

현대 패션 컬렉션에 나타난 네크리스의 디자인 특성 연구

- 2013년 S/S - 2015년 F/W 컬렉션을 중심으로 -

강민채·김정혜*

이화여자대학교 대학원 조형예술대학 패션디자인전공 박사과정 수료
이화여자대학교 조형예술대학 섬유패션학부 패션디자인전공 교수*

요약

소비자들의 기호가 다양화되고 세분화됨에 따라 정형화된 아름다움보다는 각자의 개성과 차별성을 중요시하는 경향이 나타났다. 이에 따라 액세서리를 통해 표현되는 미적 측면이 더욱 중요해졌다. 다양한 패션 액세서리 중 네크리스는 얼굴과 의상의 가교 역할을 하며, 액세서리 자체의 의미를 넘어서 강렬한 느낌과 메시지를 불러일으키는 상징적인 역할도 하고 있다. 본 연구의 목적은 이처럼 중요한 역할을 하는 네크리스의 조형적 특성과 이미지를 분석하여 분류기준을 재정립하고 현대 패션 컬렉션에 나타나는 네크리스의 특성을 도출하였다. 연구 범위는 최근 3년(2013~2015)의 S/S, F/W 패션 컬렉션으로 제한하였다. 분석대상으로는 선행연구를 바탕으로 선정한 5개 주요 브랜드와 최근 컬렉션을 통해 지속적으로 액세서리 라인을 발표하고 있는 2개 브랜드의 65개 이미지를 선정하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 현대 패션에 있어서 네크리스는 패션 트렌드의 부족한 감성을 보완하고, 효과적인 아름다움을 표현하기도 하며, 최근에 이르러 그 역할이 증대되었다. 둘째, 현대 패션 컬렉션에 나타난 네크리스를 분석한 결과 네크리스는 형태, 소재의 요소와 스타일 측면에서 융합성과 확장성을 보이며, 형태, 문양의 요소에서는 의외성이 나타났다. 셋째, 네크리스는 다양한 문화와 트렌드를 공유하며 빠르게 진행되는 현대 패션의 중요한 아이템으로서, 여러 가지 디자인과 스타일링 이미지를 창출해 내며 끊임없이 발전하고 있다. 본 연구 결과는 현대 패션에서 역할이 점차 중요해지고 있는 네크리스를 분석하는 기준을 재정립하고, 현대 네크리스의 특성을 도출하였다는 점에서 의의가 있다. 본 연구는 네크리스 디자인을 연구하는 데 있어 기초적인 연구 자료로 활용될 수 있을 것이다. 또한 실제 디자인을 실현하는 단계에서 디자인 발상의 자료로 활용할 수 있을 것으로 기대한다.

주제어 : 패션 액세서리, 네크리스, 액세서리 컬렉션, 패션 트렌드, 디자인 융합

*교신저자: 김정혜, junhaekim@ewha.ac.kr

접수일: 2016년 5월 20일, 수정논문접수일: 2016년 6월 7일, 게재확정일: 2016년 6월 16일

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

자기만족을 위한 개인의 욕구가 강해짐에 따라, 현대사회에서는 시각 이미지를 중시하는 개성 중심의 패션이 주를 이루고 있다. 즉, 생산성, 기능성, 실용성을 추구해 오던 패션에서 다양성, 심미성 등 소비자의 자아 표출을 위해 감각화된 아이템이 필요한 패션으로 변화한 것이다. 또한 소비 수준이 높아지면서 라이프스타일이 확대되고, 그에 따라 자신이 추구하고자 하는 이미지의 패션을 연출하려는 욕구가 강해졌다. 현대 패션 산업이 도털 패션화되면서 이미지 연출의 요소가 의복뿐 아니라 헤어와 메이크업, 소품과 장신구 등의 액세서리까지 확대되었다.

현대의 액세서리는 패션 이미지의 완성도를 높이고 다양하게 변화시킬 수 있는 중요한 요소이다. 또한 강렬한 패션 이미지의 상징적인 메시지를 불러 일으키는 매체로서의 역할도 하고 있다. 이에 따라 패션 액세서리에 대한 전문적인 연구가 이루어져야 할 것으로 본다.

고대에서부터 여러 가지 의미를 나타내며 발전해 온 패션 액세서리는 현대에 이르러 그 아이디어와 소재에 따라 부가가치를 높일 수 있는 수단으로 자리 잡고 있다. 패션 액세서리는 감성을 중시하며 개인의 취향을 존중 받고 싶어 하는 현대인들에게 상품성과 장식성을 함께 갖춘 항목이다. 패션 액세서리 중에서도, 목둘레를 장식하는 장신구인 네크리스(necklace)는 다른 어떤 액세서리보다도 착용자의 얼굴 근처에 위치한다. 따라서 감상자의 시선을 집중시키는 효과가 매우 크며, 패션의 이미지를 완성하고자 하는 소비자들에게 패션 아이템으로서 중요한 의의를 갖는다. 네크리스는 의복과 같은 콘셉트로 조화를 이루며 표현되기도 하고, 그 부피와 크기의 비중이 점점 커지고 있

다. 이에 따라 네크리스를 통한 미적 표현이 극대화되고 장식성의 의미를 넘어 예술의 경지까지 이르고 있다. 또한 Society Korea Jewelry Coordination ([SKJC], 2003)에 따르면 네크리스는 대중의 기호와 다양한 재료를 수용하면서 그 종류와 형태가 여러 가지로 발전하고 있으며, 다양한 패션 디테일과 결합하며 새로운 아이템으로 발전하고 있다고 나타났다.

이러한 변화와 더불어 네크리스의 중요성을 강조한 다수의 선행 연구들이 있었다. Kim(2012a)은 프레타포르테에 나타난 목걸이 장식에 대한 연구에서 패션 액세서리 중 네크리스의 비중이 높은 브랜드를 선정하여 네크리스 이미지 분석의 틀을 제시하였다. Bae and Ahn(2011)은 패션 컬렉션에 나타난 네크리스의 조형적 특징 연구에서 네크리스의 형식적 특성과 이미지별 특성, 연도 시즌 별 특성을 분석한 바 있다. 한편 Bae and Lee(2011)는 패션 이미지 특성에 따른 네크리스 코디네이션(necklace coordination)에 관한 연구에서 네크리스 코디네이션의 방향을 제시하며 그 중요성을 강조한 바 있다.

이와 같은 연구들에 이어, 본 연구는 최근의 패션 컬렉션을 중심으로 네크리스의 디자인 특성을 심층적으로 파악하는 연구를 시도하고자 한다. 네크리스의 디자인을 다각도에서 유형화할 것이며, 이 과정을 통해 네크리스의 현대적 디자인 특성을 찾는 것에 본 연구의 목적을 둔다.

2. 연구의 방법 및 범위

본 연구의 방법 및 범위를 서술하면 다음과 같다. 첫째, 패션 액세서리 중 하나로 분류되고 있는 네크리스의 개념을 명백하게 밝히기 위해 일반적인 정의를 찾고, 역사적 의미와 특징 등을 탐색한다. 이는 패션 전문 서적과 간행물 및 선행 연구를 통한 이론적 고찰을 바탕으로 서술하였다. 둘째,

Table 1. 연구 범위 내의 컬렉션.

연도	시즌	샤넬	랑방	마르니	모스키노	랄프로렌	기타 브랜드	총
2013	S/S	22	7	0	0	0	1	30
	F/W	24	38	0	2	5	1	70
	소계	46	45	0	2	5	2	100
2014	S/S	36	16	8	27	0	13	100
	F/W	24	15	4	14	5	26	88
	소계	60	31	12	41	5	39	188
2015	S/S	34	19	13	12	16	18	112
	F/W	37	17	3	26	2	6	91
	소계	71	36	16	38	18	24	203
총		191	98	26	83	28	65	491

네크리스 디자인의 경향 분석을 위하여 연구 분석 대상을 세계 4대 패션 컬렉션인 뉴욕, 런던, 밀라노, 파리의 여성 기성복(ready-to-wear) 컬렉션 중 2013년 S/S부터 2015년 F/W까지 최근 3년으로 제한하였다. 분석 대상이 되는 주요 브랜드는 선행연구에서 주목했던 3개의 대표 브랜드와 최근 컬렉션을 통해 지속적으로 액세서리 라인을 발표하고 있는 2개의 브랜드를 추가하여 선정하였다. 결과적으로, 샤넬(Chanel), 랑방(Lanvin), 마르니(Marni), 모스키노(Moschino), 랄프로렌(Ralph Lauren) 등이 이에 해당한다.

브랜드별로 샤넬 191종, 랑방 98종, 마르니 26종, 모스키노 83종, 랄프로렌 28종으로 총 426개의 이미지가 주요 분석대상으로 1차 선정되었다(Table 1). 여기에 심도 있는 연구를 위하여 보그 코리아(www.vogue.co.kr) 패션 컬렉션에서 주요 브랜드와 다른 형식의 네크리스를 발표한 기타 브랜드 65개의 이미지를 추가하여 총 491개의 이미지를 연구 대상으로 선정하였다.

셋째, 최근 네크리스 디자인 경향에 대한 심층 분석하기 위해 선행연구를 바탕으로 하여 분류 기준을 재정리 하였다. 네크리스의 분류 기준을 먼저 단일 아이템과 스타일링 아이템으로 나눈 후, 단일 아이템으로서의 분석은 패션 디자인 요소를 기준으로 하고, 스타일링 아이템으로서의 네크리

스는 역할에 따라 분석하였다. 넷째, 분석한 통계 자료를 바탕으로 하여 현대 패션에 나타난 네크리스 디자인의 특성을 연구하고 그 의미를 도출하였다.

