

패션교육의 정보화와 데이터 베이스

瀬川 建一

일본문화여자대학 도서관

1. 멀티미디어 사회의 도래

미국의 고어 부통령이 「정보 슈퍼하이웨이 구상」을 발표할 이래 광섬유 망에 의한 네트워크화와 멀티미디어에 의한 「산업혁명」, 「교육혁명」이 화제가 되고 있다.

쌍방향 CATV, 컴퓨터, 전화가 하나로 된 정보단말에 의하여 집에 있으면서 전자도서관, 전자미술관으로부터 서비스를 받고, TV홈 쇼핑, 비디오온디맨드, 홈뱅킹으로부터 재택교육, 재택의료 등을 21세기초에는 가능하게 되어 미국의 모든 산업과 미국인의 생활 그 자체에 「멀티미디어 대혁명」을 가져온다고 하는 구상이다.

미국은 이러한 구상에 따라 모든 산업이 크게 변화하고 있어 이러한 「정보 슈퍼하이웨이 구상」의 성공에 의해 라이벌 일본과의 경쟁에 이기려하고 있다. 쌍방향 CATV는 몇 개 회사에서 이미 실험 중에 있고 1995년 초부터 뉴저지주에서 38,000세대를 대상으로 상업 서비스가 시작되었다.

그것을 위하여 미국의 패션산업은 콘슈머 리스폰스(CR, Consumer Response)의 하나인 텔레비전 쇼핑이 21세기의 주류가 된다는 전망 하에 퀴리폰스 시스템(QR, Quick Response)을 추진하고 있다. 미국의 대형 통신판매회사인 스피켈사는 1994년 가을부터 통신위성 텔레비전을 통하여 200백만 세대에 홈쇼핑의 테스트에 들어간다고 하는 기사도 보도되고 있다.

일본에서도 우정성의 전기통신심의회 심의안에 의하면 「2010년까지 완전히 광섬유 망이 정비되고 멀티미디어의 시장규모는 연간 123조엔, 신규 고용이 243만명」이라고 추산하고 있어, 미국에 지지 않으려면 관·민 일체의 개발이 금후 급속하게 진전해야 한다고 생각된다.

2. 패션산업의 위기적 상황

이러한 멀티미디어 사회를 지향하는 일본, 미국 사회가 크게 변하여 갈 때 일본의 패션산업은 어떠한 대응을 하고 있을까? 첫번째의 문제점은 멀티미디어에 대한 정보시스템의 준비가 급선무인 것은 말할 필요도 없으나 그 이전에 해결하지 않으면 안 되는 문제(예를 들면 패션유통의 합리화, 근대화)가 산적해 있다.

텔레비전 쇼핑은 세계 속의 상품정보를 자택에 있으면서 영

상으로 검색하여 구입할 수 있는 쌍방향 시스템으로써 즉시 응답할 수 있고 또 배달할 수 있도록 대규모 화상 데이터베이스 라던가 발주, 배달, 지불의 완전 자동화 컴퓨터시스템이 전제로 되어 있다. 발주로부터 배달까지를 즉시 응답할 수 있도록 하는데는 상품의 정보가 POS로써 관리되어 발주, 생산, 유통이 하나로 시스템화되어 있지 않으면 안 된다.

동시에 QR시스템을 구축하는데는 발주, 생산, 유통의 일관화가 전제가 되기 때문에 단순히 기술적인 문제만의 이야기는 아니다. 섬유산업 구조 전체의 문제로 넓혀 업스트림으로부터 다운스트림에 이르기까지 수직 통합되어 패션산업 전체의 리스토라, 리엔지니어링이 단번에 추진하는 가능성을 감추고 있는 것이다.

일본의 패션상품이 비싼 것은 복잡한 유통구조, 일본 독특한 상관행에 의한 경우가 크고 엔고(円高)에 대응하여 내외 가격 차이를 해소하는데는 오랜 체질에 밴 유통구조를 합리적인 것으로 변혁하지 않으면 안된다.

