

눈의 감정표출과 의미작용에 관한 연구

- 영화 포스터를 중심으로

The transmission and feeling expression of the eyes - about movie poster

이창훈

전북대학교 산업디자인학과

정성환

전북대학교 산업디자인학과

• Key words: feeling, transmission, movie, poster

Lee, Chang-Hun

Dept. of Industrial Design, Chonbuk National. Univ.

Jung, Sung-Hwan

Dept. of Industrial Design, Chonbuk National. Univ.

1. 서론

연구 배경 및 목적

제 7의 예술인 영화 매체의 홍보수단으로서의 포스터는 중요하다. 등장인물의 눈으로 감정과 극적 요소를 느낄 수 있도록 디자인되기도 한다. 하지만 인체의 상징성, 언어성 등의 연구와 함께 특히 눈의 언어성과 상징성 연구는 활발하다고 할 수 없다. 본 연구는 포스터라는 매체에 사용된 기호로서의 눈이 어떤 의미작용을 유발시킬 수 있는지를 규명하는 것이 이 연구의 목적이다.

이를 위한 연구 방법으로 이론적 고찰을 통해 감정과 기호작용, 의미작용에 대해서 먼저 연구하고 얼굴의 표정 중에서 눈이 성격과 감정을 표출하는 중요한 매개체 이므로 포스터에 표출된 눈과 시선을 분석하고 어떤 상징성의 의미가 있다면 시각언어를 구성할때의 특성을 규명하고 구체적으로 어떻게 의미작용을 유발시키기를 연구한다.

2. 이론적 고찰

눈

빛의 강약 및 파장을 감지하는 기관으로, 단순히 명암만을 감지하는 것에서부터 빛의 방향을 알아내는 것, 또한 물체의 상(像)을 인지할 수 있는 것까지 3단계가 있다.

시선

바라보는 형상. 외계의 광점과 눈의 결합점을 잇는 직선을 말한다.

감정

기분, 심정, 즉 사물을 대할 때 느끼는 쾌감이나 불쾌함을 주로 한 희노애락의 정을 말한다. 주관적인 의식 작용으로서 생리적인 것을 포함한다. 감각은 오관에 느껴지는바 순수한 생리적인 것이지만, 감정은 그것에 의해 야기된 마음의 움직임으로써 사람에 의해 여러 가지 차이를 찾아볼 수 있다.

2-1 기호와 의미작용, 기호작용

기호

‘어떤 관계나 명목하에, 어느누구를 위한 어떤 것을 대신하는 그 무엇’¹⁾ 기호는 기표(記表)와 기의(記意) 그리고 기호 자체

로 구성된다.

기호 = 신호 + 상징

상대방에게 특정한 반응을 요구하거나 지시하는 것에 불과한 것 과 그 자체가 다소나마 복잡한 의미를 나타내는 것이 있다. 전자는 신호 또는 지시(signal), 후자는 상징(symbol)이라 하여 구별하는데, 양자를 일괄해서 기호(sign)라 하기도 한다. 언어는 기호가 고도로 발달된 시스템이다.

의미작용

인간들은 기호의 종류인 문자를 포함한 상징(symbol)과 도상(icon), 지표(index)로써 자기의 생각을 표현하고, 다른 사람의 생각을 읽으며, 서로 의사를 소통한다. 여기서 자기 생각을 표현하거나 다른 사람의 생각을 읽어 내는 행위

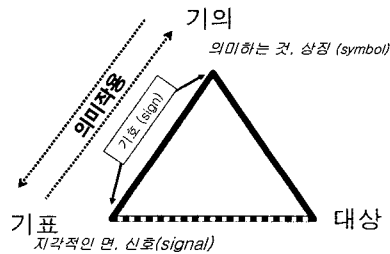


그림1) 기호와 의미작용

기호작용

의미작용과 기호를 통해 서로 메시지를 주고 받는 행위. 기호가 일으키는 기호 수신자의 심리적, 육체적 상태

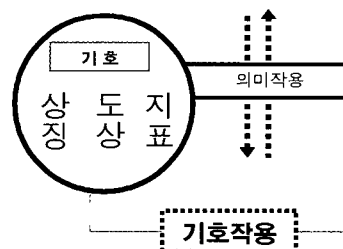


그림2) 기호와 기호작용

1) Umberto eco, 서우석譯, 記號學理論, 서울: 文學과 知性社, 1985,

2-2 시각 커뮤니케이션 과정

기호화과정(encoding)을 거친 포스터를 제시하면 그것이 관객(보는 이)에 의해 의미 있는 기호로 해석될(decoding)으로써 완성된다. 노이즈(noise)는 제작자에 의해 의도되지 않은 신호로 정의 된다

