



그들 방탄소년단이 '버터'로 22일 미국 빌보드 메인 싱글 차트 '핫100' 4주 연속 1위를 차지해 아시아 가수 최장 기록을 경신했다. 사진은 지난달 21일 서울 송파구 올림픽공원에서 열린 '버터' 발매 기념 기자회견회에서 포즈를 취하고 있는 모습. 스포츠동아 DB

美 빌보드 '핫100' 4주연속 1위...기록소년단

21세기 최초 그룹 4주 연속 정상에
▶ 최초 사카모토 기록도 같이치워
라디오 차트·리믹스 버전 추가 주요

'기록소년단'이라 할 만하다. 글로벌 그룹 방탄소년단(BTS)이 미국 빌보드에서 아시아 가수 및 21세기 최초의 기록을 썼다. 이를 통해 미국시장에서 '팝 아이콘'의 위상을 더욱 확고히 하고 있다. 빌보드는 22일(이하 한국시간) 방탄소년단이 지난달 21일 발표한 두 번째 영어 싱글 '버터'(Butter)로 메인 싱글 차트 '핫100'(26일자)에서 4주 연속 1위를 차지했다고 밝혔다. 이에 따라 방탄소년단은 '핫100' 차트 진입과 동시에 1위로 직행한 역대 '핫 100' 54곡 가운데 4주 연속 정상의 자리를 지킨 13번째 노

래를 갖게 됐다. 그룹으로서는 1998년 9월 록 밴드 에어로스미스의 '아이 돈트 원트 투 미스 어 싱'(I Don't Want to Miss a Thing) 이후 처음이어서 '21세기 그룹 최초'의 기록도 작성했다. 동시에 1963년 아시아 가수 최초로 '핫100' 1위에 오른 뒤 3주 연속 자리를 지킨 일본 사카모토 규의 '스키야키'(Sukiyaki)의 기록도 같이 치렀다. 지난해 8월 공개한 첫 번째 영어 싱글 '다이너마이트'(Dynamite)로 통산 3주간 1위에 올랐던 자체 기록까지 경신했다. 이로써 방탄소년단은 '다이너마이트'(3회), 피쳐링 참여곡 '새비지 러브' 리믹스(1회), 한국어 노래 '라이프 고스 온'(1회)에 이어 '버터'(4회)까지 '핫100'에서 모두 9차례 정상에 등극했다.

●장기 흥행, 그 힘은? 방탄소년단이 '버터'로 향후 장기 흥행

을 이어나갈 것이라는 기대감은 곳곳에서 흘러나온다. '버터'는 이들이 "여름에 가볍게 즐길 수 있는 곡"이라고 밝힌 것처럼, 유쾌한 분위기와 여름이라는 계절 분위기에 잘 맞아떨어진다라는 호평을 받는다. '다이너마이트'로 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 시국에 지친 대중에게 위로와 긍정 에너지를 전달했다면, '버터'로는 일상에 복귀한 청춘의 모습으로 공감대를 형성했다. 여기에 톱 그리말디, 스티븐 커크, 론 페리, 제나 앤 드류스, 알렉스 빌로워츠, 세바스티안 가르시아 등 해외 뮤지션이 작사·작곡에 참여해 미국 대중의 시선을 사로잡았다는 평가도 나온다. 매주 상송 곡선을 그리고 있는 '라디오 송스' 차트 순위가 이를 입증한다. 발매 첫 주 39위로 시작한 2주차 32위, 3주차 28위, 4주차 25위까지 상승했다. 라디오 청취자는 전주보다 6% 늘어난 2580만 명

