

내러티브 몰입을 위한 입체영상의 공간연출 프로세스 연구

A Study of Space Planning Process in Stereoscopic 3D for Narrative Immersion

손정현

경기대학교 애니메이션영상학과

Jung-Hyun Son(calibretto83@gmail.com)

요약

21세기에 들어 입체영상에 대한 대중의 관심을 다시 집중시킨 곳은 극장이었다. 2009년을 기점으로, 입체영상에 대한 관심은 폭발적으로 증가했지만, 콘텐츠 부재 문제는 여전히 해결되지 못했다. 그러나 TV 방송 시장에서의 전망이 불투명한 반면, 입체영화는 할리우드를 중심으로 꾸준히 제작되고 있다. 또한 탄탄한 스토리텔링을 갖춘 영화들은 흥행에서도 괄목할만한 성적을 기록했는데, 이들의 공통점은 입체영상이 주는 공간감이 내러티브 몰입을 효과적으로 보조하고 있다는 점이다.

따라서 입체영상 기술은 극장을 중심으로 내러티브 몰입을 강화할 수 있는 시각기술로서 유용할 것으로 전망한다. 그래서 본 연구에서는 몰입과 입체영상의 관계를 살펴보고, 그에 대한 논의를 바탕으로 내러티브 몰입을 효과적으로 보조할 수 있는 입체영상의 공간연출 프로세스를 제안하였다.

■ 중심어 : | 입체영상 | 몰입 | 내러티브 몰입 |

Abstract

In the 21th century, audiences were fascinated with stereoscopic 3d in the theaters again. Since 2009, interest in stereoscopic 3D had been increased explosively, but shortfall in stereoscopic 3D contents is yet to be solved. However, despite shaky conditions in broadcasting businesses, stereoscopic 3D movies are released steadily in Hollywood. And the movies with strong storytelling are performing in the film market, so common point among them is that stereoscopic 3d techniques are used for subserving narrative immersion effectively.

Therefore, stereoscopic 3D techniques will be helpful for enhancing narrative immersion. So I researched relations between immersion and stereoscopic 3D, and proposed space planning process for enhancing narrative immersion in stereoscopic 3D.

■ keyword : | Stereoscopic 3D | Immersion | Narrative Immersion |

I. 서론

19세기에 처음 모습을 드러낸 입체영상은 2010년대에 다시 그 모습을 드러냈는데, 이전과는 비교할 수 없을 정도로 많은 대중의 관심이 쏟아지자 3D 디스플레이

이 시장을 중심으로 관련 산업들이 탄력을 받았다. 그러나 꾸준히 지적되어 온 콘텐츠 부재 문제는 해결되지 못했고, 이러한 현상은 특히 방송 분야에서 두드러졌다. 야심차게 추진되던 3D 방송들은 사업상의 이유로 중단되는 상황에 이르렀는데, BBC나 ESPN 등 유명 해외

접수일자 : 2014년 02월 05일

수정일자 : 2014년 02월 27일

심사완료일 : 2014년 03월 14일

교신저자 : 손정현, e-mail : calibretto83@gmail.com

방송사를 비롯하여 국내의 스카이라이프 역시 3D 사업을 포기하기로 결정했다.

방송 시장에서 3D 콘텐츠가 별다른 호응을 얻지 못한 반면, 극장은 경우가 다르다. 콘텐츠 부재와 같은 양적인 부분보다 질적인 부분에 더 주목할 필요가 있는데, 실제로 탄탄한 내러티브와 입체영상 기술이 절묘하게 어우러진 영화나 애니메이션은 높은 몰입감을 선사하며 흥행에 성과를 올렸을 뿐만 아니라, 좋은 평가를 받았다. 그래서 앞으로의 입체영상은 스포츠 중계·대담 등 TV 중심의 콘텐츠보다, 영화·애니메이션 등 스토리텔링이 있는 극장 중심의 콘텐츠에서 그 위력을 발휘할 수 있을 것으로 본다.

따라서 입체영상 기술이 내러티브와 어우러져 고품질 콘텐츠로 거듭나기 위해서는 기획 과정에서부터 입체화의 논의가 이루어져야 하며, 그에 걸맞은 연출 프로세스가 필요하다고 본다. 그래서 본 연구는 기존의 영화나 애니메이션의 기획 및 제작 과정을 참고하여, 입체영상에 특화된 공간연출 프로세스를 제안하는 데 목적이 있다.

먼저 이론적 배경으로 몰입의 정의와 분류에 대한 기존의 논의들을 살펴보고, 몰입과 입체영상의 관계에 대하여 전망하였는데, 궁극적으로 입체영상 기술은 내러티브 몰입을 보조하는 수단이 될 것으로 전망한다. 한편, 사람이 입체감을 인지하고 받아들이는 데는 많은 시지각적 요소가 존재한다. 그래서 입체영상의 몰입을 강화하기 위해, 이러한 특징들이 반영될 수 있는 입체영상의 공간연출 프로세스 모델을 제안하는 것으로 연구를 마치고자 한다.

