

진짜 같은 지옥에 ‘깜놀’, 이야기의 힘에 ‘눈물’

웹툰과 다른 감동 ‘신과함께-죄와벌’

2시간19분 중 상당부분 지옥을 배경 7번의 재판 중 드러나는 사연들 몽클 김용화 감독 “시각효과 기술 다 쏟아” 하정우 “원작과 다른 매력 잘 봐주길”

미지의 영역, 사후의 세계가 눈앞에서 현란하게 펼쳐진다. 쉽게 상상하기 어려운 세계가 만들어내는 신선함, 이승과 저승을 경계로 헤어진 가족을 향한 그리움이 잔잔하게 담겼다. 12월 한국영화 ‘빅3’ 가운데 한 편인 ‘신과함께-죄와벌’이 만든 세계다.

영화 ‘신과함께’(제작 리얼라이즈픽처스)가 12일 언론시사회를 열고 이야기를 공개했다. 절대적인 인기를 얻는 동명 웹툰을 원작으로 1편과 2편을 동시에 제작해 순차 개봉하는 방식, 400억원에 달하는 총 제작비 등으로 관심이 집중되는 작품이다. 기대가 높았던 만큼 시사회 직후 다양한 평가가 쏟아졌다. ‘교훈이 확실하다’는 반응도 뒤따랐다. 화재 현장에서 아이를 구하고 죽은 소방관 김자홍(차태현)이 사후 세계에서 3명의 차사의 도움을 받아 7번에 걸친 재판을 받는 과정이 영화의 주요 뼈대다. 각 지옥을 거치면서 인생의 주요 부분을 심판받는 김자홍은 그 과정에서 자신과 가족에 얽힌 사연을 하나씩 풀어낸다.

2시간19분의 상영시간 가운데 상당 부분이 지옥을 배경으로 하는 만큼 영화는 시각효과(VFX) 등 컴퓨터그래픽 분량이 절대적이다. 연출을 맡은 김용화 감독은 앞서 내놓은 ‘미스터 고’부터 쌓은 탁월한 기술력을 이번 작품에 아낌없이 쏟아 부었다. “우리나라



김용화 감독을 비롯해 김동욱, 주지훈, 하정우, 김항기, 차태현, 이정재(왼쪽부터) 등 영화 ‘신과함께’ 주역들이 12일 서울 롯데시네마 월드타워점에서 열린 언론시사회에 참석해 흥행을 기원하는 포즈를 취하고 있다.

에서 할 수 있는 VFX는 다 했다”고 자신할 정도다.

다만 영화는 판타지보다 ‘드라마’에 가깝다. 각 지옥의 화려한 비주얼이 시선을 끌지만 그 보다 김자홍과 그의 동생(김동욱)을 둘러싼 사연이 갈수록 힘을 더하기 때문이다. 끝내 관객의 눈물까지 자극하면서 원작과 비교해 ‘신파가 강조됐다’는 반응도 나왔다.

이와 관련해 김용화 감독은 “시나리오를 기획하며 원작 중 천문지옥에 대한 이야기를 계속 떠올렸고, 그걸 계승하는 게 영화적으

로 적합하다고 판단했다”며 “원작이 가진 세계관을 가져오되 이야기를 영화적 구조로 치환했다”고 설명했다.

막강 티켓파워를 자랑하는 하정우에게도 ‘신과함께’는 새로운 도전이다. 10개월 동안 1, 2편을 동시에 촬영한 그는 “기획과 촬영을 합해 2년이 걸렸다”며 “상상해온 작품을 노심초사의 마음으로 확인했다”며 “혹시 원작 팬에 실망을 안길 수 있지만, 영화는 독립적으로 귀엽게 봐주길 부탁한다”고 당부했다.

출연한 배우들은 ‘신과함께’가 한국영화

의 새로운 전환점이 될 수 있다는 데도 기대를 걸었다. 차태현은 “두 편을 한꺼번에 만드는 작업이나 판타지 장르 그리고 컴퓨터그래픽에 이르기까지, 우리나라도 새로운 시도를 할 수 있다는 걸 보여주는 작업의 시초가 되길 바란다”고 밝혔다.

내년 여름 개봉하는 2편은 저승차사들이 1000년 전 겪은 과거 이야기를 비롯해 김자홍의 동생이 받는 재판 등을 다룬다. 1편에 등장하지 않은 마동석의 모습도 2편에 담긴다.

