

## 한국 영화산업의 발전과 공간적 집적 특성: 새로운 부흥의 중심지로서 서울 강남지역의 등장 ?\*

주성재\*\*

### Development of the Korean Film Industry and Its Spatial Characteristics: Gangnam Region of Seoul as A New Cluster in A New Renaissance?\*

Sungjae Choo\*\*

**요약** : 본 연구는 서울 강남지역이 영화산업의 새로운 집적지로 등장하고 있는 현상을, 한국 영화산업의 독특한 성장과정과 최근의 부흥 특성, 관련업체와의 협력, 인력 및 자원 조달 등의 맥락에서 이해하고자 하는 목적으로 수행되었다. 사업체총조사보고서를 이용한 입지변화분석과 영화제작사를 대상으로 하는 심층인터뷰조사를 주요 연구방법으로 채택하였다. 분석의 결과, 전국 영화제작업체의 80%가 집중해있는 서울 내에서 충무로에서 강남지역으로 대거 이동, 또는 강남지역에 새로운 업체가 신설되는 뚜렷한 현상이 발견된다. 그 집적지는 다양한 계층의 전문화된 기능과 노동시장으로 구성된 탄탄한 생산체계보다는 영화관련 인력 간 비공식적 네트워크가 강조되는 '느슨하게 형성된 집적지'의 특성을 갖는다. 서울 강남에 영화제작업체가 집중하는 데에는 오히려 생산의 환경으로서 이곳이 제공해주는 혜택, 즉 정보 획득과 트렌드 파악의 이점, 사람들이 쉽게 만날 수 있는 다양한 공간과 분위기, 창조성과 아이디어가 배태될 수 있는 환경 등이 크게 작용한 것으로 이해된다. 영화산업이 이렇게 특정지역을 지향하는 특성은 영화제작이 갖는 원천적 불확실성, 프로젝트 기반의 팀 운영, 영화제작세대의 차별화의식, 대기업의 참여와 자본투자의 거대화 등의 특수성과 연결하여 설명된다.

**주요어** : 영화산업, 비공식적 네트워크, 느슨하게 형성된 집적지, 프로젝트 기반, 충무로, 강남지역

**Abstract** : This study aims to explain the emergence of Gangnam Region of Seoul as a new cluster of the Korean film industry in the context of its history of growth, recent development characteristics, and its production system. Statistical analyses of Korean industries and in-depth interview surveys to film producers were conducted. The results of the analyses show that there has been obvious tendency of film makers' move from Chungmuro, a traditional cluster of the Korean film industry, to Gangnam and many births of new film makers in Gangnam. This new cluster, however, is operating on informal networking between film makers and related personnel, not on formalized production system composed of specialized functions and labor market. Therefore, it can be called as *loosely-articulated cluster*. This form of cluster has much to do with production milieu of Gangnam, such as advantages of obtaining information and consumer trend, diverse atmosphere which makes it easier to meet diverse people, favorable environment to embed creativity and fresh idea, etc. This trend of the film industry to orient a specific area can be explained in conjunction with the uniqueness of the film industry, such as uncertainty, project-based work, generation gap between film makers, participation of large companies or increasing size of investment.

**Key Words** : film industry, informal network, loosely-articulated cluster, project-based work, Chungmuro, Gangnam

\* 이 연구는 2003년 한국학술진흥재단의 지원(KRF-2003-003-B00399)에 의하여 수행되었음.

\*\* 경희대학교 지리학과 부교수(Associate Professor, Department of Geography, Kyunghee University), sjchoo@khu.ac.kr

## 1. 서론

### 1) 연구의 배경 및 목적

우리나라에서 영화 또는 영화산업은 ‘충무로’라는 공간과 더불어 언급되어 왔다. 충무로가 영화산업의 본거지가 된 것은 1950년대 말 ‘서라벌영화사’라는 영화제작사가 충무로에 자리 잡으면서 시작된 것으로 알려져 있다(씨네21, 2004, 6월). 이후 명동에 머물러 있던 몇 개의 영화제작자들이 지가가 오르자 1960년대부터 이곳으로 자리를 옮기기 시작하였고, 이들 제작자들은 상영관, 촬영, 현상, 음향, 조명 등 관련업체 등과 함께 집적지를 형성하게 된다.

그러나 영화의 중심지로서 충무로는 영화업체가 모인 유형(有形)의 집적지라기 보다는 정보와 지식, 그리고 영화제작의 분위기가 전달되는 학습과 암묵적 지식의 집적지로서 더 큰 의미를 갖는다고 할 수 있다. 영세했던 영화제작자, 영화감독과 스태프, 그리고 관련 전문가들은 충무로에 있는 다방, 주점, 식당, 여관 등에서 시나리오, 배우, 제작인력에 관한 정보를 교환하면서 네트워크의 영역을 확대해왔다. ‘충무로에 간다,’ ‘충무로 식으로,’ ‘충무로에서는’ 등등, ‘충무로’는 영화산업의 대명사가 되기에 이른 것이다.

이러한 충무로의 상징성은 1990년대 중반 이후 큰 변화를 겪게 된다. 서울의 강남구와 서초구를 중심으로 영화제작사들과 영화인력이 몰리는, 이른바 영화산업의 강남시대가 도래한 것이다. 한국영상자료원의 자료에 의하면, 1996년에 개봉된 영화를 제작한 62개 업체 중 서울 중구에 27개(43.6%) 업체가 있었으나, 2000년에는 61개 중 13개로 그 비중이 21.3%로 현격하게 줄어들었다(윤미은, 2002). 반면에, 강남구와 서초구에 있는 업체가 제작한 영화는 같은 기간 19개(30.6%)에서 43개(70.5%)로 증가하였다. 2004년 현재, 우리나라 영화 제작 및 배급의 주요한 역할을 담당하고 있는 48개 업체 중에서 33개(68.8%)가 강남구와 서초구에 위치하고 있는 것으로 집계된다.<sup>1)</sup> 영화산업의 봄을 타고 신설되는 업체의 대다수가 강남구와 서초구 일대에 사무실을 연다고 해도 과언이 아니다.

영화산업의 새로운 중심지로서 서울 강남지역<sup>2)</sup>의 등장은 1990년대 중반 이후 시작된 한국영화의 부흥과 무관하지 않다. 우리나라 영화기획사의 효시로 알려진 신씨네(강남구 신사동)는 1992년 최고의 흥행영화인 <결혼이야기>를 성공시키면서 강남시대의 서막을 알리게 된다. 이후 한국영화 부흥의 계기가 된 1999년 <쉬리>와 2004년 <태극기 휘날리며>를 제작한 강제규필름(서초구 양재동), 2001년 <친구>를 공동제작한 시네라인투와 JR픽처스(강남구 역삼동과 신사동), 2003년 <올드보이>를 제작한 에그필름(강남구 청담동) 등이 모두 서울 강남지역에 위치한 제작업체들이었다(표 1 참조). 물론 기존의 충무로에 아직 여러 업체가 남아 있고 또 신설되기도 하지만, 영화제작과 배급, 그리고 자본투자의 중심이 대거 이동하게 된 것이다.

이 연구에서는 영화를 제작 또는 배급하는 업체들이 이렇게 서울 강남지역에 집중하는 현상에 주목하고자 한다. 한국 영화산업의 생산체계와 성장역사에 비추어 볼 때, 강남지역이 충무로를 잇는 영화산업의 새로운 집적지로 등장하게 된 것을 어떻게 이해해야 하는가? 벤처생태계와 생산체계의 네트워크, 그리고 사회적 자본이 형성되는 학습과정의 공간으로서 클러스터의 특성을 갖는가, 아니면 강남지역이 주는 소비 지향의 지역성이 작용한 우연적 집적이라고 보아야 하는가? 이러한 질문에 답하고자 하는 것이 이 연구의 목적이다.

이 연구는 대도시 내에 형성되는 산업클러스터의 성격을 이해하고자 한 일련의 연구(황주성, 2000; 이 진, 2001; 이수연, 2003; 주성재, 2004; 박래현, 2005)와 맥락을 같이하며 분석방법을 공유한다. 그러나 소프트웨어산업, 게임산업, 귀금속·보석산업, 제화산업을 대상으로 한 이들 연구와는 차별화하여, 영화산업만이 갖는 독특한 생산체계와 소비의 특성이 서울 강남지역이라는 공간적 특성과 어떻게 연결되어 나타나는지를 밝히는 것이 이 연구의 중요한 초점이 된다. 따라서 이 연구에서는 한국 영화산업의 독특한 성장과정과 최근의 부흥 특성, 그리고 관련업체와의 협력, 인력과 재원 조달을 포함한 일련의 제작과정이 공간적 특성에 어떻게 영향을 미쳤는지 밝히는 데에 주력하기로 한다.

표 1. 1990년대 이후 주요 한국영화의 제작사

영화명	제작년도	제작사	제작사 위치	비고
결혼이야기	1992	신씨네	강남구 신사동	기획영화의 효시
쉬리	1999	강제규필름	서초구 양재동	전국관객 621만 명
공동경비구역 JSA	2000	명필름	종로구 혜화동	전국관객 583만 명
친구	2001	시네라인투 JR픽처스	강남구 역삼동 강남구 신사동	전국관객 818만 명
조폭마누라	2001	현진시네마	강남구 신사동	전국관객 580만 명
실미도	2003	시네마서비스 한백영화	중구 주자동 중구 주자동	전국관객 1,108만 명 (1000만 돌파 최초영화)
살인의 추억	2003	싸이더스	중구 필동	전국관객 570만 명
올드보이	2003	에그필름	강남구 청담동	2004년 칸느영화제 심사위원대상
태극기 휘날리며	2004	강제규필름	서초구 양재동	전국관객 1,174만 명
웰컴투동막골	2005	필름있수다	종로구 동숭동	전국관객 800만 명

자료 : 제작사 위치는 영화진흥위원회 홈페이지 자료, 관객수는 관련 신문·잡지 등의 기사에 근거하여 작성함.

## 2) 연구의 범위 및 방법

영화산업의 공간적 전개에 대해서는 그 생산과정을 따라 다음 세 가지 차원의 연구가 가능하다. 첫째는 촬영(shooting) 단계에서 촬영지가 어떻게 선정 또는 어디에 조성되며 지역에 미치는 영향은 무엇인가에 관한 연구이다. 둘째는 제작(production) 단계에서 제작자들이 어디에 입지하며 제작에 필요한 자본, 인력, 전문 기능을 어디서 조달하는가에 관한 것이다(윤용민, 2001; 윤미은, 2002). 셋째는 상영(exhibition) 단계에서 상영관이 어디에 입지하며 소비자들은 어떤 요인에 의하여 영화관을 선택하는가에 관한 것이다(강혜정, 2004).

이와 더불어 최근 지역발전을 위한 문화산업의 역할이 강조되면서 정책분야의 영화산업 연구도 활성화되고 있다. 영화산업을 중심으로 한 문화산업단지 조성, 영화제를 통한 지역발전, 촬영지 조성을 통한 관광객 유치 및 장소마케팅이 그 주요 주제가 된다.

이 연구는 영화제작자들의 공간적 활동에 초점을 두어 연구범위를 설정한다. 통계분석에 있어서는 상영업을 제외하고 제작업, 관련 서비스업, 배급업에 속한 업체를 대상으로 하고,<sup>3)</sup> 심층인터뷰 및 분석에 있어서는

영화제작 경험이 있는 제작자를 다루도록 한다. 실제로 제작과 수입·배급의 기능을 겸하는 업체가 많기 때문에 이를 명확히 나누는 것은 어렵다.

공간적으로는 영화산업의 중심지인 서울에 있는 영화제작업체의 변화를 중심으로 살펴본다. 서울에서도 총무로와 강남지역이 핵심대상이다. 시간적 범위에 있어서는 한국영화의 도약을 이룬 1990년대 중반 이후에 초점을 둔다.

이 연구는 전반적인 추세를 알기 위한 통계조사와 제작업체의 실질적인 경험을 파악하기 위한 심층 인터뷰조사를 병행하였다. 영화제작의 특성상 표준화된 설문지를 다량 배포·회수하여 분석하는 것은 매우 어렵다고 판단되어, 직접 면담하여 조사하는 방식을 채택하였다. 2004년 3월과 5월 사이에 총 19개의 업체에 대한 조사를 시행하였다.