II. 내러티브 몰입과 입체영상

1. 몰입의 정의와 분류

1.1 몰입의 정의

‘몰입(沒入)’의 사전적 정의는 ‘깊이 파고들거나 빠짐’이다. 몰입의 영어 단어인 ‘immersion’의 동사 형태 ‘immerse’의 뜻 역시 다르지 않은데, 어원이 되는 라틴어 ‘immergere’는 ‘im(안)’과 ‘mergere(∼으로 빠져들)’

가 결합된 형태이다.

인간의 오감(五感) 가운데, 몰입의 기술로 가장 많이 다뤄진 분야는 시각 분야인데, 몰입을 ‘내적인 최적경험’인 플로우(Flow)로 본 심리학자 칙센트미하이(Mihaly Csikszentmihalyi) 역시 시각 기술이 주는 플로는 다른 감각에 비해 즉각적이라고 보았다[1]. 또한 정보의 전달 정도에 있어서도 청각에 비해 시각 정보의 자극이 더 크므로[2], 미디어의 몰입에 시각이 미치는 영향은 절대적이라고 볼 수 있다.

볼터(Jay D. Bolter)와 그루신(Ricahrd Grusin)의 ‘재매개(Remediation)’는 시각기술과 몰입의 관계를 다루고 있는데, 이 이론에서 중요하게 다루어지는 개념이 ‘비매개’와 ‘하이퍼매개’이다. 전자가 매개를 투명하게 만들으로써 전달하고자 하는 내용에 몰입을 유도하는 전략이라면, 후자는 오히려 매개임을 환기시켜 몰입을 이끌어내는 전략이다[3].

본 연구의 중심이 되는 영화와 애니메이션은 비매개와 하이퍼매개가 복합적으로 나타나는 장르들이다. 원근법, 붓자국 지우기 등 매개의 투명성을 추구하는 회화의 비매개 전략은 영화에도 고스란히 이어지는데, 카메라 렌즈는 원근법의 자동화를 성취하게 했으며[4], 영화 속 주인공이 절벽에 매달려 있는 아찔한 장면을 연출하기 위해 그가 장착한 와이어(Wire)는 그래픽 소프트웨어를 통해 삭제된다. 반면, 그 안에 등장하는 괴물이나 로봇은 매개 자체를 매력적으로 만드는 하이퍼매개적 존재라고 볼 수 있다. 마찬가지로, 풀 3D 애니메이션에 등장하는 캐릭터는 실사가 아니지만, 포토리얼리즘에 근거한 조명효과나 모션캡처 방식 등은 실재를 모방하고 있다.



그림 1. 사실적 질감과 조명효과를 보여준 <랭고>

입체영상 역시 기존의 시각기술과 비슷한 역할을 한다. 입체영상 관람을 위한 디스플레이 장비는 매개임을 환기시키는 존재들이다. 그러나 디스플레이를 통해 체험하는 입체영상의 공간감은 현전성(Presence)을 배가시키며, 또한 점차 디스플레이 장비에 익숙해지는 과정을 통해 시청자는 비매개와 하이퍼매개 사이를 끊임없이 오가며 몰입하게 된다. 그 예로 <아바타>의 판도라 행성의 전경을 표현한 풀 샷(Full Shot)들은 적절한 입체공간의 설정을 통해, 실제 원경(遠景)을 주시하는 것과 같은 느낌을 준다.

1.2 몰입의 분류

몰입의 유형이 많이 다뤄진 분야는 게임으로, ‘게임 기획 개론’의 저자인 어니스트 아담스(Ernest Adams)는 다음의 세 가지 형태를 제시하였다.

첫 번째는 시청각적 자극에 따라 몸이 반응하는 ‘전술적 몰입(Tactical Immersion)’, 두 번째는 유닛이나 자원의 이동과 배분, 소모를 통해 상대를 제압하는 경우의 수를 찾는 ‘전략적 몰입(Strategic Immersion)’, 마지막으로 영화나 소설처럼 주인공이 서사적 구조 속에서 성장하는 과정에서 나타나는 ‘내러티브 몰입(Narrative Immersion)’이 그것이다[5].

이에 대해서 김형래는 아담스의 연구를 바탕으로 영화의 몰입을 4가지 유형으로 나누었는데, 먼저 ‘감각적 몰입’은 시각이나 청각 등 감각기관에 호소하여 관객의 몰입을 유도한다[6]. 공포영화의 어둡어둡한 화면에 형체를 분간하기 어려운 실루엣, 음산한 바람소리는 별 이야기가 없이도 순간적인 공포감을 유발하며, IMAX로 담아낸 자연경관은 마치 실제와 같은 착각을 일으킨다.

