



# 크리에이티브 디렉터의 변화에 따른 구찌 디자인의 조형성과 미적 특성

최유정 · 박주희<sup>+</sup>

국민대학교 테크노디자인전문대학원 패션전공 석사 · 국민대학교 의상디자인학과 교수<sup>+</sup>

## Formativeness and Aesthetic Characteristics in Gucci Collections by Creative Directors

Yoojung Choi · Juhee Park<sup>+</sup>

Master, Dept. of Fashion Design, Graduate School of Techno Design, Kookmin University

Professor, Dept of Fashion Design, Kookmin University<sup>+</sup>

(received date: 2019. 1. 3, revised date: 2019. 10. 11, accepted date: 2019. 10. 29)

### ABSTRACT

This study aimed to examine the formativeness and aesthetic characteristics of the Gucci Collections by the three creative directors. A literature review on brand history and design philosophy of the creative directors and a comparative analysis on formativeness on Gucci collection from 1995FW to 2019FW were done. Based thereon, the present study analyzed aesthetic characteristics such as simplicity, sensuality, historical exoticism, and naturalness. Simplicity is limited to the collections by Ford, and sensuality is the only characteristic applied into all designers. Simplicity by Ford was shown in the simple forms, achromatic colors, and restrained patterns and decorations. Ford expressed erotic sensuality, Giannini emphasized restrained sensuality, and Michele represents sensuality mixing characteristics of both sexes. Exoticism and naturalness are expressed in collections by Giannini and Michele. Historical exoticism was expressed via interest in ethnology by borrowing patterns and embellishments of traditional ethnic costume in the collections by Giannini and by mixing a variety of periods and cultures in the collections by Michele. Naturalness was shown by Giannini as natural patterns by reinterpreting floras in various manners related to flora, a symbolic icon of Gucci. In addition, Michele, who was influenced by the hippie style, expressed the naturalness realized with patterns indicating eco-friendly motives and handcrafted embroidery. Findings of this study reveal that the three creative directors developed Gucci successfully by tuning their design identity to periodic demands based on the tradition of the brand while preserving the heritage of Gucci even during socio-cultural and administrative transitions.

Key words: Alessandro Michele(알렉산드로 미켈레), creative director(크리에이티브 디렉터), Frida Giannini(프리다 지아니니), Gucci(구찌), Tom Ford(톰 포드)

## I. 서론

영국의 전자상거래 플랫폼, 리스트(Lyst)가 500만 명이 넘는 소비자들의 구매행동 분석과 구글 검색 데이터, 전환율, 소셜 미디어 언급을 통합해 발표한 2019년 2분기 '세계에서 가장 인기 있는 브랜드'의 1위는 구찌(Gucci)였다. 구찌는 지난 2년간 8회의 발표에서 5회나 이 순위를 차지했다(Yoo, 2019), 많은 럭셔리 브랜드가 경기침체로 어려움을 겪는 사이 구찌는 2017년에 전년 대비 80%, 2018년에 39.6%의 매출성장률을 기록하였다. 구찌는 브랜드의 고유한 특성을 유지하고 이를 시대변화에 적용시키고 있으며, 새로운 디자인과 마케팅 전략으로 젊고 트렌디한 소비자와 소통하며 큰 성과를 보이고 있다.

패션 브랜드 구찌가 오늘날의 위상을 갖게 된 것은 구찌 본연의 가치를 바탕으로 톰 포드(Tom Ford)가 구축한 관능적인 이미지에 의한 것이었으며, 프리다 지아니니(Frida Giannini)와 알렉산드로 미켈레(Alessandro Michele)로 이어진 크리에이티브 디렉터(Creative Director)의 시대를 앞서가는 사고에 의한 것이다. 이들 크리에이티브 디렉터들은 브랜드의 전통을 바탕으로 자신의 디자인 철학을 성공적으로 접목하여, 사회문화적 변화와 경영방식의 변화 속에도 구찌를 장기적 패션 브랜드로 발전시키고 있다. 본 논문은 마구를 중심으로 한 가죽전문점에서 오늘날 가장 인기 있는 패션 브랜드로 성장한 구찌의 크리에이티브 디렉터에 주목하고, 그들이 구찌에서 구축한 조형성과 미적 특성의 흐름을 연구하는데 목적이 있다.

본 논문의 연구내용은 첫째, 구찌 브랜드와 크리에이티브 디렉터들을 사적 고찰하고 둘째, 각각이 추구한 구찌 컬렉션의 조형성을 연구하며 셋째, 이들이 구축한 구찌의 미적 특성을 분석하는 것이다. 본 논문의 연구방법은 구찌 공식사이트와 패션 매체의 평론과 및 인터뷰 기사, 전문서적과 학위논문, 학술지논문 등을 문헌연구하고, 삼성디

자인넷, 퍼스트뷰 코리아, 보그 코리아에서 수집한 컬렉션사진을 사례연구하는 것이다. 사례연구의 대상으로 수집된 사진 자료는 1995F/W에서 2004 F/W까지의 컬렉션에서 포드가 발표한 859점, 2005 S/S부터 2015S/S까지의 컬렉션에서 지아니니가 발표한 847점, 2015F/W부터 2019F/W까지의 컬렉션에서 미켈레가 발표한 679점, 즉 총 2,385점이다. 2017S/S까지는 여성복 컬렉션을 대상으로 하였으며, 성별을 이분할 수 없는 모델과 스타일로 여성복과 남성복을 통합하여 런웨이를 구성하기 시작한 2017F/W이후의 컬렉션에서는 별도로 남성복을 제외하지 않았다. 수집된 자료는 실루엣, 색채, 문양, 장식요소 등의 조형적 요소에 따라 분류하여 빈도 분석하였으며, 크리에이티브 디렉터 별로 조형성의 변화 양상을 분석하는 과정을 통해 미적 특성을 도출 및 논의하였다. 이때 문헌연구의 내용과 구찌를 언급한 패션매체의 평론 및 인터뷰 내용 등을 근거로 활용하였다. 전통 있는 패션 하우스의 미적 특성 변화에 대한 본 연구는 패션 하우스의 크리에이티브 디렉터에 대한 연구(Park & Lee, 2010), 그리고 생 로랑, 랑방, 켄조, 지방시, 발렌티노 등 패션 브랜드의 성공적인 정체성 계승 사례에 대한 선행 연구(Hwang, 2014; Park, 2014; Jung, 2016; Wei & Park, 2017; Choi, 2017)와 더불어 미래의 패션산업과 패션교육에 기초자료를 제공한다는 점에서 의의를 지닌다.

## II. 구찌의 역사와 크리에이티브 디렉터

### 1. 역사

구찌의 창립자인 구찌오 구찌(Guccio Gucci)는 피렌체의 밀짚모자를 만드는 가정에서 태어났다. 19세기말 전 세계의 부호들이 모이는 런던의 사보이 호텔에서 일하던 그는 귀족과 상류층 손님들의 최고급 여행용 가방에 깊은 인상을 받아 1921년 피렌체에 '구찌'라는 자신의 이름을 딴 가죽 마구

전문점을 열었다. 구찌는 세련되고 고급스러운 취향을 가진 토스카나 지역의 귀족과 부유한 외국인 관광객들에게 큰 인기를 얻었으며, 마차의 활용도가 줄어들자 1937년부터 승마에서 영감을 얻은 트렁크, 핸드백, 신발, 벨트, 장갑 등으로 제품을 다양화시켰다. 같은 해에 마구의 재갈에서 영감을 받은 홀스빗(Horsebit)을 개발하였으며, 이를 홀스빗 로퍼를 비롯하여 여러 액세서리에 구찌의 상징요소로 적용시켰다(Giannini, 2011).

