

동경국제영화제와 부산국제영화제 비교분석

— 텍스트로서의 영화제/집행부/관객을 중심으로 —

권 연 수*

目 次

- I. 들어가며
 - II. 동경/부산국제영화제의 외부적 환경과 내부적 환경
 - III. 동경/부산국제영화제의 비교분석
 - IV. 마치면서
-

I. 들어가며

영화는 자본과 하이테크놀로지로 특징지어지는 현대 사회의 모습을 가장 잘 체현하고 있는 대중예술로서 사회적 이벤트로서의 기능을 수행한다. 우리가 영화관에 가서 영화를 보는 것은 단순히 영화만을 보기 위함이 아니라 영화관이라는 공간을 즐기며 커뮤니케이션하는 이벤트로서의 기능이 있기 때문이다. 이러한 자본과 하이테크놀로지, 그리고 사회적 이벤트로서의 특성에 한시성과 집약성이라는 특징을 가미하여 영화의 매력을 극대화

* 세명대학교 조교수 일본문학, 일본문화

- 1) 본고는 제8회 부산국제영화제 기간 중 개최된 세미나 <영화와 기호학 : 부산영화제를 읽는다> (2008년 10월 3~4일, 해운대 메가박스 10관 / 부산국제영화제 후원 기호학연대 주최)에서 “동경영화제와 부산영화제 : 추락과 비상?”이라는 제목으로 발표된 내용에 일부 근거하고 있다. <영화와 기호학 : 부산영화제를 읽는다>는 부산국제영화제를 하나의 문화현상으로 파악, 그 현장에서 다양한 기호학적 분석과 비평을 시도함으로써 부산국제영화제를 짚어보고 청중과 함께 ‘영화제’ 자체를 학술적 논의의 장으로 끌어내고자 하는 새로운 문화비평의 시도로 기획되었다. 본고는 이 발표에서 제시된 다양한 분석 자료를 바탕으로 한 걸음 나아가 텍스트로서의 영화제 / 텍스트 생산자로서의 집행부 / 텍스트 수용자로서의 관객이라는 세 가지 관점에서 부산국제영화제와 동경국제영화제의 비교분석을 시도하였다. 이미 우리 사회에서 가장 영향력 있는 문화현상으로 자리 잡고 있는 영화와 영화제라는 것도 분명 인문학적 연구의 대상이 될 수 있으며, 특히 한국과 일본의 문화를 이해함에 있어서 중요한 코드가 되고 있는 바, 본고가 일본문화 연구 영역의 새로운 시도로써 활발한 논의의 계기를 제공하게 되기 바란다.

시키는 것이 바로 영화제라고 말할 수 있다.

약 400개가 넘는 것으로 알려져 있는 국제영화제²⁾가 세계 도처에서 개최되고 있는 가운데 매년 가을 무렵 동경국제영화제와 부산국제영화제가 개최되고 있다. 1985년부터 시작된 동경국제영화제는 ‘아시아 최초의 국제영화제이자 ‘아시아 최초의 국제영화제작자연맹 공인 A급 국제영화제’로서 명성과 권위를 자랑하며 일본 영화산업의 중심지이자 영화의 메카로 불리는 동경의 시부야(澁谷) 지역에서 개최되고 있다. 한편 부산국제영화제는 1996년 한국 영화의 발상지라 불리는 부산 시의 유서 깊은 남포동 영화관과 수영만 요트경기장 앞 야외극장을 무대로 ‘한국 최초의 국제영화제’로서 막을 올렸다. 그리고 올해로 16회를 맞는 동경과 8회를 맞는 부산 양 영화제는 ‘아시아영화의 발굴과 육성’이라는 슬로건을 내걸며 각각 아시아 영화의 ‘대표 영화제로서의 위상을 확보하고자 하는 공통의 목표를 지향하고 있지만 작금의 영화제에 대한 평가는 명암을 가르고 있다. 서양의 칸느, 동양의 도쿄’ 지향을 천명했던 동경국제영화제보다³⁾ 오히려 8회라는 짧은 역사의 부산국제영화제가 세계에서 가장 역동적인 영화제로 평가받으며 아시아 최고의 영화제로 부각되고 있는 것이다. 동경국제영화제가 그 역사와 권위를 생각할 때 ‘일본 대표 영화제는 물론 ‘아시아 대표 영화제’라고도 할 수 있는 위치에 있는 만큼 이러한 부정적 시각은 의문이 아닐 수 없다. 그저 권위에 대한 힐난인지, 아니면 진정으로 큰 문제점을 내포하고 있는 것인지, 선부터 단정을 하기 전에 보다 심층적인 분석이 필요할 것이다. 나아가서 동경국제영화제의 걸어온 길과 문제점을 분석하는 것은 부산국제영화제의 나아갈 길에도 좋은 길잡이가 될 수 있다. 동질성과 이질성이 교차하는 한국과 일본은 때론 타산지석의 대상이 되기도 하고, 배움의 대상이 되기도, 또 경쟁의 대상이 되기도 한다. 그와 마찬가지로 동경국제영화제와 부산국제영화제 또한 각각 아시아 영화의 대표 영화제로서의 위상 확립을 목표로 하고 있다는 점에서 경쟁의 대상이 되기도 하고 동시에 타산지석의 대상이기도 한 것이다. 또한 동경국제영화제와 부산국제영화제를 비교분석하는 것은 영화제

2) 국제영화제의 시발은 1898년 모나코 영화제라고 알려져 있으며 1907년에는 경쟁부문 성격을 갖는 대상 시상식이 있었던 로마 영화제가 개최된 바 있다. 그러나 이 두 영화제는 현재까지 명맥을 유지하지는 못하였고, 현존하는 국제영화제 중에서 가장 오랜 전통을 자랑하는 영화제는 이탈리아의 베네치아 영화제이다. 1932년 처음으로 개최되었다가 제2차 세계대전이 발발하자 중단되었다. 그리고 세계대전 직전에 창설되었던 칸느국제영화제도 전쟁으로 중단되었다가 전후에 재개하여 이 두 영화제가 현재까지 국제영화제의 쌍백을 이루며 전통을 이어오고 있다. 이어 베를린 모스크바 뉴욕 등 세계 여러 곳에서 영화제가 개최되기에 이르렀다. 초기에는 유럽에 편중되어 개최되던 국제영화제도 이제는 미국과 캐나다 등의 북미는 물론 한국을 비롯한 일본, 홍콩, 대만, 인도, 방콕 등 아시아 각지에서도 개최되고 있다.

3) 동경국제영화제는 수년 전부터 국제영화제 관계자들 사이에서 외면당하고 있으며 일본 영화 저널도 일관되게 동경국제영화제에 대한 비판을 가하고 있다. 영화배급사 사장 등 영화관계자들은 동경국제영화제에 출품해서 대상을 받으니 상을 못 받더라도 칸느나 베네치아에 출품하는 편이 훨씬 낫다고 인식하고 있으며 한국 네티즌 사이에서도 할리우드 영화를 중심으로 한 상업성 짙은 영화 위주의 프로그래밍이 문제점으로 지적되고 있다.

그 너머에 있는 양국의 문화에 대한 이해에도 도움이 될 것이다.

본고에서는 양 영화제에 대한 보다 전체적인 조망을 위해 SWOT분석⁴⁾의 틀을 원용하여 분석하고자 한다.⁵⁾ 나아가서 동경/부산국제영화제를 하나의 텍스트로 보고 이에 전제되는 텍스트 생산자와 텍스트 수용자라는 시각에 따라 SWOT분석 결과를 ‘텍스트로서의 영화제’, ‘텍스트 생산자로서의 집행부’, ‘텍스트 수용자로서의 관객’이라는 관점에서 비교 분석을 시도함으로써 양 영화제의 현상을 파악하고, 양 영화제의 향후 발전 방향에 대한 구체적인 제안을 하고자 한다.

II. 동경/부산국제영화제의 외부적 환경과 내부적 환경

1. 동경/부산국제영화제의 개요

영화 및 영상을 통한 국제교류와 영화산업 발전을 목적으로 1985년 개최된 동경국제영화제는 제4회(1991)까지는 격년으로 개최되다가 제5회부터 매년 개최로 전환되었다.

동경국제영화제는 (財) 東京國際映像文化振興會가 주최하고 있다. 1985년 동경국제영화제의 개최와 일본의 영상문화 및 산업에 기여함을 목적으로 설립되었으며 쇼치쿠(松竹), 도호(東寶), 도에이(東映), 가도카와다이에이(角川大映)와 같은 메이저 영화사를 중심으로 방송계, 광고계, 출판계, 메이저 영화사 계열사 등 63개 기업(2003년 10월 현재)의 찬조회원으로 이루어져 있다. 영화제를 실질적으로 기획, 운영하게 되는 제네럴 프로듀서(GP)는 이 재단의 이사회에서 선정된다. 또한 이 재단과 함께 동경국제영화제를 공동으

4) SWOT 분석이란 주로 경영 및 마케팅 전략을 수립할 때 사용되는 분석 기법으로 외부환경의 기회요인(Opportunities)과 위협요인(Threats)을 파악하고 내부 역량의 강점(Strengths)과 약점(Weaknesses)을 분석함으로써 전략적 대안을 도출해 내는 방법이다. 따라서 SWOT분석은 외부환경과 내부환경(혹은 내부 역량)의 모든 장단점을 파악함으로써 효과적인 전략을 세우는데 유효하다는 장점이 있다.

