

한국영화의 트렌드와 산업화에 따른 문제와 대안

A Study on the Trend of Korean Movies and the Issues Caused by Industrialization and the Alternatives

육정학

영남외국어대학교

Jung-Hak Yook(cineyjh@hanmail.net)

요약

본 연구는 한국 영화계의 트렌드와 산업화에 따른 문제와 대안을 연구해 보고자 한 것으로 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 한국의 영화는 흥행에 초점을 맞춰 무분별한 장르 혼합형의 영화로 개성 있는 뚜렷한 장르의 영화가 없다는 것과 둘째, 영화가 산업이 되다보니 거대자본과 거대배급사를 가진 기업이 영화의 제작에서부터 배급, 극장의 상영까지 독과점 함으로써 한국 영화의 다양성과 예술성이 저해 받고 있다는 것, 셋째, 이러한 산업화 경향은 스타배우만 살아남게 함으로써 한국영화에 나오는 배우는 그 몇 명의 배우뿐으로 이 역시 다양성을 침해하고 있으며 그 외의 일반 배우들과 스태프들은 생활고에 시달리고 있는 것이다. 이러한 경향을 바탕으로 문제를 해결할 수 있는 방안으로 다음의 일곱 가지를 도출하였다. 장르개념이 있는 뚜렷한 장르의 영화를 발전시켜야 한다, 거대자본과 거대배급사에 좌우 되는 스크린 독과점을 제한하여야 한다. 즉 스크린 독과점 문제를 해결하기 위한 법률적 기구를 두어 현행 불공정한 영화산업의 구조를 새롭게 구성할 필요가 있다. 다양성 영화를 상영할 수 있는 전문극장의 확대 및 지원방안을 확충해야 한다. 스타배우와 배우, 스태프들의 출연료 문제를 조정할 필요가 있다. 영화발전 기금을 법률적으로 검토해 스포츠 토토처럼 활성화 시킬 수 있는 방안을 모색해야 한다. 영화의 부가시장의 활성화로 이익을 창출해야 한다. 그리고 마지막으로 윈스톱 체계를 갖춘 '다양성영화 지원 협의체'를 구성해야 한다.

■ 중심어 : | 영화 | 트렌드 | 영화장르 | 한국영화산업 | 영화배우 |

Abstract

This study focuses on analyzing the trend of Korean movies and the issues caused by industrialization and the alternatives. The results are as follows: first, there does not exist distinctive genre movie as most of the movie producers concentrate on thoughtless genre fusion of movie, simply hoping for box office success. Second, Giant companies that has large amounts of money and distributors tend to monopolize production, distribution, and running of movie. Consequently, the development of diversity and artistry is absolutely impeded. Third, the structure of Korean movie industry make some well-known movie stars survive the film world and staff members and actors except them face economic difficulty. The solution plans for the problems mentioned above can be drawn like this; first, genre film with distinctive features should be developed. Second, the monopolistic structure of the screen should be changed. Legal organizations are required to redesign the system of unfair Korean film industry. Third, it is suggested that quantitative expansion of special theaters of diversity film be urgently needed. Fourth, appearance fees given to popular movie stars, actors, and staff members have to be provided in a balanced way. Fifth, the way for revitalization of film production should be found through the legal examination of fund for film development. Last but not least, the profit from the additional film market ought to be made.

■ keyword : | The Film | Trend | Genre of Movie | Korean Movie Industry | Movie Stars |

I. 서론

제12회 뉴욕 아시아 영화제가 지난 6월28일 개막해 7월15일 날 마쳤다. 뉴욕 아시아 영화제는 대규모 영화제는 아니지만, 아시아에서 만들어진 예술성 높고 특색 있는 영화들을 한자리에 모아 뉴욕거들에게 소개하는 축제의 장으로 관심을 모으고 있다. 그동안 한국의 영화가 크게 관심을 끌지는 못했으나 박찬욱, 김기덕, 이창동, 김지운 등의 감독들이 소개되었고 그 감독들의 작품들이 주목을 받기도 했다. 한국, 중국, 대만, 일본, 태국, 말레이시아 등이 참여한 이번 영화제에 한국은 장편 13편 단편 12편을 참가하였으며 특별전을 갖는 배우 류승범과 감독 정지우, 그리고 데뷔영화 <은교>로 떠오르는 스타상(Rising Star Award)을 받은 김고은으로 인해 현지 언론들이 많은 관심을 가졌다고 한다.

이번 뉴욕 아시아 영화제에서 본 한국영화는 이제 단순한 호기심 차원을 넘어 글로벌 주류영화 산업의 한 부분으로 자리 잡았음을 확인할 수 있었으며, 이러한 한국영화의 강점에 대해 인디와이어의 하워드 파인스타인 기자는 “젊고 재능 있는 배우와 감독들이 많은데 다 자본과 시스템이 지배하는 할리우드와 다른 한국식 영화제작 방식 덕분에 이들의 재능과 창의력, 개성을 영화에 잘 반영할 수 있도록 해 주는 것”이라고 풀이했다[1].

그러나 최근 한국영화계의 경향을 보면 대규모 자본이 투입된 할리우드식 영화가 유통 배급망을 차지하는 등 산업화 현상이 두드러지고 있다. 이는 상업 대작 영화가 주류를 이룸으로써 자본력에 제약 받지 않는 다양한 개성의 특색 있는 예술영화가 설 자리를 잃어가고 있다는 것이다.

9월2일자 매일경제 역시 한국의 영화계 편식에 대해 우려를 나타내고 있다. 최근 극장가에서 한국영화 아니면 미국영화라는 것이다. 제 65회 칸 영화제 경쟁 부분에 올랐던 리 다니엘스 감독의 <페이퍼 보이>는 니콜 키드먼, 잭 애프론, 존 쿠삭 등 유명 배우들이 출연했지만 전국 12개관에서 상영돼 관객 3000여명을 모으는데 그쳤다. 세계 최고 영화제에서 호평을 받은 작품도 국내에서 외면당한 것이다. <별을 쫓는 아이>, <초속 5

센티미터>로 유명한 신카이 마코토 감독 작품 <언어의 정원>은 전국 40여개의 상영관에서 밖에 볼 수 없고 그나마도 하루 1회 상영하는 곳도 많아 시간을 맞추기 힘들다[2]는 것이다. 또한 지난해 베니스 국제영화제에서 최고상인 황금사자상(Golden Lion)상을 수상한 김기덕 감독의 작품 <피에타>가 최종 관객 수 59만 명 정도에 그침으로써 천만 관객을 모은 도둑들의 십분지 일에도 미치지 못하였다. 이러한 상황은 영화의 다양성을 저해함으로 결국 한국 영화계의 발전을 위해서 바람직하지 않다고 본다.

따라서 본 연구는 작금의 영화계의 문제가 무엇인지, 한국 영화계를 끌어가고 있는 트렌드는 무엇인지, 혹은 트렌드 분석에 따른 문제는 무엇인지를 연구해 보고자 한 것이다. 즉 21세기 국제화 시대의 사회 문화적 변화에 따른 한국영화의 트렌드를 분석 전망하고, 그 트렌드가 적극 반영된 영화의 가치를 예측함으로써 지나치게 상업적으로 운영되고 있는 한국영화의 문제와 함께 그 대안을 찾아보고자함에 연구목적은 두었다.

