

샤넬이미지를 통한 패션 코디네이션 연구

이 송 립 · 송 명 건*

우송정보대학 패션디자인과 겸임교수 · 동덕여자대학교 의상디자인학과 교수*

Study on The Fashion Coordination of Chanel Image

Song-Lim Lee · Myung-Kyun Song*

Adjunct Professor, Fashion Design, Woosong Information Collage

Professor, Fashion Design, DongDuk University*

(2000. 10. 5 투고)

ABSTRACT

The main purpose of this study was to define the Fashion Coordination through chanel style. The methods of research were review precedent thesis, the document related to fashion, and Fashion Magazine. Also, information on the Internet was used.

In sense of the fashion coordination, Designer Chanel understands fashion. Chanel is created that has Chanel Style through garçon style in 1920 by coordination with accessory and so on that means modern fashion.

From than, even though Chanel Style has changed over and over according time, that become ideal image model what modern women is running after be.

1. Tubular style has easy to represent personal identity each people, by coordination with accessories and so on. The relationship tubular style and accessory is help to produce image best.

2. Chanel' Hat was coordination with the same color clothes, contributed to finish wearing clothes and increase position.

3. Necklace has representative accessory in Chanel style.

4. Carmellia made use of point accessories on clothes.

5. Chanel N° 5 was produced crystallization that is necessary to make image.

6. Chanel was created Modern style based on the garçon style.

7. That became ideal image what women want to be in 20th century.

8. Through Jackie kennedy, that has best style symbolized rich and position.

Key words : Chanel style, coordination, Image

I. 서론

1. 연구 목적

일반인들은 최신의 유행 스타일을 알고는 있지만 자신의 기준에 의해서 그것을 착용하든가 아니면 전혀 다른 스타일을 위해 그것을 안전히 무시해 버리기도 한다. 특정 유행스타일이 아니더라도 호감이 가는 스타일에 영향을 받고 이를 모방하거나, 자신을 위한 스타일을 스스로 개발 하기도 한다. 이런 경향이 나타나기 시작한 것은 20세기식 삶의 정형이 만들어진 1920년대 부터이다. 이 시대의 대표적인 디자이너인 샤넬은 의상과 함께 여러 소품을 개발하는데 노력했다. 이런 샤넬의 방식은 "나는 모드가 아닌 스타일을 창조 했다"고 샤넬이 주장 했듯이, 이것은 샤넬이 패션 코디네이션과 관계가 있음을 시사해 준다.

그러나 샤넬에 대하여 최금자¹⁾, 이미숙²⁾, 박명희³⁾ 강진석⁴⁾ 등이 복식사적 측면에서의 연구는 하였으나 패션 코디네이션 측면에서는 샤넬 스타일에 대한 연구가 이루어지지 않았다. 따라서 패션 코디네이션 측면에서 샤넬의 연구는 중요하다고 생각한다.

이에 본 연구는 현대적 의미의 패션 코디네이션이 어떻게 창조되었으며, 어떻게 전개되어 왔는지를 샤넬 이미지를 분석 고찰함으로써 알아보고자 하였다.

2. 연구 방법

본 연구는 복식사 및 패션 관련 문헌과 선행 연구들을 조사 분석하였고 국내외 사진자료를 수집, 분석하였다. 이 밖에 인터넷을 통하여 국내외 입수 가능한 자료를 수집, 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 패션 코디네이션

1) 코디네이션의 개념

코디네이션(coordination)이란 조정, 조화, 대등

하게 함⁵⁾이라는 사전적 의미를 가지고 있으며, 이는 단일한 품목을 위한 부속품의 조합에 의한 주종의 관계를 의미하는 것이 아닌 대등함 속에서 각각의 다른 개체를 서로 조합하여 새로운 것으로 만드는 것이다.

회의나 토론장에서는 서로 다른 분야의 사람들을 견제하고 조정하여 회의를 원활하게 이끄는 사회자가 있는데, 이를 영어로는 chair man 혹은 president라고 하며 이를 코디네이터(coordinator)라고 부르기도 한다. 이럴 경우 코디네이터가 하는 역할을 코디네이션이라고 한다. 이런 의미의 코디네이션이 실제로 여러 분야에서 쓰이는 예를 살펴 보면 다음과 같다.

각 브랜드의 디자인을 통일하고 각 부서간의 모든 조건을 조화, 조정하는 것도 코디네이션이며,⁶⁾ 미술관의 작품들을 테마에 맞추어 분류하고 조합하는 것도 코디네이션이라고 하고, 실업계의 스폰서, 학자, 유명 인사 등 여러 분야의 사람들의 협력을 요청하여 각 분야의 사람들의 일을 조정, 총합하는 것도 코디네이션이다. 카탈로그를 만들 때나 잡지 등에 표지 또는 패션화보를 만들 때에 정해진 이미지를 효과적으로 표현하기 위하여 카메라맨이나 모델, 메이크업 아티스트 등에게 테마를 잘 납득시키고 팀웍을 꾀하여 나가는 것도 일종의 코디네이션이라고 할 수 있다. 또한 제작 과정에 있어서 광고의 방향을 잃지 않도록 컨트롤해 나가는 것도 코디네이션이다.

이렇듯 단순히 물건을 조합하는 것에서부터 사람을 조합하고, 상황을 조합하거나 사건을 조합하는 것 혹은 위의 모든 것을 조합시키는 것을 코디네이션이라고 말할 수 있다. 그렇다고 그저 단순한 조합이거나 아무렇게 섞어 놓은 혼돈이나 혼란상태를 코디네이션이라 할 수는 없으며 아무리 복잡한 조합에도 미적 가치와 창조적인 감각이 포함되어야 한다.

일반적으로 코디네이션이란 말이 패션 용어로 인식되는 것은 우리 나라의 경우 패션분야에서 도입하여 사용한 것이 일반화되었기 때문이다.

2) 패션 코디네이션의 정의

패션 코디네이션은 패션 연출과 동의어⁷⁾로서 기

본 원리는 의복 뿐만이 아니라, 악세서리와 소품, 모자, 핸드백, 구두 등 머리에서부터 발끝까지 사용 되는 모든 아이템이 서로 조화를 이루면서 자신의 개성에 어울리도록 해 가는 것을 말한다.⁸⁾

전체의 조화나 이미지를 무시하고 시선을 의상에만 집중시키는 것은 코디네이션의 의미를 완전히 이해했다고 말할 수 없다.

이와 같이 패션 코디네이션의 진정한 역할은 '무엇을 입는가'의 문제가 아니라 '어떻게 입는가' 또는 '어떻게 보이는가' 라는 이미지 연출의 문제이다. 이러한 이미지 연출은 의복과 악세서리 및 착용자의 특성에 의해 나타나는 외모의 외적인 내용과 착용자의 내적인 내용이 포함되어 지각되는 생각이며 순간적 판단의 기준이 되는 외모에 강하게 작용한다.⁹⁾

예를 들면 검정색 가죽 자켓과 가죽 장갑, 금속 목걸이 등을 착용하고 오토바이를 탄 젊은 청년의 모습은 성실한 삶의 모습이기 보다는 반항적인 인상을 받게 된다. 이렇듯 의상과 기타 소품들을 통하여 표현되는 이미지는 어떤 삶의 모습을 나타내는 것을 볼 수 있다. Hollander¹⁰⁾가 "모드는 단지 모드의 이미지를 통해 전달되고, 패션은 이미지에서의 패션이지 옷에서의 패션이 아니다"라고 언급했듯이 패션은 단순한 외모 뿐만 아니라 그 사람의 정신과 이상, 감정, 미적 감각도 포함한 총체적인 것이다. 예를 들면, 미니멀리즘의 경우 의복자체로써 보았을 때 단순성, 명료성, 절제, 최소화 등을 의미하나 인체 위에 입혀졌을 때 단순화, 최소화 할수록 인체를 그대로 드러내게 되어 인체의 본질인 에로티시즘 즉 'sex appeal'이 표현된다. 특히 색이나 형태, 그 외의 장식적 요소를 가진 의복은 그 자체에 있어서 다양한 느낌이 포함되어 호소력을 가지고 있다. 그러나 복식으로 완성되기까지는 착용하는 것을 필요 충분 조건으로 한다.¹¹⁾

또 신체, 소품, 착용자의 미적 감각, 장소, 시간, 상황에 따라 같은 의상이라 할지라도 입는 사람에 의하여 다른 느낌을 갖게 한다. 시대마다 미인에 관한 관점이 다른 것처럼, 사회 환경에 따라 그 시대가 추구 하는 가치관에 따라 신체 이미지는 영향을 받는다. 이런 신체 위에 입혀지는 모든 것에 의해서 만들어지는 무형의 이미지가 패션 코디네이션의 궁

극적인 결과이다. 이 무형의 이미지를 창조하기 위해서는 신체와 의상, 소품 외에 특별한 미적 기술이 필요하다. 그러나 이미지를 완성시키는 일이 독단적인 예술적 기질을 의미하는 것은 아니다. '착용'을 통해서 자신의 개성과 미적 가치, 고유성 등을 표현할 수 있지만 이것은 착용자가 속해 있는 사회의 문화와 환경에 의해 영향을 받는다.

즉, 사회의 미적 기준이나 상징적인 의미에서 인정을 받아야 할 것이다. 따라서 완성된 이미지는 각각의 개별성과 독창성을 가지며 동시에 사회성과 역사성이라는 보편성을 가진다.

3) 패션 코디네이션개념의 등장 배경

(1) fashion magazine 의 출현

패션 잡지는 코디네이터와 그 밖의 크리에이터들의 창작력에 의해서 만들어진 패션 화보나 대중 매체의 스타나 중심 인물들이 착용한 스타일을 통해 새로운 스타일을 소개하고 개발함으로써 대중에게 스타일을 형성하는데 있어서 지침서 역할을 하고 있다.

