

대학생의 색채 이미지에 관한 연구

(A study on the Color Image of University students)

안옥희 · 손주희

(Ok-Hee An · Ju-Hee Sohn)

요 약

본 연구에서는 230명의 대학생을 대상으로 색채의 이미지에 대한 조사를 실시하여 색채 자체가 가지고 있는 이미지를 분명히 하고자 한다.

연구결과, 대학생의 색 선호는 파랑, 흰색에 대한 선호정도가 높으며, 혐오색에 있어서는 개인차가 크다는 것을 알았다. 그리고 봄은 노랑, 여름은 파랑, 겨울은 흰색을 계절색으로 생각하고 있으나, 가을의 이미지색은 선택의 폭이 넓었다. 흰색-회색-검정의 무채색은 각각 고유의 이미지를 가지고 있으며, 검정은 긍정적 이미지가 나타났다. 그리고 유채색의 경우에는 12개의 색상 중 빨강, 노랑, 파랑, 연두만이 고유의 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 특히, 빨강은 기존연구와 같은 이미지를 가지고 있으며, 노랑은 일부 유사한 경향을 나타내었으나, 파랑은 기존의 연구결과와 상반된 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 한편, 광원색의 1차색(빨강, 녹색, 파랑)에 포함되는 녹색은 고유의 이미지를 나타내지 않았다.

abstract

The purpose of this study was to investigate the image of color of 230 university students.

In this paper, the degree of preference for Blue, White were higher than those of others. There was a difference among individuals for the hatred color. It was considered Yellow as spring, Blue as summer and White as winter about the seasonal color; but the range of color image was wide for the color of autumn. White, Grey and Black like achromatic colors have a proper image, black has a positive image in particular. In case of 12 chromatic colors, Red, Yellow, Blue and Yellow Green have a proper image. In particular, Red was shown the same image but Blue was shown the contradiction image as compared with the preceding studies. Green, one of the primary colors(Red, Green, Blue) of light sources, has not a characteristic image.

1. 서 론

비언어적 커뮤니케이션의 하나로 시각적 커뮤니케이션을 들 수 있는데, 시각언어는 보편적이며 국제적

이다. 이는 언어, 문법 등의 한계를 가지지 않으며 학문적 지식수준을 요구하지도 않는다[1]. 이런 시각언어로 사용되는 일반적인 것이 형태와 색채이다. 특히, 색채는 그 자체가 고유의 이미지를 가지고 있으므로 이를 잘 분류해 놓지 않으면 사물의 판단 시 오류를 범할 가능성이 있다. 그런데 색채이미지는 단색의 표현성격을 우선 이해하는 것이 구사력 배양에 유의적인 것으로 받아들이고 있으므로[2] 여러 분야의 연구

*정회원 : 영남대 가정관리학과 교수
**정회원 : 일본나라여대 박사과정
접수일자 : 2000년 1월 29일

대학생의 색채 이미지에 관한 연구

에서 색채의 이미지를 다루고 있다. 특히 색의 3속성에 의하여 색의 이미지를 보다 정량화시킬 수 있는 방법을 연구하여 색의 이미지 표현력을 구체화시키고자 시도하고 있다.

이미지 측정방법으로는 연상법(자유연상법, 제한연상법), 일대일비교법(method of pair comparisons), 순위법(method of rank order), 의미척도법(Semantic Differential Method) 등을 들 수 있다. 연상법 중 자유연상법은 자극물만 제시하고 이에 대한 평가는 자유롭게 하도록 제한을 두지 않는 방법을 말하며, 제한연상법은 자극물에 대한 평가방법에 얼마간의 제한을 두는 것이다. 일대일비교법은 자극물을 2가지씩 서로 비교시켜 평가하는 방법이며, 순위법은 자극물에 대하여 우선 순위를 정하도록 하는 방법이다. 의미척도법은 오스굿(C.E. Osgood)이 개발한 SD법이다[2][3]. 이러한 측정방법은 모두 장단점을 가지고 있으므로 연구목적에 적합한 것을 택하거나 몇 가지 방법을 병행하는 것도 좋을 것이다.

