

입체영화 시대의 한국영화 기술경쟁력 제고 방안

이재우 (영화진흥위원회)

차 례

1. 디지털 입체 : 영화의 시대
2. 한국영화에 미치는 영향
3. 디지털 입체영화의 특징
4. 한국영화의 기술경쟁력
5. 기술경쟁력 강화를 위한 제언
6. 결 론

1. 디지털 입체 : 영화의 시대

1.1 3D 열풍

상영관에 본격적으로 디지털 영사가 보급되기 시작하던 2005년부터 기존의 필름기반 입체상영 방식을 대체할 수 있는, 디지털 영사기 기반의 입체상영이 다시 유행하기 시작했다. 이를 통해 최근 몇 년간 미국에서 제작된 입체영화의 수는 필름방식의 입체영화 전성기였던 1950년대를 연상케 할 정도이다[4]. 하지만, 이를 통한 파급력은 그때와 다르다. 이제 영화는 물론이거니와 TV에다 모바일까지 디지털 기반의 다양한 전자제품들이 쏟아져 나오고 있으니, 그야말로 '3D 열풍'이다.

현재 상영관에서 편광방식 등을 사용하여 영사하고, 관람객이 추가적으로 액티브 혹은 패시브 방식의 안경을 착용한 채 관람해야 하는 영화에 한해 '3D 영화' 혹은 '3D 입체영화'라 하며, 영어권 국가에서는 '3-D Film', 'S3D Film' (Stereoscopic 3D Film), '3D Movie', 'Stereoscopic Cinema' 등의 용어를 사용하고 있다. 본고에서는 '디지털 입체영화'로 통칭하기로 한다[9].

1.2 영화매체의 선도

최근 케이블 방송사들에서 3D 전문채널이 서비스를 시작하고, 본격적으로 텔레비전 수상기가 판매되고 있지만, 여전히 3D 산업을 선점하고 있는 매체는 영화이며, 당분간 이러한 위상은 지속될 것으로 예상된다.

이유는 두 가지 측면에서 찾아볼 수 있다. 우선, 영화매체는 기술적으로 우위에 있으므로 '디지털 입체'와 같은 신기술의 도입으로 대규모 제작비용을 필요로 하는 콘텐츠

츠의 경우, '영화'로 만들어질 가능성이 가장 크다. 영화 콘텐츠는 영상매체들 가운데 영상의 해상도가 가장 높고 가장 많은 음향 채널을 확보할 수 있다. 영화로 만들면 모든 매체에서 판매할 수 있지만, 역으로 타 매체만을 위해 제작한 콘텐츠를 영화로 변환하여 상영하기는 힘들다. 즉, 대규모 투자비용을 상계할 수 있는 가능성이 가장 큰 매체이다.

또한, 소비창구를 우선 확보했기 때문이다. 이미 전 세계 상영관의 10% 이상에서 디지털 입체영화를 관람할 수 있지만, 타 매체들은 아직까지 서비스 초기단계 이전에 머물러 있으며, 소비자의 경험치가 또한 매우 낮다. 따라서 3D 관련 산업의 출발점이 된 '영화'의 선도적 지위는 당분간 유지될 것이며, 오히려 관련 입체영상산업을 견인하는 콘텐츠로서의 역할을 수행할 것이다.