이런 패션 잡지의 원류는 커스텀 플레이트(Costume plate)¹²⁾라고 할 수 있다. 그러나 이들은 장래에 대한 이미지를 예언하려는 의도보다 교육적, 오락적인 호기심의 만족을 위해서 그려졌었다. 1700년대 잡지가 나타나면서 패션의 이미지를 전달하기는 하였으나 대부분 판화였기 때문에 오늘날의 칼라 인쇄술에 비하면 그 역할에 못 미친다고 할 수 있다.

미국에서는 Harper's bazaar가 1867년대부터 섬세한 선의 판화(版畵)그림을 설명으로 나타내었다.¹³⁾ 1890년 사진기의 발명은 시각적인 재생의 양상에 커다란 혁신을 가져와 그전까지 잡지속에서 삽화나 도판에 의해 표현되었던 것을 빠르고 생생한 모습의 사진으로 대체함으로써 잡지의 대량보급을 가능하게 했고 그 이전까지 상류사회의 여인들만이 특권적으로 가질 수 있었던 미에 대한 기록은 이제는 사회적 지위나 신분에 구애됨이 없이 카메라의 기술에 의해 아름답다고 인정되는 이는 누구든 성취 할 수 있게 되었다.¹⁴⁾

1892년에 프랑스에서 <Vogue>가 출판되었고 1894년 뉴욕판 <Vogue>가 창간되었다.¹⁵⁾ 패션 잡지

에 편집된 페이지는 많은 아티스트들에 의해 선택되었는데 이는 그들의 창의적 능력과 그 당시 유행에 대한 민감한 해석으로 만들어진 상상력이 풍부하고 창조적인 패션화를 표현할 수 있는 출구였다. 그들의 독창성이 결부된 패션화는 외모의 다양성을 보여 주었고, 이는 개인을 식별할 수 있는 스타일로 개발되었다.

1910년대에 이르러 패션 잡지는 모드를 전달하는 매체에서 일러스트레이션에 힘입어 유행의상의 제작 행위와 인쇄기술의 제작 행위를 연결시킴으로써 독자적인 스타일을 만드는 전기를 마련한다. 이후 인쇄술과 사진 기술의 발달과 더불어 잡지는 아이디어와 정보를 제공하는 근원으로 중요하게 되며 1920년대 이르러서는 그 수가 많아지고 다양해진다.¹⁶⁾

이런 잡지의 발달은 풍요로운 생활 즉, 삶의 질을 높이려는 욕구 속에서 등장한 필연적인 일이었다. 잡지들은 1930년대에 들어서면서부터 차츰 상류 계층용에서 일반용으로 전격 교체하여 모드의 대중화에 큰 영향을 미치는가 하면 때 시즌마다 행해진 파리 컬렉션의 경향은 새로운 미디어로 등장한 라디오에까지 보도됨으로써 유행의 보도는 정확도와 신속성을 더욱 요하게 되었다.¹⁷⁾

50년대 이후 특히 60년대 잡지의 패션 모델이나 패션 모델이 착용한 의상이나 악세사리 등등 미의 기준이 되었다. 이 무렵 미에 대한 사업은 아주 거대화 되었으며 창조와 기술상의 아주 밀접한 상호작용에 의해 사진작가와 모델들은 미에서의 취향을 좌우하기 시작하였다.¹⁸⁾

예를 들면 넓은 벨트를 한 의상을 입은 모델을 촬영할 때 넓은 벨트를 중심으로 하여 사진 촬영을 하고 그 위에 'Chic'라고 쓴다면 그것은 마치 벨트를 해야만 'Chic'하게 되는 것처럼 상징화 된다. 이런 패션 화보들이야 말로 유행을 추구하는 여성들의 모방 수단이었고 당시 패션 경향을 파악하는데 중요한 역할을 했으며, 의상 연출을 배우는데 없어서는 안될 존재였다.

이제 사람들은 잡지 속에서 자신의 삶의 모델을 찾고 그것을 모방(copy)하며 이는 대중 패션(mass fashion)으로 이어진다. 패션에 있어서 어떤 대중 매체보다 잡지가 대중에게 영향력이 큰 것은 이미

지를 오래 지속시키는 still photo 때문이다. still photo는 정서, 특성등을 강조하는 구체적인 모델들을 창조하면서 패션을 이미지화 하였다. 잡지가 보여 주는 이미지들은 패션 코디네이터의 창조적인 작업의 장이기도 하며 이는 새로운 미를 연구하는 일이기도 하다. 디자이너들이 창조한 의상 중 일부만이 언론과 대중 스타들에 의해 선택되어지는 과정을 통하여 소비자에게 소개되는 이 메커니즘은 여성에게 변형의 욕망을 실현할 수 있도록 정보를 제공해 주었다.

다시 말해서 전문직 여성에서 전통적인 여성, '스쿨보이' 타입의 여성에서 섹시한 여성, 스포츠 우먼에서 드레쉬한 여성에 이르는 많은 유행들이 나타났다. 전통적으로 사회에서 여성에게 부여하고 있던 단 하나의 미의 기준은 거부되고 여성들은 서로 공통점이 없고 종종 적대적이기까지 한, 다양한 이미지들이 공존하는 일련의 유행을 즐기게 되었다.

이상에서 알 수 있듯이 잡지는 패션을 전달하는 가장 적절한 매체로 이미지 창조의 장으로 패션 코디네이션과 상호 보완관계 속에서 발전해 왔다고 말할 수 있다.

(2) 미국 스타일(American style)의 등장

19세기 중간부터 나타난 산업 발달 과정 중에 미국의 자유주의 민주주의 사회로의 이행과정을 거치는 동안 '미국 스타일(American style)'은 패션에 있어서 패션 코디네이션을 발전 시키는데 기여하였다. 미국은 유럽 여러 나라가 전쟁하는 동안 무기, 원료 생산에 주력하여 유럽제국에 공급하므로서 막대한 자금이 유입되어 금융계의 주도권을 장악했다.

이렇게 부를 축적한 미국은 문화적으로 우세한 유럽과 동등한 위치를 가지려는 노력에서 자국의 정체성 확립에 주력하여 스스로의 이미지를 만들기 시작했다. 그 대표적인 예가 추상 미술, Jazz 등으로 우리가 알고 있는 미국적인 산물 대부분이 이 시절에 탄생하였다. 부력과 활력으로 고도한 생활양식이 구축된 미국은 모든 면에서 열강을 능가하여 지배력을 가지게 됨으로써 모드에 있어서도 뉴욕과 헐리웃이 중심이 되어 지도력을 발휘하게 된 것이다.¹⁹⁾ 대중 앞에 자신들의 모습을 드러내야 하는 이

들 스타들은 특별히 디자이너와 연계하여 의상을 창조함으로써 대중의 모방의 대상이 되었다. 그 외에 화장을 비롯하여 그들의 자세나 움직임까지도 모방의 대상이 됨으로써, 헐리웃의 스타들은 이미지를 창조하는데 직접적인 영향을 미치게 된다.

또 파리에서 전쟁중인 유럽과는 대조적으로 미국은 화장, 매혹적인 머리 스타일과 세련된 의복 등 패션의 중심지였으며 특히 뉴욕은 새로운 국제적 패션 도시가 되어 미국 여성들이 당시 가장 잘 치장하는 여성들로 부러움을 받았다.²⁰⁾

이는 몇 가지 아이템으로 여러 효과를 낼 수 있는 미국의 실용성과 일치하는 것이었고 계급차나 신분, 격식을 차리는 것에서 자유로운 미국적인 성향과 일치하는 것이었다. 이러한 세퍼레이트 컨셉(concept)은 19세기 말부터 김슨 걸(그림 2-1)이라고 불리는 웨이스트셔츠와 스커트를 맞추어 입는 전통에서부터 나타난 미국적인 개념이었다. 20세기에 들어와서도 미국인의 실용적인 성향은 스웨터나 블라우스를 스커트와 조화롭게 코디네이션 해서 입을 수 있기를 원했다. 따라서 뉴욕의 제조업자들은 파리와 달리 스커트, 블라우스 같은 단품의 아이템에 관심을 기울였다.²¹⁾ 이때 유럽에서는 샤넬이 블루진(Blue jean)에 블라우스(Blouse)와 스웨터(sweater)를 입고 일하는 것이 가장 간편하다고 하면서 이런 차림으로 외출도 하였다. 이러한 샤넬의 모습은 파리에 여행 온 미국의 젊은이들에게 전래



(그림 2-1) 1890년 찰스 김슨(Charles Dana Gibson)이 그린 김슨 걸 출처: The Encyclopedia Fashion

되어 미국으로부터 주문이 쇄도하였다.²²⁾ 이렇게 19세기 부터 세퍼레이트 개념의 발달이 자연스럽게 진행된 미국적 스타일은 이들을 조화롭게 입는 것 또한 중요하게 여기게 되며 이는 패션 코디네이션 성향을 발전시키는데 영향을 미쳤다고 할 수 있다.

특히 1920년대를 영국에서는 'Bright Young things'라고 하는 반면에 미국에서는 'decade of the flappers'라고 불렀는데²³⁾ 이는 대표적인 '아메리칸 스타일'이다. 전후 미국 여성의 이상은 풍부한 성숙함이나 우아함이 아닌 단순한 젊음과 가벼움이 강조되어 패션에서부터 행동에 이르기까지 모든 것에 이러한 이미지가 부여되었다. 입고 있는 옷에 신경 쓰지 않고 이브닝 드레스를 스포츠 웨어처럼 입고 동작은 발랄하고 산뜻하게 느껴지도록 하였다.²⁴⁾ 이렇게 시작된 스타일은 서로의 차이로 인한 개성을 중요시하기 시작하였다.

