

세계를 열광시킨 K콘텐츠의 비결은

“소중한 한 표 위해”...스타들 투표 인증

K콘텐츠 다른 책 잇단 발간

지난해 9월 OTT 플랫폼 넷플릭스가 론칭한 ‘오징어 게임’은 세계에서 52일간 1위를 차지할 만큼 인기를 끌었다. 넷플릭스 사상 최장 1위를 기록했으며, 이는 한류 역사상 처음 있는 일이었다. 미국 영화매체 ‘인디와이어’는 봉준호 감독을 일컬어 ‘하나의 장르가 되었다’고 평했다. 영화감독 하마구치 류스케는 “‘기생충’은 ‘결정’이라는 말로도 부족한, 현대 영화의 한 도발점”이라고 찬찬했다.

방탄소년단-BTS를 비롯한 케이팝 아이들은 ‘국가와 젠더 경계를 넘는 아이돌’로 우뚝 선 지 오래다. 이들의 선전은 팬덤인 아미의 영향력도 한 요인이라고 할 수 있다.

세계가 반한 K콘텐츠의 비결과 팬덤문화 등을 다룬 책이 잇따라 발간돼 눈길을 끈다.

‘오징어 게임과 콘텐츠 혁명’, ‘봉준호 코드’, ‘페미돌로지’가 그것.

먼저 정길화 한국국제문화교류진흥원 원장 등 7명의 저자가 필진으로 참여한 ‘오징어 게임과 콘텐츠 혁명’은 각계 전문가가 ‘오징어 게임’ 성공 방식에 초점을 맞췄다. 정 원장은 흔히 내러티브(narrative)로 알려진 일반적인 서사의 의미인 ‘사건의 서술’에 힘이 있다고 봤다.

“‘오징어 게임’을 전체적으로 보면 영상의 스펙터클보다는 작품의 깊이와 내면성에 역점을 두는 가운데 치밀한 구성, 차분한 속도감, 점층적인 몰입 등을 구사하는 느낌을 준다. 이 과정에서 돋보이는 것은 서사의 힘이다.”

유진식 KBS 공영미디어연구소장은 ‘오징어 게임’의 창의성은 넷플릭스가 추구하는 제작 정책이 일조했다고 분석했다. 작품이 정해지면 제작진에게 자율성을 주는 방침이 효과를 거뒀다는 것이다. 황동혁 감독이 제작 발표회에서 “서바이벌 게임을 표현하면서 잔인한 요소가 빠질 수 없는데, 제작 과정에서 넷플릭스가 수위에 제약을 두지 않아서 창작자로서 자유롭게 작업할 수 있었다”고 말한 것과 궤를 같이한다.

홍정수 아주대 문화콘텐츠학과 교수는 ‘오징어 게임’이 세계적인 인기를 끈 요인으로 현실 반영에서 오는 공감론을 꼽았다. 부의 양극화, 약자의 냉혹한 현실에 세계가 반응했다고 언급했다. 이 같은 지적은 오늘날 목숨을 담보로 일확천금을 바라거나 부동산을 ‘영끌’해서 사는 모습 등을 반영한다.

두 번째 책 ‘봉준호 코드’는 이용철 영화평론가



넷플릭스 사상 최장 1위를 기록한 드라마 ‘오징어 게임’의 한 장면.

‘오징어 게임과 콘텐츠 혁명’ ‘봉준호 코드’ ‘페미돌로지’ 한류의 창의성·K팝 아이돌의 팬덤문화 다각도 조명



하는 장면이 있다. 폭우가 쏟아지는 캄캄한 저녁 갑작스럽게 울리는 초인종은 극적 긴장감을 높인다. 마지막으로 류진희 건국대 글로벌캠퍼스 교양대학 교수 등이 펴낸 ‘페미돌로지’는 K팝 아이돌, 팬덤문화, 엔터테인먼트 산업을

등 3명의 전문가가 7편의 영화를 12개 테마로 ‘봉준호 월드’를 주목했다. 저자들은 몇 가지 핵심 테마가 영화 안에서 어떤 방식으로 코드화되고 관객은 그 코드를 어떻게 수용하는지 들여다봤다.

12개 코드는 엄마, 소녀, 노인, 하녀, 계단, 비, 돈, 자연, 먹기, 달리기, 섹스, 바보짓이 그것이다. 분석 대상 영화는 ‘플란다스의 개’, ‘살인의 추억’, ‘괴물’, ‘마더’, ‘설국열차’, ‘옥자’, ‘기생충’이다.

