

여연브리프

트렌드분석 및  
빅데이터실  
김장우 연구위원

# K팝 팬덤의 참여행동과 팬덤 정치의 사회·정치적 함의

2025년 12월 15일



---

# 목차

---

## 초록

### 제1장 서론

- |                  |       |      |
|------------------|-------|------|
| 1.1 연구 배경 및 문제제기 | ..... | p. 3 |
| 1.2 연구 목적 및 연구질문 | ..... | p. 5 |

### 제2장 이론적 배경

- |                     |       |      |
|---------------------|-------|------|
| 2.1 팬덤과 참여문화: 개념 정의 | ..... | p. 6 |
| 2.2 팬덤과 정치의 교차      | ..... | p. 7 |
| 2.3 이론적 분석 틀        | ..... | p. 8 |

### 제3장 연구설계와 방법

- |                 |       |       |
|-----------------|-------|-------|
| 3.1 연구대상 및 범위   | ..... | p. 11 |
| 3.2 자료수집 및 분석방법 | ..... | p. 11 |

### 제4장 K팝 팬덤의 참여문화와 사회적 영향

- |  |       |       |
|--|-------|-------|
| 4.1 K팝 팬덤 액티비즘 사례분석                    | ..... | p. 13 |
| 4.1.1 방탄소년단(BTS) 팬덤 ‘ARMY’의 구조와 온라인 활동 | ..... | p. 13 |
| 4.1.2 K팝 팬덤의 사회참여 사례                   | ..... | p. 14 |
| 4.1.3 팬덤 액티비즘의 동인과 영향                  | ..... | p. 16 |

### 제5장 팬덤 정치의 사례와 쟁점: 한국의 정치 팬덤 분석

- |                      |       |       |
|----------------------|-------|-------|
| 5.1 한국 정치 팬덤의 형성과 전개 | ..... | p. 19 |
| 5.1.1 노사모            | ..... | p. 19 |
| 5.1.2 박사모와 태극기 부대    | ..... | p. 19 |
| 5.1.3 문팬/문파          | ..... | p. 20 |
| 5.1.4 개딸과 위드후니       | ..... | p. 22 |

- |                        |       |       |
|------------------------|-------|-------|
| 5.2 정치 팬덤 내부 담론과 행동 전술 | ..... | p. 24 |
|------------------------|-------|-------|

### 제6장 팬덤 참여의 비교분석 및 함의

- |                       |       |       |
|-----------------------|-------|-------|
| 6.1 문화적 팬덤 vs. 정치적 팬덤 | ..... | p. 28 |
| 6.2 팬덤 참여의 사회·정치적 함의  | ..... | p. 31 |

### 제7장 결론

- |                       |       |       |
|-----------------------|-------|-------|
| 7.1 연구결과 요약           | ..... | p. 34 |
| 7.2 시사점 및 정책 제안       | ..... | p. 35 |
| 7.3 연구의 한계 및 향후 연구 과제 | ..... | p. 41 |

### 참고문헌

## 초록

디지털 시대에 팬덤이 문화 소비를 넘어 사회·정치적 참여의 주체로 부상함에 따라, 본 연구는 K팝 팬덤과 정치 팬덤의 참여 양상과 그 민주주의적 함의를 종합적으로 분석하였다. 이를 위해 방탄소년단(BTS) 팬덤인 ‘ARMY’와 국내 정치인 팬덤(노사모, 박사모, 문파, 개딸, 위드후니)을 대표 사례로 선정하고, 질적 사례연구 접근하에 온라인 게시물, 언론자료 등을 수집하여 내용분석과 담론분석, 과정추적 기법으로 데이터를 해석하였다. 주요 연구질문은 팬덤 참여의 구조(네트워크 조직 및 동원 방식), 동인(집단행동을 촉발하는 프레임·감정) 그리고 효과(민주주의에 미친 긍정·부정 영향)에 관한 것이다.

분석 결과, 첫째, K팝 팬덤(특히 BTS ARMY)은 느슨한 디지털 연결행동을 통해 인종 차별 반대 해시태그 운동, 거액 기부 캠페인 등 긍정적 사회변화를 이끌어내는 새로운 글로벌 참여 주체로 떠올랐다. 둘째, 한국 정치권의 팬덤화 현상은 청년·여성층의 풀 뿌리 정치참여를 활성화하는 한편, 일부 팬덤의 과열된 충성경쟁과 혐오 표출이 정치 양극화와 공론장 왜곡을 초래하는 등 양면성을 드러냈다. 셋째, 문화적 팬덤과 정치적 팬덤 모두 온라인 공간에서 집단적 열정을 발휘한다는 공통점이 있으나, 감정 동원 방식에서 차이가 뚜렷했다. 전자는 아이돌에 대한 사랑과 연대의 즐거움이라는 긍정 프레임을 공유한 반면, 후자는 지지자들의 애증(愛憎)이 극단화된 적대적 감정 프레임을 빈번히 동원하였다. 이러한 차이는 K팝 팬덤이 사회운동적 대안공동체로 기능하는 반면, 정치 팬덤은 파당적 결속집단으로 움직일 수 있음을 보여준다.

본 연구는 팬덤 참여가 일시적 일탈이 아닌 지속될 구조적 현실임을 제기하며, 그 민주주의적 함의 역시 긍정과 부정의 두 측면을 모두 고려해야 한다고 강조한다. 궁극적으로 팬덤의 에너지를 건설적으로 활용하기 위해서는 제도권이 팬덤 커뮤니티와 소통 채널을 마련하고, 팬덤 내부에서도 자기성찰적 윤리 기준을 구축하는 노력이 필요하다. 이를 통해 팬덤을 민주주의의 새로운 활력자원으로 발전시키면서도 폐해는 최소화하는 정책적 대응이 가능할 것이다.

## 제1장 서론

### 1.1 연구 배경 및 문제제기

21세기 들어 전 세계 K팝 팬덤은 디지털 플랫폼을 통해 긴밀히 연결된 거대한 커뮤니티로 부상하였다. 한때 서구 중심이었던 대중문화 지형이 다원화되면서, 한국 대중문화, 즉 한류의 대표 주자인 K팝이 세계 주류 문화로 자리매김하고 있다. 실제로 2023년 기준 전 세계 한류 팬은 119개국에서 2억 2,500만 명이 넘고,<sup>1)</sup> 2024년 기준 한류 관련 산업의 총수출액은 152억 달러에 이를 정도로 그 사회·경제적 파급력이 막대하다.<sup>2)</sup> 이러한 한류와 K팝의 세계적 성공은 방탄소년단(이하 BTS)과 블랙핑크 같은 아이돌 그룹들이 빌보드 차트를 석권하고 월드투어로 수십만 관객을 모으는 모습에서 극적으로 드러나며, 한국 대중문화가 더이상 주변부가 아닌 글로벌 문화의 중심축으로 부상했음을 보여준다.<sup>3)</sup>

K팝 확산의 동력으로 디지털 플랫폼의 역할을 빼놓을 수 없다. 유튜브, X(트위터), 인스타그램 등의 플랫폼은 지리적 경계를 넘어 팬덤 네트워크 형성에 기여해왔다. 팬들은 소셜미디어에서 실시간으로 소통하고 콘텐츠를 공유함으로써 초국적(transnational) 팬 커뮤니티를 구축했다. 특히 X(트위터) 등지에서 K팝 팬들은 특정 해시태그를 일시에 트렌드에 올릴 정도로 조직적 행동 양식을 보여주는데, 실제로 BTS 팬덤 ‘ARMY’(이하 아미)는 전 세계에서 가장 활동적인 온라인 공동체 중 하나로서 새 앨범 발매나 아이돌 생일 같은 이벤트 시 수백만 건의 트윗을 쏟아내며 해시태그 최다 사용 기록을 여러 차례 세웠다.<sup>4)</sup> 이처럼 디지털 팬 네트워크의 막강한 영향력은 글로벌 차원에서 새로운 참여 문화의 가능성을 보여주는 동시에, 전통적 대중문화 소비 방식이 쌍방향·집단지성적 형태로 전환되고 있음을 의미한다.

나아가 디지털 시대의 팬덤은 단순한 문화 소비를 넘어 사회·정치적 참여의 주체로 부상하고 있다. 최근 등장한 팬덤 액티비즘(fandom activism) 현상은 팬들이 자신의 열정을 사회적 선행이나 정치 행동으로 확장하는 것을 뜻한다. 실제 사례를 보면, K팝 팬들은 온라인 공간에서 놀라운 집단 행동을 펼쳐 세계 언론의 주목을 받았다. 2020년 미국에서 K팝 팬들은 조직된 행동을 통해 인종차별 반대 해시태그 운동을 주도하고, 경찰의 감시 앱에 아이돌 직캠 영상을 대량 업로드하여 앱 기능을 마비시켰으며, 심지어 특정 정치인의 선거 집회 티켓을 수만 장 예약한 후 불참하는 기습 전략으로 그 집회의 흥행을 저해하기도 했다.<sup>5)</sup> 이러한 행동은 수백만 달러 규모의 기부 캠페인과 결합되어 나타났는데, 겉보기에는 치밀한 정치조직 활동처럼

1) 한국국제교류재단. 「2023 지구촌 한류 현황」. 한국국제교류재단, 2024.

2) 전종근, 김승년. 「2024 한류의 경제적 파급효과 연구」. 한국국제문화교류진흥원, 2025.

3) 김기연. 「[인사이트] '전역을 명 받았습니다' BTS 시즌2, K-엔터 '권력지도' 새판 짠다」. 중소기업뉴스, 2025년 6월 23일.

4) Grincheva, Natalia. "Have You Been Taken by the Korean Wave Yet?" Pursuit (University of Melbourne), 20 Dec. 2024.

5) Culliford, Elizabeth. "TikTok users, K-pop fans say they helped sabotage Trump rally with false registrations." Reuters, 21 June 2020.

보였으나 실상은 전 세계 K팝 팬들의 자발적이고 분산된 연대 행동이었다. 예컨대 2020년 6월 BTS와 소속사가 흑인 인권운동 'Black Lives Matter' (BLM) 측에 100만 달러를 기부하자, 이에 호응하여 BTS 팬덤 아미도 '#MatchAMillion' 해시태그 아래 하루 만에 동일한 금액인 100만 달러를 모금해 기부하는 놀라운 성과를 보였다.<sup>6)</sup> 이러한 팬덤 액티비즘 사례들은 팬 문화의 참여 역량이 광범위한 사회적 영향력으로 연결될 수 있음을 보여준다.

동시에 팬덤의 이러한 정치화가 갖는 함의에 대해서는 신중한 고찰이 필요하다. 팬덤 기반 참여는 민주주의에 긍정적 측면(시민 참여의 활성화)과 부정적 측면(과열된 파벌화와 혐오 확산)을 모두 지니고 있기 때문이다.<sup>7)</sup> 특히 대한민국에서는 정치의 팬덤화 현상이 중요한 사회·정치적 쟁점으로 떠올랐다. 과거 권위주의 시기까지는 유권자가 선거 동원의 객체에 머무는 경우가 많았으나, 민주화 이후 시민들의 정치참여 욕구가 증대하면서 대중문화식 팬덤 문화가 정치 영역으로 확장되는 경향이 나타났다.<sup>8)</sup> 그 시초로 흔히 언급되는 것이 2000년 결성된 노사모(노무현을 사랑하는 사람들의 모임)로, 대중문화 팬클럽 방식을 정치권에 적용하여 특정 정치인을 중심으로 한 자발적 지지자 공동체가 형성된 첫 사례로 평가된다.<sup>9)</sup> 노사모를 기점으로 이후 한국 정치권에는 박근혜 전 대통령의 박사모, 문재인 전 대통령의 문팬/문파, 이재명 대통령의 개딸, 한동훈 전 국민의힘 대표의 위드후니 등 유력 정치인들을 둘러싼 대규모 팬덤 집단이 속속 등장했고, 정치적 의사표현 양식과 당내 역학 구도에 새로운 변화를 불러왔다. 오늘날 정치 팬덤은 온라인 커뮤니티와 SNS를 무대로 응집된 여론 형성, 조직적 지지 활동, 때로는 집단 문자 보내기(이른바 '문자 폭탄')로 대표되는 공격적 행태까지 보이며 정치 과정 전반에 영향력을 행사하고 있다.<sup>10)</sup>

이러한 팬덤 정치(fandom politics) 양상은 지속적으로 논쟁의 대상이 되어 왔다. 한편에서는 열성 지지층의 적극적 참여가 대의민주주의의 한계를 보완하고 정치에 활력을 불어넣는 긍정적 효과가 있다고 평가한다. 반면 다른 한편에서는 일부 과도한 팬덤의 개입이 과대표화나 과잉 충성의 문제를 일으켜 정치 양극화와 민주주의 질적 저해를 초래할 수 있다고 우려한다.<sup>11)</sup> 실제 팬덤 정치에서는 소수의 핵심 지지자가 여론을 주도하고 이견을 배척하는 편향적 집단주의가 나타나 민주적 의사소통을 위축시킨다는 비판이 제기된다. 이처럼 팬덤화된 정치 참여의 양면성 때문에, 팬덤과 정치 참여의 교차가 한국 자유민주주의에 어떠한 영향을 미치는지 체계적으로 연구하고 대처할 필요성이 대두된다. 본 연구는 이러한 문제의식에서 출발하여, 팬덤 주도의 참여 현상을 학술적으로 분석하고 그 민주주의적 함의를 고찰하고자 한다. 특히 자유민주주의 가치의 수호 관점에서 팬덤 정치의 영향을 평가하고자 한다.

6) Johnson, Lauren M. "K-pop band BTS explains why they decided to give \$1 million to Black Lives Matter." CNN, 5 Oct, 2020.

7) 이용호 「팬덤 정치, 네트워크 포퓰리즘인가, 참여의 확장인가?: 한국의 팬덤 정치 사례를 중심으로」, 정치커뮤니케이션연구, no. 72, 2024, pp. 5-48.

8) 한국학중앙연구원, 「노사모(盧사모)」, 한국민족문화대백과사전.

9) 신진환, 「창립 20주년 기획-백두더뮤처①: '노사모'부터 '재명이네'까지… 팬덤 정치 20년」, 더팩트, 2022년 10월 12일.

10) 이용호 「팬덤 정치, 네트워크 포퓰리즘인가, 참여의 확장인가?: 한국의 팬덤 정치 사례를 중심으로」, 정치커뮤니케이션연구, no. 72, 2024, pp. 5-48.

11) Ibid.

## 1.2 연구 목적 및 연구질문

본 연구의 목적은 디지털 시대 팬덤 참여의 구조와 효과를 규명하고, 그것이 민주주의(특히 자유민주주의의 가치)에 미치는 영향을 평가하는 것이다. 앞서 살핀 바와 같이 K팝 팬덤의 글로벌 확산과 한국 정치의 팬덤화 현상은 참여 민주주의의 새로운 양상을 보여주고 있지만, 이를 종합적으로 이해하고 자유민주적 관점에서 평가하려는 논의는 아직 초기 단계에 머물러 있다. 이에 본 보고서는 문화연구와 정치학의 시각을 교차하여 팬덤 기반 참여가 어떠한 구조로 이루어지며 어떤 효과를 가져오는지 분석하고자 한다. 특히 민주주의의 운영 원리 측면에서 팬덤 참여의 함의를 밝힘으로써, 팬덤 정치 현상에 대한 이론적·정책적 이해를 높이고자 한다. 이를 위해 다음과 같은 핵심 연구질문을 제시한다.

- 팬덤 참여의 구조: K팝 팬덤과 정치 팬덤의 참여 양식은 어떤 구조와 특성을 갖는가? 팬덤 구성원들은 디지털 플랫폼을 통해 어떻게 조직되고 동원되는가? 두 유형의 팬덤은 네트워크 구조와 행동 전략 측면에서 어떤 공통점과 차이를 보이는가?
- 팬덤 참여의 동인(動因): 팬덤이 집단적 참여 행동을 촉발하는 요인은 무엇인가? 팬덤 구성원들이 집합행동에 나서도록 만드는 프레임(frame)이나 감정적 계기는 무엇인지 분석한다. 예를 들어 K팝 팬덤의 경우 아이돌에 대한 애정과 도덕적 연대의식이 참여를 자극하고, 정치 팬덤의 경우 지도자에 대한 절대적 충성과 적대적 감정이 동원 요인으로 작용하는지를 규명한다.
- 팬덤 참여의 효과: 팬덤 기반 참여가 정치 과정과 민주주의에 어떠한 영향을 미치는가? 팬덤 액티비즘(fandom activism)이 시민의식 향상이나 정치참여 확대에 기여하는 측면은 무엇이며, 반대로 팬덤 정치가 공론장 왜곡이나 정치 양극화를 심화시키는 부정적 효과는 무엇인가? 이를 통해 팬덤 참여의 긍정·부정 양면 효과를 모두 평가한다.

이상의 연구질문에 답하기 위해, 본 연구는 질적 사례분석 중심의 연구설계를 선택했다. 구체적인 연구 방법과 분석 틀은 다음 장에서 설명한다. 주요 내용은 문화적 팬덤과 정치 팬덤을 대표 사례로 비교 분석하여, 팬덤 정치 현상의 민주주의적 함의를 도출하는 데 있다.

## 제2장 이론적 배경

### 2.1 팬덤과 참여문화: 개념 정의

본 연구의 논의를 위해 우선 팬덤(fandom) 개념을 정의할 필요가 있다. 팬덤이란 특정 대중문화 텍스트나 인물에 열정적으로 몰입하여 그 대상에 대한 공동의 관심과 정체성을 공유하는 팬들의 집단을 의미한다. 미디어 연구자인 헨리 젱킨스(Henry Jenkins)는 팬덤을 “미디어 텍스트에 헌신적으로 몰입하여 원본 메시지를 넘어서 자신만의 의미와 해석을 구성하는 관객 집단”으로 정의한 바 있다.<sup>12)</sup> 일반 소비자가 문화 콘텐츠를 일회용처럼 소비하고 곧 잊어버리는 것과 달리, 팬덤 구성원들은 콘서트 참관, 코스프레, 팬픽션 창작, 온라인 담론 참여 등 능동적인 활동을 통해 텍스트를 적극적으로 전유(appropriation)한다.

젱킨스는 이러한 팬들의 행위를 '텍스트적 포칭(textual poaching)'으로 개념화하면서, 팬들이 기존 문화 콘텐츠를 차용·재가공하여 텍스트의 의미를 공동 생산한다고 보았다.<sup>13)</sup> 즉 팬덤은 생산자와 소비자의 경계를 허무는 참여문화(participatory culture)의 대표 사례로서, 팬들이 문화적 창의성을 바탕으로 원 텍스트를 재해석하고 확대 재생산하는 문화적 공동체인 것이다. 이러한 팬덤 문화에서는 팬아트, 팬 비디오, 팬 리믹스 등 2차 창작이 활발하고, 팬들 사이에 토론과 비평도 지속된다. 젱킨스는 팬덤 커뮤니티를 “이론과 비평의 기관”으로 비유했는데, 이는 팬들이 작품의 빈틈을 메우고 세계관을 확장함으로써 텍스트 의미를 공동 재구성한다는 뜻이다.<sup>14)</sup> 이처럼 팬덤은 더 이상 수동적 소비 집단이 아니라 콘텐츠의 의미 생산과 유통에 능동적으로 참여하는 집단지성적 공동체로 이해된다.

팬덤의 이러한 참여적 성격은 디지털 미디어 환경에서 한층 강화되었다. 인터넷과 소셜미디어는 팬들이 시공간 제약 없이 소통·협업할 수 있는 장을 제공함으로써, 팬덤을 네트워크화된 공동체로 발전시켰다. 온라인 팬카페, X(트위터) 해시태그 모임, 디스코드/텔레그램 채널 등에서 팬들은 실시간으로 정보와 감정을 교류하며 느슨하지만 끈끈한 연결망을 만든다. 그 결과 팬덤은 전통적인 하위문화 범주를 넘어 초국적 네트워크이자 생활세계 공동체로 가능하게 되었다. 이러한 맥락에서 젱킨스 등은 오늘날 팬덤을 단순한 소비자 집단이 아니라 “미디어 혁명에 능동적으로 참여하는 존재”로 보아야 한다고 주장한다.<sup>15)</sup> 다시 말해 팬덤은 21세기 문화 지형에서 중요한 사회적 행위자(social actor)로 부상하고 있으며, 이것이 본 연구의 출발점이다.

