







## 한중 공동제작 프로젝트, 중간 점검

- <평안도> <하유교목 아망천당> <메이킹 패밀리>의 교훈

글 : 전 중 혁

발행인 김세훈

발행일 2016년 1월 15일

-

영화진흥위원회

부산광역시 해운대구 센텀중앙로 55 경남정보대 센텀산학캠퍼스 13층, 14층

전화 (051)720-4700 / 팩스(051)720-4849

홈페이지 [www.kofic.or.kr](http://www.kofic.or.kr)

©영화진흥위원회, 2015

한중 공동제작 프로젝트, 중간 점검  
-〈평안도〉 〈하유교목 아망천당〉 〈메이킹 패밀리〉의 교훈

영화진흥위원회 정책연구부

글 : 전 종 혁

# Contents

## 01

들어가는 글 / 9

## 02

"시행착오를 줄일 '코워크'가 필요하다" / 10

## 03

"감독의 소신과 원칙을 지켜야 한다" / 15

## 04

"결국 파트너가 중요하다" / 19







## 1. 들어가는 글

<한국영화>는 지난해 1월 '한중 합작 제작 노트'를 소개한 바 있다. 한중 공동제작 프로젝트와, 한국 감독과 배우의 중국 진출 프로젝트 등 당시 제작 중이던 한중 합작영화를 망라했다. 2014년 7월 "한중영화공동제작협정"이 체결되며 어느 때보다 한중 합작에 대한 기대와 열기가 뜨겁던 때였다. 그로부터 1년. 한중 프로젝트들은 그사이 어떤 성과를 거뒀을까? 2015년 새해 벽두 '중국판' <수상한 그녀>인 <20세여 다시 한 번>이 개봉해 흥행에 성공하며 한중 공동제작에 대한 기대는 한층 커졌다. 그러나 지난 한 해 그 외의 한중 프로젝트는 중국 극장에서 거의 찾아볼 수 없었다. 당시 2015년 3월 개봉을 점쳤던 <평안도>는 아직 관객과 만나지 못했고, <엽기적인 두 번째 그녀> 역시 2015년 1월 촬영을 마쳤지만 개봉은 감감무소식이다. 2015년 중국 박스오피스 시장은 440억 6900만 위안 규모를 보여 전년 대비 48.7%나 성장했다. 또 할리우드 블록버스터와 중국 자국영화가 엮치락뒤치락하며 역대 박스오피스를 새로 쓰기를 거듭했다. 하지만 '화려한 한 해'를 보낸 이들과 달리 한중 공동제작 프로젝트는 개봉조차 쉽지 않았다. 그렇다면 무엇이 한중 프로젝트의 발목을 잡고 있는 것일까? 누군가는 중국 현지 배급사의 역량 부족이라고, 또 누군가는 중국의 엄격한 검열이 영향을 미친 때문이라고 말한다. 그래서 그 이유를 직접 물어봤다. <평안도>를 제작한 코디즈의 김완식 대표, 중국에서 첫 영화 작업을 마친 조진규 감독, 그리고 그 누구보다 풍부한 글로벌 공동제작 경험을 갖고 있는 한맥문화 김형준 대표가 자신의 경험을 털어놨다. <평안도> <하유교목 아망천당> <메이킹 패밀리>의 사례를 통해 중국 공동제작의 고충과 교훈, 또 한중 공동제작 프로젝트가 향후 풀어가야 할 과제를 생각해본다. 무엇보다 이들을 통해 빠른 속도로 성장하며 변화를 거듭하고 있는 중국 영화계의 일면을 살펴볼 수 있었다.

## 2. "시행착오를 줄일 '코워크'가 필요하다"

### INTERVIEWEE: <평안도> 김완식 코디즈 대표

장윤현 감독이 연출한 <평안도>는 2013년 <이별계약>으로 한중 합작의 성공을 이끈 CJ E&M과 국내 제작사 코디즈, 중국의 베이징원찬스지원화, C2M 등이 공동으로 기획·제작한 프로젝트다. 김완식 대표는 현재 제작사 코디즈를 이끌고 있다. 해양탐사단이 미지의 무인도에 불시착하는 상황에서 시작하는 <평안도>는 공포, 스릴러, 미스터리가 합쳐진 복합장르의 영화다. 대만을 대표하는 배우 황리성, 다이리런이 출연하고 베이징, 선전 등에서 촬영했다. 중국에서 처음 시도되는 장르에 도전한 탓에 항해가 순탄하지는 않았다. 중국 심의의 장벽에 부딪쳐 '공포'에서 시작한 기획이 '재난 스릴러'로 변했다고 김 대표가 고백할 정도다. 많은 시행착오를 거치며 수업료를 지불한 그는 중국 진출을 고민하는 국내 영화인을 위해 조언을 아끼지 않았다.

**<평안도>는 2014년 3월에 크랭크인했다. 지난해 3월을 개봉 시점으로 잡았던 것으로 아는데, 개봉이 늦어진 이유는 무엇인가?**

우선 중국에서 처음 하는 장르였다는 게 영향을 끼쳤다. 일단 중국에는 세부적인 장르 인식이 없다. 한국이 공포, 미스터리, 스릴러를 각기 나눠 구분한다면, 중국은 셋 모두를 '공포'라고 말한다. 알다시피 중국영화는 모두 전체 관람가다. 즉, 극장에 걸릴 수 있는 영화와 걸릴 수 없는 영화로만 구분된다. <이별계약> 등 로맨틱코미디나 멜로를 주로 해온 CJ E&M 차이나가 2013년 변별력 있는 장르로 '도시 괴담류'를 생각했는데, <평안도>는 그런 과정에서 기획됐다. 무인도처럼 일상 이 아닌 낯선 공간, 독특한 소재로 접근한다면 공포영화에 대한 까다로운 심의도 넘길 수 있을 것이라 생각했다. 그러나 시나리오 심의 단계부터 문제가 생겼고, 편집 이후에도 이 문제가 거듭됐다. 그 결과 <평안도>는 공포영화라고는 할 수 없는, 장르가 애매한 영화가 됐는데 개봉도 이러한 과정을 거치며 늦춰지게 됐다.

