한국영화, 이제 생존보다 다양성을 말할 때

한국영화의 심각한 불균형 성장을 바라보며…

김 영 진 · 영화평론가 | 필름 2.0 편집위원장

한국영화의 발전을 오로지 시장의 논리로만 재서는 안 된다. 독과점에 가까운 힘의 논리에 경정대서도 안 된다. 우리 내부와 바깥에 대해 이중의 잣대를 적용해서도 안 된다. 외국영화가 한국의 많은 상영관을 절반 이상 차지했을 때도 우리는 시장의 논리로 당연시하고 있을 것인가. 외국영화의 독과점을 한국영화가 대신 차지했다고 해서 문제가 해결되는 것은 아니다. 영화산업의 토대는 대작 흥행 영화부터 예술영화, 저예산 독립영화, 포르노에 이르기까지 다양하게 공존하는 데서 튼튼해진다. 한두 편의 영화가 대박을 터뜨렸다고 해서 한국영화 전체가 발전하는 것은 아니다.

독과점에 의한 흥행몰이

〈실미도〉에 이어 〈태극기 휘날리며〉가 결국 꿈의 1천만 관객 흥행 고지를 넘어섰다. 이 두 편의 영화가 극장가를 좌지우지했던 지난 2월 한국영화의 극장 점유율은 80%를 넘는 사상 최고의 기록을 올렸다. 수십 년 만에 극장을 처음 찾는 노인 관객들까지 가세한 〈실미도〉와 〈태극기 휘날리며〉의 흥행 돌풍은 대중문화의 중심에 자리한 한국영화의 역동적인 기운을 반영하고 있다. 모두 샴페인을 터뜨리고 있는 와중에 이제 해외시장으로 눈을 돌려야 할 때라는 멋진 출사표도 들린다. 언론에선 일본을 비롯한 해외시장에서도 목하 두 편의 흥행 대작 영화를 주시하고 있으며 꽤 알찬 성과가 예상된다는 팡파레를 거침없이 울리고 있다. 믿거나 말거나 여하튼 축하할 일이다.

이 지면을 빌어 두 차례 쓴 칼럼에서 필자는 〈실미도〉와 〈태극기 휘날리며〉의 영화적 성과와 허점을 지적하고 관객 천만 명 시대의 빛과 그늘에 대해서도 침이 마르도록 잔소리를 했다. 사실 논의는 이제부터 시작이라는 생각이다. 흥분이 서서히 가라앉는 지금, 앞으로 내달린 끝에 남겨진 문제가 본격적으로 떠오를 시점이기 때문이다.

우선, 〈실미도〉와 〈태극기 휘날리며〉의 기록적인 흥행 성공이 인구와 극장 수를 대비해 이토록 단기간에 가능한 것이 과연 정상적인 것이냐는 질문을 던질 필요가 있다. 〈실미도〉는 한때 390개 스크린까지 장악했고 〈태극기 휘날리며〉는 한술 더 떠서 개봉 2주차에는 518개 스크린을 점유했다. 〈태극기 휘날리며〉의 경우에는 거의 전국 스크린의 반 이상을 차지한 수치다. 시장의 크기 문제를 감안하더라도, 미국이나 일본에서 확대 광역 개봉하는 대작 영화라 해도 전국 스크린 대비 점유율 수치는 10%에 머무르는 것이 통례다. 아무리 화제작이라 해도 전체 극장 스크린의 10%는 넘지 않는 것이 정상적인 시장 작동의 순리다.

사정이 이렇다 보니 실제 극장에 가보면 아무리 화제작이라 해도 제대로 상영시간을 지키는 경우가 드물었다. 아카데미 후보작에 오른 화제의 미국영화라 하더라도 다른 영화와 교차 상영하는 관행이 새롭게 생겨나고 있음을 이즈음 극장가에 가 본 관객은 실감했을 것이다. 여기서 파생되는 또 다

른 문제는 규모가 작은 영화라 하더라도 대규모 마케팅 공세를 벌여야 하는 대작 영화와 비슷한 방식으로 개봉해야 하는 자가당착에 빠진다는 것이다. 베를린 영화제에서 감독상을 받은 김기덕의 저예산 영화 〈사마리아〉는 광역 개봉 시스템에 울며 겨자 먹기로 동참하면서 120개 극장에서 개봉했는데 꽤 비용을 들인 홍보전을 치러야 했다. 120개 극장에 보낼 프린트 비용과 홍보비용만으로도 5억 원 남짓한 영화의 순제작비를 초과하는 웃지 못할 상황이 벌어진다(보통 프린트 한 벌 복사하는 데 드는 비용이 2백만 원 남짓으로 알려져 있다. 이런 계산법이라면 〈태극기 휘날리며〉는 프린트를 복사하는 비용으로 10억 원 가량을 쓴 셈이며 김기덕 영화와 같은 웬만한 저예산 영화의 제작비 두 배를 프린트 비용으로만 쓴 셈이다. 이 영화의 마케팅 비용은 45억 원 가량인 것으로 알려졌다). 멀티플렉스에 상영되는 숱한 영화들 가운데 관객의 주목을 끄는 화제작으로 올라서기 위해서는 이토록 치열한 돈 싸움이 필요하다.

