

韓國패션산업의人材育成에 관한 研究

曹 圭 和
梨花女子大學敎 衣類織物學科

A Study on the Cultivation of the Talent in Korean Fashion Industry

Cho, Kyu Hwa

Prof. PhD. Dept. of Clothing & Textiles Ewha Womans University

Abstract

The Korean fashion industry is composed of originality, technique and business management.

It is going to be the main role in the living and cultural industry in 21th century as a strategic advanced industry.

On the other hand, more than 15,000 persons who majored in correlated fashion are graduated from universities, colleges, and fashion schools every year. But professional and competent persons specialized in clothings are very insufficient.

So cultivation of the talented for fashion industry must be suitably and differentially carried out, according to regional distinction or characteristics of each university, college level, institute and so on.

At same time, it is for the subdivided professional educations in fashion field, also.

Education institutions related fashion have to practice not only theory but also field-oriented education of fashion industry. The fashion enterprise must invest resolutely in reeducations for incoming and reading employees, too.

Briefing the program of cultivating the competent as follows :

- ① The execution of certification programmes based on professional job series.
- ② Cultivation of the talent by cooperation of industry and educational field.
- ③ Upbringing the specialists who have both abilities of foreign language and living cultural profession.
- ④ Establishment of a base oriented north-east Asia as the central fashion business.
- ⑤ Efficient using of multi-media.
- ⑥ Innovation of technology.
- ⑦ Preferential treatment of skilled labors apparel cndustry field.
- ⑧ Establishment of the Korean Society of Fashion Business for a bridge of industrial-educational complex and government, for cultivation of the talent.

The programs of 'cultivation of the talent' must be differed from to whom', 'what', 'how long'. But the commonness in all is to need the stimulative education and creativity.

Through it, 'what and how think' and 'how application' to all directions is acquired.

I. 서 론

정보화사회, 지식사회의 새로운 문명이 등장하고 있는 역사의 대전환기에 1995년 세계화추진위원회와 교육개혁위원회가 발표한 세계화 전략과 교육개혁 방안은 국가 생존전략이며 발전전략이다. 특히 정부는 2000년대의 섬유산업을 「선진국형 생활문화산업」으로 추진하고 패션산업을 전략산업으로 선언했으며 「섬유의 고부가가치화를 선도하는 생활문화산업으로의 성장」을 패션산업의 새로운 상으로 정했다¹⁾.

패션산업을 발전시키기 위해서는 고급인력이 필요하며 고급인력은 인재육성에 의해서 배출된다. 그리고 서구패션 2세기²⁾로 접어드는 1996년은 한국패션산업의 세계화를 위한 인재육성 원년으로 그런 의미에서 한국패션비즈니스학회가 설립되었다.

따라서 본연구는 한국패션산업의 인재육성에 관한 연구로서 한국섬유산업의 내외환경과 교육환경의 변화, 패션산업의 특성, 한국패션산업의 세계화, 패션교육의 현황과 인재육성방안에 관해서 논하고자 한다. 본연구는 1996년 2월 14일 한국섬유산업연합회와 에스모드 서울이 공동으로 주최한 산학관의 「21세기 패션교육방향에 관한 국제심포지움」에서 필자가 주제발표한 내용을 대폭 수정·보완하여 논문으로 집필한 것이다³⁾

II. 한국섬유산업의 내외환경과 교육환경의 변화

1. 한국 섬유산업의 내외환경변화

1) 한국 섬유산업의 위상

한국 섬유산업은 수출 의존형 산업으로 우리나라 경제성장의 견인차역할을 담당해 온 우리 경제의 기반산업(고용면에서 20%점유)이다. 현재 한국은 중국, 이탈리아, 홍콩, 독일에 이어 세계 제 5위의 의류 수출 대국이며 세계 7위의 섬유시설 보유국으로 세계 160여개국의 방대한 세계시장을 가지고 있다. 또한 섬유제품의 수출액은 1995년 172.7억 달러를 달성하여 연간 120달러의 흑자 산업을 이룩했다.

그럼에도 불구하고 아직까지 해외에서 20달러짜리

스웨터에 불과한 OEM방식의 수출에 의존하고 있다. 그리고 의류제품 수출 중에서 자체고유상표가 겨우 16%밖에⁴⁾ 안되는 실정이다. 한국 패션산업의 세계정상을 향한 길은 멀기만 하다.

2) 내수 패션 산업의 규모

○ 한국패션산업은 영세, 전문인 육성 미흡

우리나라의 패션 산업은 1974년 반도패션이 고급기성복을 내놓으면서 그 효시를 보지만 1980년이 되어 패션산업으로 진입하게되었고 '88 서울 올림픽을 계기로 패션 산업은 박차를 가하게 되었다. 그리고 1990년대 들어와 한국 디자이너가 파리, 뉴욕, 도쿄 진출에 이어 밀라노에도 진출하게 되었다. 그러나 섬유산업에 비해서 패션산업은 역사가 아주 짧고 영세하므로 패션 전문인을 육성하지 못했다.

내수 패션기업은 52%가 50명 이하인 종업원을 가진 영세기업에 불과하고, 패션 산업의 업체수는 800개로 전 의류업체의 약 10%를 차지한다. 이들 기업 중 자사 브랜드가 600개, 타사 브랜드가 200개를 차지한다(자료 : 한국패션협회, 1995).

3) 한국 섬유산업의 내외환경 변화

현재 세계경제 질서는 국가주의(Nationalism)에서 지역주의(Regionalism)와 세계화(Globalization)로 가면서 큰 변화가 예상되고 있다. 이런 가운데 우리나라의 섬유산업은 다음과 같은 내외환경에 처해 있다.

- ① GNP 1만 달러 시대의 돌입으로 선진국형 기업 환경으로 변하고 인력부족, 임금상승 등에 의해서 국내 생산 한계에 도달함.
- ② WTO체제하에서 국내시장이 개방으로 수입품이 증가하게 됨. 환경, 노동, 기술, 경쟁정책 등 신분야의 등장. 세계 제 1의 절대경쟁력 확보만이 생존.
- ③ 고금리(高金利), 행정규제 등에 의해 기업의 국제 경쟁력 불리.
- ④ 시설의 노후화로 생산성 저하.
- ⑤ 냉전의 종식과 중국의 등장에 의해서 수출시장이 잠식당함.
- ⑥ 중국 등 후발개도국 상품에 비해 OEM수출이 경쟁력을 상실하게되어 미국, 일본, EU 등의 선진

국 시장에서 홍콩, 중국 등의 동남아 시장으로 수출지역의 다변화가 일어남. 의류 중심에서 직물 중심의 수출로 변함.

- ⑦ 국내 생산의 원가 상승으로 가격 경쟁력 약해짐. 내수 의류 시장은 수입개방시대를 맞이하여 다국적 기업 등 해외 유명브랜드와의 경쟁력이 가속화 됨. 특히 중국의 중저가 의류, EU의 고가 의류 수입이 증가됨. 1990년이후 의류수출은 연평균 9.1%가 감소한데 비해 의류수입은 연평균 49.0%가 증가하여 앞으로 3년 이내에 의류수입이 수출을 초과하는 의류수입국으로 전략할 위기에 처해있다.⁵⁾〈표 1, 2 참조〉

이와 같은 내외환경의 변화에서 섬유산업이 살아남기 위해서는 섬유산업의 생산 기술력은 세계적인 수준이므로 섬유산업의 고부가가치화에 의해서 패션산업으로 전환해야 하는 시점에 처해 있으며 정부가 이를 강력히 주장하고 있다. 1996년 한국섬유산업 연합회는 의류산업의 구조개선의 방안⁶⁾을 의류산업의 구조고도화, 기술 및 품질고급화, 국제화 전략에 두었으며 인재육성, 패션디자인 개발 등 각종방안을 제시하였다.

