

2015년 한국영화 경향 분석



2015년 한국영화 경향 분석

KOFIC

2015 년 한국영화 경향 분석

- “규모에 제동을 걸어라!”

필 자 박 아 네 스

정 리 오 지 선

발행인 김세훈

발행일 2015 년 12 월 15 일

-

영화진흥위원회

부산광역시 해운대구 센텀중앙로 55 경남정보대 센텀산학캠퍼스 13 층, 14 층

전화 (051)720-4700 / 팩스(051)720-4849

홈페이지 www.kofic.or.kr

©영화진흥위원회, 2015

2015 년 한국영화 경향 분석

— “규모에 제동을 걸어라!”—

영화진흥위원회 산업정책연구팀

글 박 아 네 스

정 리 오 지 선

Contents

01

들어가는 글 / 1

02

패러다임이 바뀐다 / 4

03

‘장르’에 대해 고민하다 / 8

04

‘시장’이 모든 걸 해결해주진 않는다 / 15

1. 들어가는 글

- 일시: 2015년 11월 27일(금)
- 장소: 서울 충무로 서울영상미디어센터 4층 강의실
- 참석자
- 진행: 이화정 | <씨네21> 기자
- 패널: 김혜선 | 영화 칼럼니스트
- 남동철 | 부산국제영화제 프로그래머
- 송경원 | 영화평론가, <씨네21> 기자
- 허남웅 | 영화평론가

예년과 달리 올해는 두 번에 걸쳐 2015년 한국영화산업을 되돌아본다. '한국영화 경향 분석'과 '한국 영화산업 현황 분석'을 주제로 이야기를 나눈다. 첫 이야기 주제인 '2015년 한국영화 경향 분석'을 위해 언론과 영화제 현장에서 한국영화와 가장 가까이 호흡하고 있는 이들이 모였다. 어느덧 일상화된 천만 영화의 탄생과 스릴러 장르의 득세, 극장 시장의 여전한 성장세에 관한 이야기가 오가는 가운데 다양성의 부재, 배급 전략의 부재, 기획력의 부재와 같은 문제점들이 지적됐다. 2015년 한국 극장산업은 3년 연속 2억 명 관객 달성에 성공했다. 축배를 들어야 할까? 이들은 단호하게 '그렇지 않다'고 말한다.

이화정 2015년 극장산업은 여전히 호황이었습니다. 3년 연속 총관객 수 2억 명을 넘었고, 한국영화 역시 1억 명 이상의 관객을 모았습니다. 하지만 올해 상반기만 해도 '한국영화 위기설'이 나돌 만큼 한국영화 흥행은 부진했던 상황입니다. 2014년 12월 개봉한 <국제시장>이 1월 중순 '천만 영화'로 자리했지만, 그 이외에 흥행 면에서 눈에 띄는 활약을 한 영화가 없었고요. 그 와중에 <어벤져스: 에이지 오브 울트론>이 개봉해 극장 대부분을 차지하면서 '위기론'은 힘을 더 받게 됐습니다. 위기설은 <암살> <베테랑>이 나온 여름 시장을 지나고 <사도>가 개봉한 추석, 그리고 11월 들어 <검은 사제들>과 <내부자들>이 비수기에도 뜻밖의 흥행을 이어가자 자취를 감춘 듯합니다. 즉, 지난 3년간 극장 박스오피스만 놓고 보면 한국 영화산업은 꽤 '순조롭게' 움직이고 있는 것 같습니다. 위기설과 관계없이 관객은 꾸준했다고 할까요? 한국영화의 전반적인 만듦새에 대한 평가 함께, 올 한 해 극장산업을 살펴 보도록 하겠습니다.

허남웅 전체 박스오피스 규모가 커지는 건 사실 영화적 만듦새와는 직접적인 상관관계가 없습니다. 잘 아시겠지만 박스오피스에 가장 큰 영향을 미치는 것은 극장 편성(스크린 점유, 상영 시간 배정 등)과 배급력입니다. '한국영화 위기설'은 매해 제기됐고, 올해가 특별히 더 큰 위기였다고 생각되지 않습니다. 다만, 시간이 갈수록 영화들이 점점 보수적인 성향을 띠는 것 같다는 생각은 듭니다. 시장도 보수적으로 움직이고 그와 함께 한국영화의 만듦새와

메시지도 점점 보수화돼가는 느낌이라고 할까요? 얼마 전 12월 16일 개봉하는 <히말라야> 예고편을 봤는데, 배우를 비롯한 스태프의 고생담 위주라 감동을 강요하는 느낌이 강하더군요. 이와 같은 형태의 보수적인 색채가 한국영화에서 날로 진해지고 있는 것 같습니다.

송경원 라인업을 보고 '아, 보고 싶다'는 마음이 든 한국영화가 거의 없었던 한 해였습니다. 말씀하신 것처럼 위기설은 매해 반복됐는데 그게 질적 완성도를 뜻하는지, 흥행 스코어를 말하는지 그 기준이 모호합니다. 우선 만듦새로 봤을 때 한국영화의 전반적인 완성도는 '하향 평준화'되고 있는 느낌입니다. 게다가 뚜렷한 스타 마케팅이 있는 것도, 감독의 특색이 느껴지는 것도 아니고 제작사, 혹은 메인 투자배급사의 색깔을 찾아보기도 어렵습니다. 영화 마다의 차별점을 굳이 찾자면 배급 시기와 규모의 차이 정도가 있을까요? 앞서 설명하신 것처럼 그럼에도 극장산업의 규모는 계속해서 유지가 되고 있습니다. 저는 이게 가장 큰 위기 신호인 것 같아요. 한국영화의 퀄리티는 낮아지거나 두루뭉술 깎이고 있는데, 시장은 유지되거나 점점 커지고 있다는 것 말입니다.

김혜선 한국영화가 '영화'라는 예술품 혹은 매체로서 제 역할을 해오지 못한 건 꽤 됐습니다. 대기업이 경영하고 있는 여러 사업 중 하나로 편입돼 주가 등의 영향을 받는 '물건'이 된 지 오래죠. 이처럼 감독이 연출에 대한 소신이나 편집권을 행사하며 독심 있게 일할 수 없게 된 환경은 이미 상당히 지속됐는데, 올해는 더 나빠진 것 같습니다. 앞으로도 좋아질 것 같진 않고요. 매주 영화 신작을 소개해야 하는 입장에서, 언젠가부터 한국영화는 줄거리가 거의 똑같은 것 같습니다. '어느 살인 청부업자가...' '어느 연쇄살인마의 가족이...' '어느 살인마의 여자친구가...'로 시작하는 이야기가 너무 많아요. 게다가 이 안에서 뭔가 새로운 메시지를 전하겠다는 의지도 그다지 느껴지지 않습니다. 그런데 내년 라인업을 보니, 또 '어떤 살인 청부업자'가 주인공인 게 수두룩해요.(웃음)

허남웅 그걸 할리우드 버전으로 말하면 이런 거죠. '사상 최강의 적이 온다.'(좌중 웃음)

김혜선 시대극도 마찬가지입니다. 조선시대에 연쇄살인이 일어나 탐정이 조사에 나서죠.(웃음) 이상하게 거의 모든 장르가 스릴러로 귀결되고 있어요.

이화정 스릴러가 어느새 한국영화의 보편적인 장르가 된 것 같습니다. 자극적인 것이 시장에서 통하니 이런 영화만 양산되고, 그렇지 않은 기획은 자꾸 도태되는 게 아닐까 싶어요. 게다가 최근에는 폭력성과 결합해 훨씬 더 자극적으로 영화가 만들어지고 있는 것 같습니다. 표현 수위가 너무 높아요.

남동철 장르적으로 얘기하면 늘 그랬던 건 아닌 것 같고, 약간의 공포와 결합된 스릴러영화가 평소보다 많이 나오는 게 최근 상황인 것 같습니다. 과거와 달라진 점은 추석에는 늘 코미디가 터졌는데, 올해 <탐정: 더 비기닝>이 그랬던 것처럼 지금은 코미디가 안 터진다는 거죠.

