

패션일러스트레이션 교육을 위한 1인 미디어 콘텐츠 개발

배 윤 지*

경북대학교 과학기술대학 섬유패션디자인학부 강사†

요 약

ICT 기술의 눈부신 발전과 5G 시대의 개막으로 대량의 영상 정보 등을 빠르게 주고받을 수 있는 이동 통신 기술의 발달이 가속화되고 있는 가운데 개인의 취향과 요구를 적극적으로 수용할 수 있는 다양한 1인 미디어 채널의 영역이 확대되었다. 또한 이를 활용하여 개인이 교육용 자료를 제작하고 배포함으로써, 개성 있고 창의적인 다양한 콘텐츠의 제공이 가능해졌다. 패션디자인 분야는 실기가 주를 이루는 교과가 많으며 특히 패션일러스트레이션은 스케치와 채색 등 실제 드로잉 과정을 시연을 통해 보여주는 것이 가장 효율적이기 때문에 이러한 동영상 콘텐츠의 이용이 매우 효과적인 방법이 될 수 있다. 따라서 본 연구는 패션일러스트레이션 교육에 1인 미디어를 적극 활용함으로써 학습자가 시공간의 제약 없이 손쉽게 지식을 습득할 수 있도록 하고, 직접 패션일러스트레이션을 제작하는 과정을 시연하는 영상을 제공하여 이해도를 높이도록 하며, 무엇보다도 영상에 익숙한 세대의 요구에 부합하는 콘텐츠를 제공하여 학습 효율을 고취시키는 데 목표가 있다. 본 연구에서는 시청자가 선호하는 교육 영상에 최적화된 상영 시간, 선호되는 내용, 흥미 유발 요소 등의 조건들을 적용하여 콘텐츠의 구성을 구축하고 이를 제작하여 교육에 적극 활용하도록 개발하고자 하였다. 이를 위하여 전국의 만 19세 이상 패션 관련 분야 전공의 불특정 다수 대학생을 대상으로 2020년 12월 16일부터 12월 23일까지 구글 설문지를 활용한 온라인 설문을 시행하였으며, 총 164부의 응답이 수집되어 분석에 활용되었다. 설문조사 결과를 바탕으로 10분 이상~30분 미만의 영상을 구성하고, 설명 형식은 영상, 음성 설명, 자막이 함께 포함되도록 하였으며, 설문 결과에서 도출된 인체 드로잉(36%), 소재 표현(32.3%), 재료와 기법(19.5%), 기초 컬러링(11.6%)의 중요도 순위와 비율을 반영하여 총 12편의 패션일러스트레이션 교육 영상을 제작, 배포하였다. 1인 미디어의 활용과 그 시장 규모는 계속해서 확대되는 추세로, 본 연구에서 마련한 양적 연구 자료를 토대로 패션일러스트레이션 영상 교육 콘텐츠 제작의 기초 자료를 제공하고, 이를 통하여 패션에 관한 관심과 흥미를 고취하여 패션 교육 및 연관 산업에 기여하는 데 본 연구의 의의가 있다.

주제어 : 패션일러스트레이션, 패션일러스트레이션 교육, 패션일러스트레이션 동영상, 교육 동영상 콘텐츠, 1인 미디어

이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5B5A07111918).

*교신저자: 배윤지, yunjeebae@gmail.com

접수일: 2022년 1월 11일, 수정논문접수일: 2022년 2월 18일, 게재확정일: 2022년 2월 28일

I. 서론

최근 이러닝(e-learning) 방식이 급부상하고 있는 가운데, 정보통신산업진흥원에서 2018년 5월 발표한 2017년 이러닝산업 실태조사 통계보고서에 따르면, 국내 시장의 경우 2017년 이러닝 매출액은 3조 6,992억 원으로 집계되었고, 이는 2016년의 3조 4,876억 원 대비 6.1% 증가한 것으로 꾸준한 성장 추세를 보이며 향후 이러한 성장세는 지속될 것으로 보인다(National IT Industry Promotion Agency, 2018). 기존의 이러닝은 mooc.org, 유튜브에듀, 칸아카데미 등과 같이 대형 플랫폼을 기반으로 하는 에듀테크 사업의 형식으로 진행되는 것이 대부분이었으나, 최근 1인 미디어의 대세는 인터넷 개인방송 콘텐츠이며 창의적이고 다양한 콘텐츠를 제작하고 시청자와 실시간 소통(채팅)을 통해 대중화됨에 따라 신규형 콘텐츠 산업으로 대두되고 있다(Korean Consumer Agency [KCA], 2017). 따라서 본 연구는 이러한 시대의 흐름에 부합하여 패션일러스트레이션 교육에 1인 미디어를 적극 활용함으로써 학습자가 시공간의 제약 없이 손쉽게 지식을 습득할 수 있도록 하고, 실시간 소통을 통한 피드백을 제공하여 이해도를 높이도록 하며, MZ세대의 요구에 부합하는 콘텐츠를 제공하여 학습 효율을 고취하는 데 목적이 있다. 1인 미디어의 플랫폼과 채널이 더욱 다양해지는 가운데 본 연구에서는 플랫폼에 제한을 두지 않고 연구 결과를 통해 밝혀진 교육 영상에 최적화된 상영 시간, 선호되는 내용, 흥미 유발 요소 등의 조건들을 적용하여 콘텐츠의 구성을 구축하고 이를 제작하여 활용하도록 개발하고자 한다.

선행연구를 살펴보면, 1인 미디어를 활용한 교육 콘텐츠의 연구는 다양한 분야에서 이루어지고 있으며, 특히 언어 계열, 체육과 무용뿐만 아니라 과학 분야 등 실제 실험과 행위가 중점을 이루어야 하는 전공에서 활발하게 연구되고 있음을 알 수 있다. 패션 분야의 선행연구는 미비한 실정이나, 유튜

브를 중심으로 1인 방송을 활용한 패션일러스트레이션 교육 방법론 연구(Jung, 2018)가 있으며 유튜브의 플랫폼을 활용하여 연구자가 사전 제작한 동영상 교육 자료를 제공하고 이에 대한 평가와 효용성을 분석하였다. 패션디자인 분야에도 실기가 주를 이루는 교과가 많으며 특히 패션일러스트레이션은 스케치와 채색 등 실제 드로잉 과정을 시연을 통해 보여주는 것이 가장 효율적이기 때문에 이러한 동영상 콘텐츠의 이용이 매우 효과적인 방법이 될 수 있을 것이다. 따라서 시대의 흐름에 부합하고, 현재 10대~20대의 문자보다 영상에 익숙한 MZ세대의 요구를 충족시킬 수 있는 1인 미디어를 활용한 교육 콘텐츠를 개발할 필요가 있으며 이를 통하여 흥미를 유발하고 적극적인 소통으로 효과적인 교육을 실현할 수 있을 것으로 기대한다.

