
BTS의 글로벌 약진과 서구의 아시아인 인종화에 대한 대중적 비판 담론의 형성: 유튜브 리액션 영상의 소통을 중심으로*

정은주 (인천대학교, 조교수)

〈목 차〉

- I. 들어가며
- II. 대중적 담론 형성의 장으로서의 유튜브 리액션
- III. 서구의 아시아인 재현(representation) 방식
- IV. BTS 리액션 공간에 생성되는 인종주의적 재현에 대한 비판 담론
 - 1. BTS의 음악과 행보에 대한 공감
 - 2. 방탄의 군대(A.R.M.Y.)에 합류하는 이들이 축적하는 인종화 저항의 담론
- V. 아시아인 인종화와 편견적 재현을 해체하는 모델
- VI. 맺으며

국문초록

이 글은 대중문화에 반영된 서구의 아시아인 인종화를 BTS의 사례를 통해 점검하고, 그들에 대한 인종주의적 재현이 유튜브 리액션 공간에서 어떻게 굴절되고 비판되는지를 분석한 글이다. 대중적 담론 형성을 가능케 하는 유튜브 리액션의 미디어 생태환경 속에서 참여자들은 BTS의 음악과 행보에 공감하며 그들의 남성성을 비하하거나 노력의 가치와 예술성을 폄하하는 일각의 평가가 부당하다는 담론

* 이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2019S1A6A3 A02102843).

을 형성했으며, 그 과정에서 BTS는 오히려 기존의 아시아인에 대한 편견적 재현을 해제하는 모델로 수용되었다. 리액션 공간의 소통은, BTS의 약진이 미와 예술의 기준에도 작동했던 서구의 헤게모니에 균열을 가져왔고, 다양한 아시아인들과 그들의 역사적 문화적 유산을 '아시아'로 뭉뚱그리는 인종화의 틀을 벗겨 내고 있음을 보여주었다.

주제어: BTS(방탄소년단), 유튜브 리액션, 인종주의, 아시아인 인종화, 대중적 비판 담론

I. 들어가며

근간 전 세계 대중문화의 장에서 BTS(방탄소년단)¹를 위시한 K-pop, 영화 <기생충>, 드라마 <오징어 게임> 등 한국의 문화예술 콘텐츠가 환영받으면서, 1990년대 이후 '한류'라는 지칭하에 아시아에서 그 영역이 확장되던 한국의 대중문화는 이제 서구를 포함한 전 세계의 대중문화로 자리하기 시작했다. 이는 OTT 서비스, 유튜브와 같은 영상 제공 플랫폼과 SNS 제공자의 증가 등 디지털 미디어의 발전으로 대중문화 전파의 전 세계적 동시 확산이 가속화되는 시대의 작동임과 동시에, 글로벌 대중문화콘텐츠 생산 주체의 대열에 한국의 대중문화가 아시아의 대표주자로 새로이 부상하고 있음을 드러낸다.

특히, 케이팝 그룹 중 처음으로 서구에 대규모 팬층을 확산시킨 BTS는 2017년부터 전 세계 대중음악의 지표로 여겨지는 빌보드에서 수상하기 시작하며 꾸준히 성장하여, 2021년 각종 수상 및 음원, 음반의 판매와 화제성 기록에서 한국인 최초, 아시아인 최초라는 수식어를 넘어서기 시작했다. 인간사회의 다양한 모습을 담을 것이 기대되는 장르로서 비영어권 영화나 드라마가 미국 중심의 대중문화 시장에서 비교적 일찍부터 주목을 받았던 것과 달리, 글로벌 대중음악계에서는 비영어권, 그중에서도 아시아인 음악인의 존재를 찾아보기 힘들었고 간헐적으로 등장했다 해도 지속되지 못했다. 예컨대 2012년 가수 사이의 한국어 노래가 돌풍을 일으키며 빌보드 2위를 기록했지만, 미국 대중음악

1. 이 글은 이들이 서구를 포함한 전 세계에서 성공을 거두며 수반되는 현상과 의미에 초점을 두므로 방탄소년단이라는 한국어 명칭보다 BTS라는 영어 명칭으로 우선 지칭하고자 한다.

게는 “아시아의 침투”라 인식하면서도 “웃긴 댄스를 만든 뚱뚱한 한국인 래퍼를 여기에 오게 한 것은 유튜브의 힘”이라는 일각의 인식을 전하며 음악적 주류나 기존 대중음악 시장에 대한 위협으로 여기지 않았다.² 오랜 기간 서구의 헤게모니가 강력하게 지배해 온 대중문화계에서, 특히 다른 영역보다 훨씬 아시아인에 대한 벽이 높았던 미국 중심의 글로벌 대중음악 시장에서 BTS는 그 견고한 아성을 넘어 아시아인으로서 지속적으로 음악적 성공을 거두는 동시에 그들의 일거수일투족에 전 세계 소셜미디어의 움직임이 좌우되는 스타덤을 유지하고 있는 첫 번째 사례라는 점에서 주목할 만하다.

대중음악 엔터테이너로서의 명성에 더해, 영향력 있는 세계인으로 타임지에 실리고 청년세대를 대표하여 UN 총회에서 연설을 할 만큼 수많은 대중의 열광과 추종을 이끌어 낸 이들이 아시아인이라는 것은 근현대 서구 제국주의 역사를 통해 구축된 서구 주도의 현대성³을 당연시해 온 많은 이들에게 자연스럽게 받아들여지지 못한 듯하다. 소셜미디어상의 실체 없는 화젯거리일 뿐이라 하거나, 놀라운 음반과 음원 판매지수가 극성 팬덤의 반복 구매 덕이라는 일각의 의구심이 제기되기도 했으나, 2018년 첫 빌보드 앨범차트 1위 이후 계속되는 성과 갱신과 몇만 명 관객을 수용하는 스타디움 단독 공연을 전 세계 도시에서 계속해서 빠르게 매진시키면서 무색해졌다. BTS가 명실상부한 아이돌⁴로 부상하는 과정에서 이들의 성공요인, 음악, 팬덤, 사회경제적 가치, 남성성 등 BTS가 수반한 사회문화 현상을 주제로 한 미디어와 학적 담론이 쏟아져 나오며 동시에, 아시아인에 대한 서구의 해묵은 고정관념과 편견을 BTS에게 투사하는 미디어의 보도와 개인 SNS상의 부정적 표현들 또한 뒤따랐다. 그러나

2. Knopper, S., “Breaking down Psy’s ‘Gangnam Style’”, *Rolling Stone*, 2012, September 14. 싸이 이전에 도 전 세계인이 기억하는 아시아 출신 음악인은 한 손에 꼽을 정도이다. 2010년 아시아계 미국인 그룹 파이스트무브먼트(Far East Movement)가 빌보드 1위를 한 적이 있으나 곧 기억에서 사라졌고, 2004년 미국 주요 음반회사와 계약한 첫 번째 아시아인, 중국계 래퍼 MC Jin은 결국 미국이 아닌 홍콩에서 활동했다(Wang, H. L., “Jin, ‘The Chinese kid who raps’ grows up”, *NPR*, 2013, Jan. 19).

3. Hall, S. & B. Gieben, *Formations of Modernity*, Polity Press, 1992.

4. 한국 대중음악 산업에서의 ‘아이돌’의 의미와 영어 idol(우상)의 의미 사이에는 간극이 있다. 케이팝 아이돌은 연예기획사의 사업 의도에 따라 ‘제작’되어, 음악적인 측면에서 작사, 작곡을 하는 가수보다 못하다는 인식과 함께, 철없는 연령층이 주도하는 팬덤에 의해 우상화된다는 다소 비하적인 의미를 동반해 왔다.

편하적 뉘앙스의 보도나 공격의 와중에 이룬 성과와 더 커진 팬덤은 그러한 저항과 배타의 시선이 이전의 아시아인 아티스트의 부상(浮上)을 막은 것만큼 효과적이지 못했음을 반증한다.

아시아계 대중음악인에게 벽을 형성했던 서구의 아시아인 인종화의 구조는 어떤 양상으로 BTS에게 투사되었으며, 미국을 중심으로 한 서구의 대중음악 수용자들에게 어떻게 받아들여지고 조정되었을까? 거대 담론에 가려 사회적 역동성을 전달하는 힘으로 주목받지 못했던 대중문화에 일찍이 관심을 환기시키며 집단의 사회적 이해가 생성되는 장소라 했던 스텐버그 홀의 주장⁵처럼, 대중문화는 수많은 사람들이 세상을 보는 방식을 특정한 방향으로 이끄는 의미의 정치학이 펼쳐지는 대표적인 영역이다. BTS를 비롯한 한국 대중문화계의 글로벌 확산이 한국 소프트파워의 성장이라 치하되고 있지만, 이들이 보다 다양한 사회문화적 환경으로 확산되는 과정에서 어떤 역학 속에 수용되며 그 사회적 의미는 무엇인가에 대해서는 아직 구체적으로 담론화되고 있지 않다. 이 연구는 대중문화에 반영된 서구의 아시아인 인종화를 BTS의 사례를 통해 점검하고, 아시아인으로서 전례 없는 길을 걸어온 만큼 그들에게 쏟아진 인종주의적 재현(representation)이 어떤 방식으로 디지털 미디어 생태계 내 대중음악 소비자들의 개별적이고 집단적인 담론화 과정을 통해 굴절되었는지를 살펴보고자 한다.

BTS의 인기가 수반한 복합문화적 현상은, 그들에 대한 공격과 마찬가지로 무엇보다 소셜미디어와 뉴스미디어를 포함한 디지털 미디어를 통해 전달되고 확산되었다. 중소기업사 출신으로 국내에서의 성공도 예측하기 어려웠던 그들의 글로벌한 성공을 견인한 기술적 요소는 여러 미디어 보도와 선행연구⁶에서 주목했던 것처럼 유튜브, 트위터, 인스타그램, 브이라이브(v-live)⁷ 등 디지털

5. 스텐버그 홀, 『문화, 이데올로기, 정체성』, 임영호(역), 컬처북, 2015.

6. 이규탁, 「젠지, 진정성, K - BTS의 성공이 보여주는 것들」, 『안과밖』, vol. 47, 2019, 208-236쪽; 최샛별, 「BTS의 글로벌 매력 이야기: 글로벌 아티스트 BTS의 경계짓기와 경계넘기」, AI 워킹페이퍼, 재단법인 동아시아연구원, 2020, 1-18쪽; 김수연, 「'방탄소년단'과 아시아 남성성: 탈제국화와 트랜스미디어를 중심으로」, 『인문과학』, 제82집, 2021, 143-175쪽.

7. 네이버에서 서비스하는 인터넷방송 플랫폼으로 연예인이 팬들과 소통하는 창구로 쓰인다. 2015년 8월 개시될 때부터, BTS는 자체 예능 및 영상 블로그를 운영했다.

미디어를 적절히 활용한 것을 빼놓을 수 없다. 특히 2020-21년 코로나 팬데믹으로 대면 활동이 제한된 상황에서 이룬 폭발적인 성공의 기록들은 오로지 뮤직비디오(이후 뮤비)와 녹화 공연 및 다양한 활동 영상의 전자 송출을 기반으로 이루어졌다. 이 글은 이러한 현실에 상응하여 BTS에 대한 의견을 전달하는 뉴스 및 전자미디어에 주목하고, BTS 관련 영상에 대한 반응과 미디어 보도에서 이루어지는 상호작용에 대한 내용분석을 기반으로 한다.

구체적으로 서구 수용층의 담론 형성 과정을 관찰할 주요 창구로 유튜브 리액션(reaction) 영상에서의 소통을 분석 대상으로 삼았다. 리액션 영상은 다음장에서 상술하겠지만, 음악 외에도 음식, 제품 및 서비스 활용 등에 대해 개인 유튜버가 소감을 전달하는 영상으로서, 해당 영상에의 댓글 소통을 통해, 또한 종종 다른 소셜미디어로 이어지는 소통을 통해 관련 주제에 대한 대화와 토론을 구성한다. 다른 소셜미디어의 소통보다 유튜브 플랫폼에서의 리액션에 주목한 것은, 친구 설정 등의 조건이나 제약 없이 익명의 수많은 대중에게 열려 있어, 팬이 아닌 리액션 제작자 및 시청자의 유입을 볼 수 있기 때문이다. BTS에 대한 리액션은 그들이 송출하는 영상이 다양한 만큼, 음악과 직접 관련된 뮤비와 공연 영상, 제작 비하인드 영상 외에도, 예능 프로그램, 팬과 소통하는 브이라이브, 팬 제작의 다양한 2차 영상 및 국내의 매체와 진행한 인터뷰 영상, 심지어 광고 출연 장면 등 다양한 소재에 대한 리액션 영상이 만들어지고 있다. 또한 다루어지는 영상의 주제 영역만큼이나 리액션 영상을 찍는 이들도, 이미 BTS 팬임을 밝히는 이들 외, BTS 음악을 처음 접하는 다양한 음악 장르의 팬과 음악인들, 대중음악 프로듀서, 보컬코치, 전문 댄서, 영상제작 전문가, 그리고 스피치와 매너 연구가 등 다양하다. 이 연구에서는 미국을 중심으로 한 서구의 담론 형성을 분석하기 위해 영어를 사용하는 리액션 영상을 분석 대상으로 삼았고, 다양한 인종, 민족, 연령, 직업, 성별의 60개 채널 유튜버의 리액션 영상과 소통에 대해 2021년 4월부터 2022년 2월까지 10여 개월 간의 관찰을 바탕으로 내용분석을 진행했다.

