

한국 독립영화의 대중적 소통을 위한 제작, 배급의 효율성 연구

Production and Distribution's Effective Study for Popularized Conversation of Korea Independent Film

한달호

성균관대학교 동양철학과

Dal-Ho Han(daro778@yahoo.co.kr)

요약

이 논문은 한국 독립영화의 대중성 모색에 있어서 효율적 소통에 의한 한국 독립영화의 나아갈 길을 고찰함으로써 현재 한국 독립영화 문제점을 짚어보고 모색하는데 있다. 이를 위해서 독립영화란 무엇이며, 독립영화의 모호한 경계를 살펴본 후, 한국 독립영화의 현실과 문제점 그리고 제작, 배급에 있어서 효율적 소통을 위한 과제는 무엇인지 논의하였다. 독립영화 범위는 해석, 인식의 차이에 따라 독립영화의 범위가 결정되며, 관객과 쌍방향 소통의 중요성이 제기되므로 효율적 소통에 있어서 독립영화의 흥행작품들을 통해 분석해본다. 효율성 중심에 의해 해석되어지는 제작효율성은 적은 제작비와 지원 금액으로 완성하는 것이며, 배급효율성이란 많은 상영기회를 잡고, 많은 수익을 남기는 것과 영화제 상영 및 가치평가가 높다고 볼 수 있다. 독립영화인의 노력, 독립영화인과 관객의 쌍방향소통 정도 그리고 정책부문 정도에 의해 효율적 제작, 배급이 이루어 질 것으로 본다. 이런 가능성에 의해 한국 독립영화의 미래는 밝을 것이다.

■ 중심어 : | 독립영화 | 제작배급 | 대중적 소통 | 효율성 |

Abstract

The purpose of this essay is to check what are the problems of the current Korean independent films and to find the solutions for effective circulation of the Korean independent films in terms of its intimacy to public. For this, I would like to define 'independent film' and 'its ambiguous distinction', and then I presented the current issues of the Korean independent films and suggested the alternatives of the effective circulation of its production and distribution. Independent films can be defined through our understanding and identification, and it is significant of mutual communication with the audience, so that I will classify the cases of box office of the independent films. The effectiveness of production can be suggested by lower budget and many financial supports, and the effectiveness of distribution is to have many occasions to release, to benefit with them and to release in many festivals. The effort of independent filmmakers, mutual communication between filmmakers and the audience, and the official supporting system will make it possible for effective production and distribution. With this possibility, the future of Korean independent film will be bright.

■ keyword : |Independent Film | Production|Distribution | Popularized Conversation | Efficiency |

I. 서론

디지털의 급속한 발전으로 독립영화의 제작편수는 늘어가고 있다. 영화관련 학과가 늘어났고, 영화 전문주간지도 늘어났고, 이런 영화제가 있거나 싶을 만큼 소리 소문 없이 생겨난 영화제들이 우후죽순으로 늘어나고 있다. 영화관련 학과에 다니지 않아도 영화학과보다 방대한 정보를 수록한 영화주간지로 쉽게 공부 할 수 있고, 디지털카메라의 빠른 발달과 온라인매체의 발전으로 누구나 카메라를 들고 쉽게 찍고, 집에 있는 컴퓨터로 편집하여 나만의 온라인 홈페이지에 올리는 이른바 누구든지 감독이 되어 영화를 제작하고 영화를 배급할 수 있는 시대에 살고 있다.

한편 수많은 영화관련 학과들이 늘어나면서 질적인 발전까지 성장하고 있다. 급격히 변화하는 미디어환경에 맞게 학제적 탐구는 물론 현장학습에 대한 이해를 바탕으로 제작되어진 개성강한 작품들이 나오고 있으며, 디지털의 동반자적인 발전으로 영화관련 학과의 졸업 작품을 장편으로 제작하여 극장개봉까지 이뤄지는 것은 물론, 해외영화제에서 기대이상의 성과를 얻기도 한다.

그러나 이처럼 양질의 발전을 이루었음에도 그 이면에는 독립영화의 설자리가 없어 독립영화인들에게 많은 고민을 가져다주고 있다. 물론 2007년은 <우리학교>, <원스> 등 국내외 독립영화들이 국내에서 이례적인 기록행진이 계속되면서 독립영화의 인식이 조금씩 바뀌어 가고 있다. 그러나 이는 독립영화의 일부에 국한 되었을 뿐 어디선가 또 제작되고 있을 수많은 독립영화들이 수많은 영화제에 모두 상영되기란 쉽지 않으며, 극장에서 일정기간동안 개봉되는 것은 선택받은 독립영화들만의 희망이며, 지상파TV에서 방영되는 것은 한때는 보기 쉬운 그러나 지금은 보기 힘든 독립영화의 자화상이다.

따라서 이 논문에서 다루고자 하는 문제는 한국 독립영화의 대중성 모색에 있어서 효율적 소통에 의한 한국 독립영화의 나아갈 길에 대해 고찰함으로써 현재 한국 독립영화의 문제점들을 짚어보고 모색하는데 있다. 이를 위해서 독립영화란 무엇이며, 독립영화의 모호한 경

계에 대하여 살펴본 후, 한국 독립영화의 현실과 문제점 그리고 제작, 배급에 있어서 효율적 소통을 위한 과제는 무엇인지에 대하여 논의할 것이다.

