

독립영화를 대중과 연결하는 일

- 영화배급협동조합 씨네소파 성동림 팀장 인터뷰

김그루 회원

자본에 구애받지 않는 영화, 자본에 복속되지 않는 배급을 생각하며, 혐오를 이용하는 영화가 아니라 우리 삶의 다양한 면면으로 관객을 초대하는 작품을 찾는 이들이 있다. 그들이 찾아낸 독립영화들은 ‘배급’ 과정을 통해 우리에게 닿는다. 독립영화를 대중과 만나게 하는 일을 꾸준히, 다양하게 시도하고 있는 영화배급협동조합 씨네소파의 성동림 팀장을 만났다.

안녕하세요. 팀장님과 씨네소파에 대한 소개 부탁드립니다.

“제가 씨네소파에서 일한 지는 3년 정도 되었어요. 씨네소파는 독립영화를 배급하는 곳이고 8년 전에 협동조합으로 만들어졌어요. 최근까지 네 명이 같이 일했고요. 홍보와 마케팅 담당 두 명, 배급 담당 두 명으로 업무를 분담하고 있고 저는 주로 홍보와 마케팅을 담당하고 있어요.

씨네소파는 영화계에 파도를 일으키겠다는 뜻으로 지어진 이름이에요. 작은 물결이 모여 큰 파도가 되니까요. 근데 계속 작은 파도인 것 같아서…. 이름을 바꾸자는 얘기도 하고 있긴 합니다. 대파로 바뀌야 하나 하고요(웃음).”

영화 배급사는 무엇을 하는 곳인가요? 제작사에 영화를 구매하여 극장에 제공을 해주는 건가요?

“저희가 직접 영화를 구매하지는 않고요. 감독이랑 연결해 영화를 가져와서 그 영화를 극장이랑 연결하고 또 관객들과 연결하는 거예요. 중간에서 연결고리를 만드는 역할을 하는 거죠. 저희가 영화를 보고 제작사에 연락하거나 제작사에서 저희에게 연락이 오기도 해요. 영화제에서 만나게 될 수도 있고, 만나는 방법은 다양한 것 같아요. 아무튼, 서로가 좋은 마음으로 배급을 잘 해보자는 것에 마음이 맞으면, 배급 계약을 하게 됩니

다. 그런 과정을 거쳐서 영화를 극장에 배급하고, 온라인과 오프라인을 통해 홍보하면서 관객들과 만나게 하는 것이죠.”

영화를 극장에 배급하기 위한 설득 과정이 쉽지 않을 것 같은데요.

“맞아요. 영화진흥위원회 지원의 경우, 지원하기로 선정된 영화들은 다들 몇 개월 내로 비슷한 시기에 개봉하기에 그 영화들을 뚫고 우리 영화가 채택되도록 어필을 잘하는 게 포인트예요. 극장은 무조건 사람이 많이 오는 걸 원하니까 대중들이 좋아할 만한 포인트를 살려야 해요. 저희가 배급할 영화와 관련해 준비해 놓은 자료를 극장에 보내면 독립 영화관 프로그래머 분들이 영화를 검토해요. 그분들은 영화제도 많이 다니시고 하니까 관객한테 인기가 많을지 어떨지를 영화를 보고 아시는데, 멀티플렉스의 경우에는 배우나 장르를 많이 보시더라고요. 내용으로 어필을 잘 해야 하는 것도 있지만 장르와 배우, 그리고 시기도 중요해요.”

성동림 팀장님은 주로 어떤 역할을 하세요?

“배급할 영화가 결정되면 그 영화에 대해서 마케팅 계획을 짭니다. 오프라인과 온라인 홍보를 어떻게 할 것인지 기획해서 제작사와 의논해서 확정된 다음 홍보 마케팅을 시작해요. 보통 상영하기 한 8주 전부터 시작을 하고요. 온라인 마케팅은 저희가 다 할 수 없어서 관련 문서 자료를 보내어 온라인 마케팅사에 의뢰해요. 그분들이 보도자료 메일로 보내는 등 일들을 해주세요.

저희가 주력하는 역할은 오프라인에서의 홍보인데, 가장 큰 이벤트가 언론배급 시사회예요. 기자들한테 처음으로 영화를 보여주고 관련한 기사를 홍보해 달라는 자리인데 그걸 저희가 기획하고 대관해서 행사를 진행하게 되죠. 영화 상영을 앞두고 처음으로 진행하는 큰 행사이다 보니 그때는 배우 분들과 감독님도 다 오세요. 이후에는 영화 개봉과 동시에 GV 등을 통해 관객과 게스트 만남의 자리를 마련해요. 어떤 방식으로 진행할지 기획을 하는데 사람들이 좋아할 만한 자리를 만들어야 하죠. 이벤트도 하고 기업과 협업해서 협찬을 받아 진행하기도 해요. 라디오나 방송, 유튜브에 우리 영화를 소개하고 출연 의뢰하는 등의 프로모션도 하고요.”

배급했던 영화 중 ‘그럼에도 불구하고’, ‘파란 입이 달린 얼굴’, ‘홀그라운드’를 유튜브에서 찾아 예고편을 보았는데요. 소수자와 노동자에 관한, 지역에서 펼쳐지는 이야기들이어서 배급사가 어떤 영화를 좋아하고 무엇을 지향하는지 알 것 같았습니다.

