

현대패션에 나타난 주황색 이미지(제1보) Orange Image on the Modern Fashion(Part I)

부산대학교 의류학과
주 소 현 · 이 경 희

Dept. of Clothing and Textiles, Graduate School, Pusan National University

So-Hyun Joo · Kyoung-Hee Lee

(2001. 12. 31 접수)

Abstract

The purpose of the study is to clarify orange image in the modern fashion. 30 kinds of costume sample being visual power in orange have been selected from photographs in fashion magazines and divided into the tones : mist(Vp, Lgr, L), bright(P, B), vivid(S, V, Dp). The study was measured by using 27 semantic differential bi-polar scales. The subjects were 50 female students majoring in clothing and textiles, The data was analyzed using the statistical SPSS package. The data were collected using self-administred questionnaires and analyzed by Cronbach α , Factor analysis, MDS, ANOVA, Sheff test and Regression analysis. The major findings of this research were as follows. 1. Factor analysis has extracted 4 factors of orange image in the fashion. These factor are Attractiveness, Audacity, Hardness and Softness, Cuteness. 2. There were significant difference in visual evaluation of tones. 3. The discrimination among tones was related to cuteness and weight of orange. 4. The image effect on Preference, Buying needs, Pleasant and Riches was consist of complicated sensibility.

Key words: orange, color image, clothing image; 주황색, 색채이미지, 의복이미지

I. 서 론

패션은 인간의 가장 직접적인 환경이며 사회적 신분, 성격, 개성 등을 표현하고 인간의 생활과 밀접한 관련이 있다. 현대사회에서는 여러 측면의 환경적 변화에 따라 소비자의 기호가 다양해졌으며 생활에 있어서도 감성적 측면의 요구가 높아지고 있다. 그 가운데 패션의 색채는 당 시대의 사회상을 반영하고 패션디자인의 중요한 요소로서 강한 표현력을 가지고 있다. 패션은 의복 디자인 요소인 선, 형태, 색채, 재질, 공간에 따라 이미지가 변화하며 이러한 변화를 활용하여 저마다의 개성을 표출한다. 또한 색채는 의복이미지

에 있어서 선이나 재질에 의한 형태적 요소보다도 더 직접적인 영향을 준다(차미승, 1992).

이러한 색채와 관련된 선행연구를 살펴보면 색채 이미지에 관하여 다룬 연구(차미승, 1992; 강병희, 1996; 추선형, 1996; 김은경, 1996; 송연주, 1997; 김영인 · 이윤주, 1998; 윤지윤, 1999)와 의복에서의 선호도에 관한 연구(이미경 · 이인자, 1998; 나수임 · 한명숙, 1986; 이선재, 1987; 정삼호 · 강혜원, 1991), 의복의 색이 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구(이주현, 1990; 남미우, 1992; 이은미, 1992) 등이 있다. 최근 들어 소비자의 감성적 측면이 중요해지면서 색채감성에 관한 연구(김미지자, 1996; IRL, 1997; 김경인 · 김창순, 1998; 황상민 · 김경인, 1999)도 활발히 이루어지고 있다. 지금까지의

의복과 색채에 관한 연구 중 단색에 대한 연구는 5원색, 즉 빨강, 노랑, 초록, 파랑, 보라에 관한 연구들이 진행되어 왔으나 빨강과 노랑의 중간색인 주황색에 관한 연구는 찾아보기가 어렵다. 특히 주황색은 과일을 많이 연상시키고 건강, 젊음이 부각될 때 유행색으로 사용되어 졌으나 광고나 패션에서 잘 쓰이지 않던 색이었다. 그러나 최근에 독특하고 창조적인 디자인 표현에, 특히 광고나 간판디자인에 많이 사용되는 경향이 나타났다. 그것은 기존에 많이 사용되지 않았던 점과 주황색의 주목성으로 인해 오히려 시선을 집중시킬 수 있기 때문이다. 또한 김미지(1997)의 '94, '95, '96년도의 칼라 이미지의 분포도에서 최근으로 올수록 무채색, PR이 감소하고 YR군이 큰 폭으로 증가하고 있음을 보고하였으며 박소영이 96 S/S부터 2000 A/W까지 유행색 분석에서 트렌드 유니온과 하임텍스틸의 유행색채 조사 결과, 색상면에서 Y, YR, R 등의 따뜻한 색상 공통적으로 가장 많이 나타났음을 밝혔다. 조민정(1996)의 연구에서 계절별로 사용된 색채 분포를 분석한 결과 봄/여름에는 색상분포에서 R, YR, Y의 높은 빈도를 나타냈고, 가을/겨울에도 색상은 R, YR, Y의 색상의 높은 빈도를 보였다. 따라서 현대인들의 색채감이 미분화, 다양화되고 있는 지금의 시점에서 현대패션에 사용되고 있는 주황색 의복에 관한 이미지 연구가 필요하다고 본다. 이에 본 연구는 현대 패션에 있어 사용되고 있는 주황색의 이미지를 알아봄으로써 주황색을 이용하는 디자인의 색채계획에 도움이 되고자 한다.

II. 이론적 배경

有史 이전부터 인간은 감정과 의사전달의 표현매체로 색을 사용하였다. 현대에 색이 물질 문명에서 인간을 매료시키는 가장 표면적인 것에 이르는 지금 색에 관한 정책을 알지 못하는 현대인은 문화인이라고 할 수 없을 것이며 정보 사회에서 색이야말로 가장 솔직하고 정직한 정보 매체라고 할 것이다(김희정, 1997). 색의 경험은 마음의 심층까지 제재한다라는 명제가 잘 설명해주고 있는 바와 같이 색은 인간의 감정에 직접 호소하여 정서적 반응을 불러일으킨다(김영인 외 2

인, 2000).

색의 인식은 대개의 사람들에게 당연히 여겨지는 일상적인 현상으로 생활에서 상당한 영향을 미치며 감성적인 미를 추구하는데 주요한 역할을 하며 현대에 이르러 제품 선호에 직접적인 영향을 끼치는 지금 색에 관한 정보는 제품정책에 가장 큰 영향을 미친다.

산업발전에 따라 제품의 다양화가 가속됨에 따라 이전보다 세분화된 소비자의 감성적 요구를 만족시켜 줄 수 있는 제품이 요구되고 있으며 이를 위해 효율적으로 사용할 수 있는 디자인 요소의 하나인 색채의 중요성이 인식되고 있다. 색채는 디자인의 부가가치를 높이고 새로움을 창출하는데 중요한 역할을 하는 요소이기 때문이다(김영인 외 3인, 1999).

