

한국 아이돌 팬 창작물의 생성 구조

A Structure of Generating the Fan-made Works in Korean Idol

정은혜, 한혜원
이화여자대학교 융합콘텐츠학과

Eun-hye Chung(artist0926@gmail.com), Hye-won Han(hwghan@ewha.ac.kr)

요약

본 논문은 한국 아이돌 팬 창작물의 텍스트 생성 과정과 코드화를 분석했다. 아이돌 팬 창작물이란, 창작 주체인 팬이 아이돌 콘텐츠를 원천으로 삼아 텍스트를 창작한 콘텐츠이다. 본 논문의 주요 연구 대상으로는 스토리텔링을 기반으로 하는 남성 아이돌 그룹인 '방탄소년단'과 '엑소'의 팬 창작물을 채택했다. 이론적으로는 빌렘 플루서의 '기구-작동자'와 '기술적 형상'의 개념을 적용해 분석했다. 분석 결과, 아이돌 콘텐츠는 팬 해석의 분화와 통합을 통해서 팬 창작물의 데이터베이스를 구축하고 통합적 스토리 월드를 생성한다. 이때 팬들은 코드를 생성하고 작동시키는 기구-작동자이다. 팬들은 아이돌 콘텐츠의 특정 부분을 탈맥락화하며 원전 텍스트를 강화하고 구조적 완결성과 자율성을 추구한다. 동시에 아이돌 콘텐츠의 중첩되는 부분을 재맥락화하고 원전 텍스트의 영역을 확장한다. 결과적으로 한국 아이돌 팬 창작물은 사용자이자 창작 주체인 팬의 의식과 가치를 담아낸다는 점에서 코드화된 기술적 형상으로 작동한다.

■ 중심어 : | 아이돌 콘텐츠 | 팬덤 | 사용자생성콘텐츠 | 기구-작동자 | 기술적 형상 |

Abstract

This paper analyzed the process of text generation of the fan-made works in Korean idol. The subjects of the study adopted the fan-made works of 'BTS' and 'EXO'. This is applied the concepts of 'Apparatus-Operator' and 'Technical form' in Vilém Flusser. Idol contents build a database of fan-made works and create the storyworld through separation and integration of fan's interpretations. By decontextualizing and recontextualizing the idol contents, fans reinforce and extend the original texts.

■ keyword : | Idol Contents | Fandom | User Generated Contents | Apparatus-Operator | Technical form |

I. 서론

한국의 아이돌 콘텐츠와 팬덤은 국내외에서 주요한 문화 현상으로 주목받고 있다. 유튜브(Youtube) 영상 조회수를 기준으로 제작된 '케이팝 세계지도'에 따르면, 한국 아이돌 콘텐츠에 대한 조회수 중에서 89%가 해외에서 집계된 것으로 실제 아이돌 기획사의 매출 중

70% 이상이 역시 해외에서 발생하고 있다[1][2]. 한국 아이돌 콘텐츠란 기획사에서 주도적으로 제작한 콘텐츠는 물론, 팬들이 주도적으로 제작한 콘텐츠도 포함된다. 아이돌(idol)은 어원적으로 '우상', 실체가 없는 이미지의 형상을 의미한다[3]. 즉 아이돌은 본래 원본 없는 이미지의 총체이다. 때문에 기획사는 빈 칸을 체계적으로 기획하고 육성해 대중에게 선보일 수 있다. 이

* 이 논문은 2019학년도 이화여자대학교 대학원 장학금 지원에 의한 논문입니다.

접수일자 : 2020년 08월 24일
수정일자 : 2020년 09월 10일

심사완료일 : 2020년 09월 15일
교신저자 : 한혜원, e-mail : hwghan@ewha.ac.kr

때 일부 대중들은 아이돌에게 공감 혹은 비판을 하면서 ‘팬(fan)’으로서의 정체성을 구축하고 ‘팬덤(fandom)’이라는 공동체를 형성하게 된다[4].

유튜브 등 웹 플랫폼이 활성화되고 디지털 저작도구가 대중화됨에 따라, 일부 팬들은 아이돌 콘텐츠를 원본으로 삼고 다양한 형식의 아이돌 팬 창작물(Fan-made Works in Idol)을 주도적으로 생산 및 유통하기에 이르렀다. 아이돌 팬 창작물이란 ① 창작의 주체인 아이돌 팬이, ② 아이돌 콘텐츠를 원전으로 삼아, ③ 텍스트를 변형시켜 창작한 작품들을 일컫는다. 형식적으로는 팬픽, 팬아트, 팬무비, 팬비디오 등 글, 그림, 사진, 영상 등을 모두 포괄한다.

한국 아이돌 팬덤과 창작물에 대한 논의는 2000년대 초반부터 진행됐다. 먼저 팬덤 현상 자체에 주목한 연구가 있다. 이들은 주로 젠더, 타자성, 정치성 등 담론에 주목했다[5-9]. 해당 연구들은 팬덤을 문화적 현상으로 규정했다는 점에서 유의미하다. 그러나 팬덤을 사회적 집단으로만 전제했다는 점에서 한계적이다. 2010년 이후 해외에서 진행된 한국 아이돌에 대한 연구 역시 팬덤 현상 자체에 대한 논의가 주를 이룬다[10][11]. 이들은 유튜브 플랫폼을 중심으로 확산된 케이팝 아이돌 콘텐츠와 해외 팬덤에 주목했다.

이후 팬들의 2차 창작물 자체에 주목한 연구들이 진행됐다. 이러한 논의는 팬픽을 중심으로 진행됐다[12-16]. 선행 연구들은 팬 창작물의 텍스트 자체를 분석했다는 점에서 의의가 있다. 그러나 대부분 팬픽 장르에 국한되어 서사적 관점에서 분석을 진행했다는 점에서 한계적이다. 최근의 팬 창작물이 소설뿐만 아니라 이미지, 동영상 등 다양한 형식으로 확대되고 있다는 점을 고려할 때 더욱 그러하다.

한편 팬과 콘텐츠의 상호작용 자체에 주목한 연구들도 진행됨 바 있다[17-21]. 이 경우 주로 마케팅 차원에서만 논의됐다. 본 연구는 이러한 선행 연구들을 토대로 하되, 아이돌 팬 창작물 자체를 독립된 연구 대상으로 선정하고, 아이돌 콘텐츠의 생태계를 구성하는 과정을 분석하고자 한다. 이로써 아이돌 팬 창작물이 아이돌 콘텐츠의 생태계를 구성하는 주축이자 아이돌 콘텐츠 문화의 핵심임을 밝히고자 한다.

