

# 인성에 따른 색의 선호도에 대한 분석

김 유 정

영동대학교 뷰티케어과 전임강사

## An Analysis of Color Preference According to Human Nature

You-Jeong Kim

Dept. of Beautycare, Youngdong University  
(2006. 1. 7. 접수)

### Abstract

The analysis has an objective of presenting a standard of human image making by producing results of characteristics and individual human image of each color appropriate for the personality through enneagram that is a personality analysis program. The study was done on 200 adults living in the whole country from Oct. 4 to Oct. 18th, 2004. In the survey, 11 colors were selected. The followings show the 9 personalities. 1. Instinct type preferred Blue (blue+navy) color. 2. Feeling type preferred Red (red+orange) color. 3. Thinking type preferred Yellow (yellow+green) color. The study results tend to match the expected preference of color for each personality. In the Human image management, the individual distinction of 3 personality classes need to be analyzed in order to develop individual and created personality by preferred color. It is very important to examine the image for color each personality pursuits through the analysis. Also, there need to more participants of the study so that results can be analyzed more inclusively and there should more in-depth study.

**Key words :** Color preference(색선호), Human nature(인성)

## I. 서 론

### 1. 연구 목적

21세기 고도화된 현대문명 사회 속에서 우리는 다양한 매스미디어, 섬유산업, 색조산업의 발달로 인하여 현대인들의 삶에서 접하는 공간색상은 다양하다<sup>1,2)</sup>. 전 세계 경제 산업의 발달로 풍요로운 생활 혜택을 누리며 살아가는 현대인들은 의식주 이외의 것을 추구하는 삶을 살아가기를 원한다. 색이란 빛을 받은 우리 눈의 망막의 흥분이 시신경을 통해 뇌에 보내져 생기는 감각으로서 특히 인간의 감정에

많은 영향력을 행사하여 색의 선호하는 사람에 따라 다르며 그에 따른 감정의 반응도 다르다<sup>3)</sup>. 뿐만 아니라, 사람들은 시각, 후각을 통해 사물을 인지하고 모든 색은 그 마다의 고유한 특성 및 느낌이 있어 그 향과 색을 접하는 사람 별 고유한 인성(성격)의 차이로 인해 선호경향성이 다르게 나타난다<sup>4)</sup>.

오늘날 우리 사회에서 실질적인 휴먼 이미지 관리의 요소인 색은 휴먼이미지 메이킹(Human Image Making)의 중요한 부분이다. 인성(성격)이란 유전적인 조건이나 신체적인 조건 등의 생물학적인 요인과 양육태도나 사회적인 조건 등과 같은 환경적 요인의 상호작용의 결과로서 인성의 차이는 타고난 것<sup>5)</sup>이라 생물학적 분류 이론 하에 본 연구에서는 인성검사 테스트에 이용되는 에니어그램 프로그램

\*Corresponding author: You-Jeong Kim  
E-mail: envy0425@hanmail.net

램을 적용, 실험대상인의 인성을 크게 3유형으로 나눠 선호하는 각 색이 지니는 특징과 이미지를 디자인하여 심리학적면을 고려한 인간생활을 보다 합리적, 과학적, 발전적 방향으로 개인과 집단 별 성향 및 선호도에 맞는 휴먼이미지의 표준화 작업을 위한 기초 자료로 제시하고자 한다.

