



## ‘코리아부(Koreaboo)’

*BTS Universe*가 미운 퍼즐 한 조각

**원용진** 서강대학교 커뮤니케이션학부 교수  
**방희경** 서강대학교 국제한국학선도센터 연구교수  
**이준형** 서강대학교 신문방송학과 박사수료  
**마리사 럭키** 서강대학교 신문방송학과 석사과정

### *Koreaboo, a Missing Piece of the BTS Universe Puzzle*

#### **Yong-jin Won\***

Professor, Sogang University

#### **Huikyong Pang\*\***

Research Professor, Sogang University

#### **Jun-hyung Lee\*\*\***

Ph.D. Candidate, Sogang University

#### **Marisa Luckie\*\*\*\***

M.A. Student, Sogang University

With the group’s worldwide popularity, BTS has not only changed the scope of the Korean public’s imagination, but has also had a remarkable effect on the academic field of popular culture studies. Studies on popular culture have greatly expanded their research topics and subjects. However, because existing studies have limited their focus to fandom phenomena and audience communities, they have not been able to expand the social imaginaries that could evolve into driving forces for social change. This study therefore begins with a criticism of existing studies, which have been primarily focused on identifying the causes of BTS’s and K-pop’s global success rather than considering social implications. Following the tradition of cultural studies, this study concentrates on the social changes driven by K-pop’s transnational communication. In particular, this study focuses on the media discourse of how BTS’s explosive popularity has affected change in racism in the United States. With their attractive looks, individuality, and sociability, BTS is considered to have played a role in modifying racial prejudice against Asian Americans, who are often referred to as the “model

---

\* yongjin@sogang.ac.kr

\*\* hpang@sogang.ac.kr, corresponding author

\*\*\* bluesjh@sogang.ac.kr

\*\*\*\* mluckie@sogang.ac.kr

minority” and defined by terms like “smart,” “good at math,” “asexual,” “unsociable,” and “nerdy.” However, this study seriously questions if racial prejudice against Asian Americans is truly disappearing in American society. What was discovered was not the end of racial prejudice, but rather a newly emerging practice of discrimination called the “Koreaboo” phenomenon. By conducting interviews with American K-pop fans about the phenomenon, this study found that the word “Koreaboo” was coined to degrade a subsection of American K-pop fandom. It was also found that most American K-pop fans attempt to justify their fandom activity by referring to themselves as “normal” or “authentic” K-pop fans, different from “Koreaboos”, who they believe fetishize Korea, Korean language, and Korean culture. Based on these findings, this study makes the following conclusions. First, American K-pop fans’ compulsion to distinguish between authentic fans and Koreaboos is a telltale sign that racism against Asians still exists in the U.S. and that consuming Korean popular culture is still viewed as irregular or strange. Second, racial discrimination against Asians is shifting from a direct form to an indirect form. Up until recently, Asian Americans were directly discriminated against based on their skin color, but now African Americans, Caucasians, or Latin Americans who are enthusiastic about Asian culture are also discriminated against based on their tastes. Racial discrimination also seems to be transforming into a more subdivided form of ethnic discrimination. While in the past, Korean, Japanese, Chinese, Vietnamese, and Filipino people were all classified under the blanket category of “Asian”, Americans have now begun to differentiate Korean popular culture from that of other Asian countries. By focusing on the “Koreaboo” phenomenon, which has been previously excluded from academic discourse related to the Korean Wave (Hallyu) and the BTS Universe, the authors of this study ultimately attempt to revive “the social” and “the historical” within cultural studies tradition.

**Keywords:** *Koreaboo*, Racism, Ethnic Discrimination, Fandom, *BTS*

# 1. BTS와 ‘사회적 상상’

방탄소년단(이하 BTS)을 한국인의 사회적 상상과 연결 짓는 일은 크게 어색하지 않다. 광활하게 펼쳐진 미디어 스케이프에 밤낮없이 등장하며, 소년들은 한국인이 가진 사회적 상상의 범주와 대상을 갈아치우고 있다. UN 연설, 웹블리 공연, 사우디 무대, 비틀즈 오마주 등을 통해 대중의 상상 속에 존재하고 있던 지리적·문화적 한계를 위반하고 있다. 그로써 보다 넓고 두터운 형태의 사회적 상상력을 한국인들에게 전하고 있다. 여기에서 ‘사회적 상상’이란 사람들이 자신의 사회적 실존에 대해 상상하는 방식, 사람들이 다른 이들과 서로 조화를 이루어가는 방식 등의 기저에 놓인 규범적 개념과 이미지를 말한다(Taylor, 2004/2010). 사회적 상상은 개념과 이미지의 형태로 존재하긴 하지만, 정치적·문화적 변화의 토대가 된다는 점에서 중요한 의미를 갖는다(Taylor, 2004/2010). 말하자면, BTS는 사회적 변화의 자원이 될 사회적 상상의 범위를 재구획하거나 확장하고 있다.

BTS는 아카데미아의 상상력을 흔드는 데도 역할을 하고 있다. BTS로 인해 연구자들의 상상에도 질적 변화가 생겼음을 고백하지 않을 수 없다. 우선, 한류 텍스트의 ‘진정성’에 대한 논의가 이루어졌다(길혜빈·안승범, 2019; 조민선·정은혜, 2018; 차민주, 2017; 홍석경, 2019, 9, 5). 이는 BTS 이전에는 연구자들이 입에 올리지 않았던 주제다. 팬덤 논의도 훨씬 두터워졌다(서정민, 2019; 이동배, 2019b; 이지영, 2018; 이지행, 2019). 팬들이 활용하는 커뮤니케이션 테크놀로지 활용에 대한 연구로도 확장되었다(류은주·변정민, 2019; 이규탁, 2018). 가수 사이의 성공이 화두를 던져 주었던 때와는 다른 양상과 강도로 논의가 펼쳐지고 있다. 아시아를 넘어 미주, 남미, 중동의 팬덤에 주목하는, 한 층 정교해진 연구도 탄생을 앞두고 있다. BTS가 세계무대로 진출할 수 있었던 이유를 SM의 그것과는 다른 ‘문화기술(culture technology)’에서 찾는 논의들도 이루어진다(홍석경, 2019, 9, 5). 미디어 간 경계를 초월하여 서사를 구축해가는 과정에 ‘트랜스 미디어 스토리텔링’이라는 개념을 부여하며 추적하기도 한다(김문정·김면, 2018; 이민하, 2019; 이동배, 2019a; 조민선·정은혜, 2018).

BTS 논의를 통해 학문 공동체는 상상의 확장을 얻었지만, 잃은 부분도 없지 않다. 학계의 ‘BTS 효과’ 논의는 대체로 수용 공동체, 즉 ‘팬덤’ 현상으로 수렴되는 경향이 있다(예: 이동배, 2019; 이지영, 2018; 이지행, 2019). BTS가 대중이 상상하는 지리적·문화적 한계를 위반하고 있는 만큼, BTS를 둘러싼 학술적 논의 역시 국가의 경계를 넘어 초국적 범주로 확장되고 있지만 수용 공동체의 장벽을 넘어 서지는 못했다. BTS 텍스트에 관한 논의들은 수용자가 느끼는 ‘진정성’에 무게를 두고 있어 그 또한 수용 영역을 벗어나지 못한다(길혜빈·안승범, 2019; 조민

선·정은혜, 2018; 차민주, 2017). SNS 활용에 대한 연구 역시 궁극적으로는 팬들과의 관계로 초점을 모은다(류은주·변정민, 2019; 이규탁, 2018). BTS가 보이는 미학적 특질에 대한 논의도 마찬가지다. 그들의 특질이 궁극적으로 수용과 수용 공동체에 어떤 결과를 가져오는가로 이어진다. 한류 연구에서 주요 비판담론의 역할을 해왔던 국가주의 비판, 민족주의 비판, 상업주의 비판의 소리가 뜸해진 반면, 열광하는 팬들을 조명하거나 그들의 한류 수용 양상에 주목하는 연구가 늘어난 셈이다.

우리 연구자들은 한류를 둘러싼 대중문화 연구를 이어가되, 수용과 수용 공동체로부터 벗어나 연구의 관심을 확장시킬 수 있는 문제제기를 해보고자 한다. 대중문화 연구는 ‘사회적인 것(the social)’에 관심을 기울임으로써 사회적 상상의 범위를 확장하고 정치적·문화적 변화를 추동하는 작업이다. 물론 그 같은 교조적 언설에 동의하지 않을 수도 있다. 그러나 적어도 문화연구(Cultural Studies) 테두리 내의 대중문화 연구는 ‘사회적인 것’에 영향을 미칠 ‘권력 작용’에 관심을 두어야 함에 동의해왔다. 앞서 언급했듯이 현재의 한류 연구는 수용성에 과도한 관심을 기울인 나머지, 이전의 연구들이 강조하던 정치성이 떨어진 감이 있다. 현재 진행되고 있는 대다수의 한류 연구는 ‘왜 성공했을까’라는 질문을 중심에 위치시키고, 해당 질문에 연관된 퍼즐 조각을 모아 BTS Universe를 구성하는 패턴을 보이고 있다.<sup>1)</sup> 자연스레 연구의 관심은 수용 공동체에 한정될 수밖에 없었다. 다시 말해, 대중문화를 연구해 온 학계는 BTS를 통해 학문적 소재를 확장하는 성과를 거뒀지만, BTS 현상이 ‘계급’, ‘젠더’, ‘인종’, ‘섹슈얼리티’ 등의 ‘사회적인 것’과 어떻게 맞물리고 또 그들을 어떤 방식으로 재편하는지에 충분한 관심을 기울이지 못했다. 그런 점에서 우리는 아직 BTS에 빔을 지고 있다.

이 연구는 BTS 팬덤 현상 가운데 하나라고 할 수 있는 ‘코리아부(Koreaboo)’ 현상에 초점을 맞춘다. ‘코리아부’는 북미 지역에서 한국 대중문화에 과도하게 관심을 두는 팬을 비하하기 위해 만들어진 용어다. 해당 용어가 만들어지고 유통되기 시작한 때와 BTS가 미국 사회에서 성공을 거두고, 아시아계 미국인(Asian American)—더 정확하게는 ‘동아시아계 미국인 남성’—에 대한 ‘인종(race)’적 편견에 균열을 가져 온 시기는 대체로 일치한다. 다시 말해, 코리아부 현상은 BTS의 전 세계적 성공이 서구인들 사이의 ‘아시아인’에 대한 고정관념을 바꾸어 놓게 되면서 그것의 후폭풍으로 발생한 현상으로, 미국 내 BTS 팬덤 현상이 인종 변수와 관련을 맺은 사례

---

1) ‘BTS Universe’는 보통 BTS 팬들이 자신의 스타와 또 다른 팬들과의 상호작용을 통해 생산한 스토리로 구축한 스토리 월드를 의미한다. 그러나 이 연구에서는 대중문화를 연구하는 학계가 구축하는 BTS Universe에 대해 논의해보고자 한다.

