

색채이미지 척도 개발에 관한 연구방법 내용분석

- 의류학영역을 중심으로 -

An Analysis of Research Methods for Developing Semantic Ratings
of Color Image

- Centering on Textiles and Clothing -

박화순(Hwa-soon, Park)

대구대학교 의상디자인과 교수

1. 서론

2. 색채이미지의 개념

- 2-1. 색채이미지의 의미적 요인
- 2-2. 자유연상법과 제한연상법
- 2-3. 언어척도법

3. 의복색과 이미지

4. 색채이미지의 연구경향

5. 선행된 색채이미지의 연구방법 분석

- 5-1. 연구대상 및 표집
- 5-2. 자극도구 및 분석방법
- 5-3. 색채이미지 평가 척도

6. 요약 및 논의

참고문헌

(要約)

색채이미지의 가치평가를 위한 객관적이고 구체적이며 우리나라 실정을 반영할 수 있는 평가척도의 개발은 색채기획의 중요성과 함께 시급한 문제임에도 아직 활발한 연구가 이루어지지 않고 있다. 따라서 본연구는 색채이미지의 척도 개발을 위한 기초연구로서 선행된 연구들을 수집하여 색채이미지의 개념 및 연구경향과 연구방법론에 대해서 연구대상 및 표집, 자극도구 및 분석방법, 평가척도의 측면에서 종합적으로 분석하였다.

의류상품의 색채기획을 위하여 색채 이미지에 대한 다양한 주제의 연구와 연구대상 선정에 여러계층으로 확대시켜 볼 필요가 있다.

연구내용에 따라 자극도구의 신중한 작성과 적절한 분석방법의 선택이 요구되며, 분석방법은 주로 이미지의 인자를 추출하는 요인분석이 사용되었다.

(Abstract)

Though development of semantic ratings of color image which is objective, concrete and reflecting our realities is urgent, researches on the area has not been active.

To develop concepts and methods on semantic ratings of color image, study subjects, sampling, stimulating tools, analysis methods, and evaluation scale were critically reviewed on the literatures on color image.

Planning color of costume commodity requires research on various themes and expanding study subjects into a variety of social strata.

According to the context of study, stimulating tools should be selected prudently, and analysis methods should be scrutinized. Factor analysis was used frequently as analysis method to extract factors associated with color image.

(Key Words)

Color Image, Semantic ratings,
Stimulating tools

1. 서론

정보화사회에 있어서 영상 정보매체들은 소비자의 미의식에 도 지대한 영향을 주어 실용성이나 경제성 같은 상품가치보다는 감성이나 이미지와 같은 고부가가치인 요소들이 소비자들의 상품선택에 중요한 영향을 미치고 있다.

색채의 선택에는 개인의 감성이 작용하는 힘이 크므로 마음의 감정을 근거로 한 색의 의미는 우리들의 생활 속에 많이 활용되고 있다. 현대생활에서 소비자는 같은 상품이면 고가일지라도 자연히 이미지가 높은 브랜드를 선택하고 이미지가 나쁜면 가격을 꽤 낮게 해도 좀처럼 팔리지 않는다. 즉 소비자의 구매행동의 결정은 양적인 면에서 질적인 면으로 변화해 가면서 이미지를 우선하는 경향이며, 상품에 있어서 메이커의 브랜드 이미지 역할이 점점 증대된다. 따라서 고급스러운 제품을 만들기 위해 기업에서는 그 상품에 맞는 이미지가 요구되고 즐거움, 신뢰성 등 고품위의 의미를 갖는 색채 이미지가 요구된다. 기업에서의 색채 이미지 전략은 상품을 고급화 시켜 세계의 시장에 경쟁력을 높이는 것으로 평가된다.¹⁾

색채 이미지는 사람들이 색채에 대해서 간직하고 있는 느낌을 나타내는 형상이므로 상품의 이미지를 전달하는 매체로서 색채는 매우 중요하다 색채이미지에 대한 연구가 현재 실내장식등 건축 분야에서는 활발히 진행되고 있으나²⁾ 이미지의 개념이 사용되는 의류학 분야에서는 미흡한 실정이다. 색에 대한 이미지는 개인의 주관적인 감성에 의해 취급되고 있지만 이것을 보다 체계적이고 과학적으로 개발하는 것은 매우 의의 있는 것으로 사료된다. 따라서 본 연구에서는 우선 색채 이미지에 대한 기본적인 연구로 기존연구와 문헌고찰을 통하여 연구경향과 연구방법의 실증적인 사례를 분석 정리함으로써 이론적 개념을 정립하고 상품기획을 할 때 색채 이미지를 효과적으로 활용할 수 있도록 그 방법론을 제시하기 위한 기초자료로 활용함을 목적으로 한다. 보다 구체적인 연구내용은 다음과 같다.

첫째, 색채이미지에 대한 개념과 연구경향을 이해한다.

둘째, 색채이미지에 대한 연구방법론을 분석 파악한다.

