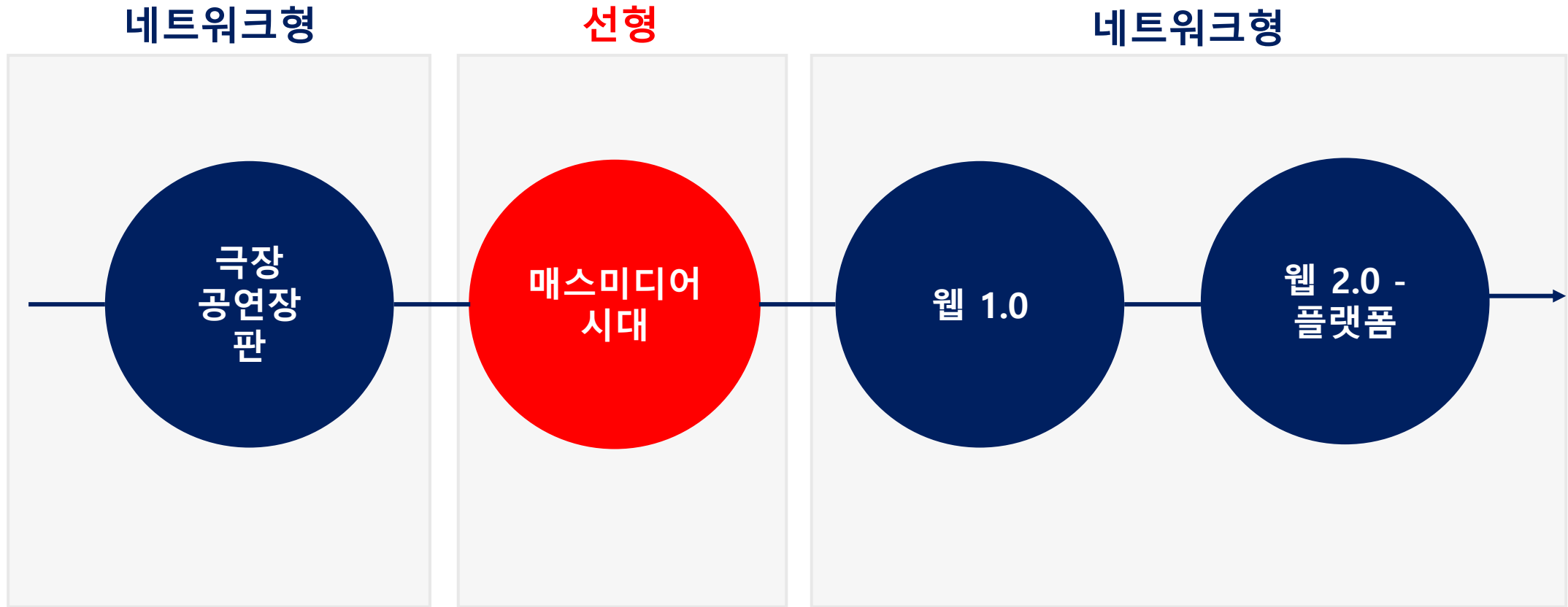

진화된 미디어 수용자

수용자 정체성의 변화



미디어 환경의 변화

그렇다면, '수용자'를 이해하기 위해
변화된 미디어 환경부터
살펴봅시다

수용자의 정의

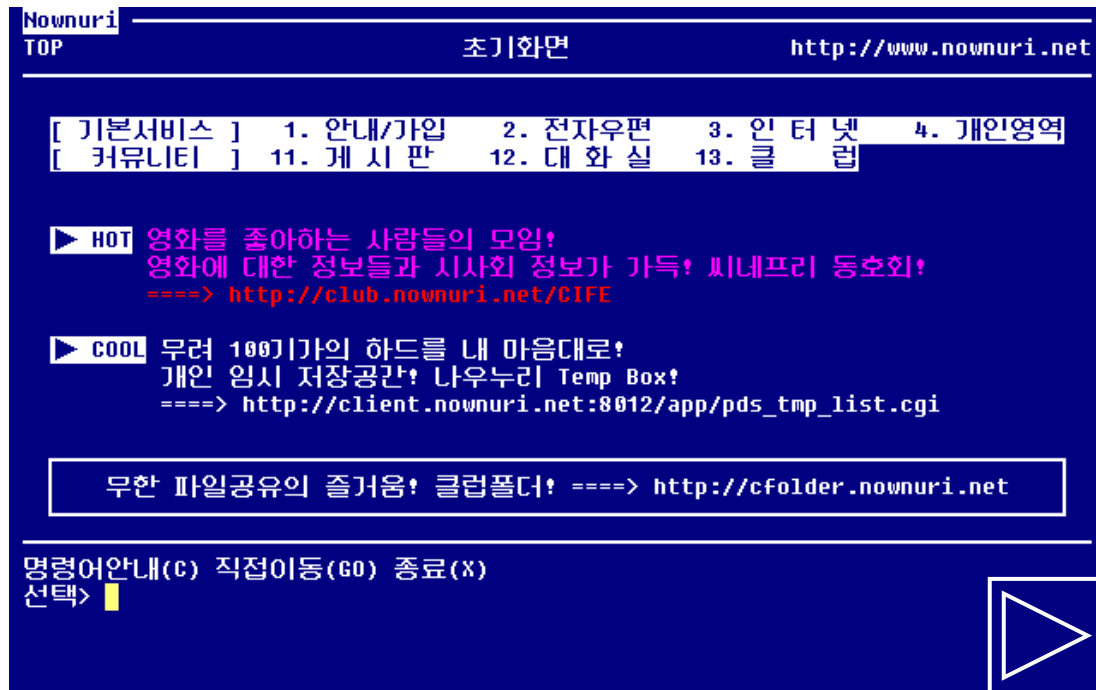
그전에
'수용자'의 정의부터

수용자의 정의

- **향유자**: 거칠게 보면 향유자는 능동적으로 '수용'과 '생산'을 하는 사람을 말함
- **수용자**: 매스미디어에서의 수용자는 선형적으로 콘텐츠를 수용하는 사람을 말함
동시적으로 그 의미가 변화하긴 하였으나, 이 개념도 '능동적 해독을 통한 수용'이라는 의미가 내포돼 있음
참여, 집단지성의 특징을 지닌 웹2.0, 웹3.0에서의 수용자는 향유자와의 의미와 =

