

현대패션에 나타난 레드의상의 미적특성에 관한 연구

The Aesthetic Characteristics of a Red Costumes in Contemporary Fashion

순천대학교 패션디자인전공
조교수 김 선 영

Department of Fashion Design, Suncheon National University

Assistant Professor : Sun Young Kim

◀ 목 차 ▶

- | | |
|---------------------------|--------|
| I. 서론 | IV. 결론 |
| II. 레드에 관한 일반적인 고찰 | 참고문헌 |
| III. 현대패션에 나타난 레드의상의 미적특성 | |

<Abstract>

This study examines the unique characteristics of the color red in relation to images used in areas other than fashion, such as the film or advertising industries. Based on analysed results, the aim was to identify red-colored costume's images expressed in contemporary fashion. Analysis of collected data has lead to four main findings. First, the fashion in which the red color is used delivers a voluptuous image when combined with a skinny silhouette or glossy and transparent dress material, arousing a strong sexual desire in a direct or indirect manner when exposing the body in public. Second, the fashion emphasizes a simplified appearance by minimizing the steps of the production process such as cutting, sewing, and decoration without artificial structural lines and creates an image of simplicity through a single red color or tone-in-tone colorations. Third, the red color, which carries a simultaneous negative and pleasure image represents grotesque playfulness by distorting or exaggerating clothes, transforming the body in disregard of clothing construction, or introducing unnatural makeup. Fourth, in combination of simple and clinging shapes, a material feeling tough like leather and an intensely noticeable red tone, promotes the feminine rather than masculine quality in a splendid, aggressive sporty and active "alpha girl" image.

주제어(Key Words) : 레드(Red), 관능성(Sensualism), 단순성(Simplicity), 유희성(Pleasure), 활동성(Activity)

I. 서론

색채는 사람의 시선을 끌고 아름다움을 제공하며 보다 쉽게 정보를 전달하거나 감정의 공감대를 형성시키는데, 이는 색의 연상과 상징으로부터 생기는 감정적 효과 즉 이미지가 대상의 속성을 결정하는 중요한 수단으로 작용하기 때문이다. 특히 이미지와 비주얼로 표현되는 현대사회에 있어 색이 가진 무한한 가능성을 이끌어 내고자 하는 노력은 의·식·주뿐만 아니라 예술, 문학, 정치, 색채치료 등 다양한 분야에서 활발한 전개가 이루어지고 있다.

의복에서 색채는 복식의 조형성을 평가하는 중요한 요소 중의 하나로 형태, 소재, 패턴 등 다른 디자인 요소에 비해 시각적인 전달메시지가 강해서 의복이미지를 결정하거나 자신의 개성을 표현하는 중요 수단으로 작용한다. 지금까지의 색채에 대한 선행연구(이경희, 1991; 곽혜선, 금기숙, 1998; 문혜정, 김민자, 1998; 김일분, 유태순, 1999; 김수연, 2005)를 살펴보면 단색을 중심으로 색 자체의 연상이나 상징적 의미를 도출하고자 하는 연구와 선호색에 대한 연구, 의복이미지와 디자인 요소간의 관계연구가 주를 이루고 있으며, 색상과 관련한 미적특성이나 이미지에 관한 연구는 주로 흰색이나 블랙 등 무채색 위주의 연구가 이루어져 강한 열정과 주목성을 갖는 레드에 관한 연구는 미흡한 실정이다.

레드는 색채 중에서도 긍정과 부정의 양면성을 동시에 공유하는 강한 이미지를 갖으며, 특히 우리나라의 경우 2002년 월드컵 당시 붉은 악마를 통해 승리를 기원하는 국민들의 염원을 상징하는 색으로 인식되어 긍정적인 레드의 이미지를 각인시키는 계기가 되기도 했다. 일반적으로 레드는 열정적, 활동적 이미지로 스포츠웨어나 캐주얼웨어, 리조트웨어에 주로 사용되었으나, 오늘날 현대패션의 경향이 다양한 경향들이 혼재되어 나타나고 자유로운 감성의 장으로 표현됨에 따라 레드로 표현된 의상 역시 고정적인 관념에서 탈피하여 디자인이나 소재, 장식에 따라 다양한 이미지를 표현하고 있다.

따라서 본 연구는 레드라는 색채가 지니는 독특한 특성과 이미지, 그리고 영화나 마케팅 등 패션외의 타 영역에서 활용된 레드의 이미지 고찰을 기초로 하여 현대패션에 표현된 레드의의상의 미적특성을 알아보고자 하였다. 이를 통해 최근 패션은 물론 사회 전반에 걸친 색에 대한 중요성을 인식할 때 색에 대한 인식의 변화를 유도할 수 있고, 색을 이용한 다양한 패션이미지 전개와 효과적인 색채계획으로 보다 독창적인 디자인 전개를 할 수 있도록 하는데 그 목적을 두었다. 연구방법은 색채관련 국내외 서적 및 선행연구를 중심으로 문헌고찰 하였고, 레드의의상을 실증적으로 분석하기 위해 국내외 패션 잡지와 컬렉션 지 등을 참고로 하였다. 연구 시기

는 현대패션의 경향이 다원화되고 특정 스타일보다는 개인의 취향이나 개성이 대두되고 있다는 점에서 그리고 새로운 세기의 시작인 2000년 이후로 한정하였다.

II. 레드에 관한 일반적인 고찰

1. 색과 이미지

색(色)이라는 한자어는 불교에서 우리 인간의 모든 존재를 다섯 가지의 영역 즉 색(色), 수(受), 상(想), 행(行), 식(識)이라는 5온 가운데서 인간의 육신을 포함하여 형태가 있는 물질적 존재를 통틀어 부르는 색온을 가리키는 말에서 비롯된다. 이중에서도 특히 눈이라는 감각기관을 통해서 확인되어지는 물질세계를 일컫는 것이 일반적인 의미에서의 색이며, 이에 반해 색채는 물리적 현상으로서의 색이 감각기관인 눈을 통해서 지각되어졌거나 그와 같은 지각현상과 마찬가지로의 경험효과를 가리키는 현상이다. 따라서 색채는 물리적, 생리적, 심리적으로 주어진 것에 의해서 성립하는 시감각의 일종이다(박은주, 1989, p. 10).

색은 기본적인 인간의 욕구를 충족시키는데 도움을 주고 삶을 영위하기 위해 필요한 모든 사물들을 설명할 수 있으며, 시각, 후각, 미각, 청각, 촉각을 자극하고 상호소통이 될 수 있도록 해주는 기호이다. 또한 추상적인 개념과 사고들을 상징화하고, 환각과 분위기를 창조하고, 외양을 강조하거나 위장할 수 있고, 자기 이미지를 표현할 수 있는 미적인 반응을 만들어낸다. 따라서 색채의 사용과 배열은 아름다움과 조화를 창조할 수 있게 하고 우리 개인의 취향과 개성을 표현할 수 있도록 해주는 가장 즉각적인 반응체이다(박민여, 장안화, 2005, p. 18).

고대에서 색은 성직자의 영역을 끌어 올리는데 절대적인 역할을 했는데 고대인들은 태양과 빛에 관련된 색들을 숭배했고 색에 신비스러운 힘이 있다고 생각했으며, 르네상스시대 인간은 마음속에 상징, 신비, 마법을 지니고 있어서 색을 가지고 행하는 일은 신비주의자나 철학자, 성직자들의 지시를 받았으며 자신의 자유로운 생각을 통해서 색을 사용할 수 없었다. 과학적으로 색은 화학, 물리학, 심리학 등 서로 다른 견해로 해석해 볼 수 있는데 체험기준에 따라서 물리학자는 색을 빛이라고 정의하고, 화가는 물감, 생리학자는 눈 속에 있다고 하는 반면 심리학자는 마음에 있다고 이해하게 된다(김희정, 1997).

