

# “메이드 인 할리우드”와 “메이드 인 차이나”\*

곽수경\*\*

---

## ◁ 목 차 ▷

---

- I. 문화와 문화콘텐츠
  - II. 문화의 세계화의 함의
  - III. <물란>과 <쿵푸 팬더>의 세계화 전략
    - 1. 애니메이션과 중국 재현
    - 2. 개인주의적 영웅 형상
    - 3. 자아실현과 해피엔딩
  - IV. <물란-전사의 귀환>과 <야연>의 세계화 전략
    - 1. 무협블록버스터 극영화와 중국 재현
    - 2. 멜로의 주인공 형상
    - 3. 사랑의 갈망과 새드엔딩
  - V. 나가는 글
- 

## I. 문화와 문화콘텐츠

기술적인 불거리만으로도 영화에 열광하던 시대가 있었다. 애초에 영화의 탄생부터가 그러했고 영화가 자기 목소리를 가지게 되었을 때, 컴퓨터 그래픽이라는 것이 사용되었을 때에도 관객들은 영화관으로 달려가서 직접 그것을 확인하고자하는 감탄을 금치 못했다. 하지만 새로운 기술에 대한 호기심과 감탄은 그리 오래 가지 못했다. 할리우드의 대표감독인 제임스 카메론조차도 기술이 아무리 화려해도 빈약한 스토리로는 관객을 사로잡을 수 없다고 고백한 바 있다. 이런 사실을 반영이라도 하듯이 할리우드는 일찌감치 아시아로 눈을 돌려 콘텐츠 발굴에 열을 올리고 있다.

---

\* 이 논문은 2012년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2012S1A5B5A07037687).

\*\* 목포대학교 도서관문화연구원 HK연구교수

그들은 우리 영화 〈시월애〉, 〈중독〉, 〈장화홍련〉, 〈엽기적인 그녀〉를 리메이크했고, 홍콩영화 〈무간도〉(2002)를 리메이크한 〈디파티드〉(2006)는 1억 달러 이상의 수익을 올렸으며 마틴 스콜세지 감독에게 아카데미 감독상을 안겨주었다.<sup>1)</sup> 할리우드의 아시아 소비는 여기에 머무르지 않고 중국의 콘텐츠를 통째로 가져다가 〈물란〉(1998)과 〈쿵푸 팬더〉(2008)를 탄생시켰다.

한편 과거 세계의 중심을 자처하고 자신들의 문화적 세례를 받지 못한 나라는 모두 미개한 오랑캐라고 했던 중국은 개혁개방 이후 놀라운 경제성장과 더불어 문화대국의 지위를 되찾겠다는 야심을 보이고 있는데, 그 대표적인 수단 중의 하나가 바로 영화라고 할 수 있다. 중국정부의 전폭적인 지원 하에 〈영웅〉(2002)이 흥행 기록을 수립했고 중국은 할리우드에 맞설 수 있는 중국적 특색을 가진 장르로 무협 블록버스터를 내세우며 제작에 열을 올렸다. 하지만 자국영화시장을 보호하고 ‘走出去(세계 진출)’ 전략을 뒷받침할 수 있는 세계적 경쟁력을 갖춘 장르라고 생각했던 무협블록버스터는 오히려 중소영화들이 설 자리를 위협하며 자기 복제의 늪에서 허우적거리게 되었다. 이는 중국이 유구한 역사만큼이나 무궁무진한 문화콘텐츠를 가지고 있는 것은 사실이지만 아직 그것을 세계적으로 브랜드화 하는 역량이 부족하다는 것을 말한다.

이렇게 볼 때 문화콘텐츠를 발굴하는 것은 물론이고 그것을 제대로 활용해서 재창조해내는 것은 대단히 중요하면서도 어려운 일이라는 것을 알 수 있다. 그것은 ‘문화’상품이기 때문에 더욱 그러하다. 특히 다른 나라의 원천소스를 가져다가 자국의 문화상품으로 재생산해내는 일은 단순히 콘텐츠의 부족을 해결하는 차원이 아니라 민족화와 세계화의 문제가 수반되며, 그것은 또한 복잡한 함의를 가지기 때문이다.

할리우드는 중국에서 “목란종군”이라는 매력적인 고대 시가(詩歌)를 찾아내고 중국 전통 무술인 쿵푸와 국보 판다(panda)를 모티프로 하여 세계적인 흥행 성공을 거둔 애니메이션 〈물란〉과 〈쿵푸 팬더〉를 탄생시켰다. 한편 중국 역시 “목란종군”이

1) 많은 경우 할리우드가 외국영화를 수입해서 상영한 것보다 리메이크한 영화가 흥행 성적이 더 좋았다. 2003년에서 2007년까지 비영어 외국영화로 가장 성공한 〈영웅〉의 미국 내 흥행 성적은 5,300만 달러로, 〈디파티드〉, 〈그루지〉, 〈링〉 등의 리메이크 영화들보다 못하다.(김동호 외 《미주 및 유럽의 영화 정책에 관한 연구》 서울, 영화진흥위원회, 2000, 105쪽 참고)

라는 콘텐츠에 무협블록버스터라는 옷을 입혀 〈물란-전사의 귀환〉(2009)을 만들었고, “햄릿”을 중국적으로 각색하여 역시 무협블록버스터 〈야연〉(2006)을 내놓았다.

여기에서는 이들 영화가 중국을 소비하거나 중국적 소비를 통해 세계화를 이루고자 했다는 점에서 내적 연관성을 가진다고 보고 이들을 분석대상으로 하여 문화의 세계화 문제를 구체적으로 살펴보고자 한다. 이를 위해 먼저 문화의 세계화의 함의를 살펴본 다음, 각 영화의 장르와 중국 재현, 인물형상, 주제의 세 방면으로 나누어 영화를 분석할 것이다.

## II. 문화의 세계화의 함의

“문화는 한 사회의 구성원인 인간이 취득한 규범, 습관 그리고 행동과 표상 지침으로 이루어진 복잡한 총체”<sup>2)</sup>로서, 원래는 어느 한 집단이나 사회, 민족의 고유 영역에 속하는 것이다. 하지만 그것은 서로 다른 문화와의 접촉과 교류를 통해 변형되거나 소멸되기도 하고 풍부해지기도 한다. 따라서 “그 어느 문화도 단일하거나 순수할 수는 없다. 모든 문화는 혼혈이며, 다양하고, 놀랄 만큼 변별적이며, 다층적이다.”<sup>3)</sup> 그런데 이런 문화 간의 접촉과 교류는 과거에는 주로 사람들을 통해 직접적으로 이루어졌지만 산업혁명을 거치면서 차츰 산업화되고 상품화되었다. 이 과정에서 자본이 개입되고 문화 간에는 그에 따른 권력관계가 형성되어 보다 강력한 자본력을 가진 문화가 지역적이고 고유한 문화를 흡수, 통합, 혹은 지배하는데, 이것을 일반적으로 세계화라고 부른다.

