

K-POP 홀로그램 콘서트에 나타난 스펙터클 분석 -SM Entertainment 콘텐츠를 중심으로- Analysis on the Spectacles of K-POP Hologram Concerts -Focus on Contents of SM Entertainment-

한혜원, 정아람
이화여자대학교 융합콘텐츠학과

Hye-Won Han(hwhan@ewha.ac.kr), A-Ram Jeong(marajay@ewhain.net)

요약

홀로그램은 소수 전문가 집단을 위한 특정 기술의 영역에만 한정되지 않고, 대중을 위한 엔터테인먼트 콘텐츠에서 광범위하게 활용되고 있다. 특히 K-POP 엔터테인먼트 콘텐츠의 경우, 홀로그램 영상을 도입하는 사례가 증가하고 있다. 홀로그램을 부분적으로만 활용해 스펙터클을 연출하거나, 아이돌 자체를 홀로그램 캐릭터로 재현해 '원본 없는 이미지'만으로 콘서트를 진행하기도 한다. 이에 본 연구에서는 K-POP 엔터테인먼트 콘텐츠 중 홀로그램 콘서트를 일정 기간 이상 안정적으로 진행하고 있는 SM Entertainment의 콘텐츠를 연구 대상으로 선정하고, 홀로그램 콘서트에서 발견되는 스펙터클과 아우라를 분석해 실제 인물의 퍼포먼스와 변별되는 홀로그램 콘서트만의 차별화 전략을 도출했다. 그 결과 홀로그램 콘서트의 경우 배경에서 무대와 객석을 분리함으로써 소외효과를 극대화했으며, 아이돌 캐릭터에게는 탈현실의 환상성을 부여했다. 홀로그램 콘서트에서는 홀로그램의 허구성을 은폐하기 보다는 오히려 이를 폭로함으로써 환상성을 극대화하는 전략을 취한다. 홀로그램 콘서트는 ICT 강국으로서의 한국의 이미지를 강화하고 지리적으로 글로벌화에 불리할 수 있는 한류의 물리적 한계를 극복하여, 융합 콘텐츠의 대중화 사례를 제시한다는 점에서 그 의미가 있다.

■ 중심어 : | 홀로그램 | 아이돌 | 퍼포먼스 | 아우라 | 스펙터클 |

Abstract

Hologram technology is widely applied in entertainment contents for public, no more remained in specific technological area for minority experts. Especially, K-POP entertainment contents increasingly adopt hologram images. These contents use hologram technology as a part to arouse spectacles or represent idols as hologram characters. In this study, spectacles and aura of K-POP hologram concerts of SM Entertainment which runs stably in certain period were analyzed, so that it could recognized the differentiation strategy distinguished only in hologram concerts. Thus, the setting of hologram concerts alienates seats from the stage so that maximize distance, and the aura of idol characters strengthens through fantasy of escape from reality. Hologram concerts maximize fantasy through exposing tricks rather than concealing it. Hologram concerts enhance image of Korea as ICT leader, overcome physical and geological limitation of 'Korean Wave' to globalize, and propose examples of popularization of convergence contents.

■ keyword : | Holography | Idol | Performance | Aura | Spectacle |

* 본 연구는 한국연구재단 BK21플러스 사업의 지원을 받아 수행되었습니다.

접수일자 : 2016년 03월 18일

심사완료일 : 2016년 05월 09일

수정일자 : 2016년 05월 09일

교신저자 : 한혜원, e-mail : hwhan@ewha.ac.kr

I. 서론

대중을 위한 엔터테인먼트 콘텐츠에서 홀로그램 기술을 활용한 사례가 국내외에서 증가하고 있다. 특히 한국의 K-POP 콘텐츠의 경우, 무대 연출과 아이돌의 이미지를 홀로그램으로 대체하는 이른바 ‘홀로그램 콘서트’가 증가하는 추세이다. 이러한 콘서트는 ‘원본 없는 이미지’만으로 스펙터클을 창출한다는 점에서 특이할 만하다. 이에 본 연구에서는 K-POP 홀로그램 콘서트에 나타난 기교와 전략을 분석하고 홀로그램 콘서트 특유의 스펙터클 효과를 도출하고자 한다. 이를 통해서 K-POP 콘텐츠가 시공간의 제약을 극복하고 글로벌화 될 수 있는 가능성과, 예술과 기술의 융합 콘텐츠가 대중화될 수 있는 가능성을 제시하고자 한다.

홀로그램 기술은 기록 방식과 재생 방식에 따라 디지털 홀로그램과 아날로그 홀로그램, 유사 홀로그램으로 나뉜다[1]. 유사 홀로그램이란 반투과형 스크린 영상 또는 초다시점 입체 영상을 이용해 실제 홀로그램과 유사한 효과를 구현하는 기술을 통칭한다. 일반적으로 공연 및 전시에 쓰이는 홀로그램은 플로팅(floating) 방식을 응용한 유사 홀로그램으로, 고해상도 프로젝터와 재생한 영상을 반투명 막(foil)에 투사해 입체 이미지를 구현한다. 이렇게 만들어진 이미지는 360°에서 관측 가능한 완전 홀로그램은 아니지만, 육안으로 관찰 가능한 입체적 상을 구현하기에 적합하다.

일반적으로 홀로그램 콘서트는 사진과 동영상을 바탕으로 미리 제작한 이미지를 재생하므로, 실연의 현장감(liveness)[2]을 나타내지 못한다. 따라서 북미 등 할리우드의 홀로그램 콘서트에서는 이미 세상을 떠난 고인이나 물리적으로 실재하지 않는 특정 대상을 홀로그램으로 구현해왔다. 가령 엘비스 프레슬리(Elvis Presley)와 셀린 디온(Céline Dion)의 무대, 투팍 샤커(Tupac Shakur)와 스누프 독(Snoop Dogg)의 무대, 마이클 잭슨(Michael Jackson)의 2014 빌보드 특별 공연은 고인을 홀로그램 이미지로 부활시키고 여기에 실제 인물을 병치하는 전략을 취했다[3-5]. 하츠네 미쿠(Hatsune Miku)의 2013 간사이 라이브 콘서트의 경우에는 아예 실재하지 않는 허구의 캐릭터를 홀로그램으로 재현한 뒤 실제 인물인 밴드를 병치한 경우이다[6].

