

‘R16 코리아’ 대회의 문화콘텐츠적 가치

김기국 · 이우재*
(경희대학교) (한림예고)

1. 한국의 비보이와 문화콘텐츠

2006년 11월 3일 시청자들은 TV를 통해서 생소한 영상을 접할 수 있었다. 세계 최고 수준의 비보이 B-boy 크루 ‘갬블러 Gambler’의 비보이(김연수)를 모델로 기용, 비보잉 최고의 난이도를 자랑하는 엘보우 나인틴 elbow nineteen(엘보우 스핀과 나인티 나인을 연결해 펼치는 기술)의 춤 동작을 슬로 모션으로 포착한 KB국민은행의 기업 PR 광고였다.¹⁾ 파워풀하고 현란한 몸짓에만 치중했었던 이전의 비보이 광고와는 다르게 이 PR 광고는 허공에서 팔과 손으로만 온 몸을 지탱한 채 역동적으로 회전하는 비보이의 움직임을 720fps(frame for second; 일초 당 돌아가는 필름의 날장 수)의 초고속

* 주저자: 김기국(경희대학교 프랑스어학과 교수)

교신저자: 이우재 (한림예고 실용무용과 교사)

1) KB국민은행은 기업 PR 광고는 보수적인 은행이라는 대중의 인식을 깨기 위해 한류의 차세대 주력 문화콘텐츠로 인정받던 비보이를 내세워 세계 일류를 향한 KB국민은행의 도전정신을 상징적으로 보여준 광고였다. 이 광고의 카피인 ‘대한민국 1등을 넘어’에 대해 국민은행은 “국내 대표은행의 자리를 넘어 세계로 향해 도전하는 국민은행의 미래에 대한 의지를 담은 것”이라고 밝혔다. ‘비보이’ 편 이후 국민은행은 미래와 세계를 향해 도전해가는 기업 PR 캠페인을 위해 피겨 요정 김연아(2007.01.08.), 국민타자 이승엽(2007.05.15.)을 모델로 아시아 금융시장을 선도하는 글로벌 बैं크를 향한 국민은행의 쉽 없는 노력과 의지를 구현하였다.

촬영으로 포착한다. 왼팔의 하박에서 손바닥으로, 오른 손바닥에서 오른 팔로, 그리고 오른 팔의 하박으로 회전하는 몸을 지탱하는 무게 축이 차례로 연결되는 엘보우 나인틴을 구현하는 동안 몸 전체를 들어 올리는 팔근육에 담긴 힘, 몸 전체의 역동적인 움직임, 그 움직임에 따라 비상하는 땀방울 등으로 상징되는 최고를 향한 비보이의 치열한 몸짓을 보여주는 이 광고는 보는 사람으로 하여금 가슴 뭉클한 감동을 느끼게 하였다.

그런데 영상을 통해 재현되는 비보이 무브 move의 생생함보다 더 감동적인 것은 이 광고에 담겨 있는 내용이다. “나는 춤을 추는 게 아니다. 대한민국 1등이 세계 1등이 될 수 있다는 것을 난 보여줄 것이다”라는 내레이션이 그것이다. “이 광고는 비보이들의 도전정신과 최고를 향한 노력에 초점을 맞추고 있다. 단순히 춤을 좋아하고 뛰어난 기술을 가진 아이들 스타가 아니라 누가 뭐라 하든지 자신이 좋아하는 분야에서 세계 최고가 되고자 노력한 그들의 당당하고 멋진 도전정신이 광고의 컨셉트”라는 광고 제작사인 오리콤(Oricom) 임정욱 차장의 표현은 대한민국 비보이 크루들이 세계 최고가 되기까지 보여준 열정과 노력을 대변한다 하겠다.²⁾

국민은행의 비보이편 광고의 카피에서 알 수 있듯이, 오늘날 대한민국의 비보이는 세계 그 어느 나라와도 차별되는 끝없는 연습과 무브로의 몰입, 인터넷을 통한 비보이 학습, 유연하고 파워무브에 강한 한국인의 신체 구조, 집단 문화와 박자에 강한 민족성 등의 요소를 바탕으로 세계 비보이 영역에서 최정상을 달리는 독보적인 위상으로 존재한다.³⁾ 1980년대 중반 이후 브레이크 댄스 break dance라는 이름으로 비보이가 한국에 전해진지 10여년 만인 2001년,⁴⁾ 한국을 대표하는 비보이들로 구성된 프로젝트 팀인 비주얼 쇼크 Visual Shock가 비보이의 월드컵이라는 배틀 오브 더 이어 Battle Of The

2) 광고 컨셉 및 제작과 관련된 내용은 다음 기사에서 참조하였음. ‘국민은행, 비보이 광고 인기’, 스포츠서울, 2006.11.12.

3) 대한민국 비보이(크루)의 차별성에 대해서는 다음 글을 참조할 것: 김기국, 「대한민국 비보이 크루의 역동적 스토리텔링」, 『비교한국학』, 국제비교한국학회, 20-1, 2012

4) 비보이의 한국 전파 및 발전사에 대해서는, 김기국, 앞의 글과 다음 책을 참조할 것. 김영대 외, 『한국 힙합, 열정의 발자취』, 2008, 186~205쪽; 이우재, 『힙합, 새로운 예술의 탄생』, 돈을새김, 2010, 58~77쪽; 장경호, ‘2006년도판 한국 비보이 씬’, <http://cafe.daum.net/bboy>의 ‘Darkness 비보이 칼럼’(미출판 자료).

Year(이하 BOTY)에서 베스트 쇼 상을 수상한다.⁵⁾ 이후 세계 4대 메이저 비보이 대회에서 한국의 비보이 크루가 올린 성적은 다른 나라와 비교할 때 적어도 배틀 분야에서는 독보적인 것이다. 2000년대 중반 세계 대회에서 연이어 거둔 대한민국 비보이의 우승 퍼레이드는 이를 구체적으로 보여준다.

2004년 BOTY 대회에서 갬블러가 우승을 차지한 것을 시작으로 2015년 현재까지 세계 4대 메이저 비보이 대회에서 놀랄만한 성과를 냈다. 이와 같은 한국 비보이 크루의 연이은 세계 대회에서의 성적은 전 세계 비보이는 물론 관련자들에게는 커다란 충격으로 받아들여진다. 이를 정리해보자.

[표 1] 세계 비보이 4대 대회와 한국 크루의 성취⁶⁾

개최 년도	BOTY	UK B-boy Championship	Red Bull BC One	Free Style Session
2001	비주얼 쇼크(퍼)		X	-
2002	익스프레션	프로젝트소울(팀) 홍텐(2 : 솔로)		-
2003	익스프레션(2) 갬블러(3)			-
2004	갬블러	김효근(솔로) 프로젝트소울(팀) 홍텐(2 : 솔로)	-	-
2005	라스트포원 갬블러(3)	프로젝트소울(팀)	홍텐(2)	-
2006	라스트포원(2) 드리프터즈(3)	드리프터즈(2)	홍텐	-
2007	익스트림	T.I.P.	홍텐(3)	갬블러(2)
2008	T.I.P.(2)	-	윙(진조 크루)	-
2009	갬블러	-	-	-
2010	진조 크루	-	-	-
2011	-	진조 크루(2)	-	진조 크루

5) 비주얼 쇼크는 일종의 드림팀으로 비보이 크루 셋이 합쳐 조직된 국가대표적 성격을 띠었다. 이 당시 한국을 대표하는 비보이 크루인 T.I.P 크루와 고릴라 크루 그리고 스킵 온더 그루브의 세 팀이 하나로 뭉쳐, 6개월 동안의 치열한 연습과 노력 끝에 BOTY 대회의 출전 팀 전체가 참여하는 퍼포먼스에서 1위인 베스트 쇼 상을 차지한다.

2012	-	-	디퍼(2)	-
2013	퓨전엠씨	모닝오브아울	홍텐	-
2014	퓨전엠씨(퍼)	-	-	-

세계 4대 비보이 대회에서 한국의 비보이 크루들이 연이어 달성한 우승 소식은 비보이가 힙합 풍의 옷차림을 하고 오직 춤에만 매달리는 불량 학생들이자 문제아 집단의 춤이라는 대중들의 선입견을 바꿔놓았다. 이제 비보이는 언더그라운드에서 펼쳐지는 음지의 춤이 아니라 대중문화의 한 유형이자 몸으로 표현하는 가장 역동적이고 아름다운 예술로서 재인식되고 있다. 또한 2006년 한국관광공사가 비보이를 한류 문화를 계승하고 확대할 수 있는 문화콘텐츠로 지목할 정도로 대중적 영향력을 지니게 되었다.

이러한 대중적 인지도를 바탕으로 한국관광공사는 2007년 ‘R16 코리아 스파클링 Korea Sparkling’(이하 R16 Korea)이라는 이름의 비보이 대회를 실험적으로 개최하였다.⁷⁾ 이후 이 대회는 매년규모와 성격이 변화, 발전하면서 비보이의 메카를 가장 오래된 비보이 대회인 BOTY를 개최하는 독일에서 대한민국으로 이동시키기에 이른다.

