

패션비즈니스 제25권 5호

ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 25,
No. 5:114-130, Nov. 2021
[https://doi.org/
10.12940/jfb.2021.25.5.114](https://doi.org/10.12940/jfb.2021.25.5.114)

Corresponding author

Seunghee Suh
Tel : +82-2-760-0506
E-mail : shsuh@skku.edu

퍼스의 기호학적 관점에서의 BTS 이미지 분석

이지아* · 서승희†

성균관대학교, 의상학과

Analysis of BTS Images From Peirce's Semiotic Perspective

Jia Yi* · Seunghee Suh†

Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University, Korea

Keywords

BTS image,
Charles Sanders Peirce,
concept photograph,
fashion, semiotics
방탄소년단 이미지,
찰스 샌더스 퍼스, 콘셉트 사진,
패션, 기호학

Abstract

The purpose of this study is to analysis BTS's image based on Peirce's semiotics. Methodologies of this study are literature study to analyze the structure of idol image based on Peirce's theory of signs, case study and FGI analyzing the semiotic characteristics of BTS images. The research results of analyzing the semiotic features of BTS images by period of the BTS album are as follows. First, in the early days of their debut, they emphasized the image of hip-hop and expressed their will to resist and rebel against the older generation with a challenging and strong image. Second, during the 'The most beautiful day of life' period, image of wandering, rebellion, growth, and youth of teenagers was expressed. Third, in the 'Love Yourself' period, BTS showed various image changes between natural and pure image to splendid image by expressing the process of finding confidence during chaotic moment of growing. Fourth, during the 'Map of the Soul' period, the exploration and reflection on themselves were expressed in an outwardly splendid and bright manner, while at the same time expressing the inner darkness in a contrasting manner. Fifth, in the 'pandemic period', they expressed hopeful energy and willness with the image of mature and attractive man and bright and casual image. Their growth and change have been directly linked to the change of their image, and their image showed a successful signification with complementary combination of icons, indexes, and symbols.

I. 서론

현대의 대중문화는 큰 파급효과와 소비규모로 21세기를 대표하는 거대 산업으로 성장하고 있으며 같은 맥락에서 Kpop을 대표하는 아이돌 가수들의 활동은 한국의 대중문화를 대표하며 세계적으로 부각되고 있다. 한국의 아이돌 문화는 한국만의 독특한 문화 장르를 형성하며 세계적인 주목을 받고 있으며 이들의 문화적 파급력은 음악성과 더불어 그들이 구축하는 이미지에 의해 좌우된다.

아이돌은 팬에게 이미지라는 시각적으로 기호화된 메시지를 보내고 팬은 이것을 수신하며 기호 속에 담긴 뜻을 해석하고 내포된 의미를 받아들임으로써 아이돌의 이미지는 기획 생산되어 소비되는 사회적 기호로서 작용한다. 즉, 아이돌 이미지는 아이돌과 팬의 시각적 차원에서 이루어지는 커뮤니케이션 도구이자 기호 그 자체이다.

기호학은 대중매체의 커뮤니케이션을 비롯해 그 속에 내재된 사회문화적 의미작용을 파악하기 위한 방법론으로서 주로 활용되어왔다. 기호학의 계보는 크게 두 갈래로 갈라지는데 언어체계의 우위성을 전제로 두며 자의성을 지닌 기호 체계만을 기호로 간주한 소쉬르(Ferdinand de Saussure, 1857-1913)와 달리 퍼스(Charles Sanders Peirce, 1839-1914)는 기호를 대상과 주체 사이에 위치시키며 이들 사이의 관계에서 기호작용과 기호의 생성문제에 더 큰 관심을 가졌다. 즉, 기호와 대상 그리고 해석체 요소를 상정하며 이들 사이의 관계를 통한 의미구성과 행위유발에 더욱 초점을 둔 것이다. 이러한 기호가 인간의 커뮤니케이션을 통해 해석적으로 수용된다고 바라보는 퍼스의 관점은 시각적 기호의 해석에 유용한 분석의 틀이 되었고(Won, 2016), 시각디자인, 공간디자인, 광고 등 시각적 매체의 분석에 가장 많이 활용되고 있다(Byun, 2014). 아이돌 이미지 역시 팬과 아이돌의 커뮤니케이션 도구이자 의미 생성과 작용 과정에서 해석자를 포괄하는 역동성이 내포되어 있다는 점에서 퍼스의 기호학적 관점에서의 이미지 분석은 아이돌 문화의 실체에 접근한 분석이 될 것이다.

특히 다수의 아이돌 그룹 중에서도 BTS는 한국 아이돌로서는 최초로 빌보드 차트의 정상에 오르는 등 Kpop의 글로벌 영향력을 확대하고 이끌어나가는 선도적 역할을 하고 있다. 그들의 패션 스타일을 포함한 이미지는 그들이 추구하는 음악적 콘셉트와 스토리텔링이 반영된 시각적 표상체로 한국의 대중문화를 대표하는 이미지로 여겨진다(Jung, 2020). 따라서 대중적인 성공을 거둔 BTS의 이미지에 대한 분석은 그들의 활동 단계별 이미지 형성과 구축의 과정을 파악하는

자료가 될 뿐 아니라 글로벌 시장에서 Kpop 이미지 형성과 영향력을 키우는 방향성을 파악하는 자료로 활용 가능할 것이다.

아이돌 이미지에 관련된 선행 연구로는 아이돌의 특정 패션 스타일의 조형적 특성에 분석한 연구(Song & Cho, 2013), 아이돌의 스타일을 분석하거나 분류한 연구(J. Lee, 2011; Kim, 2011; Park, 2012)들로 아이돌 이미지의 경향에 대한 분석이 주를 이룬다. BTS의 이미지를 분석한 연구로는 뮤직비디오 속의 BTS의 패션을 젠더 이미지로 분석한 연구(Jung & Lee, 2020), BTS의 패션 스타일과 이미지 트렌드를 사례 분석한 연구(Jeong, 2020; Kim, 2020)가 있다. 아이돌 이미지를 기호학적으로 분석한 연구로는 남성 아이돌의 패션을 남성성의 기호로서 분석한 연구(Byun, 2014), 국내 아이돌의 레트로 스타일을 기호학적으로 분석한 연구(Kim & Um, 2020)와 같이 특정 스타일에 초점을 맞춘 연구가 있으며, 특정 남성 아이돌 그룹의 커뮤니케이션 전략에서 드러나는 기호적 이미지를 분석한 연구(Wang, 2017; Won, 2016)와 BTS의 뮤직비디오 속 이미지를 해석한 연구(Kang & Lee, 2019)는 소쉬르 혹은 롤랑 바르트의 기호학을 채택하여 외시 의미와 공시 의미 분석 혹은 이항대립 요소의 추출에 초점을 맞추고 있다. 소쉬르와 롤랑바르트의 기호학이 기호의 구성 요소간의 의미작용에 대한 규범 체계에 집중한 반면, 퍼스의 기호학은 관계를 통한 기호의 역할에 중점을 두었으므로, 팬의 강력한 활동과 지지를 통해 이뤄낸 BTS의 활동과 이미지가 팬과의 커뮤니케이션을 통한 상호작용으로 형성되었다는 측면에서 퍼스의 기호 분석의 틀은 BTS의 이미지 분석에 유용하다고 할 수 있다.

따라서 본 연구는 퍼스의 기호학을 바탕으로 BTS의 이미지에 대한 기호학적 분석을 연구의 목적으로 한다. Kpop 아이돌 문화가 질적으로 성장하기 위해서는 아이돌과 팬의 시각적 차원에서 이루어지는 커뮤니케이션 도구인 아이돌 이미지의 기호적 구조와 특성에 대한 심층적으로 고찰이 필요하며, 이는 아이돌 이미지의 의미 생산과 작용을 보다 효과적으로 파악할 수 있는 중요한 과정이다. 본 연구의 결과는 실무적으로 아이돌 이미지를 통한 커뮤니케이션 전략 수립 기획에 기초 자료로 활용될 수 있다는 점에서 의의가 있다.

연구방법으로는 퍼스의 기호 삼항관계를 토대로 아이돌 이미지의 구조를 분석하기 위한 문헌연구, BTS 이미지에서 나타나는 기호적 특징을 분석하기 위한 사례 조사와 FGI(Focus Group Interview)로 이루어졌다.

