

유튜브 패션 콘텐츠에 표현된 남성 하위문화 연구 - 딕 헵디지의 하위문화 이론을 중심으로 -

박주하 · 김종선^{1)†}

서울대학교 의류학과

¹⁾홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과

A Study of Male Subculture on Fashion Contents of YouTube - Focusing on Dick Hebdige's Subculture Theory -

Juha Park and Jongsun Kim[†]

Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University; Seoul, Korea

¹⁾Dept. of Fashion Design, Graduate School, Hongik University; Seoul, Korea

Abstract: This study focused on popular YouTube subculture content and male YouTuber characteristics. We conducted a case study on YouTube videos and viewer's comments of male YouTubers who interacted with subculture or fashion themes within YouTube. Based on Dick Hebdige's subculture theory, we categorized male subculture characteristics of style expression to show how YouTube plays a role in the formation of subculture. The representative types of male subculture were divided into metro sexual, adolescent boys, drag queen, and homosexual. YouTube simultaneously played a role in accumulating video viewing as well as indirect experiences in various communication activities and cultures among viewers. YouTube was used as a space for video producers as well as viewers and subscribers to discover and build identity. Subculture makes people aware of cultural diversity within society, and their doubles and lifestyles serve as important clues to track culture and fashion changes. This research is significant in the field of fashion media and subculture research due to its examination of male subculture phenomenon on YouTube based on an analysis of the video content of culture insiders and viewers' comments as well as immediate responses.

Key words: subculture (하위문화), fashion contents (패션 콘텐츠), YouTube (유튜브), 남성 외모 꾸미기 (men's appearance management)

1. 서 론

유튜브는 누구나 주인공이 되어 영상을 업로드할 수 있으며 다양한 콘텐츠로 타인과 소통할 수 있는 플랫폼으로 디지털 미디어 문화 형성에 큰 역할을 하고 있다(Spanos et al., 2020). 새롭게 등장하는 디지털 미디어 내에서 영향력 있는 인물들이 탄생하고 이를 중심으로 특정 팬덤이 형성되면서 쌍방향 간 활발한 소통이 이루어진다. 이러한 점에서 유튜브 내 인플루언서(Influencer)들은 대중의 미의식이나 제품 구매뿐만 아니라 패션 스타일의 유행에도 큰 영향을 미친다고 할 수 있다(Kim &

Kim, 2019). 특히 유튜브에서는 공중파에서 쉽게 다룰 수 없는 콘텐츠들을 쉽게 접할 수 있는데, 다양한 문화나 독특한 취향과 관련된 콘텐츠들은 정적인 주류문화에 대하여 대중에게 자극을 줄 수 있으며 이는 다시 종래의 획일적인 문화나 고루한 양식에 신선한 충격을 주어 문화가 세분화 되고 다양해지는데 기여할 수 있다.

최근 유튜브와 관련된 연구들을 채널 내 광고 및 콘텐츠 전략에 관한 연구나 영상 제작자 개인의 영향력에 관련한 연구가 주를 이루고 있어 콘텐츠를 중심으로 형성되는 디지털 미디어 문화와 이를 대중이 어떻게 향유하고 있는지를 살펴보는 관점에서의 연구는 부족한 실정이다(Byun, 2018; Kim, 2017; Kim & Kim, 2019). 또한 최근 남성의 외모 관리를 돕는 패션 및 뷰티 시장의 규모가 꾸준히 증가하며 대중의 관심을 받고 있으며(20slab, 2018), 화장하는 남성이나 성 소수자와 같은 다양한 패션 취향을 반영한 패션 스타일이 디지털 미디어 내 하위 문화로서 등장함에 따라 패션업계에도 큰 영향을 미치고 있다(Gwak, 2019). 따라서 본 연구에서는 남성의 외모 관리와 성

†Corresponding author; Jongsun Kim

Tel. +82-2-879-1976, Fax. +82-2-880-6806

E-mail: mstruck7@snu.ac.kr

© 2020 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

주체성에 대한 관심이 높아지는 시대적 변화에 주목하여 이를 반영하는 유튜브 내 패션 콘텐츠의 하위문화 현상을 살펴보고자 하였다.

먼저 문헌 연구를 통해 남성 하위문화에 관한 논문들과 최근 남성 유튜버들의 외모 꾸미기 현상에 관한 최신 뉴스 기사 자료를 수집하였으며, 이러한 외양에 대한 표현과 담론들이 논의되는 공간으로 디지털 미디어의 역할을 강조하는 포스트 하위문화에 관한 문헌을 함께 검토하였다. 다음으로 남성 유튜버들의 하위문화적 특성을 살펴보기 위해 2020년 3월 20일부터 27일까지 일주일 간 유튜브에서 ‘남성 유튜버’, ‘남성 외모 관리’와 같은 키워드 검색을 통해 도출한 영향력 있는 채널 중, 최종 6개의 채널을 선정하여 대표 영상의 내용과 댓글을 분석하는 사례연구를 진행하였다. 연구 분석의 틀은 하위문화 연구에서 외양으로 드러나는 ‘스타일’의 구분을 강조한 딕 헵디지(Dick Hebdige)가 제시한 세 가지인 ‘의도적 소통’, ‘브리콜라주’, ‘저항’을 기준으로 하였으며, 유튜브에서 이러한 맥락들이 어떻게 패션을 통해 나타나는지와 하위문화를 주제로 한 콘텐츠에 대한 시청자들의 실시간 반응을 함께 살펴보았다. 본 연구는 하위문화의 생산자와 수용자라는 두 가지 관점에서 디지털 미디어가 하위문화의 형성과 유지, 확장의 공간으로서 어떠한 역할을 수행하고 있는지를 밝히고 그 가치를 탐색적으로 살펴보았다. 데 의의가 있다.

2. 이론적 배경

2.1. 유튜브 환경

유튜브는 자체 제작한 영상의 업로드와 시청, 그리고 타인과 영상을 무료로 공유하는 것이 가능한 디지털 미디어 플랫폼이다(Martha et al., 2010). 과거에는 블로그(Blog)나 트위터(Twitter)와 같이 텍스트나 단편적인 이미지 위주로 정보가 생산되던 데 반해 최근에는 오디오와 영상에 기반한 정보제작이 수월해지면서 유튜브와 같은 영상 기반의 플랫폼이 시청자들에게 큰 인기를 얻고 있으며, 영상 구독자와 쌍방향 소통이 가능한 디지털 미디어로 주목받고 있다. 유튜브 내 영상 제작자들은 주체적으로 자신의 채널을 홍보할 뿐만 아니라 영상을 매개체로 하여 이용자 간 피드백을 주고받으며 서로 상호작용 하는 방식으로 그 관계가 깊어지고 있다(Tang & Whinston, 2012). 유튜브에서는 자신이 관심 있는 영상에 대한 호의 표시(좋아요/구독 기능), 실시간 댓글 및 채팅창 활성화, 타인과의 영상 공유와 같이 유사한 관심사를 기반으로 한 개방적인 교류가 가능하다. 즉 유튜브는 대량의 정보 제공뿐만 아니라 사람들 간의 의견 및 이야기 공유, 엔터테인먼트 역할도 수행하기에(Becky & Simon, 2007), 텍스트 기반의 매체나 TV, 라디오와 같이 일방적인 미디어와는 다른 커뮤니케이션 방식을 취한다. 이러한 현상에 대해 Tsai(2015)는 유튜브를 통해 흥미로운 내용을 접할 경우, 유튜브 이용자들은 이러한 메시지를 적극적으로 수용하여 자발적으로 확산시킬 수 있는 힘이 있다고 하였다.

국내 유튜브 시장에서 ‘패션’ 관련 영상은 인기 있는 콘텐츠 중 하나이다(Lee, 2019). 유튜브에서는 패션을 매개하여 다양한 영상이 제작되며, 생경한 패션 스타일과 문화들은 시청자들에게 즐거운 볼거리를 제공한다. 이는 시청자들이 일상적으로 접하는 ‘패션’이라는 대상을 통해 공감과 소통이 쉽게 이루어지도록 하며, 비슷한 취향을 가진 시청자들 간 유대감이 빠르게 형성되도록 한다. 유튜버들은 영상 기획과 제작의 과정에서 자신의 정체성을 적극적으로 표출하여 콘텐츠 자체만으로도 이목을 끌기 위해 노력하며, 자신이 속해있는 집단의 환경적 특수성이 시청자들의 호기심을 자극하여 인기 유튜브 채널로 성장하도록 만든다. 이에 본 연구에서는 유사한 취향을 중심으로 문화를 공유하는 집단이나 유튜브 내 하위문화 생산자들이 대중의 인식에도 큰 영향을 미칠 수 있다고 보았으며, 이러한 문화의 출현과 파급이 앞서 언급한 유튜브의 다양한 기능적 특성들이나 쌍방향 소통방식들로 인해 더욱 강화되거나 독창적으로 나타날 것으로 보았다.