문화의 세계화는 산업 발전의 결과 가운데 하나이다. 모든 문화산업의 당연한 야심은, 미국에서나 스리랑카에서나 한결같이 자신의 생산물을 팔면서 세계 시장을 잠식해가는 것이다. 반대로 에스키모 문화나 프랑스 도시 노동자들의 문화는 대단히 지역적인 문화이며 세계적으로 보급되고자 하는 야망도, 수단도 없다. 산업은 전통문화들 속에 침입해서 그들을 변화시키고 때로는 파괴한다.<sup>4)</sup>

2) 장-피에르 바르니에, 주형일 옮김, 《문화의 세계화》 서울, 한울, 2000, 25쪽.

3) 에드워드 사이드, 김성곤·정정호 옮김, 《문화와 제국주의》 서울, 도서출판 창, 1995, 41쪽.

위의 인용문은 문화의 세계화의 실체를 대단히 형상적으로 이야기하고 있는데, 문화의 세계화란, 사실은 문화산업의 세계화를 의미하며, 세계의 문화들은 거대자본에 의해 단일화되어 세계인들에게 향유되고 소비된다고 할 수 있다.

지금 그 선두에 서 있는 것이 바로 미국이다. “미국은 강력한 경제력을 바탕으로 세계의 엄청난 문화유산을 사들여 자국의 문화 인프라로 활용하고 있을 뿐 아니라 세계문화를 공격적으로 선도하는 위치에 있다.”<sup>5)</sup> 할리우드, 디즈니랜드, 미키마우스, 코카콜라, 맥도날드 등으로 대표되는 미국문화가 세계적으로 유통되고 소비되면서 점점 더 많은 나라의 문화가 그것들을 닮아가고 있다. 그 중에서도 특히 “영화는 미국의 영향력을 확산하는 주요한 매체로서 기능하면서 미국이라는 산업 국가의 부가 가치를 감성적으로도 증가시킨다. 20세기에 미국이 소비 사회의 지도자가 되는 동안, 할리우드는 수입의 절반을 외국에서 거두어들이면서 영화의 ‘월스트리트’가 되었다.”<sup>6)</sup> 실지로 미국의 영화산업은 미국 내에서보다 해외에서 더 많은 수입을 올리고 있는데<sup>7)</sup>, 이는 경제적 이윤의 획득이라는 단순한 문제가 아니라 미국적 가치관과 미국문화를 전 세계에 보급하고 이식한다는 점에서 더욱 주목해야 할 문제이다. 그렇게 할리우드영화에 익숙해진 세계의 관객들은 보편적으로 그것에 환호하고 그에 따라 각국은 또 할리우드의 유사품을 만들어내면서 미국적 가치관과 문화를 세계에 이식하는 역할을 하고 있는 것이다.<sup>8)</sup>

4) 장-피에르 바르니에, 주형일 옮김, 앞의 책, 16~17쪽.

5) 안병선 《21C황금시장 문화산업》 서울, 매일경제신문사, 2000, 157쪽.

6) 김은영 〈박스오피스 : 영화 경제와 시장 지배의 논리〉: 《영화연구》 30호, 2006, 74쪽.

7) 할리우드영화는 자국에서보다 해외시장에서의 수익률이 훨씬 높다. 1999년 미국영화의 전 세계 흥행 상위 25위의 총매출은 79억 4천만 달러였는데, 그 중에서 미국 내 수입은 37억 2천만 달러로서, 이는 전체의 47% 정도였다. (김동호 외, 앞의 보고서, 256~257쪽 참고) 또한 2000년 미국 내 흥행 10위 영화 중 해외 흥행 수입이 미국에서보다 더 좋았던 영화는 〈미션 임파서블 2〉, 〈왓 위민 원트〉, 〈글래디에이터〉 등 3편 정도였는데, 2003년에는 흥행 상위 10위권 영화 중 6편, 2007년에는 8편의 해외 흥행 수입이 미국에서보다 높았다. 흥행 수입의 비율로 보아도 〈다빈치 코드〉의 경우 2006년 전 세계적으로 벌어들인 7억 5,700만 달러 중에서 미국 내 흥행 수입과 해외 흥행 수입의 비율은 28% 대 72%에 이른다. (황동미·한승희 외 《한국영화 미국시장 진출 유형 연구》 서울, 영화진흥위원회, 2009, 118~120쪽 참고)

8) 한 예로, 2007년 한국에서도 개봉했던 영국코미디영화 〈뜨거운 녀석들 Hot Fuzz〉의 경우 영화의 주인공이자 시나리오 작업에 참여했던 사이먼 페그가 “영화 기획 단계에서부터 가장 큰 고민이 ‘영국적인 영화를 만들되 어떻게 궁극적으로는 할리우드 영화와

### Ⅲ. <물란>과 <쿵푸팬더>의 세계화 전략

할리우드는 중국에서 “목란중군”이라는 매력적인 고대 시가와 중국을 대표하는 판다와 쿵푸라는 모티프를 가져다 씌으로써 서사의 부족을 해결하고 중국 영화시장과 세계 영화시장을 공략하는 일석삼조의 성과를 거두었다. <물란>과 <쿵푸팬더>는 중국에서 상영 반대 여론이 일어났음에도 불구하고 흥행에 크게 성공했다.<sup>9)</sup> 그 이유는 단연 그들이 사용했던 시장 공략의 전략에서 찾을 수 있는데, 중국에서 원천 소스를 가져다가 신선함을 제공하는 한편 철저하게 할리우드 방식을 통해 오락과 재미를 선사했던 것이다.

매우 가까운 영화를 만드는가”였다고 밝힌 바 있다.(황동미·한승희 외, 위의 보고서, 127쪽 주2) 참고)

- 9) <물란>과 <쿵푸팬더>는 디즈니가 중국문화를 왜곡하고 모욕했다는 이유로 중국에서 상영 반대 여론이 있었다. 하지만 <물란>은 디즈니 애니메이션 가운데 중국을 소재로 한 최초의 영화라는 점에서 흥행과 비평면에서 많은 성과를 거두었고 <쿵푸팬더>는 중국 본토에서 역대 최고의 흥행 성적을 거두었으며, 중국인들로부터 ‘중국보다 더 중국적인 영화’라는 평을 받았다.(安正燾 <<물란MULAN>에서 <쿵푸팬더>까지 - 허리우드 애니메이션에 담긴 중국 재현과 중국 관념>; 《中國小說論叢》第32輯, 2010, 424쪽 참고) <물란>의 흥행성적은 다음과 같다.

① 전미 박스오피스 1.2억 달러, 해외 누적 박스오피스 1.8억 달러(張珊珊 <電影《花木蘭》的東方想像與中國演繹之異同>; 《綏化學院學報》第34卷第8期, 2014.8, 99쪽)

② 1998년全美 20대 흥행영화 중 11위, 1998년 전 세계 50대 흥행영화 중 12위 차지(王志敏 <試論中國電影在全球化趨勢下的文化定位問題>; 《中國電影：傳統文化與全球化趨勢》, 北京電影出版社, 2001), 8쪽)

③ 한국에서는 서울 개봉관에서 약 80만 명이 관람하여 <라이언 킹>과 <알라딘> 다음가는 흥행성적을 거둬(김하림 <<木蘭詩>에서 애니메이션 <물란(MULAN)>으로>; 《中國人文科學》第43輯, 2009, 564쪽)

<쿵푸팬더>의 흥행성적은 다음과 같다.