본 연구의 목표는 다음과 같다. 첫째, 1인 미디어의 정의와 특성에 관해 고찰하고 교육용 콘텐츠로 활용된 사례를 수집하고 분석하여 1인 미디어의 패션디자인 분야 교육 콘텐츠로의 활용 가능성을 검증한다. 둘째, 1인 미디어를 활용한 패션디자인 분야의 교육 콘텐츠 사용 유경험자를 대상으로 설문을 시행하여 활용 현황과 문제점, 개선점을 파악하고 콘텐츠 구성의 양적 기초 자료를 마련한다. 셋째, 상기의 결과를 토대로 1인 미디어를 활용한 패션일러스트레이션 교육에 적합한 형식과 내용을 적용하여 콘텐츠의 목차를 구성, 동영상을 제작한다. 넷째, 제작된 1인 미디어를 활용한 패션일러스트레이션 교육 동영상을 플랫폼을 통해 배포, 공유하여 피드백을 수집, 문제점과 개선점을 파악하고 후속 연구의 토대를 마련한다.

II. 이론적 배경

1. 교육용 콘텐츠로서의 1인 미디어 활용 현황

최근 눈부신 인터넷 네트워크의 발달로 미디어

가 네트워크, 플랫폼, 콘텐츠로 분리되는 멀티 플랫폼 현상이 발생하고 있으며, 상호작용적인 인터넷 기반의 1인 미디어 플랫폼을 통한 다양한 형태의 콘텐츠들이 생산되고 있다(Chang, 2018). 1인 미디어는 개인 혹은 복수의 진행자들이 게임, 음악, 스포츠, 교육 등 다양한 프로그램을 온라인을 통해 실시간(streaming) 혹은 주문형(VOD: Video on Demand) 방식으로 다수의 인터넷 이용자에게 유·무료로 제공하는 서비스로, 주요 플랫폼으로는 유튜브(YouTube), 아프리카TV, 카카오TV, V라이브 등이 있으며 소규모 인터넷 개인방송사들도 다수 존재한다(KCA, 2017). 1인 미디어에서 다루어지는 콘텐츠의 내용은 매우 광범위하여 명확하게 분류하기가 어렵다. 특히 2017년부터 유튜브 크리에이터가 하나의 직업으로 조명 받으면서 콘텐츠가 기하급수적으로 늘어나 키즈, 게임, 뷰티 외에도 먹방, ASMR, 뷰티, 패션, 자기계발, IT, 브이로그, 인테리어 등 수십 개의 카테고리가 활성화되기 시작하였다(Ministry of Science and ICT, 2021). 이러한 1인 미디어의 부상과 콘텐츠의 다양화와 함께 교육의 목적을 가지는 제작물 또한 그 수가 증가하고 있는 추세이다. 2020년 이러닝 매출액은 4조 6,301억 원으로 2019년 이러닝 매출액 3조 9,515억 원 대비 17.2% 증가하였다(Ministry of Trade, Industry and Energy [MTIE], 2021). 특히 2019년 이후 코로나 시대의 비대면 수업의 일상화, 사회적 거리두기로 인한 여가시간의 증가 등으로 이전보다 많은 사람들이 교육기관의 이러닝, 1인 미디어 시청 등 교육적 자기계발을 위한 에듀테크의 접근에 친숙해지면서 그 수요는 더욱 증가할 것으로 예상된다. 2020년 이러닝 이용률은 62.5%로 전년 대비 3.3%의 증가율을 보였고, 연령자별 이용률을 보면 10대의 89.7%, 20대의 82.5%가 이러닝을 이용하는 것으로 나타났으며(MTIE, 2021), 영상에 익숙한 MZ세대의 특수성을 고려한다면 이러한 증가세는 더욱 가속화할 것으로 보인다. 이러닝은 넓

은 범주에서 다양한 온라인 네트워크를 활용하여 이루어지는 교육을 뜻하는데, 이전에는 교육을 목적으로 하는 기관에서 운영하는 플랫폼이 주를 이루었다면, 최근에는 누구나 제작이 용이하고 쉽게 접근할 수 있는 1인 미디어의 플랫폼을 활용한 사례가 기하급수적으로 증가하고 있다. 이러한 현상은 공급자뿐만 아니라 사용자의 관점에서도 시간과 공간의 제약 없이 생동감 있는 교육을, 또한 대부분 무료로 제공 받을 수 있다는 점에서 매우 효율적인 소비가 이루어질 수 있다는 장점이 있다. 특히, 다양한 영상 콘텐츠를 실시간으로 접할 수 있는 유튜브는 정보획득 경로의 패러다임을 바꾸어 놓았으며, 학습자의 흥미와 개개인의 수준에 맞는 콘텐츠를 자신만의 방법으로 선택하여 학습할 수 있다는 점에서 새로운 학습 방법으로 대학생들의 관심과 수요가 증가하고 있다(Bae & Shin, 2020). 실제 유튜브 동영상에 수업을 사용했을 때 학생들이 수업을 흥미롭게 생각하고, 동영상을 통해 내용을 시각화하고 개념을 실제적으로 이해함으로써 강의를 더 잘 이해한다는 연구 결과가 있다(Park, 2017). 선행연구의 설문조사에서 유튜브를 활용한 영어 수업 동영상 강좌를 병행하여 실시한 결과 50% 이상의 응답 대상 학생들이 교과에 대한 관심을 높였으며 수업에 대한 관심과 집중도를 높이는 데 효과가 있다고 답변하였고, 60% 이상의 학생들이 동영상 강좌는 수업 내 과제활동과 높은 연관성을 가지면서 수업목표를 달성하는 데 도움이 된다고 응답하였다(Ahn, 2016). 또한 유튜브 활용한 수업이 교과서 위주의 수업보다 더 흥미롭다고 응답하였고, 유튜브 동영상이 학습에 도움이 된다고 생각한다고 응답하여(Jyun & Hong, 2010) 교육에서의 활용성이 충분히 가능성을 확인할 수 있었다. 따라서 MZ세대가 주를 이루는 대학생들 대상으로 이러닝의 형태가 1인 미디어와 결합하여 더욱 다양화될 가능성이 있으며, 개성적이고 창의적인 학습의 효과를 가져올 수 있을 것으로 기대

한다.