본 연구에서는 1667년 빛이 프리즘 통한 분광 실험에서 빨강, 주홍, 노랑, 초록, 파랑, 남색, 보라색, 7가지의 스펙트럼(Spectrum)의 색 파장으로 구성<sup>6)</sup>되었음을 보고 7가지의 색을 우선적으로 선별하고(7가지의 색은 크게 세 부분으로 분류)하고 무채색의 흰색과 검정색, 금색과 은색으로 색은 11가지 종류를 선별하였다. 이 11가지의 종류를 크게 계열별로 적색(빨강,주홍)계열, 황색(노랑, 초록)계열, 청색(파랑, 남색)계열, 중성색(보라)계열, 금 은색(금색, 은색)계열로 나눠 분석하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 색의 이미지

#### 1) 주요색의 이미지와 특성

적색 계열에서 빨강은 자극적, 감정 고조, 불이나 열정과 정열을 상징, 위험이나 경고의 의미로 쓰이며 명도가 높아지고 색조가 약해지면 분홍계열이 되는데 이 때는 본래의 강렬한 이미지로부터 아주 부드럽고 여성스러운 이미지를 갖는다. 주홍은 2차색. 인접한 빨강과 노랑의 속성을 공유하면서 매우 따뜻하고 활기찬 느낌을 주며 주홍의 색조가 약해지면서 밝아지면 기분 좋게 느껴지는 다양한 베이지색이 되고 어두워지면 다양한 갈색이 되는데 이러한 색조는 따뜻하고 풍부한 자연적인 이미지를 갖는다.

황색 계열의 노랑은 명랑하고 힘찬 느낌, 가득한 햇살을 연상, 행복을 상징, 즐거움, 역동성, 생동감을 표현하고 노란색이 밝아질 때는 색의 이미지를 유지하지만 어두워지면 쉽게 순색의 이미지를 잃게 됨. 연두색 계열의 연한 노랑은 창백하고 약한 느낌을 준다.

초록은 자연에서 가장 흔히 볼 수 있는 색으로 매우 자연스러운 색이라 하고 파란색의 고요함과 노란색의 에너지가 합쳐져 있어 중성적인 색이다.

초록은 많이 사용하면 지루해지기 쉽고 초록색이 어두워지면 엄숙함과 엄격함의 느낌을 준다.

청색 계열의 파랑은 자연에서 가장 큰 부분을 차지하는 하늘과 바다의 색으로 차가운 느낌을 준다. 고요하고 명상에 잠기게 하며 평온한 느낌을 준다. 밝은 파랑은 개방감과 활기, 남색 계열의 어두운 파랑은 무겁고 침체된 느낌을 준다. 남색은 누구에게나 잘 어울리는 색으로 파랑색이라는 색의 범위 중에서 아주 자주색 쪽으로 기울어진 청색은 남색, 그림자색으로 표현하며 서정적. 추상적으로 표현하는 낭만적인 색이다. 가라앉은 분위기로 때론 엄격함이나 정돈된 느낌을 준다<sup>7-9)</sup>.

중성색 계열의 보라는 빨강과 파랑이 혼합된 색으로 우아함, 화려함, 풍부함. 고상함, 외로움과 슬픔을 표현하고 푸른색 계열의 보라는 어둡고 깊은 이미지, 위엄과 부, 장엄함 등을 연상한다. 빨강계열의 보라는 여성적, 화려한 느낌으로 다른 색상과 어울리기 힘든 까다로운 색이다. 보라색은 예민한 감수성, 예술적 감각을 나타낸다. 무채색 계열의 흰색은 색이 없는 무색이라 표현하고 실제로는 모든 색의 혼합이다. 단순함, 순수함, 깨끗함. 위생적인 느낌을 주고 지나치게 사용되면 공허함, 지루함을 준다. 검정은 흰색과 반대로 아무런 색 파장도 반사하지 않는 색으로 무겁고 어둡고 우루한 느낌을 주며 두려움과 죽음, 모든 빛을 흡수, 복합적이고 깊은 느낌의 색이다.

