

## 영화 <테이큰>의 상업적 흥행성과 가능성에 관한 연구

- I. 서론
- II. 국내 영화관객의 관람 소비행태
- III. 영화 <테이큰> SWOT 분석
- IV. SWOT 분석에 따른 흥행전략
- V. 결 론
- 참고문헌
- ABSTRACT

한화성, 김건, 김양식\*

### 초 록

최근 프랑스 영화는 국내 수입과 개봉이 꾸준히 증가하고 있다. 하지만 국내에 개봉하는 모든 프랑스 영화가 흥행에 성공하는 것은 아니다. 국내 영화시장과 관객들에게 프랑스영화는 여전히 '다양성영화' 혹은 '예술영화'라는 인식이 일반적 통념이다. 따라서 국내에 소개되는 프랑스 영화는 관객들에게 할리우드영화나 국내영화와는 또 다른 문화적 의미를 부여하는 문화상품이며, 다양성 영화 이해라는 중요한 문화적 가치를 제공하고 있다. 하지만 국내에 개봉되는 프랑스영화도 할리우드영화와 마찬가지로, 결국 많은 관객들을 통한 소비가 영화제작이나 수입목적에 부합한다고 말할 수 있다.

이러한 측면에서 본 연구자들은 프랑스에서 제작된 영화 <테이큰>을 통해 국내 관객의 수용방식과 흥행요인을 살펴보고자 한다. 특히 수용방식과 흥행요인의 분석은 문화다양성 개념을 넘어서서 국내 개봉시 고려해야할 사항들을 직시하게 해 줄 것이다. 이를 위해 본 연구는 다양성 예술영화로 일반적으로 인식되는 프랑스 영화가 <테이큰>을 통해 영화 소비적 측면에서 어떤 흥행방식에 초점을 두고 있는지, SWOT 분석을 통해 흥행 가능성과 요인들을 천착하고자 한다.

따라서 본 연구는 우선 국내 영화관객의 소비태도나 양상들을 살펴봄, 영화 관람시 고려하는 사항들이 무엇인지 검토하고자 한다. 그런 다음, <테이큰>의 흥행요인을 SWOT 분석하여, 프랑스 영화임에도 불구하고 국내에서 흥행에 성공한 이유를 살펴볼 것이다. 마지막으로 SWOT 분석을 토대로 <테이큰>의 흥행전략을 도출하고, 향후 외화영화를 국내 수입시 고려할만한 전제조건들을 재조명하고자 한다. 또한 국내 수입업자들에게는 상업적 측면에서 흥행적 코드로서 어떤 점에 주안점을 두고 수입개봉해야하는지 검토할 수 있는 좋은 계기가 될 것이다.

주제어 : <테이큰>, 영화관객 소비행태, 영화마케팅 흥행전략, 영화수입과 배급, SWOT분석, 흥행 방정식

## I. 서론

영화진흥위원회가 발표한 「2012년 한국영화산업 결산」 자료에 따르면, 2012년 국내 극장 수는 총 314개, 스크린 수는 2,081개로 영화상영 공간이 폭발적으로 증가하고 있는 추세이다. 또한 2012년 한국 영화산업은 관객 수와 매출액, 수익성 면에서 한 단계 크게 도약한 한 해로 기록될 것이다. 2012년 전체 관객 수는 무려 1억 9,489만 명으로 전년 대비 21.9%나 상승했다. 이는 한국영화 역사상 최대 관객 수이다. 극장 매출도 1조 4,551억 원으로 17.7% 증가했다.<sup>1)</sup> 이에 따라 외국영화의 수입편수도 2010년 383편에서 2012년 773편으로 증가했지만 개봉된 영화는 456편에 (2012) 불과하다. 특히 미국영화를 제외하고, 타 국가의 영화들은 흥행성과가 다소 부진한 결과를 보이고 있다. 예컨대, 2012년 외국영화 흥행작 상위 10위권 영화를 살펴보면, 모두 미국영화가 차지하고 있으며, 10위에 <테이큰 2>가 간신히 턱걸이를 하고 있다.<sup>2)</sup>

물론 수입편수의 증가에 따라 개봉기회가 증가했지만 관객입장에서 다양한 국가의 영화관람 기회가 확대된 것은 아니다.<sup>3)</sup> 그러한 연유는 국내 사회문화적 상황에 따라 개봉시기를 놓친 이유도 있지만 국내 관객의 영화적 취향을 간과한 측면이 매우 크다. 이러한 사실은 국내 영화관객의 관람 취향에 따른 흥행 가능성의 요인들을 고려하지 못하고 유명 감독의 영화나 블록버스터 영화에 치우쳐 수입하는 경향을 띠고 있기 때문이다.

---

\* 한화성(제1저자)/김건(교신저자)/김양식(공동저자)

1) 영화진흥위원회, 「2012년 12월 한국영화 결산」, 2012, 1쪽.

2) 영화진흥위원회, 앞의 보고서, 2012, 22-23쪽.

3) 이러한 논점은 그간 영화배급 연구에서 꾸준히 제기된 문제이기도 하다. 자세한 내용은 다음의 논문 참조. 김창현, 「한국영화 수입흥행의 흥행성과 결정에 대한 실증분석」, 고려대학교 국제경영학과 석사논문, 2003. 박소라, 「스크린 수 증가에 따른 영화의 국적 다양성과 소비 추세에 관한 연구」, 『한국언론학보』, 52권 1호 2008. 최병호·이근재, 「영화산업에서의 배급사와 상영관의 관계가 시장성과에 미치는 영향」, 『경제연구』, 31권 3호, 2013.

이에 본 연구는 할리우드의 자본을 토대로 프랑스에서 제작된 피에르 모렐(Pierre Morel)<sup>4)</sup>의 <테이크>(Taken, 2008)이라는 영화를 통해 국내 관객의 영화적 취향도와 흥행가능성의 요인들을 살펴보고자 한다. 이는 일반적으로 어려운 예술영화로 인식되는 프랑스 영화가 글로벌한 영화시장에서 통용되고, 어떤 흥행요소들을 갖추고 있는지 살펴볼 수 있는 사례가 되기 때문이다. 또한 국내 수입업자들에게는 상업적 측면에서 흥행적 코드로서 어떤 점에 주안점을 두고 수입·개봉해야하는지 검토할 수 있는 좋은 계기가 될 것이다.

