디자이너의 컬러코디네이션 지원모델 개발 및 실용화 연구

(최종 보고서)

2003. 10. 31.

주관기관: 국민대학교 테크노디자인전문대학원

산 업 자 원 부
한국디자인진흥원

이 보고서는 산업자원부에서 시행한 디자인기반기술개발사업의 디자인연구개발 보고서입니다.

제 출 문

한국디자인진흥원장 귀 하

본 보고서를 “디자인기반기술개발사업에 관한 연구개발”(사업기간 :2002 . 09 .01 ~ 2003 . 08 .31) 과제의 결과보고서로 제출합니다.

2003 . 10 . 31 .

주관기관명 : 국민대학교 테크노디자인전문대학원
총괄책임자 : 이재정 (국민대학교)
연구원 : 정재우 (국민대학교)
〃 : 김의경 (국민대학교)
〃 : 김영은 (국민대학교)
〃 : 강경남 (국민대학교)
〃 : 정재훈 (국민대학교)
〃 : 이수진 (국민대학교)
〃 : 이은선 (국민대학교)
〃 : 서강희 (국민대학교)
외부연구원 : 정경연 (홍익대학교)
김혜정 (삼강기업)

요 약 서 (초 록)			
사 업 명	디자이너의 컬러 코디네이션 지원모델 개발 및 실용화 연구		
주 관 기 관	국민대학교 테크노디자인전문대학원	총 괄 책 임 자	이재정
총 사 업 기 간	2002. 09 . 01 ~ 2003. 08. 31 (1년)		
주 제 어	컬러 코디네이션, 패션색채, 색채이미지, 컬러 그루핑, 대표어휘		

1. 최종(당해) 개발목표

본 연구개발의 최종 목표는 섬유 패션디자인 제 분야의 디자이너를 위한 “컬러 코디네이션 지원 모델”의 개발과 그 실용화 방안의 제안이다.

2. 연구개발의 목적 및 중요성

색채 연구는 이미 디자인 선진국의 국가 전략으로 채택되어 온 고부가가치 산업의 핵심으로 색채의 개선만으로도 가장 빠른 시간에 가장 적은 비용으로 경쟁력 있는 상품을 만들 수 있는 섬유디자인 산업의 영원한 테마이다. 또한 색채는 인간의 정서에 영향을 미치므로 기억에 쉽게 남게 되며, 사용자의 감성적 요구가 반영된 색채의 사용은 제품 구매 시 중요한 결정 요소로서 작용되므로 구매 후 소비자의 만족과도 직결되는 제품의 성공여부를 결정하는 중요한 요인으로 평가된다. 우리나라의 색채 사용률은 선진국에 비해 손색이 없을 정도로 많은 사용률을 보이고 있으며 색채에 대한 인식도 디자인의 산업화, 가속화에 따라 점차 증가 추세에 있다.

현재 컬러에 관한 국내의 연구는 그 중요성이 최근 들어 확산된 것으로 부분적으로 상당한 성과를 거두고 있다. 그러나 색채 인프라는 아직 미국, 유럽, 일본에 비해 상대적으로 낙후되어 있으며 연구 개발된 내용이 산업현장에서 효과적으로 사용되지 못하고 있다.

본 연구는 이러한 문제점을 보완하여 디자인의 부가가치를 높이고 창조적 기능성과 신속성, 국제적 호환성을 고려한 '컬러 코디네이션 지원 모델과 도구'를 개발하여 디자이너의 감성적, 직관적 의사결정이 보다 효율적으로 상품기획과 연결 될 수 있도록 지원하고자 한다.

3. 연구개발의 내용 및 범위

본 연구는 색채 기획의 프로세스를 효율화하는데 활용할 수 있는 "패션 컬러 코디네이션 지원 모델 개발"을 위해서 문헌을 통해 논리적 토대를 마련하고 조사연구와 디자인 개발을 병행하였다.

연구내용의 세부사항은 다음과 같다.

1) 배색체계에 관한 이론적 고찰

국내외 관련 연구 내용을 검토하고 문헌 연구를 실시하여 연구의 이론적 토대를 마련하였다.

2) 컬러 그루핑 및 대표어휘 추출

색채군의 유형을 파악하고 색조별로 분류하여 배색 그룹의 틀을 정한다. 컬러 배색그루핑과 대표어휘 추출을 위해서는 고바야시의 컬러 이미지 스케일, 히데끼 치지와의 컬러 배합을 위한 컬러 배합군, 마싸 질, 엘리스 웨스트게이트의 색채 그룹을 비교·분석하였다. 국·내외 컬러에 관련된 문헌을 통해 컬러 배색그룹 대표어휘를 정하였다.

3) 선호 색상 추출

국내외 선호 패션 브랜드 상품을 중심으로 코디네이트 체계가 조화롭게 이루어 질 수 있도록 세련된 색상을 수집하였다. 지난 5년간 국내외 패션 전문지를 통한 컬러 선호도 및 대표 컬러를 분석, 수집하였다. 방법으로는 팬톤 텍스타일 스와치를 일대일 대입법으로 사용하였으며 유행색상보다는 꾸준히 선호되는 기본 색(basic good color)추출에 초점을 맞추었다.

4) 배색 그룹 체계의 정교화

3단계의 정리 과정을 거쳐 최종 수집된 144컬러는 4개의 대그룹에서 다시 12개의 소그룹으로 배색 그룹의 체계가 정교화 되었다.

5) 배색그룹의 검증

・1차 검증

수집된 컬러의 검증 및 수정을 위해 전문가(패션디자인 학회 회원) 30명을 대상으로 설문조사를 실시하고, 분석된 결과를 토대로 내용을 조정하였다.

・2차 검증

전문가(교수 및 현역 패션디자이너) 30명을 대상으로 2차 F.G.I를 실시하였다. 조사 방법은 선정된 대표 배색그룹(4그룹)이미지와 소그룹별 컬러를 자극물로 제시한 후 각각에 5점 척도로 응답하도록 하였으며, 1명이 총 20개 문항에 대해 응답하도록 하였다.

6) 염색사 및 패키지 제작

컬러 배색 그룹의 설계를 통해 추출된 표준컬러를 시염 의뢰 및 수정 작업을 통해 원사 염색을 완료하고, 염색된 대표배색그룹의 효과적 활용을 위한 컬러 패키지를 개발하였다.

4. 연구개발 결과

본 연구에서는 컬러 코디네이션 지원모델과 도구를 개발하여 디자이너의 감성적・직관적 의사결정을 객관적으로 지원하는 것을 목적으로 하였다. 세부적으로는 첫째, 배색에 관한 선행 연구를 통한 이론적 배경을 규명하였으며 둘째, 대표 어휘 및 컬러의 추출 셋째, 배색 그룹의 설계를 통해 넷째, 실용적으로 사용할 수 있는 컬러 코디네이션 지원 모델을 제작하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 디자이너간의 원만한 커뮤니케이션을 위한 새로운 컬러 그룹대표어휘 제안의 필요성을 제기하며, 이에 대한 대안을 제시하고자 한다. 이를 위해 국내 패션업체에서 많이 사용되고 있는 고바야시의 휴 앤 톤 표와 히데끼 치지와, 그리고 엘리스 웨스트게이트와 마싸 질의 이론을 참고하여, 4개의 컬러 그룹으로 ‘브라이트’, ‘파스텔’, ‘딥’, ‘뉴트럴’을 대표어휘로 추출・정의 하였다.

브라이트(Bright) - 순도 높은 기본 색상군
파스텔(Pastel) - 기본 색상군에 화이트가 혼합된 색상군
딥(Deep) - 기본 색상군에 블랙과 회색이 혼합된 색상군
뉴트럴(Neutral) - 기본 색상군의 성격이 드러나지 않는 경도 색, 베이지, 회색류 등이 추출

둘째, 컬러 그룹을 구성하기 위한 기본 컬러 도출을 위해 1999~2003년 5년 간 세계 4대 collection, 2002 F/W・2003 S/S 시즌의 Street 패션, 각 그룹별 대표 브랜드에서 총 687개의 컬러를 수집하였다.

셋째, 687개의 수집된 컬러는 배색 그룹을 위한 추출을 위해 3단계의 과정을 거쳐 총 144색의 컬러로 정리하였다.
최종 추출된 컬러는 앞서 마련한 그루핑 포맷인 브라이트, 파스텔, 딮, 뉴트럴 그룹으로 분류 하였고, 4개의 대그룹은 다시 12개의 소그룹으로 분류하였다.

제시된 각 그룹 내의 색상은 그룹 내에서의 코디네이션은 물론, 타 그룹과도 서로 매치 될 수 있는 크로스 오버 코디네이션 개념을 도입하여 컬러 코디네이션 체계를 구축하였다

위와 같이 계통 색조별 4개의 대표 그룹(12개의 소그룹)으로 된 배색 체계를 구성하는 총 144개의 컬러를 섬유 패션 디자인 산업의 대표 소재인 면사에 염색 하였다. 또한 글로벌 비즈니스로서의 패션 산업적 특성과 연관 디자인 산업분야와의 호환성을 고려해 시스템을 구성하는 각 색상에는 팬톤 컬러 기호와 CMYK 값을 명시했다.

완성된 면 소재의 얀(YARN)을 크로스 코디네이션이 용이하도록 특수하게 디자인된 용기에 포장하여 패션 실무자들이 쉽게 활용 할 수 있는 컬러 코디네이션 시스템을 완성하였다.

5. 기대효과

본 연구의 결과물은 패션뿐만 아니라 섬유를 사용하는 모든 디자인 연관 분야에 활용이 가능하다. 또한 본 결과물의 활용으로 세부 시장별 소비자의 필요성에 부응하는 트랜드를 반영하여 신속한 컬러 기획의 수행이 가능하며, 업무의 효율을 도모하고 컬러로 인한 상품 재고의 위험을 감소시킬 수 있을 것으로 예측된다. 특히, 컬러어휘의 객관적 정립으로 디자이너들 간의 원활한 커뮤니케이션을 유도한다.

본 연구결과의 세부적 파급효과 및 활용방안은 다음과 같다.

・색채디자인 업무의 효율화 및 업무체계의 개선

디자이너 개인적 취향과 직관에 의해 이루어지던 컬러기획의 취약성에서 벗어나 색채 기획의 요소들과 디자이너의 감성을 정량화하기위한 감성적 접근방법으로 적용함으로써 컬러기획의 적중률을 크게 향상 시킬 수 있다.

・패션업계를 비롯한 섬유디자인 산업 전반에 걸쳐 활용 가능

섬유디자인 관련업체 전반에서 컬러전략을 수립하는 도구로 활용 가능하다.

・인력 및 원가 절감

신속한 의사 결정 지원과 컬러 기획에 투자되는 비용 및 인력을 절감할 수 있다.

・교육용으로 활용

교육용 자료로서 패션이미지 형성 요소를 이해하고 배색 아이디어 및 발상 디자인 지원도구로 활용할 수 있다.

주 의

1. 이 보고서는 산업자원부에서 시행한 디자인기반기술개발사업의 연구 개발 보고서이다

2. 이 연구개발내용을 대외적으로 발표할 때에는 반드시 산업자원부에서 시행한 디자인기반기술개발사업의 연구 개발 결과임을 밝혀야 한다.

목 차

1. 서 론

1.1 연구의 필요성 ····· 1

1.2 연구의 목적 ····· 3

1.3 연구의 방법 ····· 3

1.4 연구의 범위 ····· 6

1.5 용어의 조작적 정의 ····· 7

2. 연구의 이론적 배경

2.1 패션 색채 이미지 특성 ····· 8
2.1.1 색채 이미지의 개념과 특징 ····· 8
2.1.2 커뮤니케이션 수단으로서의 색채 이미지 ····· 9
2.1.3 패션 색채의 특성과 색채 이미지 ····· 9
2.1.4 색조(Tone)에 따른 색채 이미지 ····· 10
2.1.5 색채 조화와 감성 ····· 13
2.1.6 디자이너의 컬러 배색 프로세스 현황 ····· 11

2.2 관련 색채 이론 ····· 11
2.2.1 고바야시(Kobayashi)의 휴 앤 톤(Hue & Tone) 이론 ····· 11
2.2.2 고바야시의 컬러 이미지 스케일 ····· 12
2.2.3 먼셀 색표계(Munsell color order system) ····· 13
2.2.4 색채 조화론 ····· 14

3. 컬러 그루핑 및 대표어휘 개발

3.1 컬러 그루핑 및 대표어휘 개발의 기준 ····· 15
3.1.1 문헌 정보 연구 ····· 15

3.2 컬러 배색그룹 대표어휘 정의 ····· 21
3.2.1 브라이트(Bright) ····· 21
3.2.2 파스텔(Pastel) ····· 25
3.2.3 뉴트럴(Neutral) ····· 28
3.2.4 딥(Deep) ····· 33

4. 선호 색상 추출

4.1 기본 컬러의 추출 ····· 38
4.1.1 최근 5년간 패션 컬렉션(Fashion Collection) 컬러 조사 ····· 38
4.1.2 그룹별 대표 브랜드 컬러 조사 ····· 39
4.1.3 홈 컬렉션(Home Collection) 컬러 조사 ····· 40
4.1.4 스트리트 패션(Street Fashion) 컬러 조사 ····· 41

4.2 배색 그룹 설정 ····· 43
4.2.1 1차 선호 색상 그룹 추출 ····· 44
4.2.2 2차 선호 색상그룹 추출 ····· 44
4.2.3 3차 선호 색상그룹 추출 ····· 44

5. 배색 그룹 체계 정교화

5.1 최종 선호 색상 그룹 추출 ····· 46

5.2 배색 그룹 체계 정교화 ····· 46

6. 컬러 배색 그룹 대표 어휘와 배색 그룹의 검증

6.1 색 지각 공간 표기법에 의한 검증 ····· 48
6.1.1 색채 시계 ····· 48
6.1.2 색채 삼각형 ····· 54

6.2 설문 조사에 의한 검증 ····· 55
6.2.1 설문의 구조 ····· 55
6.2.2 설문 결과 ····· 58

7. 염색사 및 패키지 개발

7.1 염색사 개발 ····· 65
7.1.1 비이커 테스트 ····· 65
7.1.2 염색사의 완성 ····· 66

7.2 패키지 개발 ····· 66
7.2.1 패키지 개발의 필요성 ····· 66
7.2.2 사례 분석 ····· 67
7.2.3 패키지 개발 컨셉 ····· 68
7.2.4 패키지 개발 결과 ····· 69

8. 결 론

8.1 연구의 요약 및 결론 ····· 71

8.2 연구의 의의 ····· 75

8.3 연구의 파급 효과 및 활용 방안 ····· 76
8.3.1 파급 효과 ····· 76
8.3.2 활용 방안 ····· 77
8.3.3 후속 조치 ····· 77

참고 문헌 ····· 78

부록 ····· 80

그 림 목 차

<그림1-1> 본 연구의 흐름도 ····· 6
<그림2-1> Kobayashi의 Hue & Tone ····· 12
<그림3-1> Jewels, Brights ····· 23
<그림3-2> Jewels, Brights ····· 23
<그림3-3> KS계통색 톤에 위치한 브라이트 그룹 ····· 24
<그림3-4> Pastel ····· 26
<그림3-5> Pastel ····· 27
<그림3-6> Pastel ····· 27
<그림3-7> KS계통색 톤에 위치한 파스텔 그룹 ····· 28
<그림3-8> Neutral ····· 30
<그림3-9> Neutral ····· 30
<그림3-10> Neutral ····· 31
<그림3-11> Neutral Scheme ····· 31
<그림3-12> KS계통색 톤에 위치한 뉴트럴 그룹 ····· 32
<그림3-13> Deep ····· 34
<그림3-14> Deep ····· 34
<그림3-15> Rustic ····· 34
<그림3-16> Earthy ····· 35
<그림3-17> Rich ····· 35
<그림3-18> KS계통색 톤에 위치한 딥 그룹 ····· 37
<그림6-1> 브라이트 그룹 색채 시계 검증 ····· 49
<그림6-2> 파스텔 그룹 색채 시계 검증 ····· 50
<그림6-3> 딥 그룹 색채 시계 검증 ····· 51

<그림6-4> 뉴트럴 그룹 색채 시계 검증 ····· 52
<그림6-5> 대표배색그룹 색채 시계 검증 ····· 53
<그림6-6> 색채 삼각형에 의한 검증 ····· 54
<그림6-7> 설문 이미지 그룹 A ····· 57
<그림6-8> 설문 이미지 그룹 B ····· 57
<그림6-9> 설문 이미지 그룹 C ····· 57
<그림6-10> 설문 이미지 그룹 D ····· 57
<그림7-1> 파스텔 그룹 비이커 테스트 ····· 66
<그림7-2> 최종 염색사 Ⅰ ····· 66
<그림7-3> 최종 염색사 Ⅱ ····· 66
<그림7-4> MUDIPIE Kids Trends Age 5.10 S/S 04 ····· 67
<그림7-5> Casual Wear Trends F/W 03/04 ····· 67
<그림7-6> Peclers Paris Color Winter 04/05 ····· 67
<그림7-7> TREND UNION 2003 ENGAGE ····· 67
<그림7-8> Interfashion Planing Inc. 00/01 Fall · Winter Color Trend ···· 68
<그림7-9> TREND UNION ····· 68
<그림7-10> 대현패션정보실 ····· 68
<그림7-11> FirstVIEW Korea ····· 68
<그림7-12> 디자이너를 위한 컬러 패키지 - 모델 1(Bright-1, Deep-1) ·· 69
<그림7-13> 디자이너를 위한 컬러 패키지 - 모델 2 ····· 70
<그림8-1> 최종 배색그룹 - Neutral Group ····· 73
<그림8-2> 최종 배색그룹 - Bright Group ····· 73
<그림8-3> 최종 배색그룹 - Pastel Group ····· 74
<그림8-4> 최종 배색그룹 - Deep Group ····· 74

표 목 차

<표1-1> 연구의 개발 목표 및 내용 ····· 6
<표3-1> 고바야시(Kobayashi)의 컬러 그룹 ····· 18
<표3-2> 히데끼 치지와(Chijiiawa, Hideaki)의 칼라그룹 ····· 19
<표3-3> 본 연구의 컬러 그룹 ····· 19
<표3-4> 본 연구와 선행연구의 그루핑 용어 비교 ····· 20
<표4-1> 최근 5년간 Fashion Collection의 컬러 빈도 ····· 39
<표4-2> 그룹별 대표 브랜드 컬러 빈도 ····· 40
<표4-3> Street Fashion 컬러 빈도 ····· 41
<표4-4> 기본 컬러 분포 ····· 42
<표4-5> 1차 대표 배색 그룹 설정에 따른 컬러 분포 ····· 43
<표4-6> 2차 대표 배색 그룹 설정에 따른 컬러 분포 ····· 44
<표4-7> 3차 대표 배색 그룹 설정에 따른 컬러 분포 ····· 45
<표5-1> 최종 대표 배색 그룹 설정에 따른 컬러 분포 ····· 46
<표6-1> 1차 대표 그룹 검증 ····· 58
<표6-2> 2차 대표 어휘 검증 ····· 59
<표6-3> 2차 대표 그룹 검증 ····· 61
<표6-4> 3차 대표 어휘 검증 ····· 62
<표6-5> 3차 대표 그룹 검증 ····· 64

부 록 목 차

<부록 1> 대표 배색 그룹의 컬러 정보 - CMYK·····81

<부록 2> 계절별 변용사례·····84

<부록 3> 대표 배색그룹 설계의 검증을 위한 1차 설문지·····86

<부록 4> 대표 배색그룹 설계의 검증을 위한 2차,3차 설문지·····88

1. 서론

1.1 연구의 필요성

사회가 정보화 사회로 급속하게 변화되어 가면서 하드웨어 중심의 물적 가치보다는 인간의 감성이 고려된 소프트웨어 중심의 지적 가치가 중요시되고 있다. 따라서 국내 산업도 기술 특화 산업 및 고부가가치 산업 지향으로 개발의 초점을 맞추고 있다.

그동안 국내의 섬유디자인 산업은 자가 브랜드 개발, 다품종 소량 생산체제 구축 및 제품 고부가 가치화를 위한 투자, 새로운 아이템 개발 및 고유디자인 개발 등에 대한 노력을 경주해 왔으나, 직물, 염색, 의류 등 업종 간 협력과 연관 산업과의 협력이 유연하게 이루어지지 않아 시장변화에 대한 신속하고 적절한 대응이 부족했던 것이 사실이다.

해외시장에서의 수출비중이 낮아지고 의류제품의 수입은 급증하여 국내생산 활동이 위축되고 있는 어려운 상황에 능동적으로 대처하기 위해서는 한국적 아이덴티티를 가진 독창적이면서도 세계시장에서도 성공할 수 있는 국제적 감각의 브랜드와 디자인 개발이 절실한 상황이며, 이러한 작업을 원활히 할 수 있는 체계적인 연구와 디자인 인프라 구축이 요구된다. 특히 섬유디자인 산업은 상품개발에 있어 소비자의 마인드와 라이프스타일이 중요한 변수로 고려되므로 상품의 실체를 구성하는 색채와 감성 커뮤니케이션의 관계에 대해 그 어느 분야보다도 깊이 연구하고 그 결과를 효과적으로 활용해야 할 필요가 있다.

색채 연구는 이미 디자인 선진국의 국가 전략으로 채택되어 온 고부가가치 산업의 핵심으로 색채의 개선만으로도 가장 빠른 시간에 가장 적은 비용으로 경쟁력 있는 상품을 만들 수 있는 섬유디자인 산업의 영원한 테마이다. 또한 색채는 인간의 정서에 영향을 미치므로 기억에 쉽게 남게 되며, 사용자의 감성적 요구가 반영된 색채의 사용은 제품 구매 시 중요한 결정 요소로 작용되므로 구매 후 소비자의 만족과 제품의 성공여부를 결정하는 중요한 요인으로 평

가된다.

우리나라의 색채 사용은 선진국에 비해 손색이 없을 정도로 활발하며 색채에 대한 인식도 디자인의 산업화, 가속화에 따라 점차 증가 추세에 있다. 그러나 색채 사용의 질적인 면과 체계적인 면에서는 아직도 선진국에 못 미치는 실정이며 특히 색채 기획과 색채 배색에 있어 산업체에 적용될 수 있는 적절한 '색채 도구'가 없어 독자적인 색채 팔레트를 조성하기 어려운 실정이다.

현재 컬러에 관한 국내의 연구는 그 중요성이 최근 들어 확산된 것으로 부분적으로 상당한 성과를 거두고 있다. 근래에 발표된 배색, 색채체계 및 색채분석과 관련된 국내의 색채 연구를 살펴보면 다음과 같다.

색 이름 디지털 검색 체계의 실용 팔레트 개발(중앙대학교, 문은배 색채 디자인 연구소, 2002.7)연구에서는 색 이름 데이터 코딩 프로그램을 개발하여 일반 색명의 객관화를 시도하였다.

정시화는 색채 시계(조형논총, 2001.20집)연구를 통해 감성적 색채 시각을 객관화 할 수 있는 색상분석 도구를 제안하여 산업 색채 기획을 위한 방법론을 제안하였다.

색채 기초 유형에 관한 연구((주)IRI, 1998) 및, 감성관리에 의한 배색 연구 기술 개발에 관한 연구(한국유행색 산업협회, 삼성 패션 연구소, 연세대학교 생활 과학 연구, 1999)는 색채 기획을 위한 색상 기호 측정 도구를 제안하였다.

이미지에 기반 한 패션 색채의 DB구축 및 실용화 연구(연세 대학교 의류과학연구소, 1999)에서는 COS컬러를 근거로 한 배색 사례를 DB화 하였다.

그러나 객관화된 규격 색채 연구와 색채 검색과 측정에 관한 연구는 비교적 많이 진전된 반면 배색 연구는 소비자의 상품 선택 상황을 데이터화 한 것에 지나지 않아 감도 높은 색채 감성을 발조하고 우리의 배색 수준을 업그레이드 시킬 수 있는 실질적 방법을 제시 하는 데는 미흡함을 보여주었다. 또한, 기존 연구를 통해 개발된

색채 기획을 위한 측정 도구를 활용한다 하더라도 이를 효율적으로 제품화로 연결시켜 줄 수 있는 도구 개발은 아직까지 이루어지지 않은 상태이다.