5) 본 연구를 위한 자료 수집은 다음과 같이 이루어졌다. 부산국제영화제가 경우 내부 자료인 결과 보고서와 공식 카탈로그, 가이드북, 관객조사, 보도자료 등의 자료를 열람할 수 있었다. 이와 더불어 국내에서 출판된 문헌, 신문기사, 영화전문잡지, 인터넷을 통한 자료 수집을 병행하여 영화제 안과 밖의 자료를 고루 접할 수 있었다. 그러나 동경국제영화제의 경우 영화제 사무국의 전화번 호조차 공개가 되고 있지 않을 정도로 정보 공개가 미흡하여 자료 수집에 많은 어려움이 있었다. 공식 홈페이지도 과거 영화제와의 연계성이 전혀 없이 매년 개편되고 있어 금년도 제16회 영화제에 대한 안내 이외의 상세한 정보를 얻을 수 없는 한계가 있었다. 그리하여 동경국제영화제의 경우는 공식프로그램과 영화전문잡지와 신문기사, 인터넷을 통한 자료에 의존할 수밖에 없었다.(참고문헌 참조.) 이와 같은 허점을 보완하기 위하여 영화제 참여 경험자, 현직 영화관련 재단 근무자, 문화 관련 기자, 현직 영화사 사장, 직원 등 동경국제영화제에 관여한 경험이 있거나 내막을 알 수 있는 위치에 있는 관계자들의 인터뷰를 실시하여 분석에 반영하였음을 밝혀둔다.

로 개최하고 있는 (社) 映畫産業團體連合會(약칭 映連) 또한 메이저 영화사가 주축이 되고 있다는 사실을 주목할 필요가 있다. 2000년도까지 유지되었던 '선정위원회⁶⁾를 통한 작품선정의 영향력 행사 등 메이저 영화사가 영화제의 운영을 좌지우지하고 있는 것이 줄곧 문제점으로 지적되어 왔으며 이러한 문제는 영화제의 주요 요소인 선정 작품의 질적 부실을 초래했다. 따라서 동경국제영화제를 이해함에 있어서 (財) 東京國際映像文化振興會와 (社) 映畫産業團體連合會 양쪽에 소속되어 있는 메이저 영화사의 존재는 중요한 코드가 된다.

한편 1996년 비경쟁영화제로서 시작된 부산국제영화제는 설립 당시 아시아 영화인의 발굴 및 육성, 한국영화의 세계화, 아시아 공동투자 마켓의 형성으로 한국 및 아시아 영화의 제작 지원, 세계 영화의 흐름 조망, 부산시의 문화수준 및 경제력 제고 등을 목적으로 하고, 비경쟁부문을 주축으로 운영하며 아시아 지역의 영화를 조망할 것과 한국영화를 체계적으로 정리, 평가하여 집중적으로 소개하는 것을 주요 목적으로 한다고 발표하였다. 부산국제영화제의 김지석 프로그래머는 부산국제영화제의 정체성을 '비경쟁 영화제로서 한국영화를 포함한 아시아영화의 발굴과 소개, 그리고 PPP로 대변되는 생산적인 영화제'로 요약하고 있다.⁷⁾

한국 최초의 국제영화제로서 당찬 출범을 한 제1회 부산국제영화제는 예술적인 면과 대중적인 면에서 모두 성공했다는 평을 받았다. 제2회에는 제1회의 호평을 발판으로 한 발 앞서 나가는 기획을 선보였다. 아시아 영화의 미래를 논의하고 비전을 제시하는 역할을 하겠다는 뜻으로 '부산 프로모션 플랜(PPP)'을 출범시켜 제3회부터 본격적인 마켓이 진행되도록 하였다. PPP란 투자자 및 배급사와 제작자를 연결해주는 프리마켓의 성격을 가지며 생산적인 영화제로서의 특성을 가진다. 이 PPP가 활성화됨에 따라 부산국제영화제는 국내외의 영화 제작자 및 투자자, 배급업자들에게 있어서 매력적인 공간이 되었고 이 프로그램이 영화제 전체의 성패를 좌우할 만한 주요한 관심사가 되기에 이르렀다.

제4회부터 제5회에 걸쳐서는 초청국가 수를 대폭 늘려 프로그램을 다양화하고 지속적으로 아시아영화를 소개하는데 주력한 결과 관객, 영화관계자 모두가 오고 싶어 하는 영화제로 발돋움하였다. 일본 언론이 부산국제영화제를 주목하기 시작하는 것도 이 무렵이다. 제6회 영화제에서는 부산국제영화제 스스로가 안정기에 접어들었다고 평가하였으며 NDIF(New Direct I Focus) 프로젝트를 신설하여 국내의 신진 영화 작가 발굴의 새로운

6) 영화제의 출품작을 선정하는 '선정위원회가 映連 관계자로 구성되어 있는 관계로 각 메이저 영화사에서 개봉을 앞둔 작품들을 인벤프하는 차원에서 작품선정이 이루어졌다는 비판을 받았다. '合議制'라고 불리기도 하였으며 동경국제영화제가 메이저 영화사의 프로모션 기능으로서의 동경국제영화제라는 인식을 고정화시키는 결과를 초래했다. 2002년 폐지된 후 각 프로그래머의 재량이 조금씩 확보되기 시작하였으나 체제 자체의 변화를 가져온 것은 아니어서 부정적 인식을 불식하기는 쉽지 않을 것으로 판단된다.

7) 김지석(2003) 「축제에서 산업으로-부산국제영화제의 정체성과 전망」 『소셜마음』 p. 23

장을 열었다. 이 NDIF는 ‘질투는 나의 힘’의 박찬욱 감독을 배출하는 등 가시적인 성과를 보이고 있다. 제7회 영화제에는 칸느, 베네치아, 베를린 등 세계 3대 영화제 집행위원장이 부산을 찾아 한국영화의 해외 진출을 확장시켰고 아시아 지역 내 여러 국제영화제들의 벤치마킹 대상이 되었다. 2003년 제8회 부산국제영화제는 역대 최대의 라인업으로 60개국 244편이 상영되어 규모 면에서 상당한 성장을 보여주고 있다. 매년 증가하고 있는 소요예산과 게스트 초청인원이라는 면에서도 외형상의 성장은 이미 세계적 수준이라고 볼 수 있다.

2. 동경국제영화제의 외부적 환경과 내부적 환경

올해 개최된 제16회 동경국제영화제 공식 프로그램 인사말에서 가도카와 GP는 ‘20년이라는 연륜을 쌓으며 아시아 최대 규모로서 동양의 칸느라고 불리기에 이르렀습니다.’⁸⁾라고 동경국제영화제를 칸느국제영화제에 버금가는 영화제로서 자평하였다. ‘규모면에서’라는 단서를 붙이기는 했지만 제2회 영화제에서 ‘서양의 칸느, 동양의 도쿄를 지향한다고 천명한 이래 제16회에 이르러 ‘동양의 칸느’가 되었다고 주장한 것이다. 이러한 가도카와 GP의 선언이 과연 어디까지 진실인가? 본 장에서는 동경국제영화제가 처한 외부적 환경과 내부적 환경을 분석해 보고자 한다.⁹⁾

<표 1> 동경국제영화제의 외부적 환경

기회 (Opportunities)	위협 (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 세계 영화시장의 아시아 영화에 대한 관심 고조 <ul style="list-style-type: none"> - 할리우드 영화에 식상한, 또는 할리우드 영화 독주에 우려를 갖는 영화관객들의 대안 모색 - Kitanist 등 아시아 영화 매니아 층 두터워짐 - 도빌아시아영화제의 약진 및 단발적 아시아 영화제 개최 활발 ■ JAPAN 브랜드 및 TOKYO 브랜드 <ul style="list-style-type: none"> - 아시아 최고의 인지도 - 아시아 중에서 세계 정치·경제·문화의 중심권 - 일본 영화산업의 중심 ■ 일본 영화산업의 안정성 <ul style="list-style-type: none"> - 메이저 영화사를 중심으로 한 영화 인프라 축적 - 메이저 영화사의 막대한 자본 - 세계적 거장의 축적된 인지도 - 애니메이션 등 세계적 수준의 소프트 보유 ■ 일본의 하이테크놀로지 인프라 <ul style="list-style-type: none"> - 영화라는 문화 콘텐츠 자체를 바꾸는 기술의 최첨단에 있는 세계적 기업의 존재 (SONY, NEC 등) ■ 일본 국내 아시아 영화에 대한 관심 고조 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 아시아 영화제 간 경쟁 치열화 <ul style="list-style-type: none"> - 후발 아시아 영화제 다수 대두, 약진 - 자국 지역 영화제 다수 대두, 약진 ■ 관·민·인론의 관심 및 지원 저조 <ul style="list-style-type: none"> - 전 국민적 또는 시민 차원의 consensus 부족 - 지역 사회의 참여 의식 저조 - 일본 국민의 개인 취향의 다양화에 따른 관심 저조 ■ 일본 영화 팬들의 취향 편중 <ul style="list-style-type: none"> - 할리우드 영화 편향 주의 - 불식되지 않은 아시아 영화에 대한 선입견 - 자국 영화에 대한 관심 저조 ■ 일본의 계속되는 경제 침체 <ul style="list-style-type: none"> - 경제 침체로 인한 영화 산업 위축 - 국민의 소비 억제 분위기 ■ 일본 국내 각 지역 영화제와의 경쟁 치열화 <ul style="list-style-type: none"> - 영화 매니아 층의 압도적 지지 - 규모는 작지만 쫓겨가는 명확 - 축적적 분위기