이를 위해 관련 데이터 수집은 자료의 객관성을 위해 영화진흥위원회의 ‘영화관입장권통합전산망’ (KOBIS)<sup>5)</sup>의 집계자료를 바탕으로 한 공식통계자료에 근거하고 있다. 또한 본 연구는 배급유통 분야의 선행연구와 영화진흥위원회의 연구보고서를 면밀히 검토하여 질적 완성도를 높이고자 하였다. 이에 본 연구는 우선 <테이크> 개봉당시의 국내 영화관객의 소비태도나 양상들을 살펴 보며, 영화 관람시 고려하는 사항들이 무엇인지 검토하고자 한다. 그런 다음, <테이크>의 흥행요인을 SWOT 분석하여, 프랑스 영화임에도 불구하고 국내에서 흥행에 성공한 이유를 살펴볼 것이다. 마지막으로 SWOT 분석을 토대로 <테이크>의 흥행전략을 도출하고, 향후 외화영화를 국내 수입시 고려할만한 전제조건들을 재조명하고자 한다.

## II. 국내 영화관객의 관람 소비행태

---

4) 모렐 감독은 스피디한 카메라 워킹으로 정평이 나있는 촬영감독으로, 뤽 베송(Luc Besson)의 제작사 유로파(Europa)에서 <트랜스포터> 제작에 동참하고 <13구역>(2004)으로 감독으로 데뷔한다. 이후에도 <더 독> 등 다양한 액션 장르 제작에 참여한다.

5) Korea Box office Information System의 약자로 영화관입장권통합전산망을 의미하며, 전국영화관의 입장권 발권정보를 On-Line 실시간으로 처리 및 집계하는 시스템이다. 동 시스템을 추진하는 배경은 <영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제39조>, <시행령 제 18조>, <시행규칙 제12조>에 의거하여 한국영화산업 극장부문의 유통투명성을 제고하고자 시행된다.

## 1. 일반 영화관객의 관람성향

2008년 <테이큰> 개봉 당시를 기점으로, 2006-2009년 동안 영화진흥위원회가 매년 발표한 「영화소비자 분석」에 따르면<sup>6)</sup> 국내 영화관객이 영화를 선택하는 기준은 해당영화의 줄거리와 장르를 우선적으로 고려하는 요인임을 알 수 있다. 이를 도표로 살펴보면 다음과 같다.

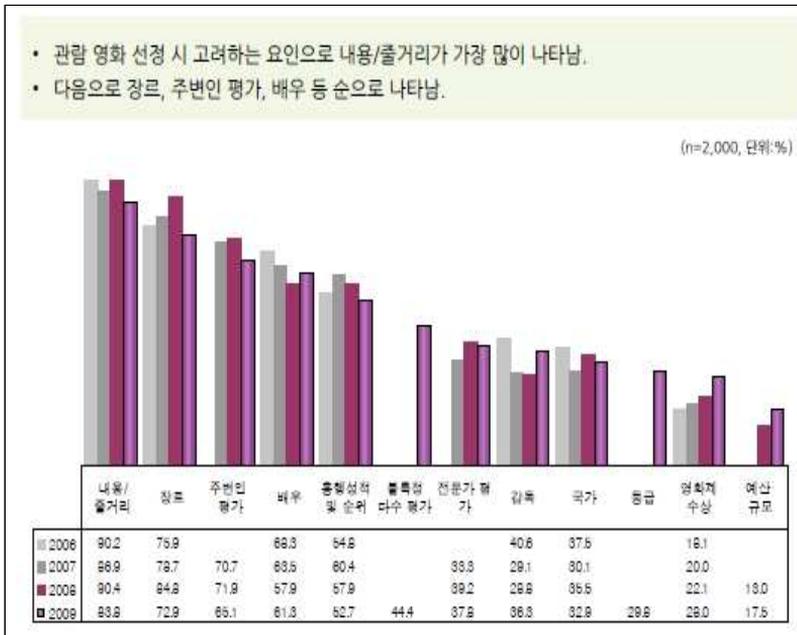


그림 1. 2006-2009년 영화관람시 고려요인

수입 및 배급업계에선 일반적으로 일반 관객들이 관람영화 선택시 저명한 감독이나 유명배우를 우선적으로 고려한다고 판단하고, 이에 주안점을 두고 해외 거장의 영화들이나 초호화 캐스팅을 자랑하는 블록버스터 영화들을 우선적으로 수입하는 경향이 짙다.<sup>7)</sup> 하지만 <그림 1>에서 볼 수 있듯이, 감독이나 배우보다는

6) 영화진흥위원회, 「2006-2009 영화소비자 조사」, 해당연도.

영화 줄거리나 장르를 우선적으로 고려하여 선택하고 있음을 알 수 있다. 특히 디지털 지식정보화 시대에 걸맞게 일반관객은 극장이나 TV 보다는 인터넷이나 모바일을 통해 영화를 검색하고, 영화예고편이나 티저(Teaser) 포스터 등을 보고 영화를 선정한다.<sup>8)</sup> <그림 1>을 자세히 분석해보면, 영화 선택시 고려요인은 내용 및 줄거리가 가장 높게 나타났고, 다음으로 장르, 주변인 평가, 배우 등 순으로 나타난다. 또한 연도별 추이를 살펴보면, 대체적으로 전년도와 비슷한 결과를 보이고 있다. 주목할 만한 사항은 감독이나 영화제 수상 등 영화의 완성도가 영화 선택에서 크게 고려되지 못한다는 점이다. 이는 아직도 국내 일반관객들이 다소 어렵고 지루하다고 생각하는 다양성 예술영화보다는 줄거리가 잘 짜인 상업영화를 선호하는 측면이 강하다.

이러한 일반적인 선택 경향 이외에도, 하절기에 공포영화를 선호하는 등 관람시기에 따라 선택 영화가 달라지거나 혹은 자신이 처해있는 개인적 입장과 상황에 따라 영화를 결정하는 이유가 달라지는 측면도 존재한다. 관객들은 과거에 자신이 특정한 정보 수집의 방법으로 선택적으로 경험한 영화에 대해 좋았던 혹은 좋지 않았던 기억을 바탕으로 선택하기도 한다. 하지만 이러한 선택적 방법으로 결정한 영화들이 모두 관객 자신들에게 만족감을 제공해 주지는 못한다. 개인적 성향과 기호 또는 다양한 전제조건들이 주요 변수로 작용하기 때문이다. 이러한 주요 변수를 고려하여 최관호는 영화관객의 선택과 결정요인을 4가지로 분류하여 다음과 같은 표로 정리하여 제시하기도 한다.<sup>9)</sup> 이는 개인의 환경이나 상황, 또는 다양한 정보 수용방식에 따라서 관람영화를 선택하는데 영향을 미친다는 것이다.

7) 홍희준, “영화관객이 영화선택에 미치는 영향에 관한 연구”, 한양대학교 기업경영대학원 석사학위논문, 2013, 25-35쪽.

8) 영화마케팅 측면에서, 영화 예고편이나 영화 포스터 활용의 중요성은 다음의 논문 참조. 김건, 「국내 영화마케팅에서 영화 예고편 활용에 관하여」, 『문학과학영상』, 2007, 61-83쪽. 김길훈·김건, 「국내외 영화마케팅에 있어서 영화 포스터의 활용에 관한 연구」, 『프랑스학 연구』, 39권 2007, 269-288쪽.

