

[Original Article]

Relationship characteristics of intermedia and fashion show in the Chanel collection

Seulah Lee and Younhee Lee[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University, Korea

샤넬 컬렉션에 나타난 인터미디어와 패션쇼의 관계적 특성

이 슬 아 · 이 연 희[†]

한양대학교 의류학과

Abstract

The aim of this paper is to examine relationship characteristics and the relevance there of in the context of the Chanel collection, between the contemporary fashion show viewed from the artistic side and intermedia on interaction. This study analyzed the relationship characteristics between intermedia and fashion shows by focusing on Chanel fashion shows from 2010 S/S to 2016 F/W as actual case. The results are as follow: First, participational accessibility indicates the experience of a designer and audience in active participation changing into passive participation. Second, audience immersion is represented by the perception of being involved by the audience in the place and acting. Third, conceptual symbolism is sending of messages through the designer's abstract concept manifesting in the specific features of the design. Finally, expandability of media explains trans-boundaries in experimental attempts. It concludes that fashion show is a space where the audience can have visual as well as new knowledge and experience through multi-sensory channels. The Chanel collection which is considered a huge art project at the fashion show, showed a relationship between philosophy and the direction through season concepts and brands. The Chanel collection has brought a new experience through the convergence of communications and cultural media, such as music and art according to traditional brand image.

Keywords: intermedia(인터미디어), fashion show(패션쇼), Chanel collection(샤넬 컬렉션), media(매체), relationship characteristic(관계적 특성)

Received June 06, 2016

Accepted June 27, 2016

[†]Corresponding author

(yiyhee@hanyang.ac.kr)

ORCID

Seulah Lee

<http://orcid.org/0000-0002-7251-9851>

Younhee, Lee

<http://orcid.org/0000-0002-2241-3899>

I. Introduction

다양한 매체의 출현과 급격한 기술 발달로 인하여 대중들은 계속해서 새로운 것을 추구하려는 경향이 강하게 나타나고 있으며, 매체 간의 경계들이 모호해지고 해체되면서 실험적인 시도를 통해 새로운 변화를 경험하고 있다. 이는 기존의 것들에 대하여 조합을 넘어 하나로 결합하거나, 각각의 영역 특성이 혼재되는 현상으로 나타나면서 새로운 가치를 창조하고 있다. 이와 비슷한 현상을 의미하는 용어로는

인터미디어(intermedia), 잡종(hybrid), 융합(fusion), 컨버전스(convergence), 크로스오버(cross-over) 및 콜라보레이션(collaboration) 등이 있으며, 두 가지의 이상의 것을 합한다는 공통점을 가지고 있으며, 분야 및 영역에 따라 다양하게 사용되어지고 있다. 이러한 용어들 중에서 퍼포먼스 및 공연예술에서 주로 사용되는 인터미디어(intermedia)는 1960년대의 전위적인 예술운동으로 플럭서스(fluxus)의 대표적인 예술가인 딕 히긴스(Dick Higgins)에 의해 처음 사용되어진 용어이다. 이는 장르 간 융합과 상호작용으로 매체들 사이의 구분을 허물고, 새롭게 등장하고 있는 제 3의 복합적인 예술형태로써 예술과 인생의 탈 경계성을 다양한 매체를 활용하며, 새로운 형태의 예술과 매체의 확장을 이끌어낼 수 있다(Kim, 1993).

이와 같이 변화하는 예술과 장르의 확장을 나타내는 인터미디어는 현대 패션쇼(fashion show)에 새로운 가치와 영향을 끼치고 있다. 다양한 매체의 활용 및 예술과의 융합을 통한 독창적인 연출은 상품만을 선보였던 과거와는 달리 수용자들에게 브랜드 이미지를 포함한 효과적인 커뮤니케이션 방식 및 다양한 콘텐츠를 전달함으로 이에 대한 중요성이 대두되고 있다. 과거의 일률적이고 단순한 형태의 패션쇼는 기술의 발달을 비롯해 관객의 예술에 대한 인식이 높아짐에 따라 예술적 측면에서의 실험적인 형태의 패션쇼가 증가하면서 패션과 관객 사이의 새로운 형태의 매개적 역할로 자리 잡고 있다. 기존의 패션쇼에 관한 선행연구로는 패션쇼에서의 메이크업과 헤어스타일 및 무대연출에 관한 연구가 있었으며(Kim, 2009; Park, 2013), 최근에는 디지털 영상 패션쇼와 패션쇼 연출 방법에 관한 연구 등이 있으나(Cho & Shu, 2014; Hong & Kim, 2014), 인터미디어와 패션쇼의 관계에 대한 연구는 미비한 실정이다.

이에 본 연구의 목적은 매체 간 융합과 상호작용에 관한 인터미디어와 예술적 측면에서 바라본 패션쇼와의 관계를 통하여 샤넬 컬렉션에서 나타난 패션쇼와 인터미디어의 관계적 특성을 밝히는데 있다. 이를 통해 패션과 수용자 사이의 매개적 역할인 패션쇼에서의 다양한 매체들 사이의 관계를 이해하고, 매체 간의 이분법적인 관계의 해체를 통하여 탈 문화적 현상을 읽어냄으로써 패션에서의 문화적 흐름 및 의미를 짚어 볼 수 있다. 또한 인터미디어와 대표적인 패

션매체인 패션쇼와의 특성과 표현 방식에서 상당 부분 관계가 있으므로, 본 연구에 있어 실험적 연구 및 창의적인 연출을 위한 방법론으로써 유용한 자료를 제공하는 것에 있어 의의를 둔다.

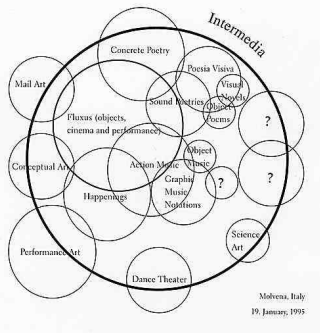
II. Theoretical Background

1. Intermedia

1) The characteristics of intermediate

새로움을 요구하는 시대에서 여러 분야의 학자들은 다양한 매체들의 출현과 이를 예술에 접목시키면서 창의적인 방법과 예술적 감성들을 바탕으로 현실적인 문제들을 설명 가능한 형태로 정의하고자 한다. 이처럼 오늘날 현대 문화와 예술을 비롯한 모든 장르에서 비형식적이고 실험적인 변화를 시도하고 있는 매체들은 하나의 장르로 존재하지 않는다. 인터미디어(intermedia)는 ‘~사이의’, ‘상호간의’라는 뜻을 나타내는 접두사 ‘인터(inter)’와 하나와 다른 하나의 중간에 위치하여 이를 연결시켜주는 매개로서의 매체와 장르를 의미하는 미디어(media)의 합성어로 매체 또는 장르 간 사이에 존재하는 제 3의 복합적 형태로 만들어진 예술의 형식을 의미한다(Higgins & Higgins, 2001).

