

웹툰·시나리오 작가·영화감독

에이전시 현황



웹툰·시나리오 작가·영화감독

에이전시 현황

KOFIC

창작가 ‘에이전시’ 시대

- 웹툰·시나리오 작가 ·영화감독 에이전시 현황

필 자 이 화 정 (<씨네 21> 기자)

발행인 김세훈

발행일 2015 년 11 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

창작가 ‘에이전시’ 시대

— 웹툰·시나리오 작가·영화감독 에이전시 현황—

영화진흥위원회 산업정책연구팀

글 : 이 화 정 (<씨네 21> 기자)

Contents

01

들어가는 글 / 1

02

웹툰 에이전시, 스스로의 힘으로 / 2

03

시나리오 작가 에이전시, 밑돌을 놓다 / 5

04

영화감독 에이전시, 필요에 눈뜨다 / 7

05

‘알음알음’을 넘어서라

서영주 WAF 대표 Box Interview / 10

1. 들어가는 글

다양한 아티스트와 엔터테이너가 에이전시에 소속돼 활동하는 미국과 달리 국내 엔터테인먼트산업은 배우와 가수 이외에 에이전시, 혹은 매니지먼트의 필요성에 대한 인식이 부족한 편이다. 그렇다면 국내 아티스트는 에이전시의 필요성에 대해 어떻게 느끼고 있을까?

지난달 한국 웹툰 3편이 할리우드영화, 그리고 TV 시리즈로 제작된다는 소식이 전해졌다. 국내에서 두터운 팬층을 형성하고 있는 임강혁, 홍성수 작가의 <피크 PEAK>와 현재권 작가의 <트라이브 엑스 Tribe X>, 남은혜 작가의 <시계수리공>이 그 주인공 이다. 할리우드 쪽 프로듀서는 <배트맨> 시리즈의 프로듀서로 유명한 마이클 유슬란으로, 그가 운영하는 '브랜디드 엔터테인먼트 Branded Entertainment LLC'는 만화, 영화 제작, 출판을 전문으로 하고 있다. 셋 중 가장 먼저 제작을 추진 중인 <피크>는 북한산 산악 구조대 이야기를 다룬 웹툰으로 할리우드 블록버스터를 연출한 복수의 감독이 참여 의지를 밝힌 것으로 알려졌다. <피크>는 이르면 내년 상반기 제작과 관련한 계약이 진행될 예정이다. 마이클 유슬란은 "한국 웹툰은 단순한 슈퍼히어로가 아닌 입체적인 캐릭터와 매력적인 스토리를 가지고 있다"고 설명하며, 이미 계약을 체결한 3편 이외에도 한국 웹툰을 영화나 드라마로 만들어 전 세계에 유통하는 작업을 지속적으로 해나갈 것 이라고 전했다.

2. 웹툰 에이전시, 스스로의 힘으로

한국 웹툰 작가와 할리우드 업체 간 계약 체결이라는 고무적인 성과가 있기까지, '한국 웹툰의 세계 시장 진출'을 모토로 내건 글로벌 웹툰 포털서비스 운영업체 '롤링스토리'의 역할이 컸다. 롤링스토리는 지난해 12월 강풀, 윤태호, 전극진 등 인기 웹툰 작가가 뜻을 모아 만든 작가조합 '투니온'이 설립한 회사. 웹툰 플랫폼 '스팟툰'에 30여 편의 시놉시스와 본문을 영문으로 제공 하고 있다. 지난 7월부터 테스트를 거쳐 10월 본격적으로 서비스를 시작했으며, 조만간 온라인 미디어 '허핑턴포스트코리아'의 웹툰 코너를 통해 콘텐츠 서비스를 연계할 예정이다. 롤링스 토리가 정식으로 활동한 지 채 2개월이 되지 않았지만 영미권의 호응은 벌써부터 꽤 높은 편이다. 전 세계 만화 시장에서 디지털 코믹스의 영향력이 점차 커지고 있는 데다, 특히 한국 웹툰이 양 적, 질적으로 세계 1위 자리에 서도 손색이 없음에도 지금까지 해외 서비스의 통로가 없었던 데 이유가 있다. 좋은 작품이 있더라도 해외에 알릴 기회가 오랫동안 없었다면, 롤링스토리가 창 구로서의 역할을 해준 셈이다.

