

볼리우드에서 변두리로: 인도 대중음악의 다양화와 미래

인도의 대중음악 가운데 가장 대표적이고 영향력 있는 장르는 볼리우드(Bollywood) 영화 음악이다. 인도에서 볼리우드 영화는 사회적, 문화적, 정치적 이야기를 담아내며 인도인들의 엄청난 인기를 받고 있는 문화 장르로서 단순한 엔터테인먼트 이상의 역할을 한다. 대중음악 역시 영화 음악이 주류로 자리매김하고 있고 영화의 흥행은 곧 영화 음악의 히트로 이어진다. 하지만 볼리우드가 인도 대중음악의 거의 유일한 대표자라는 인식은 현재 인도에 대한 많은 오해 중 하나가 되고 있다. 인도는 다양한 지역과 언어, 문화가 공존하는 나라로, 힌디어를 중심으로 한 볼리우드 외에 다른 인도어를 사용하는 영화 산업들도 부상하고 있다. 또한, 영화 산업에 국한되었던 대중문화가 스마트 폰의 보급, 다양한 플랫폼의 등장 등을 통해 인디 음악, 퓨전 음악 등 새로운 장르들이 대중과 직접 만나고 있다. 볼리우드 영화 음악 일색이던 인도 대중음악에 다양성과 변화의 바람이 불고 있다.

아디티 싱(한국외국어대학교)

볼리우드, 인도 대중문화를 점령하다

볼리우드(Bollywood)는 인도 서부에 위치한 마하라슈트라주의 주도(州都)인 봄베이(Bombay, 뭄바이의 옛 영어 지명)와 할리우드(캘리포니아의 Hollywood, 미국 영화 산업의 중심지)의 합성어이다. 인도의 대중음악에서 이 볼리우드 음악이 차지하는 비중은 실로 어마어마하다고 할 수 있다. 볼리우드의 이러한 영향력은 인도의 역사적 맥락과 연결되어 있다(Booth and Shope, 2014).

오랫동안 인도 대중음악은 영화 음악과 동의어로 여겨졌다. 그 시작은 1931년 인도의 첫 유성 영화인 《알람 아라》(Alam Ara)에서 비롯된다. 《알람 아라》에는 총 7곡의 노래가 포함되어 있었는데, 이후 음악 드라마 영화의 원형이 되었다(Skillman, 1986:133).

독립 이후 처음 수십 년 동안 영화 음악은 인도에서 생산되는 유일한 대중음악이었다. 1948~1952년 사이에 영화 음악을 정의하는 영화적 규범의 성문화가 이루어졌고, 이 전환은 이후 1970년대에 이르기까지 20년간 이어졌다(Booth, 2014:21-22). 이 시기에 볼리우드 작곡가들은 인도 고전 음악과 서양 화음을 결합하여 독특한 음악을 만들어 내면서 인도 영화 음악의 창의성이 정점에 달했다고 볼 수 있다.

한편 인도는 영국으로부터의 독립과 함께 제3세계를 선택하였다. 토착 산업화를 장려하는 경제 계획을 통해 각종 소비재 및 기술 수입을 엄격히 제한하거나 금지하고, 모든 수입품에 높은 관세를 부과했을 뿐 아니라, 모든 인도 등록 회사가 최소 60% 이상의 인도 소유권을 갖도록 요구했다(Guha, 2007). 이러한 조치로 인해 외국 소유의 음악 회사들은 인도를 떠날 수밖에 없었다(Booth and Shope, 2014:9).