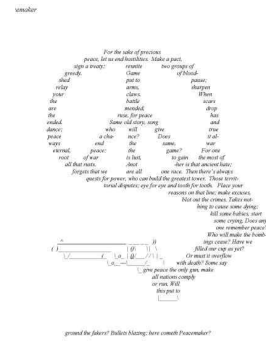
기존 예술의 개념으로는 설명하기 어려우며, 매체적 구분을 초월한 탈장르적 특성이 보이기 시작한 플럭서스에서 살펴 볼 수 있다. 국제적인 전위 예술운동인 플럭서스의 주요 구성원이자 예술가인 딕 히긴스의 논고에서 인터미디어라는 새로운 용어가 언급되었으며, 역사를 논하기 위한 구분선이 되는 범주를 위해서라면 예술 형식들을 구분할 필요가 있지만, <Fig. 1>에서 볼 수 있듯이 인터미디어 범주안의 예술들은 다수의 매체에 대하여 근원을 가지고 혼합적 형태로 새롭게 발전한다는 것을 알 수 있다. 이에 대표적인 장르로는 비디오 아트(video art), 퍼포먼스 아트(performance art), 시각시(visual poetry) 등이 있다(Fig. 2) (Fig. 3). 이후, 현대 예술들은 고유의 장르성이 사라지면서 그 경계가 모호해지고, 새로운 복합매체로 기존의 매체에 대한 확장과 상호 간섭 등의 다차원적 특성을 지니는 방향으로 발전되고 있다(Packer & Jordan, 2002/2004).



<Fig. 1> Intermedia Chart - Dick Higgins (1995). From. Fluxus (1997). <http://www.fluxus.org>



<Fig. 2> I Like America and America Likes Me - Joseph Beuys (1974). From. atRiff (2007). <http://arh346.blogspot.krr>



<Fig. 3> Peacemaker - John Ecko (2008). From. Ecko (2009). <https://eckovision.wordpress.com>

2) Previous research on the characteristics of intermediate

다매체 시대는 새로운 매체의 출현보다는 재매체를 통한 매체의 확장을 추구하고 있으며, 이렇게 매체의 확장과 상호 간섭에 관한 인터미디어의 연구는 다양한 분야에서 다층적 관점으로 연구되고 있지만, 아직까지는 활발하게 이루어지지 않고 있다.

환경 디자인 분야에서 Kim(2002)은 현대 미술과 건축과의 관계에 관한 인터미디어 경향으로 ‘타 영역과의 상호소통’, ‘다양한 매체 사용’, ‘다양한 주제와 방법의 수용’으로 예술과 삶의 일체를 추구하였다. 영상 애니메이션 분야에서 Na(2008)에 따르면 공연 예술로서의 인터미디어아트 표현에 관한 연구로 인터미디어 아트는 총체적인 예술 개념으로 다른 분야와의 차용과 혼합으로 결합되어 표현된 예술이라 하였다. 관객들과의 적극적인 소통을 위해 공연예술과 다양한 예술분야들의 차용 및 혼합으로 표현되어 관객의 체험을 요구하며, ‘관객과 연출자와의 커뮤니케이션’이라 할 수 있다. 영화에서 Park(2008)은 인터미디어와 시차적 조망과의 관계를 통한 미디어 특정성으로 새로운 경험 형식의 가능성으로 ‘가정된 본질 속보다는 실현되지 않은 생성의 계기’, ‘새로운 형식의 등장’ 및 ‘실험적인 시도’로 언급하였다. 미술학적 측면에서 Kwon(2011)은 여러 분야의 매체들이 인터미디어라는 범주 속에서 공존하고 표출되는 과정에서 탈 장르적 인터미디어의 태도를 ‘시간성’, ‘우연성’, ‘관객의 참여’, ‘삶과 예술의 일치’로 주목하였다.

하나의 형태로 정립할 수 없는 다의적인 개념들을 포함할 수 있는 가장 중요한 이유로 삶과 예술의 일치이며, 이는 곧 탈장르적 인터미디어로 볼 수 있다. 미디어 분야에서 Kwon and Kim(2011)은 인터미디어 아트의 작종 유형에 관하여 ‘예술가들의 다차원적 위치 획득’, ‘예술가들의 협업 및 그룹 활동’, ‘관객의 참여’, ‘삶과 예술의 결합’으로 보았다. 무용에서는 Kim(2012)의 인터미디어 활용을 통해 무용작품의 변화 양상에 대한 연구로 ‘미디어와 과학기술의 상호 결합’인 무용과 과학 기술의 상호 결합으로 장르마다 각각 상승효과를 가능하게 함을 확인하였으며, ‘다양한 매체 결합’은 다양한 매체의 활용으로 무용 예술이 의미하는 시간성, 공간성, 일회성의 한계를 넘어 현장성이라는 특성을 가지고 이미지 전달에 효과적인 매체의 융합이 가능하다는 것이다. ‘기술의 다양성’은 연출의도에 따라 소재에 대한 무궁함을 재확인 시켜줬다.

이와 같이 다양한 분야에서의 인터미디어의 특성들은 유사 의미로 다양한 용어로 혼재해서 나타났으며, 이를 통하여 인터미디어의 특성을 정리하면 <Table 1>과 같다.

2. Fashion show

1) The characteristics of intermediate

초기 패션쇼의 개념은 판매를 목적으로 디자이너의 작품을 고객에게 미리 선보이는 것을 의미했으나,

<Table 1> Characteristics of intermedia mentioned in previous studies

Environmental design	Digital video	Movie	Theory of art	Media	Dance
Kim (2002)	NA (2008)	Park (2008)	Kwon (2010)	Kwon & Kim (2011)	Kim (2012)
	Communication with the audience and the director		Audience participation	Audience participation Multi-dimensional position of the artist	
A variety of topics and methods accepted		The emergence of new formats Experimental attempts			Variety of techniques
Using a variety of media				Collaboration of various artists	Combining a variety of media
Interact with the areas			Unity of life and art	The combination of life and art	
			Temporality		
			Contingency		

최근 패션쇼에서는 브랜드 이미지가 중요해지면서, 이를 다양한 방법을 통하여 전달함으로써 패션쇼에 대한 중요성과 의미가 높아졌음을 알 수 있다. 패션쇼의 사전적 의미로는 새로운 시즌에 대한 상품을 모델에게 입혀 홍보하는 전시 방법으로 크게 오프꾸뛰르(haute-couture)와 프레타포르테(pret-a-porte)로 분류된다. 패션을 수용자에게 전달하는 방식으로 가장 대표적인 유형인 패션쇼는 패션 브랜드 및 상품에 대한 콘셉트를 다양한 방법으로 고객에게 전달하기 위한 일종의 이벤트로 해석되어지고 있으며, 이를 약간

의 뉘앙스의 차이를 두고 ‘패션쇼’, ‘패션 퍼포먼스’, ‘패션 컬렉션’, ‘패션 프레젠테이션’ 등의 용어로 혼용되어 사용되어지고 있다.