롤링스토리의 권복기 대표는 <한겨레>와의 인터뷰를 통해 "앞으로도 더 많은 웹툰이 글로벌 시장에서 좋은 성과를 낼 수 있도록 지속적으로 투자를 키워나가겠다"고 밝혔다. 투니온의 설립부터 함께해온 <트라이브 엑스>의 현재권 작가는 롤링스토리의 역할에 대해 "해적 사이트가 아니라 제대로 된 정식 번역을 거친 '국가대표 작품'을 해외에서 볼 수 있게 해준다는 점에서 무척 고무적"이라며 "정식 루트가 있으니 한국 웹툰에 관심 있는 이들이 이미 다양하게 접촉을 해오고 있다. 업계 관계자로서는 한국 웹툰에 손쉽게 접근할 공식적인 통로가 생긴 것"이라고 설명했다. 그는 할리우드 블록버스터 <엣지 오브 투모로우>의 원작 만화를 언급하며 "원작은 일본의 라이트 노벨 『올 유 니드 이즈 킬 All You Need Is Kill』인데 엄청난 베스트셀러여서 영화화됐다기보다, 번역이 돼 있고 그걸 접할 수 있는 통로가 있었기 때문에 가능한 결과였다. 한국 웹툰도 얼마든지 그런 기회를 가질 수 있다"고 강조했다.

롤링스토리 외에도 한류 콘텐츠로 각광받고 있는 웹툰의 세계화를 목표로 한 움직임은 활발히 진행되고 있다. 네이버는 '라인 웹툰'으로 세계 시장 진출에 박차를 가하고 있다. 콘텐츠가 곧 플랫폼이 될 수 있다는 목표 아래, 서버 구축 비용이나 번역 비용에 투자를 아끼지 않는다. 네이버는 각 나라 웹툰에 PPS 프로그램을¹을 동일하게 유지하는데 한 국가에서 화제

¹ PPS(Page Profit Share)는 포털사이트 네이버가 웹툰, 웹소설 등의 콘텐츠로 생기는 수익을 창작자와 나누기 위해 고안한 콘텐츠 비즈니스 모델이다. PPS는 콘텐츠 유료 판매, 광고 모델, 파생상품 노출

의 웹툰이 나오면 전 세계적인 인기 작품이 되고, 글로벌 PPS가 가능하게 될 경우 현재의 억 단위를 뛰어넘어 조 단위의 광고 수입도 발생할 수 있다는 그림을 세우고 있다. 한편, 양경일, 윤인완 작가가 주축이 된 '와이랩'은 2010년 설립돼 주로 일본 만화 시장에 한국 웹툰을 소개하는 역할을 해왔다.

와이랩은 회원 중심의 작가 에이전시라기보다는 작품 중심의 콘텐츠를 알리는 데 주력하고 있고, 롤링스토키는 작가별 전략에 더 집중하는 모양새다. 롤링스토키의 경우 미국 내에 일본 만화를 소개해 북미의 '망가 붐'을 이끈 일본 출판사 '도쿄팝'을 연상하면 이해가 쉽다. 한동안 북미 만화 출판에 주춤했던 도쿄팝은 최근 디지털 시장에 발맞춘 '팝코믹스Popcomics'라는 무료 만화 서비스 사업을 시작해 해외 진출에 박차를 가하고 있다. 한국인 만화가 형민우의 <프리스트>가 영미권과 유럽 지역 33개국에 소개되고 할리우드영화로 제작(2011)된 것도 도쿄팝을 통해서였다. 그간 국내 작가들을 소개해줄 서비스 업체가 없다 보니 일본을 거쳐서 해외시장으로 진출하는 모양새였다.

