

## K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형 연구\* - 유튜브 플랫폼을 중심으로 -

오윤지\*\*, 김치호\*\*\*

### 국문초록

본 연구는 유튜브 속 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형화를 시도함으로써 팬덤의 향유 활동의 지형을 구조적으로 제시하는 데 목적이 있다. 현재 유튜브에서 활성화된 팬덤 콘텐츠는 상위구조에서 파생되는 하향식 콘텐츠와 팬덤이 생성한 상향식 콘텐츠가 모두 존재하나, 상향식 콘텐츠가 주를 이루며 역동적이고 주체적인 팬덤 향유 활동의 모습을 나타낸다. 이런 현상 속에서 본 연구는 팬덤의 생산적 양상에 주목하였으며 팬덤 콘텐츠를 체계적으로 분류할 수 있는 기준을 모색하였다.

귀납적 원리를 이용하여 K-Pop 팬덤 콘텐츠 130개를 연구대상으로 설정하였으며, 팬덤 콘텐츠의 '생성 구조 형식'과 '생성 요소'를 기준으로 텍스트 분석을 진행하였다. 연구 결과, 팬덤 콘텐츠는 1차 콘텐츠를 기반으로 변형된 '1차 콘텐츠 기반 생성'의 형태와 팬덤이 새롭게 구성하여 만든 '새로운 콘텐츠 생성'의 형태가 구조적으로 나타났다. 또한, 팬덤 콘텐츠의 생성 요소는 '지식적 정보'와 '감각적 정보'라는 두 가지 특징이 도출되었다. 결과적으로 ①1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보 ②1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보 ③새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보 ④새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보로 분류되었으며, 이를 팬덤 콘텐츠 사례를 통해 확인하였다. 본 연구는 유튜브 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 지형을 체계적으로 분류할 수 있다는 것에 의의를 지닌다.

**주제어:** K-Pop 팬덤, K-Pop 팬덤 콘텐츠, 향유자 중심 콘텐츠, K-Pop 팬덤 콘텐츠 유형, 유튜브 플랫폼

\* 이 논문은 한양대학교 교내연구지원 사업으로 연구됨(HY-2022-1602).

\*\* 제1저자, 한양대학교 문화콘텐츠학과 박사수료, 문화콘텐츠전략연구소 연구원(Ph.D. Candidate, Dept. of Culture Contents, Hanyang University, Researcher, Cultural Contents Strategy Research Institute)

\*\*\* 교신저자, 한양대학교 문화콘텐츠학과 교수(Professor, Dept. of Culture Contents, Hanyang University)

접수일(2022년 12월 2일), 수정일(2022년 12월 20일), 게재 확정일(2022년 12월 22일)

## I. 서론

### 1. 연구배경 및 연구목적

다양한 소셜 미디어 플랫폼의 등장은 팬덤의 향유 문화를 변화시켰다. 기술의 발전이 팬덤 향유의 맥락과 흐름을 변화시킨 것이다. 기존 오프라인으로 활성화된 다양한 팬덤 활동이 온라인 환경으로 대체되면서, 대부분 하향식(Top-Down) 콘텐츠를 수용하는 모습으로 존재하였던 팬덤은 직접 콘텐츠를 기획하고 생산하며 보다 적극적인 주체로서 변화된 패러다임을 보여주고 있다. 이들은 ‘아이돌-기획사-팬덤’이라는 엔터테인먼트 산업 3자 구조<sup>1)</sup>의 큰 축으로서 새로운 팬덤 유입의 선순환을 구축시키고 있으며, 팬덤의 생성과 지속 동력을 주도하는 위치에 서게 됐다. 팬덤은 모바일 플랫폼을 통해 적극적으로 콘텐츠 생산을 반복하고, 스타에 대한 콘텐츠를 트랜스미디어하며 향유 활동을 지속해 나간다. 팬덤 콘텐츠를 자유롭게 생성하고 향유 하는 활동은 스마트폰 수요의 확대에 있으며, 특히 유튜브 플랫폼을 활용한 팬덤 활동은 전 세계 사람들과의 네트워크 상호작용을 촉진 시키고 있다.

이런 흐름에 따라 본 연구는 유튜브 속 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형화를 시도함으로써 팬덤의 향유 활동의 지형을 구조적으로 제시하는 데 목적이 있다. 한국국제문화교류진흥원에서 실시한 ‘2022 해외 한류 실태조사’에 따르면, 전 세계 사람들이 향유하는 한국 문화콘텐츠의 주요 이용 경로는 ‘온라인 및 모바일 플랫폼’으로 나타났으며, 특히 음악 부문에서는 ‘유튜브’ 플랫폼이 이용 경로로서 가장 높은 수치를 나타냈다.<sup>2)</sup> 또

1) 박영은, 『엔터테인먼트 경영 전략』, 커뮤니케이션북스, 2021, 34쪽.

2) 중국을 제외한 일본, 대만, 태국, 말레이시아, 인도네시아, 인도, 베트남, 호주, 미국, 브라질, 아르헨티나, 프랑스, 영국, 러시아, 터키, UAE, 남아공의 나라에서 한국 음악 콘텐츠를 이용할 때 주로 ‘유튜브’(80.3%)를 이용한다고 답했다. 한국국제문화교류진흥원, 『2022 해외한류 실태조사』, 2022, 32-35쪽.

한, 다양한 연구에서 증명하듯, 유튜브는 향유자의 적극적이고 주도적인 참여를 이끌어 K-Pop 콘텐츠가 글로벌로 확산하는 데 크게 이바지한다고 밝히고 있다.<sup>3)</sup> 이런 연구 사례들은 유튜브 플랫폼이 전 세계 K-Pop 팬덤의 주요 향유의 장이라는 점을 시사한다.

현재 유튜브에서 활성화된 팬덤 콘텐츠는 기획사와 같은 상위구조에서 배포한 하향식 콘텐츠(Top-Down)와 팬덤이 생성한 상향식 콘텐츠(Bottom-Up)가 모두 존재하나, 상향식 콘텐츠가 주를 이뤄 사용자의 향유 프로세스를 이끌고 있다. 이런 점은 향유자가 쉽게 참여할 수 있는 소셜 미디어 플랫폼 시스템 구조에 기인한다. 이는 오로지 콘텐츠의 제작을 주도했던 상위 생성 구조의 헤게모니를 역전시키는 결과를 가져왔으며, 일반 향유자가 콘텐츠 생성과 공유를 촉발할 수 있는 계기를 제공하였다.

미디어 플랫폼의 종류에 따라 팬덤 콘텐츠의 형식도 변화를 거치고 있다. 오직 글로 승부를 판가름했던 ‘팬픽’은 유튜브 속에서 영상의 미학과 음악이 더해진 더욱 감성적인 서사물로 재탄생했으며, 스타의 방문지를 순례하는 등 자신의 덕질 일상을 담은 ‘브이로그(Vlog)’가 팬덤 사이에서 활발히 공유되고 있다. ‘굿즈 언박싱 영상’은 입체적으로 상품을 개봉하는 과정을 담아 팬덤의 경제적 소비를 부추기면서 문화적 소비와 함께 공존을 이루고 있다. 이렇듯 팬덤 콘텐츠는 미디어 플랫폼 속에서 역동적으로 생성되고 향유되며 다채로운 팬덤 활동의 지형을 보여주고 있다.

팬덤 활동과 팬덤이 생성한 콘텐츠에 관련한 기존 연구는 문화적 실천으로서 온라인 팬덤의 참여적 양상 및 공동체성의 함의를 규명한 것<sup>4)</sup>과

3) 김수철, 강정수, 「케이팝에서의 트랜스미디어 전략에 대한 고찰」, 『언론정보연구』 제50권 제1호, 서울대학교 언론정보연구소, 2013, 84-120쪽. 노경민, 이홍식, 「K-Pop의 수출효과: YouTube를 이용한 분석」, 『국제통상연구』 제26권(제2호), 한국국제통상학회, 2021, 33-56쪽. 홍석경, 「세계화 과정 속 디지털 문화 형상으로서의 한류: 프랑스에서 바라본 한류의 세계적 소비에 대한 이론적 고찰」, 『언론정보연구』, 제50권(제1호), 서울대학교 언론정보연구소, 2013, 157-192쪽.

4) 임세희, 「문화적 실천으로서의 팬덤 연구: 엑소 팬 카페 10대 회원들과의 질적 심층 인

팬픽, 팬번역, 팬아트 등의 특정 팬덤 콘텐츠를 중심으로 분석한 연구<sup>5)</sup>가 대표한다. 이런 연구들은 특정 팬덤의 특징적 참여 양상과 의미에 주목하고 있으며, 팬덤 활동에서 파생되는 다양한 의미를 탐색하고 있다. 특히 유튜브를 중심으로 K-Pop 팬덤 활동에 주목한 선행연구<sup>6)</sup>들은 유튜브 K-Pop 콘텐츠의 공식영상과 밈 영상의 시청 동기 차이를 규명하거나 혹은 향유자의 참여문화를 확인했다는 점에서 의의를 지닌다. 그러나 팬덤의 구체적인 활동 의미를 규명하기 전, 먼저 그와 연관된 콘텐츠의 유형을 분류하는 작업이 필수적으로 선행되어야 함에도 체계적인 분석 진행이 이루어지지 않았다는 점은 아쉬운 부분이다. ‘분류한다는 것’은 체계와 방향을 제시할 수 있는 틀이다. “사유대상이 속한 사물들 사이의 같고 다름, 이동성에 대한 분별이 없이 체계적인 성찰과 분석은 가능하지 않기 때문에”<sup>7)</sup> 분류 작업은 필수적으로 이루어져야 하는 부분인 것이다. K-Pop 팬덤이 유튜브 플랫폼을 통하여 다양한 생산 활동을 전개하고 있음에도 불구하고, 구체적으로 어떤 콘텐츠가 생성되고 있는지 그 양상과 지형에 대한 분류를 시도한 연구는 찾아보기 어려운 점이 사실이다.

본 연구와 유사하게 K-Pop 콘텐츠를 중심으로 유튜브 이용자생산콘

텐츠를 중심으로, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문, 2015. 이지영, 「집단 지성'과 그 저항적 역할을 통해 형성되는 팬덤 정체성: 방탄소년단 아미를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 (제63호), 인문콘텐츠학회 2021, 171-188쪽. 김현진, 「트랜스미디어 환경에서 케이팝(K-Pop) 콘텐츠의 참여적 이용에 관한 연구: 유튜브 콘텐츠 SNA를 중심으로」, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2019. 김지원, 「K팝 팬덤, 정서적 공동체의 이해: 방탄소년단 팬덤 아미를 중심으로」, 고려대학교 언론대학원 석사학위논문, 2020. 이동배, 「피스크의 팬덤 논의를 바탕으로 하는 글로벌 팬덤의 공동체성 연구: 방탄소년단(BTS)의 아미(ARMY)를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 (제55호), 인문콘텐츠학회, 2019, 27-45쪽.

- 5) 조성은, 조원석, 「방탄소년단 팬덤 ‘아미(ARMY)’와 팬번역」, 『번역학연구』 제22권 제1호, 한국번역학회, 2021, 247-278쪽. 조이진, 「RPS 창작 문화로 보는 팬덤 참여 문화의 사회·문화적 맥락」, 『미디어, 젠더&문화』 제36권(제3호), 한국여성커뮤니케이션학회, 2021, 47-96쪽.
- 6) 범림, 「아이돌 공식 영상과 ‘밈’ 영상의 시청동기 차이에 대한 연구: 중국인의 유튜브 K-Pop 시청을 중심으로」, 국민대학교 일반대학원 2021. 김현진, 같은 글, 2019.
- 7) 최유찬, 「게임의 장르와 역사」, 『문학교육학 5권』, 한국문학교육학회, 2000, 219-220쪽.