패션산업 전체의 리스토라, 리엔지니어링을 부르짖는데 그것에 실패하면 일본의 패션산업은 외국과의 가격경쟁에 지고 쇠퇴일로로 견게되는 만큼 바짝 따라 붙고 있다.

값싼 노동력(베트남에서의 봉제공장 임금은 일본의 40분의 1)에 의존하는 낮은 가격의 아시아의 의류제품에 눌린 일본 어패럴은 지금까지는 가까운 장래, 인공위성의 텔레비전 쇼핑으로써 값싼 미국 상품에 석권되어 협공의 위기에 봉착할 우려가 높은 것이다.

3. 패션교육의 과제

일본의 패션산업이 이러한 입장에서 있을 때 어떠한 패션교육이 요청되고 있는 것일까? 그 답은 이상에서 논술한 시대의 흐름이 명확하게 가리켜 나타내고 있다.

시대의 흐름에 대응한 패션교육의 정보화가 급선무로써 교육 그것의 변혁이 요구되고 있다. 그러한 변혁이 중도에 끊기기도 하고 늦어지기도 하면 시대의 요청에 부응하지 못하고 타인으로부터 평가 하락이 되고 드디어는 학생으로부터도 눈밖에 나버린다고 하는 최악의 사태도 우려된다. 그렇지 않아도 18세 인구가 급감하고 있기 때문에 가정계 여자대학이라던가 패션전문학교의 패션교육은 시대의 요청에 대응한 특색 있는 것은

로 변화하지 않을 수 없고, 그 하나의 키워드가 「패션교육의 정보화」 또는 「패션교육의 컴퓨터화」이다.

패션교육의 컴퓨터화, 정보화를 말하기 전에 패션교육의 과제를 세가지 측면으로부터 고찰하기로 한다.

3.1. 패션산업 교육

이전에도 대학이라던가 전문학교에서는 패션산업에 대응한 산업교육을 행하여 왔으나 금후의 과제로서의 산업교육의 방향은 다가 올 멀티미디어 사회에 대응할 수 있는 될 수 있으면 비즈니스 정보 시스템을 교육하는 것이다. 동시에 현재 일본의 패션산업의 낡은 구조를 비판적으로 분석하여 그것을 어떻게 변혁하여 갈 까라고 하는 관점을 가지고 그의 변혁을 실천할 수 있는 역량을 갖는 산업인을 양성하여 가지 않으면 안 된다.

이전의 산업기능이라던가 구조, 그 중에서도 주어진 전문직의 노하우를 교육하는 것은 물론이지만 21세기가 멀티미디어의 고도 정보화사회로 되고 패션산업도 크게 변혁되기 때문에 그것을 리드할 수 있는 인재를 지금부터 양성하는 것이 필요하게 된다. 그것을 위해서는 컴퓨터를 다루는 것은 당연하고 더욱이 나아가 리엔지니어링으로써의 QR이라던가 CAD, CAM 등에 이해가 있는 전문직의 양성이 급선무이다.

더욱이 패션교육으로써 컴퓨터를 가르친다고 하면 단순히 조작을 가르치는 것만이 아니라 21세기의 패션산업의 멀티미디어화를 전망하고 그것을 이해하여 일본의 패션산업의 변혁을 담당하는 인재(정보 시스템을 통합하는 QR 매니저 등)를 양성하는 일이 패션교육의 중요한 목표라고 생각된다.

3.2. 디자인 교육

패션교육은 비즈니스 교육만은 아니다. 패션비즈니스 교육이 패션교육의 하나라고 하여도 패션 그것은 비산업적인 면도 지니고 있다. 결국 생활자, 소비자의 관점으로부터는 패션은 「팔아야 할 상품」은 아니고 「입고 즐기는 문화의 하나」로써 생산방법도 수작업이 중심이다.