최근 한국의 K-POP 홀로그램 콘서트는 실재하는 아이돌을 홀로그램 이미지로 재현한다는 점에서 위의 예시들과 차별적이다. 홀로그램 콘서트를 상용화한 SM Entertainment와 YG Entertainment는 디스트릭트 홀딩스, 딜루션을 비롯한 전문 업체와 협력하여 국내외에서 인지도가 높은 K-POP 스타의 무대를 기획·제작하고 이를 국내외 전용 상영관에서 반복 상영해왔다. 주요 상영사례를 간략하면 다음과 같다.

표 1. K-POP 홀로그램 콘서트 상영 사례

상영연월	기획	작품명	출연	상영
2012.08.	SM	Live Hologram Concert	SHINee	한국
2013.01.	SM	V-Concert	SNSD	한국
2013.08.	YG	K-POP Hologram : YG @ Everland	PSY*	한국
2013.12.	SM	SMTOWN Hologram Live	TVXQ*	일본
2014.01.	YG	K-POP EXPERIENCE	BIGBANG	한국
2014.04.	YG	G-DRAGON AWAKE (+PSY)	GD/PSY	한국
2014.09.	LOEN	Touch My Body	SISTAR	한국
2015.01.	SM	Girl Story	TVXQ*	한국
2015.04.	SM	SMTOWN Hologram Concert	TVXQ*	일본
2015.05.	YG	K-POP EXPERIENCE	PSY*	중국
2015.07.	YG	Live Holo Concert	GD*	한국
2015.12.	SM	'T1STORY &...!' + α	TVXQ	한국

K-POP의 경우처럼, 활동 중인 인물의 홀로그램 콘서트를 국내외 상영관에서 동시다발적으로 진행하는 플랫폼은 세계적으로 전례가 드물다. 무엇보다도 홀로그램을 통해서 재현된 시뮬라시옹(simulation)은 실제 아이돌의 이미지에 허구적 이미지를 중첩시키며 라이브 콘서트와 차별화된 스펙터클을 창출하고 아이돌의 아우라를 강화한다.

홀로그램 콘서트에 대한 국내의 선행 연구는 주로 상업화를 위한 기술공학적 관점에서 이뤄졌다. 홀로그램 피 기술의 동향과 발전, 기법 도입 등이 대표적인 연구 성과이다[7-9]. 또한 입체 영상 기술을 활용한 예술 콘텐츠 전반에 대한 연구에 있어서 홀로그램 콘서트가 부분적으로 언급된 바 있다[10-12]. 특히 임수연·김상욱(2012)은 홀로그램 그래픽 프로젝션의 상호작용성이 높을수록 관객의 흥미도가 높아짐을 실증적으로 분석했다[13]. 허철·김상현(2015)은 홀로그램 전용관의 사례를 분석한 바 있다[14].

국외 연구의 경우 기술적·법적 연구와 더불어 문화적

특수성을 고려한 사회문화적 연구가 진행되고 있다. 가령 일본의 미래학자 모리노스케 카와구치(Morinosuke Kawaguchi)는 가상 아이돌 하츠네 미쿠의 흥행 원인을 애니메이션과 신도라는 종교적 바탕에서 찾고, 가상 아이돌이 일본인의 컴퓨터 친화적 성격을 보여준다고 설명했다[15]. 반면 북미의 경우 홀로그램을 이용한 부활(resurrection)에 초점을 맞추고 이를 현상학적·존재론적 관점에서 분석한다. 근현대 미국 사회는 세상을 떠난 스타의 부활을 열망해왔으며 홀로그램 콘서트는 이러한 욕망의 현대적 변용이라는 것이다[16]. 이러한 관점에서 홀로그램은 유명 인사와 팬덤을 연결하는 역할을 수행한다[17]. 그 결과 부활한 아티스트는 리얼리티에 대한 의문을 던질 뿐만 아니라 콘서트 체험을 준정신적 공존의 경험으로 변화시킨다[18]. 이와 같은 선행 연구는 물리적으로 부재하는 대상을 전제해 국내 사례를 해석하기에는 부적합하지만, 홀로그램으로 재현된 대상의 특수성을 분석했다는 점에서 유의미하다.

이러한 일련의 연구들은 홀로그램 콘서트를 실험적인 연구 대상으로 선정했다는 점에서 연구사적 의의가 있다. 다만 연구대상에 대한 접근의 방법이 주로 기술 활용 방안 내지 유통망 배급의 관점이라는 점에서 한계적이다. 기술적 연구와 더불어 콘텐츠 자체의 가치와 미학에 주목하는 문화적 연구가 병행되어야 한다. 특히 국내 연구의 경우, 한국의 문화적 특이성과 더불어 K-POP 콘텐츠의 차별성을 고려해야 한다.