이 글은 ‘R16 Korea’의 문화콘텐츠적 가치를 살펴보기 위해 마련되었다. 이를 위해 우선 2007년부터 시작된 이 대회가 현재까지 어떤 변화를 통해 점차 그 대중적 영향력과 세계적 인지도를 확장하였는지를 제시하겠다. 또한 ‘R16 Korea’ 대회가 BOTY, UK B-boy Championship, Free Style Session, Red Bull BC One 등의 세계 4대 메이저 비보이 대회와 어떤 차별성이 있는지를 알아보고 이 대회의 문화콘텐츠적 가치를 추적하겠다.⁸⁾

6) 표에서 크루 명은 우승을, ‘퍼’는 퍼포먼스 우승을, ‘팀’은 팀배틀 우승을, ()의 숫자는 우승 이외의 순위를 말한다.

7) 2007년 첫 대회의 시작부터 세계적 수준의 비보이들을 위한 마스터즈 챔피언십 성격을 지닌 ‘R16 Korea’에서 ‘R’은 비보이에 대한 최고의 찬사인 존경 Respect, 순위 Ranking, 혁명 Revolution 등을 상징한다.

8) R16 Korea 대회의 차별성을 제시하는 과정에서 우리는 비보이 더키(Ducky) & 너클(Knukl)과의 인터뷰를 2013.11.13. & 2014.02.04. 에 걸쳐 진행하였다. 이들과의 인터뷰를 통해 개념적이고 이론적인 R16 Korea 대회가 아닌, 비보잉 현장에서 어떻게 이 대회가 인식되고 있는지를 체험적으로 제시할 수 있을 것이다.

II. ‘R16 Korea’ 대회의 전개와 변화

‘R16 Korea’ 대회는 ‘한국대중문화의 폭과 층을 넓혀 나감과 동시에 해외에 한국을 알리는 좋은 계기’를 마련하고, ‘비보이라는 생소하지만 획기적인 문화콘텐츠를 국제무대에 올림으로써 한류 문화를 계승하고 확대할 수 있는 가능성’을 확인하기 위해 개최한 2007년 제1회 대회를 시작으로 2014년 현재 제8회 대회까지 성공적으로 개최되어 왔다. 대회 장소를 서울(1회), 수원(2회), 인천(3회) 등에서 순회하면서 개최하였던 ‘R16 Korea’는 4회 대회부터는 서울 올림픽 공원을 무대로 전개되었다. 회를 거듭할수록 ‘R16 Korea’는 비보이 배틀 Battle과 퍼포먼스 Performance는 물론,⁹⁾ 팝핀 Poppin¹⁰⁾, 락킹 Lockin¹¹⁾ 배틀, 대회에 참가한 비보이들의 공연, 유명가수들의 ‘한류(슈퍼)콘서트’, 국내외 유명 그라피티 예술가들의 작품으로 구성된 ‘그라피티 축제 Graffiti Festival’, 힙합 콘서트, 힙합스트리트마켓 등의 도시 거리문화(Urban Street Culture)를 아우르는 청년문화 축제로 확장되었다. 이처럼 매년 그 성격과 범위가 변화한 ‘R16 Korea’의 특징을 보다 자세하게 살펴보자.

9) 비보잉의 정수는 배틀이라 할 수 있다. 배틀은 무력이 오가는 것이 아니라 춤으로 승부를 겨루는 것을 말한다. 흑인과 히스패닉계가 뉴욕 빈민가의 주도권을 쟁취하는 과정에서 힙합 문화를 공유했던 두 세력 간의 이루어진 무언의 약속으로 춤으로 상대의 기선을 제압하는 것으로 승부를 결정짓는 것에서 배틀은 연유한다. 대회에서 맞붙게 된 크루가 보다 더 역동적이고 화려한 무브로 자신들의 위세를 보이면서 상대의 기를 죽이는 행위는 전투와도 같은 격렬한 것이다. 배틀의 이러한 즉흥성은 미리 준비된 안무에 의해 보여지는 ‘퍼포먼스’와 구별된다.

10) 몸의 여러 부분에 순간적으로 힘을 가해 생기는 수축과 이완을 이용하여 마치 로봇트 모션 혹은 기계와 같이 텅기듯이 제각각 움직이며 툭툭 끊겨 보이도록 추거나, 신체 각 부위의 웨이브를 이용하여 마치 연체동물과 같은 느낌으로 표현하는 스트리트 댄스의 일종이다.

11) 락킹은 손목을 머리 위로 돌리는 트윌(Twirls)동작, 손을 찌르듯 가리키는 포인트(Points), 양팔을 둥근 삼각형으로 모아 멈추는 락(Lock)동작이 대표적으로 주로 광대 같은 화려한 의상과 코믹한 분위기를 표현하는 춤이다.

1. R16 Korea Sparkling, Seoul 2007 (제1회)

제1회 대회는 2007년 5월 31일부터 6월 3일까지 주 행사인 비보이 대회 (서울 잠실 실내체육관), 슈퍼콘서트(시청 서울광장), 그라피티 축제(청계천) 등이 개최되었다. 비보이 및 비보이 문화가 갖는 문화콘텐츠적 성격을 주목한 한국관광공사와 함께 이 대회를 주최한 서울시는 “이번 대회를 통해 한국 대중문화의 폭과 층을 넓혀 나감과 동시에 해외에 한국을 알리는 좋은 계기가 될 것”이라며 대회 개최의 의미를 제시한바 있다. ‘R16 코리아 스파클링, 서울 2007’ 대회를 통해서 주최 측은 비보이라는 생소하지만 획기적인 문화 콘텐츠를 국제무대에 올림으로써 한류 문화를 계승하고 확대할 수 있는 가능성을 확인하였다. 또한 전 세계 문화시장을 대상으로 비보이라는 디지털 문화콘텐츠를 지닌 문화공연 관광국으로서의 위상을 높이는 효과를 가져왔다고 평가하였다.

하지만 대형행사의 서울 개최 편중, 국내홍보 대비 해외홍보의 상대적 취약성, 지적재산권 부재로 인한 상표 라이선스의 도·남용, 보수적 성향의 로고로 매니아들 유입에 한계 등의 문제점이 2회 대회에서 지적되기도 하였다.¹²⁾ 2007 대회의 결과를 요약하면 아래와 같다.¹³⁾

[표 1] R16 Korea 2007 대회 개요

대회명	R-16 Korea Sparkling, Seoul 2007
시기	2007년 5월 31일(목) ~ 6월 3일(일)
장소	서울 잠실 실내체육관, 시청광장, 청계천 등
참가규모	15개국, 16개팀 선수단
종목 ¹⁴⁾	퍼포먼스 / 크루 배틀
부대행사	슈퍼콘서트, 힙합스트리트, 힙합갤러리, 비보이씨클, B-Girl 댄스 교습 등
주최	한국관광공사, 서울특별시

12) 한국관광공사, ‘R-16 Korea Sparkling, Gyeonggi 2008’ 결과보고서, 5쪽 참조.

13) 2007대회의 결과보고 개요는 아래 보고서를 참조하였음을 밝힌다. ‘R16 세계비보이 대회 개최효과 및 발전방안 최종보고서’, 한국이벤트경영연구소, 2013.8, 13~14쪽 참조.

주관	재단법인 세종문화회관
후원	문화관광부
협찬	CYON, PRO-SPECS, 펍시콜라, 네이버 등
모객인원	35.000 여명 / 타 대회 비교 10배
홍보효과	국내의 총 300억원 홍보효과
성과	1) 국내 최초의 정상급 메이저 비보이 대회 개최 2) 도시 청년문화의 발전과 한국 거리 예술가들의 창조적 잠재력을 세계에 알림

2. R16 Korea Sparkling, Gyeonggi 2008 (제2회)

한국관광공사와 경기도가 공동 주최한 2008년 제2회 대회는 2007년 대회와는 다르게 전개된다. ‘기존 한류 콘텐츠가 스타 중심으로 전개되어 고비용, 소재 고갈, 품질 불량 등의 한계’를 보여준다고 판단한 주최측은 새로운 한류 콘텐츠 개발에 대한 필요성을 인식, 비보이를 활용한 이벤트 마케팅을 기획하게 된다.¹⁵⁾ 전 세계 생방송(55개국) 및 녹화 중계 추진(200개국)과 지적재산권 확보 및 품질관리체계 확립(한국관광공사)을 통해 상표를 유지하였다.

5월 31일부터 6월 1일까지 열린 제2회 대회에서는 전 세계의 300명이 넘는 그라피티 작가, 힙합 사진작가 등의 힙합 아티스트, 뮤지션, 콘텐츠 개발자, 프로모터, 프로듀서와 비보이들이 한국에 모이는 거대한 문화 축제이자 문화예술 교류의 장으로 진화하게 된다. 특히 R16 Korea 2008 대회는 ‘Battle Of The Year’, ‘UK B-Boy Championship’, ‘Red Bull BC one’, Freestyle session 등의 세계 메이저 비보이 대회의 창시자들이 참석, 전 세계 비보이 관련자들의 관심을 집중시켰다. 2008 대회의 결과를 요약하면 아래와 같다.¹⁶⁾

14) 러시아의 Top Nine이 퍼포먼스, 한국의 Rivers가 크루 배틀 우승

15) 한국관광공사, ‘R-16 Korea Sparkling, Gyeonggi 2008’ 결과보고서, 11쪽 참조.

