

과목명	뉴미디어 영상론
주차명	2주. 영상디자인
학습목표	영상디자인의 개념을 살펴보고 다양한 영상 디자인의 예제를 통해 그 기능과 특징을 이해한다.

“영상이란, 어떤 구체적인 대상의 시각적 측면을 카메라를 통하여 나타내는 것이다.” - 아사누마케이지, *영화학*, 1981

“마취된 채로 수술대 위에 누워있는 환자와 미학적으로 어떻게 처리되었는지 알지 못하는 텔레비전 시청자나 영화 관객은 별 차이가 없다.” - 허버트 제틀, *Sight & Sound*

유닛1	영상디자인의 개념	슬라이드1	영상디자인의 개념 1
------------	-----------	--------------	-------------

▶ 영상디자인의 기본개념

빛과 소리를 기계적으로 모아서 표현한 종합예술이라 말할 수 있다. 이런 영상은 전자 미디어가 발달함에 따라 더욱 발전하기 때문에 기존의 예술형태와 같이 규범적으로 정의 내리기는 쉽지 않다. 때문에 뉴미디어를 포함한 제반 영상 매체들을 하나의 보편적인 영상시스템으로 규정할 수 있다.

영상의 정의에 대한 다양한 주장들이 있지만, 지금까지는 “물체의 광학적 재생”과 “일반적인 시각적 심적 이미지”라는 두 가지 측면에서 다루어져 왔다.

영상이란 피사체를 광학적으로 비추어낸 사물의 모습이 반영된 모든 것을 의미하며, 영상 디자인이란 촬영한 영상들을 (제작자의) 의도에 맞게 디자인하는 것으로 작은 의미로는 영상자체를 돋보이게 하는 것부터 크게는 새로운 영상을 창조해 내는 작업이라 할 수 있다.

영상은 순수하게 기술적인 속성만으로 설명하기도 어렵고, 순수하게 문화 예술적으로만 볼 수도 없는 심리적, 사회·경제적, 미학적 문제들을 총체적으로 담고 있다. 현대 영상이 가지는 여러 가지 특질들은 영상을 만드는 기술적, 문화적 요소들에 의존하기 때문에 그에 대한 고찰은 필수적이다.

유닛1	다양한 영상 디자인의 예제들	슬라이드1	문화사적 영상개념
------------	-----------------	--------------	-----------

▶ 문화적 기초

영상은 매체가 가지고 있는 심리적 조작과 인간 고유의 미학적 경험에 바탕을 두고 있기 때문에 그 영향력은 지금까지의 어떠한 커뮤니케이션 도구들과도 본질적으로 다른 면을 지니

고 있다. 영상에 있어서 매체 언어 개념은 형태나 명암, 음향 등을 통해 사전에 계획된 사실들로부터 시작된다. 영상이 촬영되고 편집될 때 그 이면에 숨어 있는 목표는 바로 본능적인 방법에 의해 의식을 자극하는 데 있다.

“TV 프로그램의 대부분의 시청자들에게 사실적 영상이나 음향과 생활하는 사람들의 소리와 장소를 보여주고 있음에도 불구하고 그 메시지는 거의 비현실적으로 받아들여지며 비교육적이다. 영상에 의한 표현 상징들은 우리의 지식이나 아이디어, 사고를 깊게 하기보다는 감각적인 경험만을 살찌게 한다” - 조슈아 메이로비츠

따라서 영상을 본다는 자체의 일면은 언급된 비판적 의식을 방해 받을 수 있다는 가능성을 항상 안고 간다.

유닛1	영상디자인의 개념	슬라이드1	영상의 기술적 기초
------------	-----------	--------------	------------

▶ 기술적 기초

필름은 루미에르 형제에 의해 처음 공개된 1895년 12월 28에 갑자기 시작된 게 아니라 역사적으로 볼 때 그들 형제가 사용했던 장치는 19세기 전반에 거쳐 사용됐고, 어떤 경우에는 더 이른 시기에 개발된 장치들도 있다.

