을 추는 장면도 영상음악일 수 있으며, 스페인의 한 농촌을 보여주면서 기타음악이 잔잔히 흐르는 장면도 영상음악일 수 있고, 파바로티, 도밍고, 카레라스의 공연을 담은 실황녹음도 영상음악이라 할 수 있다. 영상음악을 감상한다는 것은 두가지 측면, 즉 음악적인 부분과 영상적인 부분을 함께 이해하고 감상한다는 것을 말한다. 보는 사람은 영상과 음악이 같이 어우러지기 때문에 이해하거나 공감하기 쉽지만, 제작하는 입장에서 보면 무척 까다로운 일이다. 왜냐하면 두 부분을 모두 이해해야 하고 서로 어울릴 수 있도록 구성해야 하기 때문이다. 사랑하는 애인의 손을 잡고 흐느끼는 장면에다 ‘널리리 맘보’나 ‘학교 종이 땡땡’을 삽입한다고 상상해보면 그것은 완전히 코미디물이 될 것이다. 음악과 영상이 어울리지 않는 영상음악처럼 재미없는 것은 없을 것이다.

언젠가 텔레비전 광고에 먹는 비타민과립 선전이 나온 적이 있다. 그 장면은 짧은 반바지를 입은 발랄하게 생긴 여자들이 상포가 새겨진 노란 공을 이리저리 차는 모습인데, 음악은 ‘나같은 죄인 살리신 주 은혜 놀라와’로 시작되는 흔히 찬송가로도 편곡되어 불리는 ‘어메이징 그레이스’라는 음악을 삽입해 놓았던 기억이 난다. 음악과 영상이 전혀 어울리지 않는 광고가 아닐 수 없었다. 영상과 음악이 조화를 이루지 못하면 꼴불견이 되는 것이다.

영상음악의 중심은 음악이다. 그러므로 본 논의는 음악을 중심으로 그 중에서도 고전음악인 클래식 음악을 통해 영상음악의 감상방법을 제시한다. 혹시 이렇게 몰을지도 모르겠다. 이왕이면 마이클 잭슨이나 머라이어 캐리나 솔리

드의 음악을 예로 들것이지 왜 고전음악이냐고.

제아무리 “고전음악이 인류의 소중한 문화유산이다. 음악의 가장 완성된 형태다. 몇백년이 흘러도 싫증나지 않는 음악이다”라고 떠들어 났됐자, “나는 고전음악이 싫어”라고 팔짱을 낀채 고개를 돌리고 있다면 아무 소용없는 일이다. 하지만 이러한 현상은 마치 “고전음악만이 음악이다”라고 말하는 것만큼이나 편견에 치우친 생각이다.

고전음악에 대한 편견은 어떤 것이 있을까? 어떤 사람은 한 마디로 말해 ‘잘난 척’이라는 말을 한다. 하지만 이 말은 그리 정확한 표현이 아니다. 어떠어떠하기 때문에 ‘잘난 척’하는 것으로 보인다고 다시 말해야 한다. 그 이유를 물고 들어가면 아마도 몇개의 생각들이 복합적으로 끼어 있을 것이다. 왜지 돈 많고 잘나가는 사람들이 양복을 빼입고 공연장이나 레스토랑에 들어가는 풍경이 연상될 것이고, 또는 가요나 록음악을 듣는 친구들을 괜히 무시하면서 혼자 심각해하거나 도도한 척하는 친구가 연상되기 때문일 것이다. 텔레비전 드라마에서 고전음악이 거의 이런 경우 많이 삽입되기 때문에 더욱 그러한 편견을 갖게 되는지도 모르겠다.

하지만 이것은 확실히 편견이다. 우리나라의 음악교육이 빠들어져 있기 때문에 생기는 오해일 수 있다. 외국에선 반바지를 입고 햄버거와 콜라를 먹으면서 듣는 연주회나 축제가 많이 있다. 나중에 설명하겠지만 영화나 광고에서도 고전음악이 생각보다 많이 흘러나오고 있다.

심각하다는 측면에서 거부감을 가질 수도 있겠다. 하지만 고전음악에는 유머러스한 곡이나 마냥 아름답기만 한 곡도 많이 있다. 제대로 들어보지 않고서 편견을 갖는 것은 상대방의 설명도 들어보지 않고 자기 얘기만 떠드는 것과 같다. 한 마디만 더 보태자면 음악은, 예술은, 나름대로 심각할 수 있어야 한다. 산다는 게 항상 즐거운 것만은 아니고, ‘즐겁다’라고 느끼는 데는 여러가지 방식이 있는 것이다. 즉, 심각함을 통해서 즐거울 수도 있는 것이다.

고전음악을 나누는 방법에는 여러가지가 있다. 우선 역사적으로 나누는 방법이 있겠다. 바로크 시대, 고전주의 시대, 낭만주의 시대, 현대음악 등으로 나눈 다음, 각각의 중요 작곡가를 알아보는 방법이다. 예컨대 바로크 음악에는 비발디, 바흐, 헨델, 고전주의 음악하면 하이든, 모차르트 등등의 이야기와

음악을 보태는 일이다.

또 하나의 방법은 연주형태에 따라서 나누는 방법이다. 교향곡, 관현악곡, 실내악곡, 독주곡, 합창곡 등으로 나누는 방법이다. 이것은 여기서 설명하려는 방법이기도 하다. 이렇게 구분하는 이유는, 연주 형태에 따라서 영상의 분위기가 많이 달라지기 때문이다. 교향곡이나 관현악은 대편성의 오케스트라가 등장하기 때문에 각 악기에 대한 충분한 이해가 필요하다. 실내악은 악기 몇개가 아주 간밀하게 움직이기 때문에 세부적인 묘사가 필요하다. 독주곡은 독주자 한 명이 긴 음악을 끌어나가기 때문에 더욱 여러가지 모습을 살펴야 한다.

따라서 두 부분으로 구분하여 설명하고자 한다. 우선 고전음악의 종류들과 그에 따른 특징들을 이야기 할 작정이다. 이에 곁들여 쉽게 구할 수 있는 잘 만들어진 영상물을 몇 종 소개하고자 한다. 또 하나의 부분은 영화와 광고에 나오는 클래식 음악 얘기를 곁들였다.

2. 고전음악의 종류와 그에 따른 특징들

1) 교향곡, 관현악곡

‘누구누구의 무슨 교향곡’이란 말을 자주 들었을 것이다. 그렇지만 막상 교향곡이 무엇인가 하는 정의를 내리라면 많은 사람들이 우물쭈물하게 된다. 간단하게 말하자면, 교향곡이란 오케스트라를 위한 대규모 음악작품을 말한다. 보통은 악장이라는 것 4개로 이루어져 있는데, 때로 3개의 악장만 있는 것도 있고, 5개의 악장으로 된 것, 또는 하나의 악장으로 된 것도 있다.

악장의 수가 중요한 것이 아니라 악장이 왜 생겨났는가 하는 점을 생각해 보아야 한다. 이렇게 대략 4부분으로 곡을 나누는 것은 연극에서 막을 나누는 것과 비슷한 이치다. 연극에서는 막이 내리거나 조명이 어두워져서 관객으로 하여금 다음 장면에 대한 기대를 주며 숨을 돌리게 만든다.

보다 중요한 것은 ‘대조’의 효과를 주겠다는 것이다. ‘대조’라는 것은 음악에서나 영화에서나 매우 중요하다. 지루하고 밍밍한 맛을 없애주는 효과는

‘대조’에서 나오게 된다. 교향곡에선 보통 빠르기의 차이로 이 대조를 만들어 낸다. 보통 1악장은 빠르고 생동감이 넘치지만, 2악장은 이와 대조적으로 느리고 서정적인 멜로디가 나온다. 다음의 3악장은 대개가 춤추는 듯한 기분인 경우가 많고, 4악장은 이제까지를 정리하는 빠르고 밝고 힘찬 분위기다.

그래서 드라마에 클래식 음악을 삽입할 경우, 슬픈 장면에는 보통 2악장의 음악을 주로 쓰고, 장엄하거나 격정적인 부분에는 1악장의 마지막 부분을 주로 가져다 쓰곤 한다.

관현악곡은 역시 오케스트라를 사용하는 것이지만 교향곡처럼 엄격하게 4악장으로 이루어진 것은 아니다. 서곡, 음악시같은 것들이 관현악의 대표적인 것들이다.

중요한 것은 교향곡이나 관현악곡은 악기의 수가 많고 다양한 음이 교차되기 때문에 영상도 그에 따라가 주어야 한다는 것이다. 바이올린 소리가 나오는데 트럼펫을 비추고 있다든가, 플루트가 주제 선율을 노래하는데 첼로를 비추고 있다든가 해서는 제대로 된 영상이라고 볼 수 없다.

외국의 경우엔 프로듀서가 악보를 펴놓고서 언제 어떤 악기가 어떤 식으로 음을 낸다는 것을 미리 파악하고 있고, 그에 따라 카메라맨에게 지시를 내린다. 물론 카메라 맨도 그날 연주될 음악을 몇번이나 듣고서 참여한다. 카라얀의 영상물이나 번스타인의 청소년을 위한 음악회가 잘 만들어졌다는 것은, 물론 연주를 잘한다는 측면도 있지만 음악과 촬영이 대단히 잘 맞아떨어진다는 것을 의미하기도 한다.

하지만 한국에서는 아직도 음악회를 다룬 영상이 ‘그냥 비춰보이는 것’에 그치는 수가 많다. 이것은 실화인데, 언젠가 텔레비전에서 오케스트라 연주회를 중계한 적이 있다. 프로듀서가 다음 선율에서 심벌즈가 ‘짹’하고 울린다는 것을 알고서 카메라 맨에게 ‘심벌’이라고 말했다. 그러나 음악에 문외한인 이 카메라맨은 ‘심벌’을 ‘신발’로 잘못 알아듣고서, 연주자들의 반짝거리는 신발을 카메라로 계속 잡았다. 심벌즈가 짹하고 울리는 가운데 까만 구두들이 계속 비춰진 것이다.

음악영상물을 만든다는 것은 이처럼 음악에 대한 이해없이 불가능한 작업이다. 게다가 오케스트라같이 대규모의 악기군을 포착하려면 카메라도 여

러 곳에 배치해야하고 마이크도 하나로는 부족하다.

* 추천 영상물

— 1992년 빈 신년음악회 실황—매년 신년이 되면 오스트리아 빈에서는 빈 필하모닉의 신년음악회가 열린다. 빈 필하모닉도 워낙 유명한 오케스트라인데다, 매년 정상급 지휘자들이 지휘대에 올라서서 화제가 되기도 한다. 92년에는 카를로스 클라이버라는 지휘자가 맡았다. 빈 왈츠의 아름다움과 흥겨움을 잘 보여주고 있다.

— 차이코프스키/백조의 호수—발레의 명작 중 명작이다. 지그프리트 왕자와 백조로 변한 오데트 공주의 애절한 사랑이야기를 담은 발레음악이다. 차이코프스키의 음악도 아름답지만, 누레예프의 안무가 빛나는 발레 신이 음악과의 혼연일체를 이루고 있다.

2) 협주곡

협주곡이란 것은 특정한 악기를 위해 만들어진 큰 규모의 작품을 말한다. 피아노, 바이올린, 첼로, 호른 등의 주요한 하나의 악기와 오케스트라가 서로 대화를 나누는 것이라고 생각하면 된다. 주로 독주 악기는 멜로디나 화음을 연주하고 오케스트라는 이에 대응하는 멜로디나 주제의 주변음을 연주한다. 독주 악기와 오케스트라의 서로 다른 음질과 음량을 극적으로 드러내는 것이다.

협주곡을 이루는 독주악기에는 제한이 없다. 하모니카 협주곡에서 트럼펫 협주곡까지 작곡가 마음대로 사용할 수 있다. 또한 반드시 하나의 독주악기를 사용해야 한다는 법도 없다. 2대의 바이올린이 독주악기로 쓰이는 협주곡인 이중 협주곡도 있고, 3대의 악기가 독주 악기로 사용되는 경우인 삼중 협주곡도 있다. 그렇지만 흔히 3개 이상의 독주악기를 내세우는 협주곡은 만들지 않는다.

협주곡에는 독주악기가 두드러지게 활약하는 부분이 있다. 대부분 1악장의 끝부분에 나오는데 이를 ‘카덴차’라고 부른다. 곡이 마감되는 부분에서 독주자의 개인기를 아낌없이 드러내는 부분이다.

따라서 협주곡 영상을 감상할 때는 독주자와 오케스트라의 대화를 같이 살

필 수 있어야 한다. 왜냐하면 카덴차 부분에서 독주자의 기량도 중요하지만 오케스트라와 독주가 따로 놀아서는 안되는 것이기 때문이다.

* 추천 영상물

— 비발디/4계—사계는 가장 유명한 클래식 곡 중 하나이다. 이무지치, 호그우드 등 여러 연주자들의 음반이 있지만, 펑크 스타일의 머리를 한 나이젤 케네디가 바이올린 독주를 맡은 이 음반처럼 화제를 모은 것도 드물 것이다. ‘여름’ 부분에선 오케스트라 연주자들이 선글래스를 쓰고 나오는 등 파격적인 부분들이 많다. 점잖고 고상하게 여겨져 왔던 클래식의 다른 모습을 볼 수 있을 것이다.

— 베토벤/바이올린 협주곡—한국이 사랑하는 바이올리니스트 정경화가 텐슈테트라는 지휘자의 지휘에 맞추어 녹화한 영상물이다. 베토벤의 바이올린 협주곡은 브람스, 멘델스존, 차이코프스키의 바이올린 협주곡과 함께 역사상 4대 바이올린 협주곡이라 불리는 대작이다. 4개 협주곡 중에서 가장 당당한 품격을 사랑하는 명곡이다.

3) 실내악, 독주곡

흔히들 실내악이나 독주곡은 클래식 음악에서 가장 따분한 부분이라는 소리를 많이 한다. 악기 수가 별로 많지 않고 화려한 조명이나 극적인 설정도 없기 때문일 것이다. 하지만 이것은 다른 세계다. 이른바 ‘미시의 세계’다. 거시적인 세계가 있는가 하면 미시적인 세계가 있다. 예를 들어 우리가 숲을 촬영할 때도 있지만, 나무 하나를 촬영할 때도 있다. 숲은 길과 나무와 새와 벌레와 동물 등 여러가지를 가지고 있지만, 나무 하나를 촬영하라면 압담해할 수 있겠다. 하지만 이것이 바로 미시의 세계이다. 나무의 결, 이파리들의 찰랑거림, 좁은 틈 사이를 지나다니는 벌레, 밑동에 자라나는 이끼가 모두 나무의 세계이다.

실내악이나 독주곡도 그와 같다. 악기가 적은 대신 서로가 아주 긴밀하게 움직인다. 따라서 영상도 이 긴밀하고 세밀한 부분을 잡아주어야 한다.

실내악은 보통 세가지 이상의 악기가 어울려 연주하는 것을 말한다. 3중주,

4중주, 5중주, 8중주 등이 있다. 구성되는 악기에 따라서 피아노, 바이올린, 첼로의 3중주도 있고, 피아노 대신 바이올린, 비올라, 첼로의 3중주도 있다. 현악 4중주는 바이올린 2대, 비올라, 첼로로 구성되는 것이 대부분이고, 피아노 4중주는 피아노 1대와 바이올린, 비올라, 첼로로 구성되다, 클라리넷 5중주는 클라리넷 1대와 바이올린 2대, 비올라, 첼로로 구성된다. 때로는 클라리넷, 플루트 등 목관악기만으로 6중주를 구성하기도 하는 등 작곡가의 생각에 따라서 자유롭게 구성된다.

피아노 1대와 바이올린 1대가 연주하는 것도 실내악의 일종이지만 흔히 바이올린 소나타라고 부른다. 플루트와 피아노가 섞이면 플루트 소나타, 첼로와 피아노가 함께 하면 첼로 소나타가 된다. 그 외에 바이올린 1대, 피아노 1대가 나와서 연주하는 독주곡도 있다.

이런 곡들은 처음 들으면 따분해질지 모르지만 자꾸 듣게 되면 교향곡이나 관현악곡보다 훨씬 아기자기한 재미가 많다는 것을 느낄 수 있다. 따라서 영상적인 표현도 연주자의 미세한 표정, 손의 떨림, 눈짓, 현의 이동, 활을 사용하는 모습 등을 미세하게 보여주어야 잘 만들어진 영상물이 된다.

* 추천 영상물

－ 슈베르트/피아노 5중주곡 ‘승어’－슈베르트가 남긴 실내악 중에서 가장 잘 알려진 곡이다. 불치의 병으로 요절한 천재 첼리스트 자크린느 뒤 포레를 비롯하여, 바렌보임(피아노), 메타(바이올린), 펄먼(바이올린), 주커먼(비올라)이라는 유명한 연주자들이 대거 등장하여, 맑고 아름다운 세계를 그려내고 있다. 리허설 장면까지 포함되어 있으니 영어공부하는 셈치고 들어보면 좋겠다.

－ 드뷔시/엠마 바르닥의 사랑－‘뮤직 다큐멘트 드라마’라는 생소한 장르로 분류되는 이 영상물은 인상주의 작곡가였던 드뷔시와 엠마의 사랑이, 인상파 화가들의 그림, 라베크 자매의 피아노 연주로 그려져 있다. 화질의 선명도와 음질이 매우 훌륭하다.

4) 성악, 합창곡

이제 우리는 음악의 다른 영역에 와있다. 이전에 설명한 장르들이 악기 소리를 갖고 만든 음악이라면 이것은 사람의 목소리로 만들어진 음악이다. 물론 악기의 반주가 있는것과 아카펠라 음악처럼 악기 반주가 없는 것도 있다 그 래도 중요한 것은 사람의 목소리라고 할 수 있다.

성악에는 여러 종류가 있다. 사람 수에 따라 독창, 이중창, 합창 등이 있으며, 가수의 목소리 종류에 따라서 나누기도 한다. 목소리 종류란 것은 여자의 경우 높은 영역에서부터 차례로 소프라노, 메조 소프라노, 알토로 구분하고 남자의 경우 테너, 바리톤, 베이스로 구분한다. 또 목소리의 성질에 따라서 구분하기도 한다. 기교와 장식이 많은 음성을 두고 ‘콜로라투라’라고 하며, 아름답고 서정적인 목소리를 ‘리릭’이라고 한다. 또 무거우면서 거대한 목소리에 대해 ‘드라마틱’이라고 표현한다.

목소리가 사용되는 음악종류에 따라서 가곡이다, 종교음악이다, 오페라다, 라고 분류하기도 한다. 가곡은 보통 시를 가사로해서 작곡된 성악곡이다. 신승훈이라는 가수가 부른 ‘보이지 않는 사랑’이란 노래 앞에 나오는 “이히 리-베 디히..” 운운 하는 노래도 가곡의 하나다.

종교음악은 다시 여러 종류로 분류된다. 가장 중요한 것으로 미사곡이 있다. 가톨릭의 예식에 쓰이는 음악이다. 칸타타나 오라토리오라는 것도 있는데 이것은 부활절이나 크리스마스같은 종교적인 행사를 위해 쓰이는 음악이다. 하지만 칸타타 중에는 종교적이지 않은 , 예컨데 ‘농부 칸타타’, ‘커피 칸타타’ 같은 곡도 있다. 오페라를 부르되 등장 성악가가 연기를 하지않고 고정된 자리에 있으면서, 무대 장치와 의상을 뺀 뒤, 게다가 종교적인 얘기를 한다면, 이를 오라토리오라고 할 수 있겠다. 이 외에 예수의 수난 이야기를 전하는 대규모 종교 성악곡을 ‘수난곡’이라 부르기도 한다.

* 추천영상물

— 스리테너 로마 실황—파바로티, 도밍고, 카레라스라는 금세기 최고의 테너 3명이 로마 월드컵을 축하하기 위해 벌인 공연 실황이다. 이후 L.A. 월

드컵 때도 이들이 한 데 뭉쳤지만, 일반적인 평가로는 로마 월드컵 실황이 완성도가 더 높다고 말한다.

－ 배틀, 노먼의 카네기홀 실황－캐슬린 배틀과 제시 노먼은 정상의 흑인 소프라노다. 이 영상물은 흑인들의 한이 담긴 노래 ‘흑인영가’를 레퍼토리로 꾸민 카네기 홀 실황공연판이다. 두 소프라노의 음성의 차이도 느낄 수 있을 뿐더러 흑인영가의 절절한 감동을 느낄 수 있다.

5) 오페라

음악과 함께 문학, 연극, 미술, 무용 등 여러가지 예술이 모두 하나로 어우러져 조화를 이루는 종합 무대예술인 오페라는 음악에서 가장 규모가 큰 장르다. 이러한 오페라가 오늘날과 같은 형태를 갖추고 처음 선보인 때는 지금으로 부터 약400년을 거슬러 올라간 16세기 후반이었다고 한다.

오페라와 영화는 시나리오나 대본에 의한 문학적인 요소를 중심으로 주어진 배경에서 빛, 색, 소도구와 의상, 그리고 목소리와 연기가 서로 합쳐져서 나타내고자 하는 것을 보여준다는 공통점을 갖고 있다. 특히 대본이 가진 극적인 요소와 음악이 하나로 되어야하는 오페라는 영화와 같이 귀와 눈을 동시에 만족시키는 예술 형태의 기원으로도 볼 수 있다. 그래서 그런지 많은 오페라물들이 영화화되었다. ‘카르멘’, ‘돈 조반니’, ‘팔리아치’, ‘오텔로’ 같은 영화들이 있었다.

오페라 영화의 제작 형태는 일반적으로 3가지로 나눌 수 있다. 그 첫번째 방법은 오페라 무대의 공연을 필름에 옮기는 것으로, 이는 공연을 기록한다는 의미도 함께 지닌다. 높은 음악적 수준을 쉽게 갖출 수 있다는 점이 무엇보다 장점이며, 오페라의 신비라고도 할 수 있는 공연 현장의 예기치 못한 감동적 상황을 생생하게 전해준다.

