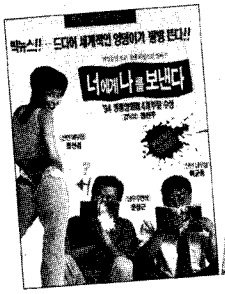
문화시론

포스터문화의 올바른 정착을 위하여

"벗기기" 광고 작품성으로 새단장

정 승 혜
〈광고디자이너〉



'한국영화의 포스터가 달라졌다' '광고가 변한다' '카피가 재밌어진다' 등등의 기사가 최근 2~3년간 자주 등장하고 있다.

바뀌어 가고 있는건 사실이지만 그것은 엄청히 말해 정보와 관객이 달라지고 있기 때문에 생기는 현상이기도 하다.

영화의 주대상인 10대~20대 관객들은 열린 정보를 통해 헐리우드에서 지금 기획·제작중인 영화의 내용을 이미 파악하고 선택한 영화가 개봉되어 지길 기다리는 수준에 있다.

아직도 한국영화는 벗기기식이 전부이고 공짜로도 안본다는 식의 고정관념을 가지고 방화를 외면하는 관객들도 이미 비디오를 통해 헐리우드 오락영화나 홍콩 액션영화에 익숙해진 눈을 가지고 있다.

그래서 사실은 영화의 포스터나 광고가 수준 높은 주관객을 대상으로 이루어지기 때문에 변화를 위한 변화가 자연스럽게 생겨난 것인지도 모른다.

직배사의 정착으로 영화계의 판도가 극과 극을 달리는 가운데 그래도 발전적 행보를 할 수 있었던 광고는 사실상 직배영화의 오리지날 포스터에 익숙해져 가는 관객들에 의한 자극이 아닌가 생각된다.

몇년전만 해도 포스터 안에 모든걸 다 보여줄 수 있는 줄거리식의 카피를 잔뜩 써내야만 안심하고 개봉으로 돌입하는 방식의 광고가 일반적이었다. 그리고 다행히 관객은 거기에 속아주어 영화사는 영화 질과 내용을 생각지 않고 마무리 작업에 불과한 광고에 모든걸 의존하는 경향이 짙었었다.

그러나 뒤늦게 개념이 정립된 영화의 마케팅이라는 단어는 간단명료하고 집약적인 광고컨셉의 중요성을 깨닫기 시작했다.

영화가 개봉되기 전에 수반되는 몇가지 기획 속에 주관객을 정하는 일은 첫번째로 우선되어지는 항목이다.

짧아지는 카피, 시각효과 역점 둬
영화질이 보장돼야 광고 살아

직배를 통해 개봉되는 헐리우드 걸작의 경우 유명배우의 사진에 세련된 카피문구 하나와 질좋은 인쇄상태의 오리지날 포스터 한장으로 흥행가를 제압하기 시작했다.

제3국의 영화나 헐리우드 대작을 제외한 한국수입업자들의 영화들을 광고하는 일은 두세배의 고민과 노력을 요하는 작업이 되어버린 것도 그 때문이다.

수많은 사람들의 심리와 1대1로 대화를 나눠야만 하는 것이 영화광고의 목적이며 의무지만, 이미 결과를 눈앞에 놓고 영화사와의 부질없는 싸움으로 작업을 해야 하는 경우도 많다.

그래서 한국영화는 기획되는 단계에서부터 전쟁을 방불케하는 전략을 세워야만 영화가 제작되고 개봉될 시점에까지 이를 수가 있다.

몇년전처럼 대충 스틸의 좋은 컷을 골라 일맞은 카피를 얹히는 식의 광고는 불안하기도 하거니와 모두의 중론으로 인해 방식자체가 바뀌었다.

이제 커다란 숫자는 아니지만 1년동안 제작되어 흥행10위 안에 랭크되는 한국영화의 포스터는 따로 제작된 사진에 의해 관객들에게 공개해야 하는 것이 관례처럼 되어버렸다.

10위 안에 랭크되었다 해도 1위와 10위의 편차는 너무나 심해 그 해 8위나 9위를 달렸던 영화는 사실상 제작비도 건지지 못한 경우가 많다.

그건 이미 관객의 눈이 영화를 선택할 때 광고나 포스터 문구에 현혹되어 영화관에 가는 정도의 수준을 넘어섰다는 증거이기도 하다.

