유럽 콘텐츠 산업동향

2022년 09호

기업탐방 – 프랑스 3D 홀로그램 쇼의 대표주자 스펙트르 랩(Spectre Lab)

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

유럽 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY TREND OF EUROPE

2022년 09호

구분(장르)	제 목	Key Word
기업탐방	프랑스 3D 홀로그램 쇼의 대표주자, 스펙트르 랩(Spectre Lab) 인터뷰	공연 예술 Immersive art 홀로그램 쇼

작성 | 한국콘텐츠진흥원 유럽비즈니스센터
배포 | 2022.11.25

스펙트르 랩(SPECTRE LAB)의 설립자를 만나보다

SPECTRE LAB
마크 비달 프로젝트 디렉터

INTERVIEW NOTE

인터뷰 취지

Spectre Lab 은 다 영역에 걸친 시청각 매체를 제작하는 회사로써, 예술성과 기술을 접목한 3D 홀로그램 등을 이용해 이벤트성 공연을 창작하는 회사이다.

시각적 몰입감이 필수인 Immersive art 한 장르지만, 도구의 매개 없이 옥외와 실내를 넘나들며 모두가 함께 즐기는 증강현실을 만들어 내고자 하는 스펙트르랩의 창설자 3 인방 Jérome Sérane 씨와 Philpipe Granier, 특히 프로젝트 총 디렉터를 맡고 있는 Marc Vidal 씨를 만나 아직은 생소한 3D 홀로그램 아트 분야의 특징, 장단점과 전망에 대해 들어보고자 한다.

대상자 소개

성 명 마크 비달(Marc VIDAL)

소 속 스펙트르 랩 프로젝트 디렉터 (Chef de projet)

경 력

- 프로젝트 창작과 제작 과정에서의 미술, 기술 부문 총감독
- 2022 년 아미앙 성당 홀로그램 공연 총감독 , 파리의 대표적 디지털 아트센터인 아틀리에 데 뤼미에르 (Atelier des Lumieres) 와 협업하여 실내 전시공간을 위한 몰입형 시청각 이벤트 제작

INTERVIEW Q & A

스펙트르 랩(SPECTRE LAB)

우선 SPECTRE-LAB 의 초기 설립부터 발전과정을 이야기해주실 수 있을까요?

A Spectre Lab 은 Atelier Skertzo 스튜디오의 대표였던 마크 비달 (Marc Vidal), 독립적으로 작업을 해온 필립 그라니에 (Phillipe Granier) 와 제롬 세란 (Jerome Serane), 이렇게 세 명이 단합하여 만들어졌습니다.

A 초기에 우리가 원했던 바는 창작의 과정을 단일화시키는 것이었는데, 다시 말해, 예술적 영역과 기술영역 사이의 교류를 통해 두 영역을 균등하게 발전시키는 것을 의미합니다. 둘 중 한 영역을 마스터하지 않고는 다른 한 영역에 대한 지식이 무용하다는 걸 깨달았기 때문이었죠. 이러한 예술적인 감수성과 기술적인 탁월함이 균형을 맞추면서 저희가 시도했던 작업 과정의 구상이나 재현 방식에서 발전을 가져오는 계기가 됐던 것 같습니다.

저희가 작업 과정을 볼 때도, 비디오 맵핑, 모션 그래픽, 데코레이션 등 예술적인 면과 기술적인 노련함이 필연적인 작업인 것 같습니다. 한 프로젝트를 완성하기 위한 일련의 과정을 설명해주실 수 있을까요?

A 네, 무슨 일이 있더라도 기술이라는 것은 그 자체로 완성될 수 없다는 부분을 잊어서는 안 됩니다. 기술은 목적을 달성하는 데에 쓰이는 도구이며 역으로 작업의 목적이 되어서는 안 된다는 것이죠. 저희 작업에서 가장 중요한 부분은 초기 콘셉트를 결정하고, 착수한 주제에 대해서 적합하고 일관적인 담화를 유지해야 한다는 것입니다.

