

시티팝의 형성과정과 21세기 시티팝의 유행 현상에 관한 고찰

- 국내 시티팝 매개자들의 의견을 중심으로

정우식(호서대학교 문화영상학부 부교수)

1. 들어가는 말
2. 시티팝에 관한 기존 논의
 - 2.1 시티팝의 개념
 - 2.2 뉴 뮤직과 시티팝의 관계
 - 2.3 시티팝의 정서적 뿌리- 핫피이 엔드(ハッピーエンド)
3. 시티팝의 형성과정에 관한 고찰
 - 3.1 시티팝의 시작 - 틴 판 앨리·슈가 베이브
 - 3.2 주류 씬으로 진출한 시티팝
 - 3.3 80년대 시티팝 유행의 경제·문화적 배경
 - 3.3.1 일본의 거품경제
 - 3.3.2 음악 향유방식의 변화
 - 3.3.3 CM과의 타이 업(tie-up)
 - 3.4 시티팝 유행의 퇴조
4. 21세기 시티팝의 유행 현상에 관한 고찰
 - 4.1 일본 밖에서의 시티팝의 유행 현상
 - 4.2 일본 밖에서의 시티팝 유행 현상의 배경
 - 4.3 유튜브를 통한 시티팝의 유행
 - 4.4 한국에서 시티팝 유행 현상에 관한 평가
5. 나가는 말

본 연구는 일본 시티팝의 개념과 그 역사적 형성과정, 그리고 21세기의 시티팝 유행 현상 대한 심층적인 고찰을 시도하려 한다. 본 연구는 먼저 시티팝 가이드라인 역할을 해 온 국내 시티팝 매개자에게 개별인터뷰를 진행하였고, 2000년대부터 최근까지 일본과 한국에서 발행된 시티팝 관련 가이드, 논문, 신문, 잡지, 음반 해설지, 온라인 웹에 게재된 시티팝 · J-Pop 매개자들의 문헌을 중심으로 개별인터뷰의 내용에 관한 질적 연구를 수행했다.

먼저 시티팝은 기본적으로 서구 지향적이지 미국 지향적인 음악성을 추구했지만, 일본어 가창을 통해 그들이 느끼고 마주하는 공간과의 관계성을 노래하였다. 여기서 공간이란 바로 일본의 도시이며, 더 정확히 말하면 마천루와 리조트리는, 일상과 여가의 경계선에 자리한 도시인 도쿄의 생활양식을 노래의 소재로 삼은 것이다. 시티팝엔 80년대 경제상황이 가져다준 풍요와 안정을 기반으로 소비지상주의에 부응하며 일상과 여가의 경계를 해체하려는 시도가 엿보인다. 그러면서 시티팝은 세련되면서도 속물적인 스노브(snob)한 생활양식을 일본어 가창으로 예찬하며 당시 도시 생활자와 도시 생활을 갈망하는 젊은 리스너들에게 공감을 얻은 것이다. 그리고 이러한 특성은 지금의 관점에서도 시티팝의 지향점이자 정체성이라 평가할 수 있다. 다음으로 시티팝의 21세기 유행 현상의 고찰을 통해 지금의 젊은 리스너들은 시티팝을 과거 80년대 일본이 누린 풍요로움, 여유, 낭만, 세련됨과 같은 키워드에 매칭시키고 있음을 짐작할 수 있다. 이들이 매칭시킨 시티팝의 키워드는 지금의 2020년대의 감수성으론 실감하기 힘든 성질의 것이며, 당시 시티팝이 노래하는 일본 도시의 정경과 풍광 역시 경험할 수 힘든 낯선 것들이다. 이런 이유에서, 과거 30-40년 전에 발표된 시티팝에서 이들은 버블경제가 가져온 소비지상주의 노스텔지어를 발견했고, 이를 지금의 관점에서 향유한다고 해석할 수 있다. 또한, 시티팝이 표방한 AOR의 세련된 멜로디와 편곡은 서구의 팝송과 흡사할 정도의 유사성을 보이면서도, 일본어 가창이라는 특성을 지금의 젊은 리스너들은 위화감보다는 새로움이 느껴지는 쿨(cool)한 사운드로 인식한다고 해석된다. 그러므로 현재의 젊은 리스너들의 관점에서 시티팝은 오래된 미래이자 새로운 대중음악이라는 위상을 부여받는다.

본 연구는 기존에 생산된 시티팝 관련 담론이 온라인 공간에서 소비되는 콘텐츠이거나 레트로 문화 유행의 단면이라는 식의 한정된 영역의 논의를 벗어나 J-Pop의 한 유형으로서 시티팝의 개념과 그 역사적 형성과정을 알아보고, 시티팝 유행을 가져온 일본의 경제·문화적 배경의 고찰을 통해 시티팝이 표방한 정체성과 이미지의 탐구를 시도했다. 또한, 21세기 시티팝의 유행 현상의 고찰을 통해, 시티팝의 유행은 과거 음악의 리바이벌이란 의미를 넘어 현재의 관점에서 향유되고 창작되는 새로운 대중음악으로서의 가능성을 모색했다는 점에서 그 의미를 찾을 수 있다.

주제어: 시티팝, AOR, 뉴트로, 거품경제, 유튜브

1. 들어가는 말

최근 국내에서 뉴트로(newtro) 문화의 한 영역으로 자리매김한 시티팝(City Pop)은 유튜브와 같은 국제적인 동영상 플랫폼을 통해 전 세계적으로 유행하고 있다. 시티팝은 1970년대에 일본에서 형성된 세련된 팝송이자 당시 일본의 도시 생활자의 가치관과 정서를 담은 음악이라고 할 수 있다. 일본 가요 곡과는 다르게, 싱어송라이터의 자작자연(自作自演)에 기반을 둔 ‘뉴 뮤직(new music)’에서 비롯된 시티팝은 70년대 후반부터 80년 중반까지 일본에서 유행한다(レコード・コレクターズ編集部, 2019). 시티팝은 일본 거품경제(バブルケイキ:바부르게이키) 호황기를 배경으로 당시 서구 팝 음악계의 유명 뮤지션들을 초청하거나 최신의 사운드 기술들을 적극적으로 도입한 노래들이 주류로, 상쾌한 선율과 그루비한 리듬을 특징으로 한다(김경진, 2019). 애초에 시티팝이라는 용어는 뉴 뮤직이라고 불리던 장르에서도 도회적이고, 멜로우(mellow)하며, 세련된 분

위기의 음악을 따로 마케팅하기 위해 만들어진 용어였다. 따라서 시티팝이란 용어는 70년대 후반부터 80년대 중반까지 일본 거품경제 호황기를 배경으로 도시적인 생활양식을 추구하는 젊은 수용자들을 타깃으로 세련된 도시적 감성의 음악을 홍보하기 위한 음반사의 마케팅 전략으로 등장했다(BRUTUS, 2016). 이러한 시티팝은 지난 2000년대 중반부터 차츰 재평가의 대상으로 부상하는데, 구미(歐美)의 댄스클럽에서 활약하는 DJ들이 레어 그루브(rare groove)¹⁾로 시티팝을 채택하면서 당대 젊은 리스너들 사이에서 쿨(cool)한 아이템으로 재평가되었고, 그 여파로 시티팝이 수록된 아날로그 중고 반이 고가로 교환되는 현상이 증가한다(柴崎雄二, 2020). 이런 과정에서 일본 내에서 20-30대의 젊은 리스너들을 중심으로 과거의 시티팝을 재평가하는 분위기가 형성되었고, 지금의 젊은 뮤지션들의 관점에서 새롭게 창작되는 네오 시티팝(Neo-City Pop)이 등장한다(松永洋平, 2019). 이러한 일본 내에서의 반응과는 별도로 최근 수년간 일본 밖 해외로부터 시티팝을 이른바 ‘쿨(cool)’한 것으로 받아들이며, 시티팝의 레코드나 음원을 원하는 움직임이 활발해 졌다. 이런 현상은 국내에서도 확인되는데, 유튜브에 올라와 있는 야마시타 타츠로(山下達郎)나 다케우치 마리아(竹内まりや) 등 70-80년대 시티팝 거장들의 음원이 꾸준히 업로드되면서, 여기에 영어나 한국어의 자막이 첨부된 것을 확인할 수 있다. 이러한 시티팝의 유행 현상은 국제적인 동영상 포털이라 할 수 있는 유튜브 유저들에 의해 가속화되었고, 최근에는 온라인상에서의 유행을 넘어서 국내 대중음악 씬 내에 창작에까지 영향을 주고 있다.

1) 1970년대 펑크(funk)의 숨겨진 명곡(B급 펑크)을 가리킨다. 1980년대 이후 랩의 브레이크 비트(백 트랙)로 사용되거나 클럽 DJ들이 사용하면서 유행하게 된 곡(네이버 지식백과).

본 연구는 70년대부터 발원한 일본 시티팝의 개념과 역사적 형성 과정과 21세기의 시티팝의 유행 현상 대한 심층적인 고찰을 시도하려 한다. 본 연구는 먼저 일본에서 발원한 시티팝의 개념과 기원, 형성과정을 자세히 살펴보고, 일본 주류 음악 씬에 진출한 80년대 거품경제 시기에 일본의 경제적·문화적 배경과 시티팝 유행의 연관성을 고찰하려 한다. 다음으로 2010년대 후반부터 온라인을 중심으로 가속화된 시티팝 유행 현상을 고찰함으로써, 향후 시티팝이 지속 가능한 대중음악의 한 영역으로 자리매김할 수 있는지를 조망하려 한다.

국내에 시티팝과 관련한 기존 연구를 검토해보면 다음과 같다. 김은영은 80년대 일본 시티팝의 유행이 자국을 넘어서 같은 시기에 홍콩, 타이완, 한국에서도 현지 뮤지션에 의한 자생적 시티팝이 탄생했음을 주장한다. 그는 한국의 경우 과거 일본 대중문화의 수입이 허용되기 전인 1980년대 후반과 90년대 초반에 걸쳐 김현철, 빛과 소금과 같이 시티팝과 유사한 유형의 음악이 주로 서울의 언더음악 씬에서 활동하던 중산층 출신 젊은 대중음악인들에 의해 시도되어 대중적 인지도를 확보한 바 있으며, 이 부류에 속하는 곡들은 최근 국내에서 확인되는 시티팝 유행 현상에 힘입어 ‘원조 한국 시티팝’으로 재평가되고 있음을 주장한다. 그러면서 그는 80년대 ‘쿨 재팬’의 음악적 산물인 시티팝의 유행이 한국, 홍콩, 타이완에서 확인되는 사례를 제시하며, 이는 쿨 재팬을 넘어서 쿨 아시아의 음악적 산물이자 표현이었으며, 동아시아 도시 지역에서의 코즈모폴리탄적 지향을 지닌 아시아적 도시 감성 형성의 한 단면임을 주장한다(김은영, 2021). 다음으로 조인에·조규현은 최근 유튜브에서 유행하는 베이퍼 웨이브(vapor wave) 포맷으로 젊은 수용자들에게 주목받는 시티팝 콘텐츠에 주목하며 문화번역의 관점에서 유튜브 시티팝을

고찰하고 있다. 그들은 2000년대부터 국내 대중문화 영역 전반에서 뉴트로의 유행을 다른 문화권의 문화콘텐츠를 번역하는 것에 그치지 않고, 타 문화권의 언어, 행동 양식, 가치관 등에 내재한 문화적 의미를 파악하여 맥락에 맞게 의미를 재창조하는 문화번역이란 개념으로 해석하면서, 이를 현재 유튜브에서 유행하는 시티팝 콘텐츠에 적용하고 있다. 그들은 현재의 시티팝 유행 현상이 뉴트로 문화의 대표적 사례로 자리매김했다고 보았으며, 도시적이고 낭만적인 애니메이션과 음악이 어우러진 하나의 콘텐츠로서 시티팝을 향유하고 있으며, 이러한 시각 이미지와 융합된 시티팝은 다시 다양한 콘텐츠로 변형, 가공되어 유튜브 내에서 재확산되고 있다고 말한다. 이는 1인 미디어의 발달과 함께 시티팝 향유자이면서 창작자인 크리에이터가 시티팝을 문화번역의 과정을 통해 2차 창작을 통해 새로운 콘텐츠를 제공하기 때문이며, 이러한 문화는 팬덤의 형성과 함께 대중문화 전반에 뉴트로 문화 확산에 영향을 줄 것이라고 주장한다(조인에·조규현, 2021).

그러나 현재까지 시티팝의 개념과 기원, 형성과정, 시티팝 유행의 경제·문화적 배경을 고찰하려는 시도는 아직 없는 상황이다. 반면에 지금까지 미디어를 통해 국내에서 생산된 시티팝에 관련 담론들은 온라인상의 음악 서비스, 온라인상의 밈(meme), 유튜브에 기반을 둔 콘텐츠로 생산되거나 향유되는 시티팝에 한정되어있는 경향이 있다. 이렇게 된 데에는 일본어라는 언어적 장벽으로 인해 시티팝에 관한 정확한 팩트(fact) 또는 정보가 국내에서 보편적으로 공유되지 못한 것에서도 원인이 있지만, 국내의 온·오프라인 미디어가 뉴트로라는 프레임에 국한하여 흥밋거리로서만 시티팝을 다룰 뿐, 21세기에 유행하는 새로운 대중음악의 유형 내지 트렌드로서 진지하게 접근하려는 분위기가 조성되지 못해서라고 판단된다.

이러한 문제의식에 근거해, 본 연구는 먼저 국내에서 시티팝 가이드라인 역할을 해 온 전문 시티팝 매개자에게 개별인터뷰를 진행하였다. 시티팝 매개자로는 뮤직 클럽 DJ, 유튜브 J-Pop 채널 운영자, J-Pop 전문가를 선별하여 인터뷰를 진행했고, 매개자는 일본인 2명, 한국인 4명이며, 이 중에 3명은 국내에서 활동 중인 뮤지션이기도 하다. 매개자의 인구사회통계학적 특성은 <표-1>과 같다.

<표-1> 개별인터뷰에 참여한 매개자들의 인구사회통계학적 특성

	나이	직업	국적
매개자 A	49	J-Pop 칼럼니스트	한국
매개자 B	37	J-Pop 칼럼니스트	한국
매개자 C	59	뮤지션/음악클럽 DJ	일본
매개자 D	51	뮤지션/음악클럽 DJ	일본
매개자 E	33	뮤지션/J-Pop 유튜브 채널 운영자	한국
매개자 F	54	음악클럽 DJ	한국

그리고 이들 시티팝 매개자들의 의견을 2000년대부터 최근까지 주로 일본과 한국에서 발행된 시티팝 관련 가이드, 논문, 신문, 잡지, 음반 해설지, 온라인 웹에 게재된 시티팝 매개자들의 문헌을 중심으로 인터뷰에 관한 질적 연구를 수행했다. 여기서 시티팝 매개자란, 시티팝을 대중에게 소개하고 확산하는 역할을 하는 관련 뮤지션, 칼럼니스트, 미디어 종사자 등을 의미한다. 분석 대상이 되는 시티팝 뮤지션들은 일본에서 발행된 시티팝 전문 가이드인 「City Pop シティ・ポップ 1973-2019」(レコード・コレクターズ編集部, 2019), 「Japanese City Pop」(木村ユタカ 監修, 2020), 「Light Mellow 和モノ Special」(金沢寿一 監修, 2018)을 통해 선정했다.

2. 시티팝에 관한 기존 논의

2.1 시티팝의 개념

음악 저널리스트 木村ユタカ(2006)는 시티팝을 “음악을 정의하는 엄격한 틀이라기보다는 느낌에 가까우며, 도시적인 생활 방식을 가진 이들을 위한 도시형 팝”으로 정의한다. 시티팝이라는 용어는 융통성 있는 해석을 요구하고 있는데, 이는 장르처럼 음악을 정의하는 엄격한 틀이라기보다는 도시의 풍경을 연상시키는 사운드와 도시 생활자들을 가치관과 정서가 반영된 J-POP의 한 유형이라 할 수 있으며, 70년대 후반부터 전 세계적으로 유행한 소울, 재즈·퓨전, 보사노바, 펑키 등의 장르 간 크로스오버로 귀결된 AOR²⁾과 일본어 가사와의 결합을 통한 ‘Japanese AOR’을 음악적 기반으로 한다(木

2) 中田利樹(2014)는 AOR의 개념을 이렇게 소개한다. “AOR은 ‘Adult Oriented Rock’의 약자로, ‘성인 취향의 록’을 뜻한다. 이 말은 미국의 라디오 스테이션에서 탄생되었는데, 한 도시에 수십 개의 라디오국이 있는 미국은 장르, 포맷이 세분화되어 있어, 그 안에서 AOR 포맷이 탄생한다. AOR이란 용어가 일본에 들어온 것은 1979년 초, 요시나리 노부유키(吉成伸幸)가 쓴 바비 콜드웰(Bobby Caldwell)의 1집 Bobby Caldwell의 라이너 노트에 “AOR이라 불리는 새로운 경향”이라는 구절에서 비롯됐고, 이는 미국에서도 새로운 경향을 의미했다. 그런데 미국의 AOR과 일본에서 유행한 AOR은 차이가 있는데, 미국에서는 빌리 조엘(Billy Joel), 에릭 클랩튼(Eric Clapton), 이글스(Eagles)와 같은 뮤지션을 의미했지만, 일본에서는 세련되고 도시적인 느낌의 소프트 록이 유행하고 있었다. 대표적으로는 바비 콜드웰이며, 보즈 스캅스(Boz Scaggs), 루퍼트 홈스(Rupert Holmes), 두비 브라더스(Doodie Brothers), 마이클 프랭스(Michael Franks), 스틸리 댄(Steely Dan)과 같은 뮤지션들이다. 이들이 표방하는 장르는 상이했지만, 그 질감에서는 공통점이 있었는데, 그것은 바로 ‘세련미’였다. 즉 분명 락이라고 생각하고 디스토펬션 효과가 있는 기타가 울리는데 전혀 시끄럽게 들리지 않고 오히려 멋있게 들리는 것, 그것이 AOR이 지향하는 사운드 중 하나였다. AOR이 일본음악 시장에 일반화되던 시기는 1980년부터 1982년이었으며, 이는 레코드 사의 판매전략의 영향이 컸다.”

村コタカ, 2006). 시티팝에는 소울이나 재즈·퓨전과 같은 서구의 음악 장르를 도입한 일본어 팝이라는 식의 일반적인 구분은 있으나, “반드시 이래야 만 하는 음악”이란 식의 명확한 정의는 없으며, 그런 의미에서 시티팝은 장르라기보다는 도시의 이미지를 반영하며 도시와 자신의 관계성을 담고 있는 J-Pop의 한 유형으로 개념 지을 수 있다(松永洋平, 2019). 즉, 시티팝은 엄격하게 틀 지워진 장르가 아닌, 과거 70년대 후반부터 80년대 중반까지 일본의 도시에 거주하는 뮤지션이 창작하고 도시 생활자들이 향유하면서 유행한 J-Pop의 한 유형으로서, 그 분위기는 여름 휴가 시즌의 설렘과 다운타운에 소재한 나이트클럽의 그루브(groove)로 대표된다(Aoki, 2015; Blistein, 2019).

시티팝으로 분류될 만한 음악이 일본에서 본격적으로 등장한 시기에 대해서는 연구자마다 차이는 있지만, 대략 70년대 중반에 ‘뉴 뮤직’의 한 부류로 파생되어 기존의 포크와 록과의 구별을 위해 ‘세련되고 도시적인 뉴 뮤직’을 의미하는 ‘시티 뮤직(city music)’ 또는 ‘시티 팝스(City Pops)’로 명명하는데, 이것의 발안자는 명확하지 않으며 장르의 명칭 부여를 통한 마케팅 효과를 얻으려는 당시 일본 내 음반산업의 상업적 의도를 짐작하게 한다(山田厚俊, 2019). 시티팝의 주요 아티스트들은 대부분이 도쿄 출신자 혹은 도쿄를 거점으로 활동하고 있었는데, 시티팝에 등장하는 ‘시티’란 70-80년대 고도의 경제성장을 거친 현대의 도쿄이며, 현실에 거리를 둔 광고의 도시와 소비의 도시라는 가상의 공간을 이미지화한다(松永良平・磯部涼, 2012). 이상의 기존 논의를 통해 시티팝의 개념은 도시 생활자가 누리는 세련된 라이프 스타일과 도시의 풍경, 때로는 도시 생활자가 느낄 수 있는 고독감 또는 노스텔지어를 좋은 멜로디와 세련된 코드, 그루브의 조합으로 모색하는 J-POP의 한 유형으로 정리할 수 있다(木村コタカ, 2006).

