

---

# K-Pop 팬덤과 팬덤 콘텐츠 2

**핵심 1. 아즈마 히로키 – 동물화, 데이터베이스 모델, 모에**

**핵심 2. K-Pop 팬덤의 생산성-팬덤 콘텐츠의 유형과 모에**

**핵심 3. 팬덤 콘텐츠와 스토리텔링**

**핵심 4. 팬덤의 확장된 표현형**

# 아즈마히로키 - 동물화

---

**포스트모던 시대 = 거대서사의 종말**

거대서사? 보통 사회 구성원이 공유하는 가치관이나 이데올로기 등을 말함

# 아즈마히로키 - 동물화

---

아즈마는 이 시기 일본에서 출현한 새로운 문화 소비자 유형에 주목함

1. 이들은 원작이나 원 세계관, 작품의 메시지 대신 캐릭터의 외관이나 말투, 표정 등 미시적 차원에 흥미를 둠
2. 이들은 문화 텍스트 속 개별 요소들을 엮어 그물망을 만들고 여기에 커다란 의미나 가치를 부여하는 대신, 이미 만들어진 의미망을 제멋대로 분해하거나 파편적 요소요소를 교묘하게 짜깁기한 패러디물에 열광

아즈마는 이를 두고 '큰 이야기'가 '작은 이야기'로 대체되었다고 결론지음

작가의 의도나 작품의 주제, 배경, 문제의식 등과 같은 '큰 이야기'의 자리는 이제 개별 캐릭터의 일러스트 같은 '작은 이야기'의 차지가 됨

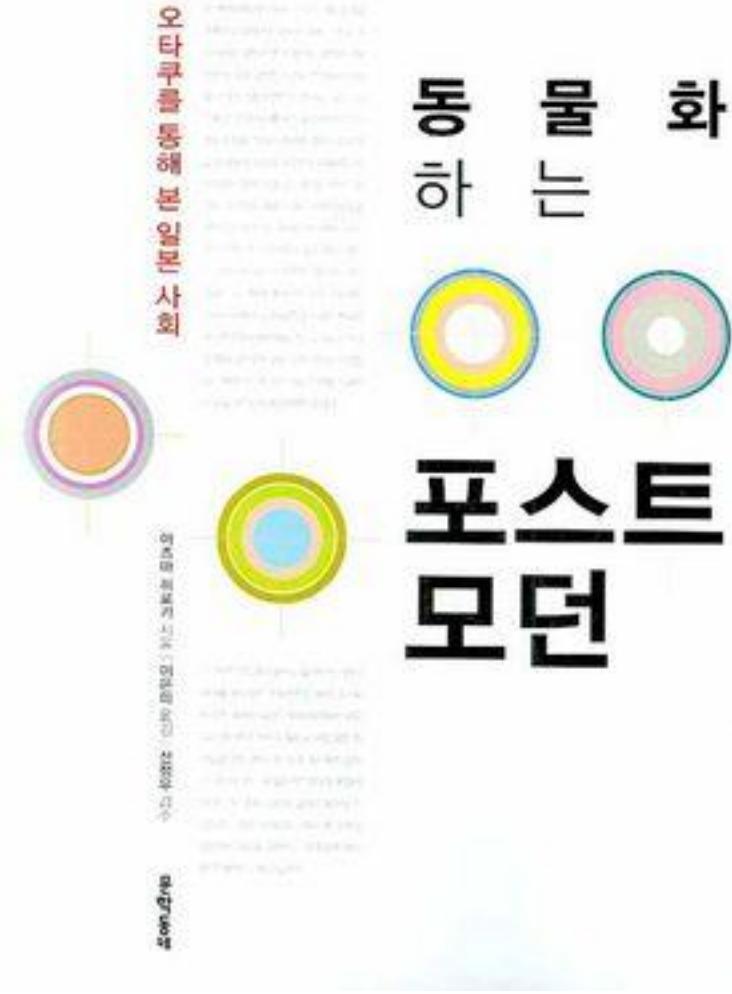
거대서가 지배하던 근대 시기에 인간은 모두가 동의하고 공감하는 굵직한 이야기를 갈망하고 신뢰했으며, 삶의 의미나 인간됨의 의미를 타자와의 관계 속에서 성취. 그러나 포스트모던 시기에 거대서사는 정당성을 잃고 빠르게 해체. 이제 인간은 삶의 절대적 가치나 의미의 고정점을 갖지 못한 채 세계를 부유하며 표층의 가볍고 사소한 이야기만의 채집하는 존재가 됨

아즈마히로키 - 동물화

---

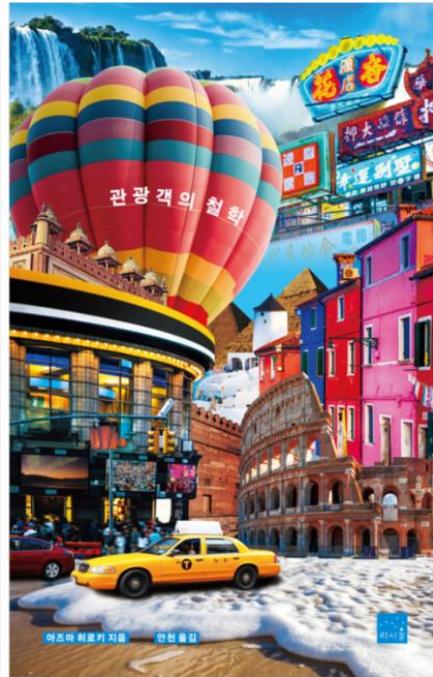
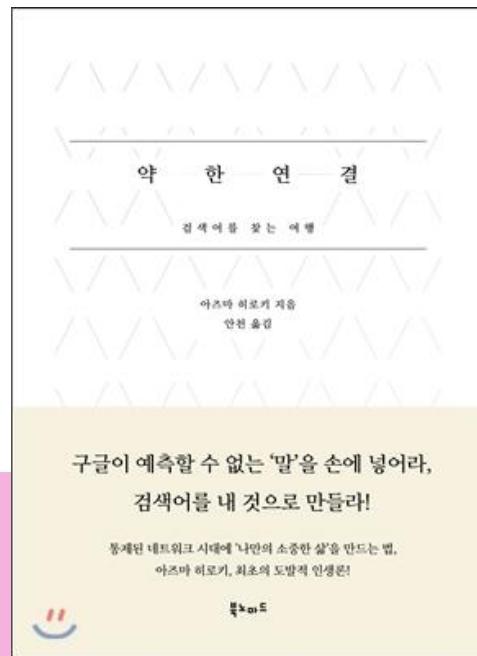
동물화

# 팬덤 콘텐츠와 데이터베이스 모델



아즈마 히로키

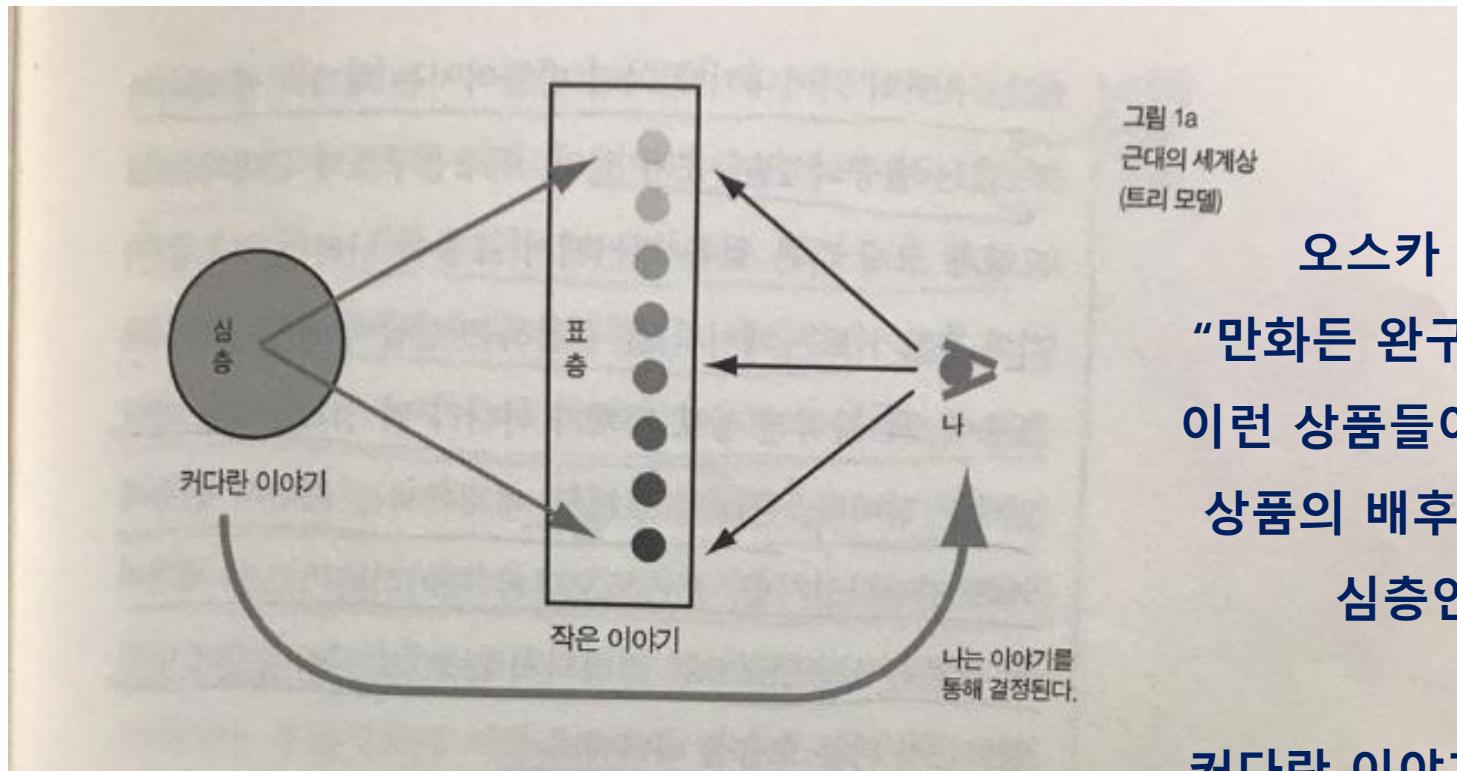
# 팬덤 콘텐츠와 데이터베이스 모델



아즈마 히로키(東 浩紀)