무대가 화면을 통하여 나타나는 것에 불과하기에, 다른 예술적 특성이 거의 더하여지지 않아서 오페라 영화로서의 가치는 가장 기본적인 수준에 머무르게 된다. 그래도 오페라 자체에 높은 비중을 두는 경우에는 이같은 형태의 제작을 가장 바람직한 것으로 여긴다.

오페라 영화의 다른 형태 중 하나는 스튜디오에서 제작되는 경우다. 이 형태는 주로 TV 방송이나 작은 규모의 영화에 많이 활용된다. 오페라 무대와 비슷한 조건을 갖춘 스튜디오에서 제작이 이루어지는 만큼, 무대 공연의 장점을 부분적으로 수용하는 것에 더하여 실황녹음 보다는 훌륭한 녹음 상태를 기본적으로 갖출 수 있다. 아울러 자유롭고 다양한 카메라의 움직임에 의해 우리들이 공연장에서 볼 수 없었던 새로운 장면을 보여주기도 하며, 장면 전환도 훨씬 원활하게 진행된다.

그렇지만 많지 않은 비용과 짧은 기간으로 제작되는 경우가 대부분인 관계로 음악적인 면이나 영화로서의 가치가 모두 만족할 만한 수준에 이르기 쉽지 않으며, 감독의 역할도 폭을 넓히기가 어렵다. 따라서 성공적인 작품은 그리 많지 않은 실정이다.

또 다른 형태의 오페라 영화는 요셉 로지, 프란체스코 로시, 프란코 제피넬리 등의 뛰어난 감독들에 의해 선보인 대규모 오페라 영화들이다. 이같은 본격적인 오페라 영화는 발달된 기술이 총동원하고 충분한 비용의 지원이 더하여져서 그 자체로서 매우 높은 예술성을 지닌 창작물이 될 수 있도록 만들어졌다.

다만 영화로서의 상업적인 면이 보다 강해지기 때문에 극적인 맛을 살리기 위해 어느 정도는 음악이 희생을 감수하여야 한다는 위험이 도사리고 있다.

* 추천 영상물

－ 바그너/발퀴레－바그너는 오페라를 엄청난 규모의 종합적인 극으로 꾸민 장본인이다. 따라서 그의 오페라는 너무나 많은 효과와 돈이 투자되기 때문에 국내에서는 거의 공연되지 못하는 오페라다. 제임스 레바인, 피에르 볼레즈 등 여러 지휘자의 영상물이 있다. 미리 바그너 오페라에 대한 줄거리와 가사에 대한 이해를 하고서 보아야 제 맛을 느낄 수 있다.

－ 비제/카르멘－정열적인 여인 카르멘과 그를 사모하다 질투에 눈이 멀어버린 돈 호세의 슬픈 사랑이야기를 담은 카르멘은 수없이 영화화 되었을 정도로 유명하다. 권하는 음반은 제임스 레바인이 지휘한 메트로폴리탄의 연주이다. 아그네스 발차라는 메조 소프라노와 호세 카레라스라는 테너가 경연하고 있다.

6) 크로스오버

음악을 좋아하기는 하는데 유독 클래식으로만 귀가 열리지 않는 사람들에게 권하는 장르로 크로스오버음악 얘기를 덧붙인다. ‘크로스오버 CROSS-OVER’라는 말은 영어 단어 그대로 각자의 고정된 틀을 넘어 서로 교류되는 것을 말하는데, 이것이 음악에서 쓰일 때는 이른바 고전음악과 대중음악의 교류를 말한다. 이를테면 고전음악 연주단체들이 대중가요를 연주한다든가, 대중가요나 재즈음악 연주가들이 클래식 음악들을 자기들에게 맞게 편곡하여 연주하는 것, 또는 클래식과 대중가요 영역의 연주자들이 서로 어울려서 행하는 모든 음악적인 형태를 가리키는 말이다. 요즘 텔레비전에서 유행하는 ‘열린 음악회’도 비슷한 시도라고 할 수 있다.

그동안 고전음악 진영은 대중음악에 대해 “천박하다”, “상업적이다” 혹은 “천편일률적인 사랑 타령이다” 라는등의 이유를 들면서 별로 귀 기울이지 않아 온 것이 사실이고, 게다가 대중음악은 대중음악대로 “고전음악이 귀족주의나 엘리트 주의에 머무르고 있다. 그래서 이 시대의 가장 중요한 문제인 ‘대중성’이란 것을 간과하고 있다”라는 식으로 생각하고만 있었다. 서로를 발전적으로 수용해나가기 보다는, 서로를 백안시해 온 것이 사실인데, 크로스오버 운동은 이러한 음악의 양극화에 대한 반성이라고 할 수 있겠다.

크로스오버 음악의 대표적인 예로는 재즈 피아니스트 클로드 볼링과 ‘황금의 플루트’라고 불리우는 장 피에르 랑팔의 음반이 있다. 〈플루트와 재즈피아노 트리오를 위한 모음곡〉이라는 제목을 가진 이 음반은 빌보드 차트에서 530여 주간을 머물렀는데, 530주 라면 거의 10년간 베스트 셀러 자리를 지켜왔다는 셈이 되니, 실로 대단한 일이 아닐 수 없다. 재즈 보컬리스트 바비 맥퍼린은 첼리스트 요요마와 함께 〈허쉬〉라는 음반을 내놓았는데, 이 역시 재즈 보컬과 첼로가 만난 음악으로 대중의 사랑을 받았다.

이른바 ‘빅 스리’라고 통칭되는 테너 루치아노 파바로티, 플라시도 도밍고, 호세 카레라스 역시 여러가지 파퓰러 음반들을 내놓고 있다. 그 중에서도 도밍고와 존 덴버가 같이 부른 〈퍼haps 러브〉는 크로스오버 성악부문의 효시를

이루었다고 해도 과언이 아니다. 이후, 우리나라에서 테너 박인수와 가수 이동원이 노래를 불렀을 때도 그랬지만 80년대 초에 도밍고가 그런 시도를 했을 때도 비난의 화살은 거세기 짝이 없었다. “이놈이 드디어 돈에 환장을 했구나” 라는 비난까지 받았다. 하지만 도밍고는 곳곳히 활동을 계속했는데, 스페인 대중가수 홀리오 이글레시아스나 뮤지컬 가수 모린 맥거번 등과도 앨범을 발매하여 히트를 기록했다.

팜계에서도 클래식적인 시도를 보여준 가수들이 많이 있다. 바브라 스트라이샌드와 나나 무스쿠리가 각각 ‘클래시컬 바브라’와 ‘클래시컬 무스쿠리’라는 음반을 발매했는데, 여기서 그들은 여느 대중가수를 상회하는 탁월한 목소리로 클래식 명곡들을 잔잔하게 부르고 있다. 고전적인 것이지만 마하리아 잭슨이라는 흑인 가수가 부르는 흑인 영가와 캐슬린 배틀, 제시 노먼이 부르는 흑인 영가를 비교해보는 것도 재미있을 것이다.

이 외에도 많은 클래식 연주자들이 재즈를 연주하고 있는데, 피아노의 프리드리히 굴다, 바이올린의 나이젤 케네디, 이차크 펄먼, 첼로의 요요마, 기타의 존 윌리엄스, 플루트의 랑팔과 제임스 쿨웨이, 클라리넷의 리처드 스톨츠만, 트럼펫의 윈튼 마살리스 등의 명인들이 클래식과 재즈를 오가며 탁월한 기량을 보여준다.

재즈 뮤지션 중에도 플루트의 허버트 로스, 피아노의 칩 코리아, 클라리넷의 베니 굿맨, 트럼펫의 마일즈 데이비스 등이 클래식 곡을 편곡하거나, 때로는 정통적인 연주로까지 접근하는 사례를 볼 수 있다. 크로스오버 음악에 좀 더 깊게 들어가면 다른 장르 연주자들의 연주 맛을 비교 감상하는 것도 솔솔한 재미를 불러 일으킬 것이다.

이런 크로스오버 음악의 경우에는 대중성과 음악적 깊이를 같이 제공해 줄 수 있어야 한다는 것이 숙제로 남는다. 너무 대중적으로 치우치면 천박해지고, 너무 깊이를 주면 따분해 질 수 있으니까 말이다. 하지만 말이 쉬워서 그렇지 ‘두 토끼를 다 잡겠다’는 말처럼 어려운 작업이다.

* 추천 영상물

— 파바로티와 친구들 — 테너 파바로티는 워낙 유명해서 ‘달려 박스’라고 불리기도 하다. 이 실황은 스탕, 주케로, 파트리샤 카스 등 유명 팝 가수들이

총출동한 합동 공연이다. 그 유명한 달라의 ‘카루소’도 삽입되어 있다.

－ 프리드리히 굴다와 파라다이스 밴드－굴다는 클래식에서 알아주는 명연주자인 동시에 재즈의 달인이기도 하다. 이 영상물은 모차르트의 협주곡과 소나타도 들려주지만, 하몬드 오르간 연주자인 바바라 덴너라인과의 재즈 공연, 파라다이스 밴드와 뎀헨필의 합동공연 모습도 담고 있다. 굴다는 피아노를 치다가 지휘를 하다가, 노래를 부르기도 하고 춤까지 곁들이는 그야말로 자유인의 모습을 보여준다.

3. 고전음악을 접하는 또다른 창구－영화와 광고

1) 영화 속의 클래식

“25세의 나이로 죽은 여인의 얘기를 어떻게 시작해야 하나. 시인이었다고 해야 하나. 영리했다고 해야 하나. 모차르트와 바흐를 좋아했다고 해야 하나 ... 그리고 비틀즈... 그리고 나를...”

올리버의 독백이다. 프란시스 레이의 음악으로 널리 알려진 영화 ‘리브 스토리’에서 제니퍼와 올리버의 슬픈 이야기 중에도 클래식은 흐른다. 피아노주자인 제니퍼가 바흐의 〈하프시코드 협주곡 3번〉의 알레그로를 연주하는 대목이 나온다.

누가 작곡한 교향곡 몇번이니, 현악 사중주 몇 번이니 하는 소리에 거부감을 가진 사람이라면, 영화 속에서 클래식과의 연관을 살펴보고 싶을 바란다. 가장 대중적인 예술장르 중의 하나인 영화는 더더욱 클래식과 밀접하기 때문에 영화에 취미를 가진 사람이라면 금방 클래식과 취미를 연결지을 수 있을 것이라고 본다.

클래식이 사용된 영화는 필자가 본 것만도 100가지가 넘는다. 그 많은 것을 다 설명하기는 힘들고, 우리가 동네 비디오 가게에서 쉽게 구해볼 수 있는 영화 중에서 몇가지를 골라 살펴보도록 하자.

우선 영화에 가장 자주 등장한 작곡가는 누구일까? 뭐니뭐니 해도 모차르트를 당할 수 없다. 모차르트의 음악은 ‘아웃 오브 아프리카’, ‘엘비라 마디

간’, ‘녹색 카드’, ‘행복’, ‘챔프’ 등의 영화에서 쉽게 들을 수 있다. 특히 ‘아웃 오브 아프리카’에서 계속 들려주는 모차르트의 〈클라리넷 협주곡 2악장〉의 맛은 아름답기 그지 없다. 아프리카 대평원과 그 속에서 싹튼 사랑의 이야기가 이 낭랑하게 울리는 클라리넷 선을 속에 녹아들고 있다.

비발디나 바흐같은 바로크 음악은 CF나 방송음악으로 가장 애용되듯, 영화에서도 참 친밀하게 쓰인다. 조지 로이힐 감독의 ‘리틀 로맨스’에서는 비발디의 〈류트와 현, 하프시코드를 위한 협주곡 G장조〉가, 말리 메틀린이 아름다운 농아로 나와 열연한 ‘작은 신의 아이들’에선 바흐의 〈2대의 바이올린을 위한 협주곡 G단조〉가, 그리고 ‘크레이머 vs 크레이머’ 같은 경우 처음부터 끝까지 아예 바로크 음악, 특히 비발디의 곡들로 도배를 해 놓은 것도 있다.

그렇다고 해서 영화속의 클래식이 비발디, 바흐, 모차르트에 국한되는 것은 아니다. 줄리엣 비노슈와 드니 라방이 주연해서 처절한 사랑의 이야기를 보여 주었던 영화 ‘퐁 네프의 연인’은 영화가 시작되면서 지하철 역에서 첼로의 거칠고도 화려한 멜로디가 전개된다. 바로 졸탄 코다이의 〈무반주 첼로 소나타 1악장〉이다. 또한 이 영화의 압권이라 할 수 있는 폭죽이 터지는 퐁 네프 다리 위에서 춤을 추는 장면에서는 요한 슈트라우스의 왈츠곡 〈아름답고 푸른 도나우〉가 펼쳐지기도 한다.

밀란 쿤데라의 유명한 소설 ‘참을 수 없는 존재의 가벼움’을 영상화한 ‘프라하의 봄’에서는 근대 작곡가 야나체크의 음악들이 전편을 장식한다. 또한 영화 매니어를 자처한다면 ‘포와카치’라는 영화가 현대 작곡가 필립 글래스의 음악들로, ‘요리사, 도둑, 그의 정부, 그의 아내’라는 영화가 마이클 나이만이 라는 현대음악가의 음악으로 이루어졌다는 것도 알 수 있을 것이다.

클래식 음악이 따뜻한 사랑의 감정만을 노래하지 않았던 것처럼, 클래식 음악이 반드시 아름다운 멜로드라마에만 애용되는 것은 아니다. 클래식은 ‘양들의 침묵’같은 공포, 추리물이나 전쟁영화같은 데서도 널리 사용된다. 올리버 스톤이 감독해서 히트를 친 영화 ‘플래툰’은 사무엘 바버라는 작곡가와 그의 작품 〈현을 위한 아다지오〉를 일반인들의 애청곡이 되게 하는데 크게 공헌한 작품이다. 원래 바버의 〈현악 4중주 1번〉의 2악장을 대지휘자 토스카니니가 처음 관현악으로 편곡한 곡인데, 올리버 스톤 감독은 전쟁의 비장하고 환멸스

러운 풍경들에 여지없이 이 음악을 사용하여 영화의 분위기를 기막히게 포착해낸다. 거의 비슷한 작품이지만 ‘킬링 필드’라는 영화에서는 오페라 〈투란도트〉중에서 나오는 〈아무도 잠들지 못하리〉라는 곡이 테너 마리오 델 모나코의 음성으로 삽입되었다.

조셉 루벤 감독의 스릴러물인 ‘적과의 동침’에서는 베를리오즈의 음악이 계속 따라다닌다. 베를리오즈의 〈환상교향곡〉 중 제 5악장 〈마녀의 안식일 밤 꿈〉중에서 〈진노의 날〉 부분이 결벽증에다 의처증이 겹친 남편 마틴을 나타내는 전용 음악으로 사용되는 것이다. 이와 반대로 새로운 남자 벤의 음악으로는 번스타인의 〈웨스트사이드 스토리〉중에서 〈제트의 노래〉라는 활기찬 곡이 대비된다.

존 부어맨이 감독한 ‘엑스칼리버’라는 신화를 소재로 한 전쟁영화가 있었다. 신검 엑스칼리버와 성배의 이야기, 아더왕과 기네비아 왕비, 기사 벤슬롯과 원탁의 기사들의 이야기가 엮어지는 이 영화에서는 칼 오르프의 출세작 〈카르미나 부라나〉중에서 서곡과 제 1곡이 사용되고, 바그너의 〈신들의 황혼〉중에서 〈지크프리트의 장송행진곡〉이 장중한 시작과 끝을 장식한다.

이 외에도 ‘컴 앤 시’같은 비참한 전쟁영화에선 모차르트의 〈레퀴엠〉이 흐르고, ‘미저리’나 ‘싸이코’ 같은 공포물에서는 차이코프스키의 〈피아노협주곡 1번〉이 어우러지기도 한다.

앞서 오페라에 대한 이야기를 잠깐 했지만, 오페라라는 종합예술이 가진 드라마 구조는 영화의 스토리와 극중극 형식으로 연결되는 경우가 많다. 브라이언 드 팔마 감독에다 케빈 코스트너, 손 코넬리, 앤디 가르시아, 로버트 드 니로 등의 호화 배역진이 출동한 ‘언터처블’과, 거장 프란시스 코폴라의 ‘대부’ 3편은 오페라의 매력과 극적 전개를 교묘하게 섞어서 절정 부분을 장식한 수작이다. 게다가 두 영화는 엔니오 모리꼬네, 니노로타, 카마인 코폴라 같은 당대 최고급 영화음악가들이 음악을 맡기도 했다.

두 영화 모두 마피아단을 소재로 사용했으며, 동시에 오페라를 소재로 했다. 그리고 그 오페라 장면을 살인장면과 연결시켰다. 〈언터처블〉에선 ‘말론’ 형사의 살해 장면과 오페라 〈팔리아치〉의 아리아 〈의상을 입어라〉가 교묘하게 연결되는 것을 볼 수 있다. 알 카포네 역을 맡은 드 니로가 흘리는 ‘악어

의 눈물’이 피투성이가 된 정의의 형사와 교차되고, 이 때 저 유명한 테너 마리오 델 모나코의 음성을 사용하여 〈폴리아치〉의 처절한 아리아가 배경음악으로 깔린다.

‘대부 3편’에선 마지막 30여분에 걸친 절정이 마스카니의 오페라 〈카발레리아 루스티카나〉 공연장과 연결되어 있다. 〈카발레리아 루스티카나〉의 배경이 시칠리아 섬이고, 영화 ‘대부’의 모든 마피아들이 시칠리아 출신이라는 점도 재미있는 사실이지만, 오페라에서 성당의 예수 사당의 예식이 펼쳐지는 것과 함께 교황 암살장면이 겹치고, “투리두가 죽었다”고 외치는 오페라의 소리와 함께 타락한 주교를 비롯한 모든 결탁자들이 살해당하는 장면이 연결되는 것을 볼 수 있다.

오페라가 다 끝나고, 영화가 종결되었다고 여겨질 즈음해서 다시 〈카발레리아 루스티카나〉의 간주곡이 나오면서 암살자가 ‘대부’를 저격하는 장면. 그리고 그 총알을 대신 맞은 딸을 부여잡고 통곡하는 ‘대부’. 그 통곡과 함께 펼쳐지는 과거의 아름답고도 쓸쓸했던 추억의 장면들. 그 장면들위로 간주곡이 계속 흐른다.

그 외에도 오페라는 정말 많이 사용되었다. ‘디바’는 오페라 여주인공을 소재로 한 영화이고, ‘전망좋은 방’에서는 〈오, 사랑하는 나의 아버지〉를 비롯한 푸치니의 아리아들이 수채화같은 정경을 장식하고 있다.

이런 영화들 외에 클래식 고유의 작곡가들이나 음악가를 소재로 한 영화로 눈을 돌려 보면 이제 클래식 음악들이 제 물을 만난 듯 빛을 발한다. 밀로스 포어맨 감독이 아카데미상을 휩쓸었던 영화 ‘아마데우스’는 너무나 유명하기 때문에 차치하고라도, 17세기 중반 첼로의 전신 前身이었던 비올라 다 감바의 달인 생 꼴롱의 생애를 영화화한 ‘세상의 모든 아침’에는 프랑스 바로크의 절절하게 아름다운 음악들이 수놓아져 있다.

“연주를 잘한다고 다 음악가는 아니야. 자세도 좋고 감정도 좋아. 기교도 매끄러워. 음악으로 밥벌이는 하겠어. 그래도 음악가는 아니야. 음악가는 심장이 뛰어야 해. ..하지만 널 제자로 받아주마. 네 잔재주 때문이 아니라 네 소리에 고통이 묻어있기 때문이야.”

마랭 마레 역을 맡은 제라르 드 빠르디유를 향해 던지는 생 꼴롱의 말은 애

절한 비올라 다 감바의 멜로디와 함께 가슴을 적시는 영화다.

줄리 앤드류스가 바이올리니스트로 분한 영화 ‘듀엣 포 원’과 올해 초에 개봉된 ‘바이올린 플레이어’에선 바흐의 무반주 바이올린 소나타 중에서 〈샤콘느〉를 비롯하여 수많은 명곡들이 어우러지고, 역시 바이올리니스트와 수리공과의 사랑 이야기를 다룬 클로드 소테 감독의 ‘겨울의 심장’(우리나라에선 ‘금지된 사랑’이라는 멋없는 제목으로 둔갑해버렸다)에서도 라벨의 피아노트리오와 바이올린 소나타 등이 여여진다. 아마 청소년 관람불가 영화였던 것으로 아는데, ‘파리넬리’라는 가수를 주제로 한 영화도 있었다.

그 외 작곡가의 고유한 이름을 달고 나온 영화들이나 작곡가의 전기영화까지 거론하자면 엄청난 분량이 된다. ‘아마테우스’를 필두로 하여, 베토벤의 생애를 다룬 ‘불멸의 연인’, 나스타샤 킨스키가 열연한 쇼팽의 ‘푸른 노트’, 그 외 ‘차이코프스키’, ‘파가니니’ 등등...

어디 이것 뿐인가? 좋아하는 영화 장르마다 클래식 음악이 숨어있다. 공상과학영화라면 저 유명한 ‘2001 스페이스 오딧세이’를 필두로 하여 바흐의 〈안나 막달레나를 위한 크라비어 소곡집〉중에서 〈미뉴에트〉가 사용된 ‘일렉트릭 드림즈’ 등이 있다.

만화영화라면 ‘판타지아’를 시작으로해서 ‘누가 로저 래빗을 모함했나?’에 나오는 리스트의 〈헝가리 광시곡 2번〉이 있고, 발레 영화라면 미하일 바리시니코프가 주연한 영화 ‘백야’와 ‘지젤’이 있다. 깔끔한 사랑이야기를 원한다면 ‘해리가 셀리를 만났을 때’, ‘귀여운 여인’, ‘녹색 카드’, ‘내겐 너무 이쁜 당신’ 등이 비발디, 슈베르트, 푸치니를 간직한 채 기다리고 있을 것이다.