## 3) 선행연구

영화산업에 대한 선행연구는 대부분 1990년대 중반 이후 비약적으로 성장한 한국영화산업의 성장요인과 배경(강한섭, 2003; 노종운, 2004; 김미현 등, 2004; 김승경, 2005), 영화산업의 네트워크 조직(최윤정,

2004), 영화산업 노동시장의 특성(정이환, 2005), 지역 영화산업 발전을 위한 정책방안(박철웅, 2003; 양영철, 2003), 그리고 영화산업의 상영구조를 중심으로 한 정책방안(남지원, 2005) 등에 집중하여 전개되고 있다.

이들 연구는 영화산업의 공간적 전개과정과 그 요인에 대하여 직접적인 언급을 하고 있지는 않지만, 간접적으로 몇 가지 시사점을 던져준다. 영화산업 발전요인으로서 1990년대 중반 이후 대기업의 영화산업 참여와 새로운 기획인력의 유입(김승경, 2005, 49), 그리고 다양한 투자사의 결성(노중윤, 2004, 11)은 이를 수용하는 새로운 경제환경으로서 도시내 특정 지역의 성장을 내포하고 있다. 영화제작에 참여하는 다양한 주체들간의 밀접한 네트워크(최윤정, 2004, 59-66)는 이들이 동일한 장소에 함께 입지하는 것이 필요함을 말해준다. 프로젝트 단위로 움직이는 불확실한 영화산업의 노동시장 특성(정이환, 2005, 97-100)은 영화산업 종사자들간의 개인적 관계가 중요하며, 이들이 공식적, 비공식적으로 함께 모일 수 있는 공간이 필요함을 시사하고 있다.

영화산업의 입지적 특성과 공간활동에 대해서는 두 개의 석사학위논문에서 기본적인 분석을 해주고 있다. 윤용민(2001)은 영화산업의 중심지가 충무로에서 강남 지역으로 이동하는 현상에 주목하고 전문가 면담과 기존문헌 조사를 통해 이러한 추세를 접근성, 젊은 소비문화, 관련업체 집적, 편의시설, 도시화경제 등으로 설명하였다. 윤미은(2002)은 1995년과 2000년의 통계자료 분석을 통해 강남지역으로의 입지변화를 확인하고, 설문조사를 통해 이를 제작업체와 관련 서비스업체의 생산연계로 설명하고자 하였다. 즉, 자본조달, 후반부작업 외주업체 선정, 그리고 업체간 교류의 편의성 때문에 영화제작업체가 강남지역에 집중하고 있다는 것이다.

이 두 연구는 영화산업의 입지변화에 대한 기본적인 이해를 가능하게 해주는 시론적 연구로서 매우 큰 의미를 갖는다. 그러나 두 연구 공통적으로 일반적인 영화제작의 생산체계와 이를 위한 입지적 요건에 초점을 맞추는 과정에서, 한국영화의 특수한 제작과정과 ‘서울’이라는 경제공간의 특성을 충분히 고려하지 못하였다고 평가된다. 연구방법에 있어서도, 전자는 소수 전

문가들의 의견에 의존하고 있으며 후자는 다량의 설문지 분석을 기초로 하고 있다는 점에서 입지변화를 가져오는 요인을 충분히 밝히는 데 한계가 있다고 본다.

이밖에도 인터넷을 통하여 영화를 배급하는 업체의 공간분포 특성과 그 요인을 밝힌 연구가 있다(이희연·이난경, 2005). 이 연구의 대상 업체들 역시 관련 업체와의 협력, 교통편의, 기술지원 등의 요인 때문에 서울의 강남지역에 집중하고 있는 패턴이 발견된다. 그러나 이 연구는 영화산업의 입지적 특성에 관한 연구라기보다는, 브로드밴드를 통해 영화라는 콘텐츠를 제공하는 전자상거래 업체에 관한 연구로 분류함이 더 타당한 듯하다.

## 2. 영화산업 입지에 관한 이론적 논의

### 1) 문화산업의 입지적 특성

영화산업의 입지를 이해하기 위해서는 문화산업이 갖는 일반적인 입지 특성을 고려할 필요가 있다. 문화산업 또는 문화경제에 관한 기존의 문헌들(구문모 등, 2000; 이대희, 2001; 이영두, 2000; 한국문화경제학회, 2001)을 종합하면, 문화산업은 “문화를 대상으로 하여 인간의 창의력과 예술성을 부가한 상품을 생산하는 산업”으로 정의된다. 인간의 능력이 중요한 만큼 고용창출 효과가 높으며, 무형의 문화를 대상으로 하기 때문에 상품화되었을 때 부가가치창출 효과가 높다. 창구효과(window effects)라고 불리는 관련 산업과의 연계 효과가 매우 큰 산업이며, 하나의 소스가 여러 가지 상품으로 활용되는(one-source multi-use) 특장을 갖고 있다.

이러한 문화산업의 특징은 그 입지적 특성에 대한 유추를 가능하게 해준다. 문화가 축적되어 있고 창조적 인력이 모여 있어 문화에 대한 사회화와 의사소통이 가능한 도시로의 지향성, 즉 도시화 경제(urbanization economies) 지향성이 강하다는 점이 그 중 하나이다. 창조활동을 보장하고 정보와 아이디어의 교환을 쉽게 해주는 도시기반시설 또는 연관기능이 뒷

받침 되어야 한다. 또한 관련 산업과 연계효과를 극대화하고 하나의 소스로 여러 상품을 만들기 위해서는 기능간의 밀접한 보완관계가 필요하고 이를 활성화하기 위한 물리적 집적이 필요하다. 즉, 문화산업은 도시 내 특정지역으로의 집적 성향이 매우 강하다는 것이다.

Scott(2000, 11-12)는 문화산업이 갖는 기술적, 조직적 특성을 다음 다섯 가지로 정리하고 있다. 이들 모두는 문화산업이 도시 내 특정지역을 지향하는 특성과 연결된다.

- 상당한 양의 직접적인 인간활동을 필요로 하며 때로 유연생산기술에 의하여 보완됨
- 상호의존적인 중소기업간 네트워크에 의하여 생산활동이 이루어지나, 대기업 또는 통합적인 성격을 갖는 기업이 이 네트워크에 참여하는 경우도 발견됨
- 이러한 네트워크는 다양한 기술과 속성을 가진 대규모의 노동시장을 필요로 하게되며, 고용관계는 간헐적인 형태로 유지되어 지속적인 구직과 구인의 과정이 발생함. 고용자와 피고용자 모두가 느끼는 불안감은 집적지의 규모를 키움으로써 극복

가능함

- 지리적 집적의 형태로 나타나는 외부경제가 매우 중요한 요소임. 상호학습, 문화적 시너지, 창조활동효과, 상호자극 등으로 실현되는 집적의 효과는 또 다른 외부경제를 창출하는 근원이 됨
- 문화산업의 집적은 여러 다른 유형의 제도적 기반을 등장 가능하게 함. 이들 제도적 조직들은 관련 서비스 제공, 정보 제공, 생산자간 신뢰와 협력 촉진, 전략적 계획의 수립·시행 등으로 지역경제의 기능을 원활하게 함

이렇게 보면 문화산업은 제조업이나 생산자서비스업에 비하여 집적의 성향이 훨씬 강한 것으로 해석할 수 있다. 다른 산업의 클러스터 형성 요인과 비교할 때, 인력 조달 및 네트워크와 관련된 요인이 특히 중요함을 예측할 수 있다. 제도 또는 시스템에 의존하는 요인보다는 개인적 요인, 공식적 요인보다는 비공식적 요인이 더 중요한 집적의 요인이라는 것이다.

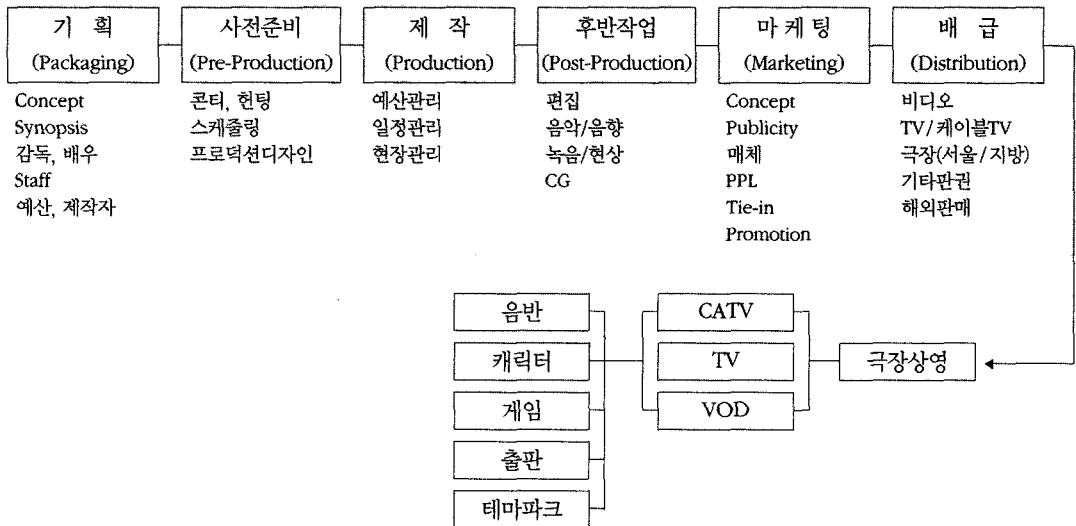


그림 1. 영화산업 생산체계

출처 : 삼성경제연구소(2002, 3)를 참조로 필자 작성.

## 2) 영화산업의 생산체계와 생산환경

문화산업은 매우 다양하며 각각 독특한 특성을 가지기 때문에 이를 각 산업이 갖는 생산체계(production system)의 관점에서 분석할 필요가 있다. 영화산업은 다른 문화산업에 비해 생산체계가 매우 전문화된 기능으로 세분되어 순차적으로 연결되는 특성을 갖는다. 기획, 사전준비, 제작, 후반작업, 마케팅, 배급, 극장상영, 케이블 TV, 공중파 TV, 비디오나 DVD 등 다른 매체로의 전환, 그리고 음반, 캐릭터, 게임 등 관련 상품 개발 등 그 기능구조가 매우 복잡하다(그림 1). 각 단계마다 독특한 인력, 장비, 시설, 행·재정 수요가 발생한다.

이 연구가 관심을 갖는 제작부문(그림 1의 상단 부분)에서 전문화, 분화된 각 기능들이 얼마나 부드럽게 상호 연결되어 작용하느냐가 제작의 성패를 좌우하는 중요한 요인이라고 한다면, 이러한 체계가 가동되기 위한 입지적 요건은 명백해진다. 즉, 각 기능들이 필요에 따라 유연하게 상호작용하고 공식적, 비공식적 네트워크를 유지하며 의사소통할 수 있는 물리적 집적이 필요하다는 것이다.

관련업체들의 집적은 상호 신뢰, 암묵적 이해, 학습효과, 독특한 의사소통구조와 지식 거래의 방법, 성과를 높이는 거버넌스 구조 등과 같은 국지화된 정치-문화적 자산을 축적하는 훌륭한 수단이 된다(Scott, 2000, 19). 정보의 교환, 노동시장의 공유와 같이 문화산업에 공통적으로 적용되는 이익이 있음은 물론이다. 지명도가 보장되는 장소이고 관련된 제도기관과의 접근성이 용이한 곳이기도 하다. 그러나 핵심은 집적이 가져다주는 경제적 이익과 수익체증(increasing returns)에 있다(Scott, 2005, 9-17). 이러한 영화산업의 유연적 전문화(flexible specialization) 특성은 일찍이 1980년대 중반 이후 학계의 관심대상이 되어 왔다(Scott, 1984; Storper and Christopherson, 1987; Storper, 1989).

