

# 국내이슈

© 빅히트엔터테인먼트



## BTS <BANG BANG CON The Live>로 아이들과 교감 나누

그룹 방탄소년단이 국내외 75만 6,000여 명의 아이들과 랜선으로 만났다. 6월 14일 오후 6시부터 진행된 라이브 공연 <BANG BANG CON The Live>(이하 방방콘)에 총 107개국 팬들이 모였다.

전 세계로 동시 생중계된 이번 공연은 최근 빅히트엔터테인먼트(이하 빅히트)와 업무협약을 맺은 미국의 라이브 스트리밍 솔루션 기업인 '키스위 모바일'과의 협업으로 진행됐다. 빅히트와 키스위 모바일은 이번 공연을 위해 멀티뷰 스트리밍을 구축해 각기 다른 6개 화면을 제공했다. 전 세계 팬들은 멤버별 클로즈업부터 화려한 안무를 만끽할 수 있는 풀 샷까지 화면을 골라 즐길 수 있었다.

이날 방방콘 최고 동시 접속자 수는 75만 6,600여 명으로 5만 명을 가득 채운 스타디움 공연을 15회 펼쳤을 때

수용하는 인원과 같다. 유료 온라인 콘서트 중 전 세계에서 가장 큰 규모로 진행된 이번 콘서트는 최소 250억 원 이상의 티켓 수익을 낸 것으로 예상된다.

'방탄소년단의 방으로 팬들을 초대한다'는 콘셉트의 이번 방방콘은 총 5개의 방과 2개의 스테이지로 꾸며졌다. 방탄소년단은 방을 옮겨 다니며 '쩨어', '홍탄소년단', '작은 것들을 위한 시(Boy With Luv)' 등 총 12곡을 불러 전 세계 아이들을 열광케 했다.



## 코로나 19, 개봉에 나선 한국영화들

텅 비었던 극장에 관객들이 조금씩 모여들고 있다. 코로나19 이후 한국 상업영화의 첫 번째 주자로 <침입자>가 나섰다. 소설가 손원평의 데뷔작으로 송지호, 김무열이 주연을 맡아 주목을 끌었던 미스터리 스릴러 <침입자>는 두 번의 개봉 연기 이후 6월 4일 마침내 개봉할 수 있었다. 뒤이어 신혜선, 배종옥 주연의 <결백>과 배우 정진영의 감독 데뷔작으로 눈길을 끈 <사라진 시간>도 한 주 차이로 나란히 개봉했다.

한국 영화의 잇따른 개봉으로 점차 활기를 되찾은 극장가. 6월 24일에는 유아인, 박신혜 주연의 생존 스릴러 영화 <#살아있다>가 개봉을 하면서 극장가 회복에 힘을 보태고 있다. 올해 칸 국제영화제에 공식 초청된 강동원, 이정현 주연의 영화 <반도>가 7월 개봉을 앞두고 있고, 황정민과 이정재가 <신세계> 이후 7년 만에 재회한 영화 <다만 악에서 구하소서>도 8월 초에 개봉을 확정해 관객들을 만날 예정이다.

## 해외이슈

아카데미 이사회는 시상식 일정이 변경됨에 따라 출품작에 대한 자격 심사 시간을 내년 2월 28일까지 연장했고, 오스카상 작품과 연기자 후보 발표는 내년 3월 15일, 후보자 오찬 행사는 내년 4월 15일로 각각 조정한다고 밝혔다. 내년 4월 시상식이 생방송으로 진행될지, 온라인 행사로 대체될지는 코로나19에 달려있다.



© 미국 아카데미 시상식



### 40여 년 만에 연기된 아카데미 시상식

미국의 아카데미 시상식도 코로나19를 피해 가지 못했다. 미국 영화예술아카데미(AMPAS)는 제93회 아카데미 시상식을 당초 계획보다 8주 연기한 2021년 4월 25에 개최하기로 했다고 AP 통신 등에 발표했다. 이는 1968년 이후 40여 년 만에 개최 일정이 연기된 것이다.

아카데미 측의 이번 결정은 코로나19의 영향으로 지난 3월부터 영화관이 폐쇄되고, 신작 영화가 개봉을 하지 못하는 상황에서 시상식을 강행하는 것이 의미가 없다고 판단하여 연기 결정을 내린 것으로 보인다.

아카데미 시상식은 지금까지 1938년 LA 대홍수, 1968년 마틴 루서 킹 목사 암살 사건, 1981년 로널드 레이건 대통령 총격 사건으로 세 차례 연기된 바 있다. 이번 코로나19 사태로 연기된 제93회 시상식은 역대 4번째를 기록하게 됐다.

### 전 세계가 반한 한국 프로야구, 굿즈 판매까지

한국 프로야구(이하 KBO)가 새로운 한류 열풍의 주인공이 됐다. 코로나19로 전 세계의 거의 모든 스포츠 경기가 중단된 가운데 '2020 KBO 리그'가 5월 5일 개막해 전 세계의 야구 팬의 관심을 한몸에 받고 있다. 특히 야구의 본고장 미국에서 KBO 리그에 뜨거운 관심을 보이고 있다. 미국의 유력 스포츠 매체인 ESPN에서 중계권을 확보하면서 처음 이슈가 됐고, 현재는 멕시코, 네덜란드 등 130여 개국으로 방송 권역이 확장됐다.

스포츠 경기 중단으로 콘텐츠가 사라진 ESPN에게는 KBO 리그의 개막이 가뭄에 단비 같은 존재였다. 미국 내 시청률은 MLB 중계의 약 30% 수준에 그쳤지만 대부분 새벽시간대에 방송된다는 것을 감안하면 예상보다 높은 수치이다. 네티즌의 반응도 뜨거웠다. 각종 SNS에서 KBO 관련 게시물이 끊이지 않았고, 많은 미국 시청자들이 응원 팀을 고르기 시작했으며 굿즈를 구입하고 싶다는 사람도 점차 늘었다.

이에 KBO는 "해외에서의 관심이 높아짐에 따라, 해외 팬들이 상품을 온라인으로 구매할 수 있도록 공식 상품 판매 플랫폼인 KBO 마켓의 영문 홈페이지를 구축했다"며 "간편 결제 시스템을 통해 해외 배송까지 받을 수 있다"고 덧붙였다. **N**