

지역미디어센터 상영사업

Guidebook

지역미디어센터 상영사업 가이드북

전국미디어센터협의회

전국미디어센터협의회

지역미디어센터 상영사업



**Guidebook**

# Contents

들어가며	006
<b>Section 01. 미디어센터의 상영사업</b>	
미디어센터 상영사업의 역할과 의미 전국미디어센터협의회 박민욱	010
미디어센터와 커뮤니티 시네마 대구영상미디어센터 권현준	013
미디어센터 주요 상영프로그램 소개 전국미디어센터협의회 김예은, 정운영	019
<b>Section 02. 상영회 운영 A to Z</b> 원주영상미디어센터 한누리	
상영사업 소개	031
상영업무의 과정	032
네트워크 형성	056
상영담당자로서의 태도	058
<b>Section 03. 상영 시스템 이해 및 야외 상영회 준비</b> 포스트핀 나일선	
상영 시스템과 콘텐츠 포맷	061
화면비율과 해상도	077
음향 장비	086
야외 상영회 준비와 오프라인 상영을 위한 안전 관리	090

# Contents

<b>Section 04. 비대면 상영프로그램 사례</b>	
자동차 극장 운영 사례 <별그린×모두 자동차 극장> 원주영상미디어센터 박혜림	101
다양한 플랫폼을 활용한 상영회 운영 사례 : 유튜브, 페이스북, 카카오TV, 네이버TV 부천시민미디어센터 송준영	112
퍼플레이와 줌Zoom을 활용한 상영·토론 프로그램 운영 사례 <비대면 페미씨네> 은평뉴타운미디어라이브러리센터 신지민	123
퍼플레이와 유튜브를 활용한 상영·부대 프로그램 운영 사례 <단편영화 개봉극장 2020> 충무로영상센터 오!재미동 이진희	132
<b>부록</b>	
2021 지역미디어센터 상영관 현황	145
2021 지역미디어센터 상영사업 운영 현황	146

## 들어가며

전국미디어센터협의회(이하 전미협)는 2012년부터 <지역영상미디어센터 활성화 지원\_상영지원 사업>을 통해 지역미디어센터의 상영사업을 지원하고, 상영스태프 워크숍에서의 사례발표, 사례집 및 상영소식지 제작을 통해 꾸준히 지역미디어센터의 상영사업 사례를 공유해왔습니다.

2017년에는 지역미디어센터의 다양한 상영프로그램 사례를 소개하는 『지역영상미디어센터 상영사업 사례집 vol.1 영화봤어, 오늘도♪』를, 2019년에는 시민상영활동가의 교육, 활동 사례를 담은 『지역영상미디어센터 상영사업 사례집 vol.2 시민상영활동가 편』을 제작하였습니다. 올해 2021년에는 상영지원 사업 10년 차를 맞아 미디어센터 상영사업의 역할과 의미를 되짚어보고, 미디어센터 고유의 상영프로그램을 기획, 운영하는 데 작은 도움이 될 수 있도록 상영회 운영 방법 및 사례를 담은 『지역영상미디어센터 상영사업 사례집 vol.3 미디어센터 상영사업 가이드북』을 제작하였습니다.

<섹션1. 미디어센터의 상영사업>에서는 먼저, 전미협 박민욱 사무국장님이 시민의 참여적 미디어 활동 및 지역 미디어문화 활성화를 지원하는 지역미디어센터의 역할 안에서 상영사업의 방향성을 정리해주셨습니다. 이를 간단히 요약하자면 ① 상영사업에 시민의 참여적 활동을 만들어내는 것을 넘어서, 시민이 각 지역에서 상영 활동의 주체가 될 수 있도록 지원하는 역할을 해야 한다. ② 시민콘텐츠의 유통창구로 시민제작자와 그 콘텐츠가 지역민과 만날 수 있는 기회를 제공하여야 한다. ③ 지역 특성에 맞게 지역민의 수요를 충족 시켜 줄 수 있는 방식으로 운영되어야 하며, 이를 위하여 지역공동체 네트워크의 참여를 적극적으로 유도해야 한다는 내용입니다.

이어, 대구영상미디어센터 권현준 사무국장님이 국내 커뮤니티 시네마의 흐름과 개념을 정리하며, 커뮤니티 시네마의 활성화 및 발전을 위한 미디어센터의 역할을 짚어주셨습니다. 2018-19년 부산국제영화제 커뮤니티BIFF ‘어크로스 더 시네마’ 포럼에 전국의 영화문화 단체 및 활동가들이 모였습니다. 그리고 지속적인 모임과 논의 속에서 2020년 ‘커뮤니티시네마네트워크 사회적협동조합’을 발족하였습니다. 미디어센터 상영사업의 의미와 맥을 같이 하는 커뮤니티 시네마의 공동체적 영화 활동의 확대와 지속가능성을 위하여, 커뮤니티시네마네트워크와 함께 미디어센터가 무엇을 해야 하고, 또 할 수 있는지를 생각해볼 수 있는 글입니다.

마지막으로 전미협 영상문화지원팀에서 각 지역미디어센터에서 진행한 상영프로그램을 특성별로 나누어 특징을 정리하고, 각 사례를 간단히 소개하였습니다. 대부분 시민참여형·지역맞춤형 프로그램으로 미디어센터 고유의 상영사업이 어떤 것인지, 앞서 박민욱 사무국장님이 기술해주신 ‘미디어센터 상영사업의 역할과 의미’의 실례를 확인하실 수 있습니다.

<섹션2. 상영회 운영 A to Z>는 원주영상미디어센터 한누리 사무국장님이 약 10년간의 상영사업 운영 노하우를 담아 상영회 기획부터 진행, 평가까지 수반되는 세부적인 업무와 더불어 네트워크 형성의 필요성과 방법, 상영담당자로서의 태도를 기술해주셨습니다. 상영회 운영에 필수적으로 알아두어야 할 사항과, 놓칠 수 있는 사소한 부분까지 구체적으로 정리해주셔서 상영사업 담당자에게 큰 도움이 될 것입니다. 본 섹션은 강의 형식의 VOD로도 제작되었으며, 전미협 홈페이지 교육자료실에서 감상하실 수 있습니다. (회원가입 및 등급승급 필요)

<섹션3. 상영 시스템 이해 및 야외 상영회 준비>는 영화후반작업, 영화제 기술 컨설팅, DCP 제작 등 영화 기술 관련 활동과 영화 배급, 복합문화공간 운영 등 다양한 활동을 하고 있는 포스트핀의 나일선 대표님이 영화 상영 시 반드시 알아야 할 (어려운) 기술 정보를 (쉽게) 전달해주셨습니다. DCP는 무엇인지, DCP와 일반 파일 상영은 각기 어떻게 준비하면 되는지, 어떤 기술적 오류에 대비하고 있어야 하는지, 해결방법은 무엇인지, 화면비와 해상도를 이해하는 것이 왜 중요한지, 다양한 화면비·해상도가 어떻게 스크린에 구현되는지, 어떤 조정이 필요한지 등 기술적 사항을 담아주셨습니다. 그리고 이를 실제 상영회에 적용해볼 수 있게 야외 상영회를 준비하는 방법과 오프라인 상영 시 꼭 염두에 두어야 할 안전관리 방법까지 정리해 주셨습니다. 다소 막막하고 어려웠던 기술 분야와 야외 상영도 이제는 자신 있게 해 볼 수 있는 용기를 얻을 수 있습니다.

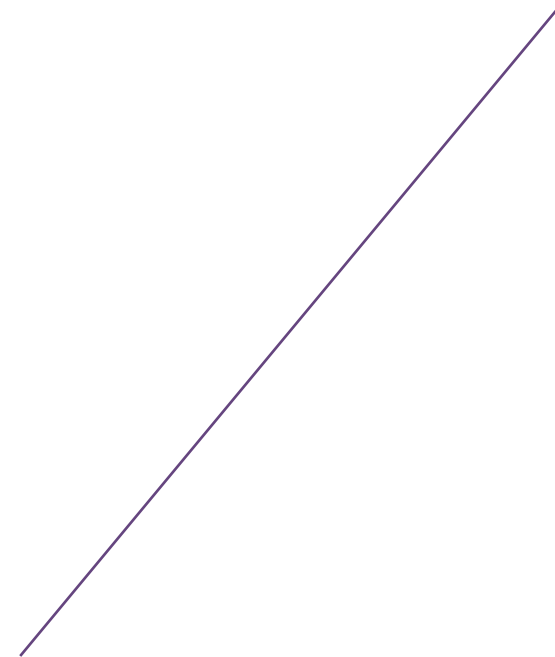
<섹션4. 비대면 상영프로그램 사례>에는 코로나19로 오프라인 상영회가 시기에 따라 불가능해지거나 축소되면서, 상영사업을 지속하기 위한 미디어센터 및 상영사업 담당자의 고민과 고군분투 속에 진행된 프로그램을 담았습니다. 원주영상미디어센터의 자동차 극장, 부천시민미디어센터의 유튜브, 네이버TV 등 다양한 플랫폼을 활용한 상영회 및 부대·교육 프로그램, 여성영화 온라인 플랫폼 퍼플레이와 비디오 회의·채팅을 지원하는 줌Zoom을 활용한 은평뉴타운미디어라이브러리센터의 상영·토론 프로그램, 퍼플레이와 유튜브를 활용한 충무로영상센터 오!재미동의 상영·부대 프로그램의 사례를 소개합니다. 기획 단계부터 진행 및 결과까지 전 과정이 상세히 담겨 마치 프로그램을 함께 하고 있는 듯한 느낌이 듭니다. 코로나19에 따른 대

응으로 그리고 오프라인 상영회를 넘어 다양한 방식의 상영프로그램을 고민할 때 참고하실 수 있는 자료입니다.

모임의 온기를 유지하는 일이 도리어 우리를 위협하는 일이 되었고, 앞으로 미디어·상영 활동의 모습은 계속 변화할 테지만, 영화·영상을 매개로 나의 목소리를 내고, 이웃을 돌아보고, 우리를 둘러싼 세계의 다양한 이슈에 관해 토론하며 공동체의 의미를 다시 한 번 생각해보게 해왔던 미디어센터 상영사업은 앞으로도 계속되고 또 확대되어야 할 것입니다. 새로운 시도를 해나가야 할지도 모르는 지금의 시점에, 그간의 사례가 좋은 지표가 되었으면 좋겠습니다. 그리고 함께 고민을 나눌 수 있는 네트워크가 있다는 것을 잊지 말며, 외롭지 않았으면 좋겠습니다.

Section 01.

## 미디어센터의 상영사업



## 미디어센터 상영사업의 역할과 의미

전국미디어센터협의회 박민욱

지역미디어센터는 시민의 참여적 미디어 활동 및 지역 미디어문화 활성화를 지원하기 위해 설립·운영되고 있는 공공문화기반시설이다. 이에 따라 미디어센터는 시민들이 미디어를 효과적으로 활용할 수 있도록 교육하고, 미디어를 매개로 하여 자신들의 경험과 의견을 표현하도록 지원하며, 지역을 기반으로 공동체간 소통과 공론의 장을 펼쳐나갈 수 있도록 돕고 있다. 즉, 미디어센터에서 정작 중요한 것은 “미디어”가 아니라 미디어라는 도구를 활용하여 시민들이 이루어내는 “참여”이며, 지역에 밀착하여 다양한 미디어 활동들이 선순환 구조와 지역 특성에 맞는 문화를 만들어내도록 하는 것이라고 할 수 있다.

따라서 미디어센터는 단순히 미디어교육을 하는 곳만이 아니며, 콘텐츠 제작지원을 하는 곳만은 더더욱 아니고, 물론 영화 상영을 하는 곳만도 아니다. 미디어센터는 다양한 사업들을 수행하고 있지만, 그 모든 사업들은 미디어센터의 본래 목적에 맞도록 설계되어야 하며 그 모든 사업들은 서로 유기적으로 연결되어 있어야만 한다. 미디어센터의 상영사업 역시 그러하며, 여기서는 그에 따른 미디어센터 상영사업의 역할과 의미에 대해 살펴보고자 한다.

**미디어센터의 상영사업은 시민의 참여적 미디어 활동을 지원하기 위해 설계되어야 하며, 미디어센터의 다른 사업들과 유기적으로 연결되어야 한다.**

미디어센터의 상영은 “영화를 본다”는 수동적인 행위를 넘어서서 시민들이 직접 영화를 선택하고, 해석하고, 같이 토의하는 참여적 활동까지를 포함할 수 있다. 여러

미디어센터에서는 상영프로그램을 구성하는 데 시민들이 직접 참여하도록 상영활동가·시민프로그래머 양성사업을 추진해 왔으며, 이의 출발점은 영화감상워크숍, 시민프로그래머 양성교육과 같은 교육 사업이 된다. 이렇게 구성된 시민프로그래머단은 센터와 함께 기획전 혹은 지역영화제를 개최하기도 하고, 상영 후 감독과의 대화, 영화주제에 대한 토의 등 다양한 부대프로그램을 추진·진행하기도 한다.

미디어센터의 상영사업은 지역 내 커뮤니티 시네마 단체를 발굴하고 지원하는 역할로도 확장할 수 있다. 커뮤니티 시네마 단체는 지역 내에서 자율적·독립적으로 영화를 상영하고 관련 활동을 진행하는 민간그룹으로서 미디어센터는 이들 단체와 연계·협력하여 상영사업을 설계할 수 있으며, 미디어센터의 상영관이 커뮤니티 시네마 단체의 주요 상영거점으로 활용되는 것도 가능하다. 또한, 미디어센터의 교육과 지원으로 탄생한 시민프로그래머단, 영화감상동아리, 영화비평그룹 등이 지역 내 커뮤니티 시네마 단체로 성장하는 경우도 있다.

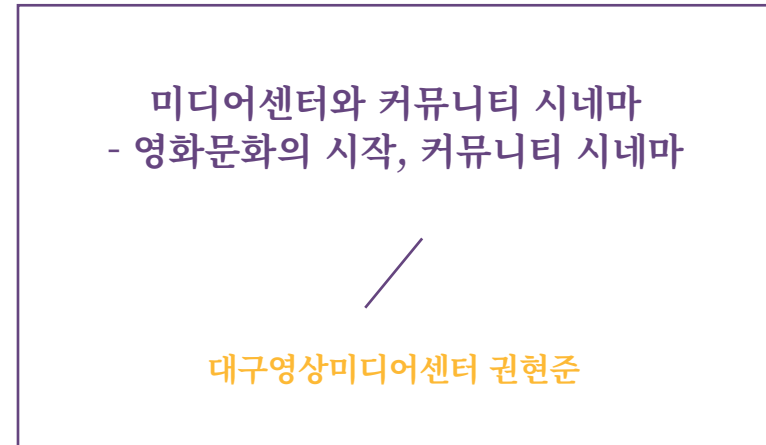
또한, 미디어센터의 상영사업은 미디어교육을 통해 제작된 콘텐츠나 지역에서 제작된 시민콘텐츠의 유통창구로서 그 역할을 할 수 있다. 미디어센터는 교육과 제작지원을 통해 시민들이 직접 자신들의 경험과 의견을 표현하는 콘텐츠를 만들도록 돕고 있으며, 이를 통해 많은 시민제작자, 지역영화인들이 탄생하고 있다. 미디어센터 상영사업은 이들이 만든 영화와 영상콘텐츠가 정기상영회, 기획전, 지역영상제를 통해 지역민들과 만나는 기회를 제공할 수 있으며, 이는 지역의 이슈, 현안에 대한 지역민들의 토의로 이어지기도 한다.

**미디어센터의 상영사업은 지역 미디어문화 활성화를 지원하기 위해 설계되어야 하며, 미디어센터의 다른 사업들과 유기적으로 연결되어야 한다.**

미디어센터는 지역을 기반으로 운영되고 있으며, 각 지역의 특성은 저마다 매우 다르다. 그렇기 때문에 미디어센터의 상영사업은 지역의 특성에 맞게 특화되어 있으며, 소외계층에 대한 적극적인 사업도 추진하고 있다. 이는 유동적으로 사업 변화를 하기 어려운 기존 상영관과의 큰 차별점이며 공공상영관으로서의 미디어센터 상영사업의 의미가 매우 부각되는 지점이다. 미디어센터는 인구 및 계층에 대한 지역 분석을 통해 최적의 상영프로그램을 구성하며, 지역의 여러 복지기관·단체와 연계한 상영사업을 진행하고, 지리적·문화적 접근성이 떨어지는 소외계층을 위한 ‘찾아가는 영화관’ 사업도 적극 추진하고 있다. 특히, 코로나19 확산과 같은 시기에도 미디어센터는 온라인 상영, 자동차 극장, 온라인 영화동호회 운영 등 다양한 방법으로 지역민의 영상문화 향유를 위한 노력을 기울여왔다.

또한, 미디어센터는 지역민의 수요와 영상문화 다양성을 충족시킬 수 있는 상영프로그램을 운영하고 있는데, 독립예술영화를 접하기 어려운 지역의 경우 미디어센터의 이러한 역할은 그 중요성이 더욱 크다고 하겠다. 독립예술영화뿐만 아니라, 단편영화, 지역영화, 고전영화 등 기존 상영관을 통해 관람이 어려운 영화들이 미디어센터 상영사업을 통해 지역민과 만나고 있으며, 다큐멘터리, 장애인, 여성, 인권 등 특정 장르 또는 주제의 지역영상제를 개최함으로써 지역민들이 다양한 장르와 주제의 영화를 관람할 수 있도록 하고 있다. 일부 미디어센터의 경우에는 독립영화전용관, 작은영화관 등을 함께 운영함으로써 그 시너지를 더욱 내고 있다.

이처럼 지역미디어센터의 상영사업이 지역의 특성에 맞게, 지역민의 수요를 충족시켜 줄 수 있는 방식으로 운영되기 위해서는 지역민들과의 밀접한 소통과 연계가 필수적이다. 시민프로그램단을 비롯, 미디어센터가 발굴·지원하는 다양한 미디어 활동 단체들과의 지속적인 네트워킹과 논의구조가 필요하며, 기획전, 지역영상제, 찾아가는 영화관 사업 등을 추진할 때 기획 단계에서부터 지역공동체 네트워크의 참여를 적극적으로 유도하는 것도 필요하다. 미디어센터 상영사업은 미디어센터의 전체 사업 구조 속에서 고민되어야 하며, 미디어교육으로 상영사업의 시민참여가 시작되기도 하고, 상영사업이 공동체 네트워킹 사업으로 더 단단해지기도 하며, 제작지원의 결과가 상영사업으로 완성되기도 한다. 이러한 유기적 결합을 통해 상영사업은 보다 완결성을 가질 수 있게 된다. 이로써 미디어센터 상영사업은 시민들의 참여를 기반으로, 지역에 밀착하여 다양한 미디어 활동들이 선순환 구조와 지역 특성에 맞는 문화를 만들어가도록 할 수 있다.



## 국내 커뮤니티 시네마의 흐름과 개념

국내에서 커뮤니티 시네마라는 용어가 본격적으로 사용되기 시작한 건 2000년대 후반 무렵이다. 당시 한국독립영화협회가 운영하는 독립영화배급지원센터에서 상영활동가들을 육성하고 네트워킹하기 위해 개최한 ‘전국 영화상영자 컨퍼런스’에 일본의 커뮤니티 시네마 사례가 처음 소개되면서 그 용어가 널리 사용되기 시작했다. 그 이전에는 ‘공동체 상영’이라는 이름으로 독립예술영화의 유통 확대를 위한 대안적 배급 방식의 하나로 인식되어오던 활동이, 이를 계기로 그 의미가 좀 더 변화·확장되었다고 볼 수 있다. 또한 지금과 사뭇 다른 점은 상영조직들의 구성이었는데, 당시 네트워크 된 단체들 대부분은 독립영화협회, 시네마테크, 미디어센터 등 전문 영화영상단체들이었으며, 단체 수로는 약 26개 정도였다.\*) 그 후 2010년대로 넘어오면서 지역문화 활성화를 위한 공동체 기반의 생활예술 정책, 사회적 경제 활성화를 위한 정책 등과 맞물리면서 상영조직들의 형태가 다변화하기 시작하였고, 그 결과 현재 커뮤니티 시네마 단체 중에는 관객모임, 지역(마을)공동체 등도 다수 포함되게 된다. 이러한 변화의 흐름은 커뮤니티 시네마가 점차 일상적이고 보편적인 문화 활동으로 자리 잡아 가고 있다는 것과 동시에, 그 방점이 ‘영화’에서 ‘커뮤니티’로 옮겨가고 있다는 것을 시사한다.

\*) 한국독립영화협회 독립영화배급지원센터 「우리 동네 극장 만들기 - 공동체 상영 가이드북」

커뮤니티 시네마 활동이 10여 년 넘게 지속되고 있지만, 아직 국내에선 커뮤니티 시네마의 개념에 대해 명확히 합의된 바가 없다. 그렇지만 그동안의 커뮤니티 시네마 활동에 비추어보면 ‘공동체가 영화를 매개로 펼치는 공공적 문화 활동’ 정도로 요약할 수 있을 것이다. 내가 사는 지역에서 원하는 영화를 볼 수 없는 환경을 개선하는 것, 개인의 영화 관람이 아닌 함께 영화를 보며 지역 사회와 소통하고자 하는 일련의 공동체적 활동 등이 그 공공적 가치를 담고 있다고 볼 수 있다.

## 해외에서의 커뮤니티 시네마

영국, 독일, 일본에서는 오래전부터 커뮤니티 시네마 활동이 이어져 오고 있으며, 커뮤니티 시네마가 영화 생태계의 한 영역으로서 중요하게 인식되고 있다. 국내에도 이들 국가의 커뮤니티 시네마 활동이 여러 차례 소개된 바가 있는데, 요약하자면 다음과 같다.

해외 각국의 커뮤니티 시네마 <sup>*)</sup>			
국가	독일	영국	일본
개념	대안적인 영화에 대한 열망을 가진 시민들의 자발적인 참여 활동을 기반으로 한 상영관	자원봉사자를 중심으로 운영되며 지역 커뮤니티를 위해 조직된 영화 상영 공간	반드시 영화관을 운영하는 것을 의미하지 않으며, 공공 상영을 실시하는 주체로서 지역에 뿌린 내린 상영 활동이나 이와 관련한 사업을 지속적으로 수행하는 비영리 단체
단체	코뮤날 키노 연방 협의회	시네마 포 올	커뮤니티시네마센터

각 나라마다 커뮤니티 시네마에 대한 개념과 내용에 차이는 있다. 그렇지만 한 가지 공통된 점은 커뮤니티 시네마 활동을 주도하고 책임지는 조직이 있다는 점이다. 이러한 조직은 각 지역마다 펼쳐지고 있는 커뮤니티 시네마 활동을 연결하고, 정부와의 교섭 및 정책 활동을 통해 보다 나은 환경을 조성하기 위해 노력하는 역할을 한다. 한국에서도 최근 커뮤니티 시네마 단체 간의 연대체인 ‘커뮤니티시네마네트워크 사회적협동조합’이 설립되었으며, 앞으로 관련 활동을 본격적으로 펼쳐나갈 예정이다.

\*) 영화진흥위원회 「커뮤니티 기반 영화관람문화 활성화 연구」

## 커뮤니티시네마네트워크 사회적협동조합의 역할과 과제

커뮤니티 시네마 네트워크의 필요성이 제기된 것은 2019년 제24회 부산국제영화제 커뮤니티BIFF 포럼 자리였다. ‘어크로스 더 시네마’라는 이름으로 진행된 포럼에는 약 30개 단체가 참여했고, 각 단체는 길게는 7-8년 짧게는 1-2년 정도 활동해오고 있었다. 참여한 단체들의 규모나 활동 면에서 연대조직의 필요조건은 갖추어진 상황이었고, 당시 포럼 의장 단체였던 모두를위한극장 공정영화협동조합에서 ‘커뮤니티 시네마의 확대와 지속가능성’을 위한 연대 조직 결성을 제안하면서 네트워크에 대한 논의가 본격적으로 추진되기 시작했다. 그 후 몇 차례의 라운드테이블과 포럼을 거쳐 연대조직의 구성과 내용에 대한 논의가 이루어졌고, 2020년 7월 ‘커뮤니티 시네마네트워크 사회적협동조합’이 발족하게 되었다. 커뮤니티시네마네트워크 사회적협동조합은 ‘커뮤니티 시네마의 확대와 지속가능성’을 목표로, 공동기획 영화제(커뮤니티 시네마 페스티벌), 지역문화거점공간 사업<sup>\*)</sup>, 네트워킹, 정책 교섭 등의 사업을 추진한다.



커뮤니티시네마네트워크 포럼

연대조직의 출발은 이루어졌지만, 각 커뮤니티 시네마 단체들이 유지되고 자립할 수 있도록 하는 지원시스템 및 비즈니스 모델 확립 문제, 커뮤니티 시네마 활성화를 위한 법적·제도적 근거 마련 등 풀어가야 할 과제 또한 존재한다. 특히 문제가 되는 건

\*) 서울, 부산, 목포에 소셜프랜차이즈숍 <금지옥엽>이 차례로 문을 열 예정이다. [instagram.com/cherish\\_storage](https://www.instagram.com/cherish_storage)



대부분의 커뮤니티 시네마 단체들이 비상설 상영관, 카페, 강의장 등 상영시설이 아닌 공간에서 상영 활동을 펼치고 있는데, 이 활동에 대한 법적 근거가 없다는 점이 다. 현재 커뮤니티 시네마 활동은 제도권 밖의 활동이다.\*) 그런 면에서 독일의 ‘프랑크푸르트 판결’은 우리에게 시사하는 바가 크다. 1970년대 초 뉴저먼시네마(New German Cinema)는 ‘새로운 영화는 새로운 틀 안에서’라는 구호를 외치며, 비영리 상영관(코뮤날 키노)을 운영하기 시작했는데, 당시 상업영화관들은 이들 상영관이 시장 질서를 해친다며 불법으로 규정하고 고발한다. 하지만 법원은 ‘지역의 코뮤날 키노는 공익을 목적으로 하며 공공적인 의의가 있다며’ 코뮤날 키노의 손을 들어 주었다. 훗날 연구에 의하면 오히려 코뮤날 키노가 상업영화관 중심의 영화시장을 침해하기보다 관객들의 영화에 대한 관심과 이해를 증진시킴에 따라 상업영화관의 흥행에도 기여한다는 결과가 나왔다. 앞으로 커뮤니티 시네마의 공론화, 그리고 정책 활동을 통한 법·제도 근거 마련이 더욱 필요한 이유이다.

## 미디어센터의 상영사업

미디어센터는 자체 상영관을 운영하기도 하고, 시민프로그램 양성을 위한 교육도 진행한다. 2012년부터 전국미디어센터협의회에서 진행하는 <지역영상미디어센터 활성화 지원\_상영지원 사업>에는 지역미디어센터 약 20여 곳이 참여한다. 그만큼 상영사업은 미디어센터에서도 중요한 활동이다. 또한 미디어센터는 시민들과 가장 밀접하게 관계 맺는 영상문화시설로서 커뮤니티 시네마의 가치가 늘 잠재되어 있는 곳이기도 하다. 미디어센터가 어떤 영화를 상영할 것이며, 미디어센터 상영회에는 어떤 관객들이 올 것인가에 대한 고민이 커뮤니티 시네마 단체들이 가지고 있는 고민과 비슷하며, 이 고민들을 해결해 나가는 과정이 지역영상문화의 저변을 확대하고 건강하게 만들고자 하는 미디어센터의 목표와도 맞닿아 있는 것이다. 그런 면에서 미디어센터의 커뮤니티 시네마 활동(지원)이 좀 더 확대되길 기대하는데, 그것은 상대적으로 미디어센터가 안정적인 자원 구조를 가지고 있으며, 교육도 가능하기 때문이다. 아직은 많은 커뮤니티 시네마 단체들이 재정적 어려움을 겪고 있고 상영회 기획·운영에 있어 실질적 도움이 필요한 만큼 이런 부분에서 미디어센터의 역할은 매우 중요하다.

\*) ‘영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률’ 상 카페 등은 영화상영시설이 아니며, 비상설 상영관의 경우 연간 상영일수가 120일로 제한을 받는다.

대구영상미디어센터의 경우 자체 상영관은 없지만, 지역 내 커뮤니티 시네마 단체 발굴과 상영 활동 지원을 위해 <대구지역 커뮤니티 시네마 네트워크 구축 사업 - 우리마을영화관>을 3년째 진행하고 있다. 처음에는 4개 공동체가 참여해 지역에서 만들어진 영화 또는 시민제작영상을 상영하는 것을 목표로 사업이 추진되었다가, 참여하는 공동체가 10개 규모로 늘어나면서 지역 작품 외에도 국내외의 독립예술영화까지 상영하는 형태로 확대되었다. 이 과정에서 상영 활동에 관심을 갖고 있는 새로운 공동체들을 많이 만날 수 있었다. 2년 이상 이 사업에 참여하는 공동체 4곳을 제외하고는 2년간 11곳이 새롭게 참여해 상영 활동에 대한 공동체들의 관심을 확인할 수 있었다. 아쉬운 점은 우리마을영화관 사업을 통하지 않고는 자체적인 상영 활동이 이루어지지 못했다는 점이다. 이는 상영 활동이 공동체의 주요 활동으로 아직 자리 잡고 있지 못하다는 뜻이다. 앞으로는 영화제 참여, 지역 창작자와의 만남 등 상영활동을 위한 프로그램을 좀 더 확대해, 상영 활동의 비전과 의미를 공동체에 제시할 수 있는 계기가 마련될 필요가 있다.

대구지역 커뮤니티 시네마 네트워크 구축 사업 - 우리마을영화관			
구분	지원규모	상영작품	교육
내용	10개 공동체 (지역기반 공동체 8개, 의제형 공동체 2개)	지역영화 및 시민제작영상 (지역영화 DB구축), 국내외 독립예술영화	시민프로그램양성과정 (8차시, 10개 공동체 상영활동 담당자 대상)
협력단체	대구마을공동체 만들기지원센터	대구경북독립영화협회, 대구시민미디어센터	모두를위한극장 공정영화협동조합
지원기관	영화진흥위원회, 전국미디어센터협의회		



우리마을영화관 웹포스터 <함께하는 영화제(2-5회)>, <두류극장영화제>

## 커뮤니티 시네마 그리고 미디어센터

최근 책 분야에서는 독서 진흥을 위한 ‘사회적 독서’ 정책이 펼쳐지고 있다. 사회적 독서 정책은 개인적 독서에서 함께 공유하는 사회적 독서로의 전환을 통해 사람과 사회의 변화를 이끌어 내고자 하는 ‘독서문화진흥’ 정책으로, 독서공동체 지원, 독서행사 지원, 토론문화 확산, 독서공간 조성 등 다양한 사업이 이 정책의 일환으로 추진되고 있다. 여기에서 미디어센터와 같은 공공시설인 도서관은 기획 프로그램 및 독서학교 운영, 독서문화 공간으로서의 기능 등 독서문화진흥을 위한 기초 인프라로서 매우 중요한 역할을 수행한다.

커뮤니티 시네마 역시 개인적 영화 관람이 아닌 공동체적 영화 관람을 통해 영화문화를 만들어 간다는 측면에서 사회적 독서와 그 맥락이 닿아 있다. 영화 활동 중 가장 원초적인 활동이 영화를 보는 행위인 만큼, 내가 사는 동네에서 쉽게, 여러 사람과 함께, 사회와 소통하며 영화를 보는 것을 지속하고 반복할 때 거기에서부터 영화문화가 시작되는 것이 아닐까. 그런 점에서 시민들과 가장 가까이에 있는 미디어센터는 커뮤니티 시네마 활동에 대한 지원을 더 강화해 나가면서 영화문화 활성화를 위한 튼튼한 뿌리 역할을 할 수 있어야 한다.

**참고자료**

비상설 상영장 :  
영화 및 비디오물의 진흥에 관한  
법률 시행령 제2조



### 미디어센터 주요 상영프로그램 소개

/

전국미디어센터협의회 김예은, 정운영

### 1. 상영프로그램의 분류

미디어센터의 상영프로그램은 크게 세 가지로 분류해 볼 수 있습니다. 상영회와 그에 따른 부대프로그램, 그리고 교육프로그램입니다. 상영회는 다시 정기상영회, 기획전, 지역영상제로 나누어지며, 별도로 외부 영화제들의 순회상영전을 진행하기도 합니다.<sup>\*)</sup> 부대프로그램에는 감독, 배우 등을 초청하는 관객과의 대화, 일명 GV(Guest Visit)와 특정 주제의 전문가를 초청하는 강연·토론이 대표적이며 그 외에도 체험, 공연 등이 있습니다. 마지막으로 교육프로그램에는 대표적으로 시민프로그램 양성과정과 영화·영상리터러시 교육이 있습니다. 이 외에도 찾아가는 영화관, 공동체상영 지원 등 지역 및 센터 특성에 따라 다양한 상영사업이 운영되고 있습니다.

상영프로그램 분류	
상영회	정기상영회, 기획전, 지역영상제, 순회상영전, 찾아가는 영화관, 공동체상영 지원, 아카이브 공간 운영 등
부대프로그램	관객과의 대화(GV), 강연·토론, 체험, 공연 등
교육프로그램	시민프로그램 양성과정, 영화·영상 리터러시 등

\*) 상영회 분류 명칭은 전국미디어센터협의회 <지역영상미디어센터 활성화 지원\_상영지원 사업>에서 여러 미디어센터의 상영회를 특성별로 분류하기 위해 사용하는 명칭이며, 각 센터별로 지칭하는 명칭은 다를 수 있습니다.

## 2. 상영프로그램별 특징 및 사례

### 1) 상영회 및 부대프로그램

정기상영회는 특정 기간별로 반복하여 진행되는 프로그램을 말합니다. 지역민들의 정기적인 센터 방문을 기대할 수 있으며, 상영프로그램에 대한 인지도를 높일 수 있습니다. 영화 상영 이후에 관객과의 대화 또는 강연·토론 프로그램을 진행하여 상영회에 대한 지역민들의 관심과 참여율을 높이고 영화의 이해를 넓히는 것을 목적으로 합니다. 대부분 무료로 운영하나, 영화상영관으로 등록된 상설·비상설 상영장의 경우 독립예술영화 개봉사업을 유료로 운영하기도 합니다.

#### 정기상영회 사례

##### 성남미디어센터

<독립예술영화관>, <청춘시네마>, <찾아가는 영화관>

- 성남미디어센터는 97석 규모의 극장을 운영하고 있습니다. 독립영화, 예술영화, 고전영화 등 다양한 영화를 상영합니다.
- <독립예술영화관>의 경우 영화 상영 후 GV 또는 영화와 책, 영화와 음악 등 다양한 연계 주제로 이야기 나눔 자리를 마련합니다. 또한 지역단체, 기관, 학교 등 다양한 커뮤니티와 연계하여 찾아가는 영화 상영을 기획하고 있습니다.
- 국내외 독립예술영화 개봉작 및 <청춘시네마> 정기상영은 유료로 진행하며, 센터 홈페이지에 예매를 할 수 있는 시스템을 갖추고 있습니다.

##### 순천시영상미디어센터

<두드림 예술영화 극장>, <어린이영화 극장>, <어르신영화 극장>

- 순천시영상미디어센터는 96석의 DCP영사장비와 7.1ch 사운드시스템을 갖춘 극장 ‘두드림 영화관’을 운영하고 있습니다.
- 매주 화요일, 목요일 저녁 7시에는 우수한 독립예술영화를 선정하여 상영하는 <두드림 예술영화 극장>, 토요일 오후 1시에는 온 가족이 함께 즐길 수 있는 애니메이션 및 가족 영화를 상영하는 <어린이영화 극장>, 토요일 오후 3시에는 어르신들의 문화 향유 기회를 늘리는 추억의 영화와 어르신 맞춤 영화를 상영하는 <어르신영화 극장>을 운영하며, 관람료는 모두 무료입니다.

##### 원주영상미디어센터

<독립예술영화 개봉>, <도담도담 시네마>, <영화로운 생활>, <모두레터>

- 원주영상미디어센터는 77석 규모의 극장을 운영하고 있습니다.
- <독립예술영화 개봉>은 지역 영화관에서 개봉하지 않는 독립예술영화를 매달 개봉하여 원주 시민들에게 폭넓은 영화를 소개하는 정기상영회이며, 유료로 운영합니다.
- <도담도담시네마>는 원주시민들로 구성된 ‘상영기획위원회’와 함께 매달 다양한 주제의 영화를 기획하고 상영하는 프로그램이며, 무료로 운영합니다.
- 더불어 2020년부터 비대면 프로그램 <영화로운 생활>과 <모두레터>를 정기사업으로 운영하고 있습니다. 팟캐스트 <영화로운 생활>은 시민들로 이루어진 진행자들이 주제와 영화를 선정하여 소개하는 프로그램입니다. 격주 금요일마다 네이버 오디오클럽 및 유튜브 채널 ‘영화로운 생활’에 업로드 됩니다. <모두레터>는 관객 필진들이 매달 영화를 선정하여 비평하는 온라인 뉴스레터입니다. 시민들에게 다양한 주제의 영화와 감상을 전달합니다.