금·은색 계열의 금색은 황색(color of gold or the yolk of a hen's egg)에 금속적인 광택이 나는 것 금색과 황색이라는 색 이름의 차이는 소위 현상적인 차이이며 단지 실제의 금색은 그 광택이 금속의 가치로 볼 때 단순한 황색과는 아주 다른 상징적인 의미를 갖는다. 태양을 신비한 생각하는 관점, 위엄, 부, 영광, 지혜를 연상시킨다. 은색은 '청초, 결백, 애상' 예전엔 백색으로 불려졌으나 순백에 가까운 백색의 출현으로 금은 회색으로 구분되는 색도 적지 않은 그 중의 하나로 은색을 찬미하는 문화는 검소, 한적함, 달빛이나 간접적인 조명에서 은은하게 빛나는 특징. 알루미늄이나 스테인레스 강으로 대표되는 기능주의의 미학의 색이다<sup>10)</sup>.

### 2. 에니어그램(Enneagram)

#### 1) 에니어그램(Enneagram)의 정의와 역사

에니어그램(Enneagram)은 다양한 인성의 특성을 설명하고, 우리는 서로 다르며, 서로 다르다는 것은 전혀 잘못된 것이 아니라는 사실을 가르쳐 준다. 아홉 개의 유형은 그들이 가지고 있는 내면의 동기에 의해서 분류된다. 각각의 유형은 다른 가치 체계와 다른 현실을 가진다.

에니어그램(Enneagram)의 역사는 추정된 것에 의해서만 보면 약 4500여년 전(기원전 2500년 전)에 중동 지방(현재의 아프가니스탄)에서 발생한 고대의 지혜로 러시아의 구지예프(Gurdineff 1888-1949)에 의해 1세기 전에 서구에 전해졌고, 그 뒤 1960년대에 볼리비아 이카조(Ichazo)에 의해 개발되기 시작하여 1970년경에 미국으로 확산되었다. 이들에 의하면, 에니어그램(Enneagram)은 이슬람교도 남선교회인 수피(Sufis)의 스승들을 통하여 구두로 전해져 왔다고 한다. 또한 에니어그램(Enneagram)의 발생 연대를 BC 2500년 또는 그 이전으로 추측하고 있기도 한다<sup>11)</sup>.

2) 에니어그램(enneagram)의 유형론적 분류

에니어그램(Enneagram) 도형의 모습 중 가장 복잡해 보이면서도 인간역사의 여러 가지 방향을 보여주고 있는 좌우 대칭적인 선들을 헤사드라고 부른다. 이 헤사드는 원소의 주기율표, 일주일의 기원, 서양음악의 옥타브등 사회, 경제, 과학의 모습을 담고 있다. 이렇게 많아진 원과 삼각형, 헤사드가 결합된 상징이 에니어그램이다.

“중심”을 찾는 것은 유형을 찾는 첫 번째 단계이다. 각각의 중심은 몸의 부분에 해당한다. 즉 감정중추(이, 삼, 사변)-감정형, 사고중추(오, 육, 칠번)-사

고형, 본능중추(팔, 구일번)-본능형이다<sup>12)</sup>.

3) 에니어그램의 유형별 특징

(1) 본능형(1, 8, 9유형)

이들의 중심은 장과 소화계로, 본능, 습관에 따라 행동한다. ‘나의 의지와 힘’이 관건인 사람들이다. 자기가 이루고 싶은 ‘일’에 에너지를 집중한다. 체격은 묵직하고 힘이 느껴지는 것이 특징이다.

(2) 감정형(2, 3, 4유형)

이들의 중심은 심장과 순환계로, 감정, 정서를 중요시한다. 인간 위주, 관계 중심적(일 처리에 있어서)이다.

다른 사람들 눈에 비친 자기 이미지에 관심을 쏟는다(외모관심). 체격은 동글동글한 것이 특징이다.

(3) 사고형(5, 6, 7유형)

이들의 중심은 머리와 신경계이다. 관심사는 ‘객관적 이치, 논리에 맞는 것’을 알아내는 것이다. 체격은 주로 편편한 가슴과 긴 몸, 빈약한 편이다.

각 유형에서 필요로 하는 힘을 일으킬 수 있는 기능적, 균형 잡힌 사람들이 되게 하는 것이 에니어그램의 목표이자 우리들의 이상일 것이다<sup>13)</sup>.

