

# 태양을 목표로 태양 쫓는 '크래비티', '대중성' 필요한 때

팬데믹 데뷔 후 4년차, 대중성 목표  
“우리 떠올릴 대표곡 생겼으면 해요”  
수록곡 맛집·예능감 등 매력 자신

“아직 ‘크래비티’의 대표곡이 없다고 생각해요. 조금 더 열심히 해서 우리가 떠오를 만한 대표곡이 생겼으면 해요.”  
보이그룹 ‘크래비티(CRAVITY)’는 태양처럼 떠오를 날을 기다리고 있다. 꿈에 그리던 환호성 가득한 무대를 꿈꾸며 데뷔했지만, 코로나 팬데믹이 한창이던 때라 텅 빈 관객석을 바라보며 고민이 깊어진 적도 있다. 그렇게 다시 목표를 찾기 위해 달려왔고, 이제 더 많은 팬들과 함께할 수 있는 날을 목표로 잡고 힘차게 달려가려고 한다.  
여섯 번째 미니 앨범 ‘선 시커(SUN SEEKER)’는 그런 의미를 내포하고 있다. 지난 앨범까지 크래비티의 목표를 찾는 데 집중했다면, 팬들의 목표와 꿈을 함께 이루는 걸로 범위를 넓혔다. 태양을 목표로 삼고 태양을 쫓는 청춘들을 노래한다.  
“10~20대가 현실적으로 하는 고민들이 있어요. ‘내가 나아가고 있는 길이 맞을까’ ‘원하는 목표는 무엇일까’라고 하는 고민들을 중점적으로 다루요. 멤버들만 둘러봐도 많은 고민을 하고 있는 것 같아요. 팬들도 우리와 비슷한 게 있을 거예요.”(성민)  
“라비티(팬덤명)’의 목표가 곧 우리의 목표거든요. 팬들의 목표는 좋은 활동도 있겠지만 올해 우리가 연말 무대나 시상식에서 좋은 모습을 보여주는 것이 아닐까요?”(형

준)  
크래비티는 대중성을 얻고 더 많은 무대에 오르는 것을 꿈꾸고 있다. 데뷔 후 처음으로 더블 타이틀곡을 선정한 이유도 좀 더 다양한 모습으로 다가가기 위해서다. 타이틀곡 ‘치즈(Cheese)’를 지난 1일 선공개한 것 또한 전략이다. “이번에는 다른 방향으로 앨범을 홍보하고 싶었어요. 선공개곡을 보여주면서 우리에 대한 관심도를 끌어낼 수 있을 거라는 생각이 들었죠.”(성민)  
‘치즈’는 크래비티의 트레이드 마크인 청량 콘셉트를 만끽할 수 있는 곡이다. 웃음소리로 시작하는 이 노래는 밝고 경쾌하다. 듣기 편하고 쉽게 따라 부를 수 있는 이지리스닝 곡이다. 반면 다른 타이틀곡 ‘레디 오어 나트(Ready or Not)’은 강렬하다. ‘퍼포비티(퍼포먼스+크래비티)’라는 수식어를 지닌 이들의 퍼포먼스를 강조했다. 부질없는 고민과 뒤늦은 후회 대신 지금 당장 너를 위해 모든 걸 쏟아낼 준비가 돼 있는 진취적인 가사도 돋보인다.  
“‘치즈’에서는 청량하고 칠(Chill)한 분위기에 집중했어요. 퍼포먼스도 우리끼리 놀면서 케미를 보여주려고 했어요. ‘레디 오어 나트’는 포인트 안무를 여러 번 수정했어요. 해외에서 유행하는 춤이 포인트로 들어갔는데, 이전보다 더 강한 퍼포먼스를 보여줄 수 있을 거 같

