Journal of the Korean Society of Costume
Vol.56, No.8 (Nov. 2006) pp.123-137

크리스찬 디올 패션의 감성 이미지 연구

전 혜 정* · 이 윤 정+
서울여자대학교 대학원 의류학과* · 춘해대학 피부미용디자인과+

A Study on the Sensibility Image of Christian Dior Fashion

Hei-Jung Chun* · Youn-Jeong Lee+
Dept. of Clothing Science, The Graduate School of Seoul Women's University*
Dept. of Skin Esthetics & Beauty Design, Choonhae College+
(2006. 7. 13 투고)

ABSTRACT

Christian Dior has been standing to a good position in fashion and make-up for a long time, and it has been growing up continuously. The purpose of this study was to find out data that a point of view on sensibility. So first, this study analyzed image components of Christian Dior fashion, then this study examined aesthetic characters of Christian Dior fashion.

For researching the image of Dior based on an historical consideration of Dior, subjects were fixed in this study.

1) Analyzing image components of Dior fashion
2) Examining image characters of Dior fashion
3) Researching consumers understand how to image of Dior fashion.

The study was theoretical and established method; using more than a graduate student-major in clothing and make up, survey(2004.5~6.) and SPSS 10 program statistics method.

As the results, in Dior fashion, this study analyzed the factors of shape, color, material and texture, and that indicated character of chic, classic, gorgeous and romantic image on the foundation of elegant beauty. As consumers understood that as a same image.

By analyzing the image as an emotional side, it could be fundamental data of emotional marketing for Asian.

Key words: image characters(이미지 특성), chic(쉬크), classic(클래식), gorgeous(고저스), romantic(로맨틱)

corresponding author: Youn-Jeong Lee, e-mail: ariaa@hanmail.net

Ⅰ. 서론

1. 연구의의와 목적

인지도가 높고 강한 마케팅력을 갖춘 해외 오트쿠튀르(haute couture) 브랜드들은 패션뿐 아니라 메이크업 제품 사업에서도 그 명성을 통한 시너지 효과를 발휘하여 우위를 점유할 여건을 갖추고 있다고 할 수 있다.

대표적인 오트 쿠튀르중의 하나인 크리스찬 디올 메종은 1947년부터 현재까지 오트 쿠튀르하우스의 오랜 명성과 독창성을 바탕으로 패션뿐 아니라 화장품, 향수, 시계·보석, 와인 등의 분야에 세계적인 라이센스 사업을 시도하여 계속 확장하고 있다. 뿐만 아니라 디올사는 크리스찬 디올, 입생 로랑(Yves Saint Laurent), 마르크 보앙(Marc Bohan), 잔프랑코 페레(Gianfranco Ferre), 존 갈리아노(John Galliano)까지 당대의 유명한 대표 디자이너들이 이끌어오고 있으므로 패션계에서 확고한 명성을 계속 유지하면서 코스메틱 업계에서도 높은 점유율을 기록하고 있다.

토털 코디네이션을 지향하는 현대에 패션과 메이크업 분야 모두에서 오랫동안 두각을 나타내면서 확고한 위치를 점유하며 계속 성장하고 있는 대표적인 오트쿠튀르 브랜드의 하나인 크리스찬 디올의 패션과 메이크업 광고 이미지의 구성요인을 분석하여 미적특성을 규명하고 동일한 맥락의 브랜드 이미지 전개가 확고히 설정되고 있는가를 규명하기 위해 본 연구에서는 1차 연구로서 디올 패션의 이미지를 분석하고자 한다.

즉, 디올사의 역사적인 고찰을 바탕으로 디올사의 패션 이미지를 규명하기 위해 본 연구의 연구문제는 다음과 같이 설정하였다.

1) 디올 패션의 이미지 구성요인을 분석한다.
2) 디올 패션의 이미지 특성을 파악한다.
3) 소비자들이 디올 패션을 어떠한 이미지로서 파악하고 있는지를 규명한다.

2. 연구 범위 및 방법

1) 연구 범위 및 방법

연구의 범위는 디올의 역대 대표 디자이너를 중심으로 1947년 이후부터 2004년까지로 한다. 1947년에서 1957년까지 디올 패션 세계를, 1960년부터 1988년까지 보앙의 패션 세계, 1989년부터 1995년까지 페레 시기의 디올 패션 세계, 1996년부터 현재까지 디올의 대표 디자이너인 갈리아노의 작품을 중심으로 패션 세계를 분석하여 디올의 패션 이미지를 파악하였다.

연구 방법은 이론적 고찰과 실증적 연구를 실시하였는데 크리스찬 디올 패션 이미지의 미적 특성을 분석하기 위한 문헌 자료로서 신문 기사, 국내외 출간된 패션, 미학 관련 서적과 학위·연구논문을 고찰하였다.

2) 실증적 연구 방법

실증적 연구로서 크리스찬 디올 패션의 감성 이미지 파악을 위해 의미미분 7점척도로 구성된 이미지 조사 설문지를 사용하여 설문조사 방법을 실시하였다. 이것은 미학적 연구의 주관성에 대하여 실증적 연구를 통해 객관적·과학적 수치로 입증함으로써 연구의 타당성과 완성도를 높이기 위함이다.

(1) 예비조사의 측정 도구와 신뢰도

패션 사진 자극물의 선정은 디올 패션 작품집(1954~1957년)과 꼴레지오니(Collezioni(donna, haute couture)), 모드 엣 모드(Mode et Mode)(1980~2004년), 갈리아노 작품집에서 의류학 전공 교수 3인이 참여하여 디올의 대표 디자이너들의 시대를 대표하는 스타일 정면사진 130장을 수집하였고, 그 후 메이크업 광고와 동일 시기의 사진으로 조건을 제한하여 27장을 선정하였다.

자극물은 의상 사진의 경우 회색 배경에 유사한 크기로 조정하여 동일한 조건을 갖추도록 포토샵(photo shop)작업을 한 후 중명도의 회색 켄트지를 붙여 사진으로 제시하거나 인터넷 가상디스크 저장공간인 웹 하드에 파워 포인트(power point)로 제

작하여 제시하는 방법도 병행하였다.

측정 도구는 자유언어연상법을 통해 수집한 형용사 32쌍으로 구성된 의미미분 7점척도를 사용하였다. 즉, 미용전공자(메이크업, 헤어 전공)와 의상·메이크업 복수 전공자로서 석사 학위이상자 26명을 대상으로 의상 사진 자극물 27장을 제시하여 각각의 자극물을 보고 직관적으로 떠오르는 형용사들을 필기하게 하는 자유 언어 연상법을 실시한 결과 350개의 형용사를 수집하였다. 빈도수가 높게 나타난 형용사를 중심으로 선행 연구[1)2)3)4)5)]를 참고로 하여 연구자가 평가에 적합하다고 판단되는 형용사 2쌍(화사한-칙칙한, 동적인-정적인)을 추가하여 30쌍의 형용사와 반의어로 구성된 형용사 쌍을 선정, 예비조사에 사용하였다. 이 때 평가의 객관성을 높이고자 중복 문항 2쌍(특이한-평범한, 자유로운-억압적인)을 추가하여 총 32쌍으로 구성하였다.

예비조사는 2004년 5월 15일~5월 22일 석사 학위 이상의 의류 및 메이크업 전공자이면서 전공관련 종사자를 대상으로 실시하였다. 그 결과 형용사 어휘로 구성된 의미미분 척도에 대한 신뢰도를 검증하기 위해 Chronbach's α값을 측정한 결과 신뢰도 값이 0.8690으로 높게 나타나서 내적일관성이 있음을 검증하였다. 요인분석을 실시한 결과 상관계수가 낮고 의미가 모호하며 중복되는 항목을 정리하기 위해 부하량이 0.5이하인 변수들을 제거하고 26개 형용사 쌍으로 구성하여 본 조사에 사용하였다.