A 만약 초기 작업에서 특정한 생각이나 메시지를 간단한 연필 스케치만으로 전달하지 못한다면, 아마도 아이디어 자체가 근본적으로 좋지 못한 것이라 생각합니다. 이 단계에서 스펙터클의 전체를 보여주는 스토리보드를 만들게 되는데, 그것을 바탕으로 토론이 이루어지게 됩니다. 만약 기본적인 내러티브가 견고하고 강한 목적성을 띤다고 판단되면, 그때부터 스토리보드를 여러 가지 시퀀스로 나누어 펼쳐놓게 되고, 기술적으로 민감해 노련한 작업을 필요로 하는 대목들을 표시합니다. 그리곤 그 부분들에 대해서 3D 라든지 비디오 촬영, 모션 디자인, 전통적 애니메이션 등, 어떤 기술적인 방법이 적합할지에 대해서 고민하게 되죠. 그 후에는 해당 프로젝트를 제작하기에 적합한 팀 구성을 하게 되는데요, 우리 회사는 다양한 분야 출신의 재능 있는 팀원들로 구성되어 있어, 그들이 가진 개별적 능력을 최대한 발휘하여 가장 좋은 결과물을 만들어 내도록 팀 구성을 하게 됩니다.

A 이런 식으로 창작의 '파이프라인'을 구성하고, 프로젝트의 팀장이 과정 내내 작업이 만족스럽게 진행되는지 감독하게 됩니다. 보통 팀장은 세 명의 설립자 중 한 명인 경우가 대부분이고요. 최종 작업으로 전달되기 전까지 주어진 시일 안에 모든 주요단계가 이루어지고 있는지 확인을 하게 됩니다.

그림 1 '빛의 채석장(Atelier des Lumieres)' 전시 전경

아뜰리에 뤼미에르와의 공동작업과 실내, 옥외전시에 대하여

" 틴틴의 실감 나는 모험 (Tintin, aventure immersive, 2022) " 과 같은 여러 프로젝트를 파리의 대표적 디지털 아트 센터인 아뜰리에 데 뤼미에르 (Atelier des Lumieres) 와 함께 성공적으로 제작하셨는데요. 협력 제작 시 있었던 에피소드나 특징들을 이야기해주실 수 있을까요?

A 틴틴(Tintin) 이라는 캐릭터 자체가 매우 강한 아이덴티티를 가지고 있어서 저희로선 그 " 세계"를 존중하고 유지하도록 하는 것이 관건이었습니다. 제작자들과 틴틴의 저작권을 보호하고 홍보하는 Tintin imagination 사 등, 여러 의견을 제출하는 참여자들의 의견에 귀 기울이는 것이 중요했습니다. 사실상 창작, 제작 과정 동안 몇몇 지령을 따라야 했었는데, 예를 들면 출연 인물 중 인형들 같은 요소들에 움직임을 줄 수 없다든가, 같은 장면 안에 특정 인물들은 함께 보이면 안 된다든가 하는 것들입니다.

A 이런 형식의 공동작업에서는 융통성이 중요합니다. 우리의 방법이 절대적인 진리가 아니라는 것을 항상 염두에 두면서, 우리의 관점은 단지 우리만의 주관적인 시각일 뿐이라는 것임을 인지하고 항상 다른 사람의 의견을 들을 준비가 되어있어야 하겠죠. 커뮤니케이션은 성공적인 이벤트의 열쇠 중 하나라고 할 수 있습니다.

실내, 야외에서 이루어지는 프로젝트 간의 차이점에 관해서 이야기해주실 수 있을까요?

