

중국 영화시장 진출 성공을 위한 연구: 한-홍 공동제작의 경험과 교훈을 중심으로(1956~1982) China Film Market Entry Strategy for Success of Movies:

A-Hong Kong Co-production, Focusing on the Experiences and Lessons Learned(1956-1982)

김진영, 김재웅
중앙대학교 첨단영상대학원

Jin-young Kim(jinilingling@gmail.com), Jae-Woong Kim(kjw@cau.ac.kr)

요약

최근 중국 블록버스터 영화들은 홍콩 영화인에 의해서 제작되는 경우가 많아지고 있다. 따라서 중국영화는 확대된 홍콩영화라고 할 수 있다. 이 논문은 최근 형성되는 중화권 영화시장에 한국이 동등 협력관계로 참여하기 위해서 어떤 노력을 해야 할 것인가에 대한 연구이다. 중화권의 대표적인 중국 영화시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 먼저 한-중화권 공동제작이 성공해야 한다. 그러기 위해서는 한-홍 공동제작 과정과 그 영향을 살펴보고 홍콩과의 이해관계를 적절히 응용하여 최근상황에 맞게 한-중화권과의 공동제작 및 중국 영화시장 진출 방안에 대해서 모색하고자 한다. 이를 위해 한국 영화산업이 준비해야 할 것과 문화산업 분야에 필요한 노력들을 살펴볼 것이다. 이러한 연구배경을 통해 급변하는 대내외 연상산업의 환경속에서 한국의 영화시장을 보호하고, 중화권 영상시장에 진출할 수 있는 전략을 수립할 수 있다.

■ 중심어 : | 한-홍 공동제작영화 | 중화권 영화산업 |

Abstract

China shows an evident growth in its visual culture in recent years, fueled by its accumulated wealth and the influx of relatively advanced visual culture from Hong Kong. There have been recent attempts to further the economic ties with Taiwan to form a pan-Chinese film market. Considering most Chinese blockbusters are produced by film makers in Hong Kong, it is safe to claim that Chinese films are the extension of Cantonese films. This text examines the past makings of Korean-Cantonese films and their influence. Based on the findings, it explores the necessary efforts on a civil level and the governmental support, required for Korea to make its way into the pan-Chinese film market as an equal participant. Such foundation would protect Korean film market in the midst of fast-changing media scape and serve as a stepping stone for Korea's advance into the pan-Chinese visual market.

■ keyword : | Pan-Chinese Film | Korean-Cantonese Films |

1. 서론

홍콩이 중국에 반환된 이후 홍콩 영화산업은 중국의 적극적인 개방과 원활한 중국 로케이션, 외국자본의 유치를 '중국영화'라는 이름아래 점점 활력을 찾아 가고

있다. 중국과의 공동제작도 점차 늘어나서 최근에는 '홍콩영화', '중국영화'라고 구분지를 필요가 없을 만큼 잘 조화를 이루고 있다는 평가를 받고 있다. 이렇게 홍콩과 중국은 지역 구분 없이 영화에 공동참여하고 있다.

중화권의 분위기 덕분에 2008년 홍콩 필름 마트에서 무협블록버스터 장르만큼은 중국, 홍콩, 대만이 하나의 중화권으로 그 위력을 내세웠다. 이렇게 홍콩의 앞선 영화산업의 노하우에 중국은 그동안 축적된 자본과 거대한 영화시장을 더해 새로운 중국영화를 제작하고 있으며, 홍콩반환 후 대규모 자본이 들어간 무협 블록버스터는 홍콩감독들이 제작의 대다수를 차지하고 있다. 이를 볼 때, 홍콩은 점차 중국의 영화시장에서 주도적으로 활동하며, 중국 영화산업에 많은 영향을 끼치고 있다. 따라서 자연스럽게 중국영화에는 홍콩영화의 시스템과 특성 등이 도입되고, 통합된 새로운 영화 제작 시스템이 만들어지고 있다. 이렇게 변화 발전하고 있는 중화권을 상대로 한국은 어떤 준비를 해야 할 것인가 고민해야 한다.

홍콩이 새로운 영화시장을 확보한 것에 비해, 한국의 영화시장의 한계는 명확하다. 최근 1000만 관객을 동원하는 영화도 간혹 나오고 있지만, 1억도 안 되는 인구를 고려할 때, 시장의 성장 규모는 그 한계가 왔다고 해도 과언이 아니다. 그 이유로 해외시장 개척은 이전보다 더 필요하고 중요한 과제가 되었다. 다행히 최근 해외 영화제에서 한국영화가 수상하는 사례가 점점 늘어나, 한국영화에 대한 국내외적 인식도 많이 긍정적으로 바뀌었다. 한국영화의 질적 우수성과 한류의 인기를 볼 때, 해외시장 개발은 비교적 수월할 것으로 여겨지고 있지만, 중국의 자국 영상물 보호벽이 여전히 높기 때문에, 많은 나라들은 중국 영화시장에 진출하기 위해 '국제공동제작'이란 방법을 사용하고 있다. '국제공동제작'은 해외시장을 개척하기도 하지만, 잘못하면 자국 영화시장이 타격받을 수 있음을 고려하여야 한다.

아시아 국가 간의 공동제작은 인접한 지리적 조건으로 인해 경비를 절감할 수 있고, 같은 문화권으로 영화시장을 공유하기도 수월하며, 할리우드로부터 아시아 영화시장을 지킨다는 취지 등의 이유로 활성화되고 있다. 하지만 동등한 협력관계의 공동제작이 아닐 경우 자국 영화산업과 영화시장이 침식당할 수 있음을 염두에 두고 이상적인 '공동제작'의 관계를 생각해야 한다. 한국이 중화권 영화시장에 성공적으로 진출하고자 한다면, 많은 정보와 준비가 필요하다. 과거 한-홍 공동제작 과정을 통

하여 공동제작이 한국에 어떤 영향을 주었으며, 현재 형성되어가는 중화권 영화시장에 한-홍 공동제작의 교훈과 관계를 어떻게 응용할 것인지 살펴보기로 한다.

