

# ‘유튜브 시대의 비틀스’ BTS, 빌보드 29주째 50위권

〈다이너마이트〉

## 팝의 상징 빌보드 차트

1970년생 아버지는 소싯적 주한미군방송(AFKN) 라디오에서 DJ 케이시 케이슨(1932-2014)이 진행하는 ‘아메리칸 TOP40’을 들었다. 토요일 오후 4시간, 빌보드 싱글 차트의 ‘신곡’ 40개를 몽땅 들을 기회는 이때뿐이었다. 그는 “80년대 국내 라디오에서는 몇 곡의 팝송을 돌려막기 식으로 내보내서, 같은 곡을 하루에 2-3차례 듣기도 했다”고 말했다.

BTS, 그래미 첫 도전 아쉽게 실패  
2000년생 딸도 빌보드를 찾는다. 빌보드에 관심을 갖게 된 건 방탄소년단(BTS) 때문이다. BTS의 ‘다이너마이트’가 빌보드 핫100(싱글) 1위에 오르면서다. 딸의 친구들도 매주 수요일 밤이면 업데이트 되는 빌보드 핫100을 눈여겨 본다. 현대, 딸은 아버지 때와 달리 유튜브로 빌보드 히트곡을 듣는다. 그는 “내가 원하는 곡을 골라 그때 그때 찾는다”고 말했다.

4050 세대 ‘빌보드 키즈’를 만든 빌보드 차트가 인터넷과 소셜미디어(SNS)를 타고 2030 세대의 눈길을 끌고 있다.

국제음반산업협회(IFPI)가 밝힌 2019년 녹음 음악 매출 202억 달러(약 22조 7000억원) 중 스트리밍 매출은 114억 달러(약 12조 8000억원), 56.1%로 녹음 음악 매출 1위를 차지한다. 다운로드(7.2%)를 압도한다. “365일 팝 음악사”를 쓴 정일서 KBS PD는 “다운로드가 음악을 소장하는 개념이라면 스트리밍은 도서관에서 책을 빌려보는 것”이라고 밝혔다. 딸은 다운로드에도 열심이다. BTS의 ‘다이너마이트’는 빌보드 핫100 1위에 3주 오른 뒤 20일 현재 43위다. 29주째 50위권 내에 머무르고 있다. BTS의 팬덤 ‘아미’가 받쳐주고 있다. 이대화 대중음악평론가는 “아미는 다운로드와 피지컬(음반)에 집중하는 전략을 추구한다”고 말했다. 빌보드는 순위 산출 때 스트리밍보다 다운로드와 피지컬 부문에 더 가중치를 둔다고 알려져 있다.

이번주 빌보드는 ‘다이너마이트’가 주중 가장 많은 다운로드 횟수를 기록했다고 보여준다. 별도의 빌보드 다운로드 차트에서도 1위다. 이대화 평론가는 “팬들의 다운로드로 이번 주 43위를 유지한 것으로 보인다”고 밝혔다.

그 BTS가 지난 14일(현지시간) 열린 제63회 그래미 어워드에서 수상자 명단에 들어가지 못했다. ‘다이너마이트’로 ‘베스트 팝 듀오·그룹 퍼포먼스’ 부문 후보에 올랐지만, 트로피는 레이디가가와 아리아나 그란데의 ‘레인 온 미’에 돌아갔다. 빌보드 핫100 연간 순위는 ‘다이너마이트’ 38위, ‘레인 온 미’ 48위였다.

빌보드는 미국 대중음악의 상징이다. 미국은 세계 최대 음악 시장이다. IFPI가 밝힌 미국의 2017년 녹음 음악 기준 매출은 59억 달러(약 6조6000억원). 2위 일본(27억 달러)의 2배가 넘는다. 그래서 미국 시장은 뮤지션들의 성공을 판가름하는 무대라 일컬어진다.