이에 본 연구는 2012년 국내 최초로 무대 위 아이돌을 전원 홀로그램으로 대체한 이래 지속적으로 관련 콘텐츠를 제작, 상영 중인 SM Entertainment의 홀로그램 콘서트를 분석하고자 한다. 분석 텍스트는 『Live Hologram Concert』, 『V-Concert』, 『Girl Story』, 『T1STORY & ...! + a』 등 총 4편이다. 2012년 8월 삼성 코엑스몰 특설 전시장에서 진행된 『Live Hologram Concert』는 K-POP 아이돌과 무대 효과 모두를 유사 홀로그램으로 전환한 최초의 사례다. 2013년 1월 강남역에서 진행된 『V-Concert』는 국내 최초로 옥외 무대에서 진행된 홀로그램 콘서트로 수천 명의 인파를 대상으로 성황리에 열렸다. 2015년 1월 발표된 『Girl Story』는 동영상 비디오와 홀로그램 무대를 결

합한 실험적 시도를 선보였으며, 동년 12월 발표한 『T1STORY & ...! + a』는 아이돌 공백기의 가상 활동에 대한 가능성을 열었다. 또한 SM Entertainment는 2015년 2월 일본 하우스텐보스에 홀로그램 상영관 설계 및 표준화 기술을 이진했다.

주요 분석 방법론으로는 ‘스펙터클’ 이론을 적용하고자 한다. 영상 미디어의 스펙터클은 첫째, 특정 미디어가 볼거리 문화의 패러다임을 바꿔놓은 새로운 형식임을 의미한다. 둘째, 공상적이고 비현실적이며 경이로운 화면을 의도적으로 연출하는 것을 의미한다[19]. 무대 스펙터클의 원형은 18세기 판타스마고리아(phantasmagoria)와 초기 트릭 영화(trick movie)에서 발견할 수 있다[20]. 이들 콘텐츠는 무대 설비와 광학 장치를 이용한 시각 효과를 적극 활용해 이야기하기(storytelling)보다 보여주기(showing)에 최적화된 스펙터클을 제공했다[21]. 홀로그램 콘서트 또한 무대 장치와 컴퓨터 생성 이미지를 활용해 화려한 볼거리를 제공한다는 점에서 스펙터클의 계보에서 분석될 수 있다.

이러한 스펙터클은 공연 주체인 아이돌과 감상자인 관객을 분리함으로써 물리적, 심리적 거리 변화를 유발한다. 이에 대해서는 발터 벤야민(Walter Benjamin)의 아우라 개념을 바탕으로 거리 변화로 유발되는 공연 체험의 변화를 분석하고자 한다. 이를 통해 협의적으로는 실제 인물이 실행하는 퍼포먼스와 차별적인 홀로그램 콘서트의 특이점을 제시하고, 광의적으로는 홀로그램 기술이 엔터테인먼트 콘텐츠에 적용될 경우 나타날 수 있는 문화적 효과를 제시하고자 한다.

II. K-POP 홀로그램 콘서트의 기교성

1. 단위 무대의 스펙터클 형성 과정

20세기말부터 K-POP은 엔터테인먼트 콘텐츠에 홀로그램 기술을 적용하고자 노력해왔다. 1998년에 SM Entertainment의 남성 아이돌 그룹인 H.O.T.의 컴백 무대에서 국내 최초로 홀로그램을 도입하려 했으나 당시의 기술적 한계 때문에 성립되지 못했다[22]. 2004년 가수 보아의 일본 투어 콘서트 『BoA Live Tour 2004

: Love & Honesty』에서 오프닝 무대인 「Double」에서 홀로그램을 통해서 ‘두 명의 보아’를 선보인 바 있다. 2008년에는 남성 아이돌 그룹인 동방신기의 일본 투어 콘서트 『3rd Live Tour ~T~』의 오프닝 무대인 「Trick」에서 홀로그램으로 재현한 대형 동방신기와 실제 동방신기를 등장시켜 화제가 됐다. 1998년 최초의 시도에서부터 2008년에 이르기까지를 이른바 ‘홀로그램 콘서트 형성기’로 규정할 수 있다. 이 시기에 해당하는 공연은 실제 아이돌이 등장하는 과정에서 홀로그램을 부수적인 수단이자 주의력을 집중시킬 수 있는 반짝 효과로만 활용했다.

이후 SM Entertainment는 2012년 삼성 코엑스몰에 기간 한정적 상영관을 설치하고 홀로그램 콘서트를 본격적으로 활성화한다. 이 시기를 ‘홀로그램 콘서트 발전기’로 규정할 수 있다. 발전기의 SM Entertainment는 『Live Hologram Concert』와 『V-Concert』를 발표했다. 각각 실내와 야외에서 진행된 두 콘서트는 오프닝, 퍼포먼스, 토크 쇼, 퍼포먼스, 엔딩으로 이어지는 구성을 보이며 프로젝션 맵핑 기법을 이용한 거대 파사드를 구현했다. 2013년 12월 유니버설 스튜디오 재팬과 합작한 상영관을 일본에 개소하며 동북아시아를 중심으로 홀로그램 콘서트 시장을 넓혔다. 2015년 1월 삼성 코엑스몰에 홀로그램 전용 상영관인 에스엠타운 시어터(SMTOWN Theatre)를 개소했으며, 홀로그램 뮤지컬 『School OZ』와 홀로그램 콘서트 『Girl Story』, 『T1STORY & …!’ + α』를 순차적으로 선보였다.

표 2. 국내 홀로그램 콘서트의 특징

공연(연도)	의의 및 특징
Live Hologram Concert(2012)	<ul style="list-style-type: none"> 국내 최초 홀로그램 콘서트 기간제 전용 상영관 오프닝-무대-토크 쇼-무대-엔딩의 구성
V-Concert (2013)	<ul style="list-style-type: none"> 국내 최초 옥외 홀로그램 콘서트 특설무대를 이용한 일일 공연 오프닝-무대-인터뷰-무대-엔딩의 구성
Girl Story (2015)	<ul style="list-style-type: none"> 상설 전용관 정기 상영작 어트리뷰트 뮤지컬을 변용한 액자식 서사 동영상과 퍼포먼스의 교차 구성
T1STORY & …!’ +α (2015-)	<ul style="list-style-type: none"> 상설 전용관 정기 상영작 아이돌의 장기 공백기 중 개봉 오프닝-무대-토크 쇼-무대-엔딩의 구성

K-POP 홀로그램 콘서트는 국내외적으로 인지도와

완성도를 높여 나가는 과정에 있으며, 무대 구성의 측면에서 비교적 일관적인 경향을 보인다. 우선 모든 공연은 전용 상영관 또는 특설 무대에서 진행된다. 전용 상영관은 아치로 무대와 객석이 분리된 프로시니엄 무대(proscenium stage)의 형태로, 무대 전면을 덮는 거대한 규모의 투명 막이 설치되고, 상단 아치에는 커튼 대신 화이트 스크린이 설치된다. 특설 무대는 너비 17m, 높이 8m의 직사각형 입방체 형태로, 상하좌우로 감싼 파사드에 프로젝션 맵핑이 적용된 형태였다.