9) 최관호, “영화 상품의 흥행 결정 요인에 대한 연구”, 서울대학교 대학원 경영학 석사학위논문, 1999, 69쪽.

개인적	환경적	상황적	정보
관여도 기존태도 개성/가치 라이프스타일 인구통계변수 사전 지식의 양	문화 사회계층 가족 준거집단	관람 동기 관람 상황 관람 동반자	정보의 원천 정보의 종류 정보의 용도

표 1. 영화 관람의 제 영향 요인

## 2. 관람 소비실태 : 선호 장르나 국가

관객이 영화 선택시 즐거리나 장르를 최우선적으로 고려한다면, 국내 일반 관객은 과연 어떤 장르를 선호하고 즐겨 볼까? <테이큰> 개봉 이후 2009년에 실시된 설문조사에서<sup>10)</sup> 일반 관객들은 액션 장르를 가장 즐겨보는 장르로 선정한다. “극장 영화 관람 시 가장 자주 보는 영화 장르를 우선 순으로 세 가지만 답변해 주십시오” 라는 답변에 일반적인 멜로나 코미디 장르보다 액션 장르가 가장 높은 수치를 보이고 있다. 이는 2000년대 들어서 화려한 볼거리와 화끈한 격투씬 등으로 무장한 액션영화가 큰 호응을 얻으며, 한국형 느와르(Noir)라는 명제 하에 지속적인 인기몰이를 해왔기 때문이지만, IMF를 겪으면서 사회적 불안감이 액션장르의 형태로 드러난 이유이기도 하다.<sup>11)</sup>

<그림 2>에서 볼 수 있듯이, 영화선택은 액션 영화의 비중이 가장 높으며, 드라마, 판타지, 코미디 영화가 비슷한 수치를 보이며 관객의 선택을 받았다. 「2009 영화 소비자 조사」에 따르면, 국내에서 제작되는 영화뿐만 아니라 해외에서 수입하는 영화

10) 영화진흥위원회, 「2009 영화 소비자 조사」, 2010, 74쪽.

11) 느와르라는 장르가 형성된 1930년대는 경제대공황과 밀주금지법 등의 사회적 요인이 존재하였고, 홍콩 느와르도 세기말적인 허무주의와 중국으로의 홍콩 반환이라는 사회적 불안감이 존재하였기에 느와르 장르가 성행할 수 있었다.

들도 액션이나 SF영화가 결합된 블록버스터 영화들이 주를 이루며, 관객의 영화적 기호를 최대한 반영한 결과를 보여주고 있다.

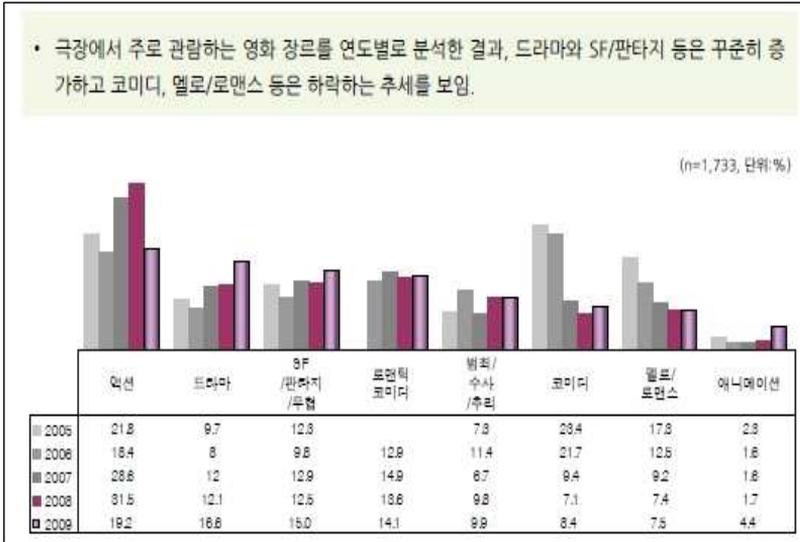


그림 2. 2005~2009년 관람영화 장르추이

일반관객의 선호 국가로는 단연 국내 영화가 50%가 넘는 점유율을 보이며 상승장구하고 있는 형국이다. 1960년대 한국영화의 르네상스를 새롭게 재현하며 이끌고 있는 오늘날의 국내 영화는 다양한 주제와 화려한 볼거리로 일반관객을 사로잡고 있다. 선호하는 영화 국적 1순위 응답 결과를 기준으로 연도별 추이를 분석한 결과<sup>12)</sup>, 한국영화에 대한 선호도가 가장 높고 다음으로 미국, 유럽 영화 순으로 선호도를 보여주고 있다. 특정 국가의 영화를 선호하는 소비자들이 있는 반면, 무관하다고 응답한 소비자도 약 13-18%로 나타나 영화가 제작된 국적보다는 영화내용에(영화 줄거리나 장르) 더 방점을 두고 있다는 사실을 알 수 있다.

12) 영화진흥위원회, 「2009 영화 소비자 조사」, 2010, 81쪽.

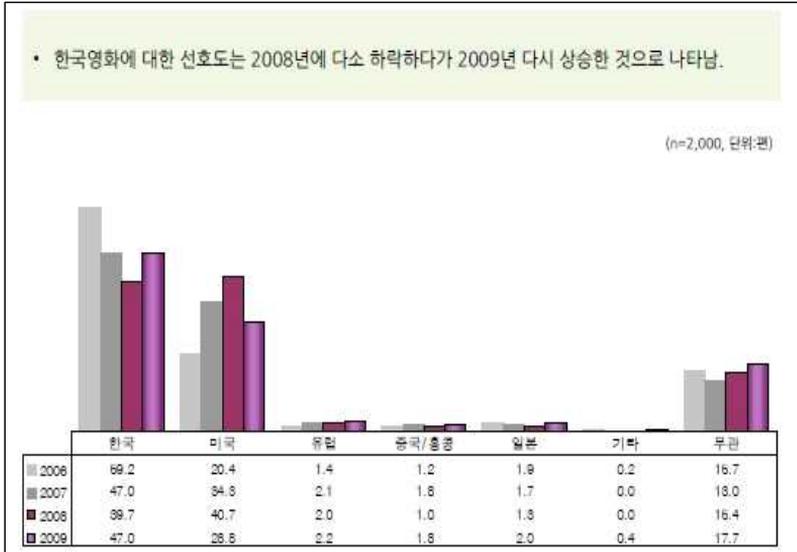


그림 3. 2006~2009년 관객 선호영화 국적 추이

<그림 3>에서, 특이할 만 사항은 아시아 영화보다 유럽영화가 다소 높은 우위를 점하고 있다는 사실이다. 이는 앞으로 살펴볼 <테이큰>에서 검토하겠지만, 다양성 예술영화로만 인식된 유럽영화가 자국을 벗어나 전 세계로 배급하면서 변화된 움직임을 보여준 결과라고 볼 수 있다. 즉 기존의 보편적인 멜로나 드라마 형식에서 탈피하여 외국자본이 투입된 액션 블록버스터 영화를 제작하면서 국제 배급을 다양화한 결과이다. 이러한 변화는 필름에서 디지털로 변화한 상영구조 및 국제적 배급환경에 기인하지만<sup>13)</sup>, 더욱 중요한 사실은 관객의 영화적 기호에 최우선으로 답하는 국제적 흐름에 부응한 결과이다. 이러한 흐름 속에서 본 연구는 <테이큰>이라는 프랑스 영화가 국내 관객에게 어떤 점에서 어필하고 선택받았는지 다음 장에서 자세히 살펴보도록 하겠다.

