

멀티 페르소나에 의한 K-Pop 아이돌의 정체성 재구성 전략 연구: 제니의 'Ruby' 앨범 사례를 중심으로

김기창* 이의신 김선영**

홍익대 서울사이버대 홍익대

본 연구는 제니(블랙핑크)의 첫 솔로 정규 앨범 'Ruby'에 나타난 멀티 페르소나를 분석함으로써 K-Pop 아이돌이 그룹 활동과 솔로 활동 사이에서 어떻게 정체성을 구축하고 재구성하는지 탐구하였다. 연구방법으로는 내용분석을 선택하고 셰리 터클(Sherry Turkle)의 멀티 페르소나 이론을 분석의 틀로 활용하였다. 연구 결과, 제니의 'Ruby' 앨범에서는 세익스피어의 'As You Like It'에서 영감을 받은 콘셉트를 통해 정체성의 연극적, 수행적 특성이 강조되며, 다섯 가지의 멀티 페르소나 전략이 모두 뚜렷하게 나타났다. 특히 K-Pop 아이돌로서의 고정된 이미지를 탈피하여 글로벌 팝스타로서의 정체성을 구축하는 자아의 유동성, Zen/Jane 두 버전의 앨범을 통한 병렬적 정체성의 시각화, 여성 아이돌에게 기대되는 순수한 이미지를 넘어서는 사회적 실험, 여러 언어와 문화적 맥락을 오가는 멀티플레이 자아, 선공개 싱글을 통한 정체성 순환 전략이 두드러졌다. 이러한 분석은 현대 K-Pop 아이돌의 정체성 구축에서 주체성과 창의적 전략의 중요성 증가, 경력 발전 경로의 다양화, 문화적 혼종성의 활용, 젠더 표현 범위의 확장, 디지털 시대 정체성의 퍼포먼스적 특성 부각 등의 시사점을 제공한다.

주요어 : 멀티 페르소나, K-Pop 아이돌, 그룹 활동, 솔로 활동, 블랙핑크 제니

* 주저자: 김기창/홍익대 대학원 문화예술경영학과 박사과정/서울시 마포구 와우산로 94
/Tel: 010-7302-0917/E-mail: kgcstyle@naver.com

** 교신저자: 김선영/홍익대 대학원 문화예술경영학과 교수/서울시 마포구 와우산로 94
/Tel: 02-320-1970/E-mail: sunnykhill@hanmail.net

I. 서론

디지털 기술의 급속한 발전과 미디어 환경의 변화는 현대인의 정체성 형성과 표현 방식에 근본적인 변화를 불러왔다. 특히 인터넷과 소셜 미디어의 확산은 개인이 온라인과 오프라인의 경계를 넘나들며 다양한 자아를 구축하고 표현할 새로운 가능성을 제시하고 있다(한국방송통신전파진흥원, 2024). 이러한 현상은 단순히 일상적 차원에서 뿐만 아니라 미디어 산업과 대중문화 영역, 특히 K-Pop 산업에서 그 양상이 더욱 복잡하고 다층적으로 전개되고 있다(Kim et al., 2022). 무엇보다 K-Pop 아이들은 그룹의 구성원으로서 공유된 집단적 정체성을 유지하는 동시에, 개별 아티스트로서 차별화된 개인적 정체성을 구축해야 하는 이중적 과제를 안고 있다.

이러한 현대적 정체성의 복잡성과 수행성(performativity)은 이미 4세기 전 셰익스피어의 연극적 세계관에서 예견된 바 있다. 셰익스피어는 『뜻대로 하세요(As You Like It)』에서 “All the world’s a stage, And all the men and women merely players”(온 세상은 무대일 뿐이고, 모든 사람은 단지 연극을 할 뿐이다)라고 선언하며, 정체성의 연극적 특성을 통찰했다(Shakespeare, 1623). 이러한 관점은 현대 정체성 이론의 핵심적 토대가 되었으며, 어빙 고프만(Erving Goffman)의 ‘일상생활에서의 자아연출(The Presentation of Self in Everyday Life)’에서 체계화되었다(Goffman, 1956). 고프만은 개인이 사회적 상황에 따라 다양한 ‘전면(front)’과 ‘후면(back)’ 영역에서 서로 다른 정체성을 연출한다고 주장하며, 셰익스피어의 연극적 세계관을 사회학적으로 발전시켰다.

특히 셰익스피어의 『뜻대로 하세요』는 정체성의 유동성과 가변성을 탐구한 대표적 작품으로, 주인공 로잘린드가 남성으로 변장하고 가명 ‘가니미드’를 사용하며 성별과 신분의 경계를 자유롭게 넘나드는 서사를 통해 정체성의 구성적(constructed) 특성을

보여준다(Bloom, 1998). 이는 현대 젠더 이론가 주디스 버틀러(Judith Butler)가 주장한 젠더의 수행성(gender performativity) 개념과도 맥을 같이 한다(Butler, 1990). 버틀러에 따르면 젠더는 본질적 속성이 아니라 반복적 수행을 통해 구성되는 것으로, 이러한 관점은 K-Pop 아이들의 정체성 구축 과정을 이해하는 데 중요한 이론적 틀을 제공한다.

K-Pop은 지난 20여 년간 한국을 넘어 전 세계적으로 확장되며 글로벌 음악시장의 중요한 한 축으로 자리매김하였다(Fadianti et al., 2024). 이 과정에서 K-Pop 아이들의 정체성은 더 복잡적이고 다층적인 형태로 진화하였다. 초기 K-Pop 아이들이 주로 그룹 내에서 ‘메인 보컬’, ‘리드 댄서’, ‘래퍼’ 등 기능적 역할에 따라 정체성을 구축했다면, 최근의 아이들은 그룹 활동, 유닛 활동, 솔로 활동을 오가며 다양한 페르소나를 구축하고 활용하는 경향을 보인다(Huth et al., 2021). 특히 글로벌 팬덤을 형성한 3세대, 4세대 K-Pop 아이들의 경우, 소셜 미디어와 다양한 디지털 플랫폼을 통해 공식적인 활동 외에도 팬들과 직접 소통하며 새로운 형태의 정체성을 구축하는 추세가 뚜렷하다(김기창·홍수자·김선영, 2025).

현대 디지털 환경에서 K-Pop 아이들의 정체성 구축 양상은 셰익스피어가 묘사한 연극적 정체성의 현대적 구현체로 볼 수 있다. 아이들은 무대 위에서는 화려하고 완벽한 퍼포머로, 예능 프로그램에서는 친근하고 유머러스한 연예인으로, 소셜 미디어에서는 일상적이고 진솔한 개인으로 다양한 ‘배역’을 연기한다(Jenkins, 2006). 이는 셰익스피어가 제시한 ‘세상은 무대’라는 은유가 디지털 시대에 더욱 현실적 의미를 갖게 되었음을 보여준다.

K-Pop 아이들의 정체성에 관한 선행연구는 다양한 관점에서 이루어져 왔다. 민다슬·김면(2018)은 보이그룹 빅뱅을 사례로 아이들의 정체성 이미지 형성 방법을 연구하였고, 김수정·김수아(2013)는 아이돌 리어리티쇼 방송에서 아이돌 그룹의 정체성

표상 방식을 연구했다. 박은경(2023)은 BTS 캐릭터 이미지를 기호학적으로 분석하여, 그룹의 정체성 표현 방식을 연구하였으며, 제환정(2024)은 K-Pop 가상 아이돌의 정체성을 고찰하는 연구를 진행했다. 가장 최근 연구로 김기창·김선영(2025)은 블랙핑크 리사의 솔로 앨범인 룩스타를 중심으로 리더십 정체성에 대한 연구를 진행했다. 그러나 이러한 선행연구들은 주로 K-Pop 아이돌의 특정 측면에 초점을 맞추었을 뿐 K-Pop 아이돌이 그룹 활동과 솔로 활동 사이에서 어떻게 다중적 정체성을 구축하고 전략적으로 활용하는지에 대한 심층적 분석은 상대적으로 부족했다.

이러한 배경에서 본 연구는 K-Pop 아이돌의 멀티 페르소나(Multi-Persona) 전략에 주목하고, 특히 블랙핑크의 제니가 솔로 아티스트로서 발표한 정규 앨범 'Ruby'를 통해 어떻게 정체성을 재구성하는지 분석하고자 한다. 제니의 'Ruby' 앨범이 세익스피어의 『뜻대로 하세요』에서 영감을 받았다는 점은 단순한 콘셉트적 차용을 넘어, 정체성의 연극적 구성과 수행에 대한 깊이 있는 성찰을 담고 있다는 점에서 학술적 분석의 가치를 갖는다.

연구 대상인 제니는 2016년 블랙핑크(BLACK PINK)의 멤버로 데뷔한 이래, 그룹 내에서 메인 래퍼(rapper)이자 리드 보컬로 활동하며 독보적인 존재감을 구축해 왔다(Zhao, 2021). 특히 그녀의 솔로 앨범 'Ruby'는 K-Pop의 전통적인 틀을 넘어서서 글로벌 팝 시장을 직접 겨냥한 전략적 접근을 통해, 단순한 K-Pop 아이돌이 아닌 글로벌 아티스트로서 자신의 정체성을 재정의하는 중요한 사례이다. 멀티 페르소나의 측면에서 제니는 블랙핑크의 메인 래퍼로서의 페르소나, 독립 레이블 'OA'의 창립자로서의 페르소나, 그리고 샤넬의 글로벌 앰버서더(ambassador)로서의 페르소나를 동시에 구축하며 엔터테인먼트 산업에서 아티스트의 다층적 정체성 형성 과정을 전형적으로 보여주고 있다.

본 연구는 MIT의 심리학자이자 사회학자인 터클

(Sherry Turkle)의 멀티 페르소나 이론을 분석의 주요 틀로 활용한다. 터클(Turkle)은 온라인 환경이 개인에게 '정체성의 실험실'을 제공하며, 다양한 버전의 자아를 창조하고, 시험하고, 탐색할 수 있게 한다고 주장했다(Turkle, 1995). 그녀에 따르면 이러한 다중적 정체성은 병리적인 현상이 아니라, 디지털 시대에 자아를 이해하고 표현하는 새로운 방식으로 이해되어야 한다. 터클의 이론적 틀은 K-Pop 아이돌과 같은 공인이 어떻게 다양한 미디어 플랫폼과 활동 영역에서 멀티 페르소나를 구축하고 활용하는지 분석하는 데 유용한 관점을 제공한다.

터클의 멀티 페르소나 이론은 이후 많은 연구자에 의해 확장되고 재해석되었다. Wang et al.(2023)는 멀티 페르소나 접근법을 인공지능 분야로 확장하여, 시너지를 창출하는 방안을 탐구했으며, Demasi et al.(2020)은 멀티 페르소나의 개념을 챗봇 개발에 적용하여 다양한 상담 상황에 대응할 수 있는 시스템을, Marsden & Pr bster(2019)는 페르소나 구축 과정에서 다중 정체성을 수립하는 프레임워크를 각각 제시했다. 이러한 선행연구들은 터클의 이론을 현대 디지털 환경에 적용하고 확장하는 데 기여했으며, 따라서 이는 K-Pop 아이돌과 같은 대중문화 인물의 멀티 페르소나 전략에 대한 분석틀로 적절할 것으로 판단한다.

본 연구는 내용분석(content analysis) 방법을 활용하여 제니의 'Ruby' 앨범에 나타난 멀티 페르소나 전략과 정체성 재구성 과정을 분석한다. 내용분석은 텍스트, 이미지, 영상 등 다양한 매체에 담긴 메시지의 특성을 체계적으로 식별하고 분석하는 방법으로(Drisko & Maschi, 2016), 대중문화 콘텐츠의 의미와 맥락을 이해하는 데 유용한 연구방법이다. 본 연구에서는 'Ruby' 앨범과 관련된 다양한 텍스트를 분석 대상으로 삼는다. 구체적으로는 앨범에 수록된 15곡의 음악적 특성과 가사, 타이틀곡 'like JENNIE'와 수록곡의 뮤직비디오, 앨범 프로모션을 위한 콘셉트 사진과 티저 영상, 제니의 인터뷰 내용,

앨범 발매 전후의 프로모션 전략과 이벤트, 팬들의 반응과 미디어 보도 등을 포괄적으로 분석한다.

본 연구가 시도하는 K-Pop 아이돌의 정체성 구축 과정에 대한 새로운 이론적, 방법론적 접근이 개인 아티스트의 주체적 정체성 구축 과정에 주목하는 새로운 관점을 제시할 수 있을 것으로 기대한다. 특히 셰익스피어의 연극적 세계관에서 터클의 디지털 멀티 페르소나 이론으로 이어지는 정체성 이론의 계보 속에서 K-Pop 아이돌의 정체성 구축 전략을 분석함으로써, 현대 대중문화에서 정체성의 연극적 구성과 수행이 갖는 의미를 심도 있게 탐구하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 솔로 활동

1) K-Pop 아이돌의 솔로 활동

K-Pop 아이돌 솔로 활동의 산업적 맥락을 살펴보면, 초기에는 인지도가 높은 일부 멤버에게 제한적으로 허용되는 특별한 기회였다. 2006년 동방신기의 멤버 시아준수(XIA)가 발표한 'Timeless'나 2008년 소녀시대 태연의 드라마 OST 활동 등이 대표적이다(bnt, 2012.05.16.; 전자신문, 2016.04.15). 이 시기의 솔로 활동은 대체로 그룹의 브랜드 가치를 강화하고 그룹 내 특정 멤버의 개인 인지도를 높이는 보조적 전략으로 활용되었다. 이에 따라 솔로 활동은 엔터테인먼트 기획사의 철저한 통제 속에 이루어졌으며, 그룹 정체성에서 크게 벗어나지 않는 범위 내에서 제한적으로 허용되었다(노준영, 2015).

그러나 2010년대 중반 이후 K-Pop이 글로벌화되

고 디지털 플랫폼을 통한 음악 소비 패턴이 다양화되면서, 솔로 활동의 의미와 방식이 크게 변화하였다. 빅뱅의 지드래곤이 2009년부터 솔로 활동을 통해 독자적인 음악 세계를 구축하고, 2013년 '미치GO'가 대중적, 예술적 성공을 거둔 사례는 K-Pop 아이돌의 솔로 활동이 갖는 가능성을 보여주었다(세계일보, 2013.04.01). 또한 SM엔터테인먼트가 2014년부터 시작한 SM STATION 프로젝트는 소속 아티스트들에게 정규 앨범 외에도 다양한 음악적 실험과 협업의 기회를 제공하며, 솔로 활동의 새로운 모델을 제시하였다(마니아타임즈, 2017.03.31). BTS(방탄소년단)은 2018년부터 멤버들의 개별 믹스 테이프(Mixtape)¹⁾와 솔로 곡 발표를 통해 그룹의 정체성을 유지하면서도 각 멤버의 개성을 발전시키는 전략을 성공적으로 구사하였다(고경석, 2022.06.15).

아이돌 그룹 멤버의 솔로 활동은 그룹 정체성과 개인 정체성의 이중 정체성(dual identity)을 구축하고 발전시키는 과정으로 볼 수 있다(Peinado & Shim., 2024). 초기에는 그룹의 정체성에 기반하여 인지도를 확보한 후, 점차 독자적인 음악적 색채와 개인 브랜드를 구축해 나가는 단계적 발전 패턴을 보인다. 특히 최근의 솔로 활동은 아이돌의 성숙한 아티스트로의 전환(transition)을 의미하는 경향이 강하다.²⁾

솔로 활동이 아티스트 정체성 발전에 미치는 영향은 여러 사례를 통해 확인할 수 있다. 빅뱅의 태양은 그룹 내에서 주로 댄스와 보컬에 집중했으나, 2008년 솔로 데뷔 후 발표한 '나만 바라봐'와 'Wedding Dress' 등을 통해 R&B 장르에 특화된 아티스트로 정체성을 재정립했다. 또한 2013년 발표한 '눈, 코, 입'은 한국 대중음악상 최우수 R&B 소울 부문을 수상하며(연합뉴스, 2008.06.09.; 파이낸셜

1) CD나 음원 유통 사이트가 아닌 온라인상에서 무료로 공개되는 노래나 앨범을 가리킨다.

