비교문화연구 제77집 (2026.2) pp. 55~86

# 2015년 전후 여성 아이돌 케이팝 뮤직비디오에 나타난 여성상의 변화와 페미니즘 리부트*

김 지 은**
(경희대학교 학생)

정 기 인***
(경희대학교 조교수)

**국문초록**

본 연구는 2015년 '페미니즘 리부트' 이후 한국 사회의 젠더 감수성 변화가 케이팝 뮤직비디오의 여성 재현에 미친 영향을 통시적으로 고찰하였다. 2015년 이전의 뮤직비디오는 남성적 시선(Male Gaze)에 포획되어 여성의 신체를 대상화하는 경향이 뚜렷했다. 구체적으로 AOA의 「짧은치마」는 여성의 신체를 파편화하는 '성애화'를, 러블리즈의 「안녕」은 여성을 수동적인 공간에 가두는 '식물화'를, 다비치의 「안녕이라고 말하지마」는 여성을 남성 간의 유대를 위한 교환물로 격하시키는 '사물화'의 양상을 보였다.

그러나 2015년 이후 페미니즘 리부트를 경유하며 이러한 재현 문법은 전복되기 시작했다. 과도기적 텍스트인 원더걸스의 「Why So Lonely」는 '미러링' 전략을 통해 가부장제 아래에서 여성들이 겪는 폭력을 폭로했다. 이후 선미의 「가시나」와 ITZY의 「달라달라」는 타자의 시선을 거부하고 스스로를 긍정하는 '자기애(Self-love)'를 전면에 내세웠으며, 더 나아가 문별의 「Eclipse」는 남성의 전유물로 여겨지던 슈트와 군무를 적극적으로 전유하며 성별 이분법을 횡단하는 젠더 퀴어(Gender Queer)적 가능성까지 확장하였다.

결론적으로 오늘날의 케이팝 산업 구조는 일방적인 생산 시스템에서 벗어나

* 이 논문(저서)은 2025년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2025S1A6B5A01004124)
** 제1저자
*** 교신저자 kiinchong@khu.ac.kr
www.kci.go.kr

변화하고 있다. 블랙핑크와 방탄소년단(BTS)의 사례는 윤리적 감각을 지닌 대중이 텍스트의 생산과 수정 과정에 적극적으로 개입하고 있음을 보여준다. 이는 케이팝 뮤직비디오가 창작자와 향유자가 젠더 감수성을 조율하며 함께 완성해 나가는 '협력적 텍스트'로 진화하고 있음을 시사한다.

주제어 : 페미니즘 리부트, 케이팝 뮤직비디오, 남성적 시선, 미러링, 협력적 텍스트

## Ⅰ. 시선의 전복과 재구성된 젠더 지형

한국 대중문화사, 특히 젠더 담론의 지형도에서 2015년은 하나의 결정적인 분기점으로 기록된다. 이른바 '페미니즘 리부트(Feminism Reboot)'(손희정 2017)라 명명된 일련의 사회적 흐름은 온라인 커뮤니티를 중심으로 한 젊은 페미니스트들의 결집과 2016년 강남역 여성 살인사건 추모 국면을 통과하며 폭발적으로 확산되었다(권김현영 외 2017). 이는 타인의 고통을 나의 것으로 감각하는 동일시의 정동을 통해 파편화된 개인들을 강력한 연대의 주체로 호명해 냈으며(김주희 2025), 이러한 흐름은 비단 여성 운동의 영역에 머물지 않고 문화 콘텐츠의 생산과 소비 문법 전반에 균열을 일으켰다. 대중은 더 이상 수동적인 수용자에 머물기를 거부하고 텍스트 내에 만연한 여성 혐오와 성적 대상화에 대해 비판적 목소리를 내기 시작했다.[1)]

이러한 맥락에서 본 연구는 다양한 케이팝 중에서도 특히 여성 아이돌의 뮤직비디오를 구체적인 분석 대상으로 삼는다. 여성 아이돌은 한국 아이돌 산업 시스템 내에서 젠더 위계와 성별 고정관념이 가장 집약적으로 투영되는 집단이자, 동시에 변화하는 시대적 요구에 가장 민감

1) 여성혐오는 2015년 이전에도 만연했지만, 특히 2015년 이후 대중문화에서 주요 논제로 된 까닭은 여성들이 주체적으로 비판적인 발언을 하고 이것이 화제가 되면 '논란'이 되기 시작했기 때문이다(김수아 2015).

www.kci.go.kr

하게 반응해야 하는 이중적 위치에 놓여 있기 때문이다. 즉, 여성 아이돌 뮤직비디오야말로 전통적인 가부장적 시선과 페미니즘 리부트 이후의 새로운 여성상이 가장 치열하게 길항하고 경합하는 최전선이라 할 수 있다. 따라서 이들의 이미지가 어떻게 변모해왔는지를 살피는 것은 한국 사회에서 여성이 소비되고 재현되는 방식의 지형 변화를 포착하는 가장 유효한 척도가 된다. 그러나 현재까지는 페미니즘 리부트 전후 케이팝 여성 아이돌 뮤직비디오를 탐색한 연구는 찾아보기 힘들다. 그럼에도 케이팝 뮤직비디오에 나타난 여성 재현 양상에 대한 논의는 큰 참고가 된다. 이러한 연구는 성적 대상화와 시선의 권력 문제를 다룬 초기 연구와, 이른바 '걸크러시(Girl Crush)' 현상 이후의 주체성 논쟁을 다룬 연구가 특히 본 논의와 밀접한 연관을 지닌다.

먼저 2010년대 초중반까지 수행된 선행연구들은 주로 로라 멀비(Laura Mulvey)의 '남성적 시선' 개념을 이론적 틀로 삼아, 뮤직비디오가 여성 아이돌의 신체를 파편화하고 도구화하는 메커니즘을 비판하는 데 집중하였다(김정원 2011). 이 시기의 연구들은 걸그룹의 콘셉트가 '청순'과 '섹시'라는 이분법적 구도 안에서 작동하고 있음을 지적하며, 두 콘셉트 모두 여성을 남성 주체의 욕망을 충족시키기 위한 수동적 타자로 위치시킨다는 점에서 가부장적 이데올로기의 재생산에 기여한다고 분석하였다. 특히 카메라는 여성의 다리, 엉덩이, 입술 등 특정 신체 부위를 클로즈업하거나 관음증적 시선으로 포착함으로써, 여성을 서사의 주체가 아닌 '보여지는 볼거리'로 전락시킨다는 것이 초기 연구들의 주된 요지였다.[2)]

이러한 경향은 페미니즘 리부트 이후에 달라진다. 한국 사회에 페미니즘이 중요한 논의로 자리잡기 시작하며 케이팝 시장도 변화하기 시작했다. 걸그룹 뮤직비디오는 디지털 성범죄에 대항하는 면모를 강조하기도 하였으며(이혜원 2023) 케이팝 뮤직비디오와 음악에는 젠더퀴어의 이미지가 투영되며 이분법적 성별 규범을 초월하기도 하였다(연혜원 2021).

2) 이는 비단 뮤직비디오에서 뿐만 아니라 리얼 버라이어티 쇼에서도 마찬가지이다(전혜정 2011).

www.kci.go.kr

이러한 선행연구들은 케이팝 속 여성상이 ‘대상화된 객체’에서 ‘주체화된 자아’로 이동하려는 경향성을 포착하고, 그 가능성과 한계를 논의했다는 점에서 유의미하다. 그러나 기존 논의들은 2015년 ‘페미니즘 리부트’라는 한국 사회의 거시적인 젠더 지형 변화가 실제 텍스트에 미친 직접적인 영향을 규명하고는 있지 못하다.

이에 이 글은 2015년 페미니즘 리부트를 기점으로 시기를 구분하여 케이팝 걸그룹 뮤직비디오에 나타난 여성 재현의 변화 양상을 통시적으로 고찰하고자 한다. 이때 연구 대상의 선정은 기계적인 음원 순위 지표보다는 텍스트가 함의하고 있는 유형적 전형성을 핵심적인 기준으로 삼았다. 대중문화 텍스트는 당대의 욕망과 이데올로기가 경합하는 장소이며, 특정 텍스트는 그 시대의 지배적 시선이나 균열의 순간을 다른 텍스트보다 훨씬 민감하고 선명하게 포착해내기 때문이다.

따라서 이 글은 2015년 이전의 사례들을 남성적 시선이 작동하는 방식에 따라 크게 세 가지 유형으로 범주화하여 분석한다. 첫째, 여성의 신체를 파편화하여 시각적 쾌락의 도구로 삼는 ‘성애화’, 둘째, 무해한 청순함 속에 여성을 정적인 관상물로 고정시키는 ‘식물화’, 셋째, 여성을 남성 주체들 사이의 교환 가능한 소품으로 전락하는 ‘사물화’의 양상이다. 이러한 유형화는 당대 아이돌 산업이 여성을 재현하던 관습적 문법을 비판적으로 독해하기 위한 분석틀이라고 판단하였다.