2.2. 하위문화

Brake(1985)는 하위문화를 주류 사회에 소외감을 느끼거나 사회시스템에 불만을 가진 개인들로 구성되어 있는 집단이라고 보았다. 따라서 기존의 하위문화들은 주된 문화로부터 배척당한 것, 지배적인 사회 분위기와는 다른 형태의 이질적인 문화로 이해되며, 지배문화 즉 권력을 갖는 문화적 성향과의 관계를 고려하여 분석되는 한편, 지배문화에 대한 저항의 한 형태로 바라보는 것이 중요하다는 시각이 지배적이었다(Duits et al., 2014).

딕 헵디지는 하위문화가 스타일 즉 외양의 차별을 통해 드러난다고 주장하였다. 그는 하위문화를 모 문화와는 구별되는 특징적인 행동, 가치관, 인공물을 통한 표현을 통해 상징적 의미를 구체화하는 것으로 보았는데(Hebdige, 1998), 특히 옷차림과 같은 스타일이나 걸음으로 드러나는 외양이 문화 외부자나 부자 간 구분을 가능하게 하는 기준이 된다고 하였다. 하위문화 구성원들 스스로가 지배문화와는 구별되는 특성을 드러내며 스스로가 특정 문화에 속해있음을 표출하고 이러한 과정에서 지배 문화에 생경함과 자극을 주어 문화적 역동성과 저항성을 갖게 된다는 것이다(Yang, 2004). Yim and Kim(2003)의 연구에서 하위문화의 조건을 살펴보면, 우선 하위문화 구성원은 하나의 사회적 관점을 갖는 집단이면서 내부적으로 공유되는 스타일이 존재하고 이를 공통의 스타일로 가시적이며 표현하면서 집단의 정체성을 구축해나간다. 이처럼 하위문화의 발전의 근간에는 집단이 창조하는 새로운 미의식과 특정 패션 스타일이 중요한 역할을 한다.

하위문화를 새롭게 해석하는 최근 연구들은 과거 하위문화 이론에 기반하여 ‘취향’의 중요성과 문화 확산에 있어 ‘미디어’의 영향력을 강조한다. Park(2009)은 과거 계급사회에서는 교육적·경제적 수준이 낮은 문화를 하위문화로 규정하였다면, 현대에는 이러한 계급 문화가 더 이상 존재하지 않기에, 하위문

화를 공통의 관심사를 갖고 활동을 하는 ‘주류문화의 부수적인 (Sub-) 문화로 보아야 한다고 주장한다. 이는 포스트 하위문화 (Post subculture)의 관점과 그 맥락을 같이 하는데, 현대의 하위문화는 과거 하위문화 연구에서 소홀하게 다루어져 온 대중매체의 역할에 주목해야 하며, 문화 형성에 수직적인 계급의 역할은 약화되고 취향 중심의 문화를 하위문화의 주된 요소로 포괄해야 함을 주장한다(Bennett & Kahn-Harris, 2004). Kim(2015b)은 하위문화를 주류문화에 저항하는 구성원들의 집합으로 설명하며, ‘의상’, ‘헤어 및 메이크업’, 그리고 ‘행동 양식’을 통해 그들만의 독특한 정체성을 표현하는 것이라고 보았고, 이러한 양식들이 인터넷 방송 내 하위문화로 구체화된다고 보았다(Kim, 2015a). Park(2018)은 2010년 이후 하위문화에 뿌리를 둔 신-하위문화(Neo-subculture)가 등장하였다고 하였는데, 이는 과거에 사회적 변화나 문화적 특성들이 저항적 표현이나 하이패션(High-fashion)을 통해 트렌드로 제시되는 것이 아니라 SNS라는 경로만을 통해서도 하나의 자체적인 문화 형성이 가능하다고 주장한다. 이처럼 현대의 하위문화는 개인의 취향을 중심으로 대중매체라는 가상공간에서 자생적이고 유행에 기반하여 형성될 수 있다. 또한 하위문화의 구성원들은 다양한 시각적 단서들을 활용하여 유튜브나 소셜 미디어를 통해 주류문화로부터 저항하는 자신의 스타일을 표출하거나 유사한 취향을 공유하는 형태로 구성원들 간 결속력을 강화한다. 따라서 유튜브 또한 하위문화의 표현과 다양한 담론이 오가는 공간으로서 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 나아가 유튜브에서는 문화 내부자가 되기 위한 별도의 조건 없이 특정 가치나 신념에 동조하거나, 취향 중심의 라이프스타일을 추구한다면 누구나 새로운 문화에 자유롭게 동참 혹은 탈퇴할 수 있기에, 과거 하위문화를 살펴보는 데 있어 미비하게 다루어져 온 대중매체의 역할을 유튜브의 콘텐츠를 통해 살펴보는 것은 현시대의 하위문화와 패션의 흐름을 이해하는 데 도움이 될 수 있을 것이다.

2.3. 남성의 외모 꾸미기 현상

남성들의 외모 가꾸기 수준은 점차 높아지고 있으며, 남성의 외모 관리를 돕는 패션 및 뷰티 산업 또한 꾸준히 성장하고 있다(Kim & Na, 2019). 또한 과거에는 마초적이고 가부장적인 남성상이 주를 이루었다면, 최근에는 스스로의 여성적 취향을 과감히 표출하는 남성, 성 소수자와 같이 고소득, 철저한 자기 관리, 혹은 동성애적 성향을 띠는 메트로섹슈얼(Metro sexual), 남성적이거나 이성애자인 위버섹슈얼(Uber sexual), 여성적인 비주얼을 지향하는 크로스섹슈얼(Cross sexual)과 같이 다양한 정체성을 표현하는 주체적 남성에 대한 용어들이 사회적으로 주목받고 있다(Kim & Park, 2014). 특히 소셜 미디어에서 자신의 외모를 ‘전시물’로 대상화하는 행위는 능동적이고 주체적으로 이루어지고 있으며, 이는 가상공간에서 자기 이미지를 노출하고 이를 주제로 타인과 소통하고자 하는 개인의 욕망이 투영된 행위로 볼 수 있다.

Kim et al. (2014)에 따르면 나르시시즘(Narcissism)은 자신

을 하나의 성적 대상으로 여겨 스스로에게서 성적 만족을 얻거나 신체에 대한 무한한 애정을 표출하는 것을 의미한다. 자신 스스로를 과도하게 사랑하고 자기애가 강한 사람들은 일상에서 남들과는 구분되는 방식으로 외모를 관리하는 특성이 나타나는 것으로 볼 수 있다(Han et al., 2016). 나르시시즘은 확대된 자기 이미지, 스스로에게 특별성을 부여하는 방식으로 표현되며 이들은 다른 사람들에게 자신의 매력적인 걸모습을 과시하기 위해 옷차림이나 외모 관리에도 많은 노력을 기울인다(Back et al., 2010). 이러한 표현은 현대 미디어에서 소비되는 남성 유명 인물로 설명될 수 있는데, Sung(2007)은 인간이 사회에서 느끼는 불안함과 소외가 미디어를 통한 커뮤니케이션이나 셀카와 같은 행위를 통해 해소되며, 이를 통해 타인과 소통을 이어갈 수 있다고 하였다. 따라서 이러한 행위들은 유튜브 내 남성 인플루언서들이 스스로를 가꾸고 자신의 모습에 애착을 가지며, 개인적인 경험을 바탕으로 습득한 정보나 가치관을 타인들과 공유하는 데 적극적인 행동과 연관 지어 설명할 수 있다. 이에 본 연구에서는 일부 남성 유튜버들의 스스로에 대한 무한한 애정 표출이나 적극적인 외모 관리, 본인의 몸에 대한 애착과 같은 특정 행동들에 비추어 하위문화를 주도하는 남성 유튜버들이 나르시시즘적인 성향을 내포하고 있다고 보았다.

