

청소년 팬덤 현상에 대한 근거 이론적 접근*

정재민**

초 록

본 연구는 청소년 팬덤 현상의 형성과정을 알아보기 위해 질적 연구방법 중 하나인 근거 이론 방법론으로 연구하였다. 총 4명의 연구 참여자들을 팬덤 현장에서 만나 심층면접을 하였고 이를 녹음하고 전사하여 근거이론 방법론의 과정에 따라 분석하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 참여자들은 대중스타를 알게 되는 경로는 TV, 인터넷, 또래관계 등 다양한 요인들을 통해 대중스타를 알게 되었다. 대중스타를 알게 되면 그 스타에 대해 호감을 가지게 되면서 다른 팬들이 스타와 관련된 사진이나 글들에 자극을 받아 적극적인 팬 활동인 팬덤으로 이르게 되었다. 팬덤의 중심현상은 '나를 위한 그'로써 청소년들은 스타에 대한 사귀거나 교제 또는 결혼을 꿈꾸기 시작하였다. 이 과정에서 부모의 반대나 간청을 무시하면서까지 팬 활동을 하고 있었고, 이후 스타에 대한 몰입이나 중독 현상으로 나타났다. 청소년들은 스타에 대한 생각 때문에 학교나 학원에서 공부에 집중하는 것을 힘들어 하고 있었고, 하루 중 많은 시간을 인터넷을 통해 스타와 관련된 정보검색이나 자료수집에 사용하여 정상적인 일상생활을 살아가는데 어려움을 겪고 있었다. 팬픽은 휴대폰에 다운받아 보고 다닐 정도로 중독증상도 나타나고 있었다. 이후 '그를 위한 나'의 단계로 발전하여 대중스타를 위한 헌신적인 노력이 나타나기 시작했다. 스타와 관련된 상품구매는 자신의 만족이 아닌 스타의 경제적 이익을 위한 소비활동으로 나타났고, 더 많은 팬을 확보해 스타의 이미지나 영향력을 확대시키려 노력하고 있었다. 종합해 보면, 본 연구에서의 핵심범주는 스타를 사랑하여 그 스타를 위한 헌신적인 활동이나 노력이 함의된 '사랑 그리고 세상의 중심에서 스타를 외치기'로 도출되었다.

주제어 : 팬덤, 근거이론

* 본 연구는 정재민의 박사학위논문 데이터를 사용하였음.

** 명지대학교 강사

I. 서 론

스타에 대해 열광하는 문화는 오래전부터 있어왔던 문화현상이다. 예를 들면, 베토벤의 장례식에서는 2만 명이 넘는 팬들이 몰리면서 기절하거나 부상자가 발생하기도 했다. 음악가 리스트는 그가 손 씻은 물이나 마시다 남긴 홍차를 서로 차지하려고 관객들이 다투기도 했다. ‘바그네리안’으로 불리는 바그너의 추종자들은 그의 연주회를 따라다닐 정도로 열광적이었고 작곡가 생상이 바그너를 비판했다는 이유로 그의 유럽 순회 연주회를 난장판으로 만들어 예정된 모든 공연이 취소되게 만들 정도로 열광적이었다(한국일보, 2009. 9.12). 가수 엘비스 프레슬리도 사망한지 32년이 지났지만 생전의 흔적을 보기위해 방문하는 관광객들이 끊이지 않고 있다. 우리나라에서도 팬클럽 ‘remembering ELVIS’가 현재까지 2,000명이 넘는 회원들로 30년이 넘게 활동하고 있으며 2007년 경기도 파주에 엘비스 박물관을 건립하며 적극적인 팬클럽활동을 펼치고 있다. 2007년 세계기네스북에는 세계에서 가장 많은 팬클럽 회원(50만 명)을 보유한 가수로 엘비스 프레슬리를 선정하기도 했다.

그러나 2008년 엘비스 프레슬리의 기네스기록은 바뀌었다. 한국의 인기그룹 ‘동방신기’의 팬클럽 ‘카시오페아’가 80만 명의 팬클럽회원수로 전 세계에서 팬클럽 회원수¹⁾가 가장 많은 가수로 기네스북에 이름을 올렸다²⁾. 2008 청소년 통계(2008)에 의하면 당시 중학생과 고등학생의 인구가 4,103천명인 것을 고려해 보면 전체 중고생의 5.1%가 동방신기의 팬클럽회원으로 가입했다는 것이다. 이처럼 팬클럽문화는 청소년 문화를 대표하는 문화로 자리 잡았다.

팬클럽이 우리나라에서 본격적으로 형성되기 시작한 것은 1980년대 중후반부터이다. 1980년대 중반에는 많은 수는 아니지만 좋아하는 스타를 공유하는 사람들끼리 정기적인 모임을 갖기 시작했다. 1980년대 후반 이후에는 십대 중심의 팬클럽들이 본격적으로 등장하기 시작했고 1990년대에 들어서면서 팬클럽 수는 늘어나게 되었다. 팬클럽의 수가 점차 증가되고, 다양한 형태의 팬클럽 문화가 등장함에 따라 그에 대한

1) 세계 기네스북에서 기준으로 삼은 공식 팬클럽 회원이란 대중스타가 계약된 소속사에서 공식적으로 운영하는 팬클럽 사이트에 연회비를 내고 가입한 회원들을 말한다. 그러나 연회비를 내지 않고 팬클럽활동을 하는 비공식팬클럽 회원이 존재함을 감안해 보면 80만 명을 넘는 팬클럽회원이 존재하고 있다.

2) 스포츠조선 2009, 3, 24일자(연예); 동방신기, 세계에서 가장 사진 많이 찍힌 연예인으로 기네스 올라.

관심도 많아지게 되었다. 이에 따라 팬클럽문화에 대한 문화연구는 청소년문화연구 영역에서 활발하게 연구되기 시작하였다.

청소년의 팬클럽 문화에 대한 연구는 문화산업의 소비 집단으로 보는 부정적 시각, 자아 정체성이나 집단적 정체감을 포함한 심리적 특성으로 보는 시각, 하위문화의 주체적 활동이나 새로운 문화로 보는 시각 등으로 구분할 수 있다.

우선, 부정적 시각으로 보는 연구를 살펴보면, 양재영(1994)의 경우 팬클럽 회원들은 자신들만의 공감대를 형성하기 위해 문화 상품을 구입하는데, 이것은 문화산업의 전략에 포섭되는 과정을 보여준다고 설명한다. 김정진(1996)에 의하면 초등학교생들은 스타의 주변적인 것에 관심을 가지고, 자신이 할 수 없는 것을 스타가 실천함으로써 대리만족을 느끼는데, 이것이 스타를 추종하는 원인이 된다고 주장하였다. 김광열(1997)은 청소년이 스타를 동경하고 열광하는 것이 모방으로 개념화, 대리 충족, 카타르시스 또는 동일시 대상으로써 스타를 요구한다고 하였다. 최우신(1999)은 대중스타 수용은 스타에 대한 ‘숭배’, ‘모방’, 그리고 ‘지식 및 상품구입’에서 여자 청소년들이 남자 청소년들보다 더욱 적극이라고 주장하였다.

심리적 특성으로 보는 연구는 다음과 같다. 현지영(1998)과 황완덕(1999)은 청소년들이 팬클럽 활동을 통해 얻게 되는 심리적 만족감에 주목하여 팬클럽 활동을 통해 집단적 정체감을 형성한다고 주장했다. 우석봉(2002)은 스타와 팬이 심리적으로 공생 관계를 형성한다고 보았다. 팬들은 스타를 통해 심리적 욕구를 충족할 뿐 아니라 스타 역시 팬들의 존재로 인해 인정의 욕구나 자기실현의 욕구에 대한 심리적 이익을 얻고 있다는 것이다. 또한 박은경(2003)은 남성들에 비해 여성들이 성적인 욕구와 감성적인 욕구를 분리하지 않는 경향이 있는 것으로 보았다. 이에 대한 이유는 여성들이 연애 드라마나 영화에 몰입하거나 스타를 좋아하는 경향이 더 높게 나타나기 때문이라고 주장한다.

이후 팬클럽 문화는 스타에 대한 팬의 활동과 의미가 변화되기 시작한다. 팬은 자신이 좋아하는 스타가 출연하는 영화를 보기위해 영화관을 찾거나, 노래를 듣기 위해 음반을 사고, 스타에 대한 기사가 실린 연애 전문 잡지나 신문을 읽는 일을 하면서 개인적으로 팬레터를 보내며 멀리서 사모하는 등의 개별인 관심을 나타내는 활동이었으나 1990년대 후반을 지나면서 팬클럽 문화는 집단적이고 조직적이며 팬문화의 주체적 성격을 갖기 시작하는 팬덤(fandom)문화로 변화되기 시작한다.

