

한국영화에 대한 미디어담론과 이데올로기¹⁾

: 산업담론과 문화담론의 대립과 갈등을 중심으로

정미정(성균관대학교 강사)

I. 서론

1. 문제제기

영화는 그 자체가 복합적인 종합예술이다. 영화의 텍스트는 사회와 떨어져서 독립적으로 생성되는 것이 아니라 당시의 사회적 분위기와 상황에 따라 중층적으로 영향을 받으며, 텍스트 바깥에서도 영화는 영화 밖의 여러 담론적 상황과 연계되어 또 다시 새로운 담론적 상황을 생성한다.

최근 10여년을 돌아보면 우리 사회는 경제적인 영역에서 특히 많은 변화를 겪었다. 짧은 시간에 고도의 경제성장을 이루었다는 자신감이 순식간에 IMF체제의 나라로 떨어지게 되었으며 다시 그 상황을 극복하기 위한 노력이 전 사회적으로 처절하게 이루어져왔다. 세계는 자유무역체제로 빠르게 재편되기 시작하였으며 많은 나라들과의 협상에서 유리한 고지를 점하기 위한 고민들이 제출되었다. 세계는 어느덧 하나의 경제블럭으로 개방은 피할 수 없는 대세가 되었다. 이러한 상황 속에 한국영화는 영화계가 꿈에도 그리던 40%의 점유율을 달성하였으며 천만관객 돌파가 실현되는 성과를 가져오게 된다.

한국 영화와 관련된 담론은 매우 다양하게 형성되고 진행되어 왔다. 영화의 밖에서 생성되는 담론은 영화와 영화가 존재하고 있는 바로 여기 이 땅에 산재한 여러 문제들과 연관되어 작동한다. 특징적인 점은 영화에 대한 담론이 영화 자체에 대한 담론과 더불어 시장개방과 미국과의 협상과 관련되어 형성된다는 것이다. 영화에 대한 담론은 특히 최근 10년간 미국과의 협상의 시기에 주로 형성되어 유포되어 왔다. 문제는 상시적으로 영화에 대한 고민이 이루어지기 보다는 시장개방문제와 연동되어 스크린쿼터라는 제도를 중심으로 영화에 대한 논의가 제출되었다는 점이다. 스크린쿼터는 일종의 문화보호주의 정책의 일환으로서 외부적인 문화다양성을 지키기 위한 방편이다. 그 역할이 제한적이며 개방이 더 이상 피할 수 없는 상황이라는 점을 감안한다면 더욱 장기적으로 포석하여 한국영화가 여러 변화에 대응할 수 있는 체질개선의 측면을 심각하게 고려해야할 상황이다.

특히 커뮤니케이션에 대한 많은 연구에서 영화는 적극적으로 다루어지지 않는다. 물론 가끔씩 다른 매체와 함께 언급되기도 하지만 상대적으로 덜 신중하게 다루어지는 경향이 있다. 이러한 이유로 와스코(Wasko)는 다음과 같이 이야기 한다. “대학의 조직체계, 전문가 조직, 학술저널 등에서 영화연구를 미디어나 커뮤니케이션 연구와 분리하려는 학문적 분열의 경향 때문이다. 물론 커뮤니케이션이나 미디어 연구가 사회과학에 더 많이 바탕을 두는 경

1) 본 원고는 연구자의 박사학위논문을 일부 발췌하여 수정한 것으로 현재 학보게재를 위해 준비 중에 있습니다.

향이 있고 영화연구가 전형적으로 인문학을 배경으로 한다는 설명도 가능할 것이다. 또한 이러한 학문적 분열 외에 커뮤니케이션 학자들이 느끼는 영화의 중요성에 대한 인식의 차이도 거론될 수 있다. 일부 학자들은 영화가 단순히 “오락”을 의미할 뿐이며 따라서 뉴스와 정보 프로그램, 또는 컴퓨터와 정보기술만큼 관심을 기울일 가치가 없다는 인식도 가지고 있다(Wasko, 2004/2007, 18쪽).“

융합미디어의 시대, 채널의 확장과 다양한 플랫폼들은 더욱 많은 콘텐츠를 필요로 하고 있고 영화는 그 나라의 문화적 정체성의 대변자 구실을 하고 있다. 산업적 측면에서 전체 중 비중이 다른 미디어에 비하여 그 산술적 크기가 작다고 하여도 우리에게 가지는 그 문화적 크기는 측정하기가 힘들다. 역사 속에서 우리는 미국의 할리우드 영화가 얼마나 전 세계적으로 미국식으로 대표되는 서구식 가치관을 확산시켜왔는지 알고 있다. 또한 전 세계적인 자본의 움직임이 더욱 적극성을 띠고 있는 현재 영화산업이 가지는 의미 또한 매우 크다고 할 수 있다.

최근의 10년 동안 한국영화산업은 비약적으로 성장해왔다. 물론 위기론이 대두되는 만큼 그 산업 내부의 여러 가지 문제가 존재하는 것도 사실이다. 한국영화가 관객동원이나 매출신장으로 가시적인 경제적 성취를 이룩해오는 과정에는 한국사회의 경제적 위기상황이 동시에 진행되면서 이에 대한 극복방안에 대한 고민이 치열하게 전개되었다. 경제위기극복을 위한 미국과의 협상추진에서 지속적으로 조건으로 제시되었던 영화산업에 대한 문제는 우리나라의 전사회적인 관심사로 대두되었다. 문화세계화와 전 지구적 자본주의, 그리고 융합미디어의 시대에 영화를 중심으로 하는 콘텐츠의 중요성은 어느 때보다 크다고 할 수 있다. 그러나 그간의 미디어 연구나 관심은 영화를 다른 매체에 비하여 그리 비중있게 다루고 있지 않았음을 알 수 있었다. 영화가 갖는 문화적 가치와 산업적 가치를 모두 고려할 때 역사, 경제, 사회, 정치의 총체적 맥락 속에서 영화산업을 사회과학적으로 검토할 필요성이 제기된다. 특히 최근 10년간의 한국영화산업에 대한 미디어의 담론은 같은 시기 우리 사회의 담론 외적 부분과 연동할 것이고, 앞서 살펴보았듯이 이는 우리 사회 내부의 문제를 포함하여, 미국과의 협상을 진행하는 과정에서의 세계화의 문제와 밀접하게 관련되어 담론이 구축되었을 것으로 판단된다. 본 논문은 바로 이러한 문제의식에서 출발한다.

2. 연구목적

전 세계는 초국적 자본의 흐름에 개방의 물결이 대세를 점유하고 있으며 우리나라 역시 많은 나라들과의 자유무역협정을 서두르고 있는 상황이다. 전 세계 시장이 개방되고 교역이 활발해 질수록 문화산업에 대한 기대 역시 커지고 있다. 그러나 앞에서 살펴보았듯이 현재 한국영화시장은 다시금 ‘위기’로 진단 내려지며 그 근거로 ‘다양성의 부족’, ‘점유율의 하락’ 등이 제시되고 있다.

우리 영화에 대한 기존의 연구경향은 일단 커뮤니케이션 영역에서 ‘적극적으로 다루어지지 않을’뿐더러 그 경향이 흥행에 대한 성공요인과 텍스트 자체에 대한 주제에 머무르고 있

음을 알 수 있었다.

이 연구의 목적은 영화라는 특정한 미디어, 혹은 영화의 구체적 텍스트, 혹은 영화산업의 구조적 문제점에 대한 대안을 제시하는 것이 아니다. 오히려 이 연구는 영상산업, 영상콘텐츠의 하나로서 한국영화라는 소재를 사회적 맥락 속에서 우리 미디어가 어떻게 다루고 있는지를 살펴봄으로써 전지구화시대를 관통하는 거대 담론의 소용돌이 속 우리나라가 처해있는 사회적 맥락 속에서 이 담론과 담론 외부가 어떠한 역학구조를 보이는지를 알아보고자 하는 것이다.

그렇기 때문에 연구에서는 한국영화를 다루는 미디어담론만을 대상으로 할 수 없다. 담론과 담론의 외부의 접합과 그 관련성을 추적하기 위해서는 담론외부에도 관심을 기울여야 하기 때문이다. 담론은 그것이 처한 사회적 맥락에서 결코 자유로울 수 없다. 사회적 맥락과 연관지어 담론을 더욱 구체적으로 살펴보기 위하여 담론 외부에서 발생한 사건들을 연대기적으로 살펴보고 미디어 담론과 연계하여 해석할 것이다. 또한, 영화라는 특정한 영상산업에 대한 미디어 담론을 치밀하게 분석하기 위해서는 한국영화산업이 현재 처해있는 상황에 대한 구체적이고 실증적인 자료들이 필요할 수밖에 없다. 크게는 정책의 변화에서부터 각종 통계자료까지 세밀하게 살펴볼 필요성이 제기된다. 하나의 사례로 영화에 대한 미디어의 담론은 한국영화의 점유율의 오르내림에 따라 위기론과 긍정론의 입장을 바꾸고 있는 모습이 현상적으로 관찰되고 있다.

현재 한국영화는 그 구조적 문제로 인하여 위기의 상황이라고 진단 내려진다. 거슬러 올라가면 아주 오래전의 시기에서부터 기인한, 그리고 최근에는 1997년 말 발생한 경제적 위기에서부터 경제적 문제에 집착하는 전사회적 경향은 영상산업과 콘텐츠에 대한 미디어 담론에 어떤 식으로든 영향을 미쳐왔다. 하나의 영상텍스트, 그리고 구체적인 영상산업의 하나로서 한국영화는 그 시대적 위치와 그 외부의 담론의 흐름과 접촉하며 서로에게 영향을 미쳐오고 있다.

영화에 대한 연구로서 이 연구는 영화의 출발에서처럼 영화의 밖에서, 영화를 고민하고자 한다. 여기서 영화의 밖이라고 함은 영화의 텍스트를 제외한 영역을 말한다. 영화의 텍스트 자체를 제외한 영역에서 영화에 대하여 이야기되는 미디어담론들을 대상으로 이러한 담론들이 어떤 식으로 담론 외적인 상황들과 충돌하고 접합하여 새로운 담론들을 형성하는가를 살펴볼 것이다. 영화에 대한 담론외적인 역사적, 정치적, 경제적 상황은 당대의 시기적 담론의 축을 형성할 것이고 이는 영화에 대한 담론과 어떤 방식으로든 연동하게 된다. 세계화, 시장개방의 시대에 보편화되는 세계문화의 흐름 속에서 우리의 모습 즉 영상산업과 영상콘텐츠를 다루는 보도담론의 경향을 살펴봄으로써 외부 담론과 연계하여 그 기저에 흐르는 이데올로기를 밝혀내어 지금 시대를 살아가는 우리의 모습을 반추한다. 궁극적으로는 영화에 대한 미디어 담론들의 흐름과 충돌, 그 담론의 외부에 존재하는 사회적 배경과의 접합들을 구체적으로 분석하고자 한다.

II. 이론적 논의

시장개방과 문화산업, 문화다양성

한국영화가 갖는 경제적 가치와 문화적 가치는 항상 대립된 축으로 제시되며 산업적인 성공에 초점이 주로 맞춰져 있다. 지난 10년간의 한국영화에 관한 담론은 특히, 미국과의 협상의 시기에 주로 부각이 되면서 협상의 전제조건으로 스크린쿼터를 축소할 것인가 유지할 것인가가 주된 논쟁지점이었다. 더구나 한국영화의 경쟁력이 성장했다고 평가되어지는 최근에는 개방에 대해 긍정적인 담론이 우세한 실정이다.

시장의 논리가 지배적인 가치로 평가되어지는 지금 역시 시장의 논리가 지배적인 대중문화산업에서 이윤을 추구하는 경향이 강해지는 것은 당연한 일이다. 개방이 가속화 될 경우, 자국에서 만든 문화서비스보다 외국의 서비스가 더 많은 이윤을 보장하거나, 국내 자금보다 외국 자원에 의존하는 것이 더 많은 이익을 가져올 경우 이윤 또는 이득이 더 많이 보장되는 방향으로 나가게 될 것도 자명하다. 여기서 문화주권이나 정체성에 대한 논의는 고려대상이 되지 못한다.