##### 충무로영상센터 오!재미동

<단편영화 개봉극장>

- 충무로영상센터 오!재미동은 28석 규모의 ‘소수의 취향도 존중하는 오!재미동 작은 극장’을 운영하고 있습니다.
- 오!재미동의 <단편영화 개봉극장>은 2013년부터 지속해 온 프로그램입니다. 장편영화에 비하여 개봉 기회가 적은 ‘단편영화’를 정해진 기간, 정해진 시간동안 안정적으로 상영하여 단편영화 감독과 관객들이 만날 수 있는 소통의 공간을 만들고 있습니다.
- <단편영화 개봉극장>은 매년 정기적인 작품 공모·상영·아카이빙 작업을 하고 있습니다. 공모·선정된 작품을 단발성 상영에 그치지 않고, 오!재미동 아카이브에서 찾아볼 수 있도록 한 기획이 타 프로그램과의 차별점입니다.

기획전(비정기·특별프로그램)은 특정한 주제 혹은 소재를 중심으로 구성된 상영프로그램입니다. 일반 극장에서는 찾아보기 어려운 독립예술영화를 상영하거나 시사, 인권, 지역 등의 주제나 어린이, 여성, 장애인, 소수자에 관한 영화를 프로그래밍하여 상영하며 상영 이후 해당 주제에 관한 강연·토론으로 이어지기도 합니다.

### 기획전 사례

#### 수원미디어센터

##### <영화로 수다극장>, <시네마 커뮤니티 지원>

- <영화로 수다극장>은 매월 게스트가 4편의 영화를 선정·상영하고, 마지막 주 게스트를 직접 초청해 토크, 워크숍 등을 진행하는 프로그램입니다. 2019년에는 영화평론가, 정신과전문의, 플러스사이즈 모델, 성폭력센터 활동가, 웹툰 작가 등을 모시고 다양한 주제로 토크 프로그램을 진행하였습니다.
- <시네마 커뮤니티>는 수원 지역 내 이주민, 여성, 소수자, 장애인, 노인 등의 의제와 관련한 공동체 및 사업협력기관과 연계하여, 시네마 커뮤니티 형성을 지원하고 영화를 통한 문화다양성 담론을 키우는 것을 목표로 작은 영화제나 상영회를 개최하는 프로그램입니다. 2019년에는 시네마 커뮤니티 ‘세컨드 크랙’, ‘이웃사촌’, ‘마을See영상제작단’ 등이 주최하는 상영회를 지원하였으며, 2020년에는 시네마 커뮤니티 주최의 영화제로 <수원이주민영화제>, <지속가능발전영화제>를 지원하였습니다. <수원이주민영화제>의 경우 수원센터 자체 시민콘텐츠 아카이빙 플랫폼 ‘똑똑수원’을 통해 온라인 상영회를 병행하였습니다.

#### 은평뉴타운미디어라이브리센터

##### <부모의 영화관>, <우리 가족 영화관>, <교과서엔 없는 이야기>, <너나들이 상영회>

- 은평뉴타운미디어라이브리센터는 서울, 도서관 내 위치한 미디어센터로 가족 단위, 어린이, 학부모 등 지역 수요에 맞는 관객 대상 프로그램을 꾸준히 열고 있습니다.
- 2018년에는 ‘아이들을 위한 영화’와 ‘부모를 위한 영화’를 보고 가족 간의 관계와 소통에 대해 이야기하는 프로그램 <부모의 영화관>, 가족 구성원이 자신의 이야기로 스토리보드를 작성 후 영상을 만들어 함께 상영회를 여는, 가족 대상 프로그램 <우리 가족 영화관>을 진행하였습니다.
- 2019년에 진행한 <교과서엔 없는 이야기>는 청소년 대상 프로그램으로, 영화 상영 후 ‘청소년 인권, 청소년 참정권, 노동 인권’ 교육을 진행하였습니다.
- <너나들이 상영회>는 2018-19년 장애 인권, 노동 인권, 여성 인권을 주제로 한 영화 상영 후 감독과의 만남을 통해 이야기 나누는 시간을 마련한 프로그램입니다.

#### 완주미디어센터

##### <완주품앗이상영회>, <완주농한기영화제>, <어른은 영화보고 아이는 체험하고>

- <완주품앗이상영회>는 읍면이 넓게 분포된 완주군의 지형적 특성상 모든 군민이 동일한 문화 향유를 누릴 수 없는 상황을 극복하기 위하여, 각 지역의 문화시설 공간과 인적네트워크 공유를 통해 지역주민의 문화 활동을 돕는 프로그램입니다.
- 2019년에는 4개 읍면, 2020년에는 6개 읍면이 참여하여 독립영화를 함께 보고, 영화읽기 교육과 미디어 체험 활동을 진행하였습니다.
- <완주농한기영화제>는 평소 독립예술영화를 접하기 어려운 지역 주민들에게 국내외에서 화제가 된 독립예술영화를 소개하는 프로그램으로 한해 농사를 마무리짓는 연말에 진행하는 프로그램입니다.
- 영화상영과 더불어 휴대전화 알람소리 제작 체험, 영상편지 제작 체험, VR키트 제작 및 영상 체험 등 다양한 미디어 체험 프로그램을 제공합니다. 또한 아이를 맡길 데가 없어 문화생활을 하지 못하는 부모의 상황을 고려하여, 놀이방 돌봄교사 배치, 소상영관 어린이 애니메이션 상영 등 어린이 프로그램을 별도로 마련하였습니다.
- 2019년에 진행한 <어른은 영화보고 아이는 체험하고> 프로그램은 어른들이 상영프로그램에 참여하는 동안, 아이들은 클레이 스톱모션 애니메이션 제작 체험 프로그램에 참여하는 방식으로, 상영회와 체험·교육 프로그램을 동시에 진행하였습니다. 돌봄 서비스의 인프라가 약한 지역에서 적극적으로 고려해 볼 수 있는 형식의 프로그램입니다.

#### 전주시민미디어센터

##### <나의 n번째 사춘기>, <전주뉴웨이브展>

- 전주시민미디어센터는 2017년 시민프로그램 양성과정을 통하여 전북지역 내 영화 감상 모임 및 영화 상영 공동체 발굴을 시작하였고, 네트워크를 이어오고 있습니다. 전주센터가 다년간 협력, 지원을 하고 있는 ‘무명씨네’는 지역 내 상영 활동뿐만 아니라 커뮤니티 시네마 구축을 위한 네트워크 및 상영전을 지속적으로 해오고 있는 영화공동체입니다.
- <나의 n번째 사춘기>는 ‘사춘기’라는 키워드에 적합한 영화를 무명씨네 회원들이 직접 선정하고, 무박이일로 장편 영화 상영과 영화토크, 공연 등 다양한 부대프로그램을 운영하는 무명씨네의 시그니처 상영회입니다.
- <전주뉴웨이브展>은 전주를 기반으로 영화를 만들고 있는 청년 감독들의 작품을 소개하고 응원하기 위한 기획전입니다. 많은 단편영화들이 작품 포스터가 없다는 점에 착안하여 상영작의 포스터를 디자인 해주는 굿즈 프로젝트도 함께 진행하고 있습니다.

**진주시민미디어센터**  
**<함께보는 경남영화, 배리어프리버전 상영회>**

• 진주시민미디어센터에서는 2020년, 경남에서 경남영화인이 만든 장·단편영화 8편을 배리어프리 버전(개방형 8편, 폐쇄형 2편)\*으로 제작하였고, 12월에 상영회를 열었습니다.

\*배리어프리영화(가치봄영화)란 시각장애인을 위해 음성 내레이션으로 화면해설을 하고, 청각장애인을 위해 영상 위에 화자·대사·음악·소리 정보를 넣어, 시청각장애인 모두 함께 볼 수 있는 영화를 말합니다. 배리어프리 영화는 영화에 직접 화면해설과 한글 자막과 기호 등을 넣어주는 '개방형'과 별도의 기기를 통해 음성 해설을 들을 수 있고, 자막을 볼 수 있는 '폐쇄형' 상영 방식이 있습니다.

• 지역영화 배리어프리 제작, 상영회 외에도 화면해설작가 양성과정, 화면해설 감수·연출 특강 등 교육프로그램도 진행하며, 시청각장애인의 문화예술 향유권 확대와 인프라 구축을 위해 다방면으로 노력하고 있습니다.

지역영상제는 크게 여성, 인권, 장애인 등의 주제로 영화를 프로그래밍하여 상영하는 '영상제'와 지역을 중심으로 활동하는 감독들과 시민들이 만든 영화를 상영하는 '시민영상제', 그리고 이 두 가지가 '혼합된 형태의 영상제'로 나누어볼 수 있습니다. 각 지역의 여성단체, 복지관, 문화센터, 교육청 등의 기관 및 지역의 협동조합, 활동가 단체, 영화 단체들과 협력하여 영화제를 만들기도 합니다.

**지역영상제 사례**

**익산공공영상미디어센터**  
**<익산여성영화제>, <익산장애인영화제>, <익산다큐영화제>**

• 익산공공영상미디어센터에서는 매년 4월 <익산여성영화제>, 9월 <익산장애인영화제>, 11월 <익산다큐영화제>를 개최합니다.

• <익산여성영화제>는 농촌이민여성센터, 숨리아이쿱소비자생활협동조합, 익산시장장애인종합복지관, 익산여성의전화, 익산YWCA, 한국문해교육협회 익산지부 등 여러 기관이 공동주최하며, 기획단으로 함께 모여 영화제 프로그램 방향을 정하고 구체적 계획을 논의합니다.

- 최신 독립예술영화를 위주로 '여성영화'를 선정하여 프로그래밍하고 전작품 감독초청을 기본원칙으로 하고 있습니다. '익산 여성감독 섹션'에서는 익산, 전북지역에서 활동하고 있는 여성감독들의 영화를 상영하며, '여성영화제작지원' 사업과 연계하여 운영하고 있습니다.
- <익산장애인영화제>는 꿈마루협동조합, 원광대학교 사범대학 중등특수교육과 Mano and Mano, 익산시장장애인종합복지관, 익산문화관광재단과 공동주최하고 있습니다.
- 한글자막 상영 외에도 화면해설이 포함된 배리어프리영화(가치봄영화)를 상영합니다. 2020년에는 사진전시, 장애인 스포츠 보치아 배우기, 점자 읽어보기 등 장애 인식 개선을 위한 다양한 체험 행사를 함께 진행하였습니다.
- <익산다큐영화제>는 익산의 영상동아리 '미디어시민공동체 영상바투'와 공동주최하고 있습니다. 국내외 장단편 다큐멘터리와 영상바투에서 제작한 영상을 상영합니다. 특히, 마지막 날에는 '영상바투 영상문화제'로 다양한 공연을 함께 진행하기도 합니다.
- <익산다큐영화제>의 예비·후속 프로그램으로 두 달에 한 번씩 '영상바투와 함께 하는 이달의 다큐멘터리' 상영회를 별도로 운영합니다. 영상바투 회원들이 영화를 선정하고 영화소개 및 GV를 직접 진행합니다.

**진주시민미디어센터**  
**<진주같은영화제>, <진주여성영화제>**

- 진주시민미디어센터에서는 매년 11월 <진주같은영화제>를 개최합니다. 일반중·장편 초청작과 공모를 통해 경남지역 단편, 장편, 일반 단편 상영작을 선정하여 상영합니다.
- 경남지역부문 상영작은 경남을 배경으로 하는 작품이나 경남에서 활동하는 영화인, 경남 출신 영화인의 작품으로 한정하여 공모를 진행하며, 영화제 프로그램팀과 경남의 영화감독, 영화전공 전문가, 영화감상동아리 멤버, 지난해 시민프로그램에 참여자 등으로 구성된 심사위원단이 함께 상영작을 선정합니다.
- 2019-20년에는 '경남, 영화를 품다' 전시회를 진행하며 경남에서 활동하는 감독들을 발굴하고 이들의 필모그래피와 영화 제작 현장 사진을 아카이빙하여 경남영화사를 정리하는 성과를 만들었습니다.
- <진주여성영화제>는 2019년 진주센터와 여성주의 영화감상모임 페미씨네가 공동주최한 상영회입니다. 2020년에는 페미씨네가 단독 주최하였고, 진주센터가 지원 역할을 하였습니다. 페미씨네는 매월 정기상영회를 개최하고, 비정기적으로 씨네페미니즘 강의로도 하며, <진주여성영화제>를 만들고 있습니다. 2019년에는 페미니즘에 관한 다큐멘터리도 제작한 바 있습니다. 여성주의 영화를 중심으로 모여 상영회에서 제작까지 아우르며 새로운 연대를 만들어내고 있는 동호회입니다.

**강릉시영상미디어센터**  
**<누구나 시민영상제>**

• 강릉시영상미디어센터에서는 매년 12월 <누구나 시민영상제>를 개최하고 있습니다. 2019년에는 강원·강릉지역의 시민제작자 영상을 공모하여 센터 교육수료작과 함께 상영하였으며, 2020년에는 교육수료작, 강릉독립영화 제작지원작 및 강릉영화 초청작을 온라인으로 상영하였습니다.

**전주시민미디어센터**  
**<시민영상제>**

• 전주시민미디어센터에서는 매년 11월 <시민영상제>를 개최합니다. 센터에서 한 해동안 교육, 제작지원, 동아리지원 등을 통해 제작된 시민제작영상을 상영하며, 제작과정 소개, 감독초청 등을 통하여 시민영상제작에 대한 의미를 되새기는 자리입니다.

• 미디어센터 교육을 통한 다양한 계층이 제작한 작품들과 시민프로그램이 참여하여 작품을 선정하고 리뷰하는 섹션, 전라북도 작은영화관 연계 지역민 영상 제작 교육프로그램인 주민시네마스쿨 섹션 등으로 구성되어 있습니다.

**대구영상미디어센터**  
**<우리마을영화관>**

• 대구영상미디어센터에서는 대구지역 커뮤니티 시네마 네트워크 구축 사업 <우리마을영화관>을 3년째 지속해오고 있습니다. 대구마을공동체만들기지원센터와 협력하여 상영회를 함께할 공동체를 찾고, 상영 활동 담당자를 대상으로 시민프로그램 양성과정을 진행합니다.

• 지역 영화, 시민제작영상 등 지역에서 제작되는 다양한 콘텐츠와 국내외 독립예술영화를 상영·아카이빙하여 지역 콘텐츠 유통의 선순환구조 확보 및 독립예술영화의 상영 확대를 통한 지역민의 문화 향유권 증대를 도모합니다. 또한 마을 단위의 공유공간을 활용함으로써, 공간 및 마을 공동체 활성화에 기여하고 있습니다.

• 2020년에는 지역공동체 동네책방00협동조합에서 <함께하는 영화제>, 달서구 도시재생지원센터에서 <미로행마을극장>, 성서공동체FM에서 <라디오영화관>(배리어프리영화 송출), 안심협동조합에서 <안심동네영화제>, 협동조합농부장에서 <농부극장>, 대구수성지역자활센터에서 <우분투영화제>, 수성파밀리아에서 <상동영화제>, 대구청년연대은행 디딤에서 <영화로운 디딤생활>, 대구환경교육센터에서 <대구환경영화제>를 진행하였습니다.

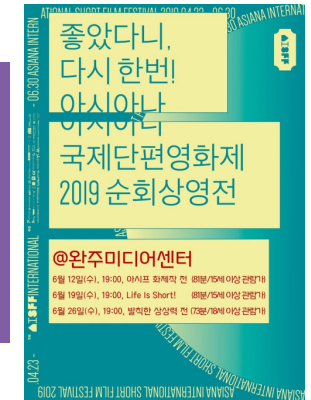
순회상영전은 전국 곳곳에서 진행되는 영화제에서 상영된 영화들을 지역에서 다시 만나볼 수 있는 프로그램입니다. 대표적으로 가톨릭영화제, 서울독립영화제(인디피크닉), 아시아국제단편영화제(좋았다니 다시 한번!), 인디애니페스트(인디애니유럽단)가 순회상영전을 운영하고 있습니다. 순회상영전을 위한 섹션이 프로그래밍 되어 있고, 센터에서는 이를 보고 선택하여 지역에 맞는 상영회를 구성할 수 있습니다.



[익산공공영상미디어센터]  
가톨릭영화제  
순회상영전 포스터



[천안시영상미디어센터]  
서울독립영화제  
순회상영전 포스터



[완주미디어센터]  
아시아국제단편영화제  
순회상영전 포스터

**2) 교육프로그램**

교육프로그램은 대표적으로 시민프로그램 양성과정과 영화·영상 리터러시 교육이 있습니다.

시민프로그램 양성과정은 시민들이 직접 상영프로그램을 기획, 구성해보는 교육 프로그램입니다. 영화제 기획에서부터 프로그래밍, 홍보 등 영화제 실무를 배우는 커리큘럼, 영화사에서 중요하게 언급되는 영화들을 보고 인문학, 영화언어 등을 배우거나 비평쓰기를 진행하는 커리큘럼 등 다양한 교육 과정이 있습니다. 이러한 교육들은 대개 기초 교육을 진행한 뒤, 심화 교육을 이어나가는 방식으로 진행됩니다. 각 지역미디어센터에서 시민프로그램 교육을 받은 참가자들은 이후 각 지역에서 진행하는 <성남사는영화제>, <수원사람들영화제>, <원주속상영화제>, <제천시민영화제>, <진주같은영화제> 등의 상영회에서 시민프로그램으로, 심사위원으로, 모더레이터로 후속 활동을 이어나가고 있습니다.

**영화·영상 리터러시 교육**으로는 영화읽기, 영화비평 교육 등이 진행되고 있습니다. 울산MBC시청자미디어센터에서는 배리어프리영화 읽기 교육(2018)과 누벨라그, 뉴 저먼 시네마 등 시대별 영화사의 의미와 가치를 탐색하는 영화읽기 워크숍(2019)을 진행하였습니다. 은평뉴타운미디어라이브러리센터에서는 어린이를 대상으로 ‘미디어 속 차별과 고정관념’, ‘모두를 위한 미디어’, ‘나답게 즐기는 미디어’ 등의 주제로 성평등 그림 그리기 활동, 배리어프리영화 감상 후 짧은 영상 제작, 스톱 모션 애니메이션 만들기 등의 활동을 하는 <미디어랑 놀자> 프로그램을 다년간 운영하고 있습니다. 수원미디어센터의 <영화인문학 강좌>는 영화를 경유하여 다양한 주제의 인문학에 대해 강의를 듣고 이야기를 나눠보는 프로그램입니다. 2020년 엔 미술, 인권, 여성에 대한 영화를 통한 교육으로 진행하였습니다. 이 외에도 옥천군영상미디어센터의 중학교와 연계한 영화를 통한 진로 탐색 교육 프로그램(2017), 의정부영상미디어센터의 심리 치료 프로그램(2020), 강서구영상미디어센터의 장르영화를 통해 가족, 사회, 여성, 미디어 등의 주제로 이야기를 나누는 인문학 강좌(2018) 등의 교육프로그램이 있습니다.

### 3) 기타 프로그램

앞서 소개한 상영프로그램 외에도 영상문화 소외 지역 및 기관(읍면지역, 노인정, 사회복지시설 등)을 대상으로 하는 **찾아가는 영화관** 사업, 영화 관람을 원하는 주민, 모임, 단체 등 지역 내 다양한 공동체를 대상으로 상영공간, 상영본 등을 지원하는 **공동체 상영 지원** 사업이 있습니다. 공동체 상영 지원 사업은 주로 센터 내 상영 공간을 보유하고 있는 센터에서 운영합니다. 센터에 다양한 영화·영상 DVD, 미디어 관련 서적 및 자료와 모니터 등의 관람 장비를 구축한 후, 누구나 자유롭게 열람할 수 있는 **아카이브 공간 운영** 사업도 있습니다.

## 3. 미디어센터 상영프로그램의 힘!

상영프로그램은 센터의 상영 환경, 주요 관람객의 특징, 지속적으로 참여 가능한 동호회의 유무, 외부 유관 기관과의 연계에 따라 다양한 방식으로 구성할 수 있습니다. 정기상영회는 센터 내 상영 시설과 프로그램을 지속적으로 운영할 수 있는 스태프가 있어야 가능하기에 물질, 인적 자원이 장기적으로 많이 투입되는 프로그램입

니다. 그렇지만 센터의 인지도를 높일 수 있으며 정기적으로 방문하는 이용객들이 늘어나면 자연스럽게 다른 프로그램들을 접하는 빈도도 늘어나므로 연쇄효과가 있다고 할 수 있습니다.

센터 상황에 맞는 정기상영회를 처음부터 기획하기 어렵다면 기획전(비정기·특별프로그램)으로 이용객들의 취향, 선호를 먼저 알아볼 수 있습니다. 센터의 주요 이용 계층에 따라 상영·교육 프로그램을 기획할 수 있으므로 보다 정확한 관객 타겟팅이 가능하고, 소규모 프로그램의 경우, 관객들의 연계 프로그램 참여나 향후 동아리 활동을 기대할 수 있습니다. 또한 관객들의 관심사를 반영할 수 있으므로 다양한 소재와 주제로 구성이 가능하며 프로그램이 안정화 된다면 정기상영회로도 이어질 수 있습니다.

센터에서 주최하는 지역영상제는 좁게는 센터 내에서 제작된 영상들을 상영함으로써 영상 제작·상영·감상 및 평가로 이어지는 미디어 활동의 흐름을 만들어 내고 있으며, 나아가 지역의 다양한 영상 제작자와 여러 유관 기관 및 단체와의 연계를 통해 지역민이 적극적으로 참여하는 영상 축제로서 자리매김한다는 데 의의가 있습니다.

이렇게 지역의 특징을 반영한 상영프로그램으로 그 고유성을 확보하고 일반 영화관에서는 보기 어려운 독립예술영화, 시민제작영상을 상영함으로써 지역민들의 영상 문화 향유의 폭을 넓힐 수 있습니다. 나아가 상영과 관련된 다양한 교육을 통해 시민들이 영상에 대해 다각적으로 이해하고 상영활동가가 되어 직접 상영회에 참여할 수 있는 기반을 마련할 수 있습니다.

참고자료		
지역영상미디어센터 상영사업 사례집 vol.1 영화봤어, 오늘도 ♪	지역영상미디어센터 상영사업 사례집 vol.2 시민상영활동가 편	수원미디어센터 공공미디어플랫폼 '똑똑수원'
		

Section 02.

## 상영회 운영 A to Z

### 상영회 운영 A to Z

원주영상미디어센터 한누리

상영담당자는 어떤 일을 하고, 상영업무는 어떤 과정으로 진행되며, 각 과정에서는 세부적으로 어떤 일을 하는지부터 본격적인 상영회 진행과 마무리까지. 원주영상미디어센터 상영사업 운영 경험을 토대로 상영회 운영의 전반적인 흐름을 소개합니다.

### 1. 상영사업 소개

상영사업은 한 마디로 지역민들에게 ‘영화 향유 기회를 제공하는 일’입니다. 기본적인 상영회 진행 뿐 아니라 시민들이 직접 참여할 수 있는 프로그램을 개발하고, 관객들의 상영 활동 범위를 점차 확대해 나가는 것을 목표로 합니다. 영화를 본 관객들은 그 경험에 따라 시민프로그램으로 활동하거나, 자체적으로 영화 관람 커뮤니티를 만들어서 정기 모임을 갖기도 합니다.

주요 업무를 4가지로 나눈다면, 먼저 ❶ 상영회를 기획하고 진행합니다. 독립예술영화를 개봉하기도 하고, 무료 상영회, 단편영화 상영 등을 진행합니다. ❷ 그와 더불어 상영회를 더 풍성하게 만들어주는 부대프로그램을 진행합니다. 일반적으로 감독을 초청하는 경우가 많습니다. 영화 주제와 관련하여 인문학 등의 특강을 열기도 합니다. ❸ 또한 센터 자체 상영회 뿐 아니라 지역 단체와 연계한 영화제를 진행합니다. 원주센터의 경우 지역 여성단체와 여성영화제를 지속해오고 있고, 지역 동호회와 함께 다큐멘터리 영화제를 진행한 적이 있습니다. ❹ 마지막으로 영화 커뮤니티를 발



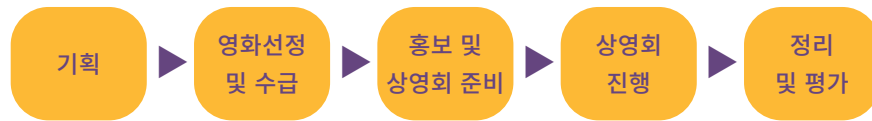
굴하고 지원하는 업무가 있습니다. 영화읽기나 비평 워크숍 등을 통해 영화를 함께 보고 이야기를 나누는 동호회가 생겨나고, 시민프로그램 교육을 통해 시민들이 센터 프로그램 기획에 함께하기도 합니다. 이 외에도 이미 결성되어 활동하고 있는 커뮤니티를 지원합니다. 상영사업을 진행하면 할수록 시민 참여에 대한 고민의 깊이가 더해질 거라 생각합니다.

### 상영사업의 주요 업무

1. 센터 자체 기획 상영회
2. 상영회 연계 부대·교육프로그램
3. 지역 단체 연계 영상제
4. 영화 커뮤니티 발굴 지원

## 2. 상영업무의 과정

상영업무의 기본적인 과정은 다음과 같이 5가지로 나눌 수 있습니다.



그럼 각 과정별로 어떤 세부적인 업무가 있는지 확인해볼까요?

### 1) 기획

행사나 프로그램을 진행할 때, 그 첫 시작은 기획서를 작성하는 것입니다. 어떤 영화를 언제, 어디에서, 누구에게 상영할 것인지, 영화를 통해 어떤 메시지를 전달하고 싶은지, 상영회를 진행하는 목적이 무엇인지 등 상영회의 윤곽을 볼 수 있게 스케치를 그리는 과정입니다.

정기적으로 진행되는 소규모 상영회는 기획서를 별도로 작성하지 않고 진행하기도 합니다. 하지만 규모가 큰 사업의 경우 기획서 작성은 필수입니다. 실무자가 기획서를 토대로 계획적으로 업무를 진행할 수 있고, 배급사나 게스트와의 협의 시 행사를

소개하는 용도로, 외부사업비 지원을 신청하고, 함께 일하는 스태프들이나 단체와의 소통 시 활용됩니다.

기획서 항목은 8가지로 나뉘었습니다. 상영회 성격에 따라서 항목은 수정될 수 있습니다.

### 기획서 항목 예시

No.	항목	내용
1	행사개요	행사명, 장소, 시기, 참여단체 등
2	기획의도 및 사업목표	상영회 진행 취지, 사업의 궁극적인 목적 작성
3	타겟설정	주요 관객 대상 설정
4	역할분담	참여자별 역할 작성
5	세부계획	상영작, 부대프로그램, 운영 등 구체적인 계획 작성
6	홍보계획	홍보물 제작 및 홍보방안 작성
7	추진일정	일정에 따른 주요업무 계획 작성
8	소요예산	상영회 진행에 필요한 예산안 작성

- ❶ 행사개요는 행사명이 무엇인지, 어디에서 상영할 것인지, 언제 상영할 것인지, 같이 참여하는 단체는 어디인지, 관람료 등 기본적인 사항을 적습니다.
- ❷ 기획의도 및 사업목표에 따라 상영회 규모, 상영작 선정 기초, 부대프로그램, 협력단체, 주요 관람대상 등을 스케치해볼 수 있으므로 상영회 성격이 잘 드러날 수 있도록 명확하게 적습니다. 또한 외부에 상영회를 설명하거나 홍보할 때 반복적으로 사용되므로 가능한 구체적으로 적습니다.
- ❸ 타겟설정은 1순위로 생각하는 주요 관객층을 적으면 됩니다. 연령대를 쓰거나 청소년, 청년, 노년층 등 다양하게 분류할 수 있겠죠. 타겟에 따라 이후 적합한 프로그램과 상영시간, 홍보방안 등이 정해지게 됩니다.
- ❹ 역할분담은 상영회 규모에 따라 다릅니다. 센터 내에서 정기적으로 진행되는 상영회들은 상영담당자 혼자서 진행하는 곳이 대부분입니다. 하지만 규모가 큰 프로젝트 행사이거나, 지역영화제는 업무 양이 방대하기 때문에 구성원을 조직해서 역할분담을 하는 것이 필요합니다.

원주센터에서 영화제를 진행할 때 주로 아래 표와 같이 업무를 나눕니다. 물론 조직의 형태에 따라 더 구체적으로 나눌 수도 있습니다.

업무분장 예시	
구분	역할
사무국장	사무국 업무 총괄, 후원/협찬 제안, 사업계획서 및 평가서 작성 등
프로그램/초청팀	상영작 선정, 부대프로그램 기획, 상영작 수급, 게스트 초청 등
홍보팀	홍보기획 및 진행, 홍보물 제작, 이벤트 진행, 보도자료 배포, 현장 기록 등
기술팀	상영본 검수, 영사 진행 등
운영팀	현장 운영 및 관리, 운영인력/자원활동가 모집 및 관리 등

- ⑤ 세부계획은 어떤 영화를 상영하며, 부대프로그램은 어떻게 진행할 것인지, 현장 운영은 어떤 방식으로 할 것인지 등 구체적인 내용을 작성합니다. 상영작을 정하기 전이라면, 선정 기초를 적어두면 본격적인 프로그래밍 시 도움이 됩니다.
- ⑥ 홍보계획은 홍보물 제작, 홍보 방안, 홍보 이벤트 계획 등에 대한 내용을 작성합니다.
- ⑦ 추진일정은 상영작 선정, 게스트 섭외, 홍보 진행 등 주요 업무들을 월별 일정에 따라 작성하면 됩니다.
- ⑧ 소요예산은 행사 규모에 따라 항목과 금액 차이가 큼니다. 예산 지출 항목은 대략 아래와 같이 나눌 수 있습니다.

예산 지출 항목 예시	
항목	내용
프로그램비	상영료, 감독/모더레이터 초청료, 공연비, 부대프로그램 진행비
홍보비	인쇄비, 홍보물 배포비, 홍보/트레일러/스케치영상 제작비, 현장 디스플레이 인쇄비, 홈페이지 제작비, 기념품 제작비
인건비	스태프 인건비, 운영인력 인건비
임차비	장소대관료, 상영/음향 장비 대여료, 물품 임차비
운영비	업무추진비, 소모품 구입비, 우편비, 기타 운영비

미디어센터의 특성 상 상영 장비들을 갖추고 있는 경우가 많아, 내부 상영관을 활용할 경우 별도의 장비, 시설대여료가 필요 없습니다. 다만 상영관이 없거나, 외부공간을 사용해야 하는 경우 지출항목이 추가되겠죠. 극장을 대관하는 경우, 비용이 크지만 상영 장비를 따로 대여하지 않아도 되는 장점이 있습니다. 공공시설의 경우 장비가 갖춰져 있지 않지만, 장소 후원 형식을 통해 무료로 혹은 저렴하게 이용할 수 있습니다.

내부 정기상영회의 경우 상영료, 초청료, 홍보비 정도로만 집행할 수 있지만, 영화제 같은 경우에는 대관료, 장비대여료, 인건비, 업무추진비, 소모품비 등이 추가됩니다. 마찬가지로 같은 홍보비 항목이어도 행사규모에 따라 비용책정 차이가 클 수 있습니다. 소규모 상영의 경우 전단지, 배너제작비, 문자 홍보비 정도로 진행할 수도 있지만, 영화제의 경우 포스터, 대형현수막 제작비, 트레일러 및 스케치 영상 제작, 기념품 제작 등 항목이 추가됩니다.

센터 상영사업 예산을 주로 사용하지만, 프로젝트 규모가 커질 경우, 추가적으로 예산을 조달할 수 있는 방법이 있습니다.

예산 조달 방법	
항목	내용
지원금	국비, 도비, 시비
후원금	클라우드 펀딩, 기업/단체 후원금, 개인 후원금
수익금	티켓 판매 수익금, 기념품 판매 수익금 등

국비, 도시, 시비 지원사업은 주로 연초에 공모를 진행합니다. 각 지역별로 지원받을 수 있는 단체가 다르며, 원주센터는 영화제 진행 시 영화진흥위원회, 강원문화재단, 강원영상위원회, 원주문화재단 등에서 지원을 받았습니다. 또한 전국미디어센터협의회 상영지원 사업을 통해서 센터 내 프로그램을 보다 다채롭게 운영할 수 있었습니다.

기관 홈페이지의 공지사항에서 지난 공모요강을 보면, 대략 언제쯤 지원신청 접수를 받는지 알 수 있습니다. 다만 스케줄이 달라질 수 있으니 자세한 건 문의를 해보는 게 좋습니다. 그리고 신청 가능한 조건에 부합하는지 여부와 제출서류를 확인해서 미리 준비합니다.

지원금을 받기 어려운 경우에는 후원금과 수익금을 활용할 수 있습니다. 원주센터에서 시민들과 함께 진행하는 영화제인 <원주옥상영화제>는 ‘클라우드 펀딩’을 받습니다. 첫 시작은 외부지원금 확보가 어려워서 시도했었는데, 지원금을 확보한 이후에도 지속적으로 진행하고 있습니다. 공공의 목적성이 잘 드러나면 이 방법도 꽤 유용하며 홍보 효과도 있습니다.

지원금으로는 기념품이나 굿즈 제작을 하기 어렵기 때문에, 후원금으로 굿즈를 1순위로 제작하고 그 다음에 업무추진비와 같은 운영비로 활용합니다.(후원자들에게 굿즈를 제공하고, 판매용으로도 추가 제작합니다.) 다만, 펀딩 종료 후 후원금을 받을 때까지 시간이 꽤 소요되며, 굿즈 제작 기간도 오래 걸릴 수 있기 때문에 행사 전에 일정을 고려하여 펀딩기간을 설정하는 것이 좋습니다.

클라우드 펀딩 외에 개인 후원금을 받거나, 기업이나 단체에 제안하여 후원금을 받기도 합니다. 또한 티켓 판매 수익금과 굿즈 판매 수익금을 사용할 수도 있습니다.

### 시민 참여 프로그램 진행 시 참고사항

‘시민 참여’ 프로그램 진행 시에는 기획 전 참여자 모집 혹은 시민프로그램 교육 진행을 통한 참여자 발굴 과정이 필요합니다. 여러 센터에서 시민프로그램 양성과정 등을 통해 시민들이 기획에 참여하는 영화제를 진행합니다. 원주센터의 경우 <도담도담시네마>, <원주옥상영화제>가 이에 해당됩니다.

<도담도담시네마>는 시민프로그램에 참여하는 정기 무료상영회입니다. 매년 공개모집 형태로 진행하며, 영화 프로그래밍 신청서와 면접을 통해 5명의 활동가를 선발합니다. 활동가들은 매달 상영회 주제를 선정하고, 주제에 맞는 영화를 추천합니다. 담당자가 최종적으로 영화를 선정하며, 활동가들은 본인이 추천한 상영회 전 관객들에게 영화를 소개하는 시간을 갖습니다.

(제공사항 : 회의 참석수당 지급, 독립예술영화 관람권 증정)

<원주옥상영화제>는 현재 지역 청년들과 기획부터 상영회 진행까지 함께하고 있습니다. 2017년에 처음 시작할 때는 센터 상영프로그램에 참여한 경험이 있는 청년들을 대상으로 개별 모집했고, 이후에는 공개모집으로 멤버를 충원하기도 했습니다. 모집한 청년들을 대상으로 영화제 직무교육, 타 영화제 스태프 초청을 통한 특강, 멘토링 등을 진행합니다. 영화제를 시작하기 약 5개월 전부터 만나서 장소와 프로그램을 정하고, 영화제 준비를 위한 회의를 지속합니다.

올해까지 4년 간 시민기획단과 같이 진행하면서, 매년 7~8명 정도를 유지하고 있고, 이 중에서 3년 이상 참여한 멤버가 4명입니다. 이처럼 활동 경험의 축적을 위해 연속적으로 참여할 수 있게 할 수도 있고, 매년 시민프로그램 특강을 통해 많은 활동가를 배출하는 방법이 있습니다.

(제공사항 : 기간제 상근 스태프 인건비 지급, 회의 참석수당 지급, 행사기간 활동 인건비)

### 기획안 예시 (2018 원주옥상영화제 기획안 일부 발췌 및 편집)

#### 1. 사업개요

- 사업명 : 2018원주옥상영화제
- 행사기간 : 2018년 08월 29일 ~ 09월 01일
- 사업장소 : 원주문화원 옥상, 원주영상미디어센터 모두극장
- 관람료 : 무료
- 사업주체(주최/주관) : 원주옥상영화제, 원주미디어활동가회의
  - 주관 : 원주옥상영화제
  - 후원 : 원주영상미디어센터, 전국미디어센터협의회, 강원영상위원회, 강원문화재단 외
  - 협찬 : 하이트진로맥주, 생각과자 외

#### 2. 기획의도 및 사업목표

- 영화 관람 기회가 부족한 지역에서 최신 독립예술 장/단편영화를 소개하여 상영문화의 다양성을 확장한다.
- 강원도 지역에서 활동하는 감독들을 발굴하여 상영 기회를 제공하고, 도내 영상인들 간의 소통할 수 있는 장을 마련한다.
- 교육을 통해 시민들이 스스로 영화제를 기획하고 진행할 수 있도록 지원하여 시민 중심의 지역 문화를 만들어간다.