‘지적 몰입’은 ‘관객의 정신적, 지적 참여와 활동을 자극하는’ 방식이다[7]. 영화가 전달하는 시청각 정보는 앞으로의 전개를 암시하는 단서로, 화면의 구도나 카메라의 진행 방향, 조명 효과 등이 대사나 배경음악과 함께 어우러지면서 관객들은 현재의 상황을 분석하고 다음 장면을 예측하며 영화에 몰입한다.

마지막으로 몰입이 나타나는 장소에 따라 구분했을 때, 프레임의 안에서 나타나는 몰입을 내화면 몰입으로, 바깥에서 이루어지는 형태를 외화면 몰입으로 구분한

다[8]. 이에 대해서 김형래는 감각적 몰입과 지적 몰입이 영화가 상영되는 프레임 안에서 나타나는 내화면 몰입에 속한다고 본 반면, 영화가 끝난 뒤에도 그 내용에 대하여 관객이 계속 몰입하는 것을 외화면 몰입으로 보고 있다. 이러한 외화면 몰입은 주로 관객에게 해석의 여지를 남겨두는 ‘열린 결말’의 영화에서 나타나는데, 크리스토퍼 놀란 감독의 <인셉션>이 예가 될 수 있다.

2. 몰입과 입체영상의 기획

2.1 입체영상에서 다루는 몰입 개념

그렇다면 입체영상에서 몰입이라는 개념은 어떻게 다루어지고 있는지 살펴보자. 한국콘텐츠진흥원의 <3D 입체영상 제작 워크북>을 보면, 입체영상의 기획 방향을 ‘몰입감 기반의 접근 방식’과 ‘스토리텔링 기반의 접근 방식’의 두 가지로 구분하고 있다[9]. 여기서 ‘몰입’이란 용어는, 현전성(Presence)과 같은 감각적인 부분에 국한되는데, 앞에서 살펴본 것처럼 ‘몰입’은 감각적인 부분 외에도 다양한 유형으로 나타난다. 그래서 본 연구자는 사물의 입체감이나 배치에 따른 공간감, 즉 시각적인 부분에 호소하는 것을 ‘감각적 몰입을 강조하는 연출’로, 몰입의 기반은 스토리텔링에 두고 입체영상이 그것을 보조하는 것을 ‘내러티브 몰입을 돕는 연출’로 이전의 연구에서 바꾸어 쓸 것을 제안한 바 있다[10]. 새로운 시각기술은 그 자체만으로도 강력한 몰입의 수단이지만, 시간이 지날수록 자극의 강도는 약해져 다른 몰입을 보조하는 수단이 되므로, 입체영상이 추구하는 몰입의 근원이 감각적 요소의 호소인지, 또는 내러티브적 요소인지를 구분하여 연출 용어를 사용하는 것이 본 연구에 더 적합할 것이다.

그러한 점에서 흥행과 비평 모두에서 혁혁한 성과를 거둔 최근의 입체영화들은 입체영상의 지향점을 제시하는 사례들이다. 현재의 입체영상, 즉 스테레오스코픽(Stereoscopic) 3D 방식이 이전에 비해 완전히 새로운 시각기술이라고 보기는 어렵지만 <아바타>처럼 스토리 자체의 몰입감에, 입체기술이 만들어내는 현전성이 더해지면 동일시(Identification)가 더욱 강하게 나타나고, 궁극적으로 이야기 자체에 더욱 몰입하게 된다.

기본적으로 내러티브 몰입은 탄탄한 서사 구조에서

비롯되며, 그것을 영상 언어로 표현하는 영화나 애니메이션은 샷(Shot)의 구성과 흐름을 통해 이야기를 전개한다. 따라서 입체영상이 주는 감각적 호소가 여기에 적절히 더해지면, 샷의 흐름을 설계하는 기획 과정에서 서부터 입체화를 염두에 둔 접근과 논의가 필요하다.

2.2 입체영상과 동일시 개념

그런 점에서 애니메이션의 비주얼 스토리텔링을 다룬 김영아의 연구를 잠시 살펴볼 필요가 있는데, 그는 메츠(Christian Metz)의 동일시 모델을 참고로 디즈니 애니메이션의 샷(Shot)의 흐름을 분석했다[11].

