Journal of Fashion Business
Vol. 6, No. 2. pp.137~150(2002)

바비 人形의 象徵性 및 패션 이미지에 關한 硏究

廉惠晶* · 李美淑
全北大學校 生活科學大學 衣類學專攻 助敎授*, 全南大學校 生活科學大學 衣類學科 專任講師

A Study on the Symbolism and Fashion Image of Barbie Doll

Yum, Hae-Jung* and Lee, Mi-Suk
Assistant Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Chonbuk National University*
Full Time Instructor, Dept. of Clothing & Textiles, Chonnam National University

Abstract

The purpose of this study attempts to analyze the symbolism and fashion image of Barbie doll. It is scarcely a coincidence that the Barbie doll was developed in the united States in 1950s. She had been created in the 1950s as a cartoon character in a German newspaper, who named Bild Lilli. In 1959, toy company bought the rights and produced and almost identical doll in the United States. Therefore Barbie has symbolized the consumer culture of United States, ideal body image, and modern youth culture.

It may be as a conclusion that Barbie's fashion can be divided into three period : 1. a period of classic fashion(1959-66), 2. a period of young casual fashion(1967-79), 3. a period of ethnic and career fashion. Just as Barbie's roles and clothes have changed with the spirit of the times, she is a valuable representation of female images and fashion over the last 40 years. Barbie's fashion image is divided into material girl image, dream girl image, and bad girl image.

Key words: Barbie doll(바비 인형), symbolism(상징성), fashion image(패션 이미지)

I. 서 론

지난 1999년은 바비(Barbie) 인형이 상품화된 지 40년이 되는 해였다. 그 동안 판매된 바비를 일렬로 늘어놓는다면 아마 지구를 네 바퀴 돌 정도라는 말이 있을 만큼[1] 바비는 어느 시대나 큰 뉴스거리였으며, 중요한 비즈니스가 되어 왔다. 그리고 현재는 전세계 140여 개국에서 매년 몇 백만 개나 되는 인형, 의복, 액세서리, 소품류가 팔리고 있으며, 바비 컬렉션이 개최되고 수많은 팬클럽과 웹사이트, 출판물들이 생겨나고 있다.

그 동안 바비는 인종, 계급, 나이의 장벽 없이 20세기의 가장 영향력있는 문화적 아이콘으로 폭 넓은 분야에 걸쳐 예술가, 소설가, 시인, 저널리스트, 학자들에게 영감을 주어 왔다. 그 중에는 귀엽고 섹시한 여성미를 나타내는 것에서부터 십자가에 걸린 바비, SM[2] 의상의 바비, 레즈비언 바비 등과 같이 악취미적인 것에 이르기까지 그 이미지는 아주 다양하다.

그러나 우리가 바비 인형과 그 관련제품들을 말할 때에는 거의 신체장식과 관련하는 경우가 일반적이다. 의복류에서부터 화장품과 보석, 신발 등의 액세서리에 이르기까지 다양한 바비의 패션 아이템들은 당대의 패션을 그대로 옮겨다 놓은 듯한 디자인으로 언제나 화제가 되어왔다. 그리고 어린이들은 인형뿐만 아니라 그 아이템들을 직접 갈아 입히는 놀이를 통해 그들의 꿈과 영감을 형상화시켜왔다. 또한 바비를 통해 여성

의 성 역할, 신체와 외모 장식을 위한 아이디어를 얻어 왔다.

이상과 같이 바비 인형은 지난 40여 년 동안 여성성의 이미지와 패션의 특징을 다양하게 표현해 왔으며, 현대사회의 관측점으로서 각 시대 정신과 함께 변화해 왔다고 할 수 있다. 특히 1990년대에 들어서서는 바비 발매 35주년과 40주년을 맞이한 90년대 후반을 중심으로 하여 바비 인형에 대한 관심이 증대되어 바비를 주제로 한 서적과 음반이 늘어났으며, 그 영향은 패션의 세계에도 나타나 바비가 중요한 문화적 키워드임을 실감케 했다.

그러나 그에 관한 국내의 연구 경향을 보면 비 복식분야에서 "바비 인형으로 표현된 현대인의 자아반영"[3]이란 논문이 있을 뿐, 복식과 관련해서는 인형의 상에 관한 내용 속에서 부분적으로 다룬 논문[4]만이 극소수 나와있을 정도로 바비 인형과 패션과의 관계를 전문적으로 분석한 예는 거의 없었다. 따라서 본 논문에서는 이상의 실정을 감안하여 현대사회에서 바비 인형은 어떠한 배경 하에 탄생하고 그 상징성은 무엇인지 알아보았으며, 바비 패션의 변천 과정 및 그 이미지를 몇 가지로 나누어 분석해 보았다. 그를 통해 현대 패션 디자인과 여성미에 미친 바비 인형의 영향을 재조명하고자 하며, 바비를 소재로 한 패션 디자인의 아이디어 발상을 위한 자료로 사용하고자 함을 목적으로 하였다.

연구 방법으로는 바비가 처음으로 시판된 1959년부터 현재까지를 연구 범위로 하여 바비 인형을 내용으로 한 문헌과 잡지, 인터넷 자료들을 참고로 하였다.

Ⅱ. 바비 인형의 출현 배경 및 상징성

1. 바비 인형의 출현 배경

바비의 고안자이며 바비 인형의 제조 회사인 마텔사(Mattel社)의 창설자이기도 한 루스 핸들러(Ruth Handler)는 1956년 유럽 여행에서 딸 바바라와 함께 쇼핑하던 중 빌트 릴리(Bild Lili)란 이름의 인형을 발견했다. 빌트 릴리란 독일의 신문 「빌트 차이퉁(Bild Zeitung)」지의 만화 주인공을 원형으로 하여 만든 인형으로, 만화 상에서 릴리는 짧은 팬티를 입고 남성들로부터 돈을 얻어내는 여자이다[5]. 릴리 인형은 포니 테일 머리에 하이힐을 신고 여러 상황에 맞춘 다양한 의상을 갖고 있었는데, 성인 남성들을 상대로 한 삼차원적인 핀 업(pin up)용 목적을 지니고 있었다.(그림 1) 그리고 남성들이 차의 대시보드(dashboard)에 놓거나 꽃과 초콜릿 대신 여자 친구에게 선물하는 목적으로 구입되었다[6].

루스 핸들러는 이 포르노 그래픽적인 만화 주인공을 누구로부터도 사랑받는 미국의 여성으로 재 탄생시키기로 마음먹고 딸 바바라의 이름을 본떠 바비라 이름지었다. 그리고 1959년 봄, 뉴욕에서 개최된 토이쇼(Toy Show)에서 바비는 센세이션을 불러일으키며 등장했다[7].(그림 2) 그 후 TV 인기프로인 '미키 마우스 클럽' 의 스폰서가 된 마텔사는 바비를 위한 전속 디자이너와 머천다이저를 영입하고 바비의 대대적인 광고를 하기 시작했다[8]. 당시 갓난 아이 인형과 유아 형태의 인형밖에 알려져 있지 않았던 완구 업계에서 바비는 화제를 불러모았고, 곧 히트 상품이 되어 켄(Ken), 스키퍼(Skipper), 미지(Midge), 켈리(Kelly) 등 그녀를 둘러싼 일대 무리들이 갖추어져 갔다.