또한 사진 자극물에 대해 유사한 특성끼리 그룹핑하여 유형화(類型化)하는 군집 분석을 통해 비슷한 유형으로 그룹지어지지 않는 사진 자극물을 제외시키고 25장의 자극물을 본조사에 사용하였다.

본 조사에서 사용한 의미미분 척도에 대한 신뢰도를 검증 결과 Chronbach's α값은 0.8820으로 높게 나타나서 각 형용사들의 내적일관성이 높음을 검증하였다.

(2) 본조사의 자료 수집과 분석

2004년 6월 11일~20일 서울, 경기, 부산, 울산, 대구 지역에 위치한 6개 대학의 의류(23 명) 및 미용 전공 교수(36명), 4개 대학의 대학원생(43명) 총 102명을 대상으로 패션 사진 자극물 25장과 26쌍의 형용사로 구성된 의미미분 7점척도를 사용하여 설문조사를 실시하여 자료수집 하였다. 전문가 집단을 대상으로 한 것은 디자인 관련 전문교육을 받았으므로 감성어휘 수집시 감성과 연상이 풍부하며, 전공 분야의 설문이므로 설문에 임하는 태도가 보다 긍정적이기 때문이다.

자료 분석은 SPSS 통계 패키지를 사용하여 요인분석과 군집분석을 실시하였다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 이미지

이미지(image)는 어원상 라틴어의 '표상·모방'을 뜻하는 '이마고(imago)', '모방하다, 재생하다'를 의미하는 '이미토르(imitor)에서 유래했다.[6)]

이미지는 크게 물질적 대상에 대한 회화, 조각, 사진 등의 도상적(圖上的) 이미지(iconic image)와 관념적 대상에 대한 심상(心象)이라고 할 수 있는 정신적 이미지(mental image)(지각, 기억, 예견 이미지 등)로 구분된다.[7)] 즉 이미지는 마음속에서 떠오르는 심상과 실제로 보이는 지각적인 것의 합쳐진 혼합체로서 개념과 추상적 의미와는 다른 감각적이고 구체적인 표상이라고 할 수 있다.

상(象), 표상(表象) 등의 다양한 뜻을 지니는 이미지는 가시적 형태나 율동 등의 대상으로부터 느끼는 분위기, 감각, 연상 등의 총체적인 개념으로 표현될 수 있으며 인간의 지각 활동에 의해 형성된다. 다시 말해 이미지란 자극에 대해 의미를 부여하는 과정인 지각화 과정(자극-지각-인지-태도-반응)을 통한 주관적이고 선택적인 외부상황의 재표현이다. 따라서 이미지의 개념은 인간 행동에 작용하는 요인으로 고려되고 있다.[8)]

2. 패션 이미지의 특징

본 연구에서 패션 이미지를 언어이미지 스케일로써 분류(그림 1)하여 하드(hard), 소프트(soft), 웜(warm), 쿨(cool)의 네 축을 중심으로 나누고 이를

바탕으로 본 연구와 관련되는 감성 이미지들의 개념과 특징을 정리하면 다음과 같다.

1) **엘리건트**(elegant)

사전적 의미는 기품있는, 우아한, 세련된 등으로서 '우아하다'는 국어사전에서 '고상하고 기품이 있으며 아름답다'라고 정의하고 있다. 엘리건트는 좋은 훈육, 좋은 취향을 바탕으로 장식, 절제라는 표현 방식을 통해 사람의 복장, 외모, 언행, 태도 그리고 예술, 디자인, 일상 등의 대상에 있어 발현된 세련된 사치, 취향, 매너, 품위를 뜻하며, 이는 고급의 탁월한 아름다움, 섬세하고 미묘한 아름다움으로 기분좋은 매력, 쾌를 유발하는 것이다.[9]

현대에는 엘리건트의 기본 개념을 바탕으로 고전적, 장식적, 미니멀리즘적, 키치적 엘리건트 등으로 다양화되는 특성을 나타내고 있다.

2) **쉬크**(chic)

고전적 의미는 멋진, 스마트한, 세련된 등이며 패션 이미지로서의 쉬크는 수수하고 온화하며 회색빛의 색조를 중심으로[10] 울, 실크 등의 소재로써 세련되고 어른스러운 형태의 다소 도시적인 우아함을 나타내는 이미지이다.

3) **클래식**(classic)

사전적 의미로 '고전적, 전통적, 모범적'등의 의미를 갖고 있는데 패션 이미지로서의 클래식 이미지는 유행에 좌우되지 않고 오랫동안 애용되어온 의복과 기타 소품의 스타일로 세대를 초월한 가치와 보편성을 갖는 패션 이미지를 일컫는다.[11] 의복 형태로는 샤넬 수트, 테일러드 수트, 가디건 수트가 대표적이며, 브라운, 다크 그린, 무채색 등 깊이있고 따뜻하며 침착한 색채, 소재로는 개버딘, 플란넬, 캐시미어 등의 모직물, 스트라이프, 타탄 체크, 하운즈투스 체크 등의 문양이 대표적이다.

4) **고저스**(gorgeous)

사전적 의미는 '호화로운, 화려한, 멋진'으로서 패션전문인에게 조사한 결과 화려하고 섹시하며 사치스럽고 환상적인 이미지로 개념화 할 수 있다.[12]

형태는 몸매가 드러나는 다양한 실루엣과 퍼플, 레드퍼플, 골드 컬러, 장식적인 트리밍, 벨벳, 모피, 시폰 등의 소재가 고저스 이미지를 잘 나타내는 특징적 요소이다.

5) **로맨틱**(romantic)

사전적 의미는 '몽상적인, 비현실적인, 낭만주의의'라는 뜻을 갖고 있으며 로맨틱, 즉 낭만적이란 말의 어원은 중세의 로망스(romance)라고 하는 이야기 종류에서 유래된 것으로 처음에는 황당하며 돈키호테적인 것에 사용되다가 18세기말 독일의 문예사조로부터 비롯되어 19세기에 예술·철학·종교 등의 모든 정신 영역에 걸쳐서 전개되었다.[13]

로맨틱은 낭만주의로 일컬어지는 로맨티시즘(romanticism)과 밀접한 관계가 있으며[14] 이경아, 전혜정[15]의 연구에서는 로맨티시즘 양식의 미적 특성을 관능성, 장식성, 이국성, 혼용성으로 분류하였는데 관능성과 장식성은 여성의 곡선적 인체미를 강조하고 디테일과 트리밍, 액세서리 등으로 환상적이고 낭만적인 분위기를 표현하는 특성이다. 이러한 로맨틱 이미지는 여성의 인체 곡선미를 드러내는 실루엣, 부드러운 색상 조화, 실크, 새틴, 레이스 등의 드레이퍼리 하거나 장식적인 소재와 액세서리를 사용하는 것이 특징적이다.

6) **캐주얼**(casual)

캐주얼은 '우연의, 임시의, 약식의'라는 사전적 의미를 지니고 있으며, 밝고 즐겁고 편안하고 개방적이며 자유분방한 이미지로서 색채는 비비드, 스트롱, 브라이트톤이 주류를 이루고 여러 색상이 대비를 이루는 배색, 스포티하고 대조가 강한 배색이 특징적이며 일상 생활 모든 부문에서 특별히 멋을 부리지 않는 여유있는 감각[16]의 이미지를 의미한다. 캐주얼 웨어는 경쾌하게 입을 수 있는 의복, 간편하고 편안하며 활동적인 의복의 총칭으로 뚜렷한 의복규범에 따르지 않고 나이에 제한받지 않으며 다양한 상황에서 두루 편안하게 입혀질 수 있는 옷[17]을 일컫는다.

7) **모던**(modern)

모던은 '현대', '근대적'이라는 의미를 지니며, 도시적이고 쉬크한 이미지, 지적이며 차가운 이미지, 치밀하면서 합리적인 이미지이다.[18] 모던 이미지는 도회적이고 시원하며 하이테크적 감각으로서 상쾌하고 기능적이며 날카로운 이미지를 준다. 흑백의 명도 대비, 소재는 문양보다 단색 중심의 전개가 특징적이다.

