

문재인 정치팬덤의 복합적 성격*

오현철**

이 글은 문재인 정치팬덤에 내재된 문화팬덤 성격과 스포츠팬덤 성격을 분석한다. 먼저 문화팬덤 연구의 선구자인 젠킨스(Jenkins 1992)가 제시한 팬덤활동의 5단계 개념을 분석틀로 활용하여 문재인팬덤이 보여주는 문화팬덤 활동을 분석하였으며, 같은 분석틀로 오바마 팬덤 활동과 비교 검토하였다. 다음으로 문화팬덤이나 오바마팬덤 활동으로는 포착할 수 없는 문재인팬덤의 또 다른 특성을 스포츠 팬덤의 활동 방식을 통해 분석하였다. 분석결과에 의하면 문재인팬덤의 문화팬덤 활동은 팬조공, 선플운동, 기레기비판, 이니 굿즈, 집단정체성 강화로 그리고 스포츠팬덤 활동은 집단기억, 확장편향, 권력추구, 정치의 개인화, 집단극단화로 특징지을 수 있다.

주제어 : 정치팬덤, 집단기억, 확장편향, 정치의 개인화, 집단극단화

1. 서론

한 사회의 정치문화를 이해하기 위해서는 개인을 넘어서는 분석이 필요하다. 정치행위는 집단적으로 이루어질 때 큰 의미가 부여되며 관

* 이 논문은 2019년 국립대학 육성사업의 지원을 받아 수행되었음.

** 전북대학교 일반사회교육과 교수(정치학)

찾하기 쉽기 때문이다. 최근 문재인 정치팬덤이 한국의 정치문화와 정당정치 측면에서 주요하고 영향력 있는 정치행위자로 등장하고 있다. “대중 문화 영향은 정치인을 유명인으로 바꿀 뿐만 아니라 시민의 본질도 바꾸고 있다” (Parikh 2012, 7)는 주장이 한국에서도 현실화되고 있다.

문재인팬덤은 정치인 문재인에 대한 지지를 표명하는 방식에서 신선한 충격을 주었고, 집단적 정치참여를 통해 문재인 후보가 민주당 대선주자로 선출되고 대통령에 당선되는데 영향을 주었으며, 문재인 대통령의 권력이 강력하게 행사될 수 있도록 시민사회의 지지와 동원을 이끌어내는 한편, 민주당의 의사결정 과정에 적극적으로 개입하여 주요 선거에서 후보를 결정하거나 의제를 선도하는 역할을 하고 있다.

문재인팬덤은 정당, 이익집단, 종교단체, 시민단체 등의 조직된 매개 집단을 중심으로 정치 현상을 분석하던 정치동원 이론과 달리 개인이 매개 조직의 도움 없이 직접적이며 효과적으로 정치장에 참여할 수 있음을 보여주었다. 이러한 현상은 하위문화로 치부되던 팬덤현상이 정치지형의 주요변수가 되었음을 예증하며, 한 국가의 정치문화를 단일한 것으로 간주하던 기존의 정치문화 이론에 새로운 시각을 제공해주고 있다.

이 논문은 개인이나 조직화된 집단과 구별되는 정치팬덤의 특징을 알아보고 문재인팬덤 활동이 한국정치에 미친 영향을 분석한다. 국내 외적으로 정치팬덤 연구가 시작 단계에 있고, 정치인 팬덤은 대상 정치인에 따라 성격이 다르기 때문에 이 글에서 분석되는 문재인팬덤 현상을 정치팬덤의 특성으로 일반화할 수 없다. 다만 이 논문이 문화팬덤과 구별되는 문재인팬덤의 복합적 성격을 분석하므로 앞으로 정치팬덤을 연구할 때 분석의 출발점으로 활용할 수 있다는 점에 의미가 있다.

글의 순서는 다음과 같다. 문재인팬덤 활동의 특성을 분석하기 위해 문화팬덤 활동과 비교한다(2장). 비교의 준거는 문화팬덤 연구의 선구자인 젠킨스(Jenkins 1992)가 제시한 팬덤활동의 5단계 개념이다. 이 개념을 통해 문재인팬덤이 보여주는 문화팬덤 활동과 유사한 측면을 분석한 후, 오바마 팬덤 사례를 참고한다(3장). 문화팬덤이나 오바마팬덤 활동과 구별되는 문재인팬덤의 또 다른 특성을 스포츠 팬덤을 통해 분석하며, 이 경우에도 분석의 일관성을 유지하기 위해 동일한 분석틀을 활용한다(4장). 마지막으로 본문의 내용을 요약하고 향후 정치팬덤 연구를 위한 과제를 제시한다.

2. 문화팬덤과 정치팬덤

1) 문화팬덤의 5단계 활동 수준

문화팬덤이란 TV 보급으로 대중문화가 확산되면서 나타난 현상인데, 시청자들이 ‘자신들의 선호에 따라 자발적으로 집단행동하고 스타의 상품을 적극적으로 소비하는 문화주체’(송경재·김혜성 2013, 146~147)를 의미한다. 젠킨스(1992)는 문화팬덤을 소극적이고 무익한 무리들로 간주하던 부정적 인식을 비판하고 오히려 생산적, 참여적, 능동적인 문화 수용자로서 현대의 대중문화를 이끌어가는 프로슈머로 개념화하였다.

문화팬덤이 활동하기 위해서는 ‘미디어 수렴(Convergence), 청중의 질적 변화, 활발한 참여문화’라는 세가지 사회적·문화적 조건이 요구된다. (Parikh 2012, 6) ‘미디어 수렴’은 다양한 미디어들이 콘텐츠를 공유하며 하나로 통합되는 현상을 의미한다. 미디어 수렴이 충족되면 일

반인이 SNS에서 생산한 콘텐츠를 전통적인 대중매체가 보도하고 그 콘텐츠가 대중에게 확산되어 여론에 영향을 미치는 현상이 일상화된다. 미디어가 수렴된 환경에서 미디어 사용자는 스스로 콘텐츠를 생산하여 다양한 미디어에서 상호 연결되게 할 수 있다. ‘청중의 변화’란 청중이 개인에서 ‘집단 행위자(collective agency)’로 질적으로 변화하는 현상을 의미한다. (Gamson 1992, 59). 집단 행위자는 문화적·사회적 구조의 힘에 저항하는 세력이 되어 하위문화 소비자에서 주류 문화 생산자로 발전할 수 있다. ‘참여문화’는 예술적 표현이 자유롭고, 시민 참여의 진입 장벽이 낮고, 자신의 창작물을 타인들과 나누고 공유하는 태도, 구성원들 간에 비공식적인 멘토링이 이루어지고 또 어느 정도 사회적 유대감과 공동체 의식을 느끼는’ 문화이다. (Jenkins 2006) 젠킨스는 특히 참여문화를 다양한 팬덤 현상의 토대이자 출발점으로 간주하였다.

젠킨스에 의하면 팬덤은 텍스트를 세밀하고, 집중적이고, 반복적으로 시청하며, 텍스트에 감정적으로 밀착하는 동시에 텍스트로부터 ‘비판적 거리’를 유지하려한다. 팬덤이 비판적 해석 공동체를 이루면 원작에서 재료를 끌어와 고유한 팬텍스트를 생산하여 때로 원작을 넘어서는 풍부한 2차 텍스트를 구축하면서 자신들의 고유한 장르를 발전시킨다. 그 과정에서 팬 개개인의 차이를 인정하고 팬 공동체의 이익을 위해 민주적 문화 형성을 추구하는데, 이 때문에 지배문화에서 종속적 지위에 있는 사람들이 활발하게 참여한다. (홍종윤 2014, vii~viii)

젠킨스는 위와 같은 문화팬덤의 활동 수준(level)을 5 단계로 설명하였다. (Jenkins 1992, 284; 홍종윤 2014, vii) 5 단계 팬덤 활동은 오늘날 문화팬덤뿐만 아니라 정치팬덤의 활동 수준을 파악하는 기본적인 척도로 활용되고 있다.

첫째, 팬덤은 텍스트를 단순하게 수용하는데 그치지 않고, 다른 팬들과 상호작용하여 텍스트에 관한 의미를 만들고, 공유하고, 토론한다.

둘째, 팬덤은 텍스트를 ‘비판적’으로 해석하여 자신들의 삶과 드라마의 사건 사이에 유사점을 만들어낸다.

셋째, 프로그램 내용이나 시리즈 연장과 프로그램 개발에 대해 프로듀서에게 자신들의 의견을 적극적으로 주장하여 소비자 행동주의를 실천한다.

넷째, 팬 아티스트들은 다른 팬덤과 공유할 수 있는 작품을 만들면서 특정한 문화 생산, 미적 전통, 실천 유형을 갖는다.

다섯째, 팬덤은 그들 사이에서 대안적인 사회공동체 역할을 한다. 팬덤에게 그 공동체는 고된 일과 제약에서 벗어나는 도피처이며 상상된 가능성을 열어준다.

