

가치사슬 구조로 본 저예산 디지털 영화제작 시스템의 안정을 위한 연구

Value Chain Model to Stabilize which Low-budget Digital Film Production System

김진욱

평택대학교 방송연예학과

Jin-Wook Kim(jwk1227@ptu.ac.kr)

요약

한국영화산업에서 디지털 기술의 도입은 저예산 디지털 영화제작을 활발하게 하는 요소가 되었고, 그 결과 국내 영화감독들이 해외 영화제에서 각종 수상과 함께 작품성을 인정받으며 마침내, 2012년 김기덕 감독은 <피에타>로 세계 3대 영화제 중 하나인 베니스 영화제에서 최고상인 '황금사자상'을 수상하는 쾌거를 이루기도 하였다. 하지만 저예산 디지털 영화들이 양적 증가에 비해 질적 성장을 비례적으로 완성하지 못한 이유들이 드러나면서 제작 단계와 시스템 측면에서 몇 가지 한계점을 안고 있다.

본 연구에서는 이러한 문제점들의 해결방식의 하나로써, 2000년부터 현재까지 제작 시스템을 통해 영화산업의 가치사슬 구조가 일반형에서 수직·수평통합형으로 변화되고 있음을 살펴보았다. 또한, 2000년대 중·후반부에 제작된 저예산 디지털 영화들을 중심으로 (홍대)인디밴드 음악시장의 성공사례, 제작비의 정책적인 지원, 저예산 영화제작·투자사에 대한 세제혜택, 그리고 해외 영화제에 대한 지원책 등을 제시하였고, 상업적으로 성공을 거둔 저예산 디지털 영화의 제작과정을 분석하여 그에 따른 방안을 모색하였다.

■ 중심어 : | 가치사슬 | 수직수평통합형 구조 | 저예산 디지털 영화 제작 시스템 |

Abstract

The phase in digital technology expedited low-budget digital film productions in the Korean film industry; hence the international film festivals circuit became the launching pad for Korean directors as they built their reputation and careers around the critical acclaim. Pieta (Kim Ki-Duk)'s Claim on Golden Lion prize at the Venice Film Festival in 2012 would be one of the splendid achievements - the festival is considered to be one of the top the international film festival. However, the increased volume of the low-budget digital film productions are not necessarily proportional to the growth in the quality of the productions. The drawbacks to the production system appeared to be the underlying cause.

In attempt to approach the issue, this article explores the production system from 2000 until now. It is illustrated that the value chain model has been transformed from general ones into vertical & horizontal integrated ones. A notable example of successful indie bands - around Hongik university area-, as well the analysis on the low-budget hit productions, especially from the mid-2000's, are introduced as the case studies. The strategies that led the success, such as subsidies policy, the tax benefits on investment firms and production companies, and the aid in international film festival submissions on low-budget digital film productions, are thus examined with further suggestions.

■ keyword : | Value Chain Structure | Horizontal · vertically | Low Budget Digital Film Production System |

1. 서론

2000년대 초반 영화산업의 콘텐츠 계에서 디지털 기술의 도입은 저예산 디지털 영화제작을 활발하게 하는 핵심요소가 되었다. 그 결과 <나쁜 남자>, <달콤, 살벌한 연인>, <달팽이의 별>, <부러진 화살> 등의 영화들이 흥행에 성공하였을 뿐 아니라 김기덕, 이승준, 홍상수 등의 감독들이 국내외에서 수상과 더불어 작품성을 인정받아 한국영화 해외진출의 초석을 닦았다. 또한, 저예산 디지털 영화는 주류 영화에서 시도되지 못했던 다양한 장르와 소재의 실험을 통해 한국영화 시장에 새로운 활기를 불어일키면서 영화산업의 양적 성장을 바탕으로 질적 성장을 이루어왔을 뿐 아니라 해외에서도 투자, 제작 등 다양한 방식으로 활동기반을 마련하였다. 하지만 저예산 디지털 영화들이 양적 증가에 비해 질적 성장을 비례적으로 완성하지 못한 이유들이 속속 드러나면서 영화제작 단계와 시스템, 방식에서 몇 가지 한계점을 안고 있는 것 또한 사실이다.

본 연구에서는 이러한 문제점들을 해결하고자 연구 방법론의 하나인 사례분석을 통해, 2000년 이후부터 현재까지의 저예산 디지털 영화제작 방식의 한계점을 파악하고 상업적으로 성공을 거둔 영화들의 제작과정을 분석하여 그에 따른 방안과 대안점을 도출할 것이다.