III. 연구방법 및 내용

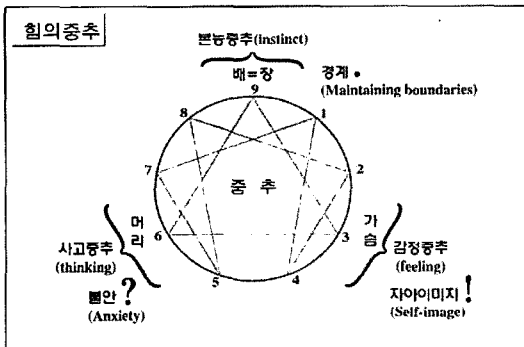
1. 연구대상

본 연구 목적을 알아보기 위해 인성에 따른 개인별 선호하는 색을 조사하였다. 설문조사 항목 분류에서 색은 11가지<Table 1>를 선별하여 테스트하였다.

또한 개인의 인성 프로그램인 에니어그램(Enneagram)을<Fig. 1, Table 3> 이용한 테스트는 1인 평균 소요 시간을 15~40분 동안 실시하였다. 전국성인남녀 200명을 대상으로 2004년 10월 4일부터 10월 18일까지 설문조사를 실시하였다.

2. 조사 분석

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) 프로그램을 이용하여 분석하



<Fig. 1> Center of Power

였다. 연구대상자의 인성 유형별 선호하는 색을 알아보기 위해 백분율과 빈도를 위주로 산출하며 Table은 통계량 값을 보기 위한 검증을 실시함을 밝힌다.

### 3. 연구 방법 및 내용

먼저 연구목적과 색이 미치는 이미지에 대하여 이론적 고찰을 한 후 본 연구의 설문조사 대상의 선호하는 색과 인성유형을 분석하였다. 조사 결과 분석을 통해 인성유형별 선호하는 색을 알아보고, 휴먼 이미지 관리에 미치는 영향을 살펴보았다.

## IV. 연구 결과 및 고찰

### 1. 조사 대상자의 선호하는 색

연구대상자의 선호하는 색에 대한 분석결과는 <Table 1>에서 보는 바와 같다.

<Table 1>에서 알 수 있듯이 조사 대상자의 가장 선호하는 색은 파랑색이 21.6%로 가장 많았으며, 다음으로 흰색(14.1%), 보라(13.5%), 빨강(13.0%), 노랑과초록(10.8%), 검정(7.0%), 주홍, 금, 은색순으로 선호하는 것으로 나타났다.

### 2. 성별 선호하는 색

성별에 따른 선호하는 색에 대한 분석결과는

<Table 1> Preferred Color

Color	Frequency	Percent(%)	
Preferred color	Red	24	13.0
	Orange	6	3.2
	Yellow	20	10.8
	Green	20	10.8
	Blue	40	21.6
	Navy	5	2.7
	Purple	25	13.5
	White	26	14.1
	Black	13	7.0
	Gold	5	2.7
	Silver	1	.5

<Table 2> 에서 보는 바와 같다.

먼저 선호하는 색의 경우 여성이 남성에 비해 빨강(14.5%), 초록(13.1%), 검정색(8.3%)을 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 남성(17.5%)의 경우 여성(13.1%)에 비해 파랑과 흰색을 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 남녀 모두 중성색인 주홍과 보라, 금은 색은 선호도의 차이가 없었다.

