

# 중국 애니메이션제작을 위한 전통색채 연구 -한국과 중국 관객을 중심으로-

## A Study of Chinese Traditional Colors to Animation Production

유현자\*, 조정래\*\*

강원대학교 영상문화학과\*, 한림대학교 중국학과\*\*

Xuan-zi Liu(kaobian26@sina.com)\*, Jeong-rae Jo(jjr@hallym.ac.kr)\*\*

### 요약

일상생활에 있어서 인간의 감정을 자극하는 색채는 애니메이션제작에 있어서 중요한 요소 중 하나이다. 색채 연구는 주로 애니메이션 제작에 있어서의 중요성 및 속성에 관련하여 활발하게 이루어져 왔다. 그러나 민족적 특성에 따른 색채에 대한 선호도 연구는 매우 드물다. 본 연구에서는 한국과 중국인의 전통색채에 대한 선호도 차이를 확인하고자 설문조사를 통해 SPSS 통계 패키지를 이용하여 실증적 분석을 실시하였다. 그 결과 한국과 중국 두 집단 모두에서 전통색채인 오색 중 빨강색이 다른 색보다 선호도가 높았으나, 한국과 중국인들이 빨강색을 선호하더라도 빨강색에 대한 선호도의 정도가 다름을 보였다. 또한 10가지 빨강색 중에서 한국인과 중국인의 선호하는 빨강색이 다르게 나타났다. 이러한 결과에 따라 중국 애니메이션 제작에 참여하고자하는 한국과 중국의 애니메이션 제작자는 애니메이션 시장과 관객의 특성을 고려하여 색채를 선택하여야 함을 시사한다.

■ 중심어 : | 애니메이션 색채 | 중국전통 색채 | 색채 문화 | 색채 선호도 |

### Abstract

Colors that stimulate human emotions in everyday life are one of the important factors in animation production. The research on color has been actively carried out in relation to the importance and nature mainly for animation production. However, researches that investigated different views for specific color by geographic characteristics are rare. Therefore, information was collected through questionnaire survey and empirical analysis was conducted using SPSS statistical package to analyze preference of Korean and Chinese people for the Chinese traditional colors. The analysis results showed that both Korean and Chinese groups preferred red color among Chinese traditional colors. This preference for red was statistically significant in both groups, indicating that the intensity of preference for red was different even though Korean and Chinese equally preferred red. Furthermore, among 10 red colors, the preferred red was different between Chinese and Korean. Based on these results, it is suggested that the color should be selected considering the characteristics of the intended market for Chinese animation production and the personality of the viewers who watch the animation products.

■ keyword : | Animation Colors | Chinese Traditional Colors | Color Cultural | Color Preference |

접수일자 : 2017년 03월 15일

수정일자 : 2017년 04월 06일

심사완료일 : 2017년 04월 06일

교신저자 : 조정래, e-mail : jjr@hallym.ac.kr

## I. 서론

전 세계적으로 자본주의 시장경제 확산에 따라 인간의 문화수준이 급속하게 성장하면서, 단순한 물리적 욕구뿐만 아니라 심리적 욕구도 증가하고 있다. 인간의 삶 가운데 색채는 우리의 사회생활에 영향을 끼치는 중요한 변수 중 하나이며, 색채의 변화에 따라 인간은 생리적·심리적인 자극과 영향을 받는다. 더불어 색채는 의식 혹은 잠재의식 및 무의식의 일부이며 인간 행동의 필수적인 체험으로서, 그 자체가 사람의 정서적 측면을 자극하기도 한다. 예컨대, 색채를 중심으로 제작되는 애니메이션에 있어서도 조형적 중요성이 강조되고 있으며, 이에 대한 애니메이션 이미지의 색채 속성에 관한 선행연구가 많이 이루어져 왔다. 강대석과 전정숙(2004)의 연구에 의하면, 색에 대한 좋고 싫음의 감정에서 큰 차이가 나며 성별, 연령, 생활, 문화, 환경 등 관객의 개인적 차이에 따라 크게 다르며, 같은 색이라도 다양한 영향을 미칠 수 있고, 배색에 따라 때로는 서로 상충되는 영향을 나타내기도 한다. 또한 시대와 유행에 따라 변하는 색채에 대한 인간의 감성, 또한 기술과 환경, 정서에 따라 좌우되는 색의 선호도 역시 흥미로운 인간단면의 일부이다[1].

