

# Study on the Analysis of Fashion Cultural Goods which Apply Korean Image

Nham Jae Kyung\* · Key-Sook Geum

Osan University\* · Hongik University

Cultural goods stand for all areas in which the area of intrinsic culture of each country combines with economic area to make the object of industrial production and consumption.

The field of design also emphasizes constantly, "Item with the property closest to that of Korea is most international."

Finding the aesthetic value built in the background of our culture and art, this research examines and analyzes in what concept and how our own Native Design was transformed into image to be concretely applied and reproduced in modern design products.

As the scope of developing design of cultural goods is very extensive and various, comprising commerce, industry, products, fashion, industrial arts, traditional industrial arts, etc., this research selected object for analysis, focusing on small pieces of fashion utilizing the textile design such as costume, scarf, necktie, etc. which were classified as fashion cultural goods.

For general investigation,

1. As factors, namely the base of Korean identity and sovereignty, Korean society and historic background, the temperament and propensity of Koreans, nature and culture, aesthetic prerequisite, etc. were investigated, all of which endow Korean characteristic and difference with value by dividing and analyzing invisible, spiritual and abstract existence

from visible, material and concrete factors.

2. Investigating the etymology and meaning of image and exploring concretely the area of extensive image, this research analyzed how Korean things were visually reproduced and transformed into image.

For this purpose, I referred to relevant books and literature, and trend magazine, various catalogues, etc. and visited organizations related to cultural goods, manufacturers, museum, industrial arts hall, etc. for corroborative investigation.

Then, it turned out that

1. as still remaining in outer representation of classical realism in which the object, the original, is imitated to visionarily represent the image in the 1 to 1 responding relation of object and image, modern and fashion property is insufficient;

2. since Korean things are too concentrated on design, the image of folkways is too strong to globally sympathize notwithstanding fashion cultural goods;

3, though Korean things were represented and transformed into image in various shapes and methods, having the value of characteristic difference as visible, material and concrete factors, the inner representation and metaphorical representation of Korean image by expression and abundant imagination as invisible and aesthetic value is highly required.

# 한국적 이미지를 응용한 패션문화상품의 현황분석에 관한 연구

남재경\* · 금기숙

오산대학\* · 홍익대학교

문화상품이란 각 나라의 고유한 문화의 영역이 경제적 영역과 결합함으로써 산업적 생산 및 소비의 대상으로 나타나게 되는 모든 분야를 의미하며 디자인 분야에서도 지속적으로 “가장 한국적인 것이 곧 가장 세계적이다”를 말하고 있다.

한국적이고 세계적인 상품개발을 위하여 우리고유의 차별화된 미의 차이 가치를 발견하여 이를 각 분야의 디자인산업에 적용돼야 함은 매우 중요하다 하겠다.

본 연구는 한국적인 것 즉 우리문화와 예술의 배경 속에 내재되어있는 미적가치가 어떻게 이미지화 되어 현대의 디자인 상품에 구체적으로 적용, 재현되어졌는지의 현황을 조사 분석하였다.

문화상품 디자인 개발의 영역은 상업, 공업, 제품, 패션, 공예, 전통공예 등으로 매우 광범위하고 다양하나 본 연구에서는 패션문화상품으로 구분하여 스카프, 넥타이등의 텍스타일 디자인을 이용한 패션소품에 초점을 맞추어 연구 분석대상을 정하였다.

일반적 고찰로,

1. 한국적인 것 즉 한국적인 정체성과 정체성의 바탕이 되는 요소로 우리나라의 사회, 역사적 배경, 한국인의 기질과 성향, 자연과 문화, 미학적 요인 등을 고찰하였으며 이러한 것들은 눈에 보이지 않는 정신적이고 추상적인 것과 눈에 보이는 물질적이고 구체적인 요소들을 나누어 분석하여 한국적인 것의 특징과 차이에 가치를 부여 한다.

2. 이미지의 어원 및 의미를 고찰하며 광범위한 이미지의 영역을 구체적으로 탐사하여, 한국적인 것이 어떻게 시각적으로 재생산되어지고 이미지화 되는지를 분석하였다.

이미지는 새롭게 만들어진 또는 재현된 것이라면 현재 우리나라 패션문화상품은 한국적인 것의 어떠한 요소가, 어떻게 어느 정도 이미지화되고 시각적으로 어떻게 재현되어졌는가를 파악하기 위하여 스카프, 넥타이 등 텍스타일 디자인을 활용한 패션문화상품의 현황을 조사 분석하였다.

이를 위하여 관련서적과 문헌 및 최근 트렌드 잡지, 각종 카탈로그를 참고하였으며 실증적 조사를 위하여 문화상품 관련기관과 생산업체, 박물관, 공예관 등 관련기관을 방문 조사하였다

그 결과

1. 아직은 원본이 되는 대상을 모방하여 대상과 이미지의 일대일의 대응 관계 속에서 이미지를 환영적으로 재현하는 고전적 리얼리즘의 표층적 재현단계에서 벗어나지 못하는 수준이라 모던함과 패션성이 부족했으며,

2. 한국적인 것의 디자인적 비중이 너무 커 패션문화상품임에도 불구하고 토속적인 이미지가 강하여 글로벌하게 공감하기에 어려움이 있었다.

3. 한국적인 것들이 눈에 보이는 물질적이고 구체적인 요소들로 그 특징적 차이의 가치를 가지고 여러 가지 형태와 방법으로 재현되어 이미지화 되어졌으나 눈에 보이지 않는 미적 가치로의 표현과 풍부한 상상력으로 한국적 이미지의 심층적이고 은유적 재현이 절실히 요구된다.

본 연구는 패션문화상품의 현황을 분석함으로써 문화상품개발에 있어 정체성 있는 디자인과 방향성을 제시하여 글로벌한 국제사회 속에서 우리 고유의 문화와 독창성을 알고 이해하며 이를 바탕으로 한 새로운 문화의 창출이 실현할 수 있는데 기여하기를 기대한다.