8) **댄디**(dandy)

'댄디'는 매력있고 세련된 남자라는 의미로 영국 신사처럼 차분하고 격조있는 패션 이미지이다.[19] 남녀평등의 주창을 배경으로 격조와 침착함, 안정감이 있고 남성적이며 클래식에 비해 단순하고 차가운 이미지이다. 딱딱하고 온화한 감각으로 고상하면서 멋진 취미 생활을 영위하며 지성미와 품위, 안정감을 중시하면서도 화려함에 치우치지 않는 세련된 간결미의 이미지이다.[20] 댄디는 여성이 지닌 남성 취향의 감성을 의미하는 매니쉬(mannish)와 유사한 이미지이다.

Ⅲ. 크리스찬 디올 패션 이미지

1. 크리스찬 디올 패션의 특성

문화적 배경과 관련하여 볼 때 프랑스 문화는 이원적인 문화 특성과 다문화적 요소의 혼합, 다양한 예술적 표현의 시도로서 특징[21] 지을 수 있으므로 프랑스가 본고장인 크리스찬 디올 패션에 이와 같은 프랑스 문화 특성이 내재되어 디자인으로 표출되고 있다. 그러므로 크리스찬 디올 패션의 특성은 사회문화적 배경도 고려하면서 디올의 역대 디자이너 대표 작품을 중심으로 형태, 색채, 소재 측면에서 이미지 구성요인을 분석하여 그 특성을 파악하고자 한다.

1) 크리스찬 디올의 작품 세계

'Vie des Formes'에서 앙리 훠시옹은 "예술 작품은 물질이며, 또한 정신인 동시에 형식이며 내용이다."[22]라고 하였는데 디올의 디자인은 그의 정신세계와 시대적 요구가 형상화되어 외형적 물질인 옷을 통해 인체에 표현된 조형작품으로서 그 가치가 복식사를 통해 입증되었다고 할 수 있다.

또한, 디올은 20세기 중반기동안 현대 패션의 부활을 보인 명백한 증거[23]로서 존재한다. 즉, 1, 2차 세계 대전 이후 현대 복식은 기능성을 중시하면서 추상적인 조형 정신이 존재되기 시작했는데, 이것은 인간의 체형을 주체로 하는 복식 조형[24]으로 전개되었으므로 디올의 디자인은 이러한 시대 흐름을 고려한 현대적 복식이라고 할 수 있다.

디올은 세계대전 이후 더욱 낭만적이고 풍요로운 것들을 갈망하는 시대적 욕구를 충족시켰다. 1947년 뉴룩이래로 버티컬·오블리크·오벌·H·A·Y·스핀들 라인 등 계속 새롭고 다양한 라인들을 발표하여 형태 면에서 허리를 피트시킨 실루엣이나 허리를 해방시킨 실루엣들을 디자인하여 다양한 형태에 대한 창조성을 발휘하였다.

1947년에 발표한 화관과 8(corolle and 8)라인은 하퍼스 바자(Harper's Bazaar) 편집장에 의해 '뉴룩'(그림 1)으로 불리워지게 된 패션계의 새로운 혁명이었다. 디올은 뉴룩을 발표하면서 '나는 여성을 꽃에서 창조하였다. 여성의 매력을 드러내는 둥근 어깨와 풍부한 가슴, 풀줄기처럼 가는 허리, 벨 형태의 스커트는 꽃이 활짝 핀 것과 같이 아름답고 우아하게 하여 엘레강스를 부흥시킨다.'고 주장하였는데 이것은 여성적이며 조형적인 라인으로 과장되고 호화롭지 않은 자연스럽고 섬세하며 기품 있는 우아함의 이미지이다.

뉴룩에서와 같이 디올 디자인의 특성은 신체의 곡선을 살려서 여성적 곡선의 조형미를 표현하면서 불필요한 장식을 배제하고 울(wool)이나 타프타(taffeta) 등 소재 자체의 보유 특성을 그대로 살리고 있다. 장식을 없애고 직물이 가지는 면의 특성을 그대로 구조로 표현한 점이 특징적이다.[25] 그리하여 심플하고 절제된 품위를 표현하는 클래식 이미지의 특성을 창출하였다. 또한 시대적 요구에 부응하여 유행을 주도함으로써 시대의 혁신적 새로움을 표현한 실험적 의상이었다는 특징을 들 수 있다. 즉 디올은 1차 세계대전으로 인해 피폐화된 사회 환경 속에서

오랫동안 남성화된 여성복식을 착용했던 시기에 전후의 여성스러움을 갈구했던 당시의 시대적 요구를 혁신적으로 표출함으로써 실험적·진보적 특성을 드러냈다.

1954년 발표된 H라인이나 Y라인(그림 2)은 자연적인 라인으로 신체 선을 살려 유행에 좌우되지 않는 형태로서 현대에도 보편적으로 선호되는 클래식 라인이다. 또한 1955년 발표된 A라인(그림 3)은 좁은 어깨, 평평한 가슴, 약간 하이 웨이스트의 다트가 잡힌 허리선, 헴라인으로 내려갈수록 전체적으로 넓게 퍼져 내려가서 'A'자형 실루엣을 나타내는 형태로서 여성적인 곡선미를 자연스럽게 나타내며 색채도 그레이, 카키쉬 그레이, 베이지 등으로 절제미를 보여주고 있다. 이러한 단색의 컬러에서 오는 단순함을 보완하기 위해 플리츠, 리본, 벨트, 단추, 장갑, 자수, 비즈 등의 장식이 적절하게 활용됨으로서 절제된 품위와 섬세한 장식미를 주는 클래식과 로맨틱 이미지를 특징으로 한다.

이는 프랑스 패션의 이원적 문화 특성과도 관련된다고 볼 수 있는데 음양합일의 목적을 이루기 위해 대립되는 가치를 인정하는 레비스트로스의 주장으로 설명할 수 있듯이 프랑스 예술은 대립 가치와 형태의 존재를 동문화권 내에서 인정하여 그러한 가치나 형태가 별도로 표현·융합되어 새로운 형태로 나타났다. 즉, 이성과 감성, 단순과 장식, 전통과 현대, 남성과 여성 등의 대립되는 가치가 공존하여 내적 의미를 갖고 외형적 형태로서 표현되고 있는데 이성을 중시하는 질서·절제·간명(簡明)의 표현과 감성을 중시하는 과장·역동·장식의 표현이 서로를 견제하며 함께 반영되어 왔다. 이러한 표현 특성은 예술이나 복식에 영향을 주어 상반된 표현 방식을 보이는데 이성적 표현 방식은 절제되고 간소한 단순미를 추구하는 경향으로 나타나며 감성적 표현 방식은 과장되고 역동적인 장식미로 나타난다.[26] 그러므로 프랑스를 배경으로 한 디올 패션에서도 이러한 단순과 장식, 이성과 감성의 이원적 특성이 한 복식에 이루어져 조화와 중용을 이루고 있다.

