

애니메이션 배경색채에 대한 기호학적 연구

Study on semiotics of the animation background color

김재호

부산대학교 영상정보공학과

정현선

부산대학교 영상정보공학과

정미강

부산대학교 영상정보공학과

• Key words: background color, semiotics, experience process of color

Kim, Jae-Ho

Dept. of Image Information Engineering| Design, PNU

Jung, Hyun-Sun

Dept. of Image Information Engineering| Design, PNU

Chung, Mi-Kang

Dept. of Image Information Engineering| Design, PNU

1. 서론

색에 대한 자극은 심리적인 면과 연관되어 있으며 생각과 인식을 동시에 활성화시키는 감각이 될 수 있다.

색의 이러한 심리적인 성질을 애니메이션의 색채에도 적용시킬 수 있다. 애니메이션은 각각의 오브젝트를 뿐만 아니라 다른 영상 예술에서 조명으로 표현되는 부분까지 색으로 표현해야만 하는 특징을 지니고 있으므로 색채라는 부분이 얼마나 커다란 중요성을 가지고 있는지 알 수 있다.

이에 본 연구는 2D 애니메이션의 색채, 특히 배경의 색채를 중점적으로 다루고자 한다. 배경의 색채는 캐릭터의 색채만큼 주목 받고 있지는 못하지만 캐릭터가 활동하는 공간인 만큼 그 연출에 따라 캐릭터의 분위기와 플롯의 구조에 큰 영향을 미칠 수 있는 중요한 요소라고 할 수 있다.

2. 색 경험 피라미드

색을 인식한다는 것은 체험한다는 의미가 된다. 프랑크는 색의 체험에 영향을 주는 6개의 관련 요소를 가정해 보았다.

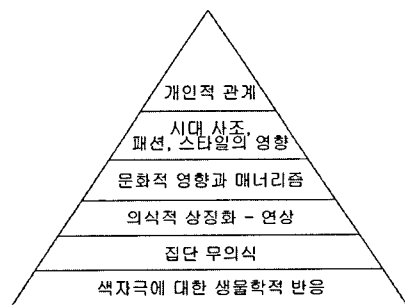


그림 1. 색경험 피라미드 (프랑크 H. 만케, 1990)

①필수적인 생물 반응은 동물이 생물학적으로 색채 신호에 반응을 보이는 것이다. 예를 들어 우리는 색을 통하여 식용인지 그렇지 않은 지를 가려낼 수 있으며 계절의 변화를 알게 된다. ②집단 무의식은 인간이 수백만년동안 축적된 경험과 지식들이 유전적으로 두뇌에 저장되어 무의식적으로 반응하게 되는 것을 말한다. ③의식적 상징화는 색을 보고 의식적으로 어떤 것을 연상해 내거나 상징으로 연결시키는 것을 말한다. ④문화적 영향과 매너리즘 단계는 3단계와 같은 반응이나 이것이 특정 문화, 단체, 지방의 특색에 따라 달라지는 것을 말한다. ⑤시대사조, 패션, 스타일의 영향은 시대와 유행에 따라

색의 사용빈도와 연상작용이 달라지는 것을 설명하는 단계이다. ⑥개인적 관계는 특정 색에 대한 개인적인 선호도이다.

3. 색채에 따른 애니메이션의 배경 분류

본 연구는 애니메이션의 배경 색채의 효과적인 분류를 위해 색 경험 피라미드를 다음과 같은 두 단계로 나누었다.

①필수적인 생물 반응 ②집단 무의식은 색을 보고 인간이 무의식적으로 정보를 얻고 반응하는 단계로서 단순 인지반응만을 보이는 1차 단계로, ③의식적 상징화 ④문화적 영향과 매너리즘 ⑤시대사조, 패션, 스타일의 영향은 1차 반응 후 의식적으로 어떠한 연상을 하게 되는 2차 단계로 분류하기로 한다. ⑥개인적 관계는 개인의 취향에 관련되므로 제외한다.

여기에 따라 애니메이션의 배경 색채는 다음과 같이 분류 가능하다.

i) 1차 단계의 배경 색채

ii) 2차 단계의 배경 색채

- 공간의 연출을 위한 색채

- 캐릭터의 연출을 위한 색채

i) 1차 단계의 배경 색채는 인간이 무의식적으로 반응하는 1차적 인지반응에 해당되는 색채이다. 따라서 이 색채는 자연광 속에서 나타나는 그대로를 반영한다. 배경 색채의 1차적 기능의 경우 가장 중요한 기능은 시간의 인지이다. 배경색채가 푸르고 밝으면 관객은 현재 설정이 낮이라는 사실을 무의식적으로 인지하게 되고 어두울 경우는 밤이 되었다는 사실을 인지하게 된다. 붉게 표현되었을 때는 노을이 지는 저녁 시간 때임을 짐작할 수 있도록 하는데 효과적이다.

ii) 2차 단계의 배경 색채 - 공간의 연출을 위한 색채의 경우는 인위적인 색채 연출이 가미된 경우이다. 이야기의 플롯을 효과적으로 연출하기 위해서 특정한 연상작용이 가능한 색채를 이용하는 경우로서 실제 자연광의 색채에서는 볼 수 없는 특수한 색채들이 사용되며, 관객들이 이러한 색채를 통하여 느끼게 되는 연상 작용과 감정 반응들이 영상에 개입됨으로써 사건을 더욱 드라마틱하게 구성하게 된다.

ii) 2차 단계의 배경 색채 - 캐릭터의 연출을 위한 색채의 경우도 인위적인 색채 연출이 가미된 경우이다. 이야기를 이끌어 가는 핵심적인 요소인 캐릭터들의 주무대가 되는 배경은 캐릭터가 가지는 고유한 성격을 부각시키기 위하여 인위적으로 연출되는 경우가 많다.