따라서 이러한 문제점들을 보완하여 상품의 부가가치를 높일 수 있는 창조적 기능과 기획의 신속성, 국제적 호환성을 고려한 컬러 코디네이션 도구의 개발이 시급하며 이의 개발을 통해 디자이너의 의사결정이 보다 효율적으로 상품기획으로 연결될 수 있도록 지원할 필요가 있다.

1.2 연구의 목적

본 연구는 컬러 코디네이션 지원 모델 개발을 통하여 시대정신을 반영하는 기본컬러(basic good colors in trend colors)를 추출, 제시하며 이를 근간으로 디자이너의 색채 커뮤니케이션의 효율성을 도모하고, 색채 기획 시 디자이너의 영감을 자극하고 그들의 감성적, 직관적 의사결정이 보다 효율적으로 기획에서 생산까지 연결될 수 있도록 지원 하는데 연구의 목적을 두었다.

따라서 본 연구에서는

첫째, 고부가 가치 산업인 패션, 섬유 상품 기획에 활용 할 수 있는 세련된 컬러를 추출한다.

둘째, 브랜드 고유의 컬러 팔레트를 창출 할 수 있는 컬러 코디네이션 지원 모델을 개발한다.

셋째, 글로벌 마켓과 디자인 관련 산업 분야에서 두루 통용 될 수 있도록 호환적 색채 시스템을 구축하는 것을 목표로 한다.

1.3 연구의 방법

본 연구에서는 색채 기획의 프로세스를 효율화하는데 활용할 수 있는 “패션 컬러 코디네이션 지원 모델 개발”을 위해서 관련된 문헌을 근거로 이론적 토대를 세우고, 조사연구와 디자인 개발을 병행하였다.

단, 디자인 기획에서 생산까지의 흐름을 단순화시키고 업무의

효율화를 최대한 도모할 수 있는 결과물을 도출해내기 위해서 현행 디자이너의 업무 흐름과 여건을 진단한 후 다음과 같은 연구의 전제 조건을 설정하였다.

1) 디자이너 및 디자인 산업 종사자들의 색채 커뮤니케이션과 배색의 기본 틀을 이루기 위한 컬러 그루핑이 필요하다.

2) 섬유 산업을 위한 활용 색채 체계는 색조별(톤별)색채 체계에 의한 분류가 정량적 표준 색표에 의한 분류보다 디자이너의 감성을 표현하는데 유리하다.

3) 코디네이션을 위한 개별 컬러는 시대정신을 반영하는 기본 컬러(basic good colors)를 대상으로 하는 것이 효율적이다.

4) 염색된 얀 스와치는 색채 기획 시 디자이너의 영감을 자극하고 페이퍼 칩 사용 시 나타날 수 있는 색상 오차를 줄일 수 있다.

이를 토대로 진행한 연구의 세부 내용은 다음과 같다.

1) 배색체계에 관한 이론적 고찰

국내외 관련 연구 내용을 검토하고 문헌 연구를 실시하여 연구의 이론적 토대를 마련하였다.

2) 컬러 그루핑 및 대표어휘 추출

색채군의 유형을 파악하고 색조별로 분류하여 배색 그룹의 틀을 정한다. 컬러 배색 그루핑과 대표어휘 추출을 위해서는 고바야시(Kobayashi)의 컬러 이미지 스케일, 히데끼 치지와(Hideaki Chijiawa)의 컬러 배합을 위한 컬러 배합군, 마싸 질(Martha Gill), 엘리스 웨스트게이트(Alice Westgate)의 색채 그룹을 비교・분석하였다. 또한 국・내외 컬러에 관련된 문헌을 통해 컬러 배색그룹 대표어휘를 정하였다.

3) 선호 색상 추출

국내외 선호 패션 브랜드 상품을 중심으로 코디네이트 체계가 조화롭게 이루어 질 수 있도록 세련된 색상을 수집하였다. 지난 5년간 국내외 패션 전문지를 통한 컬러 선호도 및 대표 컬러를 분석,

수집하였다. 방법으로는 팬 톤 텍스타일 스와치(Pantone Textile Swatch)를 일대일 대입법으로 사용하였으며 한 시절 유행색상 보다는 꾸준히 선호되는 기본 색(basic good color)추출에 초점을 맞추었다.

4) 배색 그룹 체계의 정교화

3단계의 정리 과정을 거쳐 최종 수집된 144컬러는 4개의 대그룹에서 다시 12개의 소그룹으로 배색 그룹의 체계가 정교화 되었다.

5) 배색그룹의 검증

· 1차 검증

수집된 컬러의 검증 및 수정을 위해 전문가(패션디자인 학회 회원) 30명을 대상으로 설문 조사를 실시하고, 분석된 결과를 토대로 내용을 조정하였다.

· 2차 검증

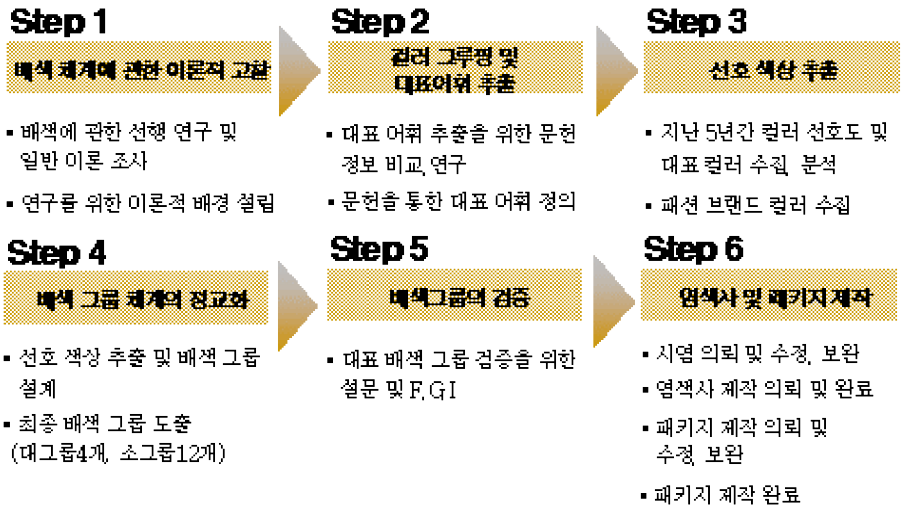
전문가(디자인 전공교수 및 현역 패션디자이너) 30명을 대상으로 2차 F. G. I를 실시하였다. 조사 방법은 선정된 대표 배색그룹(4그룹)이미지와 소그룹별 컬러를 자극물로 제시한 후 각각에 5점 척도로 응답하도록 하였으며, 1명이 총 20개 문항에 대해 응답하도록 하였다.

6) 염색사 및 패키지 제작

컬러 배색 그룹의 설계를 통해 추출된 표준컬러를 시 염 의뢰 및 수정 작업을 통해 원사 염색을 완료하고, 염색된 대표배색그룹의 효과적 활용을 위한 컬러 패키지를 개발하였다.

연구 개발 목표	연구 개발 내용
● 기본 색상 추출 ● 국내외 패션컬러 정보 수집 및 분석 ● 패션컬러 그룹 추출 ● 컬러 분석 Tool 개발 ● 그룹별 컬러 결정과 색상명 확정 ● 컬러 그루핑 및 코디네이트 활용 체계 개발 ● 시염 샘플 확정 ● 샘플 적용 시험 ● 시염 샘플 제조 ● 패키지 디자인 개발	● 일정기간(최근5년) 국내외 컬러선호도 및 빈도 분석 ● 색상관련 문헌 및 논문조사 ● 주요 패션잡지를 통한 선호색 조사연구 ● 섬유 디자인업계의 색채 설문조사 실시 ● 국내외 컬렉션 정보수집 및 분석 ● 해외 패션컬러 정보수집 및 분석 ● 국내외 유통업체 패션 브로슈어를 통한 선호색 조사 ● 선정 컬러에 대한 F. G. I 조사 실시 ● 12개의 컬러그룹 설정 및 코디네이트 활용체계 개발 ● 12개 컬러그룹 염색(cotton) ● 염색 컬러 조정 작업 ● 패키지 디자인 개발 및 포장 완료

<표1-1> 연구 개발 목표 및 내용



<그림1-1> 본 연구의 흐름도

1.4 연구의 범위

본 연구는 조사·분석 및 그루핑에 관한 연구를 통한 효율적인 컬러 팔레트 패키지 개발이며 그 구체적인 연구 범위를 다음과 같이 한정

하였다.

1) 섬유 패션 선호색 도출 및 그루핑에 관한 연구는 여성복에 사용된 기본 컬러를 중심으로 한다.

2) 기본 컬러 추출 범위는 국제적으로 범용되는 팬 톤 텍스타일 스와치 1904색으로 한정한다.

3) 연구를 통해 개발 된 결과물을 활용한 다양한 컬러 배색의 변용체계가 있을 수 있으나 본 연구에서는 결과물 패키지를 제공하는 것으로 한정한다.

단, 부록에 간략한 시즌별 사례 제안을 통해 변용체계의 가능성을 제시한다.

1.5 용어의 조작적 정의

본 연구 과정 중 주요하게 다루었던 몇 가지 용어에 관한 조작적 정의를 세우고자 한다.

첫째, 본 연구 과정을 통해 컬러 수집과 얀 염색의 근간으로 삼았던 팬 톤 텍스타일 컬러 스와치 코튼(00-0000TC) 샘플은 일련번호가 같은 팬 톤 텍스타일 페이퍼(00-0000TP)샘플과 오차가 있음을 인정하나 대다수의 국내패션관련 업체들이 텍스타일 페이퍼 칩 샘플을 보유하고 있음을 감안, TP넘버와 TC 넘버를 혼용 제시하였다.

따라서 본 연구에서는 색상 기호의 TP 넘버와 TC 넘버는 동일한 색으로 간주한다.

둘째, 본 연구에서 규정한 색채 그루핑은 디자이너의 색채 연상을 돕기 위해 계통색으로 묶은 색조별 조합 작업을 뜻한다.

셋째, 그룹별 대표 어휘라 함은 색상 전체를 색조별 큰 그룹으로 나누고 각 그룹에 부여한 색채 연상을 도울 수 있는 감성 어휘를 뜻한다.

2. 연구의 이론적 배경

2.1 패션 색채 이미지 특성

2.1.1 색채 이미지의 개념과 특징

색채 이미지는 이미지의 두 유형인 언어적 이미지와 시각적 이미지 두개를 종합한 복합적 이미지로 구성되어 있다. 색채 이미지 스케일은 사람에게 색채에 대한 공통된 감정이 있다는 것을 전제로 언어에 의한 색채 이미지, 또는 색채에 의한 언어 이미지인 색의 의미를 밝힘으로써 색채의 감정적 효과를 언어와 각 색채를 관련시켜 비교 판단하게 한다.

이와 같이 색채와 연관된 시각 및 언어 이미지의 차원을 이해하는 것은 색채를 디자인 요소로 적절히 사용하게 하는데 도움을 줌으로써 디자인 효과를 높일 뿐만 아니라 정보전달을 용이하게 한다.

2.1.2 커뮤니케이션 수단으로서의 색채 이미지

우리가 일상생활에서 특정한 메시지를 전달하기 위해 주로 사용하는 이미지는 크게 '언어적인 것'과 '비언어적인 것'으로 구별해 불 수 있으며 이들은 서로 다른 특성을 가지고 있다. 언어적 이미지는 추론적이고 전달 내용이 추상적이며 지적인 활동을 통한 연상작용과 관련이 있다.(이미지에 기반 한 패션 색채의 데이터베이스 구축 및 실용화 연구. 1999. 연세대학교 의류과학연구소)

'언어적 이미지'는 기타, 다른 이미지보다 표현과 기술이 자유롭고 단차원적 속성을 가지므로 인해 개념화가 용이하며 따라서 자유롭게 커뮤니케이션 할 수 있다는 장점을 가지고 있다고 루돌프 아른하임(Rudolf, Arnheim. 1960.)은 언급하였다.

'비언어적 이미지'는 주로 시각적인 매개체를 통해서 전달되기 때문에 시각적 이미지라고도 한다. 이러한 시각적 이미지는 비언어적이기 때문에 표현하고 커뮤니케이션하기에는 어려움이 따르나 구체적이고 직관적인 내용을 담고 있으므로 관련된 시각적인 결과물을 도출해 내는데 사용된다.

2.1.3 패션 색채의 특성과 색채 이미지

패션 이미지는 의상을 통해 나타나는 분위기나 연상이라 할 수 있으며 디자인의 기본 요소인 선, 색채, 재질에 의해 형성된다. 특히 섬유에 투영되어 나타나는 패션 색채는 색상만으로 그이미지를 드러내기 어려우며 재질, 면적 등의 요소와 더불어 무드를 결정한다. 따라서 섬유 패션 색채는 인쇄용 색상들과 비교할 때 모호하고 온화한 중도색이 많이 나타나는 등 차별적 특성을 보여주고 있다.

2.1.4 색조(Tone)에 따른 색채 이미지

각각의 색은 색상, 명도, 채도로 표현할 수 있으나 이들을 분리하여 구체적인 색의 이미지를 떠올리는 것은 상당히 어려우므로 이것을 이미지 감각으로 이해할 수 있는 쉬운 색의 표현방법으로 고안된 것이 색조(tone)이다. 즉 각각의 색 느낌에는 명암, 농담, 화려함, 수수함이라는 공통된 색의 상태가 있는데 이것은 바로 색조로 이는 색상과는 관계하지 않으며 색의 삼 요소 중 명도와 채도의 복합적인 느낌을 의미하는 것이다. (박상호. 1993, 43)

톤은 색 기획에 있어 무드를 결정하기 때문에 색의 특징 중 단독적 의미의 명도나 채도에 비견되는 중요한 색 개념 중 하나이다. (The Language of Color)

색조 체계의 기본 개념은 ISCC-NBS(전미색채협의회-미국연방표준국 Inter Society Color Council-National Bureau of Standard, 1995) 색명법에 기초한 것으로 색상과 언어의 관계에서 볼 때 색상은 달라도 각 색조의 색조영역을 표현하는 형용사 언어는 몇 개의 범위 내에서 비슷한 패턴으로 표현되고 있는 것에 착안하여 각 색상에 같은 형용사가 부여된 영역은 하나의 색조영역으로 분류하는 것이다. (IRI 1997,7)

색조체계는 물리적 색 체계와는 다른 심리적 색체계로 색을 감각적이고 심리적인 측면으로 의사소통하고 표현해야하는 디자이너가 보다 활용하기 편리하도록 단순화시킨 체계라고 할 수 있다.

ISCC - NBS는 미국의 색채 협의회와 미국 연방 표준국에 의한 색조체계이며, PCCS 색조분류는 일본의 색채연구소에 의해 실용화

된 색조체계로 우리나라 패션업계에서도 많이 활용되고 있다. 한국의 색조체계이며 한국공업규격인 KS에도 계통색 이름이라는 항목으로 색조체계가 규정되어 있다. 색조 분류법의 특징은 색채를 기억하기 쉽고 색상의 범위를 지적하기 쉬우며 이미지를 반영하기가 쉽고 조화를 생각하기가 쉽다는 점이다.

유행 예측색에서도 이미지를 정확하게 전달하는 색조 분류법에 의한 색채군을 제시하는 방법이 많이 활용되고 있다.

2.1.5 색채조화와 감성

일본 샤프(Sharp)사의 <color planning system, CPS>에서는 제품의 기획이나 개발 부서에서 개발하고자 하는 제품을 묘사한 '제품 이미지'를 '낱말'로 표현하고 '언어이미지 스케일'과 '컬러이미지 스케일'을 이용하여 계통색을 결정함으로써 컬러계획이 이루어진다.

감성 어휘와 색채를 동일한 이차원공간에 놓아 감성 반응을 심리적인 척도로 표현하고자 한 고바야시(S. Kobayashi, 1925~)는 '컬러 이미지 스케일(Color Image Scale)'을 통해 색채의 이미지를 나타내는 형용사의 상호 연관성을 동일한 심리적 공간에 대응하여 표현하였다. 그러나 색채의 특성, 즉 문화적, 기후적, 국가적 혹은 개인의 기호도 등에 따라 각기 다른 감성세계를 가지는 점에서 볼 때, 고바야시의 컬러 이미지 스케일은 일본인의 감성척도이므로 한국인의 정서에 부합되는 이미지척도의 개발도 지속적으로 이루어지고 있다.

이처럼 정성적인 면을 정량화하는 작업은 컬러 기획의 객관성 모색이라는 측면에서 의의가 있지만 시각적 감성 데이터를 이용한 컬러 배색시뮬레이터에 관한 연구에서 보여 주는 색채 조화 이론은 본질적으로 주관적인 문제를 객관적으로 해결 하는 데에 따르는 모순을 안고 있다. 즉 정량적 색채조화 이론은 색채 조화를 수량화하여 취급하므로 주관적인 미적 원리를 객관적인 영역으로 한정시키는 오류를 피하기 어렵다.

㈜ IRI의 '한국의 색채 감성 척도 개발에 관한 연구'(1998)에서는 한국인의 색채 감성 척도는 색상(Hue)보다 톤(Tone)에 의해 판단되는 것을 특징으로 하며 색채 감성척도는 톤(Tone, 명도 + 채도)

을 기준으로 '밝은', '선명한', '은은한', '어두운'의 이미지 영역으로 나뉘며, 그러한 특징은 색채 기호에도 영향을 끼친다는 것을 밝히고 있다.

2.1.6 디자이너의 컬러 배색 프로세스와 감성어휘 현황

배색 전개 과정에서 어떤 이미지에 대한 컬러 발상, 즉 디자인 컨셉 과정에서 도출된 이미지를 표현해 내기 위해서는 수많은 색을 하나하나 연상해 내기보다 감성 어휘에 의한 그룹별 카테고리를 연상시켜 조합하는 것이 효율적인 경우가 많다.

현재 국내 디자이너 및 디자인 산업 종사자들의 색채 커뮤니케이션은 매우 초보적인 수준으로 언어적으로는 색상 중심의 계통색 정도의 의사교환 수준을 넘지 못하고 있으며, 또한 색채 감성을 전달하는 동일한 감성 어휘의 수용이라는 문제를 놓고 볼 때 현재 업계 상황에서는 색채 그룹별 커뮤니케이션을 위한 통상적 어휘가 확립되어 있지 않다.

2.2 관련 색채 이론

본 연구의 개발목표인 '디자이너를 위한 컬러 코디네이션 지원 모델'은 색채 조화를 주 목적으로 하는 컬러 시스템으로 규격적인 색채 체계라기보다는 감각 계통색 체계로서 이는 색채를 이해하는 과정에서 톤과 색조를 종합적으로 이해하는데 적합한 구조가 요구된다.

따라서 컬러 코디네이션 도구 개발을 위한 기본 틀이 되는 컬러 그루핑 방법을 개발하기 위한 상용 및 실용 색 표 기준과 실용 이론이 이론적 배경의 근간을 이루었으며, 고바야시의 휴 앤 톤, 감성척도에 의한 이미지스케일 연구, 먼셀(Munsell) 색표계, 색채 조화론 등을 혼합시켜 구성하였다.

2.2.1 고바야시(Kobayashi)의 휴 앤 톤(Hue & Tone) 이론

ISCC-NBS(Inter-Society Color Council-National Bureau of Standards)에서는 색채 명명법을 개발하기 위하여, 먼셀의 색상 중 40개를 선

택하고, 40개 색상이 지니는 모든 명도 및 채도 단계를 12개의 톤으로 분류함으로써 색상과 톤 등 2개 속성을 사용하여 색채를 명명하는 ISCC-NBS 색명법을 개발하였다.

		R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Neutral	
Vivid	V	Carmine	Orange	Yellow	Yellow Green	Green	Peacock Green	Cerulean Blue	Ultra-marine	Purple	Magenta	N.9.5	White
	S	Rouge Coral	Persi-mmon	Gold	Grass Green	Mala-chite Green	Jewel Green	Light Blue	Sapphire	Violet	Spinner Red	N9	Pearl Gray
Bright	B	Rose	Apricot	Canary Yellow	Canary	Emerald	Turqu-oise	Sky Blue	Salvia Blue	Lavender	Rose Pink	N8	Silver Gray
	P	Flamingo	Sunset	Sulphur	Luttuce Green	Opaline Green	Light Aqua Green	Aqua Blue	Sky Mist	Lilac	Mauve Pink	N7	Silver Gray II
	VP	Baby Pink	Pale Ochre	Ivory	Pale Cha-rtreuse	Pale Opal	Horizon Blue	Pale Blue	Pale Mist	Pale Lilac	Cherry Rose		
Subdued	LTG	Pink Beige	French Beige	Light Olive Gray	Mist Green	Ash Gray	Eggshell Blue	Powder Blue	Moo-nstone Blue	Starlight Blue	Rose Mist	N6	Medium Gray
	L	Sandal-wood	Beige	Mustard	Pea Green	Spray Green	Venice Green	Aqu-amarine	Pale Blue II	Lilac II	Orchid	N5	Medium Gray II
	G	Rose Gray	Rose Beige	Sand Beige	Mistle-toe Green	Mist Green II	Blue spruce	Blue Gray	Slate Blue	Pigeon	Orchid Gray	N4	Smoke Gray
	D	Old Rose	Camel	Dusty Olive	Leaf Green	Jade Green	Cambri-dge Blue	Shadow Blue	Shadow Blue	Dusty Lilac	Old Mauve	N3	Smoke Gray II
Dark	DP	Brick Red	Brown	Khaki	Olive Green	Viridian	Prussian Green	Peacock Blue	Mineral Blule	Pansy	Wine		
	DK	Maho-gany	Coffee Brown	Olive	Ivy Green	Bottle Green	Teal Green	Teal	Dark Mineral Blue	Prune	Red Grape	N2	Charocal Gray
	DKG	Maroon	Falcon	Olive Brown	Seaweed	Jungle Green	Dusky Green	Prussian Blue	Midnight Blue	Dusky Violet	Taupe Brown	N1.5	Black

<그림 2-1> Kobayashi의 Hue & Tone

그는 JIS(Japanese Industrial Standard)에 따라 색명법을 토대로 먼셀 표색계의10개의 기본 색상을 12개의 톤으로 배열하고, 여기에 10단계의 무채색을 추가한 총 130색으로 구성된 휴 앤 톤 시스템을 구축하였다. 이 시스템에서 고바야시는 색채의 감성 효과에 따라 130색을 12개의 톤으로 분류하였으며, 이들 12개의 톤을 비비드(Vivid), 스트롱(Strong), 브라이트(bright), 페일(pale), 베리 페일(very pale), 라이트 그레이쉬(light grayish), 라이트(light), 덜(dull), 딥(deep), 다크(dark), 다크 그레이쉬(dark grayish)로 분류하였다.

2.2.2 고바야시의 컬러 이미지 스케일

고바야시는 ISCC - NBS색명법과 먼셀표색계에 기초한 130개의 기준색을 사용하여 단색에 대한 감성 공간을 도출하고 싱글 컬러 스케일(single color scale)을 개발하였다. 이 컬러 이미지 스케일에서

130개의 단색들은 따뜻한-차가운(warm-cool), 부드러운-딱딱한(soft-hard), 맑은-탁한(clear-grayish)등 3개축으로 된 3차원 공간상에 좌표를 지닌다. 이 공간상에서 거리가 멀수록 색채들에 대응되는 이미지는 다른 것들을 의미한다.

또한 고바야시는 그가 개발한 130개 기초색으로 조합된 3색 배색의 컬러 이미지 스케일을 개발하였다. 이 컬러 이미지 스케일은 고바야시의 단색 컬러 이미지 스케일의 3차원 감성 공간을 구성하는 따뜻한-차가운, 부드러운-딱딱한의 2개축에 의해 구성된 평면공간상에 3색 배색들을 좌표에 따라 위치시킨 것으로, 이 공간상에서 각 배색들은 감성 어휘와 대응되어 있다. 이 배색의 컬러 이미지 스케일은 이미지의 차이를 색채라는 시각적 형태로 설명하는 자료이므로, 디자인 제품의 이미지나 개인의 취향 등의 추상적인 개념을 배색으로 구현하는 데에 활용된다.

2.2.3 먼셀 색표계(Munsell color order system)

먼셀 색표계는 미국의 화가이며 색채연구가인 알버트 H. 먼셀(Albert H. Munsell)이 창안한, 색채의 표 색체계로서 국제적으로 널리 보급되어 사용되어왔다.

