

‘갓쓴’ 포스트 말론, 다정한 포말씨...삶·꿈에 건배 ‘짤’

지난 23일 오후 경기 일산 킨텍스서 첫 내한공연...3만명 운집
블랙핑크 티셔츠 입고 무대 올라...사람도 음악도 白紙 매력

아무리 ‘블랙핑크’ 팬덤 ‘블링크’라고 해도 다른 팝스타 콘서트에 블랙핑크 티셔츠를 입고 가지 않는다.

미국 팝 슈퍼스타 포스트 말론(28·Post Malon·오스틴 리처드 포스트)은 그런데 자신의 첫 내한공연에서 블랙핑크 티셔츠를 입고 무대 위에 올랐다.

23일 오후 경기 일산 킨텍스(KINTEX) 1전 시장 4·5홀에서 블랙핑크 멤버들이 새겨진 티셔츠와 반바지 차림에 흰색 캔버스 운동화를 신고 등장한 그는 그 위에 온갖 장리가 섞인 자신의 음악을 화려처럼 걸쳐 입고 말 그대로 무대를 불살랐다.

세련된 팝인 첫 곡 ‘베터 나우(Better Now)’부터 3만명이 떠창으로 화답했다. 이날은 낮과 밤의 길이가 같아지는 추분(秋分)이었는데, 저녁이 점점 깊어졌지만 공연장에선 한낮보다 열기가 더 가득했다. 특히 ‘테이크 왓 유 원트(Take What You Want)’, ‘오버 나우(Over Now)’ 등의 무대에서 수시로 터지는 불기둥·불꽃 연출이 일품이었다.

말론은 “아름다운 나라에 이반에 처음 왔다. 환영을 해주셔서 감사하다”고 긴 본명을 거명하며 자신을 소개했다. 거듭되는 “감사합니다”와 함께 “맥주 좀 주세요. 제발” 등 한 국말을 여러 번 사용했는데 한국 팬들을 위해 많은 걸 준비했다는 걸 실감할 수 있었다.

무엇보다 사람도 음악도 백지(白紙) 같은 매력이 일품인 공연이었다. 몸과 얼굴에 각종 메시지가 담긴 그림·글 등의 타투가 가득한 말론은 백지 같은 사람이다. 순진무구한 그는 스탠딩 마이크 대 세우기 등 무대 위에서 천진난만했다.

음악 역시 백지 위에 다양한 장르를 쌓아 올린 듯했다. 힙합은 물론 록, 브릿팝, 컨트리, 발라드 등 다양한 장르가 섞여 있었는데, 온갖 장르가 한 데 섞인 ‘멜팅 팻(melting pot)’ 팝을 아우르는 명성을 입증했다. ‘얼터너티브의 제왕’이라고 부를 만했다. 드럼, 기타 뿐 아니라 첼로·바이올린 등으로 구성된 현악 4중주단도 콘서트에서 주력이었다. 그 만큼 전체 사운드의 결이 풍부했다.

말론의 국내 인기가 ‘이 정도로 많았나’라는 생각이 들 정도로 곡마다 엄청난 메창이 함께 했다. 특히 ‘굿바이스(Goodbyes)’, ‘모닝(Mourning)’, ‘테이크 왓 유 원트’ ‘필링 휘트니(feeling whitney)’ 등에서 객석의 목소리가 유독 컸다. ‘필링 휘트니’에선 관객들이 일제히 스마트폰의 플래시를 켜 밤하늘의 별을 연상케 하는 장면을 만들어냈다. 팬들은 공연 중간 틈이 있을 때마다 “포말! 포말!”을 외쳤다.

절규하듯 무를 뚫고 노래하기도 한 말론은 무대 매너도 일품이었다. 곡이 끝날 때마다 귀여운 목소리로 “감사합니다”라고 표하는 예의 바른 뮤지션이었다.

특히 공황에서 만난 젊은 여성 팬과 무대 위에서 협업한 장면은 몽롱했다. 그 팬은 ‘스테이(stay)’를 기타로 연주하기 위해 연습해 왔다고 무대 위에서 연주하고 싶다고 밝혔다. 말론이 이를 들어줬다. 기타를 배운 지 얼마 안 됐지만 그 여성 팬은 최선을 다해서 연주했고, 말론은 그 반주에 맞춰 음정과 속도 등을 조절하며 ‘스테이’를 힘껏 불렀다. 그 팬이 선물로 준 것을 쓴 채였다.

이렇게 다정한 말론이었다. 올해 첫 아이

를 얻은 그는 ‘투 영(Too Young)’을 부르며 직전 “모든 순간 순간을 마지막으로 여기고 살아가며 사랑하라”고 말했다. 또 막바지에 “여러분은 스스로 홀로 빛나는 만큼, 당신의 삶과 당신의 꿈을 누리라”고도 했다. 말론의 공연 속 전매특허로 맥주를 가득 채운 잔을 객석을 향해 건배하는 행위는 결국 삶·꿈에 대한 축복인 셈이다. 이날 말론은 잔을 객석을 향해 내밀 때마다, 국내에서 잔을 부딪히면서 내는 소리인 “짤”을 수없이 외쳤다.