주요 연구 대상으로는 국내의 남성 아이돌 그룹인 ‘방

탄소년단(BTS)’과 ‘엑소(EXO)’의 팬 창작물을 채택한다. 두 아이돌은 콘텐츠 기획 단계부터 허구적 스토리텔링을 기반으로 삼아 세계관을 구축했다[22]. 이를 토대로 팬들의 적극적 참여와 팬 창작물들이 다양하게 나타났고, 무엇보다도 국내의 대표적인 팬 문화 사례로 평가받고 있다[21][23]. 또한 해외 대표적인 팬 창작물 사이트 〈Archive of Our Own〉에서 각각 약 130,200여개, 약 37,500여개의 팬 창작물을 보유하고 있다는 점 역시 국내외를 아우르는 팬 문화 현상을 보여준다[24].

이에 본 연구에서는 ① 해당 아이돌 팬임을 명시하고 있으면서 ② 유튜브, 트위터, 공식 팬 카페 및 앱을 비롯한 온라인 플랫폼에서 생성된 ③ 아이돌 콘텐츠와 관련된 창작물(글, 그림, 사진, 영상 등의 형태)을 중심으로 분석을 진행하고자 한다. 이에 해당하는 대상은 2020년 8월 15일까지 유튜브, 트위터, 네이버 플랫폼에서 BTS와 EXO로 검색 시 제공되는 팬 창작물과 기획사에서 운영하는 공식 팬 카페와 앱에 업로드 된 팬 창작물이다.

II. 이론적 논의

1. 빌렘 플루서의 코드 개념

본 논문에서 분석의 이론으로 삼을 개념은 빌렘 플루서가 제시한 ‘기구-작동자’와 ‘기술적 형상’이다. 플루서에 따르면, 기술적 형상은 그림의 일종이지만 특정한 개념을 의미하는 새로운 코드이다[25]. 여기서 코드는 상징을 정돈하는 규칙들로, 우리를 둘러싼 세계는 이러한 코드로 구성되어 있다[25]. 또한 기구-작동자란 기술적 형상을 생성하는 필수적인 존재로, 기구와 작동자의 기능이 서로 융해된 복합체를 의미한다[25]. 이러한 ‘기구-작동자’와 ‘기술적 형상’이 작동하는 코드화 과정은 다음과 같이 표현된다.

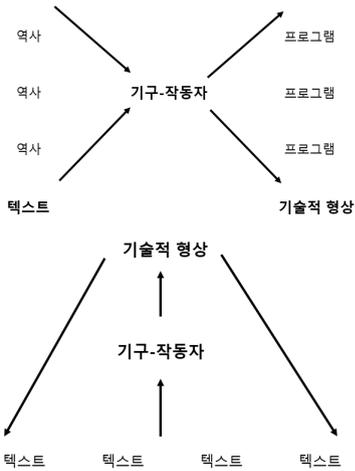


그림 1. 빌렘 플루서의 코드화 개념과 구조[25]

플루서는 세계를 구성하는 각각의 역사를 텍스트라고 지칭하고, 이들이 기구-작동자라는 복합체를 통해 코드 전환을 거치게 된다고 설명한다[25]. 기술적 형상은 기구-작동자에 의해 코드에 따라 프로그램화된 형상이 된다. 결국 세계는 이러한 텍스트, 기구-작동자, 기술적 형상을 통한 코드화 과정으로 구축된다.

2. 아이돌 콘텐츠의 스토리월드

한국의 아이돌(idol)은 기획과 편집을 통해 형성된 이미지라는 점에서 시뮬라크르(simulacre)적 존재이다[26]. 시뮬라크르란 존재하지 않는 대상을 존재하는 것처럼 만든 인공물이다[27]. 따라서 시뮬라크르인 아이돌은 다양한 형식과 내용으로 이미지를 구체화해서 대중들에게 노출된다.

한국의 아이돌 콘텐츠는 빈 칸과 해석의 여지를 갖고 팬에게 전달된다. 그리고 팬의 창작 활동을 통해 이미지가 변환되고 대체된다. 이러한 과정의 기반을 이루는 것이 아이돌의 세계관과 기반적 스토리이다. 가령 EXO는 신화적 소재와 초능력 등의 판타지적 이야기를, BTS는 트라우마, 가난, 가정폭력 등의 현대 사회의 문제에 대한 이야기를 세계관으로 삼는다.

최근 등장한 아이돌일수록 이러한 기반적 스토리는 강화된다. 예를 들어 투머로우바이투게더는 소년들의 성장 과정을 판타지 배경과 소재로 전달한다. 이달의 소녀 역시 멤버들이 각기 다른 염색체를 가진 신인류로

소개하고 뮤직비디오 등을 통해 그들의 허구적 세계를 제공한다. 그리고 허구적 세계는 스토리월드로 이어진다. 스토리월드란 스토리에서 발생하는 사건을 통해 점차 발전하는 상상된 시공간적 전체, 즉 허구적 세계관을 의미한다[28].

이러한 허구성에 기반을 둔 세계관과 스토리를 통해서 해당 아이돌 멤버는 허구적 페르소나를 갖게 된다. 이는 실제 아이돌 멤버 개인의 페르소나와 반드시 일치하지는 않는다. 예를 들어서 BTS 멤버들은 불우한 상황, 생계의 어려움, 가족의 부재와 불화의 경험은 없다. 그러나 세계관 내 페르소나는 가난한 알바생, 가정폭력, 어머니께 버려짐 등의 상황으로 나타난다. 마찬가지로 EXO의 세계관 속 초능력이나 사건은 실제 개개의 멤버들의 성격이나 상황과의 연계되지 않는다.

그럼에도 불구하고 팬들은 허구적 세계관과 스토리, 아이돌의 페르소나를 통합적 세계로 이해하며, 이를 일종의 매직서클(magic circle)[29]로 인지한다. 팬들은 주어진 허구적 세계와 페르소나를 수동적으로 받아들이는 차원에서 나아가 적극적으로 세계관을 해석하고 비평하며 그 결과를 공유한다. 그리고 스토리월드를 구축하는 과정에서 팬은 핵심 주체가 된다. 따라서 본 논문은 아이돌 콘텐츠의 스토리월드를 하나의 세계로 전제하고, 스토리월드가 구축되는 과정을 아이돌 팬 창작물의 코드화 과정을 중심으로 분석하고자 한다.