김혜선 코미디스릴러가 터지죠.(좌중 웃음)

남동철 '조폭 코미디' 같은 형태가 득세하던 시절이 있었는데, 지금은 유행이 바뀌는 시점인 것 같고요. 앞서 말씀하신 것처럼 한국영화는 계속 위기였기 때문에 위기설의 실체가 무엇인지 구체적인 양태를 보는 게 필요할 것 같습니다. 일단 관객 수로 봤을 때 여전히 한국영

화는 많은 관객을 동원하고 있고, 전 세계적으로 봤을 때도 자국영화가 예외적으로 잘되고 있다는 건 변함없는 사실입니다. 그런데 여기서 중요한 건 전체 스코어가 아니라 <국제시장> <암살> <베테랑>처럼 흥행 스코어를 독식한 천만 영화를 빼고 나머지가 얼마나 골고루 흥행했느냐, 또 손익분기점(BEP)을 맞춘 영화가 얼마나 되느냐 하는 점입니다. 한국영화가 1억 명이 넘는 관객을 불러모은다고 했을 때, 과연 그 수치가 얼마만큼의 의미가 있느냐는 그래서 다시 점검해야 할 필요가 있습니다. 제가 맡은 업무상 국제영화제 여러 곳을 다닐 수밖에 없는데, 언제나 듣는 질문이 “한국영화는 이창동, 김기덕, 박찬욱 이후에 누가 있느냐?”는 것입니다. 한국영화의 질적 수준이 얼마큼인가, 혹은 새로운 영화가 나오고 새로운 감독이 발굴될 수 있는 시스템을 갖추고 있느냐 하는 것들을 극장산업의 호황과 별개로 진지하게 고민해야 합니다.

2. 패러다임이 바뀐다

이화정 매해 천만 영화가 3~4편씩 꾸준히 나오는 것도 사실 기이한 현상이죠. 앞서 지적하신 한국영화의 보수화와 질적 하향 평준화는 모두들 공통적으로 문제로 생각하는 것 같습니다. 그렇다면 이 같은 현상이 나타나는 이유는 무엇일까요? 물론 여기에는 여러 사회적 맥락이 있겠지만, 제 개인적인 생각으로는 그 일차적인 원인이 가족 관객 혹은 중·장년 관객이 늘어난 탓이 아닐까 싶습니다. 몇 해 전부터 중·장년 관객이 빠른 속도로 늘어나고 있는데 이는 천만 영화가 비교적 쉽게, 또 많이 탄생할 수 있게 하는 역할도 하고 있습니다. 게다가 극장 입장에선 중·장년 관객의 유입을 시장 확대의 '청신호'로 보았고요. 하지만 그에 반해 기획 면에서는 좀 구태의연해진 부분이 있지 않나 생각합니다. 중·장년 관객의 영화적인 기호가 낡았다기보다 아무래도 보다 너른 층을 타깃으로 하다 보면 기획이 무뎌지는 경향이 없지 않으니까요. 게다가 최근엔 10대와 20대 관객층은 일부 화제작을 제외하곤 극장 관람 자체가 줄어들고 있는 듯 보입니다. 우선 이들의 경우 영화에 대한 판단이 매우 빠른데, 영화 정보를 바탕으로 '이건 극장에서 볼 영화', 아니면 'IPTV 혹은 모바일로 봐도 되는 영화'로 금방 판단을 한다는 거예요. 이렇게 젊은 극장 관람층이 서서히 줄고, 30대 이상의 중·장년 관객이 날로 늘어나면 영화의 보수화는 더욱 심화될 것이라 생각됩니다.

송경원 일단 관객층이 넓어진 것 같진 않습니다. 그냥 이동한 느낌인데, 과거 20대와 30대가 영화의 주요 소비층이었다면 지금은 30대부터 50대가 극장의 핵심 관객층입니다. 그리고 새로운 관객층, 예를 들면 20대 관객을 끌어오기 위해 영화계가 그에 맞춤형 영화를 만드는 등의 노력을 특별히 하는 것 같진 않고요.

허남웅 현재 영화 마케팅의 최전선은 예능 프로그램입니다. 평소 TV에서 만나기 힘든 영화 배우들이 개봉을 앞두고 앞다퉈 예능에 출연하죠. 그런데 말씀하신 것처럼 10대와 20대는 별도로 영화에 대한 정보를 검색해봅니다. 그리고 극장에서 볼 영화와 아닌 영화를 판단하죠. 반면, 중·장년 관객은 다른 정보 없이 예능 프로그램만으로도 호기심을 느끼고 영화를 보고 싶어한다는 차이가 있습니다. 이 같은 형태의 '마케팅 진지'가 구축돼 있습니다. 이야기의 변화를 피하겠거니, 새로운 캐릭터를 개발하고 더 유려한 미장센을 시도해야겠거니 하는 형태의 고민을 덜하게 되는 덴 관객의 노령화도 어느 정도 몫을 한다고 봅니다.

김혜선 앞서 제가 '모든 한국영화의 스틸러화'를 강조했는데, 이는 VOD 혹은 스트리밍과 같은 2차 시장의 성장과도 궤를 같이하는 것 같습니다. 안방에서 쉽게 리모컨 혹은 마우스로 클릭해 볼 수 있는 영화가 하나의 경향으로 자리잡는 것 같거든요. 약간의 자극적인 부분을 넣어 더 쉽게 클릭을 할 수 있게 만드는 게 관건인 영화 말이에요. 엄청난 흥행작이 아닌 다음에야 극장에 걸리는 기간이 2~3주 내외인데, 그럴 땐 2차 판권 시장이 수익 면에서 도움이 됩니다. 그러니 가격(제작비) 대비 효용이 높은 장르를 계속해서 만들 수밖에 없게 되

는 것 같습니다.

이화정 며칠 전 <도리화가>를 보는데 마치 '더 페이스 샐' 광고를 보는 기분이더군요. 수지 얼굴을 가득 채운 CF 영상 같은 화면이 계속 나옵니다. <검은 사제들>에서도 강동원 클로즈업이 대단히 많죠. 물론 이는 수지와 강동원을 의식한 탓이겠지만, 문득 '이런 영화는 모 바일로 봐도 되겠다' 싶기도 했습니다. 앞서 말씀하신 것처럼 영화 소비 형태의 변화가 영화 장르나 미장센에도 역으로 영향을 미치고 있는 게 아닌가 생각됩니다.

송경원 앞에서 잠깐 운을 댄 얘기를 다시 좀 하자면, 일단 올해도 극장 관객 수는 줄지 않았습니다.¹ 지난해 우리나라의 1인당 극장 영화 관람횟수는 4.19회였는데, 사실 비정상적으로 높죠. 그런데 이게 영화 덕택이나 하면 꼭 그런 것 같진 않습니다. 그냥 우리나라의 경우, 여가생활을 할 수 있는 환경이 멀티플렉스 극장 주변에 집중돼 있는 듯합니다. 쇼핑몰이든 어디든 '간 김에 영화도 본다'는 정도로 생각하는 관객이 많아 영화 콘텐츠에는 크게 신경을 쓰지 않는 것 같다는 느낌입니다. 이 같은 경향은 몇 해 전부터 지속됐는데, 이제는 완전히 자리를 잡은 것 같습니다. 예를 들면 언론, 심지어 영화업에 몸담고 있는 이들도 '한국영화가 점점 질이 떨어진다' 혹은 '빠어난 감독이 없다'는 지적을 계속하는데 정작 관객은 줄질 않거든요. 질적인 면과 상관없이 돌아가는 시스템이 된 것입니다. 이는 지난해부터 여름 시즌마다 메이저 투자배급사가 배급 4파전을 벌이고, 그럼에도 2편 이상은 무조건 대박을 치는 것과도 연결됩니다. 영화를 찾아서 보는 관객이 아니라 쇼핑 간 김에 영화도 보는 이들은 기왕이면 잘되는 영화, 남들이 봤다는 영화를 보게 됩니다. 그러니 점점 제작사나 배급사는 내용에도 장르에도 상관하지 않고 '이 시기에 100억짜리 영화를 붙이면 1~2편은 천만 간다'는 생각을 하는 겁니다. 현재 한국 영화산업은 투자와 배급이 거의 한몸으로 움직이는데, 이 말은 영화의 시작과 끝을 투자배급사 하나가 같이 쥐고 있다는 의미죠. 무슨 내용이냐, 어떤 장르냐에 상관없이 시스템 안에서 시기와 물량만 조절하면 전체 판 규모가 커지는 구도가 계속되는 한, 실험적인 시도나 작가의 색깔이 느껴지는 영화를 만들기 위해 고심할 필요가 없게 됩니다. 제가 앞서 영화가 질적으로 떨어지는데 시장은 유지가 되는 게 오히려 '위기 같다'고 말했는데, 영화에 관심이 많고 적극적으로 영화를 찾아보는 관객은 결국 영화를 적게 볼 수밖에 없고, 내용에 큰 관심이 없는 관객만 영화를 즐기게 되는 상황이 될 수도 있기 때문입니다. 이런 상황이 짧게는 2~3년, 길게는 10년까지 유지가 된다면 이후엔 큰 타격을 받을 수도 있습니다. 하드웨어를 기반을 하는 극장 멀티플렉스 성장이 멈추는 시기가 되면 한번에 무너질 수도 있겠죠. 보통 우리가 영화산업, 혹은 극장 시장을 분석할 때 '관객 2억 명' '한국영화 1억 명'처럼 통으로 놓고 바라보는데, 이를 잘게 쪼개 봐야 할 필요가 있습니다. 시기별, 작품별로 구체적으로 살펴야 합니다. 그게 아니면 '2억 시장이니 준수한 시장'이라는 생각을 하기 쉽습니다.