2.2 뉴 뮤직과 시티팝의 관계

시티팝의 기원을 고찰하기 위해서는 그것의 모체라 할 수 있는 뉴 뮤직과의 관계를 먼저 살펴보아야 한다. 1980년대 후반에 J-Pop이 등장하기 전까지 주류 일본 대중음악은 가요쿄쿠(歌謡曲)로 통칭하였다. 가요쿄쿠란, 전후 시대부터 J-Pop이 탄생하기 전까지 유행한 일본의 스탠더드 팝(Japanese Standard Pop)을 의미하는데, 이는 그 당시에 TV 등 매스미디어를 통해 쉽게 접할 수 있는 부류의 대중음악을 의미한다(모리 요시타카, 2017). 그런데 이러한 의미에 변화가 생긴 것은 1970년대 초부터 서구에서 유입된 록, 포크 등이 유행하면서부터다. 따라서 70년대 뉴 뮤직의 등장을 설명하려면 먼저 일본에 서구의 록과 포크가 어떻게 유입되어 유행했는가를 살펴볼 필요가 있다.

일본에 록은 1950년대 엘비스 프레슬리와 같은 인기 가수들에 의해 ‘로커빌리(Rockabilly)’라는 장르로 유입된다. 하지만 이것은 미국 인기 가수들의 곡에 일본어 번안 가사를 붙인 것이었고, 자작곡의 비중은 작았다(손장희, 2018). 그러던 중 1965년 벤처스(Ventures)와 같은 기타 인스트루멘털 밴드가 일본에서 인기를 얻었고, 이듬해 66년 비틀즈(The Beatles)의 부토칸(武道館) 내일 공연을 계기로 일본 대중음악 내에 변화가 생기게 되는데, 이는 자작자연(自作自演), 즉 스스로 곡을 쓰고 연주까지 해내는 활동방식을 유행시키며 비틀마니아 붐과 그룹사운드(GS) 붐으로 이어진다(Kitazawa, 2017). 다음으로 포크는 1960년대에 피트 시거(Pete Seeger), 밥 딜런(Bob Dylan), 피터 폴 앤 메리(Peter, Paul & Mary) 등 미국 모던 포크의 영향으로 일본 내 대학 캠퍼스를 중심으로 유행하며, 차츰 자작곡을 시도하게 된다(모리 요시타카, 2017). 그러나 60년대까지 일본에서 포크

와 록은 자작곡보다는 기성 작곡가의 곡으로 소개되는 경우가 많았으며, 이런 이유에서 가요코큐 스타일의 록과 포크라는 성격에서 벗어나지 못하고 있었다(손장섭, 2018).

그러던 중 1960년대 후반에 도쿄에서 수백 킬로미터 떨어진 간사이 지역을 중심으로 기존의 포크와는 다른 부류의 하위문화와 음악이 등장한다. 오사카, 교토, 고베 지역을 포함하는 간사이는 정치적이고 저항적인 포크 음악이 유행한다. 오카바야시 노부야스(岡林信康), 다카다 와타루(高田渡) 등의 뮤지션들이 포함된 간사이의 포크 씬은 베트남전과 안보투쟁으로 불리는 반전운동과 학생운동에 관심을 두고 있었다(Kitazawa, 2017). 사회적, 정치적 현실에 대한 자신의 의사 표명을 중시했던 간사이 포크 씬은 기본적으로 자작곡을 중시했으며, 이것은 비슷한 시기 그룹사운드가 부분적으로 자작곡을 선보였으나, 결국 가요코큐에 포섭된 것과는 상반된 현상이었다. 따라서 일본에서는 아티스트가 자신의 언어로 곡을 만드는 것을 숭상해서 시작한 사례는 록이 아니라 포크였다(손장희, 2018).

그렇지만 1970년대로 접어들면서 일본 내의 사회운동의 열기가 급속히 쇠퇴함과 동시에 간사이 포크의 전성기도 막을 내린다. 정치적 소재를 다루었던 포크 음악은 점차 모습을 감추었고, 그 대신 개인의 삶과 내면을 다루는 작품이 포크의 주류를 차지하게 되었다. 새롭게 등장한 포크는 이른바 서정과 포크라고 불리게 되었는데, 이들은 자작곡 중시의 방침을 유지하면서도 간사이 포크의 정치적 색깔과는 대조적인 개인사에 집중한 작품을 선보임으로써 주류 시장에서의 상업적 성공도 거두었다. 이러한 역사를 거치면서 1970년대 일본의 포크 음악은 성격이 변화한다. 즉, 포크에서 정치적 소재는 사라지고 삶, 사랑, 우정, 가족과 같은 개인적 소재가 노래의 중심으

로 자리한다. 이 시기에 등장한 요시다 다쿠로(吉田拓郎)³⁾, 이노우에 요스이(井上陽水), 툴립(Tulip), 오프 코스(Off Course), 아리스(Alice)와 같은 포크 뮤지션들은 정치에 무관심했고 오직 시장에서의 상업적 성공만을 지향했다. 이들은 가요코큐 외에도 유의미한 음악 시장이 존재함을 입증하면서 주류 가요 뮤지션과는 거리를 유지했고, 자신이 만든 노래를 직접 연주하고 노래하는 싱어송라이터의 활동방식을 고집했다. 이러한 배경에서 일본의 자작자연에 기반을 둔 포크, 록 그리고 여타 장르들을 아우르는 뉴 뮤직이라는 메타 장르로 이어진다(모리 요시타카, 2017).

뉴 뮤직이라는 장르명을 고안해 사용했기 시작했다고 주장하는 평론가 도미사와 이세이(富沢一生)는 아라이 유미(荒井由実), 틴 판 엘리(ティーン・パン・アレー) 등 당시 세련된 도시적 감성을 표방하는 뮤지션들의 등장으로 기존의 포크와 록의 카테고리로는 묶을 수 없는 새로운 유형의 음악을 소개하기 위해 기존의 록과 포크를 포함해 뉴 뮤직으로 부르게 된 것이 장르명이 등장한 계기라고 언급한다(富沢一生, 1979). 이처럼 장르 간의 경계가 모호했던 뉴 뮤직은 70년대 후반에 접어들면서 앞서 언급한 아라이 유미와 틴 판 엘리, 그리고 슈가 베이브(シュガー・ベイブ)의 음악을 ‘시티 뮤직(City Music)⁴⁾

3) 모리 요시타카(2017)는 요시다 다쿠로 등장의 의미를 이렇게 서술하고 있다. “일본 포크를 새로운 단계로 이끈 인물은 요시다 다쿠로였다. 1960년대 말 히로시마에서 학생운동에 참여하기도 했던 그는 1972년 히트곡 <결혼해주오>로 상업적 성공을 거뒀고, ‘포크 음악의 왕자’라는 수식어와 함께 소녀들의 팝 스타로 우뚝섰다... 그런데 아이러니하게도 요시다는 텔레비전 출연을 거부한 최초의 인물이었다... 그가 텔레비전 출연을 멀리한 이유는 기존의 가요코큐 가수들과 자신을 차별화하여 더 프로페셔널하고, 진지하며, 예술적인 음악가로 활동하기 위해서였다... 그의 이런 시도는 당시 일본 음악산업이 시장 세분화라는 마케팅 전략을 받아들이기 시작했다는 징후이다.”

4) ‘시티팝’이라는 음악 장르에 관련된 최초의 텍스트는 열성적인 음악 애호가들을 위한 잡지인 1977년의 “영 기타”에 게재된 한 기사에서 비롯되었다. ‘시티 뮤직’이라고 불리

또는 ‘시티 팝스(City Pops)⁵⁾’로 분류하기 시작한다(富沢一誠, 1984). 木村ユタカ(2006)는 뉴 뮤직과 시티팝의 차이점에 대해 “양자의 선긋기는 매우 어렵다. 원래 뉴 뮤직이라는 말 자체가, 기존의 포크나 록과는 다른 신감각의 팝을 분류하기 위해 만들어진 것으로, 시티팝이라는 말이 사용되기 시작한 배경과 겹치는 부분이 많다. 따라서 본인이 생각하는 시티팝의 분류기준이란, 지금의 관점에서 평가할 때 진부하지 않은 음악을 시티팝의 기본 기준으로 받아들이고 싶다”라고 말한다. 이처럼 뉴 뮤직이라는 메타 장르가 등장했을 당시엔 이것이 포괄하는 서브 장르의 범위가 일정하지 않았지만, 영어권의 포크와 록에 영향을 받은 자작자연의 음악을 뉴 뮤직으로 불렀다는 것은 많은 논자의 공통적인 견해다(손장희, 2018).

2.3 시티팝의 정서적 뿌리- 핫피이 엔도(ハッピーエンド)

일본의 대중음악 저널리스트들은 초기 시티팝 형성의 정서적 뿌리를 포크-록 밴드 핫피이 엔도에 두고 있다(遠野清和, 2006; 木村ユタカ, 2006; 松永洋平, 2019). 록과 포크의 결합을 추구하며, 여기

는, 새로운 유형의 음악에 대해 다루고 있으며, 이는 포크-록 밴드 ‘핫피이 엔도’에 그 기원을 두고 있다. 이 기사를 쓴 遠野清和(2006)는 그 개념상의 모호성을 이렇게 언급한다. “뉴 뮤직이라는 코발트 자체는 의미가 없다고 생각한다. 뭣하면 시험 삼아 시티 뮤직을 정의 해 볼까? 도시적 필링을 가진 뉴 뮤직일까? 역시 안 것 같으면서도 잘 모르겠다.”

- 5) 木村ユタカ(2021)는 시티팝 작곡가 하야시 테츠지(林哲司)와의 인터뷰에서 ‘시티팝’ 명칭의 유래를 이렇게 소개한다. “제 시대에는 시티팝이 아니라 시티 팝스라고 부르곤 있었지요. 그 외에도 소프트&멜로우라던가, 여러 가지 통칭이 있었어요. 시티팝이라는 것은 요 최근의 80년대 회귀의 테두리 안에서 태어난 워드라고 생각하고 있어서, 제가 그 대표적인 작곡가로 자리 잡은 것에 대해서는 기쁘지만, 조금 거부감은 있어요.”

에 일본어 가사를 정착시켰다고 평가되는 핫피이 엔도는 버팔로 스프링필드(Buffalo Springfield)와 같이 60년대 미국 웨스트코스트 록에 영향을 받으며 서구 지향적 음악관을 고수했는데, 이는 당시 일본 포크나 록 뮤지션들에게 볼 수 없었던 세련된 감성이었다⁶⁾(木村ユタカ, 2006). 동시에 핫피이 엔도는 웨스트코스트 록에 본격적으로 일본어 가사를 도입하여 아메리칸 팝에 선명한 일본의 도시 이미지를 결합했다고 평가된다(萩原健太, 1998). 호소노 하루오미(細野晴臣), 오오타키 에에이치(大滝詠一), 스즈키 시게루(鈴木茂), 마츠모토 타카시(松本隆)로 구성된 핫피이 엔도의 대표작 「風街ろまん(바람거리 로망)」(1971)은 도쿄올림픽과 일본의 현대화 이후 사라져가는 도쿄의 옛 정취에 대한 노스탤지어를 ‘바람 거리’라는 가상의 공간으로 제시했다는 점에서 획기적이었는데(황선업, 2016), 그룹 내에서 드럼과 작사를 맡은 마쓰모토 다카시⁷⁾는 현대화된 도쿄로 인한 ‘잃어버린 도쿄’에 대한 노스탤지어를 ‘바람 거리’라는 가상공간을 통해 창조했다(飯田豊・石川茂樹・大里俊晴, 2004). 앨범의 베스트 트랙으로 평가되는 〈바람을 모아서〉는 시인 미야자와 겐지(宮沢賢治)의 영향을 받은 작품으로 깊은 울림을 지닌 가사, 언덕 위에서 시원한 바람을 맞는 느낌을 환기해주는 반주, 덩달하게 이야기해주듯 읊어나가

6) ‘핫피이 엔도’가 미국 웨스트코스트 출신 밴드인 버팔로 스프링필드를 본보기로 한 것처럼 아메리칸 팝에 영향을 받은 도쿄의 아티스트들은 서구 대중음악을 접하면서 독자성을 모색하고 있었다. 그러면서 시대를 거처도 낡지 않은 독자성을 제시하면서 지속적인 활동이 가능해졌고, 동시에 도쿄의 젊은 리스터들에게 선망의 대상이 되었다(木村ユタカ, 2005).

7) 마츠모토는 구미의 록 음악을 지지하며 전통적인 일본음악 스타일에는 거의 관심을 기울이지 않았지만, 한편으로 서양 뮤지션들과도 거리를 두고 있었다. 그는 미국의 록과 잘 어울리는 16비트의 일본어 가사를 만들려는 시도로 가사의 혁신을 가져왔다. 밴드가 해체된 후 마츠모토는 70년대부터 80년대에 걸쳐 가요곡, 뉴 뮤직, 시티팝의 아티스트들의 작사를 다루는 전문 작사가로 성공을 거둔다(モーリッツ・ソメ, 2020).

는 보컬이 삼위일체 된 일본어 록의 정수라 평가된다(황선업, 2016).

마을 변두리의 쪽 뻗은 길을 산책하며 / 村はずれのまっすぐな道を散歩しながら、

얼룩투성이인 아지랑이 너머 / しみだらけの陽炎の向こう

잠에서 막 깬 노면전철이 / 眠りから覚めたばかりの路面電車が

바다를 건너는 것이 보였어요 / 海を渡るのが見えました。

그래서 나도 / それで私も

바람을 모아서 바람을 모아서 바람을 모아서 / 風を集めて 風を集めて
風を集めて

파란 하늘을 날고 싶어요 파란하늘을 / 青い空を飛ばたいです、青い空を

- “바람을 모아서(風を集めて)” 중에서



〈그림-1〉 좌: 핫피이 엔드 멤버 , 우: 「바람거리 로망」(1971)

핫피엔도는 일본어로 노래하는 것을 매우 의식하고 있었는데, 이들은 노래를 통해 도시에서의 삶과 잃어버린 것들에 대한 노스탤지어를 표현하려 했다. 이런 배경에서 그들의 대표작 「바람거리 로망」은 재패니스 팝의 새로운 정체성을 형성시켰고, 도시 생활자들의 정서를 생생하게 그려내며 시티팝의 원류이자 이정표라는 위상을 갖게 된다(Kitazawa, 2017). 어떤 의미에서 이들의 음악은 일본식의 느긋함, 즉 레이드 백(laid back)의 원조라 해석될 수 있는데, 노래

속에 등장한 가상의 공간인 ‘바람 거리’는 대학 내 안보투쟁⁸⁾으로 인해 불안함을 느끼고 있던 일본 청년들에게 이상향으로 비추어졌으리라 추측할 수 있다(松永洋平, 2019).

3. 시티팝의 형성과정에 관한 고찰

시티팝에 관한 기존 논의를 통해, 시티팝은 뉴 뮤직에서 그 기원을 찾을 수 있고, 핫피이 엔도라는 뉴 뮤직 계열 포크-록 밴드의 작품세계를 통해 그 정서적 뿌리를 확인할 수 있었다. 여기서부터는 시티팝이 어떻게 뉴 뮤직에서 분화되어 독자성을 띠게 되었는지를 살펴보고자 한다. 이를 위해 본 연구는 서두에서 밝혔듯이, 국내에서 활동 중인 시티팝 전문 매개자들과의 개별인터뷰를 요약정리하고, 그 내용을 일본과 한국 등의 시티팝 매개자들이 집필한 문헌 고찰을 통한 질적 연구를 진행했다.

3.1 시티팝의 시작 - 틴 판 앨리·슈가 베이브

핫피이 엔도는 1973년 9월 21일, 일본 도쿄 공회당(公会堂)에서 개별 라이브를 끝으로 해산하는데, 이날의 공연에선 당시 신인이었

8) 미국과 일본은 1951년 샌프란시스코 조약을 체결하면서 동시에 미일안보조약에 서명하였다. 이는 제2차 세계대전 이후 일본에 주둔해있던 미군의 지속적 주둔을 가능케하는 내용을 담고 있었다. 안보조약은 1960년에 신안보조약의 체결로 이어졌고, 야당과 학생들은 이에 대하여 강력하게 저항하였다. 1968-70년의 안보투쟁은 신안보조약의 자동 연기에 반대하는 투쟁이었다. 1968년부터 전국 주요 국공립대학을 중심으로 격렬한 시위가 벌어졌다. 그러나 시위가 장기화되면서 동력이 쇠진하여 1970년, 안보투쟁은 시민의 무관심 속에 실패로 끝났다(모리 요시타카, 2017 재인용).

던 미나미 요시타카(南佳孝)와 요시다 미나코(吉田美奈子)의 데뷔가 이뤄지면서 이날을 본격적인 시티팝의 시작으로 기록하고 있다⁹⁾(遠野清和, 2006; 木村ユタカ, 2006; 松永洋平, 2019).

매개자 A: 이 밴드(핫피이 엔도)가 해산되면서, 당시 뉴 뮤직 계열의 싱어송라이터 문화를 통해 시티팝의 저변을 정착시켰다고 할 수 있는 거죠... 밴드가 해산되고 각 멤버가 개별활동에 들어서면서 본인들이 원하는 사운드를 확장 시키는데... 핫피이 엔도가 실험의 단계였다면, 개별활동으로 넘어가면서 지금의 관점에서 시티팝이라 할 수 있는 스타일들이 표출되기 시작한 거죠.

매개자 C: 일본 대중음악 역사에 이 사람들이 없었다면, 지금의 시티팝이 생겨날 수 없었다고 봐요.

1973년 핫피이 엔도의 해산으로 멤버였던 호소노 하루오미와 스즈키 시게루는 코사카 추(小坂 忠)의 밴드 ‘포 조 하프’ 출신인 하야시 타츠오(林達夫), 마츠토야 마사타카(松任谷正隆)를 영입해 전문 세션 밴드 ‘카라멜 마마(キャラメルママ)’를 조직했고, 그해 11

9) 篠原章(2019)은 핫피이 엔도 해산 공연의 역사적 의미를 이렇게 서술한다. “1973년 9월 21일 분쿄 공회당에서 핫피이 엔도의 해산 기념 라이브 “City-Last Time Around”가 개최된다. 이날은 카라멜 마마(틴 판 엘리)의 결성과 오오타키 에이치가 설립한 ‘나 이야기라 레코드’의 출범일인 동시에 일본의 시티팝이 시작된 날이기도 하다. 핫피이 엔도의 각 멤버가 발굴해 온 새로운 재능들을 선보이는 계기가 된 이 공연에서, 미나미 요시타카가 오프닝을 맡아 처음으로 무대를 밟았고, 같은 날 데뷔 앨범인 『摩天樓のヒロイン(마천루의 히로인)』을 발매한다. 핫피이 엔도의 마쓰모토 타카시가 프로듀싱을 맡은 이 앨범은 당시 일본의 록 팬, 팝 팬들에게 생경한 ‘도시 팝’, 즉 시티팝을 본격적으로 소개했다 평가된다”.

월 20일 이들의 세션으로 녹음된 아라이 유미의 데뷔 앨범 「ひこうき雲(비행기 구름)」이 발표됐다. 그리고 74, 75년 연이어 발표된 아라이 유미의 독집 「Misslim」, 「Cobalt Hour」 역시 카라멜 마마의 세션으로 녹음된다. 카라멜 마마는 74년 여름, 팀명을 ‘틴 판 엘리(ティーン・パン・アレー)’로 바꿔 재데뷔하는데, 이들은 아라이 유미, 요시다 미나코, 코사카 츠, 브레드 앤 버터(ブレッド&バター), 미나미 요시타카, 사토 히로시(佐藤博) 등 초기 시티팝 계열 싱어송라이터들의 음반에서 프로듀싱, 작곡, 편곡, 세션을 담당하면서 시티팝의 일관된 사운드¹⁰⁾를 구축해가는 한편, 이들 뮤지션들과 음악적 인맥을 형성한다. 틴 판 엘리가 세션에 참여한 시티팝 뮤지션들에겐 몇 가지 공통점이 있었는데, 십대 취향보다는 성인 취향의 음악이며, 아메리칸 팝 스타일의 세련된 사운드를 지향했다(遠野清和, 2006).