또한 색에 대한 감성은 국가와 민족, 개개인의 경험과 소속된 집단에 따라 차이가 있으며 하나의 색이 보내는 연상 이미지는 흔히 생각하는 것 이상으로 다양하다(오수연, 2004, p. 3). 한 시대, 한 사회의 색채는 동시대의 시대정신

과 사회사상의 반영으로 한 문화권에서 공유되는 색채유형은 기후와 풍토 등의 자연적 요인, 그리고 사상과 관습, 제도와 법규 등 한 시대와 사회의 총체적 요인들의 상호작용에 의해 형성되는 문화적 산물이다(유명환, 배윤선, 2007, p. 181). 특히 의복에 있어서의 색채는 개인의 인상과 기호 및 성격뿐 아니라 미적 감각을 나타내는 중요한 요인으로 작용하며, 색채의 선호경향은 연령, 성별, 체형, 생활환경, 직업, 유행에 따라 차이가 있으며 여러 형태의 감정적인 요인에 의해 영향을 받는다(박혜원, 이미숙, 엄혜정, 최경희, 박수진, 2006, p. 25).

괴테(Goethe)가 "색채를 과학적으로 관리하지 않는 것은 어린아이가 악보 없이 악기를 연주하는 것과 마찬가지이다."라며 색상의 중요성을 일깨운 것처럼 색채는 이제 단순한 의미가 아닌 산업사회 모든 제품의 경쟁력 그 자체이며 문화로 작용한다(오수연, 2004, p. 92). 색은 별도의 언어가 없어도 일반적으로 이해할 수 있는 감각언어이자 보편적인 연상으로서의 상징이며, 사회적 규범으로서의 시각언어로 받아들여지는 것으로(장원경, 1998), 모든 사람이 일반적으로 지각하고 활용하는 색의 보편성과 다양성뿐 아니라 긍정적, 부정적 이미지를 조화롭게 활용하는 것이 무엇보다 중요하다고 할 수 있다.

2. 레드의 정의와 상징성

빨강이란 유채색의 기본색 이름 중 하나로 삼원색 중 하나이며 영어로는 Red, 약호로는 R로 규정한다. 어원은 산스크리트어의 Rudhira와 앵글로 색슨의 Read에서 유래되었으며 모두 Red의 의미이다. 레드는 따뜻한 느낌을 준다고 해서 난색계의 색으로 취급되며 같은 위치에 있을 때 파랑에 비하여 조금 앞쪽에 있는 것처럼 보이기 때문에 전진색이라고도 한다(김영자, 1992, p. 106). 또 시각적으로 가장 강한 힘을 가지고 있는 레드는 가시광선 중에서도 가장 긴 파장인 6200~7000Å을 가지고 있어 어린아이나 빛에 오랫동안 노출되지 않은 사람이 가장 먼저 인식하게 되는 색이라고 할 수 있다(고을한, 김동욱, 1994, p. 53).

색채지각을 일으키는 자극요소인 색은 다른 어떤 조형요소보다 직접적이며 예민한 요소로 즉각적인 정서적 반응을 일으킨다. 특히 레드는 모든 색채 중에서 가장 높은 채도를 가지는 색으로 자극의 정도가 크고 적극적이며 색상이 가지는 선명도 때문에 선호도 또한 높다. 괴테가 레드를 '색의 여왕'이 아니라 '색의 왕' (오수연, 2004, p. 47)이라고 표현한 바와 같이 열정과 사랑, 생명, 활동, 용기, 투쟁, 위험 등 많은 상징적 의미를 내포하고 있으며, 식욕을 증진시키거나 활력을 불어 넣고 화합을 도모하는 등의 긍정적인 의미와 부정적인 이미지를 공유하여 다소 모호한 상징성을 나타내기도 한

다. 과거에 레드는 피의 색, 더러운 색으로 금기시 되었고 붉은 옷은 죄수의 옷으로 입혀지기도 했으며 사람을 저주하는 데도 사용된 주술적인 색으로(김희정, 1997), 공포심과 무절제한 열정 및 지나친 분노를 불러일으키는 색상으로 인식되었으나, 최근에는 감각과 열정을 자극하는 색으로 힘과 에너지, 생명력 그리고 흥분감과 연관되어 긍정적인 의미로 받아들여진다.

레드는 사람이 이름 붙인 첫 번째 색이며 세계에서 가장 오래된 색 이름으로 스페인어로 '콜로라도(Colorado)'는 색인 동시에 레드를 뜻하며(Evar, 2000, p. 89), 러시아에서 역시 아름다운, 멋진, 좋은, 가치 있는 등의 아주 좋은 의미를 지닌다. 모스크바의 붉은 광장은 소련이 공산화되기 전 러시아 로마노프 왕조 때부터 붉은 광장이라고 불렸으며 러시아인들은 그것을 '아름다운 광장'으로 해석하였을 정도로 레드는 선호색상이다. 또 이탈리아에서는 '색을 두려워하는 이탈리아인은 없다'고 일컬을 정도로 정열적이고 활기에 넘치는 이탈리아인의 기질과 같이 '이탈리안 레드'라는 색명이 있으며 레드를 사용한 제품을 쉽게 찾아 볼 수 있을 정도로 선호도가 높은 색이다(오세정, 2004). 중국은 전통적으로 빨강을 선호하며 상사로움과 경사로움의 상징으로 여기며, 일본 또한 행복과 행운을 의미하거나 축하하는 자리에 자주 사용한다. 우리나라 역시 예로부터 빨강을 길흉화복 중 흉과 화를 방지하는 액막이 색으로 사용했는데 여기에는 강한 불의 기운으로 악귀를 쫓는다는 의미가 담겨있다(오수연, 2004, p. 4).

또한 동서를 막론하고 지배자는 대개 붉은 색, 황금색, 자색의 옷을 통해 권력을 구상화했으며, 로마왕족이나 가톨릭 교회의 옷, 미사 집전에서 입는 주교의 성의도 붉은 색이며 그들이 걸어가는 바닥에 붉은 카펫을 까는 것도 권위를 상징하는 것으로(유명환, 배윤선, 2007, p. 188), 우리나라 역시 붉은 색은 전통적으로 왕족의 색으로 특별취급을 받았다. 따라서 다른 색보다 사람의 시선을 끄는 효과가 뛰어나 강한 주목성과 고귀성, 권력성을 내포하고 있다 하겠다.

반면 레드는 신중함이나 차분함과과는 거리가 먼 강요의 의미를 갖고 있다. 시각적으로 주목성이 높아 위험과 긴급, 경고를 알리고자 할 때 많이 쓰이며, 사람을 흥분시키고 감정을 고조시켜 선동하는 효과를 위해 사용되기 때문에 불이나 피, 혁명과 전쟁을 떠올리게 한다. 현대에 와서도 붉은 색은 공격, 도전, 반항의 상징으로 통해 지배하는 자들에게는 권력의 상징이었고, 저항하는 이들에게는 혁명의 기운이 표출된 색으로 러시아, 중국, 북한 등 공산주의 국가에서는 모든 국가에 붉은 색을 기본색으로 채택하여(유명환, 배윤선, 2007, p. 181) 공격적인 이미지를 연상하게 한다.

또 색은 각각 그 자체의 고유한 파장과 진동수를 가지고

있어 하나의 에너지로 작용하여 인체에 파도처럼 신호를 보내고 그 진동이 편안함, 따뜻함, 차가움, 식욕 등을 느끼도록 만든다(오수연, 2004, p. 11). 색 중에서도 레드(붉은)는 가장 역동적인 색으로 빨간 빛에 들어있는 에너지는 식물의 성장에 강한 영향을 미치며, 어떤 하등동물의 성장을 촉진하기도 하고 호르몬의 활동 및 성적인 기능을 증진시키기도 하며 상처를 치료하기도 한다. 인체에 작용할 경우 빨강은 감각신경을 자극하여 오감의 작용에 도움을 주므로 중풍, 빈혈, 변비, 폐렴 등에 효과적이며, 햇빛에 탄 화상, 염증, 류머티즘 등을 치료하는 데는 빨간 빛이 이용되어 왔고, 빨강은 외향적인 사람들에게 선호되기 때문에 심리요법에서는 소심증이나 우울증을 치료하는데 이용되기도 한다(Faber, 1990, p. 318).