8) (2003) 『제16회 동경국제영화제 공식 프로그램』, 財團法人 東京國際映像文化振興會, p.164

9) 분석의 근거 자료는 주 5)참조

<ul style="list-style-type: none"> - 두터운 홍콩 영화 팬 층 - 중국 이란 영화에 대한 관심 - 쉬리 이후 한국 영화에 대한 관심 ■ 일본인의 특성 - 일본인의 매니아 기질 - 뛰어난 학습능력과 탁월한 자기 체화 능력 - 2nd position 에서의 위력 발휘 능력 ■ 고정 영화 팬의 존재 - 경제적 여유가 있는 장년층 고정 영화 팬 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본인 특유의 정서 - 새로운 것에 대한 배타적 성향 - 개방적 마인드 부족으로 외국인에 대한 배타적 성향 및 다가가지 못함 - 서구 지향 / 자국 중심적 아시아 인식 ■ 영화제 개최지의 문제 - 도쿄는 다채널 대도시, 시부야는 다기능적 공간 - 시부야 방문 연령층의 제한성 - 영화관람 이외의 국제 영화제의 매력 및 장점 살리기 어려운 지역
--	--

<표 2> 동경국제영화제의 내부적 환경

강점 (Strengths)	약점 (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 영화제 공간의 이미지와 집약성 - 최신 유행의 발생지인 시부야라는 지역의 유행 최첨단의 이미지 - 상영관과 연결되어 있는 도쿄 (東京) 백화점 본점의 하이 클래스 이미지와 연계된 이미지 메이킹 - Bunkamura (文化村) 의 고급문화 이미지 - Bunkamura 를 중심으로 한 근거리 내 영화관에서 개최 - Bunkamura 내의 다양한 상영 공간 ■ 아시아 최초의 국제 영화제, 아시아 최초의 A급 국제 영화제 - 아시아권에서 가장 오래된 역사 - A급 영화제라는 권위 - 아시아 최초의 영화제가 세계 유수의 영화시장인 일본, 그 중에서도 영화산업의 중심지인 도쿄에서 개최되는 東京國際映畫祭라는 권위 ■ 확고한 존립기반 - 메이저 영화사의 거대 자본, 인적 기반 위에 성립 - 영화계와 방송계, 출판계, 하이테크 기업과의 연계 - 기업의 후원에 따른 기본적 매력을 확보 ■ 영화 프로모션의 가능 - 영화제와 일본 국내 개봉 영화 흥행과의 연계 - [일본 시네마 클래식]을 통한 테마별 특집과 [재팬 시네마 나우]로 일본영화의 新과 旧를 아우름 ■ 개혁의지 - 2002년 <ul style="list-style-type: none"> * 개혁 원년 * 가와우치(川内)GP의 10년 구상 실현에 박차를 가함 * 합의제 폐지 * 축제의 분위기 고양 노력 - 2003년 <ul style="list-style-type: none"> * 가도카와(角川)GP 취임으로 가와우치GP보다 소프트한 방식의 개혁 실현 * 일본 정부(經濟産業省·文化廳)의 보다 적극적인 관여 및 지원 * 각 부문 프로그램 책임자(director) 존재 명확화 ■ 하이테크놀로지 연계 및 IT化 방향 * 핸드폰을 통한 전자 티켓 도입 * 하이테크 기술 관련 심포지움 개최 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 동경영화제의 존재의 및 비전의 불명확 - 얼굴 없는 영화제 <ul style="list-style-type: none"> * 무엇을 위한 영화제인가? 누구를 위한 영화제인가? * 존재의의의 이중성 <ul style="list-style-type: none"> - 내부적: 메이저 영화회사의 프로모션 도구 - 외부적: 참신한 아시아 영화의 발굴 및 육성 ■ 영화제 운영의 비연계성 및 일회성 - 프로그래머(director)의 재량 확고하지 않음 - 프로그램 및 작품선정 기준의 일관성 결여 - 각 메이저 영화사의 이해관계에 따른 프로그램 및 작품 선정 - 주객의 전도 '경쟁 부문'과 '특별 초대' - [참신한 아시아 영화의 발굴 및 육성]이라는 당초 의도 살리지 못함 - 언론을 의식한 이벤트성 기획 추구 - A급 영화제에 따른 경쟁 부문 작품 유치의 한계 - 경쟁 부문 작품 선정 기준의 일관성 결여 ■ 조직위 구성원의 잦은 변동 - 대표 얼굴이 없는 영화제 - GP의 재량 및 역량 발휘의 한계 - 책임자 부재로 인한 소신 있는 사업 추진에 한계 - 각 메이저 회사의 파견 직원 중심의 인력 확보에 따른 주인 의식 부족 - 주요 인력 교체 빈번으로 인한 전문성 결여 - 책임지는 의사 결정에 한계 ■ 조직위원회의 경직성 및 폐쇄성 - 구체제 개혁 미흡, 구체제 세력 잔재 - 영화계 manpower와 비영화계 manpower 간의 알력 - 폐쇄성 - 정보 공개 미흡 ■ 축제로서의 분위기 저조 - 시부야 자체가 항시 축제, 영화제만의 축제가 되기 어려움 - 할리우드 편중의 축제 분위기 연출 - 스타 위주의 홍보전략 - 잔치적 성격이 강한 영화제 - '축제로서의 영화제 즐기기에 대한 인식 저조 ■ 국제화 시각이 결여된 국제영화제 - 영화 관객, 참여자의 외국인 비율 현저히 저조 - 외국인에 대한 인프라 절대적 미흡 - 對 외국인 홍보전략 미흡

3. 부산국제영화제의 외부적 환경과 내부적 환경

‘60개국 244편 상영 역대 최대 라인업’ ‘개막작 예매 시작 28분 4초 만에 매진’, 티켓에 매 과부하로 인한 홈페이지 일시 폐쇄’, 등 부산영화제는 한국 영화 팬의 열광과 함께 순조로운 향해를 계속하고 있는 것으로 보인다.

‘서울에도 없는 국제영화제를 부산에서 해보자라는 열정으로 시작된 부산국제영화제가 올해로 8회를 맞으며 어떤 기회와 위협 속에 어떤 강점과 약점을 갖고 있는지 분석한 결과는 다음과 같다.

<표 3> 부산국제영화제의 외부적 환경

기회 (Opportunities)	위협 (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 세계 영화시장의 아시아 영화에 대한 관심 고조 <ul style="list-style-type: none"> - 헐리우드 영화에 식상한, 또는 헐리우드 영화 독주에 우려를 갖는 영화관객들의 대안 모색 - Kitanist 등 아시아 영화 매니아 층 두터워짐 한국의 경우 Kitanist와 같은 가시화된 그룹은 없지만 임권택, 홍상수, 김기덕 감독 등 저변에 팬 확보 - 도빌아시아영화제 약진 및 단발적 아시아 영화제 개최 활발 ■ 관·민·인론의 지대한 관심 및 적극적 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 부산영화제 발전에 대한 전 국민적 consensus 확립 - 官의 재정적 지원 및 행정적 지원 - 인론의 관심 및 지원 - 영화 매니어가 아니더라도 관심 - 부산 시민의 자부심 ■ 한국 자국 영화 발전 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 영화의 수준 향상 - 한국 영화의 관객 증가 - 외국에서 주목받는 영화 증가 ■ 다양한 영화 관람 기회의 부족 <ul style="list-style-type: none"> - 예술전문영화관의 부재 - 개봉관 개봉작 선정의 편향성 ■ 한국인의 개인 취향의 다양화 전 단계 <ul style="list-style-type: none"> - 타 대중문화에 비해 인기도·자본·인적자원 면에서 영화가 우위를 점유 - 데이트, 휴일의 단골 메뉴가 영화 ■ 한국인의 마인드 - 반미감정과 개방적 마인드 <ul style="list-style-type: none"> - 헐리우드 영화에 대한 경계 - 한국 영화에 대한 관심 고조 - 스크린 쿼터제 지지 등 영화산업에 대한 관심 - 외국인에 대한 개방적 마인드 ■ 젊은 세대의 영화 매니아 층 형성 <ul style="list-style-type: none"> - 젊은 세대의 영화 매니아, 영화산업 관심자 대폭 증가 - 매니아에 대한 긍정적 인식 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 아시아 영화제간 경쟁 치열화 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 및 후발 영화제 다수 약진 - 자국 영화제 다수 대두, 약진 ■ 한국 경제 침체 <ul style="list-style-type: none"> - 경제 침체로 인한 재정 지원 불안 - 경제 침체로 인한 영화산업 위축 ■ 브랜드의 형성 전단계 <ul style="list-style-type: none"> - KOREA 브랜드 BUSAN 브랜드 취약 - 세계적 인지도 부족 - 부산국제영화제 브랜드의 미확립 ■ 한국 영화 산업의 불안정성 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 영화 발전의 짧은 역사 - 영화 인프라 및 자본의 불안정성 - 영화 콘텐츠의 다양성 부족 - 유행에 치우치는 경향 - 세계적 수준의 소프트 부재 ■ 하이테크놀로지 인프라 부족 <ul style="list-style-type: none"> - 한국 하이테크 기업의 관심 저조 ■ 한국인의 쉽게 변화하는 성향에 대한 우려 <ul style="list-style-type: none"> - 현재의 국민적 consensus가 언제까지? - 官의 재정적, 행정적 지원 언제까지? - 부산 시민의 자부심 언제까지? - 영화 매니어가 아닌 사람들의 관심 언제까지? - 인론의 관심 및 지원 언제까지? - 자원봉사자의 압도적지지 언제까지?