4. 애니메이션 배경 색채의 기호학적 분석

애니메이션과 관객 간의 효과적인 시각적 커뮤니케이션 작용을 위해서 색채의 기호로서의 기능과 그 기호에 의해 인간이 느끼게 되는 의미작용을 분석할 필요가 있다. 이 필요성을 위해 본 연구가 분석에 적용할 이론은 바르트의 기호학 이론이다. 프랑스의 기호학자 롤랑 바르트는 기호의 의미작용 과정을 다음과 같이 분석하였다.

[표 2-1] 기호의 의미작용 과정 (바르트)

의미작용			
1차적 의미작용 외연적·지시적 의미 (Denotation)	1. 기표 (Signifier)	2. 기의 (Signified)	
	3. 기호 (Sign)		
2차적 의미작용 내포적·함축적 의미 (Connotation)	I. 기표 (Signifier)		II. 기의 (Signified)
	III. 기호 (Sign)		

본 연구는 앞에서 분류한 1차 단계와 2차 단계의 배경 색채들이 어떠한 기호작용을 할 수 있는지 알아보기 위해 색채의 체험 단계를 바르트의 기호 의미작용에 대입할 것이다.

색채의 체험단계는 각각 시각-인지-연상-감정의 네 단계로 구분하였다. 시각 단계는 배경의 시각적 자극 자체를 말한다. 기호학적으로는 1차적 기표단계와 같다. 인지 단계는 시각적 자극을 통해 얻는 무의식적이고 객관적인 정보를 뜻한다. 기호학적으로는 1차적 기의에 해당한다. 연상 단계는 인지 단계를 토대로 인간이 의식적으로 연상하게 되는 단계를 말한다. 기호학적으로는 시각-인지 단계가 새로운 기표가 되어 형성시키는 2차 기의에 해당한다고 보면 된다. 그리고 감정 단계는 색채 경험자가 연상 작용으로 인해 어떠한 감정을 느끼게 되는 단계이다. 바르트는 2차 의미화 과정 체계가 또 다른 3차 의미화 과정을 낳게 된다고 보았다. 이것은 특정한 이데올로기를 수용하게 만드는 영상의 강력한 의미화 작용이다. 본 연구가 논하고자 하는 감정의 단계는 2차 의미화 과정으로 인해 발생한다는 점에서 바르트의 3차 의미화 과정과 비슷하나 특정 이데올로기를 내포하는 것은 아니다.

1차 단계의 배경 색채는 시각-인지 단계로 분석될 수 있다.

[표 2-1] 1차 단계의 배경 색채




시각	인지
	하늘이 파랗고 밝은 낮
	붉은 노을이 진 저녁
	어두운 밤

2차 단계의 배경 색채는 시각-인지-연상-감정 단계를 포함할 수 있다.

[표 2-1] 2차 단계의 배경 색채 - 공간의 연출을 위한 색채

시각	인지	연상	감정
	전쟁으로 폐허가 된 공간이 붉게 비친다.	피, 불, 죽음, 혁명	두려움
	노란 배경 속에 주인공이 밧줄을 끊는다.	분노, 절규	화가 남, 애처로움
	초록색 조명으로 뒤덮여 있다.	외계, 이질적	호기심이 생김
	보라색 조명 아래 모닥불이 불타고 사람들이 춤춘다.	신비로움, 미술의 힘	흥분됨

[표 2-1] 2차 단계의 배경 색채 - 캐릭터의 연출을 위한 색채

시각	인지	연상	감정
	동굴 안에 초록색 조명이 비친다.	특성, 공포	불신
	방 안이 어두운 보라로 가득차 있다.	허영, 죄, 사악함	거부
	어둡다	부정, 미움, 죄, 죽음	두려움

5. 결론

영상매체는 시각적 인지 기능뿐 아니라 내포된 의미의 연상작용을 통해 제공자와 관객 간의 커뮤니케이션을 위한 수단이 된다. 색채는 이러한 영상의 시각적 커뮤니케이션에 있어서 매우 중요한 요소이다.

애니메이션의 관객은 색채를 체험함으로써 시각적 정보를 받아들이며 이것의 작용으로 특정한 연상반응을 하게 되며 감정을 느끼게 된다. 그러므로 애니메이션의 색채의 사용이 효과적이라는 것은 색채가 알맞은 관객의 감정을 이끌어 낼 수 있을 때라고 볼 수 있다.

본 연구에서는 색채의 체험단계를 시각-인지-연상-감정으로 구분하고 이를 바르트의 기호학에 대입함으로써 색채의 내포적 연상 작용과 의미를 분석해 내고자 하였다. 이것을 통해 우리는 색채를 이용하여 좀 더 효과적으로 관객과 커뮤니케이션할 수 있는 방법을 제시할 수 있게 될 것이다.

참고문헌

- 윤봉식, 신진희, 감성기호로써 만화 애니메이션의 동작에 관한 연구, 만화애니메이션연구 통권 제5호, 2001
- 신영섭, 브랜드의 문화적 관점에 관한 연구-브랜드의 기호학적 신화체계 분석과 문화적 의미미전을 중심으로, 한국광고홍보학회 2002 추계학술대회
- 프랭크 H. 만케, 색채 환경 그리고 인간의 반응, 도서출판 국제, 1999
- 루돌프 슈타이너, 색채의 본질, 출판사 물병자리, 2000