텐츠(UGC, User Generate Content)의 유형 분류를 시도한 선행연구 사례<sup>8)</sup>가 존재한다. 이 연구는 ‘K-Pop 아티스트’ 키워드의 빅데이터에 주목해 리액션(Reaction), 커버(Cover), 팬캠(Fancam), 플래시몹(Flashmob)이라는 4가지 이용자생산콘텐츠를 추출하였다. 그러나 이 분류는 ‘K-Pop 아티스트’라는 한정된 검색어 사용과 뚜렷한 체계 없이 분석이 진행되어 언제든지 새로운 유형의 콘텐츠가 생성될 수 있는 유튜브 환경을 고려하지 못했을 뿐 아니라, 현재에 다양하게 존재하는 팬덤 생산 콘텐츠를 모두 포괄할 수 없다는 점에 한계를 지니고 있다.

이에 본 연구에서는 팬덤의 주체적인 참여로 활성화된 유튜브 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형 분류를 시도함으로써 지금까지 구조화되지 못했던 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 지형을 제시하고자 한다. 이를 위해서 본 연구에서는 유튜브에서 생성되고 있는 상향식 K-Pop 팬덤 콘텐츠를 연구대상으로 설정하였다. 연구대상을 수집하기 위해서 귀납적 원리를 이용한 관찰조사를 실시하였으며, ‘생성 구조 형식’과 ‘생성 요소’를 기준으로 텍스트 분석을 진행하였다. 이 기준은 팬덤 콘텐츠의 특징을 특정 형식에 한정하지 않고 종합적인 시각으로 통찰할 수 있어 모든 팬덤 콘텐츠를 포괄하여 분류할 수 있을 것이다. 유튜브에 현존하는 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 양은 방대하며 콘텐츠마다 다양성을 지닌다. 따라서 귀납적 원리로 팬덤 콘텐츠를 수집하여 질적으로 분석한다면, 구체적인 팬덤 콘텐츠의 분류가 가능할 것이다.

앞서 언급했듯 팬덤 활동이 소셜 미디어 플랫폼에서 대부분 이뤄지면서 유튜브는 전 세계 K-Pop 팬덤이 가장 활발하게 활동을 전개하는 플랫폼으로 자리 잡게 되었다. 따라서 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 지형을 유튜브 플랫폼을 통해 살피는 것은 대표적인 표본으로서 적절한 측면을 지닌다. 온라인에서 활성화된 팬덤의 참여 양상을 밝히기 위해서는 먼저 팬덤 콘텐츠의 유형화 작업이 선행되어야 함에도, 팬덤 활동의 구조적 지

---

8) 김현진, 위의 글, 2019, 32-39쪽.

표인 팬덤 콘텐츠에 대한 유형 분류 연구를 찾아보기 어렵다는 점은 아쉽다. 유형 분류 작업은 개별적으로 나열된 팬덤 콘텐츠를 체계적으로 구조화해 각 범주에 해당하는 콘텐츠의 형태와 특징을 도출할 수 있어, 콘텐츠를 통한 팬덤의 향유 목적과 의미를 유추해 볼 수 있는 중요한 단서가 될 것이다.

## II. 팬덤과 팬덤 콘텐츠의 개념적 고찰

### 1. 팬덤의 개념

팬덤(fandom)의 개념은 연구자마다 다양하게 산재되어있다. 우선 팬덤을 사전적 의미로 규명하는 측면이 존재한다. 팬덤을 팬(fan)과 덤(-dom)으로 합쳐진 단어로 바라보고, 접미사 덤(-dom)으로 부터 그 의미를 추출하는 경우이다. ‘팬덤(fandom)’을 ‘킹덤(Kingdom)’과 같이 지역이나 구역으로 해석한다면 팬이 통제하는 영역을 의미하게 되어, 팬이 대상을 위해 무엇인가 생성하고 제어하는 하나의 공간에서 나오는 현장을 가리키게 된다. 반면 ‘팬덤(fandom)’을 ‘위즈덤(wisdom)’이나 ‘프리덤(Freedom)’으로 해석하게 된다면, 팬이 지닌 존재의 상태나 조건이 된다.<sup>9)</sup> 이렇게 팬덤을 생성적 영역으로 해석하는 것은 아무 실천을 하지 않는 소극적 팬의 범위까지 포괄하지 못한다는 한계를 지니며, 팬의 상태나 조건으로 해석하는 측면은 그 상태와 조건의 강도를 측정하게 되므로 팬인가 아닌가에 대한 규정의 잣대에 문제가 생길 수 있게 된다. 마음속에 큰 파도가 일렁이는 열성적 팬도 팬덤이며 잔잔한 물결 같은 팬의 상태도 팬덤이기 때문이다. 이런 점은 팬덤 연구자인 매튜 힐스(Matthew Hills)가 주장한 “팬덤은 단순히 분석적으로 선택될 수 있는 사물이 아니며,<sup>10)</sup> 그 의

9) Rutherford-Morrison, L, *Where did the word "fandom" come from?*, Retrieved August 3, 2019, <https://www.bustle.com/articles/144396-where-did-the-word-fandom-come-from-behind-the-term-that-changed-the-internet-forever>.

미를 더욱 다각적으로 접근해야 함을 시사한다. 팬덤을 “특정한 인물이나 분야를 열성적으로 좋아하는 사람들, 혹은 그러한 감정을 공유하며 연대하는 문화 현상”<sup>11)</sup>으로 보는 측면도 있다. 이런 정의는 공동체적 팬을 포함하고 있으나 개인 팬을 포함하지 못하며, 열성적이라는 기준이 모호하여 시각적으로 드러나지 않는 숨은 팬을 포함하지 못한다. 또한, 팬은 어떤 분야를 좋아하는 것과 더불어 때로는 비판을 진행하기 때문에 오직 긍정적인 측면만을 의미로 내세우는 것은 단편적 해석이라고 할 수 있다.

마크 더핏(Mark Duffett)은 “팬덤은 복잡하고 분석이 까다로운 영역으로 여러 면에서 연구해볼 만한 가치가 있다”<sup>12)</sup>고 말한다. 또한, “팬덤은 개인 정체성을 구축하는 데 유용하며 여러 계급과 젠더를 비롯한 다양한 정체성 차원에 대한 사회적 태도를 밝힐 수 있다”<sup>13)</sup>고 주장한다. 그는 뚜렷한 팬덤의 정의를 내세우지는 않지만, 팬과 이에 해당하는 문화적 현상으로 그 개념을 포괄적으로 제시한다. “팬덤은 매혹, 셀러브리티 추종, 집단행동 및 확신의 열광적 선언 같은 다양한 요소를 포괄하는 용어”<sup>14)</sup>로 경제적, 문화적 소비까지를 포함한다는 것이다. 여기서 마크 더핏은 “팬들은 팬덤의 활동으로 자신들이 생산한 텍스트를 다른 팬이 경험할 수 있도록 돕지만, 그 행동이 반드시 누군가의 금전적인 소득으로 이어지지 않으며, 경제적인 소비 자체를 열광적으로 옹호하는 경우는 없다.”고 말한다.<sup>15)</sup> 물론 팬들은 경제적 소비를 우선순위에 두고 생산적 활동을 하는 것은 아니지만, 수익이 발생하는 유튜브와 같은 미디어 플랫폼

10) Matthew Hills, *Fan Cultures*, Talylor & Francis Group, 2002,

11) 노성산, 김새미나, 오혜신, 『뉴미디어 트렌드 2022』, (주) 샌드박스네트웍스, 2021, 91쪽.

12) 마크 더핏, (Understanding Fandom), 김수정, 곽현자, 김수아, 박지영, 『팬덤 이해하기』, 한울아카데미, 2016, 21쪽.

13) 위의 책, 21쪽.

14) 위의 책, 47쪽.

15) 위의 책, 5쪽.

폼은 팬의 금전적 소득으로까지 연결해주기 때문에 변화된 미디어 환경에서 오는 팬덤 활동의 의미를 다시금 생각해 봐야 할 필요성은 있다. 헨리 젠킨스(Henry Jenkins)가 제시한 팬 실천은 영리적 목적이 없는 “팬들의 행위는 사랑의 노동”<sup>16)</sup>으로 표현한 것에 대해 고민해 봐야 하는 것도 사실이다. 모든 팬덤 활동이 대상에 대한 사랑으로 시작하는 것에 동의하지만, 금전적 소득에서 오는 팬덤 활동의 의미가 복잡하게 얽혀있을 수도 있기 때문이다. 팬은 소비자, 생산자, 제작자 등과 같이 하나의 역할에 머무르는 것이 아닌, 그것들이 보편적으로 지니고 있는 의미를 넘어서는 위치에 있다고 할 수 있다. 이러한 팬의 역할이 바뀌는 원인은 다양한 현상 속에서 찾을 수 있는데, 계속해서 변화하는 팬들이 처한 외부적 환경의 맥락을 무시할 수 없는 이유가 여기에 있다.

마크 더핏이 “팬덤을 취미생활로 때로는 대상에 동일시의 요소를 포함하여 개인이 지닌 팬으로서의 정체성을 형성하고 그 경험 자체를 팬덤의 요소”<sup>17)</sup>로 포함한다는 것에 동의한다. 동일한 대상의 팬덤 안에서도 개인마다의 실천과 경험은 다르게 나타날 수 있다. 팬 실천은 가시적이지 않은 실천 없이 수용적 향유만 진행하는 경우도 존재한다. 따라서 공동체에서 시각적으로 드러나는 실천적인 측면으로만 팬덤의 개념으로 범주화하는 것은 한계를 지닌다. 가시적이지 않은 팬의 존재를 무시하는 것은 팬덤의 의미를 축소하게 될 것이기 때문이다.

한편, “특정한 팬덤이 지닌 공동체적 정체성과 유사 행동이 있다”는 주장<sup>18)</sup>에도 일리는 있다. 우리는 동일한 장르이거나 혹은 같은 대상의 팬덤 양상을 살펴보았을 때 공동체의 비슷한 행동을 발견할 수 있기 때문이다. 존 피스크(John Fisk)는 팬 문화를 생산성의 측면에서 이해하고 있으며, 기호학적, 언술 행위적, 텍스트적 생산성<sup>19)</sup>으로 설명하는데, 이런

16) Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where old and New Media*, NEW YORK UNIVERSITY PRESS, 2008, p.180. 위의 책, 51쪽.

17) 위의 책, 52-53쪽.

18) 위의 책, 46쪽.

관점에는 팬들의 공동체성이 전제되어 있다. 이동배는 팬덤을 “하나의 개인적 경험이 아니라 문화를 공유하는 현상”이라고 정의한다. 이 개념에도 공동체가 지니는 공통적인 실천에 대한 존재를 중요하게 제시하고 있다는 점을 알 수 있다. 헨리 젠킨스는 《텍스트 밀렵꾼들》에서 팬덤에 대해 다음과 같이 정의한다. ‘특정한 수용 양식, 비판적인 해석의 실천, 소비자 행동의 토대, 문화적 생산의 형식, 대안적 사회 공동체’<sup>20)</sup>가 그것이다. 이 개념 또한 팬덤을 공동체에 중심을 두고 해석하고 있다.

