



드라마의 국가간 색채 비교

민코프스키(Minkowski) 거리로 보는 한일 리메이크 드라마의 채도(S)와 명도(V) 차이

윤호영 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 조교수

Comparison of Color Property in Korean and Japanese TV Dramas*

Difference in Saturation and Lightness between the Original and Remake Dramas Measured by Minkowski Distance

Ho Young Yoon**

(Assistant Professor, Division of Communication & Media, Ewha Womans University)

The purpose of this study is to identify the aesthetic characteristics of Korean and Japanese dramas by comparing the color of the original and remake dramas. Previous studies have shown that the colorful costumes and visuals in Korean dramas is one of the important factors in the so-called Korean Wave's appeal in Asia and other countries. However, without any reference to dramas in other countries, it is hard to evidence that the color plays an important role to appeal others. From the perspective of cultural content distribution, the issue of color in remake video content can be seen as a way of looking at the cultural hybridization of cultural content, which has been developed among theories related to the similarity and difference of culture, such as cultural proximity, cultural discount, and cultural odorless theory. Six dramas, three pairs of original and remake dramas produced in Korea and Japan, were selected to compare their colors. The rationale of comparing Korean and Japanese dramas lies in the fact that both countries have a long tradition of remaking each other's dramas. Moreover, by comparing of the original and remake dramas, it was intended to control the color differences as much as possible due to differences in genre and plot and solely to focus on the actual color differences when the same content is produced. Full episodes of these drama were analyzed to identify systematic features between Korean and Japanese dramas. It is expected that cultural hybridization as the glocalization process would be observed via the contrast between brightness and saturation. The contrast is measured by the greatest difference between the three primary colors in

* This work was supported by the National Research Foundation of Korea(NRF) grant funded by the Korea government(MSIT) Grant NRF 2022R1F1A1063606(이 논문은 정부 과학정보통신기술부의 재원으로 한국연구재단 기초연구사업 지원을 받아 수행된 연구임 2022R1F1A1063606).

** hoyoungyoon@ewha.ac.kr

brightness and saturation. Manhattan and Euclidean distance were used to calculate the differences. The generalized formulas of these distances are known as Minkowski distance. The investigation revealed that Korean dramas have a more significant saturation contrast than Japanese dramas. This result had nothing to do with the origin of the original drama, such as whether or not the Korean drama was a original or remake dramas. The study results support the ecological valence theory that states color preferences are influenced by the natural environment. More importantly, it is found that the difference in saturation tends to be systematic across different genres of dramas. In the context of media communication discipline, this finding suggests that video production techniques tailored to the target audience have a greater impact on color usage, represented by the color saturation. The significance of this study lies in the potential standardization of color measurement and comparison through the use of digital image processing techniques and its contribution to the future methodology of digital image analysis.

Keywords: Color Comparison, Saturation, Value, Remake Drama, Cultural Hybridity

1. 연구 배경

바야흐로 K-콘텐츠, 한국 영화 및 드라마의 전성시대다. 영화 ‘기생충’을 비롯하여 ‘오징어 게임’ 등 한국 콘텐츠가 전 세계적인 유명세를 누렸다. 글로벌 OTT 업체 넷플릭스는 2015년 한국이 “넷플릭스의 성장을 견인할 전략적 거점”(홍국기, 2015)이라고 언급하면서 한국에 대한 투자와 한국 콘텐츠 유통을 늘려 왔다. 또한 한국 콘텐츠가 다른 나라에서 현지화(localization)하여 리메이크(remake) 되는 사례 역시 꾸준히 증가하고 있다. 실제로 한국 드라마 ‘굿 닥터(Good Doctor)’가 미국 현지에서 리메이크되어 공전의 인기를 끌며 현재 시즌6 제작까지 확정된 것을 비롯하여(조유빈, 2022), ‘이태원 클라쓰’가 일본에서 ‘록본기 클라쓰’로 제작된 바 있다. 흥미로운 점은 록본기 클라쓰 리메이크가 원작을 다시 찾아보게 하여 원작을 역주행 하는 계기를 만들기도 하였다는 점인데(김은정, 2022), 한국 드라마 콘텐츠는 다양한 방식으로 성장 중이다.

이러한 한국 콘텐츠가 세계적으로 유통되며 인기를 끄는 데에는 여러 가지 요인이 있겠지만, 본 논문은 그러한 요소의 하나로 한국 영상 드라마 콘텐츠의 색채에 주목하고자 한다. 한복의 색채에서 볼 수 있듯이 전통적으로 우리나라 문물에서 색상은 상당한 정도로 세계적인 이목의 대상이었다. 공연 콘텐츠 영역에서는 이미 25년 전 브로드웨이에 데뷔했던 ‘명성황후’가 무대 조명 색상과 무대 의상 복식의 풍성한 색깔로 주목을 받은 바 있다(Gates, 1997). 영상 콘텐츠로 한정하면 한국 드라마 화면에서 나타나는 영상미는 한국 콘텐츠가 성장하는데 상당한 기여를 해 온 것이 주지의 사실이다. TV 드라마 세트의 미술이 고급화 및 대형화는 2000년대 초반부터 한국 드라마가 집중적으로 발전시킨 영역으로(남은주·윤영미, 2006), 기존 연구들은 한국 드라마에 나오는 의상의 아름다움, 화려한 영상미는 이른바 한류가 아시아권에서 가진 소구력의 중요한 요소 중 하나임을 밝히고 있다(유세경·고민경, 2006; 유승관, 2014; 이미나·윤호영, 2020). 최근 ‘오징어 게임’에 사용된 색상은 그 자체가 하나의 상징으로 여겨지며, 삼원색을 기반으로 청록(Cyan)은 사람, 진분홍(Magenta)은 구조 즉 시스템, 노란색(Yellow)은 돈을 의미한다는 팬들의 이론이 나올 정도였는데, 실제 매체들은 색상 디자인이 성공의 한 요소라 지적하기도 하였다(예. Hewitt, 2021).



Figure 1. Color palette of 'Squid Game'

Source: <https://mediachomp.com/squid-game-color-palette/> All rights of the source are protected

그러나 한국 드라마 콘텐츠만 색채 분석의 대상으로 삼는 것은 한국 드라마 콘텐츠에 나타나는 방식을 보는 것이지, 다른 국가와의 차이를 비교하는 방식은 아니게 되어, 어떠한 방식의 색채 활용이 타 문화에서 호소력을 가지는지 알기 어렵다. 단적으로 비교지점이 없기 때문이다. 따라서, 본 연구에서는 한국 영상 콘텐츠의 색채 속성을 분석하기 위한 구체적인 방법으로, 한국 드라마를 리메이크 하거나 한국에서 다른 나라 드라마를 리메이크한 드라마의 영상 콘텐츠와의 색채 속성 비교를 탐구함으로써 실제 한국 영상 콘텐츠 색채의 특징이 다른 국가들과 대별되는지 검증해보고자 한다. 매우 상이한 장르나 스토리를 가진 드라마들을 비교할 경우, 실제 국가간 차이인지 드라마의 내용 차이 때문에 나타나는 것인지 알기 어렵다. 따라서 장르와 스토리가 기본적으로 동일한 리메이크 드라마를 비교함으로써 내용상의 차이를 최소화하여 비교하는 것이다. 동일한 장르의 구성과 내용을 담고 있는 원작과 리메이크 드라마간 색채 차이가 나타나고 이러한 차이가 여러 드라마에 걸친 일정한 형식적 차이로서 국가별로 나타난다면 이러한 색채 특성의 차이는 단순히 특정 드라마에서 나타나는 것이 아니라 국가별 드라마 제작 과정에서 나타나는 색채의 차이라고 볼 수 있게 된다. 왜냐하면, 실제로 디지털 영상 후반 작업이라 불리는 포스트-프로덕션에서 DI (Digital Intermediate)라 불리는 작업자의 색상 처리는 필수이고(예. James, 2022), 모든 영상 콘텐츠가 의도적인 장면의 색상 처리를 하는 것은 기본이기 때문에, 단순히 촬영 장소 차이에서 나타나는 자연광의 차이로만 치부할 수 없는 의도적인 색상 활용이 영상에서 나타나기 때문이다.

본 연구를 문화 콘텐츠의 유통이라고 하는 측면에서 생각해 보면, 리메이크 영상 콘텐츠에 나타나는 색상 문제는 문화적인 감수성의 유사성과 상이성과 관련한 이론들 - 예를 들어, 문화적 근접성(cultural proximity), 문화 할인(cultural discount), 문화적 무취(cultural odorless) - 사이에서 발전한 문화적 콘텐츠의 혼종화(cultural hybridization) 방식의 한 단면을 살펴보는 방법이 될 것으로 생각된다. 보편적인 소구력을 가진 것으로 판단되거나 혹은 이미 흥행에 성공해서 상업적 성공에 대한 위험 부담이 적은 콘텐츠를 리메이크하는 과정에서 나타

나는 지역화(localization) 맥락이 매우 구체적인 제작 과정인 색상 보정 등에 적용되는 것이기 때문이다.

색채의 문화별 차이를 연구한 선행 연구들은 이러한 지역화 과정이 콘텐츠 성공의 한 요소가 될 수 있다는 점을 뒷받침한다. 오래전부터 색채에 관한 비교 연구는 국가로 대표되는 문화에 따른 색채 선호가 차이가 나고 있다는 점을 밝혀왔으며(Elliot & Maier, 2014; Ou, Luo, Woodcock, & Wright, 2004). 이러한 차이는 대부분 문화적인 학습으로 전승된다고 이해되었다(Maule, Skelton, & Franklin, 2023), 한 가지 주의할 점은 본 논문에서 말하는 지역화나 국가 간 차이라는 개념이 콘텐츠가 제작되는 환경으로 인해 나타나는 차이를 포함한다는 점이다. 완성된 상품(final product)에서 재현된 차이로 본다는 관점을 취함으로써, 제작 방식의 차이가 가져오는 마지막 상품에 재현된 색채 차이 역시 문화적 차이에 기인하는 것으로 간주한다.

방법론적으로는 영상 콘텐츠 제작에서 색상을 통한 시청자 반응에 영향을 미치는 방식이 이미 보편화되어 있음에도 불구하고, 그동안 이와 같은 관점의 연구가 없었다는 점을 본 연구가 보완할 수 있을 것으로 기대된다. 특히, 과거와 달리 컴퓨터를 활용한 디지털 영상 처리(Digital Image Processing)가 보편화되고 있는 현재는 색상 연구가 보다 정밀하게 이루어질 수 있는 환경을 제공한다. 뒤에 자세히 서술할 것이나 본 연구에서 사용하고자 하는 민코프스키 거리는 특정한 좌표상의 거리를 측정하는 방법에 대한 일반적인 표현으로 본 연구에서는 맨하탄 거리와 유클리드 거리를 모두 사용하였다.

본 논문은 다음과 같이 작성되었다. 우선 기존 연구에서 문화적 콘텐츠의 유통이론을 검토하며 콘텐츠의 글로벌리제이션(Glocalization)과 관련된 문화 혼종화 현상과 색채 선호도와 관련된 문화별 차이에 관한 사항을 논의한다. 그 다음으로 연구 문제와 연구 방법론에 대해 서술한 후, 실제 분석 결과를 제시한다. 마지막으로 본 연구의 함의로서 마무리하고자 한다.