3. 패션의 타 영역에 활용된 레드

색채와 디자인 전문가인 데이비드 네메로브(David Nemerov)가 "색채라는 것은 시선, 행사와 사람들의 정신을 반영한다(김희정, 1997)."라고 지적했듯이 재료, 질감과 더불어 공간을 구성하는 핵심적인 요소인 색은 인간의 감정과 정서에 변화를 일으킨다. 즉 색채는 생활의 조형 혹은 예술조형을 가리지 않고 그 사회상을 여실히 반영하는 거울과 같은 것이다(최영훈, 1985, p. 21). 어떠한 다른 영역보다도 한 나라의 색 문화에 기여하는 중요한 요소 중의 하나가 바로 영화를 포함한 각종 영상 매체와 이를 통한 문화산업이라 할 수 있다. 영화에 색채가 도입되면서 색채는 희망과 절망, 사랑과 이별, 그리고 삶과 죽음 등 여러 가지 상징과 메시지를 전하기 시작했다.

크쥐시토프 키에슬롭스키(Krzysztof Kieslowski) 감독의 마지막 작품인 영화 <블루>, <화이트>, <레드>는 프랑스 국기에서 따왔으며 유럽 통합을 기념한 것이다. 자유, 평등, 박애를 상징하는 동시에 세 명의 여자 이야기로 구성된 이 영화에서 세 가지 색은 각 영화의 소품들로 등장하여 영화제목으로 연결되는데(오희선, 김숙희, 2001, p. 167) 각각 주제가 되는 색이 지닌 상징적 의미들이 영화 전반에 걸쳐 강력하게 묘사되었다. 또 중국 장예모(張藝謀)감독의 <국두>, <홍등> 등은 중국만이 지니는 특유의 색 감각을 살려 전 세계 영화팬을 감동시켰는데, 레드(붉은)를 선호하는 중국인들의 특성과 성, 전쟁, 갈등의 심리적 특성을 상징적으로 사용함으로써 독특한 향기를 나타냈다(김희정, 1997). 이러한 민족적 정서를 반영한 레드(붉은)의 이미지 외에도 영화 <워킹 걸>에서 시고니 위버(Sigourney Weaver)는 남색 양복 일색의 남자들이 가득한 사무실에서 레드(붉은)의 상으로 자신감과 활력이 넘치는 활력을 과시하여 현대사회의 새로운 여성상을 표현하기도 했으며, 죽은 자의 영혼을 볼 수 있는 아이와 정신과 의사의 이야기인 <식스 센스>에서는 죽은 자가 등장하는 장면이나 소품 등

에서 붉은 색으로 처리해 주술적인 의미로 사용되었고, <나인 하프 워크>에서는 와인, 체리, 딸기, 젤리 등 간단한 소품이 붉은 색으로 처리되어 둘만의 에로틱한 사랑의 도구로 사용되었으며(김지예, 2004), 2002년 아카데미 시상식에서 미술상과 의상상을 수상한 <몰렝 루즈>에서는 화려한 세트와 붉은 비주얼 그리고 여주인공 니콜 키드먼(Nicole Kidman)의 강렬한 붉은 입술, 레드와 원색적인 컬러의 혼합으로 이루어진 드레스들로 선명하고 화려한 이미지를 전달하였다. 이처럼 강한 효과를 낼 수 있는 레드(붉은)는 영화에서 민족적 감성이나 주술성, 화려함, 대립과 갈등, 사랑 등 다양한 상징을 나타냈다.

또 컬러가 생리적, 심리적 면에서 사람들에게 결정적인 영향을 미쳐 상품 선택 시 중요한 요인으로 작용한다는 사실이 밝혀지면서 현대 마케팅의 한 부분으로 컬러 마케팅이 대두되었다. 색채심리학자 파버 비렌(Faber Birren)은 "모든 색채는 그 색상마다 인간에게 각각 다른 느낌을 주는데, 실제로 상품판매, 성격, 음식 맛까지 좌우한다(오수연, 2004, p. 11)."고 하였고, 마케팅 학자 헤프너(Hepner)는 "색채가 제품을 판매한다(김윤경, 이정희, 2001)."고 하여 색채가 제품 선택에 중요한 요인임을 언급하고 있다.

특히 레드(붉은)를 통한 마케팅의 시너지 효과는 패션업계를 비롯하여 거의 모든 비즈니스 영역에 막강한 파급효과를 미쳤다. 각종 기업, 단체의 상징색을 비롯하여 브랜드 로고, 제품 패키지 등 여러 분야에서 레드(붉은)가 효과적인 마케팅 포인트로 사용되고 있다. 그 예로 미국 색채 마케팅의 효시라 할 수 있는 1920년 파커사의 빨강색 만년필, 코카콜라의 레드(붉은)로고, 초콜릿 브랜드 M&M의 다양한 색상, 맥도날드와 피자헛 같은 패스트푸드나 외식업체의 레드(붉은) 로고, 자동차, 은행 등 기업이나 브랜드 아이덴티티에 대한 레드(붉은)를 이용한 사례들에서 그 활용도를 짐작할 수 있다.

또 늘 새로운 느낌으로 표현되는 색채는 전달하고자 하는 이미지를 어떻게 표현하느냐에 따라 새롭게 표현되는데, 붉은 악마의 레드(붉은)는 대한민국의 열정과 단합을 보여주었고, 레드(붉은) 단일 색으로 이루어진 나이키 로고는 그리스 신화에 나오는 승리의 여신인 니케의 날개를 빌려 열정적인 스포츠의 정신과 승리의 의지를 담고 있으며, 국내 화장품 브랜드인 도도 화장품의 광고인 '새빨간 거짓말' 속의 레드(붉은)는 파격적인 도발을 의미하기도 한다(오수연, 2004, p. 39). 즉 레드(붉은)에 대한 인식의 변화로 인해 우아하면서도 활기 넘치는 색, 감성을 자극하고 열정과 정열을 드러내는 가장 강력한 색으로 다시 태어난 파격적인 레드(붉은) 이미지를 제품에 적용하여 소비자들에게 신선함과 충격요법으로 눈을 즐겁게 하는 동시에 브랜드를 알리는 효과도 얻고 있다(오수연, 2004, p. 91). 또 소비자들에게 다양한 컬러의 선택권을 부여하고 새로운 유행색을 제공

〈표 1〉 레드의 이미지와 상징성

	이미지	상징성
긍정적 이미지	사랑, 기쁨, 축제, 흥분, 쾌락, 에너지, 역동, 용기, 열정, 활동, 도전, 권력, 고귀, 주목, 경쾌	관능성, 활동성, 단순성
부정적 이미지	피, 범죄, 복수, 죽음, 공격, 투쟁, 금지, 위험, 전쟁, 금지, 혁명, 반항, 공포, 저주, 불안, 긴장, 충돌	유희성, 활동성

함으로써 항상 새로움을 주는 기업이라는 이미지를 얻기도 한다. 이와 같이 마케팅의 관점에서 볼 때 시각이라는 가장 중요한 감성을 이용하여 충동 심리와 미감을 자극하는 레드를 적극적으로 활용하는 것으로, 레드의 장점인 열정, 생기, 행운과 같은 긍정적인 색채 이미지를 활용하고 있는 것이다.

본 장에서 고찰한 내용을 바탕으로 레드가 갖는 상징성을 정리하면 〈표1〉과 같다.

