



인터랙티브 영상에서 색상이 내러티브에 미치는 영향

공수경

장안대학교 멀티미디어콘텐츠과

The Effect of Color on Narratives in Interactive Video

Soo-Kyung Kong

Department of Multimedia Contents, Jangan University, Gyeonggido 18331, Korea

[요약]

현재의 영상은 표현 미디어의 변화에 따라 많은 변화를 가져왔다. 무성 영화에서 유성 영화로, 흑백 영화에서 컬러 영화로 발전하면서 표정과 몸짓으로 표현되던 줄거리가 대화로, 색상보다 형태에 집중하던 화면이 색 위주로 표현되게 되었다. 이제 색은 영상의 다양한 부분에 영향을 미치며 영상을 표현하는 가장 중요한 요소로 자리 잡게 되었다. 이에 본 연구에서는 색이 영상 내러티브에 미치는 영향에 대하여 연구를 하였으며 설문조사를 통해 근거를 마련하였다. 인터랙티브 영화는 시청자가 다음 내러티브를 선택 할 수 있다는 점에 착안, 인터랙티브 영화의 색보정을 통해 다음 내러티브 선택에 어떠한 영향을 미치는지 보았다. 결과 색보정에 따라 하나의 선택지로 치중되는 것을 볼 수 있었다. 영상의 색이 영상의 내러티브에 영향을 미치는 것으로, 이제 영상 표현에서의 색은 단순히 화면 구성, 주인공의 개성, 분위기 등을 위한 요소를 뛰어넘어 영상의 내러티브에 중요한 역할을 하고 있다. 영상에서의 색은 영상 표현의 중요한 요소로써 영상 제작에 있어 색상의 계획, 영향, 표현 등 연구, 발전되어져야 할 주제라고 할 수 있다.

[Abstract]

There have been considerable changes in movies following the changes in media expression. The plots expressed only by facial expressions and body languages are now supplemented by vocal conversations and the pictures expressed only with figures are now reinforced by colors, which are grace to the development of movies - from silent to meteor, from black and white to color movies. Now "color" is positioned as one of the most important factors in components of movies. Being aware of this fact, this research has analyzed the effect of colors on movie narratives based on experimentation. Based on ideas that viewers can choose the next narrative in interactive movies, viewers in the experimentation chose the color calibration for the next narrative in the movie. This research showed that the choice of color calibration actually decides the result of narratives. Color in movies is now beyond the factors such as simple screen composition, characters of main actors, and atmosphere and has become the most important role in movie narratives. Color in movies is the theme that has to be studied and developed in movie making as one of the most important factors

색인어 : 색, 색상, 내러티브, 인터랙티브 영화, 색감성

Key word : Color, Feeling of color, Narrative, Interactive movie, Color sensibility

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2019.20.10.2045>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 04 September 2019; Revised 01 October 2019

Accepted 20 October 2019

*Corresponding Author: Soo-kyung Kong

Tel: +82-31-299-3044

E-mail: 3044534@naver.com

I. 서 론

1-1 연구의 목적 및 필요성

영화는 무성영화에서 유성영화로, 흑백 영화에서 컬러 영화로 변화 발전하였다. 우리나라 최초 컬러 영화는 1949년 홍성기 감독의 <여성일기>라는 영화였으며, 우리나라 최초 컬러 TV의 등장은 1980년도였다. 모든 내용이 표정과 몸짓으로 표현되던 줄거리를 대화로, 나레이션으로, BGM으로 설명하게 되었으며, 배우들의 의상과 화장은 유행을 만들어내고 시청자들은 화려한 색상에 매료되었다.

영상의 제작방식에서도 변화가 일어난다. 아날로그 제작방식에서 디지털로 전환되면서 촬영 당시에는 표현하지 못한 분위기나 감성을 색보정 기술을 통해 표현할 수 있게 되었으며, 영상색채는 내러티브(narrative)나 인물의 심리를 묘사하는데 중요한 역할을 하게 되었다.

사물을 접할 때 시각적인 부분은 오감 중에서도 가장 민감하며, 이 민감한 시각을 가장 자극하는 것이 바로 색이라고 할 수 있다. 미국의 사회학자 체스킨(L. Cheskin)에 따르면, 형태에 대한 인간의 판단은 보다 정신적, 이성적이지만, 색채에 대한 반응은 감정적이라고 하였다. 시각적 이미지가 중요시 되는 최근의 디지털 문화시대에 영화, TV 등 디지털 매체에서 표현되는 색채는 드라마적 가치를 증대시키고 영상의 미학적 가치와 스타일화를 위한 중요한 요소로 부각되고 있다. 이처럼 영상에서 표현되는 색은 내러티브 전개에 따른 극적 분위기 연출, 암시나 상징의 의미로도 사용되며, 주인공의 감성이나 심리상태를 대변하며 기쁨, 슬픔, 공포, 즐거움 등과 같은 감성을 수용자가 느끼게도 한다.

기존의 연구를 보면 영상의 색과 감성에 대한 연구는 다양하게 진행되었으나 아직까지 그 중요도에 비해 영상의 내러티브와 색에 관한 연구는 미비한 상태이다. 이에 ‘같은 영상이라고 하더라도 영상의 색감에 따라 시청자들이 받아들이는 감성이 다를 것이고, 이것은 영상 내러티브에 영향을 미치게 될 것이다’라는 가설을 가지고 본 연구를 시작한다.

이를 위하여 인터랙티브(interactive) 영화를 이용한다. 인터랙티브 영화는 시청자가 직접 스토리를 선택하며 이야기를 능동적으로 이끌어가는 새로운 형식의 장르로, 인터랙티브 영화의 색채를 여러 방향으로 제시하고 시청자가 다음 플롯의 선택에 미치는 영향에 대하여 시청자들의 공통적인 반응과 감성을 통하여 실증하고자 한다. 또한, 고화질 미디어 시대에 표현되는 영상의 색이 내러티브 전략을 강화시키고 메시지 향상과 미학적 가치를 증대시키기 위한 중요한 요소임을 실증하고 나아갈 방향을 제시하고자 한다.

최근 포스트 프로덕션 작업에서 영상의 완성도를 위해 색채 표현에 대한 많은 비용과 시간이 투자되고 있다. 색채는 스크린(디스플레이 장치)에 리얼리티의 분위기를 나타내기 위한 수단이자, 관객의 반응을 지배하는 심리적 요인으로 작용하기도 한다. 또한 관객의 시선을 집중시키기도 하고, 관객

의 몰입을 방해하기도 한다.

이러한 지금까지 영상의 색채와 관객의 감성적인 연결에서 발전시켜 극의 내러티브와의 관계를 정의함으로써 영상 제작에 있어서 극적 스토리에 풍부한 감성을 만드는 요소로 작용할 수 있음을 가이드해 주는 연구로 기대하여 본다.

1-2 연구 내용 및 방법

본 연구는 영상의 색이 내러티브에 미치는 영향에 관한 연구로 크게 4단계를 거쳐 이루어진다.

