

신인상주의에 나타난 색채 이미지에 관한 연구

A Study on Color Image represented in Neo-Impressionism

정재윤, 이해주
중앙대학교 생활과학대학
의류직물학과

Chung Jae-Yoon, Lee Hye-Joo
Dept. of Clothing & Textile, College of Human Ecology,
CHUNG-ANG UNIVERSITY

Keywords: impressionism, color, image

1. 서론

1-1 연구의 목적

디자인 상품에 나타나는 미적 표현은 그 시대의 문화예술과 함께 미적 가치를 함축하고 있다고 할 수 있다. 예술가들은 동시대의 정치, 경제, 문화적 상황을 대변하는 역할을 하고 있는데, 이들의 작품에 표현되는 형태와 색채는 작가의 의지와 함께 시대적 느낌을 반영하는 요소를 내포하고 있다. 이는 디자인 분야에도 영향을 주게 되며 형태와 색채의 반영은 상품의 시대적 이미지를 전달하는 요소로 작용하고 있다. 현대 사회에서 경제 문화의 성장과 함께 정보매체의 발달로 인한 디자인 상품에 대한 소비자의 다양한 요구는 증가되고 있으며 아름다움을 기본으로 하는 실용성과 경제성만이 아니라 개성부여라는 가치에 큰 비중을 두게 된다. 따라서 소비자들의 욕구충족과 제품의 판매증대를 위하여 관련 디자이너들은 다양한 소재와 주제를 응용한 디자인 개발에 노력하고 있다. 특히 제품의 디자인 기획에서 색채는 상품이미지의 중요한 요소로 개인의 기호, 개성, 문화적 배경 등을 암시하며, 적절한 색채이미지 계획은 제품의 고부가가치를 창출하고 구매의 중요한 선택기준으로 소비자의 만족과 기업의 이익 증대에 기여를 하게 된다. 이에 본 연구는 디자인 상품의 색채이미지 계획의 한 예로서 현대 디자인에 자주 사용되는 주제 중 하나인 예술사조를 선택하여 색채 이미지 계획의 방법론을 실행하고자 하였다.

1-2 연구의 방법 및 범위

본 연구는 문헌적 연구와 실증적 연구로 병행되었는데 연구대상의 선정은 현대미술의 기초라 할 수 있는 인상주의 중 신인상주의를 선택하여 색채 이미지 분석을 시도하였다. 대표적 작가를 쇠라로 한정하여 시대적 색채 이미지를 동시대 작가의 작품에서 분석을 하였다. 이론적 연구로 색채 이미지에 관해 문헌을 중심으로 정리하였으며 인상주의의 배경과 전개에 대하여 고찰하였다.

작품의 분석방법으로는 작품에서 연상되는 이미지 단어를 추출하여 의미분법에 의한 언어 이미지 스케일을 하였고 컴퓨터를 활용한 작품의 색채분석과 칼라 이미지 스케일의 방법론을 실행하였다.

2. 색채 이미지와 인상주의

2-1 색채와 이미지의 일반적 개념

색채는 색상, 명도, 채도로 나타낼 수 있는 모든 사물의 성질이며 이 3가지 특성에 의하여 정확히 구분될 수 있다. 일반적으로 색은 무채색과 유채색으로 구분되는데 흰색, 회색, 검정색 등과 같이 색상이나 채도가 없는 색을 무채색이라 하며 그 외의 색을 무채색이라 한다. 기능적으로는 인간이 색을 인식하는데 영향을 미칠 뿐 아니라 조화나 감정 등의 미적 효과를 발휘하는 기능을 가지고 있다. 색은 표현 방법에 따라 운동감이나 거리, 무게, 크기 등의 느낌이 각각 다르며 색채의 조화에 따라 다양한 색채감정을 가질 수 있는 것이다. 색은 정의된 것보다 다양하고 복잡하며 미학적, 심리적인 반응을 포함하여 예술, 유행, 상업 및 물리적인 감성까지도 영향을 미친다.

이미지는 일반적으로 마음속에 그려진 모습이라 할 수 있으며 형상, 영상, 심상 등 여러 가지로 번역되며 넓은 모습이라는 뜻으로 눈에 보이는 어떤 대상이 재현되어 보이는 것을 뜻한다. 심리학적 용어로는 시각 또는 다른 감각에 의해서 지각되는 대상에 관하여 마음속에 떠오르는 표상을 가리키며 심상이라는 말로 쓰인다. 또한 지각되지 않는 것이라 할지라도 정신적인 작용에 의해 구성되는 구체적인 표상을 이미지라고 할 수 있으며, 지각, 심상, 상상 모든 것을 포함한 감각적인 사물의 형상을 이미지라고 할 수도 있다.

2-2 시대적 배경

영국의 산업혁명에 뒤이어 19세기 후반 프랑스 및 독일도 본격적인 산업기에 들어감에 따라 기계의 발명과 대량생산된 값싼 상품들은 이 당시 유럽의 생활양상을 급속도로 변형시킨다.

19세기 후반 프랑스는 1871년의 보불전쟁의 종결을 기점으로 공화정이 시작되면서 정치적으로는 상당히 안정되었으나 내부적인 사회불안이 조성되었다.

또한 자연과학의 기술적 진보와 내적 위기감은 생활양식에 있어서 유행의 변화를 가속화하였다.