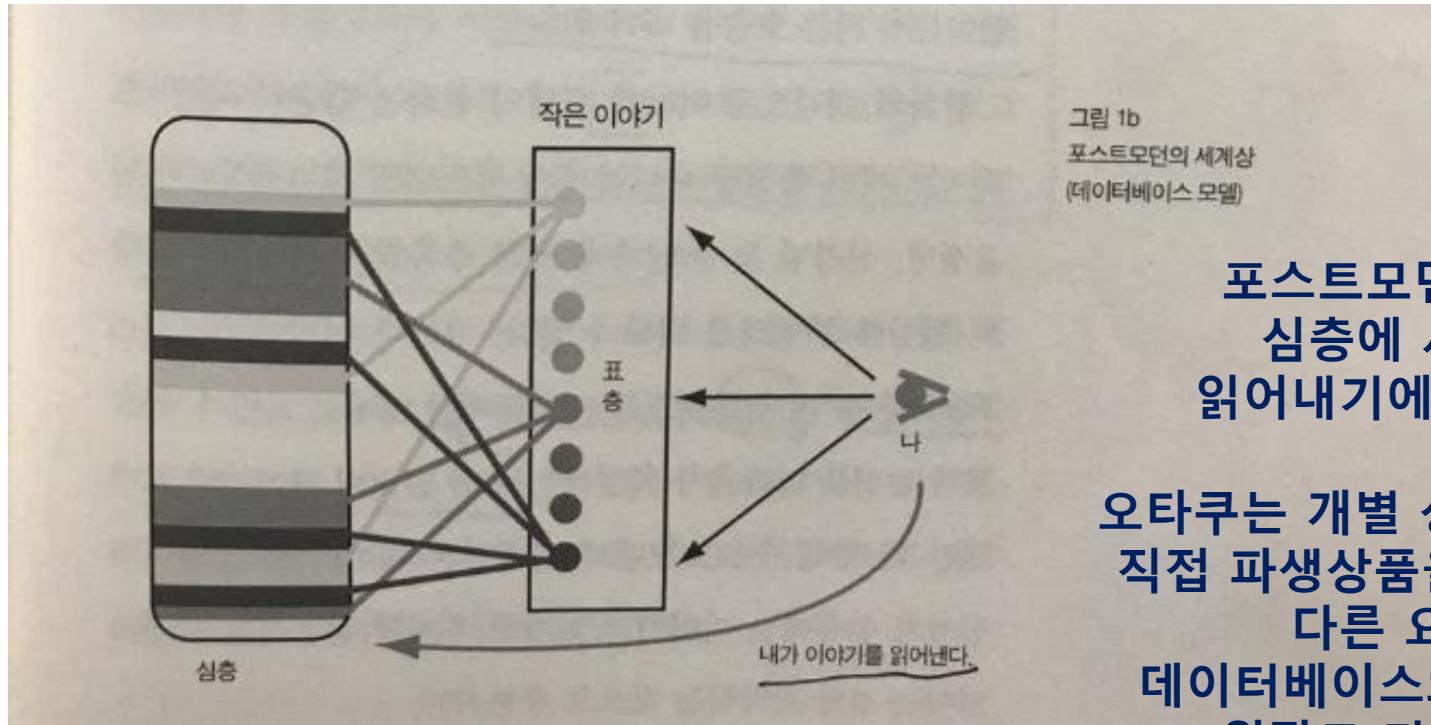
# 팬덤 콘텐츠와 데이터베이스 모델

## オスカエイ지의 이야기 소비론



# 팬덤 콘텐츠와 데이터베이스 모델

## 데이터베이스 모델



포스트모던 시대, 커다란 이야기(세계관)의 조락.  
심층에 세계관이 있는 것이 아니라, 향유자의  
읽어내기에 따라 만들어지는 정보의 집합체가 존재

오타쿠는 개별 상품을 모아 큰 이야기의 퍼즐을 맞추지 않고  
직접 파생상품을 만들고, 데이터베이스에서 일부를 빼내어  
다른 요소와 조합하기도 하며 콘텐츠 생성  
데이터베이스의 설정 그리고 이를 읽어내는 방식에 따라  
원작도 가능하고 2차 창작도 가능한 현상의 도래

표층은 무분별한 시뮬라크르가 아닌  
설정이 있는 시뮬라크르

# 팬덤 콘텐츠와 데이터베이스 모델

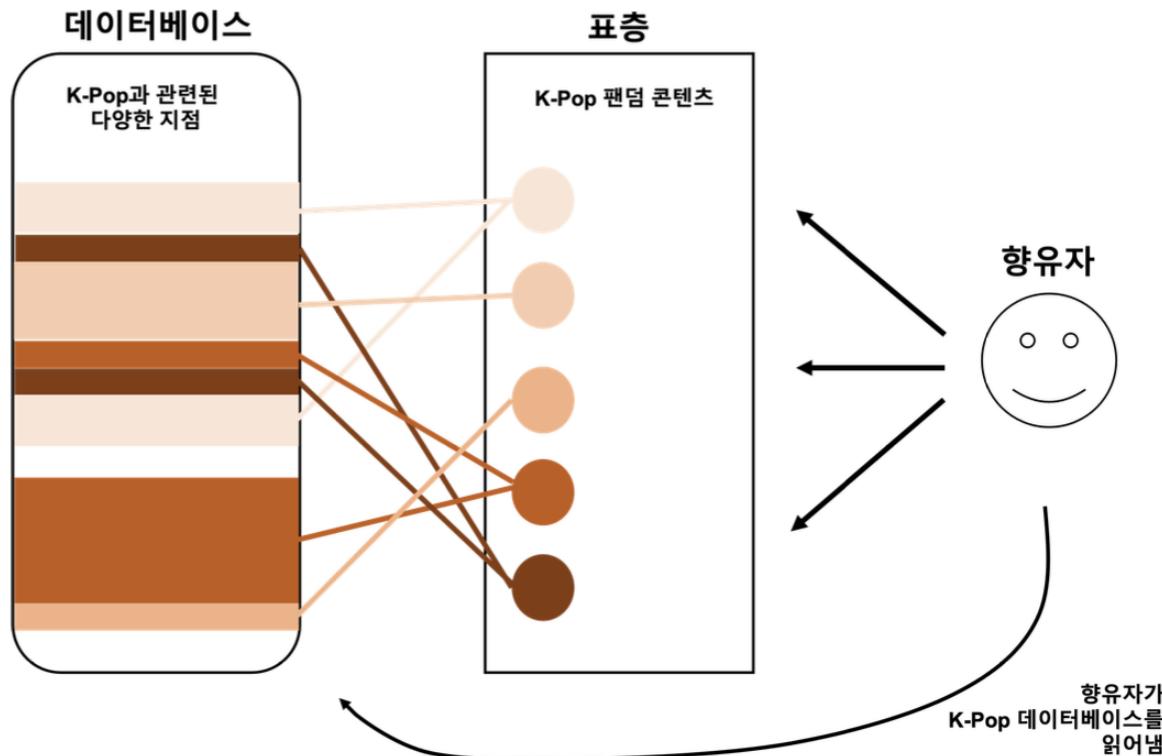
## 포스트모던과 시뮬라크르

소비자가 변하니 생산자의 태도도 변함. 세계관이 견고한 이야기 전개 보다는 속편, 외전, 스피오프 작품을 탄생시키고, 모에 요소에 따른 캐릭터 생산

원작도 사람들이 향유하는 데이터베이스에 정리되어 있는 데이터의 조합으로 만들어진 하나의 설정에 불과하게 되고, 그 데이터베이스 아래에서 얼마든지 2차 창작이 만들어지거나 향유될 수 있으므로 사실상 시뮬라크르와 원작의 경계는 불분명 해져가는 것

# 팬덤 콘텐츠와 데이터베이스 모델

[아즈마 히로키의 데이터베이스 모델, 모에]