또한 프랑스 문화는 과거와 현실, 보수와 진보가 공존하며 보수적인 전통을 지향하여 향수를 그리워하는 경향과 진보적인 현대를 추구하고자 하는 경향이 나타났는데 패션에서도 이러한 경향이 나타난다. 기능성이 있는 저어지(jersey)를 사용하고 불필요한 디테일과 장식을 배제한 샤넬이나 그 당시 시대의 혁신적이고 새로운 실루엣인 A라인, H라인 등의 라인의 시대를 펼친 디올의 디자인은 당시에는 새롭고 혁신적인 형태로서 모드라고 할 수 있으며 이것은 다시 스타일로 확립되어 현대에도 클래식(classic) 이미지의 표본으로 여겨지며 지속적으로 선호되고 있다. 이 클래식 이미지를 이루는 전통성은 현대의 요구도에 맞는 장식과 소재 등으로 변화를 주어 재구성함으로써 전통과 혁신이 공존한다. 그림 11은 '미드 센츄리(mid century)'라는 제목에서 느껴지듯이 중세 시대의 인체를 노출시키지 않았던 엄격함과 중후함, 디올 특유의 절제되고 품위있는 실루엣이 소매 형태와 하이넥, 장갑에서 나타나며 오늘날에는 존 갈리아노의 디자인에 차용되어 전체적인 실루엣은 거의 흡사하지만 꼭맞는 재킷 형태, 가죽 소재의 긴 장갑, 차이니즈 칼라(chinese collar)와 여러 겹의 목선(necklace)장식 등 심플하고 과감한 현대적 이미지와 함께 동양적 민속풍도 전달함으로써 디올의 정통성이 현대의 시대 흐름과 융합되어 변화를 추구하되 전통의 맥은 그대로 살아있어서 전통과 진보가 공존하고 있는 디자인의 실증으로 설명할 수 있다.

그리고 프랑스는 지리적 위치상 주변 국가와의 왕래가 용이하여 식민 문화가 발달하였으며 지리상 지배민족 문화뿐 아니라 소수민족 문화에도 관심을 기울이게 되었고 다양한 문화를 수용함으로서 다문화 주의를 지향하는 포스트모더니즘(postmodernism)의 흐름을 자연스럽게 받아들였다. 이러한 지리·문화적 여건에서 디올, 샤넬, 입 생 로랑 등의 대표적 디자이너들은 동양적이거나 아프리카적이거나 멕시코적인 색채나 문양, 형태 등 신비감과 이국적 취향을 전달하는 요소를 복식에 도입하여 현대적 감각과 융합시킴으로써 프랑스적 특성이 나타나기도 하였다.

이상으로 디올의 작품들을 통해 살펴본 이미지 특성은 우아한 여성미를 추구했던 디올 내면의 조

형의지를 외형화하여 여성의 신체 곡선을 다양한 라인으로 자연스럽게 조형화하고 절제된 색채로써 품위있는 클래식 이미지를 표현하고 있으며, 또한 심플한 실루엣을 보완하기 위한 적절한 장식을 통해 로맨틱 이미지를 전달하는 특성을 표출하고 있다.

2) 마르크 보앙의 작품 세계

디올 타계 후 입생 로랑이 2년간 수석 디자이너로 일하기도 하였으나 그 후 마르크 보앙은 디올의 3대 수석 디자이너로서 1960년부터 1988년까지 28년간 디올 하우스의 디자인 책임자로서 활동하였다.

마르크 보앙은 균형, 엘리건트, 심플리시티(simplicity)를 지향했던 피케(Piquet), 동적 움직임의 단순한 구조적 의상을 지향했던 장 파투(Jean Patou)를 추종[27]하기도 하였으나 클래식 엘리건트를 추구했던 창시자 디올의 기본 정신을 계승하고 시대성을 융합한 디자인을 함으로써 그의 온화한 성품이 작품에 반영되었고 2회에 걸친 황금골무상(Dé'Or)도 수상하였다.

보앙 디자인의 영감의 원천은 그의 어머니였다. 그의 어머니는 품위있는 우아한 이미지의 패션 취향을 지니고 있었는데 그러한 이미지를 바탕으로 하여 보앙이 디자인한 옷은 매우 여성적이면서도 스포티브한 활동성과 젊은 패션 이미지가 보여졌다. 사진 4에서도 회색 체크에 큰 꽃문양이 패턴화된 미니 원피스는 브라운 컬러의 재킷과 함께 우아하면서도 품위있는 디올 특유의 클래식한 여성미가 표현되고 있으며 재킷과 미니 라인의 조화는 기능적인 면도 고려함으로서 심플한 여성미를 추구하는 디올 고유의 정통성을 잘 살리고 있다.

1960년대 미니의 붐과 미니에 대한 부정적 시각으로 상반된 양론의 대두 속에서 보앙은 미니스커트에 롱코트를 조화시킴으로써 유행과 질타를 절충하는 의상을 디자인하기도 하였으며 1974년 이후 프레타 포르테(pret a porter) 컬렉션에 참여하면서 더욱 캐주얼하며 영이미지의 경향을 띄는 파카(parka)나 스포츠 룩도 선보였다. 1978년 가을에는 이전의 클래식 엘리건트 이미지에서 탈피한 남성취향의 감성이 표현된 매니쉬 룩을 선보였고 이후에도 계속 발표함으로서 보앙이 다양한 이미지의 디자인을 선호하는 경향도 지니고 있음을 알 수 있다. 즉, 더블 브레스티드 재킷에 조드퍼즈(jodhpurs)를 조화시킴으로써 남성적이고 활동적이면서도 승마를 즐기는 현대적인 귀족 이미지를 주며 색채는 재킷의 보랏빛 컬러에서 느껴지는 우아한 여성스러움이 일반적인 정장에서 보여지는 어둡고 딱딱한 남성적 이미지가 아닌 디올의 우아한 품위를 더해주는 의상을 선보였다.

1980년대에는 털장식, 구슬 장식, 플라워·점무늬, 추상 문양(그림 5) 등 다양하고 화려한 문양과 장식으로 트위드 롱코트(tweed long coat), 실크 이브닝 드레스 등을 선보였는데 비비드톤(Vivid Tone)이나 딥톤(Deep Tone)의 강렬한 색채와 실크, 모피 소재에서 보여지는 부드럽고 고급스러운 질감, 인체 곡선을 드러내는 실루엣 등이 어우러져 우아하고 클래식한 여성미와 화려하고 강렬한 고저스 이미지를 전달하고 있으며, 또한 정확한 테일러링 기술로써 오트 쿠튀르의 고급스런 품위도 표현되었다.

이상의 패션에서 살펴본 보앙의 디자인은 혁신적이고 실험적인 의상보다는 시대의 흐름과 조화되면서 디올의 정통성을 살린 클래식한 여성미를 주요 이미지 특성으로 하며 화려한 색채와 문양을 통한 고저스 이미지도 표현하는 다양한 작품 세계를 펼쳤다.

3) 지안프랑코 페레의 작품 세계

지안프랑코 페레는 1944년 이태리 출생으로 밀라노에서 건축학을 전공하였는데 전통적으로 프랑스인을 기용했던 관례를 깨고 많은 사람들의 우려 속에서 디올 컬렉션을 담당한 첫 해인 1989년에 오트쿠튀르 디자이너의 최고 영예인 황금골무상을 수상하여 이전의 다양한 수상경력에 일조하였다.

페레의 디자인 특징은 구조적 조형미를 살려 구축적이며 도시적이고 세련된 지적 이미지 즉 쉬크 이미지이다. 그는 건축에서 볼 수 있는 견고하고 확실한 선을 사용하여 지적으로 성숙된 여성의 당당하고 섹시한 이미지를 표현하며 완벽한 기술의 컷팅과 테일러링(tailoring)을 시도하였다. 상류 계급에

서 느껴지는 세련되고 고급스러운 여성미를 표현함으로써 페레만의 독창성이 내재되어 있으면서도 품위있는 우아함을 드러내는 클래식한 디올 이미지를 계승해 나갔다.

페레의 블라우스는 직선적이고 언밸런스한 컷팅이 빳빳한 소재(Stiff Fabric)와 함께 대담하고 구조적으로 표현되었으며, 또한 그림 6과 같이 레이스 소재를 사용하여 여성스러우면서도 페레 특유의 디자인 특성인 기하학적 컷팅과 무채색의 배색이 혼합되어 나타남으로써 디올의 엘레강스와 페레의 도회적 세련미가 함께 표현되고 있다.

