

기회와 위기를 동시에 맞은 한국 영화산업

1000만 관객을 이끈 국내 영화산업을 바라보며

김영진 · 영화평론가 | 필름 2.0편집위원장

연이은 흥행 신기록 달성

〈친구〉의 흥행 기록은 당분간 누구도 깨기 힘들 것으로 보였다. IMF 이후 황폐해진 관객의 심성은 〈친구〉의 낭만적 폭력과 복고적 향수에 열광했다. 어떤 영화도 〈친구〉만큼 흥행 신기록 달성에 유리한 사회적 분위기를 만날 것 같지 않았다. 그런데 놀랍게도 강우석 감독의 〈실미도〉가 〈친구〉의 흥행 기록을 간단히 눌러버렸다. 개봉 한 달 보름여 만에 885만 명(2월 5일 기준)이 극장을 찾은 〈실미도〉는 천만 명의 관객을 뛰어넘은 것은 물론이고 천백만 명의 관객을 동원하지 않겠느냐는 전망까지 나오고 있다. 이는 어마어마한 수치다. 이웃한 일본이나 상업영화의 본거지인 미국에서 천만 명의 관객을 동원한 적은 있지만 인구 대비 수치로 봤을 때 쉽게 상상이 가지 않는 수치다. 한 나라 인구의 1/4 가까운 관객이 한 편의 영화에 몰리는 것은 세계적으로 유례가 없는 일이다. 한국에서 다른 어떤 문화 예술 상품도 1천만 명의 사람을 끌어들이는 예가 없다. 서태지의 전성기에도 그의 CD 천만 개가 팔리는 일을 누가 감히 상상이나 했겠는가.

〈실미도〉의 흥행 돌풍이 이어지는 가운데 개봉한 〈태극기 휘날리며〉도 엄청난 기세로 관객을 불러들이고 있다. 카피 할리우드의 명수인 강제규 감독은 한국영화 사상 초유의 제작비인 140억 원의 제작비를 들여 할리우드산 대작 전쟁 영화와 비교해 밀리지 않는 외형을 연출했다. 〈태극기 휘날리며〉는 한국 영화의 왜소 콤플렉스를 날려버리며 어느 영화담당 기자의 표현을 빌면 “신이여, 정말 이 영화를 우리가 만들었습니

까”란 감격을 불러일으켰다. 더 영리한 것은 이 영화가 제작 외의 마케팅 부문에서도 할리우드의 압도적이고 소란스런 히트 앤 런 전략을 완벽하게 흉내냈다는 점이다. 〈태극기 휘날리며〉는 전국 420여 개관의 스크린을 확보하고 거창하게 ‘월드 프리미어’라고 이름 붙인 프리미어 쇼를 개최했다. 월드 프리미어에 세계의 우수 평론가와 기자들이 참석하지 않았다는 것이 이 쇼의 본질을 크게 침해하지는 않는다. 변방에서 중심 행세를 하는 이 자아도취적인 행사는 블록버스터 전략의 클라이맥스로 손색이 없다. 대대적으로 널리 홍보된 이 영화 앞에서는 비평이란 것이 통하지 않는다. 관객들 모두 자기 눈으로 직접 확인하고 싶어 하기 때문이다.

〈태극기 휘날리며〉의 성공은 독특한 한국의 영화 문화 지형을 떼어놓고는 그 폭발력의 원인을 설명하기 힘들다. 이 영화는 한국 블록버스터 태풍의 진원지를 마련했던 당사자인 강제규가 만든 일종의 진본 블록버스터다. 〈태극기 휘날리며〉의 대다수 이야기 배경은 전쟁터다. 그것도 그냥 전쟁터로 설정된 것이 아니라 포탄과 총알과 피난민으로 붐비는 실제같은 전쟁의 복판이다. 낙동강 전투와 평양 시가지 전투, 압록강을 넘어 전진하는 개미떼 같은 중공군의 전진 행렬, 휴전선 근처의 두말령 전투에 이르기까지 한국영화 사상 이런 집단적 장관은 없었다. 낙동강 전투에서 주먹밥을 먹고 있는 병사들 사이로 느닷없이 포탄들이 쿵쿵 하고 떨어지는 장면의 충격과 혼란은 〈태극기 휘날리며〉가 〈라이언 일병 구하기〉와 어깨를 겨루는 듯한 쾌감을 관객에게 준다. 이 거대 서사의 상품은 ‘우리’라는 테두리 내에서 소비되는 나르시시즘의 최고치 매력을 갖추고 있다.