II. 본문

1. 한-홍 영화 공동제작의 시기별 진출과정과 영향

기존의 한-홍 영화 공동제작에 관한 연구로는 제9회 부산국제영화제 자료집 『아시아영화 네트워크의 뿌리를 찾아서: 한-홍 합작시대』가 있다. 이 자료에서는 한국영화사 시기별로 합작영화시대 (1957년~1966년), 과도기의 합작영화시대 (1967년~1972년), 암흑기의 합작영화시대 (1972년~1982년) 이렇게 세 시기로 나뉜다. 하지만 본 논문에서는 위의 자료집과는 달리 공동제작 관계변화와 시장진출 과정을 중점적으로 살펴보기 위해서 한국주도형시기, 쌍방동등협력시기, 홍콩주도형시기로 나누었다.

1.1. 한국 주도형 시기(1957~1959)

한-홍 공동제작의 역사는 당시 한국의 최대 영화사였던 '한국연예주식회사'가 홍콩의 '쇼브라더스(당시 '소시부자(邵氏父子)')와 공동제작한 「이국정원(異國情鴛)」에서부터 시작된다. 한국의 전창근과 홍콩의 도광계(屠光啓), 그리고 쇼브라더스의 제안으로 시작된 「이국정원」은 한국측이 제작비 전부를 부담하고, 홍콩측이 모든 장비와 설비, 기술을 책임지는 방식으로 제작되었으며, 한국 판권은 한국이, 동남아 판권은 홍콩이 소유하기로 합의했다.

「이국정원」은 한국정서에 맞는 영화로 한국에서는 성공했지만, 홍콩과 다른 나라에서는 흥행에 성공하지 못했다. 따라서 한국 판권이 없었던 쇼브라더스는 수익을 많이 내지 못했고, 한국연예주식회사는 쇼브라더스가 동남아 판권을 갖고 있었기 때문에 동남아 시장에 진출하는 것은 불가능했다. 하지만 한국 내에서 「이국정원」의 성공은 한국의 다른 영화사들에게 비교적 적은 예산으로 이국적인 영화를 만들 수 있었기 때문에 한-홍 공동제작을 촉진시키는 계기가 되었다. 이후 한국 주

도의 한-홍 공동제작 영화, 「천지유정(天地有情)」(1958), 「장상사(長相思)」(1958), 「애정무한(愛情無限)」(1958), 「망향(望鄉)」(1958)들이 계속해서 제작되었다. 이후 한-홍 공동제작은 잠시 소강상태를 보이는데, 동남아의 흥행이 성공적이지 않은 홍콩 측에서 더 이상 원하지 않았기 때문으로 분석된다.

이 시기 공동제작의 배경을 살펴보면, 1950년대 후반 여러 사회적 제도가 정비되는 과정에서 한국영화계의 영화정책과 행정체계, 영화산업과 문화의 인프라도 새롭게 재정비되던 시기였다. 하지만, 점차 영화산업이 번창함에 따라 국내시장 협소라는 문제점이 등장했고, 해외시장 진출을 모색하면서 국제공동제작과 해외시장 개발이라는 새로운 방안이 제시되었다.

한편, 홍콩은 세계2차 세계대전과 중국내전 이후 중국과의 국교 단절로 대륙의 영화시장과 촬영지를 사용할 수 없게 되었다. 그나마 동남아에 정착하고 있던 화교들의 도움으로 동남아의 영화시장을 개발할 수는 있었지만, 촬영기법면에서 이미 선진 영상을 접하고, 또한 좀 더 큰 수익을 올릴 수 있는 한국과 일본시장 진출은 그리 쉬운 일이 아니었다. 이에 홍콩과 동남아에서 영향력이 컸던 '쇼브라더스'는 야외 촬영지와 새로운 시장 진출을 위해서 한국과의 공동제작을 하고자 하였다.

정리해보면, 이 시기는 한-홍 공동제작의 첫 번째 시기로, 한국이 주도권을 가지고 공동제작을 진행했다. 새로운 시장 개발에 있어서는 양 국가 모두 소정의 목적을 거두지 못했는데, 한국은 홍콩에게 영화시장을 개방하지 않았고, 홍콩 또한 동남아 영화시장을 뺏기지 않으려는 보수적인 태도 때문에 양국 모두 만족스러운 결과를 얻지 못했다. 하지만 이 시기의 공동제작으로 한국과 홍콩은 필요한 인력들과의 교류와 노하우를 만들어 나가면서 좀 더 원활한 공동제작을 할 수 있는 기초를 마련했다. 이런 점에서 이 시기의 공동제작은 공동제작의 기본이 되는 인력 개발 면에서는 성공적이었다.

1.2. 쌍방 동등 협력 시기(1963~1966)

1962년 당시 한국의 최대 영화사였던 신필름이 홍콩의 쇼브라더스와 공동제작을 시도하면서부터 한-홍 공동제작은 다시 활기를 띠기 시작했다. 쇼브라더스는

「사랑방 손님과 어머니」와 「연산군」을 감독한 신상옥의 영화연출 스타일에 호감을 가져 신상옥 감독에게 영화연출을 부탁했고, 모두 5편의 영화를 공동제작하기로 합의했다. 그리고 1964년 「달기」를 시작으로 신필름과 쇼브라더스의 공동제작이 시작되었다.

한국 입장에서는 홍콩을 통해 동남아 영화시장으로 진출할 수 있는 좋은 방법이었지만, 당시 한국 영화계의 '공동제작'은 해외시장 개발만을 위했던 것은 아니었다. 영화의 산업화를 추진했던 정부는 1962년 새로운 영화법을 제정하고, 1963년 1차 개정안을 발표했는데, 이 법안에 의해서 일정규모를 갖추지 못한 영화사는 등록이 강제취소 되었고, 전국의 영화사는 16개사로 통폐합되었다. 신상옥은 당시 국내 최대 규모의 안양촬영소를 인수하고, 외국 영화사에 안양촬영소를 제공하여 운영과 국내의 생필품 부족 문제를 '공동제작'이라는 방법으로 해결하고자 했다.