김혜선 배급 시장 자체가 점점 여름과 겨울 시즌만 남는 형태로 재편된 것 같긴 합니다. 마

¹ 2015년 극장 총관객 수는 12월 7일 현재, 2억 121만 명으로 2014년의 2억 1507만 명과 2013년 2억 1335만 명보다는 적은 상태다.

블 프랜차이즈를 비롯한 할리우드 블록버스터가 3월과 4월에 개봉해 여름시장을 앞당기고, 이것이 거의 9월까지 계속됩니다. 그리고 11월부터 2월까지가 겨울 시즌으로 수렴되고요. 특히 국내 투자배급사의 경우 <설국열차> <더 테러 라이브> <미스터 고>가 여름 시장에서 경쟁한 2013년 이후 배급의 핵심적인 '키'를 얻은 것 같다는 생각이 듭니다. 이렇게 여름에 대작으로 경쟁을 붙이고 앞뒤로 시장을 키우면서, 소위 '비수기'라 불리던 때 그나마 볼 수 있었던 작가주의 영화, 예술영화 등은 더 만나기 어렵게 됐습니다. 또 배급 방식이 이렇게 되다 보니 '도박성'은 점점 더 강해지는 것 같고요. 큰 영화 하나로 승부를 보고, 거기서 얻는 수익이 많으면 작은 영화는 버려도 상관없다는 심리가 작용하는 듯합니다.

이화정 지난 몇 해를 보내며 개인적으로는 과연 국내 투자배급사가 '자사별 배급 전략을 갖고 있긴 한가?' 하는 의문이 들기도 했습니다. 영화 언론사 입장에서 최근 느끼는 어려움은 일단 물리적으로 개봉영화가 너무 많다는 것, 그리고 국내 투자배급사들이 개봉 일정을 너무 쫓기듯 잡는다는 것입니다. 예전엔 개봉 시기가 제법 넉넉하게 고지돼 기획기사를 만드는 데 일정 정도의 여유가 있었다면, 지난해와 올해는 특히 배급사끼리 눈치를 보느라 2주 전까지 개봉일을 정하지 않는 경우도 심심치 않게 있었습니다. 문제는 메인 투자배급사의 대표작도 이런 식으로 개봉 일정을 잡으니 이를 피해야 하는 작은 영화들은 더 갈팡질팡할 수밖에 없다는 거죠. 알다시피 할리우드는 텐트폴 중심으로 배급 일정을 미리 못박아둡니다. 우리의 경우 그 정도는 아니어도 투자배급사 나름의 전략 라인업을 결정하고 그에 맞게 배급 정책을 세워야 한다고 보는데, 어떤 전략을 갖고 있긴 한 걸까 의심스러울 지경입니다. '여름과 겨울 시즌에 큰 영화를 붙인다'는 게 배급 전략이 될 순 없잖아요.

남동철 얘기를 듣다 보니 한국영화가 우리 축구와 좀 비슷한 것 같다는 생각이 듭니다. 우리는 대한민국 축구 국가대표팀만 응원할 뿐, 국내 리그에 대한 관심은 거의 없죠. 지금 상황에서 보면 한국 영화산업은 소위 천만 영화가 국가대표로 존재하는 시장인 것 같습니다. 장기적인 발전을 위해선 마이너리그의 시스템이 잘 갖춰져야 하는데 말이죠. 지난 시간을 돌아봤을 때 과거엔 한국영화 점유율이 워낙 낮아 점유율을 높이고, 산업화를 이루는 것이 필요하단 논리하에 영화진흥위원회와 같은 정책기관이나 언론, 제작사와 투자배급사 누구할 것 없이 모두 '국가대표팀'을 만들길 원했습니다. 대작 위주, 할리우드를 쫓아가야 한다는 심리가 컸죠. 그런데 그 생각이 여전히 우리 무의식 속에 남아 있는 것 같습니다. 그렇다면 그 게 '과연 여전히 유의미한가?'를 생각했을 때, 이제는 아니라는 거죠. 산업화도 진행됐고, 국가대표도 더 이상 필요가 없어요. 국가대표가 돈이 되니 그 위주로 시스템이 계속해서 굴러가고 있지만 발상의 전환이 필요한 때입니다. 부산국제영화제에 출품되는 영화들을 보면 일단 작품 수가 어마어마하게 많습니다. IPTV용 영화가 제작편수 상승에 주요한 원인이지만, 영화 자체가 저예산으로 제작이 가능해진 환경 때문이기도 합니다. 그런데 만들기만 할 뿐, 관객과 어떻게 만날 것인지는 고민하지 않은 영화가 대부분입니다. 어떤 리그에서 움직일지 고민하고 그 바탕에서 만들어져야 할 필요도 있는데 말이죠. 한편, 언론도 독자가 국가대표팀 기사만 본다는 이유로 너무 그 위주로만 글을 쓰는 것 같습니다. 그러니 악순환에 빠질 수밖에 없는 상황이죠. 뭔가 제동을 걸어야 할 필요가 있습니다.

송경원 말씀하신 것처럼 여전히 우리는 '한국영화 전체 점유율' 또는 '1위 영화' '여름 블록버스터' 위주로 사고합니다. 즉, 관객이 가장 많이 몰리는 시기의 수치에 집중하죠. 그러나 1년 365일 가운데 가장 관객이 들지 않을 때, 비수기 최하점을 찍을 때의 관객 수가 실제 영화를 '찾아보는' 관객의 마지노선이란 생각이 듭니다. 즉, 유행이나 시기를 타지 않고 순수하게 영화를 즐기는 관객 수가 비수기 관객 수가 아닐까 싶습니다. 때문에 그 관객층을 베이스로 정책을 만들든, 리그를 고민하든 해야 할 거라 생각합니다. 최상의 수를 버리고 최하의 수치를 다시 바라봐야 합니다. 한편, 장르적으로 봤을 때 앞서 '모든 영화가 스릴러화돼 있다'고 하셨는데, 반대로 사실 제대로 된 스릴러는 또 없는 것 같은 느낌입니다. 예전엔 특정 장르가 잘된다 싶으면 우르르 따라가곤 했지만, 이제는 좋게 말해 '종합 패키지', 나쁘게 얘기해 다 똑같은 영화만 만드는 것 같습니다. 그러니 감독도 장르도 경향도 의미가 없고, 극장 흥행 시즌과 배급력만 남게 되는 거죠. 한국영화가 풍성해지려면 장르영화가 오히려 많이 만들어져야 한다고 생각합니다. 차라리 특정 장르로 몰려다니던 옛날이 그립기도 합니다.