13) 디지털 영화산업의 새로운 패러다임 변화는 다음의 책 참조. 김건, 『디지털 시대의 영화산업 : 영화, 필름에서 디지털 HD로』, 삼성경제연구소, 2006, 107-115쪽.

### Ⅲ. 영화 <테이큰> SWOT 분석

#### 1. 작품개요 및 흥행 결정요인 분석

영화명	테이큰
감독	피에르 모렐
주연배우	리암 니슨/매기 그레이스
각본	뤽 베송, 로버트 마크 케이먼
영화장르	범죄, 스릴러, 액션
상영등급	[국내] 청소년 관람불가 [해외] PG-13(13세이상) <sup>14)</sup>
개봉일	2008-04-09
개봉스크린 수	254개
서울 누적관객 수	825,364명
전국 누적관객 수	2,379,830명

표 2. <테이큰> 작품개요



그림 4. <테이큰> 네티즌/전문가 평점<sup>15)</sup>

<테이큰>은 <표 2>에서 볼 수 있듯이 청소년 관람불가 판정

14) PG-13등급은 PG 등급에 속하고, 특히 13세 이하는 강한 지도를 요한다는 (Parents Strongly Cautioned) 등급용어이다.

15) <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/detail.nhn?code=47152>

을 받은 영화임에도 불구하고 전국 2백만 명을 넘어서는 흥행을 일으키며, 프랑스 영화도 미국영화 못지않게 흥행수익을 거둘 수 있다는 점을 보여준 영화이다. 그간 예술 혹은 독립영화라는 일반적 편견에 갇힌 프랑스 영화는 국내에서 고전을 면치 못했는데, <테이큰>은 이러한 약점 요소를 국내 관객의 관람성향과 국제적 영화제작의 흐름에 제대로 부응한 영화로 손꼽힌다. 국내 영화관객들에게 잘 알려진 킵 베송과 로버트 마크 케이먼(Robert Mark Kamen)의 각본, 그리고 리암 니슨(Liam Neeson)과 매기 그레이스(Maggie Grace)가 주연을 맡은 영화, <테이큰>은 <그림 4>에서처럼 네티즌의 평가가 매우 높게 나타나고 있으며, 전문가 평점도 평균 이상을 선회하고 있다. 당시 《씨네 21》 영화 비평가인 장미는 “<테이큰>은 적당한 유머를 갖춘 날씬한 액션 스틸러”라고 코멘트하면서 영화적 완성도는 차지하고 영화적 흥행가능성을 높게 평가하였다.<sup>16)</sup> 이러한 평가는 네티즌의 호평과 흥행몰이로 이어진다.

앞서 살펴본바와 같이 일반 관객이 영화를 선택하는 최우선 기준인 영화 줄거리나 장르에 초점을 두고 살펴보면, <테이큰>은 우선적으로 부정애를 자극하는 애뜻한 내용과 강력한 액션연기로 무장하여 국내 관객의 선호도 측면에서 크게 부합했다고 볼 수 있다. 영화 내용은 프랑스로 여행을 떠난 딸이 갑자기 지하 조직에 의해 납치되고, 전직 특수요원 출신인 아빠가 동분서주하며 딸을 구해내는 다소 밋밋한 줄거리이다. 이전에도 이와 유사한 내용의 영화는 넘쳐나지만, <테이큰>은 평범한 줄거리에 강력한 액션연기와 스피디한 전개방식을 삽입하여 극적 반전이 드라마틱하고 빠르게 전개됨으로써 화끈하고 유연한 줄거리로 탈바꿈하게 된다. 영화 선택시 고려사항인 탄탄한 시나리오와 화려하고 강력한 액션 연기는 국내 관객의 눈을 사로잡았을 뿐만 아니라 액션 영화의 본고장인 할리우드에서도 선풍적인 인기를 끌었다.<sup>17)</sup> 그렇다면 프랑스 영화임에도 불구하고 이 영화가 국내에 수입되어

16) 장미, 「적당한 유머를 갖춘 날씬한 액션 스틸러」, 《씨네 21》, 2008.04.

17) 안현진, 「테이큰, 할리우드에서 1위 개봉」, 《씨네 21》, 2009.02.

흥행에 성공을 거둔 연유는 단순히 줄거리와 장르에 국한되어 있는가? 아니면 또 다른 이유가 있는 것인가? 이러한 의문점에서 출발하여 본 연구자들은 <테이큰>을 SWOT분석하여 심도 있게 논의하도록 하겠다.

## 2. SWOT 분석

<테이큰>의 강점은 단연 액션이다. 액션은 기본적으로 인간 육체의 물리적 충돌과 폭력적인 움직임으로 한정지을 수 있고, 거기에 덧붙여 영웅적이고 권선징악적인 내용을 담아내며, 시각적 쾌락을 위한 오락 중심의 영화이다.<sup>18)</sup> <테이큰>은 과격하고 화려한 맨손액션, 위기에 처한 딸을 구해내고 악을 징벌하는 아버지, 스피디한 자동차 추격전 등 액션영화가 갖춰야 할 세 박자를 정확히 관통하는 영화이다. 리암 니슨을 내세운 맨주먹 격투액션은 젊고 유명한 액션 배우를 기용하는 대신에 선이 굵고 믿음직한 중년 남자배우를 통해 강력한 부성애를 자극한다. 게다가 딸을 구한다는 설정 덕분에 젊은 여성관객에도 다소 어필할 수 있는 장점을 가지고 있다. 영웅적이고 권선징악적인 내용이 모든 액션 영화에 해당하듯이, 이 영화도 특별한 재능을 갖춘 천하무적 아버지가 모든 악을 뿌리 뽑는 영웅적인 신화에 기대고 있다. 시각적 쾌락과 긴장감을 최대한 끌어올리는 스피디한 전개방식은 제작자와 감독의 역량에서 비롯된다. 국내에서도 인지도가 높은 류베송 감독이 제작자겸 각색자로 참여했다는 점 그리고 영화 <13구역>의 촬영감독 출신으로 빠르고 긴박한 액션촬영 전문가인 피에르 모렐 감독이 메가폰을 잡았다는 점이 영화의 강점으로 작용하고 있다.