생산체계의 측면과 더불어 생산의 환경(milieu)으로서 '장소'가 주는 혜택에 초점을 맞추는 관점도 존재한다. 관련 인력이 순수하게 인간적인 관계를 유지하고 시행착오를 겪는 과정에서 창조성이 배태될 수 있도록 하는 조직화된 사회적, 도시적 환경이 중요하다

는 것이다(Scott, 2000, 34-35). 다양한 생산, 유통, 레저 기능이 복합된 특수한 도시 인프라는 중심지 지향, 소비지향, 고급문화지향의 영화관련 인력들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 환경적 요인이 된다. 이것은 도시화경제라는 측면으로 해석할 수 있다. 미국 로스앤젤레스 대도시권의 양호한 도시환경은 영화산업체들을 할리우드로부터 주변 도시로 확산시키고 있다(Scott, 2005, 1).

그러나 영화산업에는 집적과 무관한, 또는 집적을 필요로 하지 않는 생산특성도 있음에 주목해야 한다. 영화제작은 기본적으로 작품을 중심으로 여러 기능들이 모였다 흩어지는 프로젝트에 기반한 네트워크(project-based network)의 산물이다. 따라서 굳이 같은 공간에 함께 있을 필요가 없으며, 서로 정보를 갖고 있다가 필요에 따라 함께 작업을 할 수 있는 정도의 거리에만 있으면 된다. 또한 영화는 아이디어가 생명인 상품이라 생산과 관련된 정보교환은 아무리 친숙한 관계라 하더라도 제한적인 수준으로 이루어질 수밖에 없는 한계가 있다.

따라서 이와 같은 특성은 집적의 공간 규모를 어느 정도로 설정할 것인가 하는 문제로 연결된다. 즉, 하나의 도시권 내에서 1시간 내외의 이동으로 네트워크를 가질 수 있는 규모의 공간을 집적된 공간으로 볼 것인가, 아니면 수시로 대면접촉이 가능한 같은 생활권의 공간으로 볼 것인가 라는 문제이다. 미국 LA의 할리우드와 주변지역은 대도시권 규모의 집적지라 볼 수 있지만, 서울의 충무로와 강남지역은 수시로 이동이 가능한 서울 내의 한정된 공간이다. 할리우드는 생산체계의 네트워킹이 중요한 요인이지만, 강남지역은 오히려 새로운 생산 및 소비의 공간이라는 상징성, 강한 인적 네트워크를 지원해줄 수 있는 도시환경적 특성 등이 더 중요한 요인이 될 수 있다는 점을 시사한다. 이러한 점들은 영화산업의 입지를 설명하는 데 있어, 생산공간 형성에 작용한 사회문화적 특수성을 고려해야 한다는 것을 말해준다.

## 3) 생산공간 형성의 사회문화적 특수성

영화산업은 각 나라의 독특한 사회문화적 특수성과

정책방향의 맥락에서 발전해가면서 집적지를 형성하고 있다. 미국 LA대도시권의 할리우드나 프랑스 파리의 제8구와 같은 구미 도시뿐 아니라 인도 뭄바이의 발리우드나 홍콩의 무비씨티와 같은 아시아의 도시에서도 활발한 영화제작이 이루어지고 있다.<sup>4)</sup> 여기서는 대표적인 사례로서 미국할리우드의 집적지 형성과정과 특성으로부터 시사점을 도출하고자 한다.

Scott(2005, 11-34)에 의하여 정리된 할리우드 형성 역사를 종합하면, 인력과 아이디어의 관문이자 집산지인 뉴욕에서 시작된 미국 영화산업이 서부로 이동한 것은 기존 영화제작의 관행으로부터 벗어나고자 하는 개척정신에서 비롯된 것이라고 할 수 있다. 영화제작을 주도하고 있던 영화특허회사 MPCC(Motion Picture Parents Co.)가 시도한 영화제작 라이선스 조정, 가격과 물량 조절, 극장입장료 결정 등의 독점적 횡포를 피하고자 1910년을 전후하여 서부로 이동한 것이 발단이 된 것이다. 할리우드는 서부 최대의 도시 로스앤젤레스의 도심에서 가깝고 교통이 편리했으며, 노동조합활동이 활발한 동부와는 달리 유순하고 저렴한 노동력의 확보가 가능하였다. 또한 추운 겨울이 있는 동부와는 달리 연중 따뜻하고 맑은 날이 계속되어 영화촬영에 적격이었다.

이후 할리우드는 파라마운트, MGM, 폭스, 워너브라더스와 같은 메이저기업을 중심으로 세계 영화산업의 중심지로 자리잡아갔다. 1948년 메이저의 독점을 막기 위한 상영기능의 분리 조치와 텔레비전의 등장으로 위기를 맞이하기도 했으나, 1970년대 이후 대기업의 인수·합병이 계속되면서 영화사업은 점점 거대화되었고 발전을 지속하였다.

이렇게 형성된 할리우드의 영화생산복합체(The Hollywood production complex)를 Scott(2005, 47-48)는 다음 네 가지 요소를 중심으로 도식화하고 있다(그림 2).

- 수직적 분산의 여러 상태에 있는 중첩된 생산네트워크 : 메이저기업과 그 자회사, 독립기업, 특화된 서비스공급자들로 구성됨
- 차별화된 기술, 감각, 그리고 관습 형태를 가진 많은 수의 개개인들로 구성된 지역 노동시장 : 새로운 재능을 가진 사람들로 지속적으로 보충됨

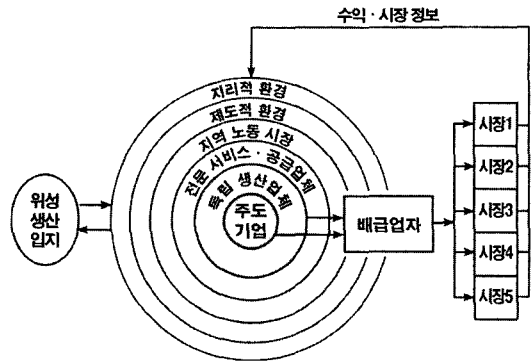


그림 2. 할리우드 영화생산복합체의 구조

출처 : Scott(2005, 48)

- 기업과 인력을 대표하는 여러 조직과 협회로 구성된 제도적 환경 : 정부 또는 준정부 기관이 관여하여 산업발전에 상당한 영향력을 행사함
- 상기 세 가지 요소로 나타나는 현상과 부분적으로 관련되어 등장하는 지리적, 역사적 속성으로 이루어진 지역적 환경 : 생산공간으로서 할리우드의 복잡한 구조에 배태된 영화제작의 전통, 남캘리포니아의 경관, 멀티미디어, 음악, 패션, 가구디자인 등 다른 문화상품과 근접하여 있음으로써 발생하는 시너지와 잠재력 등

생산공간으로서 할리우드 형성의 사회문화적 특수성이 서울 강남지역의 등장에 주는 시사점은 무엇인가? 우선 미국 뉴욕으로부터 할리우드로 이동한 동기와 공간거리, 메이저기업의 형성과 촬영장소의 제공 등 거의 모든 측면에서 비교할 수 없을 정도로 다르다는 점을 지적해야 할 것이다. 충무로나 강남 어느 곳에도 할리우드와 같은 차별화된 두터운 층의 생산 또는 서비스 기업을 찾기 어렵다.

그러나 영화제작의 새로운 세대가 새로운 공간을 개척하는 정신에서는 동일한 측면을 발견할 수 있다. 새로운 아이디어, 인력, 자본구조, 기획력 등, 한국영화의 새로운 도약을 시도하면서 무언가 차별화된 특성을 나타내고자 하는 의도는 같다는 것이다. 거대한 서비스 생산 및 소비의 중심지로 등장한 강남지역은 이러한 뜻을 반영하기에 적합한 곳이 되었을 것이라는 가

설이다. 다음부터는 이 가설을 집적지 형성의 여러 측면에서 구체적으로 검증해 본다.

### 3. 한국 영화산업의 입지 변화

한국 영화산업은 서울에 집중해 있다. 전국적인 영화산업의 입지 변화를 살펴보면(표 2), 서울에의 집중도가 압도적으로 높으며 1995~2004년 기간에 그 크기는 더욱 커졌다는 것을 알 수 있다. 전국적으로 두 배에 조금 못 미치게 증가한 영화 및 비디오 제작업(한국 표준산업분류 8711)과 영화 및 비디오제작 관련서비스업(8712)에 있어, 서울은 업체수가 두 배 이상 증가하여 2004년에 그 비중은 각각 81.3%와 74.7%에 달하였다.<sup>5)</sup> 인천과 경기도를 합하면, 그 비중은 각각 87.7%와 82.4%에 이른다. 수도권 이외에는 부산, 광주, 대전, 대구 등 대도시에 소수의 업체가 존재한다.

영화배급업(8713)의 경우 전체 업체수가 감소한 것으로 나타나는데, 이것은 배급에만 주력하던 업체들이 제작업으로 영역을 넓힌 결과라고 해석할 수 있겠다.

그러나 제작과 배급을 겸하는 업체가 많기 때문에 상당수의 업체가 단순히 분류상 제작업으로 집계된 것으로 볼 수도 있다. 또한 표준산업분류의 변경으로 인해 코드를 보정하는 과정에서 차이가 발생했을 가능성도 완전히 배제할 수 없다.

서울 내에서 1995~2004년의 변화를 살펴보면(표 3, 그림 3), 영화 및 비디오 제작업(8711)에 있어 소위 '총무로'라 할 수 있는 중구 명동과 필동, 그리고 인근의 종로구는 감소 또는 정체, '강남지역'의 신사동, 압구정동, 청담동, 논현동, 역삼동, 서초동, 양재동은 두 배 가까운 증가의 패턴이 발견된다. 이 중에서도 이 연구가 관심을 갖는 순수한 일반영화 및 비디오 제작업(87111)만을 보면, 그 차이는 더욱 분명해진다. 일반영화(비디오 포함) 제작업이 영화시장 내에서 정리되면서(162개에서 114개로 감소) 총무로 일대의 업체는 48개에서 17개로 대폭 감소한 반면, 강남 일대에는 62개에서 69개로 증가하였다. 영화 및 비디오 제작 관련서비스업(8712)도 비슷한 패턴을 보여 제작과의 밀접한 연계를 보여주고 있다. 2004년 현재 서울 내 영화산업

표 2. 한국 영화산업의 전국적 입지 변화 : 1995년~2004년

(단위 : 개, %)

구분	영화 및 비디오 제작업(8711)				영화 및 비디오제작 관련서비스업(8712)				영화 배급업(8713)				
	1995		2004		1995		2004		1995		2004		
	업체수	비율	업체수	비율	업체수	비율	업체수	비율	업체수	비율	업체수	비율	
수도권	서울	396	76.9	764	81.3	41	69.5	68	74.7	56	65.9	44	77.2
	인천·경기	16	3.1	60	6.4	6	10.2	7	7.7	1	1.2	0	0.0
	계	412	80.0	824	87.7	47	79.7	75	82.4	57	67.1	44	77.2
비수도권	부산	11	2.1	31	3.3	2	3.4	2	2.2	6	7.1	2	3.5
	대구	16	3.1	7	0.7	2	3.4	4	4.4	3	3.5	3	5.3
	광주	13	2.5	18	1.9	2	3.4	0	0.0	7	8.2	5	8.8
	대전	9	1.7	12	1.3	1	1.7	4	4.4	11	12.9	3	5.3
	기타지역	54	10.5	48	5.1	5	8.5	6	6.6	1	1.2	0	0
	계	103	20.0	116	12.3	12	20.3	16	17.6	28	32.9	13	22.8
	전국	515	100.0	940	100.0	59	100.0	91	100.0	85	100.0	57	100.0

주 : 각 산업 팔호안의 네 자리 수는 한국표준산업분류 코드를 나타냄(미주 5) 참조.