이어지는 장에서는 먼저 담론 형성의 장으로서의 유튜브 리액션 영상에 대

한 이론적 논의를 검토하고 본고에서 그 상호작용을 분석하는 방식에 대해 서술한다. 이어 현대 서구의 아시아인에 대한 인종주의적 재현 담론을 점검한 후, 그 고정적 재현이 BTS에게 어떻게 투사되었으며 유튜브 리액션 영상에서 BTS의 음악과 노랫말, 태도 및 행보와 더불어 그들을 바라보는 시선에 대한 의견 제시와 토론을 통해 어떻게 그 고정관념이 굴절되고 나아가 인종주의에 대한 비판 담론으로 형성되는지를 논할 것이다.

II. 대중적 담론 형성의 장으로서의 유튜브 리액션

오늘날 디지털 미디어의 사용은 삶의 방식의 하나가 될 만큼 정보 검색과 오락의 영역을 넘어 일상의 전 영역으로 확장되고 있다. 현대인의 삶에 깊숙이 자리한 만큼 디지털 미디어를 통한 온라인 상의 상호작용이 현실 세계에 미치는 의미의 작동도 간과할 수 없다. 디지털 미디어 생태계가 이전의 미디어와 구분되는 점은 무엇보다 종래의 수용자가 이제 이용자이자 콘텐츠를 제작하여 유통시키는 생산자의 역할을 한다는 점이다. 특히 유튜브는 2005년 ‘자신을 방송하라(Broadcast yourself)’는 슬로건 하에 수용자 누구나 자신의 콘텐츠를 제작하여 공유할 수 있는 새로운 미디어의 주인공이라는 점을 천명하며 출범하여 오늘날 가장 영향력 있는 온라인 영상 공유 플랫폼으로 성장했다. 정보 검색과 저장이 가능한 영상 아카이브로 기능하는 동시에 지식 대중화 시대의 교육 기구로서의 영향력도⁸ 키워가고 있다.

무엇보다 이 글에서 주목하는 유튜브의 역할은 젠킨스가 말한 참여문화(participatory culture)⁹의 중요한 기반으로 기능한다는 점이다. 유튜브 이용자들은 댓글로 다른 이용자와 소통할 수 있을 뿐 아니라, 다른 이용자에게 영상을 보내고, 개인 웹사이트나 블로그, SNS 계정에 공유할 수 있어서, 유튜브는 단지 자료를 검색하고 공유하는 것을 넘어 영상을 이용하여 타인과 소통할 수

8. Gehl, R., "YouTube as archive: who will curate this digital Wunderkammer?", *International Journal of Cultural Studies*, 12(1), 2009, pp. 43-60.

9. Jenkins, H., *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*, New York University Press, 2006.

있는 창구를 제공한다.¹⁰ 좋고 싫음을 표시하거나, 댓글과 대댓글을 통해 대화와 토론을 하고, 영상을 공유하는 등의 행동을 통해 이용자들이 상호작용하며, 새로운 콘텐츠의 창작과 유통에 참여하도록 초대하는 참여문화의 장이 되는 것이다. 유튜브의 특성상 접근이 용이하고, 오프라인이라면 쉽게 만날 수 없고 대화가 이루어지지 않을 수많은 서로 다른 위치의 사람들을 이어 주는 역할을 한다는 점에서 유튜브는 오프라인보다 더 큰 토론의 아고라로 기능할 수 있다.

유튜브 플랫폼을 이용한 리액션 영상은 특정 상품, 음식, 음악 등의 영상을 보며 생기는 반응을 찍어서 배포하는 것으로서 수용과 생산의 교점을 가장 잘 보여주는 일종의 인터넷 밈(memem)이다. 유전자처럼 모방을 통해 번식하는 문화적 요소, 밈¹¹의 인터넷 버전은 이용자들이 기존의 콘텐츠를 변형하여 확산시키는 대표적인 참여적 디지털 문화¹²로서, 그 중 리액션 영상은 자신이 소비하는 콘텐츠에 대한 감정, 의견, 지식을 더해 또 다른 문화적 낚아스기가 반영된 콘텐츠를 생산한다.¹³ 즉, 유튜브 리액션 영상은 1차 텍스트에 대한 해석이자 비평으로서, 리액션 과정에서 자신의 경험과 연관시켜 일반화하거나 비교 분석을 전달하기도 하는 문화적 실천이며, 소개, 설명, 해석을 동반한 리액션을 온라인에 올림으로써 다른 수많은 수용자에게 쉽게 확산시키는 문화매개자의 역할을 수행하기도 한다.¹⁴ BTS 리액션 영상에서 고정 리액터는 한 명 혹은 친구, 부부, 형제, 자매 등 한 명 이상이고, 채널 주인인 고정 리액터가 지인이나 가족을 초대해서 그들의 리액션을 같이 보여주기도 한다.

10. 이재현, 최성인, 최순욱, 「유튜브에서의 뮤직비디오 팬덤 분석: BTS N/V의 시청, 댓글 상호작용, 밈 영상 제작」, 『한국언론학보』, 64(1), 2020, 7-45쪽.

11. Dawkins, R., *The Selfish Gene*, Oxford University Press, 1976.

12. Wiggins, B.E. & Bowers, G.B., "Memes as genre: A Structural analysis of the memescape", *New Media & Society*, 17(11), 2015, pp. 1886-1906.

13. Jenkins et al., *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in A Networked Culture*, NYU Press, 2018.

14. 문화매개자는 문화 생산과 수용의 중간과정에 개입하는 기구와 행위자들을 지칭하는 용어로 부르디외(Bourdieu, P., *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Routledge, 1984.)가 제시한 것으로, 소개, 설명, 해석 등의 행위를 통해 해당 문화에 대한 가치와 의미를 만드는 과정에 개입한다. 리액션 자체로서도 BTS 음악과 의견을 확산시키는 문화매개의 역할을 수행하지만, 주변인들을 실제 리액션에 초대하며 매개의 역할을 하기도 한다.

리액터들은 영상을 화면에 띄우고 가사나 영상의 내용을 번역한 영어 자막을 보면서 감상과 의견을 전하는 자신의 모습을 동시에 내보내고, 리액션 영상의 시청자들은 리액션의 어떤 부분에 공감하는지, 어떤 부분이 수정되어야 할 지식과 인식인지에 대한 의견을 댓글로 나눈다. 댓글은 대체로 리액터를 향하는 것이지만 종종 다른 시청자에게 말을 걸고 의견을 내는 대댓글이 여러 개씩 달리면서 해당 댓글이 제기하는 주제에 대한 토론이 이루어지기도 한다. 리액션 영상에서의 대화는 리액터와 시청자가 트위터나 인스타그램 등에서 맺은 네트워크를 통해 이어지기도 하고 멤버십 제도로 운영되는 페이트리온(Patreon) 계정에서의 좀 더 친밀한 리액션과 대화로 연결되기도 한다. 또한 BTS의 경우 후속 리액션 영상을 계속 제작하는 유튜버가 많은데¹⁵, 이전 리액션 영상에서 소통한 내용은 리액터의 다음 영상에 반영되고, 다른 리액터의 영상에서도 인용되는 방식으로 담론이 형성되고 쌓이면서 공유되는 담론으로서의 권위를 다지는 모습을 볼 수 있다.

이 연구에서는, 담론 분석의 대상인 유튜브 리액션과 그에 대한 댓글 및 대댓글을 고정된 텍스트가 아니라, 리액션 제공자와 시청자들 간에 발생하는 상호작용 속에서 담론을 구성하는 일종의 문화적 실천으로 간주한다. 리액션 영상의 상호작용을 문화적 실천으로 봄으로써, 주고받는 말과 글의 내용뿐 아니라 그 내용이 영상 외부조건의 변화, 시간적 맥락에 따라 달라지는 양상을 염두에 두는 비판적 담론 분석¹⁶을 지향했다. 2020년 발매된 “다이너마이트(Dynamite)”와 2021년 발매된 “버터(Butter)”는 각각 빌보드 1위 및 24시간 내 최다 조회를 기록하면서 BTS나 케이팝을 접하지 않았던 새로운 리액터들을 대거 BTS 리액션의 세계에 끌어들었다. 10주간 1위를 한 “버터” 및 후속곡 2곡이 모두 빌보드 1위를 달성한 후와 그 이전의 리액션 영상 소통의 차이를 관찰하

15. 리액션을 시작한 이들 중 다수는 BTS의 음악에 매료되어 후속 리액션을 계속한다. 다른 한편, BTS는 팬덤이 크고 화제성이 강하여, 주목을 받음으로써 이득을 얻게 되는 유튜브 주목경제의 좋은 재료가 되므로 후속 리액션이 이어지는 경향도 있다. 주목경제(attention economy)에 대해서는 김예란, 「리액션 비디오의 주목경제: K-Pop의 지구적 생산과 소비를 중심으로」, 『방송문화연구』, 24(2), 2012, 161-192쪽 참조.

16. Fairclough, N., *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1992.

는 한편, BTS에 대한 공격에 비판 담론을 형성하는 리액터들이 팬이 되어 가며 담론 형성에 기여하는 점을 이해하기 위해 노랫말에 대한 분석도 함께 진행했다. 또한 리액션 공간의 문자 텍스트 외 음악과 음향, 목소리의 강약과 그에 실린 감정, 표정과 몸짓 및 태도 등 다감각적 요소들을 관찰하고 그를 포괄하여 분석하는 멀티모달리티 분석(multimodality analysis)¹⁷을 진행했다. 리액터의 선정은 영어로 BTS 리액션을 검색하되, 유튜브 알고리즘으로 인해 비슷한 성향의 리액터만 접하지 않도록 몇가지 다른 검색어를 설정하여 다른 위치와 입장의 리액터를 찾고자 했으며, 논의 대상은 부록에 첨부한 60개 채널 리액터이다.¹⁸

현재의 미디어 시청 환경이 점차 온라인으로 이동하고 집중되는 경향에 따라, 인터넷 공간에서의 미디어 수용자 연구에 대한 관심도 증가하고 있다.¹⁹ 또한 시청 행위의 중층적 의미를 해석하고 두텁게 묘사하여 해석의 타당성을 확보하기 위해, 질적 분석을 포함한 민족지적 연구방법(ethnographic methodology)도 이미 1970년대부터 사용되고 있다.²⁰ 이 연구는 리액션 영상 공간에서의 담론 형성 양상을 두텁게 기술하며 질적 분석을 행하기 위해 BTS 리액션을 장기간에 걸쳐 관찰하고 상호작용을 분석하였다. 다만, 리액션 영상 공간은 일정한 멤버십 하의 닫힌 커뮤니티 형식이 아니라 수많은 시청자들이 들락날락하는 곳이어서 민족지적 접근방식을 충족하기에는 연구대상과의 상호작용에 한계가 있었다. 그러나 특정 리액터의 이어지는 BTS 리액션 영상 시청

17. Lim, V., "The visual semantics stratum: making meaning in sequential images", In T. Royce & W. Bowcher eds, *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse*. London: Lawrence Erlbaum Associations, 2007, pp. 195-214.

18. 기본 검색어는 'reaction to BTS'로 설정하였고, 그 외 'first time BTS', 'frank/honest/alternative reaction to BTS', 'non-Kpop fan reaction to BTS', 그리고 'hate+BTS' 라는 검색어를 사용했다. 10개월 간 약 170개 채널의 BTS 리액터들을 관찰했으나 부록에는 본문의 논의와 관련된 채널명만 기재한다. 단순히 호기심에서 리액션을 시작했다가 BTS에게 공감하는 과정을 보이는 리액션 채널에 주목하여, 리스트에 기재된 채널 중에는 2020-2021년에 BTS 리액션을 시작한 채널이 다수이다. 또한 팬덤에 속하는 리액션 유튜버만을 분석 대상에 포함시킨 것이 아니므로 BTS 영상을 다른 리액션의 수도 다양한 스펙트럼을 보인다.

19. Hine, C., *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. Oxford & New York: Berg, 2005.

20. Morley, D., *Television, Audiences and Cultural Studies*. London and New York: Routledge, 1992.

에 참여하고 관찰하면서 유튜브 리액터와 시청자들 간의 관계, 여론 선도 여부를 파악할 수 있었다. 이용자들은 보통 지속적으로 아이디를 유지하며 리액터 및 다른 시청자와 관계 맺고 있고, BTS 관련 지식 및 태도 등을 드러내는 과정에서 시청자의 인종, 연령, 성별, 직업 등을 밝히는 경우가 많아 종종 현실 정체성이 드러나기도 한다.

III. 서구의 아시아인 재현(representation) 방식

서구에서 아시아인을 인식하는 전형적인 방식은 서구 제국주의 시기에 뿌리를 두고 있다.²¹ 노예제 폐지 후 값싼 노동력이 필요했던 미국과 서유럽이 가장 먼저 마주한 다수의 아시아인은 중국과 동남아시아 등지에서 건너간 절박한 이주노동자들이었다. 특히 19세기 아시아 이민자의 선두에 있던 중국 노동자들이 미국의 광산, 건축, 농업 등에서의 저임금 노동을 메꿨는데, 백인 노동자의 일자리를 빼앗는다는 불만이 제기되면서, 그들의 열악한 생활방식을 증거 삼아 중국인 전체가 저열한 위생과 문화를 지닌 ‘열등하고 위험한 이방인’이라고 담론화되었다.²² 이후, 법적, 언어적, 사회문화적 정체성이 상이한 수많은 아시아인들이 인종적으로 동일시되었고, 공화주의와 자기 통제, 서구의 시민성 및 진보 등 이상적이라 생각되는 서구의 모습과 대척점에 위치 지워지며 ‘오리엔탈’이라는 제국주의 유럽의 시선으로 각인되었다.²³

아시아인이 서구의 앞선 체제 속에서 쌓아 온 시민성을 획득하지 못할 이질적 문화를 지녔다는 편견은 1세기 반에 걸친 사회경제적 변화에도 불구하고 현재까지 약간의 변주를 제외하고 여전히 재생되는 고정관념을 형성하고 있

21. 아시아인에 대한 인종주의적 태도가 서구로 지칭되는 북미와 유럽에서만 드러나는 것은 아닐 것이다. 본 연구에서 서구의 담론에 주목하는 것은 아시아인에 대한 고정적 편견이 19세기 제국주의 서구와 아시아의 조우에서 비롯되었고 이후 미국 중심의 미디어, 대중문화와 담론의 헤게모니 속에서 확산되고 심화되었기 때문이다.