〈태극기 휘날리며〉는 우리의 기억 속에서 완전히 사라진 1970년대의 관제 반공 전쟁 영화 대작과 완전히 선을 긋는다. 곧 반공 이데올로기의 구속에서 상대적으로 자유로운 채 형제의 멜로드라마로 초점을 옮기는 것이다. 국가를 위해 몸을 바친다는 애국주의는 우리가 아니면 가족을 누가 지킬 것인가라는 가족주의에 자리를 내주었다. 〈실미도〉와 마찬가지로 〈태극기 휘날리며〉도 전 세대의 이데올로기는 부정하는 대신 전 세대의 정서적 토양은 그대로 옮겨 온다. 운명에 휘둘린 개인의 운명을 체념적으로 바라보며 슬퍼하는 이 영화의 신과 감

상주의는 블록버스터의 패권을 입은 화면에 한국적 정서라는 은밀한 공감대를 파놓는다. 이게 한국 상업영화의 성공적인 공식이라면 공식이다. 국군과 공산군의 대립각을 세워놓고 전우애와 적개심을 오가는 한국 전쟁 영화의 상투적인 틀을 블록버스터의 쾌감으로 날려 버린 이 영화에서 비행기가 추락하는 장면과 중공군이 개미떼처럼 몰려오는 장면은 블록버스터가 한국영화에 연착륙하는 풍경의 비유라 할 만하다.

외형적 성공, 내부적 진통

〈실미도〉와 〈태극기 휘날리며〉의 연이은 성공으로 한국 영화는 다시 대작에 대한 자신감이 붙게 될 것이다. 이미 일본에 상당한 고가로 판매된 〈실미도〉와 마찬가지로 〈태극기 휘날리며〉도 일본은 물론이고 미국 시장 공략까지 넘본다고 하는 대대적인 선전공세를 펼치고 있다. 자국산이 아니면 보지 않는 미국 관객의 속성을 알면서도 모르는 체 하는 것인지, 국내 흥행용인지 진의를 판가름 할 수는 없지만 그만큼 〈태극기 휘날리며〉가 할리우드 영화와 견주어 겨룰 수 있다고 하는 한국 영화계의 자긍심을 대표하는 상품인 것은 분명하다.

사실, 한 편의 영화 성공에 힘입어 반전을 거듭하는 한국 영화산업의 역동성은 놀랄 만하다. 〈태극기 휘날리며〉는 원래 한국 영화 사상 초유의 제작비가 든다는 점 때문에 투자자의 기피를 받아 천신만고 끝에 제작을 끝낸 작품이었다. 처음 이 영화가 크랭크인 했을 때 충무로 일각에서는 제작비 고갈로 〈태극기 휘날리며〉가 영영 만들어지지 않을지 모른다는 흥흥한

소문이 끊이지 않았다. 강제규 감독 스스로 인정하고 있듯이 그건 소문이 아니라 사실이었다. 〈태극기 휘날리며〉는 돈이 모자라는 상황에서 제작을 강행했고 30% 가량 제작을 마친 상황에서 2003년 칸 영화제 마켓에 견본 필름을 내보내 홍보하면서 가까스로 남은 제작비를 모으는데 성공했다.

이는 외형적인 성공과는 반대로 영화계 내부의 축적된 자본이 아직은 미약한 상황임을 상대적으로 웅변하고 있는 것이다. 〈실미도〉의 강우석 감독도 그가 지휘하는 배급사 시네마 서비스의 경영 부진으로 한동안 힘든 시기를 보냈다. 강우석 감독은 2001년 2월, 투자 배급사로는 최초로 코스닥 업체 로커스홀딩스에 인수돼, 코스닥에 우회 상장된 이후 끊임없이 밖으로부터의 투자를 통해 기업 규모를 키우는 실험에 몰두해 왔다. 시네마서비스의 실험은 당시로서는 충무로 산업화의 혁명적 발상 전환이었다. 말이 기업이지 서류상으로는 구멍가게나 다름 없었던 영화사를 코스닥 시장에 투명하게 공개해 엄청난 부피로 성장시켰다. 그러나 안정성을 확보해 줄 것이라 믿었던 코스닥 시장은 결국 시네마서비스의 발목을 잡았다. 2003년 시네마서비스는 잇따른 흥행 실패 속에서 코스닥 주주들의 압력을 견뎌내야 했다. 충무로의 커다란 한 축을 이루는 투자 배급사 시네마서비스는 얼마 후면 큰 폭풍에 휩쓸릴 것이다.

〈말죽거리 잔혹사〉와 〈살인의 추억〉을 제작한 씨이더스도 지난 1월 15일에 자사 주식을 불과 40억 원에 몽땅 코스닥 등록 통신 보안 업체 씨큐리콥에 넘긴다고 발표해 충무로가 발각 뒤집혀졌다. 액수가 너무 적었을 뿐더러 씨큐리콥은 영화