2. 선행연구에 나타난 패션일러스트레이션 교육용 1인 미디어 콘텐츠 사례

1인 미디어를 포함하는 이러닝의 공급자는 콘텐츠사업자, 솔루션사업자, 서비스사업자로 분류된 바 있다(MTIE, 2021). 콘텐츠사업자는 이러닝에 필요한 정보와 자료를 멀티미디어 형태로 개발, 제작, 가공, 유통하고, 솔루션사업자는 이러닝에 필요한 교육 관련 정보시스템의 전부나 일부를 개발, 제작, 가공, 유통하며, 서비스사업자는 온라인으로 개인, 기업 및 기관에게 직접 서비스를 제공하는 사업 등을 수행하는 사업자로 구분된다(MTIE, 2021). 본 연구에서 1인 미디어의 콘텐츠를 구성하고 제작하여 배포하는 내용을 포함하는 것은 서비스사업자에 해당할 수 있으며, 이러한 형태의 공급자는 다양한 미디어 플랫폼을 통해 교육영상을 개인에게 직접 제공하고 있다. 업체 및 기관에서 패션일러스트레이션의 교육영상을 제공하는 대표적인 사례는 국내의 Class101, Coloso, K-MOOC 등이 있으며, 개인이 제공하는 사례는 대부분 유튜브에서 이루어지는 것으로 국내외 구분 없이 구독자가 많은 순으로 살펴보면, zoljargal enkhbold, Threads, Zoe Hong 등이 운영하는 채널이 대표적이다. 유튜브 공부 채널은 모바일 기기를 활용해서 어디서든 볼 수 있고, 실용적인 정보를 짧은 길이의 영상으로 제공하고 있으며, 교실에서의 수업과 달리 다른 학생들이나 교수 앞에서 실수할 수 있다는 두려움 없이 자유롭게 연습할 수 있는 장점이 있기 때문에(Moon, 2019) 특히 교육 콘텐츠를 다루는 1인 미디어 플랫폼 중에서 우위를 차지하는 것으로 보인다.

선행연구에 나타난 패션일러스트레이션을 포함하는 미술 분야 1인 방송 사례의 특징은 콘텐츠의 주제가 명확함, 동영상의 게시 시간을 엄수, 6개월 이상 채널을 지속, 시리즈로 제작, 짧은 영상 플레

이 시간으로 분석된 바 있으며(Jung, 2018), 이러한 특징은 1인 미디어 교육 채널을 운영하고 유지하는 데 필요한 요소들로 보인다. 또한 유튜브를 포함하는 온라인기반 영상 콘텐츠의 93.3%가 모바일 기기, 즉 스마트폰을 통해 이용되며, 따라서 디자인 교육 영상 콘텐츠의 활용도를 높이기 위해서는 스마트폰으로 시청하기 쉬운 형식으로 개발되어야 할 것이다(Moon, 2019). 기존의 패션일러스트레이션을 위한 유튜브 동영상 제작 연구의 결과를 살펴보면, 얼굴 그리기 동영상의 경우, 기초적인 인체 포즈 드로잉 등과 같은 다른 영상보다 길이가 긴 25분으로 제작했음에도 불구하고 조회 수와 '좋아요'가 좋은 편으로 나타났으며, 이러한 결과는 선행연구의 선호도 조사에서 조회 수가 높게 나타난 3~5분 길이 영상과는 다르게 실제 교육 영상에서는 길이는 중요하지 않다는 것을 시사하여 기존의 오프라인 강의에서 관용적으로 활용되는 커리큘럼과는 차별화된 형식의 구성이 필요한 것임을 의미한다(Jung, 2018). 위와 같은 선행연구에서는 제작 후 시청자의 반응을 수집하여 선호도를 조사하는 방식으로 진행되었으나, 본 연구에서는 시청 가능성이 높은 패션 관련 분야의 다수를 대상으로 선호도 설문을 미리 진행하여 교육 영상에 반영하는 순서를 적용하여 개발하고자 하였다. 이는 다수가 동일한 시간에 학습하는 일반 강의의 형태와는 다르게 동영상을 시청하는 개인이 필요한 부분만 선택적으로 학습하기 위한 목적이 주가 되고(Jung, 2018), 콘텐츠의 내용을 학습자의 수준에 맞추어 이해하기 쉽게 전달할수록 대학생들이 유튜브 러닝 콘텐츠를 이용하는 데 긍정적인 영향을 미치는 것임을 고려할 때(Bae & Shin, 2020), 더욱 구체적이고 세부적인 드로잉 방법과 내용에 관한 설계가 필요함을 시사한다. 따라서 이에 대한 설문을 시행하여 잠재적 시청자의 요구를 명확하게 파악할 수 있을 것이며, 이는 동영상 제작을 위한 콘텐츠 내용의 기반이 될 수 있을 뿐만 아니라

패션일러스트레이션 교육에 있어 현재 학습자의 니즈에 부합하는 새로운 기초 자료의 틀을 마련할 수 있을 것이다.

III. 패션일러스트레이션 교육 동영상 콘텐츠 구성을 위한 선호도 조사

패션일러스트레이션 교육 콘텐츠의 구성을 위하여 잠재적 시청의 가능성이 가장 크다고 사료되는 학생 집단의 요구를 파악하기 위하여 패션디자인 및 의류학 전공의 대학생과 대학원생 약 200여 명을 대상으로 온라인 설문을 시행하였다. 편의표집과 눈덩이표집법을 활용하여 모집한 전국의 만 19세 이상 패션 관련 분야 전공의 불특정 다수 대학생을 대상으로 2020년 12월 16일부터 12월 23일까지 구글 설문을 활용한 온라인 설문을 시행하였으며, 불성실한 응답, 부분적인 누락이 있는 것을 제외하고 총 164부의 응답이 수집되어 분석에 활용되었다. 설문은 경북대학교 생명윤리심의위원회의 연구 승인을 받아 수행되었으며, 설문 대상자가 소속되어 있는 기관의 담당자에게 승인을 구한 후 해당 학교의 온라인 게시판, SNS 등을 활용하여 모집문건을 전달하였다. 설문 항목은 1인 미디어 소비 일반에 관한 설문, 패션 분야 교육 관련 1인 미디어 소비 일반에 관한 설문, 1인 미디어 패션일러스트레이션 교육 콘텐츠 개발을 위한 구성 형식 및 내용의 선호도에 관한 설문, 인구통계학적특성에 관한 설문으로 구성하였다. 수집된 응답 자료는 항목에 따라 코딩한 후, SPSS 프로그램을 활용하여 빈도분석 및 교차분석을 시행하였으며 결과는 다음과 같다.