<그림 3> K-Pop 팬덤 콘텐츠 생산의 데이터베이스 구조

# K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형과 종류

<표 4> 유튜브 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 분류 기준

| 생성 양상                             | 생성 형식                 | 생성 요소     | 설명  | 장르  | 향유내용  |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------|---|---|---|
| 상향식<br>K-Pop<br>팬덤<br>콘텐츠<br>132) | 1차<br>콘텐츠<br>기반<br>생성 | 지식적<br>정보 | 1차 생성 콘텐츠 활용 및<br>변형한 형태 중 지식적<br>정보를 제공                  | 팬자막, 뮤직비<br>디오 해석, 리액<br>션 비디오  | 언어, 이해,<br>스토리 이해,<br>관점의 동질<br>감 등과 같은<br>지식적 향유       |
|                                   |                       | 감각적<br>정보 | 1차 생성 콘텐츠 활용 및<br>변형한 형태 중 감각적<br>정보를 제공                  | 부분 편집, 부분<br>편집 모음, 교차<br>편집, 플레이리스트,<br>커버댄스                               | K-Pop 가수<br>의 내·외형<br>요소, 음악,<br>퍼포먼스 등<br>의 감각적 향<br>유 |
|                                   | 생산자<br>창의<br>기반<br>생성 | 지식적<br>정보 | K-Pop과 관련된 다양한<br>요소를 활용하여 새롭게<br>창조한 콘텐츠 중 지식적<br>정보를 제공 | 콘서트 티켓팅 방<br>법, 후기 콘텐츠,<br>전시회 & 언박싱<br>후기, 방꾸미기,<br>언박싱 후기, 팬<br>픽, 팬 에피소드 | K-Pop 가수,<br>소비 정보 등<br>의 지식적 향<br>유                    |
|                                   |                       | 감각적<br>정보 | K-Pop과 관련된 다양한<br>요소를 활용하여 새롭게<br>창조한 콘텐츠 중 감각적<br>정보를 제공 | 팬캠, 커버송   | K-Pop 가수<br>의 외형, 음<br>악 등의 감각<br>적 향유                  |



팬자막 콘텐츠 예시



뮤직비디오 해석 콘텐츠 예시



리액션비디오 콘텐츠 예시



후기 콘텐츠 예시

# K-Pop 팬덤 콘텐츠의 유형과 종류

## 연구결과

<표 4> 유튜브 K-Pop 팬덤 콘텐츠의 분류 기준

| 생성 양상                             | 생성 형식                 | 생성 요소     | 설명  | 장르   | 향유내용  |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------|---|--|---|
| 상향식<br>K-Pop<br>팬덤<br>콘텐츠<br>132) | 1차<br>콘텐츠<br>기반<br>생성 | 지식적<br>정보 | 1차 생성 콘텐츠 활용 및<br>변형한 형태 중 지식적<br>정보를 제공                  | 팬 자막, 뮤직비<br>디오 해석, 리액<br>션 비디오  | 언 어 이 해,<br>스토리이해,<br>관점의 동질<br>감 등과 같은<br>지식적 향유       |
|                                   |                       | 감각적<br>정보 | 1차 생성 콘텐츠 활용 및<br>변형한 형태 중 감각적<br>정보를 제공                  | 부분 편집, 부분<br>편집 모음, 교차<br>편집, 플레이리스<br>트, 커버댄스                               | K-Pop 가수<br>의 내·외형<br>요소, 음악,<br>퍼포먼스 등<br>의 감각적 향<br>유 |
|                                   | 생산자<br>창의<br>기반<br>생성 | 지식적<br>정보 | K-Pop과 관련된 다양한<br>요소를 활용하여 새롭게<br>창조한 콘텐츠 중 지식적<br>정보를 제공 | 콘서트 티캐팅 방<br>법, 후기 콘텐츠,<br>전시회 & 언박싱<br>후기, 방 꾸미기,<br>언박싱 후기, 팬<br>픽, 팬 에피소드 | K-Pop 가수,<br>소비 정보 등<br>의 지식적 향<br>유                    |
|                                   |                       | 감각적<br>정보 | K-Pop과 관련된 다양한<br>요소를 활용하여 새롭게<br>창조한 콘텐츠 중 감각적<br>정보를 제공 | 팬캠, 커버송  | K-Pop 가수<br>의 외형, 음<br>악 등의 감각<br>적 향유                  |

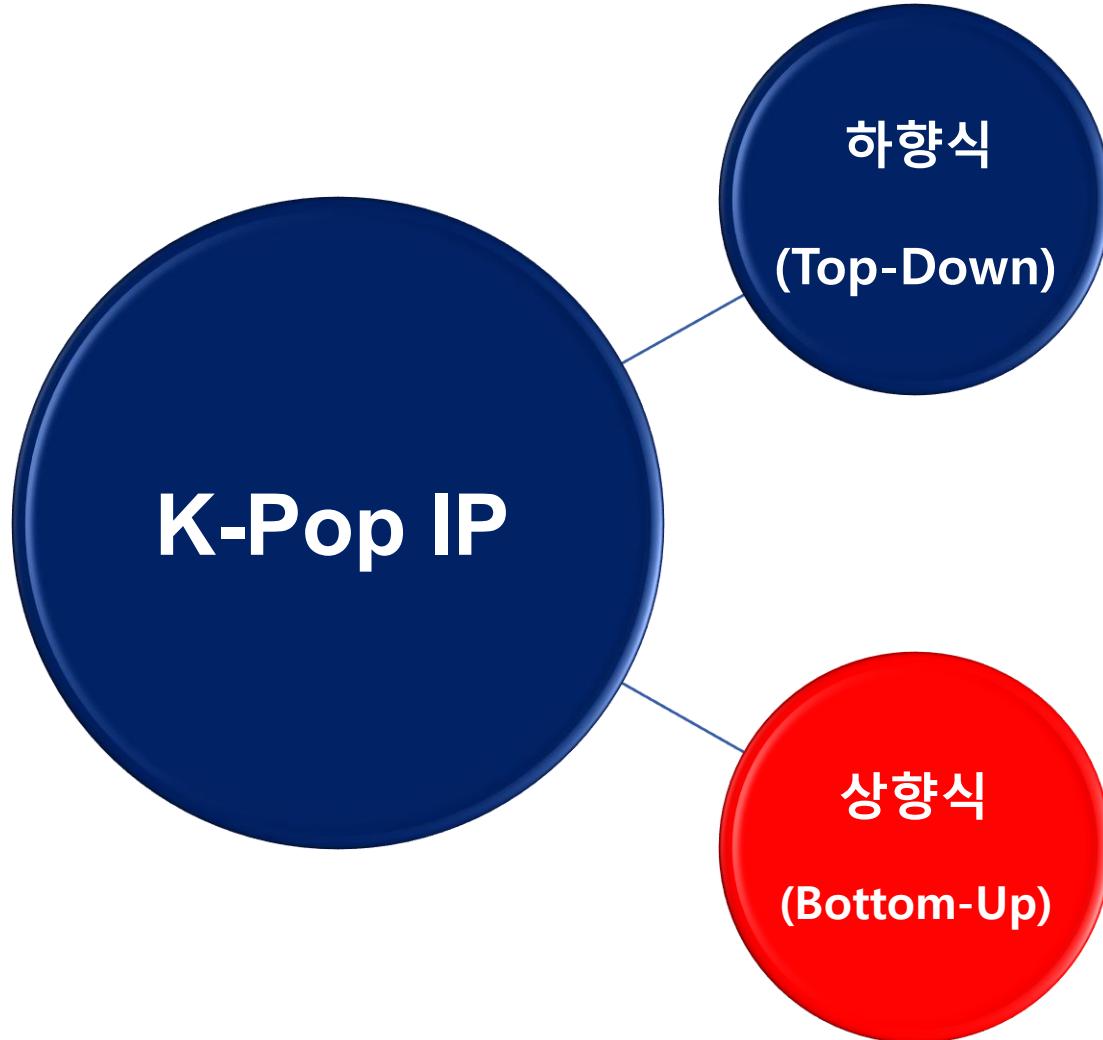
-**1차 콘텐츠 기반 생성:** K-Pop 1차 저작물을 보존하여 팬덤이 그 형식을 활용하거나 변형하여 재구조화한 콘텐츠. 이는 기존 콘텐츠의 부분적 혹은 전체 형태를 그대로 사용하여 콘텐츠의 의미나 구성적 측면의 확장을 가져오는 것을 가리킴

-**생산자 창의 기반 생성:** K-Pop과 관련한 요소를 활용하여 팬덤이 새롭게 창조한 콘텐츠. 1차 콘텐츠 기반 생성의 부류보다 콘텐츠의 소재나 주제의 선택이 열린 형태로 생성되는 모습을 보임

-**지식적 정보:** 콘텐츠가 지닌 지식적 내용 뿐만 아니라 이야기성이 드러나는 부류

-**감각적 정보:** 향유자에게 시각, 청각, 촉감 등과 같은 감각적 요소를 중심으로 정보를 제공

# K-Pop IP의 확장 구조



- 음반, 캐릭터, 스토리, 게임, 굿즈, 뮤직비디오, 테마파크, 공연, 팬 플랫폼 등
- 팬덤은 K-Pop IP 콘텐츠, 혹은 자신들이 만들어 가는 팬 활동을 소재삼아 다양한 플랫폼에서 다양한 형태의 포맷으로 적극적이고 자발적으로 팬덤 콘텐츠를 생산

# K-Pop IP 확장과 놀이&재미

---

향유자 측면에 주목한  
콘텐츠 (상향식, 하향식) IP 확장시 필요 요소

'재미, 놀이'

이로부터 파생되는 몰입



팬덤이  
상향식 콘텐츠(팬덤 생성 콘텐츠)를  
지속적으로 만드는 이유도  
재미와 몰입에서 찾아볼 수 있음



= 팬덤 콘텐츠의  
게이미피케이션



## 팬덤 콘텐츠가 게이미피케이션?

먼저, 참여 환경이  
어떻길래 팬덤을 놀이로 이끌 수 있는걸까?