2. 이론 및 기존 문헌

1) 콘텐츠 유통과 수용자: 문화적 유사성과 상이성 사이에서

초창기 텔레비전 영상 프로그램의 지구적 유통은 ‘발전된(developed)’ 국가에서 ‘발전하는(developing)’ 국가로 유통이 되는 근대주의(Modernism) 전통의 경제적 관점이었다. 제국주의, 발전, 종속 등의 단어들이 이러한 관점을 대표하는 말인데(Katz, Wedell, Pilsworth & Shinar, 1977; Shim, 2006; Starubhaar, 1991), 이 관점은 TV 영상 프로그램이 가지는 경

제적 '상품'으로서의 가치를 강조하며 지구적인 생산 체계 내 불균등한 지구적 유통 질서를 반영한다고 보았다(Pool, 1997). 하지만 텔레노벨라(Telenovela)로 대표되는 지역적 유통은 이러한 초창기 분석들이 유효하지 않다는 점을 보여주는 계기가 되었는데, 이 과정에서 문화적 근접성(cultural proximity) 이론이 발전한다(McAnany & La Pastina, 1994).

문화적 근접성의 핵심 내용은 프로그램을 수입하거나 수출하는 국가들간의 문화적 유사성 또는 상이성이 - 다른 모든 조건이 동일하다는 전제하에 - 프로그램 유통에 영향을 준다는 것이다. 초기 문화적 근접성이론은 문화적 친밀감(cultural affinity) 개념을 중심으로 남아메리카 지역내 TV 프로그램 유통을 설명하였다(Hester, 1973; Rogers & Antola, 1985). 이 관점에 따르면 수출과 수입국간 문화적 유사성이 프로그램의 소구력으로 전이되면서 지역내 영상 TV 프로그램 유통이 활발해진다는 것이다. 문화적 할인(cultural discount) 또는 문화적 무취(cultural odorless) 이론은 문화적 근접성 이론이 가진 기본적인 내용을 다른 방식으로 설명하는데, 문화적 친밀감이 떨어지는 경우 해외 영상 프로그램의 매력력이 떨어진다는 내용을 담고 있다(Hoskins & Mirus, 1988). 이른바 유통 상품의 가치 할인이 나타나게 된다는 것이다. 그래서 아무런 문화적 특성이 나타나지 않는 방식으로 문화 상품 유통을 늘리는 무취 상품이 더욱 잘 유통될 수 있다고 본다. 예를 들어, 일본 애니메이션의 캐릭터들이 현존하는 인종이 아닌 가공의 인종을 표현하는 식의 피부색과 머리색깔 등으로 표현되어 서양에서 유통되는 방식 또는 일본의 제국주의 침략을 받은 국가들이 가지는 일본에 대한 거부감 등을 없애는 방식을 동원하는 식이다. 이는 아세안 국가내에서 일본 문화 상품의 유통을 설명하는 방식이었다(Iwabuchi, 1998).

그러나 이와 같은 유통이론은 몇 가지 한계를 가지고 있다. 우선, 이들 이론들은 문화를 거시경제적 유통 구조와 유사하게 여기면서, 문화적 근접성을 지리적 근접성으로 대체시키는 한계를 가지고 있다. 그럼으로써 둘째, 문화적 미시적인 특성과 개인화된 취향을 완전히 배제한 설명 방식이라는 한계를 가진다. 이와 같은 설명방식을 극단으로 밀어붙이면, 어떤 국가의 관광 기념품이 다른 국가로 상당히 많이 수출되었다면 이는 관광이 증가하거나 개인 취향의 문제가 아니라 해당 국가간 문화적 친밀감이 관광 여부와 상관없이 국가적 차원에서 증대된 것이 된다. 마지막으로 이러한 이론들은 해외 프로그램과 국내 프로그램간의 차이에 대해 아무런 설명을 하지 못한다는 한계를 지니고 있다. 만약 문화적 유사성이나 상이성이 시청자들의 프로그램 선호와 비선호에 큰 영향을 미친다면, 이러한 취향의 차이가 국내 프로그램과의 비교를 통해 설명될 수 있어야 한다. 해외 프로그램이 보여주는 스토리라인이 국내 프로그램의 스토리라인과 유사한 경우가 대부분 유사한 문화를 가진 것으로 여겨지는 국가들의 TV 프로그램에서만 보여진다고 하는 식

의 비교를 통해 데이터로 검증할 수 있어야 하는데, 실제 이러한 비교가 잘 이루어지지 않아 국내 프로그램과 해외 프로그램의 차이에 대한 설명이 비어있는 한계가 있다.

이와 달리 미시적인 수용자 관점에 의한 연구들은 해외 프로그램 수용에 대한 수용자들의 속성이나 태도를 살펴보았다(Kim, 2009). 예를 들어, 개인이 해외에 자주 나가거나 해외 프로그램에 익숙하다면, 그렇지 않은 개인보다 해외 프로그램을 더 잘 받아들일 수 있다는 것이다. 즉, 개인의 문화자본에 따른 취향 차이가 해외 영상 프로그램 수용에 영향을 미친다고 본다(Ishii, Su, & Watanabe, 1999; Straubhaar, 2003). 개인 수용자 차이는 해외 거주 등 삶의 경험을 비롯하여, 개인의 교육 수준, 언어 능력 등 매우 다양한 방식으로 나타나기 때문에, 해외 프로그램 유통은 '국가적 문화' 또는 '지역 문화' 담론보다 훨씬 더 복잡다단한 취향의 개인 선호 다양성으로 설명된다. 하지만 문화적 취향 자체에서 계층적 특성이 나타나서 확연히 구분되고 보는 문화 자본 논의(Bourdieu, 1984)와 오히려 교육을 받고 지위가 높은 계층일수록 모든 것을 수용한다는 옴니보어(Omnivore) 이론(Peterson, 1992; Peterson & Kern, 1996)의 대립에서 나타나는 것처럼 이러한 설명 방식은 동일한 내용을 맥락에 따라 다르게 해석한다는 비판에서 자유롭지 못하다. 다시 말해, 과연 해외 프로그램 소비가 모두가 즐기는 보편적인 것인가 아니면 일부 계층 또는 세대에 한정된 것인가를 둘러싼 논의를 두고 명확히 설명하기 어려운 것이다. 이용과 충족 이론(Blumler, 1979; Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974)은 개인 특성보다는 오히려 콘텐츠 내용에서 소비 취향이 결정된다고 보았는데 국내 프로그램에서 얻을 수 없는 즐거움을 해외 프로그램이 제공해 줄 수 있기 때문에 해외 프로그램을 수용한다는 것이다. 문화적 상이성이 수용자들로 하여금 오히려 해외 프로그램을 수용하도록 만든다고 보는 것인데, 결과적으로 수용자 중심 연구들은 다양한 수용자들이 어떤 프로그램은 친숙하고 어떤 프로그램은 친숙하지 않기 때문에 수용하는지에 대해 개인의 속성과 콘텐츠 내용의 다양성으로 뒤섞인 결과를 내놓은 한계를 가진다.

2) 한국 드라마 콘텐츠 수용과 유통: 문화적 혼종화(hybridization)과 리메이크(remake) 드라마

그런데 K-콘텐츠가 아닌 '한류'로 불리던 시절의 우리나라 영상 콘텐츠 소비에 대한 수용자 연구들은 문화적 유사성과 상이성 모두가 한국 드라마를 보는 이유라 언급하면서 이러한 논의를 절충하였다. 초창기 아시아 지역의 한류 유행에 대한 연구들은 중국 본토, 홍콩, 대만 등 중화권 수용자와 일본의 수용자 모두 한국 드라마가 문화적 친숙성, 과거에 대한 노스텔지어, 문화적 상이성과 현대적 가치 등을 모두 담고 있어 각국의 수용자들이 흥미로워 하였다는 사실을 보고하였다

(유승관·정성호·안수근·이화행·김채환, 2009; 임형민·박주연, 2011; 허진, 2002; Jang, Kim, Cho, & Song, 2012; Kim, 2013). 한국의 콘텐츠가 지역적 규범과 관심, 취향, 수요 및 전통 등을 적극적으로 전취하는 과정에서 문화 콘텐츠의 보편성을 획득해내는 혼종화(hybridity or hybridization)에 성공했다는 것이다(Ryoo, 2009).

문화적 혼종화는 특정한 문화적 정체성을 지키는 가운데, 다른 문화를 받아들이는 과정에서 문화적 변형(cultural transformation)이 일어나고 이러한 문화적 변형이 문화적 특색의 전유(appropriation)나 혼합(mixing) 또는 변용(translation)의 방법을 통해 새로운 문화적 맥락으로 재탄생되는 과정을 일컫는다(Ackermann, 2012). 포스트식민주의 담론 논쟁을 통해 등장한 이 개념은 문화의 중심-주변 권력관계가 전지구적인 문화의 지배로 나타나는 것이 아니라 지역, 국가적인 문화와 정체성이 혼합되면서 통합되는 새로운 경계를 만들어내는 과정을 설명한다(Bhabha, 2012; Ryoo, 2009).

미디어 커뮤니케이션 연구에서 문화적 혼종화는 주로 TV 드라마를 중심으로 이루어져 왔다. 글로벌 수준의 문화 콘텐츠의 유통과 관련된 이론들이 할리우드로 대표되는 미국 영화산업의 지구적인 확산과 관련된 문화적 제국주의 논의로부터 시작되었는데(예, 김승수, 2008; 이수연, 1995; 임동욱, 2009), 이에 반하는 문화 콘텐츠의 유통이 앞서 언급한 텔레노벨라와 같은 개발도상국간 드라마의 유통이었고, 이로부터 유통 과정에 대한 설명이 제국주의에 반하는 포스트 식민주의 이론과 결합하였다. 그로 인해, 자연스럽게 드라마 연구가 문화적 혼종 현상을 설명하는 지역간 문화 콘텐츠 연구의 대상으로 자주 취급되었다. 우리나라 드라마의 유통이 다른 국가에서 인기를 끌게 된 것에 대한 분석 역시 이와 같은 연구에 기여하였다.

이 과정에서 드라마와 같은 TV 시리즈 유통은 글로벌라이제이션(globalization)으로 이해되었다. 이는 초국적인 지구화 과정에서 나타나는 문화 콘텐츠의 보편성이 다른 지역에 그대로 받아들여지는 것이 아니라, 지역적인 문화 정체성과 결합되는 과정속에 전지구적인 보편성과 지역적인 특수성이 통합되는 것을 말한다(Lee, 2001). 이러한 설명이 처음에는 서양의 문화 콘텐츠를 다른 지역이나 국가들이 수용하는 방식에 대해 설명하는 것에 활용되었다. 그러나 지금은 서양뿐만 아니라 다양한 문화권에서 다른 문화권으로 콘텐츠가 유통되는 과정을 뜻하고, 최근에는 한국 콘텐츠가 세계적으로 전파되는 과정에서 선택한 전략으로도 설명된다(강혜원·이성민, 2022; 양재영, 2011). 이와 관련된 콘텐츠의 가장 최근의 예로 <오징어 게임>을 들 수 있는데, 이에 대해 강혜원과 이성민(2022)은 “한국 사회에서 통용되는 고맥락의 문화적 코드를 소재적 차별점으로 활용해서 기존 장르 팬덤에게 어필하는 전략”으로 설명하기도 하였다(31쪽). 장르의 전형성을 글로벌 관객에서 소구력으로 활용하면서도 그 전형성을 표현하는 방식에서 한국 특유

의 소재를 통한 차별화가 진행되었다는 것이다.

