



[BTS매력론] BTS의 글로벌 매력 이야기

빌보드, BTS를 말한다

안미향

연세대학교 동서문제연구원 객원교수

들어가며

현재 한국의 방탄소년단(이하 BTS)은 K-Pop(이하 케이팝) 역사상 그 유례를 찾아보기 힘들 정도로 글로벌한 인기를 누리고 있다. 특히, 미국에서 그들의 앨범과 노래들이 최근에 미국의 권위 있는 대중음악 매체인 빌보드(Billboard)의 메인 차트, 빌보드 200 과 빌보드 핫 100 에서 정상을 차지하였고, 또한 미국의 대표적인 음악 시상식들, 즉 빌보드 뮤직 어워즈(Billboard Music Awards), 아메리칸 뮤직 어워즈(American Music Awards), MTV 비디오 뮤직 어워즈(MTV Video Music Awards) 등 에서 수상을 하였다. 이처럼 미국 내에서 한국의 케이팝 그룹인 BTS가 높은 대중적인 인기를 끌고, 미국 대중음악계의 인정을 받고 있는 이 놀라운 현상에 대해 어떻게 설명할 수 있을까?

이 현상을 이해하기 위해, 본 연구는 미국의 권위 있는 음악 매체인 빌보드가 한국의 케이팝 그룹인 BTS를 어떻게 바라보고 있는지를 분석하고자 한다. 이를 위해, 2014년부터 2019까지 6년간의 빌보드 기사 및 칼럼들을 내용 분석(Content Analysis) 방법을 사용하여 BTS에 대한 빌보드의 시각을 살펴본다. 여기에서는 대중음악 매체인 빌보드에 기사 및 칼럼을 쓰는 저널리스트들을 ‘문화적 게이트키퍼(Cultural Gatekeepers)’로 간주하고, 이들이 갖는 BTS에 대한 관심 및 인식의 영향력에 주목한다. 일반적으로 문화적 게이트키퍼들은 문화생산물과 소비자의 취향을 매개하는 역할¹⁾을 하는데, 다양한 문화 영역들, 즉 신문, 방송, 출판, 음악, 영화 등에서 다양한



게이트키퍼(Gatekeeping) 역할들(예, 선택, 평가, 분배, 홍보 등)을 하고 있다.²⁾ 이들은 게이트키퍼 역할을 통해서 일반 대중들에 대한 영향력을 미칠 수 있는데 특히나 외국에서 들어온 문화생산물에 대해 그 영향력이 크다고 볼 수 있다.³⁾ 대중매체에 종사하는 저널리스트들도 문화적 게이트키퍼로서 이러한 게이트키퍼 역할을 통해 일반 대중들의 인식과 태도에 큰 영향을 미치고 있다.⁴⁾

아래 글은 다음 세 가지의 궁금증을 가지고 미국 빌보드의 BTS관련 기사 및 칼럼을 분석한다. 첫째, 빌보드는 BTS에 대해 어느 정도 관심이 있는가? 이러한 관심은 시기별로 어떻게 변화되었는가? 두 번째, 빌보드는 한국의 케이팝 그룹 BTS의 매력이 무엇이라고 보고 있는가? 이 매력은 다른 케이팝 그룹들과 어떤 유사점과 차이점을 가지고 있는가? 세 번째, 빌보드는 BTS를 어떻게 인식하고 하고 있는가? 이러한 인식이 시기별로 변화되었는가?

빌보드의 BTS 관련 기사 및 칼럼들 소개

위의 궁금증들에 답하기 위해서, 우선 미국의 유명 음악 매체인 빌보드를 선택하여 BTS 관련 기사 및 칼럼을 분석하였다. 시기는 BTS의 미국 진출이 시작된 2014년부터 2019까지 6년간이고, 내용 분석 방법(Content Analysis)을 이용하여 양적 및 질적으로 살펴보았다. 내용분석 방법은 시기별로 변화하는 대중 매체들의 메시지나 트렌드 및 패턴을 파악하는데 강점이 있어 방법론으로 채택하게 되었다.

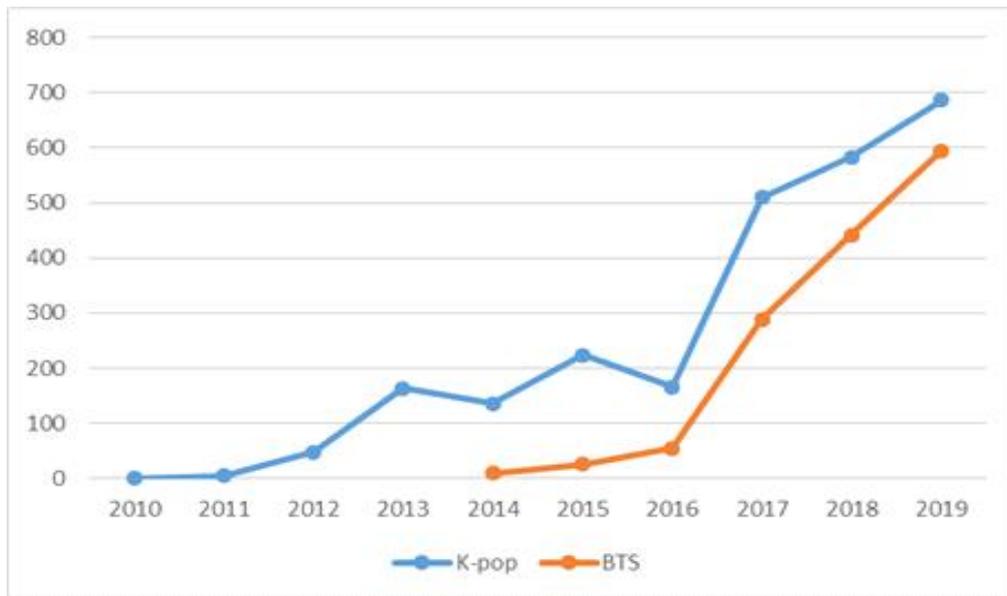
분석 대상은 각각의 빌보드 기사 혹은 칼럼이었고, 분석틀은 크게 세 범주, 즉 BTS에 대한 관심도, BTS의 매력, 그리고 BTS에 대한 인식으로 나누어 분석하였다. 6년 기간 동안의 BTS관련 기사 및 칼럼들은 렉시스넥시스(LexisNexis) 회사가 제공하는 데이터베이스 렉시스 어드밴스(Lexis Advance)를 통해서 수집하였다. 이 데이터베이스에서 2014년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지 6년의 기간에 'BTS'라는 키워드로 기사 및 칼럼을 검색하였고, 이들 중에서 BTS와 직접적으로 관련이 있다고 판단되는 기사 및 칼럼 총 1,413건을 최종적으로 선택하여 분석하였다. 비교를 위해, 케이팝 관련 기사 및 칼럼들도 수집하였는데, 케이팝이 본격적으로 미국에 진출한 시기인 2010년부터 2019년까지 10년의 기간을 'K-pop'이라는 키워드로 검색하여 케이팝과 관련이 있다고 판단되는 총 2,520개의 기사 및 칼럼을 수집하였다.