2) 이는 2020년 발표된 블랙핑크 로제의 'On The Ground'에서 "I'm way up in the clouds, and they say I've made it now, but I figured it out, everything I need is on the ground"라는 가사를 통해 아이돌로서의 성공 이후 진정한 자아를 찾아가는 여정을 표현한 것에서도 드러난다(ELLE, 2021.05.12).

뉴스, 2013.11.12), 그의 솔로 아티스트로서의 위상을 공고히 했다.

이처럼 음악적 확장의 관점에서 볼 때, K-Pop 아이돌의 솔로 활동은 장르적 다양성과 예술적 실험의 기회를 제공한다. 방탄소년단의 RM은 2018년 발표한 믹스테이프 'mono.'를 통해 로우파이 힙합(lofi hiphop, 힙합 비트에 로파이 사운드를 결합한 음악)과 대안 R&B(Alternative R&B, 일렉트로닉, 록, 힙합 등의 장르가 결합된 R&B) 요소를 접목한 실험적 음악을 선보였다. 2022년 발표한 솔로 앨범 'Indigo'에서는 한국의 전통음악 요소와 재즈, 힙합을 융합한 독창적인 음악 세계를 구축했다(Mandarin MAMA, 2024.05.25). 마찬가지로 소녀시대 효연은 2018년 'Sober'와 같은 EDM 트랙을 통해 DJ 효연이라는 새로운 페르소나를 구축하였고, 그룹 내에서는 시도하기 어려웠던 장르적 실험을 솔로 활동을 통해 성공적으로 이루어냈다는 평가를 받았다(AAA News, 2024.06.01).

여자 아이돌의 솔로 활동은 특히 젠더 정체성(gender identity)의 재구성과 밀접하게 연결되는 경향이 있다. 여성 K-Pop 아이돌의 솔로 활동은 종종 그룹 활동에서 요구되는 고정된 젠더 수행에서 벗어나 보다 다층적이고 주체적인 여성성을 표현하는 과정으로 작용한다(Wen, 2024). 선미의 경우, 2017년 '가시나'를 통해 윈더걸스 시절 '양증맞은 귀여움'이 강조되었던 이미지에서 벗어나 강렬하고 도발적인 여성 주체의 이미지를 구축했다(연합뉴스, 2017.08.22). 마찬가지로 청하의 걸그룹 I.O.I 활동 이후 2017년 '벌써 12시'로 솔로 데뷔하며 그룹에서는 보여주지 못했던 강렬한 퍼포먼스와 카리스마를 발휘했다(부산일보, 2019.01.02).

2020년대 들어 K-Pop 아이돌의 솔로 활동은 글로벌 전략의 측면에서 더욱 중요해졌다. 글로벌 팬덤을 확보한 아이돌 그룹 멤버의 솔로 활동이 특정 지역 시장을 타겟팅하는 '틈새 전략'으로 활용되기 때문이다(김은경, 2015). 예를 들어 엑소(EXO)의 레

이는 중국 시장에 특화된 솔로 앨범을 발표하며 중화권에서의 영향력을 강화했고, NCT의 마크와 태용은 미국 시장을 겨냥한 솔로 앨범 전략을 통해 북미 지역에서의 입지를 넓혔다(Waner Music Group, 2023.08.31). 또한 블랙핑크의 리사는 2021년 솔로 싱글 'LALISA'와 'MONEY'를 통해 태국을 비롯한 동남아시아 시장과 글로벌 시장을 동시에 공략하는 전략을 성공적으로 실행했다(Nuha, 2023).

최근에는 K-Pop 아이돌의 솔로 활동이 단순히 음악 발표에 그치지 않고, 새로운 비즈니스 모델과 브랜드 확장으로 이어지는 사례가 증가하고 있다. BTS의 지민은 2023년 솔로 앨범 'FACE'를 발표하며 글로벌 패션 브랜드 디올(Dior)과의 글로벌 앰버서더 계약을 체결했고, 본 연구의 대상인 제니는 자신의 연예기획사 오드 아틀리에(OA)를 설립하고 다양한 브랜드와의 협업을 통해 음악을 넘어선 문화 사업가로서의 입지를 구축하고 있다(매일경제, 2023.01.17.; 스포츠동아, 2023.12.25).

솔로 활동의 또 다른 중요한 측면은 아티스트의 창작 참여도 증가이다. 그룹 활동에서는 기획사가 제공하는 음악과 콘셉트에 의존하는 경향이 컸다면, 솔로 활동에서는 아티스트의 자율성과 창작 참여가 강화되는 경향이 있다(김은정, 2020). BTS의 슈가는 2020년 발표한 'D-2' 앨범에서 프로듀싱과 작사, 작곡까지 전 과정에 참여하며 자신의 음악적 비전을 구현했다. 세븐틴의 우지도 그룹의 프로듀서 역할을 넘어 2022년 솔로 앨범 'Ruby'를 통해 자신만의 음악적 세계관을 확립했다.

이처럼 K-Pop 아이돌의 솔로 활동은 단순한 부가적 활동이 아닌, 아티스트의 정체성 발전, 음악적 확장, 글로벌 전략, 비즈니스 모델 다각화 등의 핵심 통로로 발전해왔다.

K-Pop 아이돌의 솔로 활동이 갖는 또 다른 중요한 의미는 아이돌 그룹의 활동 주기가 제한적인 상황에서 개인 아티스트로서의 지속 가능한 커리어를 구축하는 발판이 된다는 데 있다. 동방신기 출신의

정윤호는 그룹 활동 이후 솔로 아티스트로서 독자적인 음악 세계를 구축하며 10년 이상 활동을 지속한 바 있으며, 씨스타(Sistar) 출신의 소유는 솔로 활동을 통해 ‘콜라보레이션 퀸(Queen of the collaboration)’이라는 새로운 정체성을 확립하였다(KBS NEWS, 2017.12.13). 이처럼 솔로 활동은 그룹 활동 이후 제2의 커리어를 준비하는 과정으로서도 중요한 의미가 있다. 이상의 논의를 종합하여 정리하면 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> K-Pop 아이돌 솔로 활동의 변화와 전략적 의미

시대 구분	주요 특징	전략적 의미
초기 단계 (2000년대 중반~ 2010년대 초)	<ul style="list-style-type: none"> • 그룹 활동의 부수적 전략 • 기획사의 철저한 통제 • 제한적 허용 	<ul style="list-style-type: none"> • 그룹 브랜드 가치 강화 • 개인 인지도 향상 • 공백기 활용
발전 단계 (2010년대 중반~후반)	<ul style="list-style-type: none"> • 독자적 음악 세계 구축 • 장르적 실험과 확장 • 아티스트 정체성 발전 	<ul style="list-style-type: none"> • 이중 정체성(dual identity) 구축 • 음악적 다양성 확보 • 아티스트로서의 진정성 획득
확장 단계 (2020년대~ 현재)	<ul style="list-style-type: none"> • 멀티 페르소나 전략 • 글로벌 시장 타겟팅 • 비즈니스 모델 다각화 • 지속가능한 커리어 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 개인 브랜드 독립성 강화 • 다층적 정체성 구축 • 글로벌 영향력 확대 • 아티스트 자율성 증가

2) 제니의 솔로 활동

제니의 솔로 활동은 K-Pop 아이돌의 정체성 전환과 확장을 보여주는 대표적 사례로, 그룹 활동과 개인 활동 사이의 균형을 통해 다층적 정체성을 구축하는 과정을 보여준다. 2018년 11월 발표된 첫 솔

로 싱글 ‘SOLO’는 블랙핑크 멤버 중 최초의 개인 활동으로, K-Pop 걸그룹 멤버의 솔로 데뷔가 갖는 의미와 가능성을 새롭게 제시했다(연합뉴스, 2023.05.21). ‘SOLO’는 제니가 그룹 내에서 보여준 카리스마 넘치는 래퍼의 이미지를 확장하면서도, 독립적인 여성 아티스트로서의 새로운 페르소나를 구축하는 출발점이 되었으며, 특히 “나혼자만의 party 나혼자만의 way”라는 가사를 통해 집단적 정체성에서 개인적 정체성으로의 전환 의지를 명확히 드러냈다.

이 곡의 성공은 단순한 음원 성과를 넘어 K-Pop 산업 내에서 여성 아이돌의 솔로 활동이 갖는 새로운 가능성을 보여주었다. ‘SOLO’의 뮤직비디오가 K-Pop 여성 솔로 아티스트 중 최초로 유튜브 조회 수 10억 뷰를 달성한 것은 제니의 개인적 매력과 브랜드 파워가 그룹의 인지도를 넘어선 독립적인 영향력을 갖고 있음을 증명했다(연합뉴스, 2023.05.21). 특히 뮤직비디오에서 보여준 다양한 스타일링과 세트는 제니가 하나의 고정된 이미지에 갇히지 않고 다양한 정체성을 실험하고 표현할 수 있는 아티스트임을 시각적으로 구현했다.

2023년 10월 발표된 ‘You & Me’는 제니의 솔로 활동이 한 단계 더 성숙해진 모습을 보여주었다. 이 곡은 ‘SOLO’에서 보여준 강렬하고 자기주장적인 페르소나와는 달리, 보다 감성적이고 내밀한 면을 드러내며 제니의 음악적 스펙트럼이 확장되었음을 보여주었다. 가사에서 “Nothing in the world can make me feel the way you do the things you do”라는 표현을 통해 관계성에 대한 성찰과 감정적 깊이를 드러내며, 이는 제니가 단순한 퍼포먼스 중심의 K-Pop 아이돌을 넘어 진정성 있는 아티스트로 성장하고 있음을 시사했다.

제니의 솔로 활동에서 가장 중요한 전환점은 2023년 12월 독립 레이블 ‘OA(오드 아틀리에)’의 설립이었다. 이는 단순한 소속사 변경을 넘어 제니가 자신의 예술적 비전과 사업적 방향성을 주도적

으로 결정하겠다는 의지의 표현이었다(스포즈동아, 2023.12.25). OA 설립은 K-Pop 아이돌이 기획사의 관리 하에 활동하는 전통적인 구조에서 벗어나, 독립적인 아티스트이자 사업가로서의 정체성을 구축하려는 시도로 해석된다. 이는 제니가 단순히 음악을 소비하는 상품이 아닌, 자신의 브랜드와 예술적 방향성을 스스로 창조하고 관리하는 주체적 존재로 거듭나고자 함을 의미한다.

2024년 9월 컬럼비아 레코드와의 파트너십 발표는 제니의 글로벌 진출 전략이 본격화되었음을 보여주는 중요한 지표였다. 컬럼비아 레코드는 비욘세, 아델, 해리 스타일스 등 세계적인 팝스타들을 배출한 메이저 레이블로, 제니와의 협업은 그녀가 K-Pop 아이돌의 범주를 넘어 글로벌 팝 시장에서 경쟁할 수 있는 아티스트로 인정받았음을 의미한다. 이러한 전략적 파트너십은 제니가 아시아 지역을 넘어 북미와 유럽 시장에서도 독립적인 아티스트로서의 위상을 구축하려는 의도를 반영한다.

2024년 10월부터 시작된 선공개 싱글 시리즈는 제니의 정체성 순환 전략을 명확히 보여주었다. 'Mantra'에서는 힙합과 팝을 결합한 강렬한 사운드로 자신감 넘치는 페르소나를, 2025년 1월의 'Love Hangover'에서는 R&B 색채가 강한 감성적 페르소나를, 2월의 'ExtraL'에서는 여성 임파워먼트를 강조하는 주체적 페르소나를 각각 선보이며 다양한 음악적 정체성을 순환적으로 제시했다. 이러한 전략은 제니가 하나의 고정된 이미지나 장르에 머물지 않고, 다양한 음악적 가능성을 탐색하며 자신의 아티스트적 정체성을 확장해나가고 있음을 보여준다.

특히 주목할 점은 제니의 솔로 활동이 블랙핑크 활동과 대립하거나 분리되는 것이 아니라, 상호 보완적 관계를 형성하고 있다는 것이다. 2023년 8월 블랙핑크의 그룹 재계약 과정에서 제니가 개인 활동에 대해서는 별도 계약을 체결한 것은 그룹 정체성과 개인 정체성을 동시에 유지하려는 전략적 선택이었다(연합뉴스, 2023.12.06). 이는 K-Pop 아이돌

의 정체성 구축에서 집단성과 개별성이 상호 배타적이지 않고 병렬적으로 공존할 수 있음을 보여주는 사례이다.

제니의 솔로 활동에서 드러나는 또 다른 중요한 특징은 글로벌 문화적 혼종성의 적극적 활용이다. 뉴질랜드에서의 유학 경험과 다국어 구사 능력을 바탕으로, 제니는 한국어와 영어를 자유롭게 오가며 동서양 문화의 경계를 넘나드는 정체성을 구축했다. 이는 단순한 언어적 코드 스위칭을 넘어, 서로 다른 문화적 맥락과 청중을 대상으로 한 전략적 정체성 구성으로 해석된다. 제니의 솔로 곡들에서 나타나는 영어와 한국어의 혼용, 서구 팝 음악과 K-Pop의 융합은 그녀가 글로벌 아티스트로서 다양한 문화적 정체성을 동시에 수용하고 표현할 수 있는 능력을 갖고 있음을 보여준다.

패션과 시각적 이미지 측면에서도 제니의 솔로 활동은 독특한 정체성 구축 전략을 보여준다. 샤넬의 글로벌 앰버서더로서의 활동과 다양한 럭셔리 브랜드와의 협업은 제니가 음악을 넘어 패션과 라이프스타일 영역에서도 영향력을 행사하는 멀티 페르소나를 구축하고 있음을 의미한다. 이는 현대 K-Pop 아이돌이 단순한 가수나 퍼포머의 역할을 넘어 종합적인 문화 아이콘이자 브랜드로 기능해야 함을 보여주는 사례이다.

제니의 솔로 활동은 또한 K-Pop 산업에서 여성 아이돌의 주체성과 자율성 확장에 중요한 의미를 갖는다. 전통적으로 K-Pop 여성 아이돌은 순수하고 친근한 이미지를 유지하며 기획사의 관리 하에 활동하는 것이 일반적이었으나, 제니는 독립 레이블 설립과 글로벌 파트너십을 통해 자신의 예술적 방향성과 사업적 결정을 주도적으로 이끌어가고 있다. 이는 여성 K-Pop 아이돌이 수동적 객체가 아닌 능동적 주체로서 자신의 커리어를 설계하고 발전시킬 수 있음을 보여주는 중요한 선례가 되고 있다.

2. 멀티 페르소나(Multi-Persona)와 K-Pop

1) 멀티 페르소나의 이해

멀티 페르소나(Multi-Persona)는 한 개인이 다양한 사회적 맥락과 환경에 따라 여러 가지 자아를 형성하고 표현하는 현상을 지칭하는 개념이다(Kim, 2021). ‘페르소나(persona)’라는 용어는 고대 그리스 어에서 배우들이 착용했던 가면을 의미하는 단어에서 유래했으며(Cong & Jun, 2017), 스위스의 정신분석학자 칼 융(Carl Jung)이 개인이 외부 세계와 소통하기 위해 취하는 사회적 가면으로 개념화했다(Jung, Adler & Hull, 2014). 융은 페르소나를 집단적 무의식에 뿌리를 둔 원형(archetype)으로 보았으며, 개인이 사회적 기대와 요구에 부응하기 위해 취하는 외적 성격으로 정의했다(Jung, 2014).