그런데 문화적 혼종화에 관한 기존 논의가 대부분 새로운 창작물을 다루고 있기에, 국가적 또는 지역적 요소에 대한 차별화 전략이 지속적으로 장기간에 걸쳐서 이루어지고 있는지 검증하기 어려운 한계가 있다. 이와 달리 리메이크 드라마는 창작적 범위가 제약받는 구조속에 있어 현 지화의 맥락과 표현 방식을 보다 자세히 들여다 볼 수 있는 장점을 가지고 있다. 본래 리메이크 영상 콘텐츠는 문화 상품의 제작과 소비자의 선호를 중개하는 역할을 수행하는데, 상업적으로 안전한 성공을 보장하고 많은 수용자들을 끌어들이고 동시에, 특정한 작품에 문화적 상징을 부여한다(Cuelenaere, 2020). 수용자들은 리메이크에서 말 그대로 원작을 반복을 보는 것과 동시에 참신함의 균형을 기대하는 이른바 ‘익숙함의 낯설(defamiliarize the familiar)’을 추구하기 때문이다(Cuelenaere, 2021; Cuelenaere, Joye, & Willems, 2019), 유사성과 상이성 사이의 균형이 무너질 경우 리메이크 드라마는 실제로 반향을 얻지 못하게 되며 흥행에 실패하게 된다는 것이다(이승재, 2018).

그런 의미에서 기존 연구가 리메이크 드라마를 연구하면서, 리메이크 드라마간 상호 비교를 국가간 제작 환경의 차이나 장르적 특성보다는 국가간 심층적 문화 코드에 대한 비교로 여긴 점은 주목할 필요가 있다(김수정·치예, 2018). 리메이크 드라마이기에 제작 환경과 장르적 특성이 비교 드라마간 어느 정도 통제되면서도 문화적 혼종이 잘 드러날 수 있을 것으로 기대할 수 있기 때문이다. 한 가지 주의할 점은 여기서 말하는 리메이크는 여러 가지 요소를 차용하여 새로운 창작물로 만들어낸 작품을 의미하지 않는다. 예를 들어, 앞서 언급한 오징어 게임은 그 원류를 찾아 올라가면 일본 만화 ‘지옥의 묵시록 카이지’ 리든가 ‘베틀 로얄의 요소를 차용하는 등 다양한 작품의 내용을 결합하여 새로운 창작물로 재탄생 시킨 작품이지 리메이크라 여기지 않는다. 리메이크는 원작을 기준 잣대(reference) 삼아 창의적 변주가 나타나는 리메이크, 그리고 앞서 언급한 리메이크로 인정하지 않고 아예 새로운 창작물 만드는 다양한 방식으로 이해할 수 있기는 하나(Verevis, 2006), 본 논문에서 말하는 리메이크는 주로 원작에 충실한 작품을 일컫는다. 리메이크 드라마를 원작에 충실한 반복적 특성을 가지면서 참신성이 가미되는 콘텐츠이나, 기존 원작의 스토리라인 내에서 화면의 배경이나 인물 등 표현 방식의 현지화를 통해 제작된 작품으로 생각하고자 하는 것이다. 그러면 리메이크 드라마와 원작간에 어느 부분에서 드라마 내용에 대한 재현과 표현이 달라져서 유사성과 상이성을 찾을 것인가에 대한 설정이 실제 연구에서 중요해진다.

기존 연구를 보면 대부분의 리메이크 드라마 연구들은 리메이크 드라마가 가지는 기본적인 속성에서 나타나는 장르적 속성을 유사성으로 설정하고, 리메이크 드라마간 미묘한 내러티브 및 캐릭터 설정상의 차이나 표현을 통해 나타나는 문화적 전형성 등을 문화적 차이로 설명하는 연구

를 수행하여 왔다(강혜원, 2015; 김수정·치에, 2018; 이승재, 2018). 즉, 장르적 특성과 내용을 통제한 상태에서 나타나는 ‘재현’의 문제가 연구 대상이 되는 것이다. 그러나 이와 같은 방식의 비교는 원작과 리메이크 드라마간 일대일 대응관계 비교에 머물게 되고 실제로 국가간 문화적 차이가 리메이크 드라마내에서 어떻게 체계적인 형태로 반영되어 국가별 차이가 되는지 알기 어려운 측면이 있다. 원작과 리메이크 드라마에서 나타나는 특정한 내용의 문화적 차이(예, 가장장 문화의 정도)는 설명할 수 있으나, 특정 국가의 드라마를 다른 나라에서 리메이크하는 과정이 반복되는 과정에서 공통적으로 반영될 수 있는 현지화된 문화가 무엇인지, 비교가 진행되는 해당 드라마를 넘어선 국가적 차원의 원작과 리메이크 드라마 사이에 나타나는 체계적인 차이로 설명하기 어려워지는 것이다. 원작과 리메이크의 비교가 개별 드라마의 미묘한 내러티브 및 캐릭터 설정이나 표현을 대상으로 이루어지기 때문에, 해당 차이가 전반적인 리메이크 드라마에서 나타나는지 살피는 것은 여러 편의 모든 드라마 내용 자체가 동일 내용이 아닌 이상 동등 비교가 불가능하기 때문이다.

따라서, 영상 문화 콘텐츠의 문화적 혼종 현상을 설명하기 위해서는 리메이크 드라마간 비교 수행을 가능하게 하면서도 다수의 여러 원작과 리메이크 드라마를 통해 공통으로 비교 가능한 국가별 영상 콘텐츠의 특성을 명확히 보여줄 수 있는 드라마내 표현, 즉 재현 방식에 대한 연구 방법이 필요하게 된다. 드라마간 비교이면서 동시에 국가별 드라마의 유사성이나 상이성을 보여주는 특징이 필요한 것인데 이는 원작과 리메이크작의 차이가 여러 드라마간 내용상의 차이에도 불구하고 상호 비교 가능한 객관적 잣대에 의해 설명 가능해야 함을 뜻한다. 그리고 그 중에 하나로 내용상의 차이를 넘어서서 모든 드라마가 공통으로 가지는 요소인 색채를 언급할 수 있다.

3) 영상 색채와 드라마: 색채로 나타나는 문화적 감성의 국가간 차이

색(color)은 사람의 감정, 인지 및 행위에 상당한 영향을 미치는 요인의 하나로 사회적인 학습을 통해 생성된다. 색채는 어렸을 때부터 사물 인식 과정을 통해 인식이 강화되는데, 이 과정이 관습처럼 전승되며 문화에 따른 선호도 차이로 이어진다고 알려져 있다(Elliot & Maier, 2014). 이러한 색채에 따른 문화적 차이는 다양한 실험과 검증을 통해 밝혀진 것으로, 처음에는 사람들이 선호하는 색채가 생물학적으로 고정되었다는 가설을 주장하였으나, 산업화된 국가의 영국인과 아프리카 농경 남비아 지역의 힘바(Himba) 성인을 비교한 결과 색채 선호의 차이가 발견되면서 이러한 가설은 부정되었다(Taylor, Clifford, & Franklin, 2013).

이후 문화적 색채 선호도는 유전자와 같은 DNA기반 생물학적 조건이 아닌 사람의 생존에 유리한 방향으로 색 선호가 결정된다는 생태적 유의성 이론(Color Valence Theory)으로 발전

하게 된다(Hurlbert & Ling, 2007). 예를 들어, 생존에 유리한 파란 색의 맑은 하늘과 물이 가지고 있는 색에 긍정적인 반응이 각인되며 이러한 각인으로 인해 색에 대한 선호가 형성된다고 보는 것이다(Palmer & Schloss, 2010). 이러한 논의를 확장시키면 각 지역마다 접하고 있는 문화 환경에 따라 선호하는 색상이 달라지게 된다. 기존 연구는 한-일간 색채 감각의 차이를 기상 조건의 차이로 나타나는 색채의 차이인 휘도라는 말로 설명하기도 하는데, 한국보다 흐린 주변 환경의 섬나라인 일본의 자연 환경이 자연색으로서 어둡고 탁한 무채색을 더 선호하고 이러한 점이 건축물의 색상에 잘 드러나 있다고 보고된 바 있다(김경인·김창순, 1998).

결과적으로 사물 인식에서 출발한 색채에 대한 인식이 사물과 연계된 색상 자체에 대한 선호로 이어지면서 문화적인 선호간의 차이로 확장되는 과정을 형성시키는 셈이다. 그리고 기존 연구들은 이러한 선호가 문화적인 상징 차이로까지 이어지게 된다고 보고 있다. 비교 연구에 따르면 일본, 한국, 대만 사람들의 경우 백색에 대한 선호가 미국, 독일, 호주, 파푸아 뉴기니 및 남아프리카 사람들보다 더 높은 것으로 나타났는데 그 이유는 이들 국가에서는 백색이 순수함을 상징하기 때문이라고 여겨진다(Saito, 1996). 이후 연구들은 이러한 관점들을 이어가며 문화에 따른 색상 차이에 관한 연구를 진행하였는데, 사물에 나타나는 색채의 일관성이 사물을 범주화하고 이러한 상징성을 만들어내는 것으로 본다(Elliot & Maier, 2014; Palmer, Schloss, & Sammartino, 2013)

문화적인 학습의 결과는 그 자체로는 중립적인 색상에 대한 감정 표현으로 나타나기도 한다. 예를 들어, 따뜻한 색상과 차가운 색상이 구분되며, 색을 통한 무게감이 표현되는 등 색상 감정이 나타난다(문은배, 2011). 커뮤니케이션학에서는 주로 색채가 가지는 설득력에 주목하여 연구가 진행된 바 있다. 색상에 의해 특정한 음식에 더욱 끌리는 현상을 탐구하고(Peng & Jemmott, 2018), 유튜브 썸네일 색상에 의해 해당 동영상을 볼 것인지에 대한 판단이 영향을 받는지의 여부를 살펴보는 식이다(Koh & Cui, 2020). 최근에는 음모 이론 유튜브 영상이 정확한 정보를 제공하는 영상과의 색채를 비교하는 연구도 등장했는데, 최초 10초동안 음모이론 영상이 더 낮은 채도와 흐린 색상을 구현하는 것으로 나타나기도 했다(Chen, Kim, Gao, & Raschka, 2022). 구체적인 반응과 관련하여서 중국인과 일본인을 비교한 연구에 따르면, 각 국가별 색상 선호도 따라 눈동자의 움직임 차이가 확연하기 때문에(Wu, Zhu, Yu, Nishimura, & Jin, 2020) 사용자 중심의 제품 디자인이나 시각적 마케팅 관리에서 색상이 중요하게 작용할 수 있다고 보고되기도 하였다(Cyr, Head, & Larios, 2010).

영화와 같은 영상 콘텐츠에서는 색채의 의도적인 활용을 통해 인물의 성격, 공간의 특성과 분위기, 관객의 감정 등을 표현하면서 이미지에 대한 인상을 남기게 된다 (이태훈, 2012; 이현

주, 2011). 이 경우 단순히 단색을 쓰기보다는 여러 가지 색을 동시에 배치하는 배색 대비를 통해 개별 색의 정서를 혼합하고 집중함으로써 색상 자극을 극대화 한다(이태훈, 2012). 물론 모든 영상 콘텐츠에서 제작하게 의도한대로 색상에 대한 반응이 나타나는 것은 아니다. 영상 보정을 통해 동일 장면에 대한 다양한 색상을 입혀서 사람들의 반응을 살펴본 실험 연구에 따르면, 색상 보정에 대한 사람들의 판단이 맥락에 따라 다른 것으로 나타났다 (김보경·김유정·김동현·박영경, 2014). 인물 영상의 경우 명도와 관계된 표현들이, 배경 영상에서는 채도와 관계된 표현들이 색상에 대한 감성 맥락과 관련이 높았으며 인물과 배경 모두에 있어서 영상들의 채도가 낮은 경우에는 실험 설계자의 의도와 다르게 사람들이 반응하여 설명하는 것으로 보고되었다. 즉, 동일한 영상이라도 영상에 색채가 어떻게 표현되었는가에 따라 사람들이 느끼는 감성이 달라졌으며, 영상의 속성에 따라 그 감성의 차이가 나타났다.

