

“팬들 피해 봐선 안돼”...암표와의 전쟁

티켓 오픈하자마자 8만석 매진 20대 함께한 40대가 예매 50% SNS 등 고가 양도 게시물 속속 불법거래 땀 고소 등 강력 조치



H.O.T.가 17년 만에 처음 재결성 무대를 선보였던 2월 MBC '무한도전-토토가' 출연 당시 모습. 사진제공 | MBC

1세대 아이돌그룹 H.O.T.가 17년 만의 콘서트를 앞두고 '암표와의 전쟁'을 선포했다.

H.O.T.는 10월13~14일 서울 잠실종합운동장 올림픽주경기장에서 '2018 포에버 H.O.T. 콘서트'(2018 Forever High-five Of Teenagers Concert)를 앞두고 7일 오후 입장권 예매를 시작했다. 2회분 8만석은 순식간에 매진됐고, 중고나라 등 중고 품 거래 인터넷사이트와 각종 SNS에는 티켓을 되팔겠다는 내용의 글이 속속 올라왔다. 이들은 대부분 고액의 웃돈을 붙인 암표들이며, 티켓을 팔겠다는 사람들은 자동 클릭프로그램인 매크로(MACRO)를 사용해 예매한 암표상들로 추정된다.

멤버들은 이 같은 사실을 인지하고 공연 주최사와 논의해 암표 거래에 법적 조치까지 고려하는 단호한 대처로 대응키로 했다. 오랜 시간 포기하지 않고 한결같이 기다려준 팬들에 대한 고마움을 보답하기 위해서다.

멤버 측 한 관계자는 9일 "인터넷 각종 게시판을 비롯해 SNS, 콘서트 입장권 중고거래 사이트 등을 지속적으로 모니터링하고 있다. 암표 등 불법 거래가 확인되는 경우 예매 좌석을 모두 취소하고 고소 조치까지 취할 예정"이라고 밝혔다.

이어 "이번 콘서트는 오로지 팬들을 위

해 마련된 자리다. (매크로)프로그램이나 부정행위를 이용해 선점한 좌석이 되파는 행위도 팬들이 피해를 보는 절대 안 된다"며 "취소분에 한해 2차 예매를 실시하겠다"고 말했다.

H.O.T. 팬들도 '암표를 사지 말자'는 자정 활동을 시작했다. 팬들은 8일부터 '암표 사절' 영상을 SNS로 공유하면서 "우리가 처음 이끌었던 팬 문화. 하얀 천사들의 아름다운 팬 문화를 다시 보여줄 때 바로 지금"이라고 호소했다.

예스24와 옥션티켓 등 입장권 예매사이

트에 따르면 입장권 구매 대기자가 10만 명이 넘게 몰렸고, 한때 서버가 마비되기도 했다. 또 40대 예매자 비율이 50%가 넘는 것으로 알려졌다. H.O.T.가 가장 왕성하게 활동할 시기였던 1990년대 후반에 20대를 보낸 팬들이다.

H.O.T.가 다른 재결합 그룹과 달리 새 음반 발표나 방송활동 없이 콘서트만 진행한다는 점에서 40대 팬들이 "오빠들을 볼 유일한 무이한 기회"라며 대거 몰린 것으로 보인다.

멤버들은 콘서트가 한달도 채 남지 않은 상태에서 콘서트를 전격적으로 결정한 까닭에 밤샘 연습도 마다하지 않고 있다. 3시간 가량 진행되는 두 차례 콘서트를 위해 히트곡을 재편곡하는 한편 춤 연습에도 구슬땀을 흘리고 있다.

토니안, 강타, 문희준, 장우혁, 이재원 등 5명으로 이뤄진 H.O.T.는 1996년 데뷔해 '캔디' '행복' '위 아 더 퓨처' 등을 히트시켰고, 2001년 서울 잠실종합운동장 올림픽주경기장 콘서트를 끝으로 해체했다.

이정연 기자 annjoy@donga.com

실사로 돌아온 곰돌이 푸... '어른이 동심' 저격

디즈니의 세번째 라이브액션 영화 전세계 인지도... 흥행 몰이 기대감



'곰돌이 푸'

만화와 애니메이션으로 익숙한 곰돌이 푸가 실사영화로 관객을 찾는다. 100년간 사랑받은 스테디셀러와 전 세계 관객을 사로잡은 디즈니가 최근 시도하는 라이브액션 장르의 만남이 이를 가능케 했다.

