



케이팝(K-pop)의 해외수용 문화가 지닌 문화정치적 함의에 대한 연구 K-pop Random Play Dance를 중심으로

이오현 전남대학교 신문방송학과 교수

A study on the cultural political implications of K-pop consumption culture abroad

Focusing on 'K-pop Random Play Dance'*

Oh Hyeon Lee**

(Professor, Department of Communication, Chonnam National University)

This study aims to reveal the cultural political implications of K-pop abroad culture. It analyzes K-pop Random Play Dance (KRPD) that is diffused worldwide as youth culture. The results are as follows. First, the production and operation of KRPD is a non-central, non-hierarchical, de-authoritative, and an open rhizomatic system. This system provides an environment for unlimited proliferation of KRPD. Secondly, KRPD is the product of participants' affective practices that aim at gaining pleasure and joy. It provides participants with a chance to confront and challenge a dominant neoliberal order because it enhances participants' self-esteem by enabling action, and it becomes the place to articulate an inclusive community by way of cooperation and solidarity. Thirdly, KRPD is the product of participants' poaching practices for the products of media and entertainment industries and for public and commercial spaces. It provides its participants with a chance to deterritorialize public and commercial spaces and then reterritorialize it into carnival spaces. The act creates a new sense of existence through which participants form a new subject. This study calls for the necessity to investigate the consumption of K-pop worldwide not only in terms of media technology or industrial strategy but also in terms of its cultural politics.

Keywords: K-pop Random Play Dance, rhizome, affect, poach, fandom

* This study was financially supported by Chonnam National University(Grant number: 2020-1762)
(이 논문은 전남대학교 학술연구비(과제번호: 2020-1762) 지원에 의하여 연구되었음)

** leohhy@hanmail.net

1. 문제제기

1990년대 후반부터 한국 드라마에 대한 아시아 국가들에서의 인기로 시작한 ‘한류’는 2000년대 후반부터 케이팝(K-pop) 열풍으로 번지면서 아시아를 넘어 유럽과 미주 지역 등 전 세계로 확산되었다(김두진, 2018; 천덕희·전병웅, 2018). 특히 2012년 싸이의 ‘강남스타일’이 세계 각국의 음악 차트를 휩쓸며 케이팝은 전 세계적으로 뜨거운 관심의 대상이었다. 더 나아가 2021년 현재에는 새로운 케이팝 곡에 대한 세계적 호응은 이제 더 이상 2012년 ‘강남스타일’ 때처럼 예외적이고 특별한 이슈가 되지 못한다. 2021년 5월 기준으로 유튜브 동영상 조회수 10억 건이 넘는 케이팝이 10여곡, 5억 건이 넘는 케이팝이 30여곡, 1억 건을 넘는 케이팝이 200여 곡이다¹⁾. 이외에도 인기 있는 한국 드라마들의 주요 주제가들 또한 조회 수 1억 건을 상회한다. 최근에는 대표적 케이팝 아이돌 그룹들의 신곡 뮤직비디오는 유튜브에 공유된 지 며칠이 지나지 않아 조회 수 1억 건을 넘기고 수십만 건의 댓글이 전 세계의 다양한 언어로 달리는 것은 특별한 일이 아니다.²⁾

대표적으로 강력한 전 세계적 팬덤이 형성되어 있는 방탄소년단(BTS)은 빌보드 핫 100 차트에서 2020년 8월부터 2021년 7월 사이에 다섯 곡³⁾이 1위를 차지하였고, 주요 노래 30여 개의 뮤직비디오가 유튜브에서 각각 1억 뷰에서 13억 뷰를 기록하고 있다.⁴⁾ 또한 2017년부터 매년 미국 3대 음악 시상식인 ‘그래미 어워드’, ‘빌보드 뮤직 어워드’, ‘아메리칸 뮤직 어워드’에 초청을 받아 수상하거나 시상을 했으며, 미국의 네트워크 방송국들의 주요 쇼프로그램들에 출연하여 공연을 하고 있다. 그리고 2018년 하반기부터 북미, 유럽, 아시아의 주요 도시들에서 행한 세계 순회공연 티켓은 발매 5분 만에 모두 매진되었고 현지 미디어들의 집중 조명을 받았다. 2018년부터 해외에서 케이팝 대표 여성 아이돌그룹으로 급부상하며 초국가적 팬덤을 형성하고 있는 블랙핑크도 유튜브에서 주요 노래 15여개의 뮤직비디오가 각각 1억 뷰에서 16억 뷰에 이르며 댄스 연습 동영상 12개도 각각 1억뷰를 상회하고 있다.⁵⁾ 또한 2019년부터 미국의 네트워크 방송

1) 유튜브 채널 ‘와빠KPOP차트’ 참고함.

2) 케이팝의 세계적인 인기를 반영하듯이 ‘케이팝’은 유튜브에서 가장 많이 찾는 검색키워드 중의 하나가 되었고, 록, 팝, R&B 등 주요 음악 장르를 중심으로 배열된 유튜브 음악 카테고리에 독립된 음악 장르로 추가되었다. 또한 프랑스에서 가장 영향력이 있는 음악 전문 라디오 방송 NRJ에서는 (일본의 제이팝 채널을 제공하지 않으면서도) 케이팝 채널을 제공하고 있다. 미국의 블룸버그 TV와 영국의 BBC는 한국의 가장 강력한 글로벌 파워 브랜드로 삼성, LG가 아닌 케이팝을 선정하기도 하였다(김인숙, 2014).

3) ‘Dynamite’(2020), ‘Life Goes On’(2020), ‘Savage Love’(2020), ‘Butter’(2021), ‘Permission to Dance’(2021).

4) 2021년 5월 기준

국들의 주요 쇼프로그램들에 출연하여 공연을 하였고, 미국 및 유럽을 포함한 세계 순회공연을 성황리에 마쳤다.

그러나 해외의 케이팝 팬들이 이러한 대표적인 몇몇 아이돌그룹에만 열광하는 것은 아니다. 해외의 케이팝 팬들은 한국 팬들과는 다르게 특정 케이팝 그룹만을 배타적으로 좋아하기보다는 다양한 케이팝 그룹이나 솔로 가수들의 음악을 즐기는 경향을 보인다. 예를 들면, 세계적으로 가장 크고 강한 결속력을 자랑하는 방탄소년단의 팬인 아미들도 대부분 다른 케이팝그룹들의 노래를 즐기며 좋아한다(홍석경, 2020). 앞서 이야기한 유튜브 조회수 1억 뷰가 넘는 케이팝 200여 곡은 50여 케이팝 그룹이나 솔로 가수들의 곡이다. 여기에는 현재 대표적 케이팝 그룹들의 곡뿐만 아니라 현재는 해체되거나 그룹으로 활동을 거의 하지 않는 소위 2세대 케이팝 그룹과 솔로 가수들의 곡도 다수 포함되어 있다.⁶⁾ 조회수 5천만 뷰를 기준으로 살펴본다면 훨씬 더 다양한 케이팝 그룹이나 솔로 가수들의 곡이 포함될 것이다. 또한 이 연구의 대상으로 선정된 케이팝 랜덤 플레이 댄스(K-pop Random Play Dance)⁷⁾를 즐기기 위해 해외 케이팝 팬들이 선정한 곡들을 살펴보면 선정 대상이 예상한 것보다 훨씬 광범위하다는 것을 알 수 있다. 대부분의 경우 3세대와 4세대 케이팝 그룹들의 곡이 선정된다. 그러나 1990년대 초반의 현진영의 곡, 1세대와 2세대 케이팝 그룹들의 곡, 갓 데뷔한 신생그룹들의 곡 그리고 케이팝 아이돌 음악을 웬만큼 좋아하지 않으면 한국 팬들조차도 생소할 수 있는 곡까지 포함되는 경우가 많다. 때로는 케이팝 아이돌의 곡뿐만 아니라 한국에서 인기 있는 다른 장르의 곡, 예를 들면 트로트 곡들도 선정된다.

5) 2021년 5월 기준

6) 케이팝 그룹을 세대 구분하는 명확한 기준은 없다. 따라서 세대 구분은 사람에 따라 다를 수밖에 없으며 세대를 명확히 구분하기 어려운 그룹들도 있다. 다만 활동 시기, 아이돌 육성 방식 및 활동 방식과 시장 전략, 팬덤 및 팬 문화 등의 특성을 고려하여 흔히 세 개 또는 네 개의 세대로 분류한다. 그리고 각 세대를 다시 두 개로 나누어 좀 더 세분화하기도 한다. 아래의 세대 구분은 스킵(2020)의 글과 유튜브 채널 'Jay TV' '해군수달' '랭캠 TV' '엔터상사' '다타크' '그알세' 등을 참고하여 작성하였다. 1세대는 주로 1990년대 중반부터 2000년대 초반까지 활동한 그룹들로 대표적 남성그룹으로 HOT, 젝스키스, GOD, 신화 등과 대표적 여성그룹으로 SES, 핑클, 베이비복스, 슈얼리 등이 있다. 2세대는 주로 2000년대 중반부터 2010년대 초반까지 활동한 그룹으로 대표적 여성그룹으로 소녀시대, 원더걸스, 카라, 2NE1, 타이라, 씨스타, 에프엑스 등과 대표적 남성그룹으로 동방신기, 빅뱅, 슈퍼주니어, SS501, 2PM, 샤이니, 비스트 등을 들 수 있다. 3세대는 2010년대 초중반에 데뷔해서 대부분 현재까지 활발히 활동하고 있는 그룹들로 대표적 남성그룹으로 방탄소년단, 엑소, 갓세븐, 워너, 세븐틴, NCT 등과 대표적 여성그룹으로 블랙핑크, 트와이스, 레드벨벳, 마마무, 여자친구, 오마이걸 등이 있다. 4세대는 아직 3세대와 명확하게 구분되는 특징이 없다는 시각도 있으나 주로 2010년대 후반 특히 2018년 이후 데뷔해서 3세대 대표그룹들과 경쟁하며 나름 성공적 활동하고 있는 그룹들로 대표적 여성그룹으로 (여자)아이들, 잇지, 이달의 소녀, 에버글로우, 에스파, 스테이씨, 위클리 등과 대표적 남성그룹으로 스트레이키즈, 에이티즈, TXT, 더보이즈, 원어스, 트레저, 엔하이픈 등이 있다.

7) 이에 대해서는 <4. 연구방법>과 <6. 케이팝 해외수용의 문화정치적 함의: 댄스놀이문화를 중심으로> 부분에서 자세히 설명하겠다.

이는 케이팝의 해외수용이 이제 단순히 인기 있는 대표적 몇몇 아이돌 그룹에 대한 열광에 기반하고 있다기보다는 케이팝 전반에 대한 관심을 바탕으로 이루어지고 있다는 것을 시사한다. 따라서 몇몇 대표적인 아이돌 그룹의 성취나 몇몇 초국적 팬덤의 활동에 초점을 맞추어 분석해온 기존의 많은 케이팝 연구들은 현재의 케이팝의 해외수용을 설명하는데 한계를 지니고 있다고 하겠다. 방탄소년단과 이들의 초국적 팬덤인 아미를 심층적으로 분석한 연구들(예를 들면, 김영대, 2019; 이지영, 2018; 이지행, 2019; 홍석경, 2020)이 최근에 단행본으로 출판되어 케이팝의 해외수용과 그 함의를 이해하는데 많은 통찰을 제공하지만 마찬가지로의 한계를 지니고 있다고 할 수 있다.

이 연구는 케이팝의 해외수용에 대한 기존 연구들의 통찰력과 한계를 좀 더 면밀히 살펴보고, 이를 바탕으로 케이팝의 해외수용과 그 함의에 대한 심층적인 연구를 진행하고자 한다.

2. 기존 연구 검토

1) 케이팝의 해외수용에 대한 기존 연구들의 경향

케이팝의 해외수용에 대한 기존 연구들은 다양하지만 대부분은 결국 케이팝 세계화의 성공요인을 밝히는데 초점을 맞추고 있다고 할 수 있다. 이들을 크게 세 가지 측면으로 나누어 살펴볼 수 있다. 첫 번째는 기술 측면으로 인터넷 특히 소셜 네트워킹 서비스(SNS)의 확산 및 일상화가 케이팝의 해외수용에 핵심적 역할을 하였다는 것이다(김수철·강정수, 2013; 손승혜, 2013; 오세정, 2012; 이규탁, 2016; Jang & Kim, 2013; Oh & Lee, 2013). 이에 따르면, SNS는 한국 대중음악산업계와 음악인들에게 해외진출에 존재하는 여러 장애들(예를 들면, 세계적으로 음악유통채널을 장악하고 있는 영미의 유통업자들 등)을 뛰어넘고 해외진출에 소요되는 비용과 시간을 급격하게 절감할 수 있게 해주었으며(Jang & Kim, 2013; Oh & Lee, 2013), 케이팝을 전 세계인이 쉽게 접촉가능하게 함으로써 케이팝 팬이 전세계적으로 확산될 수 있도록 해주었다(손승혜, 2011, 오세정, 2012).

두 번째는 생산 측면으로 SNS를 최대한 활용한 한국엔터테인먼트산업계의 전략과 노력들이 케이팝의 해외수용을 가능하게 했다는 것이다(신동석·남성집·남명, 2014; 이장우·허재원, 2013; 임성준, 2013; 정길화, 2015; 정수영, 2011). 이에 따르면, 한국엔터테인먼트산업계는 디지털미디어 시대에 새롭게 출현한 무료 음악경제체계를 신속하게 수용하고 SNS를 최대한 활용하여 적극적인 해외마케팅을 하였다(이규탁, 2016; 홍석경, 2018). 또한 한국엔터테인먼트산

업계는 체계적인 아이돌 육성 시스템을 구축하여 글로벌 마케팅에 적합한 스타들을 효율적이고 지속적으로 생산해내었다(김이경, 2015; 신동석·남성잡·남명, 2014). 즉 '캐스팅(오디션)→트레이닝→프로듀싱→프로모션'으로 이루어진 한국엔터테인먼트산업계의 단계별 시스템으로 일정 수준 이상의 콘텐츠를 대량으로 빠르게 생산할 수 있는 시스템을 구축했다는 것이다. 마지막으로 한국엔터테인먼트산업계는 한편으로는 혼종적 음악 스타일, 단순하고 쉬운 멜로디, 경쾌하고 반복적인 리듬, 영어가 많은 가사, 가볍고 경쾌하며 따뜻한 내용 등 음악성에 있어서는 익숙함을 추구하고, 다른 한편으로는 절도 있는 군무, 화려한 퍼포먼스, 아이돌의 뛰어난 외모와 세련된 패션, 영상미를 갖춘 뮤직비디오 등 음악 외적인 것 특히 시각성에 있어서 새로움을 추구하고 매력적인 콘텐츠를 생산하였다(강주선, 2017; 광민봉·정희경, 2012; 김영철, 2016; 손승혜, 2011; 손유진·배은석, 2016; 신사빈, 2018; 심두보, 2013; 장윤희, 2016).

세 번째는 수용 측면으로 자발적이고 강력한 초국가적 팬덤의등장이 케이팝의 해외수용을 확산시켰다는 것이다(손유진·배은석, 2016; 심두보·노광우, 2012; 신동석·남성잡·남명현, 2014). 이에 따르면, SNS를 통해 매력적인 케이팝 콘텐츠를 유연히 접한 수용자들이 자발적으로 팬이 되어 팬덤을 구성하고 케이팝과 케이팝 아이돌들을 위한 다양한 활동들을 열정적으로 행함으로써 전세계적으로 팬을 확산시켜 케이팝의 해외수용에 기여했다(노광우, 2015; 장원호·송정은, 2013; 채지영·윤유경, 2013).

2) 케이팝의 해외수용에 대한 기존 연구들의 한계

기존 연구들은 케이팝의 해외수용을 이해하는데 여러 통찰력을 제공하지만 한계들 또한 지니고 있다. 기존 연구들이 상대적으로 소홀히 다루었던 부분들을 크게 세 가지로 논하면서 이 연구가 탐구하고자 방향을 제시하고자 한다.

(1) 케이팝의 해외수용에 대한 수행적 차원에서의 연구 부족

먼저 기존 연구들 중 많은 연구들은 시장중심적이고 공급자 중심적인 경향을 보인다(예를 들면, 김상현·장현호, 2017; 김유경·최지혜·이호복, 2017; 김은경, 2015; 김인숙, 2014; 김주연·안경모, 2015; 사문·차희원, 2015). 이들이 케이팝 해외수용의 성공요인 분석에 초점을 맞춘 것은 결국 케이팝의 해외수용이 가져오는 경제적 효과를 더 높이기 위한 경제적, 정책적 방안을 모색하기 위한 것이었다. 이러한 연구 경향은 케이팝의 해외수용이 SNS의 확산을 배경으로 한국엔터테인먼트산업계의 철저한 기획과 경제산업적 의도에 의해 성공했다는 시각을 배경으로 한다(정수영, 2011). 이러한 시장중심적이고 공급자중심적인 연구경향은 케이팝의 해외수용을 이해

하는데 그 나름 가치와 통찰력을 지닌다. 그러나 케이팝 해외수용 현상을 수용자가 아닌 공급자의 입장에 치우쳐 이해하고 있다는 점에서 케이팝 해외수용의 현실을 제대로 파악하는 데 한계를 지닐 수밖에 없다(오미영, 2014). 의도한 것은 아니지만 케이팝 수용자를 수동적이건 능동적이건 상품의 소비자로서만 간주함으로써 케이팝의 해외수용 과정에서 수용자들의 역할 특히 수용자들이 만들어내는 다양한 현상과 맥락들을 도외시하게 된다. 케이팝의 해외수용 현상에 대한 충분한 이해를 위해서는 해외에서 케이팝을 수용하고 경험하는 사람들의 입장에서 접근할 필요가 있다. 최소한 시장중심적 또는 공급자중심적 연구들과 아울러 해외 수용자의 수용 과정과 맥락을 체계적이고 심층적으로 탐구하는 연구들도 함께 충분히 이루어져야 한다.