그런 의미에서 영상 드라마의 색채 활용은 사람들에게 영상에 대한 몰입감을 불러일으키고, 감정 반응을 이끌어내는데 기여하는 것으로 본다. 예를 들어, 기존 연구는 <CSI 마이애미> TV 범죄 수사물의 경우, 동일한 장면이지만 색채를 변화시키며 장면 전환마다의 분위기와 영상장면의 스토리텔링을 이끌어내는데 색채가 상당한 역할을 담당한다는 점을 밝힌 바 있다(이태훈, 2012). 그리고 그러한 이유로 장르에 따라 드라마의 색채가 달라진다. 범죄 수사물의 경우는 매우 어두운 계열의 색이 많이 나오고, 로맨스물과 같은 경우는 밝은 색이 더 많이 나오는 식이다. 기존 연구도 이를 반영하고 있는데, 배색 효과를 연구한 연구들에 따르면 로맨스물의 한국 드라마에서 나타나는 색채의 특징은 두드러진 명도와 채도의 대비로 알려져 있다 (원혜정, 2009; 정야난·조영배, 2019).

감정 반응과 몰입감의 함양이라는 정서적 반응은 표적 수용자(Target Audience)에 맞는 드라마 제작과 맞물리면서 영상 제작 품질 수준과 불가분의 관계를 맺게 된다. 낮은 수준의 방송 미술의 활용이 점차적으로 향상되고 있는 화면 기술의 발전을 따라가지 못하게 될 경우 드라마 영상 품질 자체가 저하되면서 시청자의 만족도가 떨어지기 때문이다(문병화·정일권, 2010). 또한 특정한 색채를 사용하는 것 못지않게 사용하지 않는 것도 색채 활용의 중요한 지점이다. 문화적으로 선호하지 않는 색상 또는 규범에 맞지 않는 색상을 활용하지 않는 것 역시 권장된다.

그런 점에서, TV 드라마 영상의 색채 활용과 관련된 비교 연구는 텔레비전 제작과 유통이라는 산업적 측면에서 중요한 연구 주제가 될 수 있다. 또한 비교 문화적 맥락에서 수용자 반응과 만족이라는 전통적인 커뮤니케이션 분야의 연구와도 맞물린다. 서론에서 밝힌 것처럼 한국 드라마의 의상이나 화면 영상미가 가지는 아시아권내의 소구력이 좋은 예이다(유세경·고민경, 2006; 유승관, 2014; 이미나·윤호영, 2020). 실제 한중 사극을 비교한 연구에서는 전통적인 한

국 의상이 사극에서 높은 순도의 색채와 의복간 채도 차이가 높음을 지적했다 (정아란·조영배, 2019). 또한 <꽃보다 남자> 리메이크 드라마를 살펴본 연구에 따르면 우리나라 드라마에서는 의상과 세트 디자인에서 밝고 화려한 색조를 통한 고명도 색들의 대조가 확연하게 나타나는 반면, 일본 드라마에서는 저명도와 저채도의 유사 조화가 나타난다는 점이 밝혀지기도 하였다(원혜정, 2009).

지금까지 서술한 내용을 요약하면 원작 드라마와 리메이크 드라마간 색채 비교는 국가별 영상 콘텐츠의 문화적 혼종 현상 또는 영상 콘텐츠의 현지화 맥락을 살펴보는 데 좋은 수단이 된다. 보다 근본적으로 TV 드라마에 나타난 색채에 대한 문화적 비교 연구는 콘텐츠 산업의 유통 및 수용자 연구에 기여하면서 동시에 특정 문화적 감수성을 살펴보는 새로운 기회의 창이 되는 의의를 가질 수 있다. 다만 지금까지의 연구들은 드라마내 나타나는 키프레임을 중심으로 하여 드라마의 모든 장면에 대해 전면적인 분석을 실시한 것은 아니고 주요 장면들을 저자들이 임의로 선택해서 비교하고 수치 분석보다는 직접 기술위주의 설명적인 분석을 했다는 한계를 가진다. 따라서, 보다 많은 양의 자료로 드라마에 나타난 모든 장면들을 자료화하여 살펴볼 필요성이 있다.

3. 연구 문제 및 연구 방법

1) 연구 문제

본 연구에서는 한국 드라마의 색채를 다른 국가의 드라마와 비교하기 위하여 한일간 원작과 리메이크 드라마간의 색채를 비교하고자 한다. 한국과 일본의 드라마를 비교하는 이유는 무엇보다 양국이 상호 각국의 드라마를 리메이크한 역사가 20년이상 길게 지속되어 온 오랜 전통이 있기 때문이다. 실제로 한-일간에는 양국이 서로 리메이크한 드라마가 30편이 넘는 것으로 알려져 있다. 따라서 이러한 역사적으로 오랜기간 만들어온 드라마내에서 일관성 있는 차이가 발견된다면 이는 단순히 최근의 영상 제작 트렌드에 따른 것이라기 보다는 체계적인 구조적 차이가 될 것이기 때문이다. 한-일간의 원작 및 리메이크 드라마 비교를 선택한 또다른 이유는 양국간 색채 및 드라마 비교와 관련된 수용자 연구가 상대적으로 풍부하여 다른 국가간 비교 색채 연구보다 설정된 연구 방향에 대한 검증이 상대적으로 쉬울 것으로 예상되기 때문이다.

이를 바탕으로 본 연구에서 한-일간 리메이크 드라마를 통한 비교 색채 연구를 통해 던지고자 하는 질문은 다음과 같다.

연구문제 1: 한국에서 만들어진 원작 또는 리메이크 드라마의 색채는 일본의 원작 또는 리메이크 드라마의 색채와 비교하여 어떤 특징을 가지는가?

연구문제 2: 기존에 알려진 연구와 마찬가지로 한국 드라마에서 명조 대비와 채도 대비가 일본 드라마와 대비해서 체계적으로 나타나는 특징인가?

이러한 질문은 한국 드라마의 문화적 혼종화 현상을 보다 더 잘 이해하고, 향후 한국 드라마가 가지는 소구력의 하나로 색채를 더욱 발전시킬 수 있는 기반을 발전시키는데 도움이 될 것으로 보인다. 본 연구에서는 위의 두 가지 질문을 명도와 채도 차이에 기반하여 한-일 비교한 연구들에 기대어 다음과 같은 연구 가설로 표현하였다.

연구가설: 원작 및 리메이크 전체 드라마 장면으로 구성된 대용량 데이터로 보면, 한국에서 제작한 드라마가 일본에서 제작한 드라마에 비해 명도와 채도가 모두 높은가?

2) 자료

그러나 실제 자료를 구하기는 쉽지 않은 현실적 한계가 있었다. 일본의 경우는 현지 방송국인 후지 TV에 자료를 요청하기도 하였으나, 원칙적으로 자료 자체를 판매하지 않는다는 답변을 받기도 하였다. 따라서, 분석 대상 자료는 2000년 이후에 만들어진 한국이 원작인 드라마 또는 한국에서 일본 원작이 리메이크된 드라마 중에서 연구자가 실제로 구할 수 있는 자료에 기반하여 분석하였다. 그 결과 아래 표와 같이 3쌍-6편의 드라마를 우선적으로 선택하여 분석하였다. 향후 더 많은 자료를 확보할 수 있다면 더 많은 분석을 진행할 수 있을 것으로 기대하나, 현재로서는 장르, 방영년도, 자료 수집 여부, 한국과 일본 각각의 원작 여부 등을 종합적으로 고려할 때 아래 6편이 최선의 선택이었다.

Table 1. List of Analysis Data

Genre	Origin	Year	Title	Ch	Avg. Rating (%)	Remake	Year	Title	Ch.	Avg. Rating (%)
Comic	JPN	2007	the dignity of dispatch 파견의 품격	NTV	20.2	KOR	2013	God of Workplace 직장의 신	KBS	14.2
Criminal	KOR	2017	Voice 보이스	OCN	4.7	JPN	2019	Voice 110 보이스 110 긴급지령실	NTV	8.9
Social	KOR	2014	Misaeng 미생	tvN	8.4	JPN	2016	Hope 기대제로의 신입사원	Fuji TV	6.1

3) 분석 방법

영상에 나타난 색체를 비교하기 위하여 OpenCV 라이브러리에 기반한 파이썬 코드를 작성하여 프로그램을 돌리는 다음의 절차를 거쳤다. 우선, 각 드라마에서 키프레임이라 불리는 I-Frame을 추출하였다. I-Frame은 해당 프레임의 영상 정보를 모두 담고 있기 때문에, 앞 영상 혹은 앞-뒤 영상간 변화의 정보만 가지고 있는 B 프레임 또는 P 프레임보다 해당 장면의 정보를 정확히 담고 있다(윤호영, 2021; 정유진·윤호영, 2022). 추출한 I-Frame의 양이 매우 방대하고 또한 동일한 배경에서 동일한 인물이 출현하고 있음에도 동작이 달라짐으로 인해 프레임이 새롭게 만들어지는 것으로 확인되었다. 또한 영상의 화질 차이에 따라 프레임 수 역시 차이가 나는 것으로 확인되었다. 모두 HD급 화질을 기본으로 하여 영상을 확보하였으나, 더 고화질의 영상인 경우에 키프레임 수가 더 많은 것으로 나타났다. 그러나, 뒤의 연구결과에서도 설명하겠으나, 색상과 관련하여 화질이 HD급 이상인 경우 색상 분석 자체에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

색채 분석과 관련하여 화면의 또다른 특징을 언급할 수 있는데, 본 연구는 색채를 연구하는 것이기 때문에 동일한 프레임에서 동일한 인물들의 구도가 유지되는 동일 장면의 경우 색채 차이가 없을 것으로 판단되었다. 따라서, 추출한 프레임간 유사성 비교를 실시하여, 동일 장면을 제거함으로써 단순히 해당 장면 (Scene) 길이 때문에 동일한 장면의 색채가 반복적으로 측정되는 경우를 배제하고자 하였다. 이를 위해서는 해밍 거리(Hamming Distance) 기법을 활용하여 해밍 거리가 0.3보다 적은 경우 동일한 프레임이라 판단하고 배제하는 방법을 사용하였다. 아래 <Figure 2>에서 보듯이 해밍 거리 0.3은 동일한 화면에서 표정이 변화하거나 혹은 인물의 고개 움직임 등 약간의 움직임은 동일한 화면이라 간주한다. 해밍 거리를 0.1부터 0.2, 0.3, 0.4, 0.5 늘려가며 확인한 결과, 색채 연구를 하는 본 연구에서는 최적의 설정이 0.3으로 판단되었다.



Figure 2. An example of identifying similar images: Hamming distance 0.3

최초 프레임과 해밍 거리 기법을 통해 제거하여 확정된 최종 분석 이미지 프레임의 숫자는 아래와 같다.