다른 패션 매체들과 달리 시공간적 제약을 받고 있지만, 가장 대표적인 패션 매체로서 보편화되어 있으며, 전체 브랜드 이미지 전달에 있어서 효과적인 마케팅 방법이라 할 수 있다. 현대 패션쇼가 다양한 형태로 발전하면서 기획 및 제작을 전문으로 하는 패션쇼 프로덕션(production)이 생겨나고 있으며, 예술적 가치가 높아짐에 따라 다양한 분야에서 활동하는 크리

<Table 2> The evolution of Chanel's fashion shows

Chanel Fall 1981	Chanel S/S 1996	Chanel F/W 2014
		

From. Fisher (2016). <http://www.harpersbazaar.com>

에이티들과의 협업 등으로 패션에서의 ‘종합예술’이라고 할 수 있다(Table. 2).

2) Previous research on the characteristics of fashion show

2000년대 이후 패션쇼는 다양한 주제로 연구되어지고 있으며, 선행연구에서 언급된 패션쇼의 연출방법에 관한 특성을 중점적으로 고찰하였다. Chang and Park(2001)은 현대 패션쇼의 유형을 퍼포먼스의 장르의 특성과 관련하여 ‘관객참여’, ‘즉흥성’, ‘현장성’, ‘계획성’, ‘일회성’ 등으로 대중화되고 있다고 하였으며, Lee and Kim(2011)은 디지털 패션쇼에 대한 사례를 분석을 통하여 디지털 미디어의 활용으로 다양한 확장과 생산의 전환 계기로써 이를 ‘공연 현실의 확장’, ‘의상 표현의 확장’, ‘패션쇼를 매개하는 새로운 매체의 생산’으로 언급하였다. Huh(2011)은 패션 프레젠테이션의 특성으로 ‘탈 경계성’, ‘전위적 개념성’, ‘시

간의 연속성’, ‘환상적 유희성’으로 보았다. Chang (2012)은 현대 패션 퍼포먼스의 표현유형에 관하여 내면적 유형의 ‘주제의 확장’과 ‘상호작용’으로 나타났고, 형태적 유형의 ‘빛’, ‘형태와 그림자’, ‘과정적 표현’으로 분류하였으며, 매체적 유형으로는 ‘영상’과 ‘증강현실’로 보았다. Kim and Kim(2013)은 샤넬 컬렉션에 나타난 공간 연출에 나타난 미적 특성을 ‘상징성’, ‘자연성’, ‘환상성’, ‘유희성’으로 분류하였다. Cho and Suh(2014)는 현대 디지털 패션쇼에 나타난 하이브리드 디지털 문화적 특성에 대하여 디지털 패션쇼에서는 표현방식에 따라 ‘런웨이의 발표 매체 확장’과 ‘런웨이 구성요소 파괴’로 구분하였으며, 디지털 패션쇼의 관객의 수용 방식의 디지털화에 따라 ‘생중계 영상에 따른 관객의 현장체험’, ‘쌍방향적 관객 참여’, ‘극현실적 가상에 의한 관객 몰입’으로 언급하였다. Hong and Kim(2014)은 디지털 패션쇼를 무대효과, 실시간 영상, 온라인 영상의 사례로 분류

<Table 3> Characteristics of fashion show mentioned in advanced studies

Jang & Park (2001)	Lee & Kim (2011)	Heo (2011)	Jang (2012)	Kim & Kim (2013)	Cho & Suh (2014)	Hong & Kim (2014)
Audience participation					Audience participation	Audience participation
Trans-borderline	Expansion of the media	Trans-borderline	Interaction of the media		Expansion of the media	
			Expansion of the media			
		Avant-garde concept	Extension of the subject	Symbolism		Informational transmissibility
Siteness	Extension of show				Destruction of the components	
Planning						
Improvisation						
One time						
		Continuity of time	An expression of the process			
Humor		Fantastic playfulness		Fantasy		
				Playfulness		
					Audience immersion	
	Expansion of costume expression		Light, shapes, shadows	Naturalness		Image storing

하여 패션쇼에 대한 커뮤니케이션 특성으로 ‘정보전달성’, ‘관객참여’, ‘이미지 제고 기능강조’를 하였다. 이와 같이 선행 연구에 언급된 패션쇼에 관한 특성을 정리하면 <Table 3>과 같다.

III. Research Methods

본 연구는 인터미디어와 패션쇼에 관련된 선행연구 및 관련 문헌 등의 이론적 고찰 및 자료 수집이 선행되었다. 이와 함께 인터미디어와 패션쇼에 관한 이론적 고찰을 기반으로 분석 기준을 마련하였고, 이를 시각자료의 분류 기준으로 적용하여 샤넬 패션쇼에 대한 관계적 특성 및 주제와의 연관성에 대하여 고찰하였다.

본 연구의 분석 대상 및 범위로는 샤넬 컬렉션으로 칼 라거펠트와 함께 무대 연출가인 스테판 루브리나(Stefan Lubrina)와의 20년간 협업을 통하여 샤넬의 브랜드 이미지를 다양한 시도와 방법으로 패션쇼를 선보이고 있으며, 실험적 패션쇼의 경향이 두드러지기 시작한 2010 S/S에서 2016 F/W까지로 선정하였으며, Youtube, Vogue, Samsungdesign 등의 인터넷을 통한 영상 및 기사를 중심으로 사례를 수집, 분석하였다.

샤넬 컬렉션에 나타난 인터미디어 특성을 분석하기 위한 기준을 위하여 인터미디어와 패션쇼에 관한 선행 연구들을 정리하여 연구 결과에 대한 특성들을 유사개념 및 공통점으로 종합하여 대표어로 추출하였다. 인터미디어의 선행연구를 분석한 결과, 관객의

<Table 4> Frame analysis of relationship characteristic

① Intermedia	② Fashion show	③ Article analysis	Relationship characteristics
Audience participation	Audience participation	Audience participation	Participational accessibility
-	Improvisation	-	
-	One time	-	
Temporality	Continuity of time	-	
-	An expression of the process	-	Audience immersion
The emergence of new formats	Stage direction	Installation	
-	Destruction of the components	-	
-	Fantasy	Fantasy	Conceptual symbolism
-	Playfulness	Playfulness	
A variety of topics and methods accepted	Humor	Message delivery	Expandability of media
Combining a variety of media	Avant-garde concept	Symbolic objects	
Interact with other areas	Extension of the subject	The fusion of the genres	
Unity of life and art	Symbolism	Artistry	
Technology	Informational transmissibility	-	
	Expansion of the media		
	Trans-borderline		
	Technology		