Ⅲ. 현대패션에 나타난 레드의상의 미적특성

오늘날 색채는 물리적인 시 감각만이 아닌 생리적, 심리적 능력을 발휘하며 이미지로서 정보화시대의 주축이 되고 있는데, 특히 패션에서의 색채는 논리적인 정보가 아닌 직접적으로 유행의 경향이나 감성적인 정보, 이미지를 전달하는 매개체로 인식되므로 색채가 차지하는 비중은 대단히 크며(김수운, 2001), 또 개인의 기호, 개성, 심리 상태를 표현하여 자신의 이미지를 나타내는 수단이 된다.

레드는 비 일상의 색으로 수동이 아닌 능동의 색이며, 사람의 마음을 즐겁게 하는 유희적인 요소가 강하다. 1920년대 여성들은 새롭게 쟁취한 자유를 과시하기 위해서 입술을 쇼킹한 빨강으로 칠하고 다녔고, 1950년대 마릴린 먼로(Marilyn Monroe)의 강렬한 레드 입술은 수많은 남성들에게 육감적인 느낌을 불러 일으켰으며, 그레이스 켈리(Grace Kelly)의 열은 빨간색 입술은 그녀의 차분하고 세련된 아름다움을 한껏 돋보이게 하였다(오희선, 1997, p. 153). 일반적으로 레드의상을 입은 여성들은 유희적이며 역동적이고 약간 장난스러운 이미지를 주게 되며, 주로 활동성과 기능성이 요구되는 리조트웨어, 스포츠웨어, 캐주얼웨어 등에 많이 사용되지만 포멀웨어에 사용하면 다른 색상을 사용하는 것보다 훨씬 더 강한 이미지와 세련된 이미지를 연출하기도 한다.

현대패션에 나타난 레드의상의 디자인특징과 미적특성을 위한 레드 의상의 대상 선정은 2000S/S부터 2007S/S까지 세계 4대 컬렉션인 파리, 밀라노, 런던, 뉴욕 컬렉션에 나타난 작품들 중 레드 색상의 사용이 전체의상의 50% 이상을 차지하여 명백히 레드로 보이는 450점을 선정하였고,

이를 형태와 소재로 분류하여 레드의상의 디자인 특징을 분석하였다. 이러한 작품선정과 분석에 있어 패션관련 전공자 및 패션디자인 전공 학생들에게 레드색상이 갖는 이미지와 상징성, 그리고 형태와 소재별로 항목을 나누어 질문하여 분석의 객관적인 기준을 마련하였고, 이 가운데 레드의상의 각 특성을 가장 잘 대표할 수 있는 작품 23점을 최종 선정하였다.

1. 레드의상의 디자인 특징

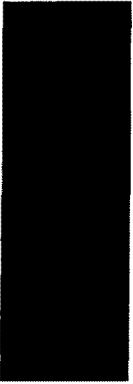
1) 형태

레드는 모든 색채 중에서 가장 높은 채도를 가지는 전진색으로 자극의 정도가 크고 적극적이며 색상이 가지는 선명도 때문에 선호도 또한 높다. 레드의상에 나타난 조형성을 색으로서 레드가 가진 조형적 특성과 비교하여 단순형, 밀착형, 노출형, 부정형으로 분류하면 다음과 같다.

먼저 단순형의 경우 그 특징은 직선적인 느낌을 강조한 사각형의 실루엣이나 삼각형의 A라인 등에서 주로 표현되며, 단색직물과 간결하고 단순한 패턴으로 구성되어 나타난다. 단순한 형태의 직선적인 라인의 의상은 1920년대 샤넬(Chanel)의 리틀 블랙드레스를 시작으로 오늘날 실용적이고 기능적인 패션의 추구와 함께 선보여졌는데, 2007 S/S에 지방시(Givenchy)가 발표한 〈그림 1〉과 같이 단순한 H라인의 스타일로 과도한 장식을 배제하여 단순미와 자연미를 표현하고 있다.

또 신체에 밀착되는 레드의상은 드레스나 원피스 형태의 경우 전체적으로 가늘고 긴 실루엣으로 여성인체 라인을 그대로 드러내어 주로 관능적인 이미지를 강조하는 형태로 나타났다. 밀착형의 형태는 1980년대 바디컨셔스 스타일의 유행과 함께 많이 선보여졌는데 이러한 스타일은 여성인체의 곡선을 우아하게 드러낼 수 있도록 몸에 피트 되는 소재를 사용하였고, 노출보다는 은폐를 통해 신체의 곡선을 드러내 관능적인 이미지를 표현하였다.

레드의상에서 노출형은 노출된 신체부위와 강한 주목성을 갖는 레드가 서로 대비되어 피부색과 무관하게 강한 시각적 효과를 주며 이러한 효과는 여성의 우아함을 강조하거나 동시에 노출된 성적부위를 부각시키기도 한다. 〈그림 2〉는



〈그림 1〉 Givenchy, 2007 S/S (Mode & Mode, Vol. 336)



〈그림 2〉 Julien Macdonald, 2001 F/W (L'Officiel, 2001.5)



〈그림 3〉 Christian Dior, 2004 F/W (Vogue, 2004. 8)



〈그림 4〉 Jean Paul Gaultier, 2003 F/W (Vogue, 2003. 9)



〈그림 5〉 Valentino, 2006 F/W (Gap, Vol. 16)



〈그림 6〉 Catherine Malandrino, 2003 F/W (Vogue, 2003. 5)

깊게 파인 네크라인과 노출된 허리로 강한 시각적 대비를 주는 드레스로 직접 노출된 신체를 그 자체로 복식의 한 구성 요소로 인지시켜 관능적인 이미지를 표현하고 있다. 이러한 신체의 직접노출 외에 트임이나 부분적인 노출, 시스루 재질을 통한 간접 노출의 형태를 통해서도 에로틱한 관능미를 표현하였다.

또 실용적이기 보다 보이기 위한 것으로 나타나는 현대패션은 객관적이기보다는 주관적이며 불확정한 형태로 추상화, 비정형화, 기형화, 형태가변화 등 다양한 외적특성을 지니게 되는데, 〈그림 3〉과 같이 일반적인 의복크기에 비해 지나치게 과장된 형태의 재킷으로 모호하고 유희적인 이미지를 나타냈다.

2) 소재

레드는 대단히 강렬한 색이기 때문에 전달하고 싶은 메시지를 가장 직접적으로 표현하는 색이며, 열정과 권위, 확신, 지배적인 이미지를 부각시키게 한다. 이러한 레드 의상에 있어 색조만큼이나 중요한 역할을 하는 것이 바로 재질이다. 레드 의상에 이용된 소재를 광택소재와 무광택, 비치는 소재로 구분하여 고찰하면 다음과 같다.

레드 의상에 사용된 광택 소재는 벨벳, 새틴, 실크, 타프타, 가죽, 비닐 등이 있는데 주로 화려한 이미지를 연출한다. 벨벳은 빛이 닿는 방식과 파일의 방향에 따라 다양한 그림자를 단들어 풍부한 패션의 이미지를 표현하는데, 〈그림 4〉는 2003 F/W에 발표한 장 폴 고티에(Jean Paul Gaultier)의 작품으로 모자까지 연결된 레드 벨벳 드레스이다. 고정관념을 깬 의복구성방식과 강렬한 레드색상으로 유희적이고 해체적 이미지를 준다. 일반적으로 깊은 색조의 레드벨벳은 풍부함과 화려함을 표현하지만, 밝은 색조의 벨벳은 다소 천박해보

이기도 하나(Toby, 1995, p. 56), 새틴이나 실크, 타프타의 경우는 레드의 힘을 중화시켜 균형을 잡아주기 때문에 로맨틱 이미지를 연출하기도 하며 섬세하고 부드러운 표면감으로 드레스나 원피스에 주로 사용되어 여성적이고 관능적인 이미지를 표현한다. 〈그림 5〉는 광택 있는 새틴 플리즈 소재를 이용하여 마치 꽃잎이 층층이 레이어드된 것처럼 표현한 이브닝 드레스로 화려하고 여성스러운 이미지를 나타냈다. 일반적으로 레드색상의 가죽소재는 터프하고 무모한 인상을 주기도 하고 소재 특유의 광택과 함께 신체에 밀착되어 강렬한 이미지를 표현하는데, 〈그림 6〉과 같이 하이웨이스트의 몸에 피트되는 팬츠로 글래머러스하고 공격적인 이미지를 나타냈다.

