

의복 디자인요소의 이미지 지각에 대한 연구 - 색, 무늬를 중심으로 한 심층면접 -

이해숙* · 김재숙

충남대학교 의류학과, 충남대학교 의류학과 교수

A Study on Image Perception of Design Elements - Using Depth Interview Method on Color, Pattern of Clothing -

Hae-Sook Lee* and Jae-Sook Kim

Dept. of Clothing and Textiles, Graduate Student of Chungnam National University
Dept. of Clothing and Textiles, Professor of Chungnam National University

目次

Abstract	1. 선호색
I. 서론	2. 색의 이미지
II. 이론적 배경	3. 선호무늬
1. 이미지 지각	4. 무늬의 이미지
2. 색 이미지	5. 복종, 약세사리, 인태리어 소품의 선호색과 무늬
3. 무늬 이미지	
III. 연구대상, 방법 및 분석	V. 결론 및 제언
IV. 연구결과 및 분석	참고문헌

Abstract

The research was designed to find out the effects of design elements : ① color, ② pattern, on image perception of clothing by using a qualitative depth interview method. The subjects were 40 women who lived in Taejon and aged 20 to 40.

The interview results were both hand recorded and tape recorded for further analysis by researchers and judge groups. And the results were as follows.

1. The most preferred colors appeared to be blue and black, while stripes, checks and flowers were most favorite patterns.
2. There were individual difference in color and pattern perception, however the color image of yellow was brightness, red was dashing, green comfortable, blue cool, and black tightness. The image of geometric pattern was modesty and natural motif pattern was dynamics.
3. The two major forces which affected the image of design elements were appeared as followed : 1) Color images affected by the image of natural objects which obtained the color. 2) Individuals past experience and emotional status also affected the personal image perception.
4. The color and pattern preference for the Korean traditional costumes and Western two piece were significantly different and this result imply cultural stereotyping on image perception of design elements.

On conclusion, the results supported the research model of form perception and image evaluation.

I. 서 론

소득수준과 자아에 대한 인식이 높아짐에 따라 사람들, 특히 젊은 층은 경제적 의미보다는 문화적 의미에 더 큰 관심을 기울이고 있다. 즉 상품의 품질이나 성능의 중요성을 당연시하면서 디자인의 형태, 색상과 같은 감성적 이미지를 중요시 한다. 그러므로 소비자에게는 상품이 제공하는 쾌감, 심미의식, 인상, 감동, 경이감, 촉감, 시각적 쾌적감 등이 중요한 요소가 된다(김동기, 1987). 특히 패션과 같이 타인의 눈에 잘 띄는 제품은 의복이 착용자 자신의 개성의 일부가 되며 개성표현의 수단이라고 생각하여, 착용자의 자아 이미지와 의복 이미지가 얼마나 부합되는지도 중요한 관심이 된다.

의복은 자신을 아름답게 보이고 다른 사람들 사이에서 돋보이게 하려는 인간의 본능적 욕구를 표현할 수 있는 것으로, 사람들은 의복을 통해 자기를 표현하며 의복으로 표현된 다른 사람을 지각하고 평가한다. 즉 의복은 비언어적 전달매체로서 의복이 지닌 이미지를 통해 착용자의 개성, 분위기 등을 타인에게 전달하며 이러한 의복의 이미지는 의복디자인 요소 및 착용자와 상호관계에 의해서 형성된다. 의복을 구성하고 있는 디자인 요소의 시각적 특성은 의복의 이미지에 중요한 시각적 매개체로 작용하여 전체적인 이미지에 영향을 준다.

의복행동에 관한 연구방법으로는 데이터를 통계적으로 분석하고 결과를 도출해내는 양적 연구와 인터뷰와 관찰 등의 다양한 방법으로 내면을 탐구하는 질적 연구가 있으며, 이 두 연구방법은 양립할 수 있고 또한 상호보완적이라고 할 수 있다. 의복행동에 대한 연구는 의복을 통하여 인간행동을 보다 더 잘 이해하기 위해서 다차원적인 연구(multi-research)가 이루어져야 한다. 지금까지의 양적 연구가 객관적인 정확성을 얻는데 기여했다면 질적 연구는 자료 수집 및 분석방법의 어려움으로 수행되지 않고 있었으나 주관적인 데이터, 표현적인 질(quality)과 내용의 개념화에 기여할 것이다.