생활에서 출발하여 생활을 즐기는 수단으로써의 가정양재는 옛날부터 있었으나, 생활문화의 하나로써 패션을 포착하고 생활의 창조, 디자인을 가르치는 패션·디자인교육은 산업교육의 반대라고 생각된다(산업교육에서도 창조로서의 디자인 기획은 중요한 것이나 이야기를 단순화하기 위하여 여기에서는 생략한다).

디자인의 창조를 인출하는 교육은 인간의 창조적인 능력, 특히 감성적인 상상력(이미지네이션)과 그것을 형태로 만들어 내는 조형기술이 필요하다.

패션 크리에이션의 상상력을 자극하는 재료는 여러가지 있으나 과거의 디자이너의 작품, 역사적 의복, 민족복으로부터 미술이라던가 공예, 더욱이는 자연현상 등 여러 모티브가 크리에이션 교육의 재료가 된다. 이것을 멀티미디어에 의한 서포트로써 질 높은 교육으로 하여가는 것도 큰 과제라고 할

수 있다.

3.3. 생활산업 교육

3.1의 산업교육과 3.2의 디자인교육의 접점으로 생각되는 것이 「광의의 패션」 개념으로 생활자, 소비자의 라이프 스타일이다.

하마노(浜野)가 「패션화 사회」(1970년, 비즈니스사 간행)를 제창한 이래 30년이 경과하였는데 패션은 단순히 복장의 유행만이 아니라 생활 전반에 확산되었다. 의식주, 스포츠, 레저, 취미 등 패션화 현상은 생활의 전 국면에 침투하였다고 하여도 과언은 아니다.

이러한 생활 전반의 패션화에 대하여 어패럴만이 아니라 자동차, 가정 전기, 주택, 식품 등의 산업계(생활산업이라고 명명한다)는 항상 변화가 빠른 패션화의 동향을 미리 읽지 않으면 경영이 성립하지 않는다. 그것과 동시에 패션화 현상의 밑바닥에 있는 라이프스타일의 동향을 항상 분석하여 그것에 대응한 경영을 명확히 내세우지 않으면 안 된다.

이상의 것은 마케팅이라고 하는데 거시적인 관점에서 경제, 사회 상황의 동향을 포착하여 생활자의 라이프스타일이 어떻게 변화하여 갈 것일까? 그것에 의하여 광의의 패션이 어떻게 변화하여 갈 것인가를 분석한다고 하는 높은 수준의 패션교육이 금후 한층 중요하게 된다고 생각된다.

4. 교육의 컴퓨터화

패션교육의 「컴퓨터화」라 함은 컴퓨터를 도입함에 의하여 교육, 정보의 효율화, 통합화를 추진하는 것으로써 「정보화」와 거의 같은 뜻이라고 생각된다.

패션교육에 한정되지 않으나 일반적으로 교육의 컴퓨터화의 제1단계는 컴퓨터에 의한 독서 능력(컴퓨터 리터라시)의 습득이다. 키보드를 치는 방법, 조작방법 등을 기본적으로 마스터하는 것인데 그것에 의하여 컴퓨터의 사용방법이라던가 데이터베이스의 기초지식을 배운다.

제2단계는 컴퓨터를 구사하여 교육을 하는 것이다. 이것은 컴퓨터 그 자체 교육, 예를 들면 프로그래밍 등을 가르치는 것이 아니라 컴퓨터를 사용하여 교육을 하는 것이다.

간단한 방법으로는 이미 만들어져 있는 패키지 소프트웨어를 그대로의 순서로써 프리젠테이션 하는 경우이다. 이러한 방법으로는 교수법이 정해져 있기 때문에 수업의 전개에 플렉시블하게 대응한다고 하는 것은 대체로 곤란하다.

더욱 발전된 방법이 되면 교사가 스스로 교재 소프트웨어를 편집, 제작하기도 하고 여러가지 경우에 다양한 데이터베이스를 자유롭게 검색, 액세스하여 수업의 전개에 유연하게 대응하는 것이 가능하게 된다(물론 교재가 되는 데이터베이스가 풍부하게 존재하는 것이 전제가 된다).