1938년 구찌는 로마에 매장을 열며 사세를 확장하였다. 1940년대 제2차 세계대전으로 가죽이나 금속 소재를 구하는 것이 어려워지자, 구찌오 구찌의 첫째 아들 알도 구찌(Aldo Gucci)는 가죽 대신 대마와 삼마로 직조한, 작은 다이아몬드가 반복된 형태의 디아만테(Diamante) 캔버스를 개발하였으며, 그 외에도 돼지가죽이나 스웨이드를 사용하거나 대나무를 이용한 '뱀부 백' 등 전쟁과 물자부족이라는 열악한 상황 속에서 구찌가 내놓은 대안은 훗날 패션사에서 중요한 혁신으로 평가받았다(Giannini, 2011). 제2차 세계대전 이후에는 말안장을 고정할 때 사용하는 캔버스 띠로부터 초록-빨강-초록 조합의 웹(GRG web)을 개발하였으며, 구찌는 경제 호황으로 새롭게 생겨난 신중산층이 선호하는 브랜드가 되었다('Gucci', n.d.).

1953년 구찌는 이탈리아 브랜드 중 최초로 뉴욕에 진출하였다. 구찌오 구찌의 타계로, 구찌의 경영권은 알도 구찌와 셋째 아들인 로돌프 구찌(Rodolfo Gucci)가 나눠 가졌다. 탁월한 비즈니스 감각을 지닌 알도 구찌는 구찌의 전성기를 이끌었다. 1961년에는 구찌오 구찌의 G를 상징하는 'Double G' 로고가 개발되었고, 이를 적용한 캔버스 소재가 가방, 벨트 등에 다양하게 활용하였다. Double G로고는 식별하기 쉽다는 특성으로 인해 브랜드 인지도 제고 전략에 기여하였다(Giannini, 2011). 알도는 1961년 팜 비치(Palm Beach)에, 1968년 비버리 힐즈(Beverly Hills)에 매장을 열었으며, 1972년에는 도쿄(Tokyo), 1974년에는 홍콩

(Hong Kong)으로 확장하며 구찌를 글로벌 브랜드로 성장시켰다. 이후 구찌는 1975년에 향수를 1979년에 액세서리 컬렉션을 론칭하였고, 라이선스 사업도 시작하였다('Gucci', n.d.). 1966년 로돌프는 모나코의 왕비였던 그레이스 켈리(Grace Kelly)에게 계절을 대표하는 꽃과 열매, 곤충이 어우러진 플로라(flora) 패턴의 스카프를 만들어 선물하였다. 이후 플로라는 브랜드의 권위와 함께 생명력과 시각적 힘의 상징이 되어, 1981년에 열린 첫 기성복 패션쇼의 주 패턴으로 선정되었다(Steele, 2010).

급성장하던 구찌는 가족경영 시스템에 한계를 느껴 1982년 로돌프 구찌의 지휘아래 S.P.A.로 전환하였다. 로돌프의 사망과 함께 경영권을 승계한 아들, 마우리시오 구찌(Maurizio Gucci)는 경영실패와 재정난으로 전문경영인을 영입하며 경영방식을 바꾸어 나갔다(Steele, 2010). 1989년에 마우리치오는 버그도프 굿맨 뉴욕(Bergdorf Goodman New York)의 지사장 돈 멜로(Dawn Mello)를 영입하였다. 돈 멜로는 새로운 디자인 팀을 꾸리고 1990년 당시 29세였던 톰 포드를 합류시켰다. 톰 포드는 1994년부터 디자인뿐만 아니라 광고, 홍보를 포함한 전반적인 이미지를 관리하는 구찌의 크리에이티브 디렉터가 되었다('Gucci', n.d.).

1987년 바레인의 투자사인 인베스트코프(Investcorp)는 구찌의 지분을 인수하기 시작하였고, 1993년에는 마우리시오의 지분까지 인수하여 구찌는 완전히 매각되었다(Giannini, 2011). 1995년 구찌는 이탈리아 출신의 미국 변호사 도메니코 데 솔레(Domenico De Sole)를 새로운 CEO로 임명하였다. 구찌는 1999년에 구찌 그룹(Gucci Group)으로 사명을 바꾸고, PPR(Pinault Printemps Redoute, 2013년 케링(Kering)으로 사명 변경)과 제휴를 맺어 복수 브랜드 그룹으로 전환하였다. 2004년 톰 포드와 도메니코 데 솔레가 새로운 조건의 계약 체결에 실패하여 회사를 떠난 이후, 프리다 지아니니, 그리고 알렉산드로 미켈레가 구찌의 크리에이

티브 디렉터 역할을 이어가고 있다('Gucci', n.d.; Giannini, 2011).

## 2. 크리에이티브 디렉터

### 1) 톰 포드

톰 포드는 1961년 미국 오스틴(Austin)에서 태어나 뉴욕 파슨스(Parsons Design for New School)에서 건축학으로 학위를 받았다. 파슨스 재학 중에 포드는 클로에(Chloe)의 홍보실에서 인턴으로 근무하며 패션의 길로 접어들었다. 그는 캐시 하드윅(Cathy Hardwick)의 보조 디자이너를 거쳐, 페리 엘리스(Perry Ellis)에서 1988년부터 2년간 근무하였으며, 1990년 돈 멜로의 제안으로 구찌의 여성복 디자이너가 되었다(Marsh, 2013). 그 당시 구찌가 젊은 톰 포드를 여성복 디자이너로 채용한 것은 상당히 파격적이었다. 돈 멜로가 누구의 관심도 받지 못하는 구찌의 여성복을 성장시키기 위해 모험을 시도한 것이다(Ford, 2007). 재정적으로 어려운 시기를 겪고 있던 구찌의 상황은 포드의 역할 확장에 좋은 기회가 되었다. 불황으로 회사 조직이 축소되자 포드는 여성복 외에도 남성복과 신발, 핸드백 디자인까지 담당하였고, 구찌 입성 5년차에 크리에이티브 디렉터가 되어 디자인과 관련된 모든 부문을 맡게 되었다(Kwon, n.d.).

포드는 클래식한 제품으로 알려진 구찌를 트렌디한 브랜드로 바꾸기 위해 끊임없이 노력하였다. 크리에이티브 디렉터가 된 포드는 구찌를 섹시하고 젊은 브랜드로 새롭게 변화시켰다. 새로운 구찌는 가격대를 낮추어 고객층을 확대하였고, 새로운 이미지 포지셔닝을 위해 마케팅에 많은 투자를 하였다(Ford, 2007). 포드는 광고를 통해 보수적인 이미지의 구찌를 세상에서 가장 관능적인 브랜드로 만드는데 성공하였다. 그는 파산 위기의 구찌를 부활시키면서 대중의 관심과 소비를 끌어낸 탁월한 디자이너였으나, 2004년 재계약에 실패하여 구찌를 떠나게 되었다.

### 2) 프리다 지아니니

1972년 로마에서 출생한 프리다 지아니니는 로마의 의상패션학교(Academy of Costume and Fashion)에서 패션디자인을 공부했으며, 작은 의상실에서 견습생으로 실무를 시작하였다. 1997년 지아니니는 펜디(Fendi)에 들어가 5년 동안 여성복과 가죽제품 라인을 담당하였다. 2002년부터 구찌에서 핸드백 디자인을 담당해온 그녀는 2004년에 톰 포드가 구찌를 떠난 후 핸드백과 여행용 가방, 구두, 스카프, 시계, 안경, 파인 주얼리에 이르는 액세서리 전 라인을 책임지게 되었으며, 2005년에는 여성복, 2006년에는 남성복까지 확장하며 구찌의 전 라인을 총괄하는 크리에이티브 디렉터 자리에 임명되었다(Giannini, 2011; 'Gucci', n.d.).