22. Omi, M.& H. Winant, *Racial Formation in the United States: From the 1960s to the 1990s*. New York: Routledge: Ancheta, A. N., *Race, Rights, and the Asian American Experience*. Rutgers University Press, 1998; Lee, E., *The Making of Asian America: A History*. Simon & Schuster Paperbacks, 2015.

23. 에드워드 사이드, 『오리엔탈리즘』, 박홍규(역), 교보문고, 2008.

다. 1960년대 중반 미국에서는 일본계와 중국계의 경제적 성공을 목도하며 아시아계를 ‘열등한 이방인 오리엔탈’을 대신하여 ‘모범소수민족(model minority)’으로 특징짓는 담론이 등장했다.²⁴ 그런데 미디어에서 묘사한 이들의 성공의 원동력은 유교적 이상과 권위에의 순응 등 ‘문화적 독특함’에 주어졌고 “많은 역경에도 불구하고 불평 없이” 성공을 이루었다는 묘사는, 국가가 복지정책을 통해 불평등을 해소하라는 당시 흑인 중심의 민권운동과 대조되었다. 이는 다른 소수집단과 연대하여 민권운동을 전개했던 아시아 아메리칸의 노력이 있었음에도 불구하고 아시아인을 ‘자기만의 성공에 집착하며 행동하지 않는다’는 이미지에 고착시켰다. 또한 다른 소수집단이 이루지 못한 놀랄 만한 성취가 아시아계의 독특한 문화에서 비롯될 만큼 이질적인 집단이라는 의미를 전달했다. 특히, 비정치적이다, 시민활동에 무관심하고 순응적이라는 성격 규정은 종종 바람직한 시민성에 역행하는 것으로 해석된다. 실제로 아시아계는 이민 법이나 복지, 교육정책, 인종폭력 저지, 선거자금 모금 등 다양한 정치·사회적 이슈에 점차 활발하게 활동하고 있지만, 대중적 상상에서 시민적 활동에의 무관심과 순응주의라는 편견적 재현은 쉽게 바뀌지 않는다.

이 글은 미디어와 대중문화가 고정관념을 테스트하고 저항하는 담론 생성의 역할에 더 주목하고 있지만, 미디어와 대중문화는 또한 종종 특정 집단에 대한 고정관념을 포함한 재현 담론을 생성하고 전달하는 통로가 되기도 했다. 미디어가 이미지를 통제하여 특정의 인종, 젠더, 계급 집단을 낙인찍으며 인종주의와 차별을 정상으로 여겨지게 하는 양상²⁵은 미국 미디어의 아시아 묘사에서 반복적으로 등장했었다. 모범소수집단론 틀 속에서 미디어는 아시아인이 개인의 주체적 목표 없이 학업과 성공에 집착하고, 전통의 권위에 순응하여 복종적이며, 사회정의를 위해 행동하지 않는다는 이미지를 반복하여 전달했다. 1971년 “(아시아인이) 백인을 앞지른다”는 기사²⁶ 이후 지속적으로 “아시아 애들이

24. Peterson, W., ‘Success story, Japanese-American style’, *New York Times*, 1966, Jan. 9: “Success story of one minority group in U.S.”, *U.S. News and World Report*, 1966, Dec. 26

25. Collins, P.H., *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*, New York: Routledge, 2000.

26. “Success story: Out-whiting the whites”, *Newsweek*, 1971, June 21.

좋은 대학 다 차지한다”고 회자된 위기감이나, 1987년 “아시아인 아메리칸 신동들”이란 헤드라인 하에 안경 쓰고 책을 들고 있는 타임지²⁷의 동아시아 남녀 학생들의 사진은 ‘모범’의 답문에 내포된 의미를 보여준다. 인종주의를 대체하는 언어로 소환된 ‘문화적 차이’는 여전히 아시아인이 ‘위험하고 이질적’이라는 의미를 전달하는 한편, 수과학 등의 공부만 들이파는 매력없는 ‘너드(nerd)’라는 이미지를 키웠다. 이러한 고정관념 속에서 아시아계는 기술적인 측면에 능력이 있으나 예술적 감성과 스포츠맨십, 팀워크, 열정이 결여된다는 편견에 부딪혀 왔다. 미국의 유명 요리경연 리얼리티 프로그램인 ‘탑셰프(Top Chef)’와 패션디자이너 경쟁 프로그램인 ‘프로젝트 런웨이(Project Runway)’에서 아시아계는 모두 기술력은 뛰어나지만 창의성과 열정이 부족하다는 평을 받았으며, “감정 없는 로봇”이 되지 말고 “느낌을 반영하라”는 조언을 받아들인 후에야 2006년 프로젝트 런웨이, 2007년 탑셰프에서 승자가 될 수 있었다.²⁸ ‘창의성을 결여한 기술자’라는 고정관념은 대중예술 및 스포츠와 같은 영역의 진출에 벽을 형성하는 한편, 공학 등에 노동의 적소를 설정하는 양상으로 아시아계의 삶에 영향을 미치고 있다.

대중문화는 특정집단에 대한 상을 전달하면서 무엇이 아름답고 매력 있는 것인가, 이상적인 남성과 여성상은 어떤 모습인가, 심지어 무엇이 옳고 그른가에 대한 지배적 가치관을 구현해 왔다. 특히 할리우드의 남녀 주인공, 디즈니의 공주와 왕자 등을 통해 미국의 대중문화는 오랫동안 그 가치를 결정하고 글로벌한 지배력을 행사해 왔다. 남성의 경우, 미국 중심의 대중문화를 통해 대다수의 동의를 이끌어 내며 지배력을 획득한 이상적인 남성상은, 백인으로서 이성적이고 강한 체력과 의지를 지녀 위기 시에 그 능력을 발휘하고, 유머러스하면서도 감정을 쉽게 표현하거나 나약함을 보이지 않는 사람으로 규정되었다. 반면, 대중음악은 물론이고, 할리우드와 드라마에서 아시아계는 잘 등장하

27. “Those Asian American whiz kids”, *Time*, 1987, August 31

28. Wang, G., “A shot at half-exposure: Asian Americans in reality TV shows”, *Television New Media*, 11(5), 2010, pp. 404-427.

지도 않았지만²⁹, 그 가운데 아시아 남성은 대체로 로맨틱한 관계가 주어지지 않고 매력 없는 캐릭터로 표현되어 왔다. 이 역시 19세기 중국인 노동자에 대한 배타의 역사에 뿌리를 두고 있는 것으로, 1860년대 이후 중국인에 대한 반감과 인종차별이 확대되는 과정에서 그들에게 여성의 일이라 간주되었던 요리하고 빨래하는 일로 직업이 제한된 것과 관계 있다.³⁰ 이때부터 아시아 남성은 “왜소하고” “여자의 일”을 하는, 남성으로서의 매력을 결여한 남성으로 재현되기 시작했다. 1950-70년대 장기 방영된 미국 드라마 ‘보난자(Bonanza)’나, 서부 영화에 흔히 등장하는 밥하고 빨래하는 중국 남성은, 서부개척 시대 목숨 걸고 가족을 지키는 강인한 남성으로 묘사된 백인 남성과 대비되며 향후 서구 주류 사회가 아시아인 남성을 여성시하며 멸시하고 조롱하는 역사적 배경을 형성한다. 이후에도 아시아인이 종종 적으로 그려지는 한편, 내부의 아시아계 남성은 수과학에 미친 괴짜, 야망 없는 샐러리맨 등으로만 등장하는 등, 대중 미디어를 통해 무성에 가까운 남성으로서의 아시아인 남성 재현은 오랫동안 지속되어 왔다.

요컨대, 미국을 위시한 서구 제국주의의 역사를 통해 배태된 인종주의적 재현 방식은 아시아인을 문명의 진보, 시민성과 창의성에 있어 서구인에 미치지 못하며 수동적, 순응적이고 같은 영토와 체제 내에 있어도 동화될 수 없는 이질적인 문화를 지닌다고 보는 고정관념에 기반하고 있다. 일부 아시아계 이주민의 사회경제적 성공은 종종 이해할 수 없는 집착과 기계적 성실성, 나아가 행동하지 않는 비시민성을 수반하는 것으로 곡해되었다. 또한 젠더별 인종주의(gendered racism) 시각 속에서 아시아인 남성은 여성적이고 매력 없는 존재로 인식되어 왔다. 서구 대중문화에 아시아인의 존재가 제대로 드러나지 않는 상황에서 이와 같이 편파적으로 재현되어 온 것은 모든 아시아인에 대한 이리

29. 미국 TV 프로그램에서 아시아계가 묘사되는 방식을 연구한 데오 등(Deo et al., “Missing in action: Framing race on prime-time television”, *Social Justice*, 35(2), 2008, pp. 145-162.)의 주장처럼, 사람들이 매일 마주하는 TV에 아시아인이 잘 등장하지 않은 것은 그 자체가 그들을 이방인으로 인식하게 하는 데 기여한다.

30. Lee, 앞의 책. 중국인이 집중되었던 캘리포니아에서 식당과 세탁소 운영에 방해가 없었던 것은, 서부 개척 시기 동부나 중서부에서 록키산맥을 넘어 캘리포니아로 이동하는 것이 위협하여 캘리포니아에 여성이 절대적으로 부족했기 때문이다.

한 인종화와 편견이 끊임없이 재생되는 데 기여하고 있다.

IV. BTS 리액션 공간에 생성되는 인종주의적 재현에 대한 비판 담론

1. BTS의 음악과 행보에 대한 공감

앞서 서술한 것처럼 글로벌 대중음악계에서 기억하는 아시아인 음악인이 한 손에 꼽힐 정도로 드문 상황에서 아시아인 스타, BTS의 부상에 서구의 미디어와 대중은 호기심과 저항을 동시에 드러냈다. 아시아에서 한류를 일으키던 이전의 케이팝은 일단의 마니아들을 통해 미국과 유럽에도 알려지고 있었지만, 서구 미디어의 부정적인 묘사와 함께 제대로 평가받지 못했고 수용층을 넓히지 못했다. 서구 미디어에서 조명한 케이팝은 음악보다 '산업'으로 취급되며, 어린 연습생들을 훈련의 틀에 가두어 공장에서 찍어 내듯 비슷한 후크송을 만들어내고 볼거리를 제공하는 '공장체제'라는 평가가 씌워졌다.³¹ 대중음악 음악성의 기준에는 미치지 못하는 것으로 평가된 한편, 아이돌 산업과 관련된 부정적인 측면 -성형수술, 과도한 다이어트, 부담과 악플로 인한 우울증- 등에 초점을 두고 보도되면서 케이팝 아이돌의 노력과 매진은 모범소수민족론에서 정형화한 이미지, '목적 없이 내달리는 아시아적 근면성'과 평행하게 비쳐지며 가치를 인정받지 못했다. 케이팝에 대한 이러한 인식이 만연했던 가운데, 서구의 BTS 음악과 영상 소비자들이 어떤 과정을 통해 그들을 인종화하는 담론에 대한 비판을 형성해 가는지를 이해하기 위해서는 먼저 어떻게 그들의 음악과 행보에 공감하는지에 대한 이해가 필요하다.

2021년 가장 오래 빌보드 1위에 머물렀던 곡 "버티"의 발표를 전후하여 BTS 리액션을 처음 시작한 대다수 리액터의 공통된 표현은 "케이팝은 취향이 아니라고 외면했던 나를 후려치겠다", "왜 이들이 이렇게 유명한지, 왜 계속 내

31. Willanson, L., "The dark side of South Korean pop music", *BBC News*, Seoul, 2011, June 15.; Bevan, D., "Seoul trained: Inside Korea's pop factory", *Spin*, 2012, March 26.; Hong, E., "The lean, mean, star-making K-pop machine", *The Paris Review*, 2014, August 6.; Wang, A.X., "Nothing or authentic: Hallyu, K-pop! inside the weirdest, most lucrative global frenzy in music", *Quartz*, 2016, July 30.