16) 한국관광공사, ‘R-16 Korea Sparkling, Gyeonggi 2008’ 결과보고서, 5~14쪽 참조.

[표 2] R16 Korea 2008 대회 개요

대회명	R-16 Korea Sparkling, Gyeonggi 2008
시기	2008년 5월 30일(금) ~ 6월 1일(일)
장소	경기도 수원 종합운동장 및 수원시 일원
참가규모	15개국 ¹⁷⁾ , 16개팀 선수단 및 초청아티스트 총 200여명
종목 ¹⁸⁾	퍼포먼스 / 크루 배틀
부대행사	UK 팝핀, 락킹 예선, BOTY 비걸 배틀 예선 그라피티 전시회(월 페인팅), R-16 사진 갤러리 등
주최	한국관광공사, 경기도
주관	경기관광공사, KBSN
후원	문화체육관광부, 수원시
협찬	EXR, 동아오츠카, IMEEM.COM 등
모객인원	40,500 여명 / 타 대회 비교 10배
홍보효과	국내의 총 590억원 홍보효과
성과	1) 대회운영, 규모, 모객, 홍보 등 세계최고대회 2) 세계 4대 메이저대회와의 장기적 파트너쉽 구축 3) B-boy의 한국화 및 상품화로 공연관광마케팅 활성화 4) EURO 비전을 통한 생중계로 대회의 위상 강화 ¹⁹⁾

3. R16 Korea Sparkling, Incheon 2009 (제3회)

제3회 대회는 한국관광공사가 인천시와 공동으로 2009년 9월 25일부터 27일까지 인천 세계도시축전과 연계하여 개최되었다. 개최한지 3년이 되는 2009년 대회는 ‘비보이 세계대회 콘텐츠’를 제안한 도입기로서의 1회 대회, 지역과 축제를 연계한 대형 이벤트로서 성장기를 맞은 2회 대회를 이어 ‘지속적인 도시문화 축제로 성장’함으로써 안정기에 들어섰다고 평가된다.²⁰⁾

- 17) 한국, 중국, 일본, 남아프리카공화국, 미국, 브라질, 노르웨이, 네덜란드, 프랑스, 이탈리아, 이스라엘, 덴마크, 러시아, 독일, 벨기에.
18) 러시아의 Top Nine이 퍼포먼스, 한국의 Gambler가 크루 배틀 우승
19) Euro 비전을 통한 전 세계 55개국 생중계는 월드컵, 올림픽을 제외한 유일무이한 비보이 대회 생방송의 기록을 남겼음.
20) 한국관광공사, ‘R-16 Korea Sparkling, Incheon 2009’ 결과보고서, 8쪽 참조.

이러한 변화를 통해 'R16 Korea'는 세계 4대 메이저 대회와 함께 전 세계 비보이들의 꿈의 무대인 세계 5대 메이저 대회로 자리매김하는 성과를 갖게 되었다. 대회를 주최하는 한국관광공사의 우병희 팀장은 “올해로 3회째를 맞는 'R16 Korea' 대회를 세계적인 비보이 대회로 육성, 발전시켜 한국을 비보이 및 힙합 문화의 메카로 만들고 해외 관심층의 방한을 증대시키는 것을 목표”라고 설정하였다.²¹⁾ 2009 대회의 결과를 요약하면 아래와 같다.²²⁾

[표 3] R16 Korea 2009 대회 개요

대회명	R-16 Korea Sparkling, Incheon 2009
시기	2009.9월 25일(금) ~ 9월 27일(일)
장소	인천세계도시축전 비류공연장
참가규모	15개국 ²³⁾ , 16개팀 선수단 및 초청아티스트 총 200여명
종목 ²⁴⁾	퍼포먼스 / 크루 배틀
부대행사	UK비보이챔피언십 한국대표선발전, 팝핀, 락킹 대회 그라피티 축제, 비보이세션데이, 힙합콘서트,
주최	한국관광공사, 인천광역시
주관	경기관광공사, KBSN
후원	문화체육관광부
협찬	아시아나 항공, 사우스폴 등
모객인원	40,500 여명 / 타 대회 비교 10배
홍보효과	국내외 총 699억원 홍보효과
성과	1) 세계 5대 메이저 비보이 대회의 위상 확립 2) 비보이 및 힙합 문화의 공연관광마케팅 활성화

21) 한국관광공사, 'R-16 Korea Sparkling, Incheon 2009' 결과보고서, 216쪽 참조.
 22) 한국관광공사, 'R-16 Korea Sparkling, Gyeonggi 2009' 결과보고서, 7~13쪽 참조.
 23) 한국, 미국, 포르투갈, 캐나다, 프랑스, 러시아, 스페인, 폴란드, 네덜란드, 우크라이나, 핀란드, 싱가포르, 대만, 중국, 일본.
 24) 일본의 All Area가 퍼포먼스와 크루 배틀 모두 우승

4. R16 Korea 2010 (제4회)²⁵⁾

‘R16 Korea’ 2010 대회는 세계 16개국 120여명의 선수단이 참가하여 7월 2일부터 4일까지 진행되었다. 이 대회부터 기존의 퍼포먼스와 크루 배틀 외에 솔로 배틀(팝핑과 락킹, 1:1 비보이)이 추가되어 진행되었다. 또한 대회 사진 행사로 참가선수들이 헤드스핀Head spin, 나인틴나인티Nineteen ninety, 에어 트랙Air track 부분 세계 기네스 기록에 도전하는 행사를 처음 실시하였다.²⁶⁾ 4회째를 맞이하는 이 대회의 주최 측인 한국관광공사는 문화콘텐츠를 통한 한국 관광 자원의 개발과 한국 관광의 홍보를 위해 1회 대회 때부터 비보이만이 아니라 힙합 문화를 대표하는 도시형 문화 축제로 대회의 성격을 확장시켜왔다.

이전의 대회와 달리 ‘R16 Korea 2010’은 세계적 비보이 대회로서 브랜드 위상이 강화되었다. ‘R-16 라이선싱을 통한 해외 자체 예선전이 미국, 일본, 중국, 러시아, 싱가포르, 프랑스 등 해외 6개국에서 자체적으로 실시된 것이 그 예이다.²⁷⁾ 아울러 해외지사와의 연계하여 R-16 해외 통합 이벤트 마케팅을 추진하고(?, 김덕수의 ‘판’, 태권도, 비보이의 합동 공연으로 고유한 한국의 매력을 제시하는 등 힙합 문화의 한국적 해석을 시도한 대회이기도 하였다.²⁸⁾ 2010대회의 결과를 요약하면 아래와 같다.²⁹⁾

25) 2007년 한국의 관광 슬로건인 ‘코리아 스파클링(Korea Sparkling)’ 브랜드와 연계되어 개최된 ‘R16 코리아 스파클링’이라는 대회명은 관광홍보를 위해 구축된 이 슬로건이 폐기되면서 2010년부터 ‘R16 Korea’로 변경되었다.

26) 헤드 스피ンは 머리로만 몸을 지탱하며 몸 전체를 회전하는 기술이며, 나인틴나인티는 한 손으로 물구나무서는 자세로 온몸을 회전하는 기술이다. 에어플래어 Air Flair라고 불리는 에어 트랙은 물구나무 선 자세로 양 다리를 벌린 채, 양 손을 번갈아 가며 바닥을 짚으며 점프와 회전이 동시에 이뤄지는 기술을 말한다.

27) 2010년 처음 도입되는 ‘R16 코리아’ 해외 예선전은 전 세계 이벤트 프로모터들에게 R-16 해외예선전 개최권 라이선스를 부여, R16 이벤트 브랜드의 전 세계 확산을 추진한 것이다. 이 예선전은 해를 거듭할수록 대상국가가 늘어나며, 이는 ‘R-16’에 대한 전 세계 비보이들은 물론 팬들의 열띤 관심과 호응을 보여주는 실례라 하겠다.

28) 한국관광공사, ‘R-16 Korea 2010’ 결과보고서, 19쪽 참조.

29) 한국관광공사, ‘R-16 Korea 2010’ 결과보고서, 9-22쪽 참조.