이와 관련하여 색채에 대한 애니메이션의 조형적 특성에 관한 연구는 많지만, 생활, 문화, 환경의 차이에 따른 다양한 나라별 관객의 색채에 대한 태도나 선호도에 관한 연구는 드물다. 특히 색채에 관한 대부분의 선행연구가 애니메이션 캐릭터의 특성과 색채의 감성 등에 초점을 두었으며, 애니메이션을 감상하는 관객의 입장에서의 색채에 대한 연구는 많지 않다. 따라서 본 연구에서는 중국 전통색채의 원리와 속성을 탐구하고, 중국 전통색채에 대한 선호도를 비울척도로 측정하여 정량적인 형태로 결과를 도출하여 애니메이션 제작에 그 활용성을 높이는데 그 목적이 있다. 본 연구에서 색채의 개념 및 중국 전통색채에 대한 선행연구를 토대로 정성적 연구를 다루고, 한국 및 중국의 애니메이션 관객을 대상으로 수집된 데이터를 토대로 정량적 연구를 진행하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 색채 일반론

색채학(色彩學)은 색채의 생성을 연구하고 그것을 응용하는 규율을 탐구하는 과학이다. 형(形)과 색(色)은 미술 조형의 중요한 요소이기 때문에 색채학은 미술이론에서 가장 중요하다. 색채학 연구는 19세기부터 시작되었고, 광학의 발전을 기반으로 영역이 확장되었다. 색채에 대한 개념은 학문분야마다 차이가 있지만, 물리적 현상으로서의 색이 감각기관인 눈을 통해서 지각되었거나, 그러한 지각현상과 같은 경험효과를 말한다. 중국 고대의 전통개념에서 색채의 이해는 오색찬란한 색깔의 조합이고 사람들에게 시각과 심리의 상호 체험으로 더욱 강조되었다. 색채는 색채의 표면 특징으로부터 분석이 진행되며, 유채색과 무채색으로 나누어진다. 서양에서 일반적으로 흑색, 백색, 회색을 무채색계열로 정하지만, 동양에서는 음양오행(陰陽五行)사상을 바탕으로 청색, 적색, 황색과 함께 흑색, 백색을 오색에 포함시켜 화면의 풍부함과 숨겨진 대상의 특성을 표현한다. 예를 들면, 대상의 색의 얇고 깊음에 따라 먹의 색을 다양하게 변화시킴으로써 먹의 흑색이 실제로 유채색과 같은 무한한 효과를 체현한다는 의미이다. 이러한 먹의 다양한 변화는 유채색과 금색, 은색 등 새로운 배색과 혼색을 통해 광범위하게 활용되었다.

색채는 일상생활 중 사람들의 시각을 통해 물체 혹은 자연의 색채적 심리와 감정을 느낄 수 있으며, 개개의 물체, 광원, 투과과정의 특성에 따라 전달되는 감정에도 구별이 있다. 사람들은 각기 다른 색채에 대해 명확한 취향을 표현한다. 이런 심리반응은 사람들의 생활 경험과 색채로 인한 연상작용에 기인한다. 미국의 캘리포니아 대학 교수 웰만(Wellman, William A.)은 색채의 연출과 관련 빨강색은 정력, 노랑색은 온정과 기쁨, 녹색은 건강, 파랑색은 영성(靈性)과 사색, 갈색은 슬픔, 회색은 노령, 하얀색은 열의와 자각, 검정색은 음울 등 다양한 감정과 특성을 표현한다고 하였다[2]. 또한, 색채는 사람들에게 차가움과 따뜻함 그리고 원근과 대소의 심리적 감성을 전달할 수 할 수도 있다. 예를 들면, 중국전통의 빨강색은 경사와 길상(吉祥)을 상징하는 의미

가 있고 감정상 더 많은 열정과 분방함을 내포한다. 파랑색은 색채 중 늘 침착하고 조용함을 상징하고, 감정상 우울과 자유를 상징한다. 빨강색은 중국전통 색채관념 중 희망과 건강 및 봄을 상징하는 특성이 있고, 감정상 안전과 편안함을 상징한다. 그리고 색채는 세계 각 민족과 지역문화 발전에 밀접한 관계가 있으면 다양한 정서적 특성을 지닌다. 동일한 색채의 노랑색(黃色)을 예로 들면 중국에서 황실의 존귀함과 권력을 대표하는 반면, 기독교나 언론신문의 노랑색(Yellow)은 부정한 의미로 사람들이 싫어한다.