10월3일 개봉하는 '곰돌이 푸 다시 만나 행복해'('곰돌이 푸')는 1926년 만화로 출간돼 1977년 디즈니 애니메이션으로도 제작된 이후 지금까지 사랑받아온 곰돌이 푸와 그 친구들이 만드는 모험을 그린 영화다. 이완 맥그리거가 주연으로 나서, 영국을 배경으로 이야기를 펼친다. 곰돌이 푸를 비롯해 티거, 피글렛 등 원작 캐릭터가 전부 실사로 완성됐다.

'곰돌이 푸'는 원작의 주인공 소년 로빈이 어른으로 성장해 겪는 이야기다. 무거운 책임감에 짓눌린 청년 남성이 됐지만, 곰돌이 푸와 나눈 마음을 잊지 않은 로빈 앞에 옛 친구들이 다시 찾아오면서 벌어지는 일을 그린다.

'곰돌이 푸' 실사영화는 최근 디즈니가 자사 보유 원작 만화를 토대로 실사영화를 완성하는 '디즈니 라이브액션'의 세 번째 도전으로 주목받는다. 2016년 '정글북' 실

사영화를 성공적으로 선보인 이후 지난해 '미녀와 야수'로 그 맥을 이었다. 이른바 '디즈니 클래식'으로 분류되는, 100년에 가까운 스테디셀러 캐릭터를 시각효과 기술력으로 구현하는 시도다.

앞서 '정글북'과 '미녀와 야수'가 그렇듯, 이번 '곰돌이 푸' 역시 전 세대에 걸쳐 인지도를 가진 캐릭터이자 이야기란 점에서 영화 흥행에 상당히 유리한 위치를 차지할 것으로 보인다. 어린이 관객은 물론 원작 만화와 애니메이션에 추억을 가진 '어른' 관객까지 빠르게 흡수할 가능성이 크기 때문이다.

더욱이 디즈니 라이브액션의 라인업은 이번 '곰돌이 푸'를 넘어 꾸준히 이어진다. 당장 12월 키이라 나이틀리 주연의 '호두까기 인형'과 4개의 왕국'이 개봉할 예정. 이어 '몰란' 등 영화가 이어진다.

이해리 기자 goll1024@donga.com

박보영 또 로맨스물 히트... '로코 여왕' 납시오

'너의 결혼식' 3주만에 250만 몰이 '늑대소년' '피끓는' 이은 연속 흥행

배우 박보영이 '추억의 아이콘'으로서 자신의 위상을 확고히 다지고 있다. 현재 상영 중인 주연 영화 '너의 결혼식'이 예상을 뛰어넘는 흥행 성적을 기록했기 때문이다. 하지만 이전 출연작인 '늑대소년'과 '피끓는 청춘' 등을 통해 로맨스와 추억의 이야기로 관객의 시선을 모아왔던 만큼 '너의 결혼식'에 이르러 관련 장르에 관한 따라올 자 없는 위치에 서게 됐다.

8월22일 개봉한 '너의 결혼식'은 개봉 3주차 주말인 9일을 지나며 누적 250만 관객을 동원한 것으로 추산된다. 개봉 첫 주 박스오피스 1위를 차지하며 돌풍을 예고한 영화는 '물괴'와 '더 프레데터' 등 추석 연휴를 겨냥해 일찌감치 선보이는 작품과도 경쟁을 펼치며 그 최종 흥행 수위에 대한 관심을 모으고 있다.

그 주역인 박보영은 로맨스와 추억을 그

리는 이야기의 히로인으로서 역할을 완벽히 해냈다. 이미 '늑대소년'과 '피끓는 청춘'에서 보여준 로맨스 연기의 탁월함을 다시 한번 빛내면서 영화 흥행을 이끌었다.

