

방탄소년단의 서사전략과 열린 이야기 세계

이희구 *

초 록

본 논문은 방탄소년단의 서사 세계를 구성하는 여러 층위를 분석적으로 살펴보고 그것들이 어떤 방식으로 유기적인 서사로 새롭게 발전되어 가는지 살펴보려한다. “방탄소년단”이라는 K-pop 아이돌로서의 성장 서사, 디스코그래피 전체를 관통하는 서사, 그리고 각각의 노래의 가사가 전달하는 서사는 하나의 큰 서사 세계를 만들어낸다. 이는 다시 안무의 서사, 뮤직 비디오 영상의 서사와 결합되어 더 큰 세계를 이루고, 이 세계는 아미의 해석의 공동체와 다시 연결된다. 서사 해석이라는 행위를 통해 세계 속으로 들어온 아미는 방탄소년단의 서사의 밖에서 거리를 두고 상품을 보듯 관조하는 자본주의적 소비자의 위치가 아니라 서사의 일부로서 서사와 관계를 맺고 그 세계를 확장한다. 이 확장은 인위적으로 구분한 층위에 머무르는 것이 아니라 자신을 구성하는 틀을 해체하며 새롭게 변화하는 가운데 이루어진다.

핵심어 : 방탄소년단, 서사세계, K-pop, 뮤직비디오, 아미

* 중원대학교 교양대학 助理教授.

I. 서론 : 방탄소년단의 유기적 이야기 세계

방탄소년단 (BTS) 의 국제적 성공, 특히 대중음악의 메카인 미국 시장에서의 성공을 설명하기 위한 다양한 시도가 있다. 대부분 온라인 세계의 폭발적인 성장과 확장, 이에 따른 다양한 음악이 가능한 많은 사람들에게 전달 가능한 플랫폼의 발생을 그 성공의 원인으로 지목한다. 이 플랫폼에서 태어난 세계에서 가장 강력한 팬덤이라고 불리우는 “아미”(ARMY) 는 아이돌을 따라다니는 수동적인 역할을 벗어나 능동적으로 방탄소년단의 미국 시장 편입을 이끌었다. 이러한 방탄소년단의 성공 담론의 표준 판본에서 자주 언급되지 않는 것은 방탄소년단과 제작을 담당한 소속사가 창조해낸 서사의 유기적 세계이다.

전통 서사이든 디지털 플랫폼에서 만들어진 서사이든, 서사의 궁극적인 효과는 그것이 만들어낸 세계에서 드러난다. 좋은 서사는 독립적인 자신만의 이야기 세계를 구성한다. 개별 작품은 그것이 소설과 같은 문자 매체이든 영화나 게임같은 멀티미디어 환경의 매체이든, 현상적 세계와는 별개로 서사적 차원에서 자족적인 세계를 만들어내고 독자를 그 안에 몰입시킨다. 한 저자의 서사는 자신의 세계를 세우기도 한다. 윌리엄 포크너 (William Faulkner) 의 “요크나파토파 카운티”(Yoknapatawpha County) 나 J. R. R. 톨킨 (Tolkien) 의 “중간계”(Middle-Earth) 와 같은 대표적인 이야기 세계는 단순한 이야기 세계를 넘어 현실 세계를 대체하는 효과를 내기도 한다. 이런 이야기를 세계라는 개념을 통해 좀 더 확장하면 서구 문화 자체가 만들어 놓은 이야기 세계가 존재함을 쉽게 인식할 수 있다.

서구의 서사 세계는 그 모습이 구체적으로 완성된 근대 이후 자신의 제국주의적 기획과 그 행보를 같이 해왔다. 이 서사 세계는 수많은 이야기들을 수집하고 편집 / 각색하여 코스모폴리탄적 이미지로 끊임없이 자신의 이미지로 동화시킨다. 동아시아, 아프리카, 아랍, 남아메리카와 같은 제 3 세계의 이야기는 새로운 이야기 소재에 목마른 미국으로 대표되는 서구 문학회,

영화계, 게임 등 다양한 매체의 입으로 흡수되고, 소화되어 이색적인 서구 이야기로 변모된다 (Anjirbag, 2018: 2). 디즈니를 가장 대표적인 예로 들 수 있다. 디즈니는 <물란>(*Mulan*) 같은 동아시아의 전래 이야기, 멕시코의 제레문화인 “망자의 날”(Día de los Muertos) 을 각색한 <코코>(*Coco*), 폴리네시아의 신화 마우이 (*Maui*) 를 소재로 한 <모아나>(*Moana*) 같이 숨어있는 제 3 세계의 이야기를 가져와 자신의 이야기 세계가 만들어 놓은 틀에 맞추어 애니메이션을 만들어낸다.

이런 견고한 미국 중심의 서구 서사 세계에서 한류 드라마나 영화의 약진은 괄목할만하다. 넷플릭스라는 OTT의 등장도 한몫했겠지만 서구의 서사와 다른 문법을 가진 한국의 드라마가 미국에서 받아들여지는 것도 어느 정도 사실이다. <미나리>나 <기생충>의 평가, 특히 오스카와 같은 아주 미국적인 평가가 보여주는 것은 한국의 특수한 서사의 세계가 서구로 대표되는 보편 서사적 세계와 접점이 생기면, 견고해보였던 벽도 쉽게 사라질 수 있다는 것이다. 반면에 음악의 지형은 좀 다르다. 주류 음악 시장이 서사적 세계와는 다른 방식으로 형성되었기 때문이다. 어느 정도 미국의 대중이 받아드렸다고 생각했던 K-pop의 소비층은 대부분 아시아에 대한 관심이 있는 청소년층에 제한되어 있었다. 다시 말하면 K-pop의 위치는 여전히 서구 주류의 음악 세계에서 마이너한 자리였었다. 하지만 방탄소년단의 성공은 빌보드 순위가 말해주듯 K-pop의 위치가 단순히 미국 소수자들의 소수적 음악이 아니라 서구의 보편적인 음악의 주류로 입성했음을 상징한다. 방탄소년단의 소속사 하이브가 이타카 홀딩스(Ithaca Holdings)라는 미국 음악의 공룡 엔터 기업을 인수했다는 사실은 K-pop이 미국이라는 대중음악 시장의 주인공이 되었다는 것을 보여준다.