II. 한국영화의 트렌드

트렌드(trend)는 경제 분석상의 특수용어로서 사전적 의미로 계절변동이나 경기순환 등의 단기적인 변동을 초월해서 지속되는 장기적인 경향을 말하며 ‘추세변동(趨勢變動)’, 혹은 경향(傾向)’이라고도 한다. 일반적으로 트렌드란 말은 패션관련정보기관에서 유행의 변동 경향을 뜻하는 용어로, 주로 현재 ‘유행의 최첨단’ 또는 ‘다음에 오는 경향’이라는 의미로 사용되어오다가 최근에는 ‘다가올, 앞선’ 등과 같은 선행의 의미를 내포하여 여러 분야에서 자연스럽게 통용되고 있다.

트렌드에 대한 어원은 확실치 않으나 ‘나무줄기’란 뜻을 나타내는 라틴어 ‘트렁키스(truncus)’, 영어의 트렁크(trunk)를 잘라서 만든, ‘이동, 진행’이 그 목적인 수레 바퀴(wagon wheel)에서 유래되었다고 알려져 있다. 또한 중세 영어인 ‘트래덴(trunden: 돌다, 돌리다)’에서 비롯되었다고 보는 견해도 있으나, 두 가지 어원설 모두 이동을 나타내는 ‘돌아간다는’ 의미를 가지고 있다는 점

에서 근본적으로 차이가 없다고 여겨진다[3].

어쨌든 트렌드는 일시적이거나 단기적인 유행이 아닌 오랜 시간 정착되어진 경향, 또는 사조로 볼 수 있으며 이러한 트렌드가 우리 사회를 만들고 앞으로의 미래도 끌고 간다고 할 수 있다. 따라서 한국영화의 트렌드를 자세히 살펴보면 한국영화의 장단점이 무엇인지가 드러난다. 그리고 그 속에는 한국영화의 질적인 수준을 가늠할 수 있는 부분과 문제점이 무엇인지를 파악할 수 있으며 아울러 거기에 따른 미래전망도 해 볼 수 있을 것이다. 한국영화인이 보는 한국영화의 문제점은 제작 및 기술관계를 선두로 작품성, 배급구조의 모순, 영화인 육성문제, 영화문제 인식저하 등 20여 가지를 지적하고 있지만 본 연구에서는 크게 두 가지를 짚어 보고자 하는데 우선 한국영화의 장르의 분화와 형성에 따른 장르 영화, 기획영화, 블록버스트 영화, 작가주의 영화 등을 통해 한국영화의 트렌드를 살펴보고 아울러 한국영화의 산업화에 따른 구조적 문제를 짚어보고자 한다.

1. 한국영화의 트렌드(장르영화, 기획영화, 블록버스트영화, 작가주의영화)

장르는 문학 예술분야에서 부문, 양식, 형(型) 등의 뜻으로 통하므로 적어도 사전적 정의만을 놓고 볼 때는 다른 것과 구분되는 특정의 특성을 갖고 있는 양식으로 개념화 될 수 있을 것이다. 그러나 장르의 개념은 단순히 사전적 정의만으로 개념화하기 힘들다. 왜냐하면 장르에는 사회적 기능이 포함되어 있어 사회적 맥락에서의 이해를 필요로 하기 때문이다. 이 같은 이유로 Neale(1980)은 장르를 '체계로서가 아닌 체계화의 과정으로 보고 있으며, 체계화의 과정은 그에 의하면 '산업, 텍스트, 주체'의 사이를 순환하는 기대와 관습의 체계로 파악하고 있다[4]. 따라서 한국영화의 장르 속에는 한국영화의 관습을 포함한 국가적 문화적 트렌드를 고스란히 담고 있다고 볼 수 있다. 영화에서 장르는 관객에게 그들이 보는 내러티브의 종류를 빠르게, 다소 복합적으로 파악할 수 있게 하는 약호, 관습 및 시각 스타일의 체계[5]로 예의도 있을 수 있지만 흥행을 우선으로 하는 일반적인 기획영화에선 어떤 영화도 장르를 떠나서 존재할 수 없다.

2006년 프랑스에서 한국의 문화이미지, 문화브랜드를 문화기호학적으로 분석한 연구에 의하면 2002년부터 2006년까지 <르몽드>에 게재된 한국영화 관련기사는 31건으로 양적, 질적으로 풍부함을 알 수 있다. 기사의 분량은 대개 사진을 포함한 전면기사가 많았으며, 담화유형은 정보 전달형 단순기사가 아니라 영화나 감독을 해부하는 분석형 기사가 많았다. 프랑스에서의 한국영화관련 기사는 한마디로 다층적이면서 심층적이다. 한국영화의 최근 동향에서부터 대표적인 감독과 영화들까지 상세히 소개되고 있으며, 칸느와 베를린 영화제에서 한국영화의 수상, 유네스코 문화다양성 협약을 지지하면서 스크린 쿼터제 유지 시위에 동참하는 한국영화인의 모습, 파리에서 개최된 한국영화제에 이르기까지, 최근에 급성장한 한국영화의 위력에 놀라고 찬사를 보내는 어조이다[6]. 그러나 그 중 한국영화에 대해 부정적으로 기술된 부분은 거대자본의 독점, 할리우드 모방, 작가영화의 상업적 실패로 꼽았다. 어떻게 한국영화의 문제점들을 꼭 집어내듯이 지적하였는지 모르겠지만 본 연구자의 생각도 별반 다르지 않다. 2006년 오정숙의 연구에서 지적한 한국영화의 부정적 내용은 2013년 현재까지도 변화하지 않고 있기 때문이다. 2013년 현재의 한국영화는 질적, 양적으로 놀랄만한 성장을 해 왔지만 2000년대 등장한 상업적 작가와 함께 SF나 비인기 장르의 영화들은 사장되고 같은 요소를 우려먹고 또 우려먹고 하는 비슷비슷한 장르가 혼합된 영화들이 흥행을 부추기고 있다.

오늘의 한국은 '세계적으로 영화를 잘 만드는 편'이라고 하지만 최근의 한국영화들을 보면 비슷비슷한 장르가 혼합된 영화일색이다. 도입부는 코믹하다가 중간은 드라마적 전개를 이루고 절정에서 멜로로 밀고 당기더니 결말에서 사회 교훈적 메시지가 튀어나오는 식이다. 중간 중간 SF 판타지적 장면도 마찬가지로 이다. 아무리 최근 세계 영화의 경향이 장르 간의 크로스오버라지만, 이는 두 가지 이상의 기존의 명확한 장르가 서로 융합하여 장점을 취해 진화하는 것이지 이것저것 혼합하는 게 아니다. 관객에게 이것저것 모두 보여 주기에 급급한 한국영화는 크로스오버라는 말 자체에 건주기조차 어렵다. 대중문화에서 장르라는 것은 매우 중요하다.