롤링스토키의 시작이 되는 투니온의 설립을 되짚어볼 때 이런 움직임이 작가의 자발적인 필요성에 의해 시작됐다는 것도 주목할 만한 지점이다. 현재권 작가는 "처음 출자할 때는 롤링스토키의 설립이나 수익 같은 것이 전혀 보장된 것이 아니었다. 작가들이 선의에 기반해 자금을 출자했고, 그렇게 시작한 것이 지금처럼 서비스가 확장되고 안정화된 것"이라고 말한다. 현재 소속된 작가는 30여 명. 설립 이래 그간 두 차례의 증자를 했으며, 앞으로도 5~10명 단위로 점점 증자를 해나갈 예정이라고 한다. 가시적인 성과가 이어지고 있으니 아무래도 더 많은 작가가 영입될 가능성이 높은 셈이다.

만화전문 리뷰 웹진 '에이코믹스'의 김봉석 편집장은 롤링스토키와 같은 웹툰 작가 에이전시가 날로 확장되고 있는 한국 웹툰 시장에서 반드시 필요하다고 강조한다. "작가들도 에이전시의 필요성을 점점 절감하는 추세다. 특히 해외 진출이라고 해서 똑같은 기준이 적용되지 않다는 점을 알아야 한다. 중국, 미국, 일본 모두 다른 절차와 조건을 가진 시장이다. 와이랩이 일본 시장 진출에 있어서 노하우를 가진 전문적인 업체라면, 중국이나 미국 시장 진출에는 또 다른 노하우를 가진 전문가가 필요하다. 만화가 개인이 스스로 이 모든 걸 처리할 수는 없다"는 것이다. 그는 앞으로 미국, 일본뿐만 아니라 중국 시장 진출을 위한 작가 에이전시의 역할이 필요하고 또 중요하다는 점을 지적했다. "중국 시장의 경우 플랫폼이 점차 생기고 있고, 그 규모가 상상 이 상이다. 이런 부분에 대해서 작가를 관리해줄 신뢰 있는 업체가 필요하다." 한국 웹툰 콘텐츠에 대한 중국 시장의 관심은 날로

등 세 가지로 구성돼 있으며, 작가는 콘텐츠 특성에 따라 셋 가운데 원하는 비즈니스 모델을 선택할 수 있다. 즉, PPS는 네이버 웹툰 페이지에 수익 모델을 도입하고, 그 수익을 작가와 나누는 비즈니스 패키지를 의미한다(네이버 트렌드 지식사전 참조).

높아지고 있다. 실제로 자금을 가지고 구매하려는 시도도 있지만, 제대로 한국 콘텐츠를 소개하고 관련 계약을 풀어줄 에이전시가 없다는 점은 웹툰 업계에서도 모두 인지하고 있는 지점이다. 하지만 오픈돼 있는 미국 시장과 달리 중국은 현지 파트너가 확실히 있어야 하는 등 아직까지 접근이 쉽지 않은 점도 고려할 지점이다. 롤링스토리도 이 부분에 대한 인지를 하고, 점차 서비스를 확장해나갈 계획에 있다.

웹툰 작가의 에이전시에 대한 필요성은 해외 시장 진출에만 국한되는 문제는 아니다. 유통 플랫폼이 날이 갈수록 다양해지면서 작가 개인이 이 모든 것을 관리, 계약하는 데 어려움을 겪고 있는 것이 현실이다. 이런 경우 계약 조건이 악용될 여지도 다분하다. 김봉석 편집장은 “창작자들이 흔히 갖는 생각 중 하나가 ‘내가 유명해지는 건데, 왜 다른 도움을 받아야 하느냐’ 하는 것이다. 하지만 그건 단선적인 생각에 불과하다. 신뢰 관계를 가지고 커리어를 관리해줄 체계 있는 업체가 있다면, 각개로 일할 때보다 그 효과는 다분히 더 높아질 수밖에 없다”고 에이전시의 필요성을 전했다.