먼셀 색표계에서는 빨강(Red), 노랑(yellow), 녹색(green), 파랑(blue) 보라(purple)를 제 1차 기본색으로 하고 이들 5개 기본색 사이에 위치하는 주황(yellow red), 연두(green yellow), 청록(blue green), 남색(purple blue), 자주(red purple)를 제 2차 기본색으로 한다. 10개의 1, 2차 기본색들 간의 간격을 10등분하여 100개의 색상(hue)을 수치와 기호로 표기하고, 또한 100개의 색상들의 명도(Value)는 11단계, 채도(chroma) 14단계로 구분하였다.

즉 먼셀 색표계는 색상(Hue), 명도(Value), 채도(chroma) 3개축에 따라 등간격의 색채들을 입체적으로 배열해 놓음으로써 색채의 체계를 설명하는 이론이다. 따라서 먼셀 색표계에서는 이들 3개의 물리적 속성을 나타내는 HVC기호(H:색상, V:명도, C:채도)로 모든 색채를 표기한다.

2.2.4 색채 조화론

색채 조화론은 두 개 이상의 색채가 서로 다르고 대립되면서도 통일감을 주는, 조화로움의 원리를 설명하는 것으로, 일반적 디자인 분야에서는 색상조화, 명도조화, 채도조화, 면적조화 등을 이용한 배색 기법이 널리 쓰이고 있다. 기존의 색채 이론들은 객관적 / 이론적 척도를 만들어내기 위해서 색채 조화이론을 주장하였다.

그러나 색채조화, 즉 배색의 문제는 감성을 배제하고는 성립될 수 없다. 물리적 색이 심리적으로 지각되어 영향을 미치는 색채의 지각과정이 고려되어야 한다. 색채가 수반하는 감정, 색이 일으키는 연상과 색채가 지닌 상징성과 같은 색의 심리적 감정효과도 배색을 다룰 때에 유념해야 할 요소이다.

3. 컬러 그루핑 및 대표 어휘 개발

3.1 컬러 그루핑 및 대표어휘 개발의 기준

본 연구에서는 앞서 제시한 색채의 언어 및 비언어적 이미지의 특성을 파악하고 색채 조화론과 색채군의 특성을 감안하여 컬러의 그룹을 나누는 기준으로 색조(톤:tone)체계에 의한 분류를 시도하였다. 색조체계는 물리적 색 체계와는 다른 심리적 색체계로서 색을 감각적이고 심리적인 측면으로 의사소통하고 표현해야하는 섬유 패션 디자이너가 활용하기 유리한 체계라고 할 수 있다.

색조분류법의 특징은 색채를 기억하기 쉽고 색상의 범위를 지적하기 쉬우며 이미지를 반영하기가 쉽고 조화를 생각하기가 쉽다는 점이다. 유행 예측색에서도 이미지를 정확하게 전달하는 색조분류법에 의한 색채군을 제시하는 방법이 많이 활용되고 있다. 이는 계통색조의 상호 관계를 색채의 배열과 구성의 질서보다는 디자이너의 직관적 색상인지에 초점을 맞추었기 때문에 표준 색표로서의 요건인 규칙적 배열과 지각적 등보성을 기대하기는 어렵다. 그러나 한국산업규격인 KS에서도 계통색 이름이라는 항목으로 해맑은, 밝은, 짙은, 연한, 칙칙한, 어두운, 아주 연한, 밝은 회, 회, 어두운 회, 아주 어두운 등의 12개 수식어로 색조체계가 규정되어 있다.

또한 본 연구에서는 그룹별 대표어휘를 선정함에 있어 글로벌 비즈니스로서의 패션산업의 특성을 감안하여 현장 디자이너들이 통상적으로 사용하며 보다 직접적으로 색채 감성을 전달할 수 있는 영어 표현을 사용하였다.

3.1.1 문헌 정보 연구

3.1.1.1 색채 그루핑

색채 그루핑(Color Grouping)에는 다양한 방법이 있을 수 있는데 그 중 색채 이론에 근거한 방법과 미감에 근거한 감각 계통색 체계 방법을 대표적으로 들 수 있다.(Westgate, Alice. 1999. p.10)

이들 색채 그룹을 활용하면 각자 나타내고자하는 색감을 구체화

시키기에 매우 유용하다. 예를 들면 각각의 컬러 패밀리 그룹(Color Family Group)에 따라 우리는 평온한 느낌을 갖기도 하고 에너지를 받기도 한다. 따뜻한 색상군을 만나면 포근함을 느끼거나 나른한 느낌을 받고 차가운 색상군을 접하면 평온함을 느끼던지 서늘한 기분을 느끼게 된다.

엘리스 웨스트게이트는 색채 이론과 미감에 근거한 그루핑 방법을 모두 사용하여 배색의 기본을 다음의 8개의 컬러 그루핑에 의거 방법을 제시했으며 이를 '컬러 패밀리로' 불렀다. 단, 이들 각 그룹은 배색의 인스피레이션을 위한 것으로 어느 한 색상이 두개 이상의 그룹에 동시 적용되는 등 모든 대상 색상이 균일하게 분배되는 방식은 아니다 고 말하였다.

각각의 컬러 패밀리 그룹을 살펴보면 다음과 같다.

· 프라이머리 컬러 패밀리 (Primary Color Family)

빨강, 노랑, 파랑 삼원색을 기본으로 하며, 대담하고 재미있는 효과를 창출하며 엑티브한 활동 공간과 교육공간에 즐겨 적용된다.

· 세컨더리 앤 터티어리 컬러 패밀리 (Secondary and Tertiary Color Family)

2개의 원색을 혼색하여 만들어진 오렌지, 그린, 바이올렛과 이들 2차 색상을 섞어 만든 6개의 3차 색상간의 조합을 기본으로 한다. 원색 대비에 비해 덜 튀며 오묘한 느낌을 준다.

· 컴플먼터리 컬러 패밀리 (Complementary Color Family)

컬러 휠의 상호 반대편에 위치한 보색 대비를 기본으로 하며, 생생하고 강렬한 대비 효과를 낳는다.

· 파스텔 컬러 패밀리 (Pastel Color Family)

화이트가 많이 함유되어 분말의 느낌을 주는 색상군을 말한다. 파스텔 그룹은 가볍고 환하고 얌전하여 조용하고 편안한 공간을 창출할 때 사용한다. 창백한 파스텔 컬러로만 구성하면 자칫 무미건조

한 느낌을 줄 수 있다.

・웜 앤 쿨 컬러 패밀리 (Warm & Cool Color Family)
난색 계열과 한색 계열 등 색온도에 따른 색상군이다.

・어드밴싱 앤 리시딩 컬러 패밀리 (Advancing & Receding Color Family)
전진색(밝은 색) 계열과 후진색(어두운 색) 계열을 말하는 컬러 패밀리이다.

・블랙 앤 화이트 패밀리 (Black & White Family)
텍스추어에 따른 농담과 쉐이드를 지닌 흑백 계열을 포함한다.

・뉴트럴 패밀리(Neutral Family)
크림(cream), 버프(buff), 그레이(gray)등 자연 소재의 순수함을 보여주는 색조군으로 브라이트(bright) 색조의 밸런스를 조율할 때 배색으로 중요한 역할을 한다. (Westgate, Alice.1999)

고바야시는 톤을 기준으로 전체 색상군을 비비드(생생한), 브라이트(밝은), 서브듀드(칙칙한), 다크(어두운) 4개의 그룹으로 분류하였고, 히데끼는 비비드(생생한), 라이트(환한), 덜(칙칙한), 다크(어두운)4개의 기본 그룹에 아크로마틱(Achromatic), 프로세스(process color group), 핑크 & 블루계(Pink & Blue color group)등 3개의 보조그룹을 포함하여 7개의 그룹으로 분류하였다.

단, 히데끼의 그루핑은 그래픽 디자이너, 또는 인쇄 색상을 우선한 것으로, 그의 그루핑을 섬유에 적용한다고 전제할 때 아크로마틱(무색상)컬러군, 프로세스 컬러군(인쇄 프린터용)과 핑크와 블루 그룹군(그래픽 전용 10색)과 같은 보조 그룹을 별도로 독립시킬 필요가 없으며, 따라서 기본 색상군이 적용되는 주요 4그룹은 고바야시의 기본 4그룹과 개념적으로 일치하게 된다.

또한, 마사 질(Martha Gill)은 쥬얼(Jewel)과 내추럴(Natural)의 2

그룹으로 크게 나누어 컬러의 조합 변용 사례를 설명하였고, 내추럴 그룹 안에 파스텔과 뉴트럴 컬러 군을 재분류하였다.

이와 같이 색채 학자들은 디자이너들이 인지하기 용이한 색상군으로 2~8개 대그룹으로 나누어 제시하고 있으나, 이중 고바야시나 히데끼와 같은 감각 계통색 체계를 연구한 학자들은 주로 명도나 채도를 톤이라는 개념으로 정리하여 톤을 기준으로 그루핑을 나누었다. 이는 색채 관리 및 조색 색 좌표의 전달에는 적합하지 않을 수 있으나 질감과 색조를 종합적인 감각으로 받아들이는 섬유업계에는 매우 실용적인 방법이다.

Group	
Vivid	기본 원색군
Bright	기본 원색군에 화이트가 혼합된 색상군
Subdued	기본 원색군에 탁한 분위기를 조성하고 회색이 혼합된 색상군
Dark	기본 원색군에 블랙이 혼합된 색상군

<표3-1> 고바야시(Kobayashi)의 컬러 그룹

Group	
Light color	11개의 기본 원색군에 화이트를 혼합한 색상군
Dull color	기본 원색군에 탁한 무드를 조성하는 회색이 혼합된 색상군
Vivid color	기본 원색군
Dark color	기본 원색군에 블랙을 첨가한 색상군
Support Group	
Achromatic color	무색상 컬러, 즉 블랙과 회색류로 구성된 4색
Process color	옐로우, 마젠타, 싸이언으로 구성되어 블랙과 함께 인쇄 프린팅에 사용되는 3색도
Pink & Blue color	그래픽 디자이너 사이에서 빈도 높게 사용되는 색조 10색

<표3-2> 히데끼 치지와(Chijiiawa, Hideaki)의 칼라 그룹

따라서 본 연구에서는 고바야시의 휴 앤 톤(Hue&Tone)이론과 그루핑 방법, 히데끼의 컬러 배합을 위한 컬러그룹 분류 방법을 적용하고 패션 섬유 소재의 트랜드의 특성을 감안하여 웨스트게이트, 마싸 질의 뉴트럴 그룹군 분류에 관한 아이디어를 혼합, 4개의 대그룹으로 분류하였다.

Group	
Bright	기본 원색군
Pastel	기본 원색군에 화이트가 주로 혼합된 색상군
Deep	기본 원색군에 블랙이 주로 혼합된 색상군
Neutral	기본 색상군에 회색이 주로 혼합되어 색상의 성격이 드러나지 않는 중도 색상군

<표3-3> 본 연구의 컬러 그룹

그룹의 명칭은 히데끼와 고바야시 4개 기본 그룹과 일치시켜 비교・조정하였다. 즉, 섬유 패션의 특성상 뉴트럴 영역이 전제되어야 한다고 볼 때, 설정한 뉴트럴 그룹과 가장 성격이 유사한 히데끼의 덜(dull)과 고바야시의 서브듀드(subdued)를 동일 영역으로 보고 히데끼가 비비드(vivid)・브라이트(bright)로 칭한 선명한 색조 그룹은 브라이트(bright)로 한다. 그들이 다크(Dark)로 칭한 어둡고 침잠된 색조 그룹은 섬유소재의 특성을 감안하여 보다 포괄적인 딥(Deep)으로 정했다. 또한 히데끼가 라이트(Light)로 칭한 명도 높은 그룹은 역시 섬유 소재의 특성을 감안하여 파스텔(Pastel)로 명명했다. 단, 고바야시의 'Bright' 어휘 사용은 오류를 보여주는 것으로 판단되었는데 왜냐하면 그는 브라이트를 '환하다' 는 사전적 의미에 치중하여 화이트가 첨가된 색상군을 묘사하는 어휘로 사용함으로써 미국을 비롯한 서구에서 쓰이는 개념과 어긋남을 보여주고 있다.

본 연구	Hideaki	Kobayashi	Martha Gill
Bright	Vivid	Vivid	Jewel, Bright
Pastel	Light	Bright	Natural (Pastel, Neutral)
Neutral	Dull	Subdued	
Deep	Dark	Dark	

<표3-4> 본 연구와 선행연구의 그루핑 용어 비교

위의 근거를 바탕으로 본 연구의 컬러 그루핑에 따른 대표어휘를 브라이트(Brtght), 파스텔(Pastel), 뉴트럴(Neutral), 딥(Deep)으로 정하였으며, 색채 관련 문헌을 통해 각 어휘의 정의를 다음과 같이 정리했다.

3.2 컬러 배색그룹 대표어휘 정의

3.2.1 브라이트(Bright)

유사 어휘: 쥬얼(Jewel)

Keyword: playful, energetic, active, intensity, vital, vivid, pop-up, exuberant, sunny

1) 문헌에 나타나 '브라이트' 컬러

브라이트 컬러는 강한 색채 특성을 지닌다. 브라이트 컬러의 대표색이라 할 수 있는 삼원색 중 레드는 돌출적이며 블루와 옐로우도 생동적이다. 따라서 2개 이상의 브라이트 컬러를 배색하면 동시에 서로 두드러지려고 경쟁하는 것 같은 결과를 보여 주기도 한다.(Whelan, Bride M. Color Harmony 2, 2000. p21.)

브라이트 그룹은 컬러 휠에서 가장 생생하며 농염하고 포화된 색상이며, 이들 색상을 사용하면 에너지가 넘치고 엑티브한 메시지가 표출된다. 주목을 받게 되는 브라이트 색상은 보는 사람을 들뜨게 만든다. 그러나 많은 사람들이 브라이트 컬러는 내추럴 컬러나 파스텔 컬러 팔레트를 돋보이게 하기 위한 악센트 컬러로 쓰이는 것으로 국한하여 생각하는 경향이 있다.(Gill, Martha. Color Harmony, 2000. p8.)

브라이트니스(Brightness)를 결정하는 것은 색채 안에 포함되어 있는 순수 색상의 양이다. 브라이트 컬러의 선명도는 얼마나 그레이나 블랙을 포함하느냐에 따라 결정된다. 순수한 블루, 레드, 옐로우는 매우 강한 브라이트 컬러이다.(Whelan, Bride M. Color Harmony 2, 2000. p21.)

색상이 유사한 브라이트 컬러들은 단순하게 모노 크로마틱이라 불리는 단색조(all one color) 체계를 창출하는데 사용될 수 있다. 브라이트 컬러의 또 다른 효과적인 체계는 색상환에서 강한 3개의 연속된 색상을 선택하는 것인데, 예를 들면 블루(blue), 블루-그린(blue-green), 그린(green)을 선택하는 것이다. 동일한 분량으로 두 색을 짝 지울 경우 강하게 주목을 끌 수 있는 컬러 센세이션을 창

출할 수 있다.(Gill, Martha. Color Harmony, 20000. p14)

색상환에서 선명한 기본 색상을 선정하고 그 정 반대편 색상과 조합한 것을 보색이라 부른다. 보다 복잡하고 세련된 팔레트를 창출하기 위해서는 3차 색상 체계로 알려져 있는 보색의 바로 옆 좌편이나 우편 색상들을 이용하여 조합한다. 이러한 체계의 예를 들면 옐로우(yellow) 원색이 청명한 블루(blue), 바이올렛(violet)이나 따뜻한 마젠타(magenta)와 팀을 이루는 경우가 이에 속한다.(Gill, Martha. Color Harmony, 2000. p14.)

쥬얼(Jewels)

과거 섬유에 사용된 천연재료 염색은 낮고 조용한 톤으로 나타났기 때문에 근대 이전에는 쥬얼 톤이 드물었고, 따라서 매우 갈망하던 색상군이었다. 예를 들어 브라이트 옐로는 터너옐로(Turner yellow)라는 명칭으로 선명한 레몬옐로가 1771년 개발됨으로서 유럽 귀족들 사이에 생생하고 중요한 색상으로 받아들여지면서 즐겨 사용되었다. 또한 이 색상은 유럽 조지언 스타일 인테리어의 대표 컬러로 자리를 잡았다.(Gill, Martha.2000 p.8)

오늘날에는 더 이상 브라이트 컬러가 부귀의 상징으로서 특정하게 사용되기보다 일반적으로 사용되고 있으며, 주요 컬러리스트이자 섬유 및 홈 퍼니싱 디자이너인 영국의 트리샤 길드(Trisha Guild)는 좁은 공간, 복도 또는 알코브 공간에 강조를 주기 위해 쥬얼 컬러를 사용하는 등 틀에 억매이지 않고 브라이트 컬러를 자유롭게 사용한다.(Gill, Martha. 2000. p.8)

컬러 조화를 창출하는 가이드북인 컬러 하모니-쥬얼(Color Harmony-Jewel)은 브라이트와 비비드 팔레트에서 가능한 색상 선택과 무드의 다양한 모습을 보여준다. 경쾌함(playful)과 이국적(exotic)에서 호화로움(regal)과 최면적(hypnotic)이며, 풍성한 모던(exuberant modern)에 이르기까지 쥬얼은 오늘날 과거 어느 때보다 풍부하고 순수하게 사용되고 있다.(Gill, Martha. 2000. p.9)

쥬얼은 생동적이고 활력이 넘치며 보편적인 팔레트를 새롭게 함으로써 기존의 색상 배합에 생명력을 불어넣는다. 쥬얼은 도도하고

풍취가 넘치며 도발적인 컬러들이다(sassy, spicy, outrageous). 흥미를 유발시키거나 강한 메시지를 던질 때, 그리고 무엇보다 주의를 끌고자 할 때는 쥬얼 또는 브라이트 컬러를 활용한다.(Gill, Martha. 2000. p.16)

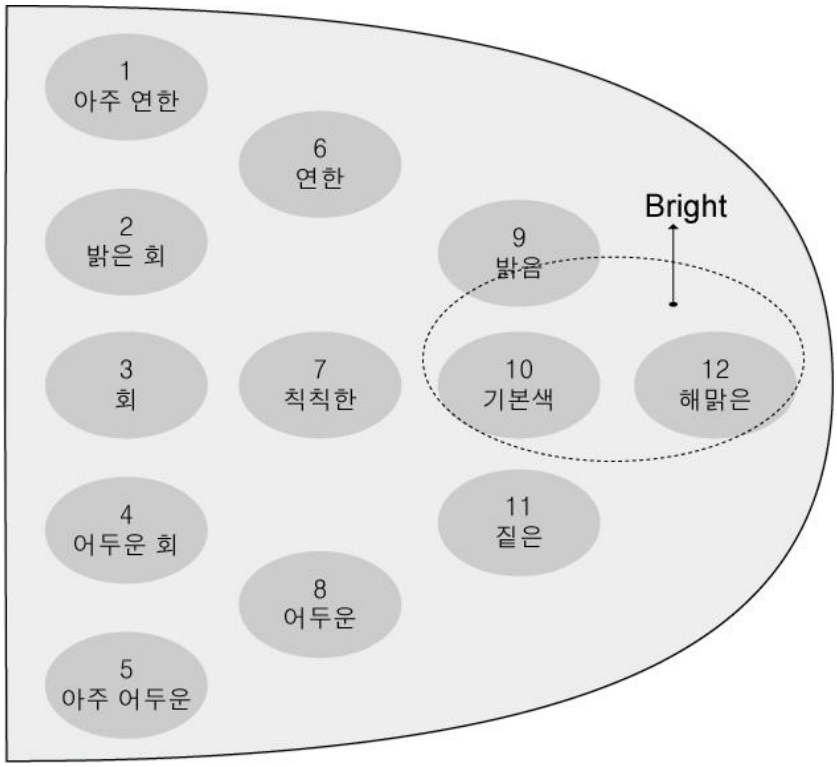
명랑한 쥬얼 컬러는 서로 간 배합이 잘될 뿐더러 다른 팔레트에 첨가할 경우에도 흥미를 더하는 효과를 준다. 내추럴 색상 체계는 브라이트 색상을 전략적으로 더하여 생동감을 불어넣는 경우가 많다. 테라코타 색상과 크림이 배합된 체계는 칠리페퍼 레드(Chillypepper Red)와 강렬한 텐져린 오렌지(Tangerine orange)가 더해졌을 때 향료 빛 신랄함(spicy, 스파이시)과 이국적인 느낌을 준다. 파스텔은 특히 같은 색상의 브라이트 컬러가 배합되었을 때 더욱 돋보인다. 예를 들면 마젠타는 페일 핑크빛이 도는 퍼플과 잘 어울린다든가 생생한 옐로우 오렌지가 깊은 버터크림과 잘 맞는 경우이다.(Gill, Martha. 2000. p.16)

또한 쥬얼이 메탈릭과 배합하면 미래지향적 느낌을 주고 싱싱한 오크나 밝은 소나무 색 같은 목재 색과 어울리면 안정감을 갖는다.(Gill, Martha. 2000. p.16)

<그림3-1> Jewels, Brights (Color Harmony Jewels. 2000. P. 9)
<그림3-2> Jewels, Brights (Color Harmony Jewels. 2000. P.14)

2) 한국산업규격의 계통색 톤과 브라이트 컬러

본 연구에서 규정한 브라이트를 KS 계통색 톤의 수식어와 비교하면 해맑은과 밝은 그리고 기본색을 포함한다.