이현경 영화평론가는 봉준호의 영화에서 서사의 결정적인 변화를 암시하는 장치로 비를 든다. ‘살인의 추억’, ‘마더’, ‘기생충’에서 비는 중요한 배경으로 작용한다는 것이다. ‘기생충’에서 기택 가족이 캠핑을 떠난 박 사장네 거실에서 슬퍼티를

다각도로 조명한 책이다. 책 제목 ‘페미돌로지’(Femi-dology)는 페미니스트의 관점에서 분석하는 아이돌로지(Idology)라는 뜻을 담고 있다.

이처럼 미디어문화 연구자는 ‘미디어와 팬덤의 담론 전쟁’에서 BTS 팬덤인 아미가 서구 미디어의 왜곡된 담론을 반박하는 사례를 제시한다. 이 연구자는 “전 세계 아미는 BTS를 둘러싼 담론 투쟁의 장에 참여하면서 국적과 인종을 뛰어넘어 일종의 세계 시민으로서의 정치적 인식을 획득한다”며 “세계 시민적 관점에서 편협한 인종주의와 영어 중심주의로 구성된 서구 음반 산업계의 불평등한 권력관계를 노출하는 초국적 팬덤으로서의 담론 주체가 된다”고 주장한다.

/*박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

광주문화재단 ‘예술인파견지원사업’ 공모

17~23일까지 접수

광주문화재단은 ‘2022년도 예술인파견지원사업-광주예술로(이하 광주예술로)’ 공모를 오는 17일부터 23일까지 접수(이메일 artbodum@naver.com)받는다.

광주예술로는 예술가와 기업·기관의 상생을 도

모하기 위해 기획됐으며, 예술인과 기업·기관을 매칭해 팀을 구성해 운영된다. 올해는 지난해보다 약 5000만 원 증가된 국비 4억7600여 만원을 확보했으며 총 12개 기업·기관과 예술인 60명(리더예술인 12명, 참여예술인 48명)을 확대 모집한다.

참여 예술인들에게는 월 활동비(리더예술인 월 140만원, 참여예술인 월 120만원)를 지원하며, 기

업·기관에서는 활동 공간, 재료비 등을 제공한다. 활동기간은 5월부터 10월까지다.

지원대상은 등록주소지 기준 광주에서 활동하는 예술인으로 ‘예술활동증명’을 완료한 예술인이면 된다.

공모 선정은 1차 기업·기관과 리더예술인을 선정하고, 2차 모집에서 참여예술인을 선정해 매칭한다. 광주문화재단 홈페이지 참조. 문의 062-670-5723.

/*박성천 기자 skypark@kwangju.co.kr

SNS에 ‘인증샷’ 잇달아 정보적 ‘국민 위해 힘써주길’ 데프콘 ‘맞춤’ 복장 사진 눈길 이지훈은 ‘흑백’ 인증샷

제20대 대통령을 뽑는 선거일인 9일 스타들도 소중한 한 표를 행사하며 시민들의 투표 참여를 독려했다.

방송인 전현무는 이날 자신의 인스타그램 계정에서 서울 강남구 삼성1동 투표소 앞에서 찍은 사진을 올린 뒤 “신성하게 주권 행사”라고 썼다.

뮤지컬 배우 김소현은 남편 손준호, 아들 주안이와 함께 찍은 ‘인증샷’을 올렸다. 김소현은 “#주안이 #소중한 한 표 알려주기”라며 아들에게 선거의 의미와 중요성을 알려주기 위해 함께 투표소에 왔다고 밝혔다.

배우 정보석은 모자와 마스크, 외투 모두 검은 색으로 통일한 인증 사진을 인스타그램에 올렸다.

정보석은 “이제 그분을 향한 지지를 접고 내일부터는 우리나라의 새 대통령을 지지하자”며 “누가 되든 자기 편과 자기 집단의 이익이 아닌 국민과 우리나라를 위해 힘써 주시기를 부탁드립니다”라고 당부했다.

이른 시간부터 투표에 나선 스타들도 있었다. 가수 겸 배우 윤은혜는 사회관계망서비스(SNS)를 통해 성동구 옥수동 제4투표소 앞에서 찍은 사진을 공개하며 “새벽부터 부지런한 분들이 많다. 여러분들도 투표 화이팅”이라고 적었다.

