

## 흑백영상의 부분 색채화에 관한 연구

### A Study on Partially Applied Color Image in Black and White Moving Imagery

여 명, 김지홍  
동명대학교

Yeo Myoung, Kim Ji-Hong\*  
TongMyong Univ.

#### 요약

천연색을 인지하는 인간의 시각적 능력에 비해 초창기 사진이나 인쇄물에서는 흑백의 이미지로 표현되어왔고, 영화는 충천연색 영화가 나오기 전까지는 흑백필름에 의한 영화가 제작되어 왔다. 색채 재현의 욕구와 기술적 진보에 의해 컬러 잉크와 필름이 생산되었고, 인쇄매체나 사진 등은 색을 띄게 되었으며, 색채의 사용은 커다란 시각적 충격을 주었다. 그러나 과도한 색채의 사용은 과거에 비해 시각적 충격이 둔감해지는 경향을 보였지만 지금도 다양하게 사용하고 있다. 인쇄매체 및 영상 매체 등은 현란한 색채를 사용하고 있으며 컴퓨터 그래픽으로 색을 쉽게 보정할 수 있게 까지 되었다. 색채이미지의 홍수는 색채에 대한 반대적 현상인 흑백 이미지의 대두와 흑백 이미지에 부분적 색상 삽입을 가져오게 되었다. 광고와 뮤직비디오에서 시작된 이러한 시도는 영화에 이르기까지 다양하게 활용되고 있다. 즉 복고풍 적이고 시각적 차별성을 도모하여 또 다른 가성을 자극하거나 시각적 주목성을 띄도록 의도이다. 특히, CF에서 나타나는 '애니콜 광고', '딤채' 등, 영화에서는 '썬들러 리스트', '썬 시티' 등에서 나타나는 흑백영상에 부분적 컬러를 삽입함으로써 우리에게 신선한 충격을 주고 있다. 색채의 중요성에 비해 흑백에 부분 색채의 활용에 대한 연구가 미진하였다. 그러므로 본 연구는 광고와 영화에 표현되는 부분 색채이미지를 조사하고, 이를 바탕으로 흑백영상에 부분적 색채 삽입의 활용도를 연구한다. 선호도 조사를 위해 설문조사를 실시하여 획득된 데이터의 분석을 통해 흑백 영상의 부분 색채화에 대한 연구로 영상 제작과 연구에 기본적 이론을 마련한다.

#### Abstract

Though human being has ability to percept a full colored vision, the technology of early photography only can produce black and white images. For cinema filming imagery also captured mono tone with black and white, until developed a color film technology. The desire for presenting color imagery and the technique for producing film and color ink, photography and print utilize color on it with noticeable color impact to viewers. It, however, abusing full colors image each and every printed and filmed imagery, the freshness of eye catching power diminished now. On contrast, color becomes black and white or partially used for making discrepancy among full colored images. This image detected commercial and music video, and it spread to film. To use those bleached color images is for evoking a nostalgia and a visual differentiation. Especially, it can be provocative images brought to audience with that. such as "Anycall", "Dimchae" for CF, and "Schindler's list," and "Sin city" for movie. It is hard to investigate on the color studies for partially used images. Therefore, this study is to research that through CF and film, base on it, to investigate the application for this image. To collect data from survey, it will be established a basic concept for understanding the partial color applying.

## I. 서 론

### 1. 연구의 배경 및 목적

CF광고, 뮤직비디오, 영화 등을 포함한 모든 영상은 빛에 의해 만들어지는 하나의 예술이다. 벽화에서부터 시작해서 회화, 쏘마트로프, 환등기, 카메라, 활동사진, 영화 카메라 등에 이르기까지 쉽 없는 발전을 거듭해왔다. 인간의 끝없는 탐구는 여기에서 멈추지 않았다. 흑백 인쇄에서부터 컬러 인쇄, 흑백 필름에서 컬러 필름, 무성영화에서 유성영화, 흑백 영화

