

러시아 영화 산업 현황과 전망

KOFIC

러시아 영화 산업 현황과 전망

영화진흥위원회 러시아 통신원 조한울

발행인 김세훈

발행일 2017 년 1 월 3 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, 2017

Contents

01

들어가는 글 / 1

02

영화 산업의 규모 / 1

03

영화사 / 3

04

영화 제작소와 제작 여건 / 4

05

영화 배급과 유통 / 5

06

영화 서비스 업체 / 6

07

영화 산업의 재정 / 6

08

디지털 기술 / 7

09

나가는 글 / 9

1. 들어가는 글

2015 년 러시아 영화는 100 주년을 맞이했다. 백 년의 역사는 화려한 전성기와 유례 없는 성장의 시대, 마찬가지로 심각한 위기와 정체기의 시대를 포함하고 있다. 소비에트 연방의 붕괴가 있었던 1990 년대 말은 영화계에 엄청난 손실을 가져왔고 이후 현재 러시아 영화는 성장의 단계에 안착해있다. 영화 산업의 가파른 축소, 실질적인 영화관 네트워크의 완전한 상실, 시스템의 성격을 규정하는 핵심 잠재력과 전문 수준의 확연한 하락 등이 러시아 영화를 생명 유지의 끝자락이라는 위태로운 상황까지 몰아갔다.

2000 년대에 들어서 몇 년 동안 극장과 상영관 수가 눈에 띄게 성장했다. 2002 년 180 개였던 극장은 2007 년 650 개까지 늘어났다. (2002 년 290 개였던 상영관은 2007 년 15,000 개가 되었다.) 국내 영화의 수도 스크린의 확장과 함께 2002 년 40 편에서 2007 년 85 편으로 늘어났다. 단순히 개봉 영화의 숫자만 늘어난 것이 아니라, 질적인 면에서도 성장했다. 2007 년 2 편의 영화가 “오스카”상에 노미네이트 되었다.

눈에 띄는 양적 성장은 현대 러시아 영화 산업의 발전의 특성을 보여주는 여러 요인들을 통해 드러난다: 총 관객 수가 늘어난 것과 국내 상영관에서 러시아 영화의 편성 수가 증가한 것, 그리고 영화관 방문 수와 국내 영화 관람의 전체 규모 자체가 늘어난 것, 영화 제작과 광고의 예산이 확대된 것을 예로 들 수 있다.

그럼에도 불구하고, 오늘날 영화계의 위기가 완전히 극복 되었으며, 전반적으로 러시아 영화계가 균형 잡힌 발전의 단계에 자리 잡았다고는 볼 수 없다. 국내 영화 산업의 질에 관한 것은 여전히 심각한 문제로 남아있고, 국내외 시장에서의 경쟁력에 의문이 남기 때문이다. 영화계의 상업화는 수준 높은 예술영화의 잠재력을 보존해야 하는 문제와 자주 부딪히고 있다. 전통적으로 국내 영화의 고유성은 러시아 문화의 한 축을 이루고 있기 때문이다. 영화 산업은 경제 분야로부터 완전히 독립적일 수 없으며, 특히 현대 시장의 메커니즘과 투자에 있어 경제성은 갈수록 중요하게 여겨지고 있다.

이러한 영화계 중심부의 위기와 관련된 다양한 요인들은 괄목할만한 국내 영화의 발전과 결합되어 러시아 영화 산업만의 특수성을 드러내고 있다. 또한 사회적 관심과 영화 제작 과정에의 자발적 참여 뿐만 아니라, 사회 기관과 관계자들의 연결 고리가 점점 확대되고 있는 측면에서, 발전에 관한 주요 의제 결정에 참여할 것을 시사한다.¹

2. 영화 산업의 규모

지난 몇 년 동안 국내 영화 제작의 양적 성장은 눈에 뛴 정도로 가파르게 상승했다. 2006 년, 한 해 동안 제작된 영화 편수는 100 편을 넘어섰다. 이러한 양적 성장은 실제로

1. 이 기사는 “2015 년까지의 러시아 영화 산업과 발전 전망 및 가능성에 관한 총 보고서”, 러시아 문화부와 독립 연구 업체 Movie Research 가 주관한 “2008 년 러시아 영화 산업: 미래에 대한 예고” 컨퍼런스 포럼에서의 토론 및 발제를 바탕으로 쓰여졌다.

