

## 현대 패션에 나타난 네온컬러의 특성

권정숙

경남대학교 패션의류학과 부교수

### Characteristics of Neon Color in Modern Fashion

Jung-Suk Kwan

Associate Prof., Dept. of Fashion & Clothing, Kyungnam University

(2015. 3. 9. 접수; 2015. 4. 27. 수정; 2015. 4. 30. 채택)

#### Abstract

The purpose of this study is to set up the theoretical foundation for neon colors by recognizing them as important elements of sensitive design and by comprehending their existence as a color fashion responsive to psychological and social background. As the subject of the present the researcher has selected important oversea collections of these five years during which neon colors have fully emerged as popular colors of fashion. The procedure of research was to examine the concept and traits of colors and investigate the utility of neon colors in various fields.

The important facts which are acquired from the present study are as follows. First, the analysis of frequency has found out the following color arrangements: neon color only-8.6%(35), neon color+colorless-58.3%(236), neon color+ colored -14.8%(60),neon color+colorless+colored-18.3%(74), and others. The case of neon color used as monochromatic (color) was distinguished into two: single neon color all through and the same color used differently. Color arrangements were divided into analogous arrangement, separation arrangement, dominant arrangement, multi-color arrangement, and accent arrangement. Second, the internal significance of neon colors expressed in fashion can be interpreted into three: emphasis, optical Illusion, and amusing.

This study has attempted to raised up the aesthetic value of various color expression and to expand fashion image by interpreting the trends of color fashion together with the traits and aesthetic meaning of color in fashion. The future study intends to expand the expression area of fashion design and to interpret molding beauty through the image of color arrangement and through fashion style utilizing neon colors.

*Key Words:* Neon colors(네온 컬러), Color arrangements(배색), Emphasis(강조성), Optical Illusion(환영성), Amusing(유희성)

## I. 서론

첨단 기술의 발전과 다양한 시각 정보의 홍수

속에서, 차별화된 디자인적 특성인 감성적이고 자극적인 것에 의미를 두게 되었다. 감성에 관한 연구는 오감에 관한 연구로 구체화 되어질

---

Corresponding author ; Jung-Sus Kwan  
Tel. +82-55-249-2308, Fax. +82-505-986-2183  
E-mail : nicegina@uok.ac.kr

※ 이 연구결과물은 2013학년도 경남대학교 학술연구장려금 지원에 의한 것임.

수 있으며, 오감 가운데 시각(視感)은 특히 색채에 의해 크게 좌우된다. 최근 친환경 트렌드의 확산으로 가공되지 않은 색채나 자연스러운 색채들의 사용 빈도가 증가하여, 색채의 특별한 존재감 인식과 중요성을 외면하는 경향이 진행되기도 하였다. 하지만 감각적이고 자극적인 것을 추구하는 본능은 시각에 직접적인 영향을 주며 주목성을 특성으로 하는 디자인 형태나 컬러들이 트렌드(trend)로 발전하게 되었다. 이 점에서 밝고 강렬한 색감으로 최근 각광받고 있는 네온 컬러의 부각 현상의 중요성을 인식할 수 있다. 네온 컬러의 유행은 21세기를 살아가는 우리에게 TV, 인터넷들의 영상물을 구성하는 색채인 디지털 컬러에 기인했으며, 패션과 액세서리, 다양한 패키지 디자인과 제품 디자인에 다양하게 사용되고 있다. 네온 컬러는 네온풍의 인공적인 형광색을 의미하는 것으로 선명하고 화려하며 눈에 띄는 강렬한 이미지의 색으로 데이글로(day-glo) 혹은 형광(fluorescent)색이라고도 한다. 뜨거운 태양빛이 강하거나 흐리고 칙칙한 기후일수록, 네온색과 같은 선명하고 청량감이 드는 색채 효과의 요구가 증가한다. 네온 컬러는 1960년대 패션 디자이너인 파코라반(Paco Rabanne)의 미래주의를 통해 패션에 등장하였으며, 그 이후로 여름을 특징짓는 계절성 색채와 패션 제품들의 포인트 색상으로 주로 사용되었으며 최근에는 패션 아이템 전체가 네온 컬러로 표현되는 대담한 활용으로 부각되고 있다. 네온 컬러는 감동, 희망, 즐거움, 열정 등 낙관주의적 메시지를 전달하는 컬러 트렌드 경향으로 네온 계열의 블루, 그린, 오렌지, 옐로우, 핑크 등의 비비드한 네온 컬러가 강세를 띠고 있다.

네온 컬러 부각의 중요한 경제적 배경은 최근의 글로벌 경제 침체로 인한 패션 구매심리 위축의 경향으로 파악될 수 있다. 패션 소품 아이템으로 화려하고 활기찬 분위기를 연출할 수 있는 악센트 아이템을 찾고자 하는 열망은 네온 컬러 선택의 동기로 작용되었다. 대표적인 예로서 네온 핑크 색상의 패션 아이템은 색상 자체만으로 다른 액세서리가 불필요한 주목성이 있으며, 네온 그린은 치유와 생명력을 상징함과 동시에 친환경적인 안정감을 주기도 한다. 특히, 최근 축구 대표 선수들의 운동화 색상에 네온

옐로, 오렌지 등의 배색이 사용되어 널리 유행하게 되었으며, 이것은 선수들의 현란한 기술과 속도감을 시각적으로 주목하면서 박진감 넘치는 축구경기 관람의 시각적 효과를 높이는 시너지효과로 파악될 수 있다.

형광색이나 형광색의 감성을 집중적으로 다룬 국내 연구는 다소 부족한 편이지만, 형광색의 감성에 대해 언급한 연구를 살펴보면 다음과 같다. 백현주(2015)는 네온 컬러로 인지하는 색채를 규정하고, 색채와 재질의 시각적 무게감에 관한 연구를 진행하였다. 정현(2008)은 미래적이고 신비하며, 환상적인 느낌을 주는 색채로 이야기하였고, 이나레·정경철(2011)은 세련되고 트렌드한 감성을 불러일으키면서, 시원하고 활동적인 감성의 색채라고 하였다. 김지선·염혜정(2015)은 네온 컬러의 색채적 특성을 이론적으로 고찰하고 배색 특성과 표현된 패션 이미지를 중심으로 연구하였다.

이제까지 여러 학술적 연구에서 색채에 대한 연구는 많이 이루어져 왔으나 주로 화이트, 블랙이나 순색에 국한되어 있으며, 패션영역에서 중요하게 사용되는 다양한 색채에 대한 연구는 부족한 실정이다. 특히, 네온 컬러는 최근 트렌드 컬러로 많이 활용되는 색임에도 불구하고 개념 정의가 명확하지 않아서 색에 대한 분석이 쉽지 않은 실정이다. 따라서 이 연구에서는 네온 컬러의 개념을 확립하고 다양한 영역에서 활용되는 네온 컬러의 사례를 고찰하며 패션에 표현된 배색 특성과 미적 의미를 분석하고자 한다. 이를 통하여 네온 컬러의 색채 특성과 패션 이미지의 이해와 활용에 도움이 되는 학문적 기초 자료를 마련하고자 한다.

본 연구자는 네온 컬러의 개념을 정립하기 위한 이론적 고찰과 네온 컬러를 활용한 디자인 사례 조사 및 패션 컬렉션에 나타난 네온 컬러의 경향과 특성을 분석하는 것으로 진행하고자 한다. 의류학과 색채학을 중심으로 네온컬러의 개념을 정립하고 사회·문화적 상호관련성을 분석하는 방법론을 기초로 하여 이론연구와 실증 연구를 병행하였다. 이론적 연구 수행단계에서 정립된 연구내용을 실증적으로 검증하기 위해, 네온 컬러를 주제로 한 자료 분석과 사례가 표현된 패션잡지, 패션 트렌드 전문서적, 인터넷

웹 사이트의 시각자료 등을 분석·연구한다. 연구자가 제시한 네온 컬러의 개념 및 표현 특성을 중심으로 가장 최근의 네온 컬러 경향을 파악하기 위하여, 2011년 이후의 밀라노, 뉴욕, 런던, 파리의 세계 4대 대표 여성복 컬렉션에 나타난 색채 특성을 분석하는 것으로 진행하였다. 이를 토대로 연구자의 주관적 해석을 통한 네온 컬러가 표현된 패션 작품의 표현 특성과 미적 가치를 분석하였다.