앞서 언급했듯이 방탄소년단이 미국 대중 음악계의 막강한 벽을 뚫고 입성했다는 경이로운 사건은 단순히 음악적 차원으로는 설명되어질 수 없다. 이들을 미국 시장에 진입시킨 것은 주지하다시피 전 세계의 팬과 미국

음악계를 끊임없이 압박했던 미국의 팬들, 다시 말하면 아미였다. 음반을 사고, 스(트리)밍하고, 라디오 디제이에게 선물과 편지로 방송(에어플레이)을 요청했던 이들이 사실 방탄소년단의 성공의 반을 담당했다고 말해도 과언이 아니다. 이 연구가 논하는 것은 이 아미가 함께하는, 공동으로 창작했던 방탄소년단의 유기적 이야기 세계이다. 일인 창작자나 한정된 인원이 참여한 창작 그룹의 이야기 세계에서 완결성이 중요한 요소이겠지만, 방탄소년단과 아미의 서사는 능동적이고 역동적인 열린 서사 세계가 그 핵심을 이룬다. 여러 개의 층위에서 만들어져서 하나를 이루는 방탄소년단의 서사 세계는 유기체적인 움직임을 가지고 있다. 유기체적이라 함은 여러 가지 함의를 갖는다. 이 연구는 “유기체”라는 단어를 성장하고, 변화하고, 외부 환경에 개방적으로 적응하고 그 외부환경의 생태를 적극적으로 바꿀 수 있는 힘이 있다는 의미로 정의한다. 그렇기에 방탄소년단의 서사적으로 열린 음악은 정치적인 힘을 얻게 된다. 트럼프 전당대회와 노쇼라는 형식의 저항과 인도네시아 청소년들의 정치 참여 뒤에는 방탄소년단과 아미가 만들어내는 서사와 그 서사가 내포되어 있는 정치적 힘이 있었다.

방탄소년단의 서사를 분석하기 위해 서사연구에 사용되는 스토리텔링 구조를 끌어오는 경우가 있지만(정지은, 2019), 이런 정적인 구조는 역동적인 성격을 설명할 수 없다. 소재로서의 이야기인 “스토리,” 말, 글, 시청각적 요소로 표현하는 “말하기,” 창작자와 감상자 사이의 “상호작용”이 방탄소년단의 서사(전략)를 이루고 있다는 구조적 해설은 다양한 구성요소가 구성을 해체하면서 동시에 끊임없이 연결되는 역동적인 서사를 감당하기에는 지나치게 정태적이다. 소재로써의 “스토리”는 표현의 도구가 되고, “상호작용”의 결과는 다시 소재로 사용되는 반복 순환에서 유기적으로 성장되는 하나의 역동적 이야기 세계로 이해하는 것이 적절하다. 본 논문에서 방탄소년단의 서사 세계를 구성하는 여러 층위를 분석적으로 살펴보고 그것들이 어떤 방식으로 유기적으로 새롭게 발전되어 가는지 따라가려고 한다. 먼저, “방탄소년단”이라는 K-pop 아이돌로서의 성장 서사와 그것이 구성하는 현

실 세계가 있다. 다음으로 디스코그래피 전체를 관통하는 서사가 있고, 각각의 노래는 가사에서 다루고 있는 다양한 주제의 서사로 하나의 세계를 만들어낸다. 이는 다시 안무의 서사, 뮤직비디오 영상의 서사와 결합되어 더 큰 세계를 이루고, 이 세계는 아미의 해석의 공동체와 다시 연결된다. 서사 해석이라는 행위를 통해 세계 속으로 들어온 아미는 방탄소년단의 서사의 밖에서 거리를 두고 상품을 보듯 관조하는 자본주의적 소비자의 위치가 아니라 서사의 일부로서 서사와 관계를 맺고 그 세계를 확장한다. 이 확장은 인위적으로 구분한 층위에 머무르는 것이 아니라 자신을 구성하는 틀을 해체하며 새롭게 변화하는 가운데 이루어진다. 이지영이 방탄소년단의 현상을 질 들뢰즈(Gilles Deleuze)의 리즘으로 설명한 것처럼, 그들의 이야기세계도 리즘과 같이 나무 구조의 위계를 부수고 새롭게 연결을 시도한다.

II. 방탄소년단과 아미의 성장 서사

전 세계에서 가장 강력한 팬덤인 아미가 그들의 아이돌에서 발견한 첫 번째 서사는 방탄소년단의 성장 이야기였다. 다양한 소외 속에 처한 팬들이 발견한 초기의 방탄소년단의 이야기는 언더독의 서사였다. 대형기획사들이 키워내 단숨에 정상에 오르는 유명 아이돌들과 달리 방탄소년단은 초라한 소속사의 막 데뷔한 그저 그러한 아이들이었다. 자금 여력도 없고 대형 기획사에만 관심이 있었던 언론의 눈 밖에 있었던, 그들이 택한 홍보처는 소셜미디어였다. 비루할 수 있었던 데뷔 초년의 일상을 유튜브라는 가장 대중적인 매체를 통해 당시에는 많지 않았던 팬들과 공유되면서, 방탄소년단의 서사는 그들이 일방적으로 만들어내는 서사가 아니라, 만들어내면서 동시에 만들어지는 생태적 공생을 살아가는 유기체와 같은 모습을 갖게 되었다. K-pop은 탄생 초기에서부터 “공장형 상품”으로 불리면서 폄하되었다. 이러한 공장형 서사와 달리 방탄소년단의 이야기는 기획사가 내놓은 상품을 구매하는 것과 같은 경험과 완전히 다른 성격을 띤다.

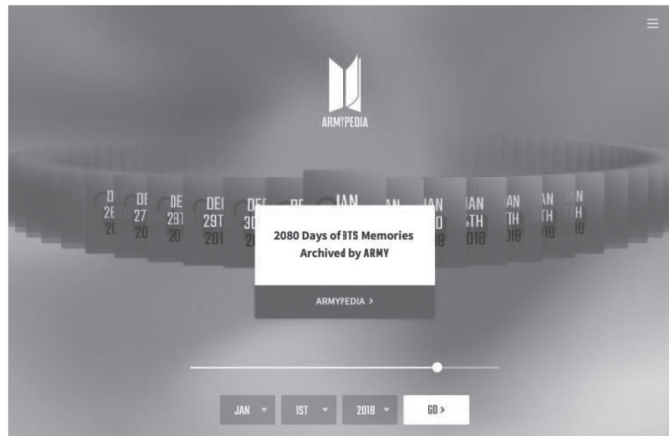
삶의 방향을 잃고 정체성 혼란을 느끼는 것은 단지 청소년만의 문제는 아니기에, 급격히 변화하는 이 시대에서 우리 모두는 온전히 자신의 모습을 찾기 원하며 외부의 인정이 아닌 진정한 “나”를 찾고자 한다. 방탄소년단의 삶이 유튜브를 통해 공유하는 이야기는 혼란을 느끼고 사회의 언더독이라는 느낌을 받는 우리 모두에게 (처음에는 청소년들에게) 공유하는 동시에 확장할 수 있는 서사를 제공한다. 소셜미디어는 다양한 이야기를 모아 전체의 서사를 만들어낼 수 있는 가능성을 가지고 있다. 유튜브의 영상이 전달하는 서사는 그 자체로 끝나지 않고 댓글이라는 수많은 마이크로 서사를 통해 영상의 이야기를 확장하고 방향을 틀거나 심지어 전복할 수 있다. 최근 역주행의 상징이 된 브레이브걸스의 경우만 봐도 영상의 서사 (위문공연)와 댓글의 서사가 또 다른 영상으로 재생산되어 걸그룹 홍수 속에 묻혀 사라질 수도 있었던 재능 있는 네 명을 무대로 새롭게 호출했다. 이들의 서사는 5년의 무명시절을 거쳐 해체를 한 주 앞두고 있던 이들의 “재기”를 바라보는 많은 사람들에게 실패를 허락하지 않는 신자본주의의 처절한 시스템에서 신음하는 자신들의 삶 속에서 대리적 위안을 찾도록 했다. 이 위로의 보답으로 그들의 팬들은 브레이브걸스가 반짝 인기가 아닌 지속적인 활동을 할 수 있도록 그들의 광고 활로를 찾아주고 광고 상품을 홍보해주고 구매한다. 그들과 팬들의 서사는 서로 영향을 주며 하나의 전체 이야기로 성장한다.

