



국악 팬덤의 역사와 발전: 여성국극과 창극을 중심으로

Anna Yates-Lu

서울대학교 국악과 부교수

현대 한국 음악 연구 콜로퀴움, 2025년 12월 19일

국악 팬덤이란?

- 팬덤은 단순한 향유보다 더 깊고 더 적극적인 활동
- 편덤 연구 창시자 Henry Jenkins (헨리 젠킨스, 1992)에 의하면 “participatory culture” (참여적인 문화)로 이해할 수 있다
 - Low barriers (낮은 진입 장벽)
 - Active participation (적극적인 참여)
 - Social connection (사회적 관계)
 - Collective intelligence (집단적 지식)
 - Mentorship (멘토링)
 - Media literacy (미디어 해독력)
- 현대 디지털 시대에 해당된 이론이지만 과거부터 국악 향유층의 이해에 유의미한 기여할 수 있다

귀명창의 역할

- 과거 민속음악에 대한 기록이 많이 없어 과거 향유하는 행동에 대한 정보가 부족
- 다만 “귀명창”이란 단어의 존재로 보면 향유층의 적극적인 역할의 중요성 파악
- 응원하는 방식으로 공연자의 최고의 노력을 끌어내는 힘
- 젠킨스 이론과 유사:
 - 적극적인 참여
 - 사회적 관계
 - 집단적 지식
 - 미디어 해독력
- 다만, 젠킨스의 참여적 문화와 차이:
 - 진입장벽이 높은 편
 - 적극적인 멘통링이 없다

여성 국극 팬덤

- 여성 국극의 원조 스타 중 살아 계셔서 그 때 당시 팬덤 문화에 대한 파악 가능:
- https://www.youtube.com/watch?v=t_mGf5yDYZd8
- 현 서울 무형 유산 판소리 보유자 이옥천 명창 증언에 따라 팬들이 납치하듯이 데려가려고 했던 적도 있었다 (강혜란, 2024)
- 유명한 사례로 여성 국극 스타 족금앵이 1950년대에 찍은 판들과의 결혼식 사진이 남아 있다
- 심지어 팬들의 투자로 국극단까지 만들어진 사례가 있었다 (홍석재 2013)
- 팬이 되었다가 직접 국극단에 들어가는 경우도 있었다 (근맥 교지편집위원회 2024)



출처: <https://www.joongang.co.kr/article/25184261>

여성국 팬덤의 참여적 문화

- 낮은 진입 장벽: 황금기 때 순회공연을 전국 관람 가능
- 적극적 참여: <https://youtu.be/cRgoqB4y8PY?t=2253>
- 사회적 관계: 팬들끼리, 팬과 스타 사이
- 집단적 지식: 응원을 하기 위해 협업
- 새롭게 입덕한 팬들을 위한 멘토링?
- 미디어 해독력: 파생 창작 활동, 직접 국극단 입다

그러면 현대 국악 팬덤은?

- 대부분 현대 관객층이 국악에 대한 거리감을 느끼는 것으로 판단 (Sutton 2011, Harkness 2014)
- 국악 관객층은 나이 많은 분 (청춘 시절을 소환하려고 보던지, “국”악에 대해 책임감을 느껴서 보는 것으로 이해) 아니면 학생 (교과서에 들어가서 억지로 보게 하던지, 보통 부모가 시켜서 전공 하던지)
- 하지만, 작지만 열정적인 팬층 상승을 확인할 수 있고, 국악을 다르게 접근하는 것으로 볼 수 있다
- 케이팝이나 뮤지컬 팬덤에서 특징을 빌리는 부분도 있지만, 국악 특유 요소에 맞게도 다르게 발전

현대 한국 팬덤 문화: 케이팝과 뮤지컬

- 케이팝의 거대한 시장 (2023년에 히외 매출수입은 1.24 조 원/8.41 억 달라 - Park Ga-young 2024)
- 뮤지컬은 한국 대중문화의 큰 역할 (2023년에 표 매출로 5천억 원/3.39 억 달라 - 고승희 2024)
- 케이팝 팬덤은 국제적으로 더 알려져 있으나, 한국 뮤지컬 팬도 스타를 위한 열정적 지원
- 팬덤활동: 공연관람, 굿즈 구매, 커피차/간식 제공, 조회수 올리기, SNS 댓글을 달기, 때창/응원법 (케이팝)
- 집단적 활동과 공유하는 경험에 강렬한 포커스 (케이팝에 대해는 Michelle Cho 2023, 뮤지컬에 대해는 박혜성 2017)
- 팬들은 소비에만 문화적 노동이 나타나지 않고, 2차적 굿즈와 공로도 제공 (Saeji 2024: 875)

현대 국악 팬덤 연구의 시작

- 기존 국악 연예인에 대한 연구 (Yates-Lu 2021)
- 국립창극단 간판스타 김준수/유태평양의 <절창> (2021) 공연
- 공연 끝난 뒤 주로 중년 여성으로 구성된 단체가 공연장 계단에 대기하고 있었다
- 김준수 팬클럽 <준수한 소리>로 소개, 공연 끝나고 작은 팬미팅 진행할 예정
- 서바이벌 오디션 방송 풍류대장 (2021, jtbc) 콘서트 투어에서 재회, 김준수 사진이 있는 포스터와 사진 찍는 이벤트 진행 중
- <절창IV> (2024) 공연 때 국립극장 공식 인스타그램 계정에서 김수인 팬클럽이 커피차를 보냈던 것에 대한 감사 메세지를 공유
- 공연 후 작은 팬미팅을 기다리는 많은 팬들을 확인할 수 있었고, 심지어 러시아와 중국에서 공연을 보기 위해 방문