SNS상에 시끄럽게 등장하는지 알겠다”는 반응이었다.³² “진짜 음악”이 아닌 춤과 스펙타클에 환호하는 사람들이나 좋아한다고 알보았던 케이팝에 대한 편견이 깨졌음을 전하며, 일반인이든 전문적인 평을 전하는 이들이든 이어지는 반응은 “저런 춤을 추면서 노래가 가능한가?”, “보컬이 미쳤다”, “재능과 에너지가 엄청나다”는 등 춤과 노래, 무대 표현력과 같은 음악적 측면에 대한 인정과 감탄이었다. 녹화 영상에 리액션한 후 “정말 노래도 잘하는지” 점검하기 위해 콘서트 등 라이브 영상을 찾아보는 이들이 있는가 하면, 라이브 영상을 보며 라이브일 리가 없다고 길게 의심의 설명을 덧붙이는 일부 보컬코치(Hon***V***C**ch)의 반응 등 표현의 강도, 호감과 몰입의 정도는 조금씩 다르지만, 첫 놀라움은 BTS의 다른 영상에 대한 반응으로 이어졌다. 일단 BTS 리액션을 시작하면 리액션 시청자 중 팬들이 리액터의 성향에 맞춰 좋은 반응이 나올 만한 곡을 우선 추천하는데, 리액터들은 팝, 힙합, EDM, R&B, 발라드, 재즈, 락, 하우스, 레게, 라틴팝, 보사노바 등 “한 그룹의 음악이라 예상하지 못할” 만큼 이전 노래와 다른 색채와 장르의 BTS 노래들을 접하며, 빠져나올 수 없는 BTS의 세계(“BTS rabbit hole”)로 들어선 것 같다고 토로한다. 무엇보다 BTS 멤버들이 대부분 곡의 작사, 작곡, 그리고 프로듀싱에도 참여한다는 것을 알게 되면서 그들의 “음악성”을 높이 평가한다. “장르적 실험을 성공적으로 진행한 음악 제작과 더불어 그를 노래와 퍼포먼스를 통해 구현”하는 능력을 치하하며, 몇십만 구독자를 보유한 프로듀서 등 음악인 리액터들은 “BTS가 곧 장르”(Jo** N**o; Bl**keM***n; Jus***n**rke)라 표현하기도 했다. 자국의 언어로 노래한 아시아인 음악인 BTS의 성공에 대해 ‘영민한 전자미디어의 활용 덕’이라는 설명³³ 등 기존 미디어에서 음악 외 요소를 강조했던 것과 달리, 수많은 소비자들의 반응에 공통적으로 드러난 첫 번째 성공의 요인은 무엇보다

32. 맨션 출처인 채널명은 일부만 공개하고, 5회 이상의 공통된 표현에 대해서는 채널명 인용을 생략한다.
33. Hookham, J., “BTS is a social media success story: BTS’s unique use of social media has fostered the growth of a multi-language fan base like nothing that has been seen before”, *Studybreaks.com*, 2018, May, 11. 그런데 기술적으로 BTS가 출발부터 소비자의 2차 생산을 이끌어 내는 트랜스 미디어(Jenkins, H., *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, 2008 참조)를 적절히 활용한 것은 분명하나, 그에 대한 설명만으로는 BTS 이후 동일하게 전자미디어를 활용하는 국내의 다른 가수들이 비슷한 결과에 도달하지 못하는 점을 설명하지 못한다.

대중음악인으로서의 가치에 있었다.

무용가, 뮤비제작자, 클래식 연주자 등 각 부문 전문가 및 깊이 있는 해석을 전하는 리액터들은, 노래와 퍼포먼스에 대한 반응 외에도, 노랫말과 뮤비에 헤르만 헤세의 『데미안』, 칼 융의 사회적 가면으로서의 페르소나 이론 등 문학, 철학, 심리학에서 가져온 모티브를 채용한 것에 주목하며 전문적인 분석을 전달했다. 그들은 BTS뿐 아니라 함께 일하는 한국 뮤비제작자, 안무가, 프로듀서, 카메라 감독의 예술성에 대해서도 경외를 표하며, “제작 수준이 높다”는 반응을 보였고, 다른 케이팝 가수들에 대한 관심을 보이며 리액션을 진행하기도 했다. 미국을 정점으로 하는 서구의 대중문화는 근대에 아시아를 강제 개방하며 이식되었던, 그래서 현대는 곧 서구라고 인식하게 해 온³⁴ 중심 상징 중 하나였다. 미국과 유럽 등지에서 성실함과 노력으로 좋은 대학을 나와 경제적 성공을 일구고 백인 중산층의 공간적 상징이라 일컬어지는 교외 지역에 거주하고 있어도 예술과 창작, 그를 통해 보통 사람들 일상에 영향을 미치고 열광하게 하는 대중문화를 선도할 역할은 아시아인에게 있다고 여기지 않은 수많은 사람들에게 BTS의 부상은 개인의 경험을 선사했다. “저 춤 좀 보게, 아시아 청년들이 저만큼 하는 동안 미국은 뭘 했나? 크리스 브라운, 이거 당신이 해야 할 일 아닌가?”라고 한 40대 남성 유튜버(KitoA****)의 리액션은 주체와 추종자의 역할이 어떻게 가정되고 있었는지를 보여준다. BTS의 여러 곡을 리액션하는 과정에서 다양한 인종의 영어권 유튜버들은 점차 ‘아시아인’이라는 인종적 범주가 아니라 음악인으로서 BTS 7명 개개인의 이름, 음색, 성향, 특징점들을 기억하고 소통했다.

가사가 전달하는 메시지는 BTS 음악의 리액터와 리액션 시청자 중 다수를, 단순히 대중음악을 즐기는 소비자를 넘어 충성스러운 팬덤으로 이끄는 주요한 요인으로 드러난다. 리액터들과 시청자들은 제작 비하인드 영상이나 팬 제작의 BTS 소개 영상³⁵, 댓글의 소통을 통해, 노랫말은 7명 구성원이 10대 후반부

34. Hall and Gieben, 앞의 글

35. 멤버들이 설명하는 제작 비하인드 영상 외에도 기획사가 제작한 다큐멘터리 <Burn the Stage: the Movie(2018)>와 <Break the Silence: Persona(2020)>가 있고, 팬이 제작한 <A Story of BTS>

터 현재까지 삶의 과정에서 경험한 바를 음악으로 풀어놓고 있다는 점을 알게 되며 그들 음악의 진정성을 높이 사고 번역된 메시지에 대해 의견을 주고받는다. 댓글 중 팬임을 밝히는 시청자들과 마찬가지로 리액션을 거듭하며 팬이 되었다고 말하는 리액터들은 처음에는 음악과 춤에 매료되다가 점차 가사의 의미를 알아가며 데뷔 초부터 BTS 구성원들 삶의 과정에서 나온 서사들 — 꿈과 진로, 사회적 압력, 비판적 사회관, 험담과 모욕에 대한 대처, 자기존중, 코로나 시국 등 — 에 깊이 공감하는 모습을 보인다.

엄마, 니 꿈은 뭐니/.../ 왜 자꾸 딴 길을 가래, 제발 강요하진 말아 줘/...
 너의 길을 가라고/ 단 하루를 살아도/ 뭐라도 하라고
 (2013년 6월 발표 데뷔곡, “No More Dream”)

삶은 길어 천천히 해/ 그 끝엔 꿈의 낙원이 가득해/하지만 진짜 세상은 약속과는 달라/
 우린 달려야 해 밟아야 해/ 신호탄을 쏘면/ 목적지도 없어/ 아무 풍경도 없어/...
 멈춰서도 괜찮아/ 아무 이유도 모르는채 달릴 필요 없어/
 꿈이 없어도 괜찮아/ 꿈의 이름이 달라도 괜찮아
 (2018년 5월 발표 앨범, 〈Love Yourself 轉 ‘Tear’〉 수록곡 “낙원”)

기성의 규정에 휘둘리지 말고 자신의 의지대로 삶을 이루자는 노래들 외, 삶의 여정에서 느끼는 불안, 좌절, 거짓된 관계, 열정과 매너리즘에 대한 성찰, 그 과정에서 스스로를 사랑하려는 노력 등의 주제는 불투명한 미래에 대해 힘들어하는 젊은 세대뿐 아니라 중장년, 노년의 리액터³⁶와 시청자에게서도 깊은 공감의 반응을 자아냈다. 또한 정신 건강의 이슈나 사회적 가면, 정체성에 대한 성찰, 못된 세상에 대한 통렬한 외침을 담은 BTS 솔로곡들을 통해서 다양한 층의 수용자들은 자신의 경험과 연관시키며 삶에 대해 대화했다. 리액터와 시청자들은 BTS의 노래와 퍼포먼스에서 얻는 즐거움 외, 가사를 음미하면서 위로받고 쉽게 꺼내기 힘들었던 내면에 대한 주제를 소통할 수 있음에 대해 “그들에게 받은 게 너무 많다”는 반응과 댓글을 주고받으며 ‘아미’가 된 이유를

〈Introduction to BTS〉, 〈BTS Hardships 2013-2021〉, 〈The Rise of Bangtan 1-20〉 등이 있다.

36. Isourch*****lea*****.j**tj**rea****.L**Rea****;R**eBl**ze

소통했다.

특히, 리액터들 중 힙합과 헤비락의 팬, 다양한 인종의 성인 남성 유튜버들의 경우, 대체로 처음에는 ‘보이밴드’, ‘케이팝’이라는 타이틀로 인해 시큰둥하게 리액션을 시작하지만, 삶과 사회에 대한 비판적 성찰에 기반한 노랫말의 메시지와 랩 전달력, 표정과 몸짓에 드러나는 진심과 에너지를 접하며 가장 열광적으로 빠져드는 팬층을 구성하게 된다.

3포, 5포? 그럼 난 육포가 좋으니까 6포 세대/언론과 어른들은 의지가 없다며 우릴 싹 다 주식처럼 매도해/.../절대 마 포기 you know you not lonely
(2015년 4월 발매 앨범 <화양연화 pt.1> 수록곡 “절어”)

They call me 뱍새/.../빨리 chasing/황새 덕에 내 가랑인 탱탱/...
내 게 짧은데 어찌 같은 종목 하니?/They say 똑같은 초원이면 괜찮잖니 never never never
를 바꿔 change change/ 황새들은 원해 원해 maintain/.../이건 정상이 아냐, 이건 정상이 아냐
(2015년 11월 발매 앨범 <화양연화 pt.2> 수록곡 “뱍새(Silver Spoon)”)

“N포 세대”, “열정페이”, “뱍새와 황새” 등 한국문화 맥락에 대한 이해가 필요한 가사들이 있지만, 리액터들은 서구에도 수저론이 있고 “이제는 대학졸업장만으로 취직이나 집 장만이 보장되지 않는다, 전 세대보다 사는 게 힘들다” 느끼는 점은 같다고, 신자유주의 글로벌화 시대를 살아가는 동시대인으로서의 공감을 전한다.³⁷ 특히 BTS가 노래를 통해 전하는 사회비판과 데뷔 초부터 유독 많았던 혐오자(hater)들의 공격³⁸에 대해 던지는 일갈의 메시지, 공격을 당하면서도 수그러들지 않고 강하게 자신들의 생각을 드러내는 음악은 “행동할 줄

37. Kno*****, Whaty*****, Zia***, Na**Br**he**

38. 리액션 참여자들은 BTS가 ‘세상의 편견과 공격에 음악으로 방패가 되겠다’는 의미의 그룹명(방탄소년단)에서부터 조롱받았고, 대형기획사 소속이어야 방송 출연, 언론의 주목 등을 지원받을 수 있었던 환경 속에서 곧 망할 거라는 비웃음 속에 출발했음을 접한다. 중소기업사 출신으로 처음 달성한 국내 대상 수상 등의 성과에 타이돌 팬덤의 견제와 공격, 힙합아이돌이라는 정체성으로 힙합계의 일부에서도 공격을 받았음을 알게 된다. 또한 초기 앨범에서 젠더의식을 갖추지 못한 일부 가사를 지적받고 공식사과문을 내기도 했는데, 아이돌 경쟁 구도 속에서 이는 오래 공격받는 요인이 되기도 했음을 접한다.

아는 멋있는” 행보로 받아들여졌다.

Yeah 누가 내 수저 더럽대/ I don't care 마이크 잡음 금수저 여럿 패/...망할 거 같았겠지
 만 I'm fine, sorry/미안해 billboard 미안해 worldwide/... Haters gon' hate/ Players gon' play/
 Live a Life, man/...

더 볼일 없어 마지막 인사야/ 할 말도 없어 사과도 하지마/...

(2017.09.18. 발매 앨범 〈Love Yourself承 Her〉 중 “Mic Drop”³⁹⁾

성공가도를 달리면서도 혐오와 공격 속에 스스로를 다잡아 온 여정을 반영하는 고백적인 가사들 속에서 수용자들은 자신의 경험을 떠올리며 동질감을 토로했고, 실수와 허점이 있어도 너는 너 자체로 소중한 우주라고 다독이는 자기성찰에 기반한 메시지도 큰 위로로 받아들였다. 아래 곡을 포함한 많은 BTS 노래 리액션 중에는 눈물을 흘리며 자신의 경험을 이야기하는 반응과 더불어, 그들의 음악을 듣고 “아침에 일어날 힘을 얻었다”, “극한 선택을 멈추었다”, “다시 살 힘을 얻었다” 등 대중음악에 대한 경험담으로서 흔하지 않은 고백적 댓글들이 소통되고 있다.

내 맘대로 되는 건 없고/숨을 곳은 뭐 더더욱 없어/이미 주사원 던져진 지 오래/.../ 경계선 위에서 위태롭다 해도/웃고 떠들며 바람을 가르자/때론 바보같이 멍청히 달리기/ 실수와 눈물 속에 we just go/

So what/멈춰서 고민하지마/.../ 아직은 답이 없지만/ You can start the fight/ So what

(2018년 5월 발매 앨범 〈Love Yourself 轉 Tear〉 수록곡 “So What”)

리액터들은 BTS의 음악과 퍼포먼스를 보며 점차 7명의 멤버들이 어떤 사람들인가를 궁금해한다. 뮤비나 공연 영상 외, 8년 넘게 축적되어 온, 촘촘하게 일상을 비추며 기록한 영상들을 통해⁴⁰⁾, 카리스마 있고 프로페셔널한 스타의 모습 외 여러 모습들 — 여행 가서 눈곱도 떼지 않은 얼굴, 후줄근한 옷차림, 멤버들 간의 가족보다 끈끈한 관계, 장난끼 넘치고 많이 실수하고 때로는 바보

39. 오바마 전 미국 대통령이 국정 연설 후 마이크를 떨어뜨린 퍼포먼스를 오마주한 제목으로, 혐오자들에게 성과로 승리를 보여주며 상대하지 않겠다는 뜻을 전한다.

40. 국내 언론 및 방송가의 확대 속에 전통적 미디어에의 노출이 힘들어 인터넷 미디어에서 활로를 찾았다.

같은 모습 등 — 을 보며 리액터와 시청자들은 스타가 아니라 이웃집 형, 오빠, 동생, 아들, 손주같다는 친밀감을 표한다. 무엇보다 음악 외의 영상을 통해 구체적으로 알게 되는 모습은 이들이 무대를 준비하며 들이는 집요한 노력, 산소 호흡기를 달아야 할 정도로 열정적으로 쏟아붓는 공연 모습, 해외투어 공연 중에도 장비를 들고 다니며 밤에 창작에 몰두하는 모습, 그리고 현재에까지 겪고 있는 조롱과 공격과 혐오였다.