브레이브걸스를 앞서 방탄소년단의 성장은 아티스트의 서사가 팬들의 서사와 서로 영향을 끼치며 이루어진 서사의 세계라는 중요한 선례를 만들어냈다. 방탄소년단이 미국에 입성하고 차트에 오를 때 팬들의 반응은 “그들의” 성공을 축하하는 것이 아니라 “우리의” 성공을 공유하는 내용으로 가득하다. 팬들에게 방탄소년단이 빌보드 싱글 차트 1위를 한 사건은 우리가 같이 이루어낸 공동작업이다. 어려운 시절을 같이 겪어낸 가족이자 친구, 동료의 축하할 일이지 동양의 어떤 아이돌 스타의 업적이 아니다. 그렇기에 서구 뮤지션의 공과 사의 구별이 방탄소년단과 그들의팬덤 사이에서 다르게 작동한다. 서구 음악계에서 뮤지션의 자아는 무대 위와 무대밖에 개인적 영

역에서 완전히 다르다. 팬과의 관계는 무대 위에서만 이루어진다. 그들의 사생활은 황색 저널리즘의 가십으로 소비될 수는 있어도 무대 위의 뮤지션과는 별개로 인정받는다. 그렇기에 인기의 부침은 어쩔 수 없는 과정이고 팬들은 다른 뮤지션으로 쉽게 옮겨갈 수 있다. 방탄소년단의 팬덤인 아미의 경우 아이돌의 서사는 팬 자신의 서사와 엮여 하나의 큰 이야기가 되고 아이돌의 성장과 자신의 성장이 겹쳐 이루어짐으로써 팬과 아이돌의 하나의 이야기 공동체가 된다.

이는 게임 서사와도 유사점을 가지고 있다. 마인크래프트는 이전 게임과 상당히 다른 이야기를 사용자에게 전달한다. 이전의 게임이 주어진 미션을 완수하거나 더 좋은 전략으로 상대방을 (그것이 컴퓨터이건 인터넷 속 경쟁 상대 이든) 이기면 그것이 끝이었다. 하지만 마인크래프트는 사용자들로 하여금 주어진 규칙을 가진 세계 안에서 그들의 세계를 만들도록 허락한다. 사용자는 그 세계를 사용하는 것을 넘어 그 안을 구성하는 새로운 이야기를 생성해 낼 수 있다. 마인크래프트에서 더 발전된 이더리움 블록체인 기반의 VR 게임인 디센트럴랜드 (Decentraland) 의 경우는 더 이상 단순한 게임이 아니라 그 속에서 활동을 하고, 심지어 경제활동에도 참여할 수 있다. “나”는 현실에서 어떤 중요한 구성적인 역할을 할 수 없을지라도, 이런 게임에서는 세계의 이야기를 만들어내는 중요한 플레이어가 될 수 있다. 방탄소년단의 팬들도 이와 흡사한 방식으로 그들의 아이돌의 이야기와 관계를 맺고 있음을 위에서 소개한 것처럼 알 수 있다. 이들은 마치 블록체인의 분산저장 방식과 마찬가지로 모두가 다양한 노드를 구성하고 있지만 모두 전체 서사를 공유하고 있다. 다양한 방식으로 작업증명을 함으로써 “찐” 팬임을 확인시키고 그 세계의 새로운 정보를 더하면서, 동시에 모두에게 그것을 공유하면서 이야기 세계를 확장한다. 이를 구체적으로 보여주는 결과물이 “아미피디아” (Armypedia) 이다. 방탄소년단의 데뷔일에서부터 현재까지 모든 기록을 보관하는 이 백과사전은 아미의 “노동”의 결과이다. 인터넷 기반에서 출몰한 팬덤의 핵심은 탈중앙화된 개별의 노력 / 노동의 결합이다. 블록체인처럼 모

든 방탄소년단의 기록을 담고 있는 아미피디아는 “선물경제”처럼 작동하는 팬덤의 힘으로 하나의 세계를 만들어나가고 있다. 팬들은 온, 오프라인에 분산되어 있는 수많은 방탄소년단 관련 정보들을 찾아와 네트워크에 연결시켰다. 그리고 블록체인의 연결할 권리를 획득하고 자신의 “경험적 스토리”를 포함시키 위해서는 QR 코드를 찾아내야 한다 (한유희, 2019: 152). 이 아미피디아는 “집단지성”의 성격을 갖춘 공동체의 이상이라고 할 수 있는 “코스모피디아”라고 말할 수 있다 (한유희, 2019: 145). 한유희 (2019: 146)는 “개개인 모두가 개성을 살려 자신의 지식을 공동 생산하고 교환하는 공간으로” 정의하는 피에르 레비 (Pierre Levy)의 개념인 코스모피디아를 아미에게 사용하면서 동시에 그 안에 여전히 존재하는 시스템적인 위계로 인해 이상적이지 않다고 평한다. 이 한계보다 더 중요한 사실은 연결방식이다. 하나하나의 개별적인 정보는 연결을 통해 주어진 세계의 틀을 넘어 확장시키는 동시에 네트워크 안의 신뢰를 계속 유지하는 이런 방식이 (불) 가능한 통합적 서사세계를 만들어내는 중요한 구성 요소이다.



< 그림 1> 아미피디아의 첫 화면 (<https://www.armypedia.net>)

방탄소년단의 소속사 빅히트는 이런 방식의 통합된 서사를 적극적으로 활용한다. 2021 년 하이브로 이름을 바꾼 이 엔터테인먼트는 엔터계의 공룡으로 변신했다. 2020 년 10 월 회사의 상장은 문화와 경제면 모두에서 큰 화제가 되었다. 회사의 상장보다 더 중요한 변신은 하이브가 엔터테인먼트 회사를 넘어 IT 역량을 가진 플랫폼 기업으로의 전환이다. 빅히트는 2020 년 5 월에 한국의 거대 게임회사인 넥슨의 대표를 빅히트의 국내 사업을 책임지는 총괄 대표로 스카웃했다. 이후로 이 회사는 게임관련 인재들을 불러오면서 단순 엔터테인먼트 사업체에서 디지털 미디어 플랫폼 회사로 변모를 시작했다. 이런 변화는 위버스라는 새로운 플랫폼을 탄생시켰다. 이는 다양한 소셜 미디어로 흩어져있는 방탄소년들과 팬들의 서사들을 한곳으로 집중시켜 하나의 거대한 이야기로 만들어진 세계를 구축하는 기초가 되었다. 이 플랫폼에서 수많은 언어로 자동 번역이 가능한 시스템이 구축되고 이 세계에서 국경, 언어, 인종과 같은 경계들이 사라진다. 코로나 19 와 같은 물리적 세계의 단절이 일어난 시국에서도 이 세계는 여전히 커지고 발전한다.