“그러한 내용을 꼭 담자고 약속한 것은 아니었어요. 저희는 다 같이 영화를 보고 서로 의논해서 배급할 영화를 뽑는 편이에요. 제가 일하기 전인 초창기에는 최대한 공정하게 하려고 심사표를 만들어서 했는데, 다들 주관적인 자기 입장이 있어서 그 방식이 적합하지 않다고 해요. 지금은 의논 과정을 거쳐 만장일치로 결정하는 방식으로 하고 있어요. 그렇지만 꼭 지키는 원칙은 어떤 대상을 혐오하거나 불편하게 만드는 영화는 선정하지



▲ 씨네소파 배급 영화 포스터 앞에 선 성동림 팀장. 사진: 김그루

않는다는 것이고요. 그러다 보니 자연스럽게 노동자나 소수자의 이야기가 담긴 영화들을 많이 하게 되었던 것 같아요.”

씨네소파는 협동조합 형태라 고용 관계는 아닌가요? 일하는 환경과 조건은 어떤지, 어려움은 어떤 게 있는지 궁금합니다.

“대표가 있고 각자 직급이 있는 체계이지만 수입과 지출이 다 공개되어 있고 모든 일을 다 같이 하고 있어요. 그래서 일반적인 직장과는 다른 형태이죠.

제가 하는 업무 자체의 어려움이라기보다는 좀 구조적인 어려움이 있어요. 저희가 작년 11월 ‘한 채’라는 영화 이후 계속 배급을 못하고 있거든요. 하반기 영화진흥위원회 지원이 채택되지 않으면 올해 더 배급이 어려워질 상황이어서 문제이고요. 또한, 극장에서 독립영화에 개봉관을 잘 주지 않으니깐 그것

을 뚫는 것도 큰 어려움이죠. 최대한 해 보려고 하지만 이게 저희가 열심히 한다고 되는 것도 아니라서 참...”

그게 근본적인 어려움이겠어요. 씨네소파에서 카페 ‘인디샷’을 운영하는데 어떻게 시작하게 된 건지, 운영은 잘 되고 있는지 궁금합니다.

“요 몇 년 사이 문화예술에 대한 지원이 다 끊겼어요. 이렇게 해서 살아남을 수 없다는 결론이었죠. 지원을 기다리기만 해서 되겠냐, 라는 생각으로 우리가 할 수 있는 게 뭐가 있을까 고민하다가 사무실 공간을 리모델링해서 카페로 만들어 운영해 보자고 했죠. ‘독립영화 배급사가 차린 카페’를 내걸고, 영화를 홍보하고 카페 수익으로 독립영화에 투자도 하자는 취지로 지난해 9월 ‘인디샷’을 열었어요. 그래서 지금 일이 많이 늘어났답니다. 홍보 마케팅뿐 아니라 카페에 상주하



▲ 성동림 팀장이 카페 인디샷에 셋팅해둔 영화 '한 채'의 홍보자료를 보여주고 있다. 사진: 김그루

면서 관리도 해야 하거든요. 카페와 영화랑 저희 일을 녹여내면서 마케팅을 하고 있어요. 작년에 개봉한 영화가 '한 채'와 '마녀들의 카니발'인데 영화 제목과 똑같은 이름으로 파르페를 만들어서 영화도 홍보하면서 파르페도 팔았죠. 카페를 찾는 사람들이 그 영화를 모르더라도 메뉴를 통해 영화를 알리고 관심을 유도하는 식으로 해 봤어요. 최근에는 '사운드 오브 뮤직'을 모티브로 한 브런치를 출시했고요. 많은 카페가 생겼다가 폐업을 하고 있는데 저희 카페는 영화라는 뼈대가 있고 연관된 것이 많아서 그나마 다행이지만, 실제로 카페를 운영해 보니 자생하기가 진짜 힘들겠다 싶어요.

카페에 아르바이트생을 고용하면서 노무사에게 자문 받았는데 5인 미만이라 지키지 않아도 되는 법 제도가 많이 있더라고요. 하지만 휴일이나 휴식시간, 연차를 지키려고

애를 많이 쓰고 있어요. 최후의 보루처럼 말이죠. 그리고 카페를 시작할 때 영화업계 종사자들의 일이 들쭉날쭉하니까 일 없을 때는 여기서 일하면 좋겠다는 취지도 있었거든요. 지금 영화감독님도 계시고 배우 지망생도 카페에서 같이 일하고 있어요.”

배우가 서빙을 하고, 감독이 커피 내려주는 카페 '인디샷'. 이곳에서 만난 씨네소파는 지금까지 20여 편의 장편 독립영화를 개봉하여 관객들이 다양한 영화를 접할 수 있는 환경을 만들어 왔다. 이렇게 소중한 경험을 쌓아왔지만, 시장의 한계를 뛰어넘기엔 역부족이라 늘 위태로운 시간을 보냈다고 한다. 영화의 깊이와 다양성을 알려주며 독립영화와 대중을 잇기 위해 일렁이는 그들의 작은 물결이 계속 반짝이면 좋겠다. 큰 파도를 꿈꾸는 일도. **일터**