II. 이론적 배경

1. 퍼스의 기호학

1) 커뮤니케이션 도구로서의 기호

기호는 모든 언어 체계 내에서 커뮤니케이션이 이루어지는 가장 기본적인 단위이자 의사소통을 가능하게 하는 의미 전달의 매체로서 예술, 건축, 패션, 광고 등 커뮤니케이션 현상이 일어나는 인간 생활의 모든 영역을 포함한다(Byun, 2014). 인간의 삶은 기호로 구성되어 있으며, 인간은 커뮤니케이션을 위해 언어적 기호뿐 만 아니라 비언어적 기호를 만들어 사용한다(Lee, 2015). 따라서 원활한 커뮤니케이션을 위해서는 기호의 의미 구조를 파악하는 것이 중요하다.

대중 매체는 기호를 통해서 메시지의 수신자와 발신자의 커뮤니케이션의 매개체가 된다는 점에서 다양한 각도와 방법론의 기호학적 연구 분석이 시도되고 있는 분야이다. 사회문화적 현상의 기호학적 접근은 현상의 의미 작용, 의미 분석에 유용하기 때문에 기호학은 대중 매체의 표면적인 커뮤니케이션 이외에도 그 속에 내재된 사회 문화적 의미 작용의 파악을 위한 방법론으로 활용되어왔다. 특히 퍼스의 기호학의 경우는 시각디자인, 공간디자인, 미술작품, 광고 등 시각적인 대중매체의 분석에 많이 활용되고 있는데(Byun, 2014), 이는 퍼스는 기호를 대상과 주체 사이에 위치시켜 이들 사이의 관계에서 의미와 행위를 매개하는 기호작용과 기호의 생성 문제에 초점을 맞추었기 때문이다. 퍼스는 정신적, 추상적 영역을 포함한 모든 물체는 기호화될 수 있으며, 기호는 인간의 커뮤니케이션을 통해 해석적으로 수용된다고 바라보았다(Won, 2016). 이처럼 유연한 사고의 범위를 지닌 퍼스의 기호학은 의미 생성에서 역동성을 내포함으로써 시각적 기호의 해석에 있어서 유용한 분석의 틀로서 사용되고 있다.

2) 기호의 구조

퍼스는 기호의 의미 작용을 기호의 세 가지 구성 요소인 표상체, 대상체, 해석체의 삼원적인 관계에 따라 규정하였다. 퍼스의 설명에 따르면 기호 혹은 표상체는 어떤 이에게 대상체에 해당하는 어떤 것을 대신해서 가리키는 것을 말한다. 이 기호는 어떤 이의 정신 속에서 그것과 동격의 기호, 혹은 더 발전된 기호를 발생시키고 그것이 발생시키는 것은 곧 해석체이다(Hartshorne & Weiss, 1998). 즉, 기호는 기호 그 자체를 말하는 표상체, 대상체, 해석체의 삼원적 구조로 이루어져 있으며 일반적으로 기호는 기호가 중재 할

수 있는 2가지의 상관 대상 사이에서 중재로서 규정된다(Kim, 2002). 표상체는 대상체에 의해 기호로 성립되고, 표상체와 대상체의 관계에 따라 해석체가 만들어진다. 이렇게 만들어진 해석체는 다시 표상체를 기호로 인식할 수 있게 만드는 삼항적 관계를 맺을 뿐 아니라, 새로운 기호를 창출하며 기호 작용의 연속성을 나타낸다(Byun, 2014).

기호를 뜻하는 표상체는 삼원적 관계의 첫 번째 상관관계로 기호의 발생에 가장 먼저 직접적으로 지각되고 인식되는 부분이다(Kim, 2010). 표상체는 대상의 특성이나 성격을 기반으로 직접적으로 지각되고 인지될 수 있도록 대상을 표상하는 역할을 한다(Lee, 2015). 즉, 물리적으로 인지되는 기호 자체를 뜻하는 표상체는 나타내고자하는 대상과의 시각적 유사성을 기반으로 표상체가 결정된다.

대상체는 표상체가 직접적 혹은 간접적으로 말하고 있는 대상으로, 기호 그 자체가 아니라 기호에 의해서 나타나는 것을 의미하며 표면적으로 보이는 것뿐만 아니라 추상적이고 정신적인 개념이나 의미까지 포함한다(Park, 2009).

해석체는 표상체와 대상체 사이의 관계에서 비롯된 대상체의 의미를 해석하는 논리적 작용이자(Kang, 2011), 표상체를 보고 대상체를 떠올리는 의미 효과를 말한다. 예를 들면 인물화를 볼 때, 인물화는 그 자체는 기호인 표상체에 해당하며 인물화 속의 인물과 인물의 배경 등 맥락 속에서 유추할 수 있는 의미는 대상체가 된다. 이런 인물화를 보면서 수용자가 떠올리는 다양한 정신적인 이미지가 해석체로, 기호작용을 일으키는 주체에 따라 다르게 나타나며 근본적으로 수용자의 입장에서 결정된다는 특징을 갖는다(Cheetham, Holly & Moxey, 2007).

3) 기호의 유형

퍼스는 기호의 삼항 구조를 기반으로 기호를 삼분법에 따라 분류하였다. 퍼스는 비언어적 기호인 시각 요소적 기호를 표상체와 대상체의 관계에 따라 기호의 유형을 도상, 지표, 상징으로 분류하였는데, 이 기호의 분류는 퍼스의 대표적인 기호 분류법이며, 이미지를 통한 기호작용을 설명할 때 가장 많이 사용된다(Lee, 2015).

도상은 지시 대상과 유사성을 바탕으로 관련을 맺는 기호로, 재현적이며 지시 대상과 시각적으로 유사성을 가진다. 퍼스는 기호의 도상을 서술할 때 그림, 도표와 같은 시각적인 기호를 예로 들었으며, 따라서 도상은 그것과 지칭하는 대상이 물리적 속성에서 유사점이 존재하고 재현적으로 그것이 무엇이든 대치물이 되기에 적합한 기호를 말한다.

지표는 지시 대상과 인과관계나 지시관계를 나타내는 등

실존적 연결 관계를 맺음으로서 형성되는 기호를 말한다 (Shin, 2007). 지표는 대상과 실존적인 연결을 이루고 있으며 실제로 영향을 받고 그 사실에 의해 그 대상의 기호로서 기능한다. 유사성을 바탕으로 하는 도상과 달리 지표는 대상과 물리적인 인접성을 가지고 있고, 일방적으로 주의를 그 대상에 기울이도록 한다(So, 1996).

상징은 지시 대상과 자의적이며 관습적으로 연결된 기호를 말한다. 상징 기호와 대상체 사이에는 유사성이 존재하지 않으며 오로지 약속이나 관습에 의해서만 대상체와 관계를 맺고 의미를 갖게 된다. 도상이나 지표와 달리 상징은 해석되지 않으면 기호로 성립할 수 없으며, 해석자는 법칙이나 습관에 의지하여 상징을 해석한다(Kang, 2007). 따라서 상징 기호는 규칙을 파악하지 않으면 상징의 해석과 사용이 불가능 하다(Won, 2016).

이러한 기호의 구분은 기호의 존재 유형보다는 해석의 과정에 있어서 인식의 단계라고 보는 것이 더 타당하다. 퍼스 역시 사용되는 맥락에 따라서 하나의 기호가 세 가지 기호 유형의 특성을 모두 포함할 수 있다고 했으며, 이것을 바라보는 관점에 따라서 분류가 달라질 수 있다고 하였다. 따라서 하나의 이미지는 현실의 도상이 될 수도 있고 기록된 이미지로서 지시성이 부각되는 지표가 될 수도 있으면서 사회문화적 관계에 따라서 하나의 상징으로 작용 할 수 있다는 것이다(Byun, 2014). 이러한 이미지의 도상, 지표, 상징의 특성은 서로 순환하며 이미지에 의한 커뮤니케이션의 복잡성과 방향을 파악할 수 있도록 도와준다(Park, 2009). 다음의 Table 1은 퍼스의 도상, 지표, 상징을 비교한 내용을 나타낸 표이다.

2. BTS 이미지

기존 Kpop 아이돌과 다른 독보적인 행보를 걷고 있는 BTS는 학술 영역에서도 다양한 분야의 연구대상이 되어 많은 연구들이 BTS의 성공 요인에 대해서 다각도로 분석하고 있는데, 선행연구 분석을 통해 나타난 BTS의 가장 차별화된 성공 요인은 크게 아이돌 개개인의 스토리텔링을 기반으로 한 콘텐츠와, SNS와 미디어를 이용한 상호보완적 팬덤 형성으로 정리할 수 있다(Moon, 2019; M. Kim, 2018; Yang & Hyun, 2019; Lee, 2018).