장르는 그 분야의 문화를 사는 대중을 유혹하는 페로몬과 같기 때문이다. 매일 수만 종의 콘텐츠가 쏟아지는 대중문화 속에서 구매자는 필연적으로 대부분을 무시하고 한정된 가치수 속에서 선택을 해야 한다. 이 때 구매자의 1차적 여과 장치가 바로 장르가 된다[7]. 이제 한국의 영화는 서로 비슷비슷한 장르 혼합형 영화에서 벗어나 개성 있는 뚜렷한 장르의 영화를 발전시킴으로써 한국영화사 가치평가 부문에서 ‘장르개념이 없다’는 인식을 불식시켜야 할 것이다. 즉 관객들의 취향에 맞춘 장르혼합형 상업적 영화의 제작을 지양하고, 비인기 장르의 영화를 발전시킬 수 있는 기반을 마련하는 등 인지적 가치를 지닌 영화로 영화의 질적 수준을 높여야 할 것이다. 이와 같은 맥락에서 기획영화나 블록버스터 영화를 언급할 수 있다. 기획영화라는 말은 90년대 초 ‘기획(일을 계획함)’이라는 사전적 의미의 단어와 ‘영화’라는 단어가 결합하여 ‘기획영화’라는 새로운 개념의 단어가 형성되어 등장하게 되었는데 이는 만들어지는 영화는 어떤 영화라도 누군가의 의도 하에 목적을 가지고 기획되어 진다는 것이다.

영화를 기획한다는 의미는 목적을 가진 아이템을 선별하고 그것을 영화화하기에 적합한 형태로 발전시키기 위한 준비 행위라 해석할 수 있다[8]. 기획영화의 등장은 한국영화산업에 발전적 전기를 마련했다. 당대의 트렌드에 밀착해 대중의 무의식을 파고드는 소재를 발굴했던 이런 영화들은 1990년대 이후 한국영화의 거대한 줄기를 형성해 한국영화의 산업화에 직접적인 가교 역할을 한 것은 주지의 사실이다. 투자와 제작의 분리라는 제작방식이 시도된 첫 작품이며 대기업의 첫 투자 사례라 할 수 있는 <결혼이야기>(1992)의 흥행은 대기업의 투자를 촉발시켰으며 이들 대기업과의 결합은 젊은 기획자들의 입지를 더욱 넓혀 주었다. 이 후 <미스터 맘마>(1992), <닥터 봉>(1995), <접속>(1997)에 이르기까지 감독보다 프로듀서가 중심이 된 기획의 힘으로 영화를 성공시키는 풍토가 정착되기 시작했다. 기획영화 시대를 거치면서 한국영화는 영화제작사, 투자회사, 유통업체 3자가 시나리오 수정부터 마케팅 예산까지 전 과정에 걸쳐 긴밀하게 협의하는 협업 시스템으로 정착의 토대를 마련하였다[9]. 그런데 기획영화의 의도

나 목적이 다양한 계층의 다양한 관객을 위한 다양한 영화로 이루어지기보다는 장르적으로 상업성에 목적을 두고 흥행만을 위해 주 소비계층의 취향에 맞추게 되었다. 거대자본의 투자로 기획단계에서부터 이미 산업이 된 영화는 흥행성공으로 이어져야만 지속적인 제작이 가능하므로 흥행은 투자 안정성을 위해 필수적인 과제가 된 것이다.

영화세상의 안동규는 씨네 21과의 인터뷰에서 기획영화의 의의와 영향에 대한 질문에서 “예전엔 감독 하나 믿고 가는 시대였지만 이제 무슨 이야기를 했으면 좋겠다는 기획자의 아이디어가 있고 거기에 맞는 감독을 고르는 시대가 됐다. 전체가 그런 것은 아니지만 비율로 봤을 때 80%는 기획영화인 셈이다. 지금이 르네상스 때처럼 예술가를 전폭적으로 후원하는 시대가 아닌 이상 기획영화가 대세일 수밖에 없다”[10]라고 대답한다. 그러나 이러한 기획영화가 소재중심의 영화로 콘셉트(concept)가 분명하거나, 사회문화적인 트렌드를 담아내거나, 다양한 장르의 도입으로 영화적 차별을 시도한 것이 아니라 그 목적이 흥행에 초점을 맞추므로써 기획영화 자체의 의미를 상실하게 되었다. 즉 한국영화에서 기획이라는 제작시스템은 영화의 전문화를 위해 필수조건이지만 그 목적이 흥행을 쫓다보니 그 품격을 갖춘 예술성은 다소 무시되고 앞서 언급한 장르혼합형 저 품격의 영화를 양산하게 되는 결과가 되었다. 따라서 기획영화는 “영화를 만들어 내기 위한 제반 필요한 준비사항을 계획하는 일[11]”이라는 기획의 의미를 살려 흥행과 예술의 양면을 살릴 수 있는 프로듀스 시스템의 체계화가 필요하다고 본다.

블록버스터 영화 역시 기획영화이나 이는 기획단계에서부터 대규모 흥행을 목적으로 거대한 자본이 투입되는 대작영화로 대중적 오락성과 상업성만 부각시키고 있다. 이러한 영화들은 영화의 산업성을 내세워 흥행코드에 맞춰 여러 가지 흥미로운 요소들을 배치함으로써 장르혼합을 일상화하고, 상업적 목적에 따라 기획하고, 대규모 투자금을 유치하여 블록버스터 영화임을 내세운다. 1998년 개봉한 블록버스터 영화 <쉬리>(1998)가 흥행에 성공하자 영화계는 한국형 블록버스터에 대한 기대감에 차올랐고 이어 한국의 영화계는

끊임없이 블록버스터를 만들어 냈다. <태극기 휘날리며>(2003), <해운대>(2008), <마이웨이>(2011), <타워>(2012), <미스터 고>(2013) 등의 블록버스터 영화들은 한국의 개봉관에서는 성공도 하고 실패도 하지만 결국은 할리우드에 밀리게 되었다. 왜냐하면 한국블록버스터 영화의 성장은 할리우드를 뒤쫓는 전략으로 성장하였고, 할리우드 키드였던 대다수 영화인들은 할리우드 전략을 분석하고 모방해 한국형 블록버스터를 만들었기 때문이다. 대중적으로 성공한 수많은 영화가 이러한 흥행코드를 최대한 활용함으로써 순수한 장르영화는 찾아보기 어렵고 영화장르의 정치적이고 사회적 문화적인 기능을 가진 기획영화, 블록버스터 영화는 더욱 찾아보기 힘들다.

반면 작가주의 영화는 영화의 예술성에 주안점을 둔 영화로 문학작품을 쓰는 작가처럼 영화감독도 자기 영화의 작가가 되어야 한다는 것이다. 할리우드가 영화의 대중성을 고민하는 동안 유럽의 영화, 특히 프랑스의 영화는 영화의 예술성을 고민하였고 이런 전통은 두 영화를 비교해보면 확연히 드러난다.

