

자폐증 편견 깬 '우영우', 세계에서 통했다

자폐장에 지닌 천재 변호사 이야기 "힐링드라마" "독특한 재미" 입소문 '넷플' 세계서 많이 본 TV 톱10 등극 '한국판 종이의 집' 등 화제작 제쳐

ENA 드라마 '이상한 변호사 우영우'가 돌풍의 중심에 섰다. 안방극장을 넘어 OTT(온라인 동영상 서비스)를 통해 세계무대에서도 가파르게 영향력을 키우고 있다. 자폐 스펙트럼 장애를 가진 변호사의 이야기를 유쾌하게 풀어내면서 방송안팎에서 새로운 '힐링드라마'가 탄생했다는 극찬이 쏟아지고 있다.

● 사회의 편견을 단번에 '팍'!

드라마는 자폐 장애를 딛고 변호사가 된 우영우(박은빈)가 대형 로펌인 법무법인 한바다의 신입으로 채용되면서 겪는 이야기다. 우영우는 천재적인 기억력을 무기삼아 각종 사건들을 해결해가고 있다. 자신만의 독특한 방법으로 소송의 실마리를 잡으면서 통쾌함을 자아내기도 한다. 친구 동그라미(주현영), 로스쿨 동기 최수연(하윤경) 등과 우정을 나누고, 송무팀 직원 이준호(강태오)와는 묘한 로맨스까지 쌓아가면서 독특한 재미를 안긴다.

무엇보다 우영우가 사건을 해결하는 주체로 그려지는 점이 인기의 원동력으로 꼽히고 있다. 장애인을 주변의 도움을 받아야 하는 존재로 그린 이전 드라마들과는 색다른 접근 방식이다. 연출자



자폐 스펙트럼을 가진 변호사를 주인공으로 내세운 ENA 드라마 '이상한 변호사 우영우'가 시청자의 호평 속에 시청률 상승곡선을 그리고 있다. 사진은 강기영, 박은빈(오른쪽)의 모습을 담은 드라마의 한 장면. 사진제공 | ENA채널

유인식 PD, 극본을 쓴 문지일 작가 등 제작진이 기획 초기부터 "스스로의 힘으로 사회를 살아가는 캐릭터를 통해 장애에 대한 고정관념을 깨겠다"는 목표를 세운 결과다. 이를 위해 김병건(나사렛대 유아특수교육과 교수 등 자폐 관련 전문위원들로부터 1년여 동안 자문을

받기도 했다. 최근 잇단 발달장애 가족의 비극적 사건 속에서 시의적절한 공감대까지 형성하고 있다. 지난달 안산에서 홀로 20대 발달장애인 형제를 돌보던 60대 남성이 극단적 선택을 하는 사건이 대표적이다. 이 같은 상황에서 자폐스펙트럼 장애 자

녀를 키우는 부모들은 SNS 등을 통해 "비록 우영우가 현실에 있기 힘든 캐릭터지만 희망의 메시지를 전해준다"며 응원의 목소리를 키우고 있다.

● ENA 채널 급부상

드라마를 통해 ENA는 시청자 유입 효과를 제대로 누리고 있다. KT의 위성방송 자회사 스카이라이프TV가 운영하는 채널은 그간 '재방송 채널'로 인식되면서 접근성이 다소 떨어지던 지적을 받아왔다. 그러나 드라마가 7월 5.2%(닐슨코리아)까지 시청률이 치솟으면서 다른 지상파-케이블 방송사들과 비등한 경쟁을 펼치고 있다.

제작사인 KT스튜디오지니의 성장세 또한 방송가 안팎의 관심사로 떠오르고 있다. 앞서 '크라임피플', '구필수는 없다'에 이어 세 번째 오리지널 시리즈 만에 팔복할 만한 성과를 거뒀기 때문이다. KT스튜디오지니는 기세를 이어 2025년까지 IP(지식재산권) 확보 등 콘텐츠 분야에 5000억 원 이상을 투자해 다양한 오리지널 시리즈를 제작할 방침이다.

