

# 팬덤의 수행성 연구

## — 인터넷 밈과 시민 참여문화\*

김민형\*\*

### 【 차 례 】

- I. 시작하며
- II. 이론적 고찰
- III. 팬덤의 수행성
- IV. 사례 연구
- V. 맺으며

### 국문초록

본 연구는 지난 한 세대 동안 문화연구와 수용자 연구로부터 독자적인 영역을 확립 하여온 팬덤의 선행 연구를 기원과 전개 과정으로 나누어 고찰하고, 주요 경향과 쟁 점을 분석하여 팬덤의 보편적 인식론을 구축하는 시도를 하였다. 그 예비적 작업으로 서 본 연구는 팬덤의 수행성(performativity)을 핵심 개념으로 설정하고 매혹(fascination) 과 좌절(frustration), 개인(individual)과 공동체(communitiy)를 기본 요소로 활용하여 개 념 도식을 구성하였으며, 이로부터 감상적(appreciative), 전유적(appropriative), 공진적 (resonant), 저항적(resistant) 수행성의 세부 개념을 도출하였다. 더 나아가 본 연구는 팬 덤의 핵심 개념을 명시적으로 드러내는 시각적 수행성(visual performativity)의 사례를 인터넷 밈(Internet meme)과 시민 참여문화를 중심으로 탐구하였다. 특히 본 연구는 영 화 캐릭터의 원형에서 출발하여 통합적인 팬덤 문화로 진화하고 있는 ‘곽철용 밈’, 그

\* 이 논문은 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2018S1A5A8029377).

이 연구는 2021학년도 한국외국어대학교 교내학술연구비의 지원에 의하여 이루어진 것임.

\*\* 한국외국어대학교 융합인재학부, 교수, [minkim@hufs.ac.kr](mailto:minkim@hufs.ac.kr)

리고 한국의 ‘촛불혁명’에서 도출된 저항적 밈의 사례가 보여주는 시민 참여문화의 잠재력에 주목하였다. 이러한 시도를 통해 본 연구는 팬덤 연구의 보편적 방법론 구축에 나름의 기여를 하고자 한다.

열쇠어 : 팬덤, 수행성, 수용자, 인터넷 밈, 참여문화

## I. 시작하며

본격적인 팬덤 연구(Fandom Studies)의 서막을 올린 헨리 젠킨스(H. Jenkins)의 대표 저술 『텍스트 밀렵꾼들(Textual Poachers)』<sup>1)</sup>이 출간된 지도 삼십여 년이 흘렀다. 어느덧 많은 사람들에게 익숙한 일상의 용어로 자리잡은 팬덤은 원래 비이성적인 신앙과 무비판적인 숭배를 뜻하는 라틴어 ‘파나티쿠스(fanaticus)’에 어원을 둔다. 팬덤은 오랫동안 부정과 경멸의 의미로 사용되었는데, 종교에 빠진 광신도나 특정 대상의 열렬한 추종자를 의미하는 ‘파나틱(fanatic)’에서 유래하는 ‘팬(fan)’의 집합적 관념으로서 20세기 초 첫 용례를 기록한다.<sup>2)</sup> 이와 같은 팬으로서의 의식과 태도, 관련된 현상과 관행을 포괄하는 팬덤은 이후 다양한 용법이 축적되고 그 의미가 정립되면서, 현대 대중문화를 향유하는 관객과 수용자의 고유한 특성을 나타내는 핵심 키워드들 중에 하나로 성장하게 되었다.

구글 엔그램 뷰어(Google Books Ngram Viewer)를 활용한 검색 결과에 따르면([그림 1]),<sup>3)</sup> 영문 문헌에 기록된 팬덤의 사용 빈도는 1990년~2000년 사이에 처음으로 현저한 증가가 이루어진다. 그 이후 문헌상 팬

---

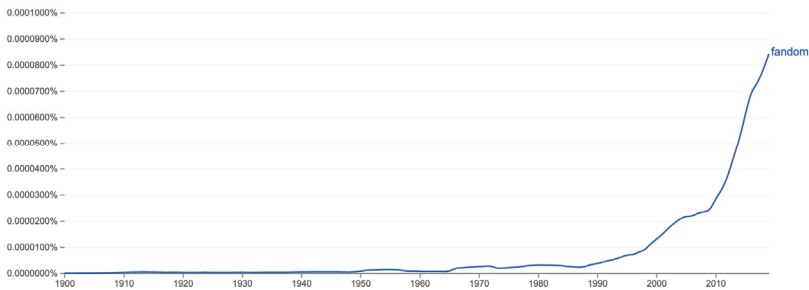
1) Jenkins, Henry, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, 1992.

2) Merriam-Webster Dictionary, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/fandom#h1> (검색일: 2021년 2월 12일).

3) Google Books Ngram Viewer, [https://books.google.com/ngrams/interactive\\_chart?content=fandom&year\\_start=1900&year\\_end=2019&corpus=26&smoothing=3&direct\\_url=t1%3B%2Cfandom%3B%2Cc0](https://books.google.com/ngrams/interactive_chart?content=fandom&year_start=1900&year_end=2019&corpus=26&smoothing=3&direct_url=t1%3B%2Cfandom%3B%2Cc0) (검색일: 2021년 2월 12일).

덤이 언급되는 사례는 2010년까지 상당한 증가세를 보이다가, 2010년 이후 가파르게 폭증하는 양상을 나타내며 현재까지 그 추이가 이어지고 있다. 인터넷 환경 속 팬덤의 용례 역시 문헌의 경우와 유사한 경향성을 보여준다. 구글 트렌드(Google Trends)를 통해 팬덤의 검색어 동향을 분석한 결과([그림 2]),<sup>4)</sup> 팬덤은 2010년을 전후하여 인터넷 상의 관심도가 늘어나기 시작하였고, 최근 2~3년간 급격한 증대를 나타낸다. 흥미로운 점은 팬덤의 검색어 동향이 케이팝(kpop)의 연관 검색어 증가와 일정한 상관관계를 보인다는 것이다. 본 연구에서 구체적으로 다루지 않겠으나, 글로벌 한류의 성장과 팬덤 확장의 관계성을 충분히 고찰할만한 지점이 라 할 수 있다.

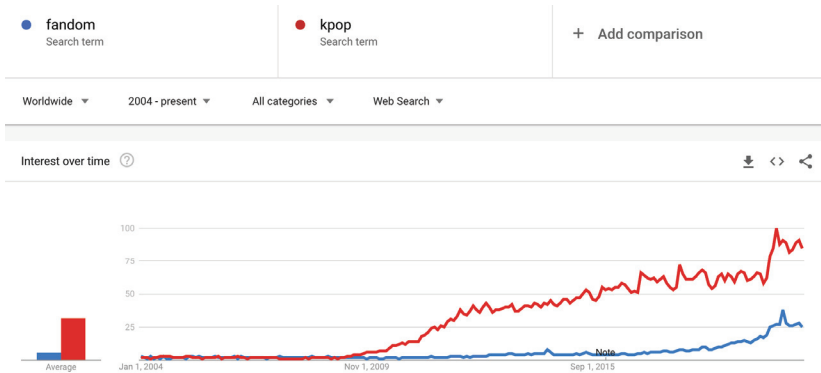
한편 국내에서 팬덤이라는 용어가 일반 대중에게 알려지기 시작한 시기는 대략 1990년대 후반이다. 뉴스 빅데이터 분석 시스템인 빅카인즈(BIGKinds)에서 1990년~2020년 기간 동안 국내 54개 언론사 기사를 검색한 결과([그림 3]),<sup>5)</sup> 2000년 16건, 2010년 287건을 거쳐 2015년에는 1,507건에 이르고, 2020년에는 5,345건으로 팬덤 키워드를 포함하는 언론 기사의 개수가 대규모로 누적되었다.