을 기록했다. 다양한 리믹스 버전을 3주에 걸쳐 추가로 발표한 것도 주요했다. 방탄소년단은 지난달 21일 '버터' 원곡과 인스트루멘탈 버전 발매 이후 28일 EDM '하터'(Hotter), 이달 4일 R&B와 기타 사운드를 가미한 '스위터'(Sweeter)와 '쿨러'(Cooler) 등 추가 버전을 선보였다. 이번 주에는 추가 리믹스 버전을 출시하지 않았지만, 음원 판매량을 유지하며 시선을 끌었다. 다만 스트리밍 횟수는 전주보다 19% 감소한 1250만 회로 집계됐다. '핫100'은 음원 판매량과 라디오 방송 횟수 등 외에도 오프라인 음반 등 판매량도 순위 산정의 기준으로 삼는다. 방탄소년단은 다음 주 바이닐(LP)과 카세트 버전을 내놓기로 해 빌보드에서 또 다시 어떤 기록을 써 내려갈지 세계적인 관심을 끌고 있다. 이정연 기자 annjoy@donga.com

유튜브서 대박 친 골프예능, 방송가 바람 타고 풀스윙!

김구라·김국진 등 골프 콘텐츠로 인기
'편먹고072' 등 지상파 중심 5편 완성

드넓게 펼쳐진 푸른 잔디 위에 골프채를 든 스타들이 들어선다. 서로 농담하며 웃는 것도 잠시, 작은 공을 바라보는 눈빛과 자세가 프로 골퍼 못지않다. 이를 바라보는 누리꾼과 시청자들도 웃음과 긴장감 사이를 시선으로 오간다.

'김구라의 빠꾸기 골프TV', '홍인규 골프TV', '장동민의 골프와의 전쟁', '김국진의 거침없는 골프' 등 골프를 소재로 하는 유튜브 예능 콘텐츠가 각기 최대 200만 조회수까지 기록하며 인기를 끌고 있다. 유튜브에만 국한된 얘기가 아니다. 골프 예능프로그램은 방송가로도 넘어와 그야말로 '풀 부킹'상 태인 '극성수기'를 맞고 있다. SBS '편먹고 072(공치리)', tvN '스타골프빅리그' 등 현



최근 방송가에 골프 소재 예능프로그램 열풍이 불고 있다. 사진은 유튜브 콘텐츠 '김구라의 빠꾸기 골프TV'의 한 장면. 사진출처 | 유튜브 영상 캡처

재 방영 중이거나 준비 중인 프로그램만 5편이 넘는다. 방송사뿐 아니라 티빙 '골신강림' 등 OTT(동영상 온라인 스트리밍 서비스)도 적극적으로 투자·제작에 나서고 있다.

●박세리부터 강호동까지...스타들 대거 출연 세대 불문, 골프 인구가 급격히 늘어난 현상에 주목한 결과다. 4월 한국골프장경영협

회 통계에 따르면 지난해 전국 501개 골프장 내장객은 4673만명으로, 2019년(4170만명)보다 12.1% 증가했다. 3년 이하 신규 골프 입문자 중 무려 65%가 20~40대 이용자라는 통계도 나왔다. (KB금융지주 경영연구소) 이처럼 골프가 대중화하면서 각 예능프로그램 제작진도 이를 방송 콘텐츠로 녹여내고 있다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)의 영향이 적지 않다는 시선도 있다. 탁 트인 필드를 배경으로 시청자에게 대리만족을 주면서도 사회적 거리두기 수칙을 지키기에도 비교적 쉽기 때문이다.

'골프 열혈 팬' 스타들을 섭외할 수 있어 일석이조이다. 이승엽 SBS 해설위원은 그동안 예능프로그램 출연을 고사해오다 골프 소재 프로그램이라는 설명에 7월 방송하는 '편먹고 072' 고정 출연자 자리를 받아들였다. OTT인 웨이브도 제작비를 투자했다.

자타 비공인 '장타왕' 강호동은 최근 아들 시후 군이 '골프 신동'으로 유명해져 덩달아 조명을 받고 있다. 덕분에 신동엽·이수근과 함께 8월 '골신강림'에 출연기로 해 화제다. '골프 여제' 박세리는 30일 자신의 이름을 내건 JTBC '세리머니클럽'을 내놓는다. 모두 "골프에 대한 애정"으로 출연을 결심했다.