1. 1인 미디어 소비 행태

1) 1인 미디어 소비 일반

전체 수집된 응답자 중 92.7%가 1인 미디어 콘

텐츠를 이용한 경험이 있으며, 그 중 96.3%가 유튜브를 주로 사용하였고, Naver TV가 2%, Tictok이 2%, 그 외 IGTV, Class 101, Coloso, Twitch 등을 사용한다고 응답하여 유튜브의 이용이 두드러지게 많음을 알 수 있었다. 주로 사용하는 1인 미디어 콘텐츠의 종류는 오락·예능이 67.7%로 가장 높게 나타났고, 문화 부분이 19.5%, 시사·정보에 관한 것이 6.7%, 교육에 관한 것이 3.7%로 나타났으며, 그 외 애견, 먹방, 일상브이로그 등의 기타 응답이 있었다. 1주당 1인 미디어 콘텐츠 소비 횟수는 6회 이상이 59.8%로 가장 많았으며, 4~5회, 2~3회가 각각 17.7%, 17.1%로 뒤를 이었고, 1주당 소비 시간은 3시간 이상~6시간 미만이 43.9%, 1시간 이상~3시간 미만이 33.5%, 30분 이상~60분 미만이 12.2%로 나타나 많은 시간을 영상 시청에 소비함을 알 수 있었다. 1회당 1인 미디어 콘텐츠 소비 시간은 10분 이상~30분 미만이 36.4%로 가장 많았으며, 30분 이상~60분 미만이 23%, 60분 이상과 5분 이상~10분 미만이 각각 19.4%, 18.8%로 나타나 뒤를 이어 비교적 짧은 길이의 영상을 선호하는 것으로 나타났다.

2) 패션 분야 교육 관련 1인 미디어 소비 일반

전체 응답자 중 87.9%가 패션 분야 교육 관련 1인 미디어 콘텐츠를 이용한 경험이 있으며, 그 중 93.1%가 유튜브를 이용하여 가장 큰 비중을 차지하였고, 뒤를 이어 IGTV(3.1%), Tictok(1.3%)이 나타났다. 기타 Coloso, Class101, NaverTV 등이 있었다. 1주당 패션 교육 관련 동영상 활용 횟수는 2회~3회가 47.1%로 가장 많았으며, 1회 이하가 35%, 4~5회가 11.5%로 나타났고, 주로 이용한 콘텐츠의 종류는 디자인에 관한 것이 37.4%, 일러스트 관련 19.4%, 패턴 메이킹 관련 14.8%, 마케팅 관련이 12.9%, 기타 코디네이션, 트렌드 정보, 패션 히스토리 등이 언급되었다. 1주당 패션분야 교육 동영상의 소비 시간은 30분 미만이 39.9%로 가

장 많았으며, 1회당 소비시간은 10분 이상~30분 미만이 46.8%, 5분 이상~10분 미만이 29.7%로 나타났다. 이와 같은 결과는 패션분야 교육 영상의 시청에 있어서도 유튜브의 활용이 가장 많으며, 주로 디자인과 일러스트에 관한 내용을 찾아 시청하였고, 일반적인 1회 시청 소비시간과 마찬가지로 30분 미만의 짧은 영상을 선호함을 알 수 있다.

2. 패션일러스트레이션 교육 동영상 콘텐츠 구성을 위한 선호도

1) 패션일러스트레이션 교육 동영상 형식에 관한 선호도

1회당 적절하다고 생각하는 패션일러스트레이션 교육 동영상의 길이에 관한 설문에서 49.1%의 응답자가 10분 이상~30분 미만이라고 답하였고, 5분 이상~10분 미만이 32.1%로 나타났다(Figure 1). 이러한 결과는 전체 30분이 넘지 않는 길이의 영상을 선호하지만 10분 미만의 짧은 길이보다는 설명이 충분히 이루어질 수 있는 정도의 길이를 원하는 것으로 해석될 수 있다. 선호하는 패션일러스트레이션 교육 영상의 설명 형식에 대한 설문에서는 영상, 음성 설명, 자막이 함께 보이는 것을 선호한다는 응답이 75.2%로 가장 많았으며, 영상과 음성 설명의 형식이 12.7%, 영상과 자막 형식이 8.5%로 뒤를 이었다(Figure 2). 선호하는 화면의 구성요소로는 작업 화면만 노출되는 것이 좋다는 응답이 80%로 가장 많았으며, 진행자의 얼굴이 노출되는 것을 선호한다는 응답이 14.5%로 뒤를 이었고, 기타 상관없음, 모두 등의 응답이 소수 나타

났다. 이러한 응답의 이유에 대한 개방형 질문에는 작업 화면만 노출되는 경우 작업 영역이 더 크게 확대되어 집중도가 높아진다는 의견이 주를 이루었으며(Figure 3), 모바일을 주로 사용하는 사용자의 성향을 고려해 볼 때 확대된 화면도 고려해야 함을 알 수 있다.

2) 패션일러스트레이션 교육 동영상 내용에 관한 선호도

패션일러스트레이션 교육 동영상 내용에 따른 중요도 및 우선순위 선호에 대한 설문을 위해 현재 일반적으로 국내 대학의 패션일러스트레이션 교육 커리큘럼에서 활용되는 교과과목을 토대로 인체 드로잉, 기초 컬러링, 소재 표현, 재료와 기법, 기타로 구분하여 응답 항목을 구성하였다. 가장 필요하다고 생각되는 교육 내용에 대한 설문에서 인체 드로잉이 36%, 소재 표현이 32.3%로 나타났으며, 재료와 기법이 19.5%, 기초 컬러링이 11.6%로 나타나 인체 드로잉과 소재 표현 교육 동영상에 대한 니즈가 파악되었다(Figure 4). 인체 드로잉에서 가장 필요하다고 생각하는 하위 내용은 착장 인체의 표현이 38.4%로 가장 많았으며, 포즈드로잉이 28%, 9등신 비례가 10.4%, 골격과 근육이 8.5%로 나타남. 그 외 손과 발의 표현(6.1%), 얼굴의 표현(1.2%) 등이 있었다(Figure 5). 기초 컬러링에서 가장 필요하다고 생각하는 교육 내용은 의복 컬러링에 관한 것이 63.3%로 가장 높게 나타났으며, 기초 컬러 명암 표현이 25.9%, 인체 컬러링이 9.9%로 뒤를 이었다(Figure 6). 소재 표현에서 가장 필요하다고 생각하는 내용은 니트 소재가 25%로 가장 많았

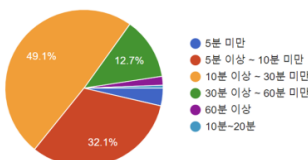


Figure 1. 패션일러스트레이션 교육 동영상의 길이에 관한 선호도.

