

“외모지상주의 ‘지옥도’ 보여주고 싶었죠”

“외모에 대한 타인의 시선이 폭력이라는 점을 냉정한 시선으로 보여주면서 우리가 이런 ‘지옥도’ 안에 살고 있다는 것을 표현하려 했죠.”

동명의 웹툰을 기반으로 외모지상주의 사회를 독특한 상상력과 비주얼로 꼬집는 애니메이션 ‘기기고괴 성형수’를 탄생시킨 조경훈(45) 감독과 전병진(49) 프로듀서는 영화의 주제에 대해 이렇게 설명했다.

바르기만 하면 예뻐진다는 기적의 물 ‘성형수’를 소재로 한 이 애니메이션은 전 PD와 조 감독의 합작품이다. 전 PD는 2013년부터 애니메이션화 프로젝트를 시작해 시나리오를 개발했고, 공동 제작을 맡은 조 감독이 시나리오를 영상으로 옮겼다.

전병진 PD는 “처음부터 해외 시장 진출을 염두에 두고 기획했다”고 말했다.

“2013년 당시 모두가 관심 있었던 중국 시장을 지켜봤더니 중국 만화시장은 색시·코미디·로맨틱 장르와 호러·미스터리·괴담 장르의 두 축이 중심이더라고요. 이 중 전 세계에서 서브컬처로 발달한 장르는 호러·괴담이라고 판단하고 그 장르에 맞는 만화와 웹툰을 조사했죠. 그 중 오성대 작가님의 ‘기기고괴’가 독창적이고 아이디어가 뛰어난 데다가 당시 중국에서 큰 인기를 끌고 있었죠. 그래서 판권 계약을 하게 됐어요.”

중국을 주요 시장으로 작품을 기획해 소비시장을 확보하고 투자도 받고자 하는 계획이었지만, 한한령(限韓令)으로 상황이 여의치 않았다.

전 PD는 “메리트가 리스크가 돼서 들



‘기기고괴 성형수’의 전병진 PD(왼쪽)와 조경훈 감독. /에스에스애니메이츠 제공

‘기기고괴 성형수’ 전병진 프로듀서·조경훈 감독 바르면 예뻐진다는 기적의 물 ‘성형수’ 소재

아왔다”라며 “결국 자체적으로 투자하며 출혈을 감수할 수밖에 없었다”고 했다. 각 에피소드가 있는 웹툰을 애니메이션이라는 영상으로 어떻게 옮길지 역시 과제였다.

조경훈 감독은 “웹툰은 성형수에 중심을 뒀다면 영화는 주인공 예지를 중심으로 이야기를 전개하기로 했다”고 설명했다. 동등한 몸매와 못생긴 얼굴에 대한 콤플렉스를 가진 예지는 성형수를 통해 완벽한 미인으로 태어나고, 곧 성형수의 호

과에 중독돼 파멸의 길을 걷는다. “예지의 사연과 그를 중심으로 한 여러 관계, 그 관계와 연결된 전반적 상황을 설계하는 데 중점을 뒀어요. 그래서 관객들이 예지가 느끼는 감정을 공감받진 아니더라도 이해하고 따라갈 수 있도록 선정하게 날을 세워야겠다 싶었죠.” 기괴하고 끔찍한 시각적인 장면은 웹툰보다 완화돼 표현됐다. 국내 애니메이션이 주로 유아나 어린이를 타깃으로 제작되는 것과 달리 ‘기기고

괴 성형수’는 청소년 이상의 관객용으로 만들어졌다. 전 PD는 애니메이션이라는 형식이 한국적 특성을 만나 전 세계를 겨냥할 수 있을 것이라는 포부를 드러냈다.

전 PD는 “청소년 이상이 보는 애니 중에는 대부분 일본 것이 많은데, 지금의 대중적 정서와는 분명 거리가 있는 것들이다”라며 “한국 관객들이 좋아하는 사실적인 이야기와 애니메이션이 만나면 충분히 지금의 일본 애니메이션과 같은 위치를 차지할 수 있을 것”이라고 말했다.

6년이라는 기간 동안 우여곡절을 겪으며 완성된 작품은 지금까지 해외 5개국에 선풍매되고 해외 영화제 12곳의 초청을 받았다.