매개자 A : (틴 판 엘리는)세션 연주자 집합인데, 걸출한 아티스트랑 묶여서 한몫을 이루어 호흡하면서, 서로에게 긍정적인 영향을 줬다고 봐요. 우리나라로 치면 사랑과 평화 아니면 김현식과 봄여름가을겨울과 같은...

매개자 C: (틴 판 엘리는)한국으로 치면 과거 70년대 이장희씨의 동방의 빛과 같은 격이랄까? 이런 밴드가 사실 이전에 존재하지 않았죠.

10) 틴 판 엘리(카라멜 마마)는 노래보다는 사운드에 중점을 두고, 당시의 일본에 있어서는 드문 음악적 주장을 가진 스튜디오 뮤지션 집단이었다. 그들이 만들어낸 사운드 자국에서는 접하기 힘든 세련된 것으로, 이후 70년대 도쿄 사운드의 상징으로 자리했다(木村ユタカ, 2005).

매개자 D: 틴 판 앨리는 기존 음악을 만드는 스타일에 일석을 던졌다고
생각해요. 멤버들 모두 작사·작곡·편곡을 하는 이른바 ‘선
생님’들인데, 세션 밴드가 직접 편곡까지 하는 전통을 세웠
다고 봅니다. 그리고 기성 가요에 대한 리스펙트가 있어서,
가수들이랑 콜라보를 해서 음반도 냈고...일본어나 일본음악
의 특색을 본인들의 편곡에 더욱 살아나게 하는 역할을 했다고
봐요.

틴 판 앨리의 데뷔작 「キャラメルママ(카라멜 마마)」(1975)는 재즈·퓨전, 보사노바, 뉴 올리언스 알앤비 등 당시로선 생소한 서구 장르를 자양분으로 세션 맨 다운 깔끔하고 손색없는 연주를 들려준다. 이들은 앞서 언급한 시티팝 뮤지션들의 앨범녹음과 라이브에서의 세션 외에도 기성 가요코큐 계열 가수들과의 협연에도 적극적이었는데, 대표적으로 모델 출신의 가수 유키무라 이즈미(雪村いづみ)와 함께 일본 팝의 창시자인 핫토리 료이치(服部良一)의 곡을 재해석한 「Super Generation」(1974)을 녹음했고, 〈Bluelight Yokohama〉의 여가수 아유미 이시다(いしだあゆみ)와의 협연작 「Our Connection」(1977)에선 핑키와 보사노바를 도입하며 성인 취향의 도시 팝을 개척하였다(遠野清和, 2006).

매개자 A: 하피엔도는 (시티팝에서) 완전 제로 베이스라면, 슈가베이는 그야말로 처음 돌아난 짝이죠.

매개자 B: 슈가베이는 야마시타 타츠로가 아메리칸 팝을 받아들여서 일본식으로 현지화... 16비트 리듬과 메이저 세븐 코드 등, 당시 밴드 음악에서 발견할 수 없는 특징들이 부각됐고...야마시타를 발굴한 거는 하피엔도 출신의 오오타키 에이이치였죠... 그가 야마시타를 데뷔시키고 매니지먼트를 한 것은

시티팝 씬을 형성하는 데 영향을 줬다고 봐요.

매개자 F: 음악적으로 슈가베이브가 지금의 시티팝과 제일 비슷하다고
봐요, 시조가 됐다고 봐요.

다음으로 핫피이 엔도의 멤버였던 오오타키 에이이치는 팀이 해산되면서 독립레이블 나이아가라(Niagara)를 설립하여 프로듀서 필 스펙터(Phil Spector)의 ‘월 오브 사운드’를 계승하며 아메리칸-팝의 세련미를 지향했다. 이런 그의 음악적 지향은 본인의 레이블을 통해 데뷔한 야마시타 타츠로(山下達郎)의 ‘슈가 베이브(シュガー・ベイブ)’를 통해 구현된다. 멤버 전원이 도쿄 출신인 슈가 베이브는 60- 70년대 아메리칸 팝·록 마니아다운 작곡 센스가 돋보인 리더 야마시타 타츠로(山下達郎)와 개성 있는 보이스를 지닌 오오누키 타에코(大貫妙子)의 재능이 만난 밴드였다. 이들의 데뷔 앨범 「Songs」(1975)는 당시로서는 획기적이었는데, 분수 코드와 major 7th 코드의 빈번한 활용, 미국 웨스트코스트 록을 연상시키는 그루비하고 상쾌한 사운드는 지금의 관점에서 ‘원조 시티팝’이라 평가할 수 있다(사토 유키에, 2021).

매개자 C: 70년대엔 새로운 사운드를 만드는 방법이 공유되지 못한
시점이다 보니 도전정신이 만개했어요. 어떻게 녹음하는
지에 대한 식견이 없던 상황에서 시행착오를 겪으면서 만
든 사운드들... 녹음 기자재도 심플했고... 해서 이렇게 저렇
게 녹음하면 어떨까? 한마디로 예측 불허의 사운드. 그러
다보니 언더그라운드 중심의 제작환경에 머물게 된거
고...

매개자 D: (70년대 시티팝이라면) 구미권의 거칠고 투박한 사운드랄

까, 가령 펑크(funk)나 스웸프¹¹⁾(swamp) 록, 싱어송라이터의 영향이 크다고 봐요. 아주 세련된 퓨전 음악이 나오기 전이었죠.

매개자 B : 70년대는 여전히 엔카, 가요가 주류. 그리고 서구의 AOR이 유행하기 전까지 시티팝은 대중에게 너무 생소한거죠. 야마시타 타츠로도 〈Ride on time〉으로 히트하기 전까지는 상업적으로는 계속 실패했구요.

매개자 A : 70년대 시티팝은 메이저에서 음반을 냈어도 언더그라운드 급이었고, 그러다 80년대 가면서 이런 음악을 했던 분과 이들의 후예가 주류 씬에 진출하게 되죠.



〈그림-2〉 초기 시티팝의 대표작(좌측부터)

「Caramel Mama」-틴 판 엘리(1975), 「Cobalt Hour」-아라이 유미(1975),
「Songs」-슈가 베이브(1975)

틴 판 엘리와 슈가 베이브는 모두 75년에 데뷔했으나 상업적인

11) 미국 루이지애나주 남부의 아카디아나 지역에서 유래된 음악 스타일. 1950년대에 뉴올리언스의 원주민인 케이준(Cajun)과 크레올(Creole)들이 연주했는데, 뉴올리언스의 풍의 리듬앤블루스, 미국 남부의 컨트리 앤 웨스턴(Country & Western), 19세기 말까지 루이지애나를 통치했던 프랑스의 음악적 영향을 결합한 것이 특징이다(위키백과 영문판).

성공하고는 거리가 멀었다. 그러나 이들은 초기 시티팝의 정체성과 음악성, 활동방식을 제시하며 썸 내의 음악적 구심점으로 평가될 수 있다.¹²⁾ 틴 판 엘리와 슈가 베이브로 시작된 시티팝 썸은 그들의 음악적 동료와 이들에게 영향을 받은 신예 뮤지션들의 등장으로 힘입어 저변을 확대해 갔지만, 마츠토야 유미(松任谷由実)¹³⁾를 제외하고는 도쿄 주변에서의 활동에 국한된 마이너한 영역이었으며, 주류 시장에서의 이렇다 할 히트곡은 없는 상황이었다. 이렇게 된 이유는 당시까지 시티팝은 어디까지나 레코드 중심이었다는 것이다. 즉, 시티팝 계열 뮤지션들은 주류 가요 신의 관행인 미디어를 통한 홍보 및 음반 세일즈를 거부하고 자신이 만족하는 작품 만들기를 우선에 뒀고, 음반의 상업성은 부차적인 영역으로 여겼다는 것이다. 이런 뮤지션들의 매니악(maniac)한 자의식이 70년대 시티팝 썸을 규정하고 있었던 것이다(木村ユタカ, 2006).

3.2 주류 썸으로 진출한 시티팝

시티팝 매개자들에게 시티팝과 구미 AOR의 연관성에 관해 물어보았다. 이들은 70년대 후반 구미 AOR이 유행하던 같은 시기에 일본에도 AOR이 소개되었고, 이는 당시의 시티팝 계열 뮤지션들의 음악성에 영향을 줬다고 답했다.

12) 2018년에 발간한 시티팝 앨범 가이드「Light Mellow和モ / Special」(金沢寿一 監修, 2018)의 목차는 ‘틴 판 엘리와 ‘슈가 베이브 앤 나이가가라’를 서두에 배치해 소개한다. 즉, 틴 판 엘리와 나이가가라 레이블의 슈가 베이브, 그리고 이들의 영향권 하에 있었던 뮤지션들을 시티팝의 시작이라고 본 것이다.

13) 아라이 유미가 틴 판 엘리의 마사토야 마츠타카와 혼인 후 바뀌게 된 성명.

매개자 A: Japanese AOR, 이게 퓨전 재즈의 영향이 있었다고 봐요.
미국의 AOR 켄도 결국 재즈 · 퓨전을 연주했던 사람들이
세션을 하면서 팝록 사운드의 범위가 다양해진거고...그러
면서 그런 음악을 접한 일본 아티스트들도, “와, 이런 사운
드가 있었네.” 하면서 따라하게 된 거예요.

매개자 C: 서구의 AOR과 리얼타임으로 접속해 일본 내에서 현지화된
거죠. Japanese AOR 이라면 일단 일본어로 가창하니까, 서
구 AOR하고는 다른 느낌이 있었던 거고...

매개자 F: 시티팝이라는게, 좁은 의미에선 AOR을 일본에 가져와서 따
라한 거를 시티팝이라고 봐요. AOR은 스타일이 다양하다
보니...멜로우 한 것으로 시티팝을 인식하기도 하고, 아니면
펑키한 거, 이른바 ‘재패니즈 부기’라고 하는 것을 시티팝으
로 인식하기도 하고요.

이미 60년대부터 구미 대중음악의 유행에 동시대적으로 영향을
받았던 일본의 대중음악은 70년대 후반에 이르러서도 서구의 유행
하는 장르에 동시대적으로 반응한다. 이는 소울, 디스코, 펑키, 재
즈 · 퓨전, 라틴 등의 크로스오버로 귀결된 AOR로서, 미국 웨스트코
스트 록에 기반을 둔 상쾌하고 세련된 멜로디, 펑키의 영향이 느껴
지는 16비트의 그루비한 리듬 연주, 재즈 · 퓨전의 화성을 도입한 편
곡이 특징이다. 그러면서 당시의 시티팝 계열 뮤지션들은 서구
AOR의 유행을 실시간으로 받아들이며 일본어 가사와 결합한 혼성
물, 즉 Japanese AOR을 내놓게 된다.

매개자 E: 시티팝은...야마시타 타츠로에서 본격적으로 시작됐다고 봐
요. 야마시타의 음악은 비치 보이스의 영향을 많이 받았으면

서, 스틸리 댄, 두비 브라더스 음악의 느낌도 있어서...
Japanese AOR, 시티팝이 탄생됐다고 봐요.

매개자 B: 디스코, 펑키같은 70년대 후반에 유행한 서구의 블랙 뮤직이
AOR에 다 포함된거죠. 블랙뮤직은 당시 일본에선 불모지였
는데, 야마시타 타츠로가 그쪽 음악에 관심이 많았고, 결국
자기 음악에 그걸 끌어온거죠. 그러면서 시티팝의 대표적인
스타일로 인식되죠.

매개자 C: 그(야마시타 타츠로)가 본래 추구한 음악이 AOR. 솔로 1집
을 미국에서 녹음하면서 프로듀싱을 한 찰스 카렐로
(Charles Calello)의 악보를 본국에 가져와서 연구를 거듭해
나온 게 두 번째 앨범 「Spacy」인데, 시티팝의 교과서라 할
수 있죠.

매개자들은 시티팝이 구미 팝·록 사운드에서 AOR의 성향을 띠
게 된 계기를 역시 야마시타 타츠로(山下達郎)에게 두고 있었는데,
턴 판 엘리와 슈가 베이브를 구심점으로 한 초창기의 시티팝 씬이
AOR의 트렌드를 적극적으로 수용하는 과정에서 그의 선구적인 시
도가 있었다는 뜻이다. 슈가 베이브 해산 후 솔로로 독립한 야마시
타 타츠로는 미국에서 레코딩 한 첫 솔로 앨범 「Circus Town」(1976)
의 경험을 토대로 그가 추구한 AOR을 표방한 연작을 발표하는데,
재즈·퓨전을 기조로 한 「Spacy」(1977), 디스코·펑키 사운드를 전
면에 부각한 「Go Ahead!」(1978), 「Moonglow」(1979)는 서구의 AOR을
일본에 현지화한 Japanese AOR의 이정표란 평가를 받는다(金沢寿和,
2019).



〈그림-3〉 Japanese AOR을 소개한 야마시타 타츠로의 앨범(좌측부터)
「Circus Town」(1976), 「Spacy」(1977), 「Go Ahead!」(1978), 「Moonglow」(1979)

이어서 1978년에 데뷔한 테크노 팝 밴드 YMO(Yellow Magic Orchestra)의 국제적인 히트는 시티팝과 시티팝 계열 뮤지션이 주류 씬에서 언급되는 영향력으로 작용한다. YMO는 핫파이 엔도·틴 판 앨리를 거친 호소노 하루오미와 요시다 미나코, 오누키 타에코, 사토 히로시, 미나미 요시타카, 야마시타 타츠로 등 70년대 시티팝 계열 뮤지션들의 세션과 편곡을 담당한 사카모토 류이치(坂本龍一), 그리고 새디스틱 미카 밴드(ディスティック・ミカ・バンド)와 재즈·퓨전 밴드 새디스틱스(サディスティックス) 출신의 다카하시 유키히로(高橋幸宏)로 구성된 3인조 밴드인데, 이들은 70년대 시티팝 씬 내에서 일정한 지분을 확보하며 주도적인 역할을 맡았다. 그러면서 YMO의 국제적 히트는 이들이 소속된 알파(Alfa) 레이블의 전속 뮤지션들을 포함해 YMO와 인맥을 형성했던 시티팝 계열 뮤지션들에게 인접효과를 부여하며 일본 주류 씬에 이들의 존재가 알려지는 계기가 된다(木村ユタカ, 2006).

매개자 A: YMO의 세 멤버 모두 시티팝에 일정 부분 지분을 갖고 있었는데, 음악은 전자음악인데 이게 히트를 치니까 이 사람들 과거 행적까지 주목을 받고, 당달아 이 사람들과 같이 음악 작업을 했던 사람들에게 대한 관심도 상승한 거고. 그러다보니

당시까지 언더그라운드 씬에 머물렀던 시티팝 뮤지션들의
음반도 과거보다 조금은 더 팔리지 않았나...

매개자 B: 멤버 모두 당시까지 시티팝의 저변을 형성시켜온 인물들이
고, 뉴 뮤직의 애틀랜트 차원에서도, 당시 일본에선 존재하
지 않았던 음악을 하려 했으니까...

이에 비견되는 사례로「로프트 세션(Loft Session) Vol. 1」(1978)이
라는 음니버스에 참여한 다케우치 마리아(竹内まりや)는 같은 해 메
이저 레이블 RCA에서 앨범 「Beginning」으로 데뷔하는데, 이 앨범엔
카토 카즈히코(加藤和彦), 야마시타 타츠로, 오누키 타에코, 센티멘
털 시티 로망스(Sentimental City Romance), YMO 등 시티팝 계열
주요 뮤지션들이 참여한다. 그의 데뷔는 주류 미디어를 통해 아이돌
스타로 소개되며 주목받았고, 이는 그의 앨범에 참여했던 뮤지션들
이 이전과는 다른 관심을 받게 된 계기로 작용한다. 앨범을 프로듀
싱 한 마키무라 켄이치(牧村憲一)는 한 인터뷰에서 주류 미디어와
70년대 시티팝이 만나는 식의 기획은 주류 씬과 언더그라운드 씬의
결합으로 시티팝의 이미지를 대중적으로 확산시키는 데 주효했다고
평가한다(木村ユタカ, 2006).

매개자 D: (개인적인 생각으로) 악기의 진화가 80년대 시티팝의 가장
큰 특징이에요. 그때까지 외국 브랜드들을 쓰고, 구하기도
쉽지 않았는데... 80년대가 오면서 오히려 해외 뮤지션들이
일본에서 생산한 악기를 쓰기 시작하면서 (시티팝의)사운드
퀄리티가 서구 팝과 가까워졌던 게 큰 변화라고 봅니다. 마
니아들은 이것 ‘어반(urban)화’라고도 하고...

매개자 A: (이들 일본의 악기회사가) 전 세계 대중음악을 다 바꿔놓았다고 해도 과언이 아니에요. 80년대 주류 팝에 신시사이저가 들어가지 않은 장르가 없을 정도니까... 시티팝 역시 여태까지 해왔던 음악에 전자악기가 반영되면서, 80년대 서구 팝과 유사한 음악들이 만들어지고... 80년대 초중반 시티팝 음반을 들어보면 되게 전자음 위주예요. 70년대 시티팝 사운드랑 가장 큰 차이점이지요.

YMO의 국제적 히트는 70년대 후반부터 서구 팝·록 씬에서 유행하는 전자 사운드를 도입한 시기와 일치한다. 당시 서구 팝이 신시사이저(synthesizer)와 미디(MIDI)가 중심이 되는 팝·록 사운드로의 변화는 일본 내 악기산업의 국제적인 도약과도 연관 있는데, 80년대 초부터 코르그(Korg), 야마하(Yamaha), 롤랜드(Roland)와 같은 일본의 전문 악기 브랜드를 중심으로 중저가의 경량화된 디지털 신시사이저를 전 세계에 보급하게 되었고, 그럼으로서 당시 구미 대중음악 트렌드가 뉴 웨이브, 뉴 로맨틱스, 신스 팝과 같은 전자 사운드 중심으로 변해가면서(신현준, 1998), 시티팝도 이러한 트렌드의 영향으로 전자음이 중심이 된, 즉 ‘어반 화’ 된 서구 팝 사운드와 그 만듦새에 있어 유사한 수준에 이른다(Arcand, 2019).

매개자 C: 『A Long Vacation』은 오타키의 ‘월 오브 사운드’를 집대성한 히트작이죠. 그가 추구한 사운드가 대중의 취향과 극적으로 만났다고나 할까? 한번 들으면 여름이다, 바다다... 휴가지 리조트가 생각나는 음악이에요.

매개자 A: 야마시타 최초의 히트작... 앨범차트 1위를 찍고, 이런 아티스트와 유사하거나 야마시타와 관련 있는 뮤지션들이 주목받는 계기가 된 작품이에요. 당시로선 새로운 트렌드로 대중이

인식한 거죠.

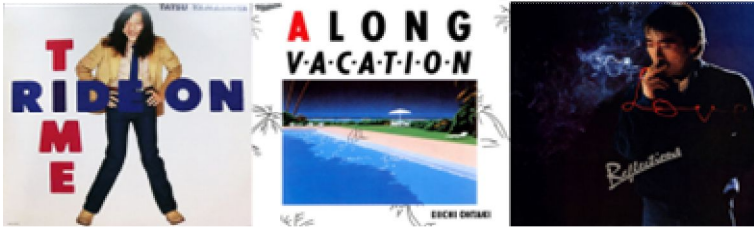
매개자 B: 테라오는 일반적인 시티팝하고 판이...가요쪽 주류 가수임
출신인데 또 다른 느낌의 시티팝이라 할 수 있죠. 리듬이나
편곡이 새로우니 같이 시티팝으로 평가된 경우죠. 시티팝으
로선 다분히 돌연변이적인...