2. 색채이미지의 개념

이미지라고 하는 말은 심리학 용어로는 표상, 그리고 미술, 문학, 철학 등에서는 심상, 영상, 형상 등으로 번역할 수 있다. 이미지는 물체, 사람, 환경 등에 관해 간직한 감정, 기억, 인상, 평가, 태도 등을 하나로 총합된 시각의 표상이다. 이미지는 대상에 대해서 막연한 정서적인 것이 함유되어 있으므로 그것이 애매함에도 불구하고 사람들의 행동을 많이 지배한다.³⁾

색채이미지란, 사람들이 색채에 관해 간직하고 있는 표상의 것을 말한다. 색채는 광선이 눈을 통해 뇌에 지각하는 과정을 거치는데 그 단계에서 주관적인 판단에 따라 감정적으로

해석을 하게 되는 것이 색이 갖는 이미지이다. 색채는 상징적인 면을 가지고 있고 이러한 상징을 통해서 연상을 일으키게 된다. 이러한 상징과 연상은 사회적 배경과 개인적 경험에 따라 달라진다. 색은 시각적 성격과 언어적 성격의 복합으로 구성되므로 색에 어떤 언어적 성격을 부여하느냐가 개인의 색이미지 지각 및 평가에 영향을 주리라고 생각된다.⁴⁾

언어는 번역하지 않으면 통하지 않지만, 색채는 번역하지 않아도 컬러이미지를 전할 수가 있다. 색은 감성 그 자체이며 이미지로서 받아들여지지만 애매하더라도 어떤 공통적인 감각이 잠재하는 것도 확실하다. 어떤 공통으로 느끼는 방법을 기준으로 만들면 서로가 객관적으로 이해하는 것도 가능할 것이다. 감성을 공통언어로 하는 기준을 만들기 위해서는 공통감각을 가질 수 있어야 하며, 간결하고 의미있는 것으로 객관적 척도가 되는 것이라야 할 것이다.⁵⁾

따라서 색채이미지는 사람에게 색채에 대한 공통된 감정이 있다는 것을 전제로 언어에 의한 색채이미지, 또는 색채에 의한 언어 이미지인 색의 의미를 밝힘으로써 색채 또는 배색의 이미지, 즉 감정적 효과를 언어와 각 색채를 관련시켜 비교 판단하는 것이다.

2-1. 색채이미지의 의미적 요인

색채이미지는 언어적이미지(Semantic image)와 즉물적 이미지(Pragmatic image) 두 개를 종합하여 종합적 이미지로 구성되어 있다.⁶⁾

J.W.괴테는 모든색은 「빛에 가장 가까운 색」인 노랑과 「언제나 어느 정도의 어둠기를 지니고 있는」 파랑의 두 극 사이에 든다고 주장하였다. 그는 「능동적이고 활성화되며 투쟁적인」 태도를 유발하는 양성적인 색을 노랑·주황·주홍으로 분류하고, 「불안정하고 부드러우며 동경하는」 기분에 적절한 음성적인 색을 파랑·남보라·자주로 분류하였다.

독일의 관념론자인 미학자 쟈이징(Adolf Zeising;1810-1876)은 미의 양태를 「형상·감각적 자극·양」에 따라서 나누면서, 그것을 색의 24색상에 비유한 바 있다. 즉 형상의 순수미는 빨강, 자극의 골계미는 노랑, 내포적 양의 비장미는 파랑 등, 세 가지를 1차적 미로 나누고, 순수미와 골계미 중간인 애교미는 주황, 골계미와 비장미의 중간인 해학미는 초록, 비장미와 순수미 중간인 숭고미는 보라에 대응시켰다. 이들 6개의 미적범주들을 각각 3가지로 나누어 24개의 미의 양태를 색에 대응하였다.

이상에서 괴테나 쟈이징의 색에 대한 언어적 표현관계는 색의 3속성들 가운데서 색상만을 결부시켰을 뿐이며, 명도나 채도와와의 관련성을 전혀 논급하지 못하였다.⁶⁾

1) 日本色彩學會編, 色彩科學事典, 朝倉書店, 1991, p.62.

2) Charles Taft: Color Meaning and Context: Comparisons of Semantic Ratings of Colors on Samples and Objects, Color research Appl., Vol 22, 1997, pp.40-50.

3) 이혜숙, 김재숙, 의복디자인 요소의 이미지 지각에 대한 연구, 복식문화연구, 복식문화연구, 제4권 제3호, 1996, pp.349-359.

4) 박상호, 색채계획 (건축,인테리어 색채이론과 실제), 효성, 1993, pp.98-119.

5) 김학성, 디자인을 위한 색채, 조형사, 1995, pp.140-145.

6) 박은주, 색채조형의 기초, 미진사, 1994, pp.279-285.

