

똑같은 얼굴·180도 다른 삶 매력있잖아!

김명민·이다해·이미숙 등
극과극 캐릭터 연기 신선함
다양한 매력 발산 기회도

‘똑같은 얼굴, 다른 삶.’
안방극장이 1인 2역의 매력이 폭 빠졌다. 현재 방송 중이거나 방송을 앞두고 제작 중인 드라마들이 잇따라 주인공 캐릭터를 1인 2역으로 설정해 시선을 모은다. 이제 막 방송을 시작한 KBS 2TV ‘우리가 만난 기적’을 비롯해 SBS 주말극 ‘착한 마녀전’과 새 수목 드라마 ‘스위치:세상을 바꿔라’(스위치) 그리고 5월 방송을 시작하는 SBS ‘기름진 연애’다. 앞서 케이블채널 tvN ‘화유기’와 MBC ‘투깝스’도 1인 2역 캐릭터를 주인공이나 주요 인물로 설정해 시청자 시선을 모았다.

●극단적 캐릭터의 대비와 극적 효과

각 드라마의 1인 2역을 연기하는 주역은 김명민(우리가 만난 기적), 장근석(스위치), 이다해(착한 마녀전), 이미숙(기름진 연애) 등이다. 이들은 제작과 전혀 다른 성격을 지닌 캐릭터를 동시 연기하며 시청자에게 신선함의 매력을 안겨주거나 안겨줄 기세다. 김명민은 ‘우리가 만난 기적’에서 최고 실력을 지닌 은행 지점장과 중국음식점 주방장 겸 사장 역을 연기한다. ‘스위치’의 장근석은



SBS 드라마 ‘착한 마녀전’과 ‘스위치’, KBS 2TV ‘우리가 만난 기적’(왼쪽 위부터 시계방향), 사진제공 | SBS·KBS

천부적인 기질을 지닌 사기꾼과 냉철한 검사의 모습을 오간다. 이다해는 ‘착한 마녀전’을 통해 성공을 위해서라면 물불 가리지 않는 동생과 착하기만 한 언니를 연기하고 있다. 이처럼 1인 2역의 설정은 하나의 이야기를 풀어가면서 전혀 다른, 나아가 극단적인 캐릭터를 대비시켜 재미를 자아내는 장치로 받아들여진다. 또 그 사회적 신분의 선입견을 활용한 지위의 차이와 서로 대립하는 처

지에 놓인 인물들이 각기 다른 상황에 맞닥뜨린 뒤 결국 하나의 이야기로 귀결해가는 과정이 극적인 효과를 이끌어낼 수 있을 것으로 보인다.

●다채로운 연기력을 뽐내는 연기자의 무대

각 드라마 속 주역들은 제작과 사연으로 ‘똑같은 얼굴로 다른 삶’을 산다. 다른 이의 몸을 빌어 되살아나는 일종의 ‘빙의’(김명

민)이거나, 똑같이 생겨 다른 이의 삶을 살게 된 경우(장근석) 혹은 쌍둥이의 모습이 그것이다.

하지만 연기자 개인에게는 서로 다른 캐릭터를 연기해야 하는, 말 그대로 ‘1인 2역’의 연기력을 드러내야 하는 상황. 대체적인 연기와는 전혀 다른 실력을 요구받기 마련이다.

이런 부담스런 요구는 연기자들에게는 자신의 다양한 매력을 펼칠 수 있는 또 하나의 좋은 기회가 된다. ‘우리가 만난 기적’의 김명민은 “단순한 보디 체인지가 아니라 정체성이 섞이고 혼란을 일으키면서 다양한 인물의 모습이 나올 수 있다”고 말했다. 장근석 소속사 관계자도 “연기자는 늘 어떤 모습으로 대중에게 다가가야 하는지 고민하게 된다”면서 “1인 2역을 통해 상반되거나 다양한 모습을 동시에 보여줄 수 있다. 1인 2역을 넘어 1인 다역의 모습도 가능하다는 장점이 있다”고 설명했다. 그만큼 자신이 지닌 다채로운 매력을 한 무대 위에 펼칠 수 있게 되는 셈이다.

이와 함께 컴퓨터그래픽 등 이전보다 훨씬 발전한 촬영 및 영상기술력은 전혀 어색함 없이 드라마 속 1인 2역 캐릭터를 각각 도드라져 보이게 한다. 이 같은 기술환경의 진보는 시청자에게 연기자와 극중 캐릭터의 매력을 더욱 돋보이게 하는 중요한 장치이기도 하다. 윤여수 전문기자 tadada@donga.com

연예

13

2018년 4월 3일 화요일

스포츠동아

#해시태그 컷



벚꽃미소 전해빈

연기자 전해빈의 얼굴에 미소가 만개했다. 그의 뒤로 흐드러지게 핀 벚꽃처럼 환한 웃음을 보인다. 활동 중에 짬을 내 일본 여행을 떠난 전해빈은 “벚꽃엔딩”이라며 꽃잎이 떨어지기 전 봄을 만끽 중이다. 그의 밝은 표정만큼 수수한 옷차림도 눈길을 끈다. 화려하게 꾸민 스타일링보다는 여행하는데 불편하지 않게 트랜치코트와 청바지, 모자로 수수함을 뽐낸다. 백솔미 기자