# 온라인 참여 환경

## K-Pop 팬덤 향유 욕망 의지 발현의 환경적 요소

포스트모던 구조에서  
형성된 데이터베이스  
환경

누구나 실천 가능한 진입  
장벽없는 콘텐츠 생산 환  
경 및 무료 향유

트랜스미디어 환경

상호작용의 주된 기능을  
지닌  
디지털 미디어 플랫폼

# SNS 플랫폼의 게임 메커니즘

팬덤 콘텐츠를 거칠게 놀이로 바라본다면 생산과 연관된  
주변 맥락 또한 놀이적 가능성이 존재

'놀이'가 무엇?

요한 호이징아의 관점에 따라  
놀이는 '특정 시공간', '규칙', '즐거움'으로  
요약됨

그렇다면, 3가지 키워드에 따라  
특정 시공간에서 작동되는 1. SNS의 놀이적 속성과  
2. K-Pop 팬덤의 생산성은 즐거움을 파생시키고 있는지  
혹은 규칙적 측면이 있는지  
놀이와의 교집합을 분석

# 팬덤의 생산성

팬덤 콘텐츠의 게이미피케이션 원리

## [K-Pop 팬덤의 생산성]

자발적 실천

콘텐츠 생산에  
목표가 존재

취향과 역량에  
따른 실천

>>

이는 미하이치센트미하이  
'몰입'의 개념에 부합  
**즐거움** 파생

외재적 환경 변화에 따라 팬덤 콘텐츠의 종류와 형태는 확장되었지만, 팬픽, 팬캠, 팬아트 등과 같은 규칙성 있는 팬덤 콘텐츠 생성

>>

**규칙**

이는 팬덤이 느끼는 즐거운 향유 소구 포인트가 각 장르에 존재한다는 것을 시사

# 유튜브

팬덤 콘텐츠의 게이미피케이션 원리

[유튜브]

규칙

배지(어워즈)

보상

>>

즐거움과 몰입 유도

특정 시공간

>>

유튜브는 온라인의 대표적  
놀이공간으로 작동되어  
생산자를 이끌어냄

따라서  
K-Pop 팬덤의 생산적 측면과 유튜브는  
놀이적 성격이 두드러지며,  
게이미피케이션의 선상에 위치하고 있는 모습을  
보이고 있음

그렇다면, 팬덤 생산물인  
**K-Pop 팬덤 콘텐츠**  
또한 놀이 성격 안에서  
작동되고 있을 것이라 가정해볼 수 있음

# K-Pop 팬덤 콘텐츠의 게이미피케이션 가능성

# 게이미피케이션

---

게임을 즐기는 이유?

# 게이미피케이션

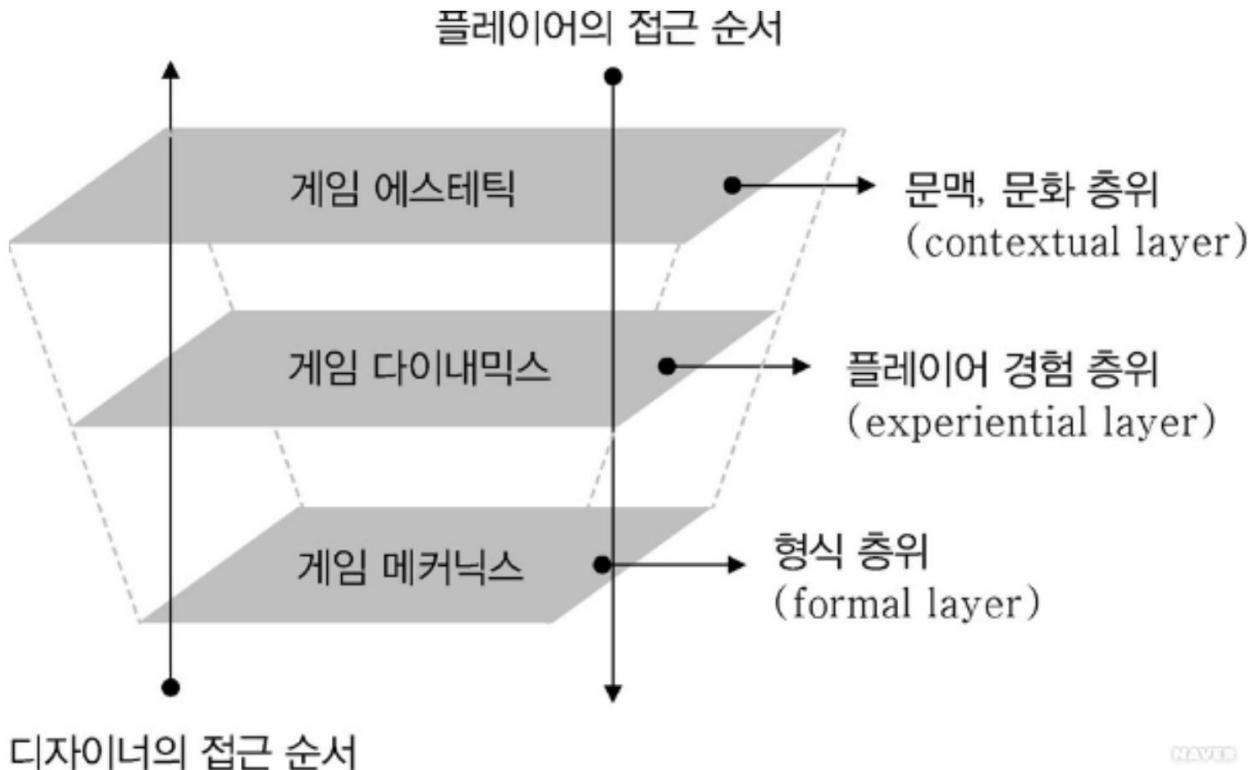
## 게임화? 게이미피케이션?

- 게임이 가진 자발적 몰입의 힘을 빌려 메시지를 전달하는 강력한 도구로 기능
- 게이미피케이션의 개념은 디지털 미디어 및 게임 산업에서 비롯되었지만, 주목하고 실질적인 적용의 시도를 보인 분야는 **광고와 마케팅 분야**

'게임(game)+되기(-fication)'

지금까지 게임으로 인식되지 못했던 교육, 쇼핑, 건강, 뉴스, 커뮤니티, 행정 등의 비게임 분야에서 게임과 유사한 놀이 경험 발생을 위해 게임 요소를 활용하는 의도적 활동과 그 결과로 나타나는 현상

# 게임 고안 조건 – MDA 프레임워크



# 게임 메커닉스와 게임 다이내믹스 반응 관계

| 게임 메커닉스 | 게임 다이내믹스 |                   |
|---------|----------|-------------------|
|         | 1차 반응    | 2차 반응             |
| 점수      | 보상       | 상태, 자아표현, 이타심     |
| 레벨      | 상태       | 성취, 자아표현          |
| 도전      | 성취       | 보상, 상태, 자아표현, 이타심 |
| 가상 재화   | 자기표현     | 보상, 상태            |
| 순위표     | 경쟁       | 상태, 자아표현, 이타심     |
| 선물, 기부  | 이타심      | 상태, 자아표현          |



## 팬덤 콘텐츠의 게이미피케이션

팬덤 콘텐츠의 작동은 어떠한 게임적인 사고와 기법으로  
K-Pop 팬덤을 몰입시키는가?