다. 이 연구는 코리아부 현상을 BTS 팬덤 현상의 일부로 이해하면서, 동시에 해당 현상을 '사회적인 것'과 관련된 징후적 사건으로 바라보려 한다. 다시 말해, 이 연구는 '코리아부'라는 미국 내 BTS 팬덤 현상 수면 아래를 추적해, 이를 미국 사회 내 인종 갈등을 들여다보는 '문구명'으로 삼고자 한다. 이러한 작업이 팬덤과 수용 공동체의 작동 메커니즘을 현상 표피에서 찾은 것이 아니라 사회적 맥락 속에 위치시킴으로써, 대중문화 연구의 정치성을 확대하는 계기가 되기를 희망한다.

## 2. '모델 마이너리티' 담론과 'BTS'라는 균열

K-pop이 아시아 지역에서 큰 인기를 누리고 또 유럽에서 이상 인기를 누릴 당시만 하더라도, K-pop을 '인종' 문제와 연관해 논의하지는 않았다. BTS와 이후의 K-pop 밴드가 미국에서 큰 인기를 누리게 되자 '인종' 문제가 의제로 떠오르기 시작했다(Godinez, 2018, 12, 6; Jong, 2018, 5, 29; Lim, 2018, 6, 7). 늘 변방에서 머물거리던 아시아의 대중문화가 미국 사회의 중심으로 진출하자, 미국 사회 내에서 비주류로 대접받았던, 그렇지만 그 숫자에서 괄목할 만한 증가가 있었던 아시아계 미국인(Asian American)이 논의의 중심에 놓이기 시작한 것이다. 말하자면, 한국 대중문화의 트랜스내셔널한 여행이 미국 내 새로운 형태의 인종 갈등 양상을 불러일으킬 가능성으로 이어진 것이다. 우리는 그와 관련된 사건들에 주목하며 K-pop이 미국 사회에서 팬덤을 형성하는 과정에서 인종 및 종족의 지형에 어떤 작용을 하고 있는지 살펴보기로 했다. 그를 위해 먼저 미국 사회 내 '아시아계 미국인'과 관련된 인종 담론을 정리해보았다. 인종주의와 관련해 발생하고 있는 움직임이 '코리아부' 현상과 관련되어 있을 거라 판단했기 때문이다.

미국 사회에서 아시아계가 '모범 시민' 혹은 '모델 마이너리티(model minority)'로 불리기 시작한 것은 1960년대 중반부터다. 1965년 이민법 개정 이후 아시아계 이민자들이 급속히 늘었다. 이때 유입된 아시아계 이민자들은 그 규모, 배경, 교육 정도, 계급 등에서 이전 이민자들과 많은 차이를 보였다. 중국계와 일본계 위주의 이민 구성이 한국계, 베트남계, 필리핀계, 인도계 등으로 다변화되었고, 타 이민자들과 달리 높은 교육 수준과 경제력을 가진 고급 기술자, 자본가, 고학력자를 포함하고 있었다(이숙희, 2007). 이들은 특히 정치적 이유로 고국을 떠나야 했던 이전의 이민자들과 달리, 보다 나은 경제적 환경을 쫓아 '미국'을 적극적으로 선택한 경우였다. 그런 탓에 미국 내 주류가 요구하는 표준적 규범을 성실히 이행하고 성취해내는 모습을 보였다. 이때 뉴욕 타임즈 매거진(New York Times Magazine) 등의 대중매체가 '모델 마이너리티'라는 개념을 처음 꺼내 든다(이숙희, 2007). 아시아계 미국인은 다른 유색 인종과 달리 검은

과 지혜, 그리고 준법정신을 보유하고 있어, 미국 주류 사회의 규범과 질서를 신속히 수용·실천하고 성공적으로 주류 사회의 일원으로 안착하고 있다는 소개였다. 이런 내용의 모델 마이너리티 담론은 이민자 누구라도 주류 사회의 법과 질서를 준수하는 한 적법한 시민성(citizenship)을 부여받을 수 있다는 의미를 함축하고 있었다(이숙희, 2007).

이후 1980년대 미국 대통령 로널드 레이건이 모델 마이너리티 담론의 확대·재생산에 기여한다(Won, 1994). 아시아계 이민자를 쇠퇴하는 미국 사회 해결책이자, 소수 인종의 모범 사례로 지목했다. 해당 발언을 이어받아 미국 언론은 아시아계 미국인들이 거둔 사회적 성공을 발굴해 소개하고, 중국, 일본, 한국, 베트남, 필리핀 등 아시아 출신의 이민자들을 다른 소수 인종이 본받아야 할 이상적인 사례라고 치켜세웠다. 이로 인해 평등한 시민권과 관련해 논의되던 인종 문제가 사회·경제적 성공이라는 주제로 전환되었다. 그러나 사실상 모델 마이너리티 신화는 1980년대 미국 사회 내 인종적 지형 변화로 인해 만들어진 구성물에 지나지 않았다. 당시 남미로부터 라틴계열의 이민자들이 대규모로 이주해 오면서 외부 인구 급증에 따른 불안이 커졌고 ‘미국의 발칸화’라는 위협 담론까지 등장했다. 이를 막고자 했던 미국 주류 사회는 아시아계를 소수 인종의 모델로 활용했고 ‘개인의 노력과 그에 따른 성공’이라는 미국의 전통 국가 이념을 강조하며 백인 남성 중심의 사회적 질서를 공고히 하고자 했다(이숙희, 2009).

다시 말해, 모델 마이너리티라는 이름표 뒤에는 백인화(whitewashing)라는 폭력적인 작동 기제가 숨겨져 있다(Won, 1994). 아시아계 이민자들은 다른 인종적 소수자들이 모방해야 할 대상이지만 다른 한편으로는 백인 주류 사회를 뒤따르는 모방의 주체이기도 하다. 이질적 문화들을 통합해내야 했던 미국 사회는 백인 남성들의 문화를 주류로 분류하고 이에 강력한 구심성을 부여했다. 백인 남성들의 문화를 ‘순수하고 동질적인’ 것으로 간주하고, 새로운 이민자들이나 인종적 소수자들이 미국 주류 문화를 ‘오염’시킬 수 있다는 논리를 전개한 것이다. 다시 말해 미국 사회는 새로운 이민자들이 미국 영토 내에서 살아남기 위해서는 백인 남성의 문화를 적극적으로 모방하는 ‘동화(assimilation)’에 이르러야 한다고 강조함으로써, 인종적 소수자들이 가진 사회 변혁적 동력을 원천적으로 봉쇄했다(이숙희, 2009). 결국 모델 마이너리티의 완성은 백인 중산층의 문화에 적응하고 동화됨으로써 이뤄진다. 이것이 백인들의 주류 문화를 받아들이고 그들의 삶의 방식을 적극적으로 모방했던 아시아계 이민자들이 ‘명예 백인(honorary white)’으로 불렸던 이유다.

‘모델 마이너리티’ 담론은 미국 사회에 뿌리 깊게 자리하고 있던 인종 차별의 모순을 은폐하고, 사회 체제를 정당화하는 효과를 발휘한다. 문화적 재현 속에서 아시아계는 유교 등의 문화적 유산을 통해 근면·성실한 성향을 부여받았으며, 부모에게 은혜를 갚기 위해 성공을 이루려는 최

선의 노력을 하는 것으로 그려졌다(Chou & Feagin, 2015; Lee, 2015; Won, 1994). 그들 특유의 성실함과 사명감이 성공의 원인이라는 칭송 안에 가뒀다. 동시에 이러한 문화적 재현은 아시아계에게서 발견되는 ‘모범적’ 특성을 자연발생적이고 본질적인 것으로 묘사했다. 이는 미국 사회 내 인종차별 문제가 사회제도와 구조적 모순 속에서 발생하는 것이 아니라, 특정 인종의 고유한 특성에서 기인하는 것처럼 보이게 한다. 다른 인종 집단이 ‘아시아인들처럼 열심히 공부하고 일하지 않아서’ 인종 문제나 불평등이 발생한 것처럼 착시를 만들어낸다. 따라서 이런 논리는 아시아계와 라틴아메리카계 혹은 아프리카계 사이에 갈등을 야기하기도 했다. 다른 소수자 집단(예를 들면 아프리카계 집단)의 백인에 대한 혐오가 굴절되어 아시아계를 향했던 일이 바로 그 예에 해당한다(Chou & Feagin, 2015; Won, 1994). 즉, 모델 마이너리티 담론은 자본주의 사회의 복잡한 불평등과 모순, 폭력을 은폐하고, 개인주의와 기회 균등이라는 미국적 신화(American Dream)를 강화하는 장치로 활용되어 왔다.

‘모델 마이너리티’ 담론은 얼핏 아시아계 이민자들에게 긍정적 역할을 수행할 것으로 보이지만 실제로는 그렇지 않다. 해당 담론은 아시아계를 무단히 타자화하고 주변화하는 전략적 기능을 수행한다. 미국 주류 사회는 모델 마이너리티 담론을 통해 아시아계 이민자들을 인종적 차이와 위계의 대상으로 만든다. 다시 말해, 미국 사회는 인종적 소수자들에게 백인 문화를 선망하고 모방하기를 요구하면서도, 완전한 동일시는 좌절시킨다. 모델 마이너리티는 미국 주류 문화에 동화된 이들이지만 여전히 진품이 아닌, 모조품에 불과한 이들이다. “비슷하기는 하지만 완전히 같아서는 안 되는”, 즉 ‘모델’이면서도 여전히 ‘마이너리티’에 그치는 존재인 것이다(Bhabha, 1994, p. 89; 이숙희, 2007 재인용). 결국 모델 마이너리티 담론의 직접적인 목적은 지배적인 인종 집단인 백인의 ‘훌륭한 모사품’을 생산하는 것에 있다.