사실 세계화 담론에서 문화의 문제는 복합적인 맥락을 가지고 있다. 이른바 글로벌 문화가 문화제국주의의 종식과 문화의 탈식민화를 의미하는 것인지, 아니면 더 강력한 초국적 문화지배를 의미하는 것인지에 대한 논쟁이 어떤 분명한 결론을 도출해내기 어렵기 때문이다. 문화의 세계화를 ‘식민지’와 ‘탈식민지’, ‘냉전’과 ‘탈냉전’, ‘서양문화’와 ‘지역문화’의 혼종화로 볼 경우 이것을 지역문화의 글로벌화로 볼 것인지 아니면 주류 서양문화의 전 지구적 확산으로 보아야 할지도 애매해진다. 또한 문화의 비본질적인 특성상 어떤 문화가 글로벌한 것인지, 글로벌한 문화의 정체가 무엇인지를 논의하는 것도 간단한 문제가 아니다.

세계화는 자본의 세계화로 환원될 수 없는 문화적 함의들을 복합적으로 갖고 있다는 다문화주의자들의 주장과는 다르게 글로벌 자본축적은 문화의 영역에서 가장 활발하게 이루어지고 있다. 영화와 광고패션과 같은 엔터테인먼트 문화산업, 방송통신융합시장, 다국적 레저와 요식산업, 프로스포츠 산업들과 같은 글로벌 문화자본들은 금융자본과 군사적 패권주의의 비호아래 제3세계와의 자유무역 협정을 서두르고 있다. 글로벌 문화자본은 문화관련 하드웨어 제조업과 상품을 마케팅하는 문화콘텐츠 산업, 그리고 이러한 소프트웨어를 전 세계에 중계하는 미디어 자본의 삼각체제를 통해 막대한 물질적·상징적 자산을 보유한다(이동연, 2006, 79쪽). ‘매체 생산물의 자유로운 유통이 문화적 세계화를 촉진시키기 보다는 거대한 초국가적 기업들이 이윤을 남기고 자본을 축적하는 목적을 실현함으로써 오히려 서구 선진국가들에 대한 문화종속이나 문화침략을 심화시키는 결과(Schiller, 1991, pp.20~21)’가 될 수 있는 것이다.

국지적인 문화를 변용시키는 문화세계화는 다층적인 국지적 양식들이 참여하고 각축을 벌이는 것처럼 보이지만, 그 심층을 파악해 보면 세 가지 공통된 문제들을 야기하는데 이를 요약하자면 ‘문화의 미국화’와, ‘문화 자본의 개입’, 그리고 ‘기층 계급들의 배제’가 된다. 문

화세계화는 문화의 상품교환과 자유경쟁, 문화소비의 기호적 가치와 같은 미국적 가치를 충실히 따른다. 1990년대 중반이후 글로벌 문화환경에서 라틴아메리카의 문화와 아프리카의 문화들이 미국 주류문화의 중요한 문화 재료로 활용되지만, 전 세계적인 전파를 목적으로 한 문화상품들은 미국적 가치와 자본을 담고 있다(이동연, 2006, 88쪽).

미국의 지배가 가능해진 이유는 다음의 설명으로 해명될 것이다. 방정배는 미국의 정책을 자유시장 모델차원으로만 바라볼 수 없음을 지적한다. 미국은 자유시장 모델을 내세우고 있지만 실제적으로 정부의 지원과 정책적 영향력이 매우 큰 국가-산업 상호의존성을 가지고 있다는 것이고 이러한 지점이 스크린쿼터제를 폐지시키기 위해 통상압력을 가해오는 사례를 통해 입증된다고 보았다. 미국정부의 입장은 매우 이중적이다. 그는 우리가 미국이 외국시장을 개방하기 위해서는 자유시장 이념을 내세움과 동시에 자국의 시장에 대해서는 무척 보호적이고 산업의 육성정책에 있어서 다른 어느 나라 못지않게 개입적이라는 사실을 인식할 필요가 있다고 지적한다(방정배, 2004, 310쪽). 이러한 미국의 정책은 현재 세계 문화시장에서의 미국의 지배를 설명하는 한 축이 된다.

미국의 영화협회인 Motion Picture Association of America(MPA)의 홈페이지에는 다음과 같이 서술되어 있다.

영화제작은 위험성이 많은 사업이다. 일반인들의 믿음과 반대로 영화제작이 항상 이윤을 남기는 것은 아니다. 10편 중 하나의 영화만이 미국 국내 극장 상영으로 투자금을 회수하였고, 10편 중 4편만이 지금까지 초기 투자 손실금을 회수하였다²⁾.

2005년에 MPA 회원사들은 190편의 영화를 개봉하였고 네거티브 필름과 마케팅 비용을 포함해 장편 영화당 962억 달러가 소요되었다. 비록 미국이 MPA 회원사들의 영화에게 가장 커다란 시장으로 남아 있음에도 불구하고 해외 시장은 미국 영화의 성공을 위해 매우 중요하다.

오늘날, 미국 영화와 TV 쇼들은 150개국 이상으로 수출된다. 불법복제로 인한 손실은 단지 MPA 회원사들에게만 영향을 미치는 것이 아닌 지역 경제에도 중요한 손실을 입힌다. 평균적으로 해외의 개별국가에서 발생한 3분의 2의 수익 중 3분의 1은 정부로 3분의 1은 지역 사업자에게 돌아간다.

모든 사업과 마찬가지로, 영화 산업은 그것의 이윤을 미래 상품에 대한 투자에 의존한다. 불법복제가 부정적인 영향을 끼칠수록, 영화에 투자할 자본은 점점 줄어들 것이다. 더 적은 자본은 투자받는 영화가 줄어든다는 것을 의미하며, 이는 영화 산업으로 인해 창출된 고용이 발생하지 않고, 지역 상품이나 서비스들이 소비되지 않는다는

2) 여기서 이 대목을 눈여겨 볼 필요가 있다. 미국에서도 영화산업은 '위험성이 많은 산업'으로 분류되고 있다는 것이다. 우리 영화산업도 이러한 측면이 많이 나타나고 있는데 한국영화의 점유율이 높아지고 시장이 확대되고 있는 상황에서도 수익을 내는 영화는 소수일 수밖에 없는 것은 우리나라만의 문제가 아닌 것이다.

것을 의미한다. 불법복제의 효과는 국가 경제의 모든 영역에서 느껴질 수 있다.

미국에서 저작권 산업 - 영화, 홈비디오 그리고 TV 프로그램, 음악, 녹음, 책, 비디오 게임, 소프트웨어 - 은 다른 경제 분야보다 3배가 많은 새로운 고용을 창출하며, 국가의 총 GDP의 5%이상을 책임지고 있다(MPA, 2005, p.2).

위의 글을 통해 미국영화산업에 있어서 해외시장이 갖는 의미와 그 규모를 알 수 있다. 자유로운 무역을 주장하는 미국에서 모순적이게도 영화산업은 국가적인 차원에서 해외시장을 개척하는 등의 지원을 받고 있는 부분도 설명이 될 수 있다. 이러한 중요성에 대한 인식이 미국으로 하여금 끊임없이 다른 나라들과의 협상에서 영화시장의 개방을 요구하게 하는 것으로 추정할 수 있다.

이러한 노력에 힘입어 미국의 전 세계 영화시장의 점유율은 상당하다. 라틴아메리카의 인구가 전체 9%를 차지함에도 문화상품의 수출은 0.8%에 불과한 반면, 미국과 유럽연합의 인구가 세계전체 인구의 10%에 미치지 못함에도 불구하고 문화상품의 수출은 전 세계의 70%이상을 장악한다(Canclini, 2005, 122쪽).

미시경제학에 입각하여 영화산업은 다음의 세 가지 가정을 전제로 한다. 첫째, 영화나 텔레비전 프로그램은 배급에 있어서 규모의 경제가 성립한다는 것이다. 즉, 영화를 제작하는데 드는 고정비용은 높은 반면, 이를 복제하여 배급하는데 소요되는 한계생산비용은 상당히 미미하기 때문에 생산량을 증대시킴에 따라 평균생산비가 빠르게 감소하게 된다. 둘째, 영화는 '문화적 할인(cultural discount)'이 존재한다는 것이다. 즉, 다른 조건이 동일하다면 다른 국가의 영상물보다 자국에서 제작된 영상물을 그 국가의 국민들이 더 선호하는데 이는 자국 영상물들이 그 국가의 국민들에게 익숙한 언어로 표현될 뿐만 아니라 그 국가의 문화를 나타내 주기 때문이다. 셋째, 영상물에 투입된 제작비의 증가는 결국 그 영상물의 성공에 기여한다는 것이다. 즉, 모든 조건이 동일하다면, 높은 제작비가 투입된 영상물이 낮은 제작비로 만들어진 영상물에 비해 대중들에게 더 선호된다. 이러한 세 가지 전제들이 의미하는 것은 비교적 크고 부유한 자국시장을 가지고 있는 국가의 제작자는 잠재적인 수입의 규모가 크기 때문에 영상물에 대한 투자액을 증가시키고, 증가된 투자액은 상품의 대중성을 높이기 때문에 결국 크고 부유한 국가에서 생산된 영상물이 자국시장은 물론 해외시장에서도 경쟁우위에 있게 된다는 것이다(이상우, 2004, 227~228쪽). 이 모든 요소들은 할리우드 영화산업이 전 세계에서 절대적으로 우월한 위치에 있을 수 있는 설명력을 제공하고 있다.

특히 문화적 할인과 상대적 시장규모의 차이를 비교하면 각국 간의 문화상품의 교류를 추정해볼 수 있다.

<표 2-1> 문화적 할인의 적용

상대적 시장 규모의 차이			
	적다	크다	
문화적 할인	높다	일방향: 큰시장 →작은시장	절대적 일방향 흐름
	낮다	쌍방향 흐름	일방향: 큰시장→작은시장

출처: "방송시장 개방에 따른 미디어 상품의 국가간 흐름 모델과 자국 문화보호: 상대적 시장규모와 문화적 할인개념을 중심으로", 박소라, 2006, 『사이버커뮤니케이션학보』, 18호, 143쪽

위의 표<2-1>를 통해서도 세계시장에서의 미국 영화시장의 점유율은 설명이 가능하다. 문화적 할인이 높거나 낮거나 중요한 것은 상대적 시장 규모의 차이라고 볼 수 있다. 이면에서 미국은 자국 내 시장의 규모가 매우 크기 때문에 세계시장에서 독과점적 위치를 차지 할 수 있는 것으로 판단된다. 시장 규모의 차이가 크고, 문화적 할인율이 높은 경우가 미국과 우리나라의 경우이다. 결국 시장 개방시에는 큰 시장에서 작은 시장 즉 미국에서 한국으로의 일방향적 흐름이 예상될 수 있다. 문화적 할인이 낮고 상대적 시장크기의 차이가 큰 경우는 우리나라의 영상물이 아시아 권 나라들로 유통되는 경우에 해당할 수 있다. 쌍방향적 흐름이 가능한 경우는 문화적 할인이 낮고 상대적 시장규모의 차이도 적은 경우뿐이다.

여러 가지 요인들이 미국 영화산업의 세계시장의 독점적 위치를 설명해주며 개방이후의 우리 영화시장에 대한 우려를 낳게 한다. 하지만 중요한 것은 단지 산업적 측면에서의 우려를 포함하여 그 문화적인 침식이다. 단순 소비재와 달리 문화콘텐츠의 국제적 유통은 다양한 문화적 가치와 이데올로기를 재생산하게 된다. 바로 이 지점에 대한 고민이 각 국으로 하여금 문화상품의 국제적 유통에 있어서 보호정책을 준비하게끔 하는 것이다.

문화를 상품으로 간주하는 미국적 가치로 인해 문화세계화는 문화자본의 논리를 그 이면에 깔고 있다. 군사적 패권주의를 강화시키는 미국이 국지적인 장소에 문화적 현지화를 통해 정착시키는 과정에는 자본의 확장된 논리, 즉 일상서비스와 지적재산권과 여가의 활성화라는 문화자본의 논리가 개입하고 있고, 이로 인해 상징자산의 획득과 배제로 인한 사회적 계급들의 양극화가 문화의 세계화 국면에서 심화되고 있다. 칸클리니의 아래의 언급은 문화세계화에 대한 비판적 인식의 필요성을 역설한다.

“다양한 문화과정 속에서 우리는 지역적, 국가적 지평의 확장 속에서 사실적인 것은 무엇이고, 허구적인 것은 얼마나 되는지를 구별해야 한다. 시장의 확대로 이득을 보는 사람들은 누구인지, 주변부 문화와 경제에서 그 확장된 시장에 발을 들여 놓을 수 있는 사람들은 누구인지, 얼마나 많은 사람들이 세계화의 틀에서 소외되는지 구별해야 한다(Canclini, 2005, 134쪽).”