II. 본론

1. 독립영화 인식의 차이

1.1 독립영화

독립영화(independent film)란 기존 상업 자본에 의존하지 않고 창작자의 의도에 따라 제작한 영화로 일명 '인디영화' 라고도 한다. 기존의 영화 산업계 내에서 활동하고 있는 영화사와 계약을 맺지 않고 독자적으로 예산을 마련하여 제작하는 영화일반으로 상업적이며 인습 계약에 얽매임이 없이 독립영화가(independent filmmaker)의 개성적인 스타일을 추구하려는 목적에서 행해지며, 따라서 그 결과로 나타난 영화는 상업적인 목적을 갖느냐 아니냐는 관계가 없다[1]. 이렇듯 이윤확보를 1차 목표로 하는 일반 상업영화와는 달리 창작자의 의도가 우선시되는 영화로, 주제와 형식, 제작방식 면에서 차별화 된다. 따라서 여기에서의 '독립'이란 자본과 배급망으로부터의 독립을 뜻한다. 일반적으로 수분에서 1시간 이내의 단편영화가 대부분이며 소수의 관객과 독자적인 배급망을 갖고 있다. 본래는 1920년대의 전위영화를 비롯하여 실험영화, 지하영화, 확대영화 등을 총망라하는 별칭으로 사용되었으나, 오늘날에는 개인이나 동호인에 의해 후원과 제작이 행해지는 모든 영화의 총칭으로 쓰인다[2].

1.2 독립영화의 '독립'

독립영화 제작에 있어서 자본으로부터의 독립은 독립영화가기 위한 가장 기본적인 조건이며 소극적 정의의 형태이다. 주류적인 영화 자본에서 벗어난 독립적인 자본을 추구함을 뜻하며 주로 현실에서는 개인이 영화의 제작비를 부담하는 모습으로 발현된다. 그러나 자본으로부터의 독립이란 단순히 개인이 영화 제작에 필요한 자본을 부담한다는 것 이상의 의미를 지니는 것이다. 완전한 '탈 자본화'란 '자본의 영향력 아래 있지

않음' 을 의미하는 것이다. 거의 대부분의 독립영화인들은 개인의 자본을 통해서 영화를 만들어가고 있다. 그러므로 기본적인 차원에서 자본으로부터의 독립이라는 요건은 성취하고 있다고 할 수 있으며, 이러한 개인의 자본은 직접적인 산업적 자본의 개입과 간접에서 영화를 자유롭게 하며 창작자의 고유한 창작 의지를 보존할 수 있게 한다[3].

독립영화는 개인 척도에 의해 다양한 해석이 나타나며, 자신이 독립영화인이고 자신이 만드는 영화가 독립영화라면 충무로 영화와는 다른 정치적, 경제적 그리고 문화적인 모델을 제시해야 한다. 그러기 위해서는 독립영화인들의 독립영화에 대한 적극적 관심과 깊은 이해가 필요하다.

1.3 인식의 기준에 따른 한국 독립영화

독립영화의 개념은 나라마다 다르고 한 나라에서도 시대에 따라 변하기도 한다. 특히 한국 독립영화의 개념은 말하는 사람마다 다르고 그 범위가 명확하지 않으며 혼란스럽기 그지없는 상태에 빠져 있다. 독립영화로 지칭되는 영화의 유형들이 너무나 다양하여 단일한 범주나 일관된 이론으로 설명하기가 곤란하다. 학문의 영역에서 연구된 바도 거의 없으며 현장의 다양한 목소리들이 흩어져 있을 뿐이다. 심지어 암묵적으로 독립영화 진영에 포함시키는 사람들 간에도 서로 상반된 해석을 하는 경우가 있다[4].

이런 문제의 가장 큰 이유는 관객들이 인식하고 있는 독립영화의 범위에 있어서 저예산영화와 독립영화의 모호하고 불분명함에 의해 독립영화의 범위가 넓어질 수도 있고 좁아질 수도 있기 때문이다.

영화진흥위원회[5]는 저예산영화를 제작자본과 시스템의 성격을 중심으로 분류하고 있다. 토착충무로 자본, 대기업자본, 감독중심의 제작, 프로듀서 중심의 제작, 제도권 밖의 독자작업, 이렇게 다섯 가지로 분류하고 있으며, 최근에 와서 각 방송사와의 전략적 제휴를 통해 저예산영화들이 활발하게 확장되고 있다. 여기에서의 독립영화는 제도권 밖의 독자작업이 가장 가깝다고 볼 수 있다. 그러나 그 범위는 독립영화를 구분하는 기준이 너무 다양해서 독립영화의 범위를 포함하는데 많

은 모호성을 가지게 된다.

또한 영화진흥위원회는 독립영화의 경계를 비상업영화에 두고 독립영화의 정의와 범위를 서술하고 있다[6]. 비상업(독립, 단편)영화는 말 그대로 충무로로 대변되는 주류 상업영화의 틀 밖에서 제작된 영화들을 일컫는다. 넓게 본다면 '독립영화' 라는 이름으로 생산되고 유통되는 영화 전반이 될 것이다. 영화 아카데미, 영상원 등 국립 영화학교와 사립대학의 영화과, 제반 영화단체의 워크숍 작품, 그리고 개인 및 단체가 창작한 단편, 중편, 장편영화를 포함한다. 근래에는 디지털 기술이 보급되면서 아날로그 장편영화와는 구분되는 저예산디지털영화도 독립영화의 한 유형으로 형성될 조짐을 보인다. 근래의 디지털 독립 장편영화 배급사례는 독립영화의 새로운 상업적 활로가 될 가능성을 보여주고 있다.

