

송년 기획 | 한국영화마케팅시협회가 뽑았다...올해의 한국영화는?

“숨 막히는 긴장감... ‘공작’ 한국 첩보영화 새장 열었다”

▶ ‘공작’ 올해 최고의 한국영화

이성민·황정민·주지훈 연기력 일품
연출의 힘 ‘완벽한 타인’ 1표차 2위
청춘 그린 ‘리틀 포레스트’ 뒤이어

“숨 막히게 하는 긴장감의 흡입력과 빼어난 연기력, 실화의 무게와 그 중심!”

영화 홍보마케터들은 올해 최고의 한국 영화를 꼽으며 그 이유를 이렇게 설명했다. 하나의 스토리가 갖춰야 할 충분한 구성으로 울림을 안겨주면서, 실화를 바탕으로 “시대의 무게에 짓눌리지 않은 생생한 캐릭터와 이야기”를 통해 현재의 관객에게 다가서는 동시대성을 확보한 영화는 500만 명에 육박하는 관객의 지지를 얻기도 했다. 이성민, 황정민, 주지훈 등이 주연한 ‘공작’이다.

영화는 1997년 대선을 앞두고 한반도를 핵전쟁의 위기로 몰고 가는 정치적 음모와 이에 맞서는 북파공작원 ‘홍금성’의 이야기를 그렸다. 윤종민 감독은 에두르지 않는 “정공법”의 연출로 독심 있게 이야기를 몰아가며 “한국형 첩보영화”의 새로운 무대를 만들어냈다는 평가를 받았다. 공작원 역 황정민과 그의 상대인 북한 고위간부 이성민이 형성하는 긴장감 그리고 결말에 이르러 터지는 메시지는 묵직하다.

2018 올해의 한국영화

작품(감독/배우)	홍보마케팅사	선정 이유	득표수
공작(윤종민/이성민·황정민·주지훈)	앤드크레딧	모든 것이 숨막혔다	26
완벽한 타인(이재규/유해진·조진웅·염정아)	호호호비치	신선한 소재와 배우들의 ‘말맛’으로 채운 115분	25
리틀 포레스트(임순례/김태리·류준열·진기주)	영화사 하늘	영상미, 스토리의 심포 그리고 공감과 힐링	11
독전(이해영/조진웅·류준열)	영화인	단 한 편의 개성 강한 스타일	10
버닝(이창동/유아인·스티븐 연·전종서)	호호호비치	시나리오·영상·감성, 미스터리한 현실 속 힘겨운 청춘	9

이재규 감독의 ‘완벽한 타인’은 ‘공작’에 밀리지 않는 힘으로 호평 받았다. “기존 상업영화의 형식과는 전혀 다른 색깔”이 이를 설명해준다. 홍보마케터들은 “이전에 볼 수 없었던” 신선한 기획에서 출발해 “다양한 캐릭터”를 살려내는 ‘말 맛’으로 빼어나게 구성해낸 솜씨를 인정했다. 유해진, 조진웅, 이서진, 염정아 등 배우들의 연기력이 연출력과 “잘 어우러지며” 대규모 제작비가 아니더라도 대중적 성공이 가능한 또 하나의 모범적 사례가 됐다.

김태리와 류준열, 신에 진기주가 호연한 ‘리틀 포레스트’는 힘겨운 현실에 놓인 청춘이 보내는 한 시절을, 아름다운 풍광과 맛깔스럽고도 시린 마음을 녹여내는 요리

로 풀어냈다. 연출자 임순례 감독은 살기 팍팍한 시대에 놓인 청춘에게 따스한 시선과 지지의 손짓을 보내며 “공감과 힐링의 메시지”를 전하며 진한 잔향을 남겼다.

“독특한 소재와 스타일”은 이해영 감독의 ‘독전’을 가리키는 키워드다. 감각적인 영상은 “개성”으로 ‘비주얼버스터’의 별칭을 얻게 했다. 류준열, 조진웅 등 주연은 물론 진서연, 이주영 등 ‘새로운 발견’이라는 표현에 값하는 배우들의 열연도 빛났다.

이창동 감독도 유아인, 스티븐 연, 전종서와 함께 청춘의 이야기를 펼쳐냈다. ‘버닝’은 “시나리오, 영상, 감성”을 버무려내며 ‘리틀 포레스트’와는 또 다른 결로써 청춘의 힘겨움을 들여다봤다.
윤여수 기자



▶ ‘곤지암’ 올해 가장 뛰어난 홍보마케팅 영화

공포영화 ‘곤지암’ 흥행 비결은 ‘SNS 마케팅’

괴담 좋아하는 ‘10대 관객’ 겨냥
공금증 유발...SNS 통해 입소문

공포영화 붐을 다시 일으킨 ‘곤지암’이 올해 가장 뛰어난 홍보마케팅 전략이 힘을 발휘한 영화로 꼽혔다. 무엇보다 홍보마케터들이 직접 선정했다는 사실에서 주목할 만한 결과다.

