



▲ 영화 '반도'에서 활약한 10대 연기자 이레. 고난도 자동차 추격 장면은 물론 액션연기까지 넘나든다. 사진제공 | NEW

저 소녀 누구야

영화 '반도' 흥행 순항 속 10대 배우 이레 연기 주목
연상호 감독도 무한 애정

영화 '반도'가 예상대로 주말 극장가에서 흥행을 이어갔다. 토요일인 18일 하루에만 51만 명을 동원하는 등 열풍에 힘입어 200만 돌파를 앞둔 가운데 다양한 관객 반응도 쏟아지고 있다. 특히 주연배우 강동원, 이정현 못지않은 활약으로 영화 속 '히든카드'로 꼽히는 10대 연기자 이레를 향한 관심도 쏠리고 있다.

쫄비 바이러스가 퍼지고 4년이 흐른 뒤 이야기인 '반도'(제작 영화사 레드피터)에서 이레는 폐허의 땅에 정착해 희망을 찾아가는 준이 역으로 극을 이끈다. 환난 속에서 이정현, 권해효 등과 가족을 이뤄 쫄비 폐에 맞서는 용감한 소녀로 활약한다. 개봉 전 강동원 등 스타들이 먼저 주목받았지만 상영 이후 작품을 확인한 관객들은 연기력을 과시하는 이레의 활약에 관심을 쏟고 있다.

중학교 2학년인 이레는 '반도'가 볼거리로 내세우는 현란한 자동차 추격전을 주도하는 인물이기도 하다. 미성년자인 만큼 운전 경험은 없지만 촬영 전부터 무술감독과 훈련을 거듭해 실전에서 고난도 추격전을 실감나게 표현해냈다.

영화 후반 관객의 감정을 흔드는 내용에서도 이레의 활약은 두드러진다. 과도한 '신파'라는 지적에도 불구하고, 여지없이 관객 눈물샘을 자극하는 부분에서 이레는 강동원, 이정현과 어우러져 대미를 장식한다.

사실 이레는 일찍이 연기력을 인정받아 '쫄무로리의 미래'라는 별칭으로 불린 연기자이다. 8살 때 이준익 감독의 '소원'으로 스크린에 데뷔한 이후 한국전쟁 배경의 휴먼극 '오빠생각'을 거쳐 베스트셀러가 된작인 스텔러 '7년의 밤' 등에서 증명한 실력을 이번 '반도'로 이어가고 있다.

연상호 감독은 "'7년의 밤' 같은 영화에서 증명하듯 이레는 어려운 감정까지 표현하는 연기력을 갖췄다"며 "다양한 표정에선 마치 아이돌 스타 같다는 느낌도 받는다"고 밝혔다. 이레를 처음 만나자마자 준이 역을 맡기기로 정했다는 감독은 "앞으로 더 잘될 게 분명해" 무조건 이레랑 친하게 지내야겠다'는 다짐부터 했다"며 무한한 애정을 드러냈다.

이해리 기자 golf1024@donga.com

뉴스인사이드 | 강민경·한혜연 PPL 논란으로 본 'SNS·유튜브 광고의 세계'

“구독자 수십만 팬 최대 5000만원”



최근 가수 강민경, 한혜연 스타일리스트 등 유튜브·SNS상에 남다른 영향력을 과시하고 있는 이른바 ‘셀럽’들이 PPL 논란에 휘말렸다. 사진은 한혜연이 운영하는 유튜브 계정 ‘슈스타TV’의 한 장면.

사진출처 | 유튜브 영상 캡처

인스타 사진 한컷당 약 1000만원 유튜브 기획 PPL 최대 5000만원 연예인 셀럽들 영향력 ‘상상초월’ 개인 수입으로 소속사와 분쟁도

가수 강민경과 제시카, 방송인 김나영, 한혜연 스타일리스트 등은 유튜브와 SNS상에서 막강한 영향력을 과시하는 이른바 ‘인플루언서’로 꼽힌다. 일상을 공개하는 유튜브 채널과 인스타그램에서 ‘내돈내산’(내 돈 주고 내가 산) 패션 소품 등을 소개하며 시선을 끌고 있다. 하지만 일부의 경우 브랜드로부터 대가를 받고 공개한, PPL(간접광고)이었다는 점으로 논란을 빚고 있다. 대중적 비난이 쏟아졌고, 결국 강민경과 한혜연 등은 사과했다. 이는 유튜브와 인스타그램 등 SNS를 통한 마케팅과 연예인 인플루언서의 힘을 역설적으로 보여준다.

●“유튜브 동영상, 건당 5000만원까지”
강민경은 200만명의 인스타그램 팔로워와 66만명의 유튜브 채널 구독자를 보유하고 있다. 유튜브 채널 구독자 80만명의 한혜연 스타일리스트 등 다른 연예 인플루언서들 역시 못지않다. 그만큼 이들의 SNS와 유튜브 채널 콘텐츠가 영향력을 지녔다는 얘기다. 패션, 뷰티 콘텐츠도 이들의 전문성에 기대 더 큰 전파력을 갖는다. 관련 브랜드와 기업이 이들의 콘텐츠를 활용하는 바탕이

다. 실제로 강민경은 사과문에서 “채널 구독자가 늘어 한동안 들켰다. 여러 브랜드의 협찬과 광고 제안이 많아졌다”고 밝혔다.