전 PD와 조 감독은 해외 관객의 호평에 기뻐하면서도 “코로나 사태로 인해 영화를 제대로 선보이지 못해 아쉽다”고 털어놨다.

특히 전 PD는 “베니스 영화제에서도 초청 의사를 전달했는데, 조건이 ‘월드 프리미어’(전 세계 최초로 선보이는 것)였다”며 “그 시점에 이미 부천영화제에서 월드 프리미어를 해버리는 바람에 아쉽게 초청되지 못했다”고 아쉬워했다.

그러면서 두 사람은 영화의 메시지가 잘 전달된 것에 감사를 전했다.

“제한된 여건 속에서 가다 서기를 반복했던 작품인데 우리가 영화의 장점이라고 생각했던 점을 받아들이고 칭찬해주셔서 기분이 좋고 뿌듯합니다.”(조 감독)

“만약 ‘기기고괴 성형수’가 흥행에 성공하면 다음 작품을 추진할 수 있는 동력이 될 것 같습니다.”(전 PD) /연합뉴스



‘고요의 바다’ 출연진인 공유, 배두나, 이준과 제작자 정우성(왼쪽부터)./넷플릭스 제공

배두나·공유·이준, ‘고요의 바다’ 출연 정우성 제작·영화 ‘마더’ 박은교 작가 각본 집필

배우 정우성이 제작자로 나선 넷플릭스 오리지널 시리즈 ‘고요의 바다’ 주연으로 배두나, 공유, 이준이 출연한다.

9일 넷플릭스에 따르면 이 드라마는 필수 자원 고갈로 황폐해진 미래의 지구에서 달에 버려진 연구기지로 의문의 샘플을 회수하러 가는 정에 대원들의 이야기다.

배두나는 달의 연구기지에서 벌어진 사고의 원인을 밝히기 위해 힘쓰는 우주생물학자 송지안 박사를 연기한다.

공유는 탐사 대장 한윤재로 분한다. 대

원들의 안전을 최우선으로 생각하며 자기 희생도 마다하지 않지만, 과거의 사고보다는 샘플 회수 임무를 우선시하는 탓에 송지안 박사와 갈등을 빚는 인물이다.

이준은 국방부 엘리트 출신으로 위험한 임무에 자원하는 수석 엔지니어 류태석 대위 역을 맡았다.

‘고요의 바다’는 동명의 단편 영화를 연출한 최항용 감독이 확장된 이야기로 다시 연출하고 영화 ‘마더’의 박은교 작가가 각본을 집필한다. /연합뉴스



나훈아 언택트 공연 방청 신청 쇄도 서버 일시 다운도...오는 23일 개최

KBS 2TV가 한가위 대기극으로 준비한 ‘소리꾼’ 나훈아의 언택트(비대면) 공연을 앞두고 국내는 물론 해외에서도 방청 신청이 쇄도하고 있다.

KBS 2TV ‘2020 한가위 대기극’ 대한 민국어게인 나훈아는 나훈아가 15년 만에 펼치는 공연이자, 나훈아가 가수 인생 최초의 언택트 공연이다. 그는 신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 장기화에 지친 국민을 위로하기 위해 이번 공연을 기획했다고 한다.

KBS에 따르면 지난 1일부터 KBS 홈페이지에서 진행된 온라인 방청 신청에는 한국은 물론 미국 로스앤젤레스, 호주, 프랑스 파리, 인도네시아 등 각국에서 신청이 몰릴 듯이 쏟아졌다.

교민들은 물론 해외 팬들과 한국에 거주하는 외국인 팬들까지 공연 방청을 위해 적극적으로 참여하고 있다. 실시간 현황 확인이 어려울 정도로 신청이 폭주하면서 서버가 일시적으로 다운되기도 했다. 공연은 오는 23일 오후 7시 30분에 개최되며, KBS 2TV를 통해 한가위에 방송된다. /연합뉴스

세븐틴, 일본 신보 선주문량 45만장

보이그룹 세븐틴의 일본 신보가 정식 발매 전 선주문량 45만장을 돌파해 ‘하프 밀리언셀러’(50만장 이상 판매 앨범)를 예고했다.

소속사 플레디스엔터테인먼트는 9일 정식 발매된 세븐틴의 일본 미니 2집 ‘24H’ 선주문 수량이 45만장을 넘었다고 이날 밝혔다.