III. 연구 설계

1. 아이돌 팬 창작물의 코드 모형

팬 창작물은 개체별로 별도로 존재하지 않으며 개체들이 통합되어 하나의 텍스트를 이룬다. 아이돌 콘텐츠와 팬 창작물은 상호작용 과정을 통해 아이돌 문화 생태계를 생성한다. 여기서 아이돌 스토리월드는 코드화 과정을 거쳐 형성된다. 이를 텍스트, 기구-작동자, 기술적 형상이란 플루서의 개념에 적용하면 다음과 같다.

첫 번째로 플루서가 제시한 텍스트는 그 세계를 구성하는 역사적 활동과 연관된다. 이는 해당 세계에서 드러난 역사, 장면 등의 구성 요소이다. 이런 점에서 텍스트는 기획사에서 제작해서 제공하는 각각의 아이돌 콘

텐츠에 해당한다. 구체적으로는 아이돌의 뮤직비디오, 앨범, 사진, 예능 등의 콘텐츠이다.

두 번째로 코드 전환을 시도하는 주체이자 행동자인 기구-작동자는 팬이다. 기구-작동자는 코드 전환을 하는 매개체이고, 코드를 가능하게 만드는 기구이자 기구를 움직이는 작동자의 복합체다. 아이돌 콘텐츠에서는 아이돌 콘텐츠를 수용하고, 코드로 해석 및 전환하며, 이를 창작물로 생성하는 팬이 해당한다.

세 번째로 코드화된 프로그램, 즉 기술적 형상은 아이돌 콘텐츠를 기반으로 창작된 아이돌 팬 창작물이다. 기술적 형상은 세계를 둘러싼 규칙인 코드에 의해 생성되는 코드화의 결과물이다. 이들은 코드를 내재화한다. 팬 창작물은 아이돌이라는 상징을 각기 다른 규칙으로 체계화시킨 '기술적 형상'이라 볼 수 있다.

아이돌 팬 창작물에서의 코드화 개념과 구조를 앞서 본 플루서의 도식에 적용하면, [그림 2]와 같이 정리된다. 아이돌 콘텐츠는 팬을 거쳐 팬 창작물 생성에 영향을 주고, 팬 창작물은 다시 아이돌 콘텐츠에 영향을 미친다. 이러한 일련의 코드화 과정을 통해 아이돌 콘텐츠의 세계, 스토리월드가 구축된다.

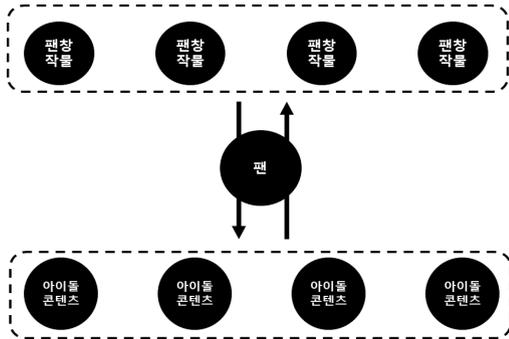


그림 2. 아이돌 팬 창작물의 코드 모형

2. 아이돌 팬 창작물의 코드화 단계

아이돌 콘텐츠의 스토리월드는 아이돌 콘텐츠, 팬, 아이돌 팬 창작물의 상호작용 속에서 생성된 코드화 과정으로 구축된다. 아이돌 팬 창작물의 생성 과정에서 기구-작동자 팬은 아이돌 콘텐츠에 대한 코드를 생성한다. 이를 통해 아이돌 스토리월드가 형성된다. 따라서 아이돌 팬 창작물의 생성 구조를 분석하는 것은 아이돌 콘텐츠의 생태계, 스토리월드를 생성하고 작동시키는

구조를 밝히는 것이다. 이에 아이돌 팬 창작물 코드화 과정을 단계별로 구분하여 분석하고자 한다.

아이돌 팬 창작물의 생성에서 발생하는 코드화 구조를 세 가지 단계로 구분하면 다음과 같다. 각 단계별로 기구-작동자 팬의 역할, 기술적 형상으로서의 팬 창작물, 코드화된 세계로서의 아이돌 스토리월드의 구축 과정과 함의를 추출한다.

- ① 팬 해석의 분화와 데이터베이스 형성
- ② 팬 해석의 통합과 아이돌 코드 구
- ③ 아이돌 코드의 강화와 확장

IV. 분석 결과

1. 팬 해석의 분화와 데이터베이스 형성

아이돌 콘텐츠는 앨범마다 새로운 콘셉트를 통해 특정 이미지를 생성함으로써 동일한 아이돌 멤버에게 다른 이미지를 추가한다. 팬들은 아이돌에게 부여하고 싶은 의미를 토대로 해석하고 창작물을 만든다. 이 과정에서 팬 창작물에는 팬들의 규칙과 규범 등이 반영된다. 즉 팬 창작물은 그 자체로 기구-작동자인 팬들 개개인의 상징화된 규칙, 코드를 담은 기술적 형상으로 존재한다.

아이돌 콘텐츠로 총칭되는 이미지들은 아이돌에 대한 정보를 담은 데이터베이스를 형성한다. 팬들은 이 데이터베이스에서 각자의 기준과 흥미에 따라 정보를 추출하고 조합하여 각자의 해석본을 만든다[30]. 예를 들어 EXO의 뮤직비디오 하나는 여러 팬들에 의해 각기 다른 정보에 대한 해석을 담아내고, 이들이 팬 창작물로 구성한다.

표 1. EXO <Obsession> 뮤직비디오 팬 해석 분화 사례

원본	팬 해석		팬 창작물 제목[31-34]
	내용	형태	
(Obsession)뮤직비디오	세계관 해석	영상	[Eng Sub] 엑소가 죽음을 선택한 이유? 지킬앤하이드로 보는 EXO 'Obsession' MV 해석! [뮤비위키]
		게시글	아이돌 세계관의 끝판왕 [EXO - Obsession]
	관련 정보 리뷰	게시글	EXO OBSESSION - The 6th Album 리스닝 후기(앨범 리뷰)
	뮤직비디오 리액션	영상	EXO 엑소 'Obsession' MV REACTION!!!

