색체와 심리

가. 색채와 심리

1. 색이란 무엇인가?

- 색이란 빛(물리적 측면)이 눈(생물학적 측면)을 통해 들어와 시신경을 자극하여 뇌의 시각 중추에 전달되어 생기는 감각 기관이다.

< 색채의 지각과정 >

① 빛 → ② 물체 → ③ 시각기관 → ④ 대뇌

2. 색을 학문적 관점에 따라 달리 정의하면

1) 외적인 측면

① 물리학적 : 이성적 접근, 색의 물리학적 원인 분석, 색은 빛

② 생물학적 : 눈에서 대뇌에 이르는 신경계통에서 색을 느끼게 하는 광화학적 활동에 대한 연구

2) 내적인 측면

③ 심리학적 : 감성적, 미학적 접근, 개인이 받은 심리적 색채반응, 지각되어진 색

④ 사회학적 : 심리학적 측면의 기억을 환기시키고 가치판단을 하여 사회공동체와 대응하는 행동으로 연결되어 생겨나는 감정적 반응

⑤ 미학적 : 심리학 측면이 미적 생활 조형의 표현으로 연결되어 생겨나는 감정반응

3. 색채와 이미지

1) 연상 - 개인적 경험, 기억, 사상, 사회 문화 등의 직접적 영향으로 인한 심리적 연상.

2) 상징 - 많은 사람들이 공통된 연상을 하게 되면서 일반적이 되고, 특정한 의미로 나타나 일종의 사회적 약속 언어의 기능

3) 기억 - 구체적 대상과 관련하여 기억하는 색.

4) 기호 - 어떤 일정한 색에 대한 뚜렷한 개개인의 기호를 가진다.

4. 색채와 아동화

1) 색으로 표현되는 무의식

- 유아(4세-5세): 형태 그 자체를 그릴 수 없기 때문에

- 6세-7세: 대부분 감정 표현을 하는 그림에서 지식 표현으로 변해 간다. 즉 마음을 표현하는 우뇌 그림에서 과학 관찰화의 좌뇌 그림으로 바뀌게 된다.

2) 연령에 따른 색채 사용 변화(골롬<Golomb>과 파머<Farmer>의 관찰 연구)

3세 - 한가지 색의 비일관화된 색채 사용

4세 - 주제마다 다른 여러 색 사용. 사실적 색채 사용경향을 보임.

5세 - 모든 주제를 색채 선별 사용. 관념적 색채 사용

6~7세 - 색채가 대상의 형태보다는 사실적 표현으로 더 많이 사용.

5. 아동화에 나타난 색과 상징

1) 난색 계열

따뜻한 색을 즐겨 쓰면 일반적으로 자유롭고, 감정적 행동과 따뜻한 애정관계 또 자기 중심적 태도와 동정적, 협동적이며, 잘 적응하는 측면

- 빨강, 노랑, 주황

2) 한색계열

차가운 색을 즐겨쓰는 아동은 고도로 자기 스스로를 자제하는 형, 또는 지나칠 정도로 순응되는 경향이 있다. 비판적, 자기 주장이 강하거나, 감정을 솔직히 털어 놓지 않는 타입. 지적인 일에 흥미가 높고 이기적이며 혼자 잘 논다. 어른에 대해 관심이 적으며, 의지하지 않는 특징이 있다.

- 파랑, 녹색, 보라

3) 무채색 계열

대부분의 아동은 무채색을 즐겨 사용하지 않거나, 자신의 감정을 잘 드러내지 않은 아동들이 사용하곤 한다.

어른들에 의해 강요, 인식되었거나, 기계류는 사용할 때 주로 사용한다.

- 흰색 → 순수, 청결, 정직, 부정적 의미로는 내성적, 고집이 강하며 친구가 적은 편, 사교성이 부족하며, 두려움, 무기력, 무채색일 경우 대부분 자신이 감정을 억제하거나, 절제시키는 경우가 많다.

