

2024 SBS '인기가요 LIVE in TOKYO' 오디오 제작

윤권일 SBS A&T 방송기술팀 음향감독

2024년 1월 인기가요 근무를 시작으로 올해의 굵직한 업무들이 필자에게 맡겨졌다. <K-Wave Concert>, <Summer 가요대전> 그리고 <인기가요 LIVE in TOKYO>.

늘 부조정실에서만 근무했던 터라 대형 콘서트 제작에도 참여해보고 싶은 마음이 있었는데, 다행히 <K-Wave Concert>와 <Summer 가요대전>을 잘 마치고 일본행을 앞두고 있었다.



그림 1. 인기가요 LIVE in TOKYO 로고

그 준비는 4월부터 시작되었다. 부분별로 필요한 장비 목록을 취합해서 Technical Rider를 만들어 일본으로 보냈다. 사실 그 이후는 답보 상태였다. 별다른 리턴도 없었고 현업에 몰두하다 보니 답사 일정이 정해지고 나서야 부랴부랴 준비하게 됐다. 현지 답사는 8월이 되어서야 이루어졌다. 원래라면 더 일찍 답사를 다녀와야 했지만, 올림픽으로 다수의 인원이 출장 중이었던 탓에 조금 늦은 답사를 하게 되었다.

그림 2. 인기가요 LIVE in TOKYO가 열렸던 사이타마 아레나 전경



현장을 둘러본 후 시작된 Audio 회의에서 필자는 MixRoom을 제안했다. 이미 Audio Van이 요청된 상태였기에 회의는 시작하자마자 바로 멈춰졌다.

일본은 Video와 Audio가 통합된 형태의 중계차는 거의 찾아보기 힘들다. 그러면, Audio Van을 빼고 대신 MixRoom을 만드는 것이 비용적으로 크게 문제 되지 않겠다는 판단에서였고 Van이라는 좁은 공간 때문에 음악감독 및 그 외 오디오 스텝 간의 커뮤니케이션이 어려워지는 부분을 우려했다. 확인이 필요하다는 답변이 돌아왔고 잠시 후 문제가 없을 듯하다는 반가운 소식을 듣고 그 후 회의는 MixRoom에 포커스를 맞추고 진행되었다.

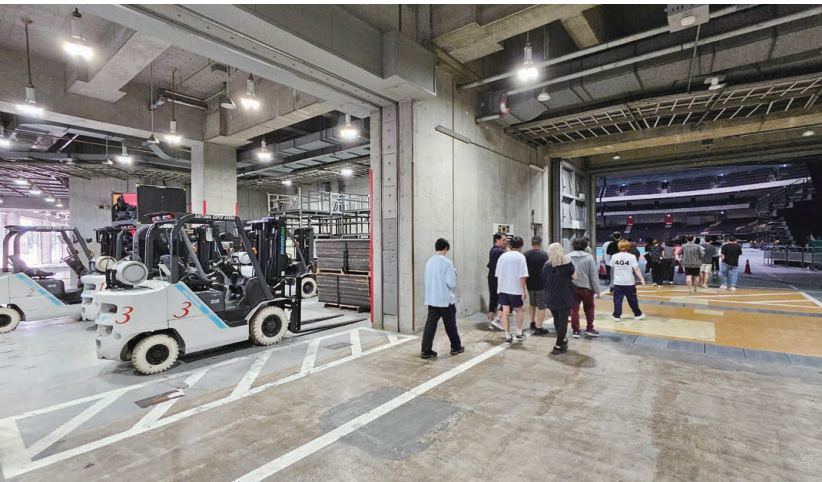


그림 3. 현장답사 중

일본 오디오 스텝의 요청 사항이 있었는데 PA스피커의 위치와 가수들의 개인 Mic 사용에 관한 것이었다. 도면에 표시된 LED 세트를 메인 스피커가 가린다는 것이었다. 스피커의 위치를 조정하면 되지 않겠냐 했지만 결국 스피커는 정해진 자리에 있어야 되니 세트를 거기에 맞춰서 조정해야 한다였다. 세트 디자이너와 논의하여 수정된 도면을 보내주기로 하고 마무리했다.