OTT에서는 수직 상승 중이다. 10일 OTT 콘텐츠 순위 집계 사이트 플릭스패트리에 따르면 드라마는 넷플릭스 세계 많이 본 TV 프로그램 8위에 랭크됐다. 넷플릭스 오리지널 시리즈 '종이의 집: 공동경제구역 파트1'(13위), tvN '환혼'(19위) 등 화제드라마들보다 앞선 순위다. 넷플릭스의 대한민국 톱10 시리즈에서는 1위에 올랐다.

유지혜 기자 yjh0304@donga.com

연예뉴스 HOT 3



방탄소년단

BTS의 하이브, 상반기 앨범 1000만장 판매

그들 방탄소년단, 세븐틴, 프로미스나인 등 하이브 레이블즈 아티스트들이 올해 상반기에 1000만 장이 넘는 앨범판매량을 기록했다. 8일 씨클차트(구 가온차트)에 따르면 1위 방탄소년단을 비롯해 세븐틴, 프로미스나인, 투모로우바이투게더, 엔하이픈, 르세라핌 등 하이브 레이블즈 아티스트가 발표한 27개 앨범이 2022년 상반기 음반차트에 랭크됐다. 총 판매량은 1060만4142장에 달하며 상반기 음반시장 내 하이브 레이블즈의 점유율은 3분의 1을 넘는 것으로 집계됐다. 방탄소년단의 경우 모두 12개 앨범이 426만7736장 판매됐고, 지난달 발표한 '프루프'는 총 295만7410장이 팔렸다.

현숙, 5000만원 상당 이동식 목욕 차량 기부

'효녀 가수' 현숙이 10일 전북 진안군에 어르신들을 위한 5000만 원 상당의 이동식 목욕 차량을 기부했다. 현숙은 2004년 고향인 전북 김제를 시작으로 2019년 경남 신창군까지 17번째 차량을 기부했다. 이번 기부는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 3년 만에 재개됐다. 그간 목욕 차량 기부와 함께 목욕 봉사까지 펼쳤으나 감염증 확산 방지를 위해 이번에는 차량만 전달했다. 현숙은 "어르신이 많은 지역에 목욕 차량을 드리며 성취감을 느꼈는데, 최근 숙제를 못 한 느낌이었다. 힘닿는 데까지 기증하려고 한다"고 소감을 밝혔다.

마블 '토르4' 개봉 4일 만에 100만 돌파

마블 스튜디오의 영화 '토르: 러브 앤 썬더'(토르4)가 개봉 4일 만에 100만 관객을 돌파했다. 영화관입장권통합전산망에 따르면 6일 개봉과 동시에 '탑건: 매버릭'을 누르고 박스오피스 1위에 오른 '토르4'의 9일까지 누적관객수 135만684명으로 집계됐다. '토르4'는 마블 스튜디오의 슈퍼히어로 영화 최초로 제작된 네 번째 솔로무비로 천둥의 신 '토르'와 우주 신들을 몰살하려는 신 도살자 '고르'의 대결을 그린다. 토르 시리즈 중 최고 흥행 성적을 거둔 '토르: 라그나로크'를 만든 타이가 와이티티 감독이 다시 한번 연출을 맡았다.

편집 | 한민규 기자 stopsp@donga.com

연극으로 돌아온 김선호 '티켓 파워' 여전하네

배우 활동 중단 9개월 만에 복귀 '티칭 더 보이즈' 오픈일 전석 매진



김선호

지난해 사생활 논란으로 활동을 중단했던 김선호가 9개월 만에 '연극열전9-티칭 더 보이즈'(티칭 더 보이즈)를 통해 복귀에 성공했다. 그는 9일 서울 종로구 아트원씨어터에서 '티칭 더 보이즈'의 주연으로 나서며 논란 이후 처음으로 공식 무대에 섰다. 8일 개막한 연극에 신성민·이휘종과

함께 트리플 캐스팅돼 공연을 펼쳤다. 9월 18일까지 펼쳐지는 공연에서 그는 모두 17차례 무대에 나선다. 이에 앞서 8월 15일 공연까지 두 차례 진행된 예매를 통해 팬들의 지지를 확인했다. 티켓 오픈과 함께 전석 매진시켰다. 자신을 포함한 세 주연의 공