국립극장 공식 인스타그램 계정 (ntong_ntong),
2024/05/17 스토리 공개

설문조사에 대하여

- “국악 팬덤에 대한 설문조사”의 이름으로 구글로 공유
- 개인 인스타에도 공유, 또한 찾을 수 있는 국악인 팬계정에 직접 연락해서 팬사이트를 통해 공유 부탁
- 27시간만에 110개 응답, 해외 (멕시코, 인도네시아) 응답자 2명 포함



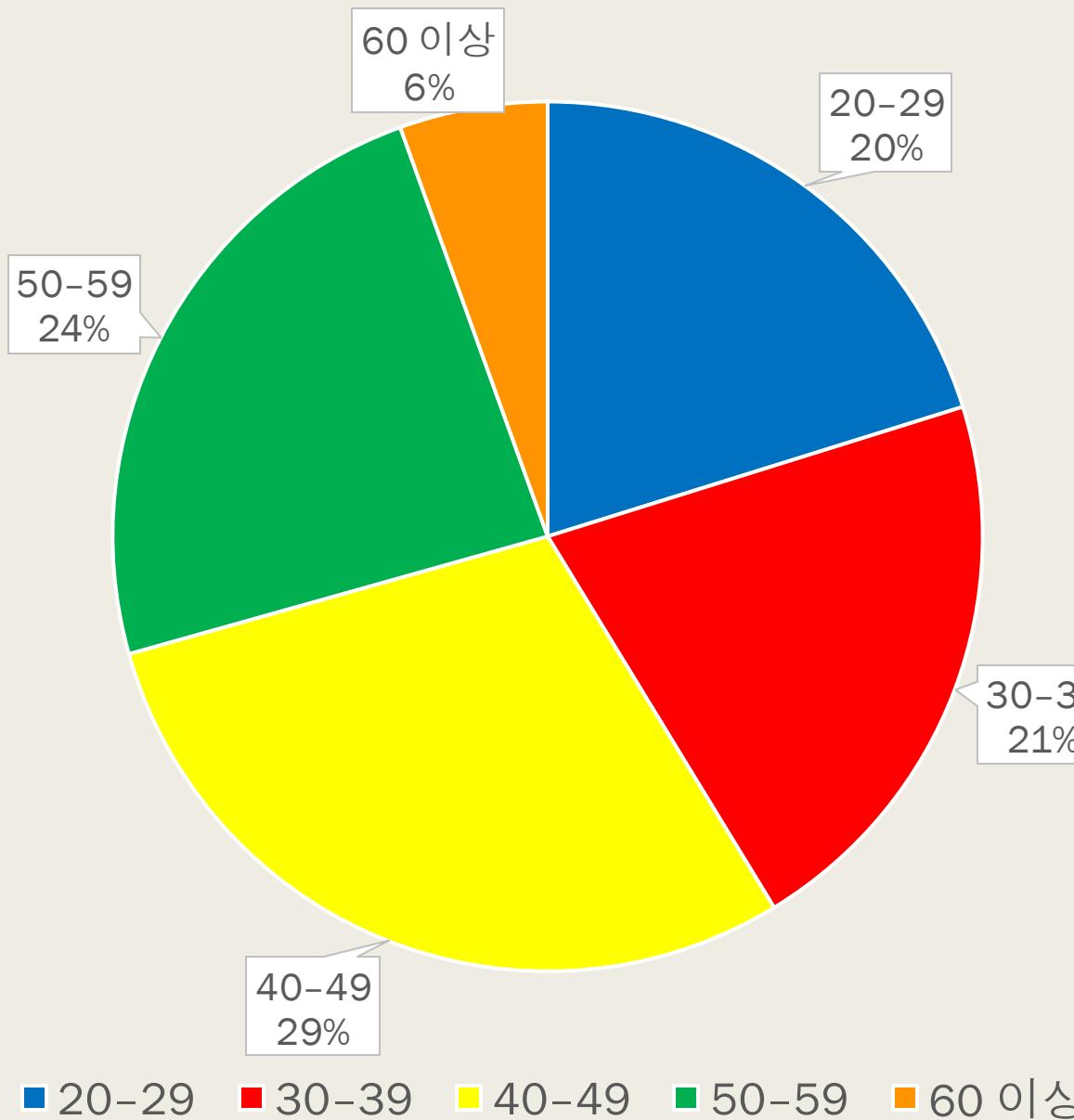
annayateslu

:

