

BTS 뮤직비디오의 신화적 기호작용

김보현*

【 차례 】

- I. BTS <IDOL>에서 한국적인 것
- II. BTS <IDOL>에서 한국적이지 않은 것
- III. BTS의 K-Pop과 Pop
- IV. BTS-ARMY의 뒤통세미오시스
- V. BTS-ARMY의 신화성

국문초록

BTS의 <IDOL> 뮤직비디오는 선진국을 두루 모방한 혼종적인 K-pop의 제작 전략을 넘어서 ‘한국적임’을 시각적으로 명확히 표현했다. 그리고 한국 그룹으로서 한국문화의 자긍심 및 정체성을 아낌없이 과시하고 있다고 극찬받았다. 이 비디오에 대해 이 같은 평가는 매우 타당해 보인다.

그러나 <IDOL> 뮤직비디오가 한국적이기만 한 것은 아니다. 아프리카적이기도, 유럽적이기도, 아랍적이기도, 아메리카적이기도 하다. 뿐만 아니라 <IDOL>의 가사는 스스로를 아이돌이나 아티스트로 규정하거나 한정하기를 거부한다. 가사에서 드러나는 자기규정에 대한 거부는 K-pop이 무엇인지, 나아가 Pop이 무엇인지에 대한 질문을 던지는 일로 확장된다.

BTS의 <IDOL> 뮤직비디오를 비롯하여 그들의 공연이나 노래에 담긴 메시지들은 마치 신화처럼, 팬들로 하여금 자신의 삶에서 가장 중요한 의미를 발견하도록 만든다. <IDOL> 가사가 ‘타인의 규정에 얽매일 필요 없다, 내 존재 자체가 가치 있음을 인지하자, 지금 여기에 살고 있는 내 삶을 긍정하자’고 말하고, <IDOL> 뮤직비디오가 ‘나의 국적이나, 종교와 인종이 나를 가둘 수 없다’는 것을 보여주는 것처럼 말이다.

* 단독저자, 충북대학교 초빙교수, bhyuny@hanmail.net

나아가 BTS의 연행을 수용하는 팬(ARMY)의 활동들은 BTS-ARMY의 이야기와 상호작용하는 과정이자 그 결과물이다. 이 상호작용에는 개별적 아미들의 서로 다른 실천과 믿음이 포함되고, 이러한 개별적 실천과 믿음이 BTS-ARMY의 수행을 신화적인 것으로 만든다.

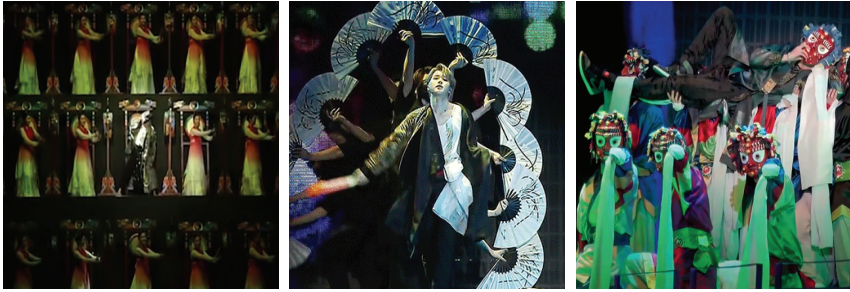
열쇠어 : BTS(방탄소년단), <IDOL>, 뮤직비디오, 신화적, 기호작용

I. BTS <IDOL>에서 한국적인 것

김영대 평론가는 <IDOL>(2018)의 티저 영상이 공개된 순간을 잊을 수 없다고 한다. 티저 영상의 뽕과리, 팔작지붕, 얼췌가 어우러진 이 곡의 한국성이 BTS가 자신의 뿌리와 정체성이 무엇인지를 고민하고 있음을 확인시켜 준다는 것이다.¹⁾ 나아가 <IDOL>에 대한 세계의 인정은 기존의 ‘무국적’이고 ‘초국가적’인 선진국 사운드를 두루 모방한 혼종적 K-pop의 제작 전략을 넘어서 ‘한국적인 것’을 시각적으로 전면화했다고 극찬한다. 2018년 MMA(Melon Music Awards) 공연에 대해서는 한국적 전통을 극대화하고, 한국 그룹으로서 한국문화의 자긍심 및 정체성을 아낌없이 과시하고 있다고 평가하였다.²⁾ <IDOL>(2018)의 티저 영상과 MMA <IDOL> 공연(2018)을 ‘한국적’이라고 평가하는 것은 매우 타당해 보인다. 2018년 MMA에서 BTS <IDOL> 공연은 이전의 생방 무대를 비롯, 기존의 이이돌 무대와 달리 매우 한국적이었다. 제이홉의 세복춤[삼고무(三鼓舞)]으로 시작해서, 지민의 부채춤과 정국의 탈춤으로, 정국의 탈춤이 목중탈문으로 등장하는 사자춤과 풍물놀이 한판으로 이어지는 2분 40초간의 도입부는 BTS가 그들의 정체성이 ‘한국적인 것’에 있음을 표방하고 있다고 단정해도 될 만했다. MMA의 <IDOL> 무대는 뮤직비디오 티저 영상의 확장판으로 손색이 없었다.

1) 김영대, 『BTS: The Review 방탄소년단을 리뷰하다』, 알에이치코리아, 2019, 286쪽.

2) 같은 책, 290쪽.



[그림 1] <IDOL> 2018 MAMA 공연

뮤직 비디오(이하 MV)를 구성하는 요소들 중에 MV가 드러내고자 하는 바를 한눈에 파악하게 하는 것은 시각적인 요소들이다. 한국인으로서 <IDOL>의 MV를 보게 되면 가장 눈에 띄는 것은 그림1이나 그림2와 같은 이미지들일 것이다. 이러한 이미지는 티저 영상을 보고 기대한 <IDOL>의 정체성과 부합한다. 한국의 대중가요에 전통음악이나 이미지들을 활용한 경우가 없지는 않지만,³⁾ 당시의 기준에서 <IDOL> MV만큼 명확하게 드러나는 시도는 아니어서, 이 MV에 ‘한국문화의 정체성과 자긍심을 드러내는’ 등의 위상을 부여하는 것은 일견 타당해 보인다.