A 우선 실내와 실외 프로젝트는 큰 차이가 있다고 할 수 있습니다. 16:9 비율의 화면, 텔레비전, 극장용의 전통적인 포맷을 벗어나 이벤트가 이루어지는 환경에 맞추어 새로운 맵핑이 이루어져야 하죠. 예를 들어, 닫힌 환경, 즉 실내 프로젝트일 경우 광 반사를 피하려고 흰색을 띠는 조명이 지나치게 차지하지 않도록 신경 써야 합니다. 빛이 넓은 표면적에 투사되면 튀어 오르는 듯 반사되는 경향이 있어서, 지나치게 밝아진 조명 자체가 관객들의 몰입을 방해하거나, 몰입에서 빠져나오게 하는 요인이 됩니다. 실외 프로젝트의 경우에는 좀 더 복잡한 작업이 요구됩니다. 비디오 프로젝트를 설치하기 위한 여러 물리적인 제한 요소들에 대해 고려해야 하죠. 이런 문제점으로 인해 이미지가 생각지 못한 여러 방향으로 영사될 수 있고, 결과적으로 이러한 각시차 현상으로 인해 이미지 자체가 심각하게 변형되는 문제가 생깁니다. 저희가 느끼기에 가장 어려운 부분은, 이러한 왜곡 현상을 최대한 피하거나 억제할 수 있는 영사 이미지들을 위한 제작 방법을 고안해 내는 것입니다. 더불어, 실외의 바닥 표면은 실내에 비해 고르지 못하고 간혹 패여 있는 경우도 빈번한데, 당연히 육면체 형태의 내부의 평평한 면에 이미지를 영사하는 것이 고딕 성당처럼 조각된 벽면보다 쉽겠죠.

그림 2 2020년 신년행사 개선문 프로젝션

그림 3 아미앙(Amiens) 대성당 프로젝션

Immersive art에 대하여

몰입감을 이용한 예술, 즉 Immersive art 를 이야기할 때, 보통 가상현실(VR)이나 증강현실(AR) 기술을 떠올리는 경우가 빈번합니다. 다른 형태의 Immersive art 와 SPECTRE LAB 의 작업이 차별되는 점이 무엇이라고 생각하세요? 아니면, 가까운 장래에 VR 이나 AR 기술을 적용해 보고자 하는 생각이 있나요?

A 저희가 보는 Immersive art 는 기술적인 면으로 규정되는 장르가 아닙니다. 잘 고안된 작업이라면, 음향효과 하나만으로도 그 환경에 영사된 이미지에 힘을 실어 줄 수 있고, 몰입 현상을 창조해 낼 수 있다고 생각합니다. 사실 이미 VR 기술을 적용 시도를 했었는데, 설명하자면 특정 프로젝트가 여섯 달 이후에 있을 이벤트여서 저희 고객들에게 미리 어떤 식으로 이미지가 영사될지 보여 줄 수 없을 경우이죠. 이런 단계를 통해서 영사 자체의 질을 높일 수 있고 어떤 방향으로 작업을 진행해 나가야 할지 쉽게 이해할 수 있습니다.

A 그런데도 VR 이나 AR 기술은 거대 규모의 프로젝트 창작과정 그 자체에서는 매력적인 요소라고 보긴 힘듭니다. 이러한 기술의 제약점이라고 한다면, 저희 프로젝트가 대중을 위한 이벤트라는 것을 고려할 때 필연적으로 VR 이나 AR 의 도구적 사용 특성이 관중의 일부를 경험에서 제해버리게 되고, 저희가 그 점에 대한 해결책을 아직 찾지 못했다는 것에 있습니다. 이러한 콘텐츠를 즐기기 위해서는 VR 고글이나 AR 을 위한 스마트폰, 태블릿 등 도구를 갖추는 것이 필수적인데요, 다시 말해 이것은 사용자와 외부환경이 분절된다는 것을 의미합니다. 몰입감을 주는 도구 안의 콘텐츠를 감상할 수 있다고 하더라도, 보통은 사용자가 단독으로 경험하게 되는 것이겠죠. 저희가 선호하는 방식은 관객이 모두 함께 경험하는 이벤트를 고안하는 것입니다.