<ul style="list-style-type: none"> ■ 개봉관의 개봉작 선정의 편향성 <ul style="list-style-type: none"> - 상업성 중시 영화 편중 - 작가성 중시 작품 관람 기회 부족 ■釜山이라는 공간적 문제 <ul style="list-style-type: none"> - ‘영화의 바다’ 지역 특성을 살린 영화제 상징화에 성공 - 도시 전체가 바다로 펼쳐진 개방적 공간 - 영화의 발상지로서의 ‘부산’의 의미 - 영화의 역사와 함께 영상위원회 등 영화의 메카로 부상 중 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 한국 국내 각 영화제와의 경쟁 치열화 <ul style="list-style-type: none"> - 각 영화제마다 매니아 층 형성 가능성 - 각 영화제의 차별화의 어려움 - 도심부인 서울과의 거리 ■ 선진화에 따른 개인 취향의 다양화 추세
--	--

<표 4> 부산국제영화제의 내부적 환경

강점 (Strengths)	약점 (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ■ 후발 영화제로서의 이점 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 영화제의 철저한 분석을 통한 문제점 및 틈새 파악 - 전략수립 유리 ■ 작품의 질적 수준 <ul style="list-style-type: none"> - 경쟁부문 미도입으로 작품선정, 상영에 유리 - 수준 높은 기획력 - 주목받는 프로그램의 발굴 유지 ■ 외부 인식/이미지의 고양 <ul style="list-style-type: none"> - ‘아시아 영화를 보려면 부산으로 가라’ 아시아 영화의 중심 영화제로서 위상 확립 단계 - 영화산업과의 연계 및 영화계 영화 관계자간인적 네트워크 형성 ■ 조직위원회의 안정성 <ul style="list-style-type: none"> - 얼굴 있는 영화제 - 각 프로그래머 재량 확고 - 전문성 보유 - 상급과 비상급, 자원봉사의 원활한 업무체계 및 높은 주인의식 ■ 부산국제영화제의 존재의의 및 비전 확고 <ul style="list-style-type: none"> - 탈정치화 고수 - 모든 즐거움은 ‘영화를 통한 즐거움’ 고수 - 아시아 영화의 발굴, 소개, 육성 지속적 견지 ■ 축제로서의 영화제 <ul style="list-style-type: none"> - 게스트도 관객도 다시 찾고 싶은 영화제 - 지역 참여 의식 - 영화/영화관계자와 관객의 가까운 거리 - 다양하고 의미 있는 다수의 게스트 내한 - 수준 높은 감독과의 대화 등을 통해 게스트도 관객도 다시 찾고 싶은 영화제 - 자원봉사 활동 활성화 (외국인도 자원봉사) ■ 배움터로서의 기능 <ul style="list-style-type: none"> - 미래 영화계 인재 육성 - 젊은 층 관객 고정 확보 - 학생들의 경제적 부담 감소 및 자부심 고취 - 예술로서의 영화의 기반 확장에 기여 ■ 국제적 분위기 <ul style="list-style-type: none"> - 다국적 게스트 - 다국적 자원봉사 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 부산영화제의 위상 변경 - 후발에서 건인차적 위치로 <ul style="list-style-type: none"> - 틈새 파악에 의한 전략 수립에서 창의적 전략 수립으로 전략 방향 전환 필수 - 타 영화제의 도전 가능성에 대한 대처 방안 필요 - 타 영화제와의 차별화를 시도하며 동시에 건인차적 역할 수행에 대한 기대 ■ 관객 배려 인프라의 부족 <ul style="list-style-type: none"> - 전용관의 부재 - 영화관의 기술적 문제, 사고 - 탁아시설, 장애인 배려 인프라 미흡 - 외국인에 대한 배려 ■ 관객, 영화제 참여자의 제한성 -젊은 층, 여성 중심 <ul style="list-style-type: none"> - 관객의 연령적 성별 다양성 부족 - 부산 시민의 폭넓은 참여 부족 - 서울/ 부산 중심의 홍보 전략 - 다양한 지역의 참여 유도 부족 ■ 조직위의 고정화 <ul style="list-style-type: none"> - 집행위원장의 비중 (인지도, 인맥, 능력 등 면에서) - 향후 조직위 구성원 교체 시 새로운 체제하에서 현재와 같은 파워 유지 가능 여부 ■ 불확실한 존립 기반 <ul style="list-style-type: none"> - 예산 - 법인문제 - 기업의 메세나 문화 미정립

Ⅲ. 동경/부산국제영화제의 비교분석

동경/부산국제영화제를 하나의 텍스트로 본다면 거기에는 텍스트 생산자와 텍스트 수용자가 전제된다. 텍스트 생산자는 영화제 지원자를 포함한 넓은 의미의 영화제 집행부, 텍스트 수용자는 영화관계자를 포함한 넓은 의미의 관객을 의미한다. 따라서 본 장에서는 동경/부산국제영화제와 영화제 집행부, 관객이라는 세 가지 관점에서 앞 장에서 언급한 외부적 환경과 내부적 환경의 항목들의 공통의 요소를 찾아내어 긍정적 요소와 부정적 요소로 나누어 분석하고자 한다.

1. 텍스트로서의 영화제

<표 5> 긍정적 요소

특성	내 용	TIFF	PIFF
[안정성]	세계 영화시장의 아시아 영화에 대한 관심	○	○
[안정성]	자국 영화산업 인프라의 안정성	○	
[안정성]	자국 영화 발전		○
[안정성]	확고한 존립기반	○	
[대표성]	국가 브랜드 및 도시/지역 브랜드	○	
[대표성]	영화제의 권위와 명성	(내부적 주장) [△]	(형성단계) [△]
[생산성]	영화 산업과의 연계		○
[생산성]	영화제/영화 관계자 간 인적 네트워크 형성		○
[발전성]	자국 영화 발전		○
[혁신성]	하이테크놀로지 연계 및 IT화 방향	○	
[축제성]	축제로서의 영화제		○

<표 6> 부정적 요소

특성	내 용	TIFF	PIFF
[불안정성]	국내의 영화제 간 경쟁 치열화	○	○
[불안정성]	자국 영화산업 인프라의 불안정성		○
[불안정성]	불확실한 존립기반		○
[주변성]	국가 브랜드 및 도시/지역 브랜드 형성 전 단계		○
[잔치성]	잔치적 성격이 강한 영화제	○	

영 영화제를 비교해 보면 우선 공통적인 부분은 안정적 요소로서 '세계 영화 시장의 아시아 영화에 대한 관심'을 들 수 있고, 불안정적 요소로서는 '국내의 영화제 간 경쟁 치열화'를 들 수 있다. 전반적으로 보면 인프라 측면, 즉 하드웨어적인 측면에서는 동경국제

영화제가 안정성을 확보하고 있는 반면 부산국제영화제는 하드웨어적 인프라 측면에서 불안정성을 보이고 있다. 한편 부산국제영화제는 생산적 요소와 같은 소프트웨어적 측면에서 강세를 보이고 있다. 동경국제영화제의 경우 'JAPAN' 브랜드와 'TOKYO' 브랜드라는 기반 하에 영화산업 전반의 축적된 인프라가 있으며 세계적 거장의 축적된 인지도와 애니메이션 등 최고 수준의 영화 소프트웨어를 보유하고 있다는 점도 상당한 강점이라고 할 수 있다. 또한 영화라는 문화 콘텐츠 자체의 변혁을 가능하게 하는 최첨단 기술을 보유한 세계적 기업의 존재도 무시할 수 없다.

그러나 부산국제영화제의 경우 하드웨어적 기반의 취약함에도 불구하고 생산적인 영화제와 축제로서의 영화제라는 소프트웨어적인 측면을 지향하여 영화제 성공에 상당한 기여를 하고 있다는 사실은 매우 고무적이라 평가된다. 매회 연계성이 없고 마켓의 역사도 짧아 영화산업과의 연계가 미미한 수준에 머물고 있는 동경국제영화제에 비해 부산국제영화제는 영화산업과의 연계, 영화제 간 혹은 영화관계자 간 인적 네트워크가 형성되고 있어 생산적인 영화제로 평가받고 있다. 이러한 생산적인 부분은 부산국제영화제의 큰 강점으로 인식되고 있으며 향후 계획에 따라 마켓을 아시아영화 프리마켓으로 특성화하는 방향으로 나가게 되면 명실 공히 아시아영화시장의 중심이 될 수 있을 것이다.

또한 부산국제영화제를 찾는 외신 기자들이 부산국제영화제를 평가할 때 자주 거론하는 것이 '시민 축제로서의 영화제'라는 부분이다. 영화제에 적극 참여하지는 않더라도 대다수의 부산 시민은 부산국제영화제가 부산에서 개최되고 있다는 사실에 자부심을 느끼고 있으며 부산시도 재정은 물론 행정적 지원을 아끼지 않고 있다. 영화가 끝나면 감독 혹은 배우들과 관객 간에 수준높은 토론이 이루어지고 포장마차에서는 영화에 대한 수다로 밤이 무르익어 간다. 이러한 시민과 자치단체의 관심 속에 바다의 이미지와 남포동 부근의 시장, 포장마차 등 영화와 먹거리, 볼거리가 한데 어우러지는 '축제'로서의 분위기가 부산국제영화제의 특징으로 평가되고 있으며 성공 요인의 중요한 축을 이루고 있다.