참여, 즉흥성, 새로운 형태의 출현, 다양한 주제 및 방법의 수용, 매체의 결합, 타 영역과의 상호소통, 삶과 예술의 결합으로 나타났으며, 패션쇼의 선행연구에서는 관객의 참여, 즉흥성, 일회성, 시간의 연속성, 과정적 표현, 무대연출, 현장성, 환상성, 유희성, 유머, 전위적 개념성, 주제의 확장, 상징성, 정보전달성, 매체의 확장, 탈 경계성, 테크놀로지의 활용으로 나타났다. 대표적인 패션사이트인 vogue.com을 중심으로 samsungdesign.net, W. korea 등의 패션정보 웹사이트를 통하여 샤넬 컬렉션에 관한 기사를 분석하였으며, 관객의 참여, 인스톨레이션, 환상성, 유희성, 정보전달성, 상징적 오브제, 장르의 융합과 예술성으로 나타났다(Blanks, 2014; Mower, 2015). 이러한 선행연구 및 기사 등의 분석 과정을 거쳐 최종적으로 공통적인 특성으로 나타나는 분석 기준으로는 참여적 접근성, 관객의 몰입성, 개념적 상징성 그리고 매체의 확장성의 4가지 특성으로 나타났으며, 이러한 분석기준으로 샤넬 컬렉션과 인터미디어의 관계적 특성에 대한 사례들을 분석하였다.

실험적인 경향이 강한 인터미디어와 현대 패션쇼에서는 관객과 예술가 또는 디자이너로서 역할의 경계를 허물며, 관객의 직접적인 참여성을 가진다는 공통적인 특성을 도출하였고, 수용자와 예술가 사이의 역할이 모호해지면서 직접 체험과 하이퍼 매개적 무대연출로 현장성을 부여함으로써, 다중감각을 통한 간접 경험으로 인한 몰입성으로 이어졌다. 개념적 상징성은 다양한 주제를 수용함에 있어서 이를 상징적인 형태로 수용자에게 전달하는 특성을 지니고 있으며, 마지막으로 다양한 매체들을 의미하는 매체의 확장성은 장르 간 결합, 다른 분야와의 상호작용 및 삶과 예술의 통합을 통한 새로운 매체의 생성이며, 장르 안 새로운 매체를 도입함으로써 새로운 형식의 탈 경계성을 보이는 특성으로 이를 매체의 확장성으로 종합하여 분석기준을 마련하였다(Table 4).

IV. Relationship Characteristics in Chanel Collection

1. Participational accessibility

관객과 디자이너의 소극적 참여에서 적극적 참여로 전환되면서 직간접 체험을 통한 경험으로 나타났

다. 과거의 패션쇼에서는 관객과 디자이너의 역할이 명확히 구분되었지만, 현대 패션쇼에서는 관객, 디자이너, 무대의 경계를 없애고, 상호작용을 통한 실험적인 패션쇼의 경향이 증가하는 추세로 ‘참여적 접근성’으로 나타나고 있다. 2016 F/W Ready-to-Wear에서는 오프 꾸뛰르 살롱 분위기의 아이보리 아치(arches)와 오직 프론트 로우(front row only)라는 콘셉트로 모든 관객들이 맨 앞줄에서 쇼를 관람할 수 있는 형태의 무대로 제작되었다. 최근 샤넬 패션쇼는 거대한 규모의 쇼로 관객들에게 인식되어 왔지만, 2016 F/W에서는 샤넬의 황금기였던 캉봉 부티크의 영감을 받아, 초기의 살롱쇼 형태로 돌아가는 고전적인 형태를 선택함으로써 이번 컬렉션의 주제에 관객의 간접적 개입을 시킴으로써 관객의 간접적인 참여적 접근성으로 나타났다(Fig. 4).

2015 F/W Haute couture를 살펴보면, 아르테코 영식의 카지노에서 영감을 받은 세트와 칼 라거펠트의 뮤즈들이 프론트 로에서 무대 중앙으로 나와서 블랙잭을 즐기는 퍼포먼스를 선보였다. 이를 통해 관객은 수용자로서의 1차원적 역할이 전환되면서 직접참여에 의한 경험을 할 수 있도록 하였다(Fig. 5).

2014 S/S Ready-to-Wear에서는 프랑스 박물관 그랑 팔레를 미술 화랑으로 연출하였다. 칼 라거펠트가 직접 참여한 75개의 설치 미술품을 전시하였으며, 그는 화가의 팔레트와 소재를 해석하는 전문가들로부터 영감을 받아 예술과 패션의 경계를 허물며, 디자이너의 역할을 확대시키며, 상업과 예술의 경계를 허무는 컬렉션을 전개하였다(Blanks, 2013c)(Fig. 6).

이와 같이 참여적 접근성은 관객과 디자이너가 컬렉션 무대에 참여하여 직접적 역할로서 개입할 뿐만 아니라, 컬렉션의 무대연출방법에 간접적 형태로 참여함으로써, 수용자와 패션 사이의 매개적 역할인 패션쇼는 새로운 형태로 발전하고 있다.

2. Audience immersion

관객의 몰입성은 공방, 레스토랑 등의 실제와 같은 크기의 무대연출 및 카지노, 박물관, 해변 등의 실제 공간과 함께 상황에 맞는 모델의 자연스러운 행동과 같이 장소의 현장성과 모델의 연기에 의해 관객들이 표상한 대상에 대하여 몰입되거나 빠져드는 현상으로 표현되었다. 2010 CRUISE 컬렉션에서는 프랑스

Participational accessibility



<Fig. 4> Chanel F/W 2016 Ready-to-Wear
From. Chanel (2016a, 2016b). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 5> Chanel F/W 2015 Haute couture
From. Vogue (2015a). <http://www.vogue.com>



<Fig. 6> Chanel S/S 2014 Ready-to-Wear
From. Vogue (2013). <http://www.vogue.com>, Chanel (2013d). <http://chanel-news.chanel.com>

남동부의 휴양지 코트다쥐르(French Riviera)의 거리 ‘생트로페(Saint Tropez)의 근처 항구에서 쇼를 진행하였다. 모델들은 바다로부터 마호가니의 보트를 타고 등장하였으며, 보트에서 내린 후 카페테라스 근처에서 자신이 앉을 테이블을 찾고 있는 듯한 연기를

선보이며 쇼가 시작되었고, 피날레에서는 오토바이를 탄 남성모델이 여성모델을 태우며 런웨이의 마지막을 연출하였다. 또한 관객들은 카페테라스를 앉아 이를 지켜보았으며, 휴양지에 온 듯한 몰입성을 경험할 수 있었다(Fig. 7).