이렇듯 영화와 함께 클래식을 즐길 수 있는 대상은 거의 무궁무진하다고 해도 과언이 아니다. 따라서 영화 속의 클래식을 감상하려고 하는 사람은 줄거리만 보지 말고 영화 음악을 누가 맡았는지, 클래식이 삽입되었다면 누구의 어떤 작품인지를 알아보는 정도의 수고(?)는 오히려 기쁨이 되어야 할 것이다.

이러한 수고는 여러분의 영화 감상의 심도를 훨씬 깊고 강하게 해 줄 것이다. 영화 자막이 다 끝나기도 전에 뭐가 그리도 급한지 떠들면서 먼저 나가려고 소란을 피우는 ‘영화 볼 줄 모르는 사람들’이 여러분 중에는 없으리라 믿는다.

2) 광고 속의 클래식

이제 광고 속의 클래식을 살피는 방법에 대해 얘기해 보자. 우리나라의 텔레비전 방송 역사가 이미 30년을 넘어가고 있으며, 가구당 텔레비전 보급율이 1:1을 넘어선 이 시점에서 광고란 것은 생활 자체가 되어버렸다. 물론 광고가 주는 피해 역시 적지 않다. 하지만 자본주의의 현실에서 광고란 것이 피할 수 없는 것이라면 하나라도 이용해볼만한 일일 것이다.

최근의 광고에는 소리에 대한 비중이 점차 높아지고 있다. ‘소리로 승부를 건다’는 이른바 ‘사운드 마케팅’이라 불리는 소리 위주의 광고에 대한 인식이 새로워져 가고 있다. 소리의 대표적인 것이 음악이고보면, 요즘 광고치고 음악이 삽입되지 않은 것이 없다는 말이 어찌면 자연스런 현상일 수도 있다.

아직은 대부분의 음악이 팝이나 대중가요, 또는 자체 제작한 로고송 등으로 이어지지만, 그 중에는 클래식 음악을 삽입하여 효과를 거둔 광고도 꽤 있다. 클래식을 광고에 삽입하는 추세는 점점 늘어나는 형편인데 이런 현상은 이웃 일본 광고의 영향도 상당히 있는 것으로 분석된다.

일본의 경우, 1970년대에 민간방송이 개국하면서 상업광고가 시작했는데, 그 때부터 클래식을 사용한 광고가 줄을 이었다. 대표적인 예가 분메이도사의 카스테라 선전이었는데, 오펜바흐의 〈천국과 지옥〉의 멜로디를 삽입하여 ‘아름다운 클래식 선율과 부드럽고 달콤한 카스테라’의 이미지를 연결시켜 히트를 기록했다. 최근 우리나라에서는 유명 제과점선전에 푸치니의 〈잔니 스키키〉에 나오는 아리아 〈오 사랑하는 나의 아버지〉, 슈베르트의 피아노 5중주 〈송어〉 등을 사용한 것도 같은 맥락이다.

우리나라의 광고 역사에서 처음으로 클래식 음악이 비중을 차지했던 예는 아마도 흑백 텔레비전 시절, 고양이가 3마리가 바이올린의 울림에 맞추어 재롱을 부리던 비누 광고에서였다고 기억한다. 루지예로 리치라는 바이올리니스트가 연주한 파가니니의 〈무반주 카프리스〉라는 곡이 삽입되었고, 이 광고는 당시 동양방송 광고상에서 최우수 텔레비전 광고로 선정되기도 했다. 이 외에 베토벤 교향곡 7번 마지막 악장을 사용한 약품광고와 차이코프스키의 〈호두

까기 인형)중 <꽃의 왈츠>를 삽입한 비누 광고등이 기억에 남지만, 그렇다고 해도 몇 안되는 것들이었다.

그러나 최근에 들면서 클래식을 사용하는 예는 아주 빈번해졌다. 커피 광고에 엘가의 바이올린 소품 <사랑의 인사>가, 화장품 선전에 비제의 오페라 <카르멘>중 <하바네라>가, 요한 슈트라우스 2세의 왈츠 <봄의 소리>가 키친 타올 광고에, 크라이슬러의 소품 <아름다운 로즈마린>이 파자 광고에, 이탈리아 민요 <오, 솔레 미오>가 남성복 광고에 각각 쓰였다.

이 뿐이 아니다. 비발디의 A장조 바이올린 협주곡은 구두의 광고에 사용되다가, 화장품 광고에서 쓰였으며, 하이든의 현악4중주 <세레나데>는 바닥 장식제의 품위로 둔갑했다. 베르디의 오페라 <리골레토>중에 나오는 남성합창곡을 배경음악으로 사용한 광고가 있는가하면 침대광고에는 바흐가 수면음악으로 작곡한 <골드베르크 변주곡>을 사용하는 기민함을 보이기도 했다.

오디오란 것이 신혼생활의 필수품처럼 인식되면서 봄, 가을이면 오디오 광고가 봄을 이루는데, 오디오사들이 그들의 성능을 나타내기 위해 웅장한 클래식 음악을 사용하는 예는 비일비재하다. 베토벤의 <웰링턴의 승리>, 베르디의 <레퀴엠>에서 시작하여 푸치니의 오페라 <투란도트>의 공연 장면이 오디오 광고 등에 삽입된 것을 들을 수 있다.

텔레비전 얘기만 해서 그렇지 라디오 광고까지 포함시키자면 수도 없다. 베토벤 교향곡 7번과 비발디의 <사계>로 고통과 상쾌함을 대비시킨 두통약의 선전, 코렐리의 명곡 <라 폴리아>가 사용된 셔츠광고, 마르첼로의 오보에 협주곡의 낭랑한 선율이 흐르는 구두광고 등등이 있다.

클래식 음악이 이렇게 광고음악계에서 비중있게 다가오는 것과 같은 걸음으로 클래식 관계자들과 연주자들이 광고에 등장하기 시작했다. 오페라의 백의현 교수, 수원시향의 지휘자 금난새 등이 커피 선전에 나오더니, 재미 바이올리니스트 유니스리가 그 미모를 바탕으로 화장품 선전에 계속 출연 중이다. 최근에는 소프라노 조수미가 오렌지 주스 선전에 등장하고 있다.

이제 우리나라도 브룩 쉘즈니, 쉐넌 도히티니 하는 외국 배우들이 심심찮게 광고에 등장하는 것을 볼 수 있는데, 머지 않아 외국 아티스트들 모습도 등장하지 않을까 생각한다.

어쨌든 그냥 질편하게 깔려 있다고 여기기 쉬운 광고에도 클래식 음악은 다양하게 흐르고 있다. 광고 음악을 생각하는 사람은 두 말할 필요도 없겠지만, 그렇지 않은 사람이라 할지라도 다른 프로그램을 기다리는 시간에 어쩔 수 없이 봐야하는 광고의 연속 속에서 클래식 한 자락씩 건져나가는 재미를 가진다면, 조금은 덜 따분하지 않을까? 무엇보다도 광고는 영상의 실험장이기도 하니까.

4. 맺는 말

텔레비전에서 본 적이 있는지 모르겠지만, 얼마전에 바네사 메이라는 어린 소녀가 전자 바이올린을 들고 한국에 온 적 있다. 바네사 메이는 가죽 부츠와 딱 달라붙는 옷을 입고선 마치 헤비메탈 기타리스트들이 그러듯, 미친 듯이 머리칼을 나부끼며 바이올린을 돌리고, 춤도 추며, 엉덩이도 흔들면서 이렇게 말했다. “클래식 연주자들이 연주하는 것을 보면 마치 고통받는 듯이 인상을 찌푸린다. 그러나 나는 자유롭게 즐겁게 연주한다. 클래식 작곡가의 곡들은 어깨가 무겁다. 그래서 이런 음악이 훨씬 재미있고 자유롭다”고 말이다.

물론 음악이란 것이 반드시 심각할 필요는 없다. 하지만 거꾸로 말해서 신나고 화려한 것이 음악의 전부는 아니지 않은가? 바네사 메이는 “고통받는 것 같다”고 말했지만 클래식 작곡가들이나 연주자는 고통받는 듯 연주하는 것이 아니라, 정말 고통 속에서 연주하기도 한다. 하일리겐슈타트에서 유서를 써놓고는 다시 “운명의 모가지를 비틀어 버리겠다”며 죽음을 거슬러간 베토벤이 그랬으며, 몇 번이나 죽음 고비를 넘기면서도 지휘대에 섰던 오토 클렘페러같은 지휘자가 있었으며, 곱추라는 천형 속에서도 이슬처럼 맑은 피아노음을 들려주었던 클라라 하스킬같은 피아노 주자가 존재하는 것이 클래식의 현장이다.

삶이 재미있고 자유로운 것만이 아니듯, 음악은 초콜렛만이 아니라는 점을 영상음악을 배우려는 청소년들에게 가르쳐줄 필요가 있다고 생각한다. 한번 보고 말 친구가 아니라, 언제나 곁에 두고픈 친구, 한번 들고 버리는 영상음악이 아니라, 두고두고 보아도 언제나 새롭게 다가오는 영상음악을 만들겠다

는 생각을 가지게끔... 고전음악은 마이클 볼턴이나 김건모보다 훨씬 오래 전에 만들어졌지만 훨씬 많은 사람들이 훨씬 오랜 기간 즐겨오고 있는 음악이기 때문이다.

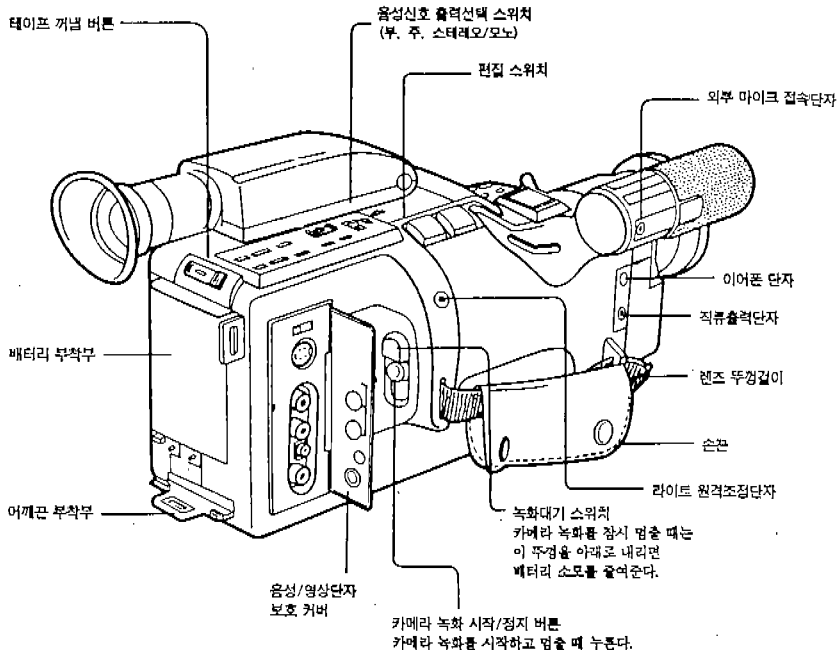
IV. 영상음악 제작

영상음악을 제작하기 위해서는 비디오 작업에 따른 기초지식을 습득하고 숙련시키는 것이 중요하다. 비디오에 관한 기본적인 구조, 작동요령, 그리고 캠코더의 특성을 잘 알아야만 재미있고 창조적인 영상음악을 제작할 수 있다.

여기에서는 영상음악을 제작하는데 필수적인 캠코더의 기능과 활용에 대해서 먼저 살펴 본 후 실제적인 영상음악 제작방법에 대해서 알아보기로 한다.

1. 비디오의 기능 및 활용

1) 캠코더의 기능



[그림 1] 캠코더의 구조

비디오로 영상음악을 제작하는데 있어 장비 가운데서 가장 중요한 것이 바로 ‘캠코더’이다. 이것은 전자 카메라와 비디오 카세트 레코더의 기능을 결합시킨 것으로 콤팩트한 휴대형 기계이다. 이 캠코더는 카메라와 휴대용 비디오 카세트 레코더의 두가지 기기로 이루어졌던 종전의 홈 비디오 장비를 거의 대체하여 쓰여지고 있다. 캠코더는 충전식 배터리, 또는 주전원을 연결하여 작동시킬 수 있으며 대부분의 모델들은 소형 모니터의 기능을 가진 전자식 뷰파인더를 갖고 있어서 레코딩한 것을 즉시 플레이백하여 그 결과를 볼 수 있도록 해준다. 간단한 형태의 캠코더는 오직 레코딩만 되는 것이 있는데 이것은 광학 뷰파인더를 장착하고 있으며 플레이백 기능은 갖고 있지 않다. 사실 캠코더의 종류는 매우 다양한데 앞서 그림으로 예시한 모델에 설명되어 있는 것이 가장 일반적인 기능들이다.

대부분의 캠코더들은 줌렌즈를 내장하고 있어서 촬영이 진행되는 중에 피사체의 크기를 크거나 작게 변화시킬 수 있다. 또 많은 모델들에 매크로 macro 장치가 내장되어 있어서 아주 세밀하게 촬영해야 할 때나 크기가 작은 주제의 클로즈업 촬영시에 용이하다.

모든 캠코더는 마이크를 내장하고 있어 촬영하고자 하는 영상을 녹화하는 것과 동시에 하나 혹은 두개의 오디오 트랙에 소리를 녹음할 수 있다. 그 소리의 크기는 자동적으로 조절되며 녹화중에 헤드폰으로 모니터를 할 수 있게 되어 있다.

어떤 모델은 전자식 뷰파인더를 왼쪽이나 오른쪽 눈에 다 맞출 수 있도록 조절이 가능한 것도 있다. 뷰파인더는 여러 각도로 회전시킬 수 있으며 스크린은 직접 볼 수 있도록 확대접안렌즈를 올릴 수가 있다.

일부 캠코더에는 타이틀 또는 자막 발생기가 내장되어 있어서 촬영한 화면 위에 숫자나 글자를 만들어 넣을 수도 있다. 물론 이런 자막 발생기는 따로 구입해서 사용할 수도 있다.

2) 렌즈의 구경과 노출

비디오 카메라의 렌즈도 스틸 카메라나 무비 카메라와 마찬가지로 조리개

가 장치되어 있다. 그 조리개, 즉 여러장으로 겹쳐진 금속의 링이 렌즈의 구경을 조절함으로써 노출을 결정하거나 또는 이미지 센서에 도달하는 빛의 양을 조절한다. 밝은 곳에서는 구경의 크기를 작게하고 어두운 곳에서는 그 크기를 늘려줌으로써 사람의 홍채와 같은 역할을 한다.

비디오 카메라의 대부분이 자동조리개나 자동노출 기능을 갖추고 있어 촬영시 자동으로 렌즈 구경을 조절한다. 이것은 비디오 제작시에 촬영자가 피사체와 피사체의 움직임, 그리고 구성에 전념할 수 있다는 이점이 있다. 비디오 카메라로 고르게 조명을 받고 있는 피사체를 촬영할 때에는 자동조리개가 스스로 노출을 조절하여 그 장면의 밝기를 충실히 재생시켜주며 색의 범위도 효과적으로 재현해 준다.

고르지 못한 조명을 받는 장면들도 이 자동조리개를 이용하면 어느 정도까지는 촬영할 수 있다. 예를 들어 태양광을 받는 부분에서 그림자진 부분으로 카메라를 패닝하거나 이동할때는 그 패닝 촬영이 진행되는 동안에 이 조리개가 자동적으로 알맞은 노출을 주게 된다. 그러나 그 장면을 녹화해서 다시 플레이백해보면 자동으로 조절된 조리개의 결과가 노출 불균형으로 나타날 수도 있다.

마찬가지로 햇빛이 비치는 안뜰에서 양산 아래의 그늘에 있는 사람을 자동조리개를 사용하여 촬영하는 것도 쉬운 일이 아니다. 자동조리개는 전반적인 밝기에 맞추어서 스스로 조절이 되므로 주제가 되는 그늘속의 사람에 맞게끔 조절되지 않는 것이기 때문이다. 이 자동조리개는 촬영시 피사체의 뒤쪽에서 비추지는 빛의 경우에도 문제가 된다. 실내에서 창문앞에 서있는 사람을 촬영하거나 야외에서 피사체가 태양을 등지고 있는 경우에 이 자동조리개를 이용해 촬영하면 사람이 검게 실루엣으로 나타나 알아볼 수 없게 된다. 이런 경우 사람의 눈은 빛이 부족한 부분을 보정할 수 있도록 조절되지만 캠코더의 자동조리개는 주위의 밝기때문에 피사체에 알맞게 빛을 조절할 수가 없다.

이런 상황에 대처하기 위하여 대부분의 카메라들은 역광보정기능을 갖추고 있어서 배경이 지나치게 밝거나 아주 하얗게 보이는 경우에 조리개를 열어 조절을 함으로써 피사체의 질을 향상시켜주는 기능을 한다. 많은 캠코더의 사용시 이러한 노출의 문제는 수동으로 조리개를 조절함으로써 해결할 수 있다.

이 때는 전자뷰파인더를 돌려다보면서 노출을 판단하여 알맞은 렌즈 구경을 선택한다.

밝은 부분에서 어두운 부분으로 패닝촬영을 할 때 수동으로 노출을 맞추려면 팬이 시작되는 부분이나 끝나는 부분 중 어느 한쪽에 맞게 조리개를 조절해야 한다. 이 때 어두운 부분과 밝은 부분의 콘트라스트가 너무 크면 팬을 하지 말고 두 부분을 별개의 장면으로 처리하여 각 부분에 알맞은 노출을 주는 것이 더 나을 것이다. 대부분의 비디오 카메라들은 노출경고 램프를 갖추고 있다. 또 어떤 모델들은 로라이트 보정기를 갖고 있어서 비디오 신호를 전자적으로 증폭시켜 화면의 밝기를 더해준다. 이것은 어두운 실내나 석양무렵의 촬영에 유용하다.

3) 피사체 심도

피사체 심도는 한 화면안에서 가장 멀리 있는 피사체와 가장 가까이 있는 피사체가 동시에 선명하게 초점이 맞았을 때 그 둘 사이의 거리를 말한다. 다음의 원칙은 초점을 맞추고 조절하는 데 매우 중요한 것들이다.

- ◆ 렌즈 구경이 작을수록 피사체 심도가 깊어진다. 따라서 밝은 태양광이 있는 조건하에서는 피사체 심도가 향상되고 반대로 어두운 실내에서는 피사체 심도가 제한을 받게 된다.
- ◆ 렌즈의 초점길이가 길수록 피사체 심도는 얕아진다. 줌인 zoom in을 할 때에는 피사체 심도가 얕아지고 줌아웃 zoom out을 하면 깊어진다.
- ◆ 카메라가 주제로부터 멀리 떨어져 있을수록 피사체 심도는 깊어진다.
- ◆ 피사체 심도는 초점을 맞춘 피사체의 앞쪽보다는 뒤쪽으로 더 깊게 형성된다.

피사체 심도를 조절하고 창의적으로 이용하기 위해서는 렌즈의 초점거리를 변화시키고 피사체로부터 카메라의 거리를 조절하는 것이 가장 좋은 방법이다. 경우에 따라서는 피사체 심도를 얕게 하기 위해 ND필터 neutral density filter를 사용하고 깊게 하기 위해서는 조명을 더 주는 방법으로 빛의 양을 조절하기도 한다.

촬영자는 이런 원칙의 이점을 쉽게 알 수 있을 것이다. 얇은 피사체 심도는 화면에 분위기를 만들 때 이용할 수 있다. 초점이 맞지 않은 전경의 꽃과 나무들 같은 것이 그 예이다. 비슷한 방법으로 피사체를 배경에서 분리시킬 수 있다. 군중 속의 한 얼굴을 선택하여 렌즈를 망원의 위치로 놓고 촬영해보자.

화면을 효과적으로 만들려면 그 장면의 앞에서 뒤까지 선명하게 보여 줄 수 있게 광각으로 깊은 초점의 촬영을 한다. 카메라를 한곳에 놓고 촬영할때 렌즈의 초점길이가 바뀌면 피사체 심도도 변하게 된다. 위의 그림에서 렌즈의 초점거리를 가장 짧게 하여 ① 가운데 있는 주자에 초점을 맞추면 그때 피사체 심도 초점 거리의 변화가 가장 깊어진다. 렌즈의 초점거리가 길어지면 ② 피사체심도는 얇아진다. 이때 카메라 가장 가까이에 있는 주자는 초점이 선명하게 맞지 않게 된다. 렌즈를 줌인하여 초점거리를 가장 길게 하면 ③ 피사체 심도가 가장 얇아져서 오직 가운데 주자만 선명하게 초점이 맞는다. 초점이 맞추어진 주피사체는 어떤 경우든 뒷부분의 피사체 심도가 그 앞부분에 비해 약 두배가 된다. 다시 말하면 촬영각도가 넓어질수록 화면의 깊이도 깊어진다는 것이다.

4) 초점조절

대부분의 캠코더는 자동이나 수동으로 초점조절을 하게 되어 있다. 어떤 방법을 사용하든지간에 피사체의 화상을 선명하게 나타내려면 피사체로부터 나오는 빛이 카메라의 이미지 센서에 집중하도록 렌즈를 조절해야만 한다. 오토포커스 기능을 가진 캠코더들은 피사체까지의 거리를 측정해서 렌즈를 알맞은 위치에 설정해 준다. 만일 피사체나 카메라가 이동하면 그것을 탐지하여 이동에 따른 차이를 자동적으로 보정해준다. 그리고 렌즈가 새로운 위치를 찾는 동안 초점이 순간적으로 변하는 것을 눈으로 볼 수 있다.

오토포커스의 기능은 거의 정확하지만 어떤 때는 상황판단을 잘못할 수가 있다. 예를 들면 다음과 같은 경우이다.

- ◆ 유리, 그물, 창살 따위의 뒤쪽에 피사체가 있을 때
- ◆ 물, 강설, 안개 또는 흐린 상태에서

◆ 피사체가 계속 움직이고 있을 때

오토포커스 기능은 피사체에서부터 화면 중심까지의 거리를 읽게 되므로 피사체가 화면 중심에서 벗어나 구성을 할 때나 원근감이 있는 장면을 촬영할 때는 초점을 맞추는 데 문제가 생기게 된다.