색채 이미지란 색채에 관해 간직하고 있는 표상으로써 색채라는 시각적인 자극이 지각화의 과정을 통해 받아들여진 후 인간의 경험이나 기억 또는 개인의 생활 환경이나 사회적 상황, 문화적 배경 등에 의한 연상이나 감정 등의 복합적 작용에 의해 그 색채에 관한 모든 것들이 총체적으로 지각되어 형성되는 형상, 의미 또는 감각적 표현체이다. 따라서 색채 이미지는 개인마다 색채에 대한 연상이 다를 수 있으나 일반적으로 다수의 사람들이 특정색에 대해 갖는 공통적인 감각으로 색채연상이나 색채상징으로부터 형성되며 대표적인 이미지가 그 색채의 이미지로 사용된다. 또한 색은 인간에게 있어 분위기와 감각의 표현을 위해 사용되어 지는데 예술가들은 색의 감정을 분리해서 재해석하여 다른 사람들이 실제의 향상된 인지를 즐길 수 있게 한다. 즉 물리적인 사물의 외관을 변화하는 착시현상을 만드는 것으로 특별한 색채와 색채들의 배합이 시각적인 효과를 만들고 이것은 패션 디자이너들에 의해 활용된다. 우리나라 사람들을 대상으로 하여 여러 색 이미지에 대해서 오근재(1995), 허영희(1994), 조필교, 정혜민(1997)의 연구가 있다. 허영희(1994)의 농촌과 도시 지역의 여고생을 대상으로 한 색채 연상에 관한 연구에서 보면 지역적인 차이에 의해서 특정 색에 대한 구체적 연상어의 종류와 범위가 다르게 나타났다.

Kobayashi(1981, 101-104)는 색채 이미지 척도 개발에 대한 연구에서 색과 언어의 관계를 연구한 결과 모

든 색은 따뜻함/차가움(Warm/Cool), 부드러움/딱딱함(Soft/Hard), 선명한/희미함(Clear/Grayshi)의 세 속성을 지닌다고 하였다. 이 시스템을 활용함으로써 색채를 전략적으로 결정하거나 감성을 객관적, 논리적으로 판단 가능하게 된 것이다.

색채 이미지는 고정된 것은 아니지만 여러 선행연구 결과를 보면 대표적인 색채에 대해서는 공통된 상징과 이미지가 형성되어 있음을 알 수 있다. 김용훈(1987, 168), 정원순(1994, 17-19), 박상호(1993, 69), Birren(1993, 183), 박은주(1995, 287), Graves(1996, 266-274), 박영순과 이현주(1998, 64-66), 윤지윤(1998, 16-29), Kobayashi(1991, 8-9), 강병희(1996, 16, 26), Garthe(1945, 14-84), 이윤주(1999, 31, 35), 김영인 등(1999, 28)이 제시한 색상별 색채 이미지는 <표 1>과 같다.

표에서 알 수 있듯이 색채 이미지는 자연 환경에서 볼 수 있는 사물과 연관되어 나타나는 구체적 이미지와 무형적인 대상에 대한 추상적 이미지로 구분되는데 구체적 이미지와 추상적 이미지는 서로 관련되어 나타남을 알 수 있다.

이를 종합해 볼 때 색채는 디자인에 있어 그 이미지를 전달하는 중요한 요소이며 패션에 있어서도 소비자가 디자인을 선택할 때 가장 중요한 역할을 하고 있는 것을 알 수 있다. 그러므로 복식에 사용되는 색채가 전달하는 이미지가 디자인하고자 하는 패션 이미지를 형성하는데 적절한 효과를 주며 그 이미지를 잘 전달할 수 있는지에 대한 이해를 토대로 색채를 사용하는 것이 매우 중요하다고 하겠다.

색은 색상, 명도, 채도의 삼요소로 구성되며 색의 삼요소에 의해 구체적인 색의 이미지를 떠올리는 것은 상당히 어려우므로 이것을 이해하기 쉽게 감각적으로 표현된 것이 색조이며 색을 색상과 색조로서 인식하도록 패션분야에서는 사용하고 있다.

색조에 의한 색채분류에는 먼셀 색체계를 토대로 하여 미국 색채협회의와 미국 표준국에서 만든 ISCC-NBS 25색조 체계(1955)가 있으며 일본의 색채연구소에서는 이를 토대로 다시 실용적인 12색조로 구성하여 PCCS에 의한 색조의 분류를 많이 사용하고 있다. 각 색상에 있어서 명도는 무게감과, 채도는 강약감

<표 1> 색상별 색채 이미지

색상	이미지	
	구체적	추상적
R	붉은 깃발, 피, 소방차, 불, 열, 크리스마스, 사과	정열, 혁명, 위협, 더위, 생명, 격노, 활력, 애정, 원시
YR	오렌지 쥬스, 귤, 감, 단풍, 가을, 당근	온정, 따뜻함, 명랑, 우정, 애정, 풍부함, 질투, 쾌활
Y	병아리, 레몬, 별, 금, 해바라기, 바나나	명쾌, 발랄, 희망, 행복, 주의, 안전, 기쁨, 환희
GY	유아, 자연, 배추	신선, 생장, 위안, 친애, 젊음, 이국적
G	나뭇잎, 풀, 잔디, 공원, 여름, 숲	평화, 청결, 이상, 성실, 안정, 소박, 상쾌함, 생명
BG	바다, 숲, 비, 칠판	공포, 질투, 침착, 심미, 청명, 우울, 이지
B	바다, 하늘, 호수, 물, 얼음, 제복	무한, 이상, 영원, 청춘, 청결, 슬픔, 투명, 냉정, 성실, 명상, 차가움
PB	하늘	무한, 유구, 신비, 퇴거, 영원, 유구
P	나팔꽃, 가지, 와인, 포도, 부활절	고귀, 우아, 신비, 승고, 신성, 공포, 비애, 슬픔
RP	포도주, 코스모스	정서, 창조, 연정, 귀여움
White	눈, 설탕, 흰옷, 간호원	청결, 신선, 순결, 결백, 정직, 소박, 평화
Gray	승복, 안개, 기와, 바위, 기계, 빌딩, 쥐	금욕, 수수, 은은, 평온, 차분, 모던, 세련, 불안
Black	밤, 먹, 장례식, 교목	죽음, 비애, 건설, 안정, 악마, 절망, 슬픔, 허무

과 관련되는데 두 속성이 동시에 고려되는 색조는 경연감을 준다. 예를 들어 딱딱한 느낌이나 부드러운 느낌은 색조에 의한 것이다. 따라서 색상이 지니는 색조에 의해서 같은 색상이라도 이미지가 달라진다(추선형, 김영인; 1997). 색조분류법의 특징은 색채를 기억하기 쉽고 색상의 범위를 지적하기 쉬우며 이미지를 반영하기가 쉽고 조화를 생각하기가 쉽다는 점이다. 패션 예측색에서도 이미지를 정확하게 전달하는 색조분류법에 의한 색채군을 제시하는 방법이 많이 활용되고 있다(조민정 1996, 19-24). 박상호(1993, 66), 小林重順(1990, 9), 이윤주(1993, 46), 강병희(1995, 26), 추선형

(1996)의 색조별 이미지를 정리하여 <표 2>에 제시하였다. 색조체계는 심리적 색체계이므로 물리적 색체계에 비하여 색을 보다 감각적이고 심리적으로 활용하는데 유용하며, 이미지를 반영하기 쉬우므로, 패션 예측색에서도 색조 분류법에 의하여 색채군을 제시하는 방법을 많이 활용하고 있다(이윤주 1999, 32). 김영인(1999, 29-30)의 연구에서도 유행테마의 색채 분포에서 이미지를 표현하는데 있어, 색상보다는 색조에 이미지가 더 중심적으로 전달되는 것으로 나타났다.