<그림3-3> KS 계통색 톤에 위치한 브라이트 그룹

3.2.2 파스텔(Pastel)

유사 어휘: Pale.

key word: soft, light valued, gentleness, relaxing, inviting, romantic, sugary, delicate, pale, flower mellow, docile caring, charming, sweet, ice cream

1) 문헌에 나타난 파스텔 컬러

파스텔 컬러는 솜사탕이나 하늘에 떠다니는 구름과 같이 부드럽고 몽상적인 느낌을 준다. 색상은 강하지 않으며 뉴트럴 군과 함께 여성 패션과 인테리어 디자인에 주도적으로 널리 활용되나 그래픽 디자이너가 추구하는 시각 장악력은 약한 편이다. 파스텔은 화이트에 1차 색상이나 2차 색상을 섞어 분가루를 뿌린 듯한 느낌이 나는 컬러들을 일컫는다. 파스텔 컬러들은 웅장한 바로크가 섬세하고 우아하며, 부드러운 로코코에 자리를 내주게 되자 줄무늬 벽지를 비롯한 인테리어 내장재와 의상 색채에 로코코식 파스텔 컬러가 적용되기 시작했고 이어 각광을 받으면서 급속히 전파되었다.(Home Color Harmony. 1998. p41)

프린트나 섬유 염색에 사용된 파스텔 색조를 가까이 살펴보면 순수 파스텔 색조는 매우 드물고 대부분 보다 침잠된 색조로 구성되어 있는 것을 알 수 있다. 그 이유는 많은 디자이너들이 트루 파스텔(True Pastel) 보다 회색조가 가미된 가라앉은 색조(muted version)를 사용하는 것이 들떠 보이지 않고 효과적임을 발견했기 때문이다.(Home Color Harmony. 1998. p41)

아이스크림, 슈거 아몬드, 꽃이 활짝 핀 과일 나무들의 컬러는 창백하면서도 사랑스럽고 오래된 커티지 정원에 피어난 블루, 핑크, 옐로우는 마음을 설레게 한다. 파스텔 팔레트를 구성하는 슈거 핑크, 웨지우드 블루, 피스타치오 그린, 로즈 옐로우, 소프트 터코이즈 등의 이름도 포근한 미소를 짓게 만든다.(Home Color Harmony. 1998. p41)

파스텔 색상을 넘치게 사용하면 지나치게 달콤할 수 있으며, 흰색이 많이 섞여 있어 차가운 느낌을 주는 경우는 딥 컬러나 뉴트럴

톤과 배합하여 온화하게 만들기도 한다. 슈거 핑크에 파스텔 그린을 조합하기보다는 올리브나 베이지를 결합시키는 것이 보다 안정된 느낌을 창출한다. 그 외 신선한 배색으로 웨지우드 블루와 오커, 파스텔 그린과 웜 그레이프, 그레이와 라일락의 배합을 들 수 있다.(Home Color Harmony. 1998. p41)

<그림3-4> Pastel (Home Color Harmony. 1998. P. 41)

플로랄 모티프나 섬유 염색에 사용된 파스텔 색조를 가까이 살펴보면 순수 파스텔보다는 보다 침잠된 색채로 구성되어있는 것을 발견할 것이다. 그 이유는 디자이너들이 트루 파스텔보다는 약간 가라앉은 색조(muted version)를 사용하는 것이 실제적으로 효과적임을 발견했기 때문이다.(Home Color Harmony. 1998. P. 42)

페일(Pale)

페일 컬러 군은 가장 부드러운 파스텔 색조를 말한다. 이들은 적어도 구성물의 65% 이상 화이트를 포함하고 있으며 소프트 또는 로맨틱이라는 말로 이들의 약하고 섬세함이 묘사된다. 아이보리, 라이트 블루, 핑크와 같은 페일 컬러들은 유연함(gentleness)을 제안한다. 이들 색상은 빛이 스며든 부드러운 구름, 안개 낀 아침의 라벤더 컬러 등에서 볼 수 있다. 이들 색상은 평온한 느낌을 창출하므로 인테리어 컬러에서 자주 사용된다.(Whelan, Bride M. Color Harmony 2. 1997. p20)

<그림3-5> Pastel PANTONE Communicating p70
<그림3-6> Pastel COLOR HARMONY 2 p50

프리티 앤 페일(Pretty & Pale)

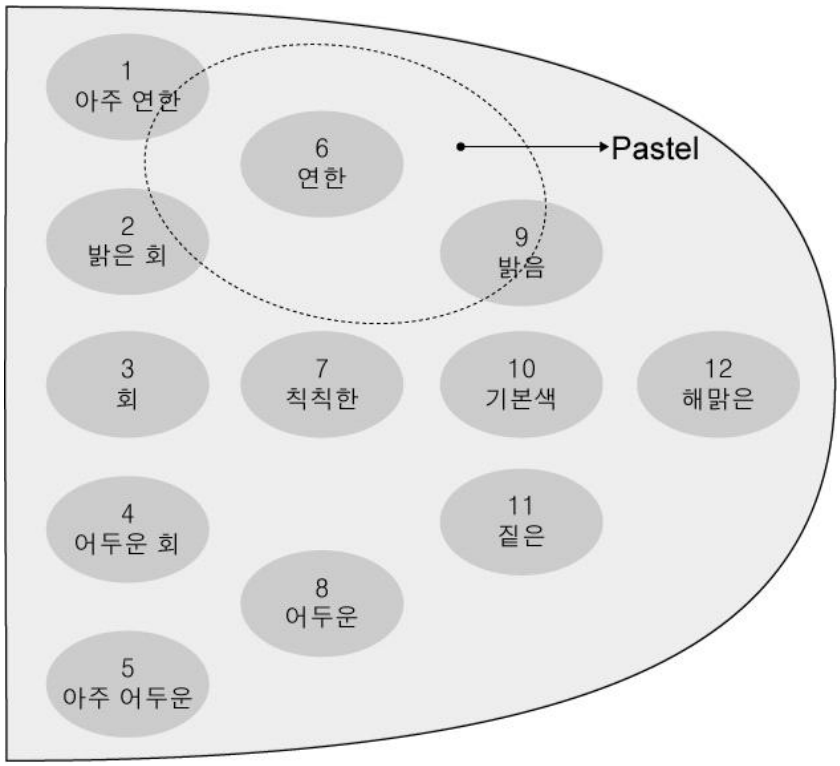
keyword: soft, light valued, relaxing, calm

파스텔 색채가 창출한 여성적 무드의 공간에 고명도 저채도의 파스텔 배색이 결합될 때 보다 안정적인 분위기가 창출된다.

창백한 저명도의 섬세한 텍스추어가 있는 파스텔 컬러의 단색조(monochromatic) 공간의 엘레건트 무드의 기조를 유지하고자 할 때는 배색 명도의 편차를 줄인다. (Sunset Color Home. 1999. p86)

2) 한국산업규격의 계통색과 파스텔 컬러

본 연구에서 규정한 파스텔을 KS 계통색 톤의 수식어와 비교하면 '연한'과 '아주 연한', '밝은'의 일부를 포함한다.



<그림3-7> KS 계통색 톤에 위치한 파스텔 그룹

3.2.3 뉴트럴(Neutral)

Keyword: meditated, greige, grayed-down, muted, low-key, monotone, durability, permanence, dependable performance, safe, urban, non-offensive, non-committal, professional

1) 문헌에 나타난 뉴트럴 컬러

뉴트럴은 회색조에 색상이 가미된 컬러이다. 색상에 회색조가 많이 가미되면 색채의 특성은 희미해진다. 따라서 이들 색상군은 성격을 드러내지 않고 절제적이며, 긴장을 완화시키고 편안하게 하며 명상적인 무드를 조성한다. 흰색이나 회색조가 약하게 가미된 파스텔 계통보다 지적인 느낌을 풍긴다.(Eiseman, Leatrice. Pantone Guide to Communicating with Color. 2000. p51)

뉴트럴은 안전하고 비공격적인 것으로 인식된다. 뉴트럴은 제품의 유행을 말하지 않는다. 왜냐하면 뉴트럴은 유행에서 벗어나는 법이 없기 때문이다. 그러나 뉴트럴 군에는 낮은 톤으로 많은 분위기를 암시하는 다양한 뉴트럴 컬러들이 있다. 이들의 낮은 톤(undertone)은 어떤 뉴트럴 색채의 색온도를 갑자기 바꿀 수 있고, 심리적 자극을 변화시키기도 한다. 예를 들어 같은 그레이라 할지라도 웜 그레이는 조용하고 침착하며, 쿨 그레이처럼 심각한 느낌이 없다. 또한 웜 샌디 베이지(warm sandy beige)는 쿨 화이트(cool white)에 비해 훨씬 다정하다.(Eiseman, Leatrice. Pantone Guide to Communicating with Color. 2000. p52)

라이트에서 미디엄 그레이 군은 어느 편에도 치우치지 않는 가장 중도적인 컬러로서 뉴트럴 중에서도 가장 뉴트럴 적이라 할 수 있다. 이들은 그 철저한 중도성으로 인해 컬러 매칭이 필요한 사무공간에 자주 사용된다. 뉴트럴은 다른 배색 컬러와 경쟁하지 않으며 브라이트 컬러 간의 튀는 강도를 줄일 수 있는 완충제 역할을 한다.(Eiseman, Leatrice. Pantone Guide to Communicating with Color. 2000. p53)

그레이가 블랙에 가까워질수록 블랙 파워의 강도가 드러나기 시작한다. 그러나 리빙 공간, 의류에서 나타나는 챠콜 그레이(charcoal

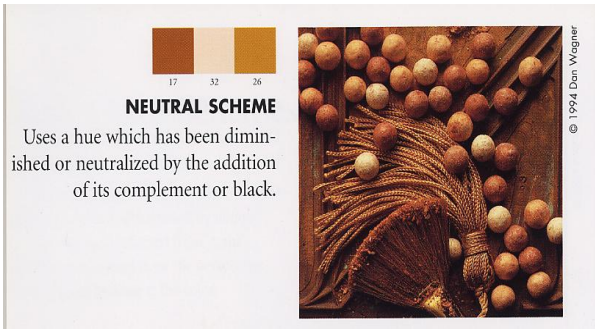
gray)는 블랙처럼 위협적이거나 과도한 힘을 발휘하지 않는다. 은빛 감도의 그레이는 간결하고 시원하며, 매끄러운 이미지와 연결되어 미래지향적 테크노 룩으로 나타난다.(Whelan, Bride M. Color Harmony 2. 1997. p24)

뉴트럴(Neutrals)

베이지, 그레이, 토우프(taupe)로 대표되는 뉴트럴 톤은 심리적으로 믿음직한 메시지를 던져준다. 토우프는 그레이쥐(greige, 염색 또는 표백등 가공하지 않은 직물, 그레이 구즈)로 일컬어지기도 하는데 글자 그대로 그레이와 베이지의 혼합색이다. 뉴트럴은 모노톤이라는 말로 혼용되어 쓰이기도 한다. 이들 뉴트럴 톤은 고대 기념물, 빌딩, 사원에서 느낄 수 있는 시간성, 고색창연함, 인고성과 일치한다. 지브롤터나 피라미드의 바윗돌, 시간의 모래들은 견고하고 흔들리지 않으며 영속적이고 클래식이다. 이러한 질적 특성들은 뉴트럴 색채가 사용된 제품이나 환경에 그대로 전이된다.(Eiseman, Leatrice. Pantone Guide to Communicating with Color. 2000. p51)

<그림3-8> Neutral
(Pantone Guide to Communicating with Color. 2000. P.51
<그림3-9> Neutral
(Pantone Guide to Communicating with Color. 2000.P. 52)

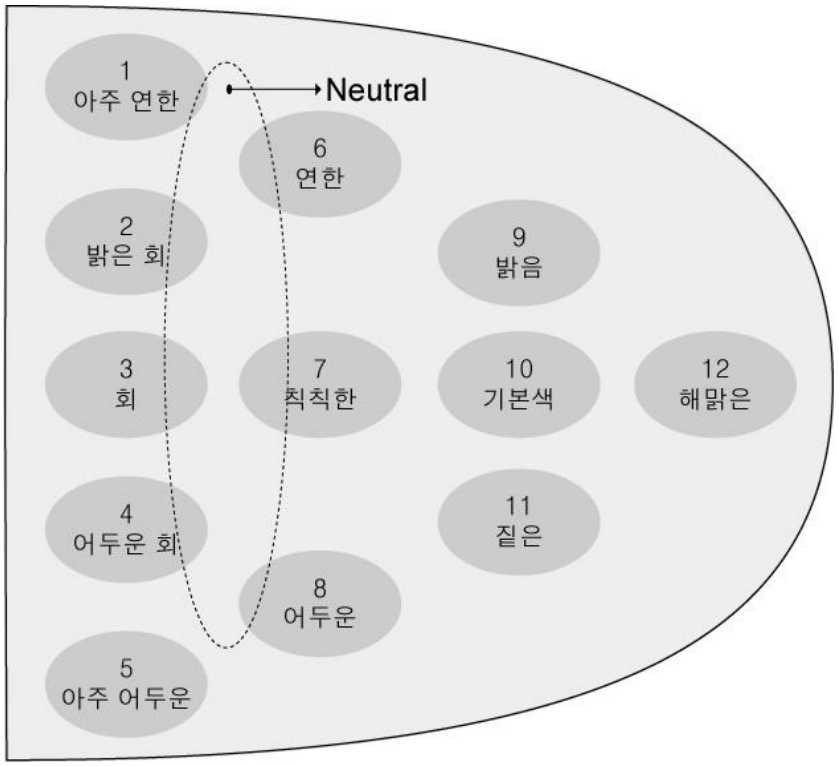
<그림3-10> Neutral PANTONE Communicating p50



<그림3-11> Neutral Scheme (Color Harmony 2. 1997. p.24)

2) 한국산업규격의 계통색 톤과 뉴트럴 컬러

본 연구에서 정의한 뉴트럴을 KS 계통색 톤의 수식어와 비교하면 '아주 연한', '밝은 회', '회', '어두운 회', '아주 어두운'과 '연한', '칙칙한', '어두운'의 사이에 위치한다. 이는 본 연구의 뉴트럴 그룹의 특성이 '색상이 가미된 회색', '무채색 계열'로 규정하였기 때문이다. 본 연구에서 순수 흑, 백과 색채감이 전혀 없는 회색과 같은, 무채색 계열을 제외한 이유는 이들 무채색이 섬유, 패션 현장에서 다발적으로 사용되는 색채들이지만 색상이 포함된 컬러 그룹에 비해 실물제시의 필요성이 상대적으로 약하다고 판단되었기 때문이다.



<그림3-12> KS 계통색 톤에 위치한 뉴트럴 그룹

3.2.4 딥(Deep)

유사어휘: Rustic, Earthy, Rich, Dark

Keyword-traditional, colonial, historical, classic, conservative, value, rustic, earthy, rich

1) 문헌에 나타난 딥 컬러

블랙과 짙은 회색이 혼합된 다크 쉐이드는 비구름과 같은 묵직함, 심연과 같은 깊이를 준다. 엄숙하고 무거운 딥 컬러군은 지적인 느낌과 권위의 상징으로 표현되기도 한다. 남성 의류, 포멀 웨어에 많이 활용되며 가구나 홈 퍼니싱에 쓰임으로서 고가격과 수공예적인 느낌을 강조해 주기도 한다. 트레디셔널한 느낌의 이 팔레트는 엘레건트 하면서도 힘이 있는 팔레트이다. 네이비, 콜로니얼 블루, 헌터 그린, 버건디 레드, 호박색(amber gold), 마호가니와 같은 전통색과 블랙이 가미되어 깊은 맛이 나는 컬러로 구성되며 따라서 이들 컬러군은 영속성과 가치를 제안한다.

명도가 낮아질수록 이들은 색상을 대조하거나 비교해 보기 전에는 큰 차이를 느낄 수 없으나 색채 저변에 흐르는 언더 톤에 따라 사용되었을 때의 느낌은 매우 다르다. 딥 그룹의 색채 밑에 숨겨져 있는 언더 톤을 끄집어내어 배색의 도구로 활용하면 실패 없는 배색을 전개할 수 있다.(Sunset Color Home. 1999. pp22~23.)

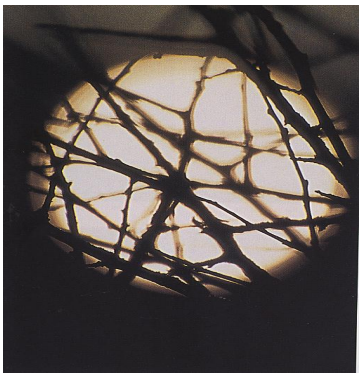
디자이너들이 그리니쉬 블랙(greenish black), 옐로이쉬 그레이(yellowish gray)를 말하는 경우 블랙 저변에 깔린 그린, 블랙 밑에 있는 옐로우를 언더 톤(undertone)이라 한다. 이는 색상 밑에 숨겨진 미묘한 색채를 말한다. 인테리어에 사용되는 섬유 컬러는 순색이 사용되는 경우는 극히 드물고 여러 색상이 혼합되어 있으며 언더 톤은 그 혼합된 상태가 아련히 드러나는 것이다. 즉, 혼합 색채에서의 언더 톤은 메인 컬러에 영향을 주는 마이너 컬러라 볼 수 있다. 순도가 높은 색일수록 언더 톤이 없거나 영향이 미미하지만 자연색과 뉴트럴, 딥 다크 컬러에 가까울수록 식별이 어려운 반면, 언더 톤의 의미는 중요해진다. 예를 들어 마호가니 색은 브라운 블랙 버전이지만 레드 언더 톤을 가지고 있다. 색채 밑에 숨겨져 있는 언더

톤을 끄집어내어 배색의 툴로 활용하면 비교적 성공적인 배색을 전개할 수 있다.(Gill, Martha, Color Harmony Natural 2000. p84)

<그림3-13> Deep COLOR HARMONY Naturals p24
<그림3-14> Deep HOME COLOR HARMONY p57

녹슨(Rustic)

자연물에서 영감을 받은 러스틱 배색 조합은 따뜻함을 창출한다. 흙 한줌, 흩어져있는 도토리, 막 떨어진 낙엽, 오커, 나무 둥치, 구운밤, 멀베리 같은 나무 열매 등에서 느낄 수 있는 깊고 그윽한 맛을 보여준다.(Whelan, Bride M, Color Harmony Natural. 2000. p24)



<그림3-15> Rustic (Color Harmony Natural. 2000. p.84)

토양의(Earthy)

리치(rich), 웜(warm), 생명력이 가득한(full of vitality)으로 설명되는 earthy color의 조합은 어둡고 생생한 레드 오렌지 빛깔의 테라코타, 진한 녹색(deep forest)를 자주 사용한다. earthy 색조는 레저에 대한 욕망을 불러일으킨다.(Whelan, Bride M. Color Harmony 2. 1997. p.42)

<그림3-16> Earthy (Whelan, Bride M. Color Harmony 2. 1997. p.42)

고급스러운(Rich)

색채의 고급스러움(richness)은 강한 색상에 어두운 색을 보완하여 만들어진다. 예를 들어 레드에 블랙을 첨가해 만들어진 딥 버건디(deep burgundy)는 프랑스 포도원의 오래된 포도주처럼 부유함을 상징한다. 진한 녹색(deep forest), 가죽, 타프타(taffeta)에서 느껴지는 어둡고 사치스러운 색상은 드라마틱하면서도 부와 권위를 암시한다.(Whelan, Bride M. Color Harmony 2. 1997. p.30)

<그림3-17> Rich (Whelan, Bride M. Color Harmony 2. 1997. p.30)

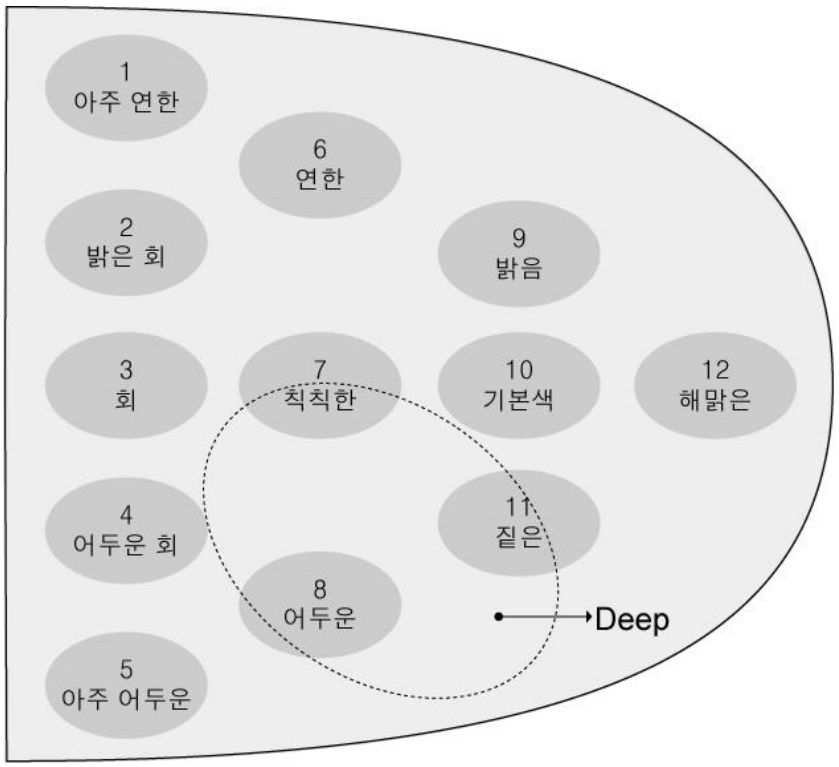
트래디셔널 색상군은 역사적 의미가 있는 부분에서 색채 요소를 끌어내 구성한다. 헌터그린, 버건디 등의 색상은 부유함과 안정감을 은유하며 헌터그린은 영속성과 가치를 상징하는 은행이나 법률 사무소의 내장재 색상으로 자주 사용된다.(Whelan, Bride M. Color Harmony 2. 1999. p74)

다크(Dark)

다크 컬러란 그 안에 블랙이 포함되어 있는 색상군을 의미한다. 그들은 공간을 밀착되어 보이게 하고 좁아보이게 한다. 다크 컬러군은 농축되고 심각한 느낌으로 다가오며 계절적으로 가을이나 겨울에 많이 제안된다. 자연의 밤과 낮을 상징하듯 다크 컬러와 라이트 컬러의 배합은 보편적이면서도 드라마틱한 효과를 창출한다. (Whelan, Bride M. Color Harmony 2. 1999. p19)

2) 한국산업규격의 계통색과 딥 컬러

본 연구에서 정의한 딥을 KS 계통색 톤의 수식어와 비교하면 '어두운', '짙은', '칙칙한', 그리고 '아주 어두운'의 일부를 포함한다. 어두운의 대응영어는 다크(dark), 짙은의 대응영어는 딥(deep), 칙칙한의 대응영어는 덜(dull), 아주 어두운의 대응영어는 베리 다크(very dark)이다.



<그림3-18> KS 계통색 톤에 위치한 딥 그룹

4. 선호 색상 추출

4.1 기본 컬러의 추출

컬러그룹을 만들기 위한 기본 컬러 도출을 위해 최근 5년간 세계 4대 패션컬렉션(뉴욕, 런던, 파리, 밀라노)과 국내에 판매되고 있는 패션브랜드, 홈패션 - 리빙 업체에서 사용하는 원단 그리고 주요 서울시내에서 조사한 스트리트 패션에서 나타난 컬러들을 재료로 선정하여 조사하였다. 이를 위해 문헌 조사와 시장 조사 방법을 병행하였다.

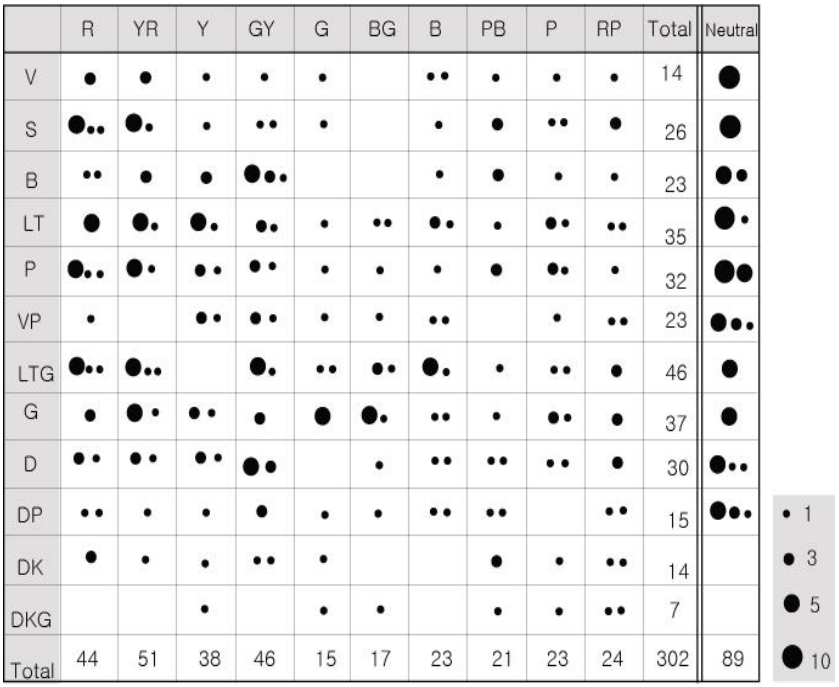
컬러를 추출할 시 노출 빈도계산 방법으로는 동일색상이 반복 노출 되었을 경우는 이를 한번 노출된 것으로 간주 하였다. 컬러 추출도구로는 팬 톤 텍스타일 스와치 북을 이용하였다. 팬 톤 텍스타일 스와치 북은 최근 국제적 섬유염색의 일반적 표준으로 사용되고 있어 이를 이용하여 각 추출된 컬러에 비교, 대입하는 방법으로 정리하였다. 다음 단계로서 추출한 컬러를 휴 앤 톤 표에 분류, 분석하였다.

4.1.1 최근 5년간 패션 컬렉션(Fashion Collection) 컬러 조사

컬렉션(Collection)지와 SFI Pretrend지를 5년간 컬러 동향 조사를 위한 문헌자료로서 선정하여 조사 하였다.

기본 섬유색상을 수집하는 과정에서는 기본 컬러를 중심으로 추출 하였으며, 또한 한 시즌이나 특정 지역에서만 노출 되어진 유행 컬러는 배제 하였다.

패션 컬렉션에서 추출한 컬러는 총 391색이다. 추출된 컬러의 전체적인 분포를 분석한 결과 고채도 보다는 탁한 계열의 컬러와 중간 톤 계열의 컬러들이 분포함을 알 수 있었다. 이러한 현상은 특별한 시즌에 집중적으로 나타난 현상이 아니라 최근 5년간의 전체적인 특징이었음이 조사과정에서 나타났다.



<표4-1> 최근 5년간 Fashion Collection의 컬러 빈도

[참고자료] COLLECTIONS : PARIS/ MILAN/LONDON/ NEW YORK '99~03
FIRSTVIEW '03 S/S & INTERFASHION PLANNING '03/04 A/W
PANTONE TEXTILE COLOR SWATCH FILES 1, 2, 3
SFI Pretrend

4.1.2 그룹별 대표 브랜드 컬러 조사

기본 컬러 추출을 위한 두 번째 방법으로 컬러의 특징을 확연히 보여 주는 패션 브랜드를 선정하여 조사하였다.