[표 1]은 EXO의 〈Obsession〉 뮤직비디오에 대한 세계관, 음악적 구성 및 가사, 안무 및 의상 등 팬들의 사고가 반영된 다양한 팬 해석 텍스트이다. 이렇게 확산된 팬들의 해석은 해당 뮤직비디오 콘텐츠에 한정되는 것이 아니라 이후의 콘텐츠로 이어진다. 〈Obsession〉 뮤직비디오는 세계관 속에서 주인공인 EXO와 적대하는 X-EXO의 등장이 중심 사건이다. 일련의 이야기를 이해하기 위해서는 이전 뮤직비디오에서 각 캐릭터에게 부여된 능력, 전개된 사건 등에 대한 이해가 요구된다. 그리고 팬들의 해석은 아이돌 콘텐츠를 중심으로 연계되며 스토리월드를 구성한다.

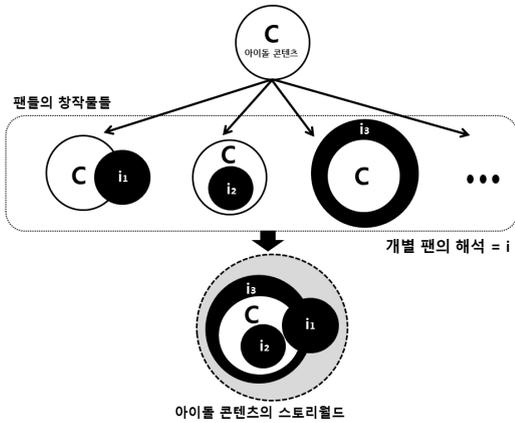


그림 3. 아이돌 콘텐츠 팬 해석 분화와 스토리월드 구성

EXO의 〈Obsession〉의 뮤직비디오에는 EXO가 이전의 앨범을 통해 쌓아온 허구적 세계관, 음악, 영상 편집 등의 다양한 정보가 총체적으로 담겨 있다. 따라서 이 뮤직비디오를 보는 팬들은 EXO란 아이돌의 데이터베이스(데뷔 앨범 뮤직비디오부터 〈Obsession〉 뮤직비디오까지 축적된 세계관, 멤버 개개인의 역할, 음악적 요소 등)에서 각자의 관심과 흥미에 따라 원하는 정보를 추출한다. EXO의 세계관에 관심을 가진 팬들은 뮤직비디오에서 멤버들 개개인에게 부여된 초능력, 멤버들과 대립하는 존재에 대한 것을 찾아낸다. 그리고 다른 뮤직비디오 내지 콘텐츠와 연계하여 해석한다. 반면 음악 요소에 흥미를 갖는 팬은 제공된 곡의 가사와 비트에 집중하고 이전과 어떤 점이 달라졌는지 혹은 유사한지를 해석한다.

이처럼 팬들은 EXO의 데이터베이스에서 자신이 원

하는 요소를 가져와 자신의 관점을 덧붙이면서 해석본을 만든다. 각각의 해석본은 다시 해당 콘텐츠, EXO 〈Obsession〉 뮤직비디오를 중심으로 서로 연계되고 해당 뮤직비디오와 EXO의 데이터베이스를 새롭게 형성한다.

2. 팬 해석의 통합과 아이돌 캐릭터 코드 구축

아이돌 팬 창작물에는 팬덤 내의 코드가 작동한다. 여기서 코드란 문화를 결정하는 명백한 법칙에 의해 정해진 집단적 상호작용의 현상을 의미한다[3]. 팬 창작물에는 다양한 팬들이 상호작용을 거듭하며 관습적으로 굳어진 법칙이나 합의된 규칙이 존재한다.

성상(우상)에 대한 비판의 이유가 이미지 자체가 신이 될 수 있기 때문이었듯[3], 현대의 아이돌 역시 이미지 자체가 아이돌로 존재한다. 아이돌 이미지는 여러 아이돌 콘텐츠(영상, 사진, 음악 등)를 토대로 팬 창작물이 종합되어 형성된다. 그리고 이것이 데이터베이스로서 팬들에 의해 추출되고 통합되는 과정을 거친다.

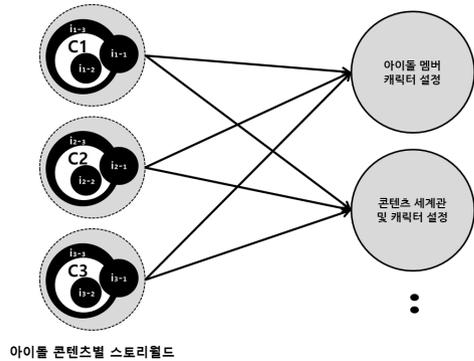


그림 4. 팬 창작물의 통합과 코드 구축

[그림 4]는 아이돌의 이미지를 결정하는 원전 텍스트가 형성되는 것을 구조화했다. 각각의 아이돌 콘텐츠들, 즉 앨범 티저 영상, 뮤직비디오, 사진, 게임, 웹툰 등마다 팬 해석을 통해 팬 창작물이 생성된다. 이러한 팬 창작물들은 아이돌 콘텐츠를 토대로 종합되고 각 콘텐츠와 관계된 하나의 데이터베이스를 구축한다. 각 콘텐츠가 만들어낸 데이터베이스의 정보들은 다시 '아이돌'에 대한 원전 텍스트 구축을 위해서 추출되고 재조합된다. 이때 재조합되고 추출하는 기준은 팬덤 내에서 사용되

는 일련의 코드, 즉 규칙으로 지배된 메커니즘, 일련의 협약 및 사회적 동의를 거쳐서 결정된다[3].

이때 아이돌의 원전 텍스트는 팬 저작물이나 팬 커뮤니티에서 공유 및 반복되는 것, 즉 팬정전(fanon)[35]이라 불리는 것과 겹치는 부분이 많다. 아이돌 콘텐츠에서는 팬 정전과 정전의 경계가 모호할 수밖에 없다. 아이돌 콘텐츠를 둘러싼 매직서클 내부의 규칙과 질서를 생성하고 성립시키는 주체가 팬이기 때문이다. 이러한 일련의 구조화에서 결국 아이돌의 원전 텍스트는 기구-작동자 팬을 거치며 코드화된 기술적 형상으로 존재한다[25].