색조에 따라 전달하는 색채이미지가 다르게 나타나는데, 밝고 채도가 낮은 p, lt, dl, htg 등과 같은 색조 영역에서는 부드러운 느낌을 갖게 하여 평온하고 안정된 이미지를 주며, s, dp, g와 같은 중명도 이하의 채도가 높은 색조 영역의 색은 딱딱한 느낌을 부여하여 긴장감을 주게 된다(강병희 1996, 25). 한편, v와 같이 채도가 높은 색조 영역에서는 색상이 잘 구별되므로, 색상에 따라 색채가 전달하는 이미지가 크게 변화하며, 채도가 낮은 dkg와 같은 색조 영역에서는 색상이 변화하더라도 색채 이미지는 크게 달라지지 않는다(Kobayashi 1991, 8).

색조의 이미지는 小林重順(1990)은 다음과 같이 제시하였다. 색채심리 분석단계에서 색채이미지를 파악하여 색채가 지니는 일반적인 이미지를 소비자가 추구하는 상품이미지와 연결하여 상품의 색채 계획시 반영하여야 하며 색채는 기능적인 측면과 감정적인 측면이 동시에 강조되는 디자인일 경우, 그 시대의 사회문화적 요구에 부합하는 이미지를 사용하는 것이

중요하다. 이는 패션디자인에 대해서도 마찬가지이다. 이와 같이 디자이너가 의도한 이미지를 가장 잘 표현하는 배색을 전개하기 위해서는 색채심리를 이미지 차원에서 고찰하는 것이 필수적인 것이다. 이러한 과정을 통하여 선택된 색채는 디자이너가 나타내고자 하는 감정이나 생각을 소비자에게 효과적으로 전달하여 준다. 색채 이미지는 시대와 사회적 상황, 개인적 특성에 의해서 변화하는 것이므로 앞서 제시한 색채환경의 분석단계에서 지속적인 색채정보의 변화를 파악한 후 색채심리 분석단계의 색채 이미지에서도 이러한 변화를 고려하여야 한다.

차미승(1992)의 연구에 의하면 의복의 형태를 동일하게 한 경우 의복색채의 변화에 의해 의복이미지를 구성하는 요인중 성숙성 요인과 현시성요인이 가장 두드러진 차이를 보였으며, 색채에 의한 의복 이미지의 차이는 성숙성과 현시성 요인에서 특히 두드러졌다. 모든 의복 형태에서 파랑과 자주는 성숙한 이미지로, 노랑은 어려 보이는 것으로, 자주색은 가장 매력적인 이미지로 지각되었다. 또 빨강, 자주, 노랑 등의 난색 계열이 파랑, 초록의 한색과 중간색 계열보다 현시성이 높게 평가되었으며 깃광목의 색이 가장 낮았다. 경직성 요인에서는 의복 형태와 색채가 지니는 이미지의 상호작용에 의해 이미지가 형성되며, 다른 요인에서는 의복 형태의 영향이 더 큰 것으로 나타났다. 강병희(1996)의 연구에 의하면 복식에서 나타난 청색의 이미지는 전통적인, 보수적인, 캐주얼한, 활동적인, 남성

<표 2> 색조의 이미지

색조	이미지		
은은한 색조	vp	부드러운, 달콤한	부드러운 정적인 은화한 이미지
	lt	온화한, 부드러운, 약한, 평범한, 따뜻한, 밝은	
	ltg	산뜻한, 정적인, 간결한, 온화한, 소박한, 단순한	
선명한 색조	s	힘찬, 튼튼한, 충실한, 동적인, 강한, 실용적인	충실한 선명한 활동적인 이미지
	v	선명한, 자극적인, 생생한, 강한, 활동적인, 따뜻한	
	dp	깊이있는, 완숙한, 고상한, 충실한, 진한	
밝은 색조	b	밝은, 빛나는, 경쾌한, 맑은, 젊은, 신선한	밝은 사랑스러운 이미지
	p	사랑스러운, 부드러운, 은은한, 로맨틱한, 순한, 섬세한	
어두운 색조	dk	안정된, 정리된, 격조높은, 단단한, 고전적인	안정된 중후한 차분한 이미지
	dkg	딱딱한, 엄숙한, 중후한, 형식적인	
	g	탁한, 수수한, 오래된, 침착한, 안정된, 건실한	
	d	차분한, 고풍스러운, 둔한, 클래식한	

적인, 딱딱한, 절제된, 산뜻한, 스포티한으로 나타났다. 추선행(1996)의 연구에 의하면 녹색의 복식 이미지는 건강한, 젊은, 자연보호, 미숙한, 기이한으로 고찰하였다. 김은경(1996)의 연구에 의하면 보라색 이미지는 로맨틱, 엘레강스, 쉬크, 댄디 이미지로 송연주(1997)의 연구에 의하면 빨강 색채는 건강한, 정열적인, 대담한, 섹시한, 위험한으로 윤지윤(1999)의 연구에 의하면 무채색의 복식 이미지는 깨끗한, 은은한, 활동적인, 젊음, 절제된, 세련된, 모던한, 강한, 반항적인으로 나타났다. 이러한 연구결과를 보면 의복의 색채 이미지와 일반적인 색채 이미지는 연관되어 있음을 알 수 있으며 반면 무채색 중 검정색과 같이 색채 자체에 부정적 이미지보다는 의복에서는 세련된, 모던한 등의 긍정적 이미지가 주로 표현되는 것으로 나타났다(김영인·추선행·강죽형, 2000). 박금옥(1996)의 직물색채 이미지는 빨강을 딱딱하고 남성적인 이미지, 파랑을 가볍고 시원한 이미지로 지각하였다. 광혜선·금기숙(1998)은 흑색의상의 시대별 고찰을 통해 흑색의 상징을 죽음, 억압된 자의 표출, 현대성으로 분석하였다. 김일분·유태순(1999)은 의복의 대표적인 이미지를 유행성, 품위성, 활동성, 단순성 등으로 나누고 유행성은 vivid 색조를 중심으로 한 red, white, black 색상이 품위성은 주로 단색, 2색 배색에 beige를 주로 한 brown, gray의 색상의 동색배색 또는 pale, grayish와 dark 색조가 품위를 높인다고 하였다. 이주현(1990)은 의복 색상에 의한 인상 형성 연구에서 빨강색 의복 착용자는 화려하고 눈에 띄는 인상, 파랑색 착용자는 능력있고 활동적인 인상, 검정색 착용자는 깔끔하지 않고 어두운 인상으로 지각되었다고 보고하였다. 남미우(1992)는 남성 정장에 미치는 인상 형성 연구에서 면접시 기본형태와 기본 색상의 정장이 평가적 인상에서 가장 긍정적으로 지각되었으며, 대학생 집단의 경우 활동성 요인에 상황 및 유형과 상호작용하여 면접 상황이나 정장에서 유행 색상이 더 활동적으로 지각되었다. 캐주얼에 있어서는 기본색일 때 더 활동적인 인상을 주었다. 이은미(1992)는 남성 정장 착용자의 인상 형성 연구에서 정장의 색, 넥타이색은 착용자의 인상에 부분적으로 영향을 미친다고 하였으며, 40대와 50대 관찰자 집단에서 청년 및 장년 착용자의 경우 주로 정장의 색이 평가요