**중국 심의 기준에 맞추다 보니 의도하지 않게 복합장르 영화가 된 모양이다.**

일종의 '재난 스릴러' 같은 영화다. 처음부터 그렇게 기획했다면 거기에 맞춰 만들새나 완성도에 공을 더 들었을 텐데, 진행을 해가면서 계속해서 바뀌어야만 했다. 우리의 의도와는 다르게 엇나간 셈이 돼, 결과물이 나온 현재 상태에서는 많이 아쉽다. 처음 방향과는 다르게 가지를 치다 보니 다른 형태의 나무 모양이 됐다. 결국 심의가 나왔지만, 완성 심의 과정도 어려웠다. 중국은 심의 문제로 미국과 많이 부딪힌다. 때문에 노골적으로 심의의 잣대나 규제를 말하지는 않는다. 대신 '전체적으로 너무 폭력적이다. 전체적으로 어둡다. 희망적이지 않다'는 식으로 말한다. 딱 꼬집어 어떤 장면을 지적한다면 오히려 간단히 해결 가능한데, 막연하게 '알아서 잘라오라'고 한다. 처음 시나리오를 쓸 때부터 중국영화를 참조해가며, 심의 기준을 염두에 두고 썼다. 그런데도 쉽지 않더라. 중국 쪽 지인들도 합작이 아닌 중국 자국영화였으면 통과했을 거라고 말하기도 했다. 쉽게 말해 '합작영화 길들이기'라는 것이다. 자국영화의 경우 스토리와 관계없는 인서트들만 정리해줘도 웬만하면 통과가 된다는 것이다. 하지만 CJ E&M 입장에서는 긴장할 수밖에 없다. 외국 회사

입장에서, 상당수의 자금이 투자됐는데 상영 심의를 못 받게 되면 치명적이다. 중국 쪽 투자자들도 있으니 말이다.

**최근 공포 묘사 등에 대한 심의가 완화됐다는 이야기를 들었는데, 여전히 쉽지 않은 모양이다.**

지역마다 심의 특성이 있다. 베이징은 수도이다 보니 규정대로 할 수밖에 없다. 중국 박스오피스 분포를 보면, 공포나 눈물에 호소하는 신파영화는 상하이, 중국 이남(남방) 쪽에서 박스오피스가 가장 크게 나온다. 해당 장르의 60~70%는 남쪽에 있는 제작사들이 제작하는데, 거기서는 자기들 끼리의 관계가 있어 거의 통과된다고 들었다. 우리보다 뒤에 찍은 영화 중에 강간을 다룬 영화도 있다. 복수극인데, 다루는 주제나 표현 수위의 강도가 셋음에도 한 번에 심의를 통과했다. 남쪽에서 심의한 경우다. 이번에 그걸 배웠다. 심의를 좀 더 쉽게 받으려면 내려가야 한다는 것을.(웃음) 지금 다른 기획이 하나 있는데, 베이징에서는 심의가 반려됐다. 그래서 천진으로 옮겨서 심의를 낸 상태다. 멜로나 공포를 다루고자 할 때, 상하이를 중심으로 해서 남쪽 회사들과 접촉하는 것이 빠를 것이다. 또 지금은 그 회사들이 베이징에 지사를 많이 내기 때문에, 본사가 어디 있는가를 알고 접촉하는 것이 좋을 것 같다. 우리도 비싼 수업료를 내고 안 거다. 한편, 한국영화 <블라인드>를 리메이크한 <나는 증인이다>가 지난 10월 말 개봉해 첫 주 1억 2천만 위안을 기록하며 흥행에 성공했다. 경찰 소재는 중국이 민감하게 생각하는데, 심의가 완화된 경우 같다. 그러나 심의는 정말 부딪쳐보기 전까지는 모른다. 심의 내용이 크게 8개 항이라서 워낙 포괄적이다. 심의 당시의 중국 상황이나 사회적인 사건사고와 우연히 연동될 경우, 떨어질 가능성이 높다. 심지어 유위강 감독의 경우만 봐도, 준비한 영화가 개봉하는 데 4년이 걸렸다. 중국 내수 시장과 관련이 있고, 홍콩 감독과 중국 자본이 들어간 영화인데도 힘들었다. <평안도>의 경우 심의 때문에 늦어지다 보니 장르영화를 겨울에 개봉할 수도 없고 해서 자연스럽게 타이밍을 4~5월 정도로 보고 있다.

**<평안도>를 제작하면서 중국 영화인이나 중국 관객의 성향 때문에 겪는 어려움이 있었다면?**

중국은 미국과 가장 빈번하게 리메이크 작업을 한다. 한편, 일본영화를 리메이크한 중국영화들은 성과가 좋지 않았다. 우리가 일본영화를 어려워하는 것과 비슷하다. 중국 제작자나 작가들과 작업해보니 우리가 일본과 중국의 중간인 것 같다. 일본의 경우 장면 디테일을 켜켜이 쌓아가면서 캐릭터를 구축하는 반면, 중국은 표면에 나타나는 몇 가지로 캐릭터를 규정하는 것에 익숙하다. 민족성과 지역색이다. 행동으로 캐릭터를 이해하지 감정이 드러나는 디테일을 보고 싶어하지 않는다. 로맨틱코미디 같은 경우, '어차피 둘이 잘될 거니까, 중간에 어떻게 잘되는지를 빨리 보여줘'라는 식이다. 일본영화가 데이트를 준비하며 어떤 색의 넥타이를 고를까 고민하는 걸 보여주며 설레는 마음을 담는다면, 중국은 빨리 만나서 무슨 이야기를 하는지, 또 무엇 때문에 상처받는지 등 전개가 빨라야 한다. 따라서 디테일을 줄 수가 없다. 편집하는 과정에 중국 스태프와 충돌했던 것도 이런 지점이다. <평안도>의 경우, 탈출 미션이 있으면 그 캐릭터 성격이 어떤든 간에 어떻게 탈출하는지를 빨리 보여주자는 식이다. 인물이 그걸 해결하기 위해 무슨 생각을 하는지는 보고 싶지 않다고 하더라. 그건 혼자만의 문제라는 것이다.

**그런 식의 빠른 템포와 스타일이라면 오히려 할리우드영화와 잘 맞는다.**

그것이 최근 중국에서 할리우드영화들이 박스오피스가 크게 터지는 이유라고 본다. <분노의 질주> 시리즈의 저스틴 린이 제작한 <할리우드 어드벤처>(2015년 6월 개봉)의 경우, 미국 스태프에 배우는 자오웨이, 황샤오밍 등이 나온다. 배우들의 이름값도 있고, 여러 명의 미국 작가를 써서 미국에서 촬영했다. 굉장한 볼거리가 있는 영화다. 이 영화를 보면 할리우드도 중국영화를 세밀하게 연구한 것 같은데, 중국인이 좋아할 만한 설정과 장치가 상당하다. 그럼에도 흥행에는 실패했다. 이야기를 나누거나 액션을 할 때 아시아 정서를 전하지 못한 한계가 있다. 그것이 우리에게겐 틈새다. 중국영화 제작에 관심이 있는 한국 감독, 작가라면 중국에서 흥행이 안 된 사례로 연구해 볼 필요가 있다. 우리에게 중국 합작의 경쟁자는 미국이다.