표 1. 영화와 타매체간 입체콘텐츠 수용단계 비교

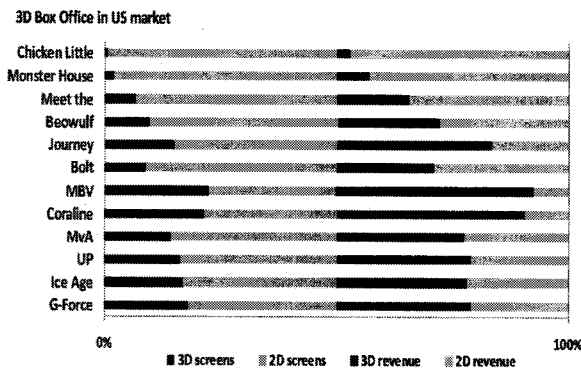
매체구분	콘텐츠 공급	매체의 보급	수용단계	확장 가능성
영화	'12년까지 45편 예정 (예니 > 실사)	전세계 스크린의 10% 이상	경험	4D 상영관 스포츠, 콘서트
방송, 게임, 모바일 등	상영관용 콘텐츠 스포츠 / 콘서트	수상기 제작: 원료 송출, 보급 등: 초기	시도	개별적 / 인터랙티브 (쇼핑, 게임...)

2. 한국 영화산업에 미치는 영향

디지털 입체영화로의 발전이 한국영화에 미치는 영향을 살펴보기 위해 영화 <아바타>의 흥행 전후 상황과 함께 국내 영화산업의 흥행 비중을 살펴보기로 한다.

2.1 <아바타> 이전

미국에서 본격적인 디지털 입체영화의 부활을 예견했던 영화는 <치킨리틀>(2005) 부터이지만, 한국에서는 <아바타>(2009) 이전 디지털 입체영화는 큰 의미를 갖지 못했다. 미국의 경우, <치킨리틀> 이후, <베오울프>(2007)와 <마이 블러디 발렌타인>(2009)을 거치면서 디지털 입체영화는 영화산업의 새로운 성장 동력으로 기능하였는데, 동시에 개봉할 경우, 기존의 평면영화에 대한 입체영화의 수익비중이 여덟 배까지 치솟았다. 반면, 한국에서 상영된 디지털 입체영화들은 참패를 면치 못했다. <아바타> 이전 개봉한 8편의 디지털 입체영화 가운데, 100만 이상의 관람객을 확보한 영화는 1편에 불과했다. 이러한 특징을 보이는 이유는 이들이 전통적으로 한국 관객을 동원하지 못하는 극장용 애니메이션이었다는 점도 있겠지만, 미국의 경우, 스포츠(NFL)나 콘서트(U2) 등 극장에서 상영된 대체 입체 콘텐츠들이 관람객들에 자주 노출됨으로써 매체에 대한 호감이 증가했음도 무시할 수 없다.



▶▶ 그림 1. 주요 미국 입체영화의 상영비율 및 수익 비율

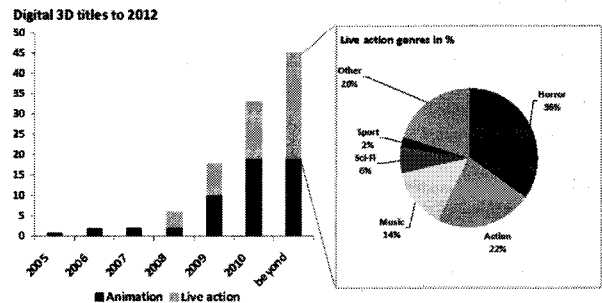
표 2. 최근 국내 개봉한 디지털 입체영화 흥행 실적

영화명	한국 개봉	관객수
베오울프	2007-11-14	97만
플라이미 투 더 문	2008-10-30	19만
잃어버린 세계를 찾아서	2008-12-17	145만
볼트	2008-12-31	76만
몬스터 vs 에이리언	2009-04-23	66만
코렐라인: 비밀의 문	2009-05-21	22만
블러디 발렌타인	2009-07-22	13만
업	2009-07-29	98만