Table 2. Number of Episode & Number of Analysis Frame

Title (origin)	No. of Ep.	No. of I-Frame	No of I-Frame (excl. Hamming D below 0.3)	Title (remake)	No. of Ep.	No. of I-Frame	No of I-Frame (excl. Hamming D below 0.3)
the dignity of dispatch 파견의 품격(일본)	10	2,880	2,785	God of Workplace 직장의 신(한국)	16	15,368	12,023
Voice 보이스(한국)	16	57,646	37,037	Voice 110 보이스 110 긴급지령실(일본)	10	17,089	14,517
Misaeng 미생(한국)	20	27,591	21,263	Hope :기대제로의 신입사원(일본)	10	7,911	6,986

그 다음 개별 프레임에 대한 기본적인 색상 속성을 알기 위해 어떠한 색이 쓰였는지를 살펴 보았는데, 이를 위해서는 K-평균(K-means) 방법을 통해 하나의 이미지 프레임에 나오는 색상을 5개의 색상으로 표시하였다. 본 논문에 맨 처음 제시한 <Figure 1>의 오징어 게임 팔레트 이미지가 이와 같은 10개의 군집으로 색채를 표현하는 것이다. 그러나, 5개의 색상이 각 이미지에서 쓰인 비율은 팔레트에 나타난 것과 다르다는 특징이 있다. 예를 들어, 화면에 인물이 적게 나오고 배경이 크게 나오는 경우 배경의 색채가 인물의 색채보다 더 높은 비율로 프레임에 나타나게 된다. 따라서, 이를 고려하여, 가장 많은 비율로 프레임에 나타난 3개의 색채를 선택하여 해당 색채의 색상(Hue), 채도(Saturation), 명도(Intensity)를 측정하였다. 이들 3개의 색채는 해당 화면에 나타난 주조색(dominant color)으로 비율로 보면 대부분 해당 장면 색채의 70-80%의 구성을 보였다. 주조색은 배색시 전체 분위기를 이끄는 색(김건아 김철기, 2011)으로, 색채 디자인 연구에서 주요 분석 대상으로 활용되고 있으며, 컴퓨터 비전과 관련된 각종 클라우드 분석 서비스에서도 제공되는 표준적인 서비스 중 하나이다.

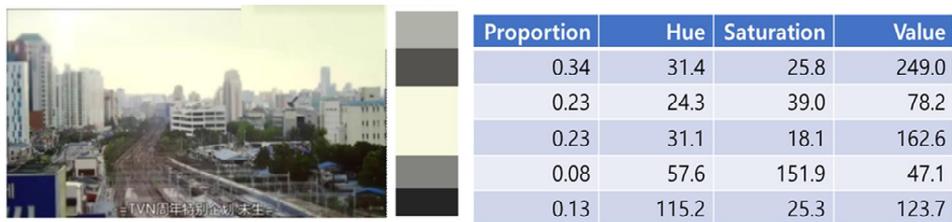


Figure 3. Extraction of RGB color system & HSV measure

기존 연구에서 측정한 가장 중요한 색채의 속성이 색상(Hue), 채도(Chorma), 및 명도(Value)였고, 이는 통상적인 색채 연구에서 상호 구분하는 색채의 속성과 일치하여 이를 활용하였다(Fairchild, 2005). 색상(Hue)은 색 파장의 길이를 나타내는 데 대부분의 사람들이 색 깔이라는 말을 들었을 때 생각하는 것을 말한다. 명도(Value)는 밝은 정도를 말하는데 궁극적으로 색의 흑백 속성을 말한다. 채도(Saturation 또는 Chroma)는 색상의 선명함 정도를 말한다(Elliot & Maier, 2014).

파이썬을 통해 특정한 이미지 프레임의 주요 색채 3개의 색상, 채도, 명도를 측정하였으나, 색상의 경우는 장르적 속성이나 인물이 나오는 장면 수 등 각 드라마의 특성에 따라 달라질 수 있다고 보고, 명도와 채도 값의 대비만을 분석에 활용하였다. 또한 명도와 채도는 척도에 따른 연속성을 가진 숫자로 표현되지만 색상값은 사실상 범주를 숫자로 표현하는 것이라는 점도 고려했다.

명도와 채도의 대비는 먼저 특정 프레임에 나타난 주조색 3개 사이의 차이를 측정하였다. 차이 분석을 위해서는 두 가지 방법을 활용하였는데, 해당 프레임에 나타난 3개 색상의 명도와 채도의 1) 맨하탄(Manhattan)거리와 2) 유클리디안 거리를 구하였다. 맨하탄 거리는 명도와 채도간의 전반적인 차이를 보기 위해서 사용하였다. 맨하탄 거리는 아래 공식에서 보듯이 두 개의 상이한 좌표가 x, y 차원에 있을 경우, x축의 거리와 y축의 거리를 합산하게 된다. 본 논문에서는 명도차이와 채도차이를 단순 합산하는 의미가 있는 것으로 보았는데, 각각 3개의 색상간의 명도 차이와 채도 차이를 모두 합산하므로 주조색간의 명도와 채도 차이 정도를 전반적으로 알 수 있다.

$$\begin{aligned} \text{맨하탄 거리 공식 } D(X, Y) &= \sum_{i=1}^p |X_i - Y_i| \\ \text{유클리드 거리 공식 } D(X, Y) &= \sum_{i=1}^p |X_i - Y_i|^{\frac{1}{2}} \\ \text{민코프스키 거리 공식 } D(X, Y) &= \left(\sum_{i=1}^p |X_i - Y_i|^p \right)^{\frac{1}{p}} \end{aligned}$$

유클리디안 거리는 대비 속에서 나타나는 상대적인 유사성을 살펴보기 위해 활용하였다. 예를 들어, 3개의 주조색간 맨하탄 거리가 동일하다고 하더라도 대비효과는 다를 수 있다. 특정 2개 색채가 다른 색채보다 상대적으로 상호 유사한 경우와 3개 모두 색채가 동일한 거리 차이를 가진 경우를 비교하면, 전자의 경우를 유클리디안 거리로 계산하면 상호 거리차가 3개가 모두 동일한 거리 차이를 가진 경우보다 더 많아서 대비 효과가 더 크게 된다. 맨하탄 거리와 유클리드

거리는 모두 민코프스키 거리의 특수한 사례로 이 두 방법은 모두 민코프스키 거리로 일반화된 다. 위의 공식에서 볼 수 있듯이 맨하탄 거리는 민코프스키 거리의 $p=1$ 인 경우이며, 유클리드 거리는 $p=2$ 인 경우이다.

4) 분석 결과 해석 지문

분석 결과에 대한 해석을 위해 전문가 2인에게 지문을 구하는 절차 역시 수행하였다. 국내에 있는 디자인 대학원 중에서 유일하게 색채 관련 전공이 있는 2개 학과의 교수 1인씩으로부터 지문을 얻었으며, 주로 분석 결과에 대한 해석과 해당 해석의 문제점 및 방법론에 관한 사항에 대해 문의하였다. 해석 결과의 지문은 분석을 마친후 각각 1-2개월 사이에 진행되었다. 진행 방식은 개별 결과에 대해 일일이 물어보고 답변을 받는 형식이 아니라, 연구진에 연구 결과와 관련된 질문을 던지고 그러한 질문에 대한 답변을 듣는 형식으로 진행되었다.

4. 연구 결과

1) 맨하탄 거리 분석

채도와 명도의 전반적인 색채 차이를 살펴본 바에 따르면 한일 원작 및 리메이크 드라마간 상호 색채 차이는 비교적 뚜렷한 것으로 나타났다. 아래 <Table 3>은 맨하탄 거리를 T-Test 평균 비교로 검증한 결과이다. 맨하탄 거리 비교를 보면 명도와 채도 대비를 종합한 맨하탄 거리 수치가 한국 드라마가 일본 드라마보다 높은 것으로 나타났다. 이는 한국 드라마가 원작이든 일본 드라마의 리메이크 드라마이던 상대적으로 일본 드라마보다 뚜렷한 색채 감각을 활용하는 것으로 해석이 된다. 채도가 높다는 의미는 색을 선명하게 만든다는 의미이고 명도가 높은 경우는 색상의 밝기가 높아진다는 의미이기 때문에, 주조색 내부에 이러한 차이가 크다는 의미는 선명함과 밝기의 대비가 크게 나타남으로써, 색채의 대비감을 뚜렷하게 표현한다는 뜻으로 볼 수 있기 때문이다. 그동안 한국 드라마가 일본 드라마보다 더욱 색채가 뚜렷한 대비 기초의 색상을 쓴다는 이야기가 있었는데 리메이크 드라마를 통한 비교를 통해 이점이 더욱 확실해졌다고 평가할 수 있다.

Table 3. Manhattan Distance Mean Comparison

Title (JPN)	Manhattan D	SD	Title (KOR)	Manhattan D	S.D	t-value	p-value
the dignity of dispatch 파견의 품격	177.5	92.9	God of Workplace 직장의 신	292.8	105.5	57.5	p < .001*
Voice 110 보이스110	118.6	95.0	Voice 보이스	458.5	145.3	180.0	p < .001*
Hope 기대제로의 신입사원	217.4	102.9	Misaeng 미생	472.2	133.6	230.0	p < .001*

* unequal variance test

결과를 보면 일본 원작 <파견의 품격>에 비해 한국 리메이크 <직장의 신> 드라마는 맨하탄 거리가 약 1.64배 더 많은 것으로 나타났고, 일본 리메이크작인 <보이스110>과 <Hope 기대제로의 신입사원>의 경우는 한국 원작이 각각 3.87배 및 2.17배 더 긴 것으로 나타났다. 프레임 수에 따른 특정한 체계적인 패턴이 있다고 보기 어려운 것이 일관된 차이가 나타나는 것도 특징이다.

이들 세 편의 드라마로 결론을 내리기에는 무리가 있으나 상대적으로 실내 장면보다 바깥 장면이 많아지면 이러한 대비 효과가 더 나타나는 경향이 있는 것으로 파악된다. <파견의 품격>과 <직장의 신> 두 드라마 쌍에 비해 <Hope 기대제로의 신입 사원>과 <미생> 드라마가 상대적으로 야외 촬영 장면이 많으며, 두 <보이스> 드라마 경우는 범죄 관련 체포라든가 범죄 현장 장면이 많은 관계로 비교 대상 드라마 쌍 중에서는 야외 장면이 가장 많은 드라마이기 때문이다.

2) 유클리드 거리

그러나 맨하탄 거리는 명도와 채도 차이를 모두 종합으로 평가하기 때문에 명도와 채도의 조합의 차이를 설명해주는 것은 하지만, 명도와 채도 그 자체의 차이를 이야기해주는 것은 아니다. 따라서, 유클리드 거리로 명도와 채도의 수치 평균을 보다 자세히 비교하기로 하였다.

T-Test를 통해 유클리드 거리로 색채 수치 평균을 비교한 <Table 4>에 따르면, 이미지 프레임내 채도 대비가 한국 드라마에서 더욱 뚜렷하게 나타나는 것을 볼 수 있다. 수치상으로 나타나는 대비를 보면 채도 차이가 한국 드라마가 일본 드라마에 비해 거의 대부분 2배 가까이 높은

것으로 나타났다. 이는 일본 드라마가 상대적으로 채도 대비보다는 유사성 배색을 더욱 많이 쓰고 있는 것으로 해석되어 한-일간 색채 비교와 관련된 휘도 효과를 뒷받침 한다고 볼 수 있다. 자연 사물이 보이는 환경에 나타나는 방식의 배색을 따르는 것이 일본에서 더욱 두드러지게 나타난다는 뜻이다.

그러나 명도 대비 효과는 혼재된 현상으로 나타났는데, 2개의 드라마에서는 한국 드라마가 일본 드라마보다 대비가 더 큰 것으로 나타났으나, 파견의 품격과 직장의 신 드라마를 비교한 경우에는 오히려 일본 드라마의 명도 대비가 더 큰 것으로 나타났다. 비록 6편의 드라마를 비교한 결과이기는 하나 만약 이러한 결과가 다른 연구에서도 관찰된다면, 기존 연구에서 색감이 뚜렷하다고 표현한 것은 명도 대비보다는 채도에 의한 색감의 선명성 차이로 여겨진다.