### 3. 힘의 중심별 인성 유형

<Table 3>에서 힘의 중심별 3가지 유형은 본능형이 45.4%로 가장 많았으며, 감정형이 30.3%, 사고

<Table 2> Preferred Color by Sex

Preferred color	Male		Female		Total		$\chi^2$ df(p)
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	
Red	3 (7.5)	21 (14.5)	24 (13.0)				16.549 10 (.085)
Orange	2 (5.0)	4 (2.8)	6 (3.2)				
Yellow	4 (10.0)	16 (11.0)	20 (10.8)				
Green	1 (2.5)	19 (13.1)	20 (10.8)				
Blue	12 (30.0)	28 (19.3)	40 (21.6)				
Navy	3 (7.5)	2 (1.4)	5 (2.7)				
Purple	5 (12.5)	20 (13.8)	25 (13.5)				
white	7 (17.5)	19 (13.1)	26 (14.1)				
Black	1 (2.5)	12 (8.3)	13 (7.0)				
Gold	1 (2.5)	4 (2.8)	5 (2.7)				
Silver	1 (2.5)		1 (.5)				

<Table 3> Center of power by Personality type

center of power	Basic personality types	Frequency	Percent (%)
Feeling	Artist	9	4.9
	Supporter	36	19.5
	Instigator	10	5.4
	Total	56	30.3
Thinking	Patriot	19	10.3
	Optimist	19	10.3
	Thinker	8	4.3
	Total	45	24.3
Instinct	Negotiator	52	28.1
	Reformer	13	7.0
	Leader	19	10.3
	Total	84	45.4

형이 24.3% 나타났다. 힘의 중심이 장인 본능형 인성 유형에 속하는 지도자, 조정가, 개혁가중 조정가가 28.1%로 가장 많은 분포를 보였고 가슴이 중심인 감정형 인성의 유형엔 조력가, 성취가, 예술가가 있으며 이중 조력가가 19.5%를 차지하였다. 머리가 힘의 중심이 되는 사고형의 인성 유형에는 사색가, 충성가, 낙천가가 있으며 충성가와 낙천가가 10.3%를 차지했다.

4. 인성 유형별 선호하는 색

선호하는 색에 따른 힘의 중심에 대한 분석결과는 <Table 4> 에서 보는 바와 같이 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다. 전반적으로 모든 선

호색계열에서 본능형이 가장 많았으며, 적색계열은 감정형, 사고형이 황색계열은 사고형이 청색계열은 모든 인성유형은 중성계열과 금은색계열의 경우 장형이 52.0%와 50.0%로 다른 계열의 선호색에 비해 많은 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

선호하는 색에 따른 인성유형의 분석결과는 <Table 4>에서 보는 바와 같다. 가장 많이 본능형은 청색계열을 선호하는 경우가 44.4%로 가장 많았고 감정형은 청색계열은 무채색계열과 적색계열까지도 고르게 선호하는 것으로 나타났다. 마지막으로 사고형은 다른 유형에 비해 황색계열의 선호도가 높았다.

선호하는 색에 따른 기본 인성유형의 분석결과는 <Table 5>에서 보는 바와 같이 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다.

먼저 가장 많이 선호하는 파란색의 경우 조정가형이 30.0%로 가장 많았으며, 다음으로 조력가형이 17.5%, 지도자형이 15.0%, 예술가형이 12.5%, 낙천가형이 10.0%의 순으로 나타났다.

다음으로 흰색을 선호하는 경우 역시 조정가형이 30.8%로 가장 많았으며, 다음으로 조력가형이 19.2%, 충성가와 지도자형이 각각 15.4%의 순으로 나타났으며, 보라색을 선호하는 경우 조정가형이 44.0%로 월등히 많았으며, 다음으로 성취가형이 16.0%, 낙천가형이 8.0%, 조력가와 충성가가 4.0%의 순으로 나타났다.

