

OTT·유튜브·NFT까지 접수한 ‘무한도전’

NFT ‘무야호’ 발행에 전시회 열어 유튜브서 ‘클립영상’ 조회수 폭발 ‘그립다’ 등등 누리꾼 맛깔 넘쳐나 채팅하며 보는 OTT 왓처서도 인기

여전히 ‘무한도전’이다. MBC 예능프로그램 ‘무한도전’이 2018년 종영한 지 4년이 지났는데도 OTT(온라인 동영상 서비스)와 유튜브, 나아가 NFT(대체불가토큰) 등으로 끝없이 소비되며 ‘국민 예능’의 위엄을 보여주고 있다.

● ‘무한도전’으로 재미 보는 MBC

지난해 7월 국내 방송사 가운데 처음으로 NFT 시장에 진출한 MBC는 이미 막을 내린 ‘무한도전’을 적극 활용하고 있다. 지난해 ‘무한도전’의 대표 밈인 ‘무야호’를 NFT로 발행한 데 이어 13일부터 5월29일까지 서울 강남구 논현동 MBC스마트센터에서 ‘무한도전’ NFT 전시회를 연다. NFT 전문 작가 LAYLA Y와 성태진 화백이 ‘극한알바’ 편과 ‘돈가방을 갖고 튀어라’ 편을 재현한 캐릭터를 소개한다.

MBC는 유튜브에서도 ‘무한도전’으로 재미를 보고 있다. 채널 ‘오본순삭’, ‘예능:MBC 옛날 예능 다시보기’를 통해 ‘무한도전’ 편집 클립을 새롭게 공개하고 있다. ‘고속도로 가요제’, ‘짜깁’, ‘예능 총회’ 등 일부 영상은 무려 1000만 조회수를 돌파하며 ‘무한도전’의 여전한 인기를 실감케 한다. 영상에는 ‘무한도전’을 그리워하는 누리꾼 댓글도 넘쳐난다.



2018년 종영한 MBC 예능프로그램 ‘무한도전’의 인기가 여전히 뜨겁다. 과거 영상을 공개 중인 유튜브 채널 ‘오본순삭’과 최근 발행된 프로그램 관련 NFT(작은 사진 왼쪽부터). 서울 강남구 MBC스마트센터에서는 ‘무한도전’의 인기 장면을 캐릭터로 재현한 NFT를 소개하는 전시회도 열리고 있다. 사진제공 | MBC

● 여전한 ‘팬덤’

시청자들은 이에 그치지 않고 자발적으로 관련 콘텐츠를 찾아 나서고 있다. 박명수, 정준하, 정형돈, 하하 등 ‘무한도전’ 원년 멤버들이 운영하는 개인 유튜브 채널에 대한 관심이 이를 말해준다. 이들이 ‘무한도전’의 추억을 곱씹으며 각 채널에 공개한 영상도 높은 조회수를 기록하고 있다.

평균 30~50만 누리꾼 시선을 모은 박명수의 유튜브 채널 ‘할명수’ 영상 가운데 정준하·정형돈이 함께 출연한 분량은 지난해 12월 공개 이후 2개월 만에 무려 488만 뷰를 넘었다. 영상당 평균 10만 뷰 안팎의 조회수를 끌어모은 정준하의 유튜브 채널 ‘정준하하하’에서도 박명수·정형돈이 동반 출연한 두 영상이 130~170만 뷰를 기록했다. 하하의

‘하하 PD HAHA PD’ 채널에서도 가장 인기 있는 콘텐츠는 정준하와 함께 게임을 하는 영상이다.

OTT를 통한 ‘무한도전’ 다시보기도 계속되고 있다. 이용자들이 같은 콘텐츠를 보며 채팅하는 ‘왓차 파티’ 서비스를 제공하는 왓차는 ‘무한도전’으로도 시선을 끌어 모으고 있다.