웹 1.0, 1990년대 - 메타버스의 시작

- 1990년 초의 PC 통신은 현재의 인터넷과는 달리 중앙에서 서비스하는 호스트 통신사업자가 존재하고 여기에 가입한 회원끼리만 통신이 가능한 폐쇄적 구조
- 한국에서는 천리안, 하이텔, 나우누리, 유니텔 등의 통신사업자가 있었고, 전화망을 이용해 텍스트만 상호작용할 수 있는 구조



웹 1.0, 1990년대 - 메타버스의 시작

- 1990년 중반에 한국에 인터넷이 등장. 웹 www 생태계의 시작
- 3차원 시공간의 물리법칙을 파괴하면서, **지구 반대편에서 일어나고 있는 현상을 동시에 파악할 수 있게 됐으며, 정보, 문서, 콘텐츠들을 빛의 속도로 상호 공유할 수 있게 됨 : 초월적 시공간, 초월적 행위**
- 이러한 초월적 시공간은 사이버, 온라인 등의 용어로 불리게 되었으며, 팀 버너스 리는 월드와이드웹, 줄여서 **웹(Web)**이라는 이름을 붙임
- 팀 버너스 리는 http(Hyper Text Transfer Protocol)를 주창함. 하이퍼텍스트(Http)는 번역하면 **초월적 문서**인데, 세상에 존재하는 텍스트들이 외떨어져 있는 것이 아니라 모두 시공간을 초월해서 **연결되는 구조를 의미**
- 인터넷에서 마우스 커서를 특정 글자나 이미지에 대면 손가락 모양으로 변하는데, 이를 클릭하면 링크되어 있는 페이지로 이동하게 됨. **이는 텍스트 간에 하이퍼링크, 즉 초연결 되어 있기 때문.** 이것이 **하이퍼텍스트**의 구조이고, 하이퍼텍스트라는 개념이 인터넷 생태계의 핵심원리임. **인터넷이 메타버스를 창조할 수 있었던 힘은 하이퍼텍스트로부터 시작됨**

웹 1.0 - 인터넷

- 인터넷: 상호작용을 의미하는 inter + 네트워크의 net의 합성어

서비스를 제공하는 중심이 되는 호스트 서버가 없고, 이를 관리하는 중앙조직도 없기에 붙여진 이름. 누구나 서버가 될 수 있고, 클라이언트도 될 수 있음. 즉, 자율적이고 오픈 되어 있는 시스템. 모든 사람에게 기회가 열려 있고, 기존 시스템과는 다른 문법을 지님

(인터넷은 하드웨어, 웹은 소프트웨어. '인터넷'은 문자 그대로 서로 연결되는 망(network)이고, 네트워크에 데이터가 흐르면서 만들어진 에너지의 장(field)이 '웹')



웹 1.0 – 온라인 쇼핑몰 이베이(eBay)

- 피에르 오미디아르는 온라인 **벼룩시장(eBay)**을 만들어서 서로 사고팔고 교환 할 수 있는 '경매 웹'사이트를 만듦. 판매하려는 사람과 구매하려는 사람 간의 경매 방식으로 상품을 사고 팔 수 있도록 하고 이베이는 일정 비율의 거래수수료를 받는 중개자 역할만 하는 방식
- 이베이는 **인터넷의 연결성을 이용해서 사람들이 소유하고 있는 잉여자원을 서로 사고팔 수 있는 최초의 플랫폼**
: 양면시장의 시작
- 비즈니스의 판도가 오프라인에서 **온라인**으로, 현실세계에서 **웹**이라는 사이버공간으로 이동

연결과 융합, 역전과 이동의 변화
웹은 메타버스의 태아 모습

웹 2.0 – 집단지성의 태동

- 개방형 미디어

블로그, 위키 사이트, 소셜 미디어 등 개방형 미디어를 통해 정보가 만들어지고 유통됨. 웹 1.0의 특징인 포털, 이메일, 게시판, 홈페이지 등 폐쇄형 채널 위주의 정보 흐름이 소셜 미디어라는 '플랫폼'으로 변화되면서, 사람들은 더 큰 광장에 나가게 되는 행동 변화를 겪게 됨

- 집단지성

다수의 개체들이 서로 협력을 통해 얻게 되는 결과
집단지성은 과거에는 전문가인 기업이 생산하는 상품, 서비스를 소비만 하던 수용자 집단이 협업을 통해 생산하는 일
이들의 지식이 모아져 오히려 더 뛰어난 결과를 얻을 수 있는 현상이 나타남

- 집단지성 대표 사례: 위키피디아

위키피디아는 누구나 집필진으로 참여할 수 있고, 해당 주제에 대해 자유롭게 내용을 업로드하거나 수정할 수 있는
집단지성형 백과사전

웹 2.0 – 집단지성의 예, 방탄소년단 팬덤 아미의 행태

트랜스미디어적인 예술 활동을 하는 방탄소년단의 작품들에 나타난 상징과 숨겨진 의미들을 찾는 것을 즐기는 아미 팬덤의 경우, 방탄소년단의 뮤직 비디오, 무대 영상 등 수많은 영상 콘텐츠들과 앨범에 수록된 컨셉 포토들 혹은 소셜 미디어에 업로드된 사진들과 같은 이미지 콘텐츠들, 노래 가사나 그들의 연설 및 수상 소감, 팬들에게 쓰는 글들, 소설과 웹툰의 형태로 출시되어 있는 이야기들, 방탄소년단이 참조했다고 밝힌 책이나 영화들 같은 다양한 콘텐츠들에 상징이나 숨겨진 형태로 흩뿌려져 있는 단서들을 마치 탐정처럼 찾아내어 분석하고 이전의 실마리들과 연결하여 해석하는 활동들을 즐김