구성적 측면에서, 4개 콘서트는 모두 2-7개 무대의 연속으로 구성되며, 중반부의 토크 쇼와 인터뷰를 포함한다. 길이는 25분에서 35분 안팎으로 110분 이상 진행되는 라이브 콘서트에 비해 1/4 내지 1/3 정도를 차지한다. 콘서트가 시작되면 간단한 안내와 함께 상영관은 암전되고 오프닝 동영상이 스크린에 재생된다. 재생이 끝나면 화이트 스크린이 위로 올라가며 홀로그램으로 구현된 인물이 막에 비친 형태로 나타난다. 개별 무대는 순차적으로 연결되며, 4개 콘서트 15곡 중 14곡이 빠른 템포의 4/4박자 댄스곡으로 구성된다. 무대 중반에는 반드시 토크 쇼가 삽입되며, 미리 녹화해둔 내용에 관객의 사진을 실시간으로 합성하는 형태가 주류를 이룬다. 엔딩은 사진 슬라이드 쇼, 동영상, 홀로그램 등으로 구현될 수 있으며 별도의 영상 없이 종료되기도 한다.

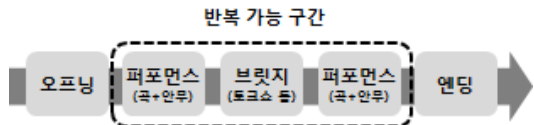


그림 1. K-POP 홀로그램 콘서트의 구성 및 진행

4개 콘서트는 다음과 같은 공통점을 갖는다. 첫째, 무대에 설치된 거대 스크린을 활용한다. 『Girl Story』와 『T1STORY & …!’ + α』가 진행된 에스엠타운 시어터에는 너비 12.7m, 높이 5.7m의 투명 막이 사용됐으며, 좌우로 뻗은 파사드는 총 길이 40m로 상영관의 3면을 차지한다. 『Live Hologram Concert』와 『V-Concert』 또한 다소간 규모의 차이는 있으나 아이돌을 실물 크기로 재현할 수 있었다. 둘째, 이미지가 정세하다. 가

로 해상도 14,000픽셀 이상의 초고화질 동영상은 2만 안시 프로젝터 11대, 1만 안시 프로젝터 3대를 이용해 재생된다. 그 결과 홀로그램 이미지는 현실과 동일한 비율의 이미지이자 심도가 부여된 입체적 이미지로, 무대 위에 단독으로 전시되어 실제 인물과 병치되지 않는다. 셋째, 무대 퍼포먼스와 암전이 명확하게 구분된다. 개별 무대는 1-2초의 암전을 거쳐 다른 무대로 이어지고, 홀로그램과 비디오 동영상은 교차 재생되는 경우 5초가량의 시간이 추가적으로 소요된다. 그 결과 관객은 무대와 무대 사이의 공백을 뚜렷이 인지하게 된다.

전용 상영관의 거대 스크린과 14K의 높은 해상도, 다채널 입체 음향 시스템은 동영상 감상에 비해 훨씬 실감나는 무대 관람을 가능하게 하는 동시에, 이것이 실재가 아님을 강조한다. K-POP 홀로그램 콘서트는 특수 장소 어트랙션(special venue attraction)의 특성을 나타낸다. 특수 장소 어트랙션이란 극장과 테마파크, 쇼펍 등에서 전시되는 스펙터클 연예물의 비전통적 형식으로, 지정된 장소에서만 체험할 수 있고 체험 시간이 짧은 것이 특징이다[23]. 홀로그램 콘서트는 전용 상영관, 짧은 상영 시간, 거대 화면, 정세한 시각 표현, 빠른 무대 전환을 특징으로 하는 장소 의존적 성격을 띤다.

2. 합성 이미지의 아우라 구성 방식

K-POP 홀로그램 콘서트는 사전 제작(pre production), 본 제작(principal photography), 후기 제작(post production) 공정을 거친다. 개별 연습 기간을 거쳐 일정을 조율한 아이돌은 스튜디오 내 블루 스크린(blue screen) 앞에서 안무를 수행하고 나오는 노래에 따라 립싱크를 한다. 촬영은 곡 길이와 동일한 3-4분 단위로 진행되며 모든 곡은 후시 녹음된다. 콘서트의 기획과 진행, 실연에서 가장 중요하던 음악과 음향은 촬영, 조명, 연출을 비롯한 영상 구성 요소 중 일부로 전락한다. 촬영된 이미지는 컴퓨터로 전송되어 디지털 홀로그래피 처리 기술을 거쳐 편집 가능한 포맷으로 변환되어 동영상 편집 프로그램으로 가공된다.