본 연구는 의복의 심미적 차원에 영향을 미치는 디자인 요소에 대하여 질적 연구를 수행하고자 한다. 즉 사람들이 선호하는 색과 무늬는 무엇이며 색과 무늬의 이미지, 선호하는 특별한 동기, 복종, 악세사리, 인테리어 소품의 선호색과 무늬에 대하여 심층면접으로 보다 세심히 관찰·분석하고자 한다. 이는 색과 무늬의 이미지 지각연구의 기초자료가 될 뿐만 아니라 자료수집과 분석 등에서 새로운 연구방법이 제시되리라고 기대된다.

II. 이론적 배경

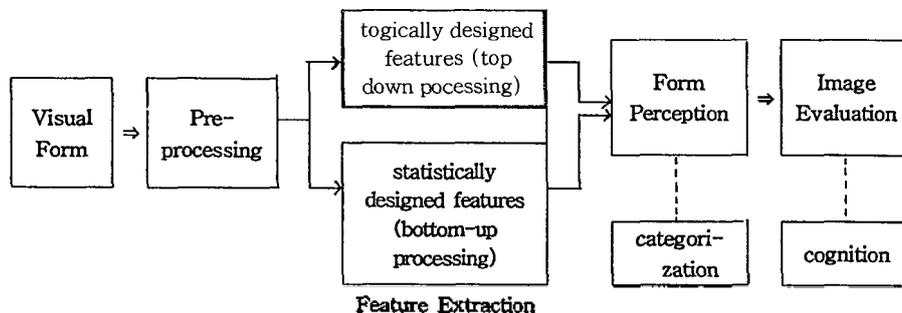
1. 이미지 지각

인간이 시각적 思考(visual thinking)와 언어적 思考(verbal thinking)중 어느 쪽에 바탕을 두느냐는 계속 논란이 되어 왔는데, 언어는 사고에 필수불가결한 것이 아니라 思考과정을 돕는 역할을 하고 있다. 思考는 무의식 속에 위치한 이미지의 영역에서 일어나는 것으로 머리 속에 떠오르는 어떤 모습(shape), 즉 이미지를 필요로 하며 그 모습은 반드시 어떠한 매개체로부터 이끌어진다. 이 때 매개체는 과거의 경험이나 기억 이미지 등이 해당된다. 이러한 측면에서 보면 思考의 산물인 개념도 어떠한 모습(시각적, 청각적, 동적)을 취하고 있으며 결국 언어도 지각적 모습들의 체계로 볼 수 있다(Arnheim, 1969). 따라서 인간의 思考는 가끔 언어를 통한 기억에 의존하기도 하지만 이미지를 통한 기억이 대부분이라고 할 수 있다.

형태(form)의 이미지 지각은 사물의 동일성에 대한 관심과 함께 최근에 연구가 시작되고 있다. 형태는 어떠한 전환에도 불구하고 특성들의 조합(set)이라고 정의할 수 있고 사물의 동일성에 대한 접근은 형태주의(gestalt)의 한 부분으로 해석할 수 있다. 형태를 이루는 특성 중 색 및 윤곽선(conture)은 이미지 형성에 중요한 변인으로 보고, 이들을 어떻게 조합시키느냐에 따라 지각되는 사물의 이미지는 달라진다.

따라서 이미지 지각과정을 다음과 같은 모형으로 설정할 수 있으며 본 연구에서는 의복디자인에서 지각에 영향을 줄 수 있다고 보는 색과 무늬에 대하여 형태지각의 전(前)과정(pre-processing) 중 논리적인 개념(top-down processing)부분을 질적 연구를 통하여 행하고자 한다.

본 연구의 모형에서 Visual Form(시각적 형태)은 이미지 지각의 대상이 되는 자극의 투입



<그림 1> 연구모형

으로 지각자들이 시각적으로 보고 평가할 수 있는 대상이다. Feature Extraction은 processing의 한 단계로 논리적인 개념(logically designed feature : top-down processing)과 실증적 개념(statistically designed feature : bottom up processing)으로 구성된다. Form Perception(형태 지각)은 지각과정에서 지각자들이 즉각적이고 순간적으로 지각을 하는 것으로 이런 지각은 시각적으로 가장 빨리 느낄 수 있는 형태에 의해 지각하게 되며 범주화가 이루어진다. Image Evaluation(이미지 평가)은 지각된 형태가 평가를 통하여 이미지로 구체화되어 저장된다.