모델 마이너리티 담론은 또한 아시아계에 대한 인종적 편견들로 연결되기도 한다. 아시아계, 특히 중국, 일본, 한국 중심의 동아시아계 미국인들을 둘러싸고 ‘부지런하고 열심히 일하는’, ‘공부 잘하고, 모범적인 생활습관을 가진’, ‘수학에 강한’ 등의 인식이 형성되었다(Lee, 2015; Gupta, Szymanski, & Leong, 2011; Maddux, Galinsky, Cuddy, & Polifroni, 2008; Suzuki, 2002). 그리고 이로부터 아시아계 남성은 공부를 잘하고 똑똑하지만, 성적으로 무력하고(asexual), 사교성과 재미가 없으며, 공부벌레(nerd) 같다는 공동 인식이 만들어졌다(이숙희, 2007; Won, 1994).<sup>2)</sup> 미국 사회에서 아시아계 남성의 사회·경제적 성취는 찬양되었지만,

---

2) 간혹 미디어 내 재현에서 아시아계 여성들은 성적 대상으로 등장해 백인 남성을 상대로 치명상을 남길 수 있는 위험한 존재(dragon lady)의 이미지로 소개되기도 한다. 하지만 지적 능력은 알려지지 않고, 육체성이 과잉된 존재로 묘사된다.

그들의 인성이나 육체성은 실종되거나 열등한 것으로 규정되었다. 지적 능력이 과도하게 부각되면서, ‘머리(brain)’는 있되 ‘몸(body)’이 존재하지 않는 존재로 인식되었다.

그런데 최근 BTS를 비롯한 K-pop 스타들이 미국 사회에서 인기를 끌게 되면서 아시아계 남성성에 관한 담론에 변화가 일기 시작했다.<sup>3)</sup> 미국 네티즌들이 자주 찾는 지식공유 웹사이트 쿠오라(Quora, <https://www.quora.com/>)에는 BTS가 아시아계 남성을 바라보는 시각을 바꾸어 놓았다는 이야기가 뜨겁게 오가고 있다. K-pop을 언급하는 각종 미디어에서도 “한국의 보이 밴드 BTS가 아시아계에 부여된 스테레오타입을 전복시키고 있다”는 보도가 쏟아졌다(Godinez, 2018, 12, 6; Jong, 2018, 5, 29; Lim, 2018, 6, 7). 이는 BTS가 빌보드뮤직어워즈(BBMAs)에서 3년 연속 톱소셜아티스트상을 수상하고 1년 내에 3개의 앨범을 빌보드 차트 1위에 올려놓은 이후의 일이다. 이전에 가수 싸이가 ‘강남스타일’로 서구권 국가에서 크게 인기를 얻으면서 ‘아시아계 남성은 재미가 없다’는 인식을 바꾸는데 일조한 바 있다. 그러나 당시 싸이는 아시아계 남성에게 부여된 ‘성적 매력’이 없고 우스꽝스러운 행동을 한다는 이미지를 강화했다는 우려가 일기도 했다.

BTS는 싸이와 전혀 다른 반응을 이끌어냈다. 아시아계 남성의 매력을 발산하며 미국 내 주류 남성들과 맞서고 있다는 평가도 있었다(미묘, 2019, 1, 28). BTS는 화려한 춤과 노래뿐 아니라, 수려한 외모와 세련되고 스타일리시한 패션을 통해 아시아계가 충분히 성적 매력이 있음을 보여 준다. 미국 주류 남성들을 물리치고 수많은 소녀 팬들의 로맨스 판타지 속으로 진입해간 것도 사실이다. 아직까지 BTS와 K-pop 스타들이 미국 사회에서 영향을 미치는 범위가 젊은이들, 특히 여성들, 그리고 도시 등에 국한되어 있기는 하지만, 그 영역 내에서 ‘머리’만을 가지고 있던 아시아계 남성들에게 ‘몸’을 돌려주고 있음을 부인하기는 어렵다.

BTS와 K-pop 스타들로 인해 미국 사회 내 아시아계 남성이 얻게 되는 것은 몸만이 아니다. 미국 뉴욕커 매거진(New Yorker Magazine)의 저널리스트 시브룩(Seabrook, 2012)은 K-pop 밴드, 원더걸스나 소녀시대 등이 미국 사회에 진입하려고 시도했음에도 결국 실패할 수밖에 없었던 이유를 “로봇 같은”, 즉 “과도하게 순응적”이고 “미성숙해 보이는” 이미지에서 찾은 바 있다. BTS는 그 같은 낙인에도 균열을 가한다. 소셜 미디어(SNS)를 통해 각 멤버들의 성격과 특성을 적극적으로 드러내어 아시아인들에게도 ‘개성’이 존재함을 확인시켜주었다. BTS는 또한 〈Love Yourself〉라는 앨범 출시에 이어 ‘Love Myself’라는 UNICEF 캠페인에 참여하고,

---

3) 물론 최근 미국 사회 내에서 아시아인들에 대한 인식의 변화가 BTS 때문만은 아니다. 메이저러너(Maze Runner) 등과 같은 영화나 드라마 역시 영향을 미쳤다고 할 수 있다.



‘Speak Yourself’를 주제로 UN 총회 연설을 주도하면서 뚜렷한 개성뿐 아니라 자주성을 보여 주기도 했다. BTS가 기획하고 연출한 장면은 아니겠지만, BTS가 미국 내 아시아계 남성애에 대한 인종적 편견에 영향을 미치고 있다는 담론들이 생겨나는 것은 사실이다. 얼핏 보면 BTS의 등장과 함께 미국 사회 내 아시아계 남성애를 향한 인종적 편견이 해소되는 듯 보인다. 과연 이게 사실일까?

모델 마이너리티 담론과 K-pop 사이의 관계를 연구하던 중 우리는 ‘코리아부(Koreaboo)’ 현상과 마주하게 되었다. 한국인이 못 되어 안달이 난 한류의 열광팬을 두고 ‘코리아부’라고 칭한다. 미국에서 시작된 속칭이지만 그 말은 유럽에서도 통용된다. 우리는 코리아부 현상이 미국 내 모델 마이너리티 담론이 균열을 일으키고 있는 시점에 등장했다는 점에 주목했다. 바로 이 지점에서 인종주의에 비할 법한 또 다른 위계가 작동하고 있음을 감지할 수 있었다. 다시 말해 코리아부 현상은 미국 사회 내 모델 마이너리티 담론에 균열이 발생하고 아시아계 남성애에 대한 우호적 태도가 형성되었어도, 미국 사회에서 아시아적인 것을 추구하는 과정에 너그러운 시선을 기대하는 것이 선부른 일임을 보여 준다. 이런 점에서 우리는 이 현상을 경험적으로 확인하고, 인종 문제, 종족 문제와 어떻게 결부되는지를 추적해보고자 했다.

### 3. 연구방법

영어권 국가의 K-pop 팬들이 가장 먼저 받을 들이게 되는 인터넷 공간은 솜피(Soompi, <http://www.soompi.com>)로 알려져 있다. 솜피는 미국에 거주하는 H.O.T 팬이 1998년에 설립했다. 현재는 150여 개 나라의 해외 팬들이 K-pop과 K-pop 스타 관련 정보를 공유하는 사이트로 자리를 잡았다(베르비기에 마티유·조영한, 2017). 한류 팬들은 이 공간을 통해 다양한 정보를 접하고 학습하며, 더 분화된 정보가 필요할 땐 다른 사이트를 찾게 된다. 이른바 솜피는 한류 순례의 첫 기착지인 셈이다. 이 사이트에 정기적으로 방문해 온 K-pop의 해외 팬들이 코리아부 현상에 관한 소식을 전해 왔다. 영미권 국가에서 K-pop을 포함해 한국 대중문화에 과도하게 집착하는 이들을 ‘코리아부’로 칭하며 ‘비정상’의 범주로 분류해 비하와 조롱의 대상으로 만들고 있다는 전언이었다. 우리는 이 현상을 좀 더 자세히 살펴보기 위해 관련 자료를 찾아보았으나, 국내뿐만 아니라 해외에서도 이 현상과 관련된 학술 연구 논문은 찾을 수 없었다. 팬덤 연구에 전문성을 지닌 학술지, *Journal of Fandom Studies*에도 코리아부 관련 연구는 없었다. (‘코리아부’의 기원에 해당하는 ‘위아부(Weeaboo)’- 만화나 애니메이션 등을 포함한 일본 문화를 좋아하는 백인을 비하해 부르는 말—에 관한 석사논문 한 편이 발견되었고, 이는 해당 용어가 인터

넷 상에서 팬덤 행위를 규율하는 ‘관옵티콘’으로 기능한다고 주장하고 있었다).

그러나 한류의 해외 팬들 사이에서는 코리아부가 자주 언급되고 널리 알려져 있었다. 유튜브(Youtube)에도 코리아부의 구체적인 예를 보여 주는 많은 영상들이 게재되어 있다. 가령 유튜브버 비바(Jessica viba)의 경우 ‘READING YOUR Koreaboo STORIES’라는 영상 시리즈를 통해 코리아부 관련 사연들을 제보받아 소개하고 있는데, 약 3만의 구독자를 보유하고 각 에피소드는 10만 정도 뷰를 기록하고 있다. 유튜브버 밀르(wthmille)는 ‘EXPOSING MY Koreaboo PAST’라는 영상을 통해 자신이 과거에 “코리아부스럽게(Koreaboo-ish) 옷을 입고 춤을 추며 행동했었다”거나 자신의 “화장(makeup)술이 코리아부스러웠다”고 고백하며 반성하는 내용들을 보여준다. 유튜브에서는 코리아부에 대한 애니메이션 영상도 쉽게 찾아볼 수 있는데, 이들은 모두 ‘코리아부가 되지 않도록 조심하라’는 메시지를 전달한다.

레딧(Reddit, <http://www.reddit.com>)과 같이 K-pop 해외 팬들이 자주 찾는 대중문화 커뮤니티 사이트에도 소위 ‘코리아부 호러 스토리(Koreaboo Horror Stories)’라는 제목의 콘텐츠가 자주 생산되고 유통된다. 여기에서는 끔찍하고 공포스러운 존재로서의 코리아부 이야기들이 쏟아진다 : 미국의 한 식료품점에서 장을 보는 한국인 가족을 발견하고 그들을 스토킹하기 시작했다는 코리아부, ‘사랑해라고 한국어로 외치며 자신을 향해 뛰어와 껴안으며 목을 조르던 코리아부, 백인의 외모를 하고서도 자신을 한국인으로 소개하는 코리아부, 외할머니가 한국인이어서 자신의 몸에 흐르는 피는 4분의 1이 한국인의 것이라고 주장하는 코리아부, 그리고 K-pop 아이돌 밴드 엑소의 멤버와 사귀고 있다고 주장하거나 자신이 K-pop 아이돌 노래를 작곡했다고 주장하는 코리아부 등에 대한 이야기다. 또한 ‘코리아부의 고백(Koreaboo Confessions)’이란 제목의 글을 통해 자신이 한때 ‘코리아부’였음을 고백하는 내용의 글도 전해진다. ‘고백’은 화자가 과거의 자신을 성찰하고 현재 성숙한 존재가 되었음을 알리는 담론 형식으로, 궁극적으로 코리아부를 폄하하는 의미를 생산한다.