3. 시나리오 작가 에이전시, 밑돌을 놓다

지난해 12월 출범한 'Writers Agency of Finecut'(이하 WAF)은 국내 최초의 시나리오 작가 에이전시다. 시나리오 작가의 창작물을 보호하고, 이들의 콘텐츠를 국내외에 소개하고 지원하는 역할을 하고자 하는 목표로 시작했다. 해외 공동제작, 투자 유치에 해온 화인컷의 서영주 대표가 그간의 해외 활동으로 다져온 경험과 네트워크를 바탕으로 설립했다. 특히 화인컷의 특성상 해외세일즈와 관련해 지속적으로 해외 배급사, 제작사, 프로듀서 등과 미팅을 갖는 경우가 많기 때문에 그 기회를 넓혀갈 수 있다는 점이 장점으로 작용했다. <코리아> <살인의뢰>의 권성휘, <빅매치>의 김수경, <고령화가족> <증거불충분>의 김재환, <만추> <페이스 메이커>의 민예지, <외출> <행복>의 서유민, <인간중독> <인사동 스캔들>의 오태경, <은밀하게 위대하게>의 윤흥기, <추격자>의 이신호, <더 웹툰: 예고살인>의 이후경, <타짜-신의 손>의 조상범, <미인도> <통종>의 한수련 등 15명가량의 작가와 함께하고 있다.

WAF의 활동은 시나리오 작가가 창작 활동에 집중할 수 있는 한도 내에서 다양한 지원을 아우른다. 오리지널 시나리오 창작뿐 아니라 좋은 소설, 영화, 기타 아이템의 판권을 확보해 영상 (드라마, 영화, 웹툰) 작가가 시나리오를 개발할 수 있도록 지원하는 일을 하고 있다. 창작물이 더 활발히 나올 수 있는 토대를 마련해주는 것이다. 창작자와 적합한 국내외의 제작자, 연출자를 매 치 메이킹하는 것 또한 적극적으로 시도한다. 의외로 제작사나 감독 상당수가 자신이 함께 작업해온 작가 외에는 새로운 작가를 발굴할 길을 갖고 있지 않다는 점은 에이전시의 필요성이 절실해지는 부분이다. 작가 역시 그런 네트워킹을 일일이 알아서 형성하는 건 쉬운 일이 아니다. 또 시나리오 작가의 경우 작업의 특성상 혼자 일하는 환경이 많은 편이다 보니, 작업의 방향성을 제시해줄 조언 역시 에이전시를 통해 구할 수 있다. 작가들이 좀 더 유연하게 시장에 대처하면서 적극적으로 작품을 개발할 수 있는 토대가 마련될 수 있는 것이다.

특히 점차 글로벌화돼가는 영화 시장에서 이 같은 에이전시의 역할은 보다 극대화된다. 가령 해외 마켓의 분위기에 가장 민감하고 발 빠르게 대처하는 서영주 대표는 지난 몇 년간 한국영화의 해외 판매 시장이 위축되었다는 점에서, 최근 한국영화가 국내 시장을 염두에 둔 '빅 타이틀'에만 매진해왔다고 지적한다. "작품의 원천 소스가 되는 시나리오 단계부터 글로벌한 콘셉트를 개발한다면, 국내외 프로듀서와 감독, 제작자와 연대해 작업을 할 수 있다고 판단했다. 에이전시가 중간에서 그 다리를 놓아 줄 수 있는 것이다." 이 밖에도 합리적인 계약서 작성 및 수금, 정산 시스템 확보, 저작권 보호 등 행정 지원은 기본이다. 작가가 직접 자신의 작업 조건이나 개런티, 수금을 일일이 신경 쓰면서 작업을 하다 보면

불필요한 소모전을 치러야 하는데, 그런 부분에서 합리적인 관리가 가능해질 수 있다.

한국에서는 아직까지 시나리오 작가 에이전시를 낯설게 여기는 게 사실이다. 기존에 꾸준히 작업을 해온 작가들의 경우 에이전시와 별개로 개별적인 콘택트가 이루어지는 경우가 상당수 있어 충돌이 예상되는 지점이 있기도 하다. 이에 대해 서 대표는 “에이전시가 자리 잡은 해외의 경우 작가나 감독을 속박하지는 않는다”고 설명했다. “작가들이 에이전시를 적극 활용해 어떤 이 익과 편리함을 가질 수 있는지 체감한다면 에이전시를 통하지 않고 개별로 접촉해오는 건에 대해서도 함께 일할 수 있다고 본다”는 것이다. 단, 신진 작가의 경우 에이전시를 통해 등용하게 된다면 일정 기간은 독점 기간을 가지고 에이전시를 통해 일하는 것이 필요하다고 설명한다. “에이전시 입장에서도 신뢰를 갖고 믿고 맡기는 작가에게 좀 더 많은 노력과 기회를 만들게 된다. 결국 시간과 경험을 통한 관계로 구축된다고 본다.” 1년여의 활동을 통해 WAF는 현재 밑거름을 다져가는 중이다. 앞으로 오리지널 시나리오 개발과 그에 맞는 국내외 판매처 구축에 더욱 집중할 것이라고 강조했다.