●'지나친풀림은 지양해야' 다만 후후죽순으로 생기는 골프 소재 예능프로그램에 대해 "풀림 현상"을 우려하는 목소리도 적지 않다. 지난해 방송사마다 관련 프로그램을 내놨다 포화 상태에 이른 '트로트 열풍'과도 비슷한 양상이라는 지적이다. 하재근 대중문화평론가는 "골프의 인기가 젊은 세대까지 확대된 동시에 새로 배우려는 사람들이 유튜브와 OTT, 방송프로그램을 찾아보는 현상이 더해졌다"면서도 "풀림현상을 피하기 위해 소재 발굴뿐 아니라 같은 소재를 어떻게 다르게 표현할지 고민이 필요한 시점"이라고 말했다. 유지혜 기자 yjh0304@donga.com

'7말 8초'...한국영화 극성수기 개봉 봇물

'모가디슈' '방법' 7월 28일 확정
'싱크홀' '인질'도 여름시즌 예고

'7말(末)8초(秒)를 겨냥하라!' 7월 말부터 8월 초 한국영화 기대작이 잇따라 개봉할 것으로 전망되면서 치열한 흥행 경쟁을 예고하고 있다. 관객도 오랜만에 차려지는 극장가 '진수성찬'에 상영관을 더욱 적극적으로 찾지 않겠느냐는 기대를 모으고 있다.

우선 '베테랑'의 류승완 감독 연출로 김윤석·조인성이 주연한 '모가디슈'가 7월 28일로 개봉 일정을 확정하며 선정 효과를 노린다. 지난해 화제를 모은 tvN 드라마 '방법'의 스크린 확장판인 '방법:재차의'도 이날 선보인다. 두 편과 함께 차승원·이광수·김성균 등이 출연하는 '싱크홀', 지난해 코로나19 사태 속에서도 435만여 관객을 불러 모은 '다만 악에서 구하소서'의 황정민이 나서서 '인질'도 기대작으로 꼽힌다. 다만 '싱크홀'과 '인질' 제작진은 22일

현재까지 정확한 개봉 일정을 확정하지 않고 있다. 7월7일 개봉하는 할리우드 마블스튜디오의 '블랙 위도우'의 상영 추이를 지켜보고, '모가디슈'와 '방법:재차의' 개봉과도 겹치지 않는 시기를 택하기 위해 고심 중이다. 하지만 7월부터 8월 중순에 이르는 여름 시즌이 극장가 연중 최대 성수기로 꼽히는 점에서 두 편의 영화 역시 조만간 일정을 못 박을 전망이다. 특히 여름 휴가철이 절정에 달하는 7월 말부터 8월 초, 이른바 '7말8초'는 극장가에도 가장 많은 관객을 끌어들이 수 있는 시기이다. 그만큼 대규모 흥행을 겨냥하는 기대작에는 최적의 개봉

시기가기도 하다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산 여파 속에서 '본노의 질주:더 얼티메이트' 등 일부 외화의 흥행과 코로나19 예방 점중자의 증가 등 관객이 다시 극장을 찾을 수 있게 하는 호재로 작용할 것으로 보여 영화계와 극장가의 기대감을 더욱 키운다. 22일 한 투자배급사 관계자는 "각 영화의 개봉 시기를 둘러싸고 제작진의 셈법이 복잡하지만 아마도 서로 시기가 겹쳐 관객이 분산되는 건 원치 않을 것이다"면서 "각 영화가 1주나 2주 정도 시차를 두고 개봉하지 않겠느냐"고 내다봤다. 윤여수 기자 tadada@donga.com

대박 난 김종국·홍진경·이지혜 '짐 중국' '공부왕...홍진경' '...관중연니' 유튜브 인기

가수 김종국과 이지혜, 방송인 홍진경이 자신의 개성을 담은 유튜브 채널을 통해 '제2의 전성기'를 누리고 있다. 김종국은 유튜브 채널 '짐(GYM)중국'을 개설한 지 4일 만인 22일 100만 구독자를 모아 단번에 '골드 버튼'(100만 구독자 계정 운영자)을 획득했다. 헬스 소재로 다양한 운동 방법과 일상을 소개하고 있다. SBS '미운 우리 새끼', '런닝맨' 등을 통해 여러 차례 공개했던 운동 방식이 호기심을 잡아끌면서 706만 조회수를 얻었다. 김동현·하하·지석진·딘딘 등 동료 연예인뿐 아니라 유명 운동 유튜버들도 "진짜가 나타났다"면서 힘을 보태고 있다.