색채의 지각은 비교적 용이하며, 사람은 다양한 생활 체험을 통해 색채와 연결된 기억을 축적한다. 그러한 과정에서 대상의 색채에 대한 연상 작용이 일어나는 공유 감정을 갖게 되면 이는 수용자의 심리적 혹은 생리적 수요와도 관련이 있다. 이러한 색채 심리는 수용자 자신의 지식정도, 문화배경, 사회경험의 영향에 따라 색채에 대한 수요성도 다르다. 수요성은 사람들의 색채를 장기간 관찰하는 과정 중 심리상의 그 어떤 정서적 의탁(依託)이다[3]. 이는 단순한 기계적 기록이 아니라 장기간의 기록의 저장과 분석 정리하는 과정 그리고 최종 색채에 대한 감각을 통해 심리상의 공감을 불러일으키는 것이다.

또한, 일상생활에서 오랜 시간 빨강색을 보게 되면 시각적 피로를 느끼게 되는 것과 같이 휴식을 잠깐 가지고 녹색을 보아야 시각적 피로를 해소할 수 있다. 이는 생활에 있어 색채의 필요성을 의미한다. 색채의 필요성은 주로 심리적 영향에 의한 표현이다. 이런 영향은 사람들의 심리에 직간접적으로 영향을 주어 각기 다른 심리반응을 나타낸다. 일반적으로 직접적인 심리반응은 색채 자체가 시각작용을 통해 사람들의 심리 혹은 생리에 대해 영향을 미친다. 예를 들면, 문화배경과 연령대가 비슷한 사람을 두 개의 방에 각각 나누어 머물게 하였을 때 빨강색 배경의 방 사람은 혈압이 부단히 올라가고 정서가 불안하고 초조하였으며, 파랑색 배경의 방 사람들의 정서는 비교적 안정적이고 침착하였으나 우울한 반응을 보였다. 이것이 색채에 대한 사람들의 심리적 수요에 대한 반응이다. 이 외에 사람들은 색채에 대해 차갑고 따듯함, 가벼움과 무거움, 앞과 뒤 등

의 심리반응을 나타낸다. 색채의 밝음, 대비, 포화의 정도의 관계로 인해 대상에 대한 심리적인 감정 변화를 가져다 줄 수 있다[8].

## 2. 중국의 전통색채

중국적 색채의 요소는 중국의 역사문화와 지리적 환경과 밀접한 관계가 있다. 중국의 오랜 역사문화의 발전 과정에서 황색과 적색은 중화문명의 상징으로 자리 잡았다. 또한 중국의 청화백자는 명청시대 바다를 건너 유럽에 전해져 중국적 색채로서 세계에 알려지기 시작하였다. 중국은 황색에 대한 숭배는 역사가 오래다. 화하(華夏)민족의 선조 황제시기부터 황색은 부족의 색이었으며, 봉건 왕조통치 과정 중 황색은 천자(天子)의 상징과 황실의 전통적 색채가 되었다. 황색은 이 세계의 중심을 상징하며 황토(黃土) 즉, 땅을 의미한다. 이는 중국 고대인의 사상, 생활, 신앙 등과 밀접한 관계를 가진다. 서양 색채이론의 삼원색은 중국의 색채 분류, 포화도, 명도 등과 대동소이하다. 그러나 중국과 서양의 색채요소는 다소 차이가 있다. 중국의 주요 색채는 자연계의 색채범주에 근거하여, 흑색, 백색, 회색 등 무채색도 포함하지만 서양의 색채에는 무채색을 포함하지 않는다. 또한 화청(花靑), 등황(藤黃), 홍란화(紅蘭花), 서초(薯草), 자류(紫柳)와 청석(靑石), 석록(石綠), 주사(朱砂) 등은 자연의 식물이나 광물질에서 추출해낸 색채로 중국에서 주로 볼 수 있으나 서양의 색채 체계에서는 찾아보기 힘들다[9].

중국의 색채 속성은 중국의 사상적 특색인 음양오행(陰陽五行)학설에 근거하기 때문에, 중국색채를 서양 색채이론의 명도와 채도 및 색상 등에 맞추어 적용할 수는 없다. 다시 말하면 색채의 '오색관(五色觀)의 모든 색채 속성은 중국전통의 사상철학을 떠나 설명할 수 없다. 중국의 전통색채는 주나라에 이르러 체계가 완성되었으며, <주례>(周禮)에 소개된 복식예법에 적용된 색채의 활용은 매우 엄격하다. 전국(戰國)시대에 이르러 음양오행설이 흥행하면서 일반인의 사상과 신앙 특히, 도교는 후에 유교와 불교와 결합되면서 모든 생활면에 큰 영향을 미쳤다. 여기서 오행은 목(木), 화(火), 토(土), 금(金), 수(水) 즉 우주자연의 구성요소를 상징