또 캐시미어, 울, 면과 같은 광택이 없는 레드소재는 광택 소재에서 느낄 수 없는 이미지를 연출하는데, 〈그림 7〉은 2000 F/W 발렌티노(Valentino)의 슈트원피스로 우아하고 품위 있는 여성적인 이미지를 표현하였다. 반면 일련의 신축성 있는 무광택 소재를 사용하여 기능적이면서 스포티한 현대적 감각의 의상을 표현하기도 하였다.

비치는 소재로는 시폰이나 오간자, 레이스 등을 이용한 의상이 주를 이루는데, 이러한 소재의 사용은 신체를 엿보는 듯한 이미지로 완전 노출보다도 더욱 자극적인 이미지를 갖게 한다. 특히 란제리 룩의 유행과 함께 시폰이나 레이스 소재의 란제리스타일 드레스로 관능적 이미지를 부각시켰으며, 같은 레드라 할지라도 비치는 소재와 불투명 소재와의 혼합사용에서 오는 색상의 차이로 다양한 이미지를 나타냈다. 또 〈그림 8〉과 같이 화려한 레드 레이스 소재에 금사 장식으로 화려함을 가중시키고 같은 소재로 얼굴 전체를 감싸 자극적이고 신비로운 이미지를 연출하기도 하였다.

이상의 결과를 레드 색상의 상징성과 연계하여 정리하면 〈표 2〉와 같다.



〈그림 7〉 Valentino, 2000 F/W (Gap, Vol. 24)



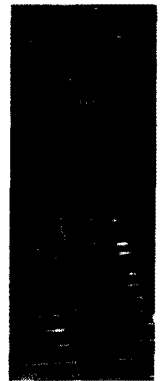
〈그림 8〉 Eymeric Francois, 2006 S/S (Gap, Vol. 15)



〈그림 9〉 Versace, 2002 S/S(L'Officiel, 2001.12)



〈그림 10〉 Versace, 2004 F/W(Vogue, 2004. 8)



〈그림 11〉 Versace, 2002 S/S (L'Officiel, 2002. 4)

2. 레드의상에 나타난 미적특성

레드색상이 갖는 상징성, 그리고 레드의상의 조형적 특징에서 보이는 이미지를 바탕으로 현대패션에 나타난 레드의상의 미적특성을 관능성, 단순성, 유희성, 활동성으로 분류하였다.

1) 관능성

인간에게는 무의식적으로 성에 대한 욕구가 잠재되어 있는데, 제임스레버(James Laver)는“여성의 의복은 유혹의 본질을 따른다. 여성들의 옷을 입는 목적은 여성적 매력의 솔직한 개발에 의해 이성을 즐겁게 하고 매혹하는데 있으며 여성들이 하는 이 수단을 패션이라 부른다(김혜정, 임영자, 1993).”라고 하였다. 또 프뤼겔(Flugel)은“의복의 명백하고 의도적인 목적은 착용자의 성적매력을 더해주는데 있으며 인간 무의식 세계의 성적 본능으로 인해 성적매력을 과시할 수 있도록 의복을 착용하게 되었다(조규화, 1987, p. 251).”고 하였는데, 패션에서의 관능적 이미지 연출은 단순한 신체보호라는 기능적 개념에서 벗어나 인간이 자기표현으로서 성적 매력을 강조하기 위해 신체부위를 노출하고 장식하는 등

다양한 방법을 통해 표현되어 왔다.

현대사회에 있어 여성의 아름다운 인체곡선을 표현하고자하는 관능성은 여성을 주체적인 성적 존재로 인정하면서 여성의 인체에 대한 부정적 개념이 아닌 긍정적 개념으로 해석하려는 사고와 결합되어 나타나고 있다. 이는 현대패션이 자기표현에 있어서 더 이상 고정 관념에 얽매이지 않은 개방적이고 자유로운 감성을 가지고 인간 내부의 본연의 모습을 더욱 추구하게 되었기 때문이라 할 수 있다(김지연, 이경희, 2001, p. 914). 특히 몸에 대한 관심이 커지고 여성적인 인체 곡선미를 강조하는 관능적인 스타일이 이상적인 신체미로 여겨지는 오늘날 이러한 관능적 이미지는 여성들이 자신의 성적 매력을 적극적으로 표현하면서 자신감과 함께 당당함을 표출하여 현대사회에서 여성의 지위나 역할을 과시하는 것으로 남성적인 이미지를 거부하고 여성적 특질을 강조하여 육체적인 성적 매력을 표현한 것이라고 볼 수 있다.

여성의 관능적 인체미를 강조하는 의상은 인간의 성적 특징이 부각되는 방향으로 이루어지는데, 인체를 노출하고 과시하거나 또는 은폐를 통해 숨겨진 부분에 대한 호기심과 흥미를 유발하는 방법이 주로 사용된다. 특히 성적인 감각과

〈표 2〉 레드의상의 디자인 특징

레드의상의 디자인 특징		미적특성	
형태	단순형	직선적 실루엣과 단색 직물, 장식배제	단순성
	밀착형	여성인체곡선을 강조	관능성
	노출형	직, 간접 방법으로 인체노출	관능성
	무정형	기형적, 비정형적 실루엣	유희성
소재	광택소재	벨벳, 새틴, 실크, 가죽 등으로 다양한 이미지 연출	관능성, 단순성, 유희성, 활동성
	무광택소재	캐시미어, 울, 면 등으로 현대적 감각표현	단순성, 활동성
	비치는소재	시폰, 레이스, 오간자 등으로 간접노출을 표현	관능성, 유희성



〈그림 12〉
Lanvin, 2006
F/W (Gap, Vol. 70)



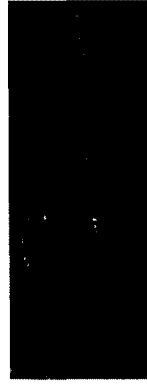
〈그림 13〉 Louis
Vuitton, 2003
F/W (Harper's
Bazaar, 2003. 5)



〈그림 14〉
Celine, 2004
F/W (Vogue,
2004.8)



〈그림 15〉
Christian Dior,
2006 S/S (Gap,
Vol. 15)



〈그림 16〉
Christian Dior,
2006 F/W
(Mode&Mode,
Vol. 336)



〈그림 17〉 Jean
Paul Gaultier,
2005 S/S
(Fashion News,
Vol. 101)

열정을 상징하는 레드에는 이러한 노출과 은폐를 통해 더욱 강력한 관능성을 표현하는데 〈그림 9〉는 강렬한 레드 가죽 소재의 미니드레스로 가슴의 절반 이상이 노출된 데콜테와 몸에 피트 되는 실루엣으로 관능적인 이미지를 나타낸다. 〈그림 10〉은 몸에 밀착된 실루엣과 절묘한 커팅을 통해 인체를 간접적으로 노출시키면서 레드와 퍼브색과의 대조로 뚜렷한 명시적 효과와 함께 관능적 이미지를 표현하고 있으며, 〈그림 11〉 역시 코르셋을 변형한 드레스로 가는 끈 장식으로 사이로 인체를 노출시키고 흔들리는 끈 장식으로 여성인체의 부드러운 곡선을 강조시키면서 율동미 넘치는 관능성을 나타낸다.

