

# 손에 들고 다니는 영화관 “모바일 영화가 뜬다!”



김민정 네오엔텔 콘텐츠사업팀 과장

## SKT · KTF 등 모바일 영화제 개최 ... 수익성은 '아직'

### 연재 순서

1. 블로그  
- 1인 미디어 시대 개막
2. 인터넷개인방송  
- 세대와 주제를 넘어서
3. 모바일영화  
- 모바일 영화를 찾아 나서다(이번호)



SKT 모바일 영상창작제 공식 홈페이지

### 모바일 영화란?

먼저 모바일 영화란 어떤 것일까.

현재 통용되고 있는 모바일 영화라는 것은 다운로드를 받아야 하거나 작은 폰으로 본다는 특성상 편당 상영 시간이 2분 30초를 넘지 않는 단편영화 형식이다. 상영시간이 긴 영상일 경우 10편 내외의 연작물로 제작되며, 영화의 결말을 관객들이 직접 선택할 수 있도록 하는 쌍방향 형식

지난해 늦여름, 예비 영화인들에게 반가운 행사가 열렸다.

바로 KTF의 '제1회 나도 감독콘테스트'와 SKT의 '모바일 영상창작제'가 바로 그것. 본격적인 모바일 영화 시대를 맞이하는 하나의 축제로 기획된 행사였다.

예비 영화인들에게 본인 영화의 '입봉'은 프로의 길로 들어섰는지의 지표 역할을 하는데, 이런 행사를 통해 모바일이라는 윈도우가 또 다른 입봉 채널로서의 가능성을 보여주는 것이기 때문에 많은 관심을 모은 것은 당연한 일.

수상작은 모두 nate, 멀티팩 등 모바일을 통해 입봉하는 첫 사례가 될 예정이었고, 이는 모바일이라는 매체에서 개인의 창작물이 서비스된다는 점에서도 첫 사례가 되는 것이었다.

그후로 1년이 지난 지금, 모바일에서는 약속대로 당시 수상작들이 유료로 상영되고 있는데, 이를 통해 모바일이 갖고 있는 개인미디어로서의 가능성과 한계를 짚어보고자 한다.

을 취하기도 한다.

당시 KTF는 총상금 7,600만원의 상금을 걸고 장르 구분 없이 두달 여간 응모작을 모았으며, 약 1,500여개의 영상이 응모됐다. 장르도 3D애니메이션이나 실사 단편영화, 플래시애니메이션, 뮤직비디오 등 다양했다.

특히 1등에 당선된 3D애니메이션과 실사 결합 작품인 '썬원(some one)'의 경우 국내 인디밴드의 홍보 뮤직비디오로 심사위원단으로부터 3D기술이나 영상미가 매우 뛰어나다는 호평을 받았다.

SKT의 경우 프로페셔널과 아마추어 부문을 구분, 프로 부문은 제작비를 지원하는 형태로 진행됐는데, 당선작에 대해서 모



KTF의 '나도감독콘테스트' 수상작 '죽여버리겠어'.  
실사와 애니메이션의 결합 및 재미있는 스토리로 호평을 받은 작품이다.

바일 상영 이후 수익을 제작자에게도 일부 배분하는 방식으로 인해 소규모의 프로덕션 단위들의 참여율도 높았다.

SKT의 행사에는 프로페셔널 부문만도 500여팀이 시나리오

## ▶ 모바일 영상제 수상작 보기 ◀

KTF : 멀티백 → 네오엠텔 동영상 플레이어 → 동영상서버  
→ 엔터테인먼트 → 나도 감독 콘테스트 → 수상작보기

SKT : june → 4. 영화&애니 → 4.모바일영화 → 2. 창작제 수상작

를 응모해 그 열기를 짐작케 한다.

당시 모바일 영상제의 성과는 무엇보다도 공모전이라는 형태를 통해 다양한 장르의 모바일 영상제작이 시도됐다는 것이다. 어떤 장르, 어떤 이야기가 모바일에 적합한지에 대해 정답이 없는 상황에서 한번은 겪어야 하는 시행착오를 다양한 사용자들의 참여를 통해 함께 배우는 장이 될 수 있었다.



SKT 창작제 수상작 약 25여개의 작품이 현재 상영중이다.

의 참여를 통해 함께 배우는 장이 될 수 있었다.

예를 들어 TV나 극장 또는 PC보다도 작은 모니터 환경인 모바일에서는 짧은 영상, 타이트한 앵글이 그 특성으로 지적됐다.

### 아직은 관망세 ... 공급은 어렵고, 수요는 낮아

모바일 서비스는 일반 유선인터넷과 같이 누구나 웹사이트만 개설해서 서비스를 진행할 수 있는 구조가 아닌, 이동통신

사와 계약된 CP(contents provider)들이 제공하는 폐쇄적 구조를 갖고 있다.

아울러 June, Fimm 등으로 대표되는 멀티미디어 모바일 서비스 이용시 아직은 그 비용부담이 적지 않으며, 멀티미디어 콘텐츠를 지원하는 단말기 또한 아직 50만대 수준. 결국은 개인 영화의 공급은 어렵고 수요는 낮다는 얘기가 된다.

실제 SKT 모바일 영상창작제에 참여해 장려상을 수상한 '손목시계' 제작진은 "영화인으로서 새로운 매체에 대한 기대감은 높으나 수익에 대해선 물음표"라며 "시장육성을 위해 이통사의 적극적인 마케팅과 영화인들의 다양한 시도가 수반돼야 한다"고 말했다.

이러한 한계들로 인해 지난해 처음으로 선보였던 모바일 영상 창작제가 올해도 진행될지는 아직 미지수이다.

SKT 수상작이 모바일에서 상영되기 위해 수개월이 걸렸는데, 이는 수상작별로 사용한 음악의 저작권이나 저작권접권 등이 해결되는데 시간이 필요하기도 했으나, 상업성에 대한 확신이 적었다는 반증이기도 하다.

하지만 모바일 영화는 '손에 들고 다니는 영화관'이기 때문에 누구나 쉽게 접근할 수 있다는 것과 정규 영화가 아닌 단편 영화 또는 극장영화에서 공개하지 않은 부분들을 자유롭게 다양하게 보여준다는 점에서 새롭게 어필하는 장르로 주목받고 있다.

프리콘텐츠 마케팅 차원에서 영화 예고편을 넘어, '별'처럼 모바일용 영화를 동시에 개봉하거나, 모바일용 '장화, 홍련'의 경우 디렉터스 컷과 메이킹 필름 등 다채로운 메뉴를 선보여 이미 5만명이 넘게 관람하기도 했다.



디오테오(www.diodeo.com)는 개인영상이 모바일에 임봉될 수 있는 제작지원 서비스를 MCP코너를 통해 진행하고 있다.

아직은 모바일 영화가 이와 같은 마케팅의 수단으로만 각광받고 있으나, 모바일 환경 변화에 맞춰 모바일 영상물에 대한 니즈는 더욱 다양하게 늘어갈 것이다. 따라서 각종 영상제가 준 교훈을 발판 삼아 모바일만의 고유의 영상문화가 성장할 수 있도록 지속적인 관심과 투자가 따라야 할 것이다. 🇰🇷