이렇게 독립영화의 범위에 있어서 해외와 비교하면서 오는 한국 독립영화 해석의 차이, 저예산영화와 비교하면서 오는 한국 독립영화 해석의 차이가 나타나기 때문에 관객들이 한국 독립영화를 바라보는데 있어서 해석, 즉 인식의 차이에 따라 독립영화의 범위가 결정될 수 있다. 그러나 독립영화는 그런 이유로 개인적도에 의해 다양한 해석이 나타나겠지만 무엇보다 자신이 독립영화인이고 자신이 만든 작품이 독립영화라면 충무로 영화와는 다른 지점을 제시해야하기 때문에 독립영화인들의 독립영화에 대한 적극적 관심과 깊은 이해를 바탕으로 하는 독립영화의 인식이 무엇보다 필요하다.

2. 한국 독립영화의 효율적 소통의 중요성

2.1 관객과의 소통

한국 독립영화의 효율적 소통에 있어서 가장 중요한 것은 관객과의 소통이다. Sol Worth[7]는 모든 예술은 커뮤니케이션이라고 말할 수 있는 반면, 모든 커뮤니케이션이 반드시 예술은 아니라고 제시하였다. Garth Jowett and James Linton[8]에 의하면 Sol Worth가 영화가 예술작품이 될 수 없다거나 또는 절대적으로 아니라고 제안하지는 않았으나, 성과 있는 영화연구의 접근을 위해서는 커뮤니케이션의 한 매체로서, 그리고 과정

으로서 연구되어야 할 필요성이 있다고 확신하였다. 이는 다수가 보는 상업영화나 소수가 보는 독립영화나 다 같은 영화를 보는데 있어서 관객과의 커뮤니케이션에 의해 어떻게 연구되어야 할지 생각해 볼 수 있는 제안으로 해석할 수 있다.

Herbert. J. Gans[9]는 대중매체의 문화개념은 대중매체에 의해 전파 될 때 모든 문화는 사실상 대중문화가 된다는 가정을 기초로 한다고 설명하였다. 같은 영화관에서 다른 영화를 개봉하더라도 작품 고유의 특성이 있고, 관객들과의 커뮤니케이션의 정도에 따라 소위 흥행대박의 작품과 쪽박의 작품으로 갈리기 마련이다. 그러나 이 모든 것의 결과는 다르더라도 시작은 대중문화가 된다는 가정 아래에 개봉되었고, 대중문화에 비커간 문화는 소수문화로 자리 잡으며 독자적인 나만의 생존영역을 확보하기 위해 열심히 투쟁하고 있다. 한국 독립영화가 그중 하나이다.

2.2 쌍방향 소통의 필요성

마르크스주의적 분석에 의하면 마르크스주의는 소외를 자본주의적 경제체제로부터 도출하고 있음을 밝히고 있다[10]. 소외는 사람들이 그들이 실제로 소외되어 있다는 것을 인식하지 못한다는 점에서 무의식적이라고 말해질 수도 있지만, 소외가 너무나 널리 퍼져 그것이 보이지 않고 주목하기 어렵게 된다는 것일 수도 있다. 이는 독립영화가 소외의 대상이 되면 주목받기 어렵고, 독과점체제에 의해 상업영화에 밀려 개봉된 독립영화들은 비록 몇 극장에서 개봉되어 관객들과 만나지만 주목 받는 것은 쉽지 않다. 그러나 대중에 벗어난 소수영화에 있어서 독립영화라도 소수만의 커뮤니케이션이 존재하며, 소수 마니아들로 구성된 집단의 움직임을 통해 관객들은 소수의 독립영화를 지켜가기도 한다. 이처럼 소통에 있어서 그 범위가 다수, 소수의 구애 없이 그 역할 자체가 의미 깊다.

영화는 관객과의 1차적인 커뮤니케이션이 가장 중요하다. 물론 작품 외적인 문제 즉, 개봉시기의 사회적인 문제나 홍보 등이 작용할 수 있다. 그러나 소수 문화는 소수만의 커뮤니케이션에 성공했을 뿐 대중과의 커뮤니케이션에는 실패했다. 그렇게 비껴가서 자리를 잡아

가는 소수문화는 관객과의 커뮤니케이션에 한 발짝 다가가기 위해, 그리고 영화인들과 관객들의 독립영화에 대한 서로 다른 생각들을 일치시키고자 한다. 또한 개별적인 인식을 연구하여 서로 다른 생각을 가지고 있는지, 서로 같은 생각을 가지고 있는지도 연구할 필요가 있다. 그러기 위해서는 관객과의 쌍방향 소통이 가장 중요하다. 제작자는 관객에게 작품의 재미나 의미를 잘 전달해주고 있다며 신호를 보내주고 있지만, 관객은 재미나 의미를 잃어내지 못하고 거부하게 된다면 소통의 실패는 물론 작품 외적인 해석에 있어서도 부정적인 반응을 가져오게 된다.

2.3 제작, 배급의 효율성

한국 독립영화의 효율적 소통에 있어서 다음으로 중요한 것은 제작, 배급의 효율성에 대한 논의이다. 독립영화를 제작하는데 있어서 어느 정도의 비용이 들었는가에 대한 대답이 최소의 지출, 어느 정도의 지원이 있었는가의 대답이 최대의 지원, 어느 정도 완성하였는가의 대답이 완성이라면 제작의 효율성이 적절하며, 어느 정도 많이 배급되었는가의 대답이 많은 상영기회, 어느 정도의 수익을 얻었는가의 대답이 수익이 많다, 어느 정도의 평가를 받았는가의 대답이 호평 및 영화제 진출 또는 수상이라고 대답한다면 배급의 효율성이 적절함을 알 수 있다. 이 모두를 만족 시켜준다면 제작, 배급의 효율성이 가장 적절하다고 볼 수 있다. 이는 적은 예산과 많은 지원으로 완성된 작품을 통해 많은 영화제 및 극장에 개봉하여 호평을 받게 되어 제작, 배급에 있어서 들인 힘에 대하여 실제로 나타난 효과의 비율이 높을 때 얻어진 결과이다.