2. 색 이미지

색채가 사람의 감정을 자극하는 미묘한 효과가 있다는 것은 일상생활에서 흔히 경험하는 것으로, 색에서 받는 인상은 색상에 따라 복잡다양하며 나름대로의 고유한 감정을 지니고 있다. 색의 상징성 및 색에 관련된 연상에 의해 나타나는 색의 성격은 문화나 개인에 따라 차이가 있으나 어느 정도 일관성을 나타낸다.

색채는 의복에서 가장 먼저 눈에 띄는 디자인의 한 요소로서 의복의 느낌을 형성하는데 중요한 역할을 하며 의복의 미적 인식에서 색채를 가장 먼저, 다음으로 스타일에서 나타나는 선이 지각되는 것으로 나타나(오현정 등, 1990) 의복에서 색채의 중요성은 더욱 크다고 하겠다. 즉 색은 지각자에게 타인에 대한 정보를 가장 먼저 중요하게 그리고 가장 크고 즉각적인 영향을 미친다(Palca, 1992).

의복색은 의복 착용자에 대한 지각과정에서 심리 생리적으로 작용하여 색이 가진 특수한 이미지에 의해 지각하게 한다(박은주, 1989)

색과 관련한 선행연구들을 살펴보면 색채선호와 관련한 연구(김미옥, 1992; 백선원, 1989; 정삼호, 1989; 김소형, 1986; 김은주, 1982; 문선희, 1980), 의복색과 인상형성과의 관계연구(강혜원, 1991; 이주현, 1990)가 있다. 또한 Kobayashi(1981)는 색 이미지 척도 개발에 대한 연구에서 모든 색은 warm or cool, soft or hard, clear or grayish의 세 속성을 지닌다고 하였고 의복형태와 색채 이미지에 관한 연구(차미승, 1992)에서는 모든 의복형태에서 blue, purple과의 조합은 성숙한 이미지로 yellow와의 조합은 어려 보이는 것으로, purple과의 조합에 의해서는 가장 매력적인 것으로 평가되었다.

3. 무늬 이미지

무늬는 선, 공간, 형태 또는 색으로 구성되어 있고 이들의 신체적인 면의 효과와 심리적인 면의 효과가 결합되어 무늬 그 자체의 인상을 형성한다(서미아, 1985).

직물의 무늬는 미적 쾌감을 일으킬 수 있도록 장식하고 있는 점, 선, 면과 그 종합에 의한 형상 및 색채에 의해 구성 배열된 도안을 의미한다(장문호, 1979). 직물의 무늬는 개념상 모티프와 패턴으로 나누어지는데, 모티프는 무늬를 이루는 기본형태이며, 패턴은 모티프가 모여서 이루는 무늬의 전반적인 형태를 말한다(이은영, 1986):

무늬에 대한 연구로는 주로 기하학적인 무늬 (줄무늬, 물방울무늬 등)의 시각효과에 대한 연구(최은영, 1995; 문삼련, 1993)가 이루어지고 있으며 무늬기호도와 관련한 연구(정삼호, 1991; 서미아, 1985; 김은주, 1982) 등이 있다. 한편 오승희(1991)는 의상디자인에서 나타난

문양들이 정서에 미치는 영향에 대한 연구에서 문양의 지각에 선행적인 고정관념이 존재함을 제시하였다.

Ⅲ. 연구대상, 방법 및 분석

연구방법은 색과 무늬에 대한 선호 및 이미지에 대한 것을 연구자들과 피험자간의 자유토론을 통하여 기술하는 형식과 녹음하여 기록하는 방법을 사용하였다. 조사기간은 1996년 5월 10일~6월 30일이었으며 응답자 1명당 약 1시간 가량 소요되었다. 조사대상은 대전에 거주하는 20세 이상 40세 이하의 성인여성 40명을 임의 표집하였다.