소속사는 “일본 싱글 ‘마이오치루하나 비라’(55만장), 한국 미니 7집 ‘행가래’(134만장)를 합하면 올해에만 총 230만 장의 앨범을 출하했다”고 설명했다.

“24H”는 세븐틴이 2018년 발표한 ‘위메이크 유’ 이후 2년여 만에 일본에서 선보이는 미니앨범이다.

동명 타이틀곡은 지난달 선공개된 직후 일본 라인 뮤직 실시간 차트 최상위권에 이름 올랐다.

일본 대표 음악 프로그램인 TV아사히 ‘엠스테’와 니혼TV 계열 ‘더 뮤직 데이’에도 각각 오는 11일과 12일에 잇달아 출연할 예정이다. /연합뉴스

방탄소년단 또 대기록 세웠다

빌보드 싱글차트 2주 연속 1위 팝 시장에서 대중적 파급력 발휘

그룹 방탄소년단(BTS)이 미국 빌보드 메인 싱글 차트인 ‘핫 100’ 정상에 2주 연속 지키며 또 하나의 대기록을 세웠다.

빌보드는 8일(이하 현지시간) 방탄소년단의 ‘다이너마이트’(Dynamite)가 지난 주에 이어 이번 주에도 핫 100에서 1위를 차지했다고 밝혔다.

‘핫 100’은 스트리밍 실적과 음원 판매량, 라디오 방송 횟수 등을 종합해 매주 미국에서 가장 인기 있는 노래 순위를 집계하는 차트다.

메인 앨범 차트인 ‘빌보드 200’보다 경쟁이 치열하고 비영어권 곡에 장벽이 높은 차트로 꼽힌다.

방탄소년단은 지난달 21일 발표된 디지털 싱글 ‘다이너마이트’로 발매 1주차인 지난주 핫 100 차트에서 한국 가수 사상 최초로 정상에 오른 바 있다.

빌보드 역사를 통틀어 핫 100에 1위



MTV ‘비디오 뮤직 어워드’에서 ‘다이너마이트’ 공연하는 방탄소년단. /빅히트엔터테인먼트 제공

로 데뷔한 곡은 ‘다이너마이트’를 포함해 43곡뿐이다.

특히 2주 연속으로 정상을 유지한 곡은 이 중에서도 20곡에 불과하다.

빌보드가 인용한 님스뮤직 데이터에 따르면 ‘다이너마이트’는 발매 2주 차(8월 28일~9월 3일)에 미국에서 1천 750만 회 스트리밍되고 18만 2,000 건의 다운로드를 기록했다.

‘다이너마이트’는 발매 첫 주 원곡과 EDM(일렉트로닉 댄스뮤직)·어쿠스틱 리믹스 버전 음원이 발매돼 26만 5

천 건의 다운로드를 기록한 바 있으며, 2주차에는 ‘롤사이드’·‘트로피컬 리믹스 음원’이 발매됐다.

2주 연속으로 18만 건 이상의 다운로드를 기록한 곡은 2016년 9월 듀오 체인스모커스의 ‘클로저’(Closer) 이후 처음이라고 빌보드는 밝혔다.

비영어권 가수의 곡이 선전하기 어려운 라디오 방송에서도 활발히 전파를 탄 것으로 나타났다.

‘다이너마이트’는 라디오 방송 횟수로 산정하는 ‘팝 송스 라디오 에어플레

이 차트’에서 지난주 20위를 차지한 데 이어 이번 주 역대 최고 순위인 18위로 올라섰다.

아울러 8월 31일부터 9월 6일까지 1,600만명의 라디오 청취자에게 노출된 것으로 집계됐다.

방탄소년단이 2주 연속으로 핫 100 정상을 수성할 것은 ‘다이너마이트’가 미국 팝 시장에서 그만큼 대중적인 파급력을 발휘하고 있다는 뜻으로도 해석된다. /연합뉴스

Table with 3 columns and 3 rows of zodiac signs and their corresponding fortunes. Signs include 子 (Rat), 丑 (Ox), 寅 (Tiger), 卯 (Rabbit), 辰 (Dragon), 巳 (Snake), 午 (Horse), 未 (Goat), 申 (Monkey), 酉 (Rooster), 戌 (Dog), 亥 (Pig).