II. 네크리스에 대한 일반적인 개념 및 분류

1. 네크리스의 개념

네크리스는 목이나 앞가슴을 장식하는 줄 모양 또는 고리 모양으로 된 장신구라는 의미를 지니고 있다(doopedia, 2016). 네크리스는 목걸이, 패션 목걸이, 프랑스로 폴리에(collier) 등으로 보편화되어 불리고 있다. 지칭하는 것은 같으나 의미 전달에 혼선을 초래할 수 있어 본 연구에서는 학술적 의미로 가장 많이 사용되고 있는 ‘네크리스’로 통일하였다

네크리스는 장식의 기능을 가진 액세서리의 한 종류이다. 실용적인 역할을 하는 가방, 구두와 같이 반드시 착용해야 하는 것은 아니지만, 얼굴과 가까운 곳에 착용되어 착용자가 연출하고자 하는 이미지를 효과적으로 표현한다. 또한, 의복의 콘셉트와 조화를 이루거나 평범한 의복에 포인트를 줌

으로써 의복을 더욱 돋보이게 한다. Cho(2004)의 연구에서 직장인들이 비교적 많이 착용하는 액세서리는 네크리스, 반지, 귀걸이로 나타났으며, Shin and Choi(2008)의 연구에 따르면 여대생들이 가장 많이 소유한 액세서리는 귀걸이, 네크리스, 반지, 헤어핀, 시계 순으로 나타났다. 이상의 선행연구에서 알 수 있듯이 네크리스는 사람들이 많이 소유하고 있는 액세서리임을 알 수 있다.

고대 시대의 네크리스는 인류가 장식에 관심을 가졌음을 기록하고 있는 선사시대의 유물을 통해서 찾아볼 수 있다. 장식의 욕구는 인간뿐만 아니라 침팬지와 같은 영장류에서도 나타나고 있다. Victoria(1988)에 따르면 의복이 발달하지 못했던 시대에는 신체장식이 유일한 장식 수단이었으며, 신체장식을 통하여 성적 유혹, 승리감의 표시, 상대방에 대한 공포심 조성, 종교행사 등이 표현되었다. 과거의 네크리스는 착용자의 경제적 부유함을 나타내거나 사회적 지위를 표출하기 위하여, 혹은 결혼이나 약혼과 같은 특별한 목적으로 사용하였다. 반면 현대에 이르러서는 자신의 기분과 스타일에 따라 개성을 표현하는 하나의 패션으로 자리잡게 되었다.

1900~1930년대에는 물질적 풍요와 평화로 인해 생활 전반적인 스타일에 더욱 관심이 증가하였으며, 이전까지 주재료로 사용된 다이아몬드가 1900년대부터 더욱 활성화되었다. 1910년대에는 아르데코 스타일(art deco style)의 양식화된 기하학적 모티프가 주를 이루는 네크리스가 등장하기 시작하였다. Kim et al.(2001)의 연구에 따르면 이 시기에는 크롬을 도금한 황동이나 은을 소재로 기하학적인 장신구를 제작하였는데, 단색 에나멜이나 나무, 적철광, 석영 패널 등 전통적으로 쓰지 않았던 값싼 소재에 관심을 보였다. 샤넬은 1920년대 중엽에 여러 줄로 된 인조 진주 목걸이를 등장시켰고, 1930년대에는 천연 보석과 모조석을 함께 사용하여 풍부한 색상의 에나멜 분야를 발전시켰다.

1940년과 1950년대의 네크리스는 모조 다이아몬드, 준보석, 다양한 색상의 모조 진주, 플라스틱 등이 값비싼 보석류들에 의해 대체되면서 더욱 대담하고 화려하게 변화하였다. 이러한 현상은 1970년대 초까지 계속되었다.

다원주의 시대인 1970년대에는 새로운 매체가 등장하였다. 바로 개념미술, 대지미술, 페미니즘 예술로서의 공예, 비디오 아트, 미디어 아트, 퍼포먼스 아트 등이 그것이다. 자신만의 패션을 표현하게 되면서 예술적인 교스튠 네크리스(costume necklace)가 유행하고, 갤러리 등에서 판매되었다. Kim et al.(2001)의 연구에서는 1980년대에 플라스틱 소재의 장신구가 다시 유행하면서 플라스틱 ‘참 네크리스(charm necklace)’가 인기 있는 아이템 중의 하나였다고 언급하였다. 1990년대 이후의 네크리스는 머리끝부터 발끝까지의 패션 스타일에 포함되어 총체적인 이미지를 연출한다. 따라서 네크리스 선택 시 용도와 목적, 디자인 등의 특성을 고려하여 자신과 어울리는 것을 선택하여야 하고, 동시에 트렌드를 고려해야 세련미를 더할 수 있다.

지금까지 살펴본 것을 토대로 네크리스의 일반적인 특징을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 네크리스는 패션의 이미지를 마무리하고 완성시킨다. 같은 의상을 착용했다 하더라도 첨가되는 네크리스의 디자인과 소재에 따라 표현할 수 있는 패션 이미지가 매우 다양하다. 의복의 형태가 단순화되고 실용적으로 변화함에 따라 네크리스에 의한 다양한 연출법이 시도되며, 원래의 의복이 가지고 있는 역할과 이미지를 변화시킬 수 있다. 둘째, 네크리스는 인체의 장점을 강조하고 단점을 보완할 수 있다. 예를 들어 얼굴에 시선이 집중되는 것을 피하고 싶다면 롱 네크리스(long necklace)나 화려한 참 네크리스를 착용하는 등 자신이 있는 부분은 강조하고, 감추고 싶은 부분은 시선으로부터 멀어지게 하여 결점을 보완할 수 있다. 셋째, 네크리스는 패션 이미지의 차별화를 위한 효과적인 방법이

다. 동일한 의복을 입은 사람과의 차별화를 위해서 네크리스를 착용하는 것은 경제적이고 효과적인 방법이다. 넷째, 네크리스는 현대로 오면서 예술적인 감성과 철학이 더해져 장식적인 기능뿐 아니라 문화적 기호로 그 인식이 전환되고 있다.

2. 네크리스의 분류

패션 액세서리의 한 종류로 분류되는 네크리스에 대한 연구는 의류에 비해 부족하다. 따라서 통일된 하나의 분류 기준을 정하는 것은 어려운 실정이다. 여러 선행 연구를 바탕으로 정리한 내용은 <Table 2>와 같다.

본 연구에서는 현대 패션에 나타난 네크리스의 특성을 살펴보기 위하여 <Table 2>의 선행연구 통

해 네크리스의 분류 기준을 재정리하였다. 이를 위해 네크리스의 역할을 기준으로 단일 아이템으로서의 분류와 스타일링 아이템으로서의 분류로 구분하였다. 단일 아이템으로서의 분류는 네크리스를 패션의 보조 수단보다는 독립적인 패션 아이템 그 자체로 간주하는 것이며, 스타일링 아이템으로서의 분류는 네크리스를 의상과 함께 패션 스타일링의 수단으로 간주하는 것이다.

단일 아이템으로서의 네크리스 디자인 특성을 살펴보기 위하여 Gong(2003)이 언급한 패션 디자인 요소로서의 분류를 기준으로 하였다. 즉 형태, 색채, 소재에 문양을 추가하여 최종적으로는 <Table 3>과 같은 분류 기준을 설정하였다. 스타일링 아이템으로서 네크리스의 분류는 <Table 4>와 같이 설정하였으며, 그 기준은 스타일링 이미지를

Table 2. 선행연구에 따른 네크리스 분류 기준.

연구자	네크리스 분류 기준	분류 기준에 따른 네크리스 종류
Lee et al.(2011)	종류	도그칼라, 펜던트, 초커, 롱 네크리스, 비브, 참 스트링네크리스, 그라데이션 네크리스, 마티네
Kwon(2000)	형태, 구성	네크리스, 연주형 네크리스, 네크피스, 네크리트, 초커, 펜던트, 액터럴 네크리스, 로키트 네크리스
Baek(2005)	길이	연주형 네크리스, 체인형 네크리스, 연결형 네크리스, 완전형 네크리스, 단순형 네크리스, 체인형 네크리스, 로사리오형 네크리스, 백밴드형 네크리스, 펜던트형 네크리스, 칼라형 네크리스
Choi(2004)	길이, 형태	초커, 프린세스, 마티네, 오페라, 로프 네크리스, Y자형

Table 3. 단일 아이템으로서 네크리스 분류 기준.

형태			색채	소재	문양
길이	크기	구성			
장 (가슴 이하) 중 (가슴 ~ 앞목점) 단 (목점 근처) 복합	대 (가로 30cm × 세로 40cm) 중 (가로 20cm × 세로 30cm) 소 (가로 20cm × 세로 20cm)	전통형 비정형 복합형	단색 계열 무채색 계열 2-3가지 색채 4가지 이상 색채 기타	준보석/원석/비즈 섬유 플라스틱 금속 가죽 기타 복합	기하학 사실적 추상적 문자적 동물/곤충/식물 기타

Table 4. 스타일링 아이템으로서 네크리스 분류 기준.

스타일링 이미지 - 네크리스와 의복과의 관계	스타일링 이미지 - 역할
단일 이미지 (네크리스 이미지=의복 이미지)	주조 역할
결합 이미지 (네크리스 이미지≠의복 이미지)	보조 역할

나타내는 것에 있어서 네크리스와 의복과의 관계, 그리고 네크리스의 역할로 구분하였다.