### 최근 중국은 한국 영화계에서 인력 못지않게 IP를 찾는 것 같다.

요즘 중국이 탐내는 것은 CJ E&M, 쇼박스, NEW의 IP들이다. 그런 회사라면 중국에서 어떤 아이템을 했으면 좋겠다는 연락을 기다리는 것보다는 선택적으로 먼저 제안해야 한다. 한국영화를 중국화하는 데에는 여러 가지 방법이 있다. 우선 속칭 중국의 A급 작가와 작업하는 방식이 있을 수 있다. 나 같은 경우 다른 작품으로 몇 번 그런 작가들과 진행을 해봤는데, 한국 작가의 역량을 넘어서는 이는 많지 않았다. 그렇다면 이건 시간 낭비다. 때문에 중국 진출 경험이 있는 국내 감독, 작가를 찾는 게 낫다. 이미 경험치가 쌓였기 때문에 훨씬 더 좋은 결과를 낼 수 있다. 지난해부터 중국에서 부쩍 IP를 중요하게 여기는 것 같다. 중국에선 시나리오가 영화화됐을 때 그것이 영화적으로 어떻게 펼쳐질지에 대한 이해도가 평균적으로 높지 않은데, 원천 IP가 있으면 작품을 보여주고 중국화하겠다고 얘기할 때 장점이 된다. 지금 중국 쪽으로 네이버 웹툰이 많이 팔려 나간다. 우리도 그쪽과 코워크를 하고 싶지만, 거기서 과연 어떤 생각을 갖고 있는지 의문이다. 이와 같은 건 정부나 영진위 차원에서 해줘야 한다. 웹툰이 중국영화 쪽으로 많이 나간다면 국내 인력에 한시적으로 개발할 수 있는 시간을 줘야 한다. 6개월에서 1년 정도 도움을 줄 수 있는 방법이 있다면, 훨씬 많은 사람이 성공하는 사례를 낳지 않을까 싶다.

### 국내에서 웹툰이 영화화돼 성공한 사례가 늘고 있다. 중국에도 그런 움직임과 수요가 있는지 궁금하다. 우리 웹툰이 중국에서 시장성이 있다고 보나?

우리 쪽에서 팔려 나간 것보다 더 어이없는 소재의 웹툰도 영화화된 사례가 있다. 중국에서는 1억~1억 5천만 클릭이면 성공이라고 본다. 그 정도 클릭 수면 무조건 영화화된다고 보면 된다. 지금 중국에서 웹드라마 형식(15분)으로 5억 클릭이 넘어가는 것이 4~5편 있다. 또 9억 7천만 클릭을 기록한 웹툰이 영화화되고 있다. 때문에 '국내 웹툰의 중국영화화'처럼 국내에서 작은 것들을 지원해줄 수 있는 방법이 있으면 좋겠다. 인터넷 시장은 향후에 더 강력해질 것이다. 그러니까 알리바바가 동영상 플랫폼 유쿠투더우를 인수하고, 유튜브가 막강한 힘을 바탕으로 자체 제작을 하겠다고 나서는 것이다. 중국의 동영상 사이트 유쿠투더우, 아이치이, 큐큐 등은 몇 년 전부터 웹드라마 등의 자체 제작을 공격적으로 시작했고, 가시적인 성과가 하나둘 나오고 있다. 이런 영역에 한국 영화 인력이 들어가면 무주공산이다. 이야기 풀어나가는 방식이나 만듦새에 있어서 승산이 있다. 또 그것이 장기적으로 보면 영화로 넘어갈 확률도 크다. 코미디나 멜로의 경우 정서적인 면이 많이 반영돼야 하는 분야라 어려운 부분은 분명 있지만, 그럼에도 불구하고 <미스터 빈>은 전 세계뿐만 아니라 중국에서도 잘됐다. 그런 코드를 우리 웹툰에도 담을 수 있다. 또 중국은 할

리우드식의 판타지 계열을 좋아한다. 땅이 넓고 사람이 많으니까 포용하는 폭이 넓은 것 같다. '내가 모두 알 수 없다'가 전제로 깔린다. '어딘가에는 이런 사람이 있을 거야, 이런 일이 있을 수 있어'라고 생각한다. 이런 판타지 기획은 국내에서도 코워크가 가능한데, 영진위와 한국콘텐츠진흥원이 협업하면 된다. 개인적으로 CJ E&M과 쇼박스, NEW에 바라는 것도 코워크이다. 좋은 프로듀서, 기획자와 연계해 같이 나가는 것이 시행착오를 줄이는 방법이다. 사실 큰 회사들은 중국의 제안을 기다리는 입장이다. 반면, 우리 같은 영화 제작자는 돌아다니면서 중국이 뭐가 필요한지 많이 들을 수 있다. 각 회사의 입장이나 진행하는 프로젝트, 라인업 현황, 중국과의 기존 계약 등 내부의 문제들이 있겠지만, 서로 같이 움직이면 지금보다 훨씬 빠르게 일할 수 있을 것이라 생각한다.

### **중국의 성장세가 무섭다. 곧 전 세계 영화산업도 미국과 중국의 양강 체제에 놓일 것 같다. 이런 상황에서 한국영화와 영화인은 어떤 선택을 해야 할까?**

최근 청룡(成龍)이 <폴리스 스토리> 같은 액션물을 추가로 찍을 것인가, 아니면 <드래곤 블레이드> 같은 중국 쪽 소재를 개발할 것인가를 고민하고 있다. 그의 고민에 따라, 우리도 같이 고민할 필요가 있다고 본다. 청룡 입장에서는 외국 자본을 받아 특화된 코믹 액션으로 할리우드를 노릴 것인가, 아니면 우리가 '한국적인 것이 세계적인 것'이라고 하는 것처럼, 중국만이 갖고 있는 무협, 판타지 내용을 갖고 대작을 찍을 것인가의 문제다. 이러면 할리우드 자금도 들어온다. 중국 내수 시장에서 스코어가 나오면 당연히 할리우드뿐만 아니라 유럽 시장에도 나간다. 그 친구들이 이런 고민을 할 만큼 자신감이 생겼다. 중국은 3년 내에 50억 위안 영화를 만들 수 있는 분위기다. 현재 박스오피스 1등이 24억 6천만 위안이다. 즉, 역대 박스오피스 1위 영화를 3년 안에 2배수로 키운다는 전략인데, 극장 개수로는 충분히 가능하다. 들리는 소문에 의하면, 광전총국에서 지방 원선(중국 개별 극장이 가입한 배급망)을 부른 적이 있다. 알리바바가 갖고 있는 빅데이터를 공유할 테니, 알리바바와 협력하라는 얘기가 오갔다고 한다. 연령대, 이동 동선, 구매처, 티켓팅의 이유 등 데이터를 공유하고, 그 지역에 어떤 영화들이 최소의 마케팅으로 확산되는지를 알 수 있다. 원선들 입장에서는 자기들이 구축할 수 없는 데이터를 갖고 들어오는 셈이니 거절할 리가 없다. 알리바바는 자금력이 있기 때문에 극장 개보수 및 리모델링까지 할 수 있다. 내가 중국에 나갔던 2010년과 비교하면 깜짝 놀랄 변화다. 단기간에 이 정도까지 끌어올리는 것을 보면 정말이지 대단하다. 중국 영화인들이 보여주는 것은 우리보다 잘한다. 스토리가 아니라 이제는 플로팅 싸움이다. 이야기를 사람들이 관심을 가질 수 있게 배치하거나, 볼거리를 만드는 문제다. 중국의 경우 멜로에도 80억씩 지르기 때문에 이미지화는 더 뛰어나다. 기술 스태프들을 미국에서 데려다가 촬영한다. 이처럼 최고의 전문가를 쓰니 영화가 잘 안 나올 수가 없다.