문화팬덤이 활성화되면 팬덤의 정체성을 유지하면서 사회적·정치적 문제에 적극 참여하기도 한다. ‘동방신기’ 팬덤은 2008년 촛불집회에서 큰 역할을 했다. 가장 강력한 팬덤을 구축한 JYJ의 팬들은 JYJ의 SM 그룹 탈퇴를 돕기 위한 법적 대응, 대국민 홍보, 방송사 비판 광고 게시, 사회적 약자를 위한 기부 활동 등에 나섰다. 이들은 국회를 대상으로 불공정한 연예산업의 계약 구조를 바꾸는 제도 변화에도 앞장섰다. 대부분 여성들이었던 이 팬덤은 민주적이고도 철저한 규칙에 입각해 개별적인 동시에 집합적인 ‘팬질’을 수행했다. (천정환 2017, 393) 2020년에는 미국에서도 K팝 팬덤이 트럼프 대통령의 선거 유세를 방해하는 정치행위를 보여주었다. (한국일보 2020.07.06. ; 시사저널, 2020.07.18.)

2) 정치인 셀럽(celeb)²⁾과 정치팬덤

정치팬덤은 특정 정치인을 선호하는 열혈 지지자들로서 해당 정치인을 아이돌(idol)처럼 대하며 마치 연예인의 팬처럼 활동하는 집단을 의미한다. 정치팬덤이 문화팬덤과 유사한 특성을 보이는 이유는 정치인이 지지자를 확보하고 동원하기 위해 연예인처럼 행동하기 때문이다. 정치인들이 사람들에게 반향을 일으키는 일종의 대중 소설을 만들고 있다. (Brough & Shresthova 2012)

2000년대 이후에 미국에서 정치적인 인물을 배출하는 시스템이 연예계와 스포츠계 유명인사를 육성하는 시스템과 비슷해졌다. ‘가십 저널리즘과 토크쇼가 확산되면서 대중매체가 매개하는 정치인의 자기표현 과정’(Turner, 2013)이 변화하였다. 미국 대통령 빌 클린턴이 TV 쇼에서 트럼펫을 불었던 이유도, 의회에서 연설하는 것보다 TV에 출연하면 더 많은 사람들에게 자신의 이미지를 효과적으로 전달할 수 있기 때문이었다. (Smith 2017) 시민들은 TV에 출연하는 정치인을 대할 때 그를 대중 스타와 다르지 않게 대접할 뿐만 아니라 그것이 ‘정치적인 모습만 보는게 아니라 그 사람을 보는 좋은 방법’이라고 생각했다. (Parikh 2012)

정치인에게는 정치적 이미지의 창출이 필수적이며, 정치 시장에서 정치가의 이미지는 정치인 본인보다 더 중요하다. 대중은 논리, 이념, 정책보다 감성적 요인이 좌우하는 이미지에 따라 정치 셀럽에게 매료된다. 정치인과 정당이 ‘대중에게 정치인에 관한 자료와 정보를 제공하지만, 대중은 그런 것보다는 감성적 연결에 끌린다.’ (Marshall 2014, 153-4) 감성은 무의식적인 감정 기억들에 붙어 사람들을 통해 이동하기 때문에 팬덤 내부에서 전염되고 증폭된다.

²⁾ 유명인사를 뜻하는 '셀러브리티(Celebrity)'의 줄임말이다.

정치 셀럽은 전통적인 이념, 조직, 동원보다 TV 시청자들에게 감성적으로 직접 호소하는 것에서 한 발 더 나아가 적극적으로 자신을 하나의 브랜드로 만드는 ‘브랜드 감성화’를 도모한다. 기업이 소비자들의 감성을 자극하기 위해 재미(기쁨, 희망, 꿈), 향수(추억), 사랑을 마케팅에 이용하는 것처럼³⁾ 정치인도 팬덤들에게 자신을 중심으로 기쁨, 희망, 꿈, 추억, 사랑 등을 만들고 유포하면서 브랜드 감성화를 유도한다. 팬덤문화를 공유하는 사람들은 자신들을 묶어주는 강렬한 감성적 공감에 의해 하나의 생명체처럼 생각하고 행동하는 경향이 있는데, 팬덤이 정치인에 대해 느끼는 정서적인 반응과 애착은 구체적인 “감성 클러스터”나 “소규모 대중(micropublics)”을 만들게 한다. (Anderson & Sheeler, 2014, 225).

마셜에 의하면 유명세를 얻어 셀럽이 된 정치인은 자신을 ‘브랜드화’하거나 대중을 끌어들이며 자신을 중심으로 하나의 페르소나를 구성하여 ‘확장된 페르소나 문화(wider persona culture)’를 만든다. 페르소나는 개인이 이미지 관리를 위해 쓰는 가면인데 특정 정치인이 페르소나를 구성하는 과정에 팬덤이 참여하여 친근함, 따뜻함, 잘생김, 남자다움 등의 감성적 요소를 덧붙이고 모자이크하여 풍부하게 확장한다. 정치인의 의도와 팬덤의 희망이 결합되어 페르소나를 창조하므로, 확장된 페르소나는 정치인의 실제 모습과 다르며 정치인 개인의 것이 아니라 그것을 공유하는 팬덤 집합체에서 아바타와 같은 생명력을 얻는다. 페르소나가 지시하는 정치 셀럽의 정치적 정체성은 그의 진정한 자아를 반영하는 것이 아니라 다양하고 때로는 상반되는 이미지 파편을 더 많이 합성하여 형성된다. (Anderson and Sheeler 2014, 228) 정치인 스스로 이 작업을 수행하거나 전문가가 대신 연출하며, 팬덤이 팬

³⁾ <http://ocw.sookmyung.ac.kr/?course=2523> 검색일 2020.12.24.

픽을 창작하여 합성하기도 한다.

3. 문재인팬덤의 문화팬덤 활동

1) 정치 셀럽 문재인과 문재인팬덤

정치인 문재인이 TV 예능 프로그램에 출연한 것은 총선과 대선을 앞둔 2012년 1월에 SBS 예능프로그램 ‘힐링캠프, 기쁘지 아니한가’였다. 박근혜 한나라당 비상대책위원장과 문재인 노무현재단 이사장이 이 프로그램에 연이어 출연하였다. 이들의 출연은 방영전부터 화제가 되었고 방송 이후에는 시청률 폭등과 SNS에서의 폭발적인 반응을 불러왔다. 힐링캠프 방송 이전에 SNS에서 언급되는 멘션 수에서 박근혜가 월등히 많았지만, 방송 출연 이후 문재인의 인지도가 큰 폭으로 상승하여 두 사람의 언급량이 비슷한 수준이 되었다. (아래의 <표 1> 참조)

<표 1> 박근혜 vs 문재인 SNS 멘션수 비교

구분		힐링캠프 방송전	힐링캠프 박근혜편	힐링캠프 문재인편
		2011.12.21. ~ 2011.12.27	2011.12.28 ~ 2012.01.03	2012.01.04. ~ 2012.01.10
박근혜	일평균	6,137	6,888	4,837
	전체	36,822	41,329	29,021
문재인	일평균	1,490	1,152	3,784
	전체	8,939	6,910	22,701

(<http://www.konantech.com/?p=912> 검색일 2020.01.15)

같은 조사에 의하면 이 기간 동안 문재인에 관해 SNS에서 언급된 긍정적인 멘션은 노무현 전대통령과 관련된 것, 문재인이 제일이라는 뜻의 ‘문제일’, ‘온화하고 정겹다’ ‘대박 대통령 대박 추천’ 등이었다. 문재인은 예능프로그램 출연 이후 SNS 멘션수가 급격하게 상승했을 뿐만 아니라 소셜 평균감성에서도 긍정적인 결과를 얻었다. (<http://www.konantech.com/?p=912> 검색일 2020.01.15)

정치인 문재인의 공식카페인 ‘문팬’(<http://cafe.daum.net/moonfan>)은 문재인 팬카페 회원들이 2016년 9월에 구성했다. (이하에서 따옴표 친 ‘문팬’은 인터넷 사이트 moonfan을 지칭하며, 따옴표 없는 문팬은 ‘문재인팬덤’을 의미한다.) ‘문팬’의 뿌리는 2000년 결성된 노사모에 있다. 노무현 정부 출범 이후 노사모는 팬클럽 수준에 머물렀고 퇴임 이후에는 ‘폐족’ 선언까지 했으나, ‘사람 사는 세상’ 인터넷 홈페이지를 통해 회원들이 다시 모여들기 시작했다.

‘문팬 창립총회’에서 정치인 문재인이 SNS 문화를 바꾸자며 선플(좋은 댓글) 달기 운동을 제안했고 이에 공감한 회원들이 2017년 1월에 카카오톡 오픈 채팅방을 만들었다. 대표적인 문재인팬덤인 ‘달빛기사단’은 카카오톡 단체방에 있던 100여 명이 악성 댓글로부터 문재인 후보를 방어하기 위해 활동을 시작하였다. 이들은 정치적 적대자인 일베나 박사모뿐만 아니라 문대통령을 비판하는 사람이면 그가 누구든 가리지 않고 공격하였다. 가수 전인권, <한겨레>, 민주노총 등 진보 인사나 단체도 공격 대상이 되었다.

