

‘국악 버추얼 유튜버’ 이오몽, “부끄럽지 않은 방송 만들고 싶어”

“버추얼 방송 ‘오타쿠 같다’는 인식 깨고 싶어”
“국악·대중음악 접목...심금 울리는 느낌 연출”

지난해 12월 국악 버추얼 유튜버(버튜버)로 데뷔한 이오몽은 향후 목표에 대해 “(남들에게) 보여줘도 부끄럽지 않은 방송”을 만들자는게 내 모토”라고 밝혔다. 이오몽은 지난 16일 뉴스시와의 인터뷰에서 “버추얼 방송을 본다”고 하면 ‘오타쿠 같다’는 인식이 있지 않나. 그걸 깨고 싶다”며 이같이 말했다. 그는 “음지에만 있기에 버추얼이 가지고 있는 가능성이 너무 많다”며 “남들에게도 이런 버튜버가 있다고 얘기할 수 있는 사람이 되고 싶다”고 했다.

◆다음은 이오몽과의 일문일답

-지난해 12월 버튜버로 데뷔했다. 국악을 주목기로 하고 있고 버추얼 라이브 공연도 했는데 국악이 전공인가.

“집안 사정 때문에 대학은 그쪽으로 못갔지만 중학교 때부터 스투살 때까지 경기민요를 전공했다.”

-국악과 대중음악을 접목한 음악을 하기로 한 이유가 있는가.

“원래 노래 부르는 것을 좋아한다. 그냥 전통음악을 하면 요즘 사람들이 어려워할 것 같았다. 지루하게 같 바에는 현대음악과 접목을 시켜보려고 생각했다. (국악과 대중음악을 접목하면) 심금을 울리는 느낌을 끌어올릴 수 있지 않을까 하는 생각에 콘셉트를 정하게 됐다. 학생 때부터 장난처럼 이렇게 하는 것을 좋아했다. 아이돌 노래 같은 것도 민요처럼 불러보기도 했다. 일반 발라드 곡들도 민요와 접목시켜보면 한국의 얼이 담겨 있는 것 같은 노래가 탄생하기도 한다.”

-대표곡인 부영이도 굉장히 청아한 목소리 톤으로 노래를 불러서 원곡과 국악이 조화가 잘 된 것 같다. 이런 방법들은 연구를 계속 해 온 것인가.

“그렇다. (민요는) 걸걸한 목소리로 온 몸에 힘을 주면서 노래를 불러야 할 거라고 생각을 많이 하신다. 그렇게 하면 버튜버로서 이슈를 만들기 어렵다고 생각했다. 버튜버는 캐릭터를 세워서 방송을 하는 사람이다보니 (시청자들이 좋아할 만한) 목소리가 그만큼 중요하다. 특이한 목소리는 사람들이 많

이 좋아하진 않더라. 그래서 맑고 청아하게 해보려고 생각하게 됐다.”

-움직임이 자연스러웠고 곡마다 의상이나 배경도 바뀌는 기술도 신기했다. 팬들의 반응은 어땠나.

“굉장히 자연스럽게 녹화된 영상인 줄 알았다는 말을 진짜 많이 들었다. 그런데 그게 다 라이브였다. 회사(스콘)의 기술력이 뒷받침이 돼 이렇게 자연스러운 라이브가 가능했던 것 같다. 준비 기간이 그렇게 길지도 않았다. 한 달도 안되는 시간 동안에 이렇게 완성도를 높게 끌어올린 것이다. 더 많은 시간이 주어졌을 때 얼마나 퀄리티가 나올 수 있을지에 대해서도 많이 기대를 하시는 것 같다.”

-버추얼 솔루션과 MCN(다중채널네트워크) 기업 스콘과 함께해서 좋은 점은 무엇인가.