#### 3. 타겟 설정

- 주요타겟 : 20~30대 청년

#### 4. 역할분담

구성원	역할	업무
최OO	사무국장	사무국 업무 총괄
박OO	프로그램/초청	상영작 선정 및 부대프로그램 기획, 작품 수급 및 초청
이OO	홍보/운영	홍보기획 및 홍보 진행, 현장 운영 및 인력 관리
한OO	기술팀	영사 진행

#### 5. 세부계획

##### 1) 시민 기획단 운영

- 기획단 모집
  - 2017원주옥상영화제 기획단 중심으로 지역 청년활동가 추가 모집

○ 영화제 직무교육 및 멘토링 진행

- 내용 : 영화제 사무국에서 진행하는 업무에 대해 배우고, 준비과정에 대한 멘토링 진행
- 강사 : OO영화제 사무국장
- 기간 : 2018년 6월~7월 (총 7회)
- 커리큘럼 :

차시	내용
1차시	프로젝트 일정 및 예산
2차시	프로그래밍
3차시	이벤트 진행
4차시	홍보
5차시	자원활동가 운영
6차시	현장 운영
7차시	영화제 현장 체크리스트

○ 영화제 탐방

- 5월 : 전주국제영화제
- 7월 : 인디포럼
- 8월 : 정동진독립영화제

○ 활동기록집 제작

- 영화제 준비과정 및 활동내용 기록하여 이후에 참여하는 기획단 참고자료로 활용

2) 프로그램

○ 강원단편선 작품 공모

- 대상 : 강원도 내 주민등록자, 도내 소재 학생 / 2017년 이후 완성된 단편영화
- 접수기간 : 2018년 6~7월
- 선정방식 : 심사위원 위촉

○ 프로그램

일시	8/29(수)	8/30(목)	8/31(금)	9/1(토)
1회 (20:00-22:00)	개막식 및 강원단편선	장편섹션2	단편섹션2	단편섹션3
2회 (22:00-24:00)	장편섹션1	단편섹션1	장편섹션3	장편섹션4
3회 (24:00-06:00)			밤샘섹션	

• 상영 프로그램

- 강원단편선 : 강원도 출신 감독의 단편영화 상영
- 장편섹션 : 최신 장편 독립예술영화 상영
- 단편섹션 : 최신 단편 독립예술영화 상영
- 밤샘섹션 : 장편영화 상영 / 성인 대상 밤샘 프로그램

• 부대 프로그램

- 감독과의 대화 진행
- 전문가 초청 시네토크 진행
- 개막공연 진행
- 영화제 굿즈 및 간식 판매 부스 운영

3) 자원활동가 운영

- 모집인원 : 10명
- 활동기간 : 8월
- 활동내용 : 오프라인 홍보 진행, 관객 안내 및 상영회 진행 보조

6. 홍보계획

1) 홍보물 제작

- 포스터, 리플렛, 초대권, 현수막, 배너 등 인쇄물 제작
- 색선별 예고편 및 트레일러 영상 제작

2) 온/오프라인 홍보

- 페이스북, 인스타그램 등 SNS 홍보 진행
- 협찬품을 활용하여 온라인 게시물 공유, 댓글 참여 등 이벤트 진행
- 지역 대학 내 게시판 및 현수막 홍보 진행
- 20~30대 유동인구가 많은 식당, 카페 내 홍보물 비치
- 보도자료 배포 및 언론 홍보

7. 추진일정

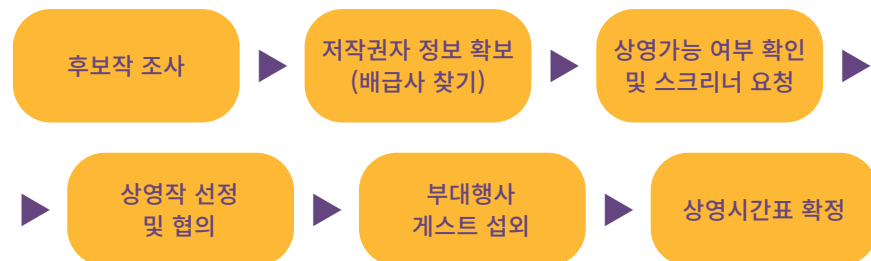
차시	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
기획단 모집							
영화제 기획							
초청작 선정 및 게스트 섭외							
강원권 작품 공모							
영화제 직무교육 및 멘토링							
홍보물 제작 및 홍보							
자원활동가 모집 및 운영							
행사준비 및 진행							
평가 및 보고							

**8. 소요예산** (예시, 예산출처가 다양할 경우 예산출처란을 추가할 수도 있음)

항목	세목	산출근거	금액
인건비	운영인력 인건비	80,000원*10일*5인	4,000,000원
프로그램비	상영료	장편 440,000원*7편 단편 165,000원*14편	5,390,000원
	감독/전문가 초청비	200,000원*10명	2,000,000원
홍보비	디자인비	1,000,000원*1식	1,000,000원
	영상 제작비	1,000,000원*1식	1,000,000원
	인쇄물 제작비	2,000,000원*1식	2,000,000원
운영비	강사료	200,000원*7회	1,400,000원
	업무추진비	8,000원*5명*2회*10일	800,000원
합계			<b>17,590,000원</b>

## 2) 영화 선정 및 수급

영화 선정 및 수급 과정은 다음의 순서로 진행됩니다.



### ○ 후보작 조사

1. 영화 관련 사이트 활용하기
  - 국내 KMDb([www.kmdb.or.kr](http://www.kmdb.or.kr)), 해외 IMDb 사이트([www.imdb.com](http://www.imdb.com))
  - 영화관입장권통합전산망 홈페이지([www.kobis.or.kr](http://www.kobis.or.kr))
  - 각종 영화제 사이트
  - 배급사 홈페이지
2. 영화제에 참여하기
3. 배급사에 라인업 요청하기

상영사업 업무에서 가장 중요한 부분이자 많은 시간을 들여야 하는 과정입니다. 성공적인 상영회 개최를 위해서는 전략적인 홍보도 중요하지만, 각 센터별로 최선이라고 생각하는 홍보방안이 굳혀지고, 사업이 어느 정도 알려지게 되면 홍보보다는 영화 선택에 따라 관객들의 반응 차이가 크다는 걸 알게 됩니다.

영화를 선정하려면 우선 많은 후보작들을 조사해야 합니다. 여러 영화 관련 사이트를 통해 정보를 수집할 수 있습니다. 그 외에 각종 영화제 사이트를 통해 최근 작품과 화제작들을 확인할 수 있습니다. 단편영화의 경우 배급사 홈페이지에 작품 정보를 공개하는 경우가 많아 정보 확인이 용이합니다.

원주센터의 경우 센터 내 비상실 상영관에서 최신 독립예술영화 개봉사업을 진행합니다. 원주에는 멀티플렉스 영화관 5곳이 있지만 이곳에서 독립예술영화를 보기는 쉽지 않습니다. 지역 멀티플렉스 영화관에서는 보기 어려운 독립예술영화를 개봉하는 것이 주요한 목표이기에, 최대한 멀티플렉스 영화관에서 개봉하지 않는 영화들을 주로 선정합니다. 포털사이트에서 개봉예정작을 확인할 수도 있지만, 영화관입장권통합전산망 홈페이지에서 독립예술영화로 분류한 예정작들을 확인합니다. 또한 독립예술영화 배급사와 거래를 지속하게 되면 이후에는 배급사측에서 먼저 개봉예정작 정보들을 보내주어 정보를 수집하기도 합니다. 필요에 따라 배급사측에 상하반기 라인업을 먼저 요청할 수도 있습니다.

<원주독립영화제> 팀에서는 상영작을 검토할 때 다른 영화제에 가서 직접 보고 후보작을 찾기도 하고, 단편영화 배급사에 영화 추천을 요청하기도 합니다. 해외 영화는 해외에서 먼저 개봉하고 나중에 국내에서 개봉하는 경우가 많아서, IMDb 사이트를 통해 해외 평론가와 관객 반응을 살펴보고 영화 선정에 참고합니다.

○ 저작권자 정보 확보(배급사 찾기)

1. 일반영화 → 영화관입장권통합전산망에 검색
2. 배급사가 없는 영화 → 영화제에 문의
3. 단편영화 → 배급사 홈페이지에 검색

영화관입장권통합전산망 홈페이지에서 영화명을 검색하면 ‘영화사’ 및 ‘영화제 출판정보’를 확인할 수 있습니다. 영화사 정보의 배급사 또는 (배급사 정보가 없을 경우) 수입사를 클릭하면 전화번호, 이메일 등 연락처가 나옵니다. 배급사가 정해지지 않아 검색이 되지 않는 경우, 해당 영화를 상영했던 영화제를 통해서 감독 연락처를 문의하면 대부분 전달해줍니다. 더러 영화제가 배급권을 가지고 있는 경우도 있습니다.

단편영화의 경우 위 사이트나 포털사이트에서도 찾기 어려운 경우가 있어, 이때에는 각 단편영화 배급사 홈페이지를 통해 찾습니다.

단편영화 배급사 정보	
배급사명	홈페이지
센트럴파크필름	<a href="http://centralparkfilms.co.kr">http://centralparkfilms.co.kr</a>
인디스토리	<a href="http://www.indiestory.com">http://www.indiestory.com</a>
퍼니콘	<a href="http://www.funnycon.net">http://www.funnycon.net</a>
포스트핀	<a href="https://www.postfin.co.kr">https://www.postfin.co.kr</a>
필름다빈	<a href="https://www.filmdabin.com">https://www.filmdabin.com</a>
호우주의보	<a href="http://www.rainydayspictures.co.kr">http://www.rainydayspictures.co.kr</a>

개봉한지 오래된 해외영화의 경우, 기존 국내 배급사의 저작권 기한이 만료된 경우가 있습니다. 이 경우 배급사 측에 문의하면 해외 배급사 메일을 알려줍니다. 예산 지출 시 해외송금이 가능하다면, 해외 배급사 측과 메일을 통해 협의를 진행하면 됩니다. 번역기를 잘 활용하여 메일을 통해 상영신청서, 계약서 같은 기본적인 내용을 주고받으면 생각보다 어렵지 않게 진행할 수 있습니다. 원주센터는 해외배급사와 거래를 한 적이 있는데, 상영료만 송금하고 상영본은 국내에서 따로 블루레이 디스크를 구매하여 진행했습니다.

○ 상영가능 여부 확인 및 스크리너 요청

정보를 통해 후보작들을 추렸다면 이젠 영화를 직접 보고 결정해야 합니다. 가능한 선에서 최대한 많은 후보작들을 보는 것이 좋습니다.

먼저 배급사(또는 감독)에 상영회 개요에 대해 전달하고 상영가능 여부를 체크합니다. 센터에서 상영 가능한 포맷으로 상영이 가능한지, 해당 기간에 상영이 가능한지를 확인합니다. 개봉 후 한 달 이내에는 무료상영회로 진행하기 어려운 경우가 많습니다.

상영 가능 여부가 확인되면 스크리너를 요청합니다. 대부분 비밀번호와 함께 비메오 링크를 전달해줍니다.

○ 상영작 선정 및 협의

영화를 본 후 상영작을 선정하면 작품 섭외를 진행합니다. 배급사 컨택 시 다음 사항을 메일로 먼저 전달하면 소통이 수월합니다.

배급사 전달 내용	
항목	내용
상영회명	상영회 성격이 드러나기도 하며, 배급사에서 자체 홈페이지 등을 통해 상영작(상영회)을 홍보하는 데 활용될 수 있음
상영일시	상영기간 및 상영 횟수 전달
상영장소	실내, 야외 여부에 따라 금액 책정이 다른 경우도 있음
예상관객 수	예상관객 수 또는 상영 장소의 좌석 수에 따라 상영료가 정해지기도 함
상영본 포맷	센터에서 상영하는 기기에 맞게 DCP, MOV파일 등 포맷 전달
관람료	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 무료/유료 여부</li> <li>• 관람료에 따라 정산 비율이 달라질 수 있음</li> </ul>
상영료 정산 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (유료상영) 티켓 수익금을 비율로 나누는 방식</li> <li>• 회당 상영료 지급하는 방식</li> </ul>
상영본 수령 기한	상영테스트를 염두하여 상영회 1주일 전까지 수령하도록 요청
선재물 요청	영화 포스터, 전단지 등 홍보물 요청
기타	감독 초청 등

상영료 및 정산방식의 경우 배급사마다 협의가 필요합니다. 유료 상영 시 일반 극장은 배급사와 극장이 수익금을 5:5로 나눕니다. 다만 원주센터의 경우 관람료가 저렴하다보니 이 비율로는 협의가 어려운 경우가 있습니다. 현재는 배급사6 : 센터4의 비율로 정산하고 있습니다.

최신 작품을 무료로 상영하는 기획상영회 진행 시 회당 상영료로 책정합니다. 1회당 20~50만원 정도의 상영료가 책정되며, 관객 규모에 따라 금액이 달라집니다. 센터 예산 상황에 따라 어느 정도 금액 협의는 가능합니다.

### 회당 영화상영료 책정 시 참고사항

- 배급사 홈페이지가 있는 경우, 상영료 정보 및 신청 안내(구글폼 또는 별도 양식)가 되어 있습니다.(시네마달, 인디스토리, 배리어프리영화위원회, 팝업시네마 등)
- 최신 장편영화의 경우, 30인 기준 평균 회당 30만원(부가세 별도), 단편영화의 경우 15만원(부가세 별도)으로 상영료가 형성되어 있습니다. 그러나 이는 배급사마다 상이하므로 상영문의 시 반드시 확인하여야 합니다.

원주센터는 상영료 지급 없이 매월 6회의 무료상영회를 진행하고 있습니다. 영리를 목적으로 하지 않고, DVD 발행 후 6개월이 경과한 경우에만 저작권자 허락 없이 상영이 가능합니다. 저작권법 제29조, 시행령 제11조 제8호 참고하시고, 궁금한 사항은 한국저작권위원회 상담센터에 문의해보시기 바랍니다.(1800-5455)

### 저작권법 제29조

**제29조(영리를 목적으로 하지 아니하는 공연·방송)** ① 영리를 목적으로 하지 아니하고 청중이나 관중 또는 제3자로부터 어떤 명목으로든지 반대급부를 받지 아니하는 경우에는 공표된 저작물을 공연(상업용 음반 또는 상업적 목적으로 공표된 영상저작물을 재생하는 경우를 제외한다) 또는 방송할 수 있다. 다만, 실연자에게 통상의 보수를 지급하는 경우에는 그러하지 아니하다.

② 청중이나 관중으로부터 당해 공연에 대한 반대급부를 받지 아니하는 경우에는 상업용 음반 또는 상업적 목적으로 공표된 영상저작물을 재생하여 공중에게 공연할 수 있다. 다만, 대통령령이 정하는 경우에는 그러하지 아니하다.

### 저작권법 시행령 제11조 8호

**제11조(상업적 목적으로 공표된 음반 등에 의한 공연의 예외)** 법 제29조제2항 단서에서 "대통령령이 정하는 경우"란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 공연을 말한다.

8. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 시설에서 영상저작물을 감상하게 하기 위한 설비를 갖추고 발행일부터 6개월이 지나지 아니한 상업적 목적으로 공표된 영상저작물을 재생하는 형태의 공연

- 가. 국가·지방자치단체(그 소속기관을 포함한다)의 청사 및 그 부속시설
- 나. 「공연법」에 따른 공연장
- 다. 「박물관 및 미술관 진흥법」에 따른 박물관·미술관
- 라. 「도서관법」에 따른 도서관
- 마. 「지방문화원진흥법」에 따른 지방문화원
- 바. 「사회복지사업법」에 따른 사회복지관
- 사. 「양성평등기본법」 제47조 및 제50조에 따른 여성인력개발센터 및 여성사박물관
- 아. 「청소년활동진흥법」 제10조제1호가목에 따른 청소년수련관
- 자. 「지방자치법」 제144조에 따른 공공시설 중 시·군·구민회관

위 조항을 근거로 저작권자 허락 없이 상영회를 열었을 때, 배급사에서 상영회 홍보게시글을 보고 연락을 해온 적이 있습니다. 저작권법에 따라 진행했다고 설명을 해도, 배급사 측에서는 저작권자의 허락을 맡거나 상영료를 지급해야 한다고 주장합니다. 최근 재개봉 영화가 많아지면서 조금 더 복잡해졌습니다. 한 작품의 경우 재개봉 예정인 영화여서 상영료 지급 여부와 상관없이 상영을 취소할 수밖에 없었습니다. 다른 센터에서는 (다른 영화이긴 했지만) 상영료를 지급하고 상영을 한 사례가 있기도 합니다. 법적 판단은 얼마든지 달라질 수 있기 때문에, 분쟁이 생기지 않게 하는 것이 좋습니다.

### 원주센터의 상영료 지급 기준

- ① 상영료를 지급하는 경우
  - DVD 출시 6개월이 넘지 않은 최신작 상영 시
  - DVD 출시 6개월이 지난 작품이더라도, 다른 단체의 후원을 받거나 협력해서 진행하는 프로젝트성 행사는 모두 상영료 지급
- ② 상영료를 지급하지 않는 경우
  - DVD 출시 6개월이 지난 작품이자, 다른 단체의 후원이나 연계없이 진행하는 상영회는 저작권자의 허락 없이 진행

### ○ 부대행사 게스트 섭외

감독과의 대화를 진행하고자 한다면 배급사가 있는 경우, 배급사를 통해 감독을 초청하는 것이 일반적입니다. 부대프로그램 개요, 초청사례비, 교통비, 숙박비 제공여부 등을 배급사 측에 전달합니다. 섭외가 된 이후에는 연락처를 전달받아 감독에게 직접 진행 내용을 공유하는 것이 좋습니다.

### ○ 상영시간표 확정

상영작 및 게스트가 확정되면, 상영시간표를 확정하고, 홍보물 제작에 들어갑니다.

#### 상영시간 선정 시 고려할 사항

- 부대행사 진행 시 게스트 일정과 타겟 관객의 프라임타임을 고려하여 상영시간을 정합니다.
- 원주센터의 <독립예술영화 개봉>의 경우 20~40대 관객이 많기 때문에 평일 저녁, 토요일 오후 시간대에 진행하고 있고, 무료상영회의 경우 중/노년층 관객이 많기 때문에 평일 오전과 저녁에 진행합니다.
- 야외 상영 시에는 행사기간의 일몰시간을 확인해서, 일몰시간에서 최소 30분 후에 진행하는 것이 적절합니다.

## 3) 홍보 및 상영회 준비

### ○ 홍보 진행

인쇄물, 온라인, 보도자료 등 기본적인 홍보방법은 생략하겠습니다. 관객 설문을 통해 어떤 홍보물을 보고 오셨는지 통계를 내보면 문자홍보와 지인소개가 늘 가장 높습니다. 방문 관객 연락처 데이터는 최대한 많이 구축하는 것이 좋습니다.

온라인예매 시스템이 없다면, YES24 <극장 비실시간 예매시스템> 활용을 추천합니다. 계약서 작성 후 극장정보 등록, 정산, 시간표 관련 내용을 논의합니다. 실시간 예매는 어렵지만 무료로 이용할 수 있고, 네이버와 다음 포털사이트에서 센터명이나 영화명을 검색하면 상영시간표를 바로 볼 수 있어서 홍보 효과도 있습니다.

(문의 : YES24 ENT사업본부 영화사업팀 / 02-3215-9371)

홍보 이벤트 진행 시 내부 기념품을 증정할 수도 있지만, 협찬품을 활용하는 방법도 있습니다. 먼저 홍보 이벤트를 기획하고, 지역 업체와 타 영화제 협찬사를 조사하여 선정합니다. 필요한 수량만큼, 협찬사에 부담되지 않는 선에서 요청하는 편입니다. 지역 업체의 경우 직접 방문해서 협찬제안서를 전달하고, 타 지역의 경우 협찬제안서를 메일로 전달하고 확인 연락을 합니다.

협찬사 전달 내용	
항목	내용
행사 내용	영화제 기본 소개, 행사개요, 개최목적, 프로그램 진행 계획 등
협찬 물품 제안	협찬사 물품 선정, 필요수량 전달
협찬품 활용방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이벤트 및 협찬품 활용 계획 : 감독과의 대화 질문자 선착순 증정, SNS 이벤트 참여자 등</li> <li>• 증정 대상 : 관객, 게스트, 자원활동가 등</li> </ul>
제공사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홍보물 내 협찬사 로고 삽입(포스터, 리플렛, 현수막, 트레일러 영상 등)</li> <li>• 광고 삽입(리플렛 등)</li> </ul>

협찬사가 정해지면 협찬사 로고나 광고이미지를 요청하여 수령하고, 협찬물품 수령 기한을 전달합니다. 협찬물품 증정 이벤트 진행 시 협찬사에 대해 언급하고, 현장 사진도 빠뜨리지 않고 기록합니다. 상영회 종료 후에는 영화제 결과와 함께 협찬사 로고, 광고페이지가 노출된 홍보물(혹은 확인 가능한 사진)과 협찬품을 어떻게 활용했는지 볼 수 있는 현장 사진을 제출합니다.

#### 홍보물 제작 시 유의할 점

- 내부에서 온라인 카드뉴스 등 홍보물을 직접 제작하는 경우가 있습니다. 이때 반드시 상업용 무료폰트를 이용하시기 바랍니다. 온라인 페이지에 있는 홍보물을 보고 폰트 업체에서 연락하는 경우가 있습니다. 저희는 폰트업체 두 곳에서 연락을 받은 적이 있고, 고액의 폰트 저작권료를 지불한 경험이 있습니다.
- 영상, 인쇄물 등 어떤 종류의 홍보물에 사용했는지에 따라 금액 차이가 있고, 패키지로 가격을 책정하는 경우가 많기 때문에 폰트 한 가지를 한 번 사용하고도 패키지로 폰트를 구입해야 하는 일이 발생하니 특별히 유의하시기 바랍니다.
- 참고로 '미리캔버스', '망고보드' 등 저작권 걱정 없이 손쉽게 홍보물 디자인을 할 수 있는 서비스를 활용하면 편리합니다.



### ○ 상영본 검수

상영회가 진행되기 최소 1주일 전에 실제 상영 시 사용할 장비로 상영본을 검수합니다.

DCP 포맷의 경우 외장하드 인식 오류 외에는 문제가 많지 않았습니다. HDV테잎, DVD, 블루레이 디스크, 파일의 경우 어떤 플레이어로 상영하느냐에 따라 문제가 발생하는 경우가 있습니다. 또한 문제가 있을 경우 다시 상영본을 수령하는 시간이 소요되므로, 상영본은 받자마자 확인하는 것이 좋습니다.

화면비율에 따라 스크린 커튼을 활용해서 마스킹 작업을 하고, 적절한 사운드를 체크합니다. 참고로 DVD, 블루레이 디스크 상영 시 자막이 화면 밖에 있을 경우, 화면크기를 대폭 축소해야 하는 경우가 생깁니다. 그래서 저희는 자막 이동이 가능한 플레이어를 사용하고 있습니다.

### ○ 상영 장비 준비

센터 내부 상영관에서 진행할 경우, 이미 장비가 세팅되어 있기 때문에 별로 신경 쓸 부분이 없지만, 비극장 혹은 야외 상영 시에는 필요한 장비를 준비해야 합니다. 야외 상영의 경우 이동형 스크린(에어스크린, 천), 프로젝터, 플레이어(노트북 등), 스피커/앰프, 오디오 믹서, 무선 마이크, 조명, 릴선 등이 필요합니다. (자세한 내용은 가이드북 60페이지 <섹션3. 상영 시스템 이해 및 야외 상영회 준비> 부분을 참고해 주세요.)

### ○ 부대프로그램 준비

행사 진행 전 게스트와 모더레이터 확인 연락을 합니다. 숙박을 제공하는 경우 사전에 숙소 예약을 해두고, 도착 시간을 확인하여 식사 등을 준비합니다. 초청료 지급에 필요한 서류를 요청하거나 서명할 서류를 준비해둡니다.

관객 참여를 이끌어 내기 위한 감독 사인 포스터나 관련 굿즈, 자체 기념품 등 상품을 준비해도 좋습니다. (배급사 측에서 이벤트 굿즈를 제공하는 경우도 있습니다.)

게스트 사전 전달 사항	
항목	내용
게스트	일정, 장소, 모더레이터, 부대행사 소요시간, 숙소 안내 등
모더레이터	영화 스크리너 사전 공유, 게스트, 이벤트 상품 안내

### ○ 상영환경 정비

비극장 혹은 야외 상영 시 고려할 것들이 많습니다. 야외 상영의 경우 주택밀집도가 높지 않고, 전기사용이 가능하며, 소음이 적고, 밝지 않은 곳을 선정하는 것이 중요합니다.

좌석 배치	바닥에 단차, 경사가 없는 경우가 많으므로, 의자 설치 시 관객 시야각을 고려해서 직접 앉아보고 화면이 앞사람에 의해 가리지 않는지 체크합니다.
전기	전기사용이 어려운 곳은 발전기를 임차할 수 있습니다. 참고로 일반 발전기는 소음이 크니, 무소음 발전기로 대여하는 것이 좋습니다. 전기 사용이 가능하더라도 실제 사용할 장비들을 테스트해서 전력이 부족하지 않은지 미리 체크합니다.
우천 대비	야외 상영을 계획하면 날씨가 가장 큰 걱정거리입니다. 아쿠웨더, 기상청 등 기상예보 사이트마다 예보가 다른 경우가 있어 중복으로 확인합니다. 비가 올 경우를 대비하여, 장비와 케이블 단자를 바로 덮을 수 있는 비닐덮개, 물기를 닦을 수건, 관객들에게 제공할 우비를 준비하는 것이 좋습니다. 또한 실내공간을 미리 확보해놓고 비가 많이 오는 경우에는 장소를 이동합니다. 비가 올 가능성이 높다면, 대체 공간에서 바로 상영할 수 있게 장비와 기본 물품을 준비해두는 게 좋습니다.
기타	추운 날씨에 상영하는 경우 담요나 손난로를 준비하는 것이 필요합니다. 또한 상영장소에 주차장이 없는 경우 주변 무료(유료)주차장을 확인하여 관객들에게 안내합니다.

## ○ 기타

- 상영신고서 : 상영관(비상설 상영장 포함)에서 상영회 진행 시 상영신고서를 제출합니다. 지자체 해당 부서에서 양식을 받아 작성하고 행사 전에 제출하면 됩니다. 단, 하단 영비법 제29조에 해당하는 경우와 상영관이 아닌 장소에서 상영회 진행 시 상영신고서를 제출하지 않아도 됩니다.

### 비상설상영장의 영화상영 신고 의무 : 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제41조

**제41조(영화상영의 신고)** ① 영화상영관 경영자 및 비상설상영장을 설치·경영하는 자는 영화(제29조제1항 각 호의 규정에 의한 영화를 제외한다. 이하 이 조에서 같다)를 상영하고자 하거나 상영중인 영화를 다른 영화로 변경하여 상영하고자 하는 때에는 영화제목, 상영기간 등 문화체육관광부령이 정하는 사항을 시장·군수·구청장에게 신고하여야 한다. 해당 영화의 상영을 중지 또는 재개하거나 상영기간을 단축 또는 연장하고자 하는 때에도 또한 같다.

② 제1항에도 불구하고 제39조에 따라 영화진흥위원회가 운영하는 영화상영관입장권 통합전산망에 가입한 영화상영관 경영자에 대하여는 제1항의 신고를 면제한다. 이 경우 영화진흥위원회가 제1항의 규정에 의한 신고사항을 해당 시장·군수·구청장에게 통보하여야 한다.

③ 제1항 및 제2항의 규정에 의한 신고나 통보의 절차 및 방법에 관하여 필요한 사항은 문화체육관광부령으로 정한다.

- 영화상영 등급분류 면제추천 신청<sup>\*)</sup> : 등급이 정해지지 않은 영화를 상영할 경우 진행합니다. 영화진흥위원회 홈페이지(www.kofic.or.kr)에서 신청 가능하며, 해당 페이지에서 작성할 서식과 자세한 내용을 확인할 수 있습니다. 신청은 상영시작 1개월 이전에 해야 합니다. 다만 대가를 받지 않고, 청소년이 포함되지 않는 소형상영회 등 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제29조에 해당하는 경우 진행하지 않아도 됩니다.

\*) <https://www.kofic.or.kr/kofic/business/guid/introGuideGrade.do>

### 상영등급 관련 법규 : 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제29조

**제29조(상영등급분류)** ① 영화업자는 제작 또는 수입한 영화(예고편 및 광고영화를 포함한다)에 대하여 그 상영 전까지 제71조의 규정에 의한 영상물등급위원회(이하 "영상물등급위원회"라 한다)로부터 상영등급을 분류 받아야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 영화에 대하여는 그러하지 아니하다. <개정 2008. 2. 29.>

1. 대가를 받지 아니하고 특정한 장소에서 청소년이 포함되지 아니한 특정인에 한하여 상영하는 소형영화·단편영화
2. 영화진흥위원회가 추천하는 영화제에서 상영하는 영화
3. 국제적 문화교류의 목적으로 상영하는 영화 등 문화체육관광부장관이 등급분류가 필요하지 아니하다고 인정하는 영화

## 4) 상영회 진행

### ○ 티켓팅 및 관람 안내

원주센터는 현장 카드/현금결제, 온라인 예매(YES24 예매시스템 활용)를 통한 티켓팅이 가능하며, 할인제도도 있습니다.

### 원주센터의 관람료 할인제도

- 정회원은 영화 관람료에서 1천원 할인
- 10명 이상 단체관람 시 1인당 1천원씩 할인
- 바우처카드, 장애인, 기초생활수급자 등록증 제시 시 1천원 할인
- 할인권 제시 시 1천원 할인
- 쿠폰 제시 시 관람횟수에 따라 할인

프로그램 홍보물과 관객 대상으로 연락처를 받을 방명록을 비치합니다. 상영 시작 전에는 센터에서 제작한 에티켓 영상을 토크합니다. 특히 무료상영회 때는 많은 인원이 모이며 극장이 소란스러운 편이라 관람예절 안내멘트를 병행합니다.

## ○ 부대프로그램 진행

### 사전 준비사항

- 게스트, 진행자, 관객용 무선마이크 세팅
- 의자, 생수, 스크린 이미지 화면 혹은 배너
- 관객 증정 상품

부대프로그램 진행에 필요한 사항들을 준비합니다. 관련 스태프나 배우가 함께 온 경우 모데레이터에게 내용을 전달해 관객들에게 인사할 수 있도록 합니다. 참고로 올해는 '카카오톡 오픈채팅'을 활용해 감독과의 대화를 진행해봤습니다. 사전신청 접수를 받아 관객 연락처를 알 수 있어, 행사 전 문자를 발송해 채팅방 링크를 전달했습니다. 관객들이 채팅방에 질문을 올리면 모데레이터가 실시간으로 질문을 확인해서 감독에게 대신 질문하는 방식입니다. 참여 부담이 덜해서 그런지 관객들의 참여율이 훨씬 높았습니다.

## ○ 입장 제한

영화 등급에 따라 관객 연령을 확인해서 입장시키며, 상영 후 10분 이후에는 입장을 제한하고 있습니다. 극장 앞에 입장 마감 안내를 표시해두면 입장 거부에 불만을 제기하는 관객들에 보다 수월한 응대가 가능합니다.

## ○ 영사사고 대처

만일 상영사고가 났을 경우, 내부 기준에 따라 대처합니다. 빠른 시간 내 복구가 가능하다면 장비 정비 후 상영을 재개합니다. 복구가 지연되거나 불가능한 경우 상영 사고 안내 및 사과 방송을 하고, 유료상영의 경우 환불을 진행합니다. 예전에 무료 상영회 진행 시 장비 복구가 안 돼 상영이 중단된 적이 있었는데, 유료 프로그램 관람권을 증정하고 이후 재상영을 진행했습니다.

비극장, 야외 상영의 경우 영사사고가 발생할 확률이 더 높습니다. HDMI, 오디오 케이블 등의 케이블은 2개 이상 준비하는 것이 좋습니다. 야외 상영 시 게스트가 케이블을 밟아 망가진 적이 있었는데 여분의 케이블이 없어 실내 공간으로 이동해 상영을 마무리했던 적이 있었습니다. 관객들이 장비를 치거나 케이블을 밟지 않도록 동선을 짜고, 주변에 안내요원을 배치하는 것도 좋습니다.

## ○ 기타

관객 수 집계 및 상영 현장을 기록합니다. 사진/영상 촬영 시에는 프로그램별로 빠뜨리지 않고 잘 기록합니다.

상영회 종료 후 관객 대상 설문지 작성을 요청합니다. 문항은 연령대, 참여경로, 건의사항, 관람평 정도로 받고 있고, 영화제 진행 시에는 상세한 질문을 준비합니다.(상영작, 부대프로그램, 음향, 상영환경, 진행방식의 만족도, 이후 참여여부 등) 설문 참여도를 높이기 위해 엽서나 스티커처럼 비용이 적게 드는 기념품을 지급한 경우도 있습니다. 설문 통계를 통해 어떤 홍보방법이 효과가 있는지 알 수 있고, 관람 시 불편한 사항 등을 알 수 있어서 행사 평가와 다음 행사를 준비할 때 굉장히 도움이 됩니다.

참고로 설문지를 수기로만 받으면 정리하는 데 시간이 많이 소요됩니다. 올해는 상영 종료 후 구글폼 설문링크 QR코드를 스크린에 띄워 온라인으로도 참여할 수 있게 했습니다.

## 5) 정리 및 평가

### ○ 결과물 정리

사진 및 영상자료를 정리합니다. 일자별, 프로그램별, 게스트별 등 항목에 맞춰 정리하고, 잘 나온 사진을 추려놓으면 나중에 활용하기 수월합니다. 또한 초청 게스트에게 사진/영상을 전달하거나, 협찬사에 협찬품 활용사진을 제출하고, 후원기관 보고용, 보도자료 등에 사용합니다.

관객 설문지 통계 외에도 관객리뷰 게시글, 신문 기사, 온라인 기사, 보도영상 리스트를 정리합니다.

성과보고서 책자를 제작하는 경우도 있습니다. 이때 미리 책자의 구성을 짜두는 것이 효율적입니다. 예를 들면 게스트 인터뷰나 관객들의 소감을 넣는 구성을 잡았다면, 행사 기간에 미리 해놓으면 수월하겠죠.

## ○ 상영료 정산

배급사 측과 사전에 협의한 정산 비율, 금액에 맞춰 상영료를 지급하고, 외장하드로 상영본을 받았을 경우 상영본을 반납합니다.

## ○ 평가

상영회 종료 후에는 평가회의를 진행합니다. 기억이 생생할 때 평가회의를 진행하는 것이 좋고, 평가 항목을 사전에 스태프들에게 공유한 후에 회의를 진행하는 것이 효율적입니다.

### 주요 평가 항목

- 상영회 목적을 달성했는가?
- 예산집행이 계획대로 되었는가?
- 업무분담이 누군가에게 치우치지 않았는가?
- 스태프들 간 의사소통이 잘 되었는가?
- 애로사항 및 개선방안은 무엇인가?
- 관객들의 만족도는 어떠한가?
- 운영인력, 게스트의 평가는 어떠한가?

## 6) 비대면 프로그램 사례

코로나19로 인해 2020년, 원주센터의 정기상영회는 모두 중단되었습니다. 상영담당자의 많은 고민 끝에 진행한 대체 프로그램들을 몇 가지 소개하겠습니다.

### ○ 온라인 상영 <2020원주옥상영화제>

올해 <원주옥상영화제>는 온라인과 오프라인을 병행해서 진행했습니다. 기획단계 때 온라인 상영을 고려하지 않았기 때문에 배급사 협의 문제, 어떤 플랫폼으로 진행할지 등 상영담당자의 고민이 많았고, 특히 옥상이라는 장소가 주는 힘이 강한 영화제인지라 ‘관객들의 참여가 저조하지 않을까’ 하는 걱정이 컸습니다.

오프라인 상영회 보다 더 많은 예산이 소요되었습니다. 장편영화 배급사에서는 온라인 상영을 거의 허락하지 않아 단편영화 위주로 진행했고, 온라인 상영료 기준은 아

직 명확하지 않은 것 같습니다. 작품 유출 우려가 크기 때문에, 오프라인 상영료보다 훨씬 높은 금액을 책정해서 협의했습니다. 유출을 최대한 방지하고자 홈페이지에 가입한 사람만 볼 수 있도록 했고, 3시간 동안만 재생되고, 섹션당 최대 200명까지 관람이 가능하도록 제한을 두고 진행했습니다.