하며 이는 오색(오색)인 청(靑), 적(赤), 황(黃), 백(白), 흑(黑) 그리고 오방(五方) 청-동(東), 적-남(南), 황-중(中), 백-서(西), 흑-북(北) 등 방향과도 연결되어지며, 오색은 청-춘(春), 적-하(夏), 황-계하(季夏, 늦여름), 백-추(秋), 흑-동(冬) 등 계절과도 관련성이 있다. 이는 나아가 인간이 생활 속에서 지켜야하는 유교의 도리인 오상(五常) 즉, 청-인(仁), 적-예(禮), 황-신(信), 백-의(義), 흑-지(智)의 덕목으로 발전하였다[10].

이처럼 중국 고대의 색채관념의 변화는 당시 시대의 정치, 사회, 문화, 풍속 등 다양한 현실생활을 반영하였다. 중국의 색채학설은 오행학설의 오색관념을 근거로 발전하여 왔으며 의, 식, 주 등 인간생활의 모든 면에 적용이 되어 다양하게 변화 발전하였다. 이러한 오랜 시간의 흐름과 함께 색채도 자연스럽게 문화적인 공통의 특성을 가지게 되었으며, 사람들로 하여금 모종의 연상 작용을 통해 상서(祥瑞)-금지(禁忌), 고귀(高貴)-비천(鄙賤), 희락(喜樂)-애상(哀傷) 등의 상징적 의미를 지닌 대상이 되었다[11]. 예를 들면, 고대사회는 계급사회로서 신분의 차이가 분명하였으며, 그에 맞는 복식도 엄격하게 규제되었다. 시대에 따라 조금의 변화는 있지만 진한시대 제왕의 경우는 면(冕), 경이나 사대부의 경우는 작번(爵弁), 귀족의 경우는 관(冠), 무사의 경우는 깃털이 있는 갈관(鶡冠), 평민의 경우는 책(幘), 특히 천민의 경우는 녹색 두건(綠幘)을 사용하였다. 수(隨)나라의 주방에서 일하는 요리사(庖人)의 경우도 녹색 두건을 사용하였다. 이처럼 고대국가에 있어 녹색은 황색과 달리 노동과 관련된 천한 신분을 상징하였다. 당(唐)의 경우는 범죄자에게 녹색두건을 쓰게 하였으며, 특히 강소성 오현(吳縣)지방에서는 의도를 한 남자에게 녹색 두건을 쓰게 하여 모욕을 주었으며, 서로 바른 행동을 하도록 권면하기도 하였다. 원(元)대의 경우도 창기(娼妓)의 지아비나 친척 남자들에게도 녹색두건을 쓰게 하여 수치스러움을 느끼게 하였으며, 명(明)대에도 원대의 전통을 이어받아 녹색 두건은 관사(官詞)의 표식이었으며, 관의 비천한 하인이나 악인(樂人)들에게 두루 사용하게 하였으며, 심지어 녹색 옷을 입게 하여 그 비천함을 드러나게 하였다. 더불어 당시 창부(娼夫)에 해당하는 직책의 이름이 녹색사(綠中詞)라 하여 녹색의 이미

지를 강조 하였다. 이외에 고대의 범죄조직이나 도적들을 녹색(綠林)이라 부르기도 하였다. 청대에 와서는 만주족의 왕권강화를 위해 팔기군(八旗軍)을 세우고 여덟 색으로 군대를 분류하였는데 한족의 민족정신을 누르기 위한 의도에서 한족을 녹색(綠旗)군에 배정하였다 [12].

또한 오색관념은 중국고대 건축, 회화, 서예, 공예 등 예술창작의 중요한 조형원리로도 작용하였다.

중국 색채의 속성은 역사의 흐름과 함께 이처럼 시대 사회의 변화와 함께 중요한 문화적 의미를 가지게 되었으며, 중국 민족문화 발전의 중요한 토대가 되어 왔다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구목표 및 측정항목

본 연구는 중국 전통색채에 관한 선행연구를 토대로 정성적 연구를 다루고, 한국과 중국 애니메이션 관객을 대상으로 설문조사를 실행하여, 한국과 중국 관객들의 중국 전통색채에 대한 선호도를 확인하고, 향후 중국 애니메이션 제작과 수출 과정에 있어서 도움이 될 수 있는 시사점을 제공하려 하였다. 색채에 대한 관객의 선호도를 측정하기 위해 기존연구를 모델로 본 연구 내용에 적합하도록 수정하여 다항목 척도를 개발하였는데, 설문조사 등에 사용되는 심리검사 응답척도의 하나로, 측정항목을 응답자가 제시된 문장에 대해 얼마나 동의하는지를 답변하도록 하는 5점 리커트식 척도(Likert scale)방식으로 구성하였다.