이러한 장점에도 불구하고, <테이큰>은 프랑스 영화라는 점에서 미국 액션영화와 비교되며 큰 기대를 걸지 않는 분위기가 형성되었다. 일반적으로 프랑스 영화라고 하면 다소 지루하고 어려운 영화는 편견이 존재하기에, <테이큰>은 제작 초기부터 프랑스

---

18) 김길훈·조화람·김건·전병원·성기석, 『영화의 창 : 영화장르』, 한국문화사, 2013, 179쪽.

영화라는 이미지를 제거하기 위해 할리우드 배우를 내세우고, 대사도 영어로 처리하는 등 자국보다는 국제 배급에 중점을 두고 홍보마케팅 전략을 구사하였다. 그럼에도 과도한 폭력장면 등으로 인해 국내에서 청소년 관람 불가 판정을 받고 다양한 연령층의 여성관객을 흡인하지 못한 측면은 약점으로 작용한다. 또한 촬영감독의 데뷔작이라는 꼬리표는 감독의 연출 역량에 의혹의 눈초리를 보내는 시선도 존재한다.

다양한 계층(청소년이나 여성관객 등)의 관객들에게 호응을 이끌어내지 못한 한계는 분명 존재하지만 화려하고 유명한 할리우드의 젊은 남자 배우 없이도 흥행에 성공을 거두었다는 점은 약점이 기회로 작용할 수 있는 영화이다. 우선 나이 든 중년 배우인 리암 니슨의 몸을 사리지 않는 불꽃연기는 진한 부성애를 피부로 느낄 수 있을 정도로 애절하게 다가온다. 또한 그 당시 국내의 사회적 환경도 이 영화가 흥행에 성공을 거두는데 한 몫을 한다. 안양 초등학교 유괴 및 살해, 일산 초등학교 납치 미수 등<sup>19)</sup> 사회적 사건들과 맞물려 아동유괴라는 문제는 이 영화의 줄거리인 납치·유괴된 딸을 구하는 아버지라는 점에서 국내 관객들에게 크게 어필하여 할리우드의 영웅적인 신화를 계승한다.

일반적으로 영화 개봉은 동절기에 달달한 멜로물이나 코미디 하절기에 공포물이나 액션이 대세인데, <테이큰>은 개봉 시점만 보면 비수기인 4월에 개봉하여 큰 주목을 끌지 못한 측면이 있다. 물론 영화 배급시장의 논리상 프랑스 영화가 좋은 개봉 시기를 잡기는 어려웠겠지만, 영화는 비수기인 4월에 개봉하여 254개의 스크린을 확보하고 나름 선전하였다. 개봉 시기를 조금 늦춰 하절기인 방학에 개봉하였으면 더 좋은 결과를 얻을 수 있었을 것이다. 그리고 비단 이 영화만의 문제는 아니지만 전통 서부극 처럼 선은 언제나 백인이고, 악은 유색인종으로 그려지는 인종차별적인 부분은 위협요인으로 작용한다.<sup>20)</sup>

19) 연합뉴스 보도자료, 2008.08.04.

20) 예컨대 킷 베송 감독의 <택시 2>는 돈을 벌기 위해 택시운전을 24시간 교대로 운행하는 사람들로 한국인이 그려져, 한국인 비하 논쟁이 불붙기도 한다.

이러한 흥행변수들을 토대로 SWOT분석을 정리해보면 다음과 같은 흥행전략을 도출할 수 있다.

	<b>기회(Opportunities)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 부성애 자극</li> <li>· 배우의 연기</li> <li>· 국내 사회적 환경</li> </ul>	<b>위협(Threats)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 개봉시기(4월)</li> <li>· 여성관객의 호응도 미흡</li> <li>· 인종차별적 편견</li> </ul>
<b>강점(Strength)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 탄탄한 시나리오</li> <li>· 액션장르</li> <li>· 립 베송 제작</li> </ul>	<b>SO 전략</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 관객이 선호하는 즐거워나 액션을 토대로 배우들의 명연기 그리고 사회적 환경과 부합</li> </ul>	<b>ST 전략</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 액션영화라 할지라도 여성관객을 끌어당길 수 있는 흡인력 필요</li> </ul>
<b>약점(Weakness)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 프랑스 영화라는 선입견</li> <li>· 감독 연출력에 대한 의구심</li> <li>· 청소년 관람 불가</li> </ul>	<b>WO 전략</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 프랑스 영화라는 느낌보다는 국적을 초월한 홍보 마케팅 전략 필요</li> </ul>	<b>WT 전략</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 여성이나 청소년도 수용할 수 있도록 과도한 폭력행위보다는 빠른 전개를 통한 당위성</li> </ul>

표 3. <테이큰> SWOT 분석에 따른 흥행전략

#### IV. SWOT분석에 따른 흥행전략

##### 1. SO전략(strength-opportunity)

<표 3>의 분석처럼, <테이큰>의 강점은 부성애를 자극하며 악을 징벌하는 탄탄한 시나리오, 화려한 볼거리로 무장한 액션연기, 립 베송 사단의 영화제작이다. 주지하다시피, 립 베송은 감독으로서 능력뿐만 아니라 시나리오 각본, 제작자 등의 다양한 역할을 수행하면서 평균이상의 흥행성과를 꾸준히 보여준 멀티플레이어이다. 실제로 그는 2000년대 국내 개봉영화 중 흥행성과

를 얻은 <13구역:얼티메이텀>, <더독>, <프롬 파리 위드 러브>, <13구역>, <러브 & 트러블>, <크림슨 리버 2>, <택시 4>, <22 블렛>, <아더와 미니모이> 등의 영화에 참여하여 액션 장르에 특화된 상업적 흥행의 귀재로 주가를 높이고 있다. 이러한 사실은 국내 관객들에게 이미 잘 알려진 감독 및 제작자의 영화가 좋은 흥행성과를 얻을 가능성이 높다는 사실을 보여준다. 여기에 <테이큰>에 참여한 배우들의 열연 그리고 국내의 사회적 환경에 맞물리면서 영화는 크게 성공을 거둘 수 있었다.

우선 <테이큰>은 ‘액션+로맨스+감동+의리’ 등 너무 많은 부분에 치중하는 여타의 액션영화는 달리, 액션이 중심이 되는 단순한 스토리 라인을 구성하고 있다. 실제로 여러 주제가 뒤섞여 있다 보면, 영화가 멜로인지, 코믹인지, 액션인지 다소 의문을 가질 수 있다. 하지만 <테이큰>은 너무나 단순하게도 ‘납치된 딸 구하기’에 초점을 두고, 딸이 유괴된 순간부터 그 상황을 분석하면서 그녀의 행방을 뒤쫓는 과정을 선형적이고 일관되게 그리며 빠르게 진행되는 전개방식을 보여준다. 이처럼 단순한 스토리에서 기인한 강력한 몰입감은 뻔한 스토리이지만 소소한 디테일적인 요소들로 인해 박진감 넘치는 액션에 동일시(identification)하게 만든다.