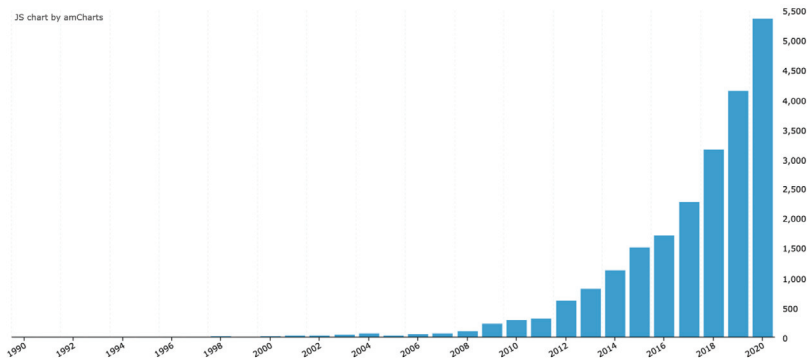
[그림 1] 구글 엔그램 뷰어 ‘fandom’ 빈도 그래프

4) Google Trends, <https://trends.google.co.kr/trends/explore?date=all&q=fandom,kpop> (검색일: 2021년 2월 12일).

5) BigKinds, <https://www.bigkinds.or.kr/> (검색일: 2021년 2월 12일).



[그림 2] 구글 트렌드 ‘fandom’과 ‘kpop’ 관심도 그래프



[그림 3] 빅카인즈 ‘fandom’ 기사 검색 그래프

[그림 3]의 검색 결과 국내 언론이 본격적으로 팬덤을 언급한 최초의 사례는 1997년 한 일간지가 섹션 페이지를 통해 시대를 대변하는 새로운 용어인 팬덤에 주목하며 그 뜻을 소개한 짧은 기사이다([그림 4]). “알고 계세요 - 팬덤”이라는 제목으로 시작하는 이 신문기사는 팬덤이란 단순히 “스타덤(Stardom)의 반대말”이 아니라 오늘날 “대중문화계의 흐름을 상징적으로 말해주는 단어”이며, 현재의 90년대를 “정착돼가는 팬덤의 시대”라고 규정한다. 즉 해당 기사는 매니지먼트나 방송매체, 자본

의 힘이 아닌 “대중의 기호와 감수성”이 대중문화의 스타와 유행을 창출하는 시대가 도래하였음을 강조하였다.<sup>6)</sup> 앞의 기사 검색에서 팬덤이 언급된 마지막 사례는 2020년 12월 31일자 언론 기사이며, 방탄소년단이 제30회 서울가요대상에서 ‘후즈팬덤상(WhosFandom Award)’ 수상자로 선정되었다는 내용이다.<sup>7)</sup> 주최측이 실시한 글로벌 케이팝 팬들의 온라인 투표 결과 최종 1위에 오른 방탄소년단은 [그림 5]과 같이 ‘A.R.M.Y ♥BTS’의 이름으로 공식 팬클럽과 수상하게 된다는 이 기사는 지난 20여 년간 비약적으로 성장한 한국의 대중문화와 한류의 중심에 팬덤 현상이 있음을 단적으로 보여준다.



[그림 4] 「알고 계세요 - 팬덤」 신문기사



[그림 5] BTS 제30회 서울가요대상 후즈팬덤상 수상

6) 「알고 계세요 - 팬덤」, 경향신문, 1997. 1. 10, 28쪽.

7) 「BTS, 제30회 서울가요대상 ‘후즈팬덤상’ 수상 확정」, 『파이낸셜뉴스』, 2020. 12. 31.

초기 팬덤 연구자들이 학문적 대상으로서 팬의 위상을 정립하기 위해 대부분의 사람들은 “그 무엇인가에 대한 팬(fans of something)”<sup>8)</sup>으로 살아간다고 담대하게 선언했던 명제는 마치 시대를 앞서간 예언과도 같이 오늘날 우리의 존재 양식을 매우 적절하게 설명해준다. 우리는 고도화된 디지털 문명과 편재하는 대중문화 콘텐츠 속에서 반복되는 일상을 자양분 삼아 스스로의 문화적 정체성을 구성하며, 각자의 취향과 감수성을 미디어 테크놀로지와 네트워크 시스템을 통해 표출하고 공유하며 사회적 정체성으로 확산한다. 즉 대중의 일상에서 자연스럽게 분출하는 팬덤은 디지털 문명의 기술 체계를 기반으로 개인과 공동체의 정서적 공진으로 확장하며 현대인의 가장 보편적인 존재 방식으로 점차 자리매김하고 있다.

팬덤 연구의 기원과 전개 과정은 이러한 사회 문화적 변화와 밀접한 상동성(homology)을 지닌다. 팬덤 연구가 지난 삼십여 년 한 세대를 거치면서 학술 연구의 영역을 확립하여 왔음은 주지의 사실이다. 그러나 팬덤 연구가 그 모태로 삼아온 문화연구(Cultural Studies), 그 중에서도 특히 수용자 연구(Audience Studies)의 문제의식과 연구방법으로부터 뚜렷하게 구별되는 독자성을 충분히 확보하였는가의 질문에는 여전히 회의적인 답이 다수이다.<sup>9)</sup> 무엇보다 서구 학계로부터 영향을 받아 촉발된 국내의 팬덤 연구가 약진을 거듭하는 한국 대중문화의 규모와 파급력에 시의적절하게 부응하며 주도적인 역할을 수행하고 있는가에 대해 바야흐로 책임있는 답을 해야 할 때이다.

이와 같은 문제의식에서 출발한 본 논문은 팬덤의 주요 선행 연구를 고찰하고 핵심 개념을 도출하여 팬덤의 보편적 인식론을 구축하는 시도를 하고자 한다. 그 예비적 작업으로서 본 연구는 팬덤의 수행성

8) Gray, Jonathan et al., eds., *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York University Press, 2007, p.1.

9) 김수정·김수아, 「해독 패러다임을 넘어 수행 패러다임으로: 팬덤 연구의 현황과 쟁점」, 『한국방송학회』 29권 4호, 한국방송학회, 2015, 34~35쪽.

(performativity)에 집중하여 개념 도식을 구성하고, 이를 명시적으로 드러내는 시각적 수행성(visual performativity)의 사례를 인터넷 밈(Internet meme)과 시민 참여문화(civic participatory culture)를 중심으로 살펴보고자 한다. 이러한 시도를 통해 본 연구는 팬덤 연구의 보편적 방법론 구축에 나름의 기여를 하고자 한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 팬덤 연구의 기원: 매혹과 좌절

상술한 바와 같이 팬덤이란 용어는 20세기 초 근대 아날로그 매체의 급격한 확산과 더불어 스포츠에 열광하는 관중의 행태를 묘사하기 위해 저널리즘의 용어로 사용되기 시작하였고, 점차 영화와 대중음악 등 문화 산업의 열성적인 수용자들을 가리키게 되었다. 초기의 팬덤은 특정 대상을 과도하게 추종하는 반면 일정 수준의 정서적 편향과 배타성을 기반으로 작동하였기 때문에 다분히 비정상적이고 병적인 현대 사회의 잉여물로 취급되었다. 따라서 팬덤과 ‘광기(madness)’의 결합은 자연스럽게 받아들여졌고 이러한 사회적 시선은 20세기 중후반까지도 지속되었다.<sup>10)</sup>

팬덤이 본격적인 학문의 범주로서 학계의 진지한 관심을 받게 된 것은 비교적 최근의 일이다. 팬덤 연구의 학문적 모태가 된 것은 영국 버밍엄 학파가 구축한 문화연구의 전통이며, 그 중에서도 관객과 수용자 연구가 직접적인 영향을 미쳤다. 이 학파의 주역인 스튜어트 홀(S. Hall)은 기존 커뮤니케이션 모델의 선형성을 비판하며 텍스트의 생산과 소비를 각각의 세부 ‘과정(process)’들이 독립적이면서도 상호 연결되어 있는 ‘절합(articulation)’의 복합 모델로 제시하였다. 특히 그는 의미의 ‘부호화(encoding)’와 ‘해독(decoding)’ 사이에는 어떠한 필연성도 존재하지 않기

---

10) Jenkins, *Op. cit.*, pp.12~13.

