



(왼쪽부터) 페리, 시드, 블링크, 조쉬, 마빈, 로이, 가이.



(왼쪽부터) 조앤, 퀸, 벨, 브리앙카, 칼린, 반야.

우리는 K팝 아이돌 '지스타즈(Z-Stars)'입니다

한류의 영향력이 커지면서 K팝이 프랑스의 샹송이나 이탈리아의 칸소네, 영국의 브릿팝처럼 나라를 대표하는 하나의 장르로 인식되고 있다. 무엇보다도 세계 K팝 팬들이 듣고 보는 것을 넘어서, 직접 K팝을 부르며 춤을 추며 즐기기 시작했다. 이를 통해 그들이 가지고 있는 세계의 다양한 문화적 배경과 K팝 문화가 융합돼 새로운 지평을 열 수 있다는 기대감이 커지고 있다. 실제 해외에서 K팝 스타를 꿈꾸며 한국으로 온 아이돌그룹 '지스타즈(Z-Stars)'와 이 그룹을 기획한 강준 제니스 미디어 콘텐츠 대표를 만나봤다.

글 김태환 머니투데이방송 기자 kimthin@mtn.co.kr 사진 성혜련 작가

아시아 7개국 출신의 K팝 아이돌 그룹

지스타즈는 인도네시아와 베트남, 필리핀, 태국, 인도, 대만, 일본 총 7개국 출신의 소년들과 소녀들이 함께 팀을 이룬 K팝 아이돌 그룹이다. 이들은 모두 1995년 이후에 태어난 Z세대로 구성돼 있다. 다가오는 시대를 맞아 새로운 K팝 장르를 열어 나간다는 의도로 지스타즈 이름을 정했다.

지스타즈를 기획한 강준 제니스 미디어 콘텐츠 대표는 대학시절부터 엔터테인먼트를 전공했다. KBS 공채 탤런트로도 활동한 그는 미국과 동남아시아 지역에서 엔터테인먼트 사업을 10여 년간 진행했다. SM엔터테인먼트 계열사인 SM타운트래블 대표를 역임하기도 했다. 그는 2012년 제니스 미디어 콘텐츠를 창업하며, 해외 네트워크를 활용해 글로벌 엔터테인먼트 사업에 나섰다.

강준 대표는 'K팝 해외 팬들이 K팝에 참여하고 싶은데,

이를 충족할 수 있는 방법이 거의 없다'는 점을 포착했다. "해외 K팝 팬들은 쌍방향 커뮤니케이션을 원하는데, 현실은 일방적으로 통보받는 느낌이라고 말한다. 잘 만들어진 콘텐츠와 아이돌 문화를 알려주거나 얘기해 주는 건 좋은데, 자신들이 참여할 수 있는 방법이 없어 서운하다는 해외 팬이 많다"면서 "이런 문제점을 인식해 해외에서도 한국과 공동으로 할 수 있는 프로젝트를 진행하게 됐다"고 설명했다.

제니스 미디어 콘텐츠는 먼저 K팝으로 컬래버레이션을 진행하기로 결정했다. 강 대표는 "K팝은 중독성 있는 구성, 패셔너블한 의상, 예쁘고 잘생긴 외모로 시선을 끈다는 독보적인 세 가지 장점이 있다"면서 "이러한 특성을 아시아를 비롯한 전 세계 팬들이 K팝을 따라하고 싶어 만드는 요소"라고 설명했다.

새로운 시대의 음악, Z팝

제니스는 아시아의 스타를 발굴하겠다는 목표에 따라 K팝을 넘어서는 새로운 장르를 구상했다. 이를 위해 'Z팝 드림 프로젝트'를 추진하면서 총 7개 국가에서 오디션을 진행했다.

강 대표는 새로운 세대가 만들어갈 K팝이 더욱 글로벌화하고 융합하며, 새로운 장르로 커갈 것으로 내다봤다. 그는 이러한 새로운 시대의 음악을 Z팝이라고 정의했다.