자료 : 통계청(1995; 2004)



표 3. 한국 영화산업의 서울 내 입지 변화: 1995년~2004년

(단위: 개, %)

구분	영화 및 비디오 제작업(8711)		일반영화 및 비디오 제작업(87111)		영화 및 비디오 제작 관련서비스업 (8712)		영화 배급업 (8713)		
	1995	2004	1995	2004	1995	2004	1995	2004	
종로구·중구	종로구	33	17	20	4	4	0	2	3
	종로1·2·3·4가	10	4	10	0	1	0	0	0
	중구	42	32	28	13	7	9	18	19
	명동	7	8	7	3	1	2	2	4
	필동	15	11	12	7	2	3	10	13
	계	75	49	48	17	11	9	20	22
	비율(%)	18.9	6.4	29.6	14.9	26.8	13.2	35.7	50.0
강남구·서초구	강남구	123	228	46	58	9	31	16	12
	신사동	15	27	7	6	0	4	2	1
	논현1동	6	28	2	13	1	1	1	1
	논현2동	33	45	4	13	0	8	3	1
	압구정1동	7	17	2	7	1	3	1	0
	청담1동	5	12	4	5	2	0	0	3
	청담2동	12	19	5	4	0	2	0	0
	삼성1동	2	10	2	2	1	3	0	1
	역삼1동	20	24	11	0	8	2	5	4
	서초구	48	74	16	11	5	0	10	1
	서초3동	6	14	1	2	3	0	1	0
	양재2동	4	14	2	2	0	0	0	0
	계	171	302	62	69	14	31	26	13
	비율(%)	43.2	39.5	38.3	60.5	34.1	45.6	46.4	29.5
기타 서울	용산구	13	12	5	2	1	7	0	0
	마포구	22	58	9	8	6	3	0	2
	양천구	1	52	1	2	0	1	0	0
	구로구	0	23	0	0	0	1	0	0
	영등포구	40	162	12	5	5	7	4	0
	송파구	24	13	11	2	0	4	0	1
	기타	50	93	14	9	4	5	6	6
	계	150	413	52	28	16	28	10	9
비율(%)	37.9	54.1	32.1	24.6	39.0	41.2	17.9	20.5	
서울 계	개수	396	764	162	114	41	68	56	44
	비율(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 통계청(1995; 2004)

의 총무로와 강남의 분포비율은 일반영화·비디오 제작의 경우 14.9%와 60.5%, 관련서비스업의 경우 13.2%와 45.6%이다.

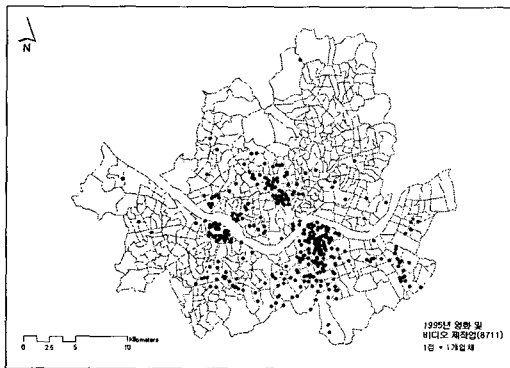
영화 배급업(8713)의 경우, 총무로 일대는 약간 증가, 강남지역은 감소로서 조금 다른 패턴을 보인다. 앞서 살펴본 바와 같이 순수한 배급업체가 전국적으로

줄어드는데 충무로에만 늘어나는 것은, 제작으로 전환하지 못하고 과거의 관행대로 배급에만 주력하는 업체들이 있기 때문인 것으로 분석된다.

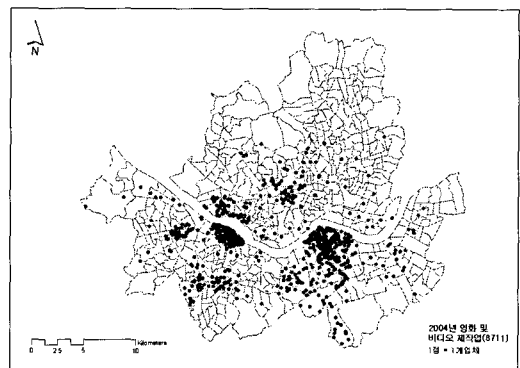
표 3에서는 한국 영화산업의 성장에서 나타난 몇 가지 입지적 전개 특성이 확인된다. 1980년대 중반 이래, 영화제작의 새로운 세대가 등장하여 충무로에서 약간 벗어난 종로3가, 비원, 명륜동 등 종로구에 자리잡은 업체들이 1995년 통계에 나타난다. 그러나 이들은 2004년까지 대부분 다른 곳으로 이전 또는 소멸한다. 1995년에 서초동, 양재동 등 서초구에 나타난 업체들은 강남대로의 벤처빌딩 또는 포이동의 영상·디지털산업 집적지에 입지한 것들이다. 2004년에 영화 및 비디오 제작업(산업분류 8711) 전체 숫자는 증가하였으나 일반영화제작업(87111)은 그 비중이 작고 숫자가

줄어들고 있어, 만화, 광고, 방송프로그램 등 영화 이외의 제작이 주류를 이루고 있음을 알 수 있다. 같은 추세로서 영등포구, 마포구, 양천구에 크게 증가한 영화 및 비디오 제작업은 방송국을 둘러싼 방송프로그램 제작업체들을 나타내고 있다.

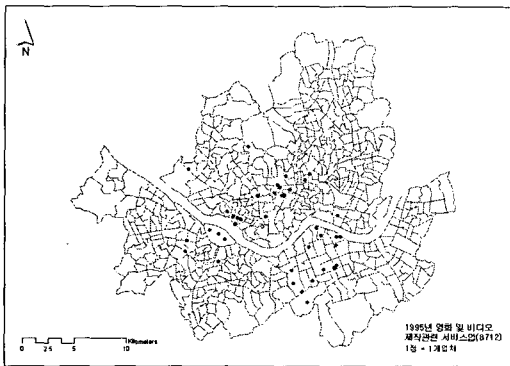
그림 4는 우리나라 영화 제작과 배급에서 주요한 역할을 담당하고 있는 48개 업체의 위치를 나타낸다.<sup>6)</sup> 이중 33개(68.8%)가 강남구와 서초구에 위치하고 있는 것으로 집계된다. 오른쪽 그림은 강남구 신사동, 압구정동, 청담동, 논현동, 역삼동 일대에 있는 31개 업체의 위치를 보여준다. 소위 강남의 소비 중심인 로데오거리와 학동4거리를 둘러싼 도산대로, 학동로, 언주로 일대가 이들 업체들의 주요 집중지역이다.



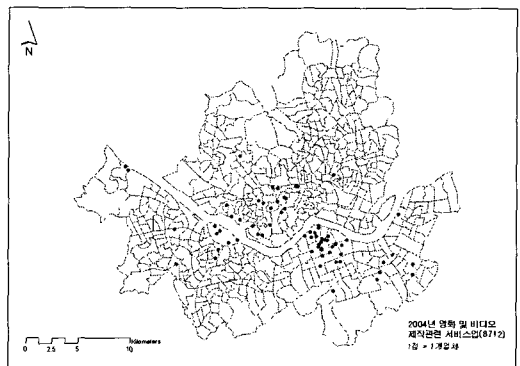
(a) 영화 및 비디오 제작업 (1995)



(b) 영화 및 비디오 제작업 (2004)



(c) 영화 및 비디오 제작관련 서비스업 (1995)



(d) 영화 및 비디오 제작관련 서비스업 (2004)

그림 3. 서울 내 영화산업 입지변화(1995~2004)

자료 : 통계청(1995; 2004)

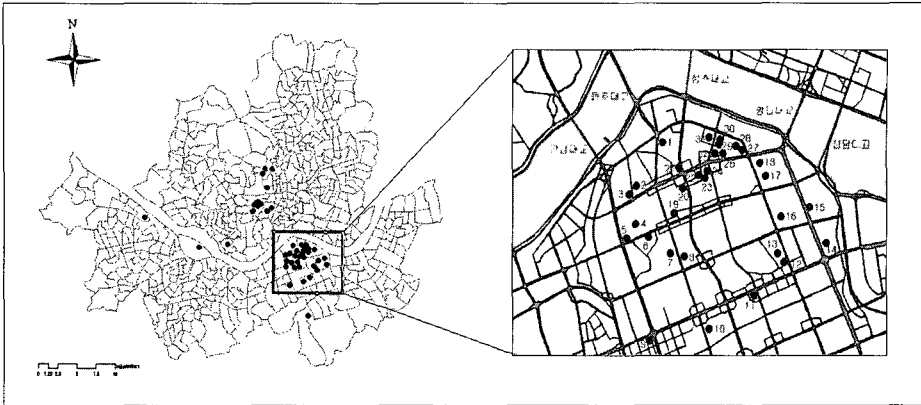


그림 4. 주요 영화 제작·배급사 위치

주 : 주요 영화사명은 다음과 같음; 1.신씨네, 2.눈엔터테인먼트(주), 3.미라신코리아, 4.엘제이필름, 5.기획시대, 6.화이트리엔터테인먼트, 7.필름지(주), 8. 워너브라더스코리아(주), 9. KTB엔터테인먼트, 10.20세기폭스코리아(주), 11.베어엔터테인먼트, 12.콜럼비아트라이스타영화(주), 13. 나비픽처스(주), 14.시나브로엔터테인먼트(주), 15.싸이더스, 16.진인사필름(주), 17.지오엔터테인먼트, 18.에그필름(주), 19.신승수프로덕션(주), 20.케이엠컬처, 21.유니코리아문예투자(주), 22.아이엠픽처스, 23.팝콘필름(주), 24.CJ엔터테인먼트, 25.영화세상, 26.우성시네마, 27.동아엔터테인먼트(주), 28.영화사 봄, 29.메이필름, 30.테원엔터테인먼트, 31.튜브엔터테인먼트

#### 4. 영화제작업체의 집적 요인과 과정

이 장에서는 영화제작업체에 대한 인터뷰조사의 결과, 그리고 관련 자료를 바탕으로 영화산업의 집적 요인과 과정을 정리하고자 한다. 인터뷰조사는 영화제작업체를 대상으로 정형화된 설문지를 갖고 영화제작업체의 대표 또는 프로듀서와 심층 조사하는 방식을 띠었다. 심층 면접이 불가능한 경우에는 현 입지에 대한 평가표 작성을 위주로 조사를 진행하였다.

인터뷰조사의 내용은 집적에 영향을 미치는 주요 요인들에 집중되었다. 창업 및 입지 선정 과정, 생산체계 및 관련 업체와의 연계, 사회적 자본의 형성과 비공식적 네트워크, 인력자원의 조달, 제도적 요인 등이 그 내용이다.

##### 1) 창업 및 입지선정 과정

영화제작업체의 창업은 독립·자생적 창업, 기존 업체로부터의 분리창업(spun-off) 또는 영역 확대, 대기업의 조직 확장으로 인한 창업 등 그 경로가 다양하다. 그러나 어떤 경우라도 기존에 영화와 관련을 맺고 있

거나 지대한 관심을 갖고 있었다는 것이 중요한 창업의 동기가 됨을 특징으로 지적할 수 있다.

가장 큰 비중을 차지하고 있는 독립·자생적 창업의 경우, 창업자들은 대부분 시나리오 집필, 연출, 기획 등의 경험을 쌓은 상태에서 독립된 제작에 뛰어들게 된다. 영화 번역과 무역 업무에 종사하다가 창업한 경우도 있으며, 신문사의 문화부 기자생활을 하다가 제작에 참여하게 된 경우도 있다. 많은 경우 대학의 동아리활동에서 이러한 경험을 시작하게 되고, 이때 맺은 선·후배 관계는 학연을 형성하는 중요한 계기로 작용한다.

독립·자생적 창업이 영화제작과 느슨한 연계를 맺고 시작한 것이라면, 관련 업체로부터의 분리창업 또는 영역 확대는 견고한 형태로 연계된 것이라 할 수 있다. 이 중 큰 비중을 차지하는 것은 수입, 배급, 또는 상영업을 중심으로 하다가 직접 제작에 참여하게 된 경우이다. 기존 제작업체로부터 동등한 입장에서 다른 제작사로 분리된 경우도 있으며, 창업투자회사로부터 제작사로 독립한 경우도 있다. 이밖에 대기업의 문화산업 투자확대의 맥락에서 자회사로서 제작사(배급과 상영의 복합기능 보유)가 설립된 경우도 있다.