하지만 이 조치는 국제적 고립을 초래했으며, 그 결과 인도의 대중음악이 큰 경쟁 없이 번창할 수 있는 환경을 조성하게 되었다(Booth and Shope,



인도의 첫 유성 영화 《알람 아라》(Alam Ara)
출처: Wikimedia commons

2014:10). 이러한 배경에서 볼리우드 시장은 영화, 음악 등의 대중문화를 점령할 수 있었다. 그리고 1980년대 후반 경제 자유화 과정에서 인도의 문화산업은 다른 분야들과 마찬가지로 세계화로 나아갔고 볼리우드 시장은 다양성의 확장, 인도 음악 제작의 기술적 변화, 그리고 영화 음악의 소비 증가로 이어지게 된다. 게다가 1990년대 후반에 이르러, 보다 체계적인 글로벌 배급 시스템, 인도 중산층 부상, 인도 디아스포라 덕분에 볼리우드의 힌디어 영화는 전 세계적인 관심을 받는 시장이 되었다(Sarrazin, 2014:48).



바피 라히리(Bappi Lahiri)의 앨범 (1995년 발매)
출처: Discogs

또 다른 예로 편집 지역 문화의 돌풍을 들 수 있다. 특히 블록버스터 Bollywood 영화 《Dilwale Dulhania Le Jayenge(DDLJ, 용기있는 자가 신부를 차지할 것이다)》(1995)는 1990년대 Bollywood 영화에서의 편자비 돌풍에 중요한 역할을 했다(Gera Roy, 2014:142). 이 편자비 음악의 인기와 편자비 팝의 인기는 편자비 아티스트 달레르 멘디(Daler Mehndi)의 영향으로 더욱 강해졌다. 그의 히트곡 “Tunak Tunak”(1998년 발표)은 그를 당시 가장 인기 있는 팝스타 중 하나로 만들어 주었다.

이러한 다양성은 Bollywood 일색이던 인도 대중음악에 새로운 변화를 가져 왔고 타밀 나주의 콜리우드(타밀어), 안드라 프라데시의 톨리우드(Tollywood, 텔루구어), 편집의 폴리우드(Pollywood, 편자비) 등 지역의 영화 및 음악 산업의 대성공을 이끌었다.

인도의 대중음악에서 독특한 점은 바로 이 지역적·언어적 다양성으로, 인도의 대중음악을 한 가지 장르로 규정하기 어렵게 만든다. 예를 들어, Bollywood 음악이 인도의 대중음악을 나타내는 주된 장르로 여겨지지만, 인도에서는 몇백 킬로미터마다 그 지역에 특화된 방언과 음식이 다르다는 말이 있듯이, 음악도 특히 “대중음악”은 누가 그것을 소비하느냐, 어떤 언어에 가장 공감하느냐, 음악이나 가사 중 무엇이 더 매력적이냐에 따라 달라진다. 음악의 “Rasa”(맛)는 이러한 요소들에 의해 결정되며, 이는 동시에 인도인, 편자비, 타밀, 벵골어를 사용하는 사람들을 모두 아우르는 인도의 문화적 다양성을 잘 보여준다(Booth and Shope, 2014:4).

대중음악 시장의 지역적, 언어적 다양화

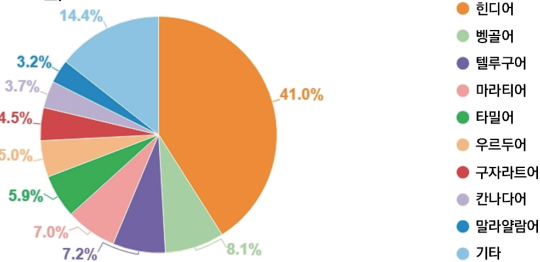
인도는 수백 개의 방언과 소수 언어들 존재한다. 힌디어를 사용하는 Bollywood 영화가 인도 영화를 상징하게 되었지만 타밀어, 벵갈리, 텔루구어 등 다른 언어를 사용하는 지역에서도 대중음악과 영화 산업이 성장하게 되었고 대중음악 시장의 다양화를 이끌고 있다.(Booth and Shope, 2014:2).

