

팬 참여 기반 버추얼 아이돌 콘텐츠 확장 연구: 플레이브를 중심으로

이 예 원¹ · 박 진 완^{2*}

¹중앙대학교 첨단영상대학원 영상학과 박사과정

²중앙대학교 첨단영상대학원 영상학과 교수

Fan Participation-Based Content Expansion in Virtual Idols: Focused on PLAVE

Ye-won Lee¹ · Jin-wan Park^{2*}

¹Ph.D. Program, Department Technology Art, GSAIM, Chung-Ang University, Seoul 06974, Korea

²Professor, Department Technology Art, GSAIM, Chung-Ang University, Seoul 06974, Korea

[요 약]

본 연구는 버추얼 아이돌 그룹 플레이브(PLAVE)를 중심으로, 팬 참여가 콘텐츠 확장에 미치는 구조적 메커니즘을 분석하였다. 이를 위해 젠킨스(Henry Jenkins)의 트랜스미디어 스토리텔링 이론(Transmedia Storytelling)과 피스크(John Fiske)의 팬 생산성 이론(Fan Productivity)을 분석 틀로 삼고, 2023년 데뷔부터 2025년 상반기까지의 주요 활동을 질적 사례와 앨범 판매량, 음원 차트, 유튜브 조회수 등 정량적 지표로 검토하였다. 연구 결과, 멤버의 발화와 팬 담론은 실시간 상호작용을 통해 새로운 설정을 형성하고, 공식 콘텐츠로 확산되는 순환적 구조를 보였다. 팬 참여는 단순 반응을 넘어 공동 창작으로 기능하며, 실시간 소통과 트랜스미디어 전략의 결합을 통해 확장 모델로 발전하였다. 이러한 결과는 팬 참여 기반 확장이 버추얼 아이돌 산업에서 서사적 차별성과 산업적 성과를 동시에 이끌 수 있음을 시사하며, 향후 팬덤 중심의 IP 운영 전략 수립에 활용될 수 있다.

[Abstract]

This study analyzes the structural mechanism of content expansion in the virtual idol group PLAVE, focusing on the role of fan participation. Using Henry Jenkins' transmedia storytelling and John Fiske's fan productivity as the analytical framework, the study examines PLAVE's major activities from 2023 to mid-2025 through qualitative case analysis and quantitative indicators such as album sales, chart rankings, and YouTube views. The results show that members' utterances and fan discourses create new settings through real-time interaction, which are then incorporated into official content in a cyclical structure. Fan participation functions as co-creation, evolving into an expansion model through the convergence of real-time communication and transmedia strategies. These findings indicate that fan-driven expansion generates both narrative differentiation and industrial outcomes, offering practical implications for developing fandom-centered IP management strategies.

색인어 : 버추얼 아이돌, 플레이브, 트랜스미디어 스토리텔링, 실시간 상호작용, 팬 참여

Keyword : Virtual Idol, PLAVE, Trans-Media Storytelling, Real-Time Interaction, Fan Participation

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2025.26.10.2659>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 02 August 2025; **Revised** 20 August 2025

Accepted 09 September 2025

***Corresponding Author, Jin-wan Park**

Tel: +82-2-820-5710

E-mail: jinpark@cau.ac.kr

I. 서론

팬데믹 이후 AI, 모션캡처, 3D 모델링, 실시간 렌더링 등 기술의 고도화와 함께 버추얼 콘텐츠 제작이 빠르게 활성화되고 있다. 한국콘텐츠진흥원은 디지털 콘텐츠 소비의 증가와 더불어, AI 및 모션캡처 기반 기술의 발전이 버추얼 콘텐츠 산업의 성장을 견인할 주요 요인으로 작용할 것으로 전망한다[1]. 특히 버추얼 아이돌은 기술 기반의 콘텐츠 제작 환경과 팬 커뮤니티 플랫폼의 발달에 힘입어 새로운 아이돌 서사 확장 전략으로 주목받고 있으며, 이는 기존 K-POP 시스템과 차별화된 콘텐츠 운영 모델로 자리 잡아가고 있다. 실제로 글로벌 시장에서 버추얼 아티스트는 유망한 산업군으로 부상하고 있으며, 글로벌인포메이션에 따르면 전 세계 버추얼 아티스트 시장 규모는 2021년 약 16억 달러에서 2028년에는 약 174억 달러에 이를 것으로 예측된다[2].

국내에서도 ‘이세계아이돌’, ‘메이브(MAVE:)’ 등 다양한 버추얼 아이돌 그룹이 등장하며, 서사 중심의 세계관 IP를 구축하고 유튜브 등 온라인 플랫폼을 통해 팬들과 소통하거나 콘텐츠를 공유하는 전략을 전개하고 있다[3]. 선행 연구들 또한 이러한 맥락에서 버추얼 아이돌이 메타버스 공간을 활용해 독창적 세계관과 스토리텔링을 구현한다는 점[4], K-POP과 유사한 구조 속에서도 안정적인 지속 가능한 팬덤 기반을 확보하고 있음을 밝히고 있다[5]. 그러나 버추얼 아이돌의 서사 전개 구조는 기획된 세계관을 일방향적으로 분산하는 경향이 있으며, 기존 연구 또한 버추얼 아이돌의 특성과 팬덤 문화 분석에 주로 집중되어 있다. 따라서 버추얼 아이돌 콘텐츠 산업에서 팬 참여와 공식 콘텐츠 간 연계 구조, 실시간 상호작용 기반 확장 전략의 메커니즘과 산업적 적용 가능성에 대한 실증적 분석은 여전히 부족한 실정이다.

플레이브는 이러한 한계를 보완하는 사례로, 가상 세계 카엘룸(Caelum), 중간계 아스테룸(Asterum), 현실 세계 테라(Terra)로 이루어진 다층적 세계관을 구축하고 팬들은 앨범, 뮤직비디오, 이벤트 사이트(LMS), 굿즈, 라이브 방송 등 여러 플랫폼을 통해 독립적 단서를 접하면서 전체 세계관을 탐색하게 된다. 이는 젠킨스가 정의한 트랜스미디어 스토리텔링 즉, 여러 매체가 각각 고유한 기여를 하며 하나의 통합된 세계관을 구축하는 방식과 밀접하게 맞닿아 있다.

특히 플레이브는 팬 참여가 공식 세계관에 직접 반영되는 순환적 확장 구조를 보여준다. 실시간 소통에서 생성된 설정이 공식 콘텐츠로 수용되고, 다매체 콘텐츠 전반으로 확산되는 과정은 단방향 기획을 넘어 팬과의 상호작용을 중심으로 한 유기적 서사 확장의 가능성을 제시한다. 이러한 구조는 인간의 관심이 사라지면 소멸한다는 핵심 서사와 결합해 팬이 세계관 유지의 주체임을 부각한다. 팬들은 다매체와 실시간 소통을 통해 해석이 공식화되는 과정을 경험하며 높은 몰입감을 형성한다.

따라서 본 연구는 젠킨스의 트랜스미디어 스토리텔링과

피스크의 팬 생산성 이론을 분석 틀로 삼아, 플레이브 사례를 통해 다음을 규명하고자 한다. 첫째, 트랜스미디어 확장 구조 및 실시간 참여 기반 서사 구조의 실증적 검토, 둘째, 팬 참여와 공식 콘텐츠 간 연계 메커니즘 분석, 셋째, 실시간 상호작용 기반 콘텐츠 확장 전략의 구조 규명, 넷째, 산업적 성과와 적용 가능성 고찰이다. 이를 통해 팬 참여 기반 버추얼 아이돌 콘텐츠 확장의 구조적 특성과 의의를 체계적으로 분석한다.

