

# 대중음악을 활용한 방송 프로그램의 서사 전략

- <슈퍼스타K>, <나는 가수다>, <무한도전>을 중심으로 -

최성민\*

1. 서론
2. 사회 진입 구조의 경쟁 : <슈퍼스타K> 시리즈
3. 사회 생존 구조의 경쟁 : <나는 가수다>
4. 노동과 생산의 유희 : <무한도전> 서해안고속도로 가요제 특집
5. 결론 : 대중음악이 만들어내는 사회적 서사와 판타지

## 국문요약

대중음악 분야에 있어서 텔레비전의 영향력은 상대적으로 약화되고 있었다. 하지만 최근 ‘대중음악’을 활용한 텔레비전 프로그램이 다시 주목을 받는 현상이 일어났다. 케이블 음악 채널 Mnet이 2009년부터 세 차례에 걸쳐 방송한 <슈퍼스타K>가 있고, 2011년 3월 방송을 시작한 MBC의 <나는 가수다>가 있다. 또한 MBC <무한도전>은 가요제 형식을 차용함으로써 대중들의 관심을 모은 것이다. 이들 프로그램들은 대중음악을 중심에 두고 있지만, 가수 지망생, 혹은 현역 가수, 그리고 작사·작곡가를 주인공으로 한 서사적 텍스트라고 볼 수 있다. 이들의 서사는 사회의 현실을 보여주는 상징적 서사이면서, 현재 대중음악이 처한 현실을 보여주는 이야기이기도 하다.

<슈퍼스타K> 시리즈는 사회에 본격적으로 진입하는 이들의 사회적 서사를 상징적으로 보여주었다. <나는 가수다>는 사회에 진출해있지만 생존을 위해 다시 경쟁해야 하는 이들의 사회적 서사를 보여주었다. 이러한 프로그램을 통해 시청자들은 대중음악을 즐기는 동시에 사회 현실에 대한 인식에도 도달할 수 있었다. <무한도전>의 “서해안고속도로 가요제” 특집의 경우에는 대중음악이 만들어지고 소통되는 과정을 상세하게 드러냈다. 그

---

\* 한림대학교 기초교육대학 강사

럼으로써 그 과정의 본질이 유희적 노동이자 유희적 생산에 있음을 깨닫게 해주었다. 이제 방송 프로그램들은 대중음악으로 프로그램 전체를 채우지 않더라도 대중음악에 대한 대중의 관심과 열정을 전략적으로 활용하고 있다. 우리는 이 프로그램을 보면서 그 안에 담긴 음악을 즐기는 동시에, 그 음악을 활용한 프로그램들의 서사적 전략을 이해할 필요가 있는 것이다. (주제어: 대중음악, 텔레비전 서사, 매체, <슈퍼스타K>, <나는 가수다>, <무한도전>)

## 1. 서론

언제 어디서나 자유롭게 인터넷에 접속할 수 있는 유비쿼터스의 시대가 도래했다. 스마트폰과 태블릿PC로 대표되는 모바일 환경은 모든 매체를 손안으로 집중시켜 놓았다. 그 과정에서 각각의 매체가 이룩해놓은 기술적 발전을 오히려 퇴보시키는 의외의 결과도 일어났다. MP3 파일은 CD의 음원을 압축하는 과정에서 다소간의 음질을 훼손하였다. 영상과 음향 기술의 집약체였던 극장의 첨단 시설들은 3~4인치의 모바일 화면으로 영화를 감상하는 시대가 되자 테이트나 오락을 위한 공간에 불과한 것이 되고 말았다. 하지만 대중들은 콘텐츠의 품질보다 미디어의 편리함을 더 중요하게 간주하였다. 음악과 영화는 이제 하나의 예술 작품이나 문화적 텍스트로 대접받기보다 모바일 기기에서 재생되고 활용되는 수많은 콘텐츠 중의 하나로 간주되게 되었다. ‘미디어가 메시지다’라는 마셜 맥루언의 명제는 모든 콘텐츠, 혹은 모든 텍스트가 손 안의 기기 하나에서 재생되는 스마트폰 시대를 맞이하면서 진정으로 현실화되었다.

이러한 급속한 매체 환경의 변화에도 불구하고 텔레비전의 대중적 영향력만큼은 결코 줄어들었다고 볼 수 없다. 저녁이면 텔레비전 앞에 온 가족이 모여 앉던 풍경이 인터넷과 모바일 환경에 의해, 그리고 점차 각박해지는 사회·경제적 현실 속에서 변화를 맞이하게 된 것은 사실이다. 이제 집집마다 텔레비전이 있는 정도가 아니라, 방방마다, 그리고 책상 위마다 TV 프로그램을 볼 수 있는 모니터가 놓여 있는 시대가 되어 가고 있다. 각자의

손 안의 모바일 기기에서도 DMB를 통해 텔레비전 프로그램은 소비된다. 뿐만 아니라 지금 당장 인터넷 포털 사이트에 접속하면 각종 텔레비전 프로그램에 대한 정보와 관련 뉴스들이 가장 먼저 눈에 띄는 위치를 차지하고 있음을 확인할 수 있다. 이제 텔레비전은 개개인들이 개별적으로 콘텐츠를 수용한 뒤에 인터넷의 뉴스와 댓글을 통해 소통을 공유하는 환경에 놓여 있다. 그 환경 위에서 텔레비전의 위상과 영향력은 오히려 강화되고 있다고도 할 수 있다.<sup>1)</sup>

다만 대중들이 모바일 기기에서 널리 활용하는 콘텐츠 쪽에서의 텔레비전 영향력이 급속히 감소되고 있는 것도 사실이다. 모바일 기기를 이용하여 영화를 보거나 음악을 듣는 일이 매우 보편적인 일이 되면서 영화와 음악 분야에서의 텔레비전 영향력은 상당히 위축되었다. MBC의 <주말의 명화>, KBS의 <명화극장>, <토요명화>와 같은 지상파 텔레비전의 영화 방송이 대중들의 관심을 집중시켰던 시절도 있었지만, 지금은 <토요명화>와 <주말의 명화>가 잇달아 폐지되고, <명화극장>만이 명맥을 유지하고 있는 형편이다. 텔레비전의 대중음악 프로그램들도 2010년까지 잇달아 위축되거나 폐지되어 왔다. 2008년 5월 마지막 주의 주간시청률 조사를 예를 들어 보면, 지상파 방송 텔레비전의 음악 프로그램 가운데 시청률 1위는 KBS

1) 2010년 한국광고주협회가 ‘밀워드브라운 미디어리서치’에 의뢰해 조사한 ‘2010년 미디어리서치’ 결과를 보면, 가장 신뢰하는 매체는 KBS, MBC, 네이버, SBS, YTN, 다음, 조선일보, 중앙일보 순이었다. 가장 영향력 있는 매체의 경우에도 KBS, MBC, 네이버, SBS, 조선일보, 다음, YTN, 중앙일보, 네이트 순이었다. 두 조사에서 지상파 3사인 KBS, MBC, SBS를 합쳐보면, 신뢰도 66.0%, 영향력 82.9%로 압도적인 수치를 나타냈다. 생활과 밀접한 미디어가 무엇이라는 질문에는 TV가 65.6%로 인터넷 26.2%, 신문 3.8%, 라디오 2.7%, 휴대용 디지털 미디어 1.6%를 압도했고, 가장 좋아하는 미디어가 무엇이라는 질문에는 TV가 63.4%로 인터넷 27.3%, 신문 4.3%를 압도했다. 이 조사는 2010년 9월 3일부터 10월 13일까지 전국 만 18세 이상 79세 이하의 성인 남녀 1만 명을 상대로 일대일 대인 면접조사 방식으로 이뤄졌으며, 95% 신뢰도에 표본오차는 ± 0.98%였다.

최훈길, 『매체 영향력 · 신뢰도 KBS-MBC-네이버 순』, 『미디어오늘』, 2010년 10월 21일 인터넷 기사.

(<http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=91413> 접속일 2011.10.28.)

다만 본격적인 스마트폰 시대가 2011년 이후에 시작되었다는 점과 위의 조사가 18세 미만 청소년들을 배제했다는 점을 고려해 본다면, 텔레비전의 영향력이 얼마나 계속 유지될 수 있을가에 대해 지속적으로 관심을 두고 살펴볼 필요가 있겠다.

<전국노래자랑>으로 12.1%였고, KBS <가요무대>가 9.3%, SBS <도전 1000곡 한소절 노래방>이 8.5%였다.<sup>2)</sup> 이 프로그램들은 첨단 디지털 기기에 익숙지 않은 장년층 이상들이 주시청층인 프로그램으로, 새로운 대중음악의 흐름과 유행을 보여주거나 대중음악계에 새로운 영향을 끼칠 수 있는 프로그램들로 볼 수는 없다. MBC <쇼! 음악중심>이나 KBS <뮤직뱅크>, SBS <SBS 인기가요> 등과 같은 순위 소개 또는 신곡 위주의 프로그램들이나 KBS <유희열의 스케치북>, SBS <김정은의 초콜릿>, MBC <음악여행 라라라> 등과 같은 라이브 음악 프로그램들은 시청률에 있어서 5% 이하의 저조한 수준에 그치고 있으며 이들 방송 프로그램 일부는 그 이유로 폐지되기도 하였다. 이러한 현실을 보면, 이제 더 이상 대중들은 영화와 음악에 대한 욕구를 텔레비전을 통해 해결하려고 하지 않는다고 할 수 있다. 영화는 극장이나 인터넷 다운로드를 통해 관람하고, 음악 역시 MP3 파일을 다운로드 받아 스마트폰을 비롯한 휴대용 기기를 이용하여 듣는 것이 당연하게 여겨진다. 영화와 음악 전문 케이블 TV도 존재하지만, 이를 통하여 대중들이 갖고 있는 영화와 음악에 대한 욕구가 해결된다고 보기는 역시 어렵다. 이처럼 영화나 음악 프로그램에 있어서 텔레비전의 영향력이 상대적으로 약화되고 있는 현실에서, 최근 들어 ‘대중음악’을 활용한 텔레비전 프로그램이 다시 주목을 받고 있는 아이러니한 상황이 연출되고 있다.