이처럼 영미권 국가에서 일부 한류 팬들을 비하하는 표현이 널리 통용되고 있음에도, 이 현상은 한국에는 잘 알려져 있지 않고 있다. 한류 팬들과 코리아부를 나누어 이야기하는 일을 찾기도 힘들다. 구태여 둘을 구분하기 보다는 한류 팬들로 언급하며 그를 한국 사회 내 주요 자원으로 여기는 분위기 탓일 거라 짐작할 수 있다. 우리는 해당 현상에 보다 가까이 접근하기 위해 K-pop의 해외 팬들에게 직접 질문하고 의견을 묻기로 했다. 우선 우리 연구자들 가운데 미국인 연구자가 개인적인 네트워크를 이용하여 미국인 총 13명을 모집했다. 이 과정에서는 K-pop에 관심 있는 대상자를 찾기 위해 눈덩이 표집 방법을 이용했고, SNS를 통해 서면 인터뷰를 실시했다. 이후 인터뷰 질문을 구글 드라이브 설문 형태로 작성해 드라이브 링크를 레딧의 ‘kpophelp’

와 'kpopthoughts' 게시판에 올려 두었다. 이 경로를 통해 21명의 미국인 응답자를 구했고, 최종 총 34명의 K-pop 미국인 팬들을 인터뷰할 수 있었다. 질의와 응답은 모두 영어로 이루어졌다. 34명의 인터뷰 참가자들의 기본적인 정보는 <Table 1>과 같다.

Table 1. List of the Interviewees

Interviewee #	Gender	Ethnicity	Age
1	Female	White	20s
2	Female	White	10s
3	Female	Asian	10s
4	Male	Hispanic	20s
5	Male	White	20s
6	Female	White	10s
7	Female	Asian	10s
8	Female	White	20s
9	Female	Hispanic	20s
10	Female	Asian	20s
11	Male	Hispanic	40s
12	Female	White	20s
13	Male	White	20s
14	Female	White	20s
15	Female	Asian	10s
16	Male	White	30s
17	Female	White	20s
18	Male	Asian	10s
19	Female	Asian	20s
20	Female	Middle Eastern	10s
21	Prefer not to say	White	20s
22	Female	Asian	20s
23	Female	Black	20s
24	Female	Hispanic	20s
25	Female	White	20s
26	Female	White	20s
27	Male	White	20s
28	Female	White	20s
29	Male	White	20s
30	Female	White	20s
31	Female	White	20s
32	Female	Black	20s
33	Female	White	20s
34	Female	Black	20s

인터뷰 실시 결과, 참가자들이 한국 대중문화에 익숙해 있을 뿐 아니라, 코리아부라는 용어의 쓰임새에 대해서도 상당한 지식을 가지고 있음을 알 수 있었다. 인터뷰 분석에는 ‘해석학’을 활용했다. 현상을 징후적 사건으로 삼아 미국 사회를 이해하는 데에 목적을 두고 있던 만큼 해석학이 방법론으로 적합할 것이라고 생각했다. 해석학은 언어의 의미를 탐구하는 방법으로, 특히 특정 언어가 특정 맥락에서 내포하게 되는 의미를 중시한다. 해석학은 언어가 불완전하고 완벽한 의사소통을 보장해주지 않는다는 전제로부터 출발해, 특정 언어에 대한 타당하고 올바른 의미는 화용론(pragmatics)적 접근을 통해 파악될 수 있다고 본다(송효섭, 2013). 본 연구는 미국인을 대상으로 수행된 인터뷰 결과를 살펴보면서 ‘미국’이라는 사회적 맥락 속에서 코리아부 현상이 갖는 의미를 해석하려고 시도했다. 또한 그 의미를 해석하는 과정에서 해당 현상이 어떻게 초국가적 수준의 사회적 상상을 촉발하고 있는가의 질문을 중심에 두었다.

#### 4. K-pop 해외 팬들의 구별 짓기, 코리아부

코리아부는 일본 대중문화의 열성팬을 지칭하는 ‘위아부’에서 유래했다. ‘위아부’는 일본 만화와 애니메이션 등에 집착하는 서양인, 특히 백인을 일컫는다(McGee, 2012). 하지만 일본 대중문화를 좋아하고 그에 열중하는 팬과 ‘위아부’가 동일한 집단으로 인식되는 것은 아니다. ‘위아부’는 일본 문화를 ‘과도하고 지나치게’ 좋아하는 사람을 의미한다. ‘위아부’에 학술적 관점에서 접근한 맥기(McGee, 2012)는 일본어를 과도하게 쓰는 사람, 즉 ‘가와이’를 후렴구처럼 사용하거나 영어 문장 끝에 억지스럽게 ‘테스’를 붙여 말하는 사람이나, ‘포키(Pocky)’를 진정한 일본 음식이라고 여기는 사람들, 그리고 동네 서점의 일본 만화 섹션에서 죽치고 앉아 있는 사람들을 위아부의 실례로 소개한다. 여기에는 일본 문화에 높은 가치를 부여하면서도 서구 문화를 알보는, 다시 말해 일본 문화에 집착하거나 일본 문화를 몰신화하는 사람들도 포함된다.

2000년대 초반 일본 대중문화에 큰 관심을 갖고 그에 열광하는 백인들이 ‘와패니즈(Wapanese)’로 불렸다. ‘백인’을 지칭하는 화이트(white)와 ‘일본인’을 의미하는 제패니즈(Japanese)가 합쳐져 만들어진 용어였다. 그런데 이 용어의 기의가 단순히 일본 문화에 대한 열광적 지지자들을 지시하는 것을 넘어서기 시작했다. 한국에서 대중문화 오타쿠를 ‘안여돼(안경+여드름+돼지)’로 부르고 있는 것처럼, 와패니즈 역시 “똥똥하고 지저분하며 냄새가 난다”는 의미의 ‘햄비스트(hambeast)’라는 인터넷 혐오 표현으로 진화해 갔다. 이때 대중문화 관련 정보 공유 사이트 포찬(4chan, <http://www.4chan.org>)의 운영자가 ‘와패니즈’라는 용어가 너무 모

육적인 의미로 쓰이므로 이와 비슷한 소리로 발음되고 의미가 없는 단어, '위아부(Weeaboo)'로 고쳐 부르자고 제안했다(McGee, 2012). 하지만 '위아부'로 고쳐 부른 이후에도 모욕적 표현으로 받아들여지는 것은 여전했고 이로 인해 논쟁이 벌어지곤 했다.

'코리아부'는 '위아부'로부터 파생되었다. 코리아부라는 용어는 이전에 등장한 것이지만 그 쓰임새가 확대된 것은 BTS의 인기와 ARMY의 등장과 연관된다. 인터뷰 응답자들은 코리아부란 용어의 쓰임이 확대된 것은 미국 사회가 K-pop을 도전으로 받아들이면서부터였다고 설명한다. '팝의 종주국'으로 여겨지는 미국 사회는 '콧대 높은' 자세를 유지하며, 문화적 다양성을 내세우면서도 실제로는 백인우월주의를 공고히 해왔다(미묘, 2019, 1, 28). 그런데 BTS가 미국 사회에서 인기를 끌고 한국 문화에 대한 과도한 집착을 보이는 사람들이 생겨나게 되자, 그들을 지칭하는 용어가 만들어졌고 널리 유통되기 시작했다고 한다.

I think this emerged when Korean media became more popular and well-known in the states, more specifically BTS. It was used to describe people who were completely obsessed with Koreans (저는 이 용어가 한국 미디어, 특히 BTS가 미국에서 점차 유명해지고 인기를 얻으면서 등장했다고 생각해요. 한국인들에 과도하게 집착하는 사람들을 묘사하기 위해 생겨난 것이죠). - Interviewee #2

Because K-Pop fans, especially ARMY, are very passionate and vocal about what they love and people make assumptions about them based on a small minority (K-pop 팬, 특히 ARMY는 자신이 좋아하는 것에 큰 열정을 보이고 목소리를 높이고 있으니, 사람들이 그들이 소수자들에게 의존하고 있다고 가정해서 [이런 용어를 만들었어요]).

- Interviewee #19

'코리아부'는 한국적인 것에 집착하는 사람들을 부르는 용어로 의미가 확대되어간다. 인터뷰 참가자들은, '코리아부'를 한국과 한국인, 한국 대중문화에 과도하게 집착하고, 한국어를 무작위로 사용하며, 한국에 과도하게 집착한 나머지 한국인처럼 행동하고, 한국인 애인을 갖고 싶어 하며, 한국인이 되고 싶어 하는 사람이라고 설명한다. 코리아부는 심지어 한국인처럼 보이도록 성형수술을 감행한다는 소문이 있기도 했고, 실제 그런 경험을 가진 유튜버가 미디어의 주목을 받기도 했다. 코리아부는 한국 문화에 과도한 집착을 보인 나머지 다른 문화를 비난하는 경향을 보인다는 이야기도 있다. 한국 대중문화의 '진정한' 팬임을 주장하는 쪽에서는 코리아부가 한국에

대해 피상적인 지식만을 갖고 있을 뿐 그에 대한 진정한 존중심이 없음을 지적한다. 한국 문화를 물신화할 뿐이라며 비판한다. 다음의 내용은 ‘코리아부’라는 용어가 어떻게 의미의 확대를 이뤄갔는지를 보여 준다.

I think …… it was used to describe people who were completely obsessed with Koreans (제 생각에는 …… [코리아부는] 한국인들에게 완전히 집착하는 사람들을 말해요).

