

의상 및 의류학과 개설과목에 대한 중요도
인식에 관한 조사*
-학사, 석사, 박사 과정학생을 대상으로-

김 혜 영
성균관대학교 의상학과

**A Study on the Students Perception of Curriculum in Clothing and
Textile Studies:**

- Based on the sample of undergraduate and postgraduate students -

Hye-Young Kim
Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University

ABSTRACT

The aim of this study is to find out the way in which the future curriculum of clothing and textile studies should be composed. For this purpose, this study examines the perception of students as a consumer of university teaching. For students, who are studying in the department of clothing and textiles, have academic and practical interest in this area. But they also anticipate the demand of clothing and textile market in the future in which they will work. The sample of survey research was 607 students of 20 universities.

First, this study asked the students what are important areas of study at present. Majority of student answered that clothing construction and fashion design are the most important areas of clothing and textile studies. This perception of the students seems to reflect the fact that most university departments have placed importance on such subjects. Secondly, students think that fashion marketing and fashion design should be emphasised in the future. This finding is consistent with the current trend in the fashion industry which has gone beyond simple clothing construction to fashion design and marketing, which yield higher profit than clothing construction.

Although there are many other factors which should be considered in the composition of future curriculum, this study shows that fashion marketing and design should be at the core of university

* 이 논문은 1998년 학술진흥재단의 학술연구비에 의하여 지원되었음.

teaching in departments of clothing and textile studies.

Key Words : curriculum, academic interest, fashion marketing

I. 서 론

1960년대 이후 우리 나라의 생활양식이나 의식구조 등은 세계적인 추세와 더불어 급진적으로 변모되었으며 특히 의생활 양식에서 커다란 변화를 일으켰다. 그 대표적인 예로서 기성복의 발달과 수요증가를 들 수 있다. 이 변화는 섬유산업계의 고도의 지식과 기술집약형 산업구조에 힘입은 바가 크며, 이 변화의 결과로 의류분야에서는 국제화, 다양화, 심미적인 수준 향상에 대처할 수 있는 고도의 전문지식을 갖춘 전문인력에 대한 수요가 증가하게 되었다. 이 수요를 충족시키기 위해서 대학의 교육과정은 기존의 기초지식교육이라는 목표 외에 전문적이고 실용적인 부분을 추가함으로써 “산업과 학문의 협력”의 기반을 마련해야 할 것이다. 그럼에도 불구하고 우리의 현실은 교육적인 측면에서는 적극적인 전문교육의 미비, 현장에서는 직종개발의 소극성, 개인으로는 직업의식의 부족 등으로 의생활과 관련된 시대의 변화에 능동적으로 대처하지 못하고 있는 실정이다. 이와 아울러 많은 대학들의 의상 및 의류 관련학과들이 각 대학이나 지역적 특수성을 고려하지 못하고 대부분 유사교과과목을 개설하고 있어 정보화시대의 필수적인 요건인 창의적인 차별성을 배양하는 교육을 제공하지 못하고 있는 현실이다.

이러한 시대적 변화를 감안하여 대학의 의상 및 의류 관련학과에서는 의류산업 발전과 육성에 이바지할 수 있는 전문적 기술능력과 창의적 능력 및 지식을 갖춘 책임감 있는 전문인 양성을 위해 교육방향과 체계의 변화를 모색해야 할 것이다. 이러한 변화를 위해서 고려해야 할 것은 먼저 산업체에서의 요구라든지, 졸업후 학생들의 취업에 관한 정보에

측(이은영, 1983; 최혜선 외, 1993))과 같은 현장의 정보수집에 노력해야 할 것이다.

한편 우리 나라 교육발전 5개년 계획에 따르면 앞으로 우리 나라의 교육의 방향은 교육기관 중심의 교육에서, 학습자와 교육수혜자의 입장을 먼저 생각하는 교육으로의 전환을 목표로 삼고 있다(교육부, 1999). 최고의 인력을 교육하는 기관인 대학도 이와 궤를 같이 해야 할 것이고, 의상 및 의류 관련학과에서도 이제는 학생들의 요구가 무엇인가에 대해서도 많은 관심을 가져야 할 것이다. 지금까지 의상 및 의류학과 교과과정에 관하여는 많은 연구(이순원 외, 1980; 김성련 외 1982; 박현신, 1984; 이원자, 1985; 간문자, 1997; 박재욱, 1996; 김은애, 1996; 윤정욱, 1996))들이 이루어져 왔으나 교육의 수혜자인 학생의 필요와 욕구에 따른 교육과정의 개선안에 관한 연구는 드문 실정이다. 따라서 본 연구는 사회적 요청을 반영한 학생들의 교육과정에 대한 필요와 욕구를 중심으로 미래의 의상학과 교과과정의 나아갈 바를 교육의 수혜자 입장에서 진단해 보고자 한다.

이상의 목적을 위하여 본 연구에서는 다음과 같은 연구에 초점을 맞추고 있다. 첫째, 의상 및 의류학과 학생들의 현행 개설과목에 대한 중요도 조사이다. 이것은 현재의 교육담당자가 중요하게 강조하는 교과과정에 대한 실태를 파악하는 것으로써 현재 교과과정에 대한 패러다임의 반영이라 할 수 있다. 이 연구를 통해서 얻어진 결과는 현재 개설되고 있는 과목들의 학술적, 실용적 가치를 학생들이 어떻게 평가하고 있는가에 대한 정보를 제공하는 기초자료로써 활용될 것이다. 둘째, 학생들의 미래의 개설과목에 대한 중요도와 향후 진학시 선택의도가 있는 전공과목에 대한 조사이다. 이 조사를 통하여 시대

적 변화의 추세를 파악할 수 있고 이것은 또한 미래의 교과과정에 대한 패러다임의 반영이라고 볼 수 있다. 또한 과목별 현재와 미래의 중요성 간의 차이와 과목별 현재의 중요성과 진학시 선택의도 간의 차이를 통하여 미래의 교과과정을 어떤 방향으로 개선·강화해야 하는지 그 방향을 제시하고자 한다. 따라서 이 조사자료는 미래의 교과과정의 내용선정을 위한 중요자료로써 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 교과과정의 중요성에 관한 연구

대학의 교과과정이 갖는 교육적 측면에서의 중요성은 대학교육의 내실화를 기하기 위한 기본과제의 하나로서 매우 중요한 문제이다. 즉, 교과과정은 대학 교육과정의 핵심요소로서 지식의 창출·전수·활용으로 대변되는 대학의 기능적 특성을 표현하는 것이다. 따라서 교과과정은 그 사회에서 필요로 하는 인재양성을 담당하는 대학의 교육목표를 구체화한 것으로 졸업생들의 진로와도 밀접한 관계가 있다고 하겠다.