4. 영화감독 에이전시, 필요에 눈뜨다

박찬욱 감독과 함께 CAA(Creative Artist Agency)에 소속돼 있던 봉준호 감독은 지난해 WME(William Morris Endeavor)와 계약을 맺었다. WME에는 워쇼스키 남매, 리들리 스콧, 쿠엔틴 타란티노, 마이클 베이 등의 감독이 소속돼 있다. 할리우드에 진출한 감독의 경우 이렇게 에이전시에 소속돼 있지만, 한국에서 활동하는 감독이 에이전시에 소속된 경우는 아직 많지 않다. 하지만 스타 배우들과 마찬가지로 감독도 '브랜드 파워'를 가지면서 에이전시에 대한 필요성이 대두되는 추세다. 감독의 경력 관리나 개런티를 높이는 측면에서도 에이전시에 소속돼 얻을 수 있는 기대 요소가 적지 않다.

할리우드 개념의 에이전시 계약과는 다르지만 국내에서도 혼자 활동하는 대신 소속사 계약을 맺는 감독이 늘고 있다. 하이씨씨 엔터테인먼트 소속으로 방송과 영화계에서 전방위 활동을 하는 봉만대 감독이 대표적이다. 또 <소녀괴담>을 연출한 오인천 감독은 지난 4월 김승우, 김남주, 김정태, 오만석 등이 소속된 아티스트 전문 매니지먼트사 더퀸과 매니지먼트 계약을 체결하기도 했다. 더퀸의 경우 감독의 연출, 시나리오와 관련한 얘기를 투자사와 일차적으로 진행하는 역할을 한다. 감독의 우선협상권을 회사에 일임하는 것이다. 평소 친분이 있던 배우 김정태의 권유로 회사와 인연이 닿았다는 오인천 감독은 이 같은 소속사 개념이 감독에게 주는 이점이 적지 않다고 말한다. "회사와 함께 작품 선정을 논의하고, 시나리오도 개발할 수 있다는 점에서 작품 진행이 빨라진다. 또 회사에 소속된 배우들과 작품을 함께할 수 있는 기회도 많다. 한 작품이 끝나고 다음 작품을 할 때까지의 공백기를 최소화할 수 있는 장치라는 점이 나에겐 가장 큰 장 점이었다. 계속 작품을 할 수 있는 안정적인 기반이 마련될 수 있다는 점에서 감독에게는 큰 도움이 된다"는 설명이다. 감독들이 회사와 협업할 경우 가장 우려하는 지점인 '창작 자율'의 보장에 대해서도 큰 걱정을 하지 않았다. "회사가 시나리오를 검토하지만 이는 '개입'하는 것과는 다른 개념이다. 회사에 우선협상권이 있긴 하지만, 자율적인 창작권이 보장된 상태에서 제안과 조언을 해주는 파트너라고 보면 된다."

오 감독이 더퀸에 들어간 후 진행한 첫 작품은 김승우, 김정태 주연의 액션코미디 <잡아야 산다>로, 현재 후반작업을 진행 중이다. 그는 "회사와 계약을 하자마자 이번 작품을 정신 없이 진행했다. 회사가 투자 제작이나 매니지먼트 업무를 해오고 있기 때문에 오디션을 하거나, 캐스팅 관련한 노하우가 많았다"며 <소녀괴담> 때 어려움을 겪었던 캐스팅 문제가 <잡아야 산다> 때는 한층 수월했다고 설명했다. 그는 "작품을 준비하는 과정에서 조력자가 있다는 건, 감독으로서는 불안감을 해소하고 안정감을 확보하는 데 중요한 지점"이라며

“할리우드나 일본의 경우 감독이 에이전시에 소속돼 있는 경우가 일반적이다. 한국의 경우에는 감독이 중심이 돼 진행을 해야 한다는 인식이 강하지만 시간이 지나면서 할리우드 개념의 에이전시 체제가 확대될 것이라고 본다”고 전했다. 더웬은 오 감독을 시작으로 배우뿐만 아니라 감독, 작가, PD 등 다양한 분야의 아티스트를 영입해나가는 중이다.