물론 케이팝 해외수용의 과정과 맥락에 초점을 두어 분석한 연구들도 행해졌다(예를 들면, 강복·손승혜, 2018; 김영순·배현주, 2013; 손승혜, 2011, 2012, 2013; 손유진·배은석, 2016; 심두보·노광우, 2012; 윤선희, 2013; 장윤희, 2016; 정길화, 2015; 채지영·윤유경, 2013; 홍석경, 2012). 이 연구들은 케이팝의 해외수용 및 해외 수용자를 설명하는데 여러 통찰력을 제공하지만 또한 한계를 지니고 있다. 무엇보다 이 연구들은 오래전부터 행해져온 드라마 중심 한류 연구와 크게 다르지 않은 결과를 제시한다는 점에서 한계를 지닌다. 대부분의 드라마 중심 한류 연구와 케이팝의 해외수용 연구는 드라마/케이팝 해외 수용자들이 한국의 특정 드라마/케이팝 또는 특정 드라마 스타/케이팝 스타의 팬이 되고 자발적으로 팬덤을 구성하여 능동적으로 다양한 문화실천들을 행한다는 유사한 분석 결과들을 제시한다. 이러한 결과 자체가 문제가 있는 것은 아니다. 그러나 드라마 중심의 한류와 케이팝의 해외수용은 형성 과정, 장르의 특성, 주요 수용자 계층 등에 있어서 차이가 있다. 따라서 케이팝의 수용 과정과 맥락은 기존 드라마 중심의 한류의 그것과 공통점이 있지만 또한 차이가 존재할 수밖에 없다. 그럼에도 케이팝의 해외수용 과정과 맥락이 지닌 독특한 결에 대한 심층적인 분석 결과는 많지 않다. 특히 이 연구들은 드라마 중심의 한류 연구들처럼 수용자의 해독적 차원에서 분석을 대부분 행하였다는 점에서 한계를 지닌다고 하겠다. 왜냐하면 케이팝 팬과 팬덤들은 단순히 이전(드라마 중심의 한류)의 '능동적인 수용자'만이 아니라 동시에 '적극적인 생산자'로서의 역할을 하고 있기 때문이다. 이전까지의 능동적인 수용자가 자신들이 향유하는 콘텐츠를 자신이 처한 맥락에 따라 능동적으로 '해석'하는 것에 중점을 두었다면 케이팝 팬과 팬덤들은 이에 더하여 생산 과정에 실제로 '참여'한다(김예란, 2014). 케이팝 팬과 팬덤은 드라마 중심의 한류 팬과 팬덤에 비교할 수 없을 만큼 문화 생산자의 역할을 훨씬 더 행하고 있다. 예를 들면, 케이팝 팬과 팬덤들은 케이팝이나 케이팝 아이돌과 관련한 다양한 동영상들을 스스로 제작하여 유튜브 등 SNS에 공유해 전세계적으로 유통시킴으로써 생산자로서 케이팝의 해외수용에 상당한 역할을 행하고 있다(김수철·강정수, 2013; 김정

원, 2018; 노광우, 2015). 그렇기에 해독적 차원에 집중해서 수용자와 그들의 문화실천을 분석하는 것은 드라마 중심 한류 연구들에서는 충분할지 모르지만, 케이팝의 해외수용 연구를 위해서는 불충분할 수밖에 없다. 여기서 김수정과 김수아(2015a)가 팬에 대한 인식이 '해석하고 전유하는 자'에서 '참여하고 연결하며 수행하는 자'로 변화하고 있으며, 이에 따라 '비판적 해석'보다는 '수행적 실천'이 팬덤의 핵심 성격이 되고 있기에 팬덤 연구의 패러다임을 '해독' 패러다임에서 '수행' 패러다임으로 전환해야한다고 한 주장을 곁집을 필요가 있다.

(2) 케이팝의 해외수용이 지닌 문화정치적 함의에 대한 연구 부족⁸⁾

기존 연구들 특히 케이팝의 수용 과정과 맥락에 대한 기존 연구들은 케이팝 해외수용이 지닌 문화정치적 함의를 분석하는데 그다지 관심을 기울이지 않았다. 물론 해독적 차원에서 분석이 주로 행해진 한계를 지니고 있지만 몇몇 연구들은 문화정치적 함의를 제시하기도 하였다. 예를 들면, 케이팝의 해외 성인 여성 팬들은 케이팝을 매개체로 문화교류를 함으로써 문화적 다양성을 인정하고 모두가 향유할 수 있는 공통문화를 창출하는 다문화시민성을 함양하고(김영순 & 배현주, 2013), 영국의 청소년 케이팝 팬들은 케이팝을 통해 대안적 가치를 추구하고 새로운 방식의 네트워킹을 시도하고(윤선희, 2013), 프랑스 케이팝 팬들은 케이팝 아이들을 기존 할리우드 영화가 퍼뜨린 지배적인 동아시아 남성의 스테레오타입을 벗어난 새로운 남성상으로 수용한다(홍석경, 2012)는 연구들이 있다. 최근 홍석경(2020)은 방탄소년단의 초국가적 팬덤인 아미를 심층적으로 분석하면서 젠더, 인종, 세대적 차원에서 케이팝의 해외수용이 어떤 문화정치적 함의를 탐색하기도 하였다. 그러나 이들을 제외하고 케이팝 해외수용의 과정과 맥락에 대한 기존 연구들 대부분은 케이팝이 세계적으로 확산되어 가고 있는 추세나 팬이나 팬덤의 활동들에 대한 양상을 분석하는 수준에 머무르고 그것들의 문화정치적 함의를 밝히는데까지는 이르지 못하였다.

드라마 중심 한류의 해외수용에 대한 기존 연구들도 현상분석에 집중하는 경향을 보였지만, (비록 심층성이 부족하고 주로 해독적 수준에서의 분석이었지만) 젠더, 계급, 국가, 민족, 인종, 섹슈얼리티 등의 다양한 차원에서 문화정치적인 함의들을 제시해왔다. 예를 들면, 배용준의 팬카

8) 이 연구에서 사용하는 '문화정치'는 문화연구 전통의 용어로 '문화를 통한 특정한 사회관계의 다양한 지배와 저항의 정치적 과정'을 지칭한다(전규찬, 1998). 문화연구는 특히 성, 세대, 인종, 민족, 지역 등과 같은 영역에서 기존 지배질서에 대한 강화와 도전을 위한 다양한 문화 실천, 그리고 이와 관련한 사회적 불평등의 문제를 문화정치의 대상으로 탐구해왔다(정재철, 2014). 이 연구도 케이팝의 해외수용 과정에서 형성 및 실천되고 있는 문화가 성, 계급, 세대, 인종, 민족, 지역, 섹슈얼리티 등과 같은 차원에서 기존 지배질서와 어떠한 관계에 있는지 그리고 그것의 함의는 무엇인지를 탐구하는 것에 관심을 집중한다.

페에서는 국적과 관계없이 가족담론을 생산하고 국적성을 무력화하고 대신 새로운 문화정체성을 형성해 나가지만 가족담론은 중산층 중심적인 계급성을 띠고 국가주의적 관점과 접합되면서 생산적 정치성이 희석되고(양은경, 2006), 동유럽의 한류 수용자들은 한류 영상물을 통해 그들이 처한 위기와 새로운 대안을 모색하는 밑으로부터의 진정한 사회 재건의 요구를 구성하고(윤선희, 2014), 일본 여성 팬들은 한류 스타인 장근석이 체현하는 ‘날씬한 몸의 예쁜 남자’라는 외양을, 기존의 한국 남성스타의 ‘근육질’ 남성성과 차별화시키며 남성과 여성의 경계를 모호하게 하는 중성적 매력으로 의미화한다(김수정, 2014)는 연구들이 있다. 드라마 중심의 한류에 대한 연구들과 비교했을 때 케이팝의 해외수용에 대한 연구들은 문화정치적 함의에 대한 탐구와 분석에 있어서 아직 양적 그리고 질적으로 아직 뒤떨어진다고 하겠다.

물론 케이팝 해외수용의 진행 과정과 양상을 탐구하여 밝히는 것도 필요하고 가치가 있는 작업이다. 그러나 그러한 진행 과정과 양상이 지니는 문화정치적 함의를 분석하는데 까지 이르지 않는다면 케이팝 해외수용 현상, 특히 해외의 10-20대 젊은이들이 케이팝을 열정적으로 즐기고 있는 현상에 대해 충분한 설명과 심층적인 이해를 제공하기는 어려울 것이다.

(3) 케이팝의 해외수용에 있어서 케이팝 댄스의 역할에 대한 연구 부족

기존 연구들은 케이팝 해외수용의 성공요인으로 SNS의 확산과 한국엔터테인먼트산업계의 전략들에 관심을 집중하면서도 한국엔터테인먼트산업계의 콘텐츠 생산 전략의 핵심 요소 중 하나인 케이팝 댄스에 대해서는 별다른 관심을 보이지 않았다. 그러나 케이팝은 ‘듣는 음악’이기보다는 ‘보는 음악’이다. 여러 경험적 연구들은 케이팝이 음악성 요인보다 시각성 요인을 통해 해외의 수용자들 특히 서구의 수용자들에게 각광받고 있으며(김성섭·김미주, 2009; 김주연·안경모, 2012), 한국엔터테인먼트산업계도 해외 진출이 증가되면서 언어적 거리를 극복하기 위해 댄스나 퍼포먼스 등 시각적 요인들에 더욱 치중하고 있다(사문·차희원, 2015)고 제시한다. 여기서 ‘보는 음악’으로서 케이팝의 핵심적인 요소는 댄스라고 할 수 있다. 브라질 팬들이 케이팝을 가장 좋아하는 이유는 ‘멋진 춤’인 것으로 나타났고(정길화, 2015), 서구권의 수용자들에게 케이팝의 요소 중 가장 문화적 근접성 인식이 높았던(즉 이질감을 느끼지 않고 쉽게 접근하여 즐길 수 있었던) 것이 댄스였다(사문·차희원, 2015). 유튜브에 공유되어 있는 팬들이 제작한 케이팝 관련 동영상들 중 압도적인 비중을 차지하는 것은 케이팝 댄스와 관련한 것이다. 이러한 맥락에서 케이팝 댄스는 케이팝 해외수용에 있어서 기존 연구들이 인식했던 것보다 훨씬 더 중요한 요인으로 보인다.

모든 문화 및 여가 활동이 이루어지는 가장 기본적인 핵심적인 요인은 즐거움이다. 케이

팝 팬들이 케이팝을 좋아하는 것도 즐거움을 얻을 수 있기 때문이다. 또한 케이팝의 팬덤이 형성, 유지, 확산될 수 있는 것도 무엇보다 케이팝과 팬덤 활동이 즐거움을 주기 때문이다. 기존 연구들은 팬과 팬덤이 케이팝 댄스를 통해 다양한 즐거움을 얻는다는 것을 보여준다. 특히 케이팝 팬과 팬덤에게 케이팝 댄스는 멋지면서도 따라하기 쉬운 것으로, 보고 즐기는 대상일 뿐만 아니라 자신들이 주체가 되어 행하며 즐길 수 있는 좋은 놀이수단이기도 하다. 케이팝 팬들은 케이팝 댄스를 따라하면서 자아고양의 만족감을 느끼며, 친구들과 함께 따라하면서 유대감을 높이고, 일상 탈출의 대리만족감을 얻는다(곽민봉·정희경, 2012; 오세정, 2012; 정길화, 2015). 한국엔터테인먼트산업계도 댄스를 구상할 때 팬들이 쉽게 따라할 수 있느냐의 유무에 중점을 두며 댄스를 먼저 구상하고 이에 맞춰 곡이 쓰기도 한다(김은경, 2015). 또한 케이팝 댄스를 따라하는 것이 즐거운 이유는 댄스 일반이 제공하는 즐거움인 몰입감이나 카타르시스를 제공하기 때문이기도 하다(이봉재, 2012).

수용자들이 케이팝을 직접 체험하며 즐기는 주체가 될 수 있는 케이팝 댄스 따라하기는 ‘커버댄스(cover dance)’라는 하나의 문화 현상으로 동남아 팬들에서 시작되어 유럽과 미주 지역의 젊은 층까지 확산되었다. 그리고 현재는 전세계적으로 젊은이들의 놀이문화로 자리 잡고 있다(손유진·배은석, 2016). 물론 케이팝 노래를 따라하는 ‘커버송(cover song)’도 행해지지만 ‘커버댄스’에 비하면 미미한 수준이다. 케이팝 해외 팬과 팬덤들은 커버댄스를 추는데서 멈추지 않고 이를 영상화하여 유튜브에 올려 전세계적으로 유통시킨다. 이는 팬 개인적 차원에서는 자아고양을, 팬덤 차원에서는 교감과 공동체성의 강화를, 케이팝 차원에서는 세계적 확산을 촉진하는 역할을 한다. 이러한 각 과정과 결과들은 제작하는 팬이나 그것을 보는 팬 모두에게 즐거움과 보람을 느끼게 한다고 할 수 있다. 이는 케이팝 댄스 놀이문화가 ‘생산-소비’의 단순화된 형태가 아니라, ‘생산-소비-재생산-재소비’의 형태로 전개되고 있다는 것을 보여준다(김이경, 2015). 팬과 팬덤들에 의해 제작되어 유튜브에 공유된 수많은 사이의 ‘강남스타일’의 커버댄스 동영상과 그에 대한 반응들이 그 대표적 사례이다(김수철·강정수, 2013). 이러한 과정 속에서 케이팝 댄스 놀이문화는 해외 청(소)년들의 놀이 문화로 자리매김하고 있다(강주선, 2018).

정리하자면, 케이팝은 단순히 듣고 즐기는 음악이 아니라 보고 참여하는 음악으로 해외 청(소)년들은 이러한 참여를 통해 새로운 놀이 문화를 생산해내고 있다. 따라서 케이팝의 해외수용에 대한 이해를 넓히기 위해서는 기존 연구들이 간과해온 케이팝 댄스와 이를 통해 형성되는 해외의 케이팝 댄스 놀이문화에 대한 관심과 연구가 필요하다고 하겠다.

3. 연구목적 및 연구문제

기존 연구들의 검토를 통해, 이 연구는 케이팝 댄스와 관련한 해외 팬들의 수행이 지나는 문화정체적 함의를 분석하는데 초점을 둔다. 이를 통해 케이팝 해외수용에 대한 이해를 확장시키는데 기여하고자 한다. 이를 위해 케이팝 댄스 놀이문화, 특히 국내에서보다 해외에서 더 성행하고 있는 케이팝 랜덤 플레이 댄스(K-pop Random Play Dance, 이후 KRPD로 표기)⁹⁾ 문화를 연구대상으로 삼는다. KRPD는 케이팝 30여개에서 240여개의 곡들에서 댄스의 하이라이트 부분만 발췌해 20분에서 3시간 정도 길이의 음악을 만들어 이를 틀어놓고 참여자들이 이에 맞춰 게임하듯이 댄스를 즐기는 놀이이다. KRPD 동영상은 전세계 케이팝 팬들에 의해 해외의 수많은 도시들에서 생산되어 유튜브에 끊임없이 새로운 것이 공유되고 있다. 이러한 연구목적과 연구대상을 고려하여 설정한 연구문제는 아래와 같다.

- 첫째,** K-pop의 해외수용 문화로서 KRPD가 수행되는 과정에서 어떤 주요한 특징들이 나타나는가?
- 둘째,** 그러한 주요한 특징들은 어떤 문화정체적 함의를 지니는가?

4. 연구방법

연구를 위해 2019년 3월부터 2021년 2월까지 해외 팬들이 제작하여 유튜브에 공유한 KRPD 동영상을 시청하였고 그 특징들과 웹주소를 기록하였다. 이 기간 동안 지속적으로 자료를 업데이트 하였는데, 업데이트 시에는 가능한 최근의 것 그리고 가능한 다양한 국가, 도시, 장소에서 행해진 것을 위주로 기록하였다. 최종 수집된 KRPD 동영상은 2017년 3월에 제작된 것들부터 2021년 2월에 제작된 것들까지 모두 1,000개였다. 이들 중 임의로 500개를 선택하여 본격적인 분석에 사용하였다. 분석은 6단계의 질적 분석 절차를 기반으로 이루어졌다: 자료정리하기 및 친숙해지기 → 범주(category)·주제(theme)·유형(pattern) 만들기 → 자료 코딩하기 → 자료에 대한 초기의 이해 및 해석 점검하기 → 대안적 해석 및 설명 찾기 → 보고서 작성하기 (Marshall & Rossman, 1999). 자료들을 (다시) 시청하면서 영상물 안에서 일어나는 주요 현상 및 경향들을 추출하여 범주, 주제, 유형 등으로 분류하였다. 그리고 분류된 주요 범주, 주

9) K-pop Random Dance 또는 K-pop Random Dance Game 등으로도 불린다.

제, 유형들에 대한 문화정치적 함의를 도출하기 위해 여러 개념 및 이론들을 살펴보고 최종적으로 아래의 '5. 자료 분석 및 해석을 위한 이론적 틀'에서 제시한 리즘, 정동, 밀렵/팬텀 등 세 가지 개념 및 이론들을 선정하였다. 이는 이미 분류된 자료의 핵심적 범주, 주제, 유형들을 가장 많이 포함하여 체계적 분석과 심층적 해석을 하는데 가장 적합하다고 판단하였기 때문이다. 이미 자료 분류를 통해 생성된 범주, 주제, 유형들은 세 가지 개념 및 이론들을 통해 재분류되어 분석 및 해석되었다. 이 과정에서 몇몇 범주, 주제, 유형들은 재배치 및 재구성되거나 새롭게 생성되었다. 질적 분석에서는 설정한 분석 틀을 고정해놓은 상태에서 이에 맞춰 일방향적으로 일사분란하게 자료를 분석하기보다는 분석 틀과 분석 자료를 오가며 양자를 계속해서 수정 및 보완하는 순환적 방식으로 자료를 분석하는 것이 자료를 좀 더 많이 포함하여 결과를 도출하고 좀 더 체계적인 분석과 심층적인 해석이 가능할 것이라고 보았다. 이후 다른 개념 및 이론들(예를 들면, '카니발,' '무위의 공동체,' '하위문화,' '수행성' 등)도 살펴보고 핵심적인 세 가지 개념 및 이론들에 접목하면서 기존 분석과 해석을 수정, 보충, 정교화 하고자 하였다.