팬덤이란 fanatic이라는 ‘열광적으로 추종한다’는 의미와 dom이라는 집단적 증후군의 뜻이 결합된 말로 특정대상에게 지나치게 몰두하는 사회적 병리현상을 지칭하던 말이었다. 그러나 John Fiske(1992)는 스타와 팬과의 일방적 관계를 벗어나 팬의 주체적 참여에 주목하면서 팬덤에 대해 새로운 의미를 부여하였다. 즉, Fiske는 지배문화 관행에 변화를 가할 수 있고 문화생산자본에 영향을 미쳐 방향을 바꿀 수 있으며, 기존 지배문화의 상징적 권력에 영향을 미칠 수 있는 새로운 문화가 팬덤이라고 주장하였다(정재민, 2008).

이러한 팬덤에 대해 Fiske는 주요 특성을 차별(discrimination)과 구별(distinction), 생산성(productivity)과 참여(participation), 자본 축적(capital accumulation) 등 세 가지로 설명한다. 첫 번째, 차별과 구별의 의미는 다음과 같다. 팬은 자신이 좋아하는 스타와 동일시하고자 한다. 또한 스타일을 공유함으로써 자신들의 정체성을 드러내고 싶어한다. 특히 팬클럽의 구성원들은 집단적으로 고유한 스타일을 만들고 다른 팬클럽 나아가 다른 청소년 일반과 자신들을 구별하기 원하는 특징을 의미한다.

두 번째, 생산성과 참여의 의미는 다음과 같다. 팬은 자신이 좋아하는 스타와 관련된 문화적 생산물을 단순히 수용하기만 하는 것이 아니라 적극적으로 참여함으로써 또 다른 문화 혹은 문화생산물을 생산하고 있다는 것이다.

세 번째 자본 축적의 특징이란 팬은 스타와 관련된 상품을 수집하고 소유함으로써 자신만의 자본을 축적하기도 하고 그 자본을 공유함으로써 동일한 스타를 좋아하는 다른 집단의 회원들의 참여를 유도하는 것을 의미한다.

이러한 팬덤연구는 2000년대부터 연구되기 시작하였다. 장갑선(2001)에 의하면 기존의 팬덤에 대한 분석은 일부 극단적인 사례³⁾만을 지나치게 부각시켰다고 비판하면서, 실제 일상생활에서 팬덤은 그렇게 일탈적이고 위험한 모습으로 존재하지 않는다고 주장하였다. 또한 박혜영(2001)에 의하면 팬클럽들은 이윤의 극대화를 노리는 문화산업 스타시스템에 의해 이용당하는 소비자의 수준에서 벗어나 나름의 방식으로 대중문화를 적극적으로 수용하고 변형시키고 있다고 주장했다. 김현정(2002)은 ‘서태지와 아이들’ 팬클럽을 대상으로 텍스트를 중심으로 시작된 팬덤이 텍스트와 거리를 두게 되면서 사회적 관심으로 확장되는 과정을 밝혔다. 이후 팬덤연구는 서태지 팬클럽을

3) 팬 클럽들간의 집단적 폭력, 경쟁의 다른 대중스타에게 혐오적인 사진이나 물건을 보내기, 인터넷에서 비난이나 비방적인 악의적 댓글을 게재하는 등의 사례.

문화 운동적 실천주체로 연구한 김현정·원용진(2002)의 연구가 시작이다. 이후 인기 드라마나 영화에 대한 팬덤 연구(김영찬·이기형, 2003, 노수연, 2006, 이종수, 2008), 사회적 변화를 반영하는 광범위한 문화 현상으로서의 팬덤 연구(이동연, 2005), 외국 문화물에 대한 팬덤 현상(김현미, 2003; 주은우, 2005) 등으로 연구되어져 왔다.

이상과 같이 살펴본 선행연구들은 팬덤현상과 청소년의 심리적 특성에 대한 편증적 연구, 연구방법의 한계 등의 문제점을 나타내고 있다. 즉, 현장에서 팬덤활동을 하고 있는 청소년들을 대상으로 한 연구가 거의 없었고 팬클럽이나 팬덤 현장이 아닌 학교에서 재학생들을 대상으로 팬클럽활동 여부 등을 묻거나 팬덤경험 유무를 통해 팬덤 연구가 진행되어 왔다. 또한 팬덤현상이 청소년의 자아 정체감이나 심리적 특성에 대한 변인들을 주로 연구하였다. 연구방법에서도 몇몇 연구들은 팬클럽 회원들을 대상으로 팬클럽 활동이나 정식모임에 참여한 참여연구나 팬 클럽 카페 게시판을 분석한 연구가 있을 뿐이다.

이에 본 연구는 한국에서의 팬덤문화의 특성이 무엇인지를 살펴보고자 한다. 이를 위해 본 연구는 팬덤에 참여하고 있는 참여자들을 분석대상으로 선정하였다. 따라서 본 연구는 팬덤이 어떻게 형성되는지 그 과정은 무엇인지를 파악하고자 한다. 이를 위해 팬덤현상의 구체적인 과정을 연구하기 위해 적합한 질적연구방법인 근거이론 연구방법을 활용하였다.

II. 연구방법

1. 근거이론

본 연구는 청소년의 팬덤문화의 경험, 그리고 그들이 어떠한 과정을 거치며 팬덤에 참여하게 되는지에 대해 이해하는 것이 목적이다. 이러한 연구 목적을 위해 팬덤현장에서 그들의 시각으로 생생한 경험을 전달할 수 있는 질적 연구방법, 그 중에서도 근거이론 연구방법을 활용하였다.

근거이론이란 1960년대 Glaser와 Strauss라는 사회학자에 의해 발전되었고, 1990년

대에는 Strauss & Corbin에 의해 자료를 수집하고 분석하는 연구 과정 지침이 구체적으로 제안되었다. 근거이론방법은 어떤 현상에 대해 귀납적인 과정을 통해 밝혀진 결론을 하나의 이론으로 발전시키는 질적 연구방법이다. 연구 참여자의 표현 속에서 참여자가 의미 있게 받아들이고 있는 주요 사건이나 문제점을 참여자의 관점에서 파악하려는 연구방법론이다. 근거이론방법론의 연구과정은 경험적 자료로부터 개념이 형성되고 발달되며, 개념들의 수정·통합을 통해 실제 이론을 개발하고 연구보고서를 작성한다. 자료수집은 주로 심층면접을 통해 얻은 자료를 이용한다. 따라서 청소년 팬덤에 관한 연구 자료가 부족하고, 팬덤문화에 대한 개념과 이론을 확립하기 위해서는 근거이론이 유용한 방법이라 할 수 있다.

2. 연구 참여자⁴⁾ 선정 및 자료 수집

본 연구의 참여자들은 팬클럽활동의 현장에서 활동 중인 청소년 팬들을 연구대상으로 선정하였다. 먼저, 이들을 선별하기 위해 경기도의 한 방송국을 주말에 방문하였다. 토요일을 선택한 이유는 주말 오후에 이곳 방송국에서 대중음악 프로그램의 공개방송이 진행되어 이곳에 청소년 팬들이 방송에 참여하고 있었기 때문이다. 공개방송에 참석하기 위한 방송국 입장시간은 오후 3시30분이었으며 청소년 팬들은 보통 수업이 없는 날에는 새벽부터, 수업이 있는 토요일에는 방과 후부터 곧바로 방송국 정문 앞에 모이기 시작하였다. 이날은 본 연구자가 토요일무제(놀토)가 아닌 날임을 감안하여 오후 12시30분에 방송국에 도착하여 연구 참여자들을 선정하기 시작했다. 방송국 입장 전부터 방송국 앞에 모인 2,000여명의 청소년 팬들을 관찰하였다. 공개방송이 끝난 후 청소년 팬들은 정문을 나와 후문 차량출입구 양쪽의 거리를 점거하며 자신의 대중스타가 탄 자가용을 기다리기 시작했다. 가끔씩 방송국에서 나오는 차량을 보면서 환호와 함께 차량주변에 서서 소리치기 시작했다. 이러한 상황과 배경 가운데 본

4) 질적 접근에서는 ‘연구대상’이라는 용어보다는 ‘제보자’, ‘참여자’, ‘현지인’, 또는 ‘그 사람들’이라는 용어를 즐겨 쓴다. 왜냐하면 ‘연구대상’이라는 용어가 연구를 도와주는 사람들을 능동적인 ‘삶의 주체’가 아닌 수동적인 ‘연구의 객체’로 전락시키는 뉘앙스를 갖고 있기 때문이다. 뿐만 아니라, 연구자가 참여자보다 우위에서 연구를 일방적으로 설계하고 실행하는 폐단을 우려하기 때문이다(조용환, 질적연구 방법과 사례, pp21-22).