러시아 영화 산업의 발전을 보여주는 뚜렷한 증거 중 하나로 대부분의 전문가들이 지적하고 있다. 질적인 면에서 그 해 개봉된 영화들을 살펴보면, 대체적으로 높은 수준의 작품은 극히 드물었다. 하지만 대부분의 개봉 영화들은 국제 영화제에서 수상을 노릴만한 작품, 경제적 성공과 많은 수의 관객을 동원하며 극장을 점령한 대중적 작품 등으로 그 성격이 분리되는 양상을 보였다. 이렇듯, 상대적으로 영화의 질에 대한 불만족도에도 불구하고, 그 양적 성장은 긍정적 평가를 낳았으며, 전체적으로 영화 산업의 발전에 있어 긍정적 지표를 제공했음에는 틀림없다.

영화 분야의 상업화는 작품성 있는 예술 영화의 잠재력을 보존하는 문제와 일반적으로 상반된 위치에 놓여 있다.

영화 제작의 원천에는 성장을 자극하는 다음과 같은 객관적 요인들이 영향을 끼쳤다: 국민들에 대한 복지의 확대, 극장 네트워크의 확장과 상영관의 확대 (관객 수의 증가에 따른), 국가의 영화제작 지원 규모의 확대 등이 그것이다. 영화 제작의 성장은, 영화 제작 프로젝트의 자금 회수와 대출 시스템이 존재하지 않는 상황에서, 영화 제작에 대한 외부의 한정된 투자 규모로 인해 영화의 손익분기점이 낮아지고, 제작 원가가 높아지는 현상과 관련이 있다.

영화 제작 규모의 괄목할 만한 성장을 초래한 그 밖의 객관적 요인으로는, 시장에 끼친 주관적 요인과의 관련이 있다 - 각 영화의 관객 수와 그 구조에 대한 분석이 존재하지 않았고, 가장 많은 관객 수를 동원한 영화에만 주목했기 때문에, 몇몇 제작자들이 영화 제작의 이익에 대한 재검토와 재평가가 필요하다는 점에 문제 의식을 가지기 시작했다. 전문가들의 의견으로는, 최근 5 년 간 시장은 스스로 만족감에 사로잡혀 있다고 말한다. 현재 영화 시장은 지나치게 과열되어 있으며, 향후 몇 년 뒤 시장의 안정성과 제작 규모의 축소가 이루어 질 것이라 보기도 한다. 2007 년, 영화 제작은 이미 한 해에 100 편 이하로 다시 하락했다.

2007 년 상영된 모든 국내 영화는 그 제작비와 총 예산이 거의 60 억 루블(약 2 억 5 천만 달러)에 달했다. 5 년 동안 영화 제작 예산은 3.5 배가 증가했다. 그런데, 국내 영화는 주로 저예산 영화로 제작되었으며, 대부분의 영화는 2 천 5 백만 루블에서 5 천만 루블(약 1-2 백만 달러)의 제작비가 투입 되었다. 2007 년 기준, 이런 영화들은 35 편으로, 전체의 42%를 차지했다. 2 억 5 천만 루블(약 천만 달러)이상의 제작비가 투입된 영화는 매우 드물었으며, 2007 년 당시, 6 편에 불과했다.

저예산 영화는 기술적 측면에서 영화 산업의 높은 질적 수준에 미치지 못했고, 특히 특수 효과 분야에서, 경쟁력 있는 국내 영화의 수가 줄어드는 등 문제점이 뚜렷하게 드러났다. 실질적으로 완성도 있는 높은 수준의 영화를 만들기 위해 반드시 필요한 설비 및 장비의 반입을 위한 어떤 울타리도 존재하지 않았기 때문에, 저예산 영화는 특수 효과, 장르 영화의 성장 면에서 한계를 드러냈다.

기존의 관객 규모로 볼 때, 프로듀서들은 투자 유치에 어려움을 겪을 수 밖에 없었고, 투자금 환수의 불가능성으로 인한 예산의 확대라는 난처함에 빠지게 되었다. 2007 년에 배급, 상영된 83 편의 영화 중, 공식 자료에 따르면, 단 4 편의 영화만이 손익 분기점을 초과 달성, 배급 수익이 영화 제작에 투입된 예산을 넘어섰다.

국가 예산의 지원 없이 기업이나 개인의 투자로 제작된 영화의 수는 최대 50%에 이르며, 지속적으로 증가하고 있다. 최근 2 년 동안 상황은 크게 변화를 겪었다: 예전에는 국가의 지원이나 스폰서의 지원 없이, 다큐멘터리를 포함, 어떤 장르이든 단 한편의 국내 영화도 나오지 못했을 것이라면, 최근 시장의 전반적인 성장은 영화 제작의 투자 환경과 재정의 확대를 가져왔다. 현재의 이러한 흐름이 예산의 의존성으로부터 국내 영화 제작의 경제적 독립의 가능성을 보여주고 있으며, 시장의 환경과 조건이 점점 변화하고 있음을 드러내고 있다.