[표 4] R16 Korea 2010 대회 개요

대회명	R16 Korea 2010
시기	2010년 7월 2일(금) ~ 7월 4일(일)
장소	올림픽 홀, 올림픽공원 만남의 광장, 올림픽파크텔
참가규모	16개국 ³⁰⁾ , 120여명 선수단
종목 ³¹⁾	솔로배틀(비보이/팝핀/락킹), 퍼포먼스 / 크루배틀
부대행사	시민참여 그래피티 축제, 힙합콘서트, 비보이 서클, 스트리트마켓 등
주최	한국관광공사
주관	KBSN
후원	문화체육관광부, 국민체육진흥공단
협찬	아시아나 항공, 칸골, MTN, MARK
모객인원	43,000명
홍보효과	총 681시간 110개국 국내외 방송 중계, 1,282억원 이상의 방송홍보효과(광고료 환산효과)
성과	1) 도시형 대형국제이벤트로 자리매김 2) R-16 Korea 브랜드화로 해외마케팅 시너지 효과 3) 비보이 및 힙합 문화의 한국적 해석 시도

5. R16 Korea 2011 (제5회)

개최한지 5회가 되는 2011년 대회는 전 세계 16개국 200여명의 비보이들이 참가하였다. R16 라인센싱을 통해 개최되는 해외 자체 예선전에 참가하는 국가는 미국, 라오스, 싱가포르, 대만, 베트남, 말레이시아, 태국, 일본, 중국, 카자흐스탄 등 10개국으로 늘어났다. 또한 세계 TOP 비보이 선수인 Red Bull 선수들과 국내 비보이 출신의 연예인(박재범)과의 연계를 통해 글로벌 마케팅을 진행하여 홍보효과를 극대화하는 전략을 제시하였다. “해외

30) 한국, 프랑스, 스페인, 독일, 푸에르토리코, 필리핀, 베트남, 중국, 브라질, 베네수엘라, 도미니카공화국, 네덜란드, 미국, 일본, 러시아, 싱가포르.

31) 네덜란드의 Just Do It이 솔로 배틀, 한국의 Jinjo가 퍼포먼스와 크루 배틀 모두 우승.

예선전 확대를 통해 2011년에는 관광 콘텐츠로서 ‘R16 Korea’ 등 공사 이벤트를 국내외에 확대, 성장시킬 예정이다”라고 말한 한국관광공사 이참 사장의 언급은 한국의 문화에서 비보이가 차지하는 위상을 짐작할 수 있게 한다. 2011대회의 결과를 요약하면 아래와 같다.³²⁾

[표 5] R16 Korea 2011 대회 개요

대회명	R16 KOREA 2011
시기	2011년 7월 1일(금) ~ 7월 3일(일)
장소	서울 올림픽 공원 올림픽 홀, 올림픽 파크텔
참가규모	16개국, 200여명 선수단
종목 ³³⁾	솔로배틀(비보이/팝핀/락킹), 퍼포먼스 / 크루배틀
부대행사	도시거리예술축제, 아시아그래피티 대회, 힙합콘서트, 비보이 서클, 힙합스트리트 마켓 등
주최	한국관광공사
주관	KBSN
후원	문화체육관광부, 국민체육진흥공단
협찬	아시아나 항공, MTN, RED BULL
모객인원	61,200 여명
홍보효과	총노출 효과: 1400억원 이상
성과	1) R-16 Korea 비보이세계대회의 브랜드 위상강화 2) 도시형 대형국제이벤트로 자리매김

6. R16 Korea 2012 (제6회)

세계 메이저 비보이 대회로 그 위상이 확립된 2012년 R16 대회는 대회 라이선스 정책(심사 정책 및 대회 타이틀, Visual Guide 등)을 일괄 적용하여 전 세계 15개 국가에서 자체 예선전을 통과한 크루들이 참여하였다. 300명이 넘는 스트리트 아티스트, 뮤지션, 프로모터와 비보이들의 공연을 전 세계 6만

32) 한국관광공사, ‘R-16 Korea 2011’ 결과보고서, 3~17쪽 참조.

33) 일본의 Taisuke가 솔로배틀, 한국의 Jinjo가 퍼포먼스와 크루 배틀 모두 우승.

여 명 이상이 유튜브를 통해 관람하였다. 또한 비보이라는 영역에서 도시 거리 예술 축제(Urban Street Art Festival)로 확장, 한국을 대표하는 문화관광 콘텐츠로 거듭나게 된다. 2012대회의 결과를 요약하면 아래와 같다.³⁴⁾

[표 6] R16 Korea 2012 대회 개요

대회명	R16 KOREA 2012
시기	2012년 7월 7일(토) ~ 7월 8일(일)
장소	서울 올림픽 공원올림픽 홀
참가규모	16개국 ³⁵⁾ , 200여명 선수단
종목 ³⁶⁾	솔로배틀(비보이/팝핀/락킹), 퍼포먼스 / 크루배틀
부대행사	R-16 어반 아트 페스티벌(Wall Lords 한국대표선발전, 그래피티 시연 및 전시, 힙합스트리트마켓, 스케이트보드 하프 파이프 등), R16 KOREA 2013 애프터 파티
주최	한국관광공사
후원	문화체육관광부, 의정부시, 국민체육진흥공단
협찬	MTN, 월로즈, Red Bull
모객인원	62,944 여명
홍보효과	총노출 효과: 1600억원 이상
성과	1) 해외 예선전 강화로 각 국가별 대회 네트워크 강화 및 R-16 Korea의 위상 및 브랜드 가치 강화 2) 대한민국 대표도시 이벤트로서의 가치 제고 3) 한류스타 및 국내 오디션 프로그램 스타를 통한 국내외 홍보 극대화

7. R16 Korea 2013 (제7회)

세계적으로 인정받는 세계 5대 비보이 대회로 확고하게 자리 잡은 'R16 Korea' 2013대회는 마스터즈 비보이 대회로서만이 아니라 한국을 대표하는

34) 한국관광공사, 'R-16 Korea 2012' 결과보고서, 9~21쪽 참조.

35) 한국, 라오스, 대만, 인도, 프랑스, 싱가포르, 에스토니아, 말레이시아, 호주, 베트남, 미국, 일본, 이탈리아, 덴마크, 중국, 카자흐스탄

36) 일본의 Issei가 솔로 배틀, 한국의 Jinjo가 퍼포먼스, 미국의 Massive Monkees가 크루 배틀 우승.

도시문화축제로 성장하였다. 해외 예전전은 전년 15개국 17회에서 17개국 24회로 확대되었고, 대회 참가자들을 위한 ‘애프터 파티’가 새로운 부대행사로 선보였다. 또한 관광프로그램의 하나로 R16 Korea 2013 Dream Tour Camp가 처음(20명 참가)으로 진행되었다. 아울러 유스트림(USTREAM)을 통해 전 세계 100여 개국 61만 명을 대상으로 온라인 생방송이 중계되었다. 이처럼 2013 대회는 퍼포먼스와 배틀이 중심이 된 대회 본연의 성과에서 온 오프라인에서 비보이 문화를 전파하고 확장하는 전략을 취하고 있음을 알 수 있다. 2013대회의 결과를 요약하면 아래와 같다.³⁷⁾

[표 7] R16 Korea 2013 대회 개요

대회명	R16 KOREA 2013
시기	2013년 7월 13일(토) ~ 7월 14일(일)
장소	서울 올림픽 공원 올림픽 홀
참가규모	20개국 ³⁸⁾
종목 ³⁹⁾	솔로배틀(비보이/팝핀/락킹), 퍼포먼스 / 크루배틀
부대행사	R16 Korea 2013 도시문화축제(Rostarr & Juan Doe Exhibition, 그라피티 작품 차량 전시, 스트리트 마켓), 세계 그라피티 라이브 페이팅 등
주최	한국관광공사
후원	문화체육관광부, 국민체육진흥공단
방송	KBSN(녹화중계방송), USTREAM(온라인 생중계)
협찬	아시아나항공, PUMA, NEWERA, MTN, Red Bull
모객인원	58,155명
홍보효과	총노출 효과: 1,827억원 이상
성과	1) 각 국가별 대회 프로모터들과의 네트워크 및 해외 예선전 개최 확대 및 안정화 2) R16 Korea 2013 Dream Tour Camp 진행 3) 전 세계 온라인 생중계 및 홍보/마케팅 강화 4) 관광상품으로서의 대회의 매력도 강화를 위한 대회 콘텐츠 강화

37) 한국관광공사, ‘R-16 Korea 2013’ 결과보고서, 11~14, 47~49쪽 참조.