아요.”(성민)  
댄스 챌린지 열풍도 노린다. 크래비티는 안무 능력이 뛰어난 멤버들이 많아 타 가수의 커버도 K팝 팬들 사이에서 화제를 모으는데, 자신들의 노래로 주목받는 것에 초점을 둔 것이다. 화려하지만 대중적인 안무를 포인트로 잡은 것이 그 이유다. 크래비티는 저마다 소속사 스태프엔터테인먼트 식구인 배우 이광수, 가수 케이윌, 그룹 ‘문스타엑스’ 유닛 서누X형원, 그리고 같은 날 컴백하는 선배 그룹 ‘사이니’ 키와 챌린지를 바꿨다.  
조금씩 스타일에 변화를 주는 것은 고민의 흔적이다. 이들은 인파를 위해 데뷔 앨범에서는 카리스마 있는 모습을 보여줬지만, 점점 청량 콘셉트로 굳혀 갔다. 크래비티는 “데뷔했을 때부터 이 문제에 대해 여러 고민했다. 시간이 지나면서 우리가 할 수 있는 콘셉트를 보여주는 걸로 바뀌었다”며 “퍼포먼스는 놓치면 안 되겠다는 생각이었다. 그걸 중점으로 ‘아드레날린’ 이후로는 청량한 모습과 강렬한 퍼포먼스를 동시에 보여주고 있다”고 했다. 그러면서 “다음 앨범에서 어떤 노래를 보여드려야 크래비티를 알릴 수 있을지 생각하고 있다”고 말했다.  
앨범에 대한 자신감은 기본으로 깔려 있다. 코로나가 기승을 부리던 때 활동하면서 얼굴을 자주 비치진 못했지만, 한국 한국에 집중할 결과다. 크래비티는 스스로를 ‘수록곡 맛집’이라고 칭한다며 “대중에게 우리의 곡을 알려주지 못했다. 수록곡을 정말 잘한다라는 걸 알리고 싶다”고 했다.  
아이돌 그룹이기에 팀의 강점을 무대 위 모습으로만 한정 짓지 않았다. 팬들에게 다양한 콘텐츠를 제공하면서 매력을 느낄 수



있게 노력하고 있다. “무대도 중요하지만 무대 아래 모습도 중요하잖아요. 라이브 방송이나 버블처럼 팬들과 소통하는 것들이 많은데, 코로나 시기에는 직접 대면할 수 없어서 그런 플랫폼으로 주로 소통했거든요. 그로 인해 팬들과 서로 보고 싶은 마음이 커지고 끈끈한 마음이 생기지 않았나 싶어요.”(정모)  
예능감도 뛰어났다. 이들의 숨겨진 예능감은 나영석 PD의 ‘출장 심야’ 스태프 편에서 발휘했다. 특히 랩 플레이 댄스에서 활약한 형준은 tvN 예능물 ‘놀라운 토요일’에 출연해 키와 함께 랩 플레이 댄스에 도전해 보고 싶다고 했다. 운동에 소질이 있는 태영과 세림은 MBC 예능물 ‘아이돌스타 선수권대회’(아육대)에 출연해 본 적이 없다며 “제2의 윤두준으로 유명해지고 싶다”고 했다. 정

모는 “다큐멘터리나 토론 프로그램을 좋아한다”며 JTBC 예능물 ‘한블리(한문철의 블랙박스 리뷰)’를 꼽아 이목을 끌었다.  
다방면으로 팀을 알리는 것을 바라보고 있는 크래비티는 이번 활동에서는 음악방송 1위와 차트 호성적을 목표로 잡았다. 성적을 위해 활동하는 것은 아니지만, 대중성의 지표이기 때문이다. 나아가 더 많은 무대를 보여주고 싶은 욕심도 있다. 설 수 있는 무대가 많아 가능한 일이다. 원진은 “더블 타이틀로 다양한 모습을 보여주고 싶은 마음도 있지만, 수록곡 안에서도 다른 매력을 보여줄 수 있을 것 같다. 좋은 퍼포먼스가 나올 수 있는 곡으로 활동하면 좋지 않을까 싶다”고 바람을 전했다.  
뉴시스

## 세계 감독들 ‘서울’ 찍었다...작년 영화·드라마 268편 촬영



서울시는 지난해 장편, 단편, 드라마 등 총 632편의 작품이 서울을 배경으로 촬영을 요청했으며, 개인성, 홍보효과 등을 평가해 268편의 촬영을 지원했다고 12일 밝혔다.  
코로나 이후 온라인동영상플랫폼(OTT)의