“기술력이 장난 아니다. 이런 말을 해도 될지 모르겠는데 (회사 직원들이) ‘배운 멘태’라고 할 수 있을 정도로 디테일이 뛰어나다. 내가 말하거나 신경쓰지 않아도 세세한 부분까지 알아서 손봐주고, 내게 필요할 것 같은 걸 먼저 제안해준다. 만약 내가 어떤 노래를 하고 싶다면 리스트를 꼭 뽑아서 방법을 제시한다. 나는 원래 꼼꼼하지 못한 편인데 그걸 채워주는 느낌이다.”

-활동을 중단하게 된 계기가 성추행 사건이었다. 큰 논란이 됐고 몇년간의 법적 분쟁도 있었다. 그런데 처음에는 가해자를 처벌받게 할 생각까지는 없었던 것 같다.

“원래는 그렇게까지 일을 만들고 싶지 않았다. 어쨌든 나도 계속 방송을 해야 하는 사람이고, 시간이 약이라는 말도 있지 않나. 시간이 지나서 얘기할 기회가 올 것이라는 생각으로 조용히 사회생활을 하려고 했는데



일이 이렇게 됐다.”

-처음에는 (가해자가) 어리숙해서 그랬다고 생각했던 것 같다.

“나를 포함해 거의 5명이 (이피해) 얘기를 했다. 2~3명 정도면 몰라서 그럴 수 있다고 본다. 그런데 패턴이 다 똑같다. 상대방이 먼저 이렇게 해서 건드렸을 뿐이라는 말도 똑같았다. 그래서 이 정도로 어리숙한게 아니라 고의가 맞다고 판단했다.”

-이 일로 온라인 상에서 공격도 많이 받았나. 심정이 어땠나.

“솔직히 때려주고 싶었다. 사람들이 꽃벤이나 뭐니 얘기해도 나만 떳떳하면 된다고 생각을 했다. 그런데 사건과 전혀 관련이 없는 외모적인 것으로도 공격이 많이 들어왔다. 정신적으로 상처를 많이 받았다.”

-버튜버로 활동하겠다고 결정한 이유를 알고싶다.

“사실 버추얼 쪽으로 계속 생각을 해왔다.

이제 외모에 자신감이 떨어진 상태라 다시 방송을 해도 예전처럼 캠을 켜고 방송을 할 수는 없겠더라. 캠을 켜면 확실히 집중도가 많이 떨어진다. 그래서 버추얼 쪽으로 가볼까 생각을 하다가 친구에게 회사(스콘)를 소개받게 됐다. 이야기를 나누다 보니 생각도 너무 잘 맞았고 다른 회사들처럼 강압적인 분위기도 아니었다. 회사 덕분에 버튜버의 길로 수월하게 들어설 수 있었던 것 같다.”

-법원에서 최종적인 결론이 났다. 하지만 당시에 욕을 했던 사람이 돌아와서 사과하는 경우는 드물지 않나. 그 사람들에게 원망감이 들진 않나.

“원망은 한다. 원래 인터넷에는 이유 없는 분노를 가진 사람이 있지 않나. 그냥 욕을 하기 위해 정당성을 부여하는 것이었다. 광기였을 뿐 그 이상도 이하도 아니었다고 생각한다.”

-마지막으로 팬들에게 한마디 해달라.

“기다려줘서 많이 고맙고요. 앞으로 ‘광대’로서 너희들을 많이 웃겨줄게.”

한승훈 PD “세치혀”에서 제2의 유재석 탄생 기대한다



‘햇바다 종합격투기 세치혀’의 한승훈 PD가 업그레이드된 ‘햇바다 배틀’을 예고하며 “세치혀”를 통해 제2의 유재석’이 탄생할 거 기대한다”고 자신했다.

오는 28일 오후 10시 정규 방송으로 돌아오는 MBC 예능 ‘햇바다 종합격투기 세치혀’(이하 ‘세치혀’) 측은 24일 대한민국 최초의 ‘셀스포츠’ 창시자인 한승훈 PD의 인터뷰를 공개했다.

‘세치혀’는 ‘햇바다’로 먹고 사는 입담꾼들이 오로지 이야기 하나만으로 겨루는 대한민국 최초의 셀 스포츠다.