첫째, 색의 정의와 특징, 영상에서 색의 역할에 대한 이론적 고찰과 선행연구로 색과 인간의 감성과의 관계를 I.R.I 형용사 이미지 스케일을 통해 알아본다.

둘째, 영상에서 오감 중, 시각, 시각 중 색에 대한 중요도와 의미에 대하여 고찰한다.

셋째, 영상에서 색이 내러티브에 미치는 영향을 알아보기 위하여 설문의 소재로 인터랙티브 영화를 이용한다. 인터랙티브 영화의 시청자가 직접 플롯 선택을 할 수 있는 특징을 이용하여, 인터랙티브 영화의 색채를 내러티브를 나타내는 형용사와 색상의 매칭을 통해 여러 방향으로 제시하고 시청자가 다음 플롯의 선택에 미치는 영향에 대하여 설문을 통해 실증한다.

넷째, 영상의 색이 내러티브에 미치는 영향의 확인하고 앞으로의 발전 방향성에 대하여 제시하며 마무리하고자 한다.

II. 영상에서의 색

본 장에서는 영상과 색에 대하여 정의하며 색의 특징을 이론적 고찰을 통하여 조사한다. 그리고, 시각 이미지로 표현되는 많은 요소 중 색에 대한 감각의 중요도를 알아보고, 지금 까지 색에 대한 연구를 조사하고 인간의 감성과의 관계를 형용사 이미지 스케일을 통해 알아본다.

2-1 영상과 색

영像是 라틴어의 ‘보다’라는 동사를 어원으로 하며[1], 이미지(image)라고도 한다. 이미지는 현실을 있는 그대로 보여주거나 혹은 현실이 아닌 상상의 세계를 표상화(representation)한 것이다.[2] 이것은 마치 영상과 이미지가 같은 뜻으로 오해될 수 있다. 시대에 맞춰 영상을 정의하면, 영상은 정적인 이미지에 시간을 더한 것, 이미지들을 시간에 따라 순차별로 보여주는 것이라 할 수 있다. 이러한 영상은 표현 미디어 기술의 발달에 따라 많은 변화를 가져왔다.

과거 벽화를 통해 그려지던 그림은 문자화 되어 읽혀지고, 사진, 영화와 방송, 케이블과 최근의 OTT로 이어지는 미디어의 발달은 현실의 재현을 뛰어넘어 상상의 세계를 마음껏 표현하게 되었다. 특히, 색의 표현에서도 변화를 가져왔는데

흑백에서 칼라로, truecolor에서 fullcolor로, 인간의 색 인식 능력을 뛰어넘는 색의 표현까지 발전되어지고 있다.

영상미디어의 확장과 디지털기기 및 카메라 기술의 발달 등은 태어날 때부터 그림책 대신 모바일 및 다양한 디지털 기기를 접하면서 자란 세대가 사회의 주류를 형성하기 시작하면서 단순히 영상의 색이 사실적 재현을 넘어 색 자체가 의미를 가진 표현의 중요한 요소로 부각되고 있다.

칸딘스키(러시아, 화가, 1866~1944)는 “색은 연상의 개념을 넘어서 영혼에 직접 영향을 끼치는 능력이 있다”고 하였고 세르게이 아이젠슈타인(러시아, 영화감독, 1898~1948)은 “무성영화가 소리를 갈망했듯이 유성영화는 색을 갈망한다. 이러한 색은 복합적인 기호로 활용될 수 있기에 예술의 창조과정에서 나타나는 다른 요소들보다도 특별히 신중한 선택을 요구하는 요소이기도 하다”라고 하였다.[3]

색은 빛이 대상에 부딪히며 생겨나는 것으로 사물의 밝고 어두움, 사물의 선명하고 흐림, 사물의 빨강, 노랑, 파랑, 등의 물리적 현상을 우리의 감각 중 시각을 통해 인지하게 하는 것이며 빛이 없으면 볼 수 없다. 여기서 한 가지 유의할 점이 있다. 그것은 색, 색상, 색채, 색감, 색조 등 색을 나타내는 용어를 혼용하여 사용하고 있는데 정의를 명확히 하고자 한다.

색(color) : 가시광선의 명암과 분광 조성에 대한 시감각 또는 색감각, 색감각을 일으키는 빛 또는 색자극, 색자극을 일으키는 물체의 특성. 색감각은 심리적인 것이며 색자극과의 대응에는 개인차가 있으나 표준관측자의 대응을 규정함으로써 공통적인 심리물리적 표시를 정할 수 있다.[4]

색상(hue) : 색과 동의어로 빨강, 파랑, 녹색이라는 이름으로 서로 구분하는 색의 이름을 일컬으며 색조라고도 한다

색감(feeling of color) : 색이 망막을 자극함으로써 느끼게 되는 심리적인 감정. 색감이 일반적 경향을 갖는 것은 보는 사람의 심리에 기초가 되는 공통의 심리 상태가 존재하기 때문이다. 색감에 따른 색의 특성을 구분해 보면, 흥분을 일으키는 흥분색, 즉, 적극적 색과 침정 작용을 일으키는 침정색, 즉, 소극적 색으로 나눌 수 있다.[5]

색채(color, Colour) : 색채나 색은 모두 같은 뜻이며, 따라서 색채라고 하는 말은 색이라는 말과 동의어로 사용된다. 그러나 또 다른 의미에서 구별해 사용되는 경우도 있다. 측색계(測色計) 또는 색도계 등은 색채계라고도 불린다. 이것은 분명히 색채와 색을 같은 뜻으로 사용하는 경우에 속한다. 색채 조절 등의 색채라는 말은 물체의 색이라는 의미인데, 색 조절이라고는 하지 않는다. 색채 조절에 있어서 주로 이용되는 면셀 색표계는 심리적 고찰에 근거해 색의 3속성 즉 색상, 명도, 채도에 의해 물체의 색을 표시하는 것이므로, 색채의 표시 체계라고도 한다. 측색학(英 colorimetrics)에서는 빛의 색, 물체의

색 등의 말이 사용된다.[6]

앞의 용어에 대한 정의를 보면 색, 색상, 색채는 같은 의미로 사용되고 있는 반면, 색감에는 색을 접하는 사람의 심리적 감정이 들어가 있음을 알 수 있다. 즉, ‘색’은 시지각 대상으로서의 물리적 대상인 빛과 그 빛의 각각 현상을 일컫는 반면, ‘색감’은 물리적 현상으로서의 색이 감각 기관인 눈을 통해서 지각되었거나, 그러한 지각 현상과 같은 경험 효과를 일컫는다. 색이 물리적 현상인 것에 비하여, 색채는 심리적 현상이라고 할 수 있다.[7] 본 논문에서는 색을 나타내는 색(color)과 심리적 감정이 들어가 있는 색감(feeling of color)이라는 용어를 기본 용어로 사용하여 진행하도록 한다.