〈표 1〉 의류상품의 수입브랜드와 자체브랜드

	'94년도	'95년도	'96년도
수입브랜드	33.1%	33.9%	34.9%
자체브랜드	66.9%	66.1%	65.1%
계	100.0%	100.0%	100.0%

자료 : 의류산업의 구조 및 경쟁력실태 설문조사('96.8) 섬유산업 연합회

〈표 2〉 의류제품의 주요 국가별 수입브랜드 도입현황('95년 기준)

구분	이탈리아	프랑스	미국	일본	영국	홍콩	기타	계
여성복	19	10	3	-	2	3	2	39
남성복	7	3	-	-	3	-	3	16
캐주얼	6	1	7	-	-	4	1	19
유아동복	2	6	4	3	-	2	2	19
스포츠웨어	9	1	14	47	2	-	9	82
인너웨어	23	30	11	1	3	8	9	85
합계	66	51	39	51	10	17	26	260

자료 : '95년 섬유연감

2. 신교육체제의 비전(vision)과 교육환경의 변화

1) 신교육 체제의 비전(vision)

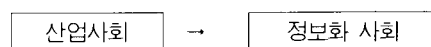
첨단 정보통신 기술과 교통의 발달 '이데올로기' 장벽의 붕괴 등으로 전세계는 하나의 생활권으로 변하고 있다. EU, NAFTA에 이어 1995년에는 국경없는 세계 경제 체제인 WTO가 출현하였다. 이러한 역사의 대전환기에 세계화를 지향하는 신한국의 창조를 위한 교육 개혁방안은 국민의 '삶의 질'을 높이는 미래문명을 위한 최선의 준비로 바로 교육의 틀을 바로 세우기 위함이다. 이러한 취지에서 지난(1995년) 5월 교육개혁위원회는 세계화, 정보화시대를 주도하는 신교육체제 수립을 위한 교육개혁 방안⁷⁾을 제시한 바 있다. 이를 보면 다음과 같다.

신교육체제의 비전은 누구나 언제나 어디서나 원하는 공부를 받을 수 있는 '열린 사회, 평생학습사회'를 건설하여 열린 교육체제의 기반을 구축하는 데 있다.

이에 따른 제도적 장치로 학과의 벽을 낮추는 전공 이수학점축소, 복수전공과 편입학이 허용되며 학생이 원하는 시간에 등록할 수 있는 시간제(part time) 등록제를 수립했다. 이와 함께 첨단 통신매체를 활용한 원격교육체제 구축, 학교와 사회교육기관의 프로그램 다양화를 추진하고 평생교육이 언제나 가능하게 했다.

기술적 기반구축을 위해서는 누구나 언제, 어디서나 원하는 학습자료 및 교육정보를 구할 수 있도록 「국가 멀티미디어 교육지원센터」를 설치·운영할 것이다. 그리하여 신교육이 지향하는 인간상은 미래 정보화 사회의 핵심인 지식·정보와 기술을 창조하고 나아가 이것들을 자연환경과의 조화 속에서 보다 편리하고 안락한 인간생활을 위하여 지혜롭게 활용할 줄 아는 창조적 인간에 있다. 교육개혁과 함께 다음과 같은 교육환경의 변화가 일어나고 있다.(표3)

〈표 3〉 대학교육 거시환경분석



<ul style="list-style-type: none"> • 규모의경제/소품종대량생산 • 자원/제품 • 국제화 	<ul style="list-style-type: none"> • 연계의 경제 • 지식과 정보/서비스 • 세계화
<ul style="list-style-type: none"> • 대학수요 > 대학공급 • 여성의소극적사회참여 • 남성의 지구력 • 규제와 조정 	<ul style="list-style-type: none"> • 대학수요 < 대학공급 • 여성의 적극적 사회참여 • 여성의 섬세함 • 자율과 경쟁

2) 교육환경의 변화

- ① 교육시장 개방에 따른 외국대학, 학원의 상륙
1990년대 후반에는 학원간 대학간의 경쟁이 더욱 심화될 것이다.
- ② 여성의 사회참여 확대
- ③ 정보화사회에서의 여성고급인력 수요의 확대
- ④ 대학의 획일적인 교육에서 다양화, 특성화로 전환
- ⑤ 대학은 기본지식, 외래지식의 전수장에서 과학기술과 학문, 문화창조의 산실로 전환
- ⑥ 우수교수 확보를 위한 교수의 교육, 연구, 봉사 활동에 대한 평가를 실시함에 따라 교수의 활동이 사회, 산업과 연결되어야 한다.

II. 패션산업의 특성과 한국패션산업의 세계화

1. 패션의 중요성과 패션산업의 특성

1) 패션의 의의와 그 중요성

패션(fashion)은 다음과 같이 정의된다⁸⁾

- ① 패션이란 원래 상류사회의 복장, 예법, 행동 등의 유행, 일반적 풍속이나 습관을 의미.
- ② 패션은 복식에 현저해서 '복식유행'이란 의미로 사용.
- ③ 의복 스타일 즉, 양식(樣式)
- ④ 복식의 패션현상은 디자인이나 feeling(감성)으로 표현. 이 경우 패션은 가치관의 공유 현상이므로 미의식을 바탕으로 한 가치관을 의미.
- ⑤ 디자이너의 전위 작품과 같은 아트, 즉 '예술'의 의미도 있음.
- ⑥ 광의의 패션은 의식주와 같은 유형의 것만이 아니라 음악, 사상 등 무형의 것까지 포함된 유행 현상이어서 아주 광범위함.

○ 왜 섬유산업은 고부가가치를 갖는 패션산업으로 전환해야 하는가?

그 이유는 패션이 다음과 같은 중요성을 갖기 때문이다.

첫째로 패션의 창의력은 인간의 감성을 움직이게 하

〈표 4〉 넥타이, 블라우스 국내 판매가격

Item (100% silk)	제 품 원산지	상		중		하	
		가격 (원)	%	가격 (원)	%	가격 (원)	%
necktie	한 국	43,000	(860)	15,000	(300)	5,000	(100)
	이탈리아	60,000	(1,200)	42,000	(840)		
blouse	한 국	300,000	(1,000)	100,000	(333)	30,000	(100)
	이탈리아	780,000	(2,600)	240,000	(800)		

* ()안은 비교지수(하등급 한국제품의 가격=100)

는 '무형의 첨단 기술'이며 성공하면 폭발적인 수요가 생긴다. 기독교가 세계에 전파되는데 많은 노력과 희생위에 2000년 가까이 걸렸지만 60년대 후반의 미니 스커트는 몇년 안되어 세계적인 패션으로 되었다.그만큼 패션은 무서운 전파력을 가지며 폭발적인 수요를 낳는다. 그리고 패션은 10-20배나 고부가가치의 창출력을 갖는다. 그러므로 패션은 섬유제품의 고급화나 고부가가치를 결정시키는 핵심요소가 되며 후발개도국의 저임금 공세를 극복시키고 수출 경쟁력을 강화시키는 전략 수단이 된다.〈표 4〉

둘째로 패션은 WTO체제하에서 섬유수출의 무한 경쟁에 대비하는 수단으로서 후발개도국의 저임금 공세의 추격을 저지시키고 수출 경쟁력을 강화시키는 수단이 된다. 그리고 쿼터 규제를 철폐하게 됨에 따라 쿼터제에 의해서 물량확보를 하던 이점을 상실하기 때문이다.

세째로 패션은 국민의 의생활 문화를 제안하는 산업에 중요한 역할을 담당하기 때문이다. 그럼에도 불구하고 일반은 패션을 사치, 에로티시즘과 연관시키는 인식이 아직도 많다.

2) 패션 산업의 특성

- ① 패션산업은 감성, 기술, 정보, 마케팅, 패션문화에 의한 산업

패션산업은 감성, 기술, 정보, 패션문화, 마케팅 등으로 이루어지는 산업이다. 한 사람의 영화배우에 의해서 영화가 되는 것이 아닌 것처럼 패션산업도 한 사람의 디자이너로 성립되는 산업이 아니다. 그러나 모두 스타처럼 디자이너만 희망하고 있다. 패션산업에서 디자이너의 역할은 가장 중요하지만 패션산업에는 디자이너외에 여러가지 패션전문직종이 있다. 패션산업을 위해서는 디자인(스타일, 색채, 소재)과 기술과 마

케팅이 동시에 이루어져야 한다. 좋은 디자인을 위해서는 좋은 패턴(pattern)과 제조 기술이 있어야 하며 소비자에 맞게 비즈니스를 잘해야 한다.

다시 말해서 패션산업은 소매점에서의 소비자 욕구 등이 반영되어 정보에 의해 바로 기획에 연결되어 생산, 판매되어야 하며 이를 해외 생산, 판매 거점을 이용하여 다국적 산업의 성격을 가져야 하는 일종의 첨단 산업이다. 그리고 여기엔 운송과 백화점, 전문점, 부티크 등 소매점을 담당할 유통업이 있다. 그렇기 때문에 최근엔 패션 선진국을 비롯하여 우리나라에서도 소비자가 원하는 상품이 빨리 도달되도록 Q.R 시스템(Quick Response System)이 요구되고 있다. 그러므로 Q.R. 시스템의 바코드와 정보 데이터 뱅크를 위해서 의류용어의 통일이 필요한 것이다.