- Interviewee #2

She thinks I only like asian men and want a Korean “oppa” just to say I have one. ([코리아부는] 아시아 남자를 좋아하고 한국인 “오빠”를 원한다고 말해요). - Interviewee #1

They were blindly obsessed with korea and wanted to get themselves a “cute korean boyfriend” ([코리아부는] 한국에 과도한 집착을 보이고 잘생긴 한국 남자친구를 갖고 싶어 해요). - Interviewee #8

They wanted to change their race to Korean (그들은 자신의 인종을 한국인으로 바꾸고 싶어 해요). - Interviewee #7

Someone who is obsessed with Korean culture so much they denounce their own culture and call themselves Korean (한국 문화에 집착하는 사람은 자신의 문화를 폄훼하고 스스로를 한국인이라고 불려요). - Interviewee #17

They were pretending to be Korean and to know everything about Korea (including fluency in the language) but only knew some key vocab and had only ever eaten kimchi before ([코리아부]는 한국인인 척 하고 한국어를 유창하게 하는 등 한국에 관한 모든 것을 아는 척 해요. 하지만 알고 보면 중요한 단어 몇 개만 알고, 김치를 먹어 본 적이 있는 정도예요). - Interviewee #26

To describe someone (who’s non Korean) who fetishizes Korean people and culture. ([코리아부는] 한국인이 아니며 한국인과 한국 문화를 물신화하는 사람들을 일컫는

말이에요). - Interviewee #6

‘위아부’가 일본에 대해 과도한 집착을 보이는 사람을 지칭하는 것처럼, ‘코리아부’도 한국과 한국적인 것을 물신화하는 사람들을 말한다. 그러나 위아부와 코리아부 사이에는 차이가 존재한다. 위아부는 일본의 만화나 애니메이션을 좋아하기 때문에 그들의 집착은 일본의 대중문화에 국한되는 경향이 있다. 그러나 코리아부의 경우 K-pop 스타에 대한 선호로부터 출발한 것이어서 문화뿐 아니라 한국인에 대한 집착으로까지 이어지기도 한다. 또한 ‘위아부’는 와페니즈(White+Japanese)에서 유래한 만큼 일본 대중문화를 좋아하는 ‘백인’을 지칭한다. 그러나 인터뷰 응답자들은 ‘코리아부’를 특정 ‘인종’과 연관 짓진 않았다. 일본 대중문화가 백인에 한정되어 인기를 끌었던 것에 비해, K-pop의 경우 다양한 인종을 가로질러 유통된 것으로 이해할 수 있다. BTS 미국 팬덤은 “흑인과 라티노의 비율이 높고”, 콘서트 참석 관객도 연령과 인종 구성에 다양성을 보이는 것으로 알려져 있다(미묘, 2019, 1, 28).

특히 관심을 끄는 것은 ‘코리아부’ 현상에 대해 가장 민감하게 반응하는 사람들이 열성적인 K-pop 팬들이라는 점이다. 인터뷰 참가자들은 대부분 자신을 K-pop 팬으로 소개하고 있었으며, 자신이 코리아부로 불리는 것을 경계하고 있었다. K-pop 팬들은 K-pop을 잘 모르는 사람들이 K-pop 팬을 모두 코리아부라고 부르는 데에 큰 불만을 드러내고 있었다. 그들은 “극단적이고 광적인” 특성을 보이는 코리아부와 ‘일반(regular)’ 혹은 ‘정상(normal)’ 팬이 구분되어야 한다고 믿고 있었다.

Correctly, to differentiate from K-pop fans (엄밀히 말해 K-pop 팬들은 [코리아부]와 달라요). - Interviewee #1

To separate themselves from the Koreaboos and to show that they’re not like them ((K-pop 팬들은) 스스로를 코리아부들과 구분하고, 자신이 코리아부와 다르다는 점을 보여주려고 해요). - Interviewee #8

They are seen as “bad” K-pop fans, and most K-pop fans don’t like them. I’ve seen them made fun of all the time ((코리아부는) “나쁜” K-pop 팬으로 여겨져요. 대부분의 K-pop 팬은 그들을 싫어해요. 놀리는 경우도 많이 봤어요). - Interviewee #2

레딧과 같은 인터넷 커뮤니티 사이트에서도 ‘코리아부 호러 스토리’가 게재되면, K-pop 팬들은 앞 다투어 “내 주변에도 저런 사람이 있다”거나 “소름끼친다”라는 식의 비난의 댓글을 남긴다. 그럼으로써 자신이 그 호러 스토리의 주인공과 거리가 있음을 주장한다. 코리아부 호러 스토리 생산이나 자신이 과거에 코리아부였음을 고백하는 코리아부 고백 스토리 생산에 직접 참여함으로써 자신이 코리아부가 아님을 명시하기도 한다.

그럼 K-pop의 해외 팬들이 코리아부와 구별 짓기를 수행하는 근거는 무엇일까? 인터뷰의 응답자들은 “진정한 K-pop 팬은 한국 문화에 지나치게 집착하지 않으며, 그것과 거리 두기를 할 줄 안다고 말한다. 즉, 코리아부는 한국에 집착적인 태도를 보이면서도 실상은 한국 문화를 피상적으로 수용하는 반면, K-pop 팬은 한국 문화로부터 비판적 거리를 유지하면서도 ‘진정성 어린(genuine)’ 수용 태도를 갖는다고 주장한다. 몇몇 인터뷰 응답자는 진정한 K-pop 팬이 되기 위해, 한국어를 배우거나 한국의 역사와 전통을 배우는 데에 관심을 기울인다고 진술하기도 했다. 이는 K-pop 노래 가사에 담긴 미세한 의미들을 파악하기 위한 노력이라고 말했다. 더 잘 이해하기 위한 노력, 진정성이 담긴 노력이라고 규정하였고, 코리아부의 한국어 사용은 겉으로만 한국을 따르는 행위에 지나지 않는다고 구별해냈다.

If they are truly the crazily obsessive fans, many casual & calm fans avoid them because you cannot have a normal conversation with them unless you are speaking favorably of their fave group(s) (일반적이고 조용한 팬들은 광적으로 집착을 보이는 팬들을 피하곤 하는데, 그들이 가장 좋아하는 밴드를 얘기하지 않으면 일반적인 대화 불가능하기 때문이에요). - Interviewee #28

A person with a genuine interest in South Korea would not want to be associated with this term (한국에 대한 진정성 어린 관심을 가진 사람은 [코리아부]라는 단어와 연결되기 싫을 거예요). - Interviewee #34

The difference between a Koreaboos and a non-Koreaboo K-pop fan is that the latter generally is more respectful towards Korean people and has a genuine interest in learning about Korean history and culture outside of its popular culture. Non-Koreaboo K-pop fans will also be more dedicated to properly learning the Korean language than a Koreaboo (코리아부가 아닌 K-pop 팬은 한국 사



람을 존중하는 태도를 보이고, 대중문화 영역 바깥에서 한국 역사와 문화를 배우는 것에도 관심을 두어요. K-pop 팬은 코리아부보다 한국어를 배우는 일을 중요하게 생각해요). - Interviewee #34

Somebody has called me Koreaboo. But I did not respond, as I know it was done maliciously and did not deserve my response. I have studied the culture and language and know I am not the ignorant person she thought I was (다른 사람이 저를 코리아부라고 부른 적이 있는데, 저는 그런 사악한 표현에 아무런 반응을 할 필요가 없다고 생각해서 반응하지 않았어요. 저는 [한국] 문화와 언어를 공부했고, 사람들이 생각하는 것처럼 무식하지 않아요). - Interviewee #25

Yes, non-Koreaboos simply have an appreciation and interest in the culture (코리아부가 아닌 팬들은 [한국] 문화에 대해 감사와 흥미를 느껴요). - Interviewee #26

이처럼 K-pop 팬들이 자신을 코리아부와 적극적으로 구별 짓는 이유는 무엇일까? 미국 사회에서 BTS 등의 한국 문화에 열광하는 행위가 완전히 용인되지 않기 때문이 아닐까. 미국 사회에서는 백인 사회가 오랫동안 정치, 경제, 사회적 헤게모니를 장악해 왔다. 인종주의(racism)는 특권 계층으로서의 백인의 위치를 정당화시켜주는 자연스러운 이데올로기적 장치로 이용되었다(이숙희, 2007). 이런 환경에서 타 인종은 주변부에 머물러야 한다. 하지만 BTS의 경우 K-pop에 열광하고 몰두하는 팬덤을 형성함으로써 백인의 주류 문화에 맞서게 되었다(미묘, 2019, 1, 28). 미국 주류의 관점에서 보자면 BTS는 주류 문화를 위협하는 '외부침입자'이며 불안을 야기하는 요소다. 이러한 불안과 위협의 징후가 코리아부 현상으로 나타난 것으로 보인다. 미국 사회에서 한국 대중문화가 확대되어 가는 현상을 지켜보면서, 그에 대한 부정적 평가가 필요했다. 파농(Fanon, 1969)은 식민담론이 원주민 문화에 직면했을 때 그것을 무력화하기 위해 '희화화' 전략을 동원했다고 언급한 바 있다. 코리아부 현상은 미국 주류 사회가 한국 대중문화를 향해 내놓은 '소극적' 희화화 전략으로 볼 수 있다. 일견 BTS 팬덤을 대단한 현상이라고 치켜 올리는 동시에 코리아부를 통해 그를 찢러 비트는 실천을 해내는 것으로 이해할 수 있다(물론 그것의 성공과 실패 여부를 아직은 알 길이 없다).

이 같은 상황에서 미국 사회의 K-pop 팬들은 자신의 팬 활동, 에너지를 의미 있는 것으로 정당화시켜야 한다. 인터뷰 응답자들은 미국 주류 사회가 K-pop 팬과 코리아부를 구분하지 않

고, K-pop 팬들을 무차별적으로 ‘코리아부’로 부르고 있는 것을 공격으로 느끼고 이에 대해 불편한 감정을 드러내고 있었다. 이들은 한국어를 배우고 한국 문화를 공부한다며 자신을 옹호하며 자신을 코리아부와 구별 짓고자 했다. 이는 한국 사회에서 K-pop 팬들이 벌이는 사생팬과의 구별 짓기와 유사하지만, 한국 사회에서는 K-pop 팬들이 모두 사생팬으로 오해 받지 않는다. 그러나 미국에서는 K-pop 팬 전체가 코리아부로 매도될 수 있기 때문에, 팬들은 더욱 적극적으로 자신을 코리아부와 구별 짓기 해야 할 처지에 놓이게 된다. 이는 한류 확산에 힘입어 등장하게 된 ‘K-pop의 트랜스내셔널한 소통’ 신화 이면에서 차별적 시선으로부터 자기 방어를 수행해야 하는 K-pop 팬덤 주체들의 절박함을 보여준다. 미국 사회에서 아시아계에 대한 편견이 여전히 강력히 작동하는 탓에 팬들은 오리진널 아시아에 대한 관심을 강조하며 지속적으로 자신의 행위를 정당화한다.