음악 플랫폼의 다양화와 독립 음악계의 약진

인도 대중음악에서 불고 있는 또 하나의 중요한 변화는 영화 음악이 아닌 대중음악이 새로운 플랫폼을 통해 떠오르고 있다는 점이다. 학자들은 흔히 대중음악을 ‘이질적인 관객층을 대상으로 대량 생산되고 마케팅되는 음악 상품’으로 정의한다(Beaster-Jones, 2007:5, Schultz 2014:277에 인용). 이러한 맥락에서 오디오 문화, 대중음악, 제작, 유통, 소비 방식은 대중음악 발전에 매우 중요한 역할을 한다. 예를 들어, 1970년대 중반에 카세트 기술이 인도에 도입되었을 때, 이는 소비자 수를 급격히 증가시키며 인도 대중음악의 성격을 바꾸었다(Manuel, 1993:37). 오디오 카세트 기술은 비영화 음악의 대중화에 기여했지만, 이는 영화 음악의 소비나 인기를 대체한 것은 아니었다.

그 결과 1990년대에 알리샤 치나이(Alisha Chinai), 달레르 멘디(Daler Mehndi), 바바 세갈(Baba Sehgal)과 같은 많은 팝 아티스트들이 첫 번째 힌디 팝 물결(Indi pop)에서 큰 인기를 얻었다. 1980년대와 1990년대에는 인기 있는 종교 장르, 지역 음악, 비영화 민속 노래에 대한 시장도 성장했다.

인도 언어 구성(2001년)¹



¹ 데이터는 달리 각주가 없는 한 인도의 공용(“공식적으로 인정된”) 언어에 대한 것이며, 힌디어(약 66%)와 영어(약 33%)도 공용어(lingua franca)로 사용된다. 비공식(“공식적으로 인정되지 않는”) 언어도 다수 쓰인다.

© Encyclopædia Britannica, Inc.

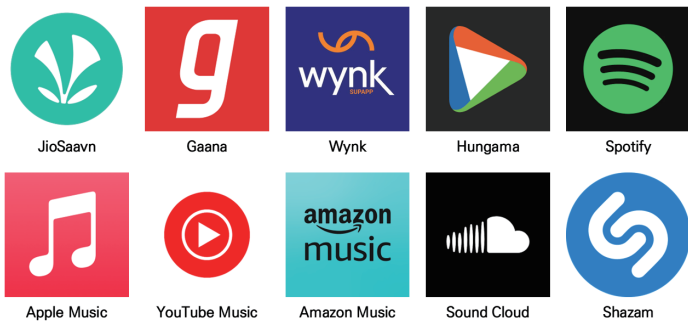
출처: 브리태니카 백과사전

인도의 지역 언어 영화 가운데 타밀 영화 산업, 일명 콜리우드(Kollywood)는 Bollywood의 지배에 맞서 선도적인 대항 세력을 형성하고 있다(Getter, 2014:62). 2011년 말, 타밀 노래 “Why This Kolaveri Di?”가 유튜브에 업로드되어 바이럴 센세이션을 일으켰다. 이 노래는 2011년 11월 17일 인도 내 유튜브에서 가장 많이 검색되고 재생된 영상이다(Getter, 2014:71). 이후 이 노래는 힌디어, 영어, 편자비, 벵골어 등 다양한 언어로 커버되었고, 거리에서는 이 노래에 맞춰 플래시 몹(flash mob) 댄스를 추는 등 대중음악의 새로운 트렌드를 만들었다.

현대에는 음악 스트리밍 플랫폼이 비영화 음악의 부상을 위한 독특하고 더 지속 가능한 기회를 창출하고 있다. 인도의 음악 문화는 산업 규모에서 주로 영화 사운드트랙을 기반으로 하고 있지만(Lal, Hesmondhalgh, Umney, 2023:293), 음악 스트리밍 플랫폼 시대에 비영화 음악도 엄청난 인기를 얻고 있다. 예를 들어, 편자비 음악은 비영화 장르에서 두드러지며, 힙합과 랩 장르(볼리우드에서 수용된 장르) 또한 마찬가지로(Bhatt, 2018).