* (업)은 개봉 3주차 박스오피스 기준

2.2 <아바타> 이후

이미 1300만을 돌파하고 역대 최대의 한국관객 동원을 넘보고 있는 <아바타>를 통해 한국관객의 디지털 입체영화에 대한 시각은 크게 달라졌다. 이를 반영하듯 국내에서 제작 기획 중인 많은 작품들이 디지털 입체영화 제작을 고려하고 있으며, 한국시장에 가장 많은 영화를 공급하는 미국 또한 디지털 입체영화의 중주국답게 지속적으로 공급을 늘려갈 것으로 판단된다. 이미 기획되고 있는 2012년까지 개봉예정작의 수가 45편에 이르며, 이전과 달리 애니메이션 보다 실사 영화의 비중이 높다. 주목할 점은 제작이 예정된 실사영화의 장르인데, 호러, 액션, SF의 순이다. 이는 미국의 제작자들이 디지털 입체영화에 가장 효과적인 장르로 호러나 액션 그리고 SF를 주목하고 있다는 것이다.



▶▶ 그림 2. 향후 미국의 입체영화 출시 규모 및 장르별 비율

2.3 한국 영화산업의 대작 의존 증가

최근 한국영화의 흥행 판도에서 볼 수 있는 특이점은 천만 관객을 유인하는 대작의 역할이 점차 중요해지고 있다는 것이다. 최근의 평균적인 경향을 잘 보여주고 있는 2009년의 성과만 보더라도 그러한 특징은 쉽게 관찰할 수 있다. 지난해 한국영화는 118편이나 개봉 했지만, 한국영화를 찾은 관람객의 28.8%는 <해운대>와 <국가대표> 두 편에 몰렸다. 흥행 상위 다섯 편에 전체 한국영화 관람객의 반이 몰릴 정도로 '흥행작 쏠림현상'은 이제 무시할 수 없는 경향이다. 또한, 이들 흥행작의 상위를 점유하고 있는 이른바 '대박영화'들의 경우, 총 제작비 100억 이상의 블록버스터 영화인 경우가 많다. <해운대>는 약 150억, <국가대표>는 120억 가량의 제작비가 들었는데(총제작비), 이러한 영화들이 대규모의 예산을 필요로 하는 이유는 주로 CG 혹은 특수효과(VFX)라

분류되는 기술 개발성 비용의 비율 증가 때문이다. 이러한 특수효과들은 현실에서 촬영이 어렵거나 불가능한 상황들을 가상적으로 표현하기 위함으로, 드라마 보다는 액션이나 호러 그리고 SF 장르에서 많이 사용된다. 다시 말해, 관객으로 하여금 영화관을 찾게 하는 주요 인자 가운데 하나는 평소 볼 수 없던 것을 보여주는 것, 즉 특수 효과의 힘이다.

표 3. 2009년 관객 동원 상위 10대 영화

순위	영화명	배급사	전국 스크린	전국 관객
1	해운대	CJ Ent.	753	1,132만명
2	국가대표	쇼박스	580	839만명
3	트랜스포머: 패자의의역습	CJ Ent.	1,129	739만명
4	2012	한국소니	789	537만명
5	아바타	fox코리아	912	511만명
6	터미네이터: 미래전쟁	롯데 Ent.	704	450만명
7	7급 공무원	롯데 Ent.	475	404만명
8	과속스캔들	롯데 Ent.	405	384만명
9	참화점	쇼박스	499	329만명
10	거북이 달린다	쇼박스	379	302만명

2.4 미국영화와의 경쟁 관계

지난해 관객동원 상위 10대 영화에서도 살펴볼 수 있듯이 흥행한 영화 10편 가운데 6편은 한국영화였으며, 이들 가운데 4편은 대규모 예산이 사용된 블록버스터이다. 미국영화까지 포함하면 10편 가운데 8편은 블록버스터이다. 이렇듯 한국의 영화시장은 한국의 블록버스터와 미국의 블록버스터의 경쟁구도로 분석될 수 있다. 그렇다면, 미국영화의 입체방식 제작이 증가할 경우 한국영화의 흥행에 미치는 영향은 어떠한가? 결론부터 말하자면, 좋지 않다.