어떠한 창업의 과정이라도 이렇게 영화 제작과 다양한 강도의 연관을 맺고 있다는 점은 제작업체의 초기 입지를 정하는 데 중요한 요인으로 작용하는 것으로 보인다. 영화산업이 총무로를 중심으로 형성되어 있을 때, 어떤 형태로라도 영화와 관련된 일을 하기 위해서는 이곳으로 올 수밖에 없었고, 자연스런 과정으로 이곳에서 창업하게 된 것이다. 1993년에 창업한 A제작사의 경우, 기존에 총무로에 있던 제작세대와는 차별화 되기를 위하여 다른 곳에 장소로 가고자 하였으나, 멀리가지는 못하고 총무로 외곽인 비원 근처에 자리를 잡게 된다.

“최초 설립을 총무로 외곽에 한 이유는, 영화사가 설립되던 당시만 해도 아직 총무로의 위력이 대단하였기 때문이다. 1990년대 초반만 하더라도 총무로에 신생업체가 들어서는 것은 선택적 사항이 아니라 너무나 당연한 것이었다(A제작사 대표).”

그러나 창업의 장소는 창업에 필요한 정보나 지식을 제공하는 곳은 아니었던 것으로 보인다. 이미 영화관에서 직·간접적으로 오랜 경험을 통해서 습득한 정보와 인맥이 있었고 생존의 노후가 있었던 것이다. 따라서 초기의 입지는 상징성과 지명도를 제공해주는 의미가 더 컸던 것으로 판단된다. 이것이 A제작사가 1996년에 아직 영화관련 업체가 모이지 않았던 강남지역으로 이전할 수 있었던 이유가 되는 것이다.

“이전하게 된 이유는, 90년대 중후반 이후 강남지역에서도 총무로에서의 환경을 대부분 그대로 누릴 수 있게 되었고, 강남으로 이전하더라도 총무로와 그리 멀지 않기 때문이었다. 사실 다리 하나만 건너면 총무로에 갈 수 있다. 따라서 총무로와 강남의 지역구분이 공간적으로 존재한다 하더라도 한국 영화인들의 심리상에서는 강남과 총무로의 구분이 명확치 않다고 본다(A제작사 대표).”

최근 강남지역에 신설되는 독립기업 또는 분리신설 기업 역시 이러한 장소의 상징성과 지명도가 크게 작용하는 창업이라고 해석할 수 있다. 사정에 의하여 사

무실을 옮기더라도 강남지역 내에서 이전하게 된다.

“역삼동에서 창업한 이유는 ‘웬만하면 영화사가 강남에 있어야한다’는 선입견이 이전부터 있었기 때문이었다. 큰 고민 없이 강남에 사무실을 연게 되었다(B제작사 대표).”

이러한 창업과 입지선정 과정의 결과로서, 현재 총무로 또는 명륜동 등에 남아 있는 제작업체들은 대부분 독립·자생 업체라는 일반화가 가능하다. 이들은 1990년대 이전에 창업한 업체, 또는 시나리오 제작이나 영화기획의 경험을 갖고 창업한 독립·자생 업체들이다. C제작사의 경우, 총무로 인근에 있던 영화진흥위원회에서 창업한 후, 압구정동, 장충동을 거쳐 다시 현재의 총무로로 돌아올 수 있었던 것은, 지속적인 제작활동을 영위할 수 있는 영화제작의 규모와 틀을 갖추었기 때문이라고 보인다. 그러나 C제작사의 대표가 지적하는 바와 같이, 영화제작사의 이전은 매우 우연적인 요소, 예를 들어 타 영화사와의 합작, 투자사나 관련업체의 도움을 받는 경우, 사무실 임대료 문제에 의하여 결정되는 경우가 많다.

한편, 2000년대 이후 창업한 기업이 총무로에 자리 잡는 경우는 매우 드물다. 대기업의 조직 확장으로 탄생한 D제작사와 같이 본사에 입지하다가 엔터테인먼트 분야의 확장으로 동반 이전하는 경우, E제작사와 같이 기존 업체에서 분리신설한 경우에도 강남지역에 입지를 정하게 되는 것이다.

## 2) 생산체계 및 관련 업체와의 연계

영화제작은 시나리오를 중심으로 한 기획단계로부터 시작된다. 사전준비를 거쳐 제작에 들어가게 되고, 촬영이 끝난 후 후반부 작업을 거쳐 한 편의 영화가 탄생한다. 앞서 2장 2)절에서 살펴본 이러한 일련의 생산 과정은 대부분의 영화제작에 있어 공통적인 형태로 나타나고 있음이 확인된다.

영화제작의 전제가 되는 시나리오의 전업 작가, 감독, 제작자 등에 의해 만들어진다. 전혀 모르는 사람으로부터 시나리오를 제안 받을 수도 있고, 인맥을 통한

하거나 추천, 공모 등의 방식을 통해 선택할 수도 있다. 시나리오 발굴을 위해 제작사의 기획팀은 다양한 아이디어 개발의 과정을 공유한다. 시나리오가 채택되면 제작사를 중심으로 본격적인 프로젝트 팀이 구성되어 운영에 들어가게 된다. 작가, 감독부, 연출부, 행정업무 등으로 나누어 스태프를 구성하여 개별적으로 계약을 맺고, 배우를 캐스팅하는 단계에 들어간다. 이때 투자자를 물색하여 계약을 하게 되는데, 이것은 시나리오 단계에서 되는 경우도 있고 캐스팅까지 된 이후에 성사되는 경우도 있다.

이와 같이 영화제작은 여러 기능 간에 밀접하게 연계된 단기적인 프로젝트 팀을 중심으로 이루어진다. 호홉이 맞는 프로젝트 팀의 구성은 영화제작의 성공을 좌우하게 되고, 거꾸로 프로젝트의 성공, 즉 영화의 흥행은 이 프로젝트 팀 구성원 각각의 가치를 높여주는 역할을 하게 되는 것이다.

프로젝트 팀의 구성에 있어 중요한 것은 계량화된 능력이나 생산성보다는 인맥이나 업계의 평판이다. 성공한 영화에 참여한 팀원들은 그 영화로 인해 소위 '네임밸류'가 상승하게 되며, 영화계의 인맥을 통하여 다른 프로젝트 팀의 초청을 받게 된다.

“생산연계의 측면에서 영화산업은 매우 특이한 모습을 보여주고 있는데, 바로 '사람'이 가장 중요하다는 점이다. 업체간 네트워크도 합리적인 방식을 통해 서라기보다는 주로 인맥에 의존하는 경향이 있으며, 이 또한 장기간의 계약관계로 성사되는 것이 아니라 단기적인 프로젝트로 성립된다(F제작사 대표).”

이러한 특성은 서울 내부에서 충무로와 강남지역의 차이를 별로 느끼지 못하게 만든다. 즉, 제작사가 주도하는 인맥으로 구성된 프로젝트 팀이 중심이 되기 때문에 서울 내부에서 장소의 차이는 중요하게 인식되지 않는다는 것이다. 정해진 틀이나 생산연계가 있는 것이 아닌, 상황과 목적에 따라 모였다 흩어지기를 반복하는 네트워크라는 특성으로 인하여 정형화된 입지적 차이가 만들어지지 않는다. 프로젝트에 참여하는 팀원들은 제작기간 동안 제작사로 출근하며 함께 작업한다.

실제로 영화 관련업체들의 입지를 살펴보면, 강남지역에의 집중도가 제작사의 비중(표 2 참조)만큼 월등히 높지 않음을 알 수 있다. 영화제작사(산업분류 87111)의 강남지역 집중도가 60.5%인 반면, 영화 관련업체는

표 4. 영화 관련업체의 입지

(단위 : 개, %)

구 분	강남지역	중구·종로구	기타지역	계
녹음실	12(51.2)	2(8.7)	9(39.1)	23(100.0)
현상실	3(60.0)	1(20.0)	1(20.0)	5(100.0)
필름	3(33.3)	4(44.4)	2(22.2)	9(100.0)
편집실	10(66.7)	2(13.3)	3(20.0)	15(100.0)
영화자막	5(33.3)	2(13.3)	8(53.3)	15(100.0)
카메라장비	9(34.6)	8(30.8)	9(34.6)	26(100.0)
기자재/세트/소품	4(12.1)	5(15.2)	24(72.7)	33(100.0)
기획홍보사	14(70.0)	6(30.0)	0(0.0)	20(100.0)
C/G	22(75.9)	2(6.9)	5(17.2)	29(100.0)
텔레시네	9(81.8)	1(9.1)	1(9.1)	11(100.0)
기타	1(50.0)	1(0.0)	0(50.0)	2(100.0)
계	92(48.9)	34(18.1)	62(33.0)	188(100.0)

자료 : 영화진흥위원회 홈페이지에서 필자 정리.

48.9%가 강남지역에 있을 뿐이다(표 4). 많은 관련업체들이 중구·충무로와 기타지역에 위치하고 있으며, 특히 촬영단계에 필요한 기자재나 카메라장비업체들은 기타지역이 큰 비중을 차지한다.

대부분 영화제작의 후반부를 담당하는 이들 관련업체들은 강남지역으로부터는 벗어날 수 있지만, 서울 또는 인접 수도권을 벗어나기는 어려운 것으로 보인다. 부산이나 전주와 같이 영화계 개척과 더불어 정책적으로 영화산업을 육성하고자 하는 지방자치단체에서 후반부작업을 유치하고자 노력하고 있으나, 그 성과는 미미한 것으로 나타난다. 부산은 단순한 촬영지로서뿐 아니라 사전준비작업과 후반부작업을 모두 수행할 수 있는 시스템을 구축하고 있으며, 전주의 경우 고화질 디지털기술을 활용하는 후반부 작업으로 틈새를 개척하려 하고 있으나, 성사된 영화는 손에 꼽을 정도이다.<sup>7)</sup>

영화관련 기능 중에서 강남지역으로의 가장 높은 집중도를 보이는 것은 창업투자사이다. 주요 창업투자사

의 대부분이 강남지역에 모여 있으며, 제작사 대표들도 이들과의 양호한 접근성이 투자자 물색에 유리한 역할을 하고 있다고 느낀다. 그러나 창업투자사와 영화제작사는 어느 한쪽의 주도보다는 상호 영향의 과정을 겪으면서 강남지역에 집중하고 있는 것으로 보인다. 투자사를 설립할 때, 영화산업의 새로운 집적지일 뿐 아니라 우리나라 벤처기업의 산실인 강남지역을 첫 번째 후보지로 삼았을 것이다. 제작사들은 강남지역을 선정한 결정적인 요인은 아니더라도, 투자사가 가까이 있다는 것을 유리한 조건의 하나로 고려했을 것이다. 투자사의 강남지역 집중은 전반적인 생산자서비스의 집중이라는 맥락에서 이해해야 한다.

### 3) 사회적 자본의 형성과 비공식적 네트워크

사회적 자본은 참여하고 있는 사회적 관계를 통하여 다른 자원을 동원할 수 있는 능력이며, 신뢰와 네트워크라는 두 가지 중요한 요소로 구성된다(남기범, 2003, 47). 이러한 사회적 자본의 형성은 다른 어떤 산업보다 영화제작을 원활하게 하는 데 있어 중요한 요소인 것으로 보인다.

상호 신뢰에 바탕을 둔 비공식적 네트워크는 영화업계를 하나의 공동체로 인식하게 할 만큼 크게 작용하고 있다. 이것은 한편으로는 영화업계가 창조성에 가장 큰 가치를 두며 이를 위한 자유분방한 삶의 방식을 추구하지만, 다른 한편으로는 그러한 창조성을 극대화하고 자유분방함을 보호받기 위한 공동의 차단막이 필요하다는 분위기가 형성되어 있음을 의미한다.

“한국영화산업은 다른 산업과 달리 중요한 것이 ‘기업간 네트워크’가 아니라 ‘개인간 네트워크’이다. 영화업계는 기본적으로 경쟁이 그리 심하지 않으며, 사실 영화라는 매체로 묶여진 ‘운명공동체’라는 의식이 강하다(G, H제작사 대표)..”