80년대로 접어들면서 시티팝은 70년대 일본 로컬 언더그라운드
씬에서 벗어나 본격적으로 대중과의 소통을 시도한다. 특히 80년과
81년 사이에 상업적 성공을 거둔 앨범이 등장하면서 시티팝은 본격
적인 주류 씬 진출을 시도한다. 먼저 Maxwell 카세트테이프 광고
음악으로 소개된 야마시타 타츠로의 〈Ride on time〉은 오리콘 싱글
차트 3위, 동명 타이틀 앨범 「Ride on time」은 앨범차트 1위를 기록
하며 대중에게 시티팝을 인식시키는 계기로 작용한다(ガモウユウイ
チ, 2020)¹⁴⁾. 그리고 앨범차트 2위까지 오르며 100 만장이 넘는 세
일즈를 기록한 오오타키 에에이치의 「A long Vacation」(1981)은 60
년대 비치 보이스의 ‘서프 뮤직’과 필 스펙터의 ‘월 오브 사운드’를
집대성하며 시티팝에 ‘리조트 팝’이란 정체성을 부여했다(除川哲郎,
2019). 시티팝의 인기는 같은 해 배우이자 가수였던 테라오 아키라
(寺尾聰)가 부른 〈루비 반지(ルビーの指輪)〉가 오리콘 싱글차트 1위
에 오르며 정점에 달하는데, 이 곡이 수록된 앨범 「Reflections」는
114.8 만장이 판매되며 사회적 현상¹⁵⁾으로 자리한다(ガモウユウイ

14) 야마시타로서도 처음으로 오리콘 싱글차트에 랭크되며, 최고 3위까지 기록하며 약
41.7만 장의 싱글이 판매됐다. 그가 텔레비전 화면에 등장한 건 이때가 처음이었는데,
“뮤지션으로서의 스탠스는 ‘라이드 온 타임’ 이전과 이후로 확실히 구분됩니다”라고
한 인터뷰에서 얘기할 만큼 그에게 터닝포인트가 된 노래이다(ガモウユウイチ, 2020).

15) ‘제23회 일본 레코드 대상’에서 테라오 아키라가 작곡상, 마츠모토 타카시가 작사상,

치, 2020). 절창은 아니지만, 테라오 아키라의 낮은 음역이 발산하는
고혹적인 정취, 스틸리 댄을 연상시키는 이노우에 아키라(井上鑑)의
세련되고 현란한 편곡, 재즈·퓨전 밴드 패러슈트(Parachute)의 무결
점 연주가 만나며 명반을 탄생시켰다(사토 유키에, 2021).



〈그림-4〉 시티 팝의 주류 씬 진출을 알린 작품(좌측부터)
「Ride On Time」 야마시타 타츠로(1980), 「A Long Vacation」
오오타키 에이이치(1981), 「Reflections」-테라오 아키라(1981)

이러한 상업적 성과를 기반으로 80년대에 시티팝은 비로소 주류
씬에 안착하게 되는데, 81년을 정점으로 1979-84년까지를 시티팝의
융성기라 할 수 있다. YMO의 국제적 히트와 야마시타 타츠로, 오
오타키 에이이치의 상업적 성공을 계기로 오랜 기간 서브 킥처로
한정된 시티팝은 주류 씬에 알려졌고¹⁶⁾, 이들의 차세대에 해당하는
뮤지션들이 데뷔하기 쉬운 여건을 제공한다. 즉, 80-81년에 달성한

이노우에 아키라가 편곡상을 수상하며 3관왕에 오른다(ガモウユウイチ, 2020).

- 16) 80년대에 들어오면서 그때까지 상업적 성공과는 별로 인연이 없었던 핫피이 엔도의
멤버들이 차례로 메인스트림에 부상하게 된다. 호소노 하루오미가 재적한 YMO는
국제적인 히트를 기록했고, 오오타키 에이이치는 81년 「A long vacation」의 성공으
로, 그가 설립한 나이가가라 레이블을 대중에게 알렸고, 스즈키 시게루도 이가라시
히로야키(五十嵐寛晃) 등의 히트곡 어레인저로서 두각을 나타낸다. 그리고 70년대부
터 유명 작사가로 활동해온 마츠모토 타카시는 아이돌 스타였던 마츠다 세이코(松田
聖子)와의 공동작업을 수행한다(木村ユタカ, 2005).

시티팝의 주류 썸의 성공적인 안착은 사노 모토하루(佐野元春), 스기 마사미치(杉真理), 아베 야스히로(安部恭弘), 무라타 카즈히토(村田和人), 다케우치 마리아(竹内まりや), 카도마츠 토시키(角松敏生), 이나가키 준이치(稲垣潤一), EPO, 스도 카오루(須藤薫) 등 80년대의 시티팝 썸의 대표 아티스트들을 위한 활동 저변을 제시해줬다 평가할 수 있다(木村ユタカ, 2006).

3.3 80년대 시티팝 유행의 경제 · 문화적 배경

3.3.1 일본의 거품경제

시티팝의 성쇠는 일본의 경제 상황과의 연관이 크다. 전후의 일본 경제는 1950년대 중반부터 70년대 초까지 비약적인 경제성장을 거쳤고, 70년대 중반 오일쇼크 이후부터 안정기에 접어들면서 일본인의 생활 수준은 꾸준히 향상되어 생활에 여유를 누리게 된다. 또한, 엔화의 교환환율제가 변동환율제로 전환되고 엔화의 강세가 이어지면서 예전보다 해외여행이 쉬워진 것도 이 시기의 커다란 변화였다. 그러면서 수도 도쿄는 이런 변화에 가장 민감했고, 그 변화는 음악에만 한정되지 않고, 패션 등 다양한 문화 전반의 급속한 국제화로 진행되었다. 시티팝 같은 세련된 음악이 탄생하는 배경에는 70년대 중반부터 시작된 일본의 경제적 안정이 필수적 요인이라고 판단된다.

매개자 C: 경제호황 버블시대에 어울리는 소비지상주의가 만연되었던 때죠. 당시에는 소비가 미덕인 시대...안쓰면 세금으로 다 빼앗기니까. 그래서 이때의 시티팝 역시 풍요와 안정을 원하는 식의 이미지가 있었던 거고...

매개자 E: 시티팝이 유행한 시기가, 아무래도 그들의 경제가 부유했던 시절에 이런 분위기의 음악들이 인기를 얻었고, 지금에 와서 시티팝이 유행하게 된 거도, 그 시절을 추억하고 싶어서 그런 거 같네요.

매개자 D: 지금 시티팝을 듣는 사람들은 80년대 시티팝이 유행할 당시 일본이 잘 나갈 때의 산업이나 시대 분위기에 기대고 있다는 느낌을 받네요. 일종의 ‘현실도피’라고 할 수 있는...

매개자들은 지금의 시티팝 유행을 일본 거품경제의 풍요로움과 소비지상주의에 대한 노스텔지어로 인식했다. 즉, 21세기인 지금에 와서 시티팝을 다시 듣게 된 것은 과거 거품경제가 부여한 풍요와 안정을 그리워하는 대중 심리가 작용했다고 본 것이다. 실제로 일본에서 시티팝이 유행했던 70년대 후반부터 80년대 후반까지의 약 10년은 일본 역사상 최고의 경제 호황기와 겹친다(木村ユタカ, 2006). 1960년대부터 지속한 수출 중심 고도성장 덕에 일본은 1978년 GDP 기준 세계 2위의 경제 대국으로 도약했다. 이 과정에서 얻은 막대한 무역흑자는 내수경제, 특히 자산시장 활성화로 이어졌고, 이는 1980년대 초부터 주식과 부동산 등 자산가격의 비정상적 폭등, 이른바 거품경제로 이어진다(김은영, 2021).

매개자 C: 80년대 시티팝은 어떻게 들려주면 좋은지, 어떻게 녹음하면 아름답게 들리는지 예측 가능한 상황이 되었어요. 그러면서 음악의 달인들! 해외 유명 뮤지션들을 막 초청해서 녹음에 활용하기 시작한 것도 80년대부터인 거고...

매개자 B: 야마시타 타츠로도 그랬지만, 녹음기술이나 이런 게 화려함... 당시 사운드의 해상도가 달랐고, 미국가서 전부 녹음해

가지고 오고 하는 게 일반화된 거죠. 잘사는 나라니까 녹음 기술도 빨리빨리 들여와서 적용하고, 당시 이런 것에 목말라 하는 뮤지션들도 많았고, 음반사도 웰메이드로 가면 결국 수익으로 연결되는 거니까. 시티팝이 고급지고 사운드 퀄리티가 높은 이유죠.

70년대 중반부터 시작된 일본의 경기호황은 시티팝 뮤지션들에게 호기로 작용하는데, 야마시타 타츠로 등 시티팝 계열 뮤지션들은 이때부터 미국에서 레코딩 작업을 시도했고, 이런 경험을 바탕으로 자국에서도 같은 시기 서구 팝 사운드와 비교해도 손색없는 양질의 사운드를 구축해갔다. 이런 현상은 멀티 트랙 레코딩, 디지털 리버브, 게이트와 같은 각종 디지털 녹음 기가재가 80년대부터 일본 내에서 보편화 되며 가속화된다(中村公輔, 2020). 이와 함께 스티브 루카서(Steve Lukather), 마이클 랜도(Michael Landau), 폴 잭슨 주니어(Paul Jackson Jr.), 하이라ם 불록(Hiram Bullock), 브렉커 브라더스(Brecker Brothers), 어니 왓츠(Ernie Watts), 데이빗 샌본(David Sanborn) 등 서구 AOR 씬을 대표하는 일급 세션 연주인과 재즈 뮤지션을 초청해 녹음하는 것이 유행한다. 이러한 현상은 거품경제라는 경제호황의 영향으로 기업과 레코드회사의 적극적인 투자가 있었기에 가능했다(Arcand, 2019). 거품경제의 영향으로 일본인들의 생활이 점점 풍요로워지면서 일반 시민들 사이에 경제적, 정신적 여유가 생겨났다. 이러면서 국민들은 수입 와인과 주류, 고급 의류, 예술, 해외여행 등에 지출을 늘려갔고, 젊은이들은 룯폰기의 디스코텍을 드나들며 화려한 밤 문화를 즐기고, 휴일에는 해안도로를 따라 드라이브를 즐기며 쇼난의 리조트에서 윈드서핑과 쇼핑을 즐겼다. 그런데 이러한 일본인들의 소비문화는 80년대 일본의 일부 특권층

에게 국한된 것이 아니라, 중산층 이상이라면 누구나 누리는 라이프스타일로 자리했다는 점이다. 이처럼 평일과 주말에 상관없이 도시의 밤 문화와 해안 리조트의 풍광을 누리려는 욕구는 당시 거품경제 시기에 보편적인 도시생활인의 의식에 자리했고, 이런 스노브(snob)한, 즉 속물적이며 세련된 라이프스타일에 시티팝은 최적의 BGM으로 젊은 음악 소비자들을 중심으로 확산한다(Arcand, 2019).

매개자 C: (시티팝은)리조트 사운드인게 많아요. 야마시타 타츠로 80년대 음악도 그렇고, 리조트에서 듣는 음악이에요. 바닷가 펼쳐진 멋진 호텔이 연상되는...오오타키 에이치와 야마시타 타츠로 음반 커버에 등장하는 환상적이고 인공적인 아트가 그런거죠. 그래서 시티팝의 이미지란 바로 리조트 음악이다! 마치 서구에서 미국 70년대 AOR이 다시 유행하면서 ‘아트 록’이라 불리는 것처럼...



〈그림-5〉 시티팝 앨범의 ‘리조트 풍’ 아트 워크(좌측부터)

「For You」 야마시타 타츠로(1982), 「First Light」 마츠시타 마코토(1981), 「Summer Breeze」Piper(1983), 「On the city shore」 카도마츠 토시키(1983)

시티팝이 지향한 여유와 풍요의 이미지는 시티팝 앨범의 아트 워크(art work)에서도 확인되는데, 〈그림-5〉에서처럼 시티팝의 아트 워크는 시티팝에 등장한 도시의 콘셉트를 부각하는 동시에, 현대적 세련미를 표방한다. 이런 이유에서 시티팝 아트 워크에 빈번히 등장하는

도시와 해변이라는 도상은 시티팝이라는 장르가 처음 탄생하여 쇠퇴할 때까지 일관되게 이 장르를 식별할 수 있는 특징으로 자리한다(モーリッツ・ソメ, 2020). 나가이 히로시(永井寛), 스즈키 히데토(鈴木秀人)와 같은 일러스트레이터들은 한여름의 해변이나 해안의 고속도로, 수영장 등의 이미지를 활용해 지친 도시인들이 꿈꾸는 레저공간을 표현했고, 이는 대체로 쾌적한 도시 생활의 상징에 둘러싸여 있다. 이러한 시티팝의 아트 워크는 현실의 풍경을 담았다기보다는, 당시 도시 생활자들이 꿈꾸는 이상향이자 동경의 대상으로 해석된다. 즉, 일상과 놀이, 도시와 교외처럼 평소 분명한 경계선이 그려진 두 영역이 거리를 좁히고 겹쳐지며 탄생된 가공의 공간이며, 이는 시티팝의 기본 표상으로 인식된다(松永洋平・藤井洋一, 2018).

3.3.2 음악 향유방식의 변화

70년대 후반부터 80년대 전반에 걸쳐서 생겨난 음악 향유방식의 변화는 시티팝을 유행시킨 중요한 요인이다. 1979년에 일본의 가전 회사 소니에서 '워크맨(Walkman)'이 출시되었고, 카 스테레오도 보급률도 올라가면서 이전까지 집안에 스테레오 세트처럼 고정 장소에서 음악을 듣는 것에서 음악을 아웃도어(outdoor)에서 듣는 새로운 향유방식이 일본 젊은이들 사이에서 유행하게 된다. 그러면서 시티팝이 자동차나 도로 등의 모티브를 자주 참조함으로써 드라이브용 BGM의 경향을 띠면서, 휘황찬란한 거리나 휴가와 리조트를 향하는 길목과 시티팝 사운드는 이상적인 조합이었다(モーリッツ・ソメ, 2020). 본격적인 시티팝의 유행을 알렸던 오오타키 에에이치의 「A Long Vacation」과 야마시타 타츠로의 「For You」(1982)는 80년대 초, 카 스테레오 점유율이 가장 높았던 시기의 작품이기도 하다(木村ユタカ, 2006). 이러한 음악 향유방식의 변화는 시티팝의 마케팅

팅에도 영향을 주는데, 자가용을 소유하고 이러한 음악적 환경에 동참하는 데 필요한 오디오 장비를 소지할 여유가 있는 중산층 이상의 도시 셀러리맨과 이러한 도시의 삶을 동경하는 20대 이상의 청년층을 주 타깃으로 삼게 된다(モーリッツ・ソメ, 2020).

3.3.3 CM과의 타이 업(tie-up)

80년대 시티팝과 밀접한 관계에 있는 미디어 믹스(media mix)의 사례로는 CM이 있었다. 대표적인 테라오 아키라의 81년 작 「Reflections」의 〈루비 반지〉는 요코하마 타이어의 CM으로 소개되며 음반 판매에 기폭제 역할을 했으며, 야마시타 타츠로의 〈Ride on time〉 역시 Maxwell 카세트테이프 CM을 통해 대중에게 널리 소개될 수 있었다. 이 밖에도 이노우에 아키라, 이나가키 준이치, 아베 야스히로는 80년대에 CM과의 타이 업으로 데뷔한 경우였다(木村ユタカ, 2006).

매개자 C: (CM으로 활용된 건) 시티팝의 본격적인 상업화라고 할 수 있어요. 80년대엔 CM이 음악마케팅의 주요 수단으로 등장하면서, 어떻게 하면 팔릴 수 있다는 노하우가 공유된 거고, 그러면서 80년대 시티팝 스타일이 비슷해졌다고 봐요. 기타 소리 멜로디도 유사하고...

매개자 A: 일본은 음반 시장 규모가 크다 보니, 다양한 미디어에 타이 업 할 수 있는 여지가 많죠. 그런데 마침 시티팝이 도회적 정서를 추구하다 보니, 그런 정서를 광고에서 영상으로 만드는데 매칭이 잘되는 거죠. 우연일지 몰라도, 결국 시티팝과 광고의 지향점에 공통점이 있었던 거고...

일본의 경제호황 시기에 CM과 시티팝 간의 제휴는 시티팝 히트

곡을 만들어내는 역할을 하며, 당시까지 TV 출연에 적극적이지 않았던 시티팝 뮤지션들에게 효과적인 프로모션의 기회가 되었다. 캐치하고 세련된 멜로디와 경쾌하고 화려한 편곡이 특징인 시티팝은 기업의 관점에서도 상품의 이미지에 긍정적인 효과를 줄 수 있다고 여겼으며, 이런 이유에서 CM 제작을 주관하는 광고 에이전시의 입장에서조차 시티팝 뮤지션들의 곡은 사용하기 쉬웠을 것이라 추측된다(Blistein, 2019).

3.4 시티팝 유행의 퇴조

80년대 후반에 접어들면서 시티팝은 차츰 ‘현실감이 없는’, ‘유행에 뒤쳐진’ 음악이라는 부정적 함의를 띠기 시작한다(松永良平・磯部涼, 2012). 이렇게 된 데에는 1980년대 후반부터 서구에서 다시 유행하게 된 록·헤비메탈 계열 밴드 붐¹⁷⁾이 영향을 주면서, 시티팝은 젊은 음악 소비자들에게 ‘구식 사운드’라는 이미지를 주게 된다(モーリッツ・ソメ, 2020). 다음으로 80년대 후반부터 일본의 대중음악이 J-Pop이란 패러다임으로 전환되면서 디지털 녹음방식과 같이 ‘쇼와(昭和)시대’와는 다른 ‘헤이세이(平成)시대’식의 음악제작환경 변화¹⁸⁾에 기존 시티팝 뮤지션들이 적응하지 못한 것도 있었다.

17) 80년대 초부터 인디 신을 중심으로 유행하던 일본 내 밴드 문화는 주류 미디어와 여러 서브컬처와 융합하여 이른바 ‘밴드 붐’을 일으킨다. 80년대 후반부터 두드러진 이 현상으로 밴드의 상업적 잠재력을 간과한 일본 내 메이저 음악산업은 흡사 입도선 매를 방불케 하는 밴드 스카우트에 나섰고, 이러한 록 밴드의 음악은 90년대엔 보편적인 젊은이의 라이프스타일에 부합했다(柴崎祐二, 2019a).

18) 80년대 중반에 접어들 무렵 음악제작의 현장에서는, 아날로그 녹음으로부터 디지털 녹음으로의 이행이 본격화되고 있었다. 그러면서 디지털 사운드가 시티팝 씬에서도 주류를 차지하게 되었다. 그러나 시티팝에서 디지털 사운드에 성공적으로 적응한 뮤

하지만 가장 큰 요인은 1990년대 초에 들어서 버블 붕괴로 시작된 ‘잃어버린 10년’은 일본 사회 곳곳에 정체감을 심어줬고, 그 결과 거품경제 산물의 성격을 표방했던 시티팝은 그 설 자리를 잃어 가면서 유행도 퇴조한다. 즉, 여유가 있는 생활을 이미지화해야 효과를 발휘하는 게 시티팝이었으며, 그렇기에 그 이상도 이하도 아닌 점이 한계였다(木村ユタカ, 2006).

매개자 C: 90년대엔 시티팝이란 존재가 없어요. 일단 가요라는 용어가 없어지면서 전부 J-Pop으로 통합되면서 이후부터는 J-Pop 아니면 엔카로 분류된 거고...

매개자 A: 80년대 중반부터 서구에선 본 조비와 같이 헤비메탈의 마지막 전성기가 오면서 90년대 초반까지 이어가죠. 그리고 얼터너티브 록이 90년대 중반까지 가고, 확실히 서구는 약 10년간 록의 시대로 가고, 일본도 엑스 재팬 같은 밴드가 언더 그라운드에서 부상하고, 90년대에는 비주얼 케이 전성기를 만들어가고, 정통 록으로 대세가 바뀌고, 세대도 바뀐 거죠.

매개자 B: 당시 트렌디한 게 시부야케이 인데, 젊은 사람들 관점에서 시티팝은 듣기에 어렵고 따라 하려면 테크닉이 좋아야 하고, 해서 연주나 이런 게 함부로 따라 할 수 없는 음악이라고 봤던 거죠. 그리고 거품이 붕괴되 가면서, 현실감 없고 너무 낭만스런 얘기만 한다고 본 거고...

매개자 F: 거품경제랑 시티팝이 흐름을 같이 하다 보니, 거품이 꺼지면서서 같이 퇴조하게 된 거죠. 경제가 불황으로 가다 보니 더이상 그런 사운드도 안 먹히는 거죠.

지선은 마츠토야 유미를 제외하곤 소수였다(木村ユタカ, 2006).