반면, 2015년 이후의 사례들은 이러한 기존 문법에 대한 균열과 전복, 그리고 새로운 주체 형성의 욕망이 가장 극적으로 표출된 텍스트를 중심으로 선정하였다. 이 글은 이러한 사례 분석을 통해 페미니즘 리부트 이후 여성 향유자들의 각성이 낳은 ‘미러링(Mirroring)’ 전략과 주체적 여성 서사가 시각적으로 어떻게 구현되었는지를 살필 것이다. 나아가 대중의 젠더 감수성이 제작 단계에 개입하거나 제작 사후에도 텍스트를 수정하게 만드는 최근의 구조적 변화를 논의할 것이다. 이는 이제 케이팝 뮤직비디오에서 ‘대상화된 육체’인 여성을 넘어서, 윤리적 감각을 획득한 향유자들이 텍스트의 최종적 의미를 결정짓고 생산 구조의 변화를 견인하는 실질적인 주체로 부상했음을 입증하는 과정이 될 것이다.

www.kci.go.kr

## II. 2015년 이전 케이팝 뮤직비디오의 여성상: 남성적 시선과 타자화의 세 가지 양상

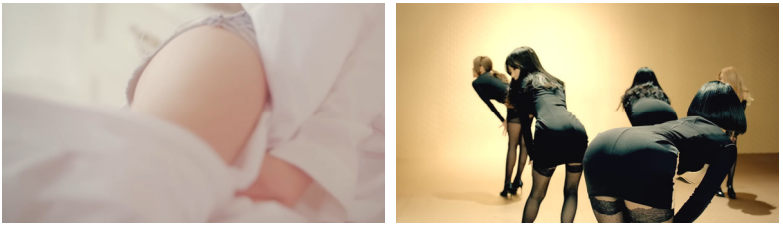
### 1. 파편화된 신체와 관음의 미장센: AOA「짧은 치마」(2014)의 성애화

2014년 발매된 AOA의「짧은 치마」는 2015년 페미니즘 리부트 이전, K-pop 걸그룹이 남성 중심적 시각 체계 안에서 어떻게 소비되었는지를 보여주는 전형적인 텍스트다. 이 뮤직비디오는 로라 멀비가 지적한 남성적 시선을 충실히 수행하며, 여성의 신체를 인격체가 아닌 시각적 쾌락의 도구로 철저히 파편화한다.

영상은 도입부부터 의도적인 '헤드리스 샷(Headless Shot)'을 반복적으로 사용하여 여성의 얼굴, 즉 인격과 표정을 소거한다. 대신 그 자리를 채우는 것은 카메라가 집요하게 쫓는 다리와 엉덩이 등 성적 페티시의 대상이 되는 특정 신체 부위들이다. [그림 1]에서 확인되듯, 하반신이 화면의 전경(foreground)을 장악하고 카메라는 이를 관음하듯 훑어내리는데, 이는 남성의 '거세 공포'를 무마하고 여성을 철저히 '볼거리'로 성애화하는 전형적인 기법이다.

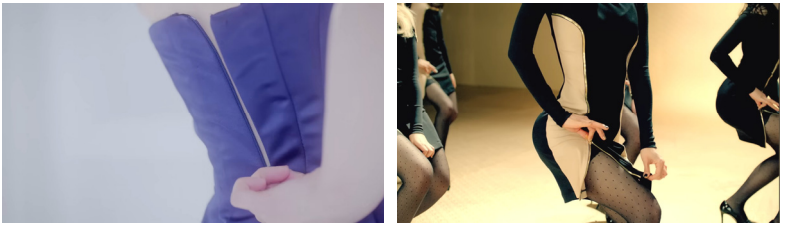
이러한 시각적 연출은 가사의 내용과 공명하며 대상화를 강화한다. "짧은 치마를 입고... 모두 나를 쳐다봐"라는 가사는 표면적으로 여성 화자의 자신감을 드러내는 듯하지만, 실제 영상 문법은 철저히 남성 관객의 욕망을 대리한다. 특히 멤버 설현이 침대에서 잠든 장면은 이러한 시선의 권력 관계를 적나라하게 드러낸다. 카메라는 무방비 상태인 여성의 허벅지와 엉덩이를 클로즈업하며 훔쳐보는데, 여기서 여성은 시선의 주체가 아닌 완벽한 객체로 전락한다. 시선을 인식하지 못하는 수동적 여성과 이를 탐닉하는 카메라의 비대칭적 구도는 관음증적 쾌락을 극대화하는 기제로 작동한다.

www.kci.go.kr

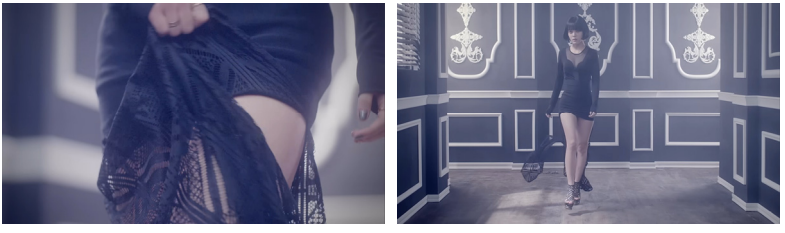


〈그림 1〉 AOA「짧은 치마」속 하반신을 강조한 장면

더욱 문제적인 지점은 이 뮤직비디오가 여성의 성적 대상화를 마치 '당당한 여성의 주체성'인 양 전치(displacement)시킨다는 데 있다. 뮤직비디오는 멤버들이 타이트한 의상의 지퍼를 스스로 내리거나([그림 2]), 긴 치마를 뜯어 미니스커트로 만드는 퍼포먼스([그림 3])를 통해 시각적 자극을 극대화한다.



〈그림 2〉 AOA「짧은 치마」속 옷의 지퍼를 내리고 올리는 장면



〈그림 3〉 AOA「짧은 치마」속 치마를 뜯어 짧은 치마로 만드는 장면

www.kci.go.kr

이 행위들은 맥락상 “당당한 여자”라는 가사와 결합하여 주도적인 유혹처럼 포장된다. 그러나 이들이 획득하는 ‘주체성’은 남성이 욕망하는 모습(짧은 치마, 노출된 신체)을 충실히 재현했을 때만 비로소 허용되는, 일종의 (남성과 가부장제에 의해) ‘승인된 주체성’에 불과하다. 즉, 남성의 시선을 끌기 위해 스스로를 전시품처럼 쇼케이스에 진열하는 행위를 ‘자신감’으로 명명함으로써, 가부장적 질서에 복무하는 대상화를 여성의 자발적 선택으로 오인하게 만드는 것이다.

결국 「짧은 치마」는 AOA에게 대중적 인지도를 안겨주었으나, 이러한 대중적 인지도는 곧 당시 K-pop 시장이 여성 아티스트를 소비하는 방식이 얼마나 남성 중심적 시선에 의존해 있었는지를 방증한다. 여성의 신체는 파편화되어 전시되고, ‘섹시함’은 주체성이 아닌 타자의 욕망을 충족시키는 수단으로만 기능했던 것이다.

## 2. 부재하는 주체와 수동적 기다림: 러블리즈 「안녕」(2015)과 식물화

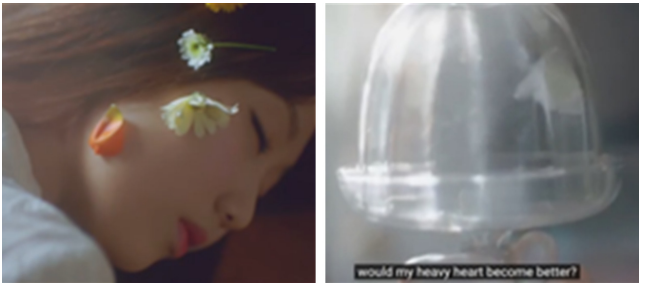
AOA의 뮤직비디오가 여성을 성애화된 육체로 파편화했다면, 러블리즈의 「안녕」(2015)은 여성을 무해하고 정적인 상태로 고정함으로써 주체성을 소거하는 방식을 취한다. 흥미로운 점은 이 곡의 청각적 텍스트(가사)와 시각적 텍스트(뮤직비디오) 사이에 발생하는 뚜렷한 균열이다. 가사는 여성이 짝사랑하는 사람의 “뒤에서 몰래” “바라”보다가 사랑을 고백하는 내용이다. “용기 내서 하는 말이야”, “우리 만날래”와 같은 가사에서 여성 화자는 짝사랑하는 대상을 향해 먼저 만남을 청하고 사랑을 고백하는 능동적 주체로 발화하고 있다. 그러나 뮤직비디오의 연출은 이러한 언어적 주체성을 시각적으로 완전히 배반하고 무력화한다.[3)]