III. 현대 패션에 나타난 네크리스의 유형 분류

1. 단일 아이템으로 패션디자인 요소에 의한 분석

1) 형태

패션 컬렉션에 나타난 네크리스 형태별 유형은 네크리스의 길이, 크기, 구성을 기준으로 분석 가능하다. 선행연구의 형태 분류에 대한 기준을 바탕으로, 길이는 장/중/단/복합형, 크기는 대/중/소, 구성은 전통형/비정형/복합형으로 재구성하였다. 길이에 대한 세부 분류로 장의 길이는 네크리스의 끝부분이 가슴 이하, 중의 길이는 네크리스의 끝부분이 가슴과 앞 목점 사이, 단의 길이는 네크리스의 끝부분이 목 점 근처, 복합 길이는 두 가지 이상의 길이가 복합적으로 연출되는 것으로 정의할 수 있다. 또한, 크기에 대한 세부 분류로 대는 가로 30cm × 세로 40cm, 중은 가로 20cm × 세로 30cm, 소는 가로 20cm × 세로 10cm으로 정의된다. 구성에 대해서는 Kwon(2000)의 연구에 의거하여 연주형, 체인형, 연결형, 완전형, 단순형을 통합하여 전통형으로 분류하였고, 전통형을 제외한 네크리스를 비정형으로 분류하였다.

이와 같은 분류를 기준으로 최근 3년 간 패션 컬렉션에 나타난 네크리스의 길이를 분석한 결과, 전체 브랜드의 수량 별 분포가 높은 순으로는 단, 혼합, 중, 장이며, 브랜드 별 구체적인 결과는 <Figure 1>과 같다. 단 길이의 네크리스에서는 샤넬, 랑방, 모스키노, 기타 브랜드, 마르니, 샤넬 순으로 나타났으며, 혼합 길이의 네크리스에서는 모스키노, 랑방, 샤넬, 랄프로렌, 마르니, 기타 브랜

드 순으로 나타났다. 중 길이의 네크리스는 랑방, 기타 브랜드, 샤넬, 모스키노, 마르니, 랄프로렌 순으로 나타났고, 마지막으로 장 길이의 네크리스는 기타 브랜드, 샤넬과 모스키노, 랑방, 랄프로렌, 마르니 순으로 나타났다. 이상의 결과, 네크리스는 목점 근처의 짧은 길이가 가장 많은 비중을 차지한다는 것을 알 수 있었다. 이것은 네크리스가 패션 액세서리 중 유일하게 얼굴에 가까운 곳에 위치하며 얼굴을 돋보이게 하는 역할에 충실한 경향을 잘 나타낸다. 한편 혼합 길이의 네크리스는 다양한 조합의 새로운 아이템으로 자신을 표현하고자 하는 현대인의 심리를 잘 표현한다.

네크리스의 크기를 분석한 결과 많은 비중을 차지하는 순으로 나열하자면 중, 대, 소로 나타났고, 구체적인 결과는 <Figure 2>와 같다. 중 크기의 네크리스는 샤넬, 랑방, 기타 브랜드, 모스키노, 마르니, 랄프로렌 순으로, 대 크기의 네크리스는 랑방, 샤넬, 기타 브랜드, 모스키노, 랄프로렌, 마르니 순으로, 소 크기의 네크리스는 샤넬, 모스키노, 랑방과 랄프로렌, 기타 브랜드, 마르니의 순으로 나타났다. 소재와 색채 등 기타 디자인 요소에 따라 다르게 나타날 수 있겠지만, 중 이상의 크기가 전체 네크리스의 약 80%를 차지하는 것으로 보아 최근 패션 컬렉션의 네크리스 디자인에서 크기가 큰 네크리스가 우세한 경향성을 파악할 수 있다. 2007년부터 2010년까지의 액세서리 경향을 분석한 Lee et al.(2010)의 연구에서 알 수 있듯이 크기가 큰 펜던트가 부착되는 등 여러 가지 스타일의 볼드(bold)한 네크리스가 계속 인기를 얻고 있다.

네크리스 구성에 대한 분류 결과 많은 비중을 차지하는 순으로 나열하자면 전통형, 비정형, 복합형으로 나타났다. 전통형의 네크리스는 샤넬, 모스키노, 랑방, 기타 브랜드, 랄프로렌, 마르니의 순으로 나타났으며, 비정형의 네크리스는 전통형을 제외한 형태의 네크리스로 샤넬, 랑방, 기타 브랜드, 모스키노, 마르니, 랄프로렌 순으로 나타났다. 한

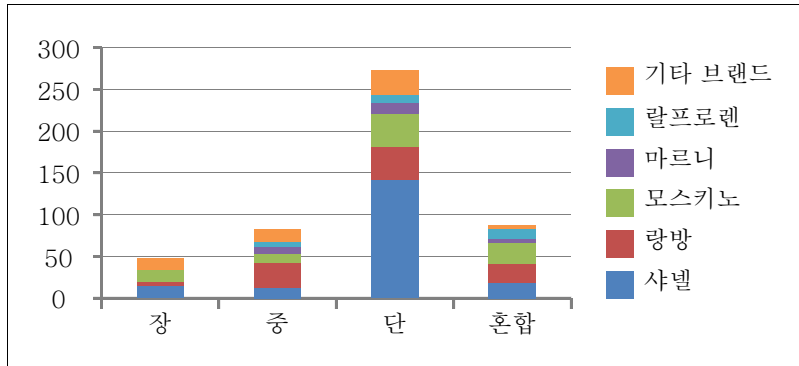


Figure 1. 길이에 의한 네크리스 분석.

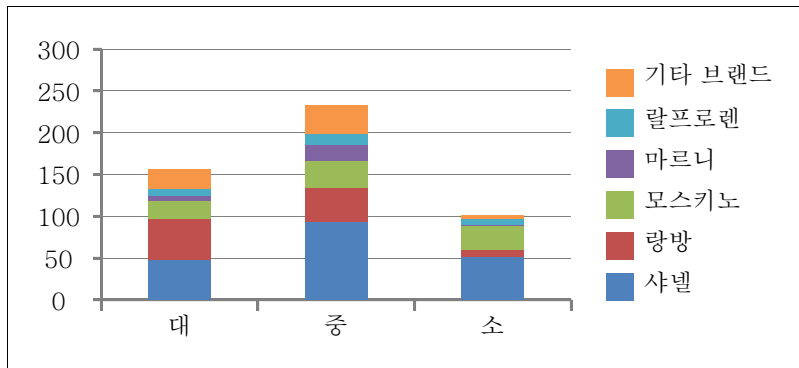


Figure 2. 크기에 의한 네크리스 분석.

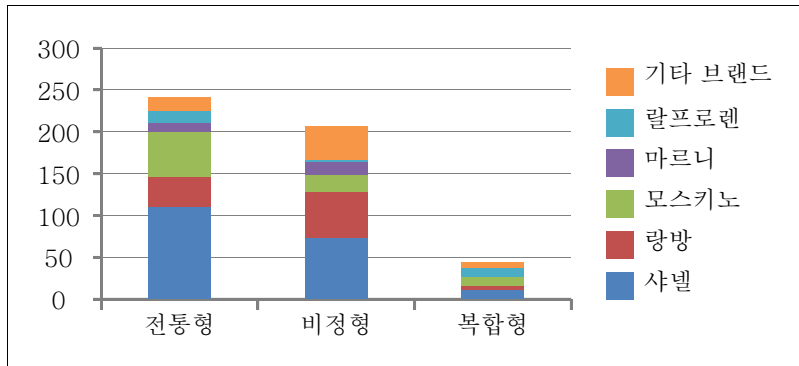


Figure 3. 구성에 의한 네크리스 분석.

편 두 가지 이상의 구성형태로 이루어진 복합형의 네크리스는 랄프로렌, 샤넬과 모스키노, 기타 브랜드, 랑방, 마르니의 순으로 나타났으며, 이를 정리

하면 <Figure 3>과 같다. <Figure 1>, <Figure 2>, <Figure 3>을 통합적으로 정리한 <Table 5>에서 알 수 있듯이, 전통적인 형태를 벗어난 비정형, 복합

Table 5. 형태 분석에 따른 네크리스의 통계.

형태		브랜드							합계
		샤넬	랑방	마르니	모스키노	랄프로렌	기타 브랜드		
형태	길이	장	14	5	0	14	1	14	48(10%)
		중	12	30	9	10	6	16	83(17%)
		단	141	40	13	39	10	30	273(56%)
		혼합	18	23	6	24	11	5	87(18%)
	크기	대	47	50	6	21	8	24	156(32%)
		중	93	40	19	33	13	35	233(47%)
		소	51	8	1	29	7	6	102(21%)
	구성	전통형	109	36	10	55	15	16	241(49%)
		비정형	72	56	16	20	2	40	206(42%)
복합형		10	6	0	10	11	7	44(9%)	

형의 네크리스가 전체의 약 51%를 차지하였다. 즉 현대 컬렉션의 네크리스 형태는 전형적인 것에서 벗어나 다양한 형태를 추구하며, 전통형이 아닌 복합형의 네크리스가 보편화되고 있는 의외성이 나타나고 있음을 알 수 있다.