대학 교육과정의 중요성에 대한 연구로는 다음과 같다. 김순애(1995)는 대학의 교육과정의 질 향상이 교육적 효능을 높이는 일에 직결된다고 지적하면서, 대학 스스로 그 사회의 요구와 학생의 요구를 잘 반영한 개성있는 프로그램 개발로 경쟁력을 키워나가도록 요구하고 있다. 박병선(1996)은 교육과정의 적합성을 상실한 아제르바이잔의 바쿠대학의 사례를 들면서, 대학의 교육과정은 국제 환경의 변모에 적응하면서 나라의 경제발전이나 사회발전을 주도할 수 있는 인재를 육성하는데 그 중요성이 있다고 강조하고 있다. 또한 전성련(1999)은 대학의 교육과정은 국가와 대학의 흥망성쇠와 직결됨을 지적하면서 지식과 문화를 기반으로 하는 21세기의 국가대열에서 낙오되지 않기 위해서는 교육과정에

초점을 둔 대학교육의 개혁을 들고 있다.

그리고 오늘날과 같이 급변하는 사회에 대처하기 위한 대학 교육과정의 개선방안에 대한 연구로는 다음과 같다. 김순애(1995)는 대학이 새로운 경쟁력을 키우기 위하여 교과과정의 설정기준을 교육내용의 사회적 요청에의 타당성과 교육내용의 학생에의 타당성 등으로 새롭게 제시하고 있다. 또한, 김종철(1992)은 학생들의 교과과목에 대한 수요분석과 이를 충족시키기 위한 운영의 개선방향을 고려할 것을 제시하고 있다. 그리고 박병선(1996)의 연구에서는 교과과정 결정에 학생들의 요구를 반영하는 장치가 마련되어야 할 것을 지적하고 있다.

이상의 연구에서와 같이 교과과정은 급변하는 사회에 따라 새로운 변화를 요구하고 있음을 알 수 있다. 그러나 위의 연구들에서의 아쉬운 점은 연구자의 주관적 판단에 근거한 방향제시에 중점을 둔 반면, 실태 및 의식조사에 기초한 연구는 그리 많지 않다는 것이다. 그리고 의상학 분야에서는 사회변화에 따른 교육과정에 관한 연구가 아직 덜 개척된 분야로 남아있다. 따라서 본 연구에서는 국내 4년제 대학의 의상 및 의류 관련학과에 개설되어 있는 교과과정을 조사하고, 전 과정 학생들을 대상으로 전공교과과목에 대한 중요도를 조사하여 수요자 중심의 교과과정 운영안을 제안하고자 한다.

2. 의상 및 의류 관련학과의 현행 개설과목에 대한 연구

급변하는 국내의 환경에 부응하고, 세계적 경쟁력을 갖춘 전문가를 양성하기 위해서, 기존의 교과과정을 변화시키기 위한 많은 관심과 노력이 최근 들어 기울어지고 있으나(한국의류학회, 1999), 전술했듯이, 아직까지 국내 의상 및 의류학과의 교과과목에 대한 심층적 연구는 많지 않은 현실이다.

먼저, 현재 국내의 대학에서 개설되고 있는 중요 교과목에 대하여 살펴보겠다. 피복과학분야에는 의류

소재의 개발, 성능의 평가, 염색·가공, 피복관리, 피복위생, 봉제성, 특수기능복, 의복과 환경에 관한 교과목을 포함하고 있으며, 의복구성분야는 인체측정, 의복치수체계, 의복제작 및 평가, 의류생산기술 및 관리, 패턴CAD와 CAM을 포함한다. 패션마케팅 분야는 패션마케팅, 복식사회심리, 소비자행동의 교과목을 포함한다. 복식미학·디자인 분야는 복식사, 복식미학, 복식디자인, 디자인CAD 등의 교과목 등을 포함하고 있다(이해영 등, 1993; 한국의류학회, 1999).

현재 운영 중인 의상 및 의류학과 교과과정에 대한 몇몇 선행연구들의 결과를 요약하면 다음과 같다.

이원자(1985)는 서울 소재 6개 대학의 대학요람을 참고로 교육목표, 교과과정, 교과과목의 성격을 분석하고 취업현황, 교수요원 구성, 문제점 등을 설문지를 통해서 조사하였다. 그 결과, 국내 의상학과는 복식 디자인과 의복 구성 계열에 중점을 두며, 의류학과에서는 피복과학계열에 많은 과목을 개설하고 있다. 그리고 가장 많은 교수요원이 의복구성에 편중되어 있는 것으로 나타났다. 또한 박현신(1984)의 국내 의류 관련학과의 교과과정을 분석한 연구에서는 의상 및 의류학과 모두 복식디자인과 의복구성과목에 50%정도의 비중을 두고 있고 사회과학과목은 가장 낮은 비율로 나타났다. 이와 같은 결과는 최근의 연구에서도 같은 것으로 밝혀졌다(한국의류학회, 1999).

한편 의상 및 의류학과 교과과정과 관련한 외국의 조사를 살펴보면, 일본의 경우는 국내의 교과과목과 큰 차이가 없었으나, 미국의 경우에는 많은 차이가 있었다. 국내 의상 및 의류학자가 중복된 교과과정들을 갖고 있어 학교간의 차별성이 거의 존재하지 않고 있음에 비하여, 미국의 경우에는 교과목이 유사하거나 중복된 학교가 거의 없는 것으로 나타났으며, 교과목을 선정하는데 있어서는 각 학교의 특성이나 산학협동의 효과를 극대화하기 위한 기준이 중요한 것으로 보고되고 있다(한국의류학회, 1999). 또한 국내의 교육과정과의 차이점은 교

육의 목표를 종래의 의류제조업에 대한 강조에서 의류산업과의 연계성을 감안하는데까지 확장하여 의류의 판매와 관리 등을 다루는 과목들인 패션머천다이징, 비주얼머천다이징, 텍스타일머천다이징, 인간행동 및 현장연구를 교과과목으로 채택하는 학교가 늘어나고 있다는 점이다(이원자, 1985).

보다 구체적으로 미국내 의상 및 의류 관련학과의 교과과목 실태에 대하여 조사한 결과를 살펴보면 다음과 같다. 미국내에서 의상 및 의류 관련학과 143개를 조사한 Laughlin과 Kean(1995)의 연구에 따르면 다음의 7개 과목은 거의 모든 대학에서 공통적으로 개설하고 있는 주요과목이었다. 이들은 텍스타일 초급과정, 색채 및 디자인의 원리, 의복의 사회심리적 측면, 복식사, 복식의 문화적 측면, 머천다이징의 실제 그리고 패션이론 등이다. 전공별 구성을 보면 조사대상이었던 16,000명의 학부학생들은 77%가 소매업 및 패션머천다이징을, 13%는 패션 및 어패럴디자인을, 나머지 9%는 텍스타일과 관련된 전공을 하는 것으로 밝혀졌다.