패션브랜드를 선정하는 기준은 5년 이상 된 브랜드 중 소비자의 반응이 좋은 패션브랜드로 한정하였다. 선정된 패션브랜드를 시즌별, 복종별로 지난 5년 동안 대표적으로 쓰여 진 컬러 성향을 분석해서 '파스텔 그룹', '브라이트 그룹', '뉴트럴 그룹'으로 나누었다.

각 분야 별 대표 패션브랜드를 각각 안나 몰리나리, 로로 피아나, 조르지오 아르마니로 선정하여 안나 몰리나리에서는 파스텔 계통을 중점적으로, 로로 피아나에서는 브라이트 컬러를 중점적으로, 조르지오 아르마니에서는 뉴트럴 컬러를 중점적으로 추출하여 딥

컬러 계열은 세 브랜드 모두가 선택적으로 추출하였다.

선정된 패션 브랜드를 동일한 시즌 (02/03' A/W, 03′ S/S)에 매장 방문하여 총 178개의 컬러를 수집하였다. 수집된 컬러를 휴 앤 톤 표에 의해 분류하였다. 전반적인 컬러 분포는 언더 톤(Undertone)의 뮤티드 컬러(Muted Color)들이 높은 활용도를 보였으며, S/S 시즌에서도 순도 높은 원색보다 깊은 색감의 컬러들이 많이 나타났다.

	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Total	Neutral
V	••	•	•					•			5	
S	••	••	••			•		••		•	10	●•
B	••	●	•				•	•			8	••
LT	●	●	••		••		●	••		•	16	•
P	●	●•	••	●			●		•	•	19	•
VP	●	•	••		••	•				•	10	•
LTG	●•	•	●•	•	••	••	●	•		•	23	••
G	●	•	••	••	•	●	●•	•	•	●	23	••
D	●	●	••	●	●	●	•	●	••		25	••
DP	•				•		●	•			6	•
DK	●				•			•		••	7	•
DKG	●						••	•			6	
Total	34	23	20	9	12	12	20	14	4	10	158	20

• 1
● 3
● 5
● 10

<표4-2> 그룹별 대표 브랜드 컬러 빈도

4.1.3 홈 컬렉션(Home Collection) 컬러 조사

최근 패션업계와 인테리어업계의 융합, 코퍼레이션(Cooperation 공동제작)으로 홈 컬렉션이 주도가 되어 패션 브랜드를 전시회나 이벤트에 접목시키려는 새로운 현상이 대두되고 있다. 이에 섬유디자인 산업전반에 걸친 컬러 조사를 위해 홈 퍼니싱 업체를 방문 하여 슈마커(Schumarcher) 와 포튜니(Fortuny) 등 고급 홈 컬렉션 패브릭을 중심으로 컬러를 수집, 정리하였다.

4.1.4 스트리트 패션(Street Fashion) 컬러 조사

2002년 12월과 2003년 4월에 서울 명동, 압구정동 갤러리아 백화점 앞, 이대 앞, 동대문을 중심으로 스트리트 패션 컬러를 조사하였다. 계절적 요인을 보강하기 위해 2002 F/W, 2003 S/S 시즌에 대해 2회에 걸쳐 조사 하였으며 그 결과 총 107개의 컬러가 추출되었다.

	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Total	Neutral
V		•									1	
S	•	••								•	4	••
B			••	••			•		•	•	9	
LT							●		••		7	•
P			•				•	•	•	••	6	
VP	•			•			•	•	•		5	
LTG	••	•	●		•	•	••	•	●	●	23	•
G	••	•	●	•	••	••	••	●	•	••	21	
D	●•	••	●	•					•		15	•
DP			•	•	•		•				4	
DK								••	•	••	5	
DKG	•							•			2	
Total	15	7	19	6	6	3	15	9	11	11	102	5

• 1
● 3
● 5
● 10

<표4-3> Street Fashion 컬러 빈도

4.2 배색 그룹 설정

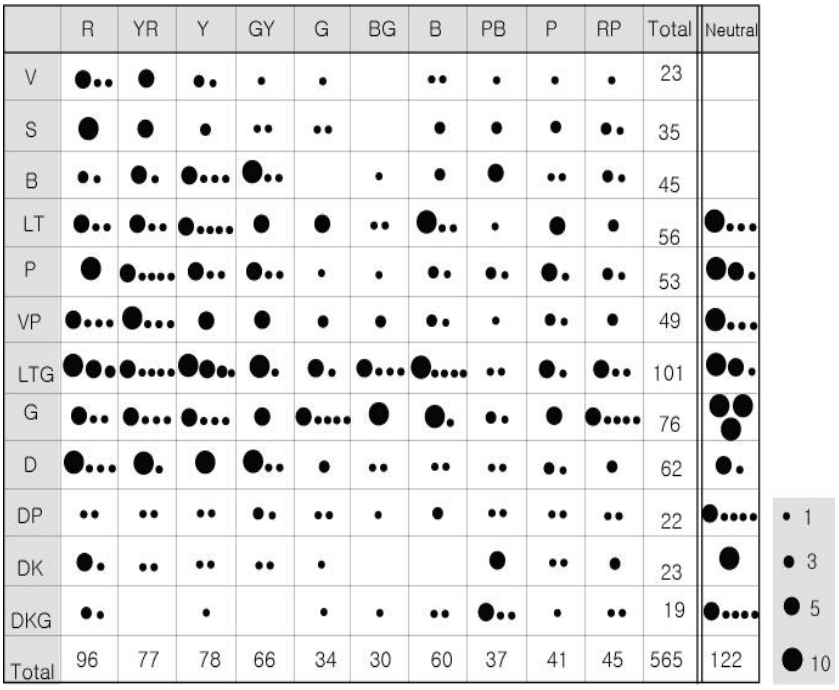
기본 컬러 조사를 통해 수집한 총 687색은 총 3차에 거쳐 정리되었다.

추출과정에서의 기준은 첫째 노출빈도에 따라 상대적으로 많이 노출된 컬러를 추출하였으며, 둘째로는 감성적 판단에 따른 추출이었다. 이는 노출빈도에 따른 수치를 우선 고려한 추출방법과 감성에 의존한 추출방법, 두 가지 중 하나만의 방법으로 컬러를 추출제시하기에는 무리가 따르기 때문이다.

이에 본 연구에서는 총 4차의 추출과정 중 2차까지는 수치를 우선한 추출 방법을 이용하였고 최종 컬러추출을 위해서는 감성에 의존한 추출방법을 이용하였다.

추출된 컬러를 분류하는 방법에서는 2차까지 고바야시의 휴 앤 톤 표에 분류하여 보았으며 최종 컬러추출에서는 고바야시가 분류한 10개의 색상분류와 본 연구에서 제안하는 4개의 톤 분류 방법을 이용한 표를 이용하였다. 이는 최초 컬러를 수집하는 과정에서 고바야시의 휴 앤 톤 표를 이용하였기 때문에 정리과정에서 혼란을 피하기 위함이었다.

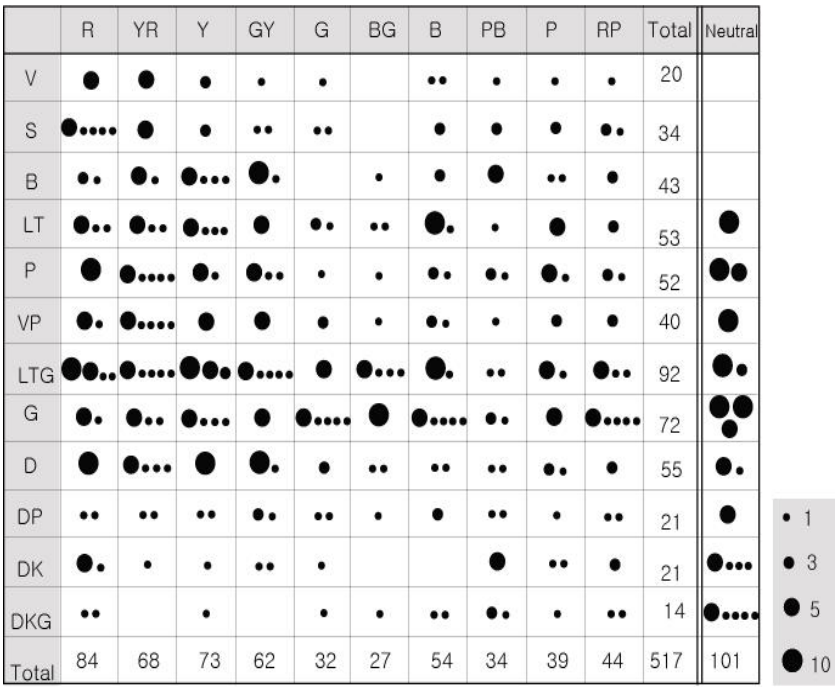
모든 추출과정에서는 광선에 의한 착시현상을 방지하기 위하여 자연채광아래에서만 작업을 하였으며 연구자의 자의적 판단을 방지하기 위해 3명이상의 연구자들의 교차 검증과정을 거쳤다.



<표4-4> 기본 컬러 분포

4.2.1 1차 선호 색상 그룹 추출

최근 5년간 컬렉션과 그룹별 대표 브랜드, 스트리트 패션을 통해 추출되어진 컬러를 통합하여 고바야시의 휴 앤 톤 표를 이용하여 분류하였다. 이러한 과정 중 패션 컬러에서 사용빈도가 높으면서 감각적인 컬러들을 배열하는 과정에서 618개의 추출된 컬러 중 중복되는 컬러의 개수는 68개이다. 각 조사에서 반복 노출된 컬러의 빈도수를 1로 하였으며 그 외의 미묘한 차이를 지닌 컬러들은 그대로 추출하였다.



<표4-5> 1차 대표 배색 그룹 설정에 따른 컬러 분포

1차로 추출된 컬러 618개의 컬러에 나타난 분포를 살펴보면 톤에 따른 분류는 선명한 색조나 극단적인 어두운 색조보다는 중간 톤의 위치에 많은 컬러들이 포진해 있었다. 10단계의 톤에 따라 분류한 무채색 계열의 컬러 역시 색상 축에 비해 높은 빈도수를 보여주고 있었다.

4.2.2 2차 선호 색상그룹 추출

2차 과정에서는 1차 선호색상 그룹에서 추출된 컬러를 기초하여 반복 노출되어 빈도수가 높은 컬러를 중심으로 추출하였다. 또한 유사 컬러에서는 각 톤별 동일색상군내에서 비례에 따른 선별적 추출을 하였다. 이 때 본 연구에서 제안하는 뉴트럴의 정의에 따라 색상이 배제된 흑, 백색 계열의 컬러들은 일단 제외 하였다. 2차 추출과정에서는 수치적(빈도)요인을 감성적 요인보다 우선적으로 고려하였다. 그 결과 총 443개의 컬러가 2차 과정에서 추출되었다.

	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Total	Neutral
V	3	1	1	1	1		3	1	1	1	15	
S	3	1	1	2	2		1	1	1	1	28	
B	3	3	1	4	1	1	1	1	2	1	33	
LT	3	3	1	3	3	1	4	1	1	3	42	
P	4	1	3	3	1	1	1	1	3	3	45	
VP	3	4	1	2	3	2	2	1	1	1	30	
LTG	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	58	
G	3	3	1	3	3	4	4	4	1	1	47	
D	1	4	1	4	1	2	2	2	1	2	36	
DP	2	2	2	3	2	1	2	1	1	2	19	
DK	1	1	1	2	1			2	2	1	17	
DKG	2		1		1	2	1	2	1	2	13	
Total	46	44	48	43	28	24	41	31	30	38	373	

• 1
● 3
● 5
● 10

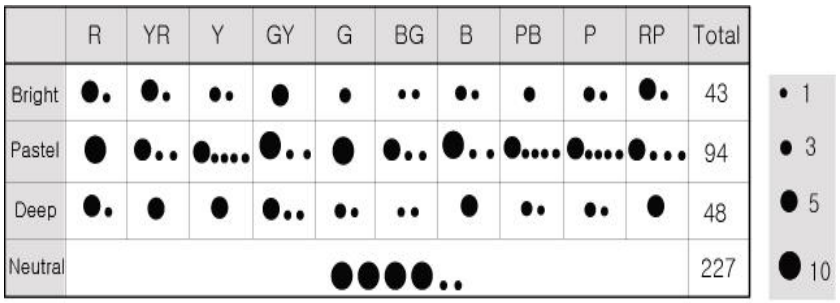
<표4-6> 2차 대표 배색 그룹 설정에 따른 컬러 분포

4.2.3 3차 선호 색상 추출

3차 단계에서는 감성적 요인을 우선적으로 고려하여 총 227개의 컬러를 추출하였다. 추출 된 컬러를 본 연구의 컬러 그룹별 대표어휘인 ‘브라이트(43개)’, ‘파스텔(94개)’, ‘딥(48개)’, ‘뉴트럴(42개)’의 4그룹으로 분류하였다. 연구의 목표가 코디네이션 도구 개발에 있기

때문에 3차 단계에서는 추출된 컬러 중 코디네이트 컬러로서 역할을 할 수 있는 색상들이 서로 밸런스를 이룰 수 있도록 추출과정에서 뉴트럴과 파스텔계열의 컬러가 많은 비중을 차지하였지만, 브라이트계열과 딥 계열이 부족하지 않도록 추출하였고, 뉴트럴 그룹에는 색상이 가미된 회색조 컬러로 성격을 규정하여 배치 조정했다.

4개 대표 톤 그룹의 컬러별 분포를 살펴보면 다음과 같다.



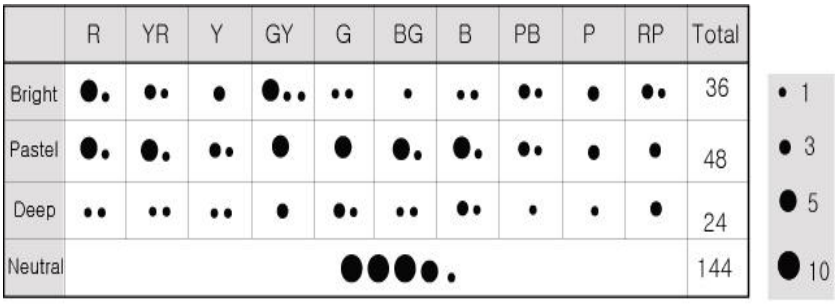
<표4-7> 3차 대표 배색 그룹 설정에 따른 컬러 분포

5. 배색 그룹 체계 정교화

5.1 최종 선호 색상 그룹 추출

최종 배색그룹을 위한 추출 작업에서는 국내외 패션컬러의 특성을 고려함과 동시에 본 연구팀의 감성에 의한 컬러 추출방법을 시도 하였다. 또한 그룹별 상호 커뮤니케이션을 고려한 컬러 분포를 시도하였다. 단, 패션에서 베이직 컬러로 애용되는 뉴트럴 그룹을 크림 베이지 브라운 톤까지 수용 가능한 뉴 뉴트럴 영역으로 확대시켜 파스텔과 딥 존에 포함되었던 일부 뮤티드 컬러를 이동시켰다. 또한 배색 체계가 사용 시 효율성을 발휘 할 수 있도록 대표 그룹 안의 색상들을 다시 톤 또는 색조 별로 2~4개의 소그룹으로 세분화 시켰다. 또한 소그룹의 수량 단위의 규격화를 위해 가로축을 각각 12색으로 한정했다. 따라서 최종 배색그룹을 위한 컬러 추출작업에서는 4개 그룹 12개 소그룹으로 144색을 최종 추출하였다.

다음의 <표4-8>은 최종 추출된 그룹별 컬러를 10개의 색상과 4개의 톤으로 위치시킨 표이다.



<표5-1> 최종 대표 배색 그룹 설정에 따른 컬러 분포

5.2 배색 그룹 체계 정교화

4개의 대표 그룹에 소속된 각 소그룹은 디자이너의 색감 연상을 도울 수 있도록 톤과 색조의 특성을 나타내는 관용적 형용사를 각각 소속된 대표 그룹 명칭 앞에 덧붙여 임의로 명명하였다.

· 브라이트-색조별로 세 개의 소그룹으로 나누었다.
· 쥬얼 브라이트(Jewel Bright, 보석 같은 선명 색) - 추출된 색채군 중 가장 선도가 높은 브라이트 그룹
· 시트러스 브라이트(Citrus Bright, 상큼한 선명 색) - 약간의 흰색이 가미되었거나 농도가 약한 브라이트 그룹.
· 스파이시 브라이트(Spicy Bright, 향료 빛 선명 색) - 깊이가 느껴지는 브라이트 그룹

· 파스텔-명도와 채도의 강약을 기준으로 4개의 소그룹으로 나누었다.
· 페일 파스텔(Pale Pastel, 창백한 파스텔)-가장 창백하고 명도가 높은 파스텔 그룹
· 소프트 파스텔(Soft Pastel)-페일 파스텔 보다 명도가 낮으면서 채도가 높은 파스텔 그룹
· 더스티 파스텔(Dusty Pastel, 먼지 낀 파스텔)-앞의 두 그룹보다 채도가 낮은 파스텔 그룹
· 덜 파스텔(Dull Pastel, 탁한 파스텔)-채도가 가장 낮은 파스텔 그룹

· 딥-명도를 기준으로 두 단계로 나누었다.
· 러스틱 딥(Rustic Deep, 녹이 슨 듯한 깊이 있는 색)-보다 밝은 딥 그룹
· 다크 딥(Dark Deep)-보다 어두운 딥 그룹

· 뉴트럴
· 쿨 뉴트럴(Cool Neutral)-상대적으로 차가운 느낌의 뉴트럴 그룹
· 웜 뉴트럴(Warm Neutral)-온화한 뉴트럴 그룹
· 리치 뉴트럴(Rich Neutral)-깊은 느낌이 있는 뉴트럴 그룹

6. 컬러 배색 그룹 대표 어휘와 배색 그룹의 검증

6.1 색 지각 공간 표기법에 의한 검증

수집된 12개의 각 그룹별 컬러의 분포를 검증하기위해 정시화의 색채 시계와 색채 삼각형을 이용하였다. 색상의 배열과정 중 지금까지 컬러 추출과정과 동일한 환경조성을 위해 자연채광에서 작업을 하여 조명에 의한 착시현상을 최소화하였다.

단, 미묘한 색상과 색상 혼용율의 차이로 조사자의 주관적 감성이 완전히 배제 될 수는 없었다.

6.1.1 색채 시계

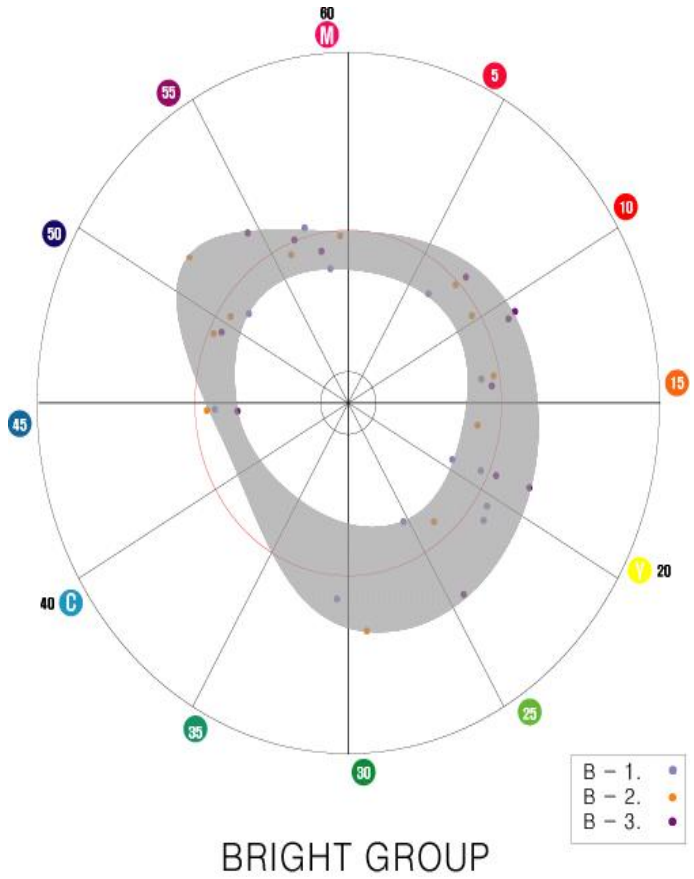
색채 시계는 색채의 속성, 다시 말해서 청, 농, 명, 담, 암, 탁을 하나의 색채지도로 나타내어 그것을 쉽게 지각할 수 있고 기억할 수 있도록 디자인된 것이다.

색채 시계는 아날로그시계와 지도의 공간지각 방법을 응용하여 많은 색을 직접 감각적으로 색채의 미묘함 차이를 알 수 있다. 색채 시계 구성은 빨, 주, 노, 초, 파, 남, 보 7가지색을 12시(60분)위치로부터 시계바늘 진행 방향으로 색상을 체계적으로 배열하고 있다. 각 60색상의 시계눈금 안쪽 방향으로는 밝기 단계(10%-90%) 바깥쪽으로는 어둡기 단계(10%-100%)로 구성되어 있으며, 기준선을 중심으로 순색이 배치되어 있다.

본 연구에서는 그룹별 컬러를 색채 시계와 색채 삼각형에 배치해 봄으로써 그룹별 컬러 분포를 검증하였다.

색채 시계에 나타난 그룹별 컬러 분포는 다음과 같다.

1) 브라이트(Bright) 그룹

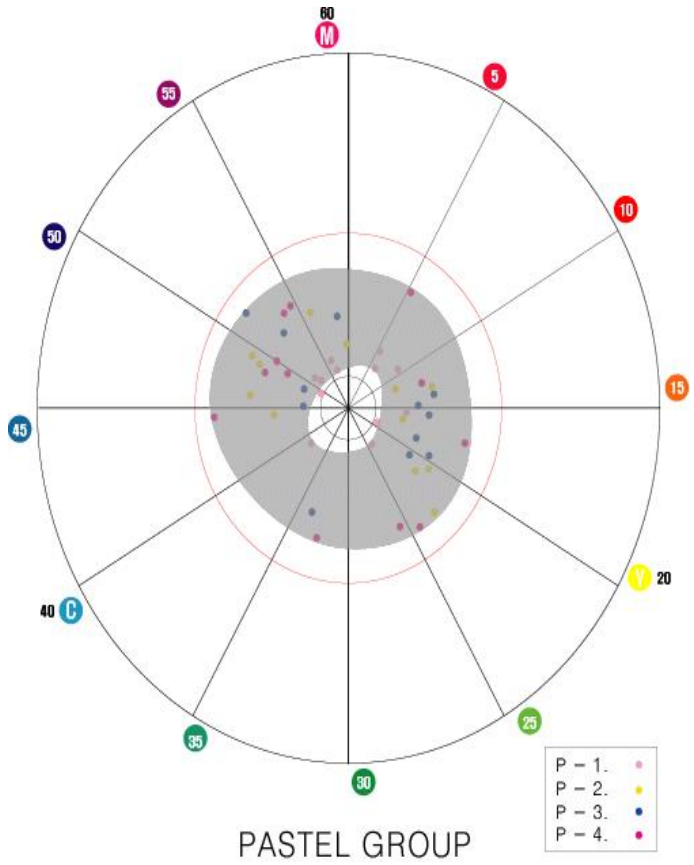


<그림6-1> 브라이트 그룹 색채 시계 검증

브라이트 그룹을 색채 시계에 대입해 본 결과 소그룹 브라이트-1은 색채 시계의 기준선을 중심으로 배열이 되었다. 이는 그룹의 컬러가 순색위주의 컬러로 구성되어 있음이 검증된다.

전체적으로 기준선 주변에 그룹의 컬러들이 위치함으로써 본 연구의 브라이트 그룹의 정의에 따른 컬러가 배치되어 있음을 검증할 수 있다.