한국의 대형 연예기획사들의 꿈은 미국 시장의 진출이었다. 이들은 일본, 중국, 동남아시아를 거쳐 한국 대중문화의 영토를 확장하면서 자신 있게 미국으로 진출을 시도했지만, 결과는 참담했다. 박진영이 이끄는 JYP 는 당시 제일의 걸그룹인 원더걸스를 미국에서 데뷔시키려고 미국 엔터테인먼트 세계의 성공 공식을 따르며 투어를 시작했다. 한국의 인기를 뒤로하고 미국 음악계의 밑바닥부터 시작한 원더걸스는 주류 매체의 관심도 받지 못하고 몇 년의 노력만을 미국에 남기고 귀국해야 했다. 이 실패를 의식한 듯 나머지 두 거대 기획사는 아시아의 인기를 거점으로 미국과 유럽의 시장을 노크하려했다. 이들 역시 주목할 만한 결과를 얻지 못하고 제자리를 답보했다. 이들은 그들이 이제까지 쌓아왔던 문화적 노하우 혹은 기술을 극대화시켜 이 장벽을 뛰어넘으려고 했지만, 방탄소년단과 소속사는 기술이 아니라 방탄소년단과 그들의 팬들이 만들어내는 유기적 성장 서사를 통해 배타적인

미국 시장에 스며들듯이 진입할 수 있었다. 팬들은 방탄소년단과의 이야기를 가족과 친구에게 전하면서 그들의 지인들을 포섭하였다. 이들에게 방탄소년단들의 음악은 한 시절 소비하고 다른 음악으로 옮겨가는 상품이 아니라 그들과 같이 성장한 친구이고 자신의 존재 증명이다.

III. 방탄소년단, 노래로 이야기 세계를 만든다

방탄소년단과 아미가 공유하는 성장 서사는 그들의 가사의 기초가 된다. 이러한 유대감을 위에서 방탄소년단이 그들의 팬들에 전하는 이야기는 더욱더 진솔함과 진정성을 갖게 된다. 그렇기에 방탄소년단의 이야기는 내면을 솔직하게 전달할 수 있다. 가수가 자신의 무력함이나 번아웃 경험을 비유적인 방식이 아니라 직설적으로 표현하기는 쉽지 않다. 어쩌면 많은 한국의 아이돌 가운데에서 방탄소년단만이 일상을 랩의 벨스로 옮기는 래퍼처럼 그들의 이야기를 있는 그대로 팬들에게 고백할 수 있다. 2020 년 말에 멤버진이 공개한 개인곡 “Abyss”는 자신의 번아웃 경험을 솔직하게 털어놓았다.

사실은 최근에 크게 번아웃이 왔는데 저 자신에 대한 많은 생각이 들어서 그랬던 것 같아요. 빌보드 핫 100 1위를 하고 많은 분들께 축하인사를 받았는데 내가 이런걸 받아도 될까 [...] 사실 나보다 음악을 더 많이 사랑하고 더 잘하는 분들도 많은데 내가 이런 기쁨과 축하를 받아도 괜찮을까 [...] (빌보드코리아)

블로그에 올린 이 글과 함께 진은 자신이 다른 작곡가와 멤버들과 공동작업한 노래를 생일선물로 팬들에게 선사하였다. 이런 공감대를 형성할 수 있었던 것은 앞서 보았던 것 같이 공유한 성장의 서사이다.

방탄소년단 초기 곡들은 이런 공감대 이전에 만들어졌기에 청소년 / 청

년기의 고민을 담은 단편적인 가사들이 많다. 처음 기획이 힙합을 위한 보이 밴드 구성이었기에, 방탄소년단 멤버들이 써온 가사들은 힙합의 허세와 같은 클리셰가 많았지만 진솔한 자신의 내용을 가사로 써오라는 방시혁 대표의 조언 이후로 학교생활에 대한 고민, 작은 기획사의 연습생으로서의 어려움, 힘겨운 서울살이 등 솔직한 이야기를 노래에 담기 시작했다(이상원, 2021). 방탄소년단의 세계가 만들어지는 것은 팬들과의 유기적인 서사 세계가 만들어지는 시기와 일치한다고 볼 수 있다. 이들은 팬들과 교감하면서 그들과 아미가 생각하고 고민하는 중심 주제를 찾아 그것을 그들의 앨범 컨셉과 가사로 형성해 나갔다. 한편으로 앨범의 컨셉을 연작 형식으로 꾸준히 발전시키고, 다른 한편으로 각 수록 곡의 가사를 통해 방탄소년단과 팬들의 다양한 문제를 다각적으로 접근하였다.

그들이 팬들과 함께 찾아낸 음악적 화두는 “Love Yourself”(너를 사랑하라)는 메시지이다. 정규앨범과 미니앨범에 걸쳐 기승전결이라는 단계로 소개한 이 메시지는 앞의 앨범보다 많은 사람들의 이야기를 담는 중요한 서사의 틀을 제공했다. 기자회견에 밝힌 방탄소년단의 설명에 따르면, “너를 사랑하라”는 음악 서사는 다양한 사랑 이야기인 동시에 자신들을 포함한 많은 사람들이 스스로 자신의 정체성을 찾고 그 가운데서 자신을 온전히 사랑하는 방법을 배우는 과정을 그린다. 각각의 곡이 가진 의미는 수많은 팬들이 그들의 블로그, 리액션이나 해석 동영상, 다양한 소셜미디어를 통해 해석되고 공유되어 그들이 제공한 서사틀에서 융합되고 성장한다. 이 논문에서는 개별 곡이 융합되고 발전되어 가는지 보다는 전체적인 구조를 살펴보고자 한다.

방탄소년단은 “Love Yourself” 이전에 “화양연화”라는 연작으로 ‘위태롭지만 아름다운 청춘’을 음악 서사로 표현했다. “화양연화”와 “Love Yourself”가 형태적으로 다른 지점은 “기승전결”이라는 서사적 구조를 음악에 명시적으로 제공하고 있다는 사실이다. 사실 기, 승, 전, 결은 다른 방식과 매체로 만들어졌다. 기가 영상물이었다면, 승은 미니 앨범의 형식이었

다. 전이 정규 3 집으로 많은 곡을 담고 있다면, 결은 앞의 곡들과 신곡을 새롭게 묶는 리패키지 형식의 앨범이었다. 이런 서사의 큰 줄기 안에서 다양한 곡들은 전체의 흐름을 유지하면서 서사의 공간을 확장한다. 시간의 순서상 가장 먼저 발매된 <승>의 예를 들면, 발매의 순서까지 서사적 맥락을 고려되어있음을 확인할 수 있다. 랩을 담당하는 슈는 기자회견에서 이 앨범이 먼저 나온 이유를 “사랑에 빠졌을 때 몰입하는 순간의 곡이 많아 승(承)”이라고 명명했다고 설명한다. 사랑이라는 서사가 가진 상승의 이미지를 <승>으로 재현하면서 이 앨범은 성장기에 겪게 되는 초년기 사랑에 대한 이야기를 풀어낸다.