미국의 126개 대학을 대상으로 의상 및 의류 관련 교과과정의 변화추세를 조사한 Dickerson과 Clowes(1982)에 의하면, 패션머천다이징과 패션디자인 과목에 대한 관심이 최근 가장 많이 증가한 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 Feather(1996)가 최근 미국내 2년제 및 4년제 대학을 대상으로 한 조사와도 일치한다. 미국내의 조사결과를 검토해 보면 이원자(1985)가 지적한 바와 같이 피복과학적 측면의 비중이 큰 국내와는 달리 미국에서는 패션마케팅 등 복식사회학과 관련된 측면에 많은 비중을 두고 있음을 알 수 있다.

그러나 이상의 국내의 연구는 개설과목, 전공 등의 실태조사 수준에 머물렀다는 제한점을 가지고 있다. 실태조사와 더불어 의식조사가 병행되어야 현재 운영되는 교과과정에 대한 종합적 평가가 가능할 것이다. 선행연구들은 어떤 교과과정이 운영되고 있다는 사실만을 제공할 뿐, 그 교과과정의 운

영이 얼마나 효과적이며 교육의 수혜자인 학생들에게 어떻게 평가되는지에 대한 정보는 제공하지 못하는 아쉬움이 있었다. 본 연구에서는 위와같은 제한점을 고려하여 현재 운영되는 교과과정에 대한 실태 및 의식조사와 더불어 향후 중요성에 대한 평가를 다루었다.

3. 사회적 변화에 따른 의상 및 의류 관련 학과의 교과과목 변화에 대한 연구

과거에는 국내 의류생산업체가 제조에서 판매까지 독점하는 내수시장 안에서의 경쟁이 주류를 이루고 있었다. 그러나 이제는 까다로운 안목을 가진 소비자들과 시장 전면개방으로 인한 해외브랜드들과의 치열한 경쟁에서 살아 남아야하는 숙제를 안고 있다. 이와 같은 변화에 대처하기 위해 현재 국내 의류산업체가 어떠한 문제점을 가지고 있는지를 분석하고, 이 문제점을 보완하기 위해서 의상 및 의류 관련학과에서 개설되는 교과과정에 어떠한 변화가 있어야 하는가에 대한 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다. 도규희 등(1995)은 어패럴 산업체의 경영인과 디자이너를 대상으로 설문조사를 실시하고 현행 의상 및 의류 관련학과의 교과과정에 대한 문제점들을 지적하였다 즉, 전문지식에 대한 교육이 부족한 점, 신기술의 적응능력이 떨어지는 점, 그리고 전문 교수요원의 부족 등을 문제점으로 지적하였다. 간문자의 연구(1997)에서는 의상디자인학과의 교육방향이 첫째, 마케팅분야와 관련되어서는 상품기획능력, 소비자 분석능력 등을 키워야 하며, 복식디자인 분야에서는 외국인의 감성을 읽고 충족시킬 수 있는 전문인을 양성해야 하며, 의복구성 분야에서는 디자인 자체에 대한 이해와 CAD나 CAM 시스템에 대한 교육이 강조되어야 한다고 지적하고 있다. 최윤미(1996)는 의상 및 의류학과 학생들의 창의성 개발을 미래의 주요 교육목표로 제안하고 있다. 김소현 외의 연구(1990)에서는 미래의 의류산업체의 요구에

부응할 수 있는 이론을 강화시킨 패턴 분야와 함께 코디네이션, 디스플레이 등 새로운 분야도 확충하여 운영할 것을 강조하고 있다.

이상에서 살펴본 선행연구들은 현재 또는 미래의 사회적 변화에 능동적으로 대처하기 위해 의상 및 의류 관련학과에서 개설되는 교과과목에 대한 다양한 제안을 하고 있다. 다만 선행연구들은 기초 자료의 수집에 있어서는 연구자의 학문적 판단에 주로 의존하고 있다. 물론 의상 및 의류 관련 전문가인 연구자의 판단은 미래지향적 교육체계의 제안에 대단히 중요한 통찰을 제공하고 있다. 그러나 연구자의 학문적 판단과 아울러 교육 수혜자인 의상 및 의류학 전공학생의 교육적 요구를 체계적으로 조사하여 분석할 때 보다 정확한 교육 프로그램을 개발할 수 있을 것이다.

4. 의상 및 의류학 전공학생의 진학시 선택 의도가 있는 전공과목에 관한 연구

의상 및 의류학 전공학생들이 진학시 어떤 전공과목을 선택할 것인지에 관한 평정 내용은 미래에 어떤 과목이 중요할 것인지에 대한 질문보다 더 구체적인 태도를 묻는 것이라고 할 수 있다. 일반적으로 소비자를 연구하는 분야에서 특정제품이나 상표에 대한 선호도나 태도를 구매의도와 관련시켜서 많이 연구하고 있다. 특정광고에 대한 태도가 정적인 경우에 구매의도가 높다고 보고되기 때문이다 (Brown, & Stayman, 1992). 특정과목에 대한 향후 중요성 평가도 태도의 하나로 보기 때문에 동일한 논리가 적용될 수 있다. 결국 미래에 중요할 것이라고 기대한 과목은 진학시 선택의도에 정적인 영향을 미치게 된다. 그러나 본 연구에서 미래의 중요성과 선택의도간의 인과관계를 알아보려고 한 것은 아니다. 단지 미래의 특정과목에 대한 중요성 평가와 태도 두 차원에서 조사하여 더욱 확실하게 알아보기 위한 것이 목적이다.

일반적으로 의상 및 의류학과 졸업자는 의류산업체의 전문디자이너나 판매직, 교직 및 대학원 진학, 연구기관 연구원에 진출한다. 미국의 2년제 대학 졸업생 취업현황에서 보면, 패션디자이너가 가장 많은 비율을 차지하고 있다. 그러나 4년제에서는 패션디자이너보다 패션비즈니스에 더 많이 진출하는 것으로 나타났다(이원자, 1985). 미국과 국내의 취업의 형태를 비교·정리한 결과, 미국은 소매업, 관리직 등의 패션비즈니스가 대부분이고 국내에서는 패션비즈니스 업무에 근접하는 디자이너로 취직하는 경향이 있다. 이와 같은 현상은 최근의 연구보고와도 일치한다. 즉, 한국의류학회(1999)가 수행한 졸업생 업무수행분야 평가에 의하면, 의류사업에 종사하는 졸업생들의 43.2%가 디자인 업무를 수행하고 있으며, 10.4%가 상품기획 업무에 종사하고 있으며, 나머지는 원단연구기관, 웨딩드레스 숍, 학교, 구두 및 액세서리 업체, 의류 수출입 주선업체 등에 종사하고 있는 것으로 나타났다.

교육도 하나의 서비스로 본다면, 소비자인 학생의 의식조사를 통해서 그들이 원하는 것을 이해하고 그에 대한 적절한 대응방안을 마련하는 것은 상당한 의미를 가지고 있다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 현시점에서는 취업과 관련하여, 교육체계의 수혜자인 학생들의 관심이나 태도에 대한 조사가 드물다.