‘동일시(Identification)’는 ‘어떤 사람, 단체에 대해 특별히 가깝다고 여기는 상태 또는 감정’이라는 사전적 정의를 갖고 있다. 그래서 우리가 영화나 소설을 보면서 이야기에 몰입하는 이유를, 등장인물과 독자 자신을 동일시하고 감정이입을 하는 과정에서 찾을 수 있다. 영화의 동일시에 대해 메츠는 카메라에 의한 ‘1차적 동일시’와, 등장인물의 시선으로 주변 환경과 다른 인물을 바라보는 ‘2차적 동일시’의 두 단계로 분석한다[12]. 카메라가 등장인물과 그를 둘러싼 환경을 전지적 시점에서 보여줌으로써 주인공과 작품 속 세상에 대해 인지하게 되고, 다시 주인공의 시선으로 주변 환경과 다른 인물들을 인식하는 과정을 통해, 인물에 대한 감정이입이 이루어진다.

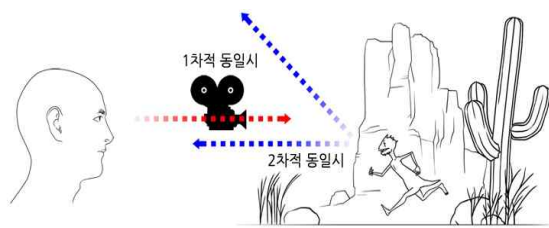


그림 2. 동일시(Identification)의 과정[13]

김영아는 각 샷을 주체(S), 대상(O), 환경(E) 등 3가지 기호로 구분하고, 각각의 상황을 연출하기 위하여 일정한 패턴으로 흐름이 구성되고 있음을 밝혀냈는데, ‘Basic type(주체와 대상)’, ‘Balance type(주체간의 관계나 주도권)’, ‘Establishment type(상황이 주체나 대상

에게 영향을 주거나 설명)’, ‘Emphasis type(상황이나 주체와 대상 등을 강조)’ 등의 4가지 패턴으로 구분하였다[14]. 그래서 이러한 패턴들이 입체영상에 어떻게 적용될 수 있는지를 다음 장에서 다룰 텐데, 결론적으로 주체와 주체를 둘러싼 환경과의 관계를 충분히 어필할 수 있는 패턴이 입체영상에 적합하다.

입체영상의 기획과 제작에 관련된 단행본들을 살펴보면, 시각피로의 최소화나 후반 보정 등 제작 현장에서 요구하는 기술적인 접근에 초점이 맞춰져 있다. 그러나 영화·애니메이션 등 선형적(Linear) 제작 구조상, 기획 단계에서부터 입체영상의 원리와 특성을 파악하는 것이 다음 과정의 시행착오를 줄이고, 콘텐츠의 질을 높이는 첫걸음이므로 다음 장에서 내러티브 몰입을 효과적으로 보조할 수 있는 입체영상 기획 과정에 대해 상세히 설명하고자 한다.

III. 내러티브 몰입을 위한 입체영상의 공간연출

사람이 입체감과 공간감을 인지하는 과정은 크게 단안(單眼)과 양안(兩眼)에 의한 요인으로 나뉜다. 원근법·진출색과 후퇴색·사물의 겹침 등은 2D영상에도 적용되는 단안시 요인인 반면, 양쪽 눈이 받아들이는 이미지간의 좌우 시차(視差)로 발생하는 공간 인지는 입체영상에서만 적용되는 양안시 요인이다. 그러므로 입체영상이 평면에 비해 우위를 갖는 부분은 바로 공간 표현에 있으며, 이러한 공간 표현이 적절하게 내러티브 몰입을 보조할 수 있어야 한다.

한편, 대상의 형태나 색상, 운동방향, 깊이감에 따라 사물의 입체감을 인지하는 정도가 달라지므로 시각피로는 억제하고, 입체감과 공간감이 주는 몰입 효과를 높이기 위해서는 기획 및 제작 단계에서 이러한 요소에 대한 통제가 이루어질 필요가 있다. 그래서 본 연구자는 입체영상 및 내러티브 몰입에 관련된 다양한 연구 사례를 바탕으로, 5가지 과정에 걸친 프리프로덕션 단계의 공간연출 프로세스를 [그림 3]과 같이 제안한다.