3) 여성의 대상화에 대해서는 마사 누스바움에 의해 논의되어 이후 페미니즘 이론에 큰 영향을 끼쳤다. 이 따르면 여성이 수단이 되거나, 주체가 부정되거나, 도구성이 부각되거나, 수동적이 되거나, 주체가 부정되거나, 대체될 수 있거나, 침해받을

www.kci.go.kr

〈그림 4〉 러블리즈 「안녕」의 오프닝 씬: 화분과 다리의 병치

우선, 뮤직비디오는 철저하게 '집'이라는 사적 공간 내부에 여성을 유폐시킨다. <그림 4>에서 확인할 수 있듯이, 뮤직비디오의 오프닝은 창가에 놓인 두 개의 화분과 누구의 것인지 알 수 없는 여성의 다리를 병치하여 보여주는 것으로 시작한다. 이후 전개되는 모든 쇼트에서 멤버들은 결코 집 밖으로 나가지 않는다. 이들은 오직 집 안에서 창밖을 바라보는 행위만을 허락받는데, 이때 창문은 외부 세계와 연결되는 통로가 아니라 나갈 수 없는 내부와 도달할 수 없는 외부를 단절시키는 경계로 작동한다. 가사 속 화자는 "우리 만날래"며 관계의 진전을 요구하지만, 영상 속 여성들은 문을 열고 나가는 실천 대신 창가에서 누군가가 찾아오기만을 막연히 기다리는 수동적 위치에 고정된다.




〈그림 5〉 관음증적 시선과 나비를 기다리는 식물적 여성성

수 있거나, 소유되는 것 같이 여겨질 경우 대상화된다고 했다(조영아 2021:137-138).

www.kci.go.kr

이러한 수동성은 시선의 권력 관계에서 더욱 명확히 드러난다. 「안녕」 속 러블리즈 멤버들은 대부분의 장면에서 카메라와 시선을 맞추지 않는다. 심지어 노래를 부를 때조차 시선은 카메라를 피한 채 애매한 곳에 눈을 맞추고 있는 장면을 자주 연출한다. 특히 <그림 5>과 같이 무방비하게 눈을 감고 잠들어 있는 쇼트들을 뮤직비디오 후반부에는 대거 삽입한다(김성우 외 2023:33). 이는 카메라(남성적 시선)가 이들을 '몰래' 지켜보고 있다는 관음증적 구도를 강화한다. 가사에서는 "언제나 너의 뒤에서 몰래 널 바라봤지"라며 여성이 시선의 주체임을 선언했으나, 영상은 역으로 남성적 시선이 대상화된 여성을 은밀하게 관찰하고 향유하는 구조로 역전된 것이다.

이 과정에서 여성의 신체는 지속적으로 식물의 이미지와 은유적으로 결합한다. 뮤직비디오 곳곳에 배치된 화분, 꽃, 그리고 멤버들의 주위를 맴도는 나비의 형상은 전통적인 '꽃-나비'의 젠더 도식을 답습한다. 스스로 이동할 수 없는 식물(여성)은 오직 날개를 가진 나비(남성)가 날아와 앉아주기를 기다려야만 의미를 획득하는 존재다. 이 텍스트에서 식물은 여성을 비유하기 위해 사용되는 중요한 요소로, 여성 멤버는 식물과 함께 움직이지 않는 사물로써 나비, 풍선 등 움직이는 물체들과 대비된다. 즉 뮤직비디오 속 여성은 욕망을 가진 인간이 아니라 식물처럼 '정적이고 수동적인 여성'으로서 대상화된다.[4] 결론적으로 「안녕」은 주체적으로 고백하려는 여성의 목소리마저 '무해한 소녀'의 이미지 속에 가둠으로써, 2015년 이전 걸그룹에게 요구되던 '청순'이 실상은 철저한 수동성을 담보로 한 억압적 개념이었음을 보여준다.

---

4) 이처럼 여성을 식물 남성을 나비에 비유한 것은 동아시아 전통적인 회화(화조도, 초충도)와 문학적 관습에서 '꽃'은 정적이고 수동적인 여성상을, '나비'나 '벌'은 이를 탐색하고 취하는 능동적인 남성성을 상징해왔다. 이는 비단 동아시아에 한정되지 않고, 서구 가부장제에서도 오트너는 가부장적 상징 체계가 여성을 수동적이고 정적인 '자연(nature)'의 영역에, 남성을 능동적이고 창조적인 '문화(culture)'의 영역에 대응시키는 이분법적 위계를 통해 여성의 종속을 정당화한다고 분석한다(Ortner 1974:68-87). 물론 여기서 식물이 정적이고 수동적이라는 인식은 매우 인간중심주의적인 시각으로 식물은 적극적으로 환경에 대처한다(Jahren 2017).

www.kci.go.kr

## 3. 교환되는 여성들: 다비치 「안녕이라고 말하지마」(2011)와 사물화

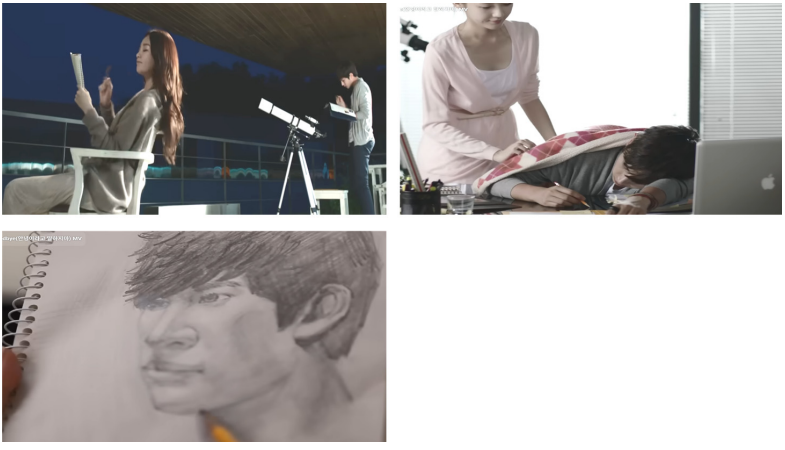
앞선 사례들이 신체를 파편화하거나(성애화) 정적인 상태로 고정(식물화)했다면, 다비치의 「안녕이라고 말하지마」(2011)는 여성을 문자 그대로 '버려지고 주워지는 물건'이자 남성 주체 간의 거래를 위한 '교환 수단'으로 전락시킨다는 점에서 사물화의 가장 극단적인 양상을 보여준다. 이 뮤직비디오는 페미니즘 리부트 이후의 시각으로 재독해했을 때, 2011년 공개 당시 이 텍스트가 별다른 윤리적 논란 없이 소비되었다는 사실 자체가 하나의 거대한 충격으로 다가온다. 이는 지난 10년 사이 한국 사회의 젠더 감수성과 윤리적 기준이 얼마나 급격하게 변화했는지를 역설적으로 방증한다.

〈그림 6〉 쓰레기봉투에서 발견되는 강민경과 그녀를 '사육'하는 남성

뮤직비디오는 도입부부터 충격적이다. 여주인공(강민경)은 어두운 밤에 분리수거와 쓰레기 버리는 곳에 검은 쓰레기봉투 속에서 남주인공에 의해 '발견'된다. 여기서 여성은 인격적 주체가 아닌 폐기된 사물과 동

www.kci.go.kr

일한 층위에 놓여있다. 남성은 그녀를 집으로 데려와 먹이고 재우는데, 이 과정에서 여성은 달리 갈 곳이 없다고 하여, 갈 곳 없는 유기견이나 '애완동물'처럼 묘사된다.[5] [그림 6]과 같이 남성이 연구와 실험(이성/과학)에 몰두하는 동안 여성은 그림을 그리거나(감성/예술) 남성을 기다리고 연구하다 잠든 남성에게 따뜻한 모포를 둘러주는 모습으로 그려지는데, 이는 전통적인 '남성=문명/이성/직업', '여성=자연/감성/돌봄'이라는 이분법적 위계를 재생산하며, 그 과정에서 여성은 남성을 그림으로써 남성에게 종속된 것을 보여주지만, 뮤직비디오는 이를 낭만적 가사와 멜로디와 함께 낭만적 외피를 두른다.