대체로 브랜드 마케팅업체는 최소 1만명의 팔로워를 지닌 인스타그램 계정 보유자를 ‘셀럽’(셀러브리티)으로 인정하지만 PPL 실행 대상은 수십만에서 100만명 이상 팔로워 보유자이다. 사진 한 컷당 1000~2000만원가량, 이후 영향력이 확인되면 단가는 더 오른다.

자사 연예인의 유튜브 채널로 PPL을 진행한 한 연예관계자는 19일 “수십만 구독자를 확보한 연예인 유튜브는 단순 브랜드 노출의 경우 1000만원, 브랜드 스토리를 녹여내는 등 기획성 PPL이면 건당 5000만원까지 받기도 한다”고 말했다. 이어 “이들의 콘텐츠는 온라인 매체를 통해 가십성 기사로 다뤄진다”면서 “관련업체와 브랜드는 이를 재가공해 유통하는 2·3차 바이럴 마케팅을 실행하고, 이는 소비자들의 상품 소비로 이어진다”고 설명했다.

●“SNS 광고시장 확대…연예인과 소속사 분쟁 우려도”
이런 과정이 가능한 것은 브랜드명과 제품 이름 등을 콘텐츠를 통해 노출해도 되기 때문이다. 하지만 유튜브는 “유료 PPL 등 콘텐츠는 ‘동영상에 유료 광고 포함’ 사항을 체크해야 한다”고 규정하고 있다. 물론 유튜브의 콘텐츠 운영 방침에 불과할 수 있다. 하지만 연예인이 대가를 받고 상품과 브랜드를 홍보하면서 관련 배정을 감추는 것은 대중적 신뢰를 잃는 일이 될 수 있다고 관계자들은 지적한다. 최근 논란이 이를 말해준다.

이 과정에서 연예인이 개인적 수익을 얻는 경우도 적지 않다고 앞선 관계자는 귀띔했다. 그는 “유튜브 등 SNS 광고시장 규모가 커지면서 톱스타급으로 인정받는 일부 연예인이 이를 개인 수익으로 벌어들일 경우 소속사와 마찰을 빚기도 한다”면서 “신인 전속계약 때부터 관련 규정을 명문화하는 경우가 많아졌다”고 말했다.

마침 공정거래위원회는 “SNS를 통해 경제적 대가를 받고 작성한 상품 후기에는 소비자가 내용과 금전적 지원·할인·협찬 등 경제적 이해관계를 확인할 있도록 명확하게 표시해야 한다”는 규정을 9월부터 실행할 방침이다. “앞으로 CF 등 전통적인 매체의 광고시장 규모를 뛰어넘을 것”이라는 관계자의 말과 함께 이런 흐름은 유튜브 등 SNS의 또 다른 힘을 보여주고 있는 셈이다.

윤여수 기자 tadada@donga.com

듀스·룰라·유피 소환…요즘은 ‘복고풍 음악’이 대세

썩쓰리 ‘여름 안에서’ 차트 상위권
코요태는 유피의 ‘바다’ 리메이크

듀스, 룰라, 유피(UP)…, 1990년대 그룹들이 20여 년이 지난 요즘 음원차트에 다시 ‘소환’되고 있다. MBC 예능프로그램 ‘놀면 뭐하니?’를 통해 결성한 그룹 썩쓰리를 비롯한 후배 가수들이 연달아 이들의 노래를 리메이크하면서 ‘원조’까지 명달아 화제에 오르고 있다.

그 중심에는 25일 데뷔를 앞둔 썩쓰리가 있다. 가수 이효리, 비, 방송인 유재석이 뭉친 그룹은 1990년대 스타일을 전면에 내세웠다. 1994년 그룹 듀스가 부른 ‘여름 안에서’를 리메이크해 11일 선공개한 이후 줄곧 각종 음원사이트 실시간 차트 상위권을 차지하고 있다.

복고풍의 멜로디와 여름 분위기를 담은 가사가 인상적인 썩쓰리의 또 다른 노래 ‘다시 여기 바닷가’도 발매한지 하루가 지난 19일 오후 현재 멜론 등 주요 음원 차트 1위를 기록 중이다. 이들은 의상과 안무, 뮤직비디오까지 1990년대 가수들의 특성을 고스란히 재현해 시청자들로부터 긍정적인 반응을 얻고 있다. 동시에 복고풍 감성을



썩쓰리 '다시 여기 바닷가'

가리키는 이른바 ‘레트로’를 다시 유행시키고 있다.