2012 S/S Haute couture에서는 ‘블루 문(blue moon)’의 그윽함과 창공의 긍정적인 희망을 내포하고 있는 블루 콘셉트로, 실제 크기의 샤넬 전용기 세트를 연출하여 마치 기내에 있는 듯한 현장감을 주었다. 은은한 블루 조명의 기내 연출과 함께 하늘에서의 다양한 톤의 ‘모노크롬 레인보우(chrome rainbow)’를 디

자인에 담아 선보였으며, 이러한 연출은 패션과 관객 사이의 몰입성을 극대화 시키는 매개적 역할을 수행하였다(Fig 8).

2012 Pre-Fall Paris-Bombay에서는 무굴 궁정(Mughal Palace)을 재현하였으며, 호화스러운 연회 테이블이 런웨이를 따라 규칙적으로 연출되었다. 1950~60년대

Audience immersion



<Fig. 7> Chanel CRUISE 2010

From. Chanel (2010b, 2010c). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 8> Chanel S/S 2012 Haute Couture

From. Chanel (2012a, 2012b). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 9> Chanel S/S 2012 Pre-Fall Paris-Bombay

From. Chanel (2011c, 2011d). <http://chanel-news.chanel.com>

의 인디안 드레스에서 영감을 받은 디자인을 선보이기 위하여 인도의 마하라자 궁전(Maharajas' Palace)이 구현되었으며, 관객들은 연회 테이블에 앉아 쇼를 즐기며, 장소의 재현성으로 인한 몰입성을 경험하였다 (Fig. 9).

장소의 현장성 및 재현성으로 인한 관객의 몰입성

은 모델들의 상황에 맞는 자연스러운 연기가 더해져 극대화되었다. 2016 S/S Ready-to-Wear에서는 파리의 그랑 팔레(Grand Palais)를 공항으로 둔갑시켰으며, 공항 티켓을 연상시킨 인비테이션(invitation)에서부터 공항을 그대로 옮겨 놓은 듯한 무대 연출까지 무대를 통해 현장성을 높였다. 샤넬 에어라인(Chanel

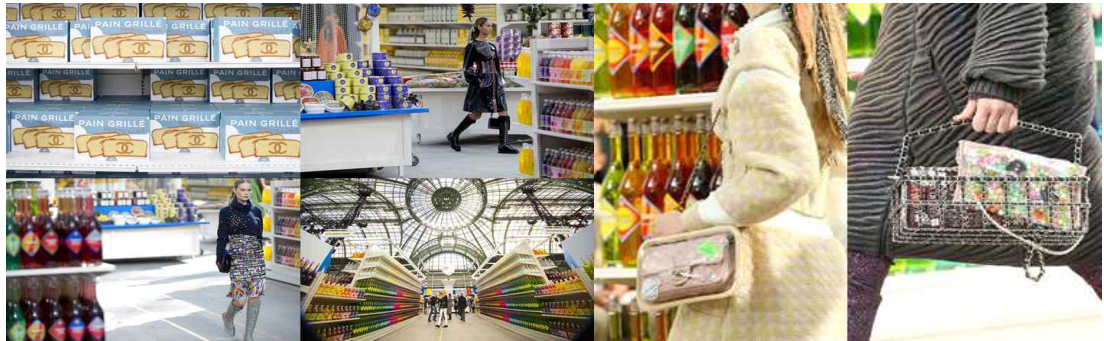
Immersion of audience



<Fig. 10> Chanel S/S 2016 Ready-to-Wear
From. Vogue (2015b). <http://www.vogue.com>



<Fig. 11> Chanel F/W 2015 Ready-to-Wear
From. Chanel (2015a, 2015b). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 12> Chanel F/W 2014 Ready-to-Wear
From. Vogue (2014a). <http://www.vogue.com>

Airline)의 체크인 카운터(check-in counter)가 무대 중앙에 위치하고, 비행사 직원, 기장과 승무원 그리고 여행객으로서 모델들은 실제 상황에 맞게 재치 있는 연기를 선보이며 강한 리얼리티(reality)를 제공하였다(Mower, 2015)(Fig. 10).

2015 F/W Ready-to-Wear에서는 프랑스의 카페와 비스트로에 있는 듯한 연출과 함께 웨이터가 서빙을 하며, 파리지앵의 고객으로 변신한 모델의 자연스러운 연기로 강한 프렌치 컬렉션(French collection)을 선보이며 관객에게 간접 경험으로 인한 몰입성을 부여하였다(Fig. 11).

2014 F/W Ready-to-Wear에서는 쇼핑센터 콘셉트를 선보였으며, 무대연출부터 진열 제품 등의 디테일까지 실제와 유사하게 연출하였다. 선반 위에는 샤넬의 로고가 부착된 식료품들이 진열되었으며, 유제품을 파는 곳에는 실제 치즈를 진열하여 후각 효과로 몰입성을 전달하였다. 모델은 런웨이에서 자유롭게 쇼핑하는 듯한 연기를 선보였으며, 무대연출뿐 아니라, 모델들의 가방 등 액세서리에서도 주제와의 연관성 또한 찾아 볼 수 있었으며, 쇼가 끝난 후 관객들은 쇼핑센터를 돌아보며 직접적 몰입성을 경험할 수 있었다(Fig. 12). 이를 통해 컬렉션의 주제와 연관된 장소의 현장성 및 재현성은 연출자가 표상한 대상에 대하여 그대로 복사한 증강현실과 같이 연출되었으며, 모델 상황의 맞는 연기가 더해져 관객의 몰입성으로 표현되었다.

3. Conceptual symbolism

디자이너의 추상적 개념을 구체적 형상을 통하여 메시지 전달의 목적을 가지고 있는 개념적 상징성은 수용자에게 디자이너의 철학 및 브랜드 가치관 등을 모델 또는 오브제 등으로 직간접으로 표현함으로써 브랜드의 이미지 및 컬렉션에 대한 주제를 전달하는 역할을 한다. 이는 첫째, 모델의 의상 및 행위와 상징적 오브제를 통한 개념적 상징성으로 분류할 수 있다.

첫째, 상품을 수용자에게 전달하는 역할을 하는 모델은 최근 상품뿐만 아니라, 브랜드 및 컬렉션에 관련된 다양한 메시지를 전달하는 메신저 역할로서 확대되고 있다. 2015 S/S Ready-to-Wear에서는 무대 전체를 거대한 샤넬 도로(Boulevard Chanel)로 연출하였으며, 쇼의 피날레에서는 여성 투쟁운동을 모티브

로 칼 라거펠트와 함께 모든 모델들이 구호를 외치며, 여성의 권위를 피켓시위 퍼포먼스를 연출하였다(Fig. 13). 이는 디자이너의 철학 및 메시지에 대한 직접적인 표출로, 모델의 행위적 형태의 표현전달을 통해 관객과의 상호 커뮤니케이션을 더욱 강화시켰다(Blanks, 2014) (Fig. 13).