이 오토포커스 시스템도 렌즈구경을 조절하는 것과 마찬가지로 수동으로도 초점링을 조절할 수 있게 되어 있다. 움직이지 않는 피사체의 수동 초점조절은 매우 쉽다. 그것은 직선이나 글자같이 확실하게 알 수 있는 피사체를 택하여 실험해 보면 쉽게 알 수 있다. 또 좀더 복잡한 피사체는 윤곽이 잘 나타난 부분에 초점을 맞춘다. 그리고 인물을 클로즈업 할 때는 초점을 눈에 맞추는 것이 가장 정확하고 이상적이다.

움직이는 피사체의 수동 초점조절은 연습이 필요하다. 예를 들어 카메라를 향해 걸어오는 사람을 찍을 때에는 계속해서 초점을 조절해주어야 할 것이다. 초점의 유지는 렌즈를 망원의 위치로 하였을 때 특히 더 까다롭다. 그 이유는 피사체 심도가 얇아지기 때문이다. 마찬가지로 카메라의 위치를 바꾸거나 촬영거리를 바꾸면 초점도 따라서 변하게 된다. 그리고 피사체 심도가 얇을 때 틸팅한다고 하면 이 때에도 틸팅이 진행되는 동안 초점의 변화가 필요하게 될 것이다.

수동으로 초점을 조절하면서 자유로이 움직이며 창의적 효과를 얻을 수 있다. 이를테면 초점을 흐리게 한 상태에서 촬영을 시작하여 점진적으로 초점을 맞추어 가면서 전체 화면을 선명히 나타나게 할 수 있다. 또는 같은 장면의 한 피사체에서 다른 피사체로 초점을 이동시키는 기법도 생각할 수 있다. 동물원의 우리안을 들여다보고 있는 어린아이에 초점을 맞추어 촬영을 시작한 후 그 초점을 우리안의 동물로 이동시키는 장면을 연상하면 될 것이다.

5) 패닝 PANNING

팬촬영은 중요한 카메라 기법이므로 자유자재로 구사할 수 있도록 많은 연습을 해야 한다. 이것은 완만한 호 弧를 이루면서 카메라를 왼쪽에서 오른쪽으로 또는 그 반대로 느리고 부드럽게 연속적으로 카메라를 움직이면서 촬영

하는 방법이다. 팬촬영을 적절히 사용하면 효과적이며 때로는 드라마틱한 기법이 되지만 남용하거나 임의로 아무 때나 사용하면 지루하게 느껴지고 보는 사람을 혼란시킨다. 팬촬영이 가장 유용한 경우는 다음과 같다.

- ◆ 도시의 스카이라인, 긴 해안선, 풍경 또는 큰 빌딩 등과 같이 한 화면에 담기에는 너무 큰 피사체를 자세히 촬영할 경우
- ◆ 사물간의 관계를 나타내고자 할 때, 이를테면 의아한 표정을 짓고 있는 아이의 얼굴로부터 그 아이의 관심을 끌고있는 물체로 팬을 하는 경우
- ◆ 움직이는 피사체를 추사追寫할 때 이를테면 공을 쫓아 뛰어가는 개를 촬영하는 경우

팬을 할 때에는 다음의 몇가지 사항을 명심해야 한다. 우선 어디에서부터 어디까지의 장면을 팬해야 하는지 결정한다. 카메라를 손에 들었을 때는 패닝을 할 방향과는 반대로 상체를 비틀어 촬영을 시작한다. 팬이 진행되는 동안에는 자세를 똑바로 하고 허리만 움직인다.

팬은 천천히 안정되게 해야 보는 이가 그 장면을 알아볼 수 있다. 팬의 처음과 끝부분은 약 3초정도씩 멈춰 찍어 그 촬영의 목적을 확실히 알 수 있도록 한다. 화면에 수평선이 있으면 그대로 수평을 유지시켜주어야 한다. 수직으로 된 피사체는 똑바로 세워 촬영해야 하며 수직선들이 서로 가깝게 있을 때는 패닝의 속도를 늦추어야 한다. 그렇지 않으면 그 수직선들이 흐려져서 선명하게 보이지 않게 될 것이다.

가장 효과적인 팬의 범위는 반원을 그리듯하면서 90°의 각을 넘지 않도록 하는 것이다. 손으로 카메라를 들고 팬을 할때 90°의 각이 넘으면 카메라가 흔들리게 되고 균형을 잃게 될 우려가 있다. 삼각대를 사용할 경우에도 90°의 각이 넘으면 그 삼각대 다리에 걸려서 넘어질 수가 있다. 이러한 이유때문에 팬을 시작하기 전에 편안한 위치를 선정하고 연습을 해야 한다.

움직이는 피사체를 선명하게 나타내기 위해서는 피사체의 행동에 따라서 팬의 속도를 변화시켜야 한다. 예를 들어 뛰어가는 아이를 촬영할 때 관심을 끄는 것은 그 아이이며, 배경은 카메라의 움직임에 따라 희미하게 흐려질 수도 있다. 움직이는 피사체의 촬영시에는 화면구성 또한 중요하다. 움직이는 피사체를 팬할 때는 피사체의 움직임보다 앞서 나가면서 주제의 진행방향 앞

부분에 많은 공간을 주어야 한다. 그렇게 함으로써 보는 사람의 눈이 피사체의 동작을 따라갈 수 있게 된다.

어선이 항구에 들어가는 것과 같이 천천히 이동하는 피사체도 팬을 하여 그 주위와 배경을 나타낼 수가 있다. 렌즈를 광각의 위치로 하면 배와 항구의 모습을 다 보여 줄 수 있으며 패닝을 하지 않고 가만히 있어도 배의 움직임이 마치 카메라를 패닝한 것처럼 나타나게 된다.

6) 틸팅 TILTING

틸팅은 카메라를 부드럽게 연속적으로 수직방향으로 회전시키는 것이다. 바꾸어 말하면 이것은 수직적 패닝이다. 패닝과 마찬가지로 피사체가 틸팅을 하기에 합당하다면 효과적인 기법이 될 수 있다. 예를 들어 큰 빌딩이나 높은 산의 아래에서 맨 위까지 틸팅하면 그것의 높이를 강조할 수 있으며, 역으로 화산 분화구를 위에서 틸팅하면 그 분화구의 깊이를 나타낼 수 있다. 머리위로 올라가고 있는 스키 리프트같이 움직이는 피사체들도 역시 틸팅의 대상이 될 수 있다. 그러한 피사체를 정면에서 촬영하면 그 피사체 하나에 집중하게 되지만 카메라의 위치를 바꾸고 틸팅과 패닝을 결합하면 규모가 더욱 큰 주위산들의 모습도 나타낼 수가 있다. 틸팅에서도 패닝에서와 같은 원칙들이 적용된다.

- ◆ 촬영하고자 하는 내용을 먼저 생각하고 처음과 끝의 화면을 결정한다.
- ◆ 촬영을 하기 전에 틸팅을 연습한다.
- ◆ 첫 화면을 약 3초간 촬영하고 천천히, 부드럽게 한 방향으로 틸팅을 한다.
- ◆ 마지막 화면을 약 3초간 촬영한다. 갑자기 중지하거나 마지막 부분을 지나치는 틸팅은 하지 않아야 한다.
- ◆ 너무 위쪽으로 멀리 틸팅을 하면 균형을 깨뜨리게 된다. 뷰파인더에 조절할 수 있는 접안 렌즈가 있으면 틸팅을 쉽게 하기 위해서 카메라를 가슴높이로 유지하면서 촬영을 한다.

예를 들어 빌딩위로 틸팅하여 하늘을 포함하게 될 경우에는 특히 노출에 주의하여야 한다. 이처럼 틸팅의 처음과 마지막 장면에 노출의 변화가 있을

때는 틸팅 촬영중 부족한 노출을 조리개가 보정해주는 자동노출기능을 사용한다. 또 다른 방법으로는 우선 첫 장면에 노출을 수동으로 맞춘다. 따라서 이 노출에 따르면 마지막 장면의 하늘이 하얗게 되겠지만 틸팅의 첫 부분에서는 보이지 않는다. 그 다음 틸팅을 하면서 수동으로 점차적으로 노출을 화면에 맞도록 조절하는 것이다.

팬을 할 때 수평선의 처리방법처럼 틸팅을 할 때도 수직의 피사체는 똑바로 세워서 촬영한다. 수직이 아니면 눈에 거슬리기 때문이다. 수평선을 너무 빨리 틸팅하면 화면의 수평선이 흐려져 나타난다.

7) 줌렌즈 ZOOM LENS

캠코더 줌렌즈의 초점거리는 보통 1~6의 범위를 갖는다. 즉 가장 광각일 때 화각은 가장 망원일때 화각의 6배가 된다는 것이다. 대부분의 모델에서 이 줌렌즈의 최대화각이 특별히 넓지는 않지만 일반적인 목적으로 촬영을 할 경우에는 거의 완벽하다고 할 정도로 적합하다. 또 이와는 대조적으로 줌렌즈의 최소화각은 먼 거리에 있는 피사체를 촬영할 때 이상적이라고 할 만큼 강력한 망원효과를 낼 수 있다. 또한 대부분의 모델은 보조렌즈를 이 줌렌즈 앞에 끼워서 사용할 수 있다. 텔레컨버터(망원변환렌즈)는 망원렌즈의 효과를 40% 정도 증가시켜주며, 와이드컨버터(광각변환렌즈)도 같은 정도의 배율로 렌즈의 화각을 증가시켜준다.

광각렌즈의 사용시 화면의 주변부에는 시각적 왜곡이 일어난다. 광각의 경우에는 전경과 원경 사이의 거리가 멀리 떨어져 보이며 피사체가 카메라 쪽으로 다가오거나 멀어져 갈때는 그 동작이 과장되게 나타난다. 한편 줌을 망원으로 사용할 때는 원근감이 없게 나타나 거리감이 축소되어 보이고 카메라 쪽으로 다가오거나 멀어지는 동작도 천천히 나타나게 된다. 이러한 왜곡을 효과적으로 이용할 수 있다. 예를들면 렌즈의 광각으로 어떤 빌딩의 모습과 크기를 과장하거나 극적으로 나타낼 수 있으며, 또 카메라 가까이 달려 지나가는 사람들의 속도를 더 빨라 보이게 할 수도 있다. 한편 망원의 위치일 경우에는 원근의 압축효과로 말미암아 달리는 사람들이 서로 매우 가까이 있는

것처럼 또 느리게 움직이는 것처럼 보이게 할 수도 있다.

줌 효과는 초점거리를 바꾸어 주는 렌즈의 이동에 의해 얻어진다. 줌인을 하면 화각이 좁아지게 되며 반대로 줌아웃하면 화각이 넓어진다. 줌의 작동은 손으로 하든가 아니면 모터를 이용해서 할 수 있다. 모터를 이용할 경우에는 한 두가지 미리 정해진 속도로 조절하게 된다. 줌더 정교한 캠코더에서는 줌의 로커 스위치를 누르는 손가락의 압력의 변화에 따라 속도의 가감이 가능한 것도 있다. 고정된 줌 모터의 속도가 창의성을 제한한다고 생각할 수도 있지만 그 속도를 가지고도 부드럽고 프로페셔널한 결과를 얻을 수 있는 것이다. 연습을 하면 줌 레버를 사용하든가 수동으로 렌즈의 경통을 돌려가면서 여러 다른 속도와 스타일의 줌 효과를 창조할 수 있다.

줌에 의한 촬영효과는 매우 크므로 자꾸 사용하고 싶은 충동을 느끼게 된다. 그러나 줌의 사용을 제한하지 않으면 그 비디오는 산만하고 과장되어 보는 이에게 당혹감을 주게 될 것이다. 줌 촬영은 어떤 관계를 만든다든가, 숨겨져 있는 것을 드러낸다든가, 강조를 한다든가, 또는 극적인 효과를 노릴 때 등등 타당한 이유와 목적이 있을때 가장 효과적이다.

이를테면 다음과 같은 경우이다.

- ◆ 퍼트 putt할 경우 골퍼로부터 홀의 위치까지 줌아웃을 한다.
- ◆ 어린아이의 얼굴을 향해 천천히 줌인을 하여 집중시켜 강조한다.
- ◆ 깜짝 놀랄만한 선물을 받는 사람의 얼굴을 빠르게 줌인하여 그 순간을 극적으로 만든다.

수동으로 줌을 할 때에는 렌즈를 망원 위치에 놓고 미리 초점을 맞춘다. 이때 줌은 유연한 조작으로 시작하며 시각적으로 부드럽게 만들기 위해서 처음에는 속도를 빠르게 했다가 끝부분에서는 속도를 줄인다. 모든 카메라의 움직임과 마찬가지로 줌에서도 마지막 장면에서 잠시 멈추어 촬영함으로써 보는 이가 그 피사체를 확실히 알 수 있도록 해야 한다.

줌의 기계적인 효과를 숨기기위해 작가들이 하는대로 따라해보고 또 줌과 동시에 다른 카메라 이동기법을 사용해 본다. 예를 들면 줌아웃을 시키면서 동시에 넓게 팬을 하면 부드럽고 매력적인 효과를 얻을 수 있다. 이러한 처리 방법은 평원을 질주하는 말을 촬영할 때처럼, 피사체의 동작을 따라가야 할

때 사용할 수 있다. 피사체의 동작 자체가 줌의 이동보다 더 주의를 끌게 되는 경우도 있다.

8) 녹음

일단 조용히 눈을 감고 주변의 소리를 들어보자. 방에서, 집에서, 거리에서, 그리고 먼 곳에서 들려오는 온갖 소리들을 들을 수 있을 것이다. 바로 이런 소리들이 비디오를 제작할 때 그 반을 차지하는 요소이며 화면외에 레코딩하는 소리이다.

모든 캠코더에는 일반적으로 레코딩할 수 있는 마이크가 내장되어 있다. 어떤 모델은 카메라 주위 모든 방향의 소리를 집성할 수 있는 무지향성 마이크를 갖고 있다. 그러나 이 경우 마이크가 카메라에 붙어 있기 때문에 초점 링이나 줌 모터같은 기계작동소리까지 녹음된다는 불리한 점이 있다. 그래서 어떤 모델은 마이크를 길게 뽑아 캠코더의 앞쪽 윗부분의 겉개위에 끼울 수 있게 하여 그러한 문제점을 해결하고 있다. 그 밖의 캠코더들은 기본적으로 캠코더 앞쪽으로부터 소리를 모으는 단일지향성 마이크를 내장하고 있다. 캠코더 중에는 줌 렌즈와 같이 작동하는 마이크를 가지고 있는 것들도 있는데 이는 소리의 수용 범위 렌즈와 함께 변하게 된다.

소리 녹음을 잘하려면 캠코더 자체의 마이크를 떼어버리고 마이크 소켓에 보조 마이크를 꽂아 사용하는데 여러 종류의 보조 마이크를 이용할 수 있다. 이 때에는 소리의 녹음을 다른 사람에게 시켜야 한다. 모든 캠코더들은 조용한 곳에서는 그 음을 보정하기 위해 끊임없이 레코딩 레벨을 조절해 주는 자동 게인 **gain**, 레벨, 또는 컨트롤 형식을 가지고 있다. 그 결과 배경의 소리도 집성할 수가 있다.

촬영시에는 헤드폰을 끼고 소리를 모니터할 수가 있다. 헤드폰은 귀를 완전히 덮을 정도로 큰 것을 사용하여 외부의 소리가 들리지 않도록 해야 한다. 레코딩하면서 마이크의 위치를 수정할 수가 있다.

실내의 가구와 내부 시설들은 녹음되는 음질에 영향을 준다. 딱딱한 표면은 소리를 반사시켜서 녹음상태를 불분명하게 하고 반사음의 원인이 된다. 반대

로 부드러운 물체들은 음을 흡수하여 둔한 소리를 내게하며 심지어 아무 반응도 나지 않을 수 있다. 이런 경우 방의 음향을 조절하기 위한 방법은 여러 가지가 있다. 소리의 반사가 심한 방에서는 주름진 커튼, 카펫, 벽의 장식들이, 부드러운 물질이 많은 방에서는 나무판, 유리를 끼운 그림, 거울 등이 소리를 완충시켜줄 것이다.

9) 색과 콘트라스트

빛은 비록 하얗게 보이지만 그것은 스펙트럼 상의 여러 모든 색들이 합쳐져서 이루어진 것이다. 촛불, 가정용 전구, 또는 일광과 같이 서로 다른 광원들은 서로 다른 색깔들의 빛을 만든다. 그러나 인간의 눈과 두뇌는 자동으로 이러한 색차이를 보정해주므로 물체들을 언제나 정확한 색으로 볼 수 있다.

비디오 카메라는 그런 식으로 색을 보정해주지는 못한다. 어떠한 광원을 사용하든 카메라가 감지하는 마지막 결과는 순수한 흰색이 되기 때문에 비디오 카메라는 사용하는 광원의 모든 색에 대하여 균형이 맞도록 조절해주어야 한다. 이것을 화이트 밸런스 **white balance**를 맞추는 것이라고 말한다.

대부분의 캠코더들은 이 화이트 밸런스가 자동으로 조절되게 되어 있다. 카메라는 ‘일광’ 또는 실내에서 ‘텅스텐’모드로 세팅할 수 있으며 그 모드를 선택해줌으로써 밸런스 필터를 작동시킨다. 그 다음 흰종이나 흰색 렌즈 캡을 주광원에 의한 조명을 주어서 렌즈 앞에 갖다 댄다. 이 때 렌즈는 그 흰색만을 커버하도록 한다. 그런 상태에서 카메라의 화이트밸런스 버튼을 맞추면 컬러 밸런스가 맞춰진다. 화이트 밸런스를 맞추면 흰색 물체는 정확히 흰색으로 나타나며 나머지 색들도 바르게 표현된다. 이 화이트 밸런스 조절은 의도적으로 ‘잘못된’ 효과를 만드는데 쓰일 수도 있다. 즉 일광하에서 텅스텐 모드를 사용하여 촬영하면 옅은 푸른색조를 띤 화면이 되는데 이런 효과를 이용하여 한낮을 마치 밤인것처럼 나타낼 수도 있다. 또는 저녁식사를 하는 아늑한 실내에서 일광모드로 세팅하여 그 장면이 갈색화조를 띠게 함으로써 더욱 친밀하고 아늑한 느낌을 갖도록 만들수도 있다.

캠코더의 뷰파인더는 흰색과 검정색밖에 나타내지 못하므로 화이트밸런스

의 조절을 잊기가 쉬운데 화이트밸런스는 촬영할 때마다 아래와 같이 조절해야 한다.

- ◆ 캠코더의 전원을 켜다.
- ◆ 조명의 상황에 따라 모드를 바꾼다.
- ◆ 보조조명을 이용한다.

흑백 뷰파인더는 보통 육안으로 볼 수 있는 색의 반사는 나타나지 않는다. 예를 들어 짙은 원색이 칠해진 벽 가까이에 한 사람이 서 있을때 반사된 빛 때문에 그 사람은 벽색깔과 같은 옅은 색조를 띠게 된다. 만일 이 효과가 바람직하지 않은 것이라면 주체는 위치를 바꾸어야 한다.

사진 필름과 비교해볼 때 비디오 쪽이 화면의 콘트라스트 범위에 훨씬 제한을 받는다. 그러므로 비디오는 콘트라스트가 약한 피사체인 경우가 가장 촬영하기에 좋다. 밝게 빛나는 부분과 짙게 그늘진 부분을 같이 포함하는 콘트라스트가 강한 장면은 비디오로서 성공적으로 표현하기 어렵다. 콘트라스트가 강하면 어둡고 밝은 두 부분 모두의 색이 바래져 하얗게 되거나 아니면 어두운 그림자속에 툴다 보이지 않게 되어 세부를 묘사할 수가 없게 된다. 그러므로 이럴 경우에는 조명의 상태가 좀더 호전되기를 기다리든가 아니면 어두운 부분을 밝게 해주기 위해 조명을 더 비추든가 하여 강한 콘트라스트를 감소시켜야 한다.

10) 기본 조명

선명하고 밝으며 생생한 비디오 화면은 밝고 균일한 빛나는 조명하에서 촬영된다. 맑게 개인 날은 야외촬영을 하기에 이상적이다. 구름이 끼었지만 밝은 날에도 알맞은 노출과 좋은 결과를 만들기에 충분한 조명을 얻을 수 있다.

비디오 카메라로 녹화하려면 어느 정도의 광량이 필요하다. 이 최소한의 광량은 각 모델에 따라 다르며 또 렌즈 구경과 캠코더 이미지 센서의 감도에 따라 서로 달라진다. 광원으로부터 나오는 빛의 강도는 럭스나 피트 축광으로 나타낸다. 이를테면 촛불은 약 10럭스의 빛을 내며 가정용 전등의 밝기는 밤에 약 100~300럭스이다. 조명의 럭스가 높을수록 비디오 화면은 좋아진다.

캠코더들은 10럭스 정도의 낮은 조명에서도 화면을 잡아낼 수 있다고 하지만 가장 좋은 화면은 보조 조명까지 다 합하여 900럭스 이상이 되어야 한다.

밝은 햇빛이 있는 대낮의 야외는 약 35,000럭스이다. 이 때 그 햇빛은 100,000럭스까지 올라갈 수 있으며 비디오 카메라는 그 정도까지 강한 빛은 처리할 수가 없다. 따라서 매우 밝은 태양빛에서나 또는 반사광이 많은 곳에서는 렌즈위에 ND필터를 끼워서 카메라로 들어가는 빛의 양을 알맞게 조절할 필요가 있다.