강준 대표는 "BTS가 등장하면서 K팝 트렌드는 더욱 글로벌화하고 있다. 결국 K팝의 미래는 다른 문화와의 융합을 통해 하나가 되는 것"이라며 "아시아가 먼저 하나가 되고, 이를 통해 다시 경쟁력 있는 음악이 나오고, 전 세계로 뻗어나가는 선순환 구조가 나타날 것"이라고 분석했다.

지스타즈는 7명의 소년 지보이즈(Z-Boys)와 6명의 소녀 지걸즈(Z-Girls) 총 13명으로 이뤄져있다. 지보이즈의 노래는 힙합 베이스고, 지걸즈는 일렉트로닉 장르에 기반한 음악을 한다. 전략적으로 영어권 시장을 노린 것이라고 강 대표는 설명했다.

강준 제니스 미디어 콘텐츠 대표



그는 "비영어권 사람들이 만든 업그레이드된 팝 음악을 미국과 같은 영어권 사람들이 들으면 좋은 반응을 보일 것"이라고 생각했다"면서 "이를 위해서 K팝의 세련된 현대 음악에 90년대 미국 팝 스타일을 접목시키도록 작곡가와 작사가에게 요구했다"고 말했다.

음악계에서는 과거 전통 스타일의 노래를 '올드스쿨(Oldschool)', 새로운 스타일을 '뉴스쿨(Newschool)'로 분류한다. 올드스쿨은 뉴스쿨에 비해 랩 비중이 적고, 랩 가사 내용이 가벼운 편이다. 뉴스쿨은 다양한 장르가 융합된 경우가 많다. 지스타즈 음악은 올드스쿨의 감성을 차용해 서구권 팬들에게 어디서 들어본 듯한 느낌을 준다. 여기에 K팝의 감각적인 세련미를 더했다. 익숙함과 새로움을 동시에 선사해 다양한 세대가 공감대를 형성하도록 만드는 전략이다.

7개국 현지에 K팝 시스템 전파

지스타즈를 만드는 과정은 순탄치 않았다. 제니스는 7개 국가를 각각 수십 번씩 오가며 오디션을 진행했다. 특히 제니스는 국내 3대 연예기획사처럼 큰 회사가 아니기에 홍보하는데도 많은 어려움을 겪었다. 초기에는 공개오디션 참가자가 얼마 안 되는 경우도 있었다. 제니스는 현지 기획사와 방송사를 설득하는데 공을 들였다.

강준 대표는 "처음에는 현지 기획사와 방송사가 우리를 믿지 못하는 눈치였다"며 "그래서 K팝 그룹을 어떻게 만들어 가는지 잘 알고 있는 제니스의 노하우와 한국 기획사의 장점을 설명했다. 또 현지 회사와 소속 아티스트를 세계에 홍보할 수 있다는 점도 강조했다"고 말했다. 이 같은 노력으로 제니스는 현지에서 호의적인 파트너를 늘려갔다.

지스타즈가 기획 단계부터 세계를 무대로 활동하도록 목표한 제니스는 7개국 현지에 매니지먼트 합작회사를 설립했다. 제니스가 지스타즈의 매니지먼트 권한을 갖고 있지만, 7개국 현지 활동에 대해서는 합작회사가 권한을 가진다. 따라서 현지인으로 구성된 작사가와 작곡가, 안무가도 모두 7개국에 따로 있다.

합작회사를 통해 K팝 시스템이 각 나라에 전파되고 있다. 현지에서도 제니스의 K팝 트레이닝 노하우를 적극적으로 받아들이는 추세다. K팝 그룹은 철저한 교육을 토대로 오랜 준비기간을 거쳐 앨범 제작으로 이어진다. 특히 시스템의 유기성이 그 어떤 나라보다 뛰어나다고 전문가들은 입을 모은다.



지걸즈(위)와 지보이즈(아래) 공연 상황.

