

# 전세계가 떴창!...케이팝 새 역사 쓰는 '방탄소년단 2.0시대'



## 빌보드 녹였고 AMA도 삼켰다...방탄, 다음은 그래미 시상식!

(아메리칸 뮤직어워즈)

### 방탄소년단, 그 정상의 끝은?

"이 모든 건 우연이 아니다."  
 술한 맘의 노력과 치밀한 전략, 그리고 '운명을 찾아낸 돌'처럼 팬들과 '영원히 함께'(노래 'DNA' 중에서)하려는 열린 마음의 소통이야말로 그 우연이 아닌 필연적 성취를 맛보게 했다. 그리고 다시 더 넓은 세상으로 나아가고 있다. 그룹 방탄소년단의 2.0의 시대가 그렇게 활짝 열리고 있다.



방시혁 손성득

#### '방탄'을 만든 사람들

#### '역전의 명수' 방시혁 대표 '퍼포먼스 디렉터' 손성득

방탄소년단이 케이팝을 대표하는 글로벌 아티스트로 급성장할 수 있었던 데는 소속사 빅히트 엔터테인먼트 대표 방시혁(45)의 힘이 가장 컸다. '총 맞은 것처럼' '나쁜 남자' '난 사랑에 빠졌죠' 등 줄줄이 히트곡을 만든 그의 음악적 재능, 그리고 '독설가'로 유명한 정도로 철저한 상황 분석과 전략 등이 밑바탕 됐다. 또 자신이 프로듀싱한 가수들이 당대 톱 가수들과 맞붙어 이기게 되면서 붙여진 '역전의 명수'라는 수식어도 방탄소년단을 불과 1년 만에 세계적인 스타로 만든 그의 저력을 설명한다.

과거 방시혁은 방탄소년단에게 "이어폰으로 듣는 노래는 한계가 있다. 무대를 보고 집중할 수 있는 음악을 해야한다"고 강조했다.

비록 2013년 데뷔할 당시 '방시혁의 방탄조끼' '방시혁이 탄생시킨 소년단'이라는 말을 듣기는 했지만, 방시혁의 현실을 직시한 냉철한 판단, 현재가 아닌 미래까지 내다보는 선구안이 방탄소년단을 통해 드러났다.

방시혁이 강조한 '무대에 집중할 수 있는 음악'을 위한 퍼포먼스는 손성득(34) 퍼포먼스 디렉터의 노력이 컸다. 손성득 씨는 중학교 3학년 부터 방송 일을 하며 각종 가수들의 춤을 만들었다. 독자적으로 일을 하던 그는 방시혁을 만나 빅히트 설립 초기부터 지금까지 함께 호흡을 맞춰오고 있다. '불타오르네' '낫 투데이' '피 땀 눈물' 'DNA'의 안무를 짰다. 손성득에게 단순히 안무가가 아니라 '퍼포먼스 디렉터'라는 이름이 붙여진 것도 방탄소년단 때문이다. 춤에서 그치지 않고 멤버들 표정이나 제스처 등 무대 위에서 이뤄지는 모든 것들을 총괄한다. 곡이 나오면 그때부터 전체적인 콘셉트를 함께 결정하고 안무를 짜기 시작했다. 멤버 하나하나의 특성과 개인기, 춤 실력 등을 모두 고려해 이를 최대한 돋보일 수 있게 만드는 게 그의 일이다.

이정연 기자 annjoy@donga.com



방탄소년단은 빌보드200 및 핫100 동시진입을 비롯해 미국 3대 지상파의 간판 토크쇼 출연, 아메리칸 뮤직어워즈 공연 등 케이팝 가수로서 전인미답의 성과를 올리면서 케이팝2.0 시대를 열고 있다. 사진은 20일 미국 LA 마이크로소프트시어터에서 열린 아메리칸 뮤직어워즈의 프레스룸에서 포즈를 취한 모습. LA IAP·뉴스

기네스북 등재·1억 조회수 뮤비 11편... 한국 가수 첫 美 지상파 토크쇼 출연도 아메리칸뮤직어워즈 무대 후 위상 격상 빌보드 "그래미시상식 신인상 토폰"

놀랍고, 새롭다. 그룹 방탄소년단(BTS)이 케이팝의 새 역사를 쓰고 있다. 케이팝의 흥행과 함께 성장했던 이들은 그 활동 반경을 훌쩍 뛰어 넘어 전 세계로 뻗어나가고 있다. 단순히 해외에서 '인기 있다'라는 불명확한 이야기 아니라 이들이 밟아나가고 있는 행적과 성과는 꽤나 구체적이다. 앨범 100만장 돌파, 빌보드 메인차트 진입, 기네스북 등재, 1억 조회수 뮤직비디오 11편, 미국 3대 지상파 간판 토크쇼 출연, '아메리칸 뮤직어워즈' 공연 등등. 이를 기반으로 달려온 방탄소년단의 위상과 향후 이들 앞에 펼쳐질 길, 그리고 새로운 케이팝의 시대가 지금부터 열린다.