인에 영향을 미쳤는데 베이지색이 검색보다 더 부드럽고 따뜻하고 비권위적으로 평가되었다. 加藤雪枝·梶山藤子(1982)는 블라우스 깃의 시각적 이미지는 주로 색에 의해 영향을 받는다고 하였다. 빨강은 활동성과 따뜻함의 요인, 주황색과 노랑은 따뜻함의 요인, 옅은 청록색과 선명한 청색은 날씬함의 요인과 관련이 깊다고 하였다. 또 흰색, 회색, 검정은 역능인자와 평가인자에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 加藤雪枝(1984)는 피복 형태와 색채 효과에 관한 연구에서 형태보다 색채의 영향이 비교적 큰 것으로 보고하였다. 피복에서의 감정 효과는 평가, 활동, 역량, 따뜻함과 날씬함의 인자로 나타났고 평가, 활동, 날씬함의 인자는 형태와 색채 모두 관련이 있으며, 역량과 따뜻함의 인자는 색채가 주로 영향을 미쳤다.

현대사회에서는 여러 측면의 환경적 변화에 따라 소비자의 기호가 다양해졌으며 생활에 있어서도 소비자의 기호가 다양해졌으며 생활에 있어서도 감성적 측면의 요구가 높아지고 있다. 또한 염료 및 소재의 발달과 함께 표현 가능한 색채가 다양해지고 기능적 감성적 측면에서 색채의 역할이 중요해지고 있다(추선행, 김영인; 1997). 복식에 있어서도 이러한 영향에 의해 색채의 중요성이 높아지고 있다. 특히 유행의 영향을 많이 받는 복식의 색채계획에 있어서는 특정 시기에 지배적으로 사용되어지는 유행색이 많이 반영되고 있으며 현대의 소비자들도 복식색채를 선택함에 있어서 유행색을 중요하게 인식하고 있다(Linton, H.; 1989). 복식의 유행색은 계절에 따라 다르게 나타나며 사회문화적으로 중요한 메시지를 전달하는 색채로 제시되기도 한다. 이러한 유행색은 색상, 색조가 함께 변화한다. 한 색상이 오랜 동안 유행한다고 해도 매 시즌 색조가 변화한다. 또한 퍼스널 컬러에서도 단순히 어떠한 색상이 어울리는 것을 의미하는 것이 아니라 어떤 색조인지가 중요하다.

飯塚弘子 등(1982, 1983)은 문헌상의 색의 연상용어를 수집하고 P.C.C.S의 색조분류에 따라 赤, 綠, 靑, 紫, 黃, 赤橙, 黃橙, 黃綠에 대한 연상어를 수집, 분류화하고 이를 색조에 결합시키는 과정을 통해 색채와 거기에 대응하는 연상용어와의 결합을 시도하였다. 그 결과 각각의 색조에 반응하는 연상용어가 있는 반면 서

로 인접한 색조끼리 같은 연상용어로 묶이는 경우가 있어 색채에 대한 이미지를 평가할 경우 색조의 범위를 줄일 수 있는 가능성을 보여주고 있다. 아이알아이(IRI)의 한국인 색채감성 척도에 관한 연구결과 감성 공간은 부드러운-딱딱한, 동적인-정적인으로 나타났으며 네 영역의 색채 분포의 특성을 살펴보면 색조를 기준으로 밝은(P, B), 선명한(S, V, Dp), 은은한(Vp, Lgr, L), 어두운(Gr, Dl, Dgr, Dk)의 이미지로 분류될 수 있음을 밝혔다. 이 연구에서 색채이미지를 색조에 따라 주황색(YR)을 분류하고 이에 따른 현대패션에 나타난 주황색이미지를 연구하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구문제

현대 패션에 나타난 주황색에 대한 시각적 이미지를 알아보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1: 주황색 의복에 대한 이미지의 구성요인을 알아본다.

연구문제 2: 주황색 의복에 대한 이미지의 계층구조를 알아본다.

연구문제 3: 주황색 의복의 색조에 따른 이미지 차이를 알아본다.

연구문제 4: 주황색 의복의 색조에 따른 판별이미지를 알아본다.

연구문제 5: 주황색 의복에 대한 선호도, 구매욕구과 시각적 이미지와의 관계를 알아본다.

2. 측정도구

1) 자극물의 선정

본 연구를 위해 최근 10년간(1991년 S/S~2000년 F/W) 국내·외 패션잡지에 나타난 사진을 중심으로 주황색에 시각적 우선권을 가진 126개의 사진을 수집하였다.

한국인의 색채 감성공간의 분류(IRI, 1997)에 의한 색조 분류 기준 중 어두운 색조(Gr, Dl, Dgr, Dk)는 갈색으로 다른 색역을 가지므로 제외시키고 밝은 색조(P, B), 선명한 색조(S, V, Dp), 은은한 색조(Vp, Lgr, L)의 세

가지 색조를 적용하여 색조별로 10개의 사진을 디자인의 다양성을 고려하여 최종 30개의 사진을 추출하였다. 선정된 30개의 사진자극물은 주황색 의복 이미지에 대한 평가에 영향을 미칠 수 있는 얼굴부분은 제외하였으며 3×5"의 회색대지로 배경을 동일하게 처리하여 제작하였다.

2) 척도의 구성

의미분척도를 구성하기 위해 부산대학교 의류학과 전공자 60명을 대상으로 사진 자극물 제시를 통한 자유언어연상을 실시(2000년 11월 28일~12월 2일)한 결과 479개의 이미지 형용어가 추출되었다. 빈도수가 높은 형용사를 우선으로 하여 문헌에 나타난 이미지 어휘를 고려하고 감성과 관련 있는 유쾌한, 고급스러운, 좋아하는, 사고싶음을 포함하여 최종적으로 27쌍의 형용어를 선정하였다.