지금까지 살펴본 다양한 팬덤의 개념을 바탕으로 본 연구에서는 팬덤의 정의를 다음과 같이 설정하고자 한다. 팬덤은 ‘공동체 및 개인 팬이 포함되는 개념으로 이들이 매개된 모든 문화 현상’을 포괄한다. 이 개념에는 공동체성이 드러나는 팬뿐만 아니라 개인 팬, 특히 소극적인 팬과 숨은 팬도 포함시킨다. 팬의 경계를 측정할 수 있는 잣대의 모호함으로 특정 영역의 팬을 제외할 수 없으며, 비가시적 영역(영상의 조회수를 올려 주거나 혹은 굿즈 판매에 도움을 주는 등)에서 활동하는 개인 팬과 숨은 팬 또한 다양한 영향력을 행사할 수 있기 때문이다. 한편, 가시적인 공동체에서 형성되어 있는 문화적 공유 속에서 개인의 경험은 다양화될 수 있으나, 많은 연구가 증명했듯 공동체가 갖는 공통적 문화가 존재한다는 것을 강조한다. 이렇게 다양한 종류의 팬을 포함하는 것은 너른 범위에서의 팬덤을 이해할 수 있는 중요한 지점이 될 것이다.

또한, ‘팬덤이 매개된 모든 문화 현상’이라는 것은 가시적으로 드러나는 공동체적 성격이 강조된다. 이는 공동체 팬덤이 내재적 및 외재적으로 매개된 통합적인 문화 현상을 나타내는데, 여기에는 문화적 및 경제적 요인과 긍정적 및 부정적 측면의 다양한 관점을 내포한다. 이런 포괄적 명제는 자칫 명쾌하지 못하거나 모호해 보일 수 있으나, 그 자체가 역동적이며 빠르게 변화하는 팬덤 문화를 정형화된 틀로 정의한다면 오히

19) 존 피스크, 박명진, 정준영, 이영욱, 양은경, 김용호, 손병우, 김연중, 김창남, 「팬덤의 문화 경제학」, 『문화, 일상, 대중: 문화에 관한 8개의 탐구』, 한나래출판사, 2012, 195쪽.

20) Henry Jenkins, *Textual Poachers*, Routledge, 2012, pp.277-287.

려 많은 것들을 놓칠 수 있게 될 것이다. 팬덤의 분석은 세부적 요소에 따라 정치하게 진행해야 하나, 팬덤의 개념은 너른 의미로 파악해야 한다.

K-Pop 팬덤 콘텐츠는 개인이 생성한 콘텐츠가 모여 공동체의 공통된 현상으로 물들게 되고, 다양한 커뮤니케이션과 공유를 통해 다시 순환하여 개인 콘텐츠로 생성된다. 본 연구에서는 팬덤 콘텐츠에서 지배적으로 드러나는 개인 팬과 공동체의 실천적 측면을 포괄하는 개념으로 팬덤을 이해할 것이다.

## 2. 팬덤 콘텐츠의 개념

팬덤은 능동적으로 즐거움을 추구한다.<sup>21)</sup> 그들은 스타의 방문지를 성지순례하고, 콘서트를 관람하며, 굿즈를 모으고, 팬픽을 쓴다. 팬덤은 다양한 활동을 통해 스타를 향유 하며 자신의 정체성을 구축시킨다. 기존 K-Pop 팬덤은 오프라인을 기반으로 능동적으로 모이고 흠어지며 팬 활동을 하는 양상을 보였지만, 모바일 환경의 출현과 함께 미디어 플랫폼이 활성화되면서 주요 향유의 장은 온라인으로 옮겨지게 되었다. 이로써 전 세계의 팬덤은 하나의 공동체로 쉽게 구축될 수 있는 계기가 마련되었으며, 시공간을 넘어선 일상으로써의 팬덤 활동이 가능하게 되었다. 팬덤이 주로 활동하는 미디어 플랫폼의 형태는 향유자가 생산과 향유의 경계를 넘나드는 양상을 보이는 트위터, 유튜브, 인스타그램 등과 같은 소셜 미디어 플랫폼, 더쿠, 디시인사이드 등과 같은 웹 사이트, K-Pop 기획사의 관리하에 팬덤의 활동을 엮어주는 위버스, 유니버스 등과 같은 팬덤 플랫폼이 대표적이다.

팬덤 콘텐츠가 생성되는 장소는 웹 사이트와 소셜 미디어 플랫폼으로 범주를 나눌 수 있으며, 각 플랫폼들은 콘텐츠의 기능적 특징을 다르게 형성하고 있다. 웹 사이트는 정보성 위주의 콘텐츠 비중이 큰 반면, 소셜

21) 마크 더핏, 김수정, 곽현자, 김수아, 박지영, 앞의 책, 248쪽.

미디어 플랫폼은 콘텐츠의 형식적 측면이나 내용적 측면으로 다양한 스펙트럼을 보여준다. 온라인을 기반으로 생성된 웹 사이트 팬덤 콘텐츠는 인터넷 공식 팬 카페를 시초로 활성화되기 시작하였다. 팬들은 팬 사이트 안에서 스타에 대한 정보, 사진, 짤 등과 같은 콘텐츠를 업로드하고, 토론, 이벤트를 하며 팬덤 활동을 형성해 나간다. 현재에도 공식 팬 카페, 더쿠, 디시인사이드와 같은 웹 사이트를 통한 향유 활동이 활발히 진행되고 있는 모습을 보인다. 반면 접근성이 뛰어난 소셜 미디어 플랫폼은 정보를 쉽게 공유할 수 있을 뿐만 아니라 시청각 콘텐츠를 편하게 생성하고 향유할 수 있어 팬덤 활동 영역의 대표적인 장으로 형성되었다. 코로나 19의 요인으로 인하여 오프라인 공연 산업이 온라인 플랫폼으로 이동하면서 새롭게 성장한 ‘팬덤 플랫폼’은 핵심적인 팬덤 커뮤니티의 영역으로 떠오르는 추세이며 다양한 문화적, 경제적 소비 활동을 제공하는 서비스로 형성되고 있다.

다양한 소셜 미디어 플랫폼에서 형성되는 팬덤 콘텐츠는 생산자의 관점에서 상향식 콘텐츠(bottom-up)와 하향식 콘텐츠(top-down)로 거시적 분류가 가능하다. 전자는 개인별 팬덤에 의해서 생성된 콘텐츠를 말하며, 후자는 기획사와 같은 상위구조의 특정 생산자에 의해 형성된 구조를 말한다. 유튜브, 트위터와 같은 소셜 미디어 플랫폼과 위버스와 같은 팬덤 플랫폼에서는 상, 하향식 콘텐츠가 뒤섞여 활성화되어 있는 것을 쉽게 볼 수 있다. 즉 팬덤 콘텐츠는 하향식으로 형성된 ‘제작자 생성 팬덤 콘텐츠’와 상향식으로 생성된 ‘팬덤이 생성한 콘텐츠’로 분류할 수 있게 된다. 상위구조 생산자에 의해 하향식으로 생성된 팬덤 콘텐츠가 상향식 콘텐츠로 둔갑하여 제공되는 사례도 존재하는데, 팬덤 시점으로 구성된 ‘팬캠(직캠)’ 영상이 이를 대표한다. 팬덤의 관점에 따라 특정 스타를 중심으로 구성하거나, 공식 콘서트 영상에서는 볼 수 없는 다양한 각도로 촬영한 팬캠 영상 포맷이 하향식 콘텐츠로도 생성되는 것이다.

이처럼 다양한 형태로 생성되는 팬덤 콘텐츠 가운데, 본 연구에서는 K-Pop 팬덤 콘텐츠를 유튜브 속 팬덤이 생산한 상향식 콘텐츠로 범위를

설정한다. 이는 콘텐츠의 생산과 향유를 넘나드는 프로슈머로서 변모한 팬덤의 위치를 제고하고, 그 생산성 측면의 유형을 조망하기 위함이다. 따라서 팬덤이 생산한 유튜브 K-Pop 콘텐츠를 중심으로 이를 포괄할 수 있는 틀을 제시할 것이다.

### III. K-Pop 팬덤 콘텐츠 연구대상과 연구방법

#### 1. K-Pop 팬덤 콘텐츠 연구대상

본 연구에서는 귀납적 원리를 통해 유튜브 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 연구대상을 설정하고자 한다. 유튜브에 현존하는 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 가장 큰 특징은 장르적, 내용적 ‘다양화’에 있다. 따라서 이를 분류하기 위해서는 다양한 팬덤 콘텐츠를 접해 규칙적인 형태와 요소를 범주화해야 한다. 귀납적 연구방법은 ‘충분할 만큼의 관찰 대상이 수집되고, 다양한 조건에서 관찰이 반복되어야 하며, 관찰진술 가운데 어느 것이라도 연역을 통해 도출될 일반명제와 모순되지 않았을 경우’ 일반화에 도달할 수 있다.<sup>22)</sup> 따라서 본 연구에서는 귀납적 원리를 통해 연구대상을 수집하여 분석을 진행할 것이며, 유형화된 기준에 따라 팬덤 콘텐츠 사례를 직접 적용하여 예증을 진행하고자 한다.

본 연구에서 설정한 연구대상은 유튜브에서 향유자 중심으로 생성되고 있는 K-Pop 팬덤 콘텐츠이며, 연구대상을 수집하기 위해 2022년 1월 1일부터 11월 10일까지 관찰조사를 시행하였다. 관찰조사는 ①일정한 목적을 가지고 ②체계적으로 계획하여 기록하고 ③단순한 흥미가 아닌 일반화된 명제에 연결시켜 ④타당성과 신뢰성을 확인한 통제를 통해 이루어져야 하는 자료수집을 할 때 활용할 수 있는 방법론이다.<sup>23)</sup> 또한, 관

22) 정창수, 『사회과학방법론』, 대영문화사, 1996, 29쪽.

23) 김광웅, 『기초, 원리, 응용 방법론 강의』, (주) 박영사, 2006, 387쪽.

찰조사는 일정 체계를 갖춘 행위가 아니더라도 자료수집을 위한 방법으로써 신뢰를 둔다.<sup>24)</sup>

관찰조사 방법에 따라 체계적인 K-Pop 팬덤 콘텐츠를 수집하기 위해서 본 연구에서는 다음과 같은 수집 기준을 설정하였다. 첫째, 2018~2022년을 기준으로 생성된 콘텐츠를 중심으로 시기적 범주를 정하였다. 시의성을 고려하여 가장 최근에 형성된 콘텐츠를 중심으로 분석을 진행하고자 하였는데, 이는 현재의 팬덤 콘텐츠의 지형을 이해할 수 있어 비즈니스 측면에서 활용할 수 있는 기초자료로 유용성을 지니기 위함이다. 또한, 2020~2022년 사이에는 팬데믹 환경으로 인하여 온라인에서 적극적인 팬덤 향유 활동이 일어난 시기이기도 하다.<sup>25)</sup> 둘째, K-Pop 팬덤 콘텐츠 중 한국을 비롯하여 다양한 국가에서 생성되는 채널을 선정하였다. 이는 글로벌로 확산한 K-Pop 팬덤이 보이는 공통적인 양상을 팬덤 콘텐츠를 통해 이해하고자 하기 위함이다. 따라서 K-Pop 팬덤을 이해하기 위한 연구에 있어 선행적으로 이루어져야 하는 것은 팬덤 콘텐츠의 체계적 분석이라고 할 수 있겠다. 셋째, 구독자 수가 높은 대표적인 K-Pop 팬덤 콘텐츠 채널을 선정하였다. 선정한 채널은 대부분 5년 이상 운영된 것으로 K-Pop 팬덤 콘텐츠 생성의 지속성을 살펴 신뢰 있는 콘텐츠를 선정하고자 하였다. 또한, 대부분의 채널들은 특정한 장르의 콘텐츠를 생성하고 있지만, 다양한 장르를 취급하는 경우도 존재하였다. 따라서 각 채널이 지니고 있는 콘텐츠 장르를 모두 포괄하여 연구대상으로 수집하였다. 연구대상 채널은 ‘Bangtan Subs’, ‘BLACKPINK SUBS’, ‘김일오 15KIM’, ‘HÜ 가사 해석’, ‘박채영지구정복’, ‘BS 일상[Vlog]’, ‘SoulYeon 솔연’, ‘aid tun 김교차’, ‘구구 Playlist’, ‘Kpop Star’, ‘유어리아 Your

24) 위의 책, 387쪽.