문재인팬덤은 달빛기사단, 문꼴오소리(문재인+별꼴오소리), 문파 등의 다양한 이름으로 활동한다. 조직적 특징을 보면 노사모, 박사모와 달리 지역별 정기모임과 번개모임이 있을 뿐 중앙 차원의 공식 조직이 없으며, 온라인 활동에 주력하여 중앙의 지휘자 없이 인터넷에서 개별적으로 자유롭게 의견을 개진하고 모은다. 주요 활동 방식은 인터

넷과 SNS에 선플을 달거나 악플에 ‘싫어요’를 누르는 것이다. 문재인, 문슬람 등의 조어(造語)로 문대통령을 비판하는 세력과 온라인에서 치열하게 다투는데, 밤낮 없이 활동하는 어느 팬은 인터뷰에서 “전쟁이다, 나 같은 경우는 건강식품 8~9개 먹으면서 한다”(중앙선데이 2018. 01.21.)고 고백하였다.⁴⁾

정치인 팬덤 현상은 과거 노사모에도 있었지만 노사모가 정치적 목적으로 뭉친 결사대 같았다면, 문재인 팬덤은 취향으로 모여진 아이돌 팬클럽 문화에 가깝다. 문재인팬덤의 문화팬덤적 특성은 우선적으로 대통령 이미지를 적극적으로 소비하는 행위에 있다. 문재인팬덤에게 문재인 대통령의 얼굴은 중요한 ‘스펙’이다. ‘선거 기간에도 문재인 대통령은 여성들에게 상대적으로 ‘잘생긴 대통령’으로 인식되었고, 일부 팬들은 문재인 대통령에 ‘입덕’하며 덕질하듯 짹(짹은 영상)을 모았다. 대통령과 관련한 굿즈(상품)들이 쇼핑몰에서 팔리는 현상 등은 정치가 문화적 소비 현상으로 변화되었음을 보여준다. 이런 팬덤 문화에서 정치인은 내가 좋아하고 내가 키운 ‘캐릭터’이기에 더 친근함을 표현한다. (양기민 2017, 232-233)

‘문재인 브랜드’도 감성화에 기반하고 있다. 취임 초반에 문재인 대통령을 묘사하는 “꽃보다 대통령” “잘생긴 게 결격 사유” “잘생긴 국가원수 7위” 등의 수사가 국민들에게 ‘재미’를 주었다면, 5.18 추도식에서 유가족을 안아준 모습은 ‘사랑’으로 위로하는 지도자의 모습을 각인시켰다. 브랜드 감성화는 그의 다양한 별명에서도 확인할 수 있는데 ‘달남’은 그의 성인 ‘문’이 영어 moon과 비슷하여 만든 것이며, ‘젠틀재인’은 온화한 성품 덕에 생겼다.

문재인팬덤은 문재인 대통령 당선 즈음부터 활발하게 활동하였는

⁴⁾ 젠킨스는 SNS의 영향을 거의 논의하지 않았지만, 문재인팬덤 활동은 SNS에서 활발하게 이루어진다. 뒤에서 다룰 오바마 팬덤에서도 마찬가지로 현상이 보인다.

데, 대통령, 영부인, 청와대 비서진들의 수려한 외모 등이 ‘팬질’의 소재가 되었다. 취임 초기에 대통령이 세월호 유족과 5·18의 유가족을 위로하고, 베트남전쟁과 6·10 민주항쟁의 희생자를 기리는 등의 감성을 자극하는 활동을 한 것도 주요했다. 당시에 문재인 대통령을 표지 모델로 한 『타임』 지 아시아판이 베스트셀러가 되고, 컬러링북을 포함한 문재인 관련 서적과 청소년 및 아동용 책과 전기물이 단기간에 쏟아져 나왔으며, 취임 100일 기념우표가 매진되는 등의 ‘문재인 현상’이 일어났다. (천정환 2017, 392-393)

2018년 판문점 다리에서의 남북정상회담도 대통령 문재인에 대한 팬덤과 국민의 감성을 극적으로 자극하였다. 정상회담 직후에 “대한민국 국민임이 자랑스럽습니다” “문재인 보유국 국민이어서 감사한 마음입니다” 등의 긍정적인 멘션이 SNS에 널리 확산되었다. 미국의 노동부 장관을 지냈던 로버트 라이시 미국 UC버클리 정책대학원 교수가 “문 대통령은 좋은 사람이며 매우 유능한 사람이다. 나는 문 대통령이 있는 한국이 아주 행운이라고 생각한다”(한겨레 2018.05.23.)고 칭찬하면서 더 큰 신드롬이 일었다.

2) 문재인팬덤의 문화팬덤 활동

문재인팬덤의 활동은 젠킨스의 5단계 문화팬덤 활동 수준에 조응한다. 젠킨스의 문화팬덤 활동 수준과 문재인팬덤의 활동 수준을 비교하면 첫째, 팬덤간 특수한 수신방식과 상호작용은 문재인팬덤의 상징적인 구호에서 잘 드러난다. 문재인팬덤은 현직 대통령을 부를 때 직함도 ‘님’자도 생략하고 ‘이니’라는 애칭을 쓴다. DJ나 YS 같은 영어 이니셜과 거리가 멀고, 성도 아닌 이름의 마지막 글자로 애칭을 만들었다. 마치 젊은 연인을 부르는 듯하여 파격적이다. 권위적인 대통령 모습에

익숙한 한국인들에게 연예인을 대하듯 자연스럽게 애칭을 부르는 상황은 낯설지만 신선하기까지 하다. 2018년 1월 24일에 뉴욕 도심 거리의 광고판에 문재인 대통령의 66번째 생일을 축하하는 영상이 상영되었다. 이 광고는 팬덤들이 자발적으로 모금하여 스타에게 선물을 보내는 조공행위의 하나였다. 한국의 팬덤문화의 관행인 팬조공은 아이돌의 팬덤이 조직적으로 참여하여 셀럽에게 선물이나 팬레터를 보내는 것이다. 팬조공은 기획, 의견 공유, 참여, 선물 전달, 정산까지 팬덤들이 체계적으로 주도한다. (홍종운 2014, 69)

둘째, 비판적·해석적 실천에서 문재인팬덤은 선플운동이나 촛불시위 등에서 기존 정치세력이나 시민사회의 일반적인 관점과 다른 '독자적'인 시각을 통해 정치활동을 하지만, 대통령 문재인에 대한 '비판적'인 시각을 유지하지는 않는다. 오히려 일종의 유희로써 '팬질'을 한다. 온라인 커뮤니티에서 활동한 경험이 풍부한 20~30대 여성들의 정치행동의 특징은 '재미있는 것 만들기', '만지작거리기(tinkering)'와 같은 '놀이적 창작변형'과 '유희로서의 정치'를 구현했다는 점이다. 특히 그들은 아이돌 팬덤과 비슷하게 "정치인에게 선물하기, 생일파티 등의 행사를 즐겼으며, 패션 제안이나 '오빠 만들기'를 통해 자신들의 문화적 감수성을 정치인한테 관철하려"하였고, "정치인이 '보여주는 대로' 받아들이기보다는, 팬덤으로서 정치인을 '향유하는' 모습을 보였다." (천정환 2017, 394) 문재인 대통령 팬덤도 이와 같은 참여양상을 보여준다.

셋째, 소비자 행동주의에서 정치적으로 문재인을 비판하거나 반대하는 세력에 대해 집단행동을 한다. 문재인 대통령 취임 후 그 열성 지지자들이 진보언론을 집단 공격하는 유례없는 일이 벌어졌다. 문재인팬덤은 『한겨레』, 『경향신문』, 『오마이뉴스』 등을 '한경오'라 묶어 지칭하는 새로운 프레임을 만들고 '언론 적폐', '가난한 조중동',

‘기레기’라 공격했다. 이들은 문재인 정부에 대한 비판적인 기사를 찾아내 공격했으며, 특히 대통령의 사진이나 영부인 칭호 같은 비본질적인 것까지 문제 삼았다. (천정환 2017, 395) 그리고 언론을 적대시하는 것을 넘어 ‘한겨레21’ 1162호의 표지 사진이 ‘문대통령이 권위주의적으로 보이는 구도로 찍었다’는 이유로 한겨레에 대한 절독·불매운동을 전개했다.

넷째, 팬픽생산에서 문재인팬덤은 다양한 ‘이니 굿즈’를 만들어 문재인 이미지를 대중적으로 유포하고 소비하게 만든다. ‘문재인 대통령 머그컵’, ‘문재인 대통령 스노우볼’, 문재인 대통령이 시민들을 위로하는 사진을 담은 ‘2020 문재인 캘린더’, ‘남북정상회담 장소 머그컵’, ‘문재인 컬러링북’ 등이 있다.

다섯째, 집단정체성 관련하여 문재인팬덤은 스스로 이름을 짓고 집단의 규율과 굿즈, 팬지식 등을 통해 팬덤의 집단정체성을 구성하며 외부와 차별화한다. (홍중윤 2014, 30) ‘문팬’, ‘달빛기사단’, ‘문꿀오소리’ 등 스스로 부여하는 명칭은 문재인의 팬임을 집단적으로 드러내고 있다. 특히 문재인팬덤은 노사모부터 이어져 온 역사성 때문에 집단정체성이 더욱 강하다.

이처럼 정치팬덤 활동이 문화팬덤 활동과 유사한 패턴을 보이는 현상은 다른 정치팬덤에서도 확인된다. 예를 들어 오바마 정치팬덤을 심층 인터뷰한 연구(Parikh 2012)⁵⁾에 의하면 팬덤이 인정한 오바마의 페르소나는 카리스마, 지도자, 위엄, 친근함, 좋은 성격, 의사소통능력, 가치, 가족, 고급스러움, 도덕적이고 합리적인, 지능 등이었다. 인터뷰에 응한 사람들에게는 오바마를 선택한 각자의 이유가 있었지만, 그

⁵⁾ 이 연구는 인터뷰 대상자가 8명에 불과하다는 한계가 있으나 심층인터뷰로 이루어졌다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

중 누구도 오바마의 정책에 대해서는 언급하지 않았다. 응답자들이 오바마를 선택한 이유는 그의 페르소나 때문이었고 정책은 이차적인 요소였으며, 팬덤은 오바마와의 감성적 유대를 만들고 그 연계 속에서 활동하였다.