BTS는 데뷔 당시부터 연결되는 스토리를 염두에 두고 연작 앨범을 발표하였으며, 학교 3부작, 청춘 3부작 등 스토리상 연결되는 앨범 속에 본인들의 이야기를 녹여냄으로써 소년, 청춘이라는 BTS의 정체성을 부각시켰다. 그 후 시리즈 앨범을 발표하면서 본인들의 자아뿐만 아니라 청춘의 우정, 사랑, 이별 등 다양한 소재의 스토리를 음악 속에 녹여가며 ‘콘셉트 앨범’이라는 새로운 장르를 개척하였다(Yoon, 2019). ‘콘셉트 앨범’은 하나의 앨범이 완결된 단일 콘텐츠로 존재하는 것이 아닌 여러 개의 앨범이 유기적으로 연결되어 새로운 콘텐츠가 기존 콘텐츠와 지속적으로 상호작용하는 구조를 가지고 있다.

BTS는 콘텐츠 속에 상징적인 메시지들과 단서들을 남겨 전체적인 스토리텔링의 연결성과 완성도를 높일 뿐만 아니라 팬들로 하여금 적극적으로 단서를 찾아내고 분석하도록 유도한다. 팬들은 그 속에서 함축적인 의미를 담은 상징물과 서사를 분석하는 가설을 세우고 공유하며 소통하며 팬픽, 팬아트, 팬음악, 팬메이드 영상 등 여러 형태의 콘텐츠를 재생

Table 1. Comparison of Icon, Index and Symbol

Type	Related to Object	Signification	Example
Icon	-Similarity, reproducibility	-Visually recognized immediately	-Photos, pictures, videos of people
Index	-Casuality, proximity, connectivity	-Inferred by ternary relation personal memory based on dynamic relationship between objects	-Diamond ring worn on that can be the index of wealth -Smoke that is an indicator of fire
Symbol	-Convention, rule, custom	-Interpreted by arbitrarily created rules	-Alphabets, linguistic symbols, flags

산해낸다.

뿐만 아니라 BTS는 데뷔 초부터 V-LIVE, 유튜브, 트위터 등 SNS를 적극적으로 활용하여 뮤직비디오의 제작 과정, 안무 연습 과정, 평소 생활이나 여행 모습 등 음악 외적인 부분까지 모두 콘텐츠화 함으로서 팬들과 밀도 있는 커뮤니케이션을 만들어왔으며 이는 BTS와 BTS 팬덤의 정체성을 구성하는데 큰 영향을 미쳤다.

BTS의 다국적 팬덤인 'A.R.M.Y'는 이전 세대의 아이돌 팬덤과 다르게 뉴미디어 환경을 바탕으로 사회문화적으로 커다란 영향력을 행사하며 화제로 떠오르고 있다. 특히 SNS를 무대로 국적, 성별, 연령대를 초월해 협업을 통해 BTS가 일차적으로 생산된 콘텐츠를 재생산해 독자적인 새로운 콘텐츠를 탄생시키고 확산시킨다는 점에서 그들의 역할이 두드러지고 있다.

이미지는 의도와 계산이 부여되지 않더라도 대중에게 첫 인상과 무언의 메시지를 심어주는 매개체 역할을 한다(Lee, 2020). BTS의 이미지는 BTS의 퍼포먼스, 가사, 멜로디와 같은 음악적 가치와 어우러져 그들만의 이야기를 담은 독보적 콘텐츠를 만들어내는데 기여할 뿐 아니라, 팬덤 공동의 놀이감이 되어 그들의 자아를 구성하고 반영하는 도구이자 팬덤 스스로 창조해내는 코드가 된다(Jung & Ha, 2020). 즉, BTS의 이미지는 BTS의 가장 대표적인 시각적 콘텐츠로서 그들의 정체성과 메시지를 알리는 매개체인 동시에 팬덤으로 하여금 적극적으로 단서를 찾아내고 분석하여 새로운 콘텐츠를 만들 수 있는 요소를 제공하여 BTS의 정체성을 강화시키는 역할을 한다.

BTS 이미지의 가장 큰 특징은 팬덤과 상호보완적으로 작용한다는 점이다. 팬덤은 BTS 이미지를 가지고 내부에서 정보를 교환하며 새로운 콘텐츠를 생산해내는 유희적 활동을 즐기며, 일상 속에서 BTS 이미지를 모방하거나 재창조해나가며 BTS와 자신의 이미지를 병합시킨다. 또한 집단 지성을 이루어 BTS 이미지를 코드화하고 이를 공유함으로써 대중들과 BTS의 간극을 좁히는데 이바지 할뿐 아니라 팬덤이 추구하는 방향으로 이미지를 이끌어간다. 결과적으로 BTS 이미지는 팬덤의 내외부의 상호작용을 통해 해석적으로 수용되며 이 과정에서 새로운 의미를 부여받는 등 궁극적으로 BTS의 이미지를 간접적으로 변화시킬 뿐만 아니라 팬 개인의 정체성 형성에 영향을 미치고 사회적으로는 공감대를 불러 일으키는 효과를 가져온다 (Jung & Ha, 2020).

이러한 BTS 이미지의 특징은 기호는 커뮤니케이션을 통해 해석적으로 수용되며, 상호간에 이해되고 공유되는 특정 목적을 달성하는 과정에서 중요한 역할과 기능을 수행한다

고 바라본 퍼스의 관점과 맞물린다. 즉, BTS 이미지는 팬과 아이돌 상호 간의 커뮤니케이션을 이끌어 내는 도구로서 바라보아야 하며, 의미 생성과 작용 과정을 더 깊이 이해하고 바람직한 커뮤니케이션 전략을 수립하기 위해서는 이 같은 상호작용 속에서 나타나는 BTS 이미지의 기호적 구조와 특성에 대해서 고찰해 볼 필요가 있다.

III. 연구방법 및 절차

본 연구는 BTS 이미지 사례 수집과 FGI를 통한 질적 연구로 진행하였다. 이미지 분석을 위한 자료로는 BTS의 데뷔앨범이 발매된 2013년 6월부터 2021년 8월까지 발표된 앨범의 콘셉트 사진에서 이미지 자료를 수집하였다. BTS의 활동은 공연, TV프로그램, 유튜브, 트위터, 틱톡, Vlive 등 다양한 매체를 통해 폭넓게 이루어지고 있으며 이중 앨범의 콘셉트 사진은 음악을 통해 그들이 전달하고자 한 이미지를 가장 함축적이고 시각적이며 효과적으로 제시할 수 있는 매체이므로 BTS 이미지의 기호적 분석에 적합한 자료라고 판단하였다. 또한 본 연구에서는 BTS의 콘셉트 사진 수집을 위해 소속사 '빅히트(Bighit)'의 홈페이지에 발표되어 있는 앨범의 자료중 전체 멤버를 모두 포함한 이미지 사진으로 제한하였는데 이는 각 멤버들이 가지고 있는 개별적인 이미지가 아닌 BTS라는 그룹의 이미지를 분석하기 위해서이다.

BTS는 활동 기간 동안 싱글, 정규, 디지털, 미니, 리페킷 앨범 등 다양한 형태로 총 28장의 앨범을 발표하였다. 그 중에서 수록곡을 더해 앨범의 형태만 달리하거나, 리믹스 음원만 발표한 앨범 등은 BTS가 해당 앨범을 통해 활동한 내역이 없기에 소속사의 공식 레코드 목록에 포함되지 않으며, 그에 따른 시각적 자료 역시 존재하지 않는다. 따라서 본 연구에서는 소속사 홈페이지에서 공식적으로 발표된 시각적 이미지 자료가 존재하는 18개 앨범을 분석 대상으로 선정하였으며, 콘셉트 사진 중에서 모든 멤버가 한 화면에 담겨있는 57장의 사진을 수집하였다.

본 연구의 연구 진행 절차는 첫째, 2021년 08월 28일에 대학원 과정의 패션 디자인 전공자 5인과 함께 FGI를 실시하였으며, 먼저 참여자들에게 퍼스의 기호학과 본 연구의 개요 및 목적에 대해 설명하였다.