에서 컬러 영화, 흑백텔레비전에서 컬러텔레비전 그리고 컴퓨터 모니터를 우리 생활에 가져왔다. 인쇄 및 영상 등 모든 시각적 매체는 우리 일상생활에서 무의식적으로 받아들여질 만큼 색의 홍수 범람으로 우리들의 색 감각이 무감각해졌다. 이러한 감각을 깨우기 위해 선행 연구가 이루어져왔으며 그러한 결과 컬러영상을 탈채도화 시키거나 흑백의 모노톤에 부분색채를 삽입하는 등 다채로운 기법이 등장하였다. 본 연구의 목적은 컬러, 흑백, 부분색채로 이루어진 영상에서 높은

선호도를 가진 컬러가 있는데도 불구하고 위험요소를 안고 있는 부분색채를 사용하는지에 대한 연구와 영상 제작의 기본적 이론을 마련하는 것이다.

## 2. 연구 범위와 방법

기본적 색채 이론과 설문지 조사를 통한 인쇄매체 및 영상에서의 색채유형의 선호도와 사용이유, 제작 시 선택 유형 등을 분석하고, 인쇄매체를 시작으로 부분 색채 영상 중심으로 비교 분석할 것이다.

## II. 색 채

### 2.1 색채의 기본원리

#### 2.1.1 색의 정의

색이란 물체 혹은 물질의 특성이 아니라 빛의 특성이다. 따라서 광원이 존재해야지만 생성되는 것이다.[1] 이 빛을 프리즘에 투과시키면 7색의 빛깔로 분광되어진다. 이렇게 나뉘는 색을 가시 스펙트럼 색이라고 한다. 사물의 색은 빛이 비추지면서 사물이 가지고 있는 특성에 따라 반사되는 빛의 파장이 눈의 시신경을 통해 특정 파장이 대뇌로 전달되어 색을 지각하게 된다. 색의 인지는 사회적 학습이나 개인의 경험에 의해 달라질 뿐만 아니라 광량의 차이에 따라서도 달라진다. 빨간 사과를 빨간 색을 반사하고 나머지 색을 흡수하여 빨간 사과라고 인식되어지고, 초록 개구리는 초록을 반사하고 나머지 색을 흡수해서 초록 개구리라고 인식한다.

#### 2.1.2 색의 3요소

색의 3요소를 '색상', '명도', '채도'를 말하며 색을 구별하는 감각적 요소들이다. 1)색상이란 색 자체가 가지는 고유색을 말한다. 빨강, 파랑, 노랑, 초록 등과 같이 물체에 반사 혹은 흡수되어지는 파장의 차이로 달라지며, 색상은 유채색에 존재한다. 2)명도란 색의 밝고 어두운 정도를 말한다. 명도는 그레이스케일로 구분하며, 흑백텔레비전은 명도만으로 표현된다.[2] 3)채도란 색의 진하고 옅음을 나타내며 채도가 높으면 순색에 가깝고 채도가 낮아지면 색상을 잃게 되어 탈채도 효과를 얻을 수 있다.

## 2.2 색채의 심리

### 2.2.1 색의 상징성(Color Symbolism)

색의 상징 같은 경우는 개인이 아닌 모든 사람들이 공통된 연상 작용을 일으키는 것으로 즉, 사회적 학습에 의해 생성되는 것이다. 시대나 나라, 민족의 관습, 종교, 사회적 규범, 전

통, 가치관 등에 따라 다르게 나타난다. 예를 들면 흰 바탕에 붉은 십자가는 적십자를 나타내고, 바이올렛 같은 경우 종교에서는 성자의 참회를 상징한다. 또 다른 면을 보면 미국에서는 흰색을 순결의 의미로 혼례복으로 이용하는 반면 중국에서는 사별을 의미하여 상복에 사용되어진다. 색의 연상은 개인의 성향에 따라 달라진다. 예를 들면, 파란색을 보고 바다를 떠올리는 사람이 있는가하면, 초록을 연상하는 사람도 있다.

### 2.2 색에너지(Color energy)

색에너지란 하나의 색이 가지고 있는 미학적 힘을 말한다. 이 에너지는 (1)색상, 명도, 채도, (2)채색면적, (3)전경색과 배경색의 상대적인 콘트라스트에 따라 달라진다. 난색은 에너지가 많게 느껴지는 반면 한색일 경우에는 에너지가 작게 느껴지며 채도가 낮을수록 에너지가 작게 느껴지고 명도의 대비에 따라서도 달라진다.