작가주의란 용어 자체도 프랑스의 영화감독이자 이론가였던 프랑수와 트뤼포가 영화비평 전문잡지인 “카이에 뒤 시네마”에 발표한 일종의 영화이론이었다. 작가주의 영화는 낮은 관습보다는 실험정신을 추구하기 때문에 비대중성을 띠고 있다. 대신 이 영화는 영화를 예술적 의식의 소산으로 간주하면서 진지한 주제와 자유로운 양식을 쫓는다, 최근 대표적인 작가주의 영화로 베니스 국제영화제에서 그랑프리상을 받은 김기덕 감독의 <피에타>가 있다. 다소 불편했지만 불편한 진실을 폭력적인 영상으로 잡아내고, 인간의 마음을 집요하게 파헤쳐 주제를 선명하게 부각시킴으로써 영화 메시지 전달에 성공적인 성과를 거둔 작품으로 평가된다. 그의 영화는 할리우드를 모방하지도 한국의 기획영화도 아니다. 기획영화나 블록버스터 영화가 갖는 친편일률적인 영화공식에서 벗어나 자유로운 작가적 상상력이 탄생시킨 영화이다. 그러나 이런 영화가 한국 땅에서 설 자리를 잃고 있다. 흥행이라는 관객의 취향에 맞춘 영화가 작가주의의 설 자리를 소멸시켜 가고 있는 것이다.

이제 세계가 하나라는 국제화시대에 영화의 품격을 높이는 일은 무엇이 품격인가를 따지고 볼 때 쉽지 않다. 특히 영화처럼 자본금이 많이 들어가는 경우 품격을 따지다보면 흥행에 실패하기 일쑤다. 그러나 한국영화의 수평적 확장(대중적 상업적 성공, 양적 확장)과 수직적 심화(질적 도약, 예술적 성장, 국제적 인지도)는 서로 맞물려 영화의 황금시대를 구가하는데, 그 심층의 에너지는 작가주의 영화들로부터 분출되는 영화의 수평선(보편성)과 형식의 수직성(전복성)의 행복한 만남 [12]에서 나오고 있음을 안다면 어떻게든 균형을 맞춰야 하지 않을까 하는 생각이다.

2. 한국영화의 산업화 경향

최근 한국영화의 위상을 크게 세운 것으로 김기덕 감독의 작품 <피에타>가 있다. <피에타>는 올해 개최한 제69회 베니스영화제에서 한국영화사상 최초로 황금사자상을 수상함으로써 한국영화의 격을 높였다고 생각한다. 김기덕은 한국의 대표적인 작가주의 영화감독으로 개성적인 표현과 창의적인 연출로 독특한 자기세계를 가지고 있으나 정작 한국에서의 관객의 호응도는 실망적이다. 본인도 김기덕의 영화를 좋아하는 편은 아니지만 세계에서 최초로, 그것도 세계3대 영화제 중의 하나인 베니스영화제에서 작품성을 인정받은 감독에 대한 예우가 충무로의 냉대나 무시라면 좀 심하다는 느낌이 든다. 김기덕의 <피에타>를 감상한 총관객수는 59만 2,848명으로 집계되었다. 반면 관객 천만시대를 열었다는 한국영화산업의 성과는 연일 화제다. 영화<도둑들>이 역대 한국영화사상 최다 관객 수인 1,302만 9,740명을 기록했고 <광해, 왕이 된 남자>가 10월31일 현재 누적 관객 수 1,104만 2,033명을 기록하며 대중상 15개 부분의 상을 휩쓸었다.

지금 상이야기나 영화이야기를 하자고 꺼낸 말은 아니지만 만약 김기덕 감독이 아닌 다른 대중적 감독이 혹은 대규모 투자금을 갖고 있는 영화사의 기획 작품이 베니스영화제에서 상을 받았다면 그 영화의 관객 수는 어떻게 집계되었을까 하는 궁금증이 생긴다. 한국과 중국 도둑 10명이 다이아몬드를 훔치는 오락영화 <도둑들>과 이 시대가 원하는 지도자상을 둘러싼 <광해, 왕

이 된 남자>는 한국영화사상 처음으로 한 해 잇따라 개봉돼 나란히 관객 천만을 돌파하면서 한국영화의 전성시대를 이루고 있다. 관객 10명 가운데 7명이 한국영화를 볼 정도로 한국영화는 최고의 한해를 보내고 있으며 이는 어려운 여건 속에서 이룬 한국영화의 값진 성과로 볼 수 있다. 그러나 자세히 들여다보면 국내영화 투자 배급사인 CJ와 롯데, 쇼박스 등 막강한 투자 배급사가 이끌어 낸 독과점의 산물이라는 지적이 많다. 이들 투자 배급사가 만든 대작의 경우는 개봉 당시부터 스크린의 40-50%를 독점한다. 올해 최고의 흥행을 기록한 <도둑들>의 경우, 한때 무려 1092개의 상영관을 잡았고 <광해, 왕이 된 남자>는 1001개의 상영관을 차지하기도 했다. 전체 스크린 중 절반의 숫자이다. 앞서 언급한 우리나라 사상 국제영화제에서 최고의 상을 받은 영화도 극장 잡기가 여의치 않을 정도로 심각한 것이다 [13].

한국 영화 산업은 대기업이 투자-제작-배급의 산업출발점부터 상영의 종착점까지 독식하는 수직통합적 구조를 가지고 있다. 그리고 영화시장은 흥행성이 높다고 기대되는 영화를 스크린의 70%까지 상여하는 스크린 독과점 전략으로 작동된다. 수직통합적인 산업구조와 스크린의 독과점이 일상화 된 영화시장, 조금의 과장도 없이 한국영화산업과 시장은 소수의 독과점 기업에 의해 지배되는 약탈적 시장의 성격을 가지고 있다 [14].

거대자본과 거대배급사에 좌지우지되는 한국영화의 산업적 측면은 긍정적인 면과 부정적인 면의 양면을 가진다. 영화 배급사들의 피 말리는 경쟁이 더욱 좋은 콘텐츠를 양산한다는 식의 긍정론이 있는가 하면 ‘한편이라도 지속적으로 자신의 영화를 상영할 수 있는 기회가 주어졌으면 좋겠다’는 김기덕 감독의 말처럼 국제영화제에서 최고의 상을 받은 영화도 돈이 안 된다고 생각하면 설 자리가 없는 것이 우리 영화의 현실인 것이다. 이러한 현실 속에 무슨 영화의 발전을 운운할 수 있겠는가?

한국영화의 산업화 경향은 영화의 제작에서부터 배급, 극장의 상영까지 대규모 자본에 의해 영화의 다양성과 예술성을 저해하는 영향을 주고 있다. 결국 흥행

을 앞세운 영화의 상품화와 산업화가 가속되면 될수록 궁극적으로 한국의 고품격 영화는 흥행에 밀리게 된다. 올해 한국영화관객 1억 명 시대에 천만 영화 탄생이라는 두 편의 영화 뒤에는 우리 영화계의 예술적 품격을 위해 남겨 둔 과제가 만만치 않음을 알 수 있다.

산업으로서의 영화가 관객들의 취향에 맞춘 상업적 영화의 마인드로 제작하고 보급된다면 언젠가 한국영화의 이미지는 영화를 예술로 대하던 자의식이 없어지고 장인적 기술로만 영화를 찍어대는 숙련된 시스템의 천재라는 오명을 뒤집어쓰지 않을까 우려된다.