재검사법의 일종인 중복 문항법을 사용하여 신뢰도를 검증한 결과(부산대학교 의류학과 전공 대학원생 20명, 2000년 12월 7일~12월 20일) Chronbach's α 값은 0.90으로 높은 신뢰도로 내적일관성이 있으므로 본 조사에 27쌍 어휘로 구성된 의미분척도를 사용하였다.

3. 자료수집 및 분석

본 연구의 자료수집은 색조별 10장씩 30장의 사진 자극물에 대하여 부산대학교 의류학과 전공 대학생, 대학원생 50명을 대상으로 실시되었다.(2001년 6월 20일~7월 10일)

자료분석은 SPSS/WINDOWS를 사용하여 주성분법과 varimax 직교회전을 이용한 요인분석, 계층적 군집분석, 분산분석과 Scheffé의 다중비교, 단계적 판별분석, 다중회귀 분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 주황색 의복이미지의 의미구조

주황색 의복이미지의 의미구조를 알아보기 위해 군집분석에 의한 계층구조와 요인분석을 이용한 구성요인으로 분석하였다. 군집분석에 의한 계층구조는 어떤 이미지와 가장 가까운 거리에서 순차적으로 묶여

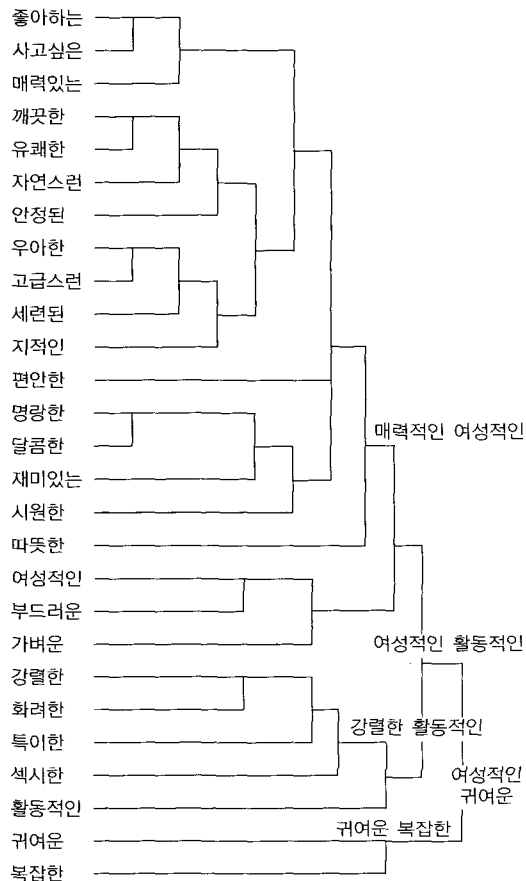
지는가에 대한 계층화 과정을 밝히기 위해 사용되었고 요인분석은 주황색 의복의 이미지 차원을 밝히기 위해 사용되었다.

1) 주황색 의복의 계층구조

주황색 의복의 시각적 감성의 평가하기 위한 27개의 형용사 쌍들의 결합과정과 의미의 유사성을 밝히고 시각적 감성의 계층구조를 파악하고자 군집분석을 실시하였으며, 그 결과를 덴드로그램으로 제시하였다.

[그림 1]

이미지의 결합과정을 살펴보면 가장 가까운 거리에서 결합하고 있는 것은 좋아하는 이미지와 사고싶은 이미지와 깨끗한 이미지와 유쾌한 이미지로 주황색



[그림 1] 주황색 의복 이미지의 계층구조

의복에서 좋아하는 이미지가 사고싶은 이미지와 가장 유사하며 깨끗한 이미지와 유쾌한 이미지가 가장 유사한 것으로 나타났다. 좋아하는 사고싶은 이미지는 매력있는 이미지와 결합하고, 깨끗한 유쾌한 이미지는 자연스러운, 안정된 이미지와 결합하고, 우아한 고급스러운 이미지는 세련된 지적인 이미지와 결합하고, 명랑한 달콤한이 비교적 유사한 이미지로 묶여 재미있는, 시원한 이미지와 결합한다. 이 네 군집의 이미지는 결합되어 따뜻한 이미지와 결합하여 매력있는 따뜻한 이미지를 중심으로 한 군집을 이룬다.

여성적인 부드러운 이미지는 가벼운 이미지와 결합하고 매력있는 따뜻한 하위 군집과 결합하여 매력있는 여성적인 이미지를 나타내었다.

강렬한 화려한 이미지는 특이한, 섹시한, 활동적인과 결합하여 강렬한 활동적인을 중심으로 한 하위 군집을 이룬다.

다음단계에서 매력있는 여성적인 이미지와 강렬한 활동적인 이미지가 결합하여 여성적인 활동적인 이미지를 중심으로 한 군집을 형성하고 이는 다시 하나 독립적인 이미지를 형성하고 있는 귀여운 복잡한 이미지와 결합하여 최종적으로 여성적인 귀여운 이미지를 중심으로 하나의 군집을 형성한다.

따라서 주황색 의복의 이미지는 결국 다양한 이미지를 토대로 최종적으로 여성적인, 활동적인, 귀여운 이미지에 수렴되어 통합되는 계층구조를 형성함을 알 수 있다.

선행연구와 비교해 보면 정인희의 연구(1992)에서는 전반적인 의복이미지는 우아한 여성적인 이미지와 남성적인 단순한 이미지의 계층구조를 나타내었으며 김희정·이경희(2000)의 연구에서는 동양적 복식이미지가 우아한, 섹시한, 여성적인 이미지의 계층구조를 밝혔으며 이경희(2000)의 패션감성연구에서는 자연스러운, 재미있는, 감성적인, 귀여운 이미지의 계층구조를 이루었다. 따라서 의복과 관련된 의미의 계층구조는 평가용어와 연구대상에 따라 다른 계층구조를 이루고 있음을 알 수 있다.

2) 주황색 의복의 구성요인

주황색 의복의 이미지 구조를 밝히기 위하여 요인

분석한 결과는 <표 3>과 같다.

요인 1은 사고싶은-사기싫은, 좋아하는-싫어하는, 고급스러운-고급스럽지않은, 세련된-촌스러운, 깨끗한-지저분한, 매력있는-매력없는 등의 11쌍의 형용사로 구성되었으며 요인명은 매력성요인이라 하였다. 요인 2는 화려한-수수한, 특이한-평범한, 강렬한-은은한 등의 6쌍의 형용사로 구성되었으며 요인명은 대담성요인으로 하였다. 요인 3은 부드러운-딱딱한, 가벼운-무거운, 여성적인-남성적인, 시원한-답답한, 따뜻한-차가운의 형용사쌍으로 구성되었으며 요인명은 부드러움요인이라 하였다. 요인 4는 명랑한-우울한, 활동적인-정적인, 귀여운-성숙한, 달콤한-쓴쓸한의 형용사쌍으로 구성되었으며 요인명은 귀여움요인으로 하였다.