② 패션산업은 대중문화가 결정.

패션산업은 전자나 컴퓨터 산업처럼 한 사람의 발명자에 의해서 성공시키는 산업이 아니라, 대중생활문화에 의해서 결정된다. 대중생활문화가 높아야만 패션상품의 수요가 증가하는데 이는 소비자 욕구에 의해서 상품이 공급되기 때문이다. 아무리 좋은 디자인이라도 이를 수용할 소비자가 없어서 산업으로 연결되지 않으면 실패한 것이다.

③ 패션산업에서의 성공은 적성, 자질, 실천의지, 인내력

패션 산업은 겉은 화려하지만 3D 직종중의 하나이다. 직업 성격상 시간외 근무뿐만 아니라, 힘들고 더럽고 위험한 일도 감수해야만 한다. 그래서 패션산업에 종사하기 위해서는 우선 패션이 적성에 맞아야 살아남을 수 있다. 따라서 이 업종에서의 성공의 비결은 자질과 함께 얼마나 열심히 실천했는가하는 실천의지와, 얼마나 참고 끈기있게 견디었는가 하는 인내력이 필요하다.

2. 한국 패션산업의 세계화

1) 세계화와 패션산업

① 패션산업의 세계화는 한국 섬유산업이 살아 남기 위한 생존수단

세계화(Globalization)란 경제활동에서 세계가 국경이 없는 하나의 경제권으로 부상하는 것을 의미하지만

한국의 세계화 개념은 국가간의 경쟁이 더욱 치열하게 전개되는 무한경쟁시대 하에서 세계 4대강국의 각축장이 되어버린 한국이 살아남기 위한 생존수단을 의미한다.⁹⁾ 다시 말해서 국가경쟁력을 높이는 것을 의미한다. 따라서 21세기 생활자 중심의 생활문화 주도시대에 우리가 살아남기 위해서는 더욱 많은 정보를 가져야 하며 인재육성을 위한 노력을 해야한다. 그래서 정부는 2000년대의 섬유산업을 「선진국형 생활문화산업」으로 추진하고 올해 패션산업을 전략산업으로 선언했다.

② 동아시아의 패션정보 발신기지의 구축 하기 위한 패션비즈니스 기구 설립

몇년전 베이징(北京), 서울, 도쿄를 잇는 BESETO 공동 선언¹⁰⁾이 있었지만 동북아시아를 중심으로 한 공동체의 교류로 동아시아의 패션정보 발신기지의 구축을 제안한다. 아시아의 인구 34.6억명은 세계전체의 60.5%를 차지하며, 경제에서 강하게 활동하고 있다. 13억 인구를 가진 중국은 세계 인구의20%, 세계 경제의 12%를 차지하며 앞으로 몇년 안에 대규모의 건전한 수요가 생길 것이다. 또한 ASEAN 여러나라가 급성장하면서 미국시장이나 일본시장중심에서 다국적화하고 있다. 동아시아의 경제적·정치적 관심만이 아니라 패션이 새로운 초점이 되어야 한다.

양복은 말 그대로 서양의 옷이지만 20세기에 들어와 국제복이 되었다. 그리고 한복과 다른 우리 옷이 되었다. 양복은 우리들의 풍토와 체형과 감각에 맞는 의생활 문화를 이루고 있다. 따라서 동북 아시아의 유사한 생활문화와 지역적 특성을 갖고 있는 우리들은 파리, 밀라노, 뉴욕 등 오로지 서양정보에만 의지할 것이 아니라 동북아시아가 중심이 된 우리들 풍토에 맞는 의복의 정보를 우리들이 발신해 나아가야 하는 새로운 시대로 향하고 있다.

2) 한국풍의 세계화-동서양의 만남.

세계화의 움직임은 패션에서 '동서양의 만남¹¹⁾'을 전개시키고 있다. 1993년부터 파리 컬렉션에 진출한 디자이너 이신우씨, 진태옥씨, 그리고 도쿄 컬렉션의 김동순씨, 뉴욕 컬렉션의 조영자씨 등 세계에 진출한 이들 디자인에는 '한국풍'이 내재되어 있다. 또한 이영

희씨의 디자인에는 '한복과 현대서구의상의 만남'으로 서양의 구축적 디자인과는 성격을 달리한 비구축적 디자인¹²⁾이 주류를 이루고 있다.

서울이 가까운 장래에 세계의 패션도시로 동참하는 날을 기대한다. 20세기의 모더니즘은 과학의 발달과 함께 기능주의가 지배하는 국제양식인 양복을 민속복 대신에 전세계에 보급시켰다. 그러나 양복을 입고 서양요리와 서양식 건물에서 생활하는 우리들은 결코 김치, 온돌을 버리지 않았다. 김치, 사시미, 그리고 중국요리가 세계의 어느 곳이나 있는 것처럼 한국 패션의 세계화의 길은 있다. 돌아켜보면 '80년대 잇세이 미야케, 요지 야마모토, 레이 가와쿠보 등 일본 디자이너들이 서양무대에 독특한 비구축적 디자인으로 등장, 일본풍을 전세계에 불러 일으킨 사실에서도 알 수 있을 것이다.

3) 한국패션의 세계화는 인재육성에 기대

한국패션이 세계화를 목표로 할 때 국토도 자원도 없는 우리나라에서 21세기에 기대할 수 있는 것은 인재육성이다. 외국의 패션교육은 대학보다도 패션전문기관(학원 등)이 중심이 되고 있지만, 우리나라는 세계에서 유일하게 일류대학의 의류·의상학과에 패션교육이 있으며 대학원 박사과정까지 개설되어 있다. 이들은 사회를 움직이는 엘리트집단 중에 하나이다. 이들의 뛰어난 능력을 그대로 발휘시킬 수 있는 참교육이 형성되면 우리는 국가경쟁력에서 제1위를 확보할 수 있을 것이다. 이것이 자신있게 다른나라보다 가장 기대할 수 있는 여건이다.

IV. 패션교육의 현황과 인재육성 방안

1. 패션교육의 현황

1) 패션교육기관 현황

우리나라는 학원과 대학의 두 기관의 체제에서 패션교육을 담당하고 인력을 양성하고 있다. 과거에는 학원이 주로 패션교육을 담당해 왔다. 한편 대학은 학문 중심 교육과정의 성격이 강해서 교수양성에 더 비중을 두어왔다. 그러나 대학도 80년대부터 산업현장과 교류하며 패션교육을 실시하려는 움직임이 나타나 패션인

〈표 5〉 패션전문 교육기관의 배출인력(19개)

출신별	1992		1993		1994	
	학생수	%	학생수	%	학생수	%
고 졸	2,373	52.7	2,534	47	2,303	40.4
대 졸 (의류비전공자)	695	15.4	989	18.3	1,165	20.4
소 계	3,068	68.1	3,523	65.3	3,468	60.8
전체졸업인원	4,503	100	5,394	100	5,705	100

자료 : '95 패션 및 디자인관련 전문교육기관 실태조사표참고

력을 배출하기 시작하였고 해외 유학에서 귀국한 인력과 함께 현재까지 활동하고 있는 인력이 꽤 많다. 〈표 5〉

패션교육을 받고 연간 배출되는 인력은 1994년 학원이 약 1만명, 대학이 약 4천 5백명이나 배출되고 있으나(1994년 상공자원부 추정치임) 업계가 요구하는 전문인력의 수요에 대응하지 못했다.

1997년도 패션관련학과와 대학 전문대 입학경향을 보면〈표 6,7〉 학생수 총 10,457명(학부제 2,093명 포함), 학과수(학부제 포함) 총 136개 학과로 증가했다. 이중에 4년제 대학은 78개학과(학부·계열별 16개대학 포함)에 신입생수는 4,738명(학부·계열별 2,093명 포함)이며 전문대학은 58개학과 5,719명에 달한다. 1996학년도 신입생부터는 학부·계열별 모집이 실시되어 의상·의류 관련학과에 편중되고 있다. 의류 의상학과는 취업이 가능하고 패션은 젊은 세대에 매력 있는 직종으로 간주되고 있어서 아직까지 인기학과에 속한다. 그러나 일본의 전수학교 학생수가 최근 감소하고 있듯이〈표 8〉 몇년후에는 학생수의 감소가 나타날 것이다.