-회전판을 이용한 장난감 (이집트 유물)

<http://www.youtube.com/watch?v=3-rPn0a56WE>

2010. 8. 1, 조트로프 at the California State Fair .

-촛불을 이용한 그림자놀이 (중세 시대)

https://www.youtube.com/watch?v=KOG_fKjswiw

2011, Shadow of David - Illumination Sculpture, 출처 유튜브 비디오

사람의 인지 능력에 대한 분석은 여러개의 각각의 그림들을 연속적인 동작으로 받아 들이게 만드는 소위 ‘광학 장난감’의 기초를 만들게 하였다. 현대적인 영상기들 역시 똑같은 원리에 그 기술적 바탕을 두고 있다.

유닛1	영상디자인의 특징	슬라이드1	영상의 물리적 특징
------------	-----------	--------------	------------

▶ 영상디자인의 특징

(1) 영상의 물리적 특성

영상은 물리적 과정에 의해 형성된 현실의 화상이며, 더 나아가 그 영상을 재생하는 어떠한 메커니즘에 의해 비춰지는 모든 상을 포괄한다.

“영상이란 우리의 눈으로 본 것 자체가 아니라 카메라의 렌즈 안에 투영된 화상이다”

1. 시야에 대한 제약을 지닌다.

- 회화처럼 프레임이란 테두리로 인한 공간적인 한계를 가진다. 그러나 그림이 한 액자 안에서 모든 내용을 담아내야 하는 것에 반해 영상은 한 프레임 안에서 뿐만 아니라 이어지는 다른 프레임을 통해서 또 다양한 이야기를 풀어 나갈 수 있다.

2. 카메라로 찍은 영상은 실제와 다르다.

-우리가 보고 지각하게 되는 사물의 색과 필름 안에 담긴 색은 같을 수 없다. 영상은 비춰진 빛의 성질과 사물이 그 빛을 반사하는 특성과 카메라 렌즈의 빛과 필름마다 그 빛에 대한 화학적 특성들이 복합적으로 반응하여 영상물이 만들어 지게 되는 것이다. 또한 이 영상물을 어떤 기기(TV, 프로젝터, 모바일기기 등) 시청하느냐에 따라 그 색상과 질감을 달리하기도 한다.

3. 영상은 수많은 프레임의 연속이다.

- NTSC의 경우 1초에 29.97프레임으로 구성되어 있으므로 10초의 영상물을 만든다면 299.7장의 그림이 필요하다고 볼 수 있다. 그만큼 영상디자인은 일반적인 회화보다 훨씬 물리적인 시간을 필요로 한다.

유닛1	영상디자인의 특징	슬라이드1	영상의 언어적 특성
------------	-----------	--------------	------------

(2) 영상의 언어적 특징

: 영상과 문자인식의 비교를 통한 영상언어의 특징

1. 문자인식은 선이고 해석에 있어서 방향의 강제성을 가진다. 그러나 영상인식은 선이 아닌 조형요소이고 선택적이다.

2. 문자인식에 있어서 단어의 선택이나 단락을 뛰어 넘는 것이 어려움이 있는 반면, 영상인식은 1/30초, 1/24초라는 짧은 시간동안 전체적인 의미를 파악할 수 있는 총체적 인지형태(Denotative Meaning)를 가진다.

3. 단색조로 표현되는 문자와 달리, 영상은 다양한 색채언어를 사용한다.

4. 문자로 기록된 언어를 이해하려면 단어 사이에 몰두하여 읽어야 하므로 집중력과 어느 정도의 고집이 요구된다. 그러나 영상은 물리적으로 몰입을 하기 위한 억제된 에너지가 덜 요구되며 그 자체가 직관적으로 이해가 될 수 있다.