- 검정 → 부정적인 면은 억압, 공포, 불안, 감추고 싶은 욕구, 슬픔, 분노

긍정적인 면은 윤곽을 더 자세히 하고 싶고 눈에 띄고 싶을 때, 원했거나 중요한 것을 표현할 때 등 어둠에서 잉태를, 밤이 지나면 새벽을 암시할 수 있음

6. 색을 통한 마음의 치유

1) 색의 치유력 : 색의 표현이 인간 치유력과 깊은 관계가 있고, 색에 대한 욕구는 심리적 균형을 가지기 위한 인간의 본능

2) 색채치료 : 색을 이용한 미술치료의 일종으로 색채 활동을 통해 자유로운 미술방법을 유도해 내고 자유로운 색채의 사용을 통해 긴장이완 효과를 낳음

7. 화가 중심으로 본 색채 심리

1) 빨강의 심리 : 뭉크의 절규

2) 노랑의 심리 : 고호의 노란방

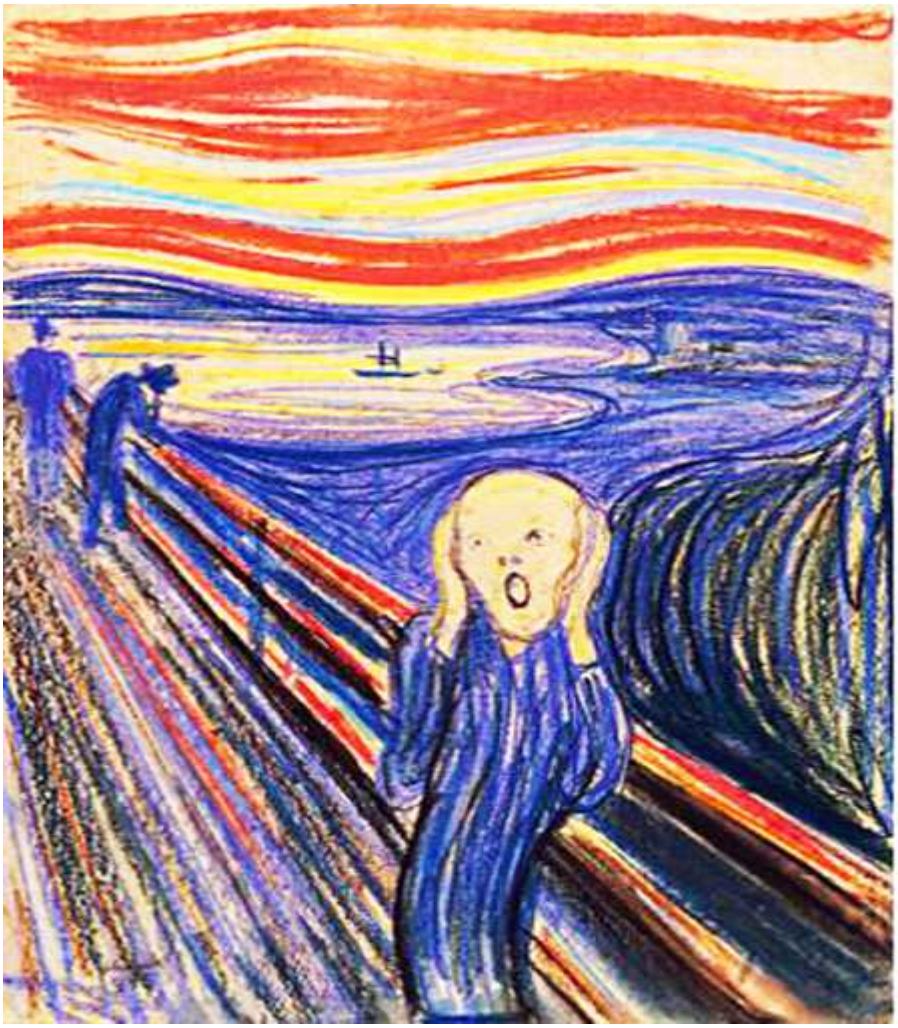
3) 초록의 심리 : 세잔의 생빅투아르산

4) 파랑의 심리 : 피카소의 자화상

5) 핑크의 심리 : 피카소, 어머니와 아들

6) 무채색의 심리 : 피카소의 게르니카

나. 뭉크 작품의 이해



1. 어린 시절 심리적 외상

1) 화가의 작품은 화가의 자화상으로 하나의 심리적 고백이라 할 수 있음

2) 미술 작품에는 화가의 어린 시절, 성장과정, 심리적 외상, 갈등, 분노, 고통, 슬픔 등이 그대로 표출됨

3) 뭉크는 어린 시절 어머니와 누이를 폐결핵으로 잃은 어두운 기억과 상실의 아픔을 죽음에 대한 불안과 공포이미지로 작품에 나타냄

2. 뭉크 작품에 나타난 색채의 심리적 의미

1) 빨강색: 자신의 내부에 흐르는 피에 대한 관심

2) 검정색: 죽음을 암시

3) 갈색: 새로운 생명 뿐만 아니라 생명을 땅속에 묻는 매장의 상징성으로 죽음의 개념과 연관됨

3. 작품을 통해 본 뭉크의 심리

1) 죽음에 대한 강박적 표현

- 작품: 죽은 어머니, 병든 아이 I, II, 병실에서의 죽음

2) 불안의 의미

- 작품: 절규, 불안

- 죽음의 불안을 느낄 때마다 더욱 열심히 작품에 매달려, 그것으로 자기를 통제하고 작품의 형태로 승화시킴

3) 사랑과 미움의 양가감정과 양면성

- 작품: 사춘기, 흡혈귀, 마돈나 I, II 등

성에 대한 이미지는 대부분이 상징적인 표현을 통해서 나타나며 성적인 요소와 불안을 동시에 연출해 성에 대한 강박관념과 상처를 표현하고 있다. 성과 사랑의 양면적인 요소를 화면에 담고 있으며 뭉크 개인 자신의 경험에 비춰 성과 사랑을 부정적으로 때로는 파괴적으로 그리고 있다.