5. 자료 분석 및 해석을 위한 이론적 틀

1) 리즘(rhizome)

원래 리즘은 생강이나 연근처럼 마디에서 뿌리와 어린 줄기가 뻗어 나오는 뿌리줄기 혹은 뿌리 줄기 식물을 가리키는 용어이다. 뿌리줄기는 땅속에서 무단히 증식을 하면서 다른 뿌리와 연결되기도 하고 분리되기도 하면서 수평적으로 뻗어나가는 특징을 가지고 있다. 어린 나무는 이후에 가지와 줄기가 어떤 모양으로 성장할지 예견할 수 있는데 반해, 뿌리줄기는 어떻게 뻗어나갈지 미리 결정되어 있지 않다. 나무에서 분리된 가지나 뿌리는 더 이상 생명체가 아니지만, 뿌리 줄기의 경우 어떤 마디가 분리되더라도 또 다른 모습을 가진 식물로 살아간다(이지영, 2018, 86쪽).

들뢰즈와 가타리(Deleuze & Guattari, 1975/2001)는 식물학 개념인 리즘을 사회 구조, 철학사, 정치 체제, 예술 작품의 구성 등 거의 모든 영역을 설명하는 개념으로 발전시켰다. 이들은 리즘을 단일한 중심이 없는 수평적 연결이라고 규정하면서 나무의 위계적이고 중심적 구조와 대립하는 것으로 보았다. 나무는 다양하고 복잡하게 보이는 뿌리나 줄기들도 결국은 단일한 중심과의 관계에서 의미가 결정된다. 즉 나무는 나머지 주변부들이 결국 하나의 중심으로 귀속되는 구조, 수직적으로 위계적인 이른바 수목적 체계를 갖고 있다. 수목적 체계와는 달리 리즘적 체계는 서로 다른 것들이 단일 중심의 통제나 중심과 주변의 구분 없이 복잡하게 뒤얽혀 있다. 리즘

적 체계에서는 수목적 구조상의 계통과 관계없이 이웃에 위치하는 이질적인 것들과 직접 연결접속될 수 있다. 리즘 체계는 모든 방향으로 열려 있는 체계인 동시에 무엇과 마주치고 관계 맺는가에 따라 전체의 규모와 의미가 변화하는 가변적인 체계다. 이런 의미에서 리즘은 체계가 없는 ‘비-체계가 아니라 비중심화된 체계’이다(이지영, 2018, 87-90쪽).

위의 논의를 리즘의 세 가지 특성으로 정리해볼 수 있다. 첫째, 접속성으로 어떤 귀결점이 나 호오의 선별 없이, 두 항이 등가적으로 만나서 새로운 무언가를 생성한다. 둘째, 이질성으로 ‘정통’이라는 이름 아래, 접속 가능한 것을 특정한 것 내지는 특정한 계열로 제한함으로써 다양한 사유와 활동의 흐름을 통일하고 동질화하지 않고, 이질적인 모든 것에 대해 새로운 접속 가능성을 허용한다. 셋째, 다양성으로 차이가 어떤 하나의 중심, 척도, 원리로 포섭되거나 동일화되지 않는 이질적인 것의 집합이고, 따라서 하나가 추가되는 것이 전체의 의미를 다르게 만든다(이진경, 2002, 91-108쪽).

결국, 리즘과 관련한 논의는 리즘이 접속성, 이질성, 다양성 등의 특성을 기반으로 비위계적, 탈중심적, 가변적 체계 속에서 무한증식된다는 점에서 이와 대립적인 수목적 체계를 기반으로 하고 있는 현대사회의 지배질서에 반하며 그 패권에 도전하는 것임을 시사한다고 하겠다. KRPD는 서로 직접적인 관계가 없는 상태에서도 다양한 형태로 끊임없이 생산되며 전 세계적으로 확산되고 있기에 리즘의 특성과 체계는 KRPD의 생산과 운영의 체계를 분석하고 그 문화정치적 함의를 분석하는 틀로 매우 유용할 것으로 보인다.

2) 정동(affect)¹⁰⁾

정동은 누군가의, 무엇인가의 느낌, 그 경험, 표현을 모두 아우르는 단어다. 여기서 정동은 느낌, 경험, 표현을 만드는 힘이지 그 산물은 아니다. 감정과 정서가 어떤 상태를 가리키는 정적인 개념으로 사용된다면, 정동은 문자 그대로 고정된 상태가 끊임없이 생성, 운동, 변화하는 역동체이다. 따라서 정동은 움직이는 느낌, 느낌의 운동이라고 할 수 있다(김예란 2020, 29-30쪽).

정동은 근원적으로 관계적(relational)이다. 정동은 “힘을 가하고 힘을 받는 역량”을 뜻한다(Deleuze, 1986/1988; 김예란, 30쪽 재인용). 누구의 정동이 작동한다는 것은 타자의 영향을 받을 수 있고 동시에 타자에게 영향을 줄 수 있음을 뜻한다. 정동 작용은 주체의 감각을 가로질러 초개체의 차원에서 욕망을 변이, 확장시킨다. 정동이 살아 있기에 우리의 ‘있기(존재)’나 ‘하

10) 이 글에서 소개하고 있는 정동에 대한 논의는 김예란(2020)의 책, 특히 33쪽에서 86쪽까지의 내용을 발췌, 정리한 것이다.

기(행위)'가 가능하다. 그리고 맺게 되는 관계성에 따라 내 몸과 영혼은 끊임없이 생성, 변화, 소진한다(김예란 2020, 30-32쪽).

정동은 몸을 통해 몸의 움직임을 통해 실체화되어 나타난다. 정동은 마음에서 일어나는 변화의 과정 또는 그것을 느끼는 경험을 의미한다. 이러한 정동이 지각되기 위해선 몸으로 표현되거나 언어로 재현되는 방식을 취한다. 정동은 몸들 사이의 마주침에서 관계가 형성되면서, 서로 주거나 받아 엮이는 관계에 대한 경험이고 지각이며 그 과정에서 일어나는 변화다. 따라서 정동의 운동력은 개인의 경계를 허물고 뚫으면서 집합적이고 사회적인 차원으로 확장될 수 있다. 정동은 타인이나 세상과의 관계를 만들어준다(김예란, 2020, 33-36).

정동이 작동하는 핵심 두 축은 기쁨과 슬픔이다. 정동은 지속적인 운동과 변화가 '선율'을 이룬다면 정동의 선율을 이루는 두 축은 기쁨과 슬픔이다. 기쁨은 행동하는 힘이 증가하며 보다 완전함으로 나아가는 '과정'이고 슬픔은 행동하는 힘이 감소하는 저하 '과정'이다(Deleuze, 2001; 김예란, 2020, 38쪽 재인용). 또한 힘의 상호성에 관련해서 기쁨은 능동적인 속성을 슬픔은 수동적인 속성을 지닌다. 비꾸어 말하면 기쁨과 슬픔을 아우르며 일어나는 상호적인 힘의 증감 운동이 곧 정동이다(김예란, 2020, 37-38쪽). 사회활동의 상당부분이 이성적 판단이나 전략적 이해관계 못지않게 기쁨과 슬픔을 포함하는 정동을 매개로 해서 구성된다. 정동은 한 개인의 내적 소유물이 아니며 반드시 사회 안에서 관계적이며 집합적으로 작용한다. 정동은 무한한 생성, 변화, 분열과 증식을 낳는다(김예란, 2020, 39쪽).

정동은 주체에게 차이와 변화를 낳으며 관계와 집합을 만드는 근원적인 힘이다. 많은 조우와 관계 속에서 기쁨과 슬픔, 환희와 고통의 정동 작용을 거치며 개체적이고 집합적인 삶이 이뤄진다(김예란, 2020, 40쪽). 주체는 정동의 부상과 침전이 부단히 일어나는 복잡한 구성물이다. 정동은 마음과 몸이 발휘하는 원망과 가능성으로 발현된다. 따라서 정동을 성찰적으로 실천하는 윤리적 삶은 창발적이며 자유로울 수 있다(김예란, 2020, 44쪽).

정동은 특히 약한 자가 지아낸 역능이 만들어져 행하는 모든 느낌, 말, 행동으로 급진적인 정치윤리성과 전복적인 정치성을 발할 수 있다. 버틀러에게는 주체가 벗어날 수 없는 취약성이 각자의 삶, 나아가 공통적인 삶의 원리로 긍정화된다. 나아가 우리들의 취약성으로부터 현실적인 불안정성을 드러내고 그에 대항하고자 하는 집합적 의지와 필요가 구성될 수 있다(Butler, 2016; 김예란, 2020, 61쪽, 재인용). 구별되는 소수자들이 기성의 질서 안에서 자신의 다름을 감추고 침묵하기를 암묵적으로 강요받는다. 그러나 이들이 행동을 하고 말을 시작하여 소수성이 수행될 때, 세계 '일반'이 유지하고자 하는 거짓된 흥, 부당한 즐거움, 험거운 평화의 허상은 깨지고 새로운 삶의 방식이 생성될 수 있다. 흔히 추하고, 더럽고, 비정상적이라고 평가받는 정동이

실천하는 급진적인 미학과 전복적인 정치의 효과가 발할 수 있다는 것이다. 즉 존재의 취약성이 전복적인 정치, 윤리, 미학적 가치와 의지로 전환될 수 있다(김예란, 2020, 61-62쪽).

들뢰즈와 가타리(Deleuze & Guattari, 1991/1994)는 정동, 표현, 창조의 영역들을 '육체주의(Fleshism)' 개념으로 아울렀다. 육체주의는 보이지 않되 실재하고 작용하는 정동이 육체를 통해 실체적으로 표현되는 방식과 의미를 설명하는 단어다. 육체주의에서 육체는 "경건하고 관능적"인 과잉, 역동, 파열로 표현된다. 육체적 사유에서는 "살아있는 몸"의 경험과 의미가 강조된다. 왜냐하면 우리는 살아 있는 몸을 통해 자신과 타인의 관계를 맺고, 육체는 "물질화된 역량과 행위의 감정, 감각, 지각의 앙상블"을 체현하기 때문이다. 육체를 통하면서 고독과 허기 같은 '약한' 정동이 '과잉, 역동, 파열' 같은 '강한' 정동으로 전환되는 생성, 변환, 차이화한다. 또한 '역한 정동'이 대중적인 공감과 매혹을 낳는 정동 요소로 긍정화되는 변이가 일어난다(김예란, 2020, 71-72쪽).

더욱이 정동의 육체성은 불온한 동물성과 연계되어 더욱 전복하는 잠재성을 지닌다. 인간임을 부정하는 정신은, 역설적이게도, 가장 인간다움을 추구하는 문화의 저변에 언제나 적극적으로 흐르고 있었다. 문화는 인간임을 정의하는 규범에 도전하고 벗어나려는 움직임에 힘입어 생성될 수 있고, 오로지 그 전환을 통해서만이 창발성이라는 인간 본래의 의미에 충실할 수 있다(김예란, 2020, 72쪽).

현재의 육체적 언어에서 드러나는 과잉의 리비도는 이른바 '정상적인' 문화 양식으로부터 벗어나 있다. 이곳에서 강렬하게 집결하고 왕성하게 발해지는 원초적인 욕구와 쾌락은 사회적 규범을 거스르고 조롱한다. 강렬한 감각 및 정동의 음집체로서 육체적 언어는 빈곤, 위대성, 폭압으로 가득 찬 현실 세계를 누설하고 폭소한다. 육체적 언어는 정교하게 위계화되고 나날이 탐욕스러워지는 자본주의적인 소비 감각 체계에 맞서고 그것을 비틀면서 대신 지지분하고 잡스러운 감각들을 생성한다(김예란, 2020, 73-74쪽).

이 '역한' 감각의 소수성은 강고하게 구축된 기성의 미적체제에 대항하는 정치적 힘으로 전환될 잠재력을 지닌다(Ranciere, 2010; 김예란, 2020, 75쪽, 재인용). 더 나아가, 불온한 동물성은 저항과 비판의 잠재력을 확보한다. 푸코(Foucault, 2008)는 인간주의가 규정하는 '인간됨'에 저항하는 대항적 통치성이 동물성으로 실천되었다고 보았다. 이 점에서 동물성이란 '이성적이고 인간주의적인 존재 구성에 대한 반발'로 해석된다(김예란, 2020, 75-76쪽). 푸코를 따라서 라자라토(Lazzarato, 2014)는 '동물성의 실천' 자체가 주체화와 종속을 강요하는 사회 질서에 대한 급진적인 도전과 비판의 실천이라고 주장한다(김예란, 2020, 76쪽).

육체/감각/정동은 현대 사회의 지배질서인 신자유주의에 대항할 수 있는 핵심 자원으로 제

시될 수 있다. 무페(Mouffe, 2018)는 대중은 신자유주의의 불행한 과생물이라고 주장하며 변혁을 위한 다양성과 잠재력을 함축한 주체로서 ‘좌파 대중주의’의 건설을 기대한다(김예란, 2020, 86쪽 재인용). 이와 유사하게 차пут(Chaput, 2018)은 자기 성찰성이 증시되는 비판 이론의 전통과 인간의 육체/감각/정동의 작용이 강조되는 신유물론을 결합하며 “신자유주의의 대항 공중”(김예란, 2020, 86쪽 재인용)의 가능성을 전망하기도 한다. 이런 제안들은 공통적으로 신자유주의의 모순을 극복하기 위한 기획으로서, 인간의 이성과 합리성을 중요시하는 전통적인 정치 이론에 대중의 감정, 감각, 감수성, 정동의 요소를 적극적으로 삽입한다. 주어진 권력 관계 안에서 조직화되거나 일상적인 형태로, 집합적이거나 개인적으로, 공적으로나 사적으로, 드러나거나 숨은 형태로, 대중이 진실에 의거한 비판과 저항을 행할 수 있다는 것이다(김예란, 2020, 86쪽).

결국, 정동과 관련한 논의는 정동이 느낌, 경험, 표현을 만드는 힘으로서 역동성, 관계성, 집합성, 창발성, 육체성, 동물성, 소수성, 진복성 등의 특성을 지니고 있으며 이러한 특성들을 기반으로 현대 사회의 지배질서인 신자유주의에 대항할 수 있는 자원이 될 수 있음을 제시한다고 하겠다. KRPD는 기본적으로 여러 사람들이 모여서 육체를 사용하는 댄스를 집단적으로 수행하며 즐거움을 추구하는 놀이이기에 정동의 개념과 특성은 KRPD를 체계적으로 분석하고 그것의 문화정치적 함의를 심층적으로 탐구하는데 매우 유용한 틀이 될 것으로 보인다.

3) 밀렵(poach)과 팬(덤)의 생산성

프랑크푸르트학과 이래로 비판적 성향의 학자들은 소비가 자본주의 체제의 지배적인 경제 질서에 만들어진 가짜 욕구나 욕망의 산물로서 이러한 소비를 통해 사람들이 조정당하고 소외된다고 비판하는 경향이 강하다(이동후·김해원·이설희, 2019). 그러나 드 세르토(De Certeau, 1984)는 소비 영역에 대한 새로운 해석을 제시하며 이러한 주장들에 반하는 논리를 폈다. 먼저 드 세르토(1984/1996)가 핵심적으로 주장했던 것은 ‘일상생활의 창조적 실천성’이라고 할 수 있다. 사회는 지배집단의 규율이 강력하게 작동하지만 보통사람들은 일상적인 차원에서 이를 재전유, 왜곡, 변형, 재가공하면서 자신의 삶을 만들어간다는 것이다. 드 세르토(1984/1996)는 보통사람들인 이용자(user)들이 대화, 독서, 산책, 쇼핑, 요리 등 여러 일상의 수많은 실천 속에서 다양한 ‘전술’¹¹⁾들을 접합하여 전유와 재전유를 통해 자신들의 이해와 기준에 맞춰 지배적 정치·

11) 드 세르토는 전략(strategy)과 전술(tactic)을 구분하여 사용한다. 단순화해 설명하면 지배를 관찰시키고 대항적 목소리를 사회에서 소외시키기 위해 헤게모니적 권력이 사용하는 방법이 전략이고 제도적 통제를 피하기 위해 피지배 계급들이 사용하는 방법이 전술이다. 많은 일상의 실천(대화, 독서, 산책, 쇼핑, 요리 등)은 성격상 전술적이다.

경제·문화의 내부에서 수많은 변형들을 만들어낸다고 주장한다. 이러한 맥락에서 드 세르토(1984/1996)는 소비를 지배적인 경제 질서가 부과한 생산물을 보통사람들이 이용하는 방식을 통해 자신을 드러내는 이차적 생산으로 규정한다. 생산이 합리화되고 확장주의적이고 집중화된 요란하고 휘황찬란한 생산이라면, 소비는 우회적이고 분산되어 있으나 조용하게, 거의 눈에 띄지 않게 어디에나 스스로를 삼투시키는 침묵의 생산이라는 것이다. 드 세르토(1984/1996)에게, 이용자는 소비처럼 인지되지 않은 생산자이며 기능주의적 합리성의 질서 안에서 스스로의 길을 찾는 침묵의 발견자로 스스로의 의미 작용적 실천을 통해 생산을 수행한다는 것이다.