25) 한국콘텐츠진흥원 「2021 음악 이용자 실태조사」 12쪽에 따르면 코로나19 이후 음악 관련 온라인 동영상 시청 빈도가 65.7% 증가했다고 나타내고 있다. 또한, 「2022 음악 이용자 실태조사」 8쪽에서도 2020~2022년 음악 관련 온라인 동영상 이용 현황이 81.6%로 높은 수치로 나타나고 있다.

ria', 'US BTS ARMY Tita', '안구정화티비', 'Rosequarts Carat', 'Cameron Philip K', 'GLEAMING RIPPLE 글리밍리플', '쌈디', 'Julz West', 'Paint it Black', '헤이데이 Heyday', '미쓰쵸', 'KPOP IN CHINA'<sup>26)</sup> 채널이며, 이들이 생성한 K-Pop 팬덤 콘텐츠 중 130개를 분석대상으로 설정하였다. 구체적인 K-Pop 팬덤 콘텐츠는 아래의 <표 1>과 같다.

<표 1> K-Pop 팬덤 콘텐츠 연구대상 목록<sup>27)</sup>

채널명	콘텐츠명	장르	채널명	콘텐츠명	장르
Bangtan Subs	[ENG] 220503 V's Instagram Story Compilation - How are things?	팬자막	김일오 15KIM	[SUB] [뮤비해석] 흥... 뮤비해석 유튜브가 그저 헛웃음만 나왔던 이번 아이들 신곡 컨셉...   (여자)아이들 'Nxde'	뮤직 비디오 내용 해석
"	[ENG] 210315 BTS' Tweet - Live Reaction to the Grammy Award Announcement	팬자막	"	[SUB] [뮤비해석] 아이브의 치밀한 세계관에 돌아버린 유튜브여기있잖나..   아이브 3원색 나르시시즘 세계관 정리   IVE 'After LIKE' MV Analysis	뮤직 비디오 내용 해석
"	[ENG] 220429 Jungkook's Instagram Story Compilation - Here for 30 minutes before I go to sleep	팬자막	"	?? : 김일오 불러와.. 당장 해석해...	뮤직 비디오 내용 해석
"	[ENG] 220310 Jungkook's Instagram Video - This post will disappear :)	팬자막	"	[SUB] [뮤비해석] 뉴진스 Hype Boy 뮤비 속에 숨어있던 4가지 청춘 스토리, 여름이었던... .	뮤직 비디오 내용 해석
BLACK PINK SUBS	[LEGENDADO] ROSÉ (SOLO) - "Let It Be + You And I + Only Look At Me" LIVE em Seoul.	팬자막	"	똑같다! BTS 신곡 속 숨어있는 뮤비 오마주 비교하기   Hidden Details in BTS 'Yet To Come' MV	뮤직 비디오 내용 해석

26) 본 연구에서 연구대상으로 설정한 국내 채널의 비율은 68.18%이며, 해외 채널은 31.81%이다. 각 채널이 지닌 다양한 장르의 콘텐츠를 모두 포괄하여 선택하려 하였으며, 그중에서도 조회수가 높은 인기 콘텐츠를 중심으로 선택하였다.

"	[SUB PT-BR] BLACKPINK & Selena Gomez - Ice Cream (POR TRÁS DAS CÂMERAS) LEGENDADO.	팬자막	"	[SUB] [뮤비해석] 당신이 Feel My Rhythm 뮤비를 100% 즐길 수 있는 방법   레드벨벳 'Feel My Rhythm' MV Explained & Theory	뮤직 비디오 내용 해석
"	[SUB PT-BR] BLACKPINK LIVE NO TWITTER - LEGENDADO	팬자막	"	[SUB] [뮤비해석] NCT 데뷔 때부터 광아가 이미 스포되었다고요?; NCT 세계관 정리 1편	뮤직 비디오 내용 해석
"	[SUB PT-BR] BLACKPINK - ANIVERSÁRIO DE 4 ANOS(ENTREVISTA):	팬자막	"	[ENG] [뮤비해석] 지구과학 공부 안 한 사람은 이해 못하는 4세대 걸그룹 컨셉 ....	뮤직 비디오 내용 해석
"	[SUB PT-BR] BLACKPINK - '24/365 with BLACKPINK' EPISÓDIO 01	팬자막	"	[뮤비해석] 300만의 심금을 울린 자우림의 갓곡 뮤비...   자우림 '스물다섯 스물하나'	뮤직 비디오 내용 해석
"	[SUBS PT-BR] BLACKPINK DIARES - EP. 10	팬자막	"	[뮤비해석] 마리아 뮤비와 이어지는듯한 이번 화사 신곡 뮤비의 숨은 의미   화사 'I'm a 빛' MV explained & theory	뮤직 비디오 내용 해석
HÜ 가사 해석	이별에 대하여 <b>Blackpink</b> (블랙핑크) - <b>The happiest girl</b> [가사 해석/한글 자막]	팬자막	BS 일상 [vlog]	[한글자막/일본방송] 한국 걸쳐 제전 KCON/르세라핌 미니 앨범 2집 뉴스	팬자막
"	날 사랑하는 건 어려워 <b>Rosé</b> (로제) - <b>Hard to love</b> [가사 해석/한글 자막]	팬자막	"	[한글자막/일본방송] 프로미스9 ,BTS 스트레이키즈 르세라핌 Kep1er IVE 총출연 시상식 뉴스	팬자막
"	난 바로 그런 애야 <b>Blackpink</b> (블랙핑크) - Typa girl 가사해석	팬자막	"	[해설자막/일본방송] Kep1er, Newjeans, TXT뉴스	팬자막
박채영 지구정보	[BLACKPINK]심심해서 만들어본 온더그라운드 티저	부분 편집	Soul Yeon 출연	[4K] 원어스 (ONEUS) Same Scent (세임 센트) Stage Mix (교차편집)	교차 편집
"	[PLAYLIST]치명적인 눈빛으로 듣게되는 블랙핑크 BLACK 재질	플레이 리스트	"	[4K] 트와이스 (TWICE) Talk that Talk (톡댓톡) 교차편집 (Stage Mix)	교차 편집

	플레이리스트				
"	[PLAYLIST]잔잔한 새벽 갠성 블랙핑크 노래 플레이리스트	플레이 리스트	"	[4K] NewJeans (뉴진스) Hype Boy (하입보이) 교차편집 (Stage Mix)	교차 편집
"	가사를 뺀어다 꽃아버리는 두두두두 제니 랩 파트 모음	부분 편집 모음	"	[4K] NewJeans (뉴진스) Attention (어텐션) 교차편집 (Stage Mix)	교차 편집
"	[BLACKPINK]Forever Young Edm파트 제거 버전	부분 편집	"	[4K] 에이티즈 (ATEEZ) Sector 1(섹터 원) + Guerrilla (게릴라) 교차편집 (Stage Mix)	교차 편집
Soul Yeon 솔연	[4K] IVE (아이브) After LIKE (에프터 라이크) 교차편집 (Stage Mix)	교차 편집	"	[4K] 에이티즈 (ATEEZ) Guerrilla (게릴라) 교차편집 (Stage Mix)	교차 편집
"	[4K] NMIXX (엔믹스) DICE (다이스) 교차편집 (Stage Mix)	교차 편집	"	[4K] STAYC (스테이씨) BEAUTIFUL MONSTER (뷰티풀 몬스터) 교차편집 (Stage Mix)	교차 편집
aid tun 김교차	권은비(KWON EUN BI) - Underwater 교차편집(stage mix)	교차 편집	구구 Playlist	트로피컬 페스티벌 (재업)	플레이 리스트
"	NMIXX - DICE 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	<b>Playlist</b> 여돌 최신곡과 수록곡 모아듣기	플레이 리스트
"	드림캐처(Dreamcatcher ) - VISION 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	금방 지나가버린 가을	플레이 리스트
"	슬기(SEULGI) - 28 Reasons 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	<b>Playlist</b> LA에서 듣는 케이팝	플레이 리스트
"	(여자)아이들((G)I-DLE ) - 화(火花) 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	<b>Playlist</b> 파리에서 듣는 케이팝	플레이 리스트
"	NCT 127 - 질주(2 Baddies) 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	<b>Playlist</b> 케이팝에 미쳤습니까 휴먼? 예. 요즘 듣는 내 취향 플리 9	플레이 리스트
"	아이브(IVE) - After LIKE 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	<b>EXID</b> 컴백했다..! 역대 타이틀곡 모음	플레이 리스트
"	퍼플키스(PURPLE KISS) - Nerdy 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	<b>Playlist</b> 질주고 NCT 엔시티127 명곡 모음	플레이 리스트

"	첫사랑(CSR) - 첫사랑(Pop? Pop!) 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	<b>Playlist</b> 엔시티드림 더드림쇼2 콘서트 플리	플레이 리스트
"	트와이스(TWICE) - Talk that Talk 교차편집(stage mix)	교차 편집	"	<b>Playlist</b> #최종 #여돌 #노동요 #샤워플리 #가보자고 ~	플레이 리스트
Kpop Star	[광고없는 실시간 인기차트] 2022년 10월 ,노래모음 최신가요 KPOP 플레이리스트	플레이 리스트	유어리아 your ria	뉴진스 팝업 오픈런해서 산 것들 앨범깡· 포카 정리· 뉴진스 덕질 브이로그· NewJeans pop up· NewJeans album unboxing	후기 브이 로그 (Vlog)
"	[광고없는 실시간 인기차트] 2022년 9월 15일 2주차, 노래모음 최신가요 KPOP 플레이리스트	플레이 리스트	"	민지가 이쁘다구 해줬r... 뉴진스 대면팬싸 브이로그· 내 질문이 2번 뽑힌 건에 대하여 Newjeans fansign event 220816	후기 브이 로그 (Vlog)
"	[Full Album] B T S (방탄소년단) 2022   방탄소년단 노래 모음   새벽에 듣기 좋은 방탄소년단 노래 모음	플레이 리스트	안구정화 티비	덕후룸 꾸밀 때 유용한 5가지 아이디어 주변 생활용품들이 전부 덕질 아이템이 된다고요	방 꾸미기
안구정화 티비	BTS 월드 룸투어 1탄! 미국 아미는 어떻게 방을 꾸미까? BTS ARMY's World Room Tour #1!	방 꾸미기	"	꿀팁! 덕질하면서 예쁘게 핸드폰 꾸미기 10가지 방법! 방탄소년단 핸드폰 케이스 꾸미기 DIY aesthetic phone cases for kpop lover!	방 꾸미기
"	방탄소년단 덕질하다 겪은 초긴박했던 썰ㅋㅋ Funny story of BTS ARMY and a taxi driver lol	팬 에피소 드	"	덕후룸 방꾸미기 3탄! 방탄소년단 사진으로 벽 꾸미기 How to make aesthetic KPOP wall? Room Decoration #3	방 꾸미기
"	(꿀잼) 이제야 말할수 있는 방탄소년단 공연 스탠딩 1열에서 경호원과 있었던 일..! My funny episode at a BTS Fan Meet LOL	팬 에피 소드	"	크리스마스 특집! 설레는 BTS 트리 만들어서 방꾸미기 DIY BTS Christmas Tree!	방 꾸미기
"	방탄소년단 콘서트에서 방귀 편 썰..ㅋㅋㅋ When	팬 에피	"	방탄소년단 덕후룸 꾸미기의 심리적 효과에	방 꾸미기

