

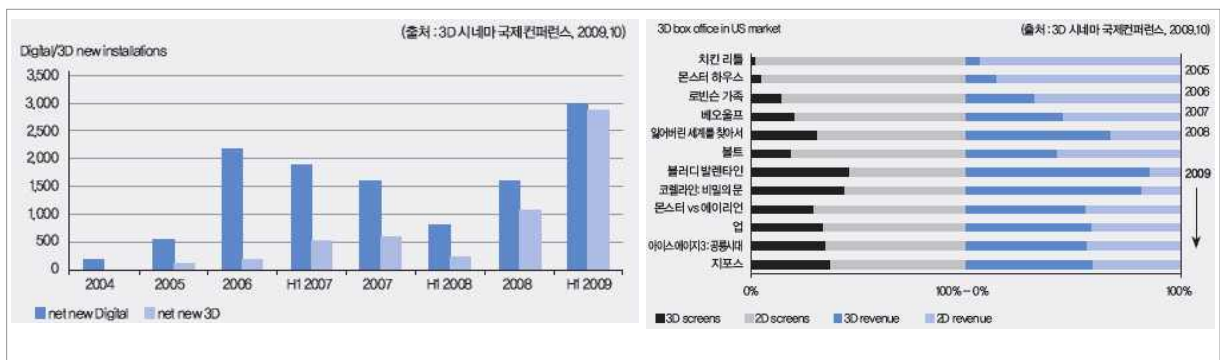
최근 3D 입체영상은 단순한 영화의 관람에서 벗어나 스포츠 중계(2010 월드컵 디지털 입체영상으로 중계)와 공연실황(한나 몬타나, U2 등)까지 관객들에게 새로운 경험을 안겨주면서 그 영역을 확장시켜 나가고 있다. 또한 2D로 제작된 영화보다 더 높은 수익성을 창출해내고 있으며, 일반 영화와는 다른 헤르츠(Hz)로 재생하므로 불법복제 및 다운로드가 어렵다는 점에서 산업적 효과 또한 크다고 할 수 있다.

앞으로 3D 입체영상분야는 영화뿐만 아니라 TV, 게임 등 영상문화의 전 영역에서 그 비중이 높아질 것으로 예상되며, 그만큼 이에 대한 신속한 대처도 중요할 것이다. 한국의 3D 입체영상분야의 수준을 점검해보면, 2D를 3D입체영상으로 전환하는 컨버팅 기술에 있어서는 할리우드 메이저 영화사의 작품들을 수주 받을 만큼 어느 정도 세계적인 수준으로 인정받고 있으나 3D 입체 촬영 및 제작 관련 기술력은 아직 미흡한 실정이며, 전문인력 또한 매우 부족하여 실제 제작에 있어서 다소 어려움을 겪고 있는 상황이다.

이러한 현상은 단지 3D 제작기술력 차체에만 국한된 것은 아니라고 할 수 있으며, 영상물을 살아 있게 만들어주는 스토리, 캐릭터, 배경, 사운드, 그래픽 효과 등 모든 다양한 요소들이 유기적으로 발전되어야 극복될 수 있을 것으로 여겨진다. 현재 상영 및 제작되고 있는 3D 입체영상에 대한 여러 논란들이 입체영상의 시각적 효과를 강조한 연출로 인해 스토리텔링 및 소재개발에 대한 부분이 미흡하다는 지적에서 비롯되고 있음을 간과해서는 안 될 것이다.

한편, 앞으로 공급이 예상되는 3D 입체 콘텐츠의 양에 비해 이를 시청할 수 있는 3D 입체 TV의 보급과 상영할 수 있는 국내 3D 입체 상영관의 수가 아직은 부족한 편이다. TV의 경우, 디지털 방송의 시작과 함께 보급 속도가 비교적 빨라질 것으로 예상되고 있으나, 2006년부터 설치되기 시작한 디지털 상영관의 경우, 2009년 현재 129관으로 전체의 6.5%를 차지하고 있다. 이에 비해 북미지역의 3D 스크린은 4천여 개, 일본은 3천 개 이상의 3D 스크린을 보유하고 있으며, 전 세계의 3D 입체 상영관은 2009년 추산 7,000여개에서 2010년에는 3만여 개로 4배 이상 증가할 것으로 전망하고 있다는 것과 비교해볼 때 디지털 3D 입체 상영관의 확보는 매우 시급한 문제가 아닐 수 없다.

<그림> 디지털영사기 및 영사설비증가, 일반상영 및 3D상영의 개봉비율 및 수익비율



※ 출처 : 영화진흥위원회 이슈페이퍼 재구성