3. ‘장르’에 대해 고민하다

이화정 천만 영화로의 관객 쏠림과 ‘패키지 장르’만 남고 실제 장르영화로 일컬을 만한 제대로 된 장르영화는 실종된 상태라는 게 전반적인 의견이었습니다. 그렇다면 이 시점에서 하반기 ‘한국영화의 활황’을 이끌고 있는 <검은 사제들>에 대해 좀 더 얘기해볼까요? <검은 사제들>(519만 명)은 현재 예산을 뛰어넘는 흥행을 기록 중인데, 오컬트 장르로 대중적으로 소비되기엔 꽤 마이너한 작품입니다. 개인적으로 상반기 개봉해 흥행에 실패한 <손님>(83만 명)과 비교해보고 싶은데요, 둘 다 B급 정서와 공포가 결합된 영화임에도 <손님>은 관객이 거의 거들떠보지도 않았고 <검은 사제들>은 대중적인 영화가 됐습니다. 사실 두 영화 모두 장르적 성격을 극단으로 밀어붙이지는 않습니다. 공포를 더 밀고 나갈 수 있었지만 어느 정도의 선에서 합의를 했죠. 이것이 최근 한국영화의 ‘두루뭉술한’ 장르일지도 모르겠네요.

허남웅 일단 현재 30~40대 관객은 <엑소시스트>(1973~)를 본 세대입니다. 오컬트 장르를 아는 관객에겐 ‘한국 배경의 오컬트’가 궁금했겠죠. 반면 그 아래 세대는 오컬트 자체가 새롭고요. 거기다 강동원이 덩으로 있기도 하고.(웃음) 영화 관계자에겐 장재현 감독의 단편이자 영화의 원작이 된 <12번째 보조사제>가 좋다고 소문이 나기도 했습니다. 사실 상업영화로 넘어오며 원작 단편의 어떤 부분들이 많이 깎여 나갔습니다. <12번째 보조사제>는 입시나 군대 문제를 꼬집는 등 사회비판적인 메시지가 직접적이고 강합니다. 그런데 장편 상업영화로 넘어오며 보다 너른 세대를 생각하다 보니 두루뭉술해질 수밖에 없었던 것 같습니다. 사실 극장 흥행을 추동하는 건 40대 이상 관객층입니다. 앞서 축구 국가대표에 관한 비유를 해주셨는데, 한국영화를 마음으로 응원해온 40대 이상 관객에겐 지금의 한국영화는 세련되고 잘 만들어진 것으로 느껴질 수밖에 없습니다. 이들 관객층을 끌고 가야 한다고 생각하다 보니 영화가 좋게 말해서 상업적으로, 나쁘게 말해 다소 보수적으로 변한 것 같습니다. 물론 강동원도 큰 몫을 했고요.

이화정 그렇다면 <손님>은 왜 안 통했을까요?

김혜선 제가 볼 때 <손님>은 <해무>와 비슷한 사례 같은데, 둘 다 배급 시기를 잘못 잡았던 생각입니다. 두 영화 모두 대중적인 영화로 여름 시장에 풀렸는데 결코 대중적인 영화가 아닙니다. 게다가 <손님>은 엔딩이 매우 잔혹합니다. 등장하는 아이들을 다 죽이거든요. 한국영화는 기본적으로 폭력성이 강한데, 그럼에도 대중적으로 받아들일 수 있는 잔혹성의 마지노선이 있는 것 같습니다. <손님>이 그걸 넘어섰다면 <검은 사제들>은 이를 잘 다듬었죠. 그리고 저는 <검은 사제들>의 흥행 요인 중 하나로 이 영화가 ‘슈퍼히어로 영화’로 받아들여진 탓이 있는 게 아닌가 생각했습니다. ‘사제판 슈퍼히어로 영화’라고 할까요? 원작 단편에 비해 우리 사회의 모순을 짚는 부분이 많이 무뎈 대신 관객이 충분히 즐길 수 있는 흥미로운 판타지가 됐죠. 특히 구마 장면을 보면 라틴어를 비롯해 중국어와 한국어 등을 자유자

재로 쓰는 거의 '언어적 초능력'을 보이고,(웃음) 엔딩엔 속편 가능성을 생각하게 하며 끝납니다. 강동원 외에도 흥행 요인은 다양했던 것 같습니다.

허남웅 한국영화에 폭력 묘사가 만연함에도 '잔혹함'에 있어서는 이를 거의 '영화적 결점'이라고 생각하는 분위기가 있는 것 같습니다.

김혜선 일단 피곤하니까요. 너무 많은 잔혹성과 폭력성이 있어요. 게다가 '잔혹 미학' 혹은 '폭력의 미학'이라고 부를 만큼의 미학적인 지점이 현재 한국영화에 있는 것도 아니고. 그냥 잔인하기만 하다는 게 문제입니다.

허남웅 또 요즘에는 자극적이지 않으면 관객이 보지 않는다고 생각하는 이상한 선입견이 있는 것 같기도 합니다.

송경원 <검은 사제들>은 사실 기대 이상의 흥행을 했죠. 중요한 건 이 같은 종류의 장르영화가 제작비를 뽑아낼 정도의 흥행만 되면 계속 만들어질 수 있는 환경이나 분위기가 돼야 하는데, <검은 사제들>의 경우 그냥 이례적인 사례로 끝날 것 같다는 점입니다. 이런 형태의 호러영화가 계속 제작될 것 같진 않거든요. 일단 장르 자체가 거부감이 있는 부분이 있습니다. 영화를 만드는 이라면 누구나 흥행을 당연히 목표로 두겠지만, 손익분기점 정도를 목표로 한 여러 가지 색깔의 장르영화가 안정적으로 만들어질 수 있었으면 하는 개인적인 바람이 있는데, 현재 한국 영화계가 그런 분위기에 있는 건 아닌 것 같습니다. 앞서 영화 흥행이 거의 '도박'에 가깝다고 말씀하셨는데, 여기에서 장르는 크게 작동하는 코드는 아닌 듯 합니다.

이화정 복합 장르가 대세가 되면서 정통 장르영화는 아무래도 찾아보기 힘든 것 같습니다. 스릴러의 특세 속에 (이것 역시 복합 장르로서의 스릴러 성격이 강하지만) 제대로 된 멜로와 로맨스, 혹은 코미디, 또 공포영화가 몇 년째 나오지 않고 있는 것 같은 인상을 지울 수가 없습니다.

남동철 일반적으로 장르라는 게 사이클이 있다 보니 한때 여름 호러를 양산하다가 한꺼번에 몰락하고 이후 변형된 형태로 다시 나오는 게 아닌가 싶습니다. 올해 호러가 없었다고는 하지만 굳이 구분하면 <경성학교: 사라진 소녀들> <손님> <검은 사제들> <그놈이다> 등이 이 장르에 해당한다고 볼 수 있습니다.

이화정 어떻게 보면 '여름 공포'로 팔지 않는다는 게 변한 것 같군요.

남동철 마케팅에서 그게 안 먹히니까 다른 방식으로 접근하는 것 같기는 합니다. 스릴러도 그렇고 공포도 마찬가지고, 약간 뒤섞인 형태로 접근하고 있죠. 한편, 저는 올해 천만 영화들과 정말 마이너했던 독립영화들을 다시 생각해보면 좋을 것 같습니다. <국제시장> <베테랑> <암살>에 이르는 천만 영화 3편은 특이하게도 모두 일정 부분 정치적인 성격을 띠고 있습니다. 어떻게 보면 '계몽적'이라고 표현할 수 있을 것 같은데, 뭔가를 관객에게 가르치는 영화죠. 무엇을 가르치느냐는 조금씩 차이가 있고 방점도 다르지만, 공통적인 게 있다면 상상의 관객에게 '세상은 이런 거야, 역사는 이런 거야'라고 주입하듯 말하는 영화란 생각이 듭니다. 또 이런 방식의 영화에 관객이 뜨거운 반응을 보내는 게 특이했고요. 할리우드 블록버스터도 정치적인 부분이 있지만 위의 한국영화만큼 직접적이진 않습니다.