이후에도 60년대 교육 수준의 증가, 수입의 증가, 영 패션(young fashion)의 대두, 대중음악 등을 바탕으로 패션은 라이프 스타일과 동일시하는 현상이 일어났다. 유행의 전파는 상류의 소수 사람들에게서 대중에게 파급된다는 하향전달의 원칙은 깨어지고, 젊은이들에 의해 탄생된 스타일이 패션의 주류로 받아들여지는 경우가 발생했으며, 남과 다른 스타일 추구로 거리에서 탄생한 Street 패션이 유행을 주도하는 경우가 발생했다. 결국 민주주의, 자유주의가 발달한 미국인의 성향은 패션에서도 똑같은 존재라고 인식된 인간들의 외모에서 다양성, 개성을 표현하는 각각의 스타일을 낳았으며, 이는 일괄적인 이미지가 아닌 자기 이미지들을 창조하는 결과를 가져 왔다.

이렇게 발달된 패션 코디네이션은 이후 여전히 미국적인 디자이너들에게 강하게 나타난다. Claire Mccardell은 상의와 검정스커트를 분리 시킨 디자인을 고려하여 큐롯, 긴 스커트나 짧은 스커트 그리고 재킷을 조화시키는 세퍼레이트 개념을 미국 여성복에 반영시켰다. Calvin Klein은 세퍼레이트의 묘미를 살려 안정되고 기본적인 디자인으로 마무리하는 것에 그의 특징이 있다. 앤클라인은 다른 옷과 코디네이션하기 쉬운 베이직 아이템으로 디자인하고 있으며, 페리엘리스는 '무엇을 입을 것인가라고

생각하기 전에 자기자신을 알아야 한다'는 것을 착용자에게 요구할 만큼 개성적인 코디네이션 실력을 인정받고 있다.²⁵⁾

오늘날 다양성은 비단 미국에 국한되지 않고 있다. 각각의 민족이 갖고 있는 문화와 미의식이 공존하고 있으며, 통신과 교통의 발달은 이들의 문화를 혼합하여 재창조하는 것을 가능하게 한다. 패션은 이런 유희를 극명하게 보여주는 최첨단에 있으며, 여기에 '개성 추구'라는 현대의 특징은 이미지의 다양성을 더욱 부추기면서 패션 코디네이션의 영역은 더욱 더 중요해 지고 있다.

(3) 중산 계급의 대두에 따른 life style의 변화

귀족 중심 사회에서의 숭고함과 사회적 가치는 20세기에 들어서는 개인의 향락과 편안함의 가치로 자리 바꿈을 하였다. 이 때문에 패션에서도 과도한 장식과 발끝까지 긴 스커트로 움직임이 부자유스러운 의상이 단순화되며 스커트 길이도 올라가는 경향을 보였다.

1920년대에 유행한 보이쉬 스타일은 그 나라의 라이프 스타일(life style)에 의하여 약간씩 그 성격에 차이가 있다. 미국의 플래퍼(flapper), 이태리의 마스키에따, 영국의 스쿨 보이쉬 걸(school boyish girl) 이라고 부르는 말은 동일 연도에 시작하여 동일 연도에 끝나는 것은 아니었지만 '가르손느'와 비슷한 의미를 가졌다.²⁶⁾ 이런 스타일의 탄생은 계급이나 사회적 위상으로써 의상의 역할을 이미지 전달의 수단으로써 전환하고 있다는 것을 의미한다. 이것은 현대 복식의 시발점이다.

플래퍼 등의 패션에서 나타난 특징, 즉 짧은 헤어 스타일과 짧은 스커트, 직선 실루엣, 육체의 노출, 가벼운 의복의 착용등은 바로 이전 시대의 여성들이 줄곧 지켜온 여성다움이란 의미에서의 긴 헤어스타일, 긴 스커트 허리를 중심으로 한 아워 글래스 형태의 인공의 미, 사지를 감추던 의복, 그리고 여러겹의 의복을 착용하였던 패션을 전면적으로 거부한 것이었다.

이는 기존의 관습과 전통이 여성들에게 요구했던 여성스러운 아름다움에 저항한 여성 주체의 새로운 미의 탄생을 보여 주었고 이러한 자신을 위한 원칙

을 기본으로 하는 현대주의의 표현이었다.²⁷⁾

여성들은 처음으로 의상을 입을 때 다른 사람의 도움을 받지 않아도 되었고 시간 또한 오래 걸리지 않았다. 또 여성들은 자신들이 입는 의상을 자신이 선택하게 되었다. 이렇게 현대적인 관점으로 패션을 해석한 디자이너가 바로 샤넬이다.

따라서 계급에 따른 사회적 신분차의 표시가 강조되었던 의상의 역할도 새로운 계층의 등장으로 개인의 표현 증대로써의 의상으로써 그 역할이 바뀐다. 이들 신계층의 삶은 명예에 집착하는 대신에 여가와 스포츠를 즐기고 자신의 삶을 향유하기 시작한다. 1912년경에는 소규모 비즈니스맨들의 다수가 포드(Ford)사의 Model T 'General utility car'-오리지널 'Tin lizzie'를 소유하였다.²⁸⁾ 대량 소비의 상징인 자동차의 보급이 크게 확대되고 영화 산업과 스포츠로 대표되는 문화 산업은 여가를 어떻게 보내느냐에 따라 계층이 나누워지는 도시적 생활양식의 형성, 소비 수준의 증대로 이어진다. 이런 소비는 물질적인 수준을 넘어서 상징적이고 문화적인 영역으로 인식되기 시작하여 '무엇을 소비하느냐'에 따라 이미지를 갖게 된다. 이는 자신을 표현할 수 있는 의상을 선택하고 조합하는 코디네이션을 발전시키는 터전을 이룬다. 이제 패션은 복합적인 태도와 신념이 깊게 뿌리 박혀서 전달되는 힘을 가진 언어이고, 라이프 스타일(Life style)과 이미지를 전달하는 도구이다.

이러한 흐름을 간파한 샤넬은 폴 푸아레(Paul Poiret)가 여전히 부르조아 계급의 여성을 대상으로 디자인을 전개하는 전근대적인 방식을 고수한 것에 반해 대두하는 신 계급의 직업 여성들에게 초점을 맞춘 행동적이고 짧은 스타일을 전개했다.²⁹⁾ 20년대 패션에 있어서 지금까지 여성 패션이 지향했던 귀족적인 정숙성과 성숙함을 구태의연하게 만들고, 이때부터 패션은 젊음과 다양성을 지향하게 된다. 이렇게 만들어진 스타일은 부와 계급이 아닌 이미지 창출로써 다른 사람과 구별되는 어떤 것이 되었다. 이렇게 등장한 스타일은 "with style, You must stay as you are."라고 지방시가 언급하였듯이³⁰⁾ 개인으로 축소되며 각각의 개인이 각각의 스타일을 갖게 된다.

III. 본 론

1. 샤넬이미지(Chanel Image)의 코디네이션적 분석

1954년 라이프지는 “샤넬은 이미 모든 것에 영향을 주었으며 패션 이상의 것 즉 혁명을 창조하였다.”고 지적하였다. 혁명이란 이전 세기의 가치를 뒤엎고 새로운 것을 창조하는 것이다. 이 같은 혁명을 통하여 샤넬이 창조한 것은 Twin sweater set, crocheted lace, the leather belt, sailor pants, the short evening dress, the small hat, 실용적인 포켓이 있는 the relaxed coat, costume jewelry, chanel N° 5, 어깨끈이 있는 핸드백 the two toned shoes, 짧은 헤어 스타일 등이다.

그러나 샤넬을 혁명가로 만드는 것은 위의 아이템 창조에 그치지 않고 이들을 조합하여 만들어낸 아름다움에 대한 샤넬의 시각이다. 각각의 소품들은 독립적인 구성 요소로 존재하며 이들은 상호 조화와 조합에 의해서 완성된다. 패션 코디네이션 개념을 누구보다도 먼저 음미하고 있었던 것은 바로 샤넬이었다.³¹⁾

샤넬이 창조한 스타일은 젊음을 강조한 것으로 젊어 보이는 외형에 만족하지 않고 샤넬은 젊음을 정신의 문제로 확대 해석 하였다. “젊음은 외모에 관한 것이 아니라 정신에 관한 것이며, 의상보다는 컨셉(concept)에 관한 것이다.”³²⁾라고 하여 패션을 단순한 외면의 표현이 아닌 정신이 깃든 삶의 표현으로 해석한 것이다. 즉, 샤넬은 권위와 명예를 추구했던 이전 세기의 삶의 형태를 거부하고 개인적 가치, 여가의 중요성이 증대하는 현대적 삶의 형태를 창조한 것이다. 이는 젊음을 강조하는 현대 패션의 첫 걸음이기도 했다.

또 라이프 스타일을 바탕으로 패션을 해석한 첫 번째 시도이기도하다. 이제 하나의 이미지는 여러 가지 요소에 의해 흐트러지지 않는 다양성을 보여준다.

패션 코디네이션 개념은 20세기 패션의 새로운 문법이다. 의상을 비롯한 각각의 소품들은 독립적인 구성 요소로 존재하며 이들은 상호 조화와 조합에 의해서 완성된다. 이는 덴디의 크라바트가 착장

의 솜씨에 의해서 착장 후 빛을 내는 연출의 효과인 것과 같은 맥락이라 하겠다. 또한 의상 연출의 묘는 그리스 로마로 거슬러 올라가서 펼쳐 놓고 보면 한 장의 천일 뿐인 토가나 히마티온이 몸에 둘러지면서 만드는 드레이프의 연출로 입는 사람 각각의 개성을 드러내는 ‘착장의 묘미’인 것에서도 찾아 볼 수 있다. 이보다 더 거슬러 올라가면 의상을 만들 수 없는 원시 부족 사람들이 자신의 몸에 장식을 함으로서 원하는 이미지를 표현하였던 것에서 그 기원을 찾을 수 있다. 이처럼 착장자에 의해 완성되는 ‘연출의 미’인 코디네이션 기법이 20세기에 샤넬에 의해 처음으로 다시 복원되고 있는 것은 그 의의가 크다고 하겠다.