국가대표 지스타즈

지스타즈의 장점도 여기서 나온다. 언어가 다양해 각 나라별로 현지화를 따로 진행할 필요 없이 한 번에 소개할 수 있다. 음반 출시와 동시에 영어, 한국어 포함 9개국 언어를 이용할 수 있다. 특히 지스타즈 노래는 한국어 가사 없이 모두 영어로 구성돼 있어 영어권 나라에서 전파와 공유가 활발해져 세계무대에서 확산이 더욱 빠르게 이뤄진다.

지스타즈는 K팝의 선진적인 음악 트레이닝을 받고 활동한 뒤, 가까운 미래에 각자의 모국으로 돌아가 새로운 그룹을 만들 때 도움을 줄 수 있다. 그래서 강준 대표는 지스타

즈를 '국가대표'라고 부른다.

강 대표는 "아티스트들에게 항상 '여러분은 한국에 잠시 머무는 것'이라고 말한다"면서 "가까운 미래에는 이들이 돌아가, 파트너사와 협업해 로컬 사람들을 뽑아 그룹을 만들 수 있다. 이때 지스타즈가 교육받은 내용과 그들의 감수성이 새로운 로컬그룹을 만드는 데 기여할 것"이라고 설명했다.

독보적인 K팝의 아이돌 시스템이 실제로 많은 도움이 된다고 지스타즈도 설명했다. 지걸즈 멤버 중 한 명인 칼린은 한국에 오기 전 필리핀에서 먼저 데뷔해 연예계에 입문

한 상태였다. 그럼에도 불구하고 한국에 와서 새로 받게 된 트레이닝이 매우 혹독했다고 평했다.

칼린은 “기본기를 다지는 시간이 아주 길었으며, 매일 힘든 트레이닝이 지속됐다”면서 “연예계 생활을 미리 경험했음에도 새로 배울 게 아주 많았다”고 설명했다. 그는 “K팝의 체계적인 트레이닝 시스템은 잠재력 있는 사람이 발전할 수 있도록 다양한 기술을 전수할 뿐 아니라 사람이 갖춰야 할 덕목도 함께 교육한다는 점이 인상 깊었다”고 덧붙였다.

우리는 K팝 아이돌입니다

전문가들은 K팝이 더욱 발전하려면 문화적 개방성을 가져야 한다고 설명한다. 생각보다 한국인들의 생각이 보수적이고 폐쇄적이기 때문이다. 다른 나라의 문화를 받아들이며 더 발전해야 하는데, 자칫 잘못하면 고립될 수 있다는 우려 섞인 목소리가 나온다.

실제 지스타즈는 한국 음악 방송 프로그램에 출연하지 못한다. 지스타즈의 노래가 모두 영어로 구성돼 있는데, 한국어로 된 가사가 있어야 방송될 수 있다는 국내 음악 프로그램의 규정 때문이다. 한국 기획사가 한국에서 제작한 노래지만 한국어가 없다는 이유만으로 국내에서 K팝으로 인정받지 못하는 상황이다. 한국어로 된 싸이의 ‘강남스타일’이 빌보드 차트 2위까지 올라가고, 라틴어로 된 노래도 빌보드 1위에 오르는 미국과 대조적이다.

강준 대표는 “공공기관에 지스타즈를 소개할 기회가 생겨, 한국인 멤버가 없고, 한국어 노래를 하지 않는다고 했더니, 한국 아이돌 그룹이 아니라고 말했다”면서 “세계화를 주장하려면 우리부터 세계 문화에 대해 개방적인 자세로 바뀌어야 한다. 사랑을 받고 싶으면 우선 나눠줘야 하지 않나”라고 비판했다. 우리가 편협한 시각에 갇혀 새로운 문화를 받아들이지 않으려는 경향이라는 의견이다.

강 대표는 “해외에 나가면 다양한 민족들이 자신들의 음악을 음악 프로그램에서 소개하는데, 한국은 다소 폐쇄적으로 접근한다”면서 “다른 문화를 받아들여야 하지 않는 점이 너무 아쉽다”고 지적했다. 그러면서 그는 “지스타즈와 함께 이런 인식을 깨고, 한국에 새로운 문화를 전할 수 있도록 노력할 것”이라고 다짐했다. ㉠

INTERVIEW

**K팝 스타
꿈★은 이루어진다**

해외공연을 다녀왔다고 들었다. 반응이 어땠나.