반면 쇼브라더스는 당시 좋은 시설의 세트를 가지고 있었지만, 마땅한 야외 촬영지가 없었으므로, 한국의 야외 촬영지가 필요했다. 따라서 홍콩은 실내촬영은 홍콩에서, 야외 촬영은 한국에서 진행하길 원했고, 각국에서 발생하는 비용은 각국에서 지불하는 것으로 하였다. 신필름과 쇼브라더스의 공동제작은 이전 한-홍 공동제작과는 달리 상업적인 성공도 이루었는데, 한-홍 공동제작 영화가 1960년대 유행했던 「성춘향」과 「연산군」, 「폭군연산」 등의 사극의 후기 작품으로 받아들여지면서 한국에서 상업적인 성공을 이끌어 냈다. 또한 「달기」, 「대폭군」, 「철면황제」, 「흑도적」으로 이어진 합작 영화들은 한국 사극에서 보기 힘든 대규모 액션장면이나 화려한 의상 등으로 사극영화에 재미를 더했다.

그러나 이 같은 성공에도 불구하고 한-홍 공동제작은 오래 지속되지는 못했는데, 문제는 제작비였다. 당시 겹치기 출연이 많았던 한국의 유명 연기자들이 합작영화에 출연하면서 겪을 경제적인 손실을 만회할 만큼의 출연료를 지급하기 어려웠고, 일반영화보다 3배에 가까운 촬영기간 역시 엄청난 제작비를 필요로 했다. 이에 신필름과 쇼브라더스는 이런 거대 규모의 합작에 점차 흥미를 잃기 시작했다.

이 시기 홍콩은 여전히 한국에게 야외 촬영지를 원했

고, 한국은 위에서 언급한 바와 같이 영화제작 자체를 위한 수단으로 공동제작을 이용했다. 따라서 한국은 해외시장개발을 고려하기 보다는 국내 영화제작 자체를 원활하게 진행하기 위한 수단으로서의 성격이 강했다. 영화제작도 어려운 상황에 해외영화시장 개척은 너무 먼 이야기였다. 반대로 홍콩은 비록 가까운 야외 촬영지를 얻기 위해 한국과의 공동제작을 시작했지만, 이미 같이 영화를 제작해 본 경험이 있는 한국 인력과 그 동안의 노하우로, 홍콩이 자신 있는 영화장르를 한국과 공동 제작하여 한국의 관객에게 적응시키며, 새로운 영화시장 진출을 준비하는 시기가 되었다.

1.3. 홍콩 주도형 시기(1967~1982)

잠시 소강기를 보였던 한-홍 공동제작은 1967년 호금전(胡金銓)의 「방랑의 결투(원제:대취협(大醉俠))」가 한국에 소개되고, 다시 봄을 이루면서 본격적으로 홍콩 무협영화가 한국에 선보이기 시작했다. 이 영화의 흥행과 더불어 한국 내에서는 검객영화가 등장하기 시작하였고, 한-홍 공동제작은 이 새로운 장르를 중심으로 다시 시작되었다. 쇼브라더스는 액션영화로 유명했던 정창화 감독을 초청했고, 또한 공동 제작시 의사소통의 원활함을 위해, 홍콩에 머물렀던 신필름 소속의 한국 배우들을 계속하여 기용하였다. 영화는 쇼브라더스 영화였지만 한국영화인들이 참여했으므로, 공동제작 영화의 모습을 갖출 수 있었다. 이 시기의 한-홍 공동제작의 주 대상은 홍콩 쇼브라더스였다. 이미 한국과의 공동제작으로 친분이 쌓여 있었던 쇼브라더스는 자회사 내에 이미 한국영화인을 확보하고 있었기 때문에 한국과의 공동제작에 있어서 유리한 위치에 있었다.

1970년대로 들어서면서 쇼브라더스의 독점이나 다름 없었던 한-홍 공동제작 시장에 골든하베스트라는 새로운 영화사가 등장한다. 골든 하베스트가 한국과의 공동제작을 원했던 이유는 쇼브라더스와는 입장이 달랐는데, 골든하베스트의 주된 수입원이었던 이소룡의 갑작스러운 죽음에 골든하베스트는 큰 타격을 받았고, 이에 새로운 이소룡을 찾기 위한 돌파구로 한국과의 공동제작을 원했다. 그 계기로 미국에서 태권도 사범으로 명성을 올리던 이준구가 「흑권(黑拳)」에 출연했으며, 양

호 역시 골든하베스트에서 활발한 활동을 펼쳤다.

하지만 1980년대초, 성룡의 「취권(醉拳)」이 성공하면서 골든하베스트는 한국과의 공동제작에 흥미를 잃는다. 새로운 이소룡을 찾기보다 코믹함이 곁들여진 새로운 무술영화 장르를 육성하는 것이 더 효과적이라고 판단한 골든하베스트는 전격적으로 성룡과 계약을 맺고 전폭적인 지원을 하게 된다. 특별히 야외 촬영지가 필요 없었던 성룡 영화는 홍콩 도시를 배경으로 촬영되었고, 따라서 공동제작에 투자하던 자금을 자국 내 영화의 질을 향상시키는 데 집중하면서 홍콩영화는 새로운 모습을 갖게 된다.