II. 저예산 디지털 영화의 산업구조

1. 저예산 디지털 영화의 개념

2000년대 들어 해마다 작품수가 증가한 저예산 디지털 영화는 2006년부터 그 수가 급상승하였다. 2009년에는 제작된 한국영화 110편 중 순제작비 10억 원 이하 영화인 저예산 디지털 영화가 40여 편에까지 이르게 되었다. 이렇게 저예산 디지털 영화의 제작 편수가 급속도로 증가하게 된 배경은 한국영화 산업 흐름에 기반을 둔다. 2000년대 초반, 기하급수적으로 확장되었던 영화산업의 득과 실에 대한 평가가 이루어지면서 제작비 규모가 하향 조정되고, 기존의 평균 제작비 규모의 영화 제작 편수가 줄어드는 과정에서 일어난 자연스러운 현

상으로 파악된다. 결국 창작 주체들은 스스로 제작 규모를 축소하기 시작하였고, 순제작비의 규모는 하향 조정되었다. 따라서 저예산 디지털 영화의 의미 또는 개념들도 방향이동을 하기 시작했다. 일반적으로 저예산 디지털 영화라는 것은 영화제작비 규모에 따른 상대적인 의미로, 전체적인 영화제작비에 준하여 평균 이하의 제작비로 만들어진 영화를 칭한다[1]. 2000년대 초, 중반에는 순 제작비 기준으로 10억~20억 원 영화들이 저예산 디지털 영화로 인식되어 왔으나, 2012년 12월 현재, 순 제작비 10억~20억 원 작품들은 중간 예산의 영화로 인식되고 있다. 근래에는 고예산 영화의 제작비 추가 상승과 저예산 디지털 영화의 제작비 하향 조정이라는 양극화 현상이 초래되고 있어, 지금까지 저예산 디지털 영화를 정의했던 '순제작비 10억 원 내외'의 기준조차 흔들리고 있는 실정이다.

2. 저예산 디지털 영화의 산업구조

이러한 영화제작비의 양극화와 맞물려 양적 증가에 비해 질적 성장을 비례적으로 완성하지 못한 저예산 디지털 영화들은 산업구조에 있어 몇 가지 한계점을 드러내고 있다.

첫째, 중·고예산 영화에 비해 투자방식이 제한되어 있다. 그 이유는 투자사(자)들이 투자를 꺼려하기 때문이다. 대부분의 제작사(자)가 자체 자본으로 제작비를 조달하고 있는 실정인데 최근에는 다양한 펀드 형성, 지방자치의 영상위원회, 기업 등의 제작 지원과 저예산 디지털 영화의 전문 배급사 및 투자사들의 활동으로 영화제작비 마련에 도움을 주고 있으나, 아직은 미흡하다. 둘째, 대부분의 저예산 디지털 영화들이 완성도가 낮고 상업적 경쟁력이 떨어지기 때문에 극장 개봉이 쉽지 않을 뿐 아니라 평균 관객 수도 매우 낮고[2], 순제작비와 더불어 마케팅, 배급 비용에서도 한계가 있어 경쟁력이 떨어진다. 셋째, 최근에 한국영화의 부가관권 수익률이 낮아져 창구효과(Window Effect)가 약해지고 있는 상황에서 저예산 디지털 영화는 더욱이 극장 이외에 다른 부가관권을 통한 수익 창출의 기회가 제한적이다. 이처럼 저예산 디지털 영화의 정의와 개념마저 혼동되고 있는 가운데, 제작 편수는 증가하고 있으나 유기적으로

순환되지 못하고 정체되는 악순환 구조임에도 영화산업 측면에서 저예산 디지털 영화에 대한 논의는 활발해지고 있다. 그 이유는 ‘창의적인 사고를 통한 새롭고 의미 있는 영화적인 창작활동’에서 비롯된 콘텐츠이기에 저비용으로 고효율의 상품가치를 극대화시켜 한국영화 산업에 이바지할 가능성이 있고, 2012년 한해, 한국 상업영화가 대내외적으로 활기를 띠면서 2013년까지 그 흐름을 유지하고는 있지만, 2000년대 이후 한국영화 산업 전반의 시장성 악화를 극복하기 위한 근원적인 대안이 될 수 있기 때문이다[3].

III. 저예산 디지털 영화의 산업 분석

1. 저예산 디지털 영화의 역할

저예산 디지털 영화의 역할은 대안 영화의 현실화이다. 신선하고 대안적인 내용으로 만들어지는 저예산 디지털 영화는 창작물로서, 완성도 있는 작품으로서, 가능성 있는 작품으로서 영화계와 관객들에게 다가갈 수 있다. 미국의 독립 영화는 메이저 스튜디오 영화와 차별되는 새로운 시도를 통해 영화제작의 다양성을 일궈나가는 모범 사례들을 꾸준히 만들어 내고 있고, 이들의 기획, 인력 등이 메이저 영화권과 교류를 통해 상생 발전하고 있다. 이처럼 국내 저예산 디지털 영화들도 기획적 차원에서나 결과의 측면에서 자본의 압박으로 하지 못하는 시도들을 구현하여 새로운 소재와 장르를 개척할 수 있다[4]. 저예산 디지털 영화의 제작 주체들은 이러한 산업적 위치를 명백히 인지하여 한편으로는 보다 다양한 영화를 양산해 내고, 또 한편으로는 주류 영화계로 진출할 수 있는 토대를 만들기 위한 건강한 창작 활동을 펼쳐가는 노력이 필요하다. 저예산 디지털 영화가 창작성을 지켜 나가면서 다양한 색깔의 영화를 생산해 나갈 때 한국영화산업이 건강하고 안정적인 시스템을 형성할 수 있다. 이것이 바로 저예산 디지털 영화의 가장 중요한 역할이다.

