

### 39. 縞及び格子のデザインについて (第4報)

名古屋市立女子短大 高橋 春子

1. 衣服に用いられる縞及び格子の柄は、その時の流行とか、個人の嗜好によって色及び幅が異なる。これを洋服のデザインに利用した場合、その美的効果をあげるために、視覚心理学の立場から検討しようと、本研究を企画した。

2. 既に報告した第3報の面積効果について、今回は(1)白と有彩色の格子縞(縞幅3cm, 等間隔)5種, (2)有彩色の地色の中に0.2cm幅の白い線により2cm角の格子縞が出ているもの6種の角度 $45^\circ$ と $90^\circ$ の2種, 及び(3)ダイヤ柄7種の角度 $35^\circ$ と $55^\circ$ の2種について、背景を灰色(0—16—0)にし、格子柄と白をワンピース前表面の面積にして並べた。測定距離は第1報の基準に基づいて、各柄の明視できる限界距離を求め、その距離にて照度500Lxの場合を、調整法によりその錯視量を測定した。

3. (1)(2)は $45^\circ$ より $90^\circ$ の錯視量が多く、面積も大きい。また $90^\circ$ は縦、横に大きいのが、 $45^\circ$ はやや横の錯視量が少なくやや丈長く見える傾向である。(3)は $35^\circ$ より $55^\circ$ の錯視量が多く、面積も大きい。色彩の大きく見える傾向を順位ではせれば、ピンク、黄、茶、紫、緑、青などであるが、明度、彩度対比の大きいものは、膨脹して見える傾向である。