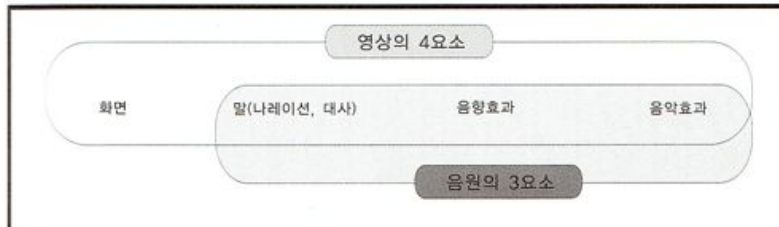
유닛1	영상디자인의 요소	슬라이드1	영상의 4요소
------------	-----------	--------------	---------

1) 영상의 4요소

1. 화면 2. 말(나레이션, 대사) 3.음향효과 4.음악효과

음향효과: 사람의 움직임이나 발생음향 예) 문 닫는 소리, 바람 부는 소리

음악효과: 영화나 드라마의 주요장면에 필요로 되는 음악 예) 주인공의 등장, 키스씬등



영상의 4요소와 음원의 3요소

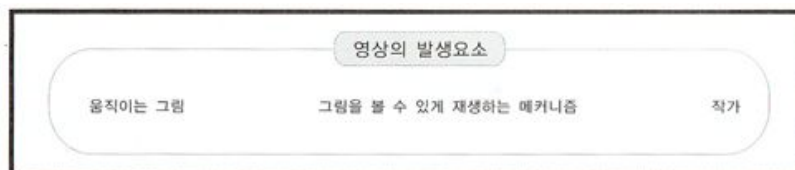
2) 음원의 3요소

1.말(나레이션, 대사) 2.음향효과 3.음악효과

제작자의 의도에 의해 이중 한 부분이 제거 되거나 전체가 들어가지 않는 경우가 있으나 대부분의 영화나 TV-CF등의 영상물에는 이 세가지의 요소가 음원으로 들어가게 된다.

3)영상의 발생요소

1. 촬영대상(움직이는 그림) 2. 카메라(그림을 시청 가능하게 만드는 매커니즘) 3. 작가(감독, 디자이너등)



영상의 기본 발생요소

유닛1	다양한 영상디자인의 예제 (영화와 TV영상을 중심으로)	슬라이드1	영상 디자인의 종류
------------	--------------------------------	--------------	------------

1) 영상 디자인의 종류

: 본 장에는 광범위한 영상 디자인의 영역에서 제작 프로그램이나 장르에 관계없이 연속된 프레임(동영상)으로 만들어지는 ‘움직임이 있는 작업’을 중심으로 살펴보도록 하겠다.

쉽게 알 수 있는 영상디자인의 종류 중에는 광고, 영화, 텔레비전 방송, 인터넷 방송, 비디오, 프레젠테이션, 비디오, 애니메이션, 게임 동영상, 홍보영상 등 수업이 많고 다양하다. 빠르게 확산되어 가는 디지털 기술과 뉴 미디어와의 상호 보완적인 작업뿐만 아니라 새로운

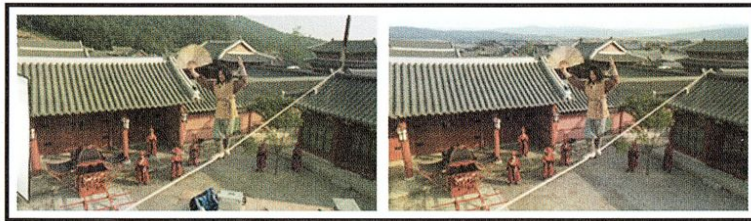
예술분야 이르기까지 그 영역에 확장되어가고 있다.

유닛1	다양한 영상디자인의 예제	슬라이드1	영화 1
------------	---------------	--------------	------

1. 영화

(1) 영화본편

영화자체의 기본적인 편집은 물론 컬러 톤 교정이나 합성, 다양한 효과 등의 영화전반에 걸친 CG(Computer Graphic)작업을 포괄한다. 최근 컴퓨터 그래픽 기술의 발달에 힘입어 CG기술은 영화의 리얼리티를 더해 주는 주요한 요소로 자리 잡았다. 이전에는 실사 촬영이 불가능한 공상과학 영화의 한 장면을 만들기 위해 쓰여 졌으나 최근 들어 영상 편집의 마무리 단계에서 이미지 교정 전반에 걸쳐 쓰이고 있다.