어쨌든 한국영화의 포스터는 '결혼이야기'라는, 영화사와 광고사에 한획을 그었던 그 영화를 정점으로 달라졌다는 평가를 받기 시작했다.

신혼부부의 라이프 스타일에 맞춰 세련미를 선호하는 20대와 30대초반의 관객들에게 색시하게 어필한다는 의도하에 사진촬영과 카피를 구사했다.

다행히 초반부터 성공적이었고 영화의 재미도 파격적이라는 입소문을 통해 50만이 넘는 극장관객을 유도하고 흥행에 대성공을 이루었다.

섹스어필하되 경박하지 않은 적은 양의 핵심적인 카피를 사용해 지금까지도 많은 사람들의 머리속에 기억되고 있는 수작의 광고였다. 그래서 한국영화의 광고가 달라지고 있다는 머릿기사의 본문에 늘 첫번째로 자리를 차지해오고 있다.

그뒤를 이은 '미스터 맘마' '그대안의 블루', '그여자 그남자' '마누라 죽이기' 등의 감각적 재미의 영화나 '투캅스', '서편제' 등 영화의 화제성이 관객들에게 어필됐던 영화들이 한국영화 80년사의 중요한 자리를 차지하고 있다.

하지만 그것은 결과적으로 흥행에 성공했기 때문에 받은 좋은 평가이기도 하다. 영화 '첫사랑'의 경우 광고가 많은 사람에게 설레임의 감정을 선사하는 좋은 광고의 본보기가 되기도 했었다. 그러나 영화가 흥행에 실패하므로써 그 광고 또한 실패작으로 치부되어 버리는 것같다.

영화흥행의 실패로 좋은영화(흥행영화)는 좋은 광고를 남기지만 실패한 영화의 광고는 어떤 식으로든 실패하는데 한 부분을 차지한 것같은 죄책감을 느껴야 하는 것이 영화광고의 생리이기도 하다.

'완전대잔' '폭발적 매진'이라는 문구에 속아 한산해지면 봐야겠다는 생각을 했던 몇년전의 관객들이 요즘은 극장 앞으로 돌진해 자기 눈으로 확인하고 암표라도 사고파는 의지로 영화를 보고 영화를 평가한다. 하지만 그러한 개방된 변화의 사고 속에서도 광고는 그영화가 갖고있는 재미와 의미의 수준을 몇배로 증대시켜 포스터를 제작해 주길 원하고, 마치 그 작업이 영화의 질을 높여놓는 유일한 방법인양 영화관계자들은 아직도 포스터 작업에 목숨을 건다.

광고가 달라지고 수준이 향상되어 외부적으로 볼때 방화가 상향곡선을 달리고 있는것처럼 보이기도 하지만 사실은 그렇지 못하다.

다양화된 매체선택으로인해 영화의 주관객을 잡는 일이 점점더 어려워지는 형편이고 방화의 경우 더욱더 영향을 많이 받게되는 것이 현실이다.

많이 보아주고 관심을 가져주는 일이 광고의 발전 및 방화의 활성화에 커다란 도움이 되는 일이라고 생각한다.

영화평

"회 생" 절망속 희망 돋보이는 시적 영상미

일찍이 영화학도의 텍스트로서 매니아의 수집목표물이 되기도 했던 비디오판 영화 '회생'이 개봉관에서 상영되고 있다.

러시아에서 예술의 자유를 찾아 망명한 감독 안드레이 타르코프스키의 유작인 이 영화는 동시에 그의 유언이기도 하다.

주인공알렉산더가 아들과 함께 바닷가에 죽은 나무를 심는 첫 장면에서 실어증에 걸린 아들 고센의 가슴에 '희망'이란 나무를 심는다.

여기에서 타르코프스키는 자신만의 실험적 영상표현을 통해 시적인 효과를 가져다 준다. 대화는 되도록 생략되고 긴화면(롱테이크)이 잔잔하게 흐른다.

이윽고 제3차 대전 발발. 알렉산더는 전쟁의 참상앞에서 전쟁이 사라진다면 모든 걸 내놓겠다는 기도를 한다. 다음날 거짓말처럼 평정을 되찾는 세상을 보게된다. 알렉산더도 관객도 혼동하지만 그것에 대한 설명은 없다. 그러나 그는 약속의 기도를 지키기 위해 자신의 모든 것인 집을 태운다.