〈그림 7〉 과학자 남성과 그림 그리고 돌봄노동하는 여성

그러나 서사의 결말부에 이르러 이 낭만적 외피는 끔찍한 인신매매의 공포로 반전된다. 남주인공의 전 여자친구 역시 실종(납치)된 상태였

5) 마사 누스바움은 성적 대상화의 요소 중 하나로 '소유권(Ownership)'을 든다. 이는 대상을 사고팔거나 양도할 수 있는 물건처럼 취급하는 태도를 말한다. 뮤직비디오 초반부에서 여성을 '주워 와서' 씻기고 기르는 남성의 행위는 여성을 대등한 인격체가 아닌 소유 가능한 '애완적 존재'로 격하하는 전형적인 사례다(조영아 2021).

www.kci.go.kr

음이 밝혀지고, 인신매매범은 남성에게 전화를 걸어 거래를 제안한다. “왜 쓰레기통에 버린 애를 주워다가 사람을 곤혹스럽게 만듭니까?”라는 범인의 대사는 여성을 철저히 소유권 이전이 가능한 ‘물건’으로 취급하는 인식을 드러낸다. 더욱 충격적인 것은 남주인공의 선택이다. 범인은 데리고 있는 전 여자친구와 현재 데리고 있는 여성(강민경)을 ‘바꾸자’고 제안하고, 남성은 이 제안을 수락한다.

〈그림 8〉 남성 간의 거래와 교환되는 여성들

[그림 8]의 마지막 장면은 이 뮤직비디오가 내포한 사물화의 논리가 정점에 달하는 순간이다. 남성은 발버둥 치며 거부하는 강민경을 범인에게 건네주고, 약물에 취한 듯 멍한 상태의 전 여자친구를 받아든다. 이 장면은 가부장제 사회의 결혼식에서 아버지가 딸의 손을 사위에게 건네는 ‘여성 양도’의 의식을 연상시키되, 그것을 범죄적 스릴러의 문법으로 끔찍하게 변주한 것이다. 게일 루빈(Gayle Rubin)이 지적한 ‘여성 거래(The Traffic in Women)’의 개념처럼, 여기서 여성은 남성들 간의 유대(혹은 갈등 해결)를 위해 화폐처럼 교환되는 매개물에 불과하다.[6] 여성의 신체는 남성들의 합의에 의해 사육되거나, 폐기되거나, 교환된다.

6) 게일 루빈은 레비-스트로스의 친족 이론을 비판적으로 계승하며, 가부장제 사회가 남성들 간의 유대(Homosocial bond)를 형성하거나 평화를 유지하기 위해 여성을 ‘선물’로 주고받는 ‘여성 거래(Traffic in Women)’ 시스템에 기초하고 있다고 분석했다. 뮤직비디오 결말의 ‘인질 교환’은 여성이 남성 주체들 간의 협상을 위한 화폐이자 도구로 전락하는 구조를 극명하게 보여준다(Rubin 2006).

www.kci.go.kr

결과적으로 이 뮤직비디오는 “안녕이라고 말하지마”라는 평범한 이별 노래의 가사를, 인신매매와 강제 ‘이별’의 공포에 절규하는 여성의 비명으로 바꿔놓는다. 2011년 당시에는 이러한 노골적인 유기화와 인신매매 코드가 ‘충격 요법’을 통한 마케팅 전략으로 용인될 수 있었던 사실은 시사하는 바가 크다. 이는 당시에도 여성주의적 비판 담론이 존재했음에도 불구하고, 그것이 대중문화의 미시적 텍스트 재현까지 심문할 수 있는 ‘사회적 규범’으로 확장되지 못했음을 방증한다. 즉, 여성 대상화에 대한 윤리적 감각이 소수의 학술적・실천적 담론장에 머물러 있었을 뿐, 대중적 차원의 공론장으로 점화되어 텍스트를 검열할 권력을 획득하지는 못했던 시대적 한계를 드러내는 것이다.[7] 이러한 재현 방식이 문제시되지 않았던 2011년의 풍경은, 2015년 <맥심(MAXIM)> 표지 논란을 기점으로 폭발한 대중의 윤리적 분노와 극명하게 대비된다. 이어지는 장에서는 이러한 젠더 감수성의 단층이 어떻게 충돌하고 폭발했는지 논의할 것이다.

## Ⅲ. 미러링 담론과 백래시의 뮤직비디오화

### 1. 페미니즘 리부트와 혐오의 정동: 메갈리아, 맥심, 강남역 여성 살인사건

2011년 다비치의 뮤직비디오가 인신매매와 유기를 낭만적 서사로 포장하며 별다른 저항 없이 수용되었던 것과 달리, 2015년은 한국 대중문화 향유자들의 윤리적 감각이 비약적으로 도약하며 기존의 남성 중

7) 김효진은 페미니즘 리부트 이후 페미니즘이 대중문화에 개입하며 창작물에 대한 ‘윤리적 요구’가 팬덤 내 주요 갈등이자 동력으로 부상했음을 지적한다. 2011년 당시 이 뮤직비디오가 사회적 논란 없이 수용되었다는 사실은, 당시에는 이러한 윤리적 감시가 대중적 차원의 리터러시로 자리 잡기 전이었음을 시사한다(김효진 2025). 본고는 마지막 장에서 그 사례로서 블랙핑크의 「Lovesick Girls」(2020)을 다룰 것이다.

www.kci.go.kr

심적 재현 문법에 제동을 건 결정적인 해였다. 이 균열의 최전선에는 2015년 9월 발생한 남성 잡지 <맥심(MAXIM) 코리아>의 표지 논란이 위치한다.

〈그림 9〉 2015년 7월 맥심 표지

당시 맥심은 배우 김병옥을 모델로 내세워, 청테이프로 발목이 묶인 여성의 하체가 자동차 트렁크 밖으로 비져나와 있는 연출을 표지로 게재했다.(그림 9)

이는 명백히 납치, 감금, 인신매매와 같은 강력 범죄를 연상시키는 이미지였다. 그러나 잡지사는 여기에 “THE REAL BAD GUY(진짜 나쁜 남자)”라는 제하에 “진짜 나쁜 남자는 바로 이런 거다. 좋아 죽겠지?”라는 문구를 삽입했다. 이는 여성들이 이성애 로맨스 판타지 안에서 소비하던 ‘나쁜 남자(Bad guy)’의 코드를 실제 범죄 가해자의 형상으로 치환한 뒤, ‘너희가 좋아하는 나쁜 남자가 이런 것 아니냐’며 여성을 조롱하고 비아냥거리는 여성 혐오적 유희의 산물이었다. 전체이용가 잡지 표지가 범죄를 심각하지 않은 장난으로 포장하고, 나아가 피해자인 여성을 철저히 대상화된 소품으로 전시했다는 점에서 이는 앞서 논의한 다비치 뮤직비디오의 연장선에 있었다.

그러나 2015년의 대중은 침묵하지 않았다. 신생 여성주의 커뮤니티인 ‘메갈리아(Megalia)’를 위시한 온라인 대중은 이 표지의 폭력성과 여성 혐오적 요소를 강력하게 비판하며 공론화했다. 이들은 단순히 비난에 그치지 않고 공식적인 사과와 판매 중단을 요구하는 서명 운동을 조직했고, 나아가 잡지사의 해외 본사에 문제를 제기하는 등 조직적이고 전략적인 행동주의를 보여주었다. 이는 대중문화 향유자들이 단순한 소비

www.kci.go.kr

자에서 텍스트의 윤리적 재현을 감시하고 시정을 요구하는 ‘정치적 주체’로 부상했음을 알리는 신호탄이었다. 결국 맥심 코리아는 해당 월호를 전량 회수・폐기하고 판매 수익을 전액 사회에 환원하겠다고 밝히며 백기를 들었다. 이는 한국 대중문화사에서 여성 소비자들의 집단적 연대가 남성 중심적 매체의 젠더 권력에 균열을 낸 상징적인 사건이었다.

이러한 변화의 기저에는 2015년 메갈리아의 탄생이 있었고, 이는 곧 2016년 강남역 여성 살인사건 추모 국면을 거치며 폭발하게 된다. 이는 문화사적으로 ‘페미니즘 리부트’라고 지칭된다. 메갈리아는 여성에게 가해지던 혐오의 언어를 남성에게 그대로 반사하여 돌려주는 ‘미러링(Mirroring)’ 전략을 통해 여성 혐오의 실체를 폭로했고, 강남역 여성 살인사건은 “여성이라는 이유만으로 살해당할 수 있다”는 실존적 공포를 공유하게 만들었다. 이 시기의 여성들은 타인의 피해를 나의 것으로 감각하는 ‘동일시’의 정동을 통해 강력하게 결집했다(김주희 2025). 여성들은 자신들을 억압하던 시선을 부수고 전복하기 시작했다. 이어지는 절에서 논의할 원더걸스의 「Why So Lonely」(2016)는 바로 이러한 시대적 정동, 즉 ‘미러링’의 전략이 뮤직비디오라는 시각적 텍스트로 구현되었다고 할 수 있다.