또 하나는 가수들의 개인 Mic 사용에 관한 것으로, 작년에 가수들이 개인 Mic를 사용하게 해달라는 요청이 많았다고 한다. 문제는 그 Mic의 주파수가 일본 전파관리법 위반이 되는 경우가 있고 이런 문제로 걸끄럽고 싶지 않다고 했다. G56 Band는 Beltpack으로 Z16 Band는 Hand Mic로 할당해 둔 상태여서 일본 측의 요청을 받아들일기로 했다.

Ambience Mic는 32개를 사용하기로 했다. Sennheiser MKH60과 MKH418s를 요청했으나 수량을 확인해야 한다고 해서 대략적인 세팅 위치만 정하고 기종과 세트업 위치는 일본 측의 플랜에 따르기로 했다. MixRoom으로 변경됨으로 수정되어야 할 Line 구성은 이후에 논의하기로 하고 답사는 마무리되었다.

공연까지 한 달 반 정도의 시간이 남아있었고 일본 측에서 라인방 개설을 요청해 와서 그곳에서 추가적인 논의가 계속되었다. 적당히 알아서 해주면 좋으련만 모니터 스피커의 위치까지 지정해달라는 요청도 있었다. 아마도 특수효과나 조명팀 등과의 현장에서의 트러블을 피하기위해서 일거라 추측해본다. 어쩌면 물어 오는 게 당연한 것일지도 모르겠다.

마지막 스텝 회의가 끝나고 출장 전 필요한 것들을 준비한다. 몇 해 전부터 SBS가 제작했던 대형 콘서트에서는 가수들의 클릭*을 지원해 왔다. SBS가 콘서트에 강한 방송사로 성장하기 위한 시작점이 아니었을까 생각한다. 대형 콘서트에는 평소와는 다른 편곡된 음원을 사용하는 경우도 있고 여러 이유로 점점 클릭의 필요성이 늘어가는 추세다. 가수 측에 해당 음원의 클릭을 요청하고 받아 Protools로 Play List를 준비했다. 좀 다른 것이 있다면 일본 특수효과팀에서 음원의 폴 클릭을 요청해왔다. 작년 <도쿄 인기가요>를 제작했던 후배에게 미리 전달받은 내용이 있어 알고 있었지만, 출국 전에 다시 확인하고 역시 가수 측에 요청했다. 공연에는 Piano Live도 있었기에 연주자를 위한 클릭도 준비되었다.