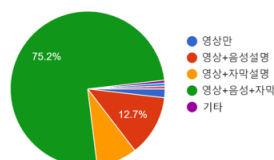


Figure 2. 패션일러스트레이션 교육 동영상의 설명 형식에 관한 선호도.

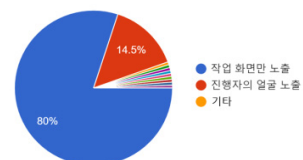


Figure 3. 패션일러스트레이션 교육 동영상의 화면 구성에 관한 선호도.

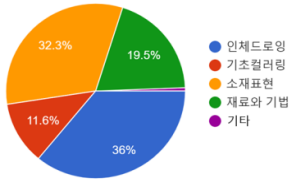


Figure 4. 패션일러스트레이션 교육 동영상의 내용에 관한 우선순위 선호도.

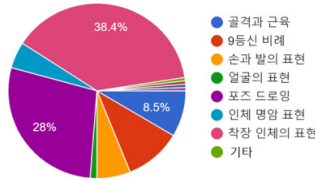


Figure 5. 인체 드로잉 세부 내용에 관한 우선순위 선호도.

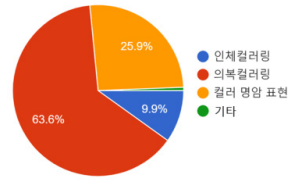


Figure 6. 기초 컬러링 세부 내용에 관한 우선순위 선호도.

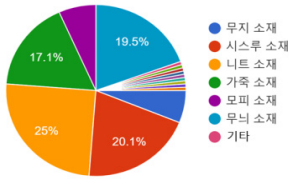


Figure 7. 소재 표현 세부 내용에 관한 우선순위 선호도.

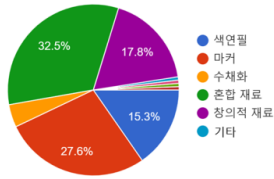


Figure 8. 재료와 기법 세부 내용에 관한 우선순위 선호도.

고, 시스루 소재가 20.1%, 무늬 소재가 19.5%, 가죽 소재가 17.1%로 뒤를 이었으며, 그 외 모피 소재 (6.7%), 무지 소재(6.1%)가 나타났다(Figure 7). 재료와 기법에서 가장 필요하다고 생각하는 내용은 혼합재료가 32.5%, 마커가 27.6%, 창의적 재료가 17.8%, 색연필이 17.8%로 나타났으며, 그 외 다양한 재료, 아이패드나 갤럭시탭과 같은 디바이스를 활용한 기법에 대한 언급이 있었다(Figure 8). 그 외 1인 미디어를 활용한 패션일러스트레이션 교육 콘텐츠를 통해 얻고 싶은 정보에 대한 개방형 질문에서는 개성 있는 일러스트 방식을 만드는 법, 다양

한 채색 기법이나 일반적 교육에서 얻을 수 없는 노하우나 팁, 실무와 연결되는 활용 방법이나 포트폴리오 제작 등에 대한 언급이 있었다.

3) 응답자 특성에 따른 패션일러스트레이션 교육 동영상 전반에 관한 선호도

응답자의 학년에 따라 선호하는 동영상의 길이에 유의한 차이를 보였으며, 1~2학년의 경우 10분 이상~30분 미만을, 3~4학년의 경우 5분 이상~10분 미만의 길이를 선호하는 것으로 드러났다(Table 1). 응답자의 학년에 따라 선호하는 동영상의 내용은

Table 1. 학년에 따른 패션일러스트레이션 교육 동영상 길이 선호도.

집단 \ 항목			5분 미만	5분 이상 -10분 미만	10분 이상 -30분 미만	30분 이상 -60분 미만	60분 이상	전체	χ ² 값 (유의확률 p)
학년	1-2	N (%)	0 (0.0%)	12 (17.6%)	43 (63.2%)	11 (16.2%)	2 (2.9%)	68 (100.0%)	
	3-4	N (%)	5 (7.0%)	33 (46.5%)	29 (40.8%)	4 (5.6%)	0 (0.0%)	71 (100.0%)	31.070 (.002)**
	대학원	N (%)	1 (6.7%)	4 (26.7%)	5 (33.3%)	4 (26.7%)	1 (6.7%)	15 (100.0%)	
	기타	N (%)	0 (0.0%)	5 (50.0%)	5 (50.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	10 (100.0%)	
전체			6 (3.7%)	54 (32.9%)	82 (50.0%)	19 (11.6%)	3 (1.8%)	164 (100.0%)	

*P<0.05, **P<0.01

Table 2. 학년에 따른 패션일러스트레이션 교육 동영상 내용 선호도.

집단 \ 항목		인체 드로잉	기초 컬러링	소재 표현	재료와 기법	기타	전체	χ^2 값 (유의확률 p)
학년	1-2	N (%) 29 (42.6%)	11 (16.2%)	19 (27.9%)	8 (11.8%)	1 (1.5%)	68 (100.0%)	24.915 (.015)*
	3-4	N (%) 22 (31.0%)	1 (1.4%)	29 (40.8%)	19 (26.8%)	0 (0.0%)	71 (100.0%)	
	대학원	N (%) 3 (20.0%)	1 (6.7%)	8 (53.3%)	3 (20.0%)	0 (0.0%)	15 (100.0%)	
	기타	N (%) 2 (20.0%)	3 (30.0%)	2 (20.0%)	3 (30.0%)	0 (0.0%)	10 (100.0%)	
전체		N (%) 56 (34.1%)	16 (9.8%)	58 (34.5%)	33 (20.1%)	1 (0.6%)	164 (100.0%)	

* $P<0.05$, ** $P<0.01$

1~2학년의 경우 인체 드로잉, 3~4학년의 경우 소재 표현을 선호하는 것으로 나타났으며, 이는 저학년에서 기초적인 인체 드로잉을 학습하고 고학년에서는 이를 응용한 심화과정을 진행하기 때문으로 해석된다(Table 2). 이러한 결과를 토대로 시청자의 특성을 고려한 패션일러스트레이션 교육 영상을 제작하는 데 활용할 수 있을 것이다.

IV. 패션일러스트레이션 교육 동영상 콘텐츠 구성 및 제작

1. 패션일러스트레이션 교육 동영상 콘텐츠 구성

1) 패션일러스트레이션 교육 동영상 구성 형식
구성 형식은 동영상의 전체 길이와 화면 구성 요소 등에 대한 설문조사 결과를 바탕으로 가장 선호되는 형식을 도출하여 적용하였다. 동영상의 길이는 10분 이상~30분 미만으로 구성하고, 설명 형식은 영상, 음성 설명, 자막이 함께 포함되도록 하며, 영상화면의 구성요소로는 작업 화면만 노출되도록 하되 개방형 질문에서 언급되었던 부분 확대를 적절하게 혼합하여 몰입도를 높이는 데 도움을 주도록 하였다.