이 시기의 한-홍 공동제작은 홍콩 주도 형식으로 홍콩의 필요에 의해서 시작되었다. 쇼브라더스와 골든하베스트를 중심으로 공동제작된 영화로는 「용호문(龍虎門)」과 「생사결」이 대표적이다. 당시 골든하베스트가 공동제작을 통해 노렸던 것은 홍콩 배우를 한국에 소개하는 것이었다. 자신들의 신인배우들을 공동제작 영화에 등장시킴으로서 연기 경험도 쌓게 하고, 한국내의 지명도를 높이는 일석이조의 효과를 노린 것인데, 1980년대 성룡, 홍금보, 원표 등이 모두 공동제작 영화에 자주 등장했던 배우였다. 그러나 앞 장에서도 언급했듯이 성룡의 「취권」의 성공으로 인해 ‘성룡 영화’는 한국이 정상적으로 ‘수입’하는 인기 영화가 되면서 ‘공동제작’이 필요 없게 되었다. 한국 역시 액션영화에 대한 관심이 식어가면서 성룡 영화를 제외한 무술영화들의 인기 역시 점점 사라지고 따라서 한-홍 공동제작 영화 역시 필요하지 않게 되었다.

이 시기의 한-홍 공동제작의 주도권은 이미 홍콩에 있었다. 그동안의 공동제작의 경험과 한국 관객의 선호도를 파악한 홍콩은, 한국에서 홍콩식 무협영화가 인기를 끌자 계속해서 새로운 신인을 한국에 소개시키며 홍콩영화의 흥행을 계속 성공적으로 이어갔다. 한국에서 홍콩영화가 큰 인기 몰이를 하자, 홍콩은 더 이상 한국과의 공동제작이 필요 없게 되었다. 왜냐하면, 한국의 파트너 없이도 홍콩영화는 인기영화로 수출이 순조로웠으며, 그 수익도 높았기 때문이다.

이를 계기로 한국은 영화산업에 대한 새로운 인식이 생기기 시작해, 1980년대 정권이 바뀌면서 기업화정책,

수입쿼터제, 영화진흥공사 등을 수립했다. 하지만 정책들의 정부통제 성격이 강해 오히려 영화산업화를 방해했다는 평을 받고 있다. 그 결과 한-홍 공동제작 기간 동안, 한국영화는 산업면이나 정책면에서 모두 불안한 시기였고, 시장진출에 대한 준비가 되어 있지 않았다고 볼 수 있다.

한-홍 공동제작 기간 동안 홍콩의 영화시장 진출 과정을 종합해 보면, 첫 시기에는 공동제작과 시장 진출에 필요한 인력을 개발하고, 경험을 쌓으며 공동제작에 필요한 준비과정을 거쳤다. 두 번째 시기에는 공동제작 경험을 쌓은 인력을 기반으로 홍콩이 자신 있는 영화장르를 한국관객에게 선보였다. 마지막 세 번째 시기에는 한국에서 무협영화가 인기를 얻자, 새로운 장르의 무협 영화를 선보이며 무협영화의 인기를 지속하려고 했고, 또한 홍콩 신인 배우를 등장시켜 한국관객이 좋아할 만한 스타를 찾아냈다. '성룡'이라는 스타가 등장하고, 한국 영화시장에서 홍콩의 무협영화가 흥행에 성공하자, 홍콩은 성룡이란 스타에 주력하며, 자연히 한국과의 공동제작에는 참여하지 않게 되었다. 홍콩의 이런 세 단계 과정은 그 당시의 사회, 영화시장의 조건 속에서 자연스럽게 진행될 것일 수도 있다. 하지만, 결과적으로 홍콩은 단기적인 목적(야외 촬영지)과 시장 진출을 위한 준비 단계를 거쳐 성공적으로 해외영화시장에 진출한 것을 알 수 있다. 반면 한국은 국내 영화시장 사정으로 인해, 그 시대마다 단기적인 문제 해결을 위한 수단으로 공동제작에 참여했음을 알 수 있다.

1.4. 한-홍 공동제작 이후의 한국영화시장

1980년대 중반 이후 한-홍 공동제작 영화들이 사라진 다음 한국 영화시장을 채운 것은 「돌아아」 시리즈와 스포츠 영화들이었다. 야구를 소재로 한 「이장호의 외인구단」 1, 2편 등의 영화들이 일정한 관객 호응을 이끌어 내긴 했지만, 다시 국내 영화시장을 되찾기에는 역부족이었다. 이어 미국영화의 수입으로 수익을 얻던 영화산업은 1980년대 말 해외영화의 직배로 상황은 더욱 어려워졌으며, 1990년대 IMF관리체제로 인한 경제적 어려움은 한국 영화를 더욱 힘들게 하였다. 그럼에도 불구하고 어려운 조건 속에서 다양한 소재변화와 산

업구조 혁신으로 조금씩 국내 영화시장을 되찾고 세계 무대에 진출했다는 것은 높은 평가를 받을 만하다. 이런 한국영화의 선전은 한국영화가 외화보다 더 재미있다는 인식으로 바뀌게 되었고, 더불어 김대중 정부의 '지원은 하되 간섭하지 않는' 영화 지원정책을 골자로 한 영화진흥법 덕분에 제도와 자본을 통한 신인감독들의 데뷔 기회가 확장되면서 새로운 한국영화의 탄생을 이끄는 역할을 했다.

이 시기의 한국영화 상황을 좀 더 자세히 살펴보기 위해 1984년도부터 2007년도까지의 수입영화 편수와 한국영화 제작편수를 살펴보면 [표 1]과 같다.

수입영화 편수는 1988년 175편에서 1997년 380편으로 급격히 증가한 한편, 한국영화 제작편수는 1988년 87편에서 1990년 111편, 1991년 121편으로 증가했다가 1997년 59편으로 감소했다. 2000년도에 들어서서 외국영화 수입편수는 잠시 소강상태를 보이다가 2007년에 다시 대폭 증가했다. 하지만 한국영화 제작편수 역시 2000년 이후 소규모 이지만 꾸준히 증가한 것을 알 수 있다. 한국영화 개봉편수의 2~3배가 넘는 외화가 창궐하는 영화시장에서 한국영화 점유율은 1985년 34.2%에서 1993년 15.9%로 극감하다가 1998년 이후 20% 이상 회복세를 보이며, 이후 꾸준히 상승해, 2001년도부터는 40~50% 정도의 점유율을 보이고 있다. 즉 산업적 통계 수치로는 일방적으로 외화, 할리우드의 직배영화가 주도하고 있는 시장의 상황을 보여주지만, 한국영화는 그에 밀리면서도 점차 관객의 지지를 회복해 가며 상승세를 타서 이후 한국영화 붐을 준비해 간 것을 볼 수 있다.