영화 속의 리암 니슨의 압도적인 존재감은 스틸 넘치고 긴장감을 최고조로 이끄는데 한 몫을 한다. 배우가 구사하는 사실적이고 현실적인 험란한 익스트림(extreme) 액션은 관객의 눈을 떼지 못하게 하며, 액션의 몰입도를 배로 증가시킨다. 아마도 단순한 줄거리에 평범한 액션이 펼쳐졌다면 이토록 크게 흥행에 성공을 거두지 못했을 것이다. 이처럼 50대 중반 배우의 몸을 사리지 않는 연기 열정은 믿고 볼 수 있는 리암 니슨표 영화를 만들어 내며 시리즈물로 영화가 제작된다.<sup>21)</sup>

“영화와 사회학은 필연적으로 교차한다” 라는 프란체스코 카

21) <테이큰>의 성공이후, 리암 니슨의 <테이큰 2>(2012)가 제작되고, 최근에는 <테이큰 3>가 진행 중이라고 한다. 환갑이 넘은 리암 니슨의 주가는 100만 달러에서, <테이큰 2>에선 약 1,000만 달러로 거의 10배가 넘는 출연료를 받았다고 한다.

세티(Francesco Casetti)의 말처럼<sup>22)</sup>, ‘그 시대를 반영하는 겨울인’ 영화는 관객의 주목을 끌며 공감대를 형성하는데 매우 용이하다.<sup>23)</sup> 이런 점에서 당시 우리 사회에 만연된 공포감은 <테이큰> 영화를 이해하고 공분을 일으키는데 중요한 역할을 한다. 영화는 이혼한 가족의 현실을 다소 과장되게 그려내고, 사회적 문제가 되는 범죄를 구체적으로 보여준 뒤 관객을 분노케 한다. 이러한 감성은 리암 니슨의 과도한 폭력에도 관객이 수긍하고 공감할 수 있는 요인이 된다.

## 2. ST전략(strength-threat)

<테이큰>은 액션영화로서의 강점을 가지고 있지만 그로 인한 위협요소 또한 존재한다. 할리우드 액션대작의 경우 영화개봉은 일반적으로 젊은 층을 주 타깃으로 하는 방학을 활용하는 시기이지만, 이 영화는 비수기인 4월에 개봉하여 젊은 층의 주목을 크게 끌지 못했다. 그럼에도 영화 개봉이후 입소문을 타고 홍보된 결과, 이 영화의 강점 덕분에 큰 인기를 끌게 되며 흥행몰이에 성공하게 된다. 아마도 여름이나 겨울 방학을 전후로 개봉하였다면, 더 큰 인기를 끌었을 것이다.<sup>24)</sup> 또한 같은 시기에 개봉한 한국영화 <GP 506>, <숙명> 등 특별히 경쟁할만한 영화들이 없는 상황은 호기로 작용한 결과이기도 하다.

액션영화라는 장르는 비교적 대부분의 남성들이 선호하는 장르이다. 이로 인해 전 연령층을 아우르는 폭넓은 여성 관객의 흡인력은 다소 부족하였다. 물론 강점에서 언급한 것처럼 영화에서 강하게 어필하고 있는 한국적 정서의 부성애적 감동을 자극할 수 있는 딸을 구하겠다는 일념의 연기가 여성 관객들을 흡수할 수 있는 장치로 활용되지만, 지나친 폭력이 난무하는 액션 장르라는

22) 프란체스코 카세티, 김길훈·김덕수·김건 옮김, 『현대영화이론 : 1945-1995년의 영화이론』, 한국문화사, 2012, 152쪽.

23) 다르텐(Dardenne) 형제의 <로제타>(1999) 영화이후 새로운 노동법인 로제타법이 개정되거나, 황동혁 감독의 <도가니>(2011) 이후 도가니법의 제정 등을 볼 수 있다.

24) 속편인 <테이큰 2>의 경우, 전작의 인기에 힘입어 2012년 9월에 개봉하였다.

한계는 여전히 남아있다.

마지막으로 할리우드 영화의 고질적인 병폐인 백인 우월주의에 기초한 인종 차별적인 문제는 <테이크>과 같은 영화가 앞으로 풀어나가야 할 숙제로 보인다. 물론 영화가 오늘날 프랑스 사회에서 동유럽 혹은 아랍계통의 출신으로 구성된 조직이 엄청난 범죄를 저지르고 있고, 프랑스 역시 그런 상황에서 벗어날 수 없다는 이야기를 직설적으로 이야기하고 있지만, 그간 할리우드 영화에서 보여준 일반적인 편견이 작용한다는 점이다. 이야기를 이끌어가는 주체는 언제나 선한 백인이고 부차적인 역할과 악의 근원으로 그려지는 유색 인종이 거의 모든 영화 속에서 반복적으로 주입되고 재생산되기 때문이다. 즉 이렇게 구축되는 그릇된 인식은 일반 대중에게 실제의 사실을 넘어서 백인 우월주의나 영웅주의 또는 식민지 패권주의와 같은 강력한 이데올로기를 심어줄 우려가 있기 때문이다.<sup>25)</sup> 만약에 <테이크>이 프랑스 사회의 현실을 직시하고 그 현실을 적나라하게 밝히고 싶었다면, 그러한 문제가 발생하게 된 사회적 구조의 문제를 언급하고 넘어가는 것이 타당해 보인다. 물론 액션 장르에서 그러한 문제를 다루기에는 다소 버겁겠지만 사회·문화·경제적 환경의 가치 기준을 관객 스스로 판단하고 해결할 수 있게 하는 것이 균형 잡힌 감독의 시각일 것이다.

### 3. WO전략(weakness-opportunity)

프랑스 영화라는 편견에도 불구하고 <테이크>이 국내에서 인기를 끈 이유는 아마도 제작만 프랑스이지 할리우드 자본과 배우 그리고 영어대사까지, 무늬만 프랑스이고 알맹이는 미국 콘텐츠인 즉 무국적성을 띠고 있다는 점이다. 따라서 예술독립영화로 인식되는 프랑스 영화라는 느낌을 최대한 배제하고 국적을 초월한 홍보 마케팅 전략은 일견 타당해 보인다. 하지만 단순히 킬링 타임(killing time)으로 소비되는 할리우드 액션영화와는 다르

---

25) 김길훈·조화림·김건·전병원·성기석, 앞의 책, 55쪽.