빌보드의 BTS 에 대한 관심도 변화

빌보드의 BTS 에 대한 관심도는 미국의 일반 대중들이 BTS 의 존재를 인식하는데 큰 영향을 미칠 수 있다. 빌보드의 관심도를 살펴보기 위해, BTS 관련 기사 및 칼럼들의 수와 관련 저널리스트들(기자 및 칼럼니스트 포함)의 수를 시기별로 검토하였다. 일반적으로, 특정 주제 혹은 대상에 대한 기사나 칼럼의 수 혹은 관련 저널리스트들의 수가 시기별로 증가하거나 감소한다는 것은 그 주제 혹은 대상에 대해 관심도가 증가하거나 감소한다고 볼 수 있다.

〈그림 1〉은 BTS 관련 기사 및 칼럼들의 수를 시기별로 살펴본 것이다. 여기에서 보면, BTS 관련 기사 및 칼럼들의 수가 시기별로 계속 증가하고 있고, 특히 2017 년에 그 수가 급격히 증가하고 있다.

〈그림 1〉 BTS 관련 기사 및 칼럼들의 수, 2010-2019

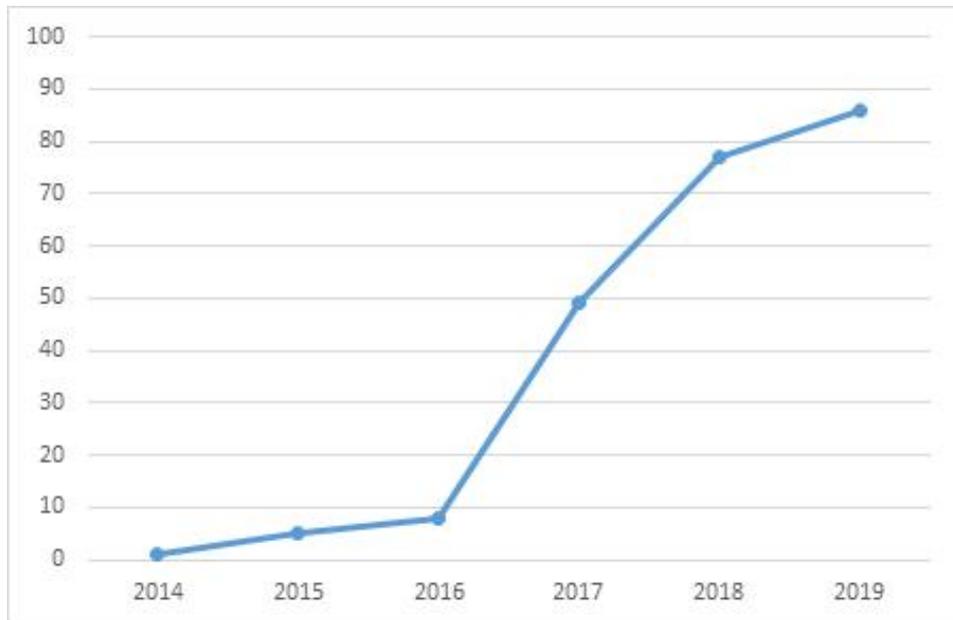


〈그림 2〉는 BTS 관련 기사 및 칼럼을 쓰는 저널리스트들의 수를 보여준다. 〈그림 1〉과 거의 유사하게 시기별로 저널리스트들의 수가 증가 추세에 있고, 2017 년에 가면 비약적으로 증가하고 있음을 알 수 있다. 이 저널리스트들과 관련하여 좀 더 살펴보면, 시기별로 BTS 기사 및 칼럼을 주로 담당하는 저널리스트들이 있는데 이들의 수도 증가하고 있었다. 예를 들어, 2014 년과 2015 년에는 제프 벤자민(Jeff Benjamin)이 대부분의 BTS 관련 글을



썼고, 2016년에는 제프 벤자민과 타마 허만(Tamar Herman)이 주로 썼으며, 2017년에 가면 제프 벤자민과 타마 허만 뿐만 아니라 케이틀린 켈리(Caitlin Kelley), 케빈 루터포드 (Kevin Rutherford), 빌보드 스태프(Billboard Staff) 등이 BTS 관련 글을 주로 담당하였다. 2018년에는 기존의 필진들 외에도 잔더 젤너(Xander Zellner), 레베카 실러(Rebecca Schiller) 등이 참여하였고, 2019년에 가면 BTS 관련 글을 쓰는 주요 필진들의 수가 더욱 증가하여 기존의 필진들(제프 벤자민, 타마 허만, 케빈 루터포드, 잔더 젤너 등) 외에 테일러 웨더비(Taylor Weatherby), 글렌 로울리(Glenn Rowley), 폴 그레인(Paul Grein), 제이슨 립슈츠(Jason Lipshutz), 길 코프만(Gil Kaufman)등이 주로 BTS 관련 글을 담당하여 썼다.