앙코르 곡 중 하나인 ‘선플라워’에선 태극기가 무대 위에서 펄럭였다. 공연은 애초 예정됐던 러닝타임 70분을 훌쩍 넘겨 100분가량 진행됐는데, 그 만큼 말론과 팬들이 나눌 게 많았고 시간이 가는 걸 서로 아쉬워했다.

이와 별개로 이날 공연은 서울 안이 아닌 일산에서 치러진 점도 관심사였다. 현재 서울엔 잠실 주경기장 리모델링, KBO, K리그 경기 스케줄로 인해 대형 공연장 대관 인프라가 부족한 상황이다. 서울에 3만명 규모로 공연을 치를 수 있는 곳이 없기도 하다.

이에 따라 주최사 라이브네이션 코리아는 킨텍스 홀 두 개를 합쳐 공연장을 마련했다. 국제 공식 규격 축구 경기장보다 큰 면적의 공간에 스탠딩과 지정석을 마련한 것이다. 지정석은 계단식 가변좌석을 운영해 시야각을 확보했다. 실내 음향 반사 제어, 잔향 제거를 위해 리버브 타임 리덕션(Reverb Time Reduction) 기술 등 덕분에 예상했던 것보다 사운드도 훨씬 좋았다. 대중교통으로는 지하철 3호선 북쪽 마지막 역인 대화역을 이용해서 서울 시민에게 접근성이 다소 떨어지긴 했다. 하지만 서울에 편중된 대형 팝스타 내



한공연의 인프라를 분산시킬 수 있는 가능성도 엿본 공연이었다.

650억 들인 ‘무빙’, 진짜 성공했나



강풀 작가의 ‘무빙’이 디즈니플러스 최고 성공작임은 부인할 수 없다. 디즈니+는 2011년 11월 국내 상륙 후 2년 여간 흥행작을 내놓지 못해 철수설이 떠돌기도 했다. ‘무빙’이 망하면 디즈니+도 망한다’는 말까지 나왔다. 지난 달 9일 공개 후 5주 연속 온라인동영상서비스(OTT) 통합 랭킹 차트 1위를 지켰고, 외신도 주목했다. 제작비 약 650억원이 투입됐는데, 그 이상의 성과를 냈을까.

무빙은 초능력을 숨긴 채 현재를 살아가는 아이들과 아픈 비밀을 감춘 채 과거를 살아온 부모 이야기다. 디즈니+ 아태지역과 미국 홀루에서 공개 첫 주 한국 오리지널 중 가장 많이 시청한 작품에 올랐다. 미국 버라이어티는 ‘넷플릭스 ‘오징어 게임’에 이어 아시아에서 탄생한 히트작’이라고 극찬했다. ‘넷플릭스 시리즈’로 공개됐으면 더 흥행했을 것이라며 아쉬워하는 이들도 있지만, 세계에 K-히어로물을 알린 데 의미가 있다.

물론 청소년관람불가로 꽤 잔인한 장면이 많고, 호흡이 길어 속도감이 떨어지기도 했다. 디즈니+는 넷플릭스와 달리 배속 기능이 없어 총 20부작을 정속하는 데 지루한 면이 없지 않았지만, 휴먼히어로물에 액션과 로맨스 등을 버무려 흥미를 더했다.

무빙은 우여곡절이 많았다. 2020년 캐스팅 발표 후 1년 여간 촬영했고, 컴퓨터그래픽(CG)

등 후반 작업만 2년이 걸렸다. 애초 ‘부부의 세계’(2020) 모안일 PD가 연출을 맡았지만 하자, ‘킹덤’(2020) 시즌2 박인제 감독이 합류했다. 웹툰 원작자인 강풀 작가가 직접 집필, 캐스팅에 많이 관여하면서 의견 차를 좁히지 못했다는 후문이다. 결국 JTBC는 공동 제작에서 빠졌고 자사 편성도 취소했다. 디즈니+ 오리지널 시리즈로 바뀐 배경이다.

일각에선 ‘강 작가 인맥 캐스팅’을 우려하는 시선을 보냈다. 강 작가는 차태현을 비롯해 류승범, 김성균, 박희순, 문성근 등을 직접 섭외했다. 다행히 조인성과 한효주가 중심을 잡아줬고, 박 감독이 고운정과 이윤하, 김도훈 등을 캐스팅하며 신규 조화가 잘 이뤄졌다. 박 감독은 킹덤2로 넷플릭스 시리즈물을 경험해본 만큼, 무빙에서도 노하우를 발휘했다. 하지만 후반 작업에 계속 아쉬움을 드러냈고, 디즈니+는 무빙 공개 시기가 몇 차례 미뤄지면서 속양이를 한 것으로 전해졌다.

무빙은 국내 드라마 중 가장 많은 제작비가 들었다. 기획 초반에는 약 500억원으로 예상했지만, 후반작업 비용이 약 150억원 이상 늘어난 것으로 알려졌다. 총 제작비 650억원으로 회당 30억원이 넘는 셈이다. 하정우 주연 ‘수리남’(총 6부작 350억원·회당 약 58억원), 김우빈 주연 ‘택배기사’(총 6부작 250억원·회당 약 42억원) 등 넷플릭스 드라마보다 회당 제작비는 적게 들었지만, 회차가 긴 만큼 제작비가 클 수밖에 없다.