2-2. 자유연상법과 제한연상법

크베르는 10색의 색상과 116매의 언어카드를 이용하여 색채 이미지를 측정하였다. 먼저 카드의 문자(냉혹, 열정등)를 보이고 색채(청색, 적색 등)로 답하게 하는 제한연상법과 반대로 색을(녹색, 흑색등) 보이고 자발적인 연상(자연, 공포등)을 한 자유연상법을 백분율로 표시하여 이미지를 측정하였다. 이것은 어느 것이나 언어이미지에서 색채이미지를 구하고 색채이미지에서 언어이미지를 구한 것이기 때문에 이미지 원리에 기인한 것으로 이해될 것이다.⁷⁾

2-3. 언어척도법

근래에는 행동주의 심리학자인 일리노이드 대학의 Osgood 등에 의한 말의 정서적 의미에 대한 언어 척도법인 Semantic Differential(SD)법은 언어 개념과 그 개념을 의미적으로 구분하기 위하여 양극 형용사 척도를 개개인에게 제시하고 그 결과에 의하여 내포적(표현적)의미를 객관적 정량적으로 측정하는 방법이다.⁸⁾

Kobayashi는 색채이미지 척도 개발에 대한 연구에서 색과 언어=이미지의 관계를 연구한 결과 모든색은 따뜻함/차가움(Warm/Cool), 부드러움/딱딱함(Soft/Hard), 선명함/희미함(Clear/Grayish)의 세 속성을 지닌다고 하였다. 이 시스템을 활용함으로써 색채를 전략적으로 결정하거나, 감성을 객관적, 논리적으로 판단가능하게 된 것이다.⁹⁾

또한 일본색채연구소에서 기본 10색상을 12톤별로 분류하고 10개의 무채색을 합하여 130색으로 색의 모집단을 대표하는 샘플로 선택하여 컬러이미지 측정과 각종 분석을 하여 단색 이미지 스케일을 만들어 사용하고 있다. 스케일상에서 각 색상의 특성을 살펴보면, 서로 멀리 떨어진 색상은 이미지가 확실히 다르고 서로 가깝게 위치한 색상은 이미지가 비슷한 색상이다. 이미지 스케일 중앙부에 위치한 색상은 주로 탁색계의 온화한 색조(회색, 베이지색, 옅은 자색 등)로 분포되어 우아하고, 순수한 이미지가 있으며, 주변의 색상은 청명한 색조로 개성이 뚜렷한 색상들(적, 황, 백, 감, 청)이 위치하고 있다.¹⁰⁾

색채는 한가지 색채에 의해 얻어지는 이미지 외에도 2색 배색과 3색 배색 등 여러 색채의 조화에 의해서도 이미지를 창출할 수 있다. 색상의 조화방법에 따라 유사색상 조화는 무난하고 자연스러운 이미지를 창출할 수 있으나 단조로운 느낌을 주기도 한다. 따라서 차분한 이미지나, 지적인 이미지, 평범한 이미지 등을 만들어 낸다. 반면 대비색상 조화는 강렬한 이미지를 만들어 내고, 채도가 높은 색상을 사용할 경우는 젊고 발랄한 이미지를 만들어 낼 수도 있다.

이상에서 살펴 본 바와같이 색채이미지에 대한 의미를 나타내기 위한 여러 연구방법들이 행하여져 왔으나 최근에 많

이 활용되고 있는 이미지 척도는 SD법이다. 따라서 색채이미지 연구에 대한 기초자료로서 연구경향과 연구방법의 내용을 검토 정리분석하는 것은 필요하다.

3. 의복색과 이미지

의복디자인 요소중 색과 무늬이미지는 심미적, 심리적, 정서성, 역동적 이미지와 색과 무늬자체의 성격과 관련된 이미지, 온냉감 이미지에서 지각되는 것으로 나타났다.¹¹⁾

의복색은 의복 착용자에 대한 지각과정에서 심리 생리적으로 작용하여 색이 가진 특수한 이미지에 의해 지각하게 한다. 또한 의복형태와 색채이미지에 관한 연구에서는 모든 의복형태에서 blue, purple과의 조합은 성숙한 이미지로 yellow와의 조합은 어려 보이는 것으로, purple과의 조합에 의해서는 가장 매력적인 것으로 평가 되었다.¹¹⁾

피복착장상태에 의한 줄무늬의 이미지에 미치는 면적과 배색효과를 2색 배색과 3색 배색으로 검토한 결과 면적비가 다른 피복의 줄무늬에 대한 이미지에는 배색의 영향이 크지만 면적효과도 관련되어 미적 효과를 높이는 데 중요한 역할을 한다고 밝혔다.¹²⁾

패턴의 색채와 디자인이 인상에 어느 정도 기여하는지를 연구하기 위해서 무채색과 유채색이 주는 차이를 비교한 결과, 활동성 요인과 평가 요인에 대해서는 공통성을 보였으나 다른 요인에 대해서는 공통성을 보이지 않았다. 세 가지 색의 본질적 요소는 능력요인과 화려함 요인에, 디자인은 활동성 요인에, 색채와 형태는 평가요인에 영향을 주었다. 그리고 밝은 톤 대신에 둔한 톤을 사용함으로써 채도가 낮아지기 때문에 색보다는 무늬 형태가 활동성 요인과 평가 요인에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.¹³⁾

넥타이 색과 무늬가 남성복이미지에 미치는 영향에서 능력 있는 이미지형성에 가장 지배적인 요인은 넥타이색이고 특히 의복색과 유사한 색의 넥타이가 이러한 이미지에 효과적이다. 의복색과 넥타이색의 배색효과가 독특한 이미지 형성에 크게 작용하는 것으로 나타났다. 남성복 착용시 부드럽고 따뜻한 이미지를 표현하려면 의복색을 중시하고 의복색과 넥타이색의 조화 방법을 고려해야 할 것이다.¹⁴⁾

의복색 변화에 따른 배색이미지를 분석한 결과 동일디자인의 의복일지라도 의복색 변화에 따라 이미지가 각기 다르다는 것을 밝히고 있다.¹⁵⁾

무늬의 크기, 배열, 명도대비에 따른 시각적 효과에서 저명도의 배경색에 고명도의 물방울무늬가 있는 경우 가장 날씬해 보이는 것으로 나타났으며, 동적인 이미지와 매력성, 대담성, 젊어보이는 이미지에 유의한 차이를 보였다.¹⁶⁾

11) 차미승, 의복형태와 색채이미지의 시각적평가와 분석, 부산대학교 석사학위논문, 1992.