영상 미디어는 물감으로 표현되는 종이와 달리 디스플레이(display) 또는 프로젝션(projection) 등으로 표현되므로 빛의 3원색, 즉 R(red), G(green), B(blue)의 조합을 통해 구현되며 색이 혼합될 때 원래 명도보다 밝아지는 가산혼합의 특징을 가지고 있다. 또한 가산혼합은 3가지 이상의 여러 색이 섞이면 흰색, 즉 빛으로는 투명한 색이 나타난다.

우리가 색을 보고 느끼는 요인에는 3가지, 즉 색의 3요소가 있다. 그 하나는 빛의 파장 자체를 느끼게 하는 색상(hue)이며, 두 번째는 밝고 어두운 정도를 느끼게 하는 명도(lightness)이며, 세 번째는 색 파장의 순수한 정도를 느끼게 하는 채도(saturation)이다.[8]

색의 다른 특징으로 색의 배색이 있다. 배색이란 어떤 특별한 목적과 기능에 합치되는 미적 효과를 얻기 위하여 두 가지 이상의 색이 조화를 이루도록 만드는 것을 말한다. 색의 효과는 배색에 의하여 결정되며 배색은 일반적으로 개인 또는 집단의 기호도에 영향을 받는다. 배색을 효과적으로 하기 위해서는 단순히 기호도나 감각에 의존하기보다는 색채 심리를 분석하여 배색의 목적에 따라서 색채이론과 기능성을 적용시키는 일이 필요하다.[9] 예를 들어 보색대비는 두 색을 두드러지게 강조하여 명쾌한 느낌을 주고, 비슷한 색의 배색은 안정된 느낌을 준다. 영상에서 활용되는 색 또한 무의미한 색은 없으며 주변의 색에 서로 영향을 주며 서로의 관계를 만들어 나간다.

그럼 영상에서의 색은 어떤 의미를 가지며 영상에 어떠한 영향을 미칠까?

영상에서 색이 차지하는 비중은 그 무엇보다 크다. 영상은 색으로 이루어진 구조체이며 이에 대한 관객의 인지 또한 색의 자극과 이에 대한 인식을 통해 이루어진다.[10]

색은 시각을 통해 전달되는 모든 이미지에 대한 가장 빠른 반응을 일으키는 요소로 영상에서 색의 역할은 첫째, 대상에 대한 형태 및 색을 재현 또는 복제하여 표현하는 것으로 현실 속의 이미지를 수집하고 재현하기 위해 사용되어지며, 이 때 색은 대상에 종속되어진 것이라 할 수 있다. 영상은 이미지를 기계적으로 포착, 저장하고 재생 할 수 있기 때문에 인간이 가지고 있는 시각과 기억의 한계를 보완해 줄 수 있다.

둘째, 텔레비전 영상이나 영화에서는 색을 사물들의 색으로부터 완전히 분리하여 다루는 것이 회화의 경우처럼 가능

하지 않다고 해도, 색의 영역을 분리해서 사고하는 일은 가능하다. 즉 작가는 의도적으로 화면의 색을 구성하고, 변환시킴으로써 이미지의 상징성이나 분위기를 극적으로 유도할 수가 있고 이를 통해 더욱 환상적이고 풍부한 색의 효과를 누릴 수 있다. 영상 화면의 색 구성은 장면의 배경이나 사물을 의도적으로 조절하기도 하고, 색 필터나 컴퓨터 수정작업을 통해 새로운 색의 효과를 얻어내기도 한다. 내면적인 깊이와 섬세한 감정을 나타내기 위해서 의도적으로 채도를 낮추거나, 단색화하고, 장면의 구체적인 상황을 설명하거나, 자극적이고 스펙터클한 장면을 추구하기 위해서는 유채색을 많이 사용[9] 하기도 한다.

2-2 색과 감성

인간은 시각, 후각, 청각, 미각, 촉각의 오감을 통해 세계와 소통하는데, 그 중에서도 시각을 통해 80%이상의 소통이 이루어진다. 인간에게 시각은 세상과 소통하는 가장 중요한 감각이며 영상 또한 시각이 가장 중심이 되는 표현 요소 중 하나이다. 영상에서의 시각 표현은 형태, 질감, 색, 움직임 등의 요소로 이루어지는데, 이 중 색은 형태보다 감성적 접근에 더 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. 즉, 색은 인간의 다양하고 풍부한 감성을 대표하는 시각 언어로서 형태보다 표현력이 강한 전달 기능을 가지고 있다. 이에 대해 루이스 채스킨(Louis Cheskin)은 형태에 대한 인간의 판단은 보다 정신적이고 이성적이지만, 색채에 대한 반응은 감성적이라고 하였다. 또한, 색은 시각으로 감각되고 지각되는 것이지만 실제로 시각 이외의 다른 감각으로 과급되는 힘을 가지고 있기 때문에 이라고 주장하였다. 이와 같이 색은 인체의 전감각과 연결되어 막강한 영향력을 미치게 된다. 그러므로 색은 의식적·무의식적으로 저장된 기억이나 경험으로 인간의 행동을 결정하거나 인식하는데 크게 영향을 끼친다.[11]

사람은 색을 보았을 때 자극이 되어 여러 가지 감정을 일으킨다. 이런 감정은 사람의 개성과 기분에 따라 다르며 경험과 지식에 영향을 받고, 민족성, 연령, 성별에 따라 혹은 생활환경, 교양, 직업에 의해서도 다르게 나타난다. 색채는 그것이 지닌 명도, 채도의 특성에 매우 미묘한 감정적 변화를 나타내며 조용한, 부드러운, 명랑한, 강한, 우울한 등의 이미지로 다양하게 나타난다.[9]

앞의 장에서 살펴본 바와 같이 색은 색상, 명도, 채도 3요소로 이루어져 있다. 기존의 연구에 의하면 색 감성은 명도와 채도가 혼합된 톤, 즉 색감으로 영향을 주는 것으로 나타나 있으며, 색감 중에서도 명도 속성이 가장 많은 영향을 미치는 요인으로 꼽히고 있다. 즉 인간이 가장 민감하게 반응하는 부분이 명도로, 명도의 변화에 따라 채도가 영향을 받고 이것이 색감으로 나타나는 것이다. 예를 들어 화려한 색감의 빨강을 싫어하는 사람이라도 수수한 색감의 빨강은 좋다고 하듯이 같은 색상이라도 색감의 조정에 따라 선호도가 바뀔 수 있다.[12] 또한 영상에서 빅 클로즈 샷에서 사람들은 얼굴의

밝기를 느끼고, 롱 샷에서는 배경의 색감을 우선적으로 인지하게 되는 것과 같이 화면의 차지하는 넓이에 따라 색감이 다르게 인지되기도 한다.