4. 뭉크의 자화상

1) 작품: 여자의 마스크 밑의 자화상, 지옥에서의 자화상, 뼈가 있는 자화상, 포도주병이 있는 자화상, 베르겐의 자화상, 시계와 침대사이의 자화상

2) 뭉크는 자화상을 많이 그린 화가로 유명

3) 뭉크의 자화상은 자기 자신의 내면의 고백으로 삶과 죽음의 투쟁과 갈등, 공포를 나타내고 있으며 이것을 의식적으로 수용하려는 모습이 일종의 자기독백처럼 보임

5. 뭉크의 전환점(40대)

1) 죽음, 불안, 공포, 인생의 허무, 외로움들을 직면하면서 반복적으로 그림을 그리다가 죽음을 맞이함, 불안, 공포 등이 개인적 상처이긴 하지만 인간이면 누구나 가질 수 있는 일반적인 정서로 받아들이는 통찰을 하게 됨

2) 40세 이전에는 내면세계를, 이후에는 외부세계를 표현.

풍경, 죽음에 대한 불안에 집착하지 않고 자신의 세계를 관조함

6. 뭉크의 이해

1) 뭉크의 예술은 근본적으로 어린 시절 죽음에 대한 강박관념에서 출발하고 있으며 뭉크 예술에 모태가 되었다.

2) 미술은 뭉크에게 치유의 미술이자 그에게 창조적 에너지의 원천이 되었으며 어린 시절의 아픔을 극복할 수 있는 공간이 되었다.

3) 그림을 통해서 자신을 형상화하고 상징화시켰을 뿐만 아니라 그의 억압된 무의식과 의식이 만날 수 있는 계기가 되었다.

4) 오랫동안 뭉크를 괴롭히던 생과 죽음의 문제는 그림을 통해서 누구나 가질 수 있는 보편적인 정서로 받아들이게 되었다.

다. 색채심리를 통한 광고 분석



-코카콜라의 대표색 RED-

미국을 대표하는 브랜드 중 하나인 코카콜라는 빨간색을 가장 성공적으로 사용한 예이다. 색의 왕이라고도 불리는 빨간색 그 중 붉은색은 시각적인 자극으로 인해 감정을 고조시키면서 혈액순환을 활성화시키고 생리적으로도 호르몬의 분비를 지속시켜 적극적인 성향을 나타내는 색깔로 감각적이며 힘과 에너지, 생명력 그리고 흥분감을 조장한다. 코카콜라의 빨간색은 색상의 특징과 제품의 특징이 잘 부합된 대표적인 사례로, 빨간색의 강렬함은 코카콜라의 자극적인 맛을 효과적으로 표현하고 있다.

빨간색은 사람을 예민하게 하고 감정적으로 만든다. 이 광고 또한 이벤트성 광고이기 때문에 빨간 색으로 소비자의 흥미를 자극하는 역할을 하도록 한다. 또한 빨간색은 사람을 공격적 적극적 활동적으로 만들기 때문에 이 광고는 소비자들이 콜라의 자극적인 맛을 떠올리게 하고 이 이벤트에 적극적으로 참여할 수 있도록 유도하는 것이다.