오바마 팬덤의 활동은 문화팬덤 활동과 유사한 모습을 보이며 문재인팬덤과 마찬가지로 문화팬덤의 다섯 가지 활동 수준과 일치하였다. (Parikh 2012) 구체적으로 보면 첫째, 사회적 상호작용 활동에서, 팬덤은 오바마를 지지하는 집회에 참석하여 지지자들과 상호작용하였다. 지지자들은 집회에 참여하여 사람들과 함께 소리치르고 대화하고 술집에 몰려가 어울리는 활동을 통해 오바마에게 투표하고 더 많은 관심을 갖게 되었다. 온라인에서 SNS를 통한 활동은 보다 광범위하게 이루어졌는데, 일부는 SNS에서 오바마의 캐릭터 프로필을 구축하고 다른 팬과 공유하면서 정치를 체험하였다.

둘째, 팬덤은 자신들의 삶과 정치적 사건 사이에 유사성을 창조하였으며 일부 팬은 오바마와 감정적인 관계도 발전시켰다. 그들은 신문 기사, 블로그, 비디오 등과 같은 중재적 매체와의 상호작용을 통해 오바마를 접하고 이해할 뿐 개인적으로 만나거나 대화한 적이 없었지만, 그와 관계를 맺을 수 있다고 느꼈다. 어떤 여성은 대통령 직책이 오바마에게 지운 부담을 자신도 느꼈다고 응답하였다.

셋째, 응답자들의 다양한 정치적 활동은 문화팬덤의 소비자 행동주의 실천에 조응하였다. 대표적으로 오바마에게 기부하기, 블로그 게시물 남기기, 자원봉사자 그룹 만들기, 오바마를 지지하기 위해 창문에 간판을 걸어놓고 자동차에 범퍼 스티커 붙이기, SNS에서 오바마를 공격한 사람들로부터 적극적으로 옹호하기, 유권자에게 전화하여 오바마에게 투표할 것을 권유하기 등이었다. 이러한 활동을 하는 청년들을 ‘오바마의 근육’이라고 불렀다.

넷째, 오바마 팬덤은 광범위한 문화 활동을 하지는 않았지만, 영상 콜라주인 ‘예스 위 캔(Yes We Can)’과 ‘위 아 더 원스(We are The Ones)’ 등 오바마를 지지하는 뮤직비디오와 팬 비디오를 소셜 미디어 사이트 Dipdive.com과 YouTube.com에서 검색하여 시청하였다.

다섯째, 팬덤은 사회적 공동체의 역할을 수행했다. 한 응답자는 오바마가 선거에서 이겼을 때의 기쁨을 자신의 지역 농구팀이 이겼을 때와 비슷한 개인적인 승리로 비유했다. 그는 그날 밤 오바마가 승리했을 뿐만 아니라, 지지자들 역시 승리했다고 느꼈다.

지금까지의 논의를 <표>로 나타내면 아래와 같다.

<표 2> 문화 팬덤의 활동 수준에 조응하는 정치팬덤 활동

활동 수준	젠킨스의 5단계	문제인팬덤	오바마팬덤
1	팬덤간 특정 방식으로 상호작용	이니, 달빛기사단, 조공 등	SNS 소통, 유튜브 동영상, 블로그 글
2	비판적, 해석적 실천	SNS 선플운동	페르소나에 매료, 충성표현
3	소비자 행동주의	기레기 비판, 절독운동, 촛불시위	블로그 게시물 남기기 스티커 붙이기
4	팬픽 생산	이니 굿즈	블로그 글, 유튜브 UCC
5	사회공동체 기능	집단정체성 생산, 유지, 강화	공동체감 생성

이 연구 결과로 알 수 있는 바는 오바마 정치팬덤 활동도 문제인팬덤과 마찬가지로 젠킨스의 팬덤 활동 수준과 부합한다는 점이다. 오바마 팬덤은 오바마에게 정서적으로 애착을 보이며 그의 건강과 가족의 행복과 감정적으로 연결되어 있다고 느끼고, 정치적 반대자들이 오바마를 공격할 때 함께 분노하기까지 했다. 이들의 활동은 젠킨스 문화팬덤에서 중요 요소인 셸럽과 ‘비판적 거리’를 두기보다 감성적 연결

이 더 큰 역할을 한다는 점에서 문화팬덤과 차이를 보인다. 또 다른 차이점으로는 오바마 팬덤으로 지속되는 기간이 스포츠 팀, 영화, TV 쇼의 팬덤에 비해 짧았다는 점과, 이들이 느낀 공동체감은 문화팬덤이 스타에게 느끼는 공동체감에 비해 상대적으로 느슨하였다는 점이다.

4. 문재인팬덤의 스포츠판덤 활동

문재인팬덤의 활동이 문화팬덤의 5단계 활동 수준과 조응하고 있음을 확인하였지만, 다른 한편으로 이들의 활동은 각 단계마다 문화팬덤 활동과는 전혀 다른 성격인 스포츠판덤의 특성도 공유하고 있다. 이 스포츠판덤의 특성 때문에 문재인팬덤은 같은 정치팬덤인 오바마팬덤과 질적으로 다른 활동 방식을 보여준다.

현대의 프로 스포츠는 다수의 팀이 리그를 함께 펼치므로, 특정 팀의 팬덤은 경쟁 관계에 있는 팀 및 그 팀의 팬덤들과 공존한다. 이때 팬덤활동과 안티팬 활동을 촉발하는 동기는 스포츠 스타에 대한 경외감과 상대 팀에 대한 두려움이다. 축구에서 두 라이벌 팀들의 치열한 경기를 지칭하는 더비 경기(Derby Match)에서 한 팀의 팬덤은 라이벌 팀의 선수들에게는 안티팬이 되는데, ‘한 팀의 팬덤 입장에서 볼 때 다른 팀에 대한 분노와 증오는 자신들의 팀을 지키기 위한 사랑’(홍종운 2014, 51)으로 간주된다.

문재인팬덤의 일부도 라이벌 셀럽과 그의 팬덤에 대해 비난과 욕설을 퍼붓는 행위를 자신들이 셀럽에게 보내는 사랑의 표시로 생각한다. 2017년의 민주당 대통령 후보 선정 경선과정에서 문재인 후보는 문재인팬덤이 당내 경쟁 후보들을 비난하는 행동을 비판하지 않고 만찬에 풍미를 더하는 ‘양념’으로 치부하였다. 이 발언은 팬덤이 라이벌 셀럽

을 비난하는 행위를 적극적으로 옹호한 것으로서, 그 이후 문재인팬덤의 적대행위를 더욱 부추겼다고 평가된다. 문재인팬덤이 보여주는 ‘우리 편 아니면 적이라는 이분법적 사고방식’(백옥인 2012)은 전형적인 스포츠 팬덤의 특성과 같다. 문재인팬덤은 문재인에 대한 경외감과 적폐 검찰, 기레기 언론, 토착왜구 보수정당 등의 적대자들에 대해 느끼는 두려움 때문에 문화팬덤이나 오바마 정치팬덤과 결정적으로 다른 차이를 만든다. 일부는 온라인에서 스포츠 홀리건처럼 무례하게 언어폭력을 가하기도 한다. 이러한 스포츠팬덤 특성은 문재인팬덤이 젠킨스의 팬덤 활동 수준에서 큰 차이를 만들어낸다. 그 원인과 행태를 젠킨스의 5단계 활동수준에 대응하여 집단기억, 확증편향, 권력추구, 정치의 개인화, 집단극단화 개념으로 분석한다.

1) 팬덤간 상호작용 방식, 집단기억

젠킨스의 문화팬덤 활동과 문재인팬덤 활동의 차이를 만드는 원인, 즉 문재인팬덤이 단순한 문화팬덤이 아니라 스포츠팬덤처럼 경외감과 두려움에 기반하여 활동하게 만드는 원인은 이들이 공유하고 있는 노무현의 대통령 당선과 죽음에 대한 ‘집단기억’에 있다. ‘집단기억’은 특정한 개인들을 특정한 집단으로 결속시키고, 그 기억을 공유한 사람들은 집단정체성을 형성하고 상호작용을 통해 이를 확인한다. 이 기억은 특정 집단에게만 유효하며 보편성과는 거리가 있기 때문에, 역사적 사실이나 역사 자체와 다를 수 있다. (최배석 2018, 293) ‘개인’이 집단의 한 ‘구성원’으로서 기억할 때, 기억하는 행위자는 개인이지만 그 기억은 사회적으로 형성된 것이기 때문이다. (태지호 2014 23)

문재인팬덤 구성원의 집단기억은 문재인팬덤 내부의 상호작용과 연결망 속에서 의미를 획득하며, 이 집단기억에는 세 층위의 감정이 중

층적으로 결합되어 있다. 노무현의 죽음에 대해 자신이 느끼는 ‘책임감’, 노무현에 대한 ‘미안함’, 노무현의 죽음에 책임이 있는 적들에 대한 ‘분노와 증오’의 감정이다. 노무현 팬덤은 노무현의 죽음에 책임을 느끼고 집합적인 죄의식을 공유하며 노무현의 적대자들을 향해 ‘증오의 정치’와 적대적 세력화를 추진하였다.