90년대 초부터 일본 내 음악산업에 새로운 트렌드로 부상한 시부야케이(渋谷系)는 도시적 세련미란 측면에서 시티팝을 대체하는 위치에 놓였다. 즉, 기존 시티팝이 표방한 버블 문화적인 젊은이의 도시 생활에 대한 권태감과 대비되며, 상대적으로 신선함으로 비친 구미 인디 팝에 관한 동경이 겹치면서 새로운 세련됨의 갈망으로 표출된 장르가 시부야케이라 할 수 있다. 그러면서 시티 팝이 거품경제의 붕괴로 인해 타격을 받은 것에 반하여, 시부야케이는 전반적으로 모든 아티스트가 일정 수준 이상의 세일즈와 영향력을 기록했다. 이러한 배경에서 볼 때, 시티팝이 표방하고 콘셉트로 부각한 도시적인 세련됨, 이른바 ‘쿨’의 개념도 시부야케이를 추종하는 리스너들의 관점에서는 기존의 시티팝과는 다르게 인식했으리라 추측된다. 물론 시부야케이가 70-80년대 발흥한 시티팝의 음악적 에센스를 계승하며 ‘미래의 시티팝’이란 평가도 없진 않았으나¹⁹⁾, 앞서 살펴봤듯이 시부야케이의 제작의도나 창작에서의 음악적 맥락은 시티팝하고는 판이했다(柴崎祐二, 2019a).

19) 피치카토 파이브(Pizzicato Five)가 1987년 발표한 「Couples」는 당시까지 시티팝의 흐름을 계승하면서도, 새로운 무엇인가를 가진 음악의 등장을 직감적으로 느낀 최초의 앨범이다. 그리고 이 예감은 몇 년 후에 ‘시부야케이’라고 불리는 커다란 무브먼트로 발전해 나간다. 90년대 전반에 붐이 된 시부야케이를 대표하는 아티스트는 피치카토 파이브를 필두로, 오리지널 러브(Original Love), 플리퍼스 기타(Flipper's Guitar) 등인데, 이들은 핫피이 엔도의 음악성에 영향을 받은 세대였으며, 85년에 있었던 핫피이 엔도 재결성 공연에 참여하기도 했다...플리퍼스 기타를 프로듀싱한 마키무라 켄지는 “60-70년대 일본 팝의 에센스를 재구축한 것이 시부야케이”라며 70-80년대 시티 팝과의 연관성을 강조한다(木村ユタカ, 2006).

4. 21세기 시티팝의 유행 현상에 관한 고찰

4.1 일본 밖에서의 시티팝의 유행 현상

2010년대 중반을 기점으로 점차 고조되었던 일본 시티팝의 재평가는 일본 내부에서의 움직임보다는 밖에서의 반응이 고조되고 있다는 점인데, 이는 각종 온·오프라인 미디어에서 확인되는 지금의 시티팝 유행 현상으로 이어졌다. 시티팝의 국제적 주목도의 상승을 알 수 있는 사례로, 2017년 텔레비전 도쿄계열에서 방영된 “You, 무엇하러 일본에”에서는 미국 남성이 오누키 타에코의 77년 작 ‘Sunshower」를 찾으러 온 모습이 방송되면서 화제가 되었다(柴崎祐二, 2020). 또한, 인터넷 상에서 ‘시티팝’으로 키워드를 검색해 보면 음악 매체를 포함해 다양한 사이트에서 시티팝이 일본 국외로부터 관심을 받는 기사를 찾을 수 있다(Blistein, 2019; Aoki, 2015; Arcand, 2019). 실제로 인터넷상에서 퍼진 유행 키워드나 쿨처, 이른바 ‘네티뎀’을 소개하는 해외사이트인 “Know Your Meme”²⁰⁾이나 나 위키 피디아 영문판에서도 시티팝의 설명페이지가 별도로 존재하는 상황이다(柴崎祐二, 2020).

그러나 일본 밖에서의 시티팝의 유행이 가속화된 것은 전 세계적으로 서비스 중인 유튜브와 온라인 음악 플랫폼을 통한 시티팝의 향유에서 비롯됐다. 2021년 9월 기준으로 구글에서 일본 시티팝을 검색하면 유튜브 영상을 포함하여 오백만 건 이상의 비디오가 검색되고 있으며, 이 숫자는 스포티파이나 애플뮤직 같은 글로벌 음악 플랫폼에서 서비스되는 플레이리스트까지 추가하면 더욱 증가할 것

20) <https://knowyourmeme.com/>

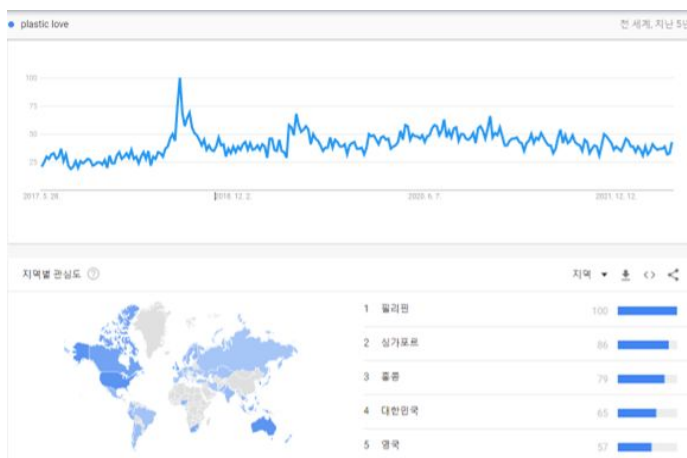
이다(김은영, 2021). 대표적으로 시티팝의 앤섬으로서 전 세계 온라인 플랫폼 리스너들에게 재평가된 마츠바라 미키(松原みき)의 〈한밤중의 문(真夜中のドア), Stay with me〉(1979)는 글로벌 음원 서비스인 스포티파이(Spotify)에서 2022년 5월 기준으로 1억 2천 4백 만회 이상의 누적 조회수를 기록했고²¹⁾, 2021년 스포티파이 바이럴 50 (Viral 50) 차트에서는 18일 연속 1위를 기록하고²²⁾, Apple Music의 J-Pop 순위에서 총 50개국에서 1위를, 92개국에서 Top 10을 기록한다.²³⁾ 또한, 인터넷상에서 국제적인 시티팝 유행의 시작을 알렸던 다케우치 마리아의 〈Plastic love(プラスチック・ラブ)〉(1984)는 2017년 한 유튜브 유저의 업로드를 계기로 현재까지 조회수가 5천만 회를 상회하고 있다. 〈그림- 6〉과 같이 국제 인터넷 포털 ‘구글트렌드 (Google trend)’²⁴⁾가 분석한 최근 5년간 〈Plastic love〉의 검색빈도의 변화 추이를 보면, 유튜브에 해당 음원이 업로드된 지 1년이 지난 2018년 6월을 최정점으로 현재까지 일정 수준을 유지하고 있음을 알 수 있다. 이어서 전 세계 지역별 관심도를 보면 필리핀을 100으로 볼 때, 싱가포르 85, 홍콩 81, 대한민국 64, 영국 57로 중국과 아프리카 대륙을 제외한 세계 전역에서 〈Plastic love〉에 대한 유의미한 관심도가 측정되고 있다.

21) <https://open.spotify.com/artist/4hUmsYcvD8C5zuVSP93jb1>

22) 『TV 조선』 2021.04.21. <1980년대 도시 음악 찾는 MZ세대...장기 흥행 중인 '시티팝'>.

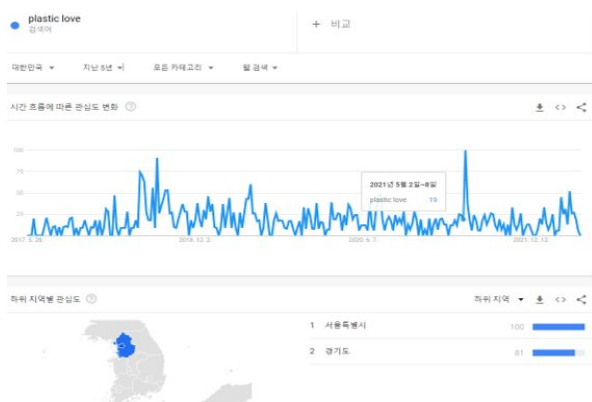
23) <https://m.blog.naver.com/py6870/222318701432>

24) <https://trends.google.co.kr/trends>



〈그림-6〉 구글트렌드가 분석한 최근 5년간 전 세계의
〈Plastic Love〉에 대한 관심도

〈Plastic Love〉는 국내에서도 지속적인 관심을 받고 있다. 역시 구글 트렌드에서 최근 5년 동안 한국에서 〈Plastic love〉의 조회 건수는 2018년부터 가파른 상승세를 보였고, 2021년 5월 기준으로 최정점을 기록하고 있다. 지역별로는 〈그림-7〉에서 확인해 보면, 서울 및 수도권 지역을 중심으로 관심이 집중되어 있고, 서울을 100이라고 할 때, 경기도는 79로 관심도가 측정되었다.



〈그림-7〉 구글 트렌드가 분석한 최근 5년간 대한민국에서
〈Plastic Love〉에 대한 관심도

이러한 국내에서 시티팝의 유행 현상은 온라인에 업로드된 일본 시티팝에 국한되지 않고 시티팝 성향의 국내의 기성 뮤지션에 관한 관심과 재평가로 이어졌는데, 대표적으로 싱어송라이터 김현철의 ‘오랜만에(1989)’가 현 주류 언론과 미디어를 통해 이른바 ‘한국 시티팝의 원조’로 재평가되며, 그가 90년대생 젊은 음악 리스너들을 중심으로 이른바 ‘디깅(diggin)’을 통한 재조명의 대상으로 부상한다.²⁵⁾ 국내 젊은 리스너들에 의한 ‘시티팝의 재조명’은 과거 80-90 년대에 발표된 국내 뮤지션의 음악 중에서 시티팝 성향의 곡들을 발굴하려는 시도로 이어졌고, 한 포털사이트가 주관한 “디깅 클럽 인 서울” 프로젝트를 통해 구체화 되었다.²⁶⁾ 그리고 이런 기성의 시티팝 성향의 음악을 발굴하려는 시도에서 나아가 브레이브 걸스, 원더걸스 출신의 유빈, 일본 출신 가수 유키카와 같은 주류 아이돌 출

25) 『국민일보』2020.07.09. <김현철 31년 전 데뷔앨범 타이틀곡 ‘오랜만에’ 재발매>.

26) 『헤럴드경제』2018.12.28. <뉴트로에 취하다. 지코부터 퀸까지...옛 것에서 새로움 찾는 힙스터들>.

신 뮤지션을 중심으로 시티팝을 표방한 신곡 발표가 이어졌고 27)28)29), 레인보우 노트, 스페이스 카우보이의 김아름과 같은 인디 씬 출신의 가수들도 가세하면서³⁰⁾³¹⁾, 시티팝이 국내 대중음악 씬에서 지금 창작되고 소비되는 대중음악의 한 유형이자 트렌드로 주류 미디어를 통해서 소개되고 있다.

매개자 B: (저도 궁금) 옛날 음악 중 왜 시티팝에만 반응하나? 뉴트로 현상의 일부이니까 좋구나 하는데, 왜 좋아할까? 일단 촌스럽지 않고, 지금의 기준에서도, 실시간으로 들었던 분들처럼 동일하게 노스텔지어가 있나 봅니다. 뭔가 아련하면서도 로맨틱한? 요즘 젊은이들이 배경음악으로 듣기에 안성맞춤인 음악인거죠.

매개자 E: (유튜브 방문하신 분들이 남긴 댓글에서) 한 20대 여성은 시티팝이라는 게 도시의 쓸쓸하고 도회적인 느낌을 주면서, 마치 해변 휴양지에서 휴식과 같은 나른함이 느껴지고, 다른 20대 여성분은 시티팝이 왠지 쓸쓸하고 고독하고, 마치 도시 속의 고독한 나, 홀로 서 있는 나를 상상하게 된다고...

매개자 D: 시대상 과거일 뿐, 처음으로 접하신 분들은 ‘최신’이라는 겁니다. 마치 제가 태어나기도 전인 60년대 음악에 열광했듯이, 그들이 안 봤던 세상은 언제나 최신이라는 겁니다.

27) 『MK스포츠』2021.05.18. <유빈표 시티팝 통했다. ‘숙녀’ 뮤비 조회수 천만 뷰 돌파>.

28) 『스포츠경향』2020.08.13. <브레이브걸스, 시티팝 사운드 ‘운전만해’로 3년여만 컴백>.

29) 『연합뉴스』2021.04.29. <시티팝 가수 유키카, 다음달 모국 일본에서 정식 데뷔>.

30) 『스포츠경향』2021.11.22. <스페이스카우보이, 신곡 ‘가디언’(feat.김아름) 공개>.

31) 『스포츠경향』2020.06.02. <미묘한 사랑의 감성을 시티팝 사운드에 풀어낸 레인보우 노트 ‘오늘 밤은’>.

매개자 F : 복고취미죠, 레트로에서 뉴트로... 저희 세대는 록 밴드를 통해 향수를 느끼고, 특정세대에 관한 거죠. 가령 60-70년대 록이 저희에겐 친숙한데, 80년대 이후 출생한 분들에겐 태어난 시대에 유행한 음악이 자연스럽게 느껴지는 거고...

매개자들은 지금의 젊은 리스너들이 과거 70-80년대 시티팝에 반응하는 것에 대한 정확한 이유는 모르겠다고 답했다. 다만 시티팝에 내재한 풍요로움, 여유, 낭만, 세련됨과 같은 키워드는 지금의 2020년대를 살아가는 그들이 체감하거나 누릴 수 없는 성격의 경험이라고 본 것이다. 즉, 갈수록 치열해지는 세상 속 경쟁의 고단함을 안고 사는 지금의 젊은 세대에게 시티팝은 동경의 대상이자 ‘오래된 미래’인 셈이다. 즉, 발표된 지 이미 30-40년이 넘는 시티팝임에도 세월의 흔적을 감지할 수 없을 정도의 세련됨과 익숙함에 공감한 것이며, 그러면서 시티팝은 이들에겐 새로운 음악으로 인식되었다고 볼 수 있다. 특히, 내수중심의 생산·소비·유통구조를 지금까지 고집해 온 일본의 대중음악산업은 해외 시장 진출에 적극적이지 않았고, 이런 이유에서 지금의 전 세계의 리스너들에게 시티팝은 익숙하고 세련된 서양 악곡이 생소한 일본어 가창과 만난 ‘새로운 음악 콘텐츠’로 인식된 것이다.

80년대 주류 시티팝을 대표하는 뮤지션인 카도마츠 토시키는 한 인터뷰에서 지금의 시티팝 유행 현상처럼 과거의 대중음악이 주목받는 현상은 전 세계적인 대중음악의 일반적 경향으로 보았다. 즉, 음악시장의 성숙과 미디어의 다양화로 인한 현재의 대중음악 산업 구조는 앞으로 어떤 음악적 스타일을 취해야 할 것인가를 예측하기 힘든 포화상태이며, 이런 이유에서 80-90년대에 태어난 젊은이들이 예전의 음악에 흥미를 갖는 건 어찌 보면 자연스러운 현상이라고

보았다. 그러면서 그는, 전 세계의 대중음악은 이미 70-80년대에 완성되었고, 이후에 등장한 장르들은 기성 것들의 재구성이라 가정한다면, 현재의 젊은 음악 소비자들이 팝의 원점이라 할 수 있는 시대로 돌아가 그 원형에 흥미를 갖는 것은 당연하다고 보았다(柴崎祐二, 2019b). 즉, 70-80년대를 겪지 않은 지금의 젊은 리스너들이 시티팝에 관심을 둔다는 것은 당대의 대중음악에서 감지할 수 없는 시티팝만의 특별한 무엇인가가 있다는 의미로 해석될 수 있다.

4.2 일본 밖에서의 시티팝 유행 현상의 배경

매개자 A : 일본음악 산업은 당연히 일본어 가창 앨범을 해외에 진출시킬 생각 안 한 거죠. 일본은 내수에서 충분히 충족되니까. 그때 다 히트하고 지나가면 끝인거고... 일본은 지금 나오는 상품 서비스하는 것에 바쁘지, 과거 백 카탈로그 재발매하는 것에 그다지 적극적이지 않았던 거예요.

매개자 C: 일본은 지금도 수출 안 해요. 내수만으로도 충분히 유지되다 보니. 왜 그런지 모르겠지만, 안 해. 도전정신이 없어. 도메스틱 하나면 된다! 옛날부터 일본은 섬이잖아요. 새로 들어오는 건 좋은데, 자기네는 나가질 않아.

역사적으로 일본의 대중음악이 전 세계적 관심으로 부상한 사례는 그리 많지 않다. 물론 사카모토 큐, 핑크 레이디, YMO, 라우드니스(Loudness) 등 일본의 대중음악이 리얼타임으로 주목받은 경우가 있지만, J-Pop의 언어적 장벽과 유통상의 문제도 있고, 극히 일부의 마니아에게 애호되는 한정된 상황이었다. 이런 분위기는 2000년대 초까지 계속됐는데, 그러던 중 03년 개봉된 소피아 코폴라 감

독의 “로스트 인 트랜스레이션(Lost in translation)”은 도쿄를 공간 배경으로 설정하고 있는데, 엔딩 타이틀에 등장하는 핫피이 엔도의 〈바람을 모아서〉가 사운드트랙으로 소개되고, 09년 일본의 언더그라운드 씬의 뉴 뮤직에 관해 저술한 줄리언 코프(Julian Cope)의 Japrocksampler 의 원저 간행이 있었다. 이런 가운데 구미 각지에서 일본의 음악을 탐구하는 선구적인 디거(digger)들의 움직임이 인터넷의 발전과 보조를 맞춰가며 등장하게 된다. 이러한 일련의 사건들로 J-Pop은 구미의 대중음악의 영향을 독자적으로 재생산하며 생겨난 이국적인 이미지로 비쳤고, 이는 현재 일본 밖에서 시티팝의 수용 감각과도 통하는 이그조티시즘³²⁾(exoticism)의 대상이자 호기심의 대상으로 J-Pop을 대하는 분위기를 조성했다(柴崎祐二, 2020).

매개자 C: 디제이들이 사람들이 잘 모르는 멋진 프레이즈와 리듬을 찾기에 골몰하다 보니, 옛날 거를 뒤지는 거지. 그러면서 시티팝이 레어 그루브로 각광받은 거지.

매개자 A: (DJ들이) 나만 알고 있는, 내가 디제이 타임 때, “어 저런 신선한 음악이!”... 자기만의 킬링 포인트를 만들고 싶은 목표의식이 있다 보니, 이것 충족시키기 위해 그 대상을 아시아 쪽에서 찾기 시작했고, 그러면서 아는 사람이 일본 다녀오면서 샀는데, 들어보니 괜찮았어, 그러면서 시티팝이 걸려들었고, DJ들의 플레이리스트에 올라오게 된 거고...

시티팝이 구미 각지에서 반응을 얻게 된 데에는 평소 일본의 대

32) 이국취미(異國趣味). 이국의 풍물과 정서를 탐미적으로 묘사하는 태도. 19세기 낭만주의 사조의 유행으로 인한 현실혐오에 반대되는 이국적인 것에 심취하려는 태도나 멀리 떨어져 존재하는 것에 관한 맹목적인 미화가 특징이다(네이버 지식백과).

중음악을 탐구하는 선구적인 댄스클럽 DJ들의 역할이 컸다. 2010년대에 영국에서는 야마시타 타츠로 등 시티팝 계열의 댄스 넘버들이 이른바 ‘레어 그루브(rare groove)’로 활용되면서 댄스클럽 DJ들 사이에서 선호되었는데, 이들에게 시티팝은 과거 일본에서 만든 독자적인 소울이나 펑크로 여겨졌으며, 이를 통해 서구 리스너에게 시티팝은 ‘지금 들어야 하는 J-Pop’이란 인식을 심어주는 계기가 되었다(松永良平, 2019). 동시에 구미 힙합 씬에서 활동 중인 DJ들에게 시티팝은 샘플링을 위한 소재로 각광받으며 차츰 ‘인플루언스 원(influence one)’이란 위상을 점유하는데, 그 시작은 2005년 R&B 싱어 니콜 레이(Nicole Wray)가 야마시타 타츠로가 1977년에 발표한 〈Dancer〉를 샘플링 한 “Can’t get out the Game”이었다. 그리고 시티팝이 샘플링의 소재로서 정착하게 된 계기는 재즈 뮤지션 오오노 유지(大野雄二)가 담당한 애니메이션 “루팡 3세(Lupin The Third)”의 OST였는데, 12년 SMOKE DZA의 “Still on”과 스키비츠와 맥밀러(Ski Beatz ft. Mac Miller)의 “Time Gose”에서 각각 주제곡의 싱글 A, B 면이 샘플링되었다(長谷川町城, 2019). 그리고 14년, 일본 밖 시티팝의 유행에 직접적인 영향을 줬다고 평가받는 J.콜(Cole)의 “January 28th”에선 1975년에 발표된 하이파이 세트(Hi-Fi set)의 〈스카이 레스토랑(スカイレストラン)〉의 전반부에 등장하는 야마모토 준코(山本順子)의 스캇을 샘플링 하였다(사토 유키에, 2021). 이러한 움직임은 현재까지도 이어지는데, 래퍼 타일러 더 크리에이터(Tyler the Creator)의 “Gone, Gone? Thank you(2019)”는 야마시타 타츠로의 〈Fragile〉(1998)을, 캐나다 출신의 가수 위켄드(The Weeknd)는 아란 토모코(亜蘭知子)의 〈Midnight Pretender〉(1983)을 샘플링 한 “Out of time”으로 2022년 1월 22일자 Billboard Hot 100에서 최고 순위 32위를 기록한다.