그리고 영화는 첫 장면으로 되돌아 온다. 아들 고센은 그 나무 아래 누워 첫마디를 한다.

"태초에 말씀이 있었다는데 그 말이 뭐죠, 아빠?"

마지막 자막에 "이 영화는 나의 아들 엔드류사를 위해 희망과 확신을 갖고 만들었다"라는 감독의 말이 인용돼 있다.

영화를 통해 자신의 삶을 반추하고 그 영상을 성찰의 도구로 사용했던 예술인다운 변이었다.

'노스텔지어'등 전작을 통해 자신의 자유 의지, 인류에 대한 고뇌 등을 털어놓은 그의 영화는 삶과 일치한 진실성이 탄탄한 구성과 조화를 이루어 장엄한 아름다움을 이룬다.

그는 남들이 말하면 고리타분한 교훈이 되기 쉬운 평범한 주제에 빛을 더해 생동감있는 영화를 만들어낸다.

〈이유경 기자〉

후회없는 대학생활 출발

대학에는 수많은 동아리가 있다. 따라서 자신의 취미와 적성에 알맞는 동아리 선택이 중요하다.

우리학교 동아리는 동아리연합회(이하 동연)를 주축으로 운영되고 있다. 동연은 목적이 비슷한 동아리들을 함께 묶어 분과를 구성하고 있다. 각 분과는 분과내의 다른 동아리로부터 독립성과 독창성을 살려 상호보완 관계를 유지하고 있다.

1백여 동아리 활발한 활동
취미와 적성 고려 선택해야

학술분과는 학술연구활동을 통해 보다 구체적인 학문탐구를 한다. 올바른 비판적 시각을 기르기 위해 사회과학 서적을 함께 읽고 세미나를 진행하며 독서토론도 활발하다.

서울캠퍼스 학생회관 4층에 위치한 '경영시스템연구회'는 경영학적 사고와 컴퓨터의 접목이라는 새로운 구조의 학문을 연구, 발전 시키며 21세기 정보화 사회의 주역으로 나설 수 있는 우수인력을 양성하고 있다. 정보화 시대에 발맞춰 서울캠퍼스내에 전자게시판(BBS)개설을 준비하고 있으며 국내 최초로 학부생 차원의 연구소 설립계획을 추진하고 있어 주목할 만하다.

'SELF'는 순수 영어회화 동아리이다. 회원들간의 인격적인 만남과 국제화, 세계화에 발맞추어 영어를 자유롭게 구사할 수 있도록 공부할 수 있는 곳이다. 또한 학기중이나 방학동안 외국인 강사를 초빙하여 영어회화 능력향상에 도움을 주고 있다.

수원캠퍼스 'T. U. S. I'는 로켓을 연구하고 직접 제작실험한다. 다른 학술동아리와는 다른 분위기를 갖고 있는데 우주에 대한 동경과 열정으로 호기심을 풀고자하는 학생들이 모인 공간이다.

봉사분과는 사회봉사와 참여를 목적으로 하며 '호우' 'KUSA' '동대' '손짓사랑회'등이 각종 대내외적인 봉사활동을 통해 사회로 향한 진정한 사랑을 실천해 나가고 있다.

취미교양분과는 자신의 취미를 살려 풍요로운 여가생활을 할 수 있도록 정서함양에 도움을 준다.

'기우회'는 바둑을 좋아하는 사람이라면 누구나 자유롭게 가입할 수 있다. 대학인뿐만 아니라 모든 사람이 즐길 수 있는 바둑동아리는 바둑의 대중화에 이바지할 수 있는 기회가 될 것이다. 해마다 타대학과의 교류전과 경희가족바둑대회를 개최하고 있다.

'유스호스텔'은 여행동아리이며 타학교와 활발히 교류하고 있다. 매년 2회씩 전국 Y.H랠리(rally)라는 행사를 치루고 있고 이를 통해 건전한 정신과 건강한 육체를 유지할 수 있을 것이다.

서울캠퍼스를 거닐다 보면 맑고 깨끗한 팬플릿 선율을 들을 수 있다. 대나무를 통해서 떨려나오는 아름다운 소리만큼 '댓바람'이란 예쁜 이름을 갖고 있는 연합동아리이다. 따뜻한 인간미를 느끼며 멋진 대학생활을 하게 될 것이다.

