



16일 문을 연 롯데월드 아쿠아리움의 홀볼트 펭귄 전시관에서 어린이들이 펭귄을 보며 즐거워하고 있다. 85m의 길이를 자랑하는 롯데월드 아쿠아리움의 수중터널과 가로 25m, 2만톤의 물이 들어가는 아쿠아리움의 메인 수조(맨 왼쪽부터 시계방향). 사진제공 | 롯데월드



흰돌고래·너스 상어·그루퍼...희귀동물 천국

〈상어까지 잡아먹는 농어목과 바닷물고기〉

롯데월드 아쿠아리움 직접 가보니

축구장 1.5배 크기...도심시설 중 최대 펭귄·바다사자 등 650여 종 생물 전시 25m 메인수조·85m 수중터널 볼거리 미니관람창 통해 수조 속 관찰도 가능

눈앞에 시원스럽게 펼쳐진 커다란 수조. 3m 정도의 크기에 흰색의 우아한 자태를 자랑하며 느긋하게 유영을 하던 녀석들이 자신을 바라보는 시선을 느낀 듯 눈길을 돌렸다. 높은 지능에 귀여운 모습으로 사랑받는 희귀동물 흰돌고래, 벨루가(Beluga)다. 고개를 숙여 빙글레 웃는 표정으로 뺨히 바라보는 모습이 영락없는 사람이다. 벨루가의 귀여운 모습을 원 없이 감상할 수 있는 이곳은 서울의 관광 랜드마크를 꿈꾸는 잠실 '제2롯데월드'가 야심작으로 내놓은 '롯데월드 아쿠아리움'이다.

●국내 최대 가로 25m 수조, 5만5000여 수생동물

16일 문을 연 '롯데월드 아쿠아리움'은 제2롯데월드 엔터테인먼트동의 지하 1층과 2층에 자리 잡고 있다. 연면적 1만1240㎡으로 축구장 1.5배 크기다. 도심 아쿠아리움 중에 가장 넓다. 수족관의 규모를 따질 때 중요하게 여기는 수량도 5200톤으로 돌고래소와 같은 공연 공간을 제외한 순수 전시체형 아쿠아리움만 따지면 가장 크다.

롯데월드 아쿠아리움 시설에서 먼저 눈에 띄는 것은 가로 25m의 메인 수조. 그동안 국내 최대였던 아쿠아플라넷제주의 22.5m보다 2.5m 더 크다. 국내 최대 규모답게 사람의 시야각을 꽉 채우는 수조의 전망이 압도적이다. 수족관의 매력을 좌우한다는 수중터널도 85m의 길이를 자랑한다. 이밖에 바다사자 수조를 가로지르는 에스컬레이터, 아이들이 수조 속을 관찰할 수 있게 만든 미니관람창 등 자녀 동반 가족을 겨냥한 아기자기한 시설이 눈길을 끈다.

●아쿠아리움 간판스타는 흰돌고래 벨루가

25m 길이 메인수조가 하드웨어를 대표한다면, 관람객의 사랑을 한 몸에 받을 간판스타는 단연 벨루가다. 국내에서 여수와 거제도에 이어 세 번째로 도입했다. 7세 한 마리와 3세 두 마리 등 총 세 마리로, 롯데 관계자는 벨루가 전시가 "임시나 기간을 한정하지 않은 영구 상시 전시다"고 강조했다.

메인 수조에도 몸길이 2m의 너스 상어와 그루퍼 등 눈길을 끄는 멋진 해양 생물들을 전시하고 있다. 메인수조에는 총 1만여 마리 해양생물들이 서식해 벨루가관과 함께 볼거리를 제공한다. 천천히 관람할 경우 약 1시간 30분이 소요된다는 840m의 관람 동선 곳곳에는 이밖에도 홀볼트 펭귄, 바다사자, 철갑상어, 산천어 등 국내외 650종 5만5000여 마리의 생물을 전시하고 있다.

●생태 체험·교육 프로그램 강화

특이하게도 롯데월드 아쿠아리움에는

대규모 수족관이라면 오래 있을법한 공연 프로그램이 전혀 없다. 고정박 롯데 아쿠아리움 관장은 "동물들이 스트레스를 받지 않고 사람과 공존할 수 있도록 생태설명회를 표방한 공연이나 퍼포먼스를 하지 않는다"며 "전시도 철저히 동물들 컨디션에 맞추기 때문에 때로는 시간이 짧아지거나 아예 없을 수도 있다"고 설명했다.