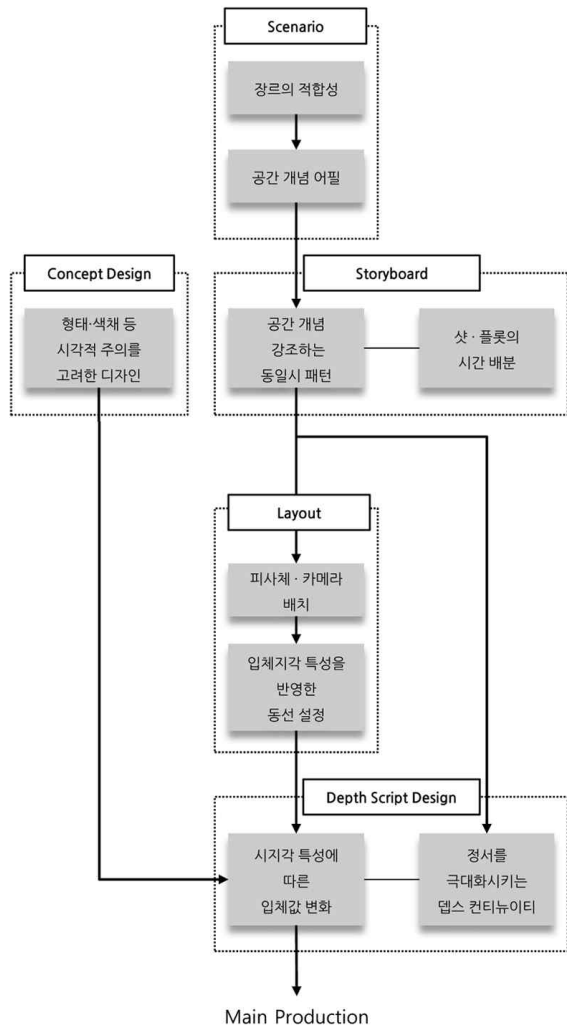


그림 3. 내러티브 몰입을 위한 공간연출 프로세스

1. 시나리오 단계

입체콘텐츠의 기획 및 제작 과정에서 가장 먼저 고려해야 할 사항은 주어진 소재가 입체화에 적합한지를 판단하는 것이다. 입체영상이 2D 영상에 비해 갖는 장점은 바로 공간 활용에 있으므로 공간적 어필이 중요한 장르가 입체영상에 적합하다고 볼 수 있는데, 이러한 관점에서 시사·대담 프로그램, 휴먼 다큐멘터리, 멜로 드라마보다는 SF나 판타지, 모험, 액션 등이 입체화에 적합한 장르일 것이다.

다국적 회계감사 기업 Pricewaterhouse Coopers가 영화, 게임, 방송 관계자들을 상대로 입체영상에 대해 조사한 자료에서도 [그림 4]와 같이 한정된 예산에서

최적의 3D 효과를 볼 수 있는 콘텐츠로 애니메이션, 블록버스터, SF·액션영화 등을 꼽았다[15]. 입체영상은 제작과 후반 과정까지 일반 2D영상에 비해 더 많은 시간과 자본, 인력이 요구된다. 따라서 시간의 흐름에 따른 인물의 관계 변화가 중심이 되는 멜로나 트렌디 드라마처럼 시간적인 요소들이 강조되는 콘텐츠를 다룰 경우, 입체로 만들기에 적합한 장르인지 심사숙고할 필요가 있다.

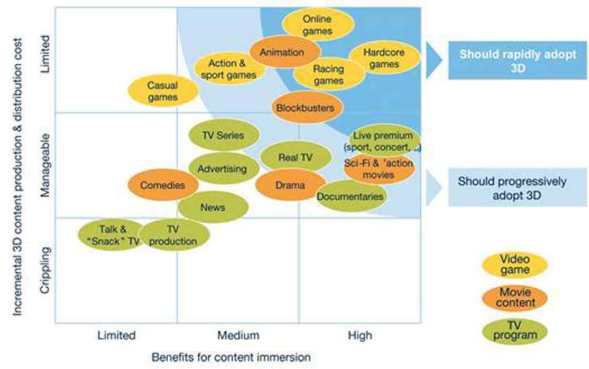


그림 4. 장르별 3D 콘텐츠 적합성 그래프[16]

소재가 입체화에 적합하다고 판단되면, 공간적 개념이 시나리오 안에서 얼마만큼 비중 있게 다루어지는지, 또한 인물과 공간과의 관계가 이야기 안에서 제대로 표현되고 있는지를 면밀하게 검토한다.

2. 콘셉트디자인 단계

캐릭터, 배경, 소품디자인 등을 포함하는 콘셉트디자인은 작품이 지향하는 영상미에 청사진을 제시하는 작업으로, 입체영상과 시각적 지각 요소에 관한 박진희의 연구를 살펴볼 필요가 있다. 그는 눈이 외부 환경을 지각하는 요소를 크게 색채, 형태, 운동, 공간 등 4가지로 구분하고 있는데[17], 그중에서 눈여겨봐야할 부분이 바로 색채와 형태 부분이다.

색상에 있어서는 고파장, 고명도, 고채도의 사물이 주의도가 높게 나타났고[18], 형태의 경우는 [그림 6]처럼 대칭보다 복잡하고 비대칭적인 사물에 대해 주의도가 높은 것으로 나타났[19]. 색상 연구의 경우 기존의 진출색과 후퇴색 개념과도 맞아맞아있는 연구결과로 볼 수

있으며 한명희의 연구에서도 흑백보다 컬러에 대한 입체 인지 정도가 높았음을 보여준다[20].