이를 바탕으로 패션에 표현된 네온 컬러의 개념을 정립하고 새로운 미적 가치를 인식함과 동시에 미래 패션 트렌드로서의 발전 가능성을 제안하고자 한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 네온 컬러의 개념

네온 컬러는 형광(fluorescent)색이라고도 하며 네온사인처럼 강렬한 빛을 내는 명도 100%에 가까운 선명한 색을 말한다. 대중적으로는 밝게 빛이 나는 색처럼 보인다고 하여 네온(neon)색이나 네온컬러(neon color)라고도 한다. (wikipedia, 2014)

명칭자체에 빛을 의미하는 Neon이라는 용어가 들어가 있으며 네온이란 단어는 그리스어 “νέον” (neon; new one; 새로운 것)에서 유래하였다. 1898년 영국 런던에서 화학자 윌리엄 램지(William Ramsay)와 모리스 트래버스(Morris Travers)가 발견하였다. 램지는 이 물질을 스펙트럼에 의해 확인했는데, 이 때 방전관(放電管)에서 나오는 아름다운 진홍색의 빛을 본 램지의 아들이 「새롭다」라고 부를 것을 제의하여 그리스어 neos(새롭다)를 따서 명명했다. 글로 방전을 이용한 네온등의 붉은 색은 네온 사인을 이용한 광고판에 자주 사용된다.

네온 컬러는 다수의 문헌에서 형광색으로 규정하기도 한다.(김지선·염혜정, 2015) 형광색은 1930년대 Bob and Joe Switzer 형제가 개발한 인쇄용 형광잉크의 상품명으로 day-glo color로부

터 시작되었다. 인공적인 형광색을 의미하는 것으로 초기에는 어둠속에서만 발광하였으나 점차 낮에도 자체의 빛을 내는 염료가 개발되면서 다양하게 발전하였다. 2차 세계대전시에는 군용기와 군용 보트에 급속도로 활용되면서 그 후 문화와 예술의 유행을 대표하는 색으로 확산되었다(“Who Made Those Colors?”, 2011) 1950-60년대 미국에서 네온 컬러는 선명하고 화려하며 눈에 띄는 강렬한 이미지와 도시의 냉정한 감성을 불러일으키는 색으로 많은 디자이너와 예술가들에 의해 사용되었다(백현주, 2015).

형광 색료는 형광표백제와 유채색 형광염료 및 안료가 있다. 형광 색료는 그래픽과 인쇄, 광고와 장식, 신호와 안전표지, 제품 디자인과 패션 등에서 색영역을 확장시키려는 목적으로 사용된다(권영걸, 2006). 형광색의 사용이 많아지면서 적용되는 대상이 다양해짐에 따라, 실제로 발광하는 형광의 특성을 갖는 재료를 사용하지 않는 경우도 많다. 따라서 네온컬러는 형광색료나 네온 사인에서의 색채를 정의하는 것이 아니라 형광색과 유사한 색채를 사용하면서 형광색으로 일컬어지거나 형광색처럼 보이는 색채를 네온 컬러로 인식되고 있다. 이러한 색채는 특정한 색감이나 높은 명도, 채도로 인해 선명하며 마치 빛을 발산하는 느낌으로 표현된다. 하지만 물리학적으로 말하는 발광, 인광(磷光)과는 다른 개념이다. 이와 같은 색채는 형광색 혹은 네온색, 네온 컬러라고 말하며 보편적으로 사용되고 있다.

네온 컬러는 에너지가 높은 단파장의 빛을 반사함으로써 일반적인 색채보다 높은 채도를 구현할 수 있기 때문에 디자인, 예술 등의 분야에서 많이 활용되는 색채이다. 네온 컬러는 일반적인 색 체계나 색상, 명도, 채도로만 표현하기는 힘든 색이다. 명도 100%는 무한대의 밝은 흰색으로 표현되는 색 체계에서는 네온컬러가 정의될 수 없기 때문이다(이나레, 2012). 한국기술표준원의 색명 표기 방법에 있어서 색의 3속성에 의한 색체계로 규정하는 KS A 0062, 물체색의 색 이름 KS A 0011(2010)과 광원색의 색 이름 KS A 0012(2013)에서도 네온이나 형광이란 색명 규정은 찾아볼 수 없다(한국기술표준원, 2014). 하지만 색채의 표준화된 규격을 제공하고

유행색을 제안하는 컬러칩 제조회사 PANTONE社は 2012년, 네온 컬러의 유행을 반영하여 기존의 파스텔 컬러에 56색의 네온컬러를 추가한 컬러북을 발간하였다.

## 2. 네온 컬러의 특성

### 1) 색채적 특성

색은 빛의 물리적 현상이며 우리의 눈이 받아들이는 지각 중 하나이다. 색은 빛에 의해 나타나는 현상이며 빛을 통해서만 볼 수 있다. 우리가 보고 경험하는 모든 사물들은 빛에 의한 반사, 투사, 굴절 등에 의하여 자극이 생기고 그 자극에 의해 우리는 사물의 색을 지각하게 된다(유한나 외, 2010). 네온 컬러는 일반적으로 보는 색과 구별되는 특징을 가지고 있다. 비슷한 개념인 형광색은 발광의 한 종류로 일반적인 가시광선 영역 밖에 있는 자외선과 같은 빛 파장의 한 종류이며 자외선과 같은 빛 파장의 일부를 흡수하여 아주 긴 에너지로 방출하거나 가시광선 파장으로 내보낸다. 일반 색료나 형광 색료는 모두 빛을 받으면 원하는 파장의 빛을 흡수하고 나머지는 반사한다. 일반 색료는 빛을 흡수해서 받은 에너지를 모두 색소 분자 진동에 소모하거나 다른 분자들과 충돌하면서 방전되지만 형광 색료는 빛에서 흡수한 에너지를 긴 빛의 형태로 방출한다. 형광은 단파장을 장파장으로 변이시키는데, 이러한 작용으로 형광색은 인간의 눈에 더욱더 선명하게 보이게 하는 효과를 가진다. 이러한 형광의 특성을 활용하여 자외선 영역의 빛 에너지를 흡수하여 다양한 색의 빛을 발하는 물질들이 개발되고 있다(최정연·김영인, 2013). 이러한 네온 컬러는 자연의 색이 아닌 인공적 색이며, 가시광선 전체 파장의 빛을 발산하여 주변으로 발산하는 것 같은 색 감각을 불러일으킨다.

백현주(2015)의 연구에서 색 자극물을 사용하여 네온 컬러로 인지되는 색채를 실험한 결과, 증명도·고채도의 R계열과 고명도의 GY계열, RB계열의 색채가 형광색으로 인지되고, 직물의 재질이 포함될 경우에는 고명도·중, 고채도의 GY, 고명도·고채도의 YR과 중, 고명도·중채도의

R 계열이 형광색으로 인지되었다고 밝힌바 있다. 한국산업표준에서 물체색의 색 이름 KS A 0011와 비교하여 살펴보면 다음과 같이 관련지어 추측할 수 있다. 그 예로 앞서 네온 컬러로 인식된 고명도 GY와 색의 3속성에 의한 표지와 계통이름의 관계 7.5GY 부도를 비교해 보면 다음과 같다. 색상마다 주로 고채도, 고명도 영역에서 네온 컬러로 인지되는 경향을 나타내지만 고명도의 빛을 포함하는 특성에 의해 상대적으로 채도의 등급은 5-12영역에서, 명도 10은 흰색을 의미하므로 명도의 등급은 7~9 영역에서 네온 컬러로 인지되는 색상의 위치를 파악할 수 있다. 네온 그린으로 인지되는 색상의 계통색 이름으로는 밝은 연두, 선명한 연두 보다는 명도가 1-2등급정도 높은 연두로 파악될 수 있다.

### 2) 심리적 특성

[핫핑크·옐로... '비비드 컬러' 대세]...네온 컬러의 인기.... 경기침체에 원색 컬러나 .... 제품이 인기를 끄는 것은 기분전환 효과 때문이다. 계속되는 불황에 패션·뷰티 제품은 물론 주방용품까지 밝고 화사한 컬러의 제품이 인기를 얻고 있어 주목된다(2013.05.10. 한국일보).