8. R16 Korea 2014 (제8회)

2014 대회는 세계23개국 28회 해외예선전을 개최, 약 4만 4천여 명의 참가 규모를 보이는 최대의 이벤트로 성장하였다. 대회 라이선스 정책 체계가 안정화되어 각 국가별 대회 개최 시 R16의 해외 예선전으로 동일하게 관리됨으로써 R16 Korea의 위상을 더욱 공고히 하였다. 또한 2014 대회는 개최 10주년을 향한 3개년 계획의 첫 해로 전 세계의 춤을 사랑하는 젊은이들의 축제이자 세계 최강의 비보이들이 누구나 참가하려는 메이저 대회의 위치를 견고하게 구축하였다. 2014대회의 결과를 요약하면 아래와 같다.⁴⁰⁾

[표 8] R16 Korea 2014 대회 개요

대회명	R16 KOREA 2014
시기	2014년 7월 4 (금) ~ 7월 5(토)
장소	서울 올림픽 공원 올림픽 홀
참가규모	29개국 ⁴¹⁾
종목 ⁴²⁾	솔로베틀(비보이/팝핀/락킹), 퍼포먼스 / 크루베틀
부대행사	도시문화축제, 힙합콘서트, 그래피티 아트 전시회, 스트릿 마켓, 애프터 파티
주최	한국관광공사
후원	문화체육관광부, 국민체육진흥공단, UNDISPUTED
방송	KBSN(녹화중계방송), USTREAM(온라인 생중계)
협찬	아시아나항공, PUMA, NEW ERA, REDELE, MTN
모객인원	67,719명
홍보효과	총노출 효과: 2700억원 이상

38) 한국, 미국, 일본, 중국, 베네수엘라, 독일, 폴란드, 호주, 슬로베니아, 이탈리아, 스위스, 러시아, 라오스, 모로코, 대만, 싱가포르, 네팔, 인도네시아, 프랑스, 크로아티아, 벨라루스, 캐나다, 태국, 말레이시아, 필리핀, 보르네오, 아르메니아, 우크라이나, 영국

39) 일본의 Issei가 솔로 베틀, 일본의 Body Carnival이 퍼포먼스, 한국의 Morning of Owl이 크루 베틀 우승.

40) 한국관광공사, 'R-16 Korea 2014' 결과보고서, 13~16, 43~47쪽 참조.

성과	1) 세계 23개국 28회 해외예선전 개최를 통한 R16 Korea의 선호도 및 인지도 확대 2) R16 Korea 2014 Dream Tour Camp 2기 진행 및 관광 관련 콘텐츠 강화 3) 전 세계 온라인 생중계 및 홍보/마케팅의 지속적 강화 및 효율성 제고
----	--

Ⅲ. 세계 4대 비보이 대회와 ‘R-16 Korea’

1. 세계 비보이 4대 대회의 특성

비보이의 원류인 브레이크 댄스의 기원은 미국 소울 Soul 음악의 대부라 불리는 제임스 브라운(James Brown)이 1972년 10월 27일에 발매한 싱글 앨범 <Get on the Good Foot>을 통해 보여준 독특한 춤 동작에서 찾아지곤 한다. 또는 1970년대 초, 뉴욕에서 활약했던 디제이 쿨 허크(Kool Herc)의 디제잉을 통한 간주, 즉 브레이크 시간 때 댄스를 추던 댄서들의 동작에서 찾기도 한다. 그 유래와 무관하게 1970년대 중반에 태동된 비보이는 1980년대에 들어서면서 <플래시댄스>와 같은 영화(RSC 출연)나 공연, TV 등의 매체에 등장하면서 대중들에게 알려진다. 이후 80년대 중반 이후 비보이 문화의 쇠퇴와 90년대의 재등장의 과정을 거치면서 오늘에까지 이르고 있다.⁴³⁾

세계 비보이의 흐름에서 흥미로운 점은 미국의 비보이 문화가 부침을 겪는 과정에서 유럽에 등장한 힙합 문화와 비보이 활동이다. 비보이가 전성기를 구가하던 1980년대에 미국에서 전파된 유럽의 비보이 문화는 미국 본류의 쇠퇴와 무관하게 그들만의 스타일을 갖추며 성장하게 된다.

1990년대 비보잉의 교과서로 세계 비보이들에게 많은 영향을 미친 ‘비보

41) 한국, 호주, 벨기에, 중국, 체코, 인도네시아, 이탈리아, 일본, 카자흐스탄, 말레이시아, 필리핀, 카타르, 러시아, 싱가포르, 스위스, 대만, 태국, 영국, 미국, 베트남

42) 일본의 Issei가 솔로 배틀, 러시아의 Predator가 퍼포먼스, 한국의 Gambler가 크루 배틀 우승.

43) 비보이의 탄생과 변천에 대해서는 다음 글을 참조할 것; 김기국, 앞의 글, 13-19쪽.

이 스톰(bboy Storm)'이 탄생한 독일은 오랫동안 파워무브의 빠른 스피드와 화려한 테크닉을 앞세워 유럽을 대표하는 비보잉 강국으로 등급하며 1990년 보티를 개최한다. 예술성을 앞세워 스타일 무브에 특이한 동작과 다양한 장르의 춤을 가미하여 퍼포먼스의 완성도를 높인 프랑스는 개인의 기량과 작품성을 고루 갖춘 강국이다. 파워풀한 스타일 무브로 많은 비보이의 선망이 된 '비보이 모리치오(bboy Morichio)'와 비보잉 동작으로 한 손으로 물구나무를 서서 회전하는 '1990' 기술로 세계 최초 20바퀴를 선보이며 한동안 세계 파워무브 1인자로 등극한 '비보이 치코(bboy Cico)'의 출신 이탈리아는 스타일 무브와 파워무브가 발전한 비보잉 강국이다. 탄탄한 기본기를 중심으로 오리지널 스타일에 참신한 아이디어를 가미한 영국은 1996년 비보이 유케이 비보이 챔피언 십을 개최한 비보잉 강국이다.

이처럼 유럽 비보이들의 활약과 성장은 비보잉의 본고장인 미국이 아닌 유럽에서 세계 최초이자 최대의 비보이 국제대회가 개최되는 계기를 마련한다. 이제 비보이계에서 메이저 대회라고 인정되는 세계 비보이 4대 대회의 특성을 간략하게 살펴보자.

1) 배틀 오브 더 이어 Battle Of The Year

BOTY 대회는 1990년부터 시작된 세계에서 가장 오래된 비보이 대회로서 '비보이들의 월드컵'이라 평가받고 있는 권위와 명성을 지닌다. 대회의 운영방식은 본선에 출전한 각 나라의 대표 비보이 크루들의 퍼포먼스를 통해 총 4위까지의 순위를 가려내고, 배틀로 4팀 중 최종 우승팀을 가려내는 것이다. 이러한 BOTY 대회는 독일 하노버 Hanover 근처의 부라운슈바이크 Braunschweig라는 작은 시의 폭스바겐홀에서 개최되다가 2010년부터 2012년까지 프랑스 몽펠리에로 개최 장소를 변경, 2013년부터는 다시 원래의 도시로 옮겨져 개최되고 있다.⁴⁴⁾ 10월 중순 경에 7일 동안 진행되는 대회

44) BOTY는 배틀(토너먼트 형식)과 퍼포먼스로 나뉘어 진행된다. 세계 20여 개국에서 예선을 걸쳐 출전한 크루들이 퍼포먼스를 벌인 뒤, 상위 4개 팀이 토너먼트 형식의 배틀을 벌여 최종 우승팀을 결정한다. 이때 퍼포먼스에서 1위를 한 팀에게 베스트 쇼(Best Show)상이 수여된다. 보다 자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조할 것; <http://www.battleoftheyear.de/>

기간 동안 비보이 경연 외에도 팝핑, 락킹, 뉴스쿨 힙합, We B-Girlz battles 등의 프로그램이 제공된다. 대회에 참여하는 비보이 크루의 배틀 실력은 물론 퍼포먼스의 능력 두 가지를 모두 평가하는 BOTY의 경기 운영방식은 다른 대회와 차이점을 보여준다.

2) 유케이 비보이 챔피언십 UK B-boy Championship

유케이 비보이 챔피언십 대회는 1996년부터 영국 런던의 근교인 Brixton 시의 Carlington Brixton-Academy에서 9월(또는 10월) 중순경에 이틀에 걸쳐 진행된다. BOTY 대회와 달리 이 대회는 배틀로만 우승팀을 선정하는 방식으로 진행된다.⁴⁵⁾ 비보이 배틀을 포함하여 팝핀 1:1 배틀, 락킹 1:1 배틀, 그리고 풋워크, 힙합 프리스타일, Seven2Smoke, Dirty 30s 등의 행사가 진행된다. 타 대회의 경우 전문 MC를 고용하여 행사를 진행하는 경우가 대부분이지만, 이 대회에서는 미국의 전설적인 비보이 크루라 할 수 있는 ‘락스테디 크루(Rock Steady Crew)’의 멤버이자 리더인 ‘크레이지 렉스(Crazy Legs)’가 고정으로 MC를 보고 있다는 점을 특징으로 들 수 있다.