전통적 주거 양식 중 하나인 팔작지붕, 전통 의상인 한복, 전통무 사자춤, 민화에 등장하는 호랑이, 이야기에 등장하는 달토끼, 전통적 채색법으로 그려진 수묵화(산수화), 번치 않는 단심을 상징하는 소나무, 현재의 국화(國化)인 무궁화, 조선시대에 창제된 자랑스러운 문화유산이자 현재의 표현 수단인 한글 등에서 ‘한국적’이라는 의미 요소가 아니면 어떤 의미 요소를 도출할 수 있을까? 이 노래의 의미가 무엇이든 그림2와 같은 시각적 요소들이 심심찮게 나타난다면, 또한 이를 감상하고 평가하는 자가 한국 사람이거나 한국의 전통문화에 익숙하다면, 이 이미지들이 모두 과거나 현재 혹은 과거부터 지금까지의 한국적 정체성을 설명하는 데 사용되고 있음을 즉각적으로 인지할 것이다.

3) 서태지와 아이들의 2집 <하여가>, 이상은의 6집 <공무도하가> 등이 이에 포함된다.



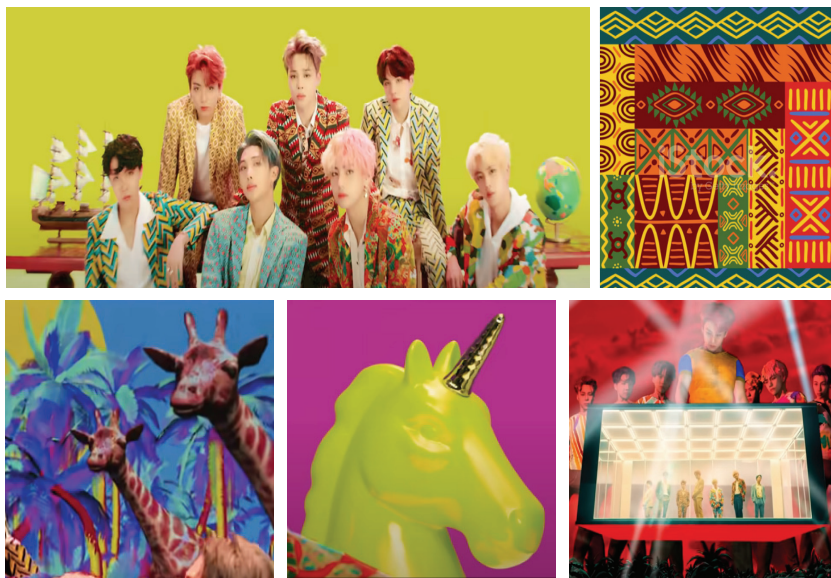
[그림 2] <IDOL> 공식 뮤직 비디오 : 한국적인 것

시각적 이미지뿐만 아니라 리듬, 조성, 음색 등으로 인지되는 음악적 정체성도 마찬가지다. <IDOL>에는 아이돌과 무관해 보이는 전통적 악기 소리나 추임새와 같은 소리를 적극적으로 활용한다. ‘덩기덕쿵더러라’, ‘얼쑤’와 같은 소리 역시 대체로 무국적임(혹은 서구적임)을 표방하는 ‘아이돌 그룹’과 연동되면 그 자체로 생소하여 전경화될 수밖에 없다. 이것이 악기 소리나 추임새임을 이미 알고 있는 한국인의 귀에는 익숙하면서도 인상적인 소리일 것이며, <IDOL>을 BTS가 자기 정체성을 ‘한국적인 것’으로 규정하고 ‘자신이 한국인임을 표방하는’ 노래로 평가하는 것이 과언이 아니라고 판단하게 되는 것이다.

II. BTS <IDOL>에서 한국적이지 않은 것

그러나 <IDOL> MV에는 ‘한국적’인 것들만 존재하는 것은 아니다.

여기에는 그림3과 같은 ‘한국적’인 것들과 함께 여러 대륙을 연상시키는 이미지들이 존재한다. 아프리카 패턴을 활용한 의상과 아프리카 대륙에 사는 기린, 열대의 야자수, 남아메리카에 서식하는 라마, 유럽식 혹은 아랍식 아치 회랑, 유럽의 대표 동화 백설 공주와 상상 동물 유니콘, 미국의 할리우드에서 탄생한 영웅들. 이러한 것들이 ‘한국적인 것’들과 함께 나열되어 있다.



[그림 3] <IDOL> 공식 뮤직 비디오 : 한국적이지 않은 것

이 이미지들은 티저 영상으로 기대되는 <IDOL>에 대한 가치 부여, 이를테면 ‘한국적 정체성을 표방하는 것’이라는 판단이 올바른지 질문을 던진다. 뿐만 아니라 <IDOL>에는 아프리카 하우스(GQOM)라는 비트, 힙합, 일렉트로닉(EDM)한 것들, 일명 pop적인 것들도 접목되어 있어, 악곡이나 리듬의 측면에서도 한국적인 것이 전부가 아님을 들려준다.

<IDOL> 공연 및 뮤직 비디오의 시각적 요소와 음악적 요소가 ‘한국

적’이라는 의미적 요소를 명확히 드러내고 있음을 부정할 수는 없다. 그러나 <IDOL>에는 한국적이지 않은 이미지들이 한국적인 것보다 더 넓게 자리한다. 우리는 여기서 다시 질문할 수 있다. <IDOL>의 ‘한국적’임이 한국적 정체성을 표방하는 것인가. 아마도 <IDOL>의 대답은 “아니”일 것이다. 그들은 한국적인 것과 아프리카적인 것, 아메리카적인 것, 그 밖의 다른 모든 것들을 동등한 위치에 놓는다. <IDOL> MV는 말한다. ‘나는 한국적이기도, 아프리카적이기도, 아랍적이기도, 아메리카적이기도 하다.’