엔터테이너로서의 비범함과 더불어, 슈퍼스타가 되었어도 이웃과 같이 소박하고 친밀한 태도를 지니고, 현대를 살아가는 세계인의 보편적인 질곡에 목소리를 내며, 해외에서도 공격이 뒤따르는 모습을 보면서, 수용자들은 BTS의 음악뿐 아니라 그들의 존재에 대한 지지와 공감을 소통했다. 리액션 공간에서 BTS의 노래는 다양한 인종과 연령의 수용자들이 누구나 겪을 법한 삶의 문제에 함께 고민하는 서사를 통해 공감을 이끌었고, 그들의 성공은 수많은 혐오와 역경을 뚫고 이뤄 낸 언터독의 희망, 위로로 받아들여졌다.

2. 방탄의 군대(A.R.M.Y.)⁴¹에 합류하는 이들이 축적하는 인종화 저항의 담론
BTS는 2017년 처음으로 소셜미디어에서 한 해 동안 가장 많이 언급된 대중 음악인이 됨으로써 서구 언론의 전폭적인 관심을 받게 되고⁴², 2017년 아메리칸 뮤직 어워드(AMA) 시상식에서 첫 미국 무대 데뷔 공연을 성공적으로 마치고 동시에 언론과 대중으로부터의 크고 작은 견제와 혐오 표현을 마주하게 된다.⁴³ 리액터와 시청자들은 팬 제작 영상들을 통해⁴⁴ 당시 유튜브에 BTS의 미국 데뷔에 환호하고 눈물 흘리며 기뻐하는 팬들의 영상과 함께 “쓰레기 같은 게이 그룹”, “간장을 과다복용한 아시아 놈들”, “갑자기 미국 여자랑 남자들이

41. 방탄소년단이라는 그룹명에 대응하는 팬덤명으로서 강력하고 충성스러운 집단행동으로 인해 군대라는 중의를 지니지만, Adorable Representative MC for Youth의 약어로서 청춘의 사랑스러운 대변인이라는 의미를 표방한다.

42. BTS는 2015년부터 '빌보드200'(앨범차트)에 진입하여 관심을 모았고, 2017년부터는 소셜미디어에서 가장 많이 회자되는 대중음악인이 받는 빌보드 '탑소셜아티스트(Top Social Artist)' 상을 받으며, 미 전역 TV에 송출되는 무대에 서게 되었다.

43. "BTS face backlash with their AMA performance", *Fanbuzz*, 2017. Nov. 21.

44. "BTS Hardships 2013-2021", "The Rise of Bangtan" 18편.

왜 여자같은 아시아 남자애들한테 환장하는 거냐”는 욕설을 쏟아 낸 백인 중년 남성 유튜버들의 영상, BTS 열광에 대해 “동성애자들의 집착”이 드러나고 있다고 한 라디오 방송, 대중지 여성 편집자가 무대 화장한 BTS를 이제 남자라고 비꼬는 영상들을 접한다.

케이팝 남성 가수들을 여성적이라 보는 시각에 대해, 특히 BTS에 대한 공격에 주목하며 여러 연구와 언론 기고에서는 “새로운 남성성”, 즉 지배적 남성성에 대비되는, ‘부드러운 남성성’, ‘독성 없는 남성성’이라는 해석을 내놓기도 했다.⁴⁵ 그런데, 주류 남성상에 대한 새로운 대안이라는 설명은 ‘정상’을 가정하고 그와 다른 것을 결여로 보는 시각에서 크게 진전된 것으로 보이지 않는다. 특히 대안으로서의 역할을 칭찬하는 듯하면서 “인형같은 메이크업”을 하고 “상을 탈 때마다 눈물 줄줄 흘리며 울 줄 아는 감수성을 가진 아시아의 보이밴드 BTS를 보며 아시아의 남성은 이제 (그런 모습을 지닌 자신이) 남자 같지 않을까란 걱정에 매이지 않고 자신의 복합적 정체성을 받아들일 수 있게 됐다”고 논하는 것은⁴⁶ 정상에서 비껴난 대안이란 언어 속에 아시아 남성 전체의 특성에 (남성성 결여의 의미로서) 여성성을 가정하는 ‘색 가려진 인종주의’⁴⁷의 또 다른 표현에 다름 아니다. ‘꽃미남 열풍’을 이미 겪은 한국이나 한류를 접해온 지역에서는 좀 덜하긴 하나, 2021년 파키스탄 정부에서 BTS가 “동성애를 유발한다”고 비난하고, 중국 정부가 BTS를 비롯, 케이팝 남자 아이들을 ‘냥파오(娘炮, 여성화된 남성)로 규정하여 금지하는 것에서 드러나듯, 화장하고 가꾸는 남성애에 대한 인식에는 서구 중년 중심의 대중뿐 아니라 가부장적 남성 규정에 익숙한 문화에서 여전히 부정적인 경향이 잔존한다. 서구 혐오자들의 BTS 남성성 비하는 가부장적 개념에 기초한 불편함에 더해, 제대로 들여다보지 않은 채 아시아 남성을 ‘여자 같고 매력 없다’고 재현해 왔던 성별 인종주

45. Pham, J., “BTS is redefining what it means to be masculine & attractive in America”, *StyleCaster*, 2019. November 8.; Pomper, D., “Masculinities, the metrosexual, and media images: Across dimensions of age and ethnicity”, *Sex Roles*, 63, 2010, pp. 682-696.; Pereira, M., “BTS: A lesson in men loving men”, *Medium*, 2019. April 27.

46. “Redefining masculinity the BTS way.”, *The Daily Vox*. 2018. Feb. 2

47. Bonilla-Silva, E., *Racism without Racists: Color-Blind Racism and the Persistence of Racial Inequality in the United States*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2003.

의의 틀 속에서 재생된다. 가부장적 남성 규정에 대한 위기감에서 비롯되었음에도 불구하고, 서구 미디어에서 ‘대안적 아시아 남성성’이라 담론화하는 것은 모범소수론과 유사하게 ‘아시아’의 이질성을 강조한 인종주의적 시각임을 피하기 어렵다.

리액션 공간에서의 ‘남성다움’에 대한 반응은 리액션 초기에는 다양한 스펙트럼으로 드러나다가 동일 리액터가 BTS 음악과 여타 영상을 여러 번 접하면서 달라지는 양상을 보인다. 첫 리액션을 하면서 무심히 멤버들 중 체격이 작고 맑은 고음을 내는 멤버를 가리키며 “잘 몰라서 그러는데 미안하지만, 저 사람은 여자냐?”고 궁금해하거나(To**yRe**tio**), 핑크색 의상과 고음 가창의 팝 음악 뮤비⁴⁸를 보고 전체적으로 분위기가 여성적(“feminine”)이라 소감을 전하는 이들이 있지만, BTS의 다른 뮤비⁴⁹를 보고는 “저 파워풀하고 운동능력이 엄청난 친구가 여자냐고 물었던 그 사람 맞냐?”고 하거나, 이전 뮤비에서와 다르게 다들 분위기가 굉장히 남자답고(“manly”) 강하다며 반응이 변화하는 경향을 보였다. 실제로 남성 리액터들을 비롯, 많은 이들이 BTS의 다양한 표현력에 감탄하면서도, 크게 열광하는 부분은 노랫말과 몸짓 및 표정에 드러나는 “강한” 의지와 에너지에 있다. 여러 번 리액션을 하며 BTS의 팬이 된 이들 중에도 “XX는 솔직히 정말 소녀처럼 예쁘다”(I**ua)고 하다가도 “행동이나 말하는 걸 보면 남자”라며 혼동스러워 하는 반응도 있다. 대체로 리액터들은 화장과 염색, 화려한 의상 및 악세서리의 착용에 대해 처음에는 낯설어 하던 이들도 점차 “멋있다”, “음악과 잘 어울린다”는 반응을 보이고, 무엇보다 무대를 위한 것이라는 점을 인식하고 표현했다. 일부 리액터들은 “할리우드 배우들이나 무대에 서는 사람들 다 화장한다”(Ant**nyR**; G**K**D**;Zia**)는 의견을 피력했고, 아미인 한 유튜버는 “미국 가수가 체격이 작거나 귀걸이

48. 일상을 나누는 사랑, 상대에 대한 존중을 노래한 ‘작은 것들을 위한 시’(2019년 4월 발매 〈Map of the soul: Persona〉)

49. 예컨대, 세상의 모든 약자들에게 언젠가 스러질 날이 올지 모르지만 오늘은 아니다, 오늘은 연대하여 싸운다는 메시지를 전하는 ‘Not today’(2017년 2월 앨범 〈You never walk alone〉 수록곡); 고통을 계속 더 가져와 봐라, 다 내 피와 살이 될 것이다 라고 노래하는 ‘On’(2020년 2월 앨범 〈Map of the soul: 7〉 수록곡)

를 하고 스커트 같이 실험적 의상을 입는 건 괜찮다 하면서, 왜 BTS는 블랙 수트를 입고 있어도 여성적이라 하느냐”고 지적하며 인종주의적 이중잣대를 비판했다(xCe**ste). 리액터들은 오히려 노랫말과 눈빛, 춤에서 드러나는 강한 에너지, 유머와 무대 자신감, 단단한 몸매 등 현대의 이상적 남성상으로 논의되는 특징들을 언급하며, “매력적이다”, “뺨고 싶다”, “여자들 다 차지하겠다”는 등 남녀노소 모든 성별과 연령대의 리액터와 시청자 댓글에서 매력적이라는 반응⁵⁰을 보였다. 요컨대 리액션 공간에서 BTS의 다양한 음악과 무대를 접한 수용자들은 그들의 남성성을 규정하고 비하하는 공격의 근거를 엔터테인먼트로서의 노력으로 이해했고, 나아가 자신들의 일상에서도 따라해 보겠다고 표현하기도 했다. 간혹 10대 남성 유투버들이 (Mor****) 보이는 반응으로, 무심히 내뱉는 “좀 여자 같다, 다 똑같이 보인다”라는 반응에 대해서는, “염색 머리와 매끈한 피부, 옷 색깔만 보고 여자 같다고 하는 것은 네 정신세계의 편협함을 말해 준다”, “이렇게 특징이 뚜렷한 이들을 모두 비슷하게 생겼다고 말하는 건 네가 인종주의자라는 뜻이니 주의해라”며 인종주의적 시각을 경계하고 계몽하는 댓글들이 달렸다. 지적을 받은 리액터는 다음 리액션에서 해명을 하거나 표현에 민감한 모습을 보였고 이후 다른 곳에서 접한 혐오 표현을 비판하는데 동참하기도 했다. BTS의 다양한 영상 리액션을 하며 그들에 대한 공격과, 그에 대한 비판을 알게 된 이들은 “인종주의자는 인종주의자로 태어나는 게 아니다. 무심한 말이 당신을 인종주의자로 만든다. 내뱉기 전에 한 번쯤 생각해보고, 잘 모르겠으면 공부 좀 하고 오라”(Ant**nyR**; Zia****)며 인종주의적 인식 형성에 의견을 내고 차단하려는 적극적인 행동을 보이기도 했다.

BTS가 시상식에서 눈물 흘리는 모습이나 멤버들 간 손을 잡고 포옹하고 세심한 감정표현을 서슴지 않는 모습에 대해서는 어떤 리액터도 여자 같다거나 남자답지 않다고 표현하는 이들이 없었다. 오히려 “열려 있는 모습은 미국인들이 좀 배워야 한다”고 하거나(N*), 멤버 간의 화목한 모습에 대해 ‘이상하고 게이 같은’ 것이 아니라 “아름답고” “건강하다(wholesome)”고 하며 즐거움과

50. 수많은 여성 리액터들이 음악인/남성으로서의 매력에 대해 열광적인 표현을 쏟아 냈고, 중년 여성들 중에는 “아시아 남성에게 이렇게 빠진 적이 없었다”(Bi**ke M**ain채널 지인)고 반응하기도 했다.

행복감을 표현했다. 리액터들은 멤버 간 끈끈한 관계와 감격에 겨워 팬들에 대한 고마움을 표현하는 모습을 BTS 성공의 원동력, 이상적인 인간관계의 표본이라 말하며 닮고 싶어 하기도 했다. 남성 리액터들 중에는 BTS 리액션 도중 울컥하거나 눈물을 흘리며 “내가 원래 이런 사람이 아닌데…” “감정적으로 굴어 미안하다”라고 반응하기도 했는데(G**K**D**, G**Ga**, T**Gr**), 댓글에서는 “감정 표현은 부끄러운 것이 아니다”, “남자다움을 규정하고 요구하는 데에서 자유로워지는 것이 더 남자답다고 BTS가 보여주지 않느냐”고 소통했다. 대중음악계의 다양한 1위 기록을 보이기 시작한⁵¹ 2020년부터는, 에스콰이어와 롤링스톤 등의 잡지에서도 BTS의 인터뷰 내용을 실으며, 그들의 행동은 “특정의 행동만이 남성적이라는 정형화된 틀을 강요하는 전통적 남성의 방식보다 더 어른스럽고 남성적”이라고 정리한다.⁵² 일각의 공격은 지속되지만, 리액션 공간에서는 아미에 합류하는 이들이 쏟아내는 정보와 의견의 소통 속에서 그를 인종주의적 고정관념이라고 말하는 일종의 자정작용이 계속 일어나고 있음을 볼 수 있다.