이상과 같은 제한점들을 고려하여, 본 연구에서는 선행연구들에서 다루지 못한 학생들의 평가내용을 중심으로 교과과정의 발전적 방향을 모색하려고 한다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

본 연구는 의상 및 의류학과 재학생을 대상으로 어떤 과목이 현재 중요하다고 평가하는가 또 어떤 과목이 미래에 중요할 것이라고 평가하는가에 대한 차이점(gap)을 설문조사를 통해 알아보고자 하였다. 이를 위하여 연구의 틀을 설명하면 다음과 같다.

먼저 학생들이 현재 개설과목에서 중요하게 생각하는 과목이 무엇인지 알아본다. 그리고 학생들이 미래에 중요할 것이라고 생각한 과목과 진학시 선택할 의도가 있는 과목에 대하여 알아보겠다. 또한 현재 중요하게 생각하는 과목과 미래에 중요할 것으로 생각하는 과목 간의 차이와 진학시 선택할 의도가 있는 전공과목 간의 차이를 알아보겠다. 이를 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

1. 연구문제

주제 1. 학위과정에 따라서 학생들이 현재 중요하다고 생각하는 과목은 무엇인가?

주제 2. 학위과정에 따라서 학생들이 미래에 중요할 것이라고 생각하는 과목은 무엇인가?

주제 3. 학위과정에 따라서 학생들이 진학시 선택하려고 하는 전공과목은 무엇인가?

주제 4. 학위과정에 따라서 학생들이 현재에 중요하다고 생각하는 과목과 미래에 중요할 것이라고 생각하는 과목 간의 차이는 무엇인가?

주제 5. 학위과정에 따라서 학생들이 현재 중요하다고 생각하는 과목과 진학시 선택하고자 하는 전공과목 간의 차이는 무엇인가?

2. 측정도구

본 연구에서 사용된 설문지는 (1) 인구통계학적 변인, (2) 학과과목에 대한 현재/미래의 중요도 평가와 선택의도 문항으로 이루어진 두 개의 부분으로 이루어져 있다. 인구통계학적 변인의 경우에 학위과정에 관한 질문, 졸업 후 진로에 관한 질문으로 구성되어 있다. 현재/미래의 중요도 평가와 선택의도에 관한 질문은 응답자의 응답을 용이하게 하기 위해서 의상 및 의류학과에서 개설되는 주요과목 8개를 미리 제시하여 선택하도록 하였다. 8개의 주요 과목은 최근 연구인 한국의류학회(1999)의 분류 기

준을 기초로 하여, 복식미학·디자인, 의복구성, 패션마케팅, 피복과학 등을 세분하여 복식디자인, 의복구성, 복식사회심리, 패션마케팅, 복식사, 복식미학, 피복과학, 피복환경학 등으로 분류하였다.

3. 연구대상 및 자료수집

전국에 있는 의상 및 의류 관련학과의 재학생을 응답대상으로 하여 1998년 8월부터 1998년 12월까지 우편을 이용하여 설문조사를 실시하였다. 설문지를 우편으로 발송하기 전에 응답률을 높이기 위해서 전화로 각 대학의 설문조사 담당자를 확인하고 주의사항들을 숙지시켰다. 수거된 설문지 중 부실응답과 결측치를 제외하고 최종 분석대상은 총 607부이다(회수율 23.3%).

20개 대학에서 학사과정 학생 504명(83.0%), 석사과정 학생 70명(11.5%), 및 박사과정 학생 33명(5.4%)의 응답자가 설문조사에 참여하였다.

4. 분석방법

수집된 설문지를 대상으로 SPSS/PC 8.0 version 통계패키지를 이용하여 빈도 및 카이제곱검증(chi-square test)을 실시하였다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 학위과정별 현행 개설과목에 대한 평가

현재 개설된 과목의 중요성을 어떻게 지각하고 있는지 알아본 결과가 <그림 1>에 제시되어 있다. 학사, 석사, 박사 과정학생들에게 의상 및 의류학과에 개설되어있는 주요 8개 과목들(복식디자인, 의복구성, 복식사회심리, 패션마케팅, 복식사, 복식미학, 피복과학, 피복환경학) 중에서 현재 중요하게 생각하는 과목이 어떤 것인가를 선택하라고 하였다. 3(3개의 학위과정) ×

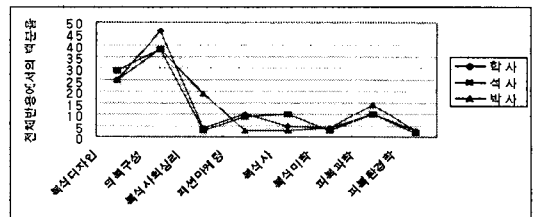
8(과목수)의 범주표에 대한 빈도를 통계분석한 결과 유의미한 차이가 있었다($\chi^2=51, df=14, p<.01$).

먼저 학사과정 학생의 중요도 평가를 살펴보면, '의복구성' 과목을 중요하다고 평가한 학생(46.4%)이 가장 많았고 '복식디자인' 과목을 중요하게 평가한 학생(25.0%)이 다음으로 많았다. 이 두 과목에 대해서 중요하다고 평가한 학생이 전체의 71.4%로 나타났다. 이에 비해서 '복식미학'을 중요하게 평가한 학생이 가장 적었다.

석사과정 학생의 중요도 평가를 살펴보면, 학사과정과 동일하게 '의복구성'과 '복식디자인' 과목에 대해서 현재 중요하다고 평가한 학생이 38.0%와 29.1%로 높게 나왔다. 반면, '복식사회심리학(1.3%)', '복식미학(1.3%)' 및 '피복과학(1.1%)' 과목에 대해서 중요하다고 평가한 학생의 수가 낮게 나타났다.

박사과정 학생은 '의복구성', '복식디자인' 및 '복식사회심리' 과목을 중요하게 평가한 학생이 37.8%, 24.3% 및 18.9%로 많은 것으로 나타났다.

<그림 1>에서 보여지듯이 세 학위과정 공히 의복구성과 복식디자인이 현재 중요한 과목이라고 평가하였다. 이는 의복제조중심으로 이루어진 국내의 교과과정이 반영된 것이라고 설명할 수 있으며, 위의 교과과정의 연구결과와도 일치한다(이원자, 1985; 박현신, 1984; 한국의류학회, 1999).



<그림 1> 학위과정별로 평가한 현재의 중요한 과목

2. 학위과정별 미래의 개설과목에 대한 평가

학사, 석사, 박사 과정학생들에게 의상 및 의류학에서 개설되는 주요 8개 과목들 중에서 미래에 중

요할 것이라고 기대하는 과목이 어떤 것인가를 선택 하라고 하였다. 3(3개의 학위과정)×8(과목수)의 범 주표에 대한 빈도를 통계분석한 결과 유의미한 차이가 있었다($\chi^2=37.012, df=14, p<.01$). 관찰빈 도를 백분율로 환산한 결과를 <그림 2>에 제시하였 다.

