

4년제 대학의 패션관련학과 교과과정 비교 분석: 한국, 미국, 영국, 일본, 홍콩을 중심으로

Analysis of Fashion Curriculum in 4-year Colleges :
Cross-national Comparison of Korea, USA, UK, Japan, & Hong Kong

경북대학교 의류학과

부교수 구 양 숙

경일대학교 의상디자인학과

교수 김 정 원

영남대학교 의류학과

조교수 박 경 애

계명대학교 패션정보기획학과

조교수 박 광 희

상주대학교 의상디자인학과

부교수 추 태 귀

Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National Univ.

Prof. : Yang Suk Ku

Dept. of Clothing & Design, Kyungil Univ.

Associate Prof. : Jung-Won Kim

Dept. of Clothing & Textiles, Yeungnam Univ.

Assistant Prof. : Kyungae Park

Dept. of Fashion Buying & Merchandising, Keimyung Univ.

Assistant Prof. : Kwanghee Park

Dept. of Clothing & Textile Design, Sangju National Univ.

Associate Prof. : Tae Gue Choo

● 목 차 ●

I. 서론

II. 이론적 배경

III. 연구방법

IV. 결과 및 고찰

V. 결론 및 제언

참고문헌

<Abstract>

This study analyzed the curricula of fashion related majors at 4-year colleges in the USA, UK, Japan and Hong Kong as well as in Korea and compared the characteristics of the Korean curriculum with those of the

four countries. A total of 124 curricula from 103 colleges were collected. Courses were divided into eight categories (including industry and market information; materials; merchandise planning; design; production; distribution and selling; basics; and consumption) representing the production and distribution process of fashion business. There were differences in course offerings among the five countries. Overall, curricula in Korea emphasized design and production (construction) areas and showed not much differentiation among colleges. While industry and market information, merchandise planning, and production (management) areas were emphasized in the USA, differentiation/specialization by major was observed. UK and Hong Kong had well-specialized curricula by major. Japan seemed to offer traditional and consumption oriented courses. Based on the findings, some propositions for the Korean fashion curriculum were discussed.

I. 서론

한국의 섬유산업은 한국경제에서 수출주도정책의 선두주자로서 역할을 담당하여 왔으나 '90년대 이후 섬유 및 의류수출은 가격 경쟁력에서는 후발 개도국에, 품질경쟁력에서는 선진국에 뒤져서 주력 수출산업에서 밀려나게 되었다. 국내시장의 환경도 IMF 체제 이후 많이 변하여 의류시장은 고소득층을 겨냥하는 고급품과 저가제품의 양극화 현상으로 내닫고 있다.

세계화, 정보화시대로 들어서면서 사회와 산업구조는 많은 변화에 직면하게 되었으며, 소비자의 요구는 개성화, 다양화, 세분화되었다. 그럼에도 불구하고 지금까지의 패션산업은 획일적인 소품종 대량생산체제의 노동집약적 산업을 유지하면서 이러한 변화와 요구를 충족시키지 못하였다. 21세기는 소비자의 감성과 욕구를 만족시키는 다품종 소량체제, 더 나아가서는 '1품종 1생산'의 감성집약형 산업으로 전환되어야 할 것이다. 따라서 경쟁력을 높이려면 전문화, 세분화를 통한 고부가가치의 상품개발과 기획, 마케팅에 주력하는 기술·지식 집약적인 산업으로의 전환이 절실하다.

대학교육은 이와 같은 변화에 신속히 적응할 수 있는 능력을 갖춘 인재를 양성하는데 중추적인 역할을 해야 할 것이다. 인재양성을 위한 교육은 첫째, 사회 및 소비자 요구의 변화를 정확하게 진단하고 변화의 방향을 제시해야 할 것이다. 둘째, 패션산업

전문영역의 지식을 강화하고 능력 있는 전문인을 양성해야 할 것이다. 셋째, 패션산업의 발전을 위한 주도적인 역할을 담당해야 할 것이다. 다시 말해서, 패션산업의 전문인력을 양성할 책임과 의무가 있는 패션교육기관은 사회와 산업의 변화를 주지하고 그러한 변화가 패션산업에 어떻게 영향을 미칠 것인가를 파악하고 예측할 수 있어야 하며, 지속적이고 능동적으로 새로운 발전방향을 모색하여야 한다 (이해영 등, 1993).

이러한 시점에서 현재 패션교육의 중추적 역할을 담당하고 있는 4년제 대학 패션관련학과와 교과과정 현황을 조사하고, 사회 및 패션산업계의 변화에 맞는 교과과정을 운영하고 있는지에 대한 분석이 필요하며, 패션산업에서 요구되는 인재육성을 위해서 조정 및 신설해야 할 교과과정에 대한 검토가 필요하다.

이에 본 연구는 국내 및 미국·영국·일본·홍콩의 패션 관련학과 교과내용을 국내의 것과 비교 분석함으로써 현재 교과과정의 문제점과 강점을 파악하고, 앞으로의 변화방향을 제시하는 것을 목적으로 하고 있다. 또한, 본 연구의 결과는 국제사회에서 패션산업의 흐름을 파악하여 우리 나라 산업의 위치를 진단할 뿐 아니라 이러한 흐름에 능동적으로 대처할 수 있는 패션교육의 방향을 예측하여 패션산업의 전문인력을 양성하기 위한 패션관련학과 교과과정 개발을 위한 자료 및 각 대학의 특성화를 위한 지침자료로 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 국내 패션산업의 현황

한국의 패션산업은 1980년대까지 저임금의 노동력과 정부의 섬유산업 육성정책을 바탕으로 한 주요 수출산업으로 우리 나라 경제의 고도성장의 주도적인 역할을 수행해왔으며, 1987년에는 의류제품 수출 세계 제2위를 기록하면서 세계 총 의류 수출액의 약 10%를 차지할 정도로 급속하게 성장해왔다. 그러나 의류 수출의 95% 이상이 OEM(Original Equipment Manufacturing) 방식을 지향해 왔으며, 자가 브랜드에 의한 제품개발, 생산 및 수출은 등한시해 왔다. 1990년대에 접어들면서 국내적으로 기능인력의 부족, 고임금, 고금리, 고물류비 부담 등으로 우리제품의 가격경쟁력이 크게 약화되고 미국, 일본 등 선진국들의 경기부진이 장기화됨으로써 수출이 큰 폭으로 감소하기 시작하였다. 이에 대응하기 위해 수출기업들의 내수전환과 신규업체들의 내수의류산업의 진출로 의류산업은 수출산업에서 내수산업으로 구조조정을 하게 되었다. 또한 중저가의류의 가격경쟁력 확보를 위한 해외생산, 소비자의 고가의류 선호에 따른 해외 유명브랜드 도입으로 국내 생산기반이 빠른 속도로 붕괴되고 공급과잉으로 과당경쟁이 야기되는 등 악순환이 지속되었다. 특히, 1998년은 IMF의 영향으로 인한 실업, 실질소득감소 등에 따른 구매력 급감과 극도의 소비심리 위축에 따른 의류시장의 침체를 가져왔으며, IMF체제하의 경제구조로 내수시장의 부진에 따른 가격과파 만연, 부도업체의 저가공세와 이에 대응한 정상업체의 잇따른 행사전 및 백화점가의 시장 사업제품 유치로 경쟁적 할인 판매가 성행되어 패션업계의 정상적인 가격구조를 변화시켰다(인터패션플래닝, 1998).