전술한 것처럼 성공가도를 달리고 있어도, 혹은 더 알려지는 만큼 아시아인 BTS에 대한 서구 대중문화계의 경계와 일부의 혐오는 여전히 존재한다. 2020년 가을 BTS가 ‘엠티비 언플러그드(MTV Unplugged)’ 프로그램에서 코로나 시국을 위로하는 의미로 영국 밴드 콜드플레이(Cold Play)의 곡 ‘Fix you’를 불렀을 때, 독일의 한 라디오 방송인이 “BTS는 SARS처럼 질병의 출입말이다, 토

51. 2020년 팬데믹 와중에 첫 영어 가사 곡으로 발표된 밝은 팝 곡인 ‘다이너마이트’ 뿐 아니라, 코로나 상황에 대해 노래한 ‘Life Goes On’이 빌보드 역사상 처음으로 한국어 곡으로 빌보드 Hot100 1위를 차지했다. 한국어 곡이 실린 앨범 <BE>가 앨범차트에서도 1위를 하여, 빌보드 싱글차트와 앨범차트에서 동시에 1위에 랭크된 빌보드 사상 두 번째 아티스트가 되었다(「BTS 한국어 곡으로 싱글차트 1위·빌보드 62년 새 역사 썼다」, 『중앙일보』, 2020. 12. 1.).

52. “남성성이 어떤 감정이나 성격으로 대변되는 문화가 있는데, 그런 표현들을 별로 좋아하질 않아요…사람의 상태도 날마다 다를 수 있잖아요. 컨디션이 좋은 날도 있고 아닌 날도 있고…사람들은 자기가 약하지 않다면서 괜찮은 척해요. 사회가 좀 더 이해해줘야 해요”(BTS Suga, Holmes, D., “The boundless optimism of BTS”, *Esquire*, 2020. Nov. 23.); “무엇이 남성적인지에 대해 이름표를 붙이는 것은 낡은 관념이라 생각합니다”(BTS RM, Hiat, B., “The Triumph of BTS: How seven young superstars rewrote music-biz rules and became the biggest band in the world”, *Rolling Stone*, 2021. May 13.)

나오는 걸 겨우 참았다. 그들이 콜드플레이 노래를 부르는 건 신성모독이다”라는 비난을 생방송으로 내보냈다가 여러 음악인들과 팬들의 항의로 방송국에서 퇴출된 바 있다.⁵³ 2021년에도 음악적 성과를 인정하지 못하는 공격은 계속되어서, 미국의 한 프로듀서가 BTS의 성공은 “미국의 틈새시장을 노려 가능했던 것”이고 “SNS에서 활동하는 자칭 BTS의 팬들은 사람이 아니라 봇(bot)으로서, 시스템을 이용해서 여론을 조작하고 있다. 케이팝 자체가 한국 정부로부터 막대한 국책지원을 받고 있는데⁵⁴ 그 대표주자가 BTS”라 비난했다. 리액션 공간에서 리액터와 시청자들은 “내가 사실은 콘서트도 가고 앨범도 사며 정말 살아 숨 쉬는 것처럼 보이는 최첨단 봇이다”라 비꼬며 줄줄이 팬 인증을 했고, “웹블리(Wembly)와 전 세계 스타디움 좌석을 매진시킨 건 어떻게 설명할 건가?”라는 등의 반응과 댓글 토론을 통해 아시아인 BTS가 거대한 팬층을 모으고 있다는 것을 인정하지 못하는 인종주의적 경계에 대해 비판했다. 빌보드도 2021년 여름 특집호에 BTS의 화보를 실으면서 “BTS 비즈니스의 이면”이라는 제하에, 이들의 음악적 전망이 아닌 사업적 전략에 대한 의문을 드러내는 인터뷰를 진행했다.⁵⁵ BTS의 음악성에 대한 탐구보다는 성공과 인기에 대해 근거 없는 음모론적 문제제기를 했다는 데 대해 미국 방송 기자와 프로듀서 등의 비판 트윗들과 리액션 영상에서의 비판 댓글을 양산했다.

리액션 공간에서 BTS의 음악과 제작 비하인드 영상을 시청한 이들은, 특히 최고의 성과를 낸 2020-21년에 시작된 리액션에서는 이들의 성과를 인정하지 못하는 것은 길게 논의할 가치도 없는 편견으로 표현한다. 뮤비나 라이브 공연의 퍼포먼스만 보고도 그 이면의 노력에 감탄하는 이들이 많지만, 안무 연습이나 제작 과정에 대한 영상을 보면서, “뼈가 부서지고 연골이 남아나지 않을 거

53. Rising, D., “German radio station apologizes for comment on K-pop’s BTS”, *AP*, 2021, Feb. 26. 정작 원곡자인 콜드플레이는 BTS의 해당 공연에 대해 트위터에 한글로 “아름다운”이라 표현했고, 협업을 오래 계획한 끝에 2021년 ‘My Universe’라는 곡을 발표하여 두 세계의 만남이라는 환호를 받으며 빌보드 1위에 랭크시켰다.

54. 케이팝이 한국 정부의 지원을 받는 국책 ‘산업’이고 따라서 자연스러운 문화적 성장의 일면으로 볼 수 없다는 논의는 일본 우익의 험한 논리이기도 하다.

55. “Inside the business of BTS-and the challenges ahead: BTS and its team open up about the band’s workload, business innovations and the future of HYBE”, *Billboard*, 2021, August 26.

같이” 연습하고 노력하는 것은 경외 속에 롤모델로 비춰졌다. 모범소수민족론과 이전 케이팝에 대한 논평에서 성실함과 노력을 ‘주체적 목적없는 성공에의 집착’으로 폄하했던 것과 달리, BTS 리액션 공간에서는 “정말 노력해서 얻어낸 가치를 낮게 평가하면 안 된다, 롤모델이라고 생각해서 손주들과 뮤비를 같이 본다”(kpo**ran**)는 60대의 백인 여성, 아이들과 뮤비를 같이 보며 리액션과 교육을 함께 하는 50대 백인 남성(Isourch*****le*****) 등 BTS의 노력과 그 성과는 오락을 넘어서는 삶의 교육 소재로 받아들여졌고, 기계적 근면성이 아니라 “예술성과 열정이 넘치는” ‘프로페셔널리즘’, ‘직업윤리의 모범’이라 표현되었다. 또한 명성과 돈을 얻은 후 달라지는 스타들의 모습과 달리 BTS는 “여전히 나태하지 않으며 겸손하고 친숙하고 유쾌하다”고 평가하는 중장년의 팬들이 많다. 미국의 유명 쇼 프로그램의 진행자가 BTS의 2021년 유엔 연설을 개그 소재 삼아 “15세 소녀들을 유엔총회에 가고 싶게 만든…이례적 연사”라고 한 언급⁵⁶에, 이를 다룬 리액션 영상들에서 20대에서 80대에 이르는 수많은 이들이 줄줄이 댓글로 스스로의 연령을 밝혔고, SNS상에는 ‘BTS를 존중하기 바라고, 아미는 연령, 젠더, 인종, 종교, 성적 취향, 국적이 전 세계에서 가장 다양한 팬덤임을 잊지 말라’는 맨션(Luk*****ham)과 댓글이 넘쳐났다. 해당 이슈를 다룬 한 리액션 영상(Ant**nyR**)에는 “보이밴드와 15세 소녀를 엮어 웃음거리로 삼는 것은 BTS를 깎아내리면서 동시에 젊은 여성의 취향을 비하하는 발언이다. BTS의 음악은 훌륭하고 우리도 좋은 음악을 알아볼 줄 안다”는 댓글에 공감의 대댓글이 수백여 개 달렸다.

V. 아시아인 인종화와 편견적 재현을 해체하는 모델

남성됨에 대한 규정과 비하, 인종적 공격, 그리고 성취를 헐뜯는 공격과 혐오를 마주하는 와중에 발표한 BTS의 노래들 속에서 리액터와 시청자들은 종종 ‘그 어떤 공격도 내가 내 일을 해나가고 나를 사랑하는 것을 막을 수 없다’는 음악적 주제를 발견한다.

56. CBS ‘Late Late Night Show’, 진행자의 언급(CNN 2021 참조).

손가락질해, 나는 전혀 신경쓰지 않네/ 나를 욕하는 너의 그 이유가 뭐든간에 I know what I am/ I know what I want/.../ 뭘 어찌고 저찌고 떠들어대서/ I do what I do, 그니까 넌 너나 잘하셔/

You can't stop me loving myself/ 얼썬 좋다...지화자 좋다/.../ 덩기덕 쿵터러러 얼썬/... 내 속 안에 몇십 몇백 명의 내가 있어/ 오늘 또 다른 날 맞이해/ 어차피 전부 다 나이기에/ 고민보다는 강 달리네/.../ 가끔 멀리 돌아가도 I'm okay 난 이 순간 행복해

(2018년 8월 발매 앨범 〈Love Yourself 結 Answer〉 수록곡 “아이돌(Idol)”)

한복, 부채, 상고춤, 추임새 얼씨구 등 한국적 정체성과 디즈니 캐릭터, 아프리카 배경 등을 현란하게 드러낸 노래 ‘아이돌’의 뮤비를 보며 리액터들은 비뚤어진 시선 때문에 표현의 한계를 설정하거나 스스로의 출처와 복합적 정체성을 감추지 않겠다는 의지를 읽어 낸다. 빠르고 신나는 비트의 노래와 춤을 즐기다가 리액터들은 자신이 겪었던 공격과 그에 따랐던 자기 비하를 떠올리며, BTS가 대신 던져 주는 말에서 힘을 얻고 있음을 소통했다.

또한 댓글의 소통을 통해서 노래가 혐오자들에 대한 메시지이자, 2017년부터 진행해 온 ‘스스로를 사랑하자’는 앨범의 컨셉이라는 점, 또한 다른 영상들에 대한 리액션 과정에서 BTS가 노래 가사를 통해 사회적 이슈들을 다루는 동시에 실제 사회활동에도 적극 참여해 왔다는 점을 알게 된다. 2014년 신인 시절부터 루게릭 요양병원 건립에 기부하고 세월호 희생자 가족을 방문하여 성금을 전달하는 등 꾸준히 기부를 해왔으며, 2017년부터는 ‘Love yourself’ 캠페인을 전개하며 유니세프의 ‘아동 및 청소년 폭력 근절’ 캠페인을 후원해 오는 등의 음악 외 활동들을 접한다. 2018년 유엔에서 ‘Love yourself, Speak yourself’라는 주제로 리더가 전한 영어 연설⁵⁷ 장면을 보며 리액터와 시청자들은 그들이 음악을 통해 전하는 생각이 그저 노랫말이 아니라 현실의 실천과 연결되어 있음을 확인한다. BTS 소개 영상에 대한 리액션 중, 2020년 흑인 조지 플로이드의 죽음으로 재조명된 #BLM 운동에 BTS가 트윗으로 참여하며 백만불 기

57. 연설을 통해 리더 RM은 ‘수백만 장의 앨범을 파는 아티스트가 되었지만 나는 여전히 24살의 평범한 청년이다, 나의 성취는 멤버들과 팬들이 있어서 가능했다, 실수하고 부족한 나도 나다... 진정한 사랑은 그런 나 자신을 사랑하는 데서 출발해야 한다고 생각한다... 우리가 누구든, 어디 출신이든, 피부색과 젠더가 무엇이든, 우리 스스로의 목소리를 낼 수 있어야 한다고 생각한다’는 연설을 통해 그들의 노래 속에 반복되어 온 메시지를 전달했다.

부를 하였고 팬덤이 이에 화답하여 동반 기부를 했다는 장면을 보며, 아프리카계를 비롯한 많은 리액터들이 울컥하며 감동하기도 했다. 타국의 다른 인종을 위해 기부하는 등의 모습에는 ‘자기 집단만의 이득과 성공을 추구’하며 ‘행동하지 않는’, 그리하여 흑인 및 라티노 등 타 소수집단과 연대하지 못하는 ‘이질적’ 아시아인이라는 재현은 끼어들 여지가 없다. BTS의 사회활동을 보여주는 영상의 수많은 댓글에서, 팬이 된 시청자들은 “BTS의 모습과 음악의 메시지를 접하면서 내가 아무리 부족해도 그냥 이렇게 살면 안되겠다”, “아무리 작은 일이라도 내가 할 수 있는 뭔가를 해야겠다”는 생각을 갖게 되었다는 공통의 경험을 소통한다. 이러한 소통은 실제로 전 세계 도시에 조직되어 있는 팬덤이 BTS의 행동에 그림자처럼 진행되는 어마어마한 규모와 파장의 기부와 봉사 활동으로 드러난다. 이러한 사회적 영향력을 목도하며 타임지는 2018년 BTS 사진을 커버에 실으며 ‘차세대 글로벌 리더’라는 헤드라인 하에 롤모델로의 부상을 인증하기도 했다.

리액터들은 또한 BTS가 인기를 염두에 두고 조심하기보다, 사회적 이슈에 분노를 표하기도 하고 혐오 반대 트윗을 하는 등 적극적으로 목소리를 내어 왔다는 점을 알게 된다. 2017년 초에 발표한 ‘봄날’의 가사와 뮤비에는 한 팬 조식이 설명을 올려놓은 것처럼, 세월호 사건과 구조적 불평등, 그에 저항하기 위한 연대에 대한 상징들이 가득하다.⁵⁸ 리액션과 댓글에서 수용자들은 “BTS는 노래만 쓰는 것이 아니라 숨겨진 이야기를 씀”(Leig***sa)으로써 “어느 누구도 하지 못한 방식으로 우리를 일깨우고 있다”(Jaha***Sc***)고 소통한다. “블랙리스트에 오를 수도 있었는데, 신인임에도 세월호 가족들을 방문한 그 마음에 감동”(Kathe****M****)하고 “자신들이 가진 힘을 가장 잘 쓰는 사람들”(Dea***; Emil****)이라서 팬인 것이 자랑스럽다는 댓글이 줄을 이었다. 일제로부터의 광복을 기념하는 티셔츠를 입어 일본 언론의 질타를 받기도 했고⁵⁹,

58. 봄날은 그리움을 주제로 한 가사로 이루어지는데, 설국열차, 바닷가에 버려진 신발, 사자(死者)를 의미하는 옷더미, 열차를 벗어나 멤버들이 함께 걸어가는 모습과 ‘You never walk alone’ 팻말 등 세월호 사건에 대한 생각을 전달하는 가사와 이미지들을 배치하고 있다. <https://www.youtube.com/watch?v=Tye1ONFekis>

59. 이를 계기로 팬들은 한일역사와 독도에 관심을 갖게 되었고, 일제강점과 한일관계에 대한 몇 백 쪽의

코로나의 확산과 더불어 벌어지는 아시아인에 대한 혐오에 ‘#StopAsianHate’ 트윗을 통해 반대 목소리를 내는 등 시민활동에 주저않는 행보를 목도한다. 리액터들은 BTS가 자신과 세상을 돌볼 줄 아는 사랑에 대해 노래하는 한편, 나아가 온라인과 오프라인 세상에 넘쳐나는 혐오와 폭력에 대해 분노하라고 노래한 것을 발견한다.