각자가 찾은 실마리에 대한 분석들을 적극적으로 서로 공유하며 거대한 이야기를 함께 만들어가는 과정은 개인들이 수집한 정보들과 기존의 지식들이 함께 공유되며 방탄소년단이라고 하는 아티스트에 대한 이론을 만들어가는(theory-making) 집단적 과정이기도 함

데미안 - 남준(RM)

주인공 싱글레어가 '진정한 나'를 발견하는데 자국이 되는 인물
(소설과 달리 소년단의 세계관 속 남준도 성장 중이다.)

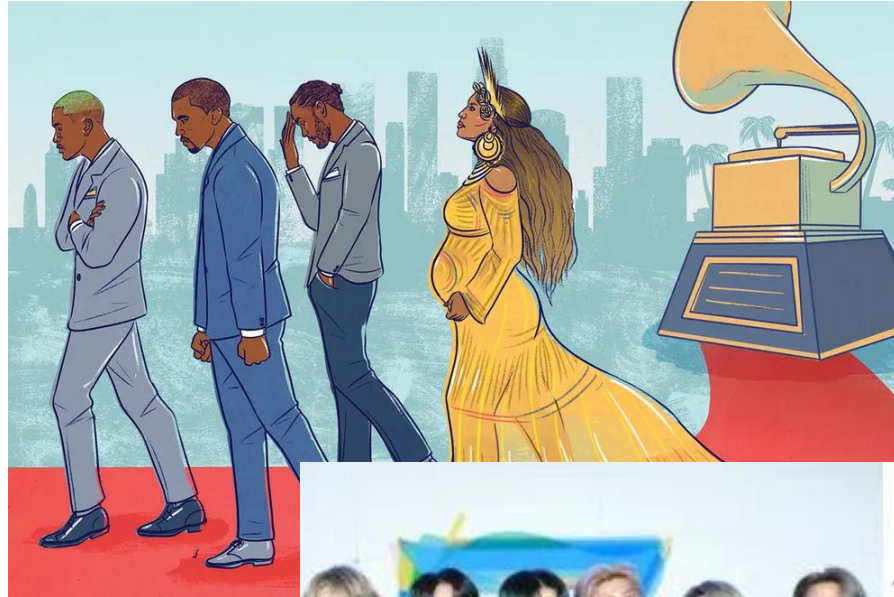
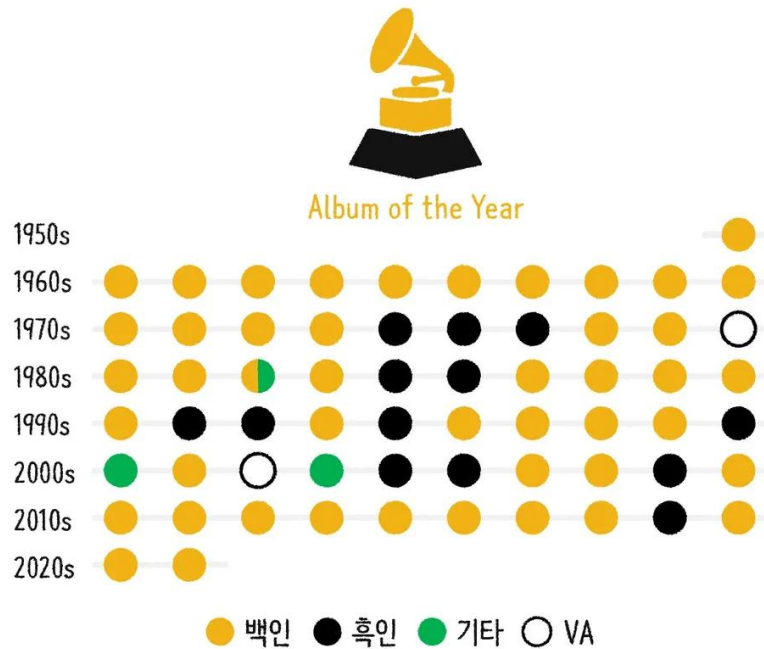


싱글레어가 보낸 편지(새)를 받은 데미안



미성숙의 공간에 있는 새를 그는 부화 시킨 게 아닌 문신으로 새겨만 놓았다.

웹 2.0 – 집단지성의 예, 방탄소년단 팬덤 아미의 행태



방탄소년단
@BTS_twt

우리는 인종차별에 반대합니다.
우리는 폭력에 반대합니다.
나, 당신, 우리 모두는 존중받을 권리가
하겠습니다.