네온 컬러의 유행 경향에 관련한 기사 내용(핫핑크·옐로... '비비드 컬러' 대세, 2013)과 같이, 소비자의 중요한 수요의 계기가 되는 키(key) 컬러 유행의 배경을 이해하기 위해서는 반드시 '기분 전환'에 영향을 주는 컬러의 심리적 효과를 살펴 볼 필요가 있다. 최근 네온 컬러는 단지 명도와 채도가 높으며 빛을 발산하는 컬러로 정의하기 보다는 빛이 나는 것 같은 이미지와 독특한 선명함에 의해 주목성이 높고 강렬한 차별성을 지닌 색으로 표현된다. 빛의 특성이 강한 네온 컬러의 활용은 색채가 가지는 고유 특성일 뿐 만 아니라, 색의 온도나 무게감 등도 기존의 색상과는 구별되는 독특한 감성들이 표현된다. 하지만 네온 컬러가 한국산업규격의 표준 색명으로도 지정되어 있지 않으며 네온 컬러의 색채 연상과 관련된 선행 연구가 미비한 실정이다. 따라서 네온 컬러의 심리적 특성을 연구하기 위하여 기존의 색채 연상 관련된 자료를 바탕으로 네온 컬러의 색채 연상을 진행하였다.

색은 사물자체의 특성이 아니라, 빛의 특성과 관련하여 해석한다. 색에 의한 감정은 본능적으로 발생하는 것으로 빛에 의한 색의 변화는 자극을 통해 감정 변화를 일으킨다(한정화 외, 2010). 색채는 빛이 눈에 들어와 시신경을 자극하여 뇌의 시각중추에 전달함으로써 생기는 감각현상이기 때문에 시대상황에 따른 심리학적 성격을 강하게 띤다(채수명, 2002). 시지각을 통한 색채 인지의 과정은 개개인의 뇌 안에서 발생하므로 동일한 색상을 보더라도 개인의 경험, 감정에 의해 다양하게 해석된다.

색채는 반드시 관심을 가지거나 그것을 생각하는 사람에게만 영향을 미치는 것이 아니라 의식하지 않더라도 기분이나 기질, 의욕과 활력에 영향을 주어 감정과 태도, 반응과 행동으로 표현되는 패턴이 된다. 이렇게 색채와 관련된 인간의 반응을 연구하며 색채를 지각하는 과정으로부터 색채에 대하여 가지는 인상, 조화감 등에 이르는 여러 문제를 다루는 것이 색채 심리이다(최윤영, 2009). 색을 느끼는 과정에서 다른 색의 영향을 받아서 본래의 색과는 다르게 보이는 대비효과와 유사한 색으로 인식되는 동화효과가 나타나기도 한다. 이렇게 두 가지 이상의 색을 조화시키는 것을 배색이라고 한다. 배색의 색채에서 느끼는 감정과 이미지는 단색에서 느끼는 감정의 합 이상의 것으로 지각되는 감정을 전달한다(권혜숙, 2010).

색채는 저마다 가지고 있는 의미와 상징, 감정이 다르다. 같은 색이라도 지역과 풍토에 따라 다르게 나타나며 관습, 민족에 따라 특수한 상징을 나타내기도 한다. 인간의 감정은 다양한 이미지를 연상시키기도 한다. 색은 독자적으로 존재하는 경우보다는 주변의 색과 어떻게 배색되고 조화를 이루느냐에 따라서 그 이미지가 다르게 해석된다. 색의 이미지는 크게 두 가지로 나눌 수 있는데, 사람의 감성적 측면에서 연상할 수 있는 연상적 이미지와 다수의 사람들이 공통으로 인식하고 있는 규정된 상징적 이미지가 있다.

네온 컬러는 형광의 빛이 일반적인 조사광보다 파장이 길기 때문에 보통의 반사색이나 투과 색과는 다른 색을 인지하며(김영인 외, 2009), 따라서 색채 감성에도 차이가 있을 것으로 예측할





수 있다. 색은 개인적인 취향, 성격, 환경에 따라 다른 연상적 이미지를 가지기도 하지만 공통적으로 인지될 수 있고 공감할 수 있는 상징적 이미지로 진화하여 대표적인 연상 언어가 될 수 있다. 색채를 인지하는 과정에서 연상이라는 작용이 일어난다. 연상이란 두뇌에서 하나의 관념을 통해 또 다른 관념이 발생하는 일종의 심리작용을 의미한다(국립국어원, 2015). 색을 통한 연상 작용 중 하나가 색채감성이다. 색채 감성은 개성, 환경, 조건에 따라 각기 다른 감정을 갖는다. 이러한 색채 감성의 대표적인 예로는 계절감, 시간의 장단, 흥분과 진정, 중량감, 경연감, 온도감(조동제 외, 2001) 등이 있다. 네온 컬러의 색채인지 과정에서 여러 연상 작용이 발생하고 그 안에 표현되는 색채 감성이 포함된다.

일반적으로 네온 컬러의 대표격인 색채들을 중심으로 pantone 의 네온 컬러 차트를 중심으로 네온핑크와 레드 계열(pantone 806c), 네온옐로 계열(그린옐로, 레몬옐로: pantone 806c), 네온녹색 계열(pantone 802c), 네온블루계열(pantone 801c) 4 가지로 구분하였다. 기존 색채의 연상 언어 자료는 문은배(2005), 유한나 외(2010)의 자료를 참고하였으며 네온 계열 색채 인지는 백현주(2015)의 자료를 바탕으로 계열을 분류하였으며 네온 컬러상 분류는 pantone의 컬러 가이드에서 네온 기본색에 해당하는 801c~807c 가운데 구분이 뚜렷하고 일반적으로 가장 많이 사용되는 801c, 802c, 803c, 806c를 추출하여 사용하였다. 네온 컬러 연상 언어를 수집하기 위한 조사 방법은 다음과 같다. 네온 컬러에 관한 선행 연구가 많지 않아서 패션 잡지 및 인터넷 기사, 서적 등에 네온 컬러 언급시 사용된 어휘와 선행 연구에서 밝고 선명한 칼라를 언급할 때 사용되는 어휘를 고찰하여 수집하였다. 270여개의 어휘 가운데 높은 빈도순으로 정리하여 25개로 축약하여 설문조사에 사용하였다. 석사 학위 소유 이상의 패션 전문가 10인을 대상으로 설문조사 하여 빈도수가 높은 어휘 순으로 8개 추출하였다(표 1).

### 3. 네온 컬러의 활용 사례

#### 1) 예술

<표 1> 네온컬러의 연상 언어

색명	연상언어: 문은배(2005)				백현주 (2015)의 분류	네온계열 색명	네온컬러 연상언어	pantone 네온 가이드
	어두운색	밝은색	순색					
빨간색	힘, 답답함, 무거움, 악마, 반항	행복, 봄, 젊음, 순정, 에너지, 따뜻함	기쁨, 정열, 강렬, 위험, 생명, 안전, 사랑	▷	중명도, 고채도의 R계열, 고명도의 RB계열	네온핑크, 네온레드 계열	강조, 젊음, 여름, 강렬함, 생명, 정열, 소녀, 달콤함	 pantone 806c
노란색	신비, 풍요, 어두움, 경고	미숙, 활발, 소년, 소망, 햇살	황제, 환희, 발전, 노폐	▷	고명도의 GY계열	네온옐로 계열	신선함, 강조, 기쁨, 따뜻함, 가벼움, 새콤함, 따뜻한, 여름	 pantone 803c
녹색	침착, 우수, 심원함	온기, 명랑, 기쁨, 평화, 자연	희망, 휴식, 위안, 생명, 성장	▷		네온녹색 계열	신선함, 강조, 기쁨, 자연, 젊음, 스포츠, 시원함, 상쾌함	 pantone 802c
파란색	위엄, 숙연함, 불안, 우울	젊음, 하늘, 천국, 환상	차가움, 영국황실, 이해	▷	고명도의 RB계열	네온블루 계열	신선함, 강조, 깨끗함, 상쾌함, 젊음, 시원함, 가벼움, 스포츠	 pantone 801c