3. 연구방법

본 연구는 도구적 사례연구(Instrumental case study)의 형태로 진행되었다. 이는 연구를 통해 사례와 관련이 있는 현상에 통찰력을 제공해 주거나 기존에 존재해 온 이론적 배경들을 사례와 연관 지어 풍부한 이해를 돕도록 하는 연구 방법이다(Stake, 1981). 사례연구는 단독 혹은 작은 수의 사례를 갖고 가능한 구체적이고 집중적인 분석이 동원되는 것이 특징인데, 현상에서 포착되는 사례에 기반 하여 실제 현상의 맥락 안에서 해석을 도출하여 실증적 탐구가 가능하도록 한다(Yin, 2003). 본 연구의 분석 대상 선정 기준은 유튜브 영상 제작자의 영향력과 인지도를 평가하는 지표인 ‘KPI(Key performance index, 핵심성과지표)’의 기준을 따랐다. 유튜버의 영향력은 영상의 평균 조회 수와 댓글 수, 평균 ‘좋아요’ 버튼의 개수, 그리고 구독자 수를 기준으로 한다(Park, 2020). 따라서 2020년 3월 20일부터 27일에 걸친 일주일 간 유튜브의 검색창에 ‘남성 유튜버’, ‘성 소수자’, ‘청소년 패션’, 그리고 ‘남성 외모 관리’의 키워드를 입력하여 도출된 영상 중, 10만 명 이상의 구독자를 보유하였거나 패션과 하위문화 영역에서 영향력이 있다고 판단되는 상위 12명의 유튜버들의 채널과 주요 콘텐츠 내용을 정리하였다(Table 1). 이후 패션 미디어에 관한 연구를 지속적으로 수행해 온 석사 학위 이상을 소지한 3인 연구원이 유튜브 내의 인지도, 특정 팬덤 형성 여부, 댓글 활성화 정도 등의 요인들을 함께 고려하여 최종 선정된 6명의 남성 유튜버들의 영상이 사례분석의 대상으로 적합한지를 2차 검증하였다. 최종적으로 하위문화의 대표성을 띄는 남성 유튜버는 드래그 킨(Drag

Queen), 동성애자(Homo sexual), 메트로섹슈얼, 그리고 남자 청소년 문화로 구분되었다.

4. 결과 및 논의

본 장에서는 하위문화를 채널의 주요한 콘텐츠로 삼고 있는 남성 유튜버들을 대상으로 유튜브 내에 형성된 남성 하위문화의 양상을 고찰하였다. Table 1에서 언급한 상위 남성 유튜버들 중, 협찬이나 광고 영상을 주된 내용으로 하는 유튜버는 제외하고, 개인적인 일상이나 비주류적인 영상을 제작하여 하위문화의 특징을 잘 드러내고 있거나 시청자와 댓글 및 실시간 소통을 지속적으로 이어가고 있다고 판단되는 영상을 선정하여 연구 결과를 도출하였다.

본 연구는 유튜브 내 남성 하위문화의 구체적 특성을 패션 스타일의 관점에서 논의한 웹디지의 이론적 틀을 콘텐츠 분석에 활용하였다. 웹디지의 하위문화 특징은 Table 2와 같이 세 가지로 구분된다(Hebdige, 1998). 먼저 하위문화 스타일의 첫 번째 특징은 ‘의도적 소통’으로, 사회적으로 규정되어있는 암묵적 질서나 법칙들을 위반하고 풍자하여 사회와 숨겨진 저의가 있는 커뮤니케이션을 지향한다. 이는 하위문화 내부자들이 의도적으로 주류문화의 규칙을 위반하거나 가시적인 언행과 패션 스타일을 표출하여 관심의 대상으로 주목받는 행위를 통해 설명될 수 있다. 여기서 언급되는 스타일이란 단순히 의복뿐만 아니라 집단 내부자들의 공통된 주제, 은어, 행동 양식 등을 전반적으로 포함하는 개념이다. 두 번째는 ‘브리콜라주(Bricolage)’

의 특징이다. 브리콜라주는 어떤 현상에 대해 부분적인 재해석이나 조합을 의미하는 것으로 특정 스타일의 의도와 다르게 본래의 의미가 변질되어 나타나는 것을 의미한다. 가령 주류문화에서 상식적으로 사용되는 물건들을 하위문화 구성원들이 새로운 시각으로 해석하여 용도를 전복시키거나 본래의 의미와는 다른 방식의 패션으로 표현하는 것이다. 마지막으로 하위문화에는 ‘저항’의 특징이 나타난다. 간혹 하위문화 집단과 그들의 생활양식은 폭력적이거나 위협적이며 주류문화에 대한 강한 거부 혹은 저항으로 나타나는데 이는 특히 외양에 있어 과장, 짜깁기, 극적으로 표현된 것과 같은 비이상적인 모습들로 표현될 수 있다. 앞서 언급한 비이상적인 표현들은 하위문화 내부자들이 사회에서 경험하는 ‘모순’이나 지배문화에 대한 ‘반발심’으로부터 영감을 얻게 되는데, 이러한 저항의 개념이 가시적인 패션으로 표상된다고 할 수 있다(Lee & Lee, 2020). 대표적으로 펑크(Punk) 스타일에서 부적절한 편이나 공격적인 금속들이 신체 피어싱이나 스타일을 위한 디테일로 사용되거나 청소년들 사이에서 교복을 의도적으로 변형·훼손하는 행위들이 대표적이다(Hebdige, 1998). 본 연구에서는 웹디지가 논의한 세 가지의 하위문화 특징이 패션 스타일 혹은 영상의 콘텐츠와 관련지어 어떠한 사례들이 있는지 유형화하였으며 이를 중심으로 각 하위문화의 특성들을 아래에서 논의하였다.

4.1. 메트로섹슈얼 화장하는 남자들

유튜브 내 첫 번째 남성 하위문화 집단은 화장하는 남자들로 구성되어 있다. 최근 남성들의 외모 관리 수준과 관심이 높

Table 1. Highly ranked YouTuber's name and contents categories related men's subculture

Subculture	YouTube KPI	YouTube channel title	Main contents	Number of subscribers (10,000) / videos
Metro sexual	Leoj	Makeup	Grooming, (Art)makeup, drag fashion, fashion & beauty challenge	41.3 / 175
	Come2david		(Daily)Makeup, cosmetic product review & haul, grooming, vlog	14.9 / 149
	Kisoo Kim		(Daily)Makeup, cosmetic product review & haul, grooming, vlog	11.6 / 521
Adolescent boys	Joon-Peanut		Get ready with me, fashion product review, vlog, fashion look-book	31.9 / 161
	Hwan'e		Get ready with me, (daily)makeup, cosmetic product review & haul, vlog	14.2 / 219
	DongHoon		Get ready with me, fashion styling, vlog, cosmetic product review	8.69 / 37
Drag queen	NEON MILK		Drag queen show, makeup, self styling, q&a, shooting, vlog, tv live	8.05 / 94
	Serena303		Drag queen show, makeup, vlog, making film	2.67 / 37
	BORI		Makeup, drag queen show, vlog, haul, mukbang	1.39 / 18
Homo sexual	Mango couple		Vlog, dating, challenge, q&a, taste	15.4 / 95
	Bromance couple		Vlog, challenge, mukbang, q&a, game	9.44 / 185
	Hyugayso		Vlog, challenge, mukbang, q&a, game	7.76 / 90

Table 2. Three characteristics of Dick Hebdige's subculture

Characteristics of subculture	The specific meaning of subculture style
Intentional communication	Intentional contrast, hidden purpose, recontextualization
Bricolage	Impromptu combination, an improper condition
Rebellion	The use of extreme schematics, any object



아짐에 따라 여성적 취향이 강한 남성들의 화장품 사용 후기나 자신들의 외모 관리 노하우를 본인의 얼굴과 몸을 도화지 삼아 소개한다. 메트로섹슈얼은 자신의 외모를 가꾸는 것과 시간과 돈을 투자하여 질 높은 라이프스타일을 추구하는 미적 감각이 뛰어난 도시 남성을 의미하며 본인의 남성성을 지키면서도 자신의 외모 및 패션에 높은 관심을 보이는 여성적 성향의 남성이다(Son, 2010). 1994년 메트로섹슈얼이라는 어원을 일간지에 처음 사용한 영국의 비평가 마크 심슨(Mark Simpson)은 이러한 특정 남성들의 새로운 취향이 ‘음지’에 숨어있던 남성 집단의 환호를 얻게 된 계기가 되었다고 하였으며(Park & Kim, 2005), 메트로섹슈얼 남성들은 과거 거부장적이고 마초적인 남성상과는 구별되는 한편 외면의 남성성은 유지하면서도 내면에는 여성적 감성과 취향을 동시에 추구하는 양가적인 면모를 보인다(An & Park, 2007). 따라서 메트로섹슈얼은 최근 남성들의 외모관리 관심이 높아지는 현상을 반영하여 과거 ‘음지’나 ‘소수’의 입장에서 주류문화로부터 배척당했던 하위문화로 자

리하였으며, 현대에 이르러 남성이 여성적 코드들을 더욱 다양하고 과감하게 표출하는 문화적 역동성을 보여주게 되었다.