3D 애니메이션 색채의 서사기능 연구를 보면 “영상에서 색채는 캐릭터의 느낌이나 감정을 이끌어내는 감성 표현 기능을 갖는다. 색은 어떤 물체나 일의 특징을 표현할 수 있고, 감정을 고조시켜 극적인 느낌이나 흥분을 유도하기도 하며, 어떤 상황의 분위기를 조성하고 창조한다[13]”라고 서술하고 있다. 색은 하나님의 시각적 요소 역할로 객관적 커뮤니케이션과 동시에 정서적이고 감성적인 커뮤니케이션까지 하고 있다고 할 수 있다. 영상에서 색은 기쁨, 노여움, 사랑, 즐거움, 무서움 등의 감정을 관객들에게 느끼게 해주며, 분위기 연출과 정서 표현, 이야기의 흐름에 중요한 매개물로써의 역할을 하고 있다.

지금까지 색의 감성에 대한 연구는 많은 분야에서 다양하게 이루어져 왔다. 그 중 색의 감성척도로써 고바야시(Kobayashi) 감성척도와 I.R.I 형용사 이미지 스케일이 개발되었으며 현재 산업체 및 국내 학계에서 색채 디자인 도구로써 가장 널리 활용되고 있다. 고바야시 감성 척도는 1981년 일본인의 감성 구조를 분석하여 색상, 명도, 채도와 연관된 감성 척도로 고바야시 컬러이미지 스케일이 개발되었고, I.R.I 디자인 연구소에서는 1997년 한국인의 감성구조를 형용사로 구조화한 I.R.I 형용사 이미지 스케일이 개발되었다. I.R.I 형용사 이미지 스케일은 ‘부드러운(soft)’과 ‘딱딱한(hard)’, ‘동적인(dynamic)’과 ‘정적인(static)’의 4가지 이미지 형용사로 감성척도를 개발, 색의 좌표를 구조화하고 그 위에 형용사 어휘를 배치하였다.

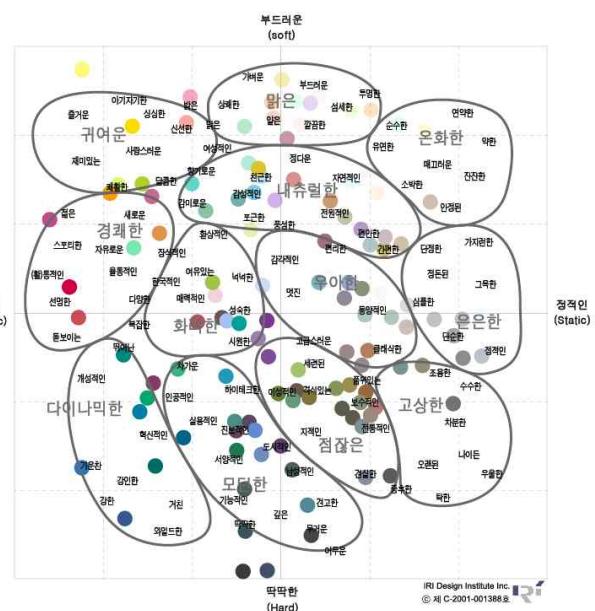


그림 1. I.R.I 형용사 이미지 스케일
Fig. 1. I.R.I adjective image scale[14]

[그림 1]에 제시된 I.R.I 형용사 이미지 스케일은 단색과 형용사 이미지 공간을 각각 세로방향으로 부드러운(soft) - 딱딱한(hard), 가로방향으로 동적인(dynamic) - 정적인(static)의 동일한 기준 축으로 이루어진 공간 내에 고유의 위치를 갖고 있는 단색과 형용사 이미지 스케일을 겹쳐 놓아 I.R.I 단색 이미지 스케일과 I.R.I 형용사 이미지 스케일을 매칭 되도록 제시한 것이다. 이것은 추상적 형용사 이미지를 구체적인 색으로 또는 구체적인 색을 추상적인 형용사 이미지로 전환하여 해석하는 것이 가능하다는 것을 볼 수 있다. 3장의 설문에서 형용사 이미지 스케일을 통해 뽑은 색은 내러티브의 방향을 설정하는데 역할을 할 것이다.

위의 이미지 스케일은 부드러운과 동적인으로 갈수록 채도가 높아지고, 정적인과 딱딱한으로 갈수록 채도가 낮아지는 것을 확인할 수 있다. 또한 부드러운과 정적인으로 갈수록 명도는 고명도로 높아지고, 동적인과 딱딱한으로 갈수록 명도가 저명도로 낮아짐을 볼 수 있다.

III. 색과 내러티브

본 연구에서는 영상에서 색이 내러티브에 미치는 영향을 알아보기 위하여 설문 조사를 하였으며, 합리적 조사를 위하여 ‘인터랙티브 영화’ 장르를 선택하였다. 본 장에서는 첫째, 인터랙티브 영화를 정의하고, 특징과 내러티브의 전개에 대하여 조사하고, 본 연구의 설문 대상이 된 영화 ‘아오르비’의 내러티브 전개에 대하여 정리한다. 둘째, 인터랙티브 영화 ‘아오르비’를 색조정 및 편집을 하여 설문을 하고,셋째 색이 내러티브에 미치는 영향에 대하여 실증하고자 한다.

3-1 인터랙티브 영화와 내러티브의 전개

인터랙티브 영화는 시청자가 직접 스토리를 선택할 수 있는 새로운 형식의 영화이다. 기존의 영화와는 달리 관객들이 능동적인 참여를 하면서 볼 수 있는 혁신적인 개념의 영화라고 할 수 있다. 이야기의 전개가 오직 시청자의 선택에 따라 이루어지기 때문에 선택하는 행동이 결말에 영향을 줄 수 있다. 사소한 취향이나 기호에 관한 선택부터 결말에 지장을 주는 중요한 선택까지 경우의 수가 다양하다.[15] 인터랙티브 영화는 원활한 시청자와의 인터랙션을 위하여 인터넷 홈페이지를 통해 방영되는 경우가 주를 이루며 최근에는 OTT(Over the Top 실시간 온라인 동영상 서비스) 서비스의 선두주자인 넷플릭스 등을 통해 인터랙티브 영화가 선보이고 있다. 넷플릭스의 ‘장화 신은 고양이 : 동화책 어드벤처’를 시작으로 ‘버디 썬더스트리 : 어쩌면 봉투’, ‘스트레치 암스트롱 : 탈출’, ‘마인크래프트 : 스토리 모드’ 같은 아동용 인터랙티브 콘텐츠를 성공한 이 후, 2018년 12월, 인터랙티브 영화 ‘블랙미러 밴더스네치 (Black Mirror: Bandersnatch)’를 선보이며 이슈몰이 중이다.