#### 2. 조사설계 및 방법

한국과 중국 관객의 중국 전통색채에 대한 선호도를 검증하기 위하여 설문지를 이용해 데이터를 수집하였다. 설문은 인터넷 방식과 질문지 방식을 병행하였으며, 인터넷 설문은 중국 포털사이트 문권성(問卷星, <https://www.sojump.com>)을 이용하였다. 설문지에는 중국 전통색채의 선호도를 측정할 수 있는 주 내용과 응답자의 인구 통계적 특성과 애니메이션 관람에 관련된 일반적 질문을 포함하였다. 그 구체적인 내용은 중

국의 대표적인 애니메이션 캐릭터인 서유기의 손오공을 제작함에 선호하는 색채를 살펴보게 하였다.

조사대상자를 선정할 때 연구대상, 표본단위, 범위, 시간을 고려하였으며, 한국과 중국의 애니메이션 관객을 대상으로 표본을 설정하였다. 조사기간은 2016년 7월-12월 6개월간 실시하였으며, 실증분석을 위해 SPSS 23.0 통계패키지를 이용하였다. 응답자의 인구통계적 특성 및 애니메이션 관람에 대한 일반적 정보를 확인하기 위해서 빈도분석을 실행하였고, 중국 전통색채의 선호도를 평가하는 주 항목의 타당성과 신뢰성을 확인하기 위해 요인분석 및 신뢰도 분석과 각 나라별 관객들의 색채에 대한 선호도 차이를 확인하기 위해서 일원분산분석(One-way Analysis of Variance)을 실시하였다.



그림 1. 인터넷 설문 중국 사이트 문권성(問卷星)

对于动画版“孙悟空”的色彩问卷调查

17. 아래에 제시된 붉은색 계열의 색채를 보시고 평소 생각하고 일치하는 번호 표시 해주세요

17-1 가장 마음에 드는 중국 'Red' 번호는 어느 것입니까? ( )  
 17-2 가장 마음에 들지 않는 중국 'Red' 번호는 어느 것입니까? ( )  
 17-3 위의 Red 중 손오공 캐릭터에 가장 적합한 'Red'는 어떤 것입니까? ( )

18-1. 손오공의 캐릭터에서 머리색의 구성이 적합하다고 생각하는 번호에 'O' 표시 해주세요

18-2 왜 위와 같이 선택하십니까?  
 ①예쁘다 ②재미있다 ③경의롭다 ④중성스럽다 ⑤특별하다  
 ⑥적당하다 ⑦귀엽다 ⑧중감하다 ⑨흥미롭다 ⑩신경나다

19-1. 손오공의 캐릭터에서 복장색의 구성이 적합하다고 생각하는 번호에 'O' 표시 해주세요

그림 2. 색채선호도 조사를 위한 설문지 형식

## IV. 실증분석

### 1. 자료의 특성 및 응답자 분석

본 연구는 중국과 한국의 애니메이션 관객 각 230명 총 460명을 대상으로 자료를 수집하였으며, 부적절한 응답을 제외한 440부(95.6%)를 최종분석에 사용하였다. 먼저 애니메이션 제작에 있어서 색채의 중요도를 확인한 결과 전체 응답자의 평균값이 4.4로 비교적 높게 나타났다. 즉, 응답자는 애니메이션 제작에서 색채의 조형적 요소를 매우 중요하게 인식하였다.

본 연구의 대면조사에 참여한 각 나라별 애니메이션 관객의 인구 통계적 특성은 다음 [표 1]과 같다.