연구의 목적과 취지를 설명하여 참여의사를 밝힌 청소년 팬 8명을 확보하였다. 그러나 그 가운데 자신이 좋아하는 스타의 차량을 쫓아가 돌아오지 않은 4명은 본 연구의 대상에 포함되지 못하였다. 결국, 본 연구는 연구 참여자A(16), 연구 참여자B(16), 연구 참여자C(16), 연구 참여자D(15) 총 4명의 여자청소년 팬으로 확정하여 총 2회에 걸쳐 진행되었다. 연구자가 관찰한 당일의 방송국 주변에서 남자 청소년 팬을 찾기가 어려웠다. 여자 친구와 함께 방송국을 찾은 남자청소년을 접촉하였으나, 심층면접에 참여시키지 못하였다.

면담내용은 녹음기를 사용하여 녹음하였고, 필사는 본 연구자와 보조자의 도움을 얻어 이뤄졌으며 보조자가 필사한 것은 연구자가 다시 녹음을 듣고 확인하였다.

3. 자료 분석방법

본 연구의 자료 분석은 Strauss & Corbin(1998)의 근거이론 분석방법을 사용하였다. 이에 따라 개방코딩, 축 코딩, 선택코딩의 분석단계를 실시하였다.

우선, 팬덤 청소년과의 면담내용을 녹음한 내용을 한 문장씩 검토하여 개념들을 이끌어냈다. 발견된 개념들은 그 의미를 포괄하는 개념으로 다시 한 번 범주화하는 작업을 실시하였다. 즉, 자료→개념→하위범주→범주의 과정을 통해 범주들을 찾아내는 개방코딩 작업을 시행했다.

개방코딩 과정을 통해 나타난 범주들은 범주들 간의 연결구성을 시도한다. 이는 자료의 종합적인 분석을 위해 실시한다. 이때 범주들을 인과적 조건, 맥락적 조건, 중재적 조건, 작용/상호작용, 결과로 분류한 ‘패러다임’에 의해 분석한다. 즉, 각 범주를 그 하위범주와 관련짓는 축 코딩 작업을 실시하였다. 또한 과정분석⁵⁾을 실시하였다. 이는 작용/상호작용이 어떻게 전개되어 가는가?, 시간의 흐름에 따라 전개가 어떻게 변화되어 가는가?, 변화되지 않고 머무는 경우는 그 이유가 무엇인지를 밝혀내기 위함이다.

이후 축 코딩에서 나타난 중심현상 즉, 핵심범주를 축으로 하여 각 범주들이 어떤 관계를 형성하는가를 분석하였다. 이때 각 범주들간의 관계유형을 밝히기 위해 중심

5) 김귀분 외(2005)에 의하면 과정분석은 범주간의 관계를 확인하는 과정에서 자연스럽게 도출되는 것으로써 특별히 상황적 맥락이나 여러 조건하에서 작용/상호작용이 어떤 단계로 혹은 어떤 변화를 나타내는지에 초점을 두고 분석하는 것이라고 설명하고 있다.

현상 범주, 맥락적 조건 범주, 중재적 조건범주의 속성과 정도의 영역사이에 있을 수 있는 모든 상관관계를 밝히는 선택 코딩작업을 실시하였다. 또한 중심현상을 다른 범주들과 관련시키면서 핵심범주를 정하기 위해 이야기 윤곽(story line)을 만드는 과정을 실시하였다.

이상과 같이 서술한 자료를 체계화하고 범주들 간의 관계를 진술하여 본 연구의 결론을 도출하였다.

Ⅲ. 연구결과

1. 연구 참여자

본 연구의 참여자들은 방송국 공개방송이 끝난 후 만난 청소년들로서 팬클럽활동 5개월에서부터 5년간의 경력을 가지고 있는 4명의 여자 청소년들이다. 본 연구의 참여자들에 대한 일반적 특성은 <표 1>와 같다.

<표 1> 연구대상자의 일반적 특성

구 분	성별	나이	직업	팬클럽활동경력
연구 참여자A	여	16	학생	5년
연구 참여자B	여	16	학생	3년
연구 참여자C	여	16	학생	5개월
연구 참여자D	여	15	학생	5개월

2. 근거자료에 나타난 개념과 개념의 범주화 : 개방 코딩의 결과

개방코딩을 통해 74개의 개념과 31개의 하위범주, 그리고 13개의 범주를 도출하였고 축 코딩 절차에서 범주들을 패러다임 요소와 관련지었다.

<표 2> 개방 코딩의 결과

패러다임 요소	개 념	하위범주	범주
인과적 조건 causal condition	TV시청	텔레비전	대중매체
	인터넷 검색/얼짱 카페/	인터넷	
	같은 반 친구의 적극적인 소개	친구의 권유	친구의 권유
	잘 생겼음/내 이상형임/성격 좋음	외형적 호감	호감이 생김
	노래 잘함/ 춤 잘 춤	재능적 호감	
	나와 다른 세상사람	신비감	경쟁의식
	다른 팬들이 올린 사진을 보기	다른 팬들로 부터의 자극	
	다른 팬들은 뭐 했나 확인		
	나도 가면 만날 수 있구나 라는 생각이 들		
중심현상 phenomenon	나를 기억할 수 있게 좀 더 가까이 나를 알리기 위해 뛰는 행동을 함 더 가까이 가서 나를 보여야 함 어떻게든 알려려고 노력함	가까이 다가감	나를 알리기
	다른 스타와 팬 회원 수를 경쟁함	경쟁의식	스타를 위함
	공연장에서의 응원이 그 스타에게 힘이 됨		
	팬이 많지 않으면, 콘서트도 안 해줌	스타의 경제적 이익을 생각함	
	콘서트에서는 팬클럽 규모에 따라 좌석이 배정됨		
	기획사에서 팬이 많아 투자도 많이 함		
	스타의 경제적 이익을 위해 앨범을 중복 구매함	스타의 위함	
	기획사와 스타와의 이익배분율에 불만		
	맥락적 조건 contextual condition	부모님은 미치지만 말라 함/ TV시청만을 원하심	부모를 속임
부모님은 모르심/아시면 아마도 쓰러지심/거짓말 함			
부모가 그만두라며 빌기까지 함		부모가 간청	
중재적 조건 intervening condition	오늘은 얼굴을 보면, 다음에는 손잡을 것 같고, 다음에는 사귄 것 같고 다음에는 결혼할 것 같음 처음에는 보는 것으로 만족했는데 지금은 알아 주는 것 까지 바램	기대가 커짐	사귄에 대한 기대감 커짐
	사랑하는 연인처럼 느낌		
	사랑하는 남자친구처럼 생각함	신비감 상실	
	한번만이라도 사귀고 싶음		후회
	나와 똑같은 인간		
	모든 걸 알아버린 후 상실감		
	학업성적이 걱정	현실에 대한 염려	
	투자한 시간과 돈이 아까움		

패러다임 요소	개 념	하위범주	범주
작용/상호작용 action/ interaction	몰랐던 사람이랑 좋아하는 가수가 같아서 사귀게 됨 공연장에 가서 친구를 사귀.	새로운 친구를 만들	적극적 행동
	적극적인 행동으로 변함 커지는 목소리	성격이 변함	
	꼭 똑같은 옷을 사서 입음 똑같은 시계나 똑같은 신발을 사야함 어떻게든지 무엇이든지 같이 해야 됨	스타일 동일시	닮고 싶음
	가수의 이상형처럼 닮으려고 노력해요. 부모님께 성형을 해달라고 졸랐어요.	이상형이 되기 위한 외모 동일시	
	사생활을 사귀	사생활을 사귀	언제든지 스타를 만날 수 있게 됨
	스타가 어디에 있는지 실시간으로 문자가 올 알고 있는데 안 갈수 없음 사생 블로그나 홈페이지를 매일 확인함	정보를 얻음	
	더 많은 사생활을 사귀려고 노력함		
	친구나 다른 회원들보다 더 많이 알고 있을 때 공연장에 우리 팬들이 더 많을 때 행복감을 느낌 가수의 사생활이나 정보를 알 때 (생각만으로도) 기분이 좋아짐	우월감	
결과 consequence	긍정적으로 기분이 바뀜 뿌듯해져요 그 스타가 올면 같이 울어요 팬이 올린 감동적인 글에 감동받음 1등해서 가수들이 올 때 함께 보면서 울음	내 삶의 비타 민	행복감
	돈이 없어서 앨범을 못살 때 음반 발매일에 맞춰 사야함 콘서트에 못갈 때/가지 못해 울기도 함 매일 다른 팬들이 올린 스타관련 게시물을 안 읽을 때 학업이나 성적걱정	불안함	
	학원에서 도중에 집에 가서 TV를 보곤 함 스타생각 때문에 공부를 할 수가 없음 매일 3-4시간씩 팬 카페 확인해야 함	일상생활의 어려움	중독
	하루 종일 거의 모든 시간 집에서 하루 종일 컴퓨터로 확인 스타의 스케줄은 기본으로 외움	스타에 대한 집착	
	우리는 00기획사노예	노예관계	팬픽중독
	팬픽은 무조건 봄 핸드폰에 저장해서 보고다님	팬픽중독	