때문에, 지배적 체계모니를 답습하거나, 혹은 이와 ‘교섭(negotiation)’ 또는 이에 ‘저항(opposition)’하는 입장을 선택하는 해독의 주체는 바로 수용자임을 역설하며 능동적 수용자의 시대를 개막하였다.<sup>11)</sup>

‘능동적 수용자론(active audience theory)’<sup>12)</sup>으로 발아한 새로운 연구 패러다임은 존 피스크(J. Fiske)로 이어지며 학문적 열매를 맺게 된다. 리사 루이스(L. Lewis)가 편저한 『흠모하는 관객들(The Adoring Audience)』에 수록된 피스크의 「팬덤의 문화경제학(The Cultural Economy of Fandom)」 연구는 능동적 수용자의 연장선 상에서 팬덤의 역할을 대중문화 텍스트의 생산자로 명확하게 규정하였다. 그는 문화경제의 관점에서 ‘팬 생산성(fan productivity)’을 정립하고 팬덤의 실천적 양상을 체계화함으로써, 팬덤 연구의 보편성을 검증하고 방법론 개발에 초석을 놓았다.<sup>13)</sup>

1980년대 태동한 팬덤 연구의 전사(prehistory)는 매체학(Media Studies)과 하위문화 이론(subculture theory), 젠더 연구(Gender Studies) 등의 풍부한 계보 위에 전개되었고, 여러 분야에 흩어져 있던 학문적 DNA를 조합하여 팬덤 연구의 기원을 마련한 것이 바로 앞서 소개한 젠킨스의 역작이다. 젠킨스의 첫 번째 성과는 팬덤에 대한 뿌리깊은 편견과 부정적 해석에 과감하게 맞서 팬덤에 대한 인식의 전환을 촉구한 점이다. 그는 대중문화의 팬을 조롱과 우려의 대상으로 여기며, 팬들은 대개 비정상적이고 현실과 동떨어진 위험한 지경에 놓여있다고 취급하는 병리학적 전통의 오류를 예리하게 지적하였다.<sup>14)</sup> 이러한 병리학적 전통은 소위 ‘비탈길 논증(slippery slope argument)’에 기대어 건강한 토론 자체를 억압

---

11) Hall, Stuart, “Encoding/Decoding”, in *Culture, Media, Language*, Hutchinson, 1980, pp.128, 135~138.

12) Chandler, Daniel & Rod Munday, *A Dictionary of Media and Communication*, Oxford University Press, 2011, p.3; Morley, David, “Active Audience Theory: Pendulums and Pitfalls”, *Journal of Communication*, 43(4), 1993, p.13.

13) Fiske, John, “The Cultural Economy of Fandom”, in *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, 1992, pp.37~40.

14) Jenkins, *Op. cit.*, p.15.



하는 스테레오 타입으로 작동하기 일쑤였다. 즉 팬덤이란 개인의 감정 과잉과 비합리적인 군중 심리에서 기인하는 불온한 정신 상태이기 때문에 필연적으로 사회적 일탈을 거쳐 극단적 광기에 이르게 되며, 한번 발병한 광증은 취약한 자아를 유혹하고 견잡을 수 없이 전염되어 공동체 전체를 파국에 이르게 하는 일종의 죽음 충동으로 재현되었다.<sup>15)</sup> 젠킨스는 수동적이고 병적인 집착으로 치부되는 팬덤의 고정관념을 비판하며 팬들이야말로 대중문화의 텍스트를 능동적으로 차용하여 자신의 정체성을 ‘스스로 구축(self-identifying)’할뿐만 아니라, 주류 미디어의 헤게모니를 굴절시키며 의미 생산을 주도하는 창조적인 존재임을 주장하였다.<sup>16)</sup>

특히 그의 대표작 표제에서 드러나듯이, 젠킨스는 프랑스의 문화연구자 미셸 드 세르토(M. de Certeau)가 주조한 ‘텍스트 밀렵(text-poaching)’의 개념을 토대로 대중문화 텍스트의 능동적 수용과 창조적 변용을 팬덤 인식론의 핵심 축으로 재설정하였다. 이러한 팬의 개념화는 젠킨스의 후속 연구에서도 일관되게 이어진다. 그에 의하면, 팬덤은 “매혹(fascination)과 좌절(frustration) 사이의 균형”으로부터 탄생한다. 미디어 콘텐츠에 관여(engage)하려는 욕망은 해당 콘텐츠에 매혹될 때 생겨나지만, 동시에 해당 콘텐츠에 반드시 일정 부분 좌절해야만 고쳐쓰고(rewrite) 다시 만들려는(remake) 욕구가 분출된다는 것이다. 즉 매혹과 좌절의 상반된 반응 기제를 균형적으로 갖출 때에 비로소 다시 읽기와 다르게 읽기를 반복하는 팬덤이 탄생한다는 것이 젠킨스의 일관된 주장이다.<sup>17)</sup>

이와 같은 팬덤의 양가적인 작동 메커니즘을 간파한 젠킨스의 논지는 팬덤 연구의 초석을 다지는 데 크게 공헌하였다. 한편으로는 과도한 자의식에 매몰된 이단아이기도 하고, 다른 한편으로는 미궁에 빠진 대중문화 텍스트를 구원하는 해결사이기도 한 팬의 위상은 여전히 논란이 다분

15) 마크 더핏, 『팬덤 이해하기』, 김수정 외 역, 한울아카데미, 2016, 137~138쪽.

16) Jenkins, *Op. cit.*, p.23.

17) Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, 2006, p.247.

한 주제이다. 그러나 매혹과 좌절이 상호 침투하며 평형을 지향하는 지점에서 물러섬 없이 팬덤의 의의를 견지해온 젠킨스는 팬덤 내부의 모순된 입장과 이율배반적인 실천 및 윤리적 실존을 둘러싼 논쟁에 지속적인 생명력을 제공하였다.

결과적으로, 젠킨스의 전복적인 전략은 팬덤을 문화연구의 주요 의제로 재탄생시키는 소기의 목적을 성공적으로 달성하였고, 대중문화의 수용자 주권을 확립하는 데 탁월한 성취를 거두었다. 그의 연구는 대중문화의 상품화에 대한 저항과 강화 사이, 권력 작용에 대한 숭배와 성찰 사이, 사적인 집착과 공동체적 해독 사이를 오가는 갈등적 존재로서 팬을 재규정하며 문화연구와 수용자 연구의 핵심적인 질문들을 강력하게 환기하였다.<sup>18)</sup> 더 나아가 젠킨스는 대중문화 연구자가 부득이하게 대면하는 존재론적 분열을 학자(academia)이면서 동시에 팬(fan)으로서의 정체성을 병행하는 소위 ‘아카-팬(aca-fan)’의 참여적 활동으로 승화시켰고,<sup>19)</sup> 이러한 그의 행보 자체가 상당한 팬덤을 만들어내기도 하였다.

## 2. 팬덤 연구의 전개: 개인과 공동체

1990년대 본격적인 팬덤 연구가 시작된 이래 팬덤 현상과 연구 지형에 가장 큰 변화를 가져온 사회문화적 요인은 디지털 테크놀로지의 발달이다. 특히 정보통신기술이 급격하게 발전하고 집합적 연결망이 대규모로 구축되면서, 개인 대 개인의 소통은 물론 대중을 상대로 하는 각종 디지털 서비스가 사회 전면으로 확산하였다. 다방향의 정보 교환으로 대중 이용자의 편익은 빠르게 신장하였고, 일상적 커뮤니케이션에 기반하는 대중문화의 속성에도 근본적인 변화가 야기되었다. 따라서 1세대에서

---

18) 김민형, 「팬덤 연구와 전염의 인식론: 자발적 전염과 관용적 면역」, 박길성 외, 『전염의 상상력』, 나남, 2017, 262~263쪽.

19) Henry Jenkins's official weblog: Confessions of an Aca-Fan, <http://henryjenkins.org/> (검색일: 2021년 2월 12일).

2세대로 이행하는 팬덤 연구의 도도한 흐름이 디지털 문화의 보편성을 수용하는 것은 필연적이었다. 동시에 새로운 미디어 테크놀로지에 민감하게 반응하며 진취적인 실험을 주저하지 않고, 첨단 기기의 사용 경험을 널리 전파하는 얼리 어답터(early adopter) 성향을 지닌 대중문화의 팬들을 면밀하게 관찰하는 것은 2세대 팬덤 연구자들의 중요한 책무였다.