인도의 주요 지역 음악 스트리밍 플랫폼으로는 JioSaavn, Gaana, Wynk Music, Hungama 등이 있으며, 이들은 대부분의 국가에서 선도적인 음악 스트리밍 플랫폼인 Spotify와 Apple Music보다 더 우세하다(Lal, Hesmondhalgh, Umney, 2023:294). 이들 플랫폼을 통해 주류 볼리우드 영화에서 후원을 받지 못하는 보즈푸리(Bhojpuri), 하리아나비(Haryanvi), 구자라티(Gujarati) 등 다른 언어로 된 음악도 인기를 얻고 있으며, 이는 인도 대중문화에 영향을 미치고 있다(Jha, 2022).

인도의 주요 음악 스트리밍 플랫폼 © DiverseAsia



현재 유튜브(YouTube)는 인도에서 가장 높은 음악 소비량을 기록하고 있으며, 시청 시간과 도달 범위 면에서 최상위를 차지하고 있다(Khan, 2024). 이러한 이유로, 디지털 시대에 인도의 독립 음악 씬에서 특히 도시 청년층을 중심으로 몇 가지 중요한 변화가 목격되고 있다. 유튜브나 사운드클라우드(SoundCloud)와 같은 디지털 플랫폼의 등장으로, 아티스트들은 전통적인 음악 산업 구조에 얽매이지 않고 전 세계에 자신들의 작품을 퍼뜨릴 수 있게 되었다. 유튜브는 2010년대 인도 래퍼들이 독립적으로 앨범을 제작할 수 있도록 돕고 있다. 예를 들어, 저렴한 휴대폰, 워크맨, VCR 플레이어와 같은 기술적 발전은 사회적 주변부 공간에도 스며들며, 뭄바이의 다라비(Dharavi)와 같은 공간에서도 힙합이 유통될 수 있다(Konda, 2020).

인도 대중음악에서 음악이 사회적 논평을 제공하는 역할은 드문 일이 아니다. 최근 인도 힙합의 부상은 소외된 목소리들을 위한 강력한 플랫폼을 제공한다. 디바인(Divine)과 프라브 딥(Prabh Deep)과 같은 아티스트들에게 힙합은 빈곤, 불평등, 부패 등 인도 도시 청년들이 직면한 문제들을 표현하는 도구가 되었다. 2019년 12월 중순부터는 논란 속에서도 파이즈 아흐마드 파이즈(Faiz Ahmad Faiz)의 'Hum Dekhenge'(1979년 파이즈가 억압과 폭정에 맞