샤넬이 추구한 이상적인 여성은 디자이너가 제공하는 기본적인 요소에서 자신에게 어울리는 개성 있는 스타일을 선택할 수 있는 능력을 지닌 여성이었다.³³⁾ 이는 패션이 부와 사회적 지위를 표현하는 수단이 아닌 자신을 단적으로 표현하는 무언의 언어 혹은 미적 표현의 수단으로 사용할 수 있는 여성을 의미 한다. “나는 최초의 20세기 여성으로 패션을 재정의했다”³⁴⁾라고 샤넬이 주장했듯이 20세기 패션은 이처럼 샤넬에 의하여 새로운 시각을 갖게 되었다.

즉 사회의 지위와 신분을 나타내는 도구로서의 의상이 아닌, 자신의 미적 표현과 개성, 무언의 이미지를 전달하는 매개체로 보는 시각인 것이다. 이렇게 생성된 샤넬의 코디네이션은 샤넬 특유의 이미지를 만들어 내게 된 것이다. 이렇게 샤넬이 창조한 이미지는 상반되는 요소를 포용하여 어느 곳에도 치우치지 않는 ‘중립의 미’이며, 실루엣에 의한 기능성 또는 활동성과 악세서리를 비롯한 소품에서 나타나는 여성스러움, 연약함이 섞여 매우 아이러니한 분위기를 만들어 내는 것이었다. 이들을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 튜블러(Tubular) 실루엣

1926년 Vouge는 “샤넬의 검정 드레스(그림 3-1)가 세련된 여성의 일종의 유니폼이 될 것이다”라고 예언하였다.³⁵⁾ 이것은 길고 좁은 소매에 단순한 튜블러 스타일이었다. 그림3-1에서 보면 전체적인 실루엣은 장식적인 요소를 배제하고, 상의와 하의를

검정색으로 통일시켜 튜블러 라인을 강조하고 있다. 다소 무미하거나 딱딱할 수 있는 튜블러 라인의 단순함은 곡선적이며 여성스러운 디테일 즉, 모자의 좁고 둥근선, 목 주변의 곡선, 팔찌를 이용한 손목 부위의 강조 등을 사용하여 여성의 연약함과 더불어 가볍고 발달함을 느끼게 한다.

폴 포아레(Paul Poiret)는 콜셋을 없애서 기둥 같은 몸매로는 나타내었으나 활동하는데 부자유스러웠다. 그러나 샤넬에 의해서 만들어진 튜블러 실루엣은 재단상의 테크닉과 소재의 성질로부터 발생하는 착용감이 좋다는 것 뿐만 아니라 심리적 정신적인 면에서 자유롭고 편안하게 행동하는 것까지도 포함한다. 예를 들면, 스커트 길이를 무릎 아래로 한정시키고 있거나(그림 3-1), 자동차를 배경으로 하고 있는 그림 3-2에서 살펴보면 자동차를 타는데 불편함이 없도록 저지 소재의 가디건과 스커트에 주름을 넣어서 활동하기에 편하게 제작되었다. 저지로 만든 수병(水兵)의 상의나 풀오버(Pull over)를 구입, 이를 손질하고 약간의 트리밍을 첨가하여 주름스커트와 함께 입고 그녀 스스로 모델이 되어 거리에 나섰고 이는 곧 커다란 센세이션을 일으켰다.³⁶⁾ 이는 사회 생활이 가능한 여성들의 등장으로 과거 보다 활동성이 있는 의상을 찾게 되었고, 소재의 기능성으로 샤넬의 튜블러 라인은 활동성이 많아진 사회의 욕구에 적절한 것이었다.



(그림 3-1) 1926년 vogue(American)

또 튜블러 라인은 소품의 효과를 극대화시키는 특징을 갖는다. 여기에 샤넬의 여성스런 디테일은 튜블러 라인의 무미함을 상쇄시킬 뿐만 아니라, 더불어 악세서리와 기타 소품들의 장식성을 극대화 시키는데 있어서 가장 적절한 실루엣이 튜블러 실루엣임을 보여 주고 있다. 샤넬은 곡선적인 디테일을 첨가 하여 여성미와 우아함을 갖게 하는 샤넬만의 코디네이션을 하고 있다. 그림 3-2의 그림에서도 역시 튜블러 라인을 형성하는 실루엣에 상의와 하의, 모자를 같은 색으로 통일시키고 있으며, 검정색 벨트로 Low waist를 강조하는 동시에 색상의 단조로움과 실루엣의 단조로움에 활기를 부여하고 있다. 이런 여성적인 디테일을 사용하여 코디네이션 시킨 것은 그림 3-1에서도 찾아볼 수 있다. 여러겹의 진주 목걸이는 목선의 곡선을 강조하고 있고, 둥근 브림(brim)의 모자 역시 여성적이다. 양 손목의 강조 역시 공통적인 요소로 여러 사진을 통해 확인할 수 있으며 그림 3-2에서는 흰 장갑을 사용하여 양 손목을 강조하고 있다. 그림 3-3에서도 흰 칼라, 진주목걸이와 흰 컵스, 한쪽에 주름을 넣어 튜블러 실루엣을 유지하면서 기능성을 살리고 여성스러움을 더 하는 코디네이션을 하고 있다.

이 밖에 샤넬의 아이템 중 튜블러 실루엣을 이루는 바지는 실용성에 있어서 중요한 아이템이다. 현대라는 배경에서 기능성과 실용성의 중요성을 인식하고 샤넬이 바지 디자인을 한 것은 필연적인 일이다. 그러나 샤넬의 바지(그림 3-4)는 브루머(bloomer)여



(그림 3-2) chanel suit 출처: Chanel



(그림 3-3) Chanel in 1929, 출처 : Woman of Fashion



(그림 3-4) 샤넬이 디자인한 바지와 기타 소품, 출처 : Chanel

사의 바지처럼 사회적 목적이 있지도 않으며 폴 포아레(Paul Poiret)의 바지처럼 이브닝 웨어가 아닌 레저와 스포츠, Day time을 위한 일상복이었다. 샤넬에 의하여 비로소 바지는 실용적인 본연의 역할을 찾게 된 것이다. 이 같은 실용적인 바지와 함께 착용한 스포츠 T-셔츠 여기에 샤넬은 등근 목둘레선을 강조하는 진주 목걸이에 의한 곡선의 반복과 머리의 곡선과 꽃을 형상화한 악세서리, 손목의 곡선을 강조하는 팔찌등 여성적인 디테일을 사용하여 샤넬만의 코디네이션을 보여 주고 있다.

미적인 측면에 있어서도 튜블러 라인은 현대적인

미에 대한 당시의 경향과도 일맥 상통하는 것이었다. 1925년에 열린 '현대 장식미술 및 공업미술 박람회'는 미술과 공업의 결혼과도 같은 것으로 건축, 실내장식, 의상 등의 응용미술 분야의 새로운 경향 즉 직선적이며 단순한 형태를 보여줌으로써 확실히 되었다.

이렇듯 사각형의 단순함은 '현대미'를 표현하는데 가장 적절한 도구가 된 것이다. Vogue 잡지에서는 "새 스타일이 탄생했다"고 표현했는데, 그것은 장식적인 곡선형의 아르누보(Art Nouveau)는 거부되고 입체적이고 직선적인 새로운 스타일이라는 것이었다.³⁷⁾

이 당시 직선적인 튜블러 실루엣의 옷은 "가슴도, 배도, 엉덩이도 이제 더 이상 볼 수 없게 되었다. 단지 스커트 밑의 다리만을 볼 수 있다."라고 남성들을 탄식하게 했지만, 여성의 옷은 남성의 시각적 쾌감을 위한 것이 아니라 날씬하게 보이고자 하는 여성들의 욕구를 자유롭게 표현하며 편안하고 활동적이어야 한다는 샤넬의 철학이 반영된 것이다.³⁸⁾

이렇게 현대 생활에 가장 적합한 튜블러 라인은 샤넬이 첨가한 여성미에 의하여 단순하고 실용적이고 편안하면서도 결코 우아함을 잃지 않는 20세기 스타일의 기본이 된다.

튜블러 라인은 30년대 유행에 따라 길이가 길어지는 경향을 보이지만 과도한 부풀림 없이 그 맥을 유지한다. 원저공의 결혼 드레스(그림 3-5)에서도 보여지는 튜블러 라인은 심플함과 실용성이 중요시



(그림 3-5) winder 공 부부의 wedding dress 와 suit(1930suseo) 출처: fashion of a decade : the 1930

되는 현대의 미의식과 튜블러 라인의 관계를 정확하게 보여주고 있다고 할 수 있다. 튜블러 라인은 세계 2차 대전을 겪은 동안 실용적인 의상을 제작할 때도 기본 형식으로 선택됨으로써 다시 한번 실용성이 증명된다. 샤넬이 30년대 원피스 드레스를 95년 다시 재현한 드레스(그림 3-6)에서도 유행에 영향을 받지 않는 현대미의 기본을 이루는 튜블러 라인을 확인할 수 있다.