1964년 2월, 영국에서 입지를 다진 비틀스가 미국 시장 문을 두드렸다. ‘브리타시 인베이션(영국 뮤지션들의 미국 시장 침공)’의 포문을 열었다. 비틀스는 그해 2월을 승가쁘게 지낸다. ‘아이 윌트 투 홀드 유어 핸드’가 1일 빌보드 1위에 오른다. 7일 미국 뉴욕에 도착해 이틀 뒤 당시 최고 인기 토크쇼 ‘에드 쉐리먼 쇼’에 출연한다. 그해 4월 14일 자 싱글차트는 1위부터 5위까지가 비틀스 노래였다. 빌보드 진출은 한국에서는 다른 행성의 이야기였다. 80년대 초반, 우리나라 가수 누군가의 노래가 빌보드에 진입했다는 얘기가 돌기도 했다. 빌보드를 향한 ‘빌보드 키즈’들의 열망이 부른 뜬소문이었다.

2019년 5월 BTS가 ‘비틀스처럼’ 미국 토크쇼에



### 1958년부터 싱글 차트 '핫100' 매겨 주크박스 이용 라디오 송출 등 참고 클래식·찬송가 순위에 오르기도 예전엔 AFKN 이젠 유튜브로 즐겨 음원 스트리밍 시대 SNS전파 중요 비틀스, 60여 년 전 빌보드 점령 빌보드·그래미 성적 비례하진 않아

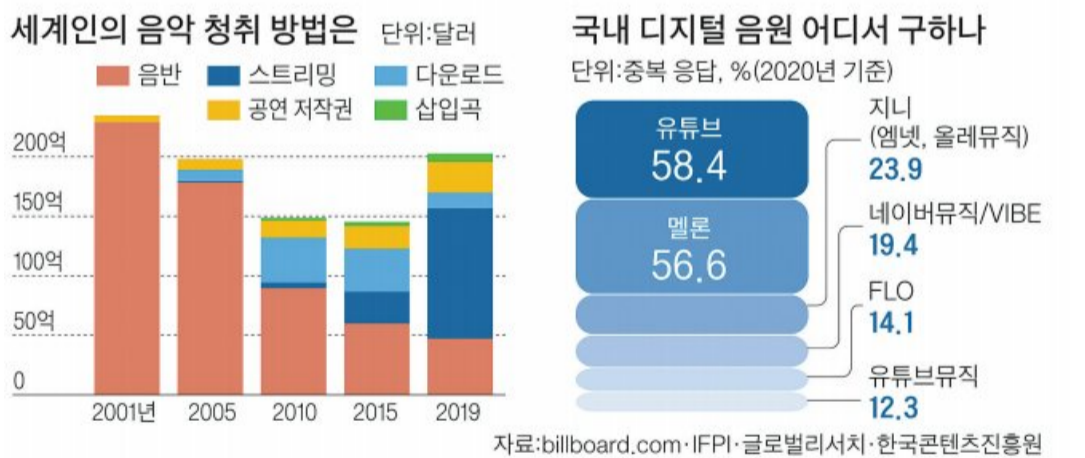
출연했다. 해외 언론에서 먼저 BTS를 비틀스에 견뎠다. K팝의 미국시장 본격 진출을 알리는 무대였다. 임진모 대중음악평론가는 “해외에서는 BTS를 유튜브 시대의 비틀스라고 여기고 있다”고 밝혔다. 김작가 대중음악평론가도 “음악 산업의 흐름을 바꾸고, 하나의 문화코드가 될 수 있다는 측면에서 BTS는 비틀스와 유사하다”고 말했다. 비틀스와 BTS 사이에는 두 세대, 즉 60년 가까운 차이가 난다. 아버지와 딸의 한 세대보다 폭이 넓다. 그해 빌보드도 변했다. 음악 유저(이용자)도 변했다. 과거 빌보드 핫100에는 클래식(러브 이즈 블루, 1위), 찬송가(로드스 프레이어, 4위)도 올랐다. 빌보드는 1958년부터 주크박스 이용 횟수, 음반 판매량, 라디오 송출 횟수 등을 고려해 순위를 매겼다. 마이클 잭슨, 마돈나, 에미넴, 브루노 마스, 마룬 5, 테일러 스위프트 등이 빌보드를 발판 삼아 이름을 날렸다. 대중음악은 스트리밍 시대로 접어들었다. 70, 80년대 유명 록그룹 플리트우드맥의 ‘드림스’까지