드 세르토(1984)는 일상적 실천을 설명하는데 읽기(독서)(reading)를 출발점으로 삼았는데 이는 텔레비전, 신문, 광고 등 시각이 기호지배체계로 현대 문화와 소비의 핵심이라고 보았기 때문이다. 여기서 쓰기·읽기는 생산·소비 이항 연쇄의 보다 일반적인 등가물이라고 할 수 있다. 주목해야할 점은 드 세르토(1984)가 이 분석을 위해 책의 한 장을 할애하고 그 제목을 “읽기(독서)(reading)는 밀렵하기(poaching)이다”(165쪽)라고 붙였다는 것이다. 즉 읽기(독서)는 밀렵행위이며 독자/시청자²⁾는 밀렵자(poacher)라는 것이다. 드 세르토(1984)는 작가들을 공간을 소유하고 설계하여 집을 짓고 땅을 경작하는 사람들로, 독자/시청자들을 작가들이 만든 공간들을 끊임없이 가로질러 움직이는 여행자이자 그 공간들과 그 생산물들을 자신들의 즐거움과 이해를 위해 밀렵하고 약탈하는 유목인으로 비유한다. 즉 독자/시청자들은 그들이 작성하지 않은 영역(텍스트)을 자신들의 쾌락과 이해를 위해 재전유, 변형, 왜곡하는 등 자신들의 방식으로 밀렵하며 텍스트의 의미를 생산한다는 것이다. 결국 읽기(독서) 행위는 침묵의 생산, 이차적 생산의 특징을 지닌다. 또한 드세르토(1984)에게 독자/시청자들은 단순히 밀렵자가 아니라 항상 움직이는 유목인이기에 그들은 끊임없이 또 다른 텍스트로 나아가고, 새로운 자원들을 전유하고 새로운 의미를 만든다. 그는 보통사람들의 읽기(독서)를 주어진 텍스트를 가지고 수많은 나아감과 물러섬의 전술과 게임의 연속이라고 본다. 드 세르토(1984)는 읽기(독서)를 독자/시청자들이 텍스트를 부수고 그 부서진 조각들을 자신들의 청사진(계획)에 따라 재조립하는 문화적 브리콜라주의 한 형태로 보았다.

드 세르토의 밀렵 개념을 본격적이고 체계적으로 대중문화 분석에 사용한 사람은 젠킨스(Jenkins, 1992a)이다. 젠킨스는 미디어 팬들의 문화를 분석하여 ‘텍스트 밀렵자들’(Textual Poachers)이라는 책을 출판하였다. 즉 미디어 팬들은 미디어 텍스트의 밀렵자들이라는 것이다.

12) 원문에 ‘reader’로 되어 있어 독자로 번역할 수도 있으나, 드 세르토가 분석대상으로 한 것은 책이나 신문 등 인쇄매체뿐만 아니라 텔레비전, 광고 등 영상매체의 이용자도 포함되기에 독자/시청자로 번역하였다.

젠킨스(1992a)는 이 책을 통해 팬들이 미디어들이 흔히 이야기하듯이 문화적 명칭이, 사회적 부적용자, 영혼없는 소비자가 아니라 의미의 능동적 생산자이자 조종자임을 증명하고자 하였다. 먼저 젠킨스(1992a)는 팬들이 대중문화의 이미지에서 차용하고 이를 굴절시키고, 지배 미디어에서는 자주 들리지 않는 관심들을 절합하여 자신들의 문화적·사회적 정체성을 구성하는 것을 제시한다. 또한 팬들은 그들 자신의 문화적 생산을 위한 원재료를 제공하고 그들의 사회적 상호작용을 위한 기초를 제공하는 대량생산된 텍스트에 대한 그들의 지배를 능동적으로 주장한다. 이는 팬들의 활동이 미디어 생산자가 의미의 창작과 배포를 통제하는 능력에 심각한 의문을 제기하는 것이라고 할 수 있다. 젠킨스(1992a)에게, 팬들은 대중 텍스트들을 전용하여 다른 이해들에 복무하는 방식으로 그것들을 다시 읽는 독자들이며, 텔레비전 시청의 경험을 풍성하고 복합적인 참여문화로 변형하는 관객이다. 또한 보통사람들의 읽기(독서)들처럼 미디어 팬 문화는 특정 시리즈나 장르에 대한 배타적 관심을 기반으로 하지 않는다. 미디어 팬들은 광범위한 미디어 텍스트들을 가로질러 상호텍스트적인 커넥션을 만드는데서 즐거움을 얻는다. 그렇기에 젠킨스(1992a)는 미디어 팬을 드 세르토가 보통사람들의 읽기(독서)에 관련시켰던 텍스트를 밀렵하는 대표적 모델로 보았다.

젠킨스(1992a)가 미디어 팬 문화를 설명하는데 드 세르토의 주장을 대부분 받아들이고 분석에 활용하지만 몇몇 부분에서 차이를 보이며 논의를 더 진전시킨다. 첫째, 드 세르토가 독자/시청자들이 서로 분리된 채 개인적으로만 읽기(독서)를 행하고 의미를 생산하는 것으로 가정하는 반면, 젠킨스는 미디어 팬들의 읽기(독서)는 팬들 사이의 상호작용을 통해 개인적 해석을 형성하고 강화하는 사회적 과정임을 강조하였다. 이러한 맥락에서 젠킨스는 팬들의 미디어에 대한 의미 생산에 있어서 팬들 사이의 상호작용과 팬 공동체의 역할을 중요시한다. 둘째, 드 세르토가 작가와 독자의 경계를 명확히 구분한 반면, 젠킨스는 작가와 독자의 경계를 견고한 것으로 보지 않았다. 그렇기 때문에 드 세르토에게 독자/시청자는 주어진 텍스트에 대한 새로운 '의미의 생산자'일 수 있지만 새로운 '텍스트의 생산자'일 수 없는 존재이지만, 젠킨스에게 팬들은 '의미의 생산자'이자 그들 자신의 팬잡지 스토리, 소설, 아트 프린트, 노래, 비디오, 공연 등을 만드는 새로운 '텍스트의 생산자'이다. 특히 젠킨스는 프로그램에 대한 팬들 사이의 상호작용은 많은 팬들을 새로운 텍스트 창조, 오리지널 스토리의 집필로 이끈다고 보았다. 결국 팬덤은 생산자와 소비자, 관객과 참여자, 상업제품과 수제품 사이의 경계를 흐릿해지게 하고 미디어 소비의 경험을 새로운 텍스트의 생산, 궁극적으로는 새로운 문화, 새로운 공동체의 생산으로 전환함으로써 참여문화가 된다고 보았다.

젠킨스의 팬(덤)의 능동성과 생산성에 대한 논의와 주장은 피스크(Fiske, 1992/1998)의

논의와 주장에서도 찾아볼 수 있다. 피스크(1992/1998)는 대중문화가 문화산업의 생산물로부터 사람들에게 의해 생산되기 때문에 수용이 아니라 생산성의 측면에서 이해되어야 한다고 주장하였다. 특히 팬들의 생산성에 주목하여 이를 세 영역으로 범주화하여 제시한다. 첫째는 기호학적 생산성(semiotic productivity)으로, 팬들은 문화산업의 산물들에서 자신의 사회 상황에 알맞은 의미와 즐거움을 생산해낸다는 것이다. 둘째는 언술행위적 생산성(enunciative productivity)으로, 팬들은 자신들이 생산해낸 의미와 즐거움을 타인들에게 전달하고 공유하면서 팬덤의 대상에 대한 특정한 의미를 만들어내고 유통시킨다는 것이다. 셋째는 텍스트 생산성(textual productivity)으로, 팬들은 문학, 예술, 대중문화 분야의 공식적인 작품들에 비견될 만한 텍스트를 만들어낸다는 것이다. 이 세 가지 팬들의 생산성은 젠킨스(1992a)가 ‘의미의 생산자,’ ‘팬 공동체의 구성원’ 그리고 ‘텍스트의 생산자’로서 팬들을 강조한 것과 일맥상통한다고 할 수 있다.

피스크(1992/1998)는 팬 생산성이 새로운 텍스트의 생산에만 국한되지 않는다고 보았다. 팬들은 독창적 텍스트를 구성하는데 참여하여 그 상업적 서사체 혹은 연행을 대중문화로 전환시키기도 한다는 것이다. 예를 들면, 스포츠 관중들이 자신이 응원하는 팀의 복장을 입는다거나, 록의 청중들이 밴드의 의상과 행동을 따라하는 것 등은 경기의 또 연주의 한 부분이 되며 이렇게 연주자 혹은 팀과 팬이 하나의 생산 공동체로 녹아들어감으로써 예술가와 수용자 사이의 차이가 극소화되고, 그에 따라 그 텍스트는 예술 대상이 아닌 하나의 이벤트로 바뀐다는 것이다. 피스크(1992/1998)는 이러한 팬들의 참여 의욕이 텍스트의 생산과 유통에 영향을 미치기 때문에 산업적 텍스트가 팬과 만나 팬의 참여로 그것이 재가공, 재통합될 때, 팬 문화에 있어서 수용의 계기는 곧 생산의 계기가 된다고 보았다.

최순욱, 최성인, 그리고 이재현(2020)은 인터넷 기반의 미디어와 서비스가 급격하게 발전하면서 팬(덤)들은 젠킨스나 피스크 등이 고려했던 수준을 훨씬 뛰어넘는, 엄청난 양의 텍스트를 생산하고 있다고 제시한다. 이들은 스마트폰, PC 등 하드웨어의 고성능화와 포토샵, 프리미어 등 소프트웨어의 일반화, 그리고 유튜브 같은 이미지 기반 SNS의 번성들을 팬(덤)들이 텍스트를 생산하여 유통시키는 활동이 폭발적으로 늘어난 배경으로 보았다. 특히 음악은 유튜브에서 가장 많이 이용되는 카테고리 중의 하나로, 이용자들은 음악과 관련된 커버(cover), 리액션(reaction), 패러디(parody) 등 다양한 텍스트를 생산하여 유튜브에 공유하고 있다는 것이다. 김수철과 강정수(2013)는 케이팝 팬과 팬덤이 디지털미디어를 활용하여 능동적인 수용자로서만이 아니라 적극적인 생산자로서 활발히 활동하고 있다고 제시한다. 특히 이들의 생활활동이라는 것이 원본 디지털 영상콘텐츠를 단순히 리트윗, 유포, 혹은 추천과 같은 것이 아니라 원본 콘텐츠

츠나 비디오를 패러디, 혼성모방, 매시업(mash-up), 리믹스(remix) 등을 통해서 그 본래의 맥락과 내용을 변형하고 또한 기술적인 측면에서도 상당 부분 창의적으로 변형한다고 보았다.

결국, 밀렙이나 팬(덤)의 생산성에 대한 논의는 대중문화의 팬(덤)들이 자신들이 생산하지 않은 대중문화물을 자신들의 즐거움과 이해를 위해 재전유, 변형, 왜곡, 재가공하는 등 자신들의 방식으로 사용하며 그것의 의미를 생산하고 더 나아가 이를 기반으로 새로운 대중문화물을 생산할 수 있다는 것, 더욱이 인터넷과 디지털미디어의 시대에는 이러한 경향이 훨씬 더 강해질 것임을 제시한다고 하겠다. KRPD는 K-pop의 해외 수용자들이 문화산업에 의해 생산된 K-pop과 기존의 공적 및 상업적 공간을 자신들의 방식으로 활용하여 놀이로 즐기면서 이를 디지털미디어를 사용해 동영상으로 제작하여 유튜브를 통해 전세계적으로 유통시키고 있기에, 밀렙이나 팬(덤)의 생산성과 관련한 논의는 KRPD를 분석하고 그것의 문화정치적 함의를 탐구하는데 매우 유용한 틀이 될 것으로 보인다.

6. 케이팝 해외수용의 문화정치적 함의: 댄스 놀이문화를 중심으로

1) 리즘적 실천을 통한 수평적이고 탈권위적 체계 형성

KRPD는 생산, 확산, 운영의 방식에 있어서 비중심화된 리즘적 체계의 특성을 지니고 있다고 하겠다. 먼저 KRPD의 생산은 휴대폰, 블루투스 스피커, 카메라(또는 카메라 기능이 있는 휴대폰)와 여러 명이 춤출 수 있는 공간만 있으면 언제 어디서나 가능하다. 그렇기에 수많은 KRPD가 아시아, 아프리카, 유럽, 아메리카, 오스트레일리아의 주요 도시와 이름이 생소한 소도시의 광장, 거리, 공원, 기차역, 학교의 운동장 체육관·복도, 대형 쇼핑몰이나 대형건물의 광장이나 주차장, 항구, 지역 축제장, 유명 관광지¹³⁾ 등에서 생산된다. 또한 디스코클럽이나 음식점 등 기존 다른 목적으로 사용하던 공간을 케이팝 댄스와 연결함으로써 KRPD의 공간으로 전용하기도 한다. 2020년 상반기부터 2021년 상반기까지는 코로나19로 인해 생산이 상당히 줄어든 상태에서 팬데믹 사태가 상대적으로 덜한 지역(예를 들면, 중국, 호주, 뉴질랜드, 덴마크, 스웨덴, 네덜란드, 핀란드 등의 도시들)을 중심으로 생산되다가 2021년 하반기부터는 다시 생산이 활성화되고 있다. 코로나19 팬데믹 상황에서 때로는 화상대화 프로그램인 ZOOM을 통해 참여자들 각자가

13) 예를 들면, 뉴욕 타임스퀘어, 런던 트라팔가 광장, 파리 에펠탑 및 개선문 앞, 피렌체 두오모 광장, 시드니의 오페라 하우스 앞, 프라하의 구시가지 광장, 상트페테르부르크의 궁전광장 등

화상으로 접속하여 집단적 댄스를 행하는 방식으로 생산을 이어가기도 하였다.

여기서 KRPD의 생산체계에는 거대 자본이나 이와 연계되어 있는 미디어 권력 같은 단일화된 권력적 중심이 존재하지 않는다. 또한 KRPD들은 서로 직접적인 관계가 없다. 유일한 연결성은 케이팝과 유튜브이다. 케이팝과 유튜브를 통해 관심사가 공유되고 직접적인 관계없이 연결·접속됨으로써 각각 고유성과 생명력을 지닌 채 증식되고 있다고 할 수 있다. 이는 리즘의 증식 방식과 같다고 할 수 있다.

KRPD는 참여자들이 공지된 장소와 시간에 일시적으로 모여서 케이팝 각 곡에서 특정 부분(특히 댄스 하이라이트 부분)을 발췌하고 이들을 취합하여 만든 음악을 틀고 그에 맞는 케이팝 댄스를 함께 춘다는 간단한 틀이 있을 뿐이다. 이러한 틀을 기반으로 하여 국가나 지역의 문화와 상황에 따라 또는 더 많은 즐거움을 위해 형식에 있어서 다양한 변주가 이루어진다. 먼저 댄스를 위한 음악을 만드는 방식에서 그러한 특성이 나타난다. 발췌할 케이팝 곡들을 선택하고 이를 취합할 때 특별한 목적이 있을 경우를 제외하고는 유명 그룹이나 특정 그룹의 노래들이 중심이 되기보다는 일반적인 인기와 관계없이 다양한 그룹의 노래들이 선택된다. 대부분의 경우 최신 곡들을 위주로 각기 독립적으로 취사선택하고 취합하므로 KRPD에서 사용되는 곡들의 조합은 각각 항상 다르고 새롭다. 또한 한류가 오래된 중국이나 태국 등 아시아의 국가들의 KRPD에서는 소위 2세대 케이팝 그룹(동방신기, 슈퍼주니어, 빅뱅, 원더걸스, 소녀시대, 2PM, 2NE1, 카라, 티아라, 미스에이, 샤이니, 인피니트 등)의 노래들이 자주 포함된다. 또한 특정한 목적 하에 노래들을 조합하는 경우도 있다. 예를 들면, 케이팝의 역사를 되돌아보는 목적의 KRPD에서는 1990년대 후반의 현진영, 1세대 케이팝 그룹인 HOT, 젝스키스, SES, 핑클 등의 대표 곡부터 2세대 및 현재 활발하게 활동 중인 그룹들의 대표 곡들만으로 이루어진다. 그 외에도 기존 KRPD에서 잘 사용되지 않은 노래들을 위주로 구성하거나, KRPD가 행해진 나라의 댄스곡을 포함시켜 구성하기도 한다. 또한 드물지만 BTS, 블랙핑크, 또는 세븐틴 등 특정 그룹들만의 곡으로 구성된 KRPD도 이루어진다. 이러한 KRPD의 운영 방식은 여러 면에서 개방적, 수평적, 비중심적인 리즘적 체계의 특성을 보인다고 할 수 있다.

KRPD의 공연 길이도 20분에서 3시간에 이르기까지 매우 다양하다. 통상 한 노래에서 40초에서 50초 정도의 길이만을 발췌해 사용하기에 30분 공연에는 40개 내외, 1시간 공연에는 80개 내외의 케이팝 곡들이 발췌 대상이 된다. 또한 같은 곡을 선택했더라도 어느 부분을 어느 정도 길이로 사용할 지에 따라 최종 결과물은 다르다. 또한 두 배의 길이로 노래를 사용하거나, 몇 곡은 짧게 몇 곡은 길게 사용하거나, 전 곡을 그대로 사용하는 경우도 있다. 노래를 2배 느리거나 2배 빠른 속도로 녹음하여 사용하기도 하며, 노래와 노래가 이어지는 부분에서 잠깐 숨고

르는 카운트를 할 것인지, 한다면 어떻게 어떤 언어로 할지 등에 따라 달라진다. 다시 말하면 KRPD를 위한 음악을 만드는데 있어서 규정된 틀은 없다. KRPD들은 서로 느슨한 공통점 속에서 각각 독립적이고 고유한 존재이다. 즉 KRPD는 다양한 재료와 다양한 방식을 활용하여 콜라주(collage)를 통해 각기 독특한 결과물을 생산한다고 할 수 있다. 그렇기에 KRPD 전체적으로는 확산과 다양성이 동시에 점점 더 증대된다고 할 수 있다.