Ⅲ. 연구문제

담론은 사회적 산물이기 때문에 수행하는 사람들의 의식과 사고가 담겨 있고, 그들이 속한 집단의 의식도 배어 있게 된다. 결국 담론은 그것을 수행하는 사람들의 시각이나 관점을 반영하게 되고, 그러한 점들을 담을 수 있는 적절한 언어나 기호의 양태를 띠게 된다. 한국 영화에 대한 담론에는 우리 사회가 영화를 바라보는 시각과 관점을 포함하여 이 시대를 살아가는 우리들의 시각과 관점을 더욱 뚜렷하게 알 수 있는 방법이 될 것이다. 이를 위하여 첫 번째 연구문제를 다음과 같이 설정하였다.

1. 미디어에서 한국영화에 대한 담론은 어떠한 양상을 가지고 전개, 변화되는가?

- 1) 한국영화콘텐츠에 대한 미디어 담론은 어떠한 양상을 가지고 전개, 변화되는가?
- 2) 한국영화산업에 대한 미디어 담론은 어떠한 양상을 가지고 전개, 변화되는가?

비판적 담론 분석은 커뮤니케이션 사건과 담론의 질서 모두에 초점을 둔다. 즉 특별한 커뮤니케이션 사건을 설명함과 동시에 정치적 담론의 질서에 대한 구성과 형성을 설명하는 것을 목적으로 해야 한다. 특히 이 연구는 한국영화를 둘러싼 미디어 담론과 그 담론의 외부와의 교차에 주목하는 것을 주 목적으로 하기 때문에 미디어 담론 외에 담론외적인 상황에 대한 면밀한 고찰이 필수적이다. 사회적 맥락 속에 위치한 담론을 분석한다는 것은 역으로 그 담론이 작동하는 사회와 시대를 이해하는 하나의 열쇠가 될 것이다. 이를 위하여 두 번째 연구문제를 다음과 같이 설정하였다.

2. 각 담론은 담론내적, 담론외적인 상황과 어떻게 접합, 변형되는가?

두 번째 연구문제를 통하여 담론외부와 담론의 교차를 통해 그들의 변증법적 관계를 알 수 있을 것으로 추정된다.

다음으로 세 번째 연구문제는 이데올로기에 대한 부분이다. 무의식 속에서 작동하는 주체들에 내재한 이데올로기는 담론 속에서 특정한 기능을 수행하게 된다. 이데올로기들은 오직 담론의 힘을 빌어서만 그 특성인 합리적인 정당화의 기능을 수행할 수 있다. 그리고 이데올로기는 그것을 표현해주는 단어, 표현, 담론의 구조들과 분리될 수 없다. 담론을 구성하는 여러 가지 요소들을 살펴봄으로써 그 안에 내재한 이데올로기를 살펴보고자 다음의 연구문제를 설정하였다.

3. 담론의 변화 속에 내재한 언어와 권력, 이데올로기의 연관성은 어떠한가?

IV. 연구방법

1. 연구대상

영화에 대한 미디어 담론을 분석할 수 있는 매체로는 신문, 방송, 전문잡지 등이 있다. 이 논문의 연구문제를 설명하기 위해 가장 많은 기사를 보도하고 있고 상대적으로 신뢰할 수 있는 매체로서 신문을 선정하였다. 구체적으로 신문사는 각각 이념적인 대립축을 가지고 있는 것으로 평가되는 조선일보와 동아일보, 그리고 한겨레신문과 경향신문을 선정하였다.

분석 시기는 1998년부터 2007년의 10년의 기간으로 한정하였다.

이상길(2005)은 1990년대를 한국영화계에 근본적인 변화가 일어났던 연대로 규정하고 있다. 오랫동안 각종 법적·정치적 규제와 왜곡된 시장관행에 의해 발전이 지체되어 왔던 영화계가 1985년 6차 개정영화법이 시행되면서 새로운 환경에 직면하게 되었다는 것이다. 외국영화사의 한국시장 진출이 확대되었으며 국내 영화 제작사들이 급속하게 증가했다. 우리 대자본이 영화산업에 본격적으로 투자를 하고 나섰으며, 고등교육을 받은 새로운 영화 인력이 대거 유입되면서 한국영화의 수준 역시 한 단계 높아졌다는 평가를 받았다(이상길, 2005. 64쪽). 대기업들의 영화산업에의 진출은 긍정적인 영향만을 미쳤던 것은 아니었다. 이들은 외화수입경쟁에 열을 올리게 되었고 이후 수입영화의 판권가격을 지나치게 올렸다는 비판에 직면하게 된다. 1990년대 중반 영화산업에 대거 진출했던 기업들은 이후 1997년 12월의 경제위기 상황에 처하게 되자 영화산업에서 썰물처럼 빠져나가게 되었다. 1998년이라는 시점은 한국영화계에서 또 다른 출발을 알리게 되는 시점인 것이다. 영화 산업에의 기대가 높아졌으나 갑작스럽게 닥친 경제위기로 인하여 자본이 고갈되었고, 전사회적으로 경제위기를 극복하려는 분위기가 팽배하게 되었다. 김대중 정부는 경제위기를 극복하기 위하여 문화산업을 육성하게 되었고 이 시기의 미디어 담론은 이러한 사회적 맥락 위에 위치한다.

경제위기의 극복방안으로 제출되었던 또 하나의 방법은 미국과의 협상을 적극적으로 추진하는 것이었다. 이에 협상추진과정에서 미국은 스크린쿼터의 폐지를 요구하게 되었으며 한국영화에 대한 관심은 그 산업적 가치에 대한 기대와 함께 미국과의 협상진행과정에서의 논의와 맞물려 진행되게 된다.

이와 같은 이유로 분석 시기는 한국영화에 있어 본격적인 성장기로 분류될 수 있는 1998년을 시점으로하여 스크린쿼터가 축소되고 그 위기론이 대두하게 되는 2007년까지 선정하였다.

분석대상인 네 개의 신문은 한국언론재단의 미디어 가운을 통해 검색이 가능한 한겨레신문과 경향신문의 경우 검색어 '영화'로, 조선일보와 동아일보는 각 신문사 사이트에서 검색어 '영화'로 기사를 선별하였다. 이들 중 '영화 같은 삶'이나 '마치 영화와 같은 장면' 등의 영화와 직접적인 관련이 없는 기사들과 '민영화', '공영화'등 영화라는 단어가 적절치 않게 검색되어 있는 기사들을 제외한 기사들을 대상으로 하였다. 각 언론사별로 기사건수는 다음 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 언론사별 '영화' 관련 분석대상 기사건수

년도	언론사 별 기사건수				총계
	조선일보	한겨레	경향신문	동아일보	
1998	702	278	150	216	1,346
1999	924	281	211	294	1,710
2000	529	358	196	285	1,368
2001	326	318	182	247	1,073
2002	218	382	150	301	1,051
2003	167	392	171	219	949
2004	193	376	115	217	901
2005	126	420	255	92	893
2006	232	413	308	138	1,091
2007	206	216	141	127	690
총계	3,623	3,434	1,879	2,136	11,072

2. 연구방법

담론과 담론의 외부

이전에 담론이 사물을 재단하는 특정한 방식으로서, 그리하여 인식을 제한하는 특정한 표상체계로서 정의되었다면, 이제 담론은 그것이 포괄하는 개인들의 실천을 특정한 형태로

제약하는 조건을 통해 정의된다. 즉 특정한 담론을 형성하는 관계(담론적 관계)는 “담론이 사용하는 랑그나 담론이 그 내부에서 펼쳐지는 상황이 아니라, 실천으로서의 담론 그 자체를 특정화하는 것이다(Foucault, 1969/2000, 78쪽). 즉 담론 내적이고 자율적인 규칙성이 아니며 동시에 담론 외적인 사회적 상황, 문맥이 아니다. 담론 자체가 실천되는 방식을 말한다. 푸코에 있어 언설과 비언설간의 인과관계는 없다. 단지 그들 간의 관계맺음의 체계가 있을 뿐이다.

푸코에게 있어 담론적 분석에서 중요한 것은 담론이 언어를 통해 개인들에게 제공하는 어떤 의미구조나 표상방식이라기 보다는, 차라리 그것이 개인들을 특정한 방식으로밖에는 실천할 수 없게 하는 실천 양태와 그러한 실천을 강제하는 규칙이다(이진경, 2002, 112쪽). 이를 푸코는 ‘역사적 아 프리오리(a priori historique)’라고 부른다. 이는 담론적 실천을 특징짓는 규칙의 집합으로서 정의된다.

푸코는 특정한 형태로 실천을 만들어내는 것이 단지 담론만으로 완결된다고 생각하지 않는다. 그것은 담론적인 것뿐 아니라 비담론적인 것과 연관된 속에서도 만들어진다. 이에 대하여 들뢰즈는 다음과 같이 평가하였다.

“푸코의 고고학은 두 가지 유형의 실천적 형성체로 나아간다. 하나는 언표를 포함하는 담론적인 것이고 다른 하나는 그것의 환경을 포함하는 비담론적인 것이다. 예컨대 18세기 말의 임상의학은 담론적인 형성체이다. 하지만 그것은 대중과 인구에 관계되어 있는데, 그들은 ‘제도나 정치적 사건, 경제적 실천들 및 과정들’같은 비담론적 환경을 만들어내는 다른 종류의 형성체에 의존하고 있다. 물론 환경은 또한 언표를 산출한다. 마치 언표가 환경을 결정하듯이. 하지만 사실 이 두 가지 형성체는 이질적이다. 심지어 그것들이 서로 겹칠 경우에조차도(Deleuze, 1988, p.31).”

푸코는 실천을 특정한 형태로 형성해내는 메커니즘을 담론적인 것과 비담론적인 것의 연관 속에서 파악하고 있는 것이다. 예컨대 담론의 대상을 형성하는 실천의 경우, 단지 담론 안에서만 정의되고 형성되지 않는다. 실천을 형성해내는 “이 관계들은 제도, 경제적 내지 사회적 관계, 행동의 형태, 규범의 체계, 기술, 분류유형, 특성화 양태 등등의 사이에서 수립된다. 그리고 이 관계들은 대상들 속에 현존하는 것이 아니다. 사람들이 대상을 분석할 때 펼쳐지는 것은 그들이 아니다. 이 관계들은 그의 내적인 구성이 아니라 그들이 나타나도록, 다른 대상들과 병치되도록, 그들과의 관계 하에서 자리 잡도록, 그의 차이 및 환원불가능성과 경우에 따라서는 이질성을 정의하도록 요컨대 외재성의 장 속에 자리 잡도록 해주는 것을 정의하는 것이다(Foucault, 1969/2000, 77쪽).

담론적인 형성체와 비담론적인 형성체 간의 관계를 파악하기 위해 푸코는 사건과 실증성이라는 두 가지 방향에서 ‘담론’을 다루고 있다.

첫째, 사건의 차원. 푸코에 따르면, 담론의 문제설정에서 문제가 되는 것은 언표를 그 사건의 구체성과 고유성 속에서 파악하는 것, 그것의 존재조건을 결정하는 것, 그것의 한계를 적절히 고정시키는 것이다(Foucault, 1969/2000, 54쪽). 따라서 사건을 통해 담론적 형성체가 만들어진다고 할 수 있다. 담론들은 우선 담론적 사건의 집합들로 다루어져야 한다. 또한 사건은 그 사건이 일어나는 비담론적 형성체들과의 교차도 주목해야 한다. 푸코는 담론적인 것과 비담론적인 것의 겹침에 주목하였다.

다음으로 실증성의 차원. 푸코는 담론적 형성체를 실증성의 형태로 다루어야 한다고 말한다. 여기서 실증성이라는 것은 ‘대상들의 영역’을 구성하는 힘이다. 정신병리학이라는 담론은 그 대상이 되는 증상과 환자를 정의하며, 그 정의에 포함된 사람에 대해서, 그의 의지와 무관하게 구속력과 강제력을 갖는 일련의 조치들을 취하게 한다. 이런 의미에서 정신병리학이라는 담론은 그러한 ‘치료’의 대상을 정의하고 그것을 당사자의 뜻과 무관하게 ‘환자’라는 대상을 구성하고, 그 안에 포섭된 개개인에 대해 강력한 영향력과 강제력을 행사하는 ‘실증적’인 힘이다. 즉 담론의 실증성이란 그것이 개인들에 대해 효과를 갖고 작동하는 힘을 의미한다. 한마디로 그것은 담론이 갖는 효과를 지시한다(이진경, 2002, 116~117쪽).