12) Jenkins, Henry. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. NYU Press, 2006.

13) Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992.

14) IBid.

15) Jenkins, Henry. “‘Cultural Acupuncture’: Fan Activism and the Harry Potter Alliance.” *Transformative Works and Cultures*, no. 10, 2012.

## 2.2 팬덤과 정치의 교차: 팬덤 정치와 팬 액티비즘

팬덤 정치(fandom politics)란 팬덤 문화의 논리와 열정이 정치 영역에 적용된 현상을 가리킨다. 쉽게 말해 정치 지도자나 이념을 연예인이나 스포츠 스타에 대한 팬과 유사한 방식으로 추종하고 지지하는 참여 형태를 의미한다. 국내에서는 앞서 언급한 노사모를 필두로, 박근혜 전 대통령의 박사모, 문재인 전 대통령의 문팬/문파, 이재명 대통령의 개딸, 한동훈 전 대표의 위드후니 등 여러 사례가 존재한다. 서구 학계에서도 이러한 현상을 설명하기 위해 "정치의 팬덤화" 또는 "정치적 팬덤"이라는 개념을 사용하기 시작했다. 예를 들어 영국의 정치학자 조나단 딘(Jonathan Dean)은 대중문화 팬들이 보여주는 열광과 충성이 현대 정치의 지지자 행동에 투영되는 양상을 "팬덤의 정치화(politicising fandom)"로 설명하였다.<sup>16)</sup> 이러한 정치적 팬덤에서는 지지자가 자신이 지지하는 정치인을 일종의 아이돌로 여기고 절대적 지지와 옹호를 보내며, 반면 경쟁자나 비판 세력에 대해서는 팬덤 전쟁에 준하는 격렬한 공격을 퍼붓는 특징을 보인다. 그래서 정치 팬덤은 흔히 양날의 검에 비유된다. 한편으로는 기존에 정치에 무관심했던 대중을 참여시켜 풀뿌리 민주주의를 활성화하는 긍정적 측면이 있지만, 다른 한편으로는 포퓰리즘적 양극화나 비이성적 충성 경쟁으로 인해 숙의 민주주의를 저해할 우려가 있다.<sup>17)</sup> 이러한 딜레마는 뒤에서 살펴볼 한국의 사례들에서도 확인된다.

한편 팬 액티비즘(fan activism)은 팬덤이 문화적 관심사를 넘어 사회적·정치적 이슈에 개입할 때 나타나는 행동 양식을 말한다. 젱킨스 등은 팬 액티비즘을 "팬 문화 내부에서 자체적으로 등장한 시민 참여와 정치 참여의 한 형태"로 정의하면서, 팬덤이 지난 문화자본과 네트워크 자본을 사회정의나 정치개혁에 활용하는 집합적 실천으로 보았다.<sup>18)</sup> 예컨대 전 세계 BTS 팬덤 아미가 2020년 BLM(흑인 인권운동) 캠페인에 호응하여 24시간 만에 100만 달러 넘는 기금을 모아 기부한 사례는 대중문화 팬 공동체가 글로벌 사회운동의 주체로 등장한 대표적 장면으로 평가된다.<sup>19)</sup> 그 밖에도 팬들이 자신이 좋아하는 아이돌 이름으로 자선단체에 기부하거나, 환경 보호·동물권 등 사회 문제에 대해 팬 커뮤니티 차원에서 캠페인을 벌이는 등 다양한 팬 액티비즘 사례가 보고되고 있다. 이는 팬덤이 단순히 "좋아하는 것"에 머무르지 않고, 자신들의 열정과 조직력을 사회적 선행으로 전환할 잠재력이 있음을 시사한다. 다시 말해 팬덤은 일종의 시민사회 자원으로 기능할 수 있으며, 대중문화적 열정이 새로운 형태의 시민 참여로 이어지고 있는 것이다. 실제로 2020년 타임(TIME)지는 K팝 팬들이 2020년 정치적 행동주의의 새로운 주체로 부상했다고 분석하기도 했다.<sup>20)</sup>

16) Dean, Jonathan. "Politicising fandom." *The British Journal of Politics & International Relations*, vol. 19, no. 2, 2017, pp. 408-424.

17) 이용호 「팬덤 정치, 네트워크 포퓰리즘인가, 참여의 확장인가?: 한국의 팬덤 정치 사례를 중심으로」, *정치커뮤니케이션연구*, no. 72, 2024, pp. 5-48.

18) Bruner, Raisa. "How K-Pop Fans Actually Work as a Force for Political Activism in 2020." *Time*, 25 July 2020.

19) Johnson, Lauren M. "K-pop band BTS explains why they decided to give \$1 million to Black Lives Matter." *CNN*, 5 Oct, 2020.

20) Bruner, Raisa. "How K-Pop Fans Actually Work as a Force for Political Activism in 2020." *Time*, 25 July 2020.

## 2.3 이론적 분석 틀: 감정, 프레임, 디지털 연결행동

팬덤의 사회·정치적 참여 현상을 해석하기 위해, 본 연구는 감정사회학, 프레임 이론, 디지털 연결행동 이론 등 관련 이론적 틀을 보완적으로 활용한다. 이는 팬덤 정치 현상을 다각도에서 이해하기 위한 분석 도구들이다.

먼저 감정사회학의 관점에서 팬덤 참여의 동력에는 집단적 감정의 형성이 핵심적 역할을 한다. 사회운동 연구자들은 오래전부터 분노, 열정, 연대감 같은 정서적 요인이 운동의 동원과 지속에 필수적임을 지적해왔다. 예를 들어 제스퍼(Jasper) 등은 분노와 도덕적 의분이 시위 참가 행동을 촉발하고, 참여자들 간 연대감과 흥분이 운동의 접착제로 작용한다고 분석하였다.<sup>21)</sup> 팬덤 역시 애호 대상에 대한 사랑(love)과 경쟁 대상에 대한 혐오(hate)라는 강렬한 감정 에너지를 내포하고 있고, 이러한 감정 공유가 팬덤 집단행동의 원동력이다. 미디어 학자 지지 파파차리시 (Zizi Papacharissi)는 현대의 디지털 네트워크 공론장에서 사람들이 해시태그 운동이나 온라인 캠페인을 통해 감정 표현으로 연결·동원되는 양상을 정동적 공중(affective publics)이라고 개념화하였다.<sup>22)</sup> 실제로 팬덤은 애정과 열광의 감정 공동체이기에 그 내재된 감정 에너지가 사회운동으로 전이될 경우 강력한 참여 추진력이 된다. 예컨대 팬들이 “우리 가수의 선행에 감명받아 나도 기부에 참여한다”거나 “우리가 사랑하는 아이돌을 지키기 위해 싸운다”는 식으로 행동을 정당화할 때, 감정은 행동의 연료가 된다. 한편 정치 팬덤의 경우 분노와 증오의 감정이 동원되는 사례도 많다. 박근혜 탄핵 반대 팬덤이 “음모에 희생된 순교자를 지킨다”는 분노 서사를 공유하거나, 일부 극단 지지자들이 상대 진영에 대한 증오심을 결집의 고리로 삼는 모습이 그러하다. 감정 동원(emotional mobilization) 방식은 팬덤 참여의 성격을 좌우하는 중요한 요인이며, 본 연구에서는 문화적 팬덤과 정치적 팬덤의 차이를 설명하는 한 축이 될 것이다.

다음으로 프레임 이론(frame theory)은 팬덤 참여자들이 어떻게 자신의 행동에 의미와 정당성을 부여하는지 이해하는 데 도움을 준다. 사회운동 이론에 따르면, 운동 참여자들은 인지적 틀 (frame)을 형성하여 자신의 경험과 요구를 해석하고 소통한다. 스노우(Snow)와 벤포드(Benford) 등의 연구에 따르면 효과적인 동원은 프레임 정렬(frame alignment) 과정을 통해 이루어진다.<sup>23)</sup> 팬덤의 경우, 문화적 은유와 상징을 활용한 독특한 프레임을 창출함으로써 구성원들의 공감과 참여를 끌어내는 경향이 있다. 예컨대 “덕질하듯 정치하자”라는 구호는 아이돌을 응원하듯 정치적 신념을 응원하자는 의미로, 실제 2030 여성 팬들이 정치 집회에서 사용한 슬로건이었다. 이러한 프레임은 젊은 층에게 정치 참여를 친숙하고 즐거운 놀이의 연장선으로 인식시키는 효과가

21) Goodwin, Jeff., Jasper, James M. & Polletta, Francesca. *Passionate Politics: Emotions and Social Movements*. University of Chicago Press, 2001.

22) Papacharissi, Zizi. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford UP, 2015.

23) Snow, David A., Rochford, Burke E Jr., Worden, Steven K. & Benford, Robert D. "Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation." *American Sociological Review*, vol. 51, no. 4, Aug. 1986, pp. 464-481.

있었다. 이처럼 팬덤 공동체 내부에서 생성된 프레임은 팬들이 기존의 문화적 언어를 빌려 정치 메시지에 새로운 의미를 부여하게 한다.<sup>24)</sup> 본 연구는 팬덤 참여 현상의 다양한 언어적·상징적 프레임들을 분석하고, 그것이 참여 동원에 어떤 기여를 하는지 살펴볼 것이다. 특히 팬덤이 자신들의 서사를 구축하는 방식 – 이를테면 지도자를 "우리 ○○님"으로 신격화하거나, 반대 진영을 "악당"으로 악마화하는 담론 – 을 통해 팬덤 정치의 인지적 구조를 파악하고자 한다.

마지막으로, 디지털 연결행동(connective action) 이론은 오늘날 팬덤 참여의 네트워크형 동원 특성을 설명해준다. 베넷(Bennett)과 세거버그(Segerberg)는 디지털 시대에 등장한 새로운 운동 형태를 설명하며, 전통적 집합행동(collective action) 모델과 구분되는 연결행동(connective action) 개념을 제시하였다.<sup>25)</sup> 집합행동이 주로 공식 조직이나 지도부를 통해 집단 정체성과 요구를 형성하고 일사불란하게 움직이는 방식이라면, 연결행동은 개개인이 개인화된 이슈와 동기를 가지고 느슨하게 연결되어 협력 행동을 수행하는 방식을 가리킨다. 디지털 네트워크를 통해 가능해진 이러한 형태의 행동에서는 해시태그와 릴(meme), 개인 SNS 포스팅 등이 중요한 동원 매개로 작용하며, 중앙집중적 조직의 역할은 상대적으로 축소된다. 베넷에 따르면 연결행동에서 개인들을 결속하는 접착제는 공통의 "공유된 개인 프레임(shared personal frame)"이다.<sup>26)</sup> 예를 들면 앞서 언급한 #MatchAMillion 캠페인에서 각 팬은 "나도 100만 달러 모금에 한 사람 뜻을 한다"는 개인적 동기를 표출하면서도, 동시에 그 해시태그 아래 모두가 함께하고 있음을 실감하게 된다. 이는 "나도 99%의 하나"라고 외쳤던 오큐파이(Occupy) 운동의 프레임과 유사하게, 개인화된 표현이 곧 집단적 행동으로 연결되는 연결행동의 전형적 양상이라 할 수 있다.<sup>27)</sup> K팝 팬덤의 온라인 해시태그 운동이나 글로벌 청원 참여 등은 이러한 연결행동의 사례로 볼 수 있다. 연결행동의 특징은 각 개인이 자신만의 이유로 참여하더라도 결과적으로 거대한 집합적 파급력을 발휘한다는 점이다. 본 연구에서는 K팝 팬덤 액티비즘과 정치 팬덤의 동원 양식이 얼마나 연결행동의 특성을 띠는지 평가한다. 일반적으로 조직화 수준이 낮고 자발성이 강한 참여일수록 순수한 연결 행동에 가깝다. 예컨대 팬들이 기업이나 정부 개입 없이 자체적으로 벌이는 온라인 캠페인은 자생적 연결행동으로 볼 수 있다. 반면 연예기획사의 홍보 전략에 편승한 팬 이벤트나, 정치인이 은밀히 개입해 조성한 팬 여론전 등은 순수한 연결행동이라기보다 혼합형 동원(hybrid mobilization)에 가깝다. 이처럼 연결행동 개념은 팬덤 참여의 유연성과 분산성을 이해하는 데 유용하며, 참여의 자기조직화(self-organizing) 정도를 판단하는 하나의 기준을 제공한다.

24) Haasch, Palmer. "K-pop stans flooded the #WhiteLivesMatter hashtag on Twitter and Instagram with fancams and memes." *Business Insider*, 3 June 2020.

25) Bennett, Lance W. & Segerberg, Alexandra. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge UP, 2013.

26) Bennett, Lance W. & Segerberg, Alexandra. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge UP, 2013.

27) Ibid.

이상의 세 가지 이론적 관점을 종합하면, 감정사회학, 프레임 이론, 연결행동 이론은 각각 팬덤 참여의 감정적 동기, 의미 구성, 동원 구조를 조명해주는 렌즈라 할 수 있다. 본 보고서는 이들 이론적 통찰을 종합적으로 활용하여 팬덤 기반 사회·정치 참여 현상을 다각도로 분석하고자 한다. 예를 들어 K팝 팬덤 액티비즘과 정치 팬덤을 비교할 때, 감정 동원 유형(연대적 긍정 vs. 적대적 분노), 프레임의 내용(문화적 은유 vs. 이념적 서사), 동원 구조(연결행동 vs. 조직동원) 측면에서 어떤 차이가 있는지 검토할 것이다. 이러한 이론적 틀은 이후 장(제4~6장)의 사례분석에 분석 가이드라인을 제시한다.

## 제3장 연구설계와 방법

### 3.1 연구대상 및 범위

본 연구는 정성적 사례연구(qualitative case study)의 접근을 취하여, K팝 팬덤과 한국 정치 팬덤 두 영역에서의 참여행동을 심층적으로 분석한다. 우선 문화적 팬덤 사례로서 BTS 팬덤 아미를 중심으로 K팝 팬들의 사회적 참여 양상을 조사한다. BTS는 국내는 물론 글로벌 차원에서 가장 영향력 있는 K팝 그룹이고, 그 공식 팬클럽인 아미는 규모와 활동성 면에서 전 세계 팬덤의 대표 격이라 할 수 있다. 본 연구는 BTS 아미의 주요 참여활동 (예: 기부 캠페인, 해시태그 운동, 온라인 담론 참여 등)을 추적하여, K팝 팬덤 액티비즘의 동인과 메커니즘을 분석한다. 특히 2020년을 전후로 아미가 주도한 일련의 정치·사회참여 사례들 – 앞서 언급한 BLM 모금 운동, 미국 경찰 앱 교란, 미 대선 집회 개입 등 –에 주목하여, 글로벌 K팝 팬덤이 어떻게 자발적 연결행동을 조직해냈는지 규명할 것이다.

정치 팬덤 측면에서는 2016~2017년 촛불/태극기 집회 전후의 사례와 2022년 대선 전후의 사례를 중심으로 한국 정치 팬덤의 양상을 분석한다. 전자의 대표 사례는 박근혜 전 대통령의 팬덤(박사모 및 태극기 집회 세력)과 문재인 전 대통령의 팬덤(문팬/문파)이며, 후자의 사례로는 이재명 대통령의 팬덤(개딸로 대표되는 2030 여성 지지층)과, 이에 대응하여 등장한 보수 진영의 새로운 팬덤 (윤석열 전 대통령 취임 후 부상한 한동훈 팬덤)을 다룬다. 이를 통해 세대와 이념을 막론하고 팬덤 정치가 어떻게 나타나는지 포괄적으로 살펴본다.

연구의 범위를 보다 구체적으로 한정하면, 제4장에서는 K팝 팬덤의 글로벌 참여문화와 사회적 영향에 초점을 맞춘다. BTS 아미를 중심으로 팬덤의 조직 구조, 활동 양상, 그리고 이들이 촉발한 사회·정치적 참여 사례들을 제시한다. 제5장에서는 한국의 정치 팬덤 사례들을 분석한다. 노사모 이래 박사모, 문파, 개딸, 위드후니 등에 이르는 정치 팬덤의 전개 과정을 역사적으로 개괄하고, 특히 2022년 대선 전후 형성된 이재명 팬덤과 한동훈 팬덤 등의 특징과 영향력을 심층 평가한다. 두 장에 걸친 사례연구를 통해 문화적 팬덤과 정치 팬덤의 공통점과 차별점을 도출한 후, 제6장에서 이를 비교·논의한다.

### 3.2 자료수집 및 분석방법

자료 수집은 문헌연구와 디지털 현상학적 관찰을 병행하였다. 우선 팬덤 당사자들의 목소리를 담은 온라인 게시물 내용을 활용하였다. BTS 아미의 공개된 온라인 포스팅과 언론 인터뷰 내용, 국내 정치 팬덤의 경우 공개된 언론 인터뷰와 팬카페 게시글, X(트위터) 담론 등을 분석하였다. 예를 들어 2022년 대선 이후 이재명 대통령 팬카페 “재명이네 마을”에 게시된 주요 글들 (지지 선언문, 팬카페 운영진 공지, 내부 토론 글 등)을 수집하여 텍스트 데이터를 분석하였다. 또한,

촛불집회/태극기집회 당시 참가자 인터뷰 기사, 정치 팬덤 관련 집회 참가자들의 SNS 포스팅 등도 데이터에 포함하였다.<sup>28)</sup> 이와 함께 2차 자료로서 기존 연구 문헌과 언론 기사, 보고서 등을 폭넓게 검토하였다. 정량적 데이터는 연구의 보조적 참고자료로 활용하였는데, 예컨대 팬카페 회원 수 추이, SNS상 팬덤 관련 해시태그 언급량, 여론조사 결과 등은 질적 논의를 보강하는 한에서 언급하였다. 전체적으로는 정성적 자료를 중심으로 팬덤 참여의 맥락과 의미를 추출하는 데 초점을 두었다.

분석 방법으로는 내용 분석(content analysis)과 담론 분석(discourse analysis) 기법을 적용하였다. 팬덤 참여자들의 발화와 행위 기술을 코딩하여 공통 주제와 패턴을 도출하였고, 특히 팬덤 내부 담론에 나타난 핵심 서사(frames)와 감정 표현에 주목하였다. 예컨데 인터뷰 및 게시물에서 “우리는 ○○을 지킨다”, “○○에 대한 사랑/분노”와 같이 반복된 문구들을 범주화하여 팬덤 서사의 구성 요소를 분석했다. 또한 팬덤 행동의 단계별 전개를 과정 추적(process tracing) 기법으로 재구성하였다. BTS 아미의 BLM 모금 캠페인을 사례로 들면, K팝 아티스트의 발화 → 팬덤 내 공감대 형성 → 해시태그 제안 → 참여 확산 및 언론 주목 → 결과 도출의 흐름을 단계적으로 정리하고, 각 단계에서 관찰된 메커니즘(예: 알고리즘 활용, 미 확산, 플랫폼 협력)을 기록하였다. 정치 팬덤 사례들도 유사한 방식으로, 형성 배경 → 동원 전술 → 영향과 귀결의 순서로 서술하면서 그 내재 논리를 해석하였다.

마지막으로, 전체 사례 분석의 결과를 비교 연구 관점에서 통합하였다. 제6장에서 문화적 팬덤과 정치 팬덤을 비교할 때, 앞서 설정한 이론적 관점 – 정치적 효과, 네트워크 구조, 감정 동원 방식 – 을 축으로 삼아 두 현상의 공통점과 차이를 도출하였다. 이를 통해 본 연구는 개별 사례를 넘어서는 일반화된 시사점을 도출하고자 한다. 팬덤 기반 참여의 민주주의적 함의에 대한 종합적인 평가와 더불어, 향후 이 현상을 어떻게 받아들여야 할지에 대한 정책적·사회적 제언을 제7장에서 제시한다.