이혜리 기자 gofi1024@donga.com

‘강철비’ ‘스타워즈’ ‘1987’ 등 대작 러시…왜 12월인가?

연말·성탄절·방학 맞물리는 시기 8월·명절 다음으로 많은 관객 몰려

14일 ‘강철비’와 ‘스타워즈:라스트 제다이’ 개봉을 시작으로 20일 ‘신과함께:죄와벌’, ‘위대한 쇼맨’, 27일 ‘1987’ 등 대작들이 치열한 흥행 맞대결을 펼친다. ‘1987’ 145억원, ‘강철비’ 155억원, ‘신과함께:죄와 벌’ 200억원 등 대규모 제작비의 한국영화는 물론 ‘스타워즈:라스트 제다이’와 ‘위대한 쇼맨’도 각각 우주를 배경으로 한 SF 시리즈, 노래와 춤이 어우러지는 화려한 뮤지컬 영화

의 대작 분위기로 관객몰이에 나선다.

그만큼 12월이 극장가 성수기라는 의미다. 영화 관람이 연말연시와 성탄절, 겨울방학이 맞물리는 시즌, 추위를 녹이며 따뜻한 분위기에서 비교적 저렴한 가격으로 즐길 수 있는 문화활동이라는 점이 기대작의 대거 개봉을 이끌어나간다.

실제로 최근 5년간 12월 극장 관객수는 이를 실증한다. 연간 1억명을 돌파한 2013년 12월 관객수는 2776만명(이하 영화관입장권 통합전산망 자료). 이후 2167만여명(2014년), 1896만여명(2015년), 지난해 2016만여명이었다. 한국영화 관객이 처음 1억명을 넘

어선 2012년에도 2059만명이었다.

이는 연간 여름과 명절 시즌 다음으로 많은 관객수로, 최대 성수기인 8월에 비하면 평균 60~70% 수준이다. 하지만 관객점유율면에서는 크게 뒤지지 않는 수치여서 12월 극장가가 그만큼 각 개봉작에게는 쓸쓸한 시장이 된다.

특히 한국영화 12월 관객은 2012년 1158만여명에서 2013년 1179만여명, 2014년 1291만여명, 2015년 1209만여명, 지난해 1312만여명으로 대체적인 증가세를 나타낸다. 여기에 12월 개봉해 흥행세를 유지하며 다음해 1월까지 그 분위기를 이어가

는 경우가 많다는 점을 고려하면 2개월치 관객수는 7~8월 여름이나, 연휴기간이 일정치 않아 그 시장규모 역시 변동이 큰 설과 추석 등 명절 시즌을 웃돈다.

모두 흥행 기대작들의 개봉 성과가 일군 성과다. ‘변호인’(2013년 12월18일), ‘국제시장’(2014년 12월17일), ‘히말라야’(2015년 12월16일), ‘마스터’(2016년 12월21일) 등이 대표적이다. 외화 최대 흥행작인 ‘아바타’도 2009년 12월17일 개봉했다. 이 가운데 ‘변호인’과 ‘국제시장’ ‘아바타’ 등은 1000만 관객의 ‘대박’을 터뜨렸다.

이와 함께 그보다 규모는 작지만 또 다르게 알려진 영화가 ‘쌍용기’ 관객몰이에 나서면서 12월부터 시작하는 극장가 겨울 시즌은 시장을 키우며 흥행 성과를 기대할 수 있는 무대가 된다. 윤여석 전문가 tadada@donga.com

장근석, 평창 패럴림픽 이벤트 ‘홍보대사의 정석’

입장권 2018장 구매…팬들과 단체 관람 자발적으로 평창올림픽 홍보방안 마련

한류스타 장근석이 2018 평창동계올림픽 홍보대사로서 구체적인 실천계획을 공개해 시선을 모은다. 단순히 홍보대사를 맡는데 그치지 않고, 자발적으로 홍보방안을 마련했다는 점에서 귀감이 되는 사례가 될 전망이다.

장근석은 2018 평창 동계올림픽 및 패럴림픽, 강원도 홍보대사를 맡고 있다. 올림픽의 성공적 개최와 평창을 비롯한 강원도를 전 세계에 알리기 위해 자신이 홍보대사로 해야 할 일에 대해 구체적으로 계획을 세우고 차례로 실천 내용을 홈페이지에 최근 공개했다.