그러나 비공식적 관계와 공동체를 중요시하는 분위기에 대하여, 이것이 아직 기업을 단위로 삼아 공식적 네트워크로 움직이기 위한 역량이 형성되어 있지 못하는 것으로 이해하는 시각도 있다. 따라서 영화제작사

표 5. 주요 창업투자사 현황

업체명	설립년도	위치
무한기술투자	1996	강남구 논현동
삼성벤처투자	1999	강남구 역삼동
드림벤처캐피탈	1999	강남구 삼성동
IMM창업투자	1999	중구 소공동
일신창업투자	1990	영등포구 여의도동
코웰창업투자	1998	강남구 삼성동
이수창업투자	2000	서초구 반포동
지식과창조벤처투자	1999	강남구 역삼동
미래에셋캐피탈	1997	강남구 대치동
MVP창업투자	2000	강남구 논현동
CJ창업투자	2000	서초구 서초동
투브인베스트먼트	1999	강남구 신사동
KTB네트워크	1981	강남구 역삼동
센츄리온기술투자	2000	강남구 역삼동

주 : 1998년부터 2004년까지 결성된 투자사 중에서 상위의 조합규모를 갖고 투자조합의 업무를 진행한 14개 투자사를 정리함.

자료 : 영화진흥위원회(2005), 한국영화연감.

가 거대화되고 금융자본이 유입됨에 따라 공식화되면서 공동체 의식이 약해진다는 느낌이 커지는 것이다.

이러한 사회적 자본과 비공식적 네트워크 특성의 결과로 나타나는 입지적 성향은 제작자가 처한 개인적 여건에 따라 달리 나타나는 것으로 보인다. 즉, 개인적 친분을 중요시하는 제작자의 경우는 자주 접촉할 수 있는 위치적 특성을 필요로 하지만, 독자적인 제작환경을 갖추고 있는 경우에는 핵심 집적지점에서 떨어져 입지가 가능하다. 출신대학을 중심으로 결성된 강력한 학연의 관계가 비공식적 네트워크를 대체하여 특정지역으로의 집적이 필요 없게 만들기도 한다.

영화제작사 간에 비공식적인 모임은 매우 활성화되어 있으나 공식적인 워크숍의 형태로까지 발전하지는 않는 것으로 나타난다. 여기서는 구체적인 사업이야기보다는 영화관련 주제들에 대한 난상토론, 제작스태프나 관련업체, 또는 배우에 대한 정보교환이 이루어진다. 이때, 비공식적 네트워크가 이루어지는 상징성 있는 장소, 카페나 음식점과 같은 장소가 형성되기도 한다. 이들 장소는 아직 충무로나 강남에서 모두 발견된다. 술자리나 골프모임 등을 이용한 비공식적 네트워크도 활성화되어 있다.

종합적으로 볼 때, 영화제작사들의 비공식적 네트워크는 중요하지만 그 강력한 형성에는 한계가 있는 것으로 판단된다. 즉, 영화제작에 관한 일반적인 정보는 교환하되, 핵심적인 정보나 아이디어에 대해서는 철저한 보안을 지키는 특성을 갖고 있다. 이것은 다른 산업에서도 마찬가지겠지만, 특히 영화제작에 있어서는 창조성을 중요시하는 속성으로 인하여 영화 내용에 관한 정보교환을 통한 상호학습은 매우 미미한 수준으로 이루어진다는 것이다.

#### 4) 인력자원의 조달

영화제작사들의 인력은 매우 유연하게 이동하는 것이 특징이다. 영화제작 프로젝트가 시작되면 영화제작의 규모나 성격에 맞게 총원이 이루어지는데, 공채를 통하기도 하고 영상아카데미와 같은 교육기관을 통해서, 또는 과거 함께 일했던 직·간접적인 경험에 근거하여 인맥을 통하여 이루어지기도 한다. 영화제작의

휴식기에는 제작사 대표를 중심으로 소수의 인원(5명 이내)으로 소재 선정과 시나리오 준비 작업을 하는 데에 집중한다. 그러나 지속적인 영화제작을 시도하는 소위 메이저기업은 상당수의 상주 인력(30명 내외)을 중심으로 체계적인 소재 및 시나리오 발굴과 기획을 추진하고 있다. 이들 기업에서는 인력의 이동이 상대적으로 적게 일어난다.

프로젝트를 단위로 움직이는 유연한 노동과정의 특성으로 인하여, 업체간 인력의 이동을 긍정적으로 바라보는 분위기가 형성되어 있다. 각종 특성을 가진 인력에 대한 정보를 공유하는 것을 당연시하고 있으며, 앞서 언급한 대로 이러한 정보교환을 위한 비공식적 네트워크가 중요시되는 것이다.

“직원들의 이직에 대해서 영화업계 사람들은 매우 긍정적으로 바라본다. 이것은 영화가 제작되지 않는 업체에 있는 것보다 영화가 제작되는 곳에 가서 조금이라도 더 배우고 경험을 쌓는 것이 좋다는 인식이 뿌리 깊게 박혀있기 때문이다. 실제로 본인은 제작중인 작품이 없을 때는 직원을 다른 업체에 소개시켜 주기도 한다(제작사 대표).”

인력의 유연한 이동과 그 정보교환을 위한 비공식적 네트워크의 필요성은 강남지역으로 업체의 집적을 유도할 만큼 강력하게 작용하지는 않는 것으로 보인다. 이것은 앞서 언급한 대로 업체간 교류의 필요성을 인식하는 데 있어 개인적 차이가 있기 때문이기도 하고, 정보의 흐름이나 인력의 실질적 이동에 있어 단지 서울과 그 주변지역이라는 공간으로서 충분하고 굳이 '강남'이라는 소규모 공간에 집중해 있는 것이 필요 없기 때문이기도 하다.

#### 5) 제도적 요인

현재 영화업계는 그 규모에 비해 상당히 많은 협회가 구성되어 있다. 제작자, 감독, 배우, 음악작곡가, 조명감독, 촬영감독, 시나리오작가 등 각 기능으로 나뉘어진 20여개의 단체가 있다(표 6 참조). 같은 기능 내에서도 그룹간 차별화를 위한 별개의 협회가 설립되기

도 한다. 이들 협회는 공동의 개발이나 작업을 목적으로 하기 보다는 친목도모, 연대의식 제고 등의 차원에서 결성되어 운영되고 있다고 평가된다. 창업의 과정에서도 특별한 역할을 하지 못하며, 단지 공동의 이익을 위한 단체행동의 구심점 역할을 수행하는 것으로 인식하고 있다.

종합적으로 판단할 때, 제도적 집약(institutional thickness)에 의한 집적의 힘은 거의 없는 것으로 보인다. 각 협회들이 구성원을 연결하는 플랫폼의 역할을 수행하여 정보가 교환되고 실질적인 생산성을 높이는 역할을 기대하기는 어렵다. 각 협회의 위치도 서울 시내에서 분산되어 있는 편이다. 영화관련 주요 20개 협회(표 6) 중에서 절반이 총무로 일대에 있으나, 영화발전시대에 잡았던 위치를 고수하는 패턴 정도로 해석할

표 6. 영화관련 협회 현황

협회명	위치
한국영화감독협회	중구 남산동
한국영화기획협회	종로구 관수동
기술협회	중구 예장동
배우협회	중구 총무로 3가
한국디지털영상작가협회	동대문구 신설동
서울시극장협회	종로구 도렴동
여성영화인협회	성북구 돈암동
영화음악작곡가협회	종로구 동숭동
영화인회의	성북구 돈암동
전국극장연합회	종로구 도렴동
조명감독협회	중구 남산동 3가
촬영감독협회	강남구 논현동
한국독립영화협회	마포구 아현3동
한국소형영화작가협회	중구 예장동
한국시나리오작가협회	중구 필동3가
한국영상기사협회	중구 총무로 3가
한국영화인협회	종로구 동숭동
한국영화제작가협회	성북구 돈암동
한국영화제작자협회	성북구 도선동 4가
한국영화평론가협회	중구 정동

자료 : 영화진흥위원회 홈페이지에서 필자 정리.

수 있겠다. 강남지역에는 단지 1개의 협회밖에 없다.

영화발전을 위한 국가기관으로서 영화 제작지원, 투자조합 출자, 기술지원 등의 역할을 수행하는 영화진흥위원회의 활동에 대해서는 큰 관심이 없으며, 각 제작사가 실질적으로 누리는 혜택도 거의 없는 것으로 인식된다. 단지 독립영화에 대한 제작지원과 영화인 육성은 영화산업의 근간을 키움으로써 장기적으로 영화발전에 기여할 것이라는 긍정적인 평가를 내린다.

이밖에 영화제작을 위한 중앙정부나 지방자치단체의 지원은 전혀 없는 것으로 나타난다. 단지 1990년대 말 강남지역에 벤처빌딩을 육성하여 영화사들이 쉽게 입주할 수 있도록 특혜를 주고 분양을 유도한 정책은 몇 개의 영화사들을 이곳으로 모으는 역할을 하였다. 이 정책은 단기적으로 크게 실패는 없었다고 평가하지만, 그 특혜를 받고 벤처빌딩에 입주한 강제규필름에서 '쉬리'의 대성공이 나왔다고 볼 때, 일정 부분 영화산업의 진흥에 기여했다고 보고 있다.

그러나 독특한 개성이 강하고 창조적인 성과를 중요시하는 영화업계의 일반적인 분위기에 비추어 볼 때, 협회나 공공부문이 영화제작자들을 이어주는 역할을 수행하기란 매우 어려운 것으로 보인다. 영화업계가 주변의 이해와 요구에 휘둘리지 말고 꾸준히 자신의 정체성과 역할에 대해 고민하고 집중적으로 사업을 진행할 필요가 있다고 많은 제작자들이 지적하는 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있다.

### 6) 총무로와 강남지역의 특성에 대한 인식

일반적으로 영화제작을 위한 환경으로서 총무로와 강남지역에 대한 인식에는 큰 차이가 없는 것으로 나타난다. 영화제작의 과정에 비추어볼 때, 두 지역을 차별할 만한 조건의 차이가 그리 뚜렷하지 않다는 것이다.

“공간적으로 분리되어 있지만 영화인들은 심리적으로 강남과 총무로를 차별화하여 인식하는 것 같지는 않다. 단지 사무실이 강남에 있느냐, 총무로에 있느냐의 차이일 뿐 이것이 크게 차이를 갖는 요소는 아니라고 생각한다(J제작사 대표).”

심지어 총무로나 강남에 영화업체가 모여 있는 것은 우연일 뿐, 선도기업의 입지가 중요하다는 시각도 있



다. '서울'이라는 공간은 기본적으로 좁기 때문에 서울 내에서의 입지는 '땀땀'하게 결정되는데, 이것은 상품인 영화 자체가 규칙이나 공식이 없는 것이기 때문이라는 것이다.

이렇게 두 지역에 대한 인식에 차이가 없다는 것은 현 입지에 대한 평가에서도 나타난다(표 7 참조).<sup>8)</sup> 입지평가를 위한 대부분의 항목에 있어 강남과 비강남 지역간에 유의한 차이가 존재하지 않는다. 특히 사무실 확보 및 임대료, 교통, 인력수급, 관련업체, 지명도 등의 항목에서는 충무로를 중심으로 한 비강남지역의 만족도가 다소 높다. 이것은 인터뷰조사에서도 확인되는 바, 강남입주 초기에 임대료나 주차공간 등 유리한 여건으로 작용했던 하드웨어들이 이제는 큰 인센티브가 되지 못하며, 인력조달, 협력 또는 같은 부문에 있는 업체들과의 관계, 장소의 지명도 등 영화제작을 위

한 소프트웨어 측면에서도 아직 충무로의 우위가 줄어들지 않고 있음을 의미한다 하겠다.

“강남은 이미 많은 업체들이 입지하여 충무로와 유사한 환경을 만들어내는 데에는 성공했지만, 최근 들어 혼잡, 임대료 상승 등과 같은 요인이 비용을 상승시켜 메리트가 점차 낮아지고 있다(K제작사 대표).”