---

28) 총 1,000건(아미 250건, 노사모, 박사모, 문팬, 개딸, 위드후니 각 150건)에 대한 텍스트 기반 내용 분석(키워드 빈도 및 네트워크 분석 등)

## 제4장 K팝 팬덤의 참여문화와 사회적 영향

### 4.1 K팝 팬덤 액티비즘 사례분석

이 장에서는 K팝 팬덤이 어떻게 참여문화로 진화하여 사회적 영향력을 발휘하는지를 분석하기 위해, 대표적 사례로 BTS의 팬덤 아미를 깊이 있게 살펴본다. BTS 아미는 지구촌 곳곳에 분포한 수많은 팬들로 이루어진 거대 네트워크형 공동체로, 이들은 음악적 지원을 넘어 사회 운동적 행동까지 펼치며 “팬 액티비즘”의 새 지평을 보여주었다. 아래에서는 BTS 아미의 조직 구조와 온라인 활동 양상을 개괄한 후, 이들이 주도한 주요 사회·정치 참여 사례들을 시간 순으로 분석한다.

#### 4.1.1 BTS 팬덤 ‘아미’의 구조와 온라인 활동

BTS 아미의 기본 조직 단위는 온라인 팬 커뮤니티이다. 공식 플랫폼(위버스)과 X(트위터), 인스타그램, 유튜브 등 다양한 플랫폼에서 아미들은 서로 연결되어 있다. 특히 X(트위터)는 아미 활동의 중심 무대라 할 수 있는데, BTS 관련 소식을 실시간으로 공유하고 전 세계 팬들과 소통하는 창구 역할을 한다. 아미는 해시태그 운동을 조직화하는 데 매우 능숙하여, 컴백 시기에는 신곡이나 앨범명을 해시태그로 트렌드 최상위에 올리고, 아이돌 생일이나 기념일에도 전 세계 팬들이 동일 해시태그로 축하 메시지를 올리는 식이다. 이러한 해시태그 파도타기는 아미 팬덤의 뛰어난 협업 능력을 보여준다. 한편 아미 내부에는 자생적으로 형성된 소규모 프로젝트 팀들이 존재한다. 예를 들어 팬들이 주도하는 번역팀, 스트리밍 총공팀, 기부캠페인 기획팀 등이 있으며, 각 팀은 자체 SNS 계정을 통해 활동을 조직하고 회원들을 모집한다. 이렇듯 자발적 분화 조직과 전체 커뮤니티의 느슨한 연계로 이루어진 네트워크 구조는, 팬덤이 필요에 따라 빠르게 움직일 수 있는 유연성을 부여한다. 공식적으로 위계적 리더십이 존재하지 않지만, 팔로워 수가 많은 팬 계정 또는 오랫동안 활동한 핵심 멤버들이 인플루언서로 기능하면서 실질적인 의견 조율자 역할을 하기도 한다. 아미는 모두가 리더이자 추종자로 활동하며, 누군가 좋은 아이디어를 내면 자연스럽게 다 같이 움직이는 협업 문화를 보인다. 이는 연결행동의 이론에서 말하는 중앙 조직 없는 분산형 동원의 전형이라 할 수 있다.

BTS 아미의 온라인 활동 패턴을 요약하면 “열정, 조직, 그리고 창의성” 세 단어로 압축된다. 열정은 이들이 BTS와 음악에 대해 보여주는 헌신에서 드러나며, 조직력은 수십만, 수백만의 팬들이 동일한 목표 아래 일사불란하게 움직이는 모습에서 확인된다. 끝으로 창의성은 팬들이 만들어내는 밈(meme)이나 팬아트, 그리고 기발한 이벤트 기획 등에서 나타난다. 실제로 아미들은 BTS를 홍보하기 위해 각종 밈 문화를 전파하거나, 유튜브 조회수를 높이기 위한 스트리밍 파티를 온라인상에서 개최하는 등 독특한 방식으로 알고리즘에 대응해왔다. 이러한 디지털 전술은 K팝 팬덤이 단순히 플랫폼에 휘둘리는 소비자가 아니라, 플랫폼을 나름대로 학습하고 활용하는

주체임을 보여준다. 예컨대 아미들은 유튜브 조회수 집계를 효율화하기 위해 “1시간에 한 번씩 영상 시청을 중단하고 다른 영상을 본 뒤 돌아오라”는 요령을 공유하며 알고리즘의 패턴을 공략했다. 또한, X(트위터)에서 트렌드 조작 방지 알고리즘을 피하기 위해 철자 변형이나 이모지 활용 등의 전략을 써가며 해시태그 운동을 이어갔다. 이러한 행동 양식은 팬덤이 디지털 환경에서 능동적 행위자로 기능함을 의미하며, 팬덤의 미디어 리터러시 수준이 상당히 높다는 점을 시사한다.

#### 4.1.2 K팝 팬덤의 사회참여 사례

이제 BTS 아미 팬덤이 보여준 주요 사회참여 행동 사례를 살펴보겠다. 앞서 언급한 2020년의 미국 BLM 관련 활동을 비롯하여, K팝 팬덤은 그 전후로도 국내외에서 다양한 사회적 발언과 실천을 전개해왔다. 다음 몇 가지는 본 연구에서 주목한 대표적 사례들이다.

(1) 2020년 미국 흑인인권운동(#BlackLivesMatter) 지원: 2020년 5월 미국에서 흑인 남성 조지 플로이드의 사망을 계기로 BLM 운동이 확산되자, BTS는 같은 해 6월 초 “우리도 인종 차별에 반대한다”는 입장을 표명하며 BLM 단체에 100만 달러를 기부했다. 이에 전 세계 BTS 아미가 즉각 호응하여 “우리 모두 존중받아야 한다(#BlackLivesMatter)”는 해시태그 캠페인을 펼쳤고, 더 나아가 팬 주도로 #MatchAMillion 챌린지를 시작하여 단 하루 만에 BTS 기부액과 동일한 100만 달러를 모금했다. 이는 평범한 팬들이 온라인 조직화를 통해 단 기간에 대규모 기부금을 조성한 사례로, CBS, 타임(Time) 등 유력 외신에서도 “케이팝 팬들이 2020년 정치적 행동주의의 새로운 주체로 등장했다”고 보도하였다.<sup>29)</sup> 아미 팬덤은 이 모금 캠페인을 통해 얻은 재원을 BLM 및 관련 인권단체에 전달함으로써 팬덤 차원의 사회적 연대를 실현하였다. 이 과정에서 아미는 “내가 아미인 것이 자랑스럽다”는 내부 정체성 담론을 공유하며, 선행에 동참한 것에 대한 높은 도덕적 만족감을 표현했다. 이는 팬덤이 공유한 긍정적 감정 프레임(우리는 선한 일을 함께 해냈다)이 구성원을 더욱 결속시키는 계기가 되었다.

(2) 인종차별적 해시태그 대응 및 경찰 앱 교란: 같은 시기 미국의 일부 백인우월주의 계정들이 BLM에 맞서 “#WhiteLivesMatter” 등의 해시태그를 퍼뜨리자, K팝 팬들은 이를 저지하기 위한 독특한 방식의 대응에 나섰다. 수천 명의 팬이 해당 인종차별 해시태그를 단 트윗에 대량의 K팝 아이돌 팬캠 영상과 림 이미지를 리플라이하거나 업로드하여, 결과적으로 그 해시태그를 검색하면 온통 K팝 영상만 나오도록 만든 것이다. 블룸버그 통신에 따르면 단 하루 만에 2만 2천 건 이상의 K팝 팬 영상 게시물이 백인우월주의 해시태그를 도배했고, 이를 통해 해당 해시태그의 본래 의도 노출을 무력화했다고 분석했다.<sup>30)</sup> 또한, 미 달러스 경찰이 시위 참가자 제보를 받기 위해 개설한 모바일 앱에는 K팝 팬들이 대거 몰려가 BTS 등 아이돌 직캠으로 앱 서버를

29) Johnson, Lauren M. "K-pop band BTS explains why they decided to give \$1 million to Black Lives Matter." CNN, 5 Oct, 2020.

30) Culliford, Elizabeth. "TikTok users, K-pop fans say they helped sabotage Trump rally with false registrations."

Reuters, 21 June 2020.

다운시키는 디지털 교란행동을 펼쳤다. 이 역시 전통적 운동 조직과 무관하게 팬들 스스로 계획· 실행한 창의적 저항이었다. 이러한 사례들은 팬덤이 자신들의 디지털 기량과 집단 행동력을 이용하여 사회적 이슈에서 해방의 촉매제(liberation catalysts)로 기능할 수 있음을 보여준다. 특히 직접적인 대결이나 폭력 없이 밤과 유머로 무장한 평화적 교란전술을 구사했다는 점에서, 팬덤 참여의 독특한 문화적 색채가 드러난다.

(3) 2020년 미국 대선 트럼프 유세 참가 저지: 2020년 6월 미국 오클라호마 텔사에서 열릴 예정이던 도널드 트럼프 당시 대통령 후보의 선거 유세집회에서는 예상치를 밑도는 관중이 모여 큰 화제가 되었다. 그 배경에 익명의 K팝 팬들과 틱톡(TikTok) 사용자들이 있었다는 사실이 나중에 밝혀졌다. 온라인상에서 K팝 팬들은 틱톡 유저들과 연대하여 트럼프 유세 예약 페이지에서 수십만 장의 무료 티켓을 가짜로 신청한 후 실제로는 참석하지 않는 “티켓팅 교란” 전략을 펼쳤다.<sup>31)</sup> 트럼프 캠프는 집회 전날까지 수십만 명이 등록했다고 공표했으나, 정작 행사 당일 대규모 결석 사태로 경기장 곳곳이 빈 좌석으로 남았다. 이 사건은 전통 정치 문법 바깥에서 새로운 사이버 게릴라식 참여가 나타난 사례로 평가받았다. 로이터통신은 이 움직임의 주역 중 하나로 K팝 팬들을 지목하며, 이들이 익명성과 숫자의 힘으로 기존 정치 이벤트의 효과를 좌절시켰다고 보도했다.<sup>32)</sup> K팝 팬들은 공식적인 정치 조직과는 전혀 무관하게 밤 커뮤니티 감각으로 이러한 행동에 동참했는데, 이는 팬덤 네트워크가 스스로를 하나의 정치 행위자로 전환시킨 극적인 예라 할 수 있으며, 팬덤 참여가 갖는 자발성과 예측 불가성을 응변 해준다.

(4) 사회공헌 및 자선활동: K팝 팬덤 액티비즘은 위와 같은 저항적·반체제적 행동만을 의미하지 않는다. 팬들은 자신들이 속한 지역사회에서 긍정적 변화를 만들어내는 선행 활동에도 적극 참여해왔다. BTS 아미의 경우, 현혈 캠페인, 환경 보호 운동, 아동 권리 옹호 등 다양한 공익 분야에서 팬덤 차원의 프로젝트를 전개해왔다. 예를 들어 한국 아미들은 2019년부터 대한적십자사와 협력하여 정기적인 단체 현혈 행사를 진행했고, BTS 멤버들의 생일이나 데뷔일 등을 기념하여 취약계층을 위한 모금액을 전달하는 전통을 만들어왔다. 또 다른 사례로 2021년에는 X (트위터)에서 #KpopForPlanet 태그 아래 수십 개국 K팝 팬들이 연합하여 기후변화 대응을 촉구하는 글로벌 캠페인을 벌였다. 팬들은 각국 언어로 “기후위기에 관심을”이라는 메시지를 아이돌 사진과 함께 전파하고, 관련 청원에 서명하도록 독려했다. 이렇듯 팬덤은 자신들이 중요하게 여기는 가치를 실현하기 위해 자선과 사회 봉사의 주체로 나서기도 한다. 이러한 행동은 정치적 중립성을 유지하면서도 사회적 책임을 다하려는 팬덤의 시민의식을 보여준다. 또한, 아이돌의 선한 영향력에 영감을 받아 “아티스트가 받은 사랑을 사회에 환원한다”는 팬덤 신조가

31) Culliford, Elizabeth. “TikTok users, K-pop fans say they helped sabotage Trump rally with false registrations.” Reuters, 21 June 2020.

32) Haasch, Palmer. “K-pop stans flooded the #WhiteLivesMatter hashtag on Twitter and Instagram with fancams and memes.” Business Insider, 3 June 2020.

자리잡고 있음을 엿볼 수 있다. 실제로 여러 팬들은 “○○(아이돌 이름)가 우리에게 가르쳐준 사랑과 나눔을 실천하고 싶었다”고 밝히며 봉사활동에 참여했고, 언론에서는 “선한 영향력, 세상을 바꾸는 ○○ 팬클럽”과 같은 헤드라인으로 이들의 행보를 조명했다.<sup>33)</sup>

위의 사례분석을 통해 확인할 수 있듯이, K팝 팬덤 – 특히 BTS 아미 – 은 다층적 참여자로 기능하고 있다. 이들은 한편으로는 음악 산업의 소비자이자 홍보자 역할을 하면서, 동시에 자신들의 네트워크와 열정을 활용해 사회적 행위자로 발돋움하였다. 팬덤 내부에서는 여전히 아이돌에 대한 애정과 같은 문화적 동기가 중심이지만, 그 에너지가 팬덤 경계 밖의 세계로 흘러나와 다양한 형태의 사회참여로 구현되고 있는 것이다. 이러한 현상을 두고 학계에서는 팬덤 공동체가 지닌 문화자본(cultural capital)과 조직역량이 새로운 시민사회 자원으로 전환되는 사례로 평가하기도 한다.<sup>34)</sup> K팝 팬덤이 한편에서는 기존 권력담론에 도전하는 대항문화(counterculture)의 성격을 띠면서도, 다른 한편으로는 공익적 프로젝트를 수행하는 참여 시민(engaged citizen)의 얼굴을 함께 지닌다는 점은 주목할 만하다.

#### 4.1.3 팬덤 액티비즘의 동인과 영향

BTS 아미 사례를 중심으로 살펴본 K팝 팬덤 액티비즘의 동인(動因)을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 팬덤 내부의 윤리의식과 가치 공유이다. 많은 팬들이 “우리의 아이돌이 전한 메시지를 사회적으로 실천한다”는 의식을 갖고 있었다. BTS의 음악과 멤버들이 꾸준히 전개해온 ‘Love Myself’ 캠페인, UN 연설 등에서 표방된 가치들(‘자신을 사랑하라’, ‘청년 세대의 목소리를 내라’ 등)이 팬덤에게 행동 촉구 신호로 작용했다. 이는 팬덤이 아이돌을 단순히 소비하는 데서 그치지 않고, 아이돌과 팬이 공유하는 가치 공동체로 인식함을 의미한다. 둘째, 강력한 연대감과 소속감이다. 대규모 팬덤에 속한 구성원들은 서로를 전우(comrade)나 가족처럼 느끼며, 함께 무엇인가 해냈을 때 커다란 만족과 긍지를 얻는다. 앞서 아미들이 BLM 모금에 성공한 후 “우리 아미 정말 대단하다”는 자부심을 표출한 것은 이러한 심리를 보여준다. 팬덤은 구성원 각자에게 집단적 효능감(collective efficacy)을 심어주어, 개별적으로는 엄두내지 못할 일도 함께이면 가능하다는 믿음을 갖게 한다. 셋째, 디지털 플랫폼 활용 능력이다. 팬덤은 이미 음악 활동 지원 과정에서 터득한 온라인 조직화 기술을 사회참여에도 응용한다. 해시태그 트렌드 장악, 온라인 청원 동원, 데이터베이스화된 연락망 등 팬덤의 기술적 능숙함이 목표 달성을 크게 기여한다. 이는 젊은 세대의 특유한 디지털 시민성이 팬덤을 매개로 발현되는 양상이라 할 수 있다. 마지막으로, 팬덤 문화의 놀이적 요소이다. 진지한 정치 단체와 달리 팬덤은 기본적으로 놀이 공동체의 성격을 지니기에, 참여 행위 자체를 즐겁게 만들어낸다. 가령 X(트위터)에서 믿을 활용한 해시태그 대응전은 팬들에게는 놀이이자 연대 경험이었다. 이처럼 “신나니까 한다”는 분위기가 팬덤 액티비즘의 중요한 원동력 중 하나였다.

33) Savillo, Lia. 「'선한 영향력' 세상을 바꾸는 방탄소년단 팬클럽 '아미'」. VICE 코리아, 2020년 10월 21일.

34) Bruner, Raisa. “How K-Pop Fans Actually Work as a Force for Political Activism in 2020.” Time, 25 July 2020.

팬덤 액티비즘이 야기한 사회적 영향은 긍정적 측면과 한계가 공존하는데 긍정적 요소는 다음과 같다.

- ① 새로운 주체의 등장: 기존 시민사회나 정당 조직과 별개로 등장한 팬덤 집단이 사회운동의 스펙트럼을 넓혔다. 청년과 여성 등 상대적으로 정치장에서 소외되어온 집단이 팬덤이라는 익숙한 공간을 통해 정치적 목소리를 낸 점은, 민주주의 참여의 저변 확대라는 의의를 지닌다.
- ② 담론 지형의 변화: 팬덤이 참여한 이슈에서는 대중문화적 상상력이 가미된 창의적 담론이 형성되었다. 앞서 사례들에서 보듯, 해시태그 캠페인이나 공연형 집회 등은 전통 시위 문화와 다른 신선함으로 미디어의 관심을 끌었고, 이는 해당 이슈에 대한 일반 대중의 흥미와 이해를 높이는 효과를 냈다. 실제로 일부 언론은 K팝 팬들의 참여를 “문화와 사회운동의 융합”으로 평가하며 긍정적 보도를 내놓았다.
- ③ 사회공헌 증대: 팬덤이 조직적인 기부와 봉사에 나서면서 추가적인 공익 자원을 만들어냈다. 이는 순수히 시민사회 차원에서 환영할 만한 성과로, 어려움을 겪는 이웃이나 단체에 실질적 도움이 되었다. 나아가 국제 무대에서도 K팝 팬덤의 선행은 한류의 이미지를 제고하며 문화 외교의 역할까지 수행하고 있다는 평가도 있다.<sup>35)</sup>

반면 다음과 같은 한계와 부정적 측면도 있다.

- ① 지속가능성의 문제: 팬덤 액티비즘은 대체로 이벤트성으로 일어나는 경향이 있어, 일회적 캠페인 이후 장기적 변화로 이어지는 연결고리가 약한 경우가 많다. 예컨대 BLM 모금 이후 아미의 지속적 인종차별 철폐 활동이 조직화되지는 못했다. 이는 팬덤 참여가 정규 시민단체처럼 상설 조직화되지 않은 탓에 발생하는 한계이다.
- ② 과잉 행동의 위험: 팬덤의 열정이 지나칠 경우, 집단 극화(group polarization) 현상으로 비이성적 행위가 나올 수 있다. 실제 몇몇 사례에서 일부 팬들이 선을 넘는 행동(예: 상대 진영 인사에 대한 악성 댓글 테러나 개인정보 폭로 등)을 벌여 사회적 비판을 받았다. 이러한 일탈은 팬덤 전체의 이미지를 훼손하고, 오히려 여론의 역반응을 초래할 위험이 있다.
- ③ 정치권의 도구화 우려: 팬덤의 영향력이 커지자 정치 엘리트들이 이를 선동하거나 이용하려는 움직임도 감지된다. 정치인이 팬카페에 직접 글을 올리거나 팬덤 인기 인플루언서를 등에 업고 세력을 과시하는 경우, 자발적 참여라기보다 포퓰리즘적 동원으로 변질될 소지가 있다. 이는 순수한 팬덤 시민참여가 권력정치의 논리에 흡수되는 결과를 낳아, 팬덤 액티비즘의 본래 자율성을 약화시킬 수 있다.

35) Savillo, Lia. 「'선한 영향력' 세상을 바꾸는 방탄소년단 팬클럽 '아미'」. VICE 코리아, 2020년 10월 21일.

종합하면, K팝 팬덤 액티비즘은 디지털 시대 새롭게 부상한 이중적 현상이라 할 수 있다. 한편으로는 그동안 정치 밖에 머물던 이들이 즐거움과 열정을 원동력 삼아 사회에 참여할 수 있는 창구를 열었다는 점에서 민주주의 발전에 기여한다. 다른 한편으로는 그 열정이 때로 과열과 충돌로 이어질 위험을 내포한다. 이러한 양면성에 대한 심층 평가는 제6장에서 정치 팬덤 사례와 비교하는 가운데 논의할 것이다.