우선, 영화를 입체로 제작하게 되면 대작의 경우 최소 1.5배, 중급 예산 영화의 경우 최소 3배의 제작비가 필요하지만, 한국의 최근 산업 환경에서 총제작비 100억 규모의 영화가 세 편 이상 나오기는 힘들다. 즉, 대응할만한 한국영화의 수가 부족하다. 보다 중요한 문제는 한국영화와 경쟁구도에 있는 앞으로의 미국영화는 입체영화로 제작될 가능성이 높은 액션, 호러 그리고 SF 장르이며, 이들 가운데 액션과 호러는 흥행되는 주요 한국영화와 겹친다는 점이다. 동일 수준의 영화라도 입체영화에 대한 관객의 선호가 높게 나타난다면, 한국영화는 경쟁에서 불리하다.

또 하나의 측면은 상영관에서 입체영화를 선호할 가능

성이 높다는 점이다. 미국의 경우, 입체 상영이라 하더라도 평명 상영에 비해 3\$ 정도의 추가 비용만을 지불하는 반면, 한국의 입체상영관 관람비용은 크게는 두 배까지 치솟고 있는 실정이라 객당 기대수익은 평명 상영에 비해 75%가량 높다. 당연히 극장 측의 입장에서는 입체영화를 상영하는 편이 수익성 향상을 기대할 수 있는 선택이다. 또한, 한국에서 입체영화가 제작된다 하더라도 전국 1,996스크린 가운데 6% 정도(129스크린)만이 입체상영관인 현재의 상황에서 밀려드는 미국의 입체영화와 경쟁해야 할 한국의 입체영화는 입체상영관을 확보하기도 쉽지 않을 수 있다.

2.5 정책적 시사점

앞에서 살펴본 바와 같이 최근 한국영화시장은 한국과 미국 간 블록버스터급 영화들의 격전장이다. 미국의 영화들이 화려한 특수효과와 더불어 '디지털 입체'라는 새로운 경쟁력을 확보하게 된다면, 소수의 대작영화들로 버텨왔던 한국영화는 상대적으로 경쟁열위에 처할 수 있으므로, 미국의 입체영화 발전은 단기간 한국영화산업에 악재로 작용할 것이다. 바꿔 말하면 한국영화가 '디지털 입체'라는 필수 경쟁력을 확보하지 못한다면, 최근 지속되고 있는 50% 가량의 한국영화 점유율마저도 위협받을 수 있다는 것이다.

하지만, 상대적으로 영세한 한국의 영화산업에서 '디지털 입체' 경쟁력을 확보하기란 결코 쉬운 일이 아니다. 가장 시급한 일은 1.5배에서 3배에 이르는 지금의 입체영화 제작비용을 감소시킴으로써 한국의 영화산업환경에서 입체영화의 제작여력을 확보하는 것과 6%선에 머물고 있는 입체 상영관의 비율을 높이는 일이 될 것이다. 그 가운데 상대적으로 해결이 어려운 '제작비용의 절감 등을 통한 입체영화의 제작편수 증대방안'이 주요 정책 문제로 도출된다.

관련된 대부분의 기술지식들과 설비들이 해외에 집중되어 있는 상황에서 제작비용을 줄이는 방법을 본격적으로 논의하기에 앞서 디지털 입체영화의 특징에 대해서 알아보는 것으로 정책적 대응방안 모색을 시작한다.

3. 디지털 입체영화의 특징

3.1 제작설비

디지털 입체영화는 기존의 제작 설비에 비해 추가적으로 많은 설비가 투입 된다. 실사영화의 경우, 촬영단계부터 두 대의 카메라를 필요로 하며, 이에 따라 두 대의 카메라의 이동 및 회전 등 기본적인 영상획득 단계에서 발생하는 가변 요소들이 동기화되어야 한다. 또한 고려하지 못해 발생한 영상간의 차이에 대해 보정할 수 있는 영상처리 설비가 필요하다. 또한 이들 카메라에서 획득한 영상의 용량 또한 기존 장면에 비해 두 배이므로 저장 공간의 확장이 필요하다. 촬영현장에서 이들 설비의 설치와 해체에 소요되는 시간까지 고려할 경우, 입체영화 제작에 투입되는 시간과 비용은 기존의 설비에 비해 최소 1.5배 이상을 요구하게 될 것이다.