강남지역이 우위를 차지하고 있는 입지요인은 크게 투자·금융자본과 편의시설 및 정보 취득의 두 가지이다. 특히 투자·금융자본의 조달은 강남과 비강남 지역간에 비교적 큰 차이를 나타내며, 만족업체 비율에 있어서는 조사항목 중에 유일하게 유의도 1% 수준에서 유의한 차이를 보인다. 앞서 2)절에서 살펴보았듯이 벤처산업의 붐으로 촉발되어 강남지역에 집중된 창업

표 7. 각 입지지역에 대한 평가

구 분	만족도 평균 <sup>1)</sup>		만족업체 비율(%) <sup>2)</sup>		
	강남지역	비강남지역	강남지역	비강남지역	p
사무실 확보 용이	3.25	3.67	41.7	66.7	0.317
사무실 임대료	2.67	3.00	16.7	16.7	1.000
교통 편리	3.33	3.67	50.0	66.7	0.502
인력수급 용이	3.25	3.67	25.0	50.0	0.289
편의시설 구비	3.42	3.33	50.0	33.3	0.502
협력업체와의 접근성	3.83	4.00	66.7	83.3	0.457
동종, 유사업체의 집중	3.83	4.00	66.7	83.3	0.457
지원기관, 교육기관과의 접근성	3.00	3.00	16.7	16.7	1.000
투자 및 금융자본 조달	3.67	2.83	58.3	16.7	0.094
정보취득 용이	3.83	3.83	66.7	50.0	0.494
지명도 높음	3.75	4.33	58.3	83.3	0.289
관련협회 지원	2.67	2.83	0.0	16.7	0.146
정부지원 편리	2.25	2.83	0.0	16.7	0.146

주 : 1) 매우불만족 1, 불만족 2, 보통 3, 만족 4, 매우만족 5로 하여 평균값을 낸 것임.

2) 전체 업체 중에서 만족과 매우만족이라고 평가한 업체의 비율임. p는 강남지역과 기타지역의 만족업체 비율에 차이가 있다고 할 때 오류를 범할 카이제곱 확률값임.

3) 강남지역은 강남구 신사동, 논현동, 청담동 등에 있는 12개 업체, 기타지역은 중구, 종로구 등에 있는 6개 업체를 대상으로 함 (응답내용이 부실한 1개 업체 제외).

자료 : 설문조사.

투자자들은 영화제작에 유리한 조건으로 작용하고 있는 것이다.

“강남에 영화업체들이 이주하게 된 것은 금융자본의 이동이 가장 큰 이유라고 본다. IT산업의 발달로 벤처캐피탈이 집중하면서 영화업에 대한 투자가 용이하게 되었다(L제작사 프로듀서).”

이렇게 투자·금융자본과 물리적으로 가까이 있는 것이 유리하다는 것은, 투자유치의 특성상 다수의 공식적·비공식적 만남과 설득의 과정이 필요하기 때문이라고 추측할 수 있다. 그러나 이것은 추가적인 조사로 밝혀져야 할 부분이다.

다음으로 강남지역이 갖는 편의시설과 정보취득의 이점은 최고급 소비중심지로서 강남의 성장이라는 맥락과 연결하여 이해할 수 있다. 영화가 흥행하기 위해서는 기획단계부터 관객의 취향이나 소비패턴의 유형과 같은 현재의 ‘트렌드’를 반영해야 하는데, 소비지향의 장소인 강남은 이러한 트렌드를 접하기에 아주 유리하다는 것이다. 소비자들이 선호하는 편의시설이 있으며, 이러한 시설을 이용하는 배우나 영화인들을 만나기에도 최적의 장소가 되는 것이다.

이러한 특성은 영화업체들의 입지에 있어 영화제작의 생산체계와 관련된 국지화경제 보다는 강남이라는 공간이 제공해주는 도시화경제의 요소들이 더 강력하게 작용할 수 있음을 암시해주는 것이라 하겠다. 소비공간으로서 강남이 유리하다면, 충무로는 언론사 기사와의 접촉이나 시사회 참석과 같은 전통적 업무기능의 측면에서 유리할 수 있다. 이것은 다음 토론 부분에서 종합적으로 검토해보기로 하자.

### 5. 종합적 논의 및 결론

우리나라 영화제작업체의 입지적 특성에 영향을 미치는 요인에 대하여 인터뷰조사에서 밝혀진 바는 다음과 같다.

① 창업 및 입지선정 과정의 측면에서, 충무로가 영화산업의 중심이었을 때 자연스런 과정으로 충무

로 또는 인근에 사무실을 정하였던 것과 마찬가지로, 2000년대 이후 창업하는 업체들은 새로운 업체가 모여 있는 강남지역을 선호한다. 여기에는 과거나 현재 모두 장소의 상징성과 지명도가 주로 작용한다. 그러나 역량 있는 독립·자생 업체들은 충무로나 명륜동 같은 기존의 장소를 고수한다.

- ② 생산체계 및 관련 업체와의 연계에 있어, 프로젝트 팀으로 움직이는 영화제작의 특성으로 인하여 인맥이나 업계의 평판은 중요한 요소이다. 그러나 여기에 충무로와 강남의 차이가 의미 있게 작용하지는 않는다.
- ③ 사회적 자본의 형성과 비공식적 네트워크는 공동체 의식을 강조하는 영화업계의 분위기 때문에 매우 중요한 요인으로 간주된다. 일반적으로는 이러한 관계를 유지하기 위한 물리적 근접성이 요구되지만, 제작자의 개인적 특성에 따라 차별화된 패턴을 보이는 경우도 있다.
- ④ 영화업체간 인력자원의 이동이 활발하기 때문에 각 기능의 인력에 대한 정보교환이 필요하다. 이를 위해 주로 비공식적 네트워크가 운영되며, 업체간 근접성이 다소 도움이 되는 것이 사실이다. 그러나 인력의 이동에 있어 강남지역이 갖는 특수한 이점은 없다.
- ⑤ 각종 협회, 영화진흥위원회, 중앙정부, 지방자치단체 등에 의한 제도적 요인은 영화산업의 입지에 거의 영향을 미치지 않는다.
- ⑥ 영화제작의 환경으로서 충무로와 강남지역에 대한 유의한 차이가 인식되지는 않는다. 강남지역이 갖는 강점은 창업투자사의 집중으로 인한 투자유치의 이점, 편의시설과 정보가 집중된 곳으로서 트렌드 파악의 유리함 등이다.

이러한 발견을 종합해볼 때, 서울 강남지역에서 형성되고 있는 영화산업 집적지는 다양한 계층의 전문화된 기능과 노동시장으로 구성된 탄탄한 생산체계보다는 영화관련 인력 간 비공식적 네트워크가 강조되는 ‘느슨하게 형성된 집적지(loosely-articulated cluster)’의 특성을 갖는다고 할 수 있겠다. 국지화경제의 측면에서는 이렇게 제작사 사이, 또는 제작사와 관련 업체

사이에 형성되는 비거래 상호의존성(untraded interdependency)이 중요한 것으로 설명할 수 있다.

서울에 형성되어 있는 귀금속·보석산업과 제화산업의 집적지와 비교해볼 때, 이러한 특성은 더욱 명확해진다. 종로구의 귀금속·보석 산업체간에 제조기능과 도·소매기능의 밀접한 연계구조가 형성되어 있고(주성재, 2004; 이수연, 2003) 성수동의 제화산업에서 다양한 계층의 업체간 전후방연계, 생산기술, 디자인, 정보·지식의 흐름 등을 통한 동반발전의 혁신환경이 창출(박래현, 2005)되는 반면, 서울 강남지역의 영화업체 간에는 생산체계의 연결보다는 인적 네트워크가 더 중요한 요소가 된다.

서울 강남에 영화제작업체가 집중하는 데에는 생산의 환경으로서 이곳이 제공해주는 혜택, 즉 도시화경제가 더 크게 작용하는 것으로 판단된다. 정보의 획득과 트렌드 파악이 유리할 뿐 아니라 사람들이 쉽게 만날 수 있는 다양한 공간과 분위기가 형성되어 있다. 새롭게 부흥하고 있는 영화제작의 분위기가 강남지역 고유의 정서와 일치함으로써 창조성과 아이디어가 배태될 수 있는 환경을 제공하는 것이다.

서울 강남에서 도시화경제가 더욱 중요한 역할을 하는 것은, 영화제작 관련 기능들이 상호 학습, 의사소통 및 지식거래, 거버넌스 구조를 통한 생산성 제고 등을 추구할 만큼 성숙되지 못한 상태에 있기 때문이라고 할 수 있다. 경영, 기술, 정보 습득 등의 측면에서 우리나라 영화산업은 아직 초보적 수준에 있다. 미국 할리우드에서 보는 바와 같은 두터운 층의 전문화된 서비스와 공급업체, 지역노동시장, 제도적 환경(그림 2)이 형성되어 있지 못하기 때문에 지리적 환경에 대한 의존도가 더 높아지는 것이다. 그 지리적 환경에서조차도 서울 강남은 영화산업만이 창출한 독특한 경제경관이 아니라는 점에서 차이가 있다. 할리우드는 영화산업이 도시발전의 중요한 원동력으로 작용한 반면, 서울의 강남이나 충무로에는 영화업체가 입지하기 이전에 이미 방대한 업무, 소비 등 경제기능이 자리 잡고 있었다.

따라서 서울 강남의 영화산업구조를 그림 2의 다이어그램을 응용하여 표현하면 다음 그림 5와 같다. 영화제작사 중에는 영화제작의 경험이 있는 업체와 제작을

준비 또는 시도하고 있는 업체가 있으며 이들은 각각 30여개에 이르는 것으로 추산된다. 영향력 있는 전문화된 서비스와 공급업체는 서울 전역에 분포해 있으며, 창업투자사만이 이들 제작사들 주위에 존재할 뿐이다. 강남지역에 특화된 지역노동시장이나 제도적 환경의 영향도 크지 않다. 반면에 강남지역의 독특한 지리적 환경은 영화제작 인력간의 네트워크 형성, 그리고 창조성과 아이디어가 배태될 수 있는 환경으로서 매우 중요한 위치를 차지한다. 이들 영화가 목표로 하는 시장은 차별화되어 있으나, 이것은 미리 나뉜 시장이라기보다는 각 시나리오의 특성에 따라 개발되는 우연의 요소가 가미된 시장들인 것으로 보인다.

생산체계의 연결이 미약함에도 불구하고 이렇게 영화산업이 특정지역을 지향하는 것을 어떻게 이해해야 할까? 이에 대해서는 영화산업의 특수성과 관련된 다음 네 가지 요소에 주목할 필요가 있다.

첫째는 영화제작이 갖는 원천적인 불확실성이다. 영화의 흥행은 관객의 선택에 달려있고 관객은 매우 희미한 원칙에 따라 집단적으로 움직인다. 거액을 투자한 영화가 기대에 못 미칠 수도 있고 소액으로 만든 영화가 공전의 기록을 보여줄 수도 있다. 몇 개의 영화에서 실패하더라도 하나만 성공하면 극복할 수 있다. 이러한 불확실성을 줄이기 위한 노력은 시장 내 상호작용을 구조화하는 방법으로 나타난다(정이환, 2005,

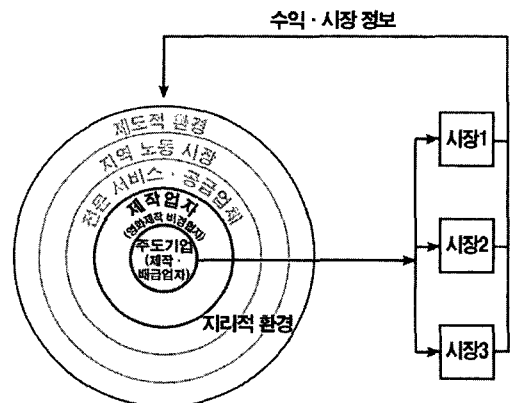


그림 5. 서울 강남지역의 영화산업구조

출처 : Scott(2005, 48)에서 필자 변형.

93). 기존의 성과를 공유하고 있는 결속력 있는 프로젝트 팀이 반복적인 거래가 이루어지는 하나의 분절(segment)로서 활동하게 된다. 팀 내의 개인적 관계가 매우 중요해지며, 팀원들이 밀접하게 공유할 수 있는 공간이 필요해진다.

둘째는 영화제작이 프로젝트 팀을 이루어 단기간으로 움직인다는 사실이다. 필요에 의하여 결성-해체-결성을 반복하기 때문에 팀을 만들고 유지할 때 거래비용(transactions cost)이 지속적으로 발생한다. 이러한 거래비용을 줄일 수 있는 방법이 바로 팀원들에 관한 정보가 공유되는 사회적, 그리고 지리적 집적이다. 서울의 경우 같은 공동체의식을 공유하는 사회적 집적이 더 중요한 것으로 보인다. 지리적 공간은 강남이나 충무로에 상관없이 단지 서울에 있으면 족하다는 인식이 제기된다.