반면 동경국제영화제는 제14회(2000)까지는 게스트가 참석하는 파티가 전면 비공개로 이루어졌다는 사실이 보여주듯 동경국제영화제는 다분히 주최 측의 집안 잔치성 성격이 강한 영화제라고 할 수 있으며 전반적으로 축제적 분위기는 미미한 수준이다. 마츠리(祭り)의 나라 일본이 동경국제영화제에서는 축제의 한마당을 즐기지 못하고 있다는 사실은 상당히 아이러니컬하다.

한편 한국의 자국영화 발전은 부산국제영화제에도 긍정적 요소로 작용한다. 한국의 자국영화 관객 점유율은 1999년이 35.8%, 2000년이 32.6%, 2001년이 46.1%, 2002년이 45.2%, 그리고 2003년은 11월 현재 49.97%로 50%에 육박하고 있다. 지난 10월 한 달간의 관객 점유율이 70.23%로 70% 선을 돌파하였다. 이러한 한국 영화의 약진은 부산국제영화제와도 깊은 관련이 있다. 최근 몇 년간의 한국영화의 성장세와 맞물려 부산국제영화제가 시작된 이후 5년 동안의 한국영화 수출액이 그 이전의 5년에 비하여 대략 10배 정도 늘어

났으며 이러한 수치는 계속 상승세를 보이고 있다.¹⁰⁾ 앞으로도 부산국제영화제는 한국영화와 상부상조하며 한국영화산업의 융성을 이끌어나가는 주체가 되어야 할 것이다.

이상과 같이 보면 부산국제영화제의 강점이 돋보이나 동시에 하드웨어적 측면의 취약함이 위태로움을 불러 올 우려도 없지 않다. 물론 하드웨어 부분은 단시간에, 또 부산국제영화제의 노력만으로 개선될 성격의 것은 아니지만 향후 이러한 하드웨어적 측면의 약점을 보완해 나가는 지혜가 필요할 것이다.

2. 텍스트 생산자로서의 영화제 집행부

<표 7> 긍정적 요소

특성	내 용	TIFF	PIFF
[안정성]	조직/집행위원회의 안정성 및 전문성		○
[안정성]	영화제 운영 구성원의 주인의식 및 적극적 참여의식		○
[안정성]	선정 작품의 높은 질적 수준		○
[안전성]	자원봉사자의 역량		○
[발전성]	신행 영화제의 치밀한 벤치마킹	△	○
[발전성]	개혁의지	△	
[명확성]	영화제의 존재의의 및 비전 확인		○

<표 8> 부정적 요소

특성	내 용	TIFF	PIFF
[불안정성]	조직/집행위원회의 불안정성	○	
[불안정성]	영화제 운영 구성원의 비연계성 및 미비한 주인의식	○	
[불안정성]	프로그램 및 선정 작품의 불안정성 및 일관성 결여	○	
[경직성]	조직의 경직성 및 폐쇄성	○	
[경직성]	집행위원회의 고정화		○ (대비 차원)
[모호성]	영화제의 존재의의 및 비전 모호	○	

영화제를 어떤 방향으로 이끌어 갈 것인가를 결정하고 영화제의 존재의의와 비전을 제시해야 하는 집행부의 존재는 영화제 성패를 좌우하는 열쇠 중 하나이다.

양 영화제의 집행부에 대해 살펴보면 긍정적 측면은 부산국제영화제측이 압도적으로 많은 반면 동경국제영화제는 부정적 측면이 부각된다. 동경국제영화제의 경우 조직위 구성원의 잦은 변동이 문제점으로 지적되어 왔다. 영화제의 실질적인 운영을 책임지는 제네럴 프로듀서(GP)는 財団法人東京國際映像文化振興會에 의해 임명되며 대부분 1년에서 2년 정도에 교체된다. 따라서 GP의 재량 및 역량 발휘에 한계가 있으며 책임지는 의사 결

10) 문화산업대학원(2003) 『PPP의 경제적 효과분석』, 추계예술대학교, p.75

정에도 한계가 있어 소신 있는 사업 추진이 어려운 상황이 계속되고 있다. 일례로 2001년 처음으로 방송계 인사로서 GP에 취임한 가와우치(川内通康) GP는 참신한 개혁안을 제시하며 강한 추진력으로 동경국제영화제의 발전 가능성을 보여주었음에도 불구하고 영화계 인사들과의 의사소통의 한계로 인한 내부적 알력이 있었다고 한다. 결국 가와우치 GP는 2년 만에 영화계 인사인 가도카와(角川歴彦) GP로 교체되었다. 사무국 구성원들도 대부분 財団法人東京國際映像文化振興會의 메인 기업인 메이저 영화사의 파견 직원으로서 업무의 연계성과 영화제에 대한 주인 의식이 부족한 면이 있다. 또한 주요 인력의 교체가 빈번함에 따라 전문성도 떨어지며 GP나 프로그래머의 재량이 확고하지 않다는 점이 큰 문제점으로 지적되고 있다.

사실 동경국제영화제 공식 프로그램 책자의 동경국제영화제 임원과 스태프 명단을 보면 200여명이 넘는 사람들의 이름이 올라와 있다. 그것도 거의 영화계, 방송계 등의 기업 총수 및 임원급, 장관 및 도지사, 관공서 국장급에 이르기까지 유력인사들의 이름들이 즐비해 있다. 그러나 정작 영화제를 실질적으로 주도하는 역할인 GP나 각 프로그램의 프로그래머들의 이름은 찾아볼 수가 없다. 실제로 일을 하는 사람들에게 믿음과 힘을 실어주지 못하는 구조가 동경국제영화제의 발전에 걸림돌이 되고 있으며, 이러한 구조는 조직의 경직성과 폐쇄성을 유발하고 있다.

이에 비해 부산국제영화제는 조직 면에서 안정성과 발전성, 명확성을 고루 갖추고 있는 것으로 평가된다. 특히 철저한 벤치마킹에 근거한 강한 추진력과 전문성 영화제 운영 구성원의 열정과 주인의식 및 적극적 참여의식은 타 영화제의 부러움을 살 정도이다. 자원봉사자들의 헌신적인 참여도 외신 기사의 단골 메뉴이다. 프로그래머의 재량도 확고하며 무엇보다 '지원'은 하되 간섭은 안 한다는 철칙아래 탈정치화를 고수하고 있다는 점도 세계적으로 평가되고 있다. 향후 이러한 긍정적 부분은 지속적으로 유지시켜 나가야 할 것이다. 다만 우려 차원에서 언급한다면 조직의 고정화에 대한 우려가 있다. 현 집행위원회의 주요 멤버는 제1회부터 거의 변동이 없이 영화제를 이끌어오고 있다. 또한 대외적 인지도, 인맥, 능력 등의 면에서 현 위원장의 비중이 상당히 크므로 향후 조직위 구성원이 교체될 경우 새로운 체제하에서 현재와 같은 파워를 유지할 수 있느냐 하는 문제에 대처할 필요가 있다. 따라서 양적인 면에서나 질적인 면에서나 몇 년 앞을 내다보며 보다 체계적인 인재 관리가 필요할 것이다.

한편 동경국제영화제는 선정 작품의 질적 수준에 대한 신뢰를 얻지 못하고 있다. 이 문제는 2002년 '선정위원회가 폐지되면서 어느 정도는 개선되었으나 아직은 질적 수준을 높이 평가받을 정도로 획기적인 변화는 보이지 않고 있다. 한편 선정 작품의 질적 논란은 '선정위원회' 문제와 함께 동경국제영화제가 경쟁 영화제라는 점에 기인하는 바도 크다. 동경국제영화제는 세계적인 국제영화제로 도약하는 길을 경쟁부문에 두었기 때문에 경쟁부문에 대한 기대가 높았다. 그러나 결과적으로는 경쟁부문을 도입한 것이 오히려 동

경국제영화제를 세계적인 영화제로 자리매김하는데 걸림돌이 되었다. 국제영화제작자연맹 공인 영화제의 경우 중복 출품이 불가능하도록 규정되어 있기 때문에 작품성 있는 작품을 유치하기 어렵기 때문이다.

부산국제영화제의 경우는 출범 단계부터 철저한 벤치마킹을 통해 비경쟁 영화제로 방향을 잡았기 때문에 다양한 프로그램 선정이 가능하여 프로그램의 질적 수준을 유지할 수 있었다. 다만 외신보도에 의해 창조성의 결핍 등 작품 선정에 대한 비판이 가해지고 있는 만큼 향후 보다 전문성과 냉철한 시각에 의해 창조적인 작품선정이 이루어질 수 있도록 해야 할 것이다. 특히 ‘가난하고 더럽고 야비한’ 이미지의 아시아영화가 선호되는 세계 영화시장을 향해 아시아인들의 시각에서 선정한 수준 높은 아시아영화를 소개하는 역할을 함으로써 아시아인에 의한 아시아영화관을 제시하고 아시아영화에 대한 서양의 편견을 수정해 나가는 일 또한 부산국제영화제의 중요한 임무로서 인식되어야 할 것이다.