3.2 제작과정

제작공정에 있어서도 추가 작업이 필요하다. 기존의 영화가 2차원적 영상에 대한 가공인데 비해, 입체영화의 경우 3차원적 물체에 대한 가공이므로 기본적으로 깊이감에 대한 고려가 추가되어야 한다. 예를 들어 기존의 편집·색보정 단계에서 장면간 색상의 연결성이나 서사적 구성에서의 색상 개념을 추가하는 공정에 그쳤다면, 입체영화에서는 추가적으로 각 장면간 깊이감의 보정이나 깊이감의 연결성을 고려하는 깊이보정 단계가 필요하다. 쉽게 말해, 기존의 영화에서는 피사체의 움직임이 스크린의 상하좌우에서만 방향성을 가졌지만, 입체영화에서는 관객에게 전진하거나 스크린 뒤쪽으로 후퇴하는 움직임까지 고려해야 하는 데서 발생하는 추가적인 공정인 것이다. 이러한 공정은 가공의 대상이 되는 영상의 용량까지 고려할 경우, 전반적으로는 기존 공정에 비해 3배 가량의 공정비용을 발생시키게 되는데, 이는 특수효과를 전혀 삽입하지 않았던 영화의 전체분량을 최소한의 특수효과로 채우는 것에 비유되기도 한다.

3.3 영상의 구성

입체영화는 설비나 공정뿐 아니라, 피사체를 영상에 담는 방법까지도 변화를 요구한다. 직접적인 변화를 요구하는 분야는 미술과 촬영의 기법이다. 우선, 세트설치 등 미술 분야에서 고려되어야 할 부분은 배경과 피사체간 텍스처 교차방지와 깊이감 설정이다. 대략 10픽셀 이내에서 교차가 발생할 경우 깊이감을 확보하기가 어렵고, 배경이 극장에서 경험할 수 있는 깊이감의 영역을 벗어

날 경우에도 입체영화로서의 특성이 감소한다. 특히, 무한대의 거리로 설정해야 하는 자연 배경들(하늘, 수평선 등)은 입체감이 축소되어 벽지처럼 느껴질 수 있으므로 이들을 보완하고 입체감을 극대화 시키는 방식으로 공간을 구성하는 것이 입체영화 미술의 특징이다.

또한, 촬영의 기법에도 차이점이 있다. 피사체들이 스크린에서 관객방향 축으로 전진·후퇴해야 하는 경우, 영상의 프레임 안에 고스란히 들어와 있어야 하는 반면, 영상에서 속도감을 부여할 수 있는 자유도(DoF; the Degree of Freedom)는 증가하게 되므로 기존과는 다른 피사체의 활동 영역이 구성되는 것이다.

표 4. 디지털 입체영화의 특징

항목	기존의 영화	입체영화	추가요소
제작설비			
제작과정			
영상 구성			

4. 한국영화의 기술경쟁력

4.1 영화기술의 특징

110년 이상의 역사를 자랑하는 영화는 가장 오래된 영상매체이며, 한국에서 영화가 만들어진지도 90년이 넘었다. 이 때문에 필름기반의 영화관련 기술은 기술적으로 가장 안정화 되어 있으나, 반대로 필름의 관용도를 높이거나 활용되지 않던 필름의 여유 공간을 활용하는 방식 이외에는 혁신적인 기술개발 영역이 남아 있지 않다는 견해도 있다. 하지만, 디지털 영사가기 발명되면서 기존에 개발된 디지털 촬영설비 및 후반작업 설비(편집 및 특수효과)들의 개선을 충족하는 최첨단 영상매체로서의 역할을 하고 있으며, 나아가 상영관이라는 독자적 경험 공간을 통해 영화는 입체영화와 4D영화에 이르는 체감형 매체의 선두로 자리매김하고 있다. 앞으로도 영화는 인간의 체험을 극대화 시키는 방향으로 발전할 것이다.

