

# 360 VR기반 속초 소개 영상 제작

이준영\* · 임소연 · 박철우 · 이영우

부산가톨릭대학교

## 360 VR-based Sokcho Introduction Video Production

Jun-yeong Lee\* · So-Yeon Im · Cheol-woo Park · Young-woo-Lee

Catholic University of Pusan

E-mail : iknon1212@gmail.com / dlathdusdbf@naver.com / cwpark@cup.ac.kr / ywlee@cup.ac.kr

### 요 약

본 영상은 새롭게 등장한 차세대 미디어 360 VR을 기반으로 한다. 기술의 발전으로 디지털 콘텐츠가 발달하고, 코로나 팬데믹 비대면 시대가 열리면서 사람들은 직접 가지 않고 즐길 수 있는 콘텐츠를 찾게 되었다. 360 VR은 현장에 직접 가지 않아도 현장에 간 것처럼 입체감 있게 콘텐츠를 즐길 수 있는 차세대 미디어다. 이를 활용하여 효과적으로 지역 홍보 영상을 만드는 것에 대한 연구를 하고자한다.

### ABSTRACT

This video is based on the newly emerged next-generation Media 360 VR. With the development of technology, digital content has developed and the opening of the COVID-19 pandemic untact era, people have found content that they can enjoy without going directly. 360 VR is a next-generation media that allows users to enjoy content in a three-dimensional manner as if they went to the site without having to go to the site. Using this, we would like to study the effective creation of local promotional videos.

### 키워드

VR, Video, Produ\*\*ction, Local, Untact

### 1. 서 론

정보통신 기술이 발전으로 360 VR이라는 새로운 미디어 콘텐츠가 등장했고, COVID-19로 인한 팬데믹으로 비대면 사회가 시작되었다. 발달된 정보통신기술로 인해 멀리 떨어진 곳에서도 서로를 보며 실시간 소통하는 것이 가능해졌고, 다양한 미디어가 새롭게 등장하게 했기에 언택트 시스템은 우리 사회에서 빠르게 자리를 잡게 되었다. 비대면 사회가 시작되면서 직접 가지 않고 즐길 수 있는 콘텐츠에 대한 수요가 급격히 증가했다. 하지만 팬데믹을 겪은 우리 사회에서 사람들의 이동은 줄어들었고 지역을 방문하는 인구는 줄어들게 되었다. 지역 인구 유입을 위해서는 지역에 대한 홍보활동이 필요하다[1].

각 지역에서는 지역 활성화와 인구 유입을 위한 노력을 하고 있다. 각종 축제 및 행사를 열고 홍보 활동을 하는 등의 활동이 지역에 사람들이 오게 하기 위한 활동이다. 지금은 언제 어디서나 콘텐츠를 즐길 수 있는 시대가 되었고 우리는 이러한 것들을 적극적으로 이용할 필요가 있다. 앞서 말했듯이 정보통신기술이 발전하며 지금은 언제 어디서나 콘텐츠를 즐길 수 있는 시대가 되었고, 4차산업 혁명이 진행되면서 새로운 미디어 콘텐츠로 가상 현실 'VR(Virtual Reality)'이 등장했다. 우리는 이러한 것들을 적극적으로 이용할 필요가 있다. 또한 우리는 코로나 팬데믹으로 인한 언택트 사회를 살아가고 있다. 본 연구는 현장에 직접 가지 않아도 입체감 있게 콘텐츠를 즐길 수 있는 미디어인 360 VR을 기반으로 속초 소개 영상을 제작하여 속초의 특징과 매력을 입체적으로 느낄 수 있게 하고자 한다[2][3].