푸코는 담론형성체의 형성규칙을 네 가지 차원으로 나누어 살펴보고 있다(Foucault, 1969/2000, 69~109쪽).

- a) 대상의 형성 : 각 사안에 대한 대상은 담론 안에서 정의된다.
- b) 언표행위적 양태들의 형성 : 누가 말하는가? 모든 말하는 개인들의 집합 속에서 이러한 종류의 언어를 취할 수 있는 지위를 부여받은 사람은 누구인가?
- c) 개념의 형성 : 담론은 그 안에서 언표들을 계열화하고 조직화하는 규칙의 집합이다.
- d) 전략의 형성 : 담론들은 개념들의 일정한 조직화, 대상들의 일정한 재분절화, 언표행위의 일정한 유형들을 생겨나게 한다. 이들은 그 정확성, 엄밀성, 안정성에 따라 테마들이나 이론들을 형성한다. 그는 이 테마와 이론을 전략이라고 부른다.

푸코의 담론분석은 담론을 구성하는 언표의 개별적 분석이 아니라 ‘그들이 말하고 있는 바의 대상들을 체계적으로 형성하는 실천으로서 다루는 작업(Foucault, 1969/2000, 82~83쪽)’이다. 결국 담론은 그 담론이 포괄하는 사람들로 하여금 특정한 형태로 실천하고 사고하게

한다. 미디어 담론을 분석하는 것은 결국 동시대를 살아가는 우리들을 강제하는 특정한 규칙을 알게 해 줄 것이다.

V. 연구결과

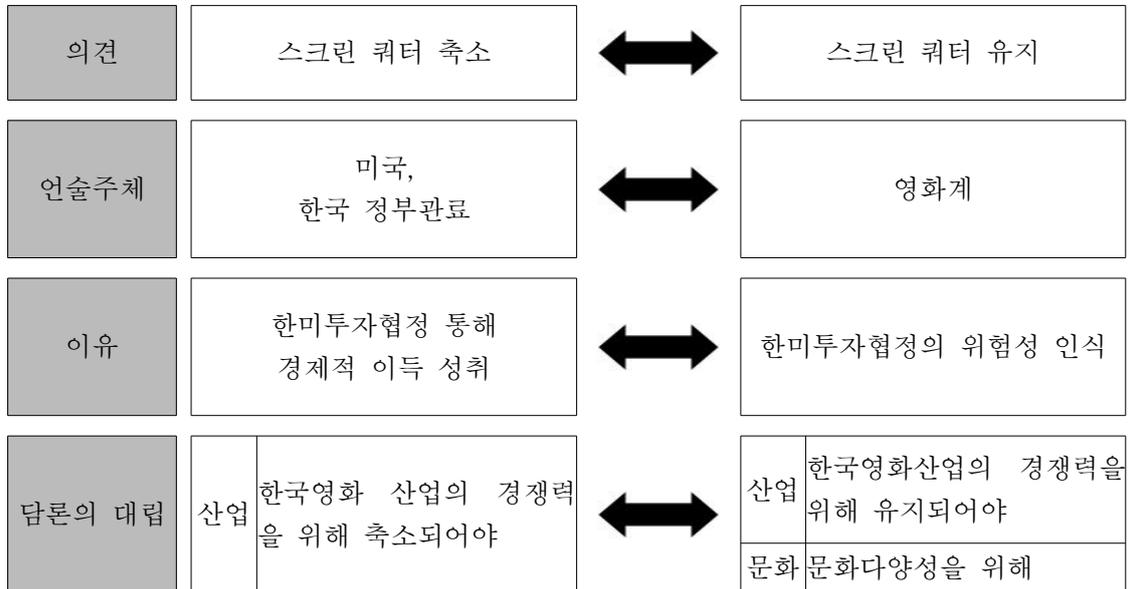
1. 스크린쿼터

시기별로 진행되어온 스크린쿼터에 대한 논의가 미국과의 협상시점에 등장하였다는 것은 주지의 사실이다. 이에 영화에 대한 정책의 하나였던 스크린쿼터가 전국가적인 사안으로 격상되었고 이에 대한 논의는 미국과의 협상에 대한 찬성, 반대의 논의로 확산되었음을 알 수 있다.

시기	1시기 1998-1999	2시기 2002-2003	3시기 2004	4시기 2006
사회적 배경	한미투자협정 진행			한미자유무역협정 진행
스크린쿼터 보도담론	스크린쿼터 유지	스크린쿼터 축소		
		스크린쿼터 유지		

<그림 5-1> 시기별 스크린쿼터 담론의 변화

<그림 5-1>은 시기별 스크린쿼터 담론의 변화를 요약한 것이다. 모든 시기는 미국과의 협상시점과 일치하고 실제로 협상에 들어가면서 스크린쿼터에 대한 보도가 등장했다가 논쟁을 거치게 된다. 이상의 스크린쿼터에 대한 보도담론에서 나타난 대립구도를 각 의견, 언술주체, 근거와 담론별로 정리하여보았다.



<그림 5-2> 스크린쿼터 담론의 대립구도

결국, 스크린쿼터문제는 미국과의 협상에서 철저하게 조건으로서 다루어지고 있었다. 각 언술주체는 미국과 정부가 한축, 영화계가 상대 축을 이루고 있음을 알 수 있다. 이 사안이 전국가적인 사안임에도 이 사안에서 대립되는 한 축을 ‘말하고 있는 자’가 대부분 ‘영화계’로 한정짓는 모습은 스크린쿼터에 대하여 어떠한 입장을 가지는가와 상관없이 이 문제 자체를 ‘영화계의 문제’로 한정짓고 있음이 드러나게 된다. 보도 담론의 대립은 산업담론대 산업담론+문화담론의 형태로 나타난다. 스크린쿼터에 대한 논의에서 후반부에 등장한 것이 문화다양성을 근거로 한 문화담론이다. 하지만 이 논의는 매우 추상적이어서 단지 ‘지켜야한다’는 차원에 머물러 구체적인 근거를 제시하지 못한다. 또한 스크린쿼터 유지에 대한 주장의 근거로서는 이 제도가 축소되면 영화산업에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 경제적 산업적 관점에서의 우려가 더욱 크게 제기되고 있다. 문화에 대한 논의나 관심은 한 축의 담론을 형성하기에는 매우 미미하게 등장하고 있다.

2. 한국영화에 대한 미디어 담론과 담론의 외부

1) 영화산업에 대한 보도담론의 흐름과 담론 외부의 접합

앞에서 살펴본 것처럼 1998년부터 10년간 한국영화에 대한 보도담론의 흐름은 크게 그 시기를 7시기로 나눌 수 있다. 먼저 1998년은 1997년 말 닥친 경제위기를 극복할 것에 대한 논의가 주를 이루고 있다. 이를 극복하기 위한 방법으로서 영화산업의 육성을 고민하는 모습이 주된 담론의 흐름이었다. 그러면서 과도한 외화수입에 대한 강도 높은 비판과 함께 ‘우리영화’를 만들어야한다는 문제의식이 광범위하게 공유되기 시작한다.

이러한 문제의식은 이후 1999년에서부터 2001년 그 결실을 거두게 되는데 1998년부터 세워지기 시작한 멀티플렉스로 인한 스크린 수의 급격한 증가와 여러 기업과 금융자본들의 영화산업에의 투자는 영화산업을 빠르게 성장시키게 된다. 이어 다수의 영화들이 흥행에 성공하게 되면서 언론은 영화산업의 ‘투자가치’에 대한 무조건적 찬양을 보도하고 있다. 2002년과 2003년에 이르러서는 막대한 제작비가 투자된 영화의 흥행실패가 잇따르면서 영화산업이 투자했다고 반드시 수익을 보장하는 것이 아니라는 것과 제작비의 규모에 대한 문제의식이 제기되게 된다. 하지만 이러한 우려는 2004년 영화 <실미도>와 <태극기 휘날리며>가 천만 관객을 동원하게 되면서 다시 사라지고 영화산업의 활황을 예찬하는 기사가 주된 담론을 형성한다. 2005년 흥행에 성공하는 대작영화가 나타나지 않자 언론은 다시금 ‘위기론’을 이야기하며 한국영화산업의 문제점을 찾기 시작한다. 2006년 한국영화는 다시금 영화 <괴물>과 <왕의 남자>가 천만관객을 동원하게 되면서 대다수의 기사들이 이들 영화의 ‘기록갱신’을 앞 다투어 보도하는 경향을 보였다. 그러나 일부 영화의 흥행성공에 비하여 흥행에 실패하는 영화가 다수를 이루게 되면서 스크린독과점에 대한 문제가 제기되기 시작하였다. 그리고 2007년, 2006년의 영화산업이 1천억의 적자를 냈다는 결과가 보도되면서 한국영화의 위기론이 대두되게 된다. 그러면서 본격적으로 한국영화산업의 문제점에 대한 고민이 출발하고 있는 경향을 보이고 있다.

1998년	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 경제위기 극복을 위한 영화산업 육성 ◦ 과도한 외화수입에 대한 비판과 우리영화의 성장 촉구
1999년~2001년	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 영화산업의 급성장. ◦ 영화제작비의 급격한 증가. ◦ 다수 영화의 흥행성공 ◦ 영화산업의 투자 가능성 상승
2002년~2003년	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 많은 제작비 투입한 영화의 흥행실패 ◦ 영화산업의 과도한 제작비에 대한 문제의식 제기 ◦ 위기론의 출발
2004년	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 천만관객을 넘어서는 영화의 등장 ◦ 영화산업의 활황 예찬
2005년	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 영화산업 위기론 ◦ 한국영화 부울문제 개선 제기
2006년	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 한국영화의 기록갱신 ◦ 스크린독과점 문제제기
2007년	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 한국영화산업 위기 ◦ 영화산업에 대한 관심 증가

<그림 5-3> 1998년부터 2007년까지 한국영화에 대한 보도담론의 흐름

1998년에서부터 2007년까지의 사회적 상황과 한국영화에 대한 보도담론의 경향을 연관지어 살펴보았다.

시기	사회적 배경	보도담론	「산업」으로서의 영화에만 관심 경제담론의 우위선점
1998년	경제위기 극복에 대한 논의 활발 미국과의 무역협상 추진	극복방안으로서의 영화산업 스크린쿼터 유지	
1999년	한류의 확산 닷컴 열풍	투자가치 상승으로 인한 제작비 상승 영화수출에 대한 관심 급증	
2000년	지역재개발 활성화	멀티플렉스의 증가	
2001년	경제사정의 악화	영화산업의 수직적 결합	
2002년	월드컵 개최 미국과의 협상 추진	일부 영화의 실패로 투자 악화	
2003년	이라크전쟁 파병 결정	과도한 제작비에 대한 우려	
2004년	경제불황 심화 미국과의 협상 추진	영화산업에 대한 예찬 스크린쿼터 축소 논쟁 대립	
2005년	부동산광풍, 유가폭등 경제위기	영화산업 위기론	
2006년	한국사회의 양극화 심화 한·미 FTA 협상 추진	한국영화 활황 예찬 한국영화산업의 양극화 비판 스크린쿼터 축소	
2007년	한·미 FTA 협상 타결	한국영화 위기론 대두 한국영화산업에 대한 관심	

<그림 5-4> 사회적 배경과 미디어담론

<그림 5-4>에서 알 수 있듯 해마다의 사회적 배경은 당시 영화에 대한 보도의 경향과 매우 밀접하게 연동되고 있다. 1998년 경제위기를 극복해야한다는 사회적 담론이 팽배하던 시기, 영화산업에 대해서는 이를 위한 극복방안으로서의 고민이 대두되게 된다. 그리고 경제위기를 극복하겠다는 전 국민적 의지는 그 관심이 철저하게 ‘경제적 시각’에 종속되어버리

는 결과를 가져오게 되고 이러한 경향은 10년 동안 공통되게 작용함을 알 수 있다. 1999년은 닷컴열풍으로 벤처기업, 벤처캐피탈에 대한 관심이 급증하던 시기이다. 영화에 대한 보도의 경향도 이와 무관하지 않다. 이들 금융자본을 필두로 하여 많은 기업과 자본이 영화의 투자가치를 높게 평가하여 몰려들기 시작하였으며 이는 이후 영화제작비의 상승이라는 결과를 가져오게 된다. 제작비의 상승은 90년대 말 등장하기 시작한 멀티플렉스의 증가와 연동되며 이는 2000년까지 적극적으로 추진되던 부동산열기로 인한 지역재개발의 활성화와 맞물려 멀티플렉스가 급증, 스크린 수가 늘어나 와이드릴리즈 방식으로 광역 개봉하는 영화들이 등장하게 된다. 1999년부터 불기 시작한 한류의 바람은 영화수출에 대한 관심의 증가를 가져오게 되며 이후 수출액에 대하여 미디어는 매우 민감한 보도경향을 보이고 있다.