<그림 2> BTS 관련 기사 및 칼럼을 쓴 저널리스트들의 수



이상에서 알 수 있듯이, BTS에 대한 빌보드의 관심은 시간이 흐를수록 증가하였는데, 특히나 2017년에 폭발적인 관심을 보였고, 그 이후에도 그 관심은 지속적으로 상승세를 이어갔다. 빌보드의 관심이 2017년에 상당히 큰 폭으로 상승한 이유를 살펴보면, BTS가 케이팝 그룹으로는 처음으로 2017년 빌보드 뮤직 어워즈에서 톱 소셜 아티스트(Top Social Artist)상을 받았고, BTS의 새 앨범 《Love Yourself: Her》가 빌보드 200 차트의 상위권(7위)에 진출하였으며, 미국 주류 TV 쇼들(예, The Ellen DeGeneres, Jimmy Kimmel Live! 등)에 출연하게 되면서였다. 2017년 이후에도 BTS의 새

앨범들은 빌보드 메인 차트에서 새로운 기록을 세웠고, 미국 내 유명 음악 시상식들에서 연속하여 수상을 하였으며, 미국의 비중있는 TV 쇼들에도 계속 출현하게 되면서 빌보드의 관심은 지속적으로 상승하게 되었던 것이다. 이러한 BTS 에 대한 빌보드의 관심도 상승은 미국의 일반 대중들에게 BTS 의 존재를 알리는 것 뿐만 아니라 BTS 를 긍정적으로 판단하게 되는 하나의 요인으로 작용했을 것으로 해석할 수 있다.

빌보드가 보는 BTS 의 매력: 다른 케이팝 그룹들과의 차이점들

빌보드는 2014년에 미국 진출을 시작한 BTS가 다른 케이팝 그룹들 비해 훨씬 더 빠르고 광범위하게 미국에서 인기를 얻고 있다는 사실에 주목하면서 과연 BTS의 어떤 매력이 미국의 일반 대중들에게 어필하고 있는지 다른 케이팝 그룹들과의 비교를 통해서 살펴보고 있다.

BTS와 다른 케이팝 그룹들 간의 비교는 2015년도 칼럼에서 처음으로 나타나기 시작했고, 주로 2016년과 2017년에 집중적으로 나타나 있었다. 흥미로운 것은, 대부분의 빌보드 칼럼들이 BTS와 다른 케이팝 그룹들과의 유사성보다는 차이점들에 더 관심을 보였다는 것이고, 이런 차이점들이 어떻게 BTS만의 매력이 되는지를 설명하고 있다.

2015년도 두 개의 칼럼은 BTS의 댄스 스타일과 그들의 앨범에서 사용한 메타포(Metaphors)에 대해 언급하고 있다. 이 칼럼들에 따르면, 흔히 케이팝 콘서트에서 보여주는 아이돌 그룹들의 칼군무와 그들의 CD 같은 보컬이 BTS 콘서트에서도 보이기는 하지만, 큰 차이점이 있다면 BTS의 댄스 스타일이 다른 K-pop 그룹들과는 달리 뭔가 릴렉스되어 있고 자유롭다는 것이고,⁵⁾ 그들의 새 앨범인 《화양연화 Pt.2》에서는 공감을 주는 메타포를 사용하고 있는데 바로 이 점이 다른 케이팝 보이밴드들과 차별성을 가진다고 보았다.⁶⁾

2016년도와 2017년도에는 더 많은 칼럼들이 보다 깊이 있게 BTS 음악에 대해 다루고 있었고, 무엇보다도 BTS의 아티스트적인 면에 대해 언급하기 시작하였다. 가장 많은 칼럼들의 관심은 무엇보다도 BTS 음악이 다른 케이팝 그룹들이 잘 다루지 않는 논쟁적인 사회적 이슈들, 특히나 현재 젊은이들이 직면한 여러 사회적 이슈들을 담아내고 있다는 것이었다. 예를 들어, 2017년 3월 20일 자 타마 허만의 칼럼의 내용⁷⁾이 그 대표적인 사례라고 볼 수 있다.

Though most K-pop acts shy away from politicizing their music, or even touching on seemingly controversial topics, the Rap Monster-led K-pop act has addressed politics and cultural issues in their songs on multiple occasions, with a particular focus on youth-related issues such as mental health, bullying and suicide.

비록 많은 케이팝 그룹들이 그들의 음악을 정치화하거나 보기에도 논쟁적인 주제들을 다루는 것을 회피할지라도, RM이 이끄는 케이팝 그룹은 여러 번 그들 노래에 정치성과 문화적 이슈들, 특히 정신 건강, 왕따 그리고 자살과 같은 젊은이들과 관련된 이슈들을 담아내고 있었다.