2. 저예산 디지털 영화의 합리적인 제작 시스템

저예산 디지털 영화의 합리적인 제작 시스템을 운영

하기 위해서 가장 중요한 것은 프리프로덕션 단계에서의 철저한 준비이다. ‘얼마나 많은 스태프들과 작업할 것인가? 촬영 일정은 어떻게 할 것인가? 스태프와 배우들의 인건비 책정은 어떻게 할 것인가? 촬영 기자재 및 프로덕션 운영은 어떻게 할 것인가?’에 대한 철저한 준비가 없으면 진행 과정에서 갖가지 문제가 발생했을 때 해결할 방안을 찾기가 쉽지 않다. 저예산 디지털 영화를 제작하는 데 있어서 효율적인 인력 운영은 무계획적으로 스태프의 인원을 줄이는 것이 아니다. 주요 스태프들의 경험과 전문성에 따라 영화의 완성도가 달라질 수 있기 때문에 반드시 필요한 인력들을 정하는 것이 중요하다. 이를테면 촬영에 필요한 다양한 기자재가 있지만 자금문제로 인해 활용 가능한 도구들을 확보하는데 한계가 생길 때 스태프들의 진행 노하우가 없으면 문제가 발생할 가능성이 높다. 또 양질의 인력 구성을 위해 스태프 계약 시 능력에 대한 검증이 필요하다. 혹 경력이 없다 하더라도 그들의 단편, 중편작품들의 경험에 대한 확인 등은 요구된다. 최근 들어 디지털 카메라로 촬영하는 영화가 많아지면서 디지털 카메라의 데이터 운용에 대한 경험과 능력이 없으면 촬영을 진행할 때 문제 발생의 소지가 크다. 조명에 있어서도 필름 카메라를 사용할 때와 다른 노하우가 필요하다. 스태프들의 기술 검증 부분은 제작 시스템 구축에 중요한 요소이다. 촬영 일정에 대해서도 무조건 촬영 회차를 줄이기보다는 사전에 현실적인 촬영 회차를 결정하는 것이 중요하다. 시나리오 단계에서부터 러닝타임을 고려하는 한편, 프리프로덕션 단계에서 프로덕션 단계에 대한 충분한 계획과 준비를 마친 후 효율적인 촬영을 진행해야 한다. 마지막으로 가장 민감하고 중요하게 고려되어야 하는 사항은 스태프와 배우들의 인건비다. 앞서도 언급했듯이 무조건적인 인건비 삭감은 합리적인 방법이라 할 수 없다. 다양한 방식의 인건비 책정을 통해 제작자와 스태프, 배우들의 요구를 합리적으로 합의할 때, 저예산 디지털 영화의 효율적인 제작 시스템을 만들 수 있다. 가장 일반적으로 사용하는 것이 제작 지분을 스태프 및 배우들과 공유하는 것이다. 최소한의 계약금을 제공하고 그 외 잔금에 대해서 투자비 회수 후 지분으로 돌려받거나 인센티브 계약을 하는 것을 말한다. 이

러한 방식으로 제작비를 낮추어 만든 좋은 사례가 <영화는 영화다>인데, 이 영화는 순제작비 20억 원 이상이 요구되는 비용을 불과 7억 원 내외의 예산으로 제작하였다[5]. 이렇듯 저예산 디지털 영화의 합리적 제작 시스템을 형성하기 위해서는 기획 단계에서부터 프로듀서와 감독 등 제작 주체들이 철저한 사전준비와 정확한 계획을 세워야 한다. 즉 해당 영화가 갖고 있는 제약과 장점을 최대한 분석, 각인하여 그에 적합한 제작 시스템을 적용시키려는 노력이 필요하다.

3. 저예산 디지털 영화의 가치사슬 구조의 변화

일반적으로 영화 산업의 전반적인 가치사슬은 투자-제작-배급-상영의 형태로 움직여 왔다. 이는 각 분야별로 분리되어 독자적으로 진행하여 관객들에게 전달되는 방식으로 일반적이고 보편적인 가치사슬 구조이다. 하지만 최근 일반 상업영화의 경우조차, 시장 지배력을 높이고 수익을 최대화하기 위한 수직·수평형구조로 가치사슬이 통합되고 있는 실정이다. 이런 수직·수평통합형 가치사슬 구조는 저예산 디지털 영화들에도 필요한 형태로 변화되고 있으며 자리 잡고 있다. 변화된 가치사슬 구조의 유형을 [그림 1]처럼 네 가지로 분류하였다.