	you fart while watching BTS concert., Angoo Toon #03	소드		대하여 How I re-decorated my room with BTS collections	
Rose- quarts Carat	[SVT] SEVENTEEN FF    G.A.M.E.S : GottA Make it and Survive (EP.30)	팬픽	"	덕후룸 방꾸미기 1탄! 방탄소년단 매직샵 언박싱하고 책상 꾸미기 Decorating my desk with BTS Magic Shop DVD   Room Decoration #1	언박싱 & 방꾸미 기
"	(BTS) Jungkook FF : Brother Chp.1	팬픽	"	방탄소년단 한국 콘서트 티켓팅 방법 + 성공 꿀팁! BTS PTD On Stage Seoul! Tips to get the concert ticket.	티켓팅 후기
"	(BTS) Jimin FF : Destined Partner Chp.1	팬픽	"	BT21 도시락 쉽게 만드는 방법! How to make a BT21 lunch box!	도시락 만들기
"	[BTS] HOSEOK FF    I'M IN LOVE WITH MY BEST FRIEND CH.1	팬픽	"	1초 컷 품질엔 이유가 있었다. BTS 정국이 만든 무드등 실물후기! BTS Jungkook made mood lamp unboxing	언박싱 후기
"	(Seventeen) Woozi FF : High School Bet Ch.1	팬픽	"	하이틴 남주 느낌* BTS 진 솔로 앨범 The Astronaut 언박싱!	언박싱 후기
Cameron Philip K	K-POP MEME REVIEW #25	후기 콘텐츠	"	유죄인간 박지민.. 보면 안될 것 같은걸 본 느낌(?)의 포토북 언박싱 BTS Jimin's photo book unboxing!	언박싱 후기
"	K-POP MEME REVIEW #24	후기 콘텐츠	"	BTS Proof in Seoul 전시회 후기 + 무대 의상으로 만든 슬링백 언박싱 Hybe Insight BTS Sling bag unboxing	전시회 & 언박싱 후기
"	[ENGLISH REMIX] JIN (BTS) - ABYSS - CAMERON PHILIP	커버송	"	1개에 9kg인 앨범이 나왔다?! 가격은 30만원 BTS PROOF 콜렉터 에디션 언박싱 BTS Proof Collector's Edition Unboxing	언박싱 후기
"	[english remix] bts -	커버송	US BTS	V Taehyung Closing	팬캠

	life goes on - cameron philip		ARMY Tita	Ment   BTS PTD in Las Vegas Day 1 (FAN CAM)	(직캠)
"	[english remix] bts - life goes on - cameron philip	커버송	"	IDOL   BTS PTD in Las Vegas Day 1 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
"	i made a remix of daechwita by agust d	커버송	"	HOME   BTS PTD in Las Vegas Day 1 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
"	doing a k-pop random dance challenge and failing	커버댄스	"	LIFE GOES ON + BOY WITH LUV   BTS PTD in Las Vegas Day 2 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
"	doing a k-pop random dance challenge	커버댄스	"	BLOOD SWEAT & TEARS + FAKE LOVE   BTS PTD in Las Vegas Day 2 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
"	[BAD DANCE COVER] bts - dynamite	커버댄스	"	DYNAMITE + BUTTER   BTS PTD in Las Vegas Day 2 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
GEMING RIPPLE 글리밍 리플	220625-26 세븐틴 WORLD TOUR [BE THE SUN] - 스냅샷(Snap Shoot) 민규 ver.	팬캠 (직캠)	"	BLUE AND GRAY   BTS PTD in Las Vegas - Day 4 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
"	220625-26 세븐틴 WORLD TOUR [BE THE SUN] - 게임보이(GAM3 BOI) 민규 ver.	팬캠 (직캠)	"	DNA   BTS PTD in Las Vegas - Day 4 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
"	220625 세븐틴 WORLD TOUR [BE THE SUN] - 뽐뽐(BOOMBOOM) 민규 ver.	팬캠 (직캠)	"	BTS Opening Ment   BTS PTD in Las Vegas - Day 4 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
"	220325-26 세븐틴 팬미팅 캐럿랜드 - 마음에 불을 지펴(LIGHT A FLAME) 민규 ver.	팬캠 (직캠)	"	FIRE   BTS PTD in Las Vegas Day 4 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
"	190928 세븐틴 미니 팬미팅 - 다 감는(?) 민규 MOMENT	팬캠 (직캠)	"	ON   BTS PTD in Las Vegas Day 4 (FAN CAM)	팬캠 (직캠)
쌘디	[8K] 221028 CLASS:y (클라씨) 리원, 보은 초반	팬캠 (직캠)	유어리아 your ria	[4K] 콜드(Colde) - 마음대로(Control me)	팬캠 (직캠)

	직캠(대면 팬사인회) (에스플렉스센터 다목적홀)(마이 뮤직 테이스트) #CLASSy #클라씨			직캠 라이브   220327 사운드베리	
"	[4K] 20220103 Kepler(케플러) 강에서 - 'WA DA DA(와 다 다)' 세로 직캠(데뷔 기념 오프라인 팬 이벤트 Fanmeeting) #Kepler #케플러	팬캠 (직캠)	"	[4K] 디피알 라이브(DPR LIVE) - 비너스(Venus) 직캠 라이브   220327 사운드베리	팬캠 (직캠)
Julz West	BTS (방탄소년단) - Dynamite (Cover By Julz West)	커버송	Soul Yeon 솔연	[4K] 220813 광복 77주년 코리아 온 스테이지 ATEEZ 성화 직캠 / SEONGHWA FOCUS	팬캠 (직캠)
"	BTS (방탄소년단) 'Butter' (Julz West Cover)	커버송	"	[4K] 221009 대구 파워풀 K-POP 콘서트 성화 Guerrilla 직캠 / ATEEZ SEONGHWA Guerrilla FOCUS	팬캠 (직캠)
헤이데이 Heyday	"그래미에서 기립박수. ㄷㄷ" BTS 퍼포먼스를 보고 충격 받은 아이돌 트레이너들의 반응	리액션 비디오	Paint it Black	190921 [4K] BLACKPINK JENNIE 제니 직캠 - Best Part @2019 PRIVATE STAGE CHAPTER 1	팬캠 (직캠)
미쓰촨	[한글자막] 최애 자리를 위협한 그 멤버는? 방탄소년단 SNL - 작은 것들을 위한 시(Boy With Luv), Mic Drop 리액션	리액션 비디오	KPOP IN CHINA	KPOP Random Dance to Kep1er 케플러 'We Fresh' in Hangzhou, China	커버 댄스
"	[한글자막] 방탄소년단 역대급 컴백! SNL 작은 것들을 위한 시(Boy with Luv), Mic Drop 무대 'Jose'와 함께 보기	리액션 비디오	"	[KPOP IN PUBLIC] BLACKPINK-Lovesick Girls   Dance Cover By SCT Crew From Guangzhou, China	커버 댄스
"	[한글자막] 미국 10대들에게 방탄소년단 Love yourself 결 앨범을 들려줬을 때! 방탄소년단 해외반응	리액션 비디오	"	KPOP Random Dance to LE SSERAFIM (르세라핌) 'ANTIFRAGILE'   Full Version   Hangzhou, China	커버 댄스
"	[한글자막] 떡밥 알람에 막	리액션	"	[aespa(에스파)] KPOP IN	커버

일어난 'Cam' 과 함께 보는 방탄소년단 컴백 트레일러 Map of the soul: Persona 리액션	비디오	PUBLIC- Girls   Dance Cover in Guangzhou, China	댄스
---	-----	---	----

## 2. K-Pop 팬덤 콘텐츠 연구 분석 기준

K-Pop 팬덤 콘텐츠를 유형화하기 위해서는 설정해 놓은 연구대상의 분석 작업이 이루어져야 한다. 본 연구에서는 분석 기준의 근거를 세우기 위해 숏폼 콘텐츠와 팬덤 콘텐츠 유형에 관련한 선행연구를 참고하여 설정하였다. 이진은 숏폼 동영상 콘텐츠를 포괄적으로 유형화하기 위해 플랫폼이나 장르에 한정되지 않은 ‘커뮤니케이션 형식’과 ‘콘텐츠 생성 방식’의 분류 기준을 제시한다.<sup>28)</sup> 구체적으로 빌렘 플루서가 《코무니콜로지》에서 제시한 커뮤니케이션 형식인 담론형(discourse)과 대화형(diglogue)을 적용하였다. 담론형은 수신자와 송신자가 구분되어있으며 정보를 보존하기 위해 정보를 저장하고 분배하는 것에 초점을 두고 있는 한편, 대화형은 수신자와 송신자의 구별 없이 정보를 교환하고 합성하면서 새로운 정보를 생산하는 것에 초점을 둔 형식이다.<sup>29)</sup>

27) 출처: [www.youtube.com/@BangtanSubs](http://www.youtube.com/@BangtanSubs), [www.youtube.com/@15KIM](http://www.youtube.com/@15KIM),  
[www.youtube.com/@BLACKPINKSUBS](http://www.youtube.com/@BLACKPINKSUBS), [www.youtube.com/@hu6791](http://www.youtube.com/@hu6791),  
[www.youtube.com/@BSLEE-Vlog](http://www.youtube.com/@BSLEE-Vlog), [www.youtube.com/@user-fj1zi3zy9j](http://www.youtube.com/@user-fj1zi3zy9j),  
[www.youtube.com/@soulyeon](http://www.youtube.com/@soulyeon), [www.youtube.com/@aidtun2079](http://www.youtube.com/@aidtun2079),  
[www.youtube.com/@99ggplaylist](http://www.youtube.com/@99ggplaylist),  
[www.youtube.com/channel/UCfUGIcsUpU-QTye5B6CN3rw](http://www.youtube.com/channel/UCfUGIcsUpU-QTye5B6CN3rw),  
[www.youtube.com/@yourria](http://www.youtube.com/@yourria), [www.youtube.com/@Angoo](http://www.youtube.com/@Angoo),  
[www.youtube.com/@rosequartscarat8342](http://www.youtube.com/@rosequartscarat8342),  
[www.youtube.com/@CameronPhilip](http://www.youtube.com/@CameronPhilip), [www.youtube.com/@usbtsarmytita](http://www.youtube.com/@usbtsarmytita),  
[www.youtube.com/@GLEAMINGRIPPLE](http://www.youtube.com/@GLEAMINGRIPPLE), [www.youtube.com/@-3D](http://www.youtube.com/@-3D),  
[www.youtube.com/@Julz](http://www.youtube.com/@Julz), [www.youtube.com/@heyday1](http://www.youtube.com/@heyday1),  
[www.youtube.com/@paintitblack](http://www.youtube.com/@paintitblack), [www.youtube.com/@user-mk9xh1t1lh](http://www.youtube.com/@user-mk9xh1t1lh),  
[www.youtube.com/@kpopinchina175](http://www.youtube.com/@kpopinchina175)

28) 이진, 「숏폼 동영상 콘텐츠의 유형 연구」, 『인문콘텐츠』(제58호), 2020, 121-139쪽.

29) 빌렘 플루서, (Kommunikologie), 김성재, 『코무니콜로지』, 커뮤니케이션북스, 2001.

