

## 금기 깨는 '연기돌'

tvN '오프닝' 박소진 임신부 열연 호평 '왜 오수재인가' 한선화 성폭력 피해지역 '귀여운 로맨스물 주인공' 틀 깨고 도전



tvN 단막극 프로젝트 '오프닝'의 '남편의 죽음을 알리지 마라'에서 임신부 역할을 맡은 걸스데이 출신 박소진. 사진제공 | tvN

가수 아이유, 그룹 걸스데이 출신 박소진과 시크릿의 한선화가 '아이돌들의 금기'처럼 여겨졌던 캐릭터 연기에 잇달아 도전하며 신선함을 자아내고 있다. 발랄하고 귀여운 로맨스물의 여주인공이라는 편견의 한계를 깨나가고 있다.

아이유는 올해 칸 국제영화제 초청작인 '브로커'에서 성매매 하다 못하지 않게 가진 아이를 버리는 미혼모를 연기해 시선을 끌었다. "엄마 연기를 줄곧 하고 싶었다"는 아이유는 "실제 엄마와 언니의 출산과 육아 이야기를 들으며 캐릭터를 준비했다"고 밝혔다. 아이유와 연기 호흡을 맞춘 송강호는 "모성애와 반항심을 절묘하게 표현했다"고 극찬을 아끼지 않았다.

박소진도 임신부 역할을 열연했다. 임신 소재를 전면에 내세운 tvN 단막극 프로젝트 '오프닝'의 '남편의 죽음을 알리지 마라' 편을 통해서다. 지난달 25일 방송한 드라마에서 질풍노도의 시기를 보내는 임신부가 겪는 감정 여정을 현실적으로 그려내 호평을 얻었다.

한선화도 잇달아 파격적인 캐릭터 연기로 편견을 제대로 지웠다. tvN '술꾼도시여자들'에서 백치미 넘치는 요가 강사 역으로 눈길을 끌었다. 성과 관련한 수위 높은 이야기는 물론 잘된 욕설 등 거침없는 여성 캐릭터를 완성했다.

동시간대 시청률 1위를 달리고 있는 SBS 금토드라마 '왜 오수재인가'에서는 성폭력 트라우마에 시달리는 피해자 역할을 섬세하게 그려내고 있다. 이어 7일 개막한 제26회 부천국제판타스틱영화제 초청작 '걸스 인 더 케이'를 통해 또 다른 매력을 선보였다. 여자 아이돌들의 격투대회를 배경으로 펼쳐지는 이야기 속에서 막힌 것은 작가 역을 연기했다. 이슬미 기자 smlee@donga.com

편집 | 최해경 기자 hk7049@donga.com

## 후발 OTT주자의 반격...OTT 지각변동

# 체면 구긴 넷플릭스...활짝 웃는 쿠방플레이

넷플릭스 '종이의 집' 기대 이하 6월 이용자 전달보다 8만명 이탈 쿠방플레이 '안나'로 6만명 늘어 수지 의상과 원작 소설까지 불티

글로벌 OTT 넷플릭스와 후발주자 쿠방플레이의 희비가 엇갈렸다. 넷플릭스가 기대작 '종이의 집: 공동경제구역'(종이의 집) 공개에도 이용자 하락 등 체면을 구기는가하면 쿠방플레이는 오리지널 시리즈 '안나'의 인기로 힘입어 국내 OTT 중 가장 큰 폭의 이용자 상승세를 보였다.

### ●기대 이하의 '종이의 집'

데이터 분석 업체 모바일인덱스에 따르면 넷플릭스의 6월 국내 이용자가 전달(1125만 명) 보다 8만여 명 감소한 1117만 명인 것으로 집계됐다. 1월에 비해 약 10%의 이용자가 이탈했다. 지난달 24일 공개한 '종이의 집'도 넷플릭스의 하락세를 막지 못한 셈이다.

'종이의 집'은 동명의 스페인 드라마를 리메이크해 제2의 '오징어게임'을 노리며 대대적인 홍보와 함께 공개했지만 2주 만에 글로벌 차트(플릭스패트롤) 10위권 밖으로 밀려났다. 대표적인 해외 평점 사이트인 IMDb에서도 10점 만점에 5점을 기록, 기대 이하의 평가를 받고 있다. 로튼 토마토에서도 평론가



넷플릭스가 기대작인 '종이의 집: 공동경제구역'(왼쪽) 공개에도 이용자 하락세를 벗어나지 못했다. 반면 쿠방플레이는 수지 주연의 오리지널 드라마 '안나'의 인기로 인해 눈에 띄는 증가세를 보였다.