이와 같은 성공적인 바비의 출현은 당시 미국의 풍요로운 경제와 화려한 문화, 예술을 배경으로 한 것이었다. 특히 섹시한 바비의 이미지는 1950년대의 성 역할(gender role), 결혼관, 소비관을 반영한 결과였다. 당시대의 사회학자 탈콧 파슨즈(Talcotte Parsons)는 "모성이라는 역할에 대한 양면적 감정이 여성들 사이에 일반화되어 있다"고 말하고, 종래의 남녀 역할 분담에 위협을 주지 않고 이를 해결할 수 있는 방법은 여성들이 커뮤니티 활동을 통해 사회에 공헌하게 하는 것과 여성의 섹시한 매력에 초점을 맞추는 것이라 지적하였다[9].

그가 지적한 바와 같이 1950년대 미국에서는 마릴린 몬로(Marilyn Monroe), 제인 맨스필드(Jane Mansfield), 아니타 에크버그(Anita Ekberg)와 같은 글래머러스한 여배우들이 인기를 모으고, 1953년에는 「플레이보이(Playboy)」잡지가 창간되었다. 즉 바비 인형은 당시 사회 문화적 경향으로부터 도출된 당연한

<그림 1> 릴리 인형(Marco Tosa, p. 25)

<그림 2> 발매 당시 바비인형(1959)(Marco Tosa, p. 18)

결과이며, 섹시한 은막의 여배우를 탄생시킨 것과 같은 힘에 의해 출현한 것이다. 한편 그 힘은 취업여성의 수를 증가시키고, 출산이라는 굴레에 묶이지 않는 쾌락을 위한 섹스로 사람들을 이끌어갔다.

사실 1940년대 이후 미국에서는 기존의 남녀 역할을 재고하는 움직임이 보이기 시작하여 1950년대가 되자 그 움직임은 더욱 가속화하였다. 따라서 1950년대 초에는 전쟁시보다도 많은 여성들이 가정 밖에서 일하게 되었으며, 노동력 전체에서 학령기의 아이들을 가진 기혼여성들의 비율이 급속히 신장되어 갔다. 당시 인터뷰에 의하면 "내 딸은 나 같은 전업 주부가 되지 않았으면 좋겠다"고 답하거나 "그다지 빨리 결혼하지 않는 것이 좋다"고 답한 여성들이 적지 않았다[10]. 이러한 여성들이 딸의 모성애를 자극하는 아기 인형 대신에 새로운 특징을 지닌 바비 인형에게 관심이 가는 것은 당연한 일이었을 것이다.

즉 바비 인형은 그 시대의 모순을 극복하기보다는 오히려 그 사회 문화적 흐름의 상징과도 같은 존재였다. 특히 사회에 만연해 있는 불공평한 성적인 역할분담과 성에 관한 스테리오 타입적인 견해에 의의를 내세우기보다는 그 범위 내에서 자신의 캐릭터를 특성화하여 탄생하였다고 볼 수 있다.

2. 바비 인형의 상징성

1) 미국의 소비문화

미국에 있어 1950년대는 새로운 미래를 향한 희망과 자신으로 가득 찬 부흥기였다. 낙관주의 속에 경제도 급격히 발전하고 많은 사람들이 쾌적한 생활을 향유했으며 생활수준이 전에 비해 훨씬 높아졌다. 그리고 교외의 핵가족용 주택에 사는 부부 단위의 가정을 축으로 한 소위 '미국식 생활양식(American way of life)' 이 성립되었다[11].

다양한 산업이 산출하는 물건과 서비스의 민주화가 진전되어, 미용실과 쇼핑 몰에 매주 외출하는 것이 주부들의 일상 행동이 되었고 노동자 계급은 평균 2대의 자동차를 갖고 있었다. 또한 소비를 부추기는 유혹 중 하나로 포장문화가 나타나 계획적인 폐품화가 진행되었으며, 한번 쓰고 버린다는 심리가 나타났다[12].

바비 인형은 실로 이러한 시대의 산물이었으며 상징이었다. 즉 바비는 미국 백인 중산계급의 가치관을 대표하였으며, 핵전쟁에 의한 인류멸망의 공포가 지배하고 있던 시대에 바비는 번영의 상징이 되었다. 그리고 교외에 즐비한 주택과 마찬가지로 너무나 미국적인 상품 중 하나로서 바비는 미국의 자유와 민주주의를 상징하고 옹호하였다.

새로운 시대의 소비문화를 상징하는 여왕으로서 바비 인형을 둘러싼 마케팅의 역사는 이와 같은 사실을 입증하고 있다. 루스 핸들러는 처음 인형이 발매되었을 때 인형의 목적에 대해 "바비는 여자 어린이들에게 미래의 선택사항을 전해주기 위해 만들어졌다"고 말한 바 있다[13]. 선택사항이란 바비의 셀 수 없을 만큼 많은 부속 아이템들 중 무엇을 선택하는가를 의미한다. 그러나 사실 의복과 액세서리, 그리고 주거용품 등 바비의 풍부하고 다양한 부속 아이템들은 눈부시게 변화해 가는 당시대의 소비문화를 그대로 반영하고 있다.

우선 스튜어디스, 간호사, 우주비행사, 의사, 심지어 대통령 후보에 이르기까지 바비는 다양한 직업을 갖고 있다. 그리고 그것을 보다 실질적으로 표현하기 위해 레저 웨어로부터 비즈니스 웨어에 이르기까지, 순식간에 바비의 아이덴티티를 변화시키기 위한 방대한 수의 의복과 액세서리가 제공된다. 또한 1962년이래 시리즈로 나온 '드림 하우스(Dream house)'는 미국인들의 교외 주택에 대한 동경이 고조된 시기에 발매된 것이다[14]. 따라서 바비의 주거 용품들은 지극히 미국의 주거형태와 소비문화에 근본을 두고 설계되어 있다. 예를 들어 운반이 가능한 상자를 열면 리빙 룸이 나오고 TV, 레코드 플레이어, 가구 그리고 남자친구 켄의 사진이 액자로 장식되어 있다. 또한 '바비 패션 플라자(Barbie fashion plaza)'에는 양장점, 스낵 바, 미용실 등이 있으며, 실제로 움직이는 에스컬레이터까지 있다. 그런가 하면 바비와 켄이 아르바이트하는 맥도널드에는 카운터가 있으며, 메뉴와 그릴, 플라이 포테이토를 튀기는 망까지 설비되어 있다.