KRPD의 개방적, 수평적, 비중심적인 리즘적 체계의 특성은 음악 운영 형식뿐만 아니라 댄스 운영 형식에서도 나타난다. KRPD는 대부분의 경우, 주 무대를 사각형으로 설정하고 진행된다. 참가자들은 사각형 경계 밖에서 대기하다 자신이 춤 출 수 있는 곡이 나오면 댄스에 참가한다. 그러나 상황에 따라 다양한 변형이 일어난다. 참가자가 많을 경우 주 무대 사각형 공간만이 아니라 음악은 들리는 좀 떨어진 곳에 소그룹을 형성하여 춤을 추기도 한다. 남미 국가들의 KRPD는 매우 넓은 공간에서 이루어지지만 참여자들이 워낙 많아 참여자들이 공간 전체를 메운 상태일 경우가 모두가 그냥 자신이 서있는 자리에서 춤을 춘다. 드물지만 100명 이상의 대형 KRPD의 경우 대형스크린에 케이팝 그룹들이 해당 부분의 댄스를 하는 것을 상영하면서 또는 앞의 단상에서 춤을 많이 이는 한 명이 선도하면서 댄스를 이끌며 진행되기도 한다. 주로 동남아나 남미의 KRPD에서 때로는 전체 진행을 하는 사회자가 존재하기도 한다.

KRPD의 주최자는 지역의 케이팝 커버댄스 팀이거나 좀 더 적극적인 케이팝 팬일 경우가 많다. 드물게는 유명 유튜버나 한국 식당 등이 주최하기도 한다. 그러나 주최자는 운영을 독점하지 않고 참가자 중 한 명의 역할 즉 다른 참여자들과 마찬가지로 댄스에 참가하는 것에 충실하려고 한다. 주최자는 카메라를 세팅하고 음악을 틀어놓고, 가끔 공간이 너무 좁혀졌을 때 이를 정리하는 것 등 한정된 역할만을 한다. 케이팝 관련 2백만이 넘는 구독자를 지닌 유명 유튜버로 세계 주요 도시를 돌아다니며 KRPD를 주최했던 '퇴경아 약먹자'의 운영자인 고퇴경도 마찬가지로의 역할만 한다. 대부분의 경우 KRPD 동영상에서 주최자와 일반참여자가 구분되지 않으며, 이들 사이에 어떤 위계가 있어 보이지는 않는다.

참여의 방식도 개방적이고 비중심적이다. 먼저 KRPD는 참여자가 모두 모여서 시작하는 경우가 많지 않다. 주최자를 비롯하여 시작 시간에 맞춰 모인 사람들이 시작하고 시간이 지남에 따라 참여자가 늘어난다. 또한 참여자는 시작부터 끝까지 계속 있을 의무가 없다. 모임에 아무 때나 참가했다가 아무 때나 빠져나가도 된다. 댄스 참여도 마찬가지이다. 편집된 모든 곡들에 대해 춤을 출 줄 알아야 댄스에 참여할 수 있는 것은 아니다. 자신이 춤을 출 수 있는 곡에만 참여하면 된다. 또한 특정 곡의 댄스에 참여했다가 중간에 그만두고 나오거나 중간이나 마지막 부분에만 들어가 춤을 추어도 된다. 즉 자신이 할 수 있을 만큼만 댄스에 참여하면 된다. 춤을 출 수 있

는 곡이 하나도 없다고 해도 사각형의 밖에서 그냥 맘대로 춤을 추거나 춤을 추는 참가자들을 따라하며 즐기는 사람들도 많다. 때로는 'Freestyle Time'이라고 막춤을 출 수 있는 기회를 제공한다. 결국 KRPD는 공연자와 관객의 경계, 추는 자와 구경하는 자의 경계가 없다. 모두가 관객과 공연자의 역할을 하며 그 역할은 수시로 바뀐다. 또한 참여할 공간이 충분해도 음악이 들리지는 않지만 주 공간에서 떨어진 곳에서 소그룹을 이루고 자신들끼리 즐기기도 한다. 즉 주 공간에서만 댄스가 이루어지는 것이 아니라 주 공간을 중심으로 좀 떨어진 곳에서 소규모 그룹으로도 댄스가 진행된다.

KRPD의 탈중심적이고 비권위적인 개방성은 케이팝 댄스와 관계없는 사람들 즉 일종의 침입자에 대한 태도에서도 잘 나타난다. KRPD가 진행되는지 모르고 주 공간을 가로질러서 걸어가는 사람들이나 주 공간에서 곡들과 관계없이 흥에 겨워 막춤을 추는 아이, 노인, 취객 등도 참여자들이 춤을 추는데 크게 방해가 되지 않거나 충돌할 가능성이 없으면 제지하지 않고 함께 한다. 이러한 경우는 KRPD에서 오히려 재미있는 요소가 된다. 특히 댄스는 모르지만 음악에 흥겨워 막춤을 추며 노는 아이들은 KRPD의 개방적인 길거리 문화로서의 특성을 잘 보여준다.

KRPD는 놀이의 형식에 있어서도 매우 개방적이어서 기본 틀에서 다양한 변수가 이루어져 행해진다. 예를 들면, 색상으로 드레스코드(주로 핑크, 블루, 화이트 등)를 미리 알리고 현장에서 입고 온 옷 색상으로 팀을 자연스럽게 나누어 특정 곡에 춤을 출 수 있는 드레스 색상을 호명하며 진행되기도 한다. 주로 드레스 색상별로 번갈아가며 호명되며 모두 함께 춤을 추는 'All together'도 호명된다. 또한 KRPD는 참가자들을 (참가자가 적을 때) 한 줄이나 (참가자가 많을 때) 여러 줄로 서게 한 후 음악을 틀고 가장 앞의 사람이 줄의 대표로서 춤을 추게 하고 음악에 맞는 춤을 추지 못할 경우 줄의 가장 뒤로 물러나게 되거나 줄에서 탈락하게 되는 놀이 형식으로도 진행된다. 그렇다고 가장 앞의 사람들만 춤을 출 수 있는 것은 아니고 이는 노래가 나오면 뒤에 있거나 탈락해 경계를 이루는 사람들도 함께 춤을 추며 즐긴다. 줄 서기 싫은 사람들은 처음부터 주 무대를 둘러싸고 가장자리에서 춤추며 즐긴다. 몇 가지 형식을 연결해서 KRPD 놀이가 진행되기도 한다. 예를 들면, 덴마크의 코펜하겐에서는 1부는 전형적인 KRPD, 2부는 모든 곡을 2배 길게 또는 통상 하는 부분 이외의 부분까지 포함하여 발췌한 음악으로 하는 KRPD, 3부는 참가자들을 몇 줄로 나누어 하는 KRPD로 구성되어 진행된다. 대만, 베트남, 태국 등에서는 1부는 케이팝 특정 그룹의 곡들에서만 발췌한 음악으로 하는 KRPD, 2부는 전형적인 KRPD, 3부는 케이팝 커버댄스팀의 공연으로 진행된다. 또한 쉬운 댄스부터 시작하여 점점 더 고난도의 댄스를 추게 하는 방식, 케이팝 남성그룹 노래와 여성그룹 노래를 동시에 틀고서 참여하고 싶은 쪽에서 춤추게 하는 방식도 있다.

이러한 KRPD의 개방성은 다른 목적을 지닌 공간이나 모임에 쉽게 어울려 그 공간과 모임의 성격을 변화시키며 KRPD의 영역을 다양하게 확장할 수 있게 한다. 예를 들면, KRPD는 댄스홀에서 진행되는 무도회나 졸업파티의 일환으로, 일반 레스토랑이나 한국 식당 등에서 식사를 하면서, 기차를 기다리는 시간에 즉흥적으로 기차역에서도 진행된다.

KRPD의 생산과 운영에 있어서 나타나는 비중심성, 수평성, 개방성, 탈권위성, 즉흥성, 유목적 등의 특징은 중심적 권력이 형성될 수 없는 특징을 지닌다. 모임은 기본적으로 일회적이며 노래구성도 항상 바뀌고 참가자들 또한 고정되어 있지 않고 바뀐다. 피스크는 팬덤 내 문화적 자본에 따른 권력형성이 일어난다고 하지만 이곳은 그것이 작동할 수 없는 리즘적 체계를 지니고 있다고 하겠다. 그리고 이러한 체계와 특성을 바탕으로 KRPD의 확산과 다양성은 동시에 지속적으로 증대된다고 하겠다. 또한 이러한 특성과 체계는 다음에 논의할 참가자들 사이에 협력과 연대를 형성하는 기반이 된다고 할 수 있다.

2) 정동적 실천을 통한 힘 돌우기 그리고 협력과 연대의 공동체 구성

KRPD는 정동적 실천의 산물이라고 할 수 있다. KRPD의 목적은 무엇보다 즐거움 그리고 이를 통해 기쁨을 느끼기 위한 것이라고 할 수 있다. KRPD는 놀이이다. 놀이의 기본적 목적은 즐거움을 누리고 이를 통해 기쁨을 얻는 것이다. 이것이 KRPD가 운영되는 핵심적 기반이고 KRPD가 확산되는 가장 핵심적 요인으로 보인다. 위에서 논의한 KRPD의 개방성, 비중심성, 비위계성 등의 특성들과 그에 따른 다양한 변형들은 무엇보다 놀이로서 즐거움과 기쁨의 증대를 추구한 결과라고 할 수 있다.

먼저 KRPD의 참가자들에게 댄스 능력은 핵심 관심사항이나 참가기준이 아니다. KRPD에서 중요한 것은 타인에게 어떻게 보이느냐가 아니라 자신이 얼마나 잘 즐길 수 있느냐 라고 할 수 있다. 대부분의 참가자들은 현장에서 구경하는 관객이나 유튜브를 통해 보는 시청자들에게 크게 신경 쓰지 않는다. 주 무대의 앞 특히 카메라의 앞에서 춤을 추고자 하는 경향이 있는 참여자들이 가끔 있지만, 대부분의 참여자들에게 자신이 동영상에 잘나오는 주 무대의 앞쪽에서 춤을 출 것인지 동영상에서는 잘 보이지 않는 뒤쪽에서 춤을 출 것인지는 그렇게 중요하지 않아 보인다. 오히려 앞자리를 차지하려는 경향을 보이는 참여자들은 동영상 댓글에서 집중적인 비판의 대상이 된다. 또한 참여자들이 전반적으로 춤을 잘 추지 못했지만 광관의 분위기 속에서 이루어진 KRPD는 관객이나 시청자들에게 더 큰 환호를 받는다. 참여자들은 잘 모르는 곡이라도 아는 만큼 참여하며 최대한 즐긴다. 예를 들어, 전체적으로 댄스를 거의 몰라도 세븐틴의 '박수'의 경우 박수치는 부분, 제니의 '솔로'의 경우에는 손을 하늘을 향해 뻗는 부분, 에이티즈의 'say my

name'의 경우 팔을 치켜들고 좌우로 걸어 다니는 부분, 모모랜드의 '뽀뽀'에서 양손을 하늘로 올리고 'Great!' 하는 부분 등은 참여자 모두 함께하며 즐긴다. 모두가 잘 모르는 곡이 나왔을 경우 모두 함께 막춤을 추거나 마련된 주 공간이 아닌 좀 떨어진 곳, 때로는 멀리 계단에 앉아서 춤을 추며 즐기는 것 등도 KRPD가 춤을 타인에게 전하기 위한 것이 아니라 자신의 즐거움과 기쁨을 위한 것임을 시사한다. 물론 국가나 지역에 따라 호응하는 곡이나 호응의 강도는 다르다. 정동을 인간의 '존재'와 '행동'을 낳은 잠재력이라고 할 때(김예란, 2013, 189쪽), KRPD 참여자들이 KRPD로부터 얻는 즐거움과 기쁨은 참여자들의 존재 능력과 행동 능력을 증대시키는 정동이라고 할 수 있다.

KRPD에서 참여자들이 느끼는 즐거움과 얻는 기쁨은 참여자 각각의 개별적 차원이기보다는 관계적이고 상호작용적 차원에서 생산되기에 더욱더 커진다고 할 수 있다. KRPD는 혼자 하는 놀이가 아니라 함께 하는 놀이이다. 혼자하면서 얻을 수 있는 즐거움이라면 굳이 이동하는 시간과 비용을 감수하면서 KRPD에 참여할 필요는 없을 것이다. 혼자 할 때보다 함께 할 때 즐거움과 기쁨이 훨씬 커지기에 모여서 함께 춤을 추는 것이다. 위에서 논의한 놀이 형식의 다양화도 함께 더 잘 즐기고 이를 통해 더 많은 기쁨을 함께 하기 위한 것이라 할 수 있다. 물론 그것들 중에 경쟁 형식이 도입된 것도 있지만 이는 기본적으로 경쟁이나 순위를 위한 것이 아니라 약간의 긴장을 주어 함께 더 잘 즐기는 분위기를 만들기 위한 것이다. 물론 다른 참가자에 대한 환호와 격려의 강도는 국가와 지역에 따라 다르며 동아시아 특히 한국이나 중국의 KRPD는 잘 추는 것 그리고 경쟁에 일정정도 초점이 맞춰져있는 경향이 있기도 하다. 이는 KRPD 문화도 행해지는 지역의 지배적 사회질서와 상호작용하고 있음을 시사하는 것이라 하겠다.

또한 참여자들이 KRPD에서 함께 댄스를 하는 것은 특정 공동체의 일원으로서 문화적·사회적 정체성을 구성하고 그런 과정 속에서 더 자신감 있고 더 자부심이 고양된 주체가 되는 행위가 될 수 있다. 이는 KRPD에서 이루어지는 참여자들의 다양한 실천들에서 잘 나타난다. KRPD에서는 다른 참여자들이 춤을 출 때 격려하고 환호하고 (양손을 들고 허리를 굽혀 큰 인사하거나 한 손바닥을 위로 향하고 그 손바닥에 다른 손을 얹어서 앞으로 쏘아서 사랑과 존경을 날려 보내는 방식으로) 경의를 표하는 것을 매우 흔하게 목격할 수 있다. 참여자들 중 (춤을 아는 다른 사람들이 없어서) 홀로 춤을 추기 시작했지만 결국 끝까지는 하지 못하고 중간에 나오는 사람이나 춤 전체를 완전히 익히지 못해서 중간 중간 춤을 추지 못하면서도 춤을 어렵게 끝낸 사람에 대해서도 다른 참여자들은 큰 환호를 보낸다. 또한 친구나 동료가 (춤을 알면서도) 부끄러워 댄스 참여를 주저주저할 때 격려하거나 주 무대 안으로 끌어들이거나 밀어 넣어서 춤을 추게 하여 함께 즐겨워하고 그렇게 춤을 마무리한 친구를 환호하며 맞고 격려하는 풍경도 KRPD에서는

자주 목격할 수 있다. 춤을 잘 추지 못할 경우에도 비난이 아니라 격려와 환호를 보내는 것은 KRPD에서 일상적인 것이다.

KRPD의 참여자들이 얻는 즐거움이나 기쁨은 육체를 기반으로 한 것이다. 육체의 움직임을 통해 즐거움과 기쁨이 표출되며 이 과정을 통해 증가된 즐거움과 기쁨은 다시 육체의 움직임을 더욱 활발하고 강렬하게 한다.¹⁴⁾ KRPD에서 참여자들이 크게 환호하는 곡들도 이를 엿보게 한다. KRPD에서 크게 환호 받는 곡은 일반적인 인기 순위와 일치하지 않는 경우가 많다. 물론 BTS, 블랙핑크, 트와이스, 레드벨벳, 엔시티, 세븐틴 등 인기그룹의 곡들에 참여자의 다수가 춤을 추지만 참가들로부터 크게 환호 받는 곡들은 이들보다 상대적으로 인기도나 인지도 낮은 그룹인 포미닛, 에버글로우, 씨엘씨, 에이티즈, 스트레이키즈, 잇지 등의 곡들이다. 이들은 동작이 크고 강렬한 댄스가 포함된 곡들이다. 블랙핑크의 곡들 중에도 동작이 힘차고 강렬한 '뚜뚜뚜뚜'나 '킬 디스 러브', '봄바야가 환호를 받는다. 이는 KRPD에서 중요한 것은 일반적으로 얼마나 인기 있느냐보다는 춤을 추었을 때 얼마나 큰 즐거움, 쾌감 그리고 기쁨을 느낄 수 있느냐가 중요하다는 것을 보여 준다고 하겠다.

더 나아가 KRPD에서는 사회적으로 '역한 것'으로 규정되는 육체의 움직임과 전시에 참여자들은 더 즐거워하고 환호한다. 뛰고 구르고 바다에 눕고 하는 동작들을 행할 때, 특히 비가 와서 바닥이 젖어 있음에도 이러한 동작을 행할 때 큰 환호가 쏟아진다. 또한 몸 전체나 엉덩이를 흔들거나 옆 사람의 엉덩이나 몸을 쓰다듬거나 개별로 관객을 향해 또는 커플로 서로를 향해 유혹하는 관능적인 몸짓을 하는 등의 동작 또한 큰 환호 받는다. 현아의 'Lip & Hip', 선미의 '싸이렌' '가시나' '마리아', 청하의 '12시', EXID의 '위 아래'나 'DDD', 시스타의 'Touch my body,' 태민의 'Move' 등이 큰 환호를 받는 것은 이러한 동작들이 많이 포함되어 있기 때문이다. 참여자들은 민망한 춤 또는 저질 댄스를 오히려 더 즐거워하고 환호한다. 이는 KRPD가 불온한 동물성을 지니고 있음을 엿보게 한다. KRPD가 행해지는 공간이 광장, 학교, 기차역, 쇼핑센터 등의 공적 및 상업적 공간이라는 것을 감안할 때 KRPD가 지닌 육체성과 불온한 동물성의 강도와 합의를 짐작할 수 있다.

KRPD가 지닌 육체성과 불온한 동물성을 고려할 때, 허용된 특정한 공간과 시간 내에서 제공이나 섹슈얼리티 등과 관련한 기존 규범들을 일탈하며 육체성과 동물성을 즐겼던 중세 유럽

14) 케이팝의 해외수용은 이러한 육체성과 밀접히 관련이 있다고 할 수 있다. 케이팝은 듣는 음악이나 보는 음악을 넘어서서 몸으로 행하는 음악이 되었다. 케이팝 댄스의 모방가능성은 케이팝의 해외수용의 핵심적 요인 중 하나라고 할 수 있다. 케이팝 관련 유튜브의 영상물 중 압도적 다수가 이 연구가 다루고 있는 KRPD를 비롯해 커버댄스, 플래시몹 등 댄스(커버)와 관련된 것임은 이를 시사한다.