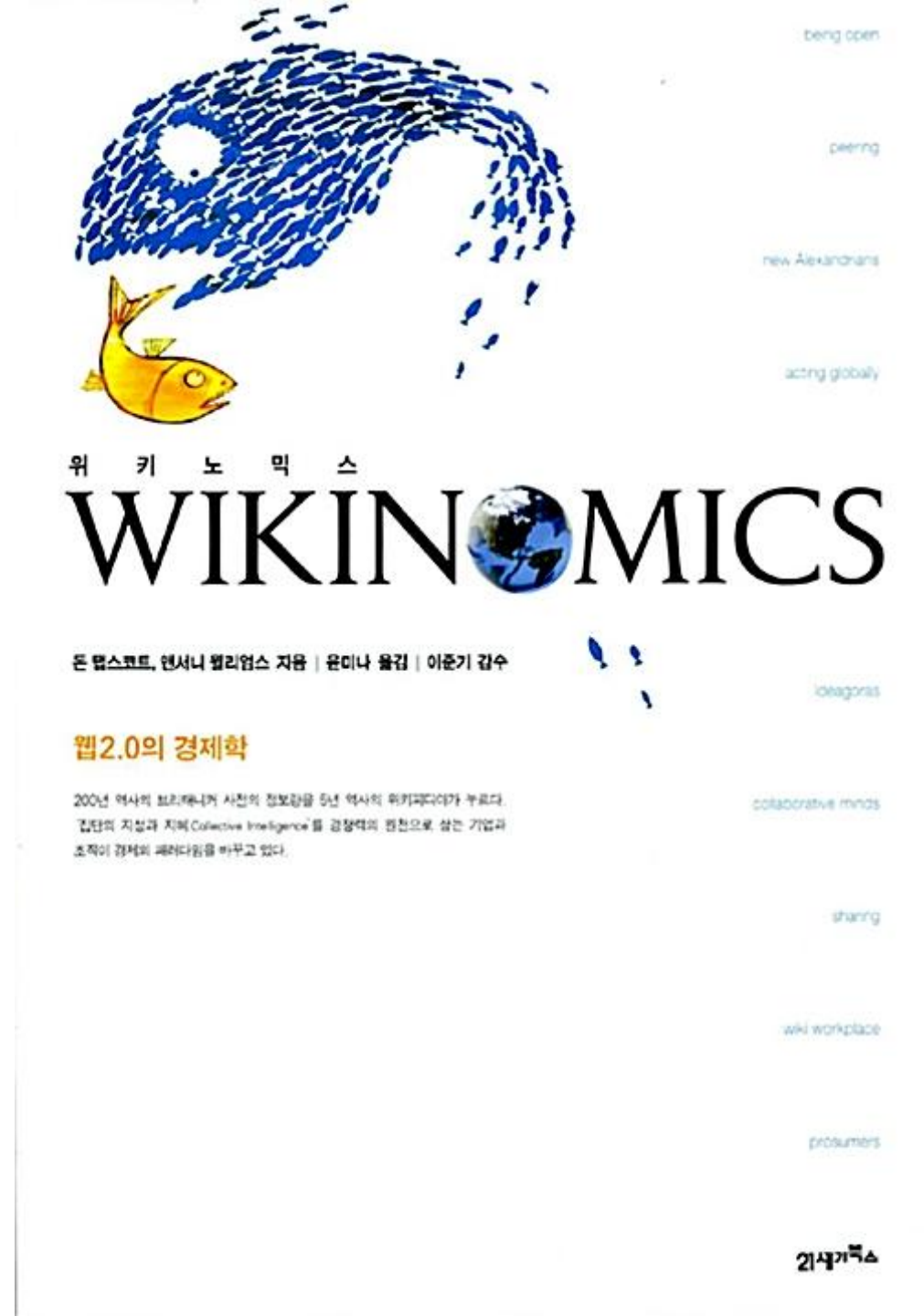
We stand against racial discrimination
We condemn violence.
You, I and we all have the right to be
will stand together.

#BlackLivesMatter

웹 2.0 – 새로운 비즈니스 패러다임

돈 탭스콧은 위키노믹스(Wikinomics=위키+이코노믹스)라는 신조어를 주창하며, <위키노믹스: 경제 패러다임을 바꾼 집단의 지성과 지혜>에서 **사용자들이 인터넷을 통해 참여하고 협업하면서 가치를 만들어 내는 새로운 비즈니스 패러다임이 앞으로의 경제 논리가 될 것이라고 주장**

이는 생산자가 생산하고, 소비자는 이를 소비한다는 전통 경제학의 기본명제를 뒤집음



웹 2.0 – 사용자 생성 콘텐츠



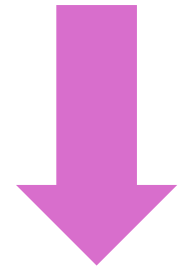
플랫폼 속에서 일반인들도 쉽게 콘텐츠를 제작할 수 있는 하드웨어, 소프트웨어 도구들이 보급되면서 UGC(User Generated Contents, 사용자 제작 콘텐츠)가 활발해짐

웹 1.0과 2.0, 그리고 3.0

	웹 1.0	웹 2.0
구조	1차원	2차원
소통방식	일방향: 이메일, 게시판	양방향: 블로그, SNS
인터넷 사용형태	포털(portal)중심	플랫폼(platform)위주
정보 수집 방식	서핑서치	서치
	울타리정원(walled garden)	오픈 플랫폼(open platform)

웹 3.0

?



웹 3.0 메타버스의 가치방정식은 기업이 상품, 서비스를 생산하고 시장에서 가치가 교환되는 것이 아니라 모두가 함께 가치를 창출하고 공유하는 것! 메타버스는 집단지성의 결정체!

웹 3.0 시대, 3초 미디어

기술의 발달로 인한 미디어 환경의 다변화

초연결, 초지능, 초실감

- **초연결:** 사람과 사물을 포함한 모든 것이 연결
- **초지능:** 인간의 지능을 초월
- **초실감:** 현실보다 더 생생한 경험을 선사

모바일 컴퓨팅 기술의 발달, 그리고 스마트폰과 태블릿, 웨어러블 기기의 확산

언제 어디서나 연결 OK, 생산 배급 소비 과정의 일방향성을 깨뜨림

웹 3.0 -초연결

기존의 미디어 환경에서 강조된 초연결성이 무궁무진한 '연결성' 그 자체를 강조했다면,
새로운 웹 기술이 가져오는 혁신은 그 연결의 대상과 방식에 있음

1. 대상적 측면의 변화

인간과 인간 사이의 연결에 초점을 두었던 웹 환경이 인간과 사물의 연결, 사물과 사물의 연결까지 그 범위가 확대
→ 인간과 사물 및 기계와의 연결: 심박 수, 걸음 수 측정할 수 있는 웨어러블 기기