첫 번째 모형은 이전부터 계속 진행되던 형태이고, 두 번째, 세 번째 모형은 부분적인 통합 모형으로 그 유형은 두 가지로 분류될 수 있다. 먼저 투자와 제작이 통합된 유형인데, 이는 투자처를 찾지 못한 독립 프로덕션에서 자체 자본이나 지인 혹은 개인 자본을 통해 영화를 제작하는 경우로 대부분의 저예산 디지털 독립영화에서 볼 수 있는 경우이다. 이들은 영제작이 완료되면 배급사를 통해 개봉자를 찾아가는 제작, 배급이 부분 통합된 형태이고, 또 하나는 제작이 완료되었음에도 불구하고 배급사를 찾지 못했거나 새로운 배급 방식을 시도하기 위해 배급 업무를 개시한 경우로서 수익을 최대화하여 영화제작 자본 확보에 도움을 받기 위해 배급을 통합하는 경우이다. 이는 최근까지 변화해왔던 형태의 가치사슬 구조이다. 마지막으로 완벽한 수직·수평통합형으로 투자, 제작, 배급, 상영을 모두 통합하는 것으로 극장상영관, IPTV, VOD 등 다양한 플랫폼을 가

지고 있어 안정된 제작을 위해 만들어지는 경우를 말한다. 이들 유형은 프로덕션이나 작품에 따라 분류될 수 있는데, 영화 프로젝트는 필요성에 따라 두 업체 이상이 공동제작자(Co-Producer)의 형태로 부분통합 또는 수직·수평통합형 모형을 이루어 진행되기도 한다. 현재의 저예산 디지털 영화는 안정된 제작환경 및 수익확보와 시장을 마련하기 위해 다양한 유형별 시도를 보여주고 있고, 앞서도 언급했듯이 수직·수평통합형 가치사슬 구조로 변화되는 실정이다.

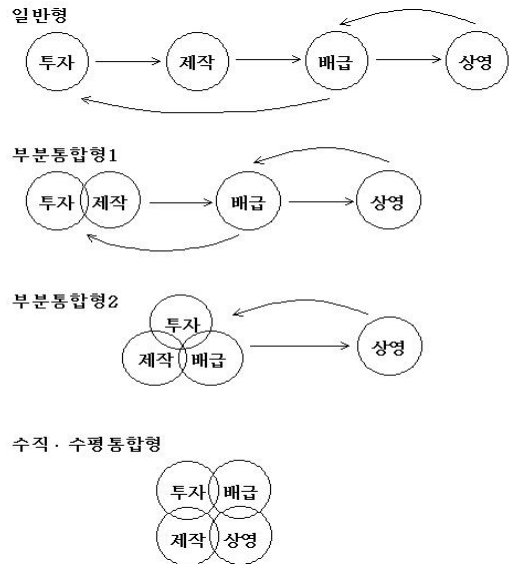


그림 1. 가치사슬 구조의 변화 형태[6]

4. 가치사슬 변화에 따른 저예산 디지털 영화들의 사례 분석

저예산 디지털 영화들의 최근 흐름을 투자-제작-배급-상영의 각 가치사슬구조의 변화에 따라 사례별로 분류해 본 결과 다음과 같은 내용을 확인할 수 있었다[7].

첫째, 2000년대 초반부터 꾸준히 제작되어 온 저예산 디지털 영화는 상업적, 작품적으로 성공과 실패의 과정을 겪으면서 계속 발전해왔고, 이러한 성장을 통해 안정적인 제작 시스템을 구축할 방안이 모색되고 있다. 둘째, 저예산 디지털 영화 관계자들은 공통적으로 작품의 질적 완성도를 강조한다. 특히 저예산 디지털 영화