연 회차 가운데 유일한 매진 사례이다. 드라마를 통해 인기를 얻기 이전 여러 연극무대에 서며 '대학로의 아이돌'로 불린 김선호는 이날 무대에서도 기량을 아낌없이 펼쳤다. 공연 직후 배우들이 무대에 올라 관객에게 감사 인사를 전하는 커튼콜 타임에서도 김선호에게 가장 큰 환호와 박수가 쏟아졌다. 팬들은 공연에 앞서 기부 활동으로 그의 복귀를 응원했다. 팬카페 '선호생각' 회원들은 1일 한국연극인복지재단에 300만 원

을 기탁했다. 미국 팬클럽 '김선호USA'도 그의 무대 복귀 이를 전인 7일 재단에 250만 원을 기부했다. 이들은 "김선호를 응원하는 마음으로 기부를 진행하게 됐다. 감염증 장기화로 어려움을 겪는 연극인들에게 도움이 되길 바란다"고 밝혔다. 공연장에도 팬들의 마음이 담긴 편지가 전달됐다. 소속사 솔트엔터테인먼트 측은 감염증 확산 방지와 안전 등을 위해 선물을 제외한 손편지만을 김선호에게 전했다. 이승미 기자 smlee@donga.com

롱타임노씨 어떤 브랜드 인가요?

대표 전화 1899-1029

WHAT? 살아 숨쉬는 수제도우로 만든 수제피자와 29가지 수제맥주를 맛보고 원하는 만큼 마시는 '셀프랩하우스'의 콜라보레이션.



수제피자

수제맥주

Q. 자동화시스템, 비싸지 않나요?

A. 싸다고 말하지 않습니다. 그리고 초기창업비는 높을 수 있습니다. 하지만 자동화시스템과 만난다면 인건비와 각종 수당은 수익으로 돌아옵니다.



실제 매출 공개

04-01 (월)	570	2,594,320	04-12 (월)	450	2,495,080	04-21 (월)	490	2,475,590
04-02 (월)	750	2,458,620	04-13 (월)	660	2,435,340	04-22 (월)	700	3,468,620
04-03 (월)	490	1,626,070	04-14 (월)	540	2,042,680	04-23 (월)	750	3,347,920
04-04 (월)	410	1,756,890	04-15 (월)	650	3,142,490	04-24 (월)	580	2,344,150
04-05 (월)	310	1,345,520	04-16 (월)	840	3,286,600	04-25 (월)	420	1,655,510
04-06 (월)	530	2,179,900	04-17 (월)	620	2,276,860	04-26 (월)	480	1,744,170
04-07 (월)	520	2,475,990	04-18 (월)	380	2,366,940	04-27 (월)	460	2,056,300
04-08 (월)	600	2,752,260	04-19 (월)	460	2,056,300	04-28 (월)	510	2,300,000
04-09 (월)	670	3,770,760	04-20 (월)	550	2,300,000	04-29 (월)	490	2,470,000
04-10 (월)	600	2,659,340	04-21 (월)	490	2,470,000	04-30 (월)	700	3,468,620

4년간 동년 1등

75,299,020 원

2층 매장의 높은 매출!!

Q. 롱타임노씨 어떤 브랜드 인가요?

A. 우리는 속도보다 올바른 방향을 중요하게 생각합니다.

롱타임노씨의 시작은 외식창업 시장 속 경쟁력 없이 우후죽순으로 늘어나고 없어지는 브랜드가 아닌 건강하고 오래가는 브랜드를 만들고자 하는 목표를 가지고 태어났습니다.

맥주장인, 피자장인 그리고 운영장인(점주님)이 만나 함께 만들어가는 우리의 이야기는 아직 진행중에 있습니다.

셀프랩방식의 장점



원하는 종류 원하시는 만큼

- 1 비싸다고 느낄 수 있는 수제맥주를 조금씩 다양하게 마실 수 있다.
- 2 다양한 맥주들을 로스없이 소진시킬 수 있는 가장 합리적인 맥주시스템.
- 3 유행이 아니라 키오스크(자동주문)와 같은 시대적 흐름.

운영의 장인을 모집합니다.