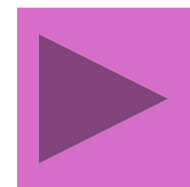
2. 방식 측면의 변화

플랫폼을 중심에 두고 개별 이용자들이 연결되었던 중앙집중형 웹 환경에서 수많은 개인이 수평적으로 연결될 수 있는 탈 중앙화되고 분산된 형태의 웹 환경을 구상하기에 이름

→ 비트코인 등의 가상 자산, 블록체인 기술 등이 플랫폼 중심의 기성 네트워크 조직 방식에 근본적인 변화를 일으키며 수
용자들은 플랫폼이 독점하던 수익 및 운영 등에 대한 의사결정권을 공유할 수 있는 새로운 형태의 연결성을 갖게 됨

웹 3.0 -초지능

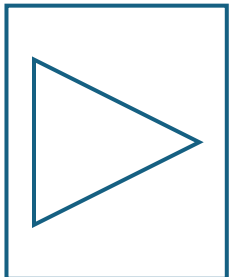
- 웹 3.0 환경에서 자연어 처리 기술과 데이터 기반 학습은 기계가 인간과 비슷한 방식으로 정보를 이해하고 처리하는 것을 목표로 발전
- 오늘날 소셜미디어와 콘텐츠 스트리밍 서비스 등의 이용자들은 인공지능의 알고리즘에 의해 추천된 정보를 소비
- 챗봇, 휴머노이드 로봇 등이 일상의 커뮤니케이션 환경 속에 배치되고 있음
- 딥페이크와 같은 인공지능 기반 인간 이미지 합성 등 이미지와 영상 기술도 발전
- 이처럼 미디어 생태계에서 콘텐츠의 제작, 공급, 상업화 구조 전반을 아우르는 인공지능의 영향력은 점차 커지고 있음



웹 3.0 -초실감

- 코로나19 팬데믹으로 인한 비대면 환경의 최대 수혜를 입은 환경은 '초실감'. 사람들 간 거리두기가 불가피하게 일상화된 상황에서 기존의 대면 환경에서 경험하던 것들, 나아가 현실보다 더 현실 같은 경험을 원하는 사람들의 욕구가 커짐
- 줌(zoom)과 같은 소통 교류 환경을 넘어 현존감(presence)에 대한 시대적 요구는 초월세계로 불리는 메타버스(metaverse)에 더욱 주목하게 됨
- 제페토와 같은 소셜 미디어 플랫폼, 로블록스, 마인크래프트, 동물의 숲과 같은 온라인 게임 플랫폼, 게더타운 같은 가상 오피스 플랫폼 등 메타버스를 표방하는 서비스들이 세계적으로 대중적 인기를 견인함

웹 3.0 -초실감



웹 3.0 - 메타버스

✓ 메타버스는 자동차, 블록체인에 입체적인 옷을 입힌 형체

✓ 블록체인: 탈중앙화된 정보 기록 시스템

✓ 비트코인: P2P방식, 개인과 개인이 직거래할 수 있는 온라인 금융시스템



✓ 차체, 바퀴, 인테리어, 부품 역할: 3D, 그래픽, VR, AR 기술 등

웹 3.0 - 블록체인 미디어와 수용자

• 블록체인

- 개념: 블록체인은 근본적으로 '분산형 데이터 처리기술'의 한 형태로, 이는 기존의 플랫폼 등 중앙집중적 시스템에서 관리자가 통제했던 것과는 다르게 네트워크에 참여하는 개인의 정보 저장, 제어 및 의사 결정을 기술적으로 가능하게 한다는 점에서 새로운 인터넷 혁명의 촉매가 될 기술

블록(block)과 체인(chain)의 합성어로, 분산원장기술(distributed ledger technologies)로도 불림. 즉, P2P(person-to-person) 네트워크에 참여하는 사용자들이 교환하는 정보와 거래 내역 등 모든 데이터가 기록되는 장부(ledger)인 '블록'과, 이 블록들이 모든 사용자의 디지털 기기에 분산 저장되는 연결 구조를 일컫는 '체인'(chain)이 합쳐진 개념

블록체인 시스템에서는 탈중앙화된 네트워크 환경에서 네트워크에 연결된 모든 사용자(node)에 의해 데이터가 기록, 저장 및 공유되기 때문에 임의로 이를 수정하거나 삭제할 수 없으며, 따라서 거래기록 등 데이터의 투명성과 완전성(integrity)이 보장되어 신뢰도를 높일 수 있음

-특징: 완전한 개방형 네트워크의 구현 및 운영을 기술적으로 가능하게 함

- 잠재력:

1. 창작자의 권리 보호 – 불법 복제 및 유통과 같은 저작권 침해 방지
2. 소수의 거대 플랫폼 등 중재자가 없는 P2P 연결 방식 – 중개자의 역할을 줄여 유통과정을 간소화, 거래비용 절감
3. 블록체인 기반의 스마트 계약 방식 – 콘텐츠의 생산, 유통, 소비에 참여하는 다양한 행위자가 투명하고 효율적인 방식으로 계약 체결 가능하게 함

웹 3.0 – 메타버스 콘텐츠 종류

엔터테인먼트 콘텐츠

- 하이브의 팬 커뮤니티 플랫폼인 위버스, K-Pop 가수와 팬의 SNS 소통 등은 메타버스를 지향하고 있음
- 포트나이트 개발 운영사 에픽게임즈는 게임 콘텐츠에서 시작한 회사이지만, 드라마와 영화, 엔터테인먼트 콘텐츠로 영역을 넓히는 행보를 이어가고 있음. 2020년 4월 포트나이트의 3D 소셜 공간인 파티로얄에서 트래비스 스캇의 공연이 열림 1230만 명이 동시에 몰렸고, 45분 공연에 굿즈 판매로 약 220억원의 수익을 올림. 오프라인 공연으로는 실행할 수 없는 규모. 또한 트래비스 스캇의 음원 이용률 25%가 상승했고, 그의 아바타가 신고 있었던 나이키 신발은 엄청난 광고효과를 봄