의복이미지에 대한 네 개의 요인이 전체변량에서 차지하는 비율은 58.5%로 나타났으며 네 개의 요인 중에서 매력성요인과 대담성요인은 공통변량 중 74%를 차지함으로써 시각적 이미지의 의미공간내에서 중요한 요인으로 나타났다. 이상의 의복이미지는 요인 1에서는 좋아하고 고급스러운 매력적인 경향을, 요인 2에서는 화려하고 강렬한 경향을, 요인 3에서는 가볍고 부드럽고 여성적인 경향을, 요인 4에서는 귀엽고 명랑한 경향을, 요인 5에서는 단순하고 활동적인 경향을 나타내는 것을 의미한다.

본 연구의 요인분석 결과를 선행연구와 비교해 보면 각 구성요인마다 구성개념에 있어서 약간의 차이를 나타내었다. 대부분의 선행연구에서 가장 설명력이 높은 요인으로 나타난 매력성요인은 그 요인을 구성하는 의복이미지의 의미구조에 따라 평가성요인과 유사한 요인으로 해석되었다. 요인 1의 매력성요인은 石塚純子, 加藤雪枝, 梶山藤子(1987)의 평가인자, 이주현(1990)의 평가·매력인자, 李京姬(1991), 차미승(1992), 문삼련(1993), 李慶姬(1994)의 매력성인자, 石塚純子, 加藤雪枝(1994)의 평가인자, 이주현의 평가·매력인자, 李京姬(1991), 차미승(1992), 문삼련(1993), 李慶姬(1994)의 매력성인자, 橋本純子, 加藤雪枝(1994)의 평가인자, 이은령(1995)의 매력성인자에 부합된다.

요인 2의 대담성 요인은 박혜선(1984)의 역능요인, 李京姬(1991)의 실용성요인, 渡邊澄子, 中川早苗(1991)

의 현시성요인, 문삼련(1993)의 현시성요인, 李慶姬(1994)의 장식성요인과 유사한 것으로 나타났다. 요인 3의 부드러움 요인은 李京姬(1991)의 경연성요인, 정인희(1992)의 현대성요인, 홍병숙(1993)의 여성성요인, 이명희(1993)의 고전적-현대적 이미지와 유사하게

<표 3> 주황색 의복의 시각적 이미지의 요인

요인명과 형용사쌍	요인 부하치
요인 1: 매력성 요인	
사고싶은 - 사기싫은	.810
좋아하는 - 싫어하는	.804
고급스러운 - 고급스럽지않은	.792
세련된 - 촌스러운	.747
깨끗한 - 지저분한	.721
매력있는 - 매력없는	.715
지적인 - 지적이지않은	.701
자연스러운 - 어색한	.692
유쾌한 - 불쾌한	.691
우아한 - 천박한	.681
안정한 - 불안한	.626
편안한 - 불편한	.476
고유치; 7.761 전체변량(%); 28.74 공통변량(%); 49.1	
요인 2: 대담성 요인	
화려한 - 수수한	.774
특이한 - 평범한	.717
강렬한 - 은은한	.695
섹시한 - 섹시하지않은	.593
재미있는 - 재미없는	.581
복잡한 - 단순한	.405
고유치; 3.498 전체변량(%); 14.57 공통변량(%); 24.9	
요인 3: 부드러움 요인	
부드러운 - 딱딱한	.833
가벼운 - 무거운	.802
여성적인 - 남성적인	.797
시원한 - 답답한	.513
따뜻한 - 차가운	.306
고유치; 2.997 전체변량(%); 7.89 공통변량(%); 13.5	
요인 4: 귀여움 요인	
명랑한 - 우울한	.653
활동적인 - 정적인	.639
귀여운 - 성숙한	.626
달콤한 - 쓴쓸한	.506
고유치; 2.284 전체변량(%); 7.29 공통변량(%); 12.5	

나타났다. 요인 4의 귀여움요인은 문삼련(1993)의 성숙성요인, 홍병숙(1993)의 젊음성요인, 정은희(1992)의 젊음요인, 김희정(1993)의 성숙성요인, 이은령(1995)의 성숙성요인과 유사한 것으로 나타났다. 이상의 결과는 선행연구들에서 밝혀진 요인분석 결과와 유사한 면이 있음을 알 수 있다. 따라서 현대패션에 나타난 주황색 의복의 이미지에 대한 의미구조는 매력성, 대담성요인이 큰 비중을 차지하는 가운데 부드러움, 귀여움요인으로 더욱 구체화시켜 볼 수 있음을 알 수 있으며 요인 3인 부드러움요인은 부드러운-딱딱한을 중심으로 여성-남성요인을 포함하고 있는 것으로 나타났다.

2. 주황색의 색조에 따른 시각적 이미지 차이

주황색 의복의 색조에 따른 이미지 차이를 알아보기 위하여 분산분석과 Scheffé 검증을 통하여 분석하였다. 색조에는 은은한 색조, 선명한 색조, 밝은 색조로 분류하여 주황색 의복의 시각적 이미지 차이를 분석하였다. 요인별로 요인점수를 사용하여 나타난 결과는 <표 4>와 같다.

매력성요인에서는 매력적인 경향을 대담성요인에서는 화려하고 강렬한 경향을 의미한다. 부드러움요인에서 부드럽고 여성적인 경향을 귀여움요인에서 명랑하고 귀여운 경향을 의미한다. 색조이미지를 각 요인별로 비교하여 보면 모두 $P < .001$ 수준에서 유의적인 차이가 나타났으며 특히 귀여움요인과 대담성요인에서 유의적인 차이가 두드러지게 나타났다. 매력성요인에서 살펴보면 은은한 색조와 밝은 색조가 매력적

<표 4> 색조에 따른 시각적 이미지 차이

색조분류 요인	은은한	선명한	밝은	F-value
매력성	0.148 ^a A ^b	-0.245 B	0.107 A	25.27***
대담성	-0.316 B	-0.248 B	0.565 A	142.92***
부드러움	0.231 A	-0.128 B	-0.103 A	20.64***
귀여움	-0.464 C	-0.105 B	0.569 A	168.12***

^a 요인점수 ^b Scheffé의 다중비교 *** $P < .001$

는 것으로 대담성요인에서는 밝은 색조가 화려하고 강렬한 것으로 부드러움요인에서는 은은한 색조가 부드럽고 여성적인 것으로 선명한 색조와 밝은 색조가 무겁고 딱딱한 이미지로 나타났으며 귀여움요인에서는 밝은 색조가 명랑하고 귀여운 것으로 나타났다. 색조이미지를 분석한다면 은은한 색조는 매력적인, 부드러운, 여성적인, 성숙한 이미지를 가지며 선명한 색조는 매력적이지 않은 것으로 밝은 색조는 매력적이고 화려한, 강렬한, 귀여운 것으로 나타났다. 이상의 결과에서 살펴보면 주황색 의복에서는 선명한 색조보다는 은은한 색조와 밝은 색조가 매력적인 것으로 나타났다. 이는 주황색의 여성적인 이미지가 은은한 색조와 밝은 색조로 잘 어울리는 것으로 볼 수 있다.