대신 롯데월드 아쿠아리움이 중점을 둔 부분은 생태 체험·교육 프로그램이다. 기존 아쿠아리움이 통상 6가지 정도의 프로그램을 진행하는데 반해 롯데는 14가지를 운영한다. 또 박칼린 음악감독이 국내 아쿠아리움 최초로 전시공간별로 별도의 테마음악을 만들었다. 한국의 민물고기, 아마존, 극지의 펭귄, 바다사자, 경쾌한 바다, 해파리, 해저세계, 심해, 활기찬 바다, 바다 동물 등 주제에 맞춘 10개 테마음악을 들을 수 있다.

김재범 전문기자 oldfield@donga.com @kobaukid

이동우 롯데월드 사장 "2020년까지 20개 테마파크 조성"

이동우 롯데월드 대표이사는 15일 서울 잠실 롯데호텔에서 열린 아쿠아리움 오픈 기자간담회에서 "2020년까지 20개의 테마파크를 오픈해 매출 2조원의 국내 유일 종합 엔터테인먼트 회사로 발돋움하겠다"고 밝혔다.

이 대표는 구체적으로 "올해 상반기에

김해 롯데위터파크가 문을 열었고, 16일에는 아쿠아리움이 문을 연다"며 "2016년 제2롯데월드의 전망대를 오픈하고, 2017년에는 중국 심양에 롯데월드 실내 테마파크 개장을 준비하고 있다"고 밝혔다.

2016년 'sky 123'이란 이름으로 오픈 예정인 제2롯데월드 전망대는 500m 높이에

2개 층으로 이루어진다. 일본 도쿄의 스카이트리 전망대보다도 높은 위치여서 새로운 관광 인프라로 자리 잡을 것으로 기대된다.

중국 동북부의 교통 요지 심양에 문을 여는 테마파크는 롯데월드의 첫 해외 테마파크다. 심양 북역 북출구 일대 150만㎡의

부지에 16억 달러(약 1조7000억원)를 투자해 실내 테마파크와 함께 멀티플렉스 영화관, 쇼핑몰, 호텔, 오피스, 주거단지 등이 한데 어우러진 일종의 '복합리조트' 콘셉트다.

한편 이동우 대표는 아쿠아리움 개장과 관련해 "중국은 60개, 일본엔 69개나 있는 데 우리나라에는 롯데월드 아쿠아리움이 문을 열어도 아직 7개에 밖에 안 된다"며 "해양교육을 위해서는 더 많은 시설이 필요하다"고 강조했다.

김재범 전문기자

국민생활체육회, 조영호 신임 사무총장 임명

국민생활체육회는 15일 서울 잠실롯데호텔에서 제60차 이사회를 열고 조영호(66·전 한양대 체육대학장·사진) 신임 사무총장을 임명 동의했다. 조영호 신임 사무총장은 16일 문화체육관광부로부터 취임 승인을 받았다. 임기는 전임 사무총장의 잔여임기인 2016년 2월까지다. 2월 말 권영규 전임 사무총장이 지방선거 출마를 위해 사퇴하면서 그간 국민생활체육회 사무총장 자리는 공석이었다.

기네스 맥주, 정우성과 신규 브랜드 캠페인
세계적인 프리미엄 흑맥주 기네스(Guinness)가 배우 정우성과 함께 '깊이 알수록 깊이 좋아진다. 사람도, 기네스도'라는 메시지를 담은 신규 브랜드 캠페인을 시작한다. 이번 캠페인은 도시인들의 세련된 라이프스타일을 대변하는 '기네스'의 브랜드 가치를 소비자를 쉽게 공유하기 위해 기획됐다. 신규 브랜드 캠페인은 18일부터 시작되며 공식 페이스북(www.facebook.com/GUINNESSKOREA) 및 기네스 코리아 공식 유튜브(www.youtube.com/user/GuinnessKR)를 통해 확인할 수 있다.

조미료의 변신은 무죄...티백·액상 타입 인기

멸치국물내기 티백·야채 발효액 등 감칠맛

보편적인 분말타입의 조미료가 아닌 티백, 액상 등 새로운 형태의 제품들이 소비자들의 주목을 받고 있다. 보다 편리하게 국물을 낼 수 있고 맛도 더 뛰어나기 때문이다.