매개자 A : 서구에서도 2000년대 말부터 과거 80년대 히트곡을 찾아 듣는 움직임이 감지됐죠. 그러니까, 80년대를 겪지 않은 젊은 세대들이 2000년대에 20대가 됐을 때, 그들이 보즈 스펙을 찾아 듣고, 그러면서 70-80년대 AOR 을 야트 록으로 리네임해서 젊은 사람들에게 관심을 불러일으킨 거죠. 그러면서 인터넷으로 자국 AOR을 듣던 중에 일본에도 동일한 시기에 유행한 일본 AOR 을 발견하면서 그런 것에 관심 있는 덕후들이 등장한거...

이처럼 구미의 댄스클럽 DJ와 힙합 씬에서의 시티팝 재평가의 움직임이 일어나는 동시에, 과거 70년대 후반부터 80년대 초까지 전성을 누렸던 AOR 리바이벌의 움직임이 일어나는데, 그 진원지는 바로 유튜브에서 방영된 세미 다큐 “야트 록(Yacht Rock)³³⁾”이었다. 모큐멘터리라는 형식의 이 코미디물을 통해 AOR은 지금의 유튜브 유저들에 의해 이른바 ‘쿨(cool)’한 것으로 재발견되었고, 이를 통해 과거의 음악으로만 한정됐던 AOR이 재조명되는 계기가 되었다. 대표적인 사례로 84년생인 흑인 아티스트 썬더 캣(Thundercat)은 17년 앨범 Drunk에서 AOR 계의 거장 마이클 맥도널드(Michael McDonald)와 케니 로긴스(Kenny Rogers)를 초청한다. 썬더 캣 외에 볼프팩(Vulfpeck), 스너키 퍼피(Snarky Puppy) 등은 구미의 AOR 리바이벌 붐을 계기로 ‘야트 록 세대’로 소개되었고, 야트 록 세대가 주목한

33) 로스엔젤레스에 거점을 두는 로컬텔레비전 방송국인 “Channel 101”에서 2005-10년까지 총 12회로 방영한 모큐멘터리 시리즈 타이틀. 이 시리즈에서 다룬 것은 70년대 후반부터 80년대 전반에 히트 차트에서 활약했고, 일본에서 보편적으로 통용되는 AOR계 스타 아티스트들의 활약상이었다. 두비 브라더스의 마이클 맥도널드(Michael McDonald)나 존 오츠(John Oates) 등 실제 AOR계 스타들이 출연하기도 한 이 시리즈는 기본적으로 코미디를 표방하고 있지만, 당시 젊은 세대들에게 과거 유행한 AOR이란 대중음악 스타일에 새로운 관심을 일으켰다(松永洋平. 2019).

AOR의 ‘쿨’한 정서는 이들 작품의 모티브가 된다(柴崎祐二, 2020). 야트 록으로 시작된 AOR 리바이벌은 시티 팝이 일본 밖에서 관심을 받은 것과 비슷한 시기에 이루어졌다. 그리고 이러한 유행을 주도한 야트 록 세대는 그들이 새로 발견한 AOR에 직접적인 영향받은 Japanese AOR, 즉 시티팝에 관심이 향하는 배경으로 작용한다(渡辺徹, 2019).

4.3 유튜브를 통한 시티팝의 유행

21세기 시티팝 유행의 전 세계적 확산에 결정적인 역할을 한 것은 2005년 미국 캘리포니아에서 시작된 소셜미디어인 유튜브(Youtube) 서비스였다. 동영상 투고 사이트인 유튜브는 기술혁신으로 장시간의 동영상과 음원을 온라인상에 업로드가 가능해졌고, 이를 통해서 새로운 음악 소비 플랫폼의 방식으로 주목받는다. 저작권 침해라는 논란을 초래하기도 했지만, 유튜브의 기술혁신으로 장시간의 음원·동영상의 업로드가 가능해지자 특별한 영상이 아닌 유저가 소유한 희귀 음반들이 통째로 음원화 되는 사례가 빈번해졌다(柴崎祐二, 2020).

매개자 A : 유튜브는 유저가 업로드하는 시스템인데, 그러다 보니 사용자가 남들이 안 가지고 있는 음원, 그니까 정식으로 비즈니스엔 도움은 안 되나, 내가 가지고 있는 희귀 음원을 올릴 수 있는 기술적 지원이 생겼으니, 처음엔 저작권 무시하고 일단 올리는 거죠. 그러다 구글이 인수하면서 유튜브 뮤직이 생기고, 저작권 문제를 중재하는 역할을 하죠. 다시 말해서 누가 올려도 상관없고, 대신 수익구조분배만 확실하면 되는 상황이에요. 이런 현상이 15년 이상 온 거죠.

유튜브를 통한 시티팝 유행의 움직임은 2010년대 초반부터 인터넷상에서 게릴라적으로 업데이트되는 ‘베이퍼 웨이브(Vapor Wave)’와 그 파생 장르라 할 ‘퓨처 펑크(Future Funk)’로 시작된다. 베이퍼 웨이브는 80-90년대 유행했던 서구 팝이나 퓨전과 같이 현 관점에 서는 다소 가치가 낮다고 여겨지는 음악을 거칠게 편집 또는 샘플링 하여 애니메이션이나 광고영상과 결합한 콘텐츠이다. 베이퍼 웨이브는 80-90년대 서구사회의 대량소비사회와 정보화 사회를 모티브로 비평성³⁴⁾이 풍부한 콘텐츠를 표방하면서 주목받았다. 그런데 이런 베이퍼 웨이브와 시티팝의 접점이란 바로 일본의 고도성장과 물질적 풍요를 상징하는 80년대 거품경제였으며, 이 시기에 유행한 시티팝을 일본 애니메이션 단편을 결합하여 댄스 믹스화한 ‘퓨처 펑크’가 일본 밖의 유저들에게 인기를 얻기 시작한다(柴崎祐二, 2020).

매개자 B : 감각적으로 비틀고, 강하고 자극적인 편집... 재밌기도 하고, 그러면서 뭔가를 왜곡시킨다는 게 특징. 의도적으로 비트는 것에 요즘 세대들이 ‘쿨’하다고 느끼는 거죠. 유튜브는 꼭 영상이 필요하다 보니까 시각적으로 자극을 주고 동시에 시티팝의 감성을 부각시키고... 그래서 더 빨리 퍼져나갈 수 있었던 게 아닌가... 올라온 댓글을 보면 음악도 음악이지만 영상 애길 많이 해요. 같이 보면 들으니까 몽글몽글해진 다...

34) モーリッツ・ソメ(2020)는 베이퍼 웨이브의 비평성을 이렇게 소개한다. “베이퍼 웨이브 아티스트들은 오래된 악곡을 폭넓게 샘플링 해 전자음 트랙에 떨어트린다. 하지만 이들은 트랙 템포를 줄이거나 스톱 타임 패턴으로 쪼개거나, 짧은 샘플을 끝없이 루프시키는 등 이색적으로 왜곡시키는 효과를 더한다. 이런 효과에 의해 오리지널 문맥에서는 낙천적, 멜로우하게 들렸던 샘플의 한 구절은 전형적으로 악몽과 같은 색깔을 띠게 된다...베이퍼 웨이브는 노스탤지어를 함부로 휘두르는, 공허하고 대량 소비주의적인 행위에 대한 미적 비평이라 할 수 있다.”

매개자 A : 시티팝 음악 중에서도, 펑크(funk)니까 그루브가 강한 음악...그러니까 80년대 시티팝이 주류였죠. 80년대 것이 70년대보다 일렉트로닉 펑크에 가깝고...

매개자 D : (장르를 넘어서) 보다 많은 사람들이 시티팝을 접하게 된 계기가 아니었나...

퓨처 펑크는 아트 워크와 뮤직 비디오 등의 시각적 이미지에서도 1980년대의 광고나 일본 애니메이션의 단편을 활용하는데, 유튜브상에 퓨처 펑크의 유행으로 시티팝은 디지털 기기 활용에 능숙한 지금의 MZ 세대들에게 재발굴되며 시티팝의 새로운 생산·소비방식으로 자리한다. 이런 과정에서 시티팝은 유튜브를 플랫폼으로 활동하는 1인 미디어 크리에이터에 의해 재생산되며 시각 이미지와 재조합된 뉴트로 콘텐츠로 주목받는다(조인애·조규현, 2021). 이 퓨처 펑크의 흐름에서 현재 가장 높은 지명도를 갖는 것이 카도마츠 토시키(角松敏生), 안리(杏里), 1986 오메가 트라이브(1986オメガトライブ)와 같이 80년대에 활약한 주류 시티팝 뮤지션의 음악을 퓨처 펑크적으로 해석한 한국 출신의 DJ 나잇 템포(Night Tempo)이다. 동아시아권과 미국 LA에서 시티팝 유행을 일으킨 장본인으로 평가되는 그는 기존의 비합법적인 활동을 뛰어넘어 현재는 일본의 메이저 레이블인 포니캐년(Ponycanyon)과 공동으로 오피셜 퓨처 펑크³⁵⁾를 발표하게 된다(柴崎祐二, 2020). 그러면서 그는 해외 유튜브 유저들의 관점에서 생겨난 시티팝의 의미를 종주국인 일본에 다시 역수출했다는 평가를 받고 있다³⁶⁾(KOMPASS, 2022).

35) 일본 메이저 레코드사인 포니캐년을 통해 2021년에 1집 <Ladies in the city>를 발매.

36) DJ 나잇템포는 웹진 KOMPASS(2022)와의 인터뷰에서 퓨처 펑크의 특성을 이렇게 소개한다. “베이퍼 웨이브는 템포가 느려서 트립(몽환적)한 게 많은데, 그걸 좀 더



〈그림-9〉 나잇템포가 제작한 퓨처펑크에 활용된 애니메이션 컷

松永洋平(2019)는 나잇템포와의 한 인터뷰에서 “해외 유저들의 관점에서 일본의 시티팝이 흥미를 줄 거로 생각했는데, 정작 일본의 젊은 사람들은 그들의 오래된 음악을 무시하거나 촌스럽다고 느껴서 한동안 버려둬 왔었다. 그러다 내가 제작한 콘텐츠가 해외에서 큰 반응이 얻으면서부터 시티팝을 제대로 듣기 시작했고, 그러면서 시티팝의 뛰어난 음악성을 인정하게 됐고, 일본 대중음악에 관한 편견도 줄어들었다.”라며 현재 유튜브상에서의 시티팝 유행 현상에 대한 그의 생각을 소개했다.

매개자 A: 한국 시티팝 유행은 유튜브예요. 왜냐면 음반으로 구매하려면 너무 비싸요. 그리고 미디어에서 일본음악은 여전히 진입 장벽이 높기도 하고, 그런데 유저들이 엘피를 가지고 있어 아예 통으로 올려버린 거죠. 40분짜리로...

매개자 B: 음악을 찾아 듣는 시대가 아니라, 지금은 음악을 골라서 들려주는 시대인 거죠. 스포티파이가 인기 있는 게 본인 취향에 맞는 곡들을 자동으로 추천해주는 거 때문인데, 플레이리스트나 큐레이션이 등장해 이 붐을 더 가속화시킨 거예요. 이

팝에 가까운 댄스음악으로 만든 게 퓨처 펑크예요. 애니메이션 등의 이미지에 점점 가까워져 팝이 되어 간 거죠. 제가 활동을 계속하면서 차츰 퓨처 펑크라는 말이 스며든 게 너무 재밌었어요.”

과정에서 유저들에게 시티팝이 발견된 거죠.

매개자 C: 나잇템포가 만들어 올린 〈Plastic love〉, 〈스테이 위드 미〉
는 유튜브에서 전 세계적으로 시티팝이 유행한 계기였고...

퓨처 핑크의 유행은 유튜브 유저들이 80년대 시티팝을 찾아 듣게 할 만큼의 관심을 일으킨 계기가 되었는데, 대표적으로 2017년에 해외 유저에 의해 비공식 업로드된 다케우치 마리아(竹内まりあ)의 〈Plastic love〉는 2022년 5월 기준 5000만 회를 상회하는 조회수를 기록했다.³⁷⁾ 이런 현상은 해당 곡 자체의 매력에 의한 부분도 있겠지만, 유튜브의 AI 알고리즘을 이용한 플레이리스트 자동 선곡 기능이 주효했다고 판단된다. 이러한 AI 알고리즘 구조에 의해 시티팝은 넷 공간에서 보편화 되었고, 〈Plastic love〉에 이어 마츠바라 미키(松原みき)의 〈한밤중의 문, Stay with me〉가 유튜브에서 높은 조회수를 기록한다.³⁸⁾ 즉, 이전에는 베이퍼웨이브·퓨처핑크의 사례처럼 일부 마니아 성향의 인터넷 유저들에 의해 촉발된 시티팝 유행이 유튜브가 상용화되면서 일반적인 영역에까지 확산한 것이다(柴崎祐二, 2020). 이상에서 언급한 마츠바라 미키와 다케우치 마리아의 노래는 유튜브상에서 시티팝 유행 현상을 견인하며 유저들로부터 ‘시티팝의 앤섬(anthem)’이라는 명예를 부여받았고, 급기야 두 노래는

37) 2017년 해외 유저에 의해 유튜브에 비공식적으로 업로드됐는데, 화면에 등장하는 커버 이미지는 이 곡이 수록된 다케우치 마리아의 84년 작 「Variety」가 아닌, 80년에 발표된 싱글〈Sweetest music〉의 커버 이미지다(<https://www.youtube.com/watch?v=9Gj47G2e1Jc>).

38) 2020년에 인도네시아의 출신의 유튜브 유저인 Rainych가 커버 버전을 노래하는 동영상을 발표한 계기로, 유튜브에 업로드된 오리지널 버전은 2022년 5월 현재 7777만회의 조회수를 기록하고 있다(https://www.youtube.com/watch?v=VEe_yIbW64w).

2021년 하반기에 각각 7인치와 12인치 오리지널 싱글 디스크로 재발매된다(木村ユタカ, 2021).



〈그림-10〉 2021년 오리지널 싱글 디스크로 재발매된 시티팝의 anthem(좌측부터) 〈한밤중의 문, Stay with me〉 마츠바라 미키(1979), 〈Plastic love〉 다케우치 마리아(1984)

〈한밤중의 문, Stay with me〉를 작곡한 하야시 테츠지(林哲司)는 한 인터뷰에서 지금의 해외 리스너들의 관점에서 일본 시티팝은 거의 음원이란도 이들에겐 처음 듣는 대중음악으로 인식된다고 보았는데, 그렇게 인식될 수 있었던 것은 레코딩 작업에 서구적인 멜로디를 쓰더라도 일본어 특유의 억양이 잘 살아날 수 있는 노하우를 채택한 것이 주효했다고 말한다. 영어와 일본어는 억양의 차이로 같은 서구적 음률이라도 전달의 느낌이 미묘하게 달라지는데, 가령 하나의 음표에서 일본어는 한 음절인데, 영어는 한 단어가 들리다 보니 리스너의 입장에선 같은 서구적 음률이라도 시티팝이 동양적인, 즉 오리엔탈(oriental)적 감성이 농후한 팝송으로 인식될 수 있으며, 이러한 이유에서 그는 지금의 해외 리스너들이 시티팝을 새롭게 신선하게 느꼈을 거로 추측했다. 그러면서 그는 지금의 시티팝 유행 현상은 단순히 70-80년대 일본 시티팝의 리바이벌이 아닌 새로운 대중음악 트렌드의 부상으로 인식하고 있었다(木村ユタカ, 2021).

즉, 일본 밖에서 시티팝을 선호하는 리스너들은 일본어 가사는 몰라도 상관없다는 반응인 것인데, 이는 과거 일본이 60-70년대에 가사를 몰라도 구미 팝·록 사운드를 들었던 것처럼, 지금 21세기에는 시티팝을 일본 밖에서 그런 방식으로 받아들인다는 뜻이다. 다시 말해서 지금의 젊은 리스너들은 언어의 장벽으로 인한 문화적 할인으로 시티팝에 위화감을 느끼기보다는 언어가 멜로디와 합쳐져 들으면 기분 좋고, 그래서 그 쾌감을 우선시하며 시티팝을 듣는다는 의미로 해석된다(松永洋平·長谷川洋平, 2020).

4.4 한국에서 시티팝 유행 현상에 관한 평가

국내에서 시티팝은 서울 홍대 부근과 이태원에 소재한 클럽에서 활동하는 DJ들에 의해 발견되고 채택되면서, 10년대 초부터 마니아 성향의 리스너를 중심으로 한정적으로 회자 되었으나, 17년경부터는 유튜브에 업로드된 다수의 시티팝 플레이리스트를 중심으로 국내 유저들도 시티팝을 보편적으로 향유하고 있다. 그러면서 이러한 국내에서 시티팝 유행 조짐을 예민하게 주시해오던 국내의 대중음악 주류 및 인디 씬에서도 ‘코리안 시티팝’을 표방한 새로운 창작과 기성 80-90년대 국내 대중음악에서 일본 시티팝과 비슷한 정서를 띤 곡들을 발굴해 리메이크하는 시도가 이어졌다.

매개자 A: 우리나라 주류 음악 범위에선 못 들었던 사운드니까 분명 관심을 기울이는 건 맞는데...그런데 우리나라 케이팝에서 이 시티팝 사운드가 이미 적극적으로 활용에 들어간 상태죠. 주류에서 인디까지 유튜브나 스트리밍 서비스에서 ‘코리안 시티팝’ 검색하면 윤수일, 나미, 빛과 소금, 김현철, 김

아름... 하나의 플레이 리스트에 지난 40년의 간격으로 음원이 등장하죠.

매개자 D: 국내 아티스트들이 시티팝의 영향을 받는 노래나 작품들을 발표하기 시작하면서 시티팝이 더 알려졌다고 생각해요.

국내 대중음악 씬에서 코리안 시티팝이 본격 대두된 건 2018년경부터다. 먼저 원더걸즈 출신의 유빈이 솔로 데뷔로 발표한 싱글 〈예언집〉과 80년대 일본 시티팝 계열 가수인 쿠보타 토시노부(久保田利伸)의 〈La La La Love Song〉을 커버한 백예린이 대표적이다. 이들은 국내에서 시티팝 유행의 진원지였던 다케우치 마리아의 〈Plastic love〉의 멜로디와 편곡을 레퍼런스로 활용해 시티팝과 유사한 느낌을 자아냈다(高橋治, 2019). 이와 함께 과거 80-90년대에 발표된 국내 대중음악 중에서 시티팝의 성향이 감지되는 곡에 대한 발굴과 재평가가 온·오프라인 미디어를 통해 시도되었고, 이런 움직임으로 대표되는 것이 18년에 포털사이트 네이버가 주관한 ‘디깅 클럽 인 서울³⁹⁾’ 프로젝트였다. 국내에서 활동 중인 전문 뮤지션과 음악관계자들로 구성된 큐레이터를 중심으로 “20세기의 숨은 명곡과 시티팝”이란 콘셉트를 표방한 본 프로젝트에선 윤수일의 〈아름다워〉(1985), 모노의 〈넌 언제나〉(1993) 등 80-90년대 한국의 원조 시티팝이라 평가될 수 다섯 곡을 스텔라 장, 데이 브레이크, 술탄 오브 디스코 등 주류와 인디씬의 젊은 가수들이 리메이크하여 발표하였고. 이 프로젝트에 참여한 신인가수 조지는 그가 리메이크한 김현철의 〈오랜만에〉(1989)를 싱글로 발표한다.