계는 아이템을 개발, 제작하고, 배급, 상영하는 모든 과정을 통합하는 전문기획 인력 인프라 구축이 요구된다. 전문기획 인력이란 기획부터 상영까지의 마스터플랜을 세울 수 있는 능력 있는 전문가를 말한다. 그들은 저예산 디지털 영화만이 갖고 있는 특수한 상황을 일반 관객들이 부담 없이 받아들일 수 있는 전략을 세우고, 실천할 수 있는 영화산업의 핵심이다. 그 중심에 서있는 사람들이 바로 제작 주체인 프로듀서와 감독이다. 셋째, 제작비의 축소는 저예산 디지털 영화의 특징이다. 가치 사슬구조가 통합되는 이유 중 하나도 바로 예산 절감에 있다. 하지만 제작비를 축소하면서 작품의 질을 유지하는 데는 근원적인 한계가 따른다. 최근의 저예산 디지털 영화들은 보다 과학적으로 기획, 제작 시스템을 구축해 가고 있지만 홍보, 마케팅, 배급 비용은 절대적으로 부족하다. 따라서 정부나 단체, 기업들의 제작 지원이 절실하다. 즉 저예산 디지털 영화가 일반 중·고예산 영화의 근간이라는 인식에 준하는 정책과 다양한 지원 제도가 마련되어야 한다. 넷째, 저예산 디지털 영화의 홍보, 마케팅, 배급 인프라의 강화이다. 2000년대 초·중반 저예산 영화들은 제작에만 초점을 맞추다보니 배급과 홍보, 마케팅에 대한 전문적이고 체계적인 전략이 부족했기 때문에 수익률은 저조했다. 일본의 경우, 1980년대부터 활성화된 미니 씨어터가 다양한 영화문화를 소비할 수 있는 토대를 만들어 주었다. 이를 통해 기존의 제작과 배급 관례에도 변화가 생겨 1990년대 일본 영화의 활발한 제작으로 연결되었다[8]. 우리도 기존의 상업영화의 배급, 상영 관습에서 벗어나 저예산 디지털 영화의 차별화된 시장이 공존할 때 국내 영화산업이 풍성해질 수 있다.

IV. 해외 저예산 영화산업과 국내 (흥대)인디밴드 음악시장의 사례 분석

1. 해외 저예산 영화 산업 사례 분석

1.1 프랑스의 '세액 공제'

프랑스에서 세액 공제(credit d'impôt)[9]는 최근에 마련된 영화지원 제도이다. 이미 여러 나라에서 시행되

어 효과가 검증된 세액 공제는, 영화제작에 사용된 비용 안에 포함되었던 세금의 일부를 환급해 주는 것이다. 세액 공제제도의 가장 큰 매력은 제작자에게 실질적인 자금 혜택을 준다는 점이다. 영화제작과 배급에 대한 정산이 끝난 시점에서, 지급한 금액의 일부를 돌려주는 제도로서 제작자에게 확실한 수입과 다음 작품을 준비할 자금이 될 수 있다.

1.2 미국의 '선댄스 인스티튜트[10]'

선댄스 영화제를 주최하는 단체로 알려진 선댄스 인스티튜트는 민간 비영리 영화지원 기관이다. 지난 30여년간 장편영화 작가와 감독들을 지원하는 프로그램을 진행해 왔는데, '크리에이티브 프로듀싱 이니시이티브(Creative Producing Initiative)'가 그것이다. 여기에 선정된 프로듀서들은 작가, 감독들과 연결되어 함께 작업할 기회를 갖게 된다. 또한 작품 프레젠테이션을 통해 발표하고, 투자를 얻어내며, 배우와 스태프를 패키징하는 것은 물론, 판매와 배급, 홍보와 마케팅까지의 전략을 세워 나간다.

2. 우리나라 (흥대)인디밴드음악 시장의 사례 분석

한국의 대중 음악사를 살펴보면, 1990년대 초반, 언더그라운드음악에 바탕을 둔 '음악 창작의 진정성'을 자신의 음악에 투영하고 싶어 했던 뮤지션들이 그 대안적인 시스템으로 만든 것이 바로 '인디음악'이었다. 서울의 홍익대학교 인근에 인디밴드들이 공연하는 라이브 클럽이 바로 그 시작이었다. 이후, 1990년대 말 '인디(indie)'라는 인디 레이블이 등장하면서 활기를 띠게 되었고 현재, 장기하와 얼굴들, 갤럭시 익스프레스, 국카스텐 등 장르도 다양한 뮤지션들이 활동하면서 제2의 인디 언더그라운드 붐이 일고 있다. (흥대)인디밴드음악은 저예산 디지털 독립영화와 비슷한 성격을 가지고 있다. 창작자들이 개성과 자유를 유지하기 위해 소자본으로 자신들의 음악을 직접 제작, 유통한다는 면에서 비슷하다. 따라서 1990년대 중반부터 현재까지 인디밴드음악의 활동과 시스템에 대한 사례 분석은 독립영화를 주축으로 하는 저예산 디지털 영화시장을 활성화시키기 위한 중요한 벤치마킹이 될 것으로 여겨진다.