### **그렇다면 요즘 한중 합작영화에 대한 분위기는 어떤가?**

최근에 분위기가 바뀐 것 같다. 직접 글을 쓰는 감독이나 작가, 기술 스태프, 특히 편집을 중요시한다. 그들도 템포가 바뀌고 자신감이 생겼다. 또 <수상한 그녀>를 모티브로 한 <20세여 다시 한 번>이 성공한 후 리메이크가 중요해진 분위기다. 그런 이야기만 있으면 중국 정서로 리터치하는 것이 훨씬 확률이 높다고 판단한다. 공포, 스릴러, 액션(판타지가 아닌 현실 배경의)은 홍콩과 다른 느낌을 갖고 있기 때문에 한국에도 시선을 돌린다. <용의자> <베를린>의 현장 스태프(미술,

촬영감독) 문의가 많이 온다. 또 <과속스캔들> 같은 영화에도 관심이 높다. 중국은 가족영화를 잘 못 만드는 반면, 가족물을 좋아하고 찾는 편이다. 하지만 향후 2년이면 우리가 중국에 갈 이유도 없어질 것이다. 그들이 우리를 찾을 이유가 없다.

### 그 이야기는 승부를 2년 안에 봐야 한다는 뜻인가?

그렇다. 중국 영화계의 '카르텔' 안에 들어가야 한다. 안 그러면 자체 인력에 밀릴 것이다. 중국 정부는 1년에 200명씩 영국, 프랑스, 호주, 각 나라의 영화학교에 국비로 학생을 보내둔 상태다. 올해 하반기부터 그 친구들이 돌아오기 시작하는데, 중국 5세대 감독들을 정부가 키웠듯 그들을 메이저 회사에 넣을 것이 분명하다. 우리의 기회가 줄 수밖에 없다. 마치 축구처럼 국가 대항으로 하면 우리가 승산이 있을 수도 있다. 하지만 클럽 대항으로 하면 발목 잡힌다. 우리도 그 클럽 안에 용병으로 불러 가야 한다. 중국에선 우리도 잡기 어려운 몇몇 국내 감독들을 요구한다. 엄청난 제작비와 창작에서의 전권을 준다고 한다면, 어느 감독도 그 유혹을 넘길 수 없다고 본다.

### <평안도> 개봉 시 특별한 마케팅 전략이 있나?

요즘은 중국도 영화의 주도권이 배우에서 기획으로 옮겨가는 추세라고 말한다. 하지만 가장 큰 안전장치가 배우니까 그건 변하지 않을 거다. 그럼에도 불구하고 아이템에 승산이 있다고 보고 테스트를 했다. 제작발표회를 진행하고 마케팅을 해보니, 역시 배우가 8할이었다. 우선 매체에서 아예 오지를 않는다. 땅이 크니까, 전국을 커버할 수 있는 배우들이 몇십억씩 받는 것을 이해한다. 중국 전역에서 인지도가 있는 배우들이 개런티를 20~30억 원 부르는 것은 당연한 수순이다. 4~5월 개봉 계획을 잡고 있는 <평안도>의 경우 마케팅을 하고 싶어도 배우들의 다른 촬영 때문에 기다려야 한다. 중국은 배우를 끼고 하지 않으면 마케팅이 아무 의미가 없다. 간간이 중국 포털 바이두에 동영상 클립을 올리는 등 온라인 마케팅은 짬짬이 하고 있다. 관심이 죽지 않도록 유지하는 상태다. 공격적인 것은 개봉 한두 달 앞에 하기 때문에, 구정이 끝나는 3월부터 본격적으로 하지 않을까 싶다. 한국은 타깃 마케팅을 하는 반면, 중국은 마케팅이 그만큼 전략적이지는 않다. 그러나 최근엔 타깃 마케팅을 하는 몇몇 회사가 생겼다. 우리의 경우 <20세여 다시 한 번>을 마케팅한 팀이 와서 하는데, 이전 성과들이 나쁘지 않다. 우린 중국영화처럼 마케팅비를 무차별적으로 쓸 수 있는 입장도 아니다. 어느 한곳에 집중적으로 쏟아부어야 하는데, 그 방식을 택해야 한다. 중국도 큰 할리우드영화는 피해가는 추세라서 배급 시점도 중요하다.



### 3. "감독의 소신과 원칙을 지켜야 한다"

#### INTERVIEWEE : <하유교목 아망천당> 조진규 감독

청춘 남녀의 사랑과 우정을 그린 멜로드라마 <하유교목 아망천당>은 중국 인기 인터넷소설이 원작이다. 중국 차이나필름과 위예화엔터테인먼트가 공동기획, 투자배급한다. 이 영화는 국내 인력이 함께한 경우로, <박수건달>의 조진규 감독과 배우 주원이 참여했다. 중국영화지만 주요 스태프는 한국 인력으로 구성됐다. 또한 국내에서 70%가량의 촬영이 진행됐다. 조 감독은 중국과 영화를 만들기 위해선 "그들의 생각과 정서를 알기 위해 철저한 준비가 필요하다"고 강조한다. 중국에서 기획했거나 중국 시나리오가 있는 프로젝트에 연출 의뢰를 받을 경우, 감독으로서의 역량을 드러내는 게 쉽지 않다는 것을 어려움으로 꼽으면서도 "충분히 적응 가능하다"고 덧붙였다. 또한 '관시(관계)'를 중요시하는 중국인에게 신뢰를 얻는, 자신만의 작업 방식과 노하우에 대해 얘기했다.

#### 중국영화 제작에는 어떻게 참여하게 됐나?

느닷없이 의뢰가 들어왔다. 중국은 감독 수요가 부족한 탓에 홍콩, 대만, 한국에서 많이들 수급하는 상황이다. 전부는 아니지만 중국 감독들은 사회주의 체제에서 교육을 받았기 때문에 자유로운 발상, 연출적 모험을 잘 하지 않는 경향이 있다. 물론 좋은 감독이 없어서 한국 감독에게 손을 내미는 것은 아니다. 요즘 중국영화를 보면 잘 만든 영화, 재밌는 영화가 정말 많다. 영화계의 '춘추 전국시대' 같은 느낌인데, 장르로 따지면 코미디와 액션코미디가 많이 나오고 있다. 내게 의뢰가 온 것도 이런 맥락에서일 것이다. 차기작도 액션코미디를 하게 될 것 같다.