II. 이론적 배경

2-1 트랜스 미디어 플랫폼의 활용

트랜스미디어 스토리텔링은 하나의 세계관 또는 스토리를 복수의 미디어 플랫폼을 통해 분산·확장하는 콘텐츠 전략이다. 젠킨스는 트랜스미디어 스토리텔링의 핵심 특성을 다음과 같이 설명했다. 첫째, 각각의 미디어 플랫폼은 전체 스토리에 분명하고 가치 있는 기여, 둘째, 각 미디어는 그 특성에 맞는 역할을 수행, 셋째, 개별 콘텐츠만으로도 완결된 경험을 제공, 넷째, 어떤 콘텐츠를 통해서든 전체 세계관으로 진입할 수 있는 다층적 진입점을 제공해야 한다[6].

조민선·정은혜는 엑소(EXO)와 방탄소년단(BTS)의 세계관 확장을 트랜스미디어 전략의 대표 사례로 분석하며, 이들이 앨범·뮤직비디오·웹툰·콘서트 VCR 등 다양한 매체를 통해 파편화된 텍스트를 배포하고, 팬덤이 이를 해석·재구성하도록 유도한다고 밝혔다[7]. 팬덤은 이러한 파편화된 텍스트를 단순히 소비하는 것이 아니라, 매체 간의 연결을 해석하고 공백을 상상력으로 채우며 온라인에서 공유·재구성한다는 점에서 의미가 있다[7].

이동배는 이러한 방식이 단순히 텍스트의 확산에 머무르지 않고, 거대한 스토리 세계를 구축하며 수용자에게 다차원적 경험과 생산·재생산의 기회를 제공한다고 분석하였다[8]. 즉, 팬덤은 세계관의 지속성과 확장을 끌어내는 중요한 주체라는 것이다.

이러한 선행 연구들은 트랜스미디어 스토리텔링이 단순한 콘텐츠의 양적 확대가 아니라, 팬덤의 참여와 공동 해석을 통해 서사를 심화 지속시키는 전략임을 보여준다. 이는 시청자를 단순한 수용자가 아니라, 텍스트를 생산·재생산하는 공동 창작 주체로 보는 젠킨스의 ‘참여 문화(Participatory Culture)’와 맞닿으며[9], 나아가 피스크의 ‘팬 생산성’ 모델(해석, 공유, 재창작을 통한 의미 확장)과도 연결된다.

2-2 팬 생산성 개념

존 피스크는 문화 산업의 생산물을 팬이 자율적으로 해석하고 재가공하여 동료들과 공유함으로써, 산업 외부에서 작

동하는 독자적 생산 및 유통 구조가 형성된다고 보았다. 이러한 팬 생산성은 콘텐츠 소비를 넘어, 팬의 자율성과 창의성이 작동하는 초기 형태의 콘텐츠 확장 전략으로 이해될 수 있다[10].

이동배는 피스크의 개념을 아이돌 팬덤에 적용하여, 팬이 단순한 수용자가 아니라 ‘기호학적 생산성(Semiotic Productivity)’을 통해 의미와 정체성을 부여하고, ‘언술적 생산성(Enunciative Productivity)’을 통해 이를 공유하며, ‘텍스트 생산성(Textual Productivity)’을 통해 실질적 문화 생산에 참여한다고 설명하였다. 그는 방탄소년단 팬덤을 사례로, 팬들이 방탄소년단을 청춘의 대변인으로 해석하고(기호학적 생산성), 단서를 찾아내어 분석한 내용을 다른 팬들과 공유하며(언술적 생산성), 팬픽·팬아트·팬메이드 영상과 같은 2차 창작을 통해 새로운 문화를 재생산하며 능동적 즐거움을 추구한다고 분석하였다[11]. 이는 팬덤의 생산성이 콘텐츠 확장에 기여하는 집단적 실천임을 뒷받침하지만, 해당 분석은 여전히 소비와 생산이 일방향적으로 구분된 구조를 전제로 하고 있어, 디지털 환경에서 나타나는 즉각적 피드백과 상호작용의 특성을 반영하지 못한다는 한계가 있다.

본 연구는 이 한계를 보완하기 위해, 기호학적 생산성이 디지털 환경에서 실시간 상호작용과 결합할 때 순환적 구조가 형성한다는 점에 주목한다. 즉, 팬의 해석과 의미 부여가 커뮤니티 내부 담론에 머무르지 않고, 라이브 방송·댓글·SNS를 통해 즉시 아티스트와 제작자에게 전달되며, 다시 공식 콘텐츠에 반영되는 순환 과정이 이루어진다. 이는 피스크의 기호학적 생산성을 확장하여, 팬 해석이 공식 텍스트 생성 과정과 직접적으로 맞물리는 새로운 형태의 의미 생산으로 이해할 수 있다.

플레이브의 팬덤은 커뮤니티 기반의 해석과 창작 활동뿐 아니라 실시간 상호작용을 통해 세계관 확장에 능동적으로 참여하며 이러한 과정을 잘 보여준다. 김은유·정호윤은 플레이브 팬덤의 2차 창작물이 단순한 원작 재현을 넘어 팬들이 노래·캐릭터·세계관을 자신들의 경험과 감정 속에서 새롭게 의미화하고 이를 커뮤니티 내에서 공유하는 과정으로 기능한다고 분석하였다[12]. 이러한 창작과 공유는 팬덤에게 소속감을 부여할 뿐 아니라, 디지털 공간에서 플레이브와 상호작용을 하는 주요 통로가 되며, 팬이 제작한 창작물이 공식 콘텐츠 제작자와 아티스트에게 피드백되는 과정을 통해 상징적 상호작용이 강화되고, 콘텐츠와 팬덤 정체성이 동시에 발전한다고 밝혔다[12]. 나아가 플레이브의 팬덤 생산성은 기존 오프라인 중심 아이돌과 달리, 실시간 상호작용을 매개로 공식 콘텐츠와 순환적으로 연동된다는 점에서 차별성을 지닌다. 팬이 커뮤니티에서 생성한 해석이나 설정은 라이브 방송과 같은 실시간 소통에서 멤버에게 공유·언급되며, 이는 콘텐츠 제작자가 팬들의 반응을 즉각적으로 확인하고 수용할 수 있는 계기가 된다. 이러한 과정은 다시 공식 콘텐츠로 반영되거나 새로운 기획으로 발전한다.