넷플릭스가 기대작인 '종이의 집: 공동경제구역'(왼쪽) 공개에도 이용자 하락세를 벗어나지 못했다. 반면 쿠방플레이는 수지 주연의 오리지널 드라마 '안나'의 인기로 인해 눈에 띄는 증가세를 보였다.

점수인 토마토 지수는 85%를 받는데 반해 관객 지수인 팝콘 지수는 51%를 기록하는데 그치고 있다.

발등에 불이 떨어진 넷플릭스는 다음 오리지널 시리즈인 '블랙의 신부' 홍보에 총력을 기울이고 있다. 드라마 최초로 홈쇼핑 방송까지 출연해 홍보에 나선다. 김희선·이현욱 등 5명의 주연배우가 13일 오후 방송하는 GS샵 채널에 등장해 드라마의 키워드를 세트 상품처럼 구성해 보여주고 관련 포인트를 전달할 예정이다. 라이브북을 통해 반응을 보여주는 고객에게는 경품까지 내걸었다.

### ●'안나'로 웃은 쿠방플레이

반면 후발 OTT 주자인 쿠방플레이는 국내 서비스 중인 모든 OTT 중 가장 눈에 띄는 이용자 증가세를 보였다. 6월 이용자가 지난달 보다 6만여 명 많은 373만여 명으로 집계됐다. 대형 글로벌 OTT인 파라다이스+와 제휴를 통해 독점 콘텐츠를 대폭 늘려 2만여 명의 이용자를 늘린 티빙보다도 큰 증가세다.

24일부터 순차 공개된 6부작 오리지널 시리즈 '안나'의 공이 크다는 게 쿠방플레이 측의 분석이다. 수지의 첫 원톱 드라마 '안나'는 공개 직후 "수지의 인생작"이라는 누리꾼들의 극찬을 이끌며

쿠방플레이 많이 본 콘텐츠 순위 1위를 차지했다. 13만 명의 평가자가 참여한 자체 별점 평가에서 5점 만점에 4.5점을 기록 중이다. 드라마의 인기로 극중 등장한 수지의 의상과 원작 소설 '진절할 이방인'의 판매량까지 급증했다.

쿠방플레이는 하반기에도 독점 콘텐츠로 상승세를 이어간다는 전략이다. 손흥민과 토트넘 홋스퍼를 한국으로 초청해 K리그 울스타와의 '쿠방플레이 시리즈'를 개최, 7월 독점 중계할 예정이다. 신하균 주연하고 유병재가 각본을 쓴 시트콤 '유니콘', 'SNL코리아'의 새 시즌 등도 하반기 공개한다. 이슬미 기자 smlee@donga.com

## 식지않는 트로트 열풍...임영웅·김호중 팬덤, 아이돌 못지않네

### 새 앨범 발라드·클래식 장르 인기 '중장년층 팬덤 문화 활성화 증명'

좀처럼 식지 않는 트로트 열풍 속에 임영웅, 김호중, 이찬원, 영탁 등이 잇달아 새 앨범을 발표하고 활동을 펼치고 있다. 아이돌 못지않는 탄탄한 팬덤을 형성하고 있는 이들은 앨범 판매와 더불어 전국투어 등으로 인기를 입증하고 있다.

눈길을 끄는 것은 이들 가운데 성인가요(트로트) 음반시장을 주도하는 톱5의 임영웅과 김호중의 새 앨범이 각각 발라드와 클래식 장르라는 점이다.



임영웅 김호중

앞서 임영웅은 5월 발표한 정규 1집 '이임 히어로'(IM HERO)를 110만 장(한터차트 집계) 이상 팔아치우며 역대 솔로 가수 신기록을 썼다. 당시 소속사와 한터차트 집계

따르면 발매 일주일간 약 110만2000장에 육박하는 판매량을 기록했다. 솔로 가수 첫 주 판매량 최고 기록이던 케이팝 그룹 엑소 멤버 백현의 '밤비(Bambi)'보다 약 24만 장 많은 수치다. 임영웅은 "장르에 얽매이지 않는 다채로운 모습을 보여줄 것"이라며 가수 이적·정재일과 손잡고 발라드 곡을 타이틀로 정하고 앨범에 담았다.