2013 S/S Haute Couture에서는 한여름 밤의 꿈에서 영감을 얻은 원형 극장에서 낭만적이며 우아한 모델들이 몽환적인 무드를 연출하였으며, 피날레에서는 두 명의 웨딩드레스를 입은 신부와 아이와 함께 무대에 등장하며, 동성결혼을 지지하는 디자이너의 메시지를 모델의 의상을 통하여 관객들에게 전달하였다(Blanks, 2013a)(Fig. 14).

2010 F/W Ready-to-Wear는 스웨덴에서 공수한 커다란 빙산 주위로 인조모피로 디자인된 옷을 입고 북극곰처럼 분장한 모델이 관객을 맞이하고 있었으며, 바닥 주위로는 빙산에서 녹은 물이 고여 있었다. 이는 지구 온난화와 해빙 문제에 대한 디자이너의 메시지를 빙산과 함께 모델의 의상으로 표현하였으며, 컬렉션의 핵심이 되었다(Mower, 2010)(Fig. 15).

2010 S/S Ready-to-Wear에서는 소박함과 평범함을 명품 브랜드인 샤넬이 재해석하였으며, 이를 유쾌한 시골 농장에서 록밴드의 경쾌한 연주와 자유롭게 춤추며 즐기는 연기를 선보인 모델까지 컬렉션의 주제와 연관하여 표현하였다(Fig. 16).

둘째, 상징적 오브제 연출은 주제에 대한 함축적 의미를 오브제를 통하여 표현하는 방법이다. 2013 S/S Ready-to-Wear에서는 무대에 2012년 가을을 지나가는 방법으로 거대한 풍차를 설치하였으며, 바람과 볼륨이라는 키워드를 상징하였다. 또한 바람의 변화는 신선한 새로운 패션과 대체 에너지와 함께 불고 있다는 메시지를 전달하였다(Fig. 17).

2013 F/W Ready-to-Wear에서는 무대 중앙에 거대한 지구본 오브제를 설치하였고, 그 위에는 전 세계 300여개의 샤넬 매장 위치가 CC 로고 깃발과 함께 빛나고 있었다. 이는 하이패션에서의 새로운 시장에 대한 발견의 중요성을 상징적 오브제로 표현되었다(Blanks, 2013b)(Fig. 18).

2012 F/W Ready-to-Wear에서는 모델들의 수정 장식과 컬러에서 알 수 있듯이 디자인과 무대연출 모두 자연에서 영감을 받았으며, 이를 거대한 자수정 설치

Conceptual symbolism



<Fig. 13> Chanel S/S 2015 Ready-to-Wear
From. Vogue (2014b). <http://www.vogue.com>



<Fig. 14> Chanel S/S 2013 Haute Couture
From. Chanel (2013a, 2013b). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 15> Chanel F/W 2010 Ready-to-Wear
From. Chanel (2010a). <http://chanel-news.chanel.com>

물로 표현하였으며(Fig. 19), 2010 F/W Haute couture 에서는 코코 샤넬의 별자리인 사자자리를 의미하는 거대한 사자상과 모조진주를 통하여 샤넬의 정신을 표현하였다(Fig. 20). 이와 같이 모델의 의상 및 행위 적 연출과 오브제를 통해서 디자이너의 메시지, 브랜드의 철학 및 컬렉션의 주제를 관객에게 은유적으로

전달할 수 있다.

4. Expandability of media

매체의 확장성은 매체의 융합과 예술적 감성을 더해 기존 형식에 대한 실험적인 시도로서 유명 가수의 라이브와 오케스트라 공연 등의 장르 간 결합과 예술



<Fig. 16> Chanel S/S 2010 Ready-to-Wear
From. Chanel (2009). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 17> Chanel S/S 2013 Ready-to-Wear
From. Chanel (2012d). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 18> Chanel F/W 2013 Ready-to-Wear
From. Chanel (2013c). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 19> Chanel F/W 2012 Ready-to-Wear
From. Chanel (2012c). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 20> Chanel F/W 2010 Haute Couture
From. Chanel (2010d). <http://chanel-news.chanel.com>

작품에서 영감 받은 무대연출 및 사운드 디렉터, 세트 디자이너 등의 전문가 또는 예술가와의 협업을 통한 재해석 등으로 탈 경계성을 나타낸다.

2016 쿠바 하바나에서 열린 크루즈 컬렉션에서는 여성 듀오와 밴드의 공연으로 시작하였으며, 피아노 연주에 맞춰 170m의 긴 런웨이를 걷기도 했으며, 칼라거펠트를 필두로 모델과 관객이 하나가 되어 춤추며 행진하는 피날레를 연출하였다(Fig. 21). 2014 S/S Haute couture 컬렉션에서는 거대한 반짝이는 흰색 무대가

회전하자 오케스트라와 공연과 함께 쇼가 시작하였으며, 장르간의 융합을 선보인 컬렉션이었다(Fig. 22). 2012 S/S Ready-to-Wear에서는 곳곳에 거대한 산호와 어패류를 설치하여 바다 속세계를 연출하였다. 21세기 인어아가씨들이 등장하면서 진주빛 오간자로 디자인된 리본이 해초처럼 연출되었고, 이와 함께 거대한 진주조개가 열리며, 유명 가수의 라이브 공연이 시작되면서 서정적인 수중세계를 표현하였다(Vogue Korea, 2011)(Fig. 23). 2011 S/S Ready-to-Wear에서

Expandability of media



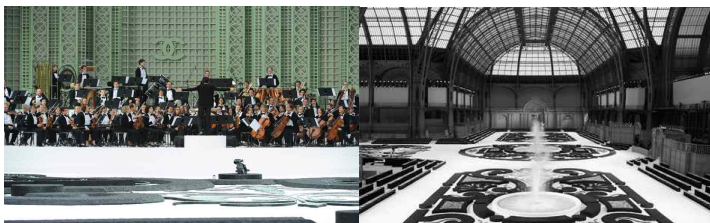
<Fig. 21> Chanel 2016 Cruise
 From. Chanel (2016c, 2016d). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 22> Chanel S/S 2014 Haute couture
 From. Chanel (2014a, 2014b). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 23> Chanel S/S 2012 Ready-to-Wear
 From. Chanel (2011a, 2011b). <http://chanel-news.chanel.com>



<Fig. 24> Chanel S/S 2011 Ready-to-Wear
 From. Martin (2010). <http://www.wallpaper.com>



<Fig. 25> Park of Versailles - André Le Nôtre.
 From. World Heritage Routes Travel (1979). <http://worldheritage.routes.travel>

는 베르사유 궁전의 정원을 디자인한 프랑스의 조경 설계가였던 앙드레 르 노트르(André Le Notre)에 영향을 받은 듯한 정원 연출과 컬렉션에 맞는 쇼버전의 사운드 트랙을 만들어 80명으로 구성된 라무르 심포니 오케스트라(Lamoureux orchestra)의 연주와 함께 예술적 감성을 더하였다(Vogue Korea, 2010)(Fig. 24, 25).