홈페이지를 구축하고, 해당 페이지에서 관람이 가능하도록 진행했습니다. 온라인으로 진행한 다른 영화제들을 참고하여 관련 기능을 제공하는 업체를 찾았습니다. 동영상 플랫폼 이용 시 스토리지 용량, 사용 기간, 트래픽 전송량에 따라 비용이 책정됩니다. 홈페이지 제작 또한 관리자 페이지 기능, 제작 페이지 수에 따라 비용이 높아져서, 영화제 소개, 온라인 상영 페이지, 프로그램 소개, 상영시간표 정도로 구성을 최소화했습니다.

감독과의 대화, 시네토크를 라이브로 진행하자는 의견도 있었지만, 단편영화를 섹션으로 묶어서 상영하기 때문에 여러 게스트와의 시간을 맞추는 건 어려웠고, 첫 시도 이니만큼 안전하게 사전에 영상을 제작했습니다.

온라인 상영은 장소에 구애받지 않고 관람할 수 있다는 장점이 있습니다. 그리고 오프라인 방식보다 참여할 수 있는 관객 수도 많고, 타 지역 관객들의 참여도가 이전에 비해 훨씬 높았습니다. 다만 같은 공간에서 함께 영화를 본다는 경험을 할 수 없고, 관객들과 감독 간의 소통이 어려웠습니다. 팬데믹 상황이 지속될 경우 앞으로 어떻게 진행해야 할지, 방식에 대한 고민이 필요합니다.

### ○ 팟캐스트 제작 <영화로운 생활>

정기 무료상영회가 중단되면서 참여하고 있던 시민프로그래머들이 영화를 선정해서 이야기를 나누는 영화 수다 팟캐스트 ‘영화로운 생활’을 진행하고 있습니다. 매달 2편을 작업하고 있고, 오디오클럽, 유튜브 채널을 통해 공개하고 있습니다. 센터 측에서는 녹음실 지원, 기획 회의 참석수당을 제공합니다.

### ○ 영화 비평 뉴스레터 <모두레터>

관객들이 작성한 영화 비평글을 뉴스레터로 공유하는 프로그램을 진행했습니다. 센터와 지역에서 활동하고 있는 상영활동가들을 대상으로 참여를 제안했고, 2주에 한 번 회원들을 대상으로 뉴스레터로 발송합니다. 비평글과 함께 온라인으로 무료로 볼 수 있는 단편영화 링크를 소개하고, 다른 상영프로그램 홍보도 함께 진행하고 있습니다.

### 3. 네트워크 형성

지역 단체, 커뮤니티를 발굴하고 관계를 맺는 것은 상영사업의 빼놓을 수 없는 중요한 부분이자, 고민을 많이 해야 하는 부분입니다.

#### 1) 지역 단체

먼저 지역 단체가 어떤 일을 하고 있는지 관심을 가져야 합니다. 센터에서 기획하고 있는 사업과 연계할 수 있는 단체에 먼저 협력사업을 제안할 수도 있습니다. 미디어 센터의 경우에는 자체 상영회를 진행하고 있고, 상영관, 장비들을 보유하고 있기 때문에 외부 단체에서 먼저 협력 제안을 하는 경우가 많은 것 같습니다. 저희는 사업 방향과 잘 맞고 이후 연계할 단체라고 판단이 되면, 최대한 지원하려고 하는 편입니다. 예전에 한 단체와 야외 상영회를 진행한 적이 있었는데, 그 관계를 시작으로 올해 자동차 극장을 공동으로 진행했습니다. 지속해서 관계를 이어나갈 수 있는 방법을 찾는 것이 필요합니다.

우선 협력 상영회를 진행하기로 했다면, 그 다음은 어떻게 좋은 관계를 유지하며 잘 소통할지가 관건입니다. 같은 공간에서 일하는 게 아니기 때문에 즉각적인 소통이 어렵습니다. 그래서 자주 회의를 하는 것이 좋고, 피드백을 바로 주고받는 것이 중요합니다. 또한 사전에 어느 단체에서 어떤 역할을 할지 정확히 분담을 해야 원활하게 진행할 수 있고, 나중에 오해가 생기는 일을 막을 수 있는 것 같습니다. 서로 신뢰관계를 잘 쌓아두는 것이 관계를 지속하는 방법이라고 생각합니다.

#### 2) 영화 커뮤니티

기존에 활동하고 있는 커뮤니티를 대상으로 장소 등을 지원하기도 하지만 별다른 커뮤니티가 없다면, 워크숍 같은 프로그램을 통해 커뮤니티 발굴의 기초를 닦는 것도 방법입니다. 커뮤니티 형성을 목표로 한 교육이라고 하더라도 활동으로 이어지지 않는 경우도 있고, 특히 커뮤니티 내에 주도해서 이끌어가는 사람이 없으면 모임 유지가 어렵습니다.

프로그램을 다양하게 시도하다 보면, 활동을 지속하고자 하는 단체들이 생긴다고 생각합니다. 이때 상영본, 상영장소, 홍보 등 상영회 진행에 필요한 사항들을 최대

한 지원하는 것이 중요합니다. 다만 모든 것을 센터에서 제안하고 진행하면 커뮤니티가 수동적으로 활동하게 되는 것 같습니다. 또한 상영 커뮤니티를 대상으로 한 지원사업이 있을 경우 정보를 알려주고, 커뮤니티에서 신작 상영, 부대프로그램 행사를 시도할 수 있도록 하는 것도 커뮤니티의 성장과 활동 지속을 위해 필요합니다.

#### 3) 이용자

상영회를 지속적으로 하다보면 관심을 갖고 찾아오는 사람들이 있습니다. 관객과 잠깐이라도 대화를 해보면 센터 프로그램에 대한 평가를 들을 수 있고, 어떻게 오게 되었는지, 어떤 활동에 관심이 있는지 알 수 있으며 다른 프로그램에 대한 참여를 제안할 수 있는 기회도 생깁니다.

‘한번 들어오면 웬만해서는 놓치지 말자’는 마음으로... 꼭 관객이 아니더라도 상영 동호회, 영화제 자원활동가, 센터에 실습하러 온 관련학과 대학생 등 관심을 보이는 사람들에게 사업 참여 제안을 합니다. 하지만 역시나 담당자의 계획대로 순순히 흘러가지만은 않습니다. 열심히 참여했다가도 떠날 사람은 떠나고 새로운 누군가가 나타나기도 합니다. 그렇기 때문에 우선 시민 참여 프로그램을 다양하게 시도하는 것이 방법이라고 생각합니다. 공개모집을 통해 시민프로그램어를 모집하기도 하고, 관객들의 참여를 점점 확대해나가는 방안을 마련합니다.

시민 참여 프로그램은 일반 상영회나 지역 단체와 진행하는 사업보다 신경 쓸 부분이 더 많습니다. 시민들이 프로그램에 참여하는 시간이 많지 않다면 활동하는데 큰 어려움은 없습니다. 하지만 ‘시민프로그램 영화제’의 경우에는 행사규모가 크고, 시민참여율을 높이기 위해서 모든 기획, 준비과정을 같이 하고 있습니다.(어쩌면 욕심이었는지도 모르겠습니다.) 생업이 있는 시민들이 실무에 참여한다는 것은 결코 쉬운 일이 아닙니다. 그렇기 때문에 시민들을 이끌고 가야 하는 상영담당자의 고충이 크다는 걸 염두에 두고, 초반에 시민참여 범위를 현실 가능한 선에서 설정하는 것이 좋습니다.

## 4. 상영담당자로서의 태도

먼저 영화를 다양하게 즐겨보는 습관이 필요합니다.

지역민들에게 문화향유 기회를 제공하는 자로서 자부심과 책임감을 갖고 임하시길 바랍니다. 우리 지역의 상황과 특징을 고려해 어떤 프로그램이 필요한지를 고민하는 자세가 필요합니다. 예를 들어 독립·예술영화 전용관이 없는 지역에서 독립예술영화 관람 기회를 제공하는 것일 수 있죠.

또한 센터에 오는 이용자들은 단순한 극장 관객이 아닌, 함께 활동하는 파트너가 될 수 있음을 기억하시고 관객들의 의견을 들을 수 있는 창구를 마련하시기 바랍니다.

상영사업은 이용자들이 쉽게 참여할 수 있는, 문턱이 가장 낮은 사업이라고 생각합니다. 많은 사람들이 센터를 알 수 있게 하는 통로가 됩니다. 관객으로 왔다가 교육을 듣고, 공동체라디오 DJ로 활동하기도 합니다. 물론 반대로 교육 수강생이 관객으로 참여할 수도 있죠.

이용자들이 센터 사업에 다양하게 참여할 수 있도록, 사업담당자들 간의 긴밀한 소통이 중요합니다.

참고자료		
시네마달 홈페이지 : 공동체 상영 안내	인디스토리 홈페이지 : 공동체 상영 안내	배리어프리영화위원회 홈페이지 : 공동체 상영 안내
		
팝업시네마 홈페이지 : 공동체 상영 안내	저작권법	「영화의 문화적 가치를 생각하며 저작권법 다시 보기」 : 김진숙(전국미디어센터협의회)
		
상영신고 : 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제41조	상영등급 : 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제29조	원주옥상영화제 홈페이지
		
영화로운 생활 : 오디오클립	영화로운 생활 : 유튜브	모두레터
		

Section 03.

## 상영 시스템 이해 및 야외 상영회 준비

### 상영 시스템 및 콘텐츠 포맷의 이해

포스트편 나일선

#### I. 상영 시스템과 콘텐츠 포맷

##### 1. 극장 시스템

멀티플렉스 및 지역 일반극장 대부분은 DCP(Digital Cinema Package) 상영을 기반으로 상영 시스템이 구성되어 있고, 지역 미디어센터 및 기타 상영이 가능한 상영장의 경우 디지털 시네마\*) 기반의 DCP 상영이 가능한 곳도 있지만, 일반 프로젝터(LCD 및 DLP)로 운영되는 곳이 많다.



Digital Cinema Projector



DLP Projector

\*) 디지털 시네마란 제작, 배급, 상영의 모든 과정이 디지털로 이루어지는 것을 의미한다. 필름으로 제작된 경우에도 디지털 마스터링을 통해 DCP 상영이 가능하다.

## 디지털 시네마 프로젝터 설치 TIP

### ○ 프로젝터의 밝기

프로젝터에서 가장 중요한 건 밝기인데 그 기준을 안시 루멘(ANSI Lumen)이라고 한다. 1안시 루멘은 촛불 1개의 밝기로 즉, 프로젝터의 안시는 촛불을 켜 만큼의 밝기라고 보면 된다.

디지털 시네마 프로젝터의 경우 1일 10시간 사용 시 1년에 한 번씩 램프를 교체해야 하며, 일반 램프식 프로젝터 역시 사용기간에 따라 최소 2~3년에 한 번씩 램프를 교체해야 한다. 장비의 유지보수 계약이 되어 있지 않은 경우에는 노후된 시스템 장비로 상영을 하게 되는데, 램프의 밝기가 떨어지면 영상의 퀄리티도 떨어진다는 것을 명심해야 한다.

### ○ 시스템 주요 사항

- 디지털 영상 장비(디지털 시네마 프로젝터 및 디지털 시네마 서버)<sup>\*)</sup>
- 스크린 자동화 시스템, 음향 시스템, 스크린, 페데스탈 렉, 조명 제어 장치
- 프로젝터 해상도는 2K(2048×1080) 이상 되어야 하며, 18,500 안시 루멘 이상의 밝기가 필요. 램프와 줌렌즈도 포함 (환경에 따라 4K 설치도 가능)
- 영상 서버는 안정적인 상영이 가능해야 하며, 4K DCP 파일을 디코딩하여 재생할 수 있어야 함. 오디오 출력은 디지털 비압축 AES/EBU, 16bit/24bit, 16채널로 출력되어야 함
- Storage(저장장치)와 MB(Media Block)가 통합되어 프로젝터에 내장될 수 있는 ICMP(Integrated Cinema Media Processor 또는 Integrated Media Server) 방식으로 구성된 제품
- 디지털 시네마 프로젝터 앞에 설치되는 3D 영상 부가장치는 원형 편광 방식의 장치로서, 프로젝터의 I/O와 연동하여 3D 영화 상영 시 좌안과 우안의 이미지를 영사할 수 있게 함으로써 입체감을 형성하고, 원형 편광방식의 안경을 착용한 관람객들이 3D 영화를 관람함에 있어 전혀 불편함이 없도록 설치
- 프로젝터와 영상 서버는 상영 자동화와 원격 제어가 가능해야 하며, 극장 내 디머와 연동되어 조광 제어 필요

### ○ 업체 선정

국내에는 많은 장비 설치 업체가 있다. 업체 선정 시 장비만 구입해서 설치·판매하는 상사보다는 설치·운영·유지보수까지 직접 관리해주는 전문업체를 선정해야 추후 장비에 문제가 발생했을 때 편하게 관리할 수 있다.

\*) 영상콘텐츠를 저장하고 디지털 시네마 프로젝터로 전송하기 위해 필요한 장비

미디어센터의 경우 대부분 LCD나 DLP를 보유하고 있는데, 디지털 시네마 프로젝터로 교체하기는 쉽지 않다. 기본 시설비용(프로젝터, 서버, 기타 액세서리) 외 연간 유지보수 비용까지 만만치 않은 예산이 필요하다. 또한, 일반 프로젝터와 달리 관리 상태에 따라 프로젝터의 수명에도 큰 차이가 난다.

디지털 시네마 프로젝터는 소음과 발열이 발생하기 때문에 이를 설치, 운영하기 위해서는 별도의 영사실과 배기시설이 필요하다. 최근 멀티플렉스는 영사기 부스 시스템(Projector Booth System)을 통해 영사기 부스를 영화관 천장에 설치하되, 유지보수를 위해 하강시킬 수 있도록 설계·설치하고 있다.

디지털 시네마 프로젝터를 설치하게 되면, DCP 상영본 영사가 가능하며, 극장 개봉작 및 암호화된 DCP도 상영이 가능하다. 화질 및 음질 역시 파일 상영보다 뛰어나다.

영화 상영에 필요한 포맷은 크게 극장용 상영 포맷인 DCP와 일반적인 압축 동영상 포맷인 MOV 등 일반 PC에서 재생이 가능한 일반 영상 파일로 구분된다. DCP 파일과 일반 압축 영상 파일이 어떻게 상영되는지 알아보자.



## 2. DCP 시스템별 상영

### 1) DCP 이해하기

#### ○ DCP의 정의

멀티플렉스 극장의 확대로 디지털 배급의 필요성이 제기되었고, 디지털 배급을 위해 만든 상영용 파일을 DCP라 한다. DCP는 파일 컨테이너에 JPEG2000\* 포맷으로 만들어진 사진을 넘기는 방식으로, 디지털화된 필름이라 봐도 무방하다. 음성 포맷은 무손실·무압축 포맷인 WAV 파일을 사용한다. 일반적인 DCP는 장편당 80~200GB 미만의 용량이 사용된다.

#### ○ DCP 디지털 배급

DCP 파일을 각 극장의 상영 시스템 서버에 전송하는 과정을 디지털 배급이라 한다. 국내 영화제 및 디지털 극장에서는 오프라인 배급과 온라인 배급을 통해 영화를 극장에 전달하고 있다. 오프라인 배급은 일반적인 HDD 하드 형태의 전달 방식을 사용하고 있으며, 온라인 배급은 대형 멀티플렉스 자체 온라인 배급망 및 구글 드라이브, AWS(아마존 클라우드 서비스), Aspera(IBM 클라우드 서비스) 외 다양한 클라우드 기반 온라인 서비스를 사용한다.

과거 35mm 필름의 경우 1개의 스크린당 1벌의 필름이 필요했으나, 디지털 배급이 가능한 이후부터는 1개의 극장에서 3~4개관에 동일한 영화가 상영된다 하더라도 1개의 DCP 파일만 있으면 유통이 가능하다.

디지털 배급 시 하드 손상과 파일 오류의 문제는 온·오프라인 유통 모두 해당되며 평균적으로 10% 정도 발생한다. 이에 따라 디지털 배급을 위해서는 DCP 파일을 정확히 이해하는 것이 무엇보다 중요하다.

\*) JPEG2000 : 이미지 압축 기술이다. JPEG보다 높은 압축률과 고화질의 이미지 품질을 얻기 위해 개발되었으며, 비손실 압축을 지원하고 한 이미지에 여러 해상도의 이미지를 포함한다. DCP의 기본 이미지 포맷이다.

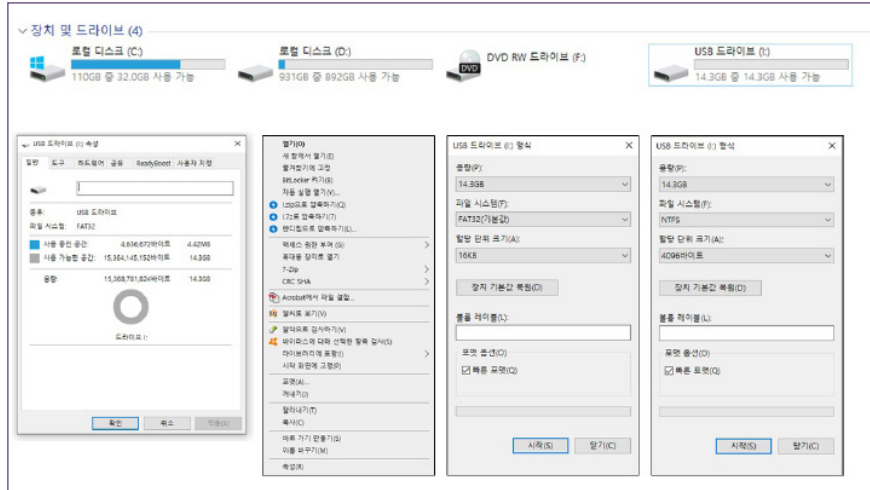
### 디지털 배급의 장단점

- 장점 : 과거 35mm 필름의 경우 1벌의 필름 비용으로 200~300만원의 예산이 들었고, 전국에 영화를 보내기 위한 여러 복사본 제작 및 개별 운송 비용이 들었으나, 디지털 배급으로 전환된 이후 비용이 1/10로 줄어 들었다.
- 단점 : 디지털 배급은 데이터 손실 및 HDD 하드의 물리적 손상 등의 문제가 다수 발생하는데 아래의 경우에 영화 콘텐츠를 재수급하게 된다.
  - 외장하드 인식 불가
    - 물리적 손상 : HDD 하드가 인식되지 않거나 삐삐~ 소리를 내는 경우
    - HDD 케이스 불량 : USB 포트 및 전원 불량
  - 온라인 다운로드 시 파일 오류
    - DCP 구성요소 파일 중 일부 파일을 바이러스 파일로 인식
    - .zip 파일 등 압축된 경우 압축 해제 과정에서 삭제
    - 불안정한 네트워크 환경(네트워크 속도 및 서버의 안정성)에 따른 데이터 손실

#### ○ 파일 시스템과 포맷

우리가 주로 사용하는 파일 시스템은 윈도우 NT(New Technology) 계열 운영체제(OS)의 파일 시스템으로, NTFS(New Technology File System)라고 한다. 그런데 외장하드를 처음 구입하고 컴퓨터에 연결해보면 외장하드의 속성이 NTFS가 아닌 FAT32라는 방식으로 되어있음을 알 수 있다. FAT32는 다양한 운영체제, 기기 호환성이 좋고 안정성이 좋아 과거 많이 사용하던 파일 시스템이지만 고용량을 파일을 다루는 데에는 한계가 있다. (FAT32에서 개별 파일 하나당 저장할 수 있는 최대 크기는 4GB이다.)

DCP 파일을 상영하기 위해서는 4GB 이상의 저장 공간이 필요한데 그래서 NTFS로 포맷된 HDD를 사용하게 된다. HDD 파일 시스템은 쉽게 '포맷 형식'으로 이해해도 무방하다.



파일 시스템 확인 및 포맷하기

그렇다면 우리는 DCP 파일을 상영하기 위해 어떤 포맷의 HDD를 준비해야 할까? 사실 DCP는 리눅스라는 운영체제를 기반으로 하는 서버에서 인식, 플레이된다. 실제로 영화제 및 극장에서 DCP 파일과 HDD 하드웨어를 운영·관리하다 보면 리눅스(Linux) OS 기반인 EXT, 맥(Mac) OS 기반인 HFS, HFS+, 윈도우(Windows) OS 기반인 NTFS 등 다양한 파일 시스템의 HDD를 운영하게 된다. DCP 상영을 위해 디지털 시네마 서버에서 인식하는 파일 시스템과 포맷을 알아보자.

운영체제별 파일 시스템	
운영체제	파일 시스템
리눅스 <sup>*)</sup>	리눅스는 디지털 시네마 서버의 기본 운영체제이며 EXT2, EXT3, EXT4는 리눅스에서 사용하는 파일 시스템 방식이다. 그러나 리눅스는 컴퓨터 전공자 이외의 일반인은 사용빈도가 낮아 생소하고, 어려울 수 있다. 다행히 국내 극장의 모든 디지털 시네마 서버에서는 윈도우 운영체제의 파일 시스템인 NTFS를 호환하고 있어, 윈도우 기반의 HDD 하드웨어도 극장 서버에서 인식할 수 있다. <sup>**)</sup> 리눅스 파일 시스템은 극장 내 디지털 시네마 서버에서 인식하나 일반적으로 극장 개봉 시에는 윈도우 시스템으로 백업·카피되어 유통되고 있다.
맥	맥 운영체제에서는 HFS, HFS+의 파일시스템을 사용한다. 하지만 이 포맷은 디지털 시네마 서버에서 인식하지 못한다. 때문에 HFS 포맷은 절대 사용하지 말아야 하는데 영상 작업자 중에는 맥 PC를 사용하여 작업하는 경우가 많아 디지털 시네마를 HFS로 포맷된 HDD에 저장하는 경우가 많다. <sup>***)</sup>
윈도우	NTFS는 우리가 흔히 사용하는 파일 시스템이다. 디지털 시네마 서버의 기본 운영체제가 리눅스이긴 하지만 다행히 윈도우 파일 시스템도 호환이 되기 때문에 DCP 영화를 유통·관리하기엔 어려움이 없다. 다만 해외에서 수입되는 영화의 80% 이상은 리눅스 포맷의 HDD로 유통되기 때문에 원활한 사용을 위해서는 윈도우용 HDD로 백업 후 사용하는 것이 좋다.

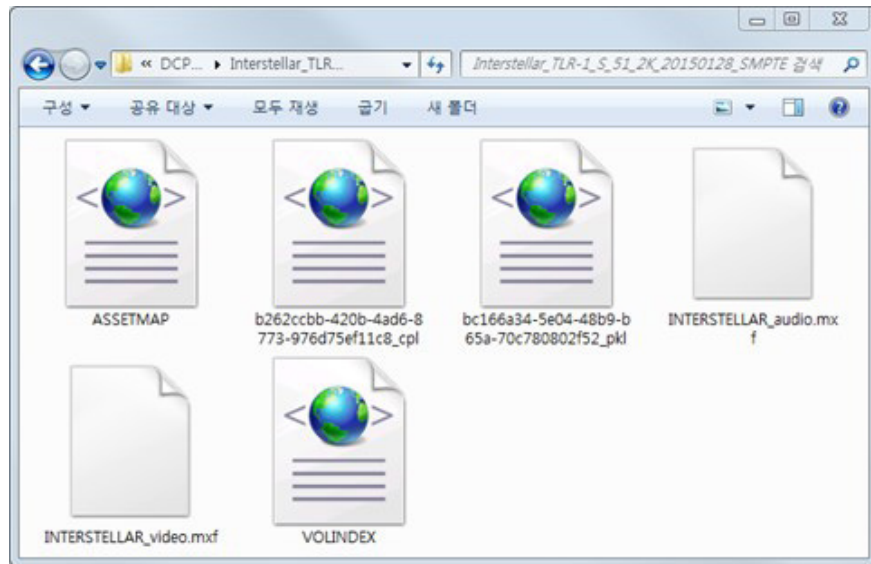
따라서 윈도우 파일 시스템이 아닌 리눅스나 맥 운영체제의 HDD일 경우에는 읽고 쓸 수 있는 프로그램을 별도로 설치하여, 별도 저장 후 유통해야 한다. 그리고 HDD를 포맷할 경우에는 파일 시스템에 따라 사용하고 있는 운영체제에서 포맷해야 한다. 별도의 프로그램을 사용할 경우 서버에서 오류가 발생하기도 한다. 오류를 방지하기 위해서 아래 표 <파일 시스템별 서버 호환표>를 참고하길 바란다.

파일 시스템별 서버 호환표		
리눅스	맥	윈도우
EXT2, 3, 4 (가능)	HFS, HFS+ (불가능)	NTFS (가능)
	exFAT (불가능)	
FAT (사용 가능, 4GB 이상 불가능)		

\*) 디지털 시네마 서버의 기본 파일 시스템 : 타 OS에 비해 안전하며 확장성이 용이하다.  
 \*\*) 해외 영화제 및 해외 극장에서는 DCP를 리눅스용 HDD 포맷으로 요청하기도 하며, 리눅스용 HDD를 만들기 위해서는 국내 업체에 별도 요청해야 한다.  
 \*\*\*) 영화제 운영 시 20~30% 정도는 HFS 포맷의 HDD를 보내온다.

## 2) DCP 구성 요소

DCP의 구조를 살펴보기 위해 HDD를 열어보면 여러 개의 파일로 구성되어 있음을 확인할 수 있다. 이 여러 개의 파일엔 각각의 고유값이 저장되어 있어, 임의로 파일을 교체할 수 없다. 임의로 교체하거나 삭제할 경우 상영이 불가능해진다. 아래 그림 <디지털 시네마 구성 파일>은 PC에서 확인이 가능한 DCP 구성 요소의 기본 6개 파일이다. PC에서 DCP 파일을 열어 볼 때는 이 기본 6개의 구성 파일을 우선 확인해야 한다.



디지털 시네마 구성 파일

다음은 DCP의 구성 요소들을 표로 정리한 것이다. 이미지 및 사운드는 콘텐츠 포맷이라고 하는 MXF파일(Material eXchange Format)로 래핑되어 있으며, 나머지 파일들은 XML 또는 XML 언어로 인코딩된 구성 파일로 작성되어 있다.

DCP 구성 요소		
구분	내용	포맷
Video	JPEG2000 이미지 시퀀스	MXF
Audio	사운드 채널 WAV파일	
CPL	재생 목록 정의	XML
PKL	파일 세부 정보 리스트	
ASSETMAP	각 파일의 위치 값 (Video, Audio, CPL, PKL 순서)	
VOLIDX	용량 지표	
자막	자막 파일 및 자막폰트 파일	폴더 혹은 MXF

DCP를 복사하거나 백업하는 중에 발생할 수 있는 문제들은 DCP 파일에 대한 이해가 부족한 상황에서 나오는 경우가 많다. 아래 설명을 보고 각각 파일의 의미와 파일의 수를 정확하게 확인한다.\*)

ASSETMAP.xml	2019-07-12 오전...	XML 문서	2KB
CPL_Mityas-Love_FTR_F_RU-EN_INT_20_2K_20190320_D3D_SMPTE_OV_5b486644-ca33-4e.xml	2019-07-12 오전...	XML 문서	9KB
Mityas-Love_FTR_F_RU-EN_INT_20_2K_20190320_D3D_SMPTE_OV_88f18596-11e4-48_j2c.mxf	2019-07-12 오전...	MXF - File	7,939,419...
Mityas-Love_FTR_F_RU-EN_INT_20_2K_20190320_D3D_SMPTE_OV_926133b1-829a-4a_pcm.mxf	2019-07-12 오전...	MXF - File	716,471KB
PKL_Mityas-Love_FTR_F_RU-EN_INT_20_2K_20190320_D3D_SMPTE_OV_d8de5491-76c4-46.xml	2019-07-12 오전...	XML 문서	9KB
VOLINDEX.xml	2019-07-12 오전...	XML 문서	1KB

디지털 시네마 구성 파일

\*) DCP 파일의 백업, 복사 후엔 원본과 사본의 전체 용량 및 파일 개수를 확인하도록 한다.

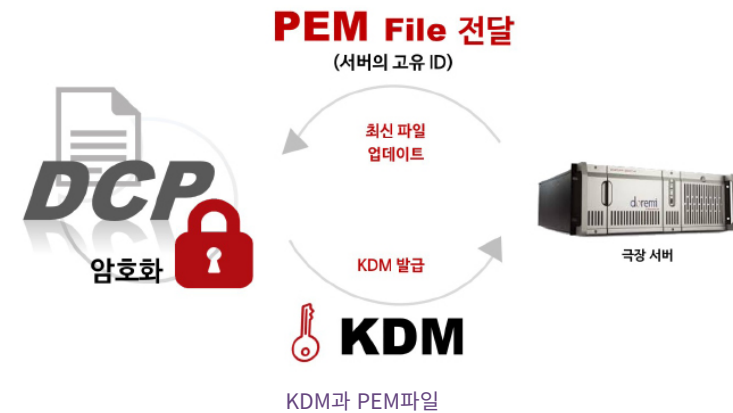
DCP 구성 파일	
구성 파일	내용
이미지 MXF	이미지 MXF는 J2C이미지(JPEG2000) 시퀀스가 래핑된 파일이다. 하나의 릴로 구성된 디지털 시네마일 경우 이미지 MXF가 하나이지만, 여러 개의 릴로 구성된 경우에는 복수의 이미지 MXF가 존재한다.
사운드 MXF	사운드 MXF에는 채널별로 독립된 WAV 파일이 래핑되어 있다. 스테레오로 사운드 마스터링이 된 영화라면 두 개의 WAV 파일이 들어있을 것이고, 5.1 채널로 사운드 마스터링이 된 영화라면 6개의 WAV 파일이 들어있을 것이다. 사운드 MXF 역시 이미지 MXF와 마찬가지로 분권되어 있을 경우 여러 개의 MXF가 존재할 수 있다.
CPL	CPL은 Composition Play List의 약자이다. 쉽게 말하면 재생 목록이다. 이미지 및 사운드 MXF 파일 및 자막을 어떤 순서로 상영하는지 정의되어 있다. 디지털 시네마 재생에 있어서 가장 기본적인 파일이다.
PKL	PKL은 Packing List의 약자이다. 디지털 시네마에 포함된 파일들의 세부 정보를 담고 있다. 이 파일 정보에는 파일의 이름과 크기는 물론이고, 해시값과 UUID(Universally Unique Identifier) 등의 고유값을 기록하고 있어, 파일의 손상 및 변조 여부를 확인하게 된다. 이 파일을 통해 임의 파일 교체 및 변조 여부를 확인할 수 있다.
ASSETMAP	디지털 시네마를 구성하는 각 파일들의 위치값을 기록하고 있다. 이 위치에 대한 기준은 VOLINDEX에 정의되어 있다.
VOLINDEX	VOLINDEX는 Volume Index의 약자로 색인이라는 뜻이다. 파일이 위치한 폴더의 위치값을 정의한다.
자막 (기타)	자막은 해외영화의 경우 화면에 자막이 이미지로 입혀지거나(Burn In) XML 형태의 텍스트 파일로 저장되어 있는 경우가 있는데, 국내 극장에서 상영하기 위해서는 화면에 입혀진 상태로 상영하는 것이 안전하다.

### 3) DCP 암호화

DCP의 장점은 파일 보안에 있다. DCP 생성 시 암호화\*)를 할 수 있는데 이런 암호를 KDM(Key Delivery Message)이라고 한다. KDM 기술을 응용하면 한 상영관에서 상영할 수 있는 시간과 일정을 관리할 수 있다. 이는 배급사에서 투명한 콘텐츠 관리가 가능하다는 이야기이다. 국내 극장 개봉작의 경우 KDM 암호화하여 배포되는 경우가 많으며, 영화제의 경우에도 해외 영화들은 대개 KDM 암호화된 DCP가 공급된다.

#### KDM 암호화 파일 풀고 상영하기

- ① 극장에 상영관의 PEM(Privacy Enhanced Mail) 파일을 요청
- ② 배급사에 PEM 파일을 전달 (상영기준 +3일씩 OPEN 해달라고 요청)
- ③ 배급사로부터 받은 KDM 파일을 DCP와 함께 극장 측에 전달
- ④ 상영일 전 사전 테스트 진행



국내 개봉작 중 독립영화 및 일부 상업영화의 경우 KDM 암호화되지 않은 DCP를 배급하기도 하지만, 많은 영화가 암호화된 DCP로 상영되는 추세라 KDM에 대한 준비는 필수라고 생각해야 한다. 실제로 국내 영화관 및 영화제에서도 PEM 파일과 KDM으로 인해 아직도 많은 오류와 사고가 발생한다.

\*) 암호화 방식 : AES-128 Key Encryption

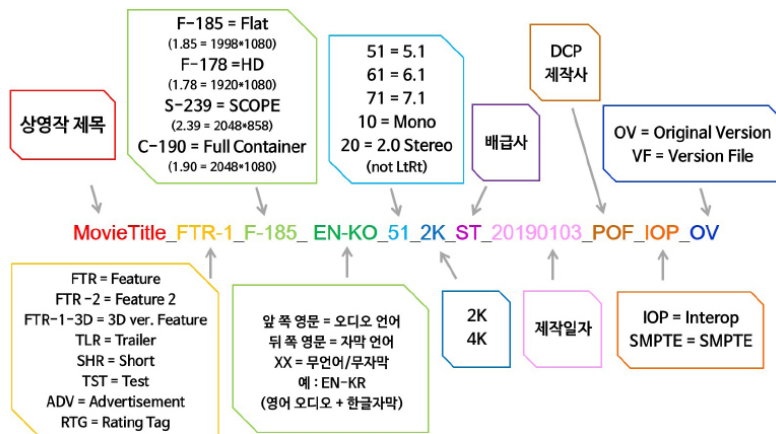
#### 4) DCP 읽기

우리가 영화제나 상영회를 준비할 때 가장 어려워하는 부분이 기술정보에 대한 확인이 어렵다는 점이다. DCP 포맷은 이해했고 배급사에 DCP를 요청까지 해서 HDD 하드를 받았는데, 이 영화가 내가 요청한 영화가 맞을까? 가장 정확한 확인을 위해서는 극장에서 직접 영사를 해봐야 하는데 그전에 정확한 정보 확인은 불가능한 걸까? 극장에 가지 않고도 확인은 가능하다!

##### ○ DCP 네이밍 확인하기

영화 한 편은 다양한 버전의 DCP로 제작된다. 언론 배급사사회용, 극장 개봉용, 해외영화제용(영어자막용, 일어자막용, 프랑스자막용 등), 감독 무삭제용, 특화관 개봉용(스크린, 사운드 등), 배리어프리용 등. 이렇듯 한 편의 영화가 극장에 개봉되면서 재생산되는 DCP의 종류와 버전들은 다양하다. 이러한 이유로 간혹 배급사나 유통사에서 요청한 DCP가 아닌 다른 버전의 DCP를 보내오는 실수가 발생하기도 한다. 영화제에서는 영어자막 입혀진 DCP를 요청했는데, 스페인어 자막 DCP가 들어오거나 무자막 DCP가 들어오는 경우가 비일비재하다. 이를 빠르게 확인하여 재요청하기 위해서는 DCP 네이밍을 읽을 줄 알아야 한다.

DCP 네이밍은 DCP가 패키징되는 과정에서 생성되는 이름으로, 네이밍만 확인해도 1차 정보 확인은 가능하다. ‘영화제목-화면비율-언어-자막-사운드종류-배급사이름-DCP제작날짜-버전’의 확인이 가능하며, 배리어프리 DCP나 특별한 전용 DCP의 경우 별도 표시가 되어있으니, 꼭 네이밍을 읽을 줄 알아야 한다.



DCP 네이밍

##### ○ DCP 인제스트 과정

DCP 상영본을 상영관에서 상영하기 위해서는 인제스트(ingest) 작업이 필요하다. 인제스트는 디지털 시네마 프로젝터의 영사 서버에 DCP 상영본을 저장 및 백업하는 과정이라고 생각하면 된다. 디지털 프로젝터 시네마를 사용하는 극장에서는 영사 기사가 직접 인제스트 작업을 하기 때문에 별도의 상영관을 이용할 경우, 사전에 미리 극장에 전달하는 것이 중요하다. 아래는 Doremi DCP2000 서버를 통한 인제스트 과정의 예시이다.

#### DCP 인제스트(Doremi DCP2000 서버)

1. Doremi DCP2000 서버 전면이나 후면 USB단자에 외장하드 드라이브 접속
2. 접속 후 Ingest 버튼을 통해서 원하는 파일을 서버에 저장
3. 상태별 항목 확인



인제스트는 서버 상태와 네트워크 환경에 따라 속도 차이는 있지만, 일반적으로 장편영화 90~120분 기준 80~150TB정도 데이터 용량을 차지하며, 한 편당 60~90분에서 정도의 시간이 걸린다. 일반적으로 극장에서는 당일 모든 영화 상영이 종료된 후 인제스트 작업을 한다. 재생 중에 작업할 경우 속도가 느려질 뿐만 아니라, 재생 중인 영화의 버퍼링 현상도 생기기 때문이다.