기존에 여성의 전유물이었던 패션, 뷰티, 성형 등 외모에 대한 관심도가 남성들 사이에서도 높아짐에도 불구하고 기존의 전통매체는 여전히 여성의 외모 관리 방법을 전달하는 데 치중되어 있다는 한계점을 현재 유튜브 콘텐츠가 다소 해소시켜주고 있다. 남성 유튜버들이 소개하는 일상생활에서 외모를 관리하는 방법들은 시청자들의 공감을 쉽게 얻으며, 이는 젊은 남성 시청자만을 타겟으로 한 콘텐츠이자 외모 관리에 관한 정보원으로 적극적으로 활용된다(Table 3).

화장하는 남자들의 하위문화적 특성은 남성 유튜버들이 의도적 소통으로 현재 유행하는 패션 스타일이나 여성 화장품의 인습적인 용도를 전복시키는 데 있다. 그들은 대량의 화장품을 구매하여 과장된 화장을 하는 퍼포먼스를 선보이거나 ‘여성스러움’ 혹은 ‘동성애자’로 바라보는 시선들에 대항하기 위해 ‘남자 메이크업의 현실’, ‘성별 거꾸로 메이크업’과 같은 콘텐츠를

Table 3. YouTube contents of the metro sexual

Thumbnail of YouTuber		Viewer's comment reactions
		<p>"I have to buy cosmetics. I came in without hesitation^^"</p> <hr/> <p>"Out of all the beauty YouTubers, he is the best reviewer and give the best tips"</p> <hr/> <p>"It was a very helpful video"</p> <hr/> <p>"Men looks better with makeup than their shabby faces. If you've seen this video, try it"</p> <hr/> <p>"I hope there are more Grooming people. Let's decorate the men's faces to look better!"</p> <hr/> <p>"Wow, you look so much better dressed up like this! It looks like more manly"</p>
		<p>"I learned a lot from this video especially with the concealers"</p> <hr/> <p>"I think this is the first makeup I have seen where you actually covered up your discoloration perfectly!"</p> <hr/> <p>"It's exactly the recipe I wanted. Thank you. Mr. Jun-gu"</p>
<p>Image 1. Recommendation of cushion foundation (Kisoo Kim, 2018).</p>		<p>"The final look is very masculine. you look powerful! One hopes you are NOT single.... otherwise the dating world will fall at your feet"</p>
<p>Image 2. Concealer care makeup (Come2david, 2018).</p>		
Fashion related contents	Cosmetic items review, how to apply make up, trend, unboxing, event make up ideas, fashion styling	
Characteristics of subculture	Intentional communication	Bad comments reading, women cosmetic gadget review, men's makeup tutorial
	Bricolage	Feminine makeup, Fashion & Beauty challenge, Celebrity women parody
	Rebellion	Use of women's fashion/beauty items, drag queen makeup, cosmetic surgery before & after, styling from ugly to hot man

기획하여 숨은 메시지들을 콘텐츠에 의도적으로 내포시킨다. 이는 ‘여성용’이라고 암묵적인 사회적 동의가 이루어진 패션, 뷰티 제품을 남성의 시각에서 재해석하여 사용해보며 성역할이나 외모 가꾸기에 관한 사회의 고정관념을 깨부수기에, 하위문화의 저항적 측면 또한 두드러진다고 할 수 있다. 브리콜라주 측면에서 그들은 ‘애니메이션 여자 캐릭터 메이크업’, ‘여성 유명 연예인 따라 하기’, ‘이벤트 성 드레스 업’과 같이 창의적인 패션 아이템의 변형과 활용을 보여주고 있으며, 이는 패션 스타일을 구성하는 기본요소들을 즉흥적으로 조합하는 것만으로도 문화 내부자 사이에서 새로운 의미를 발생시킬 수 있기에 (Hebdige, 1998), 무한한 패션 스타일의 연출이 가능한 것으로 볼 수 있다. 남성 뷰티 유튜버 1세대인 개그맨 출신의 김기수는 남녀 모두에게 큰 인기를 끄는 인플루언서이다. 그는 주로 ‘루미너스 여신광채’, ‘특별한 날을 위한 메이크업’과 같이 화려한 메이크업 및 패션에 관한 영상을 주로 제작한다(Image 1). 그는 한 인터뷰에서 ‘젠더리스 메이크업(남녀 경계를 허문 메이크업)을 추구’한다고 언급한 바 있는데(Lee, 2018), 이는 본인의 성 정체성과는 별개로 누군가에게 정보적, 정서적, 오락적 만족감을 줄 수 있는 복합적인 콘텐츠 제작이 목적이라는 점에서 글이나 사진과 같이 평면적으로 전달되어 온 정보들이 유튜브 영상을 통해 보다 생동감 있고 사실적으로 전달하고 있음을 알 수 있다.

Image 2의 유튜버 준구는 남자 대학생 메이크업, 외출 메이크업, 계절별 메이크업과 같이 시청자가 일상에서 쉽게 따라 할 수 있는 영상을 시의성과 화제성에 맞게 제작한다. 시청자들은 유튜버에게 본인의 ‘외모 콤플렉스에 대한 고민 상담’을 실시간으로 털어놓거나 자신의 ‘외모 관리 경험담’을 토대로 남성의 외모 관리라는 가상공간의 문화를 만들어 가고 있다. 이처럼 구독자들은 영상을 통해 일상에서 실질적인 ‘도움’을 얻거나 ‘유용’한 정보들을 함께 공유하며 유튜버가 남성의 외모관리라는 정보습득에서 나아가 소수적 취향을 가진 남성을 중심으로 내부적 유대감을 증대시키는 하위문화 유지의 공간이 됨을 알 수 있다.

4.2. 외모 관리하는 소년

서구를 중심으로 이루어져 온 청소년 하위문화 연구는 노동계급이나 일탈적 성향을 띠는 집단의 일탈적 행동을 중심으로 이루어져 왔다(Lee, 1997). 국내에서는 청소년 하위문화의 역동성과 저항적인 측면을 ‘대중문화의 빠른 흡수’, ‘특정 소비물의 사용’, 그리고 ‘과감한 정체성 표출’로 보고 있다(Gung, 2002). 즉, 청소년을 중심으로 한 하위문화는 유스컬처(Youth culture)로 설명될 수 있으며, 젊은 세대가 주체가 되어 기성세대가 주도한 주류 문화로부터 저항을 일으키는 하위문화로 여겨진다(Youth culture, 2008). 현대 남성 청소년 하위문화는 외부적 환경과 연령이 구체적으로 구별되는 구성원들이 중심이 되어 그들만의 외모 꾸미기 문화를 만들고 있기에 이들의 외양은 하나의 독특한 하위문화로 구별될 수 있다. 최근 ‘디지털 네이티브



(Digital native)’ 세대로 불릴 정도로 영상 시청률이 높은 요즘 청소년들은 빠른 유행의 변화를 직접적으로 반영하는 유튜브 플랫폼을 즐겨 이용하는데, 이들에게 유튜브는 전통매체보다 수월하게 정보를 검색하여 지식을 학습할 수 있도록 하며, 실질적인 패션 제품 구매에도 영향을 미친다. 유튜브에서 생산되는 정보들이 청소년 하위문화의 형성과 확산에 있어 청소년 하위문화의 저변을 확대 시키는 역할을 하는 것이다.

Jung(2008)은 청소년 하위문화의 대표적 특징으로서 유사한 ‘패션 스타일’이 나타난다고 보았다. 청소년들 사이에서 유행은 주로 유명인이나 우상과 같이 집단 내에서 추종하는 사람의 패션 스타일을 모방하는 행위로부터 출발한다. 과거에는 청소년들이 TV 속 이상적 외모를 가진 패션 스타가 착용한 제품과 분위기를 모방하거나 팬덤 사이에서만 사용되는 물건을 공유하며 대중문화의 스타일 코드를 역동적으로 해석하였다면, 최근에는 유튜브 내에서 유사한 연령대를 중심으로 즉흥적이고 의도적인 결속력을 보여주고 있으며, 특히 이러한 청소년 하위문화의 결속은 자신의 취향과 관심사에 부합하는 유튜버라는 중심인물이 있기에 가능해진다. 이러한 관점에서 남성 청소년들의 하위문화적 특성은 ‘어른들이 사용하는 제품을 이용하여 어설픔게 따라 하기’, ‘교복에 어울리는 값싼 제품의 탐색과 조합’과 같은 브리콜라주 맥락에서 두드러진다고 할 수 있다. 청소년들 사이에서는 어른들이 사용하는 기성품을 자신들의 세계로 가져와 이를 새롭게 해석하려는 시도가 이루어지는데, 저항적 측면에서 ‘값싼 염색약으로 셀프 염색’, ‘SPA 브랜드 빈티지 제품 그럴싸하게 연출하기’ 등 역할에 기대되는 외양과 차립새와는 상반되는 역동적인 영상들로 큰 인기를 얻고 있다. 이는 청소년들 스스로가 콘텐츠를 소비하는 형태로 예측되어있는 신분의 불만을 표출하거나 이질적인 조합으로 패션 스타일을 병치시키며 저항적 문화를 만들어 가는 것으로 해석할 수 있다.