2001년부터 경제사정이 악화되고 2002년 월드컵이 개최되면서 그 영향으로 영화산업은 일시적 불황을 맞게 된다. 2003년 이라크 전쟁에 대한 파병이 결정되어 국내외적으로 소란스러운 분위기 속에서 제작비를 많이 들인 일부 영화의 실패는 많은 우려를 낳게 되었다. 그리고 2004년 경제불황이 심화된 상황 속에서 관객이 천만을 넘어서는 영화가 등장하면서 우리 언론은 이를 매우 흥분된 어조로 축하하고 예찬하게 된다. 경제불황을 넘어서기 위해 정부는 적극적으로 미국과의 FTA 협상을 진행하려하고 이 과정에서 스크린쿼터에 대한 첨예한 논쟁이 제기되었다. 2005년 부동산 광풍과 유가폭등을 시작으로 경제위기는 계속 심화되었고 영화의 흥행실적이 저조해지면서 영화산업 위기론이 서서히 등장한다. 이후 2006년 심화된 경제위기의 상황에서 다시 천만관객을 넘어서는 영화들이 연이어 등장하자 미디어는 다시금 한국영화예찬에 빠져든다. 이 시기는 한국사회의 양극화에 대한 비판이 적극적으로 등장하던 시기이기도 하다. 흥미로운 것은 한국영화에도 사회적 상황과 유사하게 그 양극화 현상이 극심하게 나타나면서 이에 대한 비판이 대두되기 시작하였다는 점이다. 당시 정부는 미국과의 FTA 협상을 추진하던 과정에서 스크린쿼터를 축소하게 되고 이로 인한 영화산업의 파장에 대한 우려가 제기된다. 그리고 2007년, 2006년 영화산업의 적자가 1천억에 달한다는 보도로 한국영화산업 위기가 진단된다.

10년이라는 기간 동안의 사회적 상황과 한국영화에 대한 보도담론의 경향은 매우 밀접하게 연관되어 있음을 보이고 있고, 경제위기의 극복방안으로서의 영화산업의 관심은 이후 시기 철저하게 ‘산업’으로서의 영화에 대한 시각을 벗어나지 못하고 있음을 보여준다. ‘영화산업’에 대한 어떠한 관심이나 논의도 미디어에서는 드러나고 있지 않으며 오직 ‘산업’으로서의 영화에 대한 시각만이 투영된다. 흥행성적과 수출실적, 투자가치로서 영화산업의 활황을 예찬하거나 위기를 진단하는 모습을 보이고 있었다. 그리고 오랜 기간 누적되어온 구조적

문제의 결과로 한국영화는 미디어가 진단하는 ‘위기’를 맞게 된다. 위기에 이르렀다고 판단하면서 영화산업에 대한 관심이 비로소 촉발되기 시작하였지만 그 위기의 판단은 여전히 흥행실적과 점유율이라는 순전히 경제적 가치에만 치중되어 있음을 알 수 있다.

1998년 이후의 한국사회는 IMF 경제위기에서 그 극복방안으로서의 미국과의 BIT와 더욱 확대된 FTA의 진행으로 요약된다. 다시 말하면 경제위기의 상황에서 미국과의 자유무역협상으로 상황을 극복하고 경제적으로 도약하기를 희망하는 것이다. 이에 대한 전 국민적 관심도 이와 무관하지 않다. 영화에 대한 보도담론의 경향 역시 철저하게 미국과의 협상을 주축으로 경제적 가치만을 중시하는 사회적 풍조 내에서 자유롭지 못하다. 1997년 말 IMF 관리체제에 들어가게 되면서 심각한 경제 불황에서 탈출하고자 하는 전 국민적 욕망은 이후 10년이라는 시간 동안 매우 뚜렷한 상흔으로 남게 된 것이다.

2) ‘산업’으로서의 영화, 그 수익률에만 집착하는 언론

영화산업에 대한 미디어 담론을 부분적으로 살펴보면 특징적인 면이 몇 가지 발견된다. 첫 번째는 ‘얼마를 벌었는가’에 대한 집착이다. “[영화] 해외수출 활기...1월 한 달만 56만 달러 벌어” (조선일보, 1998.02.12), “[영화] 「용가리」 칸에서 2백79만 달러 사전판매” (조선일보, 1998.05.18), “한국 영화, 해외 판권만으로 제작비 회수 개가 ”(조선일보, 1998.11.14), “홍행신기록 「쉬리」 130만 달러에 日수출”(동아일보 1999.04.30), “‘쉬리’ 국내 TV판권 6억 5000만원... KBS에 사상최고가”(동아일보 1999.12.07), “‘쉬리’ 강제규필름 최고35억 돈방석 전국관객 400만 예상 흥행 ”(경향신문, 1999.03.05), “한국영화 올해 수출 작년의 2배 ”(조선일보, 2000.12.14), “영화 / 올 한국영화 수출 698만 달러...작년의 2배”(동아일보 2000.12.19), “올 한국영화 수출 698만 달러...작년의 2배”(동아일보 2000.12.19), “수출은 ‘최고’ 수입은 ‘최저’ -작년 ‘쉬리’등 596만 달러 수출 4배 급증” (경향신문, 2000.12.08), “올 한국영화 잘나 갔다 / 해외수출액 작년 2배” (한겨레신문, 2000.12.15), “<원더풀데이즈> 일본에 250만 달러 수출”(동아일보 2001.05.21), “‘조폭마누라’ 제작 서세원 34억 투자 순익100억 내다봐, (동아일보 2001.10.19), ”영화 ‘집으로...’ 복미 판권료 3억2000만원에 팔려“(동아일보 2002.05.18), ”‘영화보러 가자’ 1억명 돌파, 한국영화 점유율 46.7%...수출 1천5백만 달러 달해“ (경향신문, 2003.01.17), ”영화산업, 작년매출 4조 근접“ (조선일보, 2004.03.28), ”실미도 1000만 명...19일 개봉 58일 만에 입장권 수입 700억“(동아일보 2004.02.20), ”영화 급성장 작년 매출 3조8천

억, 연예사업도 1조원 돌파“ (경향신문, 2004.03.29), ”'무영검' 수출효자 첫 1000만불 눈앞“ (경향신문, 2005.11.11), ”장동건 올해 70억 벌었다 - 하지원은 CF.영화로 17억“ (경향신문, 2005.11.26), ”올 영화수출액 30% 증가“ (한겨레신문, 2005.07.20), ”'괴물' 수출 '괴력' - 칸영화제서 무려 11개국 230만 달러 계약“ (경향신문, 2006.05.26), ”한국영화 '수출 빨간불', 계약금액 지난해보다 58.3%감소“ (경향신문, 2006.08.03)

10년 동안 지속적으로 등장하는 이들 기사에서는 얼마를 벌었는가와 함께 두 번째 특징인 수출액에 대한 관심도 함께 나타나고 있다. 이 외에도 세 번째 특징으로 ”'태극기 휘날리며' 테마주 급부상...영화관련 종목 일제히 강세(동아일보 2004.02.10), ”전문가가 말하는 영화투자 8계명“(동아일보 2005.11.24), ”뜨는 플레너스 “가문의 영광 덕”,지는 CJ엔터 “성냥팔이...탓““(동아일보 2002.09.25), ”영화株 약세場서 '대박'... 플레너스 등 급등세 “低價메리트에 연말 영화시즌” 관심 쏠려 ” (조선일보, 2002.11.21), “[주식] 영화관련株들 “우리도 흥행성공” “(조선일보, 2003.06.09), ”라이벌 투자·배급사, 영화보다 더 영화같은 ‘ 흥행 순위 싸움’ 상반기 완승한 CJ “어딜 넘봐” ‘괴물’ 승부수 오리온 “역전 될걸” (조선일보, 2006.08.08) 등의 기사는 주로 경제면에 실리면서 영화자체 보다는 영화를 제작, 배급하는 기업들의 증가와 관련된 혹은 기업들의 경쟁에 초점을 맞추어 보도하는 경향이 나타나고 있다.

1994년 김영삼 대통령의 주라기공원과 자동차 수출액의 비교이후 영화산업이 주는 부가 가치를 자동차와 비교하는 사례가 종종 등장하게 된다. “영화'친구' 쏘나타3024대 가치...생산유발효과 1158억“(동아일보 2001.05.26), “'살인의 추억' 부가가치 중형차 2800대 맞먹어”(동아일보 2003.09.26), ”살인의 추억' 부가가치 303억 /중형차 2800대 생산 맞먹어“ (한겨레신문, 2003.09.26), ”'태극기... ' 실미도' 일자리 4600개 창출효과 “車 2만2200대 생산과 맞먹어”(조선일보 2004.04.18), “영화 '괴물' 쏘나타 3700대 생산 효과“(동아일보 2006.09.04) 의 기사에서 영화의 수익을 자동차 생산효과와 비교하여 그 이득을 가늠하는 네 번째 경향이 발견된다.

다섯 번째 특징으로는 '대박'에의 기대이다.

“'대박' 꿈꾸는 한국16mm영화의 씨앗“(동아일보 2000.07.14), “유명감독들 “흥행대박을 향해 쏘라”...새해 들어 새 영화로 '스크린경쟁' ”(경향신문, 2003.01.10), “'공공의 적2' 대박느낌 '팍' -개봉 첫날 21만 명 관람 주말 관객몰이... ”(경향신문, 2005.01.29), “기다려, 1천만 채운다 꼭! -'공공의적 2' 5일 만에 1백만 돌파 (경향신문, 2005.02.01)공공의 적 2 말아톤 300만 돌파 ”(경향신문, 2005.02.15) 등의 기사에서 '대박'이라는 표현이 사용되고 있는데 이 표현은 영화의 상품으로서의 가치를 상징하는데 다름 아니다.

여섯 번째 특징은 흥행열기와 기록갱신에 대한 보도이다.

“‘퇴마록’, 사상 최고 흥행 기록” (조선일보, 1998.08.17), 한국 액션영화 ‘쉬리’ 연휴 돌풍” (조선일보, 1999.02.17), “‘쉬리’ 흥행신기록 초읽기…200만명 돌파 (조선일보, 1999.03.01), ” ‘쉬리’, 6일은 ‘신기록의 날’ “(조선일보, 1999.03.05), ” ‘쉬리’ 돌풍, 한국영화 기록 깰까 “(한겨레신문, 1999.02.21), ”[영화/해피엔드] 서울 50만, 전국 100만 돌파 ‘해피’ “(조선일보, 2000.01.06), ”영화 ‘JSA’ 흥행 신기록 수립 ‘초읽기’ ”(경향신문, 2000.10.24), “대단한 <친구>, 연휴기간도 1위”(동아일보 2001.05.04), “친구 ‘터졌다’, 한국영화 개봉 주말 흥행 ‘신기록’ ”(경향신문, 2001.04.02), “‘친구’ 600만 명 돌파, 최단기간 흥행기록 경신” (경향신문, 2001.05.07), “친구 만난 관객 622만 명 한국영화사상 최대기록” (한겨레신문, 2001.05.12), “‘공공의 적’ 정상탈환”(동아일보 2002.02.19), “흥행챔피언 보유기간 ‘서편제’ 6년으로 1위”(동아일보 2002.02.22), “‘집으로…’ 4백만 명 돌파, 한국영화 역대 흥행순위 7위” (경향신문, 2002.06.07), “‘스캔들’ 터졌다 / 최다 주말관객 등 4관왕” (한겨레신문, 2003.10.07), “‘태극기 휘날리며’ 기염 최단기간 200만명 돌파”(동아일보 2004.02.11), “한국영화 르네상스 / ‘흥행 신화 휘날리며…’충무로 폭발” (경향신문, 2004.02.21), “‘태극기’ 흥행1위 필력/1109만명…실미도 추월 ”(한겨레신문, 2004.04.05), “‘동막골’ 흥행 마라톤 - 526만 관객 ‘말아톤’ 추월...1000만 신화 GO” (경향신문, 2005.08.29), “‘동막골’ ‘친구’ 따라잡기 초읽기, 760만 돌파...2주 뒤 추월할듯 ”(경향신문, 2005.09.28), “<부산국제영화제> 장동건 “태극기 흥행, 태풍이 깬다”” (경향신문, 2005.10.13), “[왕의 남자] 으하하하! 1000만이 보이더냐 관객 800만 명 돌파… 역대 1위 ‘태극기 휘날리며’ 넘본다” (조선일보, 2006.01.30), “‘괴물’ 승부수 오리는 “역전 될 걸” “(조선일보, 2006.08.08), ” ‘괴물’, 2일 ‘왕의 남자’ 먹어치운다…38일 만에 1230만 명 돌파 “(동아일보 2006.09.02), ” ‘왕의 남자’ 1000만 카운트다운! - 개봉 33일 만에 800만 명 훌쩍 “(경향신문, 2006.02.01)