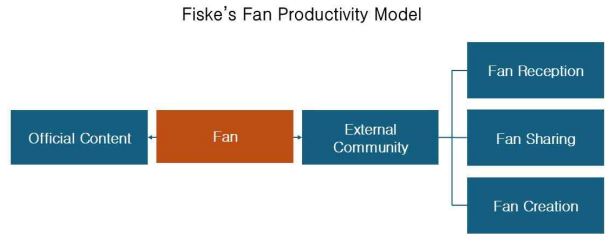


그림 1. 존 피스크의 팬 생산성 구조
Fig. 1. Fiske's fan productivity model

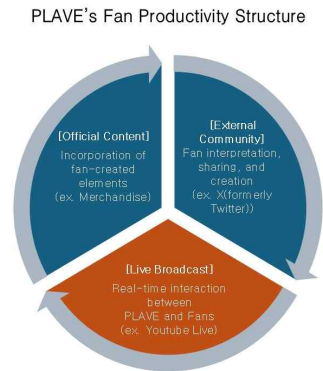


그림 2. 플레이브의 실시간 상호작용 기반 팬 생산성 구조
Fig. 2. PLAVE's real-time fan productivity structure

따라서 플레이브의 사례는 그림 1의 피스크의 생산성 모델이 버추얼 아이돌 환경에서 실시간 상호작용과 결합하여, 그림 2와 같이 공식 콘텐츠와 순환적 구조를 형성하는 확장형 모델로 발전할 수 있음을 보여준다.

III. 연구 방법

본 연구는 버추얼 아이돌 플레이브를 사례로 트랜스미디어 확장 구조와 실시간 참여 기반 서사 구조를 실증적으로 검토하고자 한다. 이를 위해 문헌 연구, 내용 분석, 참여 관찰의 질적 연구 방법을 활용하여 첫째, 공식 콘텐츠와 팬 참여 간의 연계 메커니즘을 분석하고, 둘째, 실시간 상호작용을 매개로 한 확장 전략의 구조를 파악하며, 셋째, 그 산업적 적용 가능성을 고찰하고자 한다.

연구 범위는 2023년 3월 플레이브의 데뷔부터 2025년 상반기 미니 3집 'DASH' 활동까지의 공식 콘텐츠(앨범, 뮤직비디오, 유튜브 콘텐츠 및 라이브 방송, SNS 게시물, 굿즈 등)와 이를 기반으로 한 팬덤의 참여 활동으로 한정하였다. 분석 대상은 같은 기간 공개된 9건의 공식 뮤직비디오와 200여 회의 라이브 방송이며, 이에 대한 팬 반응(실시간 소통, 유튜브 댓글, 트위터(현 X) 게시물, 위버스 팬 게시물 등), 그리고 관련 정량적 데이터(판매량, 조회수 등)로 구성하였다.

연구 방법은 다음과 같다. 첫째, 문헌 연구를 통해 젤킨스의 트랜스미디어 스토리텔링 이론과 참여 문화 개념, 피스크의 팬 생산성 이론을 비롯하여 관련 선행 연구를 검토하고 분석의 이론적 틀을 마련하였다. 둘째, 공식 콘텐츠는 젤킨스가 제시한 트랜스미디어 조건을 코딩 범주로 설정하여 내용 분석을 수행하였다. 셋째, SNS 및 커뮤니티 내 팬 담론이 어떻게 해석·공유·재구성을 통해 공식 콘텐츠와 순환적 구조를 형성하는지에 주목하였다. 또한 라이브 방송 참여 관찰을 통해, 팬과 아티스트 간 발화·피드백 과정이 세계관 설정·앨범 기획·굿즈 제작 등으로 확장되는 구체적 메커니즘을 분석하였다. 참여 관찰은 라이브 방송 영상 시청 및 실시간 댓글, 트위터 반응 등을 바탕으로 아티스트와 팬의 상호작용 방식과 특정 세계관 요소가 언급되는 맥락에 중점을 두었다.

연구 절차는 그림 3과 같이 네 단계로 구성된다. 첫째, 선행 연구 검토를 통한 이론적 틀 구축, 둘째, 2023~2025년 공식 콘텐츠 및 팬덤 자료 수집, 셋째, 젤킨스와 피스크 범주에 따른 코딩 및 질적 분석, 넷째, 실시간 상호작용 기반 콘텐츠 확장 구조와 산업적 적용 가능성 논의의 순서로 진행하였다.



그림 3. 연구 절차

Fig. 3. Research procedure flowchart

IV. 본 론

4-1 트랜스미디어 확장 구조

다양한 매체를 통해 파편화된 텍스트가 팬들에 의해 해석·재구성되도록 유도되며, 이러한 팬덤의 능동적 참여가 세계관

을 재구성하고 지속성에 기여한다[7],[8]. 그러나 대부분의 선행 연구에서는 팬의 해석과 참여가 공식 서사에 즉각적으로 반영되지 못하는 한계를 지닌다.

젤킨스가 제시한 트랜스미디어 스토리텔링의 네 가지 조건으로 살펴보면, 엑소와 방탄소년단은 다층적 진입점(웹툰·뮤직비디오)을 제공하고, 앨범 단위의 독립적 완결성을 유지하며, 팬 해석을 통한 부분적 확장성을 실현하였다. 그러나 자기충족적 구조, 즉 팬 해석이 다시 공식 콘텐츠로 순환되는 구조는 제한적으로만 구현되었다. 반면 플레이브의 세계관 설계와 서사 확장은 가상 캐릭터와 서사를 직접 연결해 하나의 통합된 이야기 흐름을 구축하고 있다는 점에서 기존 K-POP 아이돌의 트랜스미디어 전략과 구별된다[13]. 실제 아이돌 그룹의 경우 허구적 페르소나는 특정 콘텐츠 내에서만 수행되지만[14], 플레이브는 버추얼이라는 특수성을 기반으로 현실과 허구의 간극을 최소화하고, 팬과 아티스트가 동일한 서사를 실시간으로 공유·확장할 수 있는 구조를 구축한다. 이는 버추얼 아이돌만이 구현할 수 있는 독창적 트랜스미디어 모델로 평가된다.

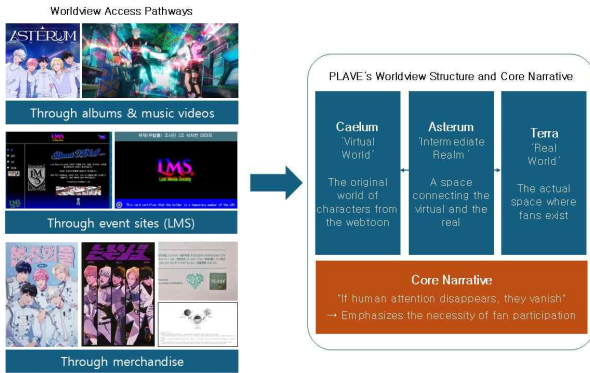
표 1. 플레이브와 기존 K-POP 아이돌의 트랜스미디어 전략 비교

Table 1. Comparison of transmedia strategies between PLAVE and conventional K-POP idols

Category	PLAVE	Conventional K-POP Idols (BTS·EXO)
Worldview & Narrative	Based on a triple virtual world (Terra, Caelum, Asterum), PLAVE adopts a members=characters setting, with the worldview expanding and continuing through each album and comeback.	They establish separate worldviews apart from reality, used as backgrounds for music activities, with narratives connected intermittently through album series or concepts.
Platforms & Connectivity	MV, live broadcasts, fan communities, and SNS are linked to real-time events, forming a single narrative flow.	They use various media such as MV, webtoons, novels, and games, but connections across media are parallel, with stories consumed separately.
Characters & Fan Engagement	All members function as virtual characters within the worldview, with fans' support set as the condition for character survival. Through real-time interaction, fans participate as co-creators of the story.	Members or their alter-ego characters appear, functioning as personas separated from reality. Fans participate as interpreters and trackers of predetermined narratives.