대상 청정원은 간편하게 국물을 낼 수 있는 티백 타입 제품인 '맛선생 국물내기 티백'을 선보였다. 4인 가족 국물요리를 기준으로, 끓는 물에 티백 1개(10g)를 넣고 5분만 우리면 진하고 구수한 국물이 완성된다. 직접 멸치와 새우 등을 이용해 육수를 우려낼 경우 20분 이상 끓여야 하지만, 해물국물내기티백을 사용하면 청정원의 특허기술로 우려내는 시간을 크게 단축할 수 있다. 구수한 멸치의 맛을 진하게 내 여러 국물요리에 두루 사용이 가능한 '멸치국물내기티백'과 새우와 붉은대게를 넣어 담백하고 시원한 국물맛을 내는 '해물국물내기티백' 2종으로 구성되어 있다.

액상 조미료도 주목 받고 있다. 선풍 '연두'는 콩을 주원료로 하는 액상 제품으로, 콩을 3단계 자연 발효해 만들었다. 맑고 투명한 액상타입이기 때문에 요리가 탁해지지 않고, 요



멸치국물내기 티백

맛선생 액상

리 고유의 맛과 색을 그대로 유지하면서 재료 수분손실을 줄여준다는 것이 장점이다.

청정원 '맛선생 액상'은 생물기준으로 52%가 넘는 풍부한 야채를 사용해 만든 액상 조미료로, 조림, 무침, 국, 찌개 등 모든 요리에 감칠맛을 더해 준다. 무, 양파, 마늘, 버섯 등 식물성 원료로만 만들었다. 신송식품에서는 액상 요리도우미 '신송 요리가 맛있는 이유'를 출시했다. 콩매주 발효액에 국산 마늘, 양파, 생강, 대파 등의 신선한 재료들로 두 번 발효시켜 더욱 풍부하고 깔끔한 감칠맛을 느낄 수 있다.

원성열 기자 seren@donga.com 트위터 @serenowon

■ 시간 소개

브랜드 컨설팅 대가의 위기극복

나락 끝에서 오른 브랜드 재생 스토리 (사사다 후미 지 | 디자인소호)



세계적인 브랜드 컨설팅 기업 브라비스 인터내셔널의 사사다 후미 대표가 전하는 비장의 브랜드 기술이 담긴 책, 저자는 "브랜드의 수명은 30년"이라고 잘라 말한다. 브랜드의 아이덴티티가 확립되어 있어도 관리를 하지 않으면 순식간에 한물간 브랜드가 되어버리기 십상이라는 것이다.

이 책은 가상의 기업 '클린뷰'와 클린뷰의 브랜드 '클린파카'의 이야기를 흥미롭게 풀고 있다. 저자는 36년간의 경험과 노하우를 통해 절체절명의 위기에 놓인 브랜드 클린파카가 위기를 극복해 나가는 과정을 현실감 있게 그린다. 소설처럼 술술 읽히지만 그 안에는 상당히 수준 높은 브랜드 이론이 녹아 있다. 저자가 대표로 있는 브라비스는 한국 브랜드하고도 인연이 깊다. 빼빼로, 카스타드, 마가렛, 맥주 맥스, 하이트 d, 커피 T.O.P 등 제품의 패키지 디자인을 담당했다.

양형모 기자

양형모의 아이 리브 스테이지

| 뮤지컬 '레베카'



뮤지컬 레베카는 스티븐의 거장 알프레드 히치콕 감독의 영화에서 영감을 받은 만큼 긴장감과 스릴이 넘치는 작품이다. 귀에 착착 감기는 음악과 그로테스크한 무대도 군사하지만 워니 워니 해도 댄버스 부인의 열을 같은 매력을 빼놓을 수 없다. 사진제공 | EMK뮤지컬컴퍼니

무대·음악·캐릭터 3박자 완벽

근사한 무대연출과 환상의 멜로디 조화

댄버스 부인·막심 등 다양한 해석 가능

뮤지컬 '레베카'는 상당히 재미있는 작품이다. '왜 재미있나'라고 묻는다면 당장이라도 세 가지 정도는 들 수 있다.

우선 무대가 근사하다. 바닷가에 면한 꽤 고풍스러운 맨들리 저택이 배경인데 상당히 그로테스크한 분위기를 풍긴다. 저택의 주인 막심 드 윈터(오만석 분)의 전처 레베카의 비밀을 품은 저택이다. '사부(특수효과를 위한 중간막)'를 활용한 이미지 연출도 상당히 성공적이다. 너무도 어색했던 지난해 초연 때의 불타는 저택 장면이 훨씬 더 실감이 나게 느껴진다. 두 번째는 음악이다. 그 중에서도 역시 댄버스 부인이 부르는 '레베카', 이 멜로디는 '뮤지컬계의 후크송'이라 불려도 무방할 것이다. 공연이 끝나도 최소한 이들은 이 멜로디로부터 자유롭기 힘들다. 나중에는 "제발 그만!"이라고 소리치고 싶을 정도로 머릿속을 헤집고 다니는 무시무시한 곡이다.