이런 효율적인 제작, 배급은 효율적 소통에 있어서 가장 적절하다고 판단되는 사례작품들 즉, <후회하지 않아>, <사이에서>, <죽거나 혹은 나쁘거나> 등의 작품들을 통해 어느 정도 분석 가능하다. 이는 제작 지출과 배급 및 지원에 대한 수입에 있어서 그 결과[11]가 높기 때문이다.

표 1. 효율적 소통을 위한 제작, 배급

부문	내용	비효율적 결과	효율적 결과
제작	얼마큼 비용이 들었나	최대의 지출	최소의 지출
	어느 정도 지원을 받았나	지원이 없다	최대의 지원
	어느 정도 완성하였나	미완성	완성
배급	어느 정도 많이 배급 되었나	적은 상영기회 (관객에게 보여질 기회가 없다)	많은 상영기회 (관객에게 보여질 적은 기회)
	어느 정도의 수익을 얻었나	전혀 없는 수익 (제작비 수치를 도달하지 못했다)	많은 수익 (제작비 수치를 넘었다)
	어느 정도의 평가를 받았나	평론가 호평과 영화제에 가지 못함	평론가 호평 및 영화제 진출, 수상

3. 한국 독립영화의 현실과 문제점

3.1 상업영화와의 차별성

한국 독립영화의 장편독립영화 극장 배급에 있어서 일반상업영화와는 다른 특징을 분류[12]하면 첫째, 일반 상업영화와 비교했을 때 매우 낮은 관객 수치를 기록하고 있으며, 둘째, 대부분의 장편독립영화는 예술영화 전용관을 중심으로 한 비주류, 대안적인 극장에서 개봉되었으며, 셋째, 극소수를 제외하고는 총무로 제도권의 배급사가 아닌 제작사 자체나 인디스토리와 같은 독립배급사의 손을 빌려 개봉했다는 것이다. 이들의 배급사들은 메이저 배급사와 비교해서 시장 장악력이 작고 규모가 작다는 개념으로서의 군소 독립배급사라기 보단, 기존의 시장 시스템에서 도외시되거나 간과되었던 영상물을 배급한다는 점에서 대안적인 형태의 독립 배급사라 부를 수 있다.

이렇게 3가지 측면에 있어서 산드라 슐버그(Sandra Schulburg)는 한국독립영화의 현황을 다음과 같이 정리하고 있다[13]. 첫째, 매년 25편에서 30편의 독립장편 영화가 제작되는 것이라면 한국독립영화운동은 인구대비 미국 독립영화운동이 시작되던 당시만큼이나 풍성하고, 둘째, 한국영화계는 영화제작, 시나리오, 배급까

지 지원하는 영화진흥위원회와 같은 지원기관이 존재하며, 셋째, CGV, CJ엔터테인먼트와의 공동제작 및 배급관계를 통해 사적인 상업자본과의 파트너십이 어느 정도 형성되어있으며, 넷째, 국내 독립영화인의 조직이 존재하며 독립영화를 위한 영화제를 안정적으로 열고 있고, 다섯째, 영화진흥위원회가 대표자를 파견하는 해외영화제의 정도만큼 한국 독립영화의 해외마케팅 활동에 적극적으로 연관되어 있다는 것이다.

3.2 스태프(staff)의 체계적 구성

프로듀서(producer)는 한 작품이 기획 되는 것부터 극장에서 관객과 만나기 전까지 제작과정 전반에 걸친 총책임자이다. 상업영화와는 달리 한국 독립영화는 대부분 작가이자 감독 본인이 영화의 아이디어를 개발하고 시나리오를 완성한 후 사비를 털어서 영화제작에 들어가는 전반적인 준비과정을 꾸려가게 된다. 이때 촬영 감독, 배우 등을 만나게 되는데 대부분 프로듀서도 이 시기에 만나게 된다. 심지어 감독이 프로듀서의 역할을 함께해오면서 한계점에 이를 때가 되어서야 프로듀서를 찾게 된다. 그러다보니 영화 크랭크인이 되기 며칠 전에 참여하기도 한다. 물론 시나리오도 완성되었고, 초저예산과 최소의 인원이라면 굳이 프로듀서의 비중이 크지 않기 때문에 감독이 함께 해도 되겠지만, 그렇지 않은 경우를 종종 접하게 된다. 이는 제작효율성을 떨어지게 할 뿐 아니라 작품의 객관적인 시선으로 접근하여 관객들에게 어떻게 보여주게 될지 제안자가 부재할 수 있다는 점에서 프로듀서의 역할은 크다고 볼 수 있다.

상업영화와 마찬가지로 독립영화도 똑같은 스태프의 구성원으로 제작에 입해야한다. 그러기에 영화 시나리오 단계에서 함께 할 수 있는 프로듀서와 함께 제작에 참여하는 것이 감독으로서의 작품을 보다 집중할 수 있으며, 발전된 한국 독립영화를 접할 수 있다.

이처럼 국내의 경우 감독과 스태프들과 작품을 함께 하는 역할보다 작가영화의 조력자, 투자총괄 담당자로 인식하거나 돈을 마련해주는 또는 라인프로듀서의 역할로 본다. 현장에 적절한 스태프의 배치구조를 통해 예산을 줄일 수 있는 것도 프로듀서의 몫이다. 어쩌면

더 쓰는 것보다 더 줄이는 것이 독립영화에서는 더 적합할 수 있다. 또한 대중과 소통을 연결해주는 중간역할로서 영화를 제작하는데 꼭 필요한 존재이기도 하다. 그런 이유로 프로듀서의 역할은 중요하다.