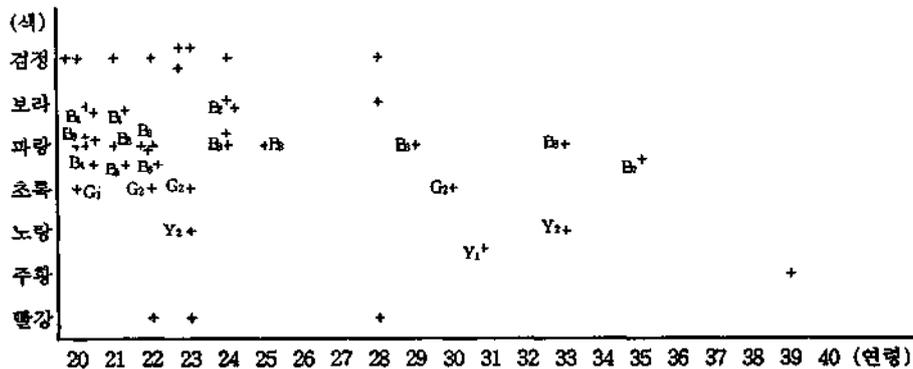
토론의 내용은 피험자가 선호하는 색과 무늬, 선호하게 된 특별한 동기, 선호하는 색과 무늬의 이미지에 대한 내용으로 주로 자연스럽게 나오는 내용들을 모두 기록하는 방법을 취하였다.

분석방법은 녹음, 기술된 내용을 전문가 집단과의 토론을 거쳐 내용분석하였다.

Ⅳ. 연구결과 및 분석

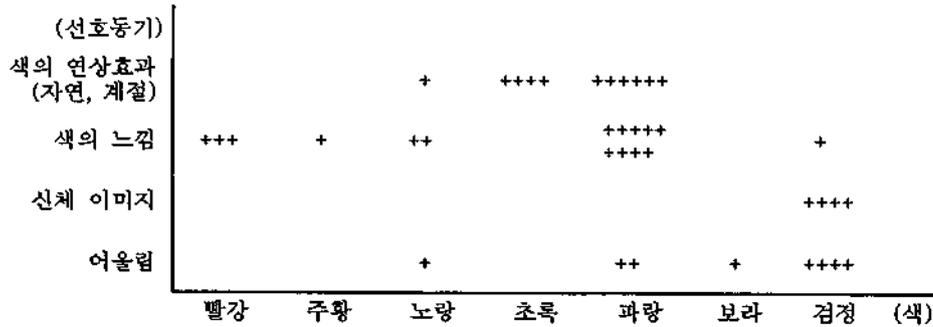
1. 선호색

인터뷰에서 선호색의 범주를 정해 주지 않았으나 피험자들은 기존의 범주를 벗어나지는 못했다. 선호하는 색이 이차색으로 색명을 언어적으로 표현하기 어려운 경우, 사물을 제시하거나 가장 근접하다고 생각되는 색명을 사용하였다. 즉 피험자들은 선호색을 명확히 한가지 색으로 또는 유사색까지를 포함한 계열(노랑에서 연두, 연두에서 녹색 등)로 나타내거나 바다색, 하늘색, 풀색 등 자연물로 표현하였다. <그림 2>는 피험자의 연령에 따른 선호색을 나타낸 것이다.



<그림 2> 선호색과 연령과의 관계(+ : 빈도)

B₁ : 진파랑, 다크블루, B₂ : 진남색, 진푸른색, B₃ : 파랑, 블루
 B₄ : 청색, B₅ : 바다색, B₆ : 푸른색, B₇ : 하늘색
 G₁ : 풀색, G₂ : 녹색
 Y₁ : 개나리색, Y₂ : 노랑색



<그림 3> 색의 선호동기(+ : 빈도)

이것은 피험자들이 시각적으로 지각하는 것을 언어로 표현하는데 따른 어려움으로 색의 언어적 표현방법이 연구, 제시되어야 하겠다.

색의 선호동기는 색이 주는 연상효과(자연, 계절), 색이 주는 느낌, 신체이미지, 어울림(자신과의 조화, 다른 것과의 조화) 등으로 범주화할 수 있었다(그림 3).

피험자들은 밝은 색일수록 색이 주는 느낌 때문에 선호하고 초록과 파랑은 색의 연상효과에 의한 것인 반면 검정은 신체이미지와 어울림 때문이었다. 즉, 유채색의 경우, 그 색을 포함한 자연물에 대한 이미지가 반영되었고, 검정(무채색)의 경우, 다른 것과의 조화가 가능하고 자신에게 의복으로 적용되었을 때를 고려하는 것으로 나타났다.

