

광고인이라면 꼭 봐야할 영화

‘왓 위민 원트’, 그녀의 진짜 마음을 읽어라!

글 | 이준형 한국광고주협회 문화팀장 wnsjud542@kaa.or.kr

〈왓 위민 원트〉를 다시 봤다.

처음 이 영화를 봤을 땐 멜 깁슨의 매력과 헬렌 헌트의 당찬 연기가 살아 있는, 가볍고 유쾌한 로맨틱 코미디 정도로 생각했었다. 하지만 광고·마케팅 업계에서 일하며, 이 업계 전반의 흐름과 현장을 두루 접한 뒤 다시 보니 이 영화는 전혀 다른 얼굴로 다가왔다.

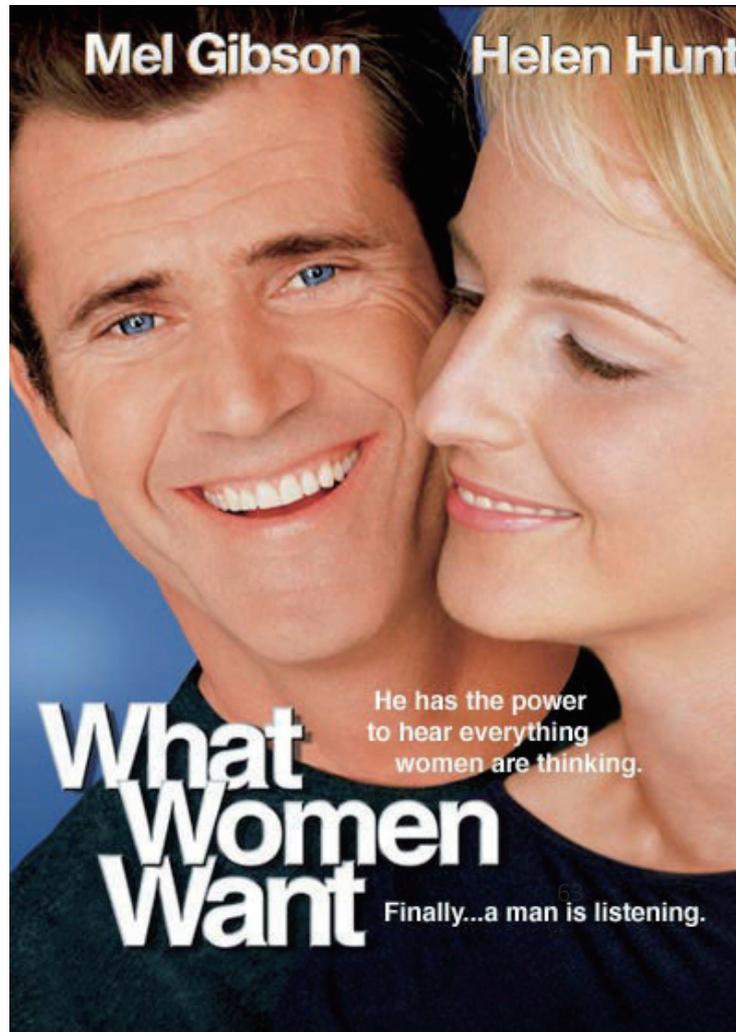
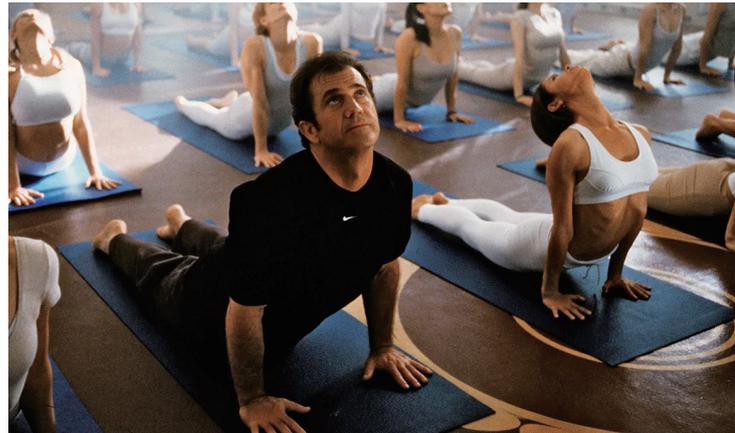
다시 작품을 접했을 때, 이 작품의 중심은 로맨스가 아니라 ‘착각과 편견’, 그리고 그 착각이 얼마나 위험한지를 보여주는 이야기에 가까워 보였다. 그리고 그 착각은, 광고 업계에 몸담고 있는 사람이라면 누구나 한 번쯤 경험해봤을 법한 종류의 것이었다.