You can call me artist. You can call me idol.

아님 어떤 다른 뭐라 해도, I don't care.

I'm proud of it. 난 자유럽네. No more irony. 나는 항상 나였기에.

손가락질 해. 나는 전혀 신경 쓰지 않네. 나를 욕하는, 너의 그 이유가 뭐든 간에.

I know what I am. I know what I want.

I never gon' change. I never gon' trade. **Trade off.**

뭘 어찌고 저찌고 떠들어대서? I do what I do. 그니까 넌 너나 잘하셔!

You can't stop me lovin' myself. 얼썬 좋다. 지화자 좋다.

<중략>

I love myself. I love my fans. Love my dance and my what.

내 속 안엔, **몇 십 몇 백 명의 내가** 있어.

오늘 또 다른 날 맞이해 어차피 **전부 다 나**이기에 고민보다는 강 달리네.

Runnin' man.

You can't stop me lovin' myself. I'm so fine **wherever** I go.

가끔 멀리 돌아가도. It's okay. I'm in love with my-my myself.

<IDOL> 가사는 “당신들은 나를 아티스트라고 부를 수도, 아이돌이라고, 그 다른 어떤 명칭으로도 부를 수 있”지만, “나는 당신들이 뭐라 부르건 상관없다.”고 말한다. 누가 나를 어떻게 부르는 것이 그다지 중요하지 않은 것이다. 내가 무엇이고, 내가 무엇을 원하는지 안다면, 누가 나

를 무엇이라고 부르던 그 부름들이 나를 바꿀 수 없다는 것이다. 그렇다고 화자 ‘나’는 자신의 정체성을 단일한 것으로 규정하지는 않는다. “내 속에는 몇십 몇백 명의 내가 있”고, 오늘의 ‘나’와 내일의 ‘나’가 같지 않으며, 자신이 어디에 있건, 길을 찾지 못해 자신의 위치를 찾지 못해도 그 전부가 모두가 다 ‘나’이므로 “괜찮다”고 말한다. 결국 누가 나를 무엇으로 부르건 그것은 나의 일부일 수도, 일부가 아닐 수도, 일부이지만 내가 부정하는 것도 가능하다. 나는 그들이 말하는 자이기도 하며, 다른 자이기도 하다. 아티스트인 나, 아이돌인 나, 한국인인 나, Pop을 부르는 나, 한국어로 노래하는 나, 영어로 노래하는 나, 헐리우드 영웅의 옷, 동화 캐릭터 티, 아프리카 패턴의 양복, 한복을 입은 나도 모두 다 ‘나’인 것이다.

Ⅲ. BTS의 K-Pop과 Pop

아티스트, 아이돌, 과거의 나, 현재의 나, 여기에 있는 나, 거기에 있는 나가 뒤섞인 것이 나이고, 한국적인 것, 아프리카적인 것, 아랍적인 것, 아메리카적인 것, 유럽적인 것들이 뒤섞인 것이 <IDOL>인 것처럼, 이것은 BTS의 ‘Pop’도 그러하다. 댄스도 아니고, 힙합도 아니고, R&B나 발라드, 록도 일렉트로닉도 아닌, 혼종적인 것이다.

K-Pop은 문자적으로는 한국의 대중음악을 포괄적으로 지칭하지만, 1990년대 후반 이후 댄스 음악이라는 세부 양식으로 보는 경우가 많다.⁴⁾ K-Pop을 1990년대 이후의 한국 대중음악 중 아이돌이 주축이 되어 생산된 서구 음악 장르, 특히 힙합·R&B·록·일렉트로닉 음악이 가미된 댄스음악 등을 일컫는 말로 규정하는 것은,⁵⁾ 아이돌 가수가 한류의 확산 과정에 중대한 역할을 했기 때문이다.

4) 이상욱, 『K-pop 연구』, 인터북스, 2016, 49쪽.

5) 이수완, 「케이팝, Korean Pop Music의 기묘한 만남 - K-pop의 한국 대중음악적 진정성에 대한 탐구」, 『인문논총』73-1, 서울대학교 인문학연구원, 2016, 80쪽.

아이돌 음악이 주축이 되는 K-Pop은 독특한 위상을 지닌다. 국내에서 아이돌은 음악 산업을 통해 만들어진 길러진 존재로, 그들은 음악성이 아니라 충성도 높은 팬들을 동원한 상업의 결과물로 평가되었다. 상업적으로 동원된 팬들이 음악 시장 생태계를 교란한다는 점, 그들이 텍스트에 대한 심도 있는 청취와 평가를 불가능하게 한다는 점에서, 아이돌 음악 자체를 폄훼하기도 했다.⁶⁾ 이러한 부정적 평가에는 아이돌 음악이 지닌 음악적 지향성도 한몫했다. 댄스도 아니고, 힙합도 아니고, R&B나 발라드, 록도 일렉트로닉도 아닌, 이들의 복합물인 아이돌 음악은 개별 음악 장르 측에서 보면 이도 저도 아닌 것처럼 보이기 때문이다. 그러나 현재 아이돌 음악은 이도 저도 아닌 것을 넘어 이도 저도인 것으로 인정받고 있다. 아이돌 음악, K-pop에 대한 연구가 넘쳐나는 현재의 대중음악 연구 지형도가 이를 증명한다.

아이돌 음악에 대한 가치 평가를 국내의 음악 산업이나 한국의 대중예술 부문으로 한정하는 것은 불가능하다. 신현준이 규정한 것처럼 K-pop이라는 용어는 한국이 아닌 나라에서 만들어진 것이자, 동아시아 권역에서 소비되는 공산품을 포괄적으로 지칭하는 국제적 고유명사이다.⁷⁾ 이러한 K-pop의 가치는 말 그대로 국외의 평가가 중대한 기준이 된다. 외국에서 명명되어 역수입된 K-pop은 해외시장의 평가를 통해 가치가 결정된다는 것이다.⁸⁾ 다시 BTS로 돌아가 보자,

2013년 BTS는 『2 cool 4 skool』 싱글앨범으로 시작했다. 빅히트라는 대형 기획사는 아니지만 기획사의 연습생 시절을 거쳐, 만들어진 보이 그룹이라는 점에서 그들이 여타의 아이돌과 크게 구별되는 지점은 없어 보인다. BTS 멤버들이 랩과 보컬로 이분화되어 있고, 학교(skool 3부작)라는 청소년들이 선호하는 주제를 선택하고 있다는 점 또한 당시 이미

6) 이상욱, 앞의 책, 78쪽.