노무현 대통령을 중심으로 대결하였던 “증오의 정치는 대립하는 양자를 상호 재생산했다. . . . ‘이명박근혜 정권’하의 현실정치에서 의외로(?) ‘노무현’은 약한 고리라서, 특권 세력·수구 우파는 아주 엉뚱한 ‘반노 선동’이나 ‘노무현 탓’을 통해 자신의 부패와 무능을 호도·은폐하는 데 성공하기도 했다. 그러나 반대 방향에서 소위 ‘친노’, ‘노빠’들은 노무현(의 죽음)에 대한 죄의식과 ‘이명박근혜’에 대한 증오의 감정을 노무현에 대한 이상화를 통해 역(逆)승화하려 하거나 현실정치에서의 힘으로 사용하려 했다. 그러나 이상화나 과도한 동일시의 감정은 비논리적인 정치 행태의 주요한 원인으로, 죄 많은 상대방의 극렬한 반작용을 불러일으킨다. 그리고 이는 다시 독선의 근거가 된다. 이 같은 악순환이 양자 사이에서 계속 되풀이되어온 것이다.” (천정환 2017, 391-392) 이처럼 노무현을 둘러싼 문재인팬덤의 집단기억과 세층위의 감정들은 이들을 더욱 결집시키는 요인이 되었다.

2) 비판적·해석적 실천, 무비판적 확장편향

젠킨스는 팬덤이 텍스트에 몰입되는 것을 넘어 다양한 관점에서 텍스트를 비판적으로 재해석하고 팬픽을 재생산하는 활동을 ‘비판적 거리(critical distance)’ 개념으로 규정하고, 비판적 시각에서 창조된 2차 창작물이 문화를 풍부하게 발전시킨다고 진단하였다. 노사모는 대통령 노무현에 대한 비판적 거리를 유지했으며 정치지형에 긍정적인 결

과를 가져왔다. 한 노사모 회원이 노무현 대통령 당선이 확정되었을 때 이에 대한 입장을 밝혔다. “우린 광신도가 아니다. 노무현의 일관된 경력, 원칙, 소신을 믿기 때문에 노무현을 좋아하고 아직까지는 실망감을 느끼지 못하고 있는 것뿐이다. 그러나 만약 노무현이 다른 정치인들처럼 진흙을 몸에 묻힌 경우 일단은 말리겠지만, 그래도 안 되면 가차 없이 등을 돌릴 것이다. 다른 정치인들에게 그렇게 하고 있는 것처럼” (월간 말 2002.05)

그러나 문재인팬덤은 노사모처럼 비판적 거리를 유지하지 않고 오히려 셸럽인 문재인 대통령과 무비판적으로 혼연일체가 되고자 한다. 문재인팬덤은 다양한 팬픽을 만들지만 문재인 대통령에 대한 비판을 거부하고 오히려 하나의 목소리만 낸다는 점에서 켄킨스의 문화팬덤이나 노사모 활동과 다르다. 대통령에 대한 문재인팬덤의 정서적 몰입은 사고를 단순화하고 편향성을 심화시켜 맹목적 지지를 유발한다. 이 때문에 문재인팬덤은 범죄 피의자가 컴퓨터 하드 드라이브를 빼간 행위를 두둔할 뿐만 아니라 그 행위를 ‘증거인멸이 아니라 증거보존’이라고 옹호하는 사람까지 지지한다. 상식에 반하고 자신의 믿음에 반대되는 정보를 접했을 때 오히려 기존 믿음을 더 강하게 고수하는 ‘역화효과(backfire effect)’(Redlawsk, 2002)를 보이고 있다. 이러한 태도는 노사모와 비교할 때 정치인 평가기준이 ‘정책’에서 ‘사람’으로 대체되었음을 보여준다.

문재인팬덤이 이처럼 불합리하게 행동하는 요인은 그들의 집단적인 확증편향(confirmation bias)에서 찾을 수 있다. 확증편향이란 자신의 신념과 일치하는 정보는 받아들이고 일치하지 않는 정보는 무시하는 경향과, 자신이 생각한 바를 확증하려고 인지적인 왜곡을 범하는 현상을 의미한다. 객관적으로 무엇이 옳든 자기가 믿는 방향을 고수한다고 해서 ‘내쪽 편향’(myside bias)이라고도 한다. 확증편향에 빠진 사람은 정

보의 차이가 아니라 최초의 신념의 차이에 의해 의견이 달라진다. (이남석 2013, 170) 김어준이 문재인팬덤에게 불리한 사실들을 모두 적대 세력이 조작하는 음모의 산물이라고 치부하는 심리적 원인도 확증편향에 있다.

확증편향은 자기가 믿고 싶은 대로 정보를 처리하여 ‘진리 여부가 불확실한 가설 혹은 믿음을 부적절하게 강화한다.’ (Nickerson 1998) 확증편향에 빠진 사람에게는 언행불일치로 논란의 대상이 된 조국도 영웅으로 보인다. 유시민은 조국을 ‘그리스 고전 비극의 주인공’에 비유한다. 유시민에 의하면 그리스 비극에서 주인공은 가족 문제로 몰락하는데, ‘조국사태는 검찰과 언론이 주도하는 가족 인질극이다. 검찰수사는 가족을 인질 삼아 조국을 별하는 저질 스틸러다. 기자들은 언론기득권으로 군림하려는 욕구에서 조국에 적의를 표하며 집단적으로 그를 몰락시키면서 쾌감을 느낀다. 지식인은 조국과 같이 돌을 맞을까봐 입을 닫거나, 돌을 던져서 자신은 면죄부를 받으려고 한다.’ (김어준의 뉴스공장, 2019.08.29.) 유시민에 의하면 이 모든 것은 ‘잘못을 인정하지 않는 언론의 확증편향이 만든 상황’(노무현 재단 페이스북, 2019.08.29.) 때문이다. 확증편향을 가진 쪽은 언론이지 문재인팬덤이나 조국팬덤이 아니며, 문제의 원인은 조국이 아니라 가족을 인질로 몰아가는 세력에 있다는 확증편향이 가득한 주장을 한다.

한편으로 조국 사태의 원인을 팬덤의 심리적 요인이 아니라 시대착오적인 사회 규범에서 찾으려는 시도도 있다. 박구용은 언행일치 규범은 이미 낡았으며, 현대에서는 ‘사회적 복잡성이 폭발적으로 증가하고 변화 속도가 가속화’하기 때문에 어느 누구도 언행일치를 지킬 수 없다고 주장한다. 언행일치에 관한 “규범은 성인군자만이 지킬 수 있을 만큼 너무 강하다. 이런 강한 규범을 반드시 지키도록 강제할 경우 순작용보다 부작용이 클 우려가 있다.” (박구용 2018, 142) 박구용은 ‘자

신이 말한 것을 스스로 지킨다'는 상식수준의 언행일치를 범접불가능한 도덕적 규범으로 격상시켰지만, 공직자의 언행일치 없이는 법률과 제도는 물론 사회 그 자체도 유지될 수 없다는 사실을 외면하고 있다. 모든 법과 제도는 허점이 있고 그 것을 이용하여 이익을 취하는 전략적 행위자들이 어느 사회에나 존재한다. 이러할 때 법과 제도의 틈을 메워 사회가 유지되도록 접착제 역할을 하는 것은 그 사회에서 공유되는 신뢰이며, 신뢰의 출발점은 말하는 사람의 언행일치에 있다. 어떤 사회에서든 말과 행동이 다른 사람을 신뢰하지 않으며 그러한 사람이 민주국가에서 법을 관장하는 최고 직책을 담당하는 것은 어불성설이다.

3) 소비자 행동주의, 권력추구

정치 팬덤인 문재인팬덤은 문화팬덤과 달리 권력을 추구한다. 팬덤 개인은 권력을 향유하지 못하더라도 셀럽을 중심으로 권력을 창출하고 유지하고 재생산하는 과정에 참여하여 정치적 효능감을 느낀다. 한국 정치 지형에서 집권능력을 갖춘 정당은 2개에 불과하다. 소선거구제에 기반한 선거 제도가 공고하고 그 안에서 카르텔을 형성한 거대 양당은 정당 시스템에서 제거되지 않는다. 거대 양당에 유리한 선거제도와 국고보조금, 유권자들의 정당일체감과 상대당에 대한 적대감이 작동하면서 국민의 신뢰를 잃어버린 정당도 소멸하지 않고 좀비처럼 살아나 다음 선거에서 다시 권력을 장악한다. 6월항쟁으로 국민에게 항복한 정당, IMF로 국가경제를 파탄 낸 정당, 잇단 실정으로 스스로를 폐족이라 말했던 정당, 재임중인 대통령이 탄핵된 정당도 사라지지 않고 여전히 권력을 향해 질주한다. 두 개의 라이벌 정당만이 권력을 장악할 수 있는 정치체제에서 정치팬덤은 라이벌 정당을 제거되지 않

는 오랜 숙적으로 인식한다.