## 제5장 팬덤 정치의 사례와 쟁점: 한국의 정치 팬덤 분석

### 5.1 한국 정치 팬덤의 형성과 전개

앞 장에서 K팝 팬덤의 문화적 참여양상을 살펴보았다면, 본 장에서는 대한민국 정치권에서 나타난 팬덤 정치 현상을 분석한다. 한국의 정치 팬덤은 2000년대 초 등장한 노사모로부터 시작해 지난 20여 년간 꾸준히 진화해왔다. 여기서는 시대순을 따라 대표적 사례들을 조망하고, 각 사례의 특징과 쟁점을 파악한다.

#### 5.1.1 노사모: 정치인 팬덤의 효시

노사모(노무현을 사랑하는 사람들의 모임)는 대한민국 최초의 정치인 팬클럽으로 평가된다. 2000년 4월 인터넷 팬카페로 결성된 노사모는, 지역주의 타파를 외치며 부산 지역에 출마한 고(故) 노무현 전 대통령을 자발적으로 응원한 네티즌 모임에서 출발했다.<sup>36)</sup> 명계남, 문성근 등의 문화예술인들도 참여한 이 모임은 빠르게 세를 불려 초기 회원수만 수만 명에 달했고, 오프라인에서도 전국 단위의 모임을 조직하는 등 큰 영향력을 발휘했다. 노사모는 2002년 새천년민주당 대선후보 경선에서 노무현 돌풍을 일으키는 데 혁혁한 공을 세웠으며, 결국 노무현 후보의 본선 승리에도 기여했다는 평가를 받는다. 노사모의 등장은 기존 정치문법과 다른 열정적 지지자 커뮤니티의 등장이었다. 참여 민주주의에 대한 열망과 “바보 노무현”이라는 별명에 담긴 순박한 이미지가 결합되어, 노사모는 팬덤 정치의 서막을 열었다. 다만 노사모는 노무현 정부 집권 후에는 비판적 지지의 입장을 취해, 한·미 FTA나 이라크 파병 등 노무현 대통령의 정책에 반대 목소리를 내기도 했다. 2019년 노사모는 공식 해산을 선언하며 그 운영자산을 노무현재단에 기부했고, 역사 속으로 사라졌다. 노사모는 “참여 민주주의의 희망”과 “팬덤 정치의 그림자”를 동시에 보여준 선구적 사례였다. 긍정적으로는 평범한 시민들이 스스로 조직화하여 정치 변혁을 이끈 점을 높이 살 수 있으나, 부정적으로는 이후 등장하는 다른 정치 팬덤의 전례가 되어 극단적 지지 양상을 정당화하는 빌미가 되었다는 지적도 있다.

#### 5.1.2 박사모와 태극기 부대: 보수 정치 팬덤의 결집과 극단화

노사모의 등장은 진보 진영에 팬덤 문화가 최초로 뿌리내린 사건이었지만, 머지않아 보수 진영에서도 유사한 팬덤 결집 현상이 나타났다. 그 대표가 박사모(박근혜를 사랑하는 모임)이다. 박사모는 2004년 한나라당 의원이던 박근혜 전 대통령의 지지자들이 결성한 팬카페로 시작되었다. 초창기부터 회원 수가 5만 명을 넘고 전국에 지역 지부를 둘 정도로 규모가 컸으며, 50~60대 보수층을 중심으로 빠르게 성장했다. 박정희 전 대통령의 딸이라는 혈통적 상징성, 그리고 보수정당 내 유력 주자로 부상한 박근혜의 인기가 맞물리면서, 박사모는 향수와 충성심에 기반한 강력한 팬덤으로 자리잡았다. 조직 구조 면에서 박사모는 노사모와 달리 회장단과 지부장

36) 신진환. 「창립 20주년 기획-백투더퓨처①: '노사모'부터 '재명이네'까지… 팬덤 정치 20년」. 더팩트, 2022년 10월 12일.

체계를 갖춘 상명하달식 전통 조직 색채를 띠었다. 이는 해당 팬덤의 주축 세대가 인터넷 활용에 익숙하지 않은 장년층이어서, 전화망과 오프라인 모임을 통한 동원이 주를 이루었기 때문이다. 2007년 한나라당 경선 당시에는 이명박 지지층(MB연대)과 박근혜 지지층(박사모) 사이에 격렬한 경쟁과 비방전이 벌어져, 양측 팬덤이 극적으로 상호 비방 중단 선언을 하기도 한 일화가 있다. 이 에피소드는 박근혜 팬덤이 애초부터 당내 권력다툼의 연장선에서 등장했음을 보여준다. 2012년 대선에서 박근혜 후보가 당선되는 데에도 박사모의 조직적 지원이 일정 기여를 했다는 평가가 있으나, 일각에서는 박근혜 자체가 당 조직 기반과 보수층 지지를 이미 탄탄히 확보하고 있었기에 박사모의 효과는 결정적이지 않았다는 분석도 제기한다.<sup>37)</sup>

박사모 팬덤의 역사적 함의는 2016~17년 탄핵 정국에서 극명히 드러났다. 박근혜 대통령에 대한 국회 탄핵소추 가결과 헌법재판소 심판으로 이어지는 상황에서, 박사모 회원들은 거리로 뛰쳐나와 이른바 “태극기 집회”를 주도하며 박근혜 지키기에 나섰다. 촛불집회로 상징되는 탄핵 찬성 여론에 맞서, 태극기와 성조기를 들고 광장에 모인 이들은 박근혜 탄핵 무효를 외치며 극렬한 저항을 펼쳤다. 이들은 집회 현장에서 “태블릿 PC 조작설” 등 각종 음모론을 신봉하고 확산시켰으며, 일부 집회에서는 경찰과의 충돌로 사망자가 발생하는 등 폭력 사태도 빚어졌다. 결국 2017년 3월 헌재가 박 대통령 탄핵을 인용하면서 이들의 노력은 물거품이 되었으나, 박사모는 이 사건을 통해 보수 진영의 정서적 구심점이자 위기 시 결집 플랫폼으로 기능했음을 보여주었다. 이후 박 대통령이 파면·수감되자 박사모는 와해된 듯 보였으나, 상당수 회원은 태극기 부대 내 다른 단체로 이동하거나 유튜브 등 대안 플랫폼으로 활동 무대를 옮겼다.

이들의 정체성 서사는 박근혜를 단순 정치인이 아닌 “우리 공주님”으로 이상화하고, 자신들을 “충신”으로 자리매김하며 과거 권위주의 시대의 충절 코드를 재현했다. 또한, 박근혜의 비극적 가족사와 독신의 삶을 “희생된 영애”의 서사로 소비하면서 연민과 분노를 증폭시켰다. “절대로 물러서지 말자”는 결연한 구호나, “태블릿 조작설” 같은 음모론은 이 팬덤의 애증(愛憎)의 감정 프레임을 극단으로 몰고 갔다. 이러한 감정 동원은 지지자들에게는 자신들이 역사적 사명을 띤 투사라는 열광을 안겨주었으나, 결과적으로 사회적으로는 증오와 폭력이라는 부작용을 낳았다. 박사모 사례는 팬덤 정치가 열광적 종교와 쉽게 닮아갈 수 있고, 민주주의 질서를 위협하는 광신성을 띠 위험이 있음을 경고한 셈이다.<sup>38)</sup>

### 5.1.3 문팬/문파: 온라인 조직과 콘크리트 지지층

진보 진영에서도 2012년 이후 문재인 전 대통령 팬덤이 본격화되었다. 참여정부 시절 형성된 초기 팬모임 “문사모”를 시초로 하여, 2017년 대선을 전후해 수많은 문재인 지지 팬카페와 SNS 모임이 생겨났다. 이들은 스스로를 “문팬” 또는 “문파”로 불렸는데, 대표적인 온라인

37) 신진환. 「창립 20주년 기획-백투더퓨처①: '노사모'부터 '재명이네'까지… 팬덤 정치 20년」. 더팩트, 2022년 10월 12일.

38) Ibid.

커뮤니티로 “문덕당”, “달빛기사단”, “문꿀오소리” 등이 있었다. 문재인 팬덤은 박근혜 정부 말의 정권교체 열망과 맞물려 급성장했으며, 2017년 더불어민주당 경선과 본선에서 큰 영향력을 행사했다. 경선 당시 문 후보의 온라인 열성 지지층은 경쟁 후보였던 이재명, 안희정 지지층을 압도하며 경선 승리를 견인했고, 대선 본선에서도 팬덤이 자원봉사와 온라인 여론전에 적극 참여하여 당선을 도왔다. 문재인 대통령 취임 후 이들은 정권 초부터 콘크리트 지지층으로서 국정운영에 대한 강력한 방패막이 역할을 수행했다. 예컨대 각종 여론조사에서 문 대통령은 임기 말기까지도 40% 후반의 견고한 지지율을 유지했는데, 이러한 레임덕 없는 인기의 배경에는 조직화된 팬덤의 뒷받침이 있었다는 분석이 나온다. 실제로 문 대통령 재임 중 주요 국정 이슈가 터질 때마다 문파 지지자들은 SNS와 댓글 창에서 일사분란하게 대통령을 옹호하고 반대 진영을 비판함으로써, “여론 전투”를 벌이는 모습을 보였다.<sup>39)</sup>

문재인 팬덤의 특징은 온라인 공간을 효율적으로 활용했다는 점이다. 2000년대의 노사모나 박사모 세대와 달리, 2010년대의 문팬은 30~40대가 주축이라 디지털 매체에 능숙했다. 이들은 X(트위터), 페이스북, 유튜브 댓글 등 다양한 플랫폼에서 동시다발 여론전을 전개했고, 카카오톡 오픈채팅방이나 인터넷 커뮤니티를 통해 정보를 실시간 공유했다. 이를테면 문파 지지자들은 X(트위터)에 매일 아침 특정 해시태그를 정해 “좋은 아침입니다 #문재인대통령님사랑합니다” 등 대통령 지지글을 올리는 캠페인을 전개했고, 보수 성향 기사에 조직적으로 댓글 추천을 누르거나 반박 댓글을 다는 여론몰이를 펼치기도 했다. 한편으로 문재인 팬덤도 오프라인 활동이 존재했는데, 자발적 모금으로 신문 광고를 싣거나, 지방 일정 시 팬카페 회원들이 환영 인파를 조직하는 등의 모습이 나타났다. 하지만 무엇보다 핵심 무대는 온라인 플랫폼이었으며, 특히 2017년 이후에는 유튜브가 문파 팬덤의 새로운 소통 창구로 부상했다. 많은 친문 성향 “유튜버”들이 등장하여 매일 친여 성향 콘텐츠를 생산했고, 문팬 지지자들은 이 채널들을 구독·시청하며 지지 네트워크를 형성했다. 이는 보수 진영 태극기 부대가 유튜브로 결집한 것과 마찬가지로, 진보 진영 팬덤도 1인 미디어 생태계를 적극 활용하게 되었음을 보여준다.<sup>40)</sup>

문재인 팬덤은 열광적 지지로 긍정적 측면을 낳기도 했지만, 동시에 많은 부작용 논란도 불렸다. 긍정적으로는 과거 진보 진영의 약점으로 지적되던 느슨한 결집력이 팬덤을 통해 강화되면서, 진보 세력이 지속적인 지지 기반을 확보하는 효과를 얻었다. 또 팬덤이 주도한 정치 콘텐츠의 대중화(임, 유머 사용)는 젊은 층의 정치 관심을 높이는 데 기여했다는 평가도 있다. 그러나 부정적으로는 문팬들의 과격한 언행이 문제가 되었다. 이들은 같은 민주당 내에서조차 자신들과 견해가 다른 인사를 “수박”(겉은 파란 민주당이지만 속은 딴사람이라는 비유)으로 낙인찍고 집단 공격하는 행태를 보였다. 실제 2021~22년 민주당 내 경선 국면에서 문파 일각이 이낙연 계열 등을 향해 조직적 비난을 퍼붓고, “문심(문재인 의중)에 반하면 기만두지 않겠다”는 식의 경고를

39) 신진환. 「창립 20주년 기획-백투더퓨처①: '노사모'부터 '재명이네'까지… 팬덤 정치 20년」. 더팩트, 2022년 10월 12일.

40) Ibid.

보내 논란이 됐다. 또한, 일부 팬덤은 정부 비판 언론인이나 지식인을 블랙리스트로 만들어 공격하거나, 각종 음모론에 맞서다 과잉 대응하는 모습을 보였다. 이는 문재인 정부 후반기에 들어 문팬에 대한 일반 국민 여론이 부정적으로 변하는 요인이 되었다. 예컨대 2022년 대선 패배 후 민주당 내부에서 “팬덤 정치와 선을 그어야 한다”는 성찰이 나온 것처럼, 문재인 팬덤에 대해서도 당 안팎에서 반성이 제기되었다.<sup>41)</sup> 그럼에도 문재인 팬덤은 한국 정치사에 유례없이 강력한 온라인 지지층을 구축한 사례로 남았다. 이들은 자신들을 “검찰개혁 촛불의 파수꾼”, “민주주의 수호자” 등으로 정체화하며 정치적 정당성을 주장했고, 실제로 검찰개혁 법안 통과 등 국정 현안에 압력 단체처럼 작용하기도 했다.<sup>42)</sup> 문재인 팬덤은 민주화 이후 진보 진영 정치 팬덤의 완성형이라 할 만하며, 이는 이후 이재명 팬덤으로 또 다른 양태를 보이게 된다.

#### 5.1.4 개딸과 위드후니: 젊은 세대 팬덤 정치의 부상

2022년 대선을 전후하여 새롭게 부상한 팬덤 정치 현상은 이재명 당시 더불어민주당 대표의 팬덤, 일명 “개딸”과 이에 대응한 보수 진영의 한동훈 당시 법무부장관 팬덤 “위드후니”다. 개딸은 “개혁의 딸”의 준말로, 주로 20대 이상 여성들로 구성된 이재명 지지층을 일컫는 별칭이다.<sup>43)</sup> 이들은 2021년 국민의힘 이준석 대표 등장 이후 격화된 젠더 갈등 국면에서, 비교적 젊은 여성들의 정치세력화 흐름 속에 등장했다. 보수 정치인들의 이대남 구애와 여성 혐오 담론에 반발한 2030 여성 유권자들이 2022년 대선 막판 이재명 후보에게 결집하여 예상 밖의 접전 상황을 만들었다는 분석이 나왔다. 비록 대선에서는 이재명 후보가 석패하였으나, 이후 이재명 지지층은 선거 직후 곧바로 네이버 팬카페 ‘재명이네 마을’을 개설하고 팬덤을 본격 조직화했다. 이 팬카페는 개설 일주일 만에 회원 수 10만 명을 돌파하며 돌풍을 일으켰고, 이후 권리당원 대규모 입당 운동을 주도하여 약 16만 명의 신규 입당 러시를 만들어냈다. 이 중 상당수가 20~30대 여성들이었던 것으로 알려져, 민주당 당내 세력 지형에 큰 변화가 일어났다. 개딸의 등장은 민주당 내부에서 논쟁을 촉발했다. 일각에서는 “새로운 직접 민주주의의 가능성”으로 평가하며 환영했지만, 다른 한편에서는 팬덤식 충성 경쟁이 당내 계파 갈등을 부추길 우려를 표했다. 실제로 2023년 초 이재명 대표의 사법리스크와 관련해 당내에서 신중론이 제기되자, 개딸 일부가 이를 “수박 색출” 운운하며 반대파 의원들에 문자폭탄을 보내 논란이 되었다. “반란표 색출” 등의 표현이 언론에 오르내리며 민주당 지도부가 곤욕을 치렀고, 이 사건은 정치 팬덤의 맹목적 충성이 지난 부정적 면을 단적으로 보여주었다.<sup>44)</sup>

개딸 팬덤은 전통적인 민주당 지지층과 달리 20~30대 여성이라는 점에서 주목된다. 이들은 인터넷 커뮤니티 문화에 익숙하고, 기존 진보운동권과는 다른 펜덤 문화 코드를 가지고 있다. “재명아빠”를 외치며 이재명을 친근한 아버지 캐릭터로 부르는 등의 독특한 언어 감각, 그리고

41) 성한용. 「개딸·양아들 텃에 졌다? 정치 팬덤은 죄가 없다」. 한겨레, 2022년 6월 19일.

42) 이용호 「팬덤 정치, 네트워크 포퓰리즘인가? 참여의 확장인가?: 한국의 팬덤 정치 시례를 중심으로」. 정치커뮤니케이션연구, no. 72, 2024, pp. 5-48.

43) 노석조, 신지인. 「개딸의, 개딸에 의한, 개딸을 위한 민주당 [정치 인사이드]」. 조선일보, 2025년 9월 15일.

44) 박정연. 「여성 표심에 '되치기' 당한 이준석의 '젠더 갈라치기'」. 프레시안, 2022년 3월 11일.

팬카페 가입인사로 “OO동 개딸입니다”라고 자기소개를 하는 등, 아이돌 팬카페와 다를 바 없는 분위기가 형성되었다. 이들은 정치인 이재명을 현실의 지도자라기보다 서사적 영웅으로 소비하는 경향이 있고, 특히 이준석 등이 촉발한 남녀갈등 구도에서 자신들을 피해자-투사로 인식하면서 더욱 강한 결집력을 발휘했다. 한편 개딸 팬덤은 SNS와 유튜브에서도 활발히 활동하며, 각종 정치 이슈에 빠르게 반응하는 실시간 여론군을 형성했다. 예를 들어 2022년 6월 지방선거 참패 직후, 개딸 팬들은 X(트위터)에서 “민주당은 왜 쪘는지 성찰하라”는 해시태그 운동을 벌이며 당 지도부를 압박했고, 실제로 그 직후 민주당 비대위가 팬덤 만남을 의식한 행보를 보이기도 했다. 이는 팬덤이 제도권 정당의 의사결정에도 영향력을 행사할 수 있음을 보여준 장면이다.<sup>45)</sup>

한편 보수 진영에서도 새로운 형태의 팬덤이 나타났으니, 바로 한동훈 전 국민의힘 대표 팬덤이다. 윤석열 전 대통령 집권 후 여권 내 차기 정치 스타로 부상한 한동훈은 세련된 말투와 강경한 대야(對野) 자세로 보수층의 지지를 얻었다. 특히 2030 젊은 남성층과 4050 여성층 사이에서 기존 보수 정치인들과는 다른 “아이돌급 인기”를 누리게 되었다. 온라인상에는 한동훈을 지지하는 팬카페와 SNS 계정들이 다수 생겨났고, 그의 일거수일투족을 추종하는 팬들이 등장했다. 심지어 일각에서는 한동훈을 가리켜 “보수진영의 BTS”라는 농담 섞인 별칭을 부르기도 했다. 이러한 현상은 과거 보수층에서 보기 드물었던 팬클럽형 지지문화로서, 보수 정치문화의 세대교체와 변화 가능성을 보여주는 지표로 해석됐다. 한동훈 팬덤은 아직 거대한 조직으로 발전한 것은 아니나, 온라인 여론조사나 정치기사 댓글 등에서 상당한 결집력을 과시하고 있다. 이들은 중도 성향의 커뮤니티와 유튜브 채널을 통해 한동훈을 차기 리더로 밀어야 한다는 담론을 형성하고 있으며, 당내 권력 투쟁 구도에도 영향을 미치고 있다는 분석이 있다. 실제로 2024년 국민의힘 전당대회 등에서 한동훈 팬덤과 기존 지지층 간의 미묘한 신경전이 언급되기도 했다. 이러한 보수 팬덤의 신진 흐름은 정치 팬덤이 보수-진보를 막론하고 보편적 현상이 되었음을 보여준다.<sup>46)</sup>

종합하면, 한국 정치 팬덤의 역사는 노사모로 시작해 박사모, 문파, 개딸, 위드후니 등으로 계보를 이어왔다. 이들 사례들의 공통 배경으로는 ① 기성 정치질서에 대한 도전과 변화 욕구, ② 카리스마적 인물에 투영된 집단 심리, ③ 디지털 매체 발달로 인한 새로운 연결환경을 들 수 있다. 다만 팬덤의 표출 양상은 시대와 진영에 따라 각기 달랐다. 노사모와 박사모가 오프라인 모임과 포털 카페를 기반으로 했다면, 문파와 개딸은 SNS와 유튜브를 주무대로 삼았다. 또한, 박사모에게 충성과 향수의 서사가 있었다면, 개딸은 젠더 반발심과 개혁 열망을 동인으로 삼았다. 즉 팬덤이라는 형식은 같을지라도 내용과 맥락은 상이한 것이다. 이러한 차이와 맥락에 대한 심층 비교는 다음 장에서 이루어진다.