3. 영화사

여러 다양한 통계와 분석을 종합해서 볼 때, 200 개에서 400 개의 업체가 영화 제작에 관여하고 있다는 사실이 드러났다. 영화사 수를 계산하는 것에 범위가 이렇게 넓고, 크게 분산되어 있는 것은 구체적인 프로젝트 아래 많은 업체들이 생겨나고 있으며, 프로젝트의 실행 뒤에 자연스럽게 회사가 사라지는 것과 연관이 있다.

영화 제작사 수의 뚜렷한 증가세는 소비자 관점에서 영화의 수요 증가라는 객관적 요인과 관련이 있으며, 마찬가지로, 영화 제작 상황에 대한 평가와 관심도 증가라는 주관적 요인들이 작용하고 있다. 2004 년 이후, 언론과 전문가 그룹을 통해 이루어지는 다양하고 폭넓은 해석과 폭발적인 관객 수를 동원한 몇몇 영화는 영화 제작의 높은 수익률에 대한 신화를 창조했다. 영화 산업의 전체적 상황에 대한 자세한 분석이 존재하지 않았던 점은 새로운 투자가와 프로듀서들의 수가 눈에 띄게 증가하도록 만들었다.

이 시기의 영화 제작 집중도는 그리 높지 않았다. 경험과 시도의 축적과 연속성에 있어 문제점이 드러났다. 그 뿐만 아니라, 중소 규모의 회사들은 “종합적인” 원칙에 따라 일을 진행할 수가 없었다. 다시 말하면, 영화 프로젝트의 정확한 뼈대와 기초를 세우는 것이다. 이들 중 일부는 실패한 프로젝트의 지출 비용을 메우는 것이 가능할 정도의 이익을 창출한다. 시장에서 대형영화제작사가 차지하는 총 비율은 12% 미만이다. 영화사의 양적 성장 단계는 종료되었다. 현재, 부분적인 문제들을 해결하는 데 도움이 될, 시장의 구조 정착화가 진행되고 있다. 전문가들의 예측에 따르면, 가까운 3 년 안에 상황이 안정화될 것으로 전망하고 있다. 이 기간 동안 연간 적어도 5 편의 영화를 제작하며, 영화의 높은 질적 수준도 보장하는, 시장을 이끌어갈 주요 선두 그룹도 형성될 것으로 보인다. 대형 영화 제작사들의 형성은 영화 산업의 자립도와 그 안정성을 만들어 가는데 있어서 가장 결정적인 요인들 중 하나이다.

대형 영화 제작사들의 역할은 제작 여건을 개선해나가는 영화 배급자로서 점점 자리를 잡아가는 데 있다. 시장 구조화 흐름 중 하나는 시나리오를 만드는 것부터 상영관에서 관객들에게 보여주는 것까지 전체적인 영화 생산 주기와 그 순환을 주도하는 영화사의 등장이다.

4. 영화제작소와 제작 여건

현재 러시아에는 100 헥타르가 넘는 부지에 7 개의 영화 제작 복합관이 운영되고 있다. 전체 면적이 거의 30,000 m² 달하며, 50 개 이상의 파빌리온이 설치되어 있다. 이 외에도, 예술 영화의 촬영을 위해 10-15 개의 파빌리온이 사용되고 있다.

영화 스튜디오에 대한 수요는 불변적이며, 파빌리온 수와 그것의 기술적 장비 수준 또한 지속적으로 높아지고 있다. 마찬가지로 TV 콘텐츠 제작자와 음악 영상, 광고 제작자 입장에서 영화 스튜디오에 대한 관심 및 수요 또한 눈에 띄게 증가했다. 영화 제작자의 파빌리온에 대한 수요는 항상 그래프상에서 충분히 만족스러운 만한 결과로 나타나진 않는다. 러시아에 존재하는 영화 제작 상 문제점 중 하나는 영화 스튜디오, 현대적인 설비를 갖춘 파빌리온의 부족이기 때문이다.

대형 영화 제작사의 형성은 독립적인 산업으로서 영화가 정착하기 위한 결정적인 기준 중 하나이다.