한편 동경국제영화제의 긍정적 요소로 지목되는 것이 개혁의지이지만 2003년에 들어와서는 다소 개혁의지가 희석된 감이 있다. 동경국제영화제는 2001년 가와우치 GP가 취임한 후 2001년부터 구체적인 변화의 움직임을 보였다. 그러나 2002년을 개혁원년으로 규정하고 변혁을 시도했던 가와우치 GP가 교체되고 2003년 가도카와 GP 체제가 되면서 개혁은 한걸음 물러난 듯한 인상이 강하다. 가도카와 GP 취임 후 두드러진 변화는 일본영화 소개를 세계에 알리는 역할에 중심을 두고 있다는 점이다. 이러한 현상은 프로그램의 변화에도 나타나 있다. 9개 공식 프로그램 중에서 4개 부분, 단 닷폰 시네마 포럼에 두 개 프로그램이 있으므로 실질적으로는 5개 부분이 일본영화에 대한 프로그램이다. 공식 프로그램의 절반 이상을 일본 영화로 구성한 것이다. 부산국제영화제가 9개 공식 프로그램 중에서 한국영화 프로그램이 2개 프로그램에 지나지 않는 것과는 큰 대조를 이룬다. 이러한 변화를 통해 동경국제영화제가 당초 설립 목적이었던 ‘참신한 아시아영화의 발굴과 육성’이라는 면보다는 일본영화를 세계에 알리고 그 위상을 높이는데 주력하는 쪽으로 무게가 옮겨지고 있다는 사실을 감지할 수 있다.

동경국제영화제의 또 하나의 긍정적 요소로서는 벤치마킹 부분이 있다. 이미 부산국제영화제는 동경국제영화제의 벤치마킹 대상이다. 일본 언론은 제6회, 제7회를 거치면서는 부산국제영화제에 대해 관심을 보이기 시작하여 제6회, 제7회를 거치면서는 부산국제영화제를 본받아야 한다는 의견을 다수 제기하고 있다. 올해 제8회 부산국제영화제에는 經濟産業廳과 文化廳 관리가 처음으로 부산을 찾았다. 물론 동경국제영화제의 벤치마킹 대상이 부산국제영화제 만은 아니다. 동경국제영화제는 전 세계의 앞서가는 국제영화제에 대한 분석을 외주를 통해서도 실시하고 있다. 탁월한 학습능력과 자기 체화 능력을 보유한 일본인의 특성을 감안해 볼 때 이러한 움직임은 향후 동경국제영화제의 부상 가능성을 짐쳐 볼 수 있는 부분이라고 할 수 있을 것이다.

3. 텍스트 수용자로서의 관객

<표 9> 긍정적 요소

특성	내 용	TIFF	PIFF
[안정성]	자국내 아시아 영화에 대한 관심 고조	○	
[안정성]	고정 영화 팬 혹은 매니아 층의 존재	○	○
[안정성]	확고한 존립기반에 근거한 기본적 대표율 확보	○	
[안정성]	개인 취향의 다양화 전 단계		○ (한시적)
[안정성]	다양한 영화 관람 기회의 부족		○ (한시적)
[발전성]	관/민/언론의 지대한 관심 및 적극적 지원		○
[발전성]	배움터로서의 기능		○
[개방성]	개방적 마인드		○
[다양성]	국제적 분위기		○

<표 10> 부정적 요소

특성	내 용	TIFF	PIFF
[불안정성]	자국민의 쉽게 변화하는 성향		○
[불안정성]	관객매력 인프라의 부족		○
[정체 停滞성]	관/민/언론의 관심 및 지원 부족	△ (최근 변화양상)	
[정체 停滞성]	개인 취향의 다양화	○	△ (대비 차원)
[배타성]	개방적 마인드 부족 및 배타적 성향	○	
[배타성]	서구 지향 / 자국 중심적 아시아 인식	○	
[편향성]	관객, 영화제 참여자 층의 편향성	○	○
[편향성]	영화 팬들의 취향 편중	○	

텍스트 수용자로서의 관객은 영화관계자를 포함한 넓은 의미의 관객을 의미한다. 이미 부산국제영화제는 외국의 영화관계자들이 다시 찾고 싶어 하는 곳이 되고 있다. 부산국제영화제의 초청게스트가 매년 증가 추세를 보이고 있는 것은 체재 경비를 본인이 부담하는 게스트의 수가 증가하고 있기 때문이기도 하다. 이러한 현상은 그들에게 이미 부산국제영화제가 충분히 매력적인 영화제라는 것을 입증하고 있다. 또한 부산국제영화제를 찾는 외국인들, 특히 영화관계자들은 열광적이고 수준 높은 관객의 존재에 감탄한다. 영화를 사랑하는 열정으로 적극적으로 참여하는 한국 관객들은 부산국제영화제의 젊은 이미지를 부각시키며 부산국제영화제 성공의 원동력이 되고 있다.

또한 부산국제영화제의 경우는 한국이 아직 개인 취향이 다양화되기 전 단계라는 점, 예술 전용관의 부재와 개봉관 개봉작 선정의 편향성에 따른 다양한 영화 관람 기회가 부

족하다는 점 등 현재의 상황이 부산국제영화제에게는 오히려 호재로 작용하고 있다. 그러나 이러한 현상은 동시에 불안정적 요소를 내포하고 있다고 볼 수 있으므로 향후 개인 취향이 다양화되고 다양한 영화 관람이 가능해 질 경우에 대비하여야 할 것이다.

또한 부산국제영화제의 경우 관객의 개방적 마인드가 영화제 자체를 열린 영화제로 만들고 있어 긍정적 요소로 작용하고 있다. 부산을 찾는 외국인들이 자원봉사는 물론 관객들, 영화관계자들 모두 이러한 개방성을 선호하며 이러한 개방성은 영화제의 축제성 고양에도 크게 기여하고 있다. 또한 부산국제영화제의 경우 관객들로 인해 국제적인 분위기가 연출되고 있다. 자원봉사도 다국적 자원봉사로 한국에 살고 있는 외국인의 참여가 매년 증가하고 있으며 특히 일본을 중심으로 부산국제영화제를 보기 위해 부산에 입국하는 외국인도 증가 추세에 있다. 또한 부산국제영화제의 강점으로 작용하고 있는 것이 관/민/언론의 지대한 관심과 적극적인 지원을 들지 않을 수 없다. 부산국제영화제 발전에 대한 전 국민적 consensus가 확립되어 있다고 볼 수 있는 상황이다.

한편 동경국제영화제의 경우도 일본이 최근 한국영화를 비롯하여 아시아영화에 대한 관심이 고조되고 있고 고정 영화 팬이 존재한다는 의미에서 매우 안정적이라고 할 수 있다. 또한 확고한 존립기반에 근거한 매표율 확보¹¹⁾가 가능하다는 점도 안정적인 요소라고 할 수 있다.

관객 부분에서 양 영화제의 공통적인 부정적 요소로서 편향성을 들 수 있다. 동경국제영화제는 내국인 중심의 관객 형성이 이루어지고 있으며 일본 영화 관객들의 취향이 허리우드 영화에 편중되어 있다. 부산국제영화제의 경우는 제6회와 제7회 관객 조사에 의하면 성별은 여성이 남성의 두 배를 차지하고 연령대는 20대에서 30대가 주류를 이루고 있으며 10대 층은 매년 증가 추세에 있고 40대 이후의 참여율이 매년 일정비율로 감소되고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 아직은 부산국제영화제의 관객 층이 젊은 층과 여성에 편중되어 있다는 점을 시사하고 있다. 향후 보다 다양한 관객을 확보할 수 있는 전략이 필요할 것이다. 특히 20대에서 30대 여성이 주요 관객층이라는 점을 볼 때 같은 연령대의 남성 관객의 유인책을 강구해야 할 것이며 나아가서 부산국제영화제가 성숙기로 접어들면서 40대에서 50대의 관객 확보를 위한 노력도 필요할 것이다. 관객의 연령층이 편중되기 보다는 젊은 층 뿐만 아니라 4, 50대 관객도 즐길 수 있는 영화제가 되는 것이 진정한 문화 이벤트로서의 역할을 수행하는 것이기 때문이다. 이러한 문제의 해결책으로 관객 배려 인프라의 제고가 시급하다. 현재는 탁아시설이나 장애인 배려 인프라, 중장년층을 위한 관객 배려가 턱없이 부족한 것이 사실이다. 이러한 점을 개선해 나가고 각 연령층이 함께 문화적 혜택을 누릴 수 있게 된다면 부산국제영화제는 진정한 문화축제로 거듭날 수 있을 것이다.

11) 동경국제영화제의 경우 찬조회원 기업에 티켓의 일정 부분을 할당하는 것이 관례로 되어 있다.

또한 부산국제영화제의 관객 부분에서 주목할 만한 것이 영화제가 배우터의 역할을 한다는 것이다. 이는 부산국제영화제의 장기적 발전에 큰 밑거름이 될 것이다. 현재 부산국제영화제에서는 영화관련 학교 학생들에게 ID카드를 발급해 주고 있다. 이러한 시도를 통해서 영화제가 미래의 영화인들의 살아있는 교육 현장으로서의 기능을 하고 있으며 NDIIF 프로젝트를 통한 인재 발굴도 큰 몫을 해내고 있다. 이러한 배우터로서의 기능을 통해 미래 영화계의 인재를 육성하고 한편으로는 학생들의 경제적 부담을 감소시키고 자부심을 고취시킬 수 있는 계기가 되며 이러한 학생들이 성인이 되었을 때 지속적인 관객으로 남을 확률을 높일 수 있다. 이러한 시도는 예술로서의 영화의 기반 확장에도 크게 기여할 것이다.

IV. 마치면서

제Ⅱ장과 제Ⅲ장의 분석을 통해 부산국제영화제는 안정성이라는 면보다 발전성, 개방성, 생산성 등의 면에서 동경국제영화제와 현저한 경쟁우위를 보이고 있는 것을 알 수 있다. 세계에서 가장 역동적인 영화제로 불리는 연유도 여기에 있을 것이다. 1986년에 제1회를 개최하면서 부산국제영화제는 그야말로 쉬지 않고 달려왔다. 이제 8회를 거치면 숨고르기를 할 시기에 왔다고 볼 수 있다. 충분히 숨고르기를 하고 새로운 도약을 기약해야 할 것이다.