케이블 음악 채널 Mnet이 2009년부터 3년 간에 걸쳐 세 차례의 시즌제 방송을 선보인 <슈퍼스타K>가 있고, 2011년 3월 방송을 시작해서 지금까지 이어지고 있는 MBC의 <나는 가수다>가 있다. 이 두 프로그램은 최근 들어 가장 크게 관심을 모은 방송 프로그램이라고 해도 과언이 아닐 정도로 상당한 인기와 영향력을 보여준 프로그램들이며, 대중음악이 여전히 시청자들의 관심을 사로잡을 수 있음을 보여준 프로그램이기도 했다. 또한 MBC 예능프로그램 <무한도전>은 가요제 형식을 차용한 “서해안고속도로 가요제 특집”을 통해 대중음악을 활용한 예능프로그램의 한 사례를 보여주었다.

2) 안진용, 「<전국노래자랑>이 시청률 1위라니, 딜레마!」, 『한국일보』, 2008.6.30.

<http://news.hankooki.com/lpage/sports/200806/h2008060307090991990.htm> (접속일 2010.10.28.)

그동안 대중음악을 중심으로 두고 만들어진 텔레비전 방송프로그램이라는 것은 과거 <가요톱텐>에서 <뮤직뱅크>로 이어져 온 순위 프로그램, <전국노래자랑>이나 <대학가요제>과 같은 일반인 출연의 노래경연 프로그램, <쇼쇼쇼>, <토요일, 토요일은 즐거워>와 같은 대중음악을 중심으로 한 버라이어티 프로그램, <이소라의 프로포즈>, <수요예술무대>와 같은 라이브 공연 프로그램 등이 있었다. 이들 프로그램들은 가수나 출연자가 노래를 부르는 장면이 대부분을 차지하며, 진행자와 출연자 간의 대화나 코멘트들, 그리고 간간히 짧은 콩트 정도가 곁들여 구성되는 형식을 취하는 프로그램이었다.

<슈퍼스타K>, <나는 가수다>, 그리고 <무한도전> “서해안고속도로 가요제” 특집의 경우는 분명히 대중음악 뮤지션이나 지방생들이 주요출연자를 이루고, 대중음악에 대한 관심이 밑바탕을 이루는 프로그램들이지만 음악이 연주되거나 노래되는 양적 비중은 그리 크지 않다. 이들 프로그램들은 대중음악을 소재로 삼고, 대중들의 대중음악에 대한 관심을 이용하고는 있지만, 시청자들에게 호소하는 핵심적 포인트는 그와는 다른 영역에 놓여 있다. 이 프로그램들이 대중음악을 활용하면서 대중들에게 다가서려고 선택한 나름대로의 서사적 전략은 바로 대중음악인, 혹은 대중음악인 지방생들을 주인공으로 한 ‘이야기’를 구성하는 것이다. 이 프로그램들은 몇 곡의 음악을 잇달아 들려주는 음악쇼가 아니라 ‘이야기’를 들려주는 서사적 텍스트라고 보아야 한다. 본 연구는 이 프로그램들이 음악과 음악인을 소재로 삼아 ‘서사’로 프로그램을 구성하는 스토리텔링의 방식을 구체적으로 살펴 보면서 그 서사전략 안에 숨겨진 우리 사회 현실에 대한 인식까지 함께 분석해보고자 한다. 이 프로그램들의 서사전략은 이 프로그램들이 음악과 음악인을 소재로 하여 스토리로 만들어 전달하는 방식에 담겨 있기 마련이다. 그 전략에 대한 분석을 통해 우리 사회의 구조적 문제까지도 발견할 수 있을 것이다.

## 2. 사회 진입 구조의 경쟁 : <슈퍼스타K> 시리즈

2009년 케이블 음악 채널 Mnet은 <슈퍼스타K>라는 오디션 프로그램의 방송을 시작하였다. 일반인이 참가하여 노래로 대결을 펼치는 오디션 프로그램은 미국의 <아메리칸 아이돌(American Idol)>이나 영국의 <브리튼 갓 탤런트(Britain's Got Talent)>을 통해 이미 대중적으로 검증된 방송 아이템이었다. 우리나라에서는 2001년 <영재육성 프로젝트 99%의 도전>, 2006년 <슈퍼스타 서바이벌>이 SBS에서 방송된 바 있다. 이 두 경우는 JYP라는 대형 엔터테인먼트 기획사와 SBS라는 공중파 방송이 함께 공개오디션 형식으로 신인 가수를 발굴한 프로그램이었다. MBC에서는 2001년 <악동 클럽>, 2007년 <쇼바이벌>이 신인 가수 발굴을 목표로 한 프로그램으로 방송되었다.<sup>3)</sup> 하지만 캘리 클락슨을 배출한 <아메리칸 아이돌>이나 폴 포츠를 발굴한 <브리튼 갓 탤런트>에 비하여 크게 인기를 끌거나 주목을 받는 못한 채, 대중들의 기억에서 금방 잊혀지고 말았다. 우리나라에서는 일반인이 방송 프로그램을 통해 큰 인기를 얻는 가수로 떠오른 사례로는 1년에 한 번 단발성 가요제로 열리는 <대학가요제>의 경우가 더 깊은 인상으로 남아 있었다.

2009년의 <슈퍼스타K>는 스피디한 진행과 편집, 그리고 심사위원단의 독설이 주목을 받으면서 관심을 끌었고, 서인국, 조문근, 길학미 등을 배출하며 마무리되었다. 하지만 케이블 TV 방송 프로그램으로서의 한계를 뛰어넘어 대중들의 관심이 집중된 것은 2010년 <슈퍼스타K 2>에서 본격화되었다고 볼 수 있다. <슈퍼스타K 2>는 2010년 10월 22일 마지막 최후의 결승전이 Mnet과 KMTV를 합산하여 18%를 넘는 시청률을 기록하고, 휴대전화 문자메시지 참여수가 140만 건을 기록하는 놀라운 인기를 이끌어내는 데에 성공했다.

앞서 언급한 국내 오디션 프로그램들 대부분은 신인가수를 발굴한다는 목적 그 자체에 집중하여, 이 사람을 뽑을 것인가 말 것인가를 가장 중요한

3) 이에 대해서는 최지선, 「오디션 프로그램의 생산과 소비 : <슈퍼스타 K2>를 중심으로」, 『문화과학』 2010년 겨울호, 문화과학사, 2010.12, 318쪽. 참조.

갈등 요인으로 활용하였다. 이 사람을 뽑을 것인가 말 것인가의 문제는 신인가수 발굴이 목적인 방송사나 엔터테인먼트 기획사 입장에서는 가장 중요한 갈등 지점임이 당연하다. 하지만 뽑을 것인가 말 것인가는 소위 ‘갑을 관계’로 대표되는 사회적 구조에서 ‘갑’의 갈등 요소인데, 대다수가 ‘을’로 살아가는 일반 대중들에게는 감정 이입하기 쉽지 않은 갈등 지점이다.

<슈퍼스타K>는 시즌1의 경우 71만 명이던 참가자 수가 시즌2에서는 135만 명으로, 시즌3에서는 197만 명으로 늘어났다. 전국을 돌아다니며 지역예선을 벌였고, 시즌2와 시즌3에서는 해외오디션까지 열면서 지원자를 모집한 결과였다. <슈퍼스타K>는 1, 2, 3차에 걸친 예선과 4차 예선적인 ‘슈퍼워크’를 거쳐 10~11명의 본선 진출자를 가리는 방식으로 진행된다. 이 과정에서 시청자들은 노래 실력이 형편없는 참가자도 보게 되고, 엉뚱한 이야기를 늘어놓는 무숙인 참가자도 만나게 된다. 또 대중음악 신인가수로 나서기에는 나이가 너무 어리거나 너무 많은 지원자도 보게 된다. 때로는 유명 가수의 형제이거나 친인척인 참가자들도 등장하였다. 시청자들은 이러한 다양한 참가자들 가운데에서 자신의 모습을 발견하기도 하고, 다음 시즌 때 자신의 직접 출연을 꿈꾸기도 할 수 있다. 시청자는 자신의 노래 실력이나 출신, 직업, 연령, 주변의 인맥과 상관없이 자신의 모습을 투영하고 있는 참가자들에게 감정이입하게 되는 것이다. 아울러 심사위원들의 거침없는 독설은 시청자들을 심사위원의 자리가 아니라 참가자들의 자리에 자신을 투영할 수밖에 없도록 만들어주는 중요한 요소가 된다. 다시 말해서, 기존의 오디션 프로그램들이 ‘뽑을 것인가 말 것인가’를 갈등 요소로 제시했다면, <슈퍼스타K>는 ‘뽑힐 것인가 말 것인가’를 갈등 요소로 제시했다고 볼 수 있다.

<슈퍼스타K 2>의 김그림이나 <슈퍼스타K 3>의 신지수의 경우처럼, 참가자들 사이에서 독단적인 태도를 보임으로써 화제를 모으는 동시에 시청자와 네티즌들로부터 비난의 대상이 된 인물들은 심사위원의 관점이 아니라 참가자들의 관점에서 바라보게 짜여진 서사 전략에 의해 더욱 알미운 대상으로 인식된 것이다. 시청자들이 심사위원의 관점에 서게 된다면 이들을 탈락시켜버리면 그만이었지만, <슈퍼스타K>의 실제 심사위원들은 오

히려 이들의 능력을 인정하고 다음 단계로 계속 진출시키는 결정을 한다. 이들이 탈락을 맞이하는 것은 시청자들이 직접 문자투표를 통해 개입을 하게 되는 본선 이후의 순간이다.