이상은 바비라는 존재를 자연스럽게 보이기 위한 일종의 현실효과를 연출하고 있다. 그리고 다양한 변화를 추구하는 방법을 통해 미국 소비문화의 특징이라 할 수 있는 풍요로움을 표현하고 있다.

2) 이상적인 신체관

지난 40년 간 바비 인형은 여성미의 이상을 구현함과 동시에 강력한 비난도 불러일으켰다. 그 대부분은 신체에 관련된 사항으로 예를 들면 "바비 인형이 불건전한 신체 이미지와 천박한 여성미를 만들어내고 있지는 않은가", "바비가 주로 유럽 백인종에 한정되어 있어 어린이들이 유색인종을 무시하는 결과를 초래하고 있지는 않은가", "어린이들이 성별을 구별할 수 있는 유익한 놀이를 제공하고 있는 것인가" 등에 관한 것이었다. 그리고 최근에는 바비가 페티시즘의 상품화를 관념적으로 상징하고, 젠더(gender)를 고정화시켰으며 신체를 이상화시켰다는 비난 또한 일고 있다[15].

바비의 신체는 현실적이 아니다. 현실의 몸으로 환산해 보면 BWH이 100, 54, 80센티가 되는 바비의 몸매는 키가 너무 크고 말랐으며, 가슴이 너무 크고 힙은 비현실적인 형태를 하고 있다[16]. 그리고 하이힐을 신는 것을 상정하여 다리의 뒤꿈치를 들고 있는 형태이다. 1994년 미국의 한 칼럼니스트가 "슈퍼 모델 케이트 모스(Kate Moss)와 다이어트 음료가 등장하기 훨씬 전부터 20세기 후반의 여자 어린이들은 비현실적인 바비의 곡선미에 이끌려 왔다"고 말한 바 있듯이, 바비의 신체가 실제 여성들의 신체와 크게 차이가 난다는 비난 이상의 심각한 문제는 청소년들이 인형의 신체를 이상으로 하여 발육상태에 있는 자신의 신체와 비교한다는 것이다[17].

그 예로 미국 10대 소녀들의 자기 이미지가 얼마나 왜곡되어 있는지를 알아본 조사를 보면, 백인 소녀의 90%가 자기 신체에 불만을 갖고 있는 반면 흑인 소녀의 70%는 자기 체중에 만족하고 있으며, 조사 대상 소녀의 83%가 더욱 체중을 줄이지 않으면 안된다고 느끼고 있으나 실제로는 62%가 표준 체중을 밑돌고 있는 것으로 나타났다. 이에 대해 안나 퀸들런(Anna Quindlen)은 바비만을 원인으로 삼을 수는 없을 것이나, 바비가 원인임과 동시에 결과라고 비판하기도 하였다[18].

그러나 바비의 신체가 비현실적임에도 불구하고 시대를 초월하여 이상적인 신체상으로 받아들여져 온 것 또한 사실이다. 특히 미사일과 같은 형태의 가슴은 아주 에로틱하며 바비의 신체를 이상화시키는데 결정적인 역할을 하였다. 그리고 전세계 여성들을 향해 "키가 크고 마른 것이 중요하며 다른 인종에 비해 백인이 우월하고, 성격과 직업보다 외모가 더 중요하다"는 메시지를 발산한다.

바비의 신체가 지난 40년 동안 큰 변화 없이 그대로 유지되어 왔다는 사실 또한 바비의 신체가 이상적

이란 것을 말해준다. 그 대신 바비는 끊임없이 제작되는 패션 아이템을 통해 다양하게 변화해 왔다. 즉 바비는 변하지 않는 신체를 가지면서 최신 패션 아이템으로 빠르게 변화하는 유행에 대응해 가는 이원성을 지니고 있다. 그를 통해 바비는 계속 변화함과 동시에 불변의 모습으로 존재할 수 있으며, 바비의 신체는 더욱 이상화되어 가는 것이다.

3) 청년문화

프랑스의 역사가 필립 애리에스(Philippe Aries)에 의하면 역사적으로 긴 아동기와 사춘기가 사회에 정착하게 된 것은 극히 최근의 일이다. 그 전에는 경제적인 필요성과 짧은 수명을 이유로 아동기부터 일을 하지 않으면 안되었고, 결혼 연령도 낮았다[19]. 그에 비해 1950년대는 인류 역사상 처음으로 마음대로 쓸 수 있는 금전을 소유한 젊은이들이 나타나기 시작한 시대였다.

따라서 이 시대를 배경으로 탄생된 바비는 그녀의 의복으로부터 시작하여 모든 액세서리들, 그리고 그 친구들에 이르기까지 당시 청년 생활에 근거한 모든 상황에 맞추어 거의 완벽하게 스타일화 되어 있다. 이를 통해 어린이들은 특별한 행사를 위해 무엇을 입어야 하는지를 배우며, 아무 의심없이 바비의 패션 취향과 소비주의를 습득해 나간다[20].

그러나 마텔사는 전략적으로 바비의 연령을 불분명하게 함으로써 청년기와 성인과의 경계를 애매하게 하고 있다. 예를 들어 발매 초기의 카탈로그에 쓰여 있는 '틴 에이지의 멋진 패션 모델'[21]이란 문구나 초기의 바비 소설인 「바비의 뉴욕 여름」에서 '곧 17세가 되는 것을 슬퍼하는 16세'[22]라 설정된 것을 보면 바비가 청년기임은 틀림없는 일이다. 그러나 간혹 직업상의 바비는 성인으로 비추기도 하여 바비는 때로는 청년기로, 때로는 성인으로 변신을 거듭하는 듯 생각된다. 즉 바비가 청년기이던 성인이던 그와 관계없이 항상 바비라 한다면 청년기 역시 성인처럼 독립적이고 자기충족이 가능한 존재라는 견해가 들어가 있는 것이다. 그리고 보호자 없이도 완벽한 자기 세계를 구축해 나가는 바비로부터 우리는 어른이 없더라도 자기 완결이 가능한 현재의 청년문화를 추측해 볼 수 있다. 그 특징은 매스 미디어가 유도한 바와 같이 소비의 주역으로서의 청년이며, 신체 치장과 연애에 관심을 둔 성숙한 존재로서의 청년인 것이다.

조안 제이콥스 브럼버그(Joan Jacobs Brumberg)는 그의 저서 「더 바디 프로젝트-미국 소녀들의 사적인 역사」에서 20세기 동안 소녀들이 얼마나 크게 성숙되어 왔는가를 서술하는 과정에서 오늘날 소녀들은 과거에 비해 신체를 꾸미는 일에 더욱 열중하며 큰 관심사로 삼고 있다고 하였다. 그리고 체형, 피부, 의복, 머리에 대한 관심으로부터 성적 매력을 단련하는 것에 이르기까지 신체에 대한 관심과 강박관념은 미디어를 통해 노골적으로 분출된다고 설명했다[23]. 즉 현대사회에서 가족의 획일적인 제도가 붕괴됨에 따라 소녀들은 의복, 화장품, 다이어트 보조식품 등과 같은 수많은 신체 관련 제품들을 판매하는 소비문화 내에 그대로 방치되어 친구들과 함께 서로 자극을 주고받는 상승작용 속에서 강박관념이 높아져 간다는 것이다. 이로부터 보면 바비와 그 관련 제품은 이러한 바디 프로젝트에 상응하여 제작된 것으로 바비의 세계는 현재 청년문화의 혼란된 상황을 상징한다고 하겠다.