난해 9월 빌보드 핫100에 21위로 재등장했다. 78년 1위에 오른 지 42년 만이었다. 한 SNS 인플루언서가 이 노래를 부르는 장면을 틱톡에 올린 뒤 음원 스트리밍이 폭증한 결과다. 정일서 PD는 “빌보드에서 SNS를 통한 바이럴(전파)이 얼마나 중요한지 보여주는 케이스”라고 밝혔다. 한국콘텐츠진흥원은 “2020 음악산업 백서”를 통해 “스트리밍 증가는 사용자가 직접 구성하는 플레이리스트가 음악 유통의 주요 채널이 되면서 생긴 현상”이라며 “기존의 음악 마케팅이 신곡 위주로 구성된 것에 비해 사용자 중심의 스트리밍 환경에서는 과거의 히트곡, 숨은 명곡들이 더 중요해지는 것”이라고 분석했다. BTS를 비롯한 한국 아이돌 그룹은 SNS를 기반으로 활동한다.

빌보드는 그래미로 가는 징검다리 빌보드 성적이 그래미 수상과 연관성이 있을까. 전문가들 반응은 미묘하게 갈린다. 임진모 평론가는 “그래미에서 올해의 앨범에 뽑힌 테일러 스위프트가 빌보드에서는 눈에 띄만한 성적은 아니었다”며 “결국은 음악성의 문제”라고 주장했다. 김작가 평론가도 “빌보드 성적은 상징적이지, 절대적이지는 않다”고 말했다. 20일 현재 53주간 핫100 10위권 내를 유지하고 있는 ‘블라인딩 라이즈’를 부른 워커펀드는 아예 그래미 후보에 오르지도 못했다. ‘블라인딩 라이즈’는 빌보드 연간 차트 1위 곡이기도 하다. 하지만 이대화 평론가는 “빌보드는 판매량을 결산하는 차원”이라면서도 “빌보드에서 1위를 하게 되면 인지도를 굉장히 높여주기 때문에 과정보다도 중요하다”고 분석했다. 정일서 PD는 “빌보드 성적이 그래미 수상을 보장하지는 않는다”면서도 “빌보드에서 눈에 띄는 뮤지션들이 그래미에서도 수상하는 경우가 많다”고 밝혔다. 비틀스는 그래미 신인상을 받았다. 1964년 미국 진출 후 70년에 해체할 때까지, 핫수로 7년간 그래미 수상은 4번(신인상 포함, 해체 후 수상은 제외)이었다. 이대화 평론가는 “BTS의 이번 그래미 수

### 빌보드 핫100 1위 장기 집권 노래는

19주	1위	Old Town Road 릴 나즈 엑스(Feat. 빌리 레이 사이러스)/2019년
16주	2위	One Sweet Day 머라이어 캐리 & 보이즈 투 맨/1995년 Despacito 루이스 폰시 & 대디 양키 (Feat. 저스틴 비버)/2017년
14주	4위	I Will Always Love You 휘트니 휴스턴/1992년 I'll Make Love to You 보이즈 투 맨/94년 Macarena 로스 델 리오/95년 Candle in the Wind 1997 엘튼 존/97년 We Belong Together 머라이어 캐리/2005년 I Gotta Feeling 블랙 아이드 피스/2009년 Uptown Funk 마크 론슨(Feat. 브루노 마스)/2015년



상 실패는 K팝이 아직 미국에서 탄탄히 뿌리를 내리지 못했다는 걸 보여준다”며 “BTS는 앞으로도 빌보드에서 선전하며 그래미 수상의 기회를 잡을 수 있을 것”이라고 조심스럽게 전망했다. 빌보드는 그래미로 향하는 징검다리다. /김홍준 기자 rimrim@joongang.co.kr <광주일보와 중앙 SUNDAY 제휴 기사입니다>