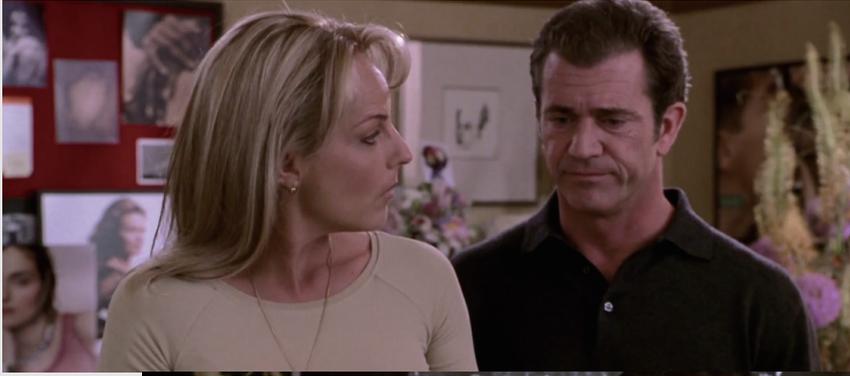
“나는 타깃을 잘 안다”는 가장 위험한 확신

멜 깁슨이 연기한 닉 마샬은 잘나가는 광고 크리에이티브 디렉터다. 그는 ‘여성이 좋아할 법한 남성의 이미지’를 전면에 내세운 남성용 제품 광고로 성공을 거듭해왔고, 그 경험을 근거로 스스로를 이렇게 정의한다. “나는 여자를 누구보다 잘 안다.”

그러나, 모든 문제는 이 지나치게 단단한 확신에서 시작된다. 닉은 여성을 이해한다고 믿지만, 실제로는 자신의 시선으로만 해석해왔을 뿐이다.

영화는 이 오만한 자기 확신을 가장 판타지적인 방식으로 무너뜨린다. 닉은 우연한 사고를 통해 여성의 마음을 ‘읽을 수 있는’ 능력을 갖게 되고, 여성들의 ‘진짜’ 속마음이 들리기 시작한다. 그 순간부터 그의 세계에는 커다란 균열이 생긴다.





들리는 건 '비밀'이 아니라 '외면했던 진심'

닉이 듣게 되는 건 충격적인 고백이나 화려한 비밀이 아니다. 그동안 애써 무시해왔던, 혹은 굳이 들으려 하지 않았던 너무도 일상적인 진심들이다. 회의실에서, 엘리베이터 안에서, 메모장 위에서 사람들은 겉으로는 고개를 끄덕였지만, 속으로는 전혀 다른 판단을 내리고 있었다. 영화는 그 '속생각'을 닉에게 그대로 들려준다. 영화 속 설정은 비현실적이지만, 영화가 포착하는 장면들은 놀라울 만큼 현실적이다. 특히 광고 회의 장면이 그렇다. 아이디어는 넘치고, 타깃 세그먼테이션에 대해서도 치밀하게 이야기하지만, 정작 그 타깃의 목소리는 아무도 묻지 않는다.

각자 머릿속에 있는 '타깃 스테레오타입'을 기준으로 기획이 돌아가고, 목소리는 한 방향으로만 흐른다. 2000년대 초반 영화임에도, 오늘날 광고회사 회의실의 모습과 크게 다르지 않은 풍경이다.