그것을 더욱 발전시키면 교사와 학생이 함께 컴퓨터를 가지고 서로 여러 가지 데이터베이스를 액세스하면서 동시에 쌍방

향에서 주고받는 활발한 수업이 가능하게 된다.

5. 패션교육의 컴퓨터화

이상으로부터 패션교육의 컴퓨터화의 구체적인 내용은 어떻게 생각되는 것일까?

제1로 3.1의 「패션산업 교육」에서는 어패럴산업을 중심으로 컴퓨터화의 실태에 따른 교육이 우선 필요하다. 그러한 프로세스를 「기획」 「생산」 「유통·판매」의 3가지로 대별하면 「기획」의 프로세스에서는 디자이너 작품의 화상 데이터 베이스, 디자인 화상 데이터베이스, 디자인 시물레이션 시스템 등이 디자인 기획의 지원 시스템으로써 유효하다. 컴퓨터 그래픽의 하드에서는 시마세이키사의 SDS라던가 JUN의 4D box 등이 어패럴 업계만이 아니라 대학, 전문학교에도 보급되어 있다.

「생산」의 프로세스에서는 CAD라던가 CAM 시스템이 중심이 되어 있다. 어패럴 생산의 시스템화는 CAD를 중심으로 진전하고 있고 추진된 공장에서는 패턴의 작성, 그레이딩 작업, 마킹, 자동 봉제가 일관된 제조공정으로 행해지게 되어 있다. 산업교육에도 이러한 첨단 산업기술에 대응하여 시스템화하는 것은 당연하다고 할 수 있다.

「유통·판매」의 프로세스에서는 앞서 기술한 바와 같이 POD라던가 VAN 등의 정보 네트워크의 교육이 필요하고 더욱이 추진하여 QR과 그의 멀티미디어화에 이르기까지의 첨단적인 교육이 지금 긴급한 과제가 되어 있다.

다만 오늘날의 일본 어패럴산업은 POS는 각사 흩어져 공통화 되어 있지 않고 EOS(electric ordering system, 자동발주시스템)라던가 EDI(electronics data interchange, 전자 데이터 교환·발주·납품·지불의 자동화)도 지금부터라고 하는 상태로써 JAN(Japanese article number)코드으로써 POS를 공통화하려고 하는 움직임이 태동하기 시작했을 뿐이다. 동시에 이러한 정보 시스템은 생산으로부터 소매에 이르기까지의 통합화와 더불어 현실의 유통기구를 통합화하지 않으면 실현 불가능하기 때문에 복잡한 유통기구를 어떻게 하여 수직 통합화할 까라고 하는 귀찮은 문제를 표리 일체로 가르치지 않으면 안 되는 곤란함을 수반한다.

제2로 3.2의 「디자인 교육」에서는 생활의 즐거움으로써의 가정양재교육과 디자인 크리에이션 교육에서는 상당히 차원이 다르고 후자와 3.1의 산업교육의 「디자인 기획」과는 상당히 중복되는 것인지도 모른다. 그러나 이들은 디자인 발상과 제작 기술이 중요한 것은 공통하고 있기 때문에 「제작 기술」에 대하여는 실제의 기법을 비디오로 촬영하여 CD-ROM이라던가 레이저디스크 등으로써 움직이는 화면, 정지화면으로써 컨트롤 하는 방법이 유효하다고 생각한다.

또 「디자인 발상」인데 파리 컬렉션의 화상 데이터베이스, 디자인, 디테일의 화상 데이터베이스와 그의 시물레이션 시스템, 역사복, 민족복 데이터베이스 등이 지원 시스템으로써 고려

되는데 디자인 발상의 소재는 직접 의복 그 분야에 한정하지 않고 몹시 넓고 깊기 때문에 컴퓨터 이외의 미디어라던가 자료 등의 쪽이 전체적으로 미치는 지도 모른다.