구독자 32만 명을 보유한 준구의 유튜브에서는 청소년들 사이에서 외모를 소재로 한 대화가 일상적으로 이루어진다. 영상 제작자를 포함한 시청자들은 유사한 생활 패턴을 갖고 있는 청소년들로 준구는 Image 3과 같이 주로 시청자들이 쉽게 공감할 수 있는 학교, 학원, 부모님과 같은 주제로 소통하며, 온라인 내에서 지속적으로 교환되는 메시지들이 유튜버-시청자 간 중요한 대화 주제가 된다. 다시 말해 과거 지역사회에서 만대면 결속과 유대를 통해 확장되어 온 하위문화는 최근 구성원 간 직접적인 연결망 없이 ‘청소년 패션’이나 ‘청소년 메이크업’과 같이 공통된 관심사만으로도 디지털 미디어 공간에서 결속하고 유대감 형성이 가능한 것이다(Table 4).

구독자 14만 명을 보유한 유튜버 화니도 청소년들이 관심을 가질만한 패션 스타일의 구체적인 아이템을 소개하는 영상을 다수 제작한다(Image 4). 성인 중심의 미디어와 달리 비슷한 연령대의 유튜버가 시청자들이 겪어보았을 범한 한 경험담을 늘어놓거나 패션 제품에 대한 생생한 후기를 들려주어 청소년들의 공감이 더욱 쉽게 이루어지도록 한다. 청소년들은 영상을 통해 자신을 둘러싼 ‘환경에 대한 이야기’, ‘어른에 대한 저항이

Table 4. YouTube contents of the adolescent boys' appearance management

Thumbnail of YouTuber	Viewer's comment reactions
	<p>"Can you give me some information about that razor?"</p> <hr/> <p>"I envy you. We can't wear plain clothes and school uniforms (except midwinter)"</p> <hr/> <p>"I always have a good curling iron on my day off, too. haha... Which curler do you use?"</p>
<p>Image 3. Get ready with me (Joon-Peanut, 2016).</p>	<p>"Oh, I envy the color of the tie. We are red in the alignment"</p> <p>"Do you live alone or with your family?"</p> <p>Where did you get the hairdryer, curler and razor? Which high school do you go to?"</p>
	<p>"This time, fashion contents ? I love fashion contents like this. ? Get information and recommendations from Hwany's fashion"</p> <hr/> <p>"I really wanted to watch the video on the outer related video!"</p> <hr/> <p>"I want to buy a waffing hoodie, but I am 170 cm tall. What size should I buy?"</p>
<p>Image 4. Recommendation of padded coat (Hwan'e, 2018).</p>	<p>"Is the second hoodie too big? My height is about 153cm and I think it is too big for my school uniform"</p>
<p>Fashion related contents</p>	<p>Fashion haul, fashion item recommendation, makeup for high school students, fashion styling, season fashion trend/item</p>
<p>Characteristics of subculture</p>	<p>Intentional communication Get ready with me, recommendation for student fashion style related event, festival in school, communication about school, relationship</p>
<p>Bricolage</p>	<p>Vintage clothing store shopping, low price fashion and beauty item styling, imitation of adult ritual</p>
<p>Rebellion</p>	<p>School uniform styling, makeup routine for highschool students, exam week vlog</p>



나 불만의 표출', '외모 및 패션 스타일에 관한 고민'들을 댓글이나 채팅 창을 이용하여 해소한다. 이러한 메시지의 교환은 청소년과 관련된 채널들이 일종의 '고민 상담소' 이자 청소년들 사이에서 유행하는 트렌드를 함께 향유하며 재미를 찾아가는 일종의 '온라인 동아리'를 구축하는 것으로 볼 수 있다. 따라서 청소년의 외모를 주제로 한 여타 유튜브 채널들은 집단의 동조성에 힘입어 특정 패션 브랜드에 대한 선호를 결정할 뿐만 아니라 개인의 체형, 생김새, 취향을 달리하면서도 청소년들만의 스타일이라는 큰 틀은 유지 시켜준다는 점에서 청소년 하위문화의 확산에 일조하게 되는 것이다.

4.3. 드래그 퀸 문화

세 번째는 사회적으로 성 소수자에 대한 논의는 활발하나 하위문화 속에서도 잘 알려지지 않은 드래그 퀸 하위문화에 대한 사례이다. 드래그 퀸은 특정 성 정체성이나 성 역할에 구애받지 않으며, 주로 무대에서 짙은 화장, 드레스, 하이힐과 같은

여성의 전유물로 여겨지는 복장을 한 남성 하위문화를 의미한다(Chung & Yang, 2004). 최근에는 디지털 미디어를 통해 이들의 활동이 주류 문화들 사이에서 예술적 행위로 인정받음에 따라 그 영향력이 점차 확대되어 뮤지션, 모델, 누군가의 뮤즈로 활약하는 모습을 쉽게 접할 수 있다. 유튜브 내 드래그 퀸들의 하위문화적 패션 스타일의 특성 중에서 드래그 퀸의 의도적 소통과 저항적 요소는 여성 용품을 사용하여 과장된 여성의 신체 이미지를 보여주거나 화려함의 극치로 본인을 치장하여 악성 댓글을 읽는 행위, 지나치게 과장된 표정, 몸짓을 통해 드러난다. 이들은 생경한 퍼포먼스를 보여주기 위해서라면 광대나 만화 캐릭터를 연상시키는 저렴한 분장, 새로운 물건을 가져와 장신구로 활용하기, 이색적인 차림새 도전과 같은 변신에도 가감이 없다. 이러한 점에서 드래그 퀸과 관련된 영상들은 대부분 그들의 독특한 패션 스타일이나 영상의 미학적 연출을 통해 무대 의상과 성 정체성에 대한 고정관념을 깨는 브리콜라주 특성이 나타나며, 남성 혹은 여성으로 수용되는 본인의 매

Table 5. YouTube contents of the drag queen

Thumbnail of YouTuber	Viewer's comment reactions
	<p><i>"Look at the haters... The man you hate so much loves you all... You guys should love your neighbor"</i></p> <hr/> <p><i>"Recently, I've been interested in queer, and I don't have any professional knowledge, but watching videos makes me more interested"</i></p>
<p>Image 5. Drag queen Nana's direct answer (Nana Youngrong Kim, 2019a).</p>	<p><i>"you're truly amazing, wishing u the best, keep that good energy"</i></p> <hr/> <p><i>"you're truly amazing, wishing u the best, keep that good energy"</i></p>
	<p><i>"Thank you for your hard work. It's nice to see"</i></p> <hr/> <p><i>"I think it would be fun to make videos that tell us about Korean drag history"</i></p> <hr/> <p><i>"I hope he's okay with reading these though, please don't read it if it hurts to, that kind of people don't deserve your precious time!"</i></p> <hr/> <p><i>"I hope he's okay with reading these though, please don't read it if it hurts to, that kind of people don't deserve your precious time!"</i></p>
<p>Image 6. Reading nice & pretty comments of drag queen (Nana Youngrong Kim, 2019b).</p>	<p><i>"When I see you, I feel like I have confidence to strengthen my mind once more and raise my self-esteem. Thank you"</i></p>
<p>Fashion related contents</p>	<p>How to wear/make up, performance, overseas tours, backstage videos, queer parade, visiting fashion events, Daily outfit</p>
<p>Characteristics of intentional communication</p>	<p>Drag queen heavy makeup, bad comments reading, eccentric personal expression</p>
<p>Characteristics of subculture</p>	<p>Bricolage Feminine expression with fashion items, clownish or cartoonlike presentation</p>
	<p>Rebellion Exaggerated costumes, sexual appeal, use of women's fashion/beauty items, bad comments reading</p>

력을 주제로 시청자들과 소통하려는 특성을 보인다. Table. 5는 패션 유튜브에서 구독자 수 5만 명을 보유한 네온밀크(Neon milk)채널에 관한 내용이다. 여성의 모습이 되기를 지향하거나 애호하여 여성 분장을 하고 입장이 제한된 클럽이나 술집 같은 곳에서 음악과 함께 춤을 추며 다양한 퍼포먼스를 보이는 그들의 일상을 브이로그 형태로 기록하는 독창적인 채널이다. 이 채널에는 국내에 현존하는 10명 남짓의 드래그 퀸들이 대부분 등장하는데, 이들은 각자만의 화장이나 분장 방법, 실제 공연 모습, 해외 투어, 백 스테이지 영상, 퀴어 퍼레이드 행사 참여와 같은 드래그 퀸 삶의 전반적인 일상들을 영상으로 제작하여 새로운 문화를 대중에게 알리고 있다.