6) 대중스타의 사생활을 따라다니는 청소년을 일컫는 말

3. 근거이론의 패러다임에 따른 범주 분석(축 코딩)

근거이론에서 축 코딩은 하위 범주들을 연관 지어 새로운 방식으로 자료를 조합하는 것이다. 이러한 조합은 근거이론의 패러다임 모형에 의해 진행되는데, 인과적 조건, 중심현상, 맥락적 조건, 중재적 조건, 작용/상호작용 전략, 결과의 순으로 범주들이 구조화된다.

1) 인과적 조건

본 연구의 근거자료를 분석한 결과, 청소년들은 팬덤현상을 형성하는데 있어서의 인과적 조건은 ‘대중매체’, ‘친구의 권유’, ‘호감이 생김’ 등의 범주가 중심현상인 ‘나를 위한 그’, ‘그를 위한 나’를 일으키는 인과적 조건으로 나타났다. 연구 참여자들은 자신이 좋아하는 대중스타를 처음 만나게 되는 경로가 다양하였다. 대중매체와 인터넷 뿐만 아니라 가까운 친구들로부터 대중스타를 소개받기도 하였다.

<표 3> 인과적 조건의 속성과 차원

범 주	속 성	차 원
대중매체	정 도	적다-크다
친구의 권유	강 도	적다-크다
호감이 생김	강 도	적다-크다

처음6개월간은 TV를 시청하는 정도였다. 그 후 무엇이든지 다 좋아하게 되었다 [연구 참여자B; TV시청].

인터넷 검색에서 ‘얼짱’을 검색해서 알게 되었고, 이들을 위해 카페가입 후 조금씩 알아가게 되었다. 처음에는 얼짱카페에서 지금의 대중스타를 처음 알게 되었고 이 카페를 통해 알게 된 얼짱이 기획사 연습생이었다[연구 참여자A;인터넷, 얼짱카페].

처음에는 전혀 연예인을 몰랐다. 같은 반 친구와 이야기하던 중 지금의 대중스타에 대해 전해 들었고 그 친구가 적극적으로 소개해서 알게 되었다. 알고난후 점점 좋아지게 되었다[연구 참여자 D; 친구의 권유].

2) 맥락적 조건

본 연구에서의 맥락적 조건으로는 ‘부모의 반대’와 ‘자극 받음’이다. 이 범주의 속성과 차원은 다음과 같다. 연구 참여자들은 좋아하기 시작하는 다른 팬들이 자신이 좋아하는 스타를 만나거나 악수하거나 가까이에서 찍은 사진들을 볼 때마다 나도 저렇게 할 수 있구나 라는 자극을 받고 있었고, 이 자극은 팬덤현장으로 나아가는 원인이 되고 있었다. 그리고 연구 참여자들은 팬덤이 시작되면서 부모와의 갈등을 경험하였고, 부모의 반대와 호소에도 불구하고 스타에 대한 팬덤활동은 멈추지 않는 것으로 나타났다.

<표 4> 맥락적 조건의 속성과 차원

범 주	속 성	차 원
부모의 반대의견	방 식	비수용적·수용적
경쟁의식	강 도	적다·크다

솔직히 다른 팬들이 올린 사진이나 글들을 보면 더 이런 활동을 하게 돼요. 다른 팬들이 대중스타하고 만나거나 악수하거 하는 사진들을 올리면 나도 가서 할 수 있구나 라는 생각이 강하게 들어요. 그래서 자꾸 이런 활동을 하게 되는 것 같아요 연구 참여자C, 나도 만날 수 있구나 하는 생각이 듬.

다른 팬들이 올린 사진을 보기도 해요. 제가 격지 않은 건 다른 팬들은 뭐 했나 보게 돼요[연구 참여자A, 다른 팬들이 올린 사진보기].

집에서는 모르고 계세요. 나와서 이렇게 돌아다니는 것은 부모님은 모르고 계세요 (생략)[연구 참여자D, 부모님은 모르심].

단순히 텔레비전보고 좋아하는 것 정도만을 원하세요.(중략) (팬질을)안한다고 거짓말을 했죠. 이렇게 쫓아다니고 있는걸 아시면 아마도 쓰러지실 걸요[연구 참여자B, 부모님을 속임]

3) 중심 현상

본 연구 자료에서 중심현상은 ‘나를 위한 그’와 ‘그를 위한 나’이다. 이 범주를 통해 청소년들의 팬덤활동은 스타를 향한 자신의 일방적 사랑과 스타를 위한 헌신적인 노력이 동시에 나타나고 있다는 것을 발견할 수 있었다.

연구 참여자들은 스타가 타고 있는 차량에 뛰어드는 행동 대중스타에게 자기 자신을 알리기 위해 가까이 다가가기위한 노력이었다. 이러한 행동들은 스타가 자신을 바라보거나 기억하게 하기 위함이었다. 또한 연구 참여자들은 다른 스타의 팬들과 팬 회원 수의 경쟁의식도 가지고 있으며 자신들의 응원이 그 스타에게는 힘이 되고 있다는 생각을 가지고 있었다. 또한 스타가 한 푼이라도 더 벌어들일 수 있도록 같은 음반을 수 십장 씩 구매하는 등의 스타를 위한 소비활동도 나타났다. 이 범주의 속성과 차원은 다음과 같다.

<표 5> 중심현상의 속성과 차원

범 주	속 성	차 원
나를 위한 그	정 도	적다-크다
그를 위한 나	정 도	적다-크다

우리의 목적이 하나밖에 없잖아요. 좀 더 가까이 가서 보기 원하는 거예요. 그래서 나를 알려야죠[연구 참여자C, 나를 알리려 함]

그 가수들이 나를 보고 나의 존재를 인식시키기 위해서 좀 더 가까이 가는 거예요. 기억 할 수 있게(생략)[연구 참여자 B, 나를 기억할 수 있게 함]

많은 팬들 가운데서 나를 알리려면 내가 좀 더 튀어야 하잖아요. 그러기 때문에 더 가까이 가서 나를 보여야하고 어떻게든 알리려고 노력해요...(생략)[연구 참여자D, 나를 알리기 위해 튀는 행동을 함]

풍선갯수...이 풍선갯수로 누구 팬이 많아왔는가를 경쟁해요[연구 참여자C: 다른 스타와 팬 회원 수를 경쟁함].

그 풍선을 응원하면 가수들이 힘이 되잖아요...(중략)...이게 그 가수들의 최면이예요. 팬들은 이런 것 많이 신경을 써요. 누구 팬이 더 많이 왔나...(생략)...[연구 참여자B: 공연장에서의 응원이 그 스타에게 힘이 됨]

큰 콘서트에서는 팬클럽이 많으면 좌석이 많이 배정되어요. 그런 걸 가지고 경쟁해요[연구 참여자A: 팬클럽 규모에 따라 좌석이 배정됨]

....수익배분율이요. 저희 가수들은 7:3비율로 이익을 나눕니다. 기획사는 7을 가져가고 우리들(가수들)은 멤버들끼리 또 3을 나눠야 하거든요[연구 참여자B: 기획사와 스타와의 이익배분율에 불만].

(가수들은)버는 게 없어요. 그래서 회원들이 1원이라도, 한 푼이라도 더 이익을 만들어주려고 앨범을 몇 백 장씩 사주는 거예요. 7:3은 오버예요(너무하는 거예요)[연구 참여자A: 스타의 경제적 이익을 위해 앨범을 중복 구매함].

4) 중재적 조건

본 연구의 참여자들은 팬덤활동을 하면 할수록 다음 만남에 대한 기대가 점차 크게 가지게 되는 것으로 나타났다. 처음에는 잠깐 동안만이라도 스타의 얼굴만 보는 것으로 만족했으나, 점차 그 기대는 개인적인 만남으로 확대되고 심지어 결혼이 목적이 되기까지 했다. 한편, 팬덤활동에 대한 후회도 나타났다. 학업성적이 떨어지고 스타에 대한 집착이나 몰입으로 일상생활을 저해하는 것에 대한 염려, 그리고 스타를 위해 소비한 돈과 시간에 대해 후회하고 있는 것으로 나타났다.