기존의 러시아 영화 스튜디오의 제작 수용량과 업무 처리량은 불만족스러운 수준이다. 여기에는 몇 가지 원인이 존재한다. 첫 번째로, 많은 영화 스튜디오의 제작 수용량은 위기 관리와 리스크에 대한 대처 문제로 인해 최대한으로 작동될 수 없다. 두 번째로, 영화 스튜디오들이 최신 설비 및 장치를 충분히 갖추지 못한 상태이다. 세 번째로, 일부 영화 스튜디오는 완전한 업무 순환 구조를 가지고 있지 않다. 영화 스튜디오에 있어 중요한 점은 얼마 만큼의 부지를 보유하고 있다거나, 배경 설치부터 필름 처리에 이르기까지 영화계에서 얼마 만큼의 업무 스펙트럼을 수용할 수 있느냐가 아니다. 현재 러시아에서는 필름 현상, 색보정, Dolby 스튜디오, 필름 복사에 관한 영화 연구기관이 부족하다는 문제가 대두되고 있다.

오늘날 많은 수의 중소 업체들이 제작 과정의 보장을 고려하기 시작했다. 이들은 권장된 업무 스펙트럼을 최대한으로 늘리고, 질적으로 높은 수준과 최신 기술 및 설비를 갖춘 시장을 형성하는 것을 목표로 하고 있다. 하지만 여전히 낮은 수준의 영화 제작 예산은 제작자들에게 양질의 영화 제작을 위한 설비를 구비하려는 계획이 충분히 현실화가 가능하다는 점을 각인시켜 주지 못하고 있다.

영화 스튜디오 서비스의 발전과 정상화를 위한 시장의 법규에 따라 경쟁은 필수불가결한 것이다. 현재 시장에서의 경쟁은 매우 미약한 상태이다. 몇 년 전까지만 해도, "모스필름(Мосфильм)"은 실질적으로 제작이 가능한 유일무이한 영화 스튜디오였다. 현재, 전문가들의 평가에 따르면, 전체 영화 제작의 70%까지 영화사 "모스필름"에 집중되어있다. "모스필름"에서 촬영할 경우, 영화 프로젝트 관계자들은 영화 스튜디오 파빌리온 뿐만 아니라, 기술과 설비 등 다른 모든 나머지 서비스들도 필요하다는 상황 자체가 이러한 경쟁을 약화시키는 요인으로 작용했다.

소련 시대부터 남아있던 영화 스튜디오는 다양한 길을 제시하며 중강기적 발전 전망 계획을 수립하였다. 영화 스튜디오의 기술을 현대화하기 위한 계획을 실행하고 있다. 엄청난 규모의 투자가 필요하기 때문에 난항을 겪고 있으며, 기존의 제작 수용량과 부지 조건들에 대한 복원도 필요로 하는 경우 다른 어려움이 예상된다. 영화 프로젝트의 현실화는

스튜디오의 발전과 맞닿아 있다.

최근 3 년 간, 제작 수용량에 대한 기존의 요구에 대한 응답으로 많은 영화 스튜디오 설립 프로젝트가 등장했다. 하지만 대부분의 프로젝트가 종이 위에서만 이루어졌다. 이러한 의구심은 새로운 스튜디오의 환경에 대한 넘치는 수요를 불러 일으켰고, 프로젝트 비용의 회수성과 관련된 문제점들도 나타났다. 몇몇 전문가들은 부동산 투기 대상처럼 스튜디오 건설이 다루어질 가능성을 의심하였다.

국내 영화 스튜디오들은 유럽에 위치한 스튜디오들과 경쟁이 필요했다. 동유럽의 영화 스튜디오들이 경쟁에서 우위를 점하는 데는 높은 수준의 서비스, 기술과 설비 면에서 뒤쳐지지 않는다는 점과 이용 가격에 있다.

동유럽에 위치한 영화 스튜디오를 이용해 본 프로듀서와 감독들의 의견으로는, 영화 제작 비용이 촬영 팀의 이동과 숙박에 드는 추가 비용보다도 더 저렴할 정도이다.

대부분의 영화 제작사 대표들은 바다 경관과 천혜의 자연에 둘러싸여 여러 가능성을 가진 남부의 현대식 영화 스튜디오와 중부 러시아를 대표하는 새로운 최신 설비를 갖춘 영화 스튜디오가 필요하다는 것에 의견을 모았다.

국영 스튜디오의 민영화 문제와 관련, 스튜디오의 본래의 성격을 보존해야 한다는 점을 제외하고는, 전문가 그룹에서 다양한 의견을 내고 있는 상태이다. 민영화 과정에서, 제작 수용량과 부지를 보존하기 위해 국가가 어떻게 개입하고 관리하느냐가 주요 과제이기도 하다. 영화 스튜디오의 민영화에 대한 의견을 수렴하다 보면 다소 극단적이고 과격한 주장도 등장한다. 이들은 보다 효과적인 기능성을 갖출 수 있도록 서구의 경영자들에게 스튜디오를 매각해야 한다는 것에 동의한다.