그림 4 모나코 Fondation Albert 전시 전경

Immersive art 는 관객의 시각인지가 중요한 요소일 텐데요, 가상현실 혹은 증강현실 기술들은 어지럼증 등의 부작용을 동반하기도 합니다. 혹시 비슷한 종류의 기술적인 문제를 경험하신 때도 있나요? 아니면 SPECTRE LAB 의 작업에서 기술적인 어려움을 동반하는 사례가 있습니까?

A 가상현실과 비교하면 저희의 공연이벤트는 그러한 문제는 없다고 봐도 무방합니다. 경험에 비추어 볼 때, 영사물의 움직임 속도를 화면에서 보는 경우보다 두 배 정도 늦춰야 하긴 합니다. 이는 느껴지는 속도가 이미지의 확대 비율에 따라 왜곡되어 실제보다 빠르게 느껴지기 때문입니다. 특히 바닥에 영사되는 움직이는 특정 모티브 중 몇몇 관객들에게 신체 균형감을 잃게 할 수 있어서, 제작 당시 이러한 문제를 피하려고 조심하는 편입니다.

일시적인 기획이벤트에서 비물질적인 매체를 사용한다는 것은 보존성, 이동의 편리함, 공간에 대해 융통성 있게 적용할 수 있다는 점등 장점이 있을 듯합니다. 이러한 관점에서 이미지 영사라는 매체의 장단점들을 꼽는다면 어떤 것들이 있을까요?

A 말씀하셨듯이 저희가 만드는 공연들은 모든 타입의 공간이나 표면에 적용할 수 있다는 장점이 있습니다. 하지만 그러한 이유로 매체의 비 물질성 자체가 몰입감을 이용한 공연을 적용하는 과정을 쉽게 하는 것은 아닙니다. 예를 들어, 연출의 배경을 욕조로 설정한다고 가정해 봅시다. 이때 떨어지는 물방울을 픽셀 영상으로 제작하게 될 것인데, 논리적으로 배경인 물체가 세 배 이상 커진다고 생각해 보시면, 물이라는 요소 자체도 세 배 이상 커져야 하겠지만 물방울 이미지 자체를 변형하거나 잡아 늘인다고 해서 해결될 문제는 아닙니다. 오히려 그 반대가 정답이겠죠.

A 저희가 이러한 문제를 보는 관점은 마치 고급의상(haute couture) 제작방식과 흡사합니다. 모든 요소가 값진 퀄리티를 가지려면 맞춤복처럼 재단되어야 합니다. 한편, 단점으로 여겨질 만한 점을 꼽는다면 몰입감을 이용한 공연 자체가 일시성을 가진다는 겁니다. 상영하는 동안에는 작품으로서의 형태를 띠지만, 공연이 끝남과 동시에 사라져버리죠. 물론 매체 자체는 사라지지만 기억 속에 남게 되죠. 기억들이 경험으로서 자리 잡는 것, 그게 이러한 공연의 핵심이죠.

Immersive art 장르에서 작품의 소유라는 개념이 있는지 궁금합니다. 대중들이 구매하거나 소유할 수 있도록 개별 프로젝트를 다른 형태로 전환하여 저장되는 때도 있나요?

A 일반적으로 저희가 만드는 공연들은 모두 일시성에 기반을 둔다고 할 수 있습니다. 특정한 이벤트에 사용될 목적으로 제작되죠. 엄밀하게 말하면 존속하는 작품 자체를 창조하는 것이 아니며 우리가 즐길 수 있는 경험을 만드는 것입니다. 말하자면 불꽃놀이와 비교 할 수 있겠는데요, 우리가 그것을 현장에서 마주할 때 마법 같은 인상을 자아내지만, 텔레비전 화면으로 볼 땐 절대 같은 느낌을 받을 수 없는 것과 같습니다.

