

패션인형(Fashion doll)으로서의 바비(Barbie) 인형 연구

이 효 진(전북대학교 생활과학대학 생활과학부 부교수) *
최 현 옥(전북대학교 교육대학원 의상교육전공)

의복은 사회환경, 사고방식, 예술적 가치관등 여러 요인에 의하여 결정되므로 결코 우연에 의해 나타나는 것은 아니다. 또한 의복은 시대성을 반영할 뿐만 아니라 미적 가치의 척도가 된다.

고대부터 인간은 이런 미적 가치를 표현하고 가시화 시키려 노력해 왔으며, 그중 하나가 인간을 닮은 창조물인 인형이다. 인형은 인류문화의 시작과 함께 종교적·주술적인 목적, 완구의 목적으로 만들어 졌을 뿐만 아니라 문화가 발달하여 미(美)에 대한 감각이 갖추어짐에 따라 당시의 의복을 입고 치장을 하여 감상을 목적으로 만들어졌다.

패션인형의 시작은 14세기 초 파리의 의상점이 당대의 유행하는 복식을 포제 인형에 입혀 패션모델대신 외국에 파송(派送) 한데서 유래한다. 이렇게 귀족들에게 패션을 알리는 목적으로 사용되었고, 17세기 후반에 들어 크기가 반으로 줄었고, 그 후에도 패션인형으로 사용되다가 그 목적을 다한 인형은 어린아이의 장난감으로 남겨졌다.

19세기에 들어와 사진이나 인쇄물로 의상이 홍보되면서 패션인형은 잠시 사라졌다가, 20세기에 바비인형의 탄생으로 패션인형은 그 백을 잇는다.

이전의 어린이 모습의 인형이 아닌 성숙한 여성의 모습을 한 바비인형은 다양한 형태를 가져올 수 있었기 때문에 흥미로웠으며, 사춘기 소녀들에게도 큰 호응을 얻었다.

바비인형의 패션은 브레지어, 장갑, 핸드백 등 세부적인 악세사리조차도 인간의 것을 축소한 듯 사실적이었고, 인형의 인복은 더욱 사실적이었다.

지난 수년간, 시대는 바뀌었지만 바비인형은 지금까지 만들어 왔던 어떤 인형보다도 가장 각광받는 패션인형이라는 타이틀을 지켜왔다. 해를 거듭하면서 눈에 띄게 변하는 유행과 하루가 다르게 변화하는 십대들의 생활 방식에 발맞추기 위해 바비인형은 파리 패션쇼를 비롯하여 잭클린 케네디(Jacqueline Kennedy)의 우아함에서부터 오늘날 젊은 이들의 자유 분방함에 이르기까지 우리 시대의 모든 모습들을 담아내고 있다.

또한, 바비인형은 인기 프로그램은 물론, 영화의 주인공과 같은 캐릭터 상품으로 생산되고 있으며, 또한 청소년들의 브랜드 선호도가 다른 세대를 능가한다는 분석 하에 브랜드 공유제품으로 출시함으로써 시너지 효과를 창출하고 있다.

최근 인형 수요에 있어 현저한 사실은 각종 인형제품 중에서도 수집인형(collector doll)이 해마다 지속적인 성장을 보여주고 있다는 것이다. 수집인형 중 바비인형은 전 세계 150여 나라에서 2초에 1개씩 팔리고 있을 정도로 가장 인기 있는 인형이다.

바비인형을 사랑하는 사람들은 더 이상 어린 소녀만이 아니다. 세계의 클럽, 컨벤션, 잡지, 신문, 그리고 인터넷에 이르기까지 수 천명에 이르는 성인들이 바비인형을 수집하고 있고, 이는 이들이 얼마나 바비인형에 열정을 가지고 있는지를 보여주고 있다.

따라서, 본 논문은 이렇게 바비인형에 대한 관심이 고조되고 있는 시점에서 바비인형의 패션 역사를 고찰해보고, 현대 복식과 사회적 문화적으로는 어떠한 영향을 미치고 있는지를 분석하며, 현대 사회의 바비인형 패션 분석과 표현양식을 집중 고찰하는 목적을 갖는다. 아울러 바비인형 의상과 현대복식과의 관련성을 알고, 서양복식사 연구분야에 기초적인 자료가 되고자 함에 의의를 둔다.