5. 영화 배급과 유통

현재 영화 배급 시장에는 거의 3 만여개의 유통사가 존재한다. 이들 대부분은 러시아 전체에 국내 혹은 외국 영화들을 배급할 수 있는 자격을 가지고 있을 뿐만 아니라, 발트 3 국과 CIS 국가에서 영화를 배급하는 권리를 가지고 있다. 뿐만 아니라, 영화 배급은 국가에서 운영하는 70 여 곳 이상의 지역별 배급 조직에서 맡고 있고, 대개 러시아 영화는 불완전한 상태의 영화관 네트워크를 통해 배급되고 있다.

러시아에서 영화 배급소의 발전은 다음과 같은 흐름으로 나눌 수 있다: 배급의 지속적인 집중화와 중앙 집권화, 시장에서 배척당하는 작은 배급사들, 주요 배급사간 경쟁의 심화, 제작사나 독립적인 영화제작위원회간의 통합으로 크게 나뉜다. 배급 성과를 살펴보거나, 배급사들이 영화의 성공적 배급에 큰 관심을 보이며 발전을 위해 더 많은 노력을 기울이기 시작했다는 점을 고려, 최근의 흐름은 영화 제작 규모 측면에서 긍정적으로 평가되고 있다.

제작자 관점에서 볼 때, 대형 배급사들의 가장 큰 문제는 “보통의 평균적 영화”와 일하는 것을 꺼리거나 할 수 없다는 점, 블록버스터의 잠재력을 갖추고 있다고 평가되는 영화들을 배급하는 것에만 신경쓴다는 점이다. 아트하우스 영화는 일반적으로 특정 배급사들과 연결되어 있다.

배급자들간의 협력을 위한 효과적인 메커니즘의 부재와 영화 상영 시장에서의 심각한 경쟁은 영화 배급의 불공정성을 가져오고, 단 한편의 대중 영화도 개봉하지 않는 기간이 존재할 정도로, 성공 가능성이 있는 영화들과 관객들 간의 “줄다리기”를 양산한다. 예를 들면, 러시아 영화계에서는 “검은 4 월”이라는 용어가 널리 쓰인다. 이러한 문제는 여전히 해결되지 않고 있다.

현재 국가 지원 수준은 평균적으로 전체 예산의 50%를 차지하며, 상호균형을 이루고 있다. 전문가들 대부분은 사회 조직이 이 문제에 효과적으로 대처하고 있지 않으며, 이러한 상황에서 빠져나오지 못했다고 보고 있다.

현재 유일하게 돌아가는 메커니즘은 영화의 개봉일을 더 늦추는 것이 가능하다는 것이다. 이 문제는 러시아에서 높은 수치를 기록하고 있는, 1-2 개의 상영관을 갖춘 영화관에서 더 심각하게 받아 들여지고 있다. 소수의 상영관을 갖춘 극장들은 러시아의 중소 도시들에 많이 포진해있다. 이렇듯, 소규모 영화관의 도시에 거주하는 사람들은 영화를 통해 여가 생활을 즐기는데 한계가 있다.

6. 영화 서비스 업체

영화계의 인프라는 최근 극적인 성장세에 있으며, 전체적 성장에 발맞추어 변화하고 있다. 시장에는 영화 제작자들에게 다양한 서비스를 제공해 줄 수 있는 회사들이 다수 존재한다. 자료에 따르면 2007 년 말 기준으로, 촬영 장비와 기술을 임대하는 회사가 27 곳, 포스트프로덕션 스튜디오가 3 곳, 컴퓨터 그래픽과 특수 효과 등을 전담하는 스튜디오가 17 곳으로 조사되었다.

이러한 서비스 업체에 대한 수요는 영화 배급의 결과나 투자 성공률 등의 직접적인 상관 관계에 있지는 않다. 영화 산업의 한 분야로서 일정 수준의 경쟁을 용인하고 있으며, 국내의 기술 및 장비에 접근 가능성을 높이는데 주목하고 있다.

7. 영화 산업의 재정

프로듀서로 구성된 전문가 그룹의 의견에 따르면, 프로젝트의 잠재적인 성공과 확실성은 투자에 매력을 느끼게 하는 데 어떤 장애물도 없다. 현재까지도 투자의 회수성은 주요 문제로 남아있다. 대부분의 영화프로젝트는 이익을 남기지 못하며, 많은 영화의 제작에는 회수가 불가능한 다양한 형태의 수단들이 활용된다. 영화 제작의 재정과 관련하여 4 가지 핵심 영역으로 나눌 수 있다: 사적 투자, 국가 지원, 영화 속 광고 (간접 광고, PPL) 와 은행 대출이다.