<Intro: Serendipity>, <DNA>, <보조개>처럼 첫 사랑의 설렘을 우연, 운명과 같은 주제로 접근한 노래들이 뼈대를 이루지만 방탄소년단들의 기존 앨범에 수록한 노래라는 서사의 한계를 넘는, 다른 말로하면 노래서사를 전체에서 조망하는 메타 서사를 추가한다. 팬들과의 관계를 “피리부는 사나이”라는 은유로 재치있게 풀어낸 <Pied Piper>와 악플러들을 향한 당당한 대답인 <Mic Drop>은 마치 메타픽션의 작가들이 자신이 만들어낸 이야기 속에서 자신을 드러내며 개인적 서사를 독자에 전달하는 것처럼, 풋풋한 사랑이야기를 전하는 방탄소년단은 불현 듯 자신의 생각을 말하듯 자신의 팬들에 대한 사랑을 재기발랄한 비유로 고백한다. 전통 K-pop 아이돌 팬과 힙합신 양쪽 모두에서 조롱을 받아온 방탄소년단은 가사를 통해 그들과 상대해 왔기에, 이 앨범에서도 힙합의 “플렉스”라는 수사(修辭)적 장치를 차용해 악플러들을 조롱한다. 이런 메타픽션적인 곡과 함께 앨범에 자주 수록되는 신선한 서사는 스킷(skit)이다. 많은 방탄소년단의 앨범에서 스킷은 다양한 오디오 클립으로 이루어져있다. 수상식 발언이나 멤버들 간의 사적 대화 같은 기존 일반 음악 서사에서 다루어지지 않는 내용들이 스킷으로 앨범에 담기면서 앨범의 전체 서사는 내적 독백 같은 직접 내면을 드러내는 내용을 통해 더욱 풍성해진다.

방탄소년단의 앨범의 서사는 이처럼 다양한 층위를 가지고 하나의 독립적인 세계를 만들어낸다. 이는 다시 다른 “Self Yourself”라는 연작 속의 앨범들과 연결되어 더 큰 세계를 구성한다. 연작은 마지막 리패키징 앨범인 <LOVE YOURSELF 結 'Answer'> 까지 다양하고 복잡하지만 전체적으로 하나의 세계를 만들어나간다. All Music의 평가에서도 드러나듯 방탄소년단과 같은 팝밴드의 음악이 “주제의 일관성”(thematic consistency)을 깊이 있게 만들어낸다는 것은 “경이롭다”(a wonder)고 할 수 있다.

이런 주제적 서사와 그 세계의 창조는 계속 이어진다. 이후 그들은 사랑해야 할 자아의 문제를 천착하다. “자신을 사랑하는” 것을 넘어 “자신을 말하기”라는 새로운 단계로 접어들면서 내면의 이해로 관심을 돌렸다고 말할 수 있다. 나를 이해하기 위해 방탄소년단이 꺼내온 서사 틀은 카를 구스타프 융(Carl Gustav Jung)의 심리학의 핵심인 페르소나였다. 자신 속의 다양한 페르소나, 가면이 진정한 자신의 모습이 아니라 어두운 자아까지 모두 포함하는 원형적인 자아를 찾아야 한다는 융의 심리학을 차용하여 방탄소년단의 새로운 연작은 새로운 서사의 방향을 찾았다. 방탄소년단은 저명한 융분석가인 머레이 스타인의 저작 『융의 영혼의 지도』(*Jung's Map of the Soul*)를 차용해 앨범의 타이틀로 사용한다. 이들은 서구 심리학의 중요한 고전인 융의 심리학과 대표적인 저작을 통해 “자신을 사랑하라”는 메시지만큼 보편성을 가진 서사의 주제를 획득했다. 이 안에는 앞의 연작처럼 팬덤인 아미에게 보내는 다양한 이야기뿐만 아니라 인간의 다양한 부분을 모두 포함하는, 다양한 페르소나를 인정하고 “그대로 있는 나”(I am)를 찾아가는 과정이 그려진다.

<Map of the Soul: Persona>의 주제는 다음 앨범인 <Map of the Soul: 7>으로 이어진다. 스타인 박사는 융의 심리학과 자신의 책을 음악으로 새롭게 풀어낸 방탄소년단에게 감명을 받고, 몇 명의 심리학자들과 공동으로 융 심리학을 통해 <Map of the Soul: 7>을 풀이한 진지한 해설서를 출판한다. 그와 공동 집필자들은 『영혼의 지도 -7: BTS 세계의 페르소나, 그림자 & 에고』

(*Map of the Soul - 7: Persona, Shadow & Ego in the World of BTS*)에서 7이라는 용의 자아의 회복 단계를 통해 앨범에 명기된 신비한 수인 7을 해석하고 앨범의 내용을 그 해석의 틀에서 분석한다. 하지만 용의 심리학을 기반으로 한 연작은 기대와 달리 여기에서 멈춘다. 코로나 19로 멈추어진 세상 속의 고통 받는 사람을 위로하기 위해 방탄소년단은 새로운 앨범 <BE>에서 “그대로 있는 나”(I am)보다 더 본질적인 존재인 BE(ing)으로 팬들을 호출하고 이 어려운 시간 속에서도 “삶은 계속되어야 한다고”(Life goes on) 설득하고 위로한다. 이런 앨범 컨셉, 서사의 틀의 변화는 방탄소년단의 서사가 얼마나 유기적이고 유연한지 잘 보여주는 예라고 할 수 있다. 이들의 서사는 소위 말하는 단순히 ‘기획’으로 만들어지는 자본주의적 생산물이 아니라 아티스트, 기획사, 팬, 매체가 유기적인 관계를 맺어 변화하는 세상에 대하여 유연하게 대응하는 이야기임을 보여준다.

이 유기적이고 유연함은 그들이 자신의 음악 서사로 끌어오는 다양한 서사들, 특히 문학 서사들이 사용되는 방식에서 잘 나타난다. 앞서 언급한 용에서부터 헤르만 헤세, 무라카미 하루키, SF 작가 어슐러 K. 르귄 (Ursula Kroeber Le Guin)까지 방탄소년단은 수많은 문학 서사를 통해 자신들의 서사를 풍부하고 비옥하게 만든다. 특히 “입덕”이라는 입문의 관문을 통과한 사람은 아미라는 엄청난 규모의 “해석의 공동체”¹에 가입되고 앞에 펼쳐진 엄청난 서사의 네트워크를 만나게 된다. 이 네트워크는 인문학이라는 거대한 저수지로 그들을 이끌게 된다. 방탄소년단 관련 독서 목록을 본 어떤 사람이라도 쉽게 알 수 있듯이, 일반 대학에서 발표한 권장 도서 목록의 수준이 별반 다르지 않다. 이와 인문 서사와의 만남은 그들이 대중문화의 표피적

¹ 한유희 (2019)는 “해석의 공동체”가 인쇄 자본주의 시대에서 탄생했다고 말한다. 인쇄 자본주의는 자의식을 가진 수용자들이 같은 정보들을 연결시키는, 다시 말하면 유사한 해석을 통해 문치는 공동체를 가능케 했고, 새로운 인터넷 문화에서 탄생한 새로운 소셜미디어 환경은 새로운 “취향의 공동체”를 만들어냈다고 주장한다 (153). 하지만 이 취향의 공동체의 중요한 행위가 관련 주어진 해석의 지평아래 새로운 정보의 취합과 결속이라는 사실을 고려하면 기실 해석의 공동체와 다르다고 할 수 없다.