2000년대 이후의 팬덤 연구는 웹 2.0의 생태적 속성을 분석하고 디지털 경제의 장에서 발생하는 ‘팬 생산(fan production)’의 다양한 양상을 고찰하는 작업으로부터 전개되었다. 특히 대중문화 콘텐츠의 생산과 소비의 경계가 근본적으로 해체되는 웹 2.0 플랫폼에서 팬들의 자발적인 무임노동(free labor)<sup>20)</sup>이 만들어내는 사용자 생성 콘텐츠(user-generated content)와 크라우드소싱(crowdsourcing)의 논의가 활발하다. 팬덤의 무임노동에 대한 고찰은 대량 생산 체제와 기성 상품에 대한 대안적 개념에 토대를 둔 도덕 경제(moral economy)와 일반 유통 체계를 초월하는 선물 교환(gift exchange)의 논의와도 접목되고 있다.

앞선 연구들이 주로 대중문화의 개인 수용자들을 대상으로 삼았던 반면, 2세대 팬덤 연구는 스스로를 팬으로서 긍정하는 개인들뿐만 아니라 그들로 이루어진 공동체, 즉 팬 커뮤니티(fan community)로 팬덤의 주체와 실천 양상의 범위를 넓혀 나갔다. 연구의 대상을 연결된 개인으로 이루어진 공동체로 확장하는 관점의 변화는 젠킨스의 후속 연구가 여실히 보여준다. 그가 주창하는 ‘컨버전스(convergence)’란, ‘흐름(flow)’이자 ‘전환(shift)’이다. 전자는 미디어 플랫폼 간 콘텐츠의 흐름을 말하고, 후자는 새로운 문화로의 전환을 의미한다. 이러한 흐름과 전환은 미디어의 수용자와 소비자들이 디지털 테크놀로지와 온라인 미디어로 강화된 접근성과 상호작용을 활용하여 적극적으로 참여하고 자발적으로 관여할

---

20) Terranova, Tiziana, “Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy”, *Social Text*, 18(2), 2000, pp.33~58; De Kosnik, Abigail, “Fandom as Free Labor”, in *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, Routledge, 2013, pp.98~111.

때 비로소 완성된다는 것이 젠킨스의 논지이다.<sup>21)</sup> ‘밀렵꾼’으로 은유되던 팬덤의 실체는 21세기에 이르러 공동체의 정체성과 조직화의 양상을 강조하는 ‘네트워크(network)’로 그 모습을 드러내고 있다.<sup>22)</sup>

네트워크의 개념은 문화연구 일반에도 빠르게 도입되고 있다. 네트워크와 문화는 대개 양립 불가능하거나 심지어 양자 대립하는 것처럼 인식되기도 한다. 그러나 문화연구와 접목되는 네트워크 분석의 새로운 흐름은 기존 연구가 문화의 질적 측면과 유기적 구조를 매우 기계적인 방식으로 처리하거나 온전히 간과하였음을 날카롭게 지적한다. 데이터의 양적 측정과 수집을 넘어 해석을 강조하는 네트워크의 방법론은 문화연구와의 초학제적 연대를 통하여 관행과 상징에 기반하는 의미 생산과 문화적 소통이 어디로부터 창발하고, 어떻게 전파되며, 특정 사회에서는 왜 불균등하고 불규칙하게 분배되는지를 보다 정확하게 이해하는 데 큰 도움을 주고 있다.<sup>23)</sup> 대표적인 선행 연구로서, 문화사회학자 폴 맥클린(P. D. McLean)은 네트워크와 문화의 관계성을 네트워크를 통한 문화(culture through networks), 네트워크로부터의 문화(culture from networks), 문화로부터의 네트워크(networks from culture), 네트워크로서의 문화(culture as networks), 문화로서의 네트워크(networks as culture)의 다섯 가지로 분류하여 제시하였다.<sup>24)</sup> 이와 같이 네트워크 이론과 문화 이론을 융합하는 실증적 방법론은 대중문화의 현상을 양적 질적으로 종합하고 디지털 시대의 팬덤 연구에 개인과 공동체의 연계성을 강화하는 참신한 생태학적 시각을 제공한다.

이처럼 팬덤 연구의 최전선은 온라인 커뮤니티의 참여형 실천들이 거

---

21) Jenkins, *Op. cit.*, pp.2~3.

22) 김수정 · 김수아, 앞의 글, 48쪽.

23) Castells, Manuel, *The Rise of the Network Society*, Blackwell, 1996; Christakis, Nicholas A., & James H. Fowler, *Connected: How Your Friends' Friends' Friends Affect Everything You Feel, Think, and Do*, Back Bay Books, 2009; Rainie, Lee & Barry Wellman, *Networked: The New Social Operating System*, The MIT Press, 2012.

24) McLean, Paul, *Culture in Networks*, Polity Press, 2017, pp.5~7.

듬하는 다양한 변수를 폭넓게 수용하면서 팬덤의 문화적 생산 양식을 입체적으로 규명하는 교차 지대로 빠르게 이행하고 있다. 특히 웹 2.0의 디지털 경제 하에 고도로 탈영토화 되어 무수한 사회적 열광을 창출하는 팬덤은 정치적 역능(empowerment)의 연구 대상으로 잠재력을 입증받기 시작하였다. 관련 연구자들은 팬덤의 관행과 실천이 디지털 시민성(digital citizenship)과 참여문화에 대한 새로운 이해를 촉구할 것이라 기대하고 신뢰한다.<sup>25)</sup>

### Ⅲ. 팬덤의 수행성

#### 1. 개념 도식의 구성

팬덤 연구를 위한 보편적 인식론의 토대를 구축하는 작업은 오랫동안 주변화 되고 타자화 되었던 팬이 어떻게 학술적 논의의 공간에 정착할 수 있을지에 대한 방법론적인 도전이다. 팬덤은 동일시, 열광, 소비문화(consumerism), 물질성(materiality), 행동주의(activism) 등 그 의미작용이 방대하게 발산하며, 단일한 사물이나 장소로 수렴되지 않은 채 여러 다른 종류의 담론과 불규칙하게 연결된다. 따라서, 보편적 인식론을 추구하는 팬덤 연구는 고착화된 일반화보다는 유사한 맥락이나 연관된 대상을 유연하면서도 역동적으로 연결하는 일종의 ‘방법론적 공유지(methodological commons)’의 전략을 구사할 필요가 있다.

이러한 방법론적 공유지의 토양을 비옥하게 일구기 위해서는 밑거름이 될 학술 개념들을 풍요롭게 발견하고 구축하여 관련 연구의 싹을 틔우는 작업을 지속해야 할 것이다. 본 연구에서는 그러한 학술 개념의 한

---

25) Jenkins, Henry et al., *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York University Press, 2013; Jenkins, Henry et al., *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Polity Press, 2016.

가지로 ‘수행성’을 제안한다. 팬덤의 수행성은 모순과 갈등으로 점철된 팬의 본질을 구체적인 행위를 통해 온전히 드러낸다. 즉 팬덤의 수행적 실천은 텍스트의 읽기와 쓰기의 전통적인 경계를 서서히 허물고, 대중문화 콘텐츠의 원전(canon)과 팬들이 창출한 팬원전(fanon) 사이의 새로운 권력 관계를 창출한다. 원전 텍스트의 서사 구조를 재구성하거나 허구화하여 원전에 버금가는 외전(apocrypha)을 창조하는 팬픽(fanfic)이 대표적인 사례이다. 팬픽 쓰기의 일반적인 기법은 원전의 주요 사건을 재맥락화하거나 주연과 조연의 관계성을 재조점화하여 등장인물을 재배치하는 창작, 혹은 원전 장르의 재해석과 전환 등을 포함한다. 따라서 팬덤 수행성 연구의 범위 역시 대중문화 콘텐츠의 원본 생산물뿐만 아니라 원전 텍스트에서 파생되는 예고편, 속편, 논평, 광고, 마케팅 등 광범위한 순차적 저작물의 파라텍스트(paratext)로 확장되고 있다. 여기에는 원전 텍스트의 다양한 판본을 물리적으로 수집하는 행위, 원전 텍스트를 디지털화하거나 온라인에서 스트리밍하는 활동, 원본 영상물에 비공식적인 자막과 논평을 첨부하여 배포하는 팬서빙(fan-subbing)과 패러디 영상물을 창작하는 팬비드(fan-vid) 등이 속한다.