그림 5. 영화 <반지의 제왕>에서 비대칭 형태로 디자인 되어 시각적 주의를 높이는 오크 지휘관

따라서 이러한 연구 결과를 반영했을 때, 입체적이고 복잡한 형태로 대상을 디자인하고 배치하는 것이 공간감을 강화하고 동시에 시각적 주의 정도를 높일 수 있다. 또한 색상 선정에 있어서는 시각적 주의뿐만 아니라, 특정 색채가 고스트(Ghost) 효과를 유발할 수 있는 만큼 각별한 주의가 요구될 수 있다.

3. 스토리보드 단계

스토리보드는 실제 프로덕션을 진행하기 위해 필요한 설계도의 역할을 한다. 존 하트는 스토리보드에 대해 ‘시나리오에 묘사된 모든 복잡한 액션을 계획하도록 도와주는’ 존재로 설명하고 있다[21]. 그래서 스토리보드란 시나리오 상의 텍스트의 흐름을 비언어적인 이미지의 흐름으로 재구성하는 첫 작업이라고 볼 수 있다.

앞 장에서 김영아의 디즈니 애니메이션의 스토리텔링 연구에 대해 이야기했는데, 그의 연구에 따르면, 하나의 씬(Scene)에 들어있는 샷의 흐름을 분석했을 때 거기서 일정한 패턴이 형성되고, 그러한 패턴들이 인물과 인물, 또는 인물과 공간 등의 관계를 설명하기에 효과적이라고 설명하고 있다[22].

주체와 주체를 둘러싼 환경을 전지적 시점에서 보여주는 샷은 ‘환경(E)’ 샷으로, 화면 안에서 주체가 되는 인물의 행동이나 언사가 나타나는 장면을 ‘주체(S)’ 샷이라고 볼 수 있는데, 주체의 시선으로 다른 대상을 바라보는 2차적 동일시의 장면은 ‘대상(O)’으로 분류할 수 있다. 그래서 스토리보드 단계에서는 입체영상이 내려

티브 몰입을 적절히 보조하도록 인물(S)과 공간(환경 샷 또는 인물의 시점에서 공간을 바라보는 대상 샷)의 관계가 충분히 어필되는 흐름으로 샷을 구성해야 한다.

짜릿한 비행의 쾌감을 영상으로 재현한 <드래곤 길들이기>나 <아바타>의 비행 시퀀스가 좋은 예인데, 주인공이 비행하는 절벽과 인물 사이의 공간적 관계를 어필하는 흐름으로 샷이 구성되고, 여기에 입체기술이 적용됨으로써 관객들은 실제 절벽 사이를 비행하는 것 같은 아찔한 공간감을 경험하면서 스토리에 더욱 몰입하게 된다.

표 1. <드래곤 길들이기>에 나타나는 샷의 흐름[23]

No.	1	2	3	4
Shot				
Code	S	E	S	O

No.	21	22	23	24
Shot				
Code	S	E	S	O

4. 레이아웃 단계

인물과 카메라의 위치, 동선 등은 스토리보드에서 계획되는 대상이지만, 촬영 과정에서 더 좋은 연출이 나오거나, 3D 프로그램을 활용한 애니메이션 작업에서는 대상들을 프로그램 안에서 재배치해야 하므로, 본 연구에서는 레이아웃 단계를 스토리보드 단계와 구분하였다.

레이아웃 단계에서는 피사체의 운동과 카메라의 이동 방향 및 속도가 입체영상의 관계에 대해 알아둘 필요가 있다. 공간을 X·Y·Z, 3개의 축으로 구분했을 때, 축별로는 Z-Y-X의 순으로 사물의 이동에 따른 시각적 주의를 높게 나타났고, Z축은 진출하는 방향, Y축은 하향, X축은 우측 방향으로의 운동이 더 주의를 끄는 것으로 나타났다[24]. 그래서 입체화를 염두에 두고 만들어진 작품들을 보면, Z축 방향으로 움직임을 주어 공간감을 극대화시키는 장면들이 종종 등장한다. 한편, 패닝(Panning)과 틸팅(Tilting)에 대한 연구에서는 공통적으로 움직임을 느낄수록 입체감이 크게 나타난 것

으로 조사되었는데, 따라서 빠른 이동이 필요한 경우에는 양안 시차를 증가시키도록 권장한다[25].

연구 결과를 종합했을 때, 피사체와 카메라의 이동은 입체감 인지와 시각피로 등 입체기술에 직접적으로 영향을 주는 요소이자, 동시에 입체영상 관람을 직접적으로 방해하는 요소이므로 연출 권한을 가진 모든 이들의 긴밀한 협의가 필요하다.

5. 텡스 스크립트 디자인 단계

스토리보드가 전반적인 이미지의 흐름을 가능한다면, ‘텡스 스크립트 디자인(Depth Script Design)’은 작품의 입체감을 조율하는 입체 가이드라인의 역할을 한다. 이 단계는 돌출 공간과 후퇴 공간의 설정을 통해, 텡스 컨티뉴이티가 얼마만큼 이야기 전개에 효과적으로 작용할 수 있는지를 설계하는 작업이다.