홍진경은 '공부왕전전재 홍진경'으로 감각을 발휘하고 있다. 중고교 교과과정을 다시 공부하는 콘셉트로, 대학생과 취업준비생 등 젊은 이용자들로부터 큰 호응을 얻었다. 딸 라엘 양까지 한세레 웃음을 자아내면서 최대 170만뷰를 넘어섰고, 최근 tvN 예능프로그램 '유 퀴즈 온 더 블럭' 등에도 함께 출연해 화제를 모았다. 이지혜는 딸 태리 양과 똑 닮아 '큰 태리'로 불리는 남편 문재완 씨와 '밋지않은 관중연니'를 운영하면서 활동 영역을 넓혔다. 자신들의 리브스트리머부터 과거 가수 활동 추억, 육아일기 등 다양한 소재로 49만여 구독자를 모았다. 지난달에는 유튜브 운영 수익금 1790만원에 사비를 더해 5000만원을 기부하는 과정도 생생하게 공개했다. 이처럼 친근감과 호감을 쌓은 덕분에 최근 문 씨와 SBS '동상이몽2-너는 내 운명'에도 고정 출연하고 있다. 유지혜 기자 yjh0304@donga.com

연예뉴스 HOT 3

4일 만에 114만장...세븐틴, 4연속 밀리언셀러



그들 세븐틴이 4연속 밀리언셀러가 됐다. 22일 소속사 플레디스 엔터테인먼트는 "18일 선보인 세븐틴의 여덟 번째 미니앨범 '유어 초이스(Your Choice)'가 4일 만에 114만장의 판매고(한타차트 기준)를 기록했다"고 밝혔다. 이로써 세븐틴은 지난해 정규 3집 '언 오드', 일곱 번째 미니앨범 '행가래', 스페셜 앨범 '세미콜론'에 이어 네 앨범 연속 100만장 판매량의 성과를 냈다. 이들은 이번 앨범의 타이틀곡 '레디 투 러브(Ready to love)'로 멜론과 지니 등 멜론과 지니, 일본 라인뮤직 등 국내외 음원차트와 해외 22개국 아이튠즈 송 차트에서 1위에 올랐다.

안성기 '브랜드 로레이 어워드' 레전더리상 수상



배우 안성기가 한국영화계 최초로 세계적인 권위의 '브랜드 로레이 어워드(The Brand Laureate Awards) 레전더리상'을 받았다. 앞서 할리우드 스타 해리스 포드, 손 코넬리, 톰 크루즈, 청룡(성룡) 등이 이 상을 수상했다. '브랜드 로레이 어워드'는 국제적으로 브랜드 가치를 높게 인정받는 최고의 개인과 기업 및 단체에 수여하는 상이다. 2005년 미국에서 설립된 브랜드 기반 비영리단체 '세계브랜드재단(TWBF)'이 주관한다. 시상식은 22일 오후 6시 서울 장충동 신라호텔 영빈관에서 열린다.

스필버그 감독, 넷플릭스 영화 제작 계약



가장 스티븐 스필버그 감독도 OTT(온라인 동영상 스트리밍 서비스)로 향한다. 스티븐 스필버그 감독이 이끄는 할리우드 제작사 앰블린 파트너스가 넷플릭스와 영화 제작 계약을 맺었다고 AP통신 등 외신들이 22일 보도했다. 스티븐 스필버그 감독도 일부 작품을 연출할 것으로 전망된다. 스필버그 감독은 "새로운 이야기와 방식으로 관객에게 다가갈 기회를 얻었다"고 밝혔다. 스필버그 감독의 넷플릭스행은 그가 OTT 영화에 회의적이라는 시선이 앞서 나왔다는 점에서 할리우드에 파장을 일으키고 있다.