① 중국에서 3일 만에 관객 130만 명, 3주 만에 1,000만 명을 돌파하고 한 달간 1.6억 위안의 흥행성적을 거두어 중국 영화사상 수입 1억 위안을 초과한 최초의 애니메이션이 됨(安正燾, 앞의 글, 430쪽 주석 13 참고)

② 한국에서는 ‘약 467만 명의 관객을 동원하여 국내 개봉 애니메이션 중 역대 흥행성적 1위를 차지(최승원 외 <장편 3D 애니메이션 쿵푸팬더에 나타난 캐릭터 연기의 타이밍 표현특성 연구>; 《디지털디자인학 연구》 제13권 제4호, 2013, 211쪽 참고)

③ 세계적으로는 제작비(1억 3천만 달러) 대비 약 5배 이상의 수익(6억 4천 5백만 달러)을 거둬(신정안 외 <미국 애니메이션 <쿵푸 팬더>에서 표현된 중국 이미지에 관한 연구-색채 상징을 중심으로->; 《디지털디자인학연구》 제11권 제1호, 2011, 443쪽)

## 1. 애니메이션과 중국 재현

〈물란〉과 〈쿵푸팬더〉를 두고 할리우드의 영리함은 무엇보다도 애니메이션이라는 장르의 선택에서 확인된다. 이로써 이야기의 무대도 그대로 중국으로, 등장인물도 그대로 중국인으로 설정하면서 중국이라는 동양적 이미지를 자유롭게 재현할 공간을 얻은 것이다. 여기에 3D, 뮤지컬, 패러디 기법 등을 사용하여 입체적인 볼거리와 경쾌하고 친숙한 재미를 선사했다.

〈물란〉은 시작과 동시에 유려한 발목기법으로 완성된 만리장성이 곧바로 애니메이션 화면으로 전환되면서 이야기의 무대가 중국임을 알린다. 영화는 전체적으로 동양화와 같은 여백과 입체감을 제거한 선과 평면으로 동양적 이미지를 전달한다. 중국 재현을 위해 감독 등이 3주 동안 중국 현지 스케치와 사진촬영 등을 거쳤다고 하는데<sup>10)</sup> 〈쿵푸팬더〉는 이 부분에 더욱 공을 들였다.

〈쿵푸팬더〉는 평화마을과 제이드궁과 같은 공간적 배경이나 의상, 소품에 이르기까지 중국적 원형 모사에 충실했을 뿐만 아니라<sup>11)</sup> 제작진들이 쿵푸의 동작을 이해하기 위해 직접 쿵푸를 배우고 그렇게 해서 캐릭터들의 빠른 움직임과 강한 포스를 뽐어내는 대결 등 액션의 디테일을 제대로 표현하고자 했다.<sup>12)</sup> 또한 기존의 중국 무협영화 장면을 패러디하여 이질감을 해소하고 재미를 선사했는데, “포가 싸울 때 내지르는 소리는 이소룡식이고 격투할 때 나무꼭대기를 날아다니는 것은 〈와호장룡〉을 참고했으며 젓가락으로 만두를 뺏는 장면은 성룡이 주연한 〈사형도수蛇形刀手〉, 물항아리를 이용해서 훈련하는 것은 성룡의 〈취권〉에서 가져왔다. 대나무 장대를 딛고 서서 가마솥을 마구 뒤섞는 것은 성룡 코미디의 연장이며 포와 타이링의 최후의 결투 장면은 주성치의 〈쿵푸〉에서 여래신장(如來神掌)을 빌려다 썼다.”<sup>13)</sup> 이런 영화들은 실지로 할리우드에게 중국의 형상을 각인시켰던 것들이라고 할 수 있다.

10) 김하림, 앞의 글, 564쪽 주 23) 참고(<http://disney.go.com>).

11) 보다 상세한 내용은 安正燾, 앞의 글, 432쪽을 참고할 것.

12) <http://www.movist.com/movist3d/note.asp?mid=40782&op=>, 무비스트 〈쿵푸팬더〉 영화소개 참고.

13) 陳恒 〈中國元素與《功夫熊貓》商業成功的關係探討〉: 《電影文學》第15期, 2010, 83쪽.

## 2. 개인주의적 영웅 형상

먼저 물란의 생김새는 중국의 미적 기준에 부합하는 것처럼 보이지만 실지로는 서양의 미적 기준에 맞게 대단히 과장되어 있는데, 이는 결국 물란의 박력 있고 활달하며 활기차고 기지가 넘치며 용감한 디즈니식 성격 특징을 구현한 것이라고 할 수 있다.<sup>14)</sup> 포 역시 육중한 몸매와 달리 때로 허풍과 능청을 떨기도 하고 뻔뻔스럽게 굴기도 한다. 이런 이들의 모습과 행동에서 〈람보〉나 〈터미네이터〉, 〈다이하드〉의 주인공들의 모습을 볼 수 있으며, 할리우드영화에서 공식처럼 볼 수 있는 개인영웅의 모습을 발견할 수 있다.

서양문화에서 영웅주의는 개인주의의 한 형식이며 영웅은 자아에 대한 탐색과정에서 점차 형성되었다. 〈물란〉에서 물란은 미국 영화 속 영웅 전기의 전형적 공식을 이행했다. 그녀는 혼자서 국가와 국민을 위기로부터 구해내었는데, 서부영화에서의 고독한 영웅과 차이가 없다. 영화가 전달하려고 하는 이념은 바로 평범한 사람이 자신의 노력을 통해 비범한 성취를 이루고 영웅이 될 수 있다는 아메리칸드림이다.<sup>15)</sup>

혼인을 하는 것이 가문의 명예라고 생각하는 부친의 뜻을 따르려던 물란은 부친 대신 군대로 가서 훈련을 받으며 점점 군인으로 성장한다. 적과의 전투 과정에서 그녀는 기지를 발휘하여 적을 곤경에 빠뜨리고 군사들을 구하지만 그 과정에서 여성임이 발각되어 군대에서 쫓겨난다. 적이 죽지 않고 다시 살아나 공격할 것이라는 사실을 알고 상을 비롯해서 사람들에게 알리지만 아무도 물란의 말을 믿지 않는다. 하지만 물란은 포기하지 않고 마지막까지 지혜를 발휘하고 용감하게 적과 싸워 백성들과 황제를 구한다.

포 역시 별다른 능력이 없이 평범한 인물이었지만 어느 날 갑자기 용의 전사로 지목받고 쿵푸를 연마한 후 초인적인 능력을 발휘하여 악당 타이링을 물리치고 마을을 구한다. 이런 “포의 형상은 평민에서 현실적인 영웅으로 성장한 것이 아니라

14) 李青·韓菲 〈電影折射中西文化差異——對比研究中國《花木蘭》與迪斯尼《花木蘭》〉: 《大眾文藝》, 176쪽 참고.

15) 黃曦 〈中美兩部《花木蘭》電影對比研究〉: 《電影文學》 第4期, 2011, 83쪽.