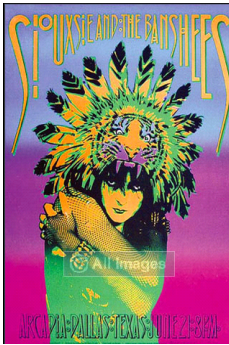
(1) 사이키델릭(Psychedelic)

1960년대 초, 새로운 색채 사용과 색채 조화의 방법을 사용하는 색채혁명이 시작되었다. 사이키델릭이란, 사이코(psycho)와 딜리셔스(delicious)를 합성한, 일종의 심적 황홀 상태를 가리키는 신조어로서, 이 상태를 연출하는 것이 사이키델릭 아트이다. 이것은 일명 LSD아트라고도 불리며 1963년 샌프란시스코에서 USCO 그룹이 실험적인 작품 활동을 하면서부터 시작되었다. LSD는 원래 정신병의 치료에 쓰이는 환각제 이름으로, USCO는 이것을 복용하지 않고 복용한 것과 같은 환각 증세를, 강렬한 빛, 음향, 색채, 진동의 동시 자극 등에 의해 연결하여 인간 의식의 확대를 시도하였다(CHARPE, D.T., 1996). 특수한 인공 환경 속에서, 사람은 통상적 이성의 작용을 초월하여, 변화무쌍한 색의 움직임

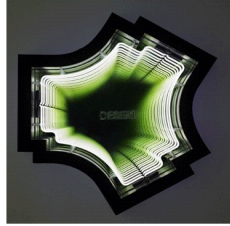
직임을 경험하게 된다. 회화에서 유래된 이러한 현상은 사진, 영화, 음악 등에까지 확대되어 유행을 일으켰다. 1960년대부터 오늘날에 이르기 까지 사이키델릭 색채는 기성 가치관이 붕괴와 더불어 반항과 저항의 반사회적인 수단으로서 색채혁명을 일으키고 동시에 색채의 고정관념을 해체하는 계기가 되었다(김연희, 2006). 사이키델릭의 예술가나 히피족들은 네온의 밝은 색이나 색다른 무늬를 신봉하며 일상적인 감각 영역을 확대시킨 시각적 환영을 표현하였다.

(2) 라이트(light)아트

라이트 아트는 움직임과 기계적 요소가 강한 키네틱 아트의 연장선상에 있으며, 빛의 물리적 성격을 이용한 조형성과 비 물리적 성격을 이용한 빛의 움직임으로 표현되고 있다. 형광등, 네



<그림 1> Victor Moscoso  
1986  
(출처: <http://www.victormoscoso.com>)



<그림 2> Iván Navarro  
2011  
(출처: <http://www.galleryhyundai.com>)



<그림 3> Staedtler 형광펜  
1990  
(출처: <http://www.staedtler.co.kr>)



<그림 4> Razer Kraken  
2014  
(출처: <http://www.razerzone.com>)



<그림 5> konstantin Grcic  
2001  
(출처: <http://www.classicon.com>)



<그림 6> Mountain Dew  
패키지디자인 2014  
(출처: <http://company.lottechilsung.co.kr>)



<그림 7> 산업용 베스트  
(출처: <http://www.bdenc.co.kr>)



<그림 8> 네온색 아웃도어  
(출처: <http://isplus.live.joins.com>)

온관 등 전기광 자체를 전시공간에 조형요소로 활용하는 라이트 아트는 레이저와 LED의 등장과 함께 거대한 크기의 환경 미술이나 홀로그래피라는 특수한 영역으로 발전하였다(Popper, F. 1997). 네온 사인에서 사용하는 조명과 형광등을 사용하는 새로운 예술 영역으로 좀 더 구체화하여 네온 아트라고 불리기도 한다. ‘네온 아트의 떠오르는 별’이란 수식어로 주목받는 Iván Navarro는 네온, 형광등, 백열등, LED 등 빛을 내는 다양한 물질로 작품의 소재를 삼는다. 칠레 군부 독재의 정치적 색채의 영향으로 사회적 비판 의식과 현실 고발 메시지를 담은 작품을 제작하였다.

## 2) 디자인

90년대부터 제품 디자인에 있어서 다양한 색에 대한 욕구와 화려한 색 기호의 증가는 꾸준히 진행되어 왔다(이나레-정경철, 2011). 90년대에 유행했던 네온색이 과장되고 촌스러웠다는 편견을 극복하고 더욱 대담하고 감각적인 디자인으로 재탄생하였다. 네온 컬러의 대중적인 상징 제품은 형광펜(그림 3)으로 볼 수 있다. 노트 필기와 중요 내용 암기를 위한 필기구로 애용되는 형광펜은 네온색의 가장 유용한 제품으로 사랑받아 왔다.

<그림 4>는 Razer Kraken의 네온시리즈 헤드폰이다. 컴퓨터와 디지털기기의 제품군에서 산

뜻한 네온 컬러계열이 인기 있는 이유는 네온 컬러가 가지는 트렌드한 색감과 신선함이 새로운 이미지를 부여하기 때문이다. 네온 컬러상의 유행은 제품자체의 기능성과 더불어 감각적인 색상과 디자인을 선호하는 소비자의 요구에 의하여 더욱 확산될 전망이다.

<그림 5>는 Classic하고 Comtemporary한 독일의 모던 가구회사인 Classicon의 소파이다. 종이를 접은 듯 한 구조적이고 심플한 디자인에 선명한 네온 오렌지의 색상으로 포인트를 디자인이다. 네온 컬러상의 소파는 실내 분위기에 생기를 부여하는 중요한 인테리어 요소로 작용한다.

<그림 6>은 글로벌 탄산음료 브랜드 '마운틴듀'가 신규패키지 '롱넥보틀(Long Neck Bottle)'을 출시하였다. 10-20대 남성을 주 고객으로 하는 마운틴듀는 패키지 디자인과 다양한 홍보마케팅이 더해져서 선풍적인 인기로 성장하고 있다. 네온 옐로의 색상은 역동적인 스포츠, 상큼함, 푹 쏘는 탄산의 이미지를 강조하여 성공적인 패키지 디자인의 예로 설명될 수 있다.

### 3) 패션

#### (1) 고가시성(High visibility) 안전용품

고가시성 안전용품이란 작업자의 위치를 쉽게 파악 할 수 있도록 고가시성(high visible) 색상을 갖는 작업복을 말한다. 네온 컬러의 활용에 있어서 가장 기능적인 특성을 지니는 것으로 거의 모든 산업분야의 작업현장에서 보호를 목적으로 착용되는 작업복의 필수 요건으로 사용되고 있다. 홍진표 외(2012)의 연구에 따르면 고가시성 산업용 작업복(그림 7)은 주간에는 선명한 색상을 띄며, 야간에는 빛나는 재귀 반사의 성능을 지닌다. 대표적인 색상은 Yellow, Red-Orange, Red, Yellow-Orange, Pink, Green, Yellow-Green 등 색상이 있다. 이러한 고가시성의 기능에 대해서 미국에서는 엄격한 기준을 제시하고 있고 Luminance Factor가 일정기준 이상이 되어야 그 기준에 부합할 수 있다. 미국을 비롯한 선진국에서는 작업복의 용도에 따른 각각의 성능규격을 정하여 이러한 규격에 적합한

제품을 제조하고, 착용하도록 엄격한 법제를 갖추고 있다.

#### (2) 기능성 제품

네온색상은 안전을 강조하는 기능성에 패션성이 추가되어 레저용, 아웃도어용, 스포츠용으로 다양하게 발전하고 있다. 급격한 발전으로 한국 패션산업의 특징적인 일면을 기록하고 있는 아웃도어 브랜드의 패션아이템은 신소재 개발 경쟁과 더불어 다양한 패션 컨셉을 시도하고 있다. 특히, 산이나 야외에서 실종의 위험을 감소시키기 위한 고가시성의 색상 요구는 네온 컬러 중심의 선명한 색채 대비로 나타나고 있다. 최근에는 진, 카뮈플라주(camouflage), 체크패턴 등의 다양한 문양과 패션 스타일을 접목시킨 패션(그림 8)을 전개하고 있다.