의 카니발과 유사하다고 하겠다. 그러나 중세 카니발은 권력이 허가한 시간과 장소에서만 이루어지고 카니발 기간 동안에 경험했던 규범 이탈이나 지배질서로부터의 탈주가 일상에서의 이탈이나 탈주를 면역시키고 종속을 견디는 힘으로 작동할 수도 있는 한계를 지닌다. 이에 비해 KRPD는 참여자들에 의해 아무 때나 아무 곳에서나 게릴라적으로 그리고 정기적이지 않지만 지속적으로 이루어질 수 있다는 점에서 지배 질서로부터 더 해방적일 가능성이 높다고 하겠다. 이는 이성/합리/계획을 통한 플레지르적 즐거움이 아닌 육체/모순/즉물을 통한 주이상스적 즐거움을 추구하여 이성/정신/질서 등의 지배질서 체계에 대한 저항에 있어서 카니발보다 KRPD가 더 크고 지속적인 힘을 지닐 수 있다는 것을 시사한다.

즐거움과 기쁨의 정동적 실천으로서 KRPD는 참여자들에게 힘돋우기(empowerment)와 연대와 협력 그리고 이를 기반으로 한 절합/무위 공동체를 경험하는 기회 또한 제공하는 것으로 보인다. 무엇보다 KRPD의 참가자의 표정과 몸짓에는 즐거움과 기쁨과 아울러 자신감, 성취감, 자부심 등이 강하게 배어났다. 위에서 KRPD는 공연자와 관객의 경계, 춤을 추는 자와 구경하는 자의 경계가 없다고 했는데 이는 모두가 KRPD의 주인공이 될 수 있다는 것을 의미한다. 주 무대의 앞쪽은 춤을 잘 추는 참여자만을 위한 곳이 아니다. 그리고 모든 곡을 다 잘 추는 참여자도 매우 드물다. 참여자마다 댄스를 잘 알고 있는 곡이 다르기 때문이다. 따라서 한 사람만이 아니라 누구나 KRPD의 주인공이 될 수 있다. 자기가 모르는 곡일 경우는 춤을 추는 다른 참여자들에게 격려와 환호를 보내는 관객이 되지만 자신이 아는 곡이 나올 경우는 곧바로 격려와 환호를 받는 공연자로 바뀌게 된다. 참여자들은 무대의 주인공과 조연의 역할을 수시로 번갈아 가며 하게 된다. 줄을 서서 하는 형식은 소극적인 사람들도 더욱 적극적으로 참여하게 함으로써 모두가 주인공이 되는 기회를 제공하기도 한다. 앞에서 논의했듯이, 이는 참여자들의 존재 능력과 행동 능력이 증대되는 기쁨을 누리게 하는 정동적 실천(김예란, 2013)으로서 이를 통해 참여자의 성취감과 자존감을 높이고 끝없는 무한경쟁만을 강요하는 신자유주의 사회의 억압적이고 폭력적인 사회적 현실 속에서 왜소하고 초라해져가는 (거의 대부분이 청년들인) 참여자들이 그런 사회질서에 당당하게 존재하고 맞서서 행동할 수 있는 힘을 충전할 수 있는 기회 즉 힘 돋우기의 기회를 제공하고 있다고 할 수 있다.

KRPD에서 발생하는 힘 돋우기는 타인들과 함께 있고 함께 행동하기에 훨씬 더 잘 활성화되고 강력해질 수 있다고 하겠다. 위에서 논의했듯이, KRPD에서 참가자들은 서로에게 지지자이며 격려자로서 존재하고 관계 맺는다. 이렇게 KRPD에서 흔하게 목격할 수 있는 상호 지지와 격려는 참여자들이 즐거움과 기쁨을 느끼고 성취감이나 자부심을 갖게 되는 바탕이며 이것들이 커지고 강화되는 환경이 된다. 더욱이 하나의 공연으로서 KRPD는 참여자들 간의 협력과 연대

의 산물이다. KRPD는 참여자들 각자가 춤출 수 있는 부분들이 합쳐져 만들어진 것이다. 먼저 KRPD의 시작부터 끝까지 모든 곡을 춤추는 참여자는 매우 드물다. 참여자들이 각자가 춤출 수 있는 곡에 참여함으로써 하나의 KRPD는 완성된다. 참여자들 사이에 많이 알려지지 않은 곡에 대해서는 처음 춤추던 참여자들이 중간에 기억이 나지 않아 물러나면 다른 참여자들이 나와서 이어가는 방식으로 한 곡에 대한 춤이 완성되기도 한다. 또한 KRPD를 위해 편집한 노래 부분에 케이팝 그룹 멤버들이 모두 동일한 동작을 하는 부분이 아니라 각각 역할을 맡아 서로 다른 동작을 하여 하나의 안무를 만들어내는 부분이 포함되어 있을 경우(대표적으로 투모로우바이투게더의 ‘어느 날 머리에서 뿔이 자랐다’, 아이즈원의 ‘라비앙 로즈’, 트와이스의 ‘에스 오어 에스’, 이달의 소녀의 ‘버터플라이’ 등), 참가자들이 각자 개별적으로 춤추기보다는 그 춤을 춘 케이팝 그룹처럼 각기 역할을 맡아 하나의 팀으로서 춤을 추며 즐거워한다. 이 경우, 춤을 추던 참가자들이 미리 약속하지 않은 상태에서 즉흥적으로 각각의 역할을 선택하여 하나의 팀으로 춤을 완성할 때 큰 환호를 받는다. 종종 커버댄스팀의 멤버들이 팀을 이루어 행하기도 하지만, 대부분의 경우 서로 잘 모르거나 함께 춤춰본 경험이 없던 사람들이 즉흥적으로 팀을 이루어 어설피지만 함께 춤을 춘다.

결국 KRPD는 참여자 모두가 주인공이고 주체로서 서로 협력과 연대를 이루어 생산된다. 각자가 즐기다가도 필요하면 즉흥적으로 협력하고 연대한다는 것이다. 이것은 KRPD가 지닌 기존 케이팝 커버댄스나 케이팝 플래시몹과의 차별점이라고 할 수 있다. 케이팝 커버댄스는 미리 댄스팀을 구성하고 연습을 함께하여 춤을 추고 케이팝 플래시몹은 미리 몇 곡을 선정해 춤을 익혀 와서 모두가 일사분란하게 처음부터 끝까지 춤을 춘다. KRPD가 좀 더 대중성, 즉흥성, 협력성의 특성이 강하다고 하겠다. KRPD의 댓글에는 “K-pop bring people together”라는 말이 자주 등장한다. 더 나아가 KRPD들은 유튜브 등 SNS를 통해 공유됨으로서 서로 다른 나라와 문화권의 사람들 사이에 친밀감과 연대감이 이뤄지는 환경을 제공한다. KRPD의 댓글은 다양한 나라와 문화권에 있는 사람들이 서로에게 친밀감과 연대감을 표현한 것이 대부분이다. 이러한 KRPD 참여자들의 협력과 연대는 위에서 논의한 KRPD의 비중심성, 개방성, 탈권위성 등의 특성이 기반이 되어 형성된다고 할 수 있다.

이러한 맥락에서 각각의 KRPD는 일시적이지만 참여자들에게 하나의 공동체로서 작동하고 있다고 할 수 있다. 참여자들이 정동을 통해 일시적으로 절합하여 이루어진 공동체라고 할 수 있다. 김예란(2010)은 슬픔과 기쁨의 정념은 집합적으로 감응되어 공유될 수 있는 무엇이 되고 이 때 개인들의 힘이 이루어지면서 감정의 공동체라는 집합이 형성된다고 하였다. 여기서 공동체성은 구성원이 공유한다고 간주되는 동질성에 근거한 기획 혹은 힘을 합쳐 이루어야 할 과제의

영역에 위치한 공동체가 아니라 관계 자체에 의해 발생하여 무엇으로도 환원되지 않는 ‘우리’ 즉 ‘함께-있음’이라는 조건아래에서 특정한 경험의 계기를 통해 드러나는 실체로서 ‘함께-있음’이라는 사실만으로 집단성을 불러일으키며 순간적으로 부각되는 낭시(Nancy, 1986/2010)의 무위의 공동체에 가깝다고 하겠다.

홍석경(2020)은 방탄소년단의 해외수용과 그 문화정치적 함의를 분석하였다. 그는 먼저 세계의 청년들은 지역적 차이를 고려하더라도 무한 경쟁으로 인한 자존감 상실, 환경 위기와 팬데믹이 보여주는 불확실한 지구의 미래라는 생존의 조건을 공유하고 있다고 보았다. 홍석경(2020)에 따르면, 이러한 상황에서 방탄소년단이 세계적으로 대표적인 그룹이 된 것은 팬들에게 신자유주의적 경쟁에 자신을 갈아 넣으라는 자기계발의 논리가 아니라 자신을 있는 그대로 받아들이는 것, 그리고 무릎 꿇지 말고 자존감을 지키며 미래를 위해 연대하자고 다가가 이러한 지배 질서에 버티고 맞서는 힘을 본뜬 것이 핵심 요인 중 하나라고 보았다. 홍석경의 연구결과는 이 논문의 연구결과와 상통한다고 하겠다. KRPD가 세계 청년들의 놀이문화로 확산되고 있는 것은 참여자들에게 즐거움과 기쁨이라는 정동의 활발한 상승을 통해 존재 능력 및 행동 능력을 높여 자존감을 높일 수 있는 기회를 제공하고 참여자들 상호간에는 협동하고 연대하여 힘을 발휘할 수 있는 공동체적 감수성을 키워주어 신자유주의적인 사회질서에 맞설 수 있는 힘돋우기를 제공하기 때문일 수 있다는 것이다.

3) 밀렵적 실천을 통한 탈영토화와 재영토화 실행

KRPD는 기존 미디어산업과 엔터테인먼트산업의 생산물 그리고 공적 및 상업적 공간에 대한 참여자들의 밀렵적 실천의 산물이라고 할 수 있다. KRPD는 무엇보다 기존 음악을 밀렵한 결과이다. 즉 KRPD는 케이팝 소비자들이 케이팝 산업의 생산품을 밀렵하여 만들어진 새로운 생산물이다. 위에서 논의했듯이 KRPD에서 사용하는 음악은 각 케이팝에서 특정 부분(주로 댄스 하이라이트)만을 모아서 20분에서 3시간으로 구성된 새로운 음악이라고 할 수 있다. KRPD에서 사용하는 음악은 주최자가 임의로 구성하기에 언제나 다르고 새로운 것이다. 형식도 다양한 변주가 이루어진다. 주최자에 따라 한 곡당 40초 내외가 아니라 80초 내외로 하거나, 자신 지역의 댄스음악을 포함시키거나, 인기곡들은 제외하거나 하는 등 다르게 구성된다. 이는 케이팝 대중음악산업의 의도하거나 계획한 것이 아니다. KRPD는 케이팝 소비자들이 자신들의 즐거움을 위해 놀이에 사용할 목적으로 케이팝 산업의 생산물을 능동적으로 밀렵하여 생산된 것이라고 할 수 있다.

KRPD는 또한 기존 공간을 밀렵하여 이루어진 결과이다. 위에서 논의했듯이, KRPD는 광장, 거리, 공원, 기차역, 학교의 운동장 체육관·복도, 대형 쇼핑몰이나 대형건물의 광장이나 주차

장, 항구, 지역 축제장, 유명 관광지 등에서 이루어진다. 이는 KRPD의 참여자들이 기존 공적 공간과 상업적 공간을 원래의 목적이나 성격에서 벗어나는 놀이 공간으로 밀렵한 것이라고 할 수 있다. 대부분의 공간은 게릴라적으로 일회성으로 전용되지만, 세계 주요 도시들¹⁵⁾의 특정 공간들은 정기적이지는 않지만 지속적으로 전용되기도 한다. 이는 이들 공적 및 상업적 공간이 KRPD의 놀이공간으로 지속적으로 밀렵되는 것이라고 할 수 있다. 이 장소들은 일종의 KRPD 성지가 되어 다른 도시의 KRPD 참여자들이 그 도시를 방문했을 때 찾아가 함께 KRPD에 참여하는 공간이 된다. 몇몇 KRPD 참여자들은 유럽의 여러 도시의 KRPD에 등장한다. 이들은 KRPD에 참여하기 위한 목적으로 KRPD 성지가 있는 유럽의 여러 도시들을 방문하는 것으로 보인다. 이는 KRPD가 케이팝 소비자들이 기존 문화산업의 생산물과 공적 및 상업적 공간을 밀렵함으로써 생산한 새로운 문화임을 보여준다고 하겠다.

여기서 주목해야할 것은 이러한 밀렵을 통한 참여문화의 산물로서 KRPD가 지닌 좀 더 심층적인 문화정치적 함의라고 할 수 있다. 먼저 KRPD는 공간에 대한 기존 인식이나 구분을 벗어나고 파괴한다. KRPD는 공적 영역은 이성적이며 남성적 공간으로, 사적 영역은 감성적이며 여성적 공간으로 구분하는 이분법을 벗어나고 파괴한다. 예를 들면, KRPD는 남성이 중심이 되어 정치적 토론 공간으로 분류되고 인식이 되어온 유럽 도시들의 광장을 여성들이 중심이 되어 감각과 육체를 위한 놀이와 축제의 공간으로 밀렵한다. 또한 KRPD는 대부분이 이윤을 위한 상업적 공간으로 채워져 있는 현대 도시 공간의 곳곳을 탈영토화하고 자신들의 놀이와 축제를 위한 공간으로 재영토화한다. 정치나 경제의 기존 질서에 따라 진지한 토론이나 합리적인 거래 또는 정숙한 관광 등이 이루어져야할 도시 공간들에서 집단적으로 머리와 엉덩이 등을 포함한 온몸을 강렬하게 흔들고 뛰어오르고 드러눕고 유희적이고 관능적인 몸짓을 과감하게 드러내며 때로는 괴성을 지르며 축제를 벌인다. 이는 KRPD 참가자들이 의도하거나 계획한 것이 아닐지라도 근대 자본주의 사회가 규정한 엄숙성과 상업성에 대한 도전이며 전복이라고 할 수 있다. 피스크(Fiske, 1992/1996)는 팬덤이 대중문화의 텍스트를 전용해 그들만의 새로운 텍스트를 생성하고 이렇게 재생산된 문화를 공유하여 탈주의 효과와 탈영토화의 특징을 가진다고 보았는데, KRPD 문화는 유튜브와 한국엔터테인먼트산업계의 상업적 체계 하에서 그리고 공적 및 상업적 공간 내에서 이루어지지만 그 지배 체계와 공간을 밀렵하여 그것들이 지닌 지배질서의 논리에서 벗어나는 수행

15) 예를 들면, 미국 뉴욕과 로스앤젤레스, 캐나다 밴쿠버, 영국 런던, 프랑스 툴루즈, 독일 프랑크푸르트, 슈투트가르트, 라이프치히, 도르트문트, 스트라스부르와 뒤셀도르프, 노르웨이 오슬로, 덴마크 코펜하겐, 네덜란드 암스테르담, 스페인 사라고사, 이탈리아 토리노, 스웨덴 린셰핑, 브라질 피라시카바, 호주 퍼스, 러시아 모스크바, 중국 상해, 광저우와 청두, 베트남 하노이와 호찌민시, 인도네시아 자카르타 등.

을 통해 즐거움을 추구하고 이를 공유하며 서로 힘돋우기를 함으로써 탈주의 효과와 탈영토화 및 재영토화를 실현하고 있다고 할 수 있다.

또한 KRPD는 여성/남성의 이분법적 구분을 벗어나고 이를 전복시킨다. 참가자들은 여성과 남성의 구분 없이 케이팝 남성그룹과 여성그룹의 모든 댄스를 즐긴다. 오히려 남성그룹이 하는 크고 격렬한 춤 동작을 여성참가자가, 역으로 여성그룹이 하는 섬세하고 요염한 춤 동작을 남성참가자가 잘 소화할 때 크게 환호 받는다. 여성참여자들과 남성참여자들이 서로의 역할을 재전용하며 즐거움을 추구한다고 할 수 있다. 이는 케이팝 여성그룹의 노래와 댄스가 여성을 성적 대상화하는 효과를 낸다는 국내외의 연구들(예를 들면, 김정원, 2011; Lin & Rudolf, 2017)의 염려를 벗어나고 오히려 이를 희화화하고 전복하고 있다고 할 수 있다. 또한 위에서 논의했듯이, 힘차고 격렬하고 과격한 춤 동작을 지닌 곡은 그것이 남성그룹의 곡이던 여성그룹의 곡이던 참가자들에게 크게 환호를 받는다. 특히 귀여움이나 청량함 등 여성성의 특징을 강조한 여성그룹(예를 들면, 여자친구, 레드벨벳, 트와이스 등)의 곡들보다 일반적인 인기나 인지도에서는 상대적으로 낮지만 춤 동작이 크고 힘찬 걸크러시한 여성그룹(예를 들면, 씨엘씨, 에버글로우, 잇지 등)의 곡들이 KRPD의 여성 참여자들에게 큰 각광을 받는다.