패션관련학과는 가정과학부, 의류학부 등의 학부를 비롯하여 생활과학, 생활문화, 미술, 예술, 조형, 자연과학, 의상섬유학부 등 여러명칭의 단과대학에 속해 있고 의류, 의류직물, 의생활, 의상, 의상디자인 등 여러 과명칭이 있으며 패션디자인학과도 생겼다. 이들 학과는 교과내용상 미술계열과 가정계열의 두 종류로 구분되며 기타 의상섬유 학부도 생겨서 계열의 차이는 있지만 계열 안의 여러 다른 명칭에는 그다지 차이가 없다.

2) 패션관련 교육기관 졸업생의 취업현황

대졸여성의 취업율이 저조한 우리나라의 실정에서 의류, 의상학과 관련 졸업생의 취업율은 상대적으로 상당히 높다. 의류, 의상관련학과 대학졸업취업현황을 보면 서울지역 대학이 평균 70%로 아주 높고 지방대학이 50%나 되었다. 이들 중 패션분야의 취업율은 대학이 67.1%, 전문대학이 46%로 취업자의 2/3이상 전공분야에 취업하고 있는 것으로 나타났다. 한편 패션학원 등의 전문교육기관은 학원간의 큰 격차를 보이

고 있지만 어떤 학원의 경우 80%이상의 높은 취업율을 보이고 있는 반면 일부 학원의 경우는 50%미만의 낮은 취업율을 보이고 있다.(한국패션교육기관 실태조사, 한국섬유산업연합회, 1995. 12에 의한 것이나 실제보다 취업율이 높게 나타났음).〈표9, 10참고〉 전문대학은 현장실습이 더 필요함에도 불구하고 하고 4년제 대학에 비하여 적다. 그러나 일부 패션학원은 활발하게 실시하고 있다.〈표 11, 12참고〉

〈표 6〉 1997학년도 대학 의류·의상 관련학과 입학생수

(단위 : 명)

구 분	학 과 명	대 학 명 (입학정원)	인원수	소 계
학 부	생활과학부	경상대(90) 경성대(100) 경희대(120) 계명대(120) 부산여대(160) 울산대(190) 성균관대(130) 연세대(160) 한양대(110)	1,180	1,982
	생활문화학부	카톨릭대(100)	100	
	의류학부	배제대(70/52(야))	122	
	디자인학부	세명대(150) 울산대(160)	310	
	가정과학부	이화여대(180)	180	
	의상섬유학부	동아대(90)	90	
계 열	가정계열	목포대(111)	111	111
	총 계	총 16 개학과 (학부·계열별 모집)	2,093	2,093
자연과학대학	의류학과	군산대(30) 순천대(30) 서울여대(40) 용인대(40) 제주대(40) 창원대(31) 전북산업대(50)	261	511
	의류직물학과	서원대(40)	40	
	의상학과	건양대(40) 고신대(40) 우석대(50)	130	
	의생활학과	인천대(40)	40	
	의상디자인학과	경북산업대(40)	40	
이 과 대 학	의류학과	경성대(50) 대전대(40) 한남대(40)	130	130
이 공 대 학	의류직물학과	한성대(40)	40	40
생활과학대학	의류학과	경북대(17) 동신대(40) 동의대(50) 부산여대(60) 서울대(40) 성신여대(40/40(야)) 안동대(50) 전북대(30)	367	538
	의류직물학과	수원대(40)	40	
	의상학과	경원대(40)	41	
	의상디자인학과	대구대(41)		
생활자원대학	의류학과	영남대(50)	50	
생활문화대학	의상학과	건국대(40)	40	40
가 정 대 학	의상학과	원광대(40)	420	500
	의류학과	대구교대(50) 대구효성카톨릭대(50) 부산대(40) 인하대(50) 숙명여대(40) 세종대(30) 전남대(50) 중앙대(60) 충남대(50)		
@	의상학과	중부대(39)	39	39
미 술 대 학	섬유미술학과	경원대(30) 홍익대(30)	60	135
	섬유예술학과	이화여대(50)	50	
	장식미술학과	이화여대(복식디자인-25)	25	
예 술 대 학	의상학과	덕성여대(31) 광주대(40) 한성대(41)	112	512
	섬유미술학과	동아대(40)	40	
	의상디자인학과	건국대(40(충주)) 서남대(40) 청주대(40) 호남대(50) 부경대(40) 부산공업대(40) 상주산업대(30) 밀양산업대(40)	320	
	패션디자인학과	동명정보대(40)	40	
디 자 인 대 학	의상디자인학과	상명대(40) 동덕여대(40/40(야))	120	160
	섬유디자인학과	상명대(40)	40	
조 형 대 학	의상디자인학과	국민대(40)	40	40
	총 계	총 63 개학과 (학부·계열별 모집 제외)	2,645	2,645

@는 단과대학임

〈표 7〉 1997학년도 전문대학 의류·의상관련학과 입학생수

(단위 : 명)

계열	학과명	전문대명 (입학정원)	인원수	소계
공업	섬유디자인과	계명전문(80) 동부산전문(80) 동주여전(80/40(야)) 부산전문(80/40(야)) 부산여전(80/80(야)) 성심외전(80) 신구전문(80/80(야)) 용인공전(80/40(야)) 한양여전(40/160(야))	1,120	1,320
		텍스타일디자인과	대경전문(80)	
	의상과	신구전문(120)	120	
가	의상과	경주전문(80) 계명전문(120/40(야)) 광양전문(80) 기전여전(80) 동주여전(120) 대전실전(80) 배화여전(80) 상지대병설전문(80) 서일전문(80(야)) 신구전문(120) 양산전문(80) 영남전문(120) 원주전문(40(야)) 원광보건전문(80/40(야)) 원주전문(40) 장안전문(120) 한양여전(120/80(야))	1,680	4,120
		의상디자인과	가톨릭상지전문(40) 경동전문(80) 경원전문(80/40(야)) 광주여전(40) 대원전문(80) 대유공전(80(야)) 동부산전문(120) 백제예전(80) 부천전문(120) 송의여전(40/40(야)) 신일전문(80) 안양전문(80/80(야)) 영진전문(80/80(야)) 오산전문(120(야)) 진주전문(80) 창원전문(40) 충북전문(80) 충청전문(40) 포항선리전문(80) 혜전전문(40/40(야))	
정	의류과	한양여전(120)	120	4,120
	의류직물과	대전보건전문(80)	80	
	전통복식과	기전여전(80(야)) 배화여전(80(야))	160	
	전통의상과	성심외전(80)	80	
	패션디자인	경북실전(120) 부산경상전문(40) 양산전문(80)	240	
	패션디자인과	대경전문(120)	120	
	일러스트레이션과	인덕전문(79/80(야))	159	
예능	패션디자인과	대경전문(120)	120	279
일러스트레이션과	인덕전문(79/80(야))	159		
	총계	총 58 학과 (전문대 모집학과)	5,719	5,719

〈표 8〉 일본의 복식가정분야 전수학교(대학은 제외) 학생수의 추이

	전수학교의 수	복식가정분야 전수학교의 수	전수학교 학생수	복식가정분야 전수학교 학생수
1980년	2,519교	1,413교	432,914명	105,505명
1992년	3,370교	827교	834,713명	75,907명

자료 : 아패럴 연구 22

〈표 9〉 패션 교육기관별 취업현황

(단위 : 명, %)

구분 년도	4년제 대학(28개)			전문대(15개)			학원(18개)		
	졸업생수	취업생수	취업률	졸업생수	취업생수	취업률	졸업생수	취업생수	취업률
1992	1,194	671	56.2	1,479	1,003	67.8	4,503	3,316	73.6
1993	1,160	745	64.2	1,503	1,028	68.4	5,394	3,978	73.7
1994	1,196	775	64.8	1,611	1,180	73.3	5,705	4,476	78.4

자료 : '95 패션 및 디자인관련 대학 실태조사표 참고

학원졸업생 수는 고졸, 대졸(의류관련 전공자 및 비전공자), 대재(전공자, 비전공자)로 구성

3) 패션교육의 문제점

우리나라 패션교육의 문제점은 다음과 같다.

