

# 웨이브엔터테인먼트 설립, 기획사 사장된 '타일러·줄리안'

스케줄 운영·관리 시스템 자체 개발  
"수익 10%만...연예인 의사 최우선"  
"외국인도 차별화된 콘텐츠 필요"  
강연·토크콘서트 통해 브랜드 확장

타일러 라쉬(35)와 줄리안 키타르트(36)는 국내 엔터테인먼트업계 변화를 꿈꿨다. 2014년 JTBC 예능물 '비정상회담'을 시작으로 약 10년간 방송 활동하며 매니지먼트 문제점을 몸소 느꼈다. 타일러는 스스로 스케줄 운영·관리 시스템을 만들었고, 친한 줄리안에게도 적용하며 점점 체계화했다. 올해 2월 웨이브엔터테인먼트를 세운 계기가 됐다. 웨이브엔터테인먼트는 연예인은 스마트폰으로 어떤 일이 들어오고 어떻게 진행되는지 실시간으로 확인 가능하다. 기존 기획사에서 매니저가 스케줄을 조율·통보했다면, 웨이브엔터테인먼트는 연예인이 먼저 의사결정하는 방식이다.

"솔직히 나도 매니저먼트와 갈등을 겪었다. 난 정리하고 체계화된 걸 좋아하는데, (매니저가) 수시로 연락해 '할 수 있니?'라고 하더라. '그게 뭔데?'라고 물으면 설명이 안 되고, 정보가 없어서 결정할 수도 없었다. 방송 시작한 지 1년도 안 됐을 때 전화와 카톡으로 섭외 연락이 오는 상황이었다. 대학원을 다니면서 논문 쓰고, 학술회 발표를 앞두고 있었는데 광고 스케줄이 확정됐다고 해 난감했다. 반대로 매니저가 먼저 걸러내 나에게 전달 안 되는 경우도 있었다. 결국 이러한 모든 걸 볼 수 있는 플랫폼을 스스로 만들었고, 웨이브엔터테인먼트를 세우기 전 활용했다."

웨이브엔터테인먼트는 외국인인 세운 국내 최초 매니지먼트사다. 미국 출신 타일러와 벨기에 출신 줄리안이 함께 만들었다. 타일러는 IT 협업 툴을 활용해 시스템을 자체 개발했고, 지난해 7월월부터 시범 운영했다. 줄리안은 홈페이지 등을 만드는 데 힘을 보탰다. 기획사를 세우는 데는 꼬박 1년 정도 걸렸다. 타일러는 소속 연예인에게 꾸준한 피드백을 받고 있다. 매번 시스템을 업데이트할 수 없는 만큼, 3개월간 의견을 받고 우선순위를 정해 보완할 계획이다. 아직 초기화 단계지

만, 향후 다양한 기업에서 활용할 수 있도록 하는 게 목표다.

처음에는 줄리안도 '일이 끝나는 게 아닐까?' 우려했다. "한국은 웬만한 업무를 전화로 하지 않느냐. 인터넷도 빠르지만, 초반에는 이 시스템이 익숙하지 않았다. '문의를 안 오면 어떡하나?'라는 걱정도 했는데, 오히려 일이 점점 늘었다"고 귀띔했다. "누군가로부터 연락이 오면 매니저가 전화를 받고 정리하는 게 첫 단계인데, 정보가 불확실한 경우가 있다"며 "우리는 시스템을 체계화 해 문의가 들어오면 연예인에게 모두 공유한다. '하겠다'고 하면, 이후 매니저가 개입한다. 연예인 의견을 가장 우선시 한다"고 강조했다.

"난 환경에 관심이 많다. 가끔씩 출연료가 맞지 않아도 취지가 좋으면 하고 싶을 때가 있다. 반대로 채식주의자라서 비건이 아닌 제품은 광고하고 싶지 않은 경우도 있다. 타일러와 함께 시스템을 체계화, 일의 순서를 바꾸면서 결정권이 훨씬 높아졌다. 일할 때 스트레스가 훨씬 덜하고, 내가 결정해서 더욱 책임감이 생긴다. 내가 '오케이' 해 '왜 이렇게 일 많느냐'며 남의 탓도 하지 않게 됐다."