레프 마노비치(Lev Manovich)는 컴퓨터 프로그램을 이용한 디지털 이미지의 편집을 오퍼레이션(operation)



으로 명명하고, 오퍼레이션의 원리를 선택과 합성, 원격으로 분류했다[24]. 그 중에서도 합성은 '존재하지 않는 세계의 움직이지 않는 이미지를 만드는 작업'으로 예술 생산자로서의 아티스트와 예술 중계자로서의 무대를 병치하는 수단이 된다. 홀로그램 콘서트에서는 제작 과정이 거듭될수록 컴퓨터 그래픽을 이용한 이미지 합성 방식이 강화되고 있다. 이는 무대 배경의 구현에서 가장 가시적으로 드러난다. 초기작인 『Live Hologram Concert』와 『V-Concert』에서는 배경이 없고 일부 사물이 놓여있었지만, 『Girl Story』의 무대에서부터 컴퓨터로 모델링된 아치형 건축물, 다각형과 기하학적 도형의 배치, 우주를 연상시키는 배경의 활용이 두드러졌으며 『T1STORY & ...! + α』는 고급 저택의 거실과 도서관을 연상시키는 실내와 변화가 뒷골목과 같은 형태의 실외가 나타났다.

이를 위해 컴퓨터는 배경의 블루스크린을 삭제하고, 동일한 면적의 매트(matte)를 생성해 원본 이미지의 전경(인물)과 배경을 분리한다[25]. 이후 전문가 집단에 의해 모델링된 이미지가 레이어의 형태로 점층적으로 쌓인다. 배경은 처음부터 컴퓨터로 제작되어 결합과 분리가 자유로운 모듈성(modularity)을 지니며, 현실의 특정 시점과 장소를 지시하는 사진과 달리 어떤 구체적인 공간도 지시하지 못한다. 사진의 배경은 인물과 사진을 한 시점의 특정 공간으로 불러들이지만, K-POP 홀로그램 콘서트의 배경은 그러한 통합의 장으로 기능하다기보다 무대를 꾸미는 장식적 기능을 수행하는 것이다.

여기에 움직이는 이미지로서의 아이돌 캐릭터가 배치된다. 본 제작 단계에서 촬영된 이미지는 최대한 외양의 모습을 해치지 않는 선에서 오퍼레이션의 대상이 된다. 오퍼레이션은 주로 움직임을 조절하는 데 사용되며, 그 범주는 국소적 부위에서부터 신체 전반에 이른다. 이러한 인물 단위의 편집은 두 가지 상반된 목적을 동시에 추구한다. 첫째, 사실성의 추구다. 가령 누락된 색상 값을 복원한다거나, 립싱크를 하는 입술의 모양이 실제 곡의 진행과 일치하도록 조정하는 작업이 실제보다 더 실제 같은 아이돌 캐릭터를 만들기 위해 이루어질 수 있다. 둘째, 허구성의 폭로다. K-POP 홀로그램

콘서트의 아이돌 캐릭터는 파트의 전환에 따라 나타나거나 사라지고, 드물게 복제된다. 물리 법칙의 영역을 벗어난 움직임이 가능해지며 관객은 공연 주체가 ‘육체’를 가진 아이돌이 아닌, 아이돌 캐릭터라는 사실을 인지하게 된다. 홀로그램 콘서트에 나타나는 인물 표현 방식의 특징은 아이돌의 퍼포먼스를 기록하는 영상 콘텐츠인 뮤직비디오와 대비할 때 보다 명확하게 드러난다.

표 3. K-POP 홀로그램 콘서트의 인물 표현 방식

분류	홀로그램 콘서트[26]	비교 화면[27]
나타남		
사라짐		
복제		
변신		

이처럼 움직임을 조절하여 비현실적 효과를 추구하는 전략은 초기 영화에서 나타나던 전형적 특징이다. 거닝은 뤼미에르 형제와 벨리에스의 작품을 분석하며, 느린 동작, 역동작, 치환, 다중 촬영과 같은 시각 효과가 초기 영화를 독특한 사건이자 흥미의 대상으로 만들었다고 보았다[28]. K-POP 홀로그램 콘서트 또한 디지털 기술을 이용해 대상을 삽입하고 움직임을 조절한다. 이 과정에서 수백 개 내지 수천 개의 레이어가 덧씌워지며 현실 이미지에 필적할 만큼 정확하고 껌진한 환영(illusion)이 형성된다. 사진 이미지를 바탕으로 구현된

홀로그램 캐릭터의 외양은 즉각적으로 아이돌을 연상시키게 함으로써 홀로그램이라는 기술 자체를 잊어버리게 하지만, 홀로그램 캐릭터의 움직임은 끊임없이 관객의 예측을 깨뜨림으로써 현실의 시각 경험에 포섭되지 못한다.

홀로그램 콘서트는 아이돌 이미지를 단순히 복제하거나 기계적으로 재생산하는 차원을 넘어서서 이를 변형함으로써 아이돌의 아우라에 영향을 미친다. 벤야민의 관점에서, 보는 사람과 보이는 것 사이의 공간적 거리는 곧 자연이며, 기술은 이러한 거리를 없애는 것이다. 벤야민이 제시하는 아우라란 ‘예술 작품이 있는 장소에서 그것이 갖는 일회적인 현존재[29]’이자 ‘공간과 시간으로 짜인 특이한 직물로, 아무리 가까이 있어도 멀리 떨어진 어떤 것의 일회적인 현상[30]’이다. 예술 작품과 감상자 사이에는 분명한 물리적, 심리적 거리가 존재하는 것이다. 사진과 영화를 비롯한 기술복제는 이들 작품의 대량 재생산을 가능하게 함으로써 예술 작품과 감상자 사이에 존재하는 거리를 좁히고 아우라를 붕괴시킨다.