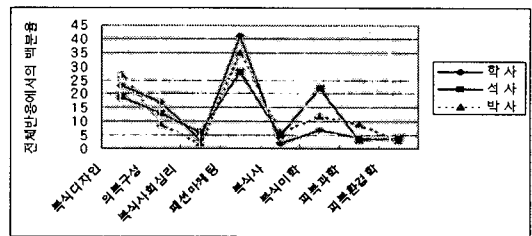
먼저 학사과정 학생의 중요도 평가를 살펴보면, '패션마케팅' 과목을 중요하다고 평가한 학생이 40.8%로 가장 많았고 '복식디자인' 과목을 중요하 게 평가한 학생이 23.3%로 다음으로 많았다. 이 두 과목에 대해서 중요하다고 평가한 학생이 전체의 64.1%로 나타났다. 이에 비해서 '복식사'를 중요하 게 평가한 학생이 1.3%로 가장 적었다.

석사과정 학생의 중요도 평가를 살펴보면, 학사 과정과 동일하게 '패션마케팅'과 '복식디자인' 과목 에 대해서 앞으로 중요할 것이라고 평가한 학생이 28.2%와 19.2%로 높게 나왔다. 학부과정에서 중요 하게 평가하지 않은 '복식미학' 과목을 중요하게 평 가한 학생이 21.8%로 많았다. 반면, '피복과학'과 '피복환경학' 과목에 대해서 중요할 것이라고 평 가한 학생의 수가 2.6%, 3.8%로 낮게 나타났다.

또한 박사과정 학생은 '패션마케팅' 과목을 중요 할 것이라고 평가한 학생이 35.3%로 다른 과목에 비해서 월등히 높게 나타났다.

<그림 2>에서 나타나듯이 복식디자인 과목과 패 션마케팅 과목이 학위과정 학생들이 공통적으로 미 래에 중요한 과목이 될 것이라고 평가하고 있다. 이 는 두가지 측면에서 설명될 수 있다. 첫째는 시대적 변화 즉, 산업체제의 변화에 대한 반영이다. 전술했 듯이 현재 국내 의류산업계는 제조업 중심에서 유통업 중심으로의 변화에 직면하고 있다. 따라서 이 에 대응할 수 있는 시장정보 및 유통영역의 강화가 필요하기 때문으로 해석된다. 둘째, 이와같은 결과는 사회적 요청에 대한 반영이기도 하다. 즉, 한국 의류학회(1999)가 수행한 의류관련업체를 대상으 로 의류산업에서 유망한 직종 및 인재개발이 요구

되는 분야에 대한 조사에 따르면, 패션마케팅 분야 와 새로운 영역의 디자인 분야로 보고되고 있다. 또 한 본 연구의 결과는 한국의류학회(1999)에서 조사 한 졸업생 대상의 수요조사 결과와도 거의 일치하 고 있다. 이처럼 학생들이 미래에 중요할 것이라고 기대한 과목은 시대적 변화의 추세와 사회적 요청 을 반영한 것으로서, 미래의 교과과정은 의류산업 각 분야의 인재양성을 위주로 한 유통업 중심으로 변화해 감을 시사하고 있다.



<그림 2> 학위과정별로 평가한 미래의 중요한 과목

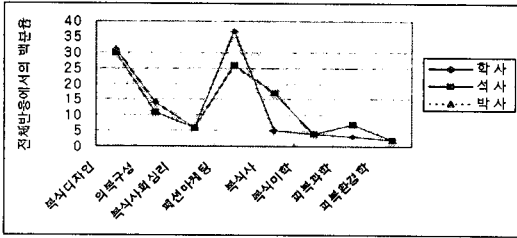
3. 학위과정별 향후 진학시 선택의도가 있는 전공과목에 대한 평가

학사, 석사, 박사 과정학생들에게 의상 및 의류학 에서 개설되는 주요 8개 과목들 중에서 상급과정으로 진학을 할 때 선택하고 싶은 전공과목이 어떤 것인가 를 선택하라고 하였다. 3(3개의 학위과정)×8(과목 수)의 범주표에 대한 빈도를 통계분석한 결과 유의미 한 차이가 있었다($\chi^2=20.7, df=7, p<.01$). 역 시 관찰빈도를 백분율로 환산한 결과를 <그림 3>에 제시하였다.

먼저 학사과정 학생의 선택의도를 살펴보면, '패션 마케팅' 과목을 선택하겠다고 응답한 학생이 36.9% 로 가장 많았고 '복식디자인' 과목을 선택하겠다고 응답한 학생이 30.9%로 다음으로 많았다. 이에 비 해서 '피복과학'과 '피복환경학' 과목을 선택하겠다고 응답한 학생이 2.9%, 1.7%로 적었다.

석사과정 학생의 선택의도를 살펴보면, 학사과정 과 동일하게 '패션마케팅'과 '복식디자인' 과목을 선

택하겠다고 응답한 학생이 26.0%와 30.1%로 높게 나왔다. 반면, '피복환경학'과 '복식미학'과목을 진학시 선택에 하겠다고 응답한 학생의 수가 낮게 나타났다. 이러한 결과 역시, 학생들이 미래에 중요할 것이라고 기대한 과목에서와 마찬가지로 시대적 변화의 추세를 반영한 것이다.



<그림 3> 학위과정별 상급과정 진학시 선택의도가 있는 전공과목에 대한 평가

4. 과목별 현재와 미래의 중요성 간의 차이 비교

과목에 따라서 현재와 미래의 중요성 평가가 달라지는지를 알아보기 위해서 학생들에게 앞에서와 같은 8개 과목을 다음 세가지의 범주(현재 안중요/미래중요, 현재중요/미래중요, 현재중요/미래 안중요) 중 하나로 평가하도록 한 결과가 학위과정별로 <표 1,2,3>에 각각 제시되어있다. 카이검증을 실시한 결과 모두 유의미하게 차이가 나는 것으로 나타났다.

먼저 학사과정 학생의 경우에 '패션마케팅' 과목에 대해서 현재에 중요하게 다루어지고 있지는 않지만 미래에 중요할 것이라고 평가한 학생이 42.9%로 가장 많았다. 그러나 '의복구성' 과목은 현재는 중요하지만 미래에 중요하지 않을 것이라고 평가한 학생이 47.2%로 가장 많았다(표 1 참조).