39) https://www.naverfoundation.org/digging_club_seoul



〈그림-11〉 ‘디깅 클럽 인 서울’ 홈페이지 첫 화면

이렇게 20세기의 숨은 명곡을 시티팝으로 발굴 및 재평가하는 미디어의 움직임은 가수 윤종신이 기획한 「월간 윤종신」에 참여한 소녀시대 출신의 태연이 김현철의 곡 〈춘천가는 기차〉(1989)의 리메이크와 윤종신의 〈Welcome summer〉(2017)와 같은 본격적인 의미의 ‘코리안 시티팝’의 창작으로 이어진다. 앞서 언급한 유빈 외에도 가수 겸 프로듀서 뮤지가 미니앨범 「코스모스」(2019)를, 주류 언론·미디어를 통해 이른바 ‘한국 시티팝의 원조’로 평가되었던 김현철이 앨범 전체를 시티팝으로 꾸민 11집 「City Breeze & Love Song」(2021)을 발표한다. 그는 11집 발표 직후 한 미디어와의 인터뷰에서 “시티팝이라는 장르를 알게 된 건 몇 년 되지 않았으나, 그 음악의 생김새가 내가 예전부터 해왔던 음악과 너무 비슷하다”라고 말했다(스포츠 경향, 2021).

매개자 A: 양날의 검이라고 봐요. 마치 우리도 과거에 시티팝이 존재했던 것처럼 오해하는데 기여했다는 생각도 드네요. 김현철, 윤수일 씨는 80-90년대 발표한 곡을 시티팝으로 소개하는

건 오버라고 봐요. 이분들은 미국의 AOR에 영향을 받은 거
지, 일본 시티팝에서 영향을 받은 건 아니고. 그런데 ‘한국의
클래식 시티팝’이 라고 부르는 건 지양해야할 거고, 오히려
지금부터 만들어지는 건 코리안 시티팝이라고 할 수 있겠
죠?

매개자 B: 시티팝이란 음악성향이 비슷하다고 ‘시티팝’이라고 부르는
건 필터링이 필요하지 않나? 지금 국내에서 시티팝이라 불
리는 음악들은 퓨전 재즈의 음악인데, 그걸 일본에서 영향받
은 시티팝이라 불리는 게 아쉽네요.

매개자 C: 시티팝은 일본음악이 아니면 시티팝이 아니에요. 지금부터
나오는 건 ‘네오 시티팝’, ‘코리안 시티팝’이라고 해야...

매개자 F: 막연히 갖다 붙여놓은 게 아닌가 싶어요. 일본의 거품경제라
는 배경에서 시티팝이 나온 거고, 당시 젊은이들의 유흥문
화에서 나온 건데, 한국은 굳이 따지자면 90년대 서태지, 듀
스, 공일오비...강남 오랜지족..이 때가 맞는 거죠.

매개자들은 현재 국내에서 미디어를 통해 양산되는 ‘한국 원조 시
티팝’, ‘한국 시티팝의 대부’라는 식의 표현은 시티팝의 형성과 유행
의 배경이 된 70-80년대 일본의 경제적·문화적 배경에 대한 이해
의 부재로 생긴 오류라고 지적한다. 즉, 국내의 대표적인 포털사이
트가 기획한 ‘한국 대중음악의 시티팝적 경향을 띤 20세기의 숨은
명곡 리메이크 프로젝트’는 명곡의 재발견이라는 차원에서선 의미를
갖지만, 단순히 일본 시티팝과 분위기 또는 음악성향이 비슷하다는
이유로 과거 한국에서도 80년대부터 시티팝이 존재했다는 식의 오
해를 불러일으킬 소지가 있었음을 지적하는 것이다. 미디어를 통해

‘한국 시티팝의 대부’로 일컫는 김현철은 한 인터뷰에서 본격적인 뮤지션이 되기 전 영향을 받은 음악이 퓨전 재즈와 미국의 80년대 AOR 이었다고 언급한다.⁴⁰⁾ 즉, 그의 음악에 영향을 준 건 알 재로(Al Jarreau)나 팻 메스니(Pat Metheny)와 같은 미국의 AOR과 재즈·퓨전 계열의 뮤지션이었지, 야마시타 타츠로와 카도마츠 토시키와 같은 70-80년대 일본 시티팝 계열의 뮤지션들이 아니라는 것이다.

매개자 B: 시티팝이 국내에서 막 유행할 때 사람들이 알법한 얘기를 해줘야 하니까, 프로모션하는 입장에서 어쩔 수 없었겠죠... 한국 퓨전 재즈의 대부라기보단 한국 시티팝의 대부. 이렇게 표현해줘야 반응이 올거고...

매개자 A : 이제부터라는 거죠. 자꾸 과거에 나온 음악을 시티팝과 연관시키려고 하지 말고, 이제부터 만들어지는 음악에 활용하자는 거죠.

매개자들은 국내에서 회자하는 ‘시티팝’이란 타이틀이 자국 음악 산업의 마케팅 수단의 성격이 강하다고 인식했다. 즉, 시티팝이 ‘City’와 ‘Pop’이라는, 직관적이며 세련된 느낌을 주는 단어로 받아들여지며 음원·음반의 마케팅용 수식어로 이용하게 되었고, 이에 음반사나 제작자들이 시티팝이란 타이틀을 레트로 콘셉트의 신곡을 홍보하기 위한 일종의 ‘포장’의 의미로 받아들인 것이다. 이처럼 국

40) 신승렬 외(2006)는 김현철과의 인터뷰에서 “본격적으로 음악을 하기 전 아는 사람들을 통해 팻 메스니를 알게 되었다. 그 이후 재즈 화성이나 편곡을 본격적으로 연구하기 시작했고, 그게 나의 음악에 많은 영향을 주었다. 그 외에도 데이빗 포스터라든지 알 재로, 필 콜린스와 같은 팝 뮤지션의 영향을 받았다.”라며 그의 음악적 뿌리는 재즈·퓨전, AOR임을 밝히고 있다.

내 미디어와 음반산업을 중심으로 회자한 ‘한국 원조 시티팝’이란 식의 용어 활용엔 문제점이 있지만, 과거의 곡에서 벗어나 지금부터 국내에서 발표되는 시티팝, 즉 코리안 시티팝 뮤지션들의 활동엔 주목할 필요가 있다고 이들은 말한다. 즉, 시티팝을 단순히 마케팅을 위한 유행 코드로 활용하기보다는, 80년대 시티팝이 표방했던 정서와 이미지를 지금의 관점에서 재현하려는 진지한 접근이 국내 주류 및 인디 뮤지션들을 통해 확인되고 있다는 뜻이다.

현재 주류 씬에선 아이돌 그룹에서 솔로로 데뷔한 일본 출신 유키카의 〈서울여자〉(2020)와 〈Tokyo lights〉(2021)가 대표적이며, 인디 씬에선 레인보우 노트의 〈샷별〉(2019)과 프로젝트 그룹 “스페이스 카우보이” 출신의 김아름의 〈그대 이름에 안녕〉(2021)을 꼽을 수 있다. 시티팝 종주국 일본의 경우는 이미 2010년대를 전환점으로 당대의 젊은 뮤지션들의 창작을 통해 시티팝이 다시 유행하는데, 09년 Tavito Nanao와 Yakeno Hara의 싱글 〈Rollin' Rollin'〉의 히트와 12년 Hitomitoi와 Surround의 등장으로 일본 내 시티팝 유행은 가속화된다. 이들은 모두 70-80년대에 유행한 시티팝에서의 영향을 자신들의 음악에 반영하여 새로운 팝을 만들었다고 평가된다. 밴드 Surround의 멤버 크리스탈은 인터뷰를 통해, 본인들이 추구하는 시티팝은 물론 과거로부터의 영향은 있지만, 지금 2010년대의 음악적 관점과 분위기를 반영한 시티팝이라고 말한다(小山守, 2019). 즉, 한국과 일본을 포함한 지금의 뮤지션에 의해 창작되는 이른바 ‘네오 시티팝’은 기성의 시티팝과의 직접적인 관련성이나 강한 미학적인 유대를 찾아보기 힘들다. 하지만 이 장르가 표방해 온 ‘세련미’, ‘센스’, ‘멋’이라고 하는 이미지가 가사나 편곡에 투영되면서 “시티팝이란 무엇인가?”에 관한 질문에 지금의 시티팝 뮤지션들은 일관된 태도를 보여주고 있다.



〈그림-12〉 한국 시티팝 가수들의 오피셜 비디오(좌측부터)
〈서울 여자〉유키카, 〈Rainbow note〉셋별, 〈그대 이름에 안녕〉김아름

매개자 E: (일본의) Sparkling Cherry, Blue Pepper는 가장 시티팝스런 음악을 하고 있다고 봐요. 제가 프로듀싱한 음악 중엔 야마시타 타츠로를 레퍼런스 한것도 있어요. 그런데 (유튜브에) 잘 모르는 시티팝을 소개했을 때는 확실히 조회수도 낮고, 안타깝지만 관심도 보이지 않네요.

매개자 B: 음악을 이제 음악 자체로 대하기보다는 동영상이 뜨는 베이퍼웨이브가 되니 일본말에 거부감을 상쇄...한때는 시티팝이 부상하면서 일본음악을 들려주는 거부감이 없어졌다 했지만, 완전히 다른 문제더라고요. 사람들이 온라인상에서 맘으로 소비하고, 틱톡에 일본음악에 맞춰 춤추는 영상 올리는 것도 봤고...그니까 이런 맘으로 소비하는 건 전혀 거리낌 없고, 거부감 없이 놀잇감으로만 받아들인다는 의미인거죠.

매개자 A: 시티팝을 받아들이는 우리의 문화란 아직까지 이걸 흥미로운 힙스터 코드로 받아들이는 거예요. 걱정스러운 건 힙스터들의 유행으로만 가면 그걸로 끝이라는 거예요.

매개자들은 지금의 국내에서 시티팝의 유행이 창작자에게 음악적 소재의 다양화를,リスナー들에겐 국내 여건상 접할 수 없었던 시티팝이라는 ‘오래된 미래’의 신선함을 향유하는 계기라고 여기기보다는, 문화 현상의 새로움을 추구하는 얼리어답터들, 즉 힙스터들의 유행

상품 또는 패션으로 소비하는 그 이상 이하도 아니라고 우려했다. 이러다 보니 지금 국내의 시티팝 유행의 실체는 젊은 리스너들이 유튜브를 중심으로 소비하는 유행하는 ‘힙(hip)’한 문화콘텐츠 또는 패션에 가깝고, 주목해야 할 음악적 경향 또는 음악 트렌드로서 진지한 접근은 찾아보기 힘들다는 뜻이다. 결국은 국내에서 시티팝의 유행을 촉발한 <Plastic love>와 같이 앤섬(anthem) 격의 몇 곡에만 관심을 둘 뿐, 시티팝에 관한 흥미와 향유의 확장은 지금의 국내 리스너들에게 현재로서는 기대하기 힘들다는 의미로 해석된다.

매개자 A: 어느 누군가가 지나친 부정 또는 긍정도 아닌, 정확한 팩트에 근거해 이 느슨한 장르의 트렌드에 대해서 얘기해 줄 수 있는 전문가가 더 필요하다. 그리고 인디 씬에서라도 시티팝이 본인의 음악 지향성이라 생각하는 사람이 자꾸 늘어난다면 어떤 식으로든 코리안 시티팝이 꾸준히 언급은 되겠죠. 그러면서 시티팝에 관심 갖는 사람도 생겨날거고.

매개자 B: (유행현상에 대해)긍정적으로 봐요. 하지만, 이 붐이 확산되기 어려운 한국의 음악산업 인프라의 현실이 아쉬울 뿐이죠. 그럼에도 붐은 계속되어야 한다고 보는 게, 여전히 새로운 음악을 기다리는 부류와 소비자가 분명 있다는 것. 해서 일본처럼 하나의 흐름을 만들 수 있는 계기가 많아졌으면 좋겠다.

여기에 국내에서 시티팝 유행이 확산하기 힘든 또 하나의 이유로 시티팝과 같은 새로운 유행을 지속 가능한 향유와 소비로 끌어내는 음악적 인프라의 부재를 들 수 있다. 시티팝의 종주국 일본은 이미 2010년대부터 세계적인 시티팝 유행 현상을 지켜보면서 이런 트렌드를 예의주시하는 젊은 뮤지션들을 중심으로 과거 시티팝의 음악

성과 정서를 끌어들이며 본인들의 음악적 지향으로 채택해 활동하고 있다. 대표적으로 인디 씬에서 데뷔한 Cero는 동일본 대지진 직후 도쿄에 감도는 정경이나 기분을 실시간으로 받아들여 흑인음악의 댄서블한 사운드가 두드러진 시티팝으로 선보였고, Suchmos, Nulbarich, never young beach, Awesome City Club, Shiggy Jr. 등의 밴드가 연이어 메이저 레이블에서 데뷔하면서, 16년경부터는 일본 내에서 시티팝은 단순히 리바이벌의 수준이 아닌 주류 음악 트렌드로 정착했다고 평가된다(小山守, 2019). 이렇게 될 수 있었던 건 유튜브나 미디어를 통해 확산하는 시티팝의 유행을 공연장방문과 음반 구매를 통한 향유 경험의 확장과 입문자를 위한 가이드라인과 관련 연구와 콘텐츠 기획을 위한 아카이브 구축처럼 시티팝을 다양한 영역에서 생산·유통·소비할 수 있게 하는 음악적 인프라를 이미 오래전부터 갖춰놓고 있었기 때문으로 해석된다.

‘퓨처 핑크’로 전 세계적인 시티팝 유행을 끌어낸 DJ 나잇 템포는 일본은 시티팝의 역사가 있고 아카이브와 같은 관련 저변이 형성되어 있다 보니, 이런 신을 다시 형성해 리바이벌할 수 있는 여건이 되지만, 한국은 음악 시장 자체가 좁아서 마니아들을 중심으로 그 관심을 표출하는 실정이고, 이러한 움직임도 소수의 마니아가 중심이 되다 보니 시티팝에 관한 검증된 팩트나 정보가 부족한 실정이라고 말한다. 그러면서 그는 지금부터라도 국내에 시티팝을 들어주는 사람이 많아지고 본인과 같은 시티팝 얼리 어답터들이 책임감을 느끼고 임한다면 지금의 유행을 좀 더 확산시키리라 여겼다(松永洋平, 2019). 다시 말해서, 국내에서의 시티팝 붐이 일시적 붐 또는 유행으로 끝나지 않으려면, 지금과 같이 소수 마니아 중심의 폐쇄적인 문화 취향을 넘어서 평론가, 뮤지션, 유튜브 운영자, DJ 등 시티팝을 대중에게 소개하려는 전문 시티팝 매개자가 더 많아져야 할 것

이며, 그렇게 할 때 시티팝이 국내 음악 시장에서 유의미한 음악적 흐름이자 지속 가능한 취향으로 남을 수 있을 것이다.

5. 나가는 말

본 연구는 70-80년대 유행한 일본 시티팝의 개념과 역사적 형성 과정, 그리고 21세기의 시티팝 유행 현상에 관한 고찰을 시도하였다. 이를 위해서 본 연구는 국내에서 시티팝 가이드라인 역할을 해 온 전문 시티팝 매개자에게 개별인터뷰를 진행하였다. 그리고 이들 시티팝 매개자들의 의견을 2000년대부터 최근까지 일본과 한국에서 발행된 시티팝 관련 가이드, 논문, 신문, 잡지, 음반 해설지, 온라인 웹에 게재된 시티팝·J-Pop 매개자들의 문헌을 중심으로 인터뷰에 관한 질적 연구를 수행했다. 이에 본 연구는 다음과 같은 결론을 제시한다.

먼저 시티팝의 형성과정에 관한 고찰을 다음과 같이 정리할 수 있다. 시티팝은 음악을 정의하는 장르로서의 성격보다는 J-Pop의 한 유형으로서 도시적인 생활 방식을 가진 이들을 위한 도시형 팝이라 할 수 있다. 시티팝은 70년대 중반 기성 주류 가요와 차별화하며 자작자연을 기반으로 한 ‘뉴 뮤직’이라는 메타 장르를 모체로 하고 있으며, 서구의 포크-록 사운드를 도입해 일본어 가사를 결합한 핫피이 엔도에게 그 정서적 기원을 두고 있다. 시티팝은 핫피이 엔도의 해산으로 개별 멤버들의 새로운 음악적 모색을 통해 새로운 정체성을 갖춰 나가게 되는데, 핫피이 엔도의 멤버가 주축이 된 ‘틴판 엘리’와 역시 핫피이 엔도 출신인 에이이치 오오타키가 설립한 나이아가라 레이블 소속의 ‘슈가 베이브’를 구심점으로 시티팝 씬을

형성해 간다. 이들의 시티팝은 기존의 록과 포크로 분류될 수 없는 다채롭고 세련된 사운드가 특징인데, 이는 70년대 중·후반 구미에서 유행했던 AOR을 도입해 현지화한 Japanese AOR에서 그 배경을 찾을 수 있다. 이러한 움직임에 선구적인 역할을 한 사람은 야마시타 타츠로였으며, 그가 수행한 창작과 레코딩은 시티팝의 이정표라고 평가할 수 있다. 그러나 70년대 후반까지의 시티팝은 도쿄 외곽의 로컬 씬에 국한된 움직임이었고 주류 음악 신에 그 존재를 부각하지 못했는데, 이런 상황에서 80-81년에 발표된 야마시타 타츠로의 「Ride on time」, 오오타키 에이치의 「A long Vacation」, 테라오 아키라의 「Reflections」의 상업적 성공을 분수령으로 시티팝은 주류 씬에 안착한다. 80년대 시티팝 유행의 배경에는 일본의 부동산과 주식의 비정상적인 가격상승이 가져온 거품경제로의 진입이 있었다. 당시 일본의 중산층 이상의 도시 생활자들은 이런 경제호황이 제공하는 여유와 풍요로움을 만끽하며 소비지상주의의 라이프스타일을 추구하였는데, 이런 분위기에 조응하는 배경음악이 바로 시티팝였던 것이다. 여기에 매스미디어와의 제휴를 통해 CM이 시티팝의 홍보와 마케팅의 수단으로 주목받고, 워크맨과 카오디오 같은 음악 향유수단의 보편화는 시티팝의 이미지와 결부되면서 도시 생활을 갈망하는 젊은 리스너들에게 호응을 얻는다. 그러나 80년대 후반 J-Pop이라는 일본 대중음악의 새로운 패러다임에 시티팝은 적응하지 못하며 차츰 시대에 뒤떨어진 사운드라는 평가를 받게 되었고, 90년대 초반에 일본경제가 장기침체로 들어서면서 거품경제를 청사진으로 했던 시티팝 역시 존재감을 상실한다.

이상의 시티팝의 형성과정 고찰을 통해, 시티팝은 기본적으로 철저히 양악 지향적이자 미국 지향적인 음악성을 추구했지만, 일본어가창을 통해 그들이 느끼고 마주하는 공간과의 관계성을 노래하였

음을 알 수 있었다. 여기서 그 공간이란 바로 일본의 도시이며, 더 정확히 말하면 마천루와 리조트라는, 일상과 여가의 경계선에 자리한 도시 도쿄의 라이프스타일을 노래의 소재로 삼은 것이다. 시티팝엔 80년대 경제호황이 가져다준 풍요와 안정을 기반으로 소비지상주의에 부응하며 일상과 여가의 경계를 해체하려는 시도가 엿보인다. 그러면서 시티팝은 세련되면서도 속물적인, 스nob(snob)한 라이프스타일을 일본어 가창으로 예찬하며 당시의 도시 생활자와 도시 생활을 꿈꾸는 젊은 리스너들에게 공감을 얻은 것이다. 그리고 이러한 특성은 지금의 관점에서도 시티팝의 지향점이자 정체성이라 평가할 수 있을 것이다.