이런 분류 형식은 팬덤 콘텐츠를 ‘생성 구조에 따른 원리’라는 분석 기준을 제시해준다. 이는 다양한 팬덤 콘텐츠를 어느 한 특징에만 국한하지 않고 포괄적으로 수용할 수 있는 방법적 근거를 제공해준다. 즉 소재, 주제, 형식, 생산자의 취향 등 다양한 내용적 측면을 지닌 K-Pop 팬덤 콘텐츠를 포괄할 수 있는 거시적인 분류 기준을 제공해주는 것이다. 따라서 일차적 분석은 선행연구가 제시한 개념을 재구조화하여 ‘생성 구조 형식’의 패턴을 살펴볼 것이다.

김유나는 루보미르 돌레첵(Lubomir Dolezel)과 마리 로르 라이언(Marie-Laure Ryan)의 가능 세계 생성 이론에 근거하여 팬픽션의 생성 원리를 고찰하였다.<sup>30)</sup> 구체적으로 돌레첵과 라이언이 제시한 네 가지 생성 구조 원리인 전이, 확장, 인용, 대체라는 요소를 제시하며, 네 가지 방식에 포함되는 변형 대상을 ‘캐릭터’와 ‘세계’로 구분 짓는다. 이는 귀납적 원리를 통해 생성 요소를 범주화한 분류에 근거한 것이다. 즉 ‘캐릭터’와 ‘세계’를 활용하여 변형되는 하위 요소들은 다양한 팬픽션에서 발견되는 세분된 생성 요소의 특징을 나타낸다. 이 유형의 기준은 앞서 제시한 연구에서도 해당하는 ‘생성 구조 형식’의 패턴과 이 하위 범주로서 ‘생성 요소’의 특성을 살피고 있다는 점을 알 수 있다. 이런 점은 K-Pop 팬덤 콘텐츠를 생성하는 구조 형식 패턴이라는 일차적 분석과 더불어 규칙적인 생성 패턴을 보이는 세부 요소가 무엇인지 탐구해야 하는 기준의 맥락을 제시해준다.

따라서 본 연구에서는 특징적으로 드러나는 팬덤 콘텐츠의 ‘생성 구조 형식’을 패턴화시키고, 이에 대한 하위 범주로 ‘생성 요소’를 중심으로 살펴보고자 한다. 이는 선행연구가 제시한 유형 기준의 틀을 중심으로 반복적으로 나타나는 팬덤 콘텐츠의 특징적 생성 구조 형태와 요소를 도출하고자 한 것이다.

---

20-21쪽, 위의 글, 126-127쪽.

30) 김유나, 「팬픽션의 생성 요소 연구: <스타트렉(Star Trek)>을 중심으로」, 『대중서사 연구』 제23호(제2호), 2017, 151-186쪽.

## IV. K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형 및 예증

### 1. K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형

일차적으로 팬덤 콘텐츠의 생성 구조 형식의 패턴을 분석한 결과 ‘1차 콘텐츠 기반 생성’과 ‘새로운 콘텐츠 생성’이라는 두 가지 측면의 양상을 확인하였다. ‘1차 콘텐츠 기반 생성’은 기존에 존재하는 K-Pop 콘텐츠를 보존하여 팬덤이 그 형식을 활용하거나 변형하여 재구조화한 콘텐츠를 말한다. 이는 기존 콘텐츠의 부분적 혹은 전체 형태를 그대로 사용하여 콘텐츠의 의미나 구성적 측면의 확장을 가져오는 것을 가리킨다.<sup>31)</sup> ‘새로운 콘텐츠 생성’의 범주는 K-Pop 가수라는 대상과 그에 따르는 부차적인 요소를 활용하여 팬덤이 새롭게 창조한 콘텐츠를 말한다. 이는 ‘1차 콘텐츠 기반 생성’의 부류보다 콘텐츠의 소재나 주제의 선택이 열린 형태로 생성되는 모습을 보인다.

생성 구조 형식과 함께 살펴본 팬덤 콘텐츠의 생성 요소는 ‘지식적 정보’의 전달과 ‘감각적 정보’의 전달이라는 두 종류의 특징이 도출되었다. ‘지식적 정보’ 전달은 콘텐츠가 지닌 지식적 내용뿐만 아니라 이야기성이 드러나는 부류이다. 한편 ‘감각적 정보’ 전달은 향유자에게 시각, 청각, 촉각 등과 같은 감각적 요소를 중심으로 정보를 제공하는 콘텐츠를 나타낸다.

따라서 이를 종합해보면 ①1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보 ②1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보 ③새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보 ④새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보라는 4가지로 유형화된 기준을 살펴볼 수

31) ‘1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보’의 사례에 해당하는 ‘교차 편집’ 영상과 ‘새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보’ 사례인 ‘커버송’을 비교해보자. 이 둘은 모두 ‘1차 콘텐츠 기반 생성’ 유형에 포괄되는 것으로 생각할 수 있으나, ‘교차편집’ 사례는 기존에 생성된 콘텐츠를 그대로 사용하여 편집을 짜깁기 한 형태로써 이에 해당하지만, ‘커버송’은 음악이라는 1차 콘텐츠를 사용하긴 했지만 발행된 K-Pop 가수 음원을 그대로 사용한 것이 아닌, 콘텐츠 생산자가 다시 부른 형태이기에 ‘새로운 콘텐츠 생성’ 유형에 포함된다.

있다. 이는 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 생성 구조의 형식과 내용적 측면에서 드러나는 생성 요소를 고려할 수 있어 다양한 팬덤 콘텐츠를 포괄할 수 있는 기준이 된다.

〈표 2〉 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 분류 기준

생성양상	생성형식	생성요소	설명	장르
상향식 팬덤 콘텐츠	1차 콘텐츠 기반 생성	지식적 정보	1차 생성 콘텐츠 활용 및 변형한 형태 중 지식적 정보를 제공	팬 자막, 뮤직비디오 해석, 리액션 비디오
		감각적 정보	1차 생성 콘텐츠 활용 및 변형한 형태 중 감각적 정보를 제공	부분 편집, 부분 편집 모음, 교차편집, 플레이리스트, 커버댄스
	새로운 콘텐츠 생성	지식적 정보	K-Pop 가수와 관련된 다양한 요소를 활용하여 새롭게 창조한 콘텐츠 중 지식적 정보를 제공	콘서트 티케팅 방법, 후기 콘텐츠, 전시회 & 언박싱 후기, 방 꾸미기, 언박싱 후기, 팬픽, 팬 에피소드
		감각적 정보	K-Pop 가수와 관련된 다양한 요소를 활용하여 새롭게 창조한 콘텐츠 중 감각적 정보를 제공	팬캠, 커버송

‘1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보’는 지식적 정보 전달에 중심을 두고 생성된 콘텐츠로 ‘K-Pop 가수가 출현한 예능방송, 뉴스, 음악방송, 소셜 미디어 플랫폼 라이브 방송’ 등과 같은 1차 생성 콘텐츠가 변형되어 배포된 것들이다. 이들은 팬덤 콘텐츠로 재생산되면서 원본 형식을 유지한 채 콘텐츠가 확장되거나 축소된 형태로 존재하는 부류이다. 이 유형의 대표적인 콘텐츠는 ‘팬 자막’, ‘뮤직비디오 내용 해석’, ‘리액션 비디오’이다. 팬덤은 하향식으로 생성된 1차 콘텐츠를 보존한 채 번역 자막을 달거나, 해석 및 평가를 하며 이야기나 지식적 내용을 전달하는 데 목적이 있다. ‘리액션 비디오’의 경우, 반응을 중점으로 표현한다는 점에서 ‘감각적 정보’라고 생각할 수 있으나, K-Pop 팬덤 콘텐츠에서의 ‘반응’은 콘텐츠에 대한 향유자의 생각을 지식적 정보로 제공하고 있음을 확인

할 수 있었다. 반면 '1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보'의 유형은 1차 콘텐츠를 기반으로 자신이 좋아하는 K-Pop 가수가 출현한 영상 일부분을 편집하여 모아둔 '부분편집' 영상, 무대 영상을 혼합(mix)하여 '교차편집'한 콘텐츠가 대표적이다. 더불어 K-Pop 가수의 음악콘텐츠를 가지고 '플레이리스트'를 만들거나, 음악콘텐츠를 활용한 '커버댄스'가 여기에 속한다. 이는 청각, 시각, 촉각 등 감각적 요소를 중점에 두고 이를 표현하는 목적으로 콘텐츠를 생성한 것이다.

'새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보'는 콘서트 '티켓팅 후기', 스타 굿즈를 이용한 '방 꾸미기', '언박싱 후기', '팬픽', 정보성이 드러나는 '팬 에피소드', '후기 콘텐츠' 등과 같이 K-Pop 가수와 관련된 지식적 정보 전달의 성격이 강한 콘텐츠이다. 반면 '새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보'는 팬덤이 새롭게 생성한 '팬캠', '커버송' 등과 같이 감각적 요소를 표현하려는 목적을 지닌 콘텐츠가 주를 이룬다. '새로운 콘텐츠 생성' 부류에 속하는 콘텐츠들은 팬덤이 새롭게 창조한 형식으로 구성되어 있다.

지금까지 K-Pop 팬덤 콘텐츠를 분석하여 유형화를 진행하였으며 이에 해당하는 장르를 제시하였다. 그러나 유의해야 할 점은 같은 장르의 콘텐츠가 다른 유형으로 갈릴 수 있다는 점이다. 예를 들어, 생산자가 1차 콘텐츠인 음악콘텐츠를 사용하여 '커버댄스'를 생성하였다면 '1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보'가 되지만, 생산자가 직접 노래를 부르며 '커버댄스'를 생성하였다면 '새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보'에 해당하게 된다. 따라서 이런 예시에 해당하는 모든 장르가 한 유형이라고 할 수는 없다. 팬덤 생산자마다 스토리텔링하는 형식이 다양하기 때문이다. 또한, 하나의 팬덤 콘텐츠가 네 가지 유형 중 두 가지 모두에 중첩되어 나타날 수도 있는데, 이는 혼합된 유형으로 바라보면 될 것이다.

본 연구에서는 다양한 팬덤 콘텐츠 모두를 포괄하기 위해 장르나 소재적 분석이 아닌 생성형식과 그에 따르는 특징적 요소를 기준으로 하여 분류 틀을 생성하였다. 다음 절에서 제시하는 다양한 장르의 예증은 본 연구에서 설정한 연구대상에 한정되나, 유튜브에서 현존하는 K-Pop 팬덤

콘텐츠 대부분은 본 연구에서 제시한 유형에 따라 장르가 범주화되고 있음을 관찰조사를 통해 확인하였다.

## 2. K-Pop 팬덤 콘텐츠를 적용한 유형의 예증 및 특성

본 절에서는 1절에서 분류한 ①1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보 ②1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보 ③새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보 ④새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보라는 네 가지 유형을 바탕으로 K-Pop 팬덤 콘텐츠 장르를 직접 적용하여 예증하고자 한다. 연구자가 관찰한 유튜브 K-Pop 팬덤 콘텐츠 중, 각 장르에 해당하는 콘텐츠 종류를 유형에 따라 범주화하였으며, 또한 각 유형의 대표 사례를 선정하여 분석을 진행하였다.

### 1) 1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보

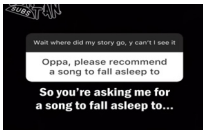
1차 콘텐츠를 변형시킨 팬덤 콘텐츠는 팬덤이 다시 쓰기를 통해 재생성한 형태이다. 따라서 이 유형은 기존 콘텐츠를 그대로 답습하는 성질을 가지고 있다. ‘1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보’ 유형은 하향식 구조의 생산자가 제공한 콘텐츠를 기반으로 팬덤이 지식적 정보 전달에 초점을 두어 재생성한 형태의 콘텐츠를 말한다. 이들은 이야기 혹은 지식이 포함된 내용 전달에 목적을 두고 생산되기 때문에, ‘팬 자막’, ‘뮤직비디오 내용 해석’, ‘리액션 비디오’와 같은 기존 콘텐츠를 보존하며 내용 해석이 진행되는 장르가 대표적이다.