빨간색을 선호하는 경우 조력가형이 29.2%로 가장 많았으며, 다음으로 조정가형이 20.8%, 낙천가와 지도자형이 각각 12.5%로 나타났다. 노란색을 선호하는 경우는 조정가와 조력가형이 각각

<Table 4> Center of power preferred color

	Feeling		Thinking		Instinct		Total		$\chi^2$ df (p)
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	
R+O	9	(30.0)	9	(30.0)	12	(40.0)	30	(100.0)	2.863 10 (.984)
Y+G	11	(27.5)	12	(30.0)	17	(42.5)	40	(100.0)	
B+N	15	(33.3)	10	(22.2)	20	(44.4)	45	(100.0)	
V	7	(28.0)	5	(20.0)	13	(52.0)	25	(100.0)	
W+B	12	(30.8)	8	(20.5)	19	(48.7)	39	(100.0)	
G+S	1	(16.7)	2	(33.3)	3	(50.0)	6	(100.0)	
Total	55	(29.7)	46	(24.9)	84	(45.4)	185	(100.0)	

<Table 5> Personality types by preferred color

		Reform-er	Suppo-rter	Instiga-tor	Artist	Thinker	Patriot	Optimist	Leader	Negotiator	Total	$\chi^2$ df (p)
Red Red	N	2	7			2	2	3	3	5	24	87.760 80 (.259)
	%	(8.3)	(29.2)			(8.3)	(8.3)	(12.5)	(12.5)	(20.8)	(100.0)	
Orange Orange	N		2				1	1		2	6	
	%		(33.3)				(16.7)	(16.7)		(33.3)	(100.0)	
Yellow Yellow	N	3	5	1		1	2	3		5	20	
	%	(15.0)	(25.0)	(5.0)		(5.0)	(10.0)	(15.0)		(25.0)	(100.0)	
Green Green	N	3	4		1		4	2	2	4	20	
	%	(15.0)	(20.0)		(5.0)		(20.0)	(10.0)	(10.0)	(20.0)	(100.0)	
Blue Blue	N	1	7	1	5	1	3	4	6	12	40	
	%	(2.5)	(17.5)	(2.5)	(12.5)	(2.5)	(7.5)	(10.0)	(15.0)	(30.0)	(100.0)	
Navy Navy	N			2		1	1			1	5	
	%			(40.0)		(20.0)	(20.0)			(20.0)	(100.0)	
Purple Purple	N	1	2	4	1	2	1	2	1	11	25	
	%	(4.0)	(8.0)	(16.0)	(4.0)	(8.0)	(4.0)	(8.0)	(4.0)	(44.0)	(100.0)	
White White	N	1	5	2			4	2	4	8	26	
	%	(3.8)	(19.2)	(7.7)			(15.4)	(7.7)	(15.4)	(30.8)	(100.0)	
Black Black	N	1	4		1	1		1	3	2	13	
	%	(7.7)	(30.8)		(7.7)	(7.7)		(7.7)	(23.1)	(15.4)	(100.0)	
Gold Gold	N				1		1	1		2	5	
	%				(20.0)		(20.0)	(20.0)		(40.0)	(100.0)	
Silver Silver	N	1									1	
	%	(100.0)									(100.0)	
Total Total	N	13	36	10	9	8	19	19	19	52	185	
	%	(7.0)	(19.5)	(5.4)	(4.9)	(4.3)	(10.3)	(10.3)	(10.3)	(28.1)	(100.0)	

25.0%로 가장 많았으며, 개혁가형과 낙천가형이 각각 15.0%로 나타났다.

먼저 적색계열의 경우 조력가형이 30.0%로 가장 많았으며, 다음으로 조정가형이 23.3%, 낙천가형이 13.3%, 지도자형이 10.0%로 나타났다.

황색계열의 경우 조정가형과 조력가형이 각각 22.5%로 가장 많았으며, 충성가형과 개혁가형이 각각 15.0%, 낙천가형이 12.5%로 나타났으며, 청색계열의 경우 조정가형이 28.9%로 가장 많았으며, 다음으로 조력가형이 15.6%, 지도자형이 13.3%, 예술가형이 11.1%, 낙천가형과 충성가형이 각각 8.9%의 순으로 나타났다.

충성계열의 경우에는 조정가형이 44.0%로 월등히 많았으며, 다음으로 성취가 16.0%, 낙천가와

사색가형이 각각 8.0%로 나타났다.