한국이 당면하고 있는 패션산업의 문제점으로는 기술개발 인프라 취약, 직물 생산 및 중·저가품 수출구조에 따른 국제 경쟁력 저하, 업종간 분업 및 협력체제 미흡으로 국내의 세계적 섬유생산 기반 활용에 대한 효과 반감, 패션업계의 영세성과 고가·고유 브랜드 보유력의 취약과 패션 정보활용력

낙후, 체계적이고 정기적인 국내소비시장 분석과 시장예측력 수립에 관한 관심저조로 모방 및 저가경쟁 유통기반 조성, 전문인력 부족과 디자이너 양성 중심의 교육시스템을 들 수 있다. 따라서 패션산업이 21세기의 고부가가치 상품 위주의 첨단·생활 문화 산업으로 성장, 발전하기 위해서는 기술혁신, 정보화, 국제화가 이루어져야 하며 이에 대응한 패션 전문인 양성이야말로 무엇보다 중요하다.

2. 패션관련학과의 교과과정 및 연구분야

의류학은 자연과학, 인문사회과학, 조형예술 등의 측면을 모두 포함하는 종합적 학문으로서, 인간의 사회생태학적인 측면에서 의복이라는 매체를 통하여 인간과 환경과의 상호작용을 연구하는 것이다. 의류학은 재료에서부터 디자인, 구성, 유통에 이르기까지 인간의 다양한 욕구에 부응하는 제품을 생산·판매하는 과정을 다루는 통합교육을 실시하고 있으며, 교과과정은 피복재료, 피복관리, 피복위생, 복식사, 의복구성, 복식의장학, 복식미학, 복식사회심리, 의류상품학 분야로 구성되어 있다(김은애, 1996: 서정희, 1993: 홍경희와 Scheurell, 1997). 이를 좀 더 분야별로 세분화한 이해영 등(1993)의 조사결과에 따르면, 의류과학분야의 교과과정은 기초과학, 피복재료, 섬유제품시험, 직조, 염색 및 가공, 피복위생, 피복정리 등으로 분류할 수 있으며, 의복구성분야는 의복구성 기본원리, 인체계측 및 인간공학, 원형, 서양의복, 한복, 입체재단, 특수복, 봉제과학 등으로, 복식사분야는 크게 한국복식사, 서양복식사로, 복식사회 문화분야는 의류상품학, 패션정보분석, 민속의상분석, 복식미학으로, 복식디자인분야는 기초조형실습, 복식디자인연습, 색채구성, 패션일러스트레이션, 직물디자인, 복식공예, 패션디스플레이 등으로 분류되었다.

의류학은 초기에는 가정 내에서의 합리적인 의생활을 목표로 하였으나, 산업화·정보화 사회에서의 의류학 분야는 다수를 위한 제품의 생산 체제에 적합한 의류의 생산과 유통으로 초점이 옮겨졌으며, 이에 따라 의류학 교과과정도 가정생활중심의 복지

에서 의류학 분야의 전문인 양성으로 목표가 바뀌었다 (김은애, 1996; 신상무, 1995). 이러한 교육목표의 변화에 따라 교과과정에서의 변화가 수반되었는데, 다시 말해서 기존의 몇몇 영역이 사라지면서 새로운 영역이 포함되고, 산업체에서 요구되는 디자인과 머천다이징 등의 영역이 강화되었으며 동일한 교과목이라도 대량생산에 적용될 수 있는 원리교육이 중요시되었다(이해영 등, 1993).

1997년 패션관련학과의 대학(전문대 포함) 입학 경향을 보면, 학생수는 총 10,457명(학부제 2,093명 포함)이었으며 학과수(학부제포함)는 총 136개 학과로 증가하였다. 이 중에 4년제 대학 78개학과(학부제열별 16개 대학 포함)의 신입생수는 4,738명(학부제열별 2,093명 포함)이며 전문대학 58개학과의 신입생수는 5,719명에 달했다. 패션관련학과는 가정과 학부, 의류학부 등의 학부를 비롯하여 생활과학, 생활문화, 미술, 예술, 조형, 자연과학 등 여러 명칭의 단과대학에 속해 있고 의류, 의류직물, 의생활, 의상, 의상디자인, 패션디자인, 패션정보기획 등 여러 학과 명칭이 있다. 이들 학과는 교과내용상 미술계열과 가정계열의 두 종류로 구분되며 계열의 차이는 있지만 계열 안의 여러 다른 명칭에는 그다지 차이가 없는 것으로 나타났다(조규화, 1996).

학과명칭에 따른 교과과정 및 교육목표의 차이를 살펴보면, 의류학과 또는 의류직물학과의 교육목표는 피복과학적인 측면을 중심으로 의생활의 합리화와 과학화를 꾀하고, 더 나아가 전문직업인으로서 사회진출을 통해 사회에 봉사하는 것으로, 교과과정 중 차지하는 비율이 의류과학 부분이 29%로 가장 높고, 의복구성 25%, 복식디자인 20%, 복식사회학이 17%를 나타냈다. 반면, 의상학과, 의상디자인학과, 또는 패션디자인학과의 교육목표는 의복의 미적인 측면을 중심으로 복식의 기능성과 조형성을 총합하는 조직능력과 창조능력을 함양하여 예술적인 차원에서의 창조적인 전문인을 양성하는데 있으며, 복식디자인 33%, 의복구성 27%, 의류과학 17%, 복식사회학 15%로 교과과정이 구성된 것으로 나타났다(도규희 등, 1994; 서정희, 1993). 이와 같이 학과명칭에 따른 교과과정 및 교육목표에 다소 차이가

있으나, 의류관련학과의 교육목표에서 밝힌 바와 같이 학과 내의 전공영역별에 부합되는 전문인의 양성에는 공통적인 목표를 두고 교육과정이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

III. 연구방법

1. 자료수집

본 연구는 한국과 미국, 영국, 일본, 홍콩 등 4개 패션 선진국의 패션관련학과 교과과정의 특성을 비교 분석함으로써 국내 4년제 대학의 패션교과과정을 진단하고, 우리의 패션산업 구조에 적절한 교과과정의 개선 방안을 제시하고자 한다. 아시아 지역의 홍콩을 조사 대상국에 포함시킨 것은 홍콩 패션산업이 거대시장인 중국을 표적시장으로 생산 및 마케팅 활동을 하고 있으므로 앞으로 우리나라의 패션산업 발전을 위해서는 문화가 상이한 유럽지역보다는 벤치마킹할 가치가 더 있다고 생각되었기 때문이다. 대표적인 패션선진국인 프랑스와 이탈리아의 교과과정을 본 연구에 포함시키지 않은 이유는 이들 두 나라에서는 패션전문 교육이 4년제 대학보다는 1·2·3년제 등의 패션 전문 스쿨이나 학원 같은 곳에서 주로 이루어지는 것으로 조사되어 본 연구의 비교대상에서 제외시켰다.

각 국가별 대학의 선택기준과 분석에 이용된 대학 및 학과/전공의 숫자는 <표 1>과 같다. 각 대학 학과/전공의 교과과정에 대한 자료는 각 학교의 인터넷 홈페이지, 안내책자, 개인적 접촉, 우편 등을 통해 수집되었다.