이처럼 BTS 음악이 담고 있는 젊은이들과 관련된 사회적 이슈들과 이런 젊은이들에게 전하는 희망과 위로의 메시지가 미국의 팬들에게 어필하게 되었고, 이 때문에 BTS의 미국 내 인기가 계속 상승할 수 있었다는 것이다. 이러한 BTS 인기의 지속적인 상승으로 그동안 케이팝 그룹들이 가진 대부분의 빌보드 기록들을 갈아치울 수 있었고, 이제는 케이팝 그룹들 중에서 가장 유명한 그룹이 되었다⁸⁾ 고 보았다.

다음으로, 대부분의 BTS 음악은 BTS 구성원들의 적극적인 참여로 만들어졌고, 멤버들의 창작 활동에의 참여는 BTS의 아티스트적인 면을 잘 보여주고 있다고 하였다. 예를 들어, 2016년 10월 21일자 칼럼에서 타마 허만은 힙합 아이돌로 데뷔한 BTS가 그들만의 힙합적인 댄스 스타일을 만들어내기 위해 프로듀서들과 함께 음악 대부분의 창작 작업에 참여하고 있었고, 이러한 점이 BTS의 아티스트적인 모습을 잘 보여주는 것이라고 하였다. 특히나 BTS 멤버인 RM과 슈가가 그들만의 개성이 드러난 믹스 테이프들(Mix Tapes)을 발매하게 되면서 BTS는 더이상 한국의 전형적인 케이팝 가수 혹은 케이팝 보이밴드가 아니라고 하였다. 또한, 그동안 케이팝 장르는 기획사에서 만든 “제조된 팝 장르(Manufactured pop genre)”라는 오명을 가지고 있었는데, BTS의 음악은 더 이상 이런 고정된 이미지를 보여주지 않으며, 기존의 케이팝과는 확연히 차이가 나는 음악을 선보인다⁹⁾ 고 하였다.



2018년 이후에는 BTS와 케이팝 그룹들을 비교하는 칼럼 수가 줄어든 반면, 좀 더 구체적 사례를 동원하여 BTS의 음악이 가진 특징들을 설명하는 칼럼들이 많아졌다. 예를 들어, BTS의 사회 비판적인 노래 가사는 다른 케이팝의 노래 가사들에 비해 상당히 도발적이어서 매우 진보적인 영향력을 가지고 있다¹⁰⁾고 하였고, 한국에서 자라난 BTS 멤버들이 한국 젊은이들이 겪고 있는 문제들에 공감하면서 같은 시기를 살아온 멤버들 자신의 경험을 음악에 녹여내고 있다¹¹⁾고 보았다. 이처럼 힙합의 진정성을 표방하는 케이팝 그룹인 BTS는 한국의 케이팝 산업에서 아주 독특한 위치를 차지하게 되었고, 그들의 놀라운 퍼포먼스와 깊은 울림을 주는 노래의 메시지는 북미 뿐만 아니라 전세계의 수많은 팬들을 사로잡고 있다¹²⁾고 보았다.

이처럼, 빌보드는 BTS가 다른 케이팝 그룹들과는 전혀 다른 독자적인 음악 세계를 만들어가는 아티스트들이고, 이러한 아티스트로서의 매력이 미국을 비롯한 전세계의 팬들에게 어필할 수 있다고 보았다. 이러한 빌보드의 BTS에 대한 해석은 미국의 일반 대중들이 혹시나 가질 수 있는 케이팝 그룹인 BTS에 대한 부정적인 이미지를 감소시키고 동시에 이들에게 아티스트로서 매력을 가진 BTS라는 긍정적인 이미지를 심어주는데 기여 했을 것으로 본다.

빌보드의 BTS에 대한 인식 변화: 호칭, 비교대상, 유명 뮤지션들과의 관계성

빌보드의 BTS에 대한 인식 변화를 알아보기 위해 크게 세 가지 범주, 즉 호칭에 대한 변화, 비교 대상의 변화, 그리고 미국의 유명 뮤지션 및 스타들과의 관계성에 주목하였다. 이 세 가지 범주들을 통해서 빌보드가 BTS에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 시기별로 구체적으로 살펴볼 수 있게 되었다.

먼저, 빌보드의 기사나 칼럼들에서 BTS에 대한 호칭이 시기별로 변화하고 있었다. 이는 미국 내 BTS의 위상이 점점 높아지는 것을 반영한 것으로 BTS에 대한 긍정적인 인식이 증가하고 있음을 보여준다. BTS가 처음으로 미국에 진출한 시기인 2014년도에는 BTS를 그저 ‘보이밴드 BTS’, 다른 말로 ‘방탄소년단(Boy Band BTS, aka Bangtan Boys)’이라고 했지만 2015년에는 새로운 호칭들이 등장했다. 예를 들어, BTS를 ‘떠오르는 보이 밴드(the rising boy band)’ 또는 ‘뜨겁게 부상하는 보이밴드(The hot rising boy band)’ 라든가 혹은 BTS의 정체성과 관련성이 있는 ‘힙합 기반의 케이팝 그룹(K-pop group dedicated to hip-hop)’ 또는 ‘힙합에 영감을 받은 보이

밴드(hip-hop-inspired boy band)’ 등이었다. 이 시기에 BTS의 앨범 《화양연화 pt.2》가 처음으로 미국에서 권위 있는 빌보드 200 차트에 진입했고, BTS가 미국에서 정식으로 그들의 콘서트 투어를 시작했었다. 이처럼 빌보드는 미국 내에서 서서히 상승하는 BTS 인기를 반영하는 것과 더불어 그들의 정체성에도 관심을 보이는 듯한 새로운 호칭들을 붙여 주었다.