3. 주황색 의복의 색조에 따른 판별이미지

색조에 따른 집단 간의 차이를 결정짓는 시각적 감성이 무엇인지를 알아보기 위하여 판별분석을 실시하였다. 색조를 종속변수로 하고 27쌍의 시각적 감성을 독립변수로 하여 공헌도가 낮은 변수를 제외시키기 위해 단계적 판별분석을 실시하였다. 27개의 시각적 이미지 중 11개의 이미지가 색조에 의한 집단을 구별하는데 공헌도가 높은 것으로 나타났다(<표 5>). 전체

<표 5> 색조를 판별하는 시각적 이미지

판별함수 형용사쌍	Function 1	Function 2	Wilks' Lambda	F-value	Hit- ratio(%)
귀여운-성숙한	0.246 ^A	0.238	0.683	340.34***	62.1%
여성적인-남성적인	-0.178	0.862	0.632	188.63***	
부드러운-딱딱한	-0.060	-0.621	0.613	135.15***	
특이한-평범한	0.003	0.453	0.596	107.79***	
강렬한-은은한	0.658	-0.360	0.586	89.598***	
따뜻한-차가운	0.196	-0.066	0.572	78.461***	
화려한-수수한	0.165	0.026	0.559	70.243***	
활동적인-정적인	0.157	-0.107	0.551	63.339***	
명랑한-우울한	0.242	0.083	0.543	57.885***	
지적인-지적이지않은	-0.248	-0.091	0.538	52.956***	
복잡한-단순한	0.017	0.264	0.534	48.765***	
판별함수의 기여율(%)	91.4	8.6			

^A Standardized canonical discriminant function coefficients

*** $P < .001$

변량의 91.4%를 설명하는 판별함수 1의 판별계수를 보면, 귀여운-성숙한이 가장 높게 나타났고, 다음은 여성적인-남성적인, 부드러운-딱딱한, 특이한-평범한, 강렬한-은은한, 따뜻한-차가운, 화려한-수수한, 활동적인-정적인, 명랑한-우울한, 지적인-지적이지않은, 복잡한-단순한 순으로 나타났다. 따라서 주황색 의복에서 색조를 판별하는 이미지는 제1요인인 매력성 요인보다 귀여움, 부드러움, 대담성 요인으로 나타났다.

4. 선호도와 구매욕구에 영향을 미치는 시각적 이미지의 구성요소

『좋아하는-싫어하는』을 종속변수로 하고, 26쌍의 시각적 이미지를 독립변수로 단계적 회귀분석을 행함으로써 전반적인 의복 선호도에 대한 이미지 영향을 알아보았다.

〈표 6〉에서 보는 바와 같이 전체적인 시각적 이미지는 11개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 사고싶은-사기싫은이 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 유쾌한-불쾌한, 세련된-촌스러운, 매력있는-매력없는, 자연스러운-어색한 등이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났다.

『사고싶은-사기싫은』을 종속변수로 하고, 26쌍의 시각적 이미지를 독립변수로 단계적 회귀분석을 행함

으로써 전반적인 의복 선호도에 대한 이미지 영향을 알아본 결과 〈표 6〉에서 보는 바와 같이 전체적인 시각적 이미지는 11개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 좋아하는-싫어하는 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 매력있는-매력없는, 자연스러운-어색한, 고급스러운-고급스럽지않은, 편안한-불편한, 세련된-촌스러운 등이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 주황색 의복은 매력적인, 여성적인 이미지군 집과 강렬한 활동적인 이미지군집이 결합하여 여성적인 활동적인 이미지군집을 형성하고 이에 독립적인 이미지를 형성하고 있는 귀여운 복잡한 이미지와 결합되는 계층구조를 형성한다. 따라서 주황색 의복의 이미지는 결국 다양한 이미지를 토대로 최종적으로 여성적인, 활동적인, 귀여운 이미지와 결합되는 계층구조를 형성함을 알 수 있다. 즉, 이는 패션색채 이미지의 계층구조를 이해하는데 기초자료로서 의미를 가진다.

둘째, 주황색 의복의 시각적 이미지구조는 매력성

〈표 6〉 선호도와 구매욕구에 영향을 미치는 시각적 이미지

선호도			구매욕구		
독립변수	Beta	T-value	독립변수	Beta	T-value
사고싶은-사기싫은	0.431	18.3267***	좋아하는-싫어하는	0.417	18.571***
유쾌한-불쾌한	0.095	4.788***	매력있는-매력없는	0.216	9.999***
세련된-촌스러운	0.122	5.960***	자연스러운-어색한	0.108	5.324***
매력있는-매력없는	0.114	5.182***	고급스러운-고급스럽지않은	0.102	4.991***
자연스러운-어색한	0.051	2.472*	편안한-불편한	0.062	3.554***
시원한-답답한	0.070	4.011***	세련된-촌스러운	0.088	4.213***
우아한-천박한	0.051	2.958**	귀여운-성숙한	0.058	3.697***
편안한-불편한	0.040	2.253*	재미있는-재미없는	0.061	3.262***
명랑한-우울한	0.046	2.659**	화려한-수수한	-0.048	-2.811***
지적인-지적이지않은	0.054	2.796**	시원한-답답한	0.047	2.617***
따뜻한-차가운	0.033	2.165*	부드러운-딱딱한	-0.041	-2.577***
R ²	0.685		R ²	0.6999	

*** P < .001 ** P < .01 * P < .05

요인, 대담성요인, 부드러움요인, 귀여움요인, 단순성요인으로 구성되었다. 다섯 개의 요인 중에서 매력성요인, 대담성요인이 주황색의 색조에 의한 시각적 이미지의 의미공간 내에서 중요한 차원으로 나타났다. 즉, 주황색의 매력성요인은 기존의 의복이미지의 제 1요인인 평가성 또는 매력성 요인과 일치하나 제 2요인인 대담성요인은 주황색 의복의 특성을 나타내주는 요인이라고 할 수 있겠다.

셋째, 색조에 대한 주황색 의복의 시각적 이미지는 매력성요인, 대담성요인, 부드러움요인, 귀여움요인, 단순성요인 모든 요인에서 유의적인 차이가 나타났으며 특히 대담성요인에서 유의적인 차이가 크게 나타났다. 주황색의 색조에 따라 의복에 나타난 주황색의 이미지가 달라짐으로 패션업계에서 디자인 기획시 브랜드 컨셉에 맞는 색조의 효과적인 활용을 고려한다면 소비자가 원하는 이미지를 창출할 수 있을 것이다.