K-Pop 팬덤 콘텐츠의 생성 구조를  
게이미피케이션으로 이해하고,  
구체적인 작동 원리와 동력을 규명

단일한 측면의 팬덤 탐구를 넘어  
팬덤 실천 기저에 자리 잡은 향유 원리를 다각적으로 이해하고자 함

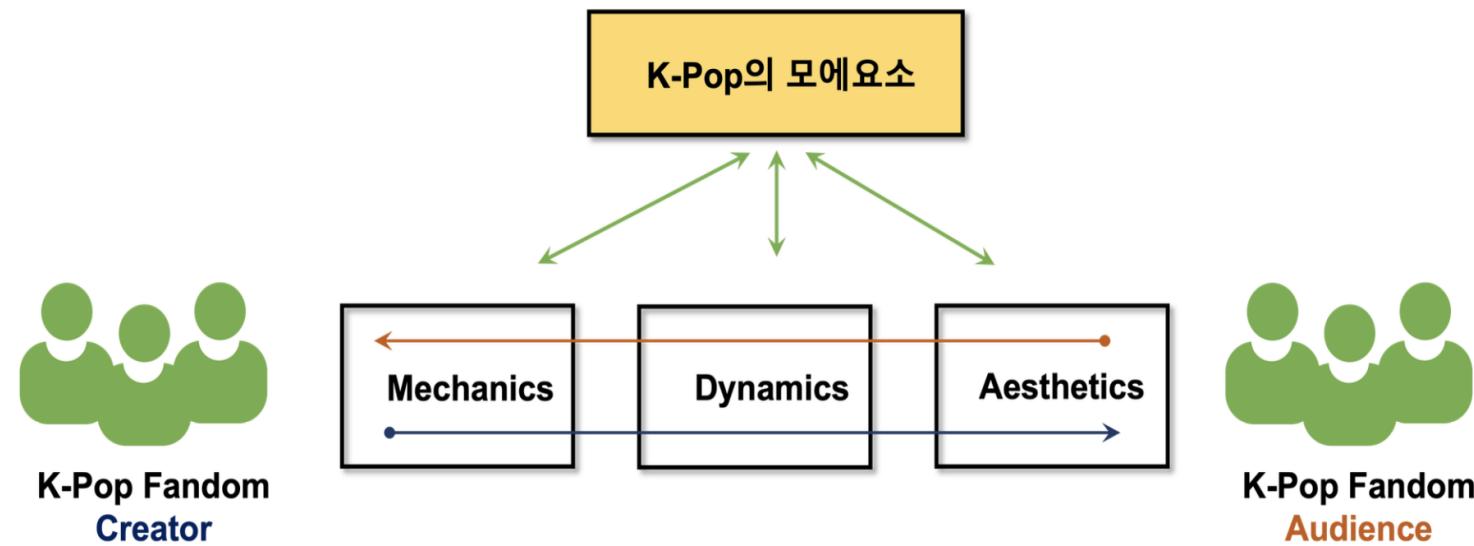


**유튜브 K-Pop 팬덤 콘텐츠**

**152개**

## [팬덤 콘텐츠 게이미피케이션 분석 모델 설계]

### MDA 프레임워크+아즈마 히로키 데이터베이스 모델의 모에 요소



<그림 4> K-Pop 팬덤 콘텐츠 분석을 위한 'K-Pop 팬덤 향유 구조 모델'

먼저, 게이미피케이션 분석틀로서  
**MDA** 프레임 워크

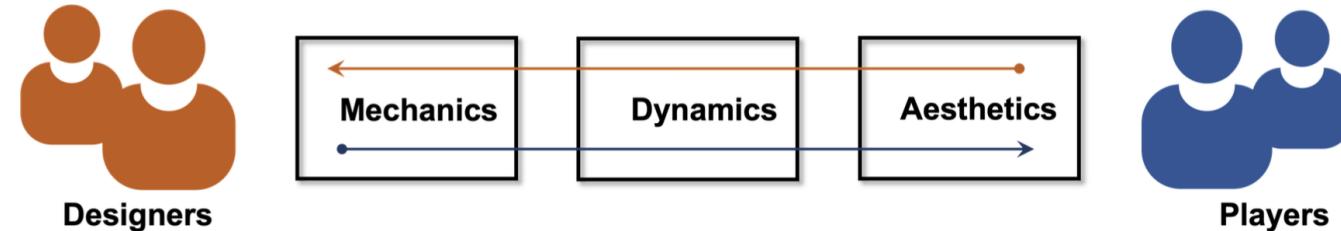
## 1. 게임을 이해하는 관점

내러톨로지 VS 루돌로지

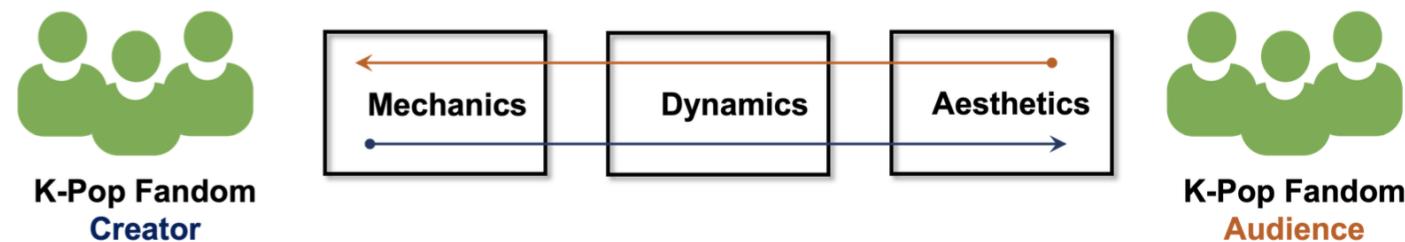
## 2. 많은 학자들의 게이미피케이션에 대한 관점

→ 게임 디자인 방법론(MDA)

## [MDA 프레임워크]



<그림 1> MDA 프레임워크



<그림 2> MDA 프레임워크에서의 K-Pop 팬덤 위치

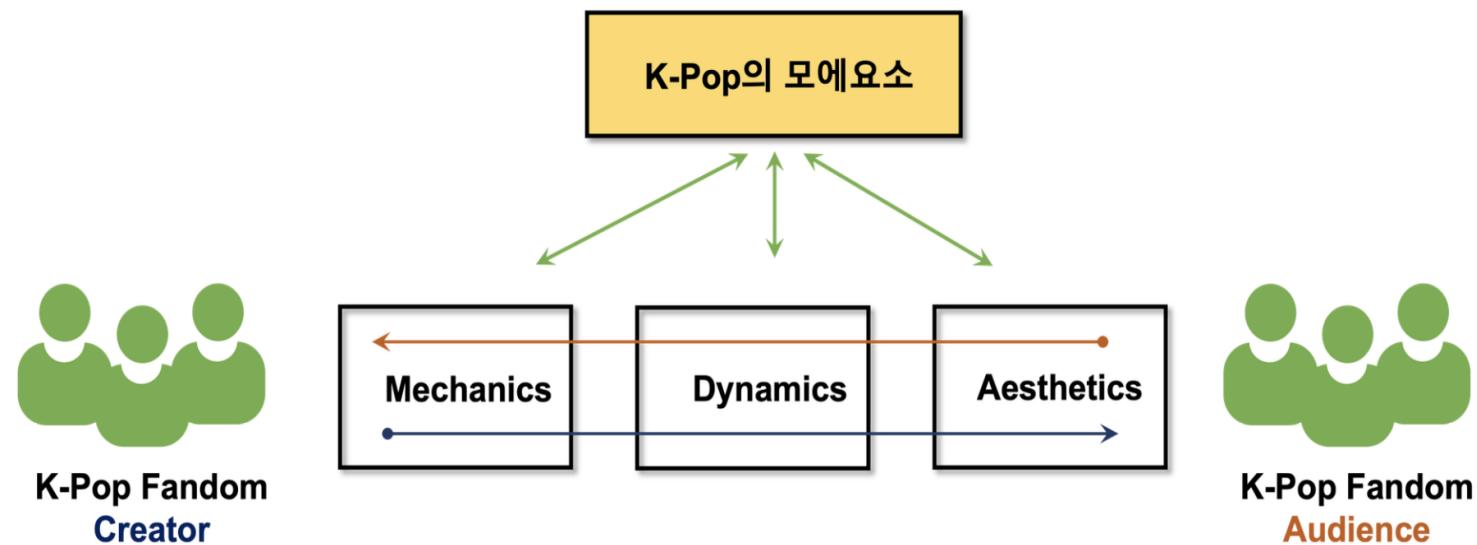
아즈마 히로키,  
모에 요소

**모에 요소 = 향유 소구 포인트**

**형식이자, 경험 및 문화적 맥락에서 파생**

## [팬덤 콘텐츠 분석 모델 설계]

### MDA 프레임워크+아즈마 히로키 데이터베이스 모델의 모에 요소



<그림 4> K-Pop 팬덤 콘텐츠 분석을 위한 'K-Pop 팬덤 향유 구조 모델'

## [MDA 구성요소-게임 메카닉스]

<표 2> 비즈니스 진영에서의 게임 메카닉스 구성 요소

| 연구자     | 게임 메카닉스 구성 요소                                   |
|---------|---|
| 케이브 지커맨 | 점수, 레벨, 순위표, 배지, 도전 과제/퀘스트, 초심자 적응 프로그램, 몰입 루프  |
| 에런 디그넌  | 활동, 게이머 프로파일, 목적, 스킬, 저항, 자원, 행위, 피드백, 블랙박스, 결과 |
| 번치볼     | 점수, 레벨, 챌린지, 가상재화, 순위표, 선물과 기부                  |