또한 어깨 패드를 강조한 다소 남성적 라인의 재킷과 베스트(Vest)(그림 7), 타프타 화이트 셔츠는 그의 대표적 아이템으로서 각진 어깨선, 샤프한 직선의 칼라나 커프스, 비대칭 형태의 힘 있는 실루엣과 디테일 선은 페레의 구조적이면서 모던한 디자인 성향을 잘 나타내고 있으며 , 줄무늬나 무채색 계열의 색조 흐름 등은 구축적이면서 모던한 이미지를 더욱 강조하여 두드러지게 전달하는 역할을 하고 있다. 그러나 그림 8에서와 같이 남성적인 핀스트라이프 패턴(pin stripe pattern)의 재킷에 타프타 광택 소재의 셔츠와 덥톤의 바이올렛, 블루그린 컬러, 소매와 목에 러플, 그린 컬러의 모자를 활용하여 딱딱한 남성적 정장과는 차별화된 우아하고 섬세한 로맨틱 이미지의 매니쉬 룩을 창출함으로써 디올 고유의 우아한 여성미가 내재된 새로운 정장 이미지를 표현하고 있다. 이것은 여성과 남성의 대립 가치가 공존하는 프랑스 문화의 특성이 패션에서 드러나는 것으로서 이성적 표현 방식의 남성적 단순미와 감성적 표현 방식의 여성적 장식미가 융합된 표현이라고 할 수 있다.

한편 가죽과 울, 스판덱스 등 상반된 소재를 사용하여 뷔스티에(bustier), 바디 수트, 롱코트 등 대담하고 스포티브한 디자인의 아이템을 발표하거나 (그림 9) 자연소재로 만든 뷔스티에를 끈으로 엮고 코사지 장식을 하여 활동적이고 자유로운 모던한 여성미를 표현하였다.

또한 피트된 허리와 부풀린 헴라인의 스커트로 곡선적 인체를 볼륨감있게 살린 실루엣으로 표현하면서 고급스런 레이스, 쉬폰, 오건디, 러플, 꽃장식 등을 사용한 칵테일 드레스나 이브닝드레스를 디자인하여 디올 고유의 우아하고 품위 있는 여성미와 섬세한 이미지를 부각시키기도 하였다.

이상과 같이 페레는 구조적이고 세련된 지적 이미지를 표현하는 조형감각으로 디자이너 자신의 개성이 부각된 디자인을 하면서도 디올사 고유의 품위 있는 우아한 여성미의 전통성도 현대적으로 재해석하여 조화시킴으로서 쉬크 이미지와 클래식 이미지의 특성을 표현한 디자인을 펼쳤다.

4) 존 갈리아노의 작품 세계

존 갈리아노는 1996년부터 현재까지 크리스찬 디올 메종과 디올 코스메틱을 이끌고 있는 아트 디렉터로서 메종 1세인 크리스찬 디올의 오리지널리티(Originality)를 유지하면서도 현대의 트랜드와 요구, 본인의 개성적 독창성을 표현하고 있다.

존 갈리아노의 작품들은 과장되어 보이는데 그 바탕에는 로맨티시즘을 기초로 하여 미니멀리즘의 진부함에서 벗어나 역사성, 민족성, 실험적 창조성을 바탕으로 해체와 왜곡, 재구성의 방법을 통해 현대 패션의 다양성과 창의적 역동성을 표현하고 있다.

갈리아노에 대해 말하기를 '갈리아노는 자연이나 토속성 혹은 원시적 테마와 실제로 본 것과 감성 속에 있는 또 다른 실체라는 심상의 이미지를 유머러스하게 패러디하여 형태화한다. 비정형, 부조화의 형태, 은은한 단일색의 조화, 다양한 이질 소재 조화, 레이스, 자수 등 다양한 트리밍의 과다 장식으로 그의 디올은 환상적이면서도 유머러스한 엘레강스로 표현된다.'[28]고 할 만큼 그의 디자인은 과장되고 유머러스함 속에 환상적인 로맨틱과 화려하고 강렬한 이미지를 준다.

질서, 일관성, 체계적 통합성에 익숙한 사람들의 시각은 이제 무질서, 모호성, 차이를 강조하는 형상(figure)과 이미지라는 새로운 인지 틀을 습득해야 하는 것[29]으로 변모되고 있으며 또한 이러한 새로운 것에 현대인들의 흥미와 관심이 증대되고 있다. 현대인들은 전통적으로 인식해온 미적 대상 외에 부조화, 끔찍한 것, 비정상성, 지나침과 과장의 의미

를 내포하고 있는 '추'를 '미'로 여기는 반미학적 추의 미를 미적 쾌감으로 인식하여 다양한 미적 감수성을 지니고 있으므로 갈리아노는 이러한 경향을 반영한 실험적 표현 방식의 아방가르드 디자인을 시도함으로써 현대인들이 추구하는 창조적 흥미를 유발하고 있다.

갈리아노는 역사적으로 복식사에 근거하거나 세계 각 지역의 민속적(ethnic) 이미지를 바탕으로 현대적 관점에서 재해석한 작품들을 발표하였다. 르네상스, 바로크 등의 시기나 중국, 인도, 일본(그림 13), 아프리카(그림 10), 이집트, 북아메리카 인디언 지역 등 특히 동양권 문화에 많은 관심을 보여 오리엔탈리즘을 주제로 한 의상과 메이크업이 2000년대에 주로 많이 나타나고 있다.

디자이너는 본인이 체험한 미적 경험을 해석하고 창조하여 작품에 표현하는데 오늘날의 창조성은 과거에 보여졌던 형태의 예술을 모방·차용하거나 지역적 특수성을 반영하면서 디자이너의 경험 세계와 감수성, 조형 의지 등이 복합되어 재창조함으로서 새로운 독창성을 부여하는데 비중을 둔다고 할 수 있다. 이처럼 다양한 요인들이 융합되어 미적 영역이 확대되는 것은 포스트모던적 경향이라고 할 수 있다. 그러므로 갈리아노의 작품들은 과거의 복식을 재현하거나 답습하는 것이 아닌 역사를 차용, 재해석하면서 현대인의 요구와 트랜드, 디자이너의 철학을 융화하여 소재, 색채, 오브제, 이미지를 적절히 활용하여 표현함으로써 포스트모던적 경향을 띤다고 할 수 있다.

그림 12는 갈리아노의 작품 중에서 과거 1949년 디올의 '미드 센츄리'(그림 11)라는 제목의 벨티드 투피스 수트(belted two piece suit)를 영감으로 하여 재창조한 경우로서 사각의 독특한 소매와 피트된 허리는 유사하나 맨더린 칼라를 디자인하여 중국과 중세라는 지역과 역사적 의미를 현대적 복식에 동시에 담고 있으며 형태는 중국풍 이미지를 전달하지만 블랙 컬러를 사용하여 한편으로는 모던 이미지도 표현하고 있다. 또한 이 복식은 갈리아노가 디올의 대표 디자이너로서 과거 디올 1세의 클래식 이미지의 디자인을 바탕으로 본인의 개성적 조형 의지를 옷에 표현한 경우이다.

그림 10은 아프리카, 버어마 지역 이미지를 차용한 경우로서 타이트 원피스에 목을 늘이는데 사용하는 나선형 네크리스를 응용하여 원색적인 컬러의 대담한 목장식으로 표현하고, 크고 화려한 꽃문양, 아프리칸의 독특한 헤어 스타일로서 지역적 특수성을 반영하고 있다. 또한 디자이너의 조형 의지와 현대적 트랜드가 복합되었으며 이국적 이미지와 현대미가 조화되어 재창조됨으로서 다양한 요인들이 융합하는 포스트모던적 경향을 띠며 독특한 문양과 장식 등이 화려하게 강조된 고저스 이미지를 전달하고 있다.