최근 드래그 퀸 구성원들은 스스로가 유명인이기 보다는 하위문화의 핵심적인 구성원으로서 유튜브에서 활동하는 모습을 보이는데, 그들은 자신들을 향한 사회적 편견이나 대중의 그릇된 인식을 바로잡기 위해 Image 5와 같은 시청자 댓글 기반의 Q&A 영상을 제작하거나 악플 읽기와 같은 콘텐츠들이 높은 조회 수를 기록하며 시청자들의 활발한 논의를 끌어내고 있다. 이는 간접체험을 통해 드래그 퀸 문화에 대한 전반적인 학습과

올바른 인식을 형성하는 데 기여할 수 있다. 시청자들은 전래 없는 문화에 대한 ‘거부감’, ‘지지’, ‘문화에 대한 학습’, 그리고 ‘호기심의 표현’과 같은 다양한 반응을 내놓으며 그들의 하위 문화에 큰 관심을 보인다. 문화 내부자들은 시청자들의 관심과 호응에 대한 보답으로 영상을 통해 고마움을 표현하거나 시청자들의 궁금증 해소를 위한 영상을 제작하여 구독자들과의 소통을 이어나간다.

Image 6에서 나나영롱킴은 화려한 패턴의 의상을 착용하고 짙은 무대화장을 한 채 자신을 향한 악플을 담담하게 읽어간다. 악플에는 ‘더러워 죽겠네’, ‘어떤 여자가 저렇게 메이크업 함?’과 같이 드래그 퀸을 향한 부정적인 인식을 내비치는 댓글들이 달리기도 하는데, 그는 이러한 댓글에 하나씩 담담하게 답변한다. 드래그 퀸들은 영상 속에서 강한 자기를 보이거나 스스로의 직업, 외모, 퍼포먼스 행위에 대한 높은 만족감을 표출하는 등 일관적인 모습을 보이는데, 그 결과 하위문화의 구성원들은 시청자들로 하여금 강한 사회적 지지를 얻거나 낮은 자존감이나 사회적 편견으로 인해 힘든 시청자들과 유튜버 간 공감대의 접점을 찾아가는 식으로 소통이 이루어지고 있다.

Table 6. YouTube video of the homo sexual


Thumbnail of YouTuber	Viewer's comment reactions
	"Your so cute I wish I had a relationship like this "
	"I get so happy when I see a new post, there honestly so adorable and I love you guys "
	"Your coat is so pretty! Can you tell me where it is from? haha"
	"Even though I'm a pretty young girl, I support and understand that people should be treated like they aren't human for liking who they want "

Image 7. Getting my boyfriend dressed (Mango couple, 2019b).

"I have watched most of your videos.. **I really love both of you... I wish you guys always happy in the future**"



Image 8. The pros and cons of being a gay couple (Mango couple, 2019a).

"I think I've seen a dream that I'll never dream of in real life. **I am so happy and sad that there are people who can trust each other for 6 years in our country**"

"I didn't actually see gay couples until I came in and I just listened. **There was some sort of rejection. But it's not much. It's just like a regular couple**"s

"We've been together for 4 years. Our problems seem to end up as **'no legal protection for each other's life partners**"

"I'm in my mid-60s, but **I'm not prejudiced. Everyone lives their own lives, and it's a matter of trust**"

Fashion related contents	Getting my boyfriend dressed, gay couple vlog, hangout outfit, travel fashion
Characteristics of subculture	Intentional communication Q&A or Communication about gay life, coming out stories, stereotype about gender or marriage in south korea
	Bricolage Exchange of clothing each other, getting dressed for boy friend, sexual taste challenge
	Rebellion Sensational joke, showing affection in public, sexual seduction and comments, vlog at home

4.4. 동성애자들의 정체성 표현

동성애는 오랜 기간에 걸쳐 지속 되어 온 하위문화로 생물학적 성별이나 기존의 성에 대한 관습들을 거슬러 미풍양속을 해친다는 이유로 대부분의 국가나 종교, 사회적으로 억압-탄압 받는 대상이자 부정적이고 혐오스러운 것으로 간주된 대표적인 저항적 하위문화이다. 동성애 문화와 관련된 가장 활발한 논의는 2000년 처음 서울에서 개최된 이후 전국적으로 매 해마다 열리는 퀴어 문화 축제를 중심으로 이루어져 왔으며(Ji, 2019), 성소수자들의 다양한 활동들은 국내에 존재해 온 기존의 젠더 체계가 모호해지도록 만들었다. 그 중에서도 디지털 미디어는 이러한 상황을 직접적으로 반영하여 새로운 변화에 직면할 수 있도록 하는 역할을 하고 있다.

웹디지 관점에서 살펴본 동성애의 하위문화적 특성은 국내 젠더에 대한 고정관념을 주제로 한 의도적 소통으로부터 출발

한다. 이들은 유명인이 아닌 평범한 동성애자의 관점에서 국내 문화의 통념으로 자리한 성적 취향과 성별에 고착화 된 스타일과 기대 역할, 라이프스타일과 같은 일상적인 내용에 반박하며, 담화를 통해 스스로를 주류문화로부터 분리하려는 특성이 나타난다. 이들은 비록 다른 하위문화에 비해 패션 스타일의 차이점이 두드러지지는 않으나 이들의 언어나 몸짓, 생활방식이 녹아있는 최근의 콘텐츠들은 1980년대 이후 동성애자들이 그들만의 패션 스타일과 행동방식, 독특한 옷차림을 지속적으로 표출해왔다는 점에서(Kate & Ruth, 2005), 국내의 문화적 특수성 속에서 동성애자들의 스타일 표현이 다른 문화권과는 어떠한 차이점이 있는지를 살펴보는 데 도움이 될 수 있을 것이다.

최근 유튜브 내에서도 연예인 수준의 인지도를 형성하고 적극적으로 자신의 성 정체성을 공개하는 유튜버들이 증가하고 있다. 이들은 남성 동성애자인 게이로, 구체적인 그들만의 성적

취향이나 특수한 환경을 경험하는 일상에 대한 이야기들을 영상 통해 솔직하고 적나라하게 담아낸다(Table 6). 동성에 커플이 등장하는 망원택 TV는 대중이 기존에 갖고 있던 소수자들에 대한 편견과 선입견에 대한 인식의 변화를 가져오고 있는 채널이다. 이들은 이성애자와 유사한 커플의 일상과 같이 성별에 크게 구애받지 않고 누구나 쉽게 접할 수 있는 영상을 주로 제작한다(Image 7). 뿐만 아니라 한국에서 성 소수자로 살아가는 사람들을 중심으로 거대한 팬덤을 보유하고 있으며, 시청자들과의 실시간 고민 상담, 커밍아웃에 관한 팁, 퀴어 축제 생중계 영상과 같이(Image 8), 이전의 전통매체에서는 개방적으로 논의되기 힘들었던 하위문화 구성원들의 생활양식들을 유튜브를 통해 알리고 있으며, 이러한 채널들은 흩어져있던 하위문화의 구성원들을 더욱 결속시키며 유사한 관심사, 취향, 가치관을 공유하는 사람들의 유입이 가능하도록 하여 그들만의 온라인 커뮤니티를 구축하는 구심점 역할을 수행할 수 있다.