<표 3> 게임학에서의 게임 메카닉스 구성 요소

| 연구자        | 게임 메카닉스 개념과 구성 요소   |
|------------|---|
| 마크 르블랑 외   | 게임의 특정 요소이자 데이터 재현 레벨과 알고리즘을 통해 다른 내믹스에서 발현되는 플레이어의 행동을 야기 시키는 것. 도구(equipment), 물리적 규칙(physical laws), 특정 공간(peculiarities of the venue) 등과 같은 구성 요소가 있음 |
| 콜린 맥클린 외   | 게임을 구성하는 기본 틀로써 액션, 규칙, 목표, 오브젝트, 플레이 공간, 플레이어를 제시함   |
| 트레이시 플러턴 외 | 플레이어(player), 목표(objectives), 규칙(rules), 절차(procedures), 리소스(resources), 경계(boundaries), 결과(outcome)  |

규칙 및  
플레이어 유도 요소와  
플레이 필요 요소

비즈니스 진영에서의  
게임 메카닉스  
구성요소

모에 요소

<그림 5> K-Pop 팬덤 콘텐츠의  
게임 메카닉스 구성요소

## [MDA 구성요소-게임 다이내믹스]

| 1차 다이내믹스   | 2차 다이내믹스  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>□ 기능적, 명시적, 문화적 상호작용<ul style="list-style-type: none"><li>• 행동</li><li>• 경험</li><li>• 전략</li></ul></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>□ 인지적 상호작용<ul style="list-style-type: none"><li>• 심리적, 감정적, 지적 관계</li><li>• 보상, 지위, 성취, 자기표현, 경쟁, 이타심</li></ul></li></ul> |

<그림 6> K-Pop 팬덤 콘텐츠의 게임 다이내믹스 구성요소

## [MDA 구성요소-게임 에스테틱스]

- 게임 에스테틱스 영역은 플레이어의 경험 창조와 판단에 영향을 주는 **미학적 요소**.
- 즉 향유자의 미적 판단이 존재해야 게임이 작동되고, 반대로 게임이라는 매체가 플레이어에게 재미를 주려면 늘 미학이 전제돼야 함

이는 게임으로 진입하기 위해서는 플레이어의 인식이 먼저 생성되어야 한다는 것인데,  
이 인식은 결국 플레이어의 **사회 문화 구조의 상황과 맥락**에 따라 형성

또한, 에스테틱스는 이로 인하여 **다양한 문화적, 관습적 현상에 영향을 행사하는 영역**

## [팬덤 콘텐츠의 게임 메카닉스]

### 1. 생성 구조 변화 '규칙'

파이디아 목적의 콘텐츠 생성 규칙 존재

### 2. 트랜스미디어 스토리텔링의 '도전과제'

상위구조에서 충족해주지 못하는 부분에 대한 욕망을 채우고 이로부터 발생하는 즐거움을 찾기 위해 콘텐츠 생산의 미션을 수행

### 3. 점수 시스템으로 발현되는 '피드백'

좋아요, 구독 등의 양적점수/댓글 등의 질적점수

### 4. 장르별 '모에 요소': 모에 요소는 향유자를 지속적으로 팬덤 콘텐츠에 참여하도록 유도하는 향유 요소

'K-Pop 가수의 언어', '뮤직비디오 스토리', 'K-Pop 수용에 대한 관점', 'K-Pop 가수', 'K-Pop(음악)', 'K-Pop 퍼포먼스', '문화 및 경제적 소비 체험', 'K-Pop 가수의 내·외적 캐릭터'

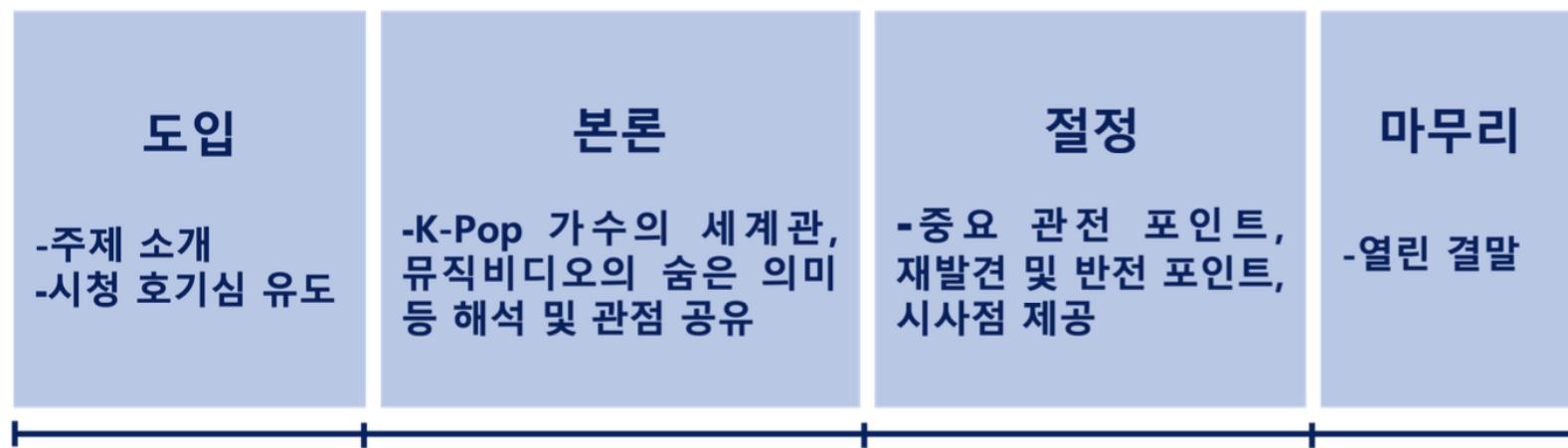
→ 이러한 게임 메카닉스가 존재하여 팬덤의 생산 몰입을 유도

## Ex. '뮤직비디오 해석' 팬덤 콘텐츠 다이내믹스 분석

'뮤직비디오 해석' 장르는 1차 콘텐츠인 뮤직비디오를 활용하여 해석 내용을 제공하는 형태이다. 뮤직비디오 해석 장르로 발현된 모에 요소는 뮤직비디오가 전하는 '**함축적 내용을 이해**'하는 것에 있다. 따라서 이 장르는 뮤직비디오가 함축하고 있는 소재, 주제, 시각 요소, 가사 및 비디오 내용의 탐구를 중심으로 콘텐츠가 전개된다. 스토리텔링의 분석 결과 뮤직비디오 해석은 ①강의 형식 전개, ②쉽게 발견하지 못하는 메타포 및 반전 요소 해석, ③열린 결말과 관점 나누기라는 세 가지 전략을 가지고 있다.

물론 향유자는 '뮤직+비디오'의 특성상 음악과 같은 감각적 체험의 비서사적 요소를 향유하기도 하지만, 근본적으로 뮤직비디오가 전하려는 메시지의 서사적 전개를 중심으로 향유 목적을 전제하는 모습을 보인다.

## Ex. '뮤직비디오 해석' 팬덤 콘텐츠 다이내믹스 분석



<그림 15> '뮤직비디오 해석' 장르의 서사 전개 구조

## Ex. '뮤직비디오 해석' 팬덤 콘텐츠 다이내믹스 분석

뮤직비디오 해석 콘텐츠는 '도입, 본론, 절정, 마무리'의 구조로 서사가 전개된다. 도입에서는 서사의 중심이 되는 뮤직비디오 소개 및 주제에 대한 중요 포인트를 언급하며 시청 호기심을 유도한다. 본론에서는 관점에 따른 뮤직비디오의 내용적 해석이 진행된다. 특히 표층적으로 잘 드러나지 않는 의미적 해석을 제공함으로써 내용이 구성된다. 절정에서는 뮤직비디오의 내용 중 '재발견 요소' 및 '반전 포인트'와 같이 콘텐츠 부분 중 가장 매력적인 시청 요소를 제공한다. 첫 번째 혹은 마지막 단계에서 콘텐츠에 대한 해석은 생성 중심 팬덤의 주관적 관점임을 제시하면서, 시청자 팬덤에게 또 다른 의견을 공유해달라는 공지성 멘트가 구성되어 있다. 그러나 팬덤 콘텐츠 대부분이 솟폼의 형태로 이루어진 만큼, 도입을 삭제하는 등 빠른 속도로 본론과 절정에 도달하는 전개를 보이기도 한다. 또한, 뮤직비디오 해석 콘텐츠는 지배적으로 본론과 절정을 하나의 구조로 묶어 콘텐츠가 강조하고 싶은 중요한 부분을 두괄식으로 표현하기도 한다.

**팬덤과의 상호작용으로 느끼는 이타심과 성취는 댓글, DM, 좋아요와 같은 피드백을 통해 이루어지고 있다.**

누구나 생각할 수 있는 뮤직비디오 서사의 보편성을 넘어 숨겨진 특징과 메타포를 해석해내는 작업은 더욱이 보람된 일이며, 인터뷰이의 말처럼 보물을 찾는 기쁨이다. 기획사와 같은 상위구조는 향유자에게 '보물을 찾는 미션', 즉 '해석을 행하는 향유 방식'이라는 도전과제를 수여한다. 상위구조에서는 다양한 콘텐츠를 생성하여 퍼즐화시키고, 팬덤은 이를 맞춰가는 과정을 주도하며 트랜스미디어 스토리텔링한 2차 콘텐츠를 표층으로 드러낸다.