디지털 시대에 들어 멀티 페르소나 개념은 더욱 복잡하고 다층적으로 확장되었다. MIT의 심리학자이자 사회학자인 셰리 터클(Sherry Turkle)은 1995년 저서 “Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet”에서 디지털 환경이 개인에게 ‘정체성의 실험실’을 제공하며, 여러 버전의 자아를 탐색하고 구현할 기회를 제공한다고 주장했다. 터클은 이러한 다중적 정체성이 정신병리학적 현상이 아니라, 포스트모던 시대에 자아를 표현하는 자연스러운 방식이라고 보았다.

융(Carl Jung)에 따르면 페르소나는 ‘사회적 가면’으로, 의식적으로 취하는 공적 이미지를 의미하는 반면, 정체성은 더 고정적이고 본질적인 자아 개념이다. K-Pop 아이돌의 경우 그룹 활동, 솔로 아티스트, 패션 아이콘 등 여러 역할을 상황에 맞게 전략적으로 오가며 표현하는데, 이러한 의도적이고 퍼포먼스적인 자아 표현 방식은 ‘페르소나’로 설명하는 게 더 적절하다고 판단된다.

터클은 ‘멀티 페르소나’의 특징을 다음과 같이 정리한 바 있다.

첫째, 자아의 유동성(Fluidity of Self)이다. 이는 개인의 정체성이 고정된 것이 아니라 상황과 맥락에 따라 변화하고 적응할 수 있는 능력을 의미한다. 터클은 디지털 환경에서 정체성은 더 이상 단일하고 불변하는 것이 아니라, 끊임없이 재구성되고 재협상되는 과정적 존재라고 주장했다.

대표적인 사례로 방송인 유재석의 다양한 페르소나를 들 수 있다. 그는 프로그램에 따라 ‘국민 MC’로서의 안정적이고 신뢰감 있는 페르소나, ‘유 퀴즈 온 더 블럭’에서의 따뜻하고 공감적인 청취자로서의 페르소나, ‘놀면 뭐하니’의 ‘유플래쉬’나 ‘유산슬’과 같은 실험적이고 유희적인 페르소나 등 다양한 자아를 유동적으로 오가며 표현한다. 이러한 유동적 정체성은 그가 20년 이상 방송계에서 입지를 유지하는 데 중요한 요소로 작용했다(한국아이닷컴, 2024.08.22). 또 다른 사례로 가수 아이유는 데뷔 초기 ‘국민 여동생’이라는 귀엽고 순수한 페르소나에서 출발해, ‘스물셋’에서는 성인 여성으로의 전환을 표현했고, ‘팔레트’ 앨범에서는 아티스트로서의 페르소나를, ‘삐삐’와 ‘블루밍’에서는 독립적이고 주체적인 여성으로서의 페르소나를 구축했다. 이러한 자아의 유동성은 아이유가 시대와 자신의 성장에 맞춰 정체성을 지속적으로 재구성하는 과정을 보여준다.

둘째, 병렬적 정체성(Parallel Identities)이다. 이는 여러 정체성이 상호 배타적이지 않고 동시에 존재하며, 각각이 개인의 다양한 측면을 표현한다는 개념이다. 이러한 병렬적 정체성은 특히 디지털 환경에서 두드러지는데, 개인이 여러 플랫폼에서 서로 다른 페르소나를 동시에 운영하는 현상으로 표출되곤 한다.

배우 이동욱은 드라마에서는 로맨틱 코미디의 남자 주인공으로서의 페르소나, 영화에서는 다크하고 복잡한 캐릭터의 페르소나, 버라이어티 프로그램 ‘집사부일체’에서는 엉뚱하고 유머러스한 페르소나, 소셜 미디어에서는 일상적이고 친근한 페르소나를 병렬적으로 구축하고 있다. 이러한 다양한 페르소나

들은 서로 충돌하지 않고 공존하며, 이동욱이라는 개인의 다층적 정체성을 구성한다. 하이브(Hive)의 방시혁 의장은 프로듀서로서의 음악적 페르소나, 경영자로서의 비즈니스 페르소나, 인터뷰와 강연에서 드러나는 지식인으로서의 페르소나를 병렬적으로 유지하고 있다(김철, 2022). 각각의 페르소나는 서로 다른 맥락과 청중을 대상으로 하지만, 궁극적으로는 방시혁이라는 개인의 다양한 역할과 관심사를 표현하는 통로로 기능한다.

셋째, 사회적 실험(Social Experimentation)이다. 이는 개인이 다양한 페르소나를 통해 현실에서는 쉽게 시도하기 어려운 정체성과 행동, 표현 방식을 안전하게 실험해 볼 수 있는 기회를 의미한다. 터클은 이러한 사회적 실험이 자기 이해와 발전의 중요한 과정이 될 수 있다고 주장했다.

배우 하정우의 사례를 살펴보면, 그는 배우로서의 정체성 외에도 화가 '언더커버(UNDER COVER)'라는 페르소나를 통해 예술적 실험을 진행했다(뉴스핌, 2024.10.16). 처음에는 자신의 실명을 사용하지 않고 활동하며 배우로서의 이미지와 분리된 예술가로서의 정체성을 실험했다. 이는 하정우가 대중의 시선과 기대에서 벗어나 순수하게 예술적 표현을 실험해볼 수 있는 안전한 공간을 제공했다.

넷째, 멀티플레이 자아(Multiplayed Self)이다. 이는 개인이 여러 '창문' 또는 플랫폼을 통해 동시에 다른 환경과 상호작용하며, 각 상황에 적합한 페르소나를 발현하는 능력을 의미한다.

이효리는 가수로서의 화려하고 카리스마 넘치는 페르소나, 예능 프로그램 '효리네 민박'에서의 일상적이고 자연스러운 페르소나, 소셜 미디어에서의 사회적 이슈에 목소리를 내는 활동가로서의 페르소나, 그리고 요가 강사로서의 영적이고 내면적인 페르소나를 다양한 플랫폼에서 동시에 표현한다. 이러한 멀티플레이 자아는 이효리가 20년 이상 대중문화계에서 영향력을 유지하며 다양한 세대와 소통하는데 중요한 역할을 했다. 가수 겸 배우 수지는 가수

로서의 페르소나, 배우로서의 페르소나, 패션모델로서의 페르소나, 그리고 자선 활동가로서의 페르소나를 다양한 미디어와 플랫폼에서 동시에 운영한다. 특히 수지는 각 역할에 맞는 이미지와 커뮤니케이션 방식을 효과적으로 활용하며, 하나의 페르소나가 다른 페르소나에 부정적 영향을 미치지 않도록 균형을 유지한다.

다섯째, 정체성 순환(Identity Cycling)이다. 이는 개인이 다양한 페르소나 사이를 의식적으로 오가며, 각 맥락에 맞는 자아를 전략적으로 표현하는 과정을 의미한다. 정체성 순환은 특히 연예인과 같은 공적 인물들이 다양한 역할과 상황에 적응하며 자신의 이미지를 관리하는 방식에서 두드러진다. 병렬적 정체성이 여러 페르소나가 동시에 존재하면서 각각이 독립적으로 기능하는 상태를 의미한다면, 정체성 순환은 시간적 차원에서 이들 페르소나 간의 전환과 이동에 초점을 맞춘다. 즉, 병렬적 정체성이 '공존'의 개념이라면, 정체성 순환은 '전환'의 개념이다. 또한 멀티플레이 자아가 여러 플랫폼에서 동시에 다른 페르소나를 발현하는 공간적 다중성을 강조한다면, 정체성 순환은 한 개인이 시간과 상황의 흐름에 따라 의식적으로 페르소나를 선택하고 변화시키는 시간적 흐름과 전략적 선택 과정을 중시한다.

영화계에서 정체성 순환의 흥미로운 사례는 감독-배우 콜라보레이션을 통해 나타난다. 봉준호 감독과 송강호 배우의 경우, 『살인의 추억』(2003)에서는 무능하고 코믹한 형사 박두만으로, 『괴물』(2006)에서는 딸을 구하려는 절박한 아버지 박강두로, 『기생충』(2019)에서는 교활하고 계산적인 기택으로 완전히 다른 페르소나를 순환적으로 구현했다(이상용, 2019). 이는 단순히 배우의 연기력을 넘어, 감독의 연출 의도와 배우의 정체성 해석이 결합되어 만들어낸 전략적 페르소나 순환의 결과이다. 마찬가지로 박찬욱 감독 작품에서 송강호는 『JSA 공동경비구역』(2000)의 순수한 병사 오경필에서 『괴물』과는 전혀 다른 캐릭터를 보여주며, 감독의 필모그래피 안에서도 다

양한 정체성을 순환한다(박찬욱, 2020). 이러한 사례들이 보여주는 정체성 순환의 핵심은 단순한 역할 변화가 아닌, 창작자(감독)와 수행자(배우)가 공동으로 구축하는 전략적 정체성 설계 과정이다.

<표 2> 페르소나 유형

페르소나 유형	내용
자아의 유동성 (Fluidity of Self)	개인의 정체성이 고정된 것이 아니라 상황과 맥락에 따라 변화하고 적응할 수 있는 능력
병렬적 정체성 (Parallel Identities)	여러 정체성이 상호 배타적이지 않고 동시에 존재하며, 각각이 개인의 다양한 측면을 표현
사회적 실험 (Social Experimentation)	다양한 페르소나를 통해 현실에서는 시도하기 어려운 정체성과 행동, 표현 방식을 안전하게 실험할 기회
멀티플레이드 자아 (Multiplayed Self)	개인이 여러 '창문' 또는 플랫폼을 통해 해 동시에 다른 환경과 상호작용을 하며, 각 상황에 적합한 페르소나를 발현하는 능력
정체성 순환 (Identity Cycling)	시간과 상황의 흐름에 따라 개인이 다양한 페르소나 사이를 의식적으로 오가며, 각 맥락에 맞는 자아를 전략적으로 표현하는 과정

2) K-Pop 멀티 페르소나의 특징

K-Pop과 멀티 페르소나는 본질적으로 깊은 연관성을 가지고 있다. K-Pop 아이들은 데뷔 과정부터 다양한 페르소나를 의도적으로 구축하고 전략적으로 활용하도록 훈련받는다. 우선 그룹 내에서 '메인 보컬', '리드 댄서', '비주얼(visual)', '래퍼' 등 특정 역할에 맞는 페르소나가 부여되며, 동시에 '귀여운 막내', '카리스마 있는 리더', '섹시한 멤버' 등 그룹 내 포지셔닝에 따른 페르소나도 형성된다. 이러한 역할 분담은 단순한 기능적 구분을 넘어 각 멤버의

고유한 캐릭터와 브랜드 아이덴티티를 형성하는 기초가 되며, 팬들이 개별 멤버에게 감정적 애착을 형성하는 중요한 매개체로 작용한다.

K-Pop 아이들의 멀티 페르소나 구축에서 주목할 점은 이러한 정체성들이 고정되어 있지 않고 지속적으로 진화하고 재구성된다는 것이다. 초기 데뷔 시의 페르소나는 시간이 지남에 따라 멤버의 개인적 성장, 음악적 발전, 팬덤의 반응, 시장의 변화 등에 따라 자연스럽게 변화하고 확장된다. 예를 들어, 데뷔 초기 '귀여운 막내' 이미지로 시작한 멤버가 그룹의 성장과 함께 '성숙한 아티스트'나 '카리스마 있는 퍼포머'로 페르소나를 발전시키는 경우가 흔히 관찰된다. 이는 K-Pop 아이들의 정체성이 정적인 것이 아니라 동적이고 진화하는 특성을 갖고 있음을 보여준다.

또한 K-Pop 아이들은 음악 활동을 넘어 예능, 연기, 패션, SNS 활동 등 다양한 영역에서 활동하며 상황별로 다른 페르소나를 보여준다. 음악 방송에서는 완벽한 퍼포머로, 예능 프로그램에서는 유머러스하고 친근한 연예인으로, 드라마나 영화에서는 몰입도 높은 배우로, 패션쇼에서는 세련된 모델로 각기 다른 정체성을 자연스럽게 전환한다. 이러한 다영역 활동은 아이들이 단일한 정체성에 국한되지 않고 다면적인 재능과 매력을 발휘할 수 있는 기회를 제공하며, 동시에 다양한 청중층과 접점을 형성하는 전략적 효과를 갖는다.

특히 컴백 때마다 새로운 콘셉트를 선보이는 K-Pop의 특성상, 아이들은 앨범마다 변화하는 페르소나를 자연스럽게 체화하고 표현하는 능력이 요구된다. 한 그룹이 발표하는 앨범들 사이에 나타나는 콘셉트의 변화는 때로 극단적일 정도로 다를 수 있으며, 이는 멤버들이 청순한 소녀에서 성숙한 여성으로, 밝고 에너제틱한 이미지에서 다크하고 신비로운 이미지로 페르소나를 급진적으로 전환해야 함을 의미한다. 이러한 변화는 단순히 외적인 이미지 변화에 그치지 않고, 음성 톤, 표정, 몸짓, 무대 매너

등 퍼포먼스의 모든 요소에서 일관된 변화를 요구하며, 이는 K-Pop 아이돌들이 고도로 숙련된 페르소나 연출자임을 보여준다.

그룹 활동과 솔로 활동을 병행하는 아이돌의 경우, 멀티 페르소나의 양상은 더욱 복잡해진다. 그룹의 일원으로서 공유된 정체성을 유지하면서도, 솔로 아티스트로서 차별화된 개인 페르소나를 구축해야 하는 이중적 과제를 안게 된다. 이는 종종 긴장과 갈등을 유발할 수 있는데, 솔로 활동에서 추구하는 개인적 정체성이 그룹의 전체적 이미지와 상충할 가능성이 있기 때문이다. 그러나 성공적인 사례들을 보면, 이러한 이중성을 창의적으로 활용하여 그룹과 개인 활동이 상호 시너지를 창출하는 경우가 많다. 그룹에서는 보여주지 못했던 개인적 매력을 솔로 활동을 통해 발견하고, 이것이 다시 그룹 활동에 새로운 차원을 더하는 선순환 구조를 만들어낸다.

이러한 전략은 아이돌의 장기적 커리어 구축에 필수적이며, 다양한 팬층과 효과적으로 소통하고 글로벌 시장에서 경쟁력을 유지하는 데 중요한 역할을 한다. K-Pop의 글로벌화가 가속화되면서, 아이돌들은 국내 팬덤 뿐만 아니라 다양한 문화적 배경을 가진 해외 팬들과도 소통해야 하는 상황에 직면했다. 이는 단일한 페르소나로는 해결하기 어려운 과제로, 각기 다른 문화권의 팬들이 기대하고 선호하는 이미지와 특성을 이해하고 이에 맞는 페르소나를 개발하는 능력이 중요해졌다. 예를 들어, 동아시아 팬들에게는 친근하고 겸손한 이미지를, 서구 팬들에게는 자신감 있고 독립적인 이미지를 각각 강조하는 방식으로 지역별 맞춤형 페르소나를 구사하는 것이다.

특히 소셜 미디어의 발달로 K-Pop 아이돌은 공식 활동 외에도 다양한 플랫폼을 통해 '일상적 자아'를 보여주며 팬들과 직접 소통한다. 인스타그램, 트위터, 틱톡, 위버스 등 각기 다른 특성을 가진 플랫폼에서 아이돌들은 서로 다른 면모를 보여준다. 인스타그램에서는 세련되고 예술적인 이미지를, 트

위터에서는 솔직하고 일상적인 모습을, 틱톡에서는 재미있고 트렌디한 콘텐츠를 각각 선보이며, 이는 하나의 인물이 얼마나 다양한 페르소나를 동시에 관리할 수 있는지를 보여주는 사례이다. 이러한 소셜 미디어 활용은 팬들에게 아이돌의 '진짜 모습'을 보여준다는 인상을 주지만, 실제로는 매우 정교하게 관리되고 연출된 페르소나의 한 형태이다.