문재인팬덤은 반복되는 선거 경쟁 속에서 상대 정당과 그 지지자를 향해 적대감을 키우며 세력화를 꾀한다. 권력추구와 적대적 세력화는 문재인팬덤이 권력을 탈환하기 위한 전략이었다. 대통령 선거 과정에서 문재인팬덤은 소위 이명박근혜의 적폐세력뿐만 아니라 민주당 경쟁자들에게도 적대감을 노골적으로 드러내었으며 그 과정에서 팬덤을 확장했다. 문재인팬덤의 권력추구는 문재인 대통령의 당선에서 실현된다. 문재인 대통령은 취임 2주 후에 개최된 노무현 전 대통령 8주기 추도식 인사말에서 “우리가 함께 아파했던 노무현의 죽음은 수많은 깨어 있는 시민들로 되살아났습니다. 노무현의 좌절 이후 우리 사회, 특히 우리의 정치는 더욱 비정상화 향해 거꾸로 흘러갔고, 국민의 희망과 갈수록 멀어졌습니다. 하지만 이제 그 꿈이 다시 시작됐습니다. 노무현의 꿈은 깨어 있는 시민의 힘으로 부활했습니다”라고 말하며 대선 승리의 의미를 노무현의 죽음과 부활에서 찾았다.

문재인팬덤은 문재인 임기 종료 후에도 자신들의 정치적 공동체와 영향력이 지속되기를 바라며 권력을 재창출할 수 있는 또 다른 셀럽을 찾는다. 문재인팬덤이 쉽게 조국의 팬덤이 되는 이유는 자신들의 영향력을 재생산할 인물이 조국이라고 생각하기 때문이다. 문재인팬덤의 대표적인 슬로건인 “노무현의 꿈, 문재인인의 운명, 조국의 사명”은 문재인팬덤의 집단적 권력 의지를 드러낸 것이다.

4) 팬픽의 생산, 정치의 개인화(personalization)

정치팬덤이 정치인 셀럽에게 바치는 최고의 팬픽은 그의 권력을 연장하는 것이다. 문재인팬덤이 만들 수 있는 최고의 팬픽은 권력을 재생산하는 셀럽을 창조하고 지지하는 것이다. 그를 통해 현재의 셀럽인

문재인과 팬덤이 권력을 재생산하기 때문이다. 문재인팬덤은 자신들이 정치셀럽을 선발한 경험이 있다. 노사모때부터 정치팬덤이 노무현과 문재인을 차례로 선택했는데, 이들은 권력 재창출의 매체로 정당보다 정치 셀럽을 선호하였다. 역사적으로 한국정치에서 정당은 특정 셀럽을 위해 필요할 때 만들 수 있는 종속변수였다. 2020년 총선에서 문재인 팬덤 중 일부는 조국의 명예회복을 내세워 민주당 밖에 ‘열린 민주당’을 급조하였고 원내 진입에 성공하였다. 이러한 활동 방식은 팬덤이 정당의 ‘정책’보다 셀럽이라는 특정 ‘개인’에 따라 정치적인 행동을 한다는 점에서 정치의 탈제도화와 개인화를 이끈다.

정치의 개인화는 정당, 정부, 국회 등 국가제도 중심의 정치에서 셀럽 중심의 정치로 퇴행을 이끈다. 문재인팬덤의 대표적인 구호인 “우리 이니 하고싶은 거 다 해!”는 최고 권력기구인 대통령에 대한 비판과 견제 의지를 거세하고 봉건적인 인치(人治) 관행을 복원하여 정치를 재봉건화한다. 87년 민주화 이후 한국 정치는 제도를 통해 민주적 경로를 밟아 왔으며 박근혜 대통령 탄핵으로 헌법과 법치주의에 기반한 민주주의의 원칙을 확고히 하였다. 그러나 팬덤정치는 민주적 경로의 의존성에서 이탈하여 정치의 불확실성과 예측 불가능성을 높인다.

팬덤이 만드는 정치의 개인화 현상을 옹호하는 관점도 있다. 박구용(2018, 14)은 문빠와 문파를 구분하는데, 문빠는 ‘정치 지도자 문재인’의 정치 팬덤’으로 문파는 ‘문재인의 정치를 매개로 시민주권을 활성화시키는 정치 현상’으로 해석한다. 그의 기준에 따르면이라도 ‘문빠’는 문재인 개인의 팬덤으로서 정치를 개인화하고 있음을 알 수 있다. 그리고 ‘문파’는 시민주권을 활성화하고 있다고 주장하지만, 주권은 시민이 정부를 ‘대신’해서 활성화하는 것이 아니라 정부에 ‘대해’ 행사하는 것이다. 문재인팬덤이 비판적인 시민들에게 언어적 린치를 가하는 현실은 그들이 정부에 대해 주권을 행사하는 것이 아니라 반대로 정권

의 친위대처럼 국민으로부터 권력을 보호하는 행태와 다르지 않다. 따라서 문파든 문빠든 정치를 탈제도화하고 개인화한다는 사실에서는 다르지 않다.

수백년의 민주주의 역사를 가진 서구에서 정치팬덤 현상이 드물었던 이유는 정당, 노조, 사회운동, 언론 등 개인과 권력을 연결하고 매개하는 조직이 발달했기 때문이다. 매개 조직이 약한 한국 사회는 '특정 정치인에게 과도한 기대와 역사적 소명을 부여'하였다. (박권일 2018, 197-198) 한국처럼 정치가 개인화·드라마화되면 시민들이 이념·정강·정책이 아닌 정치인의 페르소나에 의존하여 정치적 변화에 취약하고 안정적이지 못하게 된다. 정치인 셀럽에게 의존하는 정치행태는 셀럽의 의지가 시스템에 악영향을 미칠 수 있기 때문에 민주주의를 이끌 수 없다.

또 특정 셀럽의 팬덤이 정당에 대거 참여하면 정당의 개인화를 가속화한다. 2020년 총선에서 문재인팬덤이 적극 지지한 열린민주당은 '개인을 정치적으로 충원하고 동원하는 정당'이 아니라 반대로 특정 개인을 받들기 위해 만들어졌으므로 고전적 의미의 정당이 아니다. 정당이 정치팬덤으로 충원되었기 때문에 계급, 성, 언어, 종교, 민족, 인종 같은 사회적 균열을 반영하지 않는다. 이념이나 이데올로기처럼 분명한 목표를 추구하는 사고체계에 기반하지도 않는다. 이러한 정당은 특정인에 대한 취향이 비슷한 사람들의 모임에 불과하므로, 당원수가 아무리 많아도 정치를 제도화하는 것이 아니라 정치의 개인화를 더욱 촉진할 뿐이다.

5) 사회공동체 기능, 집단극단화

스포츠 팬덤의 집단정체성은 내집단 구성원들의 일체감과 외집단을

향한 적대감으로 구성된다. 팬덤 구성원들이 같은 팀이나 스타를 지지하는 사람들 간에 공유하는 일체감과 함께, 외집단인 상대 팀을 무조건 반대하고 대항하려는 태도 속에서 조롱하고 모욕하고 비하하는 감정이 결합되어 집단정체성을 형성한다. (Duffett 2013; 홍종운 2014, 52)

문재인팬덤도 스포츠판덤처럼 집단 구성원들이 공유하는 내적 집단 정체성과 외부의 적대자를 향한 증오가 만드는 외적 집단정체성을 공유한다. 내적 집단정체성은 팬덤에게 소속감을 부여하고 집단적인 사회적 정체성을 구성하며 자기 편을 두둔하고 감싼다. 한편 집단정체성이 집단극대화되면 팬덤은 내부 구성원들의 이견을 허용하지 않는다. 열린민주당 강민정 의원은 정부가 요구한 3차 추경안을 반대한 행동에 대해 당원들이 비판을 쏟아내자 사과하였다. 문재인팬덤은 국회의원의 정견 발표에서도 이견을 허용하지 않았다. 셸럽의 페르소나를 공유하는 팬덤은 그 셸럽에 대한 비판을 자신의 정체성에 대한 비난으로 느끼고 격렬하게 반발했다.

외적 집단정체성은 적대자들인 토착왜구, 떡검, 기레기 등에게 표출하는 분노, 증오 등을 통해 구성되고 재생산된다. 그뿐만 아니라 같은 진영에 있던 사람들일지라도 셸럽과 의견을 달리하면 언제든지 ‘배신자’로 규정하고 적대감을 드러낸다. “재벌개혁이 미흡하다는 등, 노동자를 충분히 배려하지 않는다는 등 하며 정권이 촛불을 배신했다고 단정하고 스스로 줄을 놓아버린 뒤, 자기편 다른 사람들에게도 줄을 놓으라고 선동하는 자들이 있습니다. 이들이야말로 자기가 촛불의 유일 대표라고 믿는 '자기 중심주의자'이자 '촛불 정신'과 '촛불의 과제'를 배신한 '배신자'들입니다. . . . '배신자'를 '배신자'답게 취급해야 합니다. 그게 역사에서 교훈을 얻는 방법입니다.” (전우용 페이스북, 검색일 2020.03.01.) 문재인팬덤은 이처럼 ‘배신자’들에 대한 적대행위를 정

당화하여 적대적 세력화를 진영 내부까지 확장함으로써 내부에서 비판적으로 성찰하는 구성원이 나타날 가능성을 봉쇄한다. 의견 다양성은 팬덤 내부에서부터 사라지고 획일화된 권력의지만 강화된다.