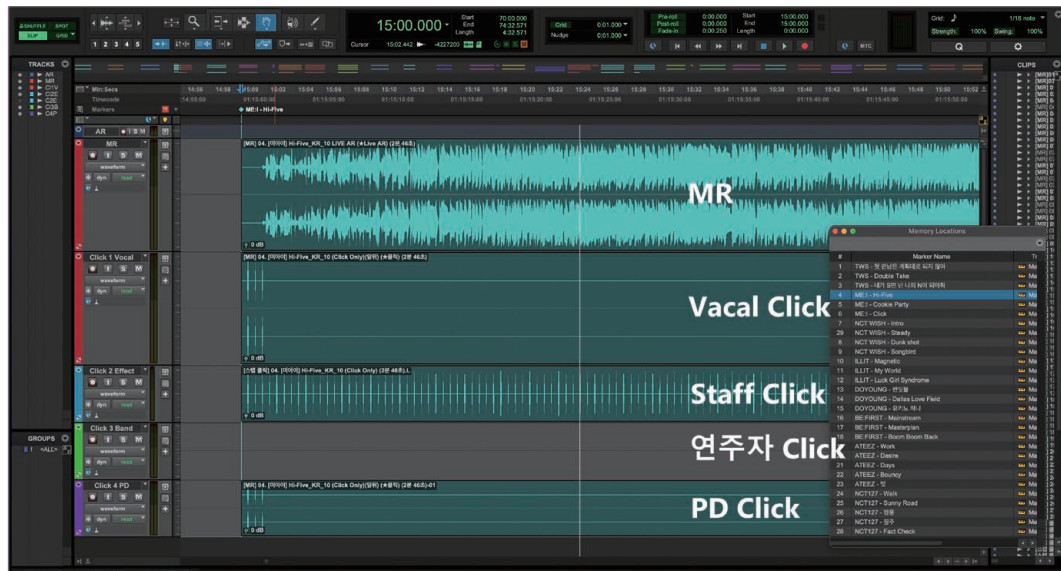


그림 4. 음원과 클릭

<Summer 가요대전>을 제작하면서 PD도 클릭을 듣게 하면 어떨까 생각했다. 클릭을 사용하는 곡 중 일부는 길게는 2~3초 앞부분에 공백이 생긴다. PD는 이런 상황을 모르니 음악 스타트 콜을 하고 음악이 나올 때까지 2~3초 정도 기다려야 하는 상황이 생겼다. 역시나 카메라팀도 같은 상황이었다. PD는 이런 상황을 답답해하였고 그 부분을 해결하고자 가수 클릭의 앞부분을 PD가 들을 수 있게 해주었다. PD의 반응은 좋았다. 이번에도 중계차에 PD용 클릭 스피커를 요청했다. 우연인지는 모르겠지만 PD 클릭이 인터컴에 수용되었고 카메라팀도 클릭을 듣게 되는 상황이 되었다. 이것은 카메라팀에서도 좋은 반응이 나왔다.



그림 5. MixRoom 전경

공연 2일 전 Saitama에 도착한 기술팀은 각자 필요한 것들을 둘러보고 진행되는 상황을 체크했다. 필자도 MixRoom을 방문했다. 생각보다 큰 회의실 공간이었고 소리의 반사가 있었다. 오디오 스템을 만나 Main AMU와 Music AMU, 스피커 등의 위치를 정하고 IN/OUT List를 확인한 후 다음날 미팅 시간을 정하고 숙소에 짐을 풀었다.

* 곡의 시작 타이밍을 맞추기 위한 일종의 준비음.

MixRoom은 맨 앞부터 Main AMU, Music AMU, Recoding Protools 순서로 자리를 잡았다. 반사음이 많은 장소라 반사음을 이겨낼 정도의 레벨로 세팅하다 보니 모니터 레벨이 평소 일 할 때보다는 많이 커졌다. 오후에 스텝 리허설이 예정되어 있어 빠르게 셋업을 해야 했다.

귀국 후 방송을 위한 후반 작업이 예정되어 있어서 128ch 레코더 2대를 준비했다. 그와는 별개로 MC Mic와 Vocal Mic, Ambience Mic는 Mix Group을 만들어 중계차에서 레코딩할 수 있도록 했다. Protools Recoding은 일본 스텝이 담당했다.

셋업을 해가는 중간중간 중계차와 FOH와의 시그널 체크도 동시에 이루어졌다. 각각의 위치에서 동시에 세팅을 진행하고 있는 상황이다 보니 시그널 확인에 AMU 셋업이 자주 멈춰졌다. 그런 와중에 커뮤니케이션에 혼선도 발생해 더더욱 시간이 지체되었다.