Ⅲ. 바비 패션의 변천 및 이미지

1. 바비 패션의 변천

지난 40여 년 간 바비 인형이 입었던 패션을 살펴보면 다음의 세 시기로 구분해 볼 수 있다.

1) 클래식 패션기(1959-66년)

바비가 처음 등장했을 당시 패션은 오트 쿠튀르의 전성시기로 최정상에 있던 크리스티앙 디오르(Christian Dior)을 위시하여 발렌시아가(Balenciaga), 지방시(Givenchy) 등의 일류 디자이너들이 전세계 여성들을 매료시키는 패션을 선보였다. 이를 배경으로 하여 바비의 의복 역시 50년대 파리 오트 쿠튀르 패션으로부터 영향을 강하게 받고 있다. 바비의 최초의 21벌의 의복을 디자인한 것은 샤롯 존슨(Sharot Johnson)으로, 그녀는 정기적으로 참가했던 오트 쿠튀르의 컬렉션에서 힌트를 얻은 디자인의 옷을 만들었다[24].

<그림 3> 화려한 파리지엔느(1959)
(柳本愼一, p. 10)

<그림 4> 아메리컨 엘레강스의 바비 패션
(Janine Fennick, p. 29)

<그림 5> 우주룩의 바비(1967)
(Barbie Fashion, Editus Inc., 1994, p. 105)

그 예로 바비의 1950년대 패션 중에서도 가장 유명한 드레스인 '화려한 파리지엔느(Gay Parisienne)'(1959)는 당시 유행한 지방시의 벌룬 드레스(balloon dress)를 바비용으로 변화시킨 것으로, 소프트한 레이온 태피터(rayon taffeta) 소재에 하얀 토끼털의 스톨(stole)을 장식하였다[25].(그림 3) 또한 반짝이는 분홍색의 실크 새틴(silk satin)으로 만든 '매혹적인 이브닝 드레스(Enchanted evening dress)'(1960)는 샤프한 재단선과 부드럽게 흐르는 드레이프가 특징인데 발렌시아가의 엄격한 밸런스 감각으로 구성되었다.

그 후 1960년대는 파리 패션을 경괘하고 화려한 미국풍으로 변화시킨 아메리컨 엘레강스(American elegance)가 바비 패션에 도입되었다. 그 특징으로 우선 스커트 길이가 50년대과 비교하여 약간 짧아지고 비비드 톤의 패션이 늘어났으며, 허리 라인을 해방시킨 루즈 피트의 실루엣이 주류를 이루었다[26].(그림 4) 그 대표적인 작품 중 하나인 '한낮의 평상복(Matinee fashion)'(1965, 그림 4의 위줄)은 쉬폰과 표범무늬 인조 모피를 잘 조화시킨 빨간색 마직의 앙상블이다. 또한 '토요일을 위한 평상복(Saturday matinee)'(1965, 그림 4의 아래 줄 맨 왼쪽)은 당시 바비 패션 중 가장 엘레강스한 슈트로서, 모피로 트리밍 한 금사가 섞인 트위드직의 슈트이다. 그 외에도 1965년에는 미국의 퍼스트 레이디인 재클린 케네디(Jacqueline Kennedy)가 입는 재키 스타일이 바비 패션에도 도입되기도 했다[27].

2) 영 캐주얼 패션기(1967-79년)[28]

비틀즈의 인기와 함께 1960년대 중반에 일어난 모즈 룩(mods look), 그리고 런던의 카나비 스트리트(Carnaby street)를 중심으로 한 새로운 물결은 바비 패션에도 나타났다. 1967년 런던에 사는 바비의 친구 스테이시(Stacey)와 사촌 프랜시(Francie)가 친구 케이지(Casey)와 슈퍼 모델 튀기(Twiggy)를 데리고 바비의 패밀리가 된다[29]. 그리하여 바비는 이전의 엘레강스한 세계로부터 영 캐주얼 패션으로 변신하게 된다. 예를 들면 앙드레 크레주(Andre Courreges)와 피에르 카르뎅(Pierre Cardin)의 영향을 받은 우주 룩과 판탈롱, 미니 스커트 등이 광택나는 소재와 사이키델릭한 프린트 소재, 인조 모피와 비닐 에나멜 등의 새로운 소재가 함께 선보였다.(그림 5) 그와 함께 바비의 외모 역시 긴 스트레이트 머리와 화려한 메이크업 등과 같이 보다 젊고 활기찬 이미지로 바뀌었다.

1970년대가 되자 전신 14개의 관절이 자유롭게 움직이는 '리빙 바비(Living Barbie)'가 등장하여 기술적인 부분에서 더욱 진보하였다. 71년에는 '라이브 액션 바비(Live action Barbie)'가 발매되었는데, 둥근 스테

<그림 6> 라이브 액션 바비(1971)
(Marco Tosa, p. 103)

<그림 7> 디스코 패션의 흑인 바비
(Janine Fennick, p. 84)

<그림 8> '아쿠아'의 바비걸 앨범 재킷(1997)
(인터넷 자료)

이지 위에 바비를 세우면 스테이지가 진동하고 그 진동을 이용하여 바비가 춤을 추도록 한 장치로 히피풍의 술이 달린 의상이 특징적이었다[30].(그림 6) 또한 72년에는 손목과 손가락에 관절을 두어 실제로 물건을 들 수 있게 한 '비지 바비(Busy Barbie)'가 등장하였다[31]. 이상과 같이 다양한 동작을 연출할 수 있도록 한 기술적인 진보를 배경으로 하여 신나는 리듬을 타거나 거리를 활보하는 동적인 이미지가 바비에 도입되었고, 패션 역시 젊고 발랄한 느낌의 트렌디한 캐주얼웨어가 주류를 이루게 되었다.

또한 1970년대 사회 전반에 걸친 자연회귀의 경향은 바비 패션에도 영향을 미치어 전원풍 스타일이 나타났으며, 캠프용 접이식 의자와 침구를 완비한 캠핑카가 발매되기도 했다[32].

3) 에스닉 및 커리어 패션기(1980년-현재)[33]

1980년대에는 많은 여성들이 사회에 진출하여 전문적인 직업을 갖게 됨에 따라 소위 '힘을 상징하는 의복(power dressing)'이라 하는 폭 넓은 어깨 라인과 패드가 들어간 말끔한 슈트가 유행되었으며[34], 그들을 대상으로 한 고급 디자이너 캐릭터 브랜드가 인기를 얻었다. 또한 회화, 문학, 역사는 물론 신화와 전설 등 과거의 문화 유산을 혼합하여 표현하는 포스트 모더니즘이 주류를 이루었으며, 에스닉 문화의 유행을 배경으로 민족 예술과 원시 예술에 관심을 갖게 되었다.