슈퍼맨으로 승화한 것으로, 이것이 바로 전형적인 미국의 영웅주의 정신이다.”<sup>16)</sup>

이들 외에도 〈물란〉에서 눈에 띄는 캐릭터는 단연 무슈이다. “원래 무슈는 원작에는 없는 순전히 디즈니의 상상력이 빚어낸 캐릭터로, 중국하면 떠오르는 신화적 동물인 용이나 신선 또는 요술을 부리는 동물을 영화 속에 넣을 수 없을까하는 생각에서 만들어졌다고 한다.”<sup>17)</sup> 중국인들은 자신들을 용의 자손이라고 하며 용을 신성시하는데, 영화에서 용의 형상인 무슈는 불품없고 사고뭉치이며 허풍을 떨지만, 무슈로 인한 소동과 유머는 영화에 재미와 활력을 더한다. 또한 무슈는 물란에게 남자처럼 행동하도록 가르치고 물란이 목욕을 하다가 여성임이 탄로 날 뻔했을 때 예나 적에게 쏘 대포에 불을 붙여야할 때, 궁궐에서 적과 싸울 때에도 결정적인 도움을 주고 아이디어를 내는 등 물란에게 없어서는 안 될 중요한 조력자 역할을 한다. 결국 그는 물란이 공을 세울 수 있게 한 공로를 인정받아 조상신의 지위를 회복한다. 이렇게 볼 때 무슈는 할리우드적 발상에서 나온 캐릭터로서, 영화에서 흥미와 재미를 붙여넣는 역할을 하면서도, 보잘 것 없는 존재에서 개인의 노력을 통해 지위를 회복한다는 점에서 또 하나의 할리우드식 영웅 형상이라고 할 수 있다.

〈쿵푸팬더〉에서 이와 유사한 캐릭터는 무적의 5인방이라고 할 수 있을 것인데 이들은 “실제 쿵푸의 권법인 원숭이권, 학권, 당랑권, 사권, 호권을 각각 원숭이, 학, 사마귀, 뱀, 호랑이로 형상화”<sup>18)</sup>한 것으로, 포의 영웅적 형상을 완성하기 위한 보조캐릭터이자 자칫 중국 문화를 이질적으로 느낄 수 있는 서양권 관객들이 거부감 없이 수용할 수 있게 하기 위한 장치라고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 제작진이 중국전통옷을 입고 중국무술을 하는 이들에게 초록과 파랑눈동자를 부여함으로써 중국적 상징성 속에 뚜렷한 서양의 상징성을 동시에 심어놓았으며<sup>19)</sup> 애초에 잭 블랙을 모델로 삼아 포 캐릭터를 만들고 목소리 연기를 맡겼다는 사실 등으로부터

16) 楊萌 〈一只披着中國外衣的美國熊貓——《功夫熊貓》阿寶的文化身份解讀〉: 《甘肅聯合大學學報(社會科學版)》, 第27卷 第5期, 2011年9月, 87쪽.

17) 李容宰 〈디즈니 애니메이션 〈물란(Mulan)〉의 스토리텔링(Storytelling) 분석〉: 《中國語文學論集》 第60號, 2010, 342쪽 주21

18) <http://www.movist.com/movist3d/note.asp?mid=40782&op=>, 무비스트 〈쿵푸팬더〉 영화소개 제작노트 참고.

19) 김정환 〈로컬 이야기 소재의 글로벌 콘텐츠로서의 활용 요건에 관한 연구-미국 애니메이션 〈쿵푸팬더〉 시리즈의 사례 고찰을 중심으로-〉: 《한국디자인문화학회지》 Vol.20 No.3, 2014, 162쪽.



〈쿵푸팬더〉가 철저하게 할리우드산임을 다시 한 번 확인할 수 있다.

### 3. 자아실현과 해피엔딩

〈물란〉의 원천소스가 된 “목란시”는 300여 자에 불과한 위진남북조 시대의 민간 가요이다. “목란의 남장종군이란 독특한 주제는 후대로 오면서 시, 소설, 雜劇, 京劇, 地方戲, 碑文, 戲曲, 영화 등 각기 다른 장르의 많은 작품들을 탄생시켰다.”<sup>20)</sup> 실지로 어린 딸이 병든 부친을 대신해서 남장을 하고 전쟁터를 누비며 나라를 위해 큰 공을 세웠다는 이야기는 국가를 초월하여 매력적인 이야기 소재이다. 하지만 그것을 세계영화시장에서 인기 있는 문화상품으로 만드는 관건은 역시 서사를 풀어내는 방식에 있다.

〈물란〉은 다른 나라, 특히 신세대 관객들에게 복잡하고 무거울 수 있는 원작의 주제를 현대화하고 단순화 하여 쉽게 이해하고 공감할 수 있게 하였다. 원래의 “목란시”는 중국의 대표적인 전통적 가치관이었던 충효사상을 강조하고 있지만 디즈니는 이것을 약화하는 대신 개인의 개성과 자아실현을 부각시켰다. 이에 대해 디즈니 사 애니메이션부 부총재 톰·슈마허는 다음과 같은 요지의 말을 한 바 있다.

중국의 “목란시”는 충효를 강조한 신화이다. 최초의 “목란시”는 물론이고 후대의 다양한 각색본이나 심지어 최근의 영화 〈물란-전사의 귀환〉까지도 이 주제를 포기하지 않았는데, 중국에서 충효는 하늘보다 크기 때문이다. 하지만 〈물란〉은 이 주제를 약화시켰으며 그것의 주제는 많은 영화 홍보에서 말했듯이 주인공 물란이 전통의식의 속박을 과감하게 벗어던지고 개성 해방을 추구하며 열심히 자아에 도전하고 사회와 외부압력에 항거하며 자아가치 실현을 강조하는 것이다.<sup>21)</sup>

물란은 자신이 군대에 온 건 “아버님 때문만은 아니었어. 진짜 이유는 나도 뭔가를 할 수 있다는 걸 증명하고 싶었기 때문이야”<sup>22)</sup>라고 말한다. 이와 같은 물란의

20) 박경희 〈여성주체의 변화와 허구-목란시와 디즈니의 《물란》을 중심으로-〉; 《동화와 번역》 제12집, 2006.12, 60쪽.

21) 林婷 〈美國動畫片中的中國形象——以《花木蘭》和《功夫熊貓》爲例〉; 《藝苑》, 2010.5, 76쪽 참고.

22) 이 글에서는 영화 속 대사를 인용할 경우 “ ”로만 표시하고 따로 출처를 표기하지 않았

개성과 개인의 자아 추구는 시련과 고난을 겪으면서 실현되어 모두로부터 공로를 인정받고 사랑의 결실을 맺는 해피엔딩을 맞이한다.<sup>23)</sup> 물란을 향해 황제도 고개를 숙이고 모든 백성들이 무릎 꿇어 절한다. 상도 물란을 칭찬하고 물란의 부친은 황제가 하사한 목걸이와 칼이 아닌 “너 같은 딸을 둔 것이 내게 최고의 선물과 명예”라고 말한다.

