“청순돌 ‘바바’ 기억해주세요” 6인조 걸그룹 바바가 4일 서울 압구정동 케이홀에서 열린 새 음반 ‘세상에 이런 일이’ 쇼케이스에서 무대를 선보이고 있다. 이들은 2015년 데뷔 후 3년 간 잇단 멤버탈퇴 등 우여곡절을 겪은 후 새롭게 팀을 재정비했다. 연습생 기간만 15년을 보낸 리더 푸름을 주축으로 5명의 멤버를 새로 영입했다. 이들은 청순한 매력으로 무장하고 ‘청순돌’로 거듭나겠다는 각오를 다졌다.

네이버 vs 카카오 vs 넷플릭스 | 콘텐츠 확보부터 기획·제작까지…

공룡들의 ‘콘텐츠 전쟁’…엔터 생태계 바뀐다

네이버, 웹툰 원작 영화들 공동 제작
카카오M, 기획사·톱스타 본격 영입
넷플릭스, 韓 드라마 제작 영토 확장

네이버와 카카오, 넷플릭스 등 거대 ICT 기업들의 엔터테인먼트 콘텐츠 확보 경쟁이 뜨거워지고 있다. 기존 영역의 확장은 물론 글로벌 시장 선점을 위한 포석과도 맞물리며 향후 국내 엔터테인먼트 산업 전반에 걸친 지각변동을 몰고 올 수도 있어 주목된다.

최근 카카오의 자회사 카카오M은 이병헌, 공유, 김태리 등 톱스타급 연기자들이 소속된 기획사의 일부 지분을 인수하거나 제휴를 맺었다.(스포츠동아 6월21일자 단독보도 참조) 이미 카카오M을 출범시켜 아이유, 에이핑크 등이 소속된 음반제작사 및 기획사, 유연석·이광수 등을 매니지먼트하는 킹콩엔터테인먼트 등의 지분을 확보한 데 이어 글로벌 광고모델 캐스팅 에이전시 레디엔터테인먼트와도 계약했다. 이를 토대로 카카오M은 하반기 영상 콘텐츠 제작법인을 내세울 것으로 알려졌다. 이미 CJ E&M 계열 스튜디오 드래곤과 함께 드라마 제작사 메가몬스터를 통해 사업을 펼쳐온 기존 행보를 더욱 넓히는 셈이다.

앞서 네이버는 빅뱅 소속사인 YG엔터테인먼트에 1000억원을 투자한 데 이어 같은 규모의 콘텐츠 제작 펀드를 조성했다. 또 네이버웹툰을 설립해 웹툰 원작의 영화를 기존 제작사와 공동제작한다. 실제로 6월 20일 개봉한 영화 ‘여중생A’의 공동제작사가 네이버웹툰이다. 웹툰과 이를 기반으로 한 영화를 통한 해외시장 공략에도 적극 나설 전망이다.

국내 양대 ICT기업의 이 같은 움직임은 포털사이트 등 이미 시장을 장악한 온라인 및 모바일 플랫폼을 통해 직접 투자하거나 제작한 콘텐츠를 통해 그 영역을 더욱 확장하겠다는 의도로 읽힌다. 한류 콘텐츠를 기반으로 한 글로벌 경쟁력을 갖춤으로써 해외시장을 확보하겠다는 전략도 포함된다. 카카오M 측은 “배우·제작·광고 등을 아우르는 밸류체인 완성으로 수익을 극대화해 빠른 시간 내 한류 콘텐츠 1위 사업자로 도약하겠다”고 밝혔다.

이에 맞서 세계적인 유통망을 지닌 동영상 스트리밍 기업 넷플릭스는 국내 IPTV 시장으로 향한다. 이를 위해 엘지유플러스와 제휴를 맺는다.

넷플릭스는 전 세계 130개국의 1억여명의 가입자가 이용하고 있지만 한국에서는 아직 큰 힘을 발휘하지는 못하고 있다. 때문에 기존 온라인 및 모바일 플랫폼을 통한 콘텐츠 유통은 물론 직접적인 콘텐츠 확보를 통해 TV 시청자까지 적극적으로 끌어들임으로써 그 시장을 넓혀가겠다는 전략을 현실화하고 있다.

실제로 넷플릭스는 지난해 봉준호 감독의 ‘옥자’를 제작해 전 세계에 선보였다. 최근에는 유재석 등이 출연하는 예능프로그램 ‘범인은 바로 너’, 영화 ‘터널’의 김성훈 감독과 드라마 ‘시그널’의 김은희 작가가 손잡은 드라마 ‘킹덤’ 등을 제작하고 있다. IPTV 가입자를 더욱 늘려 시장성을 더욱 강화하려는 국내 사업자와 한국에서 그 영향력을 넓히려는 해외 플랫폼 사업자의 이해관계가 맞물려 새로운 엔터테인먼트 콘텐츠의 시장이 열리는 셈이다.

이처럼 ‘전쟁’이라는 표현이 지나치지 않을 만큼 치열해진 거대 ICT기업들의 엔터테인먼트 콘텐츠 경쟁 양상은 한편으로 우려도 낳고 있다.