SBS TV 월화드라마 ‘사내맞선’에서 열연 중인 김세정도 SNS를 통해 “아침도 먹고 기분도 좋고. 모두 모두 잊지 말고 투표합시다”라며 투표 참여

를 독려했다. 김세정은 손에 기표 도장을 찍은 사진을 함께 공개했으나 “손등에 도장 찍는 행위는 감염 우려가 있어 삼가해 달라고 한다”며 팬들에게도 함께 주의하자고 전했다.

특정 정당이나 후보를 지지한다는 오해를 피하려는 스타들의 ‘센스’도 눈에 띄었다.

가수 데프콘은 자신의 인스타그램에 검은색 바탕에 빨간색, 파란색, 노란색, 흰색이 모두 포함된 외투를 입은 사진을 올린 뒤 “여러분도 잊지 말고 꼭 투표하세요”라고 당부했다.

데프콘은 제19대 대선 때도 파란색과 빨간색이 반씩 있는 옷을 입은 인증 사진으로 화제가 된 바 있다.

팬들은 ‘도저히 의중을 알 수 없는 그’, ‘웃이 오해받지 않게 색이 다양하다’, ‘(투표) 맞춤옷인가 어디서 구하는 거냐’, ‘역시 평화의 상징’ 등의 댓글을 남기며 호응했다.

가수 겸 배우 이지훈은 투표소 앞에서 찍은 듯한 흑백 사진을 올린 뒤 “여러분의 소중한 한 표가 미래의 우리 자녀에게 보나나 대한민국을 선물할 수 있습니다. 서두르세요”라고 적었다.

그는 투표 완료를 뜻하는 이모티콘과 함께 “이모티콘에 파란노(파란색·빨간색·노란색)가 들어가 있다”며 특정 후보 지지 논란을 사전에 차단하기도 했다.

이 밖에도 이승기, 한재아, 미나, 김정민, 정경미 등이 투표소 앞 인증 사진을 공유했다.

스타들뿐만 아니라 인스타그램과 트위터, 페이스북, 각종 온라인 커뮤니티에는 소중한 한 표를 행사한 유권자들의 투표 ‘인증샷’이 끊임없이 올라왔다.

특히 K팝 가수들의 팬들은 좋아하는 아이돌의 ‘포카’(포토카드)를 챙겨가 기표 도장을 찍기도 했다. /연합뉴스



스타들도 소중한 ‘한 표’. 왼쪽 위부터 시계 방향으로 방송인 전현무, 뮤지컬 배우 김소현·손준호 부부, 가수 겸 배우 윤은혜, 가수 김정민, 이승기, 배우 정보석의 투표 인증 사진.

피쉬데이(주)는 2015년에 설립되었으며, 연매출 100억원, 사원수 20여명 규모의 평균나이 33.6세, 20~30대의 젊은 구성원들로 이루어진 농수산물 유통전문 업체입니다. 광주/전라남북도 전역에 유통 판매하고 있으며, 피쉬데이 직영점을 포함 백화점, 하이퍼마켓 입점운영과 자사 홈페이지, 온라인마켓 등 온오프라인을 겸비한 다양한 유통채널을 직접 운영하며 탄탄한 영업망을 구축하고 있습니다.

VOYAGE TO GROWTH, WITH FISHDAY
피쉬데이와 함께 성장해 가는 항해

피쉬데이 정규직 채용공고

FISHDAY 피쉬데이
상상한 약속 피쉬데이

모집분야

모집분야	웹디자인	매장 영업 (수산 판매/관리)	물류
직무내용	포토샵 / 일러스트 능숙자 상품 판매를 위한 상세페이지 제작 SNS매체를 활용한 홍보 및 관리	성실하고 책임감 있는 근무자 1대1 코칭으로 초보자분도 어려움 없이 간단한 생선손질부터 회, 초밥까지 배울수 있는 기회	수산물 유통 (냉동참치 납품/배송) 1톤 냉동참치 배송 수산물을 광주/전남권 매장별로 배송
근무시간	주5일 (월~금) 09:00~18:00	주6일 (격주휴무) 09:30~19:30	주6일 (월~토) 04:30~13:00
우대사항	관련 자격증, 경력 1년 이상	차량소지자 우대 (전남권 근무시 유류비 지원)	자동차 운전면허(필수)

주요복지

업무 숙련도에 맞춰 빠른 진급과 급여 인상 보장.
명절 상여금 (추석, 설/연2회), 하계휴가비 지원, 내일채움공제 가입, 생일상여금, 가정의달 선물 증정 등

문의 연락처 | 1522-4268, 010-7628-9292