3) 레드 불 비씨 원 Red Bull BC One

레드 불 비씨 원 대회는 다른 메이저 대회와 달리 가장 최근인 2004년에 시작되었다. 특히 이 대회는 매 대회마다 개최국을 옮기는 순환 개최 방식을 취한다.⁴⁶⁾ 각 나라의 예선에서 대표 비보이를 선발하는 지역예선이 있고,

45) 매년 16개국을 대표하는 크루들이 출전하여 예선을 치른 후, 8개 팀을 선정 8강 토너먼트 battle을 통해 우승팀을 가린다. 팀별로 참가하는 크루 배틀과 개인이 출전하는 솔로 배틀로 구성된다. 보다 자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조할 것; <http://bboychampionships.com/>

46) 이 대회는 세계 최고수준의 비보이 16명을 초청, 1:1 솔로 배틀의 토너먼트 형식으로 진행된다. 또한 레드불 비씨원의 특징이라 할 수 있는 점은 자체적인 팀을 형성하고 있다는 것이다. 주로 월드파이널에서 우수한 비보이가 주를 이루며 현재 11명의 비보이로 이루어져있다. 팀명은 '레드불 비씨원 올스타(Red Bull All BC One Stars)'다. 이 팀은 주로 대회의 지역예선 및 대륙예선에 심사위원으로 활동하며 세계 각 국을 돌며 워크샵을 열고 있다. 한국 비보이로는 '드리프트즈 크루'의 '비보이 흥텐'과 '진조크루'의 '비보이 웅'이 있다. 보다 자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조할 것; <http://www.redbullbcone.com/en/>

지역예선에서 뽑힌 비보이는 6개 지역의 대륙예선을 걸쳐 16명의 비보이를 최종 선발하여 월드파이널에 진출하게 된다. 2013년 한국에서 월드파이널을 개최하였으며 비보이 흥텐이 우승하였다.

타 대회에 비해 기업의 전폭적인 지원을 받으며 배틀 공연장에 안마사, 전용연습실 등의 비보이들을 위한 배려와 각종 시스템이 잘 구비된 대회로 인정받고 있다. 또한 배틀이 진행되는 무대를 중심으로 둥그렇게 배치된 관객석은 세계적인 비보이들의 실력을 보다 가깝고 다양한 각도에서 지켜볼 수 있게 함으로써 나머지 세계대회와는 다른 독특한 차별성을 보여준다. 특히 이 대회는 배틀을 벌이는 비보이의 화려하고 복잡한 무브와 손짓, 표정 등을 고품질의 카메라로 포착함으로써 일반 대중들에게 레드불 비씨원만의 뛰어난 영상미를 전해주는 전략도 취하고 있다. 그리고 대회 전날에는 '미디어 데이(Media Day)'라는 행사에 방송사, 신문사, 잡지사 등의 인터뷰와 영상 및 사진촬영을 통해 대회와 월드파이널에 진출한 16명의 비보이에 대해 대대적인 홍보를 한다.

4) 프리 스타일 세션 World Session Free Style

앞에서 설명한 유럽에서 개최되는 대회와 함께 세계 4대 메이저 비보이 대회로 미국에서 개최하는 프리 스타일 세션이 있다.⁴⁷⁾ 미국의 비보이 크로스 원(Cros 1)이 1998년에 처음 개최한 팀배틀 대회에서 출발한 프리스타일 세션은 BOTY와 UK 비보이 챔피언십을 이어 가장 중요한 비보이 대회 중 하나이다. 초창기 미국에서만 열리던 방식에서 탈피하여, 현재는 미국, 유럽, 한국, 일본 등 지역별 예선을 거친 후 월드 파이널(World Final)에서 우승을 놓고 겨루는 형식을 치른다.

프리 스타일 세션은 미국 특유의 개인적인 비보잉을 추구하는 경향과 단체 루틴을 추가한 크루쉽을 확인할 수 있는 오리지널 비보이의 명예가 달린 대회이다. 특히 지역 크루들 간의 비보잉 스타일에 대한 싸움이 대단하지만, 배틀이 끝나고 나서 서로를 아티스트로 인정하는 멋진 모습도 있다. 그러나

47) 프리스타일세션에 대한 보다 자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조할 것;

<http://freestyleession.com/blog/>

초창기 미국에서 탄생한 오리지널 배틀형식으로 어떠한 물도 없이 오직 자신들의 스타일과 감정을 내세우는 형식으로 이뤄졌다. 이 대회는 비보잉 문화가 단순히 경쟁에서 우승하는 목적보다는 진정한 아티스트임을 강조하는 행사이기도 하다.

이처럼 힙합 문화와 비보이의 탄생지라는 미국의 자존심과 오리지널 스타일에 가까운 비보잉을 선호하는 관계로 해서 여타의 국제 대회와 달리 한국의 비보이 크루에게는 난공불락의 대회로 남아 있었다. 하지만 갬블러 크루가 2007년 준우승을 달성하고 진조 크루가 2011 대회에서 한국은 물론 아시아에서는 처음으로 우승함으로써 한국의 비보이 실력을 세계에 알리는 계기가 되었다.

2. 'R16 Korea' 대회와 비보이 문화의 확산

현재 한국에서 활동하는 비보이는 약 3000명으로 추산되며 이 중 10여개 팀 100명 정도는 어떤 국제 대회에 내놓아도 손색이 없을 정도로 그 기량이 탁월하다. 국내 비보이 크루들은 갑작스레 세계무대에 등장해 처음 보는 엘보우 스핀elbow spin, 나인틴나인틴nineteen ninety, 프리즈freeze 등의 독창적인 파워 무브 Power move⁴⁸⁾를 구사하는 경이로운 기량을 선보이며 세계 비보이 대회에서 끊임없이 우승 소식을 전해주었다. 대한민국의 비보이 크루들은 세계 4대 메이저 비보이 대회에서 독일과 프랑스가 15년 동안 이룩한 성취를 단 5년 만에 이루는 불가사의한 면모를 보여주었다는 평가를 받는다.⁴⁹⁾

한국관광공사가 주최하는 'R16 Korea' 세계 비보이 마스터즈 대회는 오늘날 전 세계에서 가장 뛰어난 비보이와 크루를 선출하는 대회로 부상하였다. 'R16 Korea'는 기존 국제 4대 메이저대회에 비해 짧은 역사에도 불구하고

48) 대부분 원심력을 활용하는 회전 기술로서 강한 근력, 고도의 균형 감각, 세밀한 기술을 바탕으로 전개되는 기술. 파워 무브는 회전 시 다리를 많이 사용하기 때문에 회전을 통해 만들 수 있는 원의 반경이 넓은 편이고 그래서 상당히 역동적으로 보이는 기술이다.

49) 세계 비보이 계에서 차지하는 한국 크루의 위상과 기량에 대해서는 영화 <플래닛 비보이>를 참조하였다.

고 빠른 발전을 이루며 모든 비보이들이 참여하기를 원하는 ‘꿈의 무대’로서 세계적인 비보잉 대회로 인정받고 있는 것이다. 그렇다면 ‘R16 Korea’가 기존 4대 메이저 대회를 5대 메이저대회로 바꾸며 급부상한 배경과 이를 통해 국내외 비보이 문화는 어떻게 변화되었는지를 살펴보자.

1) 한국 비보이들의 국제대회 석권

세계 비보이들에게 전혀 알려지지 않던 상태에서 한국의 비보이는 2001년 BOTY 베스트 쇼 수상 이후 세계 비보잉계에 신선한 충격과 함께 갑작스럽게 두각을 나타내기 시작하였다. 이후 세계 비보이계는 메이저 대회에서 연이어 우승을 하는 한국 비보이에 대한 관심을 갖게 되었다. 그리고 오늘날 세계 비보이들이 한국 비보잉 스타일을 배우기 위해 한국을 방문하거나 대회심사와 초청공연을 하면서 한국 힙합문화를 이해하고 비보잉 강대국으로의 인식을 더 하게 된다.

2007년 국내에서 전 세계 비보이 크루 중에서 가장 뛰어난 비보이들이 참여하는 ‘R16 Korea’ 대회를 성공적으로 개최할 수 있었던 배경에는 앞에서 언급한 한국 비보이들이 국제 대회에서 거둔 성적에 기인하는 바가 크다. 한국 비보이가 국제대회에서 거둔 실적 없이 정부 주도만으로 대회를 개최하였다면 R16과 같은 장기적인 국제 메이저대회의 탄생뿐만 아니라 대회를 유지하기도 어려웠을 것으로 판단된다.

2) 대회 후원의 차이점

R16 Korea가 기존 4대 대회와의 차이점의 또 다른 하나는 대회 주관을 개인과 기업이 아닌 정부 차원에서 진행된다는 점이다. 개인과 기업은 자신의 명예나 기업 홍보를 위해 비보잉이라는 문화를 활용하지만, ‘R16 Korea’는 국가를 대표하는 문화로 활용하고 있다는 점에서 그 특징을 찾을 수 있다.

보티(BOTY)랑 유케이(UK Championship)는 기업 후원이고, 레드 불(Red Bull BC One)은 기업이 하는 이벤트구, 프리스타일 세션은 개인이 하는 거예요. (더키 인터뷰, 2013.11. 13)

힙합을 구성하는 하나에 속하는 비보잉이 청소년 문화를 대표하는 문화로 급성장한 배경에는 개인이나 기업의 후원이 아닌 국가 혹은 정부의 차원에서 대회를 주관 및 후원한 점에서도 찾을 수 있다. 이처럼 외국에서는 하위 문화로 인식되던 비보잉이 뒤늦게 수용된 한국에서는 주류문화로 급부상하여 정부의 지원을 받고 있다는 점이 국제 4대 대회와 다른 문화적 인식의 차이점을 보이고 있다.