플레이브의 기본 세계관은 가상 세계 카엘룸(Caelum), 중간계 아스테룸(Asterum), 현실 세계 테라(Terra)를 잇는 다층적 구조로, 팬들은 그림 4와 같이 생일 굿즈 패키지에 포함된 QR 코드, 이벤트 사이트(LMS) 등을 통해 세계관 설정에 진입할 수 있다. 해당 설정에는 카엘룸·아스테룸의 구조, 멤버

들이 원래 웹툰 속 캐릭터였다는 배경, “인간의 관심이 사라지면 소멸한다”라는 핵심 서사가 담겨 있어, 팬이 직접 탐색과 추론을 수행하도록 설계되었다. 특히 세계관 설정에 접속할 수 있는 그림 5의 QR 코드가 포함된 생일 굿즈는 전량 판매되어, 세계관 문서 접근성과 탐색 활동에 대한 팬들의 강한 관심과 수요 의지를 보여주었다.



*Korean text is retained to reflect the original content
 그림 4. 플레이블의 다층적 세계관과 멀티플랫폼 접근 체계
 Fig. 4. PLAVE's multi-layered worldview and multi-platform access system

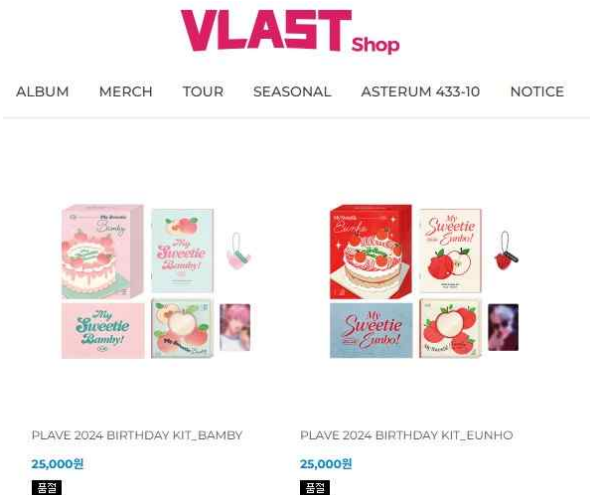


그림 5. QR 코드 연동 생일 굿즈
 Fig. 5. QR-linked birthday goods

앨범 구조 또한 독립성과 연속성을 동시에 충족한다. 데뷔 앨범 ‘ASTERUM’은 멤버들이 카엘룸에서 아스테룸으로 향하는 여정을, ‘ASTERUM: The Shape of Things to Come’은 평행 세계 테라의 성희 예술고등학교를 배경으로 한 청춘 서사를, ‘ASTERUM: 134-1’은 아스테룸에서 테라로 향하는 탐색 과정을, ‘Caligo Pt. 1’은 아스테룸에서 악의 세력 칼리고와의 대립 구도를 중심으로 서사를 심화한다. 각 앨범은 독립적으로 소비될 수 있으면서도, 상호 연계된 내러티브를 형성하고 트랜스미디어적 장치를 결합하여 팬의 몰입

을 유도한다. 표 2는 이러한 앨범별 핵심 서사와 그에 기반한 트랜스미디어 확장 요소 및 팬 생산성 구조를 체계적으로 보여준다.

표 2. 플레이블 앨범별 핵심 서사와 트랜스미디어 요소
 Table 2. Core narratives and transmedia elements of PLAVE's albums

Album	Core Narrative	Transmedia Elements and Fan Productivity
ASTERUM	The members' first encounter after moving from 'Caelum' to 'Asterum'	<ul style="list-style-type: none"> Access to storyworld documents via birthday goods QR codes Live broadcasts referencing Asterum settings and fan community interpretations
ASTERUM : The Shape of Things to Come	Youth narrative in the parallel world 'Terra'	<ul style="list-style-type: none"> Access to 'Seongwui High School of Arts' via MV, YouTube, SNS, and goods Storyworld exploration through multiple media
ASTERUM :134 - 1	A journey toward 'Terra' and the foreshadowing of the mysterious entity 'Caligo'	<ul style="list-style-type: none"> Presentation of Caligo's presence through concert posters and stage production Interpretation of Caligo-related phrases on members' T-shirts Expansion of discourse and speculation within fan communities
Caligo Pt.1	Confrontation with the villainous force 'Caligo' and the deepening of the storyworld	<ul style="list-style-type: none"> Foreshadowing of the MmmeMimu character through live broadcasts Exploration of the storyworld through interactive fan-participation event sites Fan activities focused on interpreting the setting and exploring the storyworld

플레이블은 이러한 세계관을 기반으로, 표 3에서 보듯 트랜스미디어의 네 가지 조건(다층적 진입점, 독립적 완결성, 비중복적 확장, 자기 충족적 구조)를 충족하는 방식으로 콘텐츠를 운영한다.

또한 그림 6의 신규 캐릭터 ‘므메미무’의 등장과 그림 7의 팬 참여형 이벤트 사이트 ‘LMS’는 단순한 보조물이 아니라, 세계관의 공백을 메우고, 팬의 추론·해석 활동을 촉발하는 트랜스미디어적 장치로 작동하였다. 팬들은 게시글과 투표 시스템을 통해 의미를 재구성하였으며, 이는 다시 뮤직비디오와 수록곡 해석으로 연결되었다.

더 나아가 플레이블의 가장 큰 차별성은 자기 충족적 구조의 실현에 있다. 라이브 방송과 SNS에서 팬의 해석과 반응은 즉각적으로 멤버의 발화와 콘텐츠 기획에 반영되며, 이는

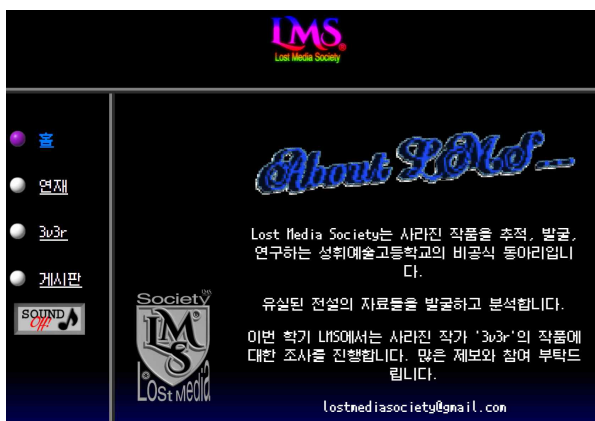
표 3. 플레이브의 트랜스미디어 콘텐츠 사례

Table 3. PLAVE's transmedia content case

Transmedia Characteristics	Effect	PLAVE Case
Content Expansion Across Multiple Platforms	Diversification of fan engagement through online-offline content integration	Independent content released across multiple platforms (e.g., music videos, albums, live broadcasts, event sites)
Organic Connection Between Contents	Non-redundant expansion structure enhancing fan experience	Storyworld-based integration of settings across music, websites, and live broadcasts
Content Structure with Independent Completeness	Standalone content consumption with enhanced immersion through interconnection	Albums, websites, and broadcasts designed as self-contained and complete content units
Multiple Entry Points into the Storyworld	Open and accessible exploration of the storyworld	Storyworld clues embedded in QR codes, interactive website exploration, and in-broadcast references to settings
Real-Time Expansion Structure Based on Fan Participation	Co-creation and content expansion based on real-time fan feedback	Community-driven interpretation of the storyworld and real-time feedback reflected in live broadcasts



그림 6. 'Dash' 뮤직비디오에 등장한 플레이브 캐릭터 '므메미무'
Fig. 6. Plave character 'MMMM' featured in the 'Dash' MV



*Korean text is retained in the image to preserve the authenticity of the in-universe website, which is only available in Korean.