2016년이 되면 빌보드는 BTS에게 또 다른 호칭들을 부여하는데, BTS를 ‘경계를 넘어서는 그룹(border-defying act)’, ‘아방가르드 그룹(the avant-garde group)’ 이라고 하거나 또는 ‘케이팝 슈퍼스타 BTS(the K-pop Superstars BTS)’ 라고 하였다. 이러한 호칭들은 당시 BTS의 상황을 대변하는 것으로, 이 시기에는 BTS의 두 앨범, 즉 《화양연화: Young Forever》와 《WINGS》 모두 빌보드 200차트에 올랐고, 두 번째 일본어 앨범인 《YOUTH》가 일본의 명망있는 오리콘 차트에서 1위를 차지하기도 하였다. 이제 BTS는 호칭에서도 알 수 있듯이 명실상부한 글로벌 보이밴드로서 자리매김을 하고 있었고, 존재감이 있는 슈퍼스타로서 인정받기 시작하였음을 의미한다.

2017년이 되면, 빌보드는 일상적으로 BTS에게 ‘케이팝 슈퍼그룹 BTS(K-pop super group BTS)’, ‘케이팝 센세이션 BTS(K-pop sensation BTS)’, ‘기록을 갱신하는 케이팝 슈퍼스타(The record-breaking K-pop superstars)’, ‘케이팝의 경이 BTS(K-pop phenomena BTS)’ 등 최고라는 의미를 가진 호칭들을 사용하였고, 더불어 BTS에게 ‘사회적 문제의식을 가진 그룹(socially conscious group)’이라는 호칭을 부여하여 다른 케이팝 그룹들과의 차별성을 강조하였다. 이러한 호칭들에서 알 수 있듯이, BTS는 이제 미국 사회에서 인정을 받는 케이팝 슈퍼스타로 부상해 있었던 것이다. 이런 호칭들이 나타난 배경을 살펴보면, 이 시기에 BTS는 케이팝 아이돌로서는 최초로 미국 빌보드 뮤직 어워즈에서 상을 받았고, 한국 가수로는 최초로 아메리칸 뮤직 어워즈에서 공연을 하였다. 또한 BTS의 새 앨범인 《Love Yourself: Her》가 빌보드 200 차트 7위를 차지하였고, 이 앨범에 실린 ‘DNA’라는 노래가 처음으로 빌보드 핫 100 차트에 진입하였다. 이후, BTS는 미국의 유명 토크쇼들, 즉 The Ellen DeGeneres, Jimmy Kimmel Live! 등에 연이어 출연하면서 그들의 이름을 미국 사회에 널리 알릴 수 있게 되었다.

2018년에는 빌보드가 BTS에 대해 ‘빌보드 200 차트 1위인 BTS(Billboard 200 chart-toppers BTS)’, ‘차트 정상에 있는 한국의 7인조 BTS(chart-topping South Korean septet BTS)’, ‘세계적으로 유명한 보이 밴드(the world's biggest boy band)’ 라는 호칭을 사용하였는데, 이는 BTS가



이제 미국뿐만 아니라 글로벌 스타로 성장하고 있다는 것을 암시하고 있다. 이 시기에 BTS는 새로운 기록들을 세워 나가는데, 예를 들어 BTS의 두 앨범, 《Love Yourself: Tear》와 《Love Yourself: Answer》가 빌보드 200 차트에서 정상을 차지하였고, ‘Fake Love’ 노래가 빌보드 핫 100에서 10위를 그리고 ‘IDOL’이라는 노래가 빌보드 핫 100에서 11위를 차지하였다. 이러한 성과로 마침내 빌보드 아티스트 100(Billboard Artist 100) 차트에서 1위를 차지하였고, 2018년 빌보드 뮤직 어워즈에서 연이어 탑 소셜 아티스트 (Top Social Artist) 상을 받았으며, 아메리칸 뮤직 어워즈에서 한국 가수 최초로 페이보릿 소셜 아티스트 (Favorite Social Artist)상을 수상하였다. 이러한 기록들은 BTS가 미국의 대중 음악계에서 인정받고 있다는 것이고, 빌보드는 이런 상황을 반영하는 새로운 호칭들을 부여하면서 BTS에 대해 긍정적인 인식을 높이고 있다.

2019년도에도 BTS는 또 다른 기록들을 경신해 나갔고, 이러한 BTS의 위상에 걸맞게 빌보드는 새로운 호칭들을 사용하였다. 이 시기에 빌보드는 BTS를 ‘세계에서 가장 유명한 보이 밴드(The biggest boy band in the world)’, ‘세계를 정복한 케이팝 그룹(The world -conquering K-pop group)’, ‘극도로 유명한 케이팝 보이밴드 BTS(the Ultra popular K-pop boy band BTS)’, ‘한국의 세계 여행자 (the South Korean globetrotters)’ 등으로 부르고 있다. 이러한 호칭들이 말해주는 것처럼, 빌보드는 이제 BTS가 확실히 글로벌 슈퍼스타로 자리매김을 했음을 인정하고 있는 것이다. 이 시기에 BTS가 세운 기록을 보면, BTS의 새 앨범 《Map of the Soul: Persona》가 빌보드 200 차트 정상을 차지하였고, 미국의 유명 가수 할시(Halsey)와 콜라보 한 노래 ‘Boy with Luv’ 가 빌보드 핫 100 차트 8위를 차지하였으며, 2019년 빌보드 뮤직 어워즈에서 3년 연속 탑 소셜 아티스트 상을 받았을 뿐만 아니라 탑 듀오/ 그룹 (Top Duo/Group) 상도 함께 수상하였고, 2019년 아메리칸 뮤직 어워즈에서 3개의 상 (Favorite Duo/group_ Pop / Rock, Favorite social Artist, Tour of the Year)을 수상하였다.