#### (3) 패션성 제품

패션에서 네온 컬러의 등장은 1960년대에 등장한 퓨처리즘(futurism)과 사이키델릭 예술의 영향을 받은 히피 패션으로 설명될 수 있다(고애란, 2007). 80년대엔 스포츠웨어와 스트리트 패션에 한창 쓰였는데 최근엔 좀 더 고급스럽고 세련되게 나타난다. 화려한 색상과 다양한 시각적 자극을 요구하는 경향이 증가하여 지금까지 다양한 스타일과 패션 아이템으로 발전하고 있다.

<그림 9>는 강렬한 네온 핑크와 옐로로 구성된 Swatch의 방수 시계 시리즈 제품이다. 시원하고 가벼워 보이는 반투명한 재질을 사용하여 방수의 기능성과 네온색상의 발색을 부각시켰다.

<그림 10>은 뉴발란스의 런닝화 네온 시리즈이다. 스포츠 용품에서의 네온 컬러상은 가볍고 활동적인 색채이미지로 선호되는 색상이다. 검정색과 대비되는 네온 그린의 배색은 운동화의 기능적 요소인 속도감과 가벼움을 강조한다.

<그림 11>은 네온 컬러상이 핸드백 전체나 부분, 안감, 디테일 등에 사용되어 다소 무거울 수 있는 가죽 제품에 신선한 자극을 선사하였다. 네온 컬러상이 전체로 사용되기도 하지만 감각적인 디자인 요소로 활용되어 악센트 배색





<그림 9>  
Swatch 네온시계 2014  
(출처: <http://www.swatch.kr>)



<그림 10>  
뉴발란스 네온그린 운동화 2015  
(출처: <http://www.nbkorea.com>)



<그림 11>  
Coach 네온 시리즈 2014  
(출처: <http://fashion.chosun.com>)



<그림 12>  
여성 아이돌 Sista 2012  
(출처: <http://sstv.tvreport.co.kr>)

이나 디자인 포인트로 배색되기도 한다.

<그림 12>는 네온컬러를 색상별로 코디한 여성 아이돌 그룹 Sista이다. 자극적이고 감각적인 주목성의 특성을 활용하여 TV나 영상물에 등장하는 연예인들이 선호하는 색상이기도 하다. 네온 컬러는 연예인들뿐만 아니라 대중들의 의상, 신발, 액세서리, 가방 등에 다양한 배색방법과 특성을 나타내며 확대되고 있다.

### III. 패션에 표현된 네온 컬러의 미적 특성

#### 1. 패션컬렉션에 나타난 네온 컬러의 색채분포 특성

2011 S/S ~ 2015 F/W시즌까지 밀라노, 뉴욕, 런던, 파리의 여성복 컬렉션을 통하여 현대 패션에 나타난 네온 컬러의 색상배색 경향과 표현 특성을 분석하였다. 의상에 있어서 네온 컬러가 사용된 작품을 분석 대상으로 선정하였으며, 수집된 작품 수는 405여점에 이른다. S/S 시즌에는 297점, F/W시즌에 188점이었다. 선행 연구인 김지선·염혜정(2015)의 연구에서 2011 S/S ~ 2014 F/W시즌까지 304점의 작품의 빈도를 분석한 결과, Orange, Pink, Blue, Yellow와 Yellow Green의 순으로 나타났다. 이 연구에서는 네온 컬러가 단일색과 배색으로 표현된 빈도를 구분하여 분석하며 배색으로 사용된 네온 컬러의 빈도에는 배색으로 인한 작품수가 중복되었음을

전제로 하였다. 빈도 분석 결과, 네온 컬러로만 구성된 작품이 8.2%(20점), 네온 컬러와 무채색 간의 배색이 63.1%(154점), 네온 컬러와 유채색 배색이 7.4%(18점), 네온 컬러와 무채색, 유채색 함께 배색이 19.3% (47점)으로 나타났다. 2015 S/S가 포함된 본인의 연구 분석 결과는 네온 컬러로 구성된 배색이 8.6%(35), 네온 컬러와 무채색 간의 배색이 58.3%(236점), 네온 컬러와 유채색 배색이 14.8%(60점), 네온 컬러와 무채색, 유채색 함께 배색이 18.3%(74점), 기타로 나타났다. 분석 결과의 차이는 시각적 자료들의 한정된 수집 과정과 2015년 시즌의 포함에 의한 것으로 추측할 수 있다.

분석 대상으로 선정된 컬렉션 작품 중에서 네온 컬러가 단일 색상으로 사용된 경우와 배색으로 사용된 경우로 구분하여 패션의 특성을 살펴 보았다. 네온 컬러가 단일 색상으로 사용된 경우는 단일한 네온 컬러가 전체에 사용된 경우와 동일 색상이지만 소재가 다르게 사용된 경우로 구분하였으며 배색으로 사용된 경우는 배색의 구성 요소인 기초색, 주조색, 강조색의 관계에서 색상, 명도, 채도를 활용한 유사색상 배색, 세퍼레이션(Seperation) 배색, 도미넌트 배색, 멀티컬러 배색, 악센트 배색 등으로 구분하였다.

#### 1) 단색(Single color)

<그림 13>, <그림 14>와 같이 단일색으로 나타난 경우, 네온 컬러의 강렬한 주목성에 의해 심플한 의상 실루엣과 디테일로 구성되었다. <그림 13>은 보온, 보냉 등의 기능성을 지닌 잠수복 소재에서 유래한 네오프렌 소재로 구성되

었으며 본딩처리된 소재 특성에 의해 구조적 실루엣과 심플한 디테일로 구성되었다. 색상과 형태를 기본 구성요소로 하는 디자인에서 강조하고자 하는 한 분야를 부각시키기 위한 방법으로 보편적으로 사용되고 있는 조형 방법 중에 하나라고 볼 수 있다. 그 예로 디자인이 섬세하거나 특징적인 디테일을 강조하고자 하는 아방가르드한 의상의 경우에는 컬렉션 전체 의상의 컬러를 화이트나 블랙 등의 무채색 계열로 전개하는 경우가 많다. <그림 13>은 색채를 강조하는 경우로 해석될 수 있으며 인공적인 네오프렌의 소재 특성을 강조하는 컬렉션의 stage 구성 또한 네온 핑크, 네온 옐로, 네온 그린이나 블루 등의 색채 구성을 중심으로 전개한 경우가 많았다.

<그림 14>는 엘레강스하고 우아한 러플 디테일의 롱 드레스이다. 보편적인 드레스 디자인에 네온 컬러로 시선을 집중시킨 작품이며 2013년 S/S Gucci는 네온 컬러의 대표적인 선호 색상이기도 한 네온 핑크, 네온 블루, 네온 그린, 네온 옐로의 컬러 주제로 컬렉션을 구성하였다. 우아하고 엘레강스한 러플 디테일이 강조된 디자인에 네온 컬러의 독특한 색채를 강조하였다. 스포티나 구조적인 모던 이미지의 의상에서 나타나던 네온 컬러의 이미지와는 차별되는 시도로 우아함의 성역이라고 할 수 있는 이브닝 드레스에 네온 컬러를 사용하여 새로운 색채 이미지의 표현으로 볼 수 있다. <그림 15>와 <그림 16>은 다른 소재를 사용하여 단일한 색으로 구성한 작품이다. <그림 15>는 단일한 색 구성의 단조로움을 피하기 위하여 네온 핑크와 유사한 색상 계열인 네온 오렌지가 혼합된 소재 패턴을 사용하였다. 색의 차이는 미묘하며 동일색상에 유사색조로 이루어진 까마외(Camaieu) 배색방법을 활용하였다. <그림 16>은 니트 소재와 이질적인 에나멜 소재를 배합하여 네온 핑크의 단일 색상으로 구성하였다. 빛을 발산하는 시각적 특성을 지닌 네온 컬러와 코팅에 의해 직접적으로 빛을 반사하는 에나멜 소재의 조합으로 더욱 강렬한 색채 특성을 나타내는 의상으로 표현하였다.