2) 색채

액세서리는 색채를 따로 논하기 어려울 정도로 다양한 스타일과 색채가 보편화되고 있다. 액세서리의 색채효과는 의복의 색채 트렌드 변화에 있어 중요한 요소로 부각되고 있다(Kwon, 2004). 또한 이미지를 형성하는 데 있어서 다른 디자인 요소들에 비해 시각적으로 중요한 역할을 하고 있다. 컬렉션에 나타난 색채 분석에서 비중이 높은 순으로는 2-3가지의 색채 혼합, 골드, 화이트, 4가지 이상의 색채 혼합, 그레이, 실버, 블랙, 그린블루, 레드, 블루, 네이비, 오렌지, 그린, 옐로우이다. 2-3가지의 색채 혼합은 샤넬, 랑방, 모스키노, 마르니와 기타 브랜드, 랄프로렌, 골드는 모스키노, 랑방, 샤넬과 기타 브랜드, 랄프로렌, 화이트는 샤넬, 모스키노, 기타 브랜드, 랑방, 마르니, 랄프로렌, 4가지 이상의 혼합색채는 랄프로렌, 기타 브랜드, 랑방, 마르니, 모스키노, 그레이는 샤넬, 랑방, 기타 브랜드, 실버는 샤넬, 기타 브랜드 그리고 랑방, 마르니, 랄

프로렌의 순으로 나타났다. 또한 블랙은 기타 브랜드, 랑방, 마르니, 모스키노, 랄프로렌, 그린 블루는 샤넬, 랄프로렌, 레드, 블루는 기타 브랜드, 모스키노, 네이비는 샤넬과 기타 브랜드, 오렌지와 그린은 기타 브랜드, 옐로우의 모스키노에서 나타났으며, 그 구체적인 결과는 <Figure 4>, <Table 6>과 같다. <Figure 4>, <Table 6>에 제시된 바와 같이 골드, 블랙, 화이트 등의 단일 색채로 이루어진 네크리스가 2-3가지 또는 4가지 이상의 색채가 혼합되어 이루어진 네크리스에 비해 많은 비율을 차지하고 있다.

이미지를 분석한 결과 네크리스의 소재로는 금속이 많이 사용되면서 단일 색채의 네크리스가 많은 비중을 차지하는 것으로 보인다. 또한 이로 인하여 골드, 실버와 같은 단일 색채의 네크리스가 많이 나타난다.

3) 소재

현대 패션 액세서리에 있어서 소재는 단순히 물리적 재료만의 역할을 수행할 뿐만 아니라, 고부가가치를 이끌며 디자인에 영감을 주는 디자인 요소로서 중요한 역할을 하고 있다. 패션 컬렉션에 나타난 네크리스 소재의 사용 빈도가 높은 순으로는 혼합, 금속, 플라스틱, 준보석, 원석, 비즈,

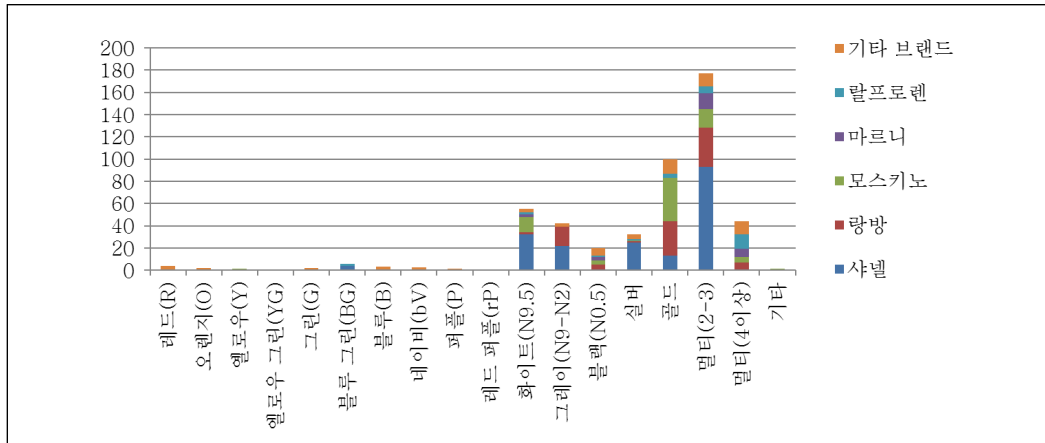


Figure 4. 색채에 의한 네크리스 분석.

Table 6. 색채 분석에 따른 통계.

색채 \ 브랜드	샤넬	랑방	마르니	모스키노	랄프로렌	기타 브랜드	합계
레드(R)	1	0	0	0	0	3	4(1%)
오렌지(O)	0	0	0	0	0	2	2(0%)
옐로우(Y)	0	0	0	1	0	0	1(0%)
옐로우그린(YG)	0	0	0	0	0	0	0(0%)
그린(G)	0	0	0	0	0	2	2(0%)
블루그린(BG)	4	0	0	0	1	0	5(1%)
블루(B)	0	0	0	1	0	2	3(1%)
네이비(bV)	1	0	0	0	0	1	2(0%)
퍼플(P)	0	0	0	0	0	1	1(0%)
레드퍼플(rP)	0	0	0	0	0	0	0(0%)
화이트(N9.5)	32	2	2	14	2	3	55(11%)
그레이(N9-N2)	22	17	0	0	0	3	42(9%)
블랙(N0.5)	0	5	3	4	1	7	20(4%)
실버	25	1	0	1	1	4	32(7%)
골드	13	31	0	39	4	13	100(20%)
멀티(2-3가지)	93	35	14	17	6	12	177(36%)
멀티(4가지 이상)	0	7	7	5	13	12	44(9%)
기타	0	0	0	1	0	0	1(0%)

섬유, 기타, 가죽 순으로 나타나며, 그 구체적인 결과의 <Figure 5>, <Table 7>과 같다. 2가지 이상의 혼합재료를 사용한 네크리스는 샤넬, 랑방, 마르니, 기타 브랜드, 모스키노, 랄프로렌, 금속을 소재로 한 네크리스는 샤넬, 모스키노, 랑방, 랄프로렌,

기타 브랜드, 마르니, 플라스틱을 소재로 한 네크리스는 샤넬, 모스키노와 기타 브랜드, 랑방, 마르니, 랄프로렌, 준보석·원석·비즈를 소재로 한 네크리스는 랄프로렌, 샤넬, 기타 브랜드, 랑방, 모스키노와 마르니, 섬유를 소재로 한 네크리스는 기타

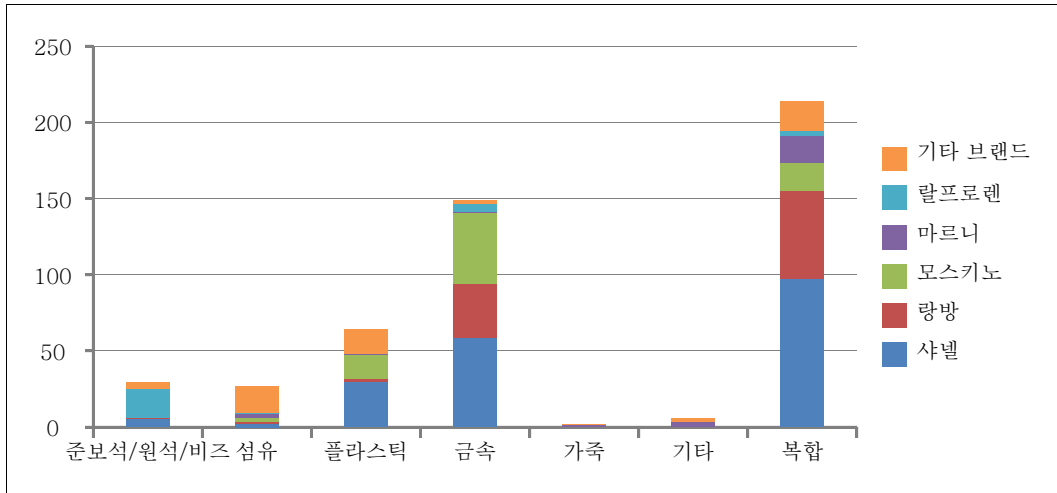


Figure 5. 소재에 의한 네크리스 분석.

Table 7. 소재 분석에 따른 통계.

소재 \ 브랜드	샤넬	랑방	마르니	모스키노	랄프로렌	기타 브랜드	합계
준보석/원석/비즈	5	1	0	0	19	4	29(6%)
섬유	2	1	2	3	1	18	27(5%)
플라스틱	29	2	1	16	0	16	64(13%)
금속	58	36	1	46	5	3	149(30%)
가죽	0	0	1	0	0	1	2(0.5%)
기타	0	0	3	0	0	3	6(1%)
복합	97	58	18	18	3	20	214(44%)

브랜드, 모스키노, 샤넬과 마르니, 랑방과 랄프로렌 순으로 나타났다. 또한 깃털, 비닐, 나무 등 기타 분류의 소재들과 가죽을 소재로 하는 네크리스는 기타 브랜드에서 일부 나타났다. 또한 건강한 삶을 추구하는 현대인의 라이프스타일이 반영된 네크리스 소재로서, 이전의 컬렉션에서는 단추, 비즈, 진주 등 다양한 재료가 재활용된 듯한 느낌으로 나타난 것과는 다르게 최근 컬렉션에서는 <Figure 6>, <Figure 7>과 같이 투명하거나 가벼운 느낌이 나는 소재들이 나타났다. 또한 특수 소재의 개발 및 발전이 이루어짐으로써 소재 영역이 확장되는 것을 볼 수 있다.