현대패션은 신체의 조형에 주력하고 있는데 새로운 의상을 디자인하는데 있어 신체의 적절한 이용과 표현에 따라 다양한 패션의 이미지를 표현하고 있으며, 색상 또한 감각적인 디자인전개의 발상이 되기도 한다. 레드에는 가장 힘차고 역동적이며 강렬한 색이다. 또 사람들의 감각과 열정을 자극하며 사랑을 상징하는 동시에 분노와 복수의 색이며, 성적인 기능을 증진시키기도 한다. 따라서 몸에 밀착 되는 실루엣, 관능적 분위기를 연출하는 광택소재와 투명소재, 직·간접적인 노출의 방법과 강렬한 성적인 욕망을 불러일으키는 이미지로서 레드와의 혼합은 관능적 이미지를 강조하는 한 수단이며 개인의 감성과 자신감을 표현하는 방법이라 할 수 있다.

2) 단순성

단순성은 미니멀 아트의 조형적 특성을 가장 잘 대변하는 단어로서 형태의 단순화는 본질추구의 한 수단으로서의 의미를 지닌다(Sidney, 1983, p. 145). 현대 조형미학 중 하나인 모던함은 장식 제거를 통한 단순함을 지향하면서 복잡한 현대를 사는 사람들에게 강하게 다가왔고, 단순성과 순수성의 추

구를 목적으로 하는 미니멀리즘의 태동은 순수성의 지향을 특징으로 하는 20세기 초 모더니즘에서부터 찾을 수 있다.

전통적인 조각이나 회화의 개념과는 달리 최소한의 제작 과정을 거쳐 사물의 존재 즉 본질을 직접 드러내 보이는 것을 목적으로 하는 미니멀리즘은 표현의 주관성을 억제하고 오브제를 그 성분 요소까지 환원하여 보려는 특성을 지닌 예술양식이라 할 수 있다. 또한 환형적인 것들을 극소화하고 대상 그 자체를 드러내 보이기 위한 미니멀 작가들의 시도는 현상학적인 방법을 통해 철저하게 단순화되고 더 이상 환원할 수 없는 최소한의 것을 제시하려함으로써 작품의 색채, 형태 구성을 극단적으로 단순화하여 기본적 요소로까지 환원하는 현대미술의 환원주의적 경향이 절정에 이른 것이다 (Kenneth, 1988, p. 83).

현대패션에 나타난 레드 의상에 있어 단순성의 추구란 〈그림 12〉와 같이 인위적인 구조선을 배제하고 재단, 봉제, 장식 등의 제작과정을 최소한으로 줄여 단순화시킨 것으로 최소의 조형수단과 최소의 제작과정을 거쳐 단순하고 절제된 표현을 하여 대상의 본질을 추구하는 미니멀리즘과 상통한다 하겠다. 〈그림 13〉은 부드러운 니트 소재로 인체를 감싸 인체에 어떤 왜곡도 가하지 않고 칼라나 주머니, 단추 등 장식적인 디테일을 생략한 채 내부에 가느다란 직선벨트만으로 모던한 이미지를 주고 있으며, 특히 레드와 같이 고명도의 선명한 색상으로 인해 명확한 형태와 경계선이 표현되어 단순성의 감각을 강조한다.

이러한 현상은 과학의 발달로 인한 기계 기술의 혁신으로 복식에 있어 대량생산 체제로의 이행을 가져왔으며 기계주의 생산에 적합하게 더욱 단순성을 추구하게 된 것에 따른 것으로 현대패션 역시 그 이전과 달리 인체의 왜곡과 과장, 과잉 장식성에서 벗어나 인체의 자연미를 표현하는 것을 그



〈그림 18〉 Issey Miyake, 2001 F/W (L'Officiel, 2001.5)



〈그림 19〉 Martin Margiela, 2007 S/S (Gap, Vol.73)

특징으로 하게 되었으며 기능성과 실용성에 역점을 두어(김은덕, 김민자, 1995) 단순성을 강조하는 경향을 나타내게 된 것에 따른 것이라 하겠다. 그러나 블랙이나 화이트, 무채색 계열을 통해 표현되던 단순하고 모던한 이미지 대신 이러한 주의를 집중시키는 강렬한 레드를 이용하고 장식적인 요소를 최소화시킨 디자인의 경우 오늘날과 같은 역동적인 현대 사회에 보다 적합한 단순성의 이미지를 표현한다 하겠다.

또 색채에 있어 의복의 한 아이템 내에서 그리고 착장 시각 아이템 간의 조합에서 단일색을 추구하거나 톤인 톤 배색을 통해 단순성을 표현하게 되는데, 〈그림 14〉와 같이 의상뿐만 아니라 핸드백, 구두 등의 단품들까지 모두 레드로 통일해 단순성의 효과를 극대화 시키고 있다. 이와 같이 강한 자극을 표현하는 레드는 인체와 대비되어 명확한 형태와 경계선으로 뚜렷한 실루엣을 형성하며 특히 의상 내에 최소한의 장식적으로 단순성의 특성을 강조하고 있다.

3) 유희성

현대사회에 있어 예술뿐만 아니라 문화 전반에 걸쳐 다양한 미의 개념이 도입되고 있다. 고대 이전의 순수미, 우아미, 숭고미의 미적 요소뿐만 아니라 추의 미, 비극미, 희극미까지도 미에 포함되게 되었고, 복잡하고 무거운 현실에 대한 반동으로 진지함 대신 가벼움을 추구하고 놀람과 웃음을 자아내게 하는 유희적 경향이 두드러지고 있다(진경옥, 박민여, 2000). 이는 많은 사람들이 사회적 과시 욕구에서 라기보다 순수한 즐거움을 위해 가장하고, 바꾸는 재미를 위해 변화를 추구하고 있기 때문에 모든 것은 유희이며 심각하지 않아 보이는 다양한 형태의 유희적이미지가 보이고 있는 것이라 할 수 있다.

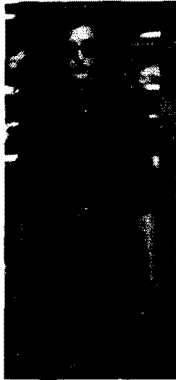
본래 유희는 단독으로 나타나는 물리적인 현상이나 심리적

인 상태를 의미하는 것이 아니라 희극을 이루는 다양한 요소 즉 일상규칙의 위반, 이질적 요소의 도입, 강조, 변형, 모순, 부조화를 통해 보는 이에게 놀라움, 쾌감, 우월감을 갖게 해서 웃음을 자아내는 것이다. 즉 유희란 어떤 외적 결과를 실현하기 위해서가 아니라 활동 그 자체의 흥미 때문에 일어나는 심신의 자유로운 발동이며, 긴장을 필요로 하는 일에서 벗어나 원시적인 마음 편한 활동으로 돌아가는 것이기 때문에 어떠한 분석이나 논리적 해석을 거부하게 된다(김유로, 1999).

디자인에 있어서는 기발한 착상이나 놀라움이 내포되고 있을 때 유머러스한 유희효과가 나타나게 되는데, 패션에서 유희성은 윌트, 아이러니, 부조리, 풍자 등 다양한 요소와 결합되어 나타나며, 상식을 벗어나 의도적으로 의복을 왜곡하거나 과장하고, 신체의 일부분을 비정상적으로 변형시키거나 의복의 구성을 무시하여 신체를 변형시킨 것 또는 모호한 성의 표현 등으로 나타난다. 〈그림 15〉는 프랑스 혁명을 고딕풍의 글래머러스한 스타일로 담아낸 크리스티앙 디올(Christian Dior)의 2006 S/S작품이다. '자유, 평등, 박애'의 문구를 써 놓은 의상과 함께 잔인한 글로벌 테러리즘과 혁명으로 불타는 파리의 모습을 연출하였는데, 애국이나 혁명, 불, 피를 상징하는 레드는 과장된 실루엣과 함께 컬렉션의 주제를 강조하여 그로테스크한 유희적 이미지를 표현하였다.