(그림 3-6) 1995년작 샤넬의 드레스를 재현 출처: Chanel

샤넬이 실용성을 포함한 현대적인 미를 표현하는데 사용한 튜블러 라인은 샤넬이 재 등장한 이후의 작품(그림 3-7)에서도 찾아 볼 수 있다. 이를 통하여



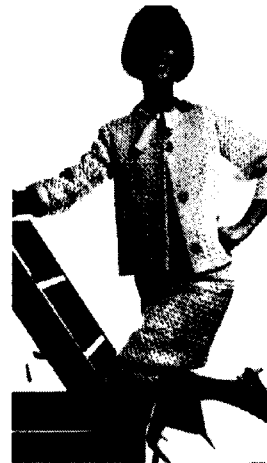
(그림 3-7) 1959년 Chanel suit 출처: history of 20th century fashion

다시 한번 튜블러 라인이 실용성을 겸비한 현대미에 적합함을 알 수 있다. 50년대에 뉴욕의 등장으로 허리를 강조한 옷들이 유행하는 동안에도 한편에서는 튜블러 라인이 지속되는 것(그림 3-8)을 알 수 있다. 이는 튜블러 라인이 20세기의 기본이 되는 실루엣의 하나로 정착되고 있음을 보여 주고 있는 것이다.

60년대(그림 3-9)에는 튜블러 라인에 활발하고 발랄한 이미지가 강조되고 있고, 바디 사이즈 보다 크게 입는 Big 실루엣이 유행한 80년대(그림 3-10)는 볼륨이 커졌다는 유행에 따른 차이를 보이나 이는 상대적으로 시대성을 충분히 소화하면서 기본을 유지하고 있는 샤넬의 정신을 읽을 수 있는 점이다.



(그림 3-8) Dorville작 1952년 출처: history of 20th century fashion



(그림 3-9) 발랄한 이미지, 출처: 1964년 vogue(A)



(그림 3-10) 칼 라거필드 for Chanel 1985년.
출처: whos who in Fashion

이렇게 샤넬의 튜블러 라인은 20년대를 대표하는 샤넬의 블랙드레스(그림 3-1)에서 탄생하여 20세기의 유니폼이 될 것이라는 보그지의 예측 대로 샤넬의 재 등장 후에도 튜블러 라인은 계속적으로 지속되고 있음을 알 수 있다. 튜블러 라인은 강하고 지적이며 젊고 사회적으로 성공한 현대 여성의 이미지를 의상에 드러낼 때 기본 골격이 된다.

2) 모 자

19세기 동안 모자는 필수품으로 여성은 모자 없이 공공장소에 나타날 수 없었으며, 1차 세계대전까지 여성은 잠에서 깨는 즉시 모자를 쓰고 다녀야 했다.³⁹⁾ 1차 대전을 겪으면서 이런 사회적 관례는 공식 행사에 참석 할 때 모자를 착용하는 것으로 축소되었다. 여전히 오늘날에도 국가의 공식 행사에서 영부인 혹은 여왕들이 모자를 착용하는 것에서 이런 관습의 잔재를 찾아 볼 수 있다. 모자의 착용은 행사의 품위를 존중하는 행위이며, 동시에 모자를 착용한 사람의 신분을 보장하는 역할을 한다. 반면에 장식적인 역할로서 모자는 얼굴을 강조하며 의상의 분위기를 보완하여 다른 사람들의 시선을 집중시킨다. 다시 말하면 모자는 패션 코디네이션에 있어서 스타일을 완성시키는 역할을 한다. 샤넬의 모자는 칼라와 소재를 의상의 칼라, 소재와 통일시켜 위의 특징들을 특히 강조하여 보여주고 있다.

20년대 샤넬 스타일에서 보이는 대표적인 모자의 형태를 살펴보면 중절모 형태의 둥근 챙이 있는 것(그림 3-11), 베레모 형태의 모자(그림 3-12), 머리에 꼭 맞도록 디자인된 클로셰(cloche) 형태의 것(그림 3-1)으로 나눌 수 있다. 샤넬의 모자는 의상과 함께 단순하게 디자인되었고 의상과 같은 소재와 칼라로 통일시켜 심플함을 더욱 강조한다.

이렇게 의상과 같은 칼라와 소재로 코디네이션하는 샤넬의 스타일은 1920년대에 샤넬 자신이 착용한 여러 의상(그림 3-11, 3-12)에서 보여지며 다시 샤넬이 재 등장한 이후에 같은 방법으로 코디네이션되고 있음을 알 수 있다. 그림 3-13의 모자는 튜블러 실루엣에 놓여 있는 플랫칼라, 포켓과 같이 작은 사이즈로 만들어져 의상과 조화를 이루고 있다.



(그림 3-11) 1912년 Chanel, 출처: Chanel



(그림 3-12) 1936년 Chanel 출처: Chanel



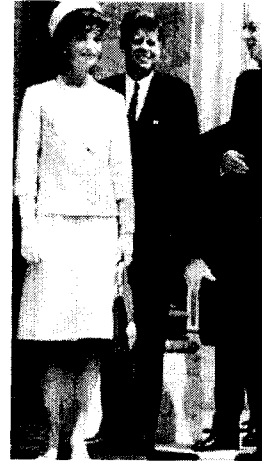
(그림 3-13) 1964 The Chanel suit
출처: history of 20th century fashion

그림 3-14의 모자는 검정색 슈트와 코디네이션 되어 있는데 목 부분의 작은 리본에서 느껴지는 귀여움과 모자 뒷 부분의 리본 장식이 조화를 이루어 얼굴을 강조하면서 검정색이 주는 무거운 느낌을 가볍게 하고 있다.



(그림 3-14) 블루머린 색상의 울 저지 슈트 1954년,
출처: Chanel

이렇게 모자를 의상의 칼라, 소재와 통일시킨 코디네이션 방법은 재키 케네디가 공식행사에서 자주 선을 보여 상류 사회의 패션 연출법의 하나로 정착되었다. 그림 3-15에서 보여지듯이 모자는 formal dress 입을 암시하는 매개체로 쓰였으며 재키 케네디를 중요한 사람으로 만들기에 충분하다.



(그림 3-15) 재키케네디와 세계정상
출처: Dizionario della moda Georgiva Ohara

3) 진주 목걸이

샤넬 스타일에 있어서 의상과 기타 소품과의 관계는 매우 특별하다. 샤넬은 디자인에 있어서 단순성을 보충하는 역할로 악세서리 또는 소품을 사용하였다. 앞 코가 검은 색인 베이지 슈즈, 골드 체인이 있는 킷팅 핸드백, 스카프, 다양한 모자, 그리고 독특한 코스튬 주얼리를 통해서 샤넬은 여성들이 자신들이 선택한 의상에 어떻게 재능을 첨가 시켜야 되는지에 대해 보여 주었다.⁴⁰⁾ 앞에서 언급했듯이 샤넬의 스타일에 있어서 튜블러 라인은 실용성, 활동성이 있는 반면에 단순한 사각형은 딱딱함, 절제, 사무적인 느낌 등에 의해 무미 건조 하다. 샤넬에 있어서 이를 보완하여 여성미를 표현하는 방법의 하나로 악세서리는 중요한 역할을 한다. 그녀는 고객들에게 단순한 Jacket 과 skirt 아니면 전체적으로 검소한 의복을 입혀주고 고객들이 '초라할 정도의 차림'에서 맵시를 보였을 때 보석(寶石) 장신구-의상 장신구, 부룻치, 반지, 이어링, 루비 및 에 메랄드 덩어리 진주목걸이-를 여기저기 어울리게 달아 주었고 "그것들이 진짜냐 아니냐는 문제가 아니지요 장식 효과만 있으면 그만이니깐요"라고 말하는 것이었다.⁴¹⁾ 샤넬은 의상에 있어서 악세서리의 역할의 의미를 확대 해석하지 않았다. 르네상스 시대의 스토마커 위의 많은 보석의 장식을 보석 진열대라고 할 정도로 부와 권위의 상징으로써의 보

석의 역할은 샤넬에 이르러 그 근본 목적을 찾았다고 말할 수 있다. 샤넬 작품들 중에는 진주 장식이 없는 스타일들도 많지만, 일반적으로 샤넬하면 여러 겹의 진주 악세서리를 제외한 착장 상태를 상상하기는 어렵다. 이렇게 샤넬을 대표하는 여러 겹의 진주는 마치 의상의 일부처럼 보인다. 복식사에서 살펴보면 이 여러겹의 진주 장식은 의상을 장식하는 다른 진주들과 더불어 엘리자베스의 초상화(그림 3-17)나 앤볼린의 초상화(그림 3-18)에서도 찾아 볼 수 있는 장식으로, 이때 사용된 악세서리는 귀족이나 상류 계층의 특권과 권위의 상징으로 옷과 소품의 전면에서 사용되고 있음을 볼 수 있다. 그러나 샤넬은 이런 진주 장식들을 모방하여 새로운 의미 부여와 창조적인 감각을 더하여 자신만의 스타일을 만드는데 성공하였다. 모조품을 이용하여 만든 진주를 비롯한 악세서리들은 장식을 목적으로 Day time에 의상과 함께 사용되었다. 그러나 진주 고유의 귀족적인 이미지는 모조품 속에도 그대로 녹아 있는 것이었다. 이런 샤넬의 연출은 다시 대중들이나 다른 디자이너들에게도 모방되었다.