### 3. 일반 파일 상영

극장에는 극장 영사실을 운영하는 영사 기사나 극장 매니저가 상주해 있다. 따라서 기술적인 부분에 대해 잘 모른다고 하더라도, 극장에서 요청하는 자료나 상영하는 영화의 메타데이터 정보만 전달해도 우리가 상영회나 영화제를 기획하고 운영하는 데 큰 어려움은 없다. 하지만 꼭 영화를 극장에서 볼 필요는 없지 않은가? 비슷한 생각을 가진 이들과 영화를 보며 이야기를 나눌 수 있는 공간이라면 극장 못지않은 매력적인 영화관이 될 수 있음을 우리는 알고 있다.

그런데, 아무리 극장이 아닌 공간에서의 영화 상영이라 하더라도, 감독님을 초빙하고 많은 관객을 모객하여 20~30명씩 모여서 하는 상영회인데 상영 중에 바탕화면이 나온단거나, 영화 재생 화면의 버퍼링이 생기고, PC의 카카오톡이나 메신저가 울리는 일은 없어야 하지 않을까? 아래에서는 일반적으로 우리가 영화 상영을 준비하면서 가장 많이 사용하지만 구분의 어려움을 겪는 파일의 포맷과 코덱에 대해 쉽게 알아보려 한다.

포맷은 집이고 코덱은 각 문門의 열쇠다

#### 1) 비디오/오디오 파일 포맷(Format)과 코덱(Codec)

##### ○ 비디오 포맷

컴퓨터 시스템에서 디지털 비디오 데이터를 저장하기 위한 파일의 형식을 의미한다. 포맷의 구분은 크게 코덱 및 컨테이너별 포맷, 제조사 등으로 나눌 수 있다.

포맷 종류	내용
AVI	MS에서 만든 디지털 비디오 포맷
MP4	MPEG(동영상 전문가 그룹)에서 내놓은 동영상 파일 포맷
MKV	멀티미디어 콘텐츠를 위한 보편적인 오픈 소스 포맷
MOV	Apple이 개발한 쿼타임에 사용되는 포맷

##### ○ 비디오 코덱

코덱(CODEC)은 영상이나 음성의 신호를 디지털 신호로 변환하는 코더(CODer)와 반대로 변환시켜주는 디코더(DECoder)의 합성어로 영상의 부피를 줄여서 효율적으로 보관, 전송하기 위해 압축하고 다시 해제하는데 필요한 것이다.

포맷 종류	비디오 코덱
AVI	Uncompressed, DV, DVC Pro HD, Indeo, MPEG-2, H.263, MPEG-4 Visual, Divx, Xvid, H.264(AVC), wmv1, wmv2, wmv3(VC-1) 등
MP4	MPEG-2, H263, MPEG-4 Visual, H.264(AVC)
MKV	MPEG-2, H263, MPEG-4 Visual, Divx, Xvid, H.264(AVC) 등
MOV	Uncompressed, Animation, Motion JPEG, ProRes, DV, DVC Pro HD, HQ, HQX, DNxHD, MPEG-1, MPEG-2, H.263, MPEG-4 Visual, H.264(AVC) 등

##### ○ 오디오 포맷

포맷 종류	내용
mp3	MPEG-1 Layer3이 정식명칭이며 다양한 비트레이트 적용 가능
wav	비압축 오디오 포맷
aiff	맥 OS용 오디오 포맷
ac3	돌비연구소에서 개발한 5.1채널 사운드 포맷

디지털 시네마 시스템으로 운영되는 일반 극장이나, 일부 독립영화관 및 미디어센터의 경우라면 DCP 상영과 파일 상영 모두 가능하지만, 그렇지 못한 공간의 상영장에서는 파일로만 상영할 수밖에 없는데, 위의 동영상 포맷과 코덱은 일반 윈도우 기반 PC에서도 재생 및 상영이 충분히 가능하다.

#### 2) 컴퓨터로 상영하기

영화제나 상영회를 기획하고 영화를 선정하기 위해 배급사나 유통사에 해당 영화의 스크리너를 요청한다. 유튜브나 비메오 같은 스트리밍 서비스를 통해 영화를 보내 주기도 하지만 저용량 스크리너를 받는 경우가 많다. 저용량 스크리너를 통해 선정된 영화는 행사 전에 상영용 파일로 요청하는데, 상영용 파일이 가끔 소리는 나오는

데 영상이 안 보인다면, 아예 재생조차 되지 않는 경험이다. 이 경우 포맷과 코덱에 대한 이해가 있다면 배급사에 재요청하거나 업체에 변환 요청을 하지 않고 해결할 수 있다. 파일의 손상이 아니라면 대부분 플레이어 및 OS에 따른 코덱 지원 상황에 따라 문제점을 해결할 수 있기 때문이다.

### ○ 윈도우 PC로 상영하기

#### ▪ 코덱 찾기

윈도우용 영상 재생 프로그램으로 곰플레이어나 KM Player를 가장 많이 사용하는 데, 영상이 재생되지 않을 경우 일단 코덱을 찾으면 90% 이상 해결된다. 배급사에서 제공하는 윈도우와 맥에서 모두 상영이 되는 포맷으로 최종 출력 파일을 만들어 놓아야 유통하는 데 문제가 없기 때문이다. 이 경우 상영본 파일이 고화질·저용량을 제공하는 MOV 포맷의 Apple ProRes 코덱 종류일 가능성이 매우 높는데 윈도우에서도 코덱 설치만으로도 충분히 재생이 가능해진다. ProRes가 해결됐다 하더라도 다른 코덱에서 문제가 생길 수 있으니, 이 점은 유의해야 한다. (AVI 무압축 파일을 보내주는 경우도 더러 있다.)

#### ▪ 노트북 및 데스크톱 사양 확인

코덱 문제는 해결했다. 화면도 사운드는 이상 없이 플레이되는데, 화면에 버퍼링이 걸린다면? Apple ProRes는 화질이 월등하면서 용량이 적은 코덱이기는 하지만 일반 사무용 PC나 노트북에서의 재생이 쉽지는 않다.\*) 사용 범위에 따라 차이는 있겠지만, 윈도우10 8세대 i5 기반의 PC라면 무난히 ProRes코덱의 재생이 가능하다.

### ○ 맥 PC로 상영하기

대부분의 극장 개봉영화 및 독립영화, 단편영화는 주로 DCP, MOV ProRes422, H.264, mp4 이 4가지의 파일을 만들어 둔다. mp4는 저용량 파일로 장편영화 90분 기준 2~4GB 미만으로 만들며\*\*), 상영용 파일로는 주로 H.264를 사용하고 있다. 별도의 전문 기술팀이 직접 운영하는 영화제의 경우 ProRes를 요청하기도 한다. DCP를 제외한 위 3가지 파일은 모두 맥 OS에서 재생하는 데 큰 어려움이 없으며, Mac Book이나 Mac Book Pro 같은 노트북 한 대면 어느 장소에 가더라도 쉽게 설치 후 영화를 상영할 수 있다.

\*) ProRes는 압축률에 따라 윈도우에서 재생이 불가능한 ProRes Pro 4444 XQ도 존재한다.

\*\*) mp4 : 저용량 스크린너로 메일로도 쉽게 파일 전달이 가능하다.

## II. 화면비율과 해상도

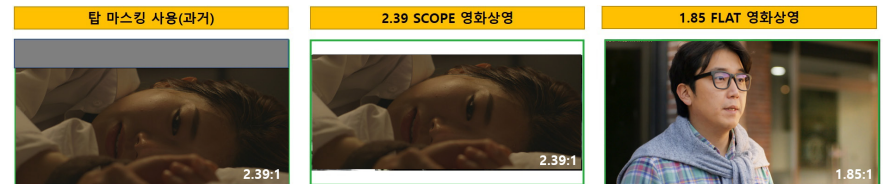
### 1. 스크린의 종류

#### 1) 극장 스크린

영화관에 설치된 스크린의 가로/세로 비율은 각 환경에 따라 제각각이지만 플랫 (FLAT, 1.85:1 화면비율), 스킵(SCOPE, 2.39:1 화면비율) 이 두 가지 해상도를 기준으로 스크린이 제작되었다. 여기서는 일반적인 두 가지 해상도 기준의 스크린을 설명하며 각 영화가 가지고 있는 해상도에 따라 어떻게 스크린에서 구현되는지 알아본다.

### ○ 탑 마스크킹(TOP Masking)

탑 마스크킹은 가장 많이 설치된\*) 플랫 비율의 스크린에서 사용되는 방식이다. 스크린 위쪽에 커튼을 설치하여 아래로 여닫기 때문에 탑 마스크킹이라고 불리는데 일반적으로 커튼을 내리지 않고 사용할 때는 플랫 비율의 영화를 투사하고, 스킵 비율의 영화를 상영할 때는 커튼을 내리고 사용한다. 요즘은 마스크킹 고장 등으로 영사사고가 발생하는 경우가 많아, 커튼을 사용하지 않고 스크린의 중앙에 영화를 상영한다.

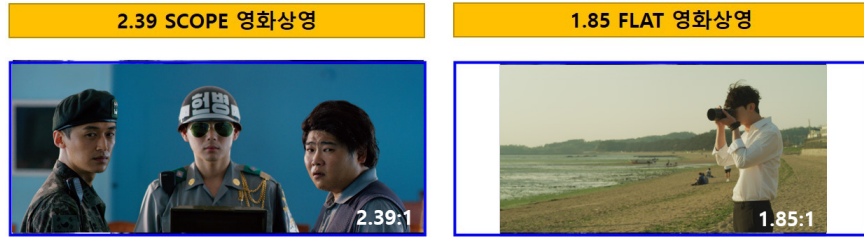


1.85 FLAT 스크린

\*) 옛날 극장은 스킵 비율의 스크린이 많았으나, 멀티플렉스가 생긴 후 많은 스크린이 플랫 비율의 스크린으로 설치되었다. 극장의 사이즈를 중소형(150~250석) 사이즈로 줄이고 스크린 수를 늘리면서 스크린 크기도 작아져 버렸다.

### ○ 사이드 마스크(SIDE Masking)

사이드 마스크는 스코프 비율의 영화를 투사하기 위한 스크린 사이즈로 과거에는 많은 스크린이 스코프 비율로 제작되었지만, 점차 줄어들고 있는 추세이다. 스코프 비율의 영화가 상영될 때는 스크린을 꽉 채우지만 플랫 비율의 영화가 상영될 때는 좌우 커튼을 쳐서 상영하기 때문에 사이드 마스크 스크린이라고 부른다.



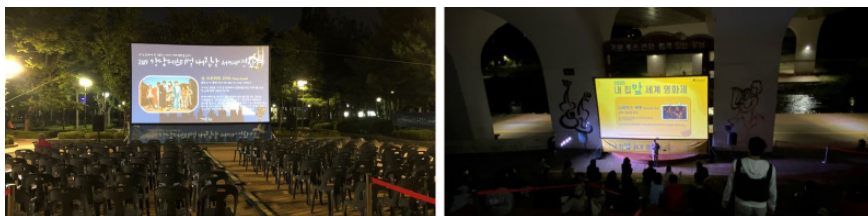
2.39 SCOPE 스크린

## 2) 전동 및 이동식 스크린

최근엔 쉽고 저렴하게 스크린 설치를 할 수 있다. 꼭 극장에 가지 않아도 집에서 스크린을 통해 영화를 관람할 수 있다. 스크린은 매립식, 천장 고정식, 이동식 스크린 등으로 나뉘는데 이는 설치 방법의 차이이며, 스크린 재질과 투과도, 반사율에 따라 금액 차이가 난다.

대부분의 회사나 카페, 가정집에 설치되어있는 스크린은 80~150인치를 사용하게 된다. 스크린은 가로/세로 비율로 제작되기 때문에 층고의 한계로 세로 2m 이상은 설치가 어렵다.

200석 이상의 중극장이나 강당, 야외 장소에서는 300인치 스크린폴드 스크린을 설치하여 영화 상영을 한다. 바람이 부는 야외에서는 300인치 설치 시 스크린이 바람이 이기지 못해 부러지거나 프레임이 휘어 버릴 수 있으니 유의해야 한다.

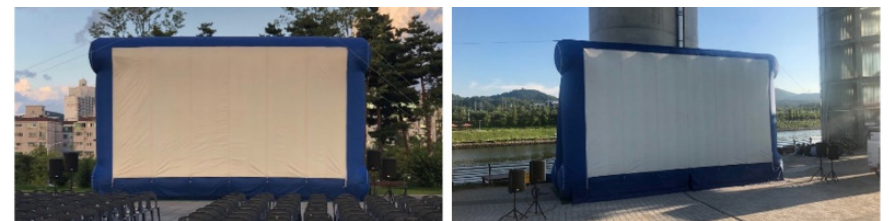


패스트폴드 300인치 스크린 설치

스크린 설치용도별 사이즈				
인치	화면비율	가로 사이즈 (mm)±5mm	세로 사이즈 (mm)±5mm	비고
84	4:3	1707	1280	가정용
100		2032	1524	
120		2438	1829	
150		3048	2286	사무실/카페용
180		3658	2743	
200		4064	3048	
300	16:9	6096	4572	강당/소극장
84		1858	1045	가정용
100		2212	1245	
120		2655	1494	
150		3319	1867	사무실/카페용
180		3982	2240	
200		4425	2489	
300		6637	3734	강당/소극장

## 3) 에어스크린

에어스크린은 300~900인치까지 설치가 가능하다. 하지만 운송비용과 설치비용이 많이 들기 때문에 규모가 작은 상영회의 예산으로 운영하기엔 쉽지 않다. 에어스크린은 야외에서 주로 사용하며, 바람의 영향을 많이 받지 않고, 비교적 설치 시간이 적게 든다. 일반적으로 300~400명까지 관람이 가능한 500인치 이상의 스크린을 사용하며 10m×5.4m를 운영하게 되는데, 500인치까지는 스크린에 모래주머니 20~30개(1개당 20kg)와 바람 주입으로 스크린을 세우며, 그보다 스크린이 커지는 경우에는 물을 주입하기도 한다.

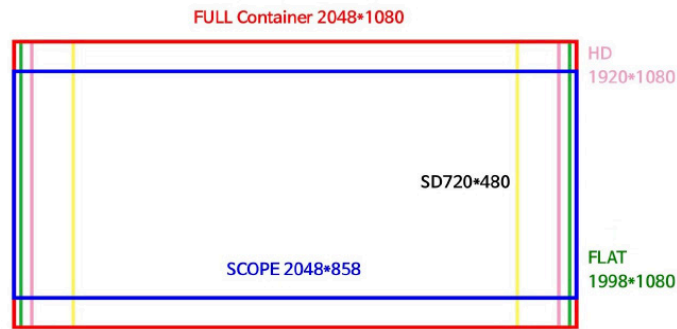


에어스크린 설치



## 2. DCP 화면비율과 해상도

디지털 시네마에서 유효한 이미지 사이즈는 플랫과 스코프 두 가지뿐이다. 그러나 실제 제작되는 DCP를 보면 4가지 화면 사이즈로 제작되는데, 이는 허용 범위 내에서 제작된 DCP일 뿐 상영 규격에는 맞지 않는다. 하지만 독립영화 중 꽤 많은 영화가 이 규격에 맞지 않게 제작되고 있다.



스크린과 해상도

### 1) 플랫(FLAT) : 1.85:1 화면비율, 1998×1080 해상도

플랫은 일반적으로 영화에서 가장 많이 사용되는 1.85:1 비율의 이미지 크기를 말한다. 필름 영화와 동일한 화면비율을 가지고 있으며, 픽셀로는 가로 1998×세로 1080으로 HD와 유사한 크기를 가지고 있다

### 2) 스코프(SCOPE) : 2.39:1 화면비율, 2048×858 해상도

스코프는 할리우드 대작 등 와이드 화면을 구사하는 영화에서 많이 사용되는 이미지 크기이다. 필름일 때는 2.35:1의 비율이었는데, 디지털 시네마 규격을 정의하면서는 가로 2048×세로 858 픽셀의 2.39:1 비율로 약간의 변화가 생겼다. 필름일 때에는 아나모픽(anamorphic) 방식으로 좌우를 압축해서 필름에 기록하고, 영사하는 과정에서 좌우 압축을 푸는 방식으로 상영되었지만, 디지털 시네마에서는 이런 과정 없이 기록 및 상영에도 동일하게 2.39:1의 비율을 유지하게 되었다. 일반적으로 스코프 방식은 대화면 영화라고 생각하기 쉬우나, 사실 이미지 크기를 비교하면 오히려 플랫보다는 사용하는 픽셀이 적다.

### 3) 풀 컨테이너(Full Container) : 1.9:1 화면비율, 2048×1080 해상도

스코프의 가로 사이즈인 2048 픽셀과 플랫의 세로 사이즈인 1080 픽셀을 통해 최대 이미지 영역인 가로 2048, 세로 1080 사이즈의 이미지를 생각해 볼 수 있다. 이 사이즈의 이미지를 풀 컨테이너라고 한다. 다만 풀 컨테이너는 말 그대로 이론상의 풀 이미지가기 때문에 극장의 스크린 비율이 고려되지 않은 것이다. 때문에 온전한 스크린을 정확히 채우는 상영은 할 수 없다. 2K 촬영을 위한 원본 이미지 사이즈로 2048×1080의 풀 컨테이너가 사용된다. 풀 컨테이너의 원본 이미지 크기를 이용해, 플랫으로 마스터링할 경우에는 좌우를 잘라내어 1998 픽셀로 하거나, 스코프로 마스터링할 경우 상하를 잘라내어 858 픽셀로 하게 된다.

### 4) HD : 1.78:1 화면비율, 1920×1080 해상도

방송용 이미지 규격으로 플랫 이미지와 차이가 미미하며, 영화에서도 종종 볼 수 있으나 정확한 규격이라고는 할 수 없다. 다만 사용하는 카메라에서 지원하는 최대 해상도가 HD라면 이를 이용해서 영화를 마스터링해야 한다. 하지만 플랫으로 하기에는 좌우가 비게 되고, 레터박스를 이용해 스코프로 하면 상하좌우가 모두 비게 된다. 그리고 이 빈 공간이 스크린의 가장자리에 검은색으로 나타나게 된다. 이런 경우에는 화면을 약간 확대한 다음 플랫이나 스코프 크기를 벗어나는 부분을 잘라내어 플랫이나 스코프 이미지로 만들어야 한다. 이런 화면 변환 과정에서 화질의 열화가 우려되기도 하나, 사람의 눈으로 구별할 수 있는 정도는 아니다. 물론, 촬영 전 단계부터 준비를 철저히 하고 장비를 잘 활용한다면 마스터링 단계에서 화면에 불필요한 가공을 더하는 일은 없을 것이다.

DCP 화면비율과 해상도			
명칭	2K	4K	비율
FLAT	1998×1080	3996×2160	1.85:1
SCOPE	2048×858	4096×1716	2.39:1
FULL CONTAINER	2048×1080	4096×2160	1.9:1
HD	1920×1080	3840×2160	1.78:1

DCP의 이미지 크기에 대해서 살펴보았다. 다시 말하지만 여기서 풀 컨테이너와 HD는 참고용일 뿐이다. DCP는 우리가 사용하는 PC용 동영상과는 달라서 규격에 맞지 않는 이미지 크기는 상영되지 않거나 상영 도중 문제가 발생하기도 한다. 물론 제작 도구에 따라서는 마스터링 단계에서 오류 메시지와 함께 진행이 안 되는 경우도 있다.

### 3. 일반 파일 비율과 해상도

해상도라는 말은 1인치를 기준으로 들어가 있는 픽셀의 수를 말하는데 컴퓨터에서 사진이나 그림을 모니터에 보여주기 위해 ‘픽셀’이라는 단위를 사용한다. 1인치에 해상도가 높을수록 많은 픽셀이 들어가면서 이미지를 섬세하게 표현하게 되는데 해상도가 높아질수록 화질은 좋아지나, 데이터양 또한 늘어나면서 저장 공간도 더 필요하게 된다. 일반 파일의 화면비율과 해상도는 위에 설명한 DCP 화면비율 및 해상도와 크게 다르지 않다. 다만 DCP보다 구현되는 범위가 더 넓다고 생각하면 된다. 해상도를 알고 있는 것이 영화 상영하는 것과 무슨 관계가 있나? 의문을 가지는 분들이 분명 계실 거라고 생각한다. 해상도는 픽셀 수를 의미하기도 하지만 화면의 가로×세로 비율을 의미하기도 한다. 해상도와 화면비율을 이해해야만 스크린상에서 화면이 일그러지거나 잘리는 불상사가 일어나지는 않는다.

일반 극장이 아닌 곳에서 전동 및 이동식 스크린을 설치한다고 해보자. 스크린은 4:3 스크린을 설치할 수도 있고 16:9 스크린을 설치할 수도 있다. 영화는 고전영화 1편, 독립영화 1편, 상업영화 1편을 각각의 스크린에 영사할 예정인데, 그전에 1920×1080(16:9) 해상도 모니터에 우선 플레이해 본다.



파일 해상도와 화면비율

위 그림 <파일 해상도와 화면비율>에서 보듯, 모니터상에서 1번째 이미지-고전영화는 좌우(가로)가 비어있는 상태로 세로 화면이 채워져 있고, 3번째는 스킵(2.39:1, 2048×858) 비율의 화면으로 좌우(가로)는 채워져 있으나 상하(세로)가 비

어있다. 스크린을 다 채우지는 못했으나, 영화의 해상도와 스크린의 비율이 정확하게 투사된 화면으로 16:9 스크린을 설치했을 경우, 각 해상도별(화면비율)로 위 그림처럼 투사되는 것이 정답이다.

TV 화면과 모니터 화면 심지어 핸드폰 화면도 대부분이 16:9이다 보니 위 화면이 익숙하겠지만, 여기서 조금만 영사 환경이 바뀐다면 헛갈려하거나 화면이 잘못 투사되고 있는 걸 눈치 채지 못하는 경우가 많다.

도서관에 설치된 스크린은 일반적으로 천장에서 내려오는 전동 스크린으로 4:3 화면의 스크린이다. 독립영화 한 편을 지역 주민들에게 소개하는 자리로 감독님을 초청해 상영 후 GV도 진행할 계획이다. 영화의 주인공도 함께 자리에 참석해 주었고, 지역 주민들 40여명이 객석을 채운 상황이다. 그리고 영화가 상영된다.



4:3 스크린에 잘못 투사된 16:9 화면비율 영화

4:3 스크린에 투사된 16:9 화면비율 영화

지금 이 화면을 보면서 잘못된 부분을 찾아낸다면 바로 영화제 기술팀에 지원해야 한다. 이 경우는 16:9 영화를 4:3 스크린에 잘못 투사할 경우 나타나는 일반적인 화면 왜곡인데 화면을 보고 잘못 투사되었음을 인지하기란 매우 어렵다. ‘사람 얼굴이 계란형이니 길쭉하게 나온 거 아냐?’ 라고 판단할 수 있기 때문이다. 실제로 과거 Analog Beta, Digi Beta 등 테이프를 상영 시 720×480의 해상도인 테이프에 스퀴즈(Squeezed)되어 저장된 16:9 화면의 영화를 재생 시 스퀴즈를 풀지 않고 위 화면처럼 그대로 투사하는 실수를 하는 경우가 많았다.

### 1) 4:3 영화



4:3



4:3 -> PC(1920\*1080)



4:3 -> FLAT(1998\*1080)



4:3 -> SCOPE(2048\*858)

4:3 영화 : 스크린과 화면비율

### 3) 16:9 letter Box 영화



16:9L



16:9L -> PC(1920\*1080)



16:9L -> FLAT(1998\*1080)



16:9L -> SCOPE(2048\*858)

16:9 letter Box 영화 : 스크린과 화면비율

### 2) 16:9 영화



16:9



16:9 -> PC(1920\*1080)



16:9 -> FLAT(1998\*1080)



16:9 -> SCOPE(2048\*858)

16:9 영화 : 스크린과 화면비율

### 4) 1.85:1 영화



1.85:1



1.85:1

1.85 -> PC(1920\*1080)



1.85:1

1.85 -> FLAT(1998\*1080)

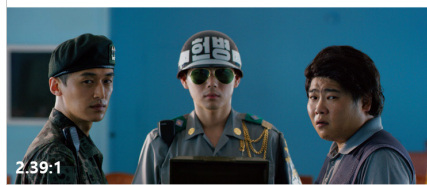


1.85:1

1.85 -> SCOPE(2048\*858)

1.85:1 영화 : 스크린과 화면비율

### 5) 2.39:1 영화



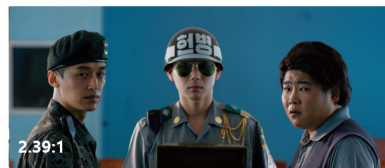
2.39



2.39-) PC(1920\*1080)

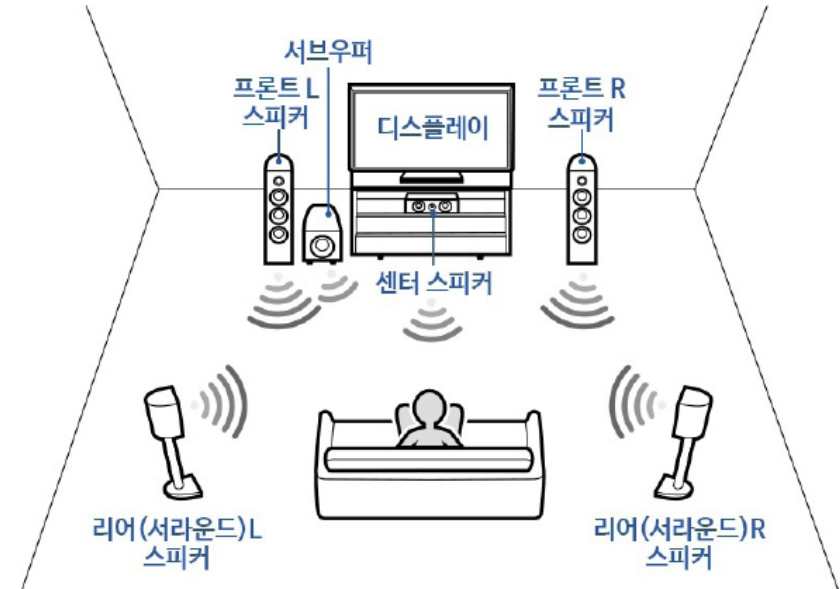


2.39-) FLAT(1998\*1080)



2.39 -) SCOPE(2048\*858)

2.39:1 영화 : 스크린과 화면비율



5.1채널 사운드 구현

## III. 음향 장비

### 1. 영화의 사운드 확인

#### 1) DCP 사운드

DCP는 DCI\*) 규격에 의해 제작·배포·상영된다. 물론 위 해상도 설명에서 규격에 맞지 않는 Full Container나 HD 해상도에 대한 설명도 있었지만, 두 해상도 역시 잘못 제작된 게 아닌 규격 안에 존재하는 다양한 경우의 수 중 하나일 뿐이다. 사운드 역시 마찬가지로 경우의 수를 가진다. DCP의 사운드 파일은 DCP 네이밍을 보고 확인이 가능한데 앞서 설명한 72페이지 그림 <DCP 네이밍>을 참고하면 된다. 그러나 몇 가지 문제가 되는 경우가 있는데, 실제 영화의 사운드 채널과 네이밍이 다르게 제작되는 경우이다. 이러한 문제는 사운드의 형태를 정확하게 모른 상태로 DCP를 제작했을 때 발생한다.

\*) DCI는 2002년에 미국 7개 영화사가 설립한 단체 이름으로 디지털 시네마의 규격을 발표하였다. 디지털 시네마 장비에 대한 인증기관이기도 하다: DLP 프로젝터, 마스터링 서버, 디지털시네마 서버 등 각종 장비에 대한 인증

#### ○ 5.1채널 구현

5개의 스피커와 1개의 우퍼로 구성되어 있으며, 극장 및 공간의 크기와 출력에 따라 스피커의 수량은 많아진다. 각자가 재생하는 대역과 효과음이 다르기에 스피커에 둘러싸여 현장에 있는 듯한 사운드를 즐길 수 있다.

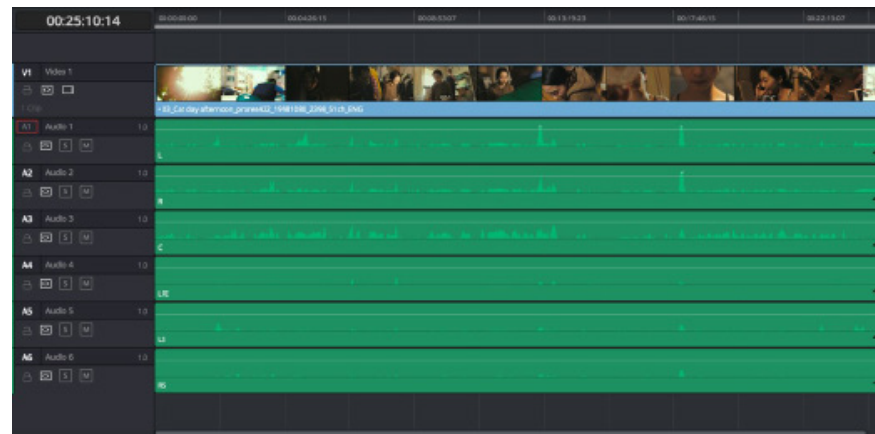
5.1채널 스피커별 역할	
스피커	역할
센터 스피커	주로 대사만을 출력
프론트 스피커 R/L	음악 및 대사를 입체적으로 출력
리어 서라운드 스피커 R/L	음향 효과를 출력
서브 우퍼	각 채널의 저음역만 분리해서 내보내며 0.1채널

5.1채널의 사운드 구현은 정확하게 말하면 5.1채널 사운드 구현이 가능한 돌비 라이선스를 획득한 사운드인데, 상업영화가 아닌 이상 큰 비용을 들일 수가 없다. 물론 5.1채널 사운드 구현을 못 하는 것은 아니다. 하지만 위의 5.1채널 구현 내용을 보면, 각각 사운드 채널의 역할이 있는데 DCP가 잘못 제작된 경우, 각각의 사운드 채널의 역할과 실제 재생되는 사운드가 다른 경우가 많다. 예를 들면, 5.1채널로 6개 사운드 트랙이 제작되어있기는 하나, L+R 채널에서만 사운드가 나오거나, L과 R의 위치가 바뀌어 있는 경우 등이 있다.

## 2) 일반 파일 사운드

보통 5.1채널이나 2채널로 DCP가 제작되듯 일반 파일의 사운드 역시 동일하다. 다만, 야외 상영이나 외부 상영 시에 5.1채널의 파일은 정상적으로 구현되지 않는 경우가 있다. 실제로 OTT서비스용 파일이나 IPTV용 파일의 경우에는 모두 2채널로 제작되어 납품되기도 한다. 배급사에서 보내온 영화가 5.1사운드 채널인 경우 재요청하기도 하지만, 배급사에 2채널로 다운믹스 컨버팅 제작 여부를 확인한다면 쉽게 2채널로 사운드를 변환하여 상영할 수 있다.

아래 화면은 채널 변환의 예인데, 무료 색보정 프로그램인 다빈치 리졸브로 사용방법이 매우 간단하고 직관적이다. 간단한 편집이나 사운드 믹스용 컨버팅 용으로도 쉽게 사용할 수 있다.



2채널로 변환\_다빈치 리졸브

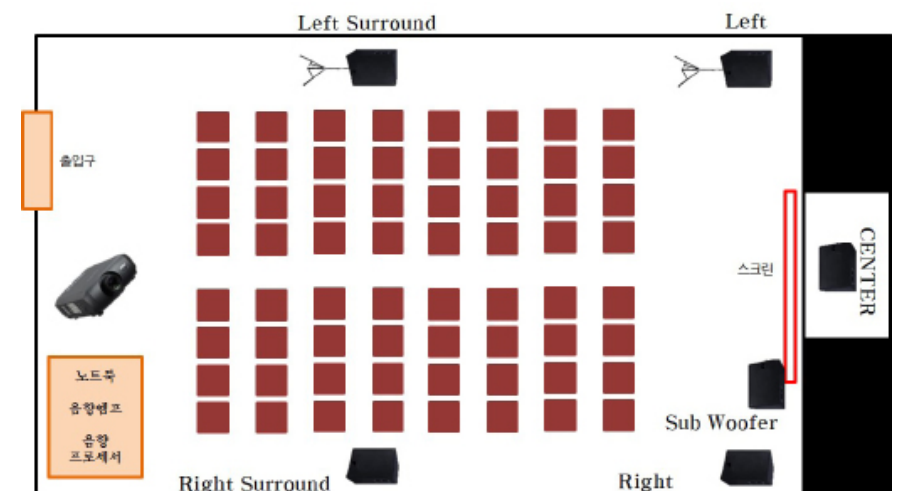
## 2. 음향 장비 설치

극장 외 미디어센터나 기타 강의실 등은 기본 영사 시스템이 구현되어있다. 스크린과 프로젝터, 스피커만 있어도 충분히 영화를 보고 감상하고 이야기를 나눌 수가 있는데, 외부 공간에서 상영을 할 경우 노화된 장비, 시스템 관리자 부재 등의 이유로 음향 장비까지 설치해야 하는 일이 매우 많다.



음향 장비

이러한 경우 상영이 진행되는 공간의 크기가 매우 중요하다, 300W 출력 스피커 2개로도 가능한 공간도 있지만, 1000W 2개 혹은 4개 이상이 필요한 경우가 있기 때문이다. 일반적인 PC는 2채널 출력이기 때문에 만약 5.1채널의 영화를 꼭 상영해야 한다면, 사운드 카드의 지원 채널 확인, 리시버 등을 별도로 준비해야 한다.



5.1채널 사운드 설치

## 야외 상영회 준비와 오프라인 상영을 위한 안전 관리

포스트핀 나일선

기본적인 상영을 위한 장비, 영상 포맷과 구현에 대한 기본적인 준비가 끝났다. 이제 야외에서 상영회를 준비해보자. 야외 상영회를 준비하기 위해선 어떤 것들이 필요하고 무엇을 준비해야할까? 아래 상황에 따른 준비사항을 체크해보자.

### 상황

- 야외 잔디마당, 500인치 에어스크린, 300명 관객석
- MOV 파일 상영
- 독립단편영화 5편씩 2개 섹션, 섹션별 러닝타임 90분

## 1. 야외 상영회 준비

### 1) 상영장소 답사

상영장소 답사는 야외 상영회를 준비하면서 가장 우선시 되어야 하는 부분이다. 상영회를 여는 공간이 지자체가 관리하는 공간이라면 관할부서의 협조를 얻어야 하며 담당자와 상영회에 대한 세부 논의를 필수로 해야 한다. 필요에 따라서는 화재 및 재물 손괴에 대한 보험도 준비해야 한다. 문화재청이 관리하는 곳의 경우는 별도의 PT 발표를 준비하여 사업설명회를 개최하기도 한다. 협의 내용은 다양하다. 행사 시간,

행사에 필요한 공간, 관객의 안전을 위한 준비, 관객 동선, 상영 장비의 설치 위치와 필요에 따라서는 사용 전력량 등. 일반 디지털 프로젝터의 경우 220V 일반 전력으로도 가능한데, 전력소비량이 큰 프로젝터의 경우 배전함에서 직접 전기를 끌어와야 하는 경우도 있다. 디지털 시네마 프로젝터의 경우 기본 4kw이상이므로, 야외에서 상영을 진행하기 위해서는 50A정도의 전기를 단독으로 끌어오는 게 안전하다.



야외 상영 답사

답사를 통해 장소가 정해졌으면 스크린 설치 위치와 관객석 위치를 정리한다. 스크린에서 객석 첫 줄까지의 거리는 5~8m를 띄워 두는 것이 좋다.

야외 상영은 주변 환경 및 날씨의 영향을 많이 받는다. 충분한 사전 리허설이 필수이며, 야외에서 진행되는 만큼 안전에 유의해야 한다. 또한, 관할 경찰서에 협조요청과 응급환자 발생에 따른 구급차 및 응급안전요원을 대기시켜 놓는 것이 좋다.

### 2) 상영본 준비

○ 영화는 다양한 화면비율과 해상도로 제작된다. 16:9 비율의 1920×1080 해상도로 제작된 영화도 있고, 1920×1080의 해상도이나 위아래 레터박스가 있는 영화도 있고, 2.39:1 비율의 2048×858 해상도로 제작된 영화도 있다. 여러 단편을 묶어서 상영해야 하는 경우에는 1개의 화면비율을 기준으로 잡아 영화를 상영하는 것이 안전하다. 일반 영화관을 제외한 대부분은 16:9 비율의 스크린이 사용되는데, 야외 상영의 경우에도 마찬가지다.