21세기 시티팝 유행 현상에 대한 고찰은 다음과 같이 정리할 수 있다. 지금의 시티팝 유행 현상의 특징은 자국 일본보다는 일본 밖에서의 반응이 고조되고 있다는 점이다. 이는 기존 매스미디어를 포함해 온라인 상의 밈이나 유튜브, 각종 포털 사이트의 조회수를 통해서 확인할 수 있다. 지금까지 내수중심의 생산·유통·소비를 고집해 온 일본은 소수의 뮤지션을 제외하고 해외 진출과는 무관하게 음악산업이 성장해왔다. 이런 배경에서 인터넷이 보편적으로 보급되어 상용화되기 전인 2000년대 전까지만 해도 일본의 대중음악이 해외에 소개되거나 인기를 얻는 일은 드물었다. 그러나 구미의 선구적인 댄스클럽 DJ들의 움직임으로 시티팝은 레어 그루브로 채택되었고, 이런 움직임은 구미 힙합 씬에 소속된 프로듀서와 랩퍼들에게도 영향을 주면서 시티팝은 ‘인플루언스 원’으로 인식되며 샘플링의 소재로 환영받는다. 이러한 움직임은 시티팝이 단순히 과거의 유행했던 음악이 아닌, 지금 관심을 두고 들어야 하는 음악으로 리스너들이 인식하는 데 영향을 줬다. 또한, 70년대 미국 AOR 리바이벌의 움직임이 구미의 젊은 리스너들 사이에서 일어났고, 이는 ‘야트 록’

이라는 새로운 대중음악 트렌드로 이어지며, 인터넷과 같은 가상공간을 통해 일본의 AOR, 즉 시티팝과 유저들이 만나는 계기가 되어 준다. 본격적인 시티팝의 국제적 유행 현상은 2010년대 이후부터라고 할 수 있는데, 이를 가속화 한 건 유튜브를 통해 자유로운 음원의 업로드가 가능해지면서부터였고, 저작권상의 문제가 있음에도 유저가 소유한 시티팝 음반이 통째로 유튜브에 업로드되는 현상이 빈번해진다. 여기에 과거 80년대 소비자본주의의 이면을 당시의 영상과 음악을 결합해 표현한 이색적인 콘텐츠인 베이퍼 웨이크가 젊은 유저들을 중심으로 유행하였고, 여기서 파생된 퓨처 펑크란 장르가 인기를 얻으면서 여기에 배경음악으로 사용된 시티팝에 관한 관심도 함께 증폭된다. 유튜브의 AI 알고리즘에 의한 자동 선곡 리스트 기능은 유저들의 시티팝으로의 접근성을 높였고, 이는 2017년 유튜브에 업로드된 다케우치 마리아의 〈Plastic love〉가 높은 수치의 조회수를 기록하며 ‘시티팝의 앤섬’이란 위상을 부여하는 데 이바지한다. 이러한 초국가적인 시티팝 유행 현상은 한국도 예외가 아니었는데, 2016년부터 주류 K-Pop 가수들이 시티팝 성향의 신곡을 발표하였고, 주류 온라인 미디어가 중심이 되어 80-90년대 유행했던 시티팝 성향의 국내 대중음악을 젊은 뮤지션들의 리메이크로 재해석하는 작업도 진행되었다. 물론 이 과정에서 “과거 80년대부터 한국에도 시티팝이 존재했다.”는 식의 오해를 양산하기도 했지만, 지금의 국내 주류 및 인디 씬의 뮤지션들이 내놓은 ‘네오 시티팝’ 또는 ‘코리안 시티팝’은 국내에서 시티팝 향유 저변을 형성했다는 점에서는 의미를 갖는다. 그럼에도 국내에서의 시티팝 유행은 일시적인 붐일 것이라는 의견도 분분한데, 이는 음악적 관심에서라기보다 온라인상에 젊은 유저들의 엔터테인먼트적 필요로 소비되는 현상 그 이상 이하도 아니라는 점에서다. 따라서 지금의 시티팝 붐이 일시적

유행으로 끝나지 않으려면 평론가, 뮤지션, 유튜브 운영자, DJ 등 국내의 시티팝 매개자들이 보다 책임감을 느끼고 활동에 임해야 하고, 시티팝 전문 매개자도 늘어나야 국내에서 유의미한 음악적 흐름이자 지속 가능한 취향으로 유지될 수 있을 것이다.

이상의 시티팝의 21세기 유행 현상의 고찰을 통해 지금의 리스너들은 시티팝을 과거 80년대 일본이 누린 풍요로움, 여유, 낭만, 세련됨과 같은 키워드에 매칭시키고 있음을 짐작할 수 있다. 바꿔말하면, 이들이 매칭시킨 시티팝의 키워드는 지금의 2020년대의 감수성으로 실감하기 힘든 성질의 것이며, 당시 시티팝이 노래하는 일본 도시의 정경과 풍광 역시 경험할 수 힘든 낯선 것들이다. 그런 이유에서 과거 30-40년 전에 발표된 시티팝에서 이들은 버블 경제가 가져온 소비지상주의 노스텔지어를 발견했고, 이를 지금의 관점에서 향유한다고 해석할 수 있다. 또한, 시티팝이 표방한 AOR의 세련된 멜로디와 편곡은 과거 서구의 팝송과 흡사할 정도의 유사성을 보이면서도, 일본어 가창이라는 특성을 지금의 젊은 리스너들은 위화감보다는 새로움과 독특함의 쿨(cool)함으로 인식한다고 해석된다. 그러므로 21세기 시티팝의 유행은 과거의 일본 대중음악 리바이벌의 수준을 넘어, 지금의 젊은 리스너들이 경험하지 못한 일종의 ‘오래된 미래’로 발견한 것이며, 이런 의미에서 지금의 시티팝 유행 현상은 시티팝에 “전 세계 리스너가 지금 들어야 하는 대중음악이다.”라는 가치를 부여할 수 있다.

본 연구는 시티팝의 개념 및 역사적 형성과정과 21세기 시티팝 유행 현상의 본격적 고찰을 시도하였다. 이는 기존에 생산된 시티팝 관련 담론이 온라인 공간에서 소비되는 콘텐츠이거나 레트로 문화 유행의 단면이라는 식의 한정된 영역의 논의를 벗어나 J-Pop의 한 유형으로서 시티팝의 개념, 그 형성과정과 음악적 특징을 알아보고

시티팝 유행을 가져온 일본의 경제·문화적 배경의 고찰을 통해 시티팝이 표방한 정체성과 이미지의 탐구를 시도했다는 점에서 그 의의를 둘 수 있다. 또한, 21세기의 시티팝 유행 현상의 원인을 알아보고 전 세계적인 시티팝 유행 현상의 전개 과정을 고찰하며 지금의 현역 뮤지션들과 젊은 리스너들이 인식하는 시티팝의 매력은 무엇이며, 이들에게 시티팝은 어떤 이미지로 인식되는지에 대해 알아보았다. 덧붙여서 국내에서 시티팝 유행 현상의 특성을 고찰함으로써 지속 가능한 트렌드로서 시티팝이 국내에서 향유될 수 있는 조건은 무엇인지에 관해서도 고민해보았다. 이러한 고찰을 통해 본 연구는 시티팝과 관련된 후속 연구를 위한 기본 연구로서의 의미를 지닐 것이며, 시티팝에 관심 있는 연구자와 대중을 위한 입문용 가이드라인의 역할을 할 수 있으리라 기대한다.

본 연구는 국내에서 활동 중인 시티팝 매개자들의 의견을 인터뷰를 통해 알아보고, 이를 일본 및 일본 밖에서 발간된 각종 문헌 자료의 분석을 통해 확인하는 질적 연구를 수행했다. 그러나 본 연구가 채택한 문헌 자료는 일본에서 발간된 시티팝 매개자들의 저술이 중심이다 보니, 일본 밖에서의 시티팝 매개자들의 저술 비중은 다소 부족했다. 또한, 시티팝의 유행 현상에 대한 고찰에 있어서 시티팝의 종주국 일본과 한국에서 활동 중인 시티팝 매개자의 관점이 중심이 되다 보니, 구미를 포함한 타 국가의 시티팝 매개자들의 관점이 배제됐다는 연구상의 한계점을 지닌다. 이에 후속 연구에서는 그 대상의 범위를 넓혀서, 한국-미국-일본의 시티팝 매개자들의 저술 및 인터뷰를 통해 입체적이고 다각적인 관점에 따라 시티팝의 유행 현상을 분석하고 고찰하고자 한다.

참고문헌

- 『국민일보』, 2020.07.09. <김현철 31년 전 데뷔앨범 타이틀곡 ‘오랜만에’ 재발매>.
- 김경진. 2019. 「동아기획 시티팝」, 비트볼.
- 김성환. 2013. 『한 권으로 보는 J-Pop 연대기. 한국인이 받아들인 J-Pop 그 역사속으로』, 음악세계.
- 김은영. 2021. 「시티팝과 아시아적 도시감성의 탄생: 일본 홍콩 타이완 한국을 중심으로」 『도시인문학연구』13(2):7-45.
- 모리 요시타카. 2017. 「1970년대 이후 일본 팝 음악 약사: 가요코큐, 뉴 뮤지쿠, 제이팝」. 신현준 · 이기웅 편. 『변방의 사운드:모더니티와 아시아 팝의 전개 1960-2000』, 채륜:95-125.
- 사토 유키에. 2021. 『일본 LP 명반 가이드 북』, 안나푸르나.
- 서커, 로이. 1998. 이정엽 · 장호연 역. 『대중음악 사전』, 한나래.
- 『스포츠경향』, 2020.06.02. <미묘한 사랑의 감성을 시티팝 사운드에 풀어낸 레인보우 노트 ‘오늘 밤은’>.
- 『스포츠경향』, 2020.08.13. <브레이브걸스, 시티팝 사운드 ‘운전만해’로 3년여만 컴백>.
- 『스포츠경향』, 2021.10.14. <김현철 ‘시티팝’ 장르 안 지 몇 년 안 돼>.
- 『스포츠경향』, 2021.11.22. <스페이스카우보이, 신곡 ‘가디언’(feat.김아름) 공개>.
- 손장희. 2018. 「일본 대중음악사 서술에서의 쇼와-헤이세이 시대의 도식화: ‘쇼와 가요곡’ 노스텔지어의 사례를 중심으로」 『대중음악』22: 8-39.
- 송남은 · 류유희 · 장웅조. 2020. 「취미에서 직업으로」 『예술경영연구』 55: 5-38.
- 신승렬 · 김영대 · 박찬우 · 오준환. 2006. 『90년대를 빛낸 명반 50』, 한울.
- 신현준. 1998. 『입 닥치고 춤이나 춰: 일렉트로닉 댄스음악의 현재와 미래』, 한나래.
- 양동복. 2020. 「1970년대 포크음악과 한국의 기독교 대중음악의 형성」 『대중음악』26: 97-135.

- 『MK스포츠』, 2021.05.18. <유빈표 시티팝 통했다. ‘숙녀’ 뮤비 조회수 천만 뷰 돌파>.
- 『연합뉴스』, 2021.04.29. <시티팝 가수 유키카, 다음달 모국 일본에서 정식 데뷔>.
- 조인애 · 조규현. 2021. 「문화번역의 관점에서 본 유튜브 시티팝 고찰」 『외국학연구』 55:461-478.
- 프리스 S. · 스트로 W. · 스트리트 J. 2005. 장호연 역 『케임브리지 대중음악의 이해』, 한나래.
- 『TV 조선』, 2021.04.21. <1980년대 도시 음악 찾는 MZ세대...장기 흥행 중인 ‘시티팝’>.
- 황선업. 2016. 『당신이 알아야 할 일본가수들: 제이팝 J-Pop 아티스트 대백과』, score.
- 『헤럴드경제』, 2018.12.28. <뉴트로에 취하다. 지코부터 켄까지...옛 것에서 새로움 찾는 힙스터들>.
- Aoki, Ryotaro. “City Pop revival is literally a trend in name only”. *The Japan Times* 5.Jul.2015.
- Arcand, Rob. “The Guide to Getting Into City Pop, Tokyo’s Lush 80s Nightlife Soundtrack” *nice.com/en* 25.Jan.2019.
- Blistein, Jon. “City Pop: Why Does the Soundtrack to Tokyo’s Tech Boom Still Resonate?”. *Rolling Stone* 2.May.2019.
- Creswell, J. W. & Poth, C. N. 2016. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches.* Sage Publication.
- Fabbri, Franco. 1999. “Browsing Music Spaces : Categories and the Musical Mind.” *LASPM(UK) 1999 conference proceedings*. <http://www.tagg.org/others/fjfabrizi9907.html>
- Frith, S. 1987. “The Industrialization of Music.” *Popular Music & Communication* Ed. James Lull. Newbury Park, CA: Sage. 53-77.
- _____. 1998. *Performing Rites : On the Value of Popular Music*. Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Gunn, J. 1999. “Gothic Music and the Inevitability of Genre.” *Popular Music and*

- Society* 23(1): 31-50.
- Hodges, A. 2015. “Intertextuality in Discourse.” *The Handbook of Discourse Analysis*, edited by Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton, and Schiffrin, Deborah, 2nd edition, Malden, MA : Wiley. 42-60.
- Holt, Fabbian. 2007. *Genre in Popular Music*. University of Chicago Press.
- Kitazawa Y. 2017. *Even A Tree Can Shed Tears : Japanese Folks & Rock 1969-1973*. Light in the Attic.
- Negus, Keith. 2013. *Music Genres and Corporate Cultures*. London, New York : Routledge.
- Shucker, R. 1994. *Understanding Popular Music*. London: Routledge.
- Weisbard, Eric. 2013. “Beyond Category? Never! The Game of Genres in Popular Music.” *Journal of Popular Music Studies* 25 (3) : 401-405.
- 飯田豊・石川茂樹・大里俊晴. 2004. 「35 年目のファンレター —はっぴいえんど全 32 曲 解説」『ユリイカ』36(9):204-216.
- 『KOMPASS』, 2022.2.24. <Night Tempo とシティポップを再定義. 海外で愛される 理由を考える>.
- 金沢寿一(監修). 2018. 『Light Mellow 和モノSpecial』, ラトル
- 金沢寿和. 2019. 「シティポップ1973-1979 名盤選」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 33.
- 木村ユタカ. 2005. 「東京ポップから渋谷系へ」『THE DIG』2005年 4月号からの再録」. 木村ユタカ(監修). 2021. 『Japanese City Pop Scrapbook』, シンコーミュージック, 66-69.
- _____. 2006. 『クロニクルシリーズ:ジャパニーズ・シティ・ポップ』, シンコーミュージック.
- _____(監修). 2020. 『Disc Collection: Japanese City Pop』.シンコーミュージック.
- _____(監修). 2021. 『Japanese City Pop Scrapbook』, シンコーミュージック.
- _____. 2021. 「林哲司インタビュー:シティポップ&サム ‘真夜中の扉’ 誕生の秘密に迫る」. 木村ユタカ(監修). 2021. 『Japanese City Pop Scrapbook』,

- シンコーミュージック, 16-25.
- 小山守. 2019. 「シティポップ 2000-2019:元祖組の再評価とパラレルに登場した都市の風景をリアルに描く若いミュージシャンたち」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 240-241.
- ガモウユウイチ. 2020. 「シティ・ポップの名曲ベスト100, 1980-1989」『レコード・コレクターズ』39(7):45-47.
- 篠原章. 2019. 「シティポップ1973-1979 名盤選」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 26.
- 柴崎祐二. 2019a. 「90年代のシティポップ:旧来の価値観を覆す」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 225-230.
- . 2019b. 「角松敏生インタビュー」.レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 97-104.
- . 2020.「AIアルゴリズムがおすすめのプラスチックラブ」『レコード・コレクターズ』39(6):37-40.
- 高橋治. 2019. 「自国アーティストの再評価に向かう韓国のシティポップ」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 161
- 富沢一誠. 1984.『ぼくらの祭りは終わったのか:ニューミュージックの栄光と崩壊』, 飛鳥新社.
- 遠野清和. 2006. 「シティ・ミュージックって何?」(『ヤング・ギター』1977年2月号からの再録), 木村ユタカ(監修). 2021. 『Japanese City Pop Scrapbook』, シンコーミュージック, 70-73.
- 中村公輔. 2020. 「機材や技術の変遷とともに誕生したシティポップのサウンド」『レコー・コレクターズ』39(7):89-94.
- 中田利樹(監修). 2014. 『Disc Collection: AOR』, シンコーミュージック, 45-46.
- 萩原健太. 1998. 『はっぴいえんど伝説』, シンコーミュージック.

- 長谷川町城. 2019. 「シティポップは米ヒップホップの素材からインフレンスワンに昇格した?」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 81.
- 『BRUTUS』. 2016. 「夏は音楽に出逢う時:かせきさいだぁさん、いま流行りのシティポップってそもそもどういう音楽なんですか?」, マガジンハウス, 1:31.
- 松永良平・磯部涼. 2012. 「特別企画:あたらしいシティポップ」『CDジャーナル』11:19-23.
- 松永洋平・藤井洋一. 2018. 「80年代を知らない世代に"いいですね"と言われたらこの音楽には何かがあるかもしれないと思います」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 162-169.
- 松永洋平. 2019. 「自分たちが住む都市を描いた音楽として再び認識されているシティポップ」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 82-87.
- 松永洋平・長谷川洋平. 2020. 「松永洋平×長谷川洋平 対談:海外でのシティポップの人氣もフィードバックされながら進められた再評価」『レコード・コレクターズ』39(6):30-36.
- モーリッツ・ソメ. 2020. 「ポピュラー音楽のジャンル概念における間メディア性と言説的構築 :ジャパニーズ・シティ・ポップを事例に」. 『阪大音楽学報』16・17:15-44.
- 山田厚俊. 2019. 「人気沸騰!魅惑の80年代シティ・ポップ大解剖」『サンデー毎日』9:38-41.
- 除川哲郎. 2019. 「シティポップ1980-1989 名盤選」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 107.
- レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン.
- 渡辺徹. 2019. 「欧米シーンの流れを同時代的にとらえたクールな邦楽」. レコードコレクターズ 編集部. 2019. 『City Pop:シティ・ポップ 1973-2019』, ミュージック・マガジン, 88-91.

The Formation Process and Trend of City Pop in the 21st Century - Focusing on the Opinions of Domestic City Pop Mediators

Jeong, Woo Sik

(Associate professor, Department of Culture & Film at Hoseo University)

This study provides an in-depth examination of the concept of Japanese City Pop, its historical formation process, and the urban pop trend in the 21st century. Individual interviews were conducted with domestic City Pop mediators, who served as City Pop guides. Qualitative research was conducted on the contents of individual interviews, focusing on City Pop guides, papers, newspapers, magazines, record guides, and online websites.

First, City Pop basically pursued Western- and American-oriented musicality, but songs focused on the relationship with the space they felt and faced through Japanese singing. Here, space is a Japanese city, and more precisely, the lifestyle of Tokyo, a city on the border between daily life and leisure, with skyscrapers and resorts, is the subject of the song. Based on the abundance and stability brought by the economic boom in the 80s, City Pop demonstrates attempts to break the boundaries between daily life and leisure by responding to consumerism. At the same time, City Pop praises the sophisticated yet snob-like lifestyle, gaining sympathy from city life and young listeners who longed for urban life at the time. Even from the current viewpoint, this characteristic can be evaluated as the direction and identity of City Pop. Next, through a review of the 21st century trend of City Pop, young listeners can guess that City Pop is matching keywords such as abundance, relaxation, romance, and sophistication enjoyed by Japan in the 1980s. The keywords of City Pop they matched are of a nature that is hard to realize with the sensitivity of the current 2020s, and the scenery of the Japanese city that City Pop evokes is also unfamiliar. Hence, in the City Pop released 30-40 years ago, they discovered the consumerist North Tälge language brought by the bubble economy, and it can be interpreted as enjoying it from the current perspective. In addition, while the sophisticated melody and arrangement of AOR advocated by City Pop display similarities to Western pop songs, it is interpreted that young listeners now recognize the characteristics of Japanese singing as a cool sound that feels new rather than uncomfortable. Therefore, from the

perspective of current young listeners, City Pop is given the status of an old future and a new popular music.

By examining Japan's economic and cultural background that brought the City Pop trend, this study explored the concept and historical formation process of City Pop as a type of J-Pop and the identity and image of City Pop. In addition, the review of the trend of City Pop in the 21st century revealed it seeks the possibility of a new popular music and is created from the current perspective beyond the meaning of the revival of music from the past.

Key words : City Pop, AOR, Newtro, Bubble Economy, YouTube

논문 투고일: 2022년 3월 21일
논문 심사 완료일: 2022년 5월 22일
논문 게재 확정일: 2022년 5월 30일