이는 '관리된 진정성(Managed Authenticity)'이라는 또 다른 형태의 페르소나를 구축하는 과정으로, K-Pop 산업이 멀티 페르소나 전략을 얼마나 정교하게 활용하고 있는지 보여준다. 관리된 진정성은 현대 미디어 환경에서 나타나는 독특한 현상으로, 진정성을 추구하는 것 자체가 하나의 전략적 페르소나가 되는 역설적 상황을 의미한다. K-Pop 아이돌들은 '자연스러워 보이기 위해' 의도적으로 노력하며, '진솔한 모습'을 보여주기 위해 신중하게 계획된 콘텐츠를 제작한다. 이는 단순한 모순이 아니라, 현대 대중문화에서 진정성과 연출성이 복합적으로 작용하는 방식을 보여주는 중요한 사례이다.

K-Pop 멀티 페르소나의 또 다른 특징은 집단성과 개별성의 균형이다. 그룹 차원에서는 통일된 브랜드 이미지와 콘셉트를 유지해야 하지만, 동시에 각 멤버의 개별적 매력과 특성도 부각시켜야 한다. 이는 고도의 전략적 기획과 조율을 요구하는 과제로, 그룹의 전체적 조화를 해치지 않으면서도 개별 멤버들의 고유한 개성을 최대한 발휘시키는 섬세한 균형감이 필요하다. 성공적인 K-Pop 그룹들은 이러한 균형을 통해 그룹으로서의 시너지와 개별 멤버로서의 스타성을 동시에 구현해낸다.

더 나아가, K-Pop 아이돌의 멀티 페르소나는 단순한 이미지 관리를 넘어 아이덴티티 형성과 자아 실현의 수단으로 기능하기도 한다. 많은 아이돌들이 데뷔 당시에는 기획사가 설정한 페르소나를 수동적으로 수행하지만, 경력이 쌓이고 자신감이 생기면서 점차 주체적으로 자신의 정체성을 탐색하고 구축해 나간다.

이 과정에서 초기의 수동적 페르소나는 능동적이고 자기주도적인 정체성으로 진화하며, 이는 아이돌 개인의 성장뿐만 아니라 K-Pop 산업 전체의 성숙도를 보여주는 지표이기도 하다.

3. 셰익스피어의 연극적 세계관

1) 셰익스피어 연극에서의 정체성과 수행성

셰익스피어의 연극적 세계관은 현대 정체성 이론의 중요한 출발점 중 하나로 인정받고 있다. 특히 『뜻대로 하세요(As You Like It)』에서 제시된 “All the world’s a stage, And all the men and women merely players”(온 세상은 무대일 뿐이고, 모든 사람은 단지 연극을 할 뿐이다)라는 유명한 구절은 인간 정체성의 연극적 특성을 예견한 철학적 통찰로 평가된다(Shakespeare, 1623; Greenblatt, 2004). 이러한 관점은 정체성이 본질적이고 고정된 것이 아니라 상황과 맥락에 따라 연출되고 수행되는 것임을 시사한다.

셰익스피어의 연극에서 등장인물들은 종종 다중적 정체성을 보여준다. 『뜻대로 하세요』의 주인공 로잘린드(Rosalind)는 남성 가니미드(Ganymede)로 변장하며 성별의 경계를 넘나들고, 『십이야(Twelfth Night)』의 비올라(Viola)는 세바스찬(Sebastian)으로 가장하며 새로운 정체성을 창조한다(Orgel, 1996). 이러한 성별 횡단(cross-dressing)과 정체성 변장은 단순한 극적 장치를 넘어, 정체성 자체가 의상과 연기를 통해 구성될 수 있음을 보여주는 메타연극적 장치로 기능한다(Howard, 1988).

특히 『뜻대로 하세요』에서 로잘린드의 정체성 변화 과정은 현대 젠더 이론의 선구적 사례로 평가된다. 그녀는 여성 로잘린드에서 남성 가니미드로, 다시 가니미드가 연기하는 여성 로잘린드로 변화하며 젠더의 구성적 특성을 드러낸다(Traub, 1992). 이러한 삼중적 정체성 구조는 젠더가 생물학적 본질이

아닌 사회적 구성물임을 시사하며, 주디스 버틀러(Judith Butler)의 젠더 수행성 이론의 역사적 전조로 해석된다(Butler, 1990).

셰익스피어 연극의 또 다른 중요한 특징은 메타연극성(metatheatricality)이다. 등장인물들이 자신이 연극을 하고 있음을 인식하고 언급하는 메타연극적 순간들은 현실과 연극, 진실한 자아와 연출된 자아 사이의 경계를 흐린다(Calderwood, 1971). 『햄릿(Hamlet)』에서 “연극 속의 연극(play within a play)” 구조나, 『템페스트(The Tempest)』에서 프로스페로가 자신의 마법을 연극에 비유하는 장면들은 모든 인간의 행위가 어떤 의미에서 연극적 수행임을 암시한다(Maus, 1995).

2) 디지털 시대와 셰익스피어적 정체성

셰익스피어의 연극적 세계관에서 정체성은 사회적 역할(social role)과 밀접하게 연결된다. 『리어왕(King Lear)』에서 에드가(Edgar)가 가난한 톰(Poor Tom)으로 변장하는 과정이나, 『헨리 4세(Henry IV)』에서 할 왕자(Prince Hal)가 방탕한 젊은이에서 위엄 있는 왕으로 변모하는 과정은 정체성이 사회적 맥락과 기대에 따라 재구성될 수 있음을 보여준다(Dollimore, 1984). 이러한 관점은 어빙 고프만(Erving Goffman)의 역할 이론과 사회적 연출 개념의 역사적 근거를 제공한다.

셰익스피어가 제시하는 정체성의 유동성은 특히 사회적 계급과 지위의 변화를 통해 드러난다. 『베니스의 상인(The Merchant of Venice)』에서 포샤(Portia)는 법관으로 변장하여 남성 중심 사회에서 여성이 접근할 수 없는 권력을 행사하며, 이는 정체성이 사회적 제약을 극복하는 전략적 도구가 될 수 있음을 시사한다(Shapiro, 1996). 이러한 전략적 정체성 구성은 현대 K-Pop 아이돌들이 다양한 페르소나를 통해 서로 다른 시장과 팬덤에 접근하는 방식과 유사한 패턴을 보인다.

셰익스피어 연극에서 또 다른 주목할 점은 언어와 정체성의 관계이다. 등장인물들은 상황에 따라 서로 다른 언어적 스타일을 사용하며, 이를 통해 정체성을 전환한다. 『헨리 5세(Henry V)』에서 헨리 왕이 병사들과 대화할 때는 평민의 언어를, 프랑스 공주와 구애할 때는 궁정의 언어를 사용하는 것은 언어가 정체성 구성의 핵심 도구임을 보여준다(Blank, 2006). 이는 현대 글로벌 아티스트들이 다국어 활용하여 다양한 문화권에서 정체성을 구축하는 전략과 연결된다.

현대 디지털 환경에서 셰익스피어의 연극적 세계관은 새로운 의미를 획득한다. 소셜 미디어와 다양한 디지털 플랫폼은 개인에게 무수한 '무대'를 제공하며, 사용자들은 각 플랫폼의 특성과 청중에 맞춰 서로 다른 페르소나를 연출한다(boyd, 2011). 이는 셰익스피어가 제시한 "온 세상은 무대"라는 은유가 디지털 시대에 더욱 현실적이고 구체적인 의미를 갖게 되었음을 보여준다.

특히 K-Pop 아이돌들의 정체성 구축 과정은 셰익스피어적 연극성의 현대적 구현으로 해석할 수 있다. 아이돌들은 무대에서는 완벽한 퍼포머로, 예능에서는 친근한 연예인으로, 소셜 미디어에서는 진솔한 개인으로 다양한 '역할'을 연기하며, 이는 셰익스피어 등장인물들의 다중적 정체성 구성과 유사한 패턴을 보인다(Jenkins, 2006).

셰리 터클(Sherry Turkle)의 멀티 페르소나 이론은 이러한 셰익스피어적 전통을 디지털 환경으로 확장한 것으로 볼 수 있다(Turkle, 1995). 터클이 제시한 '정체성의 실험실'로서의 온라인 공간은 셰익스피어의 아덴 숲(Forest of Arden)과 같은 변신과 실험이 가능한 공간의 현대적 버전이다. 두 공간 모두 일상적 사회 규범에서 벗어나 새로운 정체성을 자유롭게 탐색할 수 있는 '리미널(liminal)' 공간으로 기능한다는 점에서 공통점을 갖는다.

III. 연구 방법 및 분석

1. 연구 방법

본 연구는 블랙핑크 제니의 첫 솔로 정규 앨범 'Ruby'를 중심으로 그녀의 멀티 페르소나 전략을 분석하기 위해 질적 연구 방법론의 하나인 내용분석(content analysis) 방법을 활용한다. 내용분석은 텍스트, 이미지, 영상 등 다양한 미디어 콘텐츠에 담긴 메시지와 의미를 체계적으로 분석하는 방법으로, 대중문화 콘텐츠의 맥락과 상징을 해석하는 데 적합하다(Drisko & Maschi 2016).

연구 진행 과정은 다음과 같다. 첫째, 'Ruby' 앨범 관련 텍스트들을 포괄적으로 수집한다. 분석 대상이 된 텍스트는 크게 다섯 가지 범주로 구분된다. 음악적 텍스트로는 'Ruby' 앨범에 수록된 총 15개 트랙('like JENNIE', 'Handlebars (feat. Dua Lipa)', 'ZEN', 'Love Hangover (feat. Dominic Fike)', 'ExtraL (feat. Doechii)', 'Mantra', 'Damn Right (feat. Childish Gambino, Kali Uchis)', 'Filter', 'with the IE (way up)', 'Seoul City', 'twin', 'Starlight', 'F.T.S.', 'Memories', 'Sleepless Night')의 가사 전문과 각 곡의 멜로디, 리듬, 편곡 등 음악적 구성 요소들을 포함한다. 시각적 텍스트로는 타이틀곡 'like JENNIE'의 뮤직비디오와 'ZEN', 'Love Hangover', 'ExtraL' 등 수록곡들의 뮤직비디오, Zen 버전과 Jane 버전으로 구성된 앨범 포토북의 콘셉트 사진들, 앨범 발매 전 공개된 티저 이미지와 영상, 'The Ruby Experience' 콘서트의 무대 영상과 퍼포먼스 영상들을 분석했다. 언어적 텍스트로는 앨범 발매 전후 진행된 제니의 인터뷰 내용들(Rolling Stone, Billboard, Vogue 등 해외 매체 인터뷰와 국내 주요 언론사 인터뷰), 앨범 소개를 위한 공식 보도자료, 제니의 개인 소셜 미디어(인스타그램, 트위터) 게시물과 캡션들, OA 레이블의 공식 발표문들을 포함했다. 수용과 반응 텍스트로는

앨범 발매 후 국내외 주요 음악 전문 매체의 리뷰와 평가(Pitchfork, NME, 한국 음악 전문지 등), 팬덤의 소셜 미디어 반응과 해석, 음악 차트 성과와 스트리밍 데이터, 뮤직비디오 조회 수와 댓글 분석을 포함했다.

둘째, 수집된 자료를 반복적으로 검토하며 멀티 페르소나의 다섯 가지 핵심 개념(자아의 유동성, 병렬적 정체성, 사회적 실험, 멀티플레이 자아, 정체성 순환)과 관련된 표현, 이미지, 상징 등을 식별한다. 이 과정에서 각 텍스트를 최소 3회 이상 반복 검토하며, 개념별로 관련 요소들을 추출하고 분류했다. 특히 가사에서는 정체성과 관련된 직접적 표현("Special edition and your AI couldn't copy", "바비가 처키가 되기 전에" 등)와 은유적 표현들을 중심으로 분석했으며, 시각적 요소에서는 색상, 의상, 세트 디자인, 카메라 앵글 등의 상징적 의미를 해석했다.

셋째, 식별된 사례들을 개념별로 분류하고 코딩한다. 각 멀티 페르소나 개념에 대해 하위 코드를 설정하여 세분화된 분석을 진행했다. 예를 들어 '자아의 유동성'의 경우 '고정 이미지 탈피', '장르적 경계 넘나들기', '문화적 변신' 등의 하위 코드로, '병렬적 정체성'의 경우 '동시적 페르소나 공존', '상충하지 않는 다중성', '통합적 브랜딩' 등의 하위 코드로 분류했다.

넷째, 코딩된 데이터를 바탕으로 제니의 멀티 페르소나 전략의 패턴과 특성을 분석한다. 각 개념별로 나타나는 빈도와 강도를 측정하고, 개념 간의 상호 연관성과 통합적 작용 방식을 파악했다. 또한 시간적 순서에 따른 전략의 변화와 발전 양상을 추적했다.

마지막으로, 분석 결과를 종합하여 연구문제에 대한 해석과 결론을 도출한다. 터클(Turkle)의 멀티 페르소나 이론과 셰익스피어의 연극적 세계관을 바탕으로 제니의 정체성 구축 전략이 갖는 이론적, 실천적 의미를 해석하고, K-Pop 산업과 현대 대중문

화에 미치는 함의를 도출했다.

2. 연구 대상

제니(본명 김제니)는 2016년 8월 8일 YG엔터테인먼트 소속 걸그룹 블랙핑크의 멤버로 데뷔한 가수이자 래퍼로, 그룹 내에서 메인 래퍼와 리드 보컬을 담당하며 독특한 카리스마와 무대 장악력으로 주목받았다(YTN, 2018.07.01). 블랙핑크의 글로벌 성공 과정에서 중추적 역할을 담당했으며, 특히 빌보드 200 차트 2위('THE ALBUM')와 1위('BORN PINK')라는 K-pop 걸그룹 최초 기록 달성에 일조했다(한경, 2020.10.12).

제니는 2018년 11월 'SOLO'로 블랙핑크 멤버 중 최초로 솔로 데뷔했으며, K-pop 여성 솔로 아티스트 중 최초로 유튜브 조회수 10억 뷰를 달성했다(연합뉴스, 2023.05.21). 2023년 8월 블랙핑크의 그룹 계약약 과정에서 개인 활동에 대해서는 별도 계약을 체결했으며(연합뉴스, 2023.12.06), 같은 해 12월 독립 레이블 'OA'를 설립했다.

2024년 9월 컬럼비아 레코드와의 협업을 발표 후, 'Mantra'(2024.10), 'Love Hangover'(2025.1), 'ExtraL'(2025.2)을 순차 발표했다. 첫 솔로 정규 앨범 'Ruby'는 2025년 3월 발매되었으며, 총 15개 트랙으로 구성되어 두아 리파(Dua Lipa), 차일디쉬 감비노(Childish Gambino), 도미닉 파이크(Dominic Fike), 도이치(Doechii), FKJ 등 세계적 아티스트들과의 협업으로 주목받았다(Hypebeast, 2025.02.19).

'Ruby' 앨범은 K-pop의 전통적 틀을 넘어 글로벌 팝 시장을 겨냥한 전략적 접근으로 평가받으며, 제니가 블랙핑크 멤버에서 독립적인 글로벌 아티스트로 발돋움하는 중요한 전환점으로 인정받고 있다(연합뉴스, 2025.03.07).

3. 연구 문제

본 연구는 블랙핑크(BLACK PINK) 제니의 첫 솔로 정규 앨범 'Ruby'를 중심으로 그의 멀티 페르소나 전략과 정체성 재구성 과정을 분석하고자 한다. 구체적으로는 터클(Turkle)의 멀티 페르소나 이론을 토대로 제니가 어떻게 그룹 멤버로서의 정체성과 솔로 아티스트로서의 정체성을 조화롭게 구축하고 표현하는지 살펴보고자 하며, 연구문제는 다음과 같다.