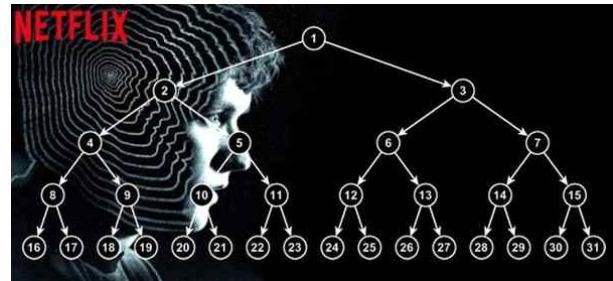


그림 2. 영화 ‘블랙미러 밴더스네치’

Fig. 2. Movie <Black Mirror: Bandersnatch>

인터랙티브 영화 ‘블랙미러 밴더스네치 (Black Mirror: Bandersnatch)’에서는 “결정은 네가 내리는 줄 알지만 그렇지 않아. 우리 세계와 연결된 저 외부의 영혼이 우리 행동을 결정하면 우린 그저 즐길 뿐이지”[16], “그 과정에서 나온 우리의 결정이 전체에 영향을 준다는 게 중요해”라는 대사를 통해 아이러니하게 인터랙티브 영화에 대해 설명하고 있다.

디지털 인터랙티브 영화 영상/시스템의 개념은 브렌다 로렐이 1986년 출간한 박사 논문에서 처음 제시되었다.[17] 브렌다 로렐은 그의 논문에서 IF(the Interactive Fantasy)라 명명한 인터랙티브 영화 시스템을 제안하며, 아리스토텔레스의 시학에서 규정한 플롯 개념을 중심으로 세 가지 핵심 요건을 도출하였다.

첫 번째, 시스템에서 제공하는 경험은 반드시 상호작용적이어야 한다. 여기서 상호작용이란 인공지능에 의해 시각적으로 제시되는 시스템과 인간 사용자의 참여로 발생하며 서로의 행위 또는 영향을 주고 받는다는 것을 뜻한다. 두 번째, 경험은 반드시 드라마적이어야 한다. 즉, 그 경험은 영화와 관련 있는 쾌감의 산물이어야 한다. 그 쾌감은 전체로서의 유기적 아름다움으로, 또 사건의 배열과 선택으로부터 발생한다. 세 번째, 사용자는 반드시 경험 그 자체의 맥락 안에서 시스템과 상호작용할 수 있어야 한다. 즉, 가상의 세계에서 등장 인물의 하나로 설정되어야 한다.[18]

1980년대 후반, 카네기 멜론 대학의 조셉 베이츠(Joseph Bates)를 중심으로 한 오즈 그룹(Oz Group)은 브렌다 로렐의 네오아리스토텔레스(Neo-Aristotelian)적 방법론에 영향을 받아 드라마와 인터랙티비티의 결합을 시도하였다. 오즈 그룹의 연구는 인공 지능(AI:Artificial Intelligence) 기술을 중심으로 구체적인 구현 방법에 집중되었으며 그 과정에서 ‘인터랙티브 영화’[19]는 “일관성 있게 진행되는 내러티브를 뒷받침하기 위한 표현 영역과 가상 캐릭터 및 드라마 운영시스템(drama manager)의 결합”으로 개념화되었다.[17]

최초의 인터랙티브 영화는 2016년 스위스에서 개봉한 토비아스 웨버 감독의 ‘레이트 시프트(Late Shift)’가 있다. 관객들은 영화를 보는 도중 스마트폰 전용 애플리케이션(앱)을 통해 전개 방향을 선택하고, 영화는 가장 많은 관객들이 택한 방식대로 진행된다. 관객들이 선택할 수 있는 분기는

180여 개, 도달할 수 있는 결말은 7가지다.[16] ‘레이트 시프트’는 관객과의 인터랙션을 위하여 스마트폰의 전용 어플리케이션이라는 플랫폼을 요구하고 있다. 최근에는 인터넷 영화 또는 OTT 서비스가 활발하게 이루어지며 인터랙티브 영화만을 위한 별도의 플랫폼을 필요로 하지 않게 되었다.

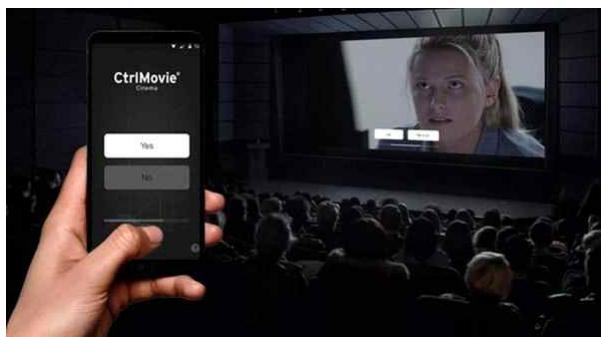


그림 3. 인터랙티브 영화 '레이트 시프트'는 극장 개봉 당시 스마트폰 앱을 통해 관객들이 영화의 스토리를 선택할 수 있도록 했다. /사진 제공=레이트 시프트 홈페이지[20]

Fig. 3. Late Shift

인터랙티브 영화의 내러티브는 시청자의 선택에 따라 진행되는 영화로 시청자들과 교감하는 영화이다. 시청자의 개입은 영화에서의 내러티브, 캐릭터, 미장센, 색상, BGM 등 많은 요소들의 영향을 받는다. 영화의 시간은 시청자의 선택에 따라 조절되며, 그 선택은 60분짜리의 영화를 3시간 또는 4시간 동안 볼 수도 있게 한다. 또한, 게임을 플레이하듯 시청자가 직접 스토리를 선택한다는 것은 자신이 선택이 주인공의 선택이 되므로 극의 몰입감을 높이고 있다. ‘인터랙티브 스토리텔링’이란 용어를 만들고, 완벽한 인터랙티브 저작 플랫폼을 만드는데 평생을 바쳤던 전설적인 게임 개발자 크리스 크로포드는 “인터랙티브 게임은 플롯(줄거리)과 상호작용, 더 나아가 결정론과 자유의지의 대립에 대한 해법을 제공한다. 이야기가 청자의 요구와 흥미에 따라 변화하는 과정은 세련되지는 못할지라도 굉장히 감정적 참여를 불러온다”고 강조했다.[16]

본 연구에서는 최근 이슈가 되고 있는 인터랙티브 영화 ‘아오르비(AORB)’를 선택하였다. 아오르비는 유튜브를 통해 쉽게 접할 수 있으며, 선택지까지 영화의 길이가 길지 않고, 내러티브가 복잡하지 않고 플롯이 단순하여 시청자가 많은 요소에 영향을 받지 않을 수 있으므로 설문을 하기에 적합하여 선택하였다.

영화 아오르비는 2019년 7월 15일 유튜브에 공개한 우리나라 최초의 인터랙티브 영화로 제목에서 알 수 있듯이 ‘A or B’로 A 또는 B 중 선택하라는 밀레니엄 세대의 어법으로 나타내고 있다. 사소한 결정을 내릴 때조차 주변의 의견에 의존하는 메이비족(결정장애) 세대들에게 자신의 선택을 믿고 그 선택을 즐기라는 메시지를 전하기 위해 기획된 국내 최초의 유튜브 인터랙티브 영화[21]이다. 아오르비는 카스와 유튜브가 손잡고 제작된 영화로 약 1분 30초 전후의 영상이 끝나면 두

가지 선택지 중에서 하나를 선택, 선택에 따라 다음 영상으로 넘어가고 그런 과정이 5회 지나면 영화의 결과를 볼 수 있는 작품이다.