12) 橋本令子, 加雲江, 被服洋裝における文様の面積と配色効果—2色配色と3色配色—, 日本家政學會誌.

13) Yuki Kato, Effective Factors for the Impression of Three-Color Design, J. Home Econ, 46(3), 1995, pp.249-259.

14) 강경자, 임지영, 넥타이색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향, 한국의류학회지, Vol. 20, No. 5, 1996, pp.753-768.

15) 이정옥, 권미정, 박영실, 한국도시여성의 얼굴색과 의복색과의 배색이미지에 관한 연구, 대한가정학회지, 제33권 2호, 1995, pp.-180.

7) Deborah T. Sharpe, The Psychology of Color and Design, Littlefield Adams & co, 1981, pp.33-52.

8) Kobayashi S, The Aim and Method of the Color Image Scale, Color Research and Application, 1981, pp.93-107.

9) 이홍규, 컬러이미지사전, 조형사, 1994, p.83.

10) 이경순, 김희섭, 의생활과 패션 코디네이션, 교문사, 1998, pp.130-137.

이상의 연구들은 의복디자인의 요소들을 복합시켜 연구한 결과이므로 다양한 색채이미지에 대한 미흡한 부분들이 있어서 의류상품의 색채계획을 위하여 색채이미지에 대한 연구가 여러측면에서 다양하게 이루어져야 될 것으로 생각된다.

4. 색채이미지의 연구경향

최근에 이루어진 색채이미지의 연구경향을 살펴보면 일본에서 활발히 진행되고 있으며 2색이상의 배색이미지에 대한 연구가 주로 이루어지고 있고, 기호측정, 전통색 이미지, 피부색, 환경색 이미지 등이 연구되었다.

타탄 체크의 배색 이미지 해석에서 체크의 배색이미지에 대해 기본인자로서 3인자를 축으로 하여 3차원 좌표축에 대해서 배색 분류를 한 결과, 좋아하는 배색의 특징은 명도대비가 강한 분명한 배색과 대비가 약한 배색으로 변화가 있는 것과 단조로운 것으로 나타났다.¹⁷⁾

색채 감성 공간구축에 관한 기초 검토에서는 화상은 보편성이 있는 감성공간을 구축하는 전 단계로 물체의 형상과 구조를 배제한 2색 배색에 있어서 배색방향 의존성, 상하좌우색을 교체함으로써 미치는 영향에 관하여 이것의 영향은 적은 것을 밝혔다.¹⁸⁾

색이미지의 물체색 공간 배치는 과학적 시스템을 확립하는데 있어서 측색치와 관용되고 있는 이미지 언어에 대응하는 색을 바로 찾아내는 것이 가능하기 때문에 배색 등에 활용할 수 있는 것이라 하였다.¹⁹⁾

2색 배색의 이미지 분류에서는 지정한 3개의 이미지에 관하여 캐주얼-즐거움 5그룹, 도시적-스마트 6그룹, 내쇼날 6그룹으로 나누었다.²⁰⁾

색채감정의 평가성 척도에 관해서 배색 감정의 사례를 검토한 결과 인자구조에서 평가성척도는 신기성과 재미있음과의 복합된 성격을 볼 수 있으며, 좋아함, 싫어함 등과 조화감과는 다른 성격을 포함하고 있다. 배색 특징과의 관계는 2개의 인자와 평가성 척도와의 관계는 어느 정도 규칙성을 볼 수 있다.²¹⁾

감성적인 인지에는 어감과 색감이 가장 중요하며, 이미지로서 포착 할 수 있는 감성이미지의 네트워크 존재하고, 사람의 기호 측정에 사용 할 수 있다. 기호 분석 결과는 인자축에 5개의 의미를 부여했고, 기호패턴을 소프트/하드, 클리어/그레이쉬 축을 중심으로 5개의 집단을 분류하여 응용 방법을 제시했다.²²⁾

16) 최은영, 무늬의 크기,배열, 명도대비에 따른 시각적 효과에 관한 연구, 복식, 24호, 1995, pp.193-203.

17) 田岡洋子, 中村貞男, タータンチェックの配色のイメージ解析, 日本色彩學會誌, Vol 18, No1, 1993.

18) 堀田裕弘, 片山昌和, 村井忠邦, 中嶋芳雄, 宮原誠, 色彩感性空間構築に関する基礎検討 日本色彩學會誌, Vol 19, 1995, pp.36-37.

19) 堀田裕弘, 片山昌和, 村井忠邦, 中嶋芳雄, 宮原誠, 色彩感性空間構築に関する基礎検討 日本色彩學會誌, Vol 19, 1995, pp.36-37.