<표 6> 중재적 조건의 속성과 차원

범 주	속 성	차 원
사립에 대한 기대가 커짐	강 도	적다-크다
후 회	정 도	적다-크다

한 번 보면 그 기대감이 갈수록 커져요. 오늘은 얼굴을 보면, 그 다음에는 손잡을

것 같고, 그 다음에는 사귄 것 같고(중략) 그 다음에는 결혼할 것 같아요. 일생의 목표가 제가 그 스타와 결혼하는 거예요[연구 참여자A].

솔직히 다른 팬들이 올린 사진이나 글들을 보면 더 이런 활동을 하게 되요. 다른 팬들이 대중스타하고 만나거나 악수하거 하는 사진들을 올리면 나도 가서 할 수 있구나 라는 생각이 강하게 들어요. 그래서 자꾸 이런 활동을 하게 되는 것 같아요[연구 참여자C].

처음에는 보는 것만으로도 만족했는데 지금은 알아주는 것까지 바라고(생략)[연구 참여자B].

일생의 목표가 결혼하는 거예요. 아니면 한번만이라도 사귀는 거예요[연구 참여자C].

(중략)일생의 목표가 제가 그 스타와 결혼하는 거예요[연구 참여자A].

이 가수들이 저의 남자친구예요[연구 참여자B].

모든 걸 알아버리니까 실망감도 있어요. 보면 솔직히 똑같은 사람이에요. 잘생긴 잘생겼어요. 그런데 나하고 똑같은 사람이에요. 근데 내가 왜 그럴까 생각이 들어요. 근데 그러다가 텔레비전에서 그 스타를 보면 미쳐요. 가슴이 뛰고 보고 싶고 컴퓨터 켜서 인터넷을 들어가 그 스타가 오늘은 뭐 했을까를 찾게 되고....이 팬질(팬덤활동)은 안 좋은 것 같아요. 그런데 제가 그 스타들에게 투자한 돈과 시간이 아까워서 못 그만 두겠어요[연구 참여자C].

저는 중간에 일을 그만두려했어요. 그런데 드린 시간과 돈이 너무 아까와요. 5년 동안에 돈과 시간을 투자했잖아요. 그게 너무도 아까와요[연구 참여자A].

저는 조금 후회하기는 해요. 학업성적도 그렇고. 계속 지속적으로 팬 활동을 하면 안 좋은 게 있을 것 같아요. 그런데 이걸 끊지를 못하겠어요...(생략)[연구 참여자B].

5) 작용/상호작용

본 연구에서는 참여자들이 사용하는 작용/상호작용의 전략으로 ‘적극적인 행동’, ‘답고 싶음’, ‘언제든지 스타를 만날 수 있음’으로 나타났다.

연구 참여자들은 자신이 좋아하는 스타를 좋아한다는 이유만으로도 학원 등에서 몰랐던 노래들과 사귀기도 하고 공연장에 가서 함께 응원하며 친구를 사귀고 있었다. 소극적이고 내성적인 성향의 연구 참여자의 경우, 팬덤활동을 통해 활발하고 적극적인 성향으로 성격이 변화되는 것을 경험하였다. 또한 연구 참여자들은 무대에서 보이는 대중스타의 스타일을 동일시하고 있었다.

똑같은 옷을 입어야 하고 똑같은 시계나 신발을 구매하고 있었으며, 심지어는 어떻게든 모든 것을 같이 해야 한다고 생각하고 있었다. 스타의 이상형이 되기 위해 얼굴 성형을 계획하고 있었고, 발이 예쁜 사람이 이상형이라는 스타의 말에 발 마사지를 받고 있었다. 그리고 연구 참여자들은 팬덤 현장에서 사생을 사귀어 스타의 행적에 대한 정보를 실시간으로 교환하고 있었다. 스타가 어디에 있는지를 실시간으로 서로 알려주고 있었고 사생 블러그나 개인 홈페이지를 매일 확인하며 스타의 행적을 파악하고 있었다. 또한 더 많은 사생을 사귀으로써 스타에 대한 다양하고 풍부한 정보를 수집하여 언제든지 스타를 만날 수 있게 되는 것으로 나타났다. 이 범주의 속성과 차원은 다음과 같다.

<표 7> 작용/상호작용 전략의 속성과 차원

범 주	속 성	차 원
적극적 행동	주도성	적극적-소극적
답고 싶음	강 도	크다-적다
언제든 스타를 만날 수 있음	빈 도	많다-적다

공연장에 가서 친구를 사귀기도 해요. 그래서 학교는 학교친구하고 팬클럽에서는 팬클럽에서 사귀 친구들하고 다니죠[연구 참여자시].

.....(중략)학원에서 몰랐던 사람이라 좋아하는 가수가 같아서 말하기 시작했는데 사귀게 되었어요. 그래서 친구를 만들기도 해요[연구 참여자시].

더 활발해 졌어요. 처음에는 아무 말도 못하고 멀리서 쳐다만 봤거든요. 그러나 지금은 소리치고 아이들 밀치고 잡아당기고 이름을 부르기도 해요. 적극적으로 성격이 변했어요. 목소리도 더 커졌고(생략)연구 참여자A.

무대에서 입었던 옷은 꼭 똑같은 옷을 사서 있어요. 또 가수가 말하는 이상형의 스타일로 저도 닮으려고 노력해요. 가수의 이상형과 맞춰갈려고 노력해요연구 참여자A

옷은 (스타를) 따라 입어요. 무대에서 입은 옷에 대한 정보를 팬들이 올려줘요. 어떤 옷이고 어디에서 살 수 있는지를 물어보면 다 알려줘요. 그럼 가서 구입해요연구 참여자B.

똑같은 시계나 똑같은 신발을 사야해요. 어떻게든지 모든지 같이 해야 되요연구 참여자C.

(그 스타의 이상형처럼)성형수술하려고 했더니깐요. 부모님께 (가수이야기는 빼고) 성형을 해달라고 졸랐어요. 부모님은 서울에 있는 대학교만 들어가면 성형해준다고 약속하셨어요. 대학을 못가도 졸라서라도 성형을 하려구요.[연구 참여자B].

저는 제가 좋아하는 가수가 발이 예쁜 사람이 이상형이라고 했어요. 그래서 저는 지금 발 마사지를 받고 있고 발 관리하고 있어요연구 참여자A.

사무실이나 연습실에 가수를 보러 가면 기다리고 있던 다른 애들이 다가와요. ‘누구 팬이세요?’그럼 누구 팬이라고 이야기 하면, 같은 가수를 좋아하는 다른 애들이 먼저 휴대폰을 주면서 번호를 알려달라고 하거나 ‘휴대폰 주세요..’라고 하며 번호를 찍어줘요. 그러면 사생들끼리 인맥을 넓혀가요. 그럼 수시로 문자 연락이 와요. 가수가 지금 어디에 있다거나 어디로 이동한다는 연락을 줘요. 그럼, 가는 거죠.사생이 많은 건 정보통이 많다는 거잖아연구 참여자B, 사생을 사궂.

사생들이 실시간으로 문자를 날려줘요. 만약에 사무실 앞에 기다리던 사생들이 있잖아요. 거기에 스타가 나타나면 문자로 바로 날려줘요. 직접 문자로 알려줘요. 인맥이 넓어야 돼요. 이 사생들은 조직적으로 나뉘어서 있어요. 미용실, 사무실 등에 사생들이 있는데 스타가 이동하면 지금 나왔다, 벤 번호가 몇 번이다. 어느 방향으로 출

받았다....이런 문자를 서로 알려줘요[연구 참여자A]

(중략) 저는 항상 규칙적으로 사생 블로그를 들어가요.(중략) 들어가서 (사생들이 올린) 영상 쪽 보고 후기)보고 사진보고 (중략)이런 생활습관이 매일같이 규칙적 이 예요.(중략)시간가는 줄 몰라요[연구 참여자B, 사생 블로그 관찰]

(중략)거기서 인맥을 만들었으면, 계속 문자가 와요. 지금 스타가 어디에 있다고. 스타가 어디에 있다고 알고 있는데 안 갈수가 없어요. 그래서 한번 시작하면 못 끊고 계속하게 되는 거예요[연구 참여자A, 더 많은 사생을 사귀].