아이돌 원전 텍스트에서 가장 중요한 것은 캐릭터 구축이다. 구축된 캐릭터를 중심으로 인물 간 관계, 사건, 서사 등이 만들어진다. 이때 팬들의 캐릭터 원전 구축은 아이돌 멤버에 대한 명명 행위를 통해 진행된다. 명명 행위는 주로 ①개인 별명 붙이기와 ②멤버 사이에서의 역할과 관계 설정이다.

'별명 붙이기'는 아이돌 멤버 개인에게 특정한 별칭을 붙이는 행위로 해당 아이돌 멤버에 대한 캐릭터 이미지를 구체화한다. 자주 활용되는 별명 붙이기 중 하나는 동물이다. 고양이, 토끼, 호랑이 등 동물 이미지를 아이돌 멤버와 중첩시키고, 이모티콘이나 팬 아트 등으로 표현함으로써 상징물로 작동한다. 또한 아이돌 멤버의 성격을 보여주는 일화, 사건, 본명 등을 토대로 끊임없이 새로운 별명이 생성된다. 이러한 호명 행위는 개인을 향한 부름이고, 이 부름은 호명된 이들에게 정체성을 부여하고 그들을 분명한 주체로 만든다[36]. 이러한 별명의 끊임없는 생산, 변형, 대체를 통해서 아이돌의 정체성은 계속 변화된다.

EXO	백현	멍몽이	강아지와 닮음	외모와 성격
		천재아이돌	아이돌 능력	재능
		변빠름	급한 성격	성격
	카이	종인이	본명에서 유래	본명과 연관성
		곰인이	곰과의 닮음	외모와 성격
		카우라	무대 능력과 분위기	재능
	세훈	바람둥이	잘 돌아다님	성격과 행동
		세포이	해리포터 캐릭터와 닮음	외모
		삐약이	병아리와 닮음	성격과 행동

다음으로 각 캐릭터 간의 역할과 캐릭터 간의 관계 설정이다. 자주 활용되는 역할과 관계 설정의 사례는 만형과 막내, 리더와 팀원, 형과 동생, 보컬과 랩퍼 등이다. 리더와 팀원, 보컬과 랩퍼, 댄서 등은 아이돌이라는 직업 안에서 맡겨진 역할, 일종의 직무에 대한 명명이다. 반면 만형과 막내, 형과 동생, 동갑내기 등은 실제 인물의 나이와 연관된다. 보살피는 인물과 보살핌 받는 인물, 친구 사이 등 사적인 역할 관계를 표상하는 명명이다. 사회적 직무와 사적 역할에 대한 설정을 통해 팬들은 아이돌의 행동과 역할, 기능, 캐릭터 간의 구도 등을 구체화하고 정립한다. '만내(만형이지만 막내와 같은 행동을 하는 인물)'라던가 '구름메즈(예전에 룸메이트였던 사이)' 등은 이러한 역할을 토대로 특징을 잡은 명명의 사례 중 하나이다.

이와 같은 캐릭터의 명명 사례들은 팬 창작물의 소재로 활용된다. 동시에 실제 해당 아이돌 콘텐츠에 반영되기도 한다. 결국 팬들은 아이돌 콘텐츠를 둘러싼 매직서클 내부의 규정, 즉 코드를 만들고 완성하는 사용자이자 이를 작동시키는 기구-작동자임을 확인할 수 있다.

표 2. BTS와 EXO 멤버 별명 사례 및 구체화된 정체성 예시

아이돌 멤버	별명	구체화된 정체성		
BTS	슈가	민피디	프로듀싱 능력	재능
		습기력	무기력한 행동	성격과 행동
		민애웅	고양이와 닮음	외모와 성격
	V	태태	학창시절 별명	본명과 연관성
		김스치면인연	높은 친화력	성격과 행동
		초코진빵	어두운 피부색과 표정	외모와 성격
	정국	황금막내	다방면에 뛰어남	재능
		근육돼지	운동능력과 식성	행동
		토끼	토끼와 닮음	외모

3. 아이돌 코드 강화와 확장

3.1 탈맥락화를 통한 아이돌 코드 강화

아이돌 멤버에게 부여된 캐릭터성은 다시 팬 창작물에 의해 강화된다. 캐릭터 원전 텍스트의 강화는 아이돌 콘텐츠에서 특정 부분을 탈맥락화하며 발생한다. 이때 탈맥락화는 콘텐츠가 가지고 있는 원래의 맥락에서 특정 부분을 추출하고, 원래 콘텐츠에서 제시된 맥락에서 벗어나게 만드는 것이다. 탈맥락화된 콘텐츠는 그 자체로 구조적 완결성과 자율성을 갖춘 존재로 유지된

다[37].

이러한 팬 창작물은 주로 팬 사진, 팬 아트 등 이미지 중심 콘텐츠에서 나타난다. 이들은 특정 장면을 추출하고 그에 대한 팬의 해석을 덧붙여 이전의 맥락을 배제하고 장면 자체에 제시된 이미지를 강화한다. 팬 창작물에서 탈맥락화된 장면과 텍스트를 통해 팬들은 그들이 가진 아이돌에 대한 개념과 코드를 투영한다.

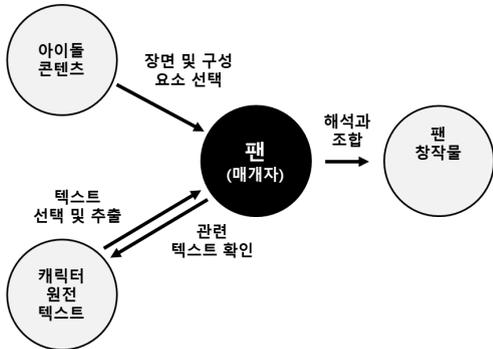


그림 5. 아이돌 콘텐츠의 탈맥락화와 팬 창작물 생성

강화된 원전 텍스트는 주로 해당 인물의 외모, 능력, 역할, 성격 등이다. 외모나 능력 등은 별도의 텍스트 추가 없이 추출한 장면을 그대로 제공하는 경우가 많다. 역할이나 성격 등의 경우는 추출한 장면과 함께 팬의 의견, 해석 등의 텍스트가 첨가된다. 이는 주로 팬 영상의 형태로 제공되며 역할이나 관계에 관련한 텍스트가 중심이 된다. 팬들은 아이돌 팀 내에서 '리더' 혹은 '만형' 등의 역할을 수행하는 장면이나 다른 인물과의 관계성을 보여주는 장면을 모아 창작물로 만든다. 이 경우 인물의 행동을 제시해야 하므로 영상물인 경우가 많다.