Table 4. Comparison of Avg Euclidean Distance

Title (JPN)	Euclidean D Saturation	Euclidean D Value	Title (KOR)	Euclidean D Saturation	Euclidean D Value	Diff in Saturation p-value	Diff in Value p-value
the dignity of dispatch 파견의 품격	33.1	145.6	God of Workplace 직장의 신	52.1	138.2	p < .001*	p < .001*
Voice 110 보이스110	33.9	130.9	Voice 보이스	71.8	133.4	p < .001	p < .01
Hope 기대제로의 신입사원	51.4	95.0	Misaeng 미생	96.0	115.6	p < .001*	p < .001

* unequal variance test

비록 평균차이가 있는 것으로 나타났으나 이러한 차이가 각 에피소드별로 균일하게 나타나는 경향에 의한 것인지 아니면 특정한 에피소드가 예외적인 상황이어서 차이를 만들어낸 것인지 살펴보면서 차이의 일반화가 가능한 것인지 다시 한번 검토하여 보았다. <Figure 4>는 각 에피소드별 명도와 채도 평균을 보여주는 그래프이다.

<Figure 4>에 따르면, 대부분의 에피소드가 비슷한 수준의 균일한 범위내에서 채도와 명도 대비가 유지되는 것으로 나타났다. 앞서 테스트에서 살펴본 바와 같이, 일본 드라마와 한국 드라마의 차이는 명도보다 채도에서 더욱 극명한테, 이러한 차이가 특정한 에피소드에서 극명하게 나타나는 것이 아니라 전체적인 드라마에서 일정한 수준에서 일관성을 가진다는 의미이다.

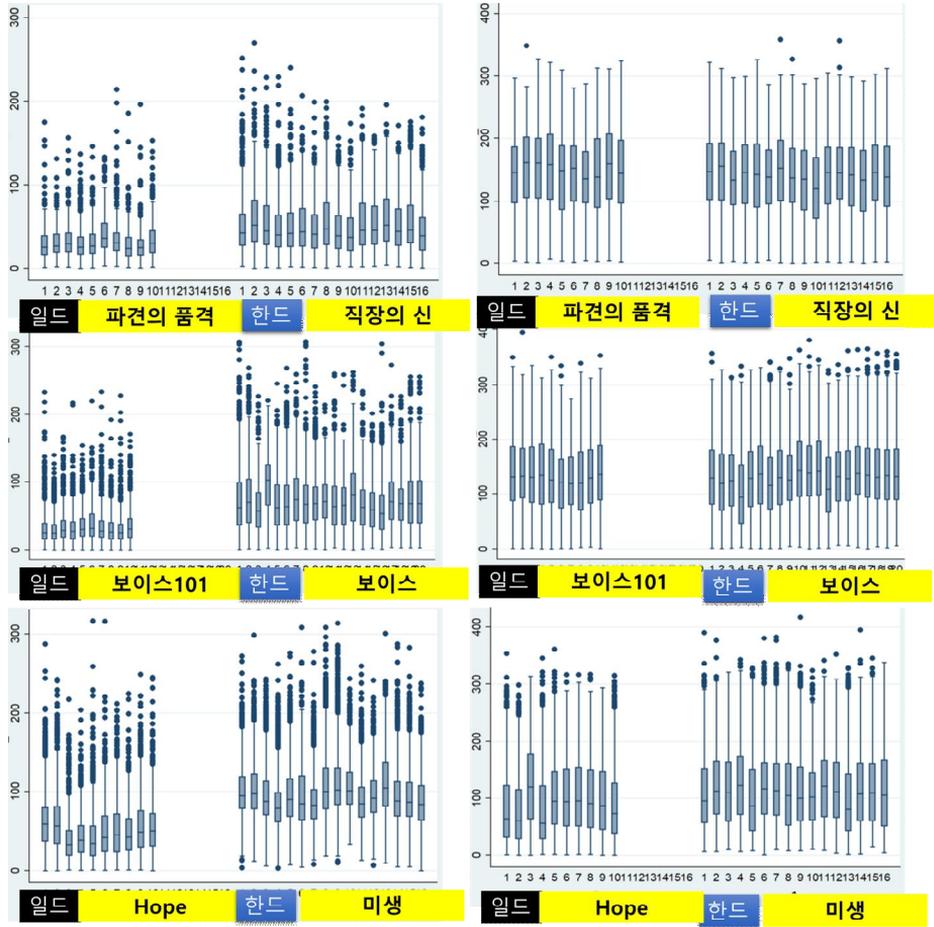


Figure 4. Saturation & value comparison by episode : Euclidean distance

* Left: Saturation Right: Value

한국 드라마에서 특별히 채도가 확연하게 높은 이유에 대해 전문가들은 공통적인 지적을 내놓았다. 한국 드라마는 전반적으로 주변 환경에 비해 인물이나 사물을 돋보이게 하기 위한 색채감을 중요시하는 반면, 일본의 경우는 드라마 내에서 색감이 전체적으로 주변과 유사하게 만드는 것에 더욱 신경을 쓴다는 견해를 들을 수 있었다. 이는 한국 드라마에서 인물의 얼굴이 돋보이게 만드는 과정과 관련이 있는데 얼굴이 돋보이기 위해서는 같은 색이라도 채도 대비를 높게 하여 화면을 더욱 선명하게 만드는 효과를 만드는 인위적인 색채 보정 작업이 제작 과정에서 더 많이 동원된다는 의미이기도 하다. 반면에 색감을 전체적으로 주변과 유사하게 만드는 것은 곧 화면에 나타나는 자연물의 색상을 그대로 살린다는 의미를 가지게 된다. 전문가에 따르면, 인위

적인 색채 보정과 관련된 문화적 차이는 심지어 TV 스크린과 같은 기기(device)에서 색채를 구현하는 방식에서도 나타나는 것으로, 일본의 S 업체의 경우는 화질 개선을 위해 색의 범위를 넓게 표현하는 화소를 중요시하는 반면, 한국의 S 업체 경우는 밝기에 따른 선명도를 중요시하는 방식으로 나타나기도 한다는 것이다.

종합하면, 원작 및 리메이크 드라마를 기반으로 한-일간 주조색간 채도와 명도 대비를 살펴본 바에 따르면 모든 드라마에서 일관되게 나타나는 결과는 상대적으로 높은 한국의 채도 대비 효과로 드러났다. 가설 1에서 제기한 사항이 부분적으로만 지지된 셈이다. 명도 대비의 경우는 드라마 장르에 따라 달라지면서 혼재된 효과로 나타났는데 이후 연구에서 이를 보다 정밀히 들여다볼 필요성이 제기되었다.

5. 토론 및 결론

본 연구는 한국 드라마의 문화적 혼종 현상이 색채를 통해 나타난다고 보고, 이러한 특징을 다른 국가에서 제작된 드라마와 비교를 통해 확인하고자 하였다. 이와 더불어, 강한 명도 대비의 색채 감이라는 한국적 색채 특징이 드라마에 실제로 반영되는지 여부 역시 확인하고자 하였다. 이를 위해 문화적 혼종으로서 한국 드라마의 특징에 주목하고, 원작과 리메이크 드라마를 비교하고자 하였다. 리메이크 드라마는 원작 드라마와 장르적 특징과 전반적인 스토리 라인이 유사하기 때문에 개별 드라마가 가진 고유한 특징으로 인해 나타날 수 있는 특이성을 최대한 통제할 수 있는 장점이 있다. 보다 구체적으로 논문에서는 한국과 일본 두 국가사이에서 제작되고 다시 리메이크된 드라마를 대응시켜 총 6편 3쌍의 드라마의 색채를 비교함으로써 이를 드러내고자 하였다. 명도와 채도의 대조 여부를 영상 이미지의 프레임에 나타난 색채 차이를 통해 보고하고자 하였고, 그 결과 한국 드라마가 채도 대비가 일본 드라마보다 더 높은 것을 확인할 수 있었다. 전체 드라마 장면을 놓고 보면 명도 대비의 경우는 혼재된 것으로 나타나 뚜렷하지 않은 것으로 보인다. 이러한 결과들은 한국이 원작이든 리메이크 드라마이든 관계없이 나타난 것으로 한국 드라마가 가진 특징을 보여준다고 볼 수 있다.

본 연구는 한-일간에 색채 문화 차이가 나타나는 것 역시 확인할 수 있었다. 원작이든 리메이크 드라마이든 한-일간의 드라마간 색채 비교를 해 보면 상호간 차이가 일관되게 나타나는 것이다. 결과적으로 국가에 따른 드라마 제작과 관련된 색채 적용이 상이한 방식으로 적용되며, 현지화된 표현 방식이 나타난다는 점을 확인한 셈이다. 즉, 한국이나 일본 각국에서 제작된 리메이

크작들이 다른 국가에서 제작된 그 드라마의 원작과 유사한 명도와 채도 대비가 나타나는 것이 아니라 오히려 한국이나 일본에서 제작된 다른 드라마의 원작과 유사한 점이 더 많다는 뜻인데, 이는 글로벌라이제이션으로 언급되는 문화적 혼종 현상과 일맥 상통한다.

본 연구가 가지는 의의와 관련하여 우선 본 연구는 색채에 기반한 문화적 혼종 현상을 통해 한국 드라마와 같은 문화 콘텐츠가 타국가로 전유되는 과정에서 해당 국가의 수용자들에게 적합한 방식으로 최적화되고 이를 통해 소구력을 확장시킬 수 있다는 점을 보여준 의의를 가진다. 향후 기술 개발이 이루어질 경우, 특정한 콘텐츠를 제작한 후 해당 국가에 맞는 색채로의 전환이라든가 다양한 가능성을 시도하면서 콘텐츠 개발에 적용할 수 있는 등 응용이 가능할 것으로 보인다. 두 번째 의의로는 영상 드라마 연구에 색채라고 하는 연구 영역을 컴퓨터 영상 처리를 통해 보다 객관적으로 수치화하여 분석할 수 있음을 보여주는 의의를 가진다. 색채 심리학에서는 21세기 이전의 색채 관련된 연구 자체가 체계적이지 못하고 주먹구구식으로 이루어진 감이 있다고 지적한 바 있는데(Elliot & Maier, 2014), 본 연구 방법론과 같은 컴퓨터 비전 및 디지털 영상 처리 방식으로 이와 같은 한계를 앞으로 더욱 극복할 수 있을 것으로 기대된다. 그럼으로써 셋째, 질적 연구의 영역으로 남아있던 색채 분석을 양적 연구의 영역과 결합하여 분석할 수 있음을 보여준 의의를 가진다. 무엇보다 색채 분석과 관련하여 프레임을 추출하고, 중복 프레임을 제거한 후, 주조색 3개를 중심으로 분석하는 등의 연구 방법론 표준화도 향후 이루어낼 수 있는 것으로 기대된다. 마지막으로 본 연구는 한국 드라마의 성공 요소로서 색채를 주목하고 이를 한국 드라마의 특징으로 잡아내고자 한 의의가 있다. 그 동안 한국 드라마의 영상미에 대한 논의는 있었으나 해당 영상미의 실체를 어떻게 보여줄 수 있을 것인가에 대한 어려움이 존재하였는데 본 연구와 같은 방식을 통해 이에 관한 연구도 진행할 수 있을 것으로 기대되며 무엇보다 본 연구가 그러한 연구 방법의 길을 개척하는데 기여할 수 있을 것으로 생각된다.