45) 임주형. 「‘재명아빠’ 지키려 모인 ‘개딸’들…이재명 ‘팬덤 정치’ 시동 거나」. 아시아경제, 2022년 3월 21일.

46) 이성진, 이한나. 「소프트파워로 2030 여성 흡수…한동훈 팬덤,尹과 차이점은」. 주간조선, 2024년 1월 14일.

## 5.2 정치 팬덤 내부 담론과 행동 전술

본 절에서는 상기한 정치 팬덤 사례들의 내부 담론과 행동 전술을 구체적으로 들여다본다. 팬덤 정치의 작동 방식을 이해하기 위해, 각 팬덤이 어떠한 서사(narrative)를 공유하고, 어떤 동원 방식을 사용했는지 비교한다.

우선 노사모의 담론은 “새 시대의 정치혁신”이라는 낭만적 서사였다. 노사모 회원들은 스스로를 구시대 기득권에 맞서 깨끗한 정치를 실현하는 주역으로 여겼고, 노무현을 “민주주의를 업그레이드할 희망”으로 신격화했다. 노사모 게시판에는 “우리가 만든 대통령”이라는 자부심과 함께 도덕적 청렴성을 강조하는 담론이 주류를 이뤘다. 행동 전술 면에서 노사모는 자발적 선거운동이 핵심이었다. 이들은 조직적으로 2002년 경선과 본선을 지원하며, 거리 유세 참석, 온라인 토론실 방어, 소액모금 등 다양한 전술을 구사했다.<sup>47)</sup>

박사모는 위에서 살핀 바와 같이 충성과 향수의 서사가 두드러졌다. 내부에서는 박근혜를 “공주님”으로 부르며 절대적 충성 맹세를 공유했고, 박정희 시대의 향수를 바탕으로 “우리가 지키지 않으면 대한민국이 무너진다”는 일종의 위기 신화를 유포했다. 행동 전술로는 집단 동원과 물리적 결집이 특징적이었다. 버스를 대절해 전국 각지에서 지지자들을 유세장에 모으거나, 태극기 집회처럼 대규모 거리 시위를 주도하는 등 전통적인 조직 동원 방식을 최대한 활용했다. 또한, 전화망을 통해 지시를 전파하고, 친목 모임을 통해 충성심을 다지는 등 오프라인 네트워크를 적극 가동했다. 온라인 활동은 상대적으로 미약했으나, 2016년 이후 유튜브 플랫폼을 빠르게 습득하여 그들만의 유튜브 생태계를 형성하기도 했다. 이들은 음모론과 선동 프레임을 전술적으로 사용했는데, 탄핵 국면에서 “태블릿 조작설”, “빨갱이들의 음모” 등의 프레임을 반복 제기하여 지지층 결속을 다지는 효과를 노렸다. 극단적 상황에서는 폭력도 불사한다는 것을 보여주었는데, 이는 팬덤 정치가 선을 넘을 경우 어떤 위험을 초래하는지 보여준 사례다.<sup>48)</sup>

문재인 팬덤(문파)의 내부 담론은 “우리 이니 하고 싶은 거 다 해”라는 유명한 유행어로 요약된다. 이 말에서 엿볼 수 있듯, 문파는 문재인 대통령에 대한 무조건적 신뢰와 위임의 태도를 취했다. 팬들은 문 대통령을 “역대 최고의 지도자”로 칭송하며 어떤 결정을 하든 지지한다는 입장을 폈다. 동시에 이들은 자신들을 “촛불혁명의 수호자”로 인식했다. 2016년 촛불집회의 성과로 탄생한 정권인 만큼, 문재인 정부를 실패하게 놔두면 안 된다는 사명감이 강했다. “우리가 지켜야 성공한다”는 담론이 문파 온라인 공간에서 빈번히 나왔다. 행동 전술 측면에서 문파는 온라인 여론전의 달인이었다. 특히 X(트위터)와 페이스북에서 해시태그 캠페인(#문재인대통령응원, #기짜뉴스규탄 등)을 자주 벌였고, 유튜브에서는 친문 성향 채널 영상을 단체로 시청하고 퍼나르며

47) 장우영. 「노사모(盧사모)」. 한국민족문화대백과사전. 한국학중앙연구원.

48) 조유빈, 조해수. 「[단독] 태극기집회 버스임대료 11억원 사용… 2월에만 700여대」. 시사저널, 2017년 4월 19일.

알고리즘 부스트를 시도했다. 또한 “좌표 찍기”라는 은어가 있었는데, 영향력 있는 친문 SNS 계정이 공격 대상 게시물이나 기사에 링크(좌표)를 공유하면 다수의 문파 지지자들이 몰려가 댓글이나 비주천을 다는 행위를 일컫는다. 이러한 방식으로 문파는 온라인 공간에서 자신들과 반하는 목소리를 억누르고 여론 흐름을 유리하게 만들고자 했다. 예를 들어 2019년 조국 법무부장관 사태 때, 친문 성향 X(트위터) 이용자들이 #조국수호 해시태그를 트렌드에 올리고, 조국 비판 기사를 쓴 기자들의 실명을 거론하며 항의 댓글을 다는 식의 집단행동을 펼쳤다. 그 결과 일부 기자들은 사이버 불링을 호소하기도 했다. 문파 팬덤의 또 다른 전술은 권리당원 전략이다. 팬덤 구성원들이 대거 정당에 입당하여 당내 투표에 영향력을 행사하는 것이다. 문파는 민주당 권리당원에 집단 가입함으로써 당대표 및 경선 선거에서 자신들의 입맛에 맞는 결과를 유도하려 했고, 실제로 2018년 전당대회 등에서 친문 후보들이 강세를 보이는 데 일조했다는 평가가 있다. 이처럼 문파는 정당 내부로 침투하여 영향력을 발휘하는 새로운 형태의 팬덤 정치 전술을 보여주었다. 그러나 이러한 팬덤의 당 개입은 역으로 당내 반발과 분열도 야기하여, 친문-비문 계파 갈등을 격화시키는 부작용도 낳았다.<sup>49)</sup>

이재명 팬덤(개딸)의 담론과 전술은 문파와 겹치는 부분도 있으나, 몇 가지 고유한 요소가 있다. 개딸 팬덤은 앞서 언급했듯 2030 여성들의 정체성 정치가 핵심 동인이다. 내부 담론을 보면, 개딸 팬들은 자신들을 “정치 혁신의 딸들” 혹은 “이재명 보호자” 등으로 칭하며, 이재명 대표에 대한 강한 가족적 애착과 동시에 자신들이 정치를 바꾸는 주체라는 자의식을 표출한다. 온라인 팬카페 “재명이네”에는 이재명을 “재명爸爸(아빠)”로 호칭하며 친밀감을 드러내는 글들이 많은데, 이는 일종의 팬덤 유대 언어라 볼 수 있다. 동시에 개딸들은 페미니즘과는 결을 달리하면서도 여성으로서 받은 차별에 대한 반감, 이준석류의 조롱에 대한 분노를 공유하고 있다. “우리가 정치를 바꿔서 보여주자”는 각오를 담은 글들이 자주 목격된다. 행동 전술 측면에서 개딸들 역시 문파처럼 온라인 전술을 적극 활용한다. 차이가 있다면, 개딸은 X(트위터)보다 팬카페와 인스타그램, 개별 채팅방 등을 더 선호한다는 점이다. 또한, 2022년 대선 이후 이재명 대표가 각종 수사로 어려움에 처하자, 개딸 팬들은 국회 앞 1인 시위, 지방순회 응원전 등 오프라인 활동에도 나섰다. 특히 이재명 체포동의안 국회 표결을 앞둔 2023년 2~3월에는 개딸들이 민주당사 앞에서 “이재명 지켜내자” 집회를 열고 의원들에게 문자와 전화를 쏟아부으며 압박한 일이 있었다. 이 과정에서 “수박 색출”과 같은 과격한 표현과 행위가 문제가 되었는데, 개딸 내부에서는 이것이 정당하다는 의견과 지나쳤다는 성찰이 엇갈렸다. 전술적으로 보면, 개딸은 문파의 권리당원 전략을 그대로 답습하여 민주당내 최대 계파로 부상하는 데 성공했지만, 그로 인해 팬덤 대 비팬덤의 당내 갈등이 폭발하는 부메랑도 경험했다. 이재명 대표가 대통령으로 취임한 현재 시점에서 개딸 팬덤은 진화의 기로에 서 있다고 할 수 있다. 향후 더욱 성숙한 정치참여 집단으로 발전할지, 아니면 내부 폐쇄성에 갇혀 극단화할지에 대한 평가는 유보적이나 후자의 가능성성이 높아 보인다.<sup>50)</sup>

49) 박희원, 김광일, 김기용, 「'가족 욕에 멘붕'…與 뒤흔든 '문파' 문자폭탄」, 노컷뉴스, 2021년 4월 22일.

한동훈 팬덤은 아직 형성 단계에 있어 담론이나 전술이 정형화되지는 않았다. 다만 관찰되는 바, 한동훈 팬들은 온라인에서 한동훈의 일상이나 발언을 “팬캠” 찍듯 공유하고 친양하는 모습을 보인다. 유튜브에는 벌써부터 한동훈 연설이나 국회 답변 영상 클립들이 조회수 수십만을 기록하며 인기를 끌고, 댓글창에는 “한동훈 대통령 가자”, “형이 왜 거기서 나와” 같은 농담 섞인 응원글이 넘친다. 이는 2030 젊은 팬덤 특유의 럼 문화가 정치인 지지에 적용된 사례라 할 수 있다. 또한, 팬들은 포털사이트 댓글에서 한동훈을 비판하는 글을 보면 이를 일일이 반박하거나, 온라인 커뮤니티에서 결집 행동을 보이고 있다. 네이버 팬카페 ‘워드후니’와 온라인 커뮤니티 ‘한컷’이 팬덤 아지트로 기능하고 있다. 한동훈 팬덤이 흥미로운 점은, 기존 보수층의 연령대를 상당히 낮추어 40~50대 여성까지 끌어들였다는 것이다. 과거 박사모 주축이 50~60대 남녀 혼합이었다면, 한동훈 팬덤은 온라인에 익숙한 40대 이상 여성들이 열성인 점이 새로운 특징이다. 이들은 한동훈의 외모와 말솜씨에 열광하며 “덕질”의 마음으로 정치뉴스를 소비한다. 향후 한동훈 팬덤이 더욱 조직화되고 규모가 커질 경우, 보수 진영도 아이돌 팬클럽에 벼금가는 체계를 갖출 가능성이 있다. 다만 이는 전통적 보수 지지층과 경쟁 구도를 만들 수도 있기에, 향후 보수 팬덤 내부의 세대교체 갈등으로 이어질 여지도 있다.<sup>51)</sup> 또한, 한동훈 팬덤 역시 앞서 언급한 정치인 팬덤들의 부정적 요소(신격화, 배타성 등)를 담습하는 측면이 있어 향후 어떤 형태로 진화할지 지켜볼 필요가 있다.

[표 1] 정치인 팬덤별 비교분석

팬덤	공유 서사·정체성	온라인 전술	오프라인 전술	조직화·네트워크	위험요인·부작용
노사모	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ “새 시대의 정치혁신” 낭만적 서사</li> <li>▶ 구시대 기득권에 맞선 ‘깨끗한 정치 주역 자기규정’</li> <li>▶ 노무현은 “민주주의 업그레이드 희망”</li> <li>▶ “우리가 만든 대통령” 자부심 도덕성 강조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 게시판 중심 담론 형성결속</li> <li>▶ 온라인 토론실 방어</li> <li>▶ 소액 모금</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 자발적 선거운동</li> <li>▶ 2002년 대선 경선·본선 거리 유세 참여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 자발적 지지자 네트워크</li> <li>▶ 분권형 동원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 지도자 신격화에 따른 비판 수용성 저하</li> </ul>
박사모	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 충성·향수의 서사</li> <li>▶ 박근혜를 ‘공주님’으로 칭하며 절대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 초기 미약</li> <li>▶ 2016년 이후 유튜브 빠른 습득으로 유튜브 생태계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 버스 대절 전국 동원</li> <li>▶ 태극기 집회 등 대규모 거리 시위 주도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 전통적 오프라인 조직동원 능력 강함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 과격 동원·폭력 위험</li> <li>▶ 음모론 확산</li> </ul>

50) 택지영, 신주영. 「‘2030 개혁의 땔’서 ‘강성 팬덤’ 오명까지…개딸이 말하는 ‘개딸’」. 경향신문, 2023년 4월 4일.

51) 신현보. 「“꺄악, 무슨 god 온 줄”… 한동훈, 4050 여심 사로잡았다 [신현보의 딥데이터]」. 한국경제, 2024년 7월 27일.

	<p>충성 공유 ▶“우리가 지키지 않으면 나라가 무 너 진 다” 위기 신화</p>	<p>안착 ▶“태블릿 조작설”, “빨갱이 음모” 등 음모론선동 프레임</p>	<p>▶전화망 지시·친목 모임</p>		
문팬/문파	<p>▶“우리 아니하고 싶은 거 다 해” 무조건적 신뢰·위임 ▶스스로를 ‘촛불혁명 수호자’로 규정 ▶“우리가 지켜야 성공한다” 담론</p>	<p>▶해시태그 캠페인 ▶친문 유튜브 알고리즘 부스트 (단체시청·파나르기) ▶‘좌표 찍기’로 댓글·비주천 총동원 ▶2019년 조국 수호 트렌딩, 기자 실명 거론 항의</p>	<p>▶온라인 중심 ▶가시적 오프라인 전술 제한적</p>	<p>▶권리당원으로 당내 투표 영향 ▶2018년 민주당 전당대회 친문 강세</p>	<p>▶사이버 불링 논란 ▶당내 계파 갈등 격화</p>
개딸	<p>▶2030 여성 정체성 정치 ▶“정치 혁신의 딸들”, “이재명 보호자” ▶팬카페 ‘재명이네 마을’ ‘재명 爹爹 (파파)’ 호칭 ▶차별 경험조롱 (이준석류)에 대한 분노</p>	<p>▶팬카페·인스타그램·개별 채팅방 선호 ▶온라인 결집·전파</p>	<p>▶국회 앞 1인 시위 ▶지방순회 응원전 ▶2023년 2-3월 민주당사 앞 집회 ▶의원 대상 문자 전화 압박</p>	<p>▶권리당원 전략 ▶민주당 내 최대 계파로 부상(반발 확대 병존)</p>	<p>▶과격 표현·배제로 역풍 ▶당내 갈등 폭발 위험/성숙한 참여로의 갈림길</p>
위드후니	<p>▶일상빌언 ‘팬캠’ 소비·찬양 ▶유튜브 클립 수십만 조회 ▶“한동훈 대통령 가자”, “형이 왜 거기서 나와” 등 온라인 맴(meme) ▶온라인 친화적 40-50대 여성 비중 높음</p>	<p>▶연설답변 클립 공유·확산 ▶포털 댓글 반박 ▶커뮤니티 결집·호출</p>	<p>▶유세·북토크 등 공개행사 응원 참여 형식의 아이돌 팬클럽형 체계</p>	<p>▶온라인 조직 중심의 아이돌 팬클럽형 체계</p>	<p>▶보수 진영 내부 세대·지지층 경쟁 가능성 ▶정치인 팬덤의 부정적 요소 담습</p>

이상에서 살펴본 팬덤 정치 사례들의 담론과 전술 분석을 통해, 팬덤 정치는 문화적 팬덤과 마찬가지로 자신만의 언어와 활동 방식을 발전시켜왔음을 알 수 있다. 이제 다음 장에서는 문화 팬덤과 정치 팬덤의 비교를 통해, 이 둘이 어떻게 닮았고 어떻게 다른지, 그리고 상호 어떤 함의를 지니는지 논의할 것이다.

## 제6장 팬덤 참여의 비교분석 및 함의

### 6.1 문화적 팬덤 vs. 정치적 팬덤

본 장에서는 앞서 제4장에서 다른 K팝 팬덤 액티비즘과 제5장에서 살펴본 한국 정치 팬덤을 비교함으로써, 팬덤 기반 참여의 전반적 함의를 도출한다. 두 영역의 사례는 모두 대중문화적 팬덤이 사회·정치 참여에 접합되는 문화정치적 교차 지대를 보여주지만, 그 맥락과 양상에서 뚜렷한 차이를 지닌다. 비교 분석을 위해 다음 세 가지 관점을 중심으로 공통점과 차이점을 정리한다: (1) 정치적 효과, (2) 네트워크 구조, (3) 감정 동원 방식

(1) 정치적 효과: K팝 팬덤 액티비즘과 정치 팬덤 참여가 실제로 정치 과정에 미친 영향에는 차이가 있다. K팝 팬덤 액티비즘의 경우, 그것이 가시적으로 드러난 정치적 효과는 대체로 간접적이고 상징적인 수준에 머문다. 예컨대 2020년 미국 트럼프 유세 방해나 BLM 지지 캠페인은 사회운동 측면에서는 분명 의미 있었으나, 제도 정치의 결과를 직접 바꿨다고 보기는 어렵다. 한편 K팝 팬덤의 활동은 초당파적인 경향이 강하다. 다시 말해 특정 정당이나 기존 정치세력에 얹매이지 않고 사안별로 움직였기에, 전통 정치 구도에 직접 개입하지는 않았다. 이에 비해 정치 팬덤은 명시적으로 제도권 정치를 겨냥하고 있기 때문에 직접적 효과가 나타난다. 노사모가 대통령을 당선시킨 사례, 개딸 팬덤이 민주당 당권에 영향력을 행사한 사례 등은 정치 팬덤이 실제 정치 권력을 형성하거나 유지하는 데 관여했음을 보여준다.

이러한 직접 효과는 긍정과 부정 양면으로 평가된다. 긍정적으로는 팬덤 정치가 대의 민주주의의 대표성 위기를 보완하고 정당 내부 민주주의를 활성화한 측면이 있다는 주장도 있다. 반면 부정적으로는 팬덤 정치가 엘리트 정치인에게 과도한 개인숭배 권력을 실어주어, 정당 정치의 정상적 기능을 왜곡한다는 비판도 제기된다. 예컨대 문재인 정부 말기 높은 지지율이 차기 선거 패배로 이어진 점이나, 윤석열 정부 때 한동훈 팬덤의 부상이 당내 분란을 야기한 점 등은, 리더십이 팬덤에 과도 의존할 경우의 위험성을 드러낸다. 결국 한국 민주주의에 대한 팬덤 정치의 순효과(net effect)가 무엇인지는 일률적으로 단정하기 어렵고, 그것은 상황과 조건에 따라 달라진다. 다만 분명한 것은 팬덤 정치의 영향력 무시 불가라는 현실이다. 더 이상 정당과 정치인들은 열성 팬덤의 존재를 외면할 수 없게 되었고, 이는 향후 정치 과정에서 공식 정치와 비공식 팬덤 간 관계 재정립이 중요한 과제로 떠올랐음을 의미한다.<sup>52)</sup>

(2) 네트워크 구조: 문화 팬덤과 정치 팬덤 모두 디지털 시대의 산물로서 네트워크화된 참여를 보이고 있으나, 그 구조에는 미묘한 차이가 있다. K팝 팬덤 액티비즘은 전형적인 연결행동

52) Park, Han Woo, and Lee, Yeon-ok. "The Korean Presidential Election of 2007: Five Years on from the 'Internet Election'", Journal of Contemporary Eastern Asia, vol. 7, no. 1, 2008, pp. 1-4.