단순함만을 가지고 있다는 편견을 극복하는 데에 도움을 준 것뿐만 아니라 동아시아를 넘어 서구적 담론의 벽을 넘을 수 있는 가능성 제공한다. 다시 말하면 이 서구 인문 고전과의 만남은 방탄소년단의 서사가 서구 팬들이 인식할 수 있는 보편성을 획득했다는 의미이다. 헤르만 헤세의 서사는 아이에서 어른으로, 청소년에서 청년으로 넘어가는 보편적인 성장의 서사를 제공하고, 이를 중심으로 다양한 문화적 배경을 가지고 있는 서구를 비롯한 많은 국적을 가진 팬들이 그 보편적 서사를 중심으로 방탄소년단의 서사 세계에 진입할 수 있는 기회를 제공한다. 방탄소년단의 두 번째 앨범 <Wings>는 헤르만 헤세의 자서전적 소설인 『데미안』을 모티프로 구상되었고, 헤세의 중요한 성장기의 질문인 “나는 누구일까”는 이후 방탄소년단의 서사 작업의 기초가 되었다.

IV. 영상의 서사

대중음악의 서사는 가사에 한정되어 있지 않다. 과거의 MTV의 출현과 함께 그 중요성이 부각한 뮤직비디오의 역할은 가사의 서사를 재현하는 수준을 넘어 서사를 확장하거나 서사를 전복하기도 한다. 방탄소년단의 뮤직비디오는 이제까지 연구들이 제시했던 뮤직비디오의 특징을 넘어선다. 이들의 뮤직비디오는 음악과는 분리된 파편화된 포스트모던적 시각서사, 극대화된 시청각의 공감각과 같은 뮤직비디오에 대한 설명으로는 해소되지 않는 부분이 있다. 가사라는 한정되고 고정된 의미를 시각적 코드를 통해 다양한 해석의 가능성을 열어놓기도 하고 은유적 가사의 애매모호함을 시각적 대응물로 초점을 맞추어 명시적으로 답을 제시하는, 방탄소년단의 영상 서사는 그들의 서사 세계에서 중요한 역할을 한다. 논의를 위해 영상 서사를 두 개로 나누어서 논의하려고 한다. 하나는 안무 서사이다. 방탄소년단에게서 “칼 안무”는 그들의 개성을 드러내는 중요한 요소로 잘 알려져 있다. 때로는 격렬하고 때로는 섬세한 안무는 단순한 춤을 넘어 그들의 메시지를 전

달하는 필요불가결한 비주얼 서사이다. 다른 하나는 뮤직비디오의 영상 서사이다. 위에서 언급했듯이 가사 서사와 겹쳐지고, 병행/평행하거나 혹은 어긋나거나 교차하는 것 같지만 다른 영상의 서사는 팬들의 해석과 통합되면서 방탄소년단의 서사 세계가 계속 성장하도록 만든다.

방탄소년단의 안무를 본 사람들은 그들의 통일된 군무에 놀랄 수밖에 없다. 많은 K-pop 아이돌의 특징이기도 한 “싱크”된 군무는 아이돌의 능력을 측정하는 수단이기도 하다. 통일된 안무가 쾌감을 주는 이유는 강한 리듬이 주는 느낌과 유사하기 때문이다. 어쩌면 안무가 아주 기초적인 본능과 같아 몸의 서사로 기능하는 이유에서 그럴 수 있다. 무용과 발레가 서사를 추구하는 것처럼, K-pop 아이돌의 안무는 자신들의 개성뿐만 아니라 서사의 핵심을 전달하는 도구로 안무를 구성한다. 방탄소년단은 이 안무의 서사를 다른 차원으로 끌어올린다. 특히 <블랙스완> 과 <피, 땀, 눈물> 같은 노래에서의 안무는 음악과 가사의 일반적 내용을 보충적으로 표현하는 것이 아니라 안무 자체가 하나의 서사가 되도록 구성되어있다. 두 곳의 안무는 어두운 내면의 문제나 창작의 어려움과 같은 고통을 현대무용의 수준에서 전달한다. 현대무용을 전공한 멤버 지민의 기술적인 완성도도 한몫을 했지만, 두 곡의 섬세한 안무는 안무 그자체로 하나의 이야기를 전달하고 있다.

K-pop 문화의 특징이기도 하지만, 대부분의 아이돌들은 그들의 안무를 그대로 보여주는 영상을 공개하는 것을 하나의 불문율로 지키고 있다. 이런 암묵적 규칙을 따르는 방탄소년단의 안무 영상은 그들의 안무가 때로는 그들의 춤 실력을 뽐내는 기회로 삼기도 하지만, 다른 경우에는 하나의 중요한 서사적 도구로 안무를 사용하고 있다. 춤의 서사는 카메라의 움직임을 통해 선명하게 드러난다. 스밀렌 안토노브 사보브 (Smilen Antonov Savov)(2014)에 따르면 “카메라 역시 춤을 춘다”(The camera also “dances). 여기에 편집의 역동성은 춤의 서사를 풍성하게 재현하는 중요한 요소이다 (8). 이를 잘 보여주는 곡은 2020 년 앨범 <Map of the Soul: 7> 에 수록된 <On> 이다. 이 곡

은 방탄소년단 멤버들이 자신의 진정한 모습과 음악을 찾아가는 노력과 그에 따른 여정을 계속하겠다는 의지를 담고 있다. 방탄소년단은 독특하게 뮤직비디오 이전에 안무를 중심으로 한 <‘ON’ - Kinetic Manifesto Film : Come Prima> 이란 비디오를 먼저 공개했다. 제목이 암시하듯 이 비디오는 움직임 을 통해 선언을 한다는 서사를 포함하고 있다. 영화 <매드맥스>를 연상하는 수많은 댄서들 사이에서 흰옷과 검은 옷을 착장한 방탄소년단의 격렬한 춤은 전장에서 그들의 승리를 위해 최선을 다해 진군하는 군인의 선언과 같다. 안무로 전달하는 이런 서사를 방탄소년단이 사용한 용어로 다시표현 하면 “키네틱 서사”라고 말할 수 있다. 춤 연구에서 미국 백인 서사에 대응하는 반 - 서사로 키네틱 서사를 언급한 연구가 있지만, 방탄소년단의 안무 서사는 이와는 다르게 다문화적이고 동시에 보편적인 이야기로 기능한다. 흑인 댄스가 변화 없는 정지에 그치는 저항의 몸짓이라면, 방탄소년단의 안무는 그들의 메시지가 확장되도록 하는 선언적 서사이다.