기존에 동성애자의 이미지나 패션 스타일을 분석한 대부분의 연구들이 패션 사진이나 영화, 공연 캐릭터 등 제작자의 시선이 투영되어 재현된 동성애자가 주로 연구의 분석 대상이 되었다는 점을 고려해 볼 때(Chung & Yang, 2004, Lee & Kim, 2012), 유튜브에서는 실질적으로 활동하는 하위문화 내부자들의 삶을 확대하여 면밀하게 관찰할 수 있다는 점이 보다 객관적인 시각에서 성 소수자의 문화를 이해할 수 있도록 한다. 구체적으로 저항의 측면에서 유튜브들은 동성애자로서 ‘한국 사회에서 겪는 어려움’, ‘불평등에 대한 논의’, ‘누구에게도 말하지 못했던 고민’이나 ‘공급증 해소에 관한 요청’들을 곧바로 콘텐츠로 제작하여 시청자들과 활발한 논의를 이어나간다. 이는 동성애자들을 대상으로 한 성병유발이나 무차별적 혐오, 생물학적 위계질서의 파괴와 같이 사회의 부정적 인식에 관한 논쟁들은 변론으로 하고 시청자들의 지지를 받으며 구독자 수를 확보하고 있기에, 유튜브는 성 소수자들의 문화를 더욱 개방적이게 만들거나 기존에 대중이 갖고 있던 성 소수자에 대한 편향된 시각으로부터 탈피할 수 있는 소통의 창구이자 문화 확장의 공간이 될 수 있다.

5. 결 론

본 연구는 최근 디지털 미디어 문화 형성에 중요한 역할을 하고있는 유튜브 내 패션 콘텐츠들의 하위문화적 특성과 이에 대한 시청자 반응을 남성 유튜버를 중심으로 살펴보는 것을 목적으로, 디지털 미디어 속에서 패션을 통해 표현되는 하위문화 현상을 살펴 대중의 소수문화에 대한 인식 변화와 그 흐름을 읽는 데 도움이 되고자 하였다. 문헌 연구를 통해 남성 유튜버들의 외모 꾸미기 현상과 디지털 미디어를 매개한 하위문화의 확장의 관점에서 유튜브 환경을 고찰하였으며, 사례연구로서 유튜브 채널 내 영향력 있는 남성 유튜버들의 영상과 댓글 분석을 실시하여 콘텐츠의 하위문화적 특성을 살펴보았다. 위의 결과를 토대로 도출한 결론은 다음과 같다.

첫째, 유튜브 내 남성 하위문화의 유형은 크게 ‘메트로섹슈얼’, ‘남자 청소년’, ‘드래그 퀴’, 그리고 ‘동성애’ 문화로 구분될 수 있었다. 하위문화 구성원들은 앞서 랩디지가 논의한 바와 같이 ‘정상적인 스타일’과 자신들의 외형이나 행동, 패션, 생활 규범들을 의도적으로 구별 짓기 하려는 특성을 보였다. 유튜브 콘텐츠에서 패션을 활용한 하위문화의 특성을 살펴본 결과, 의도적 소통으로는 특정 집단 혹은 여성이 주로 사용하는 패션/뷰티 제품의 재해석, 여성의 행동을 모방하는 과장스러운 퍼포먼스, 준거집단의 외양 모방하기의 특성이 있었으며, 브리콜라주로는 새로운 물건을 패션 스타일이나 장신구로 사용하기, 창의적이거나 저비용의 패션 코디네이션과 같은 콘텐츠들이 있었다. 마지막으로 하위문화의 저항적 측면은 성 역할에 대한 고정관념이나 신분, 역할에 기대되는 모습에 저항하는 것으로 독창적이고 창의적인 남성 외모 꾸미기에 관한 콘텐츠들이 큰 인기를 얻고 있었다.

둘째, 기존에 존재해 온 하위문화에 대한 인식인 소수, 저항, 반항, 혹은 지배문화로부터의 적대, 배척과 같은 부정적 이미지들은 유튜브 내 시청자 댓글을 통해 일부 시청자들로부터 주류, 독창적, 응원과 같은 지지를 이끌어내며 긍정적으로 변화하고 있음을 확인하였다. 시청자들은 유튜브를 통해 진입장벽이 낮아진 생경한 문화에 대해 호기심을 가지며, 이에 관한 정보 탐색 및 모방에도 능동적인 모습을 보인다. 이는 유튜브가 시청자들의 다양한 취향을 발굴하는 데 도움을 줄 뿐만 아니라 다양한 문화 지식을 함양하도록 하여 유튜브가 주류·비주류 문화 간 폐쇄성을 어느 정도 해소하는 역할을 수행하고 있음을 알 수 있었다.

셋째, 유튜브는 영상 시청 외에 다양한 커뮤니케이션 활동이 가능하도록 하여 문화에 대한 간접 경험을 축적 시키는 역할을 수행하고 있음이 확인되었다. 유튜브 내에서는 다소 생소하거나 일상적으로 접해보지 못한 하위문화에 관한 새로운 정보들이 하위문화 내부자로부터 직접 형성되기에, 시청자와 비대면 관계를 유지하면서도 생동감 있는 문화 경험이 가능하였다. 다시 말해 과거 기성세대가 오프라인과 프린트 미디어를 통해 문화를 제한적으로 경험하였다면, 현재는 유튜브에서 간단한 키워드 검색만으로도 문화에 대한 풍부한 간접 경험이 가능한 것이다. 시청자들은 구독 및 댓글 달기와 같은 행위를 통해 선택적으로 문화를 수용할 수 있으며, 이는 하위문화에 대한 찬반 논의와 같은 다양한 의견 형성을 돕는다. 이는 새로운 미디어 담론 형성에 기여하는 것으로 유튜브를 통해 실질적인 하위문화의 형태를 갖추어 나갈 수 있도록 한다.

마지막으로 유튜브는 영상 제작자와 구독자 모두가 주체가 되어 정체성을 발견하고 구축할 수 있는 공간임을 확인하였다. 영상 제작자는 하위문화의 내부자이고 이들이 주체가 되어 구체적인 패션 스타일, 규범, 라이프스타일과 관련된 콘텐츠를 생산한다. 구독자들은 이러한 콘텐츠의 소비만으로도 개인의 존재와 이유를 탐색할 수 있는 장으로 활용하기도 한다. 다시 말해 문화 확장에 있어 제약이 없는 유튜브 영상을 소비하는 행

위는 하위문화에 대한 접근 가능성을 높여 문화 내부자들은 하위문화를 형성하게 되고 준거집단으로 삼는 시청자들에게는 선구자이며 열렬한 지지자가 되어줄 수 있다. 이는 익명의 힘을 빌려 댓글과 메시지 교환의 형태로 여러 사람들과 소통할 수 있다는 점에서 실질적인 하위문화의 결속에 기여할 수 있다.

본 연구는 유튜브 내 남성 하위문화가 형성되는 양상을 영상 내용의 댓글 분석을 통해 실질적으로 살펴보았다. 이는 패션 미디어의 관점에서 하위문화의 형성과 유지, 확장의 공간으로서 유튜브 플랫폼을 조명하였다는 점에서 새로운 시도라고 할 수 있다. 그러나 본 연구는 일시적이고 다소 유희적으로 제작되는 콘텐츠를 대상으로 하위문화의 흐름을 파악하였다는 점에서 장기간 축적되어 온 미디어 내 하위문화의 흐름 읽기가 충분히 논의되지 않았다는 한계점이 존재한다. 하위문화는 사회 안에서 문화적 다양성을 인지하게 하고 그들의 패션 스타일과 생활양식은 시대의 유행과 그 변화를 추적할 수 있는 중요한 단서가 된다. 이에 후속 연구에서는 보다 구체적으로 유튜브 내 하위문화에서 통용되는 패션 스타일에서 도출 가능한 다양한 미의식과 그 가치를 분석하는 연구가 이루어지기를 기대하며 이를 통해 빠르게 변화하는 디지털 미디어의 흐름 속에서 패션 스타일로 표현되는 하위문화의 모습을 추적할 수 있어야 할 것이다.