셋째, 영화산업의 발전과정에서 나타난 영화산업의 구조재편과 세대간 차별화의식이다. 초기 충무로의 발전은 영화관을 소유한 극장주와 그 주변에 있었던 제작자들이었다. 1990년대 들어 문제의식을 가진 영화제작의 신세대가 등장하면서 구조재편이 이루어지게 되는데, 이들은 차별화된 소재와 구성, 그리고 제작의 방법과 관행을 추구하였고, 이를 수용할 수 있는 상징성 있는 새로운 장소를 필요로 하였다. 그 장소로 등장한 곳이 종로, 비원, 명륜동 등이었고, 이후 생산과 소비공간의 이점을 갖춘 강남지역이었다. 강남은 첨단유행과 자본, 그리고 아이디어와 발전의 잠재력을 상징하는 곳으로서 새로움을 추구하는 영화제작자들을 끌어들였다.

넷째, 영화산업에 대한 대기업의 참여와 자본투자의 거대화에 주목할 필요가 있다. 최근 영화산업이 막대한 수익성을 올릴 수 있는 거대 산업으로 발전함에 따라, 투자-제작-배급-상영까지 부문간 수직계열화와 네트워크가 재벌그룹을 중심으로 이루어지고 있다. 새로운 사무기능의 중심으로서 강남지역으로 기업체들이 이동하면서, 이들 기업들은 자연스런 과정으로 강남에 사무실을 위치하게 된다. 창업투자사나 영화제작의 프로젝트별로 결성되는 투자펀드도 대부분 강남을 지향하게 된다. 즉, 영화산업의 강남 집중은 사무기능 및 자본의 이동이라는 맥락에서도 이해할 수 있다는

것이다.

이상의 네 가지 요소 중에서 앞의 두 가지는 '서울'이라는 규모의 공간에 대한 집적의 설명으로는 적절할지 모르나 서울 중에서도 강남 또는 충무로라는 소규모 공간에의 집적을 설명하지는 못한다. 이것은 우리가 집적의 공간을 과연 어느 정도로 상정하는가 하는 근본적인 문제와 연결된다. 충무로와 강남은 강 하나를 사이에 두고 있어 짧은 시간 내에 접근 가능한 하나의 집적지로 볼 수도 있다. 이러한 규모의 문제는 각 산업공간의 규모와 특수성을 고려하여 앞으로 집적의 문제를 논의할 때 보다 구체적으로 다루어져야 할 문제라고 본다. 영화제작 및 관련업체들이 중층적 구조를 이루고 있는 미국 할리우드의 경우 반경 30km 정도로 제작자 집적의 패턴으로 분석하고 있다(Scott, 2005).

문화산업이라는 특수성을 고려한 집적의 과정 역시 향후 여러 세분류 산업에 대한 사례연구로서 밝혀져야 할 부분이다. 문화산업, 특히 영화산업은 창조성과 아이디어가 생명인 산업으로서, 귀금속산업이나 제화산업과 같은 제조업의 집적지 형성과정과는 다른 기준으로 이해해야 할 것이다. 생산체계가 뚜렷하고 분명하게 나뉘어 있는 제조업에 있어서도 인위적 집적지의 형성이 어렵다고 본다면, 인적 네트워크가 중요한 문화산업의 경우는 이보다 훨씬 복잡하고 장기적인 집적지 형성의 과정이 필요하리라 하겠다. 문화산업의 집적지를 정책적, 인위적으로 육성하여 지역발전의 수단으로 활용하자는 논의에서 이것은 심각하게 고려해볼 부분이다.

## 註

- 1) 영화진흥위원회와 각종 포털 사이트에서 수록된 주요 영화업체 중에서 제작 및 배급실적을 고려하여 선정된 48개 업체를 분석한 결과이다. 이들의 위치는 그림 4에 표시되어 있다.
- 2) '강남지역'에 대한 명확한 학술적 정의는 존재하지 않는다. 여기서는 단지 일반명사로서 서울 강남구와 서초구를 일컫는 말로 사용하기로 한다.
- 3) 한국표준산업분류를 기준으로, 871 영화산업에서 8711 영화 및 비디오 제작업, 8712 영화 및 비디오 제작 관련 서비스업, 8713 영화 배급업을 포함하고, 8714 영화 및 비디오 상영업을 제외한다.

- 4) 인도, 이란, 태국, 홍콩 등 아시아 각국의 영화제작에 관하여 2005년 5월~10월 영화전문 주간지 씨네21의 특집 “아시아 영화기행”을 참조하기 바란다.
- 5) 2000년 3월 1일에 한국표준산업분류가 개정될 때, 영화관련 산업은 그동안의 발전추세를 반영하여 다음 표와 같이 변경된다. 그 주요한 변화는 영화뿐 아니라 비디오제작관련 산업을 추가하고, 제작업을 세분하며 관련서비스업과 배급업을 분리하였다는 점이다. 이 연구에서는 1995년 자료의 92111과 92112는 2004년의 8711로(92111은 87111로), 92113은 8712로, 92114는 8713으로 보정하여 처리하였다.

▶ 2000. 3. 1 이전

92 오락, 문화 및 운동 관련 산업	921 영화, 방송 및 기타 공연관련 산업	9211 영화제작 및 배급업	92111 일반영화 제작업
			92112 광고영화 제작업
			92113 영화제작관련 서비스업
			92114 영화 배급업
		9212 영화 상영업	

▶ 2000. 3. 1~현재

87 영화, 방송 및 공연산업	871 영화 산업	8711 영화 및 비디오 제작업	87111 일반영화 및 비디오 제작업
			87112 만화영화 및 비디오 제작업
			87113 광고영화 및 비디오 제작업
			87114 방송프로그램 제작업
		8712 영화 및 비디오 제작 관련 서비스업	
		8713 영화 배급업	
		8714 영화 및 비디오 상영업	87141 영화관 운영업 87142 비디오 감상실 운영업

- 6) 주 1)에 소개된 48개 업체들을 말한다. 이들은 매출, 배급, 수출과 같은 정교하고 객관적인 근거에 의하여 선정된 것이 아니며, 제작 또는 배급한 영화의 실적으로 일반적으로 알려져 있는 업체들을 선정 한 것이다.
- 7) 이밖에 후반부작업을 해외에서 진행하는 사례도 보고되고 있으나, 그 수는 많지 않다. 무사(2001), 봄 여름 가을 겨울 그리고 봄(2003), 남극일기(2004) 등의 영화가 각각 호주, 독일, 뉴질랜드에서 후반부작업을 거친 사례가 있다.
- 8) 표본의 수가 적고(18개) 추출방법이 임의적이라는 점에서 이 조사에 대한 통계적 해석을 내리는 것은 매우 조심스러운 일이다. 여기서는 단지 시론적 분석이라는 의미를 부여하고자 한다.

文獻

강한섭, 2003, “1999-2002년 시기의 한국영화 붐에 대한 연구,” 영화교육연구, 5, 5-26.

강혜정, 2004, 소비자 공간선택의 특성: 영화관 선택을 사례로, 경희대학교 지리학과 석사학위논문.

고정민, 2003, “국내 영화의 메카 충무로와 강남,” 복덕구 등, 클러스터: 한국 산업과 지역의 생존전략, 삼성경제연구소, 서울.

구문모 · 임상오 · 김재준, 2000, 문화산업의 발전 방안, 을유문화사, 서울.

김미현 · 최영준 · 전범수, 2004, 한국영화산업 성장요인 분석, 영화진흥위원회.

김승경, 2005, “1990년대 한국영화의 성장 배경,” 한양대학교 대학원 논문집, 시네마, 1, 37-71.

남기범, 2003, “서울 신산업집적지 발전의 두 유형: 동대문 시장과 서울벤처밸리의 산업집적, 사회적 자본의 형성과 제도화 특성에 대한 비교,” 한국경제지리학회지, 6(1), 45-60.

남지원, 2005, “한국 영화 산업의 시장구조변화 및 정책방안 연구: 멀티플렉스를 중심으로,” 영화연구, 25, 123-151.

노종윤, 2004, “한국영화산업의 흐름,” 한국문화경제학회 추계학술대회 발표논문집, 1~14.

박래현, 2005, “서울시 제화산업의 집적 특성 및 혁신환경 분석,” 대한지리학회지, 40(6), 653-670

박철웅, 2003, “대구지역 영화문화산업의 현황과 발전 방안,” 영화연구, 21, 79-101.

삼성경제연구소, 2002, “한국 영화산업의 선순환구조와 발전전략,” Issue Paper.

양영철, 2003, “부산영화산업과 영화정책에 관한 연구,” 현대사진영상학회 논문집, 6, 77-87.

영화진흥위원회, 2004, 한국영화산업 규모예측과 성장요인 분석, 연구보고서.

영화진흥위원회, 2005, 한국영화연감.

영화진흥위원회, 2006, 2005년 한국영화산업 결산, 연구보고서.

윤미은, 2002, 영화산업의 지리적 집중 및 생산연계에 관한 연구, 서울대학교 환경 대학원 석사학위 논문.

윤용민, 2001, 우리나라 영화산업의 발달과 입지변화에 관한 연구: 서울시를 중심으로, 동국대학교 대학원 석사학위 논문.

이진, 2001, “서울시 게임산업의 집적과 학습지역 형성에 관한 연구,” *지리학논총*, 37, 67~85.

이대회, 2001, *문화산업론*, 대영문화사, 서울.

이수연, 2003, *종로 귀금속 및 보석산업의 집적 특성에 관한 연구*, 경희대학교 지리학과 석사학위 논문.

이영두, 2000, *문화산업 경영전략*, 삶과꿈, 서울.

이희연 · 이난경, 2005, “인터넷 영화의 유통구조와 인터넷 영화산업의 공간적 집적화,” *한국경제지리학회지*, 8(1), 107~130.

정이환, 2005, “한국 영화산업 노동시장의 구조적 특성,” *산업노동연구*, 11(2), 89~118.

주성재, 2004, “서울 종로 귀금속 클러스터: 단순 클러스터에서 혁신체계로의 탈바꿈?,” *서울지역혁신연구회* 편, *서울의 지역혁신체계* 제5장, 89~104.

최윤정, 2004, *영화산업의 네트워크 조직: 할리우드 메이저 영화사 및 한국 메이저 영화사 사례연구*, 한국과학기술원 석사학위논문.

통계청, 1995, *사업체총조사보고서*.

통계청, 2004, *사업체총조사보고서*.

한국문화경제학회, 2001, *문화경제학 만나기*, 김영사, 서울.

황주성, 2000, “강남 · 서초지역의 신산업지구적 성격규명을 위한 실증연구,” *지역연구*, 16(1), 1~22.

Scott, A. J., 1984, Territorial reproduction and transformation in a local labor market: the animated film workers of Los Angeles, *Environment and Planning D: Society and Space*, 2, 277-307.

Scott, A. J., 2000, *The Cultural Economy of Cities*, SAGE Publications, London.

Scott, A. J., 2005, *On Hollywood: The Place, The Industry*, Princeton University Press, Princeton.

Storper, M., 1989, The transition to flexible specialization in the US film industry: external economies, the division of labor and the crossing of industrial divides, *Cambridge Journal of Economics*, 13, 273-305.

Storper, M. and Christopherson, S., 1987, Flexible specialization and regional industrial agglomerations: the case of the US motion-picture industry, *Annals of the Association of American Geographers*, 77, 260-282.

교신 : 주성재, 서울시 동대문구 회기동 1번지, 경희대학교 지리학과(이메일 : sjchoo@khu.ac.kr, 전화 : 02-961-9360, 팩스 : 02-961-0251)

Correspondence : Sungjae Choo, Dept. of Geography, Kyunghee University, Seoul 130-701, Korea (e-mail : sjchoo@khu.ac.kr, phone : 82-2-961-9360, fax : 82-2-961-0251)

최초투고일 06. 5. 16.

최종접수일 06. 6. 15.