- ① 패션교육내용이 패션전문인을 위한 산업현장 중심 교육이 아니라, 이론중심이다. 패션업체의 현장실습은 대학의 경우, 일부대학의 일부학생에게

만 기회가 있고, 전문대는 4년제 대학보다도 기회가 더 적다. 일부 패션학원은 현장실습의 기회가 더 많다. 현장실습 대상업체는 주로 내셔널 브랜드이며 섬유관련의 현장실습은 연구소나 검사소 등의 공공단체에 의존하고 있다.¹³⁾

〈표 10〉 패션 교육기관의 취업처별 현황

(단위: 명, %)

교육기관	구 분		내셔널 브랜드	디자이너 브 랜 드	해외도입 브 랜 드	기타패션 관련업체	섬유업체	기 타 (진학및일반업체)	합 계
	년 도								
4년제대학	1992	명	231	73	26	11	44	286	671
		%	19.3	6.1	2.2	0.9	3.7	24	56.2
	1993	명	288	85	20	21	48	283	745
		%	24.9	7.3	1.7	1.8	4.1	24.4	64.2
	1994	명	332	102	30	17	39	255	775
		%	27.8	8.5	2.5	1.4	3.3	21.3	64.8
전문대	1992	명	82	261	25	96	84	455	1,003
		%	5.5	17.6	1.7	6.5	5.7	30.8	67.8
	1993	명	90	260	25	101	81	471	1,028
		%	6.0	17.3	1.7	6.7	5.4	31.3	67.8
	1994	명	92	270	40	141	116	521	1,180
		%	507	16.8	2.5	8.8	7.2	32.3	73.3
학 원	1992	명	448	1,677	159	194	399	439	3,316
		%	9.9	37.2	3.5	4.3	8.9	9.8	73.6
	1993	명	448	2,107	161	212	494	556	3,978
		%	8.3	39.0	3.0	4.0	9.1	10.3	73.7
	1994	명	477	2,301	168	149	622	59	4,476
		%	8.4	40.3	2.9	2.6	10.9	13.3	78.4

자료: '95 패션 및 디자인 관련 대학 실태조사표 참고

〈표 11〉 현장연수업체

(단위: 개, %)

실습회사종류	실습회사수	내셔널 브랜드	디자이너 브랜드	연구소	섬유회사	합 계
4년제대학	수	57	10	16	7	90
	%	63.3	11.1	17.8	7.8	100
전문대	수	5	5	3	3	16
	%	31.2	31.2	18.8	18.8	100
학 원	수	28	8	-	12	48
	%	58.3	16.7		15	100
합 계	수	90	23	19	22	154
	%	58.5	14.9	12.3	14.3	100

자료: '95 패션 및 디자인 관련 대학 실태조사표 참고

② 패턴의 기술과 감각이 부족하다. 일러스트레이션

에 초점을 두고 있어 좋은 디자인이라 하더라도 이를 제작할 수 있는 기술이 부족하다.

③ 소재에 관한 대학교육 내용이 일반적으로 물리적, 화학적 특성에 치중되어 의류 상품에 사용되는 소재(주로 직물)에 대한 지식이 부족하며 또한 학생들이 사용할 스와치 북(swatch book)이 없다.

④ 패션교육과는 전혀 성격이 다른 교과 내용이 꽤 많고 패션에 대한 이론과목도 그 내용이 현장의 업무와 직접 연관되어 있지 않은 부분이 많다.

⑤ 교수가 현장에 관여할 기회가 적고 일부 교수는

〈표 12〉 현장연수분야

(단위: 회, %)

실습회사	실습분야	디자인	상품기획 시장조사	패 턴	판매유통	봉 제	생산 품질관리	염색가공 섬유시험	디스플레이 코디네이션	합 계
4년제대학	수	29	15	5	11	3	3	15	1	82
	%	35.5	18.3	6.1	13.4	3.7	3.7	18.3	1.2	100
전 문 대	수	7	-	2	1	1	-	3	-	14
	%	50		14.4	7.1	7.1		21.4		100
학 원	수	32	20	2	-	-	1	3	1	59
	%	54.2	33.9	3.4			1.7	5.1	1.7	100
합 계	수	68	35	9	12	4	4	21	2	155
	%	43.9	22.6	5.8	7.7	2.6	2.6	13.5	1.3	100

자료: '95 패션 및 디자인 관련 대학 실태조사표 참고

패션현장에 관심이 없다. 따라서 학생들의 현장 중심 교육이 부족함.

- ⑥ 각종 패션전문인을 위한 세분화된 교육내용의 미흡.
- ⑦ 텍스타일 디자인 교육이 공업생산을 위한 조직이나 니트에 관한 내용이 미흡함. 대부분 작품위주의 섬유예(미)술이거나 프린트 디자인 방향이다.
- ⑧ CAD를 비롯한 패션 관련 멀티미디어(multi-media)자료나 각종 참고문헌 자료가 미흡하여 뛰어난 학생들에게 창의력과 기술, 마케팅능력, 패션문화에 대한 연구기회를 제공하지 못함. 따라서 좋은 미래의 인재를 해외에 유학시키는 경우가 많아 국가적인 손실을 가져온다. 현재 해외의 유명 패션학교(파리, 밀라노, 도쿄, 뉴욕)의 우수학생에 한국인이 많다.
- ⑨ 외국어실력의 부족으로 패션정보지나 잡지를 보기만 하고 읽지 못하여 정확한 해외 패션정보를 알지 못한다.

2. 인재육성방안

1) 유럽의 패션교육

미국의 패션교육은 마케팅(예 : FIT)과 디자인교육(예 : Parsons) 등 패션전문학교나 대학에 따라 차별화되어 있고 대학으로 이어지기도 한다. 일본의 패션교육은 기술(pattern)교육이 많았으나(예 : 文化服裝學院, 田中千代服裝學院) 마케팅, 정보교육에 열심이며 최근에는 디자인교육에도 힘을 기울이고 있다. 그러나 대학교육은 패션과 많은 격차가 있다. 그렇기 때문에 고급전문인력 양성을 위해서 현장중심의 '실학(實學)'의 인재육성을 실시하기 위한 재단법인 패션산업인재육성기구(IFII)¹¹⁾가 1991년 설립되었다.

최근 유럽에서도 마케팅이나 매니지먼트에 관한 관심이 많아지고 있지만, 아직까지 유럽의 전통이나 시장성으로 보아 매력적인 상품을 만드는 것이 우선이어서 창조적인 발상을 제품화하기 위한 교과내용으로 되어 있다. 고교 졸업 정도의 기초 과정부터 디자인 시간에 제품가격을 의식하고 코오디네이트 판매를 의식한 마케팅이나 매니지먼트를 위한 내용이 포함되어 있

고, 기업으로부터 의뢰받은 프로젝트를 실습과목으로 하기도 한다. 유명 디자이너와 기업의 패션전문인을 강사로 초빙하는 등 산업계와 밀접한 관계를 가진다. 시설적인 면은 컴퓨터나 염색설비 등이 실제사용 할 수 있게 되어 있고, 패션정보지나 패션잡지 등 자료가 풍부하고 소재도 충분히 제공되고 있다. 학생은 각각 자기 능력 것 자기에 맞는 작품을 제작하고 직업의식을 갖도록 훈련받고 있다. 어느 학교나 외국학생이 많은데 수업자체가 목적이기보다는 강사를 포함한 그곳에 모이는 여러 나라의 사람들이 서로 자극을 주고받는 데 의의를 두고 있다. 이들 선진국에서는 풍부한 멀티미디어(multi-media)와 소재를 언제나 접할 수 있고 패션문화와 생활환경에서 자연적으로 창의력을 배양할 수가 있다. 그리고 현장과 언제나 연결된 교육이 이루어지고 있다.

- ① 프랑스 : 정부가 제 2차 대전 이후 의류산업에 적극적인 산업정책을 실시하여 1945년 ESIV(의료산업고등학교)와 1948년 CETIH(의료산업기술센터), 그리고 최근 IFM(프랑스패션학원) 설립에 관여했다.

IFM(Institute Fran ais de la Mode)

: 의류산업을 경영, 관리, 운영하는 폭넓은 지식과 감성을 갖춘 대학원 수준의 학교로 교수, 강사진이 직물, 의류업계의 전문인임. 간부가 되기 위한 자질 능력과 크리에이션(창작), 테크놀로지(생산기술), 머천다이징(경영)의 통합시스템을 15개월간 수업과 세미나가 있으며 16주동안 기업실습 조사는문을 마치면 마스터 자격을 획득함.