가장 먼저 2018 평창 동계패럴림픽 여러 종목의 입장권 2018장을 구매했다. 패럴림픽은 올림픽이 내년 2월25일 폐막하고 3월9일부터 시작한다는 점에서 대중의 관심도가 상대적으로 낮아 관객들의 참여율이 저조할 것으로 우려된다. 이 같은 우려를 다소나마 해소시키기 위해 2018명의 팬을 초대해 경기를 단체 관람하는 이벤트를 준비했다. 이는 장근석이 자발적으로 생각해낸 아이디어로, 홍보대사로서 강한 실천의지를 드러내는 것이다. 또 선수들의 도전을 응원하고 사기를 북돋워줄 수 있는 영상 메시지도 제작할 예정이다.

장근석이 이 같은 열정을 그가 한국은 물론 일본과 중국에서 높은 인기를 자랑하고 있어,



‘홍보대사는 장근석처럼…’ 한류스타 장근석이 2018 평창동계올림픽 및 동계패럴림픽 홍보대사로 된다. 그는 패럴림픽 입장권 2018장을 구매해 팬들과 함께 경기를 관람하기로 했다. 사진은 8일 강원도청 사회의실에서 열린 홍보대사 위촉식 모습. 뉴스시스

그 명성에 어울리는 역할을 하고 싶은 배경도 있다. 2018 평창 동계올림픽을 시작으로 2020년 도쿄올림픽, 2022년 베이징 동계올림픽까지 한국과 일본, 중국 등 아시아 주요 3국이 차례로 세계적인 스포츠축제를 개최함에 따라 한국의 성공적인 올림픽 개최에 조금이라도 도움이 되고 싶다는 의지가 강하다.

장근석은 자신의 공식 일정 중에도 홍보대사로서 역할을 멈추지 않는다. 내년 1월과 2월 각 각 일본 오사카, 도쿄에서 열리는 ‘장근석 크리쇼4’ 아레나 투어를 통해 일본 팬들에게 평창 동계올림픽 및 패럴림픽을 홍보할 수 있는 특별한 이벤트를 준비할 예정이다.

백슬미 기자 bsm@donga.com

성탄절 분위기 물씬…‘시즌송’의 계절이 왔다

트와이스 ‘하트 셰이커’ 유튜브 1000만뷰 태연·투빅·NCT드림도 잇따라 음원 발표

‘음원강자’들이 잇달아 겨울 시즌송을 발표하며 크리스마스 분위기를 한껏 끌어올리고 있다. 트와이스와 태연, 투빅, NCT드림이 그 주인공들이다.

트와이스는 12일 현재 ‘하트 셰이커’로 각종 음원차트 정상을 휩쓸고 있다. ‘하트 셰이커’는 크리스마스 시즌을 겨냥한 앨범 ‘메리 앤 해피’의 타이틀곡으로 11일 공개됐다. 트와이스 특유의 발랄하고 사랑스러운 매력이 담겨있어 ‘크리스마스 선물’과 같다는 평가를 받고 있다. 마음을 송두리째 흔들어버린 상대에게 먼저 다가가고 싶은 마음을 표현한 가사와 춤으로 흥미를 자극해 뮤직비디오 역시 공개 22시간 만에 유튜브 조회수 1000만 건을 넘어섰다.

태연은 12일 시즌 앨범 ‘디스 크리스마스-윈터 이즈 커밍’을 선보였다. 태연 역시 솔로가수로서 흥행 파워를 자랑해온 만큼 이번 겨울 앨범에 관심이 쏠렸다. 타이틀곡 ‘디스 크리스마스’는 웅장한 오케스트라 사운드와 태연의 폭발적인 가창력이 돋보이는 발라드 곡으로, 잊을 수 없는 크리스마스의 특별한 추억을 담았다. 뿐만 아니라 ‘더 매직 오브 크리스마스 타임’, ‘렛 잇 스노우’, ‘크리스마스 위드아웃 유’ 등 모두 8곡의 수록곡에서도 태연의 감미로운 보컬과 더불어 크리스마스의 들뜬 기분을 느낄 수 있다.