지난해 12월 파일럿 당시 장르별 내로라하는 셀 고수들이 출격해 유튜브 알고리즘에서도 찾아볼 수 없는 다양한 주제로 현란한 헛바

내일 오후 10시 MBC 정규 방송으로 편성

닥 배틀을 벌이며 보고 듣는 재미를 선사했다. 시청자들의 응원과 지지에 힘입어 정규 시즌으로 돌아오게 됐다. 한승훈 PD는 ‘세치혀’가 정규 편성을 받게 된 이유에 대해 “셀을 풀다 마는 ‘김반음’을 유쾌하게 즐겨 준 덕이 아닌가 싶다. ‘김반지만 신선하니 봐준다’라는 평이 감사했다”라며 “묘하게 김반지만 멈출 수 없는 몰입감과 즐거움을 앞으로도 선사해 드리고 싶다”라고 전했다.

‘세치혀’는 정규 시즌을 여는 개막 1라운드부터 서준만(박세미)과 이택조(이창호)의 대결이 예고돼 관심을 모았다.

“정규 편성에 들어가면서 스탠드업 코미디 장르의 포지션을 더 강화하고 싶었다”라는 한승훈 PD는 “‘개그콘서트’ 공개 1등에 빛나는 이창호와 맘카페 대세 박세미가 설의 1순위에 감사하게도 흔쾌히 응해 주셨다. 두 분 모두 어마어마한 에너지와 흥으로 좌중을 압도하셨다”라고 말했다.

또한 파일럿 당시 패자의 이야기를 듣고 싶다는 시청자들의 의견을 반영해 ‘고독한 셀바

를 개설했다고 밝혔다. 한 PD는 “정규 방송부터는 방송 하루 뒤 탈락자들의 뒷이야기를 유튜브에 공개한다. 대결 후 폭풍같이 몰아치는 감정 폭포수 인터뷰를 들을 수 있을 것”이라고 소개했다.

한승훈 PD는 “20여 년 전 ‘토코박스’에서 유재석이란 스타가 탄생했듯이 ‘세치혀’를 통해 새로운 스타가 탄생할 수 있으면 좋겠다”며 기대하는 바를 덧붙였다.

그러면서 “과연 누가 이 시대의 새로운 헛바닥이 될 수 있을지 추측하고 응원하며 보시면 더 재미있지 않을까 싶다. 제2의 유재석이 이 프로그램을 통해 탄생할 수 있으면 좋을 것”이라며 ‘세치혀’의 관련 포인트를 짚었다.

끝으로, 한승훈 PD는 ‘세치혀’를 ‘챗GPT가 싫어할 프로그램’이라고 정의했다. 그는 “인공지능이 만들어낼 수 없는 이야기, 사람 냄새 나고 사람만이 할 수 있는 이야기. 챗GPT의 데이터 검색으로는 포착될 수 없는 이야기를 하는 프로그램이 되고 싶다”라며 당찬 포부를 전했다.

아이유 “소확행?...올해는 크게 이루고 싶어”



가수 겸 배우 아이유가 속내를 털어냈다.

아이유는 24일 유튜브 채널 하퍼스 바자 코리아에서 올해 이루고 싶은 ‘소확행’(소소하지만 확실한 행복)에 대해 묻자 “올해는 크게 이루고 싶다. ‘대확행’ 위주로 하고 싶고 계획하는 일들이 많아서 그런지 소확행으로 만족할 수 없다”고 운을 폈다.

이어 “대대적으로 행복하고 싶다. 앨범 준비도 하고 있고, 드라마 준비도 하고 있다 보니까

대대적으로 둘 다 잘하고 잘되고 싶다”고 말했다.

좋아하는 음식에 대해선 “제 소울푸드를 최근 들어서 알았다. 라면을 정말 좋아하고 예전엔 무조건 끓여먹는 라면을 선호했지만 지금은 엄청나게 컵라면을 좋아하게 됐다”고 했다.