References

- An, H. J., & Park, M. N. (2007). Design analysis of men's fashion based on the metrosexual and ubersexual image. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 9(3), 99-113.
- Back, M. D., Schmukle, S. C., & Egloff, B. (2010). Why are narcissists so charming at first sight? decoding the narcissism-popularity link at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(1), 132-145. doi:10.1037/a0016338
- Becky, F., & Simon, C. (2007). Is "YouTube" telling or selling you something? tobacco content on the YouTube video sharing website. *Tobacco Control*, 16(3), 207-210. doi:10.1136/tc.2007.020024
- Bennett, A. & Kahn-Harris, K. (2004). *After subculture: critical studies in contemporary youth culture*. London: Palgrave Macmillan.
- Brake, Michael. (1985). *Comparative youth culture - The sociology of youth culture and youth subcultures in america, britain, and canada*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Byun, H. (2018). Analyzes the characteristics in the contents production and usage environment of YouTube and its popular channels; and examination of its implications. *A Treatise on The Plastic Media*, 21(4), 227-239.
- Chung, S. H., & Yang, S. H. (2004). The Study on drag queen's and drag king's fashion. *Journal of the Korean Society of Costume* 54(7), 135-150.
- Come2david. (2018, November 23). Skin care? no! concealer care!! *YouTube*. Retrieved March 22, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=bmn9WzyBi3I>
- Duits, L., Zwaa, K., & Reijnders, S. (2014). *The ashgate research companion to fan cultures*. Farnham: Ashgate.
- Gung, S. Y. (2002). *Subculture meaning of youth fashion style*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Gwak, S. M. (2019, November 4). 날 보러와요~시니어부터 쿼어까지 패션시장 강타! [Come see me~ from senior to quiz, hit the fashion market!]. *Fashionbiz*. Retrieved November 20, 2019, from <http://www.fashionbiz.co.kr/TN/?cate=2&recom=2&idx=175024>
- Han, J. M., Cho, M. S., Hong, S. E., & Park, S. W. (2016). Narcissism and clothing korean. *Journal of Social and Personality Psychology*, 30(2), 27-41.
- Hebdige, D. (1998). *Subculture* (Lee, D. H, Trans). Seoul: Hyunsilbook. (Original work published 1975)
- Hwan'e. (2018, November 10). Seven outer recommendations for wearing with school uniforms. *YouTube*. Retrieved March 22, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=FMtpD4aX4Wg>
- Ji, H. G. (2019, August 30). 'D-1' 성소수자 '인천퀴어축제' 긴장감 최고조 ['D-1' LGBT 'Incheon queer festival' the peak of tension]. *MK*. Retrieved November 23, 2020, from <https://www.mk.co.kr/news/society/view/2019/08/680610/>
- Joon-Peanut. (2016, November 13). Get ready with me. *YouTube*. Retrieved March 22, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=eBpfpOdzXcs>
- Jung, J. M. (2008). *A study on the post-subculture of youth culture - With an emphasis on fandom*. Unpublished doctoral dissertation, Myongji University, Seoul.
- Kate, S., & Ruth A, S. (2005). Fashion and clothing: the construction and communication of gay identities. *International Journal of Retail & distribution Management*, 33(4), 310-323. doi:10.1108/09590550510593239
- Kim, C. S., & Park, M. R. (2014). A study on the appearance care behaviors, clothing selection behaviors and clothing design preference of 20-30's korean men by the level of grooming. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(2), 245-254. doi:10.5805/SFTI.2014.16.2.245
- Kim, H. J. (2015a). A study on food porn as a sub-ulture - Centering on internet "Meokbang"(eating scene) in Afreeca TV. *Institute of Humanities, Chosun university*, 50, 433-455.
- Kim, J. H. (2015b). *A study on the sub-culture style in menswear collection*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Kim, K. H., Lee, S. Y., Park, S. H., & Park, H. J. (2014). The effects of ceo's narcissism on corporate performance - The moderating role of ceo's tenure. *Korean Corporation Management Review*, 54(0), 61-81.
- Kisoo Kim. (2018, November 06). Recommendation of cushion foundation. *YouTube*. Retrieved March 22, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=AZt-efTKpct>
- Kim, K. Y. (2017). A study on the development direction of the beauty creator in the one-man-media. *A Treatise on The Plastic Media*, 20(4), 29-35.
- Kim, S. J., & Kim, E. S. (2019). Analysis on contents of beauty creator's in personal media - Focused on YouTube four-men creators such as LeoJ, Hoonion, Hwan'e and Wondin. *The Journal of Korean Society of Design Culture*, 25(3), 37-53. doi:10.18208/ksdc.2019.25.3.37
- Kim, Y. M., & Na, Y. Y. (2019). The effect of the success orientation of the appearance of adult men on beauty management behavior and pursuit of appearance improvement. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 25(2), 79-91.

- Lee, D. Y. (1997). *문화연구의 새로운 토픽들 [New topic of culture study]*. Seoul: Moonhwagwahak.
- Lee, H. N., & Lee, D. Y. (2020). A study on the subculture of Korean hip hop—Focusing on Dick Hebdige’s subculture theory. *Culture and Convergence*, 42(1), 11-41. doi:10.33645/cnc.2020.01.42.1.11
- Lee, H. S. (2019, May 30). *분야별 수입이 가장 많을 것 같은 유튜버는?* [Which YouTuber is likely to earn the most?]. *THE OUTSOURCING TIMES*. Retrieved December 20, 2019, from <http://www.outsourcing.co.kr/news/articleView.html?idxno=84889>
- Lee, J. H. (2018, May 22). *김기수, 수입 개그맨 시절보다 줄어? “그래도 대기업 이사급”* [Kimkiso, less than when you were an import comedian? “still, he is a board member of a large company”]. *GRAPHY*. Retrieved December 21, 2019, from <http://www.e-graphy.co.kr/news/articleView.html?idxno=4260>
- Lee, M. S., & Kim, M. J. (2012). The characteristic of the clothing behavior of gay men according to gay identity -focusing on the drama-. *Journal of the Korean Society of Costume*, 62(6), 1-18. doi:10.7233/jksc.2012.62.6.001
- Mango couple. (2019a, September 28). The pros and cons of being a gay couple. *YouTube*. Retrieved March 20, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=bBYVmwr-Dko>
- Mango couple. (2019b, December 04). Getting my boyfriend dressed. *YouTube*. Retrieved March 20, 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=SU5ZR00-tZ8&t=52s>
- Martha, L., Kevin, G., & Joe, D. (2010). The choking game and YouTube - A dangerous combination. *Clinical Pediatrics*, 49(3), 274-279. doi:10.1177/0009922809339203
- Nana Youngrong Kim. (2019a, February 18). Drag queen Nana’s direct answer. *YouTube*. Retrieved March 20, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=5hoVnkuhqnw>
- Nana Youngrong Kim. (2019b, July 24). Reading nice and pretty comment of drag queen. *YouTube*. Retrieved March 20, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=vowVhD8X2HY>
- Park, H. J. (2018). *A study on the characteristic of neo-subcultural fashion*. Unpublished master’s thesis, Hongik-University, Seoul.
- Park, J. H. (2009). *A comparative study on clothing styles of Korean and Japanese youth subcultures during the 2000s*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul.
- Park, J. H. (2020). A study on lookism expressed in YouTube’s fashion contents - Focused on videos and comments. *Journal of fashion design*, 20(1), 35-53. doi:10.18652/2020.20.1.3
- Park, K. S., & Kim, S. Y. (2005). Metrosexual phenomenon in men’s fashion. *Chungnam Journal of Home Economics*, 18(1), 30-40.
- Son, J. Y. (2010). A study on sexuality shown in modern men’s hair style - Centering on metro sexual, uber sexual, and cross sexual. *Journal of Korean Beauty Society*, 16(2), 333-340.
- Spanos, B., Dickson, E., & Garber-paul, E. (2020, February 14). The viral videos that built YouTube. *RollingStone*. Retrieved February 20, 2020, from <https://www.rollingstone.com/culture/culture-features/youtube-viral-videos-953263/>
- Stake, R. E. (1981). Case study research methodology - An epistemological advocacy. Minneapolis: *Minnesota Research and Evaluation Center*. 272
- Sung, Y. H. (2007). *A study on the signification of “self-reflective images” realized through the video*. Unpublished master’s thesis, Yonsei University, Seoul.
- Tang, Q., Gu, B., & Whinston, A. (2012). Content contribution in social media: the case of YouTube. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 4476-4485.
- Tsai, C. (2015). The persuasive effectiveness of mini-films - Narrative transportation and fantasy proneness. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(1), 21-27. doi:10.1002/cb.1494
- Yang, M. K. (2004). A study on the patterns of subcultural fashion style. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 6(1), 46-54.
- Yim, E. H., & Kim, M. J. (2003). A study of the subcultural style in the 1990s. *Journal of the Korean Society on Costume*, 53(3), 13-31.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research design and methods* (3rd ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Youth culture. (2008). *Encyclopedia of children and childhood in history and society*. Retrieved November 23, 2020, from <https://www.encyclopedia.com/children/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/youth-culture20slab>. (2018). *Trend MZ 2019*. Seoul: Hanbitbiz.

(Received 30 October, 2020; 1st Revised 18 November, 2020; 2nd Revised 14 December, 2020; Accepted 24 December, 2020)