#### <하유교목 아망천당>은 코미디인 <박수건달>과는 거리가 있는 장르인데?

나 역시 '왜 멜로드라마를 가져왔을까?' 궁금했다. 내 영화는 액션코미디지만 그 사이에 신파적인 멜로가 있는데, 그 부분이 판단 근거가 됐다고 하더라. 나는 한국에서 본의 아니게 계속 조폭영화를 만들고 있었다. 진작에 새로운 것을 해야 하는데 쉽지 않았다. <조폭 마누라>로 굳어진 이미지도 있고. 처음엔 조폭 관련 영화만 20개씩 들어오고 했다. 어느덧 '조폭 전문가'처럼 돼버렸다.(웃음) 중국에서 제안이 왔을 때, "잘됐다. 멜로물을 내 마음껏 만들어보자"는 마음이었다. 결과는 나와봐야 알겠지만 그런 부분에 대해서는 만족한다.

#### 한국 스태프를 데리고 거의 대부분 한국에서 찍었지만 <하유교목 아망천당>은 엄밀히 말해 중국 프로젝트다. 프로덕션 과정에서 힘든 점이 있었다면?

이야기 배경은 중국이지만 한국에서 거의 촬영했다. 로케이션을 나누면 한국 70%, 중국 30% 정도 된다. CG 작업을 거쳐 중국 배경으로 재탄생할 것이다. 중국 쪽의 배려 때문에 가능했다. 제작을 원활하게 하기 위해 100% 한국 스태프와 일할 수 있게 해줬고, 제작비도 충분히 지원받았다. 제작비를 다 받아놓고 촬영했으니 좋은 파트너를 만난 경우다. 중국은 최근 폭발적인 수요가 생긴 시장이라 기획이나 시나리오 개발에 능통한 사람이 업계 내에 드물다. 영화 원작이 인터넷소

설인데, 처음 보내온 시나리오가 3시간이 넘는 분량에 달했다. 결국 2시간 안팎으로 시나리오를 수정했는데, 왜 그런 과정을 거쳐야 하는지 이해를 잘 못하더라. 기획 프로듀서의 필요성이나 시나리오 수정에 대한 인지를 잘하지 못하는 편이다. 예를 들어 느닷없이 시나리오를 바꿔달라는 것이 다반사다. 중국영화는 촬영을 시작하면 쉴 틈 없이 찍어야 한다. 일정이 굉장히 빠듯한데, 그런 상황에서 시나리오를 수정하고 수정본을 배우를 비롯한 스태프 모두가 다시 소화하는 건 거의 불가능하다. 촬영 스케줄과 관련해 많은 게 꼬일 수밖에 없다. 하지만 이런 점에는 배려가 없었다. 그간 꽤 많은 한국 감독이 중국에 진출했지만 이렇다 할 성과를 내놓은 경우가 그리 많지 않다. 이는 위의 사례 같은 것도 한 이유가 아닐까 싶다. 시나리오에 긴 시간을 투자해 개발해야 한다는 개념이 약하니, 연출이 역량을 드러내기가 어렵다. 막연히 한국 감독을 데려가면 한국영화 처럼 나올 것이라고 생각하는데, 기획개발에 대한 인식이 없으면 앞으로도 힘들 것이다. 나 같은 경우는 시간도, 자금도 미리 확보해 여유를 갖고 만들었다. 결과는 올해 상반기에 나오는데, 문제는 심의다. 심의에 관련해서는 중국 제작자들도 잘 모른다. 한국은 15세냐 청불이냐가 관건이지만 중국은 개봉을 하느냐, 혹은 개봉하지 못 하느냐의 문제다.

#### **멜로드라마인데 심의가 크게 문제될까?**

주인공 중 한 명이 군인인데, 중국은 군대에서 연인에게 전화하는 것도 심의에 걸린다. 자국 군인에 대한 이미지 관리가 엄격해 연인과 키스하는 것도 문제가 됐다. 광전총국의 심의는 그야말로 알 수 없는 노릇인데, 폭력이나 섹스는 안 된다는 큰 맥락을 이해한다 하더라도 결국 세부적인 건 심의에 들어가봐야 알 수 있다. 그리고 문제가 되면 잘라내면 된다고 쉽게 생각하더라. 다른 방법이 없으니 그런 것이겠지만, 우리로선 이해하기 쉽지 않은 대목이다. 심의 과정에서 총체적으로 문제가 발생해 조절하고 편집했다. 하지만 아직도 작은 부분에서 걸려 있는 게 있다. 그래서인지 큰 회사들은 중국 심의 관계자들과 관계를 가지려고 노력한다.

#### **중국 제작사나 배급사에서 특별히 요구한 것은 없었나?**

간혹 예상치 못한 제안을 할 때가 있었다. 한국의 아역 배우로 아역 촬영 분을 마쳤는데, 영화 끝날 때쯤 아역을 중국 배우로 바꿔달라고 요구한 적이 있다. 중국에서 한창 '뜨는' 아이라 영화에 넣고 싶다는 거였다. 또 하루는 배우 셋 중 하나가 인기가 높아져 그 친구 위주로 이야기를 바꾸고 싶어했다. 심지어 아역 부분도 성인 연기자인 그 친구가 그대로 하면 안 되냐고 할 정도다. 내가 고집이 센 편이라 중간중간의 이 같은 요구들을 받아들이진 않았다. 큰 배가 항해할 경우에는 방향을 틀 때 심사숙고해야 한다. 하지만 중국은 태평양을 건너다가도 중간에 불일이 생기면 하와이에 잠시 내릴 수도 있다는 생각을 하는 것 같다. 영화에 대한 큰 원칙이 없다. 이런 것이 우리에게 부정적으로 비치지만, 반대로 강점이 되는 경우도 있다. 특히 마케팅에선 그렇다. 이처럼 촬영 과정에 한국에선 상상할 수 없는 일들이 있었다. 하지만 나름대로 그 경험이 재미있기도 했다. 제작 과정에서 큰 마찰도 없었고.

#### **앞선 예는 현재 중국영화에서 배우의 힘이 얼마나 중요한지를 보여주는 경우 같다.**

나는 원칙을 따지면서 일했지만 나중에는 그 사람들을 이해하게 됐다. 추후 시장이 성숙하면 지금보다는 나아질 텐데, 현재로선 배우가 흥행에서 미치는 영향력이 거의 절대적이다. 중국 영화인



은 성공에 대한 욕망이 굉장히 강하다. 때문에 간혹 이를 위해 우리 입장에선 다소 대범해 보이는 결정이나 사고도 곧잘 하는 것 같다.

