

국내 뉴스

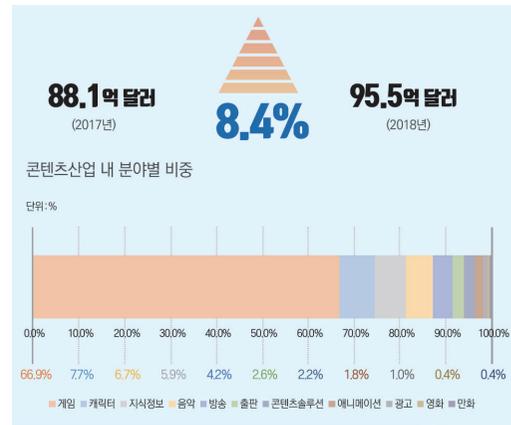


국산 애니 '레드슈즈' 담대한 도전... 관객 30만 명 돌파

국산 애니메이션 '레드슈즈' 관객이 30만 명을 돌파하며 반향을 일으키고 있다. 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망에 따르면 레드슈즈는 7월 31일 기준 관객 수가 32만5069명으로 개봉 1주일 만에 30만 관객을 돌파했다. 레드슈즈는 과거 국산 대작 애니메이션 '원더풀 데이즈'를 제작한 홍성호 감독과 디즈니 출신의 김상진 애니메이션 감독이 의기투합해 만든 작품이다. '마당을 나온 암탉' 이후 한국 애니메이션 사상 최대의 프로젝트로 평가된다. 시나리오 개발 5년, 프로덕션 3년 반에 걸친 시간 동안 200여 명에 달하는 스태프가 참여해 작품의 완성도를 높였다. 영화산업 종사자들은 레드슈즈가 디즈니를 넘볼 수 있는 유일한 작품이라는 평가도 내린다. 특히 개봉을 앞두고 제23회 서울국제만화애니메이션페스티벌(SICAF2019) 개막작에 선정돼 주목을 받았다. SICAF2019는 아시아 최대 규모의 만화애니메이션 전문 영화제다. 백설공주 우화를 각색한 레드슈즈는 7명의 '꽃보다 왕자가 저주에 걸린 뒤 '스노우 화이트(백설)'를 만나, 위기에 빠진 동화세상을 구하는 과정을 그린다. 꽃보다 왕자들은 여러 우화에 나오는 왕자들을 모티브 삼아 새롭게 해석했으며, 외모지상주의를 비판하는 내용을 담았다. 작품에 등장하는 인물들의 모티브를 찾아 비교해 보는 것도 영화를 더 재밌게 보는 방법 중 하나라고 한다.

게임산업, 콘텐츠산업 수출액 1위

지난해 콘텐츠산업 수출액에서 게임산업이 1위를 차지했다. 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 발간한 '2018년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석 보고서'에 따르면 지난해 콘텐츠산업 전체 수출액 95억5000만 달러(11조4084억 원) 중 게임산업이 63억9161만 달러(7조6367억 원)로 1위를 달성했다. 이어진 순위는 캐릭터(8773억 원), 지식정보(7694억 원), 음악(6739억 원) 순으로 나타났다. 수출액은 전 산업에서 증가했으며 특히 출판, 만화, 음악, 애니메이션, 방송, 캐릭터 산업 등이 전년대비 10% 이상 증가한 것으로 파악됐다. 2018년 국내 콘텐츠산업 매출액은 지난해 대비 5.2% 증가한 119조1000억 원으로 집계됐다. 콘텐츠산업 매출액은 지난 5년간(2014~2018) 연평균 5.8%씩 꾸준히 성장했다. 이는 지난해 국내 경제 성장률이 전년 대비 2.7% 증가한 것을 감안하면 주목할 만한 수치로 평가된다고 보고서는 설명했다. 매출액 규모는 출판이 21조485억 원으로 가장 컸으며, 방송(19조1761억 원), 광고(17조2187억 원), 지식정보(16조5030억 원), 게임(13조9335억 원) 순으로 집계됐다. 콘텐츠산업 매출액 성장은 애니메이션을 제외한 전 산업 부문에서 나타났으며, 이중 음악(11.9%)과 지식정보(9.7%), 만화(7.0%)가 높은 증가율을 보였다. 한편 이번 보고서는 콘텐츠 사업체 2413곳에 대한 실태조사와 콘텐츠 상장사 118곳의 자료를 분석하고, 통계청과 한국은행 등에서 제공하는 거시통계 데이터를 참고해 작성됐다.