<표 3> 연구문제

구분	연구문제
자아의 유동성 (Fluidity of Self)	제니는 'Ruby' 앨범을 통해 블랙핑크 멤버로서의 고정된 정체성에서 벗어나 솔로 아티스트로서 어떻게 유동적인 자아를 구축하는가?
병렬적 정체성 (Parallel Identities)	'Ruby' 앨범에서 제니는 K-Pop 아이돌, 글로벌 팝스타, 패션 아이콘 등 다양한 정체성을 어떻게 동시적으로 구현하고 있는가?
사회적 실험 (Social Experimentation)	제니는 'Ruby' 앨범을 통해 블랙핑크 활동에서는 시도하지 못했던 어떤 음악적, 시각적, 정체성적 실험을 수행하고 있는가?
멀티플레이 자아 (Multiplayed Self)	제니는 'Ruby' 앨범의 다양한 트랙과 콘텐츠를 통해 어떻게 여러 자아를 동시에 표현하고 상호작용시키는가?
정체성 순환 (Identity Cycling)	제니는 'Ruby' 앨범의 프로모션 과정에서 어떻게 다양한 페르소나 사이를 전략적으로 순환하며 맥락에 맞는 정체성을 표현하는가?

4. 분석 결과

1) 자아의 유동성(Fluidity of Self)

제니의 'Ruby' 앨범에서는 자아의 유동성이 다양한 방식으로 표현되고 있는데, 이는 그녀가 블랙핑크의 멤버라는 집단적 정체성에서 벗어나 독립적인 솔로 아티스트로서 자신의 정체성을 재구성하는 과정을 보여준다.

'Ruby' 앨범의 콘셉트 자체가 셰익스피어의 희곡 'As You Like It(뜻대로 하세요)'에서 영감을 받았다는 점은 매우 중요한 의미를 지닌다(연합뉴스, 2025.03.07).³⁾ 제니는 이 앨범을 통해 자신의 정체성이 K-Pop 아이돌이라는 단일한 범주에 한정되지 않으며, 다양한 음악적, 문화적, 예술적 맥락에서 유동적으로 변화할 수 있음을 증명하고 있다. 이는 K-Pop 산업에서 흔히 볼 수 있는 표준화된 아이돌 이미지에 대한 도전이자, 자신만의 독특한 정체성을 주장하는 방식이다. 또한 "바비가 처키가 되기 전에"라는 한국어 가사는 귀여운 인형(바비)이 공포영화의 캐릭터(처키)로 급변할 수 있는 가능성을 암시하면서, 여성 아이돌에게 기대되는 '귀여움'이나 '순수함'의 이미지를 거부하고 보다 복잡적이고 다면적인 정체성을 표현하려는 시도로 해석된다.

앨범에 수록된 'Filter'라는 곡에서는 "With no filter, uncensored when I take it all off"(필터 없이, 모든 걸 벗어던질 때 검열 없이)라는 가사를 통해 진정한 자아를 표현하고자 하는 욕망을 드러낸다. 여기서 '필터'는 사회적 기대나 산업적 요구에 따라 자신의 정체성을 가공하거나 제한하는 메커니즘을 상징하며, 이를 벗어던지는 행위는 자아의 유

3) 특히 "All the world's a stage, And all the men and women merely players"(온 세상은 무대일 뿐이고, 모든 사람은 단지 연극을 할 뿐이다)라는 구절은 정체성이 상황과 맥락에 따라 수행되는 연극적 행위라는 터클의 관점과 정확히 일치한다. 타이틀곡 'like JENNIE'의 가사에서 "Special edition and your AI couldn't copy"(특별한 에디션이라 네 AI로는 복제 불가능해)라는 표현은 제니의 정체성이 단순히 복제하거나 모방할 수 없는 유동적이고 독창적인 것임을 강조한다.

동성을 회복하고 보다 다면적인 정체성을 추구하는 과정으로 볼 수 있다. 또한 ‘with the IE (way up)’이라는 곡에서 제니는 “I’m hot cold gelato, An angel diablo”(나는 뜨겁고 차가운 젤라토, 천사이자 악마)라는 표현을 통해 상반된 특성들이 공존하는 복합적인 정체성을 표현한다. 이는 K-Pop 아이들에게 흔히 요구되는 단일하고 일관된 이미지를 탈피하려는 시도로, 다양한 감정과 성격적 특성들이 하나의 정체성 안에 유동적으로 공존할 수 있음을 보여준다.

음악적 측면에서도 ‘Ruby’ 앨범은 팝, R&B, 힙합, 일렉트로닉 등 다양한 장르를 넘나들며 제니의 유동적인 음악적 정체성을 보여준다. 특히 전술한 바와 같이 두아 리과 등 다양한 국적과 음악적 배경을 가진 아티스트들과의 협업은 제니가 K-Pop의 경계를 넘어 글로벌 팝 시장에서 자신의 정체성을 확장하고 재구성하려는 시도로 해석할 수 있다 (Shatter the Standards, 2025.03.07).

시각적 표현에서도 자아의 유동성은 뚜렷하게 나타난다. ‘like JENNIE’ 뮤직비디오에서 제니는 다양한 스타일과 룩을 선보이며, 특히 마지막 장면에서 카피바라⁴⁾로 변신하는 모습은 인간과 동물 사이의 경계마저 초월하는 극단적인 자아의 유동성을 시각화한다(Sportskeeda, 2025.03.07). 이러한 카피바라로의 변신은 다양한 음악적, 문화적 맥락과 조화롭게 상호작용할 수 있는 제니의 유동적 정체성을 상징적으로 표현한 것이라 할 수 있다.

앨범의 제목 ‘Ruby’가 제니의 중간 이름(Jennie Ruby Jane)에서 따온 것이라는 점도 주목할 만하다. 이는 제니가 K-Pop 아이돌로서의 공적 페르소나를 넘어, 보다 개인적이고 내밀한 정체성의 측면을 탐색하고 표현하려는 시도로 볼 수 있다. ‘루비’라는 보석이 특유의 붉은색과 단단함으로 알려져 있지만, 동시에 다양한 광물학적 조건에 따라 그 색

상과 특성이 변화한다는 점은 제니의 유동적 자아와 상징적으로 연결된다.

이러한 자아의 유동성은 제니가 OA(오드아플리에)라는 독립 레이블을 설립한 것에도 무관하지 않다. 기존 소속사 YG엔터테인먼트와는 달리, 자신이 설립한 레이블에서는 더 자유롭게 자신의 정체성을 탐색하고 표현할 수 있다. 특히 앨범명 ‘Ruby’와 함께 사용된 붉은 커튼 이미지는 새로운 시작을 알리는 의미로(The Korea Times, 2025.03.16), 제니가 블랙핑크의 멤버라는 기존 정체성에서 벗어나 독립적인 솔로 아티스트로서 자신만의 유동적 정체성을 구축해 나가는 중요한 전환점을 상징한다.

종합하면, 제니의 ‘Ruby’ 앨범에 나타난 자아의 유동성은 K-Pop 아이돌이 어떻게 집단적 정체성의 제약을 넘어 보다 다면적이고 독립적인 정체성을 구축할 수 있는지를 보여주는 사례이다. 이는 단순히 개인적 차원의 변화를 넘어, K-Pop 산업 전반에서 아이돌의 정체성 정치와 자율성에 대한 새로운 가능성을 제시한다는 점에서 의미가 있다.

2) 병렬적 정체성(Parallel Identities)

제니의 ‘Ruby’ 앨범은 병렬적 정체성의 개념을 여러 층위에서 구현하고 있으며, 이를 통해 K-Pop 아이돌이 다양한 정체성을 동시에 표현하고 관리하는 방식을 보여준다.

‘Ruby’ 앨범의 전체적인 구성과 트랙리스트 자체가 병렬적 정체성의 개념을 반영한다. 총 15곡으로 구성된 앨범은 각각의 곡마다 서로 다른 음악적 색채와 정서를 담고 있으며, 이는 제니가 지닌 다양한 정체성의 측면들이 하나의 앨범 안에 병렬적으로 공존하는 양상을 보여준다. 특히 타이틀곡 ‘like JENNIE’에서 “Like like like Jennie Jennie Jennie”라는 가사를 반복함으로써, ‘제니’라는 단일한 이름

4) 카피바라는 제니가 오래전부터 좋아해 온 동물로, 다른 모든 동물들과 친화력이 좋다는 특성을 가지고 있다.

이 실제로는 다양한 정체성과 측면을 포함하는 복합적 개념임을 암시한다.

전술한 바와 같이 앨범 전체를 관통하는 콘셉트가 셰익스피어의 'As You Like It'에서 영감을 받았다는 점도 병렬적 정체성과 연관이 깊다. 이 희곡에서 주인공 로잘린드는 남성으로 변장하고 가명 '가니미드'를 사용하며 두 가지 정체성 사이를 오간다(메일리, 2025.03.14). 'Ruby' 앨범은 제니가 이와 유사하게 K-Pop 아이돌, 힙합 아티스트, 팝스타, 패션 아이콘 등 여러 정체성을 동시에 구현하고 있음을 상징적으로 보여준다.

'Ruby' 앨범에 수록된 다양한 장르의 곡들은 제니의 음악적 정체성이 단일하지 않고 여러 스타일을 병렬적으로 포함하고 있음을 방증한다. 'Mantra'의 힙합 요소, 'ZEN'의 동양적 영성(spirituality), 'Love Hangover'의 감성적 팝, 'ExtraL'의 파워풀한 여성 임파워먼트 등 각 곡은 서로 다른 음악적 정체성을 표현하면서도 하나의 앨범 안에 유기적으로 공존한다(MBC뉴스, 2025.03.15).

병렬적 정체성은 'Ruby' 앨범의 협업 아티스트 선정에서도 두드러진다. 두아 리파, 차일디쉬 감비노 등 서로 다른 국적과 음악적 배경을 가진 아티스트들과의 글로벌 협업은 제니가 'K-Pop 아이돌'이라는 단일 카테고리에 국한되지 않고, 글로벌 팝스타, 힙합 아티스트, 패션 아이콘 등 다양한 정체성을 동시에 구축하고 있음을 시사한다.

병렬적 정체성의 구현을 가장 직접적으로 보여주는 것은 'like JENNIE'의 가사이다. "여러 셀럽들 속에 내 DNA"라는 가사는 제니의 정체성의 요소들이 다른 유명인들과 공유되면서도 동시에 자신만의 고유한 조합을 이루고 있음을 표현한다. 이는 정체성이 완전히 독립적이거나 완전히 모방된 것이 아니라, 다양한 영향과 참조가 병렬적으로 존재하는 복합적 구성물임을 시사한다. "얼말(얼마를) 쥐도 못해 서커스짓"이라는 가사 역시 상업적 요구에 부응하는 페르소나와 자신의 진정성 있는 페르소나

사이의 경계와 병렬성을 드러낸다.

병렬적 정체성은 앨범의 시각적 표현에서도 명확히 나타난다. 'Ruby' 앨범은 Zen 버전과 Jane 버전, 두 가지 포토북 버전으로 발매되었는데, 이는 '젠'과 '제인'이라는 두 가지 페르소나가 병렬적으로 존재함을 시각화한다. 각 버전의 콘셉트 사진과 스타일링은 서로 다른 분위기와 정체성을 표현하면서도, 동일한 앨범 프로젝트의 일부로서 공존한다. 이는 제니가 자신의 다양한 측면과 정체성을 별도의 시각적 세계관으로 구현하면서도, 이들이 상호 연결되고 보완적인 관계를 유지하도록 한다는 전략을 보여준다(최정아, 2024).



출처: 에스24 (2023)

[그림 1] 'Ruby' 앨범 Zen 버전과 Jane 버전

'ZEN' 곡에서 "I am what you think about me"(나는 네가 생각하는 그대로의 나야)라는 가사는 타인의 인식이 만들어내는 정체성과 자기 인식 사이의 복잡한 관계를 드러낸다. 'Starlight' 곡에서는 "You say you see the starlight in me, What about the black mystery, What about the moments you don't see"(네가 말하는 내 안의 별빛, 그런데 어둠 속 미스터리는? 네가 보지 못하는 순간들은?)이라는 가사를 통해 보여지는 자아와 숨겨진 자아가 동시에 존재하는 병렬적 정체성의 양상을 더욱 직접적으로 표현한다.

앨범 프로모션 전략에서도 병렬적 정체성의 활용이 두드러진다. 제니는 'The Ruby Experience' 콘서트 시리즈와 'Rubify' 팝업 스토어, 다양한 미디어 인터뷰, 소셜 미디어 활동 등을 통해 서로 다른 맥락에서 다양한 정체성을 동시에 표현하고 관리한

다. 이는 현대 셀러브리티(celebrity)가 다양한 플랫폼과 미디어에서 병렬적으로 존재하는 정체성을 어떻게 전략적으로 구축하고 활용하는지 보여주는 사례이다.

병렬적 정체성의 관점에서 특히 주목할 점은 제니가 K-Pop 아이돌로서의 정체성과 독립적인 글로벌 아티스트로서의 정체성을 동시에 유지하고 있다는 것이다. 그녀는 블랙핑크의 멤버로서 YG엔터테인먼트와 그룹 활동을 위한 계약을 유지하면서도, 솔로 활동을 위해 OA(오드아틀리에)라는 독립 레이블을 설립했다. 이는 제니가 집단적 정체성과 개인적 정체성을 동시에 관리하며, 두 영역 사이에서 발생할 수 있는 잠재적 긴장과 충돌을 전략적으로 조정하고 있음을 보여준다.

이러한 제니의 사례는 그룹 정체성과 개인 정체성, 로컬 아이돌과 글로벌 아티스트, 상업적 엔터테인먼트와 진지한 뮤지션 등 다양한 정체성이 병렬적으로 공존할 수 있는 새로운 모델을 제시한다.

병렬적 정체성의 관점에서 'Ruby' 앨범이 갖는 또 다른 중요한 의미는 동·서양 문화 사이의 경계를 넘나드는 정체성의 구축이다. 제니는 한국인으로서의 문화적 정체성과 글로벌 팝스타로서의 정체성을 병렬적으로 표현하며, 'ZEN'과 같은 곡에서는 동양 철학적 요소를, 'Mantra'와 같은 곡에서는 서구 힙합 문화의 요소를 동시에 녹여낸다(인문학의 숲 유튜브, 2025.03.10).

무엇보다 'Ruby' 앨범이 보여주는 병렬적 정체성의 전략은 디지털 시대의 정체성 정치와 깊이 연결된다. 소셜 미디어와 디지털 플랫폼이 발달한 현대 사회에서, 개인은 다양한 온라인 공간과 커뮤니티에서 서로 다른 정체성을 병렬적으로 구축하고 관리하게 된다. 제니의 'Ruby' 앨범은 이러한 현대적 정체성 구성의 양상을 예술적으로 구현한 사례로, K-Pop 아이돌이 어떻게 디지털 환경에서 병렬적 정체성을 전략적으로 활용하는지 보여준다.

요약하면, 제니의 'Ruby' 앨범에서 나타나는 병

렬적 정체성은 단순히 예술적 표현을 넘어 현대 셀러브리티 문화와 K-Pop 산업의 변화를 반영한다. 그룹 정체성과 개인 정체성, 로컬과 글로벌, 상업성과 예술성, 전통과 혁신 등 다양한 영역과 가치들이 상호 배타적이지 않고 동시에 공존할 수 있음을 보여줌으로써, 제니는 K-Pop 아이돌의 정체성 구축에 새로운 가능성과 방향성을 제시하고 있다.

3) 사회적 실험(Social Experimentation)

제니의 'Ruby' 앨범은 사회적 실험의 장으로 기능하며, 그녀가 K-Pop 아이돌로서의 기존 틀을 벗어나 새로운 예술적, 사회적, 문화적 정체성을 실험하는 과정을 보여준다.