석사과정 학생의 경우, 학사과정 학생과 동일하게 '패션마케팅' 과목을 현재에는 중요하지 않지만 미래에 중요할 것이라고 평가한 학생이 29.4%로 가

<표 1> 학사과정 학생의 과목별 현재/미래의 중요성 평가 차이검증

		교과과목에 대한 중요성			전 체
		현재 안중요/ 미래 중요	현재 중요/ 미래 중요	현재 중요/ 미래 안중요	
교	복식디자인	빈 도 해당 백분율	110 23.6%	19 21.6%	121 24.4%
	의복구성	빈 도 해당 백분율	58 12.4%	37 42.0%	223 31.0%
과	복식사회심리	빈 도 해당 백분율	17 3.6%	1 1.1%	12 2.5%
	패션마케팅	빈 도 해당 백분율	200 42.9%	26 29.5%	32 6.8%
내	복 식사	빈 도 해당 백분율	6 1.3%	1 1.1%	18 3.8%
	복식미학	빈 도 해당 백분율	35 7.5%	3 3.4%	4 .8%
용	피복과학	빈 도 해당 백분율	23 4.9%	.	51 10.8%
	피복환경학	빈 도 해당 백분율	17 3.6%	1 1.1%	11 2.3%
전 체		빈 도 해당 백분율	466 100.0%	88 100.0%	472 100.0%
x ² 값			273.581***		

<표 2> 석사과정 학생의 과목별 현재/미래의 중요성 평가 차이검증

			교과과목에 대한 중요성			전 체
			현재 안중요/ 미래 중요	현재 중요/ 미래 중요	현재 중요/ 미래 안중요	
교	복식디자인	빈 도	13	2	21	36
		해당 백분율	19.1%	20.0%	30.4%	24.5%
과	의복구성	빈 도	7	3	27	37
		해당 백분율	10.3%	30.0%	39.1%	25.2%
내	복식사화심리	빈 도	4	1	.	5
		해당 백분율	5.9%	10.0%	.	3.4%
용	패션마케팅	빈 도	20	2	5	27
		해당 백분율	29.4%	20.0%	7.2%	18.4%
내	복식사	빈 도	2	2	6	10
		해당 백분율	2.9%	20.0%	8.7%	6.8%
용	복식미학	빈 도	17	.	1	18
		해당 백분율	25.0%	.	1.4%	12.2%
용	피복과학	빈 도	2	.	8	10
		해당 백분율	2.9%	.	11.6%	6.8%
용	피복환경학	빈 도	3	.	1	4
		해당 백분율	4.4%	.	1.4%	2.7%
전 체		빈 도	68	10	69	147
		해당 백분율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
x ² 값			54.465***			

장 높았다. 또한 '의복구성' 과목을 현재에는 중요하지만 미래에 중요하지 않을 것이라고 평가한 학생이 39.1%로 가장 많이 나타났다(표 2 참조).

박사과정 학생의 경우에도 '패션마케팅' 과목을 현재에는 중요하지 않지만 미래에 중요할 것이라고 평가한 학생이 41.4%로 가장 많이 나타났다. 또한 '의복구성' 과목을 현재에는 중요하지만 미래에 중요하지 않을 것이라고 평가한 학생이 가장 많았다(표 3 참조). 여기서는 학생들이 현재 대학에서 중요하게 강조하고 있는 교과과정에 대한 인식과 미래의 교과과정이 어떠한 방향으로 개선되어야 하는지에 대한 이해를 살펴본 것이다. 분석결과, 학생들은 미래의 대학 교과과정은 제조업 중심에서 판매와 유통에 이르는 의류산업 각 분야를 강조한 교과과정으로의 개선을 시사하고 있다고 하겠다.

5. 과목별 현재 중요성과 진학시 선택의도 간의 차이 비교

과목에 따라서 현재 중요성과 진학시 선택의도 간의 차이를 알아보기 위해서 학생들에게 앞에서와 같은 8개 과목을 다음 세 가지의 범주(현재 안중요/미래선택, 현재중요/미래선택, 현재중요/미래 안선택) 중 하나로 평가하도록 한 결과가 학위과정별로 <표 4, 5, 6>에 각각 제시되어 있다. 카이검증을 실시한 결과 빈도에 있어서 유의미하게 차이가 나는 것으로 나타났다.

먼저 학사과정 학생의 경우에 '패션마케팅' 과목에 대해서 현재에 중요하지 않지만 진학시 선택할 것이라고 평가한 학생이 43.1%로 가장 많았다. 그러나 '의복구성' 과목은 현재는 중요하지만 진학시 선택하지 않을 것이라고 평가한 학생이 52.2%로 가장 많았다(표 4 참조).

<표 3> 박사과정 학생의 과목별 현재/미래의 중요성 평가 차이검증

			교과과목에 대한 중요성			전 체
			현재 안중요/ 미래 중요	현재 중요/ 미래 중요	현재 중요/ 미래 안중요	
교	복식디자인	빈 도	7	2	7	16
		해당 백분율	24.1%	40.0%	21.9%	24.2%
의	의복구성	빈 도	1	2	12	15
		해당 백분율	3.4%	40.0%	37.5%	22.7%
복	복식사회심리	빈 도	.	.	7	7
		해당 백분율	.	.	21.9%	10.6%
패	패션마케팅	빈 도	12	.	1	13
		해당 백분율	41.4%	.	3.1%	19.7%
복	복 식 사	빈 도	2	.	1	3
		해당 백분율	6.9%	.	3.1%	4.5%
미	복식미학	빈 도	4	.	.	4
		해당 백분율	13.8%	.	.	6.1%
학	피복과학	빈 도	2	1	4	7
		해당 백분율	6.9%	20.0%	12.5%	10.6%
용	피복환경학	빈 도	1	.	.	1
		해당 백분율	3.4%	.	.	1.5%
전 체		빈 도	29	5	32	66
		해당 백분율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
x ² 값			36.865***			

<표 4> 학사과정 학생의 과목별 현재 중요성과 진학 시 선택의도간의 차이검증

			교과과목에 대한 진학의도/중요성			전 체
			현재 안중요/ 미래 선택	현재 중요/ 미래 선택	현재 중요/ 미래 안선택	
교	복식디자인	빈 도	101	60	80	241
		해당 백분율	27.4%	39.5%	19.6%	25.9%
의	의복구성	빈 도	24	47	213	284
		해당 백분율	6.5%	30.9%	52.2%	30.6%
복	복식사회심리	빈 도	25	3	10	38
		해당 백분율	6.8%	2.0%	2.5%	4.1%
패	패션마케팅	빈 도	159	33	25	217
		해당 백분율	43.1%	21.7%	6.1%	23.4%
복	복 식 사	빈 도	21	4	15	40
		해당 백분율	5.7%	2.6%	3.7%	4.3%
미	복식미학	빈 도	20	.	7	27
		해당 백분율	5.4%	.	1.7%	2.9%
학	피복과학	빈 도	11	4	47	62
		해당 백분율	3.0%	2.6%	11.5%	6.7%
용	피복환경학	빈 도	8	1	11	20
		해당 백분율	2.2%	.7%	2.7%	2.2%
전 체		빈 도	369	152	408	929
		해당 백분율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
x ² 값			319.298***			