<왕의 남자, 감독:이준기 촬영:조봉한>

위의 사진은 “왕의 남자” 일부분인데, 처음 사진이 촬영본 이고 그 옆의 사진이 CG를 입힌 최종본이다. 이 영화의 시대적 배경에 따라 경복궁을 배경으로 촬영되어야 했으나 사정으로 인해 부안에서 촬영 후 배경을 조선시대 한양으로 바꾸었다. 두 사진을 비교해 보면 촬영본 에서 배경의 산을 지우고 조선시대 한양의 가옥들에 이미지를 합성 한 것을 아 수 있다.

유닛1	다양한 영상디자인의 예제	슬라이드1	영화 2
------------	---------------	--------------	------

(2) 트레일러(Trailer)

영화의 예고편을 말하는 것으로 영화의 호기심을 유발하거나, 관심을 모아 영화를 보게끔 만드는 홍보 영상이라 할 수 있다. 영화의 흐름을 한눈에 알아볼 수 있도록 편집 및 CG작업을 한다. 짧은 영상 하나로 영화 전체의 줄거리를 보여주는 만큼 고도의 편집기술과 감각을 필요로 한다.

http://www.youtube.com/watch?v=yxCIEUWaRrs&feature=player_embedded

Alien [trailer] (1979)

(3) 티저(Teaser)

트레일러 영상과 비슷하지만 예고편처럼 줄거리를 이해하거나 전반적인 흐름을 보여주는 목적이 아니라 전적으로 영화에 대한 호기심을 유발하려는 목적으로 제작된다. 때문에 영화의

일부분 혹은 쓰는 경우도 있지만 티저 홍보만을 위해 따로 촬영하는 경우도 있다. 때때로 유행하는 패러디하기도 하고, 크리스마스나 추석 같은 큰 명절에 맞추어 제작하는 등 다양한 콘셉트를 활용해 제작되고 있다.

<https://www.youtube.com/watch?v=ocZXYTF-ajE>

ANGRY BIRDS Movie Xmas teaser (2016)

유닛1	다양한 영상디자인의 예제	슬라이드1	영화 3
------------	---------------	--------------	------

(4) 영화 Opening movie

영화가 시작하기 바로 전에 영화 타이틀과 함께 나오는 부분의 작업을 말한다. 일반적으로 영화를 만든 감독이나 주인공 이름들이 나오며 작가의 타이포(Typography)작업의 감각이 아주 중요한 부분이다. 때때로 영화에 관련된 배경 영상 없이 타이포만으로도 그 영화의 콘셉트를 말해 주는 오프닝 무비도 있다.

http://www.youtube.com/watch?v=gaLDyrUn_Cc&feature=player_embedded

Catch me if You Can (2002)

<https://www.youtube.com/watch?v=kccafOf4O6Q>

The Good the Bad and the Ugly (1966)

유닛1	다양한 영상디자인의 예제	슬라이드1	TV - CF 1
------------	---------------	--------------	-----------

(1) 프로그램 광고

프로그램을 제공하는 광고주가 그 프로그램에 삽입하는 광고를 말하며, 보통 프로그램의 앞과 뒤에 방송하며, 프로그램 앞에 하는 광고를 전 CF라고 하고, 후에 하는 것을 후 CF라고 한다. 프로그램 중간에 하는 광고를 중간 CF라고 한다. 일반 광고는 15초, 20초, 30초가 있는데 황금시간에는 15초 위주의 광고가 편성된다.

(2) spot 광고

TV 프로그램과 프로그램 사이의 스테이션 브레이크 (station break) 때 나오는 광고

(3) Block 광고

각 각의 지역마다 송출되는 지역광고를 말한다.