특히 K-Pop이 전 세계적으로 인기를 얻게 되면서 ‘팬 자막 콘텐츠’는 더욱 활성화되었다. 특히 팬 자막은 콘텐츠의 내용을 전달할 뿐만 아니라 거기서 파생되는 한국 문화와 언어적 특성 및 배경지식까지 학습할 기회를 제공하고 있다. 유행어나 신조어의 대응 번역어를 찾기 어려운 경우에는 번역자의 노트를 영상에 제시하며 구체적인 의미를 전달하는데<sup>32)</sup>, 이는 본래의 콘텐츠의 내용뿐만 아니라 팬덤이 다시 쓰면서 생성

한 확장된 의미 전달까지 이루어지고 있는 것이다. 또한, K-Pop 콘텐츠의 시청 반응 및 해석을 담은 영상인 ‘리액션 비디오’는 1차 콘텐츠인 K-Pop 관련 영상에 대한 팬덤의 반응을 담았으며, ‘반응’이라는 향유자의 관점을 중심으로 구성되어 있다.

‘1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보’의 대표적인 장르는 ‘팬 자막’ 콘텐츠가 해당하며, 이를 예증하기 위해 아래 <표 3>과 같이 분석을 시행하여 해당 사례의 특징을 도출하였다.

<표 3> ‘1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보’ 유형 사례의 콘텐츠 분석

콘텐츠 명	생성구조	생성목적	콘텐츠 설명
[ENG] 220429 Jungkook's Instagram Story Compilation - Here for 30 minutes before I go to sleep 	1차 콘텐츠 번역	지식적 정보 전달	방탄소년단 멤버 정국이 인스타그램에서 진행한 라이브 방송(1차 콘텐츠)에 해석 자막을 넣은 팬덤 콘텐츠

출처 : [www.youtube.com/watch?v=0m2iEO4Sjfs](http://www.youtube.com/watch?v=0m2iEO4Sjfs)

이 영상은 본래 인스타그램 라이브에서 진행된 영상콘텐츠이다. 팬덤 콘텐츠 생산자는 기존에 존재했던 1차 콘텐츠를 기반으로 번역 자막을 더하여 제공한다. 생산자는 1차 콘텐츠의 출연자인 방탄소년단(BTS) 멤버 정국의 이야기와 내용을 향유자에게 전달하려는 의도가 있어 ‘지식적 정보’ 전달의 목적을 두고 있음을 알 수 있다.

32) 장혜선, 「방탄소년단 콘텐츠 팬자막의 번역 전략」, 『인문콘텐츠』 (제63호), 인문콘텐츠학회, 2021, 197-198쪽.


## 2) 1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보

‘1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보’는 1차 콘텐츠를 바탕으로 감각적인 요소를 전달하고자 생산한 유형이다. K-Pop 가수의 음악을 하나로 묶은 음악 ‘플레이리스트’, 스타의 방송 출연 영상을 편집하여 묶어놓은 ‘부분 편집’ 콘텐츠, ‘교차편집’한 무대 영상, 음악콘텐츠와 다양한 스타의 사진 및 영상을 엮은 ‘팬 메이드 뮤직비디오’, ‘커버댄스’와 같이 감각적 표현을 중심으로 둔 장르가 이에 해당한다. 음악 ‘플레이리스트’는 청각에 대한 감각적 정보를 제공하기 위해 생성되었으며, ‘교차편집’ 및 ‘팬 메이드 뮤직비디오’는 시각과 청각이라는 감각 요소를 전달하기 위해 구성되었다. ‘커버댄스’는 일차로 생성된 음악 콘텐츠를 기반으로 시각적 표현요소를 제공한다.

음악 ‘플레이리스트’는 저작권 이슈가 있는 유튜브의 생태계에서 자칫 K-Pop 가수의 음악콘텐츠를 그대로 사용하여 생성한다는 것에 문제가 발생할 수도 있다. 그러나 유튜브에서 음악콘텐츠를 그대로 사용하는 경우, 팬덤 콘텐츠 생산자에게는 수익 배분이 되지 않고 원작자에게 돌아가는 시스템으로 구성되어 있어 생산적 측면에 있어 대체로 자유로운 모습이 존재한다.

제시된 사례 중 음악 ‘플레이리스트’ 콘텐츠를 대표 장르로 설정하여 ‘1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보’의 예증을 아래 <표 4>와 같이 진행하

<표 4> ‘1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보’ 유형 사례의 콘텐츠 분석

콘텐츠 명	생성구조	생성목적	콘텐츠 설명
[PLAYLIST] 잔잔한 새벽 감성 블랙핑크 노래 플레이리스트 	1차 콘텐츠 변형	감각적 정보 전달	K-Pop 가수의 다양한 음악을 묶어 플레이리스트를 제공함

출처 : [www.youtube.com/watch?v=gF9mB4FqkSc](http://www.youtube.com/watch?v=gF9mB4FqkSc)

였다.

‘[PLAYLIST] 잔잔한 새벽 감성 블랙핑크 노래 플레이리스트’는 1차 콘텐츠인 음악콘텐츠를 사용하여 구성한 것이다. 팬덤 콘텐츠 생산자는 일차로 생성된 음악콘텐츠를 보존하며 자신의 취향, 주제 등에 따라 음악 목록을 만들어 제공한다. 또한, 청각적 요소로 구성된 음악 ‘플레이리스트’는 청각적으로 발현된 감각적 정보를 전달하고자 한 형태이다. 콘텐츠 생성 의도는 향유자가 음악 청취를 가능하게 하는 데 있으며, 향유자 또한 콘텐츠를 단순히 듣는 형태로만 향유 한다.


### 3) 새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보

‘새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보’는 팬덤이 새롭게 창작한 영상콘텐츠 중 이야기 혹은 지식적 내용을 전달하는 데 목적이 있다. 이 부류에는 기존에 만들어지지 않은 새로운 소재, 주제 등을 중심으로 정보성이 강한 콘텐츠가 속해있으며, 정보 전달자로서 생산자는 시각 이미지, 음성, 자막 등 다양한 모습으로 출현하는 특징을 보인다. ‘언박싱 후기’, ‘팬픽’, ‘후기 브이로그(Vlog)’, 굿즈를 활용한 ‘방 꾸미기’, ‘티켓팅 후기’ 등과 같은 팬덤 콘텐츠가 이 유형을 대표한다. 이 콘텐츠의 성격은 지식적 정보를 중심으로 전달하는 목적을 지니고 있으며, 전반적인 스토리텔링 면에서 생산자가 자유로운 형식으로 생성 가능하다는 점에서 ‘1차 콘텐츠 기반 생성’의 형태보다 열린 형식의 콘텐츠라는 것을 보여준다. 콘텐츠 생산자의 창작성이 자유로운 만큼 생산자의 능력에 따른 다양한 면모가 부각 되는 양상을 보인다.

‘새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보’의 콘텐츠를 예증하기 위해 ‘언박싱 후기’를 <표 5>와 같이 대표적으로 분석하였다.

‘1초 컷 품절엔 이유가 있었다. BTS 정국이 만든 무드등 실물후기! BTS Jungkook made mood lamp unboxing’는 생산자가 스타와 관련된 굿즈를 활용하여 새롭게 콘텐츠를 생성한 형태이다. 이 콘텐츠는 무드등 굿즈의 후기 정보를 전달하려는 목적을 지니고 있다. 굿즈의 기능

〈표 5〉 ‘새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보’ 유형 사례의 콘텐츠 분석

콘텐츠 명	생성구조	생성목적	콘텐츠 설명
1초 컷 폼절엔 이유가 있었다. BTS 정국이가 만든 무드등 실물후기! BTS Jungkook made mood lamp unboxing 	새로운 콘텐츠 생성	지식적 정보 전달	방탄소년단 굿즈에 대한 설명을 제공함

출처 : [www.youtube.com/watch?v=10o\\_UzieEqc](http://www.youtube.com/watch?v=10o_UzieEqc)

과 형상을 구체적으로 전달하려는 의도가 있으므로 콘텐츠의 내용적 측면에 무게를 두고 있는 모습을 보인다.

굿즈 언박싱 영상과 같이 경제적 소비와 연관된 정보성 콘텐츠들은 대체로 문화적 소비에 노출돼있는 팬덤을 경제적 활동으로 부추기기도 한다. 팬덤은 다양한 콘텐츠를 문화적으로 향유 하며 활동을 전개하기도 하지만, 경제적 소비와 함께 대상을 향한 욕망을 채우기도 하는 것이다. 이런 심리적인 측면은 라캉이 주장한 욕구와 요구 사이에서 발생하는 욕망, 즉 완벽한 기의를 갖지 못하고 계속해서 미끄러지는 기표<sup>33)</sup>에 따라 인간의 욕망구조 또한 계속 미끄러져 하나의 향유 활동으로써 경제적 소비를 반복할 수 있게 한다. 이런 점은 팬덤 활동이 더는 문화적 소비에만 머물러 있는 것이 아닌, 경제적 소비와도 맞물려 있다는 점을 보여준다.

#### 4) 새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보


‘새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보’는 팬덤이 새롭게 창작한 콘텐츠 중 감각적 정보로 이루어진 형태이다. 여기에는 이야기보다는 영상에 담긴

33) 자크 라캉, 권택영, 『욕망이론』, 문예출판사, 2001, 15-21쪽.

감각적 요소 전달에 무게 중심을 둔 콘텐츠가 해당한다. 대표적인 장르로 ‘팬캠(직캠)’, ‘커버송’ 등이 있으며, 생산자는 서사보다는 시각, 청각의 표현적 측면을 제공하기 위한 목적으로 콘텐츠를 만든다. 대표적 장르인 ‘팬캠’은 ‘스타의 출근길’, ‘무대 영상’이 대표적인 콘텐츠 주제로 자리 잡고 있으며, ‘커버송’의 경우 특정 K-Pop 가수의 팬덤이 재녹음하는 경우와 큰 범주에서의 K-Pop 팬덤이 재녹음하여 하나의 채널 속 다양한 K-Pop 노래를 제공하는 경우가 존재한다.

‘새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보’의 콘텐츠를 예증하고 그 특징을 밝히기 위해 ‘팬캠’ 장르를 중심으로 아래 <표 6>과 같이 분석을 진행하였다.

<표 6> ‘새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보’ 유형 사례의 콘텐츠 분석

콘텐츠 명	생성구조	생성목적	콘텐츠 설명
190921 [4K] BLACKPINK JENNIE 제니 직캠 - Best Part @2019 PRIVATE STAGE CHAPTER 1 	새로운 콘텐츠 생성	감각적 정보 전달	K-Pop 스타의 무대영상을 직접 촬영하여 제공함

출처: [www.youtube.com/watch?v=VYeuXP9vheg](http://www.youtube.com/watch?v=VYeuXP9vheg)

K-Pop 가수의 특정 멤버를 중심으로 무대 영상을 촬영한 이 콘텐츠는 ‘새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보’의 형태로 생성되어 있다. 이는 생산자 자신이 가장 좋아하는 K-Pop 가수를 중점으로 직접 촬영을 진행하였으며, 시각적 이미지와 청각적 요소를 전하고자 하는 목적이 있다. 따라서 콘텐츠의 구성이 시각적 표현 및 청각에 중점을 두고 있다는 점에서 감각적 정보를 전달하는 콘텐츠라는 것을 알 수 있다.