최근 독립영화 감독과 배우 등을 지원하는 에이전시 '무브먼트'의 설립도 눈여겨볼 만한 움직임이다. 진명현 대표가 KT&G 상상마당 영화사업팀 팀장직을 벗고 설립한 1인 기업으로, 감독에겐 투자와 배급, 마케팅 과정에서 도움을 주는 업무 서비스를, 배우에겐 스타일링 및 개별 브랜드 홍보에 치중한 업무를 계획 중이다. 진 대표는 “독립영화계의 배우나 감독의 경우 개별 브랜딩이 약하다. 이런 지점을 기존 매니지먼트 시스템이 아닌 개개의 성향을 고려한 '유닛'을 통해 보완해갈 수 있다고 생각했다”며 무브먼트의 필요성을 설명했다. 그가 이 같은 에이전시를 구상한 것은 상상마당에서 활동할 당시 감독들에게 시나리오에 대한 피드백을 요청받으면서부터였다. 감독의 경우 한 작품과 다음 작품 간의 공백이 긴데, 소속사 없이 감독 스스로 모든 걸 판단하고 진행해가는 과정에서 도움을 줄 파트너가 필요하다는 점에 착안했다. “일례로 감독들이 시나리오를 기획하고 작업을 했을 때 피드백이 필요하다. 그럴 때 이런 역할을 해줄 수 있는 사람은 대부분 주변 감독밖에 없다. 그 경우에는 인맥에 의존하게 되는데, 보다 폭넓은 시장 상황을 고려한 피드백이 오가는 게 도움이 될 수 있지 않을까 생각했다.” 상업적 가능성에서 시나리오를 검토하고 의견을 조율할 수 있는 역할을 해주는 것이다. “무브먼트가 지향하는 것은 감독, 배우뿐만 아니라 작가 등 창작자들이 모여 있는 일종의 '독립영화 스튜디오'다. 창작자들이 교류하는 곳이니 그 안에서 일상적으로 아이디어나 인적 협력이 이뤄질 수 있다고 본다. 일종의 '협동조합' 같은 시스템”이라고 설명한다. 무브먼트는 내년 초 배우, 감독 등의 라인업 체결을 마치고 본격적인 활동에 들어갈 예정이다.

에이전시의 필요성이 강조되는 현상은 국내 감독의 중국 진출 증가와도 궤를 같이한다. 한중합작 영화 <하유교목 아망천당 夏有喬木 雅望天堂>을 연출한 조진규 감독은 중국 감독들의 경우 에이전시를 중심으로 활동 반경을 넓혀가고 있다는 점에 주목한다. 그 또한 해외에서의 연출 경험을 통해 에이전시의 필요성을 절감했다며 “궁극적으로 에이전시는 감독에게 필요한 장치”라고 말했다. “중국 제작사의 경우 중요한 사항도 즉흥적으로 전달할 때가 많다. 명시화돼 있지 않다 보니 시간이 지나면 불분명해지고, 그러다 보면 오해가 발생할 여지가 많다”는 설명이다. 계약서가 비교적 명확하지 않다거나, 한국이 아닌 해외에서의 재판 문제가 발생할 경우 감독 스스로 이 모든 걸 감당하는 건 쉽지 않다. “지금 중국에 진출한 감독들이 계약서를 쓴다는 건 문제가 발생했을 때 최소한의 보호 장치가 될 뿐, 재판 등에서 이길 수 있는 역할을 해주지는 않는다. 중국 시장 상황이나 법적인 것들을 알고 대처할 수 있는 에이전시의 역할이 필요한 지점”이라고 강조했다.