7) 신현준, 『가요, 케이팝 그리고 그너머』, 돌베개, 2013, 31쪽, 75쪽.

8) 같은 책, 114쪽.

전성기에 오른 빅뱅을 비롯하여 엑소, 비에이피, 블락비 등 다수의 보이 그룹들과 크게 다르지 않아 보인다. 그러나 자신을 힙합 아이돌로 표방하고, 타이틀곡 <No More Dream>에 1990년대 갱스터 힙합 분위기를 적극 차용하고,⁹⁾ <Outro: Circle Room Cypher>와 같이 힙합의 공연 형태인 Cypher(래퍼들이 돌아가며 랩을 하는 공연)를 제목으로 제시하면서 형식에 따라 랩라인 보컬라인 가리지 않고 돌아가며 랩하고, 앨범 형식마저도 Intro와 Outro, Skit 트랙을 포함하는 등 힙합 앨범식 구성을 따랐다. 이와 같이 명백하게 힙합 아이돌 그룹으로서의 자기 정체성을 드러내는 것은 당시 여타 아이돌 그룹과는 구별되는 BTS의 행보였다. 같은 해 미니 앨범 『O!RUL8, 2?』 2014년 『SKOOL LUV AFFAIR』, 2014년 정규앨범 『Dark & Wild』도 『2 cool 4 skool』과 매우 유사한 방식으로 구성된다는 점에서 BTS의 지향점은 명확해 보인다.

이러한 힙합 아이돌이라는 자기 표방은 《아메리칸 허슬 라이프》¹⁰⁾ 방송과 맞물려, BTS를 어설프게 힙합하는 아이돌 댄스 그룹으로 규정하게 하는 결과를 초래했다. 김봉현의 힙합 초대석 1주년 특집에서 멤버인 RM과 슈가에게 “아이돌은 진정한 랩퍼가 아니다.”, “너네가 하는 것은 힙합이 아니라 그냥 랩이다.”, “현실의 어려움을 극복하지 못하고 유희에 넘어간 약한 놈들이다.” 등 BTS의 정체성을 부정당하기도 했다.¹¹⁾ 국내에서 BTS의 정체성이 아이돌과 힙합 양쪽의 공격을 받았고, 그 공격이 BTS와 팬덤의 결속을 단단하게 만들었다는, 이 사건에 대한 BTS와 팬덤의 결론은 최초 팬송 <둘!셋!>에 형상화되었다.¹²⁾ 국내에서 일어

9) 김영대, 앞의 책, 28쪽.

10) 《방탄소년단의 아메리칸 허슬 라이프》는 2014년 7월 24일부터 2014년 9월 11일까지 Mnet에서 방송된 리얼 버라이어티 프로그램이다. 미국 LA 올 로케이션 8부작으로 제작되었으며, 강제 힙합 유희를 당한 방탄소년단의 성장기를 담고 있다.

11) <https://namu.wiki/w/B-Free> <https://ko.wikipedia.org/wiki/비프리>(남자가 화장하는 건 여장하는 게 아니냐는 발언)

12) 괜찮아, 자, 하나 둘 셋 하면 잊어/ 슬픈 기억 모두 지워/ 서로 손을 잡고 웃어 그래도 좋은 날이 앞으로 많기를/ 내 말을 믿는다면 하나 둘 셋 <둘 셋>(2016)

난 일련의 일들은 BTS가 해외 팬들의 토대 위에 성장하게 되는 이유가 되기도 했다. 김영대는 BTS의 힙합 아이돌이라는 정체성이 음악 산업의 메커니즘으로 ‘만들어진 아이돌’이라는 아이돌에 대한 부정적인 고정관념에 맞설 수 있었다고 하면서, BTS식 방법을 탈-아이돌’ 방법론이라 표현한 바 있다.¹³⁾ 달리 말하면 BTS의 K-pop은 아이돌의 음악인 K-pop에서 벗어난 아이돌 음악이 된다. 이수완은 K-pop에 대해 다음과 같이 평가한 바 있다.

역사적으로 대중음악은 음악을 향유하는 집단의 지역적 민족적 인종적(혹은 성차적) 정체성과 밀접하게 연관되어 왔다. 특히 세계 음악시장에서 영미 이외 지역의 정체성을 표상하는 음악에는 ‘월드 뮤직’이라는 꼬리표가 붙는다. <중략> 케이팝은 한국이란 지역에서 만들어졌으며, 한국에 특수한 음악, 한국의 전통적 음악이 서양 음악과 혼종(혹은 발전)되어 만들어진 음악이라기보다는, 오히려 기존의 전통음악 민속음악 및 토착적 대중음악에서 스스로 구별을 요청하는 음악이었기 때문이다. <중략> 음악적 정체성은 사회적인 구축과 물리적 공간과 관련해서 형성된다. 그리고 정체성은 음악을 구성하는 요소들(리듬의 체계와 음계 장르)과 그것으로 표현하는 주도적인 정서 및 서사를 통해 드러난다. 이 중 음악이 표현하는 주도적인 정서를 통해 가요와 케이팝을 구별해 보는 것도 의미가 있다.¹⁴⁾

이수완의 논의에 따르면 첫째, K-pop은 월드 뮤직이다. 영미 이외의 지역적 정체성을 지녔다. 둘째, K-pop은 한국적 정체성과 무관한 음악이다. 집단의 지역적, 민족적, 인종적, 성차적 정체성이 아닌 혼종적 정체성을 지녔다. 이러한 규정에 따르면 BTS의 <IDOL>은 K-pop인가 아닌가. <IDOL>의 뮤직 비디오는 화자의 정체성 규정에서 더 나아가 음악적 정체성에 대한 문제로 확장된다. 도대체 K-pop이 무엇이란 말인가. UK

13) 김영대, 앞의 책, 22쪽.