3) 일본에서 한국으로의 지역이동

2001년 BOTY에서 비주얼 쇼크가 베스트 쇼 상수상하기 전까지세계 비보이들은 아시아의 비보잉 강국을 일본으로 인식하고 있었다. 그러나 2001년 이후 세계대회 석권을 통해 급격한 발전을 이룬 한국 비보이들의 활발한 활동은 아시아는 물론 세계 무대에서 한국을 신흥 비보잉 강국으로 주목하게 하였다. 한국보다 오랜 비보잉 역사를 지닌 일본은 현재 국제 메이저대회로는 저팬 프리스타일 세션만을 가지고 있다. 그러나 국제대회라기보다는 미국에서 열리는 프리스타일 세션 본선에 오르기 위한 예선전이기에 때문에 ‘R16 Korea’에 비해 대회 규모나 취지 면에서 부족함이 드러난다.

일본도 가장 핫한 게 프리스타일 세션 저팬(중략). R-16이 다른 4대 대회랑 다른 거는 아시아에 있단 얘기에요. 그게 되게 큰 거 같아요. 그거는 정말 커요. 아시아에서 주최하는 세계대회 중 하나. (중략) 예를 들어 아시아에도 많은 국가가 있었는데 그런 걸 해낸 국가는 없었죠. (더키 인터뷰, 2013.11. 13)

유럽과 미국 쪽에는 메이저대회가 많은데 아시아 계통에는 메이저 대회가 없어요. 그래서 메이저, 아시아 쪽에서 최초가 될 수 있는 R16이라고 생각합니다. (중략) 유럽이라던지 미국 쪽에서도 아시아 쪽 비보이들을 되게 높이 평가했는데 그 높이 평가한 만큼 R16이라는 대회가 개최가 되면서, 아! 비보이 문화적으로도 아시아 국가 중에서도 한국이 굉장히 올라왔구나! 수준이 굉장히 문화적으로도 높아졌구나! 라고 볼 수도 있는 거죠. (중략) 일단 아시아 국가에서는 이런 메이저대회라고 등극할 수 있는 게 R-16이 독보적이고요. 그리고 세계대회에서는 점점 세계 대회, 메이저

대회가 점점 생겨난다기보다는 기존에 있는 대회들도 조금씩 없어져가는 시점이기 때문에 그런 부분에서는 반드시 독보적이라고 생각이 듭니다.
(너클 인터뷰, 2014. 2. 4)

아시아에 강국이었던 일본에 이렇다 할 국제 메이저대회가 없는 점과 비보잉의 불모지였던 아시아에 갑작스레 등장한 한국은 유럽과 미국에 편중된 국제 메이저 대회에서 세계 비보이들의 호기심 속에 관심받을 수 있는 지역적 특징을 보이고 있다. 이러한 인식의 전환은 한국 비보이들의 지평을 확대하고, 결과적으로 ‘R16 Korea’가 국제 메이저 대회로 빠르게 성장할 수 있었던 요소로 작용하게 되었다.

4) 비보이와 관람객들이 함께 공유하는 청소년 문화

기존 4대 메이저 대회의 주된 목적은 비보잉 문화의 한계성을 지닌, 비보잉 문화 자체에만 국한되어 마니아들에게 집중되어 있다는 점을 들 수 있다. 비보잉 자체의 발전을 위한 기존 4대 메이저 대회의 형식, 즉 공연으로서의 퍼포먼스와 배틀은 전문 비보이들을 위한 무대로 인식되어 왔다. 또한 전문 비보이들의 역동적인 춤을 관람하러 온 관객들의 대부분은 적극적이고 능동적 체험보다는 소극적인 관람에 치우쳐 있는 것도 사실이다.

그러나 ‘R16 Korea’는 비보이를 대상으로 하는 비보이 마스터즈 대회와 함께, 이를 관람하는 관객들이 힙합 문화에 능동적으로 참여할 수 있는 다양한 부대행사를 진행하고 있다. 비보잉 공연이 진행되기 전에 지역 시민들과 관람객들이 그래피티나 비보잉을 배우거나 체험할 수 있는 여건을 마련하여 수동적인 관람에서 적극적인 참여 의식을 높이고 있다는 점을 발견할 수 있다.⁵⁰⁾ 이러한 점은 전문 비보이들의 마니아적인 대회형식을 넘어 일반인들도 함께 참여하고 즐길 수 있는 열린 문화의 공간으로 확장된 것이라 하겠다.

50) 부대행사 중에서 춤에 관련된 옷과 악세서리를 판매하는 ‘스트리트 마켓’, 시민들이 그래피티를 체험할 수 있는 ‘그래피티 축제’, 공연이 끝나고 나서 관객과 출연자와 관계없이 누구나 자유롭게 어울릴 수 있는 ‘애프터 파티’, 시민들이 거리문화를 체험할 수 있도록 거리에 매트를 설치하고 누구나 음악에 춤을 즐길 수 있는 ‘시민들의 체험존’ 등이 여기에 해당된다.

또한 전문성을 유지하되 일반적인 접근을 통해 힙합 문화를 소수만이 향유하는 하위문화에서 벗어나 대중과 소통하는 주류 문화로의 확산시키는 결과를 가져왔다. 물론 모두가 공유하고 소통하는 ‘R16 Korea’의 문화적 특성은 개인과 기업이 아니라 정부의 주도하에 개척된다는 점과도 연관성이 있다.

4. 문화콘텐츠로서의 R16 비보이 문화의 한계와 전망

현재 ‘R16 Korea’는 이제 비보이 문화를 넘어 전 세계인이 어우러져 함께 하는 새로운 한류의 문화콘텐츠이자 문화축제로 떠오르고 있다. 존경 Respect을 의미하는 대회명 R에서도 알 수 있듯이 이제 ‘R16 Korea’는 대회에 참가하는 선수들은 물론 관객들의 국적, 언어, 그리고 인종을 초월하며 전 세계 사람들과 존경하고 교감하며, 비보이(더 나아가 힙합) 문화를 통해 하나가 된 세계를 만들어 간다는 대회 초기의 개최 목적을 달성하였다고 평가받고 있다.

흥미로운 점은 비보이 배틀에 초점을 맞추었던 2007년 ‘R16 코리아 스파클링’ 대회의 외연이 확장되었다는 것이다. 2007년 첫 대회는 드라마·영화·가요 위주의 한류 콘텐츠의 장르적 범위가 비보이라는 새로운 영역으로 확장할 수 있음을 확인한 대회였다면, 2008 대회는 전 세계를 대상으로 비보이를 포함한 힙합 문화 전반을 대회에 참가하는 관객들에게 제공하게 된다. 2009 대회는 인천세계도시축제와 연계하여 비보이 문화를 자연스럽게 청소년이 중심이 된 도시문화로 확장하였다. 그리고 2010 대회에서는 우리의 전통 놀이가 가미된 김덕수의 ‘판’, 태권도와 비보이의 합동 공연으로 고유한 한국의 매력을 제시하는 비보이 등 힙합 문화의 한국적 해석을 시도하기도 하였다.

‘R16 Korea’ 대회를 구성하는 행사 프로그램을 살펴보면 ‘R16 Korea’ 대회의 변천에 따른 비보이 문화의 확산을 확인할 수 있다. 이를 위해 각 대회의 메인인 비보이 경연(팝핀과 락킹을 포함) 이외의 부대행사(도시문화축전과 연계되는)가 어떤 것이 있는지를 알아보자. 아래 제시된 표는 ‘R16 Korea’의 대회별 부대 행사를 정리한 것이다.

[표 9] 각 대회 별 부대 행사

1	슈퍼콘서트, 힙합(스트리트, 갤러리, 샵), 비보이 서클, 비 걸 댄스 교습 등
2	UK 팝핀, 락킹 예선, BOTY 비걸 배틀 예선, 그래피티 전시회(월 페인팅), R-16 사진 갤러리 등
3	UK비보이챔피언십 한국대표선발전, 팝핀, 락킹 대회 그래피티 축제, 비보이세션데이, 힙합콘서트,
4	시민참여 그래피티 축제, 힙합콘서트, 비보이 서클, 스트리트마켓 등
5	도시거리예술축제, 아시아그래피티 대회, 힙합콘서트, 비보이 서클, 힙합스트리트 마켓 등
6	R-16 어반 아트 페스티벌(Wall Lords 한국대표선발전, 그래피티 시연 및 전시, 힙합스트리트마켓, 스케이트보드 하프 파이프 등), R16 KOREA 2013 애프터 파티
7	R16 Korea 2013 도시문화축제(Rostarr & Juan Doe Exhibition, 그래피티 작품 차량 전시, 스트리트 마켓), 세계 그래피티 라이브 페이팅 등
8	그래피티 아트 전시, 스트리트 마켓, 애프터 파티

표를 통해 알 수 있듯이 'R16 코리아'는 다른 4대 비보이 대회와 달리 다양한 부대행사를 매회 제공하고 있다. 이처럼 R16 Korea의 부대행사는 특정한 비보이 프로덕션이나 비보이 크루에 의해 운영되는 상업적 목적의 공연장이 아닌 청소년 관객들이 즐거움을 위해 자연스럽게 부담 없이 모일 수 있는 공간으로 작용한다. 공연장의 단한 무대가 아닌 길거리의 열린 공간이야말로 초기 비보이가 태동한 열정과 패기, 저항과 창조가 일어나는 무대이기 때문이다.⁵¹⁾

2000년대 중반 세계대회의 잇따른 석권으로 미국과 유럽에 비해 국내에 뒤늦게 붙어 닦친 비보이 열풍은 한국의 언더그라운드 문화의 주류를 바꾸

51) 물론 R6 Korea 이외의 메이저 대회에서도 유사한 부대행사가 존재한다. 예를 들어 BOTY에서 워업 Warm-Up & After-Show 파티, 댄스 공연의 밤 등이 그것이다. 하지만 이들 부대행사는 R16 Korea와 달리 비보이가 중심이 된 행사라는 차이점을 갖는다.