V. 한국 저예산 디지털 영화의 시장 안정을 위한 전략

1. 기획력의 확장, 전문기획 인력 지원

저예산 디지털 영화시장의 안정을 위해서는 기획력을 기반으로 한 저예산 영화제작이 필수이다. 제작 과정에서 뚜렷한 방향성과 각 영화에 적합한 합리적인 운영 계획이 결여되어 있다면, 내용 없이 형식에만 치중하는 매력 없는 비주류 영화에 그칠 것이다. 저예산 디지털 영화기획은 자본의 공식에 더 많은 압박을 받는 중·고예산 영화의 기획과는 그 차원을 달리한다. 중·고예산 영화의 경우 가장 대중적으로 안전하고 보편적인 기획을 하는 반면, 저예산 디지털 영화는 그것을 뛰어넘는 다양한 시도가 가능하다. 또한, 저예산 디지털 영화 제작 주체들은 ‘영화 열정이 충만한 영화 인력들의 팀워크 구축과 작품의 목적성, 참신한 아이디어, 구체적이고 정확한 진행’이라는 기획요소들을 통해, 그 방법을 찾을 수 있을 것이다. 모든 산업에서 정확한 기획은 성공의 지름길이다. 증명이라도 하듯 최근 흥행에 성공한 저예산 디지털 영화들에도 공통적으로 해당 영화에 적합한 기획이 존재했다. 영화의 규모는 작지만 일반 관객에게 다가갈 수 있는 방법들을 모색했고 적용했으며, 그리고 성공했다.

2. 제작비의 정책적 지원, 제작 환경개선

최근 대기업의 저예산 디지털 영화에 대한 투자가 위축되면서 대다수의 저예산 디지털 영화들이 정부 지원금에 의존하거나 초저예산으로 영화를 제작하고 있다. 앞서도 언급했듯이 저예산 디지털 영화의 시장이 안정되어 자체 경쟁력을 확보하는 과정은 단시일 내에 이루어지지 않는다. 그렇기 때문에, 저예산 디지털 영화제작을 위한 정부와 관계기관의 직·간접적인 장기적 지원이 필요하다. 단, 이는 밑 빠진 독에 물을 붓기 식의 마음으로 인식할 것이 아니라, 영화 산업의 근간을 키운다는 목적으로 실행되어야 한다. 하나의 방법으로 최근 몇 년간 정책적으로 만들어진 독립단편전용극장들은 현재 관객 수가 예상보다 훨씬 밑돌아 실패에 가까운 정책들이 되었다. 그럼에도 정부는 그 대안책으로 박물

관이나 도서관 등에 저예산 디지털 독립영화 상영관을 모색하고 있는데, 이는 별로 바람직하지 않다는 개인적 주장이다. 왜냐하면 실패한 정책들을 방치한 채, 새로운 독립 전용관의 계획보다는 이미 만들어진, 또는 현재 진행 중인 디지털 독립영화관들이 다양한 프로그램이나 부대시설, 이벤트 등을 기획하여 그 범위를 확대 한다면, 기존의 멀티플렉스 복합상영관만을 찾는 관객들의 발걸음을 점차 돌릴 수 있을 것이다. 이로 인해 문화예술 전반에 걸쳐, 특히, 영화콘텐츠 분야에 쓰여질 예산의 비용절약은 물론, 추가적인 예산들이 보다 많은 저예산 디지털 영화 창작 주체자들에게 돌아갈 수 있다.

3. 제작사, 투자사에 대한 세제혜택

프랑스의 영화정책 사례 중 세액 공제 항목처럼, 영화제작에 사용된 비용에 포함되었던 세금의 일부를 정산이 끝난 시점에서 공제하여 제작자들에게 환급해 준다면, 저예산 디지털 영화제작자들의 수입이나 다음 작품을 준비하기 위해 직접적으로 도움을 줄 수 있다.

4. 해외 영화제에 대한 지원

해외 영화제는 영화를 홍보하는 데 좋은 창구이다. 일반 영화 관객들뿐 아니라 관계자들의 관심을 이끌어 판매까지 가능하게 한다. 특히 예산이 적은 디지털 영화의 경우, 부족한 홍보, 마케팅 비용을 절감할 수 있는 기회이다. 2012년, 김기덕 감독은 <피에타>로 세계 3대 영화제중 하나인 베니스영화제에서 최고상인 ‘황금사자상’을 거머쥐면서 이미 알려진 명성은 더 올라갔고, 양익준 감독의 <똥파리> 경우, 로테르담 영화제에서 타이거상을 수상하면서 국내외의 높은 관심을 받게 되었다. 만약 이 영화가 해외 영화제에서 주목받지 못했다면, 국내 개봉의 유무도 확실치 않을 수도 있고, 결과도 그리 성공적이지 못했을 수도 있다. 여기서 저예산 디지털 영화의 제작진과 정책기관이 함께 인지해야 할 사항이 있다. 해외 영화제 진출 업무를 담당하는 해외 판매 대행사가 일반적으로 진행하는 영화들이 많아 상대적으로 업무 집중도가 떨어질 수 있다는 것이다. 때문에 제작자나 프로듀서 등의 창작 주체들이 직접 진행하는 경우가 생길 수도 있다. 이때 창작 주체들은 국내