부산국제영화제는 분명 좋은 강점들이 있으나 외부환경적 위협에 노출되어 있는 것도 사실이다. 한국 각지에 열리고 있는 영화제와의 경쟁도 위협요소이다. 부산시민의 제한적 참여에 머물고 있는 가운데 수도권에서 가장 먼 거리에 위치한 부산영화제가 앞으로도 계속해서 수도권 관객을 확보할 수 있을지에 대해서도 대책이 마련되어야 할 것이다. 그리고 무엇보다 강력한 위협요소가 바로 한국의 경제 사회의 불안정성과 쉽게 변화하는 풍토이다. 2002년 월드컵 당시의 축구열풍과 오늘의 K리그를 생각한다면 부산국제영화제에 대한 전 국민적 관심이 언제까지 지속될지 모르는 상황이다. 이러한 관점에서 끊임없이 변화하고 매력적인 부분을 제시하며 미래의 위협에 착실히 대처해 나가는 해안이 요구된다. 이러한 위협요소에 미리미리 대비하면서 충분한 현실 인식과 함께 약점을 보완하고 강점을 어떻게 유지 발전시켜 나갈 것인가가 앞으로의 관건일 것이다. 기존의 강점인 확고한 영화제의 존재의의와 비전을 제시하고 수준 높은 기획력과 영화산업과의 연계 및 영화제와 영화 관계자간 인적 네트워크 꾸준히 발전시켜 나갈 필요가 있다. 또한 축제로서의 영화제, 배우터로서의 영화제의 면모를 더욱 발전시켜 나가야 할 것이다. 위협요소에 대한 대비로서는 장기적 안목에서의 관객 유치 및 새로운 관객층의 모색하여 관객의 편향성을 극복하고 상용 공간, 주위환경까지도 고려한 관객 배려 인프라 개선에 더

많은 노력을 기울여야 할 것이다. 또한 선진화에 따른 문화적 취향의 다양화에도 대비를 해 나가야 할 것이다.

또한 부산영화제는 8회를 마치면서 큰 변화의 길목에 서 있다. 우선 전용관 설립에 따른 영화제 공간의 문제가 있다. 부산국제영화제는 현재 전용관에 대한 논의를 자치단체와 진행 중에 있어, 올해도 남포동과 해운대 양 지역에서 영화제를 개최하였다. 두 지역을 오가는 관객의 불편을 해소하고 영화제의 공간적 집약성을 제고하기 위해 하루 빨리 논의가 마무리되어 전용관이 설립되어야 할 것이다. 그러나 문제는 전용관의 설립 자체가 아니라 부산국제영화제를 살릴 수 있는 지역에 공간을 확보해야 한다는 점이다. 영화제의 가치가 단순히 영화만을 보기위해 있는 것이 아니므로 공간의 문제는 중요할 수밖에 없다. 해운대의 장점으로는 1) 영화제에 집중할 수 있는 공간이라는 점, 2) 각 영화관의 근접성, 3) 풍부하고 다양한 숙박시설, 4) 현대식 편리성을 갖추고 있다는 점 등을 들 수 있다. 한편 해운대의 단점으로는 1) 해운대 특유의 장점이 없다는 점, 2) 부산다운 공간, 특히 외국인에게 어필할 수 있는 공간이라기보다는 선진국 어디에나 있는 식상한 공간이라는 점, 3) 한국다운 정감이 부족한 공간이라는 점 등을 들 수 있다. 기존의 메인 개최 공간이었던 남포동의 경우는 현대적인 해운대와는 대조적으로 재래식 시장과 함께 남포동 특유의 장점과 매력을 갖고 있다. 영화와 먹거리와 바다, 그리고 부산영화제를 찾은 외국인들이 가장 인상 깊게 생각하는 장소이자, 부산영화제의 ‘맛’, 그리고 ‘멋’이었다. 지금까지의 부산영화제의 열광적 분위기와 남포동이라는 공간의 문제가 전혀 별개의 것이 아니라는 점을 생각한다면 공간의 변화를 맞이하는 부산영화제 또한 그 성격 자체에 큰 변화를 맞이하게 될 것이라는 점을 생각하지 않을 수 없다. 여러 여건상의 문제로 해운대로 이전해야만 한다면 좀 더 남포동적인 장점을 해운대에 접목시키면서 보다 나은 공간으로 변화시켜 나가야 할 것이다. 예를 든다면 서울 인사동의 스타박스¹²⁾처럼 해운대를 부산영화제의 코드에 맞는 공간으로 만들어 갈 필요가 있을 것이다. 물론 인사동의 스타박스처럼 표면적인 면에 그쳐서는 안 될 것이다. 메인 상영관이 되고 있는 메가박스는 들어서자마자 진동하는 인공적 팝콘 냄새만큼이나 소비 자본주의 냄새가 진동하는 공간이며 편이성을 내세운 가벼움의 공간이다. 부산영화제 기간만이라도 영화제라는 문화적 공간에 걸 맞는 공간으로 만들어지지 않는다면 부산영화제 자체의 질에 영향을 미칠 우려가 있다. 영화관 주변 환경은 물론 부대시설도 선진적 개발 일변도가 아닌 한국의 멋과 미를 잘 살린 공간으로 만들어 한국적 정감이 있는 공간으로 승화시킨다면 남포동보다 더 나은 영화제 개최지로서 거듭날 수 있을 것이다. 또한 젊은 사람들만의 공간이 아닌, 어른들도 여유롭게 영화와 영화제를 즐길 수 있는 공간이 될 수 있도록 하는 것도 부산영화제가 새로운 문화 향유의 멋을 제시하는 의미 있는 일이 될 것이다

12) 스타박스 인사동점은 2001년 외국 커피숍 입점을 반대하는 주민 및 주변상인들의 강한 반발에 부딪쳐 스타박스 매장으로는 처음으로 한글 간판을 달고 인테리어에 한국적인 면을 가미한 바 있다.

아울러 부산영화제는 앞으로 지금까지 후발영화제로서 누렸던 이점을 누릴 수 없게 될 가능성이 높다. 현재의 기회와 강점이 위협과 약점으로 돌아설 가능성도 없지 않다. 현재 모든 아시아국제영화제가 부산을 주목하고 있으며 경쟁대상으로 인식하고 있다. 이제 분석대상은 없어지고, 다른 아시아국제영화제의 분석대상이 된 것이다. 일본의 동경영화제도 예외는 아니며 부산영화제의 향보에 첩예한 관심을 보이고 있다. 2인자로서 추격 추월하는 과정에 익숙한 일본의 경우 자신들의 특징을 살려 다시 부상할 가능성도 높다. 그런 의미에서 동경영화제의 강점에서 부산영화제의 내일을 생각해 본다면 두 가지 정도를 주의 깊게 볼 필요가 있다. 하나는 하이테크 기술에 관한 움직임이고, 또 하나는 일본 영화의 프로모션 기능이다. 전자는 SONY와 NEC와 같은 일본의 세계적 하이테크 기업과의 관계이다. 탄탄한 하이테크놀로지 인프라를 바탕으로 IT화 천명은 물론 영화제 기간 내에 하이비전 심포지움 등 하이테크관련 심포지움을 개최하고 있으며 하이테크 기업과 유기적 관계를 유지하고 있다. 기술의 변화가 영화라는 예술자체를 변화시키는 힘이 있으므로 이러한 움직임은 동경영화제의 큰 힘이라 할 수 있다. 후자는 '일본 시네마 클래식'을 통한 일본 영화 테마별 특집과 '재팬 시네마 나무'를 통해 일본 영화의 新과 舊를 아우르며 해외에서 온 영화관계자들에게 체계적으로 일본영화를 프로모션하고 있다. 영화제에서 상영되지 않는 일본 영화를 비디오로 볼 수 있는 인프라도 구축되어 있다. 외국 영화관계자들은 서양에서 볼 수 있는 영화를 일본이나 한국에 와서 보는 것은 아니므로 자국 영화를 그들에게 알리는 기회를 마련하는 것은 의의 있는 일이며 향후 영화제 발전에도 큰 몫을 하게 될 것이다.

최근 들어 동경영화제도 부산영화제를 의식하며 변화의 길을 모색하고 있다. 어느 정도의 성과는 거두고 있으나 아직은 비판의 소리가 높고 체념의 한숨 소리 또한 무겁다. 그러나 한편으로는 일본 정부, 즉 일본 經濟産業廳과 文化廳의 적극적 관심 아래 동경영화제를 아시아의 대표 영화제로서 다시 부상시키고자 하는 새로운 움직임이 일고 있고 동경영화제 자체에서도 개혁의 필요성을 자각하고 있는 것도 사실이다.

이러한 새로운 움직임이 실효를 거두기 위해서는 무엇보다 '누구를 위한 영화제인가?'라는 점, 요컨대 확고한 존재의의와 비전을 확립하는 것이 중요하다. 기존과 같은 내부적으로는 메이저 영화사의 프로모션 도구, 외부적으로는 참신한 아시아영화의 발굴 및 육성이라는 이중적인 존재의의에서 탈피해야 할 것이다. 메이저 영화사의 프로모션 도구로서 화려한 할리우드 스타 중심의 잔치적 이벤트로 자리매김할 것인지, 세계에서 인정받는 아시아의 중심 영화제가 될 것인지 선택은 전적으로 동경국제영화제의 몫이다.

