

## 저무는 록의 향연... 새로운 음악 페스티벌 콘셉트는?

불쾌지수 높은 여름을 지내면서 몇 안 되는 위안거리 가운데 하나로 음악 페스티벌을 꼽을 수 있다. 음악을 조금이라도 주체적으로 즐기고, 자신을 수식하는 단어 가운데 '마니아'라는 단어가 들어가는 것에 자부심을 느끼는 사람이라면 알 것이다. 한 여름에 열리는 음악 페스티벌이 얼마나 설레고, 연초부터 얼마나 많은 이들이 라인업 하나하나에 울고 웃는지.

글 김윤하 음악평론가(soup\_mori@naver.com)



2017 펜타포트 록 페스티벌 메인스테이지를 뜨겁게 장식한 일렉트로닉 듀오 '저스티스(JUSTICE)' <에스컴 이엔티 제공>

대형 음악 페스티벌의 이름엔 언제나 '록'이 붙었다. 록 음악을 하는 팀만 출연하는 것은 아니었지만 버릇처럼 그랬다. 국내 팀들이 인지도와 연차 순으로 오후 시간 타임 테이블을 채우면 메인 시간대인 저녁과 밤에는 페스티벌의 흥행과도 직결되는 명망 높은 해외 팀들의 이름이 들어섰다. 시기는 늘 여름이었다. 왜 이렇게 더운 날 돈까지 내가며 생고생을 하느냐는 따가운 시선도 쏟아졌지만, 눈을 뜨고 감는 순간까지 음악이 가득한 천국을 눈앞에 둔 관객들에게 그쯤은 아무것도 아니었다. 갑갑하고 무겁기 이를 데 없는 장화와 해만 지면 사람의 피가 그리워 들끓는 산모기조차 낭만으로 다가왔다. 실상을 파고들면 대부분의 라인업 섭외가 이웃나라 일본 음악 페스티벌과 관계가 있는 탓에 한여름 밖에는 선택지가 없다는 이유가 자리하고 있지만, 환경이 극단적일수록 관객들의 유대감은 짙어졌다.

### 록 페스티벌의 잇단 흥행 실패

그렇게 영원히 애증의 관계를 이어갈 것 같던 한국 음악 페스티벌과 관객들의 관계에 조금씩 금이 가기 시작했다. 그리고 2017년, 본격적인 균열이 감지됐다. 한국을 대표하는 대형 음악 페스티벌 두 곳이 모두 예년만 못한 관객을 동원했다는 소식이 전해졌다.

지난해에 비해 천 명 정도의 관객 감소량을 보인 '인천 펜타포트 록 페스티벌'은 그래도 나름 선전한 셈이었다(페스티벌 측 추산). '자산 밸리록 뮤직앤드아트 페스티벌'의 상황은 좋지 않았다. 사실 이런 얘기가 아주 충격적으로 다가오는 것은 아니다. 2012년 한국 공연업계의 오랜 염원 가운데 하나였던 '라디오헤드' 내한을 성공시키며 국내 음악 페스티벌 최초로 10만 관객을 달성한 뒤 좀처럼 다시 그 숫자를 회복하지 못하고 있는 상태였기 때문이다. 협력사와의 갈등으로 인한 장소 변경, 국가적 사고로 인한 갑작스런 개최 중단 등 갖은 악재를 견디며 겨우 생명을 이어오던 페스티벌이 2017년 밝아온 성적표



2017 펜타포트 록 페스티벌로 한국을 처음 방문한 찰리XCX의 흥겨운 무대. <에스컴 이엔티 제공>

는 3일 총 7만 관객이라는 숫자였다. '록'의 자리에 과감히 '뮤직앤아트'를 넣고, 아이슬란드 밴드 '시규어로스'나 한국에 처음으로 내한하는 '고릴라즈' 등을 헤드라이너로 섭외한 것에 비하면 아쉬운 결과였다. 그리고 누구도 입 밖으로 소리 내 말하지는 않았지만 어렴풋이 예감하고 있었다. 한국 음악 페스티벌 시장의 한 시대가 서서히 저물어 가고 있다는 것을.

### 변화의 서막

2013년은 음악 페스티벌 없이는 한여름을 도무지 견뎌낼 수 없는 페스티벌 키드들에게는 그야말로 전성기와도 같은 해였다. 7월 중순에서 8월까지, 우리가 흔히 페스티벌 성수기라 불리는 그 시기에만 '펜타포트', '안산밸리', '자산월드', '슈퍼소닉', '현대카드 씨티브레이크' 등 총 5개의 대형 음악 페스티벌이 개최됐다.