네크리스 소재에 대해 살펴본 결과 두 가지 이상의 소재들이 하나의 네크리스에 혼합된 네크리스가 전체의 43%로 가장 큰 비중을 차지하였다. 2014S/S 샤넬 컬렉션은 진주를 형상화하는 플라스틱 구형과 금속을 소재로 구성된 네크리스를 컬렉션 전반에 걸쳐 스타일링 하였고, 2013 F/W 샤넬 컬렉션에서는 차가운 느낌의 체인과 따뜻한 느낌의 패브릭을 결합하였다. 또한 2015 F/W 랑방 컬렉션에서도 차가운 느낌의 금속과 따뜻한 느낌의 섬유로 이루어진 테슬(tassel)을 결합하였으며 2015 S/S 마르니 컬렉션에서는 나무와 금속의 결합이 등장하였다. 2014 F/W 랑방 컬렉션 역시 차

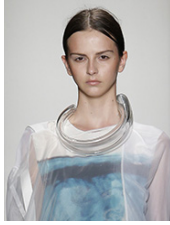


Figure 6. 소재 분석.
From Parsons MFA. (2015).
<http://www.vogue.co.kr>

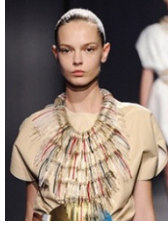


Figure 7. 소재 분석.
From Vionnet. (2015).
<http://www.vogue.co.kr>

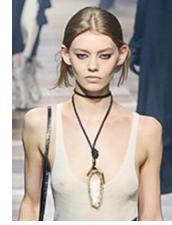


Figure 8. 질감 대비.
From Lanvin. (2015a).
<http://www.vogue.co.kr>



Figure 9. 질감 대비.
From Lanvin. (2015b).
<http://www.vogue.co.kr>

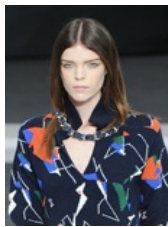


Figure 10. 질감 대비.
From Chanel. (2013a).
<http://www.vogue.co.kr>



Figure 11. 질감 대비.
From Chanel. (2015b).
<http://www.vogue.co.kr>

가운 금속, 준보석과 섬유의 조합과 같은 이질적인 소재의 결합에서 보이듯이 대부분의 소재가 반대되는 성질의 것들이 결합된 것으로 나타났다.

위에서 알 수 있듯이 네크리스의 소재 분석에서 가장 많은 비중을 차지하는 것은 복합 소재이다. 본 연구에서는 이를 바탕으로 하여 복합 소재로 이루어진 네크리스의 질감 대비를 살펴보았다. 질감 대비란 시각적, 촉각적으로 느낌이 다른 둘 이상의 질감이 서로 상관관계를 가질 때 나타나는 현상이다. 현대 니트웨어에 나타난 질감 대비에 관한 연구(Lee & Kim, 2013)를 참고로 재구성하였을 때, 현대 패션 컬렉션에서 나타나는 네크리스의 질감 대비 유형으로는 <Figure 8>, <Figure 9>, <Figure 10>, <Figure 11>과 같이 투명 대비, 경연 대비, 팽방 대비, 요철 대비가 있다.

이처럼 질감은 소재의 촉각적 질감뿐만 아니라 시각적 질감을 제공함으로써 다양한 효과를 느끼게 하며, 시각과 촉각이 통합된 소재의 질감은 개인의 기호나 감성에 대응할 수 있는 감성적

요소이다.

4) 문양

패션 컬렉션에 나타난 네크리스의 문양 사용 빈도는 기하학, 추상, 문자, 인공, 식물, 무생물과 혼합, 동물과 곤충순으로 나타났으며, 구체적인 결과는 <Figure 12>, <Table 8>와 같다. 기하학 문양은 샤넬, 모스키노, 랑방, 기타 브랜드, 랄프로렌, 마르니, 추상 문양은 랑방, 기타 브랜드, 마르니, 모스키노, 샤넬, 랄프로렌, 문자 문양은 브랜드 네임을 나타내는 경우와 텍스트나 단어의 조합으로 표현되었으며, 랑방, 모스키노, 기타 브랜드의 순으로 나타났다. 또한 인공 문양은 모스키노, 샤넬, 기타 브랜드, 식물 문양은 마르니, 기타 브랜드, 무생물 문양은 랑방, 기타 브랜드, 혼합 문양은 기타 브랜드, 랑방, 동물 문양은 랑방, 곤충 문양은 기타 브랜드, 랑방 순으로 나타났다. <Figure 12>에서 분석하였듯이, 일반적으로 생각하기 쉬운 기하학적 문양인 구슬을 꿰거나, 줄을 길게 늘어뜨리는 것에

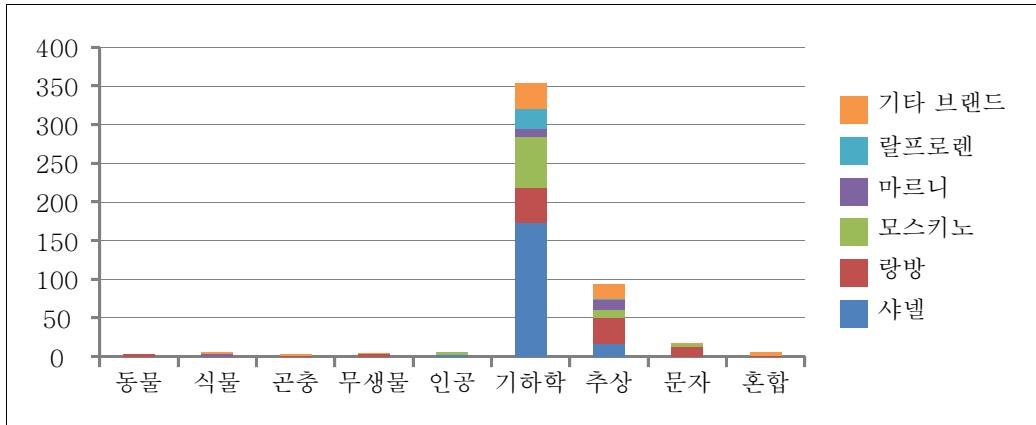


Figure 12. 문양에 의한 네크리스 분석.

Table 8. 문양 분석에 따른 통계.

문양 \ 브랜드	샤넬	량방	마르니	모스키노	랄프로렌	기타 브랜드	합계
동물	0	3	0	0	0	0	3(1%)
식물	0	0	3	0	0	2	5(1%)
곤충	0	1	0	0	0	2	3(1%)
무생물	0	3	0	0	0	1	4(1%)
인공	2	0	0	3	0	1	6(1%)
기하학	173	45	11	65	26	34	354(72%)
추상	16	33	12	11	2	19	93(19%)
문자	0	12	0	4	0	1	17(3%)
혼합	0	1	0	0	0	5	6(1%)

이어서 문자적 문양이 높은 비율을 차지함을 알 수 있다. 네크리스에 사용된 문자적 문양은 브랜드 네임과 같이 정확한 의미를 가진 언어 기호로 사용되기도 하고, 공통된 의미를 담고 있는 텍스트의 내용과 함께 시각적 효과를 활용한 문자의 장식적인 조형미를 포함하여 표현되기도 한다(Lee & Kang, 2012). 또한 현대 패션 액세서리에 나타난 동물 모티프는 자연미, 관능적인 여성미, 유희적인 이미지, 장식적인 이미지의 표현적 상징이다(Kim, 2012b).

2. 스타일링 아이템으로서의 이미지와 역할 분석

과거의 정형화된 아름다움보다는 남들과는 차별화된 패션 감각을 연출하고자 하는 욕구가 커지면서 단품 아이템을 스타일링 하면서 새로운 룩이 탄생하기도 하고 그것이 곧 트렌드가 되기도 한다(Lee & Roh, 2008). 네크리스를 착용한 패션 스타일링 이미지에 있어서, 단일 아이템으로서의 네크리스 이미지와 의상 이미지의 관계를 살펴볼 수 있다. 먼저 두 영역의 이미지가 동일한 경우와 동일하지 않은 경우로 구분할 수 있다. 이때

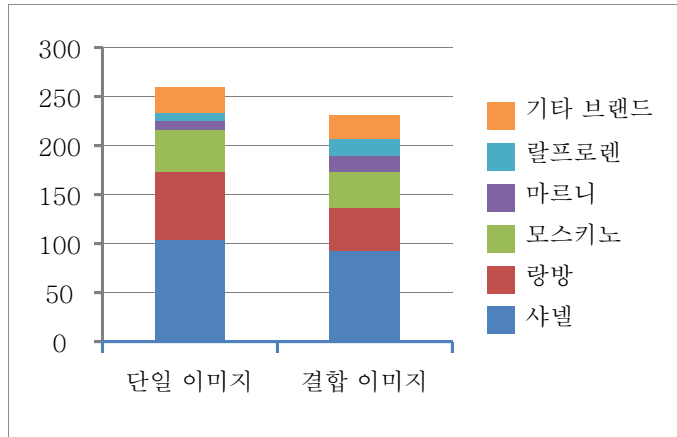


Figure 13. 네크리스 이미지와 의상 이미지와의 관계.

Table 9. 네크리스 이미지와 의상 이미지와의 관계에 대한 예시.

분류	단일 이미지 (네크리스 이미지=의복 이미지)		결합 이미지 (네크리스 이미지≠의복 이미지)	
이 미 지				
	Figure 14. 단일 이미지. From Sui. (2015). http://www.vogue.co.kr	Figure 15. 단일 이미지. From Cavalli. (2014). http://www.vogue.co.kr	Figure 16. 결합 이미지. From Moschino. (2015a). http://www.vogue.co.kr	Figure 17. 결합 이미지. From David. (2014). http://www.vogue.co.kr

Table 10. 네크리스 이미지와 의상 이미지와의 분석에 따른 통계.