이렇게 패션 코디네이션에 있어서 전통에서 보여지는 착장법을 모방하여, 샤넬만의 독특한 새로운 이미지 창조로 이어지며 다시 다른 사람들에 의해 모방되어지는 메커니즘을 샤넬을 통하여 처음으로 발견하게 된다. 이는 코디네이션이 카피되면서도 착용자 각자에게 다른 분위기를 만들어주는 원리



(그림 3-17) queen Elizabeth 1세
출처 : 서양 복식문화사



(그림 3-18) Anne Boleyn
출처 : 서양복식 문화사

이기도 하다. 20년대 악세서리에 대한 유행은 진짜 보석을 착용한 전통적인 경향에서 탈피한 새로운 모습으로 보여졌다.⁴²⁾

호텔의 팜플렛에 그려진 여성의 차림(그림 3-19)에서도 쉽게 나타나듯이 20년대 진주목걸이와 검정 드레스의 매치는 당연한 일로써 치부되었음을 알 수 있다. 이는 그림 3-20과 비교해 볼 때 샤넬의 전형적인 코디네이션 방법을 그대로 모방한 것임을 알 수 있다. 검정색 드레스에 진주목걸이와 양 팔목에 팔찌를 하고 있으며 자신이 히로인임을 자랑스러워 하는 태도와 그 주위의 여성들의 부러움의 시선 속에서 중앙에 그려져 있는 이 여인은 당시 샤넬의 스타일이 중산계급을 대표하고 현대미의 표현이었던 만 큼 호텔의 팜플렛은 팜플렛을 보는 사람으로 하여금 이런 차림과 의식을 갖고 있는 사람에게 어울리는



(그림 3-16) 진주 목걸이, 출처: Chanel

장소를 이 호텔이라고 주장하고 있다. 이 호텔은 젊고 발랄하며 현대적인 이미지를 표현하고 있는 것이다. (그림 3-19)



(그림 3-19) May Fair 호텔 팜플렛 일부
출처: 20세기 양식

일반적으로 day time에 사용되고 있는 여러겹의 진주 목걸이(그림 3-16) 대신에 저녁모임을 위한 한 줄의 긴 진주 목걸이(그림 3-20)도 T.P.O.를 구별하고 있는 샤넬의 코디네이션 감각이다.



(그림 3-20) 검정드레스 1928년 출처 : 파리모드 200년

이렇게 20년대 샤넬에 의해 의상을 연출할 때 패션 품목의 하나로 재 인식하게 된 진주목걸이는 이후 샤넬이 재기하면서 같은 스타일을 생성하는데 중요한 요소로 작용하며 지금까지도 많은 디자이너

나 패션 코디네이터 그리고 일반인들에 이르기까지 널리 모방되어 오고 있다.



(그림 3-21) camellia, 출처: Chanel

4) 카멜리아 (camellia)

샤넬이 개발 한 소품 중에서 가장 여성스러운 것은 카멜리아이다. 샤넬이 창조한 카멜리아는 동백꽃을 형상화 한 것인데 초기의 자연적인 꽃 모양의 모티프는 단순화되었으며 머리, 재킷 윗부분, 모자, 벨트 등에 장식적으로 사용되고 있다. 꽃 장식의 유래는 인류의 시작부터라고 할 수 있다. 17세기에는 리본을 사용하여 장미꽃모양, 화환모양, 등 리본 다발로 복식미를 나타내는 기법이 고안되었다.⁴³⁾ 18세기에는 여자 가운데 조화나 꼬르사아쥬(corsages)의 꽃장식과 주름 장식으로 예술 작품과 같은 의상을 만들어 내었다.⁴⁴⁾ 그리고 이 잔영은 현대 복식에서 남성의 이브닝 웨어에 장미를 가슴에 달고 있는 모습으로, 결혼식에서 신랑의 슈트에 꽃 장식으로 남아 있다. 현대 복식에서 꽃 장식은 남성 보다 여성에게 더 많이 사용되고 있으며 여러 형태의 꼬르사아쥬(Corsages)모양을 찾기도 어렵지 않다. 그러나 이전 세기에 가슴에 장식한 꽃들은 생화로써 빨리 시들고 꽃의 자연적인 형태를 유지하고 있었다. 또한 꽃이 만들어내는 분위기는 로맨틱하고 환상적인 것이었기 때문에 일상복에 사용하기 보다는 이브닝 드레스 같은 저녁 파티를 위한 의상에 쓰여졌다. 반면에 샤넬의 꽃은 인공의 기하학적인 모양을 하고 있으며, 이는 샤넬이 주장한 '현대'라는 컨셉(concept)에 부합하는 모양이다. 즉 샤넬은 꽃에서 얻어지는 부드럽고 여성적인 이미지를 간직하면서 여기에 현대적인 이

미지를 투명한 꽃을 만든 것이다. 그리고 이를 샤넬은 day time의 일상복에도 코디네이션 시켰다.

즉, 카멜리아는 전통적인 샤코계의 전형적인 장식적 요소 중에 하나였으나 샤넬에 의해 현대 생활에 맞게 재 창조 됨으로써 역사적인 백그라운드를 갖는 현대의 장신구가 된 것이다.

상류 사회의 착장법인 의상과 꽃의 조화는 샤넬에 의해 새롭게 코디네이션 되므로써 샤넬 스타일의 단조로움에 포인트를 주고 있으며, 여성미를 강조하고, 고급스럽게 보이게 하였다. 예를 들어 그림 3-22에서 알 수 있듯이 카멜리아를 포인트로 장식하여 격자 무늬의 딱딱함을 보완하고 여성미를 첨가시키고 있다. 그림 3-21, 22, 23에서 카멜리아는 샤넬을 드러내는 상징으로 카멜리아만으로 샤넬이



(그림 3-22) 1964년 vogue(A)



(그림 3-23) 1964년 vogue(A)

미지의 고급스러움을 전해 주고 있다.

5) 샤넬 N° 5

샤넬 N° 5는 1921년 에르네스트 보(Ernest Beaux)에 의해 창조된 이래 샤넬의 공백기 동안에도 샤넬의 이름을 사람들의 기억 속에 계속 되게 했으며, 지금도 여전히 샤넬의 이름을 지속시키는데 기여하고 있다. 샤넬 N° 5는 파리의 오프 꾸뛰르(Haute Couture) 작품 발표회를 통해 세상에 알려지게 되었다. 향수를 패션의 한 품목으로 사용하게 된 것은 샤넬의 독특한 악세서리인 카멜리아 때문이다. 카멜리아를 개발한 샤넬은 이번에는 생화의 향기를 오래도록 유지 할 수 있는 인공향수의 필요성을 절감하게 된다. 즉, 꽃 향기를 패션화한 것이다. 이런 샤넬의 생각은 단순히 향기를 만드는 것에 그치지 않고 향기를 사각의 병에 시각화 함으로써 다시 한번 샤넬의 이미지인 모던 에이지(Modern age)를 상징하였다. 뒤를 이어 잔느 랑방(Janne Lanvin), 장 빠뚜(Jan Pateau) 등이 자신의 브랜드 이미지와 부합하는 향수를 생산해 냈다. "당신은 잠 자리에 들 때 무엇을 걸치느냐"는 기자의 질문을 받았을 때 마릴 린 먼로는 거침없이 "샤넬 N° 5"라고 대답했다.⁴⁵⁾ 이 대답은 향수를 패션 품목의 하나로 인정하고 있으며, 샤넬 향수 뿐만 아니라 브랜드의 인지도를 높이는 결과를 가져왔다. 동시에 패션이란 궁극적으로 착용자에 대한 전체적인 분위기임을 증명하고 있는 것이다. 누군가를 만났을 때 모든 것이 어울어져 상대자에 대해서 '착하다' 혹은 '멋있다'라는 다소 추상적인 평가를 내리 듯이 자신의 브랜드 이미지를 표현하는 '향기'란 패션이 보이지 않는 무형체의 의미를 갖는다는 확실한 증거이다. 즉, 어떤 형상에 대한 오랜 여운을 현실화 시킨 향수는 패션 코디네이션의 궁극적인 목적인 이미지 창출의 결정체이다. 샤넬은 다시 한번 샤넬 N° 5을 통해서 모드가 아닌 스타일을 창조하려 했던 것임을 증명한 것이다. 단순한 디자인과 이름에서 풍기는 20세기적 느낌과 더불어 사각의 당당함⁴⁶⁾은 단순함과 모던함 속의 샤넬의 인공 향기를 이 당시 '밤의 환상(Evening Revery), 분홍 클러바(Pink Clover)⁴⁷⁾ 등의 다른 향수들과 구별되게 하였다.

샤넬은 혁신적인 개념의 향수 N° 5를 발매하여 패션에서와 마찬가지로, 완벽한 우아함을 창조하려는 의지로 만들었고, 이 향수는 당시 유행하고 있던 향수를 단번에 시대에 뒤떨어진 구식으로 몰아내었다. 샤넬 N° 5는 78년이 지난 지금도 전 세계에서 30초당 한 개꼴로 팔린다는 초 베스트 셀러이며, 샤넬의 향수는 샤넬의 이미지가 온전히 보전되고 있는 샤넬의 trade mark 이다.

이상에서 살펴보았듯이 샤넬이 개발한 소품과 악세서리들은 이미 이전세기에 여성들에 의해 사용되었다는 것을 알 수 있다. 그러나 그 기능이 의상과 조화를 이루어 착용자 각각의 독특한 아름다움을 표현하는데 있지 않고, 상류층의 전유물으로써 신분과 저녁의 사교 모임을 위한 드레스 중심의 패션 문화였다. 이를 샤넬은 Day time에도 착용할 수 있도록 개발 한 것이다.

이 밖에도 샤넬이 개발한 소품들과 샤넬의 상징들은 Two-tone shoes, 킴팅 핸드백, 'C'를 겹쳐 놓은 로고, 벨트 등이 있다. 이들 역시 실용성과 기능성이 필수적인 20世紀 의식을 바탕으로 여성스러움과 우아함을 강조하면서 현대의 이미지 창출에 기여하고 있다.

2. 샤넬 스타일의 창조

1) 샤넬 스타일의 창조

이상의 분석을 통하여 볼 때 패션 코디네이션 개념은 샤넬에서 처음 시도되었으며, 라이프 스타일을 바탕으로한 스타일에 의해 구분되는 현대 패션의 시작도 샤넬이라고 말할 수 있다. 이를 두고 작가 폴 모랑⁴⁸⁾은 그녀를 '19세기의 막을 내린 천사'라고 불렀고, 작가 모리스 삭(Maurice Sachs)⁴⁹⁾은 1932년에 '샤넬은 이전에 파리가 알지 못했던 새로운 여성상을 창조했다'라고 평했다.