#### 2.2.3 감성 표현기능(Expressive Function)

색은 간혹 우리의 느낌이나 감성을 이끌어내는데, 색의 이러한 기능을 '감성 표현기능'이라고 한다.[3]

색의 감성 표현은 색에너지와 상징적 연상 등 다양한 원리에 의해 실생활에 사용되어진다. 홍삼의 색 에너지가 강한 붉은 색 패키지는 젊음과 파워를 연상시키고, 카니발의 화려한 의상을 통해 흥분을 유발시키고, 분위기를 조성 할 수 있다.

#### 2.2.4 탈채도 효과

탈채도(Desaturation Theory)란 말 그대로 색의 채도를 낮추거나 아예 무채색으로 변환하는 것이다. 탈채도로 인해 얻어지는 효과는 화려한 색상의 이미지보다 시각적 편안함을 주며 시각적 정확한 정보를 얻기 위해 몰입하게 된다. 또한 정서적인 감성으로 내면적인 면을 더 심도 있게 바라보게 만든다.

## III. 광고와 영상

### 3.1 광고의 색채 활용

#### 3.1.1 평면적인 인쇄매체 광고

광고란 상품을 소비자에게 구매의욕을 불러일으키기 위한 하나의 매체이다. 소비자의 시선을 단번에 끌기 쉬운 방법은 컬러테크닉이다. 컬러의 역할은 시각적 주목성, 상품과 컬러의 상징적 연상과 통일성을 주을 주는 것이다. 컬러, 부분색채, 흑백 등으로 이루어져있는 것을 볼 수 있으며, 인물, 상품, 회화적 표현기법 등으로 광고되어진다. 아래의 표들은 여러 측면에서 비교, 분석을 통해 부분색채를 사용하는 이유를 도

출하기 위해 설문 조사한 것이다. 설문지 조사는 시간과 비용 등에 절약하기 위해 동명대학교 영상애니메이션학과 1학년 40명을 대상으로 2006년 10월 11일에 실시하였다. 비전공자에 대한 설문지 조사도 필요하겠지만 실질적으로 영상제작에 미칠 수 있으며 그에 맞는 지식을 갖춘 자, 즉 수용자이면서 제작자 입장에 위치한 인물들을 중심으로 조사하는 것이 더 나은 자료가 되기에 전공자에 한해 조사하였다.

[표 1] 20대 40명 대상 호감도 설문조사

표현방법	인물	제품	회화
Color	66%	38%	45%
Partial Color	26%	62%	42%
White&Black	8%	0%	13%

[표 2] 20대 40명 대상 주목성 설문조사(2006.10.11.)

표현방법	인물	제품	회화
Color	71%	38%	56%
Partial Color	26%	62%	41%
White&Black	3%	0%	3%

[표 3] 20대 40명 대상 적합장면 설문조사(2006.10.11.)

이미지	감성적	스펙터클	심리적 주목성
Color	21%	69%	10%
Partial Color	36%	21%	87%
White&Black	43%	10%	3%

[표 4] 20대 40명 대상 제작 시 선호도 설문조사.

표현방법	선호도	이유
Color	36%	시각적 화려함
Partial Color	56%	강한 인상
White&Black	8%	감성적 자극

조사 설문지 분석의 결과 색채에서 호감도 및 주목성 퍼센티지가 높은 결과를 보여 주고 있다. 그렇다면 제작 시에도 컬러의 선호도가 높을 만반에 의외로 부분색채로 제작하는 것이 56%로 선호도가 높게 나왔다. 부분색채를 사용하여 제작하는지에 대한 이유를 설문조사 결과 강한 인상과 주목성을 주기 때문에 소비자층의 시선을 단번에 끌어 당겨 상품을 광고하고 구매의욕을 불러일으킨다는 것이다.