또 <슈퍼스타K 2>에서는 돌아가신 아버지에게 불러주지 못한 박보람, 홀로 자신을 키운 어머니를 위해 출연한 강승윤, ‘왕따’ 경험을 딛고 노래로 스스로를 치유했은 장재인, 중졸의 학력에 환풍기 수리공으로 힘들게 살아 온 허각 등이 ‘역경 극복’ 스토리의 주인공으로 관심을 모으기도 했다. <슈퍼스타K 3>에 출연하여 우승까지 차지한 ‘울랄라세션’의 임윤택은 위암 판정을 받고 투병 중이라는 사실이 밝혀지기도 했다. 이들이 자신에게 주어진 다소 불리한 환경과 여건을 딛고 승승장구하여 본선에 진출하고 좋은 성적을 기록하게 된 것에 대하여 ‘노래 실력’만으로 성공을 거둘 수 있다는 공정한 경쟁의 결과, 혹은 아름다운 휴머니즘의 사례로도 이해<sup>4)</sup>할 수 있다. 그런데 더욱 주목되는 지점은 이들 참가자들의 이야기들이 시청자들에게 감동을 전달해주는 부수적인 콘텍스트가 아니라 중심 스토리로 전달된다는 점이다. 처음부터 <슈퍼스타K>는 참가자들의 삶의 스토리를 주목하고 노출시키려 노력했다. 이 프로그램을 연출한 김용범 PD는 참가자들의 지원서에 ‘가장 행복했던 순간과 내 인생의 고비’를 각각 세 가지씩 쓰도록 했다고 한다. 그리고 이것을 바탕으로 구구절절한 각자의 사연을 인터뷰와 화면에 담기 위해 노력했다고 한다.<sup>5)</sup> 이는 참가자들의 삶과 성장의 환경을 다양하게 보여줌으로써 시청자들이 다양한 스토리텔링에 공감하고, 감정이입을 할 사례들을 확보하려는 전략이라고 볼 수 있다.<sup>6)</sup>

4) 송명진, 「서사 전략과 대중문화 콘텐츠」, 『대중서사연구』 제25호, 대중서사학회, 2011.6.30, 224쪽.

5) 강병진, 「김용범 PD 인터뷰 : 노래뿐 아니라 캐릭터도 살려낼 거다」, 『씨네21』 721호, 2009.9.22, 71~72쪽.

6) 시청률 측면에서는 그다지 성공하지 못했던 또 다른 오디션 프로그램 KBS <톱밴드>의 경우, 가수가 되기 위해 자신의 인생을 거는 절박한 욕망이 투영되지 않은 참가자들이 있어서 일부 마니아층 시청자들에게는 더욱 친근한 감정이입을 가능하게 했다. 가령 <톱밴드>에 출연한 ‘블루니어마더’의 기타리스트 한준희를 비롯한 다수의 출연자들은 평범한 직장과 가정을 갖고 있으면서 취미로 음악을 즐기는 이들이었다. 가수가 되기 위해 인생을 걸기보다 취미로 음악을 즐기는 이들에게 시청자들은 더욱 편한 마음으로 감정이입할 수 있게 된다. 특히 ‘블루오션’이라는 가족

<슈퍼스타K> 시리즈가 인기를 모을 수 있었던 가장 큰 이유는 바로 참가자에게 감정 이입하게 하는 서사 전략에 있었다. MBC의 <위대한 탄생>이 멘토 제도를 도입한 것은 멘토들에 의한 훈련과 조언을 통해 참가자들의 더 나은 실력을 이끌어내고, 멘토들끼리의 자존심 경쟁까지 이끌어내 보려는 시도였지만, 김태원과 같은 삶의 멘토를 두지 못하고 살아가는 대부분의 시청자들 입장에서는 참가자들이 부러울 수는 있었겠지만 참가자들에게 감정이입을 하기는 어려운 결과를 낳았다.<sup>7)</sup> 사실, <슈퍼스타K>가 참가자들의 감정이입에 성공한 것은 그 자신의 서사전략에 기인한 측면도 있지만, 우리 사회에 본격적으로 진입하려는 사회 초년생 또는 취업 준비생들의 입장에서 볼 때 지나칠 정도로 치열한 ‘진입 경쟁’의 현실에 공감할 수밖에 없는 사회 구조 때문이기도 하다.

100만 명이 넘는 참가자들 가운데 단 한 명의 ‘슈퍼스타K’를 선발하고 그에게 모든 상금을 몰아주는 ‘승자독식’ 시스템은 아무리 공정한 심사위원과 시청자에 의한 직접 투표를 통해 선택된다고 해도 결코 공정하고 정의로운 경쟁일 수가 없다.<sup>8)</sup> <슈퍼스타K 2>의 각 단계별 예선을 거치는 과정에서 ‘패자부활’을 남발한다든지, <슈퍼스타K 3>의 ‘슈퍼워크’로 가는 단계에서 이미 부활자가 선택되어 있는 상태임에도 불구하고 탈락이 결정된 참가자들에게도 동시에 ‘거위의 꿈’이라는 노래를 부르도록 시킨다든지 하는 장면은 결코 공정하고 정의로운 경쟁의 모습이라 할 수 없다.

그럼에도 불구하고 시청자들은 이미 승자와 패자가 결정되어 있는 듯한 현실에서 끝까지 최선을 다하는 모습이 아름다울 수 있다는 사실을 새삼스

---

밴드는 <슈퍼스타K 2>와 <톱밴드>에 모두 출연하였는데, 대중의 인기를 얻는 수가 되겠다는 의도보다 가족끼리 함께 음악을 하며 즐기는 느낌을 주는 이 밴드의 존재는 양쪽 프로그램 모두에 있어서 ‘시청자 감정이입’이라는 측면에서 상당히 효과적인 소재라고 할 수 있다. ‘블루오션’은 두 프로그램 모두에서 예선은 통과했지만, 본격적인 본선 경쟁 구도를 앞두고 탈락했다.

- 7) 단순한 시청률로 비교하자면 <위대한 탄생>이 <슈퍼스타K>보다 앞섰다는 평가도 가능하겠지만, 케이블TV와 지상파TV라는 헨드캡 차이를 감안하고 대중적인 관심과 영향력의 측면, 문자투표 참여인원수 등으로 판단할 때, <위대한 탄생>은 <슈퍼스타K>를 결코 넘어서지 못했다고 볼 수밖에 없다.
- 8) 문강형준, 『<슈퍼스타 K2>, 혹은 신자유주의 시대의 스펙타클』, 『시민과 세계』 제 18호, 참여연대 참여사회연구소, 2010.12, 190~192쪽.

래 되새기면서, 때로는 승패가 뒤바뀌는 기적이 일어날 수도 있을 것이라는 희망이 판타지처럼 펼쳐지기를 바란다. <슈퍼스타K>는 시즌2부터 “기적을 노래하라”를 모토(motto)로 내세우고 있다. 정말로 공정하고 기회가 균등한 사회라면, 백 만 명 가운데 가장 돋보이는 노래 실력을 가지고 있고 노래에 대한 간절한 꿈마저 갖고 있는 사람이 이미 가수로 성공하여 있지 못하다는 것 자체가 부당한 것이다. 어째서 그가 ‘기적’에 기대어만 가수가 될 수 있다는 말인가. 그것은 역설적으로 이 세계가 얼마나 불공정하며 기회가 균등하게 주어지지 않는 사회인지를 보여주는 사례라고 할 수 있다.

시청자들은 이미 이 사회의 불공정함을 잘 알고 있다. 그렇기 때문에 자신이 응원하거나 감정이입하고 있는 대상 참가자가 좁은 관문을 뚫고 최종 우승자가 되기를 더욱 희망할 수밖에 없으며, 스스로 인터넷투표나 문자투표에 나서거나 팬카페를 조직하여 응원을 하는 일에 능동적으로 가담하게 된다.<sup>9)</sup> 라캉이 말한 대로 ‘타인의 욕망을 욕망’하는 방법으로 이 판타지에 동참하게 되는 것이다. 가령 이 욕망은 환풍기 수리공 출신 허각이 <아메리칸 아이돌> 톱24 출신의 존박을 물리치고 <슈퍼스타K 2>의 최종 우승자가 됨으로써 정의(正義)를 실현시킨 듯한 착각마저 안겨준다. 스스로 오디션 선별 방식에 가담함으로써, 부당하고 불공정한 기본적 시스템이 마치 극복 가능한 것인 양 착각을 하게 되는 것이다. 이것은 <위대한 탄생> 시즌1에서 조선족인 중국인 백청강이 우승한 것도 마찬가지 사례라고 할 수 있다. 이것은 단지 시청자들이 가장 감동적인 ‘휴먼드라마’를 선택했다는 의미로 볼 수 있는 것이 아니라, 냉혹한 사회 현실을 낭만적인 판타지로 뒤덮으며 봉합하려 했다는 인식으로 바라보아야 할 문제이다.

더 큰 문제는 이 엄청난 관문을 뚫고 우승을 한 참가자에게조차 가수로서의 성공은 결코 보장되지 않는다는 것이다. 오디션이 종결되는 순간, 이들은 그저 남들보다 조금 더 주목받으며 데뷔한 신인 가수에 불과하게 된다.<sup>10)</sup> 더군다나 최종 우승자들은 수많은 관문을 거치면서 자신의 가족사,

9) <슈퍼스타K 2> 의 경우 전체 오디션 참가자수가 135만 명이었고, 결승전 문자투표 참여수 또한 거의 비슷한 숫자인 130만 표였다는 것은 물론 우연하게 비슷해진 수치이겠지만, 상당히 의미심장하게 다가온다.