두 번째로, 빌보드의 기사 및 칼럼에서 BTS를 이해하기 위해 가져오는 비교의 대상이 초기 다른 케이팝 그룹에서 시간이 갈수록 미국의 유명 뮤지션들로 변화하고 있다는 것이다. 이런 변화는 빌보드가 시간이 갈수록 BTS를 한국에서 건너온 친숙하지 않은 케이팝 그룹들 중의 하나로 인식하기보다는 친숙하고 능력이 있는 글로벌 보이밴드로 간주하고 있음을 보여준다.



BTS의 비교 대상이 주로 한국의 가수 및 아이돌 그룹들이었던 시기는 BTS가 미국에 잘 알려지지 않았던 활동 초기였다. 예를 들면, 2015년 6월 24일에 쓴 칼럼에서 제프 벤자민은 BTS의 앨범 《화양연화 Pt.1》에 실린 ‘찢어(Dope)’라는 트랙이 당시 유명한 한국의 여성 걸그룹 포미닛(4Minute)의 ‘미쳐 (Crazy)’라는 트랙과 유사점이 많다고 지적하면서 마치 ‘미쳐’의 보이밴드 버전 같고, 그 이유는 BTS의 ‘찢어’ 노래 가사가 공격적(aggressive)이고, 파티를 위해 만들어진 이국적인 댄스 트랙¹³⁾이라고 하였다. 또한 그는 2016년 5월 10일 칼럼에서 BTS의 3곡(‘Fire’, ‘Save Me’, ‘Epilogue: Young Forever’)이 빌보드 월드 디지털 송(Billboard World digital Songs) 차트에서 정상을 차지한 것에 대해 이전에 이 차트에서 정상을 차지한 적이 있는 다른 한국 가수들 및 아이돌 그룹들, 즉 싸이, 지드래곤, 태양, 빅뱅, 투에니원(2NE1) 등과 비교를 하였고,¹⁴⁾ 같은 해 10월 17일 칼럼에서는 BTS의 3개 앨범들, 즉 《화양연화 Pt.2》, 《화양연화 Young Forever》, 《WINGS》가 빌보드 200 차트에 진입한 성과는 이 시기에 빌보드 200 차트에 2곡을 올린 지드래곤 보다 앞선 기록이라고 비교하였다.¹⁵⁾

2018년부터 본격적으로 BTS의 비교 대상이 서구의 유명 팝 뮤지션들로 확대되기 시작하였다. 이는 빌보드가 당시 미국뿐만 아니라 전세계적으로 높아진 BTS의 위상과 능력을 반영한 결과라고 볼 수 있다. 예를 들어, 2018년 5월 27일자 칼럼에서 키스 콜필드(Keith Caulfield)는 BTS의 앨범이 빌보드 핫 100 차트에 오른 히트곡들이 별로 없이 빌보드 200 차트 정상을 차지하였는데, 이는 지난해 10월에 빌보드 200 차트에서 정상을 차지한 미국 래퍼 NF의 경우와 유사하다¹⁶⁾고 보았다. 다른 사례를 보면, 2019년 5월 5일자 칼럼에서 알렉세이 배리오뉴에보(Alexei Barrionuevo)는 BTS를 영국의 유명한 보이밴드였던 비틀즈(Beatles)와 비교하였다. 그 내용을 보면, BTS의 새 앨범 《Map of the Soul: Persona》가 4월에 빌보드 200 차트에서 1위를 차지하게 되면서 1년 안에 3번이나 빌보드 200에서 정상을 차지한 사례가 되었고, 이러한 BTS의 기록은 1995년에서 1996년 기간에 이룬 비틀즈의 성과 이후로 최초¹⁷⁾라고 하였다. 이처럼, BTS의 비교 대상이 다른 K-pop 그룹에서 서구의 유명 뮤지션들로 확대되고 있는 것은 빌보드가 BTS를 과거보다는 훨씬 더 개방적이고 친숙한 시각으로 바라보고 있으며 동시에 그들의 능력을 객관적으로 인정하고 있다는 증명과도 같다.

세 번째로, 분석 결과, BTS가 미국의 유명 팝 아티스트들과 콜라보를 하거나 앞으로 할 가능성이 있다는 내용의 기사 및 칼럼들, 그리고 미국 유명 스타들이 스스로 BTS의 팬인 ARMY(이하 아미)라고 밝히거나 BTS의

노래를 커버(cover)한다는 내용을 가진 기사 및 칼럼의 수가 시기별로 증가했음을 알 수 있었다. 이는 BTS의 인기가 미국 내의 마니아 층에만 머물러 있는 것이 아니라 미국의 유명 스타들 사이에도 널리 퍼져 있으며, 동시에 BTS가 미국의 팝 뮤지션들과 어깨를 나란히 할 정도로 능력이 있음을 암시한다.

먼저, 콜라보에 대한 빌보드의 관심은 2017년부터 나타나기 시작했는데, 이 시기에는 웨일(Wale)과 BTS의 RM의 ‘Change’, BTS와 체인 스모커스(The Chainsmokers) 멤버인 앤드류 타카트(Andrew Taggart) 간의 ‘Best Of Me’, BTS와 스티브 아오키(Steve Aoki) & 디자이너(Designer)와의 ‘MIC DROP’ (Remix 버전)등이 주요 관심 대상이었다. 특히, BTS의 ‘MIC DROP’은 댄스 프로듀서인 스티브 아오키와 힙합 래퍼인 디자이너의 콜라보 참여로 연일 화제가 되었고, 또한 이 곡이 빌보드 핫 100(28위)에 오르면서 BTS의 콜라보 작업이 더욱 조명을 받았다. 이런 BTS의 콜라보에 대해, 2017년 9월 10일자 칼럼에서 타마 허만은 한국의 케이팝 그룹이 미국의 아티스트와 콜라보를 한다는 것은 국제 음악 시장에서 BTS의 상승하는 인기를 보여주는 것이라고 평가하였다.¹⁸⁾