이와 같은 의의에도 불구하고, 본 연구는 다음과 같은 한계에서 자유롭지 못하다. 우선, 한-일간 상호 리메이크된 드라마가 지난 20여년간 30여쌍이 넘음에도 불구하고 본 논문의 분석은 3쌍에 그치고 있다. 상이한 두 국가의 드라마 영상 확보라는 문제가 있는 것을 감안하더라도 앞으로 더 많은 드라마를 분석하여 본 논문의 분석이 일반화될 수 있는지 필수적으로 확인해야할 필요성이 있다. 다음으로, 본 논문은 명도와 채도 차이에만 주목하고 있는데, 실제 색상 차이와 색상 조화 부분에 대한 분석을 고민할 필요가 있다. 색상이 드라마의 장르적 특징과 스토리 및 인물에 훨씬 더 큰 영향을 받을 것으로 생각되기 때문에 현재의 민코프스키 거리 방식의 분석이 아닌 다른 방식의 측정 방식이 필요할 것으로 보인다. 색상은 명도와 채도처럼 연속적인 단계에 따른 수치 배열이 아니기 때문이다. 그런 의미에서 촬영 장소라는 배경적 요소나 인물 요소에 집

중한다든지 다른 방식의 변인에 대한 고민을 통해서 측정 방법을 개발할 필요가 있다. 끝으로 한국 드라마의 문화적 혼종 현상과 관련하여 한국이 해외 드라마를 리메이크한 경우와 달리 한국 드라마를 리메이크한 경우, 시간이 지남에 따라 한국 드라마의 영향을 받았을 가능성을 배제하기 어렵다. 한국 드라마가 유행하자 한국 드라마의 제작 방식을 모방하는 것을 말하는데, 이 부분은 앞으로 시간에 따른 변이를 향후 더 추적하는 가운데 살필 수 있을 것으로 기대한다.

References

- Ackermann, A. (2012). Cultural hybridity: Between metaphor and empiricism. In P. W. Stockhammer (Ed.), *Conceptualizing cultural hybridization: A transdisciplinary approach* (pp. 5-25). Heidelberg: Springer.
- Bhabha, H. K. (2012). *The location of culture*. Routledge.
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, 6(1), 9-36.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard university press.
- Chen, K., Kim, S. J., Gao, Q., & Raschka, S. (2022). Visual framing of science conspiracy videos: Integrating machine learning with communication theories to study the use of color and brightness. *Computational Communication Research*, 4(1), 98-134.
- Cho, Y. B. (2022, April 13). *Why did the world go on "K Remake"?*, SisaJournal, Retrieved 2/17/23 from <https://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=236280>
- Cuelenaere, E. (2020). Towards an integrative methodological approach of film remake studies. *Adaptation*, 13(2), 210-223.
- Cuelenaere, E. (2021). Originality versus proximity: An explorative study of audience reactions to monolingual film remakes. *International Journal of Cultural Studies*, 24(2), 233-249.
- Cuelenaere, E., Joye, S., & Willems, G. (2019). Local flavors and regional markers: The Low Countries and their commercially driven and proximity-focused film remake practice. *Communications*, 44(3), 262-281.
- Cyr, D., Head, M., & Larios, H. (2010). Colour appeal in website design within and across cultures: A multi-method evaluation. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68(2), 1-21.
- Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*, 65(1), 95-120.
- Fairchild M. D. (2005). *Color Appearance Models*. New York: Wiley.
- Gates, A. (1997, August 21). *The ascent from wife to empress*. The New York Times. Retrieved 2/17/23 from <https://www.nytimes.com/1997/08/21/theater/the-ascent-from-wife-to-empress.html>
- Heo, J. (2002). The 'Hanliu(Korean Syndrome)' phenomenon and the acceptability of Korean TV dramas in China. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 16(1), 496-539.

- Hester, A. (1973). Theoretical considerations in predicting volume and direction of international information flow, *Gazette*, 19(4), 239-247.
- Hewitt, Z. (2021, October 15). ‘Squid Game’: How the show’s larger-than-life set design came together. *Variety*. Retrieved 2/17/23 from <https://variety.com/2021/artisans/news/squid-game-sets-productiondesign-1235090060>
- Hong, K. (2015, September 9). Netflix to enter Korea early next year “Can’t miss Korean Wave content” *Yonhap News*. Retrieved 2/17/23 from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20150909146400005>
- Hoskins, C., & Mirus, R. (1988). Reasons for the US dominance of the international trade in television programmes. *Media, Culture & Society*, 10(4), 499-504.
- Hurlbert, A. C., & Ling, Y. (2007). Biological components of sex differences in color preference. *Current biology*, 17(16), R623-R625.
- Ishii, K., Su, H., & Watanabe, S. (1999). Japanese and US programs in Taiwan: New patterns in Taiwanese television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(3), 416-431.
- Iwabuchi, K. (1998). Marketing ‘Japan’: Japanese cultural presence under a global gaze. *Japanese Studies*, 18(2), 165-180.
- James, E. (2022, January 10) Colors: Where did the go? An investigation. *Vox*. Retrieved 2/17/23 from <https://www.vox.com/culture/22840526/colors-movies-tv-gray-digital-color-sludge>
- Jang, W., Kim, I. K., Cho, K., & Song, J. E. (2012). Multi-dimensional dynamics of Hallyu in the East-Asian region. *Korean Journal of Sociology*, 66(3), 73-92.
- Jung, Y., & Yoon, H. Y. (2022). Sexuality over Performance: An Visual Analysis on Female Golfer Highlights through Deep Learning Object Detection Method for Detecting Subtle Differences between Female Players. *Communication Theories*, 18(1), 5-58.
- Kang, H. (2015). Representation of women in the workplace: Focusing on the narratives of Korea/Japanese TV dramas. *The Journal of Asian Women*, 54(2), 105-136.
- Kang, H., & Lee, S. (2022). Netflix’s transnational strategy for <Squid Game>: A confluence between cultural difference and genre convention. *Media & Society*, 30(3), 5-41.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. The uses of mass communications. *Current perspectives on Gratifications Research*, 3, 19-32.
- Katz, E., Wedell, E. G., Pilsworth, M., & Shinar, D. (1977). *Broadcasting in the third world: Promise and performance*. Harvard University Press.

- Kim, B., Kim, Y., Kim, D., & Park, Y. (2014). Analysis of sensibility based on color compensation in movie and drama. *Journal of Korea Society of Color Studies*, 28(2), 37-48.
- Kim, E. (2022. July 11). “Itaewon Class” ranked first in Japanese Netflix .. Remake influence revive of original. *OTT News*. Retrieved 2/17/23 from <http://ottnews.kr/View.aspx?No=2453362>
- Kim, G., & Kim, C. (1998). Case study of the comparison of environmental color in Korea and Japan. *Korean Society of Color Studies*, 11(1), 11-21.
- Kim, G., & Kim, C. (2011). Sensitivity and dominant colors analysis in the expressionist paintings. *Journal of Korea Design Forum*, 33, 427-436.
- Kim, S. (2008). Changes in the cultural imperialism thesis. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 22(3), 51-85.
- Kim, S. (2009). Interpreting transnational cultural practices: Social discourses on a Korean drama in Japan, Hong Kong, and China. *Cultural Studies*, 23(5-6), 736-755.
- Kim, S. (2013). Interpreting transnational cultural practices: Social discourses on a Korean drama in Japan, Hong Kong, and China. In H. Wright & M. Morris (Eds.), *Cultural Studies of Transnationalism* (pp. 48-67). Routledge.
- Kim, S., & Chie, Y. (2018). A cross-cultural comparison of food representations on TV: A focus on the Japanese drama “SynyaShhokudo” and its Korean remake. *Journal of Communication Research*, 55(2), 169-212.
- Koh, B., & Cui, F. (2020). Visual persuasion: An exploration of the relation between the visual attributes of thumbnails and the view-through of videos. SSRN 3611735.
- Lee, D. H. (2001). The cultural formation of Korean trendy drama: Transnational program adaptations and cultural identity. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 45(English Special Issue), 491-509.
- Lee, H. J. (2011). Comparative analysis of color on the Korean original movie & remake of the Hollywood movie. *A Journal of Brand Design Association of Korea*, 9(2), 305-315.
- Lee, M., & Yoon, H. Y. (2020). Success factors of Korean famous dramas in Vietnam. *The Journal of Image and Cultural Contents*, 19, 59-83.
- Lee, S. (1995). Understanding the United States movie from Korean audience perspective. *Media & Society*, 10, 53-85.
- Lee, S. (2018). A study on the intersemiotic transference: Comparison between the Korean drama and the

- Japanese drama. *Korean Journal of Communication Studies*, 26(4), 47-64.
- Lee, T. (2012). The analysis on the new film's style through image of color and multi layer - with American drama "CSI Miami(2010, U.S.A)", *Journal of Digital Design*, 12(4), 1-11.
- Lim, D. (2009). Critical analysis of cultural imperialism: From simplistic imperialism to dynamic cultural fluid. *Korean Journal of Communication and Information*, 45(1), 151-186.
- Lim, H. M., & Park, J. Y. (2011). A study on motives and cultural preferences regarding Korean soap operas in terms of the Korean Wave with a focus on Chinese and Japanese university students. *The Social Science Research*, 27(4), 371-395.
- Maule, J., Skelton, A. E., & Franklin, A. (2023). The development of color perception and cognition. *Annual Review of Psychology*, 74, 87-111.
- McAnany, E. G., & La Pastina, A. C. (1994). Telenovela audiences: A review and methodological critique of Latin America research. *Communication Research*, 21(6), 828-849.
- Moon, B. H., & Jeong, I. (2010). A study on the TV producers' perception of video quality: Focusing on the visual art of dramas. *Broadcasting & Communication*, 11(2), 167-204.
- Moon, E. (2011). *Color design textbook*. Seoul: Ahngraphics.
- Nam, E., & Yoon, Y. (2006, March 9). The masterpiece of cinematic visual beauty that is more like a movie than a movie... 'Korean drama aesthetics' is newly written. *Cine21*. Retrieved 2/17/23 from http://www.cine21.com/news/view/?mag_id=37033
- Ou, L., Luo, M. R., Woodcock, A., and Wright, A. (2004). A study of color emotion and color preference. Part I. Color emotions for single colors. *Color Research & Application*, 29(3), 232-240.
- Palmer, S. E., & Schloss, K. B. (2010). An ecological valence theory of human color preference. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(19), 8877-8882.
- Palmer, S. E., Schloss, K. B., & Sammartino, J. (2013). Visual aesthetics and human preference. *Annual Review of Psychology*, 64, 77-107.
- Peng, Y., & Jemmott, J. B. (2018). Feast for the eyes: Effects of food perceptions and computer vision features on food photo popularity. *International Journal of Communication* (19328036), 12.
- Peterson, R. A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21(4), 243-258.
- Peterson, R. A., & Kern, R. M. (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Review*, 61(5), 900-907.