이승미 기자 smlee@donga.com

‘행사퀀’ 박경림·박슬기·재재…한 달 전 예약도 별따기

영화 분야 ‘절대강자’ 오른 박경림 박슬기는 드라마·예능 부문 도맡아 ‘아이돌 박사’ 재재는 쇼케이스 전문 ‘팬들뿐 아니라 스타들도 이들 선호’



박경림



박슬기



재재

굴이 보고 싶다’ 제작보고회를 진행했다. 그는 무대에 나서기 전 해당 영화의 감독과 출연자들의 전작과 함께 다양한 인터뷰 내용을 들여다본다. 진행 실력을 갖춘 것을 물론 영화에 대한 심도 깊은 대화가 가능하다는 의미이다. 자신이 소개한 영화가 개봉한 이후에도 후기를 찾아보는 등

박슬기는 드라마와 예능프로그램의 제작발표회 현장에 빠지지 않는다. 차분하면서도 재치 있는 진행 실력이 돋보인다는 평가다. 출연자들의 서툰 답변도 단박에 조리 있게 정리해 제작진이 “믿고 맡기는 진행자”로 통한다. 재재는 ‘아이돌 전문’이다. 최근 NCT,

레드벨벳, 에스파, 있지, 스트레이 키즈, 태연 등 인기 아이돌 그룹의 앨범 쇼케이스를 모두 진행했다. 직접 기획·진행하는 SBS 유튜브 콘텐츠 ‘문명특급’으로 젊은 이용자들 사이에 인기가 높고 케이팝 지식도 풍부해 기획사들이 선호한다.

이에 이들을 둘러싼 섭의 경쟁도 치열하다. 박경림과 박슬기는 ‘선착순’ 원칙을 고수하고 있고, SBS 소속 기획 PD인 재재는 외부 스케줄을 위해 연차휴가를 활용하는 것으로 알려졌다. 이들을 ‘선점’하기 위해 적어도 한 달 전 섭의 문의를 해야 하는 이유이기도 하다. 한 연예관계자는 “팬들뿐 아니라 스타들도 편안한 진행 실력을 갖춘 이들을 선호한다”면서 “진행자 섭외가 하늘의 별따기 수준”이라고 귀띔했다.

유지혜 기자 yjh0304@donga.com

연예뉴스 HOT 3

소설 ‘파친코’ 판권 문제로 온라인 판매 중단

애플TV+ 오리지널 시리즈로 제작돼 역주행 중인 이민진 작가의 소설 ‘파친코’가 판권 문제로 온라인 서점 판매가 일시 중단된다. 출판사 문학사상에 따르면 ‘파친코’의 판권이 21일 만료됨에 따라 주문량 소화를 위해 13일 오전 10시부터 주요 온라인 서점에서의 판매를 종료했다. 다만 오프라인 서점에서는 21일까지 판매가 가능하다. 문학사상은 “판권을 재계약하기 위해 작가와 협의의 중이며 계약 문제가 해결되는 대로 온라인 서점 판매를 재개할 예정”이라고 밝혔다. 협상 결과에 따라 오프라인 판매도 중단되거나 다른 출판사를 통해 재출간될 가능성도 있는 것으로 알려졌다.

KBS, 봄 개편 맞아 예능·드라마 편성 변경

KBS가 봄 개편을 맞아 편성 변경을 단행한다. 13일 KBS에 따르면 매주 수요일 방송되던 예능프로그램 ‘신 가족관계증명서 갖파더’가 19일부터 화요일 밤 10시 40분에 시청자를 만난다. 매주 오후 9시 30분 방송되던 수목드라마는 20분 늦춰 전파를 탄다. 이에 새 수목드라마 ‘너에게 가는 속도 494km’ 20일 밤 9시 50분에 첫 방송된다. 매주 일요일 방송되던 KBS 대표 육아 예능프로그램 ‘슈퍼맨이 돌아왔다’는 22일부터 금요일 밤 10시 10분으로 시간을 옮긴다.