색채의 이미지는 색상, 명도, 채도의 색의 3속성과 배색효과, 패널의 특성 등에 따라 독특한 이미지를 형성하므로 이를 정량화하기는 대단히 힘들다[4]. 또한 색채 이미지 연구는 주로 제품과 연관지워 수행되고 있어 색채 자체의 이미지에 대한 연구는 그리 많지 않다. 그러나 색채가 가지고 있는 고유의 이미지를 파악하여야만 제품의 색채 이미지에 대한 평가를 바르게 할 수 있으므로[5] 색채이미지 연구에서는 무엇보다도 색채 고유의 이미지 평가가 선행되어야 할 것이다.

이에 본 연구에서는 대학생을 대상으로 색채의 이미지에 대한 조사를 실시하여 색채 자체가 가지고 있는 이미지를 분명히 하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구는 설문지 조사에 의하여 실시되었다. 구체적인 설문지의 내용은 일반적 사항, 색번호, 사계절의 이미지색, 자신의 이미지색, 형용사별 이미지색(20종류의 형용사)을 알아보는 것으로 구성되어 있으며, 선택할 수 있는 색은 유채색 10종(빨강, 주황, 노랑, 연두, 녹색, 청록, 파랑, 남색, 보라, 자주), 무채색 3종(검정, 회색, 흰색), 금속색 2종(금색, 은색), 총 15종으로 제한하였다.

피험자는 색각이 정상인 Y대생 230명(남: 89명, 여: 141명)이며, 조사기간은 1999년 6월이다.

자료분석은 SPSS PC프로그램을 사용하여, 백분율, 평균을 알아 보았다.

피험자의 일반적 사항은 <표 1>과 같다.

표 1. 일반적 사항
Table 1. The matters of Subjects

변 인	항 목	N(%)
성 별	남	89(38.7)
	녀	141(61.3)
연 령	17~19세	75(32.8)
	20~22세	96(41.9)
	23세 이상	58(25.3)
	M(SD)	21.10(±2.32)
가족수	3인 이상	12(5.2)
	4인	92(40.2)
	5인	79(34.5)
	6인 이상	46(20.1)
	M(SD)	4.76(±1.01)
출생순위	말이	91(39.6)
	막내	57(24.8)
	중간	72(31.3)
	외동	9(3.9)
이성형제 유 무	있다	94(40.9)
	없다	136(59.1)
혈액형	A	79(34.3)
	B	65(28.3)
	O	56(24.3)
	AB	30(13.0)
성장지	대도시	147(64.5)
	중소도시	38(16.7)
	읍면	43(18.9)
성 격	외향적	54(23.6)
	내향적	37(16.2)
	중간	138(60.3)
안경착용 유 무	안경	124(53.9)
	콘택트	58(25.2)
	착용 안함	48(20.9)

3. 연구결과 분석

1) 색선호에 관한 사항

피험자의 일반적인 색선호 정도를 알아 보기 위하여 색관심도, 선호색과 혐오색에 대하여 알아 보았다 <표 2>.

이를 보면, 전체적으로 색관심도는 약간 높은 편 (3.93점/5점)으로 나타났으며, 여성이 남성에 비해 색관심도가 약간 더 높았다.

선호색은 검정→파랑→빨강의 순으로 나타났으며, 그 외의 색에 대한 선호 비율은 낮은 편이었다. 성별로 보면, 남성의 선호색은 파랑→검정→흰색이며, 여성은 검정→파랑→빨강이다. 혐오색은 주황=금색→보라의 순으로 나타났다. 성별로 보면, 남성의 혐오색은 빨강=보라=금색→주황=회색이며, 여성은 주황→금색→보라=자주이다.

색채기호는 연령, 성별, 성격 및 지역이나 민족에 따라 차이가 있는 것으로 알려져 있다. 특히 성별의 경우에는 색선호의 차이가 크며, 동일 색상이라도 채도, 명도의 차이에 따라 선호도가 달라진다고 하며 [6], 국적의 차는 성, 연령의 차이보다 색선호에 큰 영향을 주는 요소라고 주장하기도 한다 [7]. 이정옥 외(1997)의 연구에 따르면 대학생의 선호색은 파랑→보라→흰색이며, 혐오색은 무채색→황토색→빨강으로 나타나 본 연구결과와 상이하다. 그러나 본 연구는 색채선정에 제한(15종의 색상 중 선정)이 있었다는 점을 감안한다면, 대학생은 파랑, 흰색에 대한 선호정도가 높다는 것을 알 수 있다.