생성 중심 팬덤은 열린 결말을 통해 수용 중심 팬덤을 뮤직비디오 해석에 참여시킨다. 수용 중심 팬덤은 댓글과 같은 질적 피드백 창구를 통해 해석에 참여하게 되는데, 이는 생성 중심 팬덤이 느낄 수 있는 감정을 이들에게까지 위임하면서, 생산자가 느끼는 인지적 2차 다이내믹스를 허락하는 모습이다. 플랫폼과 같은 외부적 환경의 시스템 뿐만 아니라, 이를 활용하는 생성 중심 팬덤은 향유자의 참여를 이끄는 스토리텔링 전략으로 누구나 프로슈머가 될 수 있는 환경을 조성한다.

Ex. '뮤직비디오 해석' 팬덤 콘텐츠 다이내믹스 분석



2차 다이내믹스: 이타심, 내적보상, 성취



## [팬덤 콘텐츠의 게임 다이내믹스]

- 1차 다이내믹스: 행동과 경험
  - 스토리텔링 전략(텍스트와 팬덤의 상호작용)
  - 팬덤간의 상호작용
- 2차 다이내믹스: 상호작용을 통해 얻게 되는 인지적 측면

### >> 각 장르 텍스트분석 및 생산자 팬덤 심층인터뷰 결과

- 각 장르마다의 특별한 스토리텔링 전략을 통해 콘텐츠가 생성되고 있음을 확인
- 팬덤은 콘텐츠 생성 의미를 ‘자기표현’으로 시작하여, ‘지위’, ‘내외적 보상’, ‘이타심’, ‘성취’, ‘연결감’, ‘소속감’ 등의 2차 게임 다이내믹스를 느끼고 있었음. 이는 지속적으로 콘텐츠를 생성하는 동력으로 작동

- ‘팬덤 콘텐츠 제작’, ‘팬덤 생활’, ‘일상’에서의 정체성이 탈경계적 현상을 보이고 있었고(페르소나, 플레이어, 퍼슨의 탈경계적 현상), 멀티 페르소나가 동시 작동됨

## [팬덤 콘텐츠의 게임 에스테틱스]

- K-Pop 팬덤 향유 욕망 의지 발현의 환경적 요소
  - 포스트모던 구조에서 형성된 다양한 기호적 요소의 데이터베이스 환경  
이에 따라 누구나 실천 가능한 진입장벽 없는 콘텐츠 생산 환경 및 무료 향유
  - 트랜스미디어 환경
  - 상호작용의 주된 기능을 지닌 디지털 미디어 플랫폼
- 팬덤 콘텐츠 생산이 가져온 문화적 현상
  - 멀티 페르소나를 동시에 작동시키고, 여러 위치에 존재하는 자신의 모습을 중첩시키며 자신을 노출 시킬 기회를 노리고, 놀이를 넘어 팬덤으로서의 역할과 자아실현을 함께 이루려는 모습을 보임 → 놀이 개념의 확장
  - 기존 팬클럽에 가입해야하는 공동체 조직을 넘어, 팬 활동의 개인화 과정 속에서 팬덤 콘텐츠 생성.  
이 콘텐츠 생성은 구독자라는 소규모의 공동체를 형성시키며 팬덤 누구나 공동체를 이끄는 입구로서의 향유 활동을 가능하게 하는 모습을 보임. 또한 개개인이 생성하는 다채로운 팬덤 콘텐츠는 새로운 팬덤을 유입하는 기제로서 작동하고 있음

## 결론

팬덤 콘텐츠는 팬픽, 팬아트 등 아날로그 시절부터 존재하였음. 팬덤은 능동적인 생산을 하며 팬 활동을 하는 모습을 보임. 이를 지속시키는 원리에는 '게이미피케이션'이 자리함.

팬덤 콘텐츠는 게임적 형식, 경험으로 지속적으로 사용자의 몰입을 유도. 여기에 향유 소구 포인트인 '모에' 요소가 함께 작동하여 팬덤의 생산을 지속적으로 유도함

# 후속연구: 팬덤의 확장된 표현형

## K-Pop 팬덤 콘텐츠를 통한 팬덤의 확장된 표현형

The Extended Phenotype of Fandom through K-Pop Fandom Content

### 목차 TOC

- 서론
- 리처드 도킨스의 '확장된 표현형'
- K-Pop 팬덤 콘텐츠 생산과 자아실현
- K-Pop 팬덤 콘텐츠를 통한 팬덤의 '확장된 표현형'
- 결론

### 초록 Abstract

본고의 목적은 K-Pop 팬덤 콘텐츠 생산에 대한 의미를 리처드 도킨스의 '확장된 표현형(The Extended Phenotype)'으로 이해하고자 함에 있다. 이를 위해 팬덤 콘텐츠 생산의 지속 동력으로 작동하는 요인을 팬덤의 심층인터뷰를 통해 탐구하였다. 연구 결과 팬덤 콘텐츠를 생성하는 원인인 팬덤의 '자기표현'은 리처드 도킨스가 말하는 유전자 관점에서의 개체 행동전략에 의해 이루어지고 있음을 파악하였다. 팬덤은 본 정체성을 팬덤 콘텐츠 생산에 중첩시키며 자신 유전의 생존과 지속성을 위해 확장된 표현형을 행하고 있음을 알 수 있었다. 본 연구는 K-Pop 팬덤의 생산성을 자연과학적 측면으로 이해함으로써 그 기저에 있는 원리를 탐구하였다는 것에 의의를 지닌다.

The purpose of this paper is to understand the implications of K-Pop fandom content production in terms of Richard Dawkins' The Extended Phenotype. To this end, this study explored the factors that sustain the production of fandom content through in-depth interviews with fandom members. As a result, it is found that fandom 'self-expression', which is the cause of fandom content creation, is driven by individual behavioral strategies in the genetic sense of Richard Dawkins. Fandom superimpose their identity on the production of fandom content and perform extended expression for the survival and continuation of their genes. The significance of this study is that it explores the principles underlying the productivity of K-Pop fandom by understanding it in terms of natural science.

### 주제어 Key Words

K-Pop, 팬덤, 팬덤 콘텐츠, 확장된 표현형, 유전학

K-Pop, fandom, fandom content, the extended phenotype, genetics

### 문화와융합

Culture & Convergence  
p-ISSN 2950-9742  
e-ISSN 2950-9750  
2023-09-30  
Vol.45 No.9 pp.475-483  
DOI <https://doi.org/10.33645/cnc.2023.09.45.09.475>

오윤지 Oh Yoonji  
한양대학교 박사  
Hanyang University  
yoonji@hanyang.ac.kr

본고는 연구자의 박사학위 논문(오윤지(2023). K-Pop 팬덤 콘텐츠 생성 연구, 한양대학교 일반대학원 박사학위논문)에서 밝혀낸 'K-Pop 팬덤의 팬덤 콘텐츠 생성 행위에 대한 의미'를 자연과학적 해석을 통해 발전시킨 형태의 후속 논문이다. 본고의 3장은 학위논문의 일부분이다.

접수원료 2023-08-20  
심사원료 2023-09-10  
게재결정 2023-09-12

## K-Pop 팬덤 콘텐츠 생성의 기저 원리가 게이미피케이션이고, 그 기저의 기저 원리는 리처드 도킨스이 말하는 유전자의 확장된 표현형의 구조?

### 도킨스가 말하는 물리적 개체 밖으로 유전자를 확장시키는 작동원리 =팬덤 콘텐츠의 생산 원리(자기표현)

"K-Pop 팬덤은 팬덤 콘텐츠를 활용하여 자신을 표현한다. 이들은 팬덤 콘텐츠에 본래의 자아를 중첩시키며 자신의 확장된 표현형을 이루려는 모습을 보인다. 즉 그들의 팬덤 콘텐츠 생성 의미는 유전자의 복제를 위한 개체의 확장된 표현과 매우 유사한 구조이며, 본 연구는 이를 증명하고자 하는 것이다."

이를 위해 본고는 리처드 도킨스가 말하는 유전자 복제를 위한 개체의 행동전략인 확장된 표현형이 어떻게 팬덤의 행동을 해석 할 수 있는지 먼저 그 이론을 살필 것이다. 그후 팬덤의 심층 인터뷰를 통해 그들의 생산적 의미가 확장된 표현형으로 작동되고 있음을 제시하고자 한다. 이는 자연과학이 입증한 지식을 바탕으로 연역적인 방법을 통해 팬덤 콘텐츠 생산이라는 문화 현상을 설명하고자 하는 것이다."