트래비스 스캇 포트나이트 콘서트 (1)



자료: 포트나이트

트래비스 스캇 포트나이트 콘서트 (2)



자료: 포트나이트

수용자 1.0 / 2.0 개념과 역사

아날로그 수용자: 수용자1.0

- 수용자는 아주 오래 전 미디어 발달 전부터 생겨난 개념. 맥퀘일에 따르면 고대 연극, 음악, 게임(투우 등), 거대 공연장의 관객 등 연기를 관람하는 무리들을 수용자의 기원이라 제시하고 있음. 당시 수용자는 **일시적, 물리적(공간적)으로 모여든 집단의 무리를 의미**
- 그 후, 구두적(언어적) 커뮤니케이션이나 원시적 미디어 환경에서 수용자는 청자(listener) 또는 수신자(receiver)라는 의미로 무엇인가를 받아들이는 사람으로서 송신자(speaker, sender)의 메시지를 받아들여 반응하는 소수의 수용자를 의미. 그런 의미에서 현재의 상호작용적 의미에는 못 미치지만, 피드백이 어느정도 가능한 쌍방향적 커뮤니케이션을 행하는 수용자의 의미가 포함됨
- 근대적 미디어가 발달하면서 수용자는 미디어 종류에 따라 다양한 명칭과 의미를 갖게 됨. 그 예로 독자(subscriber, reader), 청취자(listener), 시청자(viewer), 이용자(user) 등으로 불리게 됨. 이러한 수용자는 과거 수용자와는 다르게 규모면에서는 **대중 또는 불특정 다수의 특징**을 갖으며 **주로 수동적인 의미를 지니고 있다고 봄**. 특히 인쇄술, 텔레비전의 출현은 불특정 다수를 나타내며 **수동적, 획일적이라는 속성을 지니는 대중을 주로 의미하게 됨**
- 그러나 그 이후에는 미디어라는 환경적 요소를 넘어, 수용자의 심리적, 사회관계, 계층 특성에 따라 개인 마다 미디어의 영향이 다를 수 있음을 제시 -> **이용과 충족이론**: 수용자의 능동성을 인정하면서 미디어에 대한 선택과 회피를 통하여 미디어의 획일적 영향이 아닌 **수용자가 미디어를 어떻게 이용하느냐에 따라 미디어의 영향에 다르게 반응할 수 있다는 능동적 수용자를 주장하는 학자가 출현**(Severin, W.J. & W. Tankard)

수용자 1.0 / 2.0 개념과 역사

디지털 수용자: 수용자2.0

- 디지털 발달은 정보의 주체를 수용자로 변화시키면서 기존의 수동적 수용자 개념을 능동적이고 적극적인 수용자 개념으로 변화시킴. **디지털 미디어의 상호작용적, 쌍방향적 기능은 수용자의 존재를 미디어를 이용하여 정보를 생산하고 영향을 주는 주체적인 수용자로 변화시킴**
- 디지털 시대의 한 가운데 놓이면서 **미디어와 수용자 간 변화**는 여러가지 형태로 나타남
 1. 인간과 인간 또는 인간과 미디어 간 상호작용성(interactivity) 또는 상호교류 변화가 뚜렷하게 일어 남. **생산자와 수용자 사이 동등한 역할로 일련의 동시적인 교환 과정이 나타남**
 2. 탈대중화(demassified) 현상이 나타남. 기존의 미디어가 불특정 다수의 대중을 상대로 메시지를 전달하였더라면, 다양한 플랫폼이 나타나면서 **수용자의 전문화, 차별화, 세분화로 수용자 각각은 맞춤형의 메시지를 전달받게 됨**
 3. 전달과 수용이 반드시 동시에 이루어질 필요가 없는 비동시성(asynchronous), 자율화(autonomy) 현상이 나타남. 수용자는 시공간을 초월하여 적절한 장소와 시간에 콘텐츠를 향유하며 **수용자의 선택권과 통제권을 지니게 됨**
- 이처럼 디지털화된 환경 속에서 수용자는 미디어의 이용자인 동시에 생산자나 창조자로 전환되었으며, 다양한 플랫폼에서 콘텐츠를 무한하게 향유하면서 향해하는 더욱 적극적인 참여자로 그 역할을 회복시킴

수용자 1.0 / 2.0 개념과 역사

진화과정 속의 수용자

- 최근 혁신적인 미디어 환경변화로 **수용자 용어에서도 새로운 의미들이 진행됨**. 젠킨스(Jenkins)는 수용자가 행하는 팬덤(Fandom) 같은 현상을 설명하기 위해 **참여적 사용자(participatory user)**를 사용하면서 **능동적인 공동 창조자(creator)**로서의 위상을 주장함

수용자 3.0 - 블록체인 미디어와 수용자

- **블록체인 미디어 환경 속 수용자의 기회**

- 창작자 측면: 크리에이터와 구독자의 직접적인 연결성이 보장되는 시스템에서는 플랫폼보다도 구독자들과의 직접적 관계 형성 및 유지에 노력을 기울일 수 있음
- 소비자 측면: 자신이 원하는 창작자와 보다 긴밀하게 상호작용하며 콘텐츠 생산의 후원자로 더 큰 문화적 생산에 기여. 블록체인 기반 시스템에서는 굳이 필요하거나 원하지 않는 부분까지 구매하게 되는 불편을 줄이며 콘텐츠 사용 기록에 따라 정확히 이용한 부분에 대해서만 요금 지불