시장, 기술, 제품에 관한 전문지식, 시장동향, 경영환경의 정확한 분석이 가능하도록 한다. 입학제 1단계에서 파리상공회의소 소속 「파리고등상업학교」에서 기업조직, 재무, 경리, 관리, 마케팅, 경제 등의 과목 이수.

산업과 교육기관의 긴밀한 협동에 의해서 패션비즈니스 전반에 관한 지식을 습득하도록 함.

- ② 패션교육개혁 중에 있는 영국

Royal College of Art

: manufacture design 학부에는 텍스타일, 패션

학과가 있는데, 텍스타일, 마케팅이 필수과목으로 니트, 프린트, 직물, 니트웨어, 맨즈웨어, 위먼즈웨어, 자수 등의 강좌에 기업에서 의뢰한 프로젝트 중심교육이어서 학생은 마케팅, 디자인의 충분한 기초지식을 가지고 패션 산업현장에 밀착된 교육을 받으며 여름방학에 현장에서 일할 수 있는 기회를 기업이 제공함.

London College of Fashion

: 텍스타일과 의류 전문과정 세분화.

무대의상, 모자, 그리고 패션은 총체적으로 보아야 한다는 발상에서 미용과정이 있는 것이 특색. 3-12개월 기업연수로 실무 익힘. 평생교육, 재교육 실시.

St. Martins College of Art

창작디자인 양성에 중점. 마케팅, 머천다이징 없음.

- ③ 이탈리아는 1973년에 처음 국립디자인 전문학교가 로마에 설립됨. 디자인은 세분화 되지 않고 한 디자이너가 여러 장르에 관여한다던가 산업의 전문화로 경직된 디자인이 나오는 것을 기피하며 디자이너는 '타고난 재능'이라는 사고가 일반적이어서 디자인은 방법론 기술 보다 창조성에 둬.

Domus Academy

디자인 교육 중심으로 이론적 실천적 구별없이 디자이너는 '왜 디자인을 하나'하는 이념에 중점을 두어 기술적 질 보다도 문화적 질을 중요시 함.

단기간에 밀도가 높은 교육 1년제. 세계각국의 사람들이 모이므로 서로 다른 문화를 체험 하여 창조력을 키우게 하는 것이 특징이며 강사, 학생은 다국적.

Istituto Artistico dell'Abbigliamento Marangoni

상품기획, 머천다이징 plan등의 종합계획이 과제. 실무에 가까운 가격을 고려한 정확함과 speed를 요구함.

TEXILIA(Istituto per Tradizione e la Tecnologia)

1985년 설립한 Tessile S.P.A. 재단법인 텍스타일 전통기술학교.

기술훈련을 충실히 하며 방직에서 직포, 염색, 봉제 등의 설비가 유명.

Universita degli Frenze(Polimoda) Scuola della

costume e la moda

과별로 보면 moda(디자인), textile, maglieria(니트), marketing, orificeria(장신구) 등이 있다. 피렌체대학내에 복식대학으로 3년제임.

2) 인재육성을 위한 패션교육의 방향

① 차별화, 특성화, 고유성 확보

인재육성은 차별화, 특성화, 고유성을 확보해야 한다.

미래의 대학은 특징있는 대학이 살아남을 것이다. 앞으로는 졸업한 대학의 이름이 아닌, 대학에서 무엇을 공부했는지가 중요하게 될 것이다. 여자대학, 남녀공학, 특수대학, 지방대학이나 산업체대학, 전문대학, 패션전문교육기관(학원, 연구소등)과 차별화, 특성화되어야 하며 각각 고유성을 확보해야 한다.

그러기 위해서는 세계 일류학생을 내놓을 수 있는 인재육성을 위한 발상전환을 해야 하며 안일주의에서 벗어나야 한다. 여자대학은 다른 첨단 과학 분야보다 패션산업 분야의 연구 및 인재육성, 사회참여 면에서 국제 대학 경쟁력을 키울 수 있다. 가정계열에는 기술교육과 감성교육을, 미술계열에는 기술교육을 보완해서 실시하던가, 패션산업대학(혹은 섬유산업대학이나 생활산업대학)이 있어서 패션산업을 총체적으로 다룬다면 더 좋은 인재를 배출할 수 있을 것이다.

패션 교육은 패션이 있는 곳에서 언제나 패션에 접하면서 육성되어야 한다. 패션 교육을 패션과 격리된 시골에서 할 수는 없다. 섬유 산지나 예술도시, 관광지, 항구등에 있는 지방의 패션 교육은 가능하나 그렇지 못한 경우 지방의 특성과 연관된 부분을 육성해야 된다.

패션교육을 외면한 미국이나 일본대학의 의류, 의상 관련학과가 침체되고 있는 현실을 직시할 필요가 있다. 현재는 불확실성의 시대, 위기의 시대, 제3차 산업혁명의 발발시대이다. 1970년대 후반부터 가속화되기 시작한 정보통신 분야의 일대 기술혁명 시대로 정보화와 첨단 기술화에 의해 3차 산업혁명이 일어나고 있어서 과거에 상상하던 환경보다 급변한 환경에 처하게 되었다. 환경이 변했을 때 살아남는 방법은, 외부환경을 변화시킬 수 없을 때는 자신을 변화시켜야 한다.

겨울철새들이 여행이나 관광의 개념이 아니라, 살기 위해 생사를 걸고 이동하는 것처럼 환경이 변화할 때

변화하는 것을 배워야만 자신이 발상전환을 할 수 있다.

○ 학부에서는 전인교육

패션산업의 전문인이 될 수 있도록 학부에서는 패션산업의 총체적인 교과 내용을 교육시켜야 한다. 독일의 바우하우스(Bauhaus)가 종래의 기능 위주의 기술학교에서 탈피하여 대학으로 되어 학생들에게 사회의 새로운 변화에 유기적인 대응을 할 수 있도록 기능적인 기술교육만이 아니라 전인 교육을 시키며 기계에 의한 대량생산을 향해 학생들을 훈련시켜서 20세기초 유럽 디자인 교육의 거점이 되게 한 교훈을 되새겨야 할 것이다. 이에 반해 윌리엄 모리스의 미술공예운동(Art and Crafts Movement)은 기계생산이라는 시대의 변화에 대응하지 못하여 사양화 되었다.¹⁵⁾

○ 의류,의상관련학과의 패션 교육 방향

의류, 의상학의 학부의 교육 방향은 의류가 중심 과제가 되어야 한다. 그리고 이론의 정립보다도 실천적이며 현장 교육 중심이어야 한다. 새로운 기계나 섬유 발명은 소수의 첨단 과학자의 역할이며 패션교육은 발명한 것을 인간에게 맞게 어떻게 사용하느냐에 더 초점을 두어야 한다.

○ 패션산업은 창조, 기술, 산업에 의해서 이루어지므로 이들 중 어느 것을 더 강조 하는가에 따라서 교육의 특성이 나타난다.

창조와 기술은 반드시 대학졸업생만이 가능한 것은 아니며 패션전문학원이나 전문대학 교육만으로도 가능하다. 차원높은 창의력에 초점을 두기 위해서는 미술대학에서 더욱 깊이 오랫동안 할 수 있다. 그러나 패션 산업에서는 창조와 기술 뿐만 아니라 패션학원이나 전문대학교육과는 차별화된 창조와 기술을 산업으로 이끌어 가야 할 고급 두뇌가 요구된다. 따라서 대학에서는 창조와 기술, 패션문화, 외국어 실무능력의 전문적인 패션 교육을 실시함과 동시에 인간 생활 환경에 대응해 갈 수 있는 능력을 길러 주어야 한다. 그렇게 함으로써 비로서 새로운 환경에 대응할 수 있는 뛰어난 패션 전문인의 자질을 갖춘 자를 배출할 수 있게 될 것이다.

② 세분화된 패션전문인 인증제

○ 세분화된 인증제 및 패션전문인의 중견인을 위한

프로그램 실시

산업사회에서는 각 분야의 전문가를 육성하기 위해서 인증제를 실시해야 한다. 사회에서 '히트상품'(학문을 상품으로 표현한 것은 바람직한 것은 아니지만)이 될 수 있는 학점을 이수, 시험에 합격한 학생에게 인증제를 실시해야 할 것이다(예 : 패션 연구원, 전통복식 연구원,패션일러스트레이터,패터너,패션 디렉터,패션 머천다이지,등을 1급,2급,3급등 급수로 차등을 둠). 현재 시행되고 있는 의류기사 자격증은 패션관련 4년제 대졸생에게는 유명무실하다. 무한경쟁 시대에는 세계 제1의 절대적 경쟁력 확보만이 생존한다. 브랜드 네임이 중요함과 같이 ○○ 분야 하면 바로 ○○대학, ○○학과, ○○연구소, ○○학원 등과 같은 인식이 들도록 세분화 시킨 전공의 전문 인증제가 요구된다.