또한 갈리아노는 상반된 소재를 사용하여 실험적 창조성을 표현하였다. 부드럽거나 거친 질감의 소재, 가볍고 비치는 쉬폰과 두꺼운 모피 등 상반된 소재들이 결합하여 하나의 바디에 표현됨으로서 여성적 이미지와 남성적 이미지를 공존시키고 있으며 이것은 프랑스 문화의 이원적 특성과도 연관된다. 그림 14는 한 벌의 옷에 모피와 쉬폰, 가죽과 새틴 등 러프한 이미지와 부드러운 이미지가 이질감속의 묘한 조화를 이뤄 실험성 강한 현대미를 추구하고 있다.

갈리아노는 그로테스크[30] 이미지(grotesque image)를 주는 형태나 색채, 장식 요소를 활용하여 복식에 표현하고 있다. 갈리아노의 그로테스크적 이미지는 기괴할 정도로 과장 강조되고 비대칭으로 컷팅 된 칼라나 러플, 과다 노출된 의상, 대담한 머리장식과 구두, 상상을 초월할 정도로 시선을 집중시키는 형태와 색채의 분장 등으로 나타나서 메이크업, 의상, 액세서리 측면에서 형태, 색채, 소재, 디테일 등의 요소를 활용한 해체와 왜곡을 통해 기묘하면서도 환상적인 화려한 이미지를 전달하고 있다. (그림 15)

그림 15는 과장된 러플 장식, 노출 과다한 대담한 슬릿에 스트링(string) 처리된 블랙 비닐 타이트 팬츠, 높은 굽의 플랫폼 슈즈, 컬러 페이스(color face)로 표현된 메이크업 등으로 메이크업과 의상, 액세서리 측면에서 볼 때 기묘함에서 느껴지는 환상적이고 독특하며 화려한 이미지로서 현대인들에

게 미적 쾌감과 신선한 충격을 불러일으키고 있다.

갈리아노 디자인의 미적 특성은 형태, 색채, 소재, 디테일 측면에서 특이하고 과장되며 화려한 고저스 이미지를 강하게 전달하지만 디올사의 디자이너로서 그 디자인의 바탕에는 디올특유의 여성적이고 품위있는 이미지가 내재되어 있으면서 환상적이고 유머러스한 로맨틱 이미지도 존재하고 있다. 그러므로 갈리아노 디자인의 이미지 특성은 디올 1세의 클래식·로맨틱 엘리건트를 바탕으로 갈리아노의 특이하고 강렬하며 장식적인 이미지가 두드러진 고저스 이미지를 특성으로 현대적인 디올 이미지를 창조한 것이다.

2. 크리스찬 디올 패션의 감성 이미지

크리스찬 디올 패션의 특성을 디자이너 시기를 중심으로 분석한 결과 패션 이미지는 네 가지의 감성이미지로 분류할 수 있다. 즉 디올 특유의 품위있는 여성미인 엘리건트를 바탕으로 한 쉬크·클래식·고저스·로맨틱 이미지이다.

그러므로 크리스찬 디올 패션 이미지는 일본의 고바야시(Shigenobu Kobayashi)가 색채와 언어를 연관하여 색채 감성 이미지 척도를 개발한 것으로써 디자인 분야에서 활용하고 있는 감성언어 이미지 스케일표[31]를 활용하여 분석하였다.(표 1)

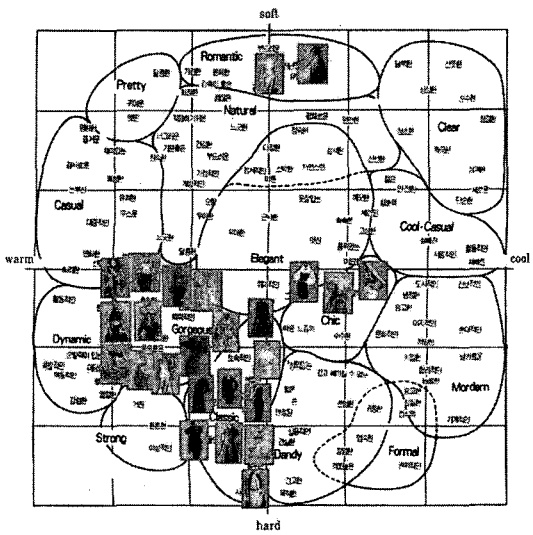
쉬크 이미지는 세련되고 어른스러운 형태의 다소 도시적인 우아함을 나타내는 이미지이다. 이러한 이미지를 주는 디올의 디자인은 그림 6, 7, 9에서 보여지듯이 실루엣면에서 신체선을 자연스럽게 드러내는 쉬스(sheath) 실루엣이나 허리가 맞는 재킷 아이템, 색채는 그레이쉬 퍼플, 블랙, 화이트등 무채색 배색을 중심으로 소재는 실크, 새틴, 오건디, 울 등을 사용하여 전체적으로 성숙하면서 세련된 지적 이미지를 주며 디올의 디자이너 중 페레의 디자인이 주로 쉬크 이미지에 속한다.

클래식 이미지는 고전적이고 품위가 있으며 심플한 패션 이미지로서 그림 1, 2, 8에서 나타나듯이 이러한 이미지의 디올 디자인은 슬림하거나 허리가 맞고 헴라인이 플레어진 실루엣, 색채는 무채색이 주조를 이룬다. 소재는 개버딘, 캐시미어, 울을 주로 하여 매트한 질감을 나타내며 디올 1세의 모든 디자인과 보앙, 페레, 갈리아노의 디자인에서 소수 나타난다.

고저스 이미지는 화려하고 섹시하며 인위적이고 환상적인 이미지로서 그림 14, 15에서와 같이 실루엣은 다양하게 몸매가 드러나거나 과장되게 나타난다. 색채는 다양하고 화려해서 고채도에서 저채도, 고명도에서 저명도까지 모두 나타나며 퍼플, 레드퍼플, 골드 컬러가 고저스 이미지를 잘 나타내는 색채이다. 장식적인 트리밍, 벨벳, 모피, 시폰, 광택 소재, 레이스 등의 고급스럽고 다양한 소재, 팝아트적 문양이나 꽃자수 문양, 줄문양 등이 표현되어 특이하고 강렬한 인상을 준다. 갈리아노의 디자인이 디올의 역대 디자이너 중에서 가장 고저스의 특징을 잘 드러낸다고 할 수 있다.

로맨틱 이미지는 밝고 장식적이며 곡선적인 낭만적 이미지와 부드럽고 섬세하며 우아한 특성을 지닌 이미지이다. 그림 3, 15에서와 같이 적당히 인체에 맞는 실루엣, 라이트 그레이쉬 톤이나 페일톤의 부드러운 색상 조화, 실크, 새틴, 레이스 등의 드레이퍼리하거나 장식적 소재를 사용하며 비즈, 플라워 장식이 특징적으로서 디올 1세의 디자인이 로맨틱 이미지이며 갈리아노의 디자인에서도 소수 나타난다.

〈표 1〉 디올 패션 감성 이미지 분석



〈그림 1〉 Christian Dior - New Look, 1947, Dior, p. 89.

〈그림 2〉 Christian Dior - Y Line, 1955, Dior, p.1 32.

〈그림 3〉 Christian Dior - A Line, 1955, Dior, p. 172.

〈그림 4〉 Marc Bohan, 1988 S/S, Deigners history- 10 Years '3', p. 435.

〈그림 5〉 Marc Bohan 1985 S/S, Designers history-10 Years '3', p. 642.

〈그림 6〉 Gianfranco Ferre, 1993 S/S, Designers history-10 Years '3', p. 127.

〈그림 7〉 Gianfranco Ferre, 1991-92 F/W, Designers history-10 Years '3', p. 202.

〈그림 8〉 Gianfranco Ferre, 1993-4 F/W Designers history-10 Years '3', p. 78.

〈그림 9〉 Gianfranco Ferre, 1994-95 F/W, Designers history-10 Years '3', p. 20.

〈그림 10〉 John Galliano, 1996, Haute Couture, GALLIANO. p. 25.