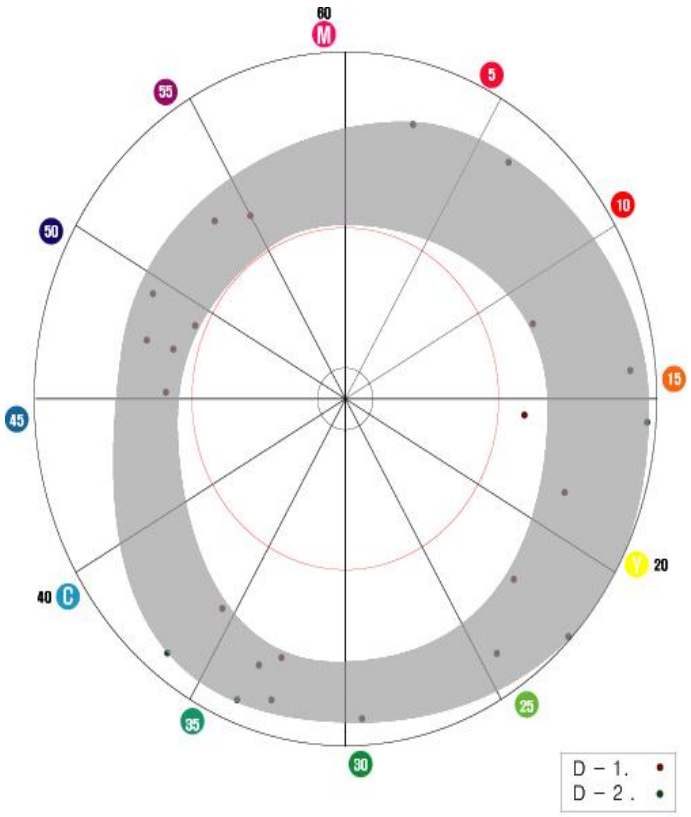
2) 파스텔(Pastel) 그룹



<그림6-2> 파스텔 그룹 색채 시계 검증

파스텔 그룹은 대부분의 컬러가 원의 중심과 기준선 안쪽으로 배열이 되어 있어 본 연구의 파스텔에 대한 정의인 순색에 화이트를 첨가한 컬러임을 검증할 수 있다.

3) 딥(Deep) 그룹

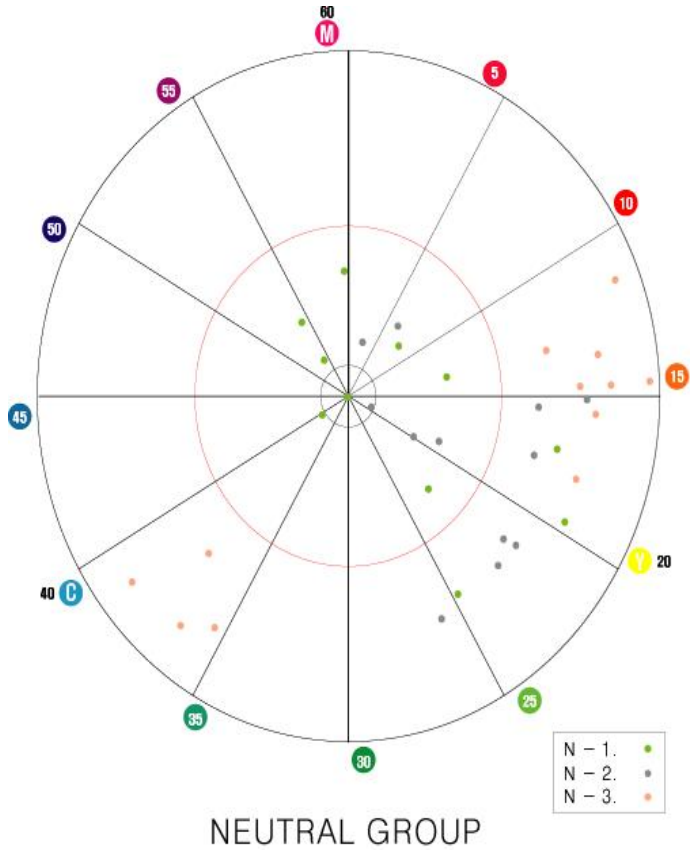


<그림6-3> 딥 그룹 색채 시계 검증

딥 그룹은 전체적으로 바깥쪽에 배열이 되었다. 이는 딥 그룹의 포함 된 대부분의 컬러들이 순색에 블랙이 많이 첨가된 컬러임을 검증할 수 있다.

딥 그룹의 컬러 중 일부는 색채 시계에 위치하기 어려운 컬러가 포함 되어 있어 색채 삼각형에 위치시키기 위한 근사 컬러에 위치 시켰다.

4) 뉴트럴(Neutral)그룹



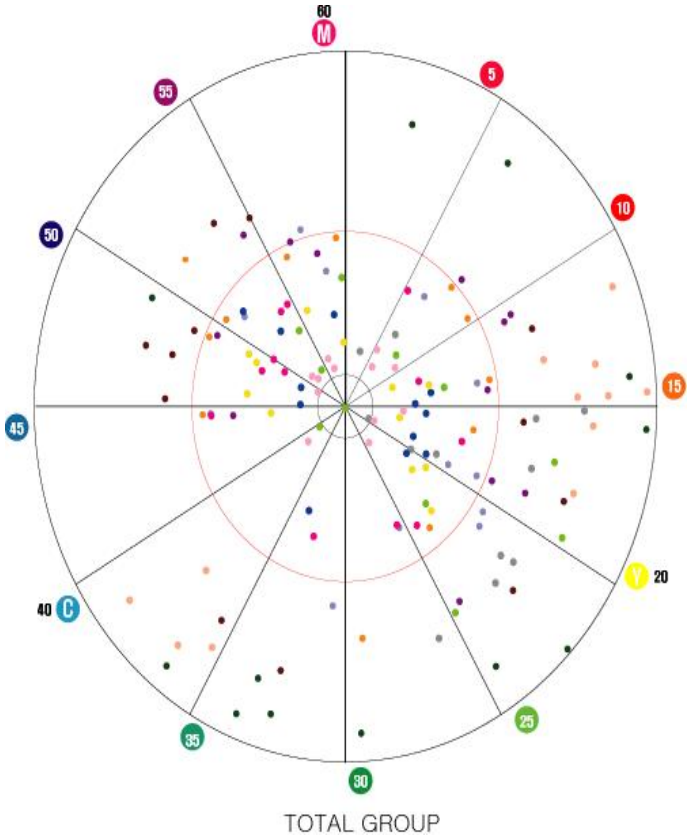
<그림6-4> 뉴트럴 그룹 색채 시계 검증

뉴트럴 그룹은 색 지각 공간에 배열하기 어려웠던 그룹으로 소그룹 뉴트럴-1을 제외한 나머지 컬러들은 색채 시계에서 보다는 색채 삼각형에서 배열하는 것이 더 타당하다. 색 지각 공간 표기법에 의한 각 그룹별 컬러 검증 과정 중 본 연구에서 제시하는 뉴트럴 컬러는 회색에 색상이 함유된 것으로 색채 시계에 배열하는 것은 무리가 있었다.

따라서 색채 시계에서 찾을 수 없는 컬러는 딥 그룹과 같이 색채 시계에 위치하기 어려운 컬러가 포함 되어 있어 색채 삼각형에 위치시키기 위한 근사 컬러에 위치 시켰다. 색채 시계에 배열한 결과 그룹별 컬러의 정의에 맞는 위치에 분포되어 있음을 검증 할 수

있었다.

5) 전체 컬러 분포도

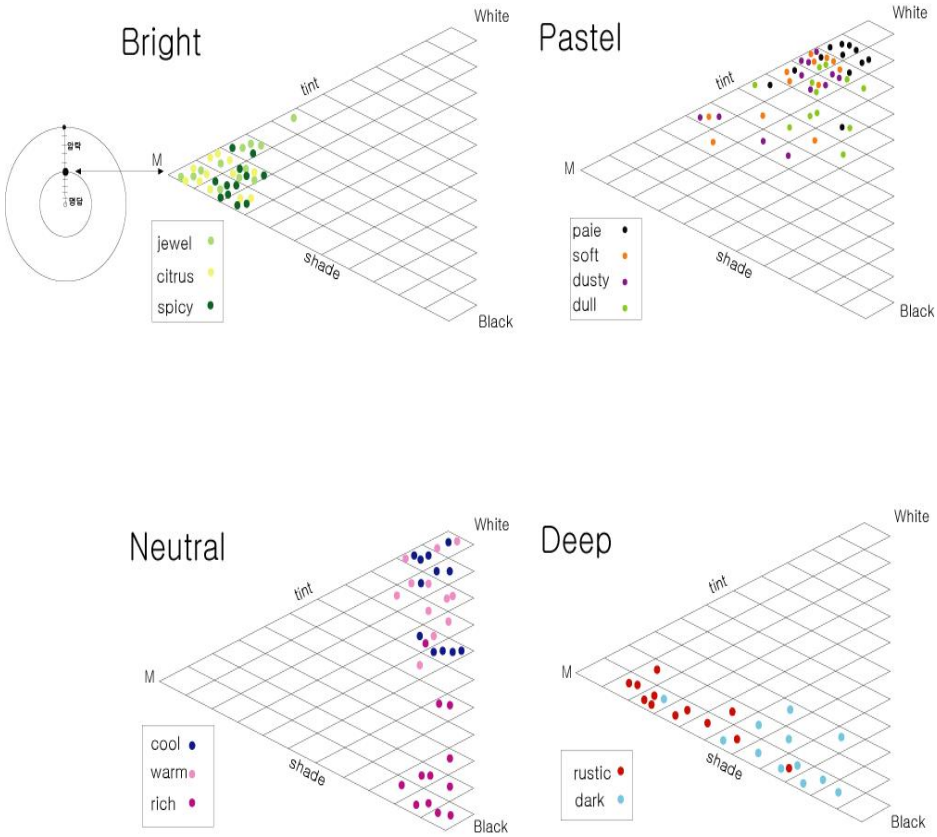


<그림6-5> 대표배색그룹 색채 시계 검증

6.1.2 색채 삼각형

색채 삼각형은 모든 색상의 명암, 청탁, 농담의 정도를 색 지각 공간에 표기 할 수 있어 본 연구의 그룹별 톤에 대해 검증할 수 있다.

색채 삼각형의 구성은 오른쪽 상단으로는 밝고 묽음의 단계(tint)를, 아래쪽 하단으로는 어둡고 탁한 단계(shade)를, 오른쪽 아래 위로는 화이트와 블랙의 단계를 나타낸다. 삼각형 중심 부분은 각 색상의 명담(明啖)과 암탁(暗濁)이 서로 혼합하는 정도를 나타낸다.



<그림6-6> 색채 삼각형에 의한 검증

144개의 컬러들을 대입하는 과정은 먼저 색채 시계에 대입해 본 후 그 칼라가 색채 시계의 어느 지점에 위치 해 있는지 확인한 다음 색채 삼각형에 대입하였다.

그 결과 브라이트 그룹은 삼각형의 순색을 의미하는 맨 앞부분에 집중적으로 분포하였고, 파스텔 그룹은 백색에 가까운 오른쪽 상단 부분에 분포하였으며, 뉴트럴 그룹은 오른쪽 상단 부분부터 중간 하단까지 고르게 분포하였다. 그리고 딥 그룹은 모두 어둡고 탁한 부분에 속하는 아래쪽에 고루 분포하였다.

따라서 각 그룹의 컬러는 색채 삼각형에서의 색의 농담청탁에 따라 그룹 지어져 색조에 따른 대표 그룹의 성격을 보여준다.

6.2 설문 조사에 의한 검증

본 설문조사는 문헌 조사와 시장조사를 통해 추출된 대표어휘와 칼라 그루핑 작업의 신뢰도, 대표어휘의 객관성 확인에 근본 목적을 가지고 있다. 조사 대상은 디자이너와MD, 전문가 그룹을 상대로 총 3차에 걸친 설문조사를 실시하였다.

6.2.1 설문의 구조

1) 설문 방법

4그룹의 이미지(Neutral, Bright, Paste, Deep)와 소그룹별 컬러 보드를 함께 제시하고 각 그룹에 관한 평가를 하는 방법으로 조사를 실시하였다.

설문 조사는 총 3차로 진행되었다.

1차 설문은 한국패션디자인학회(KSFD)회원 30명을 대상으로 총 4가지 문항에 대해 평가 하도록 하였다.

2차 전문가 집단(디자인학과 교수)과 3차 디자이너 집단을 대상으로 설문 조사하였다. 조사 대상자의 직업 분포도는 전체 60명 중 의류업계 전문가, 교수 38명, 디자이너 17명, MD 5명이었다. 조사 환경은 자연채광이 가능한 일반 사무실 환경으로 하였다.

2) 설문 구성

1차 설문지의 구성은 총 4개의 그룹의 이미지와 대표어휘에 대해 ‘예’, ‘아니오’ 두개의 척도로 평가하도록 구성하였으며, ‘아니오’를 선택하였을 경우 이유와 가장 그룹에 가깝지 않다고 생각하는 소그룹을 선택하도록 구성하였다.

또한 설문지에는 성별, 나이, 직업을 표시하도록 하였다.

2, 3차 설문지의 구성은 그룹별 대표어휘를 검증하는 4개의 문항과 그룹별 컬러 이미지를 검증하는 16개의 문항으로 구성하였다.

각 문항은 ‘매우 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’의 5개 척도로 평가하도록 구성 하였다. 설문의 분석에 있어 ‘매우 그렇지 않다’와 ‘그렇지 않다’를 부정적 대답으로 ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’를 긍정적 대답으로 분류 분석하였다.

3) 설문을 위한 시각 이미지 자극물

설문 조사 시 각 그룹별 이미지와 대표 어휘들의 검증을 위하여 이미지별 색채 이미지 시각 자극물을 다음 그림과 같이 총 4개의 자극물을 통해 제시하였다.

<그림6-7> 설문 이미지 그룹A

<그림6-8> 설문 이미지 그룹B

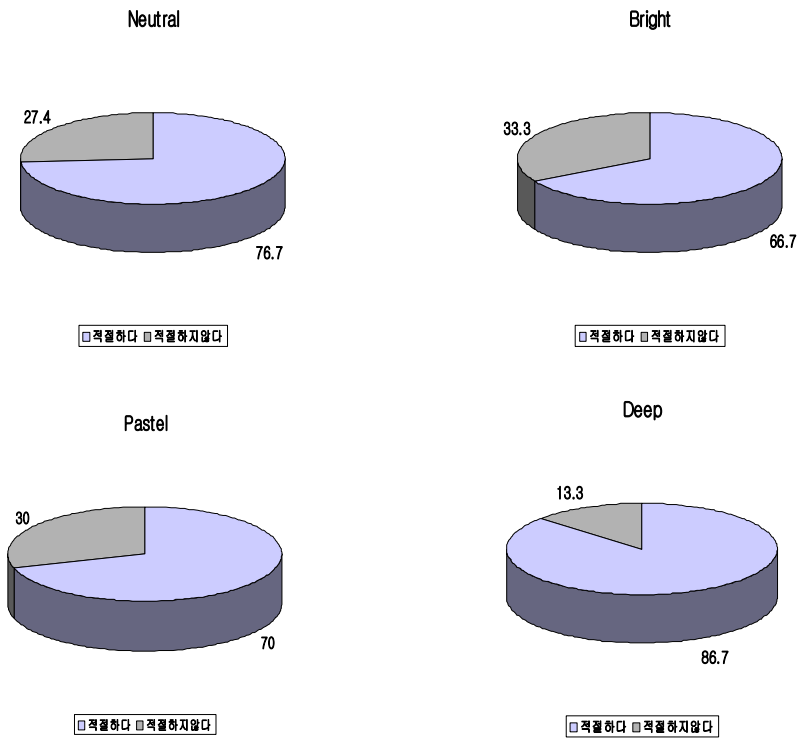
<그림6-9> 설문 이미지 그룹C

<그림6-10> 설문 이미지 그룹D

6.2.2 설문 결과

1) 1차 설문 조사

1차 설문 조사의 결과 그룹A(Neutral)의 경우 76.7%가 적절하다고 응답하였으며, 나머지 23.3%는 브라운 컬러가 많고 컬러감이 너무 강하다는 평가를 하였다. 그룹B(Bright)의 경우 66.7%가 적절하다고 응답하였으며, 33.3%가 채도/명도가 너무 강하고 딥 하다고 평가하였다. 그룹C(Pastel)의 경우 응답자의 70%가 적절하다고 응답하였으며, 30%가 전반적으로 채도가 너무 낮다는 의견이었다. 그룹D(Deep)의 경우 응답자의 86.7%가 적절하다고 응답하였으며, 13.3%가 다크 딥에 치우쳐 있다는 의견이 지배적이었다.



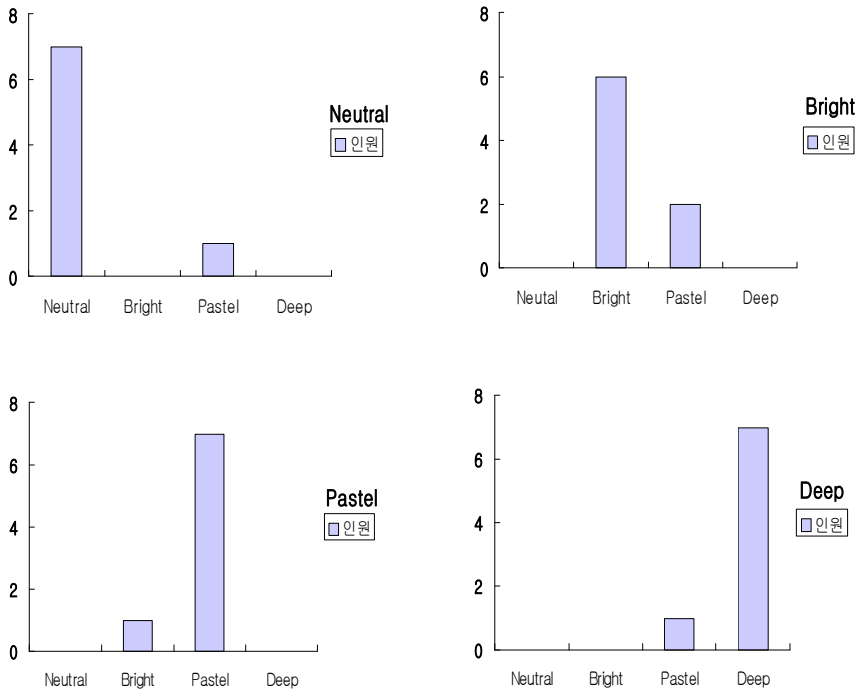
<표6-1> 1차 대표 그룹 검증

2) 2차 설문조사

가. 대표어휘에 대한 검증

2차 설문 조사에는 전문가 집단(디자인전공 교수 8인)의 평가를 통해 4개의 그룹별 이미지 시각 자료를 통해 각 그룹의 대표어휘에 대한 검증을 하였다.

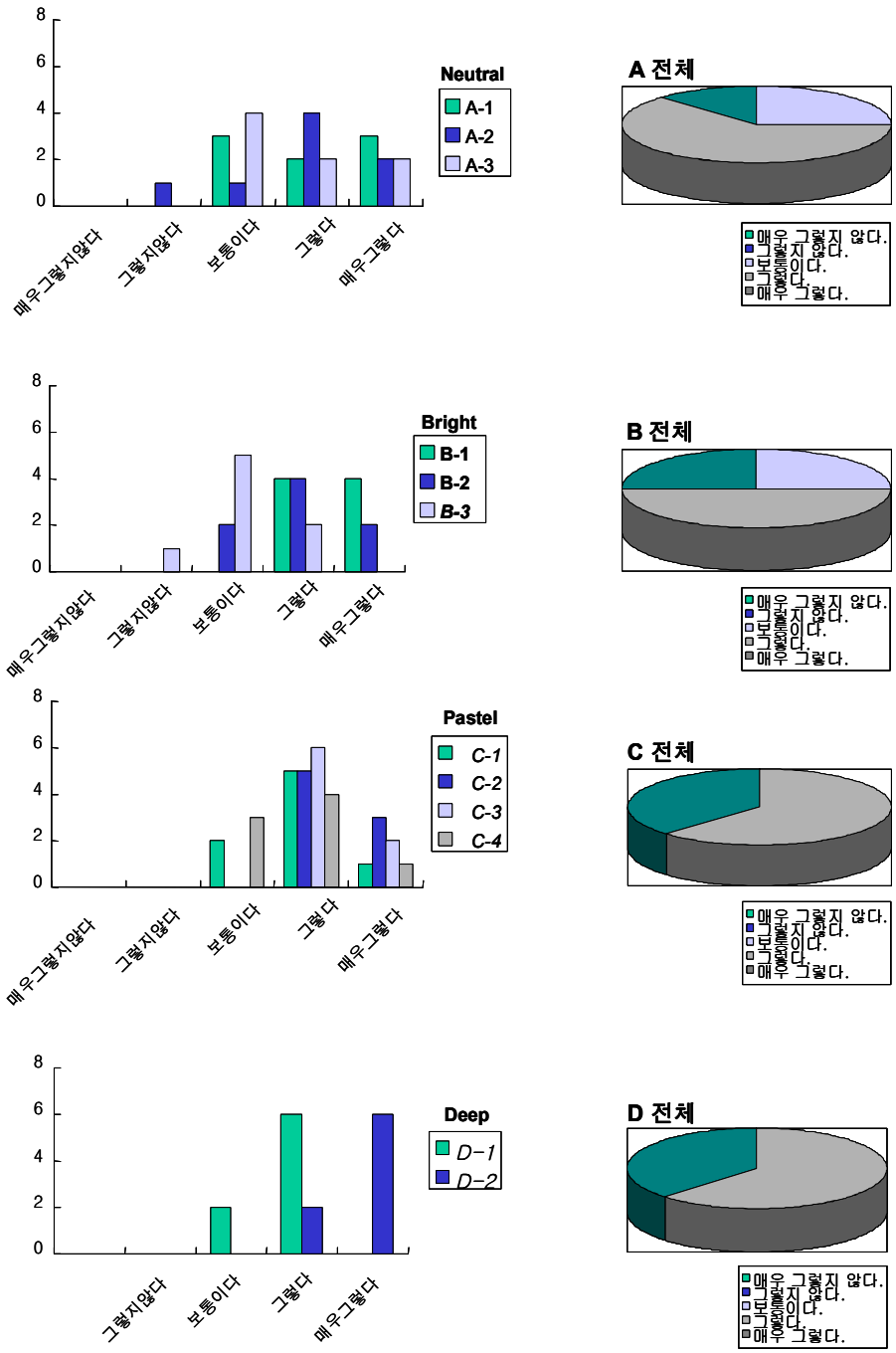
그 결과 요인분석에 의해 묶인 대표 어휘와 관련한 시각이미지와 컬러들은 유사한 공통점이 나타났다. 시각 자료 선정 시 전문가 집단이 본 연구결과를 디자인 작업에 활용할 때 자유로운 영감을 얻을 수 있게 하기 위하여 구체적 이미지 보다는 추상적 이미지를 위주로 선정하였다.



<표6-2> 2차 대표 어휘 검증

나. 그루핑에 대한 검증

2차 설문조사의 결과 그룹A(Neutral)의 경우 75%가 적절하다고 응답하였으며, 나머지 22%는 '보통이다'라고 평가를 하여 92%가 긍정적 대답을 하였다. 그룹B(Bright)의 경우 75%가 적절하다고 응답하였으며, 25%가 채도/명도가 너무 강하고 딥 하다고 평가하였다. 그룹C(Pastel)와 그룹D(Deep)의 경우는 대부분의 응답자가 적절하다고 응답하였다.