"분명 그렇게 생각했잖아! 정답이 아니라고?"

닉은 이 말도 안 되는 초능력을 얻고 난 후, 여성 소비자들의 마음을 사로잡았을까? 전혀 아니다. 오히려 처음엔 능력을 얻기 전만 못한 모습을 보인다. 여성의 마음을 읽고, 그 내용을 그대로 아이디어로 옮기지만 반응은 냉담하다. 틀린 말은 아닌데, 그렇다고 맞는 답도 아니다.



영화는 이 지점에서 중요한 사실을 짚는다. 속마음은 존재하지만, 그것이 반드시 밖으로 드러나길 원하는 것은 아니라는 것. 마음속 생각은 나만 알고 싶은 영역일 수 있고, 그렇기에 누군가 대신 말해주는 순간 오히려 불편해질 수도 있다.

그래서 닉은 혼란스러워한다. 진실을 듣고도 무엇을 말해야 할지, 어디까지 다뤄야 할지 갈피를 잡지 못한다. 이 혼란은 달시를 만나며 더 분명해진다. 헬렌 헛트가 연기한 달시는 이 영화에서 ‘여성 타깃 광고’의 상징이자, 여성 소비자의 영향력이 본격적으로 커지는 흐름 속에서 회사에 합류한 새로운 크리에이티브 리더다. 남성 중심 조직 안에서 스스로를 증명해온 인물이고, 그만큼 단단하다.

닉과 달시가 계속 부딪히는 이유도 여기에 있다. 닉은 그녀의 마음을 ‘알게’ 됐다고 생각하지만, 달시는 그걸 원하지 않는다. 달시는 이해받고 싶어 하지만, 동정이나 가짜 공감은 원하지 않는다. 그래서 닉은 달시의 마음을 듣고 아무리 노력해봐도, 그 속의 태도는 바뀌지 않았기에 들은 계속 어긋난다.

마음 속 진실이 무엇인지가 중요한 게 아니라, 그 마음을 다루는 방식이 중요했던 것.

이 지점은 지금의 광고 실무자들에게 영감을 준다. 타깃에 대한 말은 넘치지만, 정작 타깃의 공감을 얻지 못하는 기획. 의도는 선하지만, 결과적으로 불편함을 남기는 메시지. 영화는 이 묘한 어긋남의 원인을 적나라하게 보여준다. 숫자와 데이터가 업무의 핵심 기준이 되는 현 시대의 광고/마케팅 업계를 떠올리면, 더더욱 날카롭게 와닿는 대목이다.

많은 것이 변했지만, 여전히 변하지 않은 것

이 영화는 여성의 마음을 이해하는 방법을 알려주지 않는다. 대신, 이해했다고 착각하는 순간 생기는 맹점을 조용히 드러낸다. 누군가의 생각을 대신 말하고, 누군가의 감정을 ‘적당히 번역해’ 메시지로 포장하는 일이 얼마나 쉽게 엇나갈 수 있는지를 보여준다.

<왓 워민 원트>에서 진짜 ‘슈퍼 파워’는 초능력이 아니었다. 상대의 마음을 모른다는 사실을 인정하고, 다시 묻는 용기. 스스로의 기준을 의심해보는 태도다.

우리는 누구의 이야기를, 누구의 언어로 바꾸고 있는가. 유쾌한 외피 속에 꽤 날카로운 질문을 품은 영화. 광고인이려면, 한 번쯤 리와인드 해볼 만한 클래식이다.

필자 | 이준형



한국광고주협회 콘텐츠기획팀 문화팀장으로 재직 중이다. 단국대학교에서 미디어커뮤니케이션학을 전공했으며, 2024년 협회 입사 이후 MZ세대 소비 문화와 마케팅 트렌드를 기반으로 다양한 콘텐츠를 제작하고 있다.