10) <슈퍼스타K 2>의 우승자 허각이 공중파 방송의 프로그램 <자유선언 토요일 - 불

성장과정, 친구관계, 성격, 노래 이외의 재능 등에 대해 이미 거의 모든 것을 노출시켜버렸기 때문에 더 이상 보여줄 것이 별로 없는 ‘신인’일 수밖에 없다. 노래에 있어서도 여러 차례의 미션을 거치면서 수많은 장르를 소화하는 모습을 보여주었기 때문에 더 이상 호기심 어린 기대도 받기 힘들고 새롭게 도전할 영역도 거의 남아있지 않다.

우리 사회에서 새롭게 사회에 진입하는 사회 초년생들이나 취업 지망자들은 최고의 ‘스펙’으로 무장하고 있지만, 이들은 사회가 요구하는 ‘스펙’을 확보하느라 이미 자신의 재능과 에너지를 상당 부분 소진해버리고 젊음의 패기와 창의적 아이디어를 상실해버리기 일쑤다. 과거의 여러 오디션 프로그램들의 경우에도 그렇고, 현재 <슈퍼스타K>나 <위대한 탄생>의 경우도 그렇고, 이들 프로그램에서 배출한 가수들이 기대만큼의 인기를 누리지 못하고 있는 이유는 어쩌면 사회 진입 단계에서 있는 이들에게 이미 너무 과중한 경쟁의 스트레스를 경험하게 했기 때문이라고도 볼 수 있다.

### 3. 사회 생존 구조의 경쟁 : <나는 가수다>

<나는 가수다>는 2011년 3월 6일, 김건모, 이소라, 윤도현(YB), 박정현, 김범수, 백지영, 정엽 등 일곱 명의 가수들이 경쟁하는 서바이벌 방식으로 구성되어 MBC <우리들의 일밤>의 한 코너로 방송을 시작했다. 첫 회에는 이들 가수가 자신의 곡을 선보이면서 ‘선호도 조사’라는 방식으로 공연을 벌였다. 이후 이들에게는 ‘80년대 명곡 부르기’라는 미션이 처음으로 주어졌는데 2회 중간 점검을 거쳐 3회에는 세대별 100명씩으로 구성된 500명의 ‘청중평가단’ 평가에 따라 최하위를 기록한 한 명의 가수가 탈락하게 되는 방식으로 진행되었다.

<나는 가수다>에 처음 출연한 7명의 가수들은 작곡가, 방송국 PD 등 전문가 집단으로 구성된 ‘자문위원단’의 추천을 거쳐 제작진이 섭외한 인물들

---

후의 명곡2>에 출연하여 또다시 치열한 경쟁을 벌이고 있는 모습은 이러한 현실을 단적으로 보여주는 장면이다.

로 진용을 갖추었다. 이들 가운데 김건모는 90년대 최고의 인기 가수이자 빼어난 가창력의 소유자로 인정받는 가수였고, 윤도현은 2002년 월드컵 무렵에 크게 지명도를 얻으면서 가장 대중적인 록밴드로 성장한 YB의 보컬리스트였다.<sup>11)</sup> 이소라는 자신의 색깔이 분명하면서도 확실한 대중적 지지층을 갖고 있는 여자 보컬이고, 백지영은 커다란 시련을 딛고 다시 최고의 인기 가수로 부활한 스토리를 갖고 있는 가수였다. 김범수, 박정현은 동료 가수들이 최고의 남녀 보컬로 꼽는 가창력의 소유자들이며, 정엽은 가수에게 노래를 지도하는 가수로 유명한 만큼의 실력파로 인정받는 인물이었다. 이들은 가창력에서도 인정을 받고 있지만, 음반 및 음원 판매, 공연 티켓 판매 등과 같은 실질적인 인기 지표에서도 손꼽힐 만큼 가요계의 블루칩들이었다.

이미 방송 전, <나는 가수다>의 기획이 알려지면서부터 가장 뛰어난 가수들 가운데 하나로 꼽히는 이들이 남의 노래를 부르는 미션을 통해 일반인 청중 평가단에 의해 ‘탈락자’가 나오는 방식의 서바이벌 상황에 처했다는 것 자체가 음악의 진정성, 예술의 본질을 훼손하는 것이라는 반응이 제기되었다. 더군다나 <우리들의 일밤>이 새롭게 개편되면서 <나는 가수다>와 함께 방송된 코너가 방송 아나운서 지망생들의 실제 취업 도전을 서바이벌 프로그램으로 꾸민 <신입사원>이었기 때문에, 지나치게 잔혹한 서바이벌 형식이라는 비판은 한층 더 가중되었다. 음악평론가 임진모는 “<슈퍼스타 K>가 평범한 사람을 대중의 사랑을 받는 대상으로 끌어올리는 역할을 했다면 <나는 가수다>는 최고의 가수를 아래로 끌어내리는 반작용”이라고 염려했고, 가수 조영남은 “아무리 선의가 있더라도 점수를 매겨 떨어뜨린다는 것은 예술에 대한 모독”이라고 비판했다.<sup>12)</sup> 최근 <나는 가수다>에 원곡자의 자격으로 잠시 출연했었던 김장훈, 조용필 등도 이 프로그램의 경쟁 방식에 대해 크게 우려하는 마음을 가졌었다는 발언을 하기도 했다.

11) 김건모, 윤도현, 이 두 사람은 가요평론가 임진모가 『우리 대중음악의 큰별들』로 꼽은 26명의 음악인에 신중현, 송창식, 패티김, 한대수, 양희은, 조용필, 김창완, 이선희, 주현미 등과 함께 이름을 올릴 정도로 인정받는 대중음악인이다. (임진모, 『우리 대중음악의 큰 별들』, 민미디어, 2004, 364~375, 388~403쪽)

12) 김정은, 「<나는 가수다> 첫방 후 반응 엇갈린 가요계, 『서울신문』, 2011.3.10, 22면  
강수진·박은경, 「가수들 조유의 서바이벌 게임, <나는 가수다> 뜨거운 논란, 『경향신문』, 2011.3.9, 22면.

그러나 첫 회가 방송된 이후에는 긍정적인 반응이 주를 이루게 되었다. 가수 윤종신은 “가혹한 기획이라고 생각했지만, 이제 응원을 하겠다”고 했고, 작곡가 김형석은 “방송 시작에는 ‘막판까지 가는구나’라고 생각했지만 포장과 마케팅만 달리했던 것일 뿐 결국 진짜 음악은 대중을 감동시킨다는 것을 느꼈다”는 반응을 보였다.<sup>13)</sup> 음악평론가 강태규는 “중량감 있는 가수들이 여기에 출연해 잃는 것이 더 많을 것이라고 생각했지만, 이들의 노래가 음원차트를 장악하는 것을 보고 대중과 가수가 서로 윈윈하는 방법이 될 수 있겠다고 생각했다”<sup>14)</sup>고 말했고, “예능의 탈을 쓴 진짜 음악 프로그램”<sup>15)</sup>이라는 평가도 나왔다. 일반 시청자들의 입장에서, 혹은 가수들 입장에서 ‘실력 있는 가수들이 혼신을 다해 노래를 부르는 기회’가 주말 저녁 시간대에 제공된다는 점만으로도 긍정적 영향을 주었다고 할 수 있었다.

초기 <나는 가수다>에 대한 호불호의 문제는 서바이벌이라는 시스템이 단순한 마케팅 요소이면서 출연자들의 최선의 노력을 유도하는 기능에 불과한 것인가, 아니면 대중예술의 가치와 가수들의 자존감을 훼손하는 치명적 흥기이냐는 것에 대한 입장의 차이였다고 볼 수 있다.

그런데 사실 제작진들 역시도 최고의 가수들을 모아놓고 서바이벌 형식을 진행해야 한다는 점이 부담스러웠을 수밖에 없었을 것이다. 청중평가단에게는 가장 좋았던 가수를 뽑게 하되, 최하위 득표자 한 명을 탈락시키는 방식 자체도 서바이벌 형식이 가져다주는 충격을 최소화하는 장치였을 것이다. 좀 더 자극적이려면 ‘최악의 가수’를 뽑게 한 다음 이 결과로 탈락자를 선정하겠지만, 1위로 가장 적게 뽑힌 가수가 탈락한다는 규칙 자체는 최하위가 반드시 ‘가장 못한 사람’은 아닐 수 있다는 논리로 위안이 가능하다. 최고의 가수들을 출연시키기 위해 제작진이 설득하는 과정에서는 ‘서바이벌’ 형식보다는 ‘최고의 공연과 음향을 보여줄 수 있는 지원을 아끼지 않겠

13) 윤종신과 김형석, 이 두 사람은 이후 <나는 가수다>의 진행자와 자문위원으로 프로그램에 참여하게 되었다.

14) 강수진·박은경, 앞의 기사.

15) 강일권, 「강일권의 댓즈 베리 핫 : 예능의 탈을 쓴 진짜 음악 프로그램」, 『한국일보』 쿠키뉴스, 2011.3.12.

<http://news.kukinews.com/article/view.asp?page=1&gCode=ent&arcid=1299869721>

16) 채지은, 「진짜 노래꾼 7인의 처절한 울림, <나는 가수다>」, 『한국일보』, 2011.3.8, 30면.

다’는 제작진의 의지<sup>17)</sup>, 그리고 ‘황금시간대에 당신의 노래와 연주를 들려 줄 수 있다’는 공중과 방송의 메리트가 중요하게 어필하였을 것이다.<sup>18)</sup> 섭외와 설득의 과정에서 자연스럽게 ‘평가’나 ‘순위’라는 표현보다는 ‘선호도’라는 표현을 앞세우기도 했을 것이다.