게, 폭넓은 사고를 제공해 주는 프랑스 영화의 미덕을 상실하는 것은 다소 위험해 보인다. 적절한 균형점을 찾을 필요성이 제기 되는 부분이다. 물론 이 문제는 영화가 경제적 상품인 무비(movie)인지 혹은 예술적 작품인 필름(film)인지하는 해묵은 논쟁을 유발할 수 있지만, 필름 느와르가 심심풀이 땅콩이나 팝콘이 아니라 하나의 예술 작품으로 인식하게 된 <대부>나 <스카페 이스>와 같은 영화들에서 그 해법을 찾을 수 있다. 왜냐하면 그러한 영화들 속에서 마피아 조직은 마치 미국 자본주의 사회를 지탱하는 기업의 상징처럼 작용하며, 극단적인 가족 우선주의는 미국 국수주의의 또 다른 얼굴을 보여주기 때문이다.

<테이큰>은 해외에서 ‘R’ (17이하의 성인이나 부모동반 관람)이라는 유연한 등급을 받았지만, 국내에서 ‘청소년 관람 불가’라는 등급 판정을 받은 영화이다. 액션장르의 특성상 주 타깃이 청소년 혹은 젊은 층인데, ‘청소년 관람 불가’ 판정은 다소 불리한 여건의 개봉 환경이다. 그럼에도 흥행에 성공할 수 있었던 것은 프랑스 파리 배경의 액션장르 영화라는 위협요인을 영화 포스터에서 밝히고 있듯이 ‘릭 베송 사단 과 화려한 매력적인 배우들의 감성적 연기가 액션과 만나다’ 라는 메시지로 위협요소를 최소화하였기 때문이다. 이 덕분에 영화는 청소년보다는 20-30대 젊은 층의 폭넓은 지지를 얻어 흥행에 탄력을 받으며, 납치 및 추격 액션영화의 바이블로 등극할 정도로 큰 인기를 끈다. 또한 촬영감독의 데뷔작이라는 약점도 스피디한 액션을 기반으로 한 초고속 촬영 방식을 선택하여 관객의 높은 선호도를 이끌어낸다. <테이큰> 이전 영화에서 보여준 피에르 모렐 감독의 촬영 방식은 <테이큰>에서도 큰 위력을 발휘하며 액션영화의 ‘미장센 교과서’ 라고 불리기도 한다.<sup>26)</sup>

#### 4. WT전략(weakness-threat)

26) 예컨대, 감독이 바뀐 <테이큰 2>의 경우, 대다수의 관객 및 평론가들은 이전 감독의 연출력이 부재한 측면이 크다고 아쉬움을 토로한다. 김종철, 「액션 뿐 아니라 드라마까지 <테이큰 2>」, 《씨네21》, 2012.09.

<테이큰>의 성공요인은 단순한 줄거리와 화려한 액션을 일관되게 유지한 측면이 강하지만, 폭넓은 관객층을 이끌어내고 보다 큰 흥행을 위해서는 이 영화의 약점과 위협요인을 보다 명확하게 직시하고 향후 마케팅 전략에 활용할 필요가 있다. 이를 위해서는 우선적으로 액션이라는 영화장르에 대한 이해가 필수적이다. 왜냐하면 토마스 샤프츠에 따르면 “영화 장르는 상업영화 제작 그 자체의 물질적 조건의 결과이며, 하나의 ‘특권적’ 영화 스토리의 정형이고, 관객과 제작사의 상호작용의 산물인 영화장르는 장르라고 명명될 수 있을 정도로 친숙한 의미체계가 될 때까지 점차 그 자체가 자신이 속한 문화의 한 부분을 구성해 가는 것”이라는 토마스 샤프츠(Thomas Schatz)의 언급처럼<sup>27)</sup>, 영화 장르는 제작사와 관객들 사이의 상호작용에 따른 합의된 새로운 문화형성 과정이기 때문이다.

물론 액션이라는 장르가 남성 중심적이고 젊은 관객을 타겟으로 하지만 오늘날 여성관객이 폭발적으로 증가하고 있는 시점에 여성이나 청소년도 수용할 수 있는 다변화된 액션 장르의 구축도 고려해 볼직하다. 따라서 과도한 징벌적인 폭력이나 오락적인 측면보다는 시기별 사회·문화적 형성과정에 기반을 둔 액션영화가 큰 호응도를 얻고 관객의 뇌리 속에 강하게 각인된다는 사실에 유념할 필요가 있다. 예컨대, 1970년대 쏟아져 나온 형사 액션영화는 당시의 반전·인권·페미니즘 운동에 대해 상당히 비판적인 시각을 담아내고 있다. 이로 인해 당시의 흐름에 역행하는 액션영화는 보는 재미뿐만 아니라 보수적인 이데올로기가 강하게 투영된 보수적인 이데올로기를 읽어내는 역할을 수행하기도 한다. 즉 액션영화는 표면상 비정치적인 오락 위주의 영화로 보이지만, 실제로는 미국의 보수적인 이데올로기를 암묵적으로 혹은 노골적으로 반영하고 있다는 점이다. 마찬가지로 1980년대 이후 근육질 스타가 등장하는 액션영화도 ‘슈퍼 미국’을 지향하는 로널드 레이건(Ronald Reagan)의 신보수주의 이데올로기와 맞닿아 있다.

27) 토마스 샤프츠, 한창호·허문영 옮김, 『할리우드 장르의 구조』, 한나래, 1995, 40-41쪽.

따라서 무국적성을 띠며 액션에만 초점을 둔 <테이큰>도 시대적 흐름에 부응하는 예컨대 경쟁과 속도에 치중하며 돈을 쫓는 현대 사회의 어두운 공포를 극대화하여 시각화할 필요가 있다. 이전의 액션영화와 차별화되고 폭넓은 관객층의 지지를 이끌어 낼 수 있는 지점이 바로 사회에 만연된 공포로부터의 구원이다. 물론 <테이큰>의 주제가 납치와 구출이라는 틀을 갖추고 있지만 현대사회가 낳은 기형적인 괴물인 악당의 모습이 단순하게 그려지고 있다는 점이다. 액션 영화가 폭력을 ‘어떻게’ 그려낼 것인가가 아니라, ‘왜’ 폭력을 다뤄야만 하는지에 대한 당위성과 타당성에 초점을 둔다면, 액션 영화는 사회적 문제의 해결점을 제시해할 수 있는 좋은 본보기가 되는 영화장르로 성장할 수 있을 것이다.