이화정 2013년과 2014년 개봉한 <변호인> <명량> 같은 영화도 같은 맥락에서 볼 수 있을 것 같습니다. 또 천만 영화는 아니지만 <연평해전>도 비슷한 구도에서 생각해볼 수 있고요. 시대극을 통해 애국주의를 표출했다고 할까요? 어떤 면에서는 진영 싸움을 하고 있는 것 같다는 생각이 들기도 합니다. 또 결국 이런 영화들이 대량의 물량이 투입된 대작 형태로 제작돼 관객이 많이 들 수밖에 없는 구조를 만들어놓고 시작한다는 것도 중요한 것 같습니다.

허남웅 사실 한국 사회에서 뉴스가 제 기능을 하지 못한 지 오래입니다. 몇 년 전만 하더라도 다큐멘터리가 뉴스가 하지 못하는 기능을 일정 부분 수행했다면, 이제는 그 역할이 영화로 넘어와 좀 더 '판타지적'으로 풀어내는 것 같습니다. 예를 들어 <암살>처럼 액션 장르로 우회해 역사에 대해 얘기하거나, <베테랑>처럼 재벌 2세에 대한 심판론을 다루거나 하는 식으로요. 할리우드 슈퍼히어로 영화의 경우 액션 등의 볼거리가 풍성하지만 사실 굉장히 정치적인 은유가 많습니다. 그런데 아직 우리는 할리우드만큼 '돌려 말하는' 능력, 극화하는 능력이 뛰어나질 않잖아요. 우선 시나리오 작가층이 그렇게 두텁지가 않으니깐요. 그러니 계몽적으로 느껴지거나 <연평해전>처럼 너무 노골적으로 표현되는 게 아닌가 싶습니다. <소수의견>도 매우 정치적인 영화인데, 이 역시 매우 직접적인 형태를 띠고 있습니다.

송경원 정치색이 있는 영화가 올해 유독 잘된 원인 중 하나로 마케팅을 꼽을 수 있을 것 같습니다. 우선 <국제시장> <암살> <베테랑> 모두 기본 200~300만 명은 들 만큼 극장에 깔렸습니다. 또 여기서 출발해 500만을 넘어 천만으로 가는 데에는 언론 등의 힘이 크게 작용할 수밖에 없는데, 이런 영화의 경우 영화와 문화 면뿐만 아니라 소재적인 특성 덕분에 사회 면이나 정치 면에서도 다뤄줍니다. 어차피 영화를 골라보는 관객이 중심이 아닌 현재 상황에서 가장 중요한 건 '화제성'입니다. 그리고 정치적인 색채를 띤 영화들이 사회문제와 엮어 이목을 끌 확률이 아무래도 다른 영화에 비해 높습니다. 때문에 흥행에도 유리하지 않나 싶습니다.

이화정 앞서 슈퍼히어로 영화에 대한 이야기도 잠깐 나왔지만, 이를 한국적인 상황에서 가장 비슷하게 구현할 수 있는 게 시대극 같습니다. <암살>의 경우 일제 치하의 독립운동가들을 '영웅'으로 그리고 있고, 시대극은 아니지만 <베테랑>도 재벌 2세를 명동 한복판에 끌고 나와 대결을 펼치는 것 자체에서 슈퍼히어로물을 보는 듯한 쾌감을 느낄 수 있죠. 한편, <베테랑>은 지금 극장가에서 한창 인기를 끌고 있는 <내부자들>(505만 명)과 연결해 생각해볼 지점도 있을 것 같습니다. 두 영화 모두 권력층의 비리를 고발하는데 이를 통해 관객이 어떤 통쾌함, 대리만족을 느끼는 것 같아요.

남동철 결론적으로는 둘 다 대단한 판타지죠. 물론 현실에 대한 도발을 기반으로 하고 있지만, 어느 정도 계몽을 바탕으로 하는 영화들이고요. 앞서 제가 요즘 천만 영화가 정치적 혹은 계몽적이라고 했는데 <내부자들>도 비슷한 맥락에서 볼 수 있습니다. 여기서 좀 더 나가 생각하면 요즘엔 천만 영화가 되려면 '캠페인성 영화'여야 되는 게 아닌가 싶은 느낌입니다. <명량>이 그랬던 것처럼, 이런 영화들은 희한하게도 관람 자체가 온 국민이 동참해야 되는 국가적인 행사 같은 느낌이거든요. 그리고 지금은 배급사나 홍보사도 그런 것들을 적극적으로 이용하는 것 같고요. 영화를 기획할 때 사실 할리우드라면 '너무 직접적이니까 좀

더 간접적인 방향으로 가자'거나 '이런 요소는 좀 걷어내자'고 할 만한 부분들을 우리는 오히려 그대로 드러내서 좀 더 노골적으로 이야기하는 것 같고, 또 그게 먹히는 듯합니다. 우리 관객의 경우 장르적으로도 순수 장르영화를 그다지 선호하는 것 같진 않고요.

이화정 천만 흥행을 거둔 건 아니지만 <킹스맨: 시크릿 에이전트>(613만 명)나 <매드맥스: 분노의 도로>(384만 명) 같은 외국영화는 예상 외로 크게 흥행했습니다. 한국영화가 앞서 말한 것처럼 교훈을 주려는 계몽적 성격이 강하다면, 이들 영화는 순수하게 오락적인 측면에서 관객의 환호를 얻은 것 같은데요. 두 영화를 비롯해 올해 흥행한 외화에 대해서는 어떻게 보시나요?

송경원 <베테랑> <내부자들>도 그렇지만 한국영화는 왠지 영화 하나로 다 해결하려는 느낌이 듭니다. '교훈도 있어야 하고 장르적 재미도 있어야 하고 현실도 어느 정도 반영하고 판타지도 어느 정도 채워주면 좋겠고' 하는 마음인 거죠. 이처럼 완전 판타지로 흐르지 않으면서 어느 정도 현실을 짚어주는 걸 한국영화에서 원한다면, 장르적으로 밀어붙이는 건 외화에서 충족하는 것 같습니다. 관객이 영화를 대하는 태도가 약간 이중적일까요?

허남웅 <킹스맨: 시크릿 에이전트>는 지난해 '아트버스터artbuster'라는 게 유행한 맥락과 연결해 생각해볼 수도 있을 것 같습니다. 아트버스터로 분류되는 영화들이 주로 팬시한 느낌을 주면서 약간의 마이너한 감성이 있는 '잘 빠진' 영화들인데, 관객이 이 영화에 대해서도 비슷한 맥락에서 접근한 게 아닌가 싶어요. 그리고 <킹스맨: 시크릿 에이전트>는 기존의 할리우드 첩보물과는 좀 다른 '새로운 첩보물'의 신선함이 있습니다. 거기다 '매너가 사람을 만든다'고 말할 줄 아는 영국 신사에 대한 환상도 있고요. 일단 우리나라에서 보기 힘든 남성 캐릭터죠.(웃음)

이화정 <킹스맨: 시크릿 에이전트>와 <매드맥스: 분노의 도로>는 한국을 비롯해 아시아권에서 큰 인기를 얻었습니다. 세계 어떤 지역보다 흥행에 성공했죠. 같은 맥락에서 <마션>(488만 명)을 바라볼 수 있을 것 같은데, <마션>뿐 아니라 소위 '우주영화'로 분류되는 <그래비티> <인터스텔라>도 다른 나라에 비해 국내에서 큰 성공을 거뒀습니다.

김혜선 개인적인 생각엔 한국 관객은 할리우드영화 혹은 외화, 그리고 한국영화를 볼 때 마음가짐이 다른 것 같습니다. 각자에서 취하고자 하는 바가 다르다고 할까요? 한국영화는 감정적으로 깊이 몰입하거나 무게감이 느껴질 만큼 현실적인 요소들이 많은 반면, 할리우드영화는 배경 자체가 한국이 아닐뿐더러 심지어 지구가 아닌 경우도 많죠. 계몽이 됐든 교훈이 됐든 현실적인 것을 한국영화에서 취한다면, 순수한 형태의 지적·감각적 유희는 할리우드영화에서 찾는 경향이 있습니다. 반면, 한국영화에서는 애석하게도 지적 유희를 느낄 수 있는 지점이 별로 없죠. 아예 그런 걸 갖춰야겠다는 마음가짐 자체가 없는 것 같기도 하고요.