14) 이수완, 앞의 논문, 84~85쪽.

차트와 빌보드 차트는 영미 지역의 음악에 대한 기준이다. 거기에 시도 때도 없이 등장하는 BTS의 음악은 세계 음악인가, 영미 음악인가? <IDOL>에 등장하는 ‘한국적, 아프리카적, 아랍적, 아메리카적, 유럽적’ 그러한 그 밖의 것들은 세계 음악의 표상인가, 영미 음악의 표상인가? BTS의 힙합적 아이돌이 아이돌을 아이돌로부터 벗어나게 했다면, BTS의 <IDOL>은 K-pop을 월드 뮤직으로부터 벗어나게 한다. ‘월드’ 뮤직은 글로벌한 것인가, 내셔널한 것인가. BTS는 답한다. “어떤 다른 뭐면 좀 어때!”

<IDOL> 뮤직 비디오의 한복, 부채, 사자춤, 달토끼, 수목화, 소나무, 무궁화꽃, 한글 등은 단순히 K-pop의 ‘초국가적’ 특성을 위배하는 남다른 시도를 넘어서었다. 그것은 BTS 정체성에 대한 규정과 아이돌 그룹에 대한 규정을 넘는다. 나아가 K-Pop, Pop의 범주에 대해서도 고민하도록 만든다. 그것은 <IDOL>에 대해 ‘한국적인 것이 ‘국제적인’ 것’, K-Culture에 국제적인 위상을 부여하고자 하는 자들, <IDOL> MV에 존재감을 자랑하는 ‘한국적인 것’에 홀려 ‘BTS는 한국인’으로 재단하는 자들의 시각을 환기시키는 것이다.

IV. BTS-ARMY의 뮌토세미오시스

싸이의 <강남스타일>(2012)이 전 세계의 이목을 집중시키기 전, 동아시아에서 성공을 거둔 K-pop의 제조자들은 더 넓은 시장을 꿈꾸며 미국에 진출하기를 바랐다. 빌보드 차트나 UK 차트에 진입하는 등의 평가 기준이 명확한 이 시장에 진입하기 위해 여러 시도가 있었지만, ‘아메리칸 드림, 미국병’이라는 명명에서도 알 수 있듯이 이 시도는 좌절되었다. <강남스타일>이 빌보드 핫100 2위에 오르고, 동영상 플랫폼 10억뷰(현재 47억)를 달성한 사건에 대해 스테레오 타입 K-pop의 성공이라고 보기는 어렵다고 평가하지만,¹⁵⁾ 이 사건이 이후 K-pop의 평가 기준을 미

15) 신현준, 앞의 책, 55~65쪽.

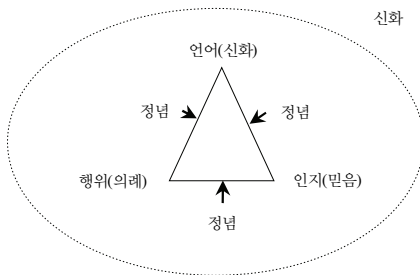
국 시장으로 바꾸는 데는 중대한 역할을 했다.

신화는 신들의 이야기, 종교적이고 서사적인 특성을 지닌 언어 복합체로 규정하는 경우가 많다. 단군신화, 바리데기 신화, 그리스 신화 등이 여기에 해당한다. 그러나 현대 사회에서의 신화는 ‘신’, ‘종교’의 범주를 넘어선다. 단군이나 바리데기 이야기에든 여전히 ‘신화’라는 이름을 붙이지만, 경제성장(1970-80년대), 월드컵 4강(2002년), 앞서 언급한 싸이 강남스타일 10억뷰(2012년) 등에 더 자주 붙인다. 우리가 여기에 ‘신화’라 명명하는 것이 어색하지 않다고 느끼는 이유는 ‘현실적으로 일어나기 어려운, 기적과도 같은, 신의 도움이 없이는 불가능한’과 같은 수식어를 붙일 만한 일이 일어났다는 공통적인 인식 때문일지도 모르겠다. 이런 기준이라면 빌보드 차트에 시도 때도 없이 등장하고, 아메리칸 뮤직 어워드에서 몇 년간 연속해서 수상하고, 그래미에 지속적으로 노미네이트된 BTS의 서사를 신화라 이름하는 것은 마땅하다.

신화라 명명되는 것에 ‘있을 수 없는 일이 일어났음’이라는 의미적 특성이 포함되기는 하지만, 그것이 전부라고 할 수는 없다. 신화라 명명하는 것에는 어떤 일에 발생한 어떤 작용 전체를 지칭하는 경향이 있기 때문이다. 어떤 일을 신화라 명명할 수 있을지, 그 명확한 기준을 제시하기는 복잡하고 모호하다. 송효섭은 신화가 복잡성을 띠는 것은 신화가 인간에 의해 인지된 인식론적인 것이면서, 또한 어디엔가 존재하는 존재론적인 것이기 때문이라고 하였다. 신화는 ‘믿음’에 따라 신화이거나 신화가 아니게 하며, 사람의 인식 차이나 변화에 따라 유동적으로 나타나는 것으로, 이것이 신화가 복합적인 개념을 갖게 되는 이유이다. 신화의 이러한 성격은 신화 모델이 거시적이거나 미시적 또는 인식론적이거나 존재론적인 양가성을 가질 수밖에 없도록 만든다.¹⁶⁾ 신화에서 진리의 토대인 뮈토스로서의 힘은 사건화된 것을 사실적인 것으로 인식하는 인식작용에서 도출된다. 여기에는 기억할 만한 것, 정의로운 것 등으로 받아들

16) 송효섭, 『뮈토세미오시스-매체, 신화, 스토리텔링』, 한국문화사, 2019, 4쪽.