#### **무조건 “예스”라고 하지 않은 것이 오히려 신뢰를 얻는 데 주효했던 것 같다.**

처음에 적은 제작비로 가능하냐고 물었고 현실적으로 불가능하다고 답했다. 다음엔 유명한 모 배우가 등장하면 ‘공동연출’로 이름을 올릴 수 있냐고 물었다. 요즘엔 그런 것도 중국에서 유행한다. 중국의 현실이자, 마케팅의 일환이다. 중국에서 한국 감독의 인지도가 약하니까 드문 일이 아니지만, 감독으로서 받아들이기 어려워 거절했다. 그런 부분이 오히려 신뢰를 준 것 같다. 의외하니까 무조건 하는 것이 아니라 “나는 이런 원칙이 있다”는 것을 인지시킬 필요도 있다. 그러면 중국에서 사전에 조심해 들어오는 부분도 생긴다. 이런 일이 있었다. 영화 관련 얘기가 오가는 중에 중국에 가서 배급사 고위급 간부와 저녁을 먹은 적이 있다. 그런데 영화나 일에 관한 이야기를 일절 하지 않더라. 나중에 보니 내게 돈을 맡겨 일을 할 수 있을까를 알아보는 자리였다. 일종의 테스트인 셈이니 어찌 보면 잔인하다. 그때 정신이 번쩍 들었는데, 내 의사를 분명히 해야겠다는 생각이 들었다. 즉, 영화에 대해 내가 어떤 생각과 접근법을 가지고 있는지를 분명히 할 필요가 있다. “예스”야 말로 무서운 거다. 나중에 말려들 수도 있으니까. 이후 뜻밖에도 고위급 간부는 “감독을 편하게 해주라”고 지시했는데, 내가 한국 감독이니까 한국 스태프를 쓰게 하고 한국에서 촬영하게 해주라는 것이었다. 내가 제안한 것도 아니다.

#### **결국 중국 영화인과 어떻게 대화하는지 아는 것이 중요할 것 같다.**

유야무야식으로 했다가는 계속 요구를 들어줘야만 한다. 제주도 첫 촬영 전날, 두 대표가 두꺼운 시나리오를 가지고 현장을 찾아왔다. 영화의 원작자인 소설가가 원한 20가지 요구사항을 조목조목 말하며 이를 반영해달라고 하더라. 스태프들 앞에서 바로 거절했다. 그들대로는 기분이 나쁠 수도 있다. 그러나 시나리오가 감독에게 넘어왔다면 다음부터는 감독 책임하에 있는 것이다. 감독마다 특징이나 승부수, 창의적인 부분이 존재한다. 그리고 배우와 스태프의 일정 등도 고려해야 하고. 하지만 이후 촬영 과정을 지켜보다가 우리 스태프들이 훌륭하니까 안심했다. 한번은 촬영하는 사이에 환율이 변해 아무것도 안 하고 가만히 앉아 2억 4천만 원을 잃었다. 계약상 중국 투자사가 이를 해결할 이유는 없지만, 자연스럽게 해결해줬다. 현장 스태프들이 촬영 진행하는 걸 보고 신뢰가 생긴 영향이었다. 말도 안 되는 상황이 발생하지 않을 것이라는 믿음이 있었던 것 같다.

#### **그런데 생각보다 개봉이 늦어지는 것 같다.**

심의 부분에서 애먹은 건 맞지만 배급이나 개봉 차질이 있는 건 아니다. 누구나 그렇듯 중국도 성공에 대한 욕망이 큰데, 박스오피스가 커지는 좋은 시기에 개봉하기 위해 고심하고 있다. 단순히 빠르다, 늦다는 문제가 되지 않는다. 다행히 영화에 인지도 높은 배우가 포진해 있어 비수기에 개봉할 생각은 없는 것 같다. 그런 부분은 내가 관리할 수 있는 부분이 아니다. 중국 역시 좋은 배급사를 만나 더 좋은 시즌에 개봉하기 위해 많이 노력한다. 또 1차 편집 후 편집기사가 여러 번 바뀌었는데, 최종 편집본을 보니 많이 신경 쓰고 있다는 게 느껴졌다. 심의 문제로 이야기의 많은 부분을 덜어내면서 편집했는데, 최선을 다했다고 본다. 현재는 할리우드영화가 쏟아지는 성

수기를 피해 개봉을 준비 중이다. 자오웨이 감독이 연출한 영화 <우리가 잃어버릴 청춘> 같은 멜로 영화로 높은 성적을 냈던 이들이 관련 일을 진행하고 있다. 영화에도 제작 투자했고, 마케팅도 잘하고 있어서 신경을 쓸 필요가 없다.

**한중 공동제작 영화가 제작되는 편수에 비해 실제 개봉으로 이어지는 경우는 적은 듯하다. 때문에 계약 당시 배급사를 미리 정하는 것도 개봉을 보장받는 방법이 되지 않을까 하는 의견도 있다. 이에 대해서는 어떻게 생각하나?**

한중 공동제작은 아직 시작 단계라고 할 수 있다. 예전엔 난공불락이었던 수익지분 배분 문제도 점차적으로 확대돼가는 과정이다. 즉, 능력을 인정받아야 문이 열린다. 우선 배급의 경우 한국과는 사정이 많이 다르다. 한국은 배급사에서 제작비를 투자해 처음부터 같이 시작하지만, 중국은 대부분 제작사가 영화를 다 만들고 나서 배급사를 찾는다. 물론 완다 같은 굴지의 회사라면 제작과 배급을 처음부터 연결할 수 있을 것이다. 위의 생각은 중국 영화계 특성과는 조금 거리가 있다. 계약서는 물론 중요하다. 하지만 계약서가 과연 의미가 있을까 하는 의문이 들 때가 있다. 설령 불합리적인 일이 발생했다 해도 중국에서 승소할 확률은 높지 않다. 그보다는 혹시 있을지 모를 손해나 손실에 대비해 해당 내용을 문서화해 남겨둔다는 의미에 가깝다. 중국과 일할 때에는 계약보다 신뢰 관계가 우선한다. 명확하게 약속을 지켜야 한다. 현재 지금의 제작사로부터 몇 편을 더 의뢰받은 상태다. 요구 조건을 잘 들어주지 않는 까다로운 감독일 순 있지만, 그보다는 신뢰를 얻는 게 더 중요하다.