20) 中村貞男, イメージ2色配色の分類, 日本色彩學會誌, Vol 19, 1995, pp.50-51.

21) 近江源太郎, 原田有子, 松尾恵理子, 池田浩子, 色彩感情の評価性尺度に関する研究(1), 日本色彩學會誌, Vol 21, 1997, pp.28-29.

22) 小林重順, 感性S.D.法の提案 -語感S.D.法にたいして-, 日本色彩學

일본 전통적 예술인 가부기의 색채이미지 조사에서 이미지로서 선택된 색채와 가부기의 전통색으로 되어있는 색채와의 특징을 살펴보면 무채색이 가부기로부터 먼 색채로 선택되었으며, 가부기 색상은 빨강의 이미지를 유발하기 쉽고, 톤은 명도가 높은색이 선택되었다.²³⁾

좋아하는 피부색을 규정한 요인의 해석에서 자기얼굴 평가와 타인평가를 해서 실제얼굴과 화상얼굴의 이미지 구조 차이를 분석한 결과 자기평가의 최초차원은 정적인 내면성을 나타내고, 다음차원은 동적인 외면성을 나타내고 있다. 타인평가의 최초차원을 외면성이고 다음 차원은 내면성이다. 인지적 이미지 공간은 실제 얼굴과 화상얼굴과는 다른 것으로 나타났다.²⁴⁾

중국 대학생의 색채이미지를 조사 분석한 결과 이미지의 특성, 이미지의 변화, 색채감의 지역차이와 같은 특성이 도출되었다.²⁵⁾

이미지와 색선택에 관한 연구에서는 건축의 색채계획을 위하여 색채가 갖고 있는 이미지와 톤별로 본 색과의 관계에서 안정된 거리와 활기가 있는 거리의 색 선택 경향은 동일하며, 그 비율은 수준이 다른 상태이다. 단색계로 생각하는 색과 그 이외의 색은 다른 경향이 나타났으며, 톤에 의한 차이도 현저하다.²⁶⁾

5. 선행된 색채이미지의 연구방법 분석

상품기획에 따른 색채이미지에 대한 연구가 일본의 경우에 활발히 진행되고 있으나 국내에서는 그 자료가 미흡한 실정이다. 그러나 색채연구가 최근에 관심이 높아지면서 색채이미지에 대한 연구를 보다 과학적으로 소비자들에게 활용될 수 있도록 하기 위하여 그 방법론이 모색되어야 할 것이다. 따라서 국내 논문집은 대한가정학회지, 한국의류학회지, 복식, 복식문화연구, 디자인학연구, 한국색채학회논문집에서, 외국학술지는 일본색채학회지, 일본가정학회지, 섬유제품소비과학지, Clothing and Textiles Research Journal, Color Research and Application에서 최근의 1990년 이후에 발표된 의복색 이미지 및 색채이미지와 관련된 13편의 논문^{31)~35)}을 중심으로 자료를 분석하였다. [표 5-1, 표 5-2] 참조

5-1. 연구대상 및 표집

연구대상은 주로 대학생을 많이 선택하였으며, 20세 전후의 여대생이 많았다. 국내논문은 편수도 미약할 뿐만 아니라 조사대상이 여성에게 국한된 상태이며, 일본은 남성들의 참여도 일부 나타났다. 이는 감성과 사고력이 풍부한 시기인 20세 전후의 대학생 중 특히 여대생을 색채이미지의 조사대상

會誌, Vol 19, 1995, pp.34-35.

23) 日高 杏子, 歌舞伎の色彩イメージ調査, 日本色彩學會誌, Vol 20, 1996, pp.56-57.

24) 領木恒男, 好ましい 肌色を規定する要因の解析II, イメージ空間に對する評価者及び評価画像の効果日本色彩學會誌, Vol 21, No 2, 1997, pp.53-61.

25) 趙英玉, 田中みなみ, 宮崎満, 中國の色彩イメージ, DESIGN STUDIES, Vol 22, 1997, pp.331-336.

26) 坂原弘也, イメージ 色選擇について, 日本色彩學會誌, Vol 21, 1997, pp.70-71.

으로 선정된 것으로 보이나, 연구대상을 다양화하여 여러 계층으로 확대시킬 필요가 있다.

[표 5-1] 국내연구방법

연구자	연구대상 및 표집	자극도구	평가 척도	분석방법
이정옥 권미정 박영실 1995	여대생 99명	얼굴색5YR 7/3 45색 색상,명도,채도별 무채색 사진자극물	17쌍 형용사 7점 척도	요인분석(3요인) 상관관계 F검증 Duncan검증
최은영 1995	20대 일반여성 20명	물방울 무늬 명도대비 자극물3개	5쌍 형용사 7점 척도	요인분석(5요인) 분산분석 Duncan 검증
이혜숙 김재숙 1996	20-40대 성인여성 40명		기술 및 녹음 자유도 론	내용분석 (질적자료분석) 빈도분포
강경자 임지영 1996	여대생 152명	28개의 자극그림 (싱글브레스트 2색에 유사와 대비 배색 7무늬)	34쌍 형용사 7점 척도	요인분석(4요인) 변량분석

표집수에 대해서는 연구내용이나 방법에 따라 차이가 많았으나 대다수의 논문이 20-50명(국내,2편; 일본,5편)을 대상으로 연구하였으며, 다음으로 100-152명(국내,2편; 일본, 2편)을 대상으로 하였다. 또한 242명(일본,1편) 762명(1편)을 대상으로 하기도 하였다. 이는 여러개의 자극도구를 사용하여 평가 척도를 하는 연구이므로 연구대상의 많은 표집은 연구의 한계성이 있으므로 50명 미만을 대상으로 하는 경우가 많다고 사료된다.