홀로그램을 이용한 이미지의 재생산은 이러한 기계복제와 상이하다. 우선 아이돌 캐릭터의 입체적이고 사실적 상은 일시적으로 그것이 이미지라는 사실을 잊게 한다. 관객은 순간적으로 아이돌이 자신의 눈앞에 있다고 인지하고 영상에 몰입한다. 즉 감상 대상인 아이돌과 감상자인 관객 사이의 심리적 거리를 좁히게 되는 것이다. 동시에 오퍼레이션으로 조작된 동세는 관객으로 하여금 홀로그램 캐릭터가 허구적 이미지임을 상기시켜 감상 대상인 아이돌과 감상자인 관객 사이에 존재하는 물리적, 실제적 거리를 자각하게 한다. 이처럼 홀로그램 콘서트에서 관객은 물리적 사이의 거리가 고정된 상태에서 몰입과 거리 자각을 반복적으로 경험한다.

III. 홀로그램 이미지의 마법적 효과

1. 무대-객석의 분리에 따른 소외 효과

K-POP 홀로그램 콘서트는 무대를 막으로 대체하고, 무대 배경과 아이돌 캐릭터를 레이어의 중첩으로 구현해 무대를 스크린화했다. K-POP 홀로그램 콘서트는

물질적으로 분리되어있던 무대와 인물이 중층적인 레이어의 형태로 결합하며 공연자와 무대가 결합된 공연물이 형성된다. 이를 도해하면 다음과 같다.

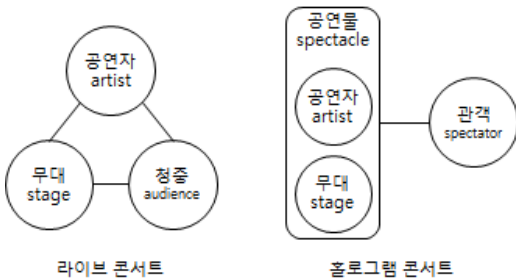


그림 2. 라이브 콘서트의 무대-관객[31]과 홀로그램 콘서트의 무대-관객 비교

K-POP 홀로그램 콘서트는 공연자와 관객을 분리시켜 공재의식(coconscious)이 형성되지 못하게 한다. 대신 장소적, 물리적 한계를 극복할 수 있는 콘서트 퍼포먼스의 영역을 구축했다.

K-POP 홀로그램 콘서트는 어둡고 집중적인 관람 조건을 요구한다. 라이브 콘서트에서 아이돌과 함께 호흡하던 관객은 분리된 객석에 앉아 콘서트의 진행을 바라보는 관찰자로서의 지위를 획득한다. 관객은 시각적·청각적 자극을 통한 체험을 최대한 증폭시키도록 설계된 객석에 앉아 거대한 스크린과 파사드를 가득 채운 이미지에 둘러싸이고, 정교한 테크놀로지의 위용 앞에서 일종의 경이를 느낀다. 뇌는 이전의 체험과 기억에 근거를 둔 기대에 따라 정보를 처리하며, 예측을 벗어난 현상에 주의 집중한다[32]. 만화경처럼 전환되는 배경과 인물의 비현실적 움직임은 지속적인 파격을 선사해 관객들의 이목을 집중시키고, 몰입하기보다 거리를 두고 바라보게 한다. 실상 스펙터클의 목적은 이러한 심리적 거리를 발생시켜 스크린과 객석을 분리하는 데 있다.

K-POP 홀로그램 콘서트는 곡 단위로 촬영되어, 무대와 무대를 연결하는 과정에서 1-2초의 암전이 발생한다. 이러한 암전은 아무 것도 없는 무대를 순간적으로 노출시킴으로써 스펙터클에 대한 믿음을 깨뜨린다. 또한 오퍼레이션으로 형성된 합성 이미지는 현실에서 볼 수 없는 장면을 사실적으로 구현하고 이를 스크린에 투영한다. 환상적인 장면이 분절적으로 제시되며, 관객

들은 자신이 바라보는 대상이 허구이고, 아이들이 지금 이 순간 무대에 없음을 인지한다.

이러한 내외적 요인이 홀로그램 퍼포먼스의 진행과 진행 이후 단계에 영향을 미친다. 관객은 콘서트를 관람하는 내내 무대와 객석 사이에 존재하는 거리를 인지하게 된다. 이를 서사극의 생소화 효과에 비교할 수 있다. 베르톨트 브레히트(Bertolt Brecht)에 따르면, 생소화 효과는 관객들로 하여금 극이 극임을 인지하고 무대 위 사건을 객관적으로 바라보게 함으로써 비판적 판단을 가능하게 한다. 생소화 효과에서, 기법의 본질은 생생한 인물이 온전한 연기로 제시되는 데 있다. 다시 말해 모든 기법은 극이 극임을 천명하기 위해 도입된다[33]. 브레히트가 대중을 허구에 몰입시키는 전통적 비극의 관례를 깨뜨림으로써 연극의 영역을 확장했고, K-POP 홀로그램 콘서트 또한 내재된 특성을 드러냄으로써 관객의 몰입을 저지하고 화면의 전환을 그 자체로 향유하도록 유도한다.

2. 시뮬라시옹을 통한 탈현실의 환상 효과

K-POP 홀로그램 콘서트는 ‘원본 없는 재현’이자 시뮬라크르(simulacre)의 전형적 사례에 해당한다. 시뮬라크르는 실제로 존재하지 않는 대상을 존재하는 것처럼 만들어놓은 인공물로, 자연보다 더 자연적인 인공, 원본보다 더 원본적인 모사, 현실보다 더 현실적인 가상의 탁월성을 보여주는데[34], K-POP 홀로그램 콘서트가 여기에 해당한다.