한편, 대학생을 대상으로 한 색의 기호와 피험자의 개인적인 속성(지역, 성별, 보호자의 직업, 체형, 향토 의식, 정치, 경제, 생활의식, 남녀 의식)과의 관계연구 [9]에 따르면, 이러한 속성이 색의 기호에 현저한 차이를 보이는 요소로 작용하지 않는다는 연구결과도 보고되었으며, 본 연구에서도 성별에 따른 색선호의 차이는 크지 않았다.

그리고 녹색, 파랑, 검정, 흰색은 선호색에만 나타났고, 주황, 노랑, 연두, 청록, 자주, 금색은 혐오색에만 나타난 것에 반해 빨강, 보라, 회색은 선호색과 혐오색에 동시에 나타났다. 이는 색선호의 선호-혐오의 결정이 연관되어 있는 것이 아니라 전혀 다른 결정기구에 의한 것이기 때문에 [10], 선호의 비율이 높은 색이 혐오색으로도 나타날 수 있는 것으로 사료된다.

표 2. 색선호에 관한 사항
Table 2. The matters of Color Preference

		N(%)		
변인	항목	남성	여성	전체
색관심도	없는 편	2(2.2)	2(1.4)	4(1.7)
	보통	33(37.1)	38(27.0)	71(30.9)
	조금있음	34(38.2)	58(41.1)	92(40.0)
	아주많음	20(22.5)	43(30.5)	63(27.4)
	M(SD)	3.81(±0.81)	4.01(±0.80)	3.93(±0.81)
선호색*	빨강	8(9.9)	20(15.5)	28(13.3)
	녹색	6(7.4)	9(7.0)	15(7.1)
	파랑	22(27.2)	25(19.4)	47(22.4)
	보라	5(6.2)	8(6.2)	13(6.2)
	검정	13(16.0)	40(31.0)	53(25.2)
	흰색	11(13.6)	16(12.4)	27(12.9)
	회색	7(8.6)	4(3.1)	11(5.2)
	전체	81(100.0)	129(100.0)	210(100.0)
혐오색*	빨강	11(14.5)	5(4.0)	16(8.0)
	주황	10(13.2)	25(20.2)	35(17.5)
	노랑	5(6.6)	6(4.8)	11(5.5)
	연두	4(5.3)	9(7.3)	13(6.5)
	청록	3(3.9)	11(8.9)	14(7.0)
	보라	11(14.5)	13(10.5)	24(12.0)
	자주	3(3.9)	13(10.5)	16(8.0)
	회색	10(13.2)	9(7.3)	19(9.5)
	금색	11(14.5)	24(19.4)	35(17.5)
전체	76(100.0)	124(100.0)	200(100.0)	

* 10%이상의 비율만을 표시하였다.

또한 선호색보다 혐오색으로 선택된 색상의 수가 많아 개인 차이가 넓게 나타남을 알 수 있다.

2) 이미지색

이미지색에 대해 알아 보기 위하여 사계절의 이미지색<표 3>과 자신의 이미지색<표 4>을 알아 보았다.

<표 3>을 보면, 봄의 이미지를 가지고 있는 색상은 노랑→연두이다. 성별로 보아도 남녀 모두 봄의 이미지는 노랑과 연두로 생각하고 있었다. 여름의 이미지를 가지고 있는 색상은 파랑→녹색→청록이다. 이를 성별로 보면 남녀 모두 여름의 이미지 색은 파랑이라

표 3. 사계절의 이미지색*
Table 3. The matters of Season Color

		N(%)		
변인	항목	남성	여성	전체
봄	노랑	53(63.9)	70(51.9)	123(56.4)
	연두	20(24.1)	48(35.6)	68(31.2)
	전체	83(100.0)	135(100.0)	218(100.0)
여름	빨강	10(12.0)	10(7.3)	20(9.1)
	녹색	13(15.7)	22(16.1)	35(15.9)
	청록	9(10.8)	25(18.2)	34(15.5)
	파랑	42(50.6)	74(54.0)	116(52.7)
	전체	83(100.0)	137(100.0)	220(100.0)
가을	빨강	13(19.7)	13(13.5)	26(16.0)
	주황	22(33.3)	34(35.4)	56(34.6)
	회색	6(9.1)	14(14.6)	20(12.3)
	금색	5(7.6)	15(15.6)	20(12.3)
	전체	66(100.0)	96(100.0)	162(100.0)
겨울	검정	13(15.7)	15(10.9)	28(12.7)
	흰색	53(63.9)	93(67.4)	146(66.1)
	회색	9(10.8)	15(10.9)	24(10.9)
	전체	83(100.0)	138(100.0)	221(100.0)

* 10%이상의 비율만을 표시하였다.