## V. 결론

이상 살펴본바와 같이, 국내 영화관객은 영화를 관람할 때 우선적으로 영화 줄거리와 영화장르에 초점을 두고 선택한다. 이러한 결정요인에 따라 <테이큰>은 부정애를 근거로 강력한 액션을 구현해내며 관객의 영화적 취향에 완벽하게 호응한다. 이를 위해 <테이큰>은 약점요인으로 작용하는 프랑스 영화라는 느낌을 배제한 셀링 포인트(Selling Point)를 주요하게 활용했다는 점을 알 수 있다. 다시 말해서 좋은 영화(국내 일반관객 선호취향 영화)를 전제로 전형적인 할리우드 상업영화 홍보 접근 방식이 다수의 개봉관 스크린을 확보하는 것으로 연결된다. 국내에서 프랑스 영화가 액션영화라는 틀을 가지고, 국내 개봉관 스크린 수를 200개 이상 확보했다는 사실은 좋은 흥행성과를 얻을 수 있는 기회를 가질 수 있었던 기반이다. 여기에 “개봉 첫날 혹은 개봉 후 2주 정도까지 신문, 잡지, TV광고가”<sup>28)</sup> 계속되었다면, 결과는 훨씬 더 좋은 성과를 얻을 수 있었을 것이다. 이러한 상업영화의 속성

28) 김임현, “영화의 흥행 요인 연구”, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 2001, 10쪽.

적 가치를 어떻게 관객들에게 어필할 것인가 하는 문제는 흥행성과에 큰 영향을 미친다.

결론적으로 <테이큰>이 프랑스 영화임에도 불구하고 국내 개봉을 통해 흥행성공을 거둘 수 있었던 점은 영화이야기(줄거리), 장르, 상업적 개봉 홍보 전략이 국내 관객의 영화선택 선호도와 잘 맞아 떨어졌기 때문이다. 하지만 간과해서는 안 될 점은 W0와 WT 전략에서 검토했듯이, 난무하는 폭력이나 인종 차별적인 문제 그리고 시대적 흐름이 배제된 오락 지상주의 측면 등은 액션 영화 제작시 반드시 고려하고 유념해야 할 부분이기도 하다. 즉 연출자가 어떻게 담아낼 것인가가 아니라, 왜 그려내야 하는지에 대한 확고한 신념이 투영되어 있어야만 한다. 이러한 부분까지 고려된 액션 영화는 <대부>처럼 흥행의 성공뿐만 아니라 관객들이 두고두고 기억할 수 있는 영화로 남을 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 김길훈·조화림·김건·전병원·성기석. 『영화의 창 : 영화장르』. 한국문화사, 2013.
- 토마스 샤츠. 한창호·허문영 옮김. 『할리우드 장르의 구조』. 한나래, 1995.
- 프란체스코 카세티. 김길훈·김덕수·김건 옮김. 『현대영화이론 : 1945-1995년의 영화이론』. 한국문화사, 2012.
- 김입현. “영화의 흥행 요인 연구”. 한양대학교 대학원 석사학위논문. 2001.
- 최관호. “영화 상품의 흥행 결정 요인에 대한 연구”. 서울대학교 대학원 경영학 석사학위논문, 1999.
- 홍희준. “영화관객이 영화선택에 미치는 영향에 관한 연구”. 한양대학교 기업경영대학원 석사학위논문, 2013.
- 김창현. “한국영화 수입흥행의 흥행성과 결정에 대한 실증분석”. 고려대학교 국제경영학과 석사논문, 2003.
- 최병호·이근재. 「영화산업에서의 배급사와 상영관의 관계가 시장성과에 미치는 영향」. 『경제연구』. 31권 3호, 2013.

- 김건. 「국내 영화마케팅에서 영화 예고편 활용에 관하여」. 『문학과영  
상』, 2007.
- ..... 『디지털 시대의 영화산업 : 영화, 필름에서 디지털 HD로』. 삼성  
경제연구소, 2006.
- 김길훈·김건. 「국내외 영화마케팅에 있어서 영화 포스터의 활용에 관  
한 연구」. 『프랑스학 연구』, 39권 2007.
- 박소라. 「스크린 수 증가에 따른 영화의 국적 다양성과 소비 추세에 관  
한 연구」. 『한국언론학보』. 52권 1호 2008.
- 안현진. 「테이큰, 할리우드에서 1위 개봉」. 《씨네 21》, 2009.02.
- 김종철. 「액션뿐 아니라 드라마까지 <테이큰 2>」. 《씨네21》,  
2012.09.
- 장미. 「적당한 유머를 갖춘 날씬한 액션 스틸러」. 《씨네 21》,  
2008.04.
- 영화진흥위원회. 「2006-2009 영화소비자 조사」. 해당연도.  
..... 「2012년 12월 한국영화 결산」. 2012.
- 연합뉴스 보도자료. 2008.08.04.
- <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/detail.nhn?code=47152>.

## ABSTRACT

### Analysis of Factors of the commercial Success in the domestic film market on the French film, *Taken* (2008)

Han, Hwa-Sung, Kim, Geon Kim, Yang-Sik.

The number of French movies imported to and released in S. Korea is constantly increasing. All French movies released in Korean theatres, however, are not a great success. For the domestic film market and audiences, the idea French cinema is generally equivalent to 'diversity cinema' or 'arthouse films' is common notion. In this respect, French movies introduced throughout the country would be culture product into which one can read other cultural significances different from that of domestic cinema, and also serve significant cultural value to understand diversity in cinema, for domestic audiences. However, it could be said that French movies, in common with Hollywood films, obey rules in the film industry and needs for audience trends. In this content, what the researchers want to do is to analysis the tendency of the domestic audience reception and main causes of commercial success in the domestic film market, analysing *Taken* produced in France.

The analysis, most of all, suggests the consideration for the film industry beside the notion of cultural diversity in cinema, as imported films are released in the domestic theatre. For this, the study examines the promotional strategy the french cinema perceived generally as the arthouse film applies extensively, analysing on *Taken*, and inquires into factors of commercial success, using SWOT Analysis.

This study, the first of all, (briefly) examines what audiences consider when they choose a film to watch, articulating (generally) the choice-and-consume modality of the domestic audience. And then, it examines dominant factors *Taken* was a commercial success in domestic film market, even though the film is a french film, using SWOT Analysis. On the basis of SWOT Analysis, finally, this study draws up promotional plan for *Taken*, and shed new light on dominant preconditions, when the foreign cinema would be imported from the now on.

Keywords : Taken, the choice-and-consume modality of audience,  
film marketing promotional strategy, film importing and  
distribution, Success Formula

한화성  
동아방송예술대학교 영화예술과 교수  
(472-735) 경기도 남양주시 와부읍 도곡리 한강 우성아파트 108동 1501호  
Tel : 031-577-1236  
mars0623@dima.ac.kr

김건  
전북대학교 인문영상연구소 연구교수  
(561-756)전라북도 전주시 덕진구 백제대로 567  
Tel : 063-219-5231

김양식  
전북대학교 대학원 프랑스학과 박사과정  
(137-809)서울특별시 서초구 반포1동 727-10번지 월드컵빌라 402호  
Tel : 02-6326-5144

논문투고일 : 2013.11.01

심사종료일 : 2013.11.25

게재확정일 : 2013.11.29