〈태극기 휘날리며〉



〈실미도〉

작
映
畫

와 무관한 회사였기 때문이다. 싸이더스는 영화사로는 처음으로 2000년에 코스닥 업체 로커스에 인수되면서 영화사의 코스닥 우회 등록이라는 첫 사례를 만들었던 회사다. 모두 싸이더스가 좋은 영화를 배 두드리며 만들 수 있을 거라 부러워했다. 하지만 다 부질없었다. 지난 4년 동안 싸이더스는 로커스에서 로커스홀딩스로, 다시 플레너스엔터테인먼트로 주인이 세 번이나 바뀌었다. 영화가 잇따라 흥행에 실패하자 미운 오리 새끼 취급까지 받았다. 결국 싸이더스는 상당한 부채를 떠안은 채 독립 법인으로 오늘에 이르렀다. 싸이더스는 지난해 <살인의 추억>이 개봉하기 직전까지 최악의 경영 상황에 놓여 있었다. <살인의 추억>과 <싱글즈>로 기사화됐지만 돈 구하기는 여전히 어려웠다. 영화사는 금융권에서 융자조차 얻기 어렵다. 기계나 공장같은 유형의 자산이 있는 제조업체들과 달리 영화사는 담보로 내줄 게 마땅치가 않았다.

이런 상황 때문에 각 영화사들은 어떻게든 코스닥에 독자적으로 등록하려고 애썼다. 코스닥 시장은 충무로가 간절히 그려온 산업화와 기업화라는 꿈의 에덴동산이었다. 최근 충무로에 불고 있는 인수 합병 바람은 코스닥이란 에덴동산에 기대어 살아남기 위한 영화사들의 처절한 몸부림이다. 1월 26일 발표된 영화 제작사 명필름과 강제규필름, 그리고 공구 제조업체 세신버팔로의 합병은 시장에서 확정까지 보름 남짓밖에 걸리지 않았다. 합병된 새 회사는 명필름의 M과 강제규필름의 K, 그리고 버팔로에서 따와 'MK버팔로'라고 이름 붙여졌다. 세 회사는 서로의 주식을 적당한 값을 매겨 똑같이 바꿔 갖는 이른바 '주식 스와핑'을 했다. 연예 매니지먼트사 싸이더스

HQ도 증시 상장 업체인 (주)라보라와의 인수 합병을 추진하고 있다. 여성 속옷 제조업체인 라보라는 싸이더스 HQ와의 합병을 위해 아예 회사 이름을 IHQ로 바꿔버렸다. 코스닥에 등록된 엔터테인먼트 기업 지니웍스는 얼마 전 <싱글즈>, <장화, 홍련>에 투자했던 아이픽픽스를 인수했다. 이 모든 일들이 지난 12월부터 불과 두 달 사이에 이루어졌다.

명필름과 강제규필름은 둘이 합쳐 MK버팔로 주식의 28% 정도를 가지고 있다. 액수로만 어렵잡아 500억 원이다. 주식의 일부만 팔아도 <실미도>나 <태극기 휘날리며>의 제작비쯤은 뽑고도 남는다. 최근의 일부에서 충무로 동거 열풍을 곱지 않게 바라보는 시선이 존재하는 건 이 때문이다. 살아남기, 영화 산업의 안정화, 제작사의 기업화 등 명분은 많지만 모두 거짓말이라는 주장이 있는 것이다. 코스닥이라는 든든한 간판을 지닌 신랑과 영화라는 화려한 미모의 신부가 만난 것은 멋져 보이지만 언제든 상황이 좋지 않으면 차익을 남기고 빠져나갈 위험이 있다는 것이다. 영화사의 가난한 현실은 대작 강박에 사로잡힌 한국 영화계의 아킬레스건이다. 이런 불안정한 자본 구조 때문에 지난 수년 동안 메이저 영화사들은 수익률과 시장 점유율, 메이저 간의 순위 다툼에 집중하면서 흥행성 있는 작품에만 매달리는 모습을 보여 줬다. 또 흥행에서 실패했을 때는 지나치리만큼 소극적으로 돌변했다. 돈이 궁한 군소 제작사들은 메이저들에게 휘둘릴 수 밖에 없었다. 최근의 제조업체와 동거 열풍에 휩싸인 충무로의 흐름은 메이저 투자사들에 대한 제작사들의 독립 선언이며 이리 뛰고 저리 뛰면서 돈을 모아 웰메이드 영화를 만들어 시장을 구한 제작사들의 자존심을 건 승부수로 볼 수 있다.

영화 흥행은 늘 불안하다. 때론 손해를 감수하는 끈질긴 투자가 필요한 게 영화산업이다. 그러나 투자자들은 그렇게 참을성이 많지 않다. 분기별로, 또는 매년 결산을 해야 하는 공개 기업에게 그런 참을성을 요구하는 것부터가 무리다. 코스닥 환경에서 영화 제작자는 이윤 극대화를 추구하는 경영주와 주주와의 갈등을 피할 수 없다. 전 세계 어느 곳보다 역동적이며 그만큼 불안한 한국 영화계는 세계를 향해 출사표를 던지고 있지만 그 이면에는 이렇게 늘 위기와 기회의 양면 사이에서 줄타기를 하고 있다. 🎭



<말죽거리 잔혹사>



<살인의 추억>