구조를 갖는다. 중앙 지도부나 고정된 위계 없이, 팬들이 자율적으로 제안하고 자발적으로 참여하는 루즈(loose) 네트워크다. BTS 아미의 BLM 모금이나 K팝 팬들의 해시태그 대응전 모두 각각의 개인이 자신의 위치에서 행동하되, 해시태그나 플랫폼 알고리즘을 매개로 결집 효과를 내는 방식이었다. 이러한 분산형 조직의 장점은 유연성과 빠른 대응이다. 누구나 이슈를 제기할 수 있고, 다수가 동의하면 즉각 행동으로 이어진다. 그러나 단점으로는 책임소재의 불분명과 통제의 곤란이 있다. 잘못된 정보가 퍼지거나 과격 행동이 나타나도 이를 제어할 공식 리더십이 없다는 점이다. 반면 정치 팬덤의 네트워크 구조는 부분적으로 연결행동의 특성을 가지면서도, 동시에 반(半)조직화된 성격을 띤다. 예를 들어 문재인 팬덤에서는 공식 조직은 없지만, 비공식 영향력자들이 존재했다. X(트위터)에서 수만 팔로워를 지닌 친문 유저들이 날마다 프레임을 설정하고 “좌표”를 찍으면, 다수의 일반 지지자들이 거기에 호응하여 행동하는 식이었다. 즉 겉으로는 조직이 없는 것처럼 보여도, 실질적으로는 비공식 리더십이 작동한 셈이다. 이러한 구조는 개딸 팬덤 등에서도 유사하게 나타난다. 팬카페 운영자나 인기 유튜버 등이 허브(hub) 역할을 하며 지지자 네트워크를 이끈다.

정치 팬덤의 이 같은 네트워크 허브 의존성은 팬덤 내부 결속을 강화하지만, 동시에 파벌화와 책임 회피의 위험을 낳는다. 특히 허브 인플루언서들이 과격 노선을 취할 경우 팬덤 전체가 따라가거나, 반대로 허브들 간 분쟁이 생길 경우 팬덤이 분열되기도 한다. 최근 민주당 내 친명 유튜버들 사이의 알력 다툼 등이 한 사례이다. 한편 여야 막론하고 정치 팬덤은 점차 플랫폼 친화적으로 진화하여, 앞서 본 것처럼 양측 모두 유튜브·틱톡 등의 1인 미디어를 동원한 팬덤 네트워크를 구축했다. 이는 중앙집중적 조직 없이도 대중 동원이 가능한 공통된 구조적 특성이다. 플랫폼 알고리즘이 관심사와 관계망을 기반으로 사람들을 연결해주고, 해시태그·추천시스템 등이 온라인 필터 버블(filter bubble)<sup>53)</sup>을 형성함으로써, 팬덤화된 여론 동원이 가능해진 것이다. 다시 말해, 팬 액티비즘과 팬덤 정치는 모두 인터넷 시대에 나타난 네트워크형 참여문화의 산물이라고 할 수 있다. 다만 정치 팬덤은 느슨한 연결망 속에서도 정치 권력을 추구한다는 점에서, 완전한 연결행동보다는 일부 집합행동의 요소를 병합한 혼종(hybrid)에 가깝다.<sup>54)</sup>

(3) 감정 동원 방식: 팬덤 참여에서 감정(emotion)은 핵심적인 추진력임을 앞서 논의하였다. 그러나 문화적 팬덤과 정치적 팬덤이 동원하는 감정의 질감과 스펙트럼에는 차이가 있다. K팝 팬덤 액티비즘은 주로 긍정적 감정과 연대의 감정을 활용한다. 아이돌에 대한 사랑, 팬덤 동료들에 대한 우정, 사회적 약자에 대한 연민 등이 팬덤 액티비즘의 연료가 된다. 예를 들어 BTS 아미의 기부 캠페인은 “좋아하는 아티스트가 선행을 보여줬으니 우리도 따르자”는 모범 동기(moral motive)와 “함께하니 뿌듯하다”는 공동체적 긍지가 주된 정서였다. 이러한 감정 프레임은 “즐거운 참여”를 지향하며, 참여자들에게 보람과 행복을 안겨준다. 한편 유희적 분위기도 강하다. 팬들은 해시태그 놀이, 임 생성 등을 통해 재미와 의미를 동시에 추구한다.

53) 인터넷 정보 제공자가 맞춤형 정보를 제공해 이용자가 선별된 정보만 접하게 되는 현상

54) Tufekci, Zeynep. Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest. Yale University Press, 2017.

반대로 정치 팬덤은 애증(愛憎)의 양극 감정 프레임에 크게 의존하는 경향이 있다. 자기가 지지하는 인물에 대해서는 열렬한 사랑과 충성, 반대 진영에 대해서는 극렬한 분노와 증오를 표출한다. 전자는 “○○는 무조건 옳다”는 식의 헌신적 애정, 후자는 “○○를 파멸시켜야 한다”는 식의 적대적 증오로 나타난다. 이러한 감정구조는 정치 팬덤을 전투 모드로 만들며, 구성원들에게는 “우리는 선(善), 적은 악(惡)”이라는 도식 속에서 싸우는 투사 의식을 부여한다. 박사모/태극기 팬덤이 박근혜를 순교자로 여기며 분노를 공유한 것이나, 개딸 팬덤이 이준석 등에게 분개하여 결집한 것 등이 그 예다. 요컨대 문화 팬덤이 “사랑과 연대”의 정서를 기반으로 긍정 에너지를 방출한다면, 정치 팬덤은 “사랑과 증오”라는 양면적 정서를 통해 때로는 파괴적 에너지까지 발산한다. 물론 정치 팬덤에도 긍정적 연대감이 있고, 문화 팬덤에도 경쟁 그룹에 대한 배타적 감정이 없지는 않다. 그러나 정서의 전반적 톤(tone)을 비교하면 양자는 상당한 차이가 난다. 이러한 감정구조의 차이는 결국 팬덤이 사회에서 수행하는 기능의 차이로 이어진다. 팬 액티비즘이 대체로 사회운동적 성격(문제 해결을 위한 긍정 참여)으로 귀결되는 반면, 팬덤 정치는 종종 파당적 동원(factional mobilization)으로 나타난다. 전자는 문화적 열정과 윤리 의식의 접목으로 “즐거운 참여”를 지향하고, 후자는 정치적 충성과 적대감의 결속으로 “열혈 투쟁”을 표방한다고 정리할 수 있다. 이 차이는 궁극적으로 팬덤이 사회에 끼치는 영향의 성격을 좌우하는 핵심 요인이라 하겠다.<sup>55)</sup>

[표 2] 문화적 팬덤 vs. 정치적 팬덤 비교분석

구분	문화적 팬덤	정치적 팬덤
정치적 효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 효과는 주로 간접·상징적</li> <li>▶ 사회운동 의제 확산·여론 환기·기부/캠페인 동원에 기여</li> <li>▶ 초당파적·사안 중심 참여 경향 → 제도정치의 직접 결과 변화는 제한적</li> <li>▶ 사례: 2020년 트럼프 유세 티켓 교란, BLM 지지/모금 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 제도정치 겨냥의 직접 효과 (후보 당선, 당권 경쟁, 공천·정책 압박 등)</li> <li>▶ 대표성 보완·당내 참여 활성화 (긍정) vs 개인숭배·파벌화·정당 기능 왜곡(부정)이 병존</li> <li>▶ 순효과는 맥락·조건 의존적</li> <li>▶ 사례: 노사모의 대선 승리 기여, ‘개딸’의 당권 영향 등</li> </ul>
네트워크 구조	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 전형적 연결행동(connective action)형 ‘루즈’ 네트워크</li> <li>▶ 중앙 지도부 없이 제안·자발 참여, 해시태그/알고리즘을 매개로 급속 결집</li> <li>▶ 장점: 유연성·속도</li> <li>▶ 단점: 책임 불분명, 오정보·과격행동 통제 곤란</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 하이브리드: 연결행동 + 반(半)조직화</li> <li>▶ 공식 조직은 없지만 비공식 허브/인플루언서(유튜버·트위터리안·카페 운영자)가 프레이밍·‘작표’ 제시</li> <li>▶ 허브 의존: 결속 강화 ↔ 파벌화·책임 회피·내분 위험</li> </ul>
감정 동원 방식	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 긍정 정서 중심(사랑·연대·자부심·유희)</li> <li>▶ “아티스트의 선형을 따른다”는 모범 동기 + 해시태그 놀이·밈 등 ‘즐거운 참여’</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 애정/증오의 양극 감정 결합 ('우리 vs 적' 전투 모드)</li> <li>▶ 리더에 대한 헌신 + 상대 진영에 대한 분노가 핵심 동원 자원</li> <li>▶ 때로는 파괴적 에너지로 표출</li> </ul>
공통점	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 대중문화적 참여문화가 사회·정치 영역으로 확장</li> <li>▶ 플랫폼 알고리즘·해시태그 등 디지털</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 여야·진영을 막론하고 1인 미디어(유튜브·틱톡 등) 활용의 플랫폼 친화적 진화</li> </ul>

55) Wahl-Jorgensen, Karin. Emotions, Media and Politics. Polity, 2019.

	인프라 기반의 네트워크형 동원	▶ 중앙집중 조직 없이도 대중 동원이 가능한 구조
차이점	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 목표: 사회운동적·사안 중심</li> <li>▶ 조직: 루즈 네트워크</li> <li>▶ 정서: 긍정·유희성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 목표: 제도권 권력의 획득·유지</li> <li>▶ 조직: 허브 중심 하이브리드</li> <li>▶ 정서: 애증의 양극·전투성</li> </ul>
함의	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 시민성 축적: 낮은 문턱 → 공익 실천</li> <li>▶ 플랫폼·윤리 거버넌스: 팩트체크, 투명성, 안전</li> <li>▶ 트랜스내셔널 공공성: 소프트파워 ↔ 배타성 경계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 당내 민주주의 활성화 가능성과 함께 파벌화·개인숭배 리스크 관리 필요</li> <li>▶ 허브 인플루언서의 책임 규범 정립 및 내부 거버넌스 중요</li> </ul>

이상의 비교를 통해 볼 때, 문화 팬덤과 정치 팬덤 현상은 여러 측면에서 닮은 듯 다르다. 양자 모두 디지털 네트워크를 기반으로 자발성과 참여를 강조한다는 공통점이 있으나, 목표 대상의 성격(문화 vs 정치), 조직화 정도, 감정의 쓰임새 등에서 차이를 보인다. 이러한 공통점과 차이는 팬덤 기반 참여를 포괄적으로 이해하는 이론적 모델 구축에 시사점을 제공한다. 예컨대 개인화된 공유프레임이 조직 없이도 대규모 행동을 가능케 한다는 연결행동 이론의 주장은 두 분야 모두에 적용되며, 본 연구 사례들에서도 확인되었다. 반면 감정의 양극화가 심할수록 공론장이 토론보다 충돌의 공간으로 변질될 위험이 높다는 지적은 정치 팬덤 쪽에서 더 절실히 드러났다. 이는 팬덤 정치 공간에서 집단지성 대신 집단편향이 강화될 수 있음을 뜻하며, 사회 구성원 간 상호 이해를 어렵게 만드는 중대한 문제이다. 다음 절에서는 이러한 비교분석을 토대로, 팬덤 참여가 한국 사회와 민주주의에 주는 함의를 논하고 바람직한 방향을 모색한다.

## 6.2 팬덤 참여의 사회·정치적 함의

문화적 팬덤이든 정치적 팬덤이든, 팬덤 기반 참여는 현대 사회 참여의 중요한 양상으로 자리 잡았다. 본 절에서는 앞서 분석한 내용을 토대로 팬덤 참여의 사회·정치적 함의를 종합적으로 논한다.

첫째로, 팬덤 기반 참여는 참여 민주주의의 지평을 확대했다. 전통적으로 정치에 무관심하거나 소외되었던 계층 – 특히 청년, 여성, 디지털 세대 – 이 팬덤을 통해 목소리를 내고 영향력을 행사하게 되었다는 점은 민주주의의 포용성 증가로 볼 수 있다. BTS 아미의 글로벌 연대도, 개딸 팬덤의 정치 참여도, 그 이면에는 새로운 세대가 자신들의 방식으로 공적 의사결정에 관여하고자 하는 욕구가 자리한다. 이는 기존 제도들이 충분히 포착하지 못했던 다양한 목소리를 공론장에 수면 위로 부상시켰다. 이를 긍정적으로 활용한다면, 정당과 정부는 팬덤 커뮤니티를 정책 파트너로 삼아 청년·시민들의 혁신 아이디어를 수렴할 수도 있을 것이다. 실제로 일부 지방자치단체에서는 K팝 팬들을 지역행사에 초대해 봉사활동을 함께 하거나, 팬덤의 기부활동을 행정이 지원하는 사례도 나타나고 있다. 이러한 시민참여 플랫폼으로서 팬덤의 잠재력은 앞으로 더 모색될 가치가 있다.

둘째로, 팬덤 기반 참여는 공론장과 미디어 환경의 변화를 가져왔다. 팬덤은 디지털 공간에서

집단지성을 발휘하여 때로 전통 미디어의 프레임을 전복하기도 하고, 독자적인 의제를 설정하기도 한다. 2020년 K팝 팬들이 인종차별 해시태그를 압도한 사건은 온라인 공론장의 주도권이 기성 권력에서 디지털 대중으로 이동할 수 있음을 상징적으로 보여주었다. 또한, 팬덤 정치의 문법이 확산되면서, 언론도 팬덤을 하나의 여론 주도 집단으로 인정하고 이를 분석·소개하는 보도를 늘리고 있다. 이를테면 주요 신문이 “팬덤 정치의 명암” 등의 기획기사를 통해 팬덤 현상을 심층 조명하는 것은, 팬덤이 연구와 토론의 대상으로 공식 진입했음을 뜻한다. 그러나 동시에 우려되는 함의는 공론장의 파편화와 여론의 양극화이다. 팬덤들은 자신들만의 플랫폼과 채널에서 소통하다 보니, 서로 다른 팬덤이나 일반 대중과 의견을 교환하는 기회가 줄어들 수 있다.

특히 정치 팬덤의 경우 필터 버블 속에서 상대 진영에 대한 혐오만 키우고 건설적 토론은 이루어지지 않는 현상이 나타난다. 이는 민주사회에서 합의 형성의 어려움과 사회통합의 저해로 이어질 위험이 있다. 한 사회 안에 여러 개의 “팬덤 공동체”가 각자 사실관과 세계관을 달리한 채 공존한다면, 대화 불가능의 장벽이 높아지기 때문이다. 실제로 최근 한국 정치에서 여야 지지층 간 타협은커녕 기본 사실 인식도 동의하지 못하는 경우가 늘고 있는데, 이는 상당 부분 팬덤화 한 정치 담론 탓이라는 지적이 있다. 따라서 공론장의 건강성을 회복하기 위해서는 팬덤 내부에서도 자기성찰과 규범 형성이 필요하다. 팬덤이 자신들만의 진영논리에 갇히지 않고 외부와 교류하며, 혐오와 폭력을 자제하는 윤리적 가이드라인을 발전시켜야 할 것이다.

셋째로, 팬덤 기반 참여는 정치 지도자와 시민 간 관계를 재편하고 있다. 팬덤 정치는 지도자를 “아이돌화”함으로써, 전통적 권위 대신 인기와 매력을 정치적 정당성의 중요한 자원으로 부상시켰다. 이로 인해 정치인은 정책 비전과 성과뿐 아니라 이미지 관리와 팬덤 확보에 신경 쓰는 시대가 되었다. 긍정적으로 보면, 정치인이 국민과 더 직접적이고 친밀하게 소통하려 노력하는 계기가 될 수 있다. 실제로 SNS 팔로워 수 관리나 유튜브 라이브 소통 등이 표준화 되면서, 유권자들은 지도자의 생각과 일상을 보다 가까이 접하게 되었다. 그러나 부정적 측면으로는, 정치인의 포퓰리즘적 유혹이 커졌다라는 점이다. 열성 팬덤의 환심을 사기 위해 선동적 발언이나 극단적 정책을 내놓는 경우가 생길 수 있다.

또한, 팬덤에 기대어 권력을 유지하려다 보면, 비판적 견해를 수용하거나 자기교정 (self-correction) 하는 능력이 저하될 위험이 있다. 지도자가 잘못된 결정을 해도 팬덤이 맹목적으로 옹호해버리면, 오히려 정책 실패를 만회할 기회를 놓칠 수 있다. 요컨대 팬덤 정치에서는 정치적 책임성(accountability)이 흐려질 수 있다는 것이다. 이를 경계하기 위해, “팬덤은 죄가 없고 정치인이 문제”라는 통찰도 새겨볼 만하다. 즉 팬덤 자체를 악마화할 게 아니라, 엘리트 지도자에게 더 큰 공적 책임을 부과하여 팬덤을 건전한 참여 에너지로 방향 지울 책무가 있다는 지적이다. 정치인은 팬덤의 열기를 이용만 할 게 아니라, 그것을 국정 동력으로 전환하고 시민교육의 기회로 삼는 성찰적 리더십이 요구된다.

넷째로, 팬덤 기반 참여는 시민사회 및 공동체 의식에도 영향을 미치고 있다. K팝 팬덤 액티비즘 사례들은 팬덤이 사회적 자본(social capital) 형성에도 이바지할 수 있음을 보여준다. 팬덤 커뮤니티 내의 신뢰와 협력 네트워크가 사회문제 해결에 동원되면서, 참여적 시민의식이 고양되는 측면이 있다. 특히 팬덤을 통해 국제적 연대 경험을 쌓은 젊은 세대는 세계시민의 감각도 향상하게 된다. 예컨대 전 세계 아미들이 인종차별이라는 보편 문제에 함께 대처한 경험은, 이들에게 글로벌 시민성의 학습장이 되었다. 국내적으로도 팬덤들의 잊은 기부와 봉사는 지역 사회에 온정의 손길을 전하며 공동체 유대감을 증진시킨다.

반면 정치 팬덤의 경우, 지나친 파벌화로 오히려 사회적 신뢰 저하를 초래할 수 있다. 서로 다른 팬덤 지지자들 간 불신과 증오가 커지면, 한 사회의 사회적 자본이 약화되어 협력이 어려워진다. 이는 민주사회의 거버넌스에 부정적이다. 또한, 팬덤 내부에서도 맹목적 추종 분위기가 강하면, 내부 민주주의가 실종될 우려가 있다. 팬덤은 수평적 공동체로 보이지만, 때로는 내부에서 다른 목소리를 억압하는 동조압력이 매우 강하다. “우리 ○○님을 비판하는 것은 곧 배신”이라는 식의 문화는 팬덤 내 자유로운 토론과 비판을 위축시키며, 장기적으로 팬덤의 학습 능력을 떨어뜨린다. 이러한 점에서, 팬덤 커뮤니티 스스로 비판적 성찰의 문화를 키워야 한다는 과제가 있다. 앞서 팬덤 내부에서 제기된 “이대로 좋은가”라는 문제제기를 건강하게 받아들이고 토론할 수 있어야 팬덤도 성숙할 수 있다.

마지막으로, 팬덤 기반 참여의 부상은 기존 정치 제도와 운동 방식에 도전과 응답을 요구하고 있다. 정당, 의회, 시민단체 등 전통 조직들은 팬덤 시대에 어떻게 대응할 것인가? 한 가지 방향은 팬덤식 참여의 장점을 수용하여 자신들도 혁신하는 것이다. 정당들은 이미 온라인 당원 플랫폼을 강화하고 있고, 일부 의원들은 팬클럽 아닌 팬클럽을 운영하며 지지자를 관리하기도 한다. 그러나 궁극적으로 정당과 시민사회는 팬덤 현상을 경쟁자가 아닌 동반자로 여겨, 팬덤 에너지를 제도권으로 끌어오는 노력을 해야 한다. 예컨대 당원 교육 프로그램에 팬덤 구성원들을 초청해 정책토론을 연다거나, 시민단체들이 팬덤 커뮤니티와 연대하여 공동 캠페인을 벌이는 등의 구상이 가능하다. 그렇게 함으로써 팬덤의 자발성과 창의성을 제도와 조화시키고, 한편 팬덤에게는 제도의 안정성과 전문성을 전수할 수 있을 것이다. 반대로 아무런 변화 없이 팬덤을 배척하기만 하면, 제도는 점점 대중으로부터 유리되고 팬덤들의 아웃사이더 에너지는 때로 파괴적 방식으로 분출될 수도 있다.