넷째, 시각적 이미지의 차이를 크게 일으킨 색조에 따른 집단 간의 차이를 결정짓는 시각적 감성이 무엇인지를 알아보기 위해 단계적 판별분석을 한 결과 귀여운-성숙한, 여성적인-남성적인, 부드러운-딱딱한, 특이한-평범한, 강렬한-은은한 따뜻한-차가운, 화려한-수수한, 활동적인-정적인, 명랑한-우울한, 지적인-지적이지않은, 복잡한-단순한 이미지로 나타났다. 따라서 주황색 의복의 색조는 귀여움, 여성성, 대담성에서 차이가 많이 남을 알 수 있다.

다섯째, 선호도에 영향을 미치는 시각적 요인은 사고싶은-사기싫은, 유쾌한-불쾌한, 세련된-촌스러운, 매력있는-매력없는, 자연스러운-어색한 등이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났으며 구매욕구에 영향을 미치는 시각적 요인은 좋아하는-싫어하는, 매력있는-매력없는, 자연스러운-어색한, 고급스러운-고급스럽지않은, 편안한-불편한, 세련된-촌스러운 등이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났다. 따라서 디자인에 대한 선호도와 구매욕구는 밀접한 관련이 있음을 알 수 있으며 주황색 의복은 유쾌하고 명랑하고 우아한 따뜻한 것을 선호하나 자연스러우면 수수하고 단정한 이미지가 고려되어야만 구매행동에까지 이어질 것이다. 따라서 이러한 주황색 의복과 이미지의 관계를 분석하여 디자인 색채계획에 반영한다

면 소비자의 선호를 파악하고 구매력을 자극하는 마케팅 효과도 기대할 수 있을 것이다.

본 연구는 실증적 연구과정의 자극물 선정에 있어서 다른 디자인요소인 형태, 소재, 무늬 등을 한정지을 수가 없었기 때문에 다른 디자인 요소에 대한 시각적 자극의 영향을 받았던 점이 한계점으로 제약됨을 알 수 있었다. 또한 색채는 패션 이미지에 있어서 가장 먼저 지각되는 요소이면서 색채가 갖는 색 이미지와 의복색의 이미지는 연관되어 나타남을 알 수 있다. 따라서 패션 색채 이미지를 분석함에 있어서 일반적 색채 이미지도 함께 고려하여 일반적 색채 이미지와 패션에서의 색채 이미지의 공통점 및 차이점을 분석하는 후속연구가 이루어져야 할 것으로 생각된다.

참 고 문 헌

- 강병희·김영인(1996). 청색이미지 고찰에 의한 복식디자인. 디자인학회지, 제18호, 87-96.
- 강병희(1996). 청색이미지 고찰에 의한 복식디자인. 디자인학회지, 18, 87-96.
- 김미지자(1996). Texture와 Colour Coordination의 감성공학적 Technology에 관한 연구. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영인·추선형·조민정(1999). 아동복 색채선호에 대한 조사연구. 복식, 43, 59-68.
- 김영인·추선형·강죽형(2000). 아동복 선호이미지와 선호색채 이미지에 관한 조사연구. 복식, 50(1), 23-32.
- 김영인·이윤주(1994). 아르데코 시대를 중심으로 한 복식의 색채 이미지에 관한 연구. 복식, 22, 119-133.
- 김영인·이현수·이현주·이윤주(1999). 이미지에 기반한 패션색채의 데이터베이스 구축 및 실용화 연구 결과 보고서. 산업자원부
- 김영인·고애란·박영순·강죽형·추선형·조민정·설용건·박민용(1997). 한국 표준 섬유활용색 모음(Color System)제작에 관한 연구. Design studies, No. 22, 591-596.
- 김은경·김영인(1996). 복식디자인을 위한 보라색 이미지의 고찰. 디자인학회지, 16, 225-234.
- 김일분·유태순(1999). 의복 이미지 유형과 디자인 요소와

- 의 관계. 복식, 31, 223-252.
- 김희정(1997). 영화 의상에 표현된 색의 상징성에 관한 연구. 복식, 35, 195-206.
- 박은주(1989). 색채조형의 기초, 서울, 미진사, 28-29.
- 박소영(2000) 인테리어와 패션의 트렌드색채 특성 비교, 석사학위논문, 연세대 생활환경대학원 실내환경학과.
- 赤池照子, 佐藤雅(昭和55). 色彩意匠學. 의생활연구회.
- 송연주(1997). 복식디자인 프로세스에 의한 빨강 색채 분석의 적용. 디자인학회 1997년 춘계 학술발표회.
- 윤지윤(1999). 무채색의 색채 이미지와 복식디자인. 의류학회 1999년 춘계 학술발표회.
- 이현주(1999). 노란색 이미지에 의한 복식디자인. 석사학위논문. 연세대학교 대학원. 의류환경학과
- 차미승(1992). 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 추선형 · 김영인(1996). 복식디자인을 위한 녹색의 배색 계획. 복식, 31, 33-46.
- Faber Birren, 박홍 · 권영삼 · 이성민역(1989). 빛 · 색채 · 환경. 기문당
- 飯塚弘子 · 鈴木正文 · 香川幸子 · 盛田眞千子 · 方江八重子 · 下地一丸(1982). 文獻上の色の連想用語と色彩と照合(1) - 赤 -. 文化女子大學研究紀要, 13, 137-150
- 鈴木正文 · 香川幸子 · 方江八重子 · 盛田眞千子 · 下地一丸 · 飯塚弘子(1982). 文獻上の色の連想用語と色彩と照合(3) - 緑 -. 文化女子大學研究紀要, 13, 163-174
- 下地一丸 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 方江八重子 · 鈴木正文 · 盛田眞千子(1984). 文獻上の色の連想用語と色彩と照合(5) - 赤みの橙 -. 文化女子大學研究紀要, 15, 111-129
- 下地一丸 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 方江八重子 · 鈴木正文 · 盛田眞千子(1982). 文獻上の色の連想用語と色彩と照合(4) - 赤みの橙 -. 文化女子大學研究紀要, 13, 175-186
- 方江八重子 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 渡せるみ子 · 盛田眞千子 · 鈴木正文 · 下地一丸 · (1979). 色彩“青”についての研究(5) - 文獻上の連想用語 -. 文化女子大學研究紀要, 10, 1-15
- 宮内博美(1998)色彩とデザイン. 한국 의류학과 추계 학술발표대회 논문집, 15-18.
- 加藤雪枝(1984). 被服の形態と色彩效果に關する一連の研究. 纖維製品消費科學誌, 25(9), 425-427.
- 加藤雪枝, 梶山藤子(1982). ブラウスの衿のイメージに及ぼす形状及び色の效果. 纖維製品消費科學誌, 23(4), 159-164.
- Linton, H.(1989). Color Forecasting. New York, Van Nostrand Reinhold.