진실도 거짓이 돼/ 거짓도 진실이 돼/ 이곳에선 모두가 도덕적 사고와 판단이 완벽한 사람이 돼/ 분노? 물론 필요하지/ 타오를 땀 이유가 있어/ 어쩌면 우리의 역사지/ 그제 세상을 바꾸기도 하지

But 이걸 분노 아닌 분노/ 뭐가 분노인지 you know?/ 분노인 척하며 죽어 진짜 분노/ 질러버린 수도 없이 많은 people/ 넌 나만 죽이는 게 아니야/ 똥 밟는 게 익숙해 우리야/.../ 무감각해진 저 사람들 봐/ 분노, 무관심 너넨 팀이야/ 나는 옥해, 옥해, 옥해/.../ 나는 악의에 가득 찬 분노에 분노해/

(2020년 2월 발매 앨범 <Map of the Soul: 7> 수록곡 "옥(Ugh!)")

BTS가 음악을 통해 드러내는 이러한 생각과 활동 속에서 리액션 공간의 수용자들은 미국 또는 서구의 시민성 및 문화와 융합할 수 없는 이질적 아시아인이라는 인종적 구분을 느끼지 못한다. 오히려 부단한 노력을 통해 목표를 이루며 장벽을 깨어 가는 롤모델일 뿐 아니라, 행동하는 세계 시민의 모델로 받아들인다. 흑인 인권운동에 동조하고, 음악 속에서 마틴 루터 킹을 오마주하거나⁶⁰ 흑인 음악을 존중하는 모습⁶¹, 라틴계 가수와 협업하며 스페인어 가사를 삽입하는 등의 접근은 모범소수민족론이 재현한 아시아인에 대한 타자화와 고정관념에 제동을 거는 모델로 인식케 한다. 멋진 음악과 퍼포먼스를 하는 옆집 청년 같은 이들이 스스로의 불완전함을 피력하면서도 “흉터까지 다 나”⁶²라고 성찰

백서를 냈으며, 이에 따라 많은 팬들이 독도문제를 한국의 시각에서 설명하고 있다.

60. 2017년 앨범 <You Never Walk Alone> 수록곡 'Not Today' 가사 중 "날아갈 수 없음 뛰어, 뛰어갈 수 없음 걸어, 걸어갈 수 없음 기어, 기어서라도 gear up"이라는 구절은 마틴 루터킹의 연설문에서 인용한 것이다.

61. 2014년 tvN에서 방영한 <아메리칸 히슬 라이프>라는 리얼리티 예능 프로그램을 통해 드러난 모습이지만, 흑인 노동자들에게서까지 흑인 음악의 진수에 대한 조건을 듣는 진지한 태도를 보고 다양한 인종의 리액터들이 좋은 반응을 보였다.

62. 2018년 8월 발매 <Love Yourself 結 'Answer'> 수록 'Love myself'

하며, 멈추지 않고 “또 진흙 투성이겠지만 좀 더 힘을 내볼래, 너의 힘이 돼줄게”⁶³라며 성장하는 모습에 리액션 공간의 수많은 전 세대 수용자들이 팬이 되었다, “BTS처럼 살고 싶다”고 말한다.

리액션 공간의 수용자 중 많은 이들이 BTS에게 쏟아지는 부당한 인종화와 인종차별적 담론에 대해 그들의 음악과 행보에 대한 관찰과 사유를 바탕으로 대화하며 방탄소년단의 방탄 역할에 참여하고 있다. 혐오를 꾸짖고 자신을 존중하고 자기 목소리를 낼 것을 독려하는 트렌디한 노래를 즐기면서 팬이 되었다고 말하는 이들은 BTS를 통해 개개인의 힘으로는 도저히 당해 내지 못할 거 같은 혐오와 공격에 대해 일종의 집단 대항의 무기를 획득하고 있음을 이야기했다.⁶⁴ 리액션 공간에서 BTS는 인종, 민족, 젠더, 성적 취향, 종교, 계층 구분 등 수많은 경계를 잇게 만드는 공감을 얻었고, 그를 통해 아시아계에 대한 인종화를 거부하는 담론을 수반하며, 글로벌 시민성의 핵심 가치를 일깨우는 모델로도 비춰지고 있다.

VI. 맺으며

이 글은 디지털 미디어 등 정보기술의 발전이 심화되고, 한국의 문화예술 콘텐츠가 전 세계적으로 소비되는 현재, 한국 대중음악 그룹 BTS의 사례를 통해, 미국을 중심으로 한 서구의 인종적 지형 내 아시아인에 대한 편견적 재현 담론이 디지털 미디어 공간에서 어떻게 굴절되고 비판되는지를 분석한 글이다. 정보와 엔터테인먼트를 제공하는 대중 미디어는 전통적인 형태이든 디지털 미디어이든 특정 집단에 대한 담론을 재현하거나 변화시키는 데 큰 영향을 미치고 있으며, 특히 유튜브와 같은 디지털 미디어는 전문 미디어 종사자뿐 아니라 종래 수용자였던 수많은 이들이 동시에 2차 영상의 생산자가 되며 영상의 내용

63. 2018년 5월 발매 〈Love Yourself 轉 'Tear'〉 수록 '양팡맨(Anpanman)'

64. 오프라인에서의 사례로, 2018년 파리 콘서트에서 LGBTQ인 팬들이 “우리가 스스로를 사랑해야 할 이유를 알려주어 고맙다”는 플래카드를 들고 있었는데(Dahir, I., ‘Here’s the heartwarming tale behind the LGBT pride flag at a BTS concert that went viral- “Thanks for showing us reasons to love ourselves.”’, *Buzzfeed News*, 2018, Oct. 26.), 이는 BTS가 노래와 행동, 빌보드지의 동성애에 대한 질문에 “사랑은 다 같다, 차별할 이유가 없다”고 한 대답에 대한 화답이었다.

과 그에 대한 담론을 매개하는 참여적, 담론 형성의 역할을 수행할 수 있다는 점에서 주목할 만하다. 연구는 디지털 미디어가 현대의 일상에 점차 지배적인 힘을 발휘하고 있음에 주목하며 대표적인 영상 유통 미디어인 유튜브에서 사용자 반응을 보여주는 리액션 영상에 대한 분석을 중심으로, 아시아인에게 척박했던 글로벌 대중음악계의 정상성(top/normality)에 도전한 BTS의 음악과 행보가 리액션 공간에서 서구의 인종화와 편견적 재현 담론에 대한 비판 담론을 낳는 양상을 분석하였다.

유튜브 리액션 공간에서 영어를 사용하는 리액터들과 시청자들은 BTS가 드러내는 엔터테인먼트로서의 비범함을 속속들이 알게 되는 동시에 그들에게 쏟아지는 서구 일각의 혐오와 공격이 부당함을 발견한다. BTS에 대한 이해 없이 아시아인에 대한 오랜 인종화의 틀 속에서 그들의 외모와 행동을 바라보며 남성성을 비하하거나 노력의 가치와 예술성을 인정하지 못하고 편법, 사업전략, 몽매한 이들의 광기의 결과 등으로 폄하하는 평가가 부당하다는 것을, BTS의 음악과 예능 프로그램, 일상, 사고 과정에 대한 영상을 보며 대화하고 토론했다. BTS가 보여 온 노력과 재능, 메시지는 인종, 국적, 연령, 성별 등 다양한 경계에서 발원될 수 있는 입장과 의견 차이를 좁히며 즐거움과 공감으로 수용되었으며, 그들이 전한 ‘한국문화’ — 음악뿐 아니라, 음식과 언어 등 다양한 일상의 관행들 — 는 ‘아시아’라는 단일 카테고리로 묶어 내는 인종화를 극복하며 ‘한국’이라는 경험적, 문화적 특수성을 인식하게 했고, 이질적인 것이 아니라 긍정적이고 풍요로운 다양성으로 받아들여졌다. 유튜브 리액션의 장에 참여한 많은 이들은 BTS에 대한 혐오와 공격을 보며 일찍이 다문화적 환경에 놓였던 미국을 비롯한 서구 사회가 실은 얼마나 “보수적”이고 “열려 있지 못했던가”를 반성했으며, ‘남자답다는 것은 무슨 의미인가?’, ‘힘들여 노력하는 것의 가치는 어디에서 오는가?’ 등의 이슈에 대해 BTS의 사례를 두고 대화하며 기존의 재현 방식에 대한 비판 담론을 구성했다.

이미 팬으로서 적극적으로 비판 담론을 주도하는 이들 외에도 많은 리액터들이 BTS에 대해 반응하는 과정에서 아시아인 인종화에 대해, 나아가 특정 인

종을 막론하고 인종주의적 담론의 유해함에 대해 비판하는 담론에 참여하거나 그 테두리 속에서 활동했다. BTS 리액션 공간에서의 이러한 논조는 가볍게 BTS 음악에 대해서만 반응하거나, 팬덤의 크기로 인해 BTS 리액션에 참여하는 것이 유튜브 주목경제의 이점을 극대화할 수 있다고 판단하고 리액션에 뛰어들어 이들도 부정적인 재현 담론을 언급하지 않도록 극히 조심하는 분위기를 형성했다. 이는 “가볍게” 혹은 “농담조”로 던졌던 “작은” 인종주의적 언급으로도 시청자들 가운데 점차 많아지는 팬들로부터 발생할 저항을 방지하고자 하는 노력이기도 했다. 리액터들 중에는 무심히 던진 어휘가 인종주의적이라는 오해를 일으키지 않도록 수정하는 모습을 보이기도 했다.

리액션 공간에서 소통되는 BTS의 노랫말과 그들이 음악과 함께해 온 긍정적인 행보는 인종주의적 공격을 방어하는 비판적 담론을 이끌어 내는 데에서 나아가, 그들을 롤모델, 매력적인 남성의 표본으로 설정하는 담론을 구성한다. 거기에는 종래 서구 대중문화에서 그 존재 자체가 보이지 않았을 뿐 아니라, 등장할 때마다 ‘야망도 없고 재미도 매력도 없으며 예술과 스포츠, 협업, 타인 종과의 연대는 물론 시민적 활동에 소극적인 아시아인’이라는 이미지는 존재하지 않았다. 수많은 보통 사람들의 일상에 영향을 주고 일상적 담론 형성의 재료가 되는 대중문화의 영역에 아시아인 스타가 많지 않은 상황에서, 지속적으로 공감대를 넓히고 글로벌 성장을 보인 BTS는 리액션 공간을 통해 뿌리 깊은 아시아인 인종화와 편견적 재현을 해체하는 하나의 모델이 되고 있음이 관찰되었다. BTS의 성공이 BTS 개개 멤버들에 대해 느끼는 공감과 매력을 넘어서서 아시아인 전체에 대한 인식을 변화시킨다고 판단하는 것은 설부르다. 그러나 유튜브 리액션의 장에서 그들에 대한 평가는 단지 BTS 일곱 멤버에게만 그치지 않고, 그들의 음악을 완성하기 위해 함께 일하는 이들, 그리고 다른 케이팝 그룹의 변화와 성장, 한국의 다양한 문화콘텐츠 및 BTS의 일상에서 보여지고 언급되는 다양한 아시아의 문화유산에 대한 새로운 관심과 가치 평가를 수반했다. 무엇보다 BTS의 약진은 아름다움과 매력의 기준조차 서구의 헤게모니가 작동했던 것에 균열을 가져왔고, 나아가 아시아 내부의 다양한 역사

적 문화적 유산을 ‘아시아’라는 단일 범주에 몽똥그리며 그 내부의 모든 이들을 행동하지 않는 집단으로 규정한 인종화의 틀을 벗겨내는 데에 기여하고 있었다. 2021년 말 LA에서 2년 여의 공백을 깨고 오프라인으로 개최한 콘서트에 대해 리액션을 진행한 이들은, 한글로 “나의 목숨을 구해주셔서 감사합니다”라는 대형 판넬을 몸에 두른 관객 등 오프라인에서도 자신들 삶의 가이드가 되었다고 표현하는 수많은 관객들을 목격했다. 추후 온라인 리액션 공간이 아닌 현장 수용자에 대한 연구, BTS 외 다른 아시아 혹은 한국 대중문화에 대한 연구를 통해 아시아인 재현 담론의 변화에 대한 탐구가 보완, 진전되기를 기대한다.