마빈 ___ 최근 발매된 2집 앨범을 홍보하기 위해 인도네시아에서 쇼케이스를 진행했다. 팬들의 반응이 아주 좋았다. 인도네시아의 유명한 선배 가수들을 만날 수 있어 더 기뻐다.

어떤 아이돌 그룹을 보며 K팝 가수를 꿈꿨나.

블링크 ___ 갓세븐의 뱀뱀을 굉장히 동경했다. 꼭 그들처럼 되고 싶다고 생각하며 자랐다.

브리앙카 ___ 방탄소년단을 아주 좋아했다. 학생 때 여러 TV 프로그램을 통해 방탄소년단을 열심히 봤다. 많은 영향을 받았고, 좋은 영감을 얻었다.



K팝만의 매력을 꼽는다면.

브리앙카 ___ K팝의 가장 큰 매력은 화려한 퍼포먼스다. 한국에서는 어릴 때부터 춤추고 노래하고, 작곡하며 노력하는 친구들이 많아서 화려한 퍼포먼스를 잘할 수 있는 것 같다.

다국적인데 소통에 문제가 없나.

조슈 ___ 7개 나라에서 모이다보니 처음에는 소통에 문제가 많았다. 영어를 공용어로 사용했지만, 다들 영어를 잘하는 건 아니라 힘들었다. 많이 다투기도 했다. 하지만 회사에서 많이 도와줬고, 서로 노력했다. 시간이 한참 지나면서 이제 서로를 잘 이해하게 돼 문제가 없다.

칼린 ___ 멤버 간 언어와 문화, 신념의 차이가 컸다. 10개월 넘게 함께 지내면서 모두 잘 적응했다.

따로 공부하는 것과 특기가 있나.

반야 ___ 아이돌이라 트레이닝 하는 게 숙명이다. 또 언어수업을 열심히 듣는다. 한국어와 영어를 주로 배운다. 외국어를 특기로 볼 수 있는 셈이다. 기본적으로 모두 노래와 춤을 잘한다. 특히 칼린과 로이는 연기를 잘한다. 일본에서 온 가이는 피아노와 기타를 잘 친다. 나는 엔터테인먼트 분야에 관심이 많고, 예능 프로그램에 출연해 사람들에게 웃음을 주고 싶다는 목표를 세웠다. 그래서 비트박스를 특기로 준비하고 있다.

K팝을 좋아하게 된 계기는.

블링크 ___ K팝의 영향력이 갈수록 커지고 있다. CF와 다양한 방송 이벤트를 통해 자연스럽게 알게 됐다.

칼린 ___ 필리핀은 K팝 커뮤니티가 굉장히 크다. 필리핀 마닐라에 위치한 몰 오브 아시아(Mall of Asia) 아레나에서 매년 K팝 공연을 아주 크게 한다. 지스타즈도 여기서 콘서트를 할



예정이다.

팬들과 소통은 어떻게 하나.

칼린 ___ 다양한 채널로 소통하려고 노력한다. 라이브방송도 진행한다. 브이라이브를 통해 주 2회 방송한다. 그리고 소셜네트워크서비스(SNS)를 이용해 지스타즈 소식을 지속적으로 업데이트 하려고 노력한다. 주로 유튜브를 활용한다.

목표가 있다면.

마빈 ___ 다른 나라에서 온 만큼 문화적 다리의 역할을 수행하고 싶다.

칼린 ___ 기자들이나 사람들이 ‘두유노(Do you know)’라며 많이 묻는다. ‘Do you know Z-Girls, Z-Boys?’라고 물으면 누구나 알 수 있는 영향력 있는 사람이 되고 싶다. 사람들에게 이상과 꿈, 영감을 줄 수 있는 존재가 되면 좋겠다.