둘째, 앨범별 콘셉트 사진은 하나의 콘셉트로 설정된 사진들이거나 또는 하나의 앨범에 여러 콘셉트의 사진을 제작한 경우도 있다. 연구 참여자들은 57장의 각 사진들을 확인하여 먼저 인물이 너무 작거나 어두워 구체적인 디테일을 확인하기 어려운 사진들은 제외다. 그 후, 가급적 모든 멤버

의 이미지가 잘 드러나면서 앨범의 콘셉트를 가장 잘 표현하고 있다고 생각되는 각 앨범의 사진을 1장씩 지목하였고, 이견이 있는 경우 논의를 통해 1장의 사진을 정하여 총 18장의 이미지 사진을 선정하였다.

셋째, 18개의 사진을 차례대로 보여주었고 참여자는 각 사진에서 분석되는 이미지에 대해 자유롭게 의견을 제시하였다.

넷째, FGI의 전 과정을 녹화하였으며 18개의 이미지 사진에서 제시된 의견을 전사 기록하였다.

다섯째, 전사 자료를 바탕으로 각 사진에 대해 도상, 지표, 상징의 퍼스의 기호 유형별로 이미지를 분석 정리하였고 이를 바탕으로 시기별 BTS 이미지의 기호적 특징을 도출하였다. 도상은 재현적이며 시각적인 기호를 뜻하며, 지표는 인과관계나 지시 관계가 존재하는 기호, 그리고 상징은 약속이나 관습에 의해서만 해석이 되는 기호를 의미한다. 따라서 BTS 이미지에서 시각적이며 표현적인 특성을 도상적 특성으로, 인과관계가 존재하여 추론을 유도시키는 특성을 지표적 특성으로, 특별한 규칙이 존재해 관습에 의해서 해석이 가능한 이미지의 특성을 상징적 특성으로 분류하여 정리하였다.

여섯째, 도출한 기호적 특징에 대해 FGI에 참여한 전문가들로부터 확인을 받고 의견을 반영하여 수정 작업을 거쳤다.

일곱째, 도출한 연구 결과의 내용에 대해서 앨범의 콘셉트와 기획, 제작을 전반적으로 관리하는 BTS A&R(Artists and Repertoire) 팀에 속한 경력 5년 차의 실무자의 검토 과정을 거쳐 내용 타당성을 확인받았다.

IV. 연구결과

1. BTS 이미지의 기호적 구조

아이돌의 패션 이미지는 의도적으로 생산되어 전달되는 사회적 기호로 간주할 수 있다. 본 장에서는 퍼스 기호학의 이론적 틀인 표상체(representamen), 대상체(object), 해석체(interpretant)의 삼항 관계를 대입시켜 BTS 이미지의 기호적 구조를 분석하였다.

1) 표상체

물리적으로 기호 그 자체를 뜻하는 표상체는 기호작용의 삼원적 관계의 첫 번째 상관관계로 의미 작용에 있어서 가장 먼저 직접적으로 지각되며 인식된다(Lee, 2011). 기호 작용은 표상체가 인식되고 동시에 시작되고, 대상체로 발견되며

해석체가 발현되는 일련의 과정을 따른다. 이 과정에서 표상체는 기호로서 인지될 수 있는 현실적인 존재로 색, 촉감, 소리 등으로 표현할 수 있는 실제적인 개념이어야 한다.

기호 이론의 구조적 체계를 BTS 이미지 구조에 적용시켜 보면 시각적으로 가장 먼저 인지되는 BTS 이미지 그 자체를 기호이자 표상체로 간주할 수 있다. BTS의 의상, 헤어, 메이크업을 비롯한 외형을 구성하는 요소들은 대중들에게 시각적으로 가장 먼저 인지되며 이미지를 구성하는 실제적이며 표현적인 요소로서 존재한다는 점에서 표상체에 해당한다.

2) 대상체

대상체는 표상체가 직접적으로 혹은 간접적으로 말하고 있는 대상이며 기호에 의해서 나타나는 표면적인 것뿐만 아니라 추상적이고 정신적인 개념이나 의미를 나타낸다(Lee, 2015). 기호작용 속에서 대상체는 표상체가 인지된 후에 표상체를 통해서 발견된다. 따라서 즉각적으로 인지되는 기호 자체인 BTS 패션 이미지가 표상체라면, 대상체는 BTS 패션 이미지를 통해서 나타내고자 하는 대상, 혹은 발견되는 개념과 의미들을 말한다. 즉, BTS 패션 이미지를 통해서 드러나게 되는 BTS의 가치, 표현하고자 하는 콘셉트, 전달하고자 하는 메시지 등 추상적이면서 복합적인 개념들을 전부 대상체로 간주할 수 있다.

3) 해석체

해석체는 기호에서부터 촉발되는 의미작용의 결과물로, 기호의 수용자가 기호를 접했을 때 관념 속에서 대상체와 연결되어 생겨나 작용하는 의미체체라고 할 수 있다(Lee, 2015). 퍼스에 의하면 기호는 수용자의 정신에 동등하거나 그보다 더 발전된 또 다른 기호를 창조하는데, 이 또 다른 기호를 해석체라고 한다(Kang, 2011). BTS 이미지의 경우, 해석체는 기호 수용자의 기호에 대한 경험의 결과이자 대상체에 대한 경험의 결과로 팬의 입장에서 수용되는 재해석된 BTS 이미지를 뜻한다. 기호는 다의성을 지니며 해석자에 따라 다양한 의미 생산이 이루어진다. BTS 이미지를 수용하는 과정에서 팬들은 팬 페이지, 게시판, 커뮤니티 사이트, 개인 SNS, 블로그 등을 통해 적극적으로 자신의 의견을 제시하고 때로는 자신만의 해석을 바탕으로 재창조된 문화 생산물을 제시한다. 이렇게 제시된 생산물은 BTS 이미지의 생성에 직접적인 영향을 미치거나, 새로운 표상체로서의 아이돌 이미지를 표방하며 지속적인 기호작용을 유도한다. 이는 기호의 무한하고 연속적인 해석과정의 일부로서 퍼스가 강조한 기

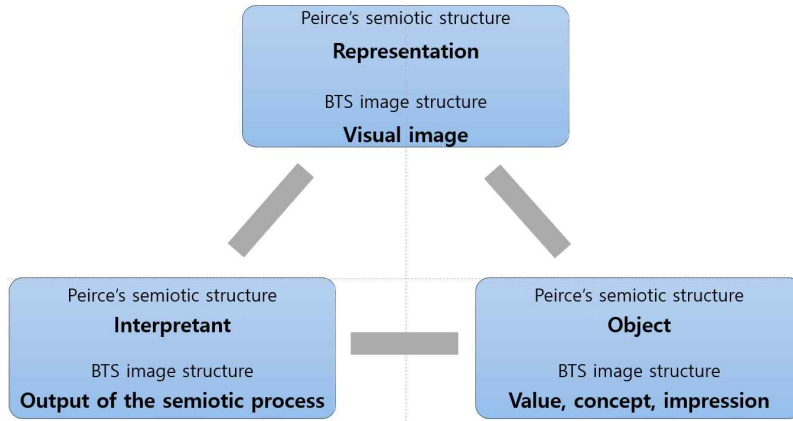


Figure 1. Peirce's Semiotic Triadic Model with BTS Image
(Photo by author)

호작용의 본질적인 성격과 맞물려 있다.

퍼스의 기호학적 삼항 관계를 BTS 이미지에 대입해보면, 먼저 이미지를 통해 나타내고자 하는 콘셉트나 가치(대상체)가 존재하고, 이를 기반으로 기호 그 자체인 이미지(표상체)가 생성된다. 이렇게 생성된 BTS의 이미지는 팬에게 시각적으로 인지되며 팬의 내부 세계에서 의미작용을 거쳐 수용된다. 이미지는 의도했던 대상체를 연상시키도록 해석되기도 하고, 팬의 내부 세계에서 조율과 의미부여를 거쳐 새로운 기호로 거듭나기도 한다. 이러한 과정을 통해 결과적으로 발생되고 수용되는 관념과 기호를 통틀어 해석체라고 할 수 있다(Figure 1). 기호가 삼항 관계에 의해 기호작용이 이루어지듯, BTS의 이미지 또한 기호학적 관점에서 그 맥락을 같이한다.

2. BTS 이미지의 기호학적 해석

본 절에서는 BTS 이미지의 표현적 특성과 내포된 의미의 연결성에 따라서 분석된 BTS 이미지를 퍼스의 기호 유형 이론에 따라 도상, 지표, 상징으로 구분하였다.