KRPD 문화가 지닌 밀렵을 통한 도전성과 전복성은 KRPD 참여자들이 보이는 사회적 소수성과 연결해보면 그 의미가 더 커진다고 할 수 있다. KRPD가 세계적으로 확산되고는 있지만 그 참여자들은 여전히 성, 세대, 인종에 있어서 소수자들이 주축을 이룬다. 성적으로는 여성이 압도적인 다수를 이룬다. 아시아나 남미의 KRPD에는 상대적으로 남성들이 다수 참여하나 그들 중에는 성적 소수자로 보이는 참여자들이 다수 포함되어 있다. 세대적으로는 가끔씩 어린아이나 장년층이 참여하기도 하지만 10대와 20대의 청년이 대다수를 이룬다. 인종적으로는 독일, 북유럽 및 오세아니아 국가들을 제외하면 (주류 백인이 아닌) 동양계, 흑인, 라틴계가 대다수이다. 이러한 맥락에서 KRPD는 하위문화적 특성과 연관된다고 할 수 있다. 기존 경험적 연구들(예를 들면, 김수정·김수아, 2015b; 김영철, 2016; 민지은·지영호, 2015; 손유진·배은석, 2016; 신사빈, 2018; 오미영, 2014; 장원호·송정은, 2015)도 해외 여러 나라에서 케이팝이 여전히 하위문화적 성격을 지니고 있음을 밝혀왔다.¹⁶⁾

16) 물론 해외에서의 케이팝을 하위문화로, 해외 케이팝 팬이나 팬덤을 하위문화집단으로 일률적으로 규정하는 것은 논리적으로 여러 문제를 발생시킨다. 특히 신자유주의와 디지털미디어 시대에 있어서 문화산업과 팬덤 사이의 거리, 주류 문화와 하위문화의 경계가 불분명해졌고 또한 문화정치적으로 지배와 저항의 이분법 또한 타당성이 크지 않게 되었다(김수정·김수아, 2015a; 윤선희, 2013). 케이팝이 언제나 어디서나 무엇에 대해서나 주류문화이거나 하위문화일 수 없고 케이팝 팬과 팬덤 또한 마찬가지로이다. 따라서 일반화와 획일적인 규정은 불가능하며 바람직하지도 않다. 다만 특정한 대

원래 팬과 팬덤은 하위문화로서 시작된 사회문화 현상이라고 할 수 있다. 젠킨스(Jenkins, 1992b)는 팬덤이 자본주의 사회에서 지배적인 문화적 위계질서 안에서 정상적인 것으로 간주되는 부르주아적 취향으로부터 벗어나 문화적 위계질서에 저항하는 것으로부터 출발한 것으로 보았다. 피스크(Fiske, 1992/1996)도 팬덤이 지배적인 가치체계에서 밀리받는 문화형태들과 주로 연결되며 그래서 팬덤은 성별, 나이, 계급, 인종 차원에서 종속적인 사람들의 문화 취향과 연관이 있다고 보았다. 따라서 하위문화적 특성을 지닌다는 것은 항상 그런 것은 아니지만 주류 사회와 문화로부터 거리가 있는, 때로는 이에 저항하는 특성을 지닌다고 하겠다.

이러한 맥락에서 KRPD의 문화정치적 함의를 좀 더 톹아볼 수가 있다. 무엇보다 KRPD는 여성/청년/비백인/성적소수자들이 공적 및 상업적 공간을 육체를 통한 즐거움을 즐기며 자신을 드러내고 표현하는 공간으로 밀려드는 기회를 제공한다. 이슬람 여성 청년들이 차도르를 두르고서 열정적으로 춤을 추거나, 성적 소수자로 보이는 참여자들이 자신의 성적 취향과 성적 관능성을 마음껏 드러내는 모습은 KRPD에서 드문 일이 아니다. 또한 날씬한 몸을 숭양하고 그에 벗어난 몸을 억압하는 현대 자본주의 사회의 기준에서 비정상적인 몸을 지닌 참여자들이 적극적으로 춤을 즐기어 다른 참여자들로부터 환호를 받는 모습 또한 KRPD에서 자주 목격할 수 있다.

즉 KRPD는 공적 및 상업적 공간에서 자신의 존재 능력과 행동 능력이 왜소했던 사람들이 자신을 드러내고 표현하면서 즐거움과 기쁨을 누리고 자신의 존재 능력과 행동 능력을 증강시키는 정동적 실천을 행하는 기회를 제공한다고 하겠다. 이러한 과정 속에서 참여자들은 기존 질서에 도전자로서 전복자로서 자신의 정체성을 변화, 배양, 강화시키는 기회를 갖는다고 할 수 있다. 이는 KRPD가 ‘인간 및 기계가 개인적, 집합적, 담론적으로 교통하고 네트워크화되어 서로 영향을 주고받고 변형되는’ “정동 네트워크”(Hillis, Paasonen, & Petit, 2015: 김예란, 2020, 39쪽, 재인용)일 수 있음을 보여준다.

7. 논의 및 결론

이 연구는 케이팝의 해외수용 문화가 지닌 문화정치적 함의를 심층적으로 밝혀보고자 하였다. 이를 위해 해외에서 청년 놀이문화로 확산되고 있는 K-pop Random Play Dance (KRPD)를 연

중문화 현상의 문화정치적 함의를 밝히려는 목적을 위해 하위문화론의 논리를 전용하여 특정의 시공간 속의 특정의 대상에 대해 주류문화적 또는 하위문화적 특성을 분석하여 논의하는 것은 가능하고 생산적일 수 있다고 본다.

구대상으로 하여 유튜브에 공유된 500개의 동영상상을 분석하였다. 연구결과, 첫째 KRPD의 생산과 운영은 비중심적, 비위계적, 탈권위적, 개방적인 리즘적 체계 하에 이루어지고 있었다. 이러한 체계는 새로운 KRPD가 끊임없이 생산되고 세계적으로 확산이 이루어질 수 있는 환경을 제공하는 것으로 보인다. 둘째, KRPD는 참여자들이 즐거움과 기쁨을 얻기 위해 행해지는 정동적 실천의 산물이었다. 이는 참여자들의 존재 능력과 행동 능력을 증가시켜 자존감을 높이고 참여자들 사이에 협력과 연대를 통한 무위적/절합적 공동체를 형성하게 함으로써 신자유주의 지배질서에 맞서고 도전할 수 있는 힘 돋우기의 기회를 제공하는 것으로 보인다. 셋째, KRPD는 기존 미디어산업과 엔터테인먼트산업의 생산물 그리고 공적 및 상업적 공간에 대한 참여자들의 밀렵적 실천의 산물이었다. 이는 정치나 경제의 지배 질서를 따라야 하는 공간들을 탈영토화하여 카니발의 공간으로 재영토화하고 다양한 소수자들이 이 공간들에서 주체로서 존재감을 확인하고 새로운 주체를 형성해갈 수 있는 기회를 제공하는 것으로 보인다.

이 연구의 결과는 케이팝 해외수용의 문화정치적 함의에 대한 좀 더 본격적인 연구의 필요성을 제기한다고 하겠다. 케이팝의 해외수용은 흔히 이야기 하듯 한국엔터테인먼트산업의 전략, 유튜브 등 SNS의 번성, 퍼포먼스의 화려함, 메시지의 훌륭함 등의 산업적, 기술적, 음악적 요인만으로는 설명이 불충분하다. 케이팝의 세계적 확산을 심층적으로 이해하기 위해서는 해외 수용자들의 삶 속에서 케이팝이 어떤 의미 특히 문화정치적 차원에서 어떤 의미로 작동하는지에 대한 이해가 필요하다고 하겠다. 케이팝이 해외 수용자들에게 문화정치적으로 의미를 지니고 있다는 것은 최근 케이팝 팬들 특히 BTS의 팬덤인 아미들의 여러 실천과 행위들에서 잘 나타난다. 예를 들면, 미국의 인종차별에 저항하는 블랙 라이프 매터 운동에의 참여, 온라인에서 미국 백인우월주의자 및 트럼프 미국 대통령에 대한 일종의 투쟁, 그리고 홍콩, 태국, 알제리, 미얀마 등에서의 민주화운동 시위에 한글로 BTS의 노래 가사를 쓴 피켓을 들고 참여, 아르메니아와 아제르바이잔의 전쟁에서 아미인 이슬람소녀가 한글로 쓴 전쟁 반대 피켓을 들고 참여 등이 있다. 물론 이를 과대 해석하는 것은 경계해야한다. 그러나 문화정치적으로 매우 흥미롭고 중요한 현상이라고 할 수 있다. 케이팝의 해외수용과 관련해 이제 관심을 가져야 하는 것은 단순히 케이팝의 세계화 양상이나 원인을 밝히는 것을 넘어서 해외 수용자들의 삶에 있어서 문화정치적으로 케이팝이 지니는 의미가 아닐까 한다.

특히 KRPD와 같이 케이팝 댄스를 중심으로 이루어지고 있는 케이팝의 해외수용 문화를 정동, 육체, 감각, 권력 그리고 주체 구성의 문제 차원에서 본격적으로 탐구하는 것이 필요하고 가치가 있다고 본다. 버틀러(Buttler, 1999/2008)는 수행성(performativity)이라는 개념을 통해 어떤 행위를 직접 몸으로 수행함으로써 우리는 우리 자신의 정체성을 구성하기도 하고 우리

의 사고방식을 바꾸기도 한다고 하였다. 예를 들면, 집회와 시위에 몸으로 참여해 공동의 행동을 할 때 그 행위 자체가 우리의 의식을 형성하고 우리의 정체성을 재구성해준다는 것이다. 비슷한 맥락에서 남궁협(2020)은 계몽된 주체가 사건을 만드는 게 아니라 감응적 연대를 통해 주체가 출현한다고 보았다. 감성적이고 신체적인 감응에 이끌려 함께 촛불을 들고, 희망버스를 타며 참여한 자들이 사건을 만들고 그림으로써 비로소 주체가 된다는 것이다. 이 연구의 결과는 KRPD가 참여자들에게 유사한 환경과 기회를 제공하고 있을 수 있다는 징후들을 보여준다고 하겠다. KRPD에 참여하여 다른 참여자들과 함께 육체를 열정적으로 움직이며 정동의 변화와 감정공동체를 경험한 참여자들에게 신체의 변화와 정신의 변화가 발생해 신자유주의 주체에서 벗어난 새로운 의식과 정체성을 지닌 주체가 형성될 수도 있다는 것이다. 다만 이 연구가 택한 연구방법이 이에 대해 충분히 탐구할 수 있는 것이 아니었기에 아쉬움이 크게 남는다.

이러한 큰 아쉬움은 케이팝의 해외수용 문화를 다루면서 해외 수용자에 대한 직접적인 조사를 하지 못했다는 것에서 크게 비롯됐다고 할 수 있다. 텍스트 분석이 지니는 한계로 인하여, 연구결과에서 밝힌 KRPD가 지닌 흥미로운 문화정치적 현상들에 대해 좀 더 충분하고 체계적인 분석과 좀 더 심층적이고 입체적인 해석을 제시할 수 없었다는 점은 이 연구의 한계라고 하겠다. 이러한 맥락에서 이 연구가 KRPD가 지닌 문화정치적 함의를 과장하거나 낭만화했을 가능성도 배제할 수 없다고 하겠다. 특히 SNS를 활용한 팬과 팬덤의 생산 활동에의 참여를 문화산업의 논리와 통제 속에서 무가노동을 제공하는 즉 자발적으로 착취를 당하는 것으로 보는 (디지털)미디어정치경제학적 시각에서는 더욱 그럴 것이다. 이는 SNS가 가능케 한 수용자들의 능동성이 문화산업의 생산노동으로 전화되어 조직화와 통제의 대상으로 환원되고 동시에 자원, 투자, 실적의 데이터로 바뀌어 관리통치될 수 있다는 것이다(김예란, 2014). 이 시각도 충분히 설득력 있는 것으로 심층적으로 탐구해 볼 가치가 있다. 버틀러도 주체의 수행성은 항상 담론적, 물질적인 규범 조건 안에서 실행될 수밖에 없으며, 기존 조건으로부터 완전히 자유로울 수 없다고 보았다. 저항과 전복과 변화가 언제나 가능하지는 않으리라는 현실 인식도 전제되어야 한다는 것이다(Butler, 2016; 김예란, 2020, 66-67쪽 재인용).

하지만 버틀러는 다른 한편으로 취약한 주체의 현전 자체가 이미 저항적이라고도 보았다. 단지 취약한 주체들의 비참한 몸의 '드러남' 자체가 그토록 비참한 몸을 만든 사회의 오류와 모순을 적나라하게 고발하는 효과를 낳는다는 것이다. 이처럼 취약한 존재들이 권력에 대해 저항하는 정치적 전환이 일어날 수 있는, 적어도 최소한의 가능성은 언제나 어디서나 존재한다는 것이다(Butler, 2016; 김예란, 2020, 67쪽 재인용). 이 연구는 KRPD가 지닌 문화정치적 함의를 과장하거나 낭만화했을 수 있는 위험을 감수하고 “모든 희망과 비판의 바탕에서 조용한 항전의 가

능성은 '작게 그러나 '항상' 열어들 필요가 있다'(Honneth & Ranciere, 2016; 김예란, 2020, 67쪽, 재인용)는 것에 먼저 주목하고자 하였다고 할 수 있을 것이다.

이 연구가 일종의 텍스트 연구로서 지니는 한계들은 짚어질 수밖에 없다. 다만 이 연구가 케이팝 해외수용의 문화정치적 함의를 이해하는데 부족하나마 기여하고 이에 대한 해외 수용자 연구와 같은 후속 연구가 나타나는데 촉매제가 되기를 바란다.

References

- Butler, J. (1999). *Gender trouble : Feminism and the subversion of identity*. Trans. Cho Hyunjoon. Munhakdongne Publishing Co. 2008.
- Butler, J. (2006). *Precarious life: The power of mourning and violence*. Verso.
- Chae, J. Y., & Yoon, Y. K. (2013). A study of consumption characteristics of K-pop in France. *Korean Association of Arts Management*, (28), 137-166.
- Chaput, C. (2018). Neoliberalism and the rhetorical invention of counterpublic attunement. *Communication and the Public*, 3(3), 176-189.
- Cheon, D. H., & Jung, B. W. (2018). The influence of 3rd generation Korean wave on favorability, attitudes, and behavior intention to Korea. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 30(8), 419-437.
- Choi, S., Choi, S., & Lee, J. (2020). An analysis of M/V fandom on YouTube : BTS M/V view, comment interaction, and meme production. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 64(1), 7-45.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Trans. Park Myungjin etc. Hannarae Publishing Co. 1996.
- Deleuze, G., & Guattari , F. (1975). *Mille Plateaux: Capitalism et Schizophrenie*. Trans. Kim Jaein. New Wave Publishing Co. 2001.
- Deleuze, G., (1986). *Foucault*. Minuit. Trans. Sean Hand. The University of Minnesota Press. 1988.
- Deleuze, G., & Guattari , F. (1991). *What is philosophy?* Trans. Hugh Tomlinson & Graham Burchell. Columbia University Press. 1994.
- Fiske, J. (1992). "The cultural economy of fandom", in Lewis, L., ed., *The adoring audiences : Fan culture and popular media*. Routledge. Trans. Park Myungjin etc. Hannarae Publishing Co. 1996.
- Hillis, K., Paasonen, S., & Petit, M. (Eds.) (2015). *Networked affect*. MIT Press.
- Hong, S. K. (2012). A study on the female fandom of the Korean idol culture and gender discourses in France. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 56(1), 185-208.
- Hong, S. K. (2020). *BTS on the road*. Across Publishing Co.
- Honneth, A., & Ranciere, J. (2016). Recognition or disagreement: A critical encounter on the politics of freedom, equality, and identity. Columbia University Press.

- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1972). *Dialectic of enlightenment*. Trans. Kim Yoodong. Moonji Publishing Co. 2001.
- Jang, Y. (2016). I like K-pop: A research on consumer preferences about K-pop musicians among the college students in Ho Chi Minh city. *Korean Journal of Popular Music*, (17), 59-84.
- Jang, W., & Kim, Y. (2013). Envisaging the sociocultural dynamics of K-pop: Time/space hybridity, red queen's race, and cosmopolitan striving. *Korea Journal*, 53(4), 83-106.
- Jang, W. H., & Song, J. E. (2015). The influences of K-pop fandom on the localization of K-pop in the Philippines: The case study of Philippine K-pop convention, Inc. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 9(3), 31-43.
- Jenkins, H. (1992a). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Jenkins, H. (1992b). "Fandom as pathology", in Lewis, L., ed., *The adoring audiences: Fan culture and popular media*. Routledge.
- Jung, K. H. (2015). The research on reception of K-pop in Brazil. *Iberoamérica*, 17(1), 93-131.
- Jung, S. H. (2011). A study on Hallyu landscape and cultural practice of audiences in Japan. *Media, Gender & Culture*, (20), 207-239.
- Kang, F., & Sohn, S. (2018). A comparative analysis of compositions and activities of idol group fandom among Chinese fans: Grounded theory analysis of TFBOYS and BTS fan cafe member interviews. *Korean Women's Association for Communication Studies*, 33(2), 5-43.
- Kang, J. S. (2018). A study on the development of K-pop dance emotion model using Laban's BESS movement theory. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association* 12(3), 249-266
- Kim D. J. (2018). Transnationality of the 'Korean wave' and 'reverse media imperialism' thesis: The UK K-pop and post imperialness on the Beatles. *The Journal of Asiatic Studies*, 61(1), 7-47.
- Kim, I. (2014). A study on the spill-over effect of Hallyu and K-pop. *Journal of Korean Society for Rhythmic Exercises*, 7(1), 1-12.
- Kim, J. (2011). "Hey, look at me now, mister" : An examination of visualization and sexualization of K-pop girl groups in the 2000s. *Koren Journal of Popular Music*, (8), 46-78.
- Kim, J. (2018). "Home" and "Homma" in K-pop fandom: From fan sites and paparazzi to black market and cultural producers. *Journal of Korea Culture Industry*, 18(3), 1-10.
- Kim, J. Y., & Ahn, K. M. (2012). Impact of K-pop on positive feeling towards Korea, consumption behaviour and intention to visit from other Asian countries. *Journal of the Korea Contents*

Association, 12(1), 516-524.