6) 결과

본 연구에서는 ‘행복함’과 ‘중독됨’으로 나타났다. 연구 참여자들은 팬덤을 통해 얻게 되는 스타에 관한 다양한 정보들이 친구나 다른 회원들보다 더 많이 알고 있는 것으로 상대적인 우월감을 느끼고 있었고 공연장에서 다른 팬들보다 더 많은 팬들이 응원할 때 행복감을 느끼고 것을 경험하고 있었다. 그 스타를 생각만 해도 기분이 좋아지거나 긍정적으로 바뀌었고, 스타에 대한 격려나 칭찬을 듣는 것만으로도 뿌듯한 감정을 경험하고 있었다. 시상식장에서 스타가 감격해서 울면 함께 울었고 팬들이 올린 감동적인 글을 읽으면서 감격해지는 경험을 하고 있었다. 연구 참여자들은 팬덤 활동으로 불안함을 경험하고 있었다. 돈이 없어서 앨범을 못 사거나 콘서트에 못갈 때, 매일 다른 팬들이 올린 스타관련 게시물을 읽지 않으면 불안해하고 있었다. 학원에서 공부할 때 스타가 나오는 방송을 보기위해 중간에 집으로 돌아오기도 했고, 스타생각 때문에 공부를 할 수 없다고 말하는 참여자도 있었다. 매일 인터넷이나 팬 카페에 들어가 스타관련 자료들을 확인하는 일을 습관적으로 반복하고 있으며 스타 스케줄을 외우고 있을 정도로 하루 종일 모든 생각이 스타에 집중되고 있었다. 스타를 주제로 하는 팬픽은 휴대폰이나 인터넷에 저장하여 반복해서 구독할 정도의 중독을 경험하고 있었다.

7) 사생들이 올리는 대중스타의 공연이나 행사 또는 만나거나 보고난 이후의 블로그나 카페에 영상, 사진, 글 등을 올리는 일.

<표 8> 결과 속성과 차원

범 주	속 성	차 원
행복함	강 도	크다-적다
중독됨	정 도	강하다-약하다

내가 다른 회원들보다 더 많이(스타에 관한 정보를) 알고 있을 때, 가수의 사생활이나 정보를 알 때 조금 더 뿌듯해요. 공연장에서 응원하잖아요. 그 스타를 위해서요. 이때 다음 곡을 부르기 위해 준비하던 가수가 제가 좋아하는 가수가 노래 부를 때 팬들의 열렬한 응원에 감동받았다는 말을 하거든요. 이런 말을 들을 때 다른 가수 팬들보다 우리 가수의 팬으로써 우월감을 느껴요[연구 참여자B, 더 많은 정보를 알고 있을 때].

공연장에 우리 팬들이 더 많을 때 요. 또 풍선이 더 많을 때 요[연구 참여자A, 우리 팬이 더 많을 때].

삶의 활력소예요. 기분이 나쁘고 짜증이 나도 그 가수가 방송이나 라디오에 나온다는 말만 들어도 기분이 좋아져요. 하루 종일 안 좋은 일이 있어도 이 생각을 하고 넘어가요[연구 참여자B, 생각만 해도 기분이 좋음].

긍정적으로 기분이 나아져요. 연예인이 상 받으면 저도 뿌듯해져요. 텔레비전을 보면서 같이 울어요. 또 팬들이 감동적인 글을 올리면 저도 감동받아서 같이 울어요 [연구 참여자A, 긍정적으로 바뀜].

앨범을 사거나 콘서트를 가야하는데 돈이 없을 때.....애간장타요.. 음반 발매일자에 맞춰서 사지 않으면 불안해요[연구 참여자C].

돈이 없어도 가야돼요. 친구들한테 빌려서라고. 아빠한테 줄라서라도...불안해요. 콘서트 할 시간에 집에 있으면....[연구 참여자B]

저도 애간장타요. 발매일자에 맞춰서 사야하고 팬 사인회 때문에 똑같은 앨범을 몇 장을 사야해요.(생략)[연구 참여자A].

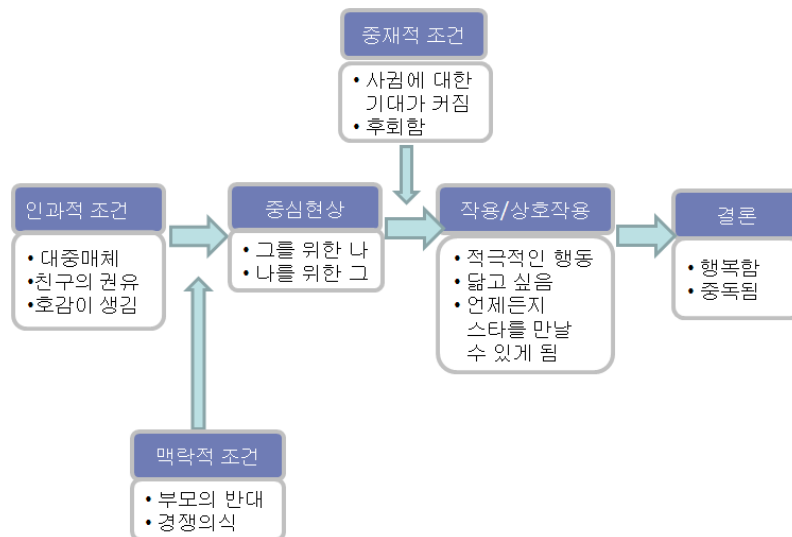
게시물 중에서 안 읽은 글이 있으면 불안해요 연구 참여자A].

학원에서 공부 중에 그 가수가 텔레비전에 나오는 시간이 되면 머리가 혼란스러워진다. 그걸 꼭 봐야하는데 나는 지금 학원에 있고 이러면 어쩔 때면 학원 빠지고 집에 가서 보곤 한다 연구 참여자B].

(생략)학원에서 공부하다가 방송에 나오는 대중스타가 나온다면 보아야한다는 생각 때문에 공부를 할 수가 없다. 이러면 안 된다고 생각은 하지만 이 팬클럽활동이나 대중스타를 좋아하는 일은 끊을 수가 없다 연구 참여자C].

공식적인 사인회나 방송국 공개방송에 참석한다. 항상 그 스타의 스케줄은 외우고 다닌다. 스케줄을 확인하지 못하면 불안하다. 밥을 안 먹어도 스케줄은 꼭 보고 확인하고 텔레비전을 봐야한다. 외우고 있어야 한다. 방송프로그램은 필수적으로 반드시 당연히 챙겨본다 연구 참여자D].

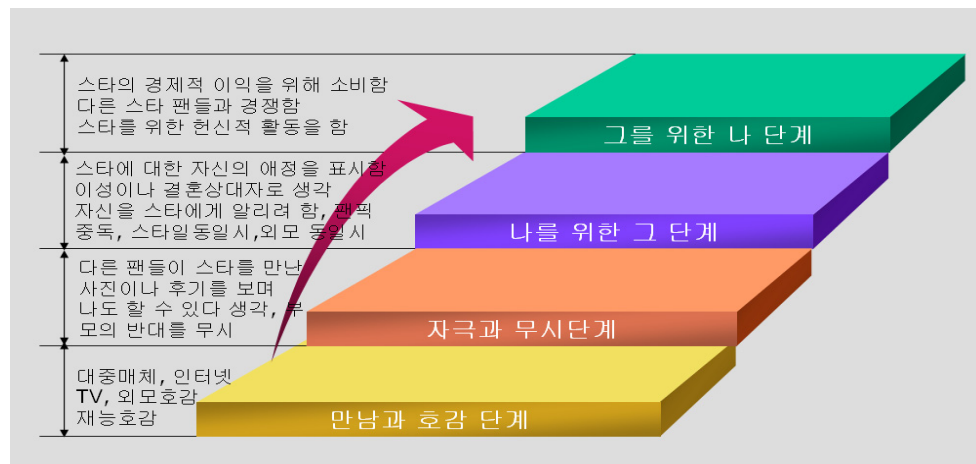
팬픽은 무조건 봐요. 핸드폰에 저장해서 보고 다녀요. 매일 핸드폰으로 보고 그래요 [연구 참여자A].



[그림 1] 팬덤 형성 과정에 대한 패러다임 모형

4. 과정분석

과정(process)이란 한 가지 중심현상과 관련되어 시간의 흐름에 따라 발전하는 작용/상호작용의 순차적인 진행이다(Strauss & Corbin, 1998). 축 코딩 절차 중에서 각 범주들을 패러다임에 연결시키면서, 시간의 흐름에 따라 청소년들이 어떻게 팬덤을 형성하는지에 대해 파악하였고, 이렇게 파악한 팬덤현상의 과정에 대한 분석은 [그림 2]와 같다.