(4) PPL(Product Placement)

영화 내에서 자연스럽게 상품을 노출 시켜 관객들에게 흡수되는 광고를 말한다. 이는 1945년 할리우드에서 개발한 마케팅 기법으로서 관객들은 영화 속에 나오는 주인공들이 제품을 사용하고 만지는 것을 보면서 자신도 모르게 소비욕구를 가지도록 유도하는 일종의 간접 광고이다.

유닛1	다양한 영상디자인의 예제	슬라이드1	TV - CF 2
------------	---------------	--------------	-----------

(5) Teaser 광고

사람은 쉽게 얻어진 것보다 얻기 힘든 것을 얻었을 때 더 집착을 하거나 흥미를 갖는다. 티저 광고는 이러한 소비자의 심리를 이용한 광고의 한 방식이다. 다른 말로 어떤 제품을 광고하는지 소비자들이 모르게끔 제작하여 소비자로 하여금 호기심을 느끼게 만드는 광고이다. 특히 알려지지 않은 새로운 제품의 광고를 위해 사용하는 것이 효과적이다.

<https://www.youtube.com/watch?v=0XU6LYSUoXw>

2012, “The Bark Side” (Volkswagen)

(6)레트로 광고(Retro Advertising)

과거의 따뜻했던 기억을 소비자에게 각인시켜 그것을 판매로 연결시키는 광고를 말한다. 예로 오리온 초고파이, 다시다 광고 등이 있으며 정서적인 요소(가족, 사랑, 친구등)를 소재로 한 광고가 주류를 이룬다.

(7)에드버커시 광고(Advocacy Advertising)

기업과 소비자 간의 신뢰 관계를 회복하기 위한 광고를 말한다. 예를 들어 기업이 자원봉사, 환경보호 등의 사회 공헌에 이바지하는 모습을 보여줌으로써 소비자로부터 기업의 이미지가 재고를 하게 만드는 목적으로 사용된다.

<http://vimeo.com/34792993#>

2012, Meet Mr. Toilet, 제작: Jessica Yu

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=jTND76fnhyM#!

2009, PlaneStupid

(8)더블업 광고(Double-Up Advertising)

광고 안에서 특정제품을 소품으로 활용하는 광고기법을 말하며, ‘광고 속 광고’라고도 한다. 이는 잔상효과를 이론적 배경으로 한 것으로서 현재 광고 전반에서 널리 사용된다.

유닛1	다양한 영상디자인의 예제	슬라이드1	텔레비전 1
------------	---------------	--------------	--------

(1)프로그램

방송 커뮤니케이션의 메시지를 말하며, 방송사나 네트워크가 정해진 방송시간에 송출하기

위해 계획된 독립된 방송항목을 말한다. 최근에는 독립적인 프로덕션에 외주로 작업되는 경우가 대부분이다. 외주 시스템 도입을 통해 고품질의 영상과 내용을 담은 프로그램 제작을 추구하고 있다. 주로 드라마나 예능 프로그램 등에서 기본적인 편집은 물론 합성, CG 그리고 자막작업 등을 한다.

(2) Channel Station ID

채널 스테이션 아이디란 해당 채널의 이미지를 알리기 위한 디자인을 말한다. 그 채널의 이미지와 정보를 영상으로 보여준다. 광고 사이에 가끔 방영되는 MBC, MTV등의 채널 자체를 홍보하는 광고물을 말한다.

<https://vimeo.com/148977980>

2015, Channel CGV Station ID

<http://www.youtube.com/watch?v=aGKAglNdTow>

2011, MBC Station ID

유닛1	다양한 영상디자인의 예제	슬라이드1	텔레비전 2
------------	---------------	--------------	--------

* Network Identity:

Network Identity란 주로 방송사에서 자기 회사 identity의 일관성을 유지하기 위하여 방송에 들어가는 Broadcast design 부분을 통합하는 작업을 말하는데 Corporate Identity 전략의 한부분이라 할 수 있다. 일반적으로 채널의 로고 애니메이션이라고 부르나 실제로는 Network Identity 라는 말이 더 정확한 표현이라고 할 수 있다.