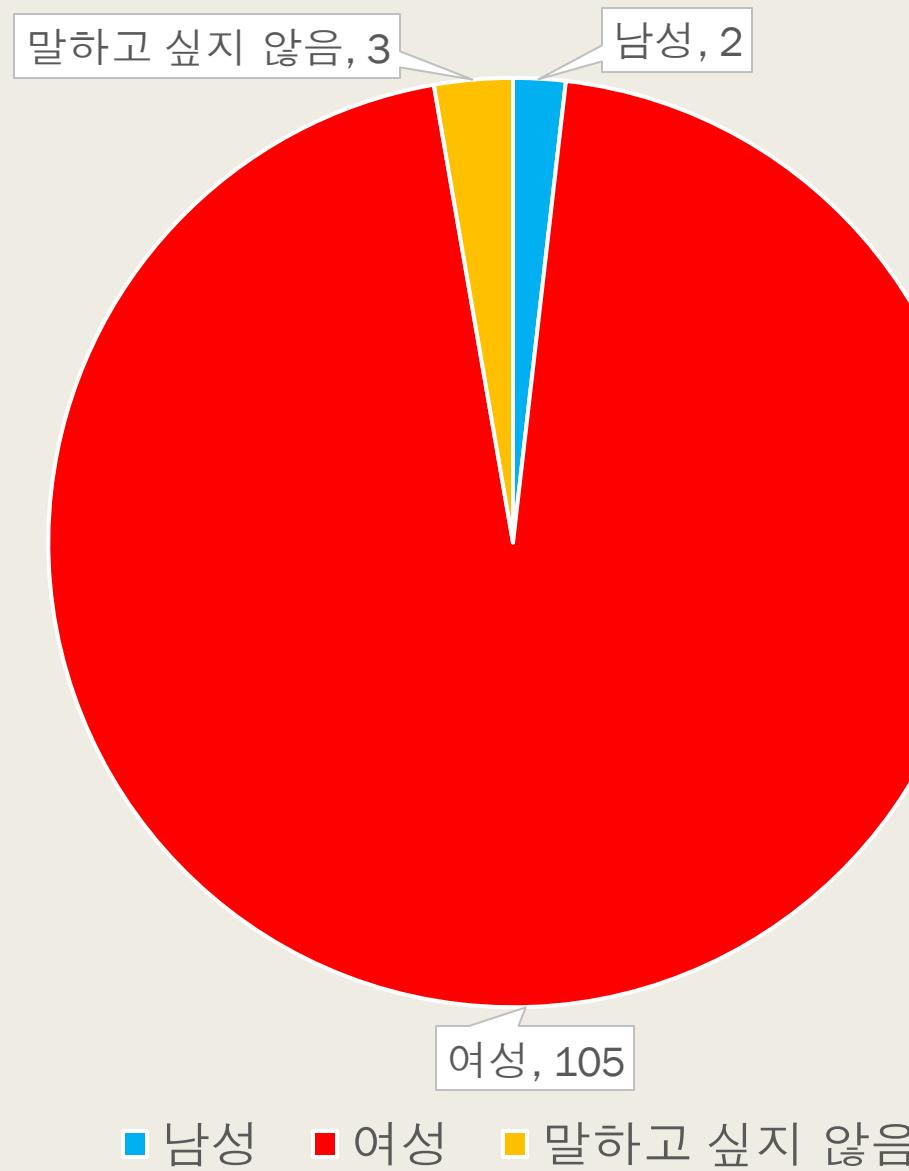
국악 팬덤에 대한 설문 조사

안녕하세요, 서울대학교 국악과 조교수 안나 예이츠입니다. 요즘 국악 팬층에 대한 연구 진행 중입니다, 다음과 같이 질문을 대답해주시고 제 연구에 도와주시면 대단히 감사하겠습니다. 이 설문조사 결과는 지금 국악과 대중문화 간의 관계를 다루는 책에서 나올 예정입니다 (2025 나올 계획). 혹시 이 설문조사나 이 연구에 대해 질문이 있으시거나 추가적으로 하실 말씀이 있으시면 저에게 annayateslu@snu.ac.kr로 연락주시면 감사하겠습니다.