한-홍 공동제작이 없어진 이후 한국영화시장은 홍콩영화의 붐이 일면서 한국영화보다는 외국영화가 불만하다는 인식이 생기기 시작했고, 연이어 수입된 할리우드의 외국영화가 우수하다는 인식이 점점 강해져서, 비교적 질 좋은 한국영화가 제작되어도 국내시장에서 외면당하는 결과를 초래했다. 이렇게 수익을 내지 못하던 한국영화는 자연히 제작 투자비용을 모으기 어려워 제작조차 힘들게 되는 악순환을 겪게 되었다. 이후 해외영화 직배로 그나마 명맥을 이어가던 영화시장 수입

표 1. <한국영화 제작편수, 외국영화 수입편수 변화추이(검열편수 기준)>

연도	한국영화 제작편수	외국영화 수입편수	연도	한국영화 제작편수	외국영화 수입편수
1984	81	25	1996	65	405
1985	80	27	1997	59	380
1986	73	50	1998	43	290
1987	89	84	1999	49	297
1988	87	175	2000	59	359
1989	110	264	2001	65	355
1990	111	276	2002	78	266
1991	121	256	2003	80	271
1992	96	319	2004	82	285
1993	63	347	2005	87	253
1994	65	382	2006	110	289
1995	65	358	2007	124	404

출처: 1984~2000, 김동호외. 『한국영화 정책사』. 나남출판사. 2005. p294.
2001~2007, 영화진흥위원회. www.kofic.or.kr. 2010. 09. 18.

구조의 변화와 IMF로 인한 경제적 어려움으로 한국영화산업은 세 가지 약조건 속에 놓이게 되었다. 이러한 좋지 않은 상황에 처하게 된 여러 가지 요인 중에, 공동제작도 그 원인 중 하나라고 생각한다. 한국영화가 국내영화시장을 잘 지키면서 해외영화시장을 개척했다면, 국내시장에서 외면당하거나, 수입영화 위주의 영화산업으로 수익을 이어가는 일이 발생하지는 않았을 것

이기 때문이다.

2. 최근 한-중화권 공동제작의 경향

1997년 홍콩 반환 이후 홍콩의 영화는 원활한 중국 로케이션과 자본, 시장을 이용해 중국과 더불어 새로운 중화권 영화를 형성해 가고 있다. 「영웅」(2002) 이후 제작된 중국영화는 거의 ‘홍-중 합작’ 혹은 각국의 물

표 2. <한-중화권 공동제작 영화>

년도	제목	참여국가	공동제작유형
1999	아나키스트	한국, 중국상해영화제편창	협작(현지촬영)
	비천무	한국, 중국상해영화제편창, 홍콩	공동투자
2001	무사	한국, 중국북경전영제편창	협작(현지촬영)
2002	쓰리	한국, 홍콩, 태국	공동제작
	화장실, 어디예요?	한국, 홍콩, 일본	공동투자
	크라임 우먼	한국, 중국	공동투자
	임소요	한국, 중국, 홍콩, 일본	공동투자
	봄날은 간다	한국, 일본, 홍콩	공동투자
2005	칠검	한국, 중국, 일본, 홍콩	공동제작
	무곡	한국, 중국, 홍콩, 미국	협작(현지촬영)
2006	데이지	한국, 홍콩, 네덜란드	공동제작
	집결호	한국, 중국	기술협력
	중천	한국, 중국	협작(현지촬영)
2008	삼국지: 용의 부활	한국, 중국, 홍콩	공동제작
2009	적벽대전	한국, 중국, 홍콩, 대만, 일본	공동제작
	소피의 연애 매뉴얼	한국, 중국	공동제작

적, 인적 자원이 참여한 '아시아 합작' 영화에 가까워졌다. 이렇게 대규모 자본이 들어간 무협 블록버스터는 홍콩 감독들이 대다수를 차지하고 있는데, 홍콩 서극 감독의 「칠검」(2005), 홍콩의 이인향 감독의 「삼국지: 용의 부활」(2008), 홍콩의 정소동 감독 등이 대표적이라고 할 수 있다. 이처럼 중국영화에 감독과 배우가 홍콩, 중국 구분 없이 영화에 참여하고 있고, 한국도 공동 제작 영화에 많이 참여하고 있는데, 한국이 중화권과 함께 공동 제작한 영화를 제목과 참여국가, 공동제작 유형별로 분류해 보면 [표 2]와 같다.

표에서 보면, 1999년부터 2009년까지 한-중화권 공동 제작 영화는 16편이 제작되었다. 이 16편 중 역대관객 순위(서울 관객 수 1977년~2009년) 100위 안에 드는 영화는 단 한편도 없었다. 99위인 「우리들의 행복한 시간」(2006)가 서울 관객 수 약 98만 명, 전국 관객수 약 300만 명인 것은 감안한다면, 한-중화권 공동제작 영화는 서울 관객 수 100만 명을 넘긴 작품이 없다는 이야기이다. 또한 이들 공동제작 영화 중 「집결호」(극장수입 약 1억 위안), 중국에서 개봉이후 7주 연속 1위), 「소피의 연애 매뉴얼」(극장수입 약 1억 위안)을 제외하고는 중국에서도 그다지 흥행에 성공하지 못했다. 이렇게 한-중화권 공동제작 영화가 흥행에 부진한 이유를 “한국영화 제작의 국제화 사례 연구집” 과 그 외 자료집을 기반으로 정리해보면, 한국과 중화권 영화관객들의 문화와 기호차이로 인한 콘텐츠 기획의 어려움, 정보부족으로 중국 측 파트너 찾기의 어려움, 공동 제작시 영화 규제, 심의제도의 까다로움, 표준화된 계약서 형식의 부족, 공동제작 인력 부족 등으로 분석하고 있다. 앞으로 한국과 중화권과의 공동제작은 꾸준히 늘어갈 것으로 예상되는 가운데, 한국이 어떻게 하면, 과거 한-홍 공동 제작의 경험을 교훈삼아 위와 같은 문제점들을 해결하고 중국시장으로 진출하여 성공할 수 있을지, 방안을 모색하는 것이 선행되어야 한다.