짧지만 강렬했던 한 해를 뒤로 하고, 변화는 작지만 분명히 시작됐다. 가장 선명한 신호는 '소멸'이었다. 하루에 관객 수 만 명을 동원했던 대형 음악 페스티벌들이 소리소문 없이 하나 둘 모습을 감췄다. '현대카드 씨티브레이크'는 2년, '자산 월드 록 페스티벌'은 1년이 고작이었다. 다른 사정도 좋지 않기는 마찬가지였다. 비슷한 시기에 열리는 페스티벌들은 뻥한 섭외 가능 리스트 안에서 음악가 몸값만 올리며 내한 시장을 과열시키고 있다



- 1 저스티스(JUSTICE)의 화려한 무대를 즐기고 있는 관객들. <에스컴 이엔티 제공>
- 2 그랜드 민트 페스티벌은 취향저격 무대는 물론 꼼꼼히 준비된 각종 이벤트와 먹거리로도 관객들의 호평을 받고 있다. <민트페이퍼 제공>
- 3 페스티벌의 피날레에는 불꽃놀이와 꽃가루가 빠질 수 없다. <민트페이퍼 제공>



는 소문이 돌았다. 협력사 사이의 이권다툼으로 멀쩡한 페스티벌이 둘로 나누는 등 소위 ‘밥그릇 싸움’처럼 보일 수밖에 없는 소식들도 이어졌다. 일 년에 단 한 번, 음악으로 하나되는 마법 같은 시간을 기다리며 한 해를 버티는 충성도 높은 관객들의 신임을 잃기에 충분한 스캔들이었다.

그렇게 한 다리만 건너면 아는 사람들끼리 엮여락뒤 치락 하는 사이, 전에 없던 색다른 소식들이 바람을 타고 전해졌다. 음악 페스티벌은 당연히 적자를 보는 사업이고, 록은 원래 배고픈 음악이라는 이야기를 비롯하듯 ‘되는’ 페스티벌들의 이름이 하나 둘 거론되기 시작한 것이다.

가장 먼저 반가운 소식을 전한 건 ‘그랜드 민트 페스티벌(GMF)’이었다. 2007년 처음으로 문을 연 이 페스티벌은 여러모로 신기한 구석이 많았다. 페스티벌 하면 연상되는 계절, 여름을 과감히 버리고 10월 말, 선선한 가을을 개최 시기로 잡았다. 공연 장소도 색달랐다. 작은 실내체육관에서 분위기 있는 수변 무대까지, 서울에 위치한 올림픽공원의 이곳 저곳을 공연장으로 삼았다. 넓은 부지와 큰 음량으로 발생하는 소음 민원을 피해 지방이나 서울 근교로 나갈 수밖에 없었던 기존 페스티벌과는 전혀 다른 차원의 ‘도시’ 혹은 ‘도시인’ 친화적인 선택이었다.

라인업도 사뭇 달랐다. 유명한 해외 음악가를 먼저 섭외하고 한국 음악가를 사이사이 채우는 일반적인 방

식이 아닌, 높은 인기의 한국 음악가를 우선 섭외하고 배치하는 운영의 묘를 보였다. 해외에서 섭외된 팀이 아주 없는 건 아니었지만 그들이 그랜드 민트 페스티벌에 섭외된 이유는 높은 관객 동원력이 아닌 페스티벌의 색깔에 어울리는 음악을 하는 음악가들이었기 때문이었다. 기존 페스티벌의 상식을 파괴한 GMF측의 파격은 금세 결실을 거뒀다. 한국 음악 페스티벌은 영원히 도달하지 못할 것만 같던 바로 그 목표, 흑자 경영을 5년이라는 단기간 안에 이뤄낸 것이다. 주최측인 해피로봇은 개최 5년 차였던 2012년부터 금전적으로 안정적인 운영이 가능해졌고 초대권 없이도 페스티벌 입장권을 매진시키게 됐다고 발표했다.

**뉴 페스티벌 제네레이션**

이들이 성공할 수 있었던 가장 큰 키워드는 ‘도심형’과 ‘취향’이었다. 지금 바로 이 순간, 음악과 함께하는 여가를 위해 일상의 일부를 기꺼이 할애할 준비가 된 이들이 바라는 건 오직 그 뿐이었다. 이동이 크게 부담스럽지 않은 거리에서 열리는, 자신들의 취향을 만족시키는 음악들로 가득 찬 페스티벌. 이는 특히 2030 세대, 페스티벌을 비롯한 각종 문화 콘텐츠를 가장 활발하게 소비하고 있는 C제너레이션의 욕구에 딱 들어맞았다.