[그림 2] 팬덤 현상에 대한 과정 모형

1) 첫 번째 단계 - 만남과 호감

첫 번째 단계는 대중스타를 알게 되는 단계이다. 참여자들은 자신의 일상생활 속에서 다양한 경로를 통해 대중스타를 만날 수 있는 환경에 노출되어 있었다. 대중매체나 인터넷뿐만 아니라, 가까운 친구를 통해서도 대중스타를 소개받고 있었다. 이렇게 알게 된 대중스타가 잘 생겼거나, 자신의 이성적 이상형에 가깝거나, 성격이 좋다면 호감을 가지게 되었고, 스타가 자기 분야에서 자신의 재능을 인정받고 있다면 이것 역시 호감을 가지게 되는 원인을 제공하고 있었다. 한편, 최근 대중스타들의 연령이 어려워지고 있는데, 청소년들은 자신과 나이가 비슷하거나 동갑내기의 대중스타에 대한 신비감이 그 스타에 열광하게 하는 원인이 되기도 하였다.

2) 두 번째 단계 - 자극과 무시

이 단계에서는 다른 팬들이 스타에 대한 다양한 정보를 공유하고 비공개적인 스타의 사생활과 관련된 정보들을 공유하고 있는 것에 대해 자극을 받기 시작하는 단계이다. 스타를 직접 만나거나, 알려지지 않은 스타의 사생활이나 언론에서 다루어지지 않았던 공연이나 공식적인 행사 후기 등을 작성한 다른 팬들의 홈페이지나 블로그를 보면서 자신도 스타를 가까이에서 보거나 만날 수 있다는 자극을 받고 있었다. 이러한 자극은 처음에는 보는 것으로 만족했으나, 점차 그 기대가 커지고 있음이 발견되었다. 보는 것에서 만질 수 있는 것으로, 또 만질 수 있다는 확신에서 사귄 수 있다는 기대감으로 발전하고 있었다.

한편, 이 단계에서 부모와의 마찰과 갈등이 나타났다. 주로 부모가 더 이상의 활동을 하지 말라는 애원이나 간청을 하고 있었으나, 참여자들은 부모의 반대를 무시하는 것으로 나타났다.

3) 세 번째 단계 - 나를 위한 그

이 단계는 팬덤 현상의 중심현상 단계 중 하나이다. 나를 위한 그 단계는 스타를 향한 자신의 애정에 집중하는 단계이다. 참여자들은 스타에 대한 관심이 마치 남자친구를 대하듯 했고, 이 애정의 종착점은 사귄 혹은 결혼에 대한 갈망으로까지 발전되었다. 스타가 방송이나 언론에서 고백한 스타의 이상형의 외모를 닮기위해 성형수술을 준비하고 있었고 특정부위가 예쁜 사람이 이상형이라는 말을 듣고 그 부위를 집중적으로 관리하고 있다. 방송국이나 공연장에서 스타의 차량에 뛰어들거나 스타를 만나기 위한 노력은 자신의 존재를 알려 스타가 자신을 기억할 수 있게 하기 위함임이 발견되었다. 스타에게 자신의 이름이나 얼굴을 보여 스타가 자신을 좋아하도록 노력하고 있다. 또한 이 단계에서는 방송에 등장하는 스타의 스타일을 무조건 따라하고 있음이 발견되었다. 즉, 의복에서부터 액세서리에 이르기까지 스타일 동일시가 나타났다.

청소년들은 하루 종일 스타를 생각하고 있었다. 스타의 스케줄은 외우고 있었고, 현장에서 스타를 보지 않을 때는 인터넷으로 다른 팬들이 현장에서 올리는 스타관련 정보를 확인하고 있었다. 이러한 행동은 습관적으로 이루어졌으며, 매일 반복되는 것

으로 나타났다. 또한 스타를 주제로 하는 팬픽은 매일확인하고 있었고, 휴대폰에 저장하여 구독하고 있었다. 힘들고 짜증날 때 스타를 생각만 해도 기분이 좋아지는 현상도 발견되었고, 스타와 관련된 정보를 친구들보다 더 많이 알고 있다는 것으로도 행복감을 느끼고 있었다. 스타가 올면 참여자들도 함께 올고 있었고, 다른 팬들이 올린 스타에 대한 감동적인 글을 읽을 때도 행복감을 느끼고 있었다. 그러나 돈이 없어 앨범을 못 사거나, 콘서트에 가지 못할 때, 매일 다른 팬들이 올린 스타관련 게시물을 읽지 못하면 불안해하는 하고 있었다. 또한 학원에서 공부 중에 스타가 나오는 TV프로그램을 볼 수 없어서 불안하거나 우울해하는 경험을 하고 있었고 방송을 보기 위해 수업을 중단하고 집으로 돌아오는 등 일상생활의 어려움을 경험하는 현상이 발견되었다.

4) 네 번째 단계 - 그를 위한 나

그를 위한 나 단계는 중심현상의 다른 하나이다. 스타를 자신의 이상형으로만 여기는 것이 아니라 스타의 경제적 이윤이나 좋은 이미지를 위한 헌신적인 노력을 전개하는 단계이다. 팬 회원 수의 경쟁은 콘서트나 공개방송의 팬 좌석확보에 영향을 미쳐 더 많은 팬 회원 수를 확보하기 위해 노력했고, 자신들의 응원과 소리 지름은 스타가 무대에서 더 멋진 공연을 할 수 있게 하는 원동력으로 여기고 있었다. 또한 팬덤이 단순한 팬클럽활동으로 그치는 것이 아니라 스타를 위한 권력단체로 나타나고 있음을 발견할 수 있었다. 기획사와 스타와의 이윤배분율에 불만을 가지고 있었고, 부당하다고 생각되는 스타의 이윤배분에 한 푼이라도 스타가 더 많은 경제적 이윤을 얻게 하기 위해 동일한 음반이나 상품을 중복 구매하는 소비행태가 나타나기도 했다. 기획사의 상술이나 마케팅에는 불만을 가지고 있었으나, 스타를 위해 소비하는 모습도 발견되었다.

5. 핵심범주와 이야기 윤곽(선택코딩의 결과)

선택코딩 단계는 코딩의 마지막 단계로서 중심범주를 도출하고 이론을 통합시켜 정교화 하는 단계이다(Strauss & Corbin, 1998). 먼저 각 범주와 하위범주들을 연결시키면서 참여자들에게 관찰할 수 있는 중요한 상호작용의 실체인 이야기를 형성하고, 이

를 개념화하고 추상화함으로써 하나의 이야기 윤곽(Story Line)을 전개한다. 이야기 윤곽을 통해 앞서 기술한 이야기를 좀 더 추상적이고 개념적으로 풀어나감으로써 중심범주를 도출하게 된다(김요완, 2009).

1) 핵심범주

연구 참여자들의 팬덤 형성 과정에 대한 핵심범주로 ‘사랑 그리고 세상의 중심에서 스타를 외치기’로 정하였다. 참여자들은 이성교제나 사귀 혹은 결혼의 대상으로 대중 스타를 사랑하고 있었다. 단순한 동경이나 숭배가 아닌 진정한 남녀 간의 사랑처럼 여기고 있었다. 또한 그 사랑의 행위로서 스타를 위한 헌신적인 노력이나 활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 청소년의 팬덤은 스타에 대한 사랑과 자신의 만족이나 행복을 추구하기 보다는 스타를 위한 헌신적인 노력으로 나타났다.

2) 이야기 윤곽(Story Line)

참여자들은 처음 대중스타를 알게 되는 요인은 매우 다양하였고, 호감을 가지게 되면서 다른 팬들이 스타와 관련된 사진이나 글들에 자극을 받아 적극적인 팬 활동인 팬덤으로 이르게 되었다. 팬덤의 중심현상은 ‘나를 위한 그’로써 스타에 대한 사귀이나 교제 또는 결혼을 꿈꾸기 시작하였다. 이 과정에서 부모의 반대나 간절한 애원을 무시하며 팬 활동을 하고 있었고, 그에 대한 사랑이 스타에 대한 몰입이나 중독 현상으로 나타났다. 스타생각 때문에 정상적인 학교나 학원에서의 공부에 집중할 수 없었고, 스타관련 인터넷 정보검색이나 수집으로 일상생활에 어려움을 겪고 있었다. 팬픽은 휴대폰에 다운받아 보고 다닐 정도로 중독증상도 나타나고 있었다. 이후 ‘그를 위한 나’로써 사랑하는 그 대중스타를 위한 헌신적인 노력이 나타나기 시작하였다. 스타관련 상품구매는 자신의 만족이 아닌 스타의 경제적 이익을 고려한 소비활동으로 나타났다. 더 많은 팬을 확보해 스타의 이미지나 영향력을 확대시키려 노력하고 있었다.