3. 중화권 영화시장 개발을 위한 방안 모색

한국이 중화권 시장으로 진출할 때 홍콩의 해외시장 진출방법을 그대로 적용한다면 중화권 영화시장에서 성공할 수 있을까? 하지만 현재 중화권 영화시장을 살

펴보면 과거 한-홍 공동제작 시기와는 상황이 다른 것을 알 수 있다. 현재 중국은 광전총국(广电总局)의 직속 기구인 영화관리국(電影管理局)을 통해서 자국 영화의 보호와 통제, 해외영화의 진입을 규제하고 있다. 1979년부터 중국의 개혁개방이 시작되었고, 이후 영화시장도 조금씩 개방이 되었다. 홍콩반환이후 외국자본 유치와 다국적 공동제작으로, 표면상 열려있는 시장 같지만, 아직까지 영화등급제나, 영화 심의과정, 로케이션, 공동 제작시 경비유통 문제 등이 까다로워 중국시장 진출이 쉽지는 않다. 또한 최근에는 대만과의 경제협력기본협정(ECFA)을 맺는 등, 중국을 중심으로 한 중화권 시장 구축을 시작하였다. 따라서 중화권 시장은 더 넓어지고 강화될 것이지만, 그 중화권 시장으로 진출하여 성공하기란 쉽지 않다. 따라서 현재 중국영화 정책에 대한 깊은 이해가 필수로 수반되어야 앞으로의 변화도 예측해 볼 수 있고, 그에 따라 대응할 수 있을 것이다. 이에 한국이 중화권 영화시장 개발을 하기 위해서는 3단계의 준비과정이 필요할 것이다.

우선 첫 단계로 중국 영화산업과 영화정책, 영화문화에 대한 전반적인 정보수집이다. 위에서 언급한 콘텐츠 기획의 어려움, 중국 측 파트너 찾기, 중국의 규제 심의 제도에 대한 문제를 해결하기 위한 정보수집이다. 중화권 관객들에 대한 문화콘텐츠 등의 선호도 조사와 중화권 영화의 기획, 제작, 후반작업, 마케팅, 배급 등의 제작순서에 따라서 적용되는 규정이나 심의 등에 대한 조사와 경비, 세률 등의 상세한 정보가 필요하다. 즉 중화권 관객에 대한 문화적 이해와 영화관련 정책에 대한 중국정부의 기본 입장, 정책철학 등에 대한 이해가 기본 바탕으로 있어야 한다. 중화권이 비록 한국과 인접해 있고, 한자문화권으로 문화가 비슷한 아시아 국가이지만, 각 국가의 문화배경과 기호 등이 서로 많이 다르고, 오랜 기간 동안 쌓아온 이해관계 때문에 다른 국가보다 더 민감한 부분도 있다. 따라서 중화권 관객의 문화적 기호에 대한 자료를 수집하고, 영화정책에 대한 중국정부의 기본철학을 분석할 수 있어야 중화권시장에 맞는 콘텐츠를 기획하고 공동제작 할 수 있을 것이다. 두 번째로는 중화권의 믿음만한 파트너 선별 작업과 중국과 트너 영화사가 다른 국가와 공동제작 했을 때의 계약

자료들에 대한 정보를 가지고 있어야 한다. 공동제작은 중화권시장 진출에 가장 좋은 방법으로 여겨지고 있다. 따라서 상대국의 비교적 안정적이고, 공동제작에서 선례를 많이 남긴 영화사나 앞으로 가능성 있는 영화사를 분류해 한국 측 영화사에 제공한다면, 좀 더 양국에 맞는 공동제작 방식을 유도할 수 있을 것이다.

다음 단계로 중화권과의 공동 제작시 고려해야할 영화정책과 영화산업 측면을 보면 다음과 같다. 우선 영화정책면에서 한-홍간의 관계를 이용하여, 중화권과의 공동제작이 좀 더 수월해 질 수 있도록 노력해야 할 것이다. 우선 한-홍은 영화사(제편장)에 소속되어 월급을 받는 중국영화 인력과는 달리, 영화제작사에 팀을 만들어 제작하는 방법으로 영화를 제작하고 있다. 이에 양국(한-홍)은 영화 제작스타일이 비슷하여 일을 하기에 중국보다는 비교적 수월하다는 평가를 받고 있다. 현재 중국에서 홍콩 영화인들이 활발하게 활동하고 있으므로, 홍콩 영화 인력과 제작 스타일이 비슷하고, 제작 기술이 우수한 한국은 중화권의 이상적인 공동제작 파트너로서 자리를 잡아가고 있어, 이에 우리의 강점을 더 키워야 한다. 또한 홍콩은 중국이지만, 중국의 통제를 직접적으로 받지 않은 이중 정부 구조를 가지고 있다. 이는 홍콩영화가 해외영화처럼 쿼터를 할당 받아 중국시장에서 배급될 수 있던 시절과는 달리 홍콩합작 영화들도 중국자국영화처럼 극장배급이 용이해졌다는 것을 의미한다.