피험자들은 선호색을 가장 잘 적용할 수 있는 것에 파랑, 검정은 양장, 특히 투피스에 잘 어울린다고 한 반면 노랑, 초록의 경우 양장에서는 자신이 직접 착용하기 부담스러울 뿐만 아니라 조화시키기 어려워 거의 착용하지 않고 있으나 한복에서는 잘 어울린다고 하였다. 노랑은 가구나 실내장식, 조명과 같이 생활과 밀접한 것에 사용하는 것으로 나타났고, 초록은 사무실 등의 넓은 장소에 안정감을 주기 위한 일부분의 사용을 제안하였다.

색의 선택이 기분에 따라 달라지기는 하나 선호색에 대한 물음에는 자신이 좋아하는 색이 무엇이냐라고 할 만한 것이 있어서 기분에 관계없이 동일한 색을 응답하는 것으로 나타났다. 즉 사람들은 색에 대하여 자신이 좋아하는 범주를 정해놓고 있으며 색에 대한 고정관념도 존재한다는 것을 알 수 있었다.

2. 색의 이미지

본 연구에서는 색의 이미지에 대하여 전문가 집단과의 내용분석을 실시하였다. 요인분석이나 군집분석은 양적 자료를 통계적으로 처리하는데 유용하고 내용분석은 질적 자료를 처리하는데 유용하다고 하겠다.

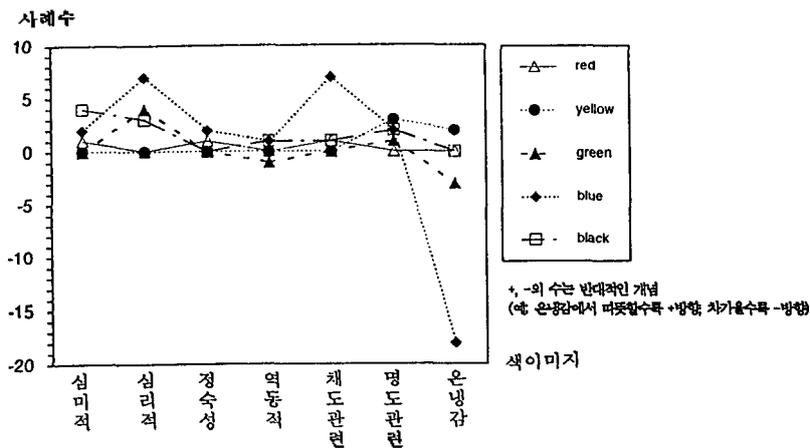
색이미지는 심미적 이미지, 심리적 이미, 정속성 이미지, 역도적 이미지, 명도관련 이미지, 채도관련 이미지, 온냉감 이미지 등으로 나타났다(표 1).

색에 따른 이미지 분포는 <그림 4>와 같다. 노랑은 명도관련(밝다) 이미지와 온냉감 <따뜻하다>이미지가, 초록과 파랑은 온냉감 <시원하다>이미지와 심리적(편안하다, 차분하다)이미지가, 검정 <새련되다>이미지와 심리적(차분하다)이미지가 두드러졌다. 즉 초록, 파랑은 풀,

<표 1> 색의 이미지

이미	표현된 언어			
심미적	세련되다	++++	예쁘다	+
	화려하다	+	매력적이다	+
심리적	차분하다	+++++	편안하다	++++
	안정적이다	+++		
	우울하다	+	고독하다	+
정숙성	정숙하다	+	얇전하다	+
	야하다	+	단정하다	+
역동적	강하다	+	조용하다	+
			자유롭다	+
채도관련	깨끗하다	+++++	깔끔하다	++++
	맑다	+		
명도 관련	밝다	+++++	어둡다	++
온냉감	시원하다	+++++		
	차갑다	++	신선하다	++
	따뜻하다	++	상쾌하다	+
기타	지적이다	+++++	경쾌하다	++
	새롭다	+	산뜻하다	+
	자연스럽다	+	무난하다	+
	도시적이다	+	섹시하다	+
	어려보인다	+		

자연, 하늘, 바다 등을 연상하고 자연에서 느끼는 편안함과 시원함을 지각하는 것이라고 할



<그림 4> 색에 따른 이미지 분포

수 있다. 색이미지 지각에서 가장 두드러진 것은 색을 포함한 자연물의 이미지에 의한 영향과 개인의 정서적 상태에 의하여 영향을 받는다는 것이다.