## 2. 남성의 사물화와 되돌려진 폭력의 스펙타클 – 원더걸스 「Why So Lonely」(2016)과 미러링

2015년 <맥심> 표지 논란이 남성을 가해자(주체)로, 여성을 납치된 피해자(객체)로 재현하여 공분을 샀다면, 이듬해 발표된 원더걸스의 「Why So Lonely」(2016)는 이러한 젠더 구도를 정확히 전복하여 되돌려주는 ‘미러링’ 전략을 취한다. 이 곡의 가사는 “너와 입술이 닿을 때부터 모든 게 달라질 줄 알았는데 (…) 이렇게 답답한 기분은 뭔데”라며 연인 관계 속의 알 수 없는 외로움을 토로하지만, 뮤직비디오는 그 외로움의 원인을 남성의 외도와 무례함으로 구체화하고 이에 대한 가학적 응징을 서사화한다.

www.kci.go.kr

뮤직비디오는 처음에는 외로운 표정의 원더걸스 멤버들이 기념일에도 혼자 보내는 일상을 보여주다가, 마네킹에 키스하려고 할 때 이것이 멤버들 서로에게 키스하는 샷으로 바뀌고 마네킹 얼굴에 키스마크를 여럿 배치해서 마네킹이 외도를 하고 있었다는 것을 보여준다. 이후 예은이 외도한 마네킹에게 해명을 요구하며 다가가자 마네킹이 손을 들어 때리려 하는 장면은 한국 사회의 빈번한 '데이트 폭력'을 시각화한다. 그러나 예은은 겁을 먹는 대신 때리려는 마네킹의 손을 가볍게 막아내고 어이없다는 듯한 표정을 짓는다. 이 순간 남성의 폭력은 무력화되고, 이 때부터 원더걸스 멤버들이 협력해서 마네킹을 납치하고 감금하고 조롱하고 신체를 절단하고 마침내 다이너마이트로 폭파시키게 된다. 특히 뮤직비디오의 후반부는 원더걸스 멤버들이 일종의 범죄자 동료가 되어 마네킹에게 폭력을 함께 가하며, 이러한 폭력을 일종의 스펙타클로 전시한다.

〈그림 10〉 마네킹을 모욕하는 선미

특히 <그림 10>과 같이 선미가 마네킹에게 케첩을 뿌리거나 머리에 스프레이를 뿌리는 등의 연출은, 남성이 여성을 성적 판타지의 대상으로 소비하던 방식을 비틀어 남성을 철저히 '가지고 노는' 장난감이자 사물로 격화하는 남성의 사물화를 수행한다. 뮤직비디오의 마지막 장면에서 멤버들이 다이너마이트로 마네킹을 폭파해버리는 결말은 남성에 대한 여성의 공격성이 시각적 쾌감으로 승화되는 그야말로 '되돌려진 폭력의 스펙타클'이 정점에 달하는 순간이다. 여기서 마네킹의 파괴는

www.kci.go.kr

단순한 물리적 폭력을 넘어선다. 앞 장에서 살펴보았듯이, AOA나 러블리즈의 뮤직비디오에서는 늘 남성이 시선의 주체이고 여성의 시선의 대상이었다. 여기서 '본다'는 행위는 주체의 권력을 의미하는데, 남성을 '눈이 있어도 볼 수 없는' 마네킹으로 전락시키고 끝내 파괴하는 행위는 남성의 시선 권력을 박탈하는 상징적 거세와 다름없다. 즉, 이 폭력의 스펙타클은 여성이 더 이상 보여지는 객체가 아니라, 대상을 처분할 수 있는 절대적인 주체임을 선포하는 정치적 의식으로 기능한다.[8)]

미러링의 대표적인 한계로 지적되는 것은 미러링을 이용한 혐오 전략이 놀이라는 이유로 면죄부를 받기 어렵다는 점이다. 남성을 상대로 미러링하는 과정에서 사용되는 혐오는 결국 여성혐오로 귀결될 수 있다(김선희 2018:84-87). 언뜻 보기에 과도한 남성 혐오나 폭력의 전시처럼 보이는 「Why So Lonely」의 연출은, 영상 중간중간 삽입되는 특정 기표들을 통해 비로소 그 진의가 드러난다. 뮤직비디오는 유빈의 얼굴이 만화경이나 거울에 반사되어 여러 개로 분열되는 쇼트([그림 11])를 의도적으로 삽입한다.

〈그림 11〉 만화경처럼 거울에 비친 유빈과 '미러링'의 암시

8) 미셸 푸코는 전근대적 형벌 제도에서 신체를 공개적으로 훼손하는 '처형의 스펙타클'이 군주의 무너진 권력을 복원하고 그 힘을 과시하는 정치적 의식으로 작동했다고 분석했다. Foucault/오생근(2020) 중 제1부 '신체형' 참조. 뮤직비디오 속 마네킹 파괴는 이러한 '신체형의 스펙타클'을 차용하여, 젠더 위계를 전복하고 여성 주체의 권력을 시각적으로 확증하는 수행적 장치로 해석할 수 있다.

www.kci.go.kr

거울임을 명백히 보여주는 이 쇼트는 앞서 나열된 폭력적인 장면들이 실제 현실의 모방이 아니라, 현실의 폭력을 거울처럼 비추어 되돌려주는 '미러링' 전략임을 보여준다. 즉, <그림 12>에서 보이는 것처럼 마네킹을 트렁크에 가두고 훼손하는 행위는 3.1절에서 논의한 <맥심> 표지의 '트렁크 납치' 이미지의 미러링이며, 여자 멤버들이 마네킹에게 행하는 폭력은 현실에서 남성이 여성에게 저지르는 폭력의 미러링인 것이다. 실제로 2010년부터 2015년 8월까지 연인에 의해 살해당한 여성은 645명에 달하며, 이는 3일에 1명꼴로 여성이 교제 중인 남성에게 살해당하고 있음을 의미한다.[9)]

〈그림 12〉 맥심 표지의 미러링으로서의 트렁크 납치

결국 거울 속에 비친 유빈의 슬픈 표정은, 이 뮤직비디오가 보여주는 남성 파괴 서사가 단순한 오락이 아니라, 일상적인 데이트 폭력과 대상화의 공포 속에서 살아가는 여성들의 현실을 역설적으로 고발하고 있음을 시사한다. 폭력의 대상을 실제 남성이 아닌 '마네킹'으로 설정한 것 역시, 이것이 실제 폭력을 선동하는 것이 아니라 페미니즘 담론 내부의 상징적 투쟁임을 보여주는 장치다.

9) 선명수(2015.12.25.) 기사에 따르면 2010~2015년 8월간 연인에 의해 살해된 여성은 645명, 상해는 일평균 7.8건, 폭행은 7.9건, 강간 및 강제 추행은 1.2건에 달한다. 이러한 통계는 뮤직비디오 속 여성들의 분노가 단순한 혐오가 아니라 생존을 위협받는 현실에 대한 방어기제임을 시사한다.

www.kci.go.kr

더욱이 「Why So Lonely」는 원더걸스의 2015년 이전 뮤직 비디오와 비교했을 때 그 특성이 더욱 두드러진다. 가령 원더걸스의 히트곡인 「So Hot」(2008)은 여성 화자가 자신의 매력 때문에 남성들의 시선을 받는 것을 은근히 자랑하는 노래다. 이때의 매력은 “섹시한 내 눈”과 “아름다운 내 다리”로, 뮤직 비디오에서도 여성 멤버의 몸 굴곡이나 신체 일부를 강조하는 안무를 보여준다. 스스로 남성의 시선 하에서 성적 대상으로 여겨지는 여성이 되어 자신을 자랑스러워하는 여성을 그리는 과거의 뮤직 비디오와 비교했을 때, 미러링을 통해 젠더폭력을 고발하는 「Why so Lonely」는 페미니즘 리부트라는 시대적 배경에 영향을 받은 텍스트로 평가할 수 있다. 즉, 「Why so Lonely」는 남성 중심적 미디어가 자행해 온 폭력을 ‘미러링’을 통해 폭로하고, 여성 향유자들에게 시선의 권력을 되찾아준 징후적 텍스트다.

## Ⅳ. 새로운 주체의 재구성: 자기애(Self-love)와 수행적 전복

페미니즘 리부트가 촉발한 변화의 물결은 일시적인 파열음에 그치지 않고 대중문화 전반을 재구성하는 불가역적인 흐름으로 자리 잡았다. 이제 페미니즘적 시각은 특정 집단의 전유물을 넘어, 동시대 케이팝이 반드시 응답하고 수행해야 할 ‘보편적인 시대정신’으로 확장된 것으로 보아도 좋을 것 같다. 2017년 이후의 케이팝 뮤직비디오는 더 이상 ‘남성의 시선’만을 의식하며 자신을 대상화, 식물화하거나, 혹은 미러링에만 머무르는 단계를 넘어선다. 대신 여성 아티스트들은 스스로를 욕망의 주인으로 선언하고, 기존의 규범적 여성성을 보란 듯이 전복하는 수행적 주체로 도약한다.