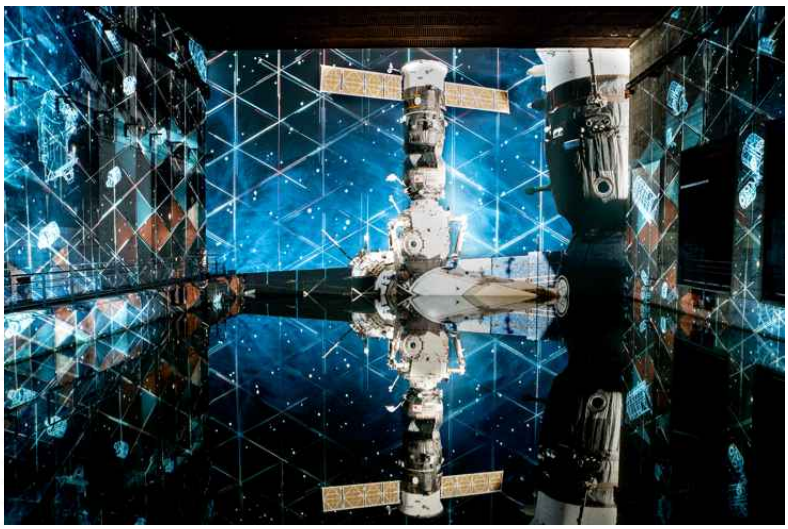

그림 5 보르도 '빛의 수조(Bassins des Lumieres)' 전시 전경

코로나 팬데믹의 영향과 기업비전, 목표

코로나바이러스 팬데믹이 공공장소에서의 활동에 커다란 제약을 만들어 냈었는데요, 혹시 이로 인한 영향을 받으셨나요?

A 다행히도 저희의 고객들과 오랫동안 관계를 맺으며 일해 왔기 때문에 큰 영향을 받지는 않았던 것 같습니다. 프랑스에서 있었던 외출, 이동금지령이 시행되었을 때, 물리적 거리를 두고 시놉시스를 쓰거나 몇몇 공연 제작을 하던 중, 시기에 딱 맞게 공공장소들이 재개장을 했었죠. 그 점을 생각하면 저희가 상당히 운이 좋았던 경우란 걸 충분히 인지하고 있습니다.

그림 6 프랑스 파리 개선문 프로젝션 전경

이 분야에 대한 전망이나, 향후 몇 년간의 목표가 있다면 말씀해 주시겠어요? 혹시 이 외에 언급하고 싶으신 부분이나 작업의 영감을 받는 출처, 아니면 한국 독자들을 위한 메시지가 있다면 자유롭게 답변해 주십시오.

A 우선 한국 여러분이 저희 Spectre LAB 에게 관심을 가져준 점에 대해 매우 감사드립니다. 모두 얼마나 기분이 좋았는지 모릅니다! 미래의 계획이라고 한다면, 좀 더 다방면의 프로젝트에 도전하길 희망합니다. 저희가 가진 방식의 활력성을 유지하길 원하지만, 새로운 형태의 이미지들이나 새로운 형식의 음악, 새로운 기술과 안무 등을 적용에 도전하고 싶습니다. 초반에 말씀드렸듯, 독자분들께 테크놀로지 자체는 그 자체로 완성되지 않는다는 것을 강조하고 싶네요. 감사합니다.

부록 기관 정보 요약

기관명	스펙트르 랩(SPECTRE LAB)
대표자명	Marc VIDAL
설립일	2014
주요사업	미디어 퍼포먼스, 3D 홀로그램 쇼 제작, 공연기획
주소	20 Rue Voltaire 93100 MONTREUIL SOUS BOIS FRANCE

유럽비즈니스센터 담당자 연락처		
유성훈 센터장	+33-1-42-93-02-84	yoosunghoon@kocca.kr
길서경 대리	+33-1-42-93-02-83	seokyeongkil@kocca.kr
이해인 주임	+33-1-42-68-00-37	haeinlee@kocca.kr

유럽 콘텐츠 산업동향

2022년 09호

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	유성훈 (유럽비즈니스센터장)
집필자	김정연
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2022년 11월 17일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 〈콘텐츠지식〉에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"

2022 년 해외진출 기반조성 사업 서비스 만족도 조사 바로가기

OPEN 출처표시 상업용금지 변경금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락