3.3 한국 독립영화 제작, 배급의 한계점

한국 독립영화의 현실을 종합적으로 정리한 산드라 슐버그(Sandra Schulburg)에 의하면 독립영화를 위한 체계적인 변화가 한국영화계에 존재하고 있으나 독립영화의 제작, 배급의 한계는 존재하고 있으며, 그 문제점을 다음과 같이 지적하고 있었다. 첫째, 차기작의 제작비를 확보할만한 보장이 없고, 둘째, 제작지원으로 전체제작비를 충당할 수 없어서 감독 개인비용으로 지출하며, 셋째, 스태프, 배우들이 작업에 참여하는 만큼 충분한 인건비가 없고, 넷째, 독립영화를 틀어주려는 상업극장이 거의 없으며, 다섯째, 비영리 극장이 없다. 여섯째, 디지털영사 네트워크가 없으며, 일곱째, 대학가운데서 독립영화 상영에 관심 있는 곳이 극히 적다. 이와 같이 한국 독립영화는 적절한 지원으로 풍성한 제작이 이루어지는 가운데 독립영화제를 열고 있으나, 감독중심의 제작을 통해 인건비 문제 등의 어려움과, 기술적인 문제 및 한국 독립영화의 상영에 대한 관심이 낮아 상영공간의 문턱이 좁은 어려움이 있다.

4. 효율적 소통의 과제

4.1 정책문제

효율적 소통을 위한 첫 번째 과제는 정책문제이다. 많은 영화가 제작되어도 관객들에게 보여질 수 있는 기회가 없다면 소통의 기회를 가질 수 없으며, 내용에 따라 재미가 있고 없고를 떠나서 선택조차도 차단되기 때문이다. 따라서 독립영화 활성화를 위한 독립영화 전용관 설립은 무엇보다 시급한 문제다. 전용관의 설립은 독립영화를 안정적으로 상영할 수 있는 최소한의 기반을 마련함으로써 관객, 수용자에게 좀 더 적극적으로 다가가며 비평의 기회를 획득하게 한다. 그리고 독립영화 전용관은 단순히 전용상영관으로서의 의미가 아니라 독립영화의 라이브러리의 역할을 하며 독립영화 상영, 유통 네트워크의 근간으로서의 역할을 하게 됨은

물론 비영리적 영화 활동인 독립영화 배급인력 등 전문적인 인력들을 생산해 낼 수 있는 근거로서의 의미도 가진다. 독립영화 전용관은 하나의 울타리로 바라보는 부정적인 시각도 존재하고 거기에서 오는 독립영화라는 제한적이라는 시선이 존재하지만, 질적인 발전도 함께 이루어야 전용관의 가치는 더욱 클 수 있다. 그러나 극장에서는 잘되는 영화만 틀 수 있는 사회적 구성과 관습에 의해 한 영화가 다수의 스크린을 장악하는 이른바 스크린독과점이 형성되며 시장 내에서 독립영화라는 존재는 관객과의 소통의 기회가 더욱 어려워지고 있다.

4.2 한국 독립영화 활성화를 위한 제안

한국독립영화협회의 원승환 사무국장은 스크린독과점에 대한 대안으로 시장 내의 다양성을 위한 존재를 위해 다음과 같은 몇 가지 제시[14]를 하였다. 첫째, 프린트 별 수 제한으로 시장에 출하되는 영화 프린트 수를 일정한 한도 내에서 제한하는 방식이다. 그러나 효과는 미비하다고 보고 있다. 둘째, 전용관 확대를 보조금 지급 등의 방식을 통해 다양한 영화의 상영을 유도하고 비상설 극장을 영화 상영관으로 변경하는 방식이다. 일부 효과가 있으나 한계 역시 있다고 보고 있다. 셋째, 마이너리티 쿼터(Minority Quota)이다. 이는 몇 개 이상의 스크린을 보유한 멀티플렉스 상영관에서 인디영화 상영관을 마련하도록 한다든지 1년에 며칠 이상은 독립영화 및 예술영화를 상영하도록 하는 것으로 소수의 영화를 보호하는 제도이다. 이미 몇 운영 방식이 제안된 적은 있으나, 합의된 운영 방식은 없다. 그러나 상영 시장 독과점 문제를 해결하는 방법이 아니며, 시장 내 멀티플렉스 극장에서 수용하는 영화가 제한적일 수밖에 없다고 보고 있다. 넷째, 스크린 점유율 제한이다. 이는 멀티플렉스를 대상으로 상영하는 영화의 스크린 점유율을 특정 퍼센티지 아래로 제한하는 것이나 문제점이 존재한다고 보고 있다. 다섯째, 상영 영화 쿼터제로 멀티플렉스를 대상으로 상영해야 하는 영화의 편수를 할당하는 것으로 효과가 있을 것으로 보고 있다. 여기에 대한 영화법 개정안 발의에 대한 논의가 활발하다. 이 모든 제안들은 독과점방지를 위한 제도이며

한국 독립영화를 위한 정책적인 독립적 제도는 아니다. 그러나 이를 잘 활용한다면 한국 독립영화가 관객과 좀 더 나은 소통을 위하여 효율적 방법들을 구체화시킬 수 있는 제안이 될 것이다.