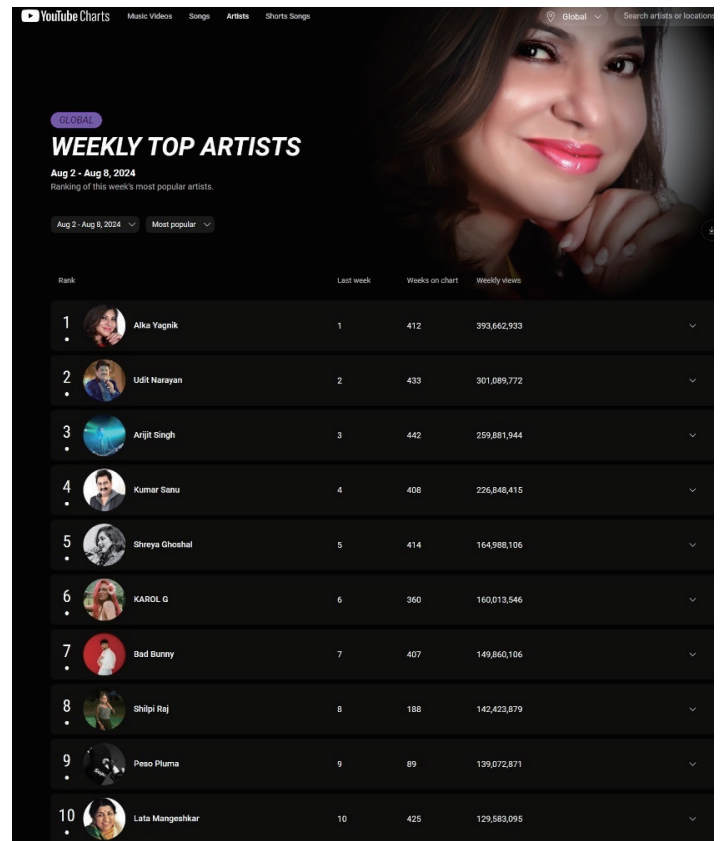
서 싸우기 위해 쓴 우르두 시로, 1986년 파키스탄 가수 이크발 바노가 처음 불렀음)가 수정된 시민권법(Citizenship Amendment Act)에 반대하는 시위 장소 곳곳에서 울려 퍼졌다(Damodaran, 2020a). 이 시위는 바크티(Bhakti)나 수피(Sufi) 음악의 노래를 대중화시키기도 했으며, 이는 종교적 노래가 신성한 영역을 넘어 반대 의견을 표명하는 공간에서도 사용될 수 있음을 보여주었다. 아티스트 디(Dhee)와 아리부(Arivu)의 "Enjoy Enjaami"는 카스트에 대한 문화적 저항과 노동계급을 찬양하는 타밀어 노래로, 젠더 역할과 표현에 대해 독특한 관점을 제시하며 2021년 7월에 세계적으로 큰 인기를 끌었다(Padmanabhan and Kanna, 2021). 이 뮤직비디오는 상업적 얼굴이 아닌 인도 농촌의 실제 사람들을 특징으로 하며, "Enjoy Enjaami"라는 문구는 인도 청년들 사이에서 인기 있는 캐치프레이즈가 되었다. 이러한 사례들은 비영화 음악이 인도 대중음악에서 특별한 위치를 차지하고 있음을 재확인시켜준다. 또한 디지털화가 인도 대중음악 장면을 민주화하고 있음을 보여준다.

<https://youtu.be/unOqa2tnzSM>

파이즈 아흐마드 파이즈(Faiz Ahmad Faiz)의 'Hum Dekhenge'

<https://youtu.be/eYq7WapuDLU>

디(Dhee)의 'Enjoy Enjaami'(ft. 아리부(Arivu))



유튜브 주간 인기 아티스트 차트(2024년 8월 2~8일 주간)
출처: YouTube Charts

디지털 기술은 인도 대중음악과 그 글로벌 매력 간의 상호작용을 촉진하고 강화하고 있다. 흥미로운 점은 최근 아카데미 시상식과 골든 글로브 시상식에

서 인도 텔루구어 영화 《RRR》의 노래 “Naatu Naatu”가 음악상을 수상하고, 인도 음악가 King이 2022년에 Spotify의 글로벌 톱 송 및 앨범 차트에 진입하며, 영화 음악가 아리지트 싱(Arijit Singh)이 2022년 전 세계에서 가장 많은 팔로워를 보유한 음악가 중 한 명으로 선정되는 등 인도 음악 문화가 서구로 역류하는 현상이다. 또한 인도 음악가 딜지트 도산즈(Diljit Dosanjh)가 코첼라(Coachella)에서 공연한 것도 스트리밍 플랫폼이 서구 중심의 음악 흐름에 도전하는 역할을 하고 있음을 보여준다(Lal, Hesmondhalgh, Umney 2023:301-302).