이와 같이 매체의 확장성은 장르의 융합과 예술가와의 협업 등으로 나타났으며, 최근 유행하는 뉴미디어를 통한 확장보다는 브랜드의 전통성에 맞춰 주로 오케스트라, 라이브 공연 등 음악이라는 전통적인 매체를 이용한 확장성을 보여 주었다.

V. Conclusion

본 연구는 샤넬 컬렉션에서 나타나는 현대 패션쇼와 인터미디어의 관계적 특성을 분석하기 위하여 문헌 및 선행연구와 기사를 기반으로 분석기준을 마련한 후, 실증적 자료 수집을 위해 실험적인 패션쇼 경향이 두드러지기 시작한 2010 S/S부터 2016 F/W까지 샤넬 컬렉션에 대하여 분석기준에 적용하여 분석하였다.

연구의 결과는 다음과 같다. 샤넬 컬렉션에 나타난 인터미디어와 현대패션쇼의 관계적 특성으로는 첫째, 참여적 접근성은 관객과 디자이너의 소극적 참여에서 적극적 참여로 전환되면서 직접 체험을 통한 경험으로 칼 라거펠트의 뮤즈들이 관객의 역할을 직접적 참여로 전환하면서 블랙잭을 즐기는 퍼포먼스와 디자이너가 직접 패션쇼 무대 연출에 참여하는 형태로 나타났다.

둘째, 관객의 몰입성은 장소의 현장성 및 재현성과 모델의 연기에 의해 관객들이 표상한 대상에 대하여 몰입되거나 빠져드는 현상으로 야외, 공항, 레스토랑 등의 실제와 같은 크기의 무대연출과 장소에 부합하는 모델연기를 통하여 관객들에게 실제 공간에 있는 듯한 몰입성을 가져다주었다.

셋째, 개념적 상징성은 디자이너의 추상적 개념을 구체적 형상을 통한 메시지 전달의 목적을 가지고 있으며, 전달하고자하는 메시지를 모델의 의상 및 행위적 연출을 통한 직접적인 표현과 추상적 개념의 상징성을 내포한 거대한 오브제를 통해 은유적으로 표현

하였다.

넷째, 매체의 확장성은 기존 형식에 대하여 실험적인 시도를 통한 탈 경계성으로 패션쇼와 유명 가수의 라이브와 밴드 공연의 융합, 예술작품에서 영감을 받아 전문가 또는 예술가와의 협업을 통한 무대 연출 등으로 표현되었다. 현대 패션쇼에서 증가하고 있는 뉴미디어 등의 디지털 기술을 이용한 매체의 확장보다는 브랜드 이미지에 맞춰 음악, 예술 등의 문화적 콘텐츠와의 결합을 통한 확장으로 나타났다.

현대 패션쇼는 관객들에게 시각뿐만 아니라, 다중 감각으로 서로에게 투과되어 표출되는 일련의 과정을 통하여 새로운 지식과 경험을 가질 수 있는 공간으로 이해되었다. 일반적으로 고정된 의미의 패션쇼에서 거대한 아트프로젝트로 여겨지는 샤넬 컬렉션은 연출방법과 시즌 콘셉트 및 브랜드의 철학과의 관계성을 지녔으며, 샤넬 컬렉션은 최근 현대 패션쇼에서 증가하고 있는 뉴미디어를 활용한 디지털 형식의 패션쇼를 추구하는 대신 전통적인 브랜드 이미지에 맞추어 음악, 예술 등의 문화적 매체의 융합을 통하여 관객과의 커뮤니케이션을 통한 새로운 경험을 가져다주었다. 브랜드 홍보에 효과적인 패션쇼는 브랜드의 이미지에 부합하는 다양한 미디어와의 융합을 통하여 수용자에게 전달하여야 한다. 더 나아가 컬렉션 다양한 주제와 인터미디어의 관계적 특성에 대하여 후속 연구로써 확대될 수 있기를 기대한다.

References

- atRiff. (2007, February 22). I like america and america likes me [Blog Post]. Retrieved April 14, 2016, from <http://arh346.blogspot.kr/2007/02/joseph-beuys-s-i-like-america-and.html>
- Blanks, T. (2013a, January 22). Chanel: Spring 2013 couture review. *Vogue*, Retrieved April 21, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-couture/chanel>
- Blanks, T. (2013b, March 5). Chanel: Fall 2013 ready-to-wear review. *Vogue*, Retrieved April 21, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear/chanel>
- Blanks, T. (2013c, October 1). Chanel: Spring 2014

- ready-to-wear review. *Vogue*, Retrieved April 21, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-ready-to-wear/chanel>
- Blanks, T. (2014, September 20). Chanel: Spring 2015 ready-to-wear review. *Vogue*, Retrieved April 21, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/chanel>
- Chanel. (2009, October 6). The show. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2009/10/the-show.gallery.html>
- Chanel. (2010a, March 10). The ready-to-wear show by Elisabeth Quin. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2010/03/fall-winter-show.gallery.html>
- Chanel. (2010b, May 12). Celebrities review. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2010/05/celebrities-review-2.html>
- Chanel. (2010c, May 12). Cruise 2010/11 show. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2010/05/cruise-201011-show.html>
- Chanel. (2010d, July 7). Fall-Winter 2010/11 haute couture by Elisabeth Quin. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2010/07/fall-winter-201011-haute-couture-show.gallery.html>
- Chanel. (2011a, October 13). Chanel my underwater life by Elisabeth Quin. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2011/10/chanel-my-underwater-life-by-elisabeth-quin.html>
- Chanel. (2011b, October 18). The soundtrack by Michel Gaubert “A yearning for mythology”. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2011/10/a-yearning-for-mythology.html>
- Chanel. (2011c, December 7). Paris-Bombay métiers d'art show. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2011/12/paris-bombay-metiers-d-art-show.html>
- Chanel. (2011d, December 14). Paris-Bombay métiers d'art by Elisabeth Quin. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2011/12/paris-bombay-metiers-d-art-br-by-elisabeth-quin.html>
- Chanel. (2012a, January 24). Spring-summer 2012 haute couture. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2012/01/spring-summer-2012-haute-couture.gallery.html>
- Chanel. (2012b, January 25). Set of the show. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2012/01/set-of-the-show.html>
- Chanel. (2012c, March 6). Fall-Winter 2012/13 ready-to-wear. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2012/03/fall-winter-2012-13-ready-to-wear.html>
- Chanel. (2012d, October 10). Spring-Summer 2013 ready-to-wear by Elisabeth Quin. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2012/10/spring-summer-2013-ready-to-wear-br-by-elisabeth-quin.html>
- Chanel. (2013a, January 22). Show decor. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2013/01/show-decor.html>
- Chanel. (2013b, January 22). Spring-Summer 2013 haute couture show. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2013/01/spring-summer-2013-haute-couture-show0.gallery.html>
- Chanel. (2013c, March 5). Show decor fall-winter 2013/14 ready-to-wear. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2013/03/show-decor-fall-winter-2013-14-ready-to-wear.html>
- Chanel. (2013d, October 1). Show decor. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2013/10/show-decor.html>
- Chanel. (2014a, January 21). Spring-Summer 2014 haute couture show. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/>