석사과정 학생의 경우, 학사과정 학생과 동일하게 '패션마케팅' 과목을 현재에는 중요하지 않지만 진학시 선택할 것이라고 평가한 학생이 29.2%로 가장 높았다. 또한, '의복구성' 과목을 현재에는 중요하지만 진학시 선택하지 않을 것이라고 평가한 학생이 46.3%로 가장 많이 나타났다(표 5 참조). 여기서도 마찬가지로 학생들이 현재 대학에서 중요하게 강조하고 있는 교과과정에 대한 인식과 미래의 교과과정이 어떤 방향으로 개선·강화되어야 하는지에 대한 이해를 위해서 현재 중요하게 평가하는 과목과 진학시 선택할 전공과목 간의 차이를 비교한 것이다. 분석결과는 위의 과목별 현재와 미래의 중요성 간의 차이에 대한 결과와 마찬가지로, 학생들은 미래의 대학 교과과정은 제조업 중심에서 판매와 유통업에 이르는 의류산업 각 분야를 강조한 교과과정으로의 개선을 시사한다고 할 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 국내 의상 및 의류 관련학과의 교과과정에 대한 학생들의 의식을 조사한 것이다. 여기에서 의식이란 현재 운영되는 교과목에 대한 중요성과 미래에 중요할 것이라고 생각되는 교과목에 대한 예측 및 특정 교과과목(전공)에 대한 진학의도를 말한다. 의상 및 의류학과 교과과목에 대한 선행 연구들은 2차 자료에 해당되는 각 대학의 교과과정과 의상 및 의류 관련 소수 전문가의 의견을 기초로 현재의 실태를 파악하고 향후 나아갈 방향을 제안하는 접근이 대부분으로서 교육의 실수혜자인 학생들의 의견이 반영되지 못한 아쉬움이 있었다. 또한 기존의 교과과정 연구들이 학사과정을 중심으로 실시되어 왔다는 점도 지적되어야 할 것이다. 의상 및 의류 관련업종은 전문분야이며 앞으로 부가가치가

<표 5> 석사과정 학생의 과목별 현재중요성과 진학시 선택의도간의 차이검증

		교과과목에 대한 진학의도/중요성			전 체	
		현재 안중요/ 미래 선택	현재 중요/ 미래 선택	현재 중요/ 미래 안선택		
교	복식디자인	빈 도	13	9	14	36
		해당 백분율	27.1%	36.0%	25.9%	28.3%
과	의복구성	빈 도	3	5	25	33
		해당 백분율	6.3%	20.0%	46.3%	26.0%
내	복식사회심리	빈 도	3	1	.	4
		해당 백분율	6.3%	4.0%		3.1%
용	패션마케팅	빈 도	14	5	2	21
		해당 백분율	29.2%	20.0%	3.7%	16.5%
	복 식 사	빈 도	9	3	5	17
		해당 백분율	18.8%	12.0%	9.3%	13.4%
	복식미학	빈 도	3	.	1	4
		해당 백분율	6.3%		1.9%	3.1%
	피복과학	빈 도	3	2	6	11
		해당 백분율	6.3%	8.0%	11.1%	8.7%
	피복환경학	빈 도	.	.	1	1
		해당 백분율			1.9%	.8%
전 체		빈 도	48	25	54	127
		해당 백분율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
x ² 값		36.538***				

높은 영역으로 자리를 보다 확고히 할 것으로 예상된다. 이때 의류 관련전문가의 수요는 폭증할 것으로 기대된다. 그럼에도 불구하고 의상 및 의류 관련 전문가 배출의 통로의 하나인 석·박사 과정에 대한 실태조사는 거의 없으며 이들의 의견은 교과과정의 운영과 정책에 있어서 역시 반영되지 못하고 있는 실정이다.

한편 국제 경쟁력을 갖춘 인재양성을 위해서 한국의 토양에 맞는 체계적이고 미래지향적인 교육정책과 운영이 필요하다. 전국단위로 조사된 외국의 조사들의 결과를 국내 교과과정 정책과 운영에 무비판적으로 반영할 수는 없을 것인데, 국내의 경우에는 일부 제한된 표집에 해당되는 소수 대학만을 대상으로 연구가 실시되었다. 이를 위해서 국내에서도 패션 선진국처럼 전국 단위의 교과과정에 대한 연구가 선행되어야 할 필요성이 있다. 이런 시점에 한국의류학회의 최근 연구(1999)는 기초자료로서 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

이와 같은 선행연구들의 제한점을 고려하여, 본 연구는 개설과목에 대한 학생들의 생각에 주안점을 두고, 자료의 일반화를 위해서 전국 단위로 표집을 하는 것을 원칙으로 하였으며, 이를 각 학위 과정별로 구분하여 실시하였다. 이러한 세 가지 주안점을 중심으로 선행연구들의 실태조사 수준에서 오는 한계를 보완·보충하고자 하였다.

본 연구를 통해서 얻은 결과는 다음과 같다. 먼저 학생들이 현재 개설과목에서 중요하게 인식하는 과목은 학사, 석사, 박사 과정 모두 '의복 구성'과 '복식 디자인' 과목이라고 가장 많이 응답하였다. 이것은 현재 교육담당자가 중요하게 강조하는 교과과정에 대한 현실을 반영하는 것으로써 이러한 사실은 국내 의상 및 의류학과에 개설되어 있는 교과목 중에서 이 분야가 가장 많은 비중을 차지하고 있다는 사실을 통해서도 알 수 있다. 위의 과목들은 의복을 디자인하고 완제품으로 생산해 내는데 기본이 되는 과목으로서 이는 국내 교과과정이 현실적으로

제조업 중심의 패러다임을 가지고 있다는 사실을 설명해 주고 있다.

본 연구에서 조사한, 학생들이 미래에 중요할 것이라고 생각한 과목과 향후 진학시 선택할 의도가 있는 전공과목은 '패션마케팅'과 '복식디자인'이라고 응답한 학생의 수가 모든 과정에서 가장 많았다. 이와같은 사실은 교육수혜자인 학생들이 시대적 변화에 민감하게 반응하고 있다는 사실을 반영한 것이다. 즉, 시대적으로 국내 의류산업은 유통개방과 더불어 제조업 중심에서 상품기획에서 판매, 유통에 이르는 다차원적인 고부가가치 산업으로의 전환을 맞고 있다. 따라서 이러한 산업체계의 변화에 대응할 수 있는 상품기획 및 유통영역의 강화가 요구되고 있고 의류산업체에서도 이러한 영역의 인재를 요구하고 있다. 그러므로 이러한 조사결과는 시대적 변화의 추세를 대변한 것이며 위의 과목들은 미래 교과과정에 대한 패러다임의 반영이라고도 할 수 있겠다.

그러므로 교과과정에서도 패션마케팅 분야인 정보분석 등 상품기획 분야와 유통영역의 강화가 필요하다. 이와같은 패션마케팅 분야에 대한 학생들의 수요는 서론 부분에서 언급했던 것처럼 미국의 의상 및 의류 관련대학의 변화추세와도 일치하고 있다. 패션마케팅 분야는 의상학과의 본질적인 측면보다는 마케팅학의 4P(product, price, promotion, place)와 밀접하게 관련된 과목으로서 앞으로 이 분야에 대한 보다 적극적인 교과과정의 개발과 교육내용의 내실에 힘을 기울여야 할 것으로 보인다. 또한 복식디자인 분야에서도 특수복 등 새로운 영역의 개발과, 감성과 과학을 결합시킨 감성공학적인 연구결과의 상품기획과정에서의 적용, 디지털매체를 통한 디자인활동 등 첨단정보 및 매체를 능숙하게 활용할 수 있는 창의적인 인재를 키우기 위한 과목들이 보완되어야 할 것이다. 또한, 창의적인 디자이너 양성을 위한 교육의 중요성이 커지고 있음을 감안할 때, 의류산업에서 실제로 창의적 성취를 이

르고 있는 인물들에 대한 연구 등 교육적인 활용효과가 있는 많은 연구들도 함께 수반되어야 할 것이다.