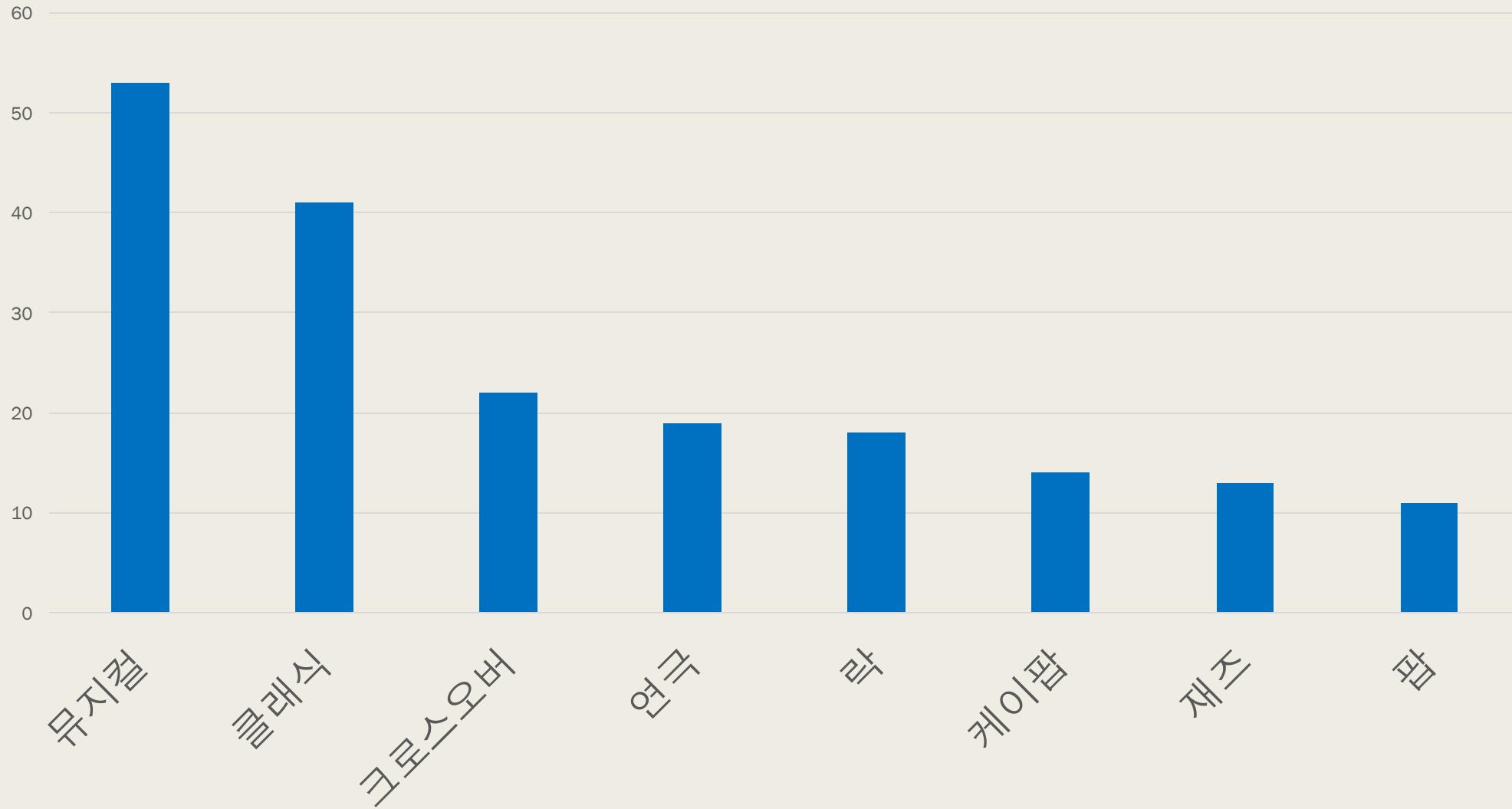
연령 분포



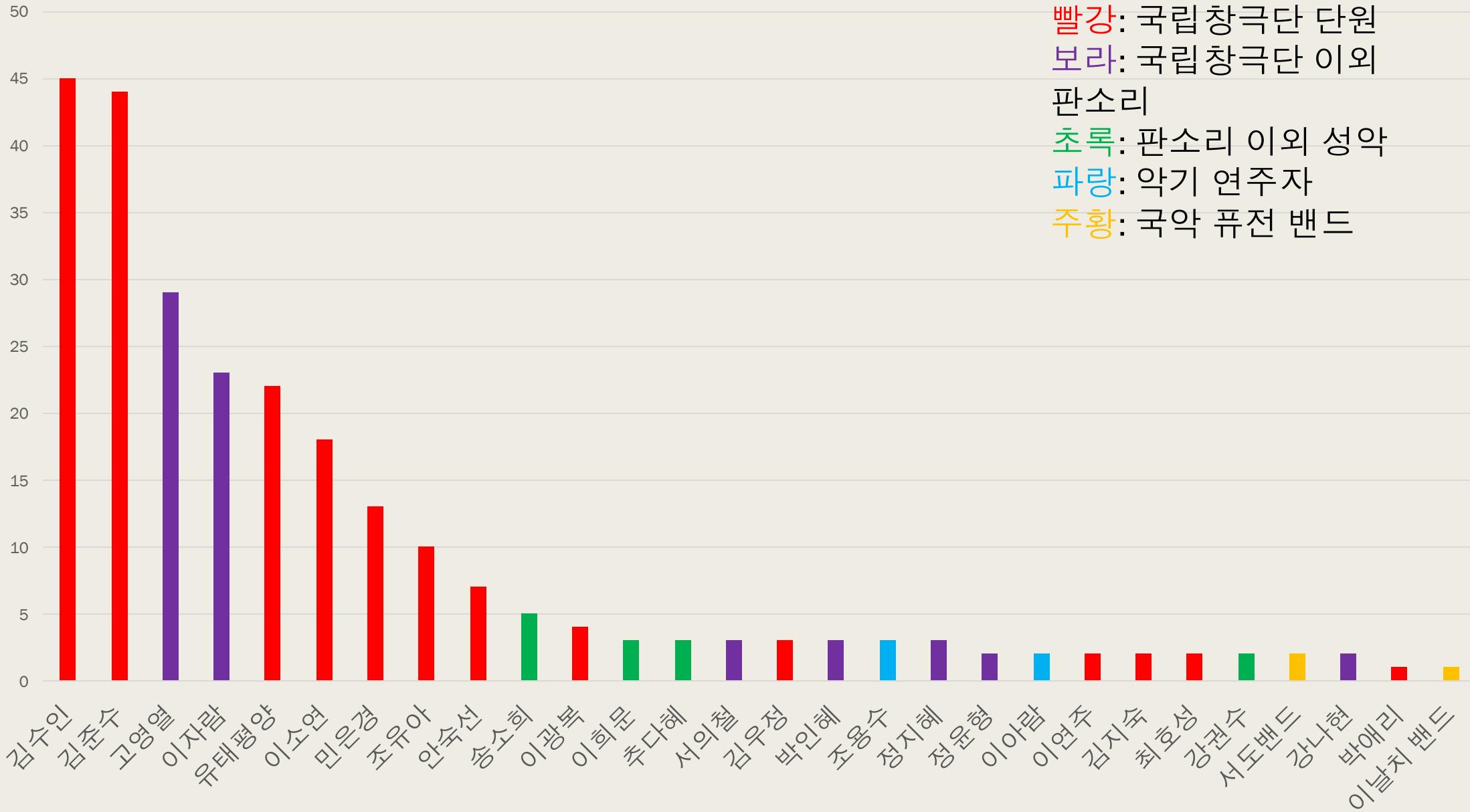
성별 분포



음악/공연 취향



제일 인기 있는 아티스트



첫 접근방법

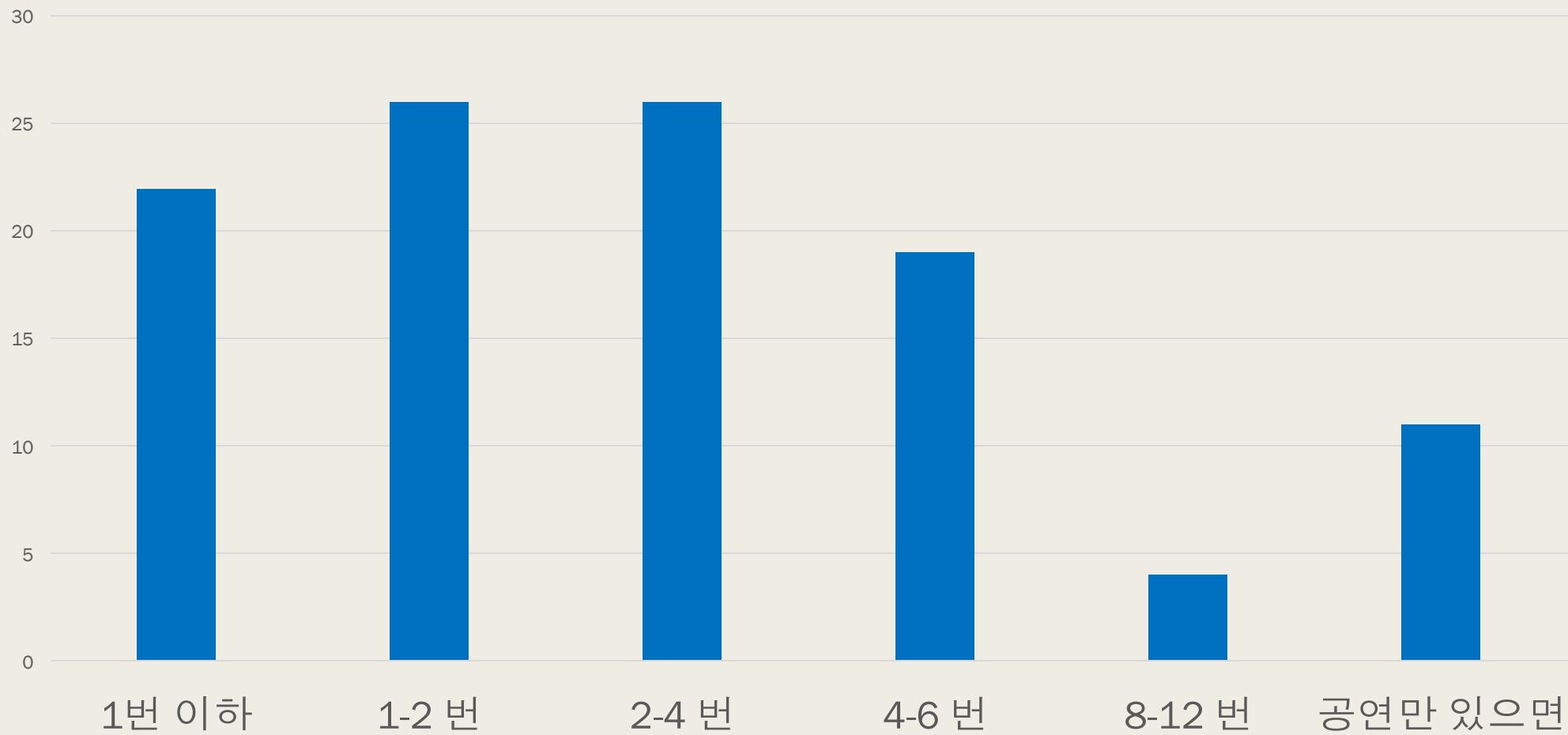
- 아티스트마다 트렌드 차이:
- 고영얼/김수인은 <팬텀싱어> (jtbc, 시즌 3 2020, 시즌 4 2023) 를 통해
 - 유일하게 김수인 팬이라고 하는 경우가 제일 많았음 (20)
- 김준수는 유튜브 알고리듬, 아니면 뮤지컬 (<서편제> 2022; <곤투모로우> 2021-2022, 2023)
- 이자람은 신동으로서, 연국계, 뮤지컬 <서편제> (2010-2022)
- 유태평양은 국악 신동, 자주 방송 출연
- 국립창극단 단원은 국립극장 공연을 통해