영화산업 면에서는 공동제작영화에 대한 상영권 확보와 공동배급, 이익분배의 문제 등이 정비되어야 할 것이다. 조사에 따르면, 2008년 중국에서 새로이 증설한 영화관은 118개관이고, 증가한 스크린 수는 570개이다. 평균 매일 1.5개의 스크린이 증가한 셈이다. 현재 전국 총 스크린 수는 이미 4500개이고 예상대로라면 2010년에는 중국이 2000개의 영화관과 6000개의 스크린을 보유할 것으로 보인다. 이로서 상영규모로 중국은 미국에 이어서 세계에서 2번째 가는 영화시장이 되는 것이다. 따라서 이렇게 큰 영화시장에서 흥행에 성공하는 것만으로도 큰 수익을 얻을 수 있을 것이다. 또한 이외에도 2차적인 수익 모델을 모색해야 한다. 세계가 주목하는 중국 영화시장의 잠재력은 극장영화시장에만 있지 않

다. 급격하게 성장하는 극장시장 이외에 인터넷, TV시장 등의 2차 시장 또한 거대하게 급성장하고 있다. 이에 안정적인 수익을 위해서 DVD, 인터넷, 핸드폰, 캐릭터 산업, OST 음악 등 영화를 이용한 2차 수익 모델까지 염두에 두고 공동제작을 하는 자세가 필요하다.

마지막 단계로 문화적 측면을 고려해 중화사상(中華思想)을 이해해야 한다. 모든 국가와 민족에게 자신들의 문화에 대한 자부심이 있는 것은 당연한 일이다. 하지만, 중국은 다른 어떤 국가보다도 자부심이 강한 나라이고, 이 중화사상을 지키기 위해 심의규정으로 사상을 보호하고 있다. ‘중외공동제작 영화 관리규정(中外合作電影管理條例)’에도 명시되어 있는데, ‘중국 각 민족의 풍속, 종교, 신앙과 생활습관을 존중해야 한다.’, ‘중화 민족의 우수한 문화 전통을 널리 알리는데 이바지해야 한다.’, ‘중국의 경제 건설, 문화건설, 사상 도덕 건설과 사회 안정에 이바지해야 한다.’ 등이 이에 해당한다. 따라서 중국시장에 진출하고자 한다면, 불필요하게 중화사상을 자극하지는 말아야 한다. 또한 홍콩의 콘텐츠를 이용해 아시아시장에 진출할 수 있는 방법을 찾아보는 것도 좋은 방법일 것이다. 홍콩은 한 때 동남아에 큰 영향력을 가지고 있었고, 한국도 예외는 아니었다. 이는 중화권에서 우수한 영화 제작소였다는 것을 증명한다. 따라서 홍콩영화 붐이 일어났을 때의 콘텐츠는 현재 구매했던 중년층에게 많은 영향을 끼쳤고, 그 콘텐츠를 이용한다면, 기존 관객에게는 추억을 자극하는 영화로, 새로운 관객에게는 새로 포장된 홍콩 콘텐츠를 선보일 수 있는 기회가 될 것이다. 이와 같은 사례로 <무적자>가 있다. 최근 흥행하는 영화가 많지 않은 가운데 그나마 <무적자>가 선전하고 있다. 흥행결과는 더 지켜봐야겠지만, <무적자>는 이전 홍콩 느와르 영화 <영웅본색>을 리메이크한 작품으로 새로운 시도로 제작된 작품이다. 이것은 80년대 홍콩느와르 영화팬이었던 한국의 386세대를 겨냥한 영화로, 한국에서 홍콩영화가 많은 영향을 끼쳤고, 과거의 추억으로 현재도 흥행 가능하다는 것을 보여준 좋은 예이다. 물론 <무적자>는 세련된 <영웅본색>으로, <영웅본색>을 기억하는 팬들의 향수를 자극하기에는 부족하고, 새로운 관객층에게 느와르를 이어주는 매개체로서의 정체성도 가지고

있지 않다'라는 혹평을 받았지만, 추석연휴동안 <무적자>는 흥행 1위를 지켰다. 이는 홍콩의 과거 콘텐츠가 아시아에서 아직 그 영향력을 유지하고 있음을 보여주는 것으로, 이런 콘텐츠를 이용해 국내는 물론 중화권 영화시장의 진출을 노려보는 것도 좋은 시도이다.

위에서 언급한 3단계 외에도 정부의 적극적인 홍보와 민간 측의 긴밀한 교류가 동반되어야 한다. 위의 1단계에서 수집한 많은 정보가 있어도 영화사측에 전달되지 않는다면 무용지물일 뿐이다. 2006년 영화진흥위원회에서 발간한 『국제공동제작 실무 지침서』를 보면, 간단하게나마 중국 영화제작현황, 영화사(제편창), 중국과의 공동 제작시 고려해할 사항, 공동제작 관리규정 등에 대해서 서술하고 있다. 하지만, 수동적으로 비치되어 있는 이 정보들이 한국 영화사에 얼마나 잘 전달되었는지는 미지수이다. 중국에서는 중화권(중국, 대만, 홍콩) 영화감독 연구회' 등이 열려 중화권 영화시장에 대한 토론과 앞으로의 계획에 대해서 서로 긴밀하게 교류하고 있다. 이처럼 한국도 정부주도로 영화사측과의 교류와 연구로 한국영화가 앞으로 나아가야 할 방향을 정해야 할 것이다. 이런 일을 할 수 있는 기관을 현 상황에서 고려한다면 한국콘텐츠진흥원(과거 한국문화콘텐츠진흥원)이 가장 가능성 있는 기관일 것이다. 한국콘텐츠진흥원은 글로벌 사업본부에 미국, 일본, 영국, 중국 등의 해외사무소를 두고 있는데, 중국에 있는 사무소를 통해 중화권 정보를 모으고 데이터화한 다음 한국에 홍보하고, 정기적으로 영화사측과 정부 측의 교류를 주도한다면, 한-중 공동제작에 많은 도움이 될 것이다. 이렇게 단계별 준비를 하는 과정에서 정부와 민간 측의 공동 노력과 더불어 한-홍간의 관계를 활용하여 다각적인 면으로 중화권 시장에 진출한다면 그 성공 가능성은 높아질 것이다.