김호중도 마찬가지로. 최근 소집 해제 후 처음 내놓는 앨범을 클래식으로 선택했다. 정동 성악부터 크로스 오버, 라틴 등 "장르 구분 없이 노래로 증명하고 싶다"는 생각에서다. 선배 가수 최백호와 피아니스트 이부마와 함께 작업했다.

두 사람의 앨범 판매량의 점유율은 성인가요 음악시장에서 상당히 높다. 가온차트에 따르면 트로트 인기는 2019년 '미스터 트롯' 방송 후 이듬해 최고조로 달했다. 덕분에 성인가요 피지컬(실물앨범) 앨범도 최고 판매량을 기록했고, 60만 장을 팔아치운 김호중의 앨범 점유율은 91%로 가장 높았던 것으로 조사됐다.

김진우 가온차트 수석연구위원은 "성인가요 시장은 표면적으로 보면 시장의 규모가 커진 것은 맞지만, 중장년층에 의해 팬덤 시장이 커졌다"면서 "임영웅이나 김호중이 발라드와 클래식 등 주 중목이 아닌 활동에도 불구하고 팬덤의 소비로 이어지는 것 역시 중장년층 팬덤 문화 활성화에 대한 근거로 볼 수 있을 것 같다"고 밝혔다. 이정연 기자 annjoy@donga.com

# 하루종일 얼음조끼 나왔다!

氷~氷 아이스 조끼

## (8시간용+8시간용) 16시간용 얼음조끼!

식당, 공장, 군부대, 건설현장, 조선소, 환경미화원, 낚시, 등산 등 단체주문 환영!

**발명특허! 한번착용으로 8시간 냉기지속**  
**체질에 따라 냉기 온도조절 마음대로!**

8시간용 조끼 1벌에 8시간용 냉매팩 1개 추가공급 16시간 사용 할 수 있어

한여름 야외 활동을 할 때 얼음조끼가 큰 인기였다. 조끼 내부에 얼린 팩을 넣어 입으면 체온을 낮추어 주는 역할을 한다. 그러나 외부 온도가 30도 이상 올라갈 경우에는 2시간도 가지 못하고 얼린 팩이 녹아서 보통의 조끼와 별반 차이가 없어진다. 대양 라이프에서는 최근 기존 얼음조끼의 이같은 불편을 획기적으로 개선한 발명특허 받은 8시간 지속적으로 냉기를 유지 할 수 있는 얼음조끼를 출시하여 화제가 되고 있다.

또한 활동 8시간이상 되는 고객을 위하여 출시기념으로 냉기 지속 8시간용 팩을 추가로 드리므로 추가용까지 2개를 사용하게 되면 16시간을 무더위 속에서도 시원하게 활동 할 수 있다. 또한 빙고 얼음조끼는 체질에 맞게 사용하기 위하여 너무 차가움을 방지하기위한 온도 조절까지 할 수 있다.

**개인, 단체, 식당, 건설현장 등 물려드는 주문에 정신이 없어!**

최첨단 신 냉매로 만들어진 8시간용 빙고 얼음조끼는 반영구적이며

가격또한 39,000원으로 저렴한가격에 제품이 알려지자 벌써 식당, 공장 근로자, 군부대, 건설현장, 조선소, 환경미화원, 낚시, 등산 등 일상생활에서 얼음조끼가 꼭 필요한 곳에서 단체주문이 이어지고 있어 물려드는 주문에 정신이 없다고 회사 관계자는 말한다. 또한 시중의 2시간용 얼음조끼는 착용 시 아이스팩이 결로현상(이슬맺힘)이 있어 옷을 적시는 현상이 있으나 8시간용 빙고 얼음조끼는 그런 결로 현상도 전혀 없으며 보는 느낌마저 시원함을 주기위해 방사형으로 되어 있다. 발명특허기념 특별 판매 39,000원이다.

주문전화 1544-0563



▲ 발명 특허증



▲ 냉매팩



조끼 1벌에 8시간용+8시간용 냉매 팩을 추가로 드립니다. (16시간 사용)

★ 특별 시은품 ★  
앞쪽 2시간용 냉매팩 4개 증정