제3인 3.3의 「생활산업교육」의 컴퓨터화인데 생활자의 라이프스타일의 조사, 분석을 위한 범데이터 베이스, 예를 들면 인구동태라던가 경제 지표 등의 데이터베이스로부터 각 세대의 의식 조사 등이 필요하다고 생각된다.

예를 들면 일본 경제 신문사의 데이터베이스라던가 일렉트릭 라이브러리(EL Net)의 신문, 잡지 데이터베이스 등으로부터 세계 137개국을 잇는 지구 규모의 컴퓨터 네트워크, 인터넷을 통하여 해외 데이터베이스의 액세스에 이르기까지 다양한 데이터베이스를 자유롭게 구사한 고도의 교육이 기대된다.

6. 패션정보의 개념

패션산업에 대하여 패션정보라 함은 패션 상품을 기획·제작·판매한 후에 필요로 하는 정보이기 때문에 최종적으로 무엇을 결국 파는 것을 재빨리 알기 위한 정보가 중요하게 되는 것은 당연하다고 할 수 있다. 따라서 패션 트렌드 정보(내외의 컬렉션, 스트리트패션, 패션 잡지 등의 정보), 예측정보(인터칼라, 프루미엘 비전, 프로모스틸 등의 정보), 판매정보 등이 주요 패션정보라고 할 수 있다.

또 패션산업은 금후 급속하게 정보 시스템화가 진행된다고 생각된다. 이것에 수반하여 카테고리로서의 「패션정보」도 변화하여 넓어질 것이다.

「정보시스템으로써의 패션정보」가 중요하게 되고 POS 데이터라던가 발주, 채고 데이터 더욱이는 CAD, CAM 등의 생산 시스템에서의 데이터 및 그들의 정보관리가 패션정보의 커다란 기둥의 하나로 된다고 생각된다.

그러나 기업에 따라서 가치 있는 정보만이 패션정보라고는 한정하지 않는다. 패션교육에 있어서는 폭넓은 의복 및 복장 전반(협의의 패션), 더욱이는 생활 전반에 있어서 광의의 패션화 현상도 「패션정보」라고 생각된다.

특히 협의의 패션(의복 및 복장)의 정보의 형태는 문자와 동시에 화상으로써 나타내는 것이 극히 유효하고 색상, 디자인, 소재, 패션 이미지 등의 화상정보를 멀티미디어 데이터베이스화하는 것이 패션교육의 컴퓨터화에 있어서 중요하다고 생각된다.

문화회원 패션정보센터에서는 협의의 패션(의복 및 복장) 정보는 주로 「파리 컬렉션 화상 데이터베이스」, 광의의 패션 정보는 주로 「신문·잡지 기사 데이터베이스」로써 데이터베이스를 제작하고 있다.

7. 협의의 패션 데이터베이스의 예

「파리 컬렉션 화상 데이터베이스」는 파리 컬렉션의 칼라 사진이 현재 약 60,000점 입력되어 있다. 문화출판국 파리지국이 취제한 사진을 광디스크(CRV)에 넣어 매킨토시 퍼스널 컴

퓨터로써 검색하는 시스템이다.

이러한 데이터베이스는 대량의 화상 데이터가 파일되어 있어 근본이 되는 데이터베이스인데 실제의 수업에는 보다 컴팩트하고 수업의 목적에 맞는 목적별로 서브 파일(스택)이 유효하다고 생각하고 현재 다음의 서브 파일을 기획 중이다.

- ① 트렌드 분석 파일
- ② 디자이너별 작품 파일
- ③ 패션 아이템별 파일
- ④ 디자인, 디테일 파일
- ⑤ 모자, 양말 등의 액세서리 파일
- ⑥ 현대 패션사 파일

이들 서브 파일은 60,000점의 화상 중에서 수업에 필요한 화상을 뽑아서 목적에 맞는 해설이라던가 키워드를 새롭게 추가하여 교재 데이터베이스(내지는 교재 소프트웨어)에 재편집하는 것으로서 하이퍼커드로써 비교적 간단하게 작성할 수 있다.