파일 해상도와 화면비율

서로 다른 화면비·해상도의 영화를 어떻게 하나의 화면비율로 상영하나? 협찬사 광고도 있고 상영회 인트로 영상이나 트레일러도 있고, 홍보할 영상도 있는데? 우리가 파일로 영화를 상영할 때 가장 많이 사용하는 프로그램을 떠올리면 답이 나온다. 프로젝터는 내 PC, 노트북의 출력 해상도와 화면비를 따라간다. 즉, 노트북 해상도가 1920×1080이며 화면비율이 16:9라고 한다면, 프로젝터를 통한 스크린에 투사되는 화면도 내 모니터 액정과 동일하다는 의미다. 그렇기 때문에 상영회 때 사용할 영상 재생 프로그램에 상영할 영화를 순서대로 리스트로 묶어 저장해둬도 무방하다. 화면은 액정 해상도와 화면비율 그대로 영사되기 때문이다. 혹시나 상영을 진행하면서 화면비에 대해 불안하다면 배급사에 협조 요청하여 영화를 하나의 파일로 편집해서 상영해도 되는지 협조를 구한 뒤, 합본 작업을 진행한다. 합본 작업은 영상 편집 프로그램을 사용해야 하며 무료인 다빈치 리졸브를 추천한다.

○ 상영본이 DVD나 블루레이 디스크라면? 파일이 아닌 디스크용 상영본이 간혹 들어오게 되는데, 안전한 상영을 위해서는 디스크 상영은 하지 않아야 한다. 혼자 집에서 보는 영화가 아니고 수십, 수백명의 사람들과 영화를 보는 입장이라면 이 부분은 배급사에 요청해서 파일 상영본을 재수급 받거나, 디스크 리핑 프로그램을 사용하여 파일로 추출해야 한다. 리핑 프로그램은 되도록 유료 정품 프로그램을 구입해야 하며, 관련 내용은 배급사에 전달해야 한다. 리핑 프로그램 역시 안전하지는 않다. 추출 후 영상과 사운드 싱크가 맞지 않는 경우가 많은데, 이럴 때는 편집 프로그램에서 싱크를 맞추는 작업을 진행해야 한다.

영화제나 상영회를 준비하다 보면, 디스크 상영본이 어쩔 수 없이 수급되는데, 사용할 때 여러가지 문제가 발생하며 사용 여부에 따라 추가 장비가 필요하다.

- 최근에는 노트북과 PC에 디스크 드라이브(ODD)가 없는 경우가 많아 별도의 플레이어 구입 및 설치해야 하며, 상영 중 디스크 오류가 발생할 수 있다. 맥 PC의 경우 현재는 디스크 드라이브가 없는 제품만 출시되고 있어, 필요한 경우 외장형 드라이브를 연결해야 한다.
- 전용 플레이어 구입 : 안정적인 사용을 위해서는 DVD 및 블루레이 전용 플레이어를 구입·설치해야 한다. 블루레이 플레이어는 DVD를 호환하는 기종이 많다.
- 디스크는 상영 중 언제든지 멈추거나 버퍼링이 생길 수 있다.

○ 상영본에 대한 기술정보 정리

상영본 체크리스트	
항목	체크사항
상영포맷	DCP, MOV, MP4 등
KDM 유무	DCP만 해당
러닝타임	영화별 상이
2D/3D/4K	2D, 3D, 4K
화면비율	4:3, 16:9, 1.85:1, 2.39:1
해상도	1920×1080(HD), 1998×1080(FLAT), 2048×858(SCOPE), 2048×1080(FULL CONTAINER)
프레임레이트	23.98, 24, 25, 29.97
사운드	2ch, 5.1ch, 7.1ch
자막유무	EN, KO 등
컬러	Color, B/W

- 상영포맷 : 영화제나 특별 상영회, 단편영화 기획전 등을 진행할 경우 각 영화별 포맷에 따라 상영순서를 결정하거나, 섹션묶음을 위해 파악해두어야 한다. 전문적인 기술팀이 있어 포맷 변환 및 DCP 제작이 자유롭다면, 하나의 포맷으로 제작하여 상영하는 것이 가장 안전한 방법이다. 그렇지 않을 경우 단편묶음 상영 시 DCP 상영과 노트북 파일 상영을 병행해야 하는데, 이 경우 사고율이 매우 높다. 특히 단편 순서는 묶음 내 상영본과 상영본의 러닝타임, 구성요소, 프로그래밍 흐름에 따라 묶음의 순서 배치도 매우 중요하기에 DCP는 DCP대로 파일은 파일대로 묶어서 상영하는 것도 좋은 방법은 아니다.
- KDM 유무 : KDM이 걸려있는 DCP가 입고될 경우 극장 서버 PEM 파일 전달과 재확인 과정 등 까다로운 일들이 반복된다. KDM이 걸린 영화의 경우 사전 검수가 어려운 것을 감안, 작업 스케줄 조정 등의 업무가 추가된다. 해외영화를 상영해야 하는 경우라면 자막제작 등에 필요한 작업이 추가되기에 KDM 걸린 영화는 사전에 빠른 확인이 필요하다.
- 러닝타임 : 단편 묶음이나, 장편 상영 회차 별 순서를 짤 때, GV 시간도 포함하여 계산해야 하는데, 러닝타임이 변경될 경우 GV 시간과 다음 회차 테스트 시간 등

에 영향을 준다. 이 때문에 리닝타임은 작품을 수급 관리하는 담당자나 기술업무 담당자에게 매우 중요한 요소이다.

- 2D/3D/4K : 국내 개봉작이나 독립예술영화의 경우 3D나 4K가 많지 않지만, 간혹 3D나 4K로 DCP가 들어오는 경우 영화관에 따라 재생이 불가능하기도 한다.
- 화면비율 : 화면비율은 이미지의 가로/세로의 비율이다. 단편영화 묶음 상영 시 잦은 화면비율의 변화는 관람에 방해를 주는 요소이기도 하다.
- 해상도 : 해상도와 화면비율은 구분해서 이해해야 한다. 화면비율은 눈에 보이는 이미지의 가로/세로의 비율이고, 해상도는 이미지 안의 픽셀 수이므로 해상도를 보고 화면비율을 계산해야 한다.
- 프레임레이트 : 파일 상영을 할 경우에 프레임레이트는 크게 중요한 요소가 아니다. 그러나 DCP의 경우, 국내 모든 디지털 시네마 극장에서 허용하는 프레임은 24 프레임이다. 유럽 등 해외에서 25프레임레이트의 DCP가 들어오는데, 이 경우 재생이 안 되는 극장이 매우 많다. 재생이 되더라도 간헐적 오류와 깨짐 현상이 나타나기도 한다. 실제로 국내 영화제에서 가장 운영하기 어려운 게 상영관에서 25프레임 영화를 상영해야 하는 부분인데, 25프레임이 상영 가능한 극장에서만 몰아서 상영하거나, 25프레임 서버를 별도로 준비하든가, 아니면 24프레임 DCP로 강제 컨버팅하는 방법밖에 없다. 한국에서는 과거 TV의 전송속도 영향으로 30프레임 DCP를 만드는 경우도 아직 있는데, 역시나 25프레임과 같은 문제가 발생한다.

### 3) 상영 장비 확인

#### ○ 프로젝터

야외에서 상영할 때 체크해야 하는 부분이 상영 장소 주변의 밝기다. 스크린 뒤에 가로등은 없는지, 상가의 LED간판은 켜져 있는지 등을 확인해야 한다. 프로젝터의 안시 루멘이 아무리 높아도 주변에 조명이 켜 있거나 스크린 뒤에 가로등이 켜 있다면 원활한 영화 관람은 매우 어렵다. 야외에서 상영하는 프로젝터는 최소 밝기 15,000~25,000 안시 루멘이면 주변의 약한 조명에는 크게 간섭받지 않는다.



야외 상영

#### ○ 스크린

에어스크린은 전기를 사용해야 한다. 에어스크린의 종류에 따라 상영 중 공기를 계속 주입하거나, 공기 주입구를 막아 바람이 빠지지 않게 세우는 방식으로 나뉘는데, 야외의 경우 밤에 바람이 부는 경우가 많으니 공기를 계속 주입하는 스크린으로 설치한다. 스크린의 크기는 500인치로 20kg 모래주머니 30개를 스크린 하단에 넣어 두고, 스크린 위 모서리 부분은 주변 구조물에 노끈으로 단단히 묶어 앞뒤로 흔들리는 것을 최소화해야 한다.



야외 상영\_에어스크린 설치

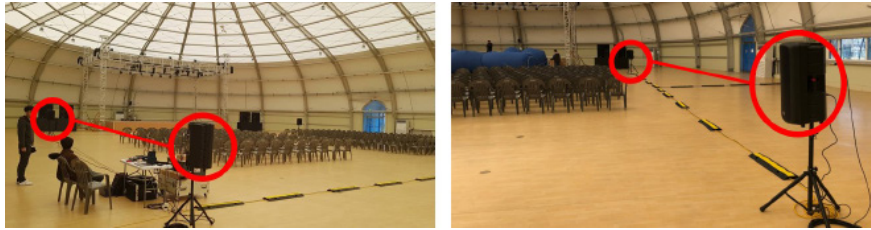
#### ○ 플레이어

플레이어는 곰플레이어나 KM Player, VLC 등 동영상 재생 프로그램을 사용하거나, 다빈치 리졸브 등의 편집 프로그램을 사용한다. 동일한 프레임레이트라고 한다면 다빈치 리졸브에서 하나의 파일로 묶어 재생하면 깔끔하게 상영할 수 있다. 각각의 플레이어 프로그램은 기능별 약간의 차이가 있는데, 영사 오퍼레이터가 자주 사용하는 프로그램을 쓰는 것이 좋다.



## ○ 음향

5.1채널 사운드를 구현해야 하는 경우 각 채널별 구분이 가능한 리시버나 앰프가 필요하다. 2채널로 상영하는 일반 파일의 경우에는 믹서와 스피커만 준비하면 되는데, 야외 상영의 경우 공간이 넓어 스크린 앞에만 스피커를 설치하면 뒤에까지 대사 전달이 잘 안 될 수 있다. 이럴 때는 스피커끼리 링크를 걸어 Left와 Right별로 스피커를 늘려 동일한 좌우 스피커 음향이 출력 될 수 있도록 한다.



야외 상영\_사운드 설치

영화 상영 중 마이크를 쓸 경우는 거의 없지만, 필요 시 음향 믹서에서 컴퓨터 입력과 마이크 입력이 동시에 출력 될 수 있기 때문에 큰 문제가 되지는 않는다. 다만 극장에서 DCP 상영 시 영화 입력 채널(DCP용 사운드)과 마이크 입력 채널은 동시에 사용할 수 없기 때문에 마이크 채널로 변경을 해줘야만 한다. 만약 일반 극장에서 상영 중 마이크를 동시에 사용해야 한다면, 별도의 PA장비를 극장 내에 설치해 두어야 한다.

부대행사 시 마이크를 쓸 경우, 스크린 뒤쪽에 스피커가 위치해 있어 하울링 현상이 자주 발생한다. 게스트가 말을 하는 순간 마이크는 게스트와 게스트 뒤 스피커를 향하게 되고, 게스트의 목소리가 뒤쪽 스피커에서 나오는데, 그 소리가 바로 다시 마이크로 흘러가기 때문이다. 공연장을 생각해보면 공연장의 스피커는 무대 위 배우나 가수의 위치보다 앞쪽에 위치하여 객석을 향해 있다. 따라서 가능한 게스트의 좌우측 동일 선상이나 앞쪽에 별도의 PA스피커를 설치하는 것이 좋다. 이러한 이유로 일반 영화제에서는 별도의 PA장비를 사용한다.

## ○ 전기

사전 행사장 답사 시 전기 사용여부는 확인이 가능하다. 배전함에서 전기를 끌어오거나 콘센트에서 전기를 사용할 수 있으면 좋은데, 사용이 불가능하거나 전기를 끌

어울 수 있는 곳이 50m 이상 떨어져 있다면 무소음 발전기나 발전차를 불러야 한다. 발전차의 경우 사용량이 아닌 발전차 용량에 따라 금액이 달라지는데 50K 발전차의 경우 1일 사용 비용이 50~80만원까지 한다. 예산이 조금 여유롭다면 발전차를 불러 전력량에 관계없이 편하게 사용할 수 있겠지만, 그렇지 못할 경우 6.5K 무소음 발전기를 임대하여 사용해야 한다.

## 2. 오프라인 상영을 위한 안전 관리

### ○ 안전을 위한 준비 사항

- 응급구조사 및 응급차량 상시 대기
- 우천 대비 우비 및 미끄럼 방지 물품 비치
- 구급 상자 및 소화기, 안전 조끼 비치
- 감전 예방 및 관객 보행에 필요한 전선 보호 덮개 설치



안전 대비 물품

## ○ 방역관리

### • 상영회 준비 스태프

사전 모니터링	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사 2주전 참여 스태프 및 자원활동가 명단 작성 및 방역 모니터링</li> </ul>
자가 점검 설문 작성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사 당일, 합류 전 참여 인원 자가 점검 설문 응답 (구글 설문지 등 활용)</li> <li>• 매일 자가 진단 완료, 방역담당자 내용 확인 후 행사장 출입 허가</li> </ul>
체온 체크 및 체온 기록 일지 작성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사장 분부 및 입출구에 비접촉 체온계 및 방역 물품 비치</li> <li>• 1일 2회 체온 기록</li> </ul>
코로나 19 의심 증상 발생 시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사전 모니터링 기간 중 증상 발생 시, 모든 업무에서 배제</li> <li>• 방역 담당자에게 확인 후 귀가 조치</li> <li>• 귀가 조치 시 개별 차량 이동하며, 즉시 선별 진료소 방문</li> </ul>
코로나 19 확진 시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 확진 판정 후, 확진자는 자가 격리</li> <li>• 밀접 접촉자 추적, 선별 진료소 방문 검진 진행</li> <li>• 관할보건소에 확진 발생 신고, 행사장 전체 방역 진행</li> <li>• 진행 중인 행사는 즉시 중지</li> </ul>

### • 관람객

행사장 내 37.5도 이상 발열자 발생	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최초 발견자가 격리장소로 동행</li> <li>• 방역 담당자 즉시 선별 진료소 이동 안내</li> </ul>
선별 진료소 이동	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 의심 증상 관객과 최초 발견자 개별 차량 이용하여 선별 진료소 이동</li> <li>• 검사 진행 및 자가 격리 시행</li> </ul>
격리 기간 중	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관객 및 스태프 지속적인 증상 문의</li> <li>• 이상 증세 발견 시 동일하게 선별 진료소 안내 및 이동</li> </ul>
확진 판정 시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 확진 판정 후, 확진자는 자가 격리</li> <li>• 밀접 접촉자 추적, 선별 진료소 방문 검진 진행</li> <li>• 관할보건소에 확진 발생 신고, 행사장 전체 방역 진행</li> <li>• 진행 중인 행사는 즉시 중지</li> </ul>

## ○ 행사보험

야외 상영회의 경우 만일에 발생할 수 있는 사고에 대해 항상 준비해야 한다. 특히 고온 다습한 여름철 야외 상영회의 경우 안전사고 발생률이 높다. 때문에 사전에 영업배상책임보험(행사전용)이 가능한 보험회사와 계약을 진행해야 하며, 200~300명 기준 30~50만원 정도 예산을 잡아 두어야 한다. 상영회 기간을 길게 잡을 경우 전체 상영회 회차를 기준으로 보험료가 산정되는데, 1년 20번 내외의 상영회라면 200~250만원 정도의 예산이 필요하다.

## ○ 비상상황 대처

### • 안전 사고 대비 최소한 체크사항



안전사고 체크사항

- 행사 안전 인력배치 : 응급 구조사 자격증이 있는 인원, 종합 안내소
- 현장 운영 스태프 및 진행요원에게 재난 및 안전 관리 기본법 교육
- 현장 대처 어려울 경우 인근 기관에 요청 : 의료기관, 경찰서, 소방서 등
- 우천 및 날씨에 대한 사전 체크
  - : 참여 관객 및 진행 요원을 위한 우비 제공
  - : 시설물 및 전기 배선에 고무 덮개 등 안전 장치 재확인 및 감전, 누전 등 사고에 유의
  - : 기상청 예보를 수시로 확인 후 취소 여부 결정
  - : 현장 및 공식 홈페이지, SNS를 통한 취소 공지

Section 04.

## 비대면 상영프로그램 사례

자동차 극장 운영 사례  
<별그린×모두 자동차 극장>

원주영상미디어센터 박혜림

### 워크플로



## 기획 배경

2020년 2월, 다들 기억하시는지요. 그날의 뉴스가 아직도 기억이 납니다. 중국에서 시작된 코로나19로 국내에서도 200여 명이 넘는 확진자가 발생했다는 소식. 세상이 거리두기를 시작한 때였습니다.

원주보건소 건물에 위치한 원주영상미디어센터 모두극장도 그날의 마지막 상영 이후, 예정된 모든 상영프로그램을 잠정 취소했고, 임시 휴관에 들어갔습니다. 코로나 19 3차 유행이 진행되고 있는 지금까지도 모두극장은 문을 열지 못하고 있습니다.

미디어센터는 ‘장소’에 기반을 두고 있으며 시민들의 ‘커뮤니티’가 매우 중요한 곳입니다. 그중에서도 시민의 영화 향유를 위한 상영사업은 ‘사람이 모여서는 안 된다’라는 조건에 정반대에 위치한 일입니다. 그 속에서 미디어센터의 역할은 무엇인지, 어떤 것을 할 수 있을지 고민이 많은 시기입니다.

그렇게 혼란스러운 나날 속에서도 우리의 삶은 지속되고 있습니다. 팬데믹 선언 이후 1년이 채 지나지 않은 시점에서 각 센터는 방역 및 소독, 좌석 간 거리두기, 온라인 상영 등 각자만의 방식으로 할 수 있는 일을 함으로써 일상을 지켜내고 있습니다.

올해 초 전국미디어센터협의회에서 전국의 센터들을 온라인으로 모아 현황을 공유하는 자리를 마련해 주셨는데요. 각 센터의 상황을 공유하고, 소통하는 자리에서 서천군미디어센터는 <드라이브 인 야외상영> 사례를 공유해주셨습니다. ‘자동차 극장’이 지역 상영사업의 대안이 될 수 있을 거라 생각해 서천에 전화를 드렸고, 진행과 관련한 여러 조언을 얻어 비교적 수월하게 기획을 시작할 수 있었습니다.

## 준비과정 및 세부 운영방식

### ○ 장소 선정, 예산 확보, 상영 시스템 준비

자동차 극장을 시작하기 위한 기본 조건은 ‘장소 선정’, ‘예산 확보’, ‘상영 시스템(스크린, 송신기, 주파수 등) 준비’ 크게 세 가지로 정리할 수 있습니다.

- 상영시간 : 오후 7시 30분 경(일몰 후 시간대)
- 상영장소 : 대량의 차량 주차가 가능한 넓은 장소
- 상영료 기준 : 편당 기본 50만원 ~ 100만원(부가세 미포함 / 배급사 별 상이)

#### ▶ 필요 장비

- 스크린(300인치 이상)/고해상도 프로젝터/주파수 송신기/DVD플레이어(블루레이) 또는 상영용 노트북 등
- 쾌적한 관람을 위해 차량의 빛(주간주행등)을 막기 위한 가림막 필요
- 전기 공급처 / 주변 화장실이 없을 경우 이동식 화장실 필요

우선 자동차 극장은 일반 관객이 아닌 자동차가 입장하는 곳이기 때문에 넓은 공간이 필요하며, 입/출차로도 확보되어야 합니다. 영화 상영을 위해 빛 공해가 없어야 하고, 주변에 화장실이 없는 경우에는 이동식 화장실이 필요합니다. 또한 상영을 위한 전기를 끌어올 수 있는 공급처가 있어야 하는데, 없을 경우 발전기나 발전차를 사용해야 합니다.

처음엔 원주의 옛 자동차 극장 부지들을 돌아다니며 답사를 시작했습니다. 하지만 아쉽게도 이미 폐관된 지 오래되어 다른 장소들로 바뀌거나, 시내에서 너무 먼 곳에 위치해 있었습니다. 이후에도 대학교 운동장, 주차장, 스케이트장 등 여러 곳을 찾아다니며 적합한 장소를 골랐습니다. 장소 선정에 가장 많은 고민을 쏟았던 것 같습니다. 차량 50대가 들어갈 수 있는 충분히 넓은 공간이면서, 접근성도 좋은 곳을 찾아 헤맸습니다.

예산도 문제였습니다. 기존의 상영사업 예산만으로 자동차 극장을 진행하기에는 예산이 턱없이 모자랐습니다. 기존에 진행해온 야외 상영과는 규모부터 달랐습니다. 스크린 사이즈가 최소 300인치 이상이 되어야 관람이 용이하기 때문에, 스크린을 제작해야 했고, 차량의 시야 확보를 위해 ‘아시바’(비계)를 쌓아서 단을 높여 스크린을 설치해야 했습니다. 사운드도 스피커가 아닌 주파수를 통해 차량의 라디오로 수신해야 해서, 송신기 구매 비용이 필요했습니다.

장소와 예산 문제로 ‘이대로 진행할 수 없는 건가’ 하고 포기하려던 때, 지역의 센터를 비롯한 여러 기관에서 도움을 주셨습니다. 매년 여름 원주센터와 함께 야외 상영회 <별그린 영화제>를 진행해온 ‘원주지속가능발전협의회’에서 코로나19로 행사 진행이 어렵게 되면서 ‘자동차 상영회’를 함께 해볼 것을 제안하셨습니다.

필요 항목 및 예산	상세 내역
상영료	편당 약 50-100만원
스크린 제작/임차비	300인치 이상 / 약 200-300만원
아시아(비계) 임차/설치	설치 시간 소요 / 약 500-600만원
상영용 프로젝터 임차비	밝기 1만 안시 루멘 이상 *센터 보유 프로젝터 사용
송수신기 구입/임차비	약 120-130만원
라디오 장비 준공검사	무선국개설 허가신청 후 준공검사 필요 / 약 14-20만원
홍보비	배너/현수막 등
소모품비	체온계/손소독제/핸드워시/라디오/경광봉/건전지/가림막 등
업무추진비	음료, 행사 스태프 식대
*이동식 화장실비 (운임료 포함)	4일 80만원-200만원
*발전기 임차비	예상 전기사용량 계획 필수
*장소 대관료	장소별 상이

- 상영용 프로젝터 보유 여부 / 장소 별 화장실 사용 가능 여부 / 전기공급처 유무에 따라 예산 변동 가능

더불어 '원주 아모르컨벤션웨딩홀'의 후원으로 예식이 진행되지 않는 평일 저녁 주차장 사용이 가능해졌고, 화장실 또한 건물 외부에 위치해 있었습니다. 이제 다시 한번 준비해볼 수 있는 기회가 생겼습니다.

송수신기 대여 또한 여러 업체를 알아보며 헤매고 있던 차에 전주시민미디어센터에서 송수신기를 대여해주셨습니다. 덕분에 고영준 선생님의 송수신기 사용법 교육도 들을 수 있었지요. 스크린 구조물 및 발전기 설치에 원주의 TK엔터테인먼트라는 업체에서 협력해주셨습니다. 돌이켜보니 정말 많은 분들의 도움으로 진행할 수 있었던 것 같습니다.

## ○ 상영작 선정

지금까지는 자동차 상영회를 진행하기 위한 '기본' 조건이었습니다. 위의 조건이 갖춰진다면 세부적인 운영 방식은 생각보다 어렵지 않습니다.

이제 자동차 극장에서 상영할 작품을 골라야겠죠. 상영프로그램은 코로나19로 지친 시민분들을 위로하기 위해 가족, 커플 단위의 관객들이 함께 볼 수 있는 영화로 고민했습니다. 신나는 음악과 더불어 온 가족이 즐길 수 있는 애니메이션과 뮤지컬 영화를 후보에 두고 논의한 끝에 <코코>, <알라딘>, <라라랜드>를 상영하게 되었습니다.

자동차 극장의 경우, 차량 1대당 평균 2~4인이 탑승해서 영화를 관람할 수 있는 것을 고려해 상영료를 비교적 높게 책정했습니다. 하지만 어떤 작품은 상영을 허가하지 않는 곳도 있고, 무료로 상영 허가를 해주는 곳도 있는 등 배급사별로 조건이 달랐습니다. 프로그램 파트는 어떤 작품을 상영하는지에 따라 가장 가변성이 큰 부분입니다.

## ○ 주파수 라이선스

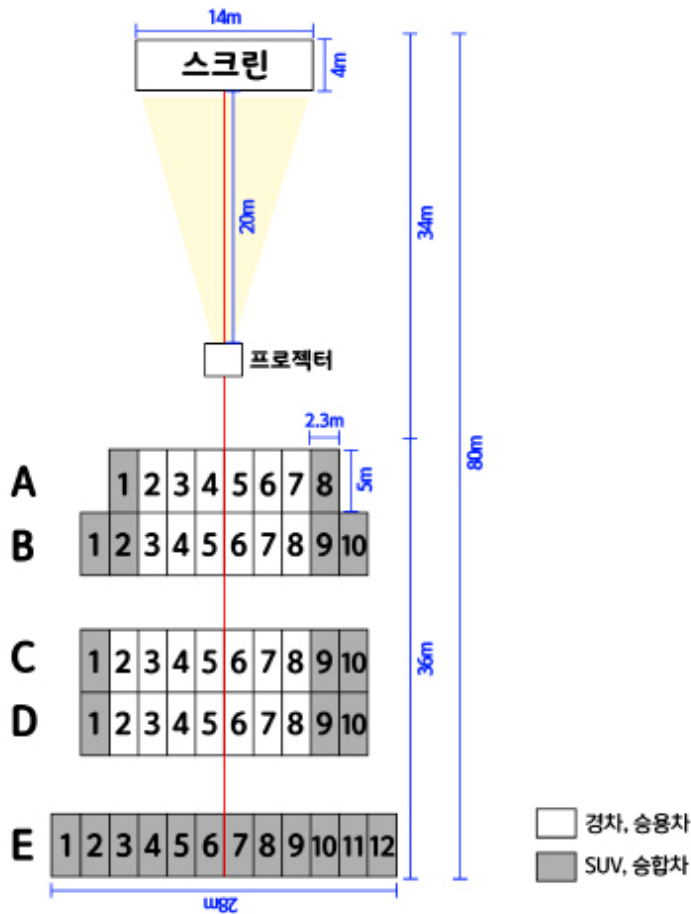
자동차 극장에서 스크린만큼 중요한 건 '사운드'입니다. 자동차 상영회는 앞서 말씀드린 바 있듯이 주파수를 통해 차량의 라디오로 소리가 전달됩니다. 주파수는 각 지역별 전파관리소를 통해 '장비 준공 검사' 및 '주파수 라이선스' 과정을 거쳐 사용 가능한 주파수가 선정됩니다. 이 부분은 서천군미디어센터에서 아래와 같이 공유해주신 매뉴얼로 진행할 수 있었습니다.

### ▶ 라디오 장비 준공 검사 및 주파수 라이선스 과정

- 신청 전 궁금한 사항은 각 지역별 전파관리소에 문의
- [www.crms.go.kr](http://www.crms.go.kr) (중앙전파관리소) > 전자민원에서 신청
- 주파수송신을 위해 관련 장비 필요(콘솔, 안테나, 송신기)
- 무선국개설 허가 신청 필요
- 허가 이후 준공 검사 필요
- 주파수 송신기 및 관련 장비 구입 후 정식 준공 검사
- 무선국개설 허가 신청이 접수됨에 따라 이용가능 주파수 선정 후 통지 (각 지역 전파소 현장방문)
  - ※ 준공 검사 및 무선국 개설 허가신청은 각 해당지역 전파관리소에서 시행
  - ※ 한국방송통신전파진흥원을 통한 해당지역 전파관리소 확인

## ○ 주차 공간 구획하기

이 과정이 끝나고 나면, 차량 주차 공간을 계획해야 합니다. 저희가 상영할 공간에 서는 시야 확보를 위해서 스크린으로부터 약 30m 떨어진 곳부터 주차가 가능했습니다. 차량은 경차, 승용차, SUV, 승합차로 나누어 경차/승용차는 앞쪽으로, SUV/승합차는 뒤쪽/사이드로 배치했습니다. 주차 라인은 차량 한 대 당 가로 2.3m, 세로 5m로 구획, 차종별 시야와 상영 중간 출차를 고려해 사이사이 공간을 비워두었습니다.



[확인사항]  
 1. 프로젝트기 아시바 높이(1.8m) 때문에 화면 가리지 않는지 확인 필요.  
 2. 스크린과 프로젝트기 거리 확인 필요.

차량 배치도

## ○ 사전 예약제 및 방역 시행

- 사전 방역 : 1) 사전 예약 신청(네이버 예약 또는 네이버/구글폼 신청서)  
 2) 관할 지역 보건소 연락을 통해 방역 예약/신청  
 3) 상영 공간 및 화장실 소독 진행
- 현장 방역 : 1) 예약 명단 확인  
 2) 체온 체크 및 출입명부 작성  
 3) 손소독제 배부

코로나19로 인해 행사 진행 시 새로 추가된 사항이 방역 안내 파트인데요. 비록 차량이기는 하나 사람들이 모이는 일이기 때문에 코로나19 감염에 대비하여 방역 파트에도 많은 신경을 썼습니다. 우선 사람들이 몰릴 것에 대비해서 ‘사전 예약제’로 운영을 진행했습니다. 네이버/구글폼의 신청 양식을 통해 최근 2주 이내 증상 및 해외여행 여부, 동행인과 차량 정보 등을 미리 받아 운영 준비에 대비했습니다.

(Tip. 무료상영회의 경우, 신청만 하고 당일에도 오지 않는 노쇼가 많은 편인데요. 이에 노쇼 시 다음 상영회 참여에 제한을 두는 방법 등으로 대비했습니다. 혹은 사전에 예약금을 받고, 참여 시 돌려주는 방식도 있습니다.)

방역은 ‘사전 방역’과 ‘현장 방역’으로 나눌 수 있습니다. 사전 방역은 관할 지역의 보건소에 연락하여 방역을 요청하면 무료로 진행할 수 있습니다. 상영 공간과 화장실 소독을 진행하는데요. 야외이기 때문에 주로 상영 당일 화장실 소독을 중점적으로 진행했습니다.

현장 방역은 예약 명단 확인 및 출입 명부 작성, 차량 탑승자 전원 체온 체크 및 소독제 배부로 진행됩니다. 빠른 입장을 돕기 위해 입차로 양쪽에서 2명씩 총 4조로 나누어서 방역을 진행했습니다. 요즘은 카카오톡/네이버 앱을 통한 전자출입명부가 매우 편리한데요. 저희는 휴대폰이 없는 어린이와 노인을 고려해 수기 출입 명부를 사용했습니다.

또한 주파수 조정, 전조등/미등 점멸, 배터리 방전 방지 등 탑승자가 유의해야 하는 사항들이 많이 있었기 때문에 방역 시 차량별로 안내문을 배포하고, 사전 방송을 통해 안내를 진행했습니다.

**별그린 × 모두  
자동차 극장**

**2020. 7. 8 ~ 7. 10**  
아모르컨벤션웨딩홀 주차장

주최/주관

협력

후원

**배치도**

**상영안내** 상영시작 시간 20:00 코코(우리말/104분), 알리언(128분), 라라랜드(127분)

**관람안내** 라디오 주파수를 맞춰주세요! 99.8MHz

1. 시야 확보를 위해 안내에 따라 주차에 협조해주세요.
2. 전조등, 미등을 꺼주시고, 사이드브레이크를 올려주세요.
3. 전조등이 꺼지지 않는 차량은 가림막 등을 직접 부착해주세요.
4. 등이 켜지지 않도록 브레이크 페달에 발을 올려놓지 마세요.
5. 배터리 방전이 되지 않도록 중간 중간 시동을 걸어가며 관람해주세요.
6. 부득이하게 중간에 퇴장하실 경우, 출구까지 나가는 동안 라이드를 꺼주세요.
7. 엔딩크레딧 종료 후 안내에 따라 앞 차량부터 순서대로 퇴장합니다.
8. 하차 시 반드시 마스크를 착용해주세요.
9. 차량 내에서 발생한 쓰레기는 다시 가져가주세요.

관람안내 전단지

### ○ 상영회 진행

코로나19로 바깥에 나가지 못하고 답답해하던 시민분들의 기대에 찬 표정이 아직도 기억이 납니다. 자동차 극장이 처음인 분들, 옛 향수를 떠올리며 찾아온 분들, 가족 나들이에 신난 아이들까지 참 오랜만에 보는 관객분들이었습니다.

자동차 극장만의 소통 방법이 있는데요. 전조등을 깜빡이면 ‘박수’, 클랙스는 ‘함성’, 워셔액을 뿌리면 ‘눈물’ 등 매우 스펙터클합니다. 특히 전조등 깜빡이의 경우 관객의 문의 사항이나 애로사항에 대처하는 등 차량과 소통하기에 편리합니다. 행사 안내문에 이런 내용을 추가한다면 더 적극적으로 즐길 수 있는 요소가 될 것 같습니다.

영화가 시작되고, 바깥은 조용하지만 차량 안에서는 각자의 드라마가 펼쳐지고 있었습니다. 신나는 음악이 나올 땐 볼륨을 높이기도 하고, 편하게 음식을 먹으면서 영화를 보기도 하고요. 비록 제한된 자유이지만 이렇게 각자만의 공간에서 함께 영화를 볼 수 있다는 걸 실감했습니다. 스태프들도 모여서 라디오 주파수를 맞추고 함께 영화를 보았습니다. 이렇게 모이기까지 여러 방면으로 고민하고, 준비하고, 도와 주셨던 분들께 많이 감사했던 3일이었습니다.



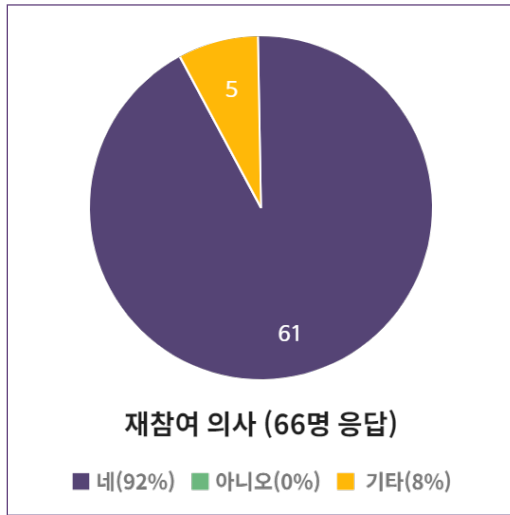
현장 사진

### ○ 기타 유의 사항

스태프용/백업용 라디오 구비 : 준비를 많이 했는데도 불구하고, 돌발 상황은 언제나 발생합니다. 관객 차량 중 주파수가 잡히지 않았습니다. 일부 외제차의 경우 주파수를 짝수 단위로만 조정할 수 있는 경우가 있다고 합니다. 이에 스태프들이 모니터용으로 준비했던 라디오를 대여해드렸습니다. 주파수로 소리가 전달되다 보니 준비하는 스태프들도 차량 바깥에서 행사가 진행되는 소리를 들을 수 없습니다. 모니터를 위해 상영 부스 이외에도 방역, 주차 안내 부스에도 라디오가 필요합니다.

전조등 가림막 : 차량의 전조등/미등이 꺼지지 않는 일도 있었습니다. 불빛이 영화 감상에 방해가 되기 때문에 가림막을 미리 준비해두면 돌발 상황에 대처할 수 있습니다.

## 진행 평가



참여자 만족도 조사 결과

<별그린×모두 자동차 극장>이 끝난 후 참여자를 대상으로 만족도 조사를 진행했습니다. 모든 항목에 만족한다는 의견이 많았지만, 특히 이후 자동차 극장 재참여 의사를 묻는 질문에 92%가 ‘네’라고 답변을 주셨고, ‘아니오’는 없었습니다. 준비할 때는 시간도 비용도 많이 들인 행사라 걱정이 많았는데, 찾아오신 많은 시민분들께서 응원과 감사의 말을 건네주셔서 힘을 얻었습니다.

조언의 말도 있었습니다. 상영 내내 시동을 걸고 있거나, 중간중간 시동을 걸어주는 게 불편하다는 의견과 공회전으로 인한 환경오염이 신경 쓰여서 시동을 끄고 차량 별로 라디오나 블루투스 헤드폰을 연결해서 영화를 볼 수 있으면 좋겠다고 제안을 주셨습니다. 만족도 조사의 의견을 바탕으로 다음번에는 좀 더 세심하게 기획을 진행할 수 있을 것 같습니다.

또한 행사를 준비하는 동안 차량이 없는 관객분들께서도 참여할 수 있는지 문의하신 일이 있었습니다. 이후 진행 시에는 일반 관객 감상 구역을 함께 마련하여 라디오, 헤드폰으로 송신하는 방식도 고려해 볼 만 합니다.