## 5. ‘코리아부’와 인종주의, 그리고 종족주의

지금까지 살펴 본 바와 같이, ‘코리아부’란 “과도”하고 “피상적”이며 “망상적”이고 “비정상적”인 면모를 지닌 한국 문화 팬을 지칭하는 용어로 사용되고 있다. 미국 사회의 K-pop 팬들은 자신과 코리아부를 구별 짓지만, 미국 주류 사회는 K-pop 팬들을 구체적으로 구별 짓지 않고 코리아부라며 낮춰보는 경향을 보인다. 여기에서 코리아부라는 낙인은 미국인들을 향해 있지만, 이런 낙인은 사실상 미국 사회에 존재하는 한국 혹은 아시아 문화에 대한 비하의 시선에서 비롯된 결과다. 이 연구의 인터뷰 응답자들도 그 점을 인지하고 있었다. 한국 문화를 좋아하기 때문에 자신이 공격의 대상이 된다는 점을 인지하고 있었다. 그들은 미국 사회에 존재하는 한국 문화 혹은 아시아 문화에 대한 경멸의 시선이 존재하고 때론 자신을 향하고 있음을 감지하고 있었다.

Non-K-pop fans use it to refer to all K-pop fans (K-pop 팬이 아닌 사람들은 모든 K-pop 팬들을 [코리아부라고 불러요]). - Interviewee #15

To demean people who listen to K-pop ((코리아부는) K-pop을 듣는 사람들을 폄하하기 위해 [만들어졌어요]). - Interviewee #19

I think it's a negative term that many use to unjustly hate on people who like

Korean culture based on a few crazy fans creating a bad reputation ([코리아부는] 나쁜 평판을 얻은 과도한 팬들을 부각시켜 한국 문화를 좋아하는 사람들 전체를 매도하기 위해 쓰이는 부정적인 용어예요). - Interviewee #28

말하자면, 코리아부 현상은 한국을 대상으로 여전히 차별적 구조가 작동하고 있다는 증거다. 버락 오바마가 44대 미국 대통령으로 당선되었을 당시, 미국 사회 내에서는 인종주의가 종식되었다는 논의가 있었다. 그러나 미국 인종주의에 대해 다각적 연구를 수행해 온 보닐라 실바(Bonilla-Silva, 2009)는 1980년대를 관통하면서 미국 사회의 인종주의적 차별은 가시적인 수준에서 작동하기보다 인간의 잠재적 차원, 즉 비의도적인 수준에서 작동한다고 주장한 바 있다. 그는 미국인들을 상대로 인터뷰를 수행한 결과, 인터뷰 응답자들이 미국 사회 내에 인종주의적 차별이 존재한다는 사실을 부인하고 있음을 발견한다. 미국인들이 의식적 차원에서 부인하고 있지만, 무의식적 차원에서 여전히 작동하고 있는 인종주의를 보닐라 실바는 '컬러-블라인드(color-blind) 인종주의'로 명명한다. 겉으로 드러난 피부색에 연연하지 않은 듯해 보이지만 내면 깊숙이 그를 담고 있다는 말이다. 같은 맥락에서, 코리아부 현상은 미국 사회 내에 존재하는 한국 혹은 아시아 국가와 그 안의 사람들, 그리고 그에 뿌리를 두고 있는 사람들을 바라보는 무의식의 징후로 보인다.

동시에 코리아부 현상은 미국 사회에서 아시아인을 향한 인종주의에 변화가 발생하고 있음을 암시한다. 코리아부 현상으로부터 인종주의 내 두 가지 변화를 읽어낼 수 있다. 그 첫째는, 미국 주류 사회가 이전과 다른 양상의 인종주의적 경향을 생산하고 있다는 점이다. 이전까지 미국 사회는 아시아인들 자체에 대한 멸시의 감정을 표출해왔다. 하지만 코리아부 현상은 현재 미국 주류 사회가 표출하는 멸시의 감정이 아시아인 자체를 대상으로 하고 있지 않음을 보여준다. 오히려 아시아인과 아시아 문화, 아시아 국가 등 아시아와 관련된 것(something Asian)을 좋아하는 '미국인'을 향하고 있다. 이전에 미국 사회에 존재하던 인종주의가 아시아 인종을 대상으로 한 차별을 (재)생산하고 있었다면, 이제는 아시아적인 것을 좋아하고 추종하는 미국인들의 '취향'에 차별적 시선을 던지고 있다. 다시 말해 과거에는 노란 피부색을 지닌 아시아인을 향한 '직접적 차별'이 존재했다면, 이제 아프리카계 미국인이든, 백인이든, 혹은 라틴아메리카인이든 아시아 문화에 열광하는 사람들의 취향을 경멸과 멸시의 대상으로 삼음으로써 아시아계를 향한 '간접적 차별'이 작동하고 있음을 알 수 있다. 물론 이 같은 전환을 '인종주의의 변화'라고 말할 수 있는 것인지, 혹은 코리아부가 이전의 인종주의보다 더 지독한 차별적 용어(stigma)가 된 것인지 여부는 후속 연구를 통해 논의할 사안이다.

코리아부틀 통해 읽을 수 있는 두 번째 변화는 인종주의적 차별이 종족 차별(ethnic discrimination)로 옮겨가면서 차별 구조에 변화가 발생하고 있다는 사실이다. 앞서 언급한 바와 같이 미국 사회는 한국인, 일본인, 중국인, 베트남인, 필리핀인 사이의 세세한 차이들을 인정하지 않고, 이들을 모두 ‘아시아인’으로 분류해왔다. 그런데 ‘코리아부’라는 용어가 등장해 ‘위아부’라는 용어와 구분되어 사용되는 점에 주목해 볼 필요가 있다. 이는 미국 사회가 아시아인 사이에서 종족을 구분하고 있음을 알려준다. ‘위아부’라는 용어가 처음 등장했을 때에는 이것이 반드시 ‘일본’ 문화를 좋아하고 추종하는 사람을 지칭했을 지에 대해서는 의문의 여지가 있다. 미국 사회는 일본인을 아시아인으로 분류했고 모델 마이너리티로 규정했기 때문에, 일본 문화와 다른 아시아 민족의 문화를 세밀하게 구분하고 있었다고 보기 어렵다. 다시 말해 ‘위아부’는 아시아인 전반 혹은 소수 인종 전반의 문화에 열광하는 미국인을 폄하하기 위해 만들어진 용어라고 말할 수 있다. 그러나 한국 대중문화의 대대적 미국 사회 진입으로 인해, 미국 사회는 한국 대중문화를 아시아 대중문화 전체와 구분하기 시작했고 한국 문화의 팬을 일본 문화 팬들과 구분해 ‘코리아부’라는 용어를 만들어냈다. 이는 아시아계를 하나로 묶어 차별하던 방식에서 아시아계 내부의 종족을 구별하고, 그에 대한 차등의 원리를 작동시키기 시작한 것으로 볼 수 있게 한다.

그동안 미국 사회에서 한국인은 ‘한국인(Korean)’이라기보다 ‘아시아계 미국인(Asian American)’에 포함된 존재였고, ‘모델 마이너리티’라는 인종 차별의 대상이었다. 그러나 ‘코리아부’의 등장은 미국 사회에서 인종주의가 아닌 종족주의가 작동하고, 아시아 내의 차이를 읽게 되었음을 알린다. 여기에서 종족주의는 신체적 특징뿐 아니라 언어, 풍속, 습관 등 문화적 특징들을 포함해 집단을 구분하고, 그렇게 구분된 종족(ethnic group)을 기반으로 차별을 생산하는 원리이다. 다시 말해, 이제까지 피부색과 두발의 색과 모양 등 신체적 특징을 기반으로 인종을 구분하고, 그를 둘러싸고 차별과 불평등, 억압의 구조가 재생산되어 왔다면, 코리아부 현상은 미국 사회 내에서 발생하는 차별이 더욱 정교해진 형태로서의 종족주의로 옮겨가고 있음을 보여준다. 바로 이 현상으로부터 미국 사회에서 아시아 내 다양한 종족들을 구분할 수 있는 문화자본을 가진 새로운 세대(cohort)의 출현을 예측해볼 수도 있다. 인종으로 뭉뚱그려 인식하던 데서 종족 구분이 가능한 지경으로 넘어서게 된 데에 BTS의 기여가 있었다. 모델 마이너리티의 시대를 넘어서게 한 기여다. 그 기여가 긍정적인 것인지 혹은 부정적인 것인지에 대한 평가는 추후에 이루어질 것이다.

미국 사회가 인기를 얻은 특정 대중문화를 기반으로 특정 종족을 인종으로부터 구분해내기 시작했다면, 이제 미국 사회의 이민자들은 자신이 속한 종족(혹은 mother country)의 대중문화가 인기를 끌길 염원할 가능성이 있다. 인도네시아계 미국인은 인도네시아 본토의 대중문화가

미국에서 큰 성공을 거두어, 미국 내 자신의 지위가 높아질 것을 고대하는 일이 상식화될 수 있다는 말이다. 여기에서 주목할 점은 트랜스내셔널한 성격으로 진화해 온 아시아의 대중문화가 미국 사회로 진입해 재종족화에 기여하는 아이러니를 만들어내고 있다는 사실이다. K-pop은 그동안 탈영토화를 위해 투혼해온 것으로 평가를 받았다(이규탁, 2019). 특히 BTS가 전세계로 퍼져나갈 수 있었던 이유도 ‘한국적’ 음악의 영토에서 벗어나 탈영토화를 추구했기 때문이라는 지적이 있었다(이규탁, 2019). 그런 점에서 BTS가 촉발하는 ‘트랜스내셔널한 소통’은 대접을 받았고 가치 있는 문화실천으로 받아 들여졌다(이지영, 2018; 이지행, 2019). 그러나 미국 사회에서 인종주의와 종족주의가 작동하고 있는 탓에 BTS를 비롯한 K-pop 음악은 종족 문화로 재영토화되는 역설을 보인다.

## 6. ‘코리아부(Koreaboo)’ : *BTS Universe*가 미운 퍼즐 한 조각

BTS의 성공은 한국 대중들의 상상력의 범위와 대상을 갈아치우고 있을 뿐 아니라, 대중문화를 연구하는 학문적 영역에도 괄목할 만한 영향을 미쳤다. BTS의 전지구적 성공은 대중문화 연구에도 질적 변화를 선사했다. 하지만 그 변화를 긍정적으로만 평가할 수는 없다. 다양한 관점의 연구를 수행하며 *BTS Universe*를 점검해가고 있지만 ‘왜 성공했을까’라는 질문을 중심에 둬으로써 수용 공동체, 즉 팬덤 현상에 연구가 한정되는 경향성을 보여주고 있다. 사회적 ‘실천(practice)’을 강조하는 문화연구는 문화 텍스트나 수용자를 사회적 맥락과 역사성 속에 위치시키고 그로 인해 발생하는 사회적 실재의 움직임을 읽어내길 강조했지만, 그 같은 요청은 받아들여지지 않고 있다. BTS의 여정이 어떠한 사회적 변화를 발생시키고 있는가를 질문하고 그에 대한 경험적(empirical) 연구 결과와 해석을 내놓으면서, 사회적 상상의 범위를 확장하고 정치적·문화적 변화의 가능성을 모색하는 작업으로 선회할 필요가 있다.