고 생각하는 비율이 가장 높았으나, 그 다음 순위로 남성은 녹색, 여성은 청록을 들고 있다. 가을의 이미지를 가지고 있는 색상은 주황→빨강→회색=금색이다. 이를 성별로 보면 남녀 모두 가을의 이미지색은 주황이라고 생각하는 비율이 가장 높았으나, 그 다음 순위로 남성은 빨강, 여성은 금색을 들고 있다. 겨울의 이미지를 가지고 있는 색상은 흰색→검정→회색이다. 이를 성별로 보아도 남녀 모두 겨울의 이미지는 흰색, 검정으로 생각하고 있었다.

즉, 사계절의 이미지색(season color)은 봄은 노랑, 여름은 파랑, 겨울은 흰색을 50%이상의 피험자가 선택하고 있다. 그러나 가을은 주황(34.6%)이 가장 높은 비율을 나타내고 있으나, 그 비율이 그리 높지 않다. 이는 가을의 이미지색에 대한 선택의 폭이 넓음을 시사하는 것이다. 이정옥 외(1997)의 연구결과에서도 봄의 색상은 노랑, 여름은 파랑, 가을은 갈색, 겨울은 흰색으로 나타나 가을을 제외한 계절의 색이

미치는 본 연구결과와 일치하고 있으며, 이 연구결과에서도 가을은 기타색의 비율이 절반이상(56.8%)을 차지하고 있어 가을의 이미지색의 선택 폭이 넓음을 보여주고 있다.

계절색은 계절대표색과 계절기호색으로 나눌 수 있다. 계절대표색은 계절의 경험으로 계절의 감각을 연상시키는 색이며, 계절기호색은 그 계절과는 반대되는 색을 즐기려는 경향까지를 포함하고 있다. 보통 봄에는 밝은 노랑, 밝은 연두, 황색을 띤 초록, 연보라, 벚꽃색을 계절색으로 들고 있고, 여름은 짙은 녹색, 감청, 코발트그린, 질푸른 하늘색을 계절색으로 들고 있다. 가을은 코발트블루, 황색, 단풍색, 색바랜 갈색, 포도주색, 각종 과일과 곡식의 색을 계절색으로 들며, 겨울은 회색, 은백색을 계절색으로 들고 있다 [2] [3].

이러한 사실을 바탕으로 본 연구결과를 고찰하면, 대학생이 생각하는 계절색은 기존의 연구와 큰 차이가 없으며, 가을의 이미지색에 대한 선택의 폭이 넓음을 알 수 있다.

<표 4>를 보면, 대학생은 자신의 이미지색(personal color)을 파랑→빨강→흰색의 순으로 생각하고 있다. 이를 성별로 보면, 남성은 파랑→흰색→검정이며, 여성은 파랑→빨강→흰색이다. 자신의 이미지색은 그 사람의 특성을 표현하는 인격적 색채로써 사람들의 생활색채환경을 예측하여 설정하는데 중요한 의미를 가진다. 이는 전술한 선호색과도 부분적으로 일치하고 있어, 선호색과 자신의 이미지색과 일정한 관계가 유지되고 있음을 짐작하게 한다. 이정옥 외(1997)의 연구에서는 자신의 이미지색이 푸른색→흰색→노랑으로 나타나 본 연구결과와 부분적으로 일치한다.

표 4. 자신의 이미지색*
Table 4. The matters of Personal Color

		N(%)		
항목	남성	여성	전체	
빨강	9(11.1)	20(16.7)	29(14.4)	
노랑	4(4.9)	13(10.8)	17(8.5)	
녹색	9(11.1)	5(4.2)	14(7.0)	
파랑	17(21.0)	29(24.2)	46(22.9)	
검정	10(12.3)	6(5.0)	16(8.0)	
흰색	12(14.8)	14(11.7)	26(12.9)	
전체	81(100.0)	120(100.0)	201(100.0)	

* 10%이상의 비율만을 표시하였다.

3) 형용사별 색채 이미지

색채가 가지고 있는 이미지를 알아보기 위하여 20종의 형용사에 따른 색채이미지를 조사하였다<표 5>.