실러(Schiller)는 예술의 본질을 유희에 두었는데 웃음과 공포를 동시에 일으키는 유희는 의도적인 조작이나 대치, 왜곡 등이 조합되어 충격과 의외성을 유발하며 가학적인 웃음을 제시한다(서승미, 2005). 〈그림 16〉은 선명한 레드 가죽위에 블랙으로 그라피티 된 의상으로 기괴한 메이크업과 헤어 장식, 블랙과 레드의 선명한 색상차이 등 모호한 부조화로서 공포감과 유희성을 동시에 느끼게 한다. 또 〈그림 17〉은 강렬한 레드 투피스 그리고 머리, 얼굴, 다리까지 레드로 바디 페인팅 한 것처럼 연출하여 섬뜩한 공포분위기를 나타내며, 〈그림 18〉 역시 강렬한 레드 메이크업과 몸 전체를 감싸 인체의 형태를 왜곡시킨 과장된 장식의 레드색상 코트로 희극적인 이미지를 연출한다. 이러한 표현은 레드의 부정적 이미지로서의 유희를 나타내며 웃음 뒤에 내포되어 있는 사회적 병리나 인간이 가진 모순을 포집어 넘으로써 충격과 의외성을 유발한다.

또 〈그림 19〉와 같이 레드와 누드 톤의 면분할로 인체구조를 왜곡시켜 착시현상을 일으키게 하는데 이러한 왜곡된 형태는 현대패션에 있어 자기표현성을 확보하고자하는 시도이며 보는 사람에게 시선을 집중시키는 하나의 유인자극으로서 유희적이미지를 나타낸다. 특히 색의 속성상 유희적 이미지를 갖는 레드를 이용하여 특유의 시각적 특성을 나타내는 이러한 방식은 착용자의 정체성은 물론 자기이상과 예술적 의지를 표출하는 새로운 유희의 표현이라 하겠다.



〈그림 20〉 Versace, 2004 F/W (Vogue, 2004. 8)



〈그림 21〉 Iceberg, 2001 F/W (Harper's Bazaar, 2001. 5)



〈그림 22〉 Jean Paul Gaultier, 2007 S/S (Gap, Vol.73)



〈그림 23〉 Etro, 2001 F/W (L'Officiel, 2001.5)

4) 활동성

남성과 여성은 출생과 동시에 1차적으로 생리적인 성을 2차적으로 사회적인 성을 갖게 되며 패션은 이러한 성을 구분하는 중요한 수단으로 인식되어져 왔으나 성적고정관념과 성역할, 미의식의 변화에 따라 남성과 여성이라는 이분법적 성의 초월이 이루어졌고 현대패션이 창출하는 성적이미지 역시 은폐 및 위장 등 다양한 양상으로 그 구분을 모호하게 하거나 반전시켜 끝없는 변화를 실현하고 있다(김선영, 2006).

특히 최근 들어 남성과의 동등한 대우를 주장하는 대신 여성의 특성을 당당히 요구하고 이를 적극 소비하는 '알파걸'이 소비시장의 새 트렌드로 자리 잡고 있다. 이들은 사회적 활동에 적극적이라는 점에서 이전의 슈퍼우먼 또는 워킹 맘 세대와 비슷하지만 여성의 특수성을 인정하여 이를 적극 활용하고, 당당하고 적극적이며 스스로에 대한 자부심이 강하고, 페미니스트가 되어야 할 필요성을 느끼지 못하고, 과학이나 공학, 비즈니스 측면에 관심이 많고 이성적이며, 사회적 출세와 성공적인 재테크를 중요하게 여긴다는 점에서 차이가 있다('여풍당당 알파 걸을 잡아라', 2007).

따라서 적극적이고 활동적인 여성의 이미지를 표현함에 있어 레드(빨간색)는 가장 적합한 색상이라 할 수 있다. 레드는 가장 능동적이며 매혹적인 암시를 주는 색상이고, 레드를 선호하는 사람들은 외향적이고 선동적이며 활동적인 개념으로 정복, 팽창하는 욕구의 상징으로 간주하기도 한다(김아영, 2003). 〈그림 20〉은 지퍼장식의 레드 가죽소재 투피스로 여성적인 매력을 그대로 과시하며 활동적인 알파 걸의 이미지를 표현하고 있다. 〈그림 21〉 역시 레드가죽소재로 남성복의 아이টে인 재킷과 팬츠를 이용하여 거친 남성적 이미지를 나

타냄과 동시에 재킷 안에 이너웨어를 배제한 채 여성의 인체를 그대로 노출시켜 전통적인 여성의 가시적 이미지에 도전하는 강렬함과 도전적인 이미지를 표현한다. 이와 같이 부드러움이나 온화함 같은 여성적인 미적특성은 단순한 스타일에 가죽과 같은 강한 이미지의 소재 그리고 강렬하고 주목성이 높은 레드 색상으로 전환되어 모던하고 활동적인 이미지로 표현되었다.

또 레드와 같은 난색계열은 사람을 흥분시켜 혈압과 맥박이 증가시키고 내분비 작용을 활발하게 하여 스포츠와 관련 용품에서 다양하게 사용되며, 활동적이고 액티브 한 감성을 나타낸다. 움직이는 모빌을 고안한 알렉산더 콜더(Alexander Calder)는 모든 것을 빨강계 칠하고 싶다고 했을 정도로 레드를 선호한다고 했는데, 역동적인 레드의 이미지는 이탈리아 경주용 자동차 페라리에서도 볼 수 있다(Eva, 2002, p. 123). 이와 같이 같이 레드는 이성보다는 열정을 요구하는 모든 종류의 적극성과 활동성을 나타내는 상징적 이미지로 인해 단독으로 사용된 경우가 많은데, 〈그림 22〉는 2007 S/S 장폴 고티에의 작품으로 선명한 레드 원피스는 핫팬츠, 헤어밴드, 운동화, 반 스타킹 등의 연출과 함께 스포츠웨어와 같은 액티브 한 이미지를 나타냈다. 2000년부터 스포츠 라인으로 사업을 확장한 프라다(Prada)의 경우 기존의 검은색 로고를 버리고 모든 아이টে인 빨간 스트라이프 로고를 넣어 강렬한 인상과 활동적인 느낌을 전달하기도 하였으며, 2001 F/W에 에트로(Etro) 역시 여성스럽고 화려한 프린트의 의상 대신 〈그림 23〉과 같이 비대칭라인의 여성스러운 레드원피스에 아디다스풍의 삼색으로 장식된 부츠, 와이드 한 블랙벨트로 활동적이고 경쾌한 이미지를 나타내기도 했다.

IV. 결론

오늘날 현대패션의 경향이 고경관념의 탈피를 통한 자유로운 감성의 장으로 표현되고 색의 중요성이 부각되는 가운데 색채 중에서도 긍정과 부정의 양면성을 동시에 공유하여 강한 이미지를 갖는 레드를 이용하여 디자인이나 소재, 장식에 따라 다양한 변화를 주며 패션의 이미지를 새롭게 표현하고 있다. 본 연구는 레드라는 색채가 지니는 독특한 특성과 이미지, 그리고 영화나 마케팅 등 패션외의 타 영역에서 활용된 레드의 이미지 고찰을 기초로 하여 현대패션에 표현된 레드의상의 미적특성을 규명하는데 목적을 두었다.