많은 비디오 카메라들이 특별한 노출보정장치 기능을 갖추고 있다. 이것은 화상의 밝기를 전자적으로 끌어올리기 위한 것인데 조명이 상당히 부족한 상황에서 촬영할 때 비교적 양호한 결과를 얻게 해준다. 물론 이것을 사용하면 화상의 질적 저하는 불가피하지만 때로는 비디오로 귀중한 순간을 녹화할 수 있느냐, 아니면 그 순간을 놓치고 마느냐 하는 선택의 기로에서 차선택으로 고려해 볼만하다.

이 방법으로 조명을 끌어올렸을 때의 효과는 캠코더의 모델에 따라 다르지만 어떤 때는 화면의 색조가 약해지며 심지어 빛깔자체가 변해버리는 경우도 있다. 즉 세밀한 부분들이 덜 선명하게 보이며 움직이는 피사체들은 정지된 배경위에서 반투명의 ‘유령’으로 나타날 수 있다. 펜을 할때 가장 밝은 부분이 뭉개져서 나타나거나 ‘꼬리’가 생기기도 한다. 또 어떤 경우에는 빛의 주위에 후광이 생기기도 한다. 그러므로 빛이 부족한 상황에서 자신의 캠코더가 어떻게 기능하는지, 또한 어느 정도의 결과를 얻을 수 있는지 알고 있어야 한다. 그러나 위에서 언급한 ‘문제점’들은 특별한 효과를 창출할 때에는 이점으로 전환시킬 수도 있다.

햇빛이 많이 드는 방, 특히 그 방의 벽이 빛을 잘 반사하는 밝은 색이거나 피사체가 창문 가까이에 있을 때는 좋은 화면을 얻을 수 있다. 그런 상황이 아니라면 비디오 라이트를 이용하여 조명을 보조해주어야 한다. 어두워지고 나면 실내의 조명기구를 재배치하여 일반적인 방의 조명을 더 밝게 해야한다.

- ◆ 좀 더 밝은 전구를 사용한다.
- ◆ 램프의 그림자를 없앤다.
- ◆ 책상램프와 스포트라이트의 방향을 다시 맞춘다.

- ◆ 다른 방에 있는 조명기구들을 가져다 이용한다.
- ◆ 가로등 불빛을 이용하기 위해 커튼을 연다.
- ◆ 여러 개의 촛불이나 난로불빛도 조명의 정도를 높여 줄 수 있다.

비디오 조명에 시간과 노력을 돌이면 좋은 결과를 얻을 수 있으며 다룰 수 있는 주제의 범위도 넓어진다. 낮은 볼트에서 조명을 해야 할 경우, 캠코더에 꽂아 쓰는 배터리를 이용한 휴대용 램프라든가 주전원을 사용한 스탠드 램프 등 여러 장비를 이용할 수 있다. 각 램프들은 서로 다른 광량, 서로 다른 조사 각도, 서로 다른 광질을 갖고 있다. 자신이 필요한 장비들은 사용목적과 용도, 구입비용, 그리고 작동의 간편성 등에 의해 결정된다. 덧붙여 말할 것은 인공광원의 색온도와 햇빛의 색온도는 서로 다르기 때문에 인공광원과 자연광원이 섞이게 될 경우 그 화면의 색깔이 서로 다른 광원의 색 온도 때문에 영향을 받는다는 것이다.

(1) 혼합조명

낮에 실내에서 촬영하려면 보조조명이 필요하다. 햇빛이 아무리 실내를 잘 비추어주고 있다고 해도 그 방안의 어느 부분은 콘트라스트가 강할 것이고 창문 가까이 있는 피사체의 한쪽 면은 그림자가 생길것이기 때문이다.

비디오 램프를 사용해 인공적으로 조명을 높여주면 그 장면을 좀더 밝고 균등하게 비추어줄 수가 있으며 따라서 밝고 어두운 부분의 콘트라스트를 줄일 수가 있다. 그러나 인공조명과 자연조명을 같이 사용할 때에는 화면의 컬러 밸런스를 바꾸어야 한다. 왜냐하면 각 광원이 서로 다른 색 온도의 빛을 보내기 때문에 광원에 따라 나타나는 색도 서로 다르게 나타나기 때문이다. 그래서 이러한 혼합조명은 카메라의 화이트 밸런스 시스템을 교란시켜버린다. 실내 창문 가까이에 있는 조명하에 촬영할 때 ‘일광’에 세팅하든 ‘텅스텐/실내’에 세팅하든 어느 쪽을 택하든지간에 모든 색들이 실제와 똑같이 표현되지는 않을 것이다. 이 문제의 해결책은 조정 필터를 사용해서 광원들의 색 온도를 맞추는 것이다.

(2) 반사판의 사용

반사광을 다시 비추거나 어두운 부분을 반사광으로 채워줌으로 콘트라스트의 문제점을 줄일 수 있고 조명상의 문제가 생기는 것을 피할 수 있다. 이 반사판은 전체적으로 부드럽고 균등한 조명을 주는데 클로즈업이나 인터뷰 같은 비교적 정적인 상황에 알맞다. 특별한 반사판은 구입할 수도 있고 스스로 만들 수도 있다. 이 반사판은 두꺼운 흰 종이나 폴리스틸렌으로 만들어 한쪽 면은 구깃구깃한 은종이로 싸서 빛을 더욱 반사시키는 것이 좋다. 또한 측석에서 흰 종이나 신문지를 펴서 반사판을 대용할 수도 있다. 실내에서 이 반사판을 사용할 때에는 창문 가까이에 그 반사판을 받쳐놓거나 들고 있으면서 반사광이 그 피사체를 직접 비출 수 있도록 한다. 반사판은 매우 유용한 것으로 자신의 비디오 장비중에서 없어서는 안될 부분이 될 것이다.

(3) 반사 조명

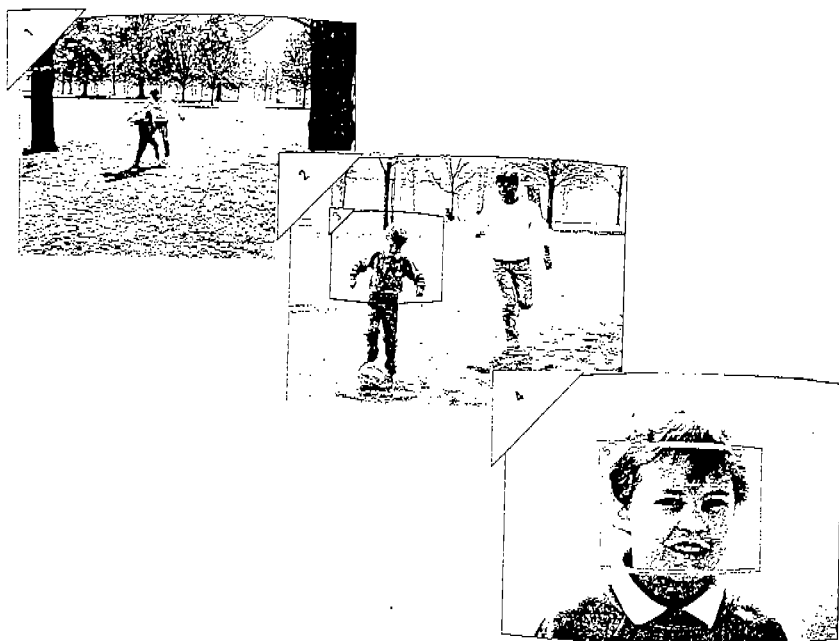
또 다른 중요한 조명기법 중의 하나는 빛을 커다란 반사 표면등에 반사시켜 그 빛이 다시 피사체 위에 비칠 수 있도록 램프의 방향을 설정하는 것이다. 그렇게 반사된 빛은 램프에서 직접 나오는 강한 빛을 약하게 만들게 되지만 비디오에는 매우 이상적인 산광과 콘트라스트가 약한 부드러운 조명이 된다. 이러한 간접조명은 좀더 편안한 느낌을 준다. 반사된 빛의 강도는 사용된 반사표면으로부터의 거리에 따라 변한다. 그러나 이러한 간접조명을 할 경우에 짙은 색의 벽 가까이에 있는 피사체는 그 벽의 색조를 띠게 되므로 주의해야 한다.

11) 쇼트 shot의 크기와 형태

피사체의 크기나 촬영각도를 바꾸어가며 화면에 나타나는 대상에 변화를 주는 것은 제작자와 관람자 모두에게 흥미로운 일이다. 한번의 쇼트는 한가지의 녹화행위를 의미한다. 그것은 녹화버튼을 누를 때부터 스톱이나 포즈버튼을 누를 때까지 계속된다. 시퀀스 sequence는 일련의 쇼트로 구성되는 장면으로 이루어지는 것으로서 보통 하나의 사진, 또는 공원에서 연날리기와 같

은 특별한 장소에서의 세트의 모임을 말한다.

이러한 시퀀스는 시각적 흥미를 유발하기 위하여 쇼트의 크기가 서로 다른 것으로 이루어져야 한다. 직업적으로 필름과 비디오 작업에 종사하는 사람들은 쇼트의 크기를 말할 때도 그들만의 용어로 한다. 각 쇼트의 크기에 관한 용어들은 나름대로 특별한 기능을 갖고 있어서 가장 이해하기 쉬운 방법으로 관람자의 주의를 화면내의 사건으로 끌어들이는 것이다. 그러한 용어들에 친숙해지면 유용하게 사용할 수 있다.



[그림 2] 쇼트의 형태

* 쇼트의 크기

- ① 와이드 쇼트: 전체 장면을 넓게 보여주는 이 화면은 주피사체들과 그들 서로간의 관계를 나타내 준다. 이 와이드샷은 관람자를 화면으로 유도하는 매우 중요한 샷이다.
- ② 롱 쇼트: 와이드 샷보다 가깝게 보이는 이 롱샷은 피사체들을 일반적인 배경으로부터 분리시켜 화면의 주된 테마로 관심을 모이게 한다. 화면의 아래위에 어느 정도 공간을 남겨두고 전체 인물을 포함하고 있다.

③ 미디엄 쇼트 : 인물의 일부를 생략함으로서 관심이 쏠리는 부분을 집중적으로 다룬다. 허리의 위쪽으로 화면 구성을 한다. 이에 이어서 촬영할 수 있는 것은 가슴 높이에서 자르는 미디엄 클로즈업이 바람직하다.

④ 클로즈업 : 얼굴의 표정이나 세부를 자세하게 나타내려 할 때 적합하다. 머리 윗부분에 약간의 공간을 남겨두고 어깨 바로 밑에서 자른다.

비디오 촬영시 자연스러운 느낌을 주려면 카메라 렌즈를 직접 바라보고 있는 사람의 촬영은 피해야 한다. 그러한 화면은 연습을 하는 것처럼 보여 부자연스럽게 느껴진다. 이상적인 쇼트는 반쯤 옆으로 향한 얼굴에 촬영하거나 아니면 가능한한 얼굴에 바짝 다가가 촬영하는 것이다. 두 사람이 이야기를 하고 있을 경우에는 두 사람중 한 사람의 어깨 너머로 상대방에 있는 사람을 촬영할 수도 있다. 이 때 그 상대방에 있는 사람의 눈은 렌즈를 보고 있는 것이 아니라 자기가 말하는 상대방의 얼굴을 보고 있을 것이다.

12) 화면구성

구성이란 화면을 통해 촬영자의 메시지를 전달하는 방법으로 촬영요소들을 조화있고 효과적으로 배치하는 것을 말한다. 화면의 형태를 변화시킬 수 있는 스틸사진이나 회화와는 달리 비디오의 화면은 세로 3, 가로 4의 고정된 비율을 갖고 있다. 화면의 요소가 무엇이든간에 이 형태의 화면내에 수용되어야 한다.

효과적으로 피사체들을 화면에 집어넣기 위해서는 렌즈와 카메라의 위치를 이동해 가면서 구성요소들과 더불어 조작연습을 해보아야 한다. 뷰파인더 안에 보이는 장면의 모든 부분을 자세히 살펴보는 습관을 들인다. 특히 그 화면의 가장자리 부분에 원치 않는 요소, 즉 사람의 반쪽, 또는 빌딩의 일부가 들어있지 않은지 주의하여야 한다.

처음에는 아주 멋진 구성으로 시작한 촬영도 피사체가 한번 움직이고 나면 이상하고 어색하게 끝나는 경우들이 있다. 예를 들어 누군가의 인터뷰 장면을 생각해 보자. 이 때에는 항상 그 사람의 위치변화를 예상하고 있어야 한다. 만일 클로즈업으로 촬영을 하고 있는데 갑자기 그 사람이 앞으로 몸을 기

울이면 화면을 망치게 되는 것이다. 그러므로 이런 경우를 대비해서 줌을 사용해 화면을 약간 뒤로 빼어서 그 화면구성을 조절할 수 있는 준비를 하고 있어야 한다. 또한 그 사람이 원위치로 돌아올 것을 생각해서 화면을 다시 타이트하게 잡을 준비를 하고 있어야 하는 것도 잊어서는 안된다.

점프하는 말을 촬영할 때에는 장애물과 그 높이를 충분히 보여줄 수 있을 정도로 화면을 넓게 잡아야 하며 말과 기수가 바를 뛰어넘는 것이 잘 보이도록 화면구성을 여유있게 해야한다. 화면구성시 다음과 같은 점들에 유의하여야 한다.

- ◆ 사람을 관절부위에서 자르지 않는다. 즉 클로즈업 샷에서는 목부위를, 롱샷에서는 발목을 자르지 말아야 한다.
- ◆ 항상 카메라가 피사체를 따라다닐 필요는 없다. 몇몇 장면들은 고정된 카메라 위치에서 그 피사체의 행동이 포함되도록 구성한다.
- ◆ 인물들의 머리위로 주의를 산만하게 하는 물체가 나와있지 않도록 한다. 예를 들면 사람들의 귀에서 나온듯이 보이는 전화선이라든가 그들의 머리위에 솟아 나듯 보이는 나뭇잎 같은 것이 촬영되지 않도록 한다. 카메라가 망원에서 세팅되어 있으면 공간을 압축하게 되므로 그렇게 자세한 부분들을 망치기 쉽다는 것을 명심해야 한다.
- ◆ 초록색 피사체를 초록색 배경에 놓고 촬영하면 피사체가 보이지 않으므로 주의하여야 한다.
- ◆ 피사체를 가운데 두지 말아야 한다. 피사체는 중심에서 옮겨 다른 요소와 균형을 맞추어 촬영한다.
- ◆ 피사체를 화면을 가로질러 일직선으로만 배열하지 말고 피사체들을 대각구도로 배치해보고 시각적인 깊이를 만들어 본다.
- ◆ 언제나 규칙을 따를 필요는 없다. TV쇼를 볼 때는 그에 대한 분석적 시각을 갖고 직업작가들이 어떤 법칙에 따르는가를 잘 보아두면 도움이 될 것이다.

13) 카메라 편집

비디오테잎의 편집은 여러 사건의 제시방법, 각 장면의 길이, 그리고 전체 프로그램의 길이를 결정하게 된다.

비디오의 편집방법에는 테잎 편집과 카메라 편집이 있다. 테잎 편집에는 녹화한 테잎의 부분 부분을 다른 빈 테잎에 계획한 순서대로 복사해가며 편집하는 것이다. 그리고 각 장면들의 길이를 결정하는 것을 의미한다. 이 경우 테잎은 ‘실제상황’ 그대로를 보여주게 되며 각 사건들은 녹화한 순서대로 편집이 되게 된다. 카메라 편집은 촬영이 진행되는 동시에 신속한 의사결정을 필요로 한다. 왜냐하면 이 경우에는 앞으로 일어날 사건들을 예상해야 하며 전체 프로그램의 시각적 흐름을 고려해야 하기 때문이다. 미리 촬영할 장면들의 리스트를 메모해두면 촬영시에 각 장면들을 나누어 시간과 촬영의 양을 배분할 수 있을 것이다.

하나의 프로그램은 어느 정도의 길이로 제작하는 것이 적당한가?

항상 기억해야 할 것은 비디오를 제작한다는 것은 자기자신만을 위한 것이 아니라 다른 시청자를 위해서도 만든다는 사실이다. 테잎은 30분~4시간 까지 사용할 수 있다. 그러나 예를 들어 아무리 친척이라고 하더라도 촬영자 딸의 결혼식 비디오를 3시간 동안이나 보아야 한다면 얼굴이 하얗게 질리도록 끔찍한 일일 것이다. 그러므로 약간 짧은 듯한 느낌을 받도록 하는 정도가 좋다. 일반적으로는 20분~30분정도의 양을 목표로 카메라 편집을 한다.

한 장면에는 어느 정도의 시간이 적당한가?

물론 이것은 피사체에 따라서 그리고 피사체가 움직이는가 또는 정지해 있는가에 따라 다를 수 있다. 정작 피사체들에 있어서는 다음의 사항들이 일반적인 지침이 될 수 있을 것이다.

- ◆ 정지해 있는 피사체들은 평균 7초정도 보여준다. 그러나 풍경과 같이 특정한 부분에 국한되지 않는 일반적 장면의 길이, 룡, 미디엄, 클로즈업 샷 등의 길이는 피사체에 따라 변할 수 있다. 새로운 장소를 보여주는 룡샷은 10초정도는 보여주어야 할 것이며 이미 좀더 광범위한 샷으

로 보여주었던 피사체의 클로즈업은 5초정도만 보여주어도 될 것이다.

- ◆ 인물의 클로즈업 장면은 동작의 변화에 따라 달라지는데 최소한 3초정도는 보여주어야 한다. 너무 오래 보여주어서 표정이 부자연스러워지게 해서는 안되며 또 너무 짧아서 그들의 표정을 놓치게 되지 않도록 해야 한다.
 - ◆ 팬, 틸트, 줌, 샷들은 처음과 마지막 화면을 각각 3초 정도 보여준다
 - ◆ 글자가 나오는 화면은 그것을 다 읽을 수 있도록 충분히 오래 보여주어야 한다. 자신이 그것을 한번 읽어본 후에 읽는 속도가 느린 다른 사람을 위해 자신이 읽는데 걸린 시간의 반 정도를 더 보여 주는 것이 좋다.
- 움직이는 물체들은 다음과 같은 일반적인 요점들을 고려해야 한다.
- ◆ 한 장면에서 한 동작을 완전하게 보여준 후에는 다음 동작과 연결하는 것이 좋다.
 - ◆ 많은 동작들이 있을때 또는 재미있고도 자세히 보여줄 것이 많은 장면에서는 그 장면의 흐름이 자연스럽게 끝날 때까지 계속 보여준다.
 - ◆ 그러나 많은 시간에 짧은 장면이 너무 많으면 짜증스럽고 초조한 느낌이 돌며 긴 장면이 너무 많으면 지루하게 느껴진다는 것을 기억해야 한다.
 - ◆ 피사체에 따라 전체 화면의 속도를 조절하고 지시할 수 있도록 한다. 즉 빠르게 다음 장면들을 연결하는 방법은 도공돌이 일하는 것과 같은 조용하고 차분한 장면보다는 흥겨운 파티장의 장면에 더욱 알맞은 것이다.
 - ◆ 팬, 틸트 또는 줌과 같이 카메라가 작동되는 도중에 화면을 끊어서 다음 장면과 연결시키지 않도록 한다. 자연스럽지 못하고 비약적인 편집이 되기 때문이다. 소리도 각 장면의 길이를 결정하는데 있어 고려해야 할 사항이다.

14) 스토리 보드 STORYBOARD

일반인들이 촬영하는 비디오 가운데 많은 것은 컨트롤이 거의 필요없는 사건들의 단순한 정보제공, 또는 녹화정도인 다큐멘터리이다. 예를 들어 결혼식이나 생일파티같은 행사는 독자들이 감독하는 것이 아니므로 행사가 진행되

는 대로 녹화할 수밖에 없다.

그러나 스스로 스토리를 만들어 가족과 친구들에게 그 배역을 맡기면 그 프로그램을 완전하게 감독하고 통제할 수 있다. 처음에는 그 구상이나 줄거리를 간단하게 만든다. 특히 아이들이 배역을 맡았을 경우에는 동작이 있는 장면들을 많이 포함시키고 대화의 양을 제한해서 촬영 중 ‘배우’들의 대사가 많지 않게 하여 화면으로 스토리를 표현하도록 한다. 일단 줄거리를 구상했으면 각 장면들을 종이위에 그린 스토리보드를 만들어 세부적으로 그 스토리를 완성한다. 스토리보드를 그린다는 것이 복잡하게 느껴질지 모르겠으나 이것을 하기 위해 예술가가 되거나 일류감독이 될 필요는 없다. 사람들을 그저 막대기처럼 그려놓고 특징의 윤곽과 배경을 간단히 나타내면 충분하다. 각각의 스케치, 또는 그것을 그린 화면 밑에 번호를 매기고 계획된 화면의 동작과 종류를 요약하여 밑에 적어 놓는다. 이것은 아주 기초적인 일이지만 촬영전에 미리 스토리보드를 만들어 두면 다음과 같은 여러가지 이유에서 유용하다.

- ① 스토리보드는 무엇을, 왜 촬영하는가를 생각하게 만든다. 각 사건들에 대해서 자연스러운 논리와 흐름을 만드는데 집중할 수 있으며 연결장면들을 예상할 수 있다.
- ② 동작과 모습의 계속성을 미리 자세하게 계획하는 데 도움이 된다.
- ③ 종이위에 개별적인 사건을 시각화함으로써 구성에 대해 생각할 수 있게 해준다.
- ④ 카메라 편집을 할 때에는 스토리보드가 연속촬영 등의 순서를 배열하는 최종계획이 된다.
- ⑤ 테잎 편집을 할 때에는 이 스토리보드가 각 편집장면의 순서를 전해주는 기본계획이 된다.

2. 영상음악의 제작

TV에서는 매끄럽게 제작된 유명 그룹과 밴드들의 영상음악을 종종 볼 수 있다. 그것은 일반적으로 스튜디오에서 만든 테잎에 플레이백 시스템을 이용해 그 밴드나 그룹들이 연기를 하여 만드는 것이다. 독자들 또한 자신들이 알

고 있는 한 그룹을 택해 스스로의 영상음악을 만들 수 있다면 매우 흥미있는 일이 될 것이다.

