

넷플릭스 오리지널 시리즈 '기생수: 더 그레이' 연상호 감독

“기생수, 원작 만화와 달라 공존에 대한 이야기 그려”

의문의 생물 뇌에 침입해 인간 지배
1990년대 일본서 만화로 큰 인기
드라마, 한국 배경 새 인물 등장
공개 5일째...세계 1위 흥행 조짐

“원작 만화 ‘기생수’는 인간과 다른 생명의 공생에 대한 이야기라고 생각해요. 사실 ‘기생한다’는 말과 ‘의지하며 살아간다’는 말은 어떻게 보면 같은 말일 수도, 다른 말일 수도 있겠죠. 그 뉘앙스의 차이를 어떻게 보여줄지 고민했어요.”

영화 ‘부산행’ (2016)과 드라마 ‘지옥’ (2021)의 연상호 감독이 1990년대 일본에서 큰 인기를 끌었던 만화 ‘기생수’ 세계관을 바탕으로 한 새 넷플릭스 오리지널 시리즈 ‘기생수: 더 그레이’로 돌아왔다.

연 감독은 9일 서울 종로구의 한 카페에서 ‘기생수: 더 그레이’ 공개를 기념해 기자들을 만나 “주인공 수인과 그의 몸에 기생하게 된 ‘하이다’가 상대와의 공존을 인정하는 방식이 극적으로 그려지길 바란다”고 연출 의도를 설명했다.

원작 만화 ‘기생수’는 어느 날 지구에 떨어진 의문의 기생 생물이 인간의 뇌에 침입해 육체를 지배하고 다른 인간들을 포식하면서 벌어지는 일을 다룬다. ‘기생수: 더 그레이’는 원작의 설정을 그대로 빌려오면서 한국을 배경으로 새로운 인물들이 등장하는 스피노프(파생작)다.

괴한의 공격에 크게 다친 주인공 정수인(전소니 분)에게 기생수 ‘하이다’가 침투하는데, 다친 수인을 살리는 데 집중하느라 하이다는 수인의 몸을 완전히 지배하지 못하고 서로 한 몸이 공존하게 된다.

연 감독은 “서로 직접 이야기를 나눌 수도 없는 수인과 하이다가 차츰 서로를 이해하게 되는 과정을 담았다”고 연출 의도를 설명했다.

감독의 설명처럼 수인과 하이다는 원하던 원치 않던 서로 공존하는 수밖에 없다는 사실을 점차 깨닫는다.

‘기생수: 더 그레이’는 지난 5일 공개된 지 얼마 지나지 않았음에도 흥행 조짐을 보이고 있다. 스트리밍 서비스 순위를 분석하는 플릭스패트론에 따르면 ‘기생수: 더 그레이’는 지난 7일 넷플릭스 세계 1위에 올랐다.

연 감독은 다른 지역보다도 일본에서의 반응이 어떨지 우려했다고 한다. 원작을 만든 나라이고, 원작 팬이 가장 많은 나라이기 때문이다. 우려와 달리 ‘기생수: 더 그레이’는 일본에서도 지난 6·7일 2위를 기록했다.



‘기생수’ 촬영 현장.

연 감독은 “일본에서 2천만 부 넘게 팔린 만화가 ‘기생수’인 만큼 그들이 드라마를 어떻게 받아들일까 걱정했다”며 “원작의 세계관을 인정하면서 새로운 이야기를 다른 스피노프라서 좋게 봐주실 것 같다”고 말했다.

다만 드라마가 원작 만화를 그대로 답습한 것은 아니다. 기생수가 오른손에 침투해 주인공과 대화를 주고받는 원작과 달리 드라마 속 하이다는 수인의 얼굴 절반 정도를 차지하고 서로 대화하지 못하는 점 등은 차이가 있다.

연 감독은 원작의 주인공을 ‘기생수: 더 그레이’에 등장시킨 이유를 “자세한 내용을 말씀드리긴 어렵지만, 뒷이야기에 대한 구상이 있다”며 “만약 시즌2가 제작된다면 신이치가 등장한다는 점은 말씀드릴 수 있다”고 설명했다.

그는 또 “시즌2의 대본도 일부 썼고, 그 설정에 대해서도 배우에게 설명했다”며 “이정현 배우에게 시즌2의 시나리오를 보여주고 전체 구상도 설명했다”고 덧붙였다. 다만 연 감독은 시즌2 제작 여부에 대해선 “그런 게 결정할 수 있는 게 아니라 넷플릭스의 결정이 있어야 한다”며 웃어 보였다.