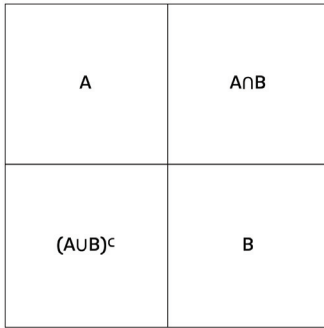
본 연구에서는 수행성 개념을 명시적으로 구축하는 연계 작업으로 개념의 도식을 구성하였다. 이를 위하여 [그림 6]의 캐럴 다이어그램(Carroll Diagram) 원리를 활용하였다. 캐럴 다이어그램은 벤 다이어그램(Venn Diagram)과 마찬가지로 서로 다른 범주 사이의 관계성을 시각화하는 데 탁월하며, [그림 7]과 같이 세 가지 이상의 변수를 다루는 다이어그램으로도 확장이 가능하다. 즉 A와 B의 집합을 설정하면 A와 B에 모두 속하는 객체로 이루어진 A와 B의 교집합( $A \cap B$ )과 A와 B 어디에도 속하지 않는 A와 B의 여집합( $(A \cup B)^C$ )이 형성된다. 변수의 개수를 늘려 C의 집합을 추가하면,  $A \cap B$ 뿐만 아니라  $A \cap C$ ,  $B \cap C$  및 A와 B와 C 모두에 속하는  $A \cap B \cap C$ 가 형성된다. 또한 A, B, C 어디에도 속하지 않는  $(A \cup B \cup C)^C$ 가 만들어진다.<sup>26)</sup>

캐럴 다이어그램의 확장 원리를 활용하여 팬덤 수행성의 개념 도식을 구성하면 [그림 8]와 같다. 본 연구는 앞의 장에서 고찰한 팬덤 연구의 기원과 발전의 과정으로부터 매혹과 좌절, 수용자 개념을 도식 구성을 위한 집합의 변수로 도출하였고, 개별적 수용자(individual audience)와 집합적 수용자(collective audience)로 세분하여 4개의 변수로 확장하였다. 그 결과, 대중문화 콘텐츠 수용자의 매혹과 좌절이 만나 보편적인 차원의 팬덤이 발생하고, 수용자로서의 주체의식과 정체성이 명확한 개별적 수용자의 대중문화 콘텐츠에 대한 매혹은 감상적 수행성(appreciative performativity)을, 좌절은 전유적 수행성(appropriative performativity)을 야기하며 개별적 팬덤(individual fandom)으로 형성한다. 또한 팬덤의 개별적 수용자가 공동체와 연계될 때 집합적 수용자(collective audience)로 이행하며 집합적 팬덤(collective fandom)을 양산하고, 집합적 수용자의 팬덤 수행성은 매혹과 좌절의 방향축에 따라 각각 공진적 수행성(resonant performativity)과 저항적 수행성(resistant performativity)으로 나아간다.

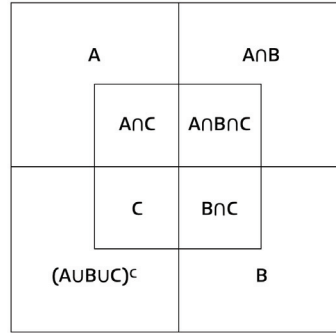
[그림 8]에서 도출한 네 종류의 팬덤 수행성을 선별하여 포지셔닝 맵에 정리하면 [그림 9]와 같다. 즉 개별적 수용자와 집합적 수용자를 개인(individual)-공동체(communitiy)의 X축으로, 팬덤의 매혹-좌절의 매커니즘을 Y축으로 설정한 후, 네 가지로 분류한 수행성인 감상적 수행성(AppreP), 전유적 수행성(ApproP), 공진적 수행성(ResoP), 저항적 수행성(ResiP)을 각각의 사분면에 배치하였다. 이처럼 팬덤 수행성의 기본 요소를 범주화하고 구조화한 개념 도식과 포지셔닝 맵은 개별 수행성의 사례를 발굴하여 범주에 적합한 위상(topology)을 부여하고, 개념적 틀 안에서 팬덤 수행성의 내용을 기술하고 분석하는 메타언어로 활용할 수 있다. 특히 팬덤 수행성 개념을 구성하는 기본 요소의 표층 구조를 규정하

26) 페어 몰러립, 『데이터 디자인: 정보 디자인과 시각화 원칙』, 이현경 역, 비즈앤비즈, 2016, 164~165쪽.

는 작업뿐만 아니라, 요소들 상호간의 잠재적 관계로 이루어진 심층 구조를 현동화(actualization)하여 본질적으로 복합 기제를 지향하는 팬덤 개념의 역동성을 한층 더 드러낼 수 있을 것으로 기대한다.



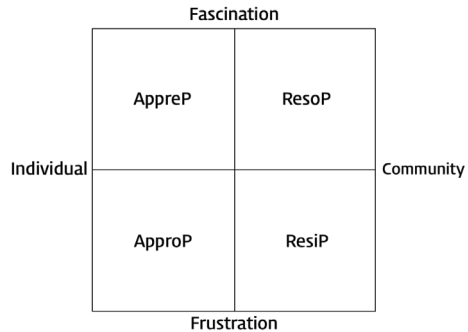
[그림 6] 두 집합의 캐럴 다이어그램



[그림 7] 세 집합의 캐럴 다이어그램



[그림 8] 팬덤 수행성의 개념 도식



[그림 9] 팬덤 수행성의 포지셔닝 맵

## 2. 인터넷 밈과 시민 참여문화

본 연구는 팬덤의 보편 이론을 구축하기 위한 예비적 작업으로 팬덤의 수행성을 시각성에 한정하여 논하고자 한다. 디지털 시대의 대중문화 콘



텐츠는 시각성, 즉 시각 문화(visual culture)를 빼놓고 논할 수 없을 정도로 시각성의 차원에 압도적으로 분포하며, 대중문화 콘텐츠의 시각성은 최근 매체 기술의 발전 양상과 더불어 가상현실(virtual reality)이나 증강현실(augmented reality) 등 전방위로 확대되고 있다. 따라서 본 연구는 대중문화 콘텐츠는 물론, 디지털 테크놀로지와 불가분의 관계에 있는 팬덤의 양태를 시각적 수행성에 집중하여 고찰하고자 한다.

이를 위하여 본 연구는 팬덤의 시각적 수행성이 드러나는 구체적인 시각적 재현으로서 ‘밈(meme)’에 주목하였다. 밈이라는 용어는 진화생물학자인 리처드 도킨스(R. Dawkins)가 생물학적 유전자(gene)에 대응하는 개념으로 최초 제창<sup>27)</sup>한 이후 학계의 끊임없는 논쟁거리였다. 이기적인 유전자가 인간의 생명을 제어하는 것과 마찬가지로, 문화 역시 밈에 의해 복제와 변이, 존속과 도태를 거듭한다고 주장하는 그의 독창적인 관점은 세간의 이목을 집중시킨 만큼 때로는 완전한 오류라고 도외시되기도 하였다. 그러나 최근 인터넷과 디지털 테크놀로지가 폭발적으로 성장하고 디지털 문화에 대한 연구가 활발해지면서, 밈은 문화연구의 전면에 화려하게 복귀하였다. 물론 근래에 논의되는 밈은 애초에 도킨스가 제시했던 개념과는 분명 차이가 있다. 도킨스는 밈을 복제와 모방을 통해 개인에서 개인으로 전파되는 문화의 최소 단위로서 한정적으로 제시한 반면, 최근의 밈 연구는 원형 개념의 모호함과 부조리함을 극복하기 위하여 개념적 유효성을 검증하고 확립하는 작업을 전제로 한다. 아직은 일련의 연구들이 관련 분야에서 산발적으로 이루어지고 있으나, 밈 용어의 정확한 개념 설정을 위해 [표 1]와 [그림 10]과 같이 ‘바이럴(viral)’ 등 의미가 유사한 경쟁 개념들과 혼용되어 사용되는 용례를 면밀하게 관찰하고 분류하는 기초 작업은 후속 연구에 시사하는 바가 크다.<sup>28)</sup>

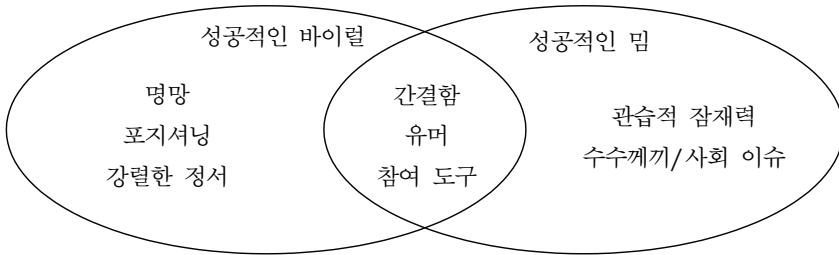
---

27) Dawkins, Richard, *The Selfish Gene*, Oxford University Press, 2016 [1976], p.249.