영상음악은 보기만해도 흥분이 되고 제작하기도 무척 재미있다. 이런 비디오물은 영상과 음악을 창의적으로 결합시키는 것이 그 기본이 된다. 자신의 비디오와 TV 장비를 상상력을 동원해가며 이용함으로써 이 영상음악에 전자적 효과를 더할 수도 있을 것이다. 또한 특수효과발생기¹⁾를 사용하면 더욱 많은 창조적 방법을 고안해낼 수 있다. 예를 들어 와이프, 키효과, 믹스, 자막 넣기, 화면분할 등이 그 예이다.

만일 독자들이 직업적인 음악가들의 작품을 사용하려 할 때에는 비디오에 그 음악을 복사하기 전에 저작권이 해제된 것인가를 확인해야 한다. 그것은 그 테이프를 사적으로만 보기 위해 제작하는 경우에도 마찬가지이다.

영상음악을 제작하는 가장 간단한 방법은 선택한 음악이나 악기의 리듬, 또는 가사에 맞추어 화면을 영상화하는 것이다. 어떻게 화면을 음악에 맞게 만들 것인가에 대해 다음과 같은 몇 가지 안을 생각할 수 있다.

- ◆ 친구에게 선택한 노래의 가사를 몸짓으로 보이라고 부탁을 해서 그것을 그 음악의 분위기에 맞는 야외에서 녹화를 한다.
- ◆ 그 음악을 설명해 줄 수 있는 스토리를 스스로 만들어 보자. 그것이 비극적이든 희극적이든간에 감정의 응답을 불러일으킬 수 있도록 화면과 가사를 병렬시키는 것이다. 아이러니와 같은 연극적인 기법을 이용해보자. 예를 들면 빈곤과 갈등의 장면에서 삶의 환희를 격찬하는 가사를 붙여 강력하고 통렬한 효과를 만드는 것이다. 또는 장난감 병정을 갖고 노는 아이들의 모습에 웅장한 군대 음악을 집어넣어 그러한 효과를 만들 수도 있다.
- ◆ 시각적 피사체를 음악과 연관시킨다. 예를 들면 헤비 록 heavy rock 음악에는 바쁜 도시생활의 장면들을 빠른 컷으로 연결시키는 것이다. 반

1) 특수효과 발생기 SEG는 적어도 두대의 캠코더 또는 하나의 카메라와 하나의 비디오 소스에서 나오는 화면을 와이프와 믹스로 연결시키거나 또는 화면 분할, 페이드, '키' 효과, 자막을 집어 넣거나 빼는 효과등을 만들 수 있다. 또 소리를 믹싱할 수도 있으며 전자적으로 자막에 색을 만들어 그것을 배경에 집어넣거나 뺄 수 있는 자막 믹스기능도 가지고 있다.

면 로맨틱한 발라드 곡에는 멋진 풍경들을 천천히 팬을 하고 여유있게 편집을 한다. 플레이 백 시스템²⁾을 설치하여 친구에게 노래의 가사를 연기하도록 하는 것도 매우 재미있는 방법일 것이다. 예를 들어, 여자친구에게 남자 목소리로 연기를 시켜보고 또 그 반대로 해본다.

◆ 로스트럼 카메라를 설치하여 여러가지 다양한 스틸 장면을 촬영하여 몽타주를 만들어 보자.³⁾ 그 중에는 앨범커버, 잡지광고, 음악가들의 포스터, 사람들과 같이 찍은 사진, 슬라이드 혹은 8mm필름 등이 포함될 수 있을 것이다.

◆ 컴퓨터, 또는 비디오의 피드백 이미지⁴⁾를 사용한 TV화면을 녹화하면 더욱 추상적인 효과를 얻을 수 있다. 또 움직이는 피사체의 초점을 의도적으로 흐리게 한다든가 특수효과를 내는 필터인 다중 이미지 필터, 또는 프리즘을 사용한다.

영상음악을 제작하려면 우선 촬영계획을 세워야 한다. 카메라 편집을 할 경우에는 스토리보드를 그리는 것부터 시작한다. 스토리보드의 각 장면 밑에는 해당하는 가사나 시간을 적어놓는다. 적당한 단위를 정하여 가사의 한 줄이나 한마디에 해당하는 정확한 시간을 알아놓는 것은 매우 중요하다. 시간을 알아야만 가사와 일치할 수 있는 영상을 녹화할 수 있는 것이다. 영상음악의 스토리보드는 작품의 기반을 제공해 준다. 영상을 녹화할 때 다소간의 즉흥적 촬영에 많은 도움이 될 수 있다. 스토리보드에는 계획한 장면뿐만 아니라 해당되는 가사나 그 시간이 각 장면 밑에 표시되어야 한다. 그래야만 그 촬영시간

2) 플레이백 시스템은 캠코더에 소리를 직접 녹음하는 동시에 (더 좋은 방법은 녹화하는 캠코더의 그림을 받을 수 있도록 연결된 VCR에 녹음을 하는 것이다) 녹음되고 있는 그 소리를 다시 앰프나 스피커를 통하여 연기하는 그룹들에게 들려주는 것이다.

3) 로스트럼 장비를 이용하여 비디오에 포함시킬 수 있는, 매우 다양한 스틸 사진적 요소를 촬영할 수 있다. 즉, 문자나 타이틀과 같은 예술작업의 장면에 사진, 회화, 신문조각, 지도, 낡은 서류, 그리고 잡지 사진 등을 포함시킴으로써 기존에 들어있는 '생동감'있는 요소들에 다양함을 더해 줄 수 있는 것이다.

4) 전자적인 비디오의 피드백도 문자등과 같이 사용하여 훌륭한 효과를 낼 수 있다. 예를 들어, 우선 타이틀을 아세테이트지 위에 그리고 그것을 TV 화면에 붙인다. 그 다음 캠코더의 영상출력을 TV의 영상입력 단자에 연결시킨 다음 캠코더로 TV화면을 녹화하는 것이다. 그러면 마치 마주보는 두 거울속에 있는 것처럼 같은 화면이 연이어서 화면속에 나타나게 된다.

만큼 영상을 녹화할 수 있는 것이다. 이것은 카메라 편집을 할 때 매우 중요한 사항이다.

영상과 가사를 확실히 일치시키려면, 음악을 먼저 캠코더의 테잎에 테코딩한다. 이 때, 새 테잎이면 앞부분을 30초 정도 비워 놓는다. 그 다음 녹음된 테잎을 플레이백하여 그 음악을 들어가며, 계획한 각 이미지들이 들어갈 정확한 인-아웃 편집점을 결정하며, 테잎의 카운터 숫자를 적어놓는다. 그 녹음한 비디오 테잎으로 촬영하면 들어가 있는 음악은 자동적으로 지워지게 되나 나중에 다시 녹음하면 되므로 문제가 안된다.

영상음악을 테잎 편집하게 되면 촬영도 훨씬 자유롭게 할 수 있을 뿐만 아니라 그 편집도 더욱 정확성을 띠게 된다. 촬영의 즐거리와 편집 속도감의 기초를 알 수 있도록 스토리보드를 만드는 작업이 중요하다.

좋은 편집점을 찾는 것은 음악 자체에 달려 있다. 강한 타악기 소리의 음악에서는 박자에 맞추어 어떤 장면을 끊고 다음 장면으로 연결함으로써 마음에 드는 효과를 만들 수 있다. 또는 음악의 한 귀절이 시작될 때나 아니면 음악이 독주 악기로 넘어가는 부분에서 새로운 화면을 컷으로 연결할 수 있을 것이다. 카메라 조작 및 이동은 음악의 분위기에 맞도록 한다. 예를 들어 클라리넷이나 호른이 울려퍼지는 선율은 천천히 줌을 하여 맞추고, 또 폴크트의 음악은 전체 장면을 훑는 팬으로 결합시켜 강한 시각적 효과를 만든다.

영상음악의 제작은 자신의 창의력을 발휘할 수 있는 좋은 기회이다. 시각적 기법의 모든 방법을 이용할 수 있다. 또 의외의 장소, 독특한 복장과 화장들의 이점을 살릴 수도 있다. 극적인 조명, 트릭효과, 특수필터 등의 활용도 빼놓을 수 없는 요소이다. 그러나 처음부터 이와 같은 모든 요소들을 이용할 수는 없다. 우선 비디오를 이용하는 기본적인 문법에 대해 주의깊게 살펴보고 충분한 연습을 거친뒤에야 비로소 자신의 창조적인 영상음악을 제작할 수 있는 것이다. 풍부한 상상력과 꾸준한 노력을 통해 자신만의 창조적인 영상음악을 제작해 보자.

V. 청소년과 영상음악

1. 서 론

“고1 때까지 뉴키즈 팬 클럽 회원이었다. 팬 클럽은 뉴키즈에 대한 정보와 뮤직비디오를 구하기 쉬워서 좋았다. 같은 아이들끼리 모여서 뮤직비디오를 보면서 소리도 지르고 스트레스도 풀고 좋아하는 사람을 본다는 것이 즐거웠고 시중에 파는 것 외는 알려지지 않은 노래나 사진 등 여러 가지 물품을 살 수 있어서 좋았다.”(고2, 여)⁵⁾

음악에 열광하고, 현란한 영상에 열광하고, ‘좋아하는 사람’이라고 표현하는 특별한 대상인 가수에 열광하면서 스트레스를 풀다는 우리 청소년들은 도대체 무엇 때문에 그렇게 소리지르면서 무엇을 해소하는 걸까? 어쩌면 너무나 당연한 답을 보여줄 어리석은 이 질문은 바로 청소년의 현실 생활문화 자체에서 시작되어야 한다.

우리가 청소년의 생활문화를 이야기할 때 특별히 학교생활을 제외한다면 별 이야기거리가 없어진다. 한국청소년개발원의 한 조사(1992)에 따르면 청소년의 학습시간은 중학생의 경우 보통 9시간 22분이고, 고등학생의 경우는 10시간 29분으로 과도하게 많은 편이며, 이에 비해 생활 필수시간인 수면, 식사, 신변 잡일 시간 등은 상대적으로 최소한에 그치고 있다. 또한 정신문화연구원(1992)의 한 조사에 따르면 실제 학교에서의 체재시간이 10~11시간이라는 청소년은 35.2%이며, 8~9시간 정도 학교에서 체재한다는 청소년은 24.9%, 12~15시간을 학교에서 보낸다는 청소년은 22.4%이다. 인문계 고등학교는 거의 50%에 이르는 청소년들이 학교에서 12~15시간을 보낸다고 한다. 최소한의 생활에 필요한 시간을 제외하고는 거의 대부분을 학교에서 보낸다고 해도 과언이 아니다.

5) 여기에 나오는 청소년들의 고백적인 표현은 김창남(1995a)의 연구에서 발췌한 것임.

그러면 “그들은 학교에서 도대체 무엇을 하고 있는가?”에 대한 대답은 끊임없는 학습의 연속이라는 것이다. 정규적인 수업시간 이외에도 자율학습과 보충수업으로 수업 전과 방과 후의 시간이 거의 다 채워진다. 뿐만 아니라 숙제가 많기 때문에 많은 학생들은 점심시간과 쉬는 시간에도 숙제를 하거나 배끼고 있다. 또한 인문계 고등학교 학생과 고입 연합고사를 눈앞에 둔 중학교 3학년은 가능한 모든 시간에 공부를 해야 한다는 강박관념을 갖고 있기 때문에 학교생활이 거의 다 수업 및 이와 관련된 학습활동으로 채워진다.

이용숙(1992)은 이러한 청소년들의 학교생활과 관련해서 우리나라 중등학교 문화를 ‘획일성, 위계성, 교육내용의 질적 빈약성, 여유의 부족, 형식주의와 이중성, 차별의 일상화, 시험의 일상화’라고 규정한다. 결국, 학교에서의 청소년의 삶의 모습은 학습 외의 활동이 거의 이루어지지 않으며 이 학습이라는 활동 속에서 청소년들은 친구들의 관계에서는 ‘경쟁’을, 부모나 교사와의 관계에서는 ‘억압과 복종’이라는 틀 속에서 생활하며, 청소년들의 각 개인이 가진 소질과 인성을 키워줄 시간은 거의 가질 수가 없다. 즉 학교에서 청소년의 문화라고 불릴 그 어떤 것도 사실상 존재하지 않으며 극단적으로 이야기하자면 획일적인 규격품으로서의 삶만이 있을 뿐이다. 이러한 삶의 조건들은 청소년들에게 자신만의 문화라는 환경이나 그 환경을 만들 여유를 주지 않는다.

굳이 ‘청소년문화’라고 특별히 이름 붙일 영역으로서 청소년들의 여가시간은 하루 생활시간 중에서 3~4시간 정도이다. 국민학생의 경우는 4시간 51분, 중학생은 3시간 46분, 고등학생은 3시간 15분이다. 그러나 이 여가시간을 실제 여가시간이라고 말하기에는 문제가 많다. 대부분의 시간이 공부와 텔레비전 시청으로 할애되기 때문이다. 중학생의 경우 평일 여가시간의 활용에 있어 절반 이상인 50.4%가 텔레비전 시청에 시간을 쓰고 있으며, 주말에는 더 많은 시간을 텔레비전 시청에 쓴다.

Clarke, et al.(1976)은 청소년들이 추구하는 하위문화적 스타일에 주의를 기울인 연구를 정리하면서 결국 청소년의 하위문화는 자신이 처한 삶의 조건에 대한 회피적 대응이거나 상징적 저항의 수단임을 말하고 있다. 이러한 주장에 기초하여 청소년들의 텔레비전시청을 살펴보면 TV라는 대중매체에 의

해 전달되는 대중문화에 열광함으로써 자신들에게 주어지는 공부압력과 획일적인 통제를 순간적으로 벗어나게 하는 기제가 되며, 어떤 의미에서는 ‘입시 위주의 공부’라는 지배적인 문화양식에 대항하는 저항적인 청소년 하위문화의 특성으로 볼 수 있다(김창남, 1995b).

이 글에서는 청소년의 TV시청을 이러한 하위문화적 특성으로 파악하는 입장에 기초하여 청소년에게 있어 음악, 영상, 그리고 영상음악이 갖는 의미와 그것을 기초로 그 발전방향을 살펴보고자 한다.

2. 음악, 영상 그리고 청소년

음악은 일정한 규칙을 가진 소리가 모여서 이루어진 예술이다. 그런데 인간이 들을 수 있는 소리에는 범위가 있다. 가청 범위를 벗어난 소리는 들을 수 없다. 예를 들어 지구가 돌아가는 엄청난 굉음이나 미생물들이 움직이는 소리는 인위적인 기계를 이용하지 않고서는 들을 수 없다. 소리는 있지만 인간이 들을 수 없기 때문에 그것은 소리가 아니다. 또한 우리에게 들리는 모든 소리가 음악이 될 수는 없다. 소리가 각기 음의 **tonal** 구조 속에서 움직일 때 비로소 음악이 탄생한다. 그런데 이 음구조는 인간이 지니고 있는 감정형태와 비슷하기 때문에 음악을 통해 인간은 다양한 감정을 체험한다. 음악은 음의 구조로서 인간의 감정을 자극하고 인간은 이에 반응한다. 기쁨과 슬픔, 위로와 분노 같은 감정을 고양시키기도 하고 가라앉히기도 하는 음악은 인간의 정서상태를 반영해 주는 거울의 작용을 한다.

음악은 인간의 정신과 감정의 축약된 표현으로서 제의와 문화전반에 걸쳐 인간의 생활에 중심적인 역할을 해왔다. 이러한 음악은 시대의 정신과 인생을 관조하고 인간환경과 정서를 나타내는 창조적 산물인 음악작품을 통해서 대중화되고 인간의 삶에 깊은 영향을 주었다. 음악은 인간의 주요한 환경요소이고 삶의 양식을 표현한 것으로 세대간을 연결하는 힘이 될 뿐만 아니라, 작곡자 개인의 영혼을 공유할 수 있고 때로는 음악을 탄생시킨 사회의 생활양식이나 정서를 이해할 수 있다.

최초의 음악이 어떤 모습을 하고 있었는지 분명치 않지만 동서양을 막론하

고 음악의 발전은 인류의 문화사와 함께 계속되었다. 그러나 시대에 따라 음악의 형태와 종류 그리고 내용은 변화되었다. 종교의 영향을 받아 종교음악이 성행하던 시대가 있었고, 낭만과 음악이 휩쓸던 시절도 있었다. 서양의 체계적인 음악사는 소위 고전음악이라 일컫는 특권계층을 중심으로한 음악에서 시작되었다. 그런데 르네상스 이후 시민사회로 들어서면서 고전음악도 대중들 속으로 파고들기 시작했으며 한편, 대중음악이 음악의 주요한 장르로서 대두되었다.

대중의 욕구와 감정을 대변하는 대중음악은 고전음악에 비해 음의 빠른 변화, 속도감, 그리고 생활과 밀접한 정서의 즉흥적이며 감각적 표현을 통해 자본주의의 상업성을 바탕으로 대중들에게 널리 확산되었다. 이러한 대중음악의 성공은 음악 그 자체와 함께 가수와 작곡자, 작사가, 그리고 연주자와 편곡자까지도 대중적 인기를 한 몸에 받는 인기인으로서 부와 명성을 동시에 얻는 지름길로 인식될 만큼 엄청난 위력을 발휘한다. 이러한 대중음악의 대중성과 동시에 고전음악도 일부계층의 전유물이란 인식에서 벗어나 모든 계층이 향유할 수 있는 고급문화로서 각 개인의 취향에 따라서 즐기는 시대가 되었다.

이처럼 음악은 종류가 다양해지고 주요한 문화요소로서 다른 예술장르와 결합하여 다채로운 모습을 나타냄에 따라 생활 속에서 음악을 감상하고 즐기며 새로운 음악형태를 창조하는 일은 어렵지 않게 되었다. 음악이 생활을 윤택하게 하고 정서를 순화시키는 것과 같은 삶의 부분적인 위치로서의 역할이 아니라 삶 전체를 둘러싸고 있는 환경으로서 등장하게 된 데에는 과학과 기술문명의 획기적인 발전에 영향을 받은 문화산업의 성장 때문이다. 특히 상업적인 문화산업은 산업혁명 이후의 인류경제와 문명을 지배할 ‘거대한 공룡’으로 학자 또는 전문가의 입에서 회자되고 있다.

아마도 이러한 문화혁명의 선도적 역할은 정보통신과 매체산업을 통해 이루어 졌다고 보아도 과언이 아닐 것이다. 영상매체의 예측불가능한 끊임없는 변화와 발전은 새로운 문화와 환경을 창출하고 있으며 나아가 새로운 인간상까지도 제시하고 있다. 영상매체의 부정적 요소에도 불구하고 영상은 인간의 꿈을 현실화시키는 도구로서 또한 현실을 도피하여 꿈의 세계를 인지하고 느

길 수 있고 다다를 수 있는 꿈으로서 등장하고 있다. 또한 영상산업은 고도의 기술 집약적이고 문화욕구를 만족시키는 부가가치가 높은 상품으로 평가받고 있다. 굳이 영화의 천재 스티븐 스필버그감독이 만든 〈쥬라기 공원〉이라는 영화의 상품성을 예를 들지 않더라도 영화와 비디오를 통해서 만날 수 있는 엄청난 물량이 동원된 작품과 절제된 예술적 감성을 환상적으로 구도화한 영상을 보면서 의식주와 같은 삶의 기본적인 욕구와 관계없는 허상에 돈을 투자하는 것이 전혀 아깝지 않다는 느낌을 가지는 것은 영상예술의 수익성을 통해 익히 증명되고 있다.

그러나 이러한 문화의 소용돌이가 일어난 역사는 그리 길지 않다. 짧게는 20~30년 전부터 징후를 보인 문화중심 사회로의 이동은 다른 분야에도 큰 영향을 미쳤지만, 특히 기존의 세대간 차이와 다른 양상으로 세대간의 사고와 행동에 있어 큰 격차를 불러일으키고 있다. 물론 세대간의 차이는 흔히 인용되는 ‘요새 젊은이들은 버릇이 없어서...’라는 소크라테스 시대의 문구처럼 인류 역사 이래로 문제가 되어 왔지만, 오늘날의 세대간 격차는 청소년들이 성인이 되어서 지금의 성인이 경험하는 환경과 전혀 다른 환경 속에서 생활할 가능성으로 인해 상호 경험적 이해가 거의 불가능해진다는 데 문제가 있다. 농경사회의 예를 들지 않고 산업사회의 경우만 봐도 청소년기는 잠재적 역량을 통해 기존의 생활양식에 따라 각종 과업을 성취하면서 성인이 되기 위한 예비단계로 인식되어 왔으며, 따라서 성인들과 청소년들 간의 세대차이는 사회현상 및 현실에 대한 연령적인 차이 이상의 의미는 아니었다. 즉 사회적 책임을 갖는 성인과, 성인들의 사회참여 및 생활방식에 비판적일 수밖에 없는 사회적 이상향을 배우고 꿈꾸는 청소년들과의 차이는 삶의 기간 및 경험의 차이에 따른 것으로 당연한 일이었다.

그러나 이제는 성인들과 청소년들 간의 세대격차가 전 방위적인 상황의 도전에 직면하고 있다. 앨빈 토플러의 예견대로 제 3의 물결로 불리는 정보화 사회에서 첨단과학과 결합한 문화의 확산 속도는 엄청나게 빠른 모습을 보이고 있다. 따라서 세대차의 문제는 단순한 연령적 의식의 차이가 아닌 성인집단과 청소년집단간의 대등한 위치에서 계층간의 차이로 변화하고 있는 듯한 인상을 지울 수 없다. 청소년들은 새롭게 창조되고 변화되는 문화환경에 준비

없이 노출되고 있으며, 성인들은 자기들이 지닌 패러다임으로는 이해하기 힘든 상황에 대응할 체계적인 논리를 정비하지 못한 채 새로운 문화환경과 그 문화환경에 적응하는 청소년이라는 환경에 이중적으로 노출되어 있다. 여기서 청소년들과 성인들은 이미 새로운 삶의 환경 속에 내던져 자신의 위치를 찾기도 급급할 수 밖에 없는 실정이다.