이에 대한 영향으로 1980년대에는 유명 디자이너들의 이름을 내건 바비 패션이 디자인되었으며, 그 종류도 디스코, 스포츠, 커리어 룩 등으로 다양화되었다. 패션의 영역 또한 글로벌하게 확대되어 세계 각국의 전통적인 민족의상을 걸친 바비와 '바람과 함께 사라지다', '오즈의 마법사', '마이 페어 레이디' 등의 여주인공을 연출한 바비가 등장하였다. 특히 1980년에는 아프로 헤어(afro hair)와 검은 눈동자를 가진 최초의 흑인 바비가 발매된 데 이어(그림 7), '월드 시리즈'라 하여 세계 각국의 민족의상을 입은 바비가 각국을 대표하는 미로서 매년 1-2개씩 발표되고 있다[35].

1990년대 이후에는 어린이를 위한 완구가 아니라 바비 수집가들의 취향과 요구를 만족시키기 위해 기획되어 디스플레이용으로 특별히 제작된 바비가 매년 발매되고 있다. 예를 들면 매년 크리스마스 시즌에 등장하는 '해피 홀리데이 바비(Happy holiday Barbie)', 불후의 명작을 재현한 '할리웃 레젠드 시리즈(Hollywood legend's series)', 59년의 바비를 부활시킨 '노스탈직 시리즈(Nostalgic series)' 등을 들 수 있다.

2. 바비 패션의 이미지

1990년대 들어 '바디 쉐이프(body shape)'가 문화적

<그림 9> '샴푸'의 앨범 재킷(1994) (인터넷자료)

<그림 10> 밥마키 디자인의 바비 (1998) (Janine Fennick, p. 150)

<그림 11> No concept but good sense의 광고(1994) (柳本愼一, p. 121)

키워드로 등장했다. 다이어트 식품과 노하우를 담은 비디오가 인기 상품이 되었으며, 미디어상의 마른 모델들에 관한 논쟁은 극단적인 과대망상증적 스트레스의 유행을 낳았다[36]. 또한 보다 큰 가슴에 대한 열망이 높아져 '원더 브라(wonder bra)'나 '볼륨 업(volume up)' 브레지어가 필수적 패션 아이템이 되었다.

이상과 같은 '바디 쉐이프'에 대한 관심은 그 이상향으로서 바비에 대한 재인식을 낳았다. 패션이 쇼 비즈니스화 되면서 많은 사람들이 패션쇼 장의 광경과 각 모델들의 개성에 관심을 갖게 되었는데, 키가 크고 마른 슈퍼모델의 체형은 바비를 연상시켰다. 그리고 실제로 이를 증명이라도 하듯이 1996년 3월에는 나오미 캠벨(Naomi Cambell), 클라우디아 쉬퍼(Claudia Schiffer), 카렌 멀더(Karen Mulder)를 이미지로 만든 바비 인형이 발매되기도 하였다[37].

특히 1998년에는 미국의 ABC 뉴스에서 바비에 대한 스페셜 리포트가 연속 제작 발표되어[38] 문화 아이콘으로서의 바비에 대한 관심을 부각시켰다. 또한 바비 탄생 40주년을 기념하여 1990년대 후반에는 바비를 내용으로 한 서적들이 줄이어 출판되었으며, 1997년에는 유럽의 팝 그룹 '아쿠아(Aqua)'가 '바비 걸(Barbie girl)'이란 노래를 발표해 유럽뿐만 아니라 미국과 아시아 등지에서 히트하기도 하였다.(그림 8)

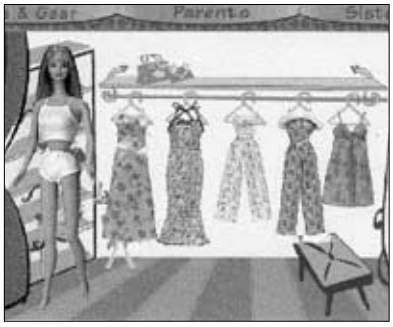
이상의 경향은 패션에도 나타났다. 특히 1995년 춘하 파리 컬렉션에서 실루엣을 중시한 클래식하고 엘레강스한 50-60년대풍 스타일이 대두되었는데, 그 디자인 이미지로 할리웃 여배우와 함께 마침 35주년을 기념하여 부활된 원조 바비의 모습이 주목을 모았다[39]. 또한 이탈리안 「보그(Vogue)」가 클라우디아 쉬퍼의 특집 기사를 다루어 바비 붐을 불러일으켰으며, 여성 팝 듀엣 '샴푸(Shampoo)'가 컬러풀한 바비 스타일을 유행시켰다.(그림 9) 바비 스타일이란 블론드 헤어(blonde hair)에 파스텔 컬러의 화장, 풍만한 가슴, 광택이 있거나 스트레치되는 소재, 어깨 끈이 달린 슬립 드레스, 아주 짧은 마이크로 미니의 플레어 스커트, 늘씬하게 뻗은 긴 다리, 스트랩이 달린 하이힐 샌들 등을 말한다[40].

이 같은 경향을 참고로 하여 본 논문에서는 바비와 바비 패션의 이미지를 크게 3가지[41]로 나눈 후 그 특성을 분석하고, 그에 해당하는 예를 1990년대 중반 이후의 컬렉션과 스트리트 패션에서 찾아보았다. 컬렉션은 보다 객관적인 분석을 위해 바비가 디자인 이미지로 사용되었다고 일컬어지는[42] 95년 춘하 컬렉션에만 연구 범위를 한정지어 살펴보았다.

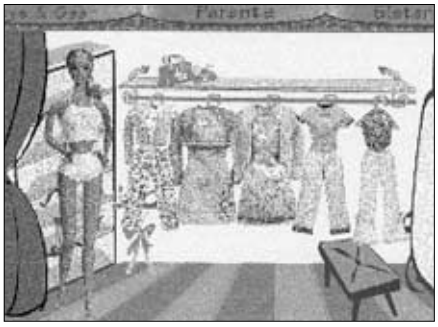
1) 머트리얼 걸(material girl)

"드디어 콘서트의 개막입니다. 바비와 미지(Midge)는 반짝이는 보석으로 치장하고, 호화롭게 장식된 계단을 내려가 눈부실 만큼 화려한 로비로 들어갑니다. 벽에 있는 거울에 비친 모습은 두 사람 모두 깜짝 놀랄 만큼 아름답습니다. 특별한 오늘밤을 마음껏 즐길

<그림 12> Milk/Milk boy/O.D.O.B.
(Fashion show, 95 S/S)



<그림 13> 바비의 파자마 파티웨어
(인터넷자료)



<그림 14> 바비의 비치 파티웨어
(인터넷자료)

준비는 끝났습니다[43]." 「바비의 스페셜 나이트(Barbie's special night)」라는 책에 묘사된 글이다. 이를 보면 콘서트라는 예술활동 보다 바비와 미지가 '깜짝 놀랄 만큼 아름답게 보인다' 는 사실에 초점이 맞추어 있다. 콘서트 홀에는 그 누구의 모습도 보이지 않으며, 반짝이는 보석과 호화로운 주변 장식만이 이야기의 세계를 구성하고 있다.