우리가 BTS와 모델 마이너리티의 관계, 즉 미국의 인종주의 문제와 팬덤의 관계에 초점을 맞춘 것은 그 같은 취지에서다. 모델 마이너리티 담론은 미국 내 아시아인을 향한 차별적 기제로 작동해왔다. 그런데 일각에서 BTS의 트랜스내셔널한 여정이 모델 마이너리티라는 아시아계 미국인에 대한 스테레오타입에 균열을 발생시키고 있다고 주장한다. BTS의 성공으로 인해 한국의 위상이 높아졌을 뿐만 아니라 한국 교민의 지위도 높아지고 있다는 뉴스가 그런 류의 담론이다. 미국 사회에서 있었던 BTS에 대한 열광, 팬덤 ARMY의 확산으로 인해 미국 내 아시아인들을 향한 차별 구조가 변하고 있다는 주장은 사실일까.

우리는 ‘코리아부’라는 현상을 통해 그 주장을 점검해보고자 했다. 코리아부는 한류, K-pop, BTS 팬덤의 일부다. 미국 내에서 K-pop이 폭발적인 인기를 끌고 그에 열광하는 집단이 생겨나자, 그들 중 일부를 비하하는 조어가 등장하였는데 그 대표적 용어가 ‘코리아부’다. 이 용어 출현은 미국 사회 내 K-pop 수용이 정착되지는 않았음을 증거하고 있다. K-pop의 트랜스내셔널한 소통에 대한 칭송 이면에 새로운 위계의 원리가 생성되고 있음을 보여준다. 하지만 한국 내에서는 BTS의 글로벌한 성공의 원인을 질문하며 BTS Universe를 구축하고, 코리아부라는 퍼즐 조각은 소홀히 다루거나 없는 일로 대접하고 있다. 따라서 우리는 BTS Universe가 외면한 퍼즐 조각인 ‘코리아부’에 집중함으로써, 미국 사회 내 인종 및 종족 문제의 변화를 징후적으로 읽어낼 수 있을 것으로 기대했다. 코리아부 현상 분석을 통해 미국 사회가 아시아와 아시아 대중문화에 관해 취한 태도를 살필 수 있으며 그를 통해 ‘사회적인 것’을 챙겨볼 수 있을 것으로 예상했다.

우리는 코리아부 현상에 가까이 다가가기 위해 K-pop의 미국인 팬들을 대상으로 서면 인터뷰를 실시했다. 인터뷰한 내용을 ‘해석학’적 분석을 했고, 코리아부 현상이 ‘미국’이라는 사회적 맥락 속에서 갖는 의미를 드러내고자 했다. 그 결과 코리아부 현상은 예상한 바와 같이 단순히 BTS 혹은 K-pop 팬덤의 이면으로 존재하는 것을 넘어서서 미국 사회가 겪고 있는 사회구조적 문제의 징후 역할을 해내고 있음을 알게 되었다. 우리 연구자들은 코리아부에 관한 자료 수집과 분석을 통해 다음과 같은 두 개의 결과를 도출했고 그에 대해 사회적인 함의를 부여했다.

첫째, 코리아부 현상은 미국 사회 내에 한국인에 대한 차별적 시선이 여전히 존재함을 보여준다. 현재 미국 사회의 한국 대중문화 팬들은 팬덤을 크게 두 그룹으로 구분한다. 한 쪽을 한류 ‘팬(fan)’으로 부르며 그들의 취향이 존중 받아야 한다고 주장하는 반면, 다른 한 쪽을 ‘코리아부’로 부르며 그들에게 다소 부정적 의미를 부여한다. 우리는 둘 간의 경계에 주목했고, 그러한 경계를 생산하는 권력이 어디에서 발생하며 어느 정도의 효력을 갖는가를 짚어보려 했다. 미국 사회의 K-pop 팬들은 한국 문화에 대해 “과도”하고 “망상적”인 태도를 보이는 동시에 “피상적”이고 “비정상적”인 면모를 지닌 사람들을 코리아부라고 칭하고, 한국 문화에 “비판적 거리”를 유지하면서도 “진정성 어린 수용 태도”를 지니는 사람들을 팬이라 갈래 쳐 부르려 한다. 미국의 K-pop 팬들은 자신을 코리아부로부터 구별 지으려 노력하고 있음을 분명히 했다. 그 범주에 들어가는 것을 극도로 경계하고 있었다. 미국 사회 내에서 한국 문화에 열광하는 행위를 타박하는 시선이 강하게 자리 잡고 있음을 의식한 끝에 만들어진 전략적 행태다. ‘코리아부’란 용어는 미국인을 향하고 있지만, 사실상 이는 아시아 문화에 대한 평가 지표다. 이런 상황 하에서 K-pop 팬들은 미국 사회의 차별적 시선으로부터 자신을 방어하기 위해 더욱 적극적으로 ‘코리아부’를 방패로 내세우

게 된다.

둘째, 코리아부 현상은 미국 사회에서 아시아계를 대상으로 전개되어왔던 인종주의가 새로운 방식으로 재편되고 있음을 보여준다. 우선, 과거 미국 사회에서 아시아 혹은 아시아인에 대한 차별이 직접적인 형태로 드러났었다. 그에 비하면 현재는 아시아나 아시아인, 아시아 문화에 대한 선호를 드러내는 ‘미국인’에 대한 차별로 바뀌는 간접적 형태를 띠고 있다. 코리아부 현상은 - 미국인을 향해 있기에 - 아시아인을 향한 차별이 아닌 것처럼 보인다. 하지만 아시아인에 대한 차별이 축소되거나 소멸되는 것이 아니라 간접적이고 우회적인 방식으로 전환되고 있음을 코리아부 현상은 시사한다. 코리아부 현상은 또한 ‘모델 마이너리티’ 담론으로 표상되는 아시아인에 대한 인종주의가 더 세분화된 종족주의로 변모하고 있음도 보여준다. 이는 미국 사회가 더 세분화된 종족 구분을 할 수 있을 정도로 성숙했기 때문이라기보다, 미국 내 소수 종족 중 모국의 대중문화가 인기를 얻으면서 부각되자 인종주의가 작동하기 어려워지면서 생긴 현상이라고 해석할 수 있다. 아시아인들 내부의 세부적인 종족성이 가시화되자, 인종주의가 해체되는 것이 아니라 종족주의라는 새로운 차별 기제가 작동하게 된 셈이다.

본 연구는 BTS와 한류의 세계적인 ‘성공’과 그것에 대한 학술적·저널리즘적 담론 이면에 숨겨져 있던 현상들 중 하나인 ‘코리아부’에 주목해보았다. BTS의 성공과 대중성에 초점을 둔 담론들이 무시하고, 배제하며, 은폐해 온 것이지만, 실제로는 BTS Universe를 구성하는 중요한 퍼즐 조각으로 우리는 이해했다. K-pop의 트랜스내셔널한 여정이 가져온 새로운 변화라고 해석하며 팬덤 연구의 문화정치적인 면을 되살리려 했다. 여전히 해소되지 않는 차별과 위계의 메커니즘, 그리고 메커니즘의 변형 양상이 코리아부 현상을 통해 드러나고 있음을 보여준 것이다. 이로써 우리는 K-pop과 BTS의 성공이 한국 혹은 음악 산업의 성공으로만 여겨지는 것이 아니라, 인종과 종족 간 갈등과 같은 ‘사회적인 것’을 건드리는 사건으로 받아들여지길 희망했다. K-pop, BTS가 우리에게 선물하는 사회적 상상의 확장은 바로 그러한 희망을 갖는데서 출발할 것이다.

## References

- Berbiguier, M., & Cho, Y. (2017). Understanding the Korean fandom of the K-pop: Focusing on its perspectives on foreign fans. *Korean Journal of Communication & Information*, 81, 272-298.
- Bonilla-Silva, E. (2009). *Racism without racists: Color-blind racism and the persistence of racial inequality in America*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Cha, M. (2017). *Philosophy of BTS*. Seoul: Bimilsinseo.
- Chou, R., & Feagin, J. (2015). *Myth of the model minority: Asian Americans*. New York, NY: Routledge.
- Fanon, F. (1969). *Wretched of the earth*. Harmondsworth: Penguin.
- Godinez, O. (2018, December). *Asian-Americans are bypassing 'model majority' stereotype*. Paco Collective. Retrieved from <https://www.pacocollective.com/asian-americans-are-bypassing-model-majority-stereotype/>
- Gupta, A., Szymanski, D., & Leong, F. (2011). The "model minority myth": Internalized racialism of positive stereotypes as correlates of psychological distress, and attitudes toward help-seeking. *Asian American Journal of Psychology*, 2(2), 101-114.
- Hong, S. (2019, September 5). "BTS, unlike the Beatles, conveys comfort and hope messages". Financial news. Retrieved from <https://planamag.com/bts-asian-american-masculinity-8363b6137308>.
- Jo, M., & Chung, E. (2019). A study on the transmedia storytelling of Korean idol content: Focusing on EXO and BTS. *Humanities Contents*, 52, 223-246.
- Jong, O. (2018, May). 'Escape from Plan A' ep. 28: BTS and K-pop's impact on Asian American guys [Audio podcast]. Retrieved from <https://planamag.com/bts-and-k-pops-impact-on-asian-american-guys-escape-from-plan-a-ep-28/>.
- Kil, H., & Ahn, S. (2019). Seeking for underlying meaning of the "house" and characteristics in 'Come back home' Music Video: Analyzing Seotaiji and Boys and BTS music video in perspective of generation. *Journal of the Korea Contents Association*, 19(5), 24-34.
- Kim, M., & Kim, M. (2018). The case analysis of storytelling strategies of the K-pop idol albums. *Journal of the Korea entertainment industry association*, 12(1), 27-36.
- Lee, D. (2019a). A study on storytelling of cultural contents in the global age. *The Journal of Culture Contents*, 16, 69-93.
- Lee, D. (2019b). A study on global fandom's communality based on Fiske's fandom discussion. *Humanities*



*Contents*, 55, 27-45.