'Ruby' 앨범의 콘셉트가 셰익스피어의 희곡 'As You Like It'에서 영감을 받았다는 점은 앨범 전체가 하나의 실험적 연극 무대로 구성되었음을 시사한다(연합뉴스, 2025.03.07). 셰익스피어의 작품에서 숲은 사회적 규범과 제약에서 벗어나 자유롭게 정체성을 실험할 수 있는 공간으로 기능한다. 마찬가지로, 'Ruby' 앨범은 제니에게 K-Pop 산업의 관행과 기대에서 벗어나 새로운 예술적 표현과 정체성을 실험할 수 있는 '안전한 숲'과 같은 공간을 제공한다.

'Ruby' 앨범에서 가장 두드러지는 사회적 실험 중 하나는 언어 사용의 실험성이다. 타이틀곡 'like JENNIE'에서 "얼말 쥐도 못해 서커스짓"이라는 가사는 상업적 압력에도 불구하고 자신의 예술적 완성성과 진정성을 타협하지 않겠다는 의지를 표현한다. 이는 K-Pop에서 흔히 볼 수 있는 상업적 타협과 대중적 취향에 맞추는 관행에 대한 도전이자, 아티스트로서의 자율성과 진정성을 실험적으로 주장하는 방식이다.

또한, 'F.T.S.'라는 트랙에서 "Fuck that shit"이라는 직설적인 표현을 사용하는 것은 K-Pop 아이돌, 특히 여성 아이돌에게 기대되는 '순수'하고 '폼

위 있는' 이미지에 대한 과감한 도전이다. 이러한 언어적 실험은 단순한 충격 효과를 위한 것이 아니라, 아이돌에게 요구되는 사회적 규범과 제약에 대한 비판적 입장을 표현하는 수단으로 기능한다.

한편 'ExtraL'에서 "Do my do my ladies run this ladies run this"라는 가사는 여성의 주체성과 권한을 강조하는 페미니스트적 메시지를 담고 있다. 이는 K-Pop 산업에서 여성 아이돌이 종종 수동적이고 대상화된 방식으로 표현되는 것에 대한 대안적 내러티브를 제시하며(조안나, 2024), 여성 아티스트의 주체성과 권한을 실험적으로 탐색한다.

특히 'Damn Right' 트랙에서 차일디쉬 감비노와 칼리 우치스(Kali Uchis)와의 협업은 제니가 힙합과 R&B의 영역을 실험적으로 탐색하며, K-Pop 아이돌로서의 음악적 정체성을 확장하는 과정을 보여준다.

'Ruby' 앨범의 프로덕션 방식 자체도 하나의 사회적 실험으로 볼 수 있다. 제니는 이 앨범을 위해 YG엔터테인먼트가 아닌 컬럼비아 레코드와 파트너십을 맺었다(TheKoreaTimes, 2025.03.16.). 이는 K-Pop 산업의 전통적인 기획사 중심 시스템에서 벗어나 아티스트가 주도하는 독립적 창작 모델을 실험하는 시도로, 산업 구조 자체에 대한 도전적 실험이라 할 수 있다.

시각적 표현에서 제니의 사회적 실험을 논의할 때, 단순한 스타일링 변화나 섹스어필의 차원을 넘어서는 보다 근본적인 실험적 의미를 고려해야 한다. 'like JENNIE' 뮤직비디오에서 제니가 마지막에 카피바로로 변신하는 장면은 전통적인 K-Pop 뮤직비디오의 서사 구조와 시각적 문법을 완전히 해체하는 실험이다. 이는 인간과 동물, 현실과 판타지, 스타와 일반인 사이의 경계를 의도적으로 흐리며, K-Pop 아이돌의 신성화(sacralization) 과정에 대한 탈구축적 실험으로 해석할 수 있다. 카피바라라는 동물의 선택 역시 의미가 있는데, 이 동물은 다른 모든 동물들과 조화롭게 지내는 특성으로 유명하여,

제니가 추구하는 경계 없는 글로벌 정체성의 은유로 기능한다. 또한 'like JENNIE'에서 보여주는 의상과 퍼포먼스는 단순한 관능미 강조가 아니라, 여성 아이돌의 시각적 표현에서 '귀여움(cute)'과 '섹시함(sexy)'이라는 이분법적 틀을 해체하고, 보다 다면적이고 복합적인 여성성을 제시하는 실험이다. 이는 K-Pop 산업에서 여성 아이돌에게 강요되어온 시각적 카테고리화에 대한 저항이자, 여성의 시각적 표현 가능성을 확장하는 사회적 실험으로 볼 수 있다.

'ZEN' 트랙은 제니가 한국인 아티스트로서 자신의 문화적 유산과 글로벌 팝 음악 사이의 창의적 대화를 모색하는 과정을 보여준다. "Nobody gon Move my soul, Gon move my aura, My matter(아무도 내 영혼을 움직이지 않을 거야, 내 아우라를 움직이는 건 나야)"라는 가사는 외부의 기대와 압력에도 불구하고 자신의 정신적, 예술적 진정성을 지키겠다는 의지를 표현한다. 'twin' 트랙에서는 "It's like I'm writing a letter but I'm writing a song(편지를 쓰는 것 같지만 노래를 쓰고 있어요)"이라는 가사를 통해 개인적 소통과 공적 예술 표현 사이의 경계를 실험적으로 탐색한다. 이는 K-Pop 아이돌이 공적 페르소나와 사적 자아 사이에서 경험하는 복잡한 관계성을 반영하며, 두 영역 사이의 창의적 통합 가능성을 모색한다.

'Ruby' 앨범이 보여주는 사회적 실험의 또 다른 중요한 측면은 K-Pop 아이돌의 나이와 경력 주기에 대한 새로운 모델을 제시한다는 점이다. 29세의 나이에 첫 솔로 정규 앨범을 발표한 제니의 사례는 젊음과 신선함에 과도하게 집중하는 K-Pop 산업의 관행에 도전하며, 아이돌이 나이가 들고 경력이 성숙해 감에 따라 어떻게 자신의 예술적 정체성을 발전시키고 재구성할 수 있는지에 대한 실험적 모델을 제시한다. 이는 K-Pop 산업에서 여성 아이돌의 수명과 지속가능성에 대한 기존 통념을 재검토하게 하는 사회적 실험이다.

종합하면, 제니의 'Ruby' 앨범에 나타난 사회적

실험은 K-Pop 아이들의 예술적 표현, 언어 사용, 산업적 관행, 시각적 문법의 해체, 글로벌 협업 방식, 여성성의 재정의 등 다양한 차원에서 이루어진다. 이러한 실험은 단순히 개인적 차원의 시도를 넘어, K-Pop 산업 전반의 관행과 기대에 도전하고 아이들의 예술적, 사회적 가능성을 확장하는 의미가 있다.

4) 멀티플레이 자아(Multiplayed Self)

제니의 'Ruby' 앨범은 멀티플레이 자아의 개념을 다양한 차원에서 구현하고 있으며, 현대 디지털 미디어 환경에서 K-Pop 아이들이 어떻게 다중적 상호작용을 통해 정체성을 구축하고 확장하는지 보여준다.

'Ruby' 앨범의 가장 두드러진 멀티플레이 자아 전략은 다양한 미디어 플랫폼을 활용한 통합적 프로모션 전략이다. 제니는 음악 스트리밍 플랫폼, 유튜브, 인스타그램, 트위터, 틱톡 등 서로 다른 특성을 가진 플랫폼에서 동시에 활동하며, 각 플랫폼의 특성에 맞게 앨범의 서로 다른 측면을 강조하는 전략을 택했다. 예를 들어, 유튜브에서는 뮤직비디오와 퍼포먼스 영상을 통해 시각적이고 퍼포먼스 중심의 페르소나를, 인스타그램에서는 일상적이고 친근한 이미지와 함께 패션 아이콘으로서의 페르소나를, 틱톡에서는 짧고 임팩트 있는 챌린지 콘텐츠를 통해 트렌디하고 접근성 높은 페르소나를 동시에 구축했다.

'Ruby' 앨범에서 제니의 멀티플레이 자아 전략은 서로 다른 음악적 환경과 커뮤니티 사이의 동시적 상호작용에서도 나타난다. 타이틀곡 'like JENNIE'에서 "Whoooooo wanna rock with Jennie(후우우 제니랑 같이 놀고 싶어)"라는 가사는 다양한 청중

과 환경에 열려 있는 상호작용적 태도를 표현한다. 이는 제니가 K-Pop 팬덤, 힙합 커뮤니티, 패션 산업, 글로벌 팝 시장 등 서로 다른 문화적 맥락에 동시에 참여하고 상호작용하며, 각 환경에 적합한 페르소나를 발현할 수 있는 능력을 시사한다.

언어 사용에서도 제니의 멀티플레이 자아 전략이 두드러진다. 'Ruby' 앨범의 가사에서 제니는 영어, 한국어를 자유롭게 오가며, 때로는 두 언어를 한 곡 안에서 혼합하여 사용한다. 이는 단순한 코드 스위칭을 넘어, 서로 다른 언어적 환경과 문화적 맥락을 동시에 오가며 상호작용하는 멀티플레이 자아의 능력으로 평가된다. 특히 'like JENNIE'에서 영어 가사와 한국어 랩을 자연스럽게 오가는 방식은 제니가 한국과 글로벌 시장, K-Pop과 힙합 문화 사이를 동시에 오가며 각 맥락에 맞는 언어적 페르소나를 발현하는 능력을 보여준다.

'Ruby' 앨범에서 제니의 멀티플레이 자아 전략은 다양한 문화적, 지리적 환경 사이의 상호작용에서도 나타난다.⁵⁾ 한국과 글로벌 환경을 동시에 오가며 양쪽 맥락에 적합한 페르소나를 발현하고 있는 것이다.

제니의 멀티플레이 자아 전략은 서로 다른 시간성을 가진 환경 사이의 상호작용에서도 드러난다. 'Ruby' 앨범의 선공개 싱글 'Mantra', 'Love Hangover', 'ExtraL'은 각각 다른 시기에 발표되며 서로 다른 음악적 방향성을 보였지만, 최종적으로는 하나의 앨범 내러티브로 통합되었다. 이는 제니가 서로 다른 시간적 맥락과 음악적 흐름을 동시에 오가며 통합적인 예술적 비전을 구축하는 멀티플레이 자아의 능력을 보여준다.

'Ruby' 앨범의 협업 전략에서도 멀티플레이 자아의 개념이 적용된다. 특히 'Handlebars'에서의 협업은 팝 감성을, 'Damn Right'에서의 협업은 힙합과

5) 'Seoul City'라는 트랙에서 "82 some miracle, Only listen to, My general"이라는 가사는 한국의 국가 코드(82)를 언급하며 한국적 맥락을 참조하면서도, 동시에 글로벌 청중이 이해할 수 있는 영어로 표현된다.

R&B 감성을 각각 강조한다.

멀티플레이 자아의 관점에서 특히 주목할 만한 것은 제니가 블랙핑크 멤버와 솔로 아티스트라는 두 가지 환경을 동시에 오가는 방식이다. 'Ruby' 앨범 프로모션 중에도 제니는 블랙핑크의 재결합과 관련된 소식을 공유하며, 그룹 활동과 솔로 활동 사이의 경계를 유연하게 오갔다. 이는 제니가 집단적 페르소나와 개인적 페르소나를 동시에 관리하며 각 맥락에 적합한 자아를 발현하는 멀티플레이 자아 전략의 전형으로 볼 수 있다.

제니의 멀티플레이 자아 전략은 서로 다른 연령대와 세대를 대상으로 한 커뮤니케이션에서도 드러난다. 'Ruby' 앨범의 프로모션 과정에서 제니는 기존의 블랙핑크 팬덤인 블핑크를 대상으로 한 소통과 함께, 새로운 잠재적 팬층을 대상으로 한 소통을 동시에 진행했다.

마지막으로, 제니의 멀티플레이 자아 전략은 예술가와 비즈니스 리더라는 두 가지 역할 사이의 상호작용에서도 나타난다. 제니는 'Ruby' 앨범의 예술적 비전을 구축하는 창작자의 역할과 함께, OA 레이블의 설립자이자 경영자로서 비즈니스 결정을 내리는 역할을 동시에 수행했다. 이는 제니가 창의적 환경과 비즈니스 환경을 동시에 오가며 각 맥락에 적합한 페르소나를 발현하는 멀티플레이 자아의 능력을 보여준다.

종합하면, 제니의 'Ruby' 앨범에 나타난 멀티플레이 자아 전략은 서로 다른 미디어 플랫폼, 문화적 맥락, 언어적 환경, 시간적 흐름, 산업적 구조, 청중 층위 사이를 동시에 오가며 각 맥락에 적합한 페르소나를 발현하는 복합적인 정체성 구축 과정을 보여준다. 이러한 멀티플레이 자아 전략은 디지털 미디어가 발달하고 글로벌 연결성이 강화된 현대 사회에서 K-Pop 아이돌이 어떻게 다양한 환경과 맥락 사이를 오가며 정체성을 확장하고 재구성할 수 있는지에 대한 중요한 사례를 제공한다.

5) 정체성 순환(Identity Cycling)

제니의 'Ruby' 앨범은 정체성 순환의 개념을 다양한 방식으로 구현하고 있으며, K-Pop 아이돌이 어떻게 전략적으로 다양한 페르소나 사이를 순환하며 자신의 정체성을 발전시키는지 보여준다.

'Ruby' 앨범의 구조 자체가 정체성 순환의 개념을 반영한다. 앨범은 총 15개의 트랙으로 구성되어 있으며, 각 트랙은 서로 다른 음악적 분위기와 주제를 가지고 있다. 청취자는 앨범을 처음부터 끝까지 들으면서 제니의 다양한 페르소나 사이를 순환하는 여정을 경험하게 된다.

'Ruby' 앨범의 발매 전략에서도 정체성 순환의 개념이 적용되었다. 전술한 바와 같이 제니는 앨범 발매 전에 'Mantra', 'Love Hangover', 'Extra'를 선공개 싱글로, 순차적으로 발표했다. 각 싱글은 서로 다른 음악적 색채와 정체성을 보여주었으며, 이를 통해 제니는 앨범 발매 전부터 다양한 페르소나 사이를 순환하는 과정을 대중에게 보여주었다. 이러한 순차적인 싱글 발표는 단순한 프로모션 전략을 넘어, 제니가 어떻게 다양한 정체성 사이를 순환하며 최종적인 'Ruby' 앨범의 복합적 정체성을 구축해 나가는지 보여주는 서사적 장치로 기능했다.

타이틀곡 'like JENNIE'의 가사에서 "It's Jennie Jennie Jennie, Jennie Jennie"와 같이 제니의 이름을 반복적으로 언급하는 방식은 정체성 순환의 개념을 언어적으로 표현한다. 이름의 반복은 단순한 강조가 아니라, '제니'라는 정체성이 하나의 고정된 상태가 아니라 계속해서 재정의되고 순환하는 과정에 있음을 시사한다. 또한 "I think I really like / Haters they don't really like(저는 정말 좋아하는 것 같아요 / 싫어하는 사람들은 별로 좋아하지 않아요)"라는 가사는 자기 인식과 타인의 인식 사이에서 순환하는 정체성의 움직임을 보여준다. 이는 'like JENNIE' 뮤직비디오에서 제니는 여러 장면과 세트를 오가며 다양한 스타일과 퍼포먼스를 선보이

는 부분, 마지막 부분에 제니가 카피바라로 변신하는 장면에서도 드러난다.