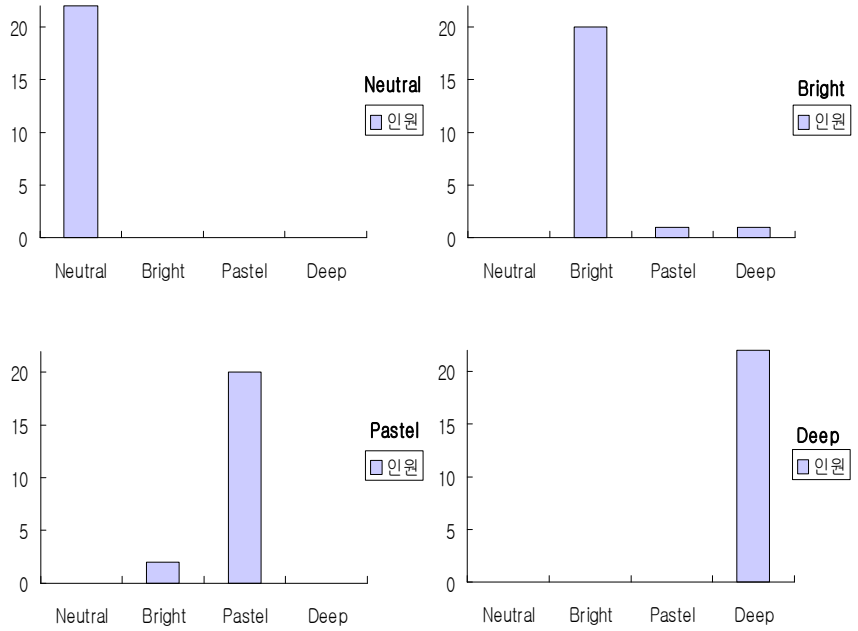


<표6-3> 2차 대표 그룹 검증

3) 3차 설문조사

가.대표어휘에대한검증

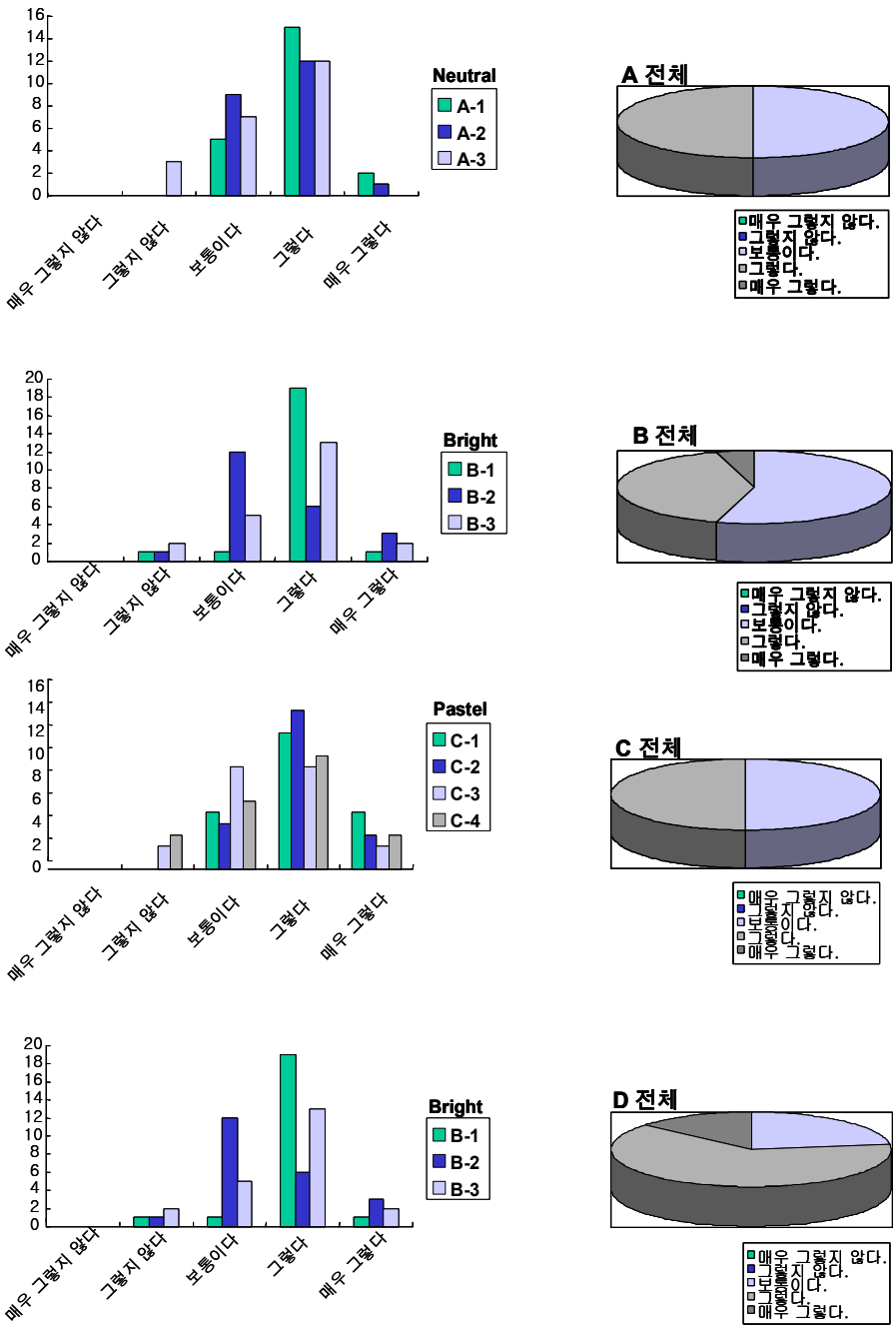
3차 설문 조사에는 디자이너, 전문가집단(22명)의 평가를 통해 4개의 그룹별 이미지 시각 자료를 통해 각 그룹의 대표어휘에 대한 검증을 하였다. 설문 조사 방법은 2차 설문 조사와 동일한 방법으로 대표 어휘에 대한 설문 결과는 2차 설문 조사 시와 유사한 결과를 얻을 수 있었다.



<표6-4> 3차 대표 어휘 검증

나. 그루핑에 대한 검증

3차 설문조사의 결과 그룹A(Neutral)의 경우 50%가 적절하다고 응답하였으며, 나머지 50%는 '보통이다'라고 대답을 하여 설문대상자 전원이 긍정적 평가를 하였다. 그룹B(Bright)의 경우 55%가 '보통이다'라고 응답하였으며 40.9%가 '그렇다', '매우 그렇다'가 4.54%로 응답하였다. 그룹C(Pastel)와 그룹D(Deep) 역시 대부분의 응답자가 긍정적 평가를 하여 그룹 대표어휘에 대한 거부감이 없는 것으로 나타났다.



<표6-5> 3차 대표 그룹 검증

7. 염색사 및 패키지 개발

섬유, 패션산업에서 컬러를 제안하는 방식에는 기본적으로 사용의 효율성을 담보로 하고 있다. 종이에 인쇄된 컬러와 실제 염색된 실(yarn)이나 원단은 상당한 차이가 있어 종이에 인쇄된 컬러를 사용하면 상대적으로 컬러 기획 시 효율성이 떨어지는 문제점이 있다.

이러한 이유로 대부분의 유행 컬러를 제안하는 섬유, 패션관련 정보업체에서는 인쇄된 컬러와 함께 실(yarn)로 컬러를 제안하는 것이 보편적이다. 실(yarn)로 제안된 컬러는 원단의 실제적 느낌을 상상해 볼 수 있다는 장점도 동시에 가지고 있다.

이에 본 연구에서도 컬러를 제안하는데 있어 실용성과 효율성을 감안, 대표 섬유 소재인 100%면사를 염색하여 실제 소재의 적용에 있어 컬러의 오차를 최소화 하였다.

또한 염색된 면사의 사용상의 편리성을 고려한 패키지를 디자인, 개발하였다.

7.1 염색사 개발

본 연구를 통해 개발된 계통 색조별 4개의 대표 그룹(12개의 소그룹)으로 된 배색 체계를 구성하는 총 144개의 컬러를 섬유 패션 디자인 산업의 대표 소재인 면사에 염색하였다. 염색을 위한 면사는 20수 12합으로 정하였다. 이는 국내 패션업계에서 면사로 제작되는 제품들 중 면 20수 이상의 굵기로 제작되는 제품이 적다는 점과 컬러 기획 시 육안으로 컬러를 판단하기에 용이한 굵기를 고려하였기 때문이다.

염색은 전문 업체인 (주)ICI에 의뢰하여 7월1일부터 8월 25일 총2회에 걸쳐 진행하였다.

7.1.1 비이커 테스트

염색 시 정확한 컬러를 추출하기 위해 2003년 5월 6일과 2003년 5월 19일 두 차례의 비이커 테스트를 실시하였다.

<그림7-1> 파스텔 그룹 비이커 테스트

7.1.2 염색사의 완성

비이커 테스트를 통해 확정된 염색사는 각 컬러 당 3파운드씩 총 432파운드를 제작하였으며, 총 7회에 걸쳐 수정・보완 하였다.

<그림7-2> 최종 염색사 Ⅰ

<그림7-3> 최종염색사 Ⅱ

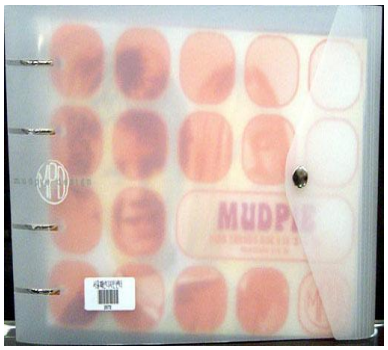
7.2 패키지 개발

7.2.1 패키지 개발의 필요성

컬러를 제안하는데 있어 염색사의 패키지디자인 또한 중요한 역할을 한다. 패키지디자인은 내장된 컬러의 전체적인 이미지를 전달하는 기능과 컬러 기획 시 사용의 효율성을 제공하기 때문이다.

7.2.2 사례 분석

국내·외 패션 정보회사에서 제안하는 컬러 트렌드 제안물을 수집, 분석해 보았다. 대부분의 제안물에서 컬러의 제안을 작은 뭉치나 묶음의 실(yarn)로 제공하고 있으며, 종이에 인쇄된 컬러를 동시에 제안한 것도 있었다. 하지만 컬러를 실로만 제안하여 원단으로 제작 되었을 경우, 실제적 컬러 감을 유추하는데 불편함을 가져올 수 도 있다는 점도 발견되었다.

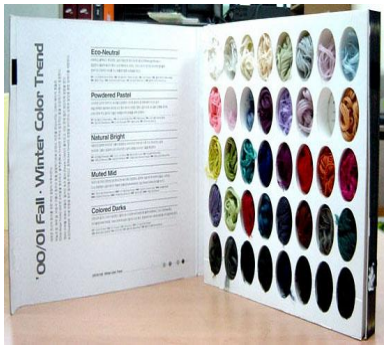


<그림7-4> MUDIPIE Kids Trends Age 5.10 S/S 04

<그림7-5> Casual Wear Trends F/W 03/04

<그림7-6> Peclers Paris Color Winter 04/05

<그림7-7> TREND UNION 2003 ENGAGE



<그림7-8> Interfashin Planing Inc. 00/01 Fall · Winter Color Trend

<그림7-9> TREND UNION

<그림7-10> 대현패션정보실

<그림7-11> FirstVIEW Korea

7.2.3 패키지 개발 컨셉

본 연구를 통해 추출된 12개 그룹 총144색의 염색사를 사용하기 위한 패키지디자인 개발을 위해 2가지의 디자인 컨셉을 정하였다.

1) 섬유, 패션산업의 색채기획의 특성을 고려한 효율성과 실용성
2) 컬러그룹별 대표 이미지 전달

7.2.4 패키지 개발 결과

1) 디자이너를 위한 컬러 패키지 - 모델 1

모델1은 천연소재인 면의 느낌을 전달하기 위해 크래프트지를 이용하여 박스를 제작하였다.

커버디자인은 각 컬러그룹의 특성을 전달할 수 있는 이미지를 표현하기 위해 시각이미지사진과 그룹 내 컬러 중 크래프트지 고유컬러와 조화되는 두개의 컬러를 골라 시각이미지사진 배경색과 내부박스의 외각색으로 배치하였다. 박스 내부디자인은 시각적 방해가 적은 흰색을 바탕색으로 하였으며 팬톤컬러의 번호와 색명을 기입하여 디자인실과 생산현장의 효율적인 커뮤니케이션이 이루어 질수 있도록 고려하였다.

컬러를 묶는 도구로 시험관을 사용하였다. 이는 실이 자연스런 면적으로 표현될 수 있어 실제 원단에 대한 느낌을 쉽게 연상시키기 위함이었다. 또한 시험관 마개에 구멍을 뚫어 내부의 실을 자연스럽게 꺼내볼 수 있도록 고려하였으며, 이동의 용이함과 외부로부터의 오염에도 효과를 볼 수 있다는 점을 고려하였다.

<그림7-12> 디자이너를 위한 컬러 패키지 - 모델 1(Bright-1, Deep-1)

2) 디자이너를 위한 컬러 패키지 - 모델2

모델2는 대량으로 제작이 용이한 보급형 모델로 디자인 되었다.

시험관 대신 비닐 파일로 각 컬러를 수용하였으며, 종이 박스 대신 플라스틱 파일로 제작하였다. 하지만 각 컬러별로 팬 톤 컬러의 정보를 기입하였으며, 보빈(방적용어로써 거친 실이나 꼰 실 등을 감는 통 모양을 한 목제(木製) 또는 섬유제의 실패를 말한다.)에 실을 감아 모델 1과 동일한 효과를 기대할 수 있게 하였다.

천연소재의 느낌을 제공하기 위해 파일표지와 각 컬러그룹 사이의 간지를 크래프트지로 구성하였으며 파일고정을 위해 염색사와 동일한 느낌의 면사를 사용하였다.

<그림7-13>디자이너를 위한 컬러 패키지 - 모델 2

8. 결 론

8.1 연구의 요약 및 결론

본 연구에서는 컬러 코디네이션 지원모델과 도구를 개발하여 디자이너의 감성적·직관적 의사결정을 객관적으로 지원하는 것을 목적으로 한다.

내용적으로는 우선 배색에 관한 선행 연구를 분석하고여 배색 체계의 틀을 세운 후 대표 어휘 및 컬러를 추출 하였다. 다음으로 배색 그룹의 설계를 통해 실용적으로 사용할 수 있는 컬러 코디네이션 지원 모델을 제작하였다.

본연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 디자이너간의 커뮤니케이션을 도울 수 있는 새로운 컬러 그룹대표어휘의 필요성을 제기하며, 이에 대한 대안을 제시하였다. 이는 국내 패션업체에서 많이 사용되고 있는 고바야시의 휴 앤 톤 표와 히데끼 치지와, 그리고 엘리스 웨스트게이트와 마싸 질의 이론을 참고하여 4개의 컬러 그룹으로 '브라이트', '파스텔', '딥', '뉴트럴'을 대표어휘로 추출·정의 하였다.

브라이트(Bright) - 순도 높은 기본 색상군
파스텔(Pastel) - 기본 색상군에 화이트가 혼합된 색상군
딥(Deep) - 기본 색상군에 블랙과 회색이 혼합된 색상군
뉴트럴(Neutral) - 기본 색상군의 성격이 드러나지 않는 중도색, 베이지, 회색류 등

둘째, 컬러 그룹을 구성하기 위한 기본 컬러 도출을 위해 1999~2003년까지의 5년간 세계 4대 collection, 2002 F/W·2003 S/S 시즌의 Street 패션, 각 그룹별 대표 브랜드에서 총 687개의 컬러를 수집하였다.

셋째, 687개의 수집된 컬러는 배색 그룹을 위한 추출을 위해 3단계의 과정을 거쳐 총 144색의 컬러로 정리하였다.

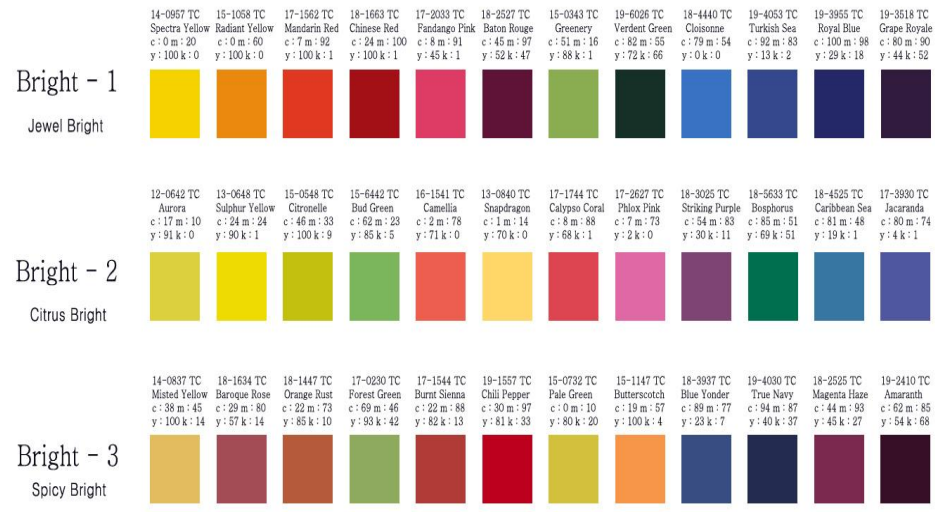
최종 추출된 컬러는 앞서 마련한 그루핑 포맷인 브라이트, 파스텔, 딥, 뉴트럴 그룹으로 분류 하였고, 4개의 대그룹은 다시 12개의 소그룹으로 분류하였다.

제시된 각 그룹 내의 색상은 그룹 내에서의 코디네이션은 물론, 타 그룹과도 서로 매치 될 수 있는 크로스 오버 코디네이션 개념을 도입하여 컬러 코디네이션 체계를 구축하였다.

위와 같이 계통 색조별 4개의 대표 그룹(12개의 소그룹)으로 된 배색 체계를 구성하는 총 144개의 컬러를 섬유 패션 디자인 산업의 대표 소재라 할 수 있는 면사에 염색 하였다. 또한 글로벌 비즈니스로서의 패션 산업적 특성과 연관 디자인 산업분야와의 호환성을 고려해 시스템을 구성하는 각 색상에는 팬 톤 컬러 기호와 CMYK 값을 명시했다.

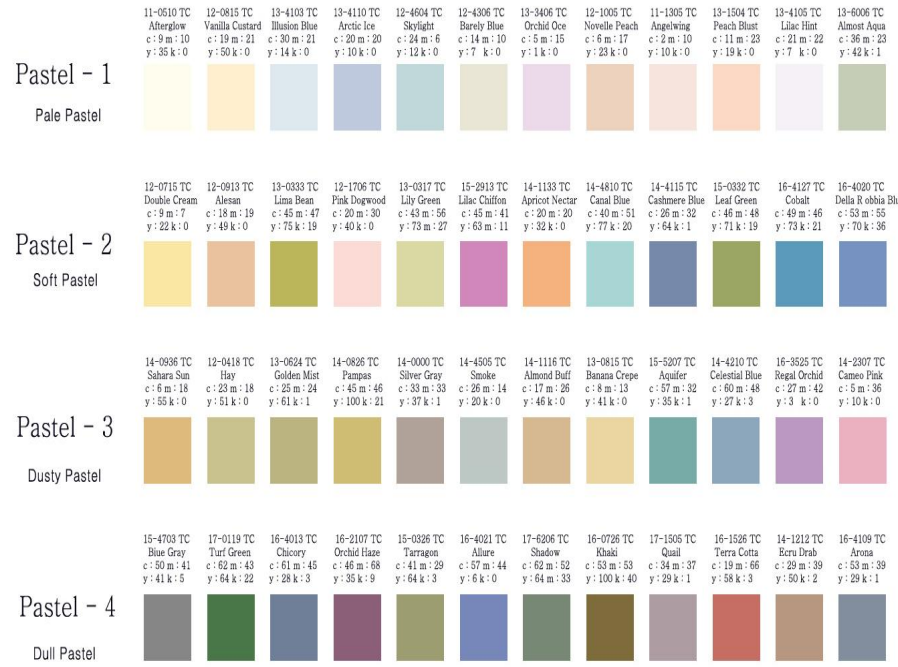
완성된 면 소재의 얀(YARN)을 크로스 코디네이션이 용이하도록 특수하게 디자인된 용기에 포장하여 패션 실무자들이 쉽게 활용할 수 있는 컬러 코디네이션 시스템을 완성하였다.

<그림8-1> 최종 배색 그룹 - Neutral Group

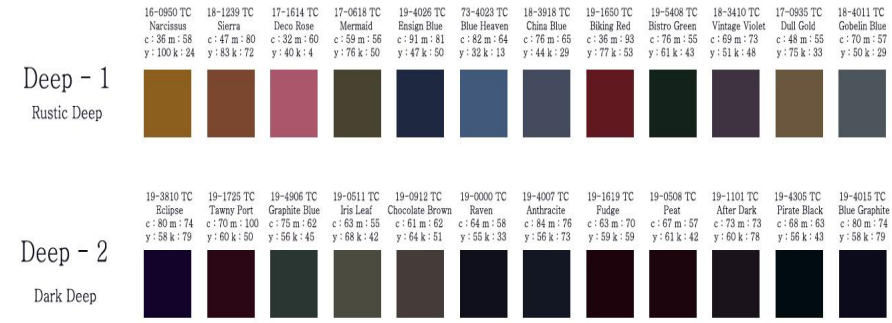


*** 본 연구에서는 색상 기호의 TP 넘버와 TC 넘버는 동일한 색으로 간주한다.**

<그림8-2> 최종 배색 그룹 - Bright Group



<그림8-3> 최종 배색 그룹 - Pastel Group



*** 본 연구에서는 색상 기호의 TP 넘버와 TC 넘버는 동일한 색으로 간주한다.**

<그림8-4> 최종 배색 그룹 - Deep Group

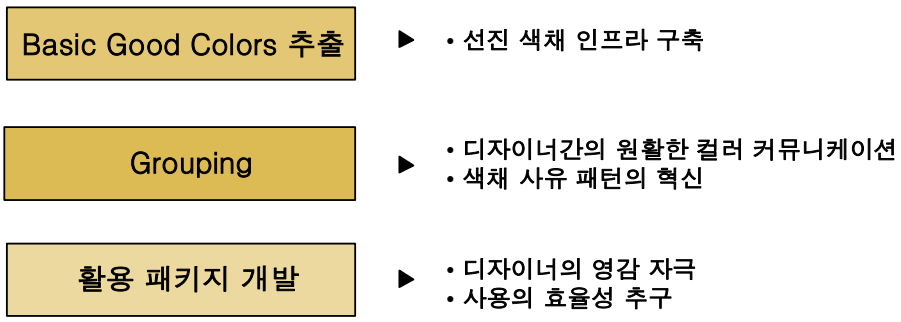
8.2 연구의 의의

패션에서의 키워드가 스타일에서 컬러로 이동해 오고 있는 시점에서 국내의 독자적 지식과 기술개발을 통해 창출된 '컬러 코디네이션 시스템'은 다음과 같은 세 가지 면에서 기존의 일반 색채 시스템과 차별화를 이룬다.

첫째, 추출된 144개의 기본컬러(basic good colors in trend colors)는 각각 진일보한 섬유컬러샘플로서의 역할을 담당한다.

둘째, 4개 대그룹, 12개의 소그룹으로 나눈 색채군은 각 단위별로 배색 스토리를 구성할 수 있으며 또한 그룹과 그룹간의 크로스오버 코디네이션을 가능케 함으로서 디자이너들의 색채 사유 패턴의 혁신을 도모하였다.

셋째, 시각적으로 세련된 패키지와 얀 스와치 샘플은 디자이너의 색채 연상과 영감을 자극하여 컬러 기획의 획기적인 전환의 계기를 마련하였다.



8.3 연구의 파급 효과 및 활용 방안

8.3.1 파급 효과

1) 색채디자인 업무의 효율화 및 업무체계의 개선

전문 컬러리스트가 없는 업체의 디자이너 컬러 업무를 체계적으로 지원함으로써 업무 효율성면에서 개선효과를 지닌다. 디자이너의 개인적 취향이나 일률적인 정보에 의해 이루어지던 컬러기획의 취약성에서 벗어나 색채기획의 요소들과 디자이너의 감성을 정량화한 것으로 컬러기획의 적중률을 크게 향상시킨다.

2) 디자인 제품의 감성적 고부가가치화를 통한 생산성 향상

색채 기획의 정보를 탄력적으로 조합하여 디자이너가 효율적으로 사용할 수 있고 새로운 결과를 신속하게 도출함으로써 생산성을 향상시킨다.

또한 연구결과가 컬러페이퍼가 아닌 대표 섬유 소재를 사용하여 제시함으로써 실제 소재에의 적용에 있어 컬러 오차를 최소화한다.

3) 패션업계를 비롯한 섬유디자인 산업 전반에 걸쳐 적용

패션업체 디자인실, 홈패션 업체, 정보기획사, 소재개발업체, 인테리어 기획사, 패션액세서리 업체, 프로모션 업체 등 유행에 영향을 받는 섬유디자인 관련업체 전반에서 컬러 전략을 수립하는 도구로 활용 가능하다.

화장품, 가구, 페인트, 자동차, 건축, 제지 등 타 산업과의 제휴 및 응용 확대가 가능하다.