송경원 방금 말씀하신 것처럼 한국영화가 채워주지 못하는 '영화적 다양성'은 외화가 이미 채우고 있습니다. 한국영화에서 볼 수 없는 어떤 특별한 색과 매력이 있는 영화가 있으면 국내에서는 다른 나라에서의 흥행 결과와 관계없이 관객이 드는 것 같습니다. 그런데 이 같은 현상이 길게 유지돼 눈덩이처럼 커지면, 한국영화는 정말 큰 영화 몇 편만 남고 허리는 외화가 모조리 차지할지도 모른다는 걱정도 됩니다. 제 개인적인 판단으로 현재 영화를 '찾

아보는' 관객은 200~300만 명 정도로 보입니다. 이 관객은 한국영화에서 보지 못한 것이 있으면 대신 외화를 볼 사람들이라고도 말할 수 있죠. 한편, 우주영화가 유독 우리나라에서 잘 되는 건 이들이 '교육영화'로 소비되기 때문인 것 같습니다. 사실 <인터스텔라>와 <마션>은 우주라는 배경이 크게 중요하지 않은 가족영화와 재난영화로 볼 수도 있는데, 한국 쪽 마케팅에선 우주를 배우거나 교육할 수 있는 영화라고 소개합니다. 실제로 <인터스텔라>는 우주에 대한 교육용 영화로 단체 관람이 많이 이뤄졌다는 얘기를 들었습니다.

이화정 우주영화만이 아니라 <인사이드 아웃> 같은 경우도 뇌신경과학을 이해할 수 있다는 식의 교육적 콘텐츠로 포장되기도 하더군요.

허남웅 사실 아이를 영화관에 넣어두고 부모는 밖에서 쉬는 경우도 많죠. 이런 것까지 '교육'으로 통칭되고요. 실제 자그마한 애니메이션 영화들이 극장에서 꽤 많이 개봉하는데, 이런 관객이 주요 타깃이라고 하더군요. <인사이드 아웃>이 특이한 게 있다면 부모가 보기에도 충분히 재미있는 콘텐츠라는 겁니다. 그래서 다른 작은 애니메이션과 달리 497만 명이나 관객이 들었고요. 또 하나 <마션>의 흥행을 특이한 관점에서 보는 시선도 있었습니다. 이걸 <삼시세끼>와 같은 '먹방' 콘텐츠로 연결하는 언론 보도 같은 게 의외로 많았습니다. 또 한국 관객이 매우 신뢰하는 할리우드 배우 중 하나가 맷 데이먼인 것도 영향을 줬겠죠.

이화정 <마션>은 실제 최현석 셰프가 감자로 쿠키를 만드는 영상을 제작하는 등, 마케팅에서 먹방을 적극적으로 활용했습니다. 할리우드에서 이걸 좋은 마케팅 사례로 꼽기도 했고요. 영화의 성격과는 별개로 마케팅은 또 다른 지점에서 이루어지고 있다는 생각이 듭니다. 한편, 올해 의외의 반향을 일으킨 외화 가운데 <인턴>(361만 명)도 빼놓을 수 없을 것 같습니다. 사실 <인턴> 같은 영화는 한국적 상황에서는 만들어질 가능성이 거의 없는 영화인데, 관객이 큰 호응을 보냈습니다. '과연 이러한 기획이 한국에서 만들어진다면 잘될 수 있을까?' 하는 의문을 남긴 영화가 <인턴>입니다.

허남웅 결국 한국영화가 갖고 있지 못한 '다양성'에 대한 갈증이 외화 관람으로 이어지는 것 같습니다. 게다가 그런 영화 가운데 한국 정서와 맞는다면, 즉 <마션>이나 <위플래쉬>(159만 명), <인턴> 같은 영화라면 흥행하는 거고요.

남동철 한국영화와 외화를 소비할 때의 관객 마음가짐 자체가 다르고, 또 한국영화와 달리 외화는 장르적 재미가 있다고 여기기 때문에 재미있는 공포영화를 보러 가겠다고 하면 할리우드영화 혹은 <링> 같은 영화를 선택하는 거겠죠. 또 한국적 특성과 맞물려 마치 교육용 영화처럼 포장돼 예상 밖의 흥행을 한 <위플래쉬> 같은 케이스도 있고요.(웃음)

송경원 박스오피스 1위부터 100위를 본다고 했을 때 500만 명 이상 흥행작은 한국영화가 많고, 200~300만 정도의 박스오피스를 기록한 영화는 거의 다 외화입니다. 나머지 한국영화는 100만 미만, 혹은 10만도 안 된 경우도 많고요. 앞서도 얘기했지만 이미 허리를 외화가 받치고 있는 상황이라 이 상태로 몇 년 더 간다면 어떻게 될지 걱정이군요.

이화정 관객이 한국영화에는 없는 다양성을 외화에서 찾고 있다고 하셨는데, 문득 최근 재개봉한 <이터널 선샤인>(27만 명)의 깜작 흥행이 생각나는군요. 제대로 된 멜로영화가 사라진 상황에서 그 갈급함을 <이터널 선샤인>으로 채우고 있는 게 아닌가 싶습니다. 이렇게

보면 멜로영화에 대한 수요가 아예 없는 건 아니에요. 그런데도 이 같은 장르가 만들어지지는 않고, 결국 대체재를 찾을 수밖에 없는 상황이 계속되고 있는 거군요.

남동철 <한여름의 판타지아>도 같은 맥락에서 얘기할 수 있을 것 같습니다. 이 영화는 독립영화로는 예외적으로 3만 6천여 명의 관객을 모았는데, 단순히 멜로라고 규정할 수 있는 영화는 아니지만 어쨌든 남녀가 나와 연애 감정을 갖게 되는 순간까지를 보여주죠. 그런데 그런 유의 한국영화가 지금 없습니다. 멜로가 있어도 덧붙여 웃기거나 울리거나 혹은 누가 죽거나 하는 식인데, <한여름의 판타지아>는 전통적인 멜로 느낌이 나죠. 이를 통해 알 수 있듯 특정 장르를 보고 싶어하는 고정 수요층은 있는 것 같아요. 이들이 그걸 찾을 때 외화가 있으면 그걸 보고, 또 독립영화에 그런 게 있다면 예외적으로 관심을 갖게 되는 것 같습니다.

이화정 국내 감독들이 중국으로 진출하는 데에는 다양한 이유가 존재하지만, 얼마 전 만난 박재용 감독의 경우 본인의 특기인 "순수 멜로영화는 투자자를 찾는 것이 이제 거의 불가능"에 가까워 "그게 통용될 수 있는 중국에서 영화를 만든다"고 하시더군요. 국내 투자 상황상 정통 멜로, 정통 코미디는 기획 자체가 어려운 것 같습니다. 때문에 특정 장르를 잘 만드는 중견 감독이 설 자리도 더 없어지는 것 같고요.

허남웅 지금은 20대 혹은 30대 감독이 거의 없습니다. 지금 데뷔한다고 해도 빨라야 30대 중반인데, 투자 결정권자는 게다가 그 위 세대입니다. 이들의 선입견이 무서운 게 '20대는 스펙 쌓고 취업하느라 사랑도 안 하고 웃을 일도 없다'고 여기는 것 같습니다. 그래서 거기서 소재를 찾지 않는데, 사실 이는 굉장히 게으른 태도라고 할 수 있습니다. 누가 뭐래도 멜로영화의 가장 큰 소비층은 20~30대인데, 현재 그들을 대변하는 창작자가 거의 없는 상황입니다. <이터널 선샤인>이 특이한 건 30대 관객이 자신의 20대를 추억하며 영화를 다시 본다면, 20대는 이를 '새로운 멜로영화'로 여긴다는 겁니다. 그러니 과거 개봉 때보다 더 많이 관객이 들 수밖에 없는 상황인 거죠. 아무튼 현재 한국영화는 '청춘'을 잃었다고 할 수 있는데, 이들 세대를 위한 영화가 보다 많이 만들어질 필요가 있을 것 같습니다.