이를 통해 보면 바비에게 있어 신체를 장식하는 것은 자신을 과시하기 위함이며, 그를 통해 자기 현시적인 세계가 완성된다. 따라서 바비 패션의 특징은 보다 눈에 띄기 위한 것, 예를 들면 화려한 장식과 색상, 반짝이는 보석, 가지각색의 액세서리들로 구성된다. 그리고 셀 수 없을 만큼 많은 수의 의복과 액세서리로 완벽하게 치장하고 다양하게 변신을 거듭한다. 즉 바비는 어디까지나 물질 중심적이며 세속적인 이미지를 지닌다.

또한 현실에 있어서도 바비는 종종 많은 수집가들에 의해 투자가치 있는 존재로 평가되곤 한다. 그리하여 마텔사는 이러한 요구에 응하여 성인을 상대로 한 마케팅을 펼치고 있으며 상당한 신장세를 보이고 있다[44]. 예를 들면 영화 의상 디자이너인 밥 마키(Bob Mackie)와 패션 디자이너 오스카 드 라 렌타(Oscar de la Renta), 랄프 로렌(Ralph Lauren), 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood) 등이 직접 디자인한 특별 한정판을 발매하고 있는 것이 그것이다.(그림 10) 이러한 특별 한정판들은 옷을 갈아 입히는 드레스 업(dress up)을 목적으로 하는 것이 아니기 때문에 복식은 인형 위에 잘 부착되어 있으며, 바느질과 장식세공은 그 가격에 걸맞게 완벽하고 고가의 것이 사용된다. 여기서 느끼는 바비의 이미지는 한치의 틈도 없이 완벽한, 따라서 인공적이고 합성적인, 비인간적인 이미지라 할 것이다.

이러한 이미지를 본 논문에서는 머트리얼 걸 이미지라 하였는데, 이는 일본의 패션 브랜드 「No concept but good sense」의 광고에도 나타난다. 바비를 이용한 이 광고는 바비의 동작을 한치의 어긋남도 없게 되풀이하여 표현함으로써 인형이 갖고 있는 인공적이고 합성적인 이미지를 최대한 살리고 있다. 그리고 바비가 입고 있는 의복 역시 치밀하게 계획된 장식과 세공으로 화려함과 완벽함을 특징으로 삼고있다.(그림 11) 〈그림 12〉 역시 그러한 바비의 이미지를 살린 디자인으로 모델의 자세나 머리 형태, 원피스 앞면의 도식적인 꽃무늬, 플래스틱의 가방 등이 인공적이며 합성적인 느낌을 준다.

2) 드림 걸(dream girl)

"바비는 결코 무엇이 되고자 했던 것은 아니다. 다만 어린이들이 원하는 것을 반영하는 것뿐이다" 라고

<그림 15> Clements Ribeiro
(Fashion show, 95 S/S)

<그림 16> Sportmax
(Fashion show, 95 S/S)

<그림 17> 육군과 공군복의 바비(1989. 90)
(Janine Fennick, p. 92)

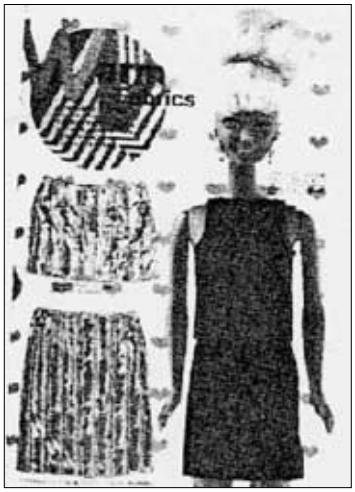
루스 핸들러가 ABC 뉴스와의 인터뷰에서 말했듯이 바비는 장난감으로서 어린이들의 상상력을 위한 매개물이 되어 왔다. 그리고 의사, 과학자 등 어린이들이 갖는 장래의 꿈을 실현시키기 위한 도구로 다양한 유니폼으로 갈아입으며, 그녀의 스포츠 카와 드림 홈 세트들은 무엇이나 할 수 있다는 상상력을 어린이들에게 부여한다[45].

실제로 바비를 위한 마텔사의 공식 인터넷 사이트를 보면 바비를 내용으로 하여 다양한 퍼즐과 게임들이 마련되어 있다. 그 중 '바비 크로젯(Barbie closet)'이라 하여 특정 TPO에 맞추어 패션을 갈아 입히는 놀이가 있는데, TPO로 여자 어린이들이 흔히 꿈꾸는 파자마 파티, 쇼핑, 무도회, 데이트, 비치파티의 경우를 설정해 놓고 각 상황별로 의복을 갈아 입힐 수 있도록 해놓았다[46].

각 상황별로 마련된 패션을 분석해 보면 다음과 같다. 우선 파자마 파티는 어깨 끈이 달린 슬립 드레스, 탱크 탑(tank top), 파자마 팬츠가 주 아이템으로 작은 꽃무늬가 있는 밝은 색상의 소재에 브레이드나 모피 장식이 있다.(그림 13) 쇼핑의 경우는 7부 길이의 데님 팬츠에 티셔츠가 주요 아이템인데, 이 역시 티셔츠 소재로 밝은 색상의 꽃무늬가 사용되었으며 레이스나 프릴로 트리밍 장식을 했다. 무도회는 크리놀린 실루엣(crinoline s.)과 머메이드 실루엣(mermaid s.)의 드레스에 색상은 분홍색 계열이 주종을 이루며, 모피와 코사지 장식이 눈에 띈다. 데이트의 경우는 원피스와 투피스, 팬츠와 티셔츠 등 다양한 아이템이 있는데, 이 역시 프릴과 모피로 장식을 하였으며 레이스와 새틴, 오간디 등의 소재를 사용하였다. 비치 파티는 버뮤다 팬츠(bermuda pants)와 티셔츠, 앙상블 원피스 등으로 구성되는데, 노랑, 분홍, 연두 등의 밝은 색상에 작은 꽃무늬 패턴과 자수가 특징이다.(그림 14)

이로부터 보면 분홍색의 실내장식이 귀엽게 꾸며져 있는 바비의 '드림 하우스'와 같이 바비의 패션은 어린이들의 꿈을 실현하기 위한 하나의 세계를 형성한다. 고채도 고명도의 분홍을 위시하여 노랑, 하늘, 연두색 등의 밝은 색상, 꽃무늬와 레이스, 오간디 등의 비치는 소재, 모피와 코사지, 프릴 장식 등을 내용으로 하는 바비의 패션은 환상적이고, 달콤한 드림 걸의 이미지를 형성해준다.