3. 선호무늬

피험자들은 색을 무늬보다 중시하여 무늬를 크게 고려하지 않고 있으며 자주 접한 무늬를 선호무늬로 표현하였다. 따라서 선호무늬는 기하무늬(줄무늬, 체크무늬, 기타), 자연무늬(꽃무늬, 동물무늬), 추상무늬, 캐릭터(story가 있는) 무늬를 선호하는 것으로 나타났다.

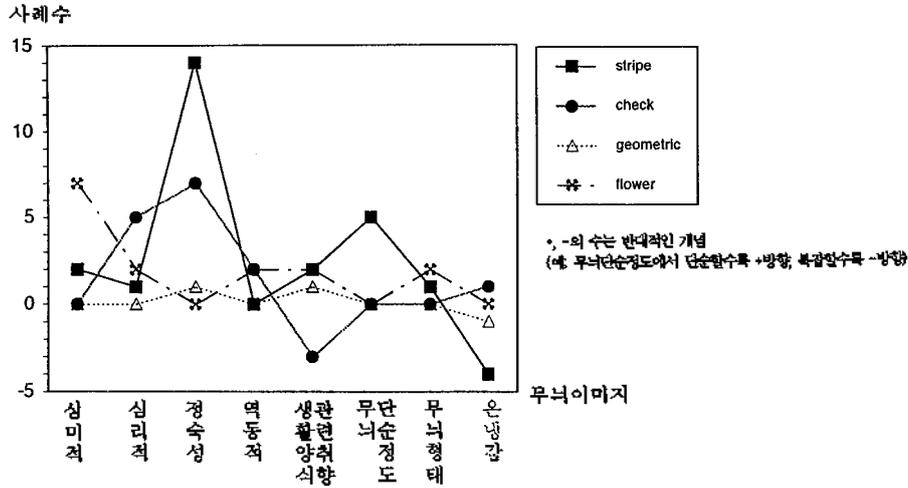
무늬의 선호동기는 무늬가 주는 느낌, 신체이미지, 어울림, 자신의 욕구충족 등으로 범주화할 수 있었다. 즉 기하무늬는 무늬가 주는 느낌과 신체이미지에 의해, 자연무늬는 어울림으로, 추상무늬, 캐릭터무늬는 자신의 욕구충족(변화추구, 늙고 싶지 않은 욕구와의 일치)에 의해 선호되었다.

4. 무늬의 이미지

무늬이미지는 심미적 이미지, 심리적 이미지, 정숙성 이미지, 역동적 이미지, 생활양식과

<표 2> 무늬의 이미지

이미	표현된 언어			
심미적	예쁘다	+++	화려하다	+++
	새련되다	+++	우아하다	++
	멋있다	+		
심리적	안정적이다	+++++	편안하다	+++++
정숙성	깔끔하다		정돈되다	
	단정하다	+++++	깨끗하다	+++++
역동적	활동적이다	++	활발하다	++
	자유롭다	+		
생활양식관련취향	무난하다	++++		
	도시적이다	+	모던하다	+
	귀족적이다	+	로맨틱하다	+
			감성적이다	+
무늬의 단순정도	단순하다	+++	심플하다	+++
	변화롭다	+		
무늬의 형태	여성스럽다	++	직선적이다	+
온냉감	시원하다	+++++	따뜻하다	+
기타	귀엽다	+++	소녀적이다	++
	지적이다	+	자연스럽다	+
	순수하다	+	발랄하다	+
		상큼하다	+	
		경쾌하다	+	
		부드럽다	+	



<그림 5> 무늬에 따른 이미지분포

관련된 취향 이미지, 무늬의 단순 정도 이미지, 무늬의 형태이미지, 온냉감 이미지로 나타났다(표 2).

무늬에 따른 이미지 분포는 <그림 5>와 같다. 줄무늬는 정숙성(깔끔하다)이미지, 무늬의 단순정도(단순, 심플하다)이미지와 온냉감(시원하다)이미지가, 체크무늬는 심리적(편안하다)이미지, 정숙성(깔끔하다)이미지, 생활양식과 관련된 취향(무난하다)이미지가, 꽃무늬는 심미적(예쁘다)이미지가 두드러졌다.