4.3 경쟁력을 위한 한국 독립영화인의 노력

효율적 소통을 위한 정책과제와 함께 필요한 문제는 독립영화인들의 노력으로 경쟁력 있는 시나리오와 철저한 프리프로덕션이다. 관객들에게 적절한 배급이 이루어졌다 하더라도 관객과의 커뮤니케이션이 차단된 이야기라면 배급에 아무런 의미가 없게 된다. 그만큼 시나리오의 중요성을 설명할 수 있다. 로버트 맥기(Robert Mckee)[15]는 제작에 들어갔을 때 시나리오가 훌륭한 완성품이라면 적은 간섭만을 받게 될 수 있다고 하였다. 이처럼 시나리오의 모든 영화의 뿌리가 되는 만큼 경쟁력 있는 시나리오가 나올 수 있도록 노력해야 한다. 특히 독립영화는 상업영화와는 다르게 제작비나 스케일이 적기 때문에 거기에서 오는 부담감을 독창성을 가진 아이디어에 의한 경쟁력 있는 시나리오로 차별화 시켜내는 노력이 필요하다. 이런 시나리오를 바탕으로 철저하게 프리프로덕션을 준비하여 제작절감 하는데 노력해야 하겠다. 물론 제작비가 부족하다는 이유로 시나리오가 바뀌는 경우가 있다. 한 예로 비가 오는 장면을 위해 살수차가 필요하지만 제작비 문제로 비 오는 장면을 사운드로만 대체하는 결과가 그러하다. 이는 작품의 질적 저하가 우려되며 감독이 판단하였을 때 그 필요성이 절실하다면 예산에 대한 고민을 무조건 시나리오 수정만으로 해결되어서는 안되며, 더욱 많은 고민과 노력을 통해 적절한 방법을 도출해야 할 것이다.

4.4 다양한 배급의 모색

효율적 소통을 위한 또 다른 노력으로는 적극적으로 다양한 배급을 모색해야 한다는 점이다. 디지털의 발전은 제작예산의 절감뿐만 아니라 배급의 확장까지 가져오고 있다. 이는 잠식되어있는 관객들까지 아우를 수 있는 선택이자 기회로 볼 수 있다. 특히 영화진흥위원회의 다양한 사업 중에서 ‘독립영화 DVD 제작배급지원 사업’에 있어서 배급에 대한 확장을 가져오는 사례

로 볼 수 있다. 과거 극장 개봉작이면 출시가 당연시되었던 DVD와 비디오가 한국영화 시장의 극심한 양극화 현상으로 인해, 개봉을 하고서도 시장성이 없다는 이유로 DVD 제작이 지연되거나 불가능한 상황에 이르고 있는 것이 현실이다. 때문에 일단 극장 개봉을 했지만, 시장의 배급논리에 밀려, 관객들이 보고 싶어도 볼 수 없고 서서히 잊혀져 가는 작품들과 사회적, 미학적 의미에도 불구하고 관객을 만나는데 어려움을 겪었던 작품들을 중심으로 지원작이 결정된다. 이런 독립영화의 DVD 제작활용으로 인하여 극장이 아닌 제2의 공간에서 상영될 수 있는 배급 확장이 가능하며, 이에 따라 감독 스스로 적극적인 배급에 대한 참여를 통하여 다양한 공간에서 상영 할 수 있다. 스스로의 노력 없이는 얻기 힘든 기회로 볼 수 있다.

5. 독립영화 제작, 배급 방안

5.1 지원제도 활용을 통한 제작

독립영화 제작, 배급에 있어서 무엇보다 효율적인 방법은 외부지원을 통해서 제작, 배급하는 방법이다. 이중 가장 대표적인 작품으로 2005년에 제작된 신재인 감독의 장편영화 <신성일의 행방불명>이 있다. 이 작품은 총 제작비가 6천5백만원이었고, 영화진흥위원회에서 ‘영화진흥위원회 독립디지털 장편영화제작지원작’으로 선정되어 3천만원, 후반작업은 CJ엔터테인먼트에서 ‘CJ, CGV 인디영화 제작지원 및 후반작업 지원작’으로 1천만원 지원을 받았다. 결과적으로 총 4천만원의 지원과 2천5백만원의 감독 개인비용을 통해 완성되었다. 그러나 지원은 여기에서 그치지 않고 영화진흥위원회에서 2005년 하반기 다양성을 위한 마케팅 지원 사업에 있어서 ‘DLP 직접영사방식 배급 지원부문’에 선정되어 3,500만원의 추가지원도 받게 되었다. 또한 2006년 2월 배급사 스폰지를 통해 1개관 개봉과 동시에 2005년 2월에 열린 제55회 베를린국제영화제(International Berlin Film Festival)에서 독자상 베를린라이더(Reader Jury of the Berliner Zeitung)를 수상하였고, 관객은 전국적으로 1,508명이 동원되었으며, TV방영은 지금도 폐지된 KBS독립영화관을 통해 2006년 6월에 방영되었다. 방영 이후 영화진흥위원회에서 ‘독립영화 DVD 제작

배급지원 사업'에서 DVD 제작, 배급되어 2007년 2월 출시되었다. 이처럼 영화 제작부터 배급까지 받을 수 있는 모든 곳에 중복 지원하여 제작, 배급을 보다 효율적으로 완성할 수 있었다. 물론 대중적 소통에 있어서 지원제도가 전부는 아니지만, 많은 지원자들 중에서 선정되고 또 선정되는 것에는 시나리오 소통에 있어서 충분한 가치가 있었기 때문에 가능했다. 제작예산과 수익에 있어서 비교하였을 때 극장 수익으로만 본다면 총 1천만원 조금 넘는 수익으로 제작비의 1/6 이하의 수익을 가져왔으나, 기타 관권에 해당하는 수익과 지원수익까지 더한다면 제작 손실을 최소화할 수 있다.