업계는 무빙이 단순히 제작비를 회수하는 것을 넘어 ‘의미있는 작품’이라고 입을 모았다. 디즈니코리아는 6월 콘텐츠팀을 해산했고, 신규 오리지널 콘텐츠 제작을 중단한다는 소문도 돌았다. 물론 김소연 월드디즈니컴퍼니 코리아 대표는 “한국에서 제작 중단하는 일은 없다”고 밝혔지만, 오리지널 시리즈가 연이어 실패해 영업적자가 커지자 방향을 트는 움직임을 보였다. 무빙 공개 후 분위기는 바뀌었다. 일주일만에 디즈니+이용자 순유입 약 14만명(모바일인덱스 기준)을 이끄는 등 효자 노릇을 톡톡히 했다. 처음으로 오리지널 흥행작이 나오면서 성장 발판이 마련됐을 뿐 아니라 최악의 약 ‘비질란테’ 등 신규 콘텐츠에도 기대감이 쏠리고 있다. 세계 미디어시장 위기 속 무빙이 활기를 더해줬고, K-콘텐츠 힘이 여전하다는 점도 보여줬다.

장원영 금발, 안유진 눈물...아이브 ‘이더 웨이’ 티저 공개

아이브의 첫 번째 미니 앨범 ‘아이브 마인(I’VE MINE)’ 선공개



그룹 아이브가 한 편의 영화 예고를 방불케 하는 뮤직비디오 티저 영상을 공개했다. 소속사 스타쉽엔터테인먼트는 지난 22일 공

식 유튜브 채널에 아이브의 첫 번째 미니 앨범 ‘아이브 마인(I’VE MINE)’ 선공개 타이틀곡 ‘이더 웨이(Either Way)’의 뮤직비디오 티저 영

상을 게재했다. 이날로 그 흑백 감성 ‘이더 웨이’ 영상 속 아련한 눈빛으로 카메라를 바라보고 있는 멤버 개개인의 모습과 서정적이면서도 몽환적인 멜로디가 어우러져 한층 더 심오한 분위기를 자아냈다. 특히 데뷔 이후 첫 금발 머리를 시도한 장원영의 모습과 함께 티저 영상을 통해 눈물을 흘리는 안유진의 모습이 뮤직비디오 완편에 대한 궁금증을 높였다.

신곡 ‘이더웨이’는 몽환적인 신스를 시작으로 서정적인 분위기를 자아내는 곡이다. 싱어송라이터 선우정아표 가사와 멤버들의 감성적인 보컬에 독보적인 영상미와 특유의 감각적인 연출을 자랑하는 대한민국 최고의 CF 감독 유광평의 연출이 더해져 한층 더 완성도 있는 뮤직비디오를 보여줄 전망이다.

트리플 타이틀곡 활동을 예고한 아이브의 신보 ‘아이브 마인’은 그간 아이브가 선보여온 특유의 컬러를 지키면서도 예측 불가한 무한 확장의 이미지를 보여주는 앨범이다. ‘배디(Baddie)’, ‘오프 더 레코드(Off The Record)’, ‘이더 웨이’까지 트리플 타이틀곡을 통해 다양한 시선에서 바라본 ‘나’의 다채로운 모습을 발산할 예정이다.

한편 아이브는 내달 13일 국내 컴백에 앞서 오는 25일 ‘이더 웨이’, 10월6일 ‘오프 더 레코드’를 선공개한다.

뉴스스

남자 니쥬 나온다...JYP 새 그룹 기대

‘니지 프로젝트’로 12명 선발

JYP엔터테인먼트가 새 보이그룹을 선보인다.

24일 JYP에 따르면, ‘니지 프로젝트’ 시즌2를 통해 보이그룹을 내놓는다. 가수 박진영과 소니뮤직이 협업, 2020년 데뷔한 그룹 ‘니쥬’의 소년 버전이다.

니지 프로젝트2는 7월 JYP 유튜브 채널과 온라인 동영상 플랫폼 후루(Hulu)에서 파트 1을 공개했다. 일본 나고야, 후쿠오카, 히로시

마, 삿포로, 오키나와, 도쿄, 센다이, 고베와 미국 뉴욕, 로스앤젤레스, 한국 서울 등 총 11개 도시에서 지역 예선을 거쳐 참가자 20명이 도쿄에서 합숙하는 모습을 담았다. 이 중 12명을 선발했다. 토모야와 유우키, 하루, 에이지, 미라쿠, 유우히, 타이가, 유우, 손, 소다이, 세이타, 켄이다.

파트2에선 12명이 한국에서 합숙하며 데뷔 꿈을 이루기 위해 노력하는 모습을 그린다. 첫 예피소드는 다음 달 13일 오후 10시 JYP 유튜브 채널에서 공개한다. 일본에선 후루로 시청



가능하다. 니혼TV는 다음 달 7일 ‘실황! 니지 프로젝트’도 선보인다.