이정연 기자 annjoy@donga.com



‘9개의 크리스마스 선물처럼’ 그룹 트와이스가 새 앨범 ‘메리 앤 해피’로 크리스마스 분위기를 한껏 끌어올리고 있다. 타이틀곡 ‘하트 셰이커’는 “크리스마스 종합선물”과 같다는 평가를 받으며 음원차트 정상을 휩쓸고 있다. 사진제공 | JYP엔터테인먼트

남성듀오 투빅도 겨울 시즌송 ‘유 아 마이 크리스마스’를 12일 발표했다. 감성적인 멜로디 라인과 피아노 선율이 돋보이는 R&B넘버 ‘유 아 마이 크리스마스’는 차가운 겨울 속에서 따뜻한 너와 나의 이야기를 담았다.

이밖에 아이돌그룹 NCT드림도 15일 음원 공개 플랫폼 SM스테이션을 통해 캐럴 ‘조이’를 발표한다. NCT드림의 ‘조이’는 유명 캐럴 ‘징글벨스’와 ‘조이 투 더 월드’를 혼합해 새롭게 탄생시킨 업템포 팝 장르의 곡이다.

숫자뉴스

658억 원

1994년 발표된 머라이어 캐리의 크리스마스송 ‘올 아이 원트 포 크리스마스 이즈 유’가 23년간 벌어들인 로열티 수익이다. 영국 경제주간지 이코노미스트의 최근 조사에 따르면 이 노래는 스포티파이에서만 모두 2억1000만 회 재생됐으며, 2017년 현재까지의 로열티 수익은 6000만 달러에 달한다.

#해시태그 킷



강소라, 전시회 나들이로 힐링

최근 종영한 tvN 드라마 ‘변혁의 사랑’에 출연한 강소라가 전시회 나들이에 나섰다. 휴식기를 보내고 있는 그는 “실물이 훨씬 아름답다”며 작품 감상에 흠뻑 빠져있는 모습이다. 편안한 옷차림도 눈길을 끈다. 화장이 없는 얼굴에 짙은 목은 헤어스타일, 오버사이즈 코트의 조화는 자연스러우면서도 세련된 모습이다.

백슬미 기자 bsm@donga.com

#스포츠동아 #강소라 #이별의아름 #예술 #힐링

이 노래

방탄소년단 ‘마 시티’



방탄소년단

고향에 대한 애정 듬뿍 ‘사투리 랩’ 구수하구먼

‘인터내셔널 슈퍼스타’ 방탄소년단은 신기하게도 해외파 멤버 한 명 없는 것도 특징이라면 특징이다. 미국 인기 토크쇼에 출연해 유망한 영어 실력을 드러냈던 RM을 포함해 멤버 전원이 모두 ‘토종’ 국내파다. 더 흥미로운 점은 이들 모두 지방 출신으로 저마다 가수의 꿈을 키우고 상경했다.

사회적인 메시지뿐만 아니라 자신들의 이야기를 음악에 담은 방탄소년단은 멤버 개개인의 고향 이야기를 노래에 담기도 했다. ‘아미’(방탄소년단 팬클럽)에게는 이미 유명한 ‘마 시티’(Ma city)다. 2015년 발표한 ‘화양연화 파트2’ 수록곡이다. 불확실한 미래라고 해도 꿈을 향해 전력 질주하는 ‘정춘’을 이야기하면서 어릴 때 품었던 그 꿈은 모두 자기가 태어나고 자란 고향에서 시작됐다고 노래한다. 멤버들과 ‘아미’에겐 ‘고향 찬양곡’으로 통한다. 작곡과 작사는 방시혁과 함께 RM, 슈가, 제이홉이 맡았다.

만행인 진(김석진)은 경기 과천, RM(김남준)은 경기 일산, 슈가(민윤기)는 대구, 제이홉(정호석)은 광주, 지민(박지민)과 정국(전정국)은 부산, 뷔(김태형)는 경남 거창이 고향이다. 이처럼 ‘팔도강산’에서 모인 이들은 고향에 대한 애정을 구수하게 랩 사투리로 표현했다.

“내게 여만만큼 주고 판 데 살라고? 노 뽕스” “아재들은 손을 들어, 아지메도 손 흔들어”, “한강보다 호수공원이 더 좋아 난”, “내가 태어난 것 자체가 대구의 자랑”, “내 광주 호시기도” 등의 가사를 통해 고향에 대한 자부심과 지금의 자리에 이르기까지 밑바탕이 된 ‘뿌리’에 대해 흥겹게 노래한다.

‘마 시티’는 타이틀곡이 아니어서 방송에서는 자주 부를 기회가 없었지만, 콘서트에서 빼놓지 않고 선보여 왔다. 이정연 기자 annjoy@donga.com

편집 | 유진환·김대건 기자