아오르비는 모든 선택을 정부가 통제하는 미래에 개인 선택의 자유를 보장하는 세계인 YASS LAND를 찾아 떠나는 주인공의 이야기로 내러티브는 다음과 같이 정리할 수 있다.

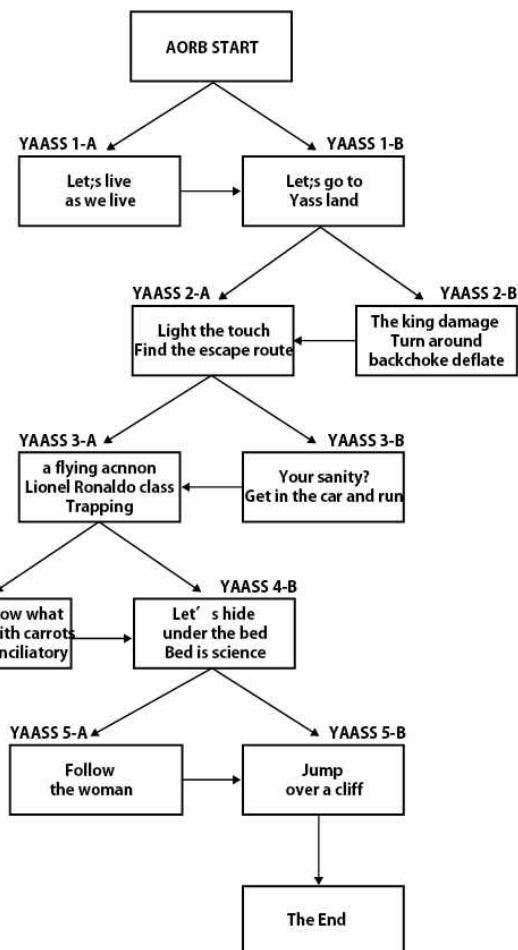


그림 4. 영화 <아오르비>의 내러티브 전개

Fig. 4. Narrative deployment of Movie <AOB>

3-2 내러티브와 색

영화의 내러티브에 미치는 색의 영향에 대하여 알아보기 위하여 인터랙티브 영화 ‘아오르비’의 색을 보정하고 설문을 통해 시청자들의 반응을 알아보았다. 설문을 위하여 2-2장의 I.R.I 의 단색과 형용사 이미지 스케일, 그리고 3-1장의 인터랙티브 영화 ‘아오르비’의 내러티브 전개도를 이용하였다.

설문의 방법은 ① 영화 ‘아오르비’의 11개의 플롯 중 2-A, 3-A, 4-B를 선택하였다. 아오르비의 색보정에 대하여는 다음의 ③번에서 설명하고 있다. 11개의 플롯 중 2-A, 3-A, 4-B를 선택한 이유를 간단히 설명하기 위하여 간단히

설명하면 아오르비의 영상에서 인터랙티브 선택을 하기 위하여 색보정을 하였는데, 색보정은 다음에 나올 영상 두 가지의 내용에 맞춰 색보정을 하였다. 그러므로 두 가지의 선택지가 반드시 나오는 플롯만이 설문의 대상이 될 수 있으며, 본 설문의 대상으로 하였다.

아오르비는 인터랙티브 영화로써 하나의 플롯이 끝나갈 즈음 선택의 순간이 오고 두 개의 선택지 A 또는 B 중 하나를 10초 안에 선택하여야 한다. 이 선택지에서 영화의 색감에 따라 내러티브로 구성되어 있는 선택지가 달라질 수 있는지 보는 설문으로, 최대한 영화 자체의 내러티브나 사운드 등의 요소에 영향을 받지 않고 색감에 충실할 수 있도록 내러티브가 자유롭게 해석되는 영상에 사운드는 제거하고 설문자들에게 제시하였다.

② 우선 3-1에서 제시한 내러티브의 전개도에 맞춰 I.R.I 형용사 이미지 스케일에서 알맞은 형용사를 찾고 그 형용사에 단색 이미지 스케일의 색으로 내러티브 전개도를 정리하였다.

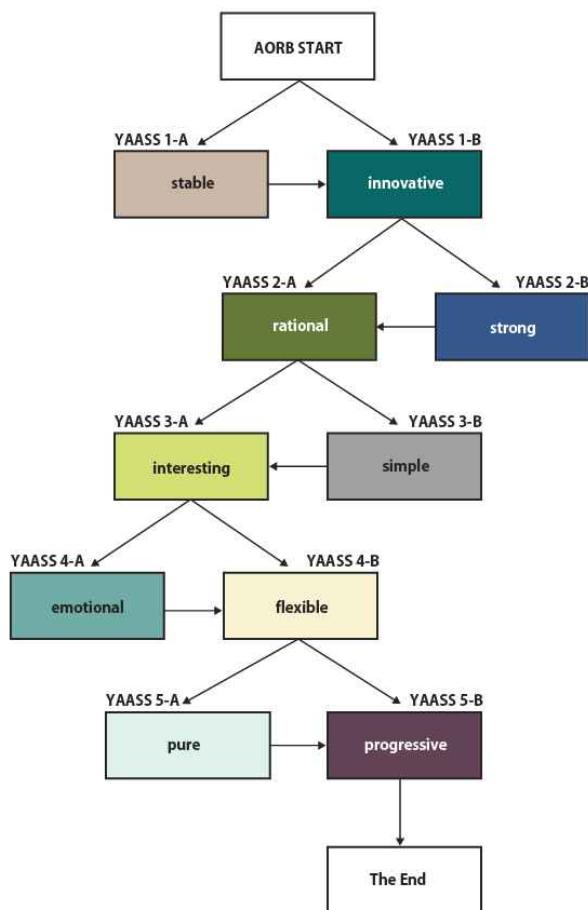


그림 5. 영화 <아오르비>의 형용사 색감성 이미지 스케일
Fig. 5. Adjective color sensitive image scale of Movie <AORB>

③ 색보정 방법으로 예를 들면 YAASS3-A의 선택지는

'A: 뭔가 이상하긴 한데 일단 당근으로 말을 회유', 'B: 침대 밑으로 숨자 침대는 과학'이라고 할 때 I.R.I 형용사 이미지 스케일에서 선택지의 내러티브에 맞는 형용사를 선택하였다. 여기서는 '감성적인'과 '유연한'의 형용사를 선택하고, 그 형용사에 맞는 색을 찾아 그 색에 맞추어 영상의 색보정을 하였다. 색보정은 Color Balance와 Color Balance(HLS)를 이용하여 하였으며, 하나의 원본 영상에 두 가지의 색상이 나오게 색보정을 하였다.