최근 5 년 동안, 사적 투자와 국가 지원의 상호 관계에 있어 본질적인 변화를 겪었다. 5 년 전 국가 지원이 전체 국내 영화 제작 예산의 90%를 차지했다면, 현재 국가 지원과 관련된 예산은 평균적으로 50%를 차지하고 있다.

러시아에서 통제 불가능 상태의 사적 투자가 돌발적으로 이루어지던 시대는 끝났다.

시장의 과열 현상 이후, 많은 투자자들 (예외를 찾아보기 힘든) 은 더 이상 투자 회수 가능성을 평가하지 않고 무분별하게 영화에 자금을 투입하지 않는다. 몇몇 성공적인 영화 프로젝트의 등장은 영화계가 스스로 투자 자원과 요건을 생성해 나가고 있음을 증명해 보이고 있다.

영화 제작의 은행 대출은 프로젝트의 성격 상 높은 리스크로 인해 널리 사용되고 있지는 않다. 그럼에도 불구하고, 몇몇 은행은 영화 제작자들에게 신용 대출을 시행하고 있으며, 어떤 은행들은 대출 프로그램을 만들어 운용하고 있다. 2007 년, 영화 프로젝트의 새로운 재정 시스템이 등장했다. "Completion bond"라 불리는 이 시스템은 이미 미국과 유럽 연합 국가들에서 효과적으로 시행되고 있다. 투자자, Completion bond 업무를 맡은 회사, 프로듀서라는 세 대리인 간 계약 관계를 바탕으로, 중개 업체는 영화 프로젝트의 투자자에게 주어진 의무를 대신 감당하며 영화 제작 과정을 관리하고, 최종 결과물로서 생산된 영화를 보증하게 된다. 프로듀서에게는 업무 수행과 관련된 재무재표에 따라 투자자의 자금이 부여되며, 투자자 입장에서 자금의 정기적 양도를 보증하게 된다. 프로듀서의 업무와 관련 추가적인 규정은 은행에서 대출을 받을 수 있도록 활용된다.

영화 프로듀서의 전문 공동체는 국내 영화에 대한 펀드의 지원 속에서 운영된다. 이들은 외부 투자자들의 매력을 끌만한 경쟁력 있는 새로운 영화 프로젝트의 자금 분산 시스템을 만들어 가고 있다. 2009 년부터 2010 년까지 새로운 펀드들이 가장 활발하게 생성되었다.

몇몇 전문가들은 영화 스튜디오의 발전을 위한 추가 재정이 스튜디오의 민영화를 통해 확보될 수 있다고 의견을 모은다. 민영화 대상에 대한 보존 문제와 관리, 통제가 불가능하다는 점에서 민영화는 제작 수용량의 상실을 초래할 수도 있기 때문에, 이 의견에는 현재까지 많은 의구심을 불러 일으키고 있다.

새로운 영화관 건설에 대한 투자는 최근 몇 년 간 눈에 띄게 줄어들었다. 하나의 스크린에 대한 평균적인 투자 비용 회수 기간은 건설 비용의 증가와 영화 상영 수요가 가장 높았던 시장의 지리적 요건과 포화로 인해 몇 배로 늘어났다. 이와 관련하여, 영화 네트워크의 확대에 관심이 있는 대부분의 영화 제작자들은 영화관의 이익 중 50%를 차지하는 관람객 수의 할당에도 신경을 쓰지 않을 수 없다.

8. 디지털 기술

영화 산업현장에 엄청난 전환을 가져온 영화 상영시장의 질적 변화는 급격한 지출 비용의 하락을 불러온 디지털과 전자 기술의 활용과도 연관이 있다: 전자 기기를 통해 영화를 극장으로 송달하는 것은 필름을 복사하고 수송하는 것보다 매우 저렴하다.

러시아에서 최초의 디지털 영화관은 2006 년 문을 열었다. 러시아에서 디지털 영상 시스템이 퍼져나가기 시작한 뒤, 2006 년 말, 디지털 상영관의 수는 지속적으로 늘어났다. 이 시기에만 러시아에서 50 여개의 디지털 상영관이 문을 열었다.

몇 년 동안 러시아에서 새로운 영화 상영 기술의 효과적인 도입과 그 속도는 유럽 국가의

수준보다 뒤쳐졌다. 이 분야의 발전이 어려웠던 것에는 설비에 대한 과감한 투자에 있어 그 비용의 회수에 오랜 기간이 소요되었고, 디지털 영화의 공급 수준이 높지 않았던 점, 그리고 관객들의 디지털 영화에 대한 관심과 소비가 형성되지 않았다는 배경이 존재한다. 적절한 콘텐츠의 부재는 디지털 네트워크의 발전을 저해하는 큰 원인이었다.