1위를 나타낸 색상을 중심으로 먼저 1순위의 색이 50% 이상이 비율을 나타내는 형용사는 「깨끗한」, 「홍분되는」, 「밝은」이다. 「깨끗한」 이미지를 가진 색은 흰색이 72.8%로 높은 비율을 차지하였다. 「홍분되는」 이미지를 가진 색은 빨강(68.8%)이며, 「밝은」 이미지를 가진 색은 노랑(55.3%)이다.

「도시적인」 이미지는 회색(48.6%)이며, 「강한」 이미지는 빨강(47.8%)이며, 「따뜻한」 이미지는 노랑(46.4%)이다. 「무거운」 이미지는 검정(44.2%)이며, 「긴장감있는」 이미지는 빨강(41.3%)이며, 「눈에 띄는」 이미지는 빨강(40.2%)이다.

「젊은」 이미지는 파랑(39.6%)이며, 「빠른」 이미지는 빨강(36.0%)이며, 「부드러운」 이미지는 연두(35.9%)이다.

「세련된」 이미지는 검정(34.1%)이며, 「고급스러운」 이미지는 검정(32.2%)이며, 「화려한」 이미지는 빨강(30.8%)이다.

「경쾌한」 이미지는 파랑(28.8%)이나 2위인 노랑(22.1%)과의 차이가 거의 없으며, 「현대적인」 이미지는 회색이나 검정(27.7%)이다. 「아름다운」 이미지는 흰색(21.4%)이다.

「여성적인」 이미지는 빨강(19.6%)이며, 「새로운」 이미지는 흰색(18.8%)이다.

이를 색상별로 살펴보면, 흰색은 모든 파장에 걸친 가시광선을 반사하는 물체를 보았을 때 느껴지는 색으로 완전한 흰색은 현실에서는 존재하지 않는다. 대체로 흰색은 청결, 청순, 결백 등의 이미지를 가진다 [11]. 본 연구결과에서도 흰색은 깨끗하고, 아름답고, 새로운 이미지의 색으로 나타나 기존의 이론과 부분적으로 일치하고 있다.

회색은 흰색과 검정의 중간명도를 가진 무채색의 기본색으로 반대색을 가지지 않는다. 대체로 회색은 쓸쓸함, 무미건조한 느낌을 가지며 [11], 차분하고 실용적인 느낌이 있다 [5]. 본 연구결과에서 회색은 도시적이고, 현대적인 이미지의 색으로 나타났다. 이는 도시의 이미지와 연계되어 「회색 도시」의 이미지가 강하게 나타난 것으로 보여진다.

검정은 모든 파장에 걸친 가시광선을 흡수하는 물체를 보았을 때 느껴지는 색으로 완전한 검정은 현실에서는 존재하지 않는다. 대체로 검정은 죽음, 불행, 불순, 부정, 범죄 등의 이미지를 가진다 [11]. 본 연구결과에서는 검정은 무겁고, 세련되고 고급스러우며, 현대적인 이미지의 색으로 나타났다. 기존의 연구에서는 검정은 대체로 부정적인 이미지였으나, 본 연구결과에서는 긍정적인 이미지가 강하게 나타났다.

빨강은 난색의 대표로써, 튀어나오는 색, 움직임이 있는 색으로 가법혼색의 기본색이다 [11]. 또한 외향적이고 주의를 끌며, 강렬하고 공격적이어서 공간 안에서 생동감있게 보인다 [5]. 본 연구결과에서는 빨강은 흥분되고, 강하고, 긴장감 있고, 눈에 띄며, 빠르고, 화려하고, 여성적인 이미지의 색으로 나타났다. 이는 빨강은 남성의 생식선의 활동을 활발하게 하고, 근육을 긴장시켜 운동의 속도와 박자를 증가시키는 효과가 있다 [12]는 사실과 관련이 있는 것으로 보이며, 빨강이 가지고 있는 이미지는 기존의 연구와 대체로 일치하고 있음을 알 수 있다.