올해 379편 촬영 요청...현재 185편 촬영

이용자가 폭발적으로 증가하고, 오징어게임 등 K-콘텐츠에 대한 관심이 높아지면서 서울에서 촬영을 원하는 작품은 더 많아지고 있다.  
올해 상반기까지 총 379편의 작품이 촬영 신청을 했으며, 현재 185편의 촬영이 마무리됐다. 넷플릭스, 아마존 등 대형 OTT 기업을 포함한 해외작품 지원의 경우 작년 총 11편을 유지했다. 올해 상반기까지 아마존 오리지널 영화 등 18편의 서울 촬영 유치에 성공했다.  
특히 시즌 2 제작이 확정된 넷플릭스 ‘엑스오. 키티’는 한국 배우가 주인공으로 출연해 명동, 남산서울타워, 북촌 한옥마을 등 서울의 명소를 배경으로 이야기가 진행된다. 이 작품은 공개 첫 주에 전세계에서 7200만 시간 상영됐고, 90여 개국에서 탑 10에 들었다.  
서울로케이션 신청 지원사업은 서울을 배경으로 하는 국내·외 영상물의 로케이션 촬영 지원을 통해 서울 노출을 확대하고, 궁극적으로 도시 마케팅 효과를 높일겠다는 목적이 있다.  
시 관계자는 “그간 서울로 유명 작품의 촬영

을 모서오기 위해 노력했다면, 이제는 꾸준한 콘텐츠 제작 지원을 통해 교통, 안전, 화재성 등을 고려해 서울이 골라서 촬영지원 할 수 있는 환경이 조성됐다”고 밝혔다.  
해외 유명 프로덕션이 제작하거나, OTT에 송출하는 방식을 통해 전세계 시청자를 타겟으로 제작하는 작품에서 서울은 단순한 배경이 아니라, 이야기가 일어나는 장소로 비중이 높아지고 있다.  
서울을 배경으로 촬영을 진행할 경우, 도시 마케팅의 효과 이외에도 인력 고용, 외화 수입 증가 등 다양한 부가가치가 발생한다.  
실제로 서울시와 서울영상위원회가 최근 지원한 4개 작품의 비용을 분석한 결과, 스태프, 조·단역 등 약 570명 이상의 인력고용이 발생하고, 지원금 대비 약 5배의 외화를 서울에서 지출한 것으로 집계됐다.  
서울시는 시나리오 기획, 작성 단계 등 해외 제작진 대상 서울 배경 영상물 시나리오 창작 지원까지 영역을 넓히고 있다.

## god, 완전체 연말 콘서트 개최 확정



15세대 대표 아이돌 그룹인 ‘god’가 연말 콘서트로 팬들을 만난다.  
12일 아이오케이컴퍼니에 따르면, god는 지

오는 28일 KBS 2TV 통해 공개

난해 연말 개최할 ‘지오디(god) [은(ON)]’에 이어 올해도 단독 콘서트 개최를 확정했다. 이번 공연은 오는 11월 서울 공연을 시작으로 12월 부산·대구 등에서 진행될 예정이다.  
god의 이번 연말 공연은 데뷔 25주년을 앞두고 팬들과 함께 과거를 돌아보는 동시에 미래를 준비하는 자리다. 아이오케이컴퍼니는 “공연형 아이돌의 원조인 god만의 탄탄한 가창력과 다채로운 퍼포먼스가 돋보이는 고품격 무대는 물론, 팬들과 소통의 장이 될 예정”이라고 강조했다.  
4년만에 완전체로 돌아온 god는 지난해 데뷔 23주년 공연 ‘지오디 온’에서 세대를 뛰어넘는 화합을 보여줬다. 공연 이후 완전체 활동과 함께 솔로 활동을 병행해왔다.  
특히 데뷔 25주년을 앞두고 마련된 단독 콘서트 ‘KBS 50년, god 25년 KBS 대기화·오·오 지오디(god)’는 예매 시작 직후 3분 만에 전석 매진을 기록했다. 지난 9일 인천 송도 달빛축제공원에서 무료 공연으로 개최됐으며, 28일 오후8시30분 KBS 2TV를 통해 공개된다.

## 투바투, ‘MTV VMA’ 퍼포머 참석 “무대 찢어 놓겠다”

미국 주요 시상식 퍼포머 참석 처음

그룹 투모로우바이투게더(TXT·투바투)가 미국 주요 대중음악 시상식 ‘2023 MTV 비디오 뮤직 어워드’(2023 MTV Video Music Awards·MTV VMA) 무대에 오르는 소감을 전했다.  
투바투는 오는 13일(이하 한국시간) 미국 뉴저지주 뉴어크 프러덴셜 센터에서 열리는 ‘MTV VMA’에서 브라질 팝스타 아니타(Anitta)와 함께 신곡 ‘백 포 모어’(Back for More)(with Anitta) 공연을 펼친다. 투바투가 미국 주요 시상식에서 퍼포먼스를 펼치는 것은 이번이 처음이며, 역대 K팝 아티스트 중 데뷔 후 최단 기간에 ‘MTV VMA’ 무대에 선다.  
‘백 포 모어’는 투바투가 내달 13일 발표하는 정규 3집 ‘이름의 장:프리폴(FREEFALL)’과 연계된 곡이다. 투바투는 ‘MTV VMA’에서 ‘백 포 모어’ 무대를 최초 공개하며 신보에 대한 힌트를 남긴다.  
투바투는 소속사 빅히트 뮤직을 통해 “글로벌