이러한 기사들은 너무 그 숫자가 많아서 일일이 열거할 수 없을 정도이다. 사실 영화콘텐츠에 대한 기사는 대부분이 흥행성적에 대한 위와 같은 내용의 기사가 대부분으로서 영화콘텐츠 자체보다는 영화의 흥행성적에만 집착하는 경향을 보이고 있었다. 주로 사용되는 기표는 ‘돌파’, ‘기록갱신’, ‘기염’. ‘충무로 폭발’, ‘추월’, ‘초읽기’, ‘신기록’ 등 마치 경기를 중계하는 듯한 양상을 띠고 있다. 그리고 동시에 상영되거나 흥행에서 우위를 점하게 될 영화간의 경쟁구도를 강하게 부각시키고 있었다. 그리고 영화제목과 연관된 표현, 예를 들면 ‘괴물’은 주로 기록을 ‘먹어치운다’고 하고 ‘스캔들’은 ‘터졌다’, ‘동막골’은 ‘다녀갔다’는 등의 표현을 다수 사용하고 있었다.

<표 5-1> 영화산업에 대한 미디어 담론의 특성

특성	기사 사례
수익에 대한 집착	<p>“‘쉬리’ 국내 TV판권 6억5000만원… KBS에 사상최고가”(동아일보 1999.12.07)</p> <p>“‘쉬리’강제규필름 최고35억 돈방석 전국관객 400만 예상 흥행 ”(경향신문, 1999.03.05)</p> <p>“‘조폭마누라’ 제작 서세원 34억 투자 순익100억 내다봐, (동아일보 2001.10.19)</p> <p>”영화 급성장 작년 매출 3조8천억, 연예사업도 1조원 돌파“ (경향신문, 2004.03.29)</p>
수출실적에 대한 관심	<p>“영화 / 올 한국영화 수출 698만 달러…작년의 2배”(동아일보 2000.12.19),</p> <p>“수출은 ‘최고’ 수입은 ‘최저’ -작년 ‘쉬리’등 596만 달러 수출 4배 급증” (경향신문, 2000.12.08)</p> <p>”올 영화수출액 30% 증가“ (한겨레신문, 2005.07.20)</p>
기업의 성과에 관심	<p>”‘태극기 휘날리며’ 테마주 급부상…영화관련 종목 일제히 강세(동아일보 2004.02.10)</p> <p>“영화株 약세場서 ‘대박’… 플레너스 등 급등세 ”(低價메리트에 연말 영화시즌” 관심 쏠려 ” (조선일보, 2002.11.21)</p> <p>”라이벌 투자·배급사, 영화보다 더 영화같은 ‘흥행 순위 싸움’ 상반기 완승한 CJ “어딜 넘봐” ‘괴물’ 승부수 오리온 “역전 될걸” (조선일보, 2006.08.08)</p>
부가가치에 관심	<p>“영화 ‘친구’ 쏘나타3024대 가치…생산유발효과 1158억”(동아일보 2001.05.26)</p> <p>“살인의 추억’ 부가가치 중형차 2800대 맞먹어”(동아일보 2003.09.26)</p> <p>”살인의 추억’ 부가가치 303억 /중형차 2800대 생산 맞먹어“ (한겨레신문, 2003.09.26)</p>
‘대박’에 대한 기대	<p>“‘대박’ 꿈꾸는 한국16mm영화의 씨앗”(동아일보 2000.07.14)</p> <p>“유명감독들 ”흥행대박을 향해 싸라“…새해 들어 새 영화로 ‘스크린경쟁’ ” (경향신문, 2003.01.10)</p> <p>“‘공공의 적2’ 대박느낌 ‘팍’ -개봉 첫날 21만 명 관람 주말 관객몰이… ”(경향신문, 2005.01.29)</p> <p>“기다려, 1천만 채운다 꼭! -‘공공의적 2’ 5일 만에 1백만 돌파 (경향신문, 2005.02.01)</p> <p>공공의 적 2 말아톤 300만 돌파 ”(경향신문, 2005.02.15)</p>
흥행열기와 기록갱신에	<p>“친구 만년 관객 622만 명 한국영화사상 최대기록” (한겨레신문, 2001.05.12),</p> <p>“공공의 적’ 정상탈환”(동아일보 2002.02.19),</p>

관심	<p>“‘집으로...’ 4백만 명 돌파,한국영화 역대 흥행순위 7위” (경향신문, 2002.06.07)</p> <p>“‘스캔들’ 터졌다 / 최다 주말관객 등 4관왕” (한겨레신문, 2003.10.07)</p> <p>“‘태극기 휘날리며’ 기염 최단기간 200만 명 돌파”(동아일보 2004.02.11)</p> <p>“한국영화 르네상스 / ‘흥행신화 휘날리며...’충무로 폭발” (경향신문, 2004.02.21)</p>
----	--

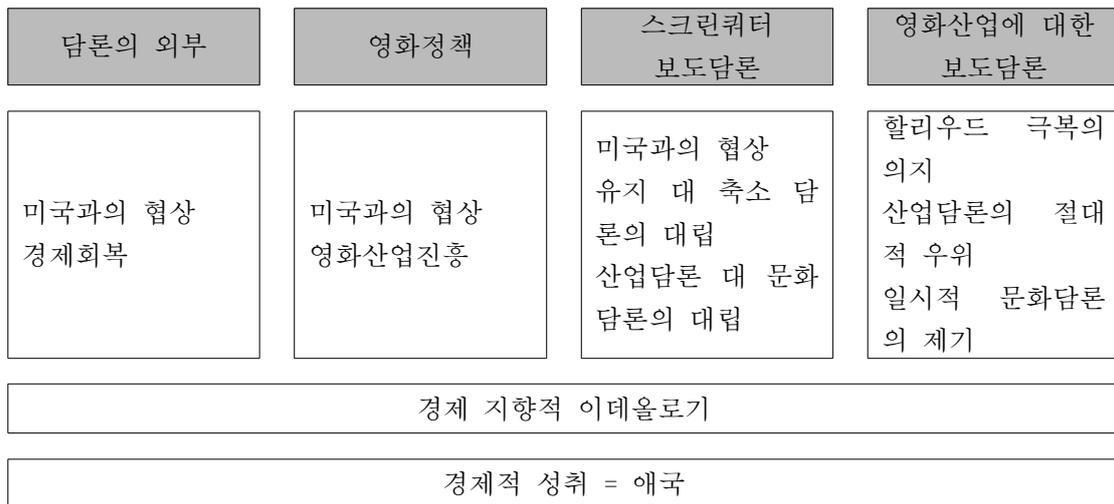
이상의 기사의 특징들은 우리 언론이 한국영화콘텐츠에 대해서도 철저하게 ‘산업적 관점’을 지향하고 있음을 대변한다. 새로운 영화가 제작되어 상영이 시작될 무렵에는 항상 얼마가 들었으며 얼마를 벌 것인가에 관심을 집중시킨다. 마치 기존의 제조업에서 상품을 출시할 때 기울이는 관심과도 같은 양상을 보이고 있다. 제작비 즉 원가가 얼마이고 얼마를 벌 수 있을 것인가가 초미의 관심거리로 등장한다. 그리고 상품들이 출시된 이후 그들의 경쟁구도에 대해서도 매우 관심을 기울이고 있었고 흥행이 많은 영화들의 경우에는 그 기록의 갱신과 경쟁구도를 중심으로 보도하는 경향을 나타냈다. 흥행의 실패는 곧 제작비를 ‘건지지 못함’을 의미함으로 부정적으로 보도되는 경향이 있었다. 이는 철저한 산업적 논리로서 ‘돈이 되지 않는 영화’는 곧 ‘나쁜 영화’라는 등식이 성립된다.

VI. 논의 및 결론

1. 산업담론 대 문화담론 대립의 허구

한국영화를 다루는 미디어 담론에서 공통적으로 드러나는 대립구도는 ‘경제 대 문화’로 요약될 수 있다. 이 대립구도는 스크린쿼터에 대한 지속적인 논쟁에서도 어김없이 드러난다. 스크린쿼터를 폐지 혹은 축소해야한다는 논지의 핵심은 미국과의 협상을 통해 경제적 이익을 얻기 위해서 영화산업은 그 일부 보호정책을 포기해야하고, 이미 우리 영화의 경쟁력은 그 점유율이나 국제영화제에서의 수상 등으로 양적, 질적 성장을 이루었다. 이에 대하여 스크린쿼터를 유지해야한다는 주장에는 스크린쿼터가 한국영화산업을 성장시키는데 지대한 공헌을 하였으며, 아직은 스크린쿼터 없이 한국영화산업이 이전의 성장세를 유지하기에는 미흡하다는 논리를 내세우고 있다. 이러한 산업적 논리와 함께 문화다양성을 지키는 정책으로서의 스크린쿼터가 갖는 가치를 부각시켜 쿼터제 유지를 역설한다.

그러나 스크린쿼터의 축소와 유지로 나타나는 담론의 대립구도가 경제 대 문화담론의 대립으로 단순하게 직결되지는 않는다. 스크린쿼터를 폐지 혹은 축소해야한다는 논지의 기저에는 경제적 가치이외에도 오히려 보호정책을 없앴으로써 문화적 다양성을 획득할 수 있다는 논리도 존재한다. 양측의 대립담론은 각각의 문화적, 산업적 논리를 기본으로 하고 있으며 양측 모두 그 기저에는 ‘애국’이라는 상위의 공통적인 가치를 기반으로 하고 있다.



<그림 6-1> 한국영화산업에 대한 주제별 담론

1997년 말 IMF 구제금융 체제로 편입된 이후³⁾, 1998년부터 경제위기 극복을 위해 정부가 적극적으로 추진했던 방법은 미국과의 무역 협상이었고 그 과정에는 항상 한국영화산업이 거론되어왔다. 동시에, 경제위기 극복을 위해 국가적 지원으로 진흥시켜야 할 산업으로 문화산업이 대두되며 영화산업은 그 논의의 중심으로 부상하게 된다. 분석결과에서처럼 한국영화에 대한 미디어의 관심이 산업적 차원에서의 보도경향을 보이는 것은 당 시기 우리 사회적 담론이 철저하게 산업적 논리가 중심이었음을 대변한다. 그러나 산업적 관심은 영화산업 자체에 대한 관심이 아니라 오직 그 경제적 가치, 즉 돈으로 귀결되는 가시적 성과에만 매몰되고 있음을 알 수 있었다.

영화산업이 가지는 구조적 문제점에 대한 관심은 거의 발견되지 않았으며 간헐적으로 등장하는 스텝 처우개선 문제와 부울 문제가 고작이었다. 영화콘텐츠에 대해서는 콘텐츠를 진지하고 의미 있는 텍스트로 분석하거나 사유하지 않고 할리우드와의 경쟁구도에서 승리의 기쁨 혹은 패배의 노여움으로 접근하고 수출실적과 국제영화제에서의 수상에 집착하였다. 영화산업에 대해서도 오직 그 산업적 성공에만 치우쳐 흥행성과 기록의 갱신만을 경쟁적으로 보도하는 경향을 보여 왔다.

철저하게 산업적 논리가 미디어 담론에서 지배적으로 나타나고 있었는데 이에 대립구도의 한축인 문화의 논리는 상대적으로 미약했으며 모순점을 드러내고 있었다. 영화에 대한 문화적 접근은 스크린쿼터 유지에서 문화다양성을 그 근거로 하는 부분과 스크린독과점으로 촉발된 한국영화의 다양성 위기 지적에서 등장한다. 다음의 두 가지 사례는 모순된 논리를 상징적으로 대변한다.