2018년에도 BTS와 스티브 아오키가 계속 콜라보를 이어가면서 그들이 참여한 ‘The Truth Untold’와 ‘Waste It On Me’가 관심을 받았고, 또한 세계적인 팝 스타인 에드 시러(Ed Sheeran)과의 콜라보로 만든 ‘Make It Right’이 관심의 대상이 되었다. 흥미로운 것은, 이 시기부터 누가 BTS와의 콜라보 가능성이 있는지에 대한 기사들이 나오기 시작하였고 2019년도에도 이런 관심은 계속되었다. 2019년도에는 BTS와 Mnek의 ‘Paradise’, BTS와 찰리 엑스씨엑스(Charlie XCX)의 ‘Dream Glow’, 릴 나스 엑스(Lil Nas X)와 RM의 ‘Old Town in Seoul’, BTS의 제이홉과 베티 지(Becky G)의 ‘Chicken Noodle Soup’ 등이 주목을 받았고, BTS와 콜라보 가능성이 있는 스타들로는 쉰 멘데스(Shawn Mendes), 달리 파튼(Dolly Parton), 칼리드(Khalid) 등이 거론되기도 하였다.

다음으로 2018년부터 미국의 유명 스타들이 BTS의 아미임을 자처하거나 유명 팝 아티스트들이 BTS 노래를 커버(cover)하는 일 등이 시작되었고, 이를 보도하는 빌보드 기사 및 칼럼들이 증가하였다. 예를 들어, 2018년에는 미국의 보이밴드인 백스트리트 보이즈(Backstreet Boys), 프로레슬링 스타인 존 시나(John Cena), 싱어송 라이터인 H.E.R 등이 BTS 팬이라고 알리는가 하면, 2019년에는 할리우드 스타들인 매튜 맥커너히(Matthew McConaughey), 엠마 스톤(Emma Stone), 맥스 밋겔라(Max



Minghella), 그리고 싱어송라이터 매런 모리스(Maren Morris)와 BTS와 콜라보를 했던 할시(Halsey) 등이 BTS 아미임을 밝히는 보도가 이어졌다. 또한 유명 팝 아티스트들이 BTS의 노래를 커버한다는 보도를 보면, 예를 들어 싱어송 라이터 갤런트(Gallant)가 뷁의 노래인 ‘Singularity’를 커버했다거나 손 스톡맨(Shawn Stockman)이 지민의 ‘Serendipity’ 커버하여 영상을 올렸다는 보도를 전하기도 하였다.

이처럼 빌보드는 미국의 유명 뮤지션들과 BTS의 콜라보, 아미가 된 미국의 유명 스타들, 그리고 BTS의 노래를 커버하는 미국의 팝 스타들에 대해 관심을 보였고, 이러한 관심은 시간이 갈수록 증가하였다. 이러한 빌보드의 관심은 BTS가 미국의 주류 사회에서 인정을 받고 있고, 시간이 갈수록 그들의 인기가 상승하고 있다는 것을 매우 긍정적으로 인식하고 있음을 보여준다.

나가며

지금까지 우리는 미국 빌보드의 BTS 관련 기사 및 칼럼에 대한 분석을 통해 현재 미국에서 폭발적인 인기를 얻고 있는 케이팝 그룹 BTS에 대한 미국의 시각을 파악하였다. 지난 6년간(2014년 ~ 2019년), 미국의 유명 음악 매체인 빌보드에 실린 BTS 관련 기사 및 칼럼들의 내용을 분석하여 다음과 같은 결과를 얻었다.

첫째, 연도별로 빌보드의 기사 및 칼럼들의 수와 이를 쓰는 저널리스트들의 수가 대체로 증가 추세이고, 특히 2017년도에 급격한 증가세를 보였으며 그 추세가 계속 이어졌다. 이러한 증가세는 BTS에 대한 빌보드의 관심도가 그만큼 증가했다는 것을 알려주는 것이고, 또한 이러한 관심이 일시적인 것이 아닌 지속적인 것임을 보여 주는 것이다. 이러한 빌보드의 BTS에 대한 꾸준한 관심이 미국의 일반 대중들에게 긍정적인 영향을 주었을 것이라고 본다.

둘째, 빌보드는 BTS가 다른 케이팝 그룹들과 차별화되는 그들 고유의 매력을 가지고 있다고 보았다. BTS의 음악에는 다른 케이팝 음악과 차별화되는 메타포가 있고, 젊은이들과 관련된 사회적 이슈들을 담아내고 있으며 BTS가 전하는 공감 및 위로의 메시지가 있다는 것이다. 또한 BTS 멤버들은 아티스트로서 창작 활동에 적극 참여하여 그들의 개성이 묻어나는 앨범들을 제작하였고, 이러한 노력이 미국을 포함한 전세계 팬들의 마음을 사로잡을 수 있었다고 보았다. BTS의 매력에 대한 빌보드의 강조는 혹시나



있을 일반 대중의 BTS 에 대한 부정적인 이미지를 상쇄하는데 큰 도움이 되었을 것이다.

셋째, BTS 에 대한 빌보드의 인식은 대체로 호의적이고 긍정적이었다. BTS 에 대한 호칭은 시기별로 변화를 보였는데 이는 BTS 의 위상이 높아지는 것을 고스란히 반영하고 있었다. 그리고, BTS 의 비교 대상이 시간이 갈수록 다른 케이팝 그룹에서 미국의 유명 뮤지션들로 확대되었는데, 이 역시 BTS 의 높아진 위상을 반영하는 것이기도 하고, 동시에 BTS 를 더욱 친숙하게 느낄 수 있게 하는 장치이기도 하였다. 마지막으로, 미국의 유명 뮤지션들 및 스타들이 다양한 차원에서 BTS 에 대해 관심을 보인다는 보도의 수가 증가하고 있었는데, 이는 미국의 주류사회에서 BTS 의 인기와 위상이 지속적으로 높아지고 있음을 반영하고 있다.