한국영화의 산업화 경향으로 또 다른 문제는 배우의 문제를 들 수 있다. 배우는 영화제작에 중요한 노동력을 제공하고 있는데, 배우를 영화산업적인 관점에서 본다면 배우 역시 흥행을 위한 하나의 도구에 불과하다. 즉 흥행이 될 만한 배우 한명의 출연비가 다른 모든 출연 배우들의 출연료를 합한 것보다 많다는 것이다. 한국영화에서 유명 스타는 한류 열풍과 맞물려 이미 상품적 가치를 지닌 브랜드화 되었으며 그 브랜드는 영화의 흥행성과에 기여하기 때문이다.

인간, 특히 유명인을 브랜드로 간주하고 전략적으로 접근하는 휴먼 브랜드(Human Brand)[15]는 Thomsom. M(2006)에 의해 제시 되어 다양하게 연구되어져 왔다. 이와 유사한 스타파워(Star Power)는 일반적으로 개별스타가 자신이 투입된 상품의 시장성을 제고시키는데 기여하는 정도를 말하며, 특정 스타가 출연함으로써 그 스타를 좋아하는 팬들이 그 상품수요를 이끌게 됨으로, 어떤 특정 스타의 출연은 다른 외부요건으로 설명될 수 없는 수요를 창출하는 브랜드 자산을 의미한다[16]. 이는 한명의 유명 스타만 있으면 영화가 흥행에 성공할 수 있다는 것을 말해준다. 오늘날 영화산업의 경향은 단기 프로젝트(short-team project)방식, 즉 영화제작 때마다 팀이 새로 구성되고 새로운 연결 관계가 맺어지는 방식이다 [17]. 미국이나 한국의 영화산업에서 초기에는 대형 스튜디오 제작사에 의한 일괄 제작 방식이나 전속제가 지배적이어서 한 배우가 다양한 감독과 만나기 어려웠으나 차차 그러한 시스템이 붕괴되어 한국에서도 90년대 이후 영화제작은 단기 프로젝트 방식이었다[18].

단기 프로젝트 방식은 전속제가 아닌 배우가 다양한 감독을 만나 다양한 작품에 임할 수 있다는 장점이 있으나, 거대자본이 투입된 산업화 이후 장르에 따른 자신의 독창적 스타일이나 이미지를 구축하기 보다는 흥행위주의 획일화 된 작품에 관객의 취향에 맞춰지는 역할을 감수해야 한다. 몇몇 스타만 살아남을 수 있는 이러한 현상은 길게 보면 영화계의 배우기근이라는 현상을 낳고 있으며 결국 영화의 작품성도 떨어지게 된다는 것이다. 이는 상업영화 대 예술영화의 구분이 생겼다는 현상[19]이나 영화의 상업성의 논리와 작품성의 논리가 서로 다르다는 현상에서 볼 때 영화의 상업성과 작품성 사이에 괴리가 있음을 시사한다. 김우식(2002)의 연구에 의하면 1996년부터 1998년까지의 3년 동안 한국영화의 흥행수입을 설명하는 변수들의 영향력을 검토한 결과 감독상, 주연상, 조연상, 신인상을 수상한 영화는 수입이 늘지만 작품상을 수상하는 영화는 수입이 주는 현상이 나타났다고 한다[20]. 이 말은 영화의 흥행성과 작품성은 별개라는 말이 된다. 결국 한국영화의 산업화 경향은 배우선택의 문제에서조차 흥행에 초점을 맞춰 독창적이고 개성 있는 배우보다는 관객의 취향에 맞춰 선택함으로써 영화생산의 주요노동력으로 스타 배우만 존재하게 하는 결과를 낳고 있다.

국세청 자료에 따르면, 2009년 배우가 19,130명이었는데 2010년 28,743명으로 50.3%로 증가하였다고 한다. 이 자료는 스타 배우들처럼 많은 수익을 올리는 배우들이 존재하는 반면에 연평균 수입이 매우 적은 배우들이 존재함을 알려준다. 그리고 배우를 스타에 한정되어 연구하는 것이 아니라 보다 폭넓게 연구해야 할 것임을 드러내주고 있다[21].

이에 덧붙여 한국영화의 또 다른 노동의 축인 스태프들의 노동의 대가 역시 상당히 열악함을 알 수 있다. 한국 영화가 최고의 황금기를 누린 2013년 올 해 현재까지 흥행순위 3위에 드는 영화는 모두 한국영화인데 이런 한국영화의 황금기 뒤편에는 열악한 근로환경과 저임금 노동자들인 스태프들이 있기 때문이다. 우리 영화에 관객이 몰리는 이유가 뛰어난 스타배우들이 등장해 스크린에 무게중심을 잡아주고 있음을 부인할 수는 없지만 스타배우를 제외한 여타의 배우들과 스태프들의 현장

의 처우개선이 이루어지지 않는다면 그 또한 한국영화의 발전을 저해하는 문제가 될 것이다.

III. 한국영화계의 문제점과 대안

2장에서 서술한 한국영화의 트렌드를 살펴보면 크게 두 가지로 볼 수 있다. 하나는, 한국영화는 영화장르의 분화와 형성에 따른 장르영화, 기획영화, 블록버스터 영화, 작가주의 영화 등이 흥행을 위주로 비슷하게 섞여 있다는 것이고, 또 다른 하나는 산업화에 따른 구조적인 문제로 투자 배급사의 스크린 독점 및 스타 배우의 흥행코드문제를 꼽았다. 물론 한국영화의 문제점은 다른 연구자들이 지적한대로 제작 및 기술관계를 선두로 작품성, 배급구조의 모순, 영화인 육성문제, 영화문제 인식저하 등 20여 가지가 넘지만 본 연구에서 중점적으로 다룬 내용은 이상의 두 가지이다. 이 두 가지를 중심으로 한국 영화의 균형 있는 발전을 위한 문제점이 무엇인지와 그에 대한 대안을 다음과 같이 제안한다.

첫째, 장르개념이 있는 뚜렷한 장르의 영화를 발전시켜야 한다. 장르는 다른 것과 구분되는 특성 있는 양식으로 장르 속에는 한국영화의 관습을 포함한 국가적 문화적 트렌드가 담겨 있어야 한다. 그럼에도 불구하고 기획영화는 흥행에 초점을 맞추고 블록버스터 영화는 할리우드를 모방하고 작가영화는 설 자리가 마땅찮아 상업적으로 실패를 거듭한다.

할리우드 영화의 스타일을 '모방'하는 경향에 대해서 우려의 목소리를 내는 관객 또한 적지 않은데 최근 흥행에 성공한 대부분의 한국영화들은 관객들로 하여금 '가시감'을 갖게 할 만큼 할리우드 영화와 유사한 스타일을 차용하고 있는 것이 사실이다. 일부 관객들은 구체적으로 어느 장면이 할리우드 영화에서 따온 것인지, 그 분석 결과를 인터넷에 올리기도 한다. 관객의 치밀한 검증과정은 정보화 시대에 피할 수 없는 영화 소비과정의 일부로 자리 잡고 있는 것이다[22].