'소리산해'는 민중가요를 부르는 노래패로 수원캠퍼스 학생회관 7층에 자리잡고 있다. 올해로 10년을 맞고 있으며 봄가을 정기공연을 통해 학우들과 함께하고 있다.

진정한 노래에 대해 그리고 진정한 삶을 어떻게 노래할 것인가에 대해 함께 고민하고 하나의 소리를 내고자 노력하고 있는 곳이다.

종교분과는 건전한 신앙심과 가치관을 바탕으로 하여 삶의 진실한 자세를 익히며 성실한 종교생활을 할 수 있도록 도움을 주는 곳이다. 가난하고 어려운 사람들과 함께 고통을 나누며 공동체 의식을 키울 수 있을 것이다.

서울캠퍼스의 유일한 중앙글 모임인 '문맥'은 시, 소설, 비평 등 다양한 장르학을 공부하며 매년 창작집을 발표한다. 교내 시화전과 문학의 밤을 통해 솜씨를 자랑하고 있다.

순수사진, 상업사진, 보도사진등으로 영상예술을 추구하는 사진 동호회는 'K.H.P.C'와 '과인더'라는 이름으로 양캠퍼스에서 활발한 활동을 펴고 있다. 또한 정기사진전을 열어 그간의 작품활동을 발표하기도 한다.

또한 체육분과는 심신단련과 친목도모를 목적으로 테니스 수영, 볼링, 헬스, 스킨스쿠버, 요트, 산악, 해양탐사, 태권도, 검도, 배드민턴, 아구부등의 다양한 모임들이 있다.

매년 새 학기와 더불어 동아리들의 활발한 신입생 유치작전이 진행된다. 동아리는 능동적인 모임이므로 자유롭게 가입하여 활동할 수 있으며 동아리방에 가서 신청서를 작성하면 활동할 수 있다. 각 동아리의 특성을 알아보고 자신의 흥미에 적합한 것을 선택하여 활동하게 되면 후회없는 대학생활이 될 것이다.

〈박은미 기자〉

젊은이여, 시대의 흐름을 알자!

LG

"표정을 바꾸자"

지금
당신은 어떤 표정?
자 이제는 세계를 보자.
땡큐! 세세! 당케센!…
세계의 비즈니스 표정은 기분좋은 미소와 감사,
그리고 상대를 녹이는 작돗한 매너!
지금은 무한경쟁의 시대—
젊은이여 굳은 얼굴을 펴자.
세계로 뛰기 전에 표정부터 바꾸자.
새로운 표정을 만들어 보자.

기술의 흐름에 주목하십시오.
미래의 기술은 산업용 전기,전자기술—
LG산전이 앞서 개척하고 있습니다.

전기전자 기술에는 냉장고, TV 등 가전기기를 만드는 家電분야와 FA(공장자동화), 엘리베이터 등 산업용 전기전자기기 및 시스템을 공급하는 産電분야가 있습니다.
지금,세계의 기업들은 성장잠재력이 큰 産電분야에 점점 더 많은 투자를 하는 추세—
産電기술은 산업전반에 걸쳐 무궁무진한 발전가능성을 지닌, 젊음을 투자할 만한 기술분야입니다.

■전력기기·설비 사업 분야
● 차단기기 ●고압기기 ●변압기 ●계량기기 ●송배전설비 ●전기집진기 ●태양광 발전시스템 등
■빌딩설비 사업 분야
●엘리베이터 ●에스컬레이터 ●빌딩관리시스템 ●주차설비 ●방범방재시스템 ●고소작업대 ●송풍기 등
■제어기기 사업 분야
● Robot ●P.L.C ●C.N.C ●인버터 ●안정기 ●초음파세척기 ●방전가공기 ●센서 ●자동기 등
■자동화시스템 사업 분야
●자동창고 ●물류시스템 ●공정제어시스템 ●호이스트 ●노드버스 및 필드공행 제어시스템 ●사외전송기시스템 등
■서비스 산업기기 사업 분야
●자동판매기 ●쇼케이스 ●자동문 ●고압세척기 ●화장실비기기 ●주유기 ●세차기 ●전동공구 등

LG산전
서울특별시 영등포구 여의도동 20(LG트윈타워) 대표전화 : (02)787-1114