- Kim, L. K. (2015). A research on the methods of forming the fandoms of the theatre-centered on the comparisons between K-pop and the theatre. *Catoon & Animation Studies*, (41), 379-405.
- Kim, S. (2014). The semiotic strategies and significations in constructing a transnational star : In the case of Hallyu star, Jang Keun Suk, in Japan. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 28(4), 74-116.
- Kim, S., & Jang, W. (2017). Content consumption analysis of overseas Korean wave fans: KBS World Facebook page comments text analysis. *The Journal of Culture Contents*, (10), 71-95.
- Kim, S., & Kim, S. (2015b). The ethos of collective moralism: The Korean cultural identity of K-pop. *Media & Society*, 23(3), 5-52.
- Kim, S., & Kang, J. S. (2013). Digging 'Gangnam Style': Transmedia storytelling in K-pop. *Journal of communication research*, 50(1), 84-120.
- Kim, S. S., & Kim, M. J. (2009). Effect of *Hallyu* product in Thai society on enhancement of Korea national image and intention to visit. *Tourism Studies*, 23(4), 101-125.
- Kim, Y. (2013). Cultural critique of big data: In the perspective of Michel Foucault's 'Biopolitics'. *Communication Theory*, 9(3), 166-202.
- Kim, Y. (2014). *Expressions of language: Practices and communication ethics of media culture*. Moonji Publishing Co.
- Kim, Y. (2020). *Affect and its voice: Social lives of affect*. Culture Look Publishing Co.
- Kim, Y. (2019). *BTS: THE REVIEW*. RHK Publishing Co.
- Kim, Y., & Bae, H. (2013). A Study on the Experience of Adult Female's Multicultural Citizenship Acquisition through K-Pop. *Social Studies Education*, 52(2), 29-44.
- Kim, Y. C. (2016). Overseas Koreans and Hallyu in Latin America. *Journal of Koreanology*, (58), 2016.2, 75-112.
- Kim, Y. K., Choi, J. H., & Lee, H. B. (2017). The Effects of Consumption Attributes According to Contents Types of Korea Wave On the Attitudes of Korean Wave and of the Nation Brand: Focused on Segmentation of Korean Wave Market. *The Journal of Cultural Policy*, 31(2), 163-191.
- Kwak, M., & Jung, H. (2012, May). *K-pop 4D Concert's influence and development*. Paper presented at the annual meeting of The HCI Society of Korea. 1010-1013.
- Lazzarato, M. (2014). *Signs and machines: Capitalism and the production of Subjectivity*. Semiotext(e).

- Lee, B. J. (2012). A Study on K-Pop Dances. *Koren Journal of Popular Music*, (10), 77-97.
- Lee, D., Kim, H., & Lee, S. (2019). TV Home Shopping : The Intersection of Everyday Life, Media, and Consumption. *Korean Journal of Communication & Information*, (97), 37-76.
- Lee, G. T. (2016). K-Pop and the Global Active Audience : The Transnatoinality of Naver Webcast Service 'V-Live'. *Korean association of arts management*, (39), 33-65.
- Lee, J. W., & Hoe, J. W. (2013). The Impact of Leadership and Organizational Capabilities on the Overseas Expansion Strategy: A Case of SM Entertainment in K-pop Music Market. *Korea Business Review*, 17(1), 243-266.
- Limb, S. J. (2013). What Makes K-Pop So Successful? *Korea Business Review*, 17(2), 323-346.
- Lin, X., & Rudolf, R. (2017). Does K-pop Reinforce Gender Inequalities? Empirical Evidence from a New Data Set. *Asian Women*, 33(4), 27-54.
- Marshall, C., & Rossman, G. (1999). *Designing qualitative research*. Sage.
- Mouffe, C. (2018). *For a Left Populism*. Verso.
- Nancy, J. (1986). *La Communauté désœuvrée*. Trans. Park Junsang. Human Love. 2010.
- Oh, I., & Lee, H. (2013). Mass Media Technologies and Popular Music Genres. *Korea Journal*, 53(4), 34-58.
- Oh, M. Y. (2014). An Exploratory Study on the Korean Wave in the U.S.: Focusing on In-depth Interviews of Korean Language Exchange Meetup Members. *Journal of Media Economics & Culture*, 12(3), 46-92.
- Ranciere, J. (2010). *Dissensus: On politics and aesthetics*. Bloomsbury.
- Rossman, G., & Rally, S. (1998). *Learning in the Field: An Introduction to Qualitative Research*. Sage.
- Shim, D. (2013). An Essay on K-pop: Korean Wave, Idols, and Modernity. *Social Studies Education*, 52(2), 13-28.
- Shim, D., & Noh, K. W. (2012). YouTube and Girls' Generation Fandom. *Journal of the Korea Contents Association*, 12(1), 125-137.
- Shin, S. B. (2018). Export-Oriented Identity of K-Pop as Discussed in K-Pop: Popular Music, Cultural Amnesia, and Economic Innovation in South Korea by John Lie. *Journal of Popular Narrative*, 24(3), 503-528
- Sohn, S. (2012). Local Context and Global Fandom of Hallyu Consumption: The Case of Korean Connection in France. *Journal of Media Economics & Culture*, 10(1), 45-85.
- Sohn, S. (2013). Transnational Online Fandom in the Digital Network Era: An Analysis of the Interviews

with the Members of 2PM Fan Forum Wild2Day. *Media, Gender & Culture*, (25), 73-111.

Yang, E. K. (2006). The Formation of East Asian Cultural Identity and the Consumption of Television: A Study of the Family Discourse in a Japanese Fan Community for Bae Yong-Jun. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 20(3), 198-238.

Yun, S. (2013). European acception of K-pop and youth acception strategies of cultural diffusion. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 57(3), 135-161.

Yun, S. (2014). Korean Wave in Eastern Europe and Cultural Identity. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 28(3), 94-131.

Xie, W., & Cha, H. (2015). How Korean Popular Music(K-Pop)'s Cultural Proximity Influences Oversea Audience's Evaluation of K-Pop's Image and South Korea's National Image. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 59(1), 267-300.

최초 투고일 2021년 8월 13일
게재 확정일 2021년 9월 28일
논문 수정일 2021년 10월 07일

부록. 참고문헌

- 강복·손승혜 (2018). 중국팬들의 한국과 중국 아이돌 그룹 팬덤 구성과 활동 방식 비교연구:근거이론을 이용한 TFBOYS와 BTS 팬카페 회원 인터뷰 분석. <미디어, 젠더 & 문화>, 33권 2호, 5-43.
- 강주선 (2018). 라반의 움직임이론을 이용한 K팝 댄스 감정모형 개발 연구. <한국엔터테인먼트산업학회논문지>, 12권 3호, 249-266.
- 곽민봉·정희경 (2012). K-Pop 4D 콘서트의 영향력과 발전 가능성. <한국HCI학회 학술대회 자료집>, 1010-1013.
- 김두진 (2018). 한류의 초국적 보편성과 '미디어 제국주의 역전' 테제: 영국의 K-pop과 포스트-비틀즈 제국성(imperialness). <아세아연구>, 61권 1호, 7-47.
- 김상현·장원호 (2017). 해외 한류팬의 콘텐츠 소비 분석. <문화콘텐츠연구>, 통권 10호, 71-95.
- 김성섭·김미주 (2009). 태국사회에서 한류 대중문화 상품이 한국의 국가이미지 인식과 한국방문의향에 미치는 영향. <관광연구>, 23권 4호, 101-125.
- 김수정 (2014). 초국가적 스타 형성에서의 기호전략과 의미작용. <한국방송학보>, 28권 4호, 74-116.
- 김수정·김수아 (2015a). 해독 패러다임을 넘어 수행 패러다임으로: 팬덤 연구의 현황과 쟁점. <한국방송학보>, 29권 4호, 33-81.
- 김수정·김수아 (2015b). '집단적 도덕주의' 에토스. <언론과 사회>, 23권 3호, 5-52.
- 김수철·강정수 (2013). 케이팝에서의 트랜스미디어 전략에 대한 고찰. <언론정보연구>, 50권 1호, 84-120.
- 김영대 (2019). <BTS: THE REVIEW 방탄소년단을 리뷰하다>. 알에이치코리아.
- 김영순·배현주 (2013) 케이팝(K-pop)을 통한 성인 여성의 다문화시민성 함양에 관한 경험 연구. <사회과교육>, 52권 2호, 29~44.
- 김영철 (2016). 중남미 재외동포 사회와 한류. <한국민족문화>, 통권 58호, 75-112.
- 김유경·최지혜·이효복 (2017). 한류 콘텐츠 유형별 소비 속성이 한류 콘텐츠 태도 및 국가브랜드 태도에 미치는 영향에 관한 연구. <문화정책논총>, 31권 2호, 163-191.
- 김예란 (2013). 빅데이터의 문화론적 비판 : 미셀 푸코의 생정치 개념을 중심으로. <커뮤니케이션 이론>, 9권 3호, 166-204.
- 김예란 (2014). <말의 표정들: 미디어 문화의 실천과 소통의 윤리>. 문학과지성사.

- 김예란 (2020). <마음의 말: 정동의 사회적 삶>. 컬처북.
- 김은경 (2015). K-pop의 음악적 가치와 지속성장 가능성 분석. <한국글로벌문화학회지>, 6권 1호, 25-49.
- 김이경 (2015). 연극의 팬덤 형성 방법 연구. <만화애니메이션 연구>, 통권 41호, 379-405.
- 김인숙 (2014). 한류의 발전과 댄스음악 K-Pop 수출동향 연구. <한국리듬운동학회지>, 7권 1호, 1-12.
- 김정원 (2011). "Hey 이젠 날 봐봐 Mister": 2000년대 한국 걸그룹의 시각화(visualization)와 성애화(sexualization)에 관한 고찰. <대중음악>, 통권 8호, 46-78.
- 김정원 (2018). 케이팝 팬덤의 "흠," "흠마": 팬 사이트에서 암시장으로, 파파라치에서 문화 생산자로. <문화산업연구>, 18권 3호, 1-10.
- 김주연·안경모 (2012). 아시아국가에서의 K-pop 이용행동과 K-pop으로 인한 국가호감도 및 한국 방문의도 변화. <한국콘텐츠학회논문지>, 12권 1호, 516-524.
- 남국협 (2020. 12. 18). 가짜를 보는 시각3: BTS와 김어준. <광주전남민주언론시민연합 미디어칼럼 주간필담> <http://kjdi.or.kr/%ec%96%b8%eb%a1%a0%ea%b0%90%ec%8b%9c%ed%99%9c%eb%8f%99/%ec%a3%bc%ea%b0%84%ed%95%84%eb%8b%b4-2?uid=320&mod=document&pageid=1>
- 노광우 (2015). 유튜브와 케이팝 팬의 트리뷰트 활동. <한국콘텐츠학회논문지>, 15권 6호, 24-32.
- 민지은·지영호 (2015). 프랑스에서의 한국대중문화콘텐츠 소비 형태에 따른 마케팅 전략에 관한 연구. <한국프랑스학논집>, 통권 89호, 307-332.
- 사문·차희원 (2015). 해외 수용자의 문화적 근접성 인식이 케이팝 이미지와 한국 국가 이미지에 미치는 영향. <한국언론학보>, 59권 1호, 267-300.
- 손승혜 (2011). 유럽의 한류와 K-pop 팬덤 형성 과정과 그 의미: Korean Connection의 활동 사례를 중심으로. <한국언론학회 심포지움 및 세미나 자료집>, 77-98.
- 손승혜 (2012). 한류 수용의 로컬 콘텍스트와 글로벌 팬덤의 특성. <미디어 경제와 문화>, 10권 1호, 45-85.
- 손승혜 (2013). 디지털 네트워크 시대의 초국가적 온라인 팬덤. <미디어, 젠더 & 문화>, 통권 25호, 73-111.
- 손유진·배은석 (2016). 멕시코의 K-Pop 한류에 관한 연구. <글로벌문화콘텐츠학회 학술대회>, 199-202.
- 스킵 (2020). 아이돌 세대론: ① 2020 아이돌팝 세대론. <https://idology.kr/13070>

- 신동석·남성집·남명현 (2014). K-POP의 세계시장 진출 성공요인 분석. <한국국제경영관리학회 학술발표대회 논문집>, 167-176.
- 신사빈 (2018). 케이팝의 수출 지향적 음악 정체성: <대중서사연구>, 24권 3호, 503-528.
- 심두보 (2013). 케이팝(K-pop)에 관한 소고. <사회과교육>, 52권 2호, 13-28.
- 심두보·노광우 (2012). 유튜브와 소녀시대 팬덤. <한국콘텐츠학회논문지>, 12권 1호, 125-137.
- 양은경 (2006). 동아시아 문화정체성의 형성과 텔레비전의 소비. <한국방송학보>, 20권 3호, 198-238.
- 윤선희 (2013). 케이 팝의 유럽적 수용과 문화 확산의 청소년 수용전략. <한국언론학보>, 57권 3호, 135-161.
- 윤선희 (2014). 신 한류의 동유럽 수용과 문화 정체성 확산의 작은 정치. <한국방송학보>, 28권 3호, 94-131.
- 오미영 (2014). 미국 내 한류 수용에 대한 탐색적 연구: 미 서부지역 한국어 동호회 회원들에 대한 심층인터뷰를 중심으로. <미디어 경제와 문화>, 12권 3호, 46-92.
- 오세정 (2012). K-POP의 선호 요인: 미주 지역의 K-POP 소비자를 대상으로. <주관성 연구>, 통권 24호, 205-223.
- 이규탁 (2016). 실시간 인터넷 방송과 케이팝, 그리고 수용자: 네이버 '브이앱'을 중심으로. <예술경영연구>, 통권 39호, 33-65.
- 이동후·김혜원·이설희 (2019). 미디어-일상-소비의 교차로, TV 홈쇼핑: 20대와의 심층인터뷰를 중심으로. <한국언론정보학보>, 통권 97호, 37-76.
- 이봉재 (2012). K-Pop의 춤에 관한 소고: '강남스타일'을 생각하며. <대중음악>, 통권 10호, 77-97.
- 이장우·허재원 (2013). 리더십과 조직역량이 해외진출 전략에 미치는 영향. <Korea Business Review>, 17권 1호, 243-266.
- 이지영 (2018). <BTS 예술혁명: 방탄소년단과 들뢰즈가 만난다>. 파레시아.
- 이지행 (2019). <BTS와 아미 컬처>. 커뮤니케이션북스.
- 이진경 (2002). <노마디즘1: 천개의 고원을 넘나드는 유쾌한 철학적 유목>. 휴머니스트.
- 임성준 (2013). K-Pop의 글로벌 경쟁력과 성공요인. <Korea Business Review>, 17권 2호, 323-346.
- 진규찬 (1998). <포스트 시대의 문화정치>. 커뮤니케이션북스.
- 장원호·송정은 (2015). 필리핀 K-Pop 팬덤이 K-Pop의 현지화에 미치는 영향. <한국엔터테인먼트 산업학회논문지>, 9권 3호, 31-43.

- 장윤희 (2016). 나는 한국 가요가 좋아요: 베트남 호찌민 시 대학생들의 케이팝(K-pop) 가수에 대한 선호 경향과 인식에 관한 연구. <대중음악>, 통권 17호, 59-84.
- 정길화 (2015). 브라질의 케이팝 수용에 관한 연구. <이베로아메리카>, 17권 1호, 93-131.
- 정수영 (2011). 일본 내 한류 지형의 탐색 및 한류 수용자의 문화적 실천에 관한 연구: 한류 전문가와 시민 그룹 KAJA의 심층인터뷰를 중심으로. <미디어, 젠더 & 문화>, 통권 20호, 207-239.
- 정재철 (2014). <문화연구의 핵심개념>. 커뮤니케이션북스.
- 채지영·윤유경 (2013). 프랑스의 K-pop 소비 특성에 관한 연구. <예술경영연구>, 통권 28호, 137-166.
- 천덕희·정병웅 (2018). 제 3세대 한류가 한국에 대한 호감도와 태도 및 행동의도에 미치는 영향. <관광레저연구>, 30권 8호, 419-437.
- 최순욱·최성인·이재현, (2020). 유튜브에서 뮤직비디오 팬덤 분석: BTS M/V 시청, 댓글 상호작용, 밈 영상제작. <한국언론학보>, 64권 1호, 7-45.
- 홍석경 (2012). 프랑스의 한국 아이돌 문화 여성팬덤과 성 담론에 대한 연구. <한국언론학보>, 56권 1호, 185-208.
- 홍석경 (2018). 우리는 왜 BTS에 열광하는가? <https://www.youtube.com/watch?v=jnkkNHc4-is>
- 홍석경 (2020). <BTS 길위에서>. 어크로스.

케이팝(K-pop)의 해외수용 문화가 지닌 문화정치적 함의에 대한 연구 K-pop Random Play Dance를 중심으로

이오현

(전남대학교 신문방송학과 교수)

이 연구는 케이팝의 해외수용 문화가 지닌 문화정치적 함의를 심층적으로 밝혀보고자 하였다. 이를 위해 해외에서 청년 놀이문화로 확산되고 있는 K-pop Random Play Dance (KRPD)를 분석하였다. 연구결과, 첫째 KRPD의 생산과 운영은 비중심적, 비위계적, 탈권위적, 개방적인 리즘적 체계 하에 이루어지고 있었다. 이러한 체계는 새로운 KRPD가 끊임없이 생산되고 세계적으로 확산이 이루어질 수 있는 환경을 제공하였다. 둘째, KRPD는 참여자들이 즐거움과 기쁨을 얻기 위해 행해지는 정동적 실천의 산물이었다. 이는 참여자들의 존재 능력과 행동 능력을 증가시켜 자존감을 높이고 참여자들 사이에 협력과 연대를 통한 무위적/절합적 공동체를 형성하게 함으로써 신자유주의 지배질서에 맞서고 도전할 수 있는 힘 돋우기의 기회를 제공하였다. 셋째, KRPD는 기존 미디어산업과 엔터테인먼트산업의 생산물 그리고 공적 및 상업적 공간에 대한 참여자들의 밀렵적 실천의 산물이었다. 이는 정치나 경제의 지배 질서를 따라야 하는 공간들을 탈영토화하여 카니발의 공간으로 재영토화하고 다양한 소수자들이 이 공간들에서 사회적 주체로서 존재감을 높이고 새로운 주체를 형성해갈 수 있는 기회를 제공하였다. 이 연구는 케이팝의 해외수용을 심층적으로 이해하기 위해서는 기술적 차원이나 산업적 차원만이 아니라 문화정치적 차원의 탐구가 필요하고 가치가 있음을 제시한다는데 의의가 있다고 하겠다.

핵심어 : 케이팝 랜덤 플레이 댄스, 리즘, 정동, 밀렵, 팬덤