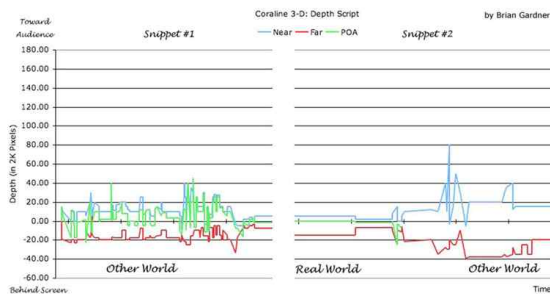


그림 6. <코렐라인 3D>의 텡스 스크립트[28]

최종 상영되는 디스플레이나 관객 연령층을 고려하여 최대 후퇴값과 돌출값의 텡스 레인지(Depth Range)를 설정했다면 장면별로 입체값, 즉 텡스 버젯(Depth Budget)을 지정해야 하는데, 시각피로를 억제하고 자극을 최소화하는 보수적인 관점에서 입체영상을 다룰 때, 연속적으로 이어지는 장면들의 텡스 버젯은 일정하게 유지하는 것이 좋다[26]. 가령 화면 앞으로 나오는 돌출 구간과 화면 뒤로 향하는 후퇴구간의 공간감이 약게 느껴지는 샷이 있다고 했을 때, 갑작스레 돌출구간의 공간감이 강하게 느껴지는 샷이 바로 뒤에 이어지면, 컨티뉴이티는 깨지고 시각적 안정감도 떨어지게 된다. 관련 실험에서 텡스 컨티뉴이티가 깨지는 경우, 피험자들이 시각피로를 느낀 것으로 나타났는데, 여기서

주목해야 할 점은 오히려 입체 인지에서는 만족감이 더 높다고 응답했다는 점이다[27].

이러한 텡스 컨티뉴이티의 특성에 대하여 <코렐라인 3D>의 입체 담당자인 브라이언 가드너의 칼럼은 많은 부분을 시사한다. 가드너는 영화의 사운드트랙이 상황을 암시하거나 관객들의 정서를 자극하듯 입체기술도 시청자의 감성을 대변해야 한다고 보았다[29]. 입체기술에 대한 그의 생각은 <코렐라인3D>의 텡스 스크립트 디자인에서 확실히 알 수 있는데 주인공의 지루함을 대변하는 ‘현실 세계(Real World)’의 텡스 컨티뉴이티와, 주인공의 바람이 모두 이루어지는 환상적인 공간의 ‘다른 세계(Other World)’의 텡스 컨티뉴이티는 큰 차이를 보임으로써, 주인공이 느끼는 감정의 변화를 입체기술로 표현하고 있다. 그러한 점에서 텡스 스크립트 디자인은 시각피로를 억제하고, 화면상에서 나타나는 정서를 공간 개념으로 어필하는 과정이므로, 그 중요성은 이루 말할 수 없이 크다.

따라서 샷별로 입체값을 설정할 때는 연출자가 의도하는 정서를 텡스 컨티뉴이티가 효과적으로 보조하는지, 스토리보드와 레이아웃 단계의 시지각적 특성들이 제대로 반영되고 있는지 등을 고려해야 하며, 사전시각화(Pre-Visualization)까지 병행하면 프로덕션 과정에서의 시행착오를 줄일 수 있다.

IV. 결론

미디어의 시각기술은 시청자에게 늘 새로운 경험을 선사한다. 비록 시간이 흐를수록 기술 자체가 주는 자극의 정도는 약해지지만, 지적 몰입과 같은 다른 몰입을 보조하는 수단으로서 작용할 때, 시청자는 더욱 그것이 전달하고자 하는 내용에 몰입하게 된다. 입체영상 역시 예외가 아닌데, 탄탄한 내러티브와 입체영상 특유의 공간연출이 절묘하게 어우러진 입체영화와 애니메이션의 성공은 최근의 그런 경향을 반영하고 있는 사례이다.

입체영상에 대한 연구는 그동안 시각피로와 관련된 기술 분야에서 많은 성과를 보였다. 그래서 본 연구자

는 기존의 기술적 논의들을 참고하여 내러티브 몰입을 효과적으로 보조할 수 있는 입체영상의 공간연출 모델을 제안했는데, 장르의 적합성을 가늠하고 공간 개념을 어필할 수 있도록 이야기를 구성하는 ‘시나리오’ 단계, 색채와 형태 등 입체영상의 시각적 지각 요인들을 반영하는 ‘컨셉트디자인’ 단계, 인물과 공간의 관계를 어필할 수 있는 샷의 흐름과 인물·카메라의 동선을 계획하는 ‘스토리보드’와 ‘레이아웃’ 단계, 마지막으로 연출자가 추구하는 정서를 대변할 수 있는 ‘맵스 스크립트 디자인’ 단계 등이 그것이다.