지아니니는 환경과 이웃을 배려하는 프로젝트로 사회적 책임을 지속적으로 실천하였다. 그녀는 2004년부터 유니세프를 통해 불우한 어린이를 위해 활동해왔으며, 2009년의 'Gucci For FFAWN Day'를 비롯하여 2010년 '에코 프렌들리 프로젝트(Eco Friendly Project)', 2013년 '차임 포 체인지(CHIME FOR CHANGE)' 등을 기획하였다. 또한 2011년에는 구찌의 전통을 보존하기 위해 피렌체에 구찌 박물관(Gucci Museo)을 설립하였으며, 구찌오 구찌로부터 내려온 이태리 장인 정신을 보존하고자 브랜드 철학이 담긴 광고 'Forever Now'를 완성하였다('Gucci', n.d.). 그녀는 유서 깊은 패션 하우스를 완벽히 이해하고, 이를 기반으로 브랜드의 가장 핵심적인 요소를 잘 이끌어낸 크리에이티브 디렉터로서, 구찌를 시대를 리드하는 럭셔리한 브랜드로 만들었다는 평가를 받았다(Giannini, 2011). 지아니니는 2014년 9년 동안 이끌어온 구찌를 떠났다.

### 3) 알렉산드로 미켈레

1972년 로마 출생의 알렉산드로 미켈레는 로마의 의상패션학교에서 패션디자인을 공부하였다. 그는 레 코팽(Les Copains)에서 니트웨어 디자이너

너로, 펜디(Fendi)에서 액세서리 디자이너로 일하였다. 미켈레는 2002년에 톰 포드의 제안으로 구찌에 입사하였으며, 지아니니의 어시스턴트를 거쳐 2015년에 구찌의 새로운 크리에이티브 디렉터로 임명되었다. 후보자 명단에도 없었던 무명디자이너 미켈레의 임명에 모두가 우려했지만 구찌에서 13여 년간 일했던 그는 그 우려를 바로 불식시켰다(Bowles, 2016).

미켈레는 25~35세의 젊은 세대들을 구찌의 새로운 고객층으로 설정하고 그들과의 소통을 유연하게 하는 디자인과 마케팅 전략을 세웠다. 디지털 시대는 희소성을 가치로 여기는 명품 브랜드와 충돌하지만 구찌는 온라인 마케팅에 선구적으로 나섰다. '구찌 닷컴'을 통해 '온라인 온리(only)' 상품을 강화하였으며, 유명배우 대신 인플루언서(Influencer)들을 섭외해 다양한 온라인 콘텐츠를 만들고 제품홍보를 하였다. 또한 고객의 개성을 반영한 'DIY(Do It Yourself) 서비스'를 선보여 고객으로 하여금 자신만의 방법으로 구찌의 아름다움을 적용할 수 있게 하는 동시에 고객에게 공동디자이너가 되는 기회를 부여하였다(Bae, 2017). 미켈레는 히피같이 자유로운 삶을 살았던 아버지의 영향을 받아 '무규칙, 무성(無性), 무시대'라는 개인적 취향으로 럭셔리 개념까지 뒤섞으며 자유분방한 디자인을 선보였다. 미켈레는 고객들 스스로가 자신이 느끼는 방식, 사는 방식, 읽는 방식대로 옷을 입기를 바라며 고객 스스로의 선택을 가장 중요시하는 자신의 디자인 철학을 컬렉션에 반영하였다(Bowles, 2016).

### Ⅲ. 구찌 컬렉션의 조형성 분석

본 장에서는 구찌의 미적 특성을 밝히기 위하여 각각의 크리에이티브 디렉터가 발표한 구찌 컬렉션의 실루엣, 색채, 문양, 장식요소를 비교분석하고자 한다.

#### 1. 톰 포드(1995F/W~2004F/W)

톰 포드의 구찌 컬렉션은 1995F/W부터 2004F/W까지 총 859점의 의상을 대상으로 분석되었다. 조형성 분석의 결과로서 대표적 실루엣으로는 바디컨셔스 실루엣(body-conscious)이 47%(405점)로 가장 많이 나타났으며, 그밖에도 스트레이트 실루엣이 37%(325점), 롱슬림 실루엣이 6%(51점) 고찰되었고 엠과이어 실루엣, O 실루엣, Y 실루엣, 프린세스 실루엣 등도 일부 나타났다. 대표적인 색채로는 화이트, 그레이, 블랙 등 무채색이 68%(585점) 고찰되었고, 유채색은 32%(274점)로 나타났다. 톰 포드는 구찌에서 미니멀리즘의 절제된 미학을 반영하여 2.6%(23점)에만 문양을 적용하였다. 대표적인 장식요소로는 전체 의상의 29.3%(252점)에 클리비지 룩이 나타났으며, 그 밖의 장식요소로는 나타나지 않았다.

톰 포드 구찌 컬렉션의 대표적 조형성으로는 바디컨셔스 실루엣, 무채색 선호, 문양의 절제, 클리비지 룩이 도출되었으며, 그 분석내용은 다음과 같다.

첫째, 포드의 구찌 컬렉션을 대표하는 실루엣은 인체에 타이트하게 맞고 허리를 강조한 바디컨셔스 실루엣으로, 포드는 최소한의 표현으로 여성 인체의 조형적 라인을 더 돋보이게 하였다. 바디컨셔스 실루엣의 사례로는 아치 곡선의 코르셋으로 타이트하게 몸매를 드러내 에로틱한 섹시미를 강조하는 드레스나 메탈릭 소재의 강한 광택감으로 몸매를 더 부각시키고 글래머러스한 여성의 섹시미를 강조하는 드레스(Fig. 1) 등이 있다.

둘째, 포드의 구찌 컬렉션을 대표하는 색채는 무채색으로서 단순성 표현에 가장 효과적인 블랙과 화이트가 주로 사용되었다. 무채색의 사례로는 블랙으로 뚜렷한 윤곽선을 드러내며 여성의 몸매를 돋보이게 하는 블랙 드레스(Fig. 2), 유연한 저지 소재로 우아한 섹시미를 더한 화이트 드레스 등이 있다.

셋째, 포드는 단순함과 편안함이 그의 의상에

나타낼 수 있는 최우선의 요소라는 디자인 철학으로 문양을 최대한 절제하는 미니멀리즘 패션을 선보였다. 그가 발표한 컬렉션의 2.6%만이 문양의상이었으며 대부분 자연 문양이었다. 자연문양의 사례로서 단순하면서도 세련된 디자인에 적용된 뱀피 문양(Fig. 3)이 있으며 포드는 이 또한 작은 문양을 반복 적용하여 단색에 가깝게 표현하였다.

넷째, 포드는 가장 단순한 형태를 추구하였으므로 장식을 최소한으로 사용하였다. 대표적인 장식 요소로서 V자로 깊게 파인 네크라인으로 가슴 부위를 노출시켜 여성미를 표현하는 클리비지 룩이 고찰되었다. 클리비지 룩의 사례는 디자인 구성선이 절제된 저지소재의 심플한 드레스로서 몸매를 노출적으로 드러냄과 동시에 노출부위에 시선을 집중시키며 금속장식을 이용한 고급스러운 섹시미를 더한 룩(Fig. 4)이 있다.