- home/2014/01/spring-summer-2014-haute-couture-show-gallery.html
- Chanel. (2014b, January 24). Cambon club by Michel Gaubert. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2014/01/cambon-club-by-michel-gaubert.html>
- Chanel. (2015a, March 10). The show decor. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2015/03/the-show-decor.html>
- Chanel. (2015b, March 12). The French collection. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2015/03/all-winter-2015-16-ready-to-wear-the-french-collection.html>
- Chanel. (2016a, March 8). Finale of the show. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2016/03/finale-of-the-show.html>
- Chanel. (2016b, March 8). The show decor. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2016/03/the-show-decor.html>
- Chanel. (2016c, May 3). Finale of the show. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2016/05/finale-of-the-show.html>
- Chanel. (2016d, May 5). The ibeyi duo performance in Cuba. *Chanel News*, Retrieved April 10, 2016, from <http://chanel-news.chanel.com/en/home/2016/05/the-ibeyi-duo-performance-in-cuba.html>
- Chang, A. H., & Park, M. N. (2001). Performance as a factor in the contemporary fashion show: Focus on the Paris and London collections since the 1990s. *Journal of the Korean Society of Costume*, 51(4), 71-80.
- Chang, M. H. (2012). *A study on the expressing type of modern fashion performance*. Unpublished master's thesis, Duksung Women's University, Seoul, Korea.
- Cho, W. I., & Suh, S. H. (2014). Cultural features in modern digital fashion shows focusing on hybrid digital culture. *Journal of the Korean Society of Costume*, 64(6), 131-147. doi:10.7233/jksc.2014.64.6.131
- Ecko. (2009, January 31). Peacemaker [Blog Post]. Retrieved April 14, 2016, from <https://eckovision.wordpress.com/tag/peacemaker>
- Fisher, L. A. (2016, March 7) The evolution of Chanel's ready-to-wear runway shows. *Harperbazaar*, Retrieved April 14, 2016, from <http://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-week/g4235/chanel-rtw-runway-shows>
- Fluxus. (1997, July 15). Intermedia chart: Dick Higgins. Retrieved April 14, 2016, from <http://www.fluxus.org/FLUXLIST/intermed.htm>
- Higgins, D., & Higgins, H. (2001). Intermedia. *Leonardo*, 34(1), 49-54. doi:10.1162/002409401300052514
- Hong, H. R., & Kim, Y. I. (2014). Communication characteristics of fashion shows using digital images. *Journal of the Korean Society of Costume*, 64(6), 1-15. doi:10.7233/jksc.2014.64.6.001
- Huh, G. Y. (2011). *A study on the fashion presentation*. Unpublished master's thesis, Hong-Ik University, Seoul, Korea.
- Kim, H. S. (2009). A study on modern art makeup applying pop art -Focused on John Galliano fashion show in 2008~2009. *Journal of Investigative Cosmetology*, 15(3), 815-824.
- Kim, J. H., & Kim, Y. S. (2013). Expression types and aesthetic characteristics of space directing at Chanel fashion shows. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 37(6), 809-826. doi:10.5850/JKSC.2013.37.6.809
- Kim, J. Y. (2002). *A study on the environmental design as the application of expressional characteristics of intermedia art: Focused on the "S fashion" shopping environment*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Kim, S. Y. (2012). *Intermedia utilization and the changing patterns in dance: With the performances of chunky move*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul, Korea.

- Kwon, K. R., & Kim, K. J. (2011). The art of tangle: Inter-media art. *The Korean Journal of Art and Media*, 10(2), 163-174.
- Kwon, Y. J. (2011). *A reconsideration of fluxus focusing on the intermedia*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul, Korea.
- Lee, S. R., & Kim, H. Y. (2011). The modern fashion show in the digital image age. *Journal of Korean Society of Design Science*, 24(1), 129-140.
- Martin, J. J. (2010, October 6). The Chanel S/S 2011 set at Grand Palais. *Wallpaper*, Retrieved April 10, 2016, from <http://www.wallpaper.com/fashion/the-chanel-ss-2011-set-at-grand-palais>
- Mower, S. (2010, March 9). Chanel: Fall 2010 ready-to-wear review. *Vogue*, Retrieved November 18, 2015, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2010-ready-to-wear/chanel>
- Mower, S. (2015, October 6). Chanel: Spring 2016 ready-to-wear review. *Vogue*, Retrieved November 18, 2015, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/chanel>
- Na, J. K. (2008). Research on inter-media art expressions in performing arts. *The Treatise on the Plastic Media*, 11(2), 43-48.
- Packer, R., & Jordan, K. (2004). *멀티미디어: 바그너에서 가상현실까지* [Multimedia: From Wagner to virtual reality] (Art Center Nabi Curator Lab, Trans.). Seoul: Nabipress. (Original work published 2002)
- Park, J. C. (2008). Intermediality and the reinvention of cinematic specificity. *The Journal of Image & Film Studies*, 12, 113-135.
- Park, J. S. (2013). Regular articles: A study on the methods to express the mannish image in fashion show make-Up. *Journal of Investigative Cosmetology*, 9(2), 173-179.
- Vogue Korea. (2010, October 26). Chanel: Spring/Summer 2011 ready to wear review. Retrieved April 21, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2010/10/26/ready-to-wear-2011-ss-chanel/#2>
- Vogue Korea. (2011, November 23). Chanel: Spring/Summer 2012 ready to wear review. Retrieved April 21, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2011/11/23/ready-to-wear-2012-ss-chanel/#1>
- Vogue. (2013). Chanel: Spring 2014 ready-to-wear [Collection Image]. Retrieved April 10, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-ready-to-wear/chanel>
- Vogue. (2014a). Chanel: Fall 2014 ready-to-wear [Collection Image]. Retrieved April 10, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/chanel>
- Vogue. (2014b). Chanel: Spring 2015 ready-to-wear [Collection Image]. Retrieved April 10, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/chanel>
- Vogue. (2015a). Chanel: Fall 2015 couture [Collection Image]. Retrieved April 10, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-couture/chanel>
- Vogue. (2015b). Chanel: Spring 2016 ready-to-wear [Collection Image]. Retrieved April 10, 2016, from <http://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/chanel>
- World Heritage Routes Travel. (1979). Introduction to palace and park of Versailles. Retrieved April 10, 2016, from <http://worldheritage.routes.travel/world-heritage-site/palace-park-versailles>