첫째, 도상은 대상체를 시각적으로 재현한 것으로, 도상은 대상체가 존재하지 않더라도 그것을 의미 있게 만드는 성격을 지닌다(Peirce, 1909/2006). 도상은 퍼스의 기호 유형에서 일차적으로 인식될 수 있는 기호의 특성을 나타내며, 그에 따라 우리의 감각 기관을 통해 인식되는 시각적 정보와 속성, 성질은 모두 도상이라고 바라볼 수 있다.

BTS 이미지의 도상은 표현하고자 하는 가치나 추구하는 이미지, 콘셉트에 해당하는 대상체와는 내적으로 연결되어 있지 않지만 시각적으로 혹은 감각적으로 유사성을 가지고 있으며, 실형 대상체가 표현체를 굳이 포함하고 있지 않더라도 그 자체로도 의미가 존재하는 이미지의 속성을 의미한다. 즉, 도상적 BTS 이미지는 표현적인 형태이자 그 자체로 시각적 자극에 대한 해석자의 즉각적인 반응을 유발시키는 모든 속성들을 나타낸다. 대중들이 가장 먼저 시각적으로 접하게 되는 기호적 특성이며 대중들의 즉각적인 반응을 유발시키는 것이다.

둘째, 지표는 기호와 지시대상이 인과관계나 지시관계 등 실존적 연결 관계로 이어진 기호로, 지시대상과 기호는 현실에서 연결성이 존재해야 하며, 물리적 속성뿐만 아니라 이를 통해 인식되고 추론되는 가치를 공유한다. 지표는 우리가 무언가를 지각할 수 있도록 강요하는 것, 우리에게 말을 걸거나 우리의 주의를 환기시키는 모든 것, 우리를 무언가로 이끄는 것을 모두 지표라고 할 수 있다(Lee & Suk, 2017).

BTS 이미지의 지표는 대상체와 실존적인 연결성이 존재하여 표현체를 통해 대상체가 추상적으로 연상되도록 이끈다. 도상적 이미지가 직관적으로 인지된다면, 이차적으로 인지되는 지표적인 이미지는 내적으로 대상체와 연결되어 있어 이미지를 인지하는 대중의 내부 세계에 관념이 생성되도록 영향을 미치고, 대상체로의 추론을 유도하는 이미지라고 할 수 있다.

셋째, 상징이란 기호와 지시대상의 관계가 관습, 문화 체

계, 규칙 등에 의해서 자의적으로 규명된 기호를 말한다. 상징은 기호와 대상간에 임의적 관계가 있는 것으로 둘 사이에 아무런 유사성이 없으면서 근본적으로 자의적이고 관습적이다(Kim, 2002). 따라서 지시대상을 규정하는 자의적 규칙이 학습되어야 하며, 그 해석은 기호가 사용되는 문화적 배경 내에서만 가능하다. 또한 상징은 가장 마지막으로 인식되는 기호의 특성을 나타내며, 상징은 해석체가 없다면 그것을 기호로 만드는 성격을 상실하게 된다(Peirce, 1909/2006).

BTS 이미지의 상징은 대상체(가치, 이미지, 콘셉트)와는 직접적으로 연결되어 있지는 않지만 관습, 규칙에 의해서 관계성을 띄게 되는 이미지의 속성을 의미한다. 즉, 단순히 표현적인 특성을 넘어서 이미 해석자가 속한 문화적 배경 내에서 약속이 존재해 그 안에서만 해석이 가능한 숨겨진 속성들이라고 할 수 있다. 이러한 이미지는 팬덤이라는 해석체가 존재하지 않으면 기호로 작용할 수 없고, 규칙에 대한

학습 없이는 해석할 수 없기 때문에 BTS에 대한 몰입을 전제로 한다. 숨겨진 속성들은 대중이 아니라 팬에게 어필하기 위한 이미지로 팬들의 결속을 유도하고 더욱 BTS에게 몰입하도록 이끈다. 상징적 BTS 이미지는 팬에게만 어필할 수 있다는 점과 결속된 그들만의 규칙이 존재한다는 점에서 독자성을 가지며, 점차적으로 그 의미구조와 자의적인 규칙, 기호체계가 넓어지는 확장성을 갖는다.

본 연구는 BTS 앨범의 콘셉트 사진을 통해 이미지를 분석하였으며, 사진을 표상체, 사진에 담긴 콘셉트와 스토리를 대상체, 팬의 해석 또는 의미를 해석체라고 할 수 있다. 여기에 기호 분석의 틀을 적용하여 대상체를 시각적으로 재현한 도상, 표현체를 통해 대상체가 연상되도록 한 지표, 자의적이고 관습적으로 인식되는 상징으로 기호를 분석하였다. BTS 앨범의 콘셉트 사진 이미지의 기호적 분석은 Table 2와 같다.

Table 2. BTS Image Analysis through Concept photographs



Concept photograph	Semiotic type	Analysis
 <p>Figure 2. 1st Single Album <2 Cool 4 Skool> (https://ibighit.com)</p>	Icon	-Baseball uniform, stripe knee socks, sportive letter print, bold accessories(necklace, bracelet, ring, mask), snapback -Heavy eyeliner, rebellious facial expression -Strong color contrast of white & black -Hiphop pose
	Index	-East coast sportive hiphop image -Rebellious and provocative image
	Symbol	-An idol group based on hiphop music and a will to resist social prejudice
 <p>Figure 3. 1st Mini Album <O!RUL8,2?> (https://ibighit.com)</p>	Icon	-Bold gold metal accessories -Bandana, hood, snapback, sneakers, hiphop fashion item -All white color, black hair and black shoes, accent colors of red and gold
	Index	-Modern, understated image by all white color -Sportive hiphop image
	Symbol	-Rebellion of the controlled oppressed teenager

Table 2. Continued

Concept photograph	Semiotic type	Analysis
 <p>Figure 4. 2nd Mini Album 〈Skool Luv Affair〉 (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -School uniform, disheveled shirt, leather jacket, sneakers -Chain, necklace, earrings -A variety of colors of silver, orange and brown, aggressive undercut haircut
	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Rebellious and provocative teenager student image -Free image that are not bound by rules
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Teenagers expressing their individuality and rebellion against the school system that instills the norms of the older generation
 <p>Figure 5. 1st Full-Length Album 〈Dark & Wild〉 (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Leather jacket, skinny leather trousers, logo printed T-shirts -‘Head of Medusa’, symbol logo of ‘Gianni Versace’ -Bold gold metal accessories (bracelets, necklace, ring), ear piercing, leather bracelet, -Wearing a snapback backwards -All black colour에 gold and white accent colours -Aggressive undercut haircut, well-set hair style and heavy eyeliner
	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Wild hiphop image -Coexisting image of darkness and glamorous -Decorative and luxurious epicene image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Showing the identity of an independent group with the masculine and rough hiphop image overlaid with the identity of epicene and fancy idol
 <p>Figure 6. 3rd Mini Album 〈The Most Beautiful Moment in Life pt.1〉 (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Pedal pushers, Jamaica shorts, distressed jeans, ethnic pattern cardigan, walker boots-shoes, canvas sneakers, slip shoes, mild calf socks -Untidy shirt, cardigan, jacket -Hippie accessories of leather necklace and leash bracelet -A blank, empty gaze, wealy sitting on the edge -Natural hair covering forehead, undercut haircut -Black and white colours
	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Boyish image -Free and wandering hippie image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Frustration, wandering, confusion and helplessness and emptiness in a hopeless reality

