

문화를 읽는 코드로 떠오른 색깔

문화산업과 마케팅 전략으로 색깔 다룬 책들



요즘 서점가에 '색깔론'이 퍼지고 있다. 색을 이야기하는 책들이 부쩍 늘었다는 말이다. 기존에 출간된 책들이 색채계 중심의 고전이론서들이라면, 최근에 나오는 책들은 색채의 과정을 건축과 마케팅, 산업과 디자인 등 문화전반으로 넓히고 있다. 딱딱한 이론서가 주는 무게감을 벗고 우리에게 친근한 영화, 화장술, 비즈니스 등 실생활에 도움이 될 만한 정보들을 준다. 무엇보다 실용적인 지식과 흥미로운 정보로 독자들을 피할 수 없는 '색의 유혹'에 빠져들게 한다.

색에 대한 편견이 색깔공포증을 부른다

동서양을 불문하고 색은 오랫동안 그 가치와 의미가 폄하돼왔다. '색을 밝힌다' '색기 있다'는 말에서도 짐작할 수 있듯 '색깔 있는 것'은 아주 저급하거나 감각적인 것으로 여겨졌다. 데이비드 바츨러의 《색깔 이야기》(김윙희, 아침이슬)는 바로 우리의 관습과 사고방식에 억압적으로 뿌리내린 색의 가치를 탐색한 흥미로운 책이다. '색깔 공포증' (Chromophobia)이라는 원제가 암시하듯 이 책은 색이 불러일으키는 부패와 오염에 대한 두려움을 들춰낸다. 그 과정에서 지은이가 주목하는 것은 색이 오랫동안 편견의 대상이 돼왔다는 점과 그것을 어떤 낯선 타자로 여겨왔다는 점이다. 지은이는 색을 기존의 이론과는 전혀 다른 방식으로, 색이 색 아닌 다른 문제들과 어떻게 만나고 헤어지는지 삶의 다양한 문맥 속에서 조명한다. 그 과정에서 문학, 미술, 영화, 음악, 광고, 철학, 심지어 정치문제까지 종횡무진 누빈다. 또한 그동안 문화가 색을 어떻게 다뤄왔는지 밝히기 위해 고대의 플라톤

과 아리스토텔레스부터 현대의 바흐친과 크리스테바까지 불러낸다. 이런 논의를 거쳐 지은이는 색을 억압하거나 무시하는 태도인 색깔공포증이 색에 대한 탐닉증으로 이어졌다고 주장한다.

《색깔 이야기》가 문화와 예술작품 속에 광범위하게 드러난 색깔에 대한 편견, 타자성을 탐사했다면, 색채심리학자 에바 헬리의 《색의 유혹(전2권)》(이영희, 예담)은 색이 감정과 이성에 끼치는 영향을 살폈다. 지은이에 따르면, 색과 감정의 관계는 우연이나 개인적인 취향의 문제가 아니다. 일생을 통해 쌓아가는 일반적인 경험, 어린시절부터 언어와 사고에 깊이 뿌리내린 경험의 산물이다. 이런 전제를 바탕으로 지은이는 시대와 문화에 따른 색의 의미변화를 각기 독자적이며 중요한 13가지 색을 중심으로 풀어나간다. 특히 이 책은 독일 전역에서 14~97세까지 다양한 직종에 종사하는 남녀 2천명을 대상으로 한 설문조사를 바탕으로 해 색에 대한 현대인들의 의식도 엿볼 수 있다.

인문학에서 실용서로 영역 확대

대중문화와 상품을 생산하는 중추적 수단인 디자인의 가치가 증대되면서 색의 중요성은 점점 높아지고 있다. 코카콜라의 빨강, 맥도날드의 노랑, 삼성의 파랑은 그 자체가 브랜드다. 이제 색은 우리 삶 속으로 깊이 들어와 있으며, 때론 삶을 간섭하기도 한다. 한국색채연구회가 펴낸 《색색가지 세상》《이제는 색이다》(이상 국제)는 이렇듯 변화된 색의 기능을 축제, 여성, 지역성, 의상, 도시환경, 음식 등 다양한 문화적 관점에서 탐사한다. 이 책들을 공동집필한 한국과학기술원 산업디자인학과

권은숙 교수는 "현대사회에서 소비자는 색을 선택하고 창조한다. 그들이 모두 소비사회의 정체성을 만들어가는 일원이기 때문이다. 나는 나, 너는 내가 보는 너, 곧 모든 사람들은 이미지로 귀결되는 아이덴티티를 지닌다. 이것이 개인에서 지역, 나라로 확대돼 문화를 형성한다"고 변화된 색의 기능을 설명한다.

《컬러 비즈니스 Color Smart》(미미 쿠퍼 외, 안진환, 오늘의책)는 개인은 물론 기업에서 손쉽게 활용할 수 있는 컬러마케팅 전략을 소개한다. 이 책은 색을 잘 활용하려면 어떻게 해야 하는지부터 색으로 자신의 이미지를 높이는 방법, 곧 자기표현을 극대화하는 방법까지 알려준다. 예컨대 창조적이고 현대적인 이미지를 연출하고 싶다면 자신의 컬러 팔레트보다 한 단계 높은 색을, 신중하고 신뢰감이 느껴지는 이미지를 연출하려면 자신의 그것보다 한 단계 낮은 색을 선택하라고 조언한다.

우리는 일상생활에서 색에 대한 일정한 이미지를 공유한다. 피카소의 청색시대, 영화 〈그랑부르〉 〈하나비〉 하면 떠오르는 것은 파랑의 이미지다. 《재미있는 색 이야기》(오희선 외, 교학연구사)는 이처럼 명화와 영화 등 작품 속에 구현된 색의 이미지를 구체적인 작품 분석을 통해 흥미롭게 설명한다.

《색깔 이야기》를 기획한 아침이슬 편집부 이혜선 차장은 앞으로도 색을 주제로 한 책들이 꾸준히 나올 것으로 전망한다. 이차장은 "색에 대한 관심이 색채학, 인문학의 영역을 넘어 색채마케팅 등 실용서쪽으로 옮겨가고 있다. 이제 색은 단순한 색깔이 아니라 문화를 읽는 코드로 자리잡고 있다"고 분석한다.

—박옥순 기자