당대 최고의 가수들을 출연시켰기 때문에 더욱 잔혹해보일 수 있는 서바이벌 시스템을 보완하기 위해 몇 가지 보완책을 세워놓았지만, 치열한 생존 경쟁의 결말은 어쩔 수 없이 비극으로 끝맺게 된다는 진리를 확인하는 데에는 그리 오랜 시간이 걸리지 않았다. <나는 가수다>는 실제 경연을 벌여 최초의 탈락자가 나오게 된 2011년 3월 20일 3회 방송분에서 당시 출연자 중 가장 선배 가수였던 김건모가 첫 탈락자로 선정되었다. 이에 김건모를 비롯한 모든 출연자들은 당혹스러워 했다. 당시 진행자를 겸하면서 이 프로그램의 산과 역할을 맡기도 했던 이소라는 김건모의 탈락을 받아들일 수 없다는 선언을 하고 촬영장을 벗어나기도 했다. YB 윤도현의 매니저 역할로 출연한 김제동은 ‘재도전’을 요구하기에 이르고 제작진이 이를 받아들임으로써 <나는 가수다>의 서바이벌 시스템은 혼란에 빠지게 되었다. 다수의 시청자들과 언론들은 경쟁과 서바이벌의 기본 원칙을 어겼다고 비난을 쏟아내기 시작했다. 결국 이 사태는 재도전 무대에서 김건모가 마이크를 권손을 부들부들 떨 정도로 긴장하면서 열창을 함으로써 싸늘하게 식었던 시

17) 김명현, 「<나는 가수다> 음향의 비밀은?」, 『텐아시아』, 2011.5.9.

[http://10.asiae.co.kr/Articles/new\\_view.htm?a\\_id=2011050617361075218](http://10.asiae.co.kr/Articles/new_view.htm?a_id=2011050617361075218)

18) 음악평론가 강현은 “2000년 이후 대중음악이 한류다 뭐다 하면서 아이돌 가수 중심으로 흘러가면서 음반이나 콘서트 문화가 사라졌고 실력 있는 가수들이 설 자리가 없어졌다”며 “이런 위기감이 가수들을 서바이벌 프로그램에 응하게 한 배경”이라고 분석했다. 김영희 PD에 이어 <나는 가수다>의 연출을 맡고 있는 신정수 PD는 가수들의 섭외 과정에 대해 다음과 같이 말하였다. “(섭외가) 물론 쉽지 않았다. 검토사들의 실력이 출중해야 명승부가 벌어지고 관객도 흥미를 느낀다. 정말 노래를 잘하는 가수들이 나와야 나가수가 성공한다고 생각했다. 그래서 먼저 한 사람을 뚫자고 결정했다. 그 사람이 이소라였다. 이소라가 나오면 다른 가수들도 나올 마음이 들 것이라고 기대했다. 많은 분이 거절했다. 노래에 대한 철학이 달랐다. YB의 윤도현도 처음에는 완강히 거절했지만 ‘어느 방송에서 록밴드가 가족들이 시청하는 시간대에 나와 연주할 수 있느냐’며 설득했다.”

송평인, 「논설위원이 만난 사람 : 신정수 <나는 가수다> PD」, 『동아일보』, 2011.8.22, 33면. 발췌.

청자들의 마음을 어느 정도 돌려놓기는 했지만, 이후 김건모는 자진 퇴진, 김영희 PD는 경질, 방송은 한 달간의 휴식기를 갖고 재개하는 것으로 끝맺었다.

이 일은 김건모, 이소라, 김제동, 김영희 PD 등에 대한 비난과 그들 가운데 일부의 퇴장으로 끝나긴 했지만, 그 모든 사태의 원인은 ‘서바이벌’이라는 시스템 자체에 있었다고 보아야 한다. 출연 가수들이 김건모의 탈락을 받아들이기 힘들었던 것은 서바이벌 시스템 자체가 겉으로 볼 때와는 달리 끔찍하게 잔혹하고 부조리한 사회 구조의 산물이라는 사실을 ‘김건모’의 이름이 호명되는 그 순간에서야 깨달았기 때문이다. 김영희 PD는 “애초에 좋은 무대를 꾸미는 것이 우선의 목적”이라는 이유로 재도전 제안을 허락한다. 김영희 PD는 스스로 출연 가수들을 설득할 때 서바이벌은 ‘좋은 공연’을 위한 장치에 불과하다는 점을 강조하였고, 가수들과 출연진들 역시 그렇게 이해하고 있었기 때문에 이들이 ‘재도전’을 요구하고 받아들였던 것은 어쩌면 그들 입장에서 크게 문제될 만한 상황이라고 여기지 않았을 수 있다. 오히려 반전과 의외성이라는 예능 프로그램의 흥행 코드를 활용할 좋은 기회로 여겼을 수도 있다. 2회 방송의 끝부분에 보여준 3회 예고편은 ‘재도전’ 논란에 대해 제작진이 단순한 해프닝으로 여겼음을 짐작하게 해준다. 만약 상황의 심각성을 예견했다라면 출연 가수들의 눈물을 보여주면서 “첫 탈락자는? 기대해주세요”와 같은 자막을 쓸 수는 없었을 것이다. 그러나 다수의 시청자들은 이들의 ‘재도전’ 선택을 용납하지 않았다. 가장 큰 이유로 제기된 것은 ‘규칙을 어겼다’는 것과 ‘시청자와의 약속을 어겼다’는 것이었다.

생태계의 서바이벌 구조는 그야말로 생존과 진화를 위해 불가피한 것이라 할 수 있지만, 인간이 만들어놓은 서바이벌 구조는 불가피한 것이라기보다 소수의 경제적 ‘이익’과 ‘효율’이라는 목적을 위하여 선택된 것에 불과하다. 그럼에도 우리 사회에서는 신자유주의 시대에 만연한 서바이벌 사회 구조가 소수의 ‘이익’과 ‘효율’을 위하여 선택된 것이라는 진실을 숨기고 불가피한 사회 구조이자 무단이탈이 불가능한 체제인 것으로 홍보되어 왔다. <나는 가수다>의 가수들과 제작진들은 자신들이 자발적으로 선택하거나 수용한 서바이벌 시스템이기 때문에 이것이 ‘선택된 수단’임을 누구보다 잘

알고 있었지만, 이미 범사회적인 서바이벌 경쟁 체제에 의해 협박받고 고통 받는 이들, 때로는 낙오되기도 했던 이들, 즉 일반적인 시청자들의 입장에서 자신들을 늘 옥죄고 있던 무한경쟁의 체제가 방송 권력을 갖고 있는 PD와 최고의 대중적 인기를 누리던 연예인들에 의해 한 순간에 무의미한 것으로 취급되는 장면을 납득하기 어려웠던 것이다. 따라서 시청자들 다수의 반응은 ‘경쟁시스템은 수단에 불과했다’는 깨달음과 각성으로 이어지기 보다는 ‘경쟁시스템마저 자의적으로 조작하는 권력자(가수와 제작진)’들에 분노하는 방향으로 폭발한 것이다.

스스로 선택한 도구였던 서바이벌 시스템에 대한 논란이 부메랑이 되어 김영희 PD와 김건모가 중도하차하게 된 현실은 우리 사회의 ‘무한경쟁 체제’가 얼마나 견고하게 이념화되었는가를 보여준 사례라고도 할 수 있다. 이 체제가 이념화되어 있는 현실에서는 실수를 만회하기 위한 ‘재도전’은 물론, 상호 경쟁의 대상이 되는 이들 사이의 ‘선의’조차도 쉽게 허용될 수 없다. 더욱이 김건모는 <나는 가수다>의 출연자들 가운데 유일하게 경쟁 구도를 심각하게 받아들이기보다 ‘립스틱을 바르는 퍼포먼스’를 통하여 웃음을 추구하려 했다는 점에서 이 강고한 ‘체제’에 대한 무모한 일탈자로 낙인찍힐 수밖에 없었다. 그가 다음 재도전 기회에서 손을 부들부들 떨면서 노래를 부르던 장면은 ‘무모한 일탈’이 얼마나 무서운 비난과 처벌로 귀결되는지를 보여주는 매우 잔혹한 풍경이었다. 시청자들 다수가 이 장면을 보고 김건모에 대한 비난을 철회하고 김영희 PD의 복귀를 요구하게 된 것은 자신들이 처해있는 강고한 ‘체제’의 냉혹한 현실을 김건모를 통해 새삼 깨달았기 때문이었지만, 이 체제 자체를 파괴하려 하지 않는 한 그러한 반성은 부질없는 것일 수밖에 없다.

<나는 가수다>는 이후 임재범이 투입됨으로써 새로운 반전의 기회를 얻었고 시청자들의 호응을 다시 얻어내는 데에 성공하였다. 한 차례 경연으로 탈락자가 나오는 제도를 1, 2차 경연을 합쳐 탈락자를 선정하는 방식으로 변경하고, 청중평가단도 1인 1표제가 아니라 1인 3표제를 실시하여 출연가수와 평가자의 부담을 모두 줄여주었다. 7라운드 연속 생존한 가수들은 ‘명예졸업’이라는 이름으로 퇴진하게 하여, 김범수와 박정현이 ‘명예졸업’

의 영광을 얻기도 했다. 몇 가지 보완책들이 추가되고 출연 가수들의 폭도 넓어졌다. 출연 가수들끼리는 서로를 격려하고 위로하는 아름다운 ‘선의’의 경쟁의 모습을 보여주고 있다. 그러나 여전히 JK김동욱이 가사를 잊어 노래를 다시 불렀다는 이유로 비난을 받아 자진하차해야 했고, 자신의 색깔대로 편안한 음색으로 노래를 하던 조규찬은 1라운드만에 탈락해야 했던 상황이 보여주듯, “ 진짜 가수들이 설 수 있는 무대를 만든다!”<sup>19)</sup>는 목표는 ‘서바이벌’이라는 수단에 잠식되어 버린 지 오래다. ‘경쟁사회 체제’에는 어떠한 예외도 없다는 것을 보여주는 것이 <나는 가수다>의 서사 전략적 목표였다면 이 프로그램은 성공한 것이고, 경쟁을 단순한 수단으로 활용하고자 했던 것이라면 이 프로그램은 실패한 것이다.