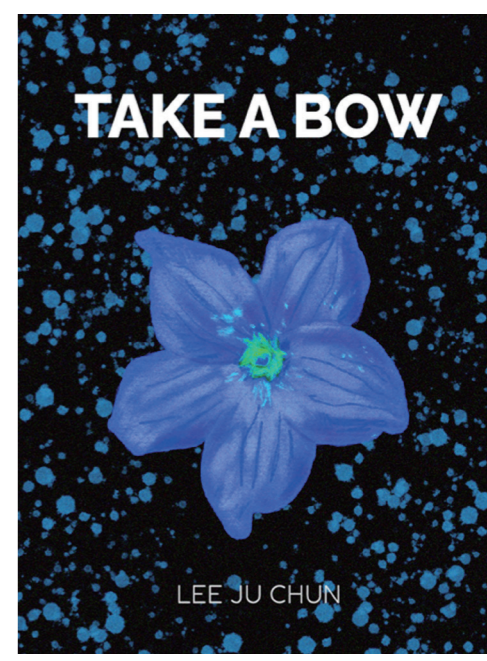
음악 팬들이 관심을 갖고 보는 이 시상식에서 퍼포먼스를 한다는 것은 K팝과 투모로우바이투게더를 더 많은 분들께 알릴 수 있는 좋은 기회라고 생각한다. 권위 있는 시상식 무대인 데다 신곡을 처음 공개하는 자리여서 부담감도 있지만, 그만큼 열심히 준비했다”고 했다.  
투바투는 아니타와 이미 리허설을 마쳤다. 이들은 “아니타와 함께 공연하게 돼 영광이다. ‘백 포 모어’는 그 자체로 이미 멋진 곡인데, 아니타의 섹시한 분위기가 더해져 엄청난 곡이 됐다”고 말했다. 그러면서 “기대해서도 좋다. 무대를 찢어 놓고 오겠다”고 덧붙였다.  
투바투는 이 시상식에서 ‘올해의 그룹’(Group of the Year)과 ‘송 오브 서머’(Song of Summer), ‘올해의 푸시 퍼포먼스’(Push Performance of the Year), ‘베스트 K-팝’(Best K-Pop) 등 총 4개 부문 후보에 올랐다.  
투바투 외에도 스트레이 키즈가 퍼포머로 무대에 오른다. 스트레이 키즈는 지난 6월 발



표한 정규 3집 ‘★★★★★(5-STAR)’(파이브스타) 타이틀곡 ‘특’ 무대를 펼친다.

## 이주천, 두번째 싱글 ‘테이크 어 보우’ 발매

가수 이주천이 12일 오후12시 각종 음원사이트에 두 번째 싱글 ‘테이크 어 보우(TAKE A BOW)’를 발매했다.  
‘테이크 어 보우’는 이주천 특유의 음색과 감성이 돋보이는 곡이다. 최근 가장 트렌디한 사운드만을 모아 만들어진 미디어 템포의 팝 장르이며, 시원하게 터지는 후렴구가 매력적이다.  
이주천이 직접 작사, 작곡에 참여했다. 후련한 마음으로 ‘굿바이(Goodbye)’를 표현하는 인사로 살면서 상처받았던 무언가는 잊어버리고, 새로운 시작을 하자는 메시지와 함께 음악 안에서만큼은 자유롭게 싶다는 이주천 본인의 이야기를 담았다.  
한편, 이주천은 지난 2015년 Mnet ‘슈퍼스타 K 7’에 ‘클리블랜드 훈남’으로 등장해 얼굴을 알렸다. 2021년 TV조선 오디션 프로그램 ‘내일은 국민가수’에서 영화 ‘라붐(1980)’ OST ‘리얼리티(Reality)’를 선곡해 감미롭고 섬세한 목소리로 심사위원들의 마음을 사로잡으며 ‘라붐오



뽀’ 등의 수식어를 얻었다. 지난해 첫 번째 싱글 ‘콜 미 나우(Call Me Now)’를 선보였다.