국내의 패션관련학과 교과과정에 대한 자료는 '98 한국패션총람(한국패션협회, 1997)에 등재된 '패션' '의류' '의상' 등과 관련된 4년제 대학과 이곳에 등재되지 않은 대학은 인터넷을 조사하여 추가로 첨가하였다. 1999년 1월에서 3월에 걸쳐 총 59개의 학과 및 전공으로 서울·경기지역의 18개교(20개학과 및 전공), 중부권의 8개교, 영남권의 19개교(22개학과 및 전공), 호남권의 9개 대학교를 포함하였다.

〈표 1〉 국가별 패션관련학과 선정 기준

(단위: 개)

국가	대학 선정기준	대학	학과/전공
한국	'98 한국패션총람에 등재된 관련학과로서 '패션', '의류', '의상'의 keyword를 가진 학과를 선정	54	59
미국	'98 ITAA(International Textile and Apparel Association)에 등재된 대학 중 'clothing', 'fashion', 'apparel' 등의 keyword를 가진 대학의 학과를 선정	28	34
영국	Association of Degree Courses in Fashion and Textile Design에 등재되어있는 학과 중 우리 나라 학사 학위에 해당되는 BA(Hons), Bsc(Hons) Course를 선정	5	8
일본	'99 일본 대학 진학 안내서에 등재된 관련학과로서 '가정', '생활환경', '생활문화', '패션', '피복', '복장' 등의 keyword를 가진 모든 학과를 선정	15	19
홍콩	홍콩에서 유일하게 패션관련 교과과정을 가진 Hong Kong Polytechnic University의 Institute of Textiles and Clothing	1	4

미국의 경우, '98 ITAA에 등재된 대학 중 clothing, fashion, apparel 등의 keyword를 가진 74개 대학의 학과를 선정 후 인터넷을 이용하여 각 대학의 교과과정에 관한 정보를 수집하였다. 그러나, 교과과정을 작업 중인 대학교가 많았으며, 교과과정에 대한 자세한 정보를 제공하지 않고 교과목 번호만을 제시한 경우도 있어 이를 제외하고 28개 대학 34 전공에 해당하는 자료가 본 연구에 사용되었다.

영국의 교과과정은 패션 및 직물 디자인코스 연합회에서 발간한 가이드북에 등재되어 있는 패션관련학과 62개 코스 중 1996년 3월에서 6월에 걸쳐 우편 및 직접면담을 통하여 자료를 얻을 수 있었던 5개 코스의 8개 전공에 대한 분석을 하였다. 교과과정에 관한 자료를 쉽게 공개하지 않는 영국대학들의 특성상 자료수집이 매우 어려워 한정된 대상만을 분석할 수밖에 없는 제한이 있었다.

홍콩의 경우, 홍콩내의 유일한 패션관련학과가 있는 Hong Kong Polytech Univ.의 한 개 학부 4개 전공이 본 연구에 사용되었다.

일본의 교과과정은 '99년도판 일본 전국 대학 안내책을 분석하였으며, 분석 결과 가정학 관련 학과가 있는 36개 대학과 피복학 관련학과 9개 대학의 총 45개 대학 중 15개 대학을 일본 패션관련학과 교과과정 분석에 사용하였다. 각 대학의 교과과정 수집방법은 우편 및 팩스를 이용하였다. 본 연구의 조사시점에서 교과과정을 개정중인 학교가 많았으며,

교과과정에 대한 자세한 정보를 제공하지 않고 교과목 번호만을 제시한 경우도 있어 이를 제외하고 15개 대학(10개 학부, 5개 학과 포함)의 19개, 전공/코스 자료가 본 연구에 사용되었다.

2. 자료분석

종래에는 의류학 교과과정을 의류과학, 의복구성, 복식사, 복식사회문화, 복식디자인 등으로 분류하거나(이해영, 1993; 서정희, 1993; 도규희 등, 1994), 피복재료, 피복관리, 피복위생, 복식사, 의복구성, 복식의장학, 복식미학, 복식사회심리, 의류상품학 등으로 세분하여(김은애, 1996; 홍경희와 Scheurell, 1997) 연구하였다. 그러나 본 연구에서는 패션산업의 제품생산 및 유통과정의 흐름에 중점을 두어 교과목을 분류하였다.

패션산업은 크게 생산과 유통의 기능으로 분류되며, 생산기능은 다시 원자재와 패션완제품(의류) 생산기능으로 구분될 수 있다. 원자재생산은 섬유 및 원사제조, 직물 및 편물생산, 염색, 가공 등의 일련의 과정을 통해 패션의류생산을 위한 소재를 제공하는 기능을 포함한다(이호정, 1994; Burns & Bryant, 1997; Frings, 1994; Jemigan & Easterling, 1990). 한편 패션의류제품생산은 디자인개발, 생산, 마케팅의 기능으로 구분될 수 있다. <표 2>와 같이 Burns와 Bryant(1997), Frings(1994), 이호정(1994)은

〈표 2〉 패션제품 생산과정의 경로

	Burns & Bryant(1997)	Frings(1994)	이호정(1994)
시장조사 기획	· 시장조사→예측; 표적소비자조사 트렌드분석; 소재분석		· 마케팅정보분석→· 표적시장설정→ · 미천다이징컨셉 설정→· 상품구성→
디자인 및 샘플제작	· 디자인→라인계획; 디자인과 스타일 선정· 디자인 개발과 스타일선정 → 패턴제작; 샘플제작; 품평; 라인선정	디자인;패턴제작;샘플제작	· 디자인 개발→디자인개발; 코디네이트 기획; 디자인; 샘플제작 및 수정
품평 및 수주	· 라인 마케팅→원가; 쇼룸전시; 수주	샘플과 쇼룸전시	· 가격결정→· 품평 및 수주→
생산	· 메인 생산 준비→양산용 패턴; 원부 자재 발주; 사이즈 스펙; 그레이딩 · 외주→· 생산→ 재단과 봉제; 검품	원부자재 구입;그레이딩 →재단;봉제;마무리;다림질 →퀄리티 컨트롤	· 생산→생산의뢰; 원부자재 투입; 양산용 샘플확인
유통 및 판매	· 유통→ 유통업체까지의 물류	유통	· 판매 및 유통→유통경로선정; 판매기 획; 물류관리· 판매촉진→프로모션; VMD 광고 및 홍보기획