무채색계열의 경우 조정가형이 25.6%로 가장 많았으며, 조력가형이 23.1%, 지도자형이 17.9%의 분포를 보였으며, 금은색은 조정가형이 33.3%로 가장 많았으며, 다음으로 개혁가, 예술가, 충성가, 낙천가형이 각각 16.7%로 나타났다.

### V. 결론 및 제언

이러한 연구 목적을 위해 색의 이미지에 관해 문헌 고찰을 하였다. 또한 조사 대상자의 인성유형별 선호하는 색의 결과는 다음과 같다.

1. 조사대상자가 가장 선호하는 색은 청색계열이었다.

2. 조사대상자의 인성 유형 중, 본능형(56.9%)이 가장 많은 분포를 보이고 감정형(25.9%), 사고형(17.2%)순이었다.

3. 본능형은 청색계열을 선호하고 감정형은 무채색, 적색계열을 사고형은 황색계열을 선호하는 것으로 분류됐다.

이상과 같은 연구결과를 통해서 볼 때, 색이 전달하는 기본적 개념을 벗어나지 못한 결과를 볼 수 있었다. 이를 바탕으로 인성분석에 따른 유형별 특징과 연관 지어 볼 때 휴먼 이미지 관리에 있어서 더욱 더 적극적인 자세를 갖도록 조언하여 미적, 심리적 상승효과를 일으키는 데 연구 목적을 두었다. 휴먼 이미지 관리에 있어서 색의 꾸준한 연구와 지속적인 관심이 요구된다. 또한 일상생활의 질 향상 목적으로 유용한 활용을 위해 선호 색에 따른 인성들의 차이 분석하고 그가 미치는 영향에 대한 심층적 연구가 이뤄져야 하며 개성적이고 창의적인 발전을 위한 이미지를 위해서는 인성 유형별 추구하는 이미지에 대한 파악이 무엇보다도 중요하다. 인성 분석을 통해 경쟁력을 증진 시킬 수 있는 휴먼 이미지 메이킹 관리의 개인별 선호향의 차이를 분석하여 첫인상의 전체적인 이미지 개선에 상호 부합 되도록 연구하는데 목적이 있다.

### 참고문헌

- 1) 하병조(1999). 화장품학. 수문사, pp. 11-13.
- 2) Ingrid riedel(2004). 색채와 색채진단. 정여주역. 학지사, pp. 6-9.
- 3) 스에가나 타미오(2003). 마음을 치유하는 컬러테라피. 예경, pp.103-105.
- 4) 정지현(1982). 색채 기호와 연상에 관한 연구. 성균관 대학교 석사학위 논문. pp. 4-5.
- 5) 박은희(2003). 색채 선호에 영향을 주는 변인에 관한 연구-20대를 중심으로. 건국대학교 석사학위논문. p.8.
- 6) 박유정(2001). '색채이미지를 이용한 감정 표현 이화여자대학원 석사학위논문. pp. 6-7.
- 7) Ingrid riedel(2004). '위의 책', pp.5-76.
- 8) 김화중 (1996). 색채 심리. 파버비렌저. 동국출판사, pp. 43-72.
- 9) Sharpe Deborah.T(1996). 색채심리의 디자인. 미림문화사, pp.38-120.
- 10) Ingrid riedel(2004). '위의 책', pp.5-76  
김화중 (1996). '위의 책', pp. 43-72.  
Sharpe Deborah.T(1996). '위의 책', pp.38-120.
- 11) 가이던스연구소(2003). 한국가이던스 상담 가이드북. (주)한국가이던스, pp.3-57.
- 12) 가이던스연구소(2003). '위의 책', pp.3-57.
- 13) 가이던스연구소(2003). '위의 책', pp.3-57.  
이강욱(2003). 에니어그램 이야기. 중앙적성, pp.60-94.