그룹 코요태도 유피가 1997년 히트시킨 노래 ‘바다’를 재해석해 19일 내놨다. 멤버 뽕가가 만든 랩을 얹어 새로운 분위기를 뿜었다. 코요태는 최근 주목받는 ‘레트로’의 또 다른 주인공이기도 하다. 1998년 데뷔해 ‘순정’ ‘만남’ ‘비상’ 등 곡으로 인기를 얻으면서 복고풍 댄스곡 분야의 대표주자로 손꼽힌다. 덕분에 코요태의 ‘바다’ 리메이크에 대해 ‘1990년대 후반의 향수를 자극하는 노래와 가수의 조합’이라는 기대



코요태 '바다'

의 시선이 쏟아지고 있다.

1990년대 히트곡의 리메이크는 무엇보다 노래의 익숙함과 여름 분위기와 어우러지는 시의성이 장점으로 통한다. 때문에 신인 그룹들은 대중에 존재감을 각인시키는 기회로 이를 활용하고 있다. 그룹 시크한아이들은 1996년 그룹 룰라가 부른 ‘3! 4!’를 리메이크한 노래로 20일 데뷔 음원을 발표한다. 2017년 데뷔한 그룹 멋진녀석들도 8일 ‘여름 안에서’를 재해석한 노래로 활동을 시작했다.

유지혜 기자 yjh0304@donga.com

연예

스포츠동아 2020년 7월 20일 월요일 11

연예뉴스 HOT 4

개그맨 노우진, 음주운전 혐의로 경찰 입건



노우진

개그맨 노우진(40)이 음주운전 혐의로 경찰에 입건된 사실이 뒤늦게 알려졌다. 19일 서울 영등포경찰서는 노우진을 음주운전 혐의로 입건해 조사 중이다. 경찰에 따르면 노우진은 15일 밤 11시20분쯤 서울 올림픽대로에서 혈중 알코올 농도 0.185%로 면허 취소 수준의 음주상태로 운전하다 성산대교 인근에서 적발됐다. 그는 경찰 추격에 도주하려 한 정황으로도 비난받고 있다. 이에 SNS를 통해 “명백히 잘못된 행동이었으며 절대 있어서는 안 되는 일이었다. 진심으로 사과드린다”고 말했다. 그의 아내도 “남편 스스로 행동에 책임을 질 수 있게 깊은 반성과 자숙하는 시간을 보낼 수 있도록 함께 하겠다”고 밝혔다.

tvN ‘여름방학’, 日 게임 표절·왜색 논란

연기자 정유미, 최우식이 출연하는 tvN ‘여름방학’이 왜색 및 표절 논란에 휘말렸다. 17일 첫 방송한 ‘여름방학’은 출연진이 강원도 바닷가에서 여름방학을 보내는 내용. 하지만 일본 소니사의 플레이스테이션용 게임 ‘나의 여름방학’과 일부 내용이 흡사하고, 배경 역시 일본식 적산가옥을 떠올리게 한다는 지적을 받았다. 이에 제작진은 19일 공식 SNS에서 “해당 게임을 잘 알지 못하며 참고하지 않았다”고 밝혔다. 이어 배경이 된 집은 “1950년대 지어진 고택”이라면서 “집이나 내부공간은 중요하지 않다고 생각해 크게 고민하지 못했다. 시청자가 느낄 수 있는 불편함을 세심히 고려하지 못해 죄송하다”고 사과했다.

SNS로 해킹 메시지 받은 홍진영 “휴”



홍진영

가수 홍진영 등 일부 연예인이 SNS 해킹 피해를 겪거나 위기에 놓여 심각성을 더한다. 홍진영은 19일 SNS를 통해 한 DM(다이렉트 메시지) 사진을 공개했다. “계정 게시물에서 저작권 침해가 감지됐다”며 “저작권 침해가 잘못되었다고 생각되면 피드백을 제공해야 한다”는 내용과 함께 관련 링크를 포함한 글이다. 이에 홍진영이 해킹에 의심을 품자 가수 딘딘과 돈 스파이크, 더너트 정이한 등 동료 연예인들이 “해킹”임을 경고했다. 누리꾼들도 그 같은 공지는 없으면서 연예인들에게 피해 예방을 당부했다.

한소희, 모친 채무 논란으로 구설수



한소희

드라마 ‘부부의 세계’로 스타덤에 오른 연기자 한소희가 모친의 채무 문제로 구설에 휘말렸다. 한소희의 모친으로부터 사기 피해를 당했다고 주장한 A씨는 18일 온라인 게시판을 통해 “연예인 엄마가 하는 게에 매달 돈을 넣었지만 갯돈을 타는 날 그 엄마가 연락이 끊겼다”고 주장했다. 이후 경찰에 신고할 뜻을 밝히자 “연예인 딸이 성공하면 갚겠다”는 약속과 달리 전화번호를 바꾸는 등 지금까지 1200만원의 원금이 회수되지 않았다고 주장했다. 반복되는 연예인 부모의 채무 논란에 특히 민감한 여론 탓에 한소희를 향한 부정적인 반응도 형성되는 가운데 한쪽에선 과도한 문제제기라는 비판도 제기되고 있다.

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com