5-2. 자극도구 및 분석방법

자극도구는 국내연구자의 경우 색채가 있는 사진자극물을 주로 사용하였으며, 일본은 색채연구가 중심이 되어 있으므로 색지를 주로 자극물로 하였다. 패턴의 색채 변화에 따른 이미지를 관찰하기 위한 타탄천¹⁷⁾이나 패턴¹⁸⁾을 사용하기도 하였다.

자극도구는 연구내용과 주제에 따라 다양해지고 있는 경향이나 색채만을 연구할 경우 색지 사용이 일반화되고 있으며, 형태나 다른요소와 관련하여 이미지를 보는 것은 사진자극물을 사용하고 있다.

자극물의 수에 대해서는 국내의 경우 3개에서 45개에 이르기까지 다양하였다. 이는 의복디자인의 전반적인 요소를 다룬 연구와 색채만을 다룬 연구간에 색자극물의 차이가 많았다. 일본의 경우 40-50개가 가장 많았으며, 다음으로 12개-20개정도를 색자극물로 활용하였다. 연구내용에 따라 94색을 이용하기도 하였으며, 이미지에 맞는 2배색을 153개를 개발하기도 하였다.

분석방법은 주로 이미지의 인자를 추출하는 요인분석을 사용하였다. 그 외에 연구내용에 따라 빈도 분포, Duncan 검

증, F 검증, 상관관계, 분산분석, 변량분석 등을 사용하였다. 그러나 국내연구의 경우 하나의 연구에 여러 분석방법을 사용하여 결과를 분석하고 있어서 고급통계의 적용에 신중을 기할 필요가 있다.

[표 5-2] 일본의 연구방법

연구자	연구대상 및 표집	자극도구	평가척도	분석방법
田岡 洋子 中村 貞男 1993	여학생131명 18-20세	12점의 tartan 천을 선택	14쌍 형용사 5점 척도	요인분석 (3인자)
中村 妙子 佐藤 哲也 寺主 一成 1994	여학생 34명 여학생 43명 20세 전후	20색상 (원색)	151형용사 (중심에 7쌍 형용사)	빈도
堀田裕弘 片山昌和 外 3人 1995	대학생 26명 (남 22명, 여 4명)	패턴4개 색채 10조 (색상만 변화) 배경 N5	15쌍 형용사 7점 척도	요인분석 (3인자) 분산분석
小林 重順 1995	33명 (남 7명,여 26명) 20-40대,	5색배색 변환 40개의 배색	20쌍 형용사 5점척도	요인분석 (5인자)
中村 貞男 1995	대학생 242명	12색상과 9무채색을 사용 2색배색 12명판정 10명평균값	Casual·樂 しい35배색 都會的·스마 트64배색 National 54배색 7점 척도	빈도
日高 杏子 1996	대학생 50명 남26명 여24명 19-30세 미술분야전공	94색 색채표 면접식	질문지 3문항	개별면접 빈도
近江源太郎 外 3人 1997	20세전후의 대학생 102명	3색 배색 45점	13쌍 형용사 7단계 척도	요인분석 상관 계수
額木 恒男 1997	30명 자기평가 11명 타인평가 20-30대여성	15색 3종류의 환대이션 5단계발기	20쌍 형용사 5단계 척도	요인분석 (2인자)
趙英玉 田中みなみ 官崎清 1997	디자인 전공 중국 대학생 5개 지역 762명	10가지의 색상 5가지의 톤	18쌍의 형용사 7단계 척도	요인분석 일본 (4요인) 중국 (3요인)

5-3. 색채이미지 평가 척도

색채이미지의 평가척도로서 문헌에서 본바와같이 오스군의 SD법이 현재 많이 이용되고 있음이 나타났다.

평가척도는 국내에서는 5쌍, 17쌍, 34쌍의 형용사극을 사용하였으며 7점척도법을 사용하였다. 일본에서는 13쌍에서 20쌍에 이르는 형용사극의 분포가 일반화되고 있으며, 7점척도와 5점척도가 비슷하게 나타났다.