- Lee, G. (2018). BTS: A new generation of new ways of communicating and emotional labor. *Culture Science*, 93, 278-291.
- Lee, G. (2019, December). *Export-type idols and K-pop without the 'K'*. Paper presented at K-pop Beyond BTS: Media technology, creative industries and fandom culture, a seminar organized by the Korean Society for Journalism & Communication Studies, Seoul.
- Lee, J. H. (2019). *BTS and A.R.M.Y culture*. Seoul: Communication books.
- Lee, J. Y. (2018). *BTS art revolution: BTS meets Deleuze*. Seoul: Parrhesia.
- Lee, M. (2019). Brand marketing through transmedia storytelling: Focusing on BTS's branding strategy. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 13(3), 351-361.
- Lee, S., Wong, N., & Alvarez, A. (2009). The model minority and the perpetual foreigner: Stereotypes of Asian Americans. In N. Tewari & A. N. Alvarez (Eds.), *Asian American Psychology: Current Perspectives* (pp. 69-84). Oxfordshire: Taylor & Francis.
- Lee, S. (1994). Behind the model-minority stereotype: Voices of high-and low-achieving Asian American students. *Anthropology & Education Quarterly*, 25(4), 413-429.
- Lee, S. (2007). Asian American subjectivities in their historical contexts. *The New Korean Journal of English Language and Literature*, 49(1), 103-121.
- Lee, S. (2009). Beyond spies and model minorities: The possibility of a diasporic subjectivity in *Native Speaker* and *Gesture Life*. *The New Korean Journal of English Language and Literature*, 51(2), 133-156.
- Lim, S. (2018, June 7). *How Korean boy band BTS toppled Asian stereotypes and took America by storm*. The conversation: Australia edition. Retrieved from <https://theconversation.com/how-korean-boy-band-bts-toppled-asian-stereotypes-and-took-america-by-storm-97596>
- Maddux, W., Galinsky, A., Cuddy, A., & Polifroni, M. (2008). When being a model minority is good... and bad: Realistic threat explains negativity toward Asian Americans. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(1), 74-89.
- McGee, J. (2012). Discipline and post: Foucault and "Weeaboo Horror Stories" on the Internet. *Aichi Shukutoku University Graduate School Symposium*, 4. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/f4f6/5709bd3cf9cbf4ca54b017a0b3ad034c9ffd.pdf>.
- Mimyo (2019, January 28). *The Adventures of Asia vol.3 - Now beyond Kpop*. W Korea. Retrieved from

<http://www.wkorea.com/2019/01/28/%EC%95%84%EC%8B%9C%EC%95%84-%ED%91%9C%EB%A5%98%EA%B8%B0-vol-2/>

Ogbu, J. (1987). Variability in minority school performance: A problem in search of an explanation. *Anthropology and Education Quarterly*, 18(4), 312-334.

Ryu, E., & Byun, J. (2019). Social media use for the continuation of “The Korean Wave of K-Pop”: Focusing on BTS’s activity pattern. *Culture and Convergence*, 41(3), 167-218.

Seabrook, J. (2012, October 8). Factory girls: Cultural technology and the making of K-pop. *The New Yorker*.

Seo, J. (2019). 2018 Korean popular music association 24th periodical symposium: Planning section present and prospect roundtable of BTS syndrome. *Popular Music*, 23, 231-240.

Song, H. (2013). *Humanities, telling semiotics*. Seoul: Yisup.

Suzuki, B. (2002). Revisiting the model minority stereotype: Implications for student affairs practice and higher education. *New Directions for Student Services*, 97, 21-32.

Taylor, C. (2004). *Modern Social Imaginaries*. Durham and London: Duke University Press.

Won, Y. (1994). “Model minority” strategy and Asian-Americans' tactics. *Korea Journal*, 34(2), 57-66.

4Chan (n.d.). Retrieved 11/25/19 from <http://www.4chan.org>

Soompi (n.d.). Retrieved 11/25/19 from <http://www.soompi.com>

Reddit (n.d.). Retrieved 11/25/19 from <http://www.reddit.com>

Jessica viba [YouTube]. (n.d.). Retrieved 11/25/19 from [https://www.youtube.com/channel/UCqwoOE0o6k7lLu8\\_AaHGV6g/featured](https://www.youtube.com/channel/UCqwoOE0o6k7lLu8_AaHGV6g/featured)

wthmille [YouTube]. (n.d.). Retrieved 11/25/19 from <https://www.youtube.com/channel/UC2u-2XzX0zzvkVCqjVAZRJQ/featured>

최초 투고일 2020년 6월 11일

게재 확정일 2020년 7월 27일

논문 수정일 2020년 8월 4일

## 부록

- 길혜빈·안승범 (2019). 〈Come back home〉 뮤직비디오에 나타난 '집'의 의미와 성격: 서태지와 아이들, 방탄소년단 작품에 대한 세대론적 접근. 〈한국콘텐츠학회논문지〉, 19권 5호, 24-34.
- 김문정·김면 (2018). K-POP 아이돌 음반의 스토리텔링 전략 사례 분석. 〈한국엔터테인먼트산업학회논문지〉, 12권 1호, 27-36.
- 류은주·변정민 (2019). K-Pop의 한류 지속을 위한 소셜 미디어 활용 방안에 대한 고찰: 방탄소년단의 활동 패턴 분석을 중심으로. 〈문화와 융합〉, 41권 3호, 167-218.
- 미묘 (2019, 1, 28). 아시아 표류기 vol.3 - 이제의 K-POP 너머. 〈W 코리아〉. Retrieved from <http://www.wkorea.com/2019/01/28/%EC%95%84%EC%8B%9C%EC%95%84-%ED%91%9C%EB%A5%98%EA%B8%B0-vol-2/>.
- 베르비기에 마티유·조영한 (2017). 케이팝(K-pop)의 한국 팬덤에 대한 연구. 〈한국언론정보학보〉, 통권 81호, 272-298.
- 서정민 (2019). 2018 한국대중음악학회 제24회 정기학술대회: 기획 섹션 BTS 신드롬의 현재와 전망 라운드테이블. 〈대중음악〉, 통권 23호, 231-240.
- 송호섭 (2013). 〈인문학, 기호학을 말하다〉. 서울: 이숲.
- 이규탁 (2018). 방탄소년단: 새로운 세대의 새로운 소통 방식, 그리고 감정노동. 〈문화과학〉, 93호, 278-291.
- 이규탁 (2019, 12월). 〈수출형 아이돌과 'K' 없는 K-pop, BTS 넘어의 케이팝: 미디어기술, 창의산업 그리고 팬덤문화〉. 한국언론학회 특별 세미나. 서울: 연세대학교.
- 이동배 (2019a). 글로벌시대 문화 콘텐츠의 스토리텔링 연구: 케이팝 BTS를 중심으로. 〈문화콘텐츠연구〉, 17호, 69-93.
- 이동배 (2019b). 피스크의 팬덤 논의를 바탕으로 하는 글로벌 팬덤의 공동체성 연구: 방탄소년단 (BTS)의 아미(ARMY)를 중심으로. 〈인문콘텐츠〉, 55호, 27-45.
- 이민하 (2019). 트랜스미디어 스토리텔링을 활용한 브랜드 마케팅: 방탄소년단의 브랜딩 전략을 중심으로. 〈한국엔터테인먼트산업학회논문지〉, 13권 3호, 351-361.
- 이숙희 (2007). 아시아계 미국인 주체성과 그 역사적 맥락. 〈새한영어영문학〉, 49권 1호, 103-121.
- 이숙희 (2009). 스파이와 모델 마이너리티를 넘어서: 『네이티브 스피커』와 『제스처 인생』에 나타난 디아스포라적 주체의 가능성. 〈새한영어영문학〉, 51권 2호, 133-156.
- 이지영 (2018). 〈BTS 예술혁명 - 방탄소년단과 들뢰즈가 만나다〉. 서울: 파레시아.

- 이지행 (2019). <BTS와 아미 컬처>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 조민선·정은혜 (2019). 한국 아이돌 콘텐츠의 트랜스미디어 스토리텔링 연구: EXO와 BTS를 중심으로. <인문콘텐츠>, 52호, 223-246.
- 차민주 (2017). <BTS를 철학하다>. 서울: 비밀신서.
- 홍석경 (2019, 9, 5). "BTS, 비틀즈와 달리 위로·희망 메시지 전달". <파이낸셜 뉴스>. Retrieved from <https://planamag.com/bts-asian-american-masculinity-8363b6137308>.
- Taylor, C. (2004). *Modern social imaginaries*. Durham and London: Duke University Press. 이상길 (역) (2010). <근대의 사회적 상상>. 서울: 이음.

**코리아부(Koreaboo)**  
*BTS Universe*가 미운 퍼즐 한 조각

원용진

(서강대학교 커뮤니케이션학부 교수)

방희경

(서강대학교 국제한국학선도센터 연구교수)

이준형

(서강대학교 신문방송학과 박사수료)

마리사 럭키

(서강대학교 신문방송학과 석사과정)

이 연구는 K-pop 관련 국내 담론이 그 성공 원인이나 팬덤에 경도되어 있음을 지적하는 데서 시작한다. 우리 연구자들은 문화연구 전통에 기반을 두고 대중문화 연구가 갖는 사회 실천적 측면을 강조하려 했다. 특히 BTS가 ‘모델 마이너리티’라는 ‘아시아계 미국인’에 대한 인종주의적 편견에 영향을 미치고 있다는 담론에 대한 후폭풍으로 등장한 ‘코리아부 *Koreaboo*’ 현상에 주목했다. 그에 대한 상세한 내용들을 확인하기 위해 K-pop에 열광하는 미국인 팬을 대상으로 서면인터뷰를 실시했고, 다음과 같은 사안들을 발견할 수 있었다. 첫째, 미국 사회의 K-pop 팬들은 자신의 팬덤 행위를 정당화하고 의미 있는 문화 실천임을 강조하기 위해 코리아부 원리를 작동시키고 그와 거리를 두는 실천을 벌이고 있었다. 이는 미국 사회에서 아시아 문화를 향유하는 데에 여전히 그와 같은 해명이 필요하다는 점을 보여준다. 둘째, 아시아인을 대상으로 한 인종주의적 차별이 아시아적인 것을 향유하는 미국인을 향한 간접적인 형태의 차별로 옮겨가고 있었다. 또한 미국 팬들은 한국적인 것과 다른 아시아적인 것을 구분해내고 그들 간의 차이를 구축하는 작은 움직임을 보여주었다. 우리는 *BTS Universe*에 이 같은 문화실천과 변화를 포함시킨 이 연구가 대중문화 연구에 사회적 맥락에 관심을 두는 문화연구 전통을 상기시키는 계기가 되길 희망한다.

**핵심어:** 코리아부, 인종주의, 종족주의, 팬덤, *BTS*