하지만 중국 진출의 경우 할리우드 진출과는 다른 특수성도 존재한다. 최근 들어 중국 제작사에 진출해 실무진으로 참여하고 있는 한국 인력이 상당해 감독이 한국어로 일대일 소통을 하는 데 큰 문제가 없다. 특히 해외와의 엔터테인먼트 법률을 전문으로 대행하는 로펌이 있어 계약 문제나 법적인 문제를 맡고 있으며, 이를 통해 문제가 발생할 경우 차질을 최소화할 수 있다. 또한 에이전시에 소속되는 것이 아직은 시기상조라는 점에 있어서 중국 쪽의 체계를 지적하는 목소리도 있다. 조 감독의 말처럼 중국 진출을 한 많은 국내 감독이 중국의 계약서, 문서 등이 허술하다는 점을 지적한다. 최근 중국 진출을 추진 중이던 A 감독은 “중국은 아직 10년 전 충무로에 가깝다. 시스템이나 계약 관련 문제에 있어서 허술한 점이 많다”고 체감을 전했다. 또한 그는 “이런 상황에서 에이전시가 과연 실질적으로 얼마나 도움이 될 수 있을지 짚어봐야 한다”고 말했다. “한중 합작 경험이 있는 제작사의 경우도 계약금 송금과 같은 문제에 뚜렷한 답을 찾지 못한 상태다. 감독 진출은 거의 포화 상태에 달했지만, 이 부분에 대해서 명확하게 진행이 되고 있는지는 여전히 의문이다. 게다가 워낙 시장이 급변하고 있어 지난해와 올해의 상황이 전혀 다르다. 예를 들어 작년까지만 해도 ‘환치기’라는 편법을 통해 세금 문제를 해결하는 것이 방법인 것처럼 하다가 정책 변화로 또 다른 법 조항이 생겨났는데, 그것도 복잡해서 금방 적응하는 게 힘들다. 불과 1년 사이의 변화다. 중국의 법률과 관련해 세세한 부분까지 이해하고 있는 전문가가 아직까지는 없는 상태라고 할 수 있다. 에이전시가 있으면 감독으로서는 수월하겠지만, 에이전시가 있어도 과연 얼마나 힘을 쓸 수 있을까 하는 의문이 드는 것 또한 사실이다.”

에이전시의 역할과 그 필요성에 대한 국내 감독의 인식 수준은 아직 크지 않은 것이 현실이다. 안상훈 감독은 최근 중국에서 <블라인드>의 리메이크작 <나는 증인이다 我是证人>²를 연출했는데, 이 영화의 경우 한중 합작으로 제작돼 한국 쪽 제작사인 문와쳐가 감독의 계약 관계나 실질적인 업무 처리를 도맡았다. 이에 대해 안 감독은 “실무를 대행해줄 에이전시가 없어도 연출 외에 특별히 장벽이 된 부분은 없었다”고 말한다. “감독 개개인의 성향이 다 다를 것이다. 하지만 아직까지는 감독들이 에이전시에 대해서 적극적으로 검토하고 있지는 않다. 자신의 영역을 다른 누군가에게 일임한다는 것에서 오는 불안이 아직까지는 있는 것”이라고 설명했다. 그는 “신뢰 관계를 구축한 파트너십에 대한 개념이 필요하다. 그래야 에이전시라는 것을 활용할 수 있는 여유도 생길 것”이라고 전했다. 그의 말처럼 지금은 에이전시에 대한 개념 정립부터 시작해야 하는 단계지만, 분명 그 필요성만큼은 앞으로 점차 늘어갈 것이다. 창작자의 권리를 대변할 바람직한 형태의 에이전시가 요구되는 시점이다.

² 지난 10월 30일 중국 개봉한 <나는 증인이다>는 할리우드영화 <앳맨>을 누르고 개봉 3일 만에 극장 매출 1억 2천만 위안을 돌파해 한중 공동제작 성공 사례로 손꼽히고 있다.

5. '알음알음'을 넘어서라

Box Interview | 서영주 WAF 대표

Writers Agency of Finecut은 어떤 필요성에서 시작하게 됐나.

지난 15년간 완성된 영화의 해외 배급을 주업무로 해왔다. 하지만 업무 가운데 영화저작권 즉, 리메이크 판권을 판매하는 경우도 많았다. 할리우드 스튜디오나 프로듀서는 물론이고 최근에는 중국, 인도, 이스라엘, 터키, 일본, 남미 등 저작권의 영상화 판권을 구매 하려는 문의가 다양한데, 이를 위해서는 완성된 영화로부터 파생되는 것이 아닌 원천 소스인 롱 트리트먼트나 아직 제작되지 않은 한국 작가의 콘셉트(아이템)를 다양한 루트로 판매할 수 있겠다는 생각이 들었다.