이런 가운데서 상호의 이해와 공감의 교차점을 찾을 수 있는 방법이 있다면 그것은 각 세대간의 솔직한 고백일 수 밖에 없다. 굳이 이해하기 힘든 즉, 구조적으로 이해할 수 없는 현상을 이해하는 것처럼 위장한다거나 시간을 거슬리는 듯한 야합을 한다면 두 세대 모두 피폐해지는 결과를 빚게 될 것이다. 왜냐하면 인간의 생활에서 아직도 유효한 사실은 가족제도 속에서 살고 있다는 점과 성인들이 사회의 중심적 역할을 하는 구심체로서의 기능을 포기할 수 없다는 데 있다. 따라서 청소년들을 여전히 성인들에 의한 미래지향적인 자극체이며 교육과 보호의 대상으로 여겨지는 전통적인 관점은 지속될 것이다.

이러한 전통적 관점에 따른 청소년에 대한 규정과, 청소년 스스로 자신을 판단하는 자신에 대한 규정에서 오는 거리감은 오늘날의 청소년들에게 삶의 억압이나 통제로 여겨지고 그들은 그곳에서 빠져나갈 통로를 끊임없이 발견하려 하고 만들어내며 성취한다. 이러한 통로 중에서 가장 가까이 있는 것은 대중음악과 그것을 통한 다양한 문화적 양태들이다.

“가사가 내 맘을 표현하는 것 같을 때 노래가 좋아진다. 특히 나는 올드팝을 좋아하는 데 그 노래들은 자기의 지난날의 행복을 감미로운 목소리로 노래한다. 그런 노래를 들으면 마치 내가 그 가수가 된 듯한 느낌이다.”(남, 고2)
“나는 록음악이 좋다. 대학입시의 굴레를 피해 어디로 가고 싶은데 갈데도 없고 가출이나 자살할 용기가 없는 애들은 음악에 의존한다.”(여, 고2)
“내 꿈 중 하나가 누구든지 노래를 들을 수 있는 공간을 만드는 것이다. 우연히 지나는 사람이나 이세상의 ‘자기자리’를 잡지 ‘도피’하고 싶은 사람들을 모두 받아들일 수 있는 조용하고 맑고 아름다운 공간을, 특히 청소년들을 위해서”(고2, 여)

‘대중가요는 사적인 감정과 정서의 세계를 공개된 오락의 세계로 이행시킨다. 개인적 확신의 영역을 공허한 전시공간으로, 은밀한 언어로 행해지던 소

수집단의 내적 세계를 패션에 대해 열광하는 대중 전체의 세계로 이행시킨다'는 Melly(1972)의 표현에서 볼 수 있듯이 청소년에게 있어 대중가요는 다른 어떤 대중문화에 비해 청소년 자신의 현실에서 벗어나게 해주는 보이지 않는 연대적인 세계로서의 역할을 잘 수행한다.

얼마전 「서태지와 아이들」이 4집 음반을 내고 몇 개월만에 화려하게 콘서트와 TV를 통해 그들의 음악적 재능을 과시하던 날 청소년들은 그들을 신을 추앙하는 한 집단과 같은 광적인 환호를 보냈고,⁶⁾ 일간신문 뿐만 아니라 다양한 매체들도 그들의 음악적 천재성에 대해 극찬을 아끼지 않았다. 화제를 물고 온 인터넷의 서태지와 아이들 코너도 마찬가지이다. 다음 커뮤니케이션 등 3개업체가 인터넷에 국내최초로 개설한 한국 대중음악 홈페이지 〈인터뮤직〉에 제공된 서태지와 아이들의 코너는 개설 16시간만에 조회수가 4천건을 넘는 기록을 세웠다. 또한 그들의 4집 앨범이 시판된 첫날 35만장이 나갔으며 7일만에 92만장이 팔렸다는 기록을 볼 때 발매 열흘이 되기 전에 1백만장 돌파라는 대기록의 수립은 거의 확실해 보인다. 이러한 음반판매에 독특한 공헌자는 바로 그들의 음악에 열광하는 청소년들이다.

인문계 청소년 고등학생을 중심으로한 김창남(1995a)의 연구는 대중음악 수용 및 대중가수에 대한 동일시 과정 등을 분석하여 청소년의 하위문화 형성과정을 설명하는데 청소년들이 억압적인 일상생활과 가치규범으로 부터 벗어날 수 있는 문화적 통로가 극히 제한되어 있기 때문에 대중음악이 그들의 삶에서 차지하는 문화적 비중이 그만큼 크다고 밝히고 있다.

청소년들에게 대중음악은 영화나 문학이 요구하는 특별한 시간의 투자나 구체적인 스토리에 대한 사고작용을 필요로 하지 않는 가벼운 휴식이며 도피의 적극적인 수단이 된다. 즉, 공부라는 행위를 하면서 카세트틀 통해 음악을 듣는 행위가 공존할 수 있지만, 문학작품이나 영화의 감상은 공부라는 본질적인 행위와 공존하기가 쉽지 않다. 그러므로 청소년들은 음악에 대한 소비를 통해 본질적이면서 억압적인 상태인 공부라는 행위를 하면서도 자신에게 그

6) 이번 공연에 학생들이 들고 나왔던 플래카드에는 “그들이 역사를 바로 잡는다.”는 글귀와 같은 표현이 있었다. 이러한 글귀와 관련하여 한 잡지(시네21, 1995, 제 25호)에서 “일종의 컬트적 사제로 섬김을 받는 서태지의 위상”이라고 표현하였다.

억압적인 현실상황에서 벗어나도록 도와주는 기제를 획득하고, 상상적인 공간을 구축하고 일상적인 억압과 좌절에서 도피할 수 있는 영역을 확보한다고 볼 수 있다.

대중음악을 통한 삶의 조건에서 벗어나려는 몸짓은 간혹 청소년 스스로 대중음악의 소비적 역할에서 벗어나 생산적 역할을 수행하게 만든다. 즉 주변에 널리 널려 있는 노래방이나 노래 연습실에서 그들은 마이크를 잡고 장중한 배경음악에 맞추어서 노래를 부르고 점수라는 평가를 받으면서 가수가 된 듯한 기분을 맛보게 된다. 또한 간혹 CD나 테이프에 녹음 서비스를 해주는 노래방의 경우는 이러한 청소년의 생산자적 측면을 적절하게 맞추어 주는 역할을 한다. 그러나 이것도 사실상은 또 하나의 생산적인 특성을 이용하여 대중음악의 소비를 부추기는 한 방법일 뿐이다.

이러한 대중음악의 소비를 통한 청소년의 억압 기제의 해소 및 좌절의 도피는 요즘 유행하는 ‘랩이나 레게음악’이 본래 생성시 갖는 의미와 같은 맥락에서 해석할 수 있다. 레게 음악의 경우 노예로 팔려간 흑인들의 자메이카에서의 애환이 영국에서 불려짐으로써 백인위주의 사회질서에 대한 저항적 문화수단이 전세계에 유포되어 대중음악으로 자리잡았으며, 펑크록이 중간층 이하의 백인 청소년들이 기성사회에 갖는 불만과 거부를 표현하는 수단으로 사용하던 것이 하나의 음악장르로 굳어진 것처럼 헤비메탈, 리듬 앤 블루스 등 대부분의 대중음악은 흑인이나 소수민족, 노동자 계급의 애환을 표현하던 것을 상품화하여 대중음악으로 자리 잡게 된 것이다. 그러나 이러한 음악이 원래 갖는 민족적 내지는 집단적인 전통이나 공동체적 애환은 청소년들이 대중음악을 소비하는 순간 그들이 지닌 삶의 조건 속에서 재해석되어 청소년들의 입장에서 자신이 가진 스트레스나 억압을 푸는 기제로 연결되며, 이것이 나름대로 하위문화로 형성되면서 이를 통해 다양한 관련 문화양식이나 스타일을 형성하게 된다.

이같은 관점에서 보면 이제 영상과 음악은 수백년 내려온 문화적 풍요를 위한 감상자원이 아닌 다른 차원의 바탕에서 해석되고 새로운 모양을 만들어 낼 수 밖에 없다. 성인들이 토대를 다져놓은 생활의 기반 위에서 이제 청소년들은 자신만의 독특한 문화양식을 창출하여 성인과 기존의 문화에 대항하는

것이다.

이러한 배경 아래서의 영상음악은 단순히 영상과 음악의 수평적 결합이 아닌 새로운 문화매체 또는 문화요소로서 탄생될 수 있으며 이에 대한 청소년들의 반응 또한 기존의 대중가요나 영상에 대한 반응과는 사뭇 다르며, 영상음악이 청소년에게 요구하는 역할과 참여 또한 다르게 나타나는 엄청난 영향력을 가진 문화예술의 장르로서 다가오고 있다.

3. 청소년문화로서 영상음악

청소년들이 자신들의 현재의 상황에 대한 도피 내지는 좌절의 회피를 위해 대중음악을 통해 소비하는 하나의 스타일이나 문화양식은 이제 대중음악이 주는 ‘음’이라는 소리를 통해 형성된다기 보다 음을 동반한 표현인 ‘영상’을 통해 가능해졌다. 청소년들은 음악을 통해 가수를 접하고, 그 가수를 통해 그 가수가 가진 문화적 양식을 배우며, 그 문화적 양식을 통해 그 가수와 동일시하고, 이를 심화시키기 위해 그 가수의 용모, 머리모양, 의상, 몸짓과 율동 등 이미지를 상품으로 소비하게 되는 것이다.⁷⁾ 결국 이러한 영상, 소리 그리고 그것의 청소년문화화를 통해 나타나는 이 고리들의 관계는 현재의 대중음악계에서 ‘좋은 노래 만들기’가 중요한 것이 아니라 ‘화려한 스타 키우기’가 중요해지는 현실을 설명해 주는 것은 아닐까? 결국 노래라는 것이 음을 통해 인간에게 제공하는 다양한 감정적인 동일시보다는 화려한 영상을 통해 청소년에게 동일시할 수 있는 파편화된 ‘거리’를 많이 제공함으로써 이미지를 형성할 수 있는 영상음악이 오늘날 청소년의 우상이 되는 ‘가수’를 만들어 내는 중요한 매체가 된다고 볼 수 있다.

뮤직비디오(영상음악)는 원래 미국의 레코드 회사들이 록 음악 가수들이 취입한 레코드의 판촉용으로 만들었던 것인데 미국에서 MTV music televi-

7) “나는 시간이 되는데로 TV를 본다. 노래도 노래지만 TV를 보면 옷, 머리모양, 춤동작까지 볼 수 있어 좋은 눈요기도 할 수 있다.”(고2, 여) “내가 제일 좋아하는 가수는 서태지. 노래도 좋고 특히 우리가 마음대로 표현할 수 없는 의상, 머리스타일을 하고 있어 더 좋다.”(고2, 남)와 같은 표현에서 이것을 추정할 수 있다.

sion라는 록 음악 전문의 CATV채널이 생겨나면서 청소년들이 선호하는 새로운 문화 형태로 부상하기 시작한 것이다. 원래가 판촉용으로 만들어졌던 것이기 때문에 스타일의 생산방식에서 광고와 상당히 유사한 모습을 보이는데 이제는 그 자체가 하나의 상품이며 새로운 문화 형태로 자리잡게 된 것이다 (박명진, 1995).

영상음악하면 먼저 떠오르는 것이 요즘 폭발적인 인기를 얻고 있는 노래방이다. 노래방에 들어가면 TV 모니터가 있고 노래를 선택하면 음악과 함께 화면에서 가사와 영상이 나온다. 시설에 무심한 가게에는 어떤 노래가 나오든지 노래와는 관련 없는 영상물을 보여주기도 하지만 꽤 신경을 쓰는 노래방에서는 노래가사의 의미와 주제에 맞는 줄거리로 영상물을 만들어 보여주기도 한다. 이 초보적인 수준의 영상음악은 본래 영상음악의 생성 의도와도 무관하지 않다. 레코드의 판촉물로서 초기 영상음악의 구성 수준도 가사내용과 일치된 영상의 제공이었다.

그러나 영상음악을 명확하게 개념규정하기는 어렵지만 적어도 노래방 화면에 등장하는 영상음악을 진정한 의미의 영상음악으로 간주할 수는 없다. 영상음악이 시작된 동기가 어떠한 간에 영상음악은 음악을 영상매체로 포장하여 더욱 감각적이고 화려한 형태로 변화시킨 것이다. 아마도 이것은 LP레코드판에서 CD라는 노래와 곡을 담은 용기의 변화와도 관련이 있는 듯이 보이지만 실제 영상음악은 컴퓨터와 비디오 그리고 광고분야의 발전 등을 통해 이루어졌다. ‘현란한 빛의 발전’은 더 이상 음악을 ‘듣는’데서 머무르지 않고 ‘보는’ 차원으로 이끌어 내고 있다. 영상음악은 보는 음악이며 이것은 듣는 음악의 정형화를 파괴하고 다양한 실험을 추구하는 음악을 보완하기 위한 대안적 수단인 것이다.

이 같은 영상음악은 순수한 고전음악의 분야보다는 대중음악의 장르에서 획기적인 발전을 거듭하고 있는 것은 자명한 일이다. 왜냐하면 오늘날 대중음악은 빠른 변화와 음악적 다양성을 보여주며 기성세대보다는 청소년들에게 폭발적인 인기를 얻고 있고, 동시에 영상발전은 대부분이 신세대의 감수성과 일치하는 방향에서 이루어지고 있다는 사실 때문이다.

뮤직비디오를 처음 보는 기성세대는 상당히 당혹하게 된다. 무엇보다도 주

어진 모든 텍스트에는 그 안에 고정된 의미가 있다고 생각하고 어떤 텍스트를 접하든 간에 그것이 말하고자 하는 바가 무엇일까 하고 그 의미를 정확히 해독해 내고자 하는 노력을 성인들은 반사적으로 기울이게 되는데, 뮤직비디오(록 비디오)는 그 작업을 불가능하게 하기 때문이다. 이것은 그 비디오의 구성이 노래가사의 내용을 영상화한 것도 아니며, 각 영상들도 일관성 있는 이야기를 읽어낼 수 있게 연결되어 있는 것도 아니고, 각 쇼트들이 심하게 과편화되어 있기(박명진, 1995 : 42-43) 때문이다. 이러한 영상음악의 비디오 구성은 최근 들어 유행화되고 있는 포스트모던적 경향을 나타낸다.

Kaplan(1987)은 뮤직비디오를 낭만적인 것, 사회의식적인 것, 허무주의적인 것, 고전적인 것, 포스트모던한 것으로 구분하고 포스트모던한 것의 특징을 다음과 같이 표현한다. “포스트모던 비디오의 특징은 그 영상들에 대해 일대 일의 분명한 태도를 취하기를 거부하고 하나의 분명한 기의를 전달하지 않는 태도를 취한다. 여기서 텍스트의 각 요소는 다른 요소들에 의해 의미가 흐려진다. 내러티브는 혼성모방으로 약화되고, 의미화는 일관성 있는 고리에 의해서 논리가 서지 않는 영상들에 의해 손상되고, 텍스트는 표준화되어 2차원적인 효과를 만들어 내어 영화같은 세계 속에서 관객이 갖던 분명한 위치를 부정한다”

이러한 포스트모던적인 이미지로 구성된 영상음악은 노래와 가수를 통한 이미지 상품의 형성을 더욱 더 확연히 해준다. 또한 이런 의미에서 ‘청소년과 영상음악’이라는 표현은 ‘청소년과 대중음악’이라는 표현보다 청소년을 더 계급적 의미의 구분에서 구성원을 축소시키는 경향이 있다. 즉, 대중음악과 청소년을 연관시킬 때 청소년의 범위는 그래도 어느 정도 보편적인 대상으로서의 청소년에 가까운 편이지만 영상음악 일명 뮤직 비디오와 청소년을 연관시키면 보편적인 일반 청소년층보다는 그 영상비디오를 통해 그것이 제시하는 문화의 양태를 소비할 수 있는 일군의 청소년 무리로 청소년에 대한 구분이 좀 더 특별해지는 것이다. 그러나 ‘중산층 청소년의 문화’라고 규정될 수 있는 영상음악을 통해 문화의 한 부분을 향유하는 청소년들은 서구의 포스트모던한 양식의 문화를 수용하는 듯이 보이지만 그 수용과정에서는 다른 양상을 나타낸다. 그 수용과정은 결국 보편적으로 청소년들이 텔레비전시청을 통해

현재의 스트레스 상태와 좌절에서 탈피하려는 것과 비슷한 수용양상을 나타낸다.

김형곤(1992)은 뮤직비디오라는 양식과 그 내용이 한국의 청소년들에게 어떻게 받아들여지는가에 대한 연구에서 뮤직비디오가 청소년의 열정과 에너지, 저항과 차별의 욕망을 어떻게 충족시키고 있는가를 「뉴키즈 온 더 블럭」의 팬클럽 연구를 통해 분석하고, 한국의 청소년들에게 뮤직비디오가 주는 문화적 의미는 다음과 같다고 제시한다; 1) 뮤직비디오는 이미지가 현실이 되는 세계를 제시하며, 수용자는 이 대안의 세계에 열광한다. 2) 노래에 대한 관심보다는 단지 순간 순간 스쳐 지나가는 영상에 대한 즉각적인 반응을 표시한다. 3) 뮤직비디오가 표현하는 관능적인 육체의 언어에 대해 해방적인 쾌락을 느낀다. 4) 같은 장소에서 뮤직비디오를 감상하는 사람들에 대해 공동체의식을 느끼며, 소리를 지르는 등의 행위를 통해 스트레스를 해소하고 해방감을 느낀다. 즉, 즉흥적인 공동체 의식이 있다. 5) 일관성 있게 전개되는 이야기가 없는 뮤직비디오를 보면서 표현할 수 없는 묘한 흥분감을 느낀다.

즉 청소년들은 자신들이 좋아하는 가수와 그 가수가 재현하는 여러 이미지 속에서 공동체적 의식을 수용하게 되며, 이러한 공동체적 의식은 가정이나 학교생활에서 경험하는 상하의 서열적인 관계가 사라진 연대적 공감대를 형성하는 공간에서의 동질감이다. 소리와 영상이라는 매체를 통해 형성된 이미지 속에서 청소년들은 자신과 비슷한 또래간의 정체성을 강하게 추구하며, 이는 그들 일상의 생활 조건인 강요된 학업과 기성세대의 요구로부터 벗어나 새로운 무엇인가를 추구하는 욕구를 반영하는 것이다(김창남, 1995a).

예전에 ‘눈으로 보는 음악’은 음악회에서 연주자 또는 가수를 보면서 곡을 듣는 것이었고, 텔레비전 등을 통해서 가수들의 제스처나 율동을 보면서 노래를 듣는 정도였다. “안방에 앉아서 텔레비전을 시청하지 왜 비싼 입장료를 내고 음악회에 가서 노래를 듣는가?”의 질문에 “가수의 육성을 듣고 싶어서”라는 대답은 왠지 궁색해 보인다. 이미 클래식곡을 연주하는 성악가나 우리 국악을 하는 사람들도 무대에서 마이크가 없으면 힘들어하는 일이 일상화될 정도로 육성을 듣는다는 것은 시대에 뒤떨어진 기대와 행동이 되어 버렸다. 또한 음악이 목적이려면 가수의 노래를 듣거나 곡의 연주를 청취하면 될 것

이다. 굳이 TV를 통해 음악과 영상을 같이 누려야 되는 이유는 무엇인가? 그것은 이미 음악이 ‘들음’이라는 행위만을 통해서만 개인이나 집단의 정서를 순화하고 감정과 영혼의 풍요로운 상상력을 자극하기에는 힘든 환경 속에 직면해 있다는 사실을 증명한다. 이제 음악과 화면이라는 문화의 장르를 합하여 만들어진 영상음악은 청소년들에게 음악과 화면의 단순한 합 이상의 의미로 다가간다. 비록 소수이겠지만 청소년들은 영상음악을 통해 자신의 억압된 현실을 분출하는 통로로 활용할 뿐만 아니라 자기 나름의 문화생산을 위한 새로운 상상력을 제공해 주는 새로운 환경체가 되는 현실이다.

4. 영상음악의 발전방향

문화사회에서 요구하는 창의성과 돌출적 상상력은 문화산업의 미래를 결정하는 잠재적 자원으로서의 역할을 하기 때문에 문화사회의 다양한 요소들에 있어 청소년들의 참여와 결정의 폭은 더욱 커질 것이다. 특히 영상과 음악은 인간의 오감 중 대표적이라 할 수 있는 시각과 청각에 대한 자극과 반응이기 때문에 청소년들의 창조적이고 돌출적인 상상력의 역할이 필수적이다. 이 창조적이고 돌출적인 상상력은 무엇일까? 일반적으로 신세대로 지칭되는 청소년들이 갖고 있는 감각적이고 즉흥적인 성향은 이것과 어떻게 공존되는가?.

비록 많은 담론에서 청소년의 감각적이고 즉흥적인 성향이 자본주의의 상업성에 의해 형성된 것이라는 비판이 나오고 있지만, 이것은 생활방식의 차이에 기인한 것으로서 예전과 다른 문화적 환경과 삶의 양 측, 빈곤의 문제보다 삶의 질에 관심을 갖고 물질적 풍요 속에서 삶을 시작하는 청소년들에게 삶에 대한 진지한 통찰의 관념을 기대하는 것은 무리일 수밖에 없다. 또한 청소년들의 감각과 즉흥성은 그들이 누리는 삶의 다양성에서도 기인하다. 매일같이 창출되는 직업군과 새로운 문화와 여가를 즐길 수 있는 요소들은 삶을 목적지향적으로 만들기보다는 과정지향적으로 만들고 있다.