[표 5-3] 색채이미지 평가 용어

형용사쌍	빈도
따뜻하다-차갑다, 화려하다-수수하다 젊다-어른스럽다	11
가볍다-무겁다, 동적인-정적인, 맑다-탁하다	10
부드럽다-딱딱하다, 여성적-남성적	9
밝다-어둡다, 강하다-약하다	8
좋아하다-싫어하다, 아름답다-추하다 청결하다-불결하다	7
산뜻하다-칙칙하다,	6
조화된-부조화된, 세련되다-촌스럽다, 온화하다-격렬하다, 세롭다-옛스럽다, 개성적-일반적	5
우아하다-능름하다, 유쾌하다-불쾌하다, 개방적-보수적	4
재미있다-따분하다, 기쁘다-슬프다, 넓다-좁다, 특이하다-무난하다, 단순하다-복잡하다, 활동적-비활동적, 지적이다-지적이지 못한, 건강하다-건강하지 않다, 현대적-고전적, 활달하다-우물하다, 진하다-얕다, 매력 있는-매력 없는, 대담하다-소심하다, 화사한-초라한, 눈에 띈다-눈에 안 띈다, 들뜨다-가라앉다, 시원하다-답답하다, 유행색-유행에 뒤떨어진,	3
자연적-인공적, 즐겁다-외롭다, 안전하다-위험하다, 행복하다-불행하다, 고향적-도시적, 귀엽다-성숙하다, 예민하다-둔하다, 자연스럽다-부자연스럽다, 품위있는-품위없는, 가정적-사무적, 귀하다-흔하다, 확실하다-애매하다, 봄-겨울, 가을-여름, 색시하다-색시하지 않다	2

위의 논문들과 참고도서⁵⁾⁶⁾²⁷⁾²⁸⁾에서 사용되어진 형용사쌍들은 123개로서 이들중 유사표현을 통일하여 빈도수가 많이 사용되어진 순서대로 형용사 쌍들을 열거해보면 [표 5-3]과 같다. 따뜻하다-차갑다, 화려하다-수수하다, 젊다-어른스럽다./ 가볍다-무겁다, 동적인-정적인, 맑다-탁하다/ 부드럽다-딱딱하다, 여성적-남성적/ 밝다-어둡다, 강하다-약하다/ 좋아하다-싫어하다, 아름답다-추하다, 청결하다-불결하다/ 산뜻하다-칙칙하다/ 조화된-부조화된, 세련되다-촌스럽다, 온화하다-격렬하다, 세롭다-옛스럽다, 개성적-일반적/ 우아하다-능름하다, 유쾌하다-불쾌하다, 개방적-보수적/ 이 결과는 고바야시 이미지 스케일에서 나타난 용어가 중심 척도임을 볼 수 있다. 즉 색의 온도감, 무게감, 울동감, 채도, 경연감, 명도, 선호도 등의 순서로 평가하고 있다. 색채이미지의 연구는 SD법에 의한 평가척도로서 연구내용에 따라 형용사쌍의 용어 선택이 중요하며, 또한 인자분석을 주로 행하므로 일본 연구의 20쌍 전후의 형용사쌍이 바람직할 것이다. 따라서 연구내용과 주제에 따라 색채이미지의 가치평가를 위한 객관적이고 구체적이며 우리나라 실정을 반영할 수 있는 평가방법의 개발은 색채기획의 중요성과 함께 검토되어야 할 문제이다.

6. 요약 및 논의

지금까지 색채이미지의 척도개발에 관한 연구방법 내용분석 연구로서 색채이미지의 개념 및 연구경향과 연구방법론에 대해서 이론적 근거를 살펴보고, 색채이미지에 대한 연구방법 추이를 분석하기 위하여 국내외의 근래 연구에서 다루어진 색채이미지의 연구방법들을 연구대상 및 표집, 자극도구 및 분석방법, 평가척도의 측면에서 종합적으로 파악해본 결과는 다음과 같다.

색채이미지란 사람에게는 색채에 대한 공통된 감정이 있다는 것을 전제로 언어에 의한 색채이미지, 또는 색채에 의한 언어 이미지인 색의 의미를 밝히는 것이다.

색은 감성 그 자체이며 이미지로서 받아들여지지만 애매하더라도 어떤 공통적인 감각이 잠재하는 것도 확실하다. 어떤 공통으로 느끼는 방법을 기준으로 만들면 서로가 객관적으로 이해하는 것도 가능할 것이다. 감성을 공통언어로 하는 기준을 만들기 위해서는 공통감각을 가질 수 있어야 하며, 간결하고 의미있는 것으로 객관적인 척도의 개발이 필요하며, 색채 또는 배색의 이미지, 즉 감정적 효과를 언어와 각 색채를 관련시켜 비교 판단할 수 있는 방법이 모색되어야 한다고 본다.

의류학에서의 색채이미지 연구는 디자인 요소로서의 거시적인 색채에 관한 연구를 행하였으며 세분화된 색채이미지를 연구한 것은 거의 없었다. 의류상품의 색채기획을 위하여 색채이미지에 대한 다양한 주제의 연구가 필요하다고 생각된다.

최근에 이루어진 색채이미지의 연구경향을 살펴보면 일본에서 활발히 연구되고 있으며 2색이상의 배색이미지에 대한 연구가 주를 이루고 있고, 기호측정, 전통색 이미지, 피부색, 환경색 이미지 등이 연구되었다.

국내에서도 색채이미지에 대한 중요성을 인식하여 여러색들에 대한 이미지 스케일을 연구개발해야 하며, 또한 배색 등에 관한 연구들도 행하여져야 하겠다.

연구대상 및 표집에 있어서 연구대상의 선정은 감성과 사고력이 풍부한 20세 전후의 대학생을 주로 선정하였으나 보다 다양화하여 여러계층으로 확대시켜서 색채 감정의 변화도 살펴 볼 필요가 있다.