이들 서브 파일은 교사들과의 공동 기획에 의하여 수업에 직결함에 의하여 패션교육의 컴퓨터화의 구체화에 크게 역할한다고 생각한다.

8. 광의의 패션 데이터베이스의 예

문화학원 패션정보센터에서는 광의의 패션(즉 생활 전반의 패션화 현상과 라이프스타일)의 데이터베이스는 주로「신문 잡지 기사 데이터베이스」를 중심으로 파일화 되어 있다.

이들은 문서 파일의 컴퓨터(히트 파일 650E)에 9개 신문사의 관련 기사를 발췌하여 기사를 화상으로써 취하여 데이터베이스화한 것이다. 그외에도 패션 관련 잡지 13종 등도 입력되어 있고 1990년부터 약 14,000건의 데이터가 자유롭게 검색할 수 있도록 되어 있다.

검색 항목은 (1) 기사 타이틀 (2) 인명 키워드 (3) 프리 키워드 (4) 분야 (5) 발행일 (6) 출전 등인데, 그 중에서도「분야」의 항목은 ① 컬렉션, ② 브랜드, 디자이너, ③ 패션 비즈니스, ④ 패션 상품, ⑤ 매터리얼, ⑥ 미용, 화장, ⑦ 현대 패션, ⑧ 문화, ⑨ 라이프 스타일, ⑩ 복장사, 풍속사, 민족복, ⑪ 기타로 되어 있고 각각의 항목은 더욱이 세분화된 항목(보충표)으로써 보완되어 있다.

특히 ⑦, ⑧, ⑨의 항목에서 광의의 패션을 플로우하고 있다.

또 이들의 팽대한 패션 관련 기사는 어떻게 변화하고 있는가를 파악하여 소개한 것으로「뉴스 레이다」(월간)가 있다.

이것은 문화학원의 패션 관련 부서에 배포하고 있는 팜플렛으로써 매월 기사 타이틀의 일람표를 분야별로 배치하여 각각의 분야의 변화를 알 수 있도록 편집되어 있다. 동시에 디자이너, 패션 상품, 라이프스타일, 패션 비즈니스의 4분야에 대하여는 각 분야의 기사의 분석과 해설을 하여 중요하다고 생각되는 기사에 대하여는 기사 그 자체를 게재하고 있다.

9. 결 론

현재 문화학원 패션정보센터에서는 이상의 데이터베이스 외에 1950년대의 보그 컬렉션의 화상 데이터베이스, 세계의 패션 디자이너 700명 이상을 소개한 디자이너 데이터베이스, 패션 디자인(복종, 디테일)을 약 2,000점의 일러스트로써 소개한 디자인 데이터베이스 등을 제작하고 있다.

금후의 과제으로써는

- (1) 이들 데이터베이스를 학생에게 자유롭게 서비스 할 수 있도록 오픈 스페이스의 확보
- (2) 학원의 정보 시스템화에 문화여자대학 도서관과 제휴 등이 있다.

또 전술한 교재 데이터베이스 내지는 교재 소프트웨어도 현재는 아직 기획의 단계로써 현실에 이르기까지는 상당한 수고가 든다.

그러나 교육에 직결하는 데이터베이스를 될 수 있으면 많이 제작함에 의하여 패션교육의 질적 향상에 직접 도움이 되는 데이터베이스를 만들어 이러한 데이터베이스가 재산이 되어 21세기의 멀티미디어 사회의 패션교육을 전망할 수 있는 것이다.



瀬川 健一 (Kenichi Segawa)

게이오대학 경제학부 졸업
문화출판국에서 「복장문화」 「복식사전」 「패션비즈니스」 등의 편집담당
패션정보센터에서 디자이너 데이터베이스 및 컬러화상 데이터베이스 담당
현재 문화여자대학 도서관 사서2과장

Tel : +81-3-3299-2193, Fax : +81-3-3299-2604