패션 디자이너, 디스플레이어, 일러스트레이터, 패턴을 담당할 모델리스트, 패션정보를 담당할 패션 디렉터, 머천다이지, 바이어, 텍스타일 디자이너(조직성능을 포함한 생산에 연결될 수 있는), CAD를 사용한 패턴 등 세분화된 전공의 전문 인증제가 요구된다. 그리고 지금까지 특수 대학원은 주로 패션 디자이너 교육중심이었다. 그러나대학연구소 등에서도 패션 디자이너, 디스플레이어, 일러스트레이터, 패턴을 담당할 모델리스트, 패션정보를 담당할 패션 디렉터, 머천다이지, 바이어, 텍스타일 디자이너(조직성능을 포함한 생산에 연결될 수 있는), CAD를 사용한 패턴, 봉제산업연구원, 생산공정연구원,패션 연구직, 패션 관리직 등 패션 전문인의 중견인을 위한 프로그램이 실시되어야한다. 그러기 위해서 산학연이 연계된 협동연구, 실습기자재의 사용, 연구교재의 발간, 발표회, 전시회, 심포지움, 국제간의 교류를 도모해야한다.

③ 한국인의 미의식 연구와 각국의 생활정보 전문인 육성

○ 세계화 시대에 걸맞도록 각각 한 나라의 생활문제 전문가가 되어 각각 그 나라의 정보를 갖고 연구활동, 교류, 사회봉사를 해야 한다(중국 전문가, 일본 전문가, 미국 전문가, 프랑스 전문가 등등). 따라서 국제 실무에 강하도록 외국어 전공교육을 강화시켜야 한다. 뿐만 아니라 우리의 주체성을 확립하기 위해서 의식주 생활의 한국 전통을 이해하고 한국인의 미의식을 연

구, 계승, 전파시켜야 한다. 패션 산업을 통해서 패션 문화가 정착되며, 또한 대중의 생활 문화는 패션 산업을 이끌어 간다.

○ 교육기관의 의상 발표회, 전시, 그리고 정부나 기업의 디자인 컨테스트, 아트웨어는 창의력을 위한 표현의 장으로 가장 중요하지만 그림만 그리고 패턴이나 봉제를 모르면 유능한 디자이너가 될 수 없다. 디자이너는 창의력은 물론 기술과 함께 훈련되어 산업에 연결되도록 노력하여야 한다. 과거의 패션은 박물관 속에만 있는 것이 아니라 현재와 미래의 디자인으로 연결될 때 비로소 그 빛을 더 명확히 발할 수 있다.

작품 발표회, 전시회 뿐만아니라 의상, 미술작품, 오페라, 무용, 연극, 영화, 대중음악 등은 인간 표현의 방법이어서 서로 밀접한 관계가 있음으로 미술전람회, 박물관, 오페라, 음악회, 발레공연, 연극, 영화, 사진전 등을 많이 보는 것이 좋다. 이들은 디자인에 이미지를 제공하며 유행을 가져오기도 하고 무대복식에 대한 연구도 가능하게 한다.

④ 패션 전문인에 대한 대우와 의식전환

○ 기업은 여성 전문인에게 비전을, 사회전반에 걸친 의식전환-주인의식.

대학의 현장 중심 패션 관련 교육의 강화가 절대적으로 요청되며 동시에 중견 패션 전문 인력의 재교육 프로그램이 필요하다.

정부나 기업은 패션 전문 교육기관과의 산학 협동을 적극 지원하고 신인 디자이너 컬렉션, 패션 디자인 경진대회, 모델리스트 경진대회 등을 통하여 유망 패션 디자이너를 지속적으로 발굴해 내야 한다. 그리고 여성이 패션 관리직에도 진출할 수 있도록 패션기업은 여성 전문인에게 비전을 보여 주어야 한다. 그래야만 유능한 패션전문인을 키울 수 있을 것이다.

패션 산업은 기술개발에 의한 자동화가 진전되어도 인간의 손을 필요로 하는 직종이다. 기능인을 숙련공으로 육성시키도록 이태리처럼 기능인을 우대하고 그들에게 고소득과 명예를 보장해 주어야 한다. 이태리 베네통사처럼 지역사회를 중시한 종신고용이나 노동자를 위한 사회보장제도와 노사간의 화합이 이루어지도록 해야 한다. 한편 경영자는 권위주의에서 벗어나 자신이 직접 일에 참여하여 능숙해져야 한다.

특히 패션 산업과 교육을 비롯한 우리나라 전반에 걸친 사회의식의 전환이 필요하다. 타인에게 언제나 고용되었다는 의식이 아니라, 누구나 주인의식으로서 '내 학교', '내 회사', '내 것'이라는 그런 애착과 태도를 갖게 하도록 교육시켜야 한다. 학교는 인재를 배출시키며 기업은 오랫동안 안심하고 혼신의 힘을 기울여 일할 수 있도록 미래에 대한 비전을 보여 주어야 한다.

3) 인재육성을 위한 산학협동방안

이와같이 새로운 시대에 대응하는 인재를 양성하기 위해서는 산학연의 협동이 전제되어야 한다. 일부의 기업은 학교교육이 기업에 대응하는 인재를 배출하지 못하므로 실무교육은 입사후 회사에서 담당하며 건강하고 솔직한 사람이면 된다는 사고도 있다. 산업에서는 반드시 실무이어야 하지만 산업의 기본이 되는 지식기술이나 산업적 소양은 학교에서 철저히 집중적으로 하는 것이 바람직하다. 기업은 교육회사가 아니라 인재를 활용하여 이윤을 추구하는 곳이기 때문이다. 그러나 교육기관에는 새로운 기자재나 산업현장에서 나오는 정보자료가 부족하다. 그래서 패션산업을 위한 교육은 현장중심의 산학협동이 원활하게 이루어져야 한다. 그러기 위해서 다음과 같은 방법을 제안한다.

- ① 현재 일부 기업에서 시행되고 있는 패션관련 전공학생의 인턴사원제, 연수제 실시 확대
학생들의 방학기간을 이용한 인턴사원제도는 기업의 유능한 인재 발굴, 학생의 현장실습을 가능하게 한다.
- ② 업계근무 패션전문인의 대학의 시간강사 활용.
현장감을 익히고 실기능력을 함양시킨다.
- ③ 대학교수의 현장 근무제 도입.
패션관련 대학교수가 방학기간 등을 이용하여 패션업체에 근무할 수 있도록 하여 현장감을 교육에 반영시킨다.
- ④ 기업의 중견사원을 위한 총합적인 재교육
현재 패션전문기관, 산미대학원 등을 통해서 산발적으로 창의력(패션디자인)과 기술(패턴)중심의 재교육이 행하여지고 있으나 총합적인 고도의 패션 마케팅과 패션문화가 포함된 재교육이 요구된다.

- ⑤ 대학의 패션전공과목에 현장학습을 학점제로 인정.
- ⑥ 실습기자재 및 시설구입비 지원 확대
정부의 패션전문인력 양성기관에 대한 지원을 대학에도 지원확대시켜 교육기관의 실습기회를 갖게 한다.
- ⑦ 패션전문인력 양성을 위한 기업의 위탁교육은 패션전문교육기관 및 대학에서 확대 실시.
패션전문인력의 양성을 위한 기업체의 위탁교육은 패션전문교육기관 및 대학연구소에서 집중적인 교육을 받을 수 있게 하며 산학관의 교량역할을 담당할 기구(학회)가 필요하다.
- ⑧ 패션매장 점원 교육 실시
점원은 살아 있는 마네킹이며 디스플레이인 동시에 움직이는 최대의 자사제품의 광고전략이 된다. 그리고 소비자의 욕구를 포착할 수 있는 가장 빠른 수단이다. 자사제품의 상품을 이해하고 있으며 자사제품의 이미지를 반영시키도록 교육시켜야 한다. 상품지식, 코오디네이트 교육, 친절교육이 선행되어야 하며 패션업체 신입사원은 점원연수를 반드시 거쳐야 할 것이다.
- ⑨ 각종연구, 조사, 심포지움, 발표회, 전시회 등에 산학연관이 협동·지원한다.
• 학계 전문인력을 이용하여 보다 깊이 있는 정책기획을 세우고 자료를 제공한다.
• 현재, 각각 시행되고 있는 패션전문교육기관, 대학의 발표회, 전시회 등을 패션센터와 같은 곳에서 일정기간동안 실시하여 비용을 절감시키고 효율적으로 개선시킨다.
- ⑩ 한국섬유산업연합회, 대기업패션연구소 등에 패션정보 데이터 뱅크를 구축하여 대학을 비롯한 각종 패션전문교육기관과 기업에 컴퓨터 통신망을 연결함으로써 언제, 어디에서나 각종 새로운 자료를 값싸게 제공받을 수 있게 하여 국가적인 손실을 막고 인재육성을 효과적으로 할 수 있게 한다. 패션정보지, 컬렉션, 스트리트 패션 등 고가의 패션관련 멀티미디어(multi-media)자료는 현재 패션정보기관에서 회원제로 패션정보를 공급하고 있지만 대학은 거의 정회원에 가입하고 있지 않으므로 산발적으로 구입할 수 밖에 없다.