문재인팬덤의 집단정체성이 도달하는 지점은 의견의 집단극단화(group polarization)다. 집단극단화 현상은 같은 생각을 가진 사람들이 모여 동질 집단을 구성하면 개인이 원래 가지고 있던 판단 성향보다 더 극단적인 입장에 빠져드는 현상을 의미한다. (Sunstein 2007) 개인의 처음 의견은 집단 토론을 거치면서 자신의 의견을 더 도드라져 보이게 하고 싶은 욕구 때문에 한층 더 강화된다. 인종 편견이 심한 집단과 낮은 집단을 분리하여 토론한 후에 조사하면 각각 더 극단적으로 변화한다. 집단극단화 현상은 인터넷에서 경쟁적으로 특정인을 욕하거나 칭송할 때 특히 두드러지게 나타난다. (이남석 2013, 292)

편향된 사고와 집단극단화를 과학철학 논의를 끌어들이어 정당화하려는 시도가 있다. 최성호는 문파의 입장은 ‘비판적 지지’가 아니라 ‘전략적 지지’라고 해석한다. 그에 따르면 문파는 문재인인의 입장을 ‘정상 과학인 패러다임’으로 간주하고 전략적으로 지지한다. 쿤(Thomas Kuhn)의 과학철학 이론에서 정상과학이란 그 분야 과학자들의 지지를 받는 지배적인 이론을 의미하며, 그 이론은 새로운 패러다임이 나올 때까지 결합이 있더라도 정상의 지위를 잃지 않는다. 그 분야 과학자들이 지지하기 때문이다.

그러나 최성호의 주장은 출발점인 비교 대상부터 잘못되었다. 법률과 정책을 결정할 때 도덕적 판단이 결합될 수 밖에 없는 정치 영역에서는 특정한 의견들이 있을 뿐 ‘정상 과학’이나 패러다임이 존재할 수 없기 때문에, 법률·정책에 대한 시민의 지지와 과학자들의 학문적 지지는 같은 차원에서 비교될 수 없다. 특히 정치팬덤의 믿음은 과학이나 정의가 아니라 집단 논리에 기반하기 때문에 정상과학의 비교대상

이 될 수 없다. 또 문재인팬덤의 정치 인식과 정상과학의 원리 사이에는 근본적으로 다른 점이 있다. 문재인팬덤은 자신들의 생각과 다른 의견을 적대적으로 대하지만, 대부분의 과학자들은 패러다임에 도전하는 생각을 새로운 이론을 이끌어 내기 위한 생산적인 자료로 여겨 호의적으로 접근한다는 사실이다.

정치홀리건은 정치 정보를 편향된 방식으로 소비하고 정치적 입장이 다른 이들을 극단적으로 적대시하는데 최성호는 문재인팬덤을 옹호하기 위해 정치홀리건마저도 정당화한다. 그는 쿤의 이론을 이용하여 과학계에서도 ‘뉴턴 이론빠’ ‘지동설빠’ 등의 홀리건이 주류였다고 주장한다.(최성호 2017b) 그러나 이 주장은 역사적 사실과 다르다. ‘빠’ 같은 과학자가 있었겠지만 모든 과학자가 다 ‘빠’였던 것은 아니다. 적극적 지지자는 모두 홀리건이라는 최성호의 주장은 노사모, 문빠, 박사모, 태극기부대를 구별하지 않는 몰가치적 발상이다. 노무현을 정치홀리건의 수괴 정도로 치부한다. 최성호가 말하는 민주주의와 정의는 그가 빈번하게 차용하는 촛불 시민들이 생각하는 ‘민주주의와 정의’와는 거리가 멀다. 그래서 “최성호의 글은 놀랍도록 비논리적일 뿐 아니라 무섭도록 비윤리적이다”(박권일 2018, 195)는 비판을 받는다. 최성호의 논리가 쿤의 과학철학을 왜곡하려는 시도가 아니라면 그의 주장은 일종의 편향 맹점(bias blind spot) 현상으로 판단할 수 있다. 이것은 “내가 하면 완벽한 논리, 남이 하면 편향”(이남석 2013, 159)이라는 인식인데, 자신의 편향을 본인은 잘 알지 못하는 현상을 의미한다.

지금까지의 논의를 요약하여 젠킨스 문화팬덤 활동 5단계에 조용하는 문재인팬덤의 문화팬덤 활동과 스포츠팬덤적 활동을 표로 요약하면 아래와 같다.

〈표 3〉 문재인팬덤 활동의 복합적 성격

활동 수준	젠킨스의 문화팬덤	문재인팬덤의 복합적 성격	
		문화팬덤적 활동	스포츠팬덤적 활동
1	팬덤간 상호작용 방식	이니, 달빛기사단, 조공	토착왜구, 떡견, 기레기
2	비판적, 해석적인 실천	SNS 선플운동	확증편향
3	소비자 행동주의	기레기 비판, 절독운동, 촛불시위	권력추구
4	팬픽 생산	이니 굿즈	정치의 개인화
5	사회공동체 기능	집단정체성 생산, 유지, 강화	집단극대화

5. 결론

지금까지 문화팬덤의 영향을 받은 문재인팬덤이 한국의 정치지형과 시민참여 행태를 바꾸어 정치문화에 큰 영향을 미치고 있음을 살펴본 것이다. 문재인팬덤은 복합적이고 집단적인 경험의 결과이다. 팬덤 속에는 참여문화를 만든 사회적 경험, 아이돌 팬덤에 참여한 문화적 경험, 노사모와 노무현의 죽음이라는 정치적 경험이 결합되어 있다. 2000년 이후에는 한국 사회가 성취한 ‘미디어 수렴, 청중의 질적 변화, 활발한 참여 문화’가 팬덤을 육성한 밑바탕이 되었다.

정치인 문재인은 브랜드 감성화를 통해 팬덤에게 호소하였다. 셀럽으로서의 문재인과 팬덤의 관계는 상호작용적이어서 셀럽이 브랜드 감성화 전략으로 팬덤에게 호소하면 팬덤은 다양한 반응을 통해 그 페르소나를 풍부하게 확장하였다. ‘문재인 브랜드’는 ‘달남’, ‘젬틀재인’,

‘문바마’ 등으로 호명되며 팬덤들이 “꽃보다 대통령”을 외치게 한다.

문재인팬덤은 정치참여와 세력화 측면에서 단기간에 전례 없는 성과를 보여주었다. 이들은 2017년 민주당 대선 후보 경선과 대통령 선거에서, 2019년 검찰개혁을 요구하는 촛불 시위에서, 2020년 제21대 총선에서 뛰어난 동원력을 발휘하였다. 이 과정에서 시민이 참여하는 아래로부터의 의사결정이라는 한국정치에서 전례 없는 성과를 이루었다.

문재인팬덤에는 문화팬덤의 특성과 스포츠판덤의 특성이 중층적으로 결합되어 있다. 이들의 활동이 보여주는 문화팬덤적 특성은 젠킨스의 5단계 활동과 부합된다. 팬덤간 상호작용 방식, 해석적인 실천, 소비자 행동주의, 팬픽 생산, 사회공동체 기능에서 각각 ‘이니’, 선플운동, 한경오 절독운동, ‘이니 굿즈’, 집단정체성 공유 등의 활동을 보여주었다. 스포츠 팬덤적 특성으로는 각 단계에서 집단기억, 확증편향, 권력추구, 정치의 개인화, 집단극단화의 모습을 보여주고 있어서 문화팬덤이나 오바마 정치팬덤과 다른 특성을 띠고 있다.

문재인팬덤의 활동에서 문화팬덤이나 오바마팬덤과 차이를 만드는 주요한 원인은 노무현의 대통령 당선과 죽음이라는 집단기억에 있다. 문재인팬덤은 노무현의 죽음에 부채의식을 갖고 있으며 그 부담감을 덜기 위해 ‘내가 아니라 그들이 죽었다’는 생각을 갖게 된다. 그리고 이 생각이 ‘맞아야 한다는 강박증’이 ‘옳다는 맹신’으로 발전하고 확증편향으로 굳어진 것으로 판단된다.

그 결과 문화팬덤의 특성인 ‘비판적 거리’를 무시하고 셸럽인 문재인에게 감성적으로 매몰되었다. 또 권력을 추구하는 정치팬덤의 속성에 의해 대부분의 활동에서 전략적인 행위를 앞세운다. 언행일치의 규범을 배척하고, 문재인 대통령은 ‘한경오’에게 핍박받고 조국은 적폐세력의 희생자라는 편향적인 판단을 하며, 자신들과 의견이 다른 사람들

‘배신자’로 공격한다. 시민사회의 공론장에서 헤게모니를 장악하기 위해 비판적인 사람에게 SNS에서 ‘좌표찍기’로 공격적인 비난을 하며 비판적인 기자를 ‘기레기’로 비하하고 해당 언론사를 대상으로 절독운동을 편다.

이러한 팬덤 활동은 정치문화에 부정적인 영향을 미친다. “우리 이니 하고 싶은 거 다해!” 같은 구호에는 셸럽을 절대적으로 따르는 팬덤의 다짐이 들어 있다. 권력자 앞에 당당한 주권자의 의지를 보여주는 것이 아니라 셸럽이 통치하는 데로 따르겠다는 복종의 다짐이다. 이 다짐은 국민주권과 법치주의라는 민주주의 기본 원리에서 퇴행하여 권력자 개인의 뜻대로 통치하는 봉건적 퇴행을 가져올 수 있다.