제니의 정체성 순환 전략은 ‘Ruby’ 앨범의 프로모션 과정에서도 나타난다. 제니는 앨범 발매 전후로 여러 모습을 순차적으로 보여주며 대중의 관심을 유지했다. 예를 들어, 첫 번째 단계에서는 미스터리한 티저와 암시적인 힌트를 통해 호기심을 자극했고, 두 번째 단계에서는 선공개 싱글과 뮤직비디오를 통해 앨범의 음악적 방향성을 제시했으며, 세 번째 단계에서는 인터뷰와 공연을 통해 앨범의 배경과 의미를 설명했다.

‘Ruby’ 앨범에서 제니의 정체성 순환 전략은 특히 음악적 감정과 정서의 변화에서 두드러진다. 앨범 내에서 강렬하고 자신감 넘치는 곡(‘like JENNIE’, ‘ExtraL’)과 감성적이고 내면적인 곡(‘ZEN’, ‘twin’)이 교차적으로 배치되어 있다. 이는 단순한 음악적 다양성을 넘어, 제니가 외향적이고 자기주장이 강한 페르소나와 내면적이고 성찰적인 페르소나 사이를 순환하는 과정을 표현한다.

‘Love Hangover’ 트랙에서 “We say it’s over, But I keep fucking with you... I swear I’ll never do it again, Ah shit I did it again(우리는 끝났다고 말하지만, 나는 계속 너한테 장난치고 있어... 다시는 하지 않겠다고 맹세할게, 아, 젠장, 다시 했어)”이라는 가사는 결심과 행동 사이의 순환적 모순을 표현한다. 이는 단순한 관계적 갈등을 넘어, 정체성이 고정된 결정이나 상태가 아니라 계속해서 재협상 되고 순환하는 과정임을 보여준다. 이러한 순환적 모순은 K-Pop 아이돌이 흔히 보여주는 일관되고 완벽한 이미지와는 대조적으로, 실제 인간의 복잡성과 모순을 인정하는 정체성 탐색의 과정을 반영한다.

‘twin’ 트랙에서 “Twin, twin, twin, You and I we drifted apart, Twin, twin, twin, Like the white clouds under the stars(쌍둥이, 쌍둥이, 쌍둥이, 너와 나는 멀어졌어, 쌍둥이, 쌍둥이, 별 아래 하얀 구

름처럼)”라는 가사는 분리되었지만, 여전히 연결된 정체성 사이의 순환적 관계를 표현한다. 이는 제니가 블랙핑크의 멤버로서의 정체성과 솔로 아티스트로서의 정체성 사이를 오가는 과정과 연결된다.

‘Ruby’ 앨범에서 제니의 정체성 순환 전략은 또한 과거와 현재, 미래 사이의 시간적 순환에서도 나타난다. 앨범 전체에 걸쳐 제니는 자신의 과거 경험, 현재의 상태, 그리고 미래의 가능성을 순환적으로 탐색한다. ‘Starlight’ 트랙에서 “I know where my soul has been, Now I remember the night(나는 내 영혼이 어디에 있었는지 알아, 이제 그 밤을 기억해)”라는 가사는 과거의 기억과 현재의 인식 사이를 순환하는 정체성의 시간적 움직임을 보여준다. 이러한 시간적 순환은 제니의 정체성이 고정된 시점이나 상태가 아니라, 과거, 현재, 미래를 아우르는 연속적인 서사임을 시사한다.

정체성 순환의 관점에서 특히 주목할 만한 것은 제니가 블랙핑크 활동과 솔로 활동 사이를 오가는 방식이다. ‘Ruby’ 앨범은 제니가 블랙핑크의 그룹 활동을 잠시 중단하고 솔로 활동에 집중하는 시기에 발표되었지만, 앨범의 발매와 함께 제니는 이미 블랙핑크의 재결합과 관련된 계획을 언급하기 시작했다. 이는 제니가 솔로 아티스트와 그룹 멤버라는 두 가지 정체성 사이를 순환적으로 오가며, 각 정체성을 통해 얻은 경험과 통찰을 다른 정체성으로 가져가는 과정을 보여준다.

제니의 정체성 순환 전략은 앨범의 라이브 퍼포먼스와 무대 구성에서도 드러난다. ‘The Ruby Experience’ 콘서트에서 제니는 여러 세트와 의상, 안무를 통해 다양한 페르소나를 순차적으로 선보였다. 무대의 각 세그먼트는 앨범의 서로 다른 음악적, 정서적 측면을 강조하며, 관객들은 공연을 통해 제니의 다양한 페르소나 사이를 순환하는 여정을 함께 경험했다.

‘Ruby’ 앨범의 정체성 순환 전략은 또한 창작과 소비, 표현과 수용 사이의 순환적 관계에서도 나타

난다. 제니는 아티스트로서 자신의 창작물을 대중에게 전달하고, 대중의 반응을 다시 자신의 창작 과정에 반영하는 순환적 소통 구조를 구축했다. 특히 선공개 싱글에 대한 대중의 반응을 바탕으로 후속 활동을 조정하는 방식은 제니가 창작자와 퍼포머, 대중과 소통하는 사람 등 다양한 역할 사이를 순환하며 정체성을 발전시키는 과정을 보여준다.

정체성 순환의 관점에서 'Ruby' 앨범의 또 다른 중요한 특징은 제니가 자신의 공적 페르소나와 사적 자아 사이를 순환하는 방식이다. 앨범에서 제니는 때로는 글래머러스하고 자신감 넘치는 스타의 모습을, 때로는 취약하고 내면적인 개인의 모습을 보여준다. 이러한 공적/사적 페르소나 사이의 순환은 K-Pop 아이돌이 흔히 경험하는 '온-스테이지'와 '오프-스테이지' 정체성 사이의 분리와 연결을 반영한다.

'Ruby' 앨범에서 제니의 정체성 순환 전략은 마지막으로 성장과 변화, 안정과 혁신 사이의 순환적 균형에서도 나타난다. 제니는 K-Pop 아이돌로서의 경력을 바탕으로 하면서도 새로운 음악적, 예술적 시도를 통해 자신의 정체성을 확장한다. 이는 과거의 성취와 미래의 가능성 사이를 순환하며 정체성을 발전시키는 과정으로, K-Pop 아이돌이 경력의 특정 단계에서 직면하는 '다음 단계로의 도약'이라는 과제를 드러내고 있다.

종합하면, 제니의 'Ruby' 앨범에 나타난 정체성 순환 전략은 다양한 페르소나, 음악적 스타일, 감정적 상태, 문화적 맥락, 시간적 차원 사이를 순환하며 복잡적이고 발전적인 정체성을 구축하는 과정을 보여준다. 이러한 정체성 순환은 단순한 반복이나 변화가 아니라, 다양한 정체성의 측면들이 서로 영향을 주고받으며 발전하는 역동적인 과정이다. 제니의 사례는 K-Pop 아이돌이 어떻게 다양한 페르소나 사이를 전략적으로 순환하며 자신의 예술적, 개인적 정체성을 지속적으로 재구성하고 발전시킬 수 있는지에 대한 중요한 통찰을 제공한다.

6) 분석 종합 및 논의

제니의 'Ruby' 앨범은 자아의 유동성, 병렬적 정체성, 사회적 실험, 멀티플레이 자아, 정체성 순환이라는 다섯 가지 핵심 개념을 통해 멀티 페르소나 전략을 구현하고 있으며, 이는 K-Pop 산업 시스템과 유기적으로 연결되어 있다.

자아의 유동성 측면에서 제니는 'As You Like It' 콘셉트와 고정 이미지 탈피를 통해 다면적 정체성을 표현한다. 타이틀곡 'like JENNIE'의 "Special edition and your AI couldn't copy"와 "바비가 처키가 되기 전에"라는 가사는 복제 불가능한 정체성과 기존 여성 아이돌 이미지 거부를 보여준다. 병렬적 정체성 관점에서는 Zen/Jane 버전의 포토북과 글로벌 아티스트 협업을 통해 다양한 음악적 스타일과 문화적 참조가 공존하는 복합적 구성을 보여준다. 사회적 실험 측면에서는 직설적 표현, 페미니즘, 독립 레이블 설립을 통해 K-Pop 산업의 관행에서 벗어난 새로운 표현과 정체성을 실험한다. 멀티플레이 자아 측면에서는 다중 플랫폼과 한/영 코드 스위칭을 통해 다양한 미디어와 언어적 맥락을 오가며 상황에 적합한 페르소나를 발현한다. 정체성 순환 관점에서는 선공개 싱글 전략과 공적/사적 전환을 통해 다양한 페르소나 사이를 순환하는 과정을 보여준다.

이러한 멀티 페르소나 전략은 K-Pop 산업 시스템에 중요한 시사점을 제공한다. 제니의 'Ruby' 앨범이 K-Pop 산업에 제시하는 가장 중요한 함의는 아이돌 정체성의 주체성 강화, 경력 발전 경로 다양화, 젠더 표현 범위의 확장, 그리고 글로벌-로컬 문화적 혼종성으로 요약할 수 있다.

첫째, 아이돌 정체성의 주체성 강화 측면에서 제니의 사례는 K-Pop 아이돌의 정체성 구축이 단순히 기획사의 일방적인 관리나 시장 논리에 종속된 과정이 아니라, 아티스트 자신의 주체적인 선택과 창의적인 전략이 중요한 역할을 할 수 있음을 보여

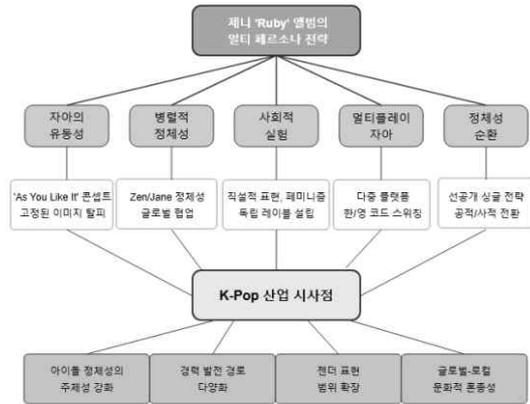
준다.

둘째, 경력 발전 경로 다양화 측면에서 제니의 사례는 K-Pop 아이돌이 전통적인 연예인 경로를 넘어 독립적인 음악 프로듀서이자 비즈니스 리더로서의 새로운 경력 모델을 제시한다. 특히 OA라는 독립 레이블을 설립하고 글로벌 음반사와의 파트너십을 구축한 것은 K-Pop 아이돌이 단순한 퍼포머를 넘어 음악 산업의 비즈니스 리더로 성장할 수 있는 가능성을 보여준다.

셋째, 젠더 표현 범위의 확장 측면에서 제니의 'Ruby' 앨범은 여성 아이돌에게 흔히 요구되는 순수하고 수동적인 이미지에서 벗어나, 보다 주체적이고 다면적인 여성성을 표현한다. 특히 직설적인 언어 사용과 페미니스트적 메시지는 K-Pop 산업에서 여성 아이돌의 표현 가능성을 확장하는 의미가 있다.

넷째, 글로벌-로컬 문화적 혼종성 측면에서 제니의 'Ruby' 앨범은 한국어와 영어의 혼합, 동양적 철학('ZEN')과 서구 힙합 문화('Mantra')의 융합, 다양한 국적의 아티스트들과의 협업을 통해 K-Pop이 단순히 한국 문화의 일방적 수출이 아니라, 다양한 문화적 요소들이 상호 교류하고 융합하는 복합적 과정임을 보여준다.

종합하면, 제니의 'Ruby' 앨범은 세리 터클의 멀티 페르소나 이론을 통해 분석했을 때, K-Pop 아이돌의 정체성 구축이 단순히 상업적 논리나 기획사의 통제에 종속된 과정이 아니라, 아티스트 자신의 주체적인 선택과 창의적인 전략이 중요한 역할을 하는 복합적인 과정임을 증명하는 사례이다. 이는 K-Pop 산업이 발전함에 따라 아이돌들의 정체성 구축과 관리 방식도 더 복잡적이고 다층적으로 진화하고 있음을 시사한다.



[그림 2] 제니의 멀티 페르소나 전략 도식화

IV. 결론

본 연구는 블랙핑크 제니의 첫 솔로 정규 앨범 'Ruby'를 연구 대상으로 하여, K-Pop 아이돌이 어떻게 멀티 페르소나 전략을 활용하여 그룹 활동과 솔로 활동 사이에서 자신의 정체성을 전략적으로 구축하고 재구성하는지 분석하였다. 연구 방법으로는 질적 연구 방법론인 내용분석(content analysis)을 활용하여 'Ruby' 앨범과 관련된 다양한 텍스트를 분석하였다.

분석 결과, 제니의 'Ruby' 앨범에서는 멀티 페르소나 전략의 다섯 가지 차원이 모두 뚜렷하게 나타났다. 자아의 유동성 측면에서 제니는 셰익스피어의 'As You Like It'에서 영감을 받은 앨범 콘셉트와 가사를 통해 자신의 정체성이 고정된 것이 아닌 유동적이고 복제 불가능한 것임을 표현했다. 병렬적 정체성 차원에서는 Zen 버전과 Jane 버전으로 나뉜 앨범 패키지와 다양한 장르(힙합, R&B, 팝, 일렉트로닉)를 넘나드는 음악적 다양성을 통해 서로 다른 정체성이 동시에 공존하는 양상을 보여주었다. 사회적 실험 측면에서는 직설적인 언어 사용('F.T.S.'), 페미니스트적 메시지('ExtraL'), 독립 레이블 설립과 새로운 비즈니스 모델 시도 등을 통해 K-Pop 산업의 관행과 기대를 넘어서는 실험적 시도를 했

다. 멀티플레이 자아 차원에서는 다양한 미디어 플랫폼을 활용한 통합적 프로모션 전략, 한국어와 영어를 자유롭게 오가는 언어적 코드 스위칭, 서로 다른 문화적 맥락 사이의 동시적 상호작용을 보여주었다. 정체성 순환 측면에서는 'Mantra', 'Love Hangover', 'ExtraL' 등의 선공개 싱글을 순차적으로 발표하는 전략, 강렬한 곡과 감성적인 곡의 교차적 배치, 공적 페르소나와 사적 자아 사이의 순환적 전환 등이 두드러졌다.

이러한 분석 결과는 현대 K-Pop 산업에 다음과 같은 중요한 시사점을 제공한다. 첫째, K-Pop 아이돌의 정체성 구축 과정에서 아티스트의 주체성과 창의적 전략이 점차 중요해지고 있다. 둘째, K-Pop 아이돌의 경력 발전 경로가 다양화되고 있다. 전통적으로 그룹 활동 이후 연기자나 방송인으로 전환하는 경로가 일반적이었으나, 제니의 사례는 독립적인 음악 프로듀서이자 비즈니스 리더로서의 새로운 모델을 제시한다. 셋째, K-Pop의 글로벌화 과정에서 문화적 혼종성(cultural hybridity)이 핵심 전략으로 부상하고 있다. 한국어와 영어의 혼합, 동양적 철학과 서구 힙합 문화의 융합, 다양한 국적의 아티스트들과의 협업은 K-Pop이 단순한 한국 문화의 수출이 아닌 전 지구적 문화 교류의 결과물임을 보여준다. 넷째, 여성 아이돌의 젠더 표현 범위가 확장되고 있다. 'Ruby' 앨범은 여성 아이돌에게 흔히 요구되는 순수하고 수동적인 이미지에서 벗어나, 보다 주체적이고 다면적인 여성성을 표현함으로써 K-Pop 산업 내 젠더 표현의 가능성을 확장한다. 다섯째, 디지털 시대의 정체성 구축이 갖는 퍼포먼스적 특성이 부각되고 있다. 세익스피어의 "온 세상은 무대일 뿐"이라는 구절에서 영감을 받은 앨범 콘셉트는 정체성이 본질적 속성이 아닌 상황과 맥락에 따라 수행되는 연극적 행위임을 강조한다.