- →낮은 진입장벽

팬 활동의 성격

- 제일 많이 언급된 방법은 공연/유튜브 영상 관람
- SNS에서 댓글 달고, 좋아요 누르는 것도 자주 언급
- 아주 명백하게 지원의 금전적인 성격 언급
- 앨범 구매, 하지만 디지털화로 인해 많은 앨범은 온라인으로만 존재, 한계적으로 CD/LP/USB 형식으로 발매
- 그렇게 자주 언급되지 않았지만, 일부러 영상 조회수를 올리려고 하는 노력도 언급 (“data fandom/데이터 팬덤” Zhang and Negus 2020)
- → 적극적인 참여 + 미디어 해독력

한달에 몇번씩 좋아하는 아티스트 공연을 보러 가는지?



응원법이 되는 공연 관람

- 편균으로 보명 한 달에 2.5번씩 공연 관람이 확인되는데, 극한 차이도 확인할 수 있다:
- 해외 팬들은 한번도 보지 못 한 경우도 있다
- 지방 팬들은 접근이 한계적이라 훨씬 덜 볼 것이다
- 어떠한 팬들은 아티스트를 국내 어디든 따라다니고, 심지어 한 달에 12회 공연 관람한 경우도 있다
- 2024년 국립창극단이 런던 <리어> 공연할 때, 김준수 팬계정 중 여러 개 올린 사진을 통해 영국까지 따라가고, 그 다음에 이어가는 벨기에 공연까지 갔던 것으로 확인할 수 있다

팬/팬, 아티스트/팬 간 관계 관리

- 많은 팬들은 소속사의 아티스트 일정 공유에 대한 노력이 부족하다고 불만, 오히려 아티스트들이 직접 공유해야 하는 상황 (이는 새로운 문제도 아니고, 국악에 한하여 생기는 문제가 아니다 – Kim Jungwon 2018: 5)
- 직접 팬카페와 소통해서 오는 공연에 대해 알리는 경우가 있다
- 2024/02/14일에 진행한 인터뷰에서 김준수는 적극적으로 팬덤 관리에 대해 증언: 관객 예절에 대한 안내, 다른 국악 장르에 대한 교육, 다른 아티스트의 공연 추천 등
- 아티스트 일정으로 공유하기 위한 특유 팬계정도 존재
- 아티스트의 공연과 팬과의 소통을 촬영해서 올리는 경우도 있다: 케이팝 아이돌 팬덤 홈마와 유사 (Kim Jungwon 2018)

- →사회적 관계 + 집단적 지식



시나브로

@daily_____js · 15.5k subscribers · 339 videos

소리꾼김준수님을 좋아합니다♡ ...more



Subscribed

Home

Videos

Shorts

Playlists

Posts



Latest

Popular

Oldest



20251202 소리꾼김준수 - 비나리 축원
Ver.판소리스케이프 with 대금 이아람 (...)
4.6k views • 4 days ago



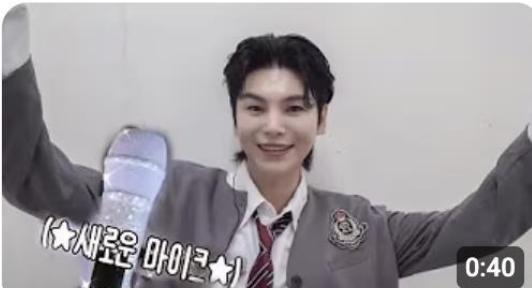
20161109 소리꾼김준수 - 창극 [트로이의 여인들] 초연 中 헬레네 넘버 no one...
1.2k views • 10 days ago



20251201 소리꾼김준수 부분 편집본 -
[문화 n 공감] 부산 국악방송 개국14주...
3k views • 2 weeks ago



20250911 소리꾼김준수 &소리꾼박애리 -
마당놀이 [춘향전] 中 '춘향 아씨 나오...
3.9k views • 2 weeks ago





고사 지내려 나오라며
관객 영업 잘하는 소리꾼

20241130 소리꾼김준수 - :
마당놀이 전 고사지내는데...

4.9K views



카메라에 쌩브이 해주는
팬사랑꾼 소리꾼♥

20241110 소리꾼김준수 - :
팬들의 카메라에 쌩브이로...

1.7K views



화제가 된 춘향가 방자부분
최자그만이미도 Ver.

20241019 소리꾼김준수 - :
판소리 춘향가 中 방자 분...

2.5K views



힘한 소리꾼의
리드미컬한 추억내감미

20241019 소리꾼김준수 - :
힘한 소리꾼의 리드미컬한...

1.6K views



퇴근이 너무 썬나는
집에가자 빨기에도선생

20241009 소리꾼김준수 - :
퇴근이 너무 좋은 퇴근조...