그림 7. 팬 참여형 이벤트 사이트 'Lost Media Society'
Fig. 7. Fan-participation event site 'Lost Media Society'

다시 공식 서사와 상품으로 확장된다. 예컨대 팬 커뮤니티에서 형성된 해석이 방송에서 멤버에 의해 언급되고 이후 굿즈 제작이나 세계관 설정으로 편입되는 사례가 보고된다. 이는 팬 참여가 단순한 소비나 재구성에 머무르지 않고, 공식 서사로 순환되는 자기 충족적 구조가 실현되었음을 보여주는 대표적 사례로, 기존 K-POP 아이돌의 트랜스미디어 전략과 구별된다.

4-2 트랜스미디어 기반 콘텐츠 확장 사례

기존 선행 연구에서는 아이돌들이 트랜스미디어 기반 세계관을 확장하고, 팬덤이 기호학적·예술적 생산성을 발휘해 내러티브를 재구성하는 과정을 분석하였다. 그러나 이러한 결과는 주로 온라인 답변 수준에 머물렀고, 공식 콘텐츠로 순환되는 사례는 제한적이었다. 버추얼 아이돌 그룹 이세계아이돌이나 메이브 역시 다양한 플랫폼을 활용해 트랜스미디어 전략을 전개했지만, 팬의 해석이 기획 단계나 공식 세계관으로 실시간 반영되는 구조는 뚜렷하게 나타나지 않았다. 즉, 팬은 서사를 해석하고 공유할 수는 있었지만, 세계관 지속 여부가 팬 참여와 직접 연결되지는 않았다.

이에 비해 플레이브는 다층적 세계 구조, QR코드·이벤트 사이트를 통한 직접 탐색 장치, 인간의 관심이 사라지면 소멸한다는 참여 유도형 서사를 통해 팬이 단순 사용자가 아니라 세계관 유지의 핵심 주체로 자리매김한다. 이러한 구조는 팬에게 강한 몰입감을 부여하고, 실시간 참여가 곧 세계관의 확장으로 이어지는 선순환을 만들어낸다. 플레이브와 타 버추얼 아이돌의 트랜스미디어 구조 비교는 아래 표 4에 정리하였다.

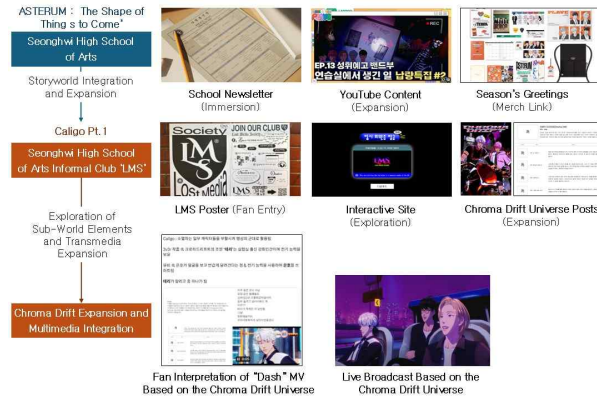
표 4. 플레이브와 타 버추얼 아이돌의 트랜스미디어 구조 비교

Table 4. Comparative analysis of PLAVE's transmedia structure and other virtual idols

Category	Isegye Idol	MAVE:	PLAVE
Worldview Setting	Waktaverse, Webtoon based Fantasy Worldview	IDYPIA: Emotion-controlled Future World	Caelum·Asterum-Terra Multi-layered Structure
Fan Participation	Fan Community and Fan Art centered	SNS and Short-form Reactions	Direct Participation & Real-time Interaction
Fan Interpretation Officialization	Occasionally via Fan Opinion Contests	None	Fan Interpretation & Real-time Officialization
Narrative Development Structure	One-way Expansion	One-way Simulation	Real-time Feedback Circulatory Structure

플레이브의 사례는 독창적인 확장 구조를 보여준다. 첫째, 앨범, 뮤직비디오 등 다양한 미디어가 유기적으로 연결되며 팬 참여를 가능하게 하는 다층적 진입점을 제공한다. 예를 들

어, ‘ASTERUM: The Shape of Things to Come’ 앨범에서 제시된 ‘성희 예술고등학교’ 세계관은 뮤직비디오뿐 아니라 SNS, 유튜브 예능 콘텐츠, 시즌 그리팅 굿즈 그리고 팬 참여 기반 이벤트 사이트 ‘LMS(Lost Media Society)’로 확장되었다. 팬들은 LMS 사이트 포스터의 QR 코드를 통해 사이트에 접속하여 직접 세계관을 탐색하며 의미를 재구성하였다. 이러한 과정은 그림 8과 같이 켈킨스가 제시한 트랜스미디어 조건 중 다층적 진입점과 비중복적 확장성을 충족한다.



*Korean text is retained to reflect the original content and fan reactions, preserving immersive engagement.

그림 8. 성희 예술고등학교 설정 기반 트랜스미디어 콘텐츠 확장 구조

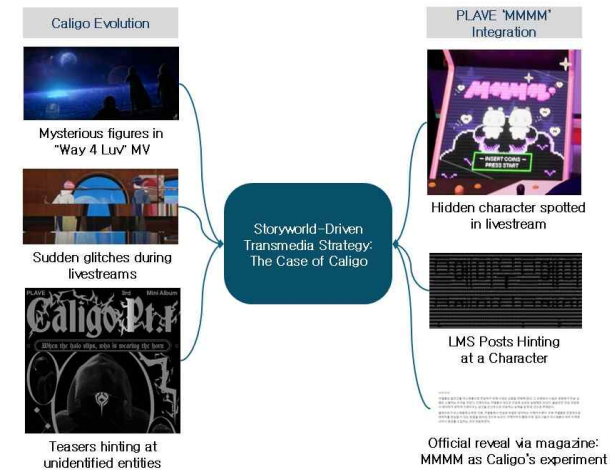
Fig. 8. Transmedia expansion structure originating from the Seonghwi High School setting

둘째, 팬 담론이 콘텐츠 해석과 강화로 이어지는 순환적 구조를 만든다. 팬들이 ‘LMS’와 커뮤니티에서 추론한 ‘Chroma Drift’ 세계관은 곧 ‘Dash’ 뮤직비디오 해석의 핵심 단서가 되었으며, 이후 공식 수록곡과 라이브 방송을 통해 서사적으로 강화되었다. 실제로 ‘Dash’ 뮤직비디오는 공개 후 1,222만 회 이상의 조회수를 기록하며, 세계관 단서에 대한 팬들의 집중적 관심을 수치로 확인할 수 있었다. 특히 이 시기 앨범 판매량도 함께 상승세를 보여, 팬 해석 활동과 소비가 같은 흐름 속에서 강화되는 양상을 엿볼 수 있었다.

‘ASTERUM: 134-1’ 앨범의 타이틀 곡 ‘Way 4 Luv’ 뮤직비디오에 등장했던 의문의 캐릭터들은 그림 9에서 보듯 다양한 플랫폼(뮤직비디오, 라이브 방송 오류 연출, 티저 콘텐츠 등)을 거치며 ‘칼리고’로 구체화했고, 이는 갈등 구조를 본격적으로 전개하는 트랜스미디어적 확장 사례라 할 수 있다. 라이브 방송에서는 칼리고가 방송 오류를 유발하는 설정이 연출되었고, 티저 콘텐츠 및 뮤직비디오에서는 칼리고의 위협적 존재감이 부각되며 서사적 긴장감을 형성하였다.