타일러와 줄리안은 기존 기획사처럼 수익을 내는 데만 초점을 맞추지 않았다. 소속 연예인과 서로 협력해 시너지 효과를 내고 있다. 총 9명이 뜻을 함께 했다. 인도 출신 니디 아그르왈을 비롯해 프랑스 혼혈 사라 수경, 브라질 카를로스 고리도, 러시아 출신 귀화 한국인 일리아 벨라코프, 폴란드 프세르스와브 크롭피에츠, 파키스탄 자히드 후세인 등이다. 타일러는 "웨이브엔터테인먼트와 함께 하는 분들이 자신만의 길을 찾아서 개척할 수 있도록 도울 것"이라고 했다.

줄리안 역시 "연예인이 결정권을 가져갈수록 더 열심히 일하고 더 될 수 있다"는 주

의다. "회사는 (소속 연예인 수익의) 10%만 가져간다. 대신 본인이 좀 더 결정할 수 있게 했다"며 "난 헤어·메이크업에 가는 걸 안 좋아한다. 가끔씩 방송에서 헤어·메이크업을 해주면 만족한다. 반대로 어떤 사람은 스킨케어 가는 걸 좋아할 수도 있다. 그래서 헤어·메이크업 비용은 스스로 낸다"고 설명했다. "처음에는 다들 '말하는 거 아니냐' '남의 게 있는냐고 놀라더라'면서 "따로 투자 받지 않고 시작했다. 우리가 직접 투자했고, 점점 수익을 내면서 재정이 안정된 상황이다. 수익 구조를 단순히 하지 않고, 자체 행사가 할 계획"이라고 덧붙였다.

"계약할 때 단순히 '예쁘다' '잘생겼다'가 아니라, 이 사람의 스토리가 무엇인지 살펴봤다. 예전에는 방송가에서 외국인이라는 자체만으로도 신선했지만, 이제 차별화된 콘텐츠가 필요하다. 때문에 자기만의 콘텐츠가 있는 사람 위주로 택했다. 우리는 가족 같은 회사가 되고 싶지 않다. 커뮤니티를 지향한다. 가족은 개입하려고 하지 않느냐. 우리는 일 할 때 카카오톡 대신 '슬랙' 메신저를 사용, 개인 시간과 일을 분리한다. 급할 때만 카톡으로 '연락 한 번만 확인해줘'라고 한다."

웨이브엔터테인먼트는 계약 방식도 독특하다. 먼저 가입 신청서를 작성하면 계정이 생기고, 데이터 형성 후 웨이브엔터테인먼트 유저가 될 수 있는지 판단한다. 타일러는 "모두 같은 절차를 통해 들어왔다. (가입 신청서를 작성하면) 이 커뮤니티에 누가 들어오면 좋는지 공정성을 가질 수 있다"며 "현재 외국인만 있는 건 우연이다. 한국 연예인들도 같이 해줬으면 좋겠다. 홈페이지에 가입 신청서가 있으니 많은 관심을 가져달라"고 청했다.

유튜브·틱톡 등 SNS 발달로 인플루언서가 등장하면서 연예인과 비연예인 경계가 점차 사라지는 추세다. 인플루언서 기획사 개념인 멀티채널네트워크(MCN) 시장도 커지고 있다. 외국인 인플루언서도 많은데, 개인적인 문제로 구설에 오르는 경우도 많다. 타일러와 줄리안은 웨이브엔터테인먼트 위기관리 관련해서도 고민이 없지 않다. 줄리안은 "최대한 방지하기 위해 노력할 것"이라며 "소속 연예인을 존중하고, 위기관리를 방지하기



위해 점차 시스템도 체계화할 것"이라고 설명했다.