국내영화계의 심각한 불균형

이런 상황에 대해 영화계 내부는 그리 심각하게 여기지 않는 듯하다. 제작과 배급·상영을 아우르는 메이저 영화사가 출현하고 규모있는 영화산업을 이루기 위한 인프라 구축 단계에서 일어날 수 있는 과도기적 현상이라는 것이다. 문제는 이런 상황이 스크린 쿼터 유지를 위해 내걸었던 문화적 종 다양성의 논리와 심하게 충돌한다는 것이다.

아카데미 수상작이나 후보작들을 한국 관객이 우습게 여길 만큼 한국영화의 대중적 경쟁력이 높아진 것을 높이 평가한다 해도 이것이 전체 스크린의 절반 이상을 차지하는 독과점의 구조로 나타난다고 하면 어느 누구에게서도 긍정적인 평가를 얻지 못한다.

〈실미도〉와 〈태극기 휘날리며〉가 앞서거니 뒤서거니 하며 경쟁하던 2월 한동안 두 영화가 국내 스크린의 60% 이상을 차지했다. 여기서 피해를 입는 것은 당연히 관객의 입소문을 기다려야 하는 작은 규모의 작품성 있는 영화들이다. 이들은 다양성을 보장한다고 하는 멀티플렉스 상영관에서 철저한 시장 논리에 의해 찬밥 대우를 받았다. 이들 영화는 개봉관을 잡지 못해 개봉을 뒤로 미루거나 간판을 걸더라도 한 상영관에서 오전과 오후 서로 다른 영화를 상영하는 교차 상영 방식으로만 극장에 걸릴 수 있었다. 이는 〈빅 피쉬〉나 〈사랑도 통역이 되나요?〉, 〈콜드 마운틴〉 등의 비교적 지명도 있는 헐리우드 영화가 한국 극장가에서 받았던 대접이다. 이들 헐리우드 영화가 받는 대접이 이 정도라면 저예산 작가 영화나 예술 영화가 받는 대접은 굳이 상상하지 않아도 뻔하다. 일례로 프랑스영화의 거장 자크 리베트의 〈알게 될 거야〉는 서울 지역에서만 개봉해 1,000명을 조금 넘는 관객을 동원했다(〈알게 될 거야〉와 같은 영화가 흥행하는 것은 전 세계 어느 나라에서도 일어나기 힘들겠지만 본국인 프랑스에서는 전국 20만 명 가량의 관객을 동원했다).

한국영화 시장의 문제는 소수의 대박 영화를 중심으로 독과점적인 구조로 유통과 배급이 이뤄지면서 작은 규모의 영화가 최소한으로 생존할 수 있는 여지조차 배려하지 않는 무지막지한 승자의 규칙으로 진행되고 있다는 것이다. 우리가 한국영화의 산업적 성장에 취해 있는 나머지 방기하는 영화문화의 심각한 불균형은 놀라울 정도다. 전 세계에서 외국영화를 가장 보지 않는 나라인 미국에서 2003년 유럽 영화의 시장 점유율은 2001년 5.7%에서 4.6%로 떨어졌다. 이것이 자국 영화 중심주의의 빠진 미국인의 오만함을 드러낸다고 비웃을 형편이 우리는 못 된다. 2003년 서울 기준으로 대한민국에서 유럽 영화가 차지한 점유율은 1.5%도 되지 않는다. 이는 한국의 영화인들이 스크린 쿼터 유지로 내세우는 명분인 문화적 종 다양성의 보호라는 명분에 심하게 어긋난다. 한국영화가 49.4%, 미국영화가 43.5%인 한국 시장에서 일본영화(3.0%)와 중국어권 영화(2.5%)는 물론이고 프랑스영화의 점유율도 0.7% 밖에 안 된다.

영화진흥위원회 정책연구팀이 발표한 '1999~2003년도 한국영화 관람객의 성향과 변화 분석 보고서'에 따르면 한국과 미국을 제외한 나라들의 영화에 대한 선호도는 17.24%였다. 그러나 점유율은 2분의 1이 채 되지 않는 8.34%였다. 상황이 이렇다면 관객의 욕구를 시장이 반영하고 있지 못하다는 얘기이며 수요와 공급의 관계가 뒤틀리고 있다는 반증일 것이다. 전 세계에서 가장 모범적인 스크린 쿼터 유지 국가로 떠오른

한국에서 영화의 종 다양성 문제가 문화적 의제로 떠오를 경우 이곳 영화인들은 답변이 궁색해질 것이다.