예를 들어 BTS나 EXO의 멤버가 나온 영상, 사진을 팬들은 각자 다양한 장면과 구성 요소를 선택하여 팬 창작물을 생성한다. 팬들은 원전 텍스트에서 인물이 가진 캐릭터성이 무엇인가를 확인하고, 텍스트 요소(성격, 역할, 관계 등)를 추출한다.

유튜브에서 BTS의 '진'과 관련된 팬 창작물은 원전 텍스트 캐릭터를 기반으로 조합된다. '잇진'이란 별명에서 '잘 먹는 사람'이란 특성에 집중한 팬들은 해당 멤버의 밥 먹는 장면을 모아 영상을 만든다. 반면 '보컬'이라는 역할에 집중한 팬은 노래를 부르는 장면을 모아 보

컬 영상을 만들어낸다. 혹은 '만내'라는 성격과 그룹 내 구도에 집중한다. 이는 다른 멤버들과의 상호작용하는 장면을 통해 만형이지만 장난기 어린 캐릭터 텍스트를 강화한다. 마찬가지로 EXO의 카이 역시 '메인댄서'라는 역할에 근거해 다양한 춤을 추는 장면이나, '곰돌이'란 별명과 관련된 사건이나 장면 등을 통해 원전 텍스트를 강화한다.

표 3. BTS 팬창작물의 탈맥락화 사례

항목	탈맥락화 예시	구성요소		
		인물	행위	장소
아이돌 콘텐츠		RM	사진찍기, 휴식, 친구와만남	여름, 전시회장, 외부
팬창작물		RM	풍경 보기	겨울, 모두막집 외부
추출 요소	인물, 휴식			
추가 요소	겨울, 텍스트(행위가 아닌 정신)			
텍스트 생성	겨울 풍경 속 장면으로의 전환			

[표 3]의 사례 [38][39]는 캐릭터 강화보다는 팬 사용자 개인의 해석이 전면화 된 팬 창작물이다. 여기서는 아이돌 콘텐츠에서 인물과 휴식이라는 행위를 추출했다. 그리고 팬 자신의 해석을 덧붙여 여름의 배경을 겨울로 변경하고 'Namjooning needn't be an act, but a state of mind'라는 텍스트를 추가한다. 이로써 기존의 맥락과 함의를 벗어나 팬 사용자의 코드, 인식과 개념을 투영한 새로운 텍스트가 생성된다.

탈맥락화를 통한 원전 텍스트의 강화는 아이돌 콘텐츠에서 전달하는 전체성이 가진 맥락과 함의를 중단시킨다. 그리고 개개인의 취향과 감정 등을 추가하여 새롭게 프로그램화된 텍스트를 생성한다. 결국 아이돌 콘텐츠라는 데이터베이스에서 추출된 데이터가 팬 사용자, 즉 코드 전환을 발생시키는 기구-작동자를 거쳐 새롭게 프로그램화된 텍스트를 생성한다.

3.2 재맥락화를 통한 아이돌 코드 확장

재맥락화란 콘텐츠가 제시된 맥락에서 특정 부분을 추출하고 그것을 다른 맥락에 넣어 새로운 맥락을 만들어내는 것을 말한다[40]. 탈맥락화는 특정 부분의 추출과 그 자체의 완결성에 초점을 두었다. 반면 재맥락화는 이를 다른 맥락에 넣음으로써 새로운 텍스트를 생성하여 완결성을 만들어낸다.

재맥락화를 통해 만들어지는 팬 창작물은 원전 텍스트와의 관계보다는 새로운 영역으로의 확장에 초점을 둔다. 재맥락화를 시도하는 팬 창작물은 ① 원전 텍스트와 중첩되는 부분을 이용하여 다른 이야기의 맥락 속에 아이돌 캐릭터를 삽입하는 방식과 ② 아이돌의 이름을 차용한 새로운 이야기를 만들어내는 방식으로 구분된다.

다른 이야기의 맥락 속에 아이돌 캐릭터를 삽입하는 팬 창작물은 다른 이야기 콘텐츠의 구조는 유지하되 해당 배경과 사건에 아이돌 캐릭터를 삽입하는 방식으로 나타난다. EXO의 팬 창작물들은 <해리포터>나 <마블>과 같은 초능력을 가진 존재들이 등장하는 이야기 텍스트를 주로 선택한다. 그리고 해당 이야기 속에 등장인물을 아이돌로 대체하여 두 텍스트의 결합을 시도한다. 이는 크로스오버(crossover)라 불리는 방식으로 서로 다른 두 개 이상의 원전 텍스트가 하나의 작품에 등장하는 것을 의미한다[41].

일반적으로 크로스오버를 활용한 팬 창작물은 두 원전 텍스트의 요소를 한 곳에 집합시켜 통합적으로 소비하고자 하는 팬들의 욕망을 반영한다[42]. 그러나 아이돌 팬 창작물은 두 원전 텍스트를 동등하게 집합시키는 것이 아니다. 이들은 아이돌 원전 텍스트, 특히 캐릭터를 중심으로 아이돌 콘텐츠를 다른 텍스트로 확장시키려는 시도이다. 이들은 아이돌 원전 텍스트를 중심으로 원전 텍스트가 가진 요소와 공통적인 모티프가 활용된 이야기 텍스트를 선택한다. 선택한 텍스트 내의 캐릭터는 아이돌 캐릭터로 대체된다. 이를 통해 아이돌 캐릭터에 담긴 아우라가 다른 이야기로 확장한다.