마지막으로 역시 댄버스 부인이라는 캐릭터를 이야기하지 않을 수 없다. '레베카'의 주인공은 맨들리 저택의 주인인 혼남 막심과 그와 사랑에 빠지는 '나(임혜영 분)'라는 여인이다. 하지만 정작 관객의 시선이 가장 많이 머무는 인물은 댄버스라는 조역이다. 맨들리 저택의 전 안주인이자 의문의 의사를 한 레베카의 강력한 추종자로, 새물결 안주인으로 들어온 '나'를 괴롭힌다. 이마에 '나는 악역'이라고 써 붙인 듯한 여인이다. 5미터 반경 안에만 들어서도 피부에 서리가 깔 것처럼 싸늘하다.

초연 때부터 옥주현의 댄버스가 유명했다. 풍부한 성량과 교과서적인 연기로 댄버스라는 캐릭터를 적절하게 표현했다는 평을 받았다. 이번 공연에는 초연부터 댄버스 부인 역을 맡은 옥주현, 신영숙 외에 한 명이 더 붙었다. 가수 겸 배우 리사다. 실은 리사의 댄버스가 상당히 흥미로웠다. 개막 전부터 '과연 리사가 옥주현을 넘어설 수 있을까' 싶었는데, 적절한 답을 찾은 것이다. 리사가 옥주현을 넘어섰는지는 모르겠지만, 적어도 옥주현과는 '다른' 댄버스를 표현했다. 옥주현이 '보고 싶은 것'을 보여주었다면, 리사는 '기대하지 않았던 것'을 보여주었다. 리사의 댄버스 부인은 밑지만 끝까지 미워하기 힘든 여인이었다(반면 옥주현은 끝까지 공포스러울 정도로 미웠다). 왜 그토록 죽은 레베카에게 집착는지, 그 집착이 아무 상관없는 '나'라는 여자에게 증오로 표출되어야 했는지가 리사의 댄버스에게서는 엿보인다. 처음으로 댄버스라는 '악녀'에게서 '여자'를 볼 수 있다.

11월9일까지 서울 한남동 블루스퀘어 삼성전자홀에서 공연한다. 다시 말하지만 '레베카'는 상당히 재미있는 작품이다. '재미'만이라면, 별을 일곱 개쯤 아낌없이 투척하고 싶다.

ranbi@donga.com 트위터 @ranbi361



삼성화재배 4강 진출자들. 탕웨이싱·박정환·스웨·김지석(왼쪽부터). 사진제공 | 한국기원

박정환·김지석 삼성화재배 바둑 4강

본선 8강전서 중국 저우루이양·룽이에 불계승

박정환 9단과 김지석 9단이 삼성화재배 4강에 올라 대회 첫 우승에 도전한다.

랭킹 1위 박정환 9단은 16일 대전광역시 유성구 덕명동 삼성화재 유성연수원에서 벌어진 2014 삼성화재배 월드바둑마스터스 본선 8강전에서 중국의 저우루이양 9단에게 178수 만에 백 불계승을 거두며 2년 만에 4강에 진출했다. 랭킹 2위 김지석 9단은 중국의 룽이 4단에게 147수 만에 흑 불계승하며 남보를 전해왔다.

그러나 지난해 준우승자인 이세돌 9단은 중국 랭킹 1위 스웨 9단에게 253수 만에 백 불계패했고, 강동윤 9단도 전기 챔피언 탕웨이싱 9단에게 151수 만에 백 불계패해 4강 진입에 실패했다. 박정환의 삼성화재배 4강 진출은 이번이 세 번째. 2010·2012년 4강에 올랐지만 결승에는 진출하지 못했다. 올 초 열린 천원전 우승 이후 타이틀과 인연을 맺지 못하고 있는 박정환은 이날 승리로 2011년 제24회 후지쓰배 우승 이후 3년 만에 두 번째 세계대회 우승을 거머쥐게 됐다. 대전추진 결과 준결승 3번기는 박정환과 탕웨이싱, 김지석과 스웨의 한중대결로 결정됐다. 상대전적은 박정환이 탕웨이싱에게 2전 전승으로 앞서 있으며, 김지석은 스웨에게 1승2패로 열세다. 준결승 3번기는 11월 5~7일 같은 장소에서 벌어진다.

양형모 기자