#스포츠동아 #전해빈 #일본여행 #벚꽃 #봄치너

내 마음에 작품하나

최다니엘-영화 ‘시네마 천국’

울지 않고 울리는 영화 연기의 깨달음 준 작품

연기자 최다니엘에게 영화 ‘시네마 천국’은 연기에 대해 ‘깨달음’을 준 작품이다. 어린시절 비디오 가게에서 처음 빌려 봤을 때는 상·하로 나뉜 표지에 ‘눈물 없이는 볼 수 없는 키스신’이라는 문구에 이끌렸다. 지금은 “배우가 눈물 흘리며 울지 않아도, 보고 있는 사람은 어떻게 평평을 수 있다”는 사실을 알게 해준 작품이다. 당시 최다니엘은 표지의 글귀를 보고 “‘이게 슬픈가?’ ‘눈물 없이 본다는 말이 어떤 말이 지?’라는 의구심이 생겼다”고 했다. 하지만 “후반부에 너무 슬퍼서 평평 울었던 기억이 난다”고 떠올렸다.

최다니엘의 눈물샘을 자극한 장면은 유명 영화감독으로 활약중인 토토(자크 페방)가 친구이자 정신적 지주인 영사기사 알프레도(필립 트와레)의 사망소식에 고향을 찾으면서 시작된다. 토토는 알프레도가 자신을 위해 어릴 때 그렇게 보고 싶어 했던 키스신만 모아둔 영상을 접하게 된다. 알프레도를 추억하며 어린시절 생각에 잠기는 토토의 모습을 보며 최다니엘은 눈물을 평평 쏟았다. 이게 바로 “영화의 힘, 연기의 힘이 아닐까라는 생각이 들면서 감탄사를 연발했던 기억이 난다”고 말했다.

최다니엘도 시청자와 관객에게 이러한 연기를 보여주고 싶다고 했다. 화려한 꾸밈없이도 캐릭터에 온전히 빠져드는 연기로 교감하고 공감할 수 있길 바란다는 최다니엘은 “다행히 군대를 다녀오고 30대에 접어들면서 이전보다는 확연히 여유가 생겼다”고 했다. 무언가에 쫓기듯 연기를 해왔지만 이제는 “연기를 할 때만큼은 주변에 어떤 모습을 보여야겠다는 강박이 줄었다”고 했다.

최다니엘은 “연기는 정답이 없어 항상 어렵고 만족스럽지 못하다. 그렇다고 죽자고 매달리지 않으려고 한다. 괜한 힘을 빼지 않아도 된다는 것을 알게 됐다”고 말했다.

백솔미 기자 bsm@donga.com



“레드벨벳 만나보고 싶었어요”

김정은 위원장도 특별한 관심

결그룹 레드벨벳이 평양 예술단 공연에서 ‘특별한’ 관심을 받았다.

김정은 북한 노동당 위원장은 1일 평양 동평양대극장에서 열린 ‘남북 평화 협력 기원 남측 예술단 평양 공연’을 관람한 뒤 출연가수들과 일일이 악수하고 환담을 나눴다. 이 때 김정은 위원장은 자신이 레드벨벳과 만나는지 남측에서 관심이 많더라는 이야기를 꺼내, 레드벨벳은 화제의 주인공이 됐다.

‘빨간 맛’과 ‘베드 보이’ 두 곡을 선사한 레드벨벳은 김 위원장에 대해 “저희를 만나보고 싶었는데, 첫 번째 공연 날에만 스케줄상 참관을 할 것 같다고 말씀해주시면서 악수를 해주셨는데 너무 떨렸다”면서 “남측 언론을 보셨다고 얘기를 해주셨다. 남측 분들이 ‘레드벨벳과 만날지 안 만날지 궁금해 하는 것 같은데’라는 말씀을 하셨다”고 말했다.

레드벨벳은 공연에 참가한 가수 중 유일한 케이팝 아이돌 그룹으로, 이들의 개성 강한 퍼포먼스와 음악에 북측 관객이 어떤 반응을 보일지 관심이 모아졌다. 더욱이 1999년 엑스키스와 핑클, 2003년 신화와 베이비복스 등 과거 우리 아이돌 그룹 무대에 북측 관객들이 냉담한 반응을 보였던 터였다.

레드벨벳은 “(북측 관객이) 다들 입가에 미소를 지으면서 보고 계시더라”면서 “생각했던 것보다 훨씬 크게 박수를 쳐주고 따라 불러주기도 했다. 그것 때문에 긴장이 많이 풀렸다”고 전했다.

남측 예술단장 자격으로 방북한 도종환 문화체육관광부 장관은 “(김정은이) 남측 공연 중 노래와 가사에 대해 물어보는 등 많은 관심을 보였다”고 말했다.

정부지원단에 따르면 북측은 우리의 선곡에 거부 의사를 밝히거나 가사나 율동 등의 수정을 요구한 것은 없었다고 밝혔다.