아이유는 최근 재밌게 본 영화나 드라마에 대해선 “본방사수 기다리며 보고 있는 드라마는 ‘일타 스캔들’이다. ‘이렇게 기분 좋아지게 하는 드라마 너무 좋아’ 이리면서 잠든 기억이 있다. ‘일타 스캔들’ 되게 좋아한다”고 밝혔다.

이어 “요즘 나한테 의미가 큰 영화인데 ‘에브리씽 에브리웨어 올 앳 원스’라는 영화를 너무 재밌게 봤다. 그 영화 좋아하는 사람과 대화를 하면 정말 오랫동안 쉼 없이 얘기할 거 같다”고 했다. 또 “‘더 글로리’도 최근에 재밌게 봤다. 시즌2 기다리고 있다”고 덧붙였다.

림킴·제이미 ‘러브 미 크레이지’ 발매

가수 림킴(김예림)과 제이미(JAMIE)가 SM ‘STATION’(스테이션)을 통해 듀엣곡을 선보인다.

24일 SM엔터테인먼트에 따르면 림킴과 제이미가 협업한 신곡 ‘러브 미 크레이지’(Love Me Crazy)’는 오는 28일 오후 6시 각종 음악 사이트에서 만날 수 있다.

신곡 ‘러브 미 크레이지’는 뜨거운 사랑을 원하는 소녀의 마음을 담은 팝 장르 곡으로, 미니 앨범에서도 통통 튀는 트랙과 반복되는 멜로디, 비장 상황을 알리는 사이렌 소리 등 다양한 사운드에 어우러져 듣는 재미를 더했다.

또한 림킴과 제이미는 유니크한 음색과 뛰어난 가창력으로 큰 사랑을 받고 있는 만큼, 독보적인 음악 색깔이 매력적인 두 아티스트의 색다른 만남이 더욱 기대된다.

한편 SM ‘스테이션’은 다양한 장르의 음악은 물론 라이브 비디오, 인터뷰 영상 등의 콘



텐츠도 선보이며 독자적인 ‘SM 라이브러리’를 구축해 나가고 있다.

방탄소년단 ‘라이프 고스 온’도 넘겼다...16번째 5억뷰 뮤비

글로벌 슈퍼 그룹 ‘방탄소년단’(BTS)의 히트곡 ‘라이프 고스 온(Life Goes On)’ 뮤직비디오가 5억뷰를 넘겼다.

25일 소속사 빅히트 뮤직에 따르면, 지난 2020년 11월 발매된 스페셜 앨범 ‘BE’의 타이틀곡 ‘라이프 고스 온’ 뮤직비디오 조회 수가 이날 오후 1시33분께 5억뷰를 돌파했다. 이로써 ‘라이프 고스 온’은 방탄소년단 통산 16번째 5억뷰 뮤직비디오가 됐다.

‘라이프 고스 온’은 열심히 달려다가 멈춰설 수밖에 없는 상황과 만났지만 “그럼에도 삶은 계속된다”라는 위로의 메시지를 전하는 곡이

다. 미국 빌보드 메인 싱글 차트 ‘핫 100’(2020년 12월 5일 자)에서 1위를 차지했다. 빌보드 차트 62년 역사상 한글 가사 위주의 곡이 ‘핫 100’ 정상에 오른 유일한 기록이다.

‘라이프 고스 온’ 뮤직비디오는 소소한 일상을 보내는 멤버들의 모습부터 차분하게 노래를 부르는 장면까지 영상 전반에 온기가 넘친다. 정국이 뮤직비디오 감독으로 나서 자신만의 감성으로 영상을 풀어냈고 코로나19로 인해 팬들을 직접 만나지 못하는 아쉬움과 그리움을 녹였다.

한편, 방탄소년단은 ‘라이프 고스 온’을 포함



해 총 39편의 역대 위 조회수 뮤직비디오를 보유하고 있다. 각 16억뷰의 ‘작은 것들을 위한 시’, ‘다이너마이트’ 등이다.