이는 포 역시 마찬가지다. 포는 자신이 타이링을 대적해야 한다는 사실을 알고 도망치려고 하면서 시푸에게 그동안 갖은 구박을 받으면서도 그의 곁을 떠나지 않았던 이유를 이렇게 말한다. “내 머리에 벽돌이 날아올 때마다 아팠고 냄새 난다는 소리를 들을 때마다 아팠지만 매일 그냥 나로 사는 것보다 나았어요. 내가 남아있었던 건 나를 변화시켜서 내가 아닌 나로 만들 수 있는 사람은 사부님이라 생각해서였어요”라며 자아실현에 대한 강력한 욕구를 표명한다. 포는 결국 혹독한 훈련의 과정을 거치고 마침내 악당을 물리치고 모두로부터 용의 전사로 인정받는다. 아빠는 “내 아들! 저 커다랗고 사랑스러운 쿵푸전사가 내 아들이에요”라며 포를 자랑스럽게 끌어안고 무적의 5인방은 “사부”라며 머리를 조아린다. 시푸는 “네가 용의 전사가 맞아. 계곡에 평화를 가져왔구나. 그리고 나에게도... 고맙다”라고 거듭 말한다. 포는 표면적으로는 중국 무협의 주인공처럼 보이지만 중국 무협에서 중시하는 인, 의, 충, 효 등이 아니라 정의와 악의 이원적 대립 속에서 정의가 승리하고 개인의 실력이 중시되는 미국식 가치관을 구현하고 있음을 알 수 있다.

#### IV. <물란-전사의 귀환>과 <야연>의 세계화 전략

주지하다시피 2002년 <영웅> 이후로 중국영화는 세계를 향해 “走出去”하려는 꿈에 부풀어 무협블록버스터 제작에 열을 올렸다. 하지만 그들의 바람과 달리 그것은 세계를 향해 나아가지 못한 채 자기복제의 늪에서 허우적거리며 오히려 중국영화의

다.

23) 물란에 관한 중국 설에서는 물란이 여성임을 알게 된 중국 황제가 그녀를 첩으로 삼으려고 하나 물란은 ‘신하는 임금의 첩이 될 수 없다’고 거부하며 자결하는 비극적 구조를 가지고 있다.(李容宰, 앞의 글, 331쪽 주6번 참고)

건강한 발전을 저해하는 존재가 되었다. 그런 가운데에서 탄생한 것이 〈야연〉과 〈물란-전사의 귀환〉이다. 이들이 세계영화시장을 겨냥했다는 사실은 〈야연〉은 고전 명작 “햄릿”을 중국식으로 각색했고 〈물란-전사의 귀환〉은 디즈니를 통해 이미 알려진 〈물란〉을 재창조했다는 사실에서 알 수 있다.<sup>24)</sup> 각각 제작비 2,000만 달러와 1,200만 달러를 투입한 이들은 하세편(賀歲片)이라는 프리미엄을 등에 업고 중국 내에서 상당한 흥행성과 일정정도 해외 진출이라는 성과도 거두었다.<sup>25)</sup> 하지만 이는 상당부분 작품 외적인 영향력이 작용한 결과로, 작품 자체에 대해서는 비판도 적지 않다.

### 1. 무협블록버스터 극영화와 중국 재현

할리우드가 〈물란〉과 〈쿵푸 팬더〉의 장르를 애니메이션으로 선택함으로써 중국

- 24) 이런 사실은 다음의 자료들을 통해서 확인할 수 있다. “〈물란-전사의 귀환〉은 2009년 하세편의 포문을 연 블록버스터로 ‘강적’인 〈2012〉와 같은 시기에 상영되었지만 흥행 성적이 좋았다. 그것은 역사제재라는 사실이 영화 홍보에 있어서 대단히 크게 도움이 되었다. 왜냐하면 〈물란-전사의 귀환〉은 일찍이 ‘중국인 자신의 〈물란〉’이라는 선전표어를 내걸었기 때문이다.”(張燕 〈中國電影《花木蘭》與迪斯尼動畫《木蘭》所折射出的文化錯位與融合〉: 《電影文學》第14期, 2010, 31쪽) “중국이 제작한 물란은 다시 한번 세계의 관심을 불러 일으켰다. 미국의 《Time》지는 2009년 12월 3일자로 〈중국 VS 디즈니 : 물란의 전쟁〉을 발행하여 “중국이 자신에게 속한 것을 회수할 대책을 마련하고 있는 중이다. 그것이 설령 전기고사에 불과할지라도”라고 했다.”(張珊珊, 앞의 글, 98쪽 참고)
- 25) 〈야연〉은 “국경절 기간에 거의 3,000만 위안을 기록하여 이미 제작자 측에서 예상했던 박스오피스 1.3억 위안에 도달했다. 그중에서 베이징과 상하이지역의 박스오피스는 모두 400만을 돌파했고, 광저우지역 역시 340만이었다. 이 성적은 평사오강의 기존 영화의 박스오피스 기록을 갱신한 것일 뿐만 아니라 현재까지 중국영화 박스오피스 1위를 기록하고 있다.”(《十一黃金周 : 電影也掘金《夜宴》票房已達1億3》: 《新京報》, 2006.10.10.) 그것은 또한 2007년 1월 제79회 오스카 최우수외국어상에 노미네이트되었으며 중국을 시작으로 이탈리아, 싱가포르, 캐나다, 한국, 태국, 미국, 이스라엘, 그리스에서 개봉했다.(《夜宴》發行信息): 《時光罔》, 引用日期2014.9.16.) 〈물란-전사의 귀환〉은 “2009년 첫 국산 블록버스터 하세편으로서 힘차게 출격하여 상영 5일 만에 4,500만 위안의 흥행을 이루었다.”(張珊珊, 앞의 글, 99쪽) 대륙에서 9,000만 위안의 흥행성적을 거두었고, 홍콩, 타이완 및 싱가포르, 말레이시아 등 아시아 태평양지역에서 상영된 이후로 박스오피스 1.1억 위안을 돌파했다. 2010년, 제19회 중국 금계백화영화제에서 ‘우수작품상’과 ‘최우수여우주연상’을 수상했다.

재현이라는 현실적인 문제를 가뿐하게 해결한 데 반해서 애초에 그런 문제를 가지고 있지 않았던 〈물란-전사의 귀환〉과 이야기의 무대를 중국으로 바꾼 〈야연〉은 무협블록버스터 극영화 장르로 승부수를 띄웠다. 거기에는 할리우드가 이미 성공을 거둔 장르와의 정면 승부를 피하면서도 ‘중국’을 전면에 내세우려는 의도가 있었을 것이다.

동양에서 셰익스피어에 대한 해석과 소비는 이미 구로자와 아키라가 리어왕을 모티프로 한 〈란亂〉과 맥베스를 모티프로 한 〈거미의 성〉을 통해 성공적으로 이루어진 바 있다. 하지만 구로자와 아키라와 달리 평샤오강의 〈야연〉은 그다지 좋은 평가를 받지 못했다.