2) 패션일러스트레이션 교육 동영상 구성 내용
설문 결과에서 도출된 인체 드로잉(36%), 소재 표현(32.3%), 재료와 기법(19.5%), 기초 컬러링(11.6%)의 중요도 순위와 비율을 반영하여 각각 3, 3, 2, 1개의 영상을 제작하였다. 인체 드로잉에서는 도출된 우선순위에 따라 착장 인체의 표현, 포즈 드로잉, 9등신 비례의 내용으로 구성하고, 소재 표현에서는 니트 소재, 시스루 소재, 무늬 소재를, 재료와 기법에서는 혼합재료와 마커 사용, 기초 컬러링에서는 의복 컬러링을 교육 내용으로 구성하였다. 그 외 개방형 질문에서 필요성이 있는 교육 내용으로 언급된 개인 태블릿 PC를 활용한 일러스트, 개성적인 표현이 강조된 창작 일러스트, 실무에서 활용 가능한 일러스트 제작 방법에 대한 내용을 각각 1개씩 제작하여 총 12개의 패션일러스트레이션 교육 동영상을 제작하였다(Table 3).

2. 패션일러스트레이션 교육 동영상 제작

이상의 연구 결과를 토대로 총 12개의 패션일러스트레이션 교육 동영상을 제작하였으며, 세부적인 내용과 캡처 이미지는 <Table 4>와 같다. 동영상의 촬영은 카메라, 삼각대, 조명 등 1인 미디어 기본 장비를 활용하여 수행하였으며 이후 영상을

Table 3. 패션일러스트레이션 교육 동영상 콘텐츠 구성.

패션일러스트레이션 교육 동영상을 위한 구성요소							
형식			내용				
길이	설명	화면	인체 드로잉	소재 표현	재료와 기법	기초 컬러링	기타
10분 이상 ~30분 미만	영상+음성+ 자막	작업화면만 노출	<ul style="list-style-type: none"> • 착장 인체 • 포즈 드로잉 • 9등신 비례 	<ul style="list-style-type: none"> • 니트 소재 • 시스루 소재 • 무늬 소재 	<ul style="list-style-type: none"> • 혼합재료 • 마커 	<ul style="list-style-type: none"> • 의복 컬러링 	<ul style="list-style-type: none"> • 태블릿PC 활용 • 창작 일러스트 레이션 • 실무 활용 일러 스트레이션



Figure 9. 패션일러스트레이션 교육 제작 영상 전체화면 캡처 이미지.

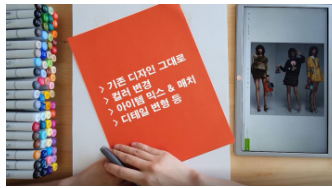


Figure 10. 패션일러스트레이션 교육 작 영상 자막 설명 캡처 이미지.



Figure 11. 패션일러스트레이션 교육 제작 영상 클로즈업 화면 캡처 이미지.

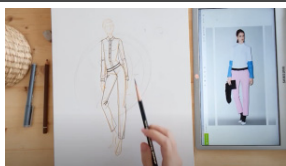

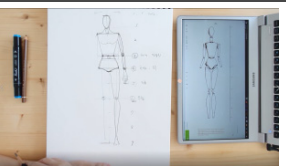

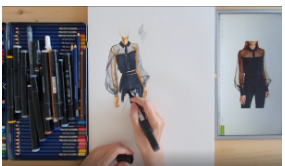
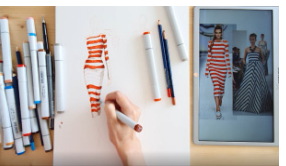
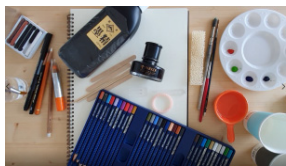
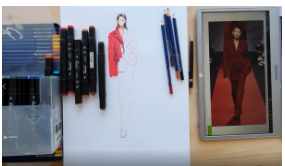
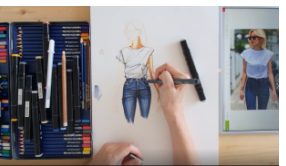
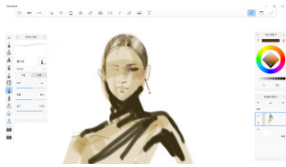

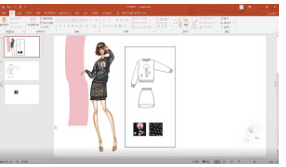
의 편집은 어도비 프리미어(Adobe Premiere Pro) 등의 영상편집 전문 프로그램을 활용하여 제작하였다(Figure 9). 영상의 길이는 앞의 설문조사의 결과로 도출된 패션일러스트레이션 교육 동영상 구성 형식에서 제시한 15분~30분 미만으로 제작하였으며, 시연하는 내용에 따라 조금씩 차이가 있다. 교육내용의 설명은 제작 과정을 시연하는 방식에 음성 설명이 주를 이루며 중요하거나 정리가 필요한 부분에서 자막 설명을 함께 보여주는 방식으로 제작하였다(Figure 10). 주제에 따른 각 영상의 내용은 선호도 조사에서 나타난 결과를 토대로 구성한 패션일러스트레이션 교육 동영상 콘텐츠에서 제시한 세부 내용들을 포함하여 제작하였다. 구체적인 디테일이 잘 보여야 하는 부분에서는 일부 클로즈업을 사용하여 교차 편집하는 방식으로 구성하였다(Figure 11). 제작된 동영상은 1인 미디어 플랫폼 중 가장 소비가 많이 이루어진 유튜브 플랫폼을 활용하여 시험적으로 배포하였으며 2021년 8월부터 순차적으로 동영상을 업로드하였다.