영화제뿐 아니라 해외 영화제에 대한 정책적 지원도 필요하다. 해외 시장에서 부각될 가능성이 높은 영화의 경우, 정부기관의 차원에서 해외 영화제에 제대로 출품할 수 있도록 사전섭외 및 현장지원 등을 함께 진행해야 한다. 또, 해외 영화제나 관련 단체, 기관의 연구소와 펀딩에도 주목을 해야 한다. 특히 미국의 선댄스 영화제를 주관하는 '선댄스 인스티튜트의 크리에이티브 프로듀싱 이니시에이티브'와 같이 기획 단계부터 프로듀싱할 수 있는 기반을 마련해 주는 제도들이 다양하게 존재한다. 이러한 제도를 활용하고 벤치마킹하면 저예산 디지털 영화의 투자와 지원을 유치하는데 큰 도움이 된다.

5. 배급 및 홍보, 마케팅 전략과 지원

대부분의 저예산 디지털 영화는 최소한의 배급 비용으로 극장 개봉을 추진한다. 광역 개봉을 추진하지 않는 일반 저예산 디지털 영화의 경우, 홍보, 마케팅, 배급비는 적게는 1천만 원에서 많게는 6~7천만 원 정도 사용한다[11]. 이는 중·고예산 영화의 10%도 미치지 못하는 비용이다. 입소문 마케팅을 유도하기 위해서는 개봉전의 다양한 방식의 시사회 등이 진행되어야 하나, 시사회 대관 비용이나 홍보비용 마련도 쉽지 않다. 배급비용이 부족하여 영화의 홍보, 마케팅, 배급 담당자는 각 영화의 사례에 맞는 효율적인 개봉 방식과 적절한 배급 비용을 책정, 집행해야만 하는 과제를 안고 있다. 그러므로 저예산 디지털 영화는 정부와 관련단체의 배급지원이 반드시 필요하다. 새로운 정권이 들어서면 2013년 홍보, 마케팅, 배급비 지원이 정책적으로 보완된다면 저예산 디지털 영화들의 개봉 추진에 적잖은 도움이 될 것이다. 또한, 공공단체 등을 통한 시사회 장소와 홍보 협조 등 현물 지원이 안정적으로 이루어진다면 이 또한 유용할 것이다.

이상이 저예산 디지털 영화제작 시스템 안정을 위해 가치사슬 구조의 투자, 제작, 배급, 상영으로 분류하여 기획부터 홍보, 마케팅 전략까지 도출해 보았다. 그러나 이 제안들이 유기적인 관계를 형성하고, 실질적인 효과를 거두기 위해서는 제작 시스템과 시장 안정이 왜 중요한지에 대한 제작 주체와 정부기관의 공동 인식이 필요하다. 저예산 디지털 영화시장에 질적 도약을 위해

근원적인 고찰에서부터 구체적인 시행 방안까지 적극적으로 전문적인 모색을 해야 할 때이다.

VI. 결론

본 연구에서 먼저 주목할 점은, 2000년대 중반까지 저예산 디지털 영화의 흐름은 주로 국내외로 인정받았던 김기덕, 홍상수 감독 등에 집중되어 있던 반면, 2000년대 후반부터는 감독 중심의 작품에서 한발 더 나아가 안정된 제작과 투자 환경에 기반하여 상업성 있는 영화들이 증가하고 있다는 데 있다. 독립자본으로 제작된 영화들도 시장 확장을 위한 전략을 모색하며, 기획, 제작뿐만 아닌 배급, 상영의 영역까지 확장된 시스템을 갖추면서 환경을 변화시키고자 했던 노력은 수익 창출의 증가라는 긍정적인 결과로까지 이어지고 있다.

즉, 현재 “한국 저예산 디지털 영화가 발전하고 있다.” 그 과정에서 동반되었던 것이 바로 영화제작 전체의 상황을 아우를 수 있는 체계적이고 전문화된 기획력임을 본 연구를 통해 알 수 있었다. 이런 영화들이 지속적으로 증가한다면 저예산 디지털 영화들의 존재 기반은 확립되고, 전체 영화산업의 토양을 풍성히 하는데도 큰 영향을 미치게 될 것이다. 이를 위해 저예산 디지털 영화가 자생적으로 수익을 창출할 수 있는 환경이 만들어지기 전까지는 정부 및 지방자치 기관의 일관성 있고 꾸준한 정책지원이 필요하다는 점도 도출되었다. 수익이 창출되면 조금 더 나아진 환경에서 제작할 수 있는 여건이 마련되고, 그에 기반을 두어 만들어진 영화들은 다시 양질의 콘텐츠로 관객들의 환영을 받는 선순환 구조로 형성될 수 있기 때문이다.