2016년 원더걸스가 ‘타자(남성)’를 향한 폭력과 미러링을 통해 주체성을 모색했다면, 2017년 선미의 「가시나」는 그 시선을 자기 자신의 신체와 욕망으로 돌려 가부장적 규율 권력을 해체하는 양상을 보인다. 고

www.kci.go.kr

려가요 ‘가시리’를 현대적으로 다시 쓰기한 이 곡의 가사는 이별의 상황을 다루지만, 그 중심에는 타인의 부재를 슬퍼하기보다 자신의 아름다움과 가치에 도취되는 ‘자기애(Self-love)’의 정서가 강력하게 자리 잡고 있다. 선미는 “꽃같이 살래 나답게”라는 자기 긍정의 선언을 통해(정기인 2020:88-90), 이별을 비극이 아닌 해방의 계기로 전환한다. 여기서 ‘꽃’은 2장(러블리즈)에서 논의한 수동적이고 정적인 식물이 아니라, 남성의 시선과 무관하게 스스로 만개하고 춤추는 주체적인 상징으로 전유된다. 이는 남성의 시선이나 사랑을 갈구하는 것이 아니라, 오직 나의 만족과 욕망을 위해 만개하겠다는 자기 본위적인 선언이다.

〈그림 13〉 규율된 신체(빨대)와 해방된 신체(컵과 다리)

뮤직비디오는 이러한 ‘나다움’을 시각적 수행성을 통해 증명한다. [그림 13]의 좌측 장면에서 선미는 다소곳한 표정으로 빨대를 이용해 음료를 마신다. 이는 가부장제가 여성에게 요구하는 조신함, 즉 입을 크게 벌리지 않고 흘리지 않으며 마시는 ‘규율된 신체’를 재현한다. 그러나 우측 하단에서 선미는 빨대를 버리고 컵째로 음료를 벌컥벌컥 들이키며, 입가에 음료가 묻는 것을 개의치 않는 모습을 보여준다. 또한 우측 상단과 같이 다리를 모으는 대신 쩍 벌리고 소파에 앉는 과감한 자세를 취하기도 한다.

이러한 수행은 가부장제가 여성의 신체에 부과해 온 미시적인 억압

www.kci.go.kr

을 벗어던지는 행위이자, 사회가 용인하는 '개념녀'의 범주를 거부하고 여성 혐오적 낙인인 '김치녀'의 이미지를 긍정적으로 전유하려는 움직임으로 해석된다. 이제 꽃은 더 이상 누군가를 기다리는 수동적 존재가 아니다. 뮤직비디오는 채도 높은 꽃이 피어나는 이미지를 여러 차례 보여주며 과장된 여성성을 보여준다. 표정을 일그러뜨리거나 춤을 추는 동시에 여성성을 과장함으로서 되레 '조신함', '수동적'이라는 여성성 규범을 이탈하며 비로소 "나답게" 피어나는 해방된 주체의 은유가 된다.

선미가 여성의 '신체'를 구속하는 규율에 저항했다면, 2019년 데뷔한 ITZY(있지)의 「달라달라」는 여성을 둘러싼 '시선'과 '공간'의 제약을 정면으로 돌파한며 가사에서 "I love myself"를 핵심적 반복구로 사용하며 자기 긍정을 그룹의 핵심 정체성으로 천명한다. 이들의 뮤직비디오는 시작과 동시에 여성 대상화 범죄의 대명사인 '불법촬영(몰래카메라)' 문제를 소환하며 명확한 거부 의사를 표명한다.

〈그림 14〉 불법촬영 카메라를 덮어버리는 ITZY

[그림 14]에서 멤버들은 자신들을 몰래 찍고 있던 카메라를 발견하고, 망설임 없이 렌즈를 덮어버린다. 이는 수년간 한국 사회에서 여성들을 공포에 떨게 했던 디지털 성범죄에 대한 분노의 표현임과 동시에, 앞서 AOA, 러블리즈 등에서 나타났던 뮤직비디오 카메라의 관음증적 시선 권력을 더 이상 허용하지 않겠다는 선언이다. 이러한 시각적 거부는 단순한 회피가 아니라, 관음적 시선의 권력을 적극적으로 차단하고 무력화하는 '수행적 전복'의 실천이다.

www.kci.go.kr

〈그림 15〉 시선의 권력: 정면 응시와 내려다보기

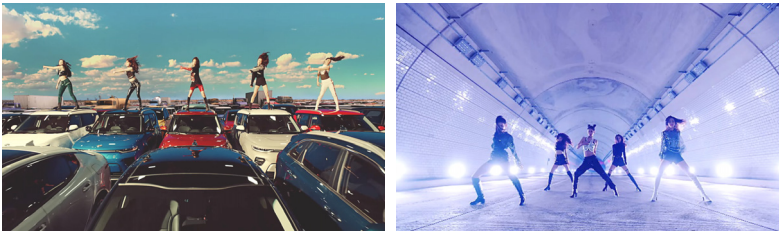
시선의 전복은 멤버들의 눈빛에서도 드러난다. [그림 15]의 류진은 카메라를 피하거나 수줍어하는 대신, 정면으로 응시한다. 또한 예지는 카메라를 위에서 아래로 내려다보는 부감 구도를 취함으로써, 여성이 더 이상 보여지는 객체가 아니라 보는 주체임을 시각적으로 확증한다.

이러한 시선의 전복은 타자의 인정을 필요로 하지 않는 독자적인 자기애로 연결된다. 기존의 걸그룹이 “오빠가 나를 사랑해 주기를” 갈망하거나(소녀시대, 에이핑크), 떠나간 남성을 원망하는(다비치, 헤이즈) 로맨스의 문법 안에 머물렀다면, ITZY는 “내 맘대로 살 거야 말리지 마”, “남들의 시선 중요치 않아”라는 가사를 통해 타자의 평가를 원천적으로 차단한다. 특히 후렴구에서 반복되는 “I love myself”라는 직설적인 슬로건은, 나의 가치가 남성과의 관계에서 오는 것이 아니라 ‘나’ 자신에게서 비롯됨을 선언하는 것이다.

이러한 주체성은 공간의 확장으로 이어진다. 타인의 시선을 신경 쓰지 않겠다는 태도는 곧 여성이 사적 공간(방)을 벗어나 공적 공간으로 진출하는 동력이 된다. 2015년 이전의 걸그룹(러블리즈 등)이 ‘집’이나 ‘방’과 같은 사적 공간에 유폐되어 식물처럼 묘사되었다면, ITZY는 터널, 도로, 도시의 밤거리와 같은 외부 공간을 거침없이 점유한다. 특히 [그림 15]와 같이 자동차 위에서 춤을 추거나 터널을 활보하는 이미지는 여성에게 어디든 갈 수 있는 자유(자동차)와 위험한 공간으로 인식되던 밤거리를 자유와 해방의 공간으로 재정의한다. 이때 멤버들의 역

www.kci.go.kr

동적인 신체 움직임으로서의 댄스는 금지된 공간을 점유하고 즐기는 '수행'을 통해, 여성의 신체에 가해진 사회적 제약을 보란 듯이 뒤집는 전복의 스펙타클을 완성한다.



〈그림 16〉 공간의 점유: 외부로 나간 여성들과 이동성

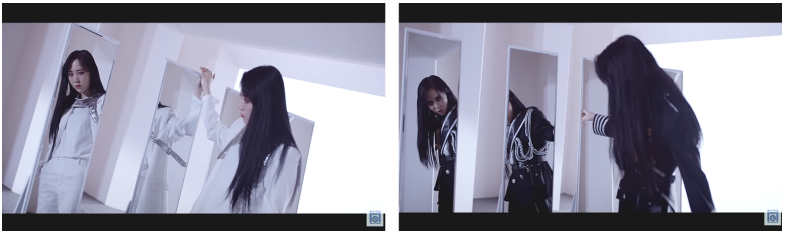
결과적으로 ITZY는 "예쁘기만 하고 매력은 없는 애들과 난 달라"라고 외치며, 수동적인 '인형'이 되기를 거부하고 스스로를 긍정하는 '능력 있는 주체'로서의 여성상을 제시한다. 이는 2010년대 초반의 수동적이고 성애화된 여성상과는 본질적으로 '달라진' 시대의 징후다.