〈그림 11〉 Christian Dior, Mid Century, 1949, Dior, p. 103.

〈그림 12〉 John Galliano 1997-8 F/W, GALLIANO, p. 23.

〈그림 13〉 John Galliano, 2003-4 F/W Pret-a-Porter Christian Dior Collection

〈그림 14〉 John Galliano, 2003-4 S/S Pret-a-Porter Christian Dior Collection.

〈그림 15〉 John Galliano, 2003-4 F/W Pret-a-Porter Christian Dior Collection.

Ⅲ. 크리스찬 디올 패션 감성 이미지의 분석·평가

1. 디올 패션의 감성 이미지 요인분석

디올 패션의 감성 이미지 구성요인을 살펴보기 위해 주성분법을 사용한 Varimax 직교회전을 통해 요인분석을 실시한 결과 디올 패션의 요인수는 고유값 1.0이상을 기준으로 4개의 요인이 추출되었고 이들 요인들은 총분산의 65.3%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다. 요인 분석 결과는 표 2와 같다.

요인1은 매력 있는-매력 없는, 고급스러운-저급스러운, 멋있는-멋없는 등 9개의 형용사 쌍으로 구성되었는데 미적가치와 선호도를 나타내는 감성어휘들로서 쉬크 요인으로 명명하였다. 쉬크 요인이 전체변량에서 차지하는 비율은 23.8%로 나타났다.

요인2는 젊은-나이든, 발랄한-점잖은, 가벼운-무거운 등 6개의 형용사 쌍으로 구성되었는데 점잖고 무거우며 젊고 가벼운 등 고전적인 이미지를 나타내는 감성 어휘들로서 클래식 요인으로 명명하였다. 클래식 요인이 전체 변량에서 16.1%를 차지하였다.

요인3은 강렬한-은은한, 화려한-수수한, 특이한-평범한 등 7개의 형용사 쌍으로 구성되었는데 화려하고 강렬한 감성을 나타내는 어휘들로서 고저스 요인으로 명명하였다. 고저스 요인이 전체 변량에서 차지하는 비율은 13.7%이었다

요인4는 부드러운-딱딱한, 여성적인-남성적인, 화사한-칙칙한 등 4개의 형용사 쌍으로 구성되었는데 여성성이나 남성성을 나타내는 감성 어휘들로서 로맨틱 요인으로 명명하였다. 로맨틱 요인이 전체 변량에서 차지하는 비율은 11.7%였다.

쉬크 요인과 클래식 요인은 공통변량의 39.9%를 차지함으로서 이 요인들은 4개요인 중에서 중요한 요인임을 의미한다.

쉬크 요인은 요인 구성인자면에서 김유진, 이경희(2000, 2001)의 심미성, 매력성 요인과 유사하고 제 1요인으로 가장 중요한 요인이었으며 본 연구에서도 의복을 중심으로 한 패션감성 연구와 동일하게 쉬크 요인이 디올 패션과 메이크업의 감성을 평가하는데 제1요인으로서 가장 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있다.

다음은 표 2에서 밑줄로 표기한 것과 같이 공통성이 0.65이상의 형용사를 위주로 공통인자에 대하여 설명되는 비율을 살펴본 결과 쉬크 요인에서 공통성이 높은 형용사는 매력 있는-매력 없는, 고급스러운-저급스러운, 멋있는-멋없는 순으로서 6개 감성어휘의 공통성이 모두 0.65이상이기 때문에 쉬크 요인에 속한 대부분 형용사 어휘의 설명력이 높음을 알 수 있다. 공통성이 가장 높은 형용사가 그 요인에 대해 가장 설명력이 높은 이미지 어휘라고 할 수 있으므로 매력 있는-매력 없는이 쉬크 요인에서 가장 설명력이 높은 감성어휘라고 본다.

클래식 요인은 점잖은-발랄한, 나이든-젊은 순으로 공통성이 높게 나타나서 발랄하거나 점잖고, 젊거나 나이든 어휘가 클래식요인을 잘 설명해주고 있다. 고저스 요인은 화려한-수수한, 강렬한-은은한 순으로 공통성이 높은 형용사 어휘로 나타나서 이 요인은 화려한-수수한의 형용사가 가장 그 의미를 잘 설명해 주고 있다. 로맨틱 요인은 부드러운-딱딱한, 화사한-칙칙한 순으로 공통성이 높은 형용사 어휘가 나타나서 부드럽고 딱딱하거나 화사하고 칙칙한의 형용사가 가장 로맨틱 요인을 잘 설명해 주고 있다.

2. 디올 패션의 감성 이미지 군집 분석

디올 패션 이미지를 담은 사진 자극물에 대해 군집분석을 실시하여 각 군집간 차이가 뚜렷한 분류에 적합하도록 4군집으로 분류하였고 표 3에 제시하였다. 즉, 계층적 군집분석, K-mean 군집분석, 데이터 전치를 통해 각 사진 자극물에 대한 요인분석을 실시 후 최종 4군집으로 형성하였다.

4군집으로 분류된 디올 패션이미지(표 3)에서 1군집은 실루엣이 다양하며 형태가 크고 풍성하면서 과장된 사진자극물로 구성되었다. 색채는 다양하고 화려해서 고채도에서 저채도, 고명도에서 저명도까지 모두 나타나며 새틴이나 타프타 등의 광택 소재, 레이스, 오건디, 모피 등 고급스럽고 다양한 소재가 사용되었다. 또한 팝아트적 문양이나 꽃자수 문양,

〈표 2〉 디올 패션의 감성 이미지 요인분석

요인	형용사	요인부하량	고유치	변량	전체 변량의 %	Chronbach's α
쉬크	세련된-촌스러운	0.73	6.19	23.81	23.81	0.9241
	매력 있는-매력 없는	0.77				
	멋있는-멋없는	0.74				
	고급스러운-저급스러운	0.75				
	품위 있는-품위 없는	0.74				
	좋아하는-싫어하는	0.64				
	우아한-천박한	0.67				
	신비로운-신비롭지 않은	0.61				
	깨끗한-지저분한	0.63				
클래식	나이든-젊은	0.74	4.19	16.11	39.92	0.8796
	점잖은-발랄한	0.75				
	무거운-가벼운	0.64				
	정적인-동적인	0.64				
	성숙한-귀여운	0.55				
	억압적인-자유로운	0.55				
고저스	강렬한-은은한	0.69	3.57	13.74	53.65	0.4608
	화려한-수수한	0.71				
	특이한-평범한	0.60				
	재미있는-재미없는	0.58				
	섹시한-섹시하지 않은	0.51				
	인위적인-자연스러운	0.61				
	불편한-편안한	0.61				
로맨틱	부드러운-딱딱한	0.73	3.04	11.67	65.325	0.7910
	여성적인-남성적인	0.65				
	따뜻한-차가운	0.54				
	화사한-칙칙한	0.66				

줄 문양 등이 표현되어 특이하고 강렬한 인상을 준다. 그러므로 다양하면서도 특이하고 강렬하며 인위적인 화려한 이미지의 군집이라고 할 수 있으므로 '고저스'라고 명명하였다. 1군집은 시기적으로 갈리아노의 패션 자극물로서 구성되었다.

2군집은 실루엣이 슬림하고 심플하며 색채는 무채색이 주조를 이룬다. 소재는 울을 주로 하여 매트한 질감을 나타내므로 전체적으로 성숙하고 고전적인 품위와 심플한 우아함을 지닌 전통적 이미지로서 '클래식'이라고 명명하였다. 2군집은 시기적으로 디올 1세의 모든 패션 자극물과 보앙, 페레, 갈리아노의 패션 자극물을 소수 포함하고 있다.