‘자동차 극장’은 장점과 단점이 명확한 사업입니다. 우선 기본적으로 비용이 많이 듭니다. 스크린 설치와 철거에 시간과 비용이 많이 소요되기 때문에 한 번 설치를

하고 나면 오랜 기간 상영할 수 있는 장소가 있는 게 좋습니다. 장소 문제를 해결한다고 해도 스크린, 구조물, 송수신기 등 고정 비용이 계속적으로 필요합니다. 차량이 없다면 참여가 어렵기 때문에 접근이 제한되기도 합니다. 앞서 말한 공회전 문제도 있습니다.

하지만 서로 만나지 않는 것이 미덕이 된 요즘, 사람의 온기를 느낄 수 있는 사업이기도 합니다. 코로나19로 인해 영화가 보고 싶지만 극장에 가기 꺼려지는 관객분들, 코로나블루로 우울한 시간을 보내는 분들이 함께 영화를 향유할 수 있습니다. 비대면으로 야외 상영에서만 느낄 수 있는, 별이 수놓은 멋진 밤하늘을 배경으로 영화를 즐기는 아주 멋진 경험을 선사합니다. 야외 상영임에도 겨울에도 진행할 수 있습니다.

‘자동차 극장’ 사례를 맡아 소개하게 되었지만, 저희도 장소와 고정 비용 문제로 계속 이어나가지 못하고 있습니다. 하지만 <별그린×모두 자동차 극장>을 통해 ‘사람’이라는 가장 큰 수확을 얻었습니다. 무사히 자동차 극장을 마칠 수 있었던 데에는 여러 시행착오와 문제에 각자가 할 수 있는 일로 서로 힘을 합쳐서 도와주었던, 기꺼이 참여하여 함께 영화를 즐겼던 모든 분들 덕분입니다.

이 전대미문의 바이러스 종식까지는 아직 긴 시간이 남아있겠지만, 이 경험을 바탕으로 ‘어떻게 사람들과 함께할 것인가?’라는 질문을 계속 안고 상영사업을 기획하게 될 것 같습니다. 앞서 제가 설명드린 사례는 사람들과 함께 영화를 향유하고 싶은데, 막막할 때 들여다볼 수 있는 작은 가이드입니다.

참고자료	
「코로나19 상황 대응을 위한 지역미디어센터 상영담당스태프 온라인 간담회」	「코로나19 시대, 지역과 함께 하는 서천미디어센터만의 언택트 활동」 - 윤혜숙 (서천군미디어센터기벌포영화관 사무국장)



다양한 플랫폼을 활용한  
상영회 운영 사례 :  
유튜브, 페이스북, 카카오TV, 네이버TV

부천시민미디어센터 송준영

## 들어가는 말

2020년 초에 들어서 코로나19에 대한 우려가 세계 곳곳에서 시작되었습니다. 2월 들어 국내 감염이 본격적으로 확산되면서 2월 23일을 기점으로 정부가 감염병 위기 경보 수준을 “경계”에서 “심각”으로 격상함에 따라, 부천문화재단 시민미디어센터 (이하 부천센터)에서 운영하고 있는 독립영화전용관 판타스틱큐브는 무기한 휴관에 들어가게 되었습니다. 이후 코로나19가 잠잠해지기는커녕 2월, 5월, 8월 큰 규모의 집단감염이 계속되면서, 비대면을 기본 전제로 하는 상영프로그램을 개발하는 것이 2020년의 주요 과제가 되었습니다.

이에 따라 부천센터에서 2020년에 진행한 온라인 상영프로그램은 아래와 같습니다. 이번 원고에서는 ②,③,④번을 중심으로 설명하겠습니다.



구분	프로그램명
시민제작콘텐츠 상영회	① 랜선문화배달 테마 콘서트
독립영화 상영회	② 오렌지필름 단편 기획전 온라인 상영회(4월)
	③ 판타스틱큐브 온택트 인디시네마(7월~11월)
영화 상영 및 교육 프로그램	④ 비대면 온라인 영화 인문학 특강 <오늘의 영화>(10월)
	⑤ 비대면 온라인 영화 인문학 특강 <여성영화로 세상 읽기>(11월)

## 기획 배경과 상황

코로나19 확산에 따라 상영관이나 미디어센터라는 물리적 공간을 중심으로 진행되던 기존의 모든 상영사업은 중단되었습니다. 특히 밀폐된 공간에 불특정 다수가 모여서 영화를 보는 상영관의 특성, 심지어 마이크를 돌려가며 발화 행위를 하는 관객과의 대화(GV) 양식은 반드시 지양해야 하는 것이었습니다.

3월부터 2주간 적극적인 사회적 거리두기 ‘잠시 멈춤’ 캠페인이 시작됨에 따라 부천센터는 2019년 시민 제작 우수 콘텐츠를 유튜브와 페이스북으로 송출하는 <랜선문화배달 테마 콘서트>를 진행하였습니다. 이는 부천문화재단의 코로나19 대응 초기의 문화 프로그램으로써 시민들에게는 새로운 방식의 문화 향유를 제공하였고, 직

원들에게 Xsplit 등 온라인 송출 프로그램을 접하고 본격적으로 사용할 수 있는 기회가 되었습니다.

한편, 영화진흥위원회 영화관입장권통합전산망을 기준으로 2020년 3~4월은 전년 동월 대비 관객이 90% 정도 급감했으며, 판타스틱큐브 역시 2월 말부터 개점휴업 상태였습니다. 상영관이 언제 재개관할지 모르는 상황 속에서 침체된 독립영화업계를 지원할 수 있는 방안을 고심하게 되었고, 앞서 접했던 온라인 송출 프로그램을 이용한 독립영화 상영회를 기획하게 되었습니다.

제가 당시 구성 과정에서 생각했던 질문은 아래와 같습니다.

- 사회적 거리두기 시대에 영화관을 오지 않고 영화를 매개로 소통할 수 있는 방법에는 어떤 것이 있을까?
- 기존에 판타스틱큐브와 함께 정기상영회를 진행해온 배급사들의 손실을 보전하고 동시에 시민들에게 문화 프로그램도 제공할 수 있는 방법에는 어떤 것이 있을까?
- 상대적으로 스케일도 크고, 접근도 편리한 OTT나 IPTV가 있는데, 온라인 상영을 한다고 해서 사람들이 굳이 찾아볼까?
- 온라인 상영에 대한 관객 수요가 있다면, OTT나 IPTV는 못(안) 하는 기초채널, 미디어센터만의 온라인 상영회는 어떤 모습일까?
- 개봉하지 않은 작품이나 숨겨진 단편 영화를 소개하면 차별성을 가질 수 있지 않을까?

## 준비과정 및 세부 운영방식

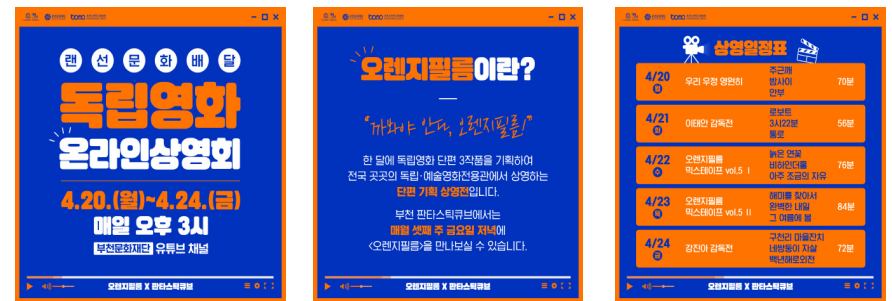
저는 올해 처음 상영사업을 맡았고, 영화 관련 전공자도 아니기 때문에 독립영화에 대한 이해나 네트워크가 매우 부족했습니다. 따라서 프로그래밍이 가능한 외부 상영기획자, 배급사, 영화제 등과 협업하는 방식으로 사업을 진행했습니다. 주로 해당 주체들이 영화 섭외나 프로그램 구성을 맡고, 센터에서는 영화 송출이나 교육 진행 관리, 홍보를 맡아서 각자 잘 할 수 있는 부분을 분담하여 효율적으로 진행하고자 하였습니다. 만약 개별 센터에서 영화제 네트워크가 많고, 영화 프로그래밍이 가능하다면 센터만의 개성이 살아있는 상영회를 준비할 수 있을 것으로 생각합니다.

## 온라인 상영·교육 프로그램

### ○ <오렌지필름 단편 기획전 온라인 상영회>: 유튜브와 페이스북

첫 상영사업을 오렌지필름과 진행하게 된 것은 두 가지 이유가 있습니다. 먼저 오렌지필름은 판타스틱큐브에서 정기상영회를 함께 진행했던 파트너로서, 코로나19로 직접적인 피해를 입은 당사자이기 때문에 독립영화업계를 지원한다는 목적에 적합한 대상이었습니다. 또한 오렌지필름은 특히 단편독립영화에 대한 이해가 풍부하기 때문에 좋은 프로그램을 보장받을 수 있고, 상대적으로 장편보다는 단편이 온라인 상영을 위한 협의가 용이하리라 생각했습니다.

기존에 진행하고 있던 월별 기획전은 이미 오프라인으로 진행하고 있는 다른 극장들이 있어서 날짜 조율, 온라인 상영 가능 여부 등의 협의가 어려웠기 때문에, 오렌지필름 측에서 온라인 상영회용으로 새로운 기획전을 준비하였습니다.



카드 뉴스

### ○ <판타스틱큐브 온택트 인디시네마>: 카카오TV와 네이버TV

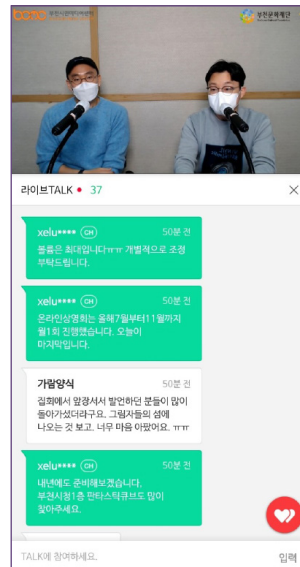
4월에 <오렌지필름 단편 기획전 온라인 상영회>를 성공적으로 진행하고, 5월 중순에 잠시 영화관 문을 열었으나, 이태원발 집단 감염으로 재개관 3일 만에 다시 휴관하게 되었습니다. 한편 부천문화재단에서는 문화 기부 캠페인으로 모은 기부금을 가지고 시민 문화 환원 사업을 진행했고, 센터는 4월 온라인 상영의 경험을 토대로 매월 문화가 있는 날 진행하는 독립영화 온라인 정기상영회를 기획하게 되었습니다. 코로나19로 침체된 독립영화계를 지원하는 것은 물론, 시민들에게 휴관 중인 판

타스틱큐브를 알리고 독립영화의 존재와 매력을 소개하는 것을 우선 목표로 삼았습니다.

이번 상영회에서는 상영의 스펙트럼을 넓히기 위해 오렌지필름, 서울독립영화제, 시네마달 등 국내 유수의 독립영화기획·배급사, 영화제와의 협업을 통해 작품을 선정하였습니다. 7·8월은 오렌지필름의 여성감독전, 9·10월은 서울독립영화제 인디 피크닉, 11월은 시네마달의 추천작으로 구성하였으며, 단편뿐만 아니라 장편 상영도 진행하였습니다.



진행 사진 (PC)



진행 사진 (모바일)

### ○ 비대면 온라인 영화 인문학 특강 <오늘의 영화> : 유튜브 비공개 스트리밍

<오늘의 영화>는 단순히 온라인 채널로 영화를 상영하는 포맷을 넘어, 선 감상 후 토크로 깊이 있는 영화 이해를 제공하고 싶다는 생각에서 출발했습니다. <언니네영화관>, <퇴근길영화관> 등으로 몇몇 독립영화관과 정기상영회를 진행하고 있는 시스터스필름과 함께 기획하였습니다. 다양한 분야의 크리에이터가 추천하는 영화를 함께 관람하고, 영화와 그 영화로 기억할 수 있는 주제에 대해 이야기를 나누는 것이 주된 형식이었습니다.

강의는 총 4회로 구성했으며, 비연속적인 특강 형식으로 강의별로 각각 수강 신청을 받았습니다. 영화와 강사 구성 및 섭외는 시스터스필름에서 담당해주었습니다. 해당 사업은 온라인이지만 함께 영화를 보고 이야기를 나누는 것이 핵심이었기 때문에, 라이브 스트리밍 송출의 방식을 그대로 가져왔습니다. 거기에 강의까지 추가되어 전체 운영 시간은 120-180분 내외로 조금 길었습니다. 60-90분 영화, 30-50분 강의 정도로 진행되었습니다.

<오늘의 영화>는 작품 유출의 가능성을 최대한 막기 위해 비공개 송출 방식으로 사업을 진행했습니다. 유튜브 라이브 스트리밍은 비공개로 송출이 가능하고, 개별 이메일(다른 메일 안 됨)을 입력하면 해당 비공개 링크에 접근할 수 있는 권한을 부여할 수 있습니다.



진행 사진

강의에 대한 수강생 참여나 질의응답은 라이브 댓글창을 이용하여 진행했습니다만, 비공개 진행 시 라이브 댓글이 비활성화 되므로 강의가 시작되면 일부공개로 접근 권한을 변경해주어야 했습니다.

지금은 카카오TV에서도 비번방 기능이 있기 때문에, 비슷한 방식으로 사업을 운영할 수 있을 거라 생각되며, 질의응답 참여의 경우 따로 카카오톡 오픈채팅방을 만들어서 이용하는 것도 대안으로 추천드립니다.

## 활용 플랫폼과 고민 지점

상기 여러 형태의 상영회와 교육프로그램을 진행하면서 송출 프로그램은 Xsplit 하나로 진행하였으며, 송출 플랫폼은 유튜브, 페이스북, 카카오TV, 네이버TV 등 다양하게 사용해보았습니다.

아무래도 코로나19라는 유례없는 상황에 대한 대응책이었기 때문에, 2020년도 부천센터의 온라인 상영사업은 시범 운영의 성격으로 진행되었습니다. 즉, 시중에 우리가 사용할 수 있는 다양한 온라인 플랫폼을 사용해보고 그 장단점을 직접 몸으로 느껴가면서 어떤 방식이 가장 적절할지 경험하는 과정이었습니다.

현재 부천센터는 네이버TV를 우선적으로 염두에 두고 있으며, 제한된 인원이 참가하는 교육프로그램은 유튜브 비공개 라이브를 이용하거나 최근 추가된 카카오TV 비번방 기능을 사용해보려고 연구 중에 있습니다.

### ○ 유튜브

가장 흔하고, 가장 익숙하고, 가장 많이 보는 플랫폼입니다. 개별 센터들에서도 미디어교육이나, 마을미디어, 창작지원 사업 결과물을 업로드하고 홍보하기 위해서 유튜브 채널을 대부분 운영하고 있기 때문에 상영사업을 시작할 때도 가장 편하게 접할 수 있는 플랫폼입니다. 또한 문화 소비자들 역시 유튜브를 사용하지 않는 사람이 거의 전무하기 때문에 접근성 부문에서는 가장 좋은 채널이라고 할 수 있겠습니다.

그러나 유튜브를 활용함에 있어서 상영사업에서 가장 크게 고려해야 할 점은 바로 저작권 위반과 커뮤니티 가이드 위반에 대한 자동 필터링 문제입니다. 유튜브에서는 라이브나 영상 업로드 시 실시간으로 저작권 침해 여부와 영상 내용의 유해성을 검토하고 있습니다. 유튜브 자동 알고리즘의 판단하에, 그 정도가 심할 경우 라이브 송출을 강제로 중단시키기도 합니다.

사전 협의 여부와 관계없이 유튜브는 자동으로 필터링을 하게 되어 있고 라이브 스트리밍의 특성상 사후에 송출 금지를 해제해주는 것이 의미가 없기 때문에, 실시간 송출 중에 이러한 문제가 생기면 대처할 수 있는 방법이 사실상 없다고 봐야 합니다.

실제로 4월에 진행한 <오렌지필름 단편 기획전 온라인 상영회> 상영 중, 영화 내에 5초 정도 나오는 걸그룹 노래가 필터링되어 라이브 송출이 갑자기 끊기는 사고가 발생하였습니다. 따라서 유튜브를 이용해 상영프로그램을 진행한다면 사전에 삽입된 음악이나 내용의 폭력성 등을 검토해보고, 반드시 시험방송을 거쳐서 문제가 없는지 확인해야 합니다.

### ○ 페이스북

페이스북은 부천센터가 진행한 상영프로그램의 메인 송출 플랫폼으로 사용한 적은 없습니다. 주로 보조 채널로서 홍보의 일환으로 함께 송출하거나, 상영 사고에 대한 대체 채널로 사용하였습니다. 페이스북은 그 자체가 동영상 업로드나 송출에 특화된 프로그램이 아니고, 사용자 소통 및 홍보 중심의 SNS이기 때문에 관객에게 몰입도를 주기에 적절한 플랫폼은 아니라고 생각합니다. 따라서 상영프로그램보다는 포럼이나 관객과의 대화 등의 행사가 있을 때 더 활용도가 높다고 생각합니다.

### ○ 카카오TV

유튜브는 저작권 필터링 때문에 송출 사고가 날까봐 부담스럽고, 페이스북은 영화를 보는 채널로서는 적절하지 않고, 대안을 찾다가 처음 시도한 것이 카카오TV이었습니다.

부천문화재단은 카카오톡 알림채널을 운영하고 있는데, 카카오TV 라이브를 할 경우 구독자에게 자동으로 알림톡이 가는 이점이 있었습니다. 재단 소식에 관심이 있

는 구독자들에게 자동으로 상영프로그램 알림이 가기 때문에, 관객 유입도 좋고 자동으로 홍보 효과가 있었습니다.

최근에 ‘비번방’이라는 옵션이 추가되어서 비공개 라이브를 운영할 경우 카카오TV를 운영하면 수월하게 진행할 수 있을 것으로 보입니다. (비교적 최근에 추가된 기능이라 직접 사용해보지는 않았습니다.) 그러나 카카오TV는 미리 라이브 스케줄을 예약하는 것이 불가능하고, 사용자가 카카오TV 앱을 설치하지 않으면 HD화질로 관람이 불가능하다는 치명적인 단점을 가지고 있습니다.

### ○ 네이버TV

네이버TV는 코로나19로 인한 공연, 예술의 온라인 송출에 빠르게 반응한 편입니다. 국내 여러 재단이나 공연장, 오케스트라 등이 네이버TV로 공연 라이브를 송출하고 있고, 네이버에서도 온라인 공연만 모아서 따로 웹배너를 걸어주는 등 신경을 쓰고 있습니다.

네이버TV는 미리 스케줄을 등록하면 개별 라이브에 대한 URL이 생기기 때문에 홍보하기에도 편하고, HD 스트리밍도 지원하고 있습니다. 예전부터 웹드라마나 TV 콘텐츠 클립 등을 서비스하고 있었기 때문에 상대적으로 카카오TV보다는 접근성이 높다고 할 수 있습니다. 다만 구독자 수 300명 이상, 총 재생시간 300시간 이상인 채널을 대상으로 라이브 권한을 제공하고 있으며, 자격 없이 라이브 권한을 부여받기 위해서는 별도의 신청이 필요합니다.

## 프로그램 평가와 한계점

온라인 상영회가 과연 성공할 수 있을까라는 의문을 가지고 시작했는데, 생각보다 많은 반응이 있었고 여러 방면에서 온라인 상영에 대한 문의가 있어서 뿌듯함을 느낍니다. 온라인 상영회로 진행하면서 조회 수가 수백, 수천이 되고, 실시간 동시접속자 수가 꾸준히 50명대를 유지하고 있기 때문에 그 효과 측면에서도 성과를 거뒀다고 생각합니다. 또한 온라인의 특성을 잘 활용한다면 지역 기반이던 미디어센터의 활동 폭이 넓어질 수 있고, 새로운 관객층에게 미디어센터를 홍보하고 다양성 영

화를 알릴 수 있는 기회가 될 것으로 보입니다.

그러나 온라인의 한계 또한 분명합니다. 아직 온라인 상영에 대한 사례와 방법이 부족하기 때문에 작품을 섭외하는 일이나, 저작권 문제, 오픈 강좌 운영 시 수강생 관리 등에서 분명한 어려움이 있습니다. 또 온라인 상영사업은 대부분 무료로 운영되어, 수익을 낼 수 없다는 점도 한계입니다. 조금만 눈을 돌리면 OTT나 IPTV에서 손쉽게 볼 수 있는 영화를 온라인 상영 시간에 맞춰서 보는 것은 관객 입장에서는 불편한 선택일 수 있습니다. 그렇기 때문에 온라인 상영은 유료로 운영하기가 더욱 어려울 것으로 생각됩니다. 그리고 온라인 상영은 불법 복제, 캡처 등 저작권 문제에서 자유로울 수 없기 때문에 최신 작품이나 아직 배급 계약에 묶여 있는 작품들을 섭외하기가 어려우며, 그렇지 않은 작품들이라도 배급사나 감독의 적극적인 협조가 필요한 상황입니다.

우리의 노력만으로 해결할 수 없는 문제와 한계들도 있지만, 어찌되었든 온라인 상영사업이 유의미하기 위해서는 개별 센터만의 특색 있는 상영프로그램이 필요합니다. 그래서 부천센터는 온라인 GV를 진행해보기도 했고, 단순한 영화 송출을 넘어서 영화 해설, 인문학 강의가 있는 영화 교육프로그램을 기획하기도 했습니다. 부천센터의 사례처럼 접근성 측면에서 미디어센터만이 가질 수 있는 장점을 살리고, 숨겨진 작품을 찾아서 소개하는 등의 특색 있는 상영프로그램을 기획한다면 향후 온라인 상영프로그램 구성에 도움이 될 것이라 생각합니다.

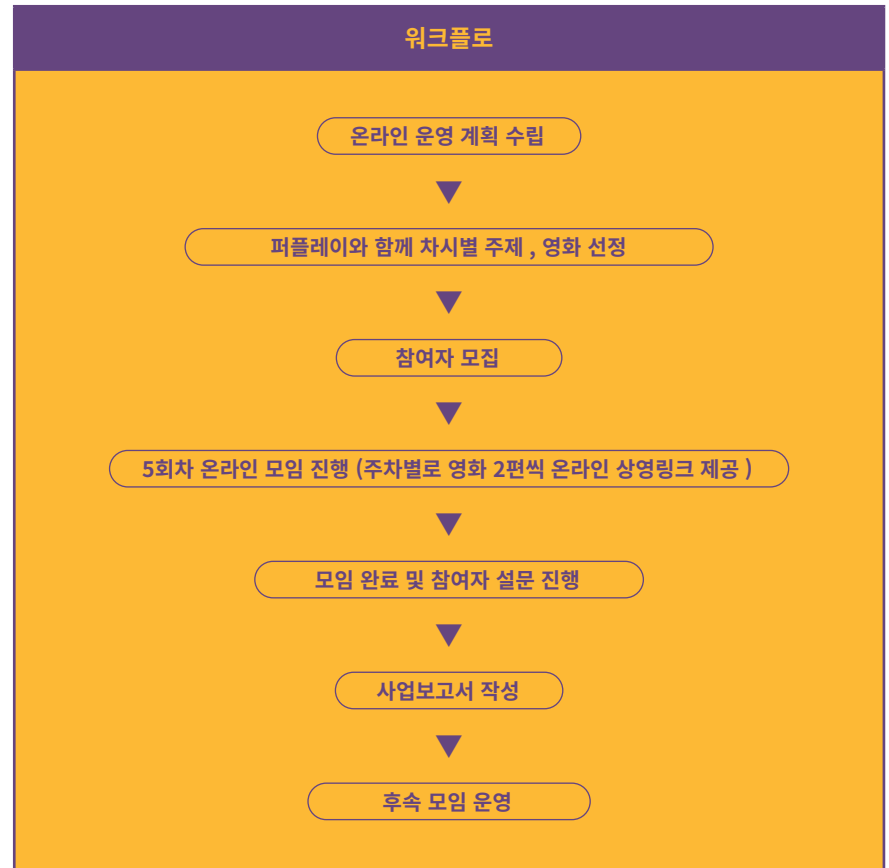


플랫폼 별 장단점			
플랫폼	장점	단점	비고
유튜브	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용자 점유율高</li> <li>• 익숙함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 저작권 위반 및 커뮤니티 가이드 위반 자동 필터링 알고리즘</li> </ul>	
페이스북	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SNS계정을 연계한 사업 용이</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 몰입도, 상영 화질 ↓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상영사업에는 부적절</li> </ul>
카카오 TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카카오톡 홍보 채널 연계 가능</li> <li>• 저작권 및 라이브 가이드 위반 걸릴 위험 ↓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HD화질 이용시 앱 설치 필수</li> <li>• 라이브 스케줄 예약 불가</li> </ul>	
네이버 TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이버의 적극성</li> <li>• 스케줄 예약 가능</li> <li>• 국내 플랫폼 중 사용인원 多</li> <li>• 저작권 및 라이브 가이드 위반 걸릴 위험 ↓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공인된 채널만 라이브 가능</li> <li>• 처음 이용 시 플랫폼 이용법 숙지에 시간이 걸림</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네이버TV는 Prism과 연동을 권유하지만, 굳이 Prism을 이용해서 송출할 필요 없음</li> </ul>

**퍼플레이와 줌Zoom을 활용한 상영·토론 프로그램 운영 사례 <비대면 페미씨네>**

／

**은평뉴타운미디어라이브리센터 신지민**



## 기획 배경

은평뉴타운미디어라이브리센터(이하 은평센터)는 조금 특수한 형태의 미디어센터입니다. 지역별 거점 공간으로서 역할을 하는 타 지역미디어센터와는 달리 은평센터는 서울시 자치구의 도서관에서 운영합니다. 서울시는 자치구별로 도서관을 위탁 운영하는데, 은평센터가 위치한 은평구에는 총 8개의 공공도서관이 있습니다. 은평센터는 구립은평뉴타운도서관에 있는데, 도서관이 위치한 지역은 은평구에서도 꽤 안쪽으로 들어온 주택가-아파트 단지 근처입니다. 그렇다 보니 ‘미디어센터’를 알고 찾아오는 이용자들보다는 집 근처에 도서관에 들렀다가 관심 있는 프로그램에 참여하는 경우가 많고요. 서울 외곽의 아파트 단지 내에 있고 지하철역에서 거리가 제법 되기 때문에, 센터 근처 지역 주민들이 아니라면 일부러 찾아오는 곳은 아니기도 합니다. 노인 세대와 어린이 세대를 대상으로 한 프로그램의 수요가 높은 편이고, 상대적으로 20-30대의 프로그램 참여율은 낮은 편입니다.

특히 상영프로그램은 진행이 더 어려운 환경이었습니다. 상영관이 별도로 없다 보니, 큰 강의실(다목적실)에서 프로젝터를 이용해 영화 상영을 했는데 좌석에 단차도 없고 프로젝트의 화질이나 음향 등의 조건이 좋은 편은 아니어서 아쉬움을 표하는 이용자들이 많았습니다. 좋은 영화를 소개하려 했던 기획 상영회들보다 어린이를 대상으로 애니메이션을 상영하는 ‘도서관 속 영화관’이라는 상영회가 훨씬 더 흥행하기도 했고요. 또한 영화 상영 직후 토론을 하게 되면, 참여자들이 미처 정리되지 않은 생각들을 제대로 표현하지 못하는 일들도 많았습니다.

2016년부터 매년 전미협에서 운영하는 <지역영상미디어센터 활성화 지원\_상영지원 사업>에 지원하며 같은 고민이 이어졌습니다.

‘이 상영회를 통해서 후속 모임을 만들 수 있을까?’

‘영화를 매개로 사람들이 관계를 맺을 수 있을까?’

‘도서관에서 DVD를 대출해서 개인이 영화를 보는 것과 상영회가 어떤 차이가 있을까?’

‘수많은 지역 영화제들 사이에서, 이 작은 공간의 상영회는 어떤 의미일까?’

명확한 답을 찾지 못한 채, 기획서를 쓰던 중에 코로나19로 인한 휴관이 결정되었습니다. 예정되어 있던 모임도 취소되고, 운영하던 사업들도 무기한 연기되는 상황이었습니다. 사회적 거리두기 때문에 집에서 시간을 보내는 시간이 많아졌고, 자연스

럽게 온라인 플랫폼으로 영화나 드라마를 보는 일도 많아졌습니다. 편한 공간에서 혼자 영화를 보는 건 즐거운 일이었지만, 영화를 보고 나서 감상을 나눌 수가 없다는 게 아쉬웠습니다. 그래서 온라인 상영의 장점과 공동체 상영의 장점을 결합한 프로그램의 아이디어를 떠올리게 되었습니다. 지리적 제약이 있었던 센터의 위치와 환경, 상영 컨디션이 좋지 않았던 여러 단점을 극복할 수 있지 않을까 하는 기대도 한편에 있었습니다.

“2020년은 코로나19사태로 인한 센터 휴관, 모임 연기 권고 등으로 예년과 같은 상영사업을 하기 어려운 상황입니다. 공간을 중심으로 상영사업을 기획하고 운영했던 관점을 달리하여 2020년은 새로운 플랫폼 발굴, 한 공간에 모이지 않더라도 서로 ‘영화’라는 매개체를 통해 소통할 수 있는 시도를 해 보는 기획의 해로 삼고자 합니다. 넷플릭스, 왓챠 등 온라인 플랫폼을 통해 영화를 보는 사람들은 계속 늘어나 하나의 문화로 자리 잡고 있는 반면, ‘공동체 상영’이라는 이름으로 진행되었던 공동체 강화를 위한 상영프로그램의 참여자는 점차 줄어드는 것이 현실입니다. 비교적 접근이 편한 온라인 상영을 통해 새로운 방식의 ‘공동체 상영’을 실험하고, 그 경험을 공유하는 상영사업 운영을 계획하고 있습니다.”

2020년 상영지원 사업에 공모 신청을 했을 때 작성했던 문구입니다. 센터는 휴관 상태였기 때문에, 이후 사업들의 운영 여부조차 장담할 수 없는 상황이었습니다. 온라인을 활용한 사업이 실험적으로 가능했던 것은, 외부적인 위기 상황 덕분이기도 했습니다.

## 준비 과정

### ○ 상영회 주제 선정

온라인으로 상영회를 진행한다면, 오프라인 상영회보다 더 분명한 주제와 토론거리가 있어야 한다는 생각이 기획 초기부터 있었습니다. 온라인 모임은 상대적으로 강제성이 덜하고, 참여자간의 관계 맺기가 수월하지 않은 데다가 감독이나 강사를 ‘직접’ 만난다는 매력도 약해지기에 다른 강점이 있어야 한다는 생각이었습니다. 주제 혹은 영화 장르의 통일로 관심 분야가 확실하게 묶인다면 참여자들 간에 유대관계도 생기고 이야기를 나눌 수 있는 기반이 생기리라 예측했습니다.

2019년에 은평센터에서는 상영지원 사업을 통해 주제별 인권영화상영회를 진행했습니다. 영화 1~2편 상영 후 감독을 초청하여 감독과의 대화를 진행하였는데, 단기 상영회다 보니 각자 관심 있는 영화 감상 후 참여가 끝나게 되고, 참여자들이 충분히 이야기를 나눌 조건이 마련되기가 어려웠습니다.

2019년 장애인권, 노동인권, 여성인권이라는 주제로 총 3회 진행되었던 상영회 중에서 여성인권영화상영회가 관객 참여율이 가장 높았고, 관객 설문에서 후속 상영에 대한 요청도 있었기 때문에, 이 경험을 바탕으로 여성인권, 여성주의와 관련된 영화를 선정해서 함께 보는 모임을 연다면 수요가 있을 거라 예상하고 주제를 선정하였습니다.

### ○ 플랫폼 선정

‘퍼플레이’는 여성영화 전문 온라인 상영 플랫폼으로, 단편영화를 온라인에서 쉽게 볼 수 있다는 장점 때문에 눈여겨보고 있던 곳이었습니다. 온라인 상영회를 고려하며 사이트를 살펴보니 이미 다양한 주제별 큐레이션을 통해 영화를 소개하고 있었고, 다른 곳에서는 쉽게 볼 수 없는 단편영화들이 다수 상영되고 있었습니다. 어디서나 쉽게 볼 수 있는 영화보다는, 이 상영회에 참석해야만 볼 수 있는 영화들을 상영하는 게 좋을 거라 판단했고, ‘퍼플레이’에 사업 협력 제안을 했습니다.

예비 사회적 기업인 퍼플레이는 공공기관과 협력할 수 있는 여러 좋은 조건을 갖추고 있었고, 상영회 제안에도 흔쾌히 응했습니다. 이후 퍼플레이와 함께 상영 주제와 각 주제별 영화를 선정했습니다. 여성의 몸, 여성의 노동, 여성 청소년의 성, 중년의 여성, 이렇게 네 가지 주제에 총 8편의 단편 영화를 선정했고, 선정 과정에 함께 한 퍼플레이의 영화 큐레이터가 <비대면 페미씨네>의 진행을 맡기로 하였습니다.

### ○ 참여인원 설정

오프라인 단기 상영회를 하는 경우 공간의 규모에 맞추어 참여자를 모집하곤 합니다. 큰 강의실에서 진행할 경우 80명 내외, 작은 강의실의 경우 30명 내외로 모집을 했는데, 이번 상영회는 영화를 보고 이야기를 하는 데 초점이 맞춰져 있었고, 온라인으로 토론을 한다는 제한이 있었기 때문에 인원은 최대 20명으로 하였습니다.

### ○ 온라인 상영 방법

퍼플레이와 온라인 상영회를 논의하면서 초반에 가장 고민했던 부분은 ‘어떻게’ 이 모임의 참여자들에게 영화를 보여줄 것인가-였습니다. 퍼플레이는 정액제 방식이 아닌 영화 편당 결제 방식을 택하고 있었는데, 이 사업의 경우 상영료를 센터에서 지급하고 영화는 각 참여자들이 각자의 공간에서 봐야 했기 때문에 이 조건에서 가장 좋은 방법을 찾고자 했습니다.

최종적으로 참여자 모집은 은평센터에서 진행하되, 참여 의사를 밝힌 참여자들에게 퍼플레이 사이트 가입을 요청하고, 해당 아이디를 퍼플레이에 전달해 주차별로 무료로 영화를 볼 수 있도록 조정하였습니다. 참여자는 1주일간 선정된 영화를 볼 수 있고, 한 번 상영을 시작한 경우 72시간 후에는 상영기한이 만료되었습니다.

### ○ 워크시트 제작

효율적으로 모임을 운영하기 위해서 사전에 워크시트를 제작하여 배포하기로 하였습니다. 대면 모임을 하는 경우에는 자유롭게 서로의 말을 받아 토론이 가능할 수 있지만, 온라인 모임의 경우에는 어느 정도 가이드가 마련되어 있는 쪽이 더 나을 거라고 판단했습니다.

워크시트에는 퍼플레이에서 영화를 보는 방법 안내, 각 주차별 주제, 주제별로 선정된 영화 정보와 함께 영화를 본 후에 각자의 감상을 정리할 수 있는 질문을 함께 넣었습니다.

기억에 남는 장면 / 이 영화에 해시태그를 붙여 본다면 / 내가 쓰는 한 줄 카피 / 이 영화를 함께 보고 싶은 사람은 누구인지, 그 이유는 무엇인지? 등

워크시트는 신청한 모든 참여자에게 PDF와 워드 파일로 발송하였습니다.



## 프로그램 운영

### ○ 모임 방식

<비대면 페미씨네>는 “영화는 각자-수다는 함께”라는 기조로 기획하였고, 영화는 편한 공간에서 각자 보더라도 가능하다면 서로 만나서 이야기를 나누고 싶었습니다. 하지만 휴관이 길어지면서 모임 역시 전부 온라인으로 대체되었습니다. 온라인 모임에 대비하여 사전 준비를 하긴 했지만 아쉬운 부분이었습니다.

4회차로 계획했던 모임에 앞서 1회의 오리엔테이션을 진행했습니다. 온라인 모임을 해보지 않은 참여자들에게 모임의 방식과 퍼플레이에서 영화를 보는 방법을 안내하고, 간단한 자기소개도 나누었습니다. 모임의 참여자들에게 이 온라인 공간이 안전하고 편하게 발언할 수 있는 공간으로 인식되기를 바랐기 때문에, ‘이 모임에서 불리고 싶은 이름, 이 모임을 선택하게 된 이유, 평소 좋아하는 영화나 드라마 작품이나 감독’이라는 키워드를 던지고 이야기를 나누었습니다.

이후 모임은 주제별 영화를 각자 보고 화요일 저녁에 줌Zoom을 통해 2시간 정도 토론을 진행했습니다. 워크시트에 있는 질문을 중심으로 좀 더 확장된 이야기를 했는데, 각자 인상적으로 본 장면뿐만 아니라 자신이 겪었던 개인적인 경험과 영화 외적인 이야기까지 함께 나눌 수 있었습니다. 말하는 사람도, 듣는 사람도 상대를 존중하는 태도를 가졌고, 모임의 진행자가 영화의 정보, 여성주의에 대한 깊은 이해가 있었기 때문에 ‘느슨하지만 따뜻한 연대의 공간’이 가능했습니다.