<슈퍼스타K>가 사회에 막 진입하려는 이들 앞에 놓여 있는 경쟁의 현실을 단적으로 보여주는 서사적 텍스트라면, <나는 가수다>는 이미 사회에 진입하여 어느 정도의 기반을 가지고 있는 이들이 생존을 놓고 경쟁하는 현실을 보여주고 있는 텍스트이다. <슈퍼스타K>가 상대적으로 10대, 20대의 지지를 받았다면, <나는 가수다>가 중장년층의 관심을 끌어모았던 것은 어쩌면 당연한 결과라고 할 수 있었다. <나는 가수다>에 출연한 이들은 겉으로는 화려한 최고의 가수들, 더 이상의 경쟁을 통해 얻을 것도 없을 만한 존재들처럼 보였지만, 점점 공연할 무대가 사라져간다는 절박한 현실이 이들을 서바이벌의 공간에 서도록 했다. 윤도현은 소녀시대의 “런 데빌 런 (Run Devil Run)”을 가사를 전혀 공감하지 못한 채 불러야 했고, 이소라, 김윤아 등은 극심한 스트레스로 인한 통증에 시달리기도 했다. 출연 가수들은 늘 자신이 선보이고 싶은 음악과 청중평가단의 호응을 이끌어낼 음악 사이에서 방향의 갈등을 호소하곤 했다. 이미 안정적인 위치에 오른 듯한 중견 인기 가수들의 경쟁은 청중들과 시청자들에게 때로는 감동을 안겨주었지만, 그러기 위해 이들이 얼마나 고통을 계속 겪어야 하는가를 보여주었다. 사회적 안정층처럼 보이는 기성세대 역시 치열한 생존 경쟁에 시달리고 있음을

19) 이 내용은 <나는 가수다>가 포함되어 있는 <우리들의 일밤> 공식홈페이지의 ‘프로그램 소개’에 쓰여진 일부이다.

[http://www.imbc.com/broad/tv/ent/sundaynight/common\\_page/program/index.html](http://www.imbc.com/broad/tv/ent/sundaynight/common_page/program/index.html)

보여주는 텍스트가 바로 <나는 가수다>라는 프로그램이다. 그림에도 불구하고, <나는 가수다>의 경쟁이 다행히도 애처롭도록 치절하지는 않은 이 유도 있다. 그것은 <나는 가수다>의 출연자들 상호간의 신뢰와 선의가 아직까지는 유지되고 있기 때문이고, 가수들 대부분이 그 같은 경쟁을 즐길 만큼의 프로의식의 소유자들이었다는 점이기 때문이기도 하며, ‘1등만이 살아남는 시스템’이 아니라 ‘꼴지만 탈락하는 시스템’이라는 작은 여유에서 비롯된 때문이기도 하다.

#### 4. 노동과 생산의 유희 : <무한도전> 서해안고속도로 가요제 특집

2005년 4월 MBC <토요일>이라는 프로그램의 한 코너로 시작한 <무한도전>은 2006년 독립 프로그램으로 자리 잡은 이후로 ‘리얼 버라이어티의 원조’, ‘대한민국 대표 예능’으로 꼽히고 있다. 유재석을 필두로 하여, 박명수, 정준하, 정형돈, 노홍철, 하하, 길까지 모두 7명의 멤버가 매주 새로운 포맷과 미션을 부여받아 진행되는 형식을 취하고 있다.<sup>20)</sup> <무한도전>은 현재 방송되고 있는 예능프로그램을 대표할 만한 역사를 자랑하는 프로그램답게, 다양한 분야와 결합하여 영향력을 선보이고 있다. 스포츠댄스, 에어로빅, 뽕슬레이, 조정과 같은 비인기 스포츠에 직접 참여하면서 이 스포츠에 대한 관심을 크게 끌어 모았고, 해마다 이어지는 달력 제작은 기부 문화에 대한 관심을 제고시켰다. 뿐만 아니라, 대중음악계에 끼치는 영향력도 대단했는데, <무한도전>은 2007년 이후 2년마다 선보인 “가요제” 형식의 기획특집들이 바로 대표적 예들이다. 올해 방송된 “서해안고속도로 가요제 특집” 역시, 다양한 대중음악 뮤지션이 함께 출연하면서 관심을 모았고, 이 가요제에 불렀던 노래들도 한때 음원 차트를 석권한 만큼의 인기를 누렸다.

2007년 7월 방송되었던 “강변북로 가요제”(61, 62회)는 <무한도전>의

20) <무한도전>이 리얼리티를 추구하는 방식과 유형에 대해서는 최성민, 「대중 매체 텍스트의 리얼리티 문제 연구: TV 프로그램 <무한도전>을 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제18호, 2010.7, 125~146쪽을 참조.

멤버들이 직접 창작곡을 만들어 이틀끼리 경연하는 가요제를 연다는 콘셉트로 진행되었다. 다만 <무한도전>의 멤버들이 작곡을 할 만큼의 기술적 능력이 되지 못하기 때문에 윤일상, 안정훈 두 명의 현역 작곡가가 작사·작곡 과정에 도움을 주며 참여하는 형식을 취하였다. 당시 <무한도전>은 “대한민국 평균 이하”의 멤버들이 좌충우돌 엉뚱한 도전을 하다가 실패하곤 한다는 기존의 콘셉트를 유지하면서 동시에 각 멤버들 간의 성격과 관계가 형성되어가던 과정에 있었다. 전체적으로는 비주류와 B급의 성격이 강조되던 분위기였기 때문에 “강변북로 가요제”도 뭔가 엉성하고 어리숙한 느낌의 노래와 공연으로 꾸며졌다. 노래는 하루 사이에 갑작스럽게 만들어진 것으로 표현되었고, 공연 당일까지 노래 가사마저 제대로 외우지 못한 상황이 묘사되었다. 공연은 한강 어느 다리 밑 강변북로 주변 둔지에서 갑자기 개최한 것이어서, 출연자들의 매니저들, 관계자들, 그리고 지나가던 시민들만이 관객으로 참여하고 있을 뿐이었다.

2009년 “올림픽대로 듀엣 가요제”(160, 161회)는 “강변북로 가요제”에 비해서 훨씬 규모가 커진 형태의 진짜 가요제 같은 느낌으로 진행되었다. 유재석, 박명수, 정준하, 정형돈, 노홍철, 길, 그리고 당시 하하를 대신해서 멤버로 참여했던 전진 등 멤버들 각자는 자신의 인맥을 동원해서 실제 가수들과 듀엣을 이루어 노래를 만들고 가요제에 참가하는 형식을 취했다. 이에 따라 타이거JK와 윤미래, 제시카, 애프터스쿨, 에픽하이, 노브레인, YB, 이정현이 이 가요제에 <무한도전> 멤버들과 팀을 이루어 참여했다. 아울러 E-Tribe, 윤종신, 안영민 등도 작곡가로 이 가요제에 함께하였다. 2007년과 달라진 또 한 가지 지점은 이들이 듀엣 멤버를 섭외하고 노래를 만드는 과정이 비교적 현실적이고 구체적으로 묘사되었다는 점이다. 타이거JK는 직접 작업실에서 유재석과 더불어 멜로디를 만드는 과정을 보여주었고, 에픽하이 역시 타블로가 정형돈과 함께 노래의 방향을 만들고 작사·작곡을 해 나가는 모습을 보여주었다. 실제 음악인 출신인 길은 YB 윤도현과 더불어 힙합과 록 음악이 각기 다른 방식으로 만들어진다는 점을 보여주기도 했다.

2011년 “서해안고속도로 가요제”(247~248회, 253~256회)는 더욱 규모가 커진 가요제의 모습을 보여주었다. 정재형, 이적, 싸이, 스윗소로우, 10cm,

G-Dragon, 바다에 이르기까지, 아이돌 가수로부터 흥대 앞 인디밴드, 그리고 클래식 음악을 전공한 싱어송라이터 등을 아우르는 다양한 뮤지션들이 가요제에 가담을 하였다. 특히 바다를 제외한 모든 출연 뮤지션들은 작사·작곡 능력을 겸비한 이들이었고, 바다도 작곡 능력을 가진 멤버 길과 함께 팀을 이룸으로써 모든 음악이 팀 안에서 만들어지고 불릴 수 있는 구조를 갖추게 되었다. 이들은 247~248회에서 방송된 “디너쇼”를 통해 멤버 7명과 각각 팀을 이루기 위한 짝짓기 선택을 하였고, 이렇게 짝지어진 팀들이 253~255회에 걸쳐 팀으로서 화합하고 갈등하는 과정, 그리고 음악을 만들고 연습하여 마침내 공연을 준비하는 과정까지를 상세하게 보여주었다. 서해안 고속도로의 행담도 휴게소에서 펼쳐진 가요제 공연은 사전에 공연 장소가 SNS 등을 통해 공개됨으로써 수많은 관객들 앞에서 성대하게 펼쳐질 수 있었고, 이 공연 실황은 256회를 통해 방송되었다.

<무한도전>은 매주 다른 콘셉트와 포맷으로 진행되는 예능 프로그램일 뿐 전문적인 음악프로그램과는 거리가 멀지만, 지금까지 그 어떤 텔레비전 방송에서도 볼 수 없었던 내용, 즉 대중음악이 창작되고 생산되기까지의 과정을 가장 섬세하고 상세하게 선보였다.

기존의 대부분의 음악프로그램은 물론이고, <슈퍼스타K>와 <나는 가수다>에서도 대중음악의 창작 과정은 그다지 노출되지 않았다. <슈퍼스타K 2>에서 장재인과 김지수가 서인영의 ‘신데렐라’를 편곡한 것이나 <나는 가수다>에서 이소라가 보아의 ‘No.1’을 완전히 새롭게 바꾸어 부른 것, 임재범이 남진의 ‘빈잔’을 재해석하여 부른 것은 상당히 과격적이고 충격적이었다. 작곡자, 작사자조차 주목받기 힘든 대중음악의 현실에서, 편곡자나 연주자가 관심을 받을 일은 거의 없었다. 반면 <나는 가수다>에서 김범수의 편곡자로 등장한 돈 스파이크가 크게 주목을 받게 되고, 함춘호나 박주원, 김세황과 같은 기타리스트가 가수와 더불어 무대 맨 앞쪽에서 스포트라이트를 받은 것은 분명히 의미 깊은 일이다. 그러나 <슈퍼스타K>와 <나는 가수다>에서 우리가 듣게 되는 음악들 대부분이 원곡을 새롭게 편곡하여 리메이크한 곡들이라는 한계를 갖고 있다. 다시 말해서 이들 프로그램에서는 새로운 곡이 창작되는 모습을 발견하기가 어려웠고, 자연스럽게 이 프로그램

들이 대중음악의 창조적 발전에 별로 기여하는 바가 없다는 지적도 충분히 제기될 만하다.