샤넬이 창조한 스타일은 직업이 있는 여성 즉 현대 여성의 전형인, 가르손느 룩으로써 이미 패션 코디네이션 개념이 없었던 시대에 모드가 아니라 스타일의 하나로 인정받았다. 이들은 단순히 의상이 아니라 직업이 있으며 자신의 존재 가치를 추구했던 새로운 방식의 삶 즉, 라이프 스타일에 대한 이름이다.

오늘날 모든 브랜드들은 concept을 정하여 광고와 이미지를 만드는데 매우 많은 노력을 한다. concept은 매우 다양하여 연령별, 직업별, 성별, 학력 등을 포함할 뿐 아니라 감성별로 심리적인 면까지 포함시키고 있다. 이렇게 만들어진 각각의 모델은 이제 브랜드와 동격으로 소비자를 설득하고 설득되는 소비자는 style을 모방한다. 다시 말하면 이제 브랜드들은 의상을 만드는 것이 아니라 패션 리더, 다시 말하면 new style을 창출하고 있다. 이는 "나는 모드가 아니라 스타일을 창조했다."라고 샤넬이 주장했던 샤넬의 방식과 맥을 같이 하고 있다.

1920년대 샤넬 이미지는 젊음, 독립과 자유를 누리는 여성으로 짧은 헤어스타일 담배 자유 분방한 태도 등으로 형상화 된다. 미성숙한 소녀의 모습으로 표현된 가르손느 룩의 정신은 소녀들의 장난기를 그대로 모방하고 있다. 이런 샤넬의 젊음에 대한 강조는 이전세기의 권위와 신분을 표현한 의상에 대한 반발이며, 또한 이전의 삶의 가치에 대한 반발이었다.

이후 패션은 상류층의 전유물이 아닌 대다수의 '젊은 여성'이 주인공이며 다시는 바닥을 끌거나, 크리놀린처럼 움직임에 재해를 받는 의상은 일상복으로 제작되지 않았다.

이렇게 샤넬에 의해 창조된 현대적 여성을 위한 스타일은 샤넬 스스로 모델이 되고 샤넬 스스로가 컨셉(concept)이 되어 항상성을 갖는다. 반세기 동안을 지내면서 샤넬의 명성에 대한 항상성은 샤넬을 특별하게 만드는데 가장 큰 역할을 했다고 할 수 있다. 샤넬이 이렇게 샤넬의 이미지를 유지할 수 있었던 요인은 샤넬이 곧 20세기 여성들이 되고 싶어 하는 그것이기 때문이다. 여성의 자유와 감성을 유지한 채로 사회에서 샤넬이 이룬 성공은 샤넬의 작품과 동일시 되어 샤넬 브랜드를 성공과 부와 명예가 있는 여성의 대명사로 만들었다. 즉, 샤넬은 샤넬 자신을 concept으로 한 샤넬 브랜드를 창조한 것이다. 이는 당시 대중들이 동경하는 여성상이기도 하다. 김선희의 연구⁵⁰⁾에 따르면 현대여성의 이상적인 이미지는 독립심이 있는, 지적인, 품위 있는, 세련된 이미지로 나타났는데 이는 샤넬이 추구했던 샤넬 이미지와 그 맥락을 같이 한다.

가르손느 룩의 샤넬은 20년대의 모던한 경향들

과 함께 단순함 기능성 활동성과 더불어 일하는 여성의 아름다움을 창조하였던 것처럼 20세기 여성들 역시 샤넬이 추구했던 것을 여전히 추구하고 있다. 직업을 원하면 직업을 갖고, 사랑할 대상을 선택하고 성취할 수 있는 삶, 건강한 여성적인 감성을 유지한 채로 그들의 감각을 따르는 자유로운 삶,⁵¹⁾ 이제 이런 여성의 대명사가 되어버린 샤넬은 이 같은 삶을 열망했던 여러 사람들에게 시대에 상관없이 선택되고 있다. 즉 샤넬은 자기 자신을 모티브로 하여 패션 코디네이션을 통하여 최초로 20세기 여성의 스타일을 창조한 것이다. 샤넬이 추구했고 성취했던 Career Woman은 20세기 여성의 꿈이며 현실이다. 이렇게 샤넬이 창조한 현대 여성의 스타일은 20세기의 여성의 standard 가 되었다고 할 수 있다.

2) 샤넬 스타일 전개

세계 대전 동안의 인력 부족으로 남성을 대신해야 했던 사회 생활은 여성의 능력을 입증하는 계기가 되었다. 전쟁 동안 사회에 진출했던 미국 여성들은 전후에도 전쟁으로 획득한 사회적 지위의 포기를 원치 않았고 바로 유럽 여성과 미국 여성의 커다란 차이점이었다. 따라서 그들은 현대 생활에 순응하는 합리적인 옷, 즉 직장에서나 밤의 사교 모임에서 착용할 수 있고 가능하면 사회적 지위가 높아 보이는 의복을 요구했다.⁵²⁾

54년 재 등장한 샤넬을 가장 열렬히 받아들인 곳은 미국이었다. 미국은 여성의 진출이 어느 나라보다도 우위에 있었으므로 여전히 가르손느의 정신이 팽배해 있었고 자본주의의 발달은 현대적인 미를 발전시키는데 중요한 기반이 될 수 있었으므로 어느 나라보다도 일찍이 코디네이션 개념이 발달할 수 있었다. 여기에 편승된 기성복 산업의 발달은 샤넬의 단순한 라인을 복제하는데 더욱 용의 하였다. 따라서 미국인들이 샤넬 스타일을 받아들인 것은 당연한 결과라 할 수 있다. 이제 모방과 복제 속에서 대중적 환호를 얻게 된 샤넬의 이미지는 미국의 부호와 상류층에게까지 고가의 오리지날을 판매하므로서 대중과 귀족성이라는 이중적인 대상을 설득할 수 있는 보편성을 갖게 하였다.

이렇게 완성된 샤넬 이미지는 앞에서 언급한 바

와 같이 1920년대 만들어져서 지금까지 항상성을 갖고 있다. 그러나 샤넬의 항상성이 변함없는 샤넬의 이미지를 의미하지는 않는다. 20년대 샤넬의 이미지는 혁신적인 여성의 대명사인 가르손느였지만 지금의 샤넬의 이미지는 부와 지위의 상징이다. 현대복식의 시작을 연 샤넬이 현대 복식에 있어서 최고가 된 셈이다. 1960년대 말 미니가 유행하고, 영패션이 클로우즈-업 되면서, 패션이 젊음의 소유가 되어 스포츠 캐주얼 감각이 주된 패션경향이 된 이래로 샤넬 스타일은 더욱 더 고전적이고 품위 있는 것으로 보이는 효과를 낳는다.

이처럼 캐주얼에 의해 패션이 주도 되는 흐름 속에서도 샤넬 스타일이 그레이스 켈리, 재키 케네디 등에 의해 선택됨으로써 오늘날 '클래식 스타일'의 진수로 '최고'의 대명사로 자리 잡게 되었다. 특히 젊음과 우아함을 함께 갖춘 재키의 모습은 샤넬의 이미지를 확고 부동하게 만들었다. 따라서 오늘날 형성된 샤넬 이미지를 한마디로 표현한다면 1920년대 초기 형성된 샤넬의 이미지에 재키 케네디의 이미지가 합쳐진 것이라고 할 수 있다.

결과적으로 샤넬의 이미지는 시대 상황에 맞는 스타일 개발과 장시간에 걸쳐 지속된 스타일에 의해 완성되어 가는 것을 알 수 있다. 즉 샤넬에 의해 탄생된 스타일은 20세기 형성에 있어서 기반을 이룬 사상들과 맥을 같이 하는 20년대 가르손느 스타일에 기초하고 있으며 이는 현대 패션의 시작이었다. 또 현대의 생활에 적절한 스타일이기도 하다. 54년 샤넬이 재 등장한 후 샤넬의 항상성은 대중에게 받아들여짐으로써 20세기의 스탠다드임을 증명한다.

상류 계층 스타일은 나아가 캐주얼에 의해 패션이 주도되는 흐름 속에서도 이 같은 샤넬 스타일은 재키 케네디 등에 의해 선택됨으로써 오늘날 '클래식 스타일'의 진수로 '최고'의 대명사로 자리 잡고 있다고 할 수 있다.

IV. 결 론

본 연구는 현대적인 의미의 패션 코디네이션이 어떻게 창조되었고 어떻게 전개되어 나왔는지를 샤넬 이미지를 분석 고찰함으로써 알아보고자 하였다.

연구 방법은 복식사 및 패션 관련 문헌과 선행 연구들을 조사 분석하였고 국내외 사진자료와 인터넷을 통하여 필요한 자료들을 수집, 분석하였다.

샤넬은 1920년대에 가르손느 스타일을 통하여 현대적 의미의 스타일을 창조하였고 이렇게 창조된 스타일은 시대에 따라 변화를 거듭하면서도 현대 여성이 지향하는 이상적인 이미지의 모델로 완성되었다.

이들의 관한 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 튜블러 실루엣의 의상은 실용성과 20세기의 미의식을 반영한 것으로 패션 코디네이션 측면에서는 악세서리를 비롯한 소품의 효과를 극대화 시켜 입는 사람 각각의 개성을 돋보이게 하는 효과를 갖게 하였다.

2. 샤넬의 모자는 의상과 같은 색상으로 코디네이션하여 의상의 완성도를 높이고 착용자의 품위를 높이는데 기여하였다.