특히 타일러는 10여 년간 방송 활동하며 겪은 고충과 조언 등을 정리해 데이터화 했다. 또 소속 연예인 성향 등을 기록, 함께 일하는 이들에게 공유하고 있다. "예를 들어 행사에 갔을 때 매니저가 없는데, 주최 측에서 추가로 부탁하는 경우 자칫 잘못하면 관계가 틀어질 수 있지 않느냐. 내 경험을 바탕으로 예문을 만들었고, 이런 곤란한 상황에서 적용하는 방법을 종정리했다"며 "현장에 갔을 때 연예인이 싫어하는 빨간색 옷이 준비 돼 있으면 난감하지 않느냐. 이런 걸 미리 정리하고 체계화해서 공유하면 그나마 문제를 최소화하고 대응할 수 있을 것"이라고 내다봤다.

앞으로 웨이브엔터테인먼트는 자체 콘텐츠를 통해 브랜드를 확장할 방침이다. 강연을 기획하고, 토크 콘서트 등도 진행할 계획이다. "내가 나서는 것도 좋아하지만, 다른 사람이 잘 될 때 만족도 크다. 대외적으로 얘기하지 않았지만, 대행사 일을 8년 넘게 하면서 행사가 잘 될 때 보람을 느꼈다. 회사를 만든 이유 중 하나도 서로 빛을 주고 좋은 영향을 끼치고 싶었다. '연예계 시장을 바꾸겠다'는 생각보다, 우리에게 맞게 만들었다. 그래도 웨이브엔터테인먼트가 조금이나마 (국내 엔터테인먼트) 영향을 주면 기분이 좋을 것 같다."

## 포레스텔라 배두훈, 배우 강연정과 내달 결혼



크로스오버 그룹 포레스텔라(Forestella)의 매행 배두훈(36)이 배우 강연정(36)과 5월 결혼한다. 소속사 비트인터테인먼트는 3일 "배두훈이 강연정과 8년여 교제 끝에 5월 결혼식을 올린다."

배두훈은 결혼 후에도 활발한 활동을 이어갈 것"이라고 밝혔다.

배두훈은 이날 팬카페에 자필 편지를 올리고 "5월, 저와 오랜 시간을 함께 해오던 분과 인연의 결실을 맺으려고 합니다. 부족한 저를 더 나은 사람이 되게끔 해주었고, 긍정적이고 밝은 삶을 살 수 있도록 이끌어준 참 고마운 사람입니다. 그분과 이제는 '부부'라는 이름으로 새로운 시작을 하려 합니다"라고 적었다.

이어 "늘 그랬던 것처럼 열심히, 최선을 다해 잘 살아가겠습니다. 보내주시는 사랑만큼 배풀고, 더 큰 사랑으로 보답하며 살겠습니다"라는 결혼 소감을 전했다.

## 마마무+ 첫 싱글 활동 성료...완전체 내달 16일 월드투어 개최



그룹 마마무의 유닛 마마무+(마마무 플러스)

### 컴백과 동시 해외 차트에서 괄목할 성적 거둬

스가 신보 활동을 성황리에 마쳤다. 마마무 플러스는 지난달 29일 첫 싱글 앨범 '액트 원, 신 원(ACT 1, SCENE 1)'을 발매한 가운데, 컴백 첫 주 Mnet '엠카운트다운', KBS2 '뮤직뱅크', SBS '인기가요'에 연이어 출연해 타이틀곡 'GGBB' 컴백 무대를 가졌다. 신곡 'GGBB'는 이지 리스닝 곡으로, 상대에게 완전히 빠져버린 모습을 노랫말로 표현한 곡이다.

마마무 플러스는 컴백과 동시에 해외 차트에서 괄목할 성적을 거뒀다. 타이틀곡 'GGBB'가 공개 직후 전 세계 10개 국가 및 지역 아이튠즈 톱 송 차트 TOP10에 진입했고, 수록곡 'LLL' 역시 상위권에 안착했다. 월드와이드 아

이튠즈 송 차트에서도 10위를 기록하기도 했다.