## 후속연구: 팬덤의 확장된 표현형

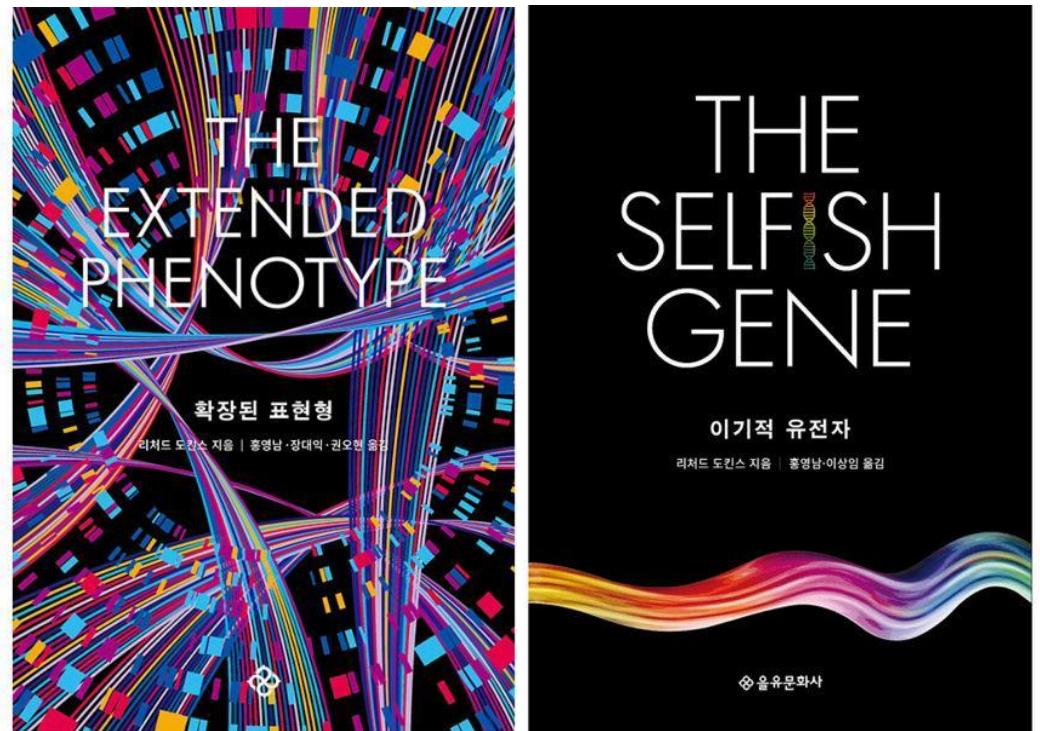
### 리처드 도킨슨의 확장된 표현형

유전자 선택론, 진화의 주체는 유전자, 이를 복하는 것은 개체. 유전자 결정론을 넘어 외부적 환경 영향에 대한 상호작용 속에서 복제가 이루어짐

리처드 도킨슨은 자연 선택에 참여하는 것은 종의 개체들이 아닌 DNA의 한 부분인 유전자라고 설명하며, 진화의 주체는 유전자이고 유기체인 인간은 생존 기계라 바라봄. 그의 이론은 생물학적으로 “적응을 잘 한 개체가 아닌, 적응을 잘 하는 유전자”에 의해 복제가 이루어짐을 설명.

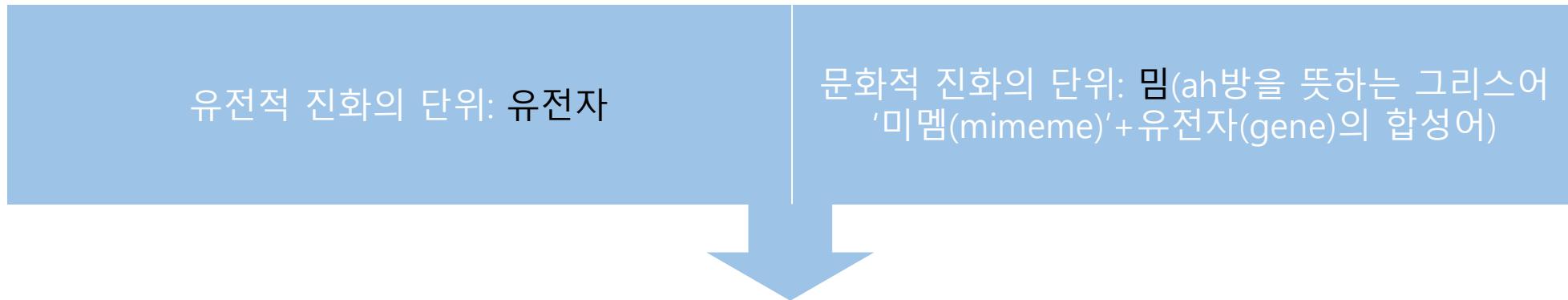
더 나아가 복제를 위해 유전자는 자신이 속한 유기체를 넘어 이에 둘러싼 환경으로까지 영역을 확장하게 되는데, 그는 이것을 ‘확장된 표현형’이라 부름. 다시 말해 유전자는 도구로서의 확장된 표현형을 활용해 스스로의 생명을 보전하는 것.

그는 유전자의 운반체인 유기체가 하는 행동은 유전자의 지배를 받고 있으며, 그들의 조작물 또한 표현형 도구로서 유전자의 영향으로부터 생겨났다고 바라봄. 이는 유전자의 활동 범위가 개체의 몸 밖으로 넓혀진다는 것을 의미.



### 리처드 도킨슨의 밍

리처드 도킨슨은 번식을 위한 복제자를 **유전자**와 **밈**으로 나눔



#### 문화적 전달과 유전적 전달 구조의 유사성

리처드 도킨스는 **유전자와 밍 모두 생식계열의 능동적인 자기복제 능력을 지녔다고 봄**. 밍은 음악, 단어, 시각 이미지, 얼굴 표정이나 손짓 등의 형태로 나타날 수 있다고 보는데 이렇게 뇌에 있는 밍이 곁으로 눈에 보이게 발현된 것이 표현형 효과라고 바라 봄

## 후속연구: 팬덤의 확장된 표현형

### 팬덤 콘텐츠 생성 X 유전학

유전자의 확장된 표현형은 유기체의 행동에 드러나며, 이는 그들의 생존에 관계가 있어야 함. 그리고 그들이 만들어내는 도구들은 결국 유전자의 확장된 표현형임. 또한, 유전자는 유기체의 외부 환경에 의해 영향을 받으며 유전의 형질을 만들어 내는데, 결국 유전자는 유전과 환경에 따라 이에 맞게 적응 행동을 할 수 있도록 설계됨. 이러한 개념에 따르면 팬덤이라는 개체가 생산하는 팬덤 콘텐츠는 유전자의 확장된 표현형일 수 있다고 가정 할 수 있음. **팬덤 콘텐츠는 디지털 미디어 안에서 팬덤 유전자의 도구로서 작동되고, 그들의 생산적 의미를 확장 시켜 팬덤 자신을 생존시키기 위한 환경을 만들어 내는 것 일 수도 있기 때문.**

따라서 본 연구에서는 유전자와 같은 방식으로 운영되는 확장된 표현형을 통해 팬덤의 팬덤 콘텐츠 생산 의미를 이해하고자 함. 이를 위해서는 팬덤 콘텐츠 생성은 결국 “**팬덤 콘텐츠가 팬덤의 자기 확장된 표현인지**” 또한 이러한 점이 “**자신의 존립과 관련된 팬덤 콘텐츠의 ‘생존성’에 영향을 미치는지**”에 대한 사실을 입증 해야 할 것

## 후속연구: 팬덤의 확장된 표현형

### 팬덤 콘텐츠 생성 X 유전학

팬덤은 퍼슨 영역에서의 자아를 팬덤 콘텐츠에 투영시키고, 이로부터 얻는 확장된 표현을 통해 지속적으로 콘텐츠 생산에 **동력을** 받고 있는 모습을 살펴 볼 수 있었음. 따라서 **팬덤 콘텐츠의 생성은 팬덤의 확장된 표현형**이라고 설명할 수 있음. 이는 도킨스가 말하는 **물리적 개체 밖으로 유전자를 확장시키는 작동원리와 상통하는 구조**. 팬덤은 본래의 자아표현을 확장하기 위해 자신의 개체를 넘어 팬덤 콘텐츠로 이입하기 때문. 팬덤은 자기표현을 위한 도구로서 팬덤 콘텐츠를 생산하며 이 행태는 자신의 존립과 연결된 팬덤 콘텐츠의 생산을 지속적으로 유지 시키는 동력으로 작용.

유전학에 따르면 자신을 유지시키는 핵심은 지속성에 있음. 따라서 그 유전자를 퍼뜨리려고 하는 성질은 자신의 몸 뿐만 아니라 밖으로 까지 확장되어 표현 형상의 조작 물로 작동됨. 조작물인 팬덤 콘텐츠는 팬덤의 자아를 표현하는 목적의 수단이 되고, 팬덤은 이 지속성을 위해 다양한 전략적 행동을 하는 모습을 보였는데, 차별화된 스토리텔링 구성, 아이디어 구상 등과 같은 팬덤의 행동에서 살펴 볼 수 있었음. 이는 자신의 유전자를 오래도록 생존시키기 위해 갖는 경향이라고 볼 수 있음. 따라서 팬덤은 자기표현을 넘어 '제작자'로서의 페르소나를 지니는데 이는 더욱 효율적으로 용이하게 자신을 퍼뜨리기 위하여 행하는 확장된 표현형이라고 할 수 있음

끝

질문 및 문의: 오윤지 010-8899-4668 / [poonji@catholic.ac.kr](mailto:poonji@catholic.ac.kr)