

한국 걸그룹 최초 '빌보드 200' 1위 '블랙핑크'



'위풍당당' 4인4색 세계 팬들의 워너비



걸그룹 블랙핑크가 정규 2집 '본 핑크' (BORN PINK)로 미국 빌보드 앨범 차트 '빌보드 200'에서 K팝 걸그룹 가운데 처음으로 1위에 올랐다. 블랙핑크는 합창 베이스의 음악으로 글로벌 시장에서 강세를 드러내는 한편, 특유의 당당함과 자신감을 앞세운 '멋있는 모습'으로 남녀 불문 전 세계 음악 팬들의 '워너비' (Wannabe)로 등극했다는 평가를 받는다. 이들은 음악 외에도 멤버마다 4인 4색 매력을 뽐내며 연기, 패션, 환경문제 등 다양한 영역에서 존재감을 드러내고 있다.

◇YG 차세대 걸그룹... 잇따른 히트곡 '대세' 등극 26일 가요계에 따르면 블랙핑크는 지난 2016년 데뷔 싱글 '스퀘어 원'의 더블 타이틀곡 '휘파람'과 '봄바야'로 가요계에 처음으로 등장했다. 이들은 손꼽히는 대형 가요 기획사 YG엔터테인먼트가 2009년 투애니원 이후 7년 만에 내놓는 걸 그룹으로 출발부터 세간의 주목을 받았다. 지수, 제니, 로제, 리사 네 멤버들은 뛰어난 춤·노래·랩 실력을 갖춘 데다가 수려한 외모까지 지녀 이른바 '완전체 걸그룹'으로 단번에 많은 팬을 끌어모았다. 블랙핑크는 이후 '불장난', '마지막처럼', '뚜두뚜두', '킬 디스 러브' (Kill This Love), '하우 유 라이크 댓' (How You Like That), '러브 식 걸스' 등 합창 리듬을 베이스로 하는 세련된 음악들로 국내는 물론 해외에서까지 폭넓은 인기를 과시하며 대세 K팝 아티스트로 등극했다. 블랙핑크가 글로벌 시장에서 본격적으로 두각을 드러낸 것은 지난 2018년 발매한 '뚜두뚜두' 때부터였다. 이들은 이 노래로 미국 빌보드 메인 싱글 차트 '핫 100'과 앨범 차트 '빌보드 200'에 각각 55위와 40위로 처음 진입했다. 블랙핑크는 이후 '핫 100'에서는 '킬 디스 러브' 41위, '사워 캔디' 33위, '하우 유 라이크 댓' 33위, 셀레나 고메즈와 협업한 '아이스크림' 13위, '러브 식 걸스' 59위, '핑크 베놈' 22위 등 준수한 성적을 냈다. '빌보드 200'에서도 2020년 정규 1집 '디 앨범'으로 2위를 기록한 데 이어 이번 2집으로 데뷔 6년 만에 정상에 등극했다. 블랙핑크는 가수들의 주요 신곡 홍보 창구가 된 유튜브에서도 막강한 인기를 자랑하고 있다. 이들의 유튜브 채널 구독자 수는 8180만명에 달해 전 세계 아티스트 가운데 1위다. 유튜브에 따르면 블랙핑크의 최근 1년 간 유튜브 조회 수는 72억2000만건에 달한다.

YG, 투애니원 후 7년만의 걸그룹 2016년 싱글 '봄바야'로 첫 등장 수려한 외모, 춤·노래 실력 갖춰 2018년 '뚜두뚜두'로 본격 두각 빌보드 메인 싱글 '핫 100' 진입 유튜브 구독자 8180만명 보유 세계 아티스트 1위... 72억뷰 기록

연기·패션·환경문제 '존재감' 다음달부터 북미·유럽 등 월드투어

조회 수가 높은 국가 톱 10을 살펴보면 우리나라는 10위에 그친다. 1위 인도를 비롯해 2위 태국, 5위 멕시코, 8위 미국, 9위 터키 등 아시아, 유럽, 아메리카를 가리지 않고 전 세계에서 인기를 구가하고 것으로 나타났다. 이 같은 인기에도 힘입어 블랙핑크의 이번 2집 타이틀곡 '첫 다운'은 K팝 가수 가운데 처음으로 세계 최대 스트리밍 플랫폼 스포티파이의 주간 차트에서도 1위에 올랐다. 블랙핑크는 이에 2집 선공개곡 '핑크 베놈'을 미국 대중음악 시상식 'MTV 비디오 뮤직 어워즈' (VMA)에서 선보이는 등 국내 음악 방송 대신 글로벌 홍보에 힘을 쏟는 모양새다. ◇자유분방함 매력... BTS 인기 잇는다 블랙핑크 멤버들은 지난달 온라인 기자간담회에서 "당당함과 자신감 넘치는 모습이 가장 (우리의 정체성과) 가깝다"고 매력을 소개한 바 있다.