표 5. 형용사별 이미지색
Table 5. Color Image according to Adjective (%)

형용사	1위 색상	2위 색상	3위 색상
깨끗한	흰색(72.8)	파랑(13.8)	노랑(4.9)
홍분되는	빨강(68.8)	자주(6.8)	주황(5.4)
밝은	노랑(55.3)	흰색(12.0)	연두(9.7)
도시적인	회색(48.6)	검정(17.6)	은색(10.8)
강한	빨강(47.8)	검정(21.4)	파랑(5.8)
따뜻한	노랑(46.4)	빨강(24.1)	주황(15.6)
무거운	검정(44.2)	회색(24.0)	자주=금색(6.5)
긴장감있는	빨강(41.3)	보라(16.1)	검정(10.8)
눈에 띄는	빨강(40.2)	노랑(20.1)	파랑(5.5)
젊은	파랑(39.6)	빨강(14.3)	노랑(13.4)
빠른	빨강(36.0)	파랑(28.4)	은색(6.7)
부드러운	연두(35.9)	노랑(23.7)	흰색(13.1)
세련된	검정(34.1)	회색(12.0)	보라(11.1)
고급스러운	검정(32.2)	금색(26.2)	보라(9.3)
화려한	빨강(30.8)	금색(17.4)	주황=은색(9.8)
경쾌한	파랑(28.8)	노랑(22.1)	연두(11.3)
현대적인	회색=검정(27.7)		은색(14.7)
아름다운	흰색(21.4)	보라(15.7)	빨강(12.9)
여성적인	빨강(19.6)	보라(14.7)	흰색(14.2)
새로운	흰색(18.8)	파랑(14.6)	연두(11.3)

노랑은 감법혼색의 기본색이다. 노랑은 신진대사에 우수한 효과를 가지는 색으로 노랑의 광선이 동식물의 성장을 돕는다 [12]. 또한 노랑은 생명의 태양, 활동, 그리고 끊임없는 유동성을 나타낸다 [5]. 본 연구결과에서는 밝고 따뜻한 이미지의 색으로 나타나, 노랑의 온도감에 의한 이미지는 강하게 나타나고 동적인 이미지는 부각되지 않은 것으로 보인다.

파랑은 자연계에서는 적은 색으로 흰색의 대표색이며 가법혼색의 기본색이다 [11]. 또한 파랑의 자극은 빨강과는 반대로 신진대사를 더디게 하며 차분한 마음을 갖게 하며 [5], 동맥을 축소시켜 혈압을 높이며, 근육은 느슨해져 운동을 저해한다 [12]. 본 연구결과에서는 파랑은 젊고, 경쾌한 이미지의 색으로 나타나, 기존의 연구에서 차분하고 느리다는 이미지와는 상반된 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 그러나 밝은 파랑은 위압적이고 강한 느낌이 난다 [5]는 주장도 있으므로, 본 연구대상자들이 20대의 젊은이임을 감안할 때 밝은 파랑의 이미지가 더 부각된 것은 아닌가라고 해석할 수도 있겠다.

녹색은 기본을 온화하게 하고, 생리적으로는 모세관을 넓혀 혈압을 조정하며, 신경진정, 눈의 피로회복에 효과적이다 [12]. 이러한 녹색의 효과가 한 단계 완화된 연두는 일반적으로 부드럽고 신선한 느낌을 가지며 [11], 밝고 옅은 연두는 젊음이 넘친 색다름을 나타낸다 [5]. 본 연구결과에서는 부드러운 이미지의 색으로 나타나, 기존의 연구결과와 부분적으로 일치하고 있다.

이 외의 색은 1위의 이미지를 가지지 못하였다.

4. 결 론

본 연구는 색채 자체가 가지고 있는 이미지를 분명히 하고자 230명의 대학생을 대상으로 실시하였다. 그 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

1) 대학생의 전반적인 색관심도는 높은 편으로 나타났다. 선호색은 검정→파랑→빨강→흰색의 순으로 나타났으며, 그 외의 색에 대한 선호 비율은 낮은 편이었다. 혐오색은 주황=금색→보라의 순이다.

2) 사계절의 이미지색을 살펴본 결과, 봄의 이미지를 가지고 있는 색상은 노랑→연두이며, 여름의 이미지색은 파랑→녹색→청록이다. 가을의 이미지색은 주황→빨강→회색=금색이며, 겨울의 이미지색은 흰색→

검정→회색이다.

한편, 자신의 이미지색으로는 파랑→빨강→흰색의 순으로 생각하고 있다.