그러므로 이제부터는 장르개념이 있는 뚜렷한 장르의 영화를 발전시켜야 한다. 대부분의 영화가 한 개의 장르를 고집하지 않고 크로스오버 된 몇 개의 장르가

쉬어 있음을 볼 때 그 역시 시대적 흐름으로 나쁘다고 보지는 않는다. 그런데 상영되는 모든 한국영화가 친편 일률적으로 크로스오버의 스타일이 비슷하다면 즉 장르간의 혼합형태가 비슷하다면 그것은 문제가 된다. 가장 창의적 이어야할 영화가 관객의 취향에 맞춘 장르 혼합형 상업영화만 찍어낸다면 영화의 창조성은 없어지게 되는 것이다. 아울러 한국에서 취약한 SF 판타지 장르도 활성화시킬 필요가 있다. 다양한 장르의 다양한 영화가 대중적 소통을 위해 무엇이 필요한가하는 트렌드를 파악하고, 기획영화는 기획의 의도를 살리고 블록버스트영화는 할리우드를 따라가기보다 보다 한국적인 트렌드의 블록버스트를 연구하고 작가주의 영화는 영화의 콘셉트가 분명한 독창적 영화를 만들어 낸다면 국제화 시대에 한국의 영화도 영화인으로서 품격을 갖추게 되지 않을까 하는 생각이다.

둘째, 거대자본과 거대배급사에 좌우 되는 스크린 독과점을 제한하여야 한다. 앞장에서 언급하였듯이 베니스영화제에서 한국영화상 최초로 황금사자상을 수상한 김기덕 감독의 <피에타>가 스크린이 없어 관객들이 지속적으로 이 영화를 보지 못했다면 최고의 상을 준 나라는 우리의 영화관람 수준을 어떻게 볼 것인가?

강한섭(2013)은 스크린 독과점 문제는 정치권과 경제계, 혹은 언론이나 방송 등에서 꾸준히 문제를 제기하고 있지만 정작 영화계에서는 아무런 변화가 없다고 질타한다. 대기업이 동네 골목 뽕집까지도 점유하는 것에 온 국민의 비난이 일자 슬그머니 철회하였던 것처럼 모든 영화인이 앞장서 스크린 독과점의 문제를 해결하여야 한다. 이를 해결하기 위해서는 영화인의 일치단결된 의견을 수렴할 수 있는 기구를 발족하고, 그 기구가 법적으로 강제할 수 있는 권한을 가져야 한다[23]. 즉 스크린 독과점 문제를 해결하기 위한 법률적 기구를 두어 현행 불공정한 영화산업의 구조를 새롭게 재편할 필요가 있다. 이를 통해 공정한 영화시장 질서가 정립됨으로써 영화에 관심이 있는 새로운 기업이 영화산업에 합류할 수 있으며, 이는 한국영화계의 발전과 성장을 가속화시킬 수 있다고 본다.

셋째, 다양성 영화를 상영할 수 있는 전문극장의 확대 및 지원방안을 확충해야 한다.

전문극장이란 예술영화, 독립영화, 다큐멘터리 등의 비상업영화 즉 다양성 영화를 상영할 수 있는 전용극장을 말한다. 다양성영화란 예술영화, 독립영화, 다큐멘터리 등의 영화를 통칭하지만 일반적으로 소규모의 작은 영화에 대한 대체개념으로 다양성 영화를 제안하고 있다. 다양성 영화의 취지는 상업성이 없거나 영리를 목적으로 하지 않는 영화를 보호, 지원하겠다는 것이다. 한국에서 해마다 340-360여 편 정도의 다양성 영화가 제작되지만 실제로 10분의 1정도 정도만 상영되고 나머지는 상영조차 되지 못하는 것이 한국 영화의 현실임을 볼 때 한국영화의 미래는 기대할 수 없다[24]. 이렇듯 다양성 영화를 만들어도 정작 극장이 없어 상영조차 못한다면 이 역시 영화의 발전과 진흥을 저해하는 일일 것이다. 독과점 기업이 자신이 지배하는 극장 중 98%의 상영관에서는 스크린 독과점을 기본전략으로 운영하면서 2%의 상영관에서만 영화의 다양성을 외친다[25]고 한다. 말 그대로 약간의 생색을 내는 정도이다. 따라서 한국의 다양성영화를 보호하고 발전시키기 위해서라면 이를 구체적으로 명시한 전문극장의 확대가 필요한데 이 역시 법제화 시켜야 한다고 생각한다. 예를 들면 대기업의 계열극장이 갖고 있는 스크린 수의 10% 정도는 다양성영화를 상영케 한다는 법적 조치가 있다면, 이를 실천할 것이고, 이로 인해 한국의 다양성 영화는 활기를 찾을 것이다. 현재 한국영화의 현실이 대기업에서 지원하는 소수의 기획영화들이 많은 극장수를 차지하고 흥행을 독식하는 상황, 거대자본, 대작의 블록버스트영화, 전국적 배급, 흥행성공으로 선순환되고 있지만 저예산영화, 다큐멘터리 영화, 예술영화 등의 다양성 영화는 제한적 배급으로 흥행실패의 악순환이 계속될 것이다. 아울러 다양성 영화를 제작 지원하는 방안도 강구하여야 한다.

해마다 영화나 영상을 전공하여 졸업하는 학생 수는 대략 700-800명 정도인데 그 중 약30%만이 영화현장의 연출부나 스태프로 일할 뿐 나머지는 직업이나 창작적 활동을 하지 못한 채 사장된다. 이러한 영화적 현실은 대규모 상업영화, 즉 흥행이 되는 영화만 살아남게 되고 나머지는 사장됨으로써 한국 영화의 질적 성장 및 품격을 떨어뜨리는 것이다.

넷째, 스타배우와 배우, 스태프들의 출연료 문제를 조정할 필요가 있다.

한국영화 제작편수가 증가하고 수익률이 낮아지면서 스타의 캐스팅료에 대한 논란이 커지고 있다. 스타들의 출연료는 그들의 가치를 반영하는 척도이다. 만약 스타가 자신이 받는 캐스팅비보다 더 높은 가치를 창출할 수 있다면 캐스팅비가 더 높아지는 것은 큰 문제 될 것이 없다. 그러므로 영화 수익을 극대화하기 위해서는 스타에 대한 가치평가와 이에 기반을 둔 출연료 책정이 필요하다[26]. 그러나 한국의 영화가 지나치게 스타에 의존함으로써 스타 이외의 배우들과 스태프들에게 제공되는 임금은 과히 우려할 만하다는 비판이 있다. 즉 눈앞의 스크린과 스타배우는 화려한데 그 외의 영화종사자들은 열악한 근로환경에 저임금까지 생활고에 시달린다. MBC는 영화스태프들의 근로환경 실태조사에서 임금체불을 겪은 적이 있다고 답한 사람이 10명중 4명이었고, 평균체불임금은 780만원으로 평균연봉 1107만원의 70%였다. 따라서 인건비 에스스로제를 제안했는데 에스스로제란 전체 제작비에서 인건비를 따로 분리해 인건비 자체를 다른 용도로 쓸 수 없도록 하는 제도를 말한다[27]. 출연료는 영화의 산업과 맥을 같이한다. 영화산업이 자본에 따라 많은 이익을 창출해내었다면, 스타배우는 물론이지만 여타의 배우들이나 스태프들도 충분히 생활해 나갈 수 있도록 이익을 적절히 배분하여야 할 것이다.