연 감독이 연출하는 ‘지옥’ 시즌2는 촬영을 모두 마치고 후반 작업을 진행 중이며 올해 중 공개를 앞두고 있다. 연 감독은 “‘지옥’ 시즌2를 빨리 보여드리고 싶은 마음”이라며 미소 지었다. /연합뉴스

‘파묘’ 흥행에 극장가 봄바람

매출액 1166억원·관객 수 1170만명...역대 3월중 최고

장재현 감독의 오컬트물 ‘파묘(사진)’의 흥행 덕에 지난달 극장을 찾은 관객 수와 매출액이 크게 늘었다.

9일 영화진흥위원회(영진위)가 발표한 한국 영화산업 결산 보고서에 따르면 3월 극장 매출액은 작년 동월 대비 45.7%(366억원) 증가한 1166억원을 기록했다.

코로나19 팬데믹 이전인 2017~2019년 3월 평균 매출액(1천143억원)보다도 높은 수준이다.

극장을 찾은 전체 관객 수도 작년 3월보다 56.5%(422만명) 늘어난 1천170만명이었다. 이는 팬데믹 이전 평균 관객 수(1378만명)의 84.9%까지 회복한 수치다.

영진위는 “‘파묘’의 메가 히트에 힘입어 3월 매출액이 팬데믹 이전 평균 매출액을 웃돌 수 있었다”며 “역대 3월 매출액으로는 2019년에 이어 두 번째로 높은 수준”이라고 밝혔다.

2월 22일 개봉한 ‘파묘’는 3월 한 달에만 매출액 707억원, 관객 수 726만명을 기록했다. 매출액 점유율은 60.7%에 달했다.

‘파묘’의 흥행으로 지난달 한국 영화 매출액은 역대 3월 매출액으로는 최고치인 803억원을 기록했다.

전년 동월과 비교해선 274.1%(588억원) 된 것으로, 팬데믹 이전 한국 영화 평균 매출액(505억원)과 비교해도 159.0% 많다.

반면 외국 영화의 경우 매출액과 관객 수가 모두 줄었다. 3월 외국 영화 매출액은 작년 3월보다 38.0%(223억원) 준 363억원으로, 팬데믹 이전



평균 매출액(638억원)의 56.9%에 머물렀다.

관객 수 역시 39.1%(219만명) 감소한 341만명이었다. 팬데믹 이전 평균 관객 수(759만명)의 44.9%에 불과한 수치다. ‘둔: 파트 2’가 매출액 191억원, 관객 수 162만명으로 ‘파묘’에 이어 3월 흥행작 2위에 올랐으나 이 외에는 별다른 히트작이 없었던 탓이다. /연합뉴스

BTS ‘온’ 13번째 6억뷰

드림 연주·댄스 브레이크 ‘눈길’

그룹 방탄소년단(BTS)의 ‘온(ON·사진) 키네틱 매니페스토 필름(Kinetic Manifesto Film)’ 유튜브 조회 수가 6억건을 넘었다고 소속사 빅히트뮤직이 9일 밝혔다.

이 영상은 이날 오전 8시 41분께 6억뷰를 돌파했다. 이는 방탄소년단 자체 통산 13번째 6억뷰 영상이다. ‘온’은 방탄소년단 정규 4집 ‘MAP OF THE SOUL : 7’의 타이틀곡이다. 자신에게 주어진 이 길을 운명으로 받아들이겠다는 멤버들의 포부가 담긴 힘 있는 힙합 장르의 곡이다.

‘온’ 키네틱 매니페스토 필름은 방탄소년단이 30여명의 댄서, 마칭 밴드와 함께 하는 대규모 퍼포먼스 영상이다. 멤버들의 드림 연주와 댄스 브레이크 등 다채로운 볼거리가 특징이다.

‘온’은 지난 2020년 2월 공개 이후 미국 빌보드 메인 싱글 차트 ‘핫 100’ 4위를 기록했고, 이 노래가 담긴 앨범은 메인 앨범 차트 ‘빌보드 200’ 정상에 올랐다.



방탄소년단 4집은 국제음반산업협회(IFPI) 선정 ‘2020 글로벌 올 포맷 차트’와 ‘2020 글로벌 앨범 세일즈 차트’에서 모두 1위를 기록했다. /연합뉴스

한국토지부동산(주)

전원주택 신축

매매 9억5천만원



전라남도 담양군 수북면 청소년수련관입구

■ 대지 : 979㎡ (296.14평)

■ 건물 : 323.86㎡ (98평)

(지상2층, 지하주차장포함)

상담문의 010-3733-3933