분류 \ 브랜드	샤넬	랑방	마르니	모스키노	랄프로렌	기타 브랜드	합계
단일 이미지	103	70	9	43	8	27	260(53%)
결합 이미지	92	44	16	37	18	24	231(47%)

동일한 경우는 단일 이미지, 동일하지 않은 경우는 결합 이미지라고 정의하였고, 동일하지 않은 결합 이미지의 네크리스 역할은 보조와 주조로 재분류하였다.

단일 아이템으로서의 네크리스 이미지와 의상

이미지의 관계에 대한 구체적인 결과와 이미지는 <Figure 13>, <Table 9>, <Table 10>과 같다. 두 영역의 이미지가 동일한 경우는 전체의 55%를 차지하며, 이때 네크리스의 역할은 의상 이미지를 더욱 강하게 표현하는 것임을 알 수 있다. <Table 9>

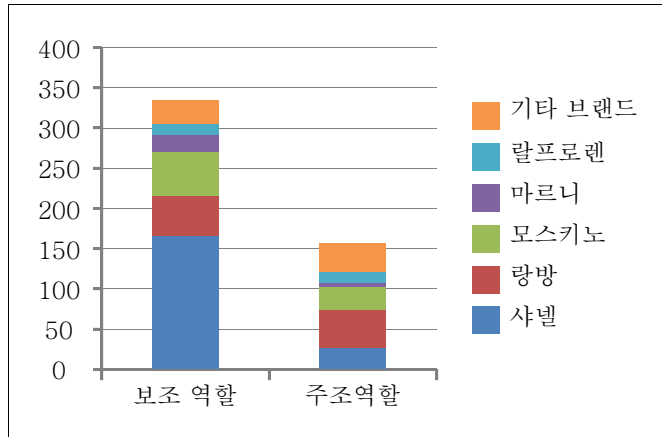


Figure 18. 스타일링 이미지에 따른 네크리스 역할 분석.

Table 11. 스타일링 이미지에 따른 네크리스 분석의 예시.

분류	보조 역할		주조 역할	
이미지				
	<p>Figure 19. 보조 역할. From Chanel. (2015c). http://www.vogue.co.kr</p>	<p>Figure 20. 보조 역할. From Chanel. (2015a). http://www.vogue.co.kr</p>	<p>Figure 21. 주조 역할. From Chanel. (2014c). http://www.vogue.co.kr</p>	<p>Figure 22. 주조 역할. From Celine. (2014). http://www.vogue.co.kr</p>

의 2015 S/S 안나 수이(Anna sui) 컬렉션<Figure 14>에서는 단일 아이템으로서 네크리스의 이미지와 의상 이미지 모두 에스닉한 이미지로 동일하며, 전체적인 스타일링 이미지를 효과적으로 표현하였다. 2014 F/W 로베르토 카발리(Roberto Cavalli)역시 네크리스 이미지와 의상 이미지가 엘레강스 이미지로 동일하게 연출됨으로써 전체적인 스타일링 이미지를 증폭시키고 있다(Figure 15). 반면에 2015 S/S 모스키노 컬렉션과 같이 서로 다른 이미지를 나타내는 모던한 이미지의 네크리스와 로맨틱한 이미지의 의상이 연출되기도 하였고<Figure 16>

2014 S/S 줄리앙 데이비드(Julien David) 컬렉션과 같이 아방가르드한 이미지의 네크리스와 모던한 이미지의 의상이 연출되면서 전체적인 스타일링 이미지를 다양하게 표현하기도 하였다(Figure 17). 이와 같이 네크리스가 포함된 패션 스타일링에 있어서 서로 다른 이미지의 네크리스와 의복은 하나의 패션으로 자연스럽게 융합되어 연출되고 있다.

스타일링 아이템으로서 네크리스의 역할은 보조와 주조로 나타난다. 보조 역할은 먼저 의상 전체를 보게 된 후 네크리스로 시선을 옮김으로써 전체적인 패션 이미지의 보조적인 역할을 한다.

Table 12. 스타일링 이미지에 따른 네크리스의 역할 분석 통계.

역할 \ 브랜드	샤넬	랑방	마르니	모스키노	랄프로렌	기타 브랜드	합계
보조 역할	165	51	21	54	14	29	334(68%)
주조 역할	26	47	5	29	14	36	157(32%)

이와 반대로 주조 역할은 네크리스가 먼저 시각적으로 주목을 이끌어내거나 전체적인 패션의 콘셉트를 전달함에 있어서 중심이 되는 것이다. 이를 바탕으로 네크리스의 역할을 살펴본 결과와 이미지는 <Figure 18>, <Table 11>, <Table 12>와 같다. 전체적인 스타일링에 있어서 네크리스의 역할은 보조적 역할이 주조 역할보다 우세함을 보인다. 보조 역할은 샤넬, 모스키노, 랑방, 기타 브랜드, 마르니, 랄프로렌 순이며, 주조 역할은 랑방, 기타 브랜드, 모스키노, 샤넬, 랄프로렌, 마르니의 순으로 나타났다. <Table 11>에 제시된 바와 같이 샤넬 2015 F/W 컬렉션과 2015 S/S 컬렉션에서는 세련된 이미지의 의상과는 다르게 모던한 이미지의 네크리스가 연출되면서 전체적인 스타일링에 대해 보조 역할을 하였다(Figure 19), (Figure 20). 한편 2014 샤넬 F/W 컬렉션에서는 엘레강스 이미지의 네크리스가 상의의 전면에 연출되면서 전체적인 스타일링 이미지를 주도하고 있다(Figure 21). 또한 <Figure 22>와 같이 2014 셀린느(Céline) F/W 컬렉션에서는 볼드한 네크리스가 모던한 이미지의 의상에 포인트를 주는 역할을 하고 있다.

이상에서 나타나듯이 네크리스가 전체의 스타일링에서 시각적으로 강조되는 스타일링의 이미지는 전체의 약 1/3에 불과하다. 그러나 네크리스의 이미지가 주조 역할을 할 경우에는 네크리스가 전체의 패션 이미지를 결정하기도 하고, 의상의 이미지와는 다른 경우 새로운 이미지를 추가하여 개성 있는 표현을 하기도 하며, 전체적인 패션 디자인 콘셉트를 효과적으로 전달하기도 한다. 이처럼 패션 스타일링 이미지를 표현하는 다수의 아이템 중

네크리스의 역할은 중요하며, 향후 더욱 확장될 것으로 보인다.

VI. 현대 패션에 나타난 네크리스의 특성

1. 융합성

서로 다른 것들이 결합하여 새로운 것을 표현하는 네크리스는 형태, 소재와 스타일링의 측면에서 나타난다. 형태의 요소에서 보여지는 네크리스의 융합성은 가방, 스카프, 베스트, 칼라 등 다른 패션 아이템과의 융합으로 나타나며, 그 대표적인 예로는 <Figure 23>에 제시된 네크리스와 칼라가 결합한 롤랜드 무렛(Roland Mouret) 2014 F/W 컬렉션과 베르사체(Versace) 2014 S/S 컬렉션을 들 수 있다. 네크리스와 현대 패션에 등장하는 네크리스와 아이템, 네크리스와 패션 디테일과의 융합은 다양한 형태의 네크리스로 나타난다. 또한 기존 영역에서 응용되어 새로운 형태의 아름다움을 창출하기도 하고, <Figure 24>과 같이 다기능의 목적성을 가지기도 한다. 위에서 언급했듯이 이러한 현상은 편리성을 추구하는 현대인의 라이프스타일이 계속 이어지는 현상이다. 또한 두 가지 이상의 복합 소재로 이루어진 네크리스의 비중이 가장 높으며, 이로 인한 소재 간 융합성을 살펴볼 수 있다. <Figure 25>과 같이 샤넬 2013 F/W 컬렉션에서는 서로 다른 성질인 섬유의 유연성과 금속의 견고성 간의 융합, <Figure 26>의 2015 S/S 마르니 컬렉션에서 보이는 나무의 무광택과 금속의 광택 간

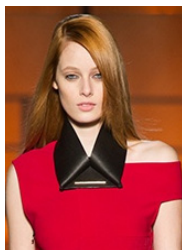


Figure 23. 형태 융합.
From Mouret. (2014).
<http://www.vogue.co.kr>



Figure 24. 형태 융합.
From Cole. (2014).
<http://www.vogue.co.kr>

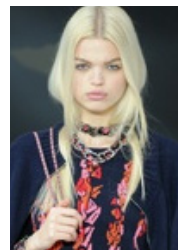


Figure 25. 소재 융합.
From Chanel. (2013b).
<http://www.vogue.co.kr>

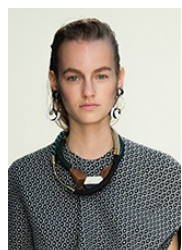


Figure 26. 소재 융합.
From Marni. (2015).
<http://www.vogue.co.kr>



Figure 27. 스타일 융합.
From Chanel. (2014d).
<http://www.vogue.co.kr>



Figure 28. 스타일 융합.
From Chanel. (2014a).
<http://www.vogue.co.kr>

의 융합과 같이 성질이 다른 소재들이 하나의 네크리스로 융합되고 있다. 또한 스타일링의 측면에서 이미지 분석에 따른 네크리스의 융합성은 <Figure 27>, <Figure 28>과 같이 서로 다른 이미지의 스타일이 융합되어 나타난다. 최근 컬렉션에서는 상상을 초월하는 다양한 스타일들이 혼재하며 이러한 감성적 융합 작용에 의한 패션 스타일이 트렌드로 자리잡고 있다. 융합형 네크리스는 창의적이고 심미적인 표현 창출의 원초적인 아이디어를 제공하기도 하며, 융합으로 인한 새로운 아름다움을 창출하는 원동력으로 점점 발전할 것이다.