다섯째, 영화발전 기금을 법률적으로 검토해 스포츠 토트처럼 활성화 시킬 수 있는 방안을 모색해야 한다.

스포츠 토토(Sports Toto)란 스포츠와 게임이 접목된 새로운 방식의 레저게임으로, 국내스포츠를 활성화하고 국민체육진흥기금을 안정적으로 조성하기 위한 대책사업으로 시작되었다. 2001년 10월 스포츠 토토(주)가 국민체육진흥공단으로부터 사업을 위탁받아 '토토'라는 이름으로 스포츠베팅 게임을 발매하기 시작하였으며 현재 스포츠 토토 게임을 즐기는 사람들이 늘어나면서 한국 체육계 전반에 걸쳐 새로운 바람이 불고 있다. 스포츠 토토는 스포츠 경기 결과를 알아맞히는 지적이면서도 건전한 레저게임으로 체육진흥기금 및 사회공익기금 조성이라는 사업목적에 의거하여 수익금

을 조성하고 있다[28]. 이와 같은 방식으로 거대자본이 들어가는 영화제작에도 국민적 모금을 할 수 있는 방안을 모색해야 한다. 앞서 지적한 4개의 개선안은 모두 자본이 있으면 해결될 수 있다. 비상업적인 예술영화나 독립영화도 많이 제작할 수 있고, 나아가 독립된 공간도 확보할 수 있을 것이며, 배우나 스태프들의 출연료도 올릴 수 있을 것이다. 즉 영화진흥을 위한 국민적 모금 방법이 모색되어 진다면 영화를 좋아하는 한국인들이 영화에 더 많은 관심을 가질 수 있을 것이고, 그 자본으로 한국영화의 다양한 장르의 다양한 영화가 창작되어 한국영화의 품격을 높일 수 있을 것으로 본다.

여섯째, 영화의 부가시장의 활성화로 이익을 창출해야 한다.

영화가 만들어지면 우선 극장에서 개봉된다. 극장 상영이 끝난 영화는 지상파 방송이나 케이블 TV, DVD, IPTV, 비디오, 인터넷, 위성방송, 모바일 등의 매체를 통해 재 상영되는데 이를 부가시장이라 한다. 이 부가시장은 제작자에게는 또 다른 수익의 창구가 될 뿐 아니라 관객들에게도 저렴한 가격으로 영화를 볼 수 있는 기회를 제공하게 된다.

영화의 불법 다운로드가 한국영화계의 이미지를 망치고 제작자에게는 엄청난 손해를 끼치고 있는 이때, 영화의 부가시장, 즉 디지털 온라인 시장[29]을 활성화함으로써 수익을 창출하여야 한다. 그런데 이러한 영화의 부가시장을 장르에 따라 차별화할 필요가 있다. 상영시간이 짧은 단편 예술영화나 독립영화, 다큐멘터리 등의 작품은 모바일로 전송받아 볼 수 있게 하고 그 관람비를 핸드폰 요금에 묶어 패키지로 상품화하면 어떨까 하는 생각이다. 즉 관객의 취향에 따라 한 달에 몇 편의 영화를 감상하고 그 관람비를 핸드폰요금에 묶어 지불하는 형식이 이루어진다면 지하철을 타고 가면서도 수준 있는 예술영화 한편을 감상할 수 있을 것이다.

일곱째, 세 번째 안을 활성화 시킬 수 있는 방안으로 윈스톱 체계를 갖춘 '다양성영화 지원 협의체'[30]를 구성해 영화창작활동을 활성화시킬 필요가 있다. 이는 한국 영화의 경우 예술영화, 독립영화, 다큐멘터리 등의 수준 있는 영화가 많이 제작되지 않는 문제를 해소할 수 있는 방안으로 이런 영화제작의 경우, 시나리오 공

모에서부터 창의적인 감독 선정, 스태프 지원, 기획, 홍보의 지원, 그리고 상영관으로 전용극장의 지원 등이 이어진다면 영화예술의 창작활성화가 지속되지 않을까 생각한다. 최근 배우출신 감독들이 잇따라 작품을 개봉했지만 흥행에 실패하였다. 2012년 구혜선 감독의 ‘복숭아 나무’나 유지태 감독의 ‘마이리틀피마’, 그리고 올해 개봉한 하정우 감독 데뷔작 ‘롤리코스트’나 박중훈 감독의 ‘톱스타’ 등이 모두 흥행에 실패하였는데 그 이유가 연기연출은 강한데 스토리텔링 등에서 부족하다든지 대부분의 감독이 기획, 시나리오, 연출 등을 직접 다함으로써 영화의 완성도를 떨어트릴 수 있다는 것이다. 따라서 윈스톱 체계를 갖춘 다양성영화 지원 협의체가 구성된다면 감독은 연출만 하게 되고 각 분야의 전문성을 가진 스태프가 일하게 됨으로써 영화의 완성도를 높일 수 있을 것이다.

IV. 결론

영화는 시장에서의 성패여부를 예측하기 매우 어려운 산업이다. 할리우드 영화산업에서는 이를 가리켜 “아무도 모르는 비즈니스(Nobody knows business)”라고 설명한다[31]. 그래서 영화는 한번 성공하면 평생을 먹고살 수도 있지만 영화가 어떻게 될 지는 누구도 모른다고 하는 것이다.

본 연구는 ‘한국 영화계에 이런 점이 달라진다면’ 하는 상상으로 출발하였다. 즉 영화계의 문제가 무엇인지 대부분 알고 있지만 특별한 해결책이 없는 상황에 간판이라도 바꿔 새롭게 설계해 보자는 뜻을 담은 것이다.

한국영화의 수준은 이제 세계를 향해 날갯짓하고 있다. 언젠가 할리우드를 능가할 수 있는 날이 올지도 모르는 이때, 한국영화의 질적 수준을 가늠해 볼 수 있는 트렌드를 분석하고, 한국영화의 산업화에 따른 구조적인 문제가 무엇인지 짚어보고자 하였다.

그 결과 첫째, 한국의 영화는 흥행에 초점을 맞춰 무분별한 장르 혼합형의 영화로 개성 있는 뚜렷한 장르의 영화가 없다는 것과 둘째, 영화가 산업이 되다보니 거대자본과 거대배급사를 가진 기업이 영화의 제작에서

부터 배급, 극장의 상영까지 독과점 함으로써 한국 영화의 다양성과 예술성이 저해 받고 있다는 것, 셋째, 이러한 산업화 경향은 스타배우만 살아남게 함으로써 한국영화에 나오는 배우는 그 몇 명의 배우뿐으로 이 역시 다양성을 침해하고 있으며 그 외의 일반 배우들과 스태프들은 생활고에 시달리고 있는 것이다. 이러한 경향을 바탕으로 문제를 해결할 수 있는 방안으로 다음의 일곱 가지를 도출하였다. 장르개념이 있는 뚜렷한 장르의 영화를 발전시켜야 한다는 것, 거대자본과 거대배급사에 좌우 되는 스크린 독과점을 제한하여야 한다는 것, 다양성 영화를 상영할 수 있는 전문극장의 확대 및 지원방안을 확충해야 한다는 것, 스타배우와 배우, 스태프들의 출연료 문제를 조정할 필요가 있다는 것, 영화발전 기금을 법률적으로 검토해 스포츠 토트처럼 활성화시킬 수 있는 방안을 모색해야 한다는 것, 영화의 부가시장의 활성화로 이익을 창출해야 한다는 것, 그리고 마지막으로, 윈스톱 체계를 갖춘 ‘다양성영화 지원 협의체’를 구성해 영화창작활동을 활성화시켜야 한다는 것 등이다. 그러나 이 모든 문제는 이러한 문제점을 알고 있는 영화인 스스로가 적극적으로 나설 때만이 변화가 가능하다고 본다.