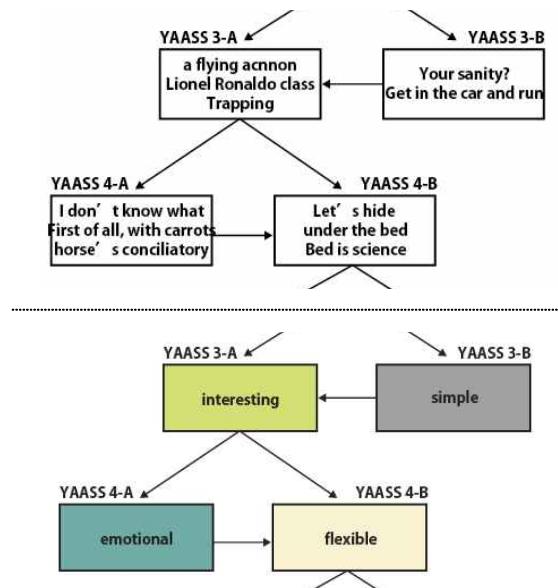


그림 6. 설문조사 방법 ②
Fig. 6. Survey method ②

그리고, ④ 설문은 세 그룹으로 나누어 첫 번째 그룹은 원본 영상으로 설문을 하였고, 두 번째 그룹은 선택지 A로 색보정한 영상으로, 세 번째 그룹은 선택지 B로 색보정한 영상으로 설문을 하였다.



그림 7. 설문 영상 색보정
Fig. 7. Color Calibration for Survey Movies

총 60명 각각 20명씩, 3그룹으로 나누고 그림4에서 설명 하여던 것과 같이 3가지의 영상으로 설문하였으며, 20~25세를 대상으로 설문을 하였고, 결과는 다음과 같이 정리되었다.

- Group A : original

YAASS 2-A					
A : 09	B : 11	A : 11	B : 09	A : 12	B : 08

- Group B : Color correction to next option A

YAASS 3-A					
A : 12	B : 08	A : 14	B : 06	A : 11	B : 09

- Group C : Color correction to next option B

YAASS 4-B					
A : 09	B : 11	A : 09	B : 11	A : 08	B : 12

그림 8. 설문조사 결과

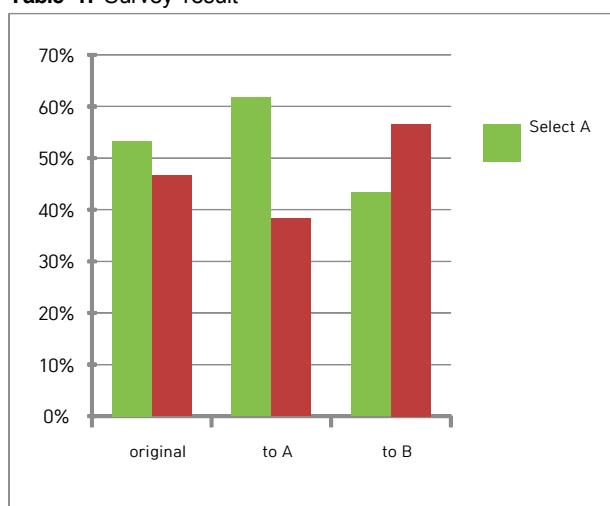
Fig. 8. Survey result

3-3 색이 내러티브에 미치는 영향

3-2의 설문 전체의 결과를 도표로 표시하면 다음과 같다.

표 1. 설문조사 결과

Table 1. Survey result



설문 결과 A그룹은 원본의 영상을 시청하였으며 선택한 결과, 첫 번째 영상에서는 A가 9명, B가 11명이 나왔고, B그룹은 선택지 A에 맞춰 색보정을 한 영상을 시청하였으며 결과를 보면 첫 번째 영상에서 A가 12명, B가 8명, 두 번째 영상에서 A가 14명, B가 6명, 세 번째 영상에서는 A가 8명, B가 12명이 나왔다. C그룹은 B에 맞춰 색보정을 하였으며 첫 번째 영상에서 A가 9명, B가 11명, 두 번째 영상에서 A가 9명, B가 11명, 세 번째 영상에서는 A가 8명, B가 12명이 나타났다.

설문 결과 미세한 차이이기는 하지만 내러티브상 다음 선택지를 A에 맞춰 색보정을 한 B그룹은 3가지 영상, 원본, A로 색보정한 영상, B로 색보정한 영상에서 A의 선택한 인원이 많았으며, B에 맞춰 색보정을 한 C그룹은 3가지의 영상에서 B를 선택한 결과가 나왔다.

설문 조사 결과에서 나타난 것과 같이 인터랙티브 영화에서 다음 내러티브의 선택에 있어 색이 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 이것은 내러티브의 다음 상황에 대하여 색을 통해 암시하며 시청자들에게 다음 내러티브에 대하여 준비할 수 있는 자세를 전달하는 역할을 할 수 있다고 볼 수 있다. 이것은 보편적 상황에서 벗어나 독립적인 의미의 내러티브 표현에 있어서 중요한 역할을 할 수 있는 요소로 볼 수 있다.

또한 이러한 색은 영상의 구성 자체를 짜임새 있게 만들고, 은유적 내러티브 표현이 가능하고, 내러티브의 개연성과 암시성을 부여하는 역할을 하며, 색은 영화 전체 내러티브를 연결하는데 유기적으로 작용한다고 볼 수 있다.

색이 내러티브에 미치는 영향으로 색은 영상의 상황 설정에 중요한 요소로 작용하며 내러티브의 분위기를 조성하고 극적 긴장감을 만들어 낼 수도 있다. 내러티브의 표면적으로 드러나지 않는 상황을 색을 통해 암시할 수 있으며 내러티브를 이끌어 가는데 있어 일관성을 이끌어 가며 시청자들로 하여금 영상에 몰입할 수 있는 기회를 마련해 줄 수 있다.

지금까지 나열한 영상에서 색이 내러티브에 미치는 영향은 내러티브에 중요한 요소로 섬세하고 치밀한 계획에 의해 색의 표현이 이루어져야 한다.

IV. 결 론

우리의 오감 중 시각은 가장 먼저 인지되며 무언가 인지하고 결정하는데 가장 중요한 감각으로서 역할을 하고 있다. 현대는 IT의 발달에 맞춰 OTT까지 영상 미디어가 가장 중요한 시각 미디어로써 표현되어지고 있다.

제품을 구매하는 소비자의 의사결정에 있어서 60-90%는 색에 의해 좌우된다고 할 만큼 색은 선택을 지배한다. 언어보다 훨씬 더 탁월한 전달력을 지닌 영상에 있어서는 예외일 수는 없다.[22]

본 연구에서는 ‘같은 영상이라고 하더라도 영상의 색감에

따라 시청자들이 받아들이는 감성이 다를 것이고 이것은 영상의 내러티브에 영향을 미치게 될 것이다' 라는 가설을 가지고 본 연구를 시작하였다.