이러한 과정지향적인 삶에서 중요한 것은 끊임없는 환경의 변화에 적응할 수 있는 창의성과 사고의 자유로움이다. 창의적 사고는 타고나는 것이 아니고 기존의 지식과 개념을 바탕으로 이루어진다. 따라서 개인의 지식의 양과 질,

그리고 상황에 맞게 지식을 적용할 줄 아는 능력과 논리적이며 자유로운 사고방식에서 창의적 사고는 형성된다.

〈창의성과 정신〉이라는 토머스 워드의 작품에 대한 설명에서 창의적 사고 활동에 있어서 가장 중요한 것은 비주얼 visual 사고라고 강조한다. 예를 들어 먼저 머릿속으로 지름 5cm와 5m 크기의 원을 그리고 그 원 속에 각각 코끼리를 떠올려 보면 원의 크기에 따라 코끼리가 다르게 그려질 것이다. 지름 5cm의 원에 그려지는 코끼리는 겨우 윤곽만 드러나지만 지름 5m의 원에 그려지는 코끼리는 코 위의 주름까지 제법 그럴싸하게 포착된다. 또 탁자 위를 기어가는 개미를 1m 거리에서 지켜본다고 상상하면 개미의 이미지는 점으로 비칠 것이다. 이번에는 같은 개미이지만 가느다란 편 위에 올라앉은 것을 확대경으로 살핀다고 상상하자. 그러면 개미의 다리는 물론이고 턱과 더듬이까지 떠오른다. 무엇이든 상상할 때는 가급적이면 상상의 공간을 크게 잡고 거리도 가깝게 잡아야함을 입증하는 예다. 그 이유는 무엇일까? 저자는 우리가 평소에 경험하는 세세한 것들 대부분이 비주얼 visual 상태로 기억되기 때문이라고 설명한다. 그래서 이미지를 이용하면 기억 속에 잠재된 것을 더 많이 불러일으킬 수 있다는 설명이다. “미국 노동자들의 경우 일생에 직장을 8번 정도 바꾸는 것으로 나타나고 있다. 외길 인생이 존경을 받던 시대는 이미 끝나고 변화의 시대가 왔다. 그것은 한가지 기술이나 특기만으로는 삶을 살 수 없음을 뜻한다. 끊임없는 변화에 대응하기 위해서는 끊임없는 창의성이 요구된다.” (중앙일보, 1995. 11. 5).

그러나 오늘날의 대중문화는 어쩌면 이러한 창의적 사고를 막는 대표적인 것이다. 보편적 유행성을 제안하는 대중문화는 한마디로 이야기해서 소비자의 주머니를 겨냥해서 만들어진 문화이다. 그것도 더 많은 소비자들을 끌어들이기 위해 용의주도한 마케팅 기법이 따라붙는 문화이다. 그것이 나쁘지는 않다. 다만 문제는 대중 문화를 이용하고 받아들이는 수용자들이 늘 현명한 것은 아니며 대중 문화 상품을 만드는 사람들이 그 점을 노릴 때가 많다는 데에 있다. 수용자들이 현명하다면 저질 대중 문화 상품이 큰 인기를 얻지 못해야 마땅하겠지만 현실은 그렇지 않다. 오히려 대중문화가 수용자의 정신을 호도하며 일관된 유행의 품안으로 끌어들이는 현실이다. 따라서 대중 문화는 생산

자들의 건전한 양식과 수용자들의 올바른 자세가 갖추어질 때에 비로소 우리 사회에 매우 유익한 것이 될 수 있으며(강준만, 1994 : 21-22), 더 나아가서는 대중문화의 수용자들이 생산자의 입장으로 위치를 바꾸어 대중문화를 자신의 욕구와 구미에 맞게 창의적으로 재조직할 수 있어야 한다. 이러한 적극적인 대중문화 수용과정에서의 즉흥적이고 감각적인 것이 창의성의 발현을 통해 새로운 것으로 창조되는 것은 다른 어떤 집단보다 청소년의 다양한 문화 수용과정에서 이루어져야 하며, 그 가능성을 조금은 찾아볼 수 있다.

청소년들은 대중음악과 영상음악을 수용하는 데 있어 단순히 소비적인 맥락에서 끝내지 않는다. 대중가요가 단순히 소프트웨어로서 듣고 그치는 것이 아니라 마이크를 통해 자신이 직접 노래 부르는 행위를 수행하여 자신의 음악으로 변환시킬 수 있는 것처럼 카세트테이프나 소형녹음기, 비디오 등의 하드웨어 또한 단순히 구입한 소프트웨어를 걸어서 듣는 단순한 기기가 아니다. “노이즈가 나오는 프로마다 녹화를 해서 뮤직비디오처럼 한편의 비디오를 만든 적도 있다”(고2, 여)는 표현을 보면 청소년들은 하드웨어를 이용하여 직접 녹음, 녹화하고 편집하여 하나의 음반이나 비디오를 제작하는 행위를 수행하는 것이다. 이러한 행위를 통해 청소년들은 자신들이 좋아하는 대중음악에 대해 일정한 통제력을 행사하며, 단순한 수용자의 위치를 넘어 자신이 통제할 수 있는 미디어를 생산하는 생산자적 역할을 수행하게 된다(김창남, 1995a).

팬들에 의해 제작된 뮤직비디오를 분석한 Jenkins(1991)가 “팬들에 의한 비디오 제작은 자신의 재작업을 통해 기존의 텍스트가 주는 이미지와 언어를 변형시키는 과정으로서 편집단의 특수한 욕구와 관심을 표출하는 것”이라고 하는 수준의 것은 아닐지라도 청소년의 뮤직비디오 제작은 단지 상품으로 제공되는 텍스트를 주어진 그대로 받아들이는 것이 아니라 선택적으로 재구성한다는 면에서 긍정적인 의미를 준다. 즉 청소년들이 문화를 수동적으로 소비하는 것이 아니라 주어진 한계에서나마 일정한 재작업을 통해 자기가 원하는 텍스트를 생산하는 일을 행하고 있으며, 비록 이것이 극히 일부이고 지극히 초보적인 것이라 할지라도 이러한 생산적인 일은 미디어 테크놀러지의 발달과 청소년들의 문화표현 욕구를 감안할 때 그러한 실천의 양상은 점차 심화확대될 것이다.

오늘의 청소년은 신세대라는 용어로 더 많이 불려진다. 신세대는 단순히 성인인과 대조되는 세대의 이분논리가 아니고 청소년문화의 일부를 주도하는 청소년계층의 특성을 정의한 용어로 보는 것이 올바른 해석일 것이다. 그런데 신세대가 어떤 특징과 성향을 갖느냐는 정의에 대한 명확한 합의도 도출하기 전에 이미 X세대 또는 Y세대의 용어들이 등장하여 그들의 특성을 범주화하는데 더욱 혼란을 일으키고 있다. 일반적으로 신세대는 소비지향적이고 자기표현이 확실하며 개성이 있고 변화에 민감한 성향을 갖는다는 공통된 인식을 한다. 모든 문화나 사회현상이 그렇듯이, 신세대의 용어도 처음에 등장했을 때는 성인들의 시각에서 규정된 부정적 관념으로부터 시작되었지만 지금은 성인들도 스스로 신세대를 자처할 만큼 변화의 물결에 순응하고 시대를 앞서가는 선구자적 의미까지 내재한 긍정적인 성향을 부각시키고 있다. ‘영상음악’ 또한 이러한 신세대의 적극적인 이미지와 연결될 수 있도록 그 환경이 변화되어야 할 것이다.

청소년들이 ‘영상음악’을 수용하는 데 있어 중요한 것은 ‘스트레스’, ‘이미지’, ‘분위기’등의 표현에서 느낄 수 있듯이 영상과 음악 그 자체에 대한 감상보다는 그것을 통해서 자신의 현실 상황에 대한 탈피를 추구하고 있는 현실을 고려할 때 기본적으로 청소년을 위한 ‘영상음악’은 청소년의 욕구를 충분히 해소해 줄 수 있어야 한다는 것이다. 그러나 이것이 청소년들의 스트레스 해소용으로 완전히 자리 매김을 하도록 두어야 한다는 것은 아니다. 단지 성인들이 보기엔 의미 없어 보이고 아무런 이야기도 전달하지 않고 현란하기만 한 영상환경이 청소년들에게 유해하다는 류의 걱정 섞인 우려로 인해 또 하나의 유해환경으로 규정해서는 안된다는 것이다. 즉 영상음악이라는 환경 자체를 청소년들로부터 격리시키는 것이 아니라 청소년들이 그 환경을 이용하여 좋은 문화를 흡수하는 문화환경으로 가꿀 수 있도록 도와야 한다는 것이다.

또 하나는 ‘영상음악’과 관련하여 청소년들을 단순히 문화의 소비자적 입장에서만 두는 것이 아니라 생산자적 역할을 담당할 기회를 갖도록 도움을 주어야 한다는 것이다. 이것은 두 가지 맥락을 제공한다. 먼저 사회적으로 볼 때, 미래사회가 문화산업이 중심이 되는 사회라는 것을 예측할 때 청소년들의

문화적 생산력은 미래사회의 생존력을 가늠하는 중요한 지수가 된다. 또한 개인적 차원에선 문화의 생산자적 역할을 경험함으로써 단순히 대중문화를 수용하여 그 대중문화가 제시하는 다양한 이미지에 대항하여 적극적으로 자신의 위치를 가늠할 수 있는 능력을 길러주며, 이를 통해 미래의 삶에서 자기 나름의 창조적이고 개성적인 삶의 양식을 가능케 하도록 돕는 역할을 한다.

그러므로 청소년문화의 한 형태로서 ‘영상음악’이 자리를 잡기 위해서는 상업적인 전략이 어느 정도 배제된 상태에서 청소년들이 그것을 감상할 기회와 그것의 제작을 경험할 수 있는 현장을 마련하도록 해야 할 것이다.

Ⅵ. 청소년 영상음악활동 프로그램

1. 활동의 구성철학 및 방향

‘청소년 영상음악캠프활동’은 영상음악에 대한 수동적 자세와 능동적 참여를 모두 포괄하는 관점에서 구성하고자 한다. 이 접근방법에는 시각적 활동을 광범위한 창의적 상상력으로 연계시키는 구성틀을 기본으로 한다. 따라서 본 프로그램은 평면적인 구성을 통해 종합적이고 입체적인 상상력과 활동을 유발할 수 있도록 구성하고자 한다. 영상음악에 대해 갖는 수동과 능동의 양면을 평면적인 활동방법을 통해 제시함으로써 새롭고 다각적인 영상매체와 활동의 가능성을 열어주고자 한다.

이같은 인식을 바탕으로 전체적인 구성내용과 체계에 있어 논리성 보다는 창의적인 사고를 실제 활동하는 각종의 활동 형태에 담아내고 있다. 단순히 영상음악활동을 주제로 한 활동이 아닌 캠프활동을 포괄적으로 해석하여 영상음악을 바탕으로 이루어지는 다양한 수련활동에서 이 수련거리의 의미를 찾고자 한다.

2. 활동의 구성 및 내용

청소년 영상음악캠프 활동은 청소년들이 다양한 활동방법을 통해 영상매체의 바람직한 수용 및 감상 방법과 태도를 습득하고 영상문화를 선도하는 세대로서의 창의성과 적극적인 참여의 기회와 동기를 제공하는 데 목적이 있다. 따라서 청소년들이 기존의 영상음악활동을 포괄하는 영상매체에 대한 비판적 안목과 폭넓은 시야를 확장시킬 수 있는 감상의 자세와 이를 토대로 한 영상음악의 다양한 창조의 방법을 제시하는 한편, 독창적인 비판의식과 창의적인 영상음악매체의 활용방안을 모색하는 장이 될 수 있을 것이다.

이에 따라 활동내용은 각각 독립된 단위프로그램이면서 영상음악캠프활동 프로그램 전체의 부분체계활동으로서의 기능을 하는 3개의 기본과정과 영상음악활동의 실천모형을 제시함으로써 활동현장과 연계할 수 있는 1개의 응용과정으로 구성되어 있다.

1) 기본과정

① 영상음악 감상

— 우리음악 그 소리의 아름다움을 찾아

영상음악을 통해 우리 국악을 좀 더 가깝게 접착하고 나아가 우리의 것을 영상음악으로 구성한다.

— 명선율이 흐르는 명곡의 세계

연주곡과 성악곡으로 구분되는 서양의 클래식 영상음악을 통해 음악과 영상에 대한 폭넓은 안목을 키운다.

— 음악이 있는 수채화

동양적 사고를 바탕으로 자연을 노래한 서양음악을 통해 우리의 정서를 가늠한다.

— 영상음악을 읽는다

대중음악의 영상음악화를 통해 청소년들에게 올바른 감상의 기회를 제공 한다.

② 영상음악 창조

— 동요 노래방

간단한 동요작품을 영상화함으로써 영상음악의 창조에 적극적으로 참여할 수 있는 동기를 부여한다.

— 우리 가락 우리 풍경

우리의 음악과 자연을 결합하여 우리나라의 수려함과 한국적인 정서를 담아내는 방법을 배운다.

— 시공을 넘는 음악여행

고전음악의 영상화를 통해 고전음악과의 친밀감을 형성한다.

— 신세대 영상음악

다양한 장르의 음악을 선곡하여 창의적인 영상음악을 구성한다.

③ 영상음악 평가

— 영상음악—가상공간의 실제

영상음악을 통해 미래사회의 문화와 예술을 조망하는 안목을 키운다.

— 이미지를 찾아서

영상음악을 생활속에서 창조하고 감상할 수 있는 능력을 제고시킨다.

— 만화와의 만남

영상과 음악을 만화로 표현해 봄으로써 영상예술의 다양성을 경험하고 영상문화와 음악의 간접적 평가 능력을 제고한다.

— 좋은 영상음악 고르기

청소년들 스스로 영상음악을 평가하고 좋은 영상음악을 선택할 수 있는 방법과 안목을 키워준다.

— 창조를 넘어서

영상음악의 창조를 통해 풍부한 상상력을 키우고 영상음악의 미래를 조망 하는 시야를 넓힌다.

2) 응용과정

① 영상음악캠프활동

기본 과정들을 구성하는데 있어서 청소년들이 관심과 흥미를 가지고 자발적으로 참여 할 수 있는 방법에 중점을 두고 각 과정마다 개념적인 활동에서 구체적인 활동으로 이어지는 형태를 제시함으로써 다양한 활용이 가능하도록 만들어져 있다. 이러한 과정은 각각의 독립된 프로그램형태로 구성되어 있기 때문에 어느 하나의 활동을 선택하여 실시하더라도 영상음악에 대한 이해와 체험이 가능하다.

3개의 기본 과정구성은 수동적 이해에서 능동적 참여의 행동주의적 인식에 입각하여 조직되어 있으며, 각 과정은 1) 활동과정과 2) 활동모형으로 나누어져 활동과정에는 목표와 진행과정이 서술되어 있고, 활동모형은 실제 3-4

개의 단위활동을 제시하고 있다. 이 활동모형은 활동의 의미와 단계로 프로그램화되어 있고 그림을 상징적으로 설명한 활동예시로 더욱 구체화하여 제시하고 있다.

▶ 활동과정

- 목표 : 각 과정의 개관과 주요한 활동내용을 제시하고 있다.
- 과정 : 전체 활동의 진행과정이 서술되어 있다.

▶ 활동모형

- 단계 : 단위활동의 과정을 구체적으로 나타내고 있다.
- 예시 : 활동의 실천적인 행동방법을 담고 있다.

그리고 응용과정인 영상음악캠프활동은 3개의 과정을 통해 제시한 영상음악활동의 실천과정을 모형으로 나타내고 있다.

3. 활용방법

이 책은 4가지 수준에서 다양한 접근방법을 제시하고 있다. 첫째는 기본과정에서 활동의 목적과 의미 그리고 방법의 개념적이며 개괄적인 수준에서 활용할 수 있을 것이다. 이 활동의 기본적인 착안을 토대로 실천현장에서 탄력적인 운용과 영상음악활동의 구조적 틀을 마련하는데 시사점을 제공해 줄 수 있다. 둘째는, 기본과정에서 활동 모형 중 하나를 택해 전체적인 활동의 목적, 의미, 방법을 수용할 수 있을 것이다. 이 수준은 활동의 목적과 방법을 한 단계 더 구체화시키고 있지만 실천현장에 대상이나 여건에 따라 신축성있게 운용할 수 있는 청소년지도자 또는 청소년의 창의적 감각과 노력을 요구하고 있다. 셋째는, 기본과정에서 그림을 통한 활동내용의 구성이다. 이 수준은 제시한 그대로 재현함으로써 영상음악활동의 현실적인 적응가능성을 제고할 수 있다. 그리고 넷째는 응용과정의 활용이다. 이 수준에서는 영상음악을 주제로한 캠프활동의 조직화된 프로그램을 제시함으로써 청소년지도자 또는 청소년들이 직접 활용할 수 있는 한편, 영상음악캠프활동의 다양한 형태를 구성하는데 창의적인 구상을 제공할 수 있을 것이다.

VII. 결 론

음악은 인간의 정서를 함축해서 표현할 수 있는 좋은 매체이다. 더욱이 시적 운율의 가사를 갖고 있는 노래는 사람들간의 감성적인 공감을 일으킬 뿐만 아니라 사고의 동일화도 일으켜 지속적인 교류를 갖게하고, 자기에 대한 명료한 이해를 통한 정서 순화에 큰 도움이 된다. 또한 영화나 연극 그리고 무용 등에서 사용되는 배경음악은 극적인 효과를 줄 수 있으며 관객으로 하여금 다채로운 상상을 할 수 있는 공간을 준다.

이처럼 음악은 귀로 듣는 청각적인 매체가 아닌 마음으로 느낄 뿐만 아니라 몸으로 수용하는 전천후 매체이다. 음악은 인간 동작의 다양한 형태를 유발시키는데, 음악에 따라 신체적 반응은 다르게 나타난다. 음악은 매우 주요한 문화장르로서 독립적인 영역을 갖고 있을 뿐만 아니라 다른 예술이나 문화장르와 결합하여 독특한 형태의 문화양식을 생산하기도 한다. 이러한 문화양식의 결합에 의해 생긴 것 중 하나가 영상음악이다.

오늘날 컴퓨터와 영상매체의 발전은 음악에 있어서도 큰 영향을 주고 있다. ‘듣는 음악’의 범주에 머물러 있던 음악의 한계를 시각화시킴으로써 좀 더 명확한 내용의 전달과 함께 정형화되지 않은 창의적인 영상을 만든다. 즉, 음악적 상상력이 영상과 결합함으로써 ‘눈으로 보는 음악’의 무한한 정서적 변형의 한계를 제시하는 것이 아니라 오히려 영상과 음악의 창조적인 상상력이 만나 풍요로운 정서세계를 구성하는 것이다. 이런 점에서 영상음악이 청소년들에게 주는 영향이 클 뿐만 아니라 그 활용도에 따라서 청소년들의 창의성을 다양하게 키워줄 수 있다.

이러한 배경에서 ‘청소년 영상음악캠프활동’은 청소년들에게 수련거리라는 흥미롭고 다양한 활동프로그램을 통하여 영상음악을 이해하고 창의적으로 체험할 수 있는 기회와 자기의 취향에 맞는 영상음악활동을 할 수 있는 동기를 부여하는 데 초점을 맞추어 개발하였다. 이 수련거리를 통해 정형화된 영상음

악활동을 기대한다면 그리 큰 효과를 얻지 못할 것이다. 기존에 나타나 있는 영상음악의 종류나 영상음악을 감상하고, 영상음악의 제작에 참여하는 활동을 넘어서 청소년집단 또는 청소년 스스로 각인되어 있는 정서체계를 영상음악을 통해 분출하고, 또한 표현방식을 습득하는 기회로 활용한다면 보다 큰 의미를 찾을 수 있을 것이다.

결국 영상음악은 청소년들에게 단순한 감상거리가 아닌 스스로 제작하고 창조하며 나아가 자신의 안경으로 평가하는 청소년들 스스로 하나씩 창조적으로 만들어가는 활동이 되어야 하고 이 수련거리도 그와 맥락을 같이 한다.

참 고 문 헌

- 강명구(1995). 소비대중문화와 포스트모더니즘. 서울 : 민음사.
- 강준만(1994). 대중문화의 겉과 속. 서울 : 한샘출판사.
- 김창남(1995a). 청소년집단의 하위문화적 특성에 대한 연구. 한국사회와 언론, 제5호, 210-249.
- 김창남(1995b). 청소년과 대중문화. 제1차 청소년문화운동 심포지엄 발표자료.
- 김형곤(1992). 뮤직비디오 수용자들의 포스트모던 청소년문화에 대한 현상기술지. 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 박명진(1995). 청소년과 새로운 미디어 문화-포스트 모던 문화의 관점. 현실문화연구(편). 문화연구 어떻게 할 것인가. 서울 : 현실문화연구.
- 이경희(1990). 뉴비디오 테크닉. 서울 : 세신문화.
- 이용숙(1992). 한국 중등학교 문화의 특성. 한국청소년연구, 3(2).
- 정신문화연구원(1992). 청소년문화의 실태와 문제. 정신문화연구원.
- 한국비디오영상학회(1984). 최신 비디오 카메라와 VTR. 서울 : 다보문화.
- 한국비디오영상학회(1990). 비디오 용어사전. 서울 : 다보문화.
- 한국청소년연구원(1992). 청소년수련활동 참여시간 확보방안. 한국청소년연구원.
- 황인선(1993). 비디오 어떻게 찍을 것인가?. 서울 : 미진사.
- Beacham, F.(1995). 비디오촬영기법. 서울 : 나남.
- Clarke, et al.(1976). Subculture, culture and class. In Hall and Jeffersons (eds). Resistance Through Rituals. CCCS, University of Birmingham.
- Jenkins, H.(1991). The Art of Making Do ; The Cultural Production and Social Circulation of Fan Music Video. A Paper Presented to the Fourth International Television Studies Conference.
- Kaplan, E. A.(1987). Rocking around the Clock. NewYork : Metheun.

Melly, G.(1972). Revolt into Style. London : Penguin.

Milerson, G.(1990). TV 비디오 제작기술 핸드북. 서울 : 다보문화.