한국영화 세계5대 강국 실현

우리 영화의 국가브랜드가 더 강해질 수 있도록 영화진흥위원회가 한국영화를 더 많이 사랑하겠습니다⁴⁾.

3) 미국과의 관계는 사실 우리 역사를 반추하여 보면 훨씬 더 이전으로 거슬러 올라갈 수 있다. 일제 강점기를 지나 미국의 도움으로 해방을 성취한 뒤 전쟁을 겪으면서 우리나라는 '영원한 혈맹'으로서 '미국'의 원조에 의지해야만 했다. 이후 빈곤극복이라는 전 국민적 열망과 노력으로 비록 많은 부작용을 배태하였지만 빠른 시간 내에 경제성장을 이루어냈다. 급속도로 성장한 경제적 성취라는 자부심은 1997년 말 닥친 미국이 주도하는 IMF 구제금융체제로의 편입으로 여지없이 무너진다. 무너져 내린 자부심과 상처받은 자존심의 회복을 위하여 우리는 어쩌면 이전보다 더하게 경제적 성취에 더욱 그 비중을 두게 되었을지 모른다. 전 세계적 자본주의화가 진행되는 맥락 속에서 우리의 현대사는 이렇게 위치하며 국가적 차원에서 경제적 성장은 곧 애국이라는 등치를 이끌어내게 된다.

4) 영화진흥위원회 홈페이지 메인 화면(<http://www.kofic.or.kr/>)

스크린쿼터의 친구가 되어주십시오. 세계에 태극기를 휘날리겠습니다⁵⁾.

문화다양성을 근거로 지속적으로 스크린쿼터의 유지를 주장하고 스크린독과점을 포함한 여러 문제로 인한 한국영화의 다양성위기를 우려해온 대표적인 영화진흥위원회와 한 배우의 연설에서 그 모순지점은 극명하게 드러나고 있다.

외국영화와 한국영화 사이에서의 외적 다양성을 보존하는 것이 스크린쿼터라는 정책이 지니는 목적일 것이다. 문화다양성을 근거로 스크린쿼터의 유지를 주장하면서 ‘한국영화의 세계 5대강국실현’을 주장하는 것은 앞뒤가 맞지 않는다. 다른 나라의 문화다양성 역시 우리나라에서처럼 유지되어야 할 가치일 것이다. 문화는 교류이지 교역의 대상이 아니라는 주장도 우리 ‘영화 브랜드’의 강화를 이야기 하는 것 역시 문화를 이미 상품으로서, 우리나라를 브랜드로서 상정하고 있음을 드러내는 이 연설로 인하여 부정되고 있다. 또한 ‘스크린쿼터의 친구’가 되어주면 ‘세계에 태극기를 휘날리겠다’는 표현도 다양성을 근거로 하는 주장과 모순된다.

문화다양성을 걱정하는 것이라는 한 축의 주장이 그 설득력의 빈곤함을 드러내고 있는 것이다. 이 두 가지 연설은 우리 미디어의 보도 경향과 일치한다. 전체 영화콘텐츠나 영화산업에 대하여 산업적 관점을 공통적으로 적용하고 있으면서 일부 문화논리를 구색 맞추기로 혹은 비중 있게 다루는 우리 미디어는 이 모순된 지점에서 한 치도 벗어나고 있지 못하고 있다.

경제적 성장에 대한 과도한 집착과 이로 인하여 가시적인 경제적 성취에만 매몰되는 경향이 뚜렷하게 드러나는 보도담론은 이 시대를 살아가는 우리의 욕망을 투영한다. 이미, 우리에게 문화란 그저 산업에 어떤 문제가 생겼을 때 그 책임을 져야하는 그 무엇으로서의 타자의 위치에 있음을 대변한다. 문화적 가치에 대한 깊이 있는 논의는 실종되었고 오직 산업의 실패, 그 지점에 문화적 가치를 두는 비논리적이고 비상식적인 태도를 보이고 있는 것이다.

5) 영화배우 장동건의 스크린쿼터 축소반대 일인시위 피켓 글귀

시기	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
사회적 배경	경제위기 극복	한류확산 닷컴 열풍	지역재개발 활성화	경제 사정 악화 경제 위기론 대두					사회 양극화 심화	
미국과의 협상 시점	미국과 무역협상 추진			미국과 무역협상 추진			미국과 무역협상 추진			
스크린쿼터에 대한 담론	스크린쿼터 유지			스크린쿼터 유지론과 축소론의 대립					스크린쿼터 축소 결정에 대한 찬반 양론	
한국 영화의 상황	한국영화 점유율 상승				한국영화 점유율 하락	한국영화 점유율 상승				한국영화 점유율 하락
미디어 담론	영화산업에의 관심증대	투자가치 상승 영화수출 관심 급증	멀티플렉스 증가	영화 산업에 대한 예찬 일부 영화의 실패로 투자 악화 과도한 제작비에 대한 우려					한국영화 활황 예찬	한국영화 위기론 대두
	<div style="text-align: center;"> <p style="text-align: center;">'산업' 담론의 지배적 흐름</p> <p style="text-align: center;">'문화'담론 일시적 등장 '문화'담론 등장</p> </div>									

<그림 6-2> 한국 영화산업에 대한 미디어 담론과 담론 외부의 접합

<그림 6-2>는 한국영화산업에 대한 미디어 담론과 담론 외부를 교차시킨 것이다. 앞서 나타난 여러 연구결과들을 압축적으로 제시하였다. 10년이라는 시간의 경과에서 한국영화산업이 괄목할만한 성장을 이룩한 것은 사실이다. 하지만 그 출발은 경제위기 극복을 위한 대안으로서의 영화산업의 육성이고 동시에 진행되는 미국과의 무역협성의 틀에서 벗어나고 있지 못했다. 변화하는 사회적 상황과 영화산업에서 일어나는 여러 가지 변화는 그 지점이 맞물려 있었으며 그 속에 미국과의 협상 시점에 스크린쿼터에 대한 논의가 이루어지고 있었다. 영화산업에 대한 미디어 담론은 전반적으로 산업적인 담론의 틀 내에 위치하고 있었으며 철저하게 그 경제적 성취에 초점이 맞추어져 있음을 알 수 있다. 그리고 수출실적, 영화의 흥행여부, 한국영화의 점유율의 추이에 맞추어 영화산업에 대한 예찬과 위기론이 반복되어 나타났다. 와스코가 말한 것처럼 영화는 중요한 경제적, 정치적, 문화적 함의를 갖는 상품을 생산하고 배급하는 비즈니스이다(Wasko. 2004/2007. 327쪽). 하지만 영화산업에 대한 우리 미디어의 담론은 지나치게 경제적 관점에서만 다루어지고 있는 문제점을 보인다. 또한 산업으로서의 영화를 중심에 두고 있으면서도 그 부가시장의 몰락을 가져온 영화시장의 기형적 구조를 비롯한 영화산업에 대한 관심은 보이지 않고 있었다. 문화담론이 등장하는 것은 스크린쿼터의 축소 논쟁이 활발하던 시점과 영화 <괴물>로 인해 촉발된 스크린 독과점 문제가 제기된 시점으로 이후 한국영화의 점유율이 급감하자 문화담론이 대두되는 경향을 보였다.

전체적으로 산업담론과 문화담론의 대립은 동등한 대결구도를 이루지 못하고 있었으며 산업담론이 지배적인 흐름을 보이고 있었다. 문화담론은 단지 그 경제적 성취가 미미한 시점에 그 이유처럼 등장하는 양상을 보였다.

10년 동안 한국 사회를 관통했던 흐름 속에 경제에 대한 부분은 곧 애국으로 위치하였으며 이러한 경향은 영화산업에 대한 미디어 담론이 철저하게 산업적 시각을 견지하는 것으로 나타나고 있다. 주되게 나타난 우리 사회에서의 경제위기, 한국영화정책에서 집중되는 산업진흥의 측면, 스크린쿼터에 대한 논쟁에서 드러나는 경제적 논리, 영화산업에 대한 전체 미디어 담론의 경향은 모두 경제적 관점에 의거하여 일관된 흐름을 보이고 있었으며 그 대척점에서 있을 것이라고 생각되었던 문화적 관점은 산업의 위기 시점에 간헐적으로 등장할 뿐이었다.

경제와 문화라는 두 가지 측면은 결코 같은 층위에서 비교될 수 있지 않다. 그럼에도 불구하고 우리 사회에서는 이 두 가지를 같은 선상에서 마치 대립구도를 형성하는 것처럼 생각하는 경향이 많았다. 매우 세부적인 근거를 제시하는 산업 담론에 대하여 문화담론은 그

논거뿐만 아니라 그 양적인 부분도 매우 빈곤하였다. 가장 첨예한 대립을 보였던 스크린쿼터 논쟁에서도 대립 지점은 스크린쿼터의 축소가 가져오게 될 경제적 파급효과, 즉 영화산업에 미치게 될 수익률의 변화였지 그 문화적 손실이 아니었다.

한국영화산업에 대한 미디어 담론은 철저하게 산업담론 위주로 재편되어있음이 드러나고 있다. 이는 우리나라의 현대사를 관통하는 경제성장에 대한 열망과 무관하지 않을 것이다. 영화산업의 세부적인 주제에 대하여 산업담론과 문화담론이 대립할 것으로 기대되었으나 실제로 보도 담론에서는 문화담론의 영역은 매우 비중이 적었다. 이는 우리 사회가 가지고 있는 가치관이 얼마나 경제위주로 편향되어 있는가를 여실히 보여준다. 또한 문화에 대한 논거역시 매우 모순된 측면을 가지고 있으며 산업적으로 불리한 시점에 간헐적으로 등장했다 사라지는 경향을 보이고 있었다. 산업적, 경제적 가치로 환산하여 그 이익만을 좇을 경우 사라지는 공공적 가치는 결코 숫자로 측정할 수가 없다. 그러나 미디어 산업 중 특히 영화산업이 가지는 문화적, 공공적 가치에 대한 숙고는 발견할 수 없었다.

국가적으로 중요한 협상의 시점에 그 일부로서 영화산업에 대한 논의가 주로 진행되고 있으며 그 대상 역시 스크린쿼터에만 한정되어 나타나고 있음은 우리가 얼마나 미국과의 협상에 수동적으로 대처하고 있는가를 보여준다. 영화에 대한 '산업'적 접근이 지배적 가치를 형성하고 있으며 그러한 이데올로기는 철저하게 자본의 이익에만 복무한다. 이러한 담론 경향은 이미 우리가 이 시대를 살면서 최고의 가치와 덕목으로 꼽는 것이 문화나, 다양성이 아닌 '경제적 성취'임을 보여준다.

2. 한국영화에 대한 미디어 담론내의 이데올로기

신자유주의의 거대한 지구적 흐름은 우리나라에게는 IMF 구제금융으로의 편입이라는 충격적인 사건으로부터 시작하게 되었다. 이 사건은 이후 우리에게 막대한 영향을 끼치게 되며 경제위기로 인한 트라우마는 현재까지 우리 내부에 지속되고 있다. 미디어가 항상 제기하는 경제적 위기론과 실업률의 증가, 사회의 양극화현상의 심화는 사회불안을 야기하고 아주 작은 요소에도 위기감은 매우 빠른 속도로 증가하게 되었다.

위기극복과정에서 조성해온 국가와 언론과 자본이 입을 모아 이야기 해온 경제적 성취의 달성 가치는 곧 애국으로 등치되며 경쟁에서 지면 살아남을 수 없다는 위기의식은 영화산업을 포함하여 대부분의 모든 사안에 대한 담론에 투영된다.

영화산업에 대한 미디어 보도를 살펴봄으로써 전지구적 신자유주의의 흐름에 적극적으로

로 편승하여 그 경쟁의 대열에 참여하고 있는 한국정부와 그에 대하여 무비판적 접근으로 일관하는 우리 언론의 모습을 확인할 수 있었다. 혹시 다시금 위기로 떨어질까 봐 전전긍긍하고 조바심을 내면서 문화적 쟁점에 대하여 경제적 논리로만 접근하는 정부와 언론의 문화적 사고의 무능력은 영화산업에 대한 미디어 담론 내에 확연하게 드러나고 있다. 오직 점유율의 상승과 하락으로 영화를 평가하고, 영화산업의 위기와 활황을 호들갑스럽게 보도하는 언론의 태도에서는 산업에 대한 숙고와 고민의 흔적을 발견할 수 없었다.