이화정 현재 한국영화는 '한국은 내부적으로 문제가 많고, 그러니 누가 됐든 슈퍼히어로가 나타나서 판타지를 충족시켜야 한다'거나 '범죄가 만연한 세상에서 가족을 구하거나, 복수해야 한다'는 일념이 가득한 기획만이 존재하는 듯한 느낌입니다. <인턴> 혹은 <이터널 선샤인>과 같은 장르를 원하는 관객층도 없는 건 아닐 텐데, 대박 흥행이 어렵단 이유로 뒷전으로 밀리는 거겠죠.

허남웅 사실 앞서 말씀하신 <한여름의 판타지아>도 일본 나라국제영화제에서 기획돼 만들어진 것으로, 한국에서 자생적으로 태어난 영화는 아닙니다. 그러니 오히려 예외적으로 나올 수 있었던 것 같습니다.

김혜선 <이터널 선샤인>이 멜로영화에 대한 갈증을 채웠을지도, 또 다양성 면에서 긍정적인 기능을 했을지도 모르지만 사실 <이터널 선샤인>과 같은 재개봉 영화가 늘어나는 건 또 다른 위험 요소라고 생각합니다. 재개봉이 다른 한편에서 다양성을 침해할 수도 있거든요. 작은 영화를 제작하려고 마음먹거나, 좋은 영화들을 수입하려는 노력을 하기보다 흥행이 어

느 정도 보장되는 영화의 판권이 끝나기 전에 다시 틀자는 느낌이 강하니까요. 실제적인 다
양성 증진에 좋은 방식은 아니라고 생각합니다.

남동철 부산영화제 초청작을 고를 때 느끼는 부분인데, 기존 상업영화판에서 결국 기획될
수 없거나 만들어지지 않는 영화들이 독립영화 가운데 있습니다. 그 안에서도 몇몇 영화는
'지금 한국 상업영화에 이런 부분이 부족하구나'라고 반면교사처럼 알게 해주는 경우가 있습
니다. <한여름의 판타지아>가 대표적인 예고, 올해 독립영화 최다 관객을 동원한 <소셜포비
아>(25만 명) 같은 영화도 그렇죠. 미스터리 스릴러인데 아무도 죽이지 않고,(웃음) 그냥 범
인을 추적하기만 합니다. 또 지난해 개봉한 <죽구왕>도 같은 맥락에서 볼 수 있습니다. '건
강한 청춘영화'인 동시에 코미디인데, 현재 한국 상업영화에서는 기획될 수 없는 20대 이야
기죠. 때문에 이런 영화가 좀 더 발굴되고 공유될 수 있는 시스템을 하루빨리 만들 필요가
있습니다. 아래에서부터 만들어진 새로운 기획, 시도가 건강하게 수면 위로 올라올 수 있도
록 구조적으로, 정책적으로 노력해야 합니다.

4. ‘시장’이 모든 걸 해결해주진 않는다

이화정 올해 한국영화에 대해 얘기하다보니 가장 많이 언급된 게 다양성의 부재, 장르영화의 실종인 것 같습니다. 그리고 ‘규모의 경제’에 따라 100억 이상의 제작비를 들인 대작 중심의 배급 성향이 지난해에 이어 올해 더욱 두드러진 듯합니다. 그런데 내년 4대 메이저 투자배급사의 라인업을 대략적으로 살펴보면 2016년 역시 올해와 크게 달라 보이지는 않습니다. 일단 CJ E&M의 영화들은 거의 다 제작비 100억 원을 웃도는 작품입니다.

김혜선 크게 갈 영화는 크게 가야죠. 문제는 대작에 어울리지 않는 소재인데 투자를 받기 위해 뺄뺄하는 경우도 적지 않다는 사실입니다. 예산이 커야 투자받기가 오히려 더 쉽기 때문이죠.

송경원 내년 라인업을 보면 여전히 장르는 거의 비슷합니다. 그러나 시나리오나 소재만 생각하면 ‘새롭다, 다른 얘기다’ 싶은 게 눈에 들어옵니다. 문제는 그것이 만들어져 나왔을 때겠죠. 감독 색깔이 느껴지거나 개성이 발휘된 한국영화가 워낙 없다 보니 그런 부분에선 내년에도 크게 기대가 되진 않습니다.

김혜선 잘 알다시피 최근 봉준호 감독이 넷플릭스에서 전액 투자를 받고 <옥자>를 찍는다는 뉴스가 있었습니다. 그리고 그 뉴스에서 가장 눈에 띄는 게 ‘완벽한 창작의 자유’를 줬다는 부분이었습니다. 즉 투자배급사에 좌지우지되지 않고 감독이 연출의 전권을 갖는 건데, 한국 상황에선 거의 불가능하다고 할 수 있습니다. 창작의 자유를 지키기 위해 감독들이 연대라도 해야 할 상황입니다. 오늘 나온 얘기 가운데 ‘모든 영화가 똑같다’는 게 핵심 키워드 중 하나였는데 20년, 혹은 30년 넘게 영화를 공부하고 현장에서 노하우를 갖춘 이들의 반대편에서 경영학을 전공해 예산서에 도장을 찍는, 이제 막 영화판에 들어온 이가 결재를 하는 시스템이 혼재해 있는 게 현재 한국 영화판입니다. 이 같은 시스템에서 자유로울 수 있는 방법이 뭐가 있을지, 그게 해외 자본인지 아니면 감독끼리의 연대인지, 혹은 새로운 시나리오의 개발인지 그 답을 알 순 없지만 반드시 이 같은 상황을 벗어날 돌파구를 찾아야 할 것으로 생각됩니다.

허남웅 감독도 어느 정도의 필모그래피와 연륜이 쌓이면 결국 대작을 만들고 싶어합니다. 그런데 사실 창작에서 전권을 주는 게 꼭 좋은 것만은 아니죠. 특히 큰 규모의 예산이 들어간 블록버스터를 만든다면 전권을 주는 것이 오히려 위험할 수도 있습니다. 때문에 프로듀서 육성에 더욱 힘을 쏟을 필요가 있다고 생각합니다.

이화정 대작을 만드는 게 감독 개인의 바람일 수도 있지만, 사실 투자 쪽에서 대작이 아니고는 돈을 대지 않는 상황이 몇 년 사이에 굳어진 영향도 크다고 봅니다.

송경원 한국영화에 다양성이 없다, 감독 색깔이 없다는 얘기 역시 오래됐습니다. 이는 사실 제작 단위의 문제지만 단순히 생각하면 근본적인 원인은 배급에 있는 것 같습니다. 최종

파이프라인, 즉 극장이 최초의 기획과 제작까지 다 결정하는 지금의 상황이 가장 큰 문제입니다. 다양한 영화를 못 만들어서 안 만드는 게 아니라 배급 눈치를 보니까 스스로 결정권을 반납하는 거죠. 발굴해 공유할 만한 의미가 있는 영화가 있을 경우, 어느 정도까지는 보여질 수 있는 통로가 확보되는 하드웨어적인 시스템을 만드는 게 가장 중요하다고 봅니다. 다소 극단적인 생각일 수 있지만, 정책적으로 혹은 강제적으로 하드웨어를 관리할 필요도 있다고 생각합니다. 가장 가까운 예로 '쿼터'를 적용하든 해서 특정 규모 이하의 영화나 발굴의 의미가 있는 작은 영화에 대한 최소한의 배급 통로를 만들어줄 필요가 있습니다. 오늘 자리가 시작될 때 제가 '올해 한국영화 가운데는 볼 만한 게 거의 없었다'고 말했지만, 사실 '이런 영화는 더 알려졌으면 좋겠다'는 것도 적지 않습니다. 결국 최종 파이프라인을 만들어 줘서 배급이 일정 정도 확보된다면 제작 단위의 문제도 자연스럽게 해결될 수 있을 것이라 생각합니다.