표 1. 응답자의 인구통계적 특성






	Attribute	중국(%)	한국(%)
연령	20대 미만	20(9.1)	12(5.5)
	20대	128(58.2)	79(35.9)
	30대	49(22.3)	83(37.7)
	40대	19(8.6)	30(13.6)
	50대 이상	4(1.8)	16(7.3)
학력	초졸	5(2.3)	2(0.9)
	중졸	21(9.5)	14(6.4)
	고졸	67(30.5)	45(20.5)
	대졸	117(53.2)	121(55)
	대학원이상	10(4.5)	38(17.3)
직업	학생	53(24.1)	36(16.4)
	회사원	64(29.1)	70(31.8)
	자영업	37(16.8)	34(15.5)
	공무원	45(20.5)	27(12.3)
	구직자	14(6.4)	10(4.6)
기타	7(3.2)	43(19.5)	
성별	남자	97(44.1)	106(48.2)
	여자	123(55.9)	114(51.8)

### 2. 측정항목의 타당도 및 신뢰도 분석

중국 전통색채의 선호도를 측정하는 항목의 단일 차원성을 검증하기 위해 각 색채별로 요인분석을 실시하고, 측정항목의 내적 일관성을 확인하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였다. 그 결과는 [표 2]와 같다. 각 색채별 구체적인 요인분석을 실시한 결과 고유값 1이상이며 동일한 요인으로 묶여져 있기 때문에 중국 전통색채의 선호도를 측정하는 항목의 단일 차원성이 확인되며 타당성에 문제가 없는 것으로 나타났다. 반면에 질문에 대한 대답이 일정한 방향으로 가는지에 대한 신뢰성 검증하기 위해서 크론바의 알파 (Cronbach's alpha) 계

수의 평가방법을 이용하였다. 크론바의 알파 계수는 1에 가까울수록 높은 신뢰성을 보인다. 흔히 0.8이상이면 바람직하고, 0.6-0.8까지는 수용할 만한 것으로 판단할 수 있다. 본 연구에서 중국 전통색채의 선호도를 측정하는 항목들의 신뢰성 계수가 0.859이상 나타나 측정 항목의 내적 일관성을 판단하는 신뢰성에 있어서 문제가 없는 것으로 확인되었다.

표 2. 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

색깔	측정 항목	1	Cronbach' α
	p1 p2 p3 p4	0.869 0.875 0.803 0.821	0.862
	p1 p2 p3 p4	0.863 0.870 0.765 0.856	0.859
	p1 p2 p3 p4	0.917 0.920 0.841 0.907	0.918
	p1 p2 p3 p4	0.879 0.911 0.851 0.890	0.906
	p1 p2 p3 p4	0.898 0.884 0.874 0.899	0.911

### 3. 중국 전통색채에 대한 선호도

중국 전통색채의 선호도를 측정하는 네 개의 항목을 통해 한국과 중국의 나라별 애니메이션 관객들의 중국의 대표적 전통색채인 오색에 대한 선호도를 계산한 결과 다음 [표 3]과 같았다. 중국인 같은 경우에는 color1(3.5261)에 대한 선호도가 제일 높았고, 그 다음으로 color5(3.3443), color3(3.3386), color4(3.2216), color2(3.1545) 순서로 선호도가 나타났다. 표준편차도 크게 나타나지 않아 문제가 없는 것으로 판단할 수 있다. 반면에 오색의 전통색채에 대한 한국인의 선호도를 보면 중국인과 마찬가지로 color1(3.7398)이 제일 높은

결과를 보여 주었고, 그 다음으로 color4(3.4250), color5(3.1511), color2(2.9989), color3(2.7455) 순으로 선호도가 나타났다. 전통색채인 오색 중 한국과 중국인의 제일 선호하는 색깔이 빨강색으로 동일한 결과를 보였으나, 제일 선호도가 낮은 색깔의 경우 중국집단에서 color2, 한국집단에서 color3으로 나타났다. 그러나 한국과 중국 두 집단에서 선호도가 높은 색깔로 빨강색이 선택되었지만, 두 집단 간 빨강색을 지각하는 정도에 차이가 있음을 확인할 수 있었다. 연구자가 한국과 중국 두 집단에서 빨강색에 대한 지각 차이를 확인하기 위하여 독립표본 t-test를 실시하였고, 그 결과 [표 4]와 같았다. 먼저 Leneve의 F검정을 통해 분산의 동일성을 확인한 결과, F값은 6.887에서 유의확률이 0.009로 귀무가설(null hypothesis)이 기각되어 독립표본의 검정결과를 등분산(Homogeneity of variance)이 가정되지 않음을 보였다. 검정결과 t값은 -2.534으로 (+/-)1.96보다 크고, 유의확률은 0.012로 0.05보다 낮게 나타나 한국과 중국인이 대표적 중국 전통색채인 빨강색에 대한 선호도가 차이를 보여주고 있다.