### 3.2 영상의 색채 활용

영상매체에는 TV-CF, 뮤직비디오, 영화, 애니메이션 등이 있다. 영상매체는 인쇄매체보다 시각적, 심리적, 감각적, 상징성에 더 깊이가 있다. 영상은 인쇄매체와는 달리 움직이는 이미지와 변화하는 컬러 등에는 속도가 있다. 또한 시청자들의 몰입정도가 다르게 나타난다. 아래의 표는 앞서 설명한 설문지 중의 일부분이다.

[표 5] 영상 표현 방법에 따른 통계

	Color	Partial Color	Black & White
시각적 호감도	70%	25%	5%
감성적 장면	20%	25%	55%
스펙터클 장면	65%	35%	0%
심리적 주목성 장면	5%	80%	15%

[표 6] 제작 선호도

표현방법	선호도	이유
Color	52%	시각적 화려함
Partial Color	33%	강한 인상
White&Black	15%	감성적 자극

영화에서 컬러가 출현한 시기는 1929년이다. 이때는 미국의 경제공황으로 시민들이 힘들어하는 상황이었다.

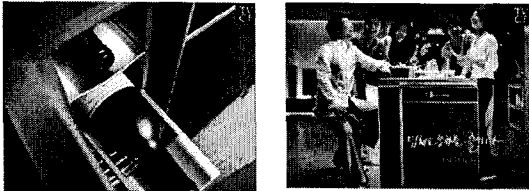
그에 맞춰 등장한 것이 빅터 플레미 감독이 제작한 영화 '오즈의 마법사'(The Wizard of Oz)이다. 흑백과 컬러 다시 흑백 구성으로 현실과 마법의 세계 그리고 현실로 돌아오는 구성으로 되어있다. 현실의 암울함에서 컬러의 마법세계처럼 컬러는 사람에게 현실의 시름을 잊게 해주는 심리 치료적 효과를 주었다. 그 이후부터 차례로 많은 컬러 영상들이 등장하게 되었다. 그리고 우리 주변에서는 색이 없는 곳이라는 곳은 없을 정도로 주변에 가득 차있고 필수불가결의 동맹을 맺고 있는 것이다. 그렇다면 70%이라는 수치는 예측 가능한 결과일 것이다. 부분 색채의 시각적 선호도는 25% 제작 할 경우에는 33%로 높아진 것을 보여주고 있다. 이것은 평준화된 컬러영상 제작에 색다른 기법 시도하기를 원하는 바가 아닌가 한다. 흑백 및 부분색채로 제작된 영상물을 시청한 비율을 조사한 결과 뮤직비디오 41%, 영화 36%, 애니메이션 10%, TV-CF 13%로 나왔다. 컬러, 부분컬러, 흑백 등 모든 색채 유형에 어울리는 영상매체로는 48%로 뮤직비디오가 선택되어졌다. 뮤직비디오에서는 실험적 영상 제작이 가능한 이유는 위험성에 의해 염려되어 선불리 건들릴 수 없어하는 다른 매체 보다 자유롭기 때문이 아닌가 한다.

## IV. 영상의 부분 색채화 사례분석

### 4.1 영상의 부분 색채

#### 4.1.1 TV-CF

김치냉장고 덤채는 붉은 색을 사용하여 럭셔리한 느낌과 세련미를 제공한다.



▶▶ 그림 1. 덤채 광고

애니콜 슬림 광고에서는 이효리의 섹시함을 핫핑크로, 전지현의 도시적이고 럭셔리함을 블루로 나타내었다.



▶▶ 그림 2. 애니콜

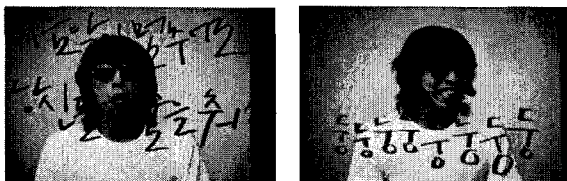
#### 4.1.2 뮤직비디오

붉은색와인과 금색 시계 등 가사에 호응할 수 있도록 도와 준다. 할리우드 드림과 같이 허무함을 나타낸다.