또한 캐릭터 ‘므메미무’는 팬 해석과 소비 반응을 기반으로 자체 잡지 ‘논중화물’과 뮤직비디오로 편입되며, 독립적 캐릭터로 확립되었다. 논중화물은 두 차례 발간된 모두 전량 품절되며, 팬의 적극적 참여가 공식 콘텐츠로 확장되는 강력한 수요를 보여주었다. 더불어 므메미무 공식 인스타그램 계정은

개설 2개월 만에 팔로워 6만 명을 돌파하며, 팬덤의 높은 몰입과 관심을 입증하였다. 이는 피스크의 ‘팬 생산성’이 단순 해석과 공유를 넘어, 팬들의 해석과 소비가 맞물리며 세계관 확장이 단순 감상 차원을 넘어 실질적 참여와 수요로 이어지고 있음을 보여준다.



*Korean text is retained to reflect the original content.

그림 9. 칼리고 세계관 기반 트랜스미디어 전략 구조

Fig. 9. Storyworld-based transmedia strategy of Caligo

셋째, 이러한 구조는 기존 K-POP 아이돌의 트랜스미디어 전략과 명확히 구별된다. 기존 아이돌 그룹이 허구적 세계관을 앨범이나 영상에 국한했지만, 플레이브는 버추얼이라는 형식적 특수성을 활용해 팬 담론을 기획 단계와 서사적 장치에 반영한다. 즉, 팬은 단순 수용자가 아니라 세계관 지속과 소비를 동시에 견인하는 주체로 기능한다는 점에서 기존 사례와 뚜렷하게 차별화된다. 이는 최근 버추얼 아이돌 사례에서도 드물게 나타나는 방식으로 팬과 아티스트가 동일한 서사를 간극 없이 공유·확장할 수 있는 기반을 마련한다.

따라서 플레이브의 트랜스미디어 확장 전략은 음악 중심 서사와 팬 참여 기반 다층적 확장이라는 복합적 구조를 구현한다는 점에서 독창성을 갖는다. 이는 기존 연구에서 제시된 트랜스미디어 및 팬 생산성 논의를 버추얼 아이돌 영역에서 실질적으로 검증·확장한 사례라 할 수 있다.

4-3 팬 참여 기반 콘텐츠 확장 사례

플레이브는 라이브 방송과 같은 실시간 소통을 기반으로 새로운 캐릭터 설정뿐만 아니라 콘텐츠 기획 전반에 팬 참여를 반영하는 전략을 구축하고 있다. 팬과의 상호작용은 단순한 피드백을 넘어, 서사 창출과 콘텐츠 확장의 핵심 기제로 기능한다. 실시간 스트리밍 콘텐츠는 버추얼 유투버와 시청자 간의 상호작용을 전제로 서사가 구성되며, 진행자의 발화와 시청자의 텍스트 반응이 콘텐츠 연행에 긴밀하게 관여하는 구조를 가진다[15]. 이는 플레이브처럼 실시간 방송을 중심

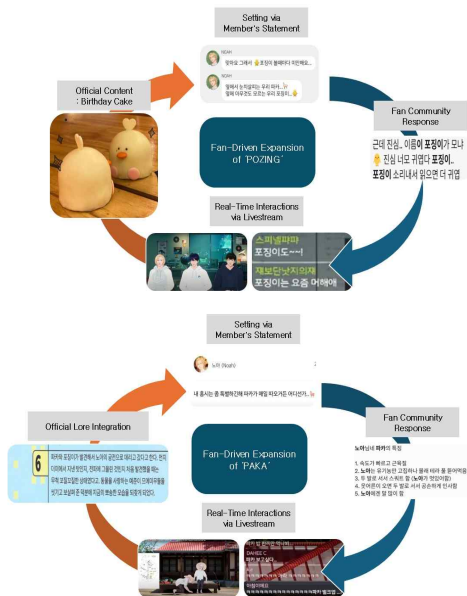
으로 팬과 상호작용하는 버추얼 아이돌 콘텐츠 구조와도 유사한 측면이 있다.

대표적으로 멤버 ‘노아’는 실시간 대화를 통해 ‘노아 할머니’, 병아리 캐릭터 ‘포징이’, 알파카 캐릭터 ‘파카’ 등 서사적 요소를 자발적으로 확장하였다. 팬들은 커뮤니티를 중심으로 다양한 담론을 형성하였고, 반복적인 라이브 방송 언급과 팬덤 내 공유를 통해 서사적 공감대를 구축해 나갔다. 이러한 설정은 굿즈와 공식 콘텐츠로 확장되었다. 멤버 노아는 라이브 방송에서 할머니에 대한 설정을 반복적으로 언급하며 실시간 반응을 유도하였고, 이러한 관심이 축적되면서 뮤직비디오에 등장한 담요를 두고 ‘할머니가 만들어 주신 담요’라는 설정이 부여되며, 실제 담요 제작 및 판매로 이어졌다.



*Korean text is retained to reflect the original content and fan interaction.

그림 10. 라이브 방송 설정의 공식화 과정: 노아 할머니 담요 사례
 Fig. 10. Noah's grandmother: From livestream to official blanket



*Korean text is retained to reflect the original content, fan reactions, and member dialogues.

그림 11. 실시간 팬 참여 기반 캐릭터 확장 과정
 Fig. 11. Character expansion through real-time fan participation

멤버가 소통 애플리케이션을 통해 언급한 캐릭터 ‘포징이’는 팬 커뮤니티의 호응과 방송 내 반복적 언급을 통해 서사가

형성되었으며, 그림 11은 이러한 과정이 굿즈와 공식 콘텐츠로 확장되는 양상을 보여준다. 실제로 ‘포징이’ 케이크 인스타그램 게시글은 1.2만 개 이상의 ‘좋아요’를 기록하며, 팬덤 내 높은 호응을 확인할 수 있었다. 더불어 라이브 방송과 멤버의 지속적인 언급을 통해 알파카 캐릭터 ‘파카’가 구체화했고, ‘포징이’와 함께 ‘므메미무’를 세계관으로 데려온 존재로 설정되며 공식 서사에 편입되었다. 이러한 노아 세계관을 정리한 팬 제작 영상은 약 3만 회의 조회수를 기록하여, 팬 해석이 세계관 확장에 기여하는 과정을 보여주었다.

이처럼 실시간 상호작용은 캐릭터 설정의 확장뿐 아니라, 콘텐츠 제작에도 영향을 미쳤다. 앨범 ‘Pump Up The Volume!’은 라이브 방송에서 팬과 멤버 간 실시간 소통을 기반으로 곡이 창작되었으며 이후 타이틀곡으로 정식 발매된 사례다. 이는 실시간 팬 참여가 콘텐츠 창작에 직접 반영된 대표적 예로, 2025년 7월 기준 해당 라이브 방송은 누적 조회수 약 27만 회를 기록하였고, 앨범은 발매 직후 멜론 ‘HOT 100’ 1위, 2024년 연말 멜론 ‘TOP 100’ 차트에서 남자 아이돌 최초로 1위를 달성하는 산업적 성과로 이어졌다[16].