K-POP 홀로그램 콘서트에서 추구하는 시뮬라크르는 공연 자체보다는 아이돌이라는 캐릭터에 중점을 두고 있다. 한국 사회의 아이돌은 체계적이고 통합적인 캐릭터화 과정을 통해서 데뷔하며, 따라서 실제 세계의 인간과 캐릭터화를 거친 아이돌을 동일하다고 볼 수 없다. 부단한 미디어 노출을 통해 충성도 높은 팬덤을 확보할 수 있도록, 다시 말해 어떤 상황에서도 일관적으로 좋은 모습을 연출할 수 있도록 준비되어 있어야 한다.[35]

K-POP 홀로그램 콘서트는 무대 퍼포먼스와 토크 쇼라는 포맷을 이용해, 아이돌의 이미지를 이상화된 형태로 재생산해 환상성을 극단으로 밀어붙인다. 컴퓨터 오

퍼레이션으로 보정된 이미지는 항상 선명하고, 변하지 않는 모습으로 퍼포먼스를 수행하고 관객에게 말을 건다. 이는 곧 현실의 아이들이 육체적 한계와 물리적 한계로 인해 보여주지 못했던 가장 '이상적인' 모습이다.

그 결과 K-POP 홀로그램 콘서트는 아이들의 기획 단계만 존재했던 추상적 '원본'을 가장 생생하게 구현하는 수단이 된다. 아이돌 캐릭터는 대중매체를 기반으로 형성된 이미지의 총체가 되며, 입체영상적인 재생산은 이미 더 이상 실재가 아닌 파생실재(hyperreality)이다. 그러므로 이는 결코 재생의 가치가 없고, 항상 시물라시옹의 가치를 갖는다. 이 과정에서 점점 더 투명해지고 상징적 깊이를 결여한 이미지가 스크린에 나타나며 관객은 스크린과 접속된다. 보드리야르는 파생실재로서의 입체영상과 관객 사이의 판이 인지되지 않는다면, 그로 인해 사진 혹은 영화의 효과 이상의 무언가가 나타나게 된다면, 환각은 완전한 미혹이 된다고 보았다. 사람들이 황홀한 매혹에 빠져든다고 보았기 때문이다. 즉 관객은 '자신을 투시의 소실점으로 변화시켜 거꾸로 깊이감 속에 있게 된다[36].'

K-POP 홀로그램 콘서트는 아이돌 캐릭터를 통해 이상화된 이미지를 제공함으로써 현실적 제약으로 구현되지 못했던 환상성을 극대화하고 생생한 이미지를 느끼게 한다. 따라서 K-POP 홀로그램 콘서트의 체험은, 소외와 도취의 극단에서 관객이 자신의 위치를 찾아가는 과정으로 규정된다. 관객의 입장에서, 이러한 행위는 의미를 창출해내는 과정이라기보다 오락적이며, 넓은 기대의 지평을 바탕으로 진행된다[37]. 관객들은 박수를 치고 몸을 앞으로 숙여가며 홀로그램 콘서트에 몰입하거나, 영화관의 관객처럼 의자에 몸을 묻고 뒤로 물러나 앉은 관람 양태를 보인다. 이처럼 상이한 관람 행태를 매튜 리즌(Matthew Reason)의 '주관적 라이브니스' 개념으로 해석할 수 있다. 그는 기록된 공연'에 대한 논의를 바탕으로, 라이브 퍼포먼스가 약속하는 '현재'란 불신의 정지를 유발하는 일종의 심리적 계약이라고 주장했다. 그에 따르면 라이브니스는 공연 주체 또는 공연의 객관적 특성이라기보다, 관객의 심리 상태와 인식을 바탕으로 형성되는 주관적 개념이다. 관객은 체험의 만족감이라는 자체적 보상을 획득하기 위해, '지금 이

순간'과 '반복되지 않는 현재'라는 실현 불가능한 약속을 받아들일 수 있는 것이다.

IV. 결론

에드워드 버스컴(Edward Buscombe)은 기술이 도입된 이후에도 경제적, 문화적, 미학적, 정치적 필요성을 충족하지 못한다면 성공할 수 없다고 강조했다[38]. K-POP 홀로그램 콘서트는 내수 시장의 양적 축소와 신 한류의 확산, 창조 경제 슬로건 하의 정책적 자금 지원 등 오늘날 한국 문화 산업의 산업적, 경제적, 정치적 요구가 교차하는 지점에 자리하고 있다.

이에 본 연구는 K-POP 홀로그램 콘서트가 나타날 수 있었던 미학적 배경을 파악하고, 향후 홀로그램 기술을 도입한 융합 콘텐츠의 대중화 가능성을 모색하고자 했다. 이를 위해 국내에서 상업적, 기술적으로 성과를 거둔 SM Entertainment의 홀로그램 콘서트 4편을 분석하고 내외적 특성을 규명했다. 콘서트는 아티스트, 무대, 관객의 3요소로 구성되며, 기술로서의 홀로그램은 무대와 아티스트의 구현 양상에 영향을 미쳐 결과적으로 관객의 공연 체험을 변화시켰다. 무대의 측면에서, 홀로그램 콘서트를 구현하기 위한 장비의 설치와 스크린의 거대화, 정세한 이미지와 실감형 음향은 과거 콘서트 장이나 영화관에서 체험할 수 없던 새로운 스펙터클 양식을 제시했다. 아티스트의 측면에서, 라이브의 주체로 현존의 대상이던 아이들은 장식적 배경과 결합해 무대를 활보하는 가상의 주체로 변화했다. 실연이 상영으로 변화하며 관객은 그것이 허구임을 인지하는 한편, 허구로 극대화된 아이들의 환상성에 매력을 느낀다. 결과적으로 관객은 자신의 기대 지평에 따라 공연물과 자신의 거리를 조절해나가며, 이 과정에서 나타날 수 있는 관람 양태를 자발적 불신의 정지로 해석했다.

본 연구는 한국의 아이돌이라는 독특한 집단에 대한 인지를 바탕으로, 디지털 미디어 기술을 이용한 융복합 콘텐츠의 대중화 사례를 분석하고, 이를 통해 나타날 수 있는 관객 경험의 변화를 모색한 데 의의가 있다.