본 연구의 한계점으로는 첫째, 단일 사례에 초점을 맞추어 연구 결과의 일반화에 제약이 있다는 점을 들 수 있다. 제니의 사례가 K-Pop 솔로 아이돌

의 전형적인 경우라고 단정하기는 어려우며, 각 아이돌의 개인적 배경, 소속사 특성, 음악적 지향점에 따라 정체성 구축 전략은 상이할 수 있다. 둘째, 연구자의 해석에 의존한 질적 분석 방법론의 제한성이 있다. 동일한 자료에 대해서도 연구자의 관점과 이론적 틀에 따라 다른 해석이 가능하며, 이는 연구의 객관성에 영향을 미칠 수 있다. 셋째, 앨범 발매 후 비교적 짧은 기간 내에 이루어진 분석이므로, 앨범의 장기적 영향과 의미를 포괄적으로 평가하는데 한계가 있다. 넷째, 팬덤의 수용과 반응, 미디어의 담론 형성 등 정체성 구축의 사회적 맥락을 충분히 다루지 못했다는 점도 제한점으로 볼 수 있다.

향후 연구 방향으로는 첫째, 다양한 K-Pop 아이돌의 솔로 활동 사례를 비교 분석하는 연구가 필요하다. 제니뿐만 아니라 블랙핑크의 다른 멤버들, BTS, 트와이스 등 다양한 그룹의 멤버들이 진행한 솔로 활동을 비교함으로써 보다 포괄적인 K-Pop 아이돌의 멀티 페르소나 전략을 이해할 수 있을 것이다. 둘째, 팬덤의 수용과 반응을 포함한 보다 폭넓은 연구가 이루어질 필요가 있다. 아이돌의 정체성 구축은 아티스트의 의도뿐만 아니라 팬덤의 해석과 의미 부여를 통해 완성되는 상호작용적 과정이므로, 소셜 미디어 담론 분석이나 팬 인터뷰 등을 통해 수용자 측면의 연구를 보완할 수 있을 것이다. 셋째, 정체성 구축에 영향을 미치는 산업적, 제도적 요인에 대한 심층 연구도 필요하다. 엔터테인먼트 기획사의 전략, 음악 산업의 구조적 변화, 글로벌 미디어 환경의 특성 등이 아이돌의 정체성 구축에 어떤 영향을 미치는지 탐구할 필요가 있다. 넷째, 장기적 관점에서 K-Pop 아이돌의 경력 발전 궤적과 정체성 변화를 추적하는 종단 연구도 의미 있는 접근이 될 수 있다. 이러한 다양한 후속 연구를 통해 글로벌 문화 현상으로 자리 잡은 K-Pop에서 아티스트의 정체성 전략과 그 문화적 의미에 대한 이해를 더욱 확장할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 고경석 (2022). BTS 솔로 활동, 첫 주자는 제이홉... RM·뷔·슈가도 준비 중. 2025.2.27. <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2022061514130000645>
- 김기창, 홍수자, 김선영 (2025). ERRC 분석을 통한 K-Pop 아이돌의 혁신 전략 연구: 非한국인 걸그룹 ‘XG’ 사례를 중심으로. 한국과 세계, 7(1), 647-680.
- 김설 (2022). 국내 엔터테인먼트 기업의 성장전략 연구 - (주)하이브를 중심으로. 박사학위논문, 한양대학교.
- 김은경 (2015). K-pop의 음악적 가치와 지속성장 가능성 분석. 글로벌문화연구, 6(1), 25-49.
- 김은정 (2020). 뉴미디어 시대의 팬덤과 문화매개자: 방탄소년단 (BTS) 사례를 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 20(1), 378-391.
- 노준영 (2015). 한국국제문화교류진흥원 - 아이돌 그룹 멤버들의 솔로 도전, 그 의미는 무엇?. 2025.2.28. https://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_03_view.asp?seq=7582
- 뉴스핌 (2024). 하정우, 화가로 14번째 개인전... “그림에 대한 열정·사랑의 결과물”. 2025.3.1. <https://www.newspim.com/news/view/20241016000807>
- 테페뉴 (2025). JENNIE's <Rubify> POP UP in Seoul??Hyundai Card MUSIC LIBRARY & VINYL PLASTIC. 2025.3.2. <https://dafanew.com/place/?idx=156428871&bmode=view>
- 마니아타임즈 (2017). “SM 스테이션으로 잃은 것? 없다”. 2025.3.3. https://www.maniareport.com/view.php?ud=201703311218280213430nr_19
- 매일경제 (2023). BTS 지민, 다올 글로벌 앰버서더 선정. 2025.3.4. <https://www.mk.co.kr/news/culture/10609401>
- 메일리 (2025). ??여성 솔로 [122번째 연못] 제니를 완성하는 루비 조각들 제니 정규 1집 [Ruby]. 2025.3.5. <https://maily.so/kdolewaterbank/posts/w6ov6807zk5>
- 박찬욱 (2022). 박찬욱의 몽타주. 마음산책.
- 부산일보 (2019). [인터뷰] ‘벌써 12시’ 칭하 “흑발 변신, 무겁고 어두운 색감 보여주고과”. 2025.3.6. <https://www.busan.com/view/busan/view.php?code=2019010209004382769>
- 세계일보 (2013). 지드래곤, 신곡 ‘미치GO’ 국내 넘어 전 세계 순차 공개. 2025.3.7. <https://www.segye.com/newsView/20130401003472>
- 스포츠동아 (2023). 블랙핑크 제니, 새 소속사 오드아틀리에 설립 “홀로서기” [DA★]. 2025.3.8. <https://sports.donga.com/ent/article/all/20231225/122764842/1>
- 연합뉴스 (2008). 빅뱅 태양 “빅뱅 음악만큼 제 노래도 많이 사랑해주세요”. 2025.2.20. <https://www.yna.co.kr/view/MYH20080609004900355>
- 연합뉴스 (2017). 선미 “JYP 떠나 새로운 도전...믿고 듣는 선미 되고 싶어”. 2025.2.21. <https://www.yna.co.kr/view/AKR20170822090100005>
- 연합뉴스 (2023). 블랙핑크, YG와 ‘그룹 활동’ 재계약 성사. 2025.2.22. <https://www.yna.co.kr/view/AKR20231206039200005>
- 연합뉴스 (2023). BLACKPINK Jennie’s ‘Solo’ music video hits record high 900 mln YouTube views. 2025.2.23. <https://en.yna.co.kr/view/AEN20230321001100315>
- 연합뉴스 (2025). 블랙핑크 제니, 솔로 1집 ‘루비’ 발표... “음악인생 새로운 장”. 2025.2.24. <https://www.yna.co.kr/view/AKR20250307024700005>
- 이상용 (2021). 봉준호의 영화 언어. 난다.
- 인문학의 숲 유튜브 (2025). 제니(Jennie)의 뮤직 ‘젠(Zen)’에 담겨 있는 불교철학적 메시지가 놀라운 이유. 2025.2.15. <https://youtu.be/220cPRuspuw?>

- si=tuVkC6fOd17HZsTv
 전자신문 (2016). [ET-가요 뷰] 태연, 걸그룹에서 솔로가수까지.. '독보적 존재감'. 2025.2.16. <https://www.etnews.com/20160415000072>
- 조안나 (2024). 4세대 K-pop 여성 아이돌의 비주얼 브랜딩 전략 요소로 활용된 타이포그래픽 디자인 분석. *조형미디어학*, 27(4), 14.
- 최정아 (2024). MZ세대의 사회자본과 의사소통 능력 간의 관계: 공감의 매개효과를 중심으로. *미래사회*, 15(3), 1-23.
- 파이낸셜뉴스 (2013). 태양은R&B싱어? 알고보면 자유로운 영혼의 '음악방랑자'[인터뷰]. 2025.2.17. <https://www.fnnews.com/news/201311121023264029>
- 한경 (2020). 블랙핑크 첫 정규 'THE ALBUM', *美 빌보드* 200 2위. 2025.2.18. <https://www.hankyung.com/article/202010128557H>
- 한국방송통신전파진흥원 (2024). 버추얼 엔터테인먼트와 미디어-콘텐츠 시장의 변화. *MEDIA ISSUE&TREND VOL.63* .
- 한국아이닷컴 (2024). Yoo Jae-suk: South Korea's Beloved 'Nation's MC' and His Secret to Success. 2025.2.19. <https://www.hankooki.com/news/articleView.html?idxno=184775>
- AAA News (2024). 소녀시대 효연 "K팝과 EDM 달라.. 내 디제잉 좋아해줘 희열"[여솔백과][인터뷰②]. 2025.2.15. <https://www.asiaartistawards.com/news/detail/90508/all>
- bnt (2012). '솔로 출격' 김준수, 그는 왜 '시아'라는 예명을 사용했나. 2025.2.16. <https://www.bntnews.co.kr/article/view/bnt201205160136>
- KBS NEWS (2017). 소유 "모든 장르 할 수 있는 솔로 아티스트 되고파". 2025.2.19. <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=3582606>
- MBC뉴스 (2025). '더루비익스피리언스' 제니 "언제나 좋은 가수이자 사람인 제니가 될 것". 2025.2.21. https://imnews.imbc.com/news/2025/enter/article/6696241_36758.html
- YTN (2018). [Y기획②] 멤버를 알면 '진짜' 블랙핑크가 보인다. 2025.2.26. https://www.ytn.co.kr/_ln/0117_201807011400076100
- Blank, P. (2006). *Shakespeare and the Mismeasure of Renaissance Man*. Ithaca: Cornell University Press.
- Bloom, H. (1998). *Shakespeare: The Invention of the Human*. New York: Riverhead Books.
- boyd, d. (2011). *Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications*. In Z. Papacharissi (Ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 39-58). New York: Routledge.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Calderwood, J. L. (1971). *Shakespearean Metadrama*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cong, Q. I., & Jun, W. U. (2017). Research on the Conceptual Origin and Application of Persona. *Journal of Chongqing Jiaotong University Social Sciences Edition*, 17(5), 82.
- Dollimore, J. (1984). *Radical Tragedy: Religion, Ideology and Power in the Drama of Shakespeare and his Contemporaries*. Chicago: University of Chicago Press.
- Drisko, J. W., & Maschi, T. (2016). *Content analysis*. Oxford university press.
- ELLE (2012). Rose's 'On the Ground' Lyrics Are a Candid Reflection on Fame and Life's True Purpose. 2025.2.17. <https://www.elle.com/culture/music/a35821563/rose-on-the-ground-lyrics-meaning/>

- Fadianti, C. A., Sari, D. N., Yunandar, F., Septianingsih, F., Adnan, F., & Fadli, J. (2024). Digital Media and Fandom Culture (Case Study of K-Pop Community) *Tangerang, Indonesia* 4(4), 259–263.
- Garber, M. (1992). *Vested Interests: Cross-Dressing and Cultural Anxiety*. New York: Routledge.
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Greenblatt, S. (2004). *Will in the World: How Shakespeare Became Shakespeare*. New York: W. W. Norton & Company.
- Howard, J. E. (1988). Crossdressing, the theatre, and gender struggle in early modern England. *Shakespeare Quarterly*, 39(4), 418–440.
- Huth, T., Munson, J., Adams, R., Gunderson, A., & Gonzalez, V. (2021). *South Korean Popular Music Industry: Globalization of Identity and Exploitation*.
- HYPERBEAST (2025). Jennie Reveals 'RUBY' Album Tracklist. 2025.2.18. <https://hypebeast.com/2025/2/jennie-ruby-album-tracklist-release-info>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Jung, C. G. (2014). *Four archetypes*. Routledge.
- Jung, C. G., Adler, G., & Hull, R. F. C. (2014). *The development of personality*. Routledge.
- Kim, J. (2021). A study on multi-persona fashion images in Instagram—Focusing on the case of. *The Research Journal of the Costume Culture*, 29(4), 603–615.
- Kim, J. H., Kim, K. J., Park, B. T., & Choi, H. J. (2022). The phenomenon and development of K-Pop: The relationship between success factors of K-Pop and the national image, social network service citizenship behavior, and tourist behavioral intention. *Sustainability*, 14(6), 3200.
- Lupton, J. R. (1996). *Afterlives of the Saints: Hagiography, Typology, and Renaissance Literature*. Stanford: Stanford University Press.
- Mandarin MAMA (2024). From Rap Monster to Rebellious Poet: The Evolution of RM on 'RPWP'. 2025.2.20. <https://mandarinmama.com/from-rap-monster-to-rebellious-poet-the-evolution-of-rm-on-rpwp/>
- Maus, K. E. (1995). *Inwardness and Theater in the English Renaissance*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nuha, Y. S. (2023). *Women's language features used by Blackpink's Lisa in Lisa Talks Lalisa, Money, Blackpink & More in Zach Sang show YouTube Channel*. Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Orgel, S. (1996). *Impersonations: The Performance of Gender in Shakespeare's England*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Peinado, O., & Shim, M. (2024). The intersection of 'real' and 'reel': An investigation of K-pop idol dual self-presentation, paid advertisements, and fan engagement. *Computers in Human Behavior*, 161, 108414.
- Shakespeare, W. (1623). *As You Like It*. In *The First Folio*. London: Isaac Iaggard and Ed. Blount.
- Shapiro, J. (1996). *Shakespeare and the Jews*. New York: Columbia University Press.
- Shatter the Standards (2025). Album Review: Ruby by JENNIE. 2025.2.22.

- <https://www.shatterthestandards.com/p/album-review-ruby-by-jennie>
- Sportskeeda (2025). "Nothing would have prepared me for that"? Fans left reeling as the BLACKPINK member reincarnates as a copybara in 'like JENNIE' MV. 2025.2.23.
<https://www.sportskeeda.com/us/k-pop/news-nothing-prepared-that-fans-left-reeling-black-pink-member-reincarnates-copybara-like-jennie-mv>
- TheKoreaTimes (2025). BLACKPINK's Jennie drops 1st LP 'Ruby'. 2025.2.24.
https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2025/03/398_393629.html
- Traub, V. (1992). *Desire and Anxiety: Circulations of Sexuality in Shakespearean Drama*. London: Routledge.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Turkle, S. (2011). *Life on the Screen*. Simon and Schuster.
- Warner Music Group (2023). WARNER MUSIC CHINA STRIKES LANDMARK ALBUM DEAL WITH CHINESE SUPERSTAR LAY ZHANG. 2025.2.25.
<https://www.wmg.com/news/warner-music-china-strikes-landmark-album-deal-with-chinese-superstar-lay-zhang>
- Wen, J. (2024). *The Construction of K-pop Female Idol Groups in Documentaries: a Gender Analysis*.
- Zhao, J. J. (2021). Blackpink queers your area: The global queerbaiting and queer fandom of K-pop female idols. *Feminist Media Studies*, 21(6), 1033-1038.
- 투고일자: 2025. 4. 1.
심사일자: 2025. 5. 27.
게재확정일자: 2025. 5. 29.

Strategic Identity Reconstruction of K-Pop Idols through Multi-Persona: A Case Study of Jennie's 'Ruby' Album

Kee-chang Kim Eui-shin Lee Sun-young Kim
Hongik University Seoul Cyber University Hongik University

This study examines how K-Pop idols construct their identities between group and solo careers through BLACKPINK Jennie's album 'Ruby'. Using Sherry Turkle's multi-persona theory, we analyzed five concepts: fluidity of self, parallel identities, social experimentation, multiplexed self, and identity cycling. Findings show Jennie's album, inspired by Shakespeare's 'As You Like It', demonstrates all five dimensions of multi-persona strategy. Notable elements include her transition from K-Pop idol to global pop star, dual Zen/Jane album versions, challenging female idol stereotypes, navigating multiple cultural contexts, and strategic identity development through pre-release singles. This provides five implications for the K-Pop industry: increased importance of artistic agency, diversified career paths, cultural hybridity, expanded gender expression, and performative identity characteristics in the digital age.

Keywords: Multi-Persona, K-Pop Idol, Group Activity, Solo Career, BLACKPINK Jennie