## 2) 배색(Colors arrangements)

배색은 한 가지 색으로 얻을 수 없는 효과를

얻기 위하여 두 가지 이상의 색을 서로 어울리게 사용하는 것을 말한다(문영애, 2009). 배색의 색채조화는 색들이 상호관련을 맺으면서 새로운 미적 관계를 형성하는 것을 의미한다. 배색으로 사용된 경우는 배색의 구성 요소인 기초색, 주조색, 강조색의 관계에서 색상, 명도, 채도를 활용한 배색, 세퍼레이션 배색, 도미넌트(Dominant) 배색, 멀티컬러 배색, 악센트 배색 등으로 구분하였다. <그림 17>은 네온 컬러로만 배색되었으며 <그림 18>은 앞서서 진행한 네온 컬러의 빈도 분석결과에서 가장 높은 빈도로 나타난 무채색과 배색된 것이다. 검정 외에도 회색, 흰색 등 저채도, 저명도 혹은 고명도의 무채색 계열과 배색된 작품수가 많았으며 이것은 네온 컬러상의 선명한 발색 특성을 조화롭게 강조할 수 있는 배색 효과를 표현하기 위한 것으로 해석할 수 있다. <그림 19>는 네온 컬러와 선명한 유채색 배색시에 검정 색상의 경계를 형성한 작품이다. 선명한 색상들의 혼합되면서 어지러워 질 수 있는 색채 조화를 무채색을 활용하여 색채간 질서와 균형을 부여한 배색 방법이다. 선명한 색상들이 무절제하게 사용됨으로 인한 색채조화의 무질서를 극복할 수 있는 방법으로 활용되었다. <그림 20>은 무채색 계열과 유채색 계열의 배색에서 네온 옐로가 다른 색상들과 거의 같은 면적을 차지하며 구성된 작품이다. 지루할 수 있는 배색에서 선명한 네온 옐로가 전체적인 의상에 생동감을 부여하는 악센트 컬러로 나타났다. <그림 21>과 <그림 22>은 유사한 색상에서 명도와 채도를 활용한 배색 방법으로 구성되었으며 색상적인 이질감 없이 네온 컬러의 주목성을 조화롭게 활용하였다. <그림 23>은 색들을 분리시키는 효과를 주는 세퍼레이션 배색으로 고채도, 고명도의 선명한 네온 컬러상과 검정색을 구성하여 지나친 대비의 부담감을 감소시키고 명쾌함을 표현하였다. <그림 24>는 하나의 배색 패턴을 반복하여 통일감을 느낄 수 있는 도미넌트 배색이다. 화이트와 네온 옐로의 사각형 패턴이 반복되어 통일감을 형성하고 배색에 질서를 부여하였다. 네온 옐로의 선명함이 화이트와 배색되어 강렬한 대비 효과를 연출한다. 네온 옐로는 자체적으로 빛을 발산하는 시각적 착시 효과를 연출하며 화이트에 반사되어

더욱 강렬한 주목성을 나타낸다. <그림 25>는 멀티칼라 배색으로 다양한 색상들이 블랙과 그레이의 무채색과 배색되어 새로운 색감과 패턴을 형성하였다. 그래픽컬(Graphical) 패턴과 만나 화려한 색감을 연출하였다. <그림 26>은 화이트를 기초색으로 블루를 주조색으로 네온 오렌지를 악센트 컬러로 구성하였다. 악센트 배색은 반대색을 소량 덧붙임으로써 전체 상태를 돋보이게 하는 배색기법이다. 대조적인 색상이나 톤을 사용하며 기초색과 강조색의 면적비는 약 7:8, 8:2, 9:1 등의 일반적인 규칙이 있으나 네온컬러의 경우는 선명한 색상 특성에 의해 차지하는 면적과 관계없이 강조색의 역할을 한다. 네온 오렌지의 강렬한 색상 대비로 인해 강조색과 장식 효과로 강조된다.

## 2. 패션에 표현된 네온 컬러의 내적 의미

### 1) 강조성

색채에 있어서 강조는 네온색의 가장 두드러진 특성이다. 노트 필기나 독서할 때 중요한 부분은 형광펜으로 표시한다. 스포츠용품과 산업용품에서 안전을 위한 강조를 목적으로 고가시성 색을 사용하는 예와 같이, 강조는 네온색이 가지는 가장 기본 되는 특성으로 파악될 수 있다. 컬렉션에 발표된 작품을 중심으로 네온 컬러의 표현 특성을 분석하는 관점에서의 네온 컬러의 강조성은 색채의 자율성을 인정하는 것과 밀접한 관계가 있다.

패션 디자인에 있어서 강조는 색채, 재질, 디자인 구성이나 디테일 선을 통하여 효과적으로 이루어진다. 그 가운데 네온 컬러는 색채 자체의 특이성과 강렬함으로 인해 강조점을 형성한다. 색채 대비시 면적이나 형태에 의해 강조 효과를 조절할 수 있다. 디자인에 표현된 선을 강조하거나 대비되는 색채를 활용하는 방법들이 사용되고 있다. 혹은 바인딩(Binding)기법이나 브레이드(Braid) 등의 트리밍을 활용하여 강조점을 나타낼 수 있다. 네온 컬러의 경우는 일반적인 색채 조화에서 악센트 컬러의 역할을 하는 강조와는 구별되는 특성을 지닌다. 강조의 정도를 결정짓는 면적의 크기, 강조점의 위치는 별

로 구애받지 않으며 강렬한 색채적 특성에 의해 가장 먼저 눈에 띄는 독보적 주목성을 가진다. 시각적 주목성은 의상의 인식과정을 재편성하는 역할을 한다. 더 큰 면적을 차지하는 디테일이나 면을 먼저 인식하게 되는 일반적인 질서를 깨고, 색채적 특성에 의해 인식 순서가 절대적으로 우선시되는 경향이 있다.

강조의 표현 방법은 색채 자체가 강렬한 색감과 선명도로 주목 받는 것은 기본이며, 이중으로 겹친 소재에서 배경색 역할을 하여 대비되는 소재의 문양을 강조하는 방법(그림 28), 바인딩이나 악센트 배색의 방법으로 강렬한 시선을 유도하는 방법(그림 29), 보이는 면적은 작으나 시각적으로 악센트 역할을 하는 네온 컬러를 이너웨어로 착용하는 방법(그림 30), 회화적 기법으로 의상에 직접적으로 장식하는 방법(그림 31), 노트 필기에서 중요 부분을 형광펜으로 강조하여 표기하는 방법과 유사하게 네온 컬러로 강조하고자 하는 부분을 환기시키는 방법(그림 32) 등으로 나타난다.

### 2) 환영(幻影)성

색채는 대상으로부터 완전히 해방된 조형언어의 자율적인 가치를 지닌다. 색은 순수 추상회화의 발전을 계기로 시각적 환영(2009, 김규명)을 나타내는 중요한 수단으로 인정받고 있다. 1960년 초, 사이키델릭(Psychedelic)아트의 색채혁명이 시작되었다. 일시적이고 강렬한 환각적 도취상태 또는 감각체험을 말하며, 이 심적 상황을 재현한 그림이나 패션, 음악 등이 유행하게 되었다. 패션에 표현된 사이키델릭한 표현이란 선명한 색채와 복잡한 패턴을 지닌 무정형 식물 패턴을 말한다. 패션에서의 환영성은 일상적인 감각영역을 확대시킨 색다른 무늬와 형광성이 강렬한 색감을 사용하는 스타일로 표현되었다(이나레, 2012). 네온 컬러의 시각적 발광 효과, 홀로그램 소재에서 발산되는 스펙트럼과 같은 색의 환영, 디지털 환상 공간속에 나타나는 형광색들이 패션 디자인 요소로 활용되어 환상적이고 환영적인 시각 효과를 연출한다. 이러한 환영성은 감상자가 체험하게 되는 지각 반응적 상호작용성(권정숙, 2005)을 유발하여 역동적

인 시각 특성으로 해석될 수도 있다.