〈표 3〉 교과목 분류와 예

분 류	교 과 목
산업 및 시장정보	패션마케팅; 패션산업론; 소비자행동; 의상심리; 소비론; 의복행동; 패션정보 - 산업정보/유행경향 정보; 인턴쉽
소재	패션소재론/신소재; 섬유재료/섬유공학/섬유시험/섬유화학; 직조/편조/직물학; 염색 및 가공; 직물 디자인 복식공예염색; 직물CAD; 섬유제품분석; 감성공학
상품기획	의류상품학/패션머천다이징; 포토폴리오; 기획 - 정보기획/소재기획/색채기획/상품기획/디자인기획
디자인	디자인원리/패션조형/복식의장학; 디자인 스튜디오; 복종별 패션디자인 - 여성복/남성복/아동복/기 능복/니트웨어/특수복/한복; 장신구 디자인; 창작/무대/예술의상; 색채; CAD; 일러스트레이션/드로 잉/표현기법; 패션컬렉션; 복식미학; 졸업작품
제품생산	서양의복(여성·남성·기타)·한복·특수복·창작의상에서 의복설계; 의복구성; 패턴메이킹; 평 면재단; 입체재단 및 구성; 기초봉; 봉제; 테일러링; 제작; 패턴CAD; 제품평가와 분석; 봉제과학; 품질관리; 생산공정
판매 및 유통	코디네이션; VMD/디스플레이/매장연출; 패션광고; 사진; 패션쇼; 프리젠테이션; 유통; 판매관리
기초	의류학 (복식학) - 개론, 연구, 세미나; 복식문화사-복식과 문화, 한국·동양·서양 복식사; 민속의 상; 현대패션
소비과학	인체와 의복; 의복과 환경; 인간공학; 위생; 의류정리 및 관리; 소비과학

이러한 제품생산의 세부과정을 제시하였다. Burns와 Bryant(1997), 그리고 Frings(1994)는 생산과 유통이 분리된 미국 패션시장에 맞추어 유통업의 기능(기획, 사업, 판매)을 분리하여 의류제품 생산과정만을 단계별로 구분하여 다룬 반면, 이호정(1994)의 패션머천다이징 시스템과정은 생산과 유통이 의류 제조업체에 의해 지배되어 의류업체가 디자인, 생산, 판

매까지 담당하는 국내 실정을 반영하고 있다. 앞의 세 연구를 비교해 볼 때 의류제품생산과정은 크게 ① 디자인개발(디자인 컨셉에서 샘플 제작까지); ② 품평 및 수주; ③ 생산(메인 생산준비부터 퀄리티 컨트롤까지); ④ 유통 및 판매의 4단계로 구분될 수 있다(표 2 참조).

이를 바탕으로 본 연구에서는 패션 원자재(소재)

생산기능, 패션의류 디자인 개발기능, 패션의류 생산기능, 패션의류 판매기능의 4과정을 먼저 분류하였다. 이어 제조업의 디자인과 유통업의 사업에 필수적이며, 나날이 그 중요성이 강조되고 있는 패션상품기획 기능을 별도로 구분하였으며, 또한, 고부가가치, 지식, 기술, 정보집약적인 패션산업의 기본 교과목인 산업 및 경영부분의 이해, 소비자행동, 마케팅 등의 교과목들과 인턴십을 산업과 시장정보기능으로 분류하였다. 이외 패션과 의류를 이해하기 위한 복식과 문화, 복식사, 의류학 등이 기초과목으로 분류되었으며, 인체 및 환경과 의복, 위생, 의류정리 및 관리 등이 소비과학분야로 구분되었다. 따라서 본 연구에서는 교과목이 산업 및 시장정보, 소재, 상품기획, 디자인, 제품생산, 판매 및 유통, 기초과목, 소비과학의 8범주로 분류되었으며 그 내용은 <표 3>과 같다. 각 학과/전공에서 개설된 교과목은 분류되기 전에 각 범주의 빈도가 산출되어졌고, 국가별로 수집된 교과목도 8범주로 분류되어 비교 분석되었다.

IV. 결과 및 고찰

1. 국내의 패션관련학과 교과과정

국내에서 조사된 총 59개 학과/전공의 명칭을 살펴보면, 의류학도가 25개(42.4%)로 가장 많았으며, 그 다음으로 의상학과, 패션디자인학과 순으로 나타났다(표 4 참조). 도규희 등(1994)이 연구한 1991/1992년의 것과 비교해보았을 때 국내의 4년제 패션관련학과의 명칭에 대한 변화는 의류직물학과(6개에서 2개 학과로 감소)와 의생활학과(4개 학과에서 1개 학과로 감소) 명칭의 감소, 의류환경학과, 생활디자인전공, 패션디자인학과(전공), 패션산업학과(전공), 패션디자인 산업학 전공, 패션예술학부, 패션정보기획 전공의 패션, 디자인, 산업, 정보가 덧붙여진 명칭으로의 변경 또는 신설을 들 수 있다. 이는 대학 내의 구조조정과 자구책(自救策)의 일환으로 학과 대신 학부라는 학생모집의 광역화(廣域化)로 기

존학과의 골격은 대체로 유지하면서 명칭만 학부내의 전공으로 바뀐 곳(12개의 전공)이 많기 때문이며 자료조사 시점이 학부제로 바뀌는 과도기에 있었기에 더 많은 대학이 학부제로 바뀔 것으로 예상된다. 명칭에서도 패션, 산업 등이 많아진 것은 산업과 연계한 학과로의 조정을 보여주는 경향이라 하겠다. 이러한 경향을 반영하고 있는 학교로는 연세대학교의 의생활학과에서 의류환경학과와 생활디자인 전공으로 분과 및 신설, 계명대학교 패션디자인학부의 패션디자인 전공과 패션정보기획 전공의 신설, 경일대학교 의상디자인학과와 패션디자인, 패션산업 전공으로의 전공분리, 동덕여자대학교와 덕성여자대학교의 디자인 특성화 등을 들 수 있다.

학과 및 전공영역에 대한 개설된 교과목수의 비율은 전공/학과의 명칭과는 상관없이 디자인 및 제품생산의 교과과정 비중이 크며, 산업 및 시장정보에 관련된 교과목의 비중이 낮았다. 소재분야 교과목에도 소재에 대한 이론적인 측면인 섬유재료의 특성 및 물성에 관한 내용이 주를 이루었으며, 산업현장에서 필요도가 높은 소재기획 관련 과목은 거의 전무한 상태였다. 학과명칭에 따라 전공영역 구별이 뚜렷한 학과도 있었으나, 의류학과의 경우 제품생산(25.4%), 디자인 영역(24.5%), 소재(17%)의 순으로 의복구성과 디자인 위주의 교과과정으로 구성되어 있었으며, 의생활학과의 경우, 의류학과와 별 차이가 없는 것으로 나타났다. 의류직물학과도 의류학과와 유사하였으나 소재영역(21.5%)이 좀 더 강화된 것으로 나타났다. 의상학과와 의상디자인학과는 디자인 중심의 교과과정으로 구성되어 있는 점이 비슷했으나 의류제품생산영역에서 차이(의상학과 26.2%, 의상디자인학과 20.7%)를 보였다. 패션디자인학과와 패션예술학부는 디자인 영역(각 41.7%, 46.7%)이 강화되어 있었으며 패션디자인 산업학 전공은 산업 및 시장정보분야를 보강(12.0%)한 것 외에는 의류학과와의 차이는 거의 없었다. 패션산업학과는 교과과정 영역 중 여전히 디자인(24.6%) 영역이 강세였으나, 산업 및 시장정보 분야(10.0%), 상품기획(8.7%), 판매 및 유통(7.3%) 등 기존의 의류학과에서 취약한 분야에 할당을 많이 하