4.2 한국영화의 교육기술적 전통 변화

한국영화 또한 오랜 전통을 통해 많은 기술과 우수한 인력을 확보하고 있기는 하지만 주로 예술적인 측면에 치중되어 있으며, 기술이나 설비 제조업체는 글로벌 규모에서 세계 최고를 지향하는 타 산업에 비해 열악한 것이 사실이다. 이렇다 보니 제작에 활용되는 설비는 외산 장비 일색이며, 이를 통한 기술개발 또한 요원하여 타 산업과의 교류 또한 활발하지 않다.

이러한 경향이 발생하는 이유는 영화기술의 역사성에서 찾아볼 수 있으며, 디지털 시네마 도입에 따른 영화 현장의 변화 추세를 통해 이를 검증할 수 있다. 일찍이 안정화된 매체제작 기술 하에서는 새로운 기술의 개발보다는 기존 설비의 활용을 통한 콘텐츠의 특화가 우선될 수밖에 없었고, 설비의 활용이나 기술의 운용은 도제식 교육으로도 충분히 확보할 수 있는 영역이었다. 또한, 새로 만들어 쓰기 보다는 비용이 추가되더라도 해외의 기성품을 사다 쓰는 것이 훨씬 안정정인 선택인 것이다.

하지만, 2005년 이후 디지털 영사기의 보급과 디지털 제작 증가는 한국영화의 기술과 지식습득과 기술개발 방식을 새롭게 바꿔놓고 있다. 새로운 설비와 함께 필요한 새로운 지식이 요구되었고, 안정성이 떨어지는 신기술을 대체할 수 있는 한국적 니즈(needs)가 발생하게 된 것이다. 이에 따라 새로운 지식에 대한 요구나 검증이 확대되고, 국내 타산업과의 연계 또한 점차 증가되고 있는 추세이다. 이러한 흐름은 입체영화에서도 이어지고 있다.

4.3 한국영화의 기술경쟁력 : 한계와 가능성

앞서 언급한 대로, 입체영화 제작을 위해서는 많은 추가요소가 필요하다. 제작설비가 바뀌어야 하고 제작공정이 추가되어야 하며 가능한 영상구성에 대해서도 알아야 한다. 하지만, 오랜 기간 불모지였던 영화제작관련 설비 영역에서 단기간에 산업체를 양성하는 것은 매우 힘들다. 오히려, 이미 확보된 영화의 예술성을 바탕으로 제작의 노하우를 축적시키면서 틈새영역에서 업체를 발굴하고, 선진화된 타 산업 분야와 함께 기술을 발전시키는 방식의 '추격전략'과 '틈새전략'이 지금의 한국 상황에 적합하다. 다만, '문화기술'의 특성상 퍼포먼스 위주의 타 산업 발전 방식보다는 어플리케이션 중심의 현장 활용형 설비 개발에 주안점을 뒀야 할 것이다.

한편, 새로운 제작 및 상영방식의 도입에 따라 필요한

지식과 정보의 종류와 양은 늘어난 반면, 이를 공급해 줄 수 있는 지식의 생산과 유통 창구가 부족하다는 것이 나머지 추가 요소 확보를 방해하는 가장 큰 걸림돌이다. 이는 기존의 제도적 교육 시스템으로는 한계가 있다. 원하는 새로운 지식은 현재형이므로, 이미 체계화되어 있는 다른 종류의 지식과는 다른 방식으로 생산되고 유통되어야 할 것이다.