〈부록〉 분석 대상 BTS 리액터 채널 리스트

채널명	리액터 프로필	BTS 리액션 시작일	BTS 리액션 수
Adam Mishan	30대 백인남성/보컬코치	20년 1월	126
Angel Smile11	10대 백인여성	18년 1월	406
Anthony Ray	30대 백인혼혈남성/래퍼	21년 6월	176
Blake McLain	30대 백인남성/뮤직프로듀서	21년 2월	18
BRIS&LIFE	30대 흑인남성/케이팝팬	17년 9월	340
Brooke Morrison	20대 백인 여성/ 방송인	21년 1월	39
Caitlin Marie reacts	30대 백인여성/보컬코치	20년 3월	93
CHU Views	20대 아시안혼혈여성/케이팝팬	21년 1월	300
CodyMcManus	30대 백인남성/ 오디오엔지니어	21년 5월	84
DT Parker	30대 흑인혼혈 남성	20년 1월	368
Emeroy Bernardo	30대 라티노혼혈남성/댄서	21년 4월	22
FloderFLo K-Pop	20대 백인남성/케이팝팬	20년 1월	373
FO Squad Kpop	20대 흑인남성2/케이팝팬	18년 1월	233
G.O.T.Games	20대 백인남성	22년 1월	8
GidKidDAD	30대 백인남성 2	21년 6월	67
Hey Charlie	30대 흑인혼혈 남성	21년 1월	155
Honest Vocal Coach	40대 백인여성/보컬코치	21년 8월	2
Identical Reactions	20대 백인남성형제+	21년 2월	173
Ili	10대 백인여성	18년 1월	29
Is Our Children Learning	50대 백인남성과 자녀	21년 2월	26
Jacob Restituto	30대 백인남성/뮤지션	21년 4월	121

Jesica Ahlberg	20대 백인여성/미스알라배마	19년 10월	64
Joey Nato	30대 백인남성/뮤직프로듀서	19년 2월	53
Jordan Orme	30대 백인남성/무비에디터	18년 5월	16
Just Jen Reacts	40대 백인여성	21년 4월	20
Justin Burke	20대 백인남성+/보컬코치	21년 5월	78
John Henry Vocal Studio	60대 백인남성/보컬 코치	21년 8월	5
KitoAron	40대 흑인혼혈남성/락팬	21년 4월	30
Knox Hill	30대 백인 남성/래퍼	21년 3월	26
Kpop Granma	60대 백인여성/케이팝팬	20년 1월	87
Landon Mark	30대 백인남성	20년 1월	265
Lau Reacts	40대 백인여성	20년 1월	58
loelle_x	10대 백인여성 2	20년 5월	38
Louis Texidor	30대 라티노 혼혈남성/뮤지션	21년 6월	30
love K&R	20대 흑인혼혈 부부	20년 3월	81
Max Beaumont	30대 백인남성/매니 코치	21년 8월	10
Mexinese Family	30대 멕시코 부부	19년 3월	387
More JS3	10대 흑백남성 2	21년 9월	13
MrSammyCam	20대 백인남성	19년 5월	603
MUSA LOVE LIFE	20대 흑인남성	21년 2월	154
Nani Brothers	30대 백인혼혈남성2/모델	21년 10월	32
Nicholas Light TV	20대 백인남성/래퍼	21년 3월	16
NJ	30대 백인남성/락팬	21년 4월	140
Not So Daily	20대 아시안혼혈남성2	18년 1월	861
ReacttotheK	20대 다인종 남녀 클래식전공자	16년 9월	65
Rebecca Vocal Athlete	30대 백인여성/보컬코치	19년 3월	36
Rose Blaze	3-40대 백인여성2	21년 2월	117
SALV&FAMILY	30대 흑인혼혈남성+/댄서	17년 1월	46
Sebastine	20대 흑인남성	21년 1월	703
Shiki	30대 인도계 남성	21년 5월	970
SillyPak	20대 한인여성	19년 5월	87
The Murisan Family	30대 백인 부부	20년 1월	679
TJSuave	20대 흑인남성	21년 1월	225
Toney Reactions	30대 흑인남성/랩팬	21년 5월	38
TooGrown	30대 한인백인혼혈남성	21년 2월	86
Waleska Herrera	20대 라티노 남매/댄서	19년 10월	320
WhatchaGot2Say	3-40대 흑인남성3/댄서	19년11월	344
xCeleste	20대 아시안혼혈여성	16년 1월	335
You and Me	20대 백인여성/무대전공자	20년11월	107
ZiahTV	20대 흑백남성2/랩팬	21년 6월	105

참고문헌

- 김수연, 「'방탄소년단'과 아시아 남성성: 탈제국화와 트랜스미디어를 중심으로」, 『인문과학』, 제82집, 2021, 143-175쪽.
- 김예란, 「리액션 비디오의 주목경제: K-Pop의 지구적 생산과 소비를 중심으로」, 『방송문화연구』, 제24권 제2호, 2012, 161-192쪽.
- 스튜어트 홀, 『문화, 이데올로기, 정체성』, 임영호(역), 컬처북, 2015.
- 에드워드 사이드, 『오리엔탈리즘』, 박홍규(역), 교보문고, 2008.
- 이규탁, 「젠지, 진정성, K'-BTS의 성공이 보여주는 것들」, 『안과밖』, vol. 47, 2019, 208-236쪽.
- 이재현, 최성인, 최순욱, 「유튜브에서의 뮤직비디오 팬덤 분석: BTS N/V의 시청, 댓글 상호작용, 밈 영상 제작」, 『한국언론학보』, 제64권 제1호, 2020, 7-45쪽.
- 최셋별, 「BTS의 글로벌 매력 이야기: 글로벌 아티스트 BTS의 경계짓기와 경계넘기」, AI 워킹페이퍼, 재단법인 동아시아연구원, 2020, 1-18쪽.
- 「BTS 한국어 곡으로 싱글차트 1위...빌보드 62년 새 역사 썼다」, 『중앙일보』, 2020. 12. 1.
- Ancheta, A. N., *Race, Rights, and the Asian American Experience*, Rutgers University Press, 1998.
- Bonilla-Silva, E., *Racism without Racists: Color-Blind Racism and the Persistence of Racial Inequality in the United States*, Lanham: Rowman & Littlefield, 2003.
- Bourdieu, P., *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Routledge, 1984.
- Collins, P.H., *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*, New York: Routledge, 2000.
- Dawkins, R., *The Selfish Gene*, Oxford University Press, 1976.
- Deo, M.E., Lee J., Chin, C.B., Milman, N., & N. Yuen., "Missing in action: Framing race on prime-time television", *Social Justice*, 35(2), 2008, pp. 145-62.
- Fairclough, N., *Discourse and Social Change*, Cambridge: Polity Press, 1992.
- Gehl, R., "YouTube as archive: who will curate this digital Wunderkammer?", *International Journal of Cultural Studies*, 12(1), 2009, pp. 43-60.
- Hall, S. & B. Gieben, *Formations of Modernity*, Polity Press, 1992.
- Hine, C., *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*, Oxford & New York: Berg, 2005.

- Jenkins, H., *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*, New York University Press, 2006.
- Jenkins, H., *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, 2008
- Jenkins, H., Ford S., & Green, J., *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in A Networked Culture*, New York University Press, 2018.
- “Late-night TV host’s words get him ‘canceled’ by BTS fans”, *CNN*, 2021. Sep. 23.
- Lee, E., *The Making of Asian America: A History*, Simon & Schuster Paperbacks, 2015.
- Lim, V., “The visual semantics stratum: making meaning in sequential images”, In T. Royce & W. Bowcher eds. *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse*, London: Lawrence Erlbaum Associations, 2007, pp. 195–214.
- Morley, D., *Television, Audiences and Cultural Studies*, London and New York: Routledge, 1992.
- O’Halloran, K.L., *Independence, interaction, and metaphor in multisemiotic texts*, *Social Semiotics*, 9(3), 1999, pp. 317–354.
- Omi, M. & H. Winant, *Racial Formation in the United States: From the 1960s to the 1990s*, New York: Routledge.
- Peterson, W., ‘Success story, Japanese–American style’, *New York Times*, 1966, Jan. 9.
- Pomper, D., “Masculinities, the metrosexual, and media images: Across dimensions of age and ethnicity”, *Sex Roles*, 63, 2010, pp. 682–696.
- “Success story: Out-whiting the whites”, *Newsweek*, 1971, June 21
- “Success story of one minority group in U.S.”, *U.S. News and World Report*, 1966, Dec. 26
- “Those Asian American whiz kids”, *Time*, 1987, August 31
- Wang, G., “A shot at half-exposure: Asian Americans in reality TV shows”, *Television New Media*, 11(5), 2010, pp. 404–427.
- Wiggins, B.E. & Bowers, G.,B., “Memes as genre: A Structural analysis of the memescape”, *New Media & Society*, 17(11), 2015, pp. 1886–1906.
- Bevan, D., “Seoul trained: Inside Korea’s pop factory”, *Spin*, 2012, March 26, <https://www.spin.com/2012/03/seoul-trained-inside-koreas-pop-factory/> (2021.11.30. 접속)
- “BTS face backlash with their AMA performance”, *Fanbuzz*, 2017, Nov. 21, <https://www.kpopmap.com/bts-face-backlash-2017-ama-performance/> (2021.9.30. 접속)
- Dahir, I., “Here’s the heartwarming tale behind the LGBT pride flag at a BTS concert that went viral—“Thanks for showing us reasons to love ourselves.””, *Buzzfeed News*, 2018, Oct. 26, <https://www.buzzfeed.com/ikrd/bts-lgbt-fans-pride-flag-around-world->

- south-korea (2021.11.01. 접속)
- Hiatt, B., "The Triumph of BTS: How seven young superstars rewrote music-biz rules and became the biggest band in the world", *Rolling Stone*, 2021. May 13. <https://www.rollingstone.com/music/music-features/new-bts-song-2021-worlds-biggest-band-1166441/> (2021.11.01 접속)
- Holmes, D., "The boundless optimism of BTS", *Esquire*, 2020. Nov. 23. <https://www.esquire.com/entertainment/music/a34654383/bts-members-be-album-interview-2020/> (2021.11.01. 접속)
- Hong, E., "The lean, mean, star-making K-pop machine", *The Paris Review*, 2014. August 6. <https://www.theparisreview.org/blog/2014/08/06/the-lean-mean-star-making-k-pop-machine/> (2021.11.05 접속)
- Hookham, J., "BTS is a social media success story: BTS's unique use of social media has fostered the growth of a multi-language fan base like nothing that has been seen before", *Studybreaks.com*, 2018. May, 11. <https://studybreaks.com/culture/bts-social-media/> (2021.5.30. 접속)
- "Inside the business of BTS—and the challenges ahead: BTS and its team open up about the band's workload, business innovations and the future of HYBE", *Billboard*, 2021. August 26. <https://www.billboard.com/music/music-news/bts-billboard-cover-story-2021-interview-9618967/> (2021.9.30. 접속)
- Knopper, S., "Breaking down Psy's 'Gangnam Style'", *Rolling Stone*, 2012. September 14. <https://www.rollingstone.com/music/music-news/breaking-down-psy-gangnam-style-113801/> (2021.9.30 접속)
- Pereira, M., "BTS: A lesson in men loving men", *Medium*, 2019. April 27. <https://medium.com/@mvpereirasocial/bts-a-lesson-in-men-loving-men-264a39c25c17> (2021.10.30. 접속)
- Pham, J., "BTS is redefining what it means to be masculine & attractive in America", *StyleCaster*, 2019. November 8. <https://stylecaster.com/bts-masculinity-america/> (2021.10.30. 접속)
- "Redefining masculinity the BTS way.", *The Daily Vox*, 2018. Feb. 2 <https://www.thedailyvox.co.za/redefining-masculinity-bts-way/> (2021. 9.30 접속)
- Rising, D., "German radio station apologizes for comment on K-pop's BTS", *AP*, 2021. Feb. 26. <https://apnews.com/article/germany-radio-apologizes-kpop-bts-058022ac915733eb7f86a4070cef3066> (2021.11.01. 접속)
- Waltham, L., "#BTSARMY following BTSS's footsteps", *Medium*, 2018. May 5. <https://lukewaltham.medium.com/btsarmy-following-btss-footsteps-29a1c224d10c> (2021.9.30. 접속)

- Wang, A.X., “Nothing or authentic: Hallyu, K-pop! inside the weirdest, most lucrative global frenzy in music”, *Quartz*, 2016. July 30. <https://qz.com/725161/kpop-feature/> (2021.11.30. 접속)
- Wang, H. L., “Jin, ‘The Chinese kid who raps’ grows up”, *NPR*, 2013. Jan. 19. www.npr.org/2013/01/19/167883591/jin-the-chinese-kin-who-raps-grows-up(2021.9.30. 접속)
- Willanson, L., “The dark side of South Korean pop music”, *BBC News, Seoul*, 2011. June 15. <https://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-13760064> (2021. 9.30 접속)

Abstract

BTS' global advancement and the formation of public criticism discourse on the Western racialization of Asians:
Focusing on the communication in the reaction videos on YouTube

Chung, Eun-Ju (Incheon National University, Assistant Professor)

This article examines Western racialization of Asians reflected in popular culture through BTS' case, and analyzes how racist representations poured on them are refracted and criticized in the YouTube reaction video space. I conducted a qualitative analysis of the communication in the reaction space, noting that in YouTube conventional audiences can become producers and play a role in forming participatory discourses. Western prejudice against Asians, especially Asian men, was projected on BTS who advanced beyond Western strongholds in the global popular music industry, where audiences in the reaction space talked and discussed that it was unfair to disparage their masculinity or the values and artistry of their music. While reactors and viewers forming a critical discourse, BTS was also accepted as a model for dismantling the prejudiced representation of "Asians who lack creativity and are passive in civic activities as well as cooperation solidarity with people of other races".

Communications in the YouTube reaction space revealed that BTS' advancement has cracked the Western hegemony over even the beauty and attraction, and contributed to break the framework of racialization in which various historical and cultural heritages within Asia are crushed into a single category of "Asia".

Keywords: BTS, YouTube reaction, racism, racialization of Asians, critical discourse formed among the public

논문 투고일 : 2022년 03월 18일

심사 완료일 : 2022년 04월 11일

게재 확정일 : 2022년 04월 16일