더 나아가 케이팝은 여성이라는 규범 자체를 적극적으로 넘나드는 장르가 된다. 페미니즘 리부트 이후 뮤직비디오 속 여성은 점점 주체로서 그려지는 경우가 많아진다. 2019년 <퀸덤>을 비롯하여 걸그룹이 전통적인 여성상에서 벗어나 여성 팬덤의 환호를 받는 경우는 많이 발견된다. 이 중 2020년 발표된 문별의 「Eclipse」 뮤직비디오는 문별이 보이그룹의 특징으로 알려진 것들을 적극적으로 수행했다는 점에서 특징적이며, K-pop 뮤직비디오가 타자를 포용할 가능성의 사례가 될 수 있다.

뮤직비디오에서 문별은 남성의 전유물이라고 생각되었던 슈트와 군복, 제복 등을 입으며, 남성 댄서와의 힘 있는 군무를 선보이며 주목받았다. 누군가에게는 보이그룹의 모방으로 읽히기도 하고 누군가에게는 부치 캐릭터의 재현으로 읽히기도 했던 뮤직비디오 속 문별은 걸그룹이 요구받는 규범적인 여성상에서 벗어났다고 할 수 있다(연혜원 2021:333-334).

www.kci.go.kr

그런데 「Eclipse」는 보이그룹의 전유물이라고 받아들여졌던 요소들을 활용하여 걸크러시를 연출하는 데에 그치지 않는다. 뮤직비디오는 짙은 화장의 여부와 복장의 차이를 통해 두 개의 자아가 내면에서 충돌하는 모습을 그린다.



〈그림 17〉 복장이 변한 자신을 거울을 통해 바라보는 모습

〈그림 18〉 두 복장을 착용한 문별의 대비

흰 정장을 입은 문별은 “너를 지킬” “Moonstar”가 되고, 검은 제복을 입고 짙은 화장을 한 문별은 달의 뒷면에서 빛을 삼키는 “Monster”가 된다. 뮤직비디오에서 문별의 자아를 구별하는 것은 짙은 화장 여부와 옷의 종류다. 각 복장을 착용한 문별은 거울을 통해 자신의 자아가 변했다는 것을 확인하는데, 이때 거울에서 얻을 수 있는 정보는 문별의 겉모습과 문별이 순간 취하는 행동이다. 문별은 여성 아티스트지만, 뮤직비디오 속 문별은 수행을 통해 무엇으로든 변할 수 있게 된다.

같은 맥락에서 뮤직비디오 속 문별의 복장과 춤이 의미하는 바도 알

www.kci.go.kr

수 있다. 사회에서 여성이라고 불리는 사람 또한 여성의 것이 아니라고 간주되던 것을 전유할 수 있게 된 것이다. 이러한 모습으로 나타나는 뮤직비디오 속 문별은 단순히 여성으로서 주체적일 뿐 아니라 퀴어하기까지 하다.

미러링이 페미니즘 리부트를 촉발한 가장 효과적인 전략이라는 데에 동의하는 의견은 많지만, 결국 현재에 와서 미러링이 소수자를 공격하고[10] 여성을 옭아매게 되었다는 것도 사실이다. 그렇다고 해서 이러한 문제점이 끝까지 남아있다고만 할 수는 없다. 여성 아티스트로서 남성의 전유물로 읽혔던 복장과 칼군무를 자신의 것으로 만든 「Eclipse」가 사람들에게 받아들여질 수 있었던 것은 여성이 전통적 여성성을 벗어나도 괜찮다는 페미니즘 리부트 이후의 사회적 분위기의 영향이었음을 부정할 수는 없다. 즉, 페미니즘 리부트는 미러링으로 시작해서 퀴어한 여성과 연대할 수 있는 다양성으로까지 나아간 것이다.

## Ⅴ. 결론: 경계를 넘어서, 함께 쓰는 텍스트

이 글은 2015년 페미니즘 리부트를 기점으로 K-pop 뮤직비디오 속 여성상이 어떻게 변화해왔는지를 추적했다. 2015년 이전의 뮤직비디오가 여성을 파편화된 신체, 수동적인 식물, 교환 대상으로 재현하며 남성적 응시를 공고히 했다면, 리부트 이후의 텍스트들은 미러링이라는 과도기를 거쳐 자기애로 가득한 주체로 거듭나 자기 바깥으로까지 연대의 대상을 넓히는 역동적인 진화를 보여주었다. 이러한 텍스트 내부의 재현 변화와 함께 텍스트의 생산과 수용을 둘러싼 '구조적 관계'의 재편

10) 여성혐오에 대한 미러링을 목적으로 만들어졌던 용어들은 결국 남성이면서 소수자인 이들을 향하게 되었다. 가령 '한남유충'이라는 단어는 남성인 어린이를 공격하는 단어이며, '똥꼬충'은 남성인 동성애자를 공격하는 단어다. 이러한 단어들은 결국 여성인 동시에 어린이거나 동성애자인 사람까지 공격의 대상으로 만든다.

www.kci.go.kr

도 일어났다. 이제 K-pop 뮤직비디오는 창작자의 일방적인 산물이 아니라, 페미니즘 리부트 이후 대중의 윤리적 감각이 개입하여 완성되는 '협력적 텍스트'로 진화하고 있다.

2020년 블랙핑크의 「Lovesick Girls」 뮤직비디오 수정 사태는 이러한 '외부의 개입'이 텍스트를 사후적으로 교정한 대표적인 사례다. 제니의 간호사 복장 장면은 과거의 문법대로라면 단순한 볼거리로 소비되었을 테지만, 2020년의 대중은 이를 특정 직업군에 대한 성적 대상화로 규정하고 시정을 요구했다. 결국 소속사가 해당 장면을 삭제하고 재편집한 사건은, 대중문화 향유자가 단순한 소비자를 넘어 텍스트의 윤리적 결함을 감시하고 수정할 수 있는 실질적인 권력을 획득했음을 시사한다.[11] 이는 2015년 윤수현의 「천태만상」 속 간호사 복장이 별다른 논란 없이 유통되었던 것과 비교할 때, 지난 5년 사이 한국 사회의 젠더 리터러시가 얼마나 비약적으로 성장했는지를 보여주는 결정적인 증거다.[12]

나아가 최근 K-pop 산업은 대중의 개입이 발생한 후 문제를 해결하는 '사후적 교정' 단계를 넘어, 기획 단계에서부터 젠더 감수성을 내재화하는 '사전적 예방' 시스템으로 나아가고 있다. 방탄소년단(BTS)과 그 소속사 하이브(구 빅히트 엔터테인먼트)의 행보는 이러한 변화의 최전선을 보여준다. 2016년, 방탄소년단은 노래 가사(「호르몬 전쟁」 등)

11) YG엔터테인먼트는 "특정 의도가 없었기에 오랜 시간 뮤직비디오를 준비하면서 이와 같은 논란을 예상하지 못했던 점, 무거운 책임감을 느끼며 깊이 깨닫는 계기로 삼겠다"며 해당 장면을 삭제했다. 이는 대중의 젠더 감수성이 거대 기획사의 콘텐츠 제작 가이드라인을 수정하게 만든 상징적인 사건이다(김경욱 2020.10.07.).

12) 물론 2015년 윤수현의 「천태만상」 사례를 블랙핑크와 동일 선상에서 기계적으로 비교하기에는 무리가 따른다. 트로트라는 장르적 특성과 주 향유층인 중장년층의 문화적 관습상, 성적 대상화나 특정 직업군의 희화화에 대해 상대적으로 '유연'하게 반응하거나 이를 '오락'의 일환으로 용인하는 경향이 있을 수 있기 때문이다. 그러나 이러한 장르적·세대적 특수성을 감안하더라도, 전문 직업군의 유니폼이 성애화된 코드로 소비되는 방식이 당시 사회 전반에서 별다른 '직업 윤리'의 문제로 비화되지 않고 수용되었다는 사실은, 2020년의 엄격해진 젠더 감수성과 비교할 때 페미니즘 리부트 전후의 리터러시 격차를 방증하는 유의미한 지표라 할 수 있다.

www.kci.go.kr

내의 일부 표현이 여성 혐오적이라는 대중의 비판에 직면했다. 이에 소속사는 공식 사과문을 통해 “창작 의도와 관계없이 여성 비하 오해의 소지가 있을 수 있”다고 밝히며, 향후 콘텐츠 제작 시 사회의 조언을 귀담아듣겠다고 약속했다(구돌래 2016.07.07.). 소속사는 더 나아가 “사회에서 여성의 역할이나 가치를 남성적 관점에서 정의하는 게 바람직하지 않다는 것을 알게 됐다”고 밝혔다(정은혜 2018.01.12.).