'무무들을 위한 앨범'이라는 멤버들의 소개 말처럼, 첫 싱글 앨범 '액트 원, 신 원'에는 마마무 플러스의 상반되는 매력을 담았다. 이들은 앨범에 수록된 모든 곡들의 뮤직비디오를 제작했고 팬송인 'LLL'의 작사, 작곡에도 직접 참여했다.

한편 마마무 완전체는 오는 5월 16일(현지시간) 뉴욕을 시작으로 미국 9개 도시에서 데뷔 첫 월드투어 '마마무 월드투어 '마이 콘'(MAMAMOO WORLD TOUR 'MY CON')'의 미주 공연을 개최한다.

뉴스

## 류준열의 특별한 사진수업...tvN 다큐

배우 류준열이 제주도의 아름다운 풍경을 사진으로 남긴다.

tvN 다큐멘터리 '류준열과 교복 입은 사진가들'은 류준열과 고등학생 6명이 제주도를 누비며 사진을 찍고, 자연환경 아름다움과 이를 지켜야 할 이유를 발견하는 과정을 담는다. 22일 '지구의 날'을 기념해 제작했으며, 드론을 제외하고 스마트폰으로 촬영했다.

류준열은 국제 환경보호단체 그린피스 운동가로 활동했다.

일상에서 환경보호에 앞장서고 있으며, 사진전을 열기도 했다.

이번 다큐에선 체험 학습 교사로 변신했다. 데뷔 전 연극·뮤지컬 방과 후 선생님이로 활동한 만큼, 아이들과 자연스럽게 어울렸다. "이 체험에 함께 할 수 있어서 기쁘고 반갑다"며 조인을 아끼지 않았다.

이 다큐는 제주도 곳(숲)과 바닷(바다), 오름을 조망할 예정이다.



## 뉴진스 '하이프 보이', 음원공개 8개월 만에 음방 1위

### '디토'·'OMG' 각각 8관왕·6관왕 올라 총 14개 트로피 품에 안아

신드롬 걸그룹 '뉴진스(NewJeans)'가 데뷔 앨범 '뉴 진스' 트리플 타이틀곡 중 하나인 '하이프 보이(Hype boy)'로 국내 음악방송 트로피를 추가했다.

음원이 발표된 지 약 8개월이 지난 시점에 비교적 신곡인 'OMG'와 '디토(Ditto)'의 배턴을 이어받은 깜짝 1위다.

3일 소속사 어도어에 따르면 뉴진스는 전날 방송된 SBS TV '인기가요'에서 '하이프 보이'로 1위를 차지했다. 이 노래는 온라인 음원 항목에서 가장 큰 점수를 얻었다.

'인기가요'는 온라인 음원 점수 55%, SNS 30%, 온-에어 점수 10%, 음반 10%, 실시간 엠투표 5%, 시청자 사전투표 5%를 반영한 수치

를 합산해 순위를 매긴다.

뉴진스가 '하이프 보이'로 음악방송에서 1위를 기록한 건 처음이다. 이처럼 신곡과 전작 구분 없이 여러 곡을 번갈아 가면서 1위에 올려놓는 일은 드물다.

앞서 이들 데뷔 앨범 활동 당시 또 다른 타이틀곡 '어텐션(Attention)'이 음악방송 5관왕에 등극했다.

뉴진스는 국내 음원 시장 최대 점유율을 자랑하는 음원플랫폼 멜론에서도 신곡과 이전작으로 다양한 신기록을 쏟아냈다.

뉴진스는 올해 1분기(1~3월) 멜론 월간 차트 1~3위를 모두 자신들의 곡('디토'·'OMG'·'하이프 보이')으로 채웠다. '디토'는 무려 99일 연속



일간 차트 왕좌를 지키는 저력을 발휘했다.

이 기간 동안 뉴진스는 '디토'와 'OMG'로 각각 음악방송 8관왕, 6관왕에 오르며 총 14개의 트로피를 품에 안았다. 여기에 뉴진스는 이번 '하이프 보이'를 더해 지금까지 선보인 6곡 중 4곡을 음악방송 1위에 올려놓았다.