〈그림 15, 16〉은 귀여운 드림 걸 이미지의 바비를 연상하게 하는 디자인으로, 아이템은 각각 비치 파티용 앙상블 원피스와 파자마 파티용 슬립 원피스와 비슷한 형태이며, 작은 꽃무늬와 밝은 색상이 바비의 이



<그림 18> Egoist 팜프렛
(Egoist 1999, 추동)

<그림 19> 야만바족(Popteen,
2001, 9, p. 47)

<그림 20> Milk/Milk boy/O.D.O.B.
(Fashion show, 95 S/S)

미지를 더해준다.

3) 배드 걸(bad girl)

루스 핸들러가 어린이들을 위한 미국의 패션 인형으로 탈바꿈해 놓았다 하더라도 바비는 릴리로부터 전해 오는 독일의 매춘부적인 음란성을 여전히 지니고 있다[47]. 이는 대부분 신체적 특징과 관련되는데 실제 바비의 의복을 보면 신체를 강조한 바디 컨셔스 라인이 많다. 따라서 비록 비즈니스 웨어라 하더라도 그 의복은 현실의 직업인에서는 찾아볼 수 없을 정도로 섹시한 느낌을 준다[48]. 예를 들면 고생물학자의 바비는 하이킹 쇼트 팬츠보다도 더 짧은 핫팬츠를 입으며, 치과의사의 바비는 미니 드레스 위에 신체에 딱 달라붙는 흰색 재킷을 입고 벨트를 조여 매고 있다. 심지어 육군과 공군복 마저 가슴을 부풀리고 허리를 조인 글래머러스한 형태이다.(그림 17)

이를 두고 세간에서는 페미니티(feminity)의 악용이며, 이는 거식증과 가슴성형을 야기시킨다고 비난한다. 그리고 이 비현실적이고 그로테스크한 미는 예술작품이나 패션 산업의 모티프로 종종 이용된다. 그 예로 일본의 동경 시부야(澁谷)의 '109'라는 쇼핑센터 내에 위치한 패션 브랜드 「에고이스트(Egoist)」가 있다. 「에고이스트」는 바비 인형의 서로 갈아 입힐 수 있는 의복을 연상시키는 상품군과 바비와 같은 외모의 매장점원으로 화제를 불러모아, 현재 일본의 스트리트 패션 중 한 조류인 섹시 캐주얼 스타일을 형성하기에 이르렀다[49].(그림 18) 그리고 97년 여름부터 시부야를 중심으로 하여 「에고이스트」의 매장점원을 모방한 차림의 젊은 여성들이 나타나기 시작했는데, 몇 년 후에는 더욱 그 정도가 심해져 15-20cm나 되는 높은 구두를 신고 노란 머리에 검은색 피부, 눈주위와 입술을 하얀색으로 화장을 한 과도한 장식의 괴상한 차림이 등장하였다. 이를 가리켜 '야만바(山ンバ) 스타일'이라 불렀는데, 야만바란 일본의 전설에 나오는 괴물과도 같이 산속에 살고 있는 노파를 가리키는 말이다[50].(그림 19)

본 논문에서는 이상의 경향에 바탕을 이루는 바비의 이미지를 배드 걸 이미지라 칭했다. 〈그림 20〉은 그 예가 되는 디자인으로 레이스로 트리밍을 한 연분홍색의 슬립 원피스와 리본 장식이 바비를 연상시킨다. 그러나 원피스의 짧은 길이에 비해 과도하게 길게 덮은 머리와 길게 올라온 부츠의 과장된 비율, 페티시즘을 연상시키는 표범무늬와 목걸이 등이 과도하고 그로테스크한 미를 표현하고 있다.

지금까지 분석한 바비 패션의 이미지를 정리하면

<표 1> 바비 패션의 이미지

이미지 종류	이미지 특성	디자인 특성
머트리얼 걸 (material girl)	물질중심적인, 세속적인 자기현시적인, 과시적인 비인간적인 인공적인, 합성적인	반짝이는 보석의 화려한 장식의 완벽한 세공의, 고가의 도식적인, 플래스틱의, 메탈의
드림 걸 (dream girl)	상상력 풍부한 환상적인, 달콤한 귀여운, 소녀와 같은 꿈꾸는 듯한	작은 꽃무늬가 있는 분홍색을 중심한 밝은 색상의 모피와 프릴 장식의 코사지 장식의, 비치는 소재의
배드 걸 (bad girl)	음란한, 퇴폐적인 섹시한, 글래머러스한 비현실적인 그로테스크한	바디컨셔스 라인의 과도한 장식의 과장된 비율의, 비조화의 스판의, 동물무늬 가죽의

〈표 1〉과 같다.

IV. 결 론

본 논문은 현대사회의 대표적인 문화적 아이콘이라 할 수 있는 바비 인형을 연구 소재로 하여 그 출현배경과 상징성을 살펴보았으며, 바비 패션의 변천과정 및 그 이미지를 몇 가지로 나누어 분석하였다. 그를 통해 현대 패션 디자인과 여성미에 미친 바비 패션의 영향을 재조명하고자 하였으며, 바비를 소재로 한 패션 디자인의 아이디어 발상을 위한 기초 자료로 사용하고자 함을 목적으로 하였다.

연구결과는 다음과 같다. 바비 인형은 원래 성인 남성을 상대로 한 독일의 릴리 인형으로부터 유래한다. 그러한 바비 인형이 1959년 미국의 마텔사에 의해 발매되어 성공을 거두게 된 데에는 당시 미국의 사회 문화적 상황을 배경으로 한다. 따라서 바비 인형은 당시 미국사회에 새롭게 조성된 소비문화와 이상적인 신체관, 그리고 현대 청년문화를 상징하고 있다.

지난 40여 년 동안의 바비 인형이 입었던 패션을 살펴보면 다음의 세 시기로 구분해 볼 수 있다. 첫째 클래식 패션기(1959-66년)로 초기에는 파리의 오트 쿠튀르의 영향을 받았으나 차차 파리 패션을 미국풍으로 변화시킨 아메리컨 엘레강스의 패션이 중심을 이루었다. 둘째 영 캐주얼 패션기(1967-79년)로 런던을 중심으로 한 새로운 물결이 바비 패션에도 도입되어 젊고 발랄한 느낌의 캐주얼웨어가 주류를 이루었다. 셋째 에스닉 및 커리어 패션기(1980-현재)로 80년 흑인 바비가 발매된 데 이어 세계 각국의 민족의상을 입은 바비와 각종 커리어 룩 등을 입은 디스플레이용 바비가 매년 발매되고 있다.