해외 뉴스



중국, 검열 강화 지속...만화영화도 대상

중국 정부가 사회 통제를 강화하는 가운데 만화영화까지도 검열의 대상으로 삼고 있어 논란이 일고 있다. 홍콩 사우스차이나모닝포스트(SCMP)에 따르면 중국 네천시당 중앙선전부 간부가 검열 책임자 회의에서 "만화영화와 다큐멘터리가 시진핑 주석의 리더십을 지지할 수 있도록 매 순간 경계를 늦추지 말아야 한다"고 지시했다. 그는 "고결한 정치적 신념에 따라 모든 TV드라마와 다큐멘터리, 만화영화를 면밀하게 살펴야 한다"며 "모든 대사에 무게가 실리고, 모든 순간에 정치적 메시지를 담을 수 있도록 해야 한다"고 강조했다. 중국 정부는 올해 최대 정치 행사인 신중국 건국 70주년을 앞두고 사회 전반에 대한 검열을 강화하고 있다. 특히 이번 검열은 만화 제작자들에 대한 체포로 이어지고 있다. 실제 중국 경찰은 돼지 머리를 지닌 중국인을 묘사하여 풍자만화를 그린 만화가 장둥닝을 구금했다. 경찰은 장둥닝의 만화가 중국인의 감정을 심하게 손상시키고, 민족의 자존심을 짓밟았기 때문이라고 밝혔다. 한편 중국은 지난해 영국의 어린이용 TV애니메이션인 '페파피그'도 검열 대상에 올려 논란이 있었다. 페파피그는 2015년 중국에 상륙한 뒤 어린이들뿐 아니라 20~30대에게도 선풍적인 인기를 끌었는데, 이에 위기감을 느낀 당국이 대대적인 검열에 나섰다.

페이스북, 스트리밍TV 사업 진출

페이스북이 올해 하반기 애플TV와 유사한 TV셋톱박스를 내놓고, 스트리밍 영화 서비스를 본격적으로 제공할 것으로 보인다. 애플인사이드를 비롯한 주요 외신에 따르면 페이스북은 스트리밍 영화 서비스와 화상통화를 모두 이용할 수 있는 스마트 기기를 올 하반기에 선보일 계획이다. 페이스북 전용 기기는 현재 '카탈리나'라는 코드명으로 개발되고 있다. 이 스트리밍 기기에는 카메라가 장착되며, TV를 PC처럼 사용할 수 있어 '페이스북 메신저'나 '왓츠앱' 비디오 채팅이 가능하다. 기존 포털보다 거실에서 더 편하게 사용할 수 있고, 증강현실(AR) 콘텐츠를 활용할 수 있어 사용자 반응이 좋을 것으로 기대되고 있다. 페이스북은 이 기기를 빠르면 10월에 공개할 전망이다. 이를 위해 페이스북은 디즈니와 넷플릭스 등과 콘텐츠 공급계약을 협의하고 있다. 한편 페이스북은 지난해 11월 스마트 디스플레이 '포탈'을 출시했다. 하지만 개인정보 유출 사태로 인해 예상만큼 판매되지 않았다. 이번 스트리밍TV 시장 진출은 지난 번 성적 부진 탈피를 위한 재도전이라는 관측이다. 시장조사업체 IDC에 따르면 페이스북 포털은 지난해 11월 첫 출시 이후 5만4100대 출하됐다. 하지만 아마존 스마트 스피커 510만대, 구글 스마트 스피커 410만대와 비교한다면 완패라고 볼 수 있다.