1) 인체 드로잉 교육 동영상

인체 드로잉 교육 영상으로 착장 인체, 포즈 드

로잉, 9등신 비례 그리기의 내용이 포함되었으며, 각각 25분, 23분, 23분 정도의 길이로 제작되었다. 인체를 스케치하는 과정에서 인체의 비례와 관절 부위의 움직임, 포즈에 따른 골격의 변화와 착장 시 발생하는 의복과의 공간 등에 대한 설명이 이루어져야 하므로 다른 영상들에 비해 비교적 소요 시간이 길게 제작되었다. 착장 인체 교육 영상에서는 인체가 의복을 입었을 때 고려해야 하는 전체적인 실루엣, 착장 아이템에 따라 생길 수 있는 의복의 공간과 주름, 디자인에 따라 강조할 수 있는 부분 등에 대한 설명이 포함되었다(Figure 12). 포즈 드로잉 영상에서는 S-Curve 포즈를 중심으로 어깨선과 골반선의 기울기 변화, 포즈에 따른 무게 중심의 이동과 효과적인 표현 방법 등에 대하여 설명하였으며, 효과적인 설명을 위하여 흉부와 복부의 기본형을 작은 단위의 모형으로 만들어 실제 움직임에 따라 생기는 변화를 보여주는 형식으로 구성하였다(Figure 13). 인체비례 교육 영상에서는 패션일러스트레이션에서 활용하는 9등신 인체 비례에 맞추어 가이드라인 그리기, 상체와 하체의 비율, 머리, 허리선, 골반선, 무릎 등의 기준점이 되는 비율의 적합한 위치 등이 설명되었다(Figure 14).

Table 4. 패션일러스트레이션 교육 동영상 콘텐츠 제작 결과물.

	제작 동영상 이미지와 주요 내용			계
인체 드로잉	착장 인체	포즈 드로잉	9등신 비례	3
				
	Figure 12. 착장 인체 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 25분 37초 다양한 아이템 착장 상태의 인체 표현	Figure 13. 포즈 드로잉 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 23분 10초 s-curve 포즈 드로잉	Figure 14. 인체 비례 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 23분 12초 패션일러스트를 위한 9등신 비례 표현	
소재 표현	니트 소재	시스루 소재	무늬 소재	3
				
	Figure 15. 니트 소재 표현 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 18분 54초 다양한 종류의 니트 소재 표현	Figure 16. 시스루 소재 표현 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 20분 23초 시스루 소재의 의상 표현	Figure 17. 무늬 소재 표현 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 23분 59초 다양한 줄무늬 의상 표현	
재료와 기법 / 기초 컬러링	혼합재료	마커	의복 컬러링	3
				
	Figure 18. 혼합재료 기법 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 22분 32초 색연필, 마커, 잉크, 물감 등 다양한 재료 혼합 기법	Figure 19. 마커 사용기법 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 15분 32초 마커를 활용하여 인체와 의복 채색	Figure 20. 기초 컬러링 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 25분 00초 화이트 색상을 중심으로 입체감 있는 컬러링 표현	
기타	태블릿PC 활용	창작 일러스트레이션	실무 활용	3
				
	Figure 21. 태블릿PC 활용 패션일러스트레이션 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 15분 태블릿PC sketchup 프로그램 활용 일러스트 제작 기법	Figure 22. 창작 패션일러스트레이션 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 22분 32초 잉크를 활용하여 우연의 기법을 적용한 일러스트 제작 기법	Figure 23. 실무 활용 패션일러스트레이션 교육 제작 영상 캡처 이미지. 길이: 22분 09초 패션일러스트와 도식화의 동시 표현	
총계				12

2) 소재 표현 교육 동영상

소재 표현에서는 니트 소재, 시스루 소재, 줄무늬 소재의 표현 방법을 포함하여 각각 18분, 20분, 23분 길이의 영상을 제작하였다. 의복에 적용할 수 있는 소재는 광범위하기 때문에 지속적으로 다양한 소재 표현에 대한 영상이 필요할 것으로 보이나, 설문조사를 통해 가장 필요하다고 응답한 3가지 항목으로 구성하였다. 니트 소재의 표현에서는 니트 조직의 형태에 따른 표현 방법, 강조할 부분과 생략할 부분, 세부 니트 조직의 섬세한 표현 등에 대한 내용이 시연을 통해 설명되었다(Figure 15). 시스루 소재 표현에서는 투명한, 비치는 소재에 대한 표현 방법과 효과적인 재료 사용에 대한 내용이 포함되었다(Figure 16). 줄무늬 표현에서는 기본적인 직선의 줄무늬, 바이어스 컷으로 인한 사선의 줄무늬와 재킷 등에 나타날 수 있는 얇은 줄무늬의 효과적인 표현 방법에 대해 설명하였다(Figure 17).

3) 재료와 기법 교육 동영상

재료와 기법에서는 혼합재료와 마커의 사용법을 다룬 22분, 16분 길이의 영상이 제작되었다. 혼합재료 영상에서는 색연필, 마커, 잉크, 기름, 물감 등 다양한 재료에 대한 탐색과 혼합 사용, 또한 붓, 스펀지, 고무줄, 나무 막대 등 기존의 사용에서 벗어난 도구의 다양한 사용 사례를 시연을 통해 설명하였다(Figure 18). 마커의 활용 동영상에서는 기초적인 마커의 사용법, 발색, 명암 표현하기, 톤을 활용한 강조, 인체 채색하기 등에 대한 내용이 포함되었다(Figure 19).

4) 기초 컬러링 교육 동영상

기초 컬러링 교육은 기초적인 인체의 명암 표현과 의상의 색, 명암, 디테일을 채색하는 방법에 대한 내용으로 26분 길이의 영상으로 제작되었다. 인체 컬러링에서 입체감 있는 표현을 위해 어둡게

채색해야 하는 부분, 그림자 부분 등에 대한 설명이 있었으며, 의상에서는 가장 기초적인 흰색 무지 티셔츠를 채색하는 과정을 시연하였다. 또한 청바지 채색을 통해 의상에 컬러를 입히고, 질감과 디테일을 표현하는 방법에 대해 설명하는 내용으로 구성하여 컬러에 익숙하지 않은 시청자를 위한 단계별로 채색하는 과정을 시연하였다(Figure 20).

5) 기타

기타 패션일러스트레이션 교육을 위한 영상으로 태블릿 PC를 활용한 일러스트 제작 기법과 작품으로서의 창의적 패션일러스트레이션을 위한 제작 기법, 실무에서 활용될 수 있는 도식화를 포함한 제작 기법을 각각 15분, 22분, 22분의 길이로 제작하였다. 태블릿 PC를 활용한 일러스트의 경우 윈도우(Window) 운영체제에서 사용되는 스케치업(Sketchup) 프로그램을 활용하여 제작하였으며, 화면 녹화 프로그램을 사용하여 제작 과정을 기록하였다(Figure 21). 창작 패션일러스트레이션 교육에서는 먹물과 잉크, 물감, 나무 막대의 재료를 사용하고, 오토마티즘의 기법을 일부 활용하여 명확한 의복의 디테일 표현에서 벗어나 재료와 기법의 독특한 분위기와 감성을 중점적으로 표현하는 제작 과정을 시연하여 제작하였다(Figure 22). 실무 활용 패션일러스트레이션에서는 도식화의 작성과 착장 일러스트레이션을 동시에 표현하는 스타일화에 대한 제작 과정을 설명하였다(Figure 23).