2. 확장성

현대 패션 컬렉션에 나타나는 네크리스는 형태, 소재, 스타일링 측면에서 확연하게 확장되는 양상을 보이고 있다. 이미지를 분석한 결과 형태에서는 기존 네크리스의 구성 형태에서 확장되어 다양

한 구성형태의 네크리스가 등장했음을 알 수 있다. 대표적인 예로 <Figure 29>의 샤넬 2014 F/W 컬렉션에서는 걸쇠 부분이 생략된 채 묶음과 꼬임으로 그 형태가 확장되었다. 또한 소재에서는 단일 소재로 가장 많이 쓰여 왔던 금속 소재를 금속의 재질처럼 보이는 가벼운 플라스틱으로 대체하는 경향이 두드러지게 나타났다. 또한 <Figure 30>의 발망(Balmain)은 2015 S/S 컬렉션에서 선보였다. 이와 마찬가지로 플라스틱 소재의 확장은 <Figure 31>의 샤넬 2014 S/S 컬렉션에서도 선보였듯 플라스틱이 진주 이미지의 보석을 표현하고 있다. 네크리스의 확장성은 스타일링 측면에서 드러나는 네크리스의 역할에서도 알 수 있다. 네크리스가 확장된 전체적인 이미지가 나타난 <Figure 32>의 앙겔로스 브라티스(Angelos Bratis) 2015 S/S 컬렉션은 아방가르드한 이미지의 네크리스가 모던한 이미지의 의상과 스타일링 되면서 전체적인 패션 이미지가 아방가르드하게 완성되었다. 이처럼 네



Figure 29. 형태 확장.
From Chanel. (2014e).
<http://www.vogue.co.kr>

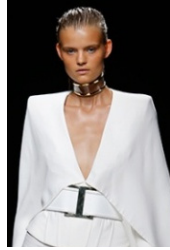


Figure 30. 소재 확장.
From Balmain. (2015).
<http://www.vogue.co.kr>

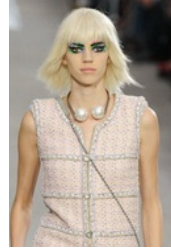


Figure 31. 소재 확장.
From Chanel. (2014b).
<http://www.vogue.co.kr>

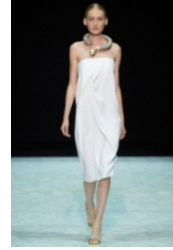


Figure 32. 이미지 확장.
From Bratis. (2015).
<http://www.vogue.co.kr>



Figure 33. 이미지 확장.
From Taylor. (2014).
<http://www.vogue.co.kr>



Figure 34. 형태의 의외성.
From Dior. (2014).
<http://www.vogue.co.kr>

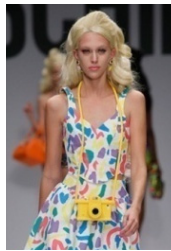


Figure 35. 문양의 의외성.
From Moschino. (2015b).
<http://www.vogue.co.kr>

크리스의 이미지가 전체의 패션 이미지를 결정하기도 하고, <Figure 33>의 타냐 테일러(Tanya Taylor) 2014 F/W 컬렉션과 같이 의상의 이미지와는 다른 이미지를 추가하며 새로운 표현을 하는 등 그 역할이 확장되고 있다.

이것은 개성을 추구하는 현대인의 다양성에 기인한 것으로 보인다. 가벼운 소재로서의 대체는 기술이 발전하고 사람들이 건강한 삶을 추구함에 따라 앞으로 더욱 가속화될 것으로 보인다. 또한 스타일적인 측면에서 드러나는 네크리스의 확장성은 패션 스타일링에 있어서 네크리스가 전체적인 역할과 부분적인 역할을 동시에 하며, 앞으로도 중요한 패션 아이템으로 발전할 수 있음을 의미한다. 현대 패션에서 액세서리는 제작자와 착용자의 감성을 표현하고, 여기에 예술적인 감성과 철학이 더해져 형태 유형이 확장되며, 재료의 전형적인 경계가 흐려지는 등 의상에 부속된 하부 개념이

아닌 다양한 역할로의 확장이 이루어지고 있다.

3. 의외성

의외성은 형태와 문양의 요소에서 나타나고 있음을 알 수 있다. 먼저 네크리스 형태의 이미지를 분석한 결과에서 알 수 있듯 비정형과 복합형의 네크리스가 전체의 51%를 차지하며, 네크리스의 약 절반은 전통적인 형태에서 벗어나 있음을 알 수 있다. 그 대표적인 예가 <Figure 34>에 제시되어 있듯이 디올 2014 S/S 컬렉션에서는 일반적인 네크리스의 형태가 아닌 그 시즌 컬렉션의 콘셉트에 맞는 예술적인 형태를 조형적으로 잘 표현하고 있다. 이러한 예는 2014 S/S 알투자라(Altuzara) 컬렉션, 2014 S/S 발렌시아가(Balenciaga) 컬렉션, 2014 F/W 샤넬 컬렉션 등 대부분의 컬렉션에서 보편적으로 나타나고 있다. 네크리스 문양에서는 <Figure 35>

Table 13. 현대 패션 컬렉션에 나타난 네크리스 디자인의 특성.

특성 부분	융합성			확장성			의외성	
	형태	소재	스타일	형태	소재	스타일	형태	문양
특 징	다른 패션 아이템과의 융합	서로 다른 성질의 소재간의 융합	서로 다른 스타일 이미지의 융합	구성 형태의 확장화	특수 소재의 개발 및 발전, 소재 영역의 확장	스타일링 이미지 형성의 역할 증대	비정형 형태의 보편화	일상 소재의 도입을 통한 해학적 표현

의 2015 S/S 모스키노 컬렉션에서 카메라와 같은 일상 소재를 네크리스에 도입하여 해학적으로 표현하며 브랜드 특유의 콘셉트를 잘 나타내는 것을 알 수 있다. 이처럼 전통적인 형태에서 벗어난 비정형적이고 복합적인 네크리스가 많은 비중을 차지하는 것은 네크리스를 통하여 자신만의 색깔을 나타내고자 하는 현대인의 욕구에 기인한 것으로 보이며, 이러한 현상은 지속적으로 나타나고 있다. 또한 일상적인 소재를 해학적으로 표현한 네크리스의 의외성 역시 더욱 발전할 것으로 보인다.

지금까지 살펴본 바와 같이 현대 패션 컬렉션에 나타난 네크리스 디자인의 특성은 융합성, 확장성, 의외성으로 볼 수 있으며, <Table 13>과 같이 정리할 수 있다.

V. 결론

본 연구에서는 오늘날 패션 액세서리에 대한 급진적인 인식 변화를 토대로, 최근 패션 컬렉션에 나타난 네크리스 디자인의 특성을 심층적으로 분석하였다. 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 과거 오랜 기간 동안 부의 상징으로 존재해 오던 네크리스가 현대에 이르러 착용자의 개성을 표현하는 하나의 패션 액세서리 아이템으로 변화하였고, 최근에 이르러서는 그 역할이 증대되었다. 패션 스타일링의 측면에 있어서 네크리스는 전체의 패션 이미지를 결정하기도 하고, 의상의 이미지와는 다른 새로운 이미지를 더하며 다양한 표현에 도움을 주

기도 한다. 이와 같이 네크리스를 통하여 디자이너는 콘셉트를 효과적으로 전달하고, 창작자는 원하는 네크리스를 연출함으로써 다양한 감성을 효과적으로 나타낼 수 있다.

둘째, 선행연구 분석을 통해 패션 컬렉션에서 디자이너의 의도를 전달하는 것에 있어서 점차 중요성이 부각되고 있는 네크리스 디자인에 대한 심층적 분석 기준을 마련하였다. 네크리스의 형태, 색채, 소재, 문양, 이미지, 역할 등에 대한 다양한 연구자료 분석과 분류 기준 제안은 본 연구의 주요 분석틀이 되었다.

셋째, 현대 패션 컬렉션에 나타난 네크리스 디자인의 특성은 융합성, 확장성, 의외성으로 나타났다. 네크리스의 융합성은 전통적인 형태에서 벗어나 기타 다른 아이템과 융합하여 새로운 영역을 창출하였다. 이는 형태, 소재와 스타일 영역에서 나타났으며 기능성 첨가, 장식성 증가와 서로 다른 스타일 이미지를 융합하였다. 또한 확장성은 형태, 소재, 스타일의 영역에서 나타났다. 소재의 영역에서 보이는 네크리스의 확장성은 기술의 발전에 따라 건강한 삶을 추구하는 현대인의 라이프 스타일에서 기인한 것으로 나타났으며, 이러한 현상은 더욱 강화될 것으로 예측된다. 마지막으로 의외성은 형태와 문양의 영역에서 나타났다. 문양의 영역에서 나타나는 것은 일상 속에서 유쾌하고 재미있는 것을 추구하는 현대인의 성향에서 기인하였으며, 일상의 소재를 모티브로 하여 해학적으로 표현하였다. 이것은 네크리스 디자인에 있어 창의적인 영역의 범위를 넓히기도 한다.