웹 3.0 시대 수용자 문화와 관계

메타버스 플랫폼과 멀티 페르소나

웹 3.0 시대 수용자 문화와의 관계

어빙 고프만(Erving Goffman)은 개인의 일상생활의 상호작용을 연극 무대에서의 배우의 연기에 비유하는데, 메타버스는 이러한 자아가 '연출'되는 '극장'이 극대화될 수 있는 장소. 아바타 기반의 가상 세계가 '무대의 뒷면'이 되어 우리의 자연스러운 모습을 스스로없이 노출하거나 때로는 '일탈'을 감행할 수 있게 하는 장소가 될지, 또는 또 다른 역할극을 위한 새로운 무대가 될지, 그리고 각각의 무대 구역 설정이 우리 사회적 상호작용에 미치는 영향이 무엇인지는 아직 열린 질문으로 남아 있음



팬덤의 진화

- **스튜어트 홀(Hall)의 부호화/해독(encoding/decoding) 논문:** 기존 커뮤니케이션 연구가 제시한 직선적 모델(linear transportation)을 비판하며, 커뮤니케이션 텍스트의 생산(부호화)과 소비(해독)를 서로 구별되면서도 상호 연결된 '회로 모델(circuit model)'로 새롭게 제시. 미디어 텍스트가 아무리 특정 이데올로기를 설파하고 있어도, 수용자가 그것을 그대로 해독하며 수용한다는 보장은 없다는 것을 주장. 수용자는 더 이상 수동적 존재가 아니며, 의미는 텍스트에 고정된 것이 아니라 텍스트가 수용자를 만나는 순간 생성되고, 텍스트는 기호학적으로 단일하지 않은 복수성을 지닌다는 점을 강조
- 홀의 주장에 따라 수용자가 생하는 '해독'은 더이상 이데올로기의 기계적 수용이 아닌, 의미를 둘러싼 투쟁의 장소라는 지위를 얻게 됨
- **존 피스크(John Fiske) 능동적 수용자론:** 피스크가 제시한 기호적 민주주의, 저항적 해독, 저항적 즐거움이란 개념들은 수용자의 능동성을 강조하는 동시에, 지배 이데올로기와 상이한 의미를 생산해내는 **실천**을 뜻함
- 피스크는 '팬덤의 문화경제' 논문에서 **생산성(audience productivity)**을 세 가지 실천양식으로 개념화 함. 생산성 개념의 가장 큰 기여는 수용자의 능동성을 지배 이데올로기에 저항하는 해독에서 찾았던 협소한 인식에서 벗어나, 수용자의 행위 전반을 포함하는 실천으로 인식하게 했다는 점
 1. 기호적(semiotic) 생산성: 수용자가 해독과정에서 의미를 만들어 내는 생산성
 2. 발화적(enunciative) 생산성: 기호적 생산성에서 만들어지는 의미가 가십이나 윗차림에서 처럼 발화되고 공유되는 생산성
 3. 텍스트(textual) 생산성: 팬들이 직접 텍스트를 제작하고 배포하는 생산성
- 피스크는 다양한 문화이론을 절충 혹은 발전시켜 풍부한 팬덤 이론적 자원을 가져옴. 그 중 피지배계급의 '대중문화자본(popular cultural)' 개념을 고안해 냈는데, 이는 피지배적 위치의 수용자들이 생산하는 의미와 즐거움에 한정시켜 이해하고 있으며, 부르디외가 제시한 문화자본의 '구별짓기(distinction)' 기능을 대중문화 내부로 불러 들여옴으로써, 수용자 공동체들 사이에 혹은 팬덤 간에, 그리고 팬덤 공동체 내부에서 발견되는 위계 형성에 대한 논의로 까지 나가고 있음

논문: 존 피스크가 제시한 '3가지 생산성' 이론

"팬들은 팬덤 활동을 통해 정체성을 구성하고 또 이를 드러내는데, 영국의 문화연구자 피스크(John Fiske)는 이러한 팬들의 정체성을 차별화 기제를 통해 설명한다. 즉, 팬들은 스타와 맺고 있는 관련성을 통해 자신들의 사회적 정체성과 체험 및 능력을 강화하는 '사회적 관련성 차별화'와 자신이 지지하는 대상의 질적, 미학적 우위를 주장함으로써 다른 것들과 위계적으로 차별하려고 시도하는 '미학적 차별화'를 통해 외부 세계와 구분되는 고유의 정체성을 구축해가는 것이다. 또한 팬덤은 참여(participation)와 생산성(productivity)의 특성을 갖는다. 팬들은 문화산업의 생산물을 단순히 수용하는 것만이 아니라 적극적인 참여를 통해 새로운 대중문화를 생산한다. 피스크(John Fiske)는 팬 문화가 지니는 생산성을 세 가지 측면에서 설명한다."

피스크의 팬덤 논의를 바탕으로 하는

글로벌 팬덤의 공동체성 연구

: 방탄소년단(BTS)의 아미(ARMY)를 중심으로

이동배*

국문초록

오늘날 새로운 기술발전 특히 IT기술의 발전은 시간과 공간의 제약을 완화시켰고, 문화적 공동체의 단위를 국가나 지역을 벗어나는 새로운 형태의 공동체로 출현시키고 있다. 팬덤은 하나의 개인적 경험이 아니라 문화를 공유하는 현상으로 볼 수 있다. 미디어 문화가 새롭게 발전해가면서 팬덤도 계속해서 진화한다. 최근 가장 핫한 K-Pop 아이돌 그룹은 바로 방탄소년단(BTS)이다. 그들이 데뷔한지 6년이 지난 현재는 이미 한국을 넘어 지구촌 여러 국가들의 수용자로부터 상당한 인기를 얻고 있다. 민족과 언어, 성별 등에 상관없이 특히 젊은 세대들은 방탄소년단이 주는 신선하면서도 진지한 음악과 메시지에 매료되어 열광하고 있다. 전 세계에 흩어져 있는 수많은 팬들은 '아미(ARMY)'라는 이름으로 나라 구분 없이 하나의 통합된 집합체로 운영되고 있으며 초국가적 네트워크를 형성하여 방탄소년단과 관련된 각종 이슈에 대해 적극적으로 움직이고 있다. 본문은 팬덤 간의 차별과 구별을 어떻게 짓는지, 아미의 참여와 문화적 생산성 등 피스크의 팬덤 논의에 따라 아미의 글로벌 공동체 형성 과정과 방식에 대해서 분석하였다. 그들은 팬덤 활동을 통해 정서적 공감대를 형성하고 공동체 일원들과 바람직한 사회를 구축해나가고 있다. 팬들은 감정적 및 행동적 요소들을 여러 통로로 공유하면서, 이러한 소통과 공감을 통해 국가, 인종, 나이까지 초월하는 나, 너, 우리로 연결되는 연대감을 형성하는 글로벌 공동체로 진화해 나가고 있다는 것을 알 수 있다.