결론적으로, 팬덤 기반 참여는 한국 사회의 필연적 현실이자 잠재적 자산이다. 이를 어떻게 극대화하여 민주주의에 도움이 되게 하고, 동시에 그 부작용을 어떻게 최소화할 것인지는 앞으로의 과제다. 개방성과 포용성, 비판적 성찰과 책임성이라는 키워드가 그 해법의 중심이 될 것이다. 팬덤은 기존 질서를 흔드는 위험한 도전이 아니라, 새로운 참여동력으로 발전할 수 있다는 믿음을 갖고, 사회 각 주체들이 함께 노력해야 한다.

## 제7장 결론

본 연구는 K팝 팬덤의 참여행동과 팬덤 정치의 사회·정치적 함의를 정성분석을 통해 고찰하였다. 제1장에서 연구 배경 및 문제를 제기하고, 2장에서 팬덤과 참여문화 관련 이론적 논의를 정리했으며, 3장에서 연구 설계와 방법을 밝혔다. 4장과 5장에서 각각 문화적 팬덤(특히 BTS 아미)과 정치적 팬덤(노사모, 박사모, 문파, 개딸, 위드후니)의 사례를 심층 분석하였고, 6장에서 양자를 비교하여 함의를 도출하였다. 마지막으로 이 장에서는 연구 결과를 요약하고, 한국 사회에 제기되는 시사점 및 향후 연구 과제를 제안한다.

### 7.1 연구결과 요약

첫째, K팝 팬덤은 디지털 시대에 새로운 사회참여 주체로 부상하였다. BTS 아미 팬덤은 글로벌 차원에서 자발적이고 조직적인 행동을 통해 인종차별 반대 운동 등 긍정적 사회변화를 이끌었으며, 기부와 봉사 등 공익활동에 적극 나서는 사례를 보였다. 이들의 참여는 연결행동 논리에 기반한 것으로, 중앙조직 없이도 해시태그·SNS를 매개로 거대한 행동을 가능케 했다.

둘째, 한국 정치에서 팬덤화 현상은 참여민주주의의 양면성을 드러냈다. 노사모, 문파, 개딸 등 정치 팬덤은 기존 정당정치에 활력을 불어넣고 청년·여성층의 정치관여를 높이는 긍정적 효과가 있었다. 그러나 동시에 팬덤 정치의 과도한 파벌주의와 증오표출은 정치 양극화와 공론장 왜곡이라는 부정적 결과를 초래할 위험이 확인되었다.

셋째, 팬덤 기반 참여의 특징을 비교한 결과, 문화 팬덤과 정치 팬덤 모두 디지털 네트워크와 집단열광을 공유하지만, 감정동원 방식에서 차이가 뚜렷했다. 전자가 주로 연대와 즐거움의 긍정감정 프레임을 활용한다면, 후자는 사랑-증오 양극의 적대적 감정 프레임을 빈번히 동원했다. 이 차이는 팬덤이 사회운동 대안공동체로 기능하느냐, 혹은 정치 파당으로 기능하느냐의 갈림길을 설명해준다.

넷째, 종합적으로 한국 사회에서 팬덤 참여는 젊은 세대의 참여 욕구 표출, 디지털 공론장의 재편, 정치권력과 시민관계의 변화 등의 함의를 지닌다. 팬덤은 기존 제도에 도전함과 동시에 그것을 보완하는 이중적 성격을 띠고 있으며, 이에 대한 대응 여하에 따라 민주주의의 기회와 위협이 결정될 것이다.

## 7.2 시사점 및 정책 제안

팬덤 정치를 한국 민주주의의 맥락에서 어떻게 볼 것인가에 대해 의견이 분분하지만, 팬덤 현상은 일시적 일탈이 아닌 구조적 현실로 인식해야 한다. 참여 욕구가 높고 디지털 활용에 능숙한 시민들이 존재하는 한 팬덤식 정치 참여는 지속될 것이다. 따라서 팬덤 정치를 무조건 억압하거나 폄훼하기보다는 정치 양극화 완화와 디지털 공론장 개선에 도움이 되는 방향으로 건설적으로 견인할 필요가 있다. 이를 위해 본 연구는 세 가지 영역에서 몇 가지 시사점과 구체적인 정책 대안을 제안한다. 특히 정책 제안의 주요 대상은 국회와 정당이며, 해외 선진국의 관련 정책 및 제도 동향을 참고하여 한국 사회에 맞는 실행 방안을 도출하고자 한다.

### ① 정당 및 정치권: 참여 채널 확대와 원칙적 리더십

#### · 당내 민주적 참여 채널 확대

정당은 당원과 지지자들이 제도권 정치에 참여할 공식 통로를 대폭 확대하고 절차를 투명화해야 한다. 지금까지 열성 유권자들은 선거 여론조사나 거리 응원 정도로만 의견을 표출해왔고, 이로 인해 마음에 드는 정치인을 중심으로 장외 팬덤 정치를 형성해온 측면이 있다. 이에 대한 대안으로 정책 수립 과정, 공천 과정 등 핵심 의사결정에 당원의 참여를 제도적으로 보장하면, 장외에서 인물 중심으로 움직이던 팬덤을 정책 중심의 정당 정치로 흡수할 수 있다는 지적이 나온다. 예컨대 온라인 플랫폼을 통한 전당원 투표, 숙의 민주주의 프로그램 도입 등으로 당원이 정책과 공천에 실질적 영향력을 행사하도록 해야 한다. 실제로 영국과 같은 선진국 일부 정당들은 당원 투표를 통해 당 지도부나 공직 후보를 선출하는 등 내부 민주주의를 강화 해왔는데, 이러한 제도들은 팬덤적 충성심을 간전한 당내 참여로 전환시키는 데 기여할 수 있다. 또한, 국회 차원에서도 국민동의청원제와 같은 온라인 참여 창구를 활성화하고, 청원에 따른 공개토론이나 청문회를 정례화하여 팬덤 세력의 목소리를 건설적으로 수렴하는 방안을 고려할 수 있다. 이를 통해 팬덤이 거리에서의 극단적 호소가 아니라 제도권 내 숙의와 협상의 주체로 포섭되도록 유도해야 한다.

#### · 디지털 윤리강령 도입과 책임 있는 리더십

팬덤 정치의 긍정적 측면(풀뿌리 참여)은 살리고 부정적 측면(과격·증오 표현)은 줄이기 위해, 정당 내부의 문화와 행동 규범을 개선해야 한다. 이를 위해 각 정당은 디지털 시대에 부합하는 윤리 강령을 마련하고, 당원과 정치인의 온라인 행태에 대한 원칙적 리더십을 발휘해야 한다. 이미 영국과 네덜란드 등 선진 민주주의 국가에서는 정당 차원의 디지털 행동 강령을 도입한 사례가 있다. 예컨대 영국 노동당은 SNS 상에서 당원이 지켜야 할 행동수칙을 상세히 규정한 소셜미디어 행동강령을 제정하여 온라인상의 괴롭힘, 혐오표현, 가짜뉴스 유포에 연루될 경우

당 차원의 징계를 받도록 하고 있다.<sup>56)</sup> 해당 강령에는 “온라인에서도 오프라인과 동일하게 모든 사람을 존중해야 하며, 인신공격이나 차별·증오 표현은 어떤 형태로도 용납되지 않는다”는 원칙 등을 명시하고 있다.<sup>57)</sup> 네덜란드의 여러 정당들도 선거 기간 동안 온라인 캠페인 행동 수칙을 공동으로 마련하여 허위정보 유포나 인신공격을 자제하는 자율규범을 실행한 바 있다.<sup>58)</sup>

한국도 모든 정당에 보편적으로 통용될 온라인 윤리규범을 정립하여 당원과 정치인의 디지털 행태를 견제할 필요가 있다. 국회 차원에서는 각 당의 자율규범 수립을 촉진하고, 이를 어기는 악성 행위에 대한 징계 근거를 정당법이나 윤리특위 규정으로 마련할 수 있을 것이다. 아울러 당 지도부와 국회의원들은 원칙적 리더십을 보여야 한다. 정치적 이득을 위해 팬덤의 허위조작 정보나 막말을 방지하거나 조장하는 행위를 삼가고, 근거 없는 낭설이나 극단적 언행을 공개적으로 지양하는 용기가 필요하다. 예를 들어 독일 연방하원은 2023년 민주주의 촉진법 (Demokratiefördergesetz) 법안을 발의하여 정부가 증오·극단주의에 대응하고 민주 가치 교육을 지원하도록 하는 절차를 밟고 있는데, 이는 정치권이 민주주의 수호의 원칙을 공적으로 천명한 사례로 평가된다.<sup>59)</sup> 이러한 국내외 사례를 참고하여, 한국 정치권도 팬덤 세력과 대중에게 증오와 가짜뉴스가 아닌 정책과 토론의 중요성을 일관되게 설파해야 한다. 정당 지도자들이 온라인상에서 상대 진영에 대한 조롱이나 적대적 프레임을 자제하고, 대신 사실에 기반한 비판과 품격 있는 경쟁을 보여줄 때 팬덤 문화도 성숙될 수 있다. 요컨대 정당 내부의 윤리적 자기규율 확립과 지도층의 책임 있는 태도가 팬덤 양극화를 완화하는 데 필수적이다. 이는 가짜뉴스 유포나 혐오 조장 등 팬덤의 과격 행위를 정당 내부 규율로 자정하는 효과를 가져올 것이다.

## ② 시민사회와 교육: 팬덤 세대와의 소통 및 미디어 리터러시 강화

### · 팬덤 세대를 포용하는 시민사회 활동

시민단체와 사회운동 진영은 팬덤 문화를 배척하기보다 포용하는 접근이 필요하다. 팬덤에 속한 청년 세대는 강한 참여 의지와 온라인 조직력을 갖추고 있으므로, 이들을 건강한 시민참여로 연결시킬 창구를 마련해야 한다. 예를 들어 NGO와 팬덤 커뮤니티가 협업하여 봉사활동이나 공익 캠페인을 함께 추진하는 방안을 생각해볼 수 있다. 앞서 BTS 아미 분석에서 살펴본 대로 실제로 아이돌 팬클럽이 국내외에서 대규모 모금과 봉사를 실천해 사회에 선한 영향력을 끼치거나, 정치참여 운동에 나선 사례가 있다. 이러한 팬덤의 열정을 공익적 활동으로 전환한다면, 팬덤 세대도 자신의 참여가 사회 개선에 기여한다는 보람을 느끼게 되어 극단적 정치행태에서 멀어질 가능성이 있다. 이를 위해 정부와 지자체는 팬덤 커뮤니티와 연계한 청년 자원봉사 프로그램을 개발하거나, 우수 사례에 대한 포상을 통해 팬덤의 선한 영향력을 장려할 수 있다.

56) Walker, Peter. & Badshah, Nadeem. “Burnley MP Oliver Ryan Suspended by Labour over Messages on WhatsApp Group.” The Guardian, 10 Feb. 2025.

57) The Labour Party (UK). “Complaint Handling Handbook.” Labour.org.uk, 3 July 2025.

58) Nederlandse Gedragsscode Transparantie Online Politieke Advertenties. International IDEA: Netherlands Ministry of the Interior and Kingdom Relations, 2021.

59) Deutschlandfunk. “Streit um das Demokratiefördergesetz.” Deutschlandfunk, 21 Mar. 2024.

또한, 국회는 청년 팬덤 세대의 의견을 수렴하는 청년정책 자문단에 팬덤 커뮤니티 대표를 포함시켜 이들의 에너지를 제도권 정책 논의에 반영할 수도 있다.

시민사회 차원에서는 팬덤 세대와 공통의 사회적 가치를 찾는 캠페인을 전개하여 세대 간, 진영 간의 간극을 줄이는 노력이 필요하다. 예컨대 환경보호, 지역봉사처럼 비교적 이념 갈등이 적은 이슈로 함께 활동하며 연대 경험을 쌓으면, 이후 정치적 견해 차이에도 불구하고 협력의 여지를 확인할 수 있다. 독일 등 유럽에서는 정부가 시민단체들과 함께 민주주의 증진 프로그램 (예: “Live Democracy!”)을 운영하여 청년들의 극단화 예방과 공동체 참여를 지원하고 있는데, 이 프로그램은 다양성 존중과 증오 예방, 시민참여를 주요 목표로 삼고 있어 팬덤 세대 포용에 시사점을 준다.<sup>60)</sup> 한국에서도 시민사회가 팬덤 세대를 민주사회 발전을 위한 동반자로 인식하고 협력할 수 있는 접점을 확대해야 할 것이다.

#### · 팬덤 경험을 활용한 시민교육 및 미디어 리터러시

팬덤 활동을 통해 청년들이 습득한 디지털 소통 기술과 정보 활용 능력을 시민교육 자원으로 연계할 필요가 있다. 팬덤은 온라인상에서 정보 수집, 여론전, 콘텐츠 생산 등을 활발히 전개해왔으며, 이러한 경험은 비판적 시민역량을 기르는 교육과 접목될 수 있다. 예컨대 학교와 시민단체가 협력하여 팬덤 활동 사례를 활용한 디지털 시민교육 콘텐츠를 개발하는 것이다. 이미 우리 교육 당국도 2022년 개정 교육과정에 미디어 리터러시를 포함한 시민성 교육을 도입하여 학교에서 가르치기 시작했다.<sup>61)</sup> 이 교육에서는 단순히 가짜뉴스를 판별하는 법뿐 아니라 온라인상의 혐오와 차별을 인식하고 대응하는 법까지 다루어져야 한다는 지적이 있다. 실제 “메시지의 진위를 판단하기 이전에 그 메시지에 담긴 혐오적 요소를 파악하는 것이 중요하다”는 전문가 조언처럼, 팬덤 문화 속 혐오표현에 대응하려면 반차별 관점의 미디어 교육이 전제되어야 한다. 이를 위해 학교 시민교육 시간에 팬덤 사례 토론을 도입해 본인의 미디어 소비와 행태를 성찰하도록 하고, 온라인 커뮤니티에서 발생하는 갈등 사례를 분석하며 혐오와 차별의 문제점을 학습하는 프로그램을 운영할 수 있다. 또한, 정부 차원에서 청소년 대상 디지털 리터러시 캠페인을 추진하고, 주요 SNS 플랫폼과 협력하여 올바른 정보확인 방법, 댓글 토론 매너 등을 확산시키는 공익광고를 진행할 필요가 있다.

해외 동향을 보면, 미국의 28개 주에서 이미 유치원 및 초중고에 미디어 리터러시 교육을 도입하거나 관련 법안을 추진하는 등 정책적 노력을 기울이고 있으며, 연방정부에서도 2023년 교육부에 미디어 리터러시 교육 지원을 위한 자료 개발과 모범 사례 확산을 주문한 바 있다.<sup>62)</sup> 영국에서도 의회 보고서를 통해 “미디어 리터러시 부족이 사회통합을 위협하고

60) Federal Ministry for Family Affairs, Senior Citizens, Women and Youth (Germany). Promoting Democracy. Shaping Diversity. Preventing Extremism. “Live Democracy!”. Germany: BMFSFJ, Nov. 2023.

61) 교육부. 「교육부 고시 제2022-33호. 초중등학교 교육과정 총론 및 각론 고시」. 2022년 12월 22일.

62) Bailey, Lindsey. "Media Literacy Education in the United States: The Current State of K-12 Media Literacy", Population Education, January 23, 2025.

민주주의를 훈들고 있으므로, 국가 차원의 전략적 대응이 시급”하다는 권고가 나왔다. 이 보고서는 영국 정부가 미디어 리터러시를 국가 교육과정에 체계적으로 포함시키고, 성인 대상 평생교육 과정과 연계할 것을 촉구하고 있다.<sup>63)</sup> 독일은 오랫동안 정치교육연방센터(BpB) 등을 통해 시민교육과 미디어 교육을 지원해왔고, 민주시민 교육 프로그램에 안정적 재원을 투입하고 있다.<sup>64)</sup> 한국도 이같이 정부 차원의 미디어 리터러시 종합대책을 수립하여 교육부-방송통신위원회-시민단체가 협력하는 거버넌스를 구축하고, 학교 정규교육에서의 미디어 리터러시 강화는 물론 성인 시민을 대상으로 한 온·오프라인 교육 프로그램도 확충해야 한다. 특히 팬덤 세대를 위한 맞춤형 프로그램(예: ‘팬덤 리터러시 캠프’, ‘온라인 커뮤니티 토론 워크숍’)을 개발하여 즐기는 문화와 학습을 접목할 필요가 있다. 이러한 교육 노력은 팬덤 구성원들이 스스로 잘못된 정보와 혐오표현을 걸러낼 수 있는 비판적 사고력을 기르는 데 기여할 것이다.

#### · 팬덤 커뮤니티 내 숙의문화 조성과 자정능력 지원

외부의 일방적 통제보다 팬덤 내부에서의 자율적 정화 능력을 키우는 지원이 중요하다. 현재 많은 팬덤 커뮤니티는 이분법적 편 가르기와 다른 의견에 대한 배척 분위기가 강해 민주주의의 다원성에 반한다는 비판을 받고 있다. 이를 개선하려면 팬덤 구성원 간 건설적 토론문화를 조성하고 다양한 목소리를 수용하는 훈련을 제공해야 한다. 예를 들어 학교 동아리나 지역 청년 모임에서 팬덤 이슈에 대한 모의토론을 개최하고, 서로 다른 아이들을 지지하는 청년들이 교차로 팀을 이루어 상대 입장에 변론해보는 토론 워크숍 등을 시도할 수 있다. 또 국회나 지방의회 차원에서 팬덤 정치에 대한 공개 포럼을 열고 팬덤 대표와 정치권, 전문가가 한자리에 모여 숙의적 대화를 나누는 장을 정기적으로 마련하면, 팬덤 참여자들이 공식적 논의 과정을 체험하면서 관용과 타협의 가치를 배울 수 있다.

해외 사례를 보면, 캐나다와 프랑스 등 일부 민주주의 국가에서는 시민배심원단이나 시민토론회를 통해 일반 시민들이 사회쟁점을 숙의하도록 지원하고 있으며, 이런 과정에 다양한 배경의 사람들이 참여함으로써 상호 이해가 증진되고 극단적 인식이 완화되는 효과가 있었다는 연구가 있다.<sup>65)66)</sup> 한국에서도 학교 및 시민단체가 협력하여 팬덤 세대 대상 토론 워크숍(예: ‘팬덤과 민주주의’ 공개토론회)을 개최하고, 정부는 여기에 재정 지원을 할 수 있다. 나아가 온라인 커뮤니티별 자체 모니터링·토론 장려 프로그램을 도입하도록 유도할 필요가 있다. 예컨대 팬카페나 팬덤 게시판에 다양한 의견 환영 정책을 표명하고, 모범 토론 사례를 공유하면 이를 통해 참여자들의 인식이 서서히 변할 수 있다. 플랫폼 기업과 협력하여 커뮤니티 내 건전토론 가이드를 배포하고, 악성 댓글이나 허위정보를 걸러내는 AI 봇을 팬덤 커뮤니티에 제공하는 것도

63) UK Parliament Communications and Digital Committee. “Failure to Prioritise Media Literacy in the UK Presents a Risk to Social Cohesion and Democracy.” UK Parliament News, 25 Jul. 2025.

64) European Commission/EACEA. National Policies/Germany, “5.7 Learning to participate through formal, non-formal and informal learning.”, eacea.ec.europa.eu, updated 25 Jan. 2024.

65) Morden, Michael. “Canada Can Prove It’s a Leader in Deliberative Democracy.” Policy Options, 27 Nov. 2020.