2.6K views



com/shorts/WWX9e3K5rLM



추가 응원 방법: 광고/깃발



출처: (옆) 김준수 팬사이트
인스타그램 계정 (`_js_supporters`),
2024/04/14 공개; (위) 김수인
그로스오버 그룹 크레즐
팬사이트 인스타그램 계정
(`crezl_230519_`), 2024/08/16
공개



출처 (위): 이자람 공개
인스타그램 계정 (`jjjjjjjjjaamm`),
2024/08/02 공개

추가 응원 방법: 간식과 커피차

출처: 국립극장 공식
인스타그램 계정
(ntong_ntong),
2024/06/14 공개된
스토리



출처: 남성창극
살로메 공식
인스타그램 계정
(arko_salome),
2024/06/01
공개된 스토리

퇴근길의 중요성

- 공연 끝나고 인사하는 문화가 오래전부터 존재했으나, 공식적으로 팬카페를 통해 공유된 스케줄로 만들어진 것을 김준수로 시작한 걸로 파악
- 팬들이 모인 곳에 아티스트와 이야기 나누고, 질의응답 시간, 선물 전달
- 예의: 협연자 있는 경우 공식적인 퇴근길 하지 않고, 지나가면서 짧은 인사만 한다
- 못 간 팬을 위해 이 소통이 촬영하고 공유한다:
<https://www.youtube.com/shorts/q67qEKj3n9U>
- 공식적으로 “퇴근길”이라고 부르는 것은 케이팝/뮤지컬 맥락에서 전달
- 특이한 점은 모든 설문조사 응답자가 공통인 부분은 아니다, 팬카페 존재와 강렬하게 연결

팬들의 국악계에 대한 이해

- 국악계에 대한 세밀한 이해:
- 퓨전은 덜 예술적으로 인식된 것에 대한 이해, 하지만 국악계 입문 방법으로 강해서 이러한 부정적인 인식에 반대
- 특히 퓨전의 금전적인 중요성이 대한 인식, 그래야 전통 레퍼토리도 계속 연주할 수 있는 것으로 이해
- 홍보, 일정 공유, 굿즈 부족에 대한 비판 → 더 적극적으로 응원하고 싶은데 시스템이 안 따라가는 상황
- 사회적인 부분은 개인마다 큰 차이 확인: 적극적으로 팬들 간 소통하고 같이 공연 관람을 위해 만나도, 단톡방 만들고 등에 반대 혼자서 스타에만 집중하고 싶은 경우도 있다
- 적극적으로 알고 싶은 정보를 검색, 이제 선택한 장르에 대해 많이 알고, 심지어 직접 연주하는 경우도 있다
 - 어떠한 기관에서 이를 활용해서 아마추어 워크샵/추임새 워크샵 개최
- → 단순한 향유보다 적극적인 참여적 활동/미디어 해독력

설문조사의 약점

- 주로 데이터 모집은 SNS(인스타그램) - 팬사이트와 연결을 통해서 경감 노력, 하지만 특히 나이 드신 세대와의 접근이 어느 정도 놓쳤는지 확인 불가
- 결국 팬덤 활동에는 인터넷 사용은 필수
- 팬들 증언에 따라 19세 이하 팬도 존재하나, 설문조사에 나타나지 않았다 - 젊은 나이로 인해 인터넷 사용에 한계 있는 가능성
- 데이터 모집 방법으로 인해 대데이터가 더 젊은 쪽으로 이끌 가능성
- “팬”이란 단어로 인해 생기는 우려: 단순한 향유와 팬덤의 차이 중에 스스로 제외할 가능성
- “국악”이란 단어로 인해 생기는 우려: 퓨전 연주자로서 방송에 많이 보이는 연주자가 설문조사에 의외로 보이지 않다
- 남서 아티스트에 대한 더 높은 인지도? 설문조사 할 때 여성 아티스트 중 이자람 팬계정만 확인
- 요즘 여성 아티스트에 대한 팬계정도 슬슬 보이는데 남성 아티스트 만큼은 보이지 않고, 이에 대해 팬들한테 비난 받았다

현대 국악 팬덤의 참여적 문화

- 젠킨스의 팬덤에서 나타나는 참여적 문화로 보면, 지금 국악 팬덤에서 많은 유사한 점을 확인할 수 있다:
 - 낮은 진입 장벽: 다양한 대중 매체를 통한 쉬운 첫 입문
 - 적극적인 참여: 이미 많이 적극적이고, 더 적극적으로 지원하고 싶은 팬들이 존재
 - 사회적 관계: 모든 팬들에게 똑같이 중요하지 않다, 꾸준한 지원을 통해 팬/아티스트간 강화된 관계도 확인
 - 집단적 지식: 포스터 행사/커피차 보내기 등 집단적 활동으로 더 많은 지원 확인
 - 멘토링: 팬 간 멘토링보다 국악계를 아직 낯설어하는 팬들 위해 아티스트들이 직접 나서서 교육하는 형상
 - 미디어 해독력: 국악에 대해 더 깊은 이해 추구, 직접 배우기까지 하는 경우도 확인, 또한 뮤지컬/케이팝 팬덤에서 배운 대중 매체 활용해서 지원하는 경우도 확인