생존이냐 다양성의 확보냐

한국영화계는 이제부터라도 '우리의 과제가 생존이냐, 다양성의 확보냐' 라는 문제를 두고 스스로 공론화에 나서야 한다. 멀티플렉스의 융성과 소수 메이저 배급사의 성장을 축으로 영화산업은 외형적인 팽창 일변도로 치닫고 있지만 자본의 논리를 따라가는 시장을 견제할 만한 정책은 기대하기 힘든 형편이다. 소수 영화에만 몰리는 배급 시스템 대신 다른 배급 시스템과 극장의 존재를 보호해 줄 수 있는 방안 마련도 여전히 탁상공론에만 머물고 있다.

이런 상황에서는 현행 스크린 쿼터 유지 방안도 전향적으로 검토될 필요가 있다. 얼마 전 사석에서 만난 스크린 쿼터 문화 연대 이사장인 유지나 동국대 교수는 스크린 쿼터의 일정 비율을 마이너리티 쿼터로 할애하기 위한 공론화 작업을 고민 중이라고 말했다. 지난 몇 년 간 한국영화의 시장 점유율은 높아졌지만 한국영화 가운데서도 규모가 작은 영화는 실질적으로 이 제도의 혜택을 별로 받지 못했다. 또, 이 기간 동안에 서구와 제3세계의 우수한 영화를 직접 관람할 수 있는 관객의 기회도 급격하게 줄어 들었다.

매년 전 세계의 영화제나 영화 전문지에서 우수한 영화로 소개된 영화들이 거의 소개되지 않는 영화문화의 불모지로 한국은 변해 가고 있다. 해마다 열리는 칸 영화제에 구름처럼 몰려들던 한국의 외화 수입업자들의 발걸음도 해가 갈수록 눈에 띄게 줄어든다. 국산품 애용론자들의 눈에는 이것이 바람직한 상황이겠지만 전체적으로 이는 문화의 교통에 지극히 둔감하고 우리 영화를 다른 나라에 파는 것만큼이나 다른 나라의 영화를 받아들이는 데는 눈을 감고 있는 탐욕스런 영화산업에 빨간 신호등이 켜진 반증이다. 그렇다면 어디서 논의를 시작해야 할까. 우선, 특정 영화가 전체 스크린의 절반, 1/3, 1/4을 차지하는 현상을 자연스런 시장의 논리라고 보는 강자의 논리부터 의심해 봐야 한다. 〈서편제〉가 서울 단성사 한 곳에서만 100만의 관객을 동원했던 시대에 관객 기록 경신은 축하할 만한 일이었다. 좋은 상품으로 관객의 후의를 기다리는 소박한 시대는 지나갔다.

이제 영화산업의 화두는 누가 관객의 주의를 끌만한 기획을 생각해내느냐, 누가 관객의 관심을 끝까지 잡아둘 수 있는 마케팅 자본이 있느냐, 누가 물샐 틈 없이 관객을 포위해 극장을 찾은 관객을 자기 영화로 유인할 수 있는 각장 배급력을 확보하느냐에 달려 있다. 할리우드 블록버스터의 홍보와 배급 전략을 빌려 온 한국영화 산업은 적을 이기기 위해 적의 방법을 쓰는 전략을 극단적으로 추구한 나머지 우리 내부의 다양성을 죽이고 다양성을 논의하기 위한 문제의식 자체도 차단하고 있다. 미국의 경우 전체 3만여 개의 스크린 중 1만여 개의 극장은 독립영화 – 예술영화 상영 체인이고 일본이나 유럽도 상당수 비상업 영화전용관이 있는 것은 그런 시스템이 시장에서 생존할 수 있는 터전이 마련되어 있기 때문이다. 이것은 문화 논리 이전에 산업의 바람직한 발전을 위해서도 장기적으로는 꼭 필요한 시스템이다. 내부에서도 서로 교통하지 못하는 문화산업은 자기도취라는 암초에 걸려 긴 생명력을 발휘하지 못한다. 다양한 인재들이 엄청난 양의 영화를 쏟아 낸 전성기의 홍콩 영화계가 몰락한 것도 바로 그런 이유 때문이다.

한국영화의 발전을 오로지 시장의 논리로만 재서는 안 된다. 독과점에 가까운 힘의 논리에 경정대서도 안 된다. 우리 내부와 바깥에 대해 이중의 잣대를 적용해서도 안 된다. 외국 영화가 한국의 많은 상영관을 절반 이상 차지했을 때도 우리는 시장의 논리로 당연시하고 있을 것인가. 외국영화의 독과점을 한국영화가 대신 차지했다고 해서 문제가 해결되는 것은 아니다. 영화산업의 토대는 대작 흥행 영화부터 예술영화, 저예산 독립영화, 포르노에 이르기까지 다양하게 공존하는데서 튼튼해진다. 한두 편의 영화가 대박을 터뜨렸다고 해서 한국영화 전체가 발전하는 것은 아니다. 현재 제작 중이거나 기획 중인 한국영화 중 7~10편이 순제작비 70억 원이 넘는 블록버스터다. 이들 영화를 배급하는 영화사마다 자신들의 기대치를 달성하기 위해 스크린을 대거 확보한다면, 그 천편일률적인 극장가의 풍경이 앞으로도 이어진다면 결국 희망은 악몽으로 끝날 것이다.