5.2 공동체상영의 배급

디지털영화가 급속도로 발전하면서 많은 독립영화가 제작되어지고 있기 때문에 제한된 상영공간의 어려움은 많은 문제점으로 남는다. 이름 모르는 영화제들이 우후죽순 생겨나면서도 정작 독립영화제에서 더 많은 독립영화 상영이 어렵다보니 개봉되지 못한 한국독립영화의 상영공간에 대해서 고민하게 된다.

2007년 상반기 <우리학교>는 한국독립영화 최고의 수익을 기록했다. 흥행하기 어렵다는 다큐멘터리라는 장르를 넘어서 유료관객이 극장수익의 절반에 육박하며 영화진흥위원회에서 집계된 수치를 넘어서고 있다. 이는 독립영화 대안영화 상영의 첫 시도였던 공동체상영이 있었기 때문에 가능했다. 여기에서 '공동체상영'이란 단체관객이 있는 곳을 찾아가서 극장이 아닌 다른 공간 즉, 극장을 대신할 수 있는 공간에서 상영해주는 것을 말한다. 적게는 8명에서 많게는 800명까지 전국은 물론 교포들이 사는 해외까지 한국독립영화협회의 배급팀의 네트워크를 활용하여 상영된 <우리학교>는 공동체상영을 통해 유료관람과 제작사와 상영단체의 수익배분까지 명확히 해왔기 때문에 극장 못지않은 역할을 하고 있는 것이다. 여기에는 적극적인 상영 역할이 크다고 볼 수 있다. 극장으로 찾아와주길 바라는 기존 한국독립영화의 수동적인 배급방식을 벗어났기 때문에 가능했다. 관객들은 독립영화에 대한 인식이 부정적이기보다 관객들의 작품선택에 있어서 상업영화가 독립영화에 비하여 스케일이 크고 마케팅에 밀리기 때문에

우선권을 내주게 된다. 따라서 상영관도 적고, 마케팅도 적은 작품은 입소문이 좋다면 그리고 공동체상영을 통해 관객들이 선택한 영화를 가까운 곳에서 볼 수 있다면 보다 확장된 배급 및 마케팅 효과를 가져올 수 있다. 이런 결과로는 극장과 공동체상영의 시너지효과로 더욱 큰 수익을 가져다주었다. 상영공간의 확보는 절실하다. 그런 의미에서 대안배급망을 위한 공동체상영은 새로운 변화를 가져다 줄 것이다.

한편 2007년 하반기 해외 독립영화 최고흥행작 <원스(Once)>는 개봉시기의 계절에 맞는 잔잔한 멜로와 음악이 흥행의 주요한 요인이었으나, 공동체상영이 이뤄지지 않았음에도 더 많은 관객동원으로 사랑받았다. 이런 의미에서 공동체상영은 관객들에게 접근성을 가까이 하고자 하는 적극적인 맥락에서의 대안이 되고 있을 뿐이며, 무엇보다 소재 선택이 더욱 중요함을 알 수 있다

5.3 팬덤문화의 마케팅활용

퀴어 영화로 제작된 <후회하지 않아>는 팬덤현상을 일으키며 성공한 작품이다. 이 작품의 큰 공은 인터넷이다. <후회하지 않아>의 인기는 온라인에서 주축이 되어 만들어진 열혈팬들이 '후회페인'을 자칭하며 온라인과 오프라인에서 활발한 활동과 함께 영화홍보까지 앞장섰다.

국내에선 부정적이었던 퀴어영화가 <왕의 남자>의 1천만 관객이 넘는 흥행과 <브로크백 마운틴>으로 아카데미에서 작품성을 인정받으면서 퀴어 작품들의 인식이 긍정적으로 변한 요인도 있었다. 그러나 무엇보다 상업영화로 다루기 어려웠던 만큼 독립영화제작방식을 이용하여 1억원 내외의 예산으로 제작되었다.

'후회페인'의 온, 오프라인의 적극적인 활동은 마케팅 비용을 최소비용으로 최대효과를 가져왔고, 부가수익까지 높일 수 있었다. 또한 드라마 <다모>의 '다모페인', 드라마 <내 멋대로 해라>의 '네멋페인', <왕의 남자>의 '왕남페인', <형사>의 '형사중독', <우리들의 행복한 시간>의 '우행페인' 등 드라마, 영화의 다양한 페인들처럼 재관람, DVD구매, 1주년기념상영 등 적극적인 자세로 수익은 물론 참여했던 배우의 차기작에 관심

을 가진다. 배우의 차기작은 기존 폐인들이 모여서 새로운 작품이 형성되므로 새로운 폐인콘텐츠로 재생산 되는데, 이는 한국 독립영화의 소통에 있어서 긍정적인 팬덤현상으로 볼 수 있다. <우리들의 행복한 시간>은 원작도 유명하지만 다른 곳에서 활동했던 폐인들이 함께 만나서 '우행폐인'을 만들었다는 점에서 시사하는 바가 크다.

폐인은 이동한다. 거기에서 새로운 팬덤문화가 생겨난다. 팬덤문화를 활용하면 독립영화의 새로운 마케팅과 수익에 많은 도움을 얻을 것으로 본다. 그러기 위해서는 그에 적절한 작품이 나와주어야 한다.