아날로그에서 디지털로 시대가 변화하면서 영상 산업에도 비선형적(Non-linear) 특성이 강화된 것은 사실이지만, 기획-제작-후반제작에 이르는 전체적인 과정은 선형적 구조에서 이루어지므로, 기획 단계서부터 입체영상의 특성을 충분히 인지하고 이를 연출에 반영하는 것이, 뒤따르는 단계에서의 시행착오를 줄이고, 고품질 콘텐츠를 만들어내는 데 유리할 것으로 본다.

입체콘텐츠의 품질은 이제 기술 문제를 넘어 그것을 내러티브 구조 안에서 얼마나 잘 풀어내느냐에 달린 만큼 이미 극장에서 검증된 사례를 분석하여, 그에 적합한 소재 개발 및 미학 연구가 이뤄져야 할 것이다.

참 고 문 헌

[1] 칙센트미하이, 미하이 (최인수 역), *몰입 미치도록 행복한 나를 만나다*, 한울림, pp.201-204, 2004.
 [2] 최동신, 최호천, 윤희수, 심복섭, 김미자, 남호정, *입체+공간+커뮤니케이션*, 안그라픽스, p.119, 2006.
 [3] 볼터, 제이 데이비드., 그루신, 리차드 (이재현 역), *재매개: 뉴미디어의 계보학*, 커뮤니케이션북스, pp.3-15, 2006.
 [4] 볼터, 제이 데이비드., 그루신, 리차드 (이재현 역), 앞의 책, p.26.
 [5] http://www.designersnotebook.com/Columns/06_3_Postmodernism/063_postmodernism.htm
 [6] 김형래, “‘몰입’ 개념으로 본 3D 입체 영화의 미래”, *외국문학연구*, 제41호, p.92, 2011.

[7] 김형래, 앞의 책, p.92.
 [8] 김형래, 앞의 책, p.92.
 [9] 최양현, 권영재, 조방현, 소현수, *3D 입체영상 제작 워크북*, 한국콘텐츠진흥원, pp.45-52, 2010.
 [10] 손정현, *입체영상의 몰입을 높이기 위한 공간연출 프로세스 연구*, 연세대학교 석사학위논문, p.46, 2013.
 [11] 김영아, 신승윤, 김재호, “비주얼스토리텔링의 몰입을 위한 동일시 패턴”, *한국콘텐츠학회 논문지* 제12권, 제7호, pp.58-61, 2012.
 [12] 베즈, 크리스티앙 (이수진 역), *상상적 기표 - 영화·정신분석·기호학*, 문학과 지성사, p.84, 2009.
 [13] 손정현, 앞의 책, p.48.
 [14] 김영아, 신승윤, 김재호, 앞의 책, p.62.
 [15] PwC, *Eyes wide open : 3D Tipping Points Loom*, p.19, 2008.
 [16] PwC, 앞의 책, p.19.
 [17] 박진희, *입체영상에서 지각공간의 재구성에 관한 연구*, 연세대학교 박사학위논문, pp.34-37, 2008.
 [18] 박진희, 앞의 책, p.103.
 [19] 박진희, 앞의 책, p.117.
 [20] 한명희, “입체영상 제작에서 색 보정 결과가 입체감 인지에 미치는 영향”, *한국디지털콘텐츠학회지*, 제11권, 제2호, p.180, 2010.
 [21] 하트, 존 (이남진 역), *스토리보드의 예술*, 고려문화사, p.12, 1999.
 [22] 김영아, 신승윤, 김재호, 앞의 책, pp.62-63.
 [23] 손정현, 앞의 책, p.50.
 [24] 박진희, 앞의 책, pp.135-136.
 [25] 영화진흥위원회, “3D 입체영화 제작/관람 가이드라인”, *영화진흥위원회*, p.24, p.39, 2012.
 [26] 최양현, 권영재, 조방현, 소현수, 앞의 책, pp.85-86.
 [27] 영화진흥위원회, 앞의 책, pp.43-44.
 [28] http://library.creativecow.net/gardner_brian/magazine_3d_storytelling/1
 [29] 앞의 사이트.

저 자 소 개

손 정 현(Jung-Hyun Son)

정회원



- 2010년 2월 : 경기대학교 애니메이션학과(애니메이션 학사)
- 2013년 2월 : 연세대학교 커뮤니케이션 대학원 영상디자인 전공 (영상디자인 석사)
- 2014년 3월 ~ 현재 : 경기대학교

애니메이션영상 학과 강사

<관심분야> : 영화, 애니메이션, 입체영상