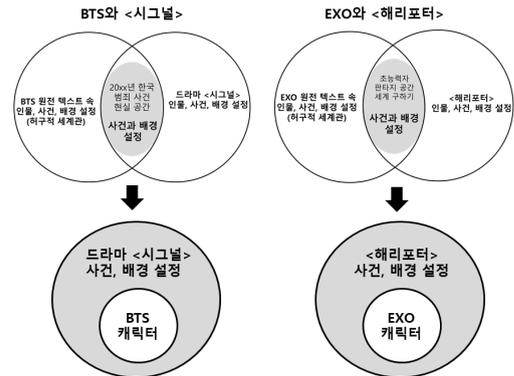


그림 6. EXO와 BTS의 텍스트 재맥락화와 팬 창작물 생성

EXO와 BTS의 경우, 각각의 아이돌 텍스트가 가지고 있는 세계관과 유사점이 있는 이야기 텍스트에 캐릭터를 대체하여 이야기를 확장시킨다. EXO의 경우 원전 텍스트에서 각 아이돌 멤버가 초능력자 설정을 가지고 있다는 점에서 영웅적인 재현이 중심이 된다[22]. 그래서 이들은 <해리포터 시리즈>나 <마블 시리즈> 등 호모슈퍼리얼 중심의 서사를 이용한 팬무비, 팬아트, 팬픽 등으로 이어진다[43][44].

반면 BTS의 경우 원전 텍스트의 아이돌 캐릭터 설정과 전개되는 사건이 문제적 현실 재현에 가깝다[22]. 따라서 이들은 드라마 <시그널>이나 영화 <범죄도시>와 같이 현실에서 발생하는 범죄와 사회 문제를 다루는 이야기 텍스트를 활용한 팬 창작물 사례로 연계된다[45][46].

이러한 팬 창작물은 아이돌 캐릭터를 다른 이야기 세계로 이동시킨다. 또한 ‘일어났을 수 있었을’ 법한 세계, 즉 가능세계(possible worlds)를 생성한다[47]. 이러한 가능세계의 등장은 해당 아이돌 캐릭터가 가지고 있는 특성을 강화한다. EXO는 그들 캐릭터가 가진 판타지적 능력, 적대자와의 대립 등 아이돌에게 영웅이자 초인간으로서의 이미지를 한층 강화시킨다. BTS는 현실의 문제와 부조리한 사회에 고통받는 소시민들의 이미지가 강화된다.

반면 완전히 새로운 이야기를 만들어내는 팬 창작물도 있다. 이는 주로 팬픽, 팬아트의 영역에서 많이 활용되어 왔다. 이들은 원전 텍스트에서 아이돌 캐릭터의 이름을 차용하되 그 외의 사건, 배경 등은 원전 텍스트와는 무관한 이야기를 생성한다. 이들은 캐릭터의 이름

만 고정되어 있을 뿐 그 외의 캐릭터 성격, 역할, 능력 등은 제한 없이 변경된다.

재맥락화 통해 생성된 팬 창작물은 아이돌 원전 텍스트, 코드 형성에 영향을 미친다. 그리고 다른 팬 창작물 생성에도 영향을 미친다. 결과적으로 아이돌 팬 창작물은 원전 텍스트와 다양한 이차 텍스트를 총체적으로 포괄한다. 이로써 아이돌의 코드가 구축되고 끊임없이 새롭게 형성된다. 결국 아이돌 팬 창작물은 이러한 코드화 과정을 통해 아이돌 스토리월드를 강화하고 확장하며 구축한다.

V. 결론

한국의 아이돌 콘텐츠는 국내외적으로 파급력이 높은 문화 콘텐츠로 인정받고 있다. 그리고 그 중심에는 아이돌 팬 창작물이 있다. 기존의 매스 미디어에서는 팬이 단순히 수동적 소비자였기에, 팬 창작물 역시 이차적이고 부수적이라는 평가에서 벗어나지 못했다. 그러나 현재 한국 아이돌 콘텐츠가 지역을 초월해 다양한 매체를 통해서 확장될 수 있는 원동력은, 다른 아닌 적극적인 사용자이자 창작자로서의 팬으로부터 비롯된 것이다. 따라서 아이돌 콘텐츠에서 팬과 그들의 창작물은 분리시킬 수 없는 중요한 핵심 요소이다.

대중문화에서 참여란 실재에 참여하는 일이며, 동시에 자기 자신의 실재도 갖는 활동이다[36]. 팬은 콘텐츠의 적극적인 참여자이며, 팬 창작물은 팬의 참여를 가장 대표적으로 보여주는 물리적 대상이다. 팬 창작물은 사용자의 의식, 가치, 개념 등을 담아낸다는 점에서 코드화된 기술적 형상으로 작동한다.

팬 창작물의 생산 과정과 구조의 근간이 되는 아이돌은 구체적인 실체가 없는 존재이자 빈칸이다. 이 빈칸에 실체를 구현하는 것은 바로 팬들의 다양한 해석이다. 이때 팬 창작물은 원전 텍스트의 수용과 모방의 차원에서 나아가, 필연적으로 팬 주도의 재맥락화와 탈맥락화의 과정을 거치게 된다. 이 과정에서 팬 사용자 개인의 코드가 작동하고 팬의 가치관과 관점이 콘텐츠에 반영된다. 이처럼 아이돌의 원전 텍스트는 분화된 팬 해석을 통해서 형성되고 맥락의 변화를 통해서 확장

된다. 이런 점에서 우리 시대의 팬은 아이돌 스토리월드의 적극적인 창작 주체라 할 만하다.

참고 문헌

- [1] <https://www.kpop-radar.com/brief/34>, 2020. 08.15.
- [2] 지인혜, *한류나우(Hanllyu NOW) 한류 심층 분석 보고서*, 한국국제문화교류진흥원, Vol.35, 2020.
- [3] 마르틴 줄리, 이선형 옮김, *이미지와 기호*, 동문선, 2004.
- [4] 헨리 젠킨스, 정현진 옮김, *팬, 블로거, 게이머*, 비즈앤비즈, 2008.
- [5] 강보라, 서지희, 김선희, “20대 여성 팬덤의 감정 구조와 문화 실천: <프로듀스101시즌2> 팬덤을 중심으로,” *미디어, 젠더&문화*, 제33권, pp.5-20, 2018.
- [6] 강준만, 강지원, *빠순이는 무엇을 갈망하는가?: 소통 공동체 형성을 위한 투쟁으로서의 팬덤*, 인물과 사상사, 2016.
- [7] 김수정, “팬덤과 페미니즘의 조우,” *언론정보연구*, 제55권, 제3호, pp.47-86, 2018.
- [8] 베르비기에 마티유, 조영한, “케이팝(K-pop)의 한국 팬덤에 대한 연구: 해외 팬들에 대한 인식을 중심으로,” *한국언론정보학보*, 제87호, 제1호, pp.272-298, 2017.
- [9] 고혜리, 양은경, “남성 아이돌 그룹의 여성혐오 논란과 여성 팬덤의 분열,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제17권, 제8호, pp.506-519, 2017.
- [10] David C. Oh, “K-Pop Fans React: Hybridity and the White Celebrity-Fan on YouTube,” *International Journal of Communication*, Vol.11, pp.2270-2287, 2017.
- [11] K. Yoon, “Global Imagination of K-Pop: Pop Music Fans’ Lived Experiences of Cultural Hybridity,” *Popular Music & Society*, Vol.41, No.4, pp.373-389, 2017.
- [12] 김남옥, 석승혜, “그녀들만의 음식문화, 아이돌 팬픽,” *Journal of Korean Culture*, 제37호, pp.191-226, 2017.
- [13] 류정월, “에로스의 기호학: 팬픽(fanfic)의 기호학적 분석,” *기호학연구*, 제23호, pp.195-212, 2008.