옵아트(Opt Art)는 기하학적 형태나 색채의 장력(張力)을 이용하여 시각적 착각을 다룬 추상미술을 의미하는 것으로 옵티컬(Optical)에서 유래되었다. 옵티컬이란 시각의 전단계로 시각의 원인 혹은 재료가 되는 표상이 눈의 망막을 자극할 때 일어나는 객관적인 시각반응을 의미한다. 옵아트는 움직이는 시각적 착시효과를 창조하기 위해 정밀하고 간결한 기하학적 무늬와 색상을 사용하여 회화, 직물, 실내장식 디자인에 다양하게 이용된다. 네온 컬러가 사용된 패션에서는 직물의 문양이나 구성선에 사용된 네온 컬러상의 대비나 선명함에 의해 강렬한 시각적 착시 효과가 표현된다. <그림 33>은 옵아트(Opt Art)의 리드미컬한 곡선들이 시각의 흐름을 유도하고 있는 작품이다. 검정과 네온 오렌지의 강렬한 대비로 인해 곡선의 유동적 흐름이 빨라지고 색채 대비에 의해 검정색 보다 들떠 있는 네온 오렌지는 시각적 흥분을 유발시킨다. <그림 34>, <그림 35>는 복잡하고 오묘한 사이키델릭한 패턴으로 구성되었다. 일반적인 색채와 네온 컬러 배색의 차이점은 네온 컬러상이 가지는 특유의 흥분과 시각적 경량감에 의해 2차원적인 색채 조합에서 차원이 분리된 시각적 착시를 유발한다는 점이다. <그림 36>은 디지털 공간이나 사이버 공간에서 사용하는 환상적인 색채를 사용하여 오묘한 시각적 착시를 유발하며 미래지향적 이미지로 나타났다.

### 3) 유희성

유희성은 우연적인 효과에 의한 의외적인 상황의 연출이나 습득되어진 일상적인 규칙을 깨뜨리는 행위, 시각적 흥분이나 자극을 통한 스타일의 환기 등으로 나타난다. 네온 컬러는 자연에서 추출된 것이 아니라 인공적으로 만들어진 컬러이며 자연을 대표하는 이미지와 가장 상반되는 컬러이다. 고채도, 고명도이며 색상 자체가 빛을 발하는 네온 컬러 고유의 특성은 색채 이미지의 경량화, 생동감과 속도감에 의한 시각적 흥분, 자연과는 상반되는 인공미의 강조 등으로 나타난다. 앞서 네온 컬러의 배색 특성으로 언급된 <그림 14>는 색채를 제외하면 지극히

보편적인 엘레강스 이미지의 드레스이다. 이브닝 드레스에서 주로 선호하는 일반적인 색상인 검정이나 유채색으로 구성되었다면 특성 없는 평범한 의상으로 인식될 수 있는 드레스이다. 하지만 다소 강렬하고 스포티하며 엘레강스한 이미지와는 다소 생소함이 느껴지는 과감한 네온 컬러의 사용으로 인해, 기존의 이미지가 새롭게 인식되는 시각적 유희성을 경험할 수 있다. 평범한 엘레강스 이미지를 조금 다른 느낌으로, 그렇다고 해서 스포티 엘레강스는 아닌 가볍고 신선한 이미지로 환기시키는 흥미로운 인식 전환의 과정을 요구한다. 이러한 특성은 패션 이미지의 환기로 다양하게 표현된다. 마치 어둡고 무거운 분위기에 반짝이는 조명을 달아 전체적인 분위기에 생기를 불어넣는 것과 유사한 표현 방법으로 나타나기도 한다. <그림 37>은 전체 색상이 블랙으로 구성되어 다소 무겁고 어두운 이미지를 연출하지만 옆면에 삽입된 네온색 포인트가 전체적인 스타일을 한층 가볍고 생동감 있게 전환시키는 역할을 한다. <그림 38>은 블랙과 레드로 구성된 셔츠 이너웨어와 블랙과 네온 그린 배색의 재킷과 바지로 갖추어진 슈트 차림에 과감한 네온 그린의 스커트를 덧입은 오버 코디의 의상이다. 바지 정장 위에 스커트를 덧입은 것은 일반적인 패션 스타일링에 벗어난 방식이며 대비가 강한 색상 조합들은 복잡하고 난해한 배색이다. 익숙하지 않은 의상 착장방식에 의한 의외의 흥미 유발과 아이러니한 색채 조화는 패션의 유희적인 조형미로 해석될 수 있다. <그림 39>는 일반적인 유채색과 네온색의 색채특성이 대조적으로 나타나는 작품의 특성을 지닌다. 전체적으로 소재와 직물 문양으로 구성되었으며 채도와 명도를 조절하여 유사한 색상 내에서 네온 컬러와 일반 색으로 구분되는 배색을 시도하였다. 한 벌의 의상에서 소매 부분만 조명을 받고 몸통 부분은 그늘에 가려 어두운 것과 같은 빛 활용 효과를 표현하였다. <그림 40>은 검정색 상의에 브랜드 네임을 네온 컬러로 장식하였다. 강렬한 색채 대비에 의해 네온 컬러상의 로고가 마치 네온 사인의 간판과 유사한 인식을 하도록 시각적 자극을 유도한다. <그림 41>, <그림 42>는 뱀악어 가죽의 모방 한계를 넘어서 인공미의 당당한 차용을

표현하였다. 값비싼 천연 가죽을 모방하여 만든 인조 가죽의 다소 비굴한 위조가 아닌, 자연의 색으로는 표현하기가 힘든 네온색을 사용하여 새로운 조형미로 해석된 인공미를 표현하였다. <그림41>은 원피스의 패턴은 악어가죽의 문양

을 확대하여 표현하였고 네온색의 에나멜 소재를 사용하여 이색적인 조화를 연출하였다. <그림 42>는 고급 모피의 아우라를 벗어나 자극적이나 인공적 특성이 강한 모피 모티브를 강조하였다.



<그림 13> 2014 F/W  
Marni



<그림 14> 2013 S/S Gucci



<그림 15> 2012 F/W  
McQueen



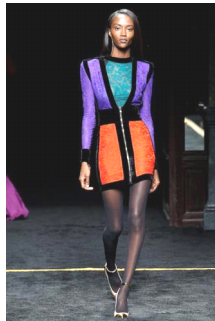
<그림16> 2011 S/S  
maison martin margiela



<그림 17> 2012 F/W  
Comme des Garçons



<그림 18> 2011 F/W  
Balenciaga



<그림 19> 2015 F/W  
Balmain



<그림 20> 2013 S/S  
Christian Dior



<그림 21> 2013 S/S Fendi



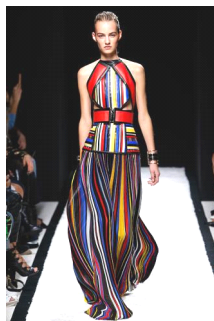
<그림 22> 2014 F/W  
Jonathan Saunders



<그림 23> 2013 F/W  
Christian Dior



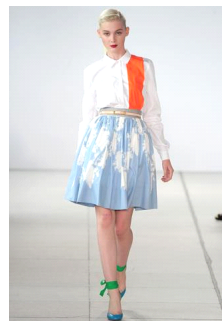
<그림 24> 2013 S/S  
Louis Vuitton



<그림 25> 2015 S/S  
Balmain



<그림 26> 2014 F/W  
Chanel

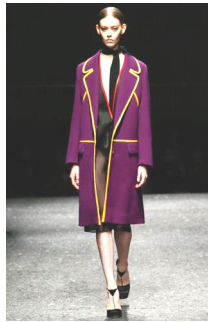


<그림 27> 2011 S/S  
Jonathan Saunders

(출처: www.style.com, www.fashionnetkorea.com)