마치 쿠로사와가 일본화 된 셰익스피어를 재해석하여 동서양의 관객들 모두에게 찬사를 받았던 것처럼, 평 샤오강 감독은 문화상호주의적 관점에서 셰익스피어의 정전에 대한 관객들의 예상을 넘어 중국 고대역사와 이질적인 문화코드를 기반으로 낮설고 새로운 개작을 시도하였다. 이러한 영화의 동양적 전유는 상업적 흥행을 담보하는 대형영화 제작의 자본을 제공하는 글로벌 문화소비시장을 공략하기 위한 전략적 선택이다...(중략)...하지만, 일본 고유의 문화코드로 각색했으면서도 셰익스피어의 원작 이상의 주제적 깊이를 담아내는 데 성공한 쿠로사와 감독의 작업과 달리, 평샤오강 감독은 중국무협을 예술적 아름다움으로 승화하여 재현하면서 화려한 의상과 웅장한 황궁의 미장센 등 비주얼적 요소에 치중한 나머지 셰익스피어 《햄릿》이 담고 있는 철학적 깊이를 담아내지 못하는 아쉬움을 남긴다.<sup>26)</sup>

〈야연〉은 “햄릿”의 무대를 당나라 말기 5대 10국시대로 옮기고 무협액션 장르를 도입하여 웅장하고 화려하며 스펙터클한 비주얼을 만들어내었다. 5대 10국시대는 “국가 간의 전쟁은 계속되고 황궁 대신들은 역모를 피하고 황제 일족의 권력 다툼이 극에 달한” 시기로, 이 영화가 다루고 있는 절대 권력을 향한 욕망과 그것을 둘러싸고 벌어지는 계략과 암투를 이야기하기에 적합하며 그것을 박진감 있게 표현함에 있어 무협블록버스터라는 장르는 나쁘지 않은 선택이었다고 하겠다. 하지만 영화는 햄릿에게 중국옷을 입히기에만 급급하고 비주얼에 치중하느라 내용은 공허해졌으며 그 국적이 중국도, 영국도 아닌 것이 대단히 모호해져버렸다. 영화가 그러

26) 김민경 <<야연>> : 《햄릿》의 영상화와 동양적 전유; 《신영어영문학》 54집, 2013.2, 43쪽.

내는 중국의 이미지는 대나무 숲, 숲 막힐 정도로 화려한 궁정, 답답하기 짝이 없는 우루안의 우울증, 이질적인 춤과 연극 등으로 표현되고 있는데, 지나치게 상징적이고 난해하며 내용과 어우러지지 못해 창백해져버렸다. 결국 서로 어우러지지 못하는 이미지의 나열은 〈야연〉의 낯설게 하기 전략을 실패로 만들었다.

이런 불협화음은 〈물란-전사의 귀환〉 역시 마찬가지다. 영화는 시작과 동시에 특별출연한 러시아 팝가수 비타스의 모습을 보여준다. 마치 그가 주체가 되어 관객들에게 중국의 이야기를 들려주는 것 마냥 그의 손짓을 따라 카메라의 포커스가 이동하면서 이야기의 무대가 펼쳐진다. 뿐만 아니라 “〈물란-전사의 귀환〉은 대단히 서양적인데, 처음부터 기세가 웅대한 전쟁장면으로, 중국 특유의 문화가 담긴 장면은 보이지 않는다”<sup>27)</sup>라는 지적처럼 전쟁장면이 주를 이룬다. 여기에서 문제가 되는 것은 방대한 스케일을 보여주는 것이 유일한 목적인 것 마냥 전쟁장면 속에서 중국의 특징을 찾기 힘들다는 것이다. 영화에는 중국보다는 오히려 할리우드 역사영화에서 자주 볼 수 있는 군대의 대치 장면이 넘쳐나서 외형적으로 뿐만 아니라 내적으로도 중국정신을 상실하고 할리우드를 추종했다는 비판을 피하기 어렵다. 결국 영화는 서양인의 눈에 비친 중국을 그리고 있으며 정작 자신들이 보여주고자 했던 ‘중국’의 재현에 실패했다고 하겠다.

## 2. 멜로의 주인공 형상

〈물란-전사의 귀환〉에서 자오웨이(趙薇)가 물란에 낙점된 것은 자연스러운 일이었다고 할 수 있다. 그녀는 이미 〈적벽대전〉에서 갑옷을 입고 겁 없이 적진으로 잠입했던 전적을 가지고 있었던 것이다. 하지만 〈적벽대전〉은 다소 코믹한 장면이 삽입되어 있고 밝은 분위기의 영화로, 그녀의 역할이 전체 영화의 분위기와 잘 어우러져서 무리가 없었다. 그에 반해 〈물란-전사의 귀환〉은 시종일관 진지하고 엄숙한 분위기의 영화인데다가 그녀의 배역이 거의 원톱으로 영화를 이끌어가야 하는 중요한 역이었음에도 불구하고 그녀가 연기한 물란의 형상은 시종일관 전쟁에 대해 회의감을 느끼고 사랑에 괴로워하는 등 지나치게 감정적이고 여성적이어서 관객의 몰입을 방해했다.

27) 張燕, 앞의 글, 31쪽.

그녀는 군대로 간 후로 밤마다 악몽에 시달렸다고 고백하며 적군을 죽여야 하는 것에 갈등한다. 전쟁에 회의를 느끼며 “더는 싸우기 싫어. 장군도 하기 싫고 평범하게 살고 싶어”라고 말한다. 또한 자오웨이(趙薇)는 자주 흔들리는 눈빛과 움찔거리는 입 모양을 통해 물란의 감정을 표현하고 있는데, 이런 여성스러운 몸짓은 자신감이 부족하고 불안, 나약해 보여 군대를 호령하는 장군의 모습과는 이질감이 있다. 그럼에도 불구하고 영화는 더 나아가 물란에게 국가를 위해 마지막 피 한 방울까지 다 해 싸우고 평화를 위해 자신의 개인행복을 희생하는 민족영웅의 형상적 특징을 부여했다.<sup>28)</sup> 물란에게 부여된 이런 다양한 성격들의 불협화음은 관객의 마음을 불편하게 한다.

한편 〈야연〉에서는 감독이 갑자기 작가주의의 길로 들어선 것 마냥 이전의 서민 풍격과는 완전히 상반되는 형태로 변신을 시도했지만 영화는 성공적이라고 할 수 없다. 그것은 무엇보다도 등장인물의 성격이 애매하며 인물 형상을 제대로 구축하지 못했기 때문이라는 이유가 크게 작용했는데, 대표적으로 거유(葛優)가 연기한 새 황제를 들 수 있다.

상업영화의 기본 공식 중의 하나가 스타급 배우의 출연이다. 평샤오강 감독이 연말연시 특선영화의 흥행보증수표라고 부를 수 있었던 것은, 그 뒤에 늘 거유(葛優)가 있었기 때문이다. 그는 어리숙하고 착한 이미지와 결속한 북경어의 시니컬한 어조를 갖고 있는 소시민적 형상의 전형이라 할 수 있다. 그는 주위에서 흔히 볼 수 있는 익숙한 생김새와 어딘가 어설피 보이는 성격과 행동을 가지고 있는데, 이러한 특징들은 관객들에게 친근감을 제공해준다. 게다가 매 영화마다 등장하는 미녀배우들과의 상대역으로서, 또 해피엔드의 결합으로 매듭이 되는 그의 역할 또한 관객들의 숨어있는 욕망을 실현시켜주기도 한다.<sup>29)</sup>

위의 인용문에서 말한 것처럼 거유의 연기 특징은 착하고 어리숙한 이미지, 빠르게 쏟아내는 베이징어, 소시민적 형상과 코믹스러운 연기에 있다. 이는 권력을 두고 냉혹한 암투를 벌이는 정극의 황제 역할과 어울리지 않으며 거유 자신도 연기 변신에 성공하지 못했다.<sup>30)</sup> 거기에다가 오직 왕국에만 관심을 두던 새 황제가 “오

28) 黃曦, 앞의 글, 83쪽 참고.