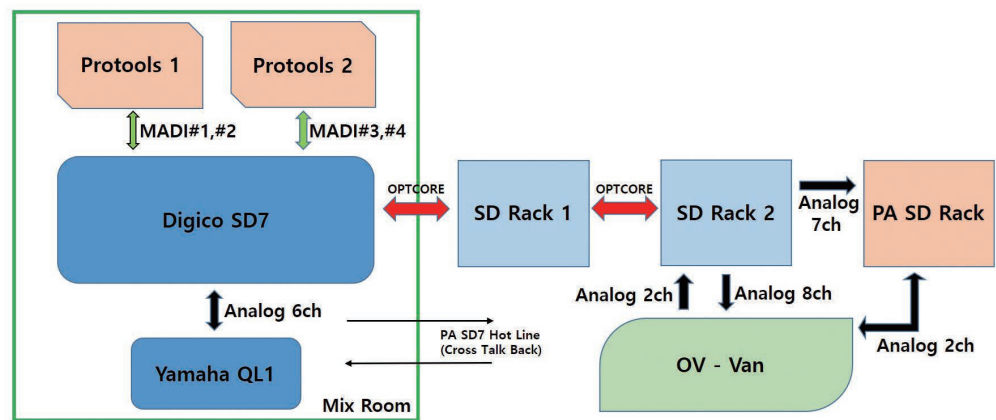


그림 6. 시스템 구성도

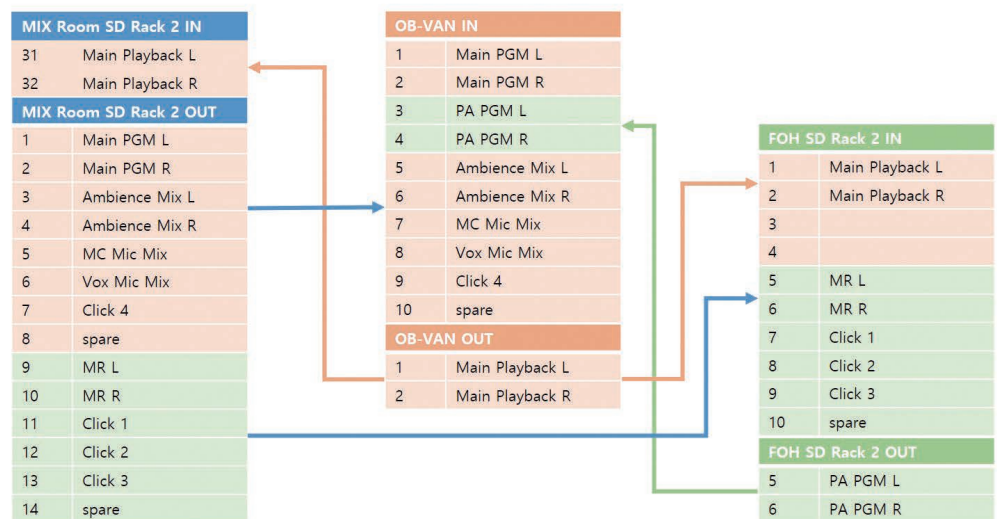


그림 7. 라인 구성도

공연 당일이 되어서 인터컴에 문제가 발생했다. 인터컴의 세팅이 늦은 탓도 있지만 설정이 정상적이지 않아 수시로 피드백이 발생했다. 사용법이 익숙하지 않은 탓도 있지만, 중계차 인터컴과 Line 인터컴, 무선 인터컴의 담당자가 다 달랐고 이들이 하나로 통합되지 못하다 보니 문제점을 찾아내기 어려웠다.

무선 인터컴을 사용하는 스태프들도 사용법을 잘 알지 못하여 통신이 자주 섞여들어 왔다. 다른 오디오 감독이 이를 해결하고자 동분서주했다. 공연 전에 겨우 정상적인 상태가 되어 무리 없이 일이 진행되었지만 찻점한 마음을 지울 수 없었다. 인터컴에 대해 총괄해 줄 담당자가 있어야 할 필요성을 느꼈다.