〈표 4〉 국내 4년제 패션관련학과의 명칭 및 학과/전공별 교과목 편성 비율

학과/전공명	교과목영역 산업 시장정보	소재	상품기획	디자인	제품 생산	판매 유통	기초	소비 과학
의류(25) ¹⁾	6.4 ²⁾	17.0	2.6	24.5	25.4	2.1	12.5	9.7
의상(10)	7.2	13.0	1.8	31.0	26.2	4.0	12.1	6.2
의상디자인(8)	6.7	15.0	4.6	35.2	20.7	3.7	11.8	2.2
의류직물(2)	3.3	21.5	1.6	25.4	24.7	1.6	16.9	6.8
의생활(1)	11.7	17.6	5.8	23.5	23.5	5.8	8.8	2.9
의류환경(1)	18.5	18.5	0	0	29.6	0	11.1	22.2
생활디자인(1)	5.7	10.2	5.2	41.7	18.3	5.6	10.1	3.0
패션디자인(6)	10.0	12.6	8.7	24.6	24.3	7.3	9.0	3.8
패션디자인산업(1)	12.0	21.2	0	24.2	24.2	3.0	12.0	3.0
패션예술(1)	4.4	17.7	0	46.7	17.7	4.4	4.4	4.4
패션정보기획(1)	27.2	0	27.2	15.2	0	27.2	3.0	0

1) 학과/전공 수, 2) 교과목구성비율(%)

였다. 이 중 특이할 만한 사항으로는 의류환경학과
의 교과과정인데 패션산업 측면에서의 미들스트림
(middle stream)부분인 의류봉제분야의 상품기획, 디
자인영역과 다운스트림(down stream)부분인 유통영
역 중의 판매 부분이 전무했다. 이에 반하여 제품생
산(29.6%), 소비과학(22.2%), 산업 및 시장정보 분야
(18.5%)를 강화하여 의복 구성분야와 소비생활영역
에 중점을 두는 것으로 나타났다. 생활디자인 전공
은 디자인(56.6%)을 강화하여 의류환경학과와 부족
한 부분을 보강하는 것으로 나타났다. 또한 신설학
과인 패션정보기획 전공은 산업 및 시장정보 분야
(27.2%), 상품기획(27.2%), 판매 및 유통(27.2%), 디
자인(15.2%)영역의 교과과정으로 기존의 패션관련
학과에서 개설되지 않은 영역이 많이 보강되었다.

2. 미국의 교과과정

미국 대학의 패션관련 학과/전공 명칭은 대학의
수만큼이나 다양하게 나타났으며 명칭으로는
Fashion merchandising, Fashion design, Textile &
apparel, Fashion promotion, Clothing, textiles & interior
design, Textile & apparel management, Apparel
marketing & design, Apparel design & production,
Textile science, Textile apparel & technology, Design
& product development 등이었다. 이를 크게 4그룹

으로 나누어 보면, marketing 또는 merchandising 명
칭이 포함되어 있는 학과/전공, design 명칭이 사용
된 학과/전공, textiles 명칭으로 시작되는 학과/전공,
clothing, textiles, apparel 관련학과/전공이다. 첫째,
marketing 또는 merchandising이라는 명칭이 포함되
어 있는 학과/전공의 경우 조사된 표본 가운데 가
장 큰 비중(47%)을 차지하였으며, 산업 및 시장정
보, 제품생산, 판매/유통 영역의 교과목 비중이 비교
적 높은 반면 디자인 분야의 교과목 비중이 상대적
으로 낮은 것으로 나타났다. 둘째, design이라는 명
칭이 사용된 학과/전공의 경우, 조사된 표본 가운데
두 번째로 큰 비중(29%)을 차지하였으며 교과목 중
디자인 분야가 차지하는 비중이 상당히 높게 나타
난 반면 소비과학 분야의 교과목은 전무한 것으로
나타났다. 셋째, textiles로 시작되는 학과/전공의 경
우, 소재와 산업/시장정보 영역 교과목 비중이 상당
히 높은 반면 기획분야와 판매 분야에 관한 교과목
은 전혀 없는 것으로 나타났다. 넷째, clothing,
textiles, apparel 관련학과/전공의 경우는 전반적인
패션관련 교과목이 편중되지 않고 포괄적으로 포함
되어 있어 교과과정에서 특색을 나타내지 못하고
있다.

이를 살펴볼 때 미국대학의 패션관련학과의 경우
산업 및 시장정보, 제품생산, 기획영역의 교과목 비
중이 비교적 높은 학과/전공의 비중이 높아지고 있

〈표 5〉 미국의 패션관련학과 명칭 및 학과/전공별 교과목 편성 비율

학과/전공명	교과목영역 산업 시장정보	소재	상품 기획	디자인	제품 생산	판매 유통	기초	소비 과학
Marketing/ merchandising(15) ¹⁾	22.8 ²⁾	9.4	9.4	6.5	19.0	10.2	18.8	3.9
Design(10)	13.0	9.9	9.3	31.4	17.7	5.7	13.0	0
Textiles(3)	18.1	56.1	0	3.1	4.9	0	12.2	5.6
Clothing/textiles/ apparel(6)	16.7	13.8	5.4	12.5	25.4	4.8	19.7	2.1

1) 학과/전공 수, 2) 교과목구성비율(%)

〈표 6〉 영국의 학과/전공별 교과목 편성 비율

(단위: %)

학과/전공명	교과목영역 산업 시장정보	소재	상품 기획	디자인	제품 생산	판매 유통	기초	소비 과학
Surface Pattern Structure ¹⁾	11.6	52.9	0	29.4	0	0	5.8	0
Textiles & Fashion Design Management ²⁾	11.3	36.0	9.0	18.0	2.3	0	22.5	0
BA(Hons) Fashion European Fashion Product Development	21.0	5.0	5.0	21.5	5.0	0	43.0	0
BA(Hons) Fashion Fashion Design ³⁾	16.5	5.5	0	33.5	5.5	5.5	33.5	0
Clothing Management & Distribution	24.0	10.0	8.0	2.0	23.0	8.0	19.0	6.0
Clothing Product Development	22.0	12.0	6.0	2.0	27.0	6.0	19.0	6.0
Clothing Management Technology ⁴⁾	24.0	10.0	6.0	2.0	25.0	6.0	21.0	6.0
Fashion & Textile Design ⁵⁾	5.0	25.0	0	50.0	0	0	20.0	0

1) Staffordshire University(SU),

3) Kent Institute of Art & Design(KIAD),

5) De Montfort University(DMU)

2) Scottish College of Textiles(SCT),

4) Manchester Metropolitan University(MMU),

으며 또한 각 대학마다 교과과정의 차이를 들으므로 대학 또는 학과/전공간의 차별화를 추구하는 것으로 생각된다.

3. 영국의 교과과정

패션 및 직물디자인 코스연합회에서 발간된 가이드북에 등재된 총 6개 코스를 세분화한 결과 직물 관련 코스가 44%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 그 다음으로 직물 및 패션디자인 21%, 패션디자인 27%, 편물디자인 3%, 패션마케팅 3%, 기타 2%로 구성되어 있었다

영국 패션관련학과 교과목 구성의 가장 큰 특징

은 전공에 따라 특화된 교과목이 집중 편성되어 있다는 점이다(표 6). 즉 직물 디자인 분야의 경우 소재와 관련된 교과목의 비중이 35% 이상으로 큰 비중을 차지하고 있으나, KIAD의 패션분야의 경우 소재와 관련된 교과목은 5% 정도인 반면 디자인분야 및 산업경영전반의 비중이 상대적으로 높았다. 또한 MMU의 경우는 제품생산영역이 다른 대학에 비하여 많은 비중을 차지하고 있어 각 전공에 따라 교과목 구성이 특성화되어 있는 것으로 나타났다. 또한 직물디자인 혹은 패션디자인과 관련된 경우 의복 구성 등 제품생산에 관한 교과목의 비중이 매우 낮은 점을 들 수 있다. 예를 들어 SU와 DMU의 경우 상품기획, 제품생산, 판매 및 유통, 그리고 소비

과학 분야의 교과목은 전혀 개설되어 있지 않으며, KIAD의 BA(Hons) Fashion의 경우 매우 약한 비중을 두고 있었다. 그러나, MMU의 경우 의류유통, 제품개발, 의류관리기술 등 제품 생산관리 및 유통에 관한 전공이므로 산업 및 시장 정보, 생산관리에 상대적으로 비중을 높이 두고 있었다.