문재인팬덤의 도덕관에서, 언행일치 규범을 배척하는 문재인팬덤의 기준은 이중적이다. 자녀의 입시부정 문제를 조국의 잘못이 아닌 입시제도 탓으로 돌린다. “내 잘못은 상황 탓, 남 잘못은 그 사람 탓”(이남석 2013, 251)이라는 기본적인 귀인 오류(fundamental attribution error)에 빠져 있다. 문재인팬덤은 일반인들의 도덕과 상류층의 도덕을 구분하고 상류층인 조국의 행위를 일반인의 도덕성 기준으로 판단하는 것을 거부한다. 문재인팬덤 중 많은 사람들이 상류층이 아닌데 상류층이나 누리는 조국의 특권을 인정하고 용인한다. 팬덤의 편향적 인식이 계급배반적 도덕관을 불러왔다.

지금까지의 분석과 요약에 따르면 문재인팬덤은 정치동원에는 성공했으나 정치문화 발전에는 부정적 영향을 미쳤다. 앞으로 연구과제는 정치팬덤 활동이 일반 시민들에게 어떻게 수용될 것인지를 분석하는 것이다. 해외 사례를 보면 셸럽과 정서적으로 공감하는 팬덤은 셸럽의 공고한 지지세력이 되지만 팬덤 밖에서는 셸럽의 정치적 자산을 갇아 먹기도 한다. 힐러리는 “온라인 문화를 자신의 일상생활에 통합시켜 자아를 미디어화(mediatiation)” (Marshall & Henderson 2016, 1)했는데,

그 과정에서 나타난 팬걸들은 그녀의 평판에 부정적인 영향을 미쳤다. 2016년 미국 대통령 선거 기간 동안 힐러리 클린턴의 지지층은 둘로 나뉘었다. 정책에 관심이 있는 “진지한 정치적 지지자”와 밈(meme⁶⁾), 감성, “여성의 힘”에 관심이 있는 “감성적인 팬걸(fangirls)”이었다. 두 집단의 행동과 반응은 확연히 구분되었다. 미국인들은 “팬걸링(fangirling)”이라는 신조어까지 만들면서 힐러리 팬걸들을 이성과 논리에 따라 결정할 수 없는 미성숙하고 무능한 집단으로 간주했다. (Smith 2017, 38) 젊은 여성들이 SNS에서 힐러리를 향해 발산하는 감성적인 애착의 언어는 역으로 힐러리의 선거 기반을 약화시킨 결과를 낳았다. 위 사례를 참고하여 한국의 정치팬덤 활동이 일반 시민들의 정치의식과 팬덤 인식에 미치는 영향을 구체적으로 분석하여 변화하는 정치문화와 민주주의의 관계를 규명할 필요가 있다. 그리고 팬덤화되고 있는 정치문화에서 문화팬덤이나 스포츠판덤의 특징 이외에 다른 특징들이 드러나는지도 주시해야하며, 정치팬덤을 동원하고 이용하는 정치 셀럽의 리더십을 비판적 관점에서 분석해야 한다.

(2021년 3월 29일 접수, 5월 6일 심사완료, 5월 7일 게재확정)

⁶⁾ 밈(Meme)은 한 사람이나 집단에게서 다른 지성으로 생각 혹은 믿음이 전달될 때 전달되는 모방 가능한 사회적 단위를 총칭한다. (도킨스 2018).

참고문헌

- 강원택. 2007. 『인터넷과 한국정치: 정당정치에 대한 도전과 변화』 .
집문당
- 김현. 2018. “문빠의 정의 (正義) 와 여성주의적 장소성”. 『한국여성
철학』 , 29, 211-241.
- 도킨스, 리처드. 2018. 『이기적 유전자』 . 을유문화사.
- 박구용. 2018. 『문파, 새로운 주권자의 이상한 출현 : 의회와 언론이
시민을 대변하지 않는 시대』 . 메디치미디어.
- 박권일. 2018. “정치 팬덤이라는 증상 : 「문빠에 대한 철학적 변론」
비판을 중심으로.” 『자음과 모음』 , (38), 189-200.
- 박성우. 2018. “포스트 미디어에서의 정치철학: 지식 파괴의 시대, 정
치의 재가동”. 『언론과 사회』 , 26(4), 5-32.
- 박영득. 2019. "유튜브에 나타난 정치의 사인화와 정당정치의 미래."
『글로벌정치연구』 , 12.2. (1-29).
- 박영흠 · 이정훈. 2019. “‘한경오’담론의 구조와 새로운 시민 주체의 출
현”. 『커뮤니케이션 이론』 , 15(2), 5-50.
- 백육인. 2012. “SNS와 ‘과잉 정치’의 딜레마”. 『시사IN』 , 제224호,
2012.1.6
- 송경재, 금혜성. 2013. "한국과 미국의 정치인 팬 커뮤니티 비교연구 -
인터넷 팬덤의 정치적 효과를 중심으로." 『담론 201』 , 16(3).
145-169.
- 송경재. 2012. “소셜 미디어 시대와 선거의 변화: 인터넷 팟캐스트 ‘나
는 꿈수다’의 대학생 정치참여 효과를 중심으로”. 『시민사회와
NGO』 , 10(1), 43-75.

- 양기민. 2017. “문재인 정부의 이미지/정치”. 『문화과학』, 91, 222-235.
- 윤태진. 2017. “‘시민의 시대’와 반지성주의”. 『문화과학』, 91, 236-247.
- 이남석. 2016. 『인지편향 사전』. 도서출판 옥당
- 천정환. 2017. “촛불항쟁 이후의 시민정치와 공론장의 변화: ‘문빠’대 ‘한경오’, 팬덤정치와 반지성주의”. 역사비평, 386-406.
- 최배석. 2018. "한국인의 정치적 팬덤 정서와 영화의 수용: <변호인>, (2013)과 <국제시장>, (2014) 을 중심으로." 『한국콘텐츠학회 논문지』 18(1). 289-304.
- 최성호. 2017a. “노무현의 죽음과 비판적 지지의 신화 - 문빠에 대한 철학적 변론” 『교수신문』 · 2017.09.26.
- 최성호. 2017b. “노무현의 죽음과 비판적 지지의 신화 - 문빠에 대한 철학적 변론” 『오마이뉴스』, 2017.11.09.
- 태지호. 2014. 『기억문화연구』. 커뮤니케이션스.
- 홍중윤. 2014. 『팬덤 문화』. 커뮤니케이션 북스.

- Anderson, KV & Sheeler, KH. 2014. “Texts (and tweets) from Hillary: meta-meming and postfeminist political culture”, *Presidential Studies Quarterly*, vol. 44, no. 2, pp. 224-243.
- Brough, M. M., & Shresthova, S. 2012. “Fandom meets activism: Rethinking civic and political participation”. *Transformative works and cultures*, 10, 1-27.
- Dean, J. 2017. “Politicising fandom”. *The British Journal of Politics and International Relations*, 19(2), 408-424.
- Duffett, M. 2013. *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*. Bloomsbury Publishing USA.
- Evans, J. St. 2008. “Dual processing accounts of reasoning, judgment, and

- social cognition”. *Annual Review of Psychology* 59 : 255 ~ 278.
- Gamson, William A. 1992. *Talking politics*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Jenkins, Henry. 1992. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.
- Marshall, PD & Henderson, N. 2016, “Political Persona 2016—an introduction”, *Persona Studies*, vol. 2, no. 2, pp. 1-18.
- Marshall, PD. 2014, “Persona Studies: mapping the proliferation of the public self”, *Journalism*, vol. 15, no. 2, pp. 153-170.
- Nickerson, R. S. 1998. “Confirmation Bias : A ubiquitous phenomenon in many guises”. *Review of General Psychology*, 2 (2).
- Parikh, K. H. 2012. *Political Fandom in the Age of Social Media*. University of London.
- Redlawsk, D. 2002. “Hot cognition or cool consideration? testing the effects of motivated reasoning on political decision making”. *Journal of Politics*, 64 (4) : 1021 ~ 1044.
- Smith, J. 2017. “The Politician/Celebrity and Fan (Girl) Pleasure: The Line Between Queen Hillary and Presidential Candidate Clinton”. *Persona Studies*, 3(2), 35-50.
- Sunstein, Cass. 2007. *Republic.com 2.0*. Princeton University Press
- Turner, Graeme. 2013. *Understanding Celebrity*. Sage.
- 시사저널. 2020.07.18. “K팝이 미국에서 ‘정치운동’으로 확장되는 이유”.

월간 말. 2002.05. “노무현이 변하면 가차 없이 등을 돌리겠다-광주 노
사모 회원 김지숙 인터뷰”.

중앙선데이. 2018. 01.21. ‘문대통령 댓글 호위무사...나는 달빛기사단이다’

한겨레. 2018.05.23. ‘문 대통령 같은 지도자 본 적 없다’

한국일보. 2020.07.06. ‘K팝 팬은 참지 않아’ .

김어준의 뉴스공장. 2019.08.28.

<http://cafe.daum.net/moonfan> 검색일 2021.01.15.

<http://ocw.sookmyung.ac.kr/?course=2523> 검색일 2020.12.24.

<http://www.konantech.com/?p=912> 검색일 2021.01.15.

Dual characteristics of Moon Jae-in's fandom

*OH, Hyunchul**

Korean political culture generate new participation wave of political fandom. The fandom of Moon Jae-in is a typical example. Moon's fandom have distinguishing features from cultural fandom. Moon's fandom are forming dual fandom culture of cultural fandom and sports fandom. This paper analyzes this dual feature of Moon's fandom, using Jenkins' five levels of cultural fandom activities.

Key words: political fandom, collective memory, confirmation bias, personalization of politics, group polarization

* Professor, Dept. of Social Studies Education, Jeonbuk National University