현재 미국 내 BTS 의 대중적인 인기 현상이 말해주듯, 미국의 권위있는 대중음악 매체인 빌보드가 보여준 BTS 에 대해 높은 관심과 긍정적 인식은 분명히 한국의 케이팝을 낫설어 하는 미국의 일반 대중들의 인지와 태도에 큰 영향을 미쳤다고 본다. 이러한 미국 빌보드의 대중적인 영향력을 고려했을 때, 빌보드의 BTS 관련 기사 및 칼럼들에 대한 내용 분석 결과들은 앞으로 미국의 음악 시장에 진출하고자 하는 한국의 가수 및 케이팝 그룹들 모두가 주목해야 내용이 아닐까 한다.

-
- 1) Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
 - 2) Janssen, Susanne, and Marc Verboord. 2015. "Cultural Mediators and Gatekeepers." In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 5, Edited by. James D. Wright, 440-446. Oxford: Elsevier.
 - 3) Griswold, Wendy. 1992. "The Writing on the Mud Wall: Nigerian Novels and the Imaginary Village." *American Sociological Review* 57: 709-724; Ahn, Mihyang, Rhee Mooweon, Yang Daegy, and Shin Inyong. 2012. "Breaking the Distance: Asian Films, U.S. Critics, and Comparison Strategies." *Development and Society* 41: 149-175.
 - 4) Vos, Tim P. and Thomas, Ryan J. 2019. "The Discursive (Re)construction of Journalism's Gatekeeping Role." *Journalism Practice* 13(4): 396-412.
 - 5) Herman, Tamar. 2015. "BTS Impress With Style...and Freestyle Performances at Curtailed New York Debut: Live Review." *Billboard* July 20.
 - 6) Benjamin, Jeff. 2015. "BTS Succeeds With Mixed Styles, Emotions on 'Most Beautiful Moment in Life. Pt.2'." *Billboard* December 2.
 - 7) Herman, Tamar. 2017. "Wale & BTS' Rap Monster Team Up for Politically Tinged 'Change': Watch." *Billboard* March 20.
 - 8) Herman, Tamar. 2017. "BTS Aims to Survive In 'Not Today': Watch." *Billboard* February 20.
 - 9) Herman, Tamar. 2016. "10 Must-Know Facts About K-pop Superstars BTS." *Billboard* October 21.
 - 10) Lipshutz, Jason. 2019. "How BTS' 'Dionysus' Demonstrates the Group's Musical Ambition." *Billboard* April 17.



- 11) Herman, Tamar. 2018. "10 Essential BTS Collaborations You Should Hear: Steve Aoki, The Chainsmokers & More." Billboard February 13; Kelley, Caitlin. 2018. "How to Get Into BTS: A Primer for ARMY Recruits." Billboard May 17.
- 12) Tamar, Herman. 2018. "BTS' J-Hope Reveals Mixtape Release Date." Billboard. February 23.
- 13) Benjamin, Jeff. 2015. "BTS show Off Some Very 'Dope' Looks & Dance Moves in New Video." Billboard June 24.
- 14) Benjamin, Jeff. 2016. "BTS' 'Young Forever' Compilation Album Sends K-pop Act to New Heights on Billboard 200." Billboard May 10.
- 15) Benjamin, Jeff. 2016. "BTS' 'Wings' Sets New U.S. Record for Highest-Charting, Best-Selling K-Pop Album." Billboard October 17.
- 16) Caulfield, Keith. 2018. "BTS' 'Love Yourself: Tear' Becomes First K-pop Album to Hit No. 1 on Billboard 200 Chart." Billboard May 27.
- 17) Barrionuevo, Alexei. 2019. "BTS Launches Love Yourself: Speak Yourself Stadium Tour in Los Angeles With Power and Light." Billboard May 5.
- 18) Tamar, Herman. 2017. "BTS Collaborated With The Chainsmokers' Andrew Taggart For 'Love Yourself: Her' Track." Billboard September 10.

■ **저자:** 안미향_연세대학교 동서문제연구원 객원교수. 연세대 글로벌인재대학에서 가르치고 있다. 2015년에 미국 하와이대학에서 사회학으로 박사학위를 받았고, 2016년에서 2018년까지 연세대학교 동서문제연구원 리더십센터의 연구교수로 재직하였다. 주요 연구관심 분야는 대중문화, 글로벌라이제이션, 문화산업, 한류 등이고, 특히 대중문화물의 글로벌 확산 및 수용에 관심을 가지고 있다.

■ **편집:** 전주현 EAI 연구원
문의: 02-2277-1683 (ext. 204) jhjun@eai.or.kr

- 인용할 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.
- EAI는 어떠한 정파적 이해와도 무관한 독립 연구기관입니다.
- EAI가 발행하는 보고서와 저널 및 단행본에 실린 주장과 의견은 EAI와는 무관하며 오로지 저자 개인의 견해를 밝힙니다.

발행일 2020년 12월 29일

[BTS매력론] BTS의 글로벌 매력 이야기

“빌보드, BTS를 말하다” 979-11-6617-082-9 95340

재단법인 동아시아연구원

04548 서울특별시 중구 을지로 158, 909호 (을지로4가 삼풍빌딩)

Tel. 82 2 2277 1683 Fax 82 2 2277 1684

Email eai@eai.or.kr Website www.eai.or.kr