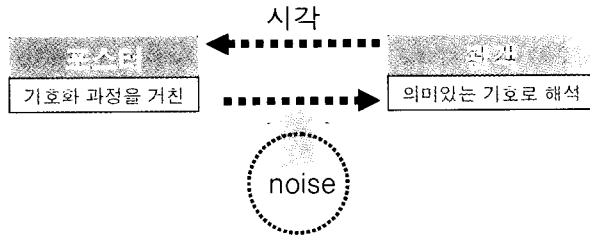


그림3) 시각 커뮤니케이션 과정

2-3 시각의 응시

응시 행동은 긴장에서 긴장감소로의 운동이라고 할 수 있다. 자극은 불규칙하게 시야에 들어오며 시야의 중심을 낮선 중심과 대립시킨다. 침입하는 외계와 내부세계의 질서 간의 이 갈등이 긴장을 초래한다. 외부세계가 가진 질서의 적절한 내용이 이제 내부세계로의 중심에 위치한다.

3. 포스터에 표출된 눈의 의미

본 연구는 포스터 상에서의 비주얼부분에서의 표출된 눈을 분석을 한 후 이에 눈의 형식을 통해 포스터에서 나타내고자 의미와 상징성에 대해 연구를 하였다. 이에 몇 가지의 특성을 발견할 수 있었는데 아래와 같다.

1)일부 - a part

일부는 전체의 한 부분 이라는 뜻으로 포스터에서 눈의 한부분만을 보여줌으로써 긴장감을 증폭시키고 있다.



그림4) 일부의 예

2)생략 - omission

뺨, 약식으로 줄이는 것을 말하는데 눈의 형상을 생략함으로써 포스터에서 표현하고자 하는 의미를 전달하고 있다.



그림5) 생략의 예

3)반복 - repetition

되풀이함. 같은 동작을 여러 번 반복하다 라고 하는데 시선을 여러개 보여줌으로써 표현하고자 하는 의미를 강조 하였다.



그림6) 반복의 예

4)숨김 - hide

숨게 하다. 드러나지 않게 하다. 라는 뜻으로 선글라스등으로 눈의 형상을 숨기는 표현 방법이다



그림7) 숨김의 예

5)투영 - a cast shadow

어떤 물체의 그림자를 비춤, 속까지 환히 비치어 보이는 투영은 눈의 눈동자에 어떤 장면이나 형상을 비추게 하여 포스터에서 표현하고자 하는 의미를 나타내고 있다.



그림8) 투영의 예

4. 결론 및 향후 연구과제

포스터에 표출된 의미작용과 상징성의 체계적이고 실증적인 연구가 필요할 것이며 본 연구를 통해 영화 포스터, 음악 CD 타이틀 등의 시각적 이미지의 눈의 상징적인 의미구축이 가능해질 것으로 기대된다. 아울러 현재 광고 분야에서의 활용도 가능할 것으로 기대 된다.

참고문헌

- Umberto eco, 서우석 역, 기호학 이론, 서울: 문학과 지성사, 1985
- 김경용, 기호학이란 무엇인가, 민음사 1994.5
- 기 고티에, 유지나; 김혜련 공역, 영상기호학, 민음사 1997.2
- 로스 벅, 전환성; 조전근 공역, 감성과 커뮤니케이션, 나남신서 2000. 6
- 송도익, 예술로서의 영화, 열화당 1982.8
- 루돌프 아르하임, 김정오 역, 시각적사고, 이대출판부1982.4
- 권오경, 김희은, 나영주, 패션과 감성과학, 교문사 2000.10
- 김금란, 심리테스트에서 일러스트레이션의 기능에 따른 코드 분석, 전북대 대학원 석사논문 2002.8
- 김영순, 윤봉식, 감성광고와 소비자 생리반응, 한국감성과학회지 2001.12

본 연구는 전북대학교 산업디자인 개발연구소의 지원을 받아 연구 되었습니다.