마지막 다섯 번째 모임에서는 <상주>의 차정윤 감독을 초청하여 온라인으로 관객과의 대화(GV)를 진행하였는데, 사전에 참여자들에게 질문을 받아서 진행했기 때문에 온라인임에도 불구하고 다양하고 세밀한 이야기들이 오갈 수 있었습니다.

온라인 모임의 장점은 좀 더 편한 환경에서 참석이 가능하다(침대에 누워서도, 혹은 근무 중에도 참여 가능!)는 것과 시공간의 제약이 덜하다(지리적으로 멀어도 참석 가능)는 것일 텐데요. 단점 역시 명확했습니다. 줌Zoom으로 모임을 진행했지만 비디오킨는 건 개인의 선택에 맡기다 보니 비언어적인 소통이 불가능했습니다. 모여서 토론을 했다면 자연스럽게 이야기에 대한 리액션이 나오고, 눈짓이나 몸짓을 보며 상대의 감정이나 말하고자 하는 바를 빠르게 알아차릴 수가 있는데, 온라인 모임은 끼어들 타이밍을 찾기도 어려웠습니다. 그러다 보니 서로의 말에 맞장구 쳐주

기보다는 모임의 진행자가 순서를 정하고, 이야기의 방향을 잡아주는 것이 더 중요했고요. <비대면 페미씨네>는 모임의 진행을 퍼플레이의 강푸름님이, 온라인 모임의 지원, 오디오 조정 등의 기술적인 부분을 센터에서 맡아서 운영했고, 서로 모니터링하면서 놓칠 수 있는 부분을 보완하며 진행했습니다.

또 영화를 각자 보기 때문에, 모임 참여를 독려할 방법도 고민했습니다. 무언가 재미있고, 얻어갈 만한 것이 있다고 느껴야 모임 참여가 ‘영화를 무료로 보는 것’ 이상의 가치로 다가올 것이기 때문입니다. 앞서 말한 것처럼 ‘다른 곳에서는 편히 얘기할 수 없었던 이야기를 편하게 할 수 있는 공간’이라는 느낌을 가질 수 있게 노력했고, 함께 나눈 이야기들을 기록하여 책자 형태로 발간할 것임을 예고했습니다. 또, 모임에 참석했을 경우, 퍼플레이에서는 주차별 주제와 관련한 영화를, 센터에서는 책을 추천하여 관심 있는 참여자들이 주제를 더 깊게 이해할 수 있는 콘텐츠를 제공했습니다.



진행 사진

## ○ 정리와 기록

기록집을 만드는 것은 모임 초기부터 중요하게 생각한 부분이었습니다. 함께 나누는 이야기들이 휘발되어 버리는 이야기가 아니라 의미 있는 기록이 되길 바랐고, 상영 지원 사업의 프로그램이 끝나더라도 함께 모일 수 있는 기반이 되면 좋겠다고 생각했습니다.

<비대면 페미씨네>는 온라인을 적극적으로 활용하기로 하고 워크시트를 구글 문서에도 만들었습니다. 모임에 참여하지 못하는 경우, 구글 시트에 자신의 의견을 남길 수 있도록 했고 당일 나누는 이야기 중 해당되는 내용을 옮겨두기도 했습니다.

기록집에 실릴 내용은 모임의 녹화본을 참조하여 대화 형태로 정리하고, 당일 참여하지는 않았지만 구글 시트에 남겨주신 참여자들의 의견 역시 함께 참조하여 넣었습니다. 기록집을 만들 때 온라인 모임이 장점이 되기도 했는데요, 줌Zoom의 경우 '기록' 기능을 통해 녹화가 가능했기 때문에 이 내용을 바탕으로 모임 내용을 정리할 수 있었습니다. (녹화본은 별도 게재하거나 공유하지 않고 증빙용으로만 보관)

## 평가

<비대면 페미씨네>는 참여율도 높고 참여자들의 만족도도 높았던 프로그램이었습니다. 상대적으로 프로그램 참여도가 낮았던 20-30대 여성들이 다수 참여했다는 점도 고무적이었고요. 모임 이후 설문에 따르면 지금까지 도서 대출만 이용하던 분들이 참여 인원의 절반이었고, 은평센터가 도서관이자 지역미디어센터였다는 것을 몰랐던 분은 90%에 달했으니 센터의 인지도와 상영사업을 알리는 데에도 큰 역할을 했다고 평가하고 있습니다.

참여자들은 평소 쉽게 볼 수 없었던 단편영화를 볼 수 있었다는 점과 여성영화라는 주제가 이 모임의 가장 큰 매력이었다고 이야기했습니다. 퍼플레이의 큐레이션에 만족하는 참여자도 다수였고요.

<비대면 페미씨네>의 기록집은 처음엔 PDF 형태로 제작해서 배포했습니다. 모두 온라인으로 진행된 모임이었기에, 오히려 아날로그의 느낌을 살려 코르크 게시판,

다이어리 꾸미기 등의 디자인으로 기획했고 이후 책자로도 인쇄하여 센터에 비치하고 참여자들에게도 나누어드렸습니다. 이 기록집을 기반으로 다른 모임을 운영해볼 수도 있지 않을까 기대해봅니다.

현재 <비대면 페미씨네>는 후속 모임인 <보는 언니들>이라는 동아리로 운영 중입니다. 영화만이 아니라 다양한 여성주의 콘텐츠를 읽고, 보고, 함께 이야기 나누는 모임으로 12명의 회원이 함께하고 있습니다. 후속 모임은 네이버 밴드를 활용해 간단한 기록을 남기고 있고, 지금까지 9회 정도 모임을 진행하였습니다. 총 11개의 주제를 정해서 기사, 영화, 책 등 다양한 매체를 함께 보는 중입니다. 사회적 거리두기 단계가 낮아지고, 대면 모임이 다시 가능해진다면 함께 모여서 수다 떨 기회를 노리고 있기도 하고요.

매주 평일 저녁 시간에 모임에 참석한다는 게 쉬운 일이 아닐 텐데, 열심히 참여해주시는 분들을 보면 새로운 방식의 공동체 상영의 실험이 일정 정도 성공한 게 아닌가 싶기도 합니다. 비록 서로 얼굴도 모르는 아주 느슨한 형태이지만요...;-)

### 참고자료

「온라인, (여성)영화, 그리고 영화 리터러시 - 퍼플레이를 활용하는 N가지 방법」 - 김하나 ((주)퍼플레이컴퍼니 총괄매니저)



## 퍼플레이와 유튜브를 활용한 상영·부대 프로그램 운영 사례 <단편영화 개봉극장 2020>

충무로영상센터 오!재미동 이진희



<단편영화 개봉극장>은 2013년부터 소수의 취향도 존중받을 수 있는, 오!재미동 작은 극장에서 꾸준히 관객들과 만나왔습니다. 단편영화 감독에게는 관객과 만날 수 있는 기회, 관객에게는 단편영화를 만날 수 있는 창구로, 소통의 장으로 기능하고 있습니다. 그런데 말입니다. 전대미문의 사태 코로나19와 맞닥뜨리게 되었습니다. 영화관에 가는 일이, 한 공간에 모여 다른 사람과 영화를 보는 일이 위협적인 것이 될 수도 있다는 사실이 새삼 생경합니다. 코로나19는 그렇게 새로운 방안을 찾으려 등 떠밀었고, 우리의 상영은 이렇게나 달라졌습니다.

사업결과 요약		
항목	단편영화 개봉극장 2020 (온라인)	참고 (이전 오프라인 상영회)
진행작품	단편영화 12편 (접수작품 174편)	동일
상영회차	연 1회 3일	연 3일간 4회(총 12회)
섹션구성	12작품 개별 상영	회당 3작품 1섹션 상영
상영공간	온라인 플랫폼 퍼플레이(회원가입 필요)	오!재미동 극장
영화상영료	감독 또는 배급사에 지급	동일
관객관람료	무료상영	동일
총 관람 수	1,249건	-
기타	작품당 시청 횟수 120건으로 제한, 12작품 중 3작품 매진기록!	-

## 번복의 번복!

오!재미동 <단편영화 개봉극장>은 매년 5,7,9,11월에 진행됩니다. 5월 상영전이 코로나19로 인해 지연되어 6월 상영전을 계획했지만, 결국 취소됩니다. 7월, 상황이 조금 나아지면서 5월과 7월의 밀린 상영을 두 주에 몰아서 치르는 상영전 일정을 공지하게 됩니다. 상영을 약 두 주 남기고 상영전 일정은 또 취소됩니다. 두 번째 번복입니다.

특히 올해는 스페셜 한정판 티켓으로 인쇄물을 제작했고, 메일링을 비롯한 홍보물도 나왔습니다. 감독님들은 작품이 선정된 4월부터 계속 상영전을 기다려왔는데, 그래서 안타까움이 더욱 커졌습니다. 번복이 되면 일단 감독님들께 연락을 드립니다. 배급사 작품이 있기에 배급사에도 연락을 따로 해야 합니다. 죄송의 인사와 예측할 수 없는 기약을 다시 하면서. 또 기존 홍보물을 수정하거나 일정 번복의 죄송함을 담아 새로운 홍보물을 만들어야 합니다.

## 온라인으로 결정하고 나니 코로나19 진정세?

9월 말, 완전히 온라인으로 진행을 결정하고 플랫폼을 정하고 GV 방안을 확정하기까지 여러가지 시행착오와 수없는 회의, 쉽게 결정할 수 없음을 반복하는 지난한 시간이 이어졌습니다. 온라인으로 결정하고 나니 코로나19는 진정국면 같은 면모를 보였지만, 이제 다시 번복은 없습니다. 이제는 정말 온라인으로 가야합니다! 새롭게 시작할 때는 자료조사가 뒷받침 되어야만 기준 잡기가 조금 수월한 법이죠. 영화제 모델을 참고합니다. 이미 여러 영화제가 다양한 플랫폼들과 손을 잡고 온라인 영화제를 진행한 사례가 있었습니다.

### 온라인 상영 시, 상영료 지급 방식

- 정액 상영료 지급 + VOD 관람 수익 지급
- 정액 상영료만 지급
- VOD 관람 수익만 지급

영화상영료 지급 방식은 위의 형태로 분류 가능했으나 영화제마다 기준은 제각각이었고, 관계자들을 통해 알게 된 VOD 판매 수익금은 기대보다 적은 수치였습니다. 물론 기대치는 사람마다 제각각일 테지만, 매년 문전성시를 이루고 매진을 기록하는 오프라인과는 분명 다른 면모였습니다. 우리가 같은 방식을 택하여 승산이 있을까 고민은 깊어집니다.

## 지난했지만 결국 소통!

### 온라인 상영에의 우려

- 작품 유출의 우려
- 배급사와 감독님의 입장 : 적더라도 '유료상영이 좋아요'
- 온라인에서 '무료'라는 인식이 단편영화와 만나 만들어 낼 수 있는 편견에 대한 견제

오프라인으로 단편영화를 만나러 오는 사람은 그래도 찾아보고 예약하고 발품을 팔지만, 온라인은 다른 문제였습니다. 서울시의 위탁으로 누구에게나 열려 있는 공간을 표방하는 오!재미동에서는 기본적으로 모든 상영전을 무료로 운영합니다. 이 형태와 프로그램의 취지를 고려했을 때 저희에게 '유료상영'의 화두는 풀기 어려운 숙제였습니다.

무엇보다 감독님들과 배급사의 의견을 수용하는 것이 가장 중요한 일이었습니다. 온라인 변경을 일방적으로 통보했다 못매를 맞은 영화제의 사례를 굳이 언급하지 않더라도 말입니다. 배급사 필름다빈의 백다빈 대표님은 온라인 상영에 대한 고민을 초기부터 함께 해주셨습니다. 감독님과 배급사 대표님들과 함께하는 과정에서 일일이 확인하고 고민점을 다시 이야기하고 상황을 설명합니다. 결국 상영에 제한요건을 두되 관객들은 무료로 단편영화 개봉극장을 관람하는 방안으로 감독님들과 배급사가 수용해 주셨습니다.

'신작' 기반의 <단편영화 개봉극장 2020>은 프로그램 설계 과정에서 창작자 의견을 반영하여 창작자의 우려를 덜어줄 만한 장치로 보안 제반사항을 갖춘 OTT와의 결합, 작품 당 120명 인원제한, 클릭만으로는 접근할 수 없는 구조를 갖추었습니다. 전국미디어센터협의회 상영지원 담당자에게 온라인 전환 계획서를 전달, 사전 동의를 구한 후 공문을 발송하여 최종 문서 절차를 마칩니다. 문서 초안은 9월 15일에 작성되었습니다. 온라인 진행 약 두 달 전의 일입니다. 그럼 이제 실행만이 남았습니다!

10.04.	10.05.	10.06.	10.07.	10.08.	10.09.	10.10.
11월 작품 진수 마감		GV 촬영 시작(~23) 노도진 감독 / 파시엔 배우 14:00 [스타렉스] 합성준 감독 / 문채인 배우 16:00 [뒤드감기]		11월 작품 선정 완료 변성민 감독 / 최혜준 배우 18:30 [선애 받은 들을 준다]	함근남	
10.11.	10.12.	10.13.	10.14.	10.15.	10.16.	10.17.
		작품 수급 완료 남순야 감독 / 김민아 배우 15:00 [추석연휴]	백하은 감독 / 권병관 배우 14:00 [같은꿈] 강장민 감독 / 김태나 배우 16:00 [각자의 인생]		유준민 감독 / 어주경 배우 16:00 [유혹기원] 서지환 감독 / 허윤경 배우 14:00 [단산출판가자고 우리]	
10.18.	10.19.	10.20.	10.21.	10.22.	10.23.	10.24.
	오피에저 홍보 시작 타페이저 홍보 시작	퍼플레이 촬영본 제출 완료		김민우 감독 / 비연세 14:00 [나를 해우는 바람] 전승표 감독 / 김종태 배우 12:00 [소공인에 SMS 작품 공개 시작]	GV 촬영 종료 현유원 감독 / 이태경 배우 13:00 [나는 서랍마음에 올어본 적이 없다]	
10.25.	10.26.	10.27.	10.28.	10.29.	10.30.	10.31.
	이홍재 감독 / 강길우 배우 18:00 [마이 리틀 텔레비전]	별도 메일링 발송	퍼플레이 페이지 오픈 6면, 리부수급완료	트레일러 공개	전체 프로그램 메일링 발송 각종 플랫폼 채널로 공개 각종 소셜미디어로 공개 각종 웹페이지로 홍보하기 시작	
11.01.	11.02.	11.03.	11.04.	11.05.	11.06.	11.07.
	유튜브 홍보 동영상 공개			SMS 작품 공개 마무리 D-7		
11.08.	11.09.	11.10.	11.11.	11.12.	11.13.	11.14.
	GV 영상 공개 (각종 플랫폼 기반 라인) 신문 구판용 설계 완료		SMS 감상광 이벤트 게시	00:00 심경 오픈 SMS 이벤트 시작		00:00 심경 종료
11.15.	11.16.	11.17.	11.18.	11.19.	11.20.	11.21.
						SMS 감상광 이벤트 연장 마감

부영 일정표

## 배우들이 함께 한 GV

고민. 상영을 온라인으로 진행하되, 관객과의 대화(GV)를 특별하게 하고 싶다. 모더레이터를 꼭 세워야 할까?

영화 몇몇을 묶어 한 명의 모더레이터가 진행하는 기존의 방식을 그대로 적용할 필요가 없어지자 생각한 것이 바로 감독과 배우의 대담입니다. 감독, 배우들과의 일정 조율 후 22일이라는 기간에 걸쳐 하루에 한 두 건의 GV를 진행했습니다. 질문은 담당자들이 돌아가며 작성했고 영화별로 ‘공통질문-개별질문-단편영화 전반에 관한 것’으로 구성하여 진행 약 3~5일 전에 전달합니다. 질문의 추가나 변경 가능성은 열어둡니다.

카메라와 조명이 설치된 오!재미동 각각의 공간에 감독님과 배우님이 도착하고, 작품 이야기가 시작됩니다. 한 번씩 노후한 카메라가 꺼져서 녹화를 끊어야 했던 불편 외에 촬영은 비교적 순조로웠습니다. 10월 6일부터 26일까지 촬영이 이어졌고 열 두 분의 감독님과 열 두 분의 배우님이 오!재미동 아카이브, 극장, 교육실에 함께 했습니다. 진행에 필요한 인원은 2~3명이었습니다. 코로나19로 인한 휴관기간이었기에 가능했습니다. 흔하지 않은 일기에 배우들이 오!재미동을 찾아준 것도, 배우의 목소리로 직접 영화 이야기를 들을 수 있었던 것도 의미 있었습니다.

열 두 작품 중 무려 세 작품에서 주연으로 출연한 강길우 배우님의 경우, GV 촬영 일정을 맞추기가 어려웠는데 촬영 일정을 조정하고 마감시간 이후까지 할애하여 마침내 함께 할 수 있었습니다. 또 <마이 리틀 텔레비전> 이홍재 감독의 할머니는 손녀의 작품 속에 주인공으로 등장합니다. 손녀가 담은 할머니의 모습, 그리고 그 자체로 감독님에게 의미 있는 작품인 것을 알게 되었을 때, 왠지 모를 뭉클함이 있었습니다.

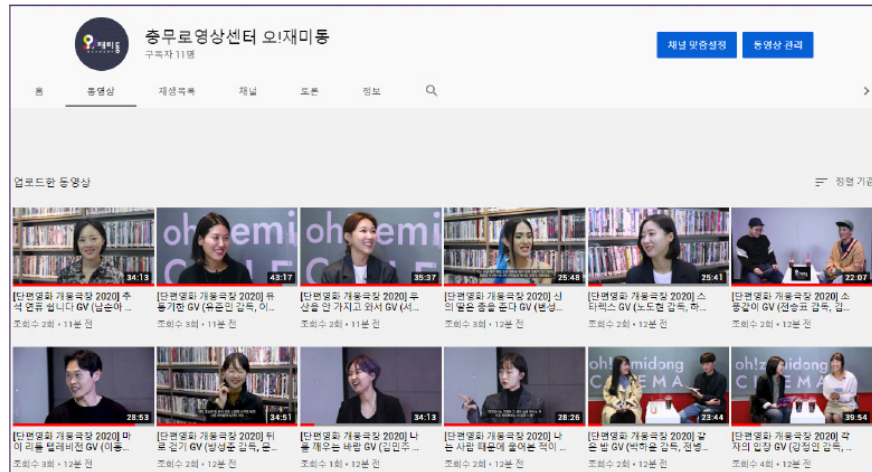
열 두 편의 GV 촬영은 팀별로 분위기와 질문의 방식과 답변의 방향이 너무나도 달라 매력이 제각각이었습니다. 작품의 숨은 이야기를 알게 되고 그래서 그 작품에 더 애정이 가는 것, 의미 부여가 가능한 것. 그리고 오랫동안 기억에 남는 작품이 되는 것. 그것이 우리가 GV를 하는, 그리고 챙겨보는 이유가 아닐까요?



GV 녹화 현장

## GV 영상 이진 몰랐다?

시간이 정말 없었습니다. 열 두 편의 GV를 진행하고 나니 편집 담당자의 앞에는 촬영본 파일들과 마감 압박이 쌓여있었습니다. 편집담당자의 시간은 야근+야근으로 채워지고 있었습니다. GV 영상에 접근할 수 있는 층을 넓히고자 자막을 선택했는데, 제작에 필요한 시간 계산을 제대로 하지 못하는데다가 상영을 바로 앞두고 있어, 열 두 편 중 세 편의 영상에는 질문자막만을 넣고 답변 자막은 포기할 수밖에 없었습니다.



유튜브 GV 영상

## 예산과 업무량이 모두 폭발한다!

예산은 오프라인 대비 온라인이 더 많이 필요합니다! 상영료를 동일하게 책정하기는 어렵다는 생각에 여러 차례 내부 회의를 거칩니다. 고려한 점은 예산, 이용가능한 인원, 온라인 상영에 따르는 리스크입니다. 이미 GV 영상 제작에서 예산이 2배정도 소요될 예정이었기에, 지원예산 내에서 소화는 어렵다고 판단합니다. 지원예산 외 추가할 수 있는 예산이 있는가. 센터 예산을 끌어왔습니다. 상영료는 소폭 상향 조정하여 자체예산 배치, 지원예산에서는 DVD 제작에 필요한 콘텐츠 비용까지 포함하는 것으로 예산계획을 변경합니다. 이 역시 코로나19 여파로 자체 상영전이 원활히 진행되지 못했기에 유연하게 넘나들 수 있었습니다. 관객참여 방안으로 감상평 이벤트를 위한 홍보비까지 항목에 추가하고 나니 지원예산이 알차게 배치됐습니다.

이외에도 일은 정말 많았습니다. 작년까지만 해도 5,7,9,11월 상영했던 4회차 분을 한 번에 몰아 진행한다는 점에서, 또 GV 촬영본 열 두 편을 각각 운영하는 형식에서 할 일이 많아질 거라고 예상하기는 했으나 실제로 부딪치고 나니 업무량은 가히 폭발적이었습니다. 하지만 오!재미동에는 정예군단이 있습니다. 상업영화와 방송 촬영을 했던 담당자가 촬영을, 편집진공자의 퀄리티가 다른 편집, 세심하게 GV를 준비한 진행 담당자 그리고 촬영앵글과 자막을 담당한 강력한 조력자와 함께 22일간 열두편의 GV 사전촬영을 해 낼 수 있었습니다. 촬영담당자+편집담당자 조합의 영상은 오!재미동의 유튜브 채널에서 언제나 만날 수 있습니다!

두 번이나 상영작 접수를 연기하긴 했지만 그 외 접수와 선정 과정은 같았습니다. 일정기간 동안 접수를 진행하고 상영할 영화를 선정합니다. 상영이 결정되면 상영본과 홍보물을 수급합니다. 퍼플레이 측에서도 선호하는 포맷은 H.264였습니다. 압축률이 좋아 화질에 문제가 생길 우려가 없죠. 상영본에 이상이 없는지 확인합니다. 퍼플레이에서 요구하는 포맷에 맞는 자료와 스틸컷을 준비해 전달합니다. 이 과정에서 오!재미동은 완전한 중간자입니다. 배급사 또는 감독들에게 요청하고 확인하고 전달합니다.

실행은 퍼플레이가 12일 00시에 맞춰 시작해 주었습니다. 물론! 12시에 프로그램이 오픈되었는지, 플레이까지 단계가 잘 실행되는지 늦은 밤 집에서 모니터링 하는 것은 저희 몫이었습니다. 작은 오!재미동 극장에서 벗어나 누구에게나 닿을 수 있는 새로운 넓은 세계가 펼쳐졌습니다. 퍼플레이 보고서를 받고 나서 가장 흥미로웠던 점은 새벽 이용객의 수가 생각보다 많았던 점입니다. 밤 10시부터 새벽 4시까지의

이용률이 35%! 시간과 공간에 자유가 주어졌으니 영화를 만나는 시간들도 무한 확장된 느낌이 들었습니다.

## 퍼플레이, 뭘 이렇게까지: 새벽 3시에도 마감해 주시는 열과 성!

인지도가 높은 플랫폼, 유튜브와 비메오는 가장 편안하게 접근할 수 있지만, 해킹 다운로드가 가능하다는 사유로 채택하는 것이 쉽지 않아 OTT와의 결합방식을 고려하게 되었습니다. 작은 극장에서 작게 치러왔던 행사인 만큼 소수의 취향과 니즈를 반영한 OTT를 찾았습니다. 평소 관객층이 이용하는 플랫폼이라면 더 좋겠죠. 그래서 후보군은 퍼플레이와 무비블록. 무비블록은 블록체인을 기반으로 하여 코인으로 운영하는 방식입니다. 퍼플레이는 ‘여성영화 플랫폼’을 표방하고 있어 주요한 콘텐츠는 여성이 중심이거나 여성이 감독이어야 합니다. 단편영화 개봉극장의 12편이 모두 이에 해당하지는 않기에 잠깐 고심을 해보지만, 퍼플레이와 고민점을 나눠봅니다. 퍼플레이측에서는 이를 큰 걸림돌로 생각하지 않고 <단편영화 개봉극장 2020>의 취지에 공감하며, 같이 일할 수 있는 요건을 제시해 주었습니다. 120명 인원제한 요청에는 별도의 기능이 없지만 수동으로 적용할 수 있다는 답변을 듣습니다. 인원제한이 제대로 되지 않을까 우려했지만, 새벽 3시에도 120명이 넘어가면 즉시 매진-마감 처리해 주시고 소식을 알려주는 등 퍼플레이의 협조와 홍보 역시 온라인 상영 진행에 큰 힘이 되었습니다.



퍼플레이 배너

## 확장의 외연 1,249건

오!재미동 작은 극장에서 관객들을 만나왔습니다. 한 번에 많으면 서른 명, 의자를 짹 짹 채우고도 자리가 부족해, 늦게 들어온 관객은 의자를 별도로 만들어 앉히고 상영을 진행한 적은 있어도 이렇게나 많은 건수를 앞에 두니 감회가 새롭습니다. 물론 프로그램을 접한 분들이 영화를 끝까지 보았는지 마지막에 어떤 표정이었는지는 알 수가 없지만 말입니다. 가장 아쉬운 것은 확인이 어려운 관객들의 반응이었습니다. 오프라인 상영전의 설문조사에 비해 온라인 설문조사는 참여율이 매우 저조했습니다. 많이 아쉬운 부분 중 하나입니다.

홍보에도 많은 시간과 애정을 들였습니다. SNS를 통한 1일 1작품 홍보, 링크모음을 만들어 여기저기 홍보합니다. 홍보 담당자는 SNS에서의 반응을 통해 <단편영화 개봉극장 2020> 참여가 센터에 대한 관심으로 이어지는 것이 보여 좋았다고 평가합니다. 감상평 이벤트의 길고 애정 어린 댓글들은 이 프로그램을 준비한 우리들을 힘나게 합니다.



감상평 이벤트

무엇보다 오!재미동의 직원들이 마음을 모으고, 손을 모으고, 촘촘하게 많은 시간을 쏟아 만들어낸 <단편영화 개봉극장 2020>은 과정에서 이미 많이 즐거웠답니다. 12작품에 총 1,249건의 관람이라는 성적표를 받아 들고 나니 못내 뿌듯한 기분입니다. 처음 가보는 길, 수많은 망설임과 고민과 또 우려가 함께 했던 길. 그런데 다 걷고 나니 뒤돌아 기억하고 싶어지는 길이었음을 알게 한, <단편영화 개봉극장 2020>이었습니다.

이렇게 마무리를 하고 싶네요, <단편영화 개봉극장 2020>의 엔딩크레딧으로!

## <단편영화 개봉극장 2020>을 만든 이들

정예군단. 정철현, 김동윤, 이진희, 이훈재, 황다경

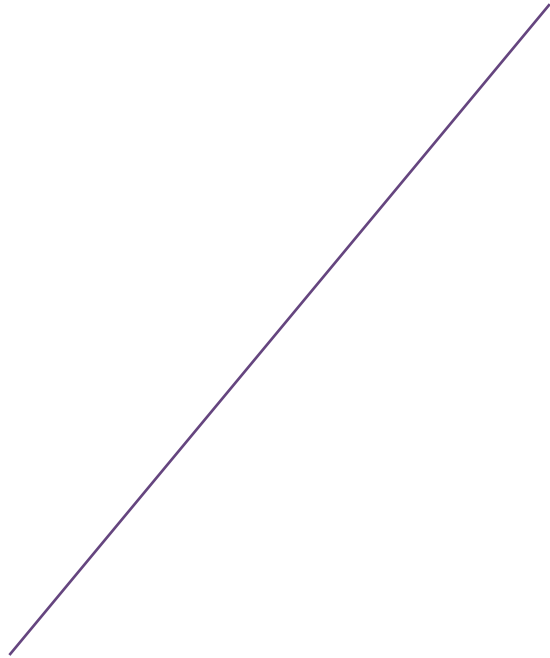
<각자의 입장> 강정인 감독, 김해나 배우 <같은밤> 박하윤 감독, 전병윤 배우 <나는 사람 때문에 울어본 적이 없다> 한유원 감독, 이태경 배우 <나를 깨우는 바람> 김민주 감독, 비혼세 <뒤로 걷기> 방성준 감독, 문혜인 배우 <마이 리틀 텔레비전> 이홍매 감독, 강길우 배우 <소풍 같이> 전승표 감독, 김종태 배우 <스타렉스> 노도현 감독, 하시연 배우 <신의 딸은 춤을 춘다> 변성빈 감독, 최해준 배우 <우산을 안 가지고 와서> 서지환 감독, 하윤경 배우 <유통기한> 유준민 감독, 이주영 배우 <추석 연휴 쉽니다> 남순아 감독, 강진아 배우

배급사 필름다빈 백다빈 대표님, 센트럴파크 홍성운 대표님, 포스트핀 변성빈 매니저님  
전국미디어센터협의회 김예은, 정윤영

막대한 도움을 주시고 함께 만들어 주신 분들께 모두 고마워요!  
관객 여러분도 고맙습니다!



# 부록



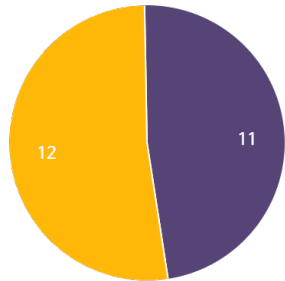
## 2021 지역미디어센터 상영관 현황

연번	센터명	좌석수	형태	비고 (영화상영관 코드, 상영관명)
1	강릉시영상미디어센터	66	비상설 무료상영	-
2	강서구영상미디어센터	85		강서구민회관 노을극장
3	군포시미디어센터	50		-
4	노원마을미디어지원센터	30		-
5	동구영상미디어센터	108		-
6	서산시영상미디어센터	220		-
7	수원미디어센터	92		수원청소년수련관 상영관
8	순천시영상미디어센터	96		-
9	완주미디어센터	50		-
10	의정부영상미디어센터	96		-
11	익산공공영상미디어센터	54		-
12	제천영상미디어센터	98		-
13	충무로영상센터 오!재미동	24		-
14	화성시미디어센터	40		-
15	고양영상미디어센터	74	비상설 유·무료 상영	002207, 고양영상미디어센터
16	김해문화의전당 영상미디어센터	96		007067, 김해문화재단 김해문화의전당
17	성남미디어센터	98		002034, 성남문화재단
18	원주영상미디어센터	77		003045, 원주영상미디어센터
19	부천시민미디어센터	70	상설 유·무료 상영	002239, 판타스틱 큐브
20	서천군미디어센터 기벌포영화관	44		005051, 서천군 기벌포영화관 2개관 운영 (작은영화관, 154석), 센터 상영관(44석)은 무료상영
21	천안시영상미디어센터	50		005053, 인디플러스 천안

## 2021 지역미디어센터 상영사업 운영 현황

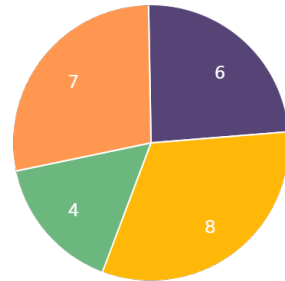
- <2021 지역영상미디어센터 활성화 지원\_상영지원 사업>에 참여한 23개 센터 대상 조사
- 자체 상영관을 보유한 센터(15개)를 대상으로 진행한 설문은 ●, 중복 응답이 가능한 설문은 □으로 표기

담당자 수



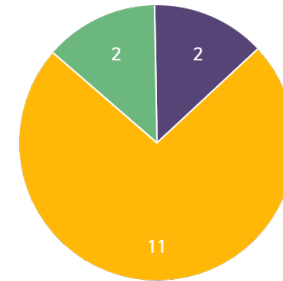
■ 1명(47.8%) ■ 2명(52.2%)

담당자 경력



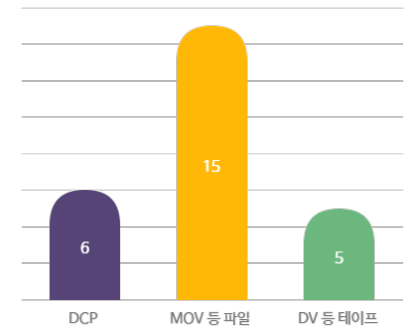
■ 1년미만(26.1%) ■ 3년미만(34.8%)  
■ 5년미만(17.4%) ■ 5년이상(21.7%)

상영관 좌석수 ●

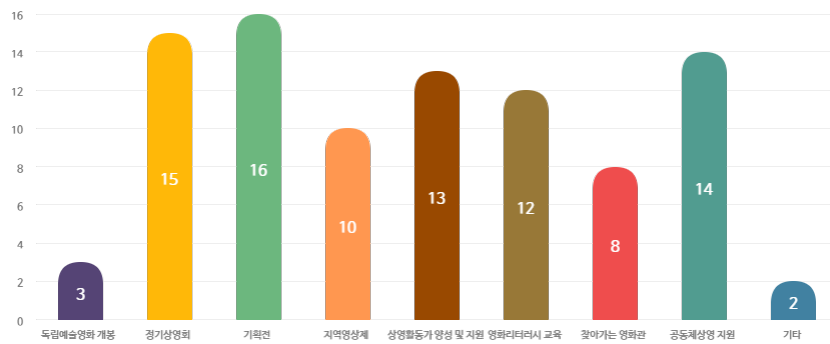


■ 50석 미만(13.3%) ■ 100석 미만(73.3%)  
■ 100석 이상(13.3%)

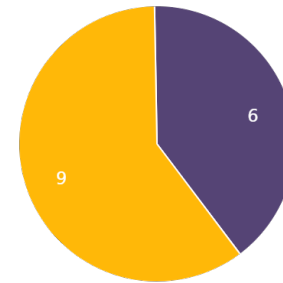
상영본 포맷 □



사업 유형

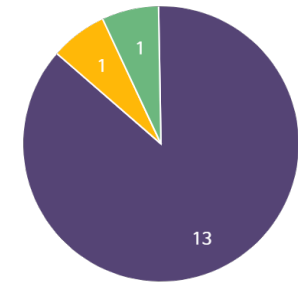


프로젝터 ●



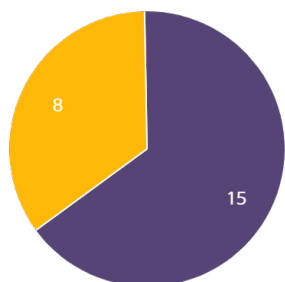
■ DCP프로젝터(40%) ■ 일반DLP프로젝터(60%)

사운드 시스템 ●



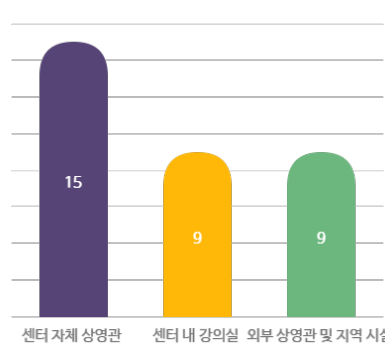
■ 5.1채널 이상(86.7%)  
■ 스테레오 방식(6.7%)  
■ 일반 스피커 활용(6.7%)

자체 상영관 보유 여부



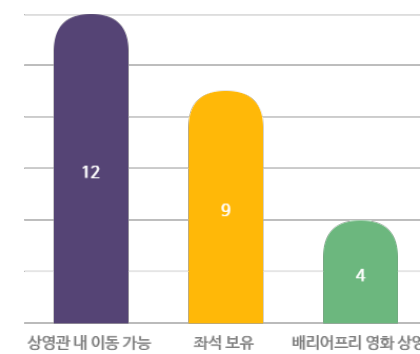
■ 보유(65.2%) ■ 미보유(34.8%)

주요 상영 공간 □



■ 센터 자체 상영관 ■ 센터 내 강의실 ■ 외부 상영관 및 지역 시설

장애인 접근권 □



■ 상영관내 이동 가능 ■ 좌석 보유 ■ 배리어프리 영화 상영

## 지역영상미디어센터 상영사업 사례집 vol.3 - 지역미디어센터 상영사업 가이드북

발행일            2021년 2월  
발행처            (사)전국미디어센터협의회

기획·편집        김예은, 정윤영  
글쓴이            권현준, 김예은, 나일선, 박민욱, 박혜림, 송준영, 신지민, 이진희,  
(가나다순)        정윤영, 한누리

디자인            인터스피니  
인쇄               예지미술

(사)전국미디어센터협의회  
주소 : 04626 서울 중구 퇴계로36가길 18 401호  
전화번호 : 02-6325-6430 팩스: 070-7614-2206  
홈페이지 : [www.krmedia.org](http://www.krmedia.org)

본 사례집은 문화체육관광부 후원으로 제작되었습니다.

비매품