28) Shifman, Limor, *Meme in Digital Culture*, The MIT Press, 2014, pp.58, 95.

[표 1] 바이럴과 밈의 비교

	바이럴	주창자 기반 밈	공유자 기반 밈
버전 개수	단일	다수	다수
인기도 확산	최초 버전의 대규모 관객	밈의 최초 버전	밈의 다양한 버전
파생물 초점	해당없음	특정 미디어 텍스트	특정 미디어 형식
사용자 개입 방식	메타-코멘트	텍스트 변용	텍스트 변용



[그림 10] 바이럴과 밈의 성공 요인

특히 미디어 사회학자인 리모어 쉬프먼(L. Shifman)은 밈 개념의 통시성과 공시성을 종합하며 오늘날의 밈 현상을 대변하는 일종의 하위 개념으로 인터넷 밈의 유용성을 적극 옹호하였다.<sup>29)</sup> 쉬프먼이 정의하는 인터넷 밈은 (1) 내용과 형식, 입장과 태도의 공통된 특질을 공유하는 디지털 객체들의 집합으로 (2) 상호 인지하고 참조하는 과정을 통해 생산되고 (3) 불특정 다수의 사용자가 인터넷을 기반으로 순환, 모방, 변용하며 지속된다.<sup>30)</sup> 쉬프먼이 자신의 저서 서론에서 강렬하고 포괄적인 인터넷 밈을 촉발한 최신 레퍼런스로 ‘강남 스타일’의 뮤직 비디오를 들고 있듯이, 오늘날 만개하는 인터넷 밈의 활력소는 단연 영화, 드라마, 뮤직비디오, 웹툰 등 시각적으로 구현된 대중문화 콘텐츠이다. 특히 인터넷 밈은 그

29) *Ibid.*, pp.1~6.

30) *Ibid.*, p.41.

자체가 다중모드(multimodality)와 상호텍스트성을 기반으로 탄생하기 때문에, 본질적으로 참여형 열린 텍스트라는 점에서 팬덤의 생산 방식 및 존재 양식과 매우 유사한 속성을 지닌다. 포토샵(Photoshop) 프로그램으로 재가공된 이미지의 시각적 인공물을 통해 공동체가 공유하는 세속적 규범과 가치가 구동된다는 점에서 인터넷 밈을 포스트모던 시대의 ‘민담(folklore)’으로 규정하는 선행 연구에서 볼 수 있듯이,<sup>31)</sup> 인터넷 밈은 팬덤의 속성을 명시적으로 재현하며 효과적으로 운용하는 일종의 ‘링구아 프랑카(lingua franca)’, 팬덤의 공통어로서 충분한 잠재력을 지닌다. 본 연구는 인터넷 밈을 팬덤의 언어로 설정하고 분석함으로써 팬덤의 수행성 연구에 일조할 수 있을 것으로 전망한다.

인터넷 밈이 팬덤 수행성 연구에 적절한 대상이라는 근거는 다음과 같다. 첫째, 팬덤과 인터넷 밈은 디지털 문명의 급격한 확산과 더불어 상호영향을 주고받으며 공진화(coevolution)를 거듭하여 왔다. 인터넷 밈은 팬덤과 마찬가지로 디지털 문화의 특성인 복제와 전파, 변용과 공유에 의해 그 생명력을 유지한다. 또한 팬덤 문화의 터전인 대중문화 콘텐츠는 인터넷 밈 형성을 줄기차게 자극하는 인지도 높은 대중적 레퍼런스를 지속적으로 제공하여 왔다. 동시에 인터넷 밈을 통해 형성된 시대적 코드와 시각적 상징은 이에 호응 혹은 불응하는 팬덤을 활성화하기도 하고, 그 자체가 대중문화 콘텐츠의 원천 자료가 되거나 대항 레퍼런스(counter-reference)로 자리매김하며 새로운 팬덤을 양산하기도 한다. 둘째, 팬덤 개념의 양가적 특질, 즉 수용자의 매혹과 좌절, 개인과 공동체 사이의 삼투작용을 총체적으로 충족하는 사례로서 인터넷 밈은 독보적인 가치를 지닌다. 왜냐하면, 인터넷 밈 역시 복제와 재생산, 변용의 욕망이 부단한 긴장감을 유지하며 다중적으로 충돌할 때 비로소 탄생하기 때문이다. 또한 인터넷 밈의 전유와 재전유의 과정은 보편성과 특수성, 친숙함과 낯설음 사이의 진자 운동을 거듭하며 독자적인 개성을 드러냄

---

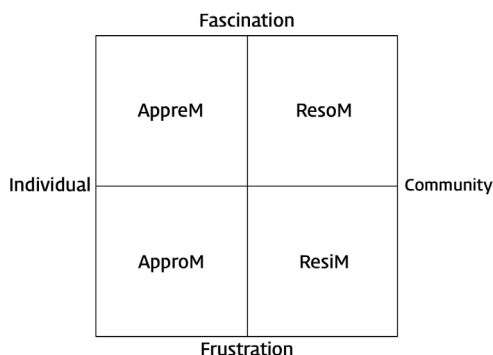
31) *Ibid.*, p.13.

과 동시에 공동체의 동조를 갈구한다는 점에서 콘텐츠에 대한 매혹과 좌절 사이에 놓인 개별적 팬덤과 집합적 팬덤의 상호작용과 매우 유사하다. 마지막으로 팬덤의 수행성과 인터넷 밈의 영향력은 최근 주목받고 있는 시민 참여문화가 확산하는 지점에서 동반 상승하며 고도화된다. 팬덤의 수행성은 공동체의 집합적 팬덤으로, 특히 공동체의 좌절이 투영되는 저항적 수행성으로 이행할 때 참여문화로서의 화학반응을 일으키며 더욱 맹렬하게 작동한다. 팬덤의 저항적 수행성에 기반한 참여문화의 양상을 가장 대중적이고 일상적으로 포착할 수 있는 분야 중의 하나가 바로 인터넷 밈이다. 인터넷 밈은 일정 수준 이상의 참여자와 연결될 때 충분한 효과를 발휘하기 때문에 본질적으로 ‘다성성(polyvocality)’을 지향하며,<sup>32)</sup> 밈의 텍스트를 통해 울려 퍼지는 다중의 목소리는 더한층 드높은 함성으로 공명하며 공동체의 마음에 사회문화적 파문을 일으킨다.

#### IV. 사례 연구

본 연구는 [그림 9]에서 구축한 팬덤 수행성의 포지셔닝 맵을 상동성의 원칙으로 [그림 11]과 같이 밈의 개념에도 동일하게 적용하고, 해당하는 대상을 선정하여 사례 연구를 진행하였다. 이 장에서는 감상적 밈(AppreM: appreciative meme), 전유적 밈(ApproM: appropriative meme), 공진적 밈(ResoM: resonant meme), 저항적 밈(ResiM: resistant meme) 각각에 부응하는 인터넷 밈의 사례를 관찰하고 분석할 것이다. 본 연구에서 고찰한 인터넷 밈의 사례는 2006년에 개봉한 영화 「타짜」에 등장하는 ‘곽철용’이라는 인물을 소재로 만들어진 소위 ‘곽철용 밈’이다. 「타짜」는 동명의 만화를 원작으로 만들어진 장르 영화로서, 화투 노름하는 거대 도박판을 배경으로 타짜의 길에 들어선 주인공과 그를 둘러싼 인간

32) Milner, Ryan M., *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*, The MIT Press, Kindle Edition, 2016, loc.2119~2161.