하이브 새 걸그룹 ‘르세라핌’ 내달 2일 데뷔

방탄소년단의 소속사 하이브에서 선보이는 걸그룹 르세라핌이 5월 2일 오후 6시 첫 번째 미니음반 ‘퍼어리스’(FEARLESS)를 발표하고 데뷔한다. 같은 날 오후 8시 서울 장충체육관에서 열리는 쇼케이스는 온라인으로도 송출될 예정이다. 하이브와 산하 레이블 쏘스뮤직이 협력해 론칭하는 첫 번째 걸그룹 르세라핌은 김재원, 사쿠라, 허윤진, 카즈하, 김가람, 흥은채로 구성됐다. 방탄소년단의 프로듀서인 방시혁과 김성현 크리에이티브 디렉터가 데뷔 앨범 제작에 참여했다.

편집 | 한민규 기자 stopspe@donga.com

세계 강타한 ‘K-콘텐츠’ 비결은 보편성

‘복면가왕’ 50여 개국에 포맷 수출 “단순하면서도 직관적인 콘셉트의 힘”

MBC 예능프로그램 ‘복면가왕’이 글로벌 시장에서도 통하는 콘텐츠로 남다른 영향력을 과시하고 있다. 노래 경연을 소재로 언어·문화적 차이를 단숨에 뛰어넘어 전 세계 시청자의 시선을 사로잡은 덕분이다. ‘복면가왕’의 세계적 성공은 해외시장의 문을 두드리는 국내 콘텐츠에 창의력과 문화적 보편성의 힘을 제시하는 기준이 되고 있다.

2015년 방송을 시작한 ‘복면가왕’은 최근까지 미국, 독일 등 50여 개국에 포맷을

수출했다. 이를 토대로 제작된 미국 ‘마스크드 싱어’는 최근 시즌7을 방송했고, 이탈리아와 영국 등에서는 시즌3까지 나왔다. 포맷을 만든 박원우 작가는 최근 영국의 국제포맷대상을 받았다. 현지 매체 C21미디어는 “‘복면가왕’은 이미 전 세계 히트작”이라며 “대상 수상은 아시아 최초”라고 보도했다.

‘복면가왕’의 성공은 엠넷 ‘너의 목소리가 보여’와 최근 SBS ‘판타스틱 패밀리-DNA 싱어’(DNA 싱어) 등 유사한 형식의 프로그램 포맷 수출로도 이어졌다. 특히 ‘DNA 싱어’는 2월 파일럿 방송 전 유럽 대형 포맷 회사인 프리맨틀에 판매됐다.

‘복면가왕’ 연출자 김문기 PD의 설명에



MBC 예능프로그램 ‘복면가왕’의 한 장면.

사진출처 | 방송 화면 캡처

따르면 모두 노래 경연이라는 “단순하면서도 직관적인 콘셉트의 힘”에 기댄 성과로 꼽힌다. 엠넷 ‘너의 목소리가 보여’의 포맷을 선보인 영국 BBC의 레이철 애시다운 엔터테인먼트 커미셔닝 에디터는 C21미디어를 통해 “감동과 유머, 스케일이 모두 들어있다”면서 “방송 후반부에 드러나는 여러 극적 장치와 관객의 개입이 매

력적이다”고 밝혔다.

“창의성과 차별성”이 힘이라는 평가도 나온다. 한국콘텐츠진흥원이 2020년 12월 내놓은 ‘미국 콘텐츠산업 동향’ 보고서가 상세히 전한 그해 9월 미국 방송제작자연합회(NATPE) 주관 ‘스트리밍 플러스’ 행사에서 ‘마스크드 싱어’의 제작자 크리에그 플레티스 스마트 독 미디어 회장은 “아메리칸 아이돌”의 “또 다른 버전을 더 이상 보고 싶어 하지 않는 시청자가 어디에도 본 적 없는 포맷을 찾는 것이 중요”했다면서 한국 콘텐츠의 성공 요인이 “창의성과 차별성”에 있다고 밝혔다. 국내 지상파 방송 3사의 미국 공동법인 코리아콘텐츠플랫폼(KCP)의 저스틴 맥케이 프로젝트 마케팅 매니저도 “포맷과 콘텐츠의 신선했다”고 점수를 줬다.

유지혜 기자