## 2. 프리다 지아니니(2006S/S~2015S/S)

프리다 지아니니의 구찌 컬렉션은 2006S/S부터 2015S/S까지 총 847점의 의상을 대상으로 분석되었다. 조형성의 분석결과, 대표적 실루엣으로는 아우어글라스(Hourglass) 실루엣이 가장 많은 34.5%(293점)였으며, 그 외에도 스트레이트 실루엣이 27.3%(232점), 루웨이스트 실루엣이 16%(136점), 롱엔슬림 실루엣이 10%(84점) 고찰되었으며, O 실루엣, A 실루엣, Y 실루엣도 나타났다. 대표적인 색채는 레드, 그린, 골드, 옐로우, 핑크, 블루, 퍼플이 같은 비중으로 나타나 유채색(65%, 551점)을 선호하는 것으로 분석되었다. 대표적 문양으로는 플로라 문양과 같은 자연 문양이 22%(185점), 기하학 문양이 11%(98점), 전통 문양이 8.5%(72점)로 나타났다. 지아니니 컬렉션에서도 톱 포드의 클리비지 룩은 21.3%(181점)로 가장 많이 나타났다. 지아니니가 구축한 대표적 장식 요소는 프린지가 7.6%(65점), 깃털과 모피가 5%(41점), 스팅글이 2.7%(23점)로 나타나 민족 복식 장식 요소가 많았으며, 그 외 리본(6%, 50점)이나 러플

(2.8%, 24점)도 특징적이다.

프리다 지아니니의 구찌 컬렉션에 나타난 대표적 조형성은 아우어글라스 실루엣, 유채색 선호, 플로라 문양, 민족 복식 장식으로 나타났으며, 그 분석내용은 다음과 같다.

첫째, 지아니니 시절 구찌의 대표적 실루엣은 아우어글라스 실루엣으로서 어깨에서 밑단으로 이어지는 세로 절개선을 따라 가는 허리선을 강조하고 밑단은 플레이어로 처리하여 여성스러움을 강조한 실루엣이다. 이 실루엣의 사례로는 벨트로 허리를 강조하고 기하학 문양으로 플레이어를 더 크게 보이도록 한 의상(Fig. 5), 엉덩이를 부각시켜 가는 허리를 더 강조하고 몸매를 부각시킨 의상 등이 있다.

둘째, 지아니니는 다양한 유채색을 통해 구찌를 젊고, 신선하게 변화시켰다(Giannini, 2011). 여기에는 레드, 그린, 골드, 옐로우, 핑크, 블루, 퍼플 등이 포함되며, 비비드 톤(vivid tone), 다크 그레이시 톤(dark grayish tone), 라이트 그레이시 톤(light grayish tone) 등으로 나타났다. 비비드 톤의 사례로는 이국미를 강조한 오렌지, 퍼플, 블루그린의 배색 의상(Fig. 6), 다크 그레이시 톤의 사례로는 여성의 깊은 고혹미를 강조한 퍼플 드레스, 라이트 그레이시 톤의 사례로는 유채색에 밝은 회색이 약간 가미된 색조로 차분하고 세련된 지적 여성의 이미지를 강조한 베이지 의상 등이 있다.

셋째, 구찌의 전통적인 상징 아이콘 '플로라'는 화이트 배경에 37가지 색의 섬세하고 기발한 꽃, 과일, 곤충을 구성한 문양이다. 지아니니는 액세서리 디자이너 시절, 전통의 현대화라는 디자인 철학을 바탕으로, 구찌의 전통 아이콘인 플로라 문양에 새로운 가치를 입혀 큰 인기를 얻었다. 플로라는 크리에이티브 디렉터로서 지아니니의 첫 컬렉션부터 꾸준히 재해석되어 적용되었다. 플로라 문양의 사례로는 여성스러움을 강조한 시스루 소재의 롱 엔슬림 실루엣의 드레스(Fig. 7), 자포니

즘 트렌드의 국화를 현대적으로 표현한 원피스 등이 있다.

넷째, 지아니니가 구찌 컬렉션에서 추구한 특별한 장식 요소는 민족 전통복식 요소이다. 지아니니는 이를 현대적으로 재해석하여 세련된 여성성을 표현하였다. 민족 전통복식의 장식 사례로는 사하라의 유목민 의상을 차용한 비즈와 프린지 장식<Fig. 8>, 동물의 털을 활용한 민족 복식 장식 등이 있다.

### 3. 알렉산드로 미켈레(2015F/W~2019F/W)

알렉산드로 미켈레의 구찌 컬렉션은 2015F/W부터 2019F/W까지 총 679점의 의상을 대상으로 분석되었다. 조형성 분석결과, 대표적 실루엣은 스트레이트 실루엣이 가장 많은 66.4%(451점)였으며, 그 외에도 프린세스 실루엣이 10.2%(69점), 어깨를 강조한 T, Y 실루엣이 16.3%(111점)로 나타났다. 로웨이스트 실루엣, 롱엔슬림 실루엣, A 실루엣, O 실루엣 등도 고찰되었다. 대표적 색채는 빈티지 무드의 유채색이 80%(546)로 나타났다. 문양은 기하학 문양과 자연친화적 문양이 30.3%(206점)와 29.6%(201점)로 비슷하게 나타났으며, 그 외에도 전통 문양이 4.4%(30점)로 분석되었다. 대표적인 장식 요소는 수공예 자수가 21.3%(145점)로 나타났고, 그 외에 리본이 11.3%(77점), 네크라인 장식이 25.9%(176점) 있었으며, 소매장식, 넥타이 장식, 클리비지 룩 등도 고찰되었다.

알렉산드로 미켈레 구찌 컬렉션의 대표적 조형성은 스트레이트 실루엣, 빈티지 무드의 색채, 복합적 문양, 수공예 장식 등이 분석되었으며, 그 내용은 다음과 같다.

첫째, 미켈레의 대표적인 실루엣은 여성 인체의 몸매가 직접적으로 드러나지 않는 직선적인 스트레이트 실루엣이다. 스트레이트 실루엣의 사례로는 여유가 있는 핏으로 중성적인 이미지를 표현한 의상, 빈티지 무드의 색상이 더해진 스트레이트 투피스<Fig. 9> 등이 있다.

둘째, 미켈레의 구찌 컬렉션은 다채로운 색상으로 생동감 넘치고 화려하게 구성되었다. 전체의 90%를 차지하는 유채색은 레드, 그린, 블루, 옐로우, 골드, 핑크, 퍼플 등의 다양한 색상에 빈티지 무드가 더해진 레트로 풍으로 적용되었다. 유채색의 비비드 톤 사례로는 구찌의 상징 아이콘인 GRG 웹의 조합으로 빈티지 무드를 더한 착장<Fig. 10>을 들 수 있으며, 유채색의 라이트 그레이시 톤 사례로는 햇빛에 바랜 듯 한 옐로우로 빈티지 무드를 더한 슈트를 들 수 있다.

셋째, 미켈레는 히피풍 아버지와 로마라는 어린 시절 환경의 영향으로 자유롭고 풍부한 영감을 지녔으며 이를 다양한 문양으로 표현하였다. 그는 중국풍의 모티프를 현대적으로 변화시키거나, 바로크와 로코코 문화에 심취하여 당대 미적사조를 반영한 문양, 그리고 구찌의 전통적 상징 아이콘 등을 기하학적 혹은 자연친화적으로 사용하였다. 기하학 문양 사례로는 구찌의 홀스빗을 양식화한 문양의 코트<Fig. 11>, 자연문양의 사례로는 미켈레가 구찌의 상징적인 플로라를 엔틱하게 표현한 드레스와 투피스, 호랑이와 새, 대나무로 오리엔탈리즘을 표현한 문양의 투피스 등이 있다.