한국영화의 국내 시장 점유율과 한국영화의 흥행성적을 마치 경기를 중계하듯 상세하게 보도하는 모습은 경쟁력 지상주의 담론의 극치를 보여주고 있다. 여기서 우리 언론이 간과하고 있는 사실은 점유율이라는 수치의 허구성이다. 사실 점유율이 나타내는 숫자는 허수이다. 한 두 개 영화의 흥행성공여부에 따라 얼마든지 변동이 가능한 것이 점유율이고 점유율을 한국영화의 질적 수준의 향상으로 평가할 수 있는 근거는 그 어디에도 없다. 그럼에도 불구하고 우리 언론은 흥행여부를 영화품질의 잣대로 삼아 '잘 만들면 관객이 많이 온다'는 오만한 시장주의적 태도를 고수하고 있다.

최근 10년간의 한국영화산업에 대한 미디어 담론을 분석하는 과정에서 공통적으로 드러나는 두 개의 키워드는 그 첫 번째가 '미국'이고 그 두 번째가 '경제'이다.

'미국'은 담론과 담론의 외부 모두를 지배하는 가장 강력한 키워드로 자리매김 되어 있었다. 10년 동안 발생한 담론 외부적 사건의 큰 흐름은 미국중심의 IMF 구제금융체제로의 편입에서 이를 극복하기 위한 방안으로 미국과의 BIT 진행, 그리고 미국과의 FTA 체결로 이어진다. IMF 체제로 인해 우리 사회 전반에는 경제위기에 대한 불안감이 항시 상존하게 되고 이는 미국과의 협상 체결에 대한 조바심으로 표상된다. 미국과의 협상을 진행하면서도 우리 현대사 속에서 항상 열등한 위치에 있을 수밖에 없었던 우리나라의 열등의식은 영화산업에 대한 보도담론에 그대로 투영되어 나타나고 있었다. 영화배우나 감독은 할리우드에 진출해야만 성공한 것으로 평가받고 국제영화제에서 수상을 해야만 예술적 가치가 인정받는다는 가치평가의 잣대는 많은 보도에서 드러나고 있다. 이는 우리 사회에 전반적으로 팽배해 있는 평가 잣대와 무관하지 않다.

할리우드에 대한 숭배에 가까운 이러한 태도는 국내 영화시장에서의 한국영화 점유율과 흥행성적과 연계되어 끊임없이 재생산 되어 나타나고 있다. 하나의 영화가 할리우드 영화보다 나은 흥행 성적을 제출하였을 때 우리 언론은 '조국이 할리우드를 이기고 있다'는 환상과 착각으로 찬사로 일관하고 점유율이나 흥행 성적이 좋지 않을 때는 한국영화의 품질하락과 문화적 다양성을 언급하고 위기론을 제기한다. 할리우드에 대한 경쟁 심리의 표출은 역

으로 할리우드로 대변되는 미국에 대한 열등의식의 발로라고 해석할 수 있겠다.

두 번째 키워드는 ‘경제’로 ‘미국’과 같이 담론외부와 담론내부에 공통적이고 강력한 키워드로 작용한다. 전지구적 개방의 시대 속에서 한국영화라는 사안을 다루는데 있어서 영화의 산업적 측면을 고려하는 것은 매우 당연한 일이다. 그러나 그 이면에 내재해있는 문화적 침식에 대한 불안감의 사회문화적 의미에 대해서는 우리 언론은 ‘말하고 있지 않다.’

한국영화에 대한 산업적 담론이 지배우위를 점하고 있다는 사실이 한국영화산업에 대한 진지한 접근과 고민을 포함하고 있다는 결과로 연결되지 않는다는 문제가 있다. 우리 언론은 한국영화산업에 대하여 철저하게 산업적 관점으로 일관하고 있으면서도 그 산업 내부의 구조적 조건과 부정적 이면, 문화적 가치에 대해 철저한 무관심으로 일관하는 모순된 태도를 보이고 있다. 그러면서도 산업적 위기의 순간이라고 판단되는 시점에는 어김없이 문화담론을 제기한다. 경제논리는 경제논리로 풀어가는 것이 적절하고 상식적인 대처이다. 그러나 경제논리로 일관하다가 갑작스럽게 문화논리로 선회하면서 문제점을 지적하는 것은 그릇된 태도이다. 문화담론의 순간 등장하는 예술주체로서 영화인들은 자본의 독과점에 대하여 문화적 저항을 한다는 자기만족에 사로잡혀 있는 모습을 보여준다. 산업적 측면과 문화적 측면에 대한 입체적 연결에 대한 논리적 근거가 요구되어지는 대목이라고 볼 수 있다.

결국, 우리 언론에게는 ‘문화산업’만이 존재하고 ‘문화’는 존재하지 않으며 ‘산업적 관점’은 유지하되 정작 ‘산업’에 대한 문제의식은 발견되지 않는다.

문화적 다양성과 문화적 공공성에 대한 숙고가 없이 단순히 실용주의정신에 입각하여 돈이 되는지 안 되는지에 대한 고민만을 제출하는 것은 산업의 활성화를 위해서도 바람직하지 않다. 또한 경제적 가치로 환산할 수 없는 문화적 가치의 손실에 대하여 관심을 돌릴 필요가 있을 것으로 보인다.

한국영화에 대한 미디어 담론 내부의 이데올로기적 경향을 <그림 6-3>으로 정리하였다.

시기	1998년 ~ 2007년		
담론의 외부	IMF	→ BIT →	FTA
	경제위기에 대한 불안감 지속		
담론 내부의 이데올로기적 경향	경제적 성취 = 애국		
	경제적 경쟁력 지상주의		
	산업담론의 우위선점		
	문화적 가치의 실종		
	문화적 저항이라는 환상		
	미국에 대한 열등의식		

<그림 6-3> 한국영화에 대한 미디어 담론 내부의 이데올로기적 경향

3. 연구의 의의와 한계

지금까지 커뮤니케이션 영역에서 진행되어온 영화 연구는 그리 비중있게 다루어지지 않아왔다. 그리고 그 경향은 흥행에 대한 성공요인과 텍스트 자체에 대한 주제에 머무르고 있는 모습을 보인다. 영화가 갖는 문화적 가치와 산업적 가치를 모두 고려할 때 역사, 경제, 사회, 정치의 총체적 맥락 속에서 영화산업을 사회과학적으로 검토할 필요성이 제기된다는 문제의식에서 이 연구는 시작한다.

이 연구의 의의를 찾아보자면 다음과 같다.

먼저 이 연구는 그 주된 연구대상을 한국영화를 다루는 미디어 담론으로 하였다. 하지만 담론이라는 것은 그것이 처한 사회적 맥락에서 결코 자유로울 수 없다. 그래서 본 연구에서는 사회적 맥락과 연관지어 담론을 더욱 구체적으로 살펴보기 위해 담론 외부에서 발생한 사건들을 연대기적으로 살펴보고 미디어 담론과 연계하여 해석하였다. 또한, 영화산업에 대한 미디어 담론을 더욱 치밀하게 분석하기 위해서 한국영화산업이 현재 처해있는 상황에 대한 구체적이고 실증적인 자료들이 필요하다고 판단하여 다양한 자료들을 근거로 담론을 분

석하였다. 미디어 담론분석을 사회적 맥락 속에서 살펴보고 담론과 담론외부의 교차에 주목했다는 것이 그 첫 번째 의의라고 할 수 있겠다. 결국, IMF로 인한 경제적 위기가 지속적으로 우리 사회의 담론외부와 담론내부에 가장 강력한 기제로 작동하고 있음을 알 수 있었다.

두 번째로는 한국영화산업에 대한 미디어 담론에서 현상적으로 관찰되었던 산업담론과 문화담론의 허구이다. 대립될 것으로 예상되었던 두 담론은 거의 산업담론의 지배적 위치로 나타났으며 산업적 위기로 언론이 판단하는 시점에 간헐적으로 문화담론이 등장할 뿐이었다. 이는 예상을 뒤엎을 뿐만 아니라 우리 사회가 전반적으로 얼마나 경제중심의 가치관에 사로잡혀 있으며 문화적 공공성이나 가치에 대하여 지나치게 무관심하다는 것을 보여주는 매우 부정적인 요소로 평가할 수 있겠다.

세 번째로는 이념적으로 대립되는 양 측면에 있을 것으로 보였던 조선일보, 동아일보, 한겨레신문, 경향신문의 보도담론이 각 신문사가 갖고 있는 세계관과 이데올로기와 무관하게 일관되고 공통된 담론의 흐름을 보이고 있었다는 점의 발견이다. 스크린쿼터에 대한 보도담론에서는 그 주장에 있어 조선일보, 동아일보와 경향신문, 한겨레가 각각 대립되는 논지를 펴고 있었으나 그 기저에 있는 산업담론의 우위는 공통적으로 드러났다. 분석대상 신문은 모두 공통적으로 산업적 관점으로 영화산업을 바라보면서도 영화산업에 대한 문제의식은 부재하였고 그 경제적 성취에만 관심을 기울이고 있음을 알 수 있었다.

몇 가지 의의에도 불구하고 본 연구는 적지 않은 한계를 가지고 있다. 무엇보다도 10년이라는 긴 기간을 대상으로 미디어 담론뿐만 아니라 담론외부의 문제를 같이 대상으로 하다 보니 좀 더 구체적이고 정교한 분석과 논의가 이루어지지 않았다는 점이다. 한국영화산업에 대해서는 그 심의의 문제, 배급의 문제 등 비중있게 다루어져야 할 부분들이 다수 존재한다. 본 연구에서 이러한 부분들에 대해서도 논의를 심도있게 다룰 수 없었던 것은 아쉬운 점으로 남는다.

또한 연구결과로 도출된 시장주의 산업담론 지배에 대한 근본적이고도 체계적인 이론적 평가가 부족했다는 점이다. 이러한 담론의 지배를 이론적으로 평가하고 해석했다면 더욱 통찰력 있는 연구가 되었을 것으로 생각한다.

이러한 한계점들을 극복하는 과정이 이후 연구진행의 출발이 될 것이다. 지금 시기 채널의 확장으로 영상콘텐츠에 대한 수요가 급증되고 있는 시점에 논의는 상대적으로 플랫폼이나 사업자 위주로 편향되어있는 모습을 보이고 있다. 영상콘텐츠 산업에 대한 지속적인 관심과 논의의 필요성이 대두되며 더욱 다양한 영상콘텐츠 산업에 대한 구체적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 박소라 (2006). 방송시장 개방에 따른 미디어 상품의 국가간 흐름 모델과 자국 문화보호: 상대적 시장규모와 문화적 할인개념을 중심으로. 『사이버커뮤니케이션학보』, 18호, 113~151쪽.
- 방정배 (2004). 한국 영화정책의 방향성. 『미디어 문화정책론』. 서울: 한울.
- 이동연 (2006). 문화의 세계화와 문화자본의 논리. 『문화과학』, 47호, 64~89.
- 이상길 (2005). 1990년대 한국영화장르의 문화적 정당화과정연구 - 영화장의 구조변동과 영화저널리즘의 역할을 중심으로. 『언론과 사회』, 13권 2호, 63-11.
- 이상우 (2004). 6개 국가의 영화 시장 점유율과 영화 후속 창구 규모의 관계: 1950~2002. 『한국언론학보』, 48권 6호, 225~248.
- 이진경 (2002). 『철학의 외부』. 서울: 그린비.

2. 외국문헌

- Canclini, N. G. (2005). 세계화와 정체성 논의에 대한 또 다른 시각, 김창민 편. 『세계화 시대의 문화논리』. 서울: 한울.
- Deleuze, G. (1988). *Foucault*. University of Minnesota.
- Foucault, M. (1969). *L'archeologie du Savoi*. 이정우 역 (2000). 『지식의 고고학』. 서울: 민음사
- MPA (2005). *Anti-Piracy Fact Sheet: Asia-Pacific Region*.
Available: <http://www.mpaa.org/AsiaPacificPiracyFactSheet.pdf>
- Schiller, H. (1991). Not yet the Post-Imperialist Era. *Critical Studies in Mass Communication*, 8.
- Wasko, J. (2004). *How Hollywood Works*. 박조원·정현일 옮김(2007). 『할리우드 영화산업론』. 서울: 커뮤니케이션북스.