참고 문헌

- [1] 이데일리 신문 특과원 칼럼, “한국영화를 키우 힘”, 2013.7.3.
- [2] 매일경제신문, “영화편식 심해진다”, 2013.9.2.
- [3] 김현경, *메가트렌드의 형성요인과 디자인 트렌드 분석*, 연세대학교대학원 석사학위논문, p.10, 2003.
- [4] S. Neale, *Genre*, London: British Film Institute(solely concerned with film); an extract can be found in Tony Bennett, Susan Boyd-Bowman, Colin Mercer & Janet Woollacott(Eds), 1981: *Popular Television and Film*, London: British Film Institute, p.48, 1990.
- [5] Graeme Turner, *Film as Social Practice*, 민채철

- 역 외, *대중영화의 이해*, 한나래, p.126, 1993.
- [6] 오정숙, “프랑스에서 한국의 문화이미지, 문화브랜드 -Le Monde에 나타난 한국관련 기사의 문화기호학적 분석-”, 프랑스학연구, 제37집, pp.543-544, 2006.
- [7] www.cyworld.com/took87/7981782
- [8] 임진중, “한국영화의 상업적 성공을 위한 기획 개발 단계”, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.12, No.10, p.74, 2012.
- [9] cafe.naver.com/cinematocritique.
- [10] 남동철, *씨네 21*, 제362호, p.64, 2002.
- [11] 김갑의, *영화기획의 이론과 실제*, 집문당, p.12, 2000.
- [12] 오정숙, 앞의 논문, p.548.
- [13] YTN 아침뉴스, 2012.10.28.
- [14] 강한섭, “한국의 스크린 독과점 해소와 다양성 증진을 위한 법, 제도적 방안”, (사)한국영화평론가협회 국제학술포럼, p.67, 2013.
- [15] M. Thomsom(2006)은 휴먼 브랜드(Human Brand)라는 용어를 제시하였으며, 이를 ‘마케팅 커뮤니케이션 노력이 필요한 유명인(any well-know person who is the subject of marketing communications efforts)’이라고 정의를 내렸다.
- [16] David A. Asker, “The Value of Brand Equity,” *Journal of Business Strategy*, Vol.13, No.4, pp.27-32, 1992.
- [17] R. Faulkner and A. Anderson, “short-team project and Emergent Careers,” *American Journal of Sociology*, Vol.92, No.4, pp.879-909, 1987.
- [18] 김우식, “연결망을 통한 문화적 범주의 확장 한국영화배우들의 경우”, 한국사학회, 제38집, 제2호, p.137, 2004.
- [19] 김홍준, 정성일, 대담: “영화의 황혼, 그러나 ;살아라”, *씨네21*, Vol.289, pp.38-49, 2001.
- [20] 김우식, *문화산업의 복합적 연결망 구조와 문화적 장의 구조, 변화하는 사회 환경, 기업의 대응*, 지식마당, pp.77-121, 2001.
- [21] 정재우, “영화산업에 있어서 배우 시장 구조에 관한 연구”, *영화*, 제4권, 제2호, pp.81-82, 2012.
- [22] 조종흡, “디지털 기술과 감성 패러다임 시대의 영화산업”, *현대영화연구*, 제14권, p.473, 2012.
- [23] 현재 한국영화계의 주요단체들과 대기업이 함께 모인 ‘한국영화동반성장 협의회’가 구성되어 있으며, 이 협의회는 스크린 독과점 관행을 개선하기 위하여 지난해 7월 ‘한국영화 동반성장 이행협약’을 체결했다. 합의내용은 모든 개봉영화에 대하여 최소 1주일 상영기간 보장, 배급사 서면 합의 없는 변칙 상영(교차상영)불가, 공정한 예매 오픈 시행, 스크린 수의 합리적 배정 등이 명시 되어 있다. 강한섭, 앞의 논문, pp.67-69.
- [24] 허원재, *다양성영화 활성화지원방안*, 영화진흥위원회 영상산업정책연구소 정책토론회 자료집, pp.1-12, 2009.
- [25] 강한섭, 앞의 논문, p.69.
- [26] 안성아, “한국영화에서 스타의 신호역할과 재무적 가치”, *영화연구*, 제34권, p.86, 2007.
- [27] mbc뉴스 플러스, 2013년 4월 5일.
- [28] 안서영, *대학생 스포츠토토 참여자의 스포츠관여도가 관람만족에 미치는 영향*, 용인대학교 석사학위논문, pp.9-10, 2010.
- [29] 황동미는 2012년 영화진흥위원회의 “영화산업 부가시장 통계는 왜 믿을 수 없는가”라는 논문에서 디지털 환경으로 변화하면서 영화가 극장에서만 개봉하는 것이 아니라 극장과 함께 IPTV에서 개봉하는 영화나 온라인에서 개봉하는 영화가 등장하는 점을 지적하면서, 부가시장이란 용어보다 디지털 온라인 시장이란 용어 사용이 더 적절하다고 서술했다.
- [30] buff27@ytn.co.kr. 연합뉴스에 의하면 정부와 영화진흥위원회, 제작, 배급사, 투자사, 영화스태프들이 참여하는 ‘한국영화산업동반성장협의회(가칭)’가 구성된다. 한국영화산업동반성장협의회는 정부와 영화관계자들이 모여 부울(배급사와 상영관의 수익분배율) 등을 포함한 영화산업의 불공

정한 환경개선, 대기업과 중소기업, 투자사 간의 상생방안을 찾는 데 운영의 초점을 맞춘다.

[31] Michael Pokorny and John Sedgwick, "Stardom and Profitability of Film Making: Waner Bros. in the 1930s," Journal of Cultural Economics, Vol.25, pp.157-184, 2001.

저 자 소 개

육 정 학(Jung-Hak Yook)

정회원



- 1990년 : 청주대학교 연극영화 (문학사)
- 1997년 : 중앙대학교 연극영화 (문학석사)
- 2011년 : 동국대학교 연극영화 (문학박사)

- 2013년 3월 ~ 현재 : 한국영화평론가협회 기획이사
- 2010년 3월 ~ 현재 : 한국예술평론가협회의회부회장
- 2009년 3월 ~ 현재 : 한국문화예술교육진흥원 중앙위원
- 2012년 3월 ~ 현재 : 한국영화학회 이사
- 현재 : 영남외국어대학교

<관심분야> : 영화제작, 영화평론, 영화교육