었다. 기존의 지배문화에서 벗어나 음지에서 그리고 아무도 알아주지 않는 열악한 현실 속에서 비주류 청소년들의 하류 문화인 비보이는 이제 청소년 문화를 구성하는 중요한 축의 하나임과 동시에 한국적 문화코드의 한 부분으로 자리매김하였다. 비보이는 오늘날 더 이상 비주류에 속하는 10대들만의 춤이 아니라 국내 비보이 인프라에 대한 저변과 자신감을 통해 한국은 물론 전 세계에 그 경쟁력과 문화콘텐츠적 가치를 보여주고 있다.⁵²⁾

하지만 새로운 한류 문화콘텐츠로 접근했던 비보이에 대한 미디어의 관심이 상대적으로 줄어 든 현재, 배틀과 퍼포먼스와 같이 마니아층만을 대상으로 하는 비보이가 아니라 대중들 누구나가 쉽게 접근할 수 있는 비보이 문화의 확산이 필요한 시점이다. 아울러 뉴욕 빈민가의 흑인과 히스패닉 사이에서 폭력 대신 탄생한 배틀, 거리의 하위 문화를 거쳐 대중문화의 한 장르가 되기까지의 문화사적 변천 과정에 대한 숙고와 고민이 필요하다. 태생부터가 기득권에 대한 저항에서 출발한 힙합에 스며있는 언어문화적 특성, 예를 들면 비속어와 은어로 가득 찬 랩의 과격한 표현이나 전통 문법에서 벗어난 폭력적이고 과격적인 몸짓 등은 기존의 대중문화와 어떤 차이점이 있는지를 알아볼 필요가 있다.⁵³⁾

그리고 이러한 차이점을 인식하고 극복한 이후에 한국의 비보잉은 우리의 문화에 맞게 흡수되고 정착되어 새로운 우리만의 비보잉을 창조해야 한다. 국정홍보처, 한국관광공사, 기업들의 비보이를 향한 후원은 매우 의미 있는 일이다.⁵⁴⁾ 또한 최근 비보이 공연에서 우리 고유의 사물놀이, 판소리, 춤 등

52) 위성방송 KBSN에서 비보잉에 대한 정확한 정보와 비보이 문화를 전달하기 위해 비보이 프로그램 ‘소울 시티(Soul City)’와 ‘배틀 오브 더 이어’를 편성한바 있으며, M.net, MTV 등의 케이블방송에서도 비보이 관련 프로가 방송된 바 있다.

53) 사실 비보이 배틀의 경우 일반인들은 비보이가 보여주는 무브들의 기술적 난이도와 차이를 구별할 수가 없다. 이색적인 문화 트렌드로 당장 보기에 화려하고 멋있 비보잉이나 여기에 단순하게 결합된 드라마, 영화, 뮤지컬, 퍼포먼스 등의 생명력은 길지 않았던 것이 사실이다. 국내에서 공연되는 이들 작품들이 표면적으로만 비보잉을 표방할 뿐 실제로는 현대무용을 포함한 다양한 춤들이 혼합된 퍼포먼스이거나 힙합콘서트의 형태이기 때문이었다.

54) 하지만 4대 메이저 비보이대회와 차별되는 관(官)주도의 대회가 갖는 한계 역시 뚜렷하다. 비보이들만을 위한 무대보다는 대중적인 요소에 집중한 나머지 비보이들만이 향유할 수 있는 무대는 협소해지고, 초청공연으로 온 랩퍼나 가수들을 보기

의 전통문화예술과 어우러진 접목이 이루어지고 있음은 매우 고무적이다. 전통과의 접목을 통해 한국의 비보이 문화가 세계적인 인정과 평가를 받을 수 있기 때문이다. 하지만 이러한 지원과 변화가 비보이 문화를 고부가가치의 상품으로 취급, 마케팅과 홍보, 그리고 상업화를 위한 목적으로 전략한다면, 한국 비보이 문화가 현재 누리고 있는 경쟁력에 적지 않은 영향을 미칠 것이다. 따라서 비보이를 향한 관심과 지원이 단기적이 아니라 지속적으로 이루어져야만 한다.

아울러 비보이들 스스로도 경연 위주의 무브만이 아니라 비보이 퍼포먼스를 다양한 콘텐츠의 무언극을 개발하여 극장공연으로 기능할 수 있는 노력이 요구된다. 파워무브와 배틀이 중심이 된 대회라는 차원에서 현대무용, 한국무용, 연기와 더불어 마당극과 남사당놀이의 특성을 연구하고 습득하여 융합한다면 독창적인 공연예술작품으로 국제무대에서 경쟁력을 갖출 수 있을 것이다. 이를 통해 세계 최강의 대한민국 비보이 크루는 배틀무대에만 머무는 것이 아니라, 스스로가 비보이 콘텐츠를 이끌어 갈 수 있는 문화콘텐츠를 창안할 수 있는 능력을 갖출 때 세계 문화예술공연 시장에서 한국 비보이 문화의 경쟁력이 차별성을 갖게 될 것이다.

위한 관람으로 인해 비보이의 무대보다는 초청공연에 쏠리는 현상도 있게 된다.

❖ 참고 문헌

- 김기국, 「대한민국 비보이 크루의 역동적 스토리텔링」, 『비교한국학』20-1, 2012.
김수용, 『힙합』 1-24, 서울문화사, 1999~2004.
김영대 외, 『한국 힙합, 열정의 발자취』, 한울, 2008.
김정훈, 『위대한 힙합 아티스트』, 살림, 2004.
김효근, 『춤으로 세계를 제패하다, 대한민국 B-boy』, 길벗, 2006.
박선희(글)·임희재(그림), 『댄스배틀』 1, 흥진 P&M, 2007.
박형준, 『박형준의 B-boy School』, 도서출판 래, 2006.
이우재, 『힙합, 새로운 예술의 탄생』, 돌출새김, 2010.
한국이벤트경영연구소, 『R16 세계비보이대회 개최효과 및 발전방안 최종보고서』, 2013.
한국관광공사, ‘R-16 Korea Sparkling’ 결과보고서, 2008 & 2009.
_____, R-16 Korea Wolrd B-Boy Masters Championship 결과보고서, 2010-2014.
더키 & 너클, 인터뷰, 2013.11.13. & 2014.02.04.

- 비보이 관련 사이트

- 갬블러 크루 카페 (<http://cafe.daum.net/bboy>)
코리아락 (<http://koreanroc.com/>)
BboyWorld (<http://www.bboyworld.com>)
BOTY (<http://www.battleoftheyear.de>)
Freestyle Session (<http://www.freestylesession.com>)
Red Bull BC One (<http://www.redbullbcone.com/>)
R-16 코리아 (<http://r16korea.com>)
UK Bboy Championship (<http://bboychampionships.com>)

❖ ABSTRACT

Significance of the R16 Korea Contest as Culture Contents

Kim, Gigook · Lee, Woojae

Significance of the R16 Korea Contest as Culture Contents. Known for relentless practice and intense moves, widespread presence on the Internet, strong ethnic elements highlighting Korean physical attributes and collective culture, b-boying occupies a special place in Korea today. News of four consecutive wins in major b-boy contests around the world have changed the common public conception that b-boys are simply a group of problem boys and students in hip-hop clothes intent on showing off their dance moves. B-boying is no longer perceived as a dance that is performed in the shadowy underground but as a dynamic and beautiful art form of physical expression that is part of today's popular culture.

This paper examines the significance of R-16 Korea as culture contents and its main event, the World B-boy Masters Championship. It introduces how the contest has developed since 2007 to reach popular influence and gain international recognition. The paper also compares R-16 Korea to the world's four major b-boy contests, Battle Of The Year, UK B-boy Championship, Free Style Session, and Red Bull BC One to see if any distinctions could be found among them and to evaluate the significance of R-16 Korea as cultural content in its rise to one of the world's top 5 major b-boy contests. Finally, this study makes suggestions for b-boying to become more established as part of Korea's culture contents.

Key Words

R16 코리아, 비보이, 한국비보이 크루, 문화콘텐츠, 비보이문화

R16 Korea. B-boy, Korean B-boy crew, culture contents, B-boy culture

논문접수일: 2015년 05월 10일

심사완료일: 2015년 06월 10일

게재확정일: 2015년 06월 17일