출연진이 신인인데다 한동안 외면 받은 공포물인 탓에 ‘곤지암’은 제작 과정에서 그리 주목받지 못했다. 하지만 개봉을 앞두고 시작된 홍보마케팅을 통해 관심이 급상승, 공개된 영화까지 기대치에 부합하면서 267만 관객 동원에 성공했다. 정확한 타겟 분석을 토대로 이를 적극 공략한 마케팅이 흥행의 밑바탕이 됐다는 평가다.

‘곤지암’을 꼽은 홍보마케터들은 “공금증을 일으키는 타겟 집중 마케팅”, “SNS 입소문을 통해 10대 관객을 움직이고, 10대도 영화의 메인 관객이 될 수 있다는 사실을 제대로 증명한 사례” 등 분석을 내놨다. 한 홍보마케터는 “이 영화의 재미가 어디서 오는지, 소재와 관객 반응을 적절하게 마케팅에서 활용한 예”라며 “영화 기획 자체와 아주 잘 맞아 떨어진 마케팅”이라고 평가했다.

‘곤지암’은 영화의 배경이자 실존하는 곤지암 정신병원이 미국 CNN으로부터 ‘세계 7대 소름끼치는 장소’에 선정됐다는 사실을 알리는 것부터 마케팅을 시작, 폭발적인 입소문을 만드는 데 성공했다.

홍보마케팅을 담당한 영화사하늘 최경미 실장은 “영화 주인공이 곤지암 정신병



원 그 자체라는 판단 아래 CNN 선정 이슈를 먼저 강조했다”며 “괴담은 10대 관객이 좋아하는 키워드라 이를 중심으로 10대를 타겟 삼아 마케팅 전략을 수립한 게 주요했다”고 밝혔다.

“싱얼롱 상영의 한 수”로 그룹 퀸 열풍을 이끌어낸 영화 ‘보헤미안 랍소디’(영화인), “발랄한 마케팅과 주연배우 내한 행사의 구성”을 내세운 ‘데드풀2’(울렛시네마), 홍보물 역시 ‘스트일리시’했던 ‘독전’(영화인) 등도 올해 홍보마케팅의 또 다른 수작으로 지명됐다.
이해리 기자



▶ ‘김다미’ 2019년 한국영화 유망주

‘마녀’ 강렬한 존재감 51표로 압도적 1위

그야말로 압도적이다. 강렬한 캐릭터의 무게를 견뎌냈고, 영화 홍보마케터 114명 가운데 절반에 가까운 51명은 신예답지 않지만 또 지냈을 잠재력에 찬사를 보냈다.

영화 ‘마녀’의 주연 김다미다. 1500:1의 치열한 경쟁률을 뚫고 연출자 박종정 감독의 시선에 든 것이 시작이었다. 하지만 결과는 참담했다. ‘마녀’는 시선에서 일어난 의문의 사고에서 홀로 탈출한 여고생, 그가 자신을 둘러싼 비밀을 찾아 나서며 벌어지는 이야기. 현란한 액션 연기를 핵심으로 비밀을 풀어가는 김다미는 말 그대로 신인답지 않은 “장악력”과 “스펙트럼”으로 카메라 앞에 나서 호평을 받았다. 여기에 단 한 편의 영화로 “강렬한 존재감”을 드러낸 뒤 “순수와 도발”의 양면성을 지닌 “신선

2019 한국영화 유망주

배우	작품 / 선정 이유	득표수
김다미	마녀 수줍은 듯 강렬하고, 서투른 듯 치밀하다. 도화지 같은 외모	51
전여빈	죄 많은 소녀 새로운 에너지, 폭발적 연기력으로 압도	11
남주혁	안시성 편안한 매력, 차세대 스타 가능성	11
전종서	버닝 독특한 외모와 꾸밈없는 연기. 더 다양한 얼굴이 금금하다	6

한 마스크’가 안기는 호기심은 결국 그가 새해 한국영화의 유력한 주역이 될 것임을 예고했다.

‘죄 많은 소녀’의 전여빈과 ‘안시성’의 남주혁도 ‘차세대 배우’로서 가능성을 인정 받았다. 전여빈은 “모든 감정을 표현하는 눈빛 연기”의 깊은 여운으로 기억되며 “새로운 에너지”로서 시선을 끌어들였다. 이는 “올해 가장 인상 깊은 연기”라는 찬사로 이어졌다. 남주혁은 “편안한 연기”로 ‘차세대 배우 이미지’를 쌓았다고 홍보마케터

들은 평했다.

베일에 싸인 뒤 ‘버닝’을 통해 존재감을 과시한 전종서 역시 “다양함”에 기대를 갖게 했다. 영화 속 “강한 임팩트”와 “카리스마”의 여운은 이후 행보에 대한 공금증이 기대감을 더욱 키운다.

‘박화영’의 김가희, ‘살아남은 아이’의 성유빈, ‘독전’의 이주영, ‘리틀 포레스트’의 진기주 등도 새해 스크린에서 빛날 배우로 꼽혔다.
윤여수 기자



홍보마케터들이 뽑은 ‘올해의 영화’ 1위에 선정된 ‘공작’의 한 장면. 뒤를 이어 ‘완벽한 타인’ ‘리틀 포레스트’ ‘독전’ ‘버닝’(위부터)이 2~5위에 올랐다. 사진제공 | CJ-롯데엔터테인먼트-메가박스플러스엠-NEW-CGV아트하우스