완전한 형태의 디지털 영화와 애니메이션의 등장과 함께 상황은 바뀌었고, 관객들과 극장의 많은 관심을 불러일으켰다. 변혁의 순간은 2007 년 11 월, 베오울프 3D 라는 제목의, 최초의 디지털 스테레오 타입 영화의 배급 및 개봉과 맞물려 있다. 베오울프 3D 의 개봉은 러시아에 3D 상영관과 디지털 상영관의 수를 급격히 증가시키는 데 영향을 끼쳤다. 이 시기에 서구와 러시아 국내 회사들은 3D 영화의 배급과 개봉 계획을 세우기 시작했다. 디지털 영화의 수가 증가하는 속도는 가까운 미래에 지속적으로 확대될 전망이다. 3D 상영은 영화예술의 독립적인 발전 방향으로서, 3D 영화에 대한 새로운 기술에 힘입어, 단순한 디스플레이부터 다양한 영화적 대상을 시연하기 위한 가능성으로의 질적 전환을 가져왔다. 3D 기법으로 제작된 영화는 관객들의 흥미를 자극하는 새로운 대상일 뿐만 아니라 영화라는 매체에 대한 우리의 지각을 동시에 만족시켜 준다.

디지털 상영의 발전은 러시아에서 VPF 메커니즘의 부재로 인해 매우 더딘 상태였다.

재정적 관점에서 디지털 영화 상영의 발전은 러시아에서 더딜 수 밖에 없었다. 영화관은 새로운 설비에 대한 투자가 필요했다. 그 비용이 지속적으로 낮아지고 있음에도 불구하고, 디지털 업그레이드를 위한 일반 투자 비용은 세금 등의 비용까지 감안하면 높을 수 밖에 없었다. 미국의 IT 접근성과 유사한 비즈니스 구조는 러시아에는 아직 등장하지 않았다. 특히 러시아 사법 제도의 특수성과 은행의 높은 대출 이자는 유사 비즈니스의 발전을 쉽게 허락하지 않았다.

디지털 상영관의 배치 상황은 지리학적으로 상업권역과 비즈니스권역을 중심으로 펼쳐져 있다: 대부분의 상영관은 러시아의 유럽 지역에 편중되어 있지만, 시베리아와 극동 지역에도 디지털 상영관과 3D 상영관이 존재한다.

러시아 뿐만 아니라, 전세계적으로 오늘날 디지털 콘텐츠의 수송은 USB 디스크를 통해 대부분 이루어진다. 하지만 이미 인공위성을 이용한 다양한 시험 단계의 장치 및 방식들이 존재하며, 수용량도 크게 늘어나고 있다. 러시아 문화부 산하의 정보-계산과학 센터 ² 는 인공위성을 통해 150GB 용량의 영화들을 몇몇 영화관으로 전송하기도 하였다. 이 전송 시스템에 드는 비용은 여전히 높은 수준이다. 이는 이 방식이 여전히 대중화 되지 않았기 때문이나, 곧, 일반화될 것이라 보인다. 추가적인 인공위성 구축과 전송에 드는 비용을 낮추는 것이 주요 과제로 떠오르고 있다. 러시아는 지리적으로 인공위성을 이용한 전송 방식이 가장 효과적일 것이라는 점을 암시한다.

2 ГИВЦ – Главный информационно-вычислительный центр Министерства культуры Российской Федерации (<http://www.givc.ru/>)

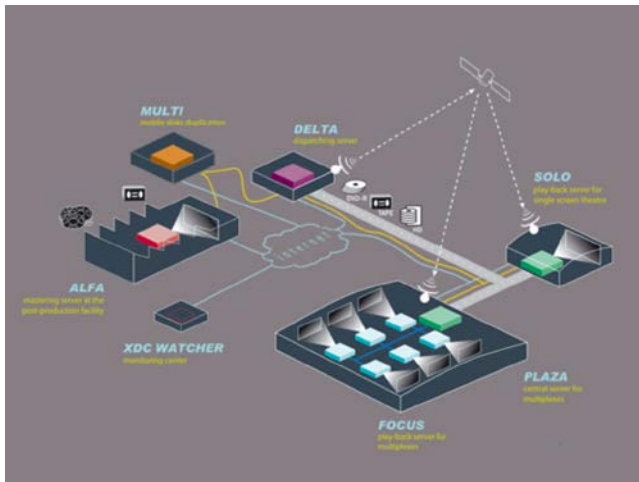


표 1: CineStore 시스템 -인공 위성을 통해 포스트프로덕션, 보급 센터, 상영관 한개의 영화관, 멀티 플렉스 등 동시에 여러 곳에 영화를 전송하는 메커니즘을 보여주고 있다