그에 따른 바비 패션의 이미지를 세 가지로 나누어 살펴보았다. 첫째 머트리얼 걸 이미지로 바비는 물질중심적이며 세속적인 이미지를 지니며, 패션에서도 완벽하고 인공적이고 합성적인 이미지를 특징으로 한다. 둘째 드림 걸 이미지로 바비는 분홍색을 중심으로 한 밝은 색상, 꽃무늬, 코사지와 프릴 장식 등의 패션으로 어린이들을 위한 환상적이고 달콤한 세계를 형성한다. 셋째 배드 걸 이미지로 바비의 신체를 강조하는 섹시하고 음란한 이미지는 패션에 있어서도 바디 컨셔스 라인의 비현실적이고 과장된 그로테스크한 미를 나타낸다.

이상으로 살펴본 바비는 지난 40여 년 동안 여성미와 패션의 특징을 다양하게 표현해 왔으며, 현대사회의 관측점으로서 각 시대 정신과 함께 변화해 왔다고 할 수 있다. 그와 함께 성을 상품화하며 젠더를 고정화하고 신체를 이상화시켰다는 비난 또한 불러일으켜

왔다. 바비에 대한 찬반론이 무성하면 할수록 바비는 더욱 강력한 문화적 상징물로서, 패션 디자인에 있어서도 풍부한 아이디어 원천으로 사용될 수 있을 것이다. 특히 캐릭터 패션과 코스튬플레이(costume play) 등 새로운 패션의 영역과 그것을 향유하는 소비자들이 화제를 모으는 현 패션 세계에 있어 바비는 풍부한 부가가치를 낳는 귀중한 패션상품으로 활용될 여지가 높다. 이러한 현 시점을 감안하여 본 연구의 결과를 발판으로 한 후속 연구가 이루어지길 기대하는 바이다.

참고문헌

1) ヨナ・ゼルディス・マクダナ－編, 野中邦子 外2人譯, バ－ビ－・クロニクル, 早川書房, 2000, p. 106.
2) 가학피학성 변태성욕이란 의미로, sado-masochism의 약자
3) 이수연, "바비 인형으로 표현된 현대인의 자아반영 : 본인의 작품을 중심으로", 성신여대 조형대학원 석사학위논문, 2000. 2.
4) 김근정, "인형 의상 디자인에 관한 연구 : fashion Doll을 중심으로", 성신여대 대학원 석사학위 논문, 1999.8.
이희현, "아메리칸 걸 인형에 나타난 미국 전통복식", 관대논문집 29, 2001. 2, pp. 201-17.
5) Marco Tosa, Barbie-Four Decades of Fashion, Fantasy and Fun, Harry N. Abrams, Inc., Publishers, 1998, p. 27.
6) 앞글, p. 25.
7) Janine Fennick, The Collectible Barbie Doll, Universal International Pty Ltd., 1999, p. 12.
8) Marco Tosa, 1998, pp. 31-2.
9) Wini Breines, "The 1950s: Gender and Some Social Science", Sociological Industry vol. 56, 1986, pp. 78-9.
10) ヨナ・ゼルディス・マクダナ－編, 野中邦子・實川元子・藤田眞利子譯, pp. 49-50.
11) ジョルジョ・ロマッツィ, 大石敏雄譯, モ－ドは語る, 東京: サイマル出版會, 1972, p. 318.
12) デイヴィッド・E. シャイ, 小池和子譯, シソブルライフ－もう一つのアメリカ精神史, 東京: 勁草書房, 1987, pp. 256-7.
13) Cynthia Robins, Barbie: Thirty Years of America's Doll, New York: Contemporary Books, 1989, p. 32.
14) ヨナ・ゼルディス・マクダナ－編, 野中邦子・實川元子・藤田眞利子譯, 2000, p. 105.
15) Eric Rand, Barbie's Queer Accessories, Durham, N. C.: Duke University Press, 1995, p. 9.
16) Gertrud Lehnert, A History of Fashion, Germany: K nemann, 2000, p. 53.
17) ヨナ・ゼルディス・マクダナ－編, 野中邦子・實川元子・藤田眞利子譯, 2000, p. 89.
18) 앞글, pp. 21-2.
19) フィリップ・アリエス, 中內敏夫・森田伸子, 敎育の誕生, 藤原書店, 1992, pp. 239-40.
20) Gertrud Lehnert, 2000, p. 53.
21) Eric Rand, 1995, p. 40.
22) 앞글, p. 53.
23) Joan Jacobs Brumberg, The Body Project, New York: Random House, 1997, p. xvii.
24) ヨナ・ゼルディス・マクダナ－編, 野中邦子・實川元子・藤田眞利子譯, 2000, p. 103.
25) Marco Tosa, 1998, pp. 58-9.
26) 柳本愼一監修, 1997, p. 27.
27) Marco Tosa, 1998, p. 86.
28) 스테이시와 프랜시 등과 함께 모즈 룩의 바비가 1967년을 분류기준으로 하였다.
29) Janine Fennick, 1999, pp. 58-9.
30) 앞글, 1999, p. 71.

31) 柳本愼一監修, 1997, p. 68.
32) ヨナ・ゼルディス・マクダナ－編, 野中邦子・實川元子・藤田眞利子譯, 2000, pp. 105-6.
33) 흑인 바비가 발매된 1980년을 분류기준으로 하였다.
34) Jennifer Ruby, The 1980s, London: B.T.Batsford Ltd., 1990, p. 5.
35) 柳本愼一監修, 1997, p. 78.
36) Kate Mulvey & Melissa Richards, A Decades of Beauty, Checkmark Books, 1998, p. 202.
37) 앞글, 1998, p. 205.
38) http://www.abcnews.go.com/sections/us/barbie/barbie_intro.html
39) Takamura Zeshu, Roots of the Street Style, The Graphics, 1997, p. 185.
40) 앞글, p. 185.
41) ABC뉴스 스페셜 리포트에서는 바비를 career girl, material girl, dream girl, bad girl의 네 가지로 나누어 설명하였다. 본 논문에서는 이 중 패션과 많은 관련을 갖는 세 가지를 채택하여 분석하였다.
42) Takamura Zeshu, 1997, p. 185.
43) Nancy Parent, Barbie's Special Night, Burbank, California: Fun Works, 1996, 뒷표지.
44) http://www.abcnews.go.com/sections/us/barbie/barbie_material.html
45) http://www.abcnews.go.com/sections/us/barbie/barbie_dream.html
46) http://www.barbie.com/activities/Fashion_Fun/Closet/
47) http://www.abcnews.go.com/sections/us/barbie/barbie_bad.html
48) ヨナ・ゼルディス・マクダナ－編, 野中邦子・實川元子・藤田眞利子譯, 2000, p. 121.
49) ファッショソ環境, 1999. 12. 10, vol. 9-3, pp. 10-11.
50) 염혜정, "젊은이의 생활 Ⅱ, 유행과 패션", 가까운 이웃나라 일본, 국립민속박물관, 2002, p. 108.