III. 결론

Drabinsky[16]에 의하면 사용된 다양한 계획이 무엇 이든 간에 여전히 남는 문제는 사람들이 그 영화에 매력을 느낄 것인가라고 언급하고 있다. 이는 관객과 소통의 중요성을 강조하고 있다. 관객과의 효율적 소통을 위한 한국 독립영화의 진로와 전망에 있어서 한국 독립영화는 제작, 배급에 많은 현실적 어려움이 존재한다. 그로인한 제작, 배급 활성화는 관객에게 효율적으로 접근하는데 있어서 쌍방향 커뮤니케이션, 즉 쌍방향 소통을 원활하게 하기 위한 전달과정이다. 이러한 결과로 제작과 배급의 문제는 효율성에 중점을 두고 해석되어지고 있다. 그러나 제작의 효율성이란 적은 제작비와 지원 금액으로 완성하는 것이며, 배급의 효율성이란 많은 상영기회를 잡고, 많은 수익을 남기는 것과 영화제 상영 및 가치평가가 높은 것이다. 이렇듯 제작과 배급에 있어서의 효율적 소통은 관객에게 주어진 선택이라고 볼 수 있다.

한국 독립영화의 모호한 경계에 대해 독립영화의 범위는 해외와의 비교, 저예산 영화와의 비교에 의해 한국 독립영화 해석의 차이가 나타나고 있으며, 한국 독립영화를 바라보는 해석의 차이에 따라 독립영화의 범위가 결정될 수 있음을 알 수 있다. 한편 독립영화의 현실과 문제점에 있어서 적절한 지원으로 풍성한 제작이 이루어지는 가운데 독립영화제를 열고 있으나, 감독

중심의 제작을 통해 인건비 문제 등의 어려움과 기술적인 문제 및 한국 독립영화의 상영에 대한 관심이 낮아 상영공간의 문턱이 좁은 어려움이 있다. 그리고 제작, 배급에 있어서 효율적 소통의 과제는 정책문제와 독립영화 노력의 필요성이 강조된다. 스크린 독과점에 의해 영화시장 내에서 독립영화라는 존재는 관객과의 소통의 기회가 더욱 어려워지게 되는데, 한국 독립영화를 위한 정책적인 독립적 제도가 아니며, 이를 잘 활용하여 한국 독립영화가 관객과 더 나은 소통을 위한 효율적 방법을 구체화시킬 수 있는 제안으로 남는다. 또한 경쟁력 있는 시나리오를 바탕으로 한 철저한 프리프로덕션과 적극적인 다양한 배급을 위한 모색으로 잠재된 관객까지 불러올 수 있는 중요한 역할을 가지고 있다.

이렇게 한국 독립영화의 대중적 소통을 위한 제작, 배급의 효율성은 적절한 제작지원과 공동체상영을 통한 배급, 적극적 온, 오프라인의 구전마케팅에 의한 소통 그리고 독립영화인들의 노력에 의한 독립영화인과 관객의 쌍방향 소통 정도, 정책부문의 정도에 의해 효율적인 제작, 배급이 이루어 질 것으로 본다. 이런 가능성에 의해 한국 독립영화의 미래는 밝을 것이다.

참고 문헌

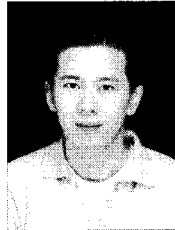
- [1] 이승구, 이용관, *영화용어해설집*, 영화진흥공사, 1995.
- [2] 두산동아 백과사전연구소, *두산세계대백과사전*, 두산동아, 2001.
- [3] 김윤지, *한국 독립영화의 정체성 모색에 관한 연구*, 한양대학교 대학원 석사학위논문, pp.54-55, 2002.
- [4] 박재수, *한국 독립영화의 현황과 활성화방안에 관한 연구*, 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문, p4, 1997.
- [5] 영화진흥위원회, *저예산 디지털 영화 활성화 방안에 관한 연구*, 영화진흥위원회, p.85, 2000.
- [6] 영화진흥위원회, *영화콘텐츠의 문화/산업적활용을 위한 연구*, 영화진흥위원회, p.22, 2001.

- [7] S. Worth, "Film as a non-art: an approach to the study of film," in J. S. Katz(ed.) Perspectives on the Study of Film. Boston: Little, Brown, pp.180-199, 1971.
- [8] G. Jowett, Linton, and James, *Movies as Mass Communication*, Sage, p.13, 1989.
- [9] H. J. Gans, "The creator-audience relationship in the mass media: an analysis of movie making," in B. Rosenberg and D. M. White. (eds.) *Mass Culture: The Popular Arts in America*, Free Press, pp.315-324, 1974.
- [10] 아더 아사버거, *대중매체비평의 기초*, 이론과 실천, pp.56-57, 1990.
- [11] 영화진흥위원회, *예술영화관 지원정책 연구*, 영화진흥위원회, pp.62-68, 2004.
- [12] 권혁조, *멀티플렉스 시대: 한국영화배급업의 현황과 그 전망*, 국민대학교 종합예술대학원 석사학위논문, p.41, 2004.
- [13] 한국독립영화협회, "독립영화", 한국독립영화협회, 제27호, pp.41-42, 2006.
- [14] 국회도서관, 국회도서관보, 제41권, 제7호, 통권 제303호, p.25, 2004.
- [15] 로버트 맥기, *시나리오 어떻게 쓸 것인가*, 황금가지, 2002.
- [16] Drabinsky, H. Garth, "Motion Picture and the Arts in Canada : The Business and the Law," McGraw-Hill Ryerson, p.9, 1976.

저자 소개

한 달 호(Dal-Ho Han)

정회원



- 1998년 2월 : 서울예술대학 영화과(영화학사)
- 2005년 2월 : 건국대학교 신문방송학과(정치학사)
- 2007년 2월 : 성균관대학교 영상학과(영상학석사)

▪ 2007년 3월 ~ 현재 : 성균관대학교 동양철학과 박사과정

<관심분야> : 영화, 방송연출 및 제작, 기획