디지털 영화 상영으로의 전환은 논란의 여지가 없는 거스를 수 없는 확고한 흐름으로 자리잡았으며, 디지털 촬영 기법은 2015년까지 보급되었다. 실질적으로 점점 개량되고 있는 디지털 카메라의 기술적 특성은 영화 필름을 통한 창작물과 디지털 카메라로 촬영한 창작물 사이에서 큰 차이점을 느끼게 하지 않는다. 사진에서 취득한 창작물 간의 차이에 관한 의문이 해소 되었기 때문에, 보통 아날로그 방식으로부터 디지털 사진 촬영으로의 전환에 있어 드러난 유사성은 활용이 불가능하다. 디지털 방식의 촬영은 TV 콘텐츠 제작에 있어 정당한 위치를 점하고 있지만, 영화계에서 필름은 여전히 오랫동안 그 자리를 지킬 것으로 예상된다.

3D 영화의 제작은, 애니메이션을 제외하고, 경제적 타당성 때문에 러시아에서는 아직 등장하지 않았다. 3D 영화 상영에 적당한 디지털 상영관의 수는 국내에서 3D 영화를 제작하기 위해 아직 부족한 실정이다. 그럼에도 불구하고, 3D 애니메이션 영화는 제작이 활성화되고 있다.

9.나가는 말

지금까지 러시아 영화 산업의 현황과 발전 전망 및 가능성에 대해 살펴보았다. 실질적으로, 소련의 붕괴 이후 러시아 영화 산업은 과거의 영광을 뒤로 한 채 역사의 바깥쪽으로 밀려나 있었던 것이 사실이다. 이렇다 할 영화계 전반에 대한 분석과 연구를 수행하는 기관이 존재하지 않고, 자료 관리를 위한 체계가 존재하지 않았다는 점도 심각한 문제 중 하나로 지적되었다. 20년이 지난 현재, 1990년대 찾아온 위기의 흔적을 지우기 위해, 러시아 영화계는 다양한 혁신과 변화를 시도하고 있다. 이로 인해 수면 위로 드러난 문제점들을 하나 씩 해결해 나가며, 양적 성장과 동시에 질적 성장을 향해서도 나아가고 있다.

국가 지원의 확대는 영화관 및 상영관 설치 뿐만 아니라, 영화 제작 자체의 성장에도 큰

영향을 끼쳤다. 이는 자연스럽게 관객의 증가와 영화 시장 규모가 커지는 효과를 낳았다. 사실상 1990년대 후반과 2000년대 초반에만 하더라도, 국가 지원 없이는 영화의 자체적 제작이 불가능한 상황에 놓여있었기 때문에, 국가 지원에 많은 부분을 의존할 수 밖에 없었다. 이후 자연스러운 영화 시장의 개방과 자본을 바탕으로 한 투자 기관들이 생겨나고, 제작사들이 본격적으로 재정비에 들어 가면서, 러시아 영화의 장르적 다양성과 제작 여건은 폭발적으로 확장된다. 러시아 영화의 전통을 살리면서도, 현대식 인프라와 네트워크를 구축하는 일은 큰 과제로 남았다. 최신 장비와 기술력을 동원한 영화 스튜디오와 인력의 부족은 고질적 문제이나, 지속적으로 개선되고 있는 상황이다. 또한 한국 영화 산업이 그렇듯, 시장의 상업화와 변화의 요구에 따른 배급의 차별화, 마케팅 전략 등으로 국영 제작사의 몰락과 민영화, 장르 영화 및 국산 영화의 위기, 블록버스터 편중화 문제는 러시아 영화계에서도 드러난다.

이와 별도로 러시아 영화 산업의 몇 가지 특수성은 주목할 만 하다. 잠재적 관객 수의 증가가 가능하며, 선진 제작 구조의 수용과 러시아 내부의 자체적 기술 개발이 결합되어, 새로운 형태의 발전을 추구하고 있다. 특히 러시아의 지리적 문화적 특성을 활용한 영화 제작 인프라 구축과 사업 계획은 한국 영화 산업과의 협업과 교류를 시사하기도 한다. 무엇보다, 러시아 영화 시장의 매력은 그 미래에 있다. 아직은 부족한 환경과 더딘 발전으로 인해 무수한 과제들을 눈앞에 두고 있지만, 앞으로의 가능성 만큼은 그 어느 곳보다 무궁무진해 보인다.

자료 출처: <http://www.broadcasting.ru/main.php>