4) 인력 및 원가 절감

본 연구의 결과물은 지식데이터 베이스를 바탕으로 컬러 배색의 의사결정을 전문 컬러리스트의 수준으로 수행할 수 있도록 지원하며 신속한 의사 결정 지원과 시간 단축으로 컬러 기획에 투자되는 비용 및 인력을 절감할 수 있다. 또한 패션 회사들의 해외 색채 컨설팅 의존으로 소비되는 외화를 절약할 수 있다.

8.3.2 활용방안

1) 기업용으로 활용

상품 기획을 위한 배색 아이디어, 발상 디자인 지원 도구로 활용한다.

· 패션 브랜드 : 본 결과물을 근간으로 색채 기획을 진행하며 필요에 따라서는 시즌별 유행 컬러를 병치시켜 혼합사용이 가능하다. 특히 우븐과 니트, 프린트와 솔리드, 복합소재로 구성된 컬렉션을 진행할 경우에도 각 소재별로 오차 없이 엮어지는 스토리 중심의 크로스 코디네이션 결과를 얻을 수 있다.

· 섬유 업체 : 색채군을 정해 시리즈 생산을 하는 섬유 및 컨버터 업체에서 컬러 스토리 추출 표본으로 활용할 수 있다.

· 홈 퍼니싱 업체 : 섬유를 근간으로 하는 인테리어 소재, 가구류 및 베드 앤 배스(bed & bath)용품의 컬러 스토리 추출 표본으로 활용할 수 있다.

2) 교육용으로 활용

대학 등 교육기관과 패션 연구소등에서 학생 또는 디자이너들을 대상으로 하여 실습을 통한 컬러 교육 프로그램 및 코디네이션 훈련 프로그램의 도구로 활용한다.

8.3.3 후속 조치

· 결과물에 대한 특허를 출원한다.

· 패션 정보 산업 B2B 컨설팅 도구로 활용한다.

· 유행 색상에 따른 색채 조정 및 업 데이트작업을 실시한다.

· B2B 컨설팅이 가능한 고급 컬러 코디네이터를 양성한다.

· 결과물을 기반으로 라이프스타일, 지역성(regional), 시즌별 다양한 배색 사례를 제시하는 후속 연구를 진행한다.

참고문헌

1. 단행본

문은배. 2002. **색채의 이해.** 도서출판 국제.
문은배. 2002. **색채의 활용.** 도서출판 국제.
조필교, 정혜민. 2001. **패션디자인과 색채**. 전원문화사.
Basde on The Country Look. 1998. **HOME COLOR HARMONY.** BETTER WAY BOOKS.
Bride M. Whelan. 1997. **COLOR HARMONY 2.** ROCKPORT Publishers, Inc.
Bride M. Whelan. 1994. **Palette Picker with COLOR HARMONY.** ROCKPORT Publishers, Inc.
Charles Le Clair. 1991. **COLOR IN CONTEMPORARY PAINTING.** WATSON GUPTILL.
Christine E. 1999. **Sunet COLOR for you Home.** MENLO PARK.
David, Joyce. 2001. **foliage** dramatic and subtle leaves for the garden. Trafalgar Square Publishing.
Hideaki, Chijiiwa. 1994. **COLOR HARMONY 0.** ROCKPORT Publishers, Inc.
JOHANNES, ITTEN. 2001. **ITTEN THE ELEMENTS OF COLOR.** John Wiley & Sons. Inc.
JUDITH, MILLER. 2000. **JUDITH MILLER'S COLOR.** Potter.
Lan, Sidaway. 2002. **color mixing bible.** Quarto Inc.
Leatrice, Eiseman. 2000. **PANTONE Guide to Communicating with.** Grafix Press, Ltd.
Martha, Gill. 2000. **COLOR HARMONY jewels.** ROCKPORT Publishers, Inc.
Martha, Gill. 2000. **COLOR HARMONY Naturals.** ROCKPORT Publishers, Inc.
Patrick, Mauries. 1993. **Jewelry by CHANEL.** Little, Brown and Company.
Richard, Martin. 1998. **Cubism and Fashion.** The Metropolitan Museum of Art.
Richard, Martin. 1999. **OUR NEW CLOTHES : ACQUISITIONS OF THE 1990s.** The Metropolitan Museum of Art, New York.
Shigenobu Kobayash, 1987. **A BOOK of COLORS.** KODANSHA Inc.
Shigenobu, Kobayash. 1990. **COLOR IMAGE SCALE.** KODANSHA Inc.
TIME INC. SPECIALS, 2002. **The Greatest Weddings of All Time.** People Book.

2. 논문

이재정. 1991. Career Oriented Designer Sportswear에 있어서의 머천다이징 및 코디네이션에 관한 연구Ⅲ.
정시화. 2001. 색 지각 공간 표기법에 관한 연구. 조형논총 20집
연세 대학교 의류과학연구소, 이미지에 기반 한 패션 색채의 DB구축 및 실용화 연구, 1999
(주)IRI, 색채 기초 유형에 관한 연구 1998
삼성 패션 연구소, 연세대학교 생활 과학 연구소, 한국유행색 산업협회, 감성관리에 의한 배색 연구 기술 개발에 관한 연구, 1999]
권순길. 1993. 색채 선호도 및 연상에 관한 조사연구. 석사학위논문
김낙수. 2000. 컬러 트랜드 예측을 위한 제품색채 구성요소에 관한 연구. 석사학위논문

김수윤. 2002. 1990년대 전반 패션 컬렉션에 나타난 색채 특성. 석사학위논문
김영선. 1990. 색채 서술어에 의한 색채의 심리적 차원에 관한 연구. 석사학위논문
김영철. 1994. 국어의 고유어계 색채어에 관한 연구. 석사학위논문
김원형. 1996. HSI 컬러 시스템을 이용한 컬러 영상 팔레트 구성. 석사학위논문
김진아. 1996. 색채 선호도 조사용 프로그램의 개발에 관한 연구. 석사학위논문
김형민. 1996. 컴퓨터를 활용한 색채 기호조사에 관한 연 :태도 모델을 활용한. 석사학위논문
나혜숙. 1996. 우리말 색채어 연구. 석사학위논문
서정경. 2002. 시각적 감성데이터를 이용한 칼라배색시뮬레이터에 관한 연구. 석사학위논문
소재구. 1996. 한국의 전통색과 신세대 생활문화에 나타난 색채이미지 비교연구.석사학위논문
신윤희. 2001. 라이프스타일의 변화와 패션 컬러코디네이션의 상관성분석연구. 석사학위 논문
오은경. 1990. 한국인의 색채의미와 이미지에 관한 연구. 석사학위논문
이만영. 1983. 색채명명법에 의한 심리적 요소색 연구. 석사학위논문
이승애. 1997. 국어 색채어의 의미구조 연구. 석사학위논문
이윤주. 2002. 색채 이미지에 기반 한 패션 색채 계획 도구의 개발. 석사학위논문
이응도. 1996. 색채이미지와 코디네이션에 관한 연구. 석사학위논문
이진아. 1994. Color Marketing 접근방법에 관한 연구. 석사학위논문
장용집. 1999. 컬러 모폴로지를 이용한 컬러이미지의 에지 검출. 석사학위논문
조민정. 1997. 국내 섬유패션업계의 색채 사용 체계화에 관한 연구. 석사학위논문
한정운. 2001. 이미지 내용기반 색상정보 및 모양정보 추출기법. 석사학위 논문
허인주. 1993. 색채인식의 변화에 관한 연구:20세기 산업사회의 색채를 중심으로. 석사학논문

3. 정기 간행물

COLLECTIONS : PARIS / MILAN / LONDON / NEW YORK '99 ~ 03
FIRSTVIEW '03 S/S & INTERFASHION PLANNING '03 / 04 A/W

4. 기 타

HUE POINT Color Youth Spring 2004. 2003. HUE POINT
HUE POINT Color Youth Fall 2003/04. 2003. HUE POINT
HUE POINT Color Summer 2004. 2003. HUE POINT
HUE POINT Color Fall 2003/04. 2003. HUE POINT
HUE POINT Color Winter 2003/04. 2003. HUE POINT
Pantone Textile Swatch File Cotton1 - Bright. 2002. A Component of the PANTONE TEXTILE Color System.
Pantone Textile Swatch File Cotton 2 - Muted. 2002. A Component of the PANTONE TEXTILE Color System.
Pantone Textile Swatch File Cotton 3 - Specialty. 002. A Component of the PANTONE TEXTILE Color System.

부 록

<부록 1> 대표 배색 그룹의 컬러 정보 -CMYK·····81
<부록 2> 계절별 변용사례·····84
<부록 3> 대표 배색그룹 설계의 검증을 위한 1차 설문지·····86
<부록 4> 대표 배색그룹 설계의 검증을 위한 2차, 3차 설문지···88

<부록 1> 대표 배색그룹의 컬러 정보 - CMYK

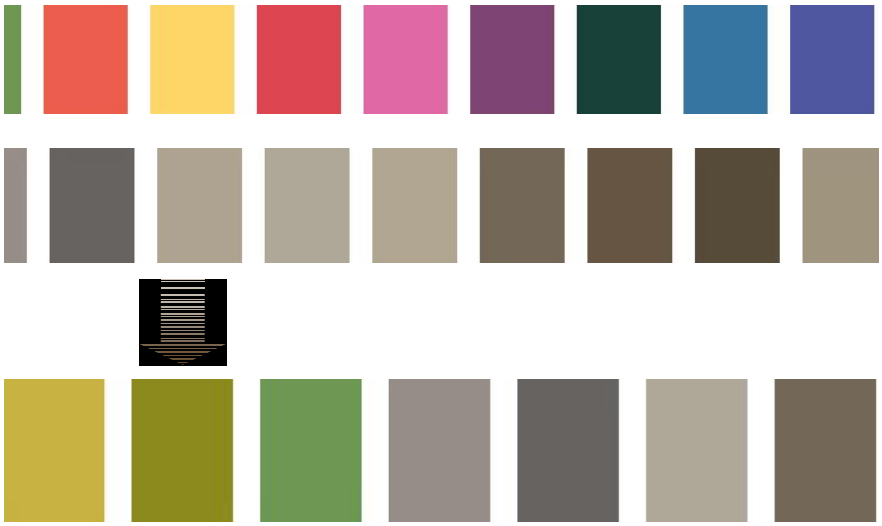
Neutral	C	M	Y	K	Bright	C	M	Y	K
N-1					B-1				
Snow White	1	2	6	0	Aurora	17	10	91	0
Silver Birch	30	26	34	0	Sulphur Yellow	24	24	90	1
Moonstruck	36	30	37	1	Citronelle	46	33	100	9
Dove	43	39	42	3	Bud Green	62	23	85	5
Steeple Gray	58	52	54	22	Camellia	2	78	71	0
Seneca Rock	33	31	42	1	Snapdragon	1	14	70	0
Peyote	33	29	39	1	Calypso Coral	8	88	65	1
Feather Gray	32	30	43	1	Phlox Pink	7	73	2	0
Tuffet	51	50	62	22	Striking Purple	54	83	30	11
Silver Mink	51	56	70	33	Bosphorus	85	51	69	51
Dune	55	56	72	42	Caribbean Sea	81	48	19	1
Spray Green	39	36	51	3	Jacaranda	80	74	4	1
N-2					B-2				
Papyrus	9	7	22	0	Spectra Yellow	23	42	100	3
Pebble	18	19	49	0	Radiant Yellow	0	41	86	0
Drab Gray	45	47	75	19	Mandarin Red	7	92	100	1
Safari	49	53	76	32	Chinese Red	24	100	100	19
Cornstalk	43	56	73	27	Fandango Pink	8	91	45	1
Twill	45	41	63	11	Baton Rouge	45	97	52	47
Sandshell	20	20	32	0	Greenery	51	16	88	1
63T70a59n59	40	51	77	20	Verdent Green	82	55	72	66
Prairie Sand	26	32	64	1	Cloisonne	79	54	0	0
Kelp	46	48	71	19	Turkish Sea	92	83	13	2
Olive Gray	49	46	73	21	Royal Blue	100	98	29	18
Covert Green	53	55	70	36	Grape Royale	80	90	44	52
N-3					B-3				
Chipmunk	38	51	72	17	Misted Yellow	38	45	100	14
Toffee	41	71	93	49	Baroque Rose	29	80	57	14
Bison	45	73	80	60	Orange Rust	22	73	85	10
Bison	43	67	100	47	Forest Green	69	46	93	42
Lion	32	61	78	19	Burnt Sienna	22	88	82	13
Tortois Shell	39	64	72	29	Chili Pepper	30	97	81	33
Steel Gray	53	49	41	10	Pale Green-Yellow	42	44	100	17
Dark Shadow	64	56	50	25	Butterscotch	19	57	100	4
Gunmetal	56	47	47	12	Blue Yonder	89	77	23	7
Green Black	68	62	63	56	True Navy	94	87	40	37
Coffee	60	57	58	33	Magenta Haze	44	93	45	27
Java	64	68	63	64	Amaranth	62	85	54	68

Pastel	C	M	Y	K	Deep	C	M	Y	K
P-1					D-1				
Afterglow	9	10	35	0	Narcissus	36	58	100	24
Vanilla Custard	19	21	50	0	Sierra	47	80	83	72
Illusion Blue	30	21	14	0	Deco Rose	32	60	40	4
Arctic Ice	40	31	15	0	Mermaid	59	56	76	50
Skylight	24	6	12	0	Ensign Blue	91	81	47	50
Barely Blue	14	10	7	0	Blue Heaven	82	64	32	13
Orchid Ice	5	15	1	0	China Blue	76	65	44	29
Novelle Peach	6	17	23	0	Biking Red	36	93	77	53
Angelwing	2	10	10	0	Bistro Green	76	55	61	43
Peach Blush	11	23	19	0	Vintage Violet	69	73	51	48
Lilac Hint	21	22	7	0	Dull Gold	48	55	75	33
Almost Aqua	36	23	42	1	Gobelin Blue	70	57	50	29
P-2					D-2				
Double Cream	3	6	43	0	Eclipse	80	74	58	79
Alesan	21	22	7	0	Tawny Port	45	90	62	60
Lima Bean	30	20	80	1	Graphite Blue	75	62	56	45
Pink Dogwood	12	30	21	0	Iris Leaf	63	55	68	42
Lily Green	15	8	42	0	Chocolate Brown	61	62	64	51
Lilac Chiffon	15	56	0	0	Raven	64	58	55	33
Apricot Nectar	19	53	82	3	Anthracite	84	76	56	73
Canal Blue	49	26	26	0	Fudge	63	70	59	59
Cashmere Blue	58	42	19	1	Peat	67	57	61	42
Leaf Green	60	40	100	24	After Dark	73	73	60	78
Cobalt	72	50	6	1	Pirate Black	68	63	56	43
Della Robbia Blue	95	84	15	3	Blue Graphite	80	74	58	79
P-3									
Sahara Sun	6	18	55	0					
Hay	23	18	51	0					
Golden Mist	25	24	61	1					
Pampas	45	46	100	21					
Silver Gray	33	33	37	1					
Smoke	26	14	20	0					
Almond Buff	17	26	46	0					
Banana Crepe	8	13	41	0					
Aquifer	57	32	35	1					
Celestial Blue	60	48	27	3					
Regal Orchid	27	42	3	0					
Cameo Pink	5	36	10	0					

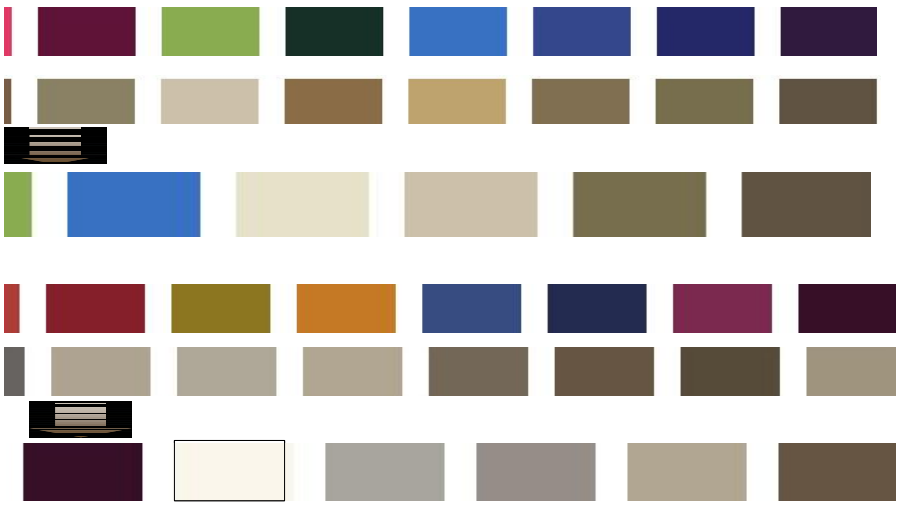
Pastel	C	M	Y	K					
P-4									
Blue Gray	50	41	41	5					
Turf Green	62	43	64	22					
Chicory	61	45	28	3					
Orchid Haze	46	68	35	9					
Tarragon	41	29	64	3					
Allure	57	44	6	0					
Shadow	62	52	64	33					
Khaki	53	53	100	40					
Quail	34	37	29	1					
Terra Cotta	19	66	58	3					
Ecru Drab	29	39	50	2					
Arona	53	39	29	1					

<부록 3> 계절별 변용사례

1. Spring



2. Summer



3. Fall

4. Winter

<부록 3> 대표 어휘와 배색 그룹 설계의 검증을 위한 1차 설문지

국민대학교 테크노디자인대학원

Graduate school of Techno Design, KOOKMIN UNIVERITY

안녕하십니까?
저희는 국민대학교 테크노디자인대학원 패션디자인학과 컬러프로젝트팀입니다.

이 설문지는 본 대학원 패션디자인학과 **『디자이너의 컬러코디네이션 지원 모델 개발 및 실용화 연구』**에 관한 자료를 수집하기 위한 것입니다.
각 질문에는 옳고 그른 답이 없으니 평소 생각했던 대로 솔직하게 한 문항도 빠짐없이 대답해 주시면 감사하겠습니다.

본 설문에 대한 응답 내용은 연구 목적 외에는 사용되지 않으며, 귀하의 소중한 응답은 본 연구를 위해 매우 소중하고 유용한 자료가 될 것입니다.

설문에 응해 주신데 대하여 다시 한번 감사드립니다.

주관: 국민대학교 테크노디자인대학원 패션디자인
2002년 12월 7월

총괄책임자 : 국민대학교 패션디자인전공
교수 이 재 정
연락처) 02-910-5165

귀하의 성별에 √표 하여 주십시오. 남(　　) 여(　　)

귀하의 연령을 적어 주세요.　　세

귀하의 직업을 적어 주세요.

아래 질문은 컬러 이미지와 대표 어휘에 관한 질문입니다.

1. <보기 1 제시>컬러 그룹 A를 Neutral(뉴트럴)로 볼 수 있습니까?

(1)예 (2)아니요

1-1 만일 '(2)아니요'를 선택했다면 그 이유를 기재해 주십시오.

1-2 만일 '(2)아니요'를 선택했다면 A-1, A-2, A-3 중 Neutral(뉴트럴)로 볼 수 없는 그룹은 무엇입니까? 복수 일 경우에는 가장 가깝지 않다 고 생각되는 순으로 적어 주시기 바랍니다. (예 : (2) → (1) → (3))

(1)A-1 (2)A-2 (3)A-3

2. <보기 1 제시>컬러 그룹 B를 Bright(브라이트)로 볼 수 있습니까?

(1)예 (2)아니요

2-1 만일 '(2)아니요'를 선택했다면 그 이유를 기재해 주십시오.

2-2 만일 '(2)아니요'를 선택했다면 B-1, B-2, B-3 중 Bright(브라이트)로 볼 수 없는 그룹은 무엇입니까? 복수 일 경우에는 가장 가깝지 않다 고 생각되는 순으로 적어 주시기 바랍니다.

(1)B-1 (2)B-2 (3)B-3

3. <보기 1 제시>컬러 그룹 C를 Paste(파스텔)로 볼 수 있습니까?

(1)예 (2)아니요

3-1 만일 '(2)아니요'를 선택했다면 그 이유를 기재해 주십시오.

3-2 만일 '(2)아니요'를 선택했다면 C-1, C-2, C-3 중 Paste(파스텔)로 볼 수 없는 그룹은 무엇입니까? 복수 일 경우에는 가장 가깝지 않다 고 생각되는 순으로 적어 주시기 바랍니다.

(1)C-1 (2)C-2 (3)C-3

4. <보기 1 제시>컬러 그룹 D를 Deep(딥)로 볼 수 있습니까?

(1)예 (2)아니요

4-1 만일 '(2)아니요'를 선택했다면 그 이유를 기재해 주십시오.

4-2 만일 '(2)아니요'를 선택했다면 D-1, D-2, D-3 중 Deep(딥)으로 볼 수 없는 그룹은 무엇입니까? 복수 일 경우에는 가장 가깝지 않다 고 생각되는 순으로 적어 주시기 바랍니다.

(1)D-1 (2)D-2 (3)D-3

감사합니다.

<부록4> 대표 어휘와 배색 그룹 설계의 검증을 위한 2차, 3차 설문지

국민대학교 테크노디자인대학원

Graduate school of Techno Design, KOOKMIN UNIVERITY

안녕하십니까?
저희는 국민대학교 테크노디자인대학원 패션디자인학과 컬러프로젝트팀입니다.

이 설문지는 본 대학원 패션디자인학과 **『디자이너의 컬러코디네이션 지원 모델 개발 및 실용화 연구』**에 관한 자료를 수집하기 위한 것입니다.
각 질문에는 옳고 그른 답이 없으니 평소 생각했던 대로 솔직하게 한 문항도 빠짐없이 대답해 주시면 감사하겠습니다.

본 설문에 대한 응답 내용은 연구 목적 외에는 사용되지 않으며, 귀하의 소중한 응답은 본 연구를 위해 매우 소중하고 유용한 자료가 될 것입니다.

설문에 응해 주신데 대하여 다시 한번 감사드립니다.

주관: 국민대학교 테크노디자인대학원 패션디자인
2003년 4월1일~4월 4일
2003년 5월~6월

총괄책임자 : 국민대학교 패션디자인전공
교수 이 재 정
연락처) 02-910-5165

제시된 전체 컬러 샘플을 4그룹으로 나누었을 때

1. 그룹 A를 대표할 수 있는 형용사를 선택해 주십시오.
①뉴트럴 ②브라이트 ③파스텔 ④딥

2. 그룹 B를 대표할 수 있는 형용사를 선택해 주십시오.
①뉴트럴 ②브라이트 ③파스텔 ④딥

3. 그룹 C를 대표할 수 있는 형용사를 선택해 주십시오.
①뉴트럴 ②브라이트 ③파스텔 ④딥

4. 그룹 D를 대표할 수 있는 형용사를 선택해 주십시오.
①뉴트럴 ②브라이트 ③파스텔 ④딥

아래 질문은 그룹별 대표 어휘와 컬러에 관한 질문입니다.

주어진 컬러 그룹은 실제 섬유로 사용되는 컬러이며, 패션에서 일반적으로 쓰이는 컬러로 구성된 그룹 군입니다. 제시된 형용사의 느낌이 어느 정도인지 **해당 빈칸에 V표를** 해주시면 됩니다. 구체적인 실례는 다음과 같습니다.

예)	매우 그렇지않다.	그렇지않다.	보통이다.	√그렇다.	매우 그렇다.

그림1 제시된 컬러그룹이 뉴트럴(Neutral)에 가깝다고 생각하십니까?

	매우 그렇지않다.	그렇지않다.	보통이다.	그렇다.	매우 그렇다.
A-1					
A-2					
A-3					
A전체					

그림2 제시된 컬러그룹이 브라이트(Bright)에 가깝다고 생각하십니까?

	매우 그렇지않다.	그렇지않다.	보통이다.	그렇다.	매우 그렇다.
B-1					
B-2					
B-3					
B전체					

그림3 제시된 컬러그룹이 파스텔(Pastel)에 가깝다고 생각하십니까?

	매우 그렇지않다.	그렇지않다.	보통이다.	그렇다.	매우 그렇다.
C-1					
C-2					
C-3					
C-4					
C전체					

그림4 제시된 컬러그룹이 딥(Deep)에 가깝다고 생각하십니까?

	매우 그렇지않다.	그렇지않다.	보통이다.	그렇다.	매우 그렇다.
D-1					
D-2					
D전체					

성별:
직업(전공) :
연령 :
경력 :

설문에 응해주셔서 감사합니다.