http://www.youtube.com/watch?v=caeRg0_ax00

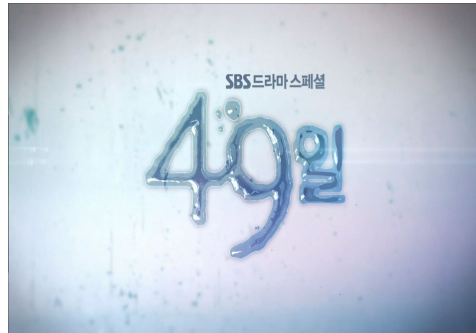
(미) NBC Entertainment Network

<http://www.newyorkfestivals.com/winners/2012/pieces.php?iid=430328&pid=1>

(미) TNT Station ID, 제작: Turner International Argentina

(3) TV 타이틀

1. 탑 타이틀(Top Title): 프로그램 시작 전에 나오는 타이틀을 말하며, 그 중 Main 타이틀이 시작되기 전에 나오는 홈 타이틀을 부르는 말이다.



(탑 타이틀과 메인 타이틀 / SBS 드라마 49일)

2.메인타이틀 (Main Title): 비유하자면 제품의 CI(Corporate Identity)와 같은 개념으로 프로그램의 제목을 말한다.일반적으로 메인타이틀은 그 프로그램의 콘셉트가 압축적으로 표현되어지며, 메인타이틀 디자인만으로도 대략적인 프로그램의 장르나 콘셉트를 예측할 수 있다.

3. 크레딧 타이틀(Credit Title): 진행자, 연출자의 이름이 나오는 부분

4. 서브 타이틀(Subtitle): 부제목의 개념으로, 일반적으로 오락, 교양, 영화, 만화 프로그램에 등장한다. 예) “제4화-만남”

학습정리	<div>1) 영상의 정의는 “물체의 광학적 재생”과 “일반적인 시각적 심적 이미지”라는 두 두 지 측면에서 다루어져 왔다.</div> <div>1. 영상이란 피사체를 광학적으로 비추어낸 사물의 모습이 반영된 모든 것을 의미</div> <div>2. 영상은 심리적, 사회·경제적, 미학적 문제들을 총체적으로 담고 있다.</div> <div>2) 영상은 우리의 눈으로 본 것 자체가 아니라 카메라의 렌즈 안에 투영된 화상이다.</div> <div>1. 시야에 대한 제약을 지닌다.</div> <div>2. 카메라로 찍은 영상은 실제와 다르다.</div> <div>3. 영상은 수많은 프레임의 연속이다.</div> <div>3) 영상과 문자인식의 비교를 통한 영상언어의 특징</div> <div>1. 문자인식은 선이고 해석에 있어서 방향의 강제성을 가진다. 그러나 영상인식은 선이 아닌 조형요소이고 선택적이다.</div> <div>2. 문자인식에 있어서 단어의 선택이나 단락을 뛰어 넘는 것이 어려움이 있는 반면. 영상 인식은 1/30초, 1/24초라는 짧은 시간동안 전체적인 의미를 파악할 수 있는 총체적 인지형태(Denotative Meaning)를 가진다.</div>
-------------	--

3. 단색조로 표현되는 문자와 달리, 영상은 다양한 색채언어를 사용한다.
4. 문자로 기록된 언어를 이해하려면 단어 사이에 몰두하여 읽어야 하므로 집중력과 어느 정도의 고집이 요구된다. 그러나 영상은 물리적으로 몰입을 하기 위한 억제된 에너지가 덜 요구되며 그 자체가 직관적으로 이해가 될 수 있다.

4) 영상의 4요소

1. 화면 2. 말(나레이션, 대사) 3.음향효과 4.음악효과

5) 음원의 3요소

- 1.말(나레이션, 대사) 2.음향효과 3.음악효과

6)영상의 발생요소

1. 촬영대상(움직이는 그림) 2. 카메라(그림을 시청 가능하게 만드는 매커니즘) 3. 작가(감독, 디자이너등)