이미 1,000만 관객 영화들이 생산되고, 그 흐름이 이어져 2013년 현재, <7번방의 선물>, <베를린> 등이 1000만 관객을 향하는 가운데, 저예산 디지털 영화가 해야 하는 역할은 명백하다. 바로 대안과 다양성의 제시이다. 다시 말해, 본론의 뒷부분에서 제시한 바와 같이 저예산 디지털 영화의 제작 주체들과 정부가 한마음이 되어 보다 자유로운 창작을 할 수 있는 여건을 만들어야 한다. 한편, 저예산 디지털 영화에 대한 안정화 방

안이 꾸준히 모색된다고 하더라도 전체 영화 산업의 자율 경쟁 구도 내에서 저예산 디지털 영화의 경쟁력이 급상승하여 중·고예산 영화 시장을 위협할 가능성은 거의 없다. 다양한 창작 영역을 확보하기 위한 여러 실험들이 관객들에게 여진히 낯설게 다가갈 것이며, 저예산으로 확보 가능한 기술력은 중·고예산 영화에 비해 현저히 떨어질 수밖에 없기 때문이다. 그러므로 저예산 디지털 영화의 의미를 산업적으로만 판단하여 수익창출 결과에 집중하기보다는 문화예술적 측면에서 그 가치를 평가해야 한다. 즉, 기존의 중·고예산 영화와 상업영화의 카테고리에만 집중했던 관례를 벗어나 자유로운 창작으로 생산되는 저예산 디지털 영화가 많아질수록 전체 영화 시장의 안정을 꾀할 수 있다는 것이다.

본 연구는 2000년부터 현재까지 제작 시스템을 통해 영화산업의 가치사슬 구조가 일반형에서 수직·수평통합형으로 변화하고 있고, 그 변화는 저예산 디지털 영화에 특히, 필요한 형태임을 살펴보았다. 또한, 2000년대 중·후반부에 제작된 저예산 디지털 영화들을 중심으로 (홍대)인디밴드 음악시장의 성공사례, 제작비의 정책적 지원과 이의 일환으로 제작사, 투자사에 대한 세제혜택, 해외 영화제에 대한 지원책 등을 제시하였다. 따라서 사례에 대한 접근이 현상적인 부분에서 그쳤거나 저예산 디지털 영화 환경을 미처 담아내지 못한 측면은 분명히 존재할 것이다. 그러나 저예산 영화제작의 활성화 방안에 초점을 맞추어 연구되어 왔던 논문들과는 달리, 저예산 디지털 영화의 산업적 측면에서 수익창출과 제작시스템을 안정화시키는 정책에 초점을 맞춘 논문은 몇몇 해외 논문을 제외하고는 거의 없다는 점에서 본 연구가 의미 있다고 할 수 있다. 앞으로 본 연구가 밑바탕이 되어 저예산 디지털 영화제작 현장과 학계에서의 꾸준한 보강과 연구가 이루어질길 기대한다.

참 고 문 헌

[1] 진승현, “디지털 시네마와 저예산 예술영화에 대한 연구”, 영상기술연구, pp.183-200, 2008.
 [2] 권은경, “가치사슬에 따른 디지털 영화산업의 분

석”, 정보통신정책, 제17권, 제21호, p.26, 2005.
 [3] 최영준, “한국영화산업 투자환경 및 자본조달구조”, 영화진흥위원회, p.64, 2008.
 [4] 이제영, “대학생의 영화관람 인식에 관한 유형화 연구”, 한국콘텐츠학회논문지, 제10권, 제2호, p.135, 2012.
 [5] 독립영화협회, *멀티 플랫폼 시장의 공공성을 묻다*, 부산영화제 주최 ‘독립영화 세미나 자료집’, p.28, 2008.
 [6] 본 연구의 가치사슬 구조의 모형
 [7] 오미선, “저예산 영화의 현황과 시장 안정화를 위한 연구 : 2000년대 중후반 저예산 영화 사례를 중심으로”, 영화진흥위원회, pp.86-95, 2010.
 [8] 복환모, “일본영화산업연구”, 영화연구, 제17호, p.244, 2001.
 [9] J. W. Cones, *43 Ways to Finance your Feature Film*, Southern Illinois University Press. p.91, 2008.
 [10] S. Bauman, “Intellectualization and Art World Development: Film in the United States, American Sociological Review,” Vol.66, No.3, p.404, 2001.
 [11] 한국의 필름마켓, Cinno 5호, 영화진흥위원회, p.17, 2009(10).

저 자 소 개

김진욱(Jin-Wook Kim)

정회원



- 2007년 12월 : Syracuse University Film in Transmedia(MFA 영화영상제작석사)
- 2011년 8월 : 서강대학교 영상대학원 영상예술전공 박사수료
- 현재 : 평택대학교 방송연예학과 교수

<관심분야> : 영화, 방송영상산업, 멀티미디어콘텐츠