이쯤에서 음악 페스티벌을 조금 안다고 하는 이들은 조금 의아할 지도 모른다. 음악 페스티벌이란 본래 소수의 음악 마니아들에 의해 태어나고 성장하는 존재가 아니냐는 근원적 의문이다. 1960~70년대 서구를 중심으로 대형 음악 페스티벌이 생겨나던 시절이라면 적합한 분석이다. 하지만 우리가 사는 지금은 2017년, 거주지는 대한민국의 5000만 인구 속 숨어 있는 마니아들을 하나 하나 속아내 하루 수만 명에 달하는 관객을 동원하는 것은 요원한 일이다. 음악을 듣고 즐기는 것 자체가 딱히 쿨하고 멋진 행위로 인식되던 시기도 지났지 오래다. 오랜 시간 대형 음악 페스티벌의 터줏대감으로 활약하던 록 음악에 대한 대우도 눈에 띄게 약해졌다. 세상과 싸울 명분도 희망도 사라진 세대가 원하는 건 접근하기 쉬운 공간에서 좋은 날씨에 즐기는 자신들의 취향에 맞는 음악이었다.

‘휴식’이라는 키워드 속에서 비교적 부드럽고 편안한 장르가 추가 되는 페스티벌들이 주목 받기 시작한 것도 이즈음이었다. 재즈 불모지 한국땅에서 ‘자라섬 국

제 재즈 페스티벌’이나 ‘서울 재즈 페스티벌’ 등 ‘재즈’라는 단어가 들어간 페스티벌들이 흥행을 이어갈 수 있었던 이유이기도 했다.

시대와 호응한 기존의 한국 음악 페스티벌들이 고된 체질 변화를 겪어내는 동안, 한 칸에서는 소리소문 없이 성장하는 이들이 있다. 바로 DJ와 전자음악을 기반으로 한, 속칭 ‘EDM 페스티벌’이다. 2007년 서울시 주최 축제의 일환으로 개최되며 한국 최초의 EDM 페스티벌이라는 명예를 얻게 된 ‘월드 DJ 페스티벌’을 시작으로 ‘올트라 코리아’, ‘5tadium’ 등 해외 라이선스를 기반으로 한 브랜드 EDM 페스티벌들이 속속 등장을 알렸다. ‘센세이션’, ‘SEMF’처럼 오래 지속되지 못하고 역사 속으로 사라진 이름들과 2017년 첫 개최를 알린 ‘유나이티드 투모로우랜드 코리아’까지 합하면 10년이 채 되지 않는 시간 동안 젊은 세대들에게 가장 뜨거운 반응을 이끈 장르 음악 페스티벌이었다. 서울 곳곳에 위치한 대형 스타디움을 중심으로 개최되며 무대 위 음악가의 플레이보다 ‘그 음악에 맞춰 춤 추는 나’에 더 초점을 맞춘 해당 페스티벌들은 예술 그 자체보다 그것을 좋아하고 즐기는 ‘나’에 방점이 맞춰진 새로운 세대의 문화 콘텐츠 소비 방식과 그림처럼 어울린다. 결국 2016년, 울트라 뮤직 페스티벌(UMF)이 3일간 15만 명이라는 국내 단일 페스티벌 사상 역대 최다 관객을 동원하며 한국 음악 페스티벌 역사의 새 페이지를 열었다.

**뮤직 페스티벌에 주목해야 하는 이유**

1999년 7월 31일, 국내 최초로 열리며 대형 록 페스티벌 시대의 문을 열었던 ‘트라이포트 록 페스티벌’ 이후 18년이 지났다. 길지 않은 시간이지만 그 동안 많은 것들이 변했다. 사람들은 더 이상 음반을 사지 않고 스트리밍으로 음악을 들으며, 산 넘고 물 건너 고생해 멀리까지 가지 않아도 자신의 방에 편안히 누워 지구 반대편에서 열리고 있는 음악 페스티벌을 유튜브 생중계로 볼 수 있게 됐다. 같은 자리에 가만히 앉아 사람들이 오지 않는다고, 진짜를 몰라준다고 한탄만 하기엔 세상도 사람도 참 많이 변했다. 페스티벌의 흥행을 점치는 건 여전히 신의 영역에 가까운 일이지만 시대를, 세대를 꾸준히 읽는다면 아주 불가능한 일도 아니다. 새로운 문화소비 세대의 민심을 읽을 수 있는 바로미터로 이만한 것이 또 어디 있을까 싶다. ①