한 관계자는 “대기업들이 이미 뛰어든 엔터테인먼트 콘텐츠 시장이 때로 시장 독과점 논란을 빚고 있는 상황에서 거대 자본과 유통 플랫폼을 갖춘 ICT기업들까지 직접적인 콘텐츠 제작 및 확보에 나서게 되면 자칫 또 다른 양극화의 그림자도 생겨날 수도 있지 않겠느냐”며 조심스레 내다봤다. 윤여수 전문기자 tadada@donga.com

‘변산’ 위해 8kg 찌웠다…김고은의 변신

친근한 이미지 위해 직접 아이디어
2년 만의 스크린 복귀작서 새 도전

공백을 통해 에너지를 충전한 배우 김고은이 2년 만에 다시 관객 앞에 섰다. 변화를 더한 도전도 감행했다.

김고은은 4일 개봉한 ‘변산’(감독 이준익)으로 스크린에 돌아왔다. 2016년 5월 ‘계춘할망’ 이후 2년만이다. 데뷔 이래 해마다 한두 편씩 주연영화를 내놓으면서 쉼 없이 활동해온 김고은이 상당 기간 차기작 선택에 신중을 기한 끝에 선택한 작품이다.

김고은은 ‘변산’을 통해 도전과 변화를 시도했다. 수준급 가창력을 갖춘 김고은은 이번 영화를 통해 그 실력을 마음껏 뽐낸다. 극의 배경인 전라북도 변산의 분위기를 담아내기 위해 지역 사투리로 대사를 소화한다. 이에 더해 친근한 고향 친구의 이미지 연출에 필요하다고 판단해 몸무게를 8kg까지 늘렸다. 2012년 ‘은교’를 통해 화려하게 데뷔해 ‘차이나타운’ ‘협녀:칼의 기억’ 등 다양한 장르를 소화해온 김고은에게 ‘외적 변화’에 있어 가장 큰 도전인 셈이다.

4일 개봉한 ‘변산’의 김고은(왼쪽)과 박정민

‘변산’은 무명 래퍼인 주인공 학수(박정민)와 그의 고향 친구인 선미가 고향인 변산에서 겪는 이야기를 그린다. 김고은은 학수를 변산으로 불러들이는 친구이자 거침없는 언행으로 사건을 만든다. 실제 모습과도 비슷한, 당차면서도 경쾌한 매력으로 관객을 찾아간다.

체중 증량 아이디어는 본인이 냈다. 김고은은 “어디서나 볼 수 있는 친근한 인물인 만큼 복스러운 이미지였으면 좋겠다고 생각해 먼저 제안했다. 외모 뿐 아니라 사투리가 어색하면 안 된다는 생각으로 담당 선생님을 두고 오래 연습했다”고 밝혔다.

김고은은 ‘변산’을 기점으로 또 한 번 영화 참여에 적극 나설 계획이다. 이미 차기작 구상도 마쳤다. 데뷔작을 함께한 정지우 감독의 새 영화 ‘음악앨범’ 주연을 맡았다. ‘은교’ 이후 6년 만의 재회다. 이해리 기자 gofl1024@donga.com

알쓸연잡 〈알아두면 쓸데있는 연예 잡학사전〉

지하철 아이돌 광고 얼마? 큰건 무려 1000만원이나!

웬만한 팬덤을 거느린 스타들은 아주 특별한 ‘선물’을 받곤 한다. ‘조공’을 뜻하는 일반적인 선물을 넘어 불특정 다수의 시선을 덤으로 얹은 축하선물이다. 바로 지하철 역사 등에서 어렵지 않게 볼 수 있는 ‘아이돌 광고’다.

현재 서울지하철 4호선 서울역 곳곳에는 방탄소년단의 데뷔 5주년을 기념하는 홍보물과 워너원 멤버 배진영의 생일을 축하하기 위한 광고물이 걸려있다. 데뷔 기념일과 생일은 이미 지났지만 팬들은 한달 가까이 홍보물을 내걸고 있다.

2호선 삼성역과 홍대입구, 신촌 등 역마다 적게는 5개부터 많게는 15개가 넘는 광고로 ‘도배’되어 있다. 때로는 예상을 뛰어넘는 엄청난 개수로 위화감을 조성하기도 하지만, 이제는 스타와 팬들에게 지하철 광고는 일상이 됐다.

누구나 한번쯤 봤을 법한 지하철 광고. 그 비용과 진행 방법에 궁금증이 생긴다. 불과 3~4년 전만해도 팬들은 일일이 업체를 찾아 광고를 진행했다. 이제는 의뢰인과 업체의 사이에서 관련 업무를 대행해주는 회사가 생겨 전화 한 통이면 손쉽게 광고를 할 수 있다.

광고 대행사는 “영업 비밀”이라는 이유로 정확한 광고료를 공개하지 않지만, 팬들은 팬사이트를 통해 광고료 집행 내역을 공개하고 있어, 광고료도 자연스럽게 공개되고 있다.