특히 박보영은 잇따라 상대역을 연기한 남자배우들을 스타덤에 올려놓는 힘도 발휘했다. '늑대소년'의 송중기, '피끓는 청춘'의 이종석, '너의 결혼식'의 김영광 등 박보영과 함께 로맨스 연기를 펼친 남자배우들이 이를 기점으로 스크린과 인방극장에서 나름 확고한 자리를 구축했기 때문이다.

이 같은 힘으로 박보영은 현재 한국영화계에서 독보적인 로맨스의 주인공으로서 각광받고 있다. 앳된 외모와 선한 이미지는 그 과정에 더욱 탄실한 바탕이 되어 주었다. 멜로와 로맨스 장르가 최근 몇 년 사이 큰 흥행 성과를 거두지 못해온 상황에서 박보영은 순예진의 명성에 도전하는 또 다른 히로인으로서 위치를 다져가고 있다.

윤여수 전문기자 tadada@donga.com

연예현장.jpg

선미의 유혹



가수 선미(가운데)가 8일 서울 상암동 MBC 특설무대에서 열린 'DMC 페스티벌 2018' 코리아 뮤직 웨이브에 출연해 화려한 의상을 입고 공연을 펼쳤다. 최근 미니앨범 '워닝'을 발표한 선미는 타이틀곡 '사이렌'으로 활동하며 음원차트 정상을 휩쓸고 있다. MBC '전지적 참견시점'에 출연하며 자신의 매니저와 함께 하는 일상도 공개하고 있다. 이정연 기자

백슬미의 일본TV 엿보기



'투어리스트'

일, 3개 방송사 합작 드라마 지상파·케이블의 벽을 깨다

일본 방송사들의 영역을 파괴한 색다른 시도가 눈길을 끈다.

일본의 지상파 방송사 TBS와 도쿄TV, 케이블 방송사 WOWOW가 합작해 유니버스 형식의 3부작 드라마 '투어리스트'를 28일, 10월1일과 7일 각각 방영한다. TBS, 도쿄TV, WOWOW 순으로 세 방송사가 한 회씩 내보낸다.

'투어리스트'는 한 남성(미우라 하루마)이 아시아 각국에서 만난 3명의 여성(오노 마치코, 미즈카와 아사미, 이케다 에라이)과 사랑에 빠지는 이야기다. 태국 방콕, 대만 타이베이, 베트남 호치민을 배경으로 각각의 도시에서 로케로 3명의 연출자가 촬영을 진행했다.

이전에도 방송사 간의 컬래버레이션은 존재했다. 2012년과 2014년에 방영한 '더블페이스'와 '모즈'는 TBS와 WOWOW가 합작해 당시 높은 인기를 모았다. 하지만 당시에는 지상파와 케이블 방송, 두 방송사의 컬래버레이션이었지만 이번엔 두 지상파와 한 개의 케이블 방송이 뭉쳤다.

일본도 우리나라처럼 지상파보다 케이블 방송사가 이야기 소재가 다양하고, 연출 방식에 있어 제한이 적어 시청자 입장에서는 신선한 느낌을 받는다. 이러한 케이블 방송사의 강점과 지상파 방송사의 영향력이 합쳐져 시너지 효과를 기대할 수 있다. 특히 방송사마다 지니고 있는 정통성과 고유의 색깔이 다르기 때문에 시청자의 즐거움은 3배가 된다.

지금까지 없었던 이색 프로젝트에 참여한 출연자들도 만족감을 드러냈다. 3회에 모두 출연한 미우라 하루마는 "각 회마다 바뀌는 스태프들과의 작업은 신선했다"고 했다. 여주인공 미즈카와 아사미는 "이러한 형태로 촬영이 가능하다는 점에서 굉장히 즐거운 경험이었다"고 밝혔다.

우리나라 지상파 방송사들은 케이블 채널의 비약적인 성장세를 견제하기 바쁘다. 지상파들은 "케이블이 지상파보다 방송규제가 덜하기에 시청자의 다양한 수요를 충족시킬 수 있는 것"이라며 자신들의 '한계'를 항변한다. 하지만 상대를 견제만 하기보다 다양한 방식의 협업을 통해 불가능을 가능으로 만들 수 있는 새로운 제작 시스템을 도입하는 방안에 대해 고려해보는 건 어떨까. 엔터테인먼트부 기자 bsm@donga.com