표 3. 한국 및 중국인의 전통색채에 대한 선호도

색깔	중국	한국		
		평균	표준편차	
 color1	3.5261	0.94	3.7398	0.81
 color2	3.1545	0.85	2.9989	0.93
 color3	3.3386	1.14	2.7455	1.01
 color4	3.2216	0.99	3.4250	0.98
 color5	3.3443	0.97	3.1511	0.98

표 4. 한국 및 중국 집단 간 선호도 차이

구분	중국	한국	표준편차		t값	p값
			중국	한국		
 color1 (Red)	3.5261	3.7398	0.94	0.81	-2.534	0.012

앞에서 서술된 내용에서 한국과 중국인들의 전통색채 중에 빨강색을 높게 선호한다는 것을 알 수 있었고, 또한 동일한 빨강색이라고 하더라도 국적에 따라 선호도 정도에 통계적으로 유의한 차이가 있는 것을 확인할 수 있었다[4]. 그러나 빨강색도 색채의 삼속성인 색상, 명도 및 채도에 따라 다른 감정과 내용을 전달할 수 있다. 따라서 연구자가 속성이 다른 10개의 빨강색을 선택하여 한국 및 중국인 집단에서 제일 선호하는 빨강색을 선택하도록 하였다. 그 결과 [표 5] 및 [표 6]과 같다. 표에서와 같이 중국인의 경우 빨강색2를 가장 좋아하는 것으로 나타났고, 그 다음으로 빨강색3, 10, 9번을 좋아하는 것으로 나타났으면, 한국인의 경우 빨강색1을 제일 좋아하는 것으로 나타났고, 그 다음으로 빨강색 3, 4번을 좋아하는 것으로 나타났다. 이러한 결과에 따라 중국 애니메이션 제작에 있어서 시장의 특성, 즉 관객의 개성을 고려하여 색채를 선택하여야 한다는 것을 알 수 있다. 예를 들어 중국 애니메이션의 경우 대부분의 사람들이 중국의 대표적 전통색채로 지각하고 있는 빨강색을 강조하여야 하며, 중국 애니메이션 시장 특성에 맞게 빨강색을 선택하여야 한다. 중국시장에서 진출할 애니메이션의 경우 빨강색2번을 응용하는 반면, 한국시장에 진출할 경우 붉은색1을 응용하는 것이 비교적 적합하다 할 수 있다.

표 5. 한국 및 중국 집단 간 선호도 차이

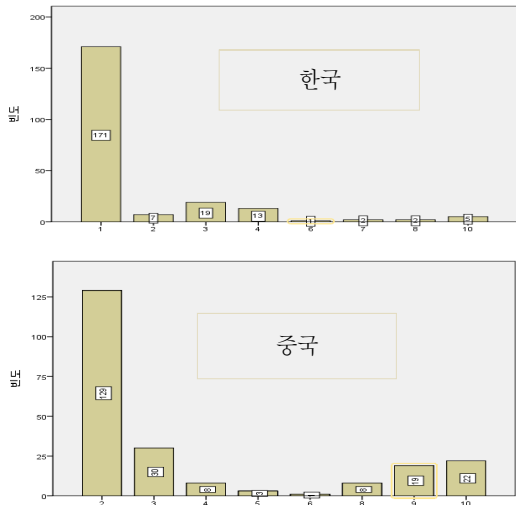


표 6. 중국 및 한국인의 선호하는 붉은색

색깔	중국/빈도(%)	한국/빈도(%)
red1	0(0)	171(77.7)
red2	129(58.6)	7(3.2)
red3	30(13.6)	19(8.6)
red4	8(3.6)	13(5.9)
red5	3(1.4)	0(0)
red6	1(0.5)	1(0.5)
red7	0(0)	2(0.9)
red8	8(3.6)	2(0.9)
red9	19(8.6)	0(0)
red10	22(10)	5(2.3)

## V. 결론 및 시사점

색채는 사람들의 시각을 통해 심리와 감정을 자극한다. 애니메이션 제작에 있어서 색채의 속성과 그 중요성에 대한 선행연구[5-7][13][14]가 많이 진행되어 왔으나, 생활문화 환경의 차이에 관한 연구가 드물었다. 따라서 본 연구에서는 중국 전통색채의 원리와 특성을 탐구하고, 중국과 한국에서 전통색채로 알려진 오색에 대한 한국과 중국인의 선호도를 측정하고 연구하였다. 중국 전통색채의 요소는 중국의 역사문화와 밀접한 관계가 있으며, 특히 음양오행학을 근거로 한다. 이론적 부분에서 색채의 개념과 중국 전통색채에 관한 선행연구를 바탕으로 정성적 연구를 하였으나, 실증분석 부분에서 한국과 중국의 애니메이션 관객을 대상으로 전통색채의 선호도를 밝히기 위한 설문조사를 진행하여 정량적 연구를 하였다.