패션정보 데이터뱅크를 구축하기 위해서는 업계, 학계의 전문 인력을 활용한다.

- ⑪ 지속적인 유망 디자이너의 발굴·육성을 위한 지원과 함께 귀국보고회와 일정기간후 패션쇼, 전시회를 갖도록 의무화시켜야 한다. 대한민국 섬유패션대전, 서울 텍스타일디자인 경진대회, 신인 패션디자이너 컬렉션 등 정부 및 패션관련업체,단체주관의 컨테스트를 통하여 신인 디자이너를 발굴·육성한다.
- ⑫ 해외 고급기술인력을 적극 활용
해외의 유명패션학교의 유학생과 졸업생,현지에서 활동하는 인력을 활용해야 한다. 그들은 해외현지 사정에 밝고 정보자료가 풍부하며 외국어 구사능력이 뛰어나기 때문이다. 이들이 무역실무 등 현지 업체에서의 경력을 갖는다면 한국패션의 국제화의 전망은 밝다고 하겠다.
- ⑬ 산학협동과 동북아시아의 정보발신기지를 구축하기 위한 패션 비즈니스 기구 설립
• 업계와 학계공동으로 구성된 패션 비즈니스학회나 협회등에 의해서 업계와 학계가 협력해야 할 문제를 협의하고 기업이 필요로 하는 연구, 조사사업을 조사하도록 한다.
• 국제적인 교류를 통하여 동북아시아의 정보발신기지를 구축함과 동시에 국제적인 패션 심포지움을 정기적으로 개최한다.
- ⑭ 패션의 생활화를 통해서 패션문화를 이룩
패션은 대중문화에 의해서 형성된다. 패션은 표현의 장, 만남의 장을 통하여 확산되므로 패션을 생활화시키는 패션거리를 조성하고 패션에 대한 인식을 바르게 하며 TPO에 따른 바른 의생활을 확립하게 한다.
TV나 잡지, 신문 등 매스컴이나 PC통신망을 통하여 바른 의생활을 알리면 자연히 패션은 대중화되고 생활화되므로 저절로 인재육성이 이루어져서 패션문화를 이룩하게 된다.

V. 결론 및 제언

패션산업의 세계화를 위한 인재육성은 한마디로 말

하면 사람과 돈이 해결해 준다. 인재 육성(人材育成)은 결국 '人財育成'인 것이다.

따라서 패션업체나 학교교육은 시설투자과 함께 인재육성을 위한 투자를 과감히 실행해야 하며 이를 담당한 교육자도 패션산업과 연관이 될 수 있는 교육 내용으로 탈바꿈해야 할 것이다. 그리하여 패션업체를 직업으로 희망하는 사람들과 신입사원, 종견사원에게 언제, 어디서나, 열린 현장중심교육을 받을 수 있도록 하여 인재를 배출, 육성시킬 수 있어야 한다.

그런데 인재육성은 누구에게 무엇을 얼마동안 가르칠까에 따라 교육 프로그램이 달라진다. 업계와 학계에 따라 그 내용이 달라지며 업계도 신입사원 종견사원의 재교육, 임원교육과 업종에 따라 달라진다. 또한 기간에 따라 장기 프로그램 단기 프로그램 등 여러 가지 방법이 있다. 그러나 이러한 경우를 초월해서 누구나 공통적으로 느끼는 점이 있다. 그것은 패션 예측이 흥미상태인 언제나 불안한 가운데 일하거나 배우고 있으며 기본적 지식이 별로 없어 자극적 교육이 필요하다는 점이다. 또한 이러한 교육을 통해서 어떻게 발상하여 응용할까하는 모든 방면에 있어서의 창의력이 요구된다.

패션산업과 대학을 비롯한 패션전문교육기관은 공동 운명체이다. 우리나라가 구한말 세계 대세였던 국제화에 올바르게 대처하지 못하고 나라를 잃었던 것을 명심해야 한다. 만약 우리가 변화하는 국내외환경을 바르게 직시하지 못하고 환경에서 탈바꿈하지 못한다면 패션 산업 교육에 등돌렸던 외국의 많은 의류학과(혹은 가정학과)가 사양화된 것 처럼 우리도 그런 운명이 될 것이다. 그리고 기업도 외국기업이나 수입품에 의해 결국 잠식당하게 될 것이다.

패션은 한국의 실정과 한국인에게 어울리는 미래산업이다. 젊은 세대에게 매력과 활력을 주는 패션은 산업에서도 활성화 될 것이다. 사계절을 갖는 한국의 자연환경적 풍토와 환태평양권에 속한 지역적 위치는 동북아시아를 거점으로 한 정보발신기지를 구축할 수 있을 것이다. 그리하여 우리가 우리의 고유성을 인정하면서 산학연이 함께 이에 대처한 패션산업을 위한 인재육성을 실시한다면 국제 경쟁력에서 제 1위를 확보할 수 있고 패션산업도 세계에서 계속 우리의 활동무

대가 될 것이다. 우리나라의 패션산업은 명실공히 세계화를 이룩할 것이다.

참 고 문 헌

1. a. 유득환, 섬유산업의 현주소와 세계화 전략, 섬유산업 재도약을 위한 세계화 전략, 국가경쟁력강화민간위원회, 1995. 6.
- b. 섬유산업장기발전비전(안), 1995. 9.
2. 1985년 양복착용허용으로 1995년 한국서구패션 100주년 이 됨.
조규화, 패션산업과 문화-현대패션 100년, 1996, p. 126.
3. 조규화, 21세기 한국패션산업의 세계화를 위한 패션교육방향, 21세기 패션교육방향에 관한 국제심포지움, 한국섬유산업연합회, 에스모드서울, 1996. 2. 14.
4. 의류산업의 현황 및 발전방향, 한국섬유산업연합회, 1996, 12. p.102. 참고
자체고유상표 : 16.0%, 주문자상표 : 84.0% (산업연구원 업체설문조사 '94.7.)
5. 의류산업의 현황 및 발전 방향, 한국섬유 산업 연합회, 1996. 12, pp. 43-44.
6. 앞글, p. 91.
7. 신 교육체제 수립을 위한 교육개혁 방안, 교육개혁위원회, 1995, 5.
8. 영한대사전, 시사영어사, 1995, p. 811.
조규화, 복식사전, 경춘사, 1995, p.613.
石山彰外, 服飾辭典, 文化出版局編, 東京, 1992, p.718.
9. 김기환, 21세기를 향한 한국경제의 세계화 실천과제, 국가 경쟁력 강화 위원회, 1995. 4.
10. 1992년 서울 600년 기념으로 서울에서 개최된 베이징, 서울, 도쿄시장의 공동 선언.
11. 曹圭和, 韓國ファッション産業の世界化を目指して, ファッション, ビジネス, vol. 3, The Society of Fashion Business, 1996, 1, pp. 12-17.
12. 조규화, 구축적 디자인과 비구축적 디자인, LGAd, LG 애드, 1995.8, p. 48.
13. 한국패션 교육기관 실태조사, 한국섬유산업연합회, 1995, p. 14.
14. Institute for Fashion Industry, 고급 전문인력 양성을

위하여 일본 정부와 기업이 출자하여 만든 패션산업 인
재육성기구.

生館, 東京, pp. 129-132.

15. 谷田關次, 石山彰(1989), “服飾美學, 服飾意匠學”, 光

(접수일자 : 1996년 12월 6일)