가설의 실증을 위하여 인터랙티브 영화 <아오르비>를 선택하였다. 인터랙티브 영화는 영화를 보고 다음 내러티브를 선택하는 특징을 이용하여 영화의 색보정을 통해 선택지가 달라지는지를 설문을 통하여 보았다. 설문 결과 영화의 색보정이 내러티브의 선택에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

영상에 있어 색은 많은 부분에 영향을 주며 영상을 이끌어 가고 있다. 이러한 색이 주는 영상의 영향은 가장 표면적인 디자인적 역할과 더불어 내러티브, 커뮤니케이션, 감성, 캐릭터의 표현 등의 역할로 설명할 수 있다.

3-3에서 언급하였지만, 먼저 색이 내러티브에 미치는 역할을 보면 우선 상황 설정에 매우 중요한 요소로 작용을 한다. 내러티브의 분위기를 만들어내고, 내용상으로 드러나지 않은 내러티브도 암시할 수 있다. 다음 내러티브를 암시기 위해서 보편적 상징에서 벗어나 새로운 의미를 만들어 내기도 한다. 또한 내러티브의 개연성을 만들며 유기적으로 이끌어 가며, 일관성 있는 영상으로의 역할을 한다. 색은 내러티브의 극적 긴장감을 이끌며 상황 설명이나 설정에 중요한 역할을 한다.

색의 대표적 기능으로 화면 구성을 통해 심미적 역할과 더불어, 색의 다른 의미로 시청자와의 커뮤니케이션 도구로써 역할을 하며 관계를 형성하고 있다.

색은 영상을 통해 정서에도 많은 영향을 끼친다. 색을 통해 시청자들에게 감성적 자극과 전체적 인상을 남기며, 공감과 동화가 일어나게 하여 태도변화에도 영향을 미친다.

캐릭터의 표현에도 색의 역할은 중요하다. 배우의 감정 상태를 묘사하기에 효과적이고, 심리표현, 분위기 연출에도 중요한 역할을 하고 있다.

영상에서 색의 물리적 특성으로는 공간의 분위기를 만들고 시간과 장소를 설명하며, 시간의 흐름을 만들어 낸다.

색의 영상에서 미치는 영향은 이 외에도 많은 연구에서 연구되고 있고, 그 중요성을 여실히 보여주는 것이라고 할 수 있다. 우리는 영상에서의 색의 사용에 섭세하고 계획된 절차가 필요할 것이며 지속적인 연구가 진행되어야 할 것이다.

본 연구와 더불어 앞으로 색보정시 채도, 명도, 색상을 분리하여 요소별 역할 및 내러티브에 미치는 영향을 확인이 필요할 것이며 주변색과의 관계 또한 계속 연구되어져야 할 부분이라고 본다.

감사의 글

본 연구는 2019년도 장안대학교 연구비 지원에 의하여 이루어진 연구로서, 관계부처에 감사드립니다.

참고문헌

- [1] NAVER, Knowledge Encyclopedia [Internet]. Available: <https://terms.naver.com/entry.nhn? docId=1584628&cid=50324&categoryId=50324>
- [2] Y. D. Lee, Dictionary of video content production, Communication Books, 2014 [Internet].Available: <https:////terms.naver.com/entry.nhn? docId=3350848&cid=58190&categoryId=58190>
- [3] M. S. Won, "A Study on emotional understanding of color expression in film", *Communication Design Society*, Vol.63, p.257, April. 2018
- [4] Encyclopedia of Science [Internet]. Available: <https://www.scienceall.com/%ec%83%89color>
- [5] Y. S. Park, Color Dictionary, Yerim, 2007
- [6] the editorial department of Sehwa, chemical dictionary, Schwa, 2001
- [7] K. J. Kang, A Study on the Development and Application of Color Culture Model, Master of Industiral design, Korea Institute of Science and Technology, 1998, p.41
- [8] Ewha color design reserch institute, Lecture Book of Accreditation Course for Color Design Specialists, *Ewha color design reserch institute*, p.44, 2002
- [9] J. J. Hur, Development of coloring study programs to apply image media : centered on the upper grades of elementary school, Master of Media Imaging, Korea national University of Education, 2006, p.13
- [10] C. Yim, J. S. Yun, "Character Storytelling through Color Symbolism", *Archives of Design Research*, Vol.22, no.3-83, p.159
- [11] William Charles Libby, color and emotional sensibility, *Mijinsa*, p.196, 1992
- [12] Y. K. Kweon, H. E. Kim, Y. J. Na, Fashion and Emotional Science, *Gyoumunsa*, p.89, 2000,
- [13] Y. J. Jeoung, A Study on the Epistle Function of 3D Animation Colors, Master of Video design, Hongik University, 2009
- [14] I.R.I Color Design [Internet]. Available: <http://www.iricolor.com/index3.html>
- [15] Naver blog [Internet]. Available: <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=oopsyang&logNo=221431519809&redirect=Dlog&widgetTypeCall=true&directAccess=false>
- [16] Synopsis of Interactive Content with Netflix's 'Vandersnatch' [Internet]. Available: <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2019/01/18156/>
- [17] Koenitz, Hartmut et al, "Introduction: Perspectives on Interactive Digital Narrative", *Interactive Digital Narrative*

- History, Theory and Practice, Koenitz, Hartmut et al., Routledge, 2015, pp.4~12.
- [18] Laurel, B., Toward the Design of a Computer-Based Interactive Fantasy System. Ph.D. Thesis. Drama Department, Ohio State University, 1986. pp.9~10.
- [19] Marie-Laure Ryan, Ryan, Marie-Laure "Interactive Drama: Narrativity in a Highly Interactive Environment", Modern Fiction Studies, Vol 43. No 3, Fall , 1997, p.678.
- [20] Late shift's official homepage [Internet]. Available: <http://lateshift-movie.com/>
- [21] Daum movie <AORB> [Internet]. Available: <https://movie.daum.net/moviedb/main?movieId=133398>
- [22] W. J. Choi, A Study on the Color Sensitivity of Broadcasting Images, MFA, Ewha Woman's University, 2012
- [23] K. N. Kim, Y. M. Yim, "An Interactive Art Production by Analyzing the Presentation Method of Topic Zone on the Screen", *Journal of digital contents society*, Vol.13, pp.439-443, Sept. 2012



공수경(Soo-Kyung Kong)

2004년 : 이화여자대학교 대학원 (디지털미디어학 석사)

2008년 : Institute of Advanced Media Arts & Science (미디어표현 석사)

2011년 : Tama Art University (예술학 박사)

2011년~2015년: 서울예술대학교 디지털아트과 초빙교수

2015년~현재: 장안대학교 멀티미디어컨텐츠과 교수

※ 관심분야 : Multimedia Contents, VFX, Motion Graphic, Interactive Media & Design 등