줄무늬와 체크무늬는 기하무늬로 같이 분류되기는 하나 정숙성(깔끔하다)이미지를 제외하고는 이미지가 다르게 나타나 어느 곳에 사용하느냐에 따라 이미지 표현을 달리할 수 있음을 보여주었다. 또한 꽃무늬는 꽃이 주는 이미지를 무늬이미지로 지각하였다.

5. 복종, 약세사리, 인테리어 소품의 선호색과 무늬

복종, 약세사리, 인테리어 소품에서 선호하는 색과 무늬에 있어서 색은 복종, 약세사리에 따라 차이가 있었으나 무늬는 이차적인 것으로 생각하여 무늬없는 것이 지배적이었으며 전체적으로 기하무늬가, 한복에서는 꽃무늬가, 약세사리에서는 기하무늬에 추상무늬와 전통무늬를 선호하는 것으로 나타났다.

복종에서 투피스는 무채색이 선호되었고 한복은 빨강(분홍)계열과 상하(저고리, 치마)배색된 것을 선호하였으나 무채색은 전혀 선호되지 않았다. 한복에서 상하배색된 것은 피혁자들 스스로 상하의 색을 조합(예; 거자색 저고리에 진녹색치마)하여 응답한 것을 의미한다. 한복에서의 무채색은 상복이라는 고정관념으로 인하여 선호되지 않는다고 사료된다.

복종에서 투피스의 색과 무늬선호, 한복의 색과 무늬선호가 뚜렷한 차이를 보여준 것은 의복의 범주뿐만 아니라 문화적 맥락에 의한 것으로 여겨진다. 즉 투피스는 서양의복으로서 일상화되어 있으며 블라우스 등과 조합해서 착용하는 경우가 대부분으로 색 선호가 자유롭게 못한 반면 한복은 전통의복으로 일상복이 아닌 예복, 행사용이 되면서 화려하고 밝은 색의 선

호, 특히 서양의복에서는 어려운 상하배색이 선호되는 것이라고 할 수 있다. 이는 투피스와 한복이 갖는 문화적 고정관념이 작용하였기 때문으로 해석된다.

악세사리에서 스카프의 색은 의복과 유사색을, 넥타이는 자주색, 남색, 아이보리색을, 머플러는 갈색계열을 선호하였다. 악세사리에서의 무늬는 복종에서 선호되지 않았던 전통무늬와 추상무늬 등 무늬의 선호범위가 넓어졌다. 또한 인테리어 소품에서의 색은 집안의 분위기와 조화를 고려하여 파스텔톤(연하늘, 연노랑, 연분홍 등)의 색을 선호하였다.

일반적으로 선호하는 색과 무늬, 복종, 악세사리, 인테리어 소품에서의 선호하는 색과 무늬에서의 차이는 상품에 따라 어울리는 색이 있다는 고정관념에 의한 것이라고 할 수 있으며 무늬에서는 무늬를 구성하는 색에 의해 달랐으며 색이 우선적으로 지각되는 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 의복 디자인 요소중 색과 무늬가 이미지 지각에 어떤 영향을 미치는가를 심층면접을 통한 자료를 분석한 결과 다음과 같은 경향이 발견되었다.

색과 무늬이미지는 심미적 이미지, 심리적 이미지, 정숙성 이미지, 역동적 이미지, 색과 무늬 자체의 성격과 관련된 이미지, 온냉감 이미지 등으로 나타났다. 색과 무늬이미지에서 심미적, 심리적, 정숙성, 역동성 등의 이미지가 뚜렷이 나타남으로서 색과 무늬에 대한 사회심리적 연구를 양적으로 더욱 보완하여야 할 것이다. 또한 색과 무늬 이미지가 공통된 것은 피험자들이 이미지 지각에서 시각적인 매개체를 사용하고 이 매개체를 이미지와 동일하게 지각하는 것이라고 할 수 있겠다. 이처럼 질적 연구에서는 피험자들의 주관적인 데이터를 수집하고 분석함으로써 이미지 실체를 파악하는데 도움이 된다고 하겠다.

