

국내 뉴스

‘기생충’, 칸 영화제 황금종려상 수상, 흥행돌풍도 이어가

봉준호 감독이 제작한 영화 ‘기생충’이 칸 영화제에서 한국 영화 최초로 황금종려상을 받았다. 기생충은 가난한 가족과 부자 가족이 만나 일어나게 되는 가족 희비극이다. 송강호와 이선균, 조여정 같이 연기력이 탄탄한 배우들과 더불어 ‘봉테일’이라는 별명을 가진 거장 봉준호 감독의 연출이 더해져 작품성이 뛰어나다는 평가를 받고 있다. 황금종려상을 수상한 기생충은 국내를 비롯해 해외에서도 흥행 돌풍을 이어갈 전망이다. 영화진흥위원회 통합전산망에 따르면 6월 5일 기준 기생충은 누적 관객 수 400만 명을 돌파했다. 5월 30일 개봉한 뒤 2일째 100만 명, 3일째 200만 명, 4일째 300만 명, 6일째 400만 명을 넘어섰다. 7월 1일 기준으로는 957만 6738명으로, 1000만 관객을 코앞에 두고 있다.

5일부터는 해외에서도 상영에 들어가 세계 190여 나라에서 관객들과 만난다. 5일 프랑스를 시작으로, 이번 달에 홍콩과 호주, 싱가포르에서 개봉한다. 그리고 다음 달에는 태국과 러시아에 이어 내년까지 총 192개 나라에서 상영할 예정이다.

기생충 흥행에 힘입어 봉준호 감독의 예전 작품들도 다시 주목받고 있다. 왓차플레이가 자체 플랫폼 시청 데이터를 분석한 결과, 6월 초(1~3일)에 가장 인기 있는 영화 5위 안에 ‘마더(2009년)’, ‘살인의 추억(2003년)’, ‘설국열차(2013년)’ 등 봉준호 감독이 제작한 영화 3편이 포함됐다. 봉준호 감독의 2009년작 ‘마더’는 4월에 비해 5월 일평균 누적 시청분수가 4.5배 증가했고, 6월에는 무려 25배나 증가했다. 봉 감독의 출세작인 ‘살인의 추억’은 5, 6월 일평균 누적 시청분수가 4월 대비 각각 2.7배, 10.5배 늘었다. ‘설국열차’도 5월과 6월에 각각 4월 대비 3.7배, 11.6배 늘어났다.



방탄소년단, 한국 그룹 최초로 웹블리 공연

방탄소년단(BTS)이 영국 런던 웹블리 스튜디오에 입성했다. 웹블리는 영국 런던의 대중문화와 스포츠의 상징이며, 퀸과 엘튼 존, 마이클 잭슨, 롤링스톤스, 마돈나 같은 대스타들이 섰던 무대다. 6월 1일(현지시간) 방탄소년단은 영국 런던에 위치한 웹블리 구장에서 12만 객석을 가득 채운 팬들에게 뜻깊은 공연을 선보였다. 또 네이버 브이라이브에 따르면 유료 중계임에도 불구하고 동시 접속자 수가 14만 명을 돌파했다. 방탄소년단은 합곡곡 ‘디오니소스’로 ‘러브 유어셀프: 스피크 유어셀프(LOVE YOURSELF: SPEAK YOURSELF)’ 유럽투어 포문을 열었다. 그리스 로마 신전을 재현한 세트가 뿜어내는 웅장함을 강조했다. 방탄소년단은 이날 ‘작은 것들을 위한 시’, ‘쩨어’, ‘뱀새’, ‘불타오르네’, ‘아이돌’, ‘페이크 러브’와 같은 히트곡 24곡을 2시간 40분 동안 열창했다. 방탄소년단의 인기로 힘입어 한국인 대표 ‘크리에이터’를 뽑는 설문조사에서도 방시혁 빅히트엔터테인먼트 대표가 뽑혔다. 한국이미지커뮤니케이션연구원(CIC)은 3월 25일부터 두 달간 국내와 해외 여론 주도층을 대상으로 진행한 ‘한국 이미지’ 설문조사를 진행했다. 그 결과 방시혁 대표가 한국인 응답자 55.7%, 외국인 응답자 40.0%로부터 한국 최고 크리에이터로 선정됐다. 이어 비디오 아티스트 백남준(한국인 32.6%, 외국인 26.8%), 카카오톡을 만든 사람(9.4%, 16.6%) 순으로 나타났다. 또 방탄소년단이 가장 만나보고 싶은 한국인으로 선택됐다. 특히 외국인 응답자는 절반이 넘는 65.3%가 방탄소년단을 선택했다.