반면 <무한도전>의 “서해안고속도로 가요제”는 아홉 곡의 신곡을 새롭게 선보였다.<sup>21)</sup> 그리고 그 신곡이 창작되는 과정을 하나하나 보여주었다. 예능프로그램의 1인자이자 ‘국민MC’로 불리는 유재석은 게스트를 편안하게 해주는 진행자로 유명하지만, 정작 자신의 속마음을 털어놓는 일은 흔하지 않았다. 이적은 유재석으로부터 자신의 철없던 과거 이야기를 이끌어내며 복고풍의 댄스곡 “압구정날라리”를 만들어냈고, 유재석의 무명 시절의 절박한 심정으로부터 발라드곡 “말하는 대로”를 창작해냈다. 이적과 유재석 두 사람은 드라이브와 여행을 통해 허심탄회한 대화를 나누었고, 그 대화의 내용은 두 곡의 가사로 이어졌다. 길과 바다의 경우에는 두 사람 모두 재능 있는 뮤지션이지만 음악 장르, 주변 환경 등 거의 모든 면에서 상반되는 점이 더 많은 관계였다. 그럼에도 불구하고 두 사람은 어머니에 대한 추억과 편지라는 지점에서 공감대를 발견했고 이것을 바탕으로 “나만 부를 수 있는 노래”라는 곡을 만들어냈다. 박명수와 G-Dragon도 열여덟 살이나 차이 나는 나이에도 불구하고 서로 대화를 주고받는 형식의 댄스곡 “바람났어”를 만들어낼 수 있었다. 싸이와 노홍철은 음악을 녹음하고 믹싱하는 과정을 코믹하고 적나라하게 보여주었다.

2009년 “올림픽대로 듀엣가요제” 때에 이어 2011년 “서해안고속도로 가요제”가 대중음악의 창작 과정을 세밀하게 보여준 것은 상당한 의미가 있다. 최근 대중음악계의 가장 큰 문제 가운데 하나는 창작에 대한 존중과 대우가 매우 미약하다는 점이다. 대중음악은 작곡가, 작사가, 가수, 연주자, 그리고 녹음 담당 엔지니어, 프로듀서, 그리고 이들의 상호작용과 기술적 결합의 복합적 결과물이다.<sup>22)</sup> 이렇게 생산된 음악은 시청자나 청중들의 귀로 흘러 들어갈 때 통해 비로소 하나의 대중적 텍스트로 소통되는 셈이다. 그

21) 일곱 개 참가팀은 “순정마초”, “나만 부를 수 있는 노래”, “바람났어”, “죽을래 사귄래”, “흔들어 주세요”, “압구정 날라리”, “정주나요”를 각각 불러 선보였다. 여기에 하하·10cm가 “찰싹딱”을, 유재석·이적이 “말하는 대로”를 번외곡으로 추가하여 발표함으로써 모두 아홉 곡이 소개된 셈이다.

22) 브라이언 톱허스트, 이호준 역, 『대중음악과 사회』, 예영커뮤니케이션, 1999, 48~49쪽.

런데 요즘 대중음악은 손쉽게 음원으로 다운로드 받아 단기간에 일회적으로 소비되거나 비주얼 퍼포먼스로 포장된 채 음악의 정체성과 존엄성이 약화될 수밖에 없는 현실에 놓여 있다. ‘아이돌’이라고 지칭되는 가수들은 기획사의 의도와 전략에 의해 구성된 상품처럼 꾸며진 채 몸매 관리를 최우선 시하는 ‘5초 가수’로 살아가고 있고, 그들이 부르는 노래들은 손쉽게 만들어진 가사와 반복적인 리듬만 존재하는 후크송들로 채워졌다. 그러다보니 가수와 청중들 사이에서 가사와 멜로디를 통해 공감하고 교감하는 커뮤니케이션이 이루어지기란 거의 불가능했다고 볼 수 있다. 대중들은 대중음악을 소비적으로 접근할 뿐이고 생산자들은 기계 부품 찍어내듯 유행에 맞춘 가수와 노래들을 조달하는 것에 급급했다. 간혹 음악의 창작 과정에 관심을 가져보려고 해도, 똑같은 패턴의 곡들만 반복적으로 만들어내는 음악인들에 대한 조롱의 시선이 앞세워지면서 그들에 대한 존중의 심리는 설 곳이 없었다.

“서해안고속도로 가요제”는 대중음악의 생산자들이 자신들의 고민을 음악이라는 텍스트에 담아 대중들과 소통하고자하는 과정에서 일어나는 갈등과 기술적 프로세스를 고스란히 보여줌으로써 일반 대중들이 대중음악을 다시 존중하고 이를 통해 상호 소통할 수 있는 기반을 형성해주었다. 더욱이 중요한 것은 대중음악의 생산 과정은 고뇌와 고통으로 점철된 것이 아니라, 즐겁고 유쾌한 소통과 놀이에 의해 이루어진다는 것을 보여주었다는 점이다. 특히 정재형과 정형돈이 “순정마초”라는 클래식한 음악을 선보이게 되기까지의 과정은 예술가의 고뇌, 혹은 생산자의 절박함보다 놀이와 유희, 소통이라는 단어로 설명될 수 있을 것이다.

대중음악은 말 그대로 대중적인 텍스트이다. MP3로 다운받아서 휴대전화기나 MP3 플레이어, PC 등을 이용해서 손쉽게 접하게 되는 대중음악은 이제 턴테이블 위에 조심스럽게 레코드판을 올려놓고 바늘을 정교한 손놀림으로 그 위에 얹음으로써 ‘감상’하던 시절과는 달리 ‘유희’와 ‘소비’의 대상이 되었다고 할 수 있다. 유희적 소비의 대상인 대중음악을 생산하는 것 역시 비장한 예술혼을 필요로 하는 과정이라기보다 ‘유희적 생산’<sup>23)</sup>이 어울

23) “상상은 정신의 놀이다. 상상을 할 때 정신은 노동을 하지 않고 놀이를 한다. 미래에

리는 상황이다. “올림픽대로 듀엣 가요제”에서 유재석이 무심코 눌러본 건반의 멜로디를 타이거JK가 그대로 활용하여 ‘Let's Dance’의 도입부를 만들 어낸 것이나 “서해안고속도로 가요제”에서 정준하의 흥얼거림이 그대로 “정 주나요” 안에 들어가게 된 것은 유희적 차원의 창작 노동과 생산이 얼마나 윤택한 생산물의 소통으로 이어질 수 있는가를 보여준 사례라고 하겠다.<sup>24)</sup>

<슈퍼스타K>와 <나는 가수다>가 서바이벌의 구조를 차용함으로써 냉 혹한 사회 현실을 거둬 연상하도록 하고, 대중음악을 그저 마음껏 즐기 못하도록 무거운 부담감을 안겨준 것도 사실이다. 그러나 <무한도전>의 “서해안고속도로 가요제”는 형식상으로 1위를 뽑는 경연식 가요제의 포맷 이었음에도 결국 모든 출연자에게 ‘대상 트로피’를 안겨주면서 마무리된다. 음악을 즐기는 데에는 순위가 무의미하다는 당연한 진실이 새삼스럽게 느 껴지는 것은 어느덧 우리가 <슈퍼스타K>와 <나는 가수다>와 같은 경쟁 체제 속의 음악에 익숙해져 버렸기 때문이었을 것이다.

## 5. 결론

대중음악은 방송 프로그램을 통해 대중들과 만나고 소통되어 왔다. FM 라디오를 통해, 그리고 텔레비전 음악 프로그램을 통해 대중은 대중음악을 즐길 수 있었다. 하지만 음악이 디지털 음원을 통해 소비되기 시작하면서 음악 방송 프로그램의 수와 영향력은 크게 줄어들게 되었다. 점차 텔레비전

---

는 노동이 유희가 될 것이라는 카를 마르크스의 예언은 맞았다. 비록 인류의 미래는 공산주의의 것이 아니었지만, 상상력이 생산력으로 전화하면서 노동은 점차 유희에 가까워지고 있기 때문이다.”

진중권, 『놀이와 예술 그리고 상상력』, 휴머니스트, 2005, 13~14쪽.

- 24) <무한도전> 외에 대중음악의 생산과 소비를 하나의 놀이이자 유희의 차원에서 접근한 사례는 인디레이블 ‘붕가붕가레코드’의 경우에서 발견할 수 있다. 이 레코드사는 ‘음악 사업으로 수익을 만드는 것을 거부’한다. ‘장기하와 얼굴들’의 의외의 성공으로 상당한 수입이 생긴 것도 사실이지만, “생업과 음악 취미 활동을 공존” 시킴으로써 “지속가능한 탄파라질”을 하는 것을 목표로 삼고 있다고 말한다. 붕가붕가레코드, 『붕가붕가레코드의 지속가능한 탄파라질』, 푸른숲, 2009, 72~73, 181~182쪽.