이상에서 볼 수 있는 것과 같이 영국의 패션관련 학과들의 교과과정은 패션관련분야의 전반적인 교과목을 포괄적으로 포함하고 있는 일반적인 내용으로 구성되어 있는 것이 아니라 특정 분야와 관련된 교과목이 집중적으로 포함되어 있는 매우 전문화된 교과과정이며, 학과에 따라서는 다시 세분화된 전공 분야로 나누어져 전문인 양성을 위한 교과과정이 운영됨을 알 수 있다.

4. 홍콩의 교과과정

교과과정은 전반적인 패션관련 분야를 고루 포함하고 있는 점을 들 수 있다(표 7). 즉 구성 비중은 다르지만 여덟 개의 영역에 관한 교과목이 거의 포함되어 있다. 이는 한 대학 내에서 패션산업에 관련된 4개 전공과정이 개설되어 있으므로 패션산업에 관련된 전반적인 교과과정의 편성이 가능하기 때문에 기초적인 교과목을 포함시키고, 전공에 따라 더 비중을 두는 분야를 달리 하여 특성과 전문성을 살릴 수 있기 때문에 가능한 교과과정이 아닌가 생각된다. 또한 산업 및 시장 정보 분야의 비중이 매우 높은 점도 그 특징으로 들 수 있다. 즉 Fashion & Clothing Marketing의 경우 산업 및 시장 정보, 제품 생산, 그리고 판매 및 유통 분야에 중점을 두고 있는 반면, Fashion & Clothing Studies는 산업 및 시장

정보, 디자인, 제품생산, 그리고 판매 및 유통 분야에 중점을 두고 있었다. 또한 Fashion & Textile Product Studies와 Color & Textile Studies는 산업 및 시장 정보, 소재, 디자인, 제품생산에 비중을 두며, 특히 Fashion & Textile Product Studies는 제품생산에, Color & Textile Studies는 상품기획에도 많은 비중을 두고 있으나, 앞에서 언급한 두 개 전공과는 달리 판매 및 유통에 관련되는 교과목은 전혀 포함시키지 않고 있었다.

이와 같이 전반적인 교과목을 포괄하고 있으면서도 전공에 따라 교과과정 구성을 달리 함으로써 전문인 교육을 위한 특성화된 교과과정을 운영하고 있음을 알 수 있다.

5. 일본의 교과과정

일본의 패션관련학과/전공 명칭은 패션전문대학인 문화여자대학을 제외하고는 거의 대부분이 생활환경학부, 생활문화학부, 생활과학부 내 피복학 전공으로 되어있었으며, 학과/전공 명칭을 자세히 살펴보면, 가정학 관련 학과 명칭은 가정학과(13개), 가정경제학과(1개), 환경디자인학과(2개), 생활학과(4개), 생활환경학과과정(1개), 생활환경학과(11개), 생활환경정보학과(1개), 생활경영학과(1개), 생활사회학과(1개), 생활정보학과(1개), 생활조형학과(2개), 생활미술학과(2개), 인간환경학과(1개), 인간생활학과(1개)이며, 피복학 관련 학과 명칭은 생활디자인학과(1개), 피복학과(5개), 복식조형학과(1개), 복식미술학과(1개), 복장학과(1개)로 되어 있었다. 한편, 패션관련학과 및 전공이 소속되어 있는 계열 명칭을 살펴보면, 가정학부(24개), 생활과학부(11개), 생

〈표 7〉 Hong Kong Polytech. Univ. Institute of Textile & Clothing의 교과목 구성

(단위: %)

전 공	산업 및 시장정보	소 재	상품기획	디자인	제품생산	판매 및 유통	기 초	소비과학
Fashion & Clothing Marketing	38.6	6.4	6.4	9.6	16.1	12.9	9.6	0
Fashion & Clothing Studies	34.5	7.6	7.6	15.4	23.0	11.5	7.6	7.6
Fashion & Textile Product Studies	28.5	14.2	7.1	14.2	21.4	0	10.7	3.5
Color & Textile Studies	19.3	29.0	16.1	12.9	12.9	0	9.6	0

〈표 8〉 일본의 계열/학과별 교과목 편성 비율

학과/전공명	교과목영역	산업 및 시장정보	소재	상품기획	디자인	제품생산	판매 및 유통	기초	소비과학
가정학과(2) ¹⁾		34 ²⁾	23.2	0	22.5	20.9	0	8.8	21.0
생활환경학과(9)		7.8	20.5	2.5	15.3	16.7	0	21.9	12.8
생활미술·디자인(2)		7.0	25.3	3.5	19.3	15.0	3.3	15.0	11.8
생활정보(1)		7.0	19.9	0.9	17.2	11.6	0	23.1	20.2
복장	패션조형학(1)	9.0	0	9.0	35.3	27.2	4.5	4.5	4.5
	패션크리에이트(1)	5.8	11.7	5.8	35.3	5.8	23.5	11.7	0
	피복과학(1)	6.0	47.0	0	0	0	0	0	47.0
	복장사회학(1)	60.0	0	0	0	6.7	13.3	20.0	0
	복장사(1)	0	0	0	1.0	0	0	99.0	0

1) 학과/전공 수, 2) 교과목구성비율(%)

생활환경학부(2개), 인간환경학부(2개), 인간생활학부(2개)로 되어 있었다.

일본의 패션관련대학의 학부, 학과 및 전공 명칭에서 살펴본 바와 같이 패션산업학과, 패션디자인학과 등과 같은 '패션', '산업', '정보', '디자인' 과 같은 명칭을 사용하는 학과 및 전공은 거의 찾아보기 힘들었는데, 이는 일본 대학 내의 패션관련학과의 변화 추이는 한국이나 미국보다 산업 지향적이라기보다 과거 가정대학내의 가정생활 중심 교육에서 크게 변화하지 않고 있다는 것을 알 수 있었다. 그리고 이러한 사실은 본 연구에 사용된 15개 대학 중 3개 대학을 제외한 12개 대학이 여자대학이라는 사실과 무관하지 않을 것으로 생각된다.