3군집은 실루엣이 A라인, Y라인, 바디컨셔스 라인 등으로 다양하고 색채는 그레이쉬 퍼플(greyish purple), 블랙, 화이트를 사용하여 세련되고 우아한 이미지를 준다. 소재는 실크, 새틴, 오건디, 울 등을 사용하여 전체적으로 성숙한 세련됨과 특이한 화려함의 매력을 주는 이미지로서 '쉬크'라고 명명하였다.

4군집은 A라인이나 바디 라인을 자연스럽게 살린 실루엣이며 색채는 라이트 그레이쉬(light greyish) · 웜톤의 컬러들로서 부드럽고 여성스러운 낭만적 이미지이며 소재도 실크를 주로 사용하여 여성적이고 화사하며 부드러운 이미지를 전달하므로 '로맨틱'이라고 명명하였다.

Ⅳ. 결론 및 제언

크리스찬 디올은 패션과 메이크업 분야에서 오랫동안 확고한 위치를 점유하며 계속 성장하고 있는 브랜드이다. 그러므로 크리스찬 디올 패션과 메이크

〈표 3〉 디올 패션의 감성 이미지 군집

군집	Image
고저스	
클래식	
쉬크	
로맨틱	

업의 감성 이미지를 비교하기 위해 디올 패션에 나타난 이미지 구성 요소를 분석하여 미적 특성을 규명하는 선행연구이다.

크리스찬 디올 패션 이미지는 디올 특유의 우아한 여성미를 바탕으로 클래식·쉬크·고저스·로맨틱 이미지를 나타내며 도출된 구성요소와 특성은 다음과 같다.

1) 뉴룩을 비롯한 A라인, H라인 등 유행에 좌우되지 않는 다양한 실루엣, 무채 색, 저채도·저명도의 절제된 색채, 울, 개버딘, 캐시미어 등의 소재와 매트한 질감을 통해 심플하며 고전적 품위가 있는 클래식 이미지 특성을 나타냈다. 클래식 이미지는 디올 1세의 모든 디자인과 보앙, 페레, 갈리아노의 디자인에서 소수 나타났다.

2) 신체선을 자연스럽게 드러내는 쉬스 실루엣이나 허리가 맞는 재킷 아이템, 직 선적인 컷팅선, 무채색이나 그레이쉬 퍼플 등의 색채, 실크, 새틴, 오건디, 울 등의 소재를 사용하여 전체적으로 성숙하면서 도시적인 세련된 지적 이미지를 주는 쉬크 이미지 특성을 나타냈다. 쉬크 이미지는 디올의 디자이너 중 페레의 디자인에서 주로 나타났다.

3) 몸매가 드러나는 다양한 실루엣과 형태가 과장된 실루엣, 고채도에서 저채도, 고명도에서 저명도까지 강하고 화려한 색채 사용, 장식적인 트리밍, 벨벳, 모피, 쉬폰, 광택 소재, 레이스 등의 고급스럽고 다양한 소재와 문양 등이 표현되어 화려하고 강렬하면서 선정적인 고저스 이미지 특성을 나타내며 디올의 디자이너 중 갈리아노의 디자인이 고저스 이미지를 표현하고 있다.

4) 신체선을 자연스럽게 드러내는 실루엣, 페일 톤이나 라이트 그레이쉬톤의 부드러운 색상 조화, 실크, 새틴, 레이스 등의 드레이퍼리하거나 장식적 소재 사용, 비즈, 플라워 장식으로 곡선적이고 부드러우며 밝고 섬세한 우아함을 지닌 로맨틱 이미지 특성을 나타내어 디올 1세의 디자인과 갈리아노의 디자인에서도 소수 나타났다.

디올 패션에 대해 소비자들이 느끼는 감성 이미지는 4군집으로 분류되었으며 4군집 모두 쉬크, 클래식, 고저스, 로맨틱 요인의 이미지가 분명하게 혹은 다소 복합적으로 나타났다. 그러므로 이론적 고

찰과 실증적 연구를 통해 살펴본 디올 패션에 나타난 이미지에 대한 연구 결과는 쉬크, 클래식, 고저스, 로맨틱 이미지의 특성이 도출되었으며 이 결과는 다양성과 가변적인 것을 선호하는 현대 소비자의 특성이 디올 패션 이미지에 고르게 나타나 있음을 반영하는 것이다.

연구의 한계점으로는 패션 사진 자료를 사용했으므로 색채에서 실제와 다소 차이가 있는 인쇄물의 문제점이 있을 수 있다고 여겨지며, 실증 조사에서 메이크업과 의상 전공자를 대상으로 하였으므로 전문가측의 결과이기는 하나 확대 해석에 주의를 기울여야 할 것이다.

참고문헌

1) 이경희 (2001). 패션 감성의 측정 도구 개발에 관한 연구(제1보). 한국의류학회지, 25(3).
2) 박수진 (1999). 표면디자인에 대한 감성 공간 모형연구. 연세대학교 대학원 심리학과 박사학위논문.
3) 김애경 (2003). 패션 컬렉션에 나타난 Head Image 연구. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
4) 이경희, 김유진 (2001). 패션감성의 척도화 과정. 한국감성과학회지, 4(1).
5) 이선화 (2003). 바로크와 로코코 시대 플로럴 패턴의 조형성 연구. 부산대학교 대학원 박사학위논문.
6) M. Eliade, 이은봉 역 (1998). 성과 속. 한길사, p. 24.
7) M. Durand-Charre (1997). *The Microstructure of Superalloys.* Gordon and Breach Science Publishers, p. 11.
8) 이경도 (1996). 색채 이미지와 코디네이션에 관한 연구. 효성카톨릭대학교 대학원 석사학위논문, p. 3.
9) 고현진 (2003). 복식에 표현된 엘레강스에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문, p. 10.
10) 이경손, 김희섭 (1998). 의생활과 패션 코디네이션. 교문사, p. 136.
11) 정운길 (2001). 패션전문자료사전. 사전연구사, p. 1219.
12) 이언영 (2003). 토탈 패션 이미지 연출에 관한 연구-고저스 이미지를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 63.
13) 이경아, 전혜정 (2004). 로맨티시즘 복식의 양식(Ⅰ). 복식, 54(1), p. 142.
14) 미술도서편찬위원회 (1994). 미술인명용어사전. 도서출판 우람, p. 166.
15) 이경아, 전혜정. 앞의 책, p. 155.
16) 이경손, 김희섭. 앞의 책, p. 136.
17) 조규화, 구인숙, 금기숙 (1995). 복식사전. 경춘사.
18) 이경손, 김희섭. 앞의 책, p. 142.
19) 오희선, 박화순 (1994). 의상디자인. 경춘사, p. 223.
20) 이경손, 김희섭. 앞의 책, p. 136.
21) 정유경 (2004). 20세기 프랑스 패션과 이탈리아 패션의 비교 연구. 서울여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 88.
22) Henri Focillon (1955). *Vie des Formes.* Universitaires de France, Paris.
杉本秀太郎譯 (1969). 形의 生命. 東京: 岩波書店, p. 1.
23) Emeralda de Rethy, Jean Louis Perreau (2001). *Christian Dior-The early years.* Thames & Hudson, p. 7.
24) 이경희 (1979). 이브 쌩 로랑-그의 작품의 세계. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 9.
25) 조규화 (1977). 크리스쨩 디올 연구. 국민대학 논문집. 국민대학교, p. 244.
26) 정유경. 앞의 책, p. p.85.
27) Francois Giroud (1987). *Dior Christian Dior 1905-1957.* Thames and Hudson, p. 42.
28) 공미선, 채금석 (2003). Christian Dior 오트 쿠튀르의 디자인 오리지날리티. 복식, 53(2), p. 67.
29) 마이크 페이스튼 (1999). 정숙경 역, 포스트모더니즘과 소비문화. 현대미학사, p. 10.
30) Philip Thomson, 김영우 역 (1986). 그로테스크(Grotesque). 서울대학교 출판부, pp. 15-16.
31) Shigenobu Kobayashi. 언어이미지 스케일. 일본색채연구소.