\* speaker

## II. 소개 장소 선정과 영상제작

### 2. 360 VR영상 제작

#### 1. 장소 선정과 촬영



[그림 1] 360 VR 촬영에 사용된 고프로 카메라



[그림 3] 속초 청초호 호수공원 360VR 촬영사진



[그림 4] 속초 아바이마을 360VR 촬영사진



[그림 2] 아바이마을에서 360VR 촬영을 준비하는 모습



[그림 5] 속초시립박물관 문화촌 360VR 촬영사진



[그림 6] 속초엑스포타워 360VR 촬영사진

본 연구는 360 VR을 기반의 영상으로 입체감있게 지역을 소개하기 위해 다른 지역과 다른 특징과 매력을 가진 지역을 탐색했다. 강원도의 대표적인 도시 중 하나인 속초를 소개할 지역으로 선택했으며, 어떤 장소가 속초의 매력을 잘 보여줄지에 대해 고민하며 장소를 선택했다. 속초에는 청초호, 시립박물관의 문화촌, 아바이마을 등 속초의 특색이 담겨있는 장소를 찾을 수 있었다. 360 VR 촬영법은 특별한 장비가 없어도 360 촬영을 진행하는 카메라만 있으면 촬영이 가능하다. 본 연구에서는 고프로 카메라를 사용하여 360 VR 촬영을 진행했다.



[그림 7] 속초시립박물관 전시관 360VR 촬영사진

[그림 3~7]은 고프로 카메라의 360촬영 기능으로 촬영한 영상의 일부다. 360 VR 영상은 사진으로 보면 위 사진처럼 양쪽이 볼록 튀어나와 있다. [그림 2]는 아비마을에서 고프로 카메라를 사용하여 360 VR 영상 촬영을 준비하는 모습이다. [그림 2]에 나온 것처럼 별도의 특수장비 없이 360 촬영을 지원하는 카메라 하나만 있으면 360 촬영이 가능하다. 본 연구에서는 Unity를 사용하여 제작을 진행했다. Unity는 게임 엔진으로 나온 프로그램이지만 최근에는 VR 콘텐츠 개발에도 많이 쓰이고 있는 프로그램이다. [그림3~7] 모두 고프로 카메라와 삼각대를 사용해서 촬영했다. 그림 속 장소는 모두 속초의 대표적인 장소며, VR을 통해서 해당 장소에 방문한 것처럼 체험할 수 있도록 제작되었다.

## VI. 결 론

대중적으로 가장 인기있는 미디어 콘텐츠는 누가 뭐라해도 ‘영상’이다. 4차산업혁명이 진행되면서 등장한 새로운 미디어 콘텐츠인 360 VR을 기반으로 속초 소개영상을 만들어 속초가 가지고 있는 매력을 기존의 2D 영상 보다 입체적으로 느끼게 할 수 있게 했다. 물론 VR기술은 아직 물리적인 구현이 부족하고 촉각을 구현하지 못했기에 실감에 있어 부족한 점이 있다. 하지만 시각적인 입체감은 기존의 2D영상보다 더 크게 느낄 수 있다. 영화나 방송에서 아름다운 장소를 보게 되면 저런 곳에 가보고 싶다는 생각이 든다. 실재로 드라마나 영화 촬영지는 관광코스로 활용되고 있기도 하다. 360 VR을 기반으로 지역 소개 영상을 만든다면 2D영상보다 더 큰 시각적 입체감을 주면서 속초가 가진 매력을 보다 입체적으로 느끼게 할 수 있고, 360 VR에서 느끼지 못했던 촉각을 직접 느끼기 위해 지역을 찾아오게 될 것이다. 이렇게 관광객이 유입되면서 지역 경제가 더 활발해지는 효과를 기대할 수 있다.

## ACKNOWLEDGEMENTS

이 논문은 부산인재평생교육진흥원 2022년도 지역사회상생·협력 지원사업의 지원으로 연구되었음

## References

- [1] Kun-Woo Yoo, Kyunghwa Hwang, Ohbyung K, “The Effects of VR-based Cultural Heritage Experience on Visit Intention”, The Journal of Society for e-Business Studies Vol. 26, No. 2, pp. 95-122, May 2021
- [2] Gum-Young Lee, “Visualization Methods for 360° VR Images -Focused on Domestic Online Exhibitions” The authority of the study of cartoons, No. 66, pp. 307-332, March. 2022.
- [3] Ikheui Lee, “A Study of Reality Effects on 360 Degree Virtual Reality : Focusing on Talk Show VR’s Presence & Impressive Effect”, The Korean Society of Science & Art, Vol. 31, pp. 293-303, Dec 2017