종합해 보면, 본 연구에서의 핵심범주는 스타를 사랑하여 그 스타를 위한 헌신적인 활동이나 노력이 함의된 ‘사랑 그리고 세상의 중심에서 스타를 외치기’로 도출되었다.

IV. 결 론

본 연구는 청소년의 대중스타 팬덤문화가 어떻게 형성되는지 그리고 그 과정은 무엇인지를 파악하기 위해 팬덤에 참여하고 있던 청소년들과의 심층면담을 통해 살펴보았다. 이에 대한 결과는 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 대중스타에 대한 팬덤의 과정이 ‘만남과 호감’, ‘자극과 무시’, ‘나를 위한 그’, ‘그를 위한 나’의 단계로 이루어져 있음이 나타났다. 지금까지의 팬덤에 관한 선행연구들에서는 어떻게 팬덤이 형성되는지, 그 과정은 어떠한 요소들로 구성되는지, 각각의 과정이 의미하는 것은 무엇인지 등 팬덤의 형성과정에 대한 연구는 찾아볼 수 없었다.

둘째, 개인주의적 정체성의 특징이 나타났다. 개인주의적 정체성이란 청소년들은 자신이 좋아하는 팬클럽에 가입하거나 소속되어있다는 집단적 정체성을 위해 팬덤에 참여하는 것이 아니라, 자신이 좋아하는 스타와의 만남이나 연애 혹은 결혼을 위해 참여하는 지극히 개인적인 정체성이 나타나고 있다는 것이다. 뿐만 아니라 청소년들은 스타가 좋아하는 이상형과 닮기 위해 성형수술을 준비하고 있었고 스타의 차량에 뛰어들거나 스타를 만나기 위한 노력은 자신의 존재를 알려 스타가 자신을 기억할 수 있게 하기 위함임이 발견되었다. 이러한 결과는 청소년들이 팬덤에 참여하는 의미는 대중스타를 좋아하는 팬클럽 회원들의 집단적 정체성의 특징 중 하나인 ‘차별과 구별’에서 팬클럽 구성원들은 집단적으로 고유한 스타일을 만들고 다른 팬클럽과 차별화하고 싶어 한다는(김창남, 2003; Fiske, 1992; 한국청소년개발원, 2005) 기존의 선행연구와 상반된 결과이다.

셋째, 개인의 희생과 헌신이란 특징이 나타났다. 청소년들은 자신이 좋아하는 스타의 경제적 이윤이나 좋은 이미지를 만들기 위해 헌신적인 노력하고 있다는 것을 알게 되었다. 청소년들은 스타의 경제적·사회적 이익을 위한 활동이 팬덤을 형성하고 있음을 알 수 있었다. 스타와 기획사와의 이윤배분에서 스타가 조금이라도 더 많은 경제적 이윤을 얻게 하기 위해 동일한 음반을 수 십장씩 구매하고 있었다. 스타의 좋은 이미지를 위해 자발적인 봉사활동이나 기부 등을 스타의 이름으로 실천하고 있었다. 이러한 결과는 대중스타와 함께 몸을 흔들거나, 소리 지르거나, 포스터나 음반을 구매하는 행동들은 청소년의 ‘해소’나 ‘도피’적 의미라는 기존의 선행연구(김광열, 1996.

최우신, 1999, 김창남, 2003)와 다른 특징이 나타났다.

마지막으로 본 연구는 청소년들의 팬덤이 어떻게 형성되는가에 대해 연구하였으나 참여자들의 성별이 여자청소년들로 한정되어있다. 남자청소년들의 차이점과 차별성에 대한 연구가 필요하다. 청소년 팬덤에 대한 지속적인 연구를 통해 이에 대한 이론의 정립을 제언하고자 한다.

참 고 문 헌

- 김광열(1998). 대중소비사회가 청소년문화에 미치는 영향 연구, 동아대학교 석사학위논문.
- 김요완(2009). 근거이론을 적용한 이혼소송 과정분석. 한국심리학회지 상담과 심리치료, 제21권 제2호, pp. 559-583.
- 김현정(2002). 팬덤(fandom)의 진화에 관한 연구 : 서태지(와 아이들) 팬덤의 감수성 변화 사례를 중심으로, 서강대학교 석사학위논문.
- 김현정 · 원용진(2002). 팬덤 진화 그리고 그 정치성 : 서태지 팬클럽 분석을 중심으로, 한국언론학보, 제46권 제2호, pp. 253-278.
- 노수연(2006). 문화적 실천으로서의 팬덤, 스타중심에서 쓰기 텍스트(writerly text)로, 영화연구, 제29권, pp. 95-129.
- 박은경(2003). 스타덤과 팬덤, 서울 : 한울.
- 보건복지가족부(2009). 2008 청소년 통계, 서울: 보건복지가족부.
- 스포츠조선 2009, 3, 24일자 (연예) : 동방신기, 세계에서 가장 사진 많이 찍힌 연예인으로 기네스 올라.
- 신경림 · 조명옥 · 양지향 외(2008). 질적연구방법론, 서울: 이화여자대학교출판부
- 양재영(1994). 청소년집단의 대중문화 수용과정에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문.
- 이동연(2005). 문화부족의 사회-히피에서 폐인까지, 서울 : 책세상.
- 이종수(2008). 미국 드라마 수용의 즐거움과 온라인 팬덤. 한국방송학보, 제22권, pp. 213-254.
- 장갑선(2000). 미디어의 스포츠 스타 만들기과 팬클럽의 스타 수용(fandom)에 관한 연구, 고려대학교 석사학위논문.
- 전종희(2005). 연예인 팬클럽 활동을 하는 청소년들의 정서특성에 관한 연구 : 가수 ‘비’의 팬클럽 〈우박패밀리〉를 중심으로, 서울대학교 석사학위논문.
- 정재민(2004). 청소년의 대중스타 팬클럽 활동이 심리적 행복감에 미치는 영향에 관한 연구, 명지대학교 석사학위논문.
- 정재민(2005). 청소년 팬클럽활동에 관한 연구. 명지대학원논총집 제4권.
- 정재민(2007). 청소년문화의 새로운 이해, 청소년문화포럼, 통권15호, pp. 66-85.
- 정재민(2008). 청소년문화의 탈하위문화 현상에 관한 연구: 팬덤 현상을 중심으로, 명

지대학교 박사학위논문.

주은우(2005). 미국 무성영화와 국가 정체성의 형성, *경제와 사회*, 제65호, pp. 121-154.

최우신 · 김영희(1999). 청소년의 연예인 우상화 현상의 특성, *한국청소년학연구*, 제10권 제2호.

한국일보 2009. 9. 12일자(삶과 문화) 기사 : 팬클럽의 힘.

황원덕(1999). 중 · 고등학생의 연예인 팬클럽 활동에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문.

현지영(1998). 팬클럽 활동을 통한 청소년의 자기정체성 형성에 관한 연구. 연세대학교 석사학위논문.

Strauss, A, & Corbin, J(1997). *근거이론의 이해*. 신경림 역(2001). 서울 : 현문사.

ABSTRACT

An Analysis of Youth Fandom Based on the Ground Theory

Choung, Jae-Min*

This study was designed to identify the admission phenomenon associated with Fandom. The findings are expected to contribute to the development of a fandom culture theory. The subjects used for the purposes of this study were 4 middle school girls. Data were collected by means of recording and transcribing interviews and analyzed in the framework of grounded theory as mapped out by Strauss and Corbin(1998). The core category in the analysis of the phenomenon of fandom was "love expressed to stars and shouting to the world about one's favorite stars". In the process of data analysis, a total of 74 concepts, and 31 subcategories were identified. These subcategories were regrouped into 13. These were confirmed as follows :

Those under the influence of the mass media, star attraction, and other fan activities fans all were behaviors which led to fandom. The core concept of the Fandom phenomenon was 'I am falling in love with a star.' This begins through dreaming about a relationship or marriage with a star. This leads to obsession with the star to the point whereby their parents' wishes were all but ignored. The next step in this process is 'My love for a star is a benefit of the star.' This is manifested in economic activities, cheering activities, and raising more fans for the benefit of the star. Another manifested behavior is that they are unconcerned about their own satisfaction.

The core category in the analysis of the phenomenon of fandom was "love expressed to stars and shouting to the world about one's favorite stars".

Key Words : fandom, ground theory

투고일 : 3월 13일, 심사일 : 6월 8일, 심사완료일 : 6월 22일

* Department of Youth Education and Leadership, Myong-Ji University