[그림 11] 밈 포지셔닝 맵

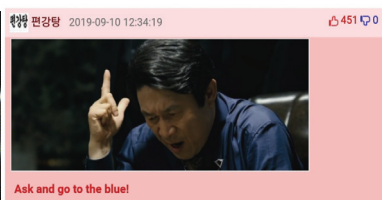
군상들의 한 판 승부를 그려낸 범죄 드라마이다. 영화는 감각적인 연출 스타일과 매력적인 캐릭터 연기로 평단의 호평을 받으며 흥행에도 성공하였다. 첫 작품의 성공으로 2편 「타짜: 신의 손」과 3편 「타짜: 원 아이드 잭」이 차례로 제작되었다. 한편 등장인물 곽철용은 1편에만 일회성으로 등장하는 건달 보스로 개봉 당시에는 큰 주목을 받지 못하였다. 그러나 정작 곽철용 밈이 탄생한 것은 2019년 3편이 개봉한 이후이다. 타짜 시리즈 전작에 미치지 못한 3편의 작품성에 실망하고 좌절한 팬들이 도리어 1편을 명작으로 다시 주목하는 과정에서, 곽철용 캐릭터를 재평가하는 새로운 해석들이 인터넷에서 회자되고 수많은 패러디물을 양산하였기 때문이다. 따라서 곽철용 밈은 원형의 레퍼런스가 되는 작품이 개봉한지 13년 만에 일종의 역주행이 일어나며 만들어진 팬덤의 결과이다.

기본적으로 곽철용 밈은 등장인물의 맛깔스런 대사와 표정 연기에 열광하는 팬들이 인상 깊은 영화의 장면을 정지 이미지로 캡처하고 해당 대사의 텍스트를 영화 자막의 형태로 이미지에 기입하여 제작하였다. 가장 많은 인기를 끌었던 곽철용 밈 중에 하나는 [그림 12]의 ‘묻고 더블로 가’ 밈이다. 밈의 제목은 판돈이 크게 모인 도박판에서 주인공 타짜의 제략대로 파투가 난 순간 상대역 곽철용이 호기롭게 외친 대사에서 유래하며, 지금껏 얼마를 잃었든지 간에 무조건 다시 두 배로 걸겠다는 결의

가 담겨있다. 대중문화 콘텐츠에 매혹된 팬덤이 만들어낸 전형적인 감상적 밈이라 볼 수 있다. 이후 해당 인터넷 밈은 온라인 커뮤니티를 거치면서 감상적 밈에서 공진적 밈으로 진화하게 된다. 유머 게시글을 공유하는 온라인 커뮤니티의 한 참여자가 곽철용의 대사 “묻고 더블로 가!”를 “Ask and go to the blue!”의 영문으로 번역하여 이른바 팬서빙의 형식으로 [그림 13]과 같이 게시하였다. 의도인지 실수인지 알 수 없는 과도한 오역에서 비롯된 유머가 커뮤니티의 안팎으로 폭발적인 호응을 얻으면서 팬들 사이의 즐거운 공진을 유발하였고, 곽철용 밈의 전파력은 한층 더 강력해졌다. 그 결과 [그림 14]와 같은 일종의 ‘팬 아트(fan art)’로 제작된 독립적인 밈마저 탄생하게 되었다.<sup>33)</sup>



[그림 12] 곽철용 밈의 예시



[그림 13] 곽철용 밈의 예시



[그림 14] 곽철용 밈의 팬 아트

33) 르르르, 『짤방전』, 일민미술관, 2019.

한편 광철용 밌 놀이를 거둑하던 팬들은 감상적 밌과 공진적 밌에 만족하지 않고, 원본 텍스트에서 느껴지는 결핍과 좌절을 자발적인 팬 생산성으로 채워나가는 실천을 수행하였다. 그 결과 영화의 서사 구조상 조연에 불과한 광철용 캐릭터를 재초점화하여 오롯이 광철용이 주인공인 팬픽의 영화 포스터를 [그림 15]와 같이 인터넷 밌으로 제작하였다. 이 때 사용된 이미지 제작의 기술은 ‘리믹스(remix)’와 ‘매쉬업(mashup)’으로서, 각기 다른 디지털 이미지의 시각 요소를 포토샵 등의 이미지 툴을 활용하여 발췌와 개조 및 혼합과 재구성으로 창작하는 기법을 말한다. 이러한 절차를 거쳐 탄생한 광철용 밌은 전유적 밌에 해당한다. 개별적 팬덤의 감상적 밌으로부터 출발한 광철용 밌이 전유적 밌으로 발전하는 과정에서 견고하게 구축된 광철용 팬덤은 문화적 트렌드에 민감한 마케팅 업계로 발빠르게 차용되었다. [그림 16]의 사례는 한 외식업계가 광철용 밌을 재전유하여 제작한 광고의 예고편이다.<sup>34)</sup> 캐릭터의 이름 ‘철용’을 영문 ‘Iron Dragon’으로 번역하여 내세운 카피 문구와 영화 포스터의 시각적 문법을 답습한 광고 이미지는 광철용 팬덤에 적극 호응하며 팬덤의 수행성과 소비의 수행성을 결속하려는 마케팅 전략이 빚어낸 성과이다. 영상 광고의 본편([그림 17])에서 영화 속 푸른 양복을 입고 프랜차이즈 햄버거 매장에 나타난 광철용 캐릭터는 주문을 재촉하는 ‘젊은 친구’에게 예의 그 대사를 또다시 호기롭게 외친다. “묻고 더블로 가!” 물론 여기에서의 ‘더블’은 광철용이 주문한 햄버거 패티의 사이즈이며, 광철용은 순쇠고기 패티 두 장짜리 햄버거를 받아들고 매우 흡족해한다. “이게 내 결론이다.”<sup>35)</sup>

34) 버거킹, 「더블 올데이킹 예고편」, 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=E2abumi-bZc> (검색일: 2021년 2월 12일).

35) 버거킹, 「더블 올데이킹 본편」, 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=mVAuzoxno4Y> (검색일: 2021년 2월 12일).



[그림 15] 곽철웅 팬픽의 예시



[그림 16] 곽철웅 광고의 예시



[그림 17] 곽철웅 광고의 예시



[그림 18] 곽철웅 밈의 예시



곽철용 밈은 한층 다양한 사회문화적 맥락에서 전유와 재전유를 거듭하고 개별적 팬덤과 집합적 팬덤을 넘나들며 더욱 번성하고 있다. 특히 답답하고 막막한 상황에 처했을 때 일단 ‘묻고’ 나아가는 거침없는 캐릭터의 전형성을 확보하면서 인터넷 밈의 종류 또한 감상과 전유, 공진을 넘어 현실 상황을 풍자하는 저항성까지 아우르는 통합적 밈으로 발전하는 양상을 보인다. [그림 18]은 대학생들을 대상으로 하는 주간지에 게재된 사례로서,<sup>36)</sup> 곽철용은 자신만의 고유한 대사 톤으로 전공에 맞는 대학생 활이란 어떤 것인지 서슴없이 풍자하며 독자들에게 웃음 섞인 쾌감을 선사한다.

한편, 밈의 선행 연구자들은 인터넷 밈의 생성과 확산을 둘러싼 정치적 실천에 관련된 사례 연구는 여전히 소수에 불과하다고 지적한다. 밈의 정치적 실천을 가장 명징하게 보여주는 저항적 밈의 사례가 더 많이 발굴되어야 할 이유이기도 하다. 저항의 밈은 디지털 기반의 시민 참여 문화에 거의 예외없이 등장하기 때문에 팬덤의 수행성을 종합적으로 고찰할 수 있는 최적의 대상이다. 근래 가장 주목할 만한 시민 참여문화의 사례에는 2016년 10월부터 이듬해 3월까지 지속되며 대통령 파면을 이끌어낸 대한민국의 ‘촛불혁명’이 있다. 시민 참여문화의 차원에서 볼 때 촛불혁명은 일상화된 대중문화의 공감대, 즉 팬덤의 감수성으로 시민들의 관심과 참여를 이끌어내고 고도의 유희성과 수행성으로 정치적 염속함의 상징인 광장의 집회를 신명나는 거대한 축제로 전복하였다. 약 6개월 기간에 23차례의 대규모 거리 집회가 진행되는 동안 시민 참여문화의 다채로운 양상들은 온라인과 오프라인의 공동체를 횡단하며 활짝 만개하였다. 그 중에서도 다양한 형식으로 창작된 인터넷 밈은 촛불 시민들의 결속력을 드높이는 새로운 언어였다. [그림 19]는 2016년 11월 대통령 대국민 담화의 한 장면을 풍자하여 만들어진 저항적 밈의 사례이다.