한편, 과목별 현재와 미래의 중요성 간의 차이에 서는 모든 과정의 학생이 '의복구성'을 현재에는 중요하지만 미래에는 중요하지 않을 것이라고 평가한 학생이 가장 많이 나타났다. 그리고 '패션마케팅'을 현재에는 중요하지 않지만 미래에는 중요할 것으로 평가한 학생이 모든 과정에서 가장 많이 나타났다. 또한 과목별 현재 중요성과 향후 진학시 선택의도 간의 차이에서는 '의복구성'이 현재에는 중요하지만 향후 진학시 선택하지 않을 것이라고 평가한 학생이 모든 과정에서 가장 많이 나타났다. 그리고 '패션마케팅'을 현재에는 중요하지 않지만 향후 진학시 선택할 것이라고 평가한 학생이 전 과정에서 가장 많이 나타났다. 위의 결과 역시, 전술했듯이 시대 및 사회적 요구에 대한 반영이라 할 수 있겠다. 즉, 의류산업체계의 변화에 대응할 수 있는 상품기획, 판매 및 유통영역의 강화가 요구되면서 패션마케팅 분야의 교과과정의 필요를 나타낸 것이라고 볼 수 있다. 따라서 이는 미래의 교과과정이 어떤 방향으로 강화되어야 하는지 그 방향을 제시한 것이라고 볼 수 있겠다.

이상의 결과, 다음과 같은 결론을 지을 수 있겠다. 현재 교과과정의 패러다임은 '의복구성'과 '복식디자인' 등을 중심으로 한 의류제조 중심에 두고 있으나, 앞으로는 '패션마케팅'과 '복식디자인' 등을 중심으로 한 다차원적인 의류산업 중심으로 그 패러다임의 전환이 필요하다는 것이다. 따라서 미래의 교과과정에서 강화되어야 할 부분 역시 '패션마케팅' 분야라고 할 수 있겠다.

그러나 본 연구에서 얻은 결과가 '의복구성' 등의 과목에 대한 중요성을 낮추어야 한다는 것을 의미하지는 않는다. 본 연구결과를 해석할 때는 현재에 비해서 미래의 중요성의 증가 분이 '패션마케팅'이나 '복식디자인' 등의 과목이 '의복구성' 등의 과

목에 비해서 컸다고 해야 할 것이다.

본 연구의 한계점으로는 표집의 문제를 들 수 있다. 본 연구는 표집을 전국 단위로 설계되고 실시되었다. 자료 수집을 위해서 우편을 이용하였는데 우편 조사가 일반적으로 가지고 있는 문제점 즉, 낮은 회수율의 문제가 본 연구에서도 발생하였다. 물론, 본 연구의 회수율은 인센티브를 주지 않는 우편조사의 평균 회수율 10-20%(오인환, 1992)보다 높았으나, 각 대학 의상학과와 사정 등 현실적인 어려움이 있었다. 앞으로 좀더 많은 대학들의 자료를 통해 본 연구결과의 보충이 있어야 할 것이다.

참고문헌

- 간문자(1997). 국내패션·유통산업의 현황과 의상디자인 학과의 교육에 관한 연구. 호남대 논문집. 18. 4. pp.993-1004
- 광병선(1996), 대학의 교육과정:무엇이 문제인가?, 중앙대 한국교육문제 연구소 논문집 제11호, pp.241-250
- 교육부(1999). 창조적 지식기반국가건설을 위한 교육발전 5개년 계획 시안
- 김성련·이순원·이인자(1982). 가정학 계열학과의 모형 교육과정 개발 연구보고서 (의류학 분야), 대한가정학회지, pp.7-14.
- 김은애(1996). 의류학 연구의 기대되는 시도에 관한 토의, 대한가정학회 86년도 춘계학술발표회, pp.28-29.
- 김종철(1992), 대학교육과정의 실태와 발전방향에 관한 연구, 덕성여자대학교 교육연구 제3호, pp.81-151
- 도규희·최경순(1995). 복식산업 발전을 위한 패션전문 교육에 관한 연구-어패럴 산업체를 중심으로. 경북산업대 산업기술연구소 논문집 제5호, pp.207-213
- 박재욱(1996). 교육개방과 의류학 교육, 한국의류학회 창립 20주년 기념 학술발표회.
- 박현신(1984). 한국 복식디자인 대학교육의 실증적 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 양병화(1998). 다변량 자료분석의 이해와 활용. 서울 : 학지사.
- 오인환(1992). 사회조사 방법론: 오차요인 검증연구. 서울 : 나남출판사.
- 윤정옥(1996). 산업과 의류학교육, 한국의류학회 창립 20주년 기념 학술발표회.
- 이순원·최정화·이은영(1980). 의류학 연구방향 제시를 위한 고찰, 대한가정학회지, 18(4), pp.138-142

- 이원자(1985). 의상학과의 교육과정과 취업. 대학교육 15호.
- 이은영(1993). 가정학 전공자의 사회진출 : 무엇이 문제인가?, 대한가정학회지, 21(4), pp.167-172.
- 이종국(1994). 패션의 질적인 변화에 대응하기 위한 산학협동의 과제. 의류산업, pp.52-57
- 정충영 · 최이규(1998). SPSSWIN을 이용한 통계분석. 서울 : 무역경영사.
- 최윤미(1996). 패션디자인의 창조성 개발을 위한 방법론적 고찰. 충남대 충남생활과학연구지 9호, pp.36-45
- 최혜선 · 김민자 · 조길수 (1993). 의류학 전공자의 취업 현황과 전망, 제 46차 대한가정학회 정기총회 및 추계학술대회, 가정학 전공자의 취업전망과 과제.
- 한국의류학회(1999). 의류학 교과과정 연구 보고서.
- Brown, S. D., & Stayman, D. M.(1992). Antecedents & Consequences of Attitude toward the Ad: Meta-Analysis. Journal of Consumer Research, 19, 34-51.
- Dickerson, K. G., & Clowes, D. A.(1982). Curriculum Movement of Clothing and Textiles Programs from Four-year to Two-year Colleges. Clothing & Textiles Research.
- Feather, B. L.(1996). Challenges of the 1990s: Clothing and textiles Enrollment Trends and Program Issues. Clothing & Textiles Research.
- Laughlin, J. & Kean, R. C.(1995). Assessment of Textile and Clothing Academic Programs in the United States. Clothing & Textiles Research.
- Laughlin, J. & Kean, R. C.(1996). Assessment of Textile and Clothing Academic Programs in the United States : Part II Unit Characteristics and Faculty. Clothing & Textiles Research