넷째, 미켈레 구찌 컬렉션의 장식요소는 수공예 자수, 리본, 네크라인 장식 등이 고찰되었다. 이 중 수공예 자수가 두드러지는데, 그는 별, 새, 꽃, 물고기, 호랑이, 뱀, 나비, 별 등 다양한 모티프를 입체 자수로 독특하게 표현하여 자유분방함과 고급스러움을 동시에 추구하였다. 컬렉션에서 수공예 자수의 사례로는 핑키한 가죽 의상에 꽃과 나비를 자수한 의상<Fig. 12>, 중국풍 인테리어 패턴을 차용한 꽃과 학 자수가 적용된 드레스 등이 있다.

### 4. 논의

세 명의 크리에이티브 디렉터들이 전개한 구찌 컬렉션의 조형성을 논의한 결과는 다음과 같다.

우선, 실루엣 표현에 있어 포드는 여성의 인체 곡선을 강조하였다면 지아니니는 자연스럽고 여유



<Fig. 1> Gucci 2003F/W  
(Firstviewkorea, n.d.-a)



<Fig. 2> Gucci 2001F/W  
(Firstviewkorea, n.d.-b)



<Fig. 3> Gucci 2000S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-c)



<Fig. 4> Gucci 2002S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-d)



<Fig. 5> Gucci 2008S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-e)



<Fig. 6> Gucci 2011S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-f)



<Fig. 7> Gucci 2006S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-g)



<Fig. 8> Gucci 2011S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-h)



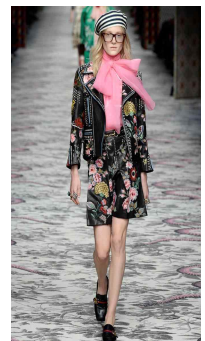
<Fig. 9> Gucci 2017S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-i)



<Fig. 10> Gucci 2019S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-j)



<Fig. 11> Gucci 2016F/W  
(Firstviewkorea, n.d.-k)



<Fig. 12> Gucci 2016S/S  
(Firstviewkorea, n.d.-l)



를 가지면서 허리를 강조하고 밑단을 플레이지게 하여 여성스러움을 강조하였다. 한편 미켈레는 인체의 곡선이 드러나지 않도록 직선적으로 표현하여 그동안 구찌가 추구했던 여성적 감성에서 벗어나고자 하였다. 즉 포드와 지아니니가 육체의 굴곡을 드러내는 실루엣으로 관능성을 표출했다면, 미켈레는 신체를 은폐하는 방식으로 관능성을 표출하였다.

색채 사용에 있어 단순함이 화려함을 표현하는 최고 요소라 생각하는 포드는 무채색을 많이 사용하였고, 지아니니는 관능미를 바탕으로 짙고 경쾌하며, 단아하고 고풍적인 여성의 미를 추구하기 위해 비비드 톤과 다크 그레이시 톤, 라이트 그레이시 톤의 유채색을 주로 사용하였다. 미켈레는 지아니니보다 더 다양한 유채색을 사용하였다. 그는 여러 시대와 문화를 혼합하고 다양한 모티브에서 영감을 얻은 다채로운 색상에 빈티지 무드를 더하였다.

문양 사용에 있어 포드는 단순미와 절제미를 추구하여 절제된 문양을 사용하였고, 지아니니는 브랜드의 전통에 현대성을 결합하여 다양한 문양을 개발하였다. 그녀는 구찌의 상징 중 하나인 플로라를 재해석한 문양으로 자연성을 표출하였으며, 민족 복식의 전통문양을 현대적으로 재해석하여 역사적 이국성을 표출하였다. 역사에 기반한 이국성은 미켈레의 컬렉션에서 더욱 적극적으로 표현되었는데, 시누아즈리, 바로크, 로코코, 르네상스의 문양이 현대적으로 반영되었다. 미켈레는 또한 꽃, 나비, 별, 새, 호랑이 등으로 히피의 영감이 짙은 자연친화적 문양으로 자연성을 표현하였다.

장식사용을 절제한 포드의 컬렉션에서 유일한 장식 요소로서 클리비지 룩이 고찰되었다. 그는 깊게 파인 네크라인으로 가슴을 강조하고 목과 어깨를 노출하여 에로틱한 관능성을 표출하였다. 지아니니는 민족 복식의 장식인 프린지, 비즈, 깃털, 동물의 털 등 이국적 문화 요소를 현대적으로 표현하였다. 미켈레는 여러 시대의 역사에 기반한

문화적 영감의 모티브를 수공예 입체 자수기법으로 표현하여 이국성을 나타냈다.

요컨대 구찌의 크리에이티브 디렉터 톰 포드는 형태의 단순화, 색상의 간결함, 문양과 장식요소의 절제로 여성의 아름다운 인체를 표현하는 디자인에 몰두하여 단순성과 관능성의 미적 특성을 나타냈으며, 프리다 지아니니는 포드의 미적 특성인 관능성을 계승하면서 여성의 관점에서 구찌에 다양한 색채와 문양, 장식요소를 도입하여 새로운 미적 특성으로서 자연성과 역사적 이국성을 부여하였다. 알렉산드로 미켈레 또한 포드가 구축한 관능성을 자신의 디자인 철학으로 계승하였으며, 지아니니가 구축한 자연성과 역사적 이국성을 시대 변화와 디자이너 자신의 개성을 더해 계승하였다. 이상에서 구찌 컬렉션의 미적 특성으로서 단순성, 관능성, 역사적 이국성, 자연성이 도출되었다.

#### IV. 구찌 컬렉션의 미적 특성

본 장에서는 앞에서 도출된 단순성, 관능성, 역사적 이국성, 자연성이라는 구찌 컬렉션의 미적 특성이 어떻게 변화 및 발전되어왔는지 비교하고 논의하고자 한다.

##### 1. 단순성

단순성은 장식적이고 과장된 요소를 제거하여 명료성을 창출함으로써 이미지의 표현을 절제하고 최소화하는 것으로(Lee, 1997) 색, 형태, 장식 등의 단순함으로 인해 중요한 것에 초점을 맞추는 것이다(Lee, 2004). 패션에서의 단순성은 최소한으로 억제된 생략의 표현법으로서 장식적인 디자인을 절제하거나 제거시키고 간결한 실루엣을 통해서 표현된다(Lee & Lee, 1997). 구찌의 단순성은 톰 포드가 형태를 단순화하고, 무채색을 사용하며, 문양과 장식요소의 절제를 통해 여성의 아름다움을 강조하고자 한 것으로 나타났다.

단순함이야말로 미국 패션의 한 요소로서 제조

와 스타일 모든 측면에서 포괄적으로 적용된다. 이는 미국인들이 미국의 독립을 이끈 조상들에게 기원하는 자족과 민주주의 이념에서 발현된 것으로(Kim, 2013), 미국 출신의 디자이너인 톰 포드 또한 미국 패션의 주요한 특징 중 하나인 단순성을 디자인 철학으로 삼고 있다. 구찌에서 포드는 장식적 요소가 없는 심플하고 절제된 라인과 몸에 타이팅하게 맞는 실루엣을 추구하면서 단순성을 표출하였다. 그는 인체 곡선을 그대로 드러내는 신축성 소재를 통해 재단, 봉제, 장식과 같은 인공적 제작 과정을 줄임으로써 인체 자체의 미를 추구하는 것이었다. 또한 포드는 색상에서의 다채로움을 배제시켰으며, 유채색을 채택할 경우에도 다크 그레이시톤을 사용하였고, 주로 동일 색상의 배색으로 단순성을 추구하였다. 포드의 구찌 컬렉션에서는 문양과 장식요소 또한 최대한 절제되어 여성 인체를 부각시키는 단순한 형태를 더욱 돋보이게 하였다.