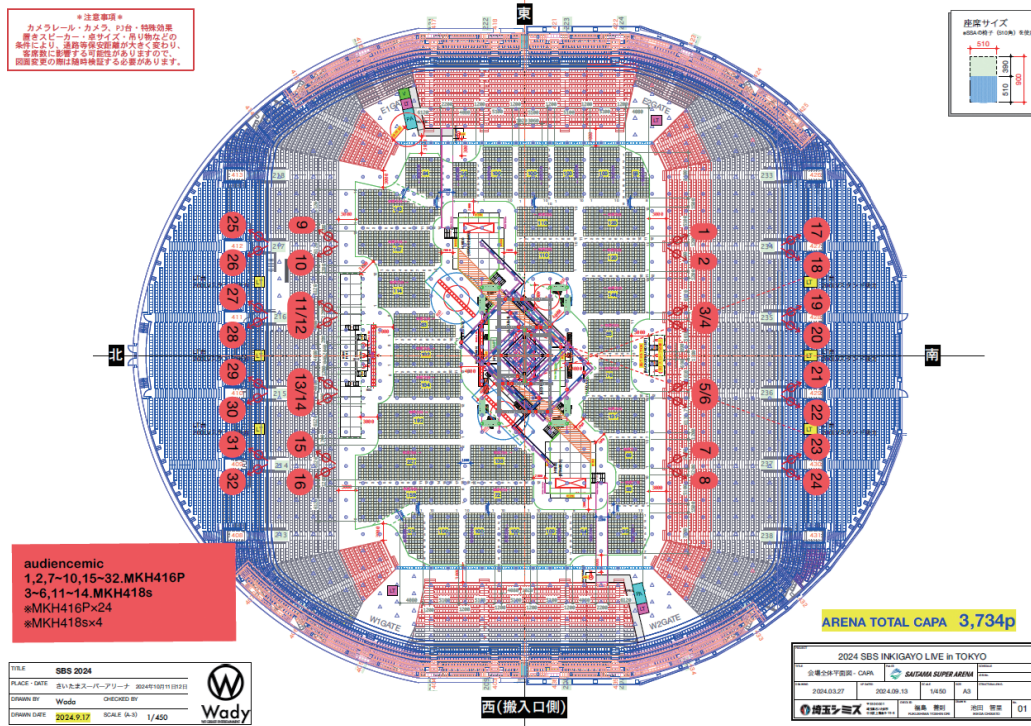


그림 8. Ambience Plan

담당 PD와는 작년부터 일 해왔던 터라 스타일을 잘 알고 있었고 이번에도 역시나 같은 요청을 했다. 객석 소리가 잘 들려 현장감이 잘 살았으면 좋겠다는 것이다. Mono 채널 기준 32개의 Ambience Mic를 사용했고 Sennheiser MKH416p 24개와 MKH418s 4개가 사용되었다. 일본 측으로부터 출국 전 Plan을 받아 미리 협의를 마친 상태였다. Ambience Mic 간 딜레이를 최소화하기 위해 대칭된 위치와 객석의 밀집도가 높은 위치를 고려했다.

마이크 수량은 충분하다 생각했으나 역시나 현장감은 객석의 도움이 필요한 부분이라 결과를 예측하기는 힘들었다. 함성이나 박수 소리는 효과로 충분히 커버가 가능하지만 PD와 필자가 원하는 것은 응원법이다. 아이돌의 인기도를 가장 쉽게 알 수 있는 부분이다 보니 응원법의 수습에 신경을 쓰는 것이다. 응원법은 효과로 커버할 수 없는 부분이기도 하고 신곡의 경우 응원법 위치를 잘 알지 못하기에 빠르게 대응하기 힘들다. 다행히 이미 경험했던 곡들이 대다수였다.

통역을 해주던 스태프가 일본의 관객 문화가 2년 사이 많이 달라졌다고 했지만 조금은 불안한 마음이었다.

객석이 입장하고 공연이 시작되었다. K-POP의 위상이 이 정도였구나 싶었다. 객석을 가득 채운 응원봉과 객석의 함성과 응원법은 필자를 놀라게 했다. 모든 출연자에게 함성과 박수를 보내주는 관객 매너가 놀라웠다. 이렇게 이틀간의 공연은 잘 마무리되었다.



그림 9. 관객으로 가득한 공연장

귀국 후 방송을 위한 후반 작업이 남아있다. 다른 업무를 병행해야 하다 보니 후반 작업에 3일 정도의 시간이 있었다. 오디오 트랙들을 정리하고 시그널 라우팅이 끝나면 본격적으로 작업이 시작된다. 보컬 트랙은 오토메이션을 사용해 불필요한 소리는 제거하고 필요한 부분만 골라 적정 볼륨을 세팅한다. 오토메이션이 귀찮고 시간도 걸리는 작업이지만 보컬 트랙이 잘 정리되어야 그다음 작업에 집중할 수 있기 때문이다. 본 믹싱에 들어가서는 특히 Ambience를 컨트롤하는데 중점을 두기 위해 이런 방법을 선호한다. 또한 Ambience Mix 파일을 효과팀에 전달해서 중편 때 활용하게 하여 소리의 이질감을 줄일 수 있게 했다.



그림 10. Protools 오토메이션

방송 후 Youtube 댓글 보는 것을 좋아한다. 필자의 의도가 잘 전달되었는가 하는 것이 관심사이기 때문이다. 물론 필자가 원하는 그것과 관계없는 글이 대부분이지만 한두 명이라도 알아주는 사람이 있으면 내가 일을 잘했구나 하고 안심할 수 있어 진다. 필자가 만든 콘텐츠들을 세계의 K-POP 팬들이 보고 듣는다는 것이 가슴 뛰게 한다. 지금도 좋은 콘텐츠를 만들기 위한 노력은 계속되고 있다. 새로운 시도와 도전이 만들어 낼 '2025 LIVE in TOKYO'를 기대해 본다. 🎤



그림 11. Youtube 댓글을 통한 공연 후기