표집수에 있어서 여러개의 자극도구와 평가척도를 사용하는 연구이므로 소수를 대상으로 하는 경우가 많으므로 실험연구에서 정확성과 신뢰도를 고려하여 연구과정에서 보다 신중하게 조사를 진행해야 할 부분이다.

자극도구 및 분석방법에 있어서 자극도구는 사진자극물과 색지를 주로 사용 하였다. 자극물의 수는 40개 전후를 가장 많이 사용하였으며, 다음으로 20개 이하를 색자극물로 활용 하였다. 자극도구는 연구내용과 주제에 따라 다양해지고 있는 경향이나 색채만을 연구할 경우 색지 사용이 일반화되고 있으며, 형태나 다른요소와 관련하여 이미지를 보는 것은 사진자극물을 사용하고 있는 것으로 나타났다.

분석방법은 주로 이미지의 인자를 추출하는 요인분석을 사용하였다. 이는 연구내용과 주제에 따라 자극도구의 신중한 작성과 적절한 분석방법의 선택이 필수적이다.

색채이미지의 평가척도는 색의 온도감, 무게감, 울동감, 채도, 경연감, 명도, 선호도 등의 순서로 평가하고 있다. 연구내용에 따라 색채이미지의 가치평가를 위한 객관적이고 구체적인 우리나라 실정을 반영할 수 있는 평가척도의 개발은 색채기획의 중요성과 함께 다양한 소비자들의 기호에 맞고 패션상품 이미지를 고급화 할 수 있도록 색채이미지에 대한 세분화된 표적시장별로 연구되어지는 것이 바람직할 것이다.

참고문헌

- 日本色彩學會編, 色彩科學事典, 朝倉書店, 1991.
- Charles Taft: Color Meaning and Context: Comparisons of Semantic Ratings of Colors on Samples and Objects, Color reserch Appl., Vol 22, 1997.
- 이혜숙, 김재숙, 의복디자인 요소의 이미지 지각에 대한 연구, 복식문화연구, 복식문화연구, 제4권 제3호, 1996.
- 박상호, 색채계획 (건축,인테리어 색채이론과 실제), 효성, 1993.
- 김학성, 디자인을 위한 색채, 조형사, 1995.
- 박은주, 색채조형의 기초, 미진사, 1994.
- Deborah T. Sharpe, The Psychology of Color and Design, Littlefield Adams & co, 1981.
- Kobayashi S, The Aim and Method of the Color Image Scale, Color Research and Application, 1981.
- 이홍규, 칼라이미지사전, 조형사, 1994.
- 이경순, 김희섭, 의생활과 패션 코디네이션, 교문사, 1998.
- 차미승, 의복형태와 색채이미지의 시각적평가와 분석, 부산대학교 석사학위논문, 1992.
- 橋本令子, 加雪江, 被服洋裝における 文様の面積と配色效果 —2色配色と 3色配色—, 日本家政學會誌.
- Yuki Kato, Effective Factors for the Impression of Three-Color Design, J. Home Econ, 46(3), 1995.
- 강경자, 임지영, 넥타이색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향, 한국의류학회지, Vol. 20, No. 5, 1996.
- 이정옥, 권미정, 박영실, 한국도시여성의 얼굴색과 의복색과의 배색이미지에 관한 연구, 대한가정학회지, 제33권 2호, 1995.
- 최은영, 무늬의 크기,배열, 명도대비에 따른 시각적 효과에 관한 연구, 복식, 24호, 1995.
- 田岡洋子, 中村貞男, タータンチェックの配色のイメージ解析, 日本色彩學會誌, Vol 18, No1, 1993.
- 堀田裕弘, 片山昌和, 村井忠邦, 中嶋芳雄, 宮原誠, 色彩感性空間構築に関する基礎検討 日本色彩學會誌, Vol 19, 1995.
- 中村妙子, 佐藤哲也, 寺主一成, カラーイメージ語の物体色空間への配置, 日本色彩學會誌, Vol 18, No 1, 1994.
- 小林重順, 感性S.D.法の提案 -語感S.D.法にたいして-, 日本色彩學會誌, Vol 19, 1995.
- 中村貞男, イメージ2色配色の分類, 日本色彩學會誌, Vol 19, 1995.
- 日高 杏子, 歌舞伎の色彩イメージ調査, 日本色彩學會誌, Vol 20, 1996.
- 近江源太郎, 原田有子, 松尾恵理子, 池田浩子, 色彩感情の評価性尺度に関する研究(1), 日本色彩學會誌, Vol 21, 1997.
- 領木恒男, 好ましい 肌色を規定する要因の解析II, イメージ空間に對する評価者及び評価画像の効果日本色彩學會誌, Vol 21, No 2, 1997.
- 趙英玉, 田中みなみ, 官崎清, 中國の色彩イメージ, DESIGN STUDIES, Vol 22, 1997.
- 坂原弘也, イメージ 色選擇について, 日本色彩學會誌, Vol 21, 1997.
- 고을한, 김동욱, 디자인을 위한 색채계획, 미진사, 1994.
- 김용훈, 색채메카니즘, 법문사, 1998.