**앞으로도 한국 인력이 중국에서 경쟁력이 있다고 보는가?**

얼마 전 <몬스터 헌트>가 24억 위안(약 4300억 원)을 벌어들였는데, 중국은 앞으로 1억 달러 영화도 나올 수 있는 시장이다. 할리우드 같은 대작영화를 만드는 것이 한국 감독들의 오랜 꿈인데, 한국에서 불가능하지만 중국에선 충분히 가능하다. 상업영화 감독인 나는 영화의 메시지보다 2시간 동안 관객을 재미있게 만드는 것을 더 중요하게 생각한다. “적어도 2시간은 내가 책임진다”는 생각으로, 재미있는 영화를 만들고 싶다. 내 스타일의 코미디나 액션을 중국에서 통하게 하고 싶은 마음이 있는데, 상황만 되면 못할 이유가 없다. 단, 중국과 일할 때에는 앞서도 강조했듯 기획 개발을 위한 충분한 시간을 확보할 필요가 있다. 한국 감독이 연출한 영화가 박스오피스에서 실패한 사례도 있다. 하지만 실패할 영화가 아닌데 이유를 모르겠다는 게 대부분의 평가다. 한국 감독들은 스토리와 콘텐츠가 좋고, 중국 감독에 비해 리얼리티에 치중한다는 강점이 있다. 한국영화의 강점을 놓치면 효과가 없다. 의뢰를 받았든, 혹은 자기 콘텐츠가 있어서 2~3년 작업을 해온 것이든, 한국만이 보여줄 수 있는 이야기의 강점을 살려야 한다. 그래야 효과가 있다.

## 4. “결국 파트너가 중요하다”

### INTERVIEWEE : <메이킹 패밀리> 김형준 한맥문화 대표

충무로를 대표하는 중견 제작자인 김형준 대표는 국내 최초의 천만 영화 <실미도>(2003)를 기획했고, CJ E&M 영화사업부문 고문으로 일할 당시 한중 합작 프로젝트 <이별계약>을 성공시켰다. 그가 한맥문화 대표로 선택한 중국과의 첫 합작영화는 인공수정으로 한국에서 태어난 아이가 아빠를 찾아 중국으로 떠나는 가족 코미디, <메이킹 패밀리>다. 영화 제작비 50억 원 중 중국의 미디어비전이 70%, 한맥문화가 30%를 투자했다. 한맥문화가 기획과 시나리오를 맡았으며, <수상한 고객들>의 조진모 감독이 연출하고 한국 인력이 주요 스태프로 참여했다. 캐스팅은 김하늘 외에는 대부분 중국 배우다. 한중 합작영화를 주도적으로 이끌고 있는 김 대표는 양국이 투자와 수익을 공유하는 시스템으로 이미 여러 편의 프로젝트 계약을 마친 상태로, 현재는 이들의 시나리오 공동개발에 힘쓰고 있다. 그는 국내 영화인에게 “양쪽의 이해관계와 생각이 정확히 맞아떨어지는 소재를 발굴해야 한다. 그러기 위해서는 한국과 중국 영화인끼리 계속 만나고 교류해야 한다. 결국 영화는 사람!”이라고 충고한다.

**<메이킹 패밀리>는 한국 쪽 자본이 들어간 한중 공동제작 프로젝트다. 단순한 인력 교류 차원은 아니다.**

한중 공동제작 프로젝트의 경우, 중국에서는 공동제작 인정을 받아도 한국에서는 인정되지 않는 경우가 많다. 한국영화로 공식적으로 인정받으려면 한국 쪽 투자가 20% 이상 들어가야 한다. 때문에 정확한 의미에서 합작영화로 인정받을 수 있는 건 <엽기적인 두 번째 그녀>와 <메이킹 패밀리> 정도라고 볼 수 있을 것 같다. 국내 인력이 중국에 진출해 개별적인 작업을 해나가는 것은 물론 의미 있는 일이지만, 큰 틀에서의 한국 영화산업에는 별 도움이 되지 않는다. 진정한 의미의 시장 확대를 하려면 자본이 들어가야 한다. 그래야 시장 파이가 커질 수 있다. 투자지분 문제가 중요한 건 이런 이유다. 우리가 해외 합작을 하는 궁극적 이유 중 하나는 시장을 늘리는 것이다. 단지 영화인의 일거리를 찾아주는 것은 아니지 않나. 잘 알려져 있다시피 중국은 돈이 있어도 투자자로 참여하지 못하는 경우가 많다. <메이킹 패밀리>에는 우리 쪽이 30%를 투자했는데, 이처럼 투자지분 확보에 신경을 쓸 필요가 있다고 본다. 물론 현재로선 조세 문제나 자금 플로 등 풀어야 할 과제가 많다.

**정산이나 수익 회수에 있어 투명성과 관련해 말들이 많다.**

예전에는 정산이 간혹 문제가 되기도 했지만, 요즘은 줄 돈을 안 주는 경우는 없다. 한때 모 영화에 투자한 돈을 받지 못했다는 소문이 국내 영화계에 무성했다. 하지만 알아보니 사실무근이었다. 김용화 감독의 <미스터 고>도 수금이 조금 늦었을 뿐, 돈이 들어왔다. 흥행에선 쓴맛을 봤지만 화이브라더스가 손해를 본 상황에서도 돈을 보냈다. 또 제작비와 관련한 송금 문제도 한국과 중국의 협약 등을 통해 규제가 줄어들며 많이 수월해졌다. 현재 걸림돌은 크게 없는 상태다. 단, 중국에서 돈을 벌었을 때 내는 세금 16.6%가 있는데, 이는 어딜 가든 원천세는 있으니 그와 같은 개념으로 생각하면 된다. 나중에 증빙서류를 갖춰 내면 소득세에서 10%는 감면된다. 일종의 부가

세로 6.6%를 낸다고 생각하면 될 것이다. 투자금 회수가 어렵다는 소문도 있지만, 박스오피스의 80%를 주고 20%는 회수하면 준다는 회사도 생겨날 정도다. 우리 같은 경우는 기획비를 미리 받기도 했다. 3편을 기획했는데, 순차적으로 나눠서 받고 있다. 그 후에 제작 지분에 대해서는 따로 얘기해야 한다.

#### 영화 기획자가 국내처럼 중국에서 지분을 받을 수 있나?

중국은 자기가 돈을 대고 직접 제작하면 전부 갖는 방식이라서 그걸 바꾸지 않으려는 습성이 있다. 프로듀서, 제작사가 지분 요청을 하면서 다툼도 일어났다. 그걸 이해시키는 데에만 2년이 걸렸다. 안 주면 다른 곳에 가겠다고 배짱을 부리기도 했다. 그들도 좋은 프로젝트를 가지려면 크리에이터와 나눠야 한다.

#### <메이킹 패밀리>는 다가오는 3~4월경 개봉한다고 들었다. 개봉이 예상보단 늦어졌다.

배급사가 늦게 잡혀서 그렇다. 사실 영화 개봉에 대해서는 중국은 예상이 어렵다. 한마디로 '그때 돼 봐야' 안다. 한국에서는 리틀빅픽처스에서 배급한다.