- 상상의 색 파랑 -

색채 심리학자들은 일반적으로 파란색이 불안한 마음을 안정시켜 주는 색이며, 또한 편안한 분위기에 휩싸여 있는 색으로서 무정한 일상생활로부터 도피시켜 주기도 하고, 성인들에게 어린 시절의 추억을 되살려 주기도 하는 색이라고 말한다. 예로부터 우리나라에서는 입신 출세하려는 청년의 희망을 '청운의 꿈'이라 하고, 학덕이 높은 사람이나 높은 벼슬에 오른 사람을 '청운지사(靑雲之士)'라 한다. 신선들이 사는 이상향을 '청학동(靑鶴洞)'이라 하고, 또 어떤 사물에 대한 설계도나 계획을 '청사진'이란 한다. '파랑새'는 반가운 소식 또는 희망을 '청신호'는 순조로운 징조를 비유하는 말이다.

이렇듯 파란색에는 '이상향', '희망'에 대한 상상의 의미가 들어있다. 그러므로 본 광고에 사용된 파란색 또한 '상상하는 파란색'에 대한 이와 같은 긍정적 인식을 이용한 것이

라고 생각된다. 누구나 계란하면은 흰자와 노른자만 생각하기 마련이다. 하지만 상상력을 동원한 이 광고는 노란색 대신에 파란색의 이미지를 활용해 새로운 상상의 시작을 알리고 있다. 이 광고를 보는 소비자들은 파란색이 주는 느낌 그대로 편안한 마음으로 부담없이 오래 감상할 수 있을 것이다. 어쩌면 자기만의 상상의 나래를 펼치고 있을지도 모른다.



-TTL 잡지광고에서의 흰색과 녹색-

광고에서 흰색은 많이 사용된다. 특히 모델의 의상색으로 많이 사용되는데 이것은 상징하는 바가 많다. SK텔레콤의 N세대 겨냥 이동통신제품인 TTL에서는 특히 흰색의상이 많이 나온다. 흰색은 매우 밝지만 조용하고 차가운 색채에 가깝다. 많은 양의 흰색은 눈부시지만, 혼자만으로는 공허함과 무한한 가능성을 느끼게 한다. 또한 흰색은 모든 색을 포함하는 색채이므로 색의 조합에 있어서 가장 적합한 색이라고도 한다. 본 광고에서의 흰색은 아직 정체성을 확고히 잡지 못하고 갈등하는 십대와 아직 다듬어지지 않았기에 무한한 미래에 대한 가능성이 내재되어 있는 다른 특징의 십대를 상징하기 위해 쓰여졌다. 모델 임은경은 이 광고에서 옷도 옷이지만 왼쪽에서 작렬하는 자연광 같은 조명 때문에 정말 하얗게 비춰진다. 그러면서 머리카락, 눈, 눈썹은 아주 짙은 검은색으로 비춰져 정면을 응시하고 있는 모델에게 좀더 깊이 있게 빨려들게 만든다.

뒷배경으로 쓰이는 녹색은 많이 흐려져서 확실히 어떤 배경인지는 몰라서 보는 사람으로 하여금 호기심을 유발시키면서, 어떤 수풀림같은 느낌을 주어 몽환적인 분위기의 메인 비쥬얼에 현실감을 불어넣는 것 같다. 대부분의 광고에서 쓰이는 녹색은 차분함과 휴식을 유도한다. 그것은 혈압을 낮추고 모세혈관을 팽창시킨다. 초록색은 건강, 신선함과 자연의 상징으로 야채통조림, 담배제품, 특히 맨솔담배에 종종 사용된다. 또한 이것은 희망의 색채여서 수용자로 하여금 광고를 보았을 때 긍정적인 사고를 하게끔 한다. 본 광고의 녹색은 흰색의 소녀를 좀더 부각시키기 위한 전략뿐 아니라, 십대들의 특징인 밝고, 신선함을 광고 속에 묶어 나오게 하기 위함인 것 같다. 이 광고에서 재미있는 것은 처음 소녀를 봤을 때 마치 천사가 아닌가 싶게끔 삽입한 중간 좌측에 위치한 녹색배경 위에 있는 화이트다. 마치 날개와 같은 형상으로 모델의 오른쪽 어깨 부분에 조작적으로 위치시켜 천사로 연상을 하게끔 한 것 같다.