흥미롭게도, 2024년 8월 2일부터 8월 8일까지 유튜브 주간 아티스트 차트(카테고리: 인기 순위)에서 상위 10명 중 5명이 인도 영화 음악가였다. 볼리우드가 여전히 지배적인 위치를 차지하고 있지만, 독립 음악의 부상, 기술적 발전, 글로벌 협업 등이 인도 대중음악의 공간을 새롭게 정의하고 있다.

볼리우드 그 너머, 인도 대중음악에 거는 기대

인도 대중음악의 이야기는 훨씬 더 복잡하여 힌디 영화 산업의 경계를 훨씬 뛰어넘는다. 하지만 볼리우드 음악이 이 영역을 변화시키는 데 중요한 역할을 했다는 사실은 부인할 수 없다. 인도 대중음악의 중요성은 단순한 즐거움 그 이상이다. 인도와 같은 이질적인 국가의 정체성을 반영하는 정치적, 사회적, 문화적 이야기를 전달하는 효과적인 매체가 되며 사랑과 행복부터 빈곤과 불평등에 이르기까지 모든 것에 대한 비판을 제공한다.

그러나 훨씬 더 중요한 것은 인도 대중음악의 중요성을 이해하기 위해서는 볼리우드(힌디어)를 초월한 범 인도적인 아이디어가 뒷받침되어야 한다는 것이다. 이를 위해 콜리우드(타밀어), 톨리우드(텔루구어), 나중에는 편자비 팝계와 같은 지역 음악 기업들이 오랫동안 볼리우드의 헤게모니에 도전하여 취향적 다양성과 혁신을 위해 노력해왔다.

지역의 악기, 방언, 민속 전통을 인도의 대중음악과 결합함으로써 그것이 단순한 장르가 아니라 역동적인 생태계를 입증했다. 이러한 제작 및 배포 과정을 민주화하는 인터넷 플랫폼을 바탕으로 새로운 세대의 독립 음악가와 장르가 탄생하고 있으며 이러한 다양성이 더욱 커지고 있다. 도시 힙합 아티스트의 사회적으로 의식적인 구절과 지역 싱글의 국제적 성공을 모두 허용하는 것은 이러한 문화적 풍부함이다. 이것이 볼리우드 너머에 있는 인도의 대중음악에 대해 우리가 관심을 가지고 믿어주어야 할 이유이다.

저자 소개

아디티 싱(Aditi Singh)(aditisingh387@gmail.com)은

현재 한국외국어대학교 인도연구소 HK연구교수로 재직하고 있다. 2020년 자와할랄 네루 대학교 역사 연구 센터에서 고대 인도사 박사학위를 취득했으며, 카스트, 계급, 성별 문제를 조사하는 인도 역사의 사회 문화 연구에 깊은 관심을 갖고 있다. 최근의 연구로는 인도의 새로운 역사 교육 정책 및 현대 인도 박물관의 이름 변경 정책과 같은 현대 인도사와 관련된 주제를 다루고 있다.