인터넷의 일상화로 인해 다양한 문화와 트렌드를 공유하면서 시각적인 만족을 중시하는 경향이 증가함에 따라 패션 액세서리에 대한 관심과 소비 선호 또한 확산되고 있다. 이에 따라 기존의 방식에 얽매이지 않은 여러 가지 디자인과 스타일링 이미지가 끊임없이 드러나며 대중들을 자극하고 있다. 이로 인해 네크리스는 어느 패션 아이템 못지않은 영향력을 가지며, 패션 이미지의 완성을 적극적으로 돕는 하나의 도구가 되었다. 본 연구의 결과를 바탕으로 네크리스뿐만 아니라 다른 패션 액세서리의 특성들을 후속적으로 연구함으로써, 변화하는 소비자의 경향을 반영한 패션 액세서리 디자인의 특성을 파악할 수 있을 것이다.

References

- Bae, J. H., & Ahn, I. H. (2011). The study on the image analysis of design and formative characteristics of the luxury product. *The Journal of the Korea Society of Craft*, 14(2), 10-26.
- Bae, J. H., & Lee, K. H. (2011). Formative characteristics of necklace in fashion collection. *Fashion & Textile Research Journal*, 13(4), 461-471.
- Baek, S. C. (2005). *Jewelry Rendering*. Seoul: Misulmunhwa.
- Balmain. (2015). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Balmain. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 22, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/09/26/ready-to-wear-2015-ss-balmain/#01>
- Bratis, A. (2015). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Angelos Bratis. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 13, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/09/18/ready-to-wear-2015-ss-angelos-bratis/#013>
- Cavalli, R. (2014). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Roberto Cavalli. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 17, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/02/25/ready-to-wear-2014-fw-roberto-cavalli/#020>
- Céline. (2014). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Céline. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 17, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/03/04/ready-to-wear-2014-fw-celine/#030>
- Chanel. (2013a). Fall/Winter 2013 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 10, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2013/05/20/ready-to-wear-2013-fw-chanel/#033>
- Chanel. (2013b). Fall/Winter 2013 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 10, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2013/05/20/ready-to-wear-2013-fw-chanel/#032>
- Chanel. (2014a). Spring/Summer 2014 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 19, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2013/10/11/ready-to-wear-2014-ss-chanel/#083>
- Chanel. (2014b). Spring/Summer 2014 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 22, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2013/10/11/ready-to-wear-2014-ss-chanel/#06>
- Chanel. (2014c). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 19, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/03/05/ready-to-wear-2014-fw-chanel/#011>
- Chanel. (2014d). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 18, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/03/05/ready-to-wear-2014-fw-chanel/#069>
- Chanel. (2014e). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 11, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/03/05/ready-to-wear-2014-fw-chanel/#053>
- Chanel. (2015a). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 14, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/10/01/ready-to-wear-2015-ss-chanel/#017>
- Chanel. (2015b). Fall/Winter 2015 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 11, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2015/03/11/ready-to-wear-2015-fw-chanel/#09>
- Chanel. (2015c). Fall/Winter 2015 Ready To Wear Chanel. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 13, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2015/03/11/ready-to-wear-2015-fw-chanel/#014>
- Cho, G. N. (2004). *A study on female worker's recognition of self image making*. Unpublished master's thesis, Catholic University of Daegu, Daegu.
- Choi, W. H. (2004). *최우현의 보석 이야기* [Woo Hyun Choi's Jewelry History]. Seoul: Book human.
- Cole, K. (2014). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Kenneth Cole Collection. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 17, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/02/14/ready-to-wear-2014-fw-kenneth-cole-collection>
- David, J. (2014). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Julien David. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 11, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/03/03/ready-to-wear-2014-fw-julien-david/#09>
- Dior. (2014). Spring/Summer 2014 Ready To Wear Dior. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 18, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2013/11/19/ready-to-wear-2014-s-christian-dior/#015>

- doopedia. (2016). necklace. *doopedia*. Retrieved March 20, 2016, from http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=101013000698421
- Gong, M. R. (2003). *Fashion Design*. Seoul: Yehak Publinsing.
- Kim, M. H. (2012a). *The analysis of formative trends in decorative necklace in pret-a-porter: Focusing on Chanel, Lanvin, Marni Collection*. Unpublished master's thesis, SungKyunKwan University, Seoul.
- Kim, S. Y. (2012b). Characteristics of the animal motif found in modern fashion. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 50(5), 39-49. <http://dx.doi.org/10.6115/khea.2012.50.5.039>
- Kim, Y. I., Kang, J. H., Kim, J. S., Kim, J. Y., Kim, H. S., Park, Y. J., Lee, M. J., & Ham, S. W. (2001). *Contemporary fashion & accessory design*. Gyeonggi: KyoMoonRepubling.
- Kwon, H. S. (2004). *A study on the fashion image making adapting colors*. Unpublished master's thesis, Sook- Myoung Womens University, Seoul.
- Kwon, J. Y. (2000). *A study on the necklace represented as a plant image: With emphasis on the connection mode of unit*. Unpublished master's thesis, DongDuk Womens University, Seoul.
- Lanvin. (2015a). Fall/Winter 2015 Ready To Wear Lanvin. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 14, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2015/03/06/ready-to-wear-2015-f-w-lanvin>
- Lanvin. (2015b). Fall/Winter 2015 Ready To Wear Lanvin. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 14, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2015/03/06/ready-to-wear-2015-f-w-lanvin>
- Lee, G. Y., & Kang, B. S. (2012). A study on the characteristics of symbol expressed in modern fashion. *Journal of Basic Design & Art*, 13(4), 233-242.
- Lee, J. E., & Kim, J. H. (2013). A study on texture contrast of modern knitwear I. *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, 11(2), 112-122.
- Lee, J. H., & Roh, Y. S. (2008). A study on minimalism fashion styling. *The Korean Society of Fashion Design*, 8(1), 95-115.
- Lee, K. S., Kim, H. S., & Park, Y. S. (2011). *Coordination for a fashion styling*. Seoul: Kyomunsa.
- Lee, S. A., Jegal, M., Jang, J. I., Yoon, J. A., Kim, S. Y., Jeong, Y. S., & Lee, Y. H. (2010). Fashion accessory design using hand-knitting: Focused on necklace and bangle design. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 12(4), 61-73.
- Marni. (2015). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Marni. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 11, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/09/22/ready-to-wear-2015-s-s-marni>
- Mouret, R. (2014). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Roland Mouret. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 12, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/03/03/ready-to-wear-2014-fw-roland-mouret>
- Moschino. (2015a). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Moschino. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 18, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/09/19/ready-to-wear-2015-ss-moschino/#0|52>
- Moschino. (2015b). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Moschino. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 05, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/09/19/ready-to-wear-2015-ss-moschino/#0|13>
- Parsons MFA. (2015). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Parsons MFA. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 10, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/09/12/ready-to-wear-2015-ss-parsons-mfa/#0|31>
- Shin, D. J., & Choi, J. M. (2008). Appearance management behavior and ornament wearing practices in relation to the body satisfaction and image female college students. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(2), 101-114.
- Society Korea Jewelry Coordination. (2003). *Jewelry Coordinator*. Seoul: Books hill.
- Sui, A. (2015). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Anna Sui. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 18, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/09/11/ready-to-wear-2015-ss-anna-sui/#0|39>
- Taylor, T. (2014). Fall/Winter 2014 Ready To Wear Tanya Talor. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 22, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/02/10/ready-to-wear-2014-fw-tanya-taylor/#0|20>
- Victoria, E. (1988). *The Body Decorated* (Lim, S. J., Trans.). Seoul : KyongChoon Publishing.
- Vionnet. (2015). Spring/Summer 2015 Ready To Wear Vionnet. *VOGUE KOREA*. Retrieved February 10, 2016, from <http://runway.vogue.co.kr/2014/09/25/ready-to-wear-2015-ss-vionnet/#0|7>

A Study on Characteristics of Necklace Designs in Fashion Collections

- Focused on Fashion Collections from 2013 S/S to 2015 F/W -

Kang, Min Chae · Kim, Jung Hae[†]

Ph D. candidate, Dept. of Fashion Design, Graduate School of Textile & Fashion, Ewha Womans University
Professor, Dept. of Design, College of Textile & Fashion, Ewha Womans University[†]

Abstract

With diversification and segmentation of consumers' preferences, the standard of beauty has changed from standardized beauty in the past to individuality and differences expressed through accessories. Among various fashion accessories, necklaces serve as a bridge between the face and clothes, playing a symbolic role that evokes strong feelings and messages beyond the meaning of the accessory itself. This study aims to re-establish and analyze the classification standard based on the formative characteristics of image analysis of necklaces and draw the characteristics of necklaces in modern fashion collections. The scope of research is limited to the most recent three years's (2013-2015) of S/S, F/W fashion collections; major brands for analysis include three brands selected by preceding studies and two brands that have continuously released accessory lines through recent collections, and 65 images were added. The research results are as follows: First, necklaces in modern fashion have more roles those before by supplementing insufficient sensibilities in fashion trends and expressing beauty effectively. Second, as a result of necklace analysis in modern fashion collections, they have converged and expanded in terms of form, materials and style, and showed unexpected shapes and patterns. Third, as an important item in the fast-paced modern fashion industry that shares various cultures and trends, necklaces will create different designs and styling images and develop continuously. The study has significance in that it resets the criteria for analyzing necklaces, which have increasing roles in the modern fashion industry and draws the characteristics. In addition, the study is expected to be useful as basic data for researching necklace designs and materials for coming up with actual designs.

Key words : fashion accessory, necklace, accessory collection, fashion trend, design convergence