Table 2. Continued

Concept photograph	Semiotic type	Analysis
	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Colourful zipped leather jackets, pop and funky graffiti printing t-shirts, roll-up jeans, british flag walker, suspender -Accessories (choker, earrings, rings, bracelets, fedora), badges -Orange, sky or brown coloured hair -Footsteps and gaze with a clear destination and bright facial expression -faded color
<p>Figure 7. 4th Mini Album <The Most Beautiful Moment in Life pt.2> (https://ibighit.com)</p>	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Retro pop, rock'n'roll, Moz looking image -Image of the younger generation that are not bounded by conventions
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Will to carve out their own path towards a goal -Rebellion, resistance and challenging mind
	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Colorful printing, embroidered flower, tree and insects patterned sweaters, blouson, jamaica shorts, berets, mild calf socks -Natural makeup -Gazing at something carefully -Camping on nature
<p>Figure 8. 1st Special Album <The Most Beautiful Moment in Life: Young Forever> (https://ibighit.com)</p>	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Boyish cute image -Gorgeous and free image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -The most glamorous period of youth -Youth, Fancy
	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Check, stripe, and dot pattern robes, velvet or silky blouson, silk pajama, silk shirt, marilyn monroe printing, glitter loafers, leather and fur loafers -Drowsy facial expression, lying pose -Colorful hair style -White and black colors, peach pink, blue violet, gold bronze sheen color
<p>Figure 9. 2nd Full-Length Album <Wings> (https://ibighit.com)</p>	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Sophisticated and comfortable image based on pajama look -Sexual image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Maturity of sexual man getting out of period of boyhood
	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Hoody T-shirt and jumpers, bleach dyed jeans, sneakers -Abstract pattern blouson, graffiti pattern sweater -Beanie, hairband, stripe socks, sneakers -Comfortable sitting pose, looking up with bright facial expression, -Backstreet background and confetti
<p>Figure 10. 2nd Special Album <You Never Walk Alone> (https://ibighit.com)</p>	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Free and individual image -Comfortable and casual image of post-festival atmosphere
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Festival and hopeful youth



Table 2. Continued

Concept photograph	Semiotic type	Analysis
 <p>Figure 11. 5th Mini Album 〈Love Yourself 'Her'〉 (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Loose fits, flat collar, shawl collar, and stand collar shirts -Silver earrings -Curled light hair -Pale and faded tone like mural from the renaissance period -Cloud background
	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Romantic image -Natural and comfortable image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Mythical, dreamy and pure platonic love
 <p>Figure 12. 3rd Full-Length Album 〈Love Yourself 'Tear'〉 (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Sweater, shirt, T-shirts, jackets, blousons, easy casualwear -Natural color, no pattern -Undressed black hair -Gazing at the same point in the distance -Sunset fields, bare branches
	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Lyrical and calm image -Lonely image recalling the past
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Process of maturation by facing oneself -Introspection and emptiness, liberation, loss
 <p>Figure 13. Repackage Album 〈Love Yourself 'Answer'〉 (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Intense and glamorous color combination of red, navy, hot pink, glitter white -Checkerboard, stripe, floral, and abstract patterns -Unisex outfit with feminine details like ruffle, puff sleeves -Boot cut trousers, knee-length shorts, skinny trousers -Colorful hair color of orange, purple, brown, blonde, black, Red eye shadow -Unconcentrated outfits revealing each one's individuality -Fierce red background -Cluttered TV monitors and wires -Intense gaze
	Index	<ul style="list-style-type: none"> -70's glam rock image -Gender neutral image -Retro image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Facing and revealing their identity of visual Idol with confidence -Confidence and will to dominate the media
 <p>Figure 14. 6th Mini Album 〈Map of the Soul: Persona〉 (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Colorful pajama -Stripe, dot, dragonfly pattern -Natural hair styles -Looking straight into eyes, posing and taking mirror-selfi, thinking deeply about something -Pink light, moment capture cut -Realistic toilet background
	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Sexual and dreamy image -Natural image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Process of exploring oneself by looking into undecorated oneself in the most private space, bathroom -Observation of another self

Table 2. Continued

Concept photograph	Semiotic type	Analysis
	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Dandy and formal suit -Focusing with pin light on dark background, dark background that sky and earth are indistinguishable -Golden cup, grapes and fruits, well-served dinner -Facial expression that seriously considering something -Neat hair style and clean make up
<p>Figure 15. 4th Full-Length Album <Map of the Soul: 7> (https://ibighit.com)</p>	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Mythical image -Religious image -Dandy image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Will to face the dark inner shadow of trial, burden, fear and accept them as the part of myself
	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Campus look, blue jacket, blue jean, T-shirt, short -Colorful setup -Sneakers, necklace, earrings, colorful sunglasses, beret -Pop colors and patterned background -Basketball hoop
<p>Figure 16. Digital Single Album <Dynamite> (https://ibighit.com)</p>	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Sportive college student image in the early to mid 90s -Retro image -Hip-hop image -Bouncy and lively free casual image
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Bright and cheerful confidence -Hopeful energy to light up the era of corona
	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Dishelved wearing formal items of bow tie, fedora, shirt collar shirts, shawl collar jacket -Miss match of formal items and pajama trousers and slippers -Turned on lights -Musical instrument such as mic, guitar, keyboard, tambourine, karaoke device -Background color of Turquoise blue and brown -Contrast color of white and black, point color of pink and blue -Gazing at front -Dark hair, neat make up
<p>Figure 17. Album <Be> (https://ibighit.com)</p>	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Natural musician image without decoration -Helpless situation facing restrictions on activities as a musician in the era of Corona
	Symbol	<ul style="list-style-type: none"> -Combination of helplessness feeling of circumstances and will to continue music

Table 2. Continued

Concept photograph	Semiotic type	Analysis
 <p>Figure 18. Digital Single Album <Butter> (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Tailored formal suit -Picked lapel, power shoulder -Glitter and shiny fabric -Glossy shoes -Black and white, gold and silver colours -Neat and tidy hair -Pink and red background -Confident and chic facial expression
	Index	<ul style="list-style-type: none"> -Trendy, modern, chic image -Image of mature man -Genderless image
	Symbol	-Seduction of mature and charming man
 <p>Figure 19. Album <Butter> (https://ibighit.com)</p>	Icon	<ul style="list-style-type: none"> -Black jumpsuit, overalls, suspenders -Accessories of heart-shaped handcuffs, bracelets, necklace and rings -Two-tone colored hair -Holding mug shot sign -Sloppy posture, arrogant facial expression -Orange background with shape of an electrocardiogram
	Index	-Image of a provocative and cute bad guy with a metaphor for stealing a heart
	Symbol	-A cute confession asking for the love of fan

BTS의 이미지는 2013년부터 2021년까지 지난 9년간의 앨범 활동을 통해 다양한 이미지 변화를 보여왔으며 동시에 한국의 보이밴드 아이돌로서 일관된 그들만의 정체성을 보여주었다. BTS의 이미지는 데뷔 이후 지속적으로 변화해왔으며, 그에 따라 본 연구에서는 Table 2의 분석 내용을 바탕으로 BTS 이미지를 시기 별로 크게 두드러지는 특징에 따라 데뷔 초기, 화양연화, 러브유얼셀프(Love yourself), 맵 오브더소울(Map of the soul), 펜데믹 시기로 구분하였다.

첫째, 데뷔 초기는 2013년 데뷔부터 2014년 앨범 <Dark & Wild>의 활동 시기까지로, 이 시기의 이미지는 도상적으로 짙은 아이라인, 과한 금속 액세서리, 힙합 패션, 단정하지 않은 교복 패션으로 표현되었으며, 지표적으로는 힙합 이미지, 도발적인 10대의 학생 이미지, 어두움과 화려함이 공존하는 중의적인 이미지, 상징적으로는 사회에 대한 저항의 의지, 도발적이면서도 독자적인 그룹의 정체성 표현을 담고

있다. 따라서 이 시기에는 힙합 이미지를 강조하며 멤버 대부분이 10대로서 기성세대와 사회가 가진 부조리와 편견에 대한 반항과 저항을 도전적인 이미지로 부각시켰다(Figure 2-5).

둘째, 화양연화 시기에는 2015년부터 2016년까지 앨범 <화양연화> 시리즈로 활동한 시기로, 이 시기의 이미지는 도상적으로 패틴이 돋보이는 컬러풀하고 화려한 패션, 후드, 청바지, 반바지 등의 아이템을 이용한 캐주얼하며 자연스러운 패션으로 표현되었으며, 지표적으로는 레트로 팝 이미지, 로큰롤과 모즈룩 이미지, 기존의 관습에 얽매이지 않는 젊고 자유로운 세대의 이미지를 나타냈으며, 상징적으로는 혼란스러움, 무력감, 허무함, 방황과 더불어 화려함, 자유로움, 소년다움을 담으며 질풍노도의 시기를 지나는 청춘을 담고 있다. 즉, 이 시기에는 무력하고 방황하며 때로는 무방비한 청춘이 자신만의 길을 개척해 나가는 과정을 인생에서 가장

화려하고 아름다운 시기로 묘사하며 BTS가 가진 서사를 10대들의 반항에서 10대들의 성장과 청춘으로 이끌어갔다(Figure 6-10).