한 팬사이트에서 공개된 광고료는 개당 100만 원에서 200만 원선이다. 이는 기본 사이즈에 해당하고, 크기에 따라 비용은 올라간다. 대형 광고물은 600만 원에서 1000만 원 사이를 오간다. 팬들은 십시일반 돈을 걷어 광고하고, 또 곳곳에 걸린 광고물을 찾아 ‘인증샷’을 찍는 재미를 동시에 느낀다. 이정연 기자 annjoy@donga.com

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com

연예뉴스 HOT 5

황우슬혜, 한 살 연하 사업가와 열애

연기자 황우슬혜(39)가 1살 연하의 사업가와 열애 중이다. 소속사 화이브라더스는 4일 “두 사람이 최근 연인이 됐다”면서 “남자친구에 대한 정확한 신상은 나이와 사업가라는 것 밖에 알지 못한다”고 밝혔다. 두 사람은 지인의 소개로 처음 만나 같은 취미 생활을 즐기다 사랑을 키워온 것으로 알려졌다. 황우슬혜는 2008년 영화 ‘미쓰 홍당무’로 데뷔한 후 이색적인 목소리와 톡톡 튀는 매력을 사랑받았다. 또 영화 ‘과속스캔들’ ‘펜트하우스 코끼리’ ‘장수상회’ ‘레슬러’ 등에 출연했고 안방극장에서는 ‘선녀가 필요해’ ‘혼술남녀’ ‘너의 등짝에 스매싱’ 등에서 활약했다.

하리수, 6년만에 가수로 컴백

하리수가 6년 만에 가수로 돌아온다. 4일 소속사 미스터리프랜즈에 따르면 하리수는 12일 싱글 ‘리:수-다시’를 발표한다. 하리수는 2012년 데뷔 11주년을 기념해 ‘더 퀸’을 마지막으로 긴 공백기를 보내다 올해 초 가수 키스엔의 ‘욕해버려’ 뮤직비디오에 출연해 화제를 모았다. 새 음반 타이틀곡은 여름에 어울리는 경쾌한 곡으로 하리수가 가사를 썼다. 소속사 측은 “누구보다 거칠고 힘든 시기를 겪었던 하리수 자신의 삶을 표현했다. 젊은 세대들을 응원하는 메시지가 담겼다. 음악을 좋아하는 한 사람으로 곡을 만들었으니 선입견 없이 즐겁게 들어달라”고 밝혔다.

‘창궐’ 10월 아시아·유럽 동시 개봉

배우 현빈·장동건 주연 영화 ‘창궐’이 10월 아시아와 유럽에서 동시 개봉될 전망이다. 배급사 NEW는 4일 “10월 해외에서 동시 개봉을 추진하고 있다”고 밝혔다. 김성훈 감독의 ‘창궐’은 밤에만 활동하는 야귀의 창궐을 막고 조선을 구하려는 이청(현빈)의 사투를 그린 블록버스터다. NEW 측은 “해외 동시개봉은 콘텐츠 확장성을 극대화할 방법이다. 게임과 웹툰 등 영화의 소재인 ‘야귀’를 적재적소에 살릴 것”이라고 말했다. 해외판매를 담당하는 콘텐츠판다 측은 “5월 칸영화제 마켓에서 야귀라는 새로운 크리처와 조선시대의 만남에 해외 바이어들의 관심이 높았다”고 전했다.

이재진, ‘한조’로 개명…첫 개인전

그룹 젝스키스의 이재진이 ‘한조’라는 이름으로 개명하고 첫 번째 개인전을 연다. 4일 소속사 YG엔터테인먼트에 따르면 2014년 9월부터 서양화를 공부한 한조가 4~17일 서울 종로구 갤러리 이즈 제1전시장에서 개인전을 개최한다. 한조는 젝스키스 활동할 때는 기존대로 재진이라는 이름을 사용하지만, 화가의 삶을 위해 법적 이름을 바꿨다. 한조는 홍익대학교 부설 문화예술평생교육원에서 서양화를 공부하고 화가 황재연에게 지도를 받았다. 가장 편안하고 자연스럽게 바라볼 수 있는 대상인 여동생을 소재로 혈육에 대한 애착과 경외의 감정을 그림으로 표현했다.

BTS, 6주 연속 빌보드 차트 랭크

그룹 방탄소년단이 6주 연속으로 미국 빌보드200과 핫100 차트에 진입했다. 4일 미국 빌보드가 발표한 최신 차트에 따르면 방탄소년단 3집 ‘러브 유어셀프 전-티어’가 앨범차트인 빌보드200 30위에 올랐고, 타이틀곡 ‘페이크 러브’는 싱글차트 핫100에서 76위를 기록했다. 매주 차트에서 하락하고 있지만 여전히 방탄소년단에 대한 인기는 좀처럼 식지 않고 있다. 6주 연속 차트인은 한국가수 최장 기간 기록이라는 점에서 그들의 인기가 어느 정도인지 짐작케 한다. 이밖에도 방탄소년단은 소셜50에서 81번째 1위에 올랐고, 아티스트100에서 7위를 기록했다.