동경영화제가 진정으로 아시아의 중심 영화제가 되고자 한다면 '영화 중심의, '관객 중심' 마인드가 절대적으로 필요하다. 기존과 같은 영화제 존재의의의 이중성이 극복되지 않는 한 동경영화제에 대한 외면은 계속될 것이다. 또한 새롭게 정부가 관심을 보이기

시작하면서 주최 측인 기존의 영화계 세력과 또 다른 경직성을 노정한다면 동경영화제의 경쟁력은 바닥에 떨어지게 될 것이다. 영화와 관객이 중심이 되는 영화제 운영과 관객에 대한 영화제의 가치, 이른바 ‘영화제를 즐기는 방법에 대해 보다 폭넓은 홍보 전략이 필요하며, 이러한 시도는 주최 측의 집안 잔치와 같은 이미지를 불식시키는 데에도 주효할 것이다.

그러나 동경국제영화제가 ‘영화 중심’의, ‘관객 중시’라는 원칙으로 선회 한다면 동경영화제에는 무궁무진한 가능성이 있다. ‘영화 중심’의 ‘관객 중시’라는 원칙아래 JAPAN 브랜드와 TOKYO 브랜드, 또한 아시아 최초의 국제영화제이자 세계영화제작자연맹 공인 A급 영화제라는 기존의 브랜드와 권위를 적극적으로 활용하고 일본의 하이테크놀로지 인프라와의 연계 및 IT화 방향을 적극적으로 추진해 나간다면 일본의 외부환경적 기회 장점을 충분히 살릴 수 있고, 프로그램 및 작품선정 면에서 수준이 높아질 것이며 조직위원회와 경직성도 해결되는 등 동경영화제의 약점부분이 대부분 해소될 것이다. 이에 타영화제의 지속적이고 치밀한 벤치마킹이 이루어진다면 하드웨어 부분에서 상당한 우위를 점하고 있는 동경국제영화제도 다시 부상할 가능성을 충분히 갖추고 있다고 보아야 할 것이다.

지금까지 동경국제영화제와 부산국제영화제를 비교분석해 보았다. 양 영화제는 선의의 경쟁은 할지언정 서로를 이겨야하는 상대로 보는 것은 소모적인 발상일 뿐 양측에게 전혀 도움이 되지 않는다. 서로의 특성을 살리며 궁극적으로는 아시아영화시장의 파이를 넓혀가는 것이 상생의 길이기도 하다. 이러한 관계는 영화제에 국한된 것이 아니라 한일 양국이라는 큰 틀에서도 마찬가지로 적용되는 일일 것이다.

【參考文獻】

[텍스트]

- 김지석(2003) 「축제에서 산업으로-부산국제영화제의 정체성과 전망」, 『소설마을』, p.23
- 김지석(1996) 『아시아영화를 다시 읽는다』, 한울, p.210
- 문화관광부(2001) 『2001 문화정책백서』
- 박종민(2003) 『지역문화 이벤트 PR』, 집문당, p.31
- 부산국제영화제 조직위원회(1996~2003) 『부산국제영화제 가이드 북』
- 부산국제영화제 조직위원회(2002) 『부산국제영화제 보도자료』
- 부산국제영화제 조직위원회(1997~2002) 『부산국제영화제 결과보고서』
- 부산외국어대학교 부산국제영화제지원팀(2002) 『제 7회 부산국제영화제 관객조사』
- 여석기(1998) 『문화정책』, 한국문화예술진흥원
- 추계예술대학교 문화산업대학원(2003) 『부산국제영화제의 경제적 효과분석』, p.75
- 한국영화진흥위원회(1998~2002) 『한국영화 결산자료』
- 키네マ旬報社(1985~2003) 『키네マ旬報』
- (財) 東京國際映像文化振興會(1985~2003) 『동경국제영화제 공식프로그램』 p.164

[인터넷사이트]

- <http://www.piff.org> 부산국제영화제 조직위원회
- <http://www.kctpi.re.kr> 한국문화관광정책연구원
- <http://www.mct.go.kr> 한국문화관광부
- <http://piff.cone21.co.kr> 씨네21
- <http://www.nkino.com> 엔키노
- <http://danmuzi70.hihome.com/movie/websaite-all.htm>
Film Festival
- <http://tiff.jp.net> 동경국제영화제 공식 홈페이지
- <http://eiga.com> eiga dot com
- <http://zakzak.co.jp> cinema capsule
- <http://www.nhk.or.jp> NHK 방송국 홈페이지
- <http://sanspo.com> SANSPO
- <http://sankei.co.jp> Cinema Clip
- <http://boid.pobox.ne.jp> boid.ne
- <http://netnavi.nikkeibp.co.jp> net-navi movie land
- <http://www2.gol.com> 후쿠오카아시아영화제
- <http://homepage3.nifty.com/pyonpyon> Ressurreccion del Angel
- <http://page.freett.com> CINEMA JOURNAL
- <http://mycinemakan.fc2web.com> my cinema-kan

<http://homepage2.nifty.com/yoshi-yatabe> yoshi-yatabe
<http://forum.nefty.com/fcinema> CINEMA TOPICS ONLINE
<http://www.jmdb.ne.jp> 일본영화 데이터베이스
<http://www.movies.ne.jp> MKLink
<http://www2.airnet.ne.jp/happy/report/tiff> 2000 映畫缶
<http://www.walkerplus.com/tokusyuu> /200210221 Wlkersplus.com
<http://www.famitsu.com/entertainmet> famitsu.com
<http://asahi-net.com> Asahi-net
<http://nikkei.co.jp> NIKKEI NET
<http://mainichi.co.jp> Mainichi Interactive
<http://yomiuri.co.jp> Yomiuri Online
<http://sankei.co.jp> Sankei
<http://kinejun.com> KINEJUN Web information
<http://boid.pobox.ne.jp/cahiers> / Cahiers Cinema Japan
<http://www.screenkiss.com> Screenkiss
<http://www.elle.co.jp/premiere> PREMIERE EXTRA

要 旨

今年16回目(2003)を迎える東京國際映畫祭と8回目を迎える釜山國際映畫祭は、ともに「アジア映畫の發掘と育成」というスローガンを掲げ、アジアを代表する國際映畫祭としての位置づけを固めている。東京國際映畫祭の「アジアで初めての國際映畫祭」「世界映畫制作者連盟公認の國際映畫祭」としての自負は強く、「西のカンヌ、東の東京」を目指してきた。しかし東京國際映畫祭に對する世界の映畫關係者の評価は芳しくないのが實情だ。一方東京國際映畫祭よりも11年遅れてスタートを切った釜山國際映畫祭は、その短い歩みにもかかわらず世界でもっとも躍動的な映畫祭として評価され、アジア映畫の充實に世界の注目が集まっている。このような兩映畫祭への相反する評価はどこに起因するものか。

本稿では、東京國際映畫祭と釜山國際映畫祭のこれまでをSWOT分析により「機會と脅威、強みと弱みの部分で分析を試みた。そしてその結果をもとに、テキストとしての映畫祭、テキスト生産者としての執行部、テキスト受容者としての觀客という3つの観点から分析した結果、東京國際映畫祭の場合は、インフラの部分、いわばハードの面で強みがあり、逆に釜山國際映畫祭はハードの面は弱く、ソフトの面で強みがあることがわかった。東京國際映畫祭の整備されたインフラの強みは、組織の存立基盤、「アジア初」「公認」という權威とブランドとしての「JAPAN」と「

TOKYO」、ハイテク・インフラなどで、この部分は釜山国際映畫祭が容易に追い付けるものではない。特に映畫が資本と機械文明の落し子である以上、大手映畫會社の資本と映畫というコンテンツ自体を変え得るハイテク技術を先導する日本企業が存在はこれからますます東京国際映畫祭の威力となっていくであろう。しかし、東京国際映畫祭がそのような優れたインフラを十二分に生かし、名實ともにアジアを代表とする映畫祭と君臨するためには、何よりも映畫祭の存在意義を明確にすることが前提とならなければならないであろう。「何のための映畫祭か」「誰のための映畫祭か」というところを明確にし、「映畫」と「觀客」重視という基本に立って映畫祭を運営していくならば、これまで指摘されてきた映畫祭への不信は拂拭されるであろう。

一方、釜山国際映畫祭は東京国際映畫祭の誇るインフラは整っていないものの、既存の国際映畫祭の是と非を徹底的に分析し映畫祭の運営に反映しているところが功を奏している。生産性のある映畫祭、お祭りとしての映畫祭、學びと教育の場としての映畫祭など創造的なアイデアを映畫祭運営に生かす一方、アジア映畫に的を絞った戦略で映畫祭のイメージメイキングに成功してきた。しかし、さらなる發展のためには、そのような強みの一方に存在する脅威となる要素にも目配りをしなければならない。何よりも追い掛ける立場から追い掛けられる立場、あるいはリードしていく立場へと立場の轉換を図らざるを得ない時期に差し掛かっているということである。また、韓國社會の不安定さと熱しやすく冷めやすい國民性、先進化に伴う多様化なども外部環境としての脅威の要素である。このような脅威にいかに対応し切り抜けていくかが、これから釜山国際映畫祭の課題であろう。

キーワード：東京国際映畫祭-釜山国際映畫祭-韓國-日本-映畫-映畫祭

투 고 : 2003. 11. 30

2차 심사 : 2003. 12. 19

3차 심사 : 2004. 1. 8

住 所 : (390-711) 충북 제천시 신월동 산 21-1 세명대학교 일어일문학과

電 話 : 043-649-1229

E-mail : ynsue@naver.com