그 결과 본문에서 서술한 바와 같이 전통색채인 오색에 대한 선호도를 평가하도록 한 결과, 한국과 중국 두 집단 모두에서 빨강색이 다른 색깔보다 선호도가 높은 것으로 나타났다. 그러나 한국과 중국인들이 전통색채 중에서 빨강색을 제일 좋게 선호한다고 하더라도 그 빨



강색 선호도가 다르다는 것을 보여주었다.

이러한 결과에 따라 중국시장 진출을 위한 애니메이션 제작에 있어서 시장의 특성 및 애니메이션 작품을 시청하는 관객의 개인적 특성을 고려하여 색채를 선택하여야 한다는 것을 제안하고자 한다. 중국 애니메이션 제작의 경우 대부분의 사람들이 중국의 대표적 전통색채인 빨강색을 많이 응용하여야 중국인의 민족정서와 감정에 부합할 수 있다고 보여진다. 실제로 2015년 중국에서 서유기를 소재로 제작한 애니메이션 <대성귀래>(西遊記之大聖歸來)는 그 대표적인 사례이며, 그 해 미국 디즈니 애니메이션을 누르고 역대 최대 관객수(9.56억 명)를 달성하였다.



그림 3. 중국 애니메이션 <대성귀래>의 손오공

또한 애니메이션 특성에 따라 동일한 빨강색이라 하더라도 그 색채의 색상, 명도 및 채도 등 속성에 따라 관객들에게 서로 다른 감정과 내용을 전달할 수 있음을 살펴야 할 것이다.

### 참고 문헌

[1] 강대석, 전정숙, “애니메이션 영화의 색채 변화 분석,” 디자인학연구, Vol.17, No.2, 통권 제56호, pp.55-66, 2004.  
 [2] Faber Biren, 色彩心理, 東國出版社, 1993.  
 [3] 김병욱, 배은정, “색채감성이 브랜드 개성에 미치는 영향에 관한 연구,” 브랜드디자인학연구, Vol.4, No.2, 통권 제7호, pp.123-138, 2006.  
 [4] 이엔리, 김맹호, “중국 기호품의 패키지디자인 색채연구,” 한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집, 2010.  
 [5] 진정식, “애니메이션에 적용된 색채의 심리적 의

미 전달,” 한국콘텐츠학회논문지, 제6권, 제11호, pp.145-153, 2006.

[6] 임자연, “애니메이션 오프닝 타이틀에 나타난 색채표현 연구,” 한국콘텐츠학회지, 제7권, 제3호, pp.12-17, 2009.  
 [7] 김지수, “애니메이션의 색채에 관한 연구,” 한국콘텐츠학회지, 제4권, 제2호, pp.43-51, 2006.  
 [8] 張廣澤, 聶倩, “從傳統色彩觀分析當代設計中的中國紅,” 海峽兩岸傳統色彩與現代應用學術研討會論文集, 北京服裝學院, 2010.  
 [9] 陳彥青, 中國傳統色彩研究, 北京大學出版社, 2015.  
 [10] 姜澄清, 中國色彩論, 貴州大學出版社, 2013.  
 [11] 許哲娜, “中國傳統色彩文化淺析,” 天津日報, 2015.04.14.  
 [12] 胡澤民, 論中國傳統色彩的象徵意識, 國立臺灣藝術教育館, 1998.  
 [13] 劉釗, “中國傳統色彩在動畫中的應用研究,” 沈陽航空航天大學碩士學位論文, 2012.  
 [14] 田曉菲, “基于色彩心理學的動畫角色涉及的應用研究,” 陝西科技大學碩士學位論文, 2012.

### 저자 소개

유 현 자(Xuan-zi Liu)

정희원



• 2012년 ~ 2017년 : 강원대학교 일반대학원 영상문화학과 박사과정수료  
 • 2011년 ~ 2016년 : 호북민족대학교 교육대학(湖北民族學院教育學院) 외래강사

<관심분야> : 시각디자인, 애니메이션, 예술영상

조 정 래(Jeong-rae Jo)

정희원



• 2009년 3월 ~ 현재 : 한림대학교 중국학과 교수  
 <관심분야> : 미학, 예술학, 문화콘텐츠