3. 진주목걸이는 샤넬을 대표하는 악세서리로써 그 기능을 스타일을 완성하는 장신구로서 재 확립했다. 특히 여러겹의 진주 목걸이는 독특한 샤넬 스타일을 확립하는데 중요한 역할을 하였다.

4. 카멜리아는 샤넬의 장신구 중 가장 여성적인 장신구로 튜블러 라인의 무미함에 여성미를 부여하고 의상에 포인트를 주는데 용이하게 사용되었다.

5. 샤넬은 샤넬 N° 5을 통해 향기라는 무형의 물질을 이미지 표현에 없어서는 안되는 이미지 창출의 매개체로써 개발하였다.

6. 샤넬은 현대적 의미의 스타일을 최초로 창조하였으며 이렇게 만들어진 샤넬의 스타일은 가르손느 룩으로 불리었다. 이는 당시 직업이 있는 여성의 라이프 스타일을 반영한 이름이었다. 가르손느 스타일을 통하여 활동적으로 일하는 여성의 아름다움을 창조하였다.

7. 가르손느 룩으로 출발한 샤넬의 스타일은 현대인이 추구하는 미의식과 일치하여 20세기 여성들이 추구하는 이상적인 스타일의 표준이 되었다.

그리이스 켈리 재키 케네디에 의해 선택되어지면서 부와 지위를 상징하는 '최고의' 스타일이 되므로써, 코디네이션 개념을 최초로 인식한 샤넬에 의해 탄생된 스타일은 20세기 최초의 스타일은 20세기 최고의 스타일이 된 것이다.

참고문헌 및 미주

- 최금자, 가브리엘 샤넬의 일생과 그의 작품세계, 홍익대학교 산업미술대학원 석사논문, 1975
- 이미숙, 샤넬 스타일 디자인연구, 이화여자대학교 박사학위 논문, 1998
- 박명희, 1920년대 샤넬의상과 큐비즘, 건국대학교 생활문화연구소 제 11집, 1998
- 강진석, 샤넬복식에 나타난 기능주의와 클래식 스타일에 관한 고찰, 서울대학교 석사논문, 1990
- <http://www.chosunilbo.com/w21data/html/news/19.../199709290359.html>
- 이용희, 패션 산업에 있어서 Fashion Coordinator 의 역할연구, 충주대학교 산업대학원 석사논문, 1984
- 박정훈, 코디네이션 연출에 관한연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사논문, 1990
- 이지숙, 한국 패션산업의 발달과 Fashion Coordinator 역할에 관한연구, 성신여자 대학교 산업대학원 석사논문, 1992
- 이용도, 색채이미지와 코디네이션에 관한 연구, 대구효성 카톨릭대학교 대학원석사논문, 1996
- The new Merrian-Webster dictionary
- 허갑섭, 패션 연출 방법에 관한 조사 연구, 한국의류학회지, Vol.23, No.1, 1999
- 이해련, Image making과 의상에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사논문, 1988
- 박남민, TV 뉴스 앵커에 대한 수용자의 이미지에 관한 조사 연구, 충주 대학교 행정대학원 석사논문, 1991
- 문혜정, 서양복식에 나타난 검정색의 이미지, 서울대학교 대학원 석사논문, 1997
- 横川公子, 의복의 위상, 도서출판 경춘사, 1998
- 신상옥, 서양복식사, 수학사, 1998
- Gilles Lipovetski, 패션의 제국, 문예출판사, 1999
- 오영희, 패션 잡지의 변천에 관한 연구, 국민대학교 대학원 가정학과 석사논문, 1984
- 조은별, 20世紀 화장문화에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사논문, 1995
- 김대건, 프랑스문화와 파리패션에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사논문, 1979
- Jacqueline Herald, Fashion of decade the 1920, B.T. Batford LTD, 1991
- 안수진, 바우하우스 조형운동이 복식에 미친 영향, 홍익대학교 미술대학원 석사논문, 1997
- 손미숙, 20세기 전반기 미국 여성복식에 대한 연구, 숙명여자 대학교 교육 대학원 석사논문, 1987
- 박혜원, 플래퍼 패션디자인 연구, 이화여자 대학교 대학원 박사논문, 1998

- 이선재, 의상학의 이해, 학문사, 1998
 - 이변금, 아메리칸 캐주얼 웨어의 형태에 관한 연구, 건국대학교 대학원 석사논문, 1994
 - 조규화, 가르손느의 출현과 그 복식, 한국의류학회지 Vol.8, No.3, 1984
 - 조규화, 복식미학, 수학사, 1982
 - 조규화, 20세기 양식, 수학사, 1993
 - Annette Tapert and Diana Edkins, The power of style, Crown Lnc. New York, 1994
 - Francios Bauot, CHANEL, Thames and Hudson LTD, 1996
 - 채금석, 현대 패션에 나타난 양성적 복식에 관한 연구, 복식학회 44호, 1999
 - Elizabeth Ewing, History of 20th centry Fashion, B.T. Batsford LTD London, 1986
 - <http://www.chosun.com/w21data/html/news/199903/199903030361.html>
 - http://www.pusanilbo.com/PEACE/ENTRTAIN/f__story/패션56.html
 - 김선희, 화장품 광고에 표현된 현대여성의 이상적 자아 이미지에 관한 연구, 의류학회지, Vol.21, No.2, 1997
1. 최금자, Gabrielle Chanel의 일생과 그의 작품세계, 홍익대학교 산업미술대학원 석사논문, 1975
 2. 이미숙, 샤넬스타일 디자인 연구, 이화여자대학교 박사 학위 논문, 1998
 3. 박명희, 1920년대 샤넬의상과 큐비즘, 건국대학교 생활문화연구소 제11집, 1988
 4. 강진석, 샤넬 복식에 나타난 기능주의와 클래식 스타일에 관한 고찰, 서울대학교 석사논문, 1990
 5. the new merriam-webster dictionary, 176
 6. 이용희, 앞의 책, 1984, P.13.
 7. 허갑섭, 패션 연출 방법에 관한 조사 연구, 의류학회지, Vol. 23, No. 1, 1999, P54
 8. 박정훈, 앞의 책, 1990, P4
 9. 허갑섭, 앞의 책, 한국의류학회지, Vol. 23, No. 1, 1999 P55
 10. 문혜정, 서양복식에 나타난 검정색의 이미지, 서울대학교 대학원 석사논문, 1997, P1
 11. 横川公子, 의복의 위상, 도서출판 경춘사, 1998 P26
 12. 신상옥, 서양복식사, 수학사, 1988 P156
 13. 오영희, 패션 잡지의 변천에 관한 연구, 국민대학교 대학원가정학과 석사논문, 1984, P36
 14. 조은별, 20世紀 化粧 문화에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사논문, 1995, P23-24
 15. 김대건, 프랑스문화와 파리패션에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사논문 1979, P54
 16. Jacqueline Herald, fashion of decade the 1920, B.T. Batsford LTD, 1991, P16
 17. 안수진, 바우하우스 조형운동이 복식에 미친 영향, 홍익대학교 미술대학원 석사논문, 1997, P68
 18. 조은별, 앞의 책, 1995 p25
 19. 손미숙, 20세기 전반기 미국 여성복식에 대한 연구, 숙명여자 대학교 교육 대학원 석사논문, 1987, P14 -15
 20. 조은별, 앞의 책, 1995 P39
 21. 박혜원, 앞의 책, 1998, P.40.
 22. 김대건, 앞의 책, 1979, P.80.
 23. Jacqueline Herald ,앞의 책,1991,P.5.
 24. 박혜원, 앞의 책, 1998, P.41.
 25. 이변금, 아메리칸 캐주얼 웨어의 형태에 관한 연구, 건국대학교 대학원 석사논문, 1994, PP.17-24. 요약
 26. 조규화, 가르손느의 출현과 그 복식, 한국의류학회지 Vol.8, No.3, 1984, P216
 27. 박혜원, 앞의 책, 1998, P55
 28. 조규화, 20세기 양식, 수학사, 1993, P41
 29. 안수진, 앞의 책, 1997, P67
 30. Annette Tapert and Diana Edkins, The power of style, Crown Inc. New York, 1994, P10
 31. 이미숙, 앞의 책, 1998, P114
 32. Francois Baudot, CHANEL, Thmes and Hudson 1996 p10
 33. 이미숙, 앞의 책, 1998 p113
 34. Francios Baudot, 앞의 책, 1996 P10
 35. 박명희, 앞의 책, 1988 P11
 36. 채금석, 현대패션에 나타난 양성적 복식에 관한 연구, 복식학회 44호, 1999 P45
 37. 박명희, 앞의 책, 1988, P78
 38. 박명희, 앞의 책, 1988 P11
 39. 이선재, 앞의 책 1998 P189
 40. 이미숙, 앞의 책, 1998 P114
 41. 최금자, 앞의 책, 1975 P7
 42. Elizabeth Ewing, History of 20th centry Fashion, B.T. Batsford Ltd London, 1986
 43. 신상옥, 앞의 책, 1988, P185
 44. 신상옥, 앞의 책, 1988, P219
 45. <http://www.chosun.com/w21data/html/news/199903/199903030361.html>
 46. http://www.pusanilbo.com/PEACE/ENTRTAIN/f__story/패션56.html
 47. Francois Baudot, 앞의 책, 1996P16
 48. <http://www.chosun.com/w21date/html/news/199903/199903030361.html>
 49. 이미숙, 앞의 책, 1997 p 109
 50. 김선희, 화장품광고에 표현된 현대여성의 이상적 자아 이미지에 관한 연구, 의류학회지 Vol.21, No.2, 1997, P283
 51. Annette Tapert and Diana Edkins, 앞의 책, 1994, P212
 52. 이미숙, 앞의 책, 1997 P39