이번 예술단 공연에 투입된 장비는 모두 남한에서 공수됐다. 과거 북측은 음향과 조명 등 공연 장비를 자신들의 것을 이용하라고 했지만, 이번엔 사전협의 과정에서 북측이 공수해올 것을 권했다. 이로 인해 이번 방북단에는 참가자들을 태운 전세기 외에 화물기도 함께 갔다.

평양공연 공동취재단·김원경 기자 gymmy@donga.com

카이스인포, 한·미 힙합공연 다시 연다

MMT 페스티벌서 한국힙합큰호응
마이믹스테이프과 새 무대 준비 박차

가상화폐 거래소 개발·운영사인 썬카이스인포가 최근 미국 텍사스주 오스틴에서 열린 ‘MMT 하우스 2018 페스티벌’을 성황리에 개최했다고 2일 밝혔다.

북미 최대 음악축제 ‘사우스바이사우스웨스트’(SXSW) 행사 구역에서 3월16일과 17일 이틀간 진행된 ‘MMT 하우스 2018 페스티벌’은 미국 온라인 음악사이트 마이믹스테이프(MyMixtapez)이 주관하고 카이스



MMT하우스 2018 페스티벌 사진제공 | 카이스인포

인포와 엠씨엔코인, 맵미키 아메리카 등이 후원한 음악축제. 첫날엔 릴 베이비 등 미국

곤지암 흥행돌풍 ‘유튜브 세대의 힘’

공포영화 ‘곤지암’이 극장가에서 돌풍을 일으키고 있다. ‘유튜브 세대’로 불리는 10~20대 관객의 전폭적인 지지 속에 역대 3월 극장 개봉 한국영화 흥행 신기록까지 세웠다.

‘곤지암’(감독 정범식·제작 하이브미디어코프)은 3월28일 개봉 첫날 26만 관객을 시작으로 주말동안 1000여개 스크린에서 상영해 98만 명을 동원했다. 2일엔 누적관객 140만 명을 넘어섰다. 극장이 비수기 분위기를 완전히 전환시키는 동시에 한동안 주춤했던 한국 공포영화의 부활까지 알리고 있다.

‘곤지암’ 흥행의 주축은 1020세대다. 개봉 첫날 10~20대 비중이 전체 관객 가운데 72.7%(CGV리서치센터)로 나타났다. 압도적인 점유율이다. 개봉 2주째에 접어들어서도 비슷하다. 2일 오전 11시 현재 연령별 예매 분포에서도 20대가 55.4%(CGV 기준)로 절반을 넘는다.

공포영화가 대개 젊은 층에 어필하지만, ‘곤지암’은 그 현상이 더욱 두드러진다. 배급사와 제작진은 이를 ‘유튜브 세대의 효과’로 보고 있다. 동영상 플랫폼 유튜브를 통해 새로우면서도 기발한 영상을 즐기는 것은 물론 직접 다양한 영상을 제작해 공유하는 유튜브 세대의 취향을 정확히 파고들었다는 설명이다.

‘곤지암’ 마케팅을 담당하는 영화사 하늘의 관계자는 2일 “1인 미디어, 1인 방송처럼 유튜브를 통해 콘텐츠를 공유하는 10~20대 취향과 영화의 분위기가 맞아떨어진 결과”라며 “개봉 전 모니터 시사회를 통해서도 이들 세대의 뜨거

운 반응을 확인했고, 그에 맞춰 SNS 등을 활용 한 마케팅을 진행했다”고 밝혔다.

영화는 미국 CNN이 선정한 ‘세계 7대 가장 소름끼치는 장소’로 꼽힌 곤지암 정신병원을 소재로 한다. 과거 실재했지만 지금은 폐업해 그 형태만 남은 곤지암 정신병원은 CNN 방송 뒤 공포체험의 ‘성지’로 유명세를 더했다. 영화는 이 곳을 찾은 젊은이들이 카메라로 온라인 생중계를 하면서 겪는 극한의 공포를 담았다. 실제 유튜브에서 어렵지 않게 찾을 수 있는 영상에서 모티프를 얻어, 그 느낌 그대로 극영화가 탄생한 셈이다.

가짜 다큐멘터리 기법, 즉 ‘페이크 다큐’ 형식을 취한 점도 ‘곤지암’을 향한 10~20대의 관심을 높이는 배경이다. 배우들이 직접 카메라를 들고 영화의 90% 이상을 촬영했다. 극의 주인공인 배우의 눈높이에서 촬영되는 이런 방식은 관객이 그 현장에 있는 듯한 느낌을 불러일으키는 효과로 이어졌다.

‘곤지암’의 흥행이 어디까지 이어질지도 관심이다. 이미 총제작비를 회수하는 손익분기점(80만명)의 두 배에 가까운 관객을 모았다. 공포영화는 주로 여름 극장가에 어울리는 장르라는 고정관념도 깨면서 반전의 흥행 기록을 새로 쓰고 있다.

이해리 기자
golf1024@donga.com



영화 ‘곤지암’
사진제공 | 쇼박스