참고 문헌

- [1] L. Yaroslavsky, *Digital Holography and Digital Image Processing: Principles, Methods, Algorithms*, Springer Science & Business Media, 2013.
- [2] P. Phelan, *Unmarked: the Politics of Performance*, Routledge, 1996.
- [3] <https://www.youtube.com/watch?v=c7OF13TJSUk>
- [4] <https://www.youtube.com/watch?v=TGbrFmPBV0Y>
- [5] <https://www.youtube.com/watch?v=jDRTghGZ7XU>
- [6] <https://www.youtube.com/watch?v=rL5YKZ9ecpg>
- [7] 손욱호, “홀로그래피: 완전 입체영상 기술의 전망,” TTA저널, 제133권, pp.69-74, 2011.
- [8] 김성민, “홀로그래피 산업 전망 및 디지털 홀로그래피 상용화를 위한 고려사항,” 방송과 미디어, 제18권, 제3호, pp.109-117, 2013.
- [9] 오관정, 추현곤, 김진웅, “디지털 홀로그래픽 비디오 기술 동향,” 정보와 통신, 제32권, 제3호, pp.37-43, 2015.
- [10] 조병철, 심희철, “K-POP 한류의 성공요인분석과 한류 지속화 방안연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제5호, pp.90-102, 2013.
- [11] 박은아, 김이경, “무용공연에서 3차원 입체 홀로그래피의 적용과 확장 가능성,” 대한무용학회논문집, 제70권, 제2호, pp.137-155, 2012.
- [12] 조종학, “침팬 미디어 기법을 활용한 공연 콘텐츠에 관한 연구,” 한국디자인문화학회지, 제21권, 제2호, pp.637-645, 2015.
- [13] 임수연, 김상욱, “관객접근에 의해 행동하는 3D 홀로그래픽 콘텐츠 저작 및 프로젝션,” 한국콘텐츠학회논문지, Vol.12, No.12, pp.597-604, 2012.
- [14] 허철, 김상현, “홀로그램 콘텐츠 전용관의 국내 사례조사,” 한국콘텐츠학회 종합학술대회논문집, 제2015권, 제5호, pp.413-414, 2015.
- [15] <http://www.nbcnews.com/news/world/japans-biggest-pop-star-right-now-hologram-n76506>
- [16] R. Arnold, “There’s a Spectre Haunting HipHop : Tupac at Coachella, Holograms in Concert, and the Future of Live Performance,” *Death and the Rock Star*, Routledge, pp.177-187, 2016.
- [17] H. Matthew, “The Hologram of Tupac at Coachella and Saints : the Value of Relics for Devotees,” *Celebrity Studies*, Vol.4, No.2, pp.238-240, 2013.
- [18] K. McLeod, “Living in the Immaterial World: Holograms and Spirituality in Recent Popular Music,” *Popular Music and Society*, 2015.
- [19] 김광철, 장병원, *영화사전*, propaganda press, 2004.
- [20] 오은영, *호모메지쿠스 마술적 인간의 역사*, 북산, 2015.
- [21] A. Gaudreault, “Theatricality, narrativity, and “Trickality” : Reevaluating the cinema of Georges Melies,” *Journal of Popular Film & Television*, Vol.15, No.3. pp.110-119, 1987.
- [22] http://koreatimes.co.kr/www/news/culture/2013/07/135_139321.html
- [23] A. Darley, 김주환 역, *디지털 시대의 영상 문화*, 현실문화연구, 2003.
- [24] L. Manovich, 서정신 역, *뉴미디어의 언어*, 커뮤니케이션북스, 2004.
- [25] S. Wright, 민경원 역, *시각특수효과와 영상합성의 이해*, 책과길, 2011.
- [26] <https://www.youtube.com/watch?v=seJLzkAnfI4>
- [27] <https://www.youtube.com/watch?v=8kyG5tTZ1iE>
- [28] T. Gunning, “The cinema of attraction,” *Wide Angle*, Vol.3, No.4, pp.63-69, 1986.
- [29] W. Benjamin, 최성만 역, *기술복제시대의 예술 작품, 사진의 작은 역사 외*, 길, 2007.
- [30] W. Benjamin, 위의 책.
- [31] 김창훈, *콘서트 기획과 제작 실무*, 세광음악출판사, 2012.
- [32] B. J. Baars and N. M. Gage, *Cognition, brain, and consciousness*, Academic Press, 2010.
- [33] B. Brecht, 송윤엽 외 역, *브레히트의 연극 이론*, 연극과인간, 2005.
- [34] J. Baudrillard, 하태환 역, *시뮬라시옹*, 민음사, 1992.

- [35] 원용진, 김지만, “사회적 장치로서의 아이돌 현상,” 대중서사연구, 제0권, 제28호, pp.319-361, 2012.
- [36] J. Baudrillard, 위의 책.
- [37] A. Darley, 위의 책.
- [38] E. Buscombe, “Sound and Color,” Jump Cut, No.17, pp.23-25, 1978.

저 자 소 개

한 혜 원(Hye-Won Han)

정회원



- 1999년 2월 : 이화여자대학교 국어국문학과(문학사)
- 2002년 2월 : 이화여자대학교 국어국문학과(문학석사)
- 2009년 2월 : 이화여자대학교 국어국문학과(문학박사)

▪ 현재 : 이화여자대학교 신산업융합대학 융합콘텐츠학과 부교수

<관심분야> : 디지털 스토리텔링, 전자책, 에듀테인먼트, 영상콘텐츠

정 아 람(A-Ram Jeong)

준회원



- 2014년 2월 : 이화여자대학교 국문학과(문학사)
- 2015년 2월 ~ 현재 : 이화여자대학교 융합콘텐츠학과 영상콘텐츠 전공 석사 과정

<관심분야> : 디지털 스토리텔링, 실감형콘텐츠, 가상현실, 증강현실