66) Labrador, Galván A., et al. “Empowerment and Disempowerment in Climate Assemblies: A Qualitative Study of the French Citizens’ Convention for the Climate.” Environmental Politics, vol. 33, no. 2, 2024, pp. 235-255.

고려할 만하다. 이러한 내부 자정 노력은 궁극적으로 팬덤 정치가 감정적 충돌이 아닌 숙의와 관용의 문화로 성숙하는 데 기여할 것이다.

### ③ 미디어와 플랫폼: 건강한 디지털 공론장 조성과 책임 있는 보도

#### · 플랫폼 알고리즘의 투명성·중립성 제고

팬덤이 주로 활동하는 소셜미디어 플랫폼은 오늘날 여론 형성에 막대한 영향력을 지니므로 일정 부분 사회적 책임을 져야 한다. 우선, 추천 알고리즘의 투명성과 중립성을 강화하여 극단적 콘텐츠의 과도한 확산을 방지해야 한다. 현재 주요 플랫폼의 알고리즘은 자극적이고 편향된 게시물을 우선 노출시켜 분노와 혐오의 확산을 증폭시키고 있다는 비판을 받는다. 이에 대해 플랫폼 기업들은 알고리즘 작동 원리와 데이터 활용 방식 등을 외부에 설명하고, 특정 성향 콘텐츠만 편중 추천하지 않도록 알고리즘을 조정하는 방안을 마련해야 한다. 예컨대 사용자에게 다양한 관점의 정보가 노출되도록 알고리즘을 튜닝하면 팬덤 내 확증편향과 집단 극화의 위험을 줄일 수 있을 것이다. 입법적 조치도 병행되어야 한다.

유럽연합은 2022년 제정된 디지털서비스법(DSA)을 통해 거대 플랫폼들에게 추천 알고리즘의 작동 방식 공개와 이용자 선택권 보장을 의무화하였다. 이에 따라 유튜브, 페이스북 등은 자신의 알고리즘이 어떤 원리로 게시물을 노출하는지 이용자에게 밝혀야 하며, 이용자가 프로필 기반 맞춤추천이 아닌 순 시간순(chronological) 피드 등을 선택할 권리를 부여받고 있다. 또한, DSA는 거대 플랫폼에 대해 사회적 위험에 대한 영향평가를 정기적으로 실시하고 개선책을 시행하도록 의무화하여, 알고리즘으로 인한 여론 왜곡, 선거 영향, 혐오 확산 등의 위험에 책임을 지우고 있다.<sup>67)</sup> 영국도 2023년 제정된 온라인안전법(Online Safety Act)을 통해 플랫폼의 의무와 정부 규제 권한을 대폭 강화하였다. 이 법은 소셜미디어 등 온라인 서비스에 안전 의무(duty of care)를 부과하여 불법 콘텐츠나 청소년에 유해한 콘텐츠를 신속히 제거하지 않으면 연매출 10%까지 벌금을 부과하고, 규제기관인 Ofcom이 서비스 차단까지 명령할 수 있게 했다. 반면 법은 언론기사나 정치적 표현과 같은 “민주적으로 중요한 콘텐츠”는 임의로 삭제하지 말 것을 요구하여 표현의 자유도 고려했다.<sup>68)</sup> 이러한 해외 입법례를 참고하여, 한국도 플랫폼 알고리즘의 투명성 제고를 위한 입법 및 규제 방안을 마련해야 한다. 예를 들어 정보통신망법이나 신규 입법을 통해 대형 플랫폼 알고리즘 정보공개 의무, 외부 감사 및 이용자 선택옵션 제공 의무 등을 규정할 수 있을 것이다. 국회는 현재 계류 중인 「알고리즘 투명화 법안」들을 조속히 심사하고, 필요시 통합법안을 마련해 플랫폼 알고리즘의 사회적 책임을 법제화해야 한다. 플랫폼 기업들도 선제적으로 알고리즘 투명성 보고서를 발간하고 외부 연구자 데이터 접근권을 확대하여 건전한 공론장 조성에 협력해야 한다.

67) European Union. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). Official Journal of the European Union, L 277, 27 Oct. 2022.

68) UK Government. “Online Safety Act: Explainer.” Gov.uk, 2023.

## · 언론의 책무와 팬덤 보도 개선

전통 미디어 역시 팬덤 현상을 다루는 방식에 사회적 책임을 져야 한다. 언론이 팬덤 정치의 극단적 면만을 선정적으로 부각하면 대중의 왜곡된 인식과 혐오 정서를 키울 위험이 있다. 따라서 미디어는 객관적 데이터와 전문가의 심층 분석에 기반하여 팬덤 현상을 조명함으로써, 국민이 이 현상을 균형 잡힌 시각에서 이해하도록 도와야 한다. 실제로 최근까지 팬덤 정치의 부정적 영향에 대한 우려는 커지만 이를 정면으로 다룬 심층 보도는 드물었다는 지적이 있다. 이러한 상황에서 2023년 정부 특별위원회의 보고서를 비롯한 정책제안이 나오자, 비로소 사회적 공론화가 시작되는 계기가 되었다. 마찬가지로 언론 보도에서도 감정적 논쟁이나 자극적인 사례 나열을 넘어, 팬덤 정치의 등장 배경과 원인, 사회적 의미, 개선책을 다룬 심층취재가 필요하다. 예를 들어 본 연구결과에서 밝혀진 팬덤 참여의 양면성을 언론이 균형 있게 전달한다면, 일반 국민도 팬덤 현상을 과도하게 낙인찍기보다 맥락 속에서 이해하고 건설적 대응을 모색할 수 있을 것이다.

해외 사례를 보면, 미국의 일부 언론은 극단주의 집단을 다룰 때 이들의 주장에 대한 팩트체크와 함께 해당 집단의 사회경제적 배경을 설명함으로써 단순 비난보다는 이해를 돋는 보도를 한 바 있다.<sup>69)</sup> 또 영국 BBC 등은 선거 보도 시 여러 정당 지지자들의 목소리를 균형 있게 소개하는 방식을 통해 특정 정당 팬덤에 대한 편견을 완화하려 노력하고 있다.<sup>70)</sup> 한국 언론도 팬덤 정치를 현대 민주주의 참여의 한 형태로 지속될 가능성이 높다는 점을 전제로, 이를 억압이나 조소의 대상이 아닌 민주주의 학습과 조정의 대상으로 인식하도록 보도 프레임을 전환해야 한다. 예컨대 팬덤을 무조건 민주주의의 “암”으로 규정하기보다는, 팬덤이 나타나게 된 사회문화적 요인을 짚어보고 민주주의에 기여할 잠재력과 함께 위험성도 지적하는 입체적 기사를 늘리는 것이다. 또한, 언론 스스로 팩트체크 강화와 정확한 용어 사용을 통해 팬덤 관련 가짜뉴스 확산을 막는 방파제 역할을 해야 한다. 최근 거짓 정보가 언론 보도를 가장해 퍼지는 경우도 있는 만큼, 언론계는 자율심의를 통해 자사 플랫폼(신문 지면, 방송, 웹사이트 등)의 댓글이나 커뮤니티에서 팬덤 간 혐오표현, 확인되지 않은 정보가 유통되지 않도록 관리할 책무가 있다. 끝으로, 언론인 교육 측면에서 새로운 팬덤 정치 현상을 이해하기 위한 연수 프로그램을 운영하고, 해외 사례 연구 등을 통해 언론이 팬덤 현상을 보다 성숙하게 다루는 역량을 강화해야 할 것이다.

이상의 제안들을 정치권·시민사회·미디어 각 부문에서 적극 수용하여 실행한다면, 한국 민주주의는 팬덤 정치의 에너지를 양극화의 파열음이 아닌 민주주의의 활력소로 승화시킬 수 있을 것이다. 정치권과 정당이 제도 개선과 자정 노력을 기울이고, 시민사회와 교육 현장이

69) Jia, Chenyan. & Lee, Taeyoung. “Journalistic interventions matter: Understanding how Americans perceive fact-checking labels.” Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, 5(2).

70) Savage, Michael. BBC under fresh pressure over extent of Reform UK coverage. The Guardian, 12 Sep. 2025.

포용과 역량강화로 뒷받침하며, 플랫폼과 언론이 디지털 공론장의 책임을 다한다면, 팬덤 정치와 성숙한 시민 문화가 공존하는 새로운 길을 모색할 수 있을 것이다. 이는 단지 팬덤 집단만을 위한 조치가 아니라, 우리 공동체의 민주적 면역력을 키우고 정치문화 전반을 업그레이드하는 과정이기도 하다. 팬덤을 통해 표출되는 시민의 열망이 건강한 방향으로 발현되어 한국 민주주의 발전에 기여할 수 있도록, 이제는 사회 전체의 지혜와 협력이 요구된다.

### 7.3 연구의 한계 및 향후 연구 과제

본 연구는 정성적 사례분석에 기반하여 팬덤 참여의 함의를 조망하였으나, 몇 가지 한계와 추후 보완할 부분이 있다. 첫째, 제한된 사례에 집중하다 보니 모든 팬덤의 다양성을 포착하지는 못했다. 예를 들어 스포츠 팬덤이나 특정 이념운동 팬덤(예: 환경운동 팬덤) 등은 본 연구에서 다루지 못했다. 향후 연구에서는 다양한 분야의 팬덤을 비교하는 횡단 연구가 유용할 것이다. 둘째, 본 연구에서 정량분석을 적용하지 못한 데에는 몇 가지 현실적 제약이 있었다. ① 팬덤 관련 빅데이터나 통계 자료의 접근성 제한, ② 팬덤 집단 특성상 표본화의 어려움, ③ 참여행동이 비정형적으로 전개되어 일률적 지표화가 어려움, ④ 무엇보다 본 연구는 정성적 맥락 파악을 핵심으로 삼아 사례연구에 주력했기 때문이다. 이러한 이유로 정량 연구는 향후 과제로 남아 있으며, 후속 연구에서 보완되기를 기대한다. 셋째, 국제 비교 연구도 과제이다. 한국의 팬덤 정치는 독특한 맥락(한류, 촛불시위 등)이 작용하지만, 유사한 현상이 다른 나라에도 존재한다. 미국의 트럼프 지지층이나 브라질의 보우소나루 지지층 등 글로벌 팬덤 정치와 비교하면, 한국 사례의 보편성과 특수성을 더욱 잘 파악할 수 있을 것이다. 마지막으로, 팬덤을 연구하는 데 있어서 연구자의 객관성 유지가 중요하다. 팬덤은 열광과 혐오를 동시에 불러일으키는 주제인 만큼, 학술적으로 냉정하고 균형잡힌 접근이 필요하다. 본 보고서 역시 최대한 중립적 입장에서 자료를 해석하고자 애썼으나, 무의식적 편향이 개입했을 가능성을 배제할 수 없다. 따라서 후속 연구에서는 보다 다각도의 시각과 전문성이 접목되어 이 주제를 심화시킬 필요가 있다.

결론적으로, K팝 팬덤과 팬덤 정치는 21세기 한국 사회 참여문화의 중요한 축으로 자리매김했다. 이는 도전과 기회, 위험과 희망을 동시에 안고 있는 복합적 현상이다. 중요한 것은 우리 사회가 이에 어떻게 대응하고 학습하느냐다. 팬덤의 에너지를 민주주의의 힘으로 만들 것인가, 아니면 파열음으로 방치할 것인가는 자속적으로 우리 모두에게 주어진 과제이다. 팬덤을 통해 표출되는 시민의 열망이 건강한 방향으로 승화되어 한국 민주주의 발전에 기여할 수 있기를 바란다.

## 참고문헌

### 학술논문

Dean, Jonathan. "Politicising fandom." *The British Journal of Politics & International Relations*, vol. 19, no. 2, 2017, pp. 408–424.

Jenkins, Henry. "'Cultural Acupuncture': Fan Activism and the Harry Potter Alliance." *Transformative Works and Cultures*, no. 10, 2012.

Jia, Chenyan. & Lee, Taeyoung. "Journalistic interventions matter: Understanding how Americans perceive fact-checking labels." *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 5(2).

Labrador, Galván A., et al. "Empowerment and Disempowerment in Climate Assemblies: A Qualitative Study of the French Citizens' Convention for the Climate." *Environmental Politics*, vol. 33, no. 2, 2024, pp. 235–255.

Morden, Michael. "Canada Can Prove It's a Leader in Deliberative Democracy." *Policy Options*, 27 Nov. 2020.

Park, Han Woo. & Lee, Yeon-ok. "The Korean Presidential Election of 2007: Five Years on from the 'Internet Election'." *Journal of Contemporary Eastern Asia*, vol. 7, no. 1, 2008, pp. 1–4.

Sinclair, J. Andrew., Alvarez, Michael R., Sinclair, Betsy. & Grose, Christian R. "Electoral Innovation and the Alaska System: Partisanship and Populism Are Associated with Support for Top-4/Ranked-Choice Voting Rules." *Political Research Quarterly*, 2024.

Snow, David A., Rochford, Burke E Jr., Worden, Steven K. & Benford, Robert D. "Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation." *American Sociological Review*, vol. 51, no. 4, Aug. 1986, pp. 464–481

이용호. 「팬덤 정치, 네트워크 포퓰리즘인가, 참여의 확장인가?: 한국의 팬덤 정치 사례를 중심으로」. 정치커뮤니케이션연구, no. 72, 2024, pp. 5–48.

### 단행본

Bennett, Lance W. & Segerberg. Alexandra. *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge UP, 2013.

Goodwin, Jeff. & Jasper, James M. & Polletta, Francesca. *Passionate Politics: Emotions and Social Movements*. University of Chicago Press, 2001.

Jenkins, Henry. *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. NYU Press, 2006.

Jenkins, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge, 1992.

Papacharissi, Zizi. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford UP, 2015.

Tufekci, Zeynep. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press, 2017.

Wahl-Jorgensen, Karin. *Emotions, Media and Politics*. Polity, 2019.

## 정부, 정당 및 연구기관 자료

European Commission/EACEA. National Policies/Germany, “5.7 Learning to participate through formal, non-formal and informal learning.” [eacea.ec.europa.eu](http://eacea.ec.europa.eu), updated 25 Jan. 2024.

European Commission. “A strengthened Code of Practice on Disinformation.” [commission.europa.eu](http://commission.europa.eu), 16 June 2022.

European Union. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). Official Journal of the European Union, L 277, 27 Oct. 2022.

Federal Ministry for Family Affairs, Senior Citizens, Women and Youth (Germany). Promoting Democracy. Shaping Diversity. Preventing Extremism. “Live Democracy!”. Germany: BMFSFJ, Nov. 2023.

Lindsey Bailey. "Media Literacy Education in the United States: The Current State of K-12 Media Literacy", Population Education, January 23, 2025.

The Labour Party (UK). “Complaint Handling Handbook.” [Labour.org.uk](http://Labour.org.uk), 3 July 2025.

The Labour Party (UK). “Labour’s Social Media Policy.” [Labour.org.uk](http://Labour.org.uk), 28 Aug. 2025.

UK Government. “Online Safety Act: Explainer.” [Gov.uk](http://Gov.uk), 2023.

UK Parliament Communications and Digital Committee. “Failure to Prioritise Media Literacy in the UK Presents a Risk to Social Cohesion and Democracy.” UK Parliament News, 25 Jul. 2025.

West, Darrell M. “The Future of the Instant Runoff Election Reform.” Brookings Institution, 11 Dec. 2024.

교육부. 「교육부 고시 제2022-33호. 초중등학교 교육과정 총론 및 각론 고시」. 2022년 12월 22일.

전종근, 김승년. 「2024 한류의 경제적 파급효과 연구」. 한국국제문화교류진흥원, 2025.

장우영. 「노사모(盧사모)」, 「한국민족문화대백과사전」. 한국학중앙연구원.

한국국제교류재단. 「2023 지구촌 한류 현황」. 한국국제교류재단, 2024.

## 언론기사

Bruner, Raisa. "How K-Pop Fans Actually Work as a Force for Political Activism in 2020." *Time*, 25 July 2020.

Culliford, Elizabeth. "TikTok users, K-pop fans say they helped sabotage Trump rally with false registrations." *Reuters*, 21 June 2020.

Deutschlandfunk. "Streit um das Demokratiefördergesetz." *Deutschlandfunk*, 21 Mar. 2024.

Grincheva, Natalia. "'Have You Been Taken by the Korean Wave Yet?'" *Pursuit* (University of Melbourne), 20 Dec. 2024.

Guerrini, Federico. "The Problems With Germany's New Social Media Hate Speech Bill" *Forbes*, 3 Mar. 2020.

Haasch, Palmer. "K-pop stans flooded the #WhiteLivesMatter hashtag on Twitter and Instagram with fancams and memes." *Business Insider*, 3 June 2020.

Hern, Alex. "What is the UK's Online Safety Act and what powers will it provide?" *The Guardian*, 8 Aug. 2024.

Johnson, Lauren M. "K-pop band BTS explains why they decided to give \$1 million to Black Lives Matter." *CNN*, 5 Oct, 2020.

Savage, Michael. BBC under fresh pressure over extent of Reform UK coverage. *The Guardian*, 12 Sep. 2025.

Savillo, Lia. 「‘선한 영향력’ 세상을 바꾸는 방탄소년단 팬클럽 ‘아미’」. *VICE 코리아*, 2020년 10월 21일.

Walker, Peter. & Badshah, Nadeem. "Burnley MP Oliver Ryan Suspended by Labour over Messages on WhatsApp Group." *The Guardian*, 10 Feb. 2025.

김기연. 「[인사이트] ‘전역을 명 받았습니다’ BTS 시즌2, K-엔터 ‘권력지도’ 새판 짠다」. 중소기업뉴스, 2025년 6월 23일.

김세원. 「기자의 눈: 케이팝의 정치화?… 팬덤은 항상 정치적 주체였다」. 여성신문, 2024년 12월 31일.

노석조, 신지인. 「개딸의, 개딸에 의한, 개딸을 위한 민주당 [정치 인사이트]」. 조선일보, 2025년 9월 15일.

박정연. 「여성 표심에 ‘되치기’ 당한 이준석의 ‘젠더 갈라치기’」. 프레시안, 2022년 3월 11일.

박희원, 김광일, 김기용. 「‘가족 욕에 멘붕’… 與 뒤흔든 ‘문파’ 문자폭탄」. 노컷뉴스, 2021년 4월 22일.

성한용. 「개딸·양아들 탓에 졌다? 팬덤정치는 죄가 없다」. 한겨레, 2022년 6월 19일.

신지인, 「"유튜브 가짜 뉴스, 징벌 배상 필요"」. 조선일보, 2025년 9월 12일.

신진환. 「청립 20주년 기획 – 백투더퓨처①: ‘노사모’부터 ‘재명이네’까지… 팬덤 정치 20년」. 더팩트, 2022년 10월 12일.

신현보. 「“꺄악, 무슨 god 온 줄”… 한동훈, 4050 여심 사로잡았다 [신현보의 딥데이터]」. 한국경제, 2024년 7월 27일.

이성진, 이한나. 「소프트파워로 2030 여성 흡수… 한동훈 팬덤, 尹과 차이점은」. 주간조선, 2024년 1월 14일.

임주형. 「‘재명아빠’ 지키려 모인 ‘개딸’들… 이재명 ‘팬덤 정치’ 시동 거나」. 아시아경제, 2022년 3월 21일.

정성남. 「국민통합위 "가짜뉴스와 극단적 팬덤이 민주주의 파괴"」. 파이낸셜스투데이, 2023년 4월 7일.

조유빈, 조해수. 「[단독] 태극기집회 버스임대료 11억원 사용… 2월에만 700여대」. 시사저널, 2017년 4월 19일.

탁지영, 신주영. 「‘2030 개혁의 딸’서 ‘강성 팬덤’ 오명까지… 개딸이 말하는 ‘개딸’」. 경향신문, 2023년 4월 4일.

## 인터넷 자료

정치인 팬클럽 「박사모」, 「문팬」, 「재명이네 마을」, 「위드후니」 공개 게시글.

X(트위터) 「방탄소년단(BTS)」, 「노무현」, 「박근혜」, 「문재인」, 「이재명」, 「한동훈」 검색 게시물.