●성곽 세 가지, 'B.T.S'  
 방탄소년단(BTS)의 성과는 자신들의 영문 이름처럼 B, T, S 세 철자가 키워드를 이룬다. 빌보드(Billboard)와 트위터(Twitter), 그리고 각종 쇼(Show) 무대다.

방탄소년단은 5월 빌보드 뮤직어워즈에서 '톱 소셜 아티스트'를 받으면서 위상이 달라졌다. 이를 계기로 그동안 이들이 흘린 땀과 눈물의 결과가 점차 드러나기 시작했고, 이들을 주

목하는 나라와 관심의 정도가 점점 세졌다. 그 결과는 '미국 빌보드 메인차트 진입'이라는 경이적인 기록으로 이어졌다. 9월 새 앨범 '러브 유어셀프: 승-허'를 발표하고 불과 한달도 채 되지 않아 한국가수 최초로 빌보드200(5주 연속)과 핫100(4주 연속)에 동시 진입하는 기업을 도했다. 국내에서는 단일앨범으로 판매량 100만장(총137만장)을 돌파하며 16년 만에 밀리언셀러의 탄생을 알리기도 했다.

방탄소년단에 쏠린 세계적인 관심은 기네스북을 통해 나타났다. 9월 발간된 '기네스 세계 기록 2018'에 따르면 방탄소년단은 트위터에서 최다 리트윗(15만211회)된 그룹으로 꼽혔다. 이는 5월11일까지 기록을 집계한 것으로, 20일 열린 '아메리칸 뮤직어워즈' 무대가 미국 전역에 생방송된 후 관련 트윗 건수는 2000만 건을 돌파해 기네스북에 올랐다.

케이팝 가수로는 처음으로 무대를 펼친 '아메리칸 뮤직어워즈'와 미국 ABC, NBC, CBS 등 3대 지상파의 간판 토크쇼에 출연한 것도 눈여겨 볼만하다. 현지 팬들의 환호를 받으며 입장권 레드카펫부터 시상식의 '하이라이트'를 장식한 무대, 'BTS'를 외치며 'DNA'를 '태창'하는 모습까지 방탄소년단의 인기가 어느 정도인지 가늠해 해준다.

●성과의 요인, 'M.V.P'  
 방탄소년단의 이 같은 성과는 M, V, P. 세 철자로 설명된다. 뮤직(Music), 비디오(Video), 퍼포먼스(Performance)다. 방탄소년단이 서구 시장에서 통할 수 있었던

요인은 철저한 전략이 주요했다. 소속사 빅히트 엔터테인먼트에 따르면 방탄소년단은 합합 베이스 음악으로 서구인들도 편안하게 들을 수 있는 장르를 선보였다. 여기에 최근 글로벌 트렌드인 EDM을 적절하게 조합했다. 국내에서보다 해외에서 더 반응이 많은 뮤직비디오도 한몫했다. 최근 '호르몬 전쟁'을 포함해 '쩔어' '불타오르네' '피 땀 눈물' '상남자' 'DNA' 등 총 11편의 뮤직비디오가 조회수 1억 건을 돌파한 것도 이들의 트레이드마크인 '칼 군무'와 노래마다 "파격적이고 실험적"인 퍼포먼스 등이 고스란히 녹아있다.

그리고 이들의 가장 큰 자랑이자 결정적인 성공 요인으로 꼽히는 소셜미디어 활용 능력이다. 데뷔할 때부터 공식 SNS계정을 통해 대기실이나 숙소 등 가장 평범하고 일상적인 모습을 공개하며 팬들과 소통했다. 이들은 멤버별 개인 SNS를 사용하지 않고, 단 하나의 계정만 사용해 두터운 팬층을 확보할 수 있었다. 최근 열린 '아메리칸 뮤직어워즈' 무대 후에도 멤버들은 라이브 영상을 통해 팬들에게 감사하다는 말을 가장 먼저 전했다.

덕분에 이들은 트위터 팔로워만 1030만 명을 넘었다. 이는 한국 트위터 계정으로는 가장 많은 수치다.