29) 金炫垞 〈평샤오강(馮小剛) 영화를 통한 상업영화연구〉: 《中國語文論譯叢刊》第12輯, 2004, 294쪽.

늘밤 이후로 이렇게 당신을 얻게 되니 왕국이 다 무슨 소용인가 싶소. 내가 가진 건 전부 당신 것이요. 내 목숨까지도.”라며 사랑의 화신으로 변한다. 결국은 황후가 준 술을 거절할 수 없다며 독이 든 술을 마시고 황후의 품에 안겨서 죽는다. 영화는 순식간에 신화가 된다.

이렇게 볼 때 이들 영화에서 물란이나 새 황제는 각각 집단주의적 영웅형상과 절대권력을 향한 욕망에 불타는 야심가의 형상을 내세우고 있지만 궁극적으로는 두 인물 모두 사랑에 괴로워하는 멜로드라마의 주인공 형상이 되어버렸고 이는 주제의 식을 모호하게 하는 요소가 되었음을 알 수 있다.

### 3. 사랑의 갈망과 새드엔딩

디즈니가 영화의 주제와 인물의 성격을 단순화, 현대화하고 영화의 분위기를 밝고 유쾌하게 이끌어감으로써 세계, 특히 젊은 관객들을 두루 공략했다고 한다면, 〈물란-전사의 귀환〉과 〈야연〉은 앞에서 살펴본 것처럼 인물의 성격도 복잡하고 주제 또한 난해하며 그에 따라 공략대상도 모호해졌다.

〈물란-전사의 귀환〉 역시 물란을 소재로 한 이야기에서 시대와 장르를 막론하고 내세우고 있는 충효사상을 고스란히 담고 있다. 영화는 물란이 부친을 대신해서 남장을 하고 군대로 가서 국가를 위해 충성하는 것을 기본 골격으로 삼고 러브스토리를 가미했다. 이것은 관객을 의식한 장치였겠지만 지나치게 강조되어 영화의 골격을 비틀어 버렸다. 물란은 원타이가 기습을 당했다는 소식을 듣자 군량을 지키고 있으라는 명령에도 불구하고 곧장 군사들을 끌고 원타이에게로 달려갔다가 그들을 죽음으로 몰아넣기도 하고 원타이가 죽었다는 소식을 듣고는 술에 찌들어 지내며 군대를 내팽개쳐두기도 한다. 그러면서도 물란은 다른 부족 공주와의 결혼 약속을 저버리고 함께 떠나자는 원타이의 제안을 거절하며 “12년 동안 전쟁터에서 매일같이 새벽이 되면 눈을 뜨자마자 항상 널 생각했어. 네가 있었기에 눈을 뜰 용기가 생겼지. 앞으로도 매일 그렇게 살 거야”라고 고백한다. 물란으로부터 점점 멀어지는 원타이의 모습을 배경으로 “전쟁터에서 죽으면 생명이 비처럼 땅에 스며 자취도 없

30) 百度百科에 소개된 영화 뒷이야기에 의하면 실지로 일부 도시의 시사회에서 “실소가 터지는 사건”이 발생했는데, 주로 거유가 연기한 새 황제의 배역 때문이었다고 한다.

이 사라진대. 하지만 그때 사랑하는 마음을 품고 있다면 희망이 땅에서 움터 생명의 씨앗을 다시 틔운대. 원타이, 너는 내게 그런 존재야”라는 물란의 내레이션으로 영화가 끝나면서 완벽하게 비극적인 신파가 된다.

〈야연〉 역시 절대권력을 향한 욕망과 암투를 전면에 내세우면서도 순수한 사랑을 표방한다. 권력을 향한 욕망은 새 황제와 황후 완을 중심으로 전개되다가 칭의 부친인 인장군이 합류하며 암투가 벌어진다. 여기에 완과 우루안, 완과 새 황제, 우루안과 칭을 중심으로 얽힌 사랑의 관계가 전개된다. 원래 우루안의 연인이었지만 그의 부친인 선왕과 결혼함으로써 황후가 된 완은 여전히 우루안을 사랑하지만 내면에서 꿈틀거리는 권력을 향한 욕망으로 다시 새 황제가 내미는 손을 잡는다. 새 황제는 친형인 선왕을 독살하고 완을 차지하지만 “당신이 준 잔을 내 어찌 거절하리오”라며 독이 든 술을 마시고 완의 품에 안겨서 죽는다. 완은 그를 끌어안고 애통해한다. 칭은 황제가 하사한 독이 든 술을 마시고 죽고 그녀의 부친인 인장군은 아들을 황제자리에 앉히려는 야심을 드러낸다. 황제의 자리에 오른 것도 잠시 완은 어디에선가 날아온 칼을 맞고 쓰러진다. 영화는 이처럼 다각적인 배신과 음모가 판치는 공간을 배경으로 권력을 향한 욕망을 이야기하는 한편 순수한 사랑을 이야기하고 있는데, 이것들이 서로 유기적으로 연결되지 못하고 설득력을 얻지 못함으로써 역시 결국은 신파로 흘러버렸다.

이처럼 이들 영화는 상업적 고려 속에 많은 요소들을 삼입했지만 오히려 주제의 식을 모호하고 난해하게 하여 관객의 몰입을 방해하고 공감을 얻기 힘들게 되었음을 알 수 있다.

### Ⅲ. 나가는 글

이상으로 세계영화시장을 장악하겠다는 목적을 가지고 중국을 소비, 혹은 중국적 소비라는 측면에서 내적 연관성을 가지고 있다고 할 수 있는 할리우드의 〈물란〉, 〈쿵푸팬더〉와 중국의 〈물란-전사의 귀환〉, 〈야연〉을 분석대상으로 하여 장르와 중국 재현, 인물형상, 주제의 세 가지 측면으로 나누어 그들의 세계화 전략을 비교해 보았다.



할리우드는 중국에서 소재를 가져다가 〈물란〉과 〈쿵푸팬더〉를 만들기는 했지만 철저히 할리우드 방식으로 포장하여 세계영화시장에 내놓음으로써 세계 관객들을 불러 모으는 데 성공했다. 이들 영화는 애니메이션 장르를 통해 거침없이 중국을 재현하고 인물을 형상화했으며 기술적 불거리와 흥미로운 수단들을 가미해서 미국적 가치관이 가득 담긴 할리우드산 문화상품을 생산하여 인기리에 판매한 것이다.

반면 중국 문화의 세계화를 표방한 〈물란-전사의 귀환〉과 〈야연〉은 세계화라는 뒤통에 걸려 오히려 할리우드를 추종하기에 급급하는 우를 범하게 되었다. 애초에 그것들은 할리우드에 빼앗겼던 물란의 국적을 되찾아오고 그들 역시 다른 나라의 것을 가져다가 세계 영화 시장에서 유통되는 문화상품을 만들 수 있는 능력이 있음을 과시하고자 했다. 하지만 정작 중국정신은 상실한 채 할리우드 방식을 흉내 내다가 어정쩡한 할리우드 유사품을 만들어내었고 세계의 관객들로부터 호응을 얻지 못했다.