이 곡과 함께 논해야 하는 방탄소년단의 노래는 멤버 J-Hope 이 솔로로 공개한 노래 <Chicken Noodle Soup> 이다. 많은 춤꾼들이 전면에 등장하는 뮤직비디오에서 서로 다른 인종의 댄서들이 가수들과 함께 춤을 추고 크레딧에는 그들의 이름이 화면에 크게 기록된다. 남미계 미국 가수인 베키(Becky) G 와 협업한 이곡은 원래 2006 년에 발매된 흑인 음악이었고, 리메이크에서는 한국어, 스페인어, 영어가 함께 사용되었다. 방탄소년단의 이런 개방적 다문화 성격의 키네틱 서사는 정체성 정치의 한계를 보여주는 흑인 인권 운동과 결을 달리한다. 흑인이라는 정체성에 기댄 최근의 흑인 인권 운동은 배타적 경향을 띤다. 문화계에서도 이런 현상이 자주 나타난다. 흑인의 힙합만이 순수한 힙합의 정수를 보여주고 흑인의 ‘무브’가 진정한 흑인 춤이라는 정체성에 기반 한 문화 배타주의는 인종 정체성 인권 운동과 마찬가지로 끊임없이 보편성이 배제된 특수한 내용이라는 한계로 자신을 가둔다. J-Hope 의 시도는 이 반대로 인종, 언어, 문화라는 개별적 특수성을 보

편성 위에 드러낸다. 특히 뮤직비디오의 중요한 미장센인 자동차는 미국의 보편적인 문화로 기능하면서 모든다양성 안에 보편적인 틈으로 들어와 있음을 상징적으로 드러낸다. 미국 문화에서 자동차는 권력에 대한 페티시로 작동했고 이는 미국의 자유주의 이데올로기의 상징으로 작동한다. 하지만 전기차라는 새로운 기술로 인해 자동차 권력은 새롭게 재편되고 있다. 8기통이 상징했던 공격적 남성성은 이제 사라지고 친환경이라는 어젠다에 종속된 순화된 기표로 재구성된다. <Chicken Noodle Soup>은 이 새롭게 보편화된 자동차라는 기표를 끌어와 개별적인 문화에 보편적 서사를 담보한다.

다른 한편으로 방탄소년단은 미국 문화의 춤 서사의 레퍼런스를 적극적으로 수용한다. 흑인이지만 정통 미국 대중문화 서사의 중심이 된 마이클 잭슨이 방탄소년단의 중요한 모델이다. 작년 발매된 디지털 싱글 <다이너마이트>의 안무의 핵심은 마이클 잭슨의 아이코닉한 춤동작이다. 마이클 잭슨이 오른쪽 다리를 기억자로 올리고 앞으로 차는 동작은 미국 팝음악을 상징하는 안무적 밈으로 작동한다. <다이너마이트>는 처음으로 모든 가사가 영어로 쓰인 곡으로 방탄소년단의 인지도를 팬덤 중심에서 미국 일반 대중으로 확장시킨 곡이다. 이 곡의 안무에 마이클 잭슨을 연상시킬 수밖에 없는 안무를 삽입함으로써 방탄소년단은 그들의 노래를 생소하게 생각했던 미국 대중이 쉽게 받아들일 수 있는 문화 서사의 접점을 제공한다. 몸의 언어는 사후적으로 인식되는 가사나 영상의 서사보다 선행한다. 팝의 전설인 마이클 잭슨이라는 레퍼런스를 무의식적으로 받아드리면 방탄소년단의 서사 세계의 한 점과 이미 만난 것이고 그들의 서사 세계를 탐구할만한 충분한 호기심을 제공한다. 이런 의미에서 가장 먼저 공개된 안무 중심의 <On> 뮤직비디오의 부제는 그들의 서사 전략의 중요한 지점을 설명해준다. 일반 고전음악에서 “처음처럼 연주하라”는 뜻을 가지고 있는 “Come prima”는 팬들 사이에서도 그 의미가 논란의 대상이다. 본 논의에서 그 의미를 새롭게 해석한다면, 키네틱 선언문은 음악의 다른 어떤 요소보다 선행한다는, 그들의 음악 원류는 몸의 언어에 있다는 다짐이자 주장이다 (Savov, 2014: 2).

<On> 이 다른 곡보다 흥미로운 점은 그들의 뮤직비디오에서 안무는 배제되고 온전한 영상 서사를 담은 작품이라는 것이다. 이는 그들 나름의 마케팅 서사 전략이라고 말할 수 있다. 이 전략은 팬덤 밖에 있는 사람들(‘초심자’)에게는 그들의 원초적 안무 서사로 호소하고, 팬덤 안의 있는 사람들(‘입회자’)는 서사 세계의 탐색기회를 제공하는 두 개의 트랙으로 구성되어있는 것처럼 보인다. 이 뮤직비디오를 이해하기 위해서 성서, 헤르만 헤세와 같은 종교나 문학 서사뿐만 아니라 이전의 앨범 컨셉, 앞선 뮤직비디오의 서사, 멤버들의 솔로 곡에 대한 이해 등 수많은 방탄소년단의 서사 세계에 대한 사전 지식이 필요하다.

방탄소년단의 뮤직비디오가 만들어내는 서사는 가사의 서사보다 더욱 다층적이다. 주어진 시간 속에 음악이라는 틀에서 전달하는 서사와는 다르게 시각적 서사는 동시에 다양한 이야기를 감상자에게 들려준다. 인물의 행동과 제스처, 배경, 소품, 시각효과는 각각 한 번의 등장만으로도 이전의 서사와 연결되면서 과거의 서사를 새로운 이야기와 연결시킨다. 하나의 뮤직비디오는 단독적으로 감상할 수 있지만 다른 서사와의 연결되어야 세계가 더 풍성하게 구체화된다. 여기에서 앞서 언급했던 팬들이 구성하는 “해석의 공동체” 역학이 중요해진다. 기꺼이 서사 세계에 들어가 흠뻑려진 다양한 서사의 노드들을 연결해 더 크게 그 세계를 확장시키는 이 공동체가 없다면 정밀한 기획과 거대한 자본만으로는 방탄소년단의 서사 세계를 만들어낼 수 없다고 단언할 수 있다.