〈표 8〉과 같이 5개의 전공으로 세분화 되어있는 문화여대의 복장학과를 제외한 각 전공별 교과목을 분류해 본 결과, 전 교과목에서 차지하는 비율은 소재영역이 가장 많았고 디자인, 제품생산, 기초과목, 소비과학영역이 그 다음으로 비슷한 분포를 하였고, 산업 및 시장정보영역과 상품기획, 판매 및 유통 영역은 아주 적은 분포를 보였다. 또한 학과 또는 전공의 명칭에 따라서 분야별 교과목이 차지하는 비중의 차이는 크게 나타나지 않았는데 예를 들어서, 가정학과의 경우는 제품생산(20.9%), 디자인(22.5%), 소비과학(21%) 분야에 해당하는 교과목의

비중이 컸으며, 생활미술, 생활디자인학과 전공의 경우, 소재(20.5%), 디자인(15.3%), 제품생산(16.7%) 분야의 교과목의 비중이 매우 큰 것으로 나타났다. 생활환경학과의 경우는 소비과학(20.2%), 소재(19.9%)분야가 가장 비중이 높았으며, 다음으로 디자인(17.2%), 제품생산(15%) 분야에 상대적으로 비중이 높게 나타났다. 생활 및 생활정보학과의 경우도 명칭만 차이가 있을 뿐 생활미술, 생활디자인, 생활환경학과와 비슷한 비율로 과목이 분포되었다. 그러나 문화여대의 경우는 위의 대학과 많은 차이가 있었으며 패션조형학 전공은 디자인(35.3%)과 제품생산(27.2%) 분야에, 패션크리에이트 전공은 디자인(35.3%)과 판매유통(23.5%)분야에, 피복과학전공은 소재(47.0%)와 소비과학(47.0%) 분야에, 복장사회학 전공은 산업 및 시장정보(60.0%)와 소비생활(13.0%) 분야에, 복장사 전공은 거의 100% 서양, 동양, 텍스타일 역사 등과 같은 기초과목에 치중되어 있어 전공의 명칭에 따른 특성화를 보여주고 있었다.

V. 결론 및 제언

국내 대학의 교과과정을 미국, 영국, 홍콩, 일본의 교과과정과 비교해 보면 다음과 같다. 국내 대학의

전공/학과 명칭은 패션, 산업 등이 사용되는 추세여서 현대 사회에서 산업과 연계한 학과 성격으로의 조정을 보여주는 경향이 있었지만 전공/학과의 명칭과는 상관없이 디자인 및 제품생산의 교과과정 비중이 크게 나타났으며, 산업 및 시장정보에 관련된 교과목의 비중이 낮았다. 제품생산 분야의 경우, 구성과 생산관리 두 측면으로 분리하였을 경우 국내 대학의 교과과정에서는 의복제작의 기초과목이 차지하는 비중이 큰 반면 미국 대학의 경우 생산관리에 관한 교과목의 비중이 더 큰 것으로 나타났다. 상품기획 분야의 경우에는 국내 대학의 경우 생산을 위한 제품기획에 관한 교과목에 치중되어 있는 반면, 미국 대학의 경우 제조된 제품의 사업에 의한 상품기획에 관한 교과목 비중이 큰 것으로 나타났다. 이는 이은영 (1996)과 김성조(1995)가 지적한 내용과 부합한다.

미국의 경우 학교교육의 실용적인 측면을 증진시키기 위한 교과과정의 변화를 살펴볼 수 있다. 1960년대 말부터 각 대학의 학과간 구조조정이 이루어져서 통폐합이 현재까지 이루어지고 있는데 이는 학과의 정체성, 비용, 장래성 등을 기준으로 이루어지고 있다. 교과과정의 변화 추이는 신기술의 도입(기자재, 소프트웨어 등), 업계와의 공동 연구, 타 학과와의 연계 등의 팀워크(team work)를 강조하며, 글로벌화 된 상품생산과 소비자 중심의 교육을 강조하고 있다(Warfield, 1999). 산업 및 시장정보, 제품생산, 상품기획영역의 교과목 비중이 비교적 높은 학과/전공의 비중이 높아가고 있으며 또한 각 대학마다 교과과정의 차이를 둬으로써 대학 또는 학과/전공간의 차별화/특성화를 추구하고 있다. 이는 생산지와 판매지가 세계 여러 지역으로 분포되어 있는 미국 의류업체에서 필요한 인력을 충당하기 위한 것이라 생각된다.

영국의 패션관련학과들의 교과과정은 패션관련분야의 전반적인 교과목을 포괄적으로 포함하고 있는 일반적인 내용으로 구성되어 있는 것이 아니라 특정 분야와 관련된 교과목이 집중적으로 포함되어 있는 매우 전문화된 교과과정이며, 학과에 따라서는 다시 세분화된 전공분야로 나누어져 전문인 양성을

위한 교과과정이 운영됨을 알 수 있다.

홍콩의 경우는 한 개 대학 내에서 패션산업에 관련된 4개 전공과정이 개설되어 있으므로 패션산업에 관련된 전반적인 교과과정의 편성이 가능하기 때문에 기초적인 교과목을 포함시키고, 전공에 따라서 더 비중을 두는 분야를 달리 하여 특성과 전문성을 살릴 수 있는 교과과정을 운영하고 있었다. 또한 산업 및 시장 정보 분야의 비중이 매우 높은 점도 그 특징으로 들 수 있다. 이와 같이 전반적인 교과목을 포괄하고 있으면서도 전공에 따라 교과과정 구성을 달리 함으로써 전문인 교육을 위한 특성화된 교과과정을 운영하고 있음을 알 수 있다.

일본의 경우, 일본 대학 내의 패션관련학과의 변화 추이는 패션 전문대학인 문화여자대학을 제외한 모든 대학이 한국이나 미국보다 산업 지향적이라기보다 과거 가정대학내의 가정생활 중심 교육에서 크게 변화하지 않고 있다는 것을 알 수 있었다.

국내 대학의 교과과정을 미국, 영국, 홍콩, 일본의 교과과정과 비교해 본 결과 급변하는 패션산업 환경에 적절히 대처할 수 있는 경쟁력 있는 패션 전문인 양성을 위한 교과과정을 제언해 보면 다음과 같다. 현재의 대학교육의 문제점으로 제시되는 것은 교육내용이 현실과 부합되지 못하여 경쟁력 있는 전문인력을 양성하지 못하고 있으므로 공급자 중심으로 한 교과과정 운영을 지양하고 소비자중심의 교과과정을 확립해야 한다. 또한 개방화 및 국제화 그리고 산업사회에서 정보사회로의 급격한 변화에 따라 패션 관련 교육도 변화해야만 할 것이다. 급속한 정보 시스템의 발달은 빠른 속도로 지구촌을 하나의 시장으로 연결하고 있다. 이러한 환경에서 생존하는 길은 국내에서만 안주할 것이 아니라 글로벌 기준(global standard)에 맞는 교육 또한 요구된다. Goldstein(1996)이 제시한 21세기를 대비한 패션 교육의 방향제시에서와 같이 정보의 활용이 중요할 것이며, 기본적인 기술교육과 더불어 우리의 패션역사와 문화적 특성 기반 위에서 창의성 개발이 강조되는 교육이 필요하겠다. 다시 말해서 고유한 문화적, 예술적 특성을 파악하고 재발견하여 이를 활용할 줄 알아야 한다. 또한 국제경쟁력을 지닌 패션전

문인을 양성하기 위해서는 무엇보다도 산학협동이 이루어져야 하고, 이를 통하여 산업체의 세계화 지향 및 창조력 향상을 꾀할 수 있어야 하며, 이를 위하여 학교의 교육도 창의성 위주로 전환되어야 한다. 현재 국내의 패션산업계는 유통개방과 더불어 제조업 중심 시스템에서 유통업 중심 시스템 즉 소비자 중심 시스템으로의 큰 변화에 직면해 있으므로 이에 대응할 수 있도록 산업 및 시장정보, 유통영역도 강화시켜야 할 영역이라 생각된다. 디자이너 양성 중심의 교과과정에서 패션산업 각 분야마다 적합한 인재 양성을 위한 교육과정의 세분화·특성화 또한 필요하다고 생각된다.