이는 가치 부여 과정 즉 로고스의 인지작용이 결부된다. 발신자는 이야기로서 뮈토스를 생산하지만, 이를 진정한 ‘신화’로 만드는 존재는 결국 그것을 진실로 받아들이는 수신자인 것이다. 뮈토스가 ‘믿음’에 닿지 않는다면 그것은 ‘신화’가 될 수 없다. 뮈토스는 수신자에 의해 ‘믿음’으로 계속 소비되어야만 ‘신화’가 된다. ‘믿음’으로 소비되는 뮈토스는 이를 유지하기 위해 ‘믿음’의 스펙트럼과 연동해야 한다. 이름하여, 뮈토세미 오시스인 것이다. 서사, 행위, 인지 간의 신화적 작용은 대중음악의 세계에서 유사한 방식으로 발생한다.



[그림 4] 신화 잠재태의 기호학적 모델



[그림 5]

대중문화의 기호작용에는 그림4와 같은 양방향적 뮈토세미오시스가 있다.¹⁷⁾ 바로 아이돌의 텍스트와 팬들의 덕질이라는 양방향 소통이다. 나아가 팬들에게 종교적 특성이 더해지면 이를 팬덤이라고 한다는 점에서 이들의 작용이 신화적임은 분명하다 하겠다.¹⁸⁾ 게다가 팬덤의 아이돌에 대한 믿음은 팬덤을 넘어 시민집단으로서 그들이 속한 실제적인 삶의

17) 송효섭, 『신화의 질서』, 문학과지성사, 2012, 32쪽.

18) 이승아는 아이돌에게 팬은 있지만 팬덤은 없을 수도 있는데, 팬덤은 단순히 좋아하는 것을 넘어서 더 강한 충성심으로 결속된 집단이자, 좋아하는 대상에게 종교적인 믿음을 가지고, 팬 자신의 생활양식에도 영향을 미친다고 한 바 있다. 이승아, 「JYJ 공화국—선택을 강요받은 자들의 선택할 권리」, 이동연 엮음, 『아이돌』, 이매진, 2011, 273쪽.

영역뿐만 아니라, 그들이 믿는 아이들에게도 행사한다는 점에서 양방향적이다. 특히 특정한 팬덤들은 의식을 지니고 용기 있게 행동하는 대중문화의 소비자로서 주인으로 자율적이며 적극적으로 행동한다. 이러한 특성은 아이돌 그룹과 팬덤들을 문화 진화적 관점에서 살펴 당시 우려되었던 아이돌 문제가 일부 해결되었다고 평가하기도 했다.¹⁹⁾ 아이돌과 팬덤 간의 이러한 작용은 상호작용으로 재생산되는 신화적 기호작용과 일맥상통한다.

마크 더핏은 팬덤에 대해 팬들이 정체성을 타협하는 방식이라 규정한다. 특히 어떤 아이콘에 대해 수용자층이 급격하게 변화하는 기간에는 더더욱 그러하다고 말하면서, 팬의 유형을 캐주얼 팬, 미니멀 팬, 전형적인 팬, 헌신적인 팬, 극단적인 팬, 집착적인 팬의 스펙트럼으로 구분한다. 이러한 다양한 팬들의 유형에서 어떤 범주까지는 ‘정상적’인 팬이고 어떤 범주까지는 ‘비정상적인 팬인지 구분하기는 어렵다고 한 바 있다.²⁰⁾ 더핏의 말처럼 팬들의 구체적인 행위를 특정한 범주로 명확히 구분하기 어렵고 구분할 필요도 없다.

그러나, 팬덤이 팬들의 정체성을 타협하는 방식이라는 것이라는 그의 평가는 팬들의 실천이 팬덤을 만들어내는 중요한 요인임을 간과한 것처럼 보인다.²¹⁾ 뮌토세미오시스로 얽힌 아이돌의 팬들은 능동적이다. BTS의 아미 또한 그러하다. 능동적 실천에서 팬으로서의 만족감과 즐거움을 얻는다. 아미들은 음반이나 음원을 사고, 카드를 모으고, 공연을 예매하고, 사인회에 참석하고, 노래와 춤을 따라 하고, 응원방식을 공유한다. 한편으로는 팬사이트나 블로그 등으로 팬진이나 팬팩을 쓰고, 비디오 플랫폼 채널을 활용해서 공연, 뮤비 등을 편집하거나, 밌비디오(커버 비디오, 반응 비디오, 풍자비디오) 등을 만들으로써, 지지 대상 저작물을 재

19) 차우진·최지선, 「한국 아이돌 그룹의 역사와 계보, 1996-2010년」(이동연 엮음, 『아이돌』, 이매진, 2011, 112-158쪽)에서는 HOT를 1세대 아이돌의 시작점(1995년), 동방신기는 2세대 아이돌의 시작점(2003년)이라고 정리하면서, 1, 2세대 아이돌 그룹의 문제점과 그 해결과정을 분석한 바 있다.

20) 마크 더핏, 『팬덤 이해하기』, 김수정 번역, 한울, 2018, 80-81쪽.

21) 같은 책, 103쪽.

생산함과 동시에 원저작물을 확산시킨다. 원저작물을 평가하고, 전복하고, 확장하는 등의 팬본을 만들어내는 활동은 소극적으로는 댓글과 같은 활동을 유발하고, 적극적으로는 새로운 팬본을 산출하면서, 나아가 지지 대상의 저작 활동에도 영향을 끼친다.

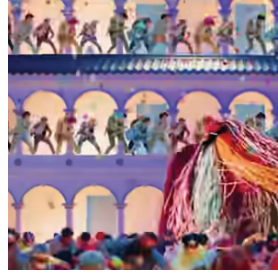
신화적 기호학적 모델이 말해주는 가장 중요한 특성은 신화가 제의와 믿음을 호명하는 담화체라는 것이다. 신화는 독립적으로 존재할 수 없다.²²⁾ BTS의 텍스트는 아미의 행위를 호명하고, 행위하는 주체는 그 믿음을 덕질로 드러낸다. 중요한 것은 눈앞에 보이는 정전이 하나일지라도, 아미들이 보는 것은 일관적이지 않다는 것이다. 팬덤은 단일체가 아니다. 그들은 자신의 정체성을 타협하지 않는다. 그들은 개별자로서 믿고 행위할 뿐이다.