에서 음악 프로그램을 접하기 어려워지던 추세는 최근 들어 또다시 새로운 변화를 맞이하고 있다. <슈퍼스타K>와 <나는 가수다>와 같은 서바이벌 형식의 음악프로그램이 크게 늘어났으며, <무한도전>과 같은 일반 예능프로그램도 대중음악을 활용한 기획을 다양하게 마련하고 있다. KBS 예능프로그램 연출자인 류호진에 따르면, 입사 시험 당시 음악프로그램 PD를 맡고 싶었던 자신에게 면접관은 “맥락 없이 15곡을 늘어놓고 들으라는 프로그램이 과연 재미가 있겠는가”라며 면박을 주었다고 한다.<sup>25)</sup> 이 에피소드는 현재 텔레비전 방송에서 음악프로그램이 놓여있는 현실을 단적으로 보여준다고 생각한다. 음악프로그램은 단순히 음악을 들려주는 프로그램이어서는 안 된다. ‘스토리’를 가진 프로그램으로서의 서사적 전략이 필수적으로 요구되는 것이다. 대중음악이 가질 수 있는 대중적 인기는 ‘서사’와 결합될 때에만 ‘프로그램’으로서 생명을 얻을 수 있는 현실인 것이다.

사실, 대중음악은 본래부터 그 어떤 문화예술적 장르보다 쉽게 수용 가능하다는 점에서, 즐거움과 공감을 대중들에게 전이시키는 기능을 효과적으로 담당해왔다. 음악을 통해 노동의 고통을 잊던 ‘노동요’나 공동의 욕망을 집약하던 ‘주술요’가 불리던 시절은 물론이고, 일제시대와 전쟁으로 이어진 현대사의 비극과 억압적인 독재의 시절에도 대중음악의 역할은 매우 컸다. ‘대중음악’은 한 시대의 상징적 기호이며 동시대인 모두가 교감할 수 있는 텍스트였다. 대중음악을 통해 한 시대를 살아가는 다양한 계층의 사람들을 모두 하나로 아우를 수 있다고 보는 것도 하나의 판타지이겠지만, 실제로 대중음악은 그러한 기능을 담당한 측면이 있었다. 근대 이후 우리의 대중음악은 일본과 미국으로부터 전해져온 음악의 모방이나 아류에 불과하던 시절도 있었지만, 요즘 소위 ‘K-POP’이라 불리는 한국 대중음악은 전세계적으로 상당한 인기를 얻는 단계로 발전하기도 했다.

그러나 ‘아이돌음악’과 ‘90년대음악’, ‘7080세대의 음악’, ‘전통 트로트 가요’, 그리고 ‘홍대 앞 인디음악’으로 분화된 대중음악은 더 이상 한 시대를 아우를 만한 상징적 기호로 자리 잡지 못하게 되었다. 더욱이 현재의 음악

25) 류호진, 「대한민국에서 예능PD로 살아간다는 것」, 『GQ』 2011년 11월호, 2011.11.1, 206~212쪽.

을 주도하고 있는 ‘아이돌음악’은 서사와 스토리가 생략된 채 무의미한 단어가 나열되고 동일한 멜로디와 리듬마저 반복되는 ‘후크송’의 형태를 띠게 되면서, ‘대중음악’을 통한 소통과 교감이라는 것은 매우 어려운 과제가 되고 말았다.

그럼에도 불구하고 대중음악에 대한 애정과 욕구는 ‘대중음악’을 매개로 한 소통과 교감의 가능성을 끊임없이 새롭게 창출해왔다고 할 수 있다. 90년대 후반 이후 ‘아이돌’과 ‘팬덤’ 현상은 음악이라는 텍스트 대신 가수와 팬 사이의 직접적 소통과 교감의 현상을 형성해왔다. 그리고 최근 음악오디션 프로그램을 비롯한 서바이벌 형식의 음악 프로그램들은 사회적 구조와 체제를 상징적으로 보여주면서, 그 체제에 편입될 수밖에 없는 이들이 공감하는 사회적 서사를 구성해왔다.

사회에 본격적으로 진입하는 이들의 사회적 서사를 상징적으로 보여주는 <슈퍼스타K> 시리즈와 사회에 안착해있지만 생존을 위해 다시 경쟁해야 하는 이들의 사회적 서사가 드러나는 <나는 가수다>를 통해 우리는 음악을 즐기는 동시에 사회 현실에 대한 인식에도 도달할 수 있었다. <무한도전>의 “서해안고속도로 가요제” 특집의 경우에는 대중음악이 만들어지고 소통되는 과정을 전경화하면서, 그 과정의 본질은 유희적 노동이자 생산임을 깨닫게 해주었다. 이제 방송 프로그램들은 대중음악으로 프로그램 전체를 채우지 않더라도 대중음악에 대한 대중의 관심과 열정을 전략적으로 활용하는 프로그램들을 속속 선보이고 있다. 우리의 몫은 그 안에 담긴 음악을 즐기는 동시에, 그 음악을 활용한 프로그램들의 서사적 전략을 이해하는 일이 될 것이다.

## 참고문헌

### 1. 방송프로그램

- Mnet, <슈퍼스타K>(김용범 연출), 2009.7.24.~2009.10.9.  
Mnet, <슈퍼스타K 2>(김용범 연출), 2010.7.23.~2010.10.22.  
Mnet, <슈퍼스타K 3>(김용범 연출), 2011.8.12.~2011.11.12.  
MBC, <나는 가수다>(김영희·신정수 외 연출), 2011.3.6.~현재(2011.12.).  
MBC, <무한도전>(김태호 연출), 서해안고속도로 가요제 특집 2011.4.30.~  
2011.5.7.(247~248회), 2011.6.11.~2011.7.2.(253~256회)

### 2. 논문

- 문강형준, 「<슈퍼스타 K2>, 혹은 신자유주의 시대의 스펙타클», 『시민과 세계』 제18호, 참여연대 참여사회연구소, 2010.12, 186~201쪽.  
박인규, 다큐멘터리의 사실성과 장르 변형, 『현상과 인식』 제30권 1·2호, 한국인문사회과학회, 2006.5, 148~170쪽.  
송명진, 서사 전략과 대중문화 콘텐츠, 『대중서사연구』 제25호, 대중서사학회, 2011.6.30, 205~228쪽.  
이경숙·조경진, 오락프로그램에 차용된 리얼리티와 경쟁의 조합: <서바이버>와 <무한도전>의 비교분석, 『방송과 커뮤니케이션』, 제11권 1호, 문화방송, 2010.6, 89~119쪽.  
최성민, 대중 매체 텍스트의 리얼리티 문제 연구: TV 프로그램 <무한도전>을 중심으로, 『인문콘텐츠』 제18호, 2010.7, 125~146쪽.  
최지선, 오디션 프로그램의 생산과 소비: <슈퍼스타 K2>를 중심으로, 『문화과학』 2010년 겨울호, 문화과학사, 2010.12, 312~323쪽.

### 3. 저널 및 기사

- 강병진, 「김용범 PD 인터뷰: 노래뿐 아니라 캐릭터도 살려낼 거다, 『씨네21』 721호, 2009.9.22.  
강수진·박은경, 가수들 초유의 서바이벌 게임, <나는 가수다> 뜨거운 논란, 『경향신문』, 2011.3.9.  
강일권, 강일권의 댓츠 베리 핫: 예능의 탈을 쓴 진짜 음악 프로그램, 『국민일보』 쿠키뉴스, 2011.3.12.  
김명현, 「<나는 가수다> 음향의 비밀은?」, 『텐아시아』, 2011.5.9.  
김정은, <나는 가수다> 첫방 후 반응 엇갈린 가요계, 『서울신문』, 2011.3.10.

류호진, 「대한민국에서 예능PD로 살아간다는 것」, 『GQ』 2011년 11월호, 2011.11.1, 206~212쪽.

송평인, 「논설위원이 만난 사람 : 신정수 <나는 가수다> PD」, 『동아일보』, 2011.8.22. 33면.

안진용, 「<전국노래자랑>이 시청률 1위라니, 딜레마」, 『한국일보』, 2008.6.30. 인터넷.

채지은, 「진짜 노래꾼 7인의 처절한 올림, <나는 가수다>」, 『한국일보』, 2011.3.8.

최훈길, 「매체 영향력·신뢰도 KBS-MBC-네이버 순」, 『미디어오늘』, 2010.10.20. 인터넷.

#### 4. 단행본

붕가붕가레코드, 『붕가붕가레코드의 지속가능한 판따라질』, 푸른숲, 2009.

임진모, 『우리대중음악의 큰 별들』, 민미디어, 2004.

진중권, 『놀이와 예술 그리고 상상력』, 휴머니스트, 2005.

브라이언 룽허스트, 이호준 역, 『대중음악과 사회』, 예영커뮤니케이션, 1999.

## Abstract

### Narrative Strategy of TV Show using Popular Music

Choi, Sung-Min (Hallym University)

The influence of Television in popular music is attenuated relatively. However there is fresh phenomenon that some television programs for popular music attract attention ; “Superstar K” on Mnet since 2009, “I am Singer(*Naneun Gasuda*)” on MBC. And also “Infinite Challenge(*Mubandojeon*)” on MBC got great attention by borrowing the form of song festival.

“Superstar K” shows people's social narratives entering hardcore society. “I am Singer” shows people's another social narratives who lives in a society already but compete consistently. The audience can enjoy these sort of programs, at the same time, be led to the perception for social reality also.

“Infinite Challenge : Highway Song Festival” reveals the process of popular song making and communicating in detail. That drops a hint that the essential of the process lies in joyful labour and joyful produce. Nowadays music shows on TV does not fill itself with all music but make full use of popular interests and ardor strategically. Also we can not only enjoy the music in the music shows but also understand the narrative strategies of the shows using music.

(Keywords : Popular Music, Television Show, Narrative, Media, <Superstar K>, <I am Singer(*Naneun Gasuda*)>, <Infinite Challenge(*Mubandojeon*)>)

투고일 : 2011년 10월 30일 투고

심사일 : 2011년 11월 5~23일 심사

수정보완일 : 2011년 12월 3일 수정제출

게재확정일 : 2011년 12월 10일 게재확정