III. 맺음말

2000년 이후 한국영화는 중국을 중심으로 한 중화권과의 공동제작이 다시 활성화되기 시작했다. 이는 한국 문화를 중화권에 알리고, 새로운 시장을 확보할 수 있

는 좋은 기회임에 틀림없으며, 앞으로 한국과 중화권과의 공동제작은 더 늘어나고 형태도 더 다양해질 전망이다. 이에 같은 아시아 국가로서 세계적으로 영향력이 점점 더 커지고 있는 중화권 시장에서 서로에게 도움을 주는 관계를 지속하기 위해서는 긴밀한 대비책이 필요한 시기가 되었다고 판단된다. 따라서 점차 커져가고 있는 중화권 영화시장에서 한국이 본연의 위치를 확보하고자 한다면 중국영화전반에 대하여 기본적으로 깊은 이해가 필요하며, 그 바탕 위에서 중화권을 상대로 한 영화정책과 영화산업의 관리가 정비되어야 한다. 또한 중화권 문화에 대한 이해와 대비도 필요하며, 그 외에 국제 사회에서 신인 받을 수 있는 정부 측과 영화사의 노력이 절실하다고 할 수 있다. 또한 정책연구를 정부 주도적으로 홍보하며, 영화사와 긴밀하게 교류를 확대해 나가야 한다. 영화사는 정부의 데이터를 기반으로 가능성 있는 콘텐츠를 기획하고, 홍콩을 통한 중국시장 진출이나, 홍콩콘텐츠를 이용한 영화제작 등의 다양한 시도를 해야한다. 그리고 시장개척에만 노력할 것이 아니라 자신들 만이 가지고 있는 기술, 노하우 등을 축적하고 개발해 중화권과의 공동제작에서 어떤 형식이 가장 이상적인 방법인가를 고심해야 한다.

공동제작은 서로가 이익을 얻고자 하는 것이기 때문에 한국영화, 또는 한국영화시장에서 더 이상 이익을 얻는 것이 없다고 생각되면, 한국과 공동제작을 하려고 하지 않을 것이다. 따라서 한국영화는 한국영화의 장점을 살리고, 국내 영화산업의 내실을 튼튼히 하여, 아시아에서 가장 적합한 공동제작 방식을 찾아 나가야 한다. 또한 홍콩, 대만 등의 주변 국가를 통한 다각적인 협력 방안을 모색하여 중화권 영화시장의 진출을 적극 고려해야 한다.

참고 문헌

- [1] “중국 대작영화의 욕망”, 씨네21, 2008.04.08,
- [2] <http://www.cine21.com/Article>
- [3] 안창현, 한국 문화콘텐츠산업 중국시장 진출 전략, 인문콘텐츠 Vol.17, p.3, 2010.

- [4] 영화진흥위원회, “국제공동제작에 관한 연구”, pp.19-23, 2001.
- [5] 부산국제영화제 조직위원회. *아시아 영화 네트워킹의 뿌리를 찾아서: 한-홍 합작시대*, p.16, 2004.
- [6] 김동호, *한국영화 정책사*, 나남출판사, p.193, 2005.
- [7] 김동호, *한국영화 정책사*, 나남출판사, p.195, 2005.
- [8] 부산국제영화제 조직위원회, *아시아 영화 네트워킹의 뿌리를 찾아서: 한-홍 합작시대*, p.18, 2004.
- [9] 김동호, *한국영화 정책사*, 나남출판사, pp.189-267, 2005.
- [10] 영상자료원, *한국영화사 공부 1980~1997*, 이채, p.84, 2005.
- [11] 김동호, *한국영화 정책사*, 나남출판사, p.360, 2005.
- [12] 영화진흥위원회 역대관객순위참조
<http://www.kofic.or.kr>
- [13] 中國電影產業盤点 (중국영화산업보고서), www.chinafilm.com, 2010. 09.18.
- [14] 박정수, “사회주의시장경제와 중국 영화산업 개혁: 시장, 제도, 그리고 양극화”, 한양대학교, 2010. 참조.
- [15] 중국은 현재 나이별 영화 관람 등급제도가 없어 다양한 영화들이 상영되기 힘들다.
- [16] “중국-대만 경제협력 기본협정의 주요 내용과 대응방향”, 뉴스와이어, 2010. 07. 06.
- [17] 영화진흥위원회, “한국영화 제작의 국제화 사례 연구집”, p.178, 2008.
- [18] 영화진흥위원회. “한국 영화 제작의 국제화 사례 연구집”. 영화진흥위원회, p.80, 2008.
- [19] 2009년 중국영화산업조사(2009年 中國電影產業盤点).
- [20] ‘제10회 중국, 대만, 그리고 홍콩영화감독 연구회가 홍콩에서 열렸다(“第十屆海峽兩岸暨香港電影導演研討會在港舉行”)', *大從電影*, 2009(3).

저 자 소 개

김진영(Jin-Young Kim)

정회원



- 2001년 2월 : 강남대학교 중국어 문학학사(인문학사)
 - 2007년 7월 : 중국전영학교 애니메이션전공 석사(영상예술석사)
 - 2008년 8월 ~ 현재 : 중앙대학교 첨단영상대학원 영상학과 박사과정
- <관심분야> : 중국 영상정책, 영화, 애니메이션 산업

김재웅(Jae-Woong Kim)

증신회원



- 1982년 2월 : 홍익대학교 서양학과(미술학사)
 - 1984년 8월 : 홍익대학교 대학원 미술학 석사
 - 1992년 8월 : 독일슈투트가르트 국립조형예술대학
 - 2002년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 대학원 미술학 박사과정
 - 2000년 8월 ~ 현재 : 중앙대학교 첨단영상대학원 영상예술학과 교수
- <관심분야> : 문화콘텐츠, 교육콘텐츠, 애니메이션