주목해야 할 점은 이들의 대응 방식이다. 멤버 RM은 논란 이후 인터뷰에서 가사를 쓸 때 여성학 교수님께 검수를 받기도 했다고 밝히며, 외부 전문가의 시선을 창작 과정 내부로 적극적으로 끌어들였음을 고백했다. 또한 그는『맨박스』나『82년생 김지영』과 같은 페미니즘 도서를 읽고 공부하며 자신의 젠더 인식을 재구성하려는 노력을 보여주었다(구돌래 2016). 이는 대중의 윤리적 요구(외부)가 아티스트의 내면과 기획사의 제작 시스템(내부)으로 이식되어, 텍스트가 생산되기 이전부터 ‘자기 검열’이 아닌 ‘윤리적 숙고’의 과정을 거치게 되었음을 의미한다. 즉, 블랙핑크의 사례가 대중의 힘으로 텍스트를 ‘고쳐 쓴’ 경우라면, BTS의 사례는 페미니즘 리부트 이후 형성된 대중의 성인지 감수성을 창작의 전제로 삼아 텍스트를 ‘함께 쓴’ 진일보한 형태라 할 수 있다.

결국 2015년 페미니즘 리부트는 K-pop이라는 거대한 산업 내부에 되돌릴 수 없는 ‘비가역적 균열’을 만들어냈다. 이제 K-pop은 단순히 화려한 비주얼과 퍼포먼스를 전시하는 것을 넘어, 동시대의 젠더 감수성과 끊임없이 길항하고 타협하며 만들어지는 ‘사회적 합의의 산물’이 되었다. 2010년대 초반, 여성을 다비치의「안녕이라 말하지마」처럼 교환 가능한 사물로 그리던 시대는 저물었다. 대신 우리는 ‘선미’와 ‘ITZY’처럼 스스로를 긍정하는 주체들을 만났고, 더 나아가 ‘블랙핑크’와 ‘BTS’의 사례를 통해 대중과 아티스트가 수평적인 위치에서 윤리적 텍스트를 공동 생산하는 새로운 시대를 목격하고 있다.

물론 여전히 백래시는 존재하며, 상업적 이윤을 위한 대상화의 유혹 또한 사라지지 않았다. 그러나 중요한 것은 이제 그 누구도 2015년 이

www.kci.go.kr

전으로 돌아갈 수 없다는 사실이다. 대중은 깨어있는 감시자이자 협력자로서 텍스트의 빈틈을 메우고 있으며, 제작자들은 이들의 목소리를 두려워함과 동시에 존중하며 콘텐츠를 다듬어가고 있다. 바라건대 본 연구가 추적한 이 변화의 궤적이, 앞으로 K-pop이 나아가야 할 '인권 친화적이고 성평등한' 문화 생태계를 조성하는 데 작은 이정표가 되기를 희망한다. K-pop의 미래는 화려한 조명 아래가 아니라, 무대 밖의 목소리에 귀 기울이는 그 세심함 속에 있을 것이다.

www.kci.go.kr

## 참고문헌

구돌래(2016.07.07.), 「방탄소년단, ‘여혐’ 논란에 “책임 통감”」, 『한겨레』, https://www.hani.co.kr/arti/culture/music/751324.html (검색일: 2025.12.19.)

권김현영 외(2017), 『대한민국 넷페미史』, 나무연필.

김경욱(2020.10.07.), “YG, “블랙핑크 뮤비 속 간호사복 장면 삭제…무거운 책임감 느껴”, 『한겨레』, https://n.news.naver.com/mnews/article/028/0002515342?sid=103 (검색일: 2025.12.19.)

김선희(2018), 『혐오 미러링』, 연암서가.

김성우 외(2023), 「K-pop 뮤직비디오를 활용한 한국어 및 한국문화 멀티리터러시 교육」, 『현상과인식』 47(3), 한국인문사회과학회, 17-50.

김수아(2015), 「온라인상의 여성 혐오 표현」, 『페미니즘연구』 15(2), 한국여성연구소, 279-317.

김정원(2011), 「“Hey 이제 날 봐봐 Mister”: 2000년대 한국 걸그룹의 시각화와 성애화에 관한 고찰」, 『대중음악』 8, 한국대중음악학회, 46-78.

김주희(2025), 「동일성을 넘어 동시성으로, 대중화 시대의 페미니즘 정치와 이동하는 현장」, 『사이間SAI』 39, 국제한국문학문화학회, 1-52.

김효진(2025), 「페미니즘 리부트 이후 여성 서사와 여성 표상의 행방」, 『사이間SAI』 39, 국제한국문학문화학회, 53-85.

선명수(2015.12.25.), 「성탄 전야에 또 ‘이별 범죄’…데이트폭력 빨간불」, 『경향신문』, https://www.khan.co.kr/article/201512251528241#ENT (검색일: 2025.12.15.)

손희정(2017), 『페미니즘 리부트』, 나무연필.

연혜원 기획(2021), 『퀴어돌로지: 전복과 교란, 욕망의 놀이』, 오월의 봄.

이혜원(2023), 「한국 걸그룹 노래에 나타나는 페미니즘 전략 분석 —디

www.kci.go.kr

지털 성범죄 대항 사례를 중심으로」,『여성문학연구』60, 한국여성문학학회, 359-390.

전혜정(2011),「리얼 버라이어티 쇼에 나타난 여성 아이돌의 섹슈얼리티 재현 양상 연구」, 홍익대학원 영상디자인 석사논문.

정기인(2020),「떠나간 남성과 남겨진 여성 -1980~2010년대 여성 솔로 가수의 이별 노래에 나타난 여성상의 변화와 기존 텍스트의 활용」,『대중음악』26, 한국대중음악학회, 71-96.

정은혜(2018.01.12.),「방탄소년단이 대단한 진짜 이유, '페미니즘' 가르쳐준 팬들 덕분」,『중앙일보』, https://www.joongang.co.kr/article/22280739 (검색일: 2025.12.19.)

조영아(2021),「대상화 개념과 여성주의 역설 -누스바움의 이론을 중심으로」,『철학탐구』61, 중앙대학교 중앙철학연구소, 135-164.

Buchwald, Emilie & Pamela R. Fletcher & Martha Roth eds.(2005), *Transforming a Rape Culture*, Minneapolis: Milkweed Editions.

Foucault, M. 지음, 오생근 옮김(2020),『감시와 처벌』(번역개정 2판), 나남출판.

Jahren, H. 지음, 김희정 옮김(2017),『랩 걸』, 알마.

Mulvey, Laura (1975), "Visual Pleasure and Narrative Cinema", *Screen* 16(3), Oxford Univ. Press, 6-18.

Ortner, Sherry B. (1974), "Is female to male as nature is to culture?", M. Z. Rosaldo & L. Lamphere eds., *Woman, culture, and society*, Stanford, CA: Stanford University Press, 68-87.

Rubin, Gayle (2006), "The Traffic in Women: Notes on the "Political Economy" of Sex.", Ellen Lewin ed., *Feminist Anthropology, a Reader*, Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd., 87-106.

www.kci.go.kr

ABSTRACT

# Changes in the Representation of Female K-pop Idols in Music Videos Before and After the 2015 Feminism Reboot

Kim Jieun
Kyung Hee University

Chong Ki-In
Kyung Hee University


This study analyzes the evolution of gender sensitivity in Korean society since the 2015 "Feminism Reboot" and its impact on the portrayal of women in K-pop music videos. The findings reveal that before 2015, music videos were predominantly influenced by the "Male Gaze," which often objectified female bodies. For instance, AOA's "Miniskirt" exemplified 'sexualization' by fragmenting the female body; Lovelyz's "Hi~" illustrated 'botanicalization' by placing women in passive settings; and Davichi's "Don't Say Goodbye" showcased 'reification,' reducing women to objects for male bonding.

Post-2015, following the Feminism Reboot, this representation began to shift. As a transitional piece, Wonder Girls' "Why So Lonely" highlighted the violence women face under patriarchy using a "mirroring" technique. Subsequently, songs like Sunmi's "Gashina" and ITZY's "DALLA DALLA" centered on "Self-love," promoting self-affirmation while rejecting external judgment. Additionally, Moonbyul's "Eclipse" ventured into "Gender Queer" themes by challenging the gender binary, using suits and group choreography that were traditionally male-dominated.

www.kci.go.kr

In conclusion, the K-pop industry is transitioning from a unilateral production model. The examples of BLACKPINK and BTS illustrate how the public, now more ethically aware, is actively engaging in the creation and revision of content. This indicates that K-pop music videos are evolving into "collaborative texts," co-created by artists and audiences as they navigate gender sensitivity.

Keywords: Feminism Reboot, K-pop Music Video, Male Gaze, Mirroring, Collaborative Text

▌논문투고일 : 2026. 01. 10
▌심사완료일 : 2026. 02. 03
▌게재확정일 : 2026. 02. 09

www.kci.go.kr