## 2. 관능성

패션에서 관능성은 여성 신체의 성적인 부위를 형태적으로 과장하거나 과다하게 노출함으로써 여성의 곡선미를 강조하는 미적 특성이다(Han, 2005). 톰 포드는 여성의 몸매가 드러나는 타이팅한 실루엣으로 여성 신체를 강조하여 여성의 곡선미를 부각시키거나 클리비지 룩으로 에로틱 감각을 표현하였다. 포드가 주로 사용한 소재는 레이스, 저지와 같이 신체의 곡선을 따라 흐르는 원단이나 새틴, 가죽, 벨벳, 메탈릭 소재와 같이 광택감으로 몸의 굴곡을 부각시키는 원단이었으며, 신체의 곡선을 강조하기 위해 무채색을 사용하거나 문양과 장식요소를 절제하였다. 또한 포드는 포토그래퍼 마리오 테스트노(Mario Testino)가 참여한 도발적이고 파격적인 광고를 통해 패션과 성적 코드를 결합시키며 구찌를 가장 섹시하고 관능적인 브랜드로 표현하였다(Steele, 2010; 'Gucci', n.d.).

포드가 길거리 여인으로부터 성적인 매력과 파격의 영감을 얻었다면, 프리다 지아니니는 자연스

레 드러나는 지적인 섹시함, 파워풀한 여성의 관능성을 표출하였다. 지아니니는 허리를 강조하는 아우어글라스 실루엣으로 여성 특유의 섬세함과 부드러움, 은근한 섹시함을 추구하였다. 그녀는 여성이 어디서든 가장 아름답게 보여야 한다고 강조하였고, 여성의 인체를 따라 자연스럽게 흐르는 실루엣, 생동감 있는 색감, 섬세한 장식 요소로 절제된 관능성을 표현하였다.

포드와 지아니니가 여성의 관능성을 추구하였다면 알렉산드로 미켈레는 양성의 관능성에 관심을 가졌다. 개인의 개성과 자유를 중요하게 여기는 미켈레는 여성과 남성이라는 고정관념에서 벗어나 다른 성의 복식 특성을 공유함(Chae & Song, 2001)으로써 양성의 특성을 혼합하는 방식으로 관능성을 추구하였다. 이전의 구찌가 여성의 굴곡진 라인을 강조해온 것과 다르게 미켈레는 직선적인 실루엣으로 인체를 은폐하였다. 나아가 오늘날 자기 지향적 가치실현을 자유롭게 표현하는 남성의 새로운 문화흐름(Han, 2010)에 발맞춰, 남성에게도 관능적이고 섹시한 이미지를 부여하며 성적 분류에 따라 고정된 의복 규범을 파괴하고 양성의 관능성을 추구하였다. 미켈레는 2017FW부터 남녀 통합 컬렉션 개최를 선언하고 호랑이 프린트 스웨터, 벨 보텀 트라우저, 구슬장식 플란넬, 트랙 슈트, 볼륨감 있는 망토 등 양성을 위한 의상들을 발표했다(Yoo, 2017).

## 3. 역사적 이국성

이국성은 오리엔트, 즉 동방 세계에 대한 동경을 표현의 동기로 삼은 것으로, 외국으로부터 유입되거나 영감을 얻은 문양과 소재, 그리고 디자인에서 보여지는 이국취미를 나타내는 미적 특성이다(Lee, 2003). 프리다 지아니니의 구찌 컬렉션에서 도출된 이국성은 아시아를 비롯한 여러 민족에 대한 관심에 의해 다양한 민족 복식과 전통 문양을 차용하는 것으로 나타났다. 지아니니의 민족적 관심은 1911년 폴 포아레의 오리엔탈 무도회를

그린 에르테(Erte)나 브랜드 전성기인 1970년대 등 역사적 영감을 통해 발표한 로 웨이스트 실루엣과 다양한 할렘 팬츠, 그리고 보헤미안 스타일의 이국적 의상으로 나타났다(Menkes, 2013; Friedman, 2014). 지아니니는 또한 기모노의 주름과 재단법을 차용하고, 아프리카 지역의 특색을 나타내는 강렬한 색상, 티롤리안 민족복의 문양, 러시아 민속 문화, 인도네시아 이카트 문양 등을 현대적으로 재해석하였으며, 사하라 유목민 복식의 장식요소와 몽골리안 램 사용 등으로 이국적 취향을 표현하였다. 지아니니는 다양한 민족의 역사적 요소들이 현대적 감각과 결합 및 재해석되어 자연스럽게 자아내는 역사적 이국성을 추구하였다.

지아니니가 민족의 전통에 대한 관심으로 역사적 이국성을 표현하였다면 알렉산드로 미켈레는 역사와 신화에 대한 지식으로(Kim, 2017) 시대와 문화를 혼합하여 역사적 이국성을 나타냈다. 미켈레는 시대와 완전히 일치하면서도 시대의 요구나 관례에 순응하지 않는 것이 진정한 동시대성이라는 철학으로(Gucci Story, n.d.) 다양한 시대와 문화권의 고유한 요소를 복식의 형태, 색상, 소재, 문양 등에 부분적으로 적용하여 신비롭고 감성적인 분위기를 나타내는 방식으로 동시대를 표현하였다. 그는 르네상스 장식의 화려함과 규칙이 없어 모든 것이 가능한 아이디어를 추구하였고, 모든 시대와 미학에서 가져온 잡동사니를 모아서 이국적 판타지가 있는 동시대적인 혼성물을 창조하였으며, 구찌 컬렉션에서 시누아즈리 문양, 르네상스, 바로크, 5, 60년대의 스트리트 스타일, 70년대의 스포츠 룩, 80년대의 이탈리아와 프렌치 쿠투르 등의 믹스 앤 매치로 역사에 기반한 이국성을 구현하였다(Kim, 2017). 미켈레의 이국적 판타지는 다양한 연령과 인종의 모델을 기용함에도 불구하고(Yoo, 2017), 타문화에 대한 이해나 경의 없이 영감으로만 도용하는 문화 전유의 사례로서 비판받기도 하였다(Lee, 2019; Young, 2018).

#### 4. 자연성

패션에서 자연성은 자연에서 주제를 얻고 그것을 의상의 표면 구조 위에 사실적, 추상적으로 그려냄으로써 자연 그대로의 정서를 표출하는 미적 특성이다(Choi, 2007). 프리다 지아니니의 구찌 컬렉션에서는 실루엣과 장식요소, 문양에서 자연성이 나타났다. 지아니니의 부드럽고 얇은 소재의, 인체를 따라 자연스럽게 흐르는 실루엣뿐만 아니라 구찌의 전통 아이콘인 플로라의 재해석에서 자연성이 논의될 수 있다. 지아니니는 구찌의 대표 모티브인 플로라를 사실적 혹은 양식화하여 단순하게 표현하거나 금속사를 이용하여 현대적으로 표현하였다. 그 외에도 동물 형상이나 동물 표피를 표현한 문양도 나타났는데, 생명력 넘치는 동물 자체만으로 원시 자연의미를 반영하였고(Ahn & Geum, 2013) 실제 형상보다 양식화로 표현하여 현대적인 자연성을 추구하였다.