●나아가 길, 'G.G'  
 방탄소년단이 앞으로 이뤄야할, 나아가야할 길은 두 가지의 'G'이다. 그래미 시상식(Grammy), 그리고 글로벌(Global) 활동이다. 방탄소년단이 미국 TV대무 무대를 성공적

으로 치렀다고 해서 해외시장을 겨냥한 영어를 반을 발표하지는 않을 것으로 보인다. 지금처럼 그래왔듯 한국어로 된 앨범을 발표하고 아이튠즈나 유튜브 등을 통해 전 세계에 공개되는 일련의 활동 방식을 유지한다는 계획이다. 그렇다고 방탄소년단이 올라갈 '정상의 끝'이 여기까지라고 단정하기는 어렵다. 매년 예상을 벗어난 기대 이상의 성과를 내놓은 이들이다. 특히 '아메리칸 뮤직어워즈' 이후 방탄소년단의 위상이 격상돼 이들의 앞길에 전 세계가 관심을 드러내고 있다.

이런 상황에서 방탄소년단에게 기대할 수 있는 또 다른 성취는 그래미 시상식이다. 빌보드 뮤직어워즈, 아메리칸 뮤직어워즈까지 섭렵한 이들의 다음 목표이기도 하다. 케이팝 가수로는 한번도 참여한 적이 없어 높은 장벽과 같은 그래미의 문을 넘을 수 있을지가 최대 관심사다. 빌보드는 23일 "방탄소년단이 그래미 시상식에서 신인 가수 후보에 오를 수 있을지(자제)토론했다"고 밝혀 화제를 모으기도 했다. 그만큼 방탄소년단의 파워와 위상이 달라졌다는 것을 볼 수 있다.

방탄소년단은 12월8~10일 서울 고척스카이돔에서 '월드 투어' 피날레 공연을 연다. 북남미, 동남아, 호주, 일본 등 전 세계 19개 도시에서 총 40회 전석을 매진시키며 글로벌한 '티켓 파워'를 입증한 만큼 내년에도 또 한번 도약할 무대에 관심이 쏠린다. 이들은 기존과 달라진 팬덤과 인기를 기반으로 더 많은 나라에서 투어를 진행하고, 이를 통해 또 다른 케이팝의 시대도 열 것으로 기대를 모은다.

이정연 기자 annjoy@donga.com

### 비명같은 환호성·한국식 태창...美 팬덤문화까지 바꾼 방탄

아메리칸뮤직어워즈 무대 폭발적 열광 현지인들 "시상식 최고의 순간" 극찬

"서양인들이 생각하는 적절한 관객 참여의 개념을 근본부터 뒤집어놓았다."

20일(한국시간) 열린 아메리칸뮤직어워즈(AMA)에서 최신펍 'DNA' 무대를 펼친 방탄소년단이 일으킨 현지 팬덤 문화를 조명한 빌보드의

총평이다. 이전까지 볼 수 없었던 한국식 공연 관람 문화가 방탄소년단으로 인해 미국에서도 생겨났다는 점을 눈여겨본 것이다. 실제로 AMA가 열린 LA 마이크로소프트시어터는 방탄소년단의 공연이 진행되는 내내 멤버의 이름을 외치고 비명 같은 환호성, '태창'이 한데 어우러졌다. 이런 장관을 두고 일간지 뉴욕포스트와 패션지 인스타일, 주간지 피플은 "AMA의 최고의 순간" "시상식에서 놓치지 말아야 할 순

간"으로 설명하기도 했다. 강렬한 관람태도 뿐만 아니라 방탄소년단의 미국과 유럽 등지의 해외 팬들은 한국식 팬덤 문화에 서서히 물들어나가고 있다. 방탄소년단의 최신작 '러브 유어셀프: 승-허'가 발표된 직후인 8월23일에 미국 라디오 방송 'WILD 94.9'는 이들의 노래 '낫 투데이'를, 다음날엔 '파이어'를 선곡했다. 미국 라디오에서 한국어 노래가 나오는 일은 매우 낯선 일이다. 이

는 방탄소년단 미국 각 지역 팬들이 연합해 방탄소년단의 음악 선곡을 지속적으로 요청해 이뤄낸 결과다.

이 뿐만 아니라 특정 음악을 차트 순위권에 유지시키기 위해 '스밍'(반복적인 스트리밍)을 돌리는 일, 스타를 응원하기 위해 변화가 전광판 및 지하철 광고, 벽보 광고를 집행하는 일 등 팬들이 조직화해 집단적 힘을 발휘하는 현상은 그간 서양에서는 보기 드문 사례로 꼽힌다.

이런 현상을 지켜본 미국 경제전문지 포브스는 "방탄소년단이 미국을 매혹하고 있다"고 평했다. 김원경 기자 gymyung@donga.com