복종에서 투피스와 한복에 대한 색과 무늬의 선호가 뚜렷이 다른 것은 의복의 범주뿐만 아니라 문화적 맥락에 의한 것으로 문화에 따른 고정관념이 존재하였다.

본 연구결과에 의하면 색은 시각적 성격과 언어적 성격의 복합으로 구성된다고 사료되며 따라서 색에 어떤 언어적 성격을 부여하느냐가 개인의 색이미지 지각 및 평가에 영향을 주리라고 생각된다. 그러므로 의류업자와 디자이너들은 소비자들에게 매력있는 언어적 색(예: 비취색, 앵두색 등)을 제시하는 것이 색이미지 평가에 영향을 주리라고 기대된다.

결론적으로 색과 무늬의 이미지 지각에서는 자연물의 이미지 영향과 개인의 정서적 상태가 색과 무늬의 이미지 지각의 두드러진 인자로 나타나 본 연구에서 제시한 이미지 지각과 평가 모형과 일치하였다.

후속연구에서는 질적 연구방법과 상호보완 될 수 있도록 양적 연구를 통한 타당성을 입증하여야 할 것이다.

참고문헌

1. 강혜원, 고애란, 여자한복의 인상형성 연구 -디자인의 변형과 배색을 중심으로-, 한국 의류학회지 15(2), 1991 pp.211-227.
2. 김동기, 기능소비의 시대에서 기분소비의 사회로, 현대경영, 7, 1987, p.127.

3. 김미옥, 유아의 색채 선호와 그 색채와 관련된 심리적 반응, 계명대학교 교육대학원 석사 학위 논문, 1992.
4. 김소영, 성인여성의 한복색채 선호도와 성격특성과의 상관연구 -서울, 부산지역을 중심으로-, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1989.
5. 김소형, 남자 대학생의 의복색 기호도에 관한 고찰 -서울 시내 남자 대학생을 중심으로-, 세종대학교 석사학위논문, 1989.
6. 김은주, 의복문양의 기호도에 관한 실태연구-한복을 중심으로-, 복식, 제 6호, 한국복식학회, 1982, pp.65-87.
7. 문삼련, 의복형태와 물방울 무늬 공간변화에 따른 이미지의 시각적 평가, 부산대학교 석사학위 논문, 1993.
8. 문신희, 한국여성의 의복색채기호에 관한 고찰 -경남, 부산지역을 중심으로-, 부산대학교 석사 학위논문, 1980.
9. 박은주, 색채조형의 기호, (주)교문사, 1989.
10. 백선원, 여성의류의 색채선호도에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1989.
11. 서미아, 의복의 무늬 기호도에 관한 연구, 한양대 한국생활과학연구, 3(3), 1985, pp. 207-226.
12. 오현정·이은영, 의복에서의 조형미와 유행평가 연구, 한국의류학회지, 14(4), 1990, pp. 245-251.
13. 오승희, 의상에 나타난 문양이 인간정서에 미치는 영향, 이화여자대학교 산미대학원 석사 학위 논문, 1991.
14. 이은영, 복식의장학, (주)교문사, 1986.
15. 이주현, 의복단서가 인상형성에 미치는 영향, 연세대학교 박사학위논문, 1990.
16. 장문호, 복식미학, 세문출판사, 1979.
17. 정삼호, 성인 여성의 체형과 연령에 따른 의복 디자인 선호 연구, 연세대학교 박사학위논문, 1989.
18. 정삼호, 강혜원, 성인여성의 체형과 연령에 따른 의복디자인 선호 연구(2) -색채 및 직물 문양 을 중심으로-, 한국의류학회지, 15(3), 1991, pp.297-308.
19. 차미승, 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석, 부산대학교 석사학위논문, 1992.
20. 최은영, 무늬의 크기, 배열, 명도대비에 따른 시각적 효과에 관한 연구 -격자무늬와 물방울무늬를 중심으로-, 복식, 제 24호, 한국복식학회, 1995, pp.193-203.
21. Arnheim R., *Visual Thinking*, University of California Press, 1969.
22. Kobayashi S., The Aim and Method of the Color Image Scale, *Color Research and Application* Vol. 6, No. 2, 1981, pp.93-107.
23. Palca, *The Language of Clothes*, Butler & Tanner, 1992.