알렉산드로 미켈레는 전통을 재구성해 익숙함과 편안함을 주는 정서적인 빈티지 미학을 추구하였으며, 따뜻한 자연미로 지친 현대인들의 감성을 움직였다. 그는 플로라 문양을 앤티크하게 재해석하였으며, 히피의 영향을 받아 꽃, 나비, 꿀벌, 뱀, 호랑이 등 다양한 동식물을 정교하고 차별적인 입체 자수기법으로 표현하였다. 또한 핑키한 스타일의 가죽에 화려한 색의 꽃과 나비의 자수를 놓거나, 시스루 드레스에 스팅클로 호랑이를 수공예하는 등 자연적인 문양소재를 상반된 제품에 적용하여 대조적인 아름다움을 표현하였다(Kim, 2017; Mower, 2015).

#### 5. 논의

구찌 컬렉션이 크리에이티브 디렉터에 따라 변화된 미적 특성 논의의 결과는 다음과 같다.

첫째, 톱 포드의 컬렉션에 국한된 특성으로서 단순성은 형태의 단순화, 무채색의 사용, 문양과 장식요소의 절제로 나타났다. 둘째, 포드의 도발적

<Table 1> Formativeness and Aesthetic Characteristics in Gucci Collections by Creative Directors

CD	Formativeness		% (pieces)	Aesthetic Characteristics
Tom Ford	silhouette	body conscious	47%(406)	Simplicity
		straight	37%(325)	
		long & slim	6%(51)	
		other (empire, O, Y, princess.....)	10%(78)	
	color	achromatic color	68%(585)	
		chromatic color	32%(274)	
	Pattern	animal & plant	2.6%(23)	
Detail	cleavage look	29.3%(252)		
Frida Giannini	silhouette	hourglass	34.5%(298)	erotic Sensuality
		straight	27.3%(232)	
		low waist	16%(136)	
		long & slim	10%(84)	
		A, O, Y	12.2%(102)	
	color	chromatic color (gold, red, green, yellow, blue, pink, purple)	65%(551)	
		achromatic color	35%(296)	
	Pattern (41.5%)	natural (flora)	22%(185)	
		geometric	11%(96)	
		traditional	8.5%(72)	
	Detail (24.1%)	fringing	7.6%(65)	
		feather & fur	5%(41)	
		spangle	2.7%(23)	
ribbon		6%(50)		
Alessandro Michele	Silhouette	straight	66.4%(451)	restrained Sensuality
		princess	10.2%(69)	
		Y, T	16.3%(111)	
		other (long & slim, low waist, A, O)	7.1%(48)	
	Color	chromatic color (vintage mood)	80%(546)	
		achromatic color	20%(133)	
	Pattern (64.3%)	geometric	30.3%(206)	
		eco-friendly	29.6%(201)	
		traditional	4.4%(30)	
	Detail (46.9%)	handcrafted embroidery	21.3%(145)	
ribbon		11.3%(77)		
neckline embellishment		14.3%(97)		

erotic  
Sensuality

↓

restrained  
Sensuality

↓

Sensuality  
without  
sexual  
boundary

↓

Exoticism  
by mixing  
of periods  
& cultures

↓

Naturalness  
influenced  
by hippie

**Exoticism**  
with interest  
in the  
ethnology

**Naturalness**  
with interest  
in a Flora.

이고 파격적인 디자인을 통해 표현된 에로틱한 관능성은 프리다 지아니니의 자연스럽고 여성스러움을 강조한 디자인을 통한 절제된 관능성으로, 알렉산드로 미켈레의 자유롭게 다른 성의 특성을 혼합한 양성의 관능성으로 변화하였다. 셋째, 지아니니의 전통과 현대를 결합하는 디자인 철학은 민족 복식 등에 현대성을 더하여 역사적 이국성을 나타냈고, 이는 미켈레의 무규칙, 무시대의 디자인 철학으로 나타난 다양한 시대와 문화를 혼합하는 역사적 이국성으로 계승되었다. 넷째, 지아니니가 구찌의 전통적인 상징 아이콘인 플로라를 재해석하여 표현한 자연성은 히피의 영향을 받은 미켈레의 빈티지 무드와 그에 더해진 자연친화적인 모티브로 표현된 자연성으로 이어졌다.

구찌의 크리에이티브 디렉터에 따른 조형성 분석과 미적 특성의 변화는 <Table 1>과 같이 정리될 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 구찌가 오랜 전통을 유지하면서 오늘날 최고의 패션 브랜드라는 위상을 갖게 된 원인 중 하나가 시대 흐름에 부합하는 크리에이티브 디렉터들의 활약이라는 점에 주목하였다. 따라서 톰 포드, 프리다 지아니니, 알렉산드로 미켈레 등 3명의 크리에이티브 디렉터가 구찌에서 구축한 조형성과 미적 특성의 흐름을 연구하는 데 목적을 두었다. 이론적 배경으로서 구찌의 역사와 크리에이티브 디렉터들을 사적 고찰하였고, 이를 바탕으로 1995FW에서 2019FW까지의 구찌 컬렉션을 실루엣, 색채, 문양, 장식요소 등의 조형적 요소에 따라 분류하여 사례연구 하였다.

조형성 변화 양상의 분석 결과로서 크리에이티브 디렉터에 의해 구현된 구찌의 미적 특성은 단순성, 관능성, 역사적 이국성, 자연성으로 나타났다. 톰 포드는 형태 단순화, 간결한 색상, 문양과 장식요소 절제로 여성 인체의 아름다움을 강조하

는 디자인에 몰두하여 단순성과 관능성의 미적 특성을 나타냈으며, 프리다 지아니니는 포드의 관능성을 계승하면서 구찌에 다양한 색채와 문양, 장식요소를 도입하여 새로운 미적 특성으로서 자연성과 역사적 이국성을 부여하였다. 알렉산드로 미켈레 포드가 구축한 관능성을 자신의 디자인 철학으로 계승하였으며, 지아니니가 구축한 자연성과 역사적 이국성을 시대 변화와 디자이너 자신의 개성을 더해 계승하였다. 각각의 미적 특성에 대한 논의의 내용은 다음과 같다. 첫째, 포드의 구찌 컬렉션에 국한된 특성으로서 형태 단순화, 무채색 사용, 문양과 장식요소를 절제하는 단순성이 논의되었다. 둘째, 톰 포드의 타이트한 바디컨셔스 실루엣과 클리비지 룩으로 여성의 아름다운 몸매를 강조하는 에로틱한 관능성이 프리다 지아니니의 여성의 지적인 섹시미를 자연스럽게 표현하는 절제된 관능성으로, 그리고 알렉산드로 미켈레의 양성 특성의 혼합을 표현하며 성적 경계를 없앤 양성의 관능성으로 계승된 점이 논의되었다. 셋째, 프리다 지아니니의 전통 및 민족적 측면의 관심으로 민족 복식의 장식과 문양을 차용하여 나타난 역사적 이국성이 알렉산드로 미켈레의 역사와 신화에 대한 지식과 관심에 의해 다양한 시대와 문화가 혼합된 역사적 이국성으로 계승되어 나타난 점이 논의되었다. 넷째, 프리다 지아니니의 플로라를 다양하게 재해석한 문양에서 나타난 자연성이 알렉산드로 미켈레의 히피스타일의 자연친화적 문양과 수공예 자수로 나타난 자연성으로 계승된 점이 논의되었다.