- Pool, I. (1977). The changing flow of television. *Journal of Communication*, 27(2), 139-149.
- Rogers, E. M., & Antola, L. (1985). Telenovelas: A Latin American success story. *Journal of Communication*, 35(4), 24-35.
- Ryoo, W. (2009). Globalization, or the logic of cultural hybridization: The case of the Korean wave. *Asian Journal of Communication*, 19(2), 137-151.
- Ryu, S. (2014). Characteristics of Thailand viewers on Korean Waves: Focusing on Korean drama's preferences and its impacts on national image. *Korean Journal of Communication Studies*, 22(2), 181-201.
- Ryu, S., Cheong, S. H., An, S., Lee, H., & Kim, C. (2009). A study on comparison of viewers's characteristics and cognition of broadcasting contents between Korea and Japan. *Journal of Communication Science*, 9(2), 319-354.
- Saito, M. (1996). Comparative studies on color preference in Japan and other Asian regions, with special emphasis on the preference for white. *Color Research & Application*, 21(1), 35-49.
- Shim, D. (2006). Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28(1), 25-44.
- Straubhaar, J. (2003). Choosing national TV: Cultural capital, language, and cultural proximity Brazil. In M. G. Elasmr (Ed.), *The impact of international television: a paradigm shift* (pp. 77-110). Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates.
- Straubhaar, J. D. (1991). Beyond media imperialism: Asymmetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Media Communication*, 8(1), 39-59.
- Taylor, C., Clifford, A., & Franklin, A. (2013). Color preferences are not universal. *Journal of Experimental Psychology: General*, 142(4), 1015.
- Verevis, C. (2006). Introduction. *Film remakes*. Edinburgh University Press.
- Won, H. J. (2009). A study on the interrelationship between preference colors and TV set design colors by country: Focusing on the comparison of set design colors in the Korean, Japanese, Taiwanese drama <Boys Over Flowers>. Master's thesis, Hongik University, Seoul, Korea.
- Wu, B., Zhu, Y., Yu, K., Nishimura, S., & Jin, Q. (2020). The effect of eye movements and cultural factors on product color selection. *Human-centric Computing and Information Sciences*, 10, 48.
- Yang, J. (2011). 'Glocal' strategies and hybridity of K-Pop : The sociocultural landscape of K-Pop in the age of post-Hallyu, *Music and Critic*, 4, 19-37.

- Yoo, S. K., & Ko, M. K. (2006). Analysis of the relationship between Chinese students' viewing behavior of Korean drama and their attitude toward Korea. *Media, Gender, & Culture*, 6, 46-76.
- Yoon, H. Y. (2021). From human coding to automated detection: Detecting visual images of female body objectification and sexualized poses from TV music programs using YOLO4 and MediaPipe. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, 65(6), 452-481.
- Zeng, Y. N., & Cho, Y. (2019). A study of comparative traditional colors in Korean and Chinese TV Series -Focused on the TV series <Moon Lovers-Scarlet Heart Ryeo> and <Story of Yanxi Palace>, *A Treatise on The Plastic Media*, 22(2), 96-107.

최초 투고일 2022년 10월 02일

게재 확정일 2023년 03월 20일

논문 수정일 2023년 03월 24일

부록

- 강혜원 (2015). 한국/일본드라마가 재현하는 직장에서의 여성:〈직장의 신〉과 〈파견의 품격〉을 중심으로. 〈아시아 여성연구〉, 54권 2호, 105-136.
- 강혜원·이성민 (2022). 넷플릭스의 초국적 콘텐츠 소구 전략:〈오징어 게임〉에 나타난 장르적 보편성과 문화적 특수성의 이중적 상품화 구조 분석. 〈언론과 사회〉, 30권 3호, 5-41.
- 김건아·김철기 (2011). 표현주의 미술작품에 나타난 감성색채 및 주조색 분석. 〈한국디자인포럼〉, 33호, 427-436.
- 김경인·김창순 (1998). 색채감성과 환경요인과의 상관관계에 관한 연구: 한국과 일본의 환경색채 비교연구. 〈한국색채학회논문집〉, 11권 1호, 11-21.
- 김보경·김윤정·김동현·박영경 (2014). 영화 및 드라마 영상의 색채 보정에 의한 감성 연구. 〈한국색채학회 논문집〉, 28권 2호, 37-48.
- 김수정·치에 (2018). TV 드라마 속 음식의 표상에 대한 비교문화적 연구: 일본 드라마 〈심야식당〉과 한국판 리메이크를 중심으로. 〈언론정보연구〉, 55권 2호, 169-212.
- 김승수 (2008). 문화체국주의 변동에 대한 고찰. 〈한국방송학보〉, 22권 3호, 51-85.
- 김은정 (2022, 7, 11). '이태원 클라쓰' 日 넷플릭스 1위 ... 리메이크 영향 역주행. OTT뉴스. Retrieved 2/17/23 from <http://ottnews.kr/View.aspx?No=2453362>
- 남은주·윤영미 (2006, 3, 9). 영화보다 더 영화같은 영상미 압권 ... '한국 드라마 미학' 새로 쓴다. 씨네21. Retrieved 2/17/23 from http://www.cine21.com/news/view/?mag_id=37033
- 문병화·정일권 (2010). 드라마 영상 품질의 제작자 인식과 개선 방안에 관한 연구: 방송미술 제공자와 방송미술 활용자의 인터뷰를 중심으로. 〈방송과 커뮤니케이션〉, 11권 2호, 167-204.
- 문은배 (2011). 색채 디자인 교과서. 서울: 안그라픽스.
- 양재영 (2011). 케이팝 (K-Pop) 의 글로컬 (Glocal) 전략과 혼종정체성: '포스트-한류' 시대 케이팝의 사회문화적 지형에 대한 소고. 〈음악응용연구〉, 4호, 19-37.
- 원혜정 (2009). 〈국가별 선호색채와 tv세트 디자인 색채의 상호 관계성 연구: 한국 일본 대만 드라마 〈꽃보다 남자〉의 세트 디자인 색채 비교를 중심으로〉, 홍익대학교 영상대학원 석사학위 논문.
- 유세경·고민경 (2006). 한국 드라마의 시청행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계 연구: 중국 대학생 을 중심으로. 〈미디어, 젠더 & 문화〉, 6권, 46-76.
- 유승관 (2014). 태국인의 한류 수용의 특성에 관한 연구: 드라마에 대한 선호 요인과 국가 이미지를 중심으로. 〈커뮤니케이션학 연구〉, 22권 2호, 181-201.

- 유승관·정성호·안수근·이화행·김채환 (2009). 한국과 일본 수용자의 방송콘텐츠 수용 특성과 인식에 대한 비교연구. <언론과학연구>, 9권 2호, 319-354.
- 윤호영 (2021). 사람에서 컴퓨터 자동화로 연결을 위한 탐색: 객체 인식(Object Detection) 딥러닝 알고리즘 YOLO4, 자세 인식(Pose Detection) 프레임워크 MediaPipe를 활용한 음악 프로그램의 여성 신체 대상화, 선정적 화면 검출 연구. <한국언론학보>, 65권 6호, 452-481.
- 이미나·윤호영 (2020). 베트남의 한국드라마 인기 요인-〈태양의 후예〉와 〈밤 잘 사주는 예쁜 누나〉에 대한 베트남 뉴스 보도 분석. <영상문화콘텐츠연구>, 19권, 59-83.
- 이수연 (1995). 한국 관객의 미국영화 읽기: 문화제국주의 이론의 비판적 검토. <언론과 사회>, 10호, 53-85.
- 이승재 (2018). 기호간 전이를 통해 살펴본 한국드라마와 일본드라마. <커뮤니케이션학 연구>, 26권 4호, 47-64.
- 이태훈 (2012). 색채이미지와 멀티 레이어를 활용한 새로운 영상 스타일 분석 연구 - 미국 드라마 “CSI 마이애미”를 중심으로. <디지털디자인학연구>, 12권 4호, 1-11.
- 이현주 (2011). 한국영화 원작과 할리우드 리메이크작에 나타난 색채비교 분석. <브랜드디자인학연구>, 9권 2호, 305-315.
- 임동욱 (2009). 문화제국주의의 비판적 고찰: 단선적 문화제국주의에서 역동적인 국제적 문화 유동으로. <한국언론정보학보>, 45권 1호, 151-186.
- 임형민·박주연 (2011). 한류 콘텐츠인 드라마 시청 동기와 문화 선호도에 관한 연구: 중국과 일본 대학생들 중심으로. <사회과학연구>, 27권 4호, 371-395.
- 정야난·조영배 (2019). 한·중 드라마에 표현된 전통색채의 활용성 비교 연구-드라마 〈달의 연인-보보경심 려〉와 〈연회공략〉을 중심으로. <조형미디어학>, 22권 2호, 96-107.
- 정유진·윤호영 (2022). 여성 골프 경기 하이라이트 영상에 재현된 색수열리티의 은밀성 탐색: 심층 학습 (Deep Learning) 객체인식 (Object Detection)을 활용한 여성선수 간 비교. <커뮤니케이션 이론>, 18(1), 5-58.
- 조유빈 (2022, 4, 13). 왜 세계는 'K리메이크'에 나섰다. 시사저널 1718호. Retrieved 2/17/23 from <https://www.sisajournal.com/news/articleView.html?idxno=236280>
- 허진 (2002). 중국의 '한류(韓流)'현상과 한국 TV 드라마 수용에 관한 연구. <한국방송학보>, 16권 1호, 496-529.
- 홍국기 (2015, 9, 9). 넷플릭스 내년 초 한국 진출 “한류 콘텐츠 빠질 수 없어”. 연합뉴스. Retrieved 2/17/23 from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20150909146400005>

드라마의 국가별 색채 비교 민코프스키(Minkowski) 거리로 보는 한일 리메이크 드라마의 채도(S)와 명도(V) 차이

윤호영

(이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 조교수)

본 연구는 한국 드라마의 소구력 요소 중 하나로 색채에 주목하여 한국 드라마 영상 특징을 원작과 리메이크 드라마에 대한 색채 비교에서 찾으려고 한다. 이를 위해 한국과 일본에서 각기 제작된 원작 및 리메이크 드라마 3쌍, 즉 6편의 드라마를 분석하였다. 원작과 리메이크 드라마를 비교함으로써 장르와 스토리라인의 차이로 인해 나타날 수 있는 색채 차이를 최대한 통제하고, 동일 내용을 제작할 때 나타나는 실질적인 색채 차이를 규명할 수 있으며 또한 여러 편을 분석함으로써 체계적인 특징을 찾을 수 있다고 보았다. 특히 문화적 혼종 현상으로서 글로컬라이제이션이 일어나는 방식을 드라마의 색채 감성, 그 중에서도 명도와 채도 대비로 표현되는 표현의 문제로 보고 분석을 실시하였다. 분석의 측정 방식으로는 화면의 색상을 주조색 3개로 구분하고 가장 명도와 채도 차이가 큰 주조색간 차이를 맨하탄 거리와 유클리드 거리로 측정하였다. 이 두 개의 거리는 일반화된 공식으로 민코프스키거리라 불린다. 분석 결과는 한국 드라마가 일본 드라마보다 채도 대비가 더욱 뚜렷한 것으로 나타났으며 상대적으로 일본 드라마는 채도 대비가 높지 않았다. 이는 한국 드라마가 원작 드라마인지 리메이크 드라마인지 등의 원작 여부와는 관련이 없었다. 이론적으로 보면 이러한 차이는 자연 환경에 의해 색채 선호가 영향을 받는다는 생태적 유의성 이론(ecological valence theory)의 내용을 뒷받침하는데, 미디어 연구로 한정하면, 이 결과는 영상 콘텐츠의 표적 수용자층에 맞는 영상 제작 방식이 더욱 더 높은 소구력을 가질 수 있다는 점을 의미한다. 본 연구는 영상 드라마 분석에 디지털 영상 처리 기법을 활용하여 색채를 수치화하여 비교하였다는 의의를 지니고 있으며, 앞으로 디지털 영상 분석 방법론에도 기여할 것으로 기대된다.

핵심어 : 민코프스키 거리, 문화간 색채 비교, 생태적 유의성 이론, 색채 선호, 명도-채도 대비