2nd ALBUM BORN PINK



2022.09.16 12AM(EST) & 1PM(KST)

BLACKPINK

최근 발매한 앨범 '본 핑크'

전문가들도 이와 궤를 같이하는 차원에서 이들의 인기를 분석한다. 임진모 대중음악평론가는 "블랙핑크는 노래 자체가 방탄소년단(BTS)이 그랬던 것처럼 북미 시장에 없던 스타일로 장르적인 차별화를 이뤄냈다"며 "강력한 퍼포먼스를 보여주면서도 자유분방한 모습을 담아냈고, 적극적이고 강한 팀워크를 보여주는 데 성공한 점도 어필한 것 같다"고 분석했다. 정덕현 대중문화평론가는 "이들은 일단 멋있다. 미적인 측면을 강조하는 게 아니라 퍼포먼스와 랩이 여성들이 봐도 동경할 정도의 멋스러움을 담고 있다는 것"이라고 강조했다. 이어 "이번 2집은 합창을 베이스로 삼았는데 여성스러움을 강조하기보다는 보이그룹 정도의 강렬한 모습을 전면에 드러냈다"며 "이제는 걸그룹도 남성성이 아닌 여성 팬층을 잡아야 하는 것으로 소비 시장이 바뀌고 있는데 블랙핑크의 전략이 이것과 잘

맞아 떨어지면 좋은 글로벌 반응이 나오는 것 같다"고 덧붙였다. 가요계에서는 블랙핑크가 K팝 한류의 정점을 이룬 방탄소년단의 뒤를 이을 것이라는 데에는 이견이 없는 모양새다. 정 평론가는 "걸그룹으로서 방탄소년단(BTS)을 잇는 인기를 누릴 수 있을 것"이라고 내다봤다. 임 평론가 역시 "블랙핑크는 병역 제한이 없기에 방탄소년단 다음을 블랙핑크의 시대라고 이야기할 수도 있을 것"이라고 짚었다. 음악의 영향력 막강... 기후 변화 경고하기도 블랙핑크는 이 같은 인기를 기반으로 음악 외의 분야에서도 영향력을 발산하고 있다. 블랙핑크는 지난해 유엔 지속가능발전 목표 홍보 대사로 임명돼 기후변화 분야에서 적극적으로 목소리를 내고 있다. 이들은 지난 19일(현지시간) 미국 뉴욕에서 열린 유엔 지속가능발전목표 고위급회의 (SDG 모멘트)에서 영상을 통해 변화에 동참할 것을 호소했다. 로제는 "기후 위기가 점점 더 심각해지고 있다"며 "아름다운 자연과 에너지를 비롯한 우리의 삶을 지키기 위해서는 지금 당장 함께해야 한다. 오늘의 선택으로 모든 글로벌 목표에 대한 우리의 노력이 결실을 맺거나 무산될 수도 있다"고 경고했다. 이들은 지난 5월에는 제26차 유엔기후변화협약 당사국총회(이하 COP26) 홍보대사로서 영국 엘리자베스 2세 여왕 즉위 70주년 기념행사(플래티넘 주빌리)에 참석해 기후변화를 우려하는 영상을 촬영하기도 했다. 블랙핑크 네 멤버들은 글로벌 패션 업계에서도 섭외 1순위로 꼽힌다. 이들은 사넬(제니)·생로랑(로제)·디올(지수)·셀린느(리사) 등 각자가 내로라하는 명품 브랜드 엠베서더(홍보대사)로 활동하며 MZ세대의 선풍을 끌어들여왔다. 까다롭기로 유명한 이들 브랜드가 블랙핑크를 택했다는 것은 그만큼 이들의 영향력이 국내를 넘어 전 세계에서 다양한 인종과 계층을 아우른다는 방증이다. 블랙핑크는 다음 달 서울을 시작으로 북미, 유럽, 아시아, 오세아니아 등을 순회하며 전 세계에서 150만명을 만나는 걸그룹 최대 규모의 월드투어에 돌입한다. /연합뉴스

눈에 확 띄네 '합창 오디션'

'싱포폴드' 첫 시청률 2.9%

넘쳐나는 음악 경연 프로그램 사이에서 합창 퍼포먼스로 감동을 끌어올린 SBS 새 예능 '싱포폴드'가 2%대 시청률로 출발했다. 26일 시청률 조사회사 닐슨코리아에 따르면 전날 오후 6시 방송한 '싱포폴드' 첫 회 시청률은 2.9%를 기록했다. 방송에서는 1라운드인 지역 예선에 참여한 합창단들이 소개됐다. 7세 최연소 참가자가 있는 '제주 올림 합창단'이 맑고 청량한 목소리와 양조맛은 안무로 첫 무대를 열었고, 단원 대다수가 뮤지컬 전공자인 '팝앤이 합창단', 중년 여성들로 꾸려진 '은어울 여성 합창단'이 각기 개성있는 무대를 선보였다. 머리가 희끗희끗한 72세 단원이 포함된 중장년 합창단 '코어이'는 깊이 있는 울림을 주며 심사위원과 다른 참가자들의 눈시울을 붉혔고, 팬데믹으로 해체를 고민하다 프로그램에 참여했다는 장단 18년 차 '헤리티지 매스콰이어'는 흥 넘치는 무대로 심사위원 전원의 기립박수를 끌어냈다. '싱포폴드'는 합창 퍼포먼스라는 새로운 콘셉트로 다른 음악 경연 예능과 차별화를 꾀했다. 그동안 아이돌 오디션 프로그램의 주요 출연자였던 10~20대뿐만 아니라 7세 어린이부터 72세 어르신까지 다양한 사연을 지닌 합창단원들의 이야기가 프로그램을 풍성하게 만들었다. 합창단의 구성이 다양하다 보니 이들이 선사하는 무대도 각 팀만의 색깔을 뚜렷하게 드러내면서 보는 재미를 높였고, 날 선 긴장감 넘치는 경쟁이 아닌 무대에 서기까지 서로의 노력을 격려하는 따뜻한 분위기를 만들었다. /연합뉴스

귀할수록 전문 브랜드 비타민하우스

45 북위 45도 이상
혹한에서

15 15년을 자란
차가버섯을 엄선

12 12배 고농축으로
영양을 꽉 채운

시베리안 차가버섯



Vitamin House
구입문의 1588-8529

비타민하우스 전속모델 서경석