본 연구는 구찌의 크리에이티브 디렉터 톰 포드, 프리다 지아니니, 알렉산드로 미켈레가 브랜드의 전통을 기반으로 자신의 디자인 철학과 시대적 요구를 성공적으로 적용하여 브랜드의 명성을 지속 발전시켰음을 알 수 있었다. 전통 있는 패션 브랜드의 조형성과 미적 특성을 크리에이티브 디렉터 변천에 따라 분석한 본 연구가 미래의 패션산업과 패션교육에 기여하는 바가 있기를 기대한다.

## References

- Ahn, S. & Geum, K. (2013). A Study on the Formative Beauty of Animal Figure in Modern Fashion Design. *Korean Society of Basic Design & Art*, 14(6), 193-205.
- Bae, J. W. (2017, March 20). Gucci, which recorded the highest stock price in 18 years, also grew 17% in sales. Innovation by unknown designer. *ECONOMY Chosun*. Retrieved from [http://economychosun.com/client/news/view.php?boardName=C05&t\\_num=11409](http://economychosun.com/client/news/view.php?boardName=C05&t_num=11409)
- Bowles, H. (2016, March 15). Alessandro Michele who is in charge of Gucci. *Vogue*. Retrieved from <http://www.vogue.co.kr/2015/08/04/%EA%B5%AC%EC%B0%8C%EB%A5%BC-%EB%A7%A1%EA%B2%8C-%EB%90%9C-%EC%95%8C%EB%A0%88%EC%82%B0%EB%93%9C%EB%A1%9C-%EB%AF%B8%EC%BC%88%EB%A0%88/>
- Chae, K. S. & Song, M. J. (2001). The Aspects of Sex Identity Expression in Contemporary Mens Fashion. *The Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(2), 327-338.
- Choi, S. Y. (2017). *A Study on the Succession of Aesthetic Characteristics of Valentino* (Unpublished master's thesis). Kookmin University, Republic of Korea.
- Choi, Y. O. (2007). Aesthetic Characteristics of Hanae Mori's Apparel. *Fashion & Textile Research Journal*, 9(6), 613-625.
- Firstviewkorea. (n.d.-a). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS005&City=CD007&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-b). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS002&City=CD002&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-c). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS025&City=CD002&Event=EV001&Designer=11>
- Firstviewkorea. (n.d.-d). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS003&City=CD002&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-e). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS015&City=CD007&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-f). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS021&City=CD007&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-g). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS011&City=CD007&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-h). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS021&City=CD007&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-i). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS035&City=CD007&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-j). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS039&City=CD007&Event=EV001&Designer=4422>
- Firstviewkorea. (n.d.-k). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS034&City=CD007&Event=EV001&Designer=110>
- Firstviewkorea. (n.d.-l). Retrieved from <http://api.firstviewkorea.com/FVKWEBSVC/Pages/PhotoImageViewer.aspx?Season=SS033&City=CD007&Event=EV001&Designer=110>
- Ford, T. (2007). *Tom Ford*. New York, U. S.: Random House Inc.
- Friedman, V. (2014, Sept. 17). At Gucci, a Newish Take on Old Stylings. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2014/09/18/fashion/milan-fashion-week-gucci-frida-giannini.html?searchResultPosition=1>
- Giannini, F. (2011). *Gucci: The Making of*. New York, U. S.: Rizzoli.
- Gucci. (n.d.). In *The World Brand Encyclopedia*. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2077141&cid=43168&categoryId=43168>
- Gucci Story. (n.d.). *Fashion Code Q&A*. Retrieved from [http://www.gucci.com/kr/ko/st/stories/inspirations-and-codes/article/agenda\\_2015\\_issue01\\_AlessandroMichele](http://www.gucci.com/kr/ko/st/stories/inspirations-and-codes/article/agenda_2015_issue01_AlessandroMichele)
- Han, S. Y. (2005). *A Study on Glamour Look Expressed in Fashion* (Unpublished master's thesis). Sookmyung Women's University, Republic of Korea.
- Han, S. Y. (2010). *A menswear design study on bisexuality in 20th century of fashion* (Unpublished master's thesis). Sungshin Women's University, Seoul.
- Hwang, H. R. (2014). *Design Identity of Saint Laurent Fashion House* (Unpublished master's thesis). Incheon University, Republic of Korea.
- Jung, J. I. (2016). *A study on the modernization of the fashion brand Kenzo* (Unpublished master's thesis). Hongik University, Republic of Korea.
- Kim, H. Y. (2013). *The American design characteristics expressed on Marc Jacobs's fashion works* (Unpublished master's thesis). Sookmyung Women's

- University, Republic of Korea.
- Kim, M. (2017). A Study on Creative Fashion Design by Visualization of Knowledge. *Fashion Business*, 21(4), 90-104.
- Kwon, Y. J. (n.d.). *Fashion Designer Tom Ford*. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3575225&cid=58794&categoryId=59126>
- Lee, H. J. (1997). A study on the Artistic Formative-ness Represented in the Materials of the Modern Fashion Design. *Journal of the Korean Society of Costume*, 32, 163-182.
- Lee, H. J. & Lee, Y. S. (1997). *Dictionary of Fashion Business*, Seoul, Republic of Korea: Kyohakyungusa Publisher.
- Lee, H. W. (2004). *A study on sportism in modern fashion* (Unpublished master's thesis). Hongik University, Republic of Korea.
- Lee, K. A. (2003). *The Style of Romanticism on Fashion* (Unpublished master's thesis). Seoul Women's University, Republic of Korea.
- Lee, S. (2019). On Cultural Appropriation in Contemporary Fashion. *Archives of design research*, 32(2), 137-150.
- Marsh, J. (2013). *History of Fashion*. (J. E. Kim, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Sigongart.
- Menkes, S. (2013, September 18). Gucci's Thousand and One Nights. *The New York Times*. Retrieved from <http://www.nytimes.com/2013/09/19/fashion/Gucci-Stages-an-Oriental-Dream.html?searchResultPosition=1>
- Mower, S. (2015, September 23). Spring 2016 ready-to-wear Gucci. *Vogue*. Retrieved from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/gucci>
- Park, J. H. & Lee, J. M. (2010). The Role of Fashion Creative Director. *Design Forum*, 28(8), 221-230.
- Park, J. Y. (2014). *A study on the modernization of the fashion brand Lanvin* (Unpublished master's thesis). Hongik University, Republic of Korea.
- Steele, V. (2010). *The berg companion to fashion*. Oxford, U. K.: Berg.
- Wei, F. & Park, E. K. (2017). Design Identity of Givenchy Fashion House. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 41(2), 306-325.
- Yoo, J. B. (2017, February 23). Flora and fauna in 2017 Fall/Winter Gucci Collection. *FashionN*. Retrieved from <http://m.fashionn.com/board/read.php?table=worldfashion&number=19575>
- Yoo, J. B. (2019, August 18). Gucci 1st, Off-White 2nd among '20 Hottest Fashion Brands' of Q2 2019. *FashionN*. Retrieved from [http://www.fashionn.com/board/read\\_new.php?table=1004&number=29793&page=2&sel=all&search=구찌&sel\\_cat=](http://www.fashionn.com/board/read_new.php?table=1004&number=29793&page=2&sel=all&search=구찌&sel_cat=)
- Young, C. (2018, August 20). What Can We Learn From Gucci's Cultural Appropriation of the Turban?