이런 과정을 잘 보여주는 사례를 방탄소년단의 대표곡 중 하나인 <봄날>에서 찾아 볼 수 있다. 지금은 이 곡이 세월호에 대한 노래로 인식된다. 방탄소년단이나 기획사가 이 곡에 대한 의미를 공식적으로 확인한 적은 없다. 세월호라는 엄청난 사건을 하나의 해상 ‘교통사건’처럼 쉬운 재현의 대상으로 치부하려는 극우적 발상과 달리 이들은 이런 상처를 저널리즘적인 서사로 재현하는 것이 불가능하다고 말한다. 아우슈비츠의 시적 재현 불가능을 말한 테오도어 아도르노(Theodor Adorno)의 경고에 『홀로코

스트』(Holocaust) 라는 장편시를 쓴 찰스 레즈니코프 (Charles Reznikoff) 는 “예술가가 항상 해왔던 대로 적절한 기술적인 방법을 찾아서”라고 대답했다 (Mills, 2011). 레즈니코프가 예술가들이 오래전부터 사용했던 시각적으로 기능할수 있는 시의 언어를 통해 홀로코스트의 비극을 전했다면, <봄날>의 뮤직비디오는 이에 대한 적절한 기술적인 방법을 찾아나간다. 초기 뮤직비디오 연구자들은 이 매체를 포스트모던으로 특징했다. 주어진 음악과 느슨한 연결을 맺고 파편적인 영상의 조각의 나열로 구성된 뮤직비디오는 음악 서사에 다양한 ‘포스트모던’적 가능성을 제공한다. <봄날>의 뮤직비디오는 오멜라스, <설국열차>, 크리스티앙 볼탄스키 (Christian Boltanski) 의 <모뉴멘타>(Monumenta) 중 하나인 ‘옷 산’과 같은 작품들, 기차, 해변, 여인숙, 버려진 유원지, 세탁소와 같은 장소들, 신발, 케이크와 같은 오브제들을 파편적인 레퍼런스로 던져놓는다. “세월호”라는 객관적 재현이 어려운 외상은 주관적인 증언으로만 그 사건의 정동을 전달할 수 있다. 세월호를 명명하고 하나의 중요한 사건으로 우리가운데 끊임없이 기입하는 것은 방탄소년단이나 그 기획에 참여한 회사가 아니라 이 파편을 모아 아주 개인적인, 그렇기에 단독적 (singular) 인 팬 한명 한명의 해석적 증언이다. 진정한 정치를 배재해야 무의미한 정치적 제스처가 가능한 현실 상황에서 개별 팬들은 그들의 해석을 통한 세월호의 증언이라는 비정치적인 서사를 가장 정치적인 서사로 완성시킨다.

V. 결론 : 열린 이야기 세계로

방탄소년단의 이야기 세계는 앞서 살펴본 것처럼 유기적인 성장을 하고 있다. 자본주의 체제하에서 일방적인 상품으로 구성되기를 거부하고 외부로 자신을 열어 지금도 변화하고 있다. 이 결론에서 서론에서 언급한 “유기적”이라는 표현을 새롭게 반복하려고 하다. 유기적이라는 낭만주의적 표현이 갖고 있는 한계를 방탄소년단의 서사에 부여하는 오류를 범하지 않도록

이 용어를 새롭게 규정하려고 한다. 방탄소년단이 어쩌면 기적과도 같은 특수한 동시에 보편적인 서사 세계를 구성할 수 있었던 계기는 완성을 향한 목적성이 없었기 때문이라고 생각한다. 횡단하면서 연결하는 비위계적 리즘이라는 비유로 설명할 수도 있지만, 방탄소년단 서사의 훨씬 중요한 특징은 열림이라고 할 수 있다. 한 노래의 가사는 다른 노래의 가사로, 뮤직비디오의 클립은 노래의 다른 구성 요소의 서사로, 앨범은 다른 앨범의 컨셉으로 끊임 없이 열려있다. 방탄소년단은 한편으로 생산자 네트워크인 기획사, 기획자, 연주자와 열려있고, 다른 한편으로 팬덤과 연결되어있다. 다시 팬들은 국경, 세대, 인종, 계급을 열고 하나의 아미로 뭉친다. 이 뭉침은 닫힘이 아니라 열림을 존재적 조건으로 가지고 있다.

앞서 언급한 방탄소년단의 정치적 힘은 이 열림에서 나온다고 다시 표현할 수 있다. 개별적인 단독자들을 묶어 하나의 단위로 표현하는 기존의 아티스트들의 방식과 달리 방탄소년단의 서사 전략은 그들이 개별적인 단독자(singular)로 남아있지만 동시대 하나의 보편성을 갖고 있는 아미가 될 수 있도록 한다. 소수자가 다수의 기준을 따르는 것이 아닌 여전히 소수자로 남지만 아미라는 보편성 속에서 소수자로서의 자신을 사랑할 수 있도록 하는 서사, 그것이 열린 방탄소년단의 서사이자 그 서사들이 만들어낸 세계라고 할 수 있다. 이런 보편 소수자의 윤리는 통합된 자본주의 시대 바로 그 안에서 변화를 만들어낼 새로운 서사적 사건(event)이라고 할 수 있다.

참고문헌

- 빌보드코리아 (2020), “방탄소년단 진, 생일 맞아 솔로곡 ‘Abyss’ 공개”, 빌보드코리아, 12월 4일자 보도.
- 이상원 (2021), “이 시대 대중음악 속 BTS의 좌표는?”, 시사인, 2월 10일자 보도.
- 정지은 (2019), 케이팝(K-POP)을 위한 스토리텔링 전략에 관한

- 연구 : 방탄소년단 (BTS) 를 중심으로 , 《문화산업연구》 19 집 , 한국문화산업학회 , 63-72 쪽 .
- 한유희 (2019), BTS 팬덤 콘텐츠로서 아미피디아 연구 : 아이돌 팬덤에서 코스모피디아는 존재하는가 , 《인문콘텐츠》 54 집 , 인문콘텐츠학회 , 143-161 쪽 .
- Anjirbag, M. A.(2018), Mulan and Moana: Embedded coloniality and the search for authenticity in Disney animated film, *Social Sciences* Vol. 7, 230. <https://doi.org/10.3390/socsci7110230>
- Mills, B. (2011, January 11), How poetry can be written after Auschwitz. The Guardian. <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2011/jan/11/poetry-after-auschwitz>
- Savov, S. A.(2014), Dance narratology (sight, sound, motion and emotion), *12th World Congress of Semiotics*, 1-15. <https://doi.org/10.24308/iass-2014-139>
- Steinn, M.(2020), *Map of the Soul-7: Persona, shadow & ego in the world of BTS*. Chiron.
- Yeung, N. Z.(2018), Love Yourself: answer review, All Music, 24 August.

BTS, Narrative Strategy, and Open Story-World

Hee Goo Lee^{*}

Abstract

This paper analyzes the various layers that make up the narrative world of BTS and tries to examine how they are newly developed into organic narratives. The narrative of growth as a K-pop idol called “BTS”, the narrative that penetrates the entire discography, and the narrative conveyed by the lyrics of each song create a whole narrative world. This is again combined with the narrative of the choreography and the narrative of the music video to form a larger narrative world. This world is reconnected with ARMY, the fan base community of interpretation. ARMY, who entered the world through the act of interpreting the narrative, establishes a relationship with the narrative as part of the narrative and expands the world as part of the narrative, rather than remaining as the position of a capitalist consumer who keeps a distance outside of the BTS narrative and contemplates products. This expansion does not stay on an artificially divided layer, but takes place in the midst of new change by dismantling the frame that composes it.

Keywords: BTS, Storyworld, K-pop, Music Video, ARMY

^{*} Assistant Professor, Jungwon University