3) 형용사별 색채 이미지를 살펴본 결과, 「깨끗한」 이미지색은 흰색, 「홍분되는」 색은 빨강, 「밝은」 색은 노랑이다 「도시적인」 색은 회색, 「강한」 색은 빨강, 「따뜻한」 색은 노랑, 「무거운」 색은 검정, 「긴장감있는」 색은 빨강, 「눈에 띄는」 색은 빨강, 「젊은」 색은 파랑, 「빠른」 색은 빨강이며, 「부드러운」 색은 연두, 「세련된」 색은 검정, 「고급스러운」 색은 검정, 「화려한」 색은 빨강, 「경쾌한」 색은 파랑, 「현대적인」 색은 회색이나 검정, 「아름다운」 색은 흰색, 「여성적인」 색은 빨강, 「새로운」 이미지의 색은 흰색이다.

이러한 결과를 바탕으로 색채이미지에 대하여 고찰하면, 대학생의 색선호는 파랑, 흰색에 대한 선호정도가 높으며, 혐오색에 있어서는 개인차가 크다. 그리고 봄은 노랑, 여름은 파랑, 겨울은 흰색을 계절색으로 생각하고 있어 기존의 연구들과 별 차이가 없으나, 가을의 이미지색은 선택의 폭이 넓었다. 20개의 형용사별 색채이미지를 보면, 흰색-회색-검정의 무채색은 각각 고유의 이미지를 가지고 있으며, 흰색과 회색은 기존 연구결과와 유사한 이미지를 가지나 검정은 기존연구에서 나타나지 않았던 긍정적 이미지가 나타났다. 그리고 유채색의 경우에는 12개의 색상 중 빨강, 노랑, 파랑, 연두만이 고유의 이미지를 가지고 있는 것으로 나타나 무채색의 1차색은 모두 독자적인 색 이미지를 형성하고 있음을 알 수 있었다. 특히, 빨강은 기존연구와 같은 이미지를 가지고 있으며, 노랑은 일부 유사한 경향을 나타내었으나, 파랑은 기존의 연구결과와 상반된 이미지를 가지고 있는 것으로 나타났다. 한편, 광원색의 1차색(빨강, 녹색, 파랑)에 포함되는 녹색은 고유의 이미지를 나타내지 않았으며, 녹색을 완화시킨 연두가 기존의 연구결과와 부분적으로 일치하는 이미지를 가지고 있음을 알았다.

이와 같이 색채의 이미지는 이미 발표된 연구결과와 상당히 다른 이미지를 가지고 있는 색상이 있으므로 제품색의 이미지, 또는 배색 상에 있을 때의 이미지 변화 등에 대한 연구가 뒤따라 보다 정확한 색채 이미지를 파악할 필요가 있으며, 색채이미지 형성과정에 대한 연구도 요구된다.

참 고 문 헌

- 1) 磯具芳郎 외 5명, 色彩と形態, 福村出版, 1974.
- 2) 박은주, 색채조형의 기초, 미진사, 1991.
- 3) 김혁성, 디자인을 위한 색채, 조형사, 1991.
- 4) 이수균 역, 색 역사와 미론을 중심으로, 미진사, 1996.
- 5) Brde M. Whelan, Color Harmony, Rockport pub., 1994.
- 6) 長谷川敬, 色の好みに關する一實驗, 日本色彩學會誌, 5, 1, 1981.
- 7) 柳瀬徹夫 외 2명, 日本での色彩嗜好, 日本色彩學會誌, 6, 2, 1982.
- 8) 이정옥 외 1명, 대학생의 색기호와 색명인지도에 관한 기초적 연구, 한국조명전기설비학회지, 11, 3, 1997.
- 9) 山崎光子, 色の嗜好とその特性, 日本色彩學會誌, 6, 1, 1982.
- 10) 坂田勝克 외 3명, 色彩嗜好の時系列變化に關する研究(3), 日本色彩學會誌, 11, 1, 1987.
- 11) 尙學圖書 編, 色の手帖, 小學館, 1991.
- 12) 西田虎一, 色彩心理學, 造形社, 1986.

◇ 저자소개 ◇

안 옥 희 (安玉姬)

1961년 11월 28일생 1984년 영남대 가정관리학과 졸.
1987년 日本 奈良女子大學 주거학과 졸(석사). 1990년
日本 奈良女子大學 人間文化研究科 졸(학술박사). 현재
영남대 가정관리학과 부교수 당학회 사업이사.

손 주 희 (孫珠熙)

1954년 7월 14일생. 1977년 영남대 의류학과 졸. 1982
년 日本 奈良女子大學 어패럴과학과 졸(석사). 서울대
등 강사역임. 현재 日本 奈良女子大學 生活環境學전공
박사과정, 신세계백화점 수석디자이너.