따라서 과거 한국이 OEM 생산에 치중하던 것에서 탈피해서 우리의 고유 브랜드를 육성하여 세계 시장에 진출하고 국내에서도 수입 브랜드와 경쟁을 위해서는 패션산업의 각 분야의 전문 인력을 양성해야 한다. 무엇보다 현재 소홀한 산업과 시장정보, 기획, 판매 및 유통 분야의 전문인력을 교육시키기 위해 보다 많은 교과목이 개설되어야 할 것이다. 미국, 영국, 홍콩 같은 패션 선진국이 이 분야에서 많은 교과목을 제공하고 있다는 사실도 이러한 맥락에서 이해해야 할 것이다. 그러나 모든 교과과정이 일률적으로 이러한 분야만 강조해서는 전문인력의 고른 양성을 기대할 수 없을 것이다. 즉, 각 학교나 지역별로 편편일률적인 현재의 교과과정 운영에서 벗어나 산업의 특성을 고려하여 교과과정을 차별화, 전문화시키는 것이 무엇보다 절실하다. 예를 들어 국내의 섬유·패션산업의 지역적인 특성을 고려해 볼 때, 국내 실크 수요의 70% 이상을 담당하는 경남의 진주와 세계적인 폴리에스터 산지인 대구·경북을 포함하는 영남권의 지역 특성화 교육과정은 소재 개발과 관련된 영역에 중점을 두어야 할 것이다. 이 지역은 소재를 개발하고 기획하는 전문가가 거의 없는 탓에 서울의 컨버터나 외국 바이어의 주문 생산만 주로 하는 하청업에 머무르는 실정이다. 따라서 섬유의 부가 가치를 높일 수 있도록 텍스타일 마케팅, 섬유가공, 소재기획, 직조, 염색, 프린팅 디자인 등을 강화한 전문교육 과정이 필요하다. 또한 의류·패션제품의 생산지와 판매지의 제한이 없

어져가고 있는 글로벌화 시대에 보다 경쟁력 있는 제품의 생산 및 판매를 위해서는 판매지와 생산지에 대한 전문적인 지식, 원활한 의사소통, 정확한 정보수집 및 분석능력을 갖춘 인재가 필요하다. 이를 위하여 인접학문의 연계를 통해서 전공자들로 하여금 보다 전문적인 지식과 기술을 습득할 수 있게 해 주어야 한다. 한 예로서 지역학, 통상학, 패션 관련학과에 관련된 교수 및 전문인들이 새로운 교과과정을 개발함으로써 국제화된 패션 전문인을 양성할 수 있을 것이다. 다양한 편제의 교육기관도 각 교육기관의 목표, 교원구성, 시설규모, 지역의 특성에 따른 교육과정의 특성화가 필요할 것이다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가진다.

첫째, 자료수집과정에서 각국의 교과과정을 수집하는데 많은 어려움이 있었다. 특히, 미국과 영국의 경우 수집한 자료가 상대적으로 한정되었던 점을 밝힌다. 둘째, 자료 수집당시(99년 1~3월) 한국의 경우는 학부제로 전환되는 과도기여서 그 이후 교과과정이 수정된 학교도 있을 수 있으나, 이를 전부 반영하지 못하였다. 셋째, 교과목을 생산과 유통에 따라 8범주로 분류하는 과정에서 개설된 교과목명 위주로 분류하였으므로, 실제 각 학교에서 가르치는 수업내용과는 차이가 있을 수도 있다.

이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 한국의 패션 교과과정을 4개국과 비교 분석함으로써 세계의 패션교육 현황에서 한국교육의 위치를 진단해 보는 계기가 되었다. 또한 이전의 교과과정 연구와는 달리 교과목을 패션산업의 생산과 유통과정에서 분류하여 어느 분야에 교과목이 치중되었거나 취약한가를 분석하였다. 패션산업에서 각 분야의 전문인력을 고루 양성하는 것이 매우 절실함에도 현재 한국의 패션 교과과정은 디자인과 생산 기능에 지나치게 편중되어 있는 것으로 나타났으며, 또한 생산 기능 중에서도 산업화된 생산기술 측면보다는 기초적인 의복제작에 편중되어 있는 실정이다. 이는 매년 수천 명의 의류학전공 졸업생이 배출됨에도 업계에서는 “인력이 없다”고 하는 사실을 반영한다.

■ 참고문헌

- 1) 김성조 (1995). 의류학 전공자 교육과 전문인 양성방향. 의류산업, 15, 24-58.
- 2) 김은애 (1996). 인간생태학과 의류학. 가톨릭대학교 생활과학연구소 세미나.
- 3) 도규희, 최경순, 이정옥, 조차 (1994). 복식산업 발전을 위한 패션 전문교육에 관한 연구. 복식, 23, 225-248.
- 4) 서정희 (1993). 가정학 원론. 하우출판사.
- 5) 신상무 (1995). 의류학의 현재와 미래의 방향과 연구. 대한가정학회지, 33(6), 187-198.
- 6) 이은영 (1996). 미래 사회와 의류학. 1996년도 한국 의류학회 창립20주년 기념총회 및 춘계학술 발표회.
- 7) 이해영, 이진희, 정기영 (1993). 의류관련학과 대학교과과정에 관한 연구. 자연과학, 4(1), 117-132.
- 8) 이호정 (1994). 의류상품학개론, 교학연구사.
- 9) 인터패션플래닝(1998). '98 Fall/Winter Market Analysis.
- 10) 조규화 (1996). 21세기 한국패션의 세계화를 위한 패션교육 방향. 21세기 패션교육방향에 관한 국제심포지움, 한국섬유산업연합회와 에스모드 서울, pp25-52.
- 11) 한국패션협회(1997). '98한국패션총람
- 12) 홍경희, Scheurell, D.M. (1997). 의류제품 개발과정. 섬유기술과 산업, 1(4), 481-487.
- 13) Association of Degree Courses in Fashion and Textile Design (1995). A Guide to First Degree and Post Graduate Courses in Fashion and Textile Design.
- 14) Burns, L.D. & N.O. Bryant (1997), The Business of Fashion, Fairchild Publications, New York.
- 15) Frings, G.S. (1994), Fashion: From Concept to Consumer, 4th Ed. Prentice Hall, New Jersey.
- 16) Goldstein, A. (1996). 21세기를 대비한 패션교육의 방향. 21세기 패션교육방향에 관한 국제심포지움. 한국섬유산업연합회와 에스모드 서울, pp7-12.
- 17) Jemigan, M.H. & Easterling, C.R. (1990). Fashion Merchandising and Marketing, Macmillan Publishing Company, New York.
- 18) Warfield, C.L. (1999). Trends on Textiles and Clothing Education-U.S. Colleges and Universities. '99 하계 학술세미나, 복식문화학회.