[그림 6]



[그림 7]



[그림 8]

앨범이 만들어지고 판매되면서, 팬들이 앨범을 구매하는 일에 집중하고 랜덤으로 배송된 카드에 일희일비하는 것, 앨범의 판매나 공연 수익을 최대화하기 위해 기획자들은 순차적으로 다양한 연행을 준비하고, 팬들이 그 준비에 부응하기 위해, 수행적 측면으로건 인지적 측면으로건 최선을 다하는 것, <IDOL> MV를 보고서 MV의 의미를 노래 가사와 연결하여 해석하는 것(그림 6 = 몇 십 몇 백 명의 나) 등 아미들의 의례에는 아미들의 많은 활동들이 포함된다. 이러한 활동이나 믿음까지는 신화

22) 송효섭, 앞의 책, 33쪽.

의 발신자들에 의해 의도된 팬들의 수행일 수 있다.

그러나 만들어진 MV는 발신자의 의도와 무관하게 의미를 만들기도 한다. 그림 7은 회랑으로, BTS가 춤추고 노래하는 MV의 공간적 배경 중 하나이다. 유럽이나 아랍의 문화 및 역사에 익숙한 팬들은 이곳을 수도원과 같은 종교적인 공간으로 인식할 수도 있다. 종교적 공간으로 인식한 팬들은 그림 8과 같이 변모한 회랑에 대해 새로운 의미를 부여할 수 있다. 회랑에서 종교적 속성을 벗기고 파티의 공간으로 변형하는 것이다. 오색큰 털북숭이의 등장애 사자춤이나 서낭당의 오색천을 연상한 팬들은 BTS가 춤추는 이국적인 공간을 한국의 축제나 굿판으로 변형할 수 있다. 종교적 공간으로 인지하지 않았던 곳에 새로운 종교성을 부여하는 것이다. <IDOL>의 의미는 어느 지역, 어떤 정체성을 가진 사람들이냐에 따라 그들만의 방식으로 각각 조합된다.



JJK 1 7일 전

이 곡이 아프리카 스타일의 음악에서 영감을 받았다는 사실은 우리 아프리카 아미의 노래를 더욱 특별하게 만듭니다.♥♥

👍 5 💬 답글



나탈리아 3주 전

몇 년이 흘렀지만 나는 여전히 여기에 있다. 이 노래를 좋아한다. 천재 클럽. 행복과 따뜻함, 에너지와 미소를 줍니다..

👍 74 💬 답글

▼ 답글 1개



방탄소년단 이집트 7일 전

그들은 하늘의 별입니다 나는 이집트 군대 소녀입니다 나는 bts를 너무 좋아합니다 그들은 최고입니다

👍 1 💬 답글



투완 파하나 1개월 전

방탄소년단은 ♥♥♥♥♥세계사에 길이 남을 전설이다♥♥♥♥♥

👍 5 💬 답글



~Thioe 1226 ~ Bangtan7 8일 전

방탄소년단 없는 그래미는 신부 없는 결혼🙄♥

👍 2 💬 답글



루시 휴렛 3주 전

소년단이 빌보드에서 많은 트로피를 획득할 수 있도록 최선을 다할 것입니다 이 믿을 수 없는 mv는 자격이 있습니다 it 사랑해

[그림 9]

팬들의 콜라주 작업은 시간의 법칙과도 무관하게 작동하기도 한다. 그림 9는 <IDOL>에 달린 댓글들(한국어로 자동 번역)이다. 아프리카 아미들은 <IDOL>의 아프리카적 이미지에 집중하고, 이집트 아미들은 BTS의 스타성에 열광한다. 그래미와는 무관한 MV이지만 그래미를 언급하면서 그래미의 폐쇄성을 비판하기도 하고, “이 믿을 수 없는 MV”가 빌보드 트로피를 획득할 수 있도록 노력한다. 3주 전부터 빌보드에 많은 트로피를 획득하도록 최선을 다하여, BTS가 트로피를 받는다손 치더라도, 2023년에 <IDOL>로 트로피를 받는 것은 아니겠지만 말이다. 아미들에게 BTS의 텍스트는 몇 년이 지나도 가장 사랑하는 개별곡이기도 하고, BTS 자체를 표상하는 아이콘이기도 하다. “뭐라고 하건 뭐 어때!” 아미들은 텍스트와 개별 실천을 통해 만들어내는 개별자로서의 팬덤인 것이다.

V. BTS-ARMY의 신화성

BTS와 ARMY가 만들어내는 신화적 기호학적 모델(그림5)이 말해주는 가장 중요한 특성은 신화가 제의와 믿음을 호명하는 담화체라는 것이다. 여기서 우리가 고려해보아야 할 것은 세 항에 관여하는 정념이 기존의 모델에서 유추되는 정념과 얼마나 다른가 하는 점이다. 관여하는 정념의 실체는 아이돌 - 아이돌의 연행 - 아이돌에 열광하는 팬덤 간의 관계가 신화의 모델과 다르지 않음을 보여줄 것이기 때문이다. 그러나 우리는 그것을 명확히 확인하기는 어렵다. 믿음과 실천을 추동하는 요소인 정념은 팬들의 개별적 실천만큼이나 제각각이기 때문이다.

우리는 긍정적이고 지속적인 의미에서의 신화를 다음과 같이 규정하기도 한다. 신화는 신화 속에서 자신에게 가장 중요한 의미를 발견한 사람들에게 신성시되고 공유되는 이야기라고²³⁾ 웬디 도니저의 이 관점을 수용한다면, 그리고 이를 BTS와 아미들에게 적용한다면 우리는 다음과

23) 웬디 도니저, 『암시된 거미: 신화 속의 정치와 신화』, 최화선 번역, 이학사, 2020, 10쪽.