주제어: 공동체, 글로벌 공동체, 팬덤, 글로벌 팬덤, 방탄소년단, 아미

논문: 존 피스크가 제시한 '3가지 생산성' 이론

방탄소년단 팬덤, 아미(ARMY)의 3가지 생산성

- 기호학적 생산성: 긍정적 에너지, 선한 영향력(ex.기부)
- 예술적 생산성(특정 소속임을 드러내는 표현): 인형 굿즈 달고다니기
- 텍스트 생산성(팬들의 작품): 팬 자막, 팬아트 등



팬덤의 진화

- **헨리 젠킨스의 <텍스트 밀렵꾼들>:** 팬덤의 행위성(agency)을 강조하는 저항성과 생산성을 주장
팬덤 공동체의 특징을 5가지로 정리
 1. 팬덤은 감정적 가까움과 비판적 거리감을 모두 포함하며, TV 텍스트를 세심히 몰입해서 시청하는 특유의 수용 양식을 지님
 2. 팬덤은 비판적이고 해석적인 실천을 함
 3. 팬덤은 프로그램의 스토리 전개를 스스로 판단하고 자신의 의견을 방송국과 제작자들에게 표현할 수 있는 권리를 주장하는 등, 소비자 행동주의의 토대를 마련
 4. 팬 공동체의 관심을 표현하는 자신들만의 장르를 만들고, 대안적인 생산과 배포, 전시와 소비를 개발함으로써, 특정 형태의 문화적 생산과 미학적 실천을 행함
 5. 자신들의 공동체의 중요한 성격을 유토피아적 공동체로 이해한다는 점에서 팬덤은 대안적인 사회 공동체로 기능함
- 헨리 젠킨스의 <텍스트 밀렵꾼들>의 의의
 1. 수동적이고 '얼빠진, 집착적 소비자'라는 미디어 팬의 부정적 이미지를 '저항적이고, 생산적인 팬'의 이미지로 전복시킴
 2. <텍스트 밀렵꾼들>은 팬덤 공동체의 부단한 실천을 상세하게 제시함으로써 이전 수용자 연구들이 제대로 풀지 못했던, 수용자의 '능동성'이 지닌 사회적 및 현실적 결과에 대한 의심을 무너뜨림
- 헨리 젠킨스의 <텍스트 밀렵꾼들>의 한계
 1. 팬덤의 문화적 실천이 여전히 '지배 대 피지배', '제작자 대 수용자', '생산 대 소비'의 대립적 인식 프레임 안에서 이뤄지고 있다는 점
 2. 팬덤 연구를 지배와 저항의 이분법 속에서 위치시켜 자동으로 팬덤을 저항과 등치시킴. 대중문화와 그 수용자를 원천적으로 저항적으로 규정
 3. 팬덤 실천의 근본적인 의미를 해석적 차원에서만 찾아 인지적 차원에서 크게 벗어나지 못함

논문: 헨리 젠킨스 <텍스트 밀렵꾼들>에서 제시한 팬덤의 특성

아이돌 팬덤 3.0. 연구

- '참여' 모델의 '양육'형 팬덤,
'워너원(WANNA · ONE)' 팬덤을 중심으로



서강대학교 대학원
신문방송학과
신 윤 희

기획하고 양육하고 홍보하는 소비자

팬덤이 달라졌다. 만들어진 스타에 열광하는 것이 아니라 직접 스타를 만들고, 키워 낸다. 케이 팝 아이돌 제작 시스템의 패러다임을 바꾼 그룹 워너원의 팬덤을 통해 달라지고 있는 팬, 소비자의 특징을 읽는다.

BOOK
JOURNALISM



팬덤 3.0

신윤희



팬덤의 진화

- **헨리 젠킨스의 <컨버전스 컬처>**: 테크놀로지의 급속한 발전이 야기한 미디어 테크놀로지와 수용자 간 관계의 변화, 그리고 팬덤 문화에 미치는 영향을 기술하며, '컨버전스 컬처', '참여문화', '집단지성'이라는 세 개념을 제시
 - **컨버전스**: 소비자로 하여금 새로운 정보를 찾아내고, 서로 흩어진 미디어 콘텐츠 간의 연결을 만들어 내도록 촉진하는 문화적 변화를 의미
 - **참여문화**: 미디어 컨버전스 현상에서 관찰되는 것으로서, 수용자들이 적극적으로 관여하는 문화양식
 - **집단지성**: 온라인 커뮤니티에 참여한 수용자들 간의 긴밀한 상호작용을 통해 발현되는 것으로서, 구성원들의 전문성을 결합하고 활용하는 가상 커뮤니티의 능력
- 젠킨스는 팬덤 공동체의 생산 능력을 이전보다 한층 더 강조함
- 특히 디지털 시대 팬덤의 문화적 실천이 더욱 더 생산과 소비의 경계를 허문하고 보는데, 그 한 예로서 팬덤이 여러 미디어 플랫폼을 넘나들며 수행하는 트랜스미디어 스토리텔링이 있음
- **팬덤의 인식 변화: 해석하고 전유하는 자 -> 참여하고 연결하며 수행하는 자**