이렇듯, 디지털 입체영화 시대의 한국영화 기술경쟁력 결정 요소는 크게 두 가지로 요약될 수 있다. 하나는 "새로운 방식으로 영화를 제작하기위해 필요한 각종 지식과 정보를 얼마나 빨리 확보하여 널리 공유할 수 있는가?" 이고, 나머지 하나는 "이를 보완할 수 있는 맞춤형 기술 개발 시스템을 통해 설비와 공정을 합리화 할 수 있는가?" 이다.

5. 기술경쟁력 강화를 위한 제안

5.1 기존 공적 지원의 한계

디지털 영사기 보급에 따라 영화 기술의 새로운 전환기를 맞이할 때부터 영화진흥위원회의 기술지원 정책은 기존과 상이한 영역에서 새로운 역할을 요구받았다. 디지털 전환과정에서 필요한 정보를 제공하고 기술을 연구하는 등 개별단위의 지원책들이 마련되었고, 일부 성과를 거두었지만, 입체영화 시대에까지 영향력을 미치기에는 역부족이라 판단된다. 기존의 진흥책은 연구 사업이 고립되어 현장으로의 파급력이 약했으며, 제작 지원이나 해외 진출과 연계되지 못해 성과가 정책 단위에서만 맴돌았다. 입체영화는 필름에서 디지털로 전환되던 시기에 비해 더욱 많은 지식과 자원을 요구하며, 적절한 시기와 성공적인 도입 여부에 따라 파급력은 크게 달라질 수 있다. 하지만, 기존의 산업진흥 방식만으로는 한국영화의 디지털 입체로의 도약을 성공적으로 지원할 수 없다. 보다 포괄적이고 집중적인 지원이 필요하며 서로 다른 분야 간 융합이 전제되어야 한다.

5.2 공적 지원의 새로운 방향설정 필요

공적지원의 새로운 방향을 설정하기 위해서는 입체영화를 제작하는 현장 영화인의 지식과 시장에 공급되는 영화의 기술수준이 정책 지표가 되어야 함을 다시 한 번 강조한다. 새로운 지원은 시장에 공급되는 영화가 되어

야 하므로 제작과 이어진 분야에 포괄적인 지원이 이뤄져야 한다. 다시 말해, 영화의 제작과정 속에서 인력이 선진화 되고, 기술이 축적되어야 하며, 콘텐츠가 요구하는 기술이 개발되어야 한다. 기존의 교육지원과 제작지원 그리고 기술개발 지원은 각기 다른 영역에서 다른 수혜자들을 대상으로 이루어졌다.

또 하나의 중요한 지점은 집중과 융합의 방식이다. 영화산업의 규모만큼이나 입체영화 진흥에 투여되는 자원에도 한계가 있다. 기존의 위원회 지원 정책이 소규모 분산지원의 방향으로 이뤄졌다면, 입체영화에 대한 지원만큼은 대규모 집중 지원의 방식이 절실하다. 경쟁을 통해 우수한 콘텐츠에 집중하되 지식과 기술의 확산을 전제로 투자해야 한다. 또한 콘텐츠가 요구 하는 것을 기술적으로 해결하는 방식에 있어서도 국내외의 다양한 기술 분야와 교류하고 융합함으로써 창조적이고 효율적인 해결책을 제시해야 한다.

구체적인 지원방안 두 가지를 제안한다. 영화제작현장을 대상으로 제작인력과 제작기술을 선진화하는 방안이다.

5.3 제안 1. : 인력양성 및 지식 재생산 구조 제안

현장의 영화제작 인력이 새로운 지식을 습득하고 이를 재생산할 수 있는 구조를 확보하여 '집단 지성적 지식 생태계'를 구축하는 안이다. 세부 사업은 우수인력의 해외 파견 및 해외 기술진과 협력 등을 통해 최신기술 도입을 지체하지 말고, 도입된 기술을 분석하고 조합하여 국내 존재하는 타 분야와의 협업적 인력양성 시스템을 마련한 다음, 지식의 전파자와 수용자 간 즉각적 네트워크 시스템을 구축하여 지식의 확산 속도를 증가시키고, 집단 지성적 검증과 응용을 통해 새로운 지식을 창출한다는 맥락 속에서 사업으로 전개할 것을 제안한다.