이러한 사회적 배경 속에서 인상주의와 심미주의적 경향들이 부활하였으며 도시생활의 다양한 변화는 예술에 있어서 예민한 감수성을 유발한다. 이에 따라 인상주의자들은 현실을 결정된 상태가 아니라 움직이는 과정임을 강조하려 하였고 그러한 세계관을 표현하기 위해서 모든 예술적 기법을 동원한다. 즉 19세기의 자연과학의 발전과 함께 학문의 대부분이 경험주의적이고 실증주의적인 경향을 가지면서 예술 또한 고전주의 예술관을 벗어나 새로운 방향을 모색하게 되었고 여기서 인상주의 미술이 발전하게 된다. 인상주의 미술은 유럽회화의 주류를 이룬 근대회화운동으로서 프랑스에서 당시에 전위적인 화가였던 모네를 중심으로 인상주의와 신인상주의에 연이어 세잔느의 후기 인상주의로 이어지는 외광파 화가들에 의해 성립된다.

2-3 인상주의 전개와 특징

19세기 과학은 사진기와 튜브 물감의 발달로 화가들에게 초상화로부터 벗어난 순수한 감정을 위한 미술을 시도하게 하였고, 풍경화의 발달을 가져왔다. 이는 자연에 대한 새로운 시각을 가지고 인상주의로 연결되는데 빛의 광채, 색의 밝음 그리고 순수함을 강조한 것으로 당시의 회화에 있어서 매우 획기적인 것이었다. 인상주의는 일반적으로 인상주의, 신인상주의, 후기인상주의로 나뉘며 이 중에서 과학적 인상주의로 분류되는 신인상주의는 색채학을 기본으로 실험적인 작품을 표현한다. 인상주의 작가들은 전시대와는 다른 변화를 시도하였는데, 여기에는 색채, 구도 법, 주제 등에 나타난 여러 가지 특징이 포함된다. 특히 신인상주의는 인상파가 경시했던 화면 구성이나 형태의 질서를 다시 정밀하게 보충 확보했다는 데 그 의미가 있다. 신인상주의는 인상주의의 경험적 특성을 계승하면서 색채이론과 광학이론을 도입하여 인상주의회화의 과학과 이론화를 추구하였다. 대표적 작가로 쇠라는 앙그르와 세브러얼의 영향을 받아 색의 선명도를 높이기 위해 색채혼합에 의한 점묘법을 사용하였다. 이는 고유색이 있다는 종래의 사고방식을 타파하고 빛이 물질에 반사되어 눈에 들어올 때 색이 보인다는 이론을 이해하며 야외제작에 의한 실험적 결과로 점묘법에 있어 색채 병치 혼합의 원리를 실행한 것이다. 구도 법에 있어서는 사진의 영향으로 네모난 틀로 시야를 잘라내는 식으로 대담한 구도가 가능하게 되었다는 측면과 대상을 순간적으로 포착하는 발상이 영향을 끼친다. 주제의 선택에서는 전시대의 사실주의 화가들과 마찬가지로 종교화, 신화화, 역사화에서 벗어나게 되었고 풍속과 초상, 정물 등의 시민적 소재와 주제의 혼한 풍경 등을 주제로 채택하였다.

3. 결론

본 연구에서 분석하고자 한 인상주의의 색채 이미지는 색

채의 배색에서 구분하였는데 이는 2가지 이상의 구성된 색채가 조화를 이루어 미적 효과가 여러 양상으로 나타나는 것을 말한다.

조화를 이룬 배색의 미적 효과는 일정한 아름다움을 가져다 주는 색채감정과 관계가 있으며 작가의 감성과 시각적 표현을 효과적으로 표현하는 것이다. 작가들의 색채 사용은 주제를 바라보고 표현하는 행위에서 나타나며 작가의 심상과 함께 색채의 배색으로 나타난다. 이는 동시대에 느끼는 작가의 감정이 그림의 색채에서 표출되는 것이라 할 수 있다. 실증적 연구의 분석 결과로 인상주의 작품에서 이미지가 연상되는 중심 단어는 온순한, 부드러운, 신선한, 소박한으로 요약되며 언어 이미지 스케일에 의한 분석으로 Romantic 이미지 군과 Natural 이미지 군에 해당하는 것이 가장 많았다. 그 외 Clear, Elegant 이미지 군이 속하는 것으로 나타났다. 색채 분석의 결과로 색상은 Yellow-red, Blue, Green에 집중되었고 톤은 Light 톤을 중심으로 전체적으로 밝은 톤으로 구성되어 있다. 시각적 표현에 의한 색채 이미지는 Natural 군과 Elegant 군이 가장 강하게 나타났으며 Clear, Romantic 이미지 군에 포함된다.

이미지 색채 계획은 일본 색채 디자인 연구소에서 제시한 방법론으로 소비자의 요구가 무엇인지 알고 그러한 요구를 유발시키는 주변 상황 등의 환경적 요인이 무엇인지를 파악하는 것이다. 이는 색채가 소비자에게 주는 심리적 반응 이미지를 의도적으로 계획, 유도해 나감으로서 그 제품이 시장에서의 성공확률을 높이도록 하는 것이다.

본 연구의 주제인 신인상주의에 나타나는 색채 이미지에 관한 연구는 시대가 느끼는 감성의 색채를 동시대의 작가의 작품에서 분석하여 색채를 제안하는 작업으로 감성적 이미지를 객관적 자료로 바꾸어 디자인 계획에 활용하는 방법론을 제시하였다.