코카콜라, 미키마우스, 맥도날드 등과 더불어 할리우드가 미국문화를 세계적 표준으로 만들고 있는 상황에서 어쩌면 이것은 당연한 결과라고 할 수 있을 것이다. 그렇다면 세계화라는 명명이 자칫 사람들에게 무력감이나 좌절감을 안겨줄 수 있지만 구로자와 아키라와 반면교사로서의 〈물란-전사의 귀환〉, 〈야연〉의 예에서 바람직한 방향성의 실마리를 찾아야 할 것이다. 더불어 “한 집단이 다른 집단보다 본질적으로 우월하거나 열등하다고 간주할 만한 과학적 근거는 없다”<sup>31)</sup>고 하는 문화상대주의에 입각해서 자국의 문화에 대한 자부심과 보호, 전승은 물론이고 타문화를 존중하고 인정하는 자세를 가져야 할 것이다. 그렇게 할 때에만 세계의 문화가 단순히 자본의 힘에 의해 단일화되는 것이 아니라 보다 다양하고 풍부해질 수 있고 각국의 문화가 세계에 유통되고 교류되는 진정한 의미의 세계화가 이루어질 수 있을 것이다.

31) Geert Hofstede, 차재호·나은영 역 《세계의 문화와 조직》 서울, 학지사, 1995, 28쪽.

## 【參考文獻】

## 1. 단행본

- Geert Hofstede, 차재호·나은영 역, 《세계의 문화와 조직》, 서울, 학지사, 1995.  
 에드워드 사이드, 김성곤·정정호 옮김, 《문화와 제국주의》, 서울, 도서출판 창, 1995.  
 장-피에르 바르니에, 주형일 옮김, 《문화의 세계화》, 서울, 한울, 2000.  
 안병선, 《21C황금시장 문화산업》, 매일경제신문사, 서울, 2000.

## 2. 보고서

- 김동호 외, 《미주 및 유럽의 영화 정책에 관한 연구》, 서울, 영화진흥위원회, 2000.  
 황동미·한승희 외, 《한국영화 미국시장 진출 유형 연구》, 서울, 영화진흥위원회, 2009.

## 3. 소논문

- 金炫峒 〈평샤오강(馮小剛)영화를 통한 상업영화연구〉; 《中國語文論譯叢刊》第12輯, 2004.  
 김민경 〈〈아연〉: 《햄릿》의 영상화와 동양적 전유〉; 《신영어영문학》 54집, 2013.2.  
 김은영 〈박스오피스 : 영화 경제와 시장 지배의 논리〉; 《영화연구》 30호, 2006.  
 김정환 〈로컬 이야기 소재의 글로벌 콘텐츠로서의 활용 요건에 관한 연구-미국 애니메이션 〈쿵푸팬더〉 시리즈의 사례 고찰을 중심으로-〉; 《한국디자인문화학회지》 Vol.20 No.3, 2014.  
 김하림 〈《木蘭詩》에서 애니메이션 《물란(MULAN)》으로〉; 《中國人文科學》 第43輯, 2009.  
 박경희 〈여성주체의 변화와 허구-목란시와 디즈니의 「물란」을 중심으로-〉; 《동화와 번역》 제12집, 2006.12.  
 신정안 외 〈미국 애니메이션 〈쿵푸 팬더〉에서 표현된 중국 이미지에 관한 연구 - 색채 상징을 중심으로-〉; 《디지털디자인학연구》 제11권 제1호, 2011.  
 安正燠 〈《물란MULAN》에서 〈쿵푸팬더〉까지- 허리우드 애니메이션에 담긴 중국 재현과 중국 관념〉; 《中國小說論叢》 第32輯, 2010.  
 李容宰 〈디즈니 애니메이션 〈물란(Mulan)〉의 스토리텔링(Storytelling) 분석〉; 《中國語文學論集》 第60號, 2010.  
 최승원 외 〈장편 3D 애니메이션 쿵푸팬더에 나타난 캐릭터 연기의 타이밍 표현특성 연구〉; 《디지털디자인학 연구》 제13권 제4호, 2013.  
 李靑·韓菲 〈電影折射中西文化差異——對比研究中國《花木蘭》與迪斯尼《花木蘭》〉; 《大眾文藝》 第9期, 2013.5.  
 林婷 〈美國動畫片中的中國形象——以《花木蘭》和《功夫熊貓》爲例〉; 《藝苑》, 2010.5.

- 楊萌 〈一只披着中國外衣的美國熊貓——《功夫熊貓》阿寶的文化身份解讀〉：《甘肅聯合大學學報（社會科學版）》，第27卷 第5期，2011年9月。
- 王志敏 〈試論中國電影在全球化趨勢下的文化定位問題〉（《中國電影：傳統文化與全球化趨勢》，北京電影出版社，2001）。
- 張珊珊 〈電影《花木蘭》的東方想像與中國演繹之異同〉：《綏化學院學報》第34卷第8期，2014.8。
- 張燕 〈中國電影《花木蘭》與迪斯尼動畫《木蘭》所折射出的文化錯位與融合〉：《電影文學》第14期，2010。
- 陳恒 〈中國元素與《功夫熊貓》商業成功的關係探討〉：《電影文學》第15期，2010。
- 黃曦 〈中美兩部《花木蘭》電影對比研究〉：《電影文學》第4期，2011。
4. 기사 및 인터넷 자료
- <http://www.movist.com/movist3d/note.asp?mid=40782&op=>, 무비스트 〈쿵푸팬더〉 영화소개 제작노트.
- 〈十一黃金周：電影也掘金《夜宴》票房已達1億3〉：《新京報》，2006.10.10。
- 〈《夜宴》發行信息〉：《時光罔》，引用日期 2014.9.16。

## 【中文提要】

本文是以〈花木蘭〉(1998)、〈功夫熊貓〉、〈花木蘭〉(2009)與〈夜宴〉為研究對象，分成電影類型和中國形象、人物形象與主題等三个方面，比較了它們的世界化戰略。

好萊塢雖然從中國拿走中國題材而創造出〈花木蘭〉(1998)與〈功夫熊貓〉，可是以徹底的好萊塢方式包裝，引起了世界觀眾的興趣。它們通過動畫片類型順流地刻畫成中國和人物形象，生產出美國價值觀充滿的好萊塢文化商品了。而高揚中國文化之世界化的〈花木蘭〉(2009)與〈夜宴〉是丟失中國精神，只模仿好萊塢方式的外表，就作出好萊塢的假冒品，得不到世界觀眾的喜愛了。

從此看來，世界化這個名稱也許會給很多人無力與挫折等感覺，可是立脚于文化相對論的觀點，不但要擁有對自己文化的自豪感，保護和傳承它，而且要尊重和承認別的文化。只有這麼做，讓世界的文化才能多樣多彩和豐富起來，也能完成互相交流的真正意義上的世界化。

**【主題語】**

문화, 문화산업, 세계화, 〈물란〉, 〈쿵푸팬더〉, 〈물란-전사의 귀환〉, 〈야연〉

文化, 文化産業, 世界化, 〈花木蘭〉(1998), 〈功夫熊貓〉, 〈花木蘭〉(2009), 〈夜宴〉

culture, culture industry, globalization, 〈Mulan〉(1998), 〈KungFu Panda〉, 〈Mulan〉(2009), 〈The Banquet〉

투고일: 2015. 7. 15 / 심사일: 2015. 7. 20~8. 5 / 게재확정일: 2015. 8. 10
---