남동철 시스템을 바꾸는 것이 현실적으로 어렵다 하더라도 배급 규제가 됐든, 뭐가 됐든 출구를 찾는 시도는 해야 합니다. 일단 원론적으로는 독점 혹은 독과점에 대한 제어를 할 수 있으니 그런 부분을 연구해 풀어낼 수 있는 방법을 모색해야 할 것입니다. 배급에서 숨통을 틔울 수 있다면, 예를 들어 최소한의 관객을 기대할 수 있는 배급 상황이 전제된다면 새로운 기획을 할 수 있는 희망도 생길 겁니다. 지금은 거의 '전부 아니면 전부'인 게임을 하고 있으니 빈익빈 부익부가 점점 심해지는 상황으로 가고 있는 것이고요. 이에 대해 더 늦기 전에 머리를 맞대고 고민해야 합니다.

송경원 독과점 혹은 수직계열화 등 배급 시장에 대한 지적은 10년 전부터 계속됐지만 지금껏 시장에만 이를 맡겨왔습니다. 하지만 이제는 시장 내에서 해결할 수 있는 선을 넘은 것 같다는 판단입니다. 특별한 의지를 갖고 강제력을 발휘해야 될 시기입니다. 이렇게 해서라도 상황을 바꾸지 않는다면 예전에 할리우드가 그랬던 것처럼, 한국 영화산업 역시 크게 주저앉을지 모릅니다. 그런데 지금 정부에서 나오는 정책들을 보면 안타깝게도 오히려 거꾸로 가고 있는 것 같은 느낌이 듭니다. 그중 특히 독립영화와 관련한 정책들을 살펴보면 영화계가 원하는 바와는 전혀 다른 결로 움직이고 있다는 느낌이 강합니다. 현장 영화인의 목소리에 주의를 기울여야 합니다. 그리고 그 의견에 맞게 정책을 가다듬을 필요가 있습니다.

이화정 배급과 상영 단계에서의 시스템 변화를 희망하며, 마지막으로 내년 한국 영화산업에 대해 간단히 전망해보도록 하겠습니다.

허남웅 내년에도 사극은 강세를 보일 것 같습니다. 2007년과 2008년 무렵 '경성'이 이야기 배경으로 인기를 끌었는데, 사극이나 시대극 쪽에서 경성이 다시 한 번 조명을 받게 될 것 같습니다. 또 <7년의 밤>이나 <살인자의 기억법> 등 동명 소설을 원작으로 한 작품이 많은데, 특별하게 새롭게 느껴지거나 특이한 경향을 보이는 부분은 없는 듯합니다. 내년 영화 시장은 올해의 경향이 더 심화되는 쪽으로 가지 않을까 생각합니다.

송경원 내년에는 박찬욱, 김지운, 나홍진 감독이 <아가씨> <밀정> <곡성>으로 돌아옵니다. 가장 관심이 가는 부분이라면 이들의 '귀환'이 아닐까 싶습니다. 앞서 '감독 색깔이 드러나는 영화가 없다'는 푸념이 계속됐는데, 적어도 이들은 '네임 밸류'가 있는 감독들입니다. 때문에

이들이 만약 감독 색을 풍부히 드러내는 영화를 만들고 또 그것이 시장에서 어느 정도의 성과를 얻게 된다면, 여기에 대한 중요성이 부각될 수도 있을 것으로 기대하고 있습니다. 한편, 배급 시장 전반을 봤을 때는 올해와 마찬가지로 여름 블록버스터, 겨울 시즌을 누가 잡느냐에 따라 승패가 결정될 것 같고, 이들 '예비 천만 영화'를 제외하곤 나머지 영화는 역시 힘든 여정을 밟을 듯합니다. 지난해 여름 블록버스터 4편이 붙어 그중 2편이 흥행하는 걸 봤고, 올해도 같은 시기에 천만 영화가 2편 나왔으니 내년 역시 배급 시기 조정과 투자가 이를 안에서 이뤄질 것 같고요. 나머지 중에 몇몇 좋은 성과를 얻는 영화가 나와 평균적으로는 올해와 비슷한 수치를 맞추는 한 해가 될 것이라 예상합니다.

김혜선 저 역시 내년에도 올해와 다를 바 없이 기승전'스릴러'일 것 같습니다.(웃음) 그 안에서 그나마 송곳처럼 뚫고 나와 반짝일 영화가 있기를 무기력하게나마 바라봅니다. 그리고 다양성을 지키기 위한 연대는 반드시 필요한데, 구체적으로 어떤 형태가 될지는 모르지만 내년에 이를 위한 움직임과 연대, 행동 등이 들불처럼 일어나기를 진심으로 기대합니다.

남동철 개인적으로는 상업영화를 모방하는 독립영화가 점차 많아지는 것 같아 우려가 됩니다. 일단 독립영화 중에도 공포스릴러가 너무 많습니다.(웃음) 뭔가 '나도 상업영화를 만들 능력이 있어'라는 걸 증명하고 싶어하는 모습이 역력한데, 실제 상업영화 수준에는 한참 못 미치는 영화도 수두룩합니다. 정말 잘 만들어서 '제2의 나훈진'을 발견하면 좋겠지만, 그걸 목표로 하고 추종하는 건 좋은 흐름은 아닙니다. 그보다 상업영화판에 자극을 줄 수 있어야겠죠. 예를 들어 <한공주>가 나와 주연배우 천우희가 기존 배우와는 다른 식으로 주목받았을 때 '아, 저런 경로로도 배우가 나올 수 있구나' 하며 새로이 자각하게 만드는 것처럼, 독립영화는 상업영화와는 또 다른 새로운 움직임과 시도를 끊임없이 해야 합니다. 그리고 서로가 그걸 자양분으로 삼아야 합니다. 사실 요즘 독립영화에서 가장 큰 자극을 받는 쪽은 드라마 같습니다. <응답하라 1988>을 보면 독립영화에서 돋보이던 친구들이 다 모여 있습니다. '영화판이 못 받는 자극을 드라마가 받고 있구나' 싶은 마음입니다. 과거 할리우드영화가 점점 생기를 잃어갈 때 '선댄스 키드'가 새로운 활력을 불어넣은 것처럼, 독립영화와 상업영화가 서로에게 영향을 주고받으며 힘이 될 수 있는 관계가 됐으면 합니다. 항상 그런 마음으로 새로운 독립영화가 나오기를 기대하고 있습니다.

송경원 내년의 바람을 이야기하면, 현재 독립영화 평균 관객 수가 1천 5백에서 3천 명 내외인데 이것이 5~6년 전 평균인 1만 명만큼이라도 회복이 됐으면 좋겠습니다. 사실 독립영화의 관객 수는 만듦새나 영화적 퀄리티와는 직접적인 상관관계는 없는 것 같습니다. 그보다는 지원이나 배급 단계에서 해결돼야 극복할 수 있을 것 같은데, 어떤 식으로든 좋은 해결책이 나와 독립영화가 자생할 수 있는 마지노선이 시장에서 다시 회복됐으면 좋겠습니다. 어떤 방법이 해결책인지는 모르겠지만, 이것이 희망사항입니다.

이화정 전반적인 예상에 따르면 내년에도 극적인 반전은 없겠군요. 대작 중심의 배급 시장도 여전하고, 스릴러의 득세와 다양성의 부재는 지속될 것 같습니다. 언론과 관계된 일을 하는 입장에서 천만을 대표로 한 큰 영화 중심의 영화계 쏠림 현상에 일정 부분 책임감도 느낍니다. 어떤 투자배급사의 영화냐, 어느 시즌에 어떤 물량으로 공개되느냐, 어떤 스타 마케팅

팅이 이루어졌느냐와 관계없이 새로운 시도를 하는 영화가 있다면, 관객에게 이를 알리기 위해 보다 적극적인 행동을 취해야 할 것 같습니다. 마케팅사의 계획 안에서만 움직이지 않는, 더욱 적극적인 언론의 태도도 절실한 것 같습니다.