기존 아이돌 팬덤의 실시간 반응은 주로 온라인 담론 차원에 머물렀으나, 플레이브의 경우 버추얼이라는 형식적 특수성을 기반으로 팬의 해석이 실시간으로 멤버의 발화와 콘텐츠 기획에 반영된다는 점에서 차별성을 지닌다. 이는 단순한 피드백을 넘어 팬의 참여가 곧바로 공식 서사와 상품으로 순환되는 구조를 보여준다. 또한 이러한 구조는 피스크가 제시한 텍스트 생산성의 확장형으로 해석할 수 있다. 팬의 창작과 반응이 단순한 2차 생산에 머무르지 않고, 실시간 소통을 매개로 공식 콘텐츠에 직접 편입되는 과정은 버추얼 아이돌 시대에 나타난 새로운 팬 생산성의 양상이라 할 수 있다.

해당 사례들은 실시간 소통과 팬 커뮤니티 기반의 해석·참여가 공식 콘텐츠와 상품, 플랫폼 확장까지 연결되는 구조를 보여주며, 버추얼 아이돌 IP가 팬 참여를 기반으로 서사 확장뿐 아니라 비즈니스 모델로 전환되는 전략적 가능성을 입증한다.

4-4 실시간 팬 참여 구조와 순환 메커니즘

최근 K-POP 및 버추얼 아이돌 그룹들은 앨범, SNS, 웹툰, 라이브 콘텐츠 등 다양한 미디어 플랫폼을 활용하여 세계관을 확장하는 트랜스미디어 전략을 적극 도입하고 있다. 일부 그룹은 팬의 해석과 참여를 유도하기 위한 구조를 설계하기도 하지만, 이들 세계관은 대부분 사전에 설정된 허구적 내러티브에 기반하며, 아이돌 멤버는 콘텐츠 내에서 실제와 분리된 허구적 페르소나를 수행하게 된다. 예소의 초능력 설정이나 방탄소년단의 불우한 성장 서사처럼, 이러한 세계관은 독립적인 콘텐츠로서 기능할 뿐 팬의 실시간 상호작용이나 커뮤니티 기반 해석이 공식 설정에 반영되는 구조는 제한적이다[14].

이에 반해 플레이브는 ‘버추얼’이라는 형식적 특수성과 실시간 상호작용이 가능한 구조를 기반으로, 팬과의 소통을 콘텐츠 기획의 핵심 축으로 삼았으며, 그 특징은 네 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 실시간 참여와 팬 설정 창출. 플레이브는 팬 참여를 기획의 중심에 두고, 멤버 발화에서 비롯된 설정을 실시간으로 확장한다. 예컨대 노아의 발화에서 시작된 ‘노아 할머니’, ‘포징이’, ‘과카’ 등의 서사적 요소는 팬 커뮤니티의 해석과 공유를 거쳐 반복적인 방송 언급을 통해 고정되었고, 이후 굿즈·생일 콘텐츠·공식 세계관 편입으로까지 확장되었다. 이는 젠킨스가 제시한 참여 문화 개념, 즉 팬이 단순 소비자가 아닌 공동 창작자로 기능한다는 관점을 보여주는 대표적 사례라 할 수 있다.

둘째, 피드백과 공식 서사 편입. 악의 세력 ‘칼리고’는 초기 뮤직비디오와 티저에서 등장했으나, 이후 멤버가 방송 오류를 ‘칼리고의 공격’으로 언급하며 팬 담론과 공식 설정이 맞물렸다. 팬들은 커뮤니티에서 칼리고에 대한 다양한 해석을 제시했고, 멤버는 이를 다시 방송에서 반영하며 설정을 보강하였다. 이 과정은 콘텐츠와 팬덤 사이의 상호 순환적 관계를 형성하며, 피스크의 예술적·텍스트적 생산성이 공식 내러티브에 편입되는 발전된 형태라 할 수 있다.

PLAVE's Key Sales and Revenue Figures (2024)

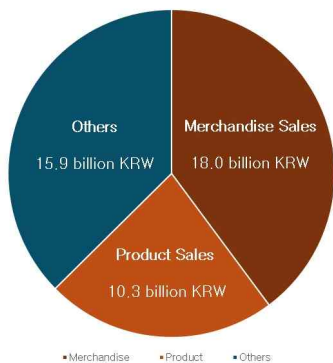


그림 12. 플레이브 매출 구조와 수익액
Fig. 12. PLAVE's sales structure and key revenue figures

셋째, 산업적 성과와 차별성. 실시간 순환적 구조는 단순한 팬 서비스 차원을 넘어 산업적 성과로 이어졌다. 세계관과 관련된 캐릭터(생일 키트, 노아 할머니 담요, 브메미무 등) 굿즈는 공개 직후 완판되었다. 특히 그림 12에서 확인할 수 있듯이, 2024년 기준 플레이브의 수익 구조에서 상품과 제품 소비가 전체 매출의 약 62%를 차지하여 주요 수익원으로 기능하고 있음을 보여준다[17]. 이는 팬 참여가 단순한 반응을 넘어 산업적 성과로 직결되고 있음을 나타낸다. 이처럼 팬 참여가 내러티브 확장뿐 아니라 상품 기획과 시장 성과로 연결된 점은 기존 K-POP 아이돌 그룹과 비교할 때 뚜렷한 차별성으로 평가된다.

나아가 플레이브의 앨범 초동 판매량은 그림 13과 같이 데뷔 이후 꾸준히 증가하였는데, 이는 단일 요인에 기인하기보다는 다매체적 콘텐츠 운영과 실시간 상호작용을 바탕으로 한 팬 참여, 그리고 이를 토대로 이루어진 세계관 확장이 결합된 결과로 이해할 수 있다. 이러한 복합적 구조는 팬덤의 관심을 점차 고조시키며 규모 확대와 소비 증가로 이어졌다. 그 결과 2023년 데뷔 앨범 ‘ASTERUM’ 약 2만 장에서 2025년 앨범 ‘Caligo Pt.1’ 약 100만 장까지 앨범 초동 판매량이 증가하였으며, 세계관 중심 전략과 실시간 상호작용이 결합한 팬덤 구조가 산업적 성과로 연결될 수 있음을 보여주었다.

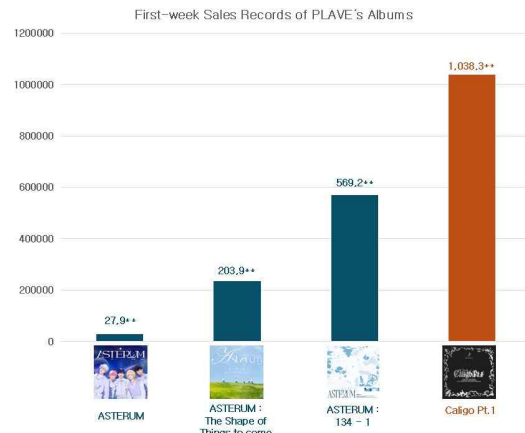


그림 13. 플레이브 앨범별 초동 판매량 추이
Fig. 13. First-week sales of PLAVE's albums

넷째, 자기 충족적 메커니즘의 실현. 플레이브의 실시간 팬 참여 구조는 ‘참여 → 해석 → 상품화’로 이어지는 자기 충족적 확장 메커니즘을 구현한다. 이는 팬과 아티스트가 동일한 서사를 간극 없이 공유·확장할 수 있는 기반을 마련하며, 버추얼 아이돌만이 실현할 수 있는 독창적 트랜스미디어 모델로 자리매김한다.