#### 합작영화의 경우, 자연스럽게 양쪽 시장 모두에서 일정 이상의 호응을 얻길 바랄 것 같다.

그것이 공동제작 영화가 갖는 어려움이다. 문화적 차이가 있고, 원하는 것이 다르기 때문에 쉽지 않다. 2007년 일본과 영화 <첫눈>을 공동제작했는데, 서로가 원하는 대로 맞추다 보니 영화가 다소 밋밋해졌다. 결국 일본 쪽에선 '한국영화 같다', 한국 쪽에선 '일본영화 같다'는 반응이 나왔다. 이도 저도 아닌 것이 된 셈이다. 일본은 영화 시장이 크지만, 극장으로 보면 우리와 비슷하거나 우리가 조금 더 크다고 할 수 있다. 그러나 중국은 비교 불가능할 만큼 중국 시장이 더 크기 때문에, 중국 쪽을 겨냥해 만들 수밖에 없다. 만약 미국과 한다고 해도 마찬가지일 것이다. 이런 상황에서 주목할 것은 조근식 감독의 <엽기적인 두 번째 그녀>다. 참여 인력과 로케이션의 70%가 한국인데, 자금은 반대다. <엽기적인 그녀>가 지금껏 중국에서 가장 인기 있었던 한국영화라고 해도, <엽기적인 두 번째 그녀>는 한국 시장을 봐야 하는 영화다. 물론 양쪽에서 잘되는 영화가 나올 수도 있다. 아직까지 선례가 없었을 뿐이다. 한편, 우리 영화인 <메이킹 패밀리>의 경우 중국 대 한국 로케이션 비중이 7:3으로 중국이 더 크다. 주요 스태프는 한국에서 갔고, 미술감독만 중국 스태프였다.

#### 최근 중국 영화계가 급성장하면서 영화 제작비도 눈에 띄게 높아지고 있다.

배우 개런티가 너무 높다. <이별계약>을 함께했던 바이바이허도 이제는 몸값이 올라 '1천만 위안(약 18억 원)' 배우가 됐다. 또 배우가 자신의 개런티 중 일부를 영화에 투자하는 경우도 많다. 중국 영화계가 산업화된 지 10년도 채 되지 않았는데, 그사이 급격히 시장이 커지면서 현재는 배우에게 지나치게 의존하는 구조다. 요즘 중국 투자사의 투자 조건이 유명 배우 캐스팅이기도 하다. 하지만 몇몇 블록버스터를 제외하고 배우에 치중한 영화나 그렇지 않은 영화나 성공 확률은 비슷하다. 중요한 건 누구나 알 듯 영화의 재미다. 다만 유명 배우나 감독의 경우, 홍보에 용이하다는 장점은 있다. 현재는 모든 것이 '배우 편향적'이라서 캐스팅을 위해 배우 스케줄에 맞춰 1년여를 기다리는 경우도 흔하다. 특히 중국 쪽 캐스팅의 경우 우리 쪽이 관여할 수 없어 막연히 기다려

야 하는 상황도 생긴다. 우리도 3편이나 기다리고 있다. 중국 쪽 파트너를 잡을 때도 캐스팅을 잘 하는 곳이 중요하다. 개인적인 바람이 있다면, 배우 개런티의 10%만 현장에 던져주면 좋겠다는 것이다. <메이킹 패밀리>는 마카오 위쪽의 '주하이'라는 곳에서 대부분을 찍었는데, 레일이나 크레인이 흔들리는 경우가 종종 있었다. 그런데 안 바뀌주더라.(웃음) 여담인데, 카메라만 빼고 장비 대부분이 '짜통'이었다. 베이징은 그렇지 않다고 들었지만, 촬영 소품부터 시작해 장비에 가짜가 너무 많다. 최근엔 '짜통' 레드원 카메라도 나왔다는 얘기도 들었다. 또한 촬영 현장의 의식주, 즉 호텔과 식사, 운송 수단 등이 너무 열악하다. 모두 제작비를 아끼기 위한 것인데, 배우들의 과도한 개런티와는 매우 대조되는 상황이다.

### 촬영 과정에서 또 다른 어려움은 없었나?

모두 알 듯 중국은 프리 프로덕션 과정이 짧고, 촬영하는 동안 쉬는 날이 없다. 일주일에 적어도 하루는 쉬어야 한다는 한국 스태프와 부딪히는 부분이다. 육체적 피로도 크지만 촬영 준비를 충분히 할 시간도 없다. 또 합작에선 늘 있는 문젠데, 언어와 문화 인식 차이에서 오는 문제들도 있다. 특히 촬영 현장 분위기가 매우 다르다. 예를 들어 중국 현장에는 짐을 나르는 단순 노무직인 '창우(창공)'가 있다. 영화 현장에 대한 이해는 없는 이들로 촬영하는 동안 옆에서 떠들고 노름을 하기도 한다. 또 이들 창우의 이동을 돕는 차량 기사 등도 있는데, 그러다 보니 중국 현장에는 언제나 200명쯤은 벽적거리는 것 같다. 2002년 <천년호>를 중국에서 찍을 때와 크게 달라진 게 없는 듯하다. 또 다른 고충은 중국 사회의 세제 문제다. 중국은 영수증을 주지 않는다. 예산 사용과 관련해 세세하게 체크할 수 있는 길이 없다. 또한 배우의 경우 세금을 적게 내려고 아예 개런티를 줄여서 계약을 하기도 한다. 그러니 이후 뭔가 다른 방법으로 처리해서 막아야 하는데, 그것이 피라미드처럼 아래로 내려간다. 중국에서 제작자의 지분이 없는 건, 알아서 가져가는 방식이라서 그렇다.

### 그렇다면 중국과 함께하려는 영화인에게 당부하고 싶은 말은 무엇인가?

사람이 가서 버는 건 미미하다. 토종 자본이 중국에 들어가 돈을 갖고 나와야 한다. 일단 파트너 선정에 주의해야 하는데, 캐스팅 능력을 가진 영화사와 일해야 한다. 국내 감독의 중국에서의 적응력도 중요하다. 또 무조건 그들 말만 들어도 안 되며, 자신의 생각과 주장을 관철할 줄 알아야 한다. 그 역할을 하지 않는다면 그들에게 우리가 왜 필요하겠는가? 중국에서 생각하는 한국영화의 장점은 정서는 자신들과 비슷한데, 형식은 할리우드에 가깝다는 것이다. 때문에 현장에서 중국 쪽에 휘둘리지 않고 우리의 장점을 녹여내기 위한 노력을 기울여야 한다. 중국 영화계에서 한국을 찾는 지금의 이 열기가 얼마나 갈 것 같냐는 질문을 자주 받는다. 그건 우리 모두 알고 있다. 시피 '지금 만드는 사람들에게 달려' 있다. 2~3편이 연달아 망하면 한동안 침체될 수 있고, 그와 반대로 잘되면 쪽 이어질 수도 있다. 현재 나이 든 우리 제작자가 중국에 많이들 왔다 갔다 하는 건 다양한 영화 경험을 갖고 있어 좀 더 색다른 것을 던져줄 수 있기 때문이다. 하지만 이것이 언제나 계속되지는 않을 것이다. 지금 하는 우리가, 잘해야 한다.