[14] 소유정, “이토록 열렬한 마음:여성 서사의 아이돌/팬 픽-읽기를 통한 나/주체-다시쓰기,” 문학동네, 제27권, 제1호, pp.1-20, 2020.

[15] 유진희, “팬픽:동성(성)에 서사의 여성 공간,” 여성문학연구, 제20권, pp.163-184, 2008.

[16] 한혜원, “한국 온라인 팬픽의 인물형상화 방식,” 한국방송학보, 제27권, 제4호, pp.294-328, 2013.

[17] 김문정, 김면, “K-POP 아이돌 음반의 스토리텔링 전략 사례 분석,” 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 제12권, pp.27-36, 2018.

[18] 김수철, 강정수, “케이팝에서의 트랜스미디어 전략에 대한 고찰-〈강남스타일〉 사례를 중심으로,” 언론정보연구, 제50권, 제1호, pp.84-120, 2013.

[19] 이승목, 신재권, 이상우, “아이돌 우상화의 요인 및 아이돌 우상화가 아이돌 광고 상품 구매의도에 미치는 매개효과 분석,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제6호, pp.328-338, 2014.

[20] 조은하, “한·일 아이돌 시스템 비교 연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제19권, 제9호, pp.221-231, 2019.

[21] 한유희, “BTS 팬덤 콘텐츠로서 아미피디아 연구 : 아이돌 팬덤에서 코스모피디아는 존재하는가,” 인문콘텐츠, 제52호, pp.143-161, 2019.

[22] 조민선, 정은혜, “한국 아이돌 콘텐츠의 트랜스미디어 스토리텔링 연구,” 인문콘텐츠, 제52호, pp.223-245, 2019.

[23] 이재현, 이준희, “ARG(Alternate Reality Game) 기반의 아이돌(Idol) 홍보 전략 연구,” 한국영상학회논문집, 제13권, pp.55-67, 2015.

[24] <https://archiveofourown.org/>, 2020.08.15.

[25] 빌렘 플루서, 김성재 옮김, *코뮤니콜로지*, 커뮤니케이션북스, 2001.

[26] 이동연, *아이돌*, 이매진, 2011.

[27] 장 보드리야르, 하태환 옮김, *시뮬라시옹*, 민음사, 2001.

[28] Ryan, *Marie-Laure, Narrative Theory, Literature, and New Media*, NY: Routledge, 2016.

[29] 요한 하위징아, 이종인 옮김, *호모루텐스*, 연암서가, 2010.

[30] 아즈마 히로키, 이은미 옮김, *동물화하는 포스트모던*, 문학동네, 2001.

[31] <https://youtu.be/JTE21Bd9EWA>, 2020.08.15.

[32] <https://blog.naver.com/riverkimm/221723254>

508, 2020.08.15.

[33] <https://blog.naver.com/422minwoo/221720375601>, 2020.08.15.

[34] https://youtu.be/a7yr_kkWIk, 2020.08.15.

[35] Karen Hellekson and Kristina Busse, *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet : New Essays*, McFarland, 2006.

[36] 이줄데 카림, 이승희 옮김, *나의 타자들*, 민음사, 2019.

[37] 박현수, “시의 지배적 특질로서 ‘탈맥락성’에 대한 고찰,” 한국현대문학연구, 제54권, pp.229-256, 2018.

[38] 방탄소년단, @BTS_twt, 2020.08.15.

[39] shitty watercolour, @SWatercolour, 2020.08.15.

[40] 마리 매클린, 임병권 옮김, *텍스트의 역학*, 한나래, 1997.

[41] 남명희, “스핀오프, 콘텐츠 시대에 어울리는 속편 제작형태 제안: 이야기의 확대와 연장 개념에서 바라보는 크로스오버와 스핀오프,” 영화연구, 제29호, pp.39-70, 2006.

[42] 김유나, *팬픽션의 생성 구조 연구 : 〈스타트랙(Star Trek)〉을 중심으로*, 이화여자대학교, 박사학위 논문, 2016.

[43] https://youtu.be/_b7esGfULug, 2020.08.15.

[44] https://youtu.be/0Ux5_uXqQ1, 2020.08.15.

[45] <https://youtu.be/OC13Cb0zldM>, 2020.08.15.

[46] <https://youtu.be/A70oD2g3j9c>, 2020.08.15.

[47] Marie-Laure Ryan, *Possible Worlds, Artificial Intelligence, and Narrative Theory*, Indiana University Blooming & Indianapolis Press, 1991.

저 자 소 개

정 은 혜(Eun-Hye Chung)

정희원



- 2014년 2월 : 이화여자대학교 국어국문학과(문학사)
- 2016년 2월 : 이화여자대학교 디지털미디어학부(디지털미디어학사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 이화여자대학교 융합콘텐츠학과 박사과정

- 2020년 9월 ~ 현재 : 이화여자대학교 신산업융합대학 융합콘텐츠학과 시간강사
〈관심분야〉 : 웹 콘텐츠, 사용자 생성 콘텐츠, 디지털 스토리텔링

한 혜 원(Hye-Won Han)

정회원



- 1992년 2월 : 이화여자대학교 국어국문학과(문학사)
- 2002년 2월 : 이화여자대학교 국어국문학과(문학석사)
- 2009년 2월 : 이화여자대학교 국어국문학과(문학박사)
- 현재 : 이화여자대학교 신산업융합

대학 융합콘텐츠학과 부교수

〈관심분야〉 : 사용자 생성 콘텐츠, 디지털 스토리텔링, 게임 스토리텔링