<그림 28> 2014 S/S  
Jean paul gaultier



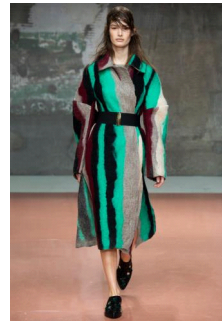
<그림 29> 2014 F/W  
Prada



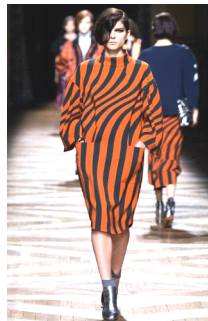
<그림 30> 2014 F/W  
Christian dior



<그림 31> 2013 F/W  
Maison martin margiela



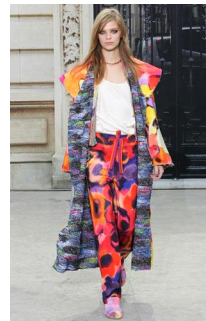
<그림 32> 2014 F/W  
Marni



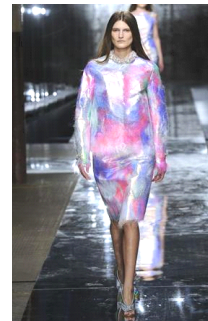
<그림 33> 2014 F/W  
Dries Van Noten



<그림 34>2011 S/S  
Christopher Kane



<그림 35>2015 S/S  
Chanel



<그림 36>2014 S/S  
Christopher Kane



<그림 37>2014 F/W Marni



<그림 38> 2014 F/W  
Kenzo



<그림 39> 2015S/S  
Emanuel Ungaro



<그림 40> 2015 F/W  
Versace



<그림 41> 2015 F/W  
Miumiu



<그림 42> 2012 F/W  
Jean Paul Gaultier

(출처: [www.style.com](http://www.style.com), [www.fashionnetkorea.com](http://www.fashionnetkorea.com))

## V. 결론

본 연구는 현대 패션에 표현된 네온 컬러에 대한 연구는 감성디자인의 중요한 요소가 되는 색채의 중요성을 인지하고 심리적·사회적 배경

에 의해 반응하는 색채 유행 현상으로 인식하는 이론적 기틀을 정립하는데 의의가 있다.

연구 대상은 네온 컬러가 패션에 유행색으로 본격적으로 등장하기 시작한 최근 5년간의 해외 주요 컬렉션을 선정하였다. 네온 컬러에 대한

개념과 색채적 특성을 고찰하여 다양한 영역에서 나타난 네온 컬러의 활용 사례를 조사하였다. 컬렉션에 나타난 네온 컬러의 유형과 빈도 분석을 실시하였고 그 결과를 바탕으로 네온 컬러의 배색 특성 및 패션에서 표현된 내적 의미를 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 빈도 분석 결과, 네온 컬러로 구성된 배색이 8.6%(35), 네온 컬러와 무채색 간의 배색이 58.3%(236점), 네온 컬러와 유채색 배색이 14.8%(60점), 네온 컬러와 무채색, 유채색 함께 배색이 18.3%(74점), 기타로 나타났다. 네온 컬러가 단일 색상으로 사용된 경우는 단일한 네온 컬러가 전체에 사용된 경우와 동일 색상이지만 소재가 다르게 사용된 경우로 구분하였으며 배색으로 사용된 경우는 유사색상 배색, 세퍼레이션 배색, 도미넌트 배색, 멀티컬러 배색, 악센트 배색 등으로 구분되었다.

둘째, 패션에 표현된 네온 컬러의 내적 의미는 강조성, 환영성, 유희성으로 해석될 수 있었다. 첫째, 네온 컬러는 색채 자체의 특이성과 강렬함으로 인해 강조점을 형성한다. 네온 컬러의 경우는 일반적인 색채 조화에서 악센트 컬러의 역할을 하는 강조와는 구별되는 특성을 지니며 주목성을 가진다. 시각적 주목성은 의상의 인식 과정을 재조율하는 역할을 한다. 더 큰 면적을 차지하는 디테일이나 컨셉을 먼저 인식하는 것이 아니라 색채적 특성에 의해 인식의 과정이 절대적으로 우선시되는 경향이 있다.

둘째, 환영성은 네온 컬러의 시각적 발광 효과, 홀로그램 소재에서 발산되는 스펙트럼과 같은 색의 환영으로 설명될 수 있다. 디지털 환상 공간 속에 나타나는 네온색들이 패션 디자인에 활용되어 환상적이고 환영적인 시각 효과를 연출한다.

유희성은 우연적인 효과에 의한 의외적인 상황의 연출이나 습득되어진 일상적인 규칙을 깨뜨리는 행위, 시각적 흥분이나 자극을 통한 작품 전체의 분위기를 전환, 패션 이미지와 스타일의 환기 등으로 나타난다.

실제 작품이 아니라 컬렉션 사진 자료에 의존하는 방식으로 연구를 진행하여 색채의 직접적 측색이 불가능하였으며 연구자의 주관적 시각에 의해 색채를 분류하는 과정을 진행하면서,

총체적이고 객관적인 자료 수집에 대한 아쉬움이 많았다.

네온 컬러의 유행 경향과 패션에 표현된 색채 특성과 미적 의미를 해석하여 다양한 색채 표현과 패션 이미지 확장의 미적 가치를 제고하고자 한다. 차후 연구에서는 네온 컬러를 활용한 배색 이미지와 패션 스타일을 규명하여 제시함으로써 패션 디자인의 표현 영역 확장과 다양한 조형미 해석의 기회로 활용하고자 한다.

## 참고문헌

- 고애란. (2007). *서양의 복식문화와 역사*. 서울: 교문사.
- 국립국어원. *표준국어대사전*. (2015.02.11 검색). <http://stdweb2.korean.go.kr>
- 권영걸. (2006). *색채와 디자인 비즈니스*. 서울: 도서출판 국제.
- 권정숙. (2005). 복식 디자인에 나타난 상호 작용성의 표현 경향. *한국의상디자인학회지*, 7(3), 1-6.
- 권혜숙. (2010). 여성복 컬렉션에 나타난 대조색상 코디네이션-파리, 밀란, 뉴욕, 런던 컬렉션 중심으로-. *한국의상디자인학회지*, 12(1), 117-130.
- 김규명. (2009). *팝 아티스트의 색채표현 기법 연구*. 강원대학교 대학원 석사학위논문.
- 김연희. (2006). *현대 패션에 나타난 사이키델릭 아트*. 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김지선, 엄혜정. (2015). 네온 컬러 패션에 나타난 배색 특성과 이미지. *패션비즈니스학회지*, 19(1), 122-131.
- 문영애. (2009). 패션 디자인에서 색채 비례에 의한 배색 연구. *한국의상디자인학회지*, 11(2), 1-10.
- 문은배. (2005). *색채의 이해와 활용*. 서울: 안그라픽스.
- 백현주. (2015). *형광색으로 인지되는 색채와 재질의 시각적 무게감에 관한 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 유한나, 김진숙, 박경진. (2010). *색채와 디자인*. 서울: 백산출판사.

- 이나레. (2012). *네온컬러를 활용한 색채교육 연구*.  
한남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이나레, 정경철. (2011). 네온컬러를 활용한 시각문  
화미술교육. *한국콘텐츠학회논문지*, 11(2), 303-311.
- 조동제, 김주야, 신소영. (2001). *색의 이론과 실제*.  
서울: 학문사.
- 채수명. (2002). *색채심리 마케팅*. 서울: 도서출판  
국제.
- 최운영. (2009). *색채심리학적 접근을 통한 배색교  
육에 관한 연구*. 국민대학교 대학원 석사학위  
논문.
- 최정연, 김영인. (2013). 형광 색 특성 연구. *디자  
인융복합연구*, 12(3), 31-46.
- 한국기술표준원. 물체색과 광원색의 이름. 자료검  
색일 2014.10.08 자료 출처: <http://www.kats.go.kr>.
- 한정화, 오명하, 김형기. (2010). 라이트아트 조  
형 언어에 관한 연구. *기초조형학연구*, 11(2),  
339-348.
- 홍진표, 윤석한, 안훈주. (2012). *재생PET소재에 대  
한 HI-Vis. 염색가공기술 적용*. 한국염색가공학  
회 학술대회발표자료. 120-121.
- Popper, F. (1999). *전자시대의 예술*(박숙영 역). 서  
울: 예경 (원저 1997 출판)
- SHARPE, D.T. (1996). *색채심리와 디자인*(임만택  
역). 서울: 태림출판사 (원저 1974 출판)
- “Who Made Those Colors?”(2011.04.25) 자료 검색  
일 2014.03.20, 자료출처: <http://6thfloor.blogs.nytimes.com>  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Neon\\_color\\_spreading](http://en.wikipedia.org/wiki/Neon_color_spreading)  
<http://www.style.com>  
<http://www.fashionnetkorea.com>