## 백판, 길보드 테이프... '빌보드 키즈' 눈물겹게 팝 들어

나 맨 그랬지, '라떼' 한 토막. 미국 혹은 일본에서 '원판'이라고 부른 오리지널 LP를 구한 이들은 다행이었다. 현지에서 연락처·운반책이 될 친지나 동료가 있었다. 혹은 만만치 않은 비용을 감당할 능력이 있었거나. 하지만 수많은 대한민국의 '빌보드 키즈'들은 1970-80년대에 눈물겹게 음원 획득에 나섰다. 빌보드 중 한 명인 평범한 회사원 배우진(52)씨의 분투기를 옮긴다. “라디오 앞에 앉았다. DJ가 시카고의 ‘하드 투 세이 아이 쏘리’를 틀어준다. 카세트플레이어의 REC 버튼을 눌렀다. 이런, DJ가 정규방송 관계로 끊어버렸다. 오늘 녹음도 실패. 김광환(1946-

라디오 곡 녹음위해 신경 바짝 쓰고 전지 아끼려 불펜 끼워 테이프 감아 2015·이종환(1937-2013) 등 좀 안다는 DJ라면 노래 전후로 3초 정도 공백을 찾을 텐데. 수만원 나가는 원판은 엄감생심. 이른바 ‘백판(복제 LP)’을 사러 서울 황학동(정계천)에 갔다. 한 장에 800원. 조금이라도 상태가 나은 걸 찾았다며 일일이 흰색·녹색 투톤의 재킷을 열어 봤다. 직원의 눈치가 뒤뚱수에 쫓겼다. 백판에는 국내 금지

곡이 그대로 실려 있었다. 지금은 대부분 멸(滅)한 동네 레코드 가게를 들락거렸다. 레코드의 뜻대로, 그곳에서는 정말 ‘녹음’을 해줬다. 사장님은 라이선스(마스터링 음원을 갖고 국내에서 재차 녹음을 제작한 음반) 테이프의 비닐 포장용 조심스레 뜯어 ‘더블데크(카세트테이프 플레이어 두 개 장착된 기기)’에 돌려 녹음해줬다. 곡당 100원. 60분짜리 공(空)테이프에 보통 15곡이 들어가니 1500원에 공테이프 비용까지 3500원. 테이프 재질이 노멀이나, 크롬이나, 메탈이나로 값은 차이 났지만... 물론 사장님은 다시 조심스레 라이선스 테이프의 비닐을 신궁처럼 붙였

그룹 '폴리스' 리더인 스티빙이 1985년 낸 솔로 앨범의 '백판'. 당시 국내 금지곡이었던 '러시안스'가 실려 있다. 다. 그 테이프, 누군가 사 갔겠지. '마이마이(휴대용 카세트테이프 플레이어 브랜드)' 건전지 아끼고 테이프의 구동용 릴에 불판을 끼워서 '앞으로 감기' '뒤로 감기'도 했다. 서울의 종로, 명동 등 길거리 리카에서 '최신 팝 /김홍준 기자 rimrim@joongang.co.kr

송 '히트 가요'라는 이름으로 나온 '길보드'도 애용했다. 단돈 1000원이나, 길보드에 이름을 살짝 빌려준 빌보드 저리 가라는 반응이었다. '감전가요'가 수록되지 않은 것도 장점이었다. 길보드는 아직도 고속도로 휴게소에서 그 명맥을 유지한다는데... 백판이나 녹음이나 길보드가, 저작권에 딱 걸리는데 그런 개념 자체가 희미했고 알아도 모른척 했고. 라이선스 LP를 사러 가다가 머리가 찢어지기도 했다. 영국 그룹 '다이어 스트레이츠'의 '브러더스 인 암스(86년 그래미 수상)'인데, 흑시나 누가 먼저 사갈까 봐 뛰어가다가 넘어졌지. 그만큼 라이선스도 많지 않았다는 말. 요새는 다운 받으면 되는 데, 머리 깨질 일 뭐 있겠나." 그러면서 그는 머리카락이 많이 빠진다고 털어놓았다. 35년 전 생긴 상처는 LP의 'L'처럼 흉터를 남겼다. /김홍준 기자 rimrim@joongang.co.kr