셋째, 러브유얼셀프 시기에는 2017년부터 2018년까지 앨범 〈LOVE YOURSELF 起承轉結〉 시리즈로 활동한 시기로, 이 시기에는 도상적으로 루즈 핏의 내추럴한 패션과 동시에 화려하고 강렬한 패션이 함께 나타났으며, 지표적으로는 내추럴하면서 편안한 이미지와 서정적이며 차분한 이미지, 그리고 70년대의 글램록 이미지가 나타났다. 상징적으로는 신화적이며 몽환적인 플라토닉의 사랑과 허무와 해탈, 상실, 자아 성찰 그리고 비주얼적으로 강조되는 아이돌의 정체성을 나타내었고 이를 통해 신화같은 로맨틱한 첫 사랑과 첫사랑의 상실에서 이어지는 자아 성찰, 마지막으로 비주얼적으로 화려한 자신들의 정체성을 받아들이는 일련의 과정을 기승전결을 통해 그려내었다. 따라서 이 시기에는 순수한 이미지와 강렬하면서도 화려한 이미지까지 다양한 이미지 변화를 통해 성장하는 과도기의 혼란과 정체성에 대한 자신감을 함께 보여주었다(Figure 11-13).

네 번째, 맵오브더소울 시기는 2019년부터 2020년까지 앨범 〈MAP OF THE SOUL〉 시리즈로 활동한 시기로 도상적으로는 자연스러운 헤어스타일, 화려하고 다양한 색상의 파자마와 이와 상반되는 어두운 색상의 댄디하고 포멀한 정장, 깔끔하고 정돈된 헤어와 메이크업을 통해 지표적으로 몽환적이며 내추럴한 이미지와 신화적이며 댄디한 이미지를 표현하고자 하였다. 이를 통해 상징적으로 자신의 모습을 탐구하는 과정, 자신의 또 다른 자아에 대한 관찰과 밝은 모습뿐만 아니라 시련, 부담, 두려움 등 어두운 내면과 그림자까지 자신의 일부로 인정하고자 하는 의지를 나타내었다. 이는 전작인 〈LOVE YOURSELF 起承轉結〉 시리즈를 통해 표현한 자기 자신을 있는 그대로 받아들이며 사랑하자라는 앨범의 주제와 연결되며 온전한 나 자신을 탐구하는 과정을 남에게 보여지는 화려하고 밝은 이미지와 이와 대비되는 어두운 이미지를 통해 표현하였다(Figure 14-15).

마지막으로 팬데미 시기는 2020년부터 현재까지로 앨범 〈Dynamite〉, 〈BE〉, 〈Butter〉가 포함된다. 이 시기에는 도상적으로 밝은 컬러감과 스포츠 웨어, 청청 패션을 비롯한 일상복과 더불어 깔끔하고 화려한 수트, 점프수트, 오버롤, 셔스펜더 등을 통해 지표적으로 90년대 스타일의 발랄하고 밝은 레트로 이미지, 내추럴한 일상적인 이미지, 트렌디하고 모던한 이미지와 규범에서 벗어난 일탈의 이미지를 은유적으로 나타냈다. 이는 곧 상징적으로 밝고 경쾌한 희망의 에너지와 의지, 그리고 성숙하고 매력적인 남성과 더불어 팬의

애정을 구하는 고백의 의미를 담아 코로나 시대가 가져온 무력감 속에서 활력과 희망의 메시지를 전달하고자 했으며 뮤지션으로서 활동 역시 제약을 받는 상황에서도 음악을 통해 자신들의 이야기를 전달해나가겠다는 의지를 나타내었다. 따라서, 모던하고 트렌디한 패션을 통해 자신감 넘치는 매력적인 남성의 모습과 동시에 일탈한 귀여운 모습까지, 상반된 이미지와 분위기를 전달하였다(Figure 16-19).

BTS의 성공 전략에 대해서 다룬 선행연구(Jung, 2020; M. Kim, 2018; Yang & Hyun, 2019; Yoon, 2019)에 따르면, BTS의 가장 큰 성공 전략 중 하나는 불의와 편견에 도전하며 긍정적인 삶의 자세를 노래하며 전하는 그들의 메시지라고 하였다. 본 연구는 BTS의 이미지가 일관되게 그들의 메시지를 담고 있다는 점에서 선행연구와 일치하나, 연구결과와 같이 BTS가 성장하며 시간이 흐름에 따라 그들의 정체성과 이야기 역시 변화한다는 점이 주목할 만 하다.

V. 결론

본 연구에서는 퍼스의 기호학을 토대로 BTS 이미지의 기호적인 구조와 특징을 분석하였다.

퍼스의 기호학적 삼항 관계를 BTS 이미지에 대입해 본 결과, 기호 작용의 삼원적 관계의 첫 번째 상관관계이자 물리적으로 기호 그 자체를 뜻하는 표상체는 시각적으로 가장 먼저 인지되는 BTS 이미지 그 자체를 말하며, 표상체가 간접적으로 나타내는 대상인 대상체는 BTS 이미지를 통해 구축하고자 하는 이미지, 추구하는 가치로 간주할 수 있다. 마지막으로 해석체는 대상체를 매개로 표상체가 표현하는 내적 의미이자 기호 작용의 결과물이며 대중이 수용하고 해석하는 BTS의 이미지라고 할 수 있다. BTS 팬은 BTS 이미지를 수용하는 과정에서 적극적으로 자신의 의견을 제시하고 자신만의 해석을 바탕으로 문화 생산물을 재창조해내는데, 이렇게 생산된 제시물은 때로는 새로운 표상체로서 지속적인 기호작용을 유도한다는 점에서 본질적으로 무한하며 연속적인 해석이 이루어진다고 퍼스가 강조한 기호작용과 맞물린다.

본 연구에서는 FGI를 통해 BTS 앨범의 콘셉트 사진이 시각적으로 나타내는 표현적 특성과 내포된 의미의 연결성에 초점을 맞추어 BTS 이미지에 나타나는 기호적 특징을 BTS 앨범의 시기별로 분석하였다. 첫째, 데뷔초기에는 힙합 이미지를 강조하며 기성세대와 사회에 대한 저항, 반항의 의지를 도전적이고 강한 이미지로 표현하였다. 둘째, 화양연화 시리즈 시기에는 무기력하게 방황하는 10대 청춘이 자신만의 길

을 개척해 나가는 성장 과정을 표현하며 10대들의 반항과 성장, 청춘의 이미지를 덧입혔다. 셋째, 러브유얼세프 시리즈 시기에는 10대를 벗어나 성장하는 과도기의 혼란에서 정체성에 대한 자신감을 찾아가는 과정을 표현하여 순수하면서도 내추럴한 이미지와 화려한 이미지의 다양한 이미지 변화를 보여주었다. 넷째, 맵오브더스쿨 시기는 자신에 대한 탐구와 성찰을 외연적으로 화려하고 밝게 표현함과 동시에 내면의 어두움을 대비적으로 보여줌으로써 자신 스스로에 대한 인정과 관대함을 표현하였다. 다섯째, 펜데믹 시기에는 성숙하고 매력적인 남성의 이미지와 밝고 캐주얼한 이미지로 코로나 시기에 제약된 현실에 대한 무기력과 절망을 딛고 일어나는 희망적 에너지와 의지를 보여주었다.

BTS의 이미지는 그들의 음악과 사회 그리고 자신에 대한 가치관을 스토리텔링과 메시지를 담은 콘셉트의 앨범 발매와 활동으로 표현함으로써 구축해왔다. 활동 시기별로 그들의 성장과 변화는 이미지의 변화로 직결되어 표현되어왔으며, 그동안 그들이 보여준 이미지는 도상과 지표, 상징적 기호 특성의 조합으로 배타적이지 않으면서 상호보완적으로 기호의 성공적인 의미 작용을 보여주었다. 따라서 그들이 추구하는 대상체에 따라서 기호적 유형과 특성이 유기적으로 나타남으로써 성공적인 이미지 구축과 전달을 할 수 있었다.

아이돌 이미지를 기호학적 관점에서 그 구조와 특징을 유기적으로 분석한 본 연구는 아이돌 이미지 구축을 위한 커뮤니케이션 전략 수립의 기초 자료로 활용될 수 있을 것으로 기대한다. 다만, 콘셉트 사진이라는 제한된 이미지 자료를 바탕으로 연구된 점에 있어서는 BTS의 폭넓은 활동을 감안하여 추가적인 매체에 대한 보다 심화된 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다. 또한 한정된 연구 참여자와의 논의를 통해 진행된 연구 결과라는 점에서 연구적 한계가 있음을 밝힌다.