▶▶ 그림 3. 에리티지, Starlight

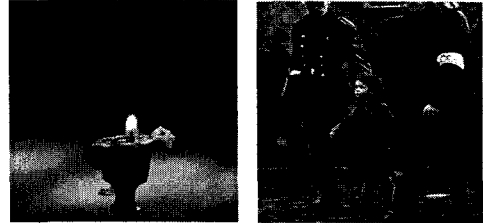
흑백영상에 가사만을 색으로 주어 음악의 리듬에 맞게 등장하여 시선을 끈다.



▶▶ 그림 4. 뜨거운 감자, 좌절금지

#### 4.1.3 영화

역사적 배경을 한 영화로써 흑백영상을 사용하였고 촛불과 어린소녀의 코트 색만을 나타내었다. 희망에 대한 의미를 지니고 있다.



▶▶ 그림 5. 선들러 리스트

이것은 썬시티의 부분을 캡처 한 것이다. 파란색은 차가운 마음을, 노랑은 광기를 나타내고 있다.



▶▶ 그림 6. 썬 시티

#### 4.1.4 애니메이션

일본애니메이션인 카라스는 붉은색을 이용하여 잔혹성을 나타내었다.



▶▶ 그림 6. 일본 애니메이션, 카라스

## 4.2 의도 및 효과

인물이나 사물을 지각하는데 있어서 색채는 외향적인 것만을 보도록 하는 경향이 있다. 반면 채도를 낮추게 되면 심리적으로 부족한 저화질의 화소를 채우려고 더 집중 하려는 경향을 나타낸다. 인간의 감성을 다루는 부분에서는 더 효과적 공감함을 얻을 수 있다. 흑백 영상에 부분적으로 색이 들어감으로 인해 시각적 주목성과 주변 색에 대한 의구심으로 더 많은 다양한 색을 상상을 하게 된다. 또한 부분색채에서 의도하는 색 배치와 인물 및 사물의 관련성을 통해 상징적 정보와 연관성을 유추할 수 있다. 단순하게는 시각적 주목성과 기존에 없는 색 감각으로 시청자들의 관심을 끌 수 있으면 복잡하게는 작가가 의도하는 심리적 반응 효과를 얻을 수 있다.

## V. 결론

설문 조사 분석 결과로 가장 선호하는 영상이 컬러, 두 번째로 선호된 것이 부분색채, 그리고 마지막이 흑백으로 나왔다. 설문 조사 과정 중에서 설문 대상을 전공자와 비전공자로 하여 비교 분석 결과를 내야하는데 전공자만을 대상으로 삼아 자료가 부족하다는 점이다. 부분색채 사용의 다양한 유형 자료가 부족하여 보이는 효과의 차이점을 보여주지 못하였다. 영상 연구와 영상 제작자들에게 본 설문조사의 결과들은 부분 색채에 대한 기본적인 자료가 되며, 선호도와 장면에 맞는 활용도 등의 정보를 제공한다. 향후 연구에서는 '프레스트빌'이라는 영화에서 보듯이 흑백 영상에서 점차 부분적으로 색이 들어가면서 마지막에는 풀 컬러로 화면이 채워지는 영상 미학적 개념의 심리적 색채 연구를 할 것이다.

### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 허버트 제틀, 영상 제작의 미학적 원리와 방법 p.86 커뮤니케이션북스, 2005.
- [2] 전계서, p.96 커뮤니케이션북스, 2005.
- [3] 전계서, p.116 커뮤니케이션북스, 2005.
- [4] 김형경, 손경애, 여화선 공저, Color Color Color, 예경, 2003.
- [5] 신중현, CF제작론, 커뮤니케이션북스, 2001.
- [6] 데이빗 클레일러,메이킹 뮤직비디오, 책과길, 서울, 1999.
- [7] 이원구, 광고꿈틀, 디자인하우스, 2000.
- [8] 나운화, 광고 커뮤니케이션 디자인, 미진사, 1997.
- [9] 정재형, N세대를 위한 새로운 영화/ 영상교육, 집문당, 경기도, 2004.
- [10] 전종경, 모노톤 광고의 표현전략에 관한 연구: TV광고를 중심으로, 서울: 홍익대학교, 1997.