V. 결 론

본 연구는 버추얼 아이돌 그룹 플레이브를 대상으로 삼아 트랜스미디어 전략으로 실시간 팬 참여를 유도하였을 때, 콘텐츠의 확장 효과에 대한 분석을 시도하였다. 분석 결과, 버추얼 그룹 플레이브는 다매체적 분산을 통해 서사를 확장하는 기존 K-POP 아이돌과 달리, 팬들의 실시간 발화와 커뮤니티 담론을 공식 설정에 적극 수용하는 순환형 내러티브 구조를 나타냈다. 각 멤버들의 라이브 발화를 기점으로 구축된 견고한 팬덤이 추구하는 특별한 메시지의 해석과 추론은 굿즈·생일 콘텐츠·공식 세계관으로 재편성되는 것으로 파악되었다. 이로써 팬들의 실시간 피드백이 서사 확장의 핵심 동력으로

활용하고 있다는 사실이 검증된 셈이다.

버추얼 그룹 플레이브는 실시간 팬들과 그들의 세계관과 캐릭터들의 서사를 상호작용함으로써 트랜스미디어 콘텐츠 간의 연계성과 지속성을 동시에 확보하였다. 이는 버추얼 아이돌 콘텐츠가 단발적 이벤트를 넘어, 장기적 세계관 IP로 발전할 수 있다는 가능성을 보여준다.

본 연구는 특정 버추얼 그룹(플레이브) 사례에 한정된 분석이라는 한계로 일반화에는 다소 무리가 있다는 점을 인정하며, 팬 커뮤니티 담론과 실시간 참여 현상을 정량적으로 측정하거나 다른 버추얼 아이돌 및 실제 아이돌 그룹과의 공정한 체계적인 정량적 비교를 통한 객관적 분석이 충분히 이루어지지 못한 점 또한 연구의 한계점으로 자평한다. 그러나 본 연구는 트랜스미디어 스토리텔링과 팬 생산성 이론을 기반으로 팬들과의 실시간 상호작용을 통한 피드백 메커니즘을 공식 서사와 산업적 기획으로 연결하여 순환되는 구조가 음반 및 버추얼 아이돌 그룹의 홍보 마케팅 전략에 효과적이라는 사실을 입증했다는 점에서 본 연구의 의미를 찾을 수 있겠다.

감사의 글

본 결과물은 교육부 및 한국연구재단의 재원으로 첨단분야 혁신융합대학 사업비를 지원받아 수행된 연구결과입니다 (20250934). 관계부처에 감사드립니다.

참고문헌

- [1] H. J. Oh and S. M. Lee, Current Status and Policy Issues of New Media Video Content Industry, Korea Creative Content Agency, Seoul, Kocca Focus No. 184, January 2025.
- [2] Sports Kyunghyang. Expected to Boom in 2025! The Virtual Idol Craze Continues [Internet]. Available: <https://sports.khan.co.kr/article/202501021800013>.
- [3] Cine21. [Special Feature] Exploring the Present and Future of Virtual Idols through PLAVE – Discovering the Charm, Connecting to Virtual Idols [Internet]. Available: https://cine21.com/news/view/?mag_id=104735.
- [4] H. J. Lee and C. G. Oh, “Research on Virtual Idol Metaverse Space Design -Focusing on PLAVE-,” *Journal of the Korea Contents Association*, Vol. 24, No. 10, pp. 147-156, October 2024. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2024.24.10.147>
- [5] E. W. Kang, “A Study on Virtual Idol Fandom: Focusing on PLAVE,” *Journal of Digital Art Engineering & Multimedia*, Vol. 11, No. 4, pp. 451-460, December 2024. <https://doi.org/10.29056/jdaem.2024.12.03>
- [6] H. Jenkins, *Convergence Culture*, J. H. Kim and D. S. Kim, trans. Seoul: Biz & Biz, 2008.
- [7] M. S. Jo and E. H. Chung, “A Study on the Transmedia Storytelling of Korean Idol Content: Focusing on EXO and BTS,” *Journal of Humanities Contents*, No. 52, pp. 223-246, March 2019. <https://doi.org/10.18658/humancon.2019.03.52.223>
- [8] D. B. Li, “A Study on Storytelling of Cultural Contents in the Global Age” *Journal of Cultural Contents Research*, No. 17, pp. 69-93, December 2019. <http://doi.org/10.34227/tjocc.2019..17.69>
- [9] S. Hwang and H. Kwon, “Analysis of the Danmu Phenomenon on the Chinese Video Platform Bilibili - Focused on Henry Jenkins' Concept of Participatory Culture,” *Trans-*, Vol. 15, pp. 81-104, 2023. <https://doi.org/10.23086/trans.2023.15.04>
- [10] J. Fiske, *The Cultural Economy of Fandom, in Culture, Everyday Life, and the Public: Eight Studies on Culture*, M. J. Park, J. Y. Jung, Y. W. Lee, E. K. Yang, Y. H. Kim, B. W. Son, ... and C. N. Kim, trans. Seoul: Hannarae Publishing, pp. 187-200, 1996.
- [11] D. B. Li, “A Study on Global Fandom's Communitarity Based on Fisk's Fandom Discussion: Focusing on BTS ARMY,” *Human Contents*, No. 55, pp. 27-45, December 2019. <https://doi.org/10.18658/humancon.2019.12.27>
- [12] O. Kim and H. Jung, “A Study on Virtual Idols and Participatory Culture: Focusing on the Secondary Creations of PLAVE Fandom,” *Journal of Humanities and Social Sciences Research*, Vol. 33, No. 1, pp. 129-155, February 2025. <https://doi.org/10.22924/jhss.33.1.202502.006>
- [13] Aju Economy. [Artist Spotlight] PLAVE, Beyond Time and Space [Internet]. Available: <https://www.ajunews.com/view/20240117101309236>.
- [14] E.-H. Jung and H.-W. Han, “The Structure of Generating the Fan-Made Works in Korean Idol,” *Journal of the Korea Contents Association*, Vol. 20, No. 9, pp. 158-168, September 2020. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.09.158>
- [15] E. Jung, “A Study on Character Representation of Korean Virtual YouTuber,” *The Journal of Popular Narrative*, Vol. 31, No. 1, pp. 111-142, February 2025.
- [16] Nate Entertainment. First and Again... PLAVE Opens a New Chapter in Virtual Idols [Internet]. Available: <https://news.nate.com/view/20240821n22987>.
- [17] Instagram. PLAVE: How They Earn and Spend [Internet]. Available: <https://www.instagram.com/p/DJ1DD34SOdw/>.



이예원(Ye-won Lee)

2018년 : 경기대학교 애니메이션 영상학(예술학사)

2022년 : 경기대학교 일반대학원 애니메이션학(영상예술학석사)

2025년~현 재: 중앙대학교 첨단영상대학원 예술공학 박사과정

※ 관심분야 : Virtual Idol, Animation, Contents Design, Media Art 등



박진완(Jin-wan Park)

1995년 : 중앙대학교 컴퓨터 공학과 (공학사)

1998년 : Pratt CGIM ComputerMedia (MFA)

2003년~현 재: 중앙대학교 첨단영상대학원 예술공학 교수

※ 관심분야 : Art&Technology, Procedural Animation 등