5.4 제안 2. : 기술개발 시스템의 체질개선 제안

공적지원을 통해 많은 콘텐츠 관련 기술개발이 이뤄졌음에도 불구하고 영화현장에서의 활용 및 개선은 매우 협소하게 진행되고 있는 것이 사실이다. 따라서 실질적인 제작에 기반한 기술개발 시스템의 체질 개선을 제안한다. 기술개발 요구는 연출자의 창작과정에서 필요로 하는 기술이 되어야 한다. 따라서 기술의 우수성 보다는 현장에서의 활용성을 성과지표로 제시하고 시스템의 구성은 전혀 다른 분야의 전문가들이 동일 목적의 솔루션

을 제안하는 방식이어야 한다. 최근 KAIST에서 이뤄지고 있는 '온라인 전기자동차' 개발 사업을 비근한 사례이다. 이렇게 '특수목적 기술연구집단'을 양성할 경우, 그 결과물은 영화적 가치와 기술적 가치가 공존하는 재미와 감동이 핵심가치가 될 것이다.

6. 결론

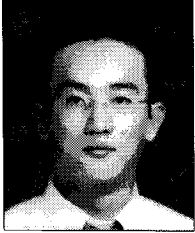
앞서 살펴본 바와 같이 디지털 입체영화로의 발전은 한국영화산업이 처한 위기이자 기회이다. 한국의 영화산업이 기술경쟁력 확보를 통해 제작비용을 절감하고, 입체영화 제작을 활성화 시키지 않는다면 미국영화의 새로운 도전을 맞아 고전을 면치 못할 수도 있다. 한국영화의 기술경쟁력 확보를 위해서는 인력 선진화와 지식 재생산 구조를 새롭게 구축하고, 기존 기술개발 시스템의 체질을 개선하여 보다 포괄적으로 기술역량을 집결시키는 방식이 공적지원의 새로운 방향이 되어야 하며, 아직까지는 신기술의 발생과 도입시기이므로 가능성은 충분하다.

참고 문헌

- [1] Foundations of the stereoscopic Cinema, Lenny Lipton, 1982, VNR
- [2] 전미극장주연합회(NATO) 발표자료, 2007, Cine Asia Conference
- [3] 입체 스크린에서 영화의미래를 보다, 이슈페이퍼 2008, 영화진흥위원회
- [4] 3D Movie Making, Bernard Mendiburu, 2009, Focal Press
- [5] 실감 미디어에 대한 소비자 수용도 분석, 제24권 2호, 전자통신연구원, 2009
- [6] 2009 Report on Stereoscopic 3D Production, Motion Imaging Journal Sept, 2009, SMPTE
- [7] 입체영화 열기 어디까지, Cinno Sept 2009, 영화진흥위원회
- [8] 3D 영화산업 현황과 전망, Cinno Nov. 2009, 영화진흥위원회
- [9] 영화산업 성장동력, 디지털 입체영화, 이슈페이퍼 2010-01, 영화진흥위원회
- [10] 2009년 한국 영화산업 결산, 2010, 영화진흥위원회
- [11] www.kofic.or.kr
- [12] www.wikipedia.org
- [13] www.screenigest.com
- [14] www.boxofficemojo.com
- [15] www.imdb.com

저자소개

● 이 재 우(Lee Jae Woo)



- 2003년 8월 : 서강대학교 영상대학원 미디어 공학과 (공학석사 수료)
- 2004년 5월 ~ 현재 : 영화진흥위원회 영화정책센터 연구원

<관심분야> : 영상처리 및 컴퓨터 시각기술, 영화산업분석, 공정경쟁, 저작권 보호, 인력양성, 기술정책