연구결과 현대패션에 나타난 레드의상의 형태는 단순형, 밀착형, 노출형, 무정형으로 구분되는데, 단순형의 경우 직선적인 느낌을 강조한 사각형의 실루엣이나 삼각형의 A라인으로 표현되며, 단색직물과 간결하고 단순한 패턴으로 구성되어 나타났다. 밀착형은 전체적으로 가늘고 긴 실루엣으로 여성인체 라인을 그대로 드러내어 주로 관능적인 이미지를 강조하였고, 노출형은 신체의 직접노출로 노출된 신체부위와 강한 주목성을 갖는 레드가 서로 대비되어 강한 시각적 효과를 나타냈으며, 트임이나 부분적인 노출, 시스루 재질을 통한 간접 노출의 형태를 통해서도 에로틱한 관능미를 표현하였다. 또 기형적이고 비정형적인 스타일의 무정형으로 모호하고 유희적인 이미지를 나타냈다. 소재는 광택소재와 무광택, 비치는 소재로 구분할 수 있는데, 레드의상에 사용된 광택 소재는 벨벳, 새틴, 실크, 타프타, 가죽, 비닐 등으로 주로 화려한 이미지를 연출하였다. 일반적으로 깊은 색조의 레드벨벳은 풍부함과 화려함을 표현하였고, 새틴이나 실크, 타프타의 경우 섬세하고 부드러운 표면감으로 드레스나 원피스에 주로 사용되어 여성적이고 관능적인 이미지를 표현하였으며, 가죽소재는 소재 특유의 광택과 함께 신체에 밀착되어 강렬한 이미지를 표현하였다. 또 캐시미어, 울과 같이 광택이 없는 레드소재는 광택소재에서 느낄 수 없는 우아하고 품위 있는 여성적인 이미지를 표현하였고, 시폰이나 오간자, 레이스 같이 비치는 소재는 여성적이고 관능적인 이미지를 부각시켰다.

이러한 디자인 특징을 보이는 레드의상의 미적특성은 관능성, 단순성, 유희성, 활동성으로 나타났다. 첫째, 몸에 밀착되는 실루엣, 관능적 분위기를 연출하는 광택소재와 비치는 소재, 직·간접적인 노출의 방법과 강렬한 성적 욕망을 불러일으키는 이미지로서 레드가 혼합된 패션은 관능적 이미지를 강조하는 한 수단이 되었다. 둘째, 고명도의 선명한 레드색상으로 인해 명확한 형태와 경계선이 표현되거나, 인위적인 구조선을 배제하고 재단, 봉제, 장식 등의 제작과정을 최소화하여 단순화시킨 형태, 그리고 의상이나 기타 액세서리에 있어 레드 단일색 또는 톤 인 톤 배색을 통해 단순성의 이미지를 나타냈다. 셋째, 유희적임과 동시에 혁명, 불, 피, 사악함과 같은 부정적 의미로서 레드의 이미지는 의복을 왜곡하거나 과장하고, 신체의 일부분을 비정상적으로 변형시키거나 의복의 구성을 무시하여 신체를 변형시킨 것 또 기괴한 메이크업의 연출 등으로 그로테스크한 유희성을 나타냈다. 넷째, 남성과 다른 여성적 특질은 단순하고 밀착된 형태와 가죽과 같은 강한 이미지의 소재 그리고 강렬하고 주목성이 높은 레드 색상의 혼합으로 당당하고 적극적인 알과 결의 이미지로 표현되었고, 또 액티브 한 레드의 이미지는 스포티한 아이템과 함께 활동적인 이미지로 표현되었다.

이와 같이 현대패션에 나타난 레드의상은 형태와 소재의 다양성을 통해 다양한 미적특성을 지니며 현대패션의 새로움과 변화라는 요구에 부응하고 있음을 알 수 있다. 특히 패션은 물론 사회 전반에 걸쳐 색의 감성을 이용한 컬러 마케팅이 부각되고 있는 현 시점에서 이러한 연구결과는 색에 대한 인식의 변화를 유도할 수 있고, 색을 이용한 다양한 패션이미지 전개와 효과적인 색채계획에 도움이 된다고 생각한다.

이와 같이 현대패션에 나타난 레드의상은 형태와 소재의 다양성을 통해 다양한 미적특성을 지니며 현대패션의 새로움과 변화라는 요구에 부응하고 있음을 알 수 있다. 특히 패션은 물론 사회 전반에 걸쳐 색의 감성을 이용한 컬러 마케팅이 부각되고 있는 현 시점에서 이러한 연구결과는 색에 대한 인식의 변화를 유도할 수 있고, 색을 이용한 다양한 패션이미지 전개와 효과적인 색채계획에 도움이 된다고 생각한다.

■ 참고문헌

- 고을한, 김동욱(1994). **디자인을 위한 색채계획**. 서울: 미진사.
- 곽혜선, 금기숙(1998). 흑색의상의 조형성과 상징성에 관한 연구. **복식**, 37, 231-252.
- 김선영(2006). 현대패션에 나타난 밀리터리룩의 미적특성. **대한가정학회지**, 44(9), 41-50.
- 김수연(2005). 브랜드 아이덴티티에 있어서 빨강의 색채감성에 관한 연구. 연세대학교 석사학위 청구논문.
- 김수운(2001). 1990년대 전반 패션컬렉션에 나타난 색채특성. 연세대학교 석사학위 청구논문.
- 김아영(2003). 한국인의 빨강에 관한 감성연구. 홍익대학교 석사학위 청구논문.
- 김영자(1992). **패션디자인**. 서울: 경춘사.
- 김유로(1999). 1990년대 패션에 나타난 쾌락주의. 서울대학교 석사학위 청구논문.
- 김윤경, 이경희(2001). 현대패션에 나타난 레드 이미지. **한국 의류산업학회지**, 3(3), 204-210.
- 김은덕, 김민자(1995). 현대패션에 나타난 최소표현기법에 관한 연구. **복식**, 24, 157-176.
- 김일분, 유태순(1999). 의복이미지 유형과 디자인 요소와의 관계. **복식**, 45, 103-119.
- 김지예(2004). 16mm영화에서 색채의 역할. 세종대학교 석사학위 청구논문.

- 김지연, 이경희(2001). 현대패션에 나타난 인체노출의 감성 연구. **한국의류학회지**, 25(5), 913-294.
- 김혜정, 임영자(1993). 포스트모더니즘 의류광고에 나타난 에로티시즘에 관한 연구. **복식**, 21, 101-112.
- 김희정(1997). 영화의상에 표현된 색의 상징성에 관한 연구. **복식**, 35, 195-209.
- 문혜정, 김민자(1998). 서양복식에 나타난 검정색의 이미지. **복식**, 41, 207-222.
- 박민여, 장안화(2005). **패션의 의미를 읽다 II**. 서울: 경희대학교 출판국.
- 박은주(1989). **색채조형의 기초**. 서울: 미진사.
- 박혜원, 이미숙, 엄혜정, 최경희, 박수진(2006). **현대패션디자인**. 서울: 교문사.
- 서승미(2005). 현대 예술의상에 표현된 데포르마송 이미지. **복식**, 55(7), 38-50. **여풍당당 알파 걸을 잡아라**(2007. 5. 1). 조선일보. B3.
- 오세정(2004). 스포츠웨어의 레드마케팅에 나타난 빨강의 특성에 관한 연구. 연세대학교 석사학위 청구논문.
- 오수연(2004). **색의 유희**. 서울: 살림.
- 오희선(1997). **재미있는 패션이야기**. 서울: 교학연구사.
- 오희선, 김숙희(2001). **재미있는 색 이야기**. 서울: 교학연구사.
- 유명환, 배운선(2007). **디자인으로 문화읽기**. 서울: 한국학술정보.
- 이경희(1991). 의복형태이미지의 시각적 평가에 관한 연구. 부산대학교 박사학위 청구논문.
- 장원경(1998). 한국패션의 유행색 정보기획사례에 관한 연구. 연세대학교 석사학위 청구논문.
- 조규화(1987). **복식미학**. 서울: 수학사.
- 진경옥, 박민여(2000). 포스트모던 패션에 표현된 혼성모방. **복식**, 50(5), 143-158.
- 최영훈(1985). **색채학개론**. 서울: 미진사.
- Eva, H.(2000). **색의 유희**. 이영희(역). 서울: 예담.
- Faber, B.(1990). **색채심리**. 김화중(역). 서울: 동국출판사.
- Kenneth, B.(1988). *Minimalism*. New York: Abneville.
- Sidney, G. B.(1983). *A Study of the Sculpture*. New York: Hacker Art Books.
- Toby, F. M.(1996). **패션 속으로**. 허준, 안종설(공역). 서울: 새로운 사람들. (1995년 원저발간).

(2007년 10월 29일 접수, 2007년 12월 31일 채택)