References

- 1st full-length album <Dark & wild>. (2014, August 20). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/dark_and_wild.html
- 1st mini album <O!RUL8,2?>. (2013, September 11). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/o_rul8_2.html
- 1st single album <2 Cool 4 Skool>. (2013, June 12). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/2_cool_4_school.html
- 1st special album <The Most Beautiful Moment in Life: Young Forever>. (2016, May 02). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/hwayangyeonhwa-young_forever.html
- 2nd full-length album <Wings>. (2016, October 10). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from <https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/wings.html>
- 2nd mini album <Skool Luv Affair>. (2014, February 12). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/skool_luv_affair.html
- 2nd special album <You Never Walk Alone>. (2017, February 13). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/you_never_walk_alone.html
- 3rd full-length album <Love Yourself 'Tear'>. (2018, May 18). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/love_yourself-tear.html
- 3rd mini album <The Most Beautiful Moment in Life pt.1>. (2015, April 29). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from <https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/hwayangyeonhwa-pt1.html>
- 4th full-length album <Map of the Soul: 7>. (2020, February 21). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/map_of_the_soul-7.html
- 4th mini album <The Most Beautiful Moment in Life pt.2>. (2015, November 30). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from <https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/hwayangyeonhwa-pt2.html>
- 5th mini album <Love Yourself 'Her'>. (2017, September 18). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/love_yourself-her.html
- 6th mini album <Map of the Soul: PERSONA>. (2019, April 12). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from <https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/>

- map_of_the_soul-persona.html
- Ahn, H. (2018). *Music video image and beauty styling of Bangtan Boys (BTS)* (Unpublished master's thesis). Deagu Catholic University, Deagu, Korea.
- Album <Be>. (2020, November 20). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from <https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/be.html>
- Album <Butter>. (2021, July 09). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from <https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/butter.html>
- Byun, J. (2014). *A semiologic analysis on masculinity expressed in the fashion and beauty images of male idols: Focused on music videos* (Unpublished doctoral dissertation). Kunkook University, Seoul, Korea.
- Cheetham, M. A., Holly, M. A., & Moxey, K. (2007). *The subjects of art history: Historical objects in contemporary perspective*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Digital single album <Butter>. (2021, May 21). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from <https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/butter.html>
- Digital single album <Dynamite>. (2020, August 21). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from <https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/dynamite.html>
- Hartshorne, C., & Weiss, P. (Eds.). (1998). *Collected papers of Charles Sanders Peice*. Vols. 2. Massachusetts: Harvard University Press.
- Jeong, J. (2020). A study on case analysis of trends of k-pop star image. *The Journal of Korean Society of Beauty Industry*, 14(1), 51-66.
- Jung, D., & Ha, J. (2020). Digital fandom culture expressed in fashion: A case study of BTS fandom. *Journal of Fashion Design*, 20(3), 87-105. doi:10.18652/2020.20.3.6
- Jung, H. (2020). *A study on the fashion style strategy of BTS* (Unpublished master's thesis). Hongik University, Seoul, Korea.
- Jung, Y., & Lee, Y. (2020). An analysis of gender images of fashion style in BTS music videos using Judith Butler's performativity theory. *Journal of Fashion Business*, 24(1), 88-101. doi:10.12940/jfb.2020.24.1.88
- Kang, J., & Lee, S. (2019). Semiotic analysis of K-Pop video contents images focused on BTS music video. *The Korean Journal of Animation*, 15(3), 28-50. doi:10.51467/ASKO.2019.09.15.3.28
- Kang, M. (2007). *Peirce's semiotic research* (Unpublished doctoral dissertation). Seoul National University, Seoul, Korea.
- Kang, M. (2011). *피스의 기호학과 미술사* [Peirce semiology and art history]. Seoul: Ehaksa.
- Kim, H. (2010). *Semiotic interpretation of neo-avantgarde fashion make-up in the post-modern era* (Unpublished doctoral dissertation). Jeju University, Jeju, Korea.
- Kim, H., & Um, K. (2020). *Semiotic Analysis on the retro style of domestic Korean Idols*. *Design Research*, 5(3), 105-121. doi: 10.46248/kidrs.2020.3.105
- Kim, J. (2020). The study on the BTS's fashion style. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 21(9), 310-320. doi:10.5762/KAIS.2020.21.9.310
- Kim, K. (2002). *기호학이란 무엇인가* [What is Semiology]. Seoul: Minumsa.
- Kim, M. (2018). *A study on the success factors of BTS's entry into the US market* (Unpublished master's thesis). Sungkyungwan University, Seoul, Korea.
- Kim, S. (2018, December 11). *방탄소년단에게 새 이름을 달아준 남자* [A guy who gave new name to BTS]. *Chosun*. Retrieved March 21, 2020, from http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2018/12/11/2018121100058.html?utm_source=naver&utm_medium=original&utm_campaign=news
- Kim, Y., & Oh, H. (2011). Studying 'idol stardom' and 'idol genre': A case study of KBS drama <Dream high>. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 25(6), 125-161.
- Lee, J. (2011). *An analysis of the fashion trend in the korean popular singer girl group* (Unpublished master's thesis). Kunkook University, Seoul, Korea.
- Lee, J. (2020, March 17). *'코리아인베이전' 케이팝, 세계를 거머쥐다* ['Korean invasion', K-POP takes the

- world]. *Donga*. Retrieved March 21, 2020, from <http://www.donga.com/news/article/all/20200316/100187637/5>
- Lee, M. (2011). *A semiotic analysis of artistic expression characteristics in fashion illustration* (Unpublished master's thesis). Kyungsang University, Jinju, Korea.
- Lee, S. (2015). *A study on the textual characteristics of conceptual arts based on the Peirce's semiotic triadic system* (Unpublished master's thesis). Kyunghee University, Seoul, Korea.
- Lee, S. (2018). *A effect research of K-Pop star's social media richness for uses and loyalties: focused on social media of BTS* (Unpublished master's thesis). Sungkyungwan University, Seoul, Korea.
- Lee, Y., & Suk, S. (2017). Development of visual communication design on reconsidering peirce's concept about icon, index and symbol. *Illustraion Forum*, 18(53), 75-84. doi:10.37379/JKSIR.2017.53.8
- Moon, S. (2019). *K-pop in U.S: Focused on Psy and BTS* (Unpublished master's thesis). Pukyong University, Busan, Korea.
- Park, H. (2012). *A study on K-POP characteristics and fashion image of K-POP idols* (Unpublished master's thesis). Seoul University, Seoul, Korea.
- Park, J. (2009). *대중매체의 기호학* [Semiotics of mass media]. Seoul: Communication Books.
- Peirce, C. (2006). *A system of logic, considered as semiotic*. (S. Kim, Trans.). Seoul: Mineumsa. (Original work published 1909).
- Repackage album <Love Yourself 'Answer'>. (2018, August 24). *Bighit music*. Retrieved August 25, 2021, from https://ibighit.com/bts/kor/discography/detail/love_yourself-answer.php
- Shin, H. (2007). *A semantic analysis of early children's picture books based on a semiotic approach* (Unpublished doctoral dissertation). Chungang University, Seoul, Korea.
- So, D. (1991). *상징의 과학: 기호학* [Science of symbol: Semiotic]. Seoul: Human Love.
- Song, M., & Cho, M. (2013). A study of the formative characteristics in kitsch fashion: Focusing on K-Pop idol fashion. *Fashion and knit*, 11(1), 27-42. doi:10.35226/kskd.2013.11.1.27
- Wang, H. (2017). *Semiotic study on communication strategy of idol group : Centered on EXO* (Unpublished master's thesis). Kunkook University, Seoul, Korea.
- Won, J. (2016). *Semiotic study on the communication strategy of K-pop singers: Centered on the duo, TVXQ* (Unpublished master's thesis). Kunkook University, Seoul, Korea.
- Yang, H., & Hyun, E. (2019). An exploratory study of the global popularity of BTS using korean news reports: A topic modeling approach, *Culture and Convergence*, 41(1), 55-92. doi:10.33645/cc.2019.02.41.1.55
- Yoon, Y. (2019). Analysis of the global fandom and success factors of BTS. *Journal of Korea Contents Society*, 13(3), 13-25. doi:10.21184/jkeia.2019.4.13.3.13

Received (September 14, 2021)

Revised (October 13, 2021; October 29, 2021)

Accepted (November 17, 2021)