같이 말해볼 수 있을 것이다. BTS의 앨범, 그들의 공연, 그들의 뮤직비디오, ‘LOVE YOURSELF’같은 구호가 전 세계 아미들에게 그들 삶에서 가장 중요한 의미를 발견하도록 만든다고 <IDOL> 가사가 타인의 규정에 얽매이기보다는 자기 존재 자체가 가치 있음을 인지함으로써 자신의 삶을 긍정하기를 말하고, <IDOL> 뮤직비디오가 자신의 국적, 종교, 인종이 스스로를 가둘 수 없음을 보여주는 것처럼 말이다. 나아가 BTS의 연행을 수용하는 아미들의 활동, 그들의 개별적 실천과 믿음은 BTS-ARMY에 대한 이야기와 더불어 신화적으로 상호 작용한다. 사실 신화 혹은 종교가 들려주는 이야기, 이를테면 곰이 여자로 변신하여 왕을 낳는 이야기, 처녀가 임신하여 왕을 낳는 이야기, 마고할미가 똥을 누면 땅이 되고, 오줌을 누면 냇물이 된다는 등의 이야기에 관여하는 정념 또한 어떤 민족, 어떤 종교, 어떤 지역에 살고 있느냐와 같이 개인이 어떤 환경에서 어떤 경험을 했는가의 문제와 연결된다. 사람마다 어떤 이야기는 많이 믿고, 어떤 이야기는 조금 믿고, 어떤 이야기는 믿을 수 없는 것에 차이가 발생하는 것이다.

따라서 우리는 역으로 BTS가 던지는 메시지에 아주 많은 이들이 반응하고, 그러한 반응이 팬덤을 형성하고, 팬덤들의 현실을 변화시킨다면, 그 실천 자체가 BTS의 메시지를 본질적인 질문에 대한 답변, 중대한 의미의 발견 지점, 즉 신화적 이야기로 만들어낸다고도 볼 수 있겠다. 뿐만 아니라 그러한 답도 중대한 의미도 이야기도 그것을 발견하는 사람에 따라 달라질 것이다. 그러한 차이는 아이돌, 아티스트와 같이 직업적으로 표현될 수도, 한국적, 아프리카적, 아메리카적 등과 같이 지역적으로 표현될 수도 있고, 글로벌한 것과 로컬한 것, 세계적인 것과 영미적인 것으로 표현될 수도, 한국어, 영어, 아랍어로 표현될 수도 있을 것이다. 나아가 이러한 여러 영역의 차이가 우리가 열광하는 BTS의 뮤직비디오를 달리 해석할 수도 있을 것이다. 그러면 좀 어떤가.

참고문헌

- BTS(방탄소년단), IDOL Official MV, 2018. 8. 24.
- _____, 'IDOL' Special Stage, 2018 MMA, BANGTANTV, 2018. 12. 10.
- _____, <둘! 셋!>, WINGS, 2016.10.10.
- 방탄소년단의 《아메리칸 허슬 라이프》, Mnet, 2014.7.24.~2014.9.11.
- 김영대, 『BTS: The Review 방탄소년단을 리뷰하다』, 알에이치코리아, 2019.
- 더핏, 마크, 『팬덤 이해하기』, 김수정 번역, 한울, 2018.
- 도니겨, 웬디, 『암시된 거미: 신화 속의 정치와 신학』, 최화선 번역, 이학사, 2020.
- 라파포트, 『인류를 만든 의례와 종교』, 강대훈 옮김, 황소걸음, 2017.
- 송효섭, 『뮈토세미오시스-매체, 신화, 스토리텔링』, 한국문화사, 2019.
- _____, 『신화의 질서』, 문학과지성사, 2012.
- 신현준, 『가요, 케이팝 그리고 그너머』, 돌베개, 2013.
- 이상욱, 『K-pop 연구』, 인터북스, 2016.
- 이수완, 「케이팝, Korean Pop Music의 기묘한 만남 K-pop의 한국 대중 음악적 진정성에 대한 탐구」, 『인문논총』73-1, 서울대학교 인문학연구원, 2016, 77~103쪽.
- 이승아, 「JYJ 공화국 - 선택을 강요받은 자들의 선택할 권리」, 이동연 엮음, 『아이돌』, 이매진, 2011, 270~293쪽.
- 차우진·최지선, 「한국 아이돌 그룹의 역사와 계보, 1996~2010년」, 이동연 엮음, 『아이돌』, 이매진, 2011, 112~158쪽.
- 비프리, <https://namu.wiki/w/B-Free> <https://ko.wikipedia.org/wiki/비프리>

Mytho-Semiosis of BTS Musicvideo

Kim, Bo-Hyun

BTS' <IDOL> music video visually expresses 'Korean-ness' beyond the production strategy of mixed K-pop that mimics all over the developed world. And it was praised for generously showing off the pride and identity of Korean culture as a Korean group. This assessment of this video seems very reasonable.

However, the music video for <IDOL> is not exclusively Korean. It is also African, European, Arab, and American. In addition, the lyrics of <IDOL> say not to define or limit yourself. they refuse to be defined or confined as mere idols or artists. The rejection of self-regulation evident in the lyrics expands into a matter of asking questions about what K-pop is and even what Pop is.

The messages embedded in BTS's performances and songs, including the <IDOL> music video, serve to lead fans to discover profound meanings in their own lives, much like myths. In the lyrics of <IDOL>, they sings, 'No need to be bound by others' definitions, let's recognize the value of our own existence, and let's embrace the life we are living right here and now.', in the music video for <IDOL>, it demonstrates that 'my nationality, religion, and race cannot confine me.'

Furthermore, the activities of ARMYs who embrace BTS's performances are both a process and a culmination of interactions within the BTS-ARMY narrative. This interaction encompasses the diverse actions and beliefs of individual ARMYs, and it is through these individual actions and beliefs that the collective engagement of BTS-ARMY takes on a mythical significance.

Keywords : BTS, IDOL, Myth, Semiosis, Music video

투고일: 2023. 07. 20./ 심사일: 2023. 08. 10./ 심사완료일: 2023. 08. 14.