작가 영입은 어떻게 이루어졌고, 호응은 어땠나.

활발한 활동을 하는 30여 명의 작가부터 1편 정도 크레딧을 가 진 작가들 위주로 미팅을 했다. 공통된 우려도 있었고, 다른 작가의 움직임을 관망하려는 이들도 있었다. 하지만 우리 에이전시가 크게 매여 있는 형태가 아니라, 기회가 있을 때 함께 '원원'하는 그림으로 진행되기에 이에 대해 합의가 이루어졌다. 그렇게 15여 명의 작가와 뜻을 같이하게 됐다. 미팅 한 달 만에 생각보다 많은 작가의 호응이 따랐다.

에이전시를 필요로 하는 작가들의 요구가 가장 많았던 지점은 무엇인가?

가장 필요한 부분은 다양한 판매처의 개발이었다. 국내의 경우는 알음알음 작업을 하고 판매를 했는데, 대부분 각본보다는 각색 작업에 치우쳐 있었다. 한편, 오리지널 시나리오를 중간에서 매치 메이킹하거나 판매하는 부분이 작가가 가장 필요로 한 에이전시의 역할이었다. 계약서 체결에 관한 업무나 제대로 된 정산 및 수금, 이후 저작권 운영을 감시하고 관리하는 역할도 필요로 했다.

최근에는 영미권, 유럽뿐만 아니라 중국 영화계와의 협업 역시 중요한데 그 지점에서의 지원은 어떻게 이루어지고 있나?

현재 중국 쪽은 복수의 협력 에이전시와 협업해 소속 작가의 시나리오 판매를 유도하거나, 작가들이 중국에서 작업할 수 있도록 기회를 모색하고 있다. 일차적으로 언어적인 부분에서 지원을 하는데, 의뢰가 들어올 경우 그 콘셉트에 맞는 작가에게 이를 전달하고 의향이 있을 경우에는 콘셉트를 개발해 중간에서 피칭하거나 조건을 조율하는 일을 하고 있다. 이렇게 되면 작가는 창작에만 전념할 수 있게 된다. 의뢰하는 쪽에는 한국 작가와 어떤 형식으로 작업해야 하는지에 대한 비즈니스 모델을 만들어 제시해준다.

그간 작가 영입이 더 이루어졌나?

한동안 신진 작가의 시나리오가 많이 들어왔다. 관심을 가진 작품의 작가들이나, 소개받은 작가들과 추가로 계약을 하기도 했다. 아직 크레딧이 없는 작가도 있는데, 가능성이 높은 작가들이라 그 기회를 만들려고 한다. 하지만 작가 수를 늘리기보다는 현재 회원을 대상으로 최대한 기회를 만드는 데 주력하고 있다.

출범 1주년이 다가온다. 그간의 가시적인 성과를 말한다면?

그간 시스템을 구축하고 국내외에 소속 작가들을 홍보해왔다. 각색/각본 작업을 5건 정도 계약하고, 오리지널 시나리오 3편을 한국 제작사에 판매했다. 또 중국 유수 제작사와 오리지널 시나리오 판매도 체결했다. 미국, 인도 프로듀서에게 의뢰가 들어온 프로젝트에 대해 작업 가능성을 모색 중이기도 하다. 에이전시 입장에서는 최대한 작가 고유의 오리지널 시나리오를 구축하려고 한다.

정책적 지원 역시 필요할 것 같은데.

시나리오 피칭을 할 수 있는 해외 이벤트를 지원하는 등, 시나리오 마켓의 기회를 미국의 코믹스 이벤트처럼 확대해가는 방향이 필요하다. 또 참여하는 데 번역이나 활동 지원도 필요한 부분이다. 이메일이 아닌 직접 상대를 만나 파악하고 서로의 필요성에 맞는 시나리오와 제작 판매처 관리를 하는 데 큰 도움이 될 것 같다.

글 | 이화정 <씨네21> 기자