나가며

- 여성국극 사례에서 확인 했듯이, 국악 팬덤은 사실 그렇게 새로운 형상은 아니라, 오히려 과거의 행동의 부활로 해석 가능
- 기관에서 팬덤의 가능성에 대한 인식 상승 (아티스트 위주의 홍보 방법, SNS에서 팬들과 더 친밀한 교류)
- 그래도 많은 팬들을 위해 부족한 걸로 판단: 케이팝 팬처럼 더 많이 접근하고, 금전적으로 지원하고 싶은 경우가 많다
- 부작용: 특히 포스트코로나 시대에 더 많이 이미 이름 있는 아티스트 위주 활동, 아직 알려지지 않은 아티스트들의 생존이 더더욱 어려워진다
- 팬덤 접근 방법으로 인해 공연 기획과 소비에 대한 변화가 조금씩 확인: “케이팝 형식” 홍보방법을 원하는 팬들의 욕망은 장르의 경계를 넘으면 여전히 적합할까?
- 스캔들의 위험: 연예계에 요즘 연속으로 나오는 스캔들에서 확인할 수 있듯이, 스타에 너무 의존되면 생기는 위험성
- 스타의 행동과 태도에 대한 높은 기대치: 국악계의 스타 중에 이러한 스캔들이 생기면 과연 현재 시스템이 버틸 수 있을까?
- 스타들의 심리적/신체적 건강: 인기를 계속 끌기 위해, 또한 팬들의 요구에 최대한 만족시키기 위해 공연과 방송활동으로 쉴 틈 없이 바쁨

감사합니다

Bibliography

- Cho, Michelle. 2023. "K-Pop and the Participatory Condition: Vicarity, Serial Affect, and 'Real-Life Contents'." In *The Cambridge Companion to K-Pop*, edited by Suk-Young Kim, 231–248. Cambridge: Cambridge University Press.
- Geunmaekgyijopyeonjibwowinhoe. 2024. '[86호][여성] 지금부터 막을 올립니다 [[No. 86][Women] Now the curtain rises]' *Brunch* 10, published 17/04/2024. Available online at: <https://brunch.co.kr/@geunmaek/82>. Accessed 18/12/2025.
- Go, Seunghui. 2024. '5000억 시장 K-뮤지컬의 위기?!... 졸작 스타 의존도 없애라면? 2024 전망 [500 billion won market K-musical in danger?!...What if reliance on poor quality productions and stars removed? Outlook for 2024]' *Herald Business*, published 01/01/2024. Available online at: <https://biz.heraldcorp.com/article/3292228>. Accessed 28/12/2024.
- Harkness, Nicholas. 2014. *Songs of Seoul: An Ethnography of Voice and Voicing in Christian South Korea*. Berkeley: University of California Press.
- Hong Seokjae. 2013. '사상팬 원조는 "여성 국극"에 있었다 [The origin of sasaeng fans was "yeoseong gukgeuk"]' *Hangyeore*, published 16/04/2013. Available online at: <https://www.hani.co.kr/arti/culture/movie/583094.html>. Accessed 18/12/2025.
- Jenkins, Henry. 1992. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. London: Routledge.
- Kang, Hyeran. 2024. “극성 팬에 납치도 당했지”... “원조 정년이”의 그때 그시절 [“I was kidnapped by extreme fans”... Back in the day with the “original Jeongnyeoni”] *The JoongAng*, published 14/11/2024. Available online at: <https://www.joongang.co.kr/article/25291843>. Accessed 18/12/2025.
- Kim Hye-jung [Kim Hyejeong], dir. 2012. *왕자가 된 소녀들* [*The Girl Princes*]. Seoul: Play Girls Play.
- Kim, Jungwon. 2018. "Home and Homma in K-Pop Fandom: From Fan Sites and Paparazzi to Black Market and Cultural Producers." *Journal of Korea Culture Industry* 18 (3): 1–10.
- Park, Ga-young. 2024. 'K-pop industry raked in \$900 million from overseas last year, data shows.' *The Korea Herald*, published 24/07/2024. Available online at: <https://www.koreaherald.com/article/3439905#:~:text=overseas%20last%20year,-,In%202023%2C%20the%20estimated%20overseas%20sales%20of%20K%2Dpop%20amounted,percent%2C%20or%20315.9%20billion%20won>. Accessed 28/12/2024.
- Park, Hye Sung. 2017. “한국 뮤지컬 마니아 관객 활동의 문화 정치적 함의 [Cultural Politic Implication of Korea Musical Fandom]” *Media & Society* 25(1): 37–96.
- Sutton, R. Anderson. 2011. “‘Fusion’ and Questions of Korean Cultural Identity in Music.” *Korean Studies* 35:4–24.
- Yates-Lu, Anna. 2021. 'Plotting the course: artistry, celebrity and *kugak* in South Korea.' *Celebrity Studies* 12(2): 250–266.
- Yoo Su-yeon [Yu Suyeon], dir. 2025. *여성국극: 끊어질 듯 이어지고 사라질 듯 영원하다* [*Women's Gukgeuk: Enduring on the Edge of Time*]. Seoul: The Activist.
- Yu, Juhyeon. 2023. “이렇게 재밌는 거였어?” 여성극 부활 조짐 [“It was this fun?” Signs of a revival of women’s theatre]” *The JoongAng*, published 12/08/2023. Available online at: <https://www.joongang.co.kr/article/25184261>. Accessed 18/12/2025.
- Zhang, Qian, and Keith Negus. 2020. "East Asian Pop Music Idol Production and the Emergence of Data Fandom in China." *International Journal of Cultural Studies* 23 (4): 493–511.