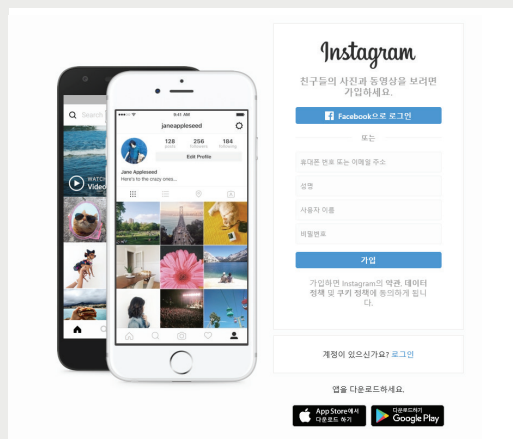


©CJ엔터테인먼트

해외 뉴스

‘토탈 워:삼국’ 중국인 마음 훔쳤다… 출시 일주일 만에 100만 장 돌파

크리에이티브 어셈블리의 PC 전략시뮬레이션 게임 ‘토탈 워:삼국’이 중국 게이머들의 마음을 훔쳤다. 토탈 워:삼국은 중국 시장 판매 호조로 출시 일주일 만에 100만 장 판매를 돌파하면서 흥행 가도에 올라섰다. 토탈 워:삼국은 서기 190년 중국 삼국시대를 배경으로 한다. 혼란에 빠지고 분열된 중국의 한 왕조를 배경으로 환경적인 난, 포악한 독재자 동탁의 등장, 전국 각지에서 등장하는 군웅들의 활약과 삼국 정립과 같은 역사 이벤트를 누릴 수 있다. 플레이어는 꼭두각시 황제를 등에 업고, 패악질을 일삼는 동탁 앞에 무력한 한 왕실을 두고 의형제를 이끄는 효웅, 난세의 간웅, 강동의 영웅의 역할을 체험할 수 있다. 특히 토탈 워:삼국은 인물이 초점을 맞춰 삼국지 이야기를 풀어낸 ‘연’의 모드와 기존 토탈 워 시리즈처럼 군병전을 중점적으로 다룬 ‘정사’ 모드로 나뉜다. 이를 통해 스토리와 전략 두 마리 토끼를 모두 사로잡았다는 평가를 받고 있다. 특히 이번 신작은 텍스트 한국어 지원과 함께 시리즈 최초로 한국어 음성을 지원해 한국 팬들도 쉽게 이용할 수 있다. 토탈 워:삼국 흥행은 중국 시장에서의 인기 덕분이다. 자국 역사를 다루는데다 게임의 재미와 완성도도 높아 관심이 쏠리고 있는 상황이다. 일본 코에이사가 만든 삼국지 시리즈에 대한 반감도 크게 작용했다는 의견도 나온다. 코에이 삼국지는 오랜 시간 두터운 매니아층을 형성해왔지만 현실성 없는 전투 시스템, 일부 장수에 대한 편중과 같은 문제점이 지적돼 왔다. 배급사인 세가코리아 관계자는 “토탈 워:삼국은 발매 1주일 만에 토탈 워:위해머의 누적판매량 3배를 뛰어 넘었다”면서 “이 제품을 주력제품으로 회사의 모든 역량을 쏟아 부을 예정”이라고 말했다.



인스타그램 ‘좋아요·조회수’ 가리기 시범 도입

사진과 동영상 중심의 SNS 서비스 인스타그램이 관심을 향한 집착을 줄이고, 사교라는 원래 의미를 복원하려고 ‘좋아요’와 ‘조회수’를 가리는 실험에 나선다. 미국 워싱턴포스트(WP)를 비롯한 외신에 따르면 애덤 모세리 인스타그램 대표가 페이스북 연례 개발자 회의에 참석해 좋아요 수(likes)와 조회수/views)를 가리는 방안을 시범 도입한다고 5월 1일(현지시간) 밝혔다. 이번 실험은 6월부터 캐나다에서 실시된다. 게시물은 예전처럼 표시되지만 게시물을 훑고 지나가는 이용자에게 ‘좋아요’가 얼마나 많은지를 보여주지는 않는다. 다만 계정 소유주는 자신의 사진과 동영상에 대한 ‘좋아요’ 집계를 별도로 클릭해 확인할 수 있도록 조치했다. 모세리 대표는 “우리는 인스타그램이 경연대회처럼 느껴지는 게 싫다”면서 “압박을 덜 받는 환경을 조성하고 싶다”고 설명했다. 한편 SNS의 원조 격인 트위터도 사용자들의 좋아요 스트레스를 줄이는 정책을 검토 중인 것으로 알려졌다. 잭 도시 트위터 최고경영자는 지난 5월 “트위터를 새로 건립하겠다”면서 “좋아요와 리트윗(다른 이용자의 게시물 전파)을 성공 포식처럼 강조하는 정책을 재검토하겠다”고 밝혔다. 실제 시험 서비스가 이뤄지고 있는 트위터 앱에서는 이용자가 게시물을 건드릴 때만 그 숫자가 노출된다.



©크리에이티브 어셈블리