* 본 기고문은 전문가 개인의 의견으로 서울대아시아연구소의 의견과 다를 수 있습니다

참고문헌

- * Beaster-Jones, Jayson. 2007. "Selling Music in India: Commodity Genres, Performing Cosmopolitanism, and Accounting for Taste." Ph.D. diss., University of Chicago.
- * Bhatt, Shephali. 2018. "How Punjab Became Home to India's Biggest Non-Film Music Industry." *The Economic Times*, July 8. <https://economictimes.indiatimes.com/magazines/panache/how-punjab-became-home-to-indias-biggest-non-film-music-industry/articleshow/64898701.cms>
- * Booth, Gregory D., and Bradley Shope, eds. 2014. "Introduction—Popular Music in India." In *More Than Bollywood: Studies in Indian Popular Music*, 1–16. Oxford: Oxford University Press.
- * Booth, Gregory D. 2014. "A Moment of Historical Conjunction in Mumbai: Playback Singers, Directors, and Arrangers and the Creation of Hindi Song (1948–1952)." In *More Than Bollywood: Studies in Indian Popular Music*, eds. Gregory D. Booth and Bradley Shope, 29–51. Oxford: Oxford University Press.
- * Damodaran, Sumangala. 2020a. "Indian Rap and Rock Bands Create New-Age Protest Songs." March 31. Sahapedia. *Indian Rap and Rock Bands Create New-Age Protest Songs | Sahapedia*
- * Damodaran, Sumangala. 2020b. "Yeh Gulab Nahin, Inquilab Hai: Continuing Tradition of Protest Music in Contemporary India." March 31. Sahapedia. *Yeh Gulab Nahin, Inquilab Hai: Continuing Tradition of Protest Music in Contemporary India | Sahapedia*
- * Encyclopaedia Britannica. "India: Indo-European Languages." Accessed August 14, 2024. <https://www.britannica.com/place/India/Indo-European-languages>.
- * Gera Roy, Anjali. 2014. "Filming the Bhangra Music Video." In *More Than Bollywood: Studies in Indian Popular Music*, eds. Gregory D. Booth and Bradley Shope, 217–233. Oxford: Oxford University Press.
- * Getter, Joseph. 2014. "Kollywood Goes Global: New Sounds and Context for Tamil Film Music in the 21st Century." In *More Than Bollywood: Studies in Indian Popular Music*, eds. Gregory D. Booth and Bradley Shope, 199–216. Oxford: Oxford University Press.
- * Guha, Ramachandra. 2007. *India after Gandhi: The History of the World's Largest Democracy*. London: Picador.
- * Jha, Lata. 2022. "Labels, Artistes Tap Growing Demand for Non-Film Music." *Mint*, April 20. <https://www.livemint.com/industry/media/labels-artistes-tap-into-growing-demand-for-non-film-music-11650428801812.html>.
- * Khan, Mustafa. 2024. "Youtube Broadcast Event: New Ad Features for Shorts and TV Announced." August 8. Digit.in. *YouTube Brandcast event: New ad features for Shorts and TV announced (digit.in)*
- * Konda, Goutham Raj. 2020. "Voice of the Streets: Hip-hop as a Sociocultural Expression of Dharavi's Youth." Sahapedia, October 27. *Voice of the Streets: Hip-hop as a Sociocultural Expression of Dharavi's Youth | Sahapedia*
- * Lal, A., Hesmondhalgh, D., & Umney, C. 2023. "The Changing Shape of the Indian Recorded Music Industry in the Age of Platformisation." *Contemporary South Asia* 31(2): 291–310. <https://doi.org/10.1080/09584935.2023.2206998>.
- * Manuel, P. (1993). *Cassette Culture: Popular Music and Technology in North India*. Chicago: University of Chicago Press.
- * Sarrazin, Natalie. 2014. "Global Masala: Digital Identities and Aesthetic Trajectories in Post-Liberalization Indian Film Music." In *More Than Bollywood: Studies in Indian Popular Music*, eds. Gregory D. Booth and Bradley Shope, 177–198. Oxford: Oxford University Press.
- * Schultz, Anna. 2014. "The Liveliness of Pandit Bhimsen Joshi's Popular Abhangas." In *More Than Bollywood: Studies in Indian Popular Music*, eds. Gregory D. Booth and Bradley Shope, 234–252. Oxford: Oxford University Press.
- * Skillman, Teri. 1986. "The Bombay Hindi Film Song Genre: A Historical Survey." *Yearbook for Traditional Music* 18: 133–144. <https://doi.org/10.2307/768525>.
- * Padmanabhan, Sreenidhi and Ajith Kanna. 2021. "What Arivu's 'Enjoy Enjaami' Tells Us About the Cultural Resistance to Caste." *The Wire*, July 11, 2021. Accessed August 14, 2024. <https://thewire.in/caste/what-arivu-enjoy-enjaami-tells-us-about-the-cultural-resistance-to-caste>.