36) 강민상·몽미꾸, 「곽철용에게 배우는 대학생활」, 『대학내일』, 2019. 9. 21, <https://univ20.com/102830> (검색일: 2021년 2월 12일).

비리의 당사자인 대통령이 되레 푸념 섞인 무책임한 발언을 이어가자 시민들은 공분하였고, SNS와 인터넷 커뮤니티에서는 각종 풍자 합성물들이 대량 유포되었다. 뉴스 특보의 자막 틀을 리믹스하여 사용자가 원하는 말을 자동으로 만들어주는 일명 “대국민 담화 패러디짤 생성기”까지 등장하였는데,<sup>37)</sup> 팬 생산의 방식과 이미지 도구에 익숙한 대중은 이에 뜨겁게 호응하였다. 개인의 선호도와 공동체의 인지도가 높은 대중문화 콘텐츠의 이미지 레퍼런스를 변용하는 과정에서 팬덤의 감상적·전유적 수행성이 발휘되었고, 정치적 실천의 과정에 자발적으로 개입하여 인터넷 밈의 창작물을 각종 커뮤니티에 공유하며 공진적·저항적 수행성으로 증폭되었다.



[그림 19] 저항적 인터넷 밈의 예시

37) [https://twitter.com/so\\_u1/status/794415937956900864?s=20](https://twitter.com/so_u1/status/794415937956900864?s=20) (검색일: 2021년 2월 12일).

## V. 맺으며

지금까지 본고는 팬덤의 수행성 연구를 통하여 팬덤 연구의 보편적 인식론을 구축하는 예비 작업을 진행하였다. 인터넷과 디지털 미디어의 물질적 토대 위에 대중문화 콘텐츠의 열매가 넉넉하게 영그는 오늘날을 살아가는 팬들은 하나의 위계로 묶이지 않는 느슨한 연대 속에 개인과 공동체를 유유히 횡단하며 공명(resonance)과 상호 침투(interference)를 반복하는 ‘역동적 통합체(dynamic unity)’로서 실존하는 가능성을 보여준다. 시대의 변화에 부응하며 팬덤 연구의 전망을 밝히기 위한 최우선의 과제는 ‘특이한(singular)’ 팬덤의 통합체를 선별하고 세부를 활성화하여 보편성을 확장하는 예증 작업을 지속하는 일일 것이다. 대중문화 콘텐츠에 대한 애착과 신뢰를 전제로 ‘팬 대상(fan object)’과 협업하면서도 식민화하지 않고, 차별과 편향, 혐오와 같은 퇴행적 대상으로부터 탈정치화하지 않으면서 우리의 공유지를 넓혀 나갈 더 많은 학자-팬의 출현을 기대한다.

## 참고문헌

- 김민형, 「팬덤 연구와 전염의 인식론: 자발적 전염과 관용적 면역」, 박길성 외, 『전염의 상상력』, 나남, 2017.
- 김수정 · 김수아, 「해독 패러다임을 넘어 수행 패러다임으로: 팬덤 연구의 현황과 쟁점」, 『한국방송학회』 29권 4호, 한국방송학회, 2015,
- 르르르, 『짤방전』, 일민미술관, 2019.
- 마크 더핏, 『팬덤 이해하기』, 김수정 외 역, 한울아카데미, 2016.
- 페어 몰러립, 『데이터 디자인: 정보 디자인과 시각화 원칙』, 이현경 역, 비즈앤비즈, 2016.
- 「BTS, 제30회 서울가요대상 ‘후즈팬덤상’ 수상 확정」, 『파이낸셜뉴스』, 2020. 12. 31.
- 「알고 계세요 - 팬덤」, 경향신문, 1997. 1. 10, 28쪽.
- Castells, Manuel, *The Rise of the Network Society*, Blackwell, 1996.
- Chandler, Daniel & Rod Munday, *A Dictionary of Media and Communication*, Oxford University Press, 2011.
- Christakis, Nicholas A., & James H. Fowler, *Connected: How Your Friends' Friends' Friends Affect Everything You Feel, Think, and Do*, Back Bay Books, 2009.
- Dawkins, Richard, *The Selfish Gene*, Oxford University Press, 2016 [1976].
- De Kosnik, Abigail, “Fandom as Free Labor”, in *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, Routledge, 2013.
- Fiske, John, “The Cultural Economy of Fandom”, in *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, 1992.
- Gray, Jonathan et al., eds., *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York University Press, 2007.
- Hall, Stuart, “Encoding/Decoding”, in *Culture, Media, Language*, Hutchinson, 1980.
- Jenkins, Henry, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, 1992.
- Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, 2006.
- Jenkins, Henry et al., *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York University Press, 2013.

- Jenkins, Henry et al., *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*, Polity Press, 2016.
- McLean, Paul, *Culture in Networks*, Polity Press, 2017.
- Milner, Ryan M., *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*, The MIT Press, Kindle Edition, 2016.
- Morley, David, “Active Audience Theory: Pendulums and Pitfalls”, *Journal of Communication*, 43(4), 1993.
- Rainie, Lee & Barry Wellman, *Networked: The New Social Operating System*, The MIT Press, 2012.
- Shifman, Limor, *Meme in Digital Culture*, The MIT Press, 2014.
- Terranova, Tiziana, “Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy”, *Social Text*, 18(2), 2000.
- 강민상 · 몽미꾸, 「곽철용에게 배우는 대학생활」, 『대학내일』, 2019. 9. 21,  
<https://univ20.com/102830> (검색일: 2021년 2월 12일).
- 버저킹, 「더블 올데이킹 예고편」, 2019,  
<https://www.youtube.com/watch?v=E2abumi-bZc> (검색일: 2021년 2월 12일).
- 버저킹, 「더블 올데이킹 본편」, 2019,  
<https://www.youtube.com/watch?v=mVAuzoxno4Y> (검색일: 2021년 2월 12일).
- soul@so\_u1's Twitter: [https://twitter.com/so\\_u1/status/794415937956900864?s=20](https://twitter.com/so_u1/status/794415937956900864?s=20)  
 (검색일: 2021년 2월 12일).
- BigKinds, <https://www.bigkinds.or.kr/>
- Google Books Ngram Viewer, <https://books.google.com/ngrams/>
- Google Trends, <https://trends.google.com/>
- Henry Jenkins's official weblog: Confessions of an Aca-Fan, <http://henryjenkins.org/>
- Merriam-Webster Dictionary, <https://www.merriam-webster.com/>

# A Study of Performativity of Fandom: Internet Memes and Civic Participatory Culture

Kim, Min-Hyoung

This study attempts to construct a universal epistemology of fandom by examining the process of its origin and development through analyzing principal trends and issues based on significant prior reviews of fandom, which have established their domain from cultural and audience studies for the last three decades. As preliminary research, this study selects performativity as a core concept of fandom. It utilizes fascination and frustration, individual and community as primary elements. This study will build a conceptual diagram of performativity for fandom and derive detailed concepts of appreciative, appropriative, resonant, and resistant performativity. Furthermore, this study explores the case of visual performativity, which explicitly reveals the core concept of fandom, focusing on Internet memes and civic participatory culture. In particular, this study pays close attention to the 'Iron Dragon meme', which originated from a movie character and continued to evolve as an integrated fandom culture, and resistant memes from South Korea's Candlelight Revolution and its civic participatory culture. In conclusion, this study intends to contribute to the establishment of a universal methodology for fandom studies.

Keywords : Fandom, Performativity, Audience, Internet meme, Participatory culture

투고일: 2021. 02. 26./ 심사일: 2021. 03. 12./심사완료일: 2021. 03. 12.