팬캠 콘텐츠는 공연의 생생한 현장감과 하향식에서는 제공하지 못하

는 다양한 구도로 촬영된다는 점에서 팬덤 사이에서 인기 콘텐츠로 급부상하였다. 이런 점에서 팬캠의 포맷은 상향식 구조뿐만 아니라 하향식 구조로도 생성되는 양상을 보인다. 엠넷 미디어는 팬덤이 찍은 팬캠 영상 형식을 차용하여 상향식 구조의 팬덤 콘텐츠로 둔갑한 사례를 보여준다.<sup>34)</sup> 이런 현상은 팬덤으로부터 시작된 팬덤 콘텐츠가 이제는 하위문화에만 머물러 있는 것이 아닌, 주된 팬덤 문화로의 도약을 의미하기도 한다. 이는 오직 상, 하향식으로 구분했던 콘텐츠의 생산적 측면과 ‘주류 콘텐츠’라는 의미의 경계가 무너지고 있다는 점을 시사한다.

## V. 결론

본 연구는 K-Pop 팬덤 활동이 가장 활발하게 이루어지고 있는 유튜브 팬덤 콘텐츠의 유형을 통합적으로 제시하였다. 이는 팬덤 콘텐츠의 지형을 체계적으로 분류할 수 있다는 것에 의의가 있다. 팬덤 콘텐츠는 1차 생성 콘텐츠를 기반으로 만들어지는 ‘1차 콘텐츠 기반 생성’의 형태와 팬덤이 새롭게 구성한 ‘새로운 콘텐츠 생성’의 형태라는 두 가지 지형이 나타나고 있었다. 이와 더불어 ‘지식적 정보’와 ‘감각적 정보’로 나누어진 팬덤 콘텐츠 생성 요소에 따른 유형화를 시도하였다. 결과적으로 ①‘1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보’ ②‘1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보’ ③ ‘새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보’ ④‘새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보’로 유형화할 수 있었으며, 팬덤 콘텐츠 사례를 통해 예증을 진행하였다.

각 유형에 따른 팬덤 콘텐츠의 특징은 다음과 같다. ①‘1차 콘텐츠 기반 생성-지식적 정보’는 1차 콘텐츠를 가지고 지식적 정보를 전달하려는 목적으로 생성된 콘텐츠이며, ‘팬 자막’ 콘텐츠가 대표적인 장르이다. 팬덤은 기존 생성된 콘텐츠를 가지고 이야기 전달에 초점을 두며 생산자가 문화적 의미를 추가하는 등 기존보다 확장하거나 축소한 형태로 생성하

34) 엠넷은 유튜브에서 ‘M2’ 채널을 운영하고 있다. [www.youtube.com/MnetM2](http://www.youtube.com/MnetM2)

고 있음을 알 수 있었다. ②'1차 콘텐츠 기반 생성-감각적 정보'는 1차 콘텐츠를 활용하여 감각적 정보를 전달하기 위한 목적을 둔 콘텐츠이며, '음악 플레이리스트' 콘텐츠 장르가 이를 대표한다. 콘텐츠 생산자는 취향과 주제 따라 다양한 음악을 묶어 플레이리스트를 만들어 배포하는데, 이는 음악이라는 청각적 감각을 전달하려는 목적을 지니고 있음을 살펴볼 수 있었다. ③'새로운 콘텐츠 생성-지식적 정보'는 팬덤 생산자가 스타와 관련된 다양한 요소를 활용하여 지식적 정보 전달의 목적을 둔 콘텐츠이다. 정보성이 강한 후기 콘텐츠들이 대부분 이 부류에 속하게 되는데, 대표적으로 '언박싱 후기' 콘텐츠를 통해 이를 확인할 수 있었다. 마지막으로 ④'새로운 콘텐츠 생성-감각적 정보'는 팬덤 생산자가 시각 혹은 청각 등을 활용하여 표현적 요소를 강조하기 위해 생성한 콘텐츠이다. '팬캠' 영상이 이를 대표하며 콘텐츠 생산자는 자신이 원하는 감각적 요소를 중심으로 콘텐츠를 구성하는 모습을 살펴볼 수 있었다.

K-Pop 팬덤 콘텐츠는 팬덤 활동의 지형을 나타내주는 단서이다. 따라서 현재 가장 활발하게 생성되는 팬덤 콘텐츠를 살펴보는 것은 가장 최신의 K-Pop 팬덤 문화를 통찰하는 방법이기도 하다. 팬덤의 영역이 오프라인에서 온라인으로 옮겨지고, 또한 영상 플랫폼이라는 유튜브를 통해 팬 실천이 수행되면서 팬덤이 갖는 향유방식의 패러다임은 변화하였다. 본 연구에서는 팬덤 생산자가 그들의 취향에 따라 다양한 목적을 두고 콘텐츠의 형식을 자유롭게 결정하는 모습을 살펴볼 수 있었다.

이미 오래전부터 진행되고 있는 사용자 중심의 콘텐츠는 팬덤 문화 속에도 깊이 침투해가고 있다. 트랜스미디어가 가능한 미디어 플랫폼의 환경은 팬덤의 생산 활동을 촉진하기도 한다. 향유자를 중심으로 생성되는 팬덤 콘텐츠의 미래는 앞으로도 무궁무진하다. 적극적인 주체로서의 팬덤 활동이 계속해서 기대되는 이유가 여기에 있다. 너른 범위로 확장되는 팬덤 활동의 양상 속에서 팬덤 콘텐츠의 지형을 이해하는 작업은 중요하며 본 연구에서 이를 고민하였다는 점에 의의를 지닌다.

## 참고문헌

- 김광웅, 『기초, 원리, 응용 방법론 강의』, (주) 박영사, 2006.
- 김수철, 강정수, 「케이팝에서의 트랜스미디어 전략에 대한 고찰」, 『언론정보연구』 제50권(제1호), 서울대학교 언론정보연구소, 2013.
- 김유나, 「팬픽션의 생성 요소 연구: <스타트렉(Star Trek)>을 중심으로」, 『대중서사연구』 제23호(제2호), 2017.
- 김지원, 「K팝 팬덤, 정서적 공동체의 이해: 방탄소년단 팬덤 아미를 중심으로」, 고려대학교 언론대학원 석사학위논문, 2020.
- 김현진, 「트랜스미디어 환경에서 케이팝(K-Pop) 콘텐츠의 참여적 이용에 관한 연구: 유튜브 콘텐츠 SNA를 중심으로」, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2019.
- 노경민·이홍식, 「K-Pop의 수출효과: YouTube를 이용한 분석」, 『국제통상연구』 제26권(제2호), 한국국제통상학회, 2021.
- 노성산·박진경·김태홍, 『뉴미디어 트렌드 2022』, (주) 샌드박스네트워크, 2021.
- 류철균 외, 『트랜스미디어 스토리텔링의 이해』, 이화여자대학교출판문화원, 2016.
- 마크더핏, (Understanding Fandom), 김수정, 곽현자, 김수아, 박지영, 『팬덤 이해하기』, 한울아카데미, 2016.
- 박영은, 『엔터테인먼트 경영 전략』, 커뮤니케이션북스, 2021.
- 박진, 「채트먼의 서사이론」, 『현대소설연구』, 한국현대소설학회, 2003.
- 범립, 「아이돌 공식 영상과 ‘밈’ 영상의 시청동기 차이에 대한 연구: 중국인의 유튜브 K-Pop 시청을 중심으로」, 국민대학교 일반대학원 2021.
- 이동배, 「피스크의 팬덤 논의를 바탕으로 하는 글로벌 팬덤의 공동체성 연구: 방탄소년단(BTS)의 아미(ARMY)를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 (제55호), 인문콘텐츠학회, 2019.

- 이지영, 「'집단 지성'과 그 저항적 역할을 통해 형성되는 팬덤 정체성: 방탄소년단 아미를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 (제63호), 인문콘텐츠학회 2021.
- 이진, 「숏폼 동영상 콘텐츠의 유형 연구」, 『인문콘텐츠』 (제58호), 인문콘텐츠학회 2020.
- 임세희, 「문화적 실천으로서의 팬덤 연구: 엑소 팬 카페 10대 회원들과의 질적 심층 인터뷰를 중심으로」, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문, 2015.
- 자크 라캉(Jacques Lacan), 권택영, 『욕망이론』, 문예출판사, 2001.
- 장혜선, 「방탄소년단 콘텐츠 팬자막의 번역 전략」, 『인문콘텐츠』 (제63호), 인문콘텐츠학회, 2021.
- 정창수, 『사회과학 방법론』, 대영문화사, 1996.
- 조성은·조원석, 「방탄소년단 팬덤 '아미(ARMY)'와 팬번역」, 『번역학연구』 제22권(제1호), 한국번역학회, 2021.
- 조이진, 「RPS 창작 문화로 보는 팬덤 참여 문화의 사회·문화적 맥락」, 『미디어, 젠더&문화』 제36권(제3호), 한국여성커뮤니케이션학회, 2021.
- 존 피스크·박명진·정준영·이영욱·양은경·김용호·손병우·김연중·김창남, 「팬덤의 문화 경제학」, 『문화, 일상, 대중: 문화에 관한 8개의 탐구』, 한나래출판사, 2012.
- 최유찬, 「게임의 장르와 역사」, 『문학교육학 5권』, 한국문학교육학회, 2000.
- 홍석경, 「세계화 과정 속 디지털 문화 형상으로서의 한류: 프랑스에서 바라본 한류의 세계적 소비에 대한 이론적 고찰」, 『언론정보연구』 제50권(제1호), 서울대학교 언론정보연구소, 2013.
- 한국콘텐츠진흥원, 「2021 음악 이용자 실태조사」 2021.
- 한국콘텐츠진흥원, 「2022 음악 이용자 실태조사」 2022.
- 한국국제문화교류진흥원, 『2022 해외한류 실태조사』, 2022.
- Henry Jenkins, *Textual Poachers*, Routledge, 2012.

Matthew Hills, *Fan Cultures*, Taylor & Francis Group, 2002.

Rutherford-Morrison, L, *Where did the word "fandom" come from?*,  
Retrieved August 3, 2019, [https://www.bustle.com/articles/  
144396-where-did-the-word-fandom-come-from-behind-th  
e-term-that-changed-the-internet-forever](https://www.bustle.com/articles/144396-where-did-the-word-fandom-come-from-behind-the-term-that-changed-the-internet-forever).

〈ABSTRACT〉

**A Study on the Typology of  
K-Pop Fandom Contents  
– Focusing on the YouTube Platform –**

Oh, Yoonji · Kenneth Kim, Chi Ho

The purpose of this study is to structurally suggest the topography of fandom's enjoyment activities by attempting to categorize K-Pop fandom contents in YouTube. Fandom contents that are currently active on YouTube includes both top-down contents derived from a higher-level structure and bottom-up contents generated by fandom, but bottom-up contents are predominant, showing dynamic and subjective fandom enjoyment activities. In this context, this study focused on the productive aspects of fandom and sought a standard for systematically classifying fandom contents.

Using the inductive principle, 130 K-Pop fandom contents were set as research subjects, and text analysis was conducted based on the creation structure format and creation factors of fandom contents. As a result of the study, the form of 'creation of primary contents-based' in which fandom contents were transformed based on primary contents and the form of 'new contents creation' newly composed by the fandom were structurally revealed. In addition, two characteristics of contents creation factors of fandom contents, 'knowledge information' and 'sensory information', were derived. As a result, it was classified as ①creation of primary contents-based-knowledge information ②creation of primary contents-based-sensory

information ③creation of new contents-knowledge information ④creation of new content-sensory information, and this was exemplified through the case of fandom contents.

Key Words : K-Pop Fandom, K-Pop Fandom Contents, User Centered Contents, K-Pop Fandom Contents Categorization, YouTube Platform