V. 결론 및 제언

본 연구는 패션일러스트레이션 교육을 위한 1인 미디어 영상의 콘텐츠를 구성하고 제작하였으며, 영상을 배포한 이후 반응과 피드백을 충분히 수집하기에는 확산 시간이 부족한 점, 영상의 인트로나 화면 구성의 디자인적인 부분이 조희 수에

미칠 수 있는 영향에 대한 부분이 고려되지 않은 제한점이 있다. 그러나 이상과 같이 제작된 영상을 유튜브에 시험적으로 배포한 결과, 의미 있는 피드백이 수집되기에는 확산 시간이 다소 부족하지만, 현재까지의 반응을 살펴보면 20분이 넘어가는 영상보다는 15분 정도의 짧은 영상이 더 시청률이 높은 것으로 집계되고 있어, 선호도 조사의 결과와 다소 차이가 있음을 알 수 있었다. 또한 영상을 게재할 시, 커버 이미지에 교육 내용의 결과물이 노출된 영상의 조회 수가 더 높은 것으로 나타나 이러한 게재 형식도 중요한 부분으로 생각되며, 추후 충분한 확산 시간이 경과한 후 이에 대해서도 세분된 후속 연구가 필요할 것으로 보인다. 이상의 패션일러스트레이션 교육 영상의 내용은 현재 패션디자인 분야 대학의 교과과정에 포함되는 내용을 토대로 선호 조사를 통해 나타난 우선 순위로 구성되었으나 기타 의견에서 개인 디바이스를 활용한 일러스트 제작 방법, 창의적 일러스트를 위한 기법, 실무와 연결되는 일러스트의 활용에 대한 요구가 나타난 것을 고려한다면 향후 패션일러스트레이션의 교육에서도 이러한 방향을 고려해야 할 것으로 사료된다.

본 연구는 1인 미디어를 활용한 패션일러스트레이션 교육 콘텐츠 구성을 위한 것으로, 유튜브를 중심으로 교육 채널을 개설하고, 동영상 교육 자료를 배포, 공유하여 이에 관심이 있는 불특정 다수의 시청자가 전문 분야의 지식과 실습에 대한 경험을 습득하는 데 접근이 용이하도록 하여 도움을 주고자 하였다. 본 연구에서는 가장 소비가 활발히 이루어지는 유튜브를 시험적으로 배포의 플랫폼으로 활용하였다. 이는 IGTV의 경우 세로형의 화면을 제공한다는 점과 설문조사 결과 매우 적은 비중으로 활용되고 있는 점에서 본 연구의 성과 확산의 플랫폼으로 적합하지 않다는 점을 고려한 것이나, 꾸준히 사용자가 증가하고 있는 점에서 추후 이에 적합한 형식과 선호 경향에 대해

서도 후속 연구가 필요할 것으로 보인다. 1인 미디어의 활용과 그 시장 규모는 계속해서 증가하는 추세로, 지속적인 변화와 흐름을 관찰하여 후속 연구로 이어갈 필요성이 있으며, 본 연구에서 마련한 양적 연구 자료를 토대로 패션일러스트레이션 교육 경험의 여부, 학년 등에 따른 세분된 대상의 니즈에 부합하는 교육 콘텐츠를 제작하는 데 기초 자료를 제공할 수 있을 것으로 기대한다. 또한 지속적인 평가와 댓글 등의 수집과 관리를 통해 시청자의 니즈에 적합한 내용을 보완하고 새로운 내용을 추가하여, 학생뿐만 아니라 일반을 대상으로 확장하여 유동성을 지니고 실용적인 채널로 활성화할 수 있을 것이며, 이를 통하여 패션에 관한 관심과 흥미를 고취하여 패션 교육 및 연관 산업에도 기여할 수 있을 것으로 기대한다.

References

- Ahn, M. (2016). A study on the factors that influence the flipped class and learners' satisfaction level. *Multimedia-Assisted Language Learning*, 19(1), 114-136. doi:10.15702/mall.2016.19.1.114
- Bae, J. H., & Shin, H. Y. (2020). A study on the e-learning revitalization plan to improve the quality university education: Focused on the YouTube learning contents. *Journal of the Korea Convergence Society*, 11(7), 309-317. doi:10.15207/JKCS.2020.11.7.309
- Chang, S. Y. (2018). An exploratory study of the needs and recognition of instructors, developers, and learners about experimental one-person media methodology of e-learning contents development-case of a cyber university. *The Korean Journal of Educational Methodology Studies*, 30(4), 395-421. doi:10.17927/tkjems.2018.30.4.395
- Jung, H. Y. (2018). *A Study on fashion illustration education method using personal media: Focused on Youtube*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.
- Jyun, H. Y., & Hong, H. G. (2010). Students' perceptions on chemistry I class using YouTube video clips. *Journal of the Korean Chemical Society*, 54(4), 465-470. doi:10.5012/jkcs.2010.54.4.465
- Korean Consumer Agency. (2017). *신유형 1인 미디어 콘텐츠 소비 실태조사: 인터넷 개인방송을 중심으로* [Survey of new type of personal media contents consumption: Focusing

- on personal internet broadcasting]. Chungcheongbuk-do: Korean Consumer Agency editorial department.
- Ministry of Science and ICT, Korea Radio Promotion Association, and Asia Research & Consulting. (2021). *미디어 산업 보고서 시즌 5: 1인 미디어 산업동향 Vol.1* [Media industry report season 5: Personal media industry trend Vol.1]. Sejong: Ministry of Science and ICT.
- Ministry of Trade, Industry and Energy. (2021). *2020년 이리닝 산업 실태조사* [2020 Survey of Korean e-learning industry]. Seongnam: Software Policy & Research Institute.
- Moon, E. M. (2019). An analysis on YouTube contents to build e-learning videos for interior design education. *Journal of the Korean Institute of Interior Design*, 28(6), 41-50. doi:10.14774/JKIID.2019.28.6.041
- National IT Industry Promotion Agency. (2018). *2017 이리닝산업 실태조사* [2017 Survey of Korean e-learning industry]. Chungcheongbuk-do: National IT Industry Promotion Agency.
- Park, Y. R. (2017). Teaching with YouTube video clips in the college classroom: Providing background knowledge to English newspaper articles. *Journal of English Teaching through Movies and Media*, 18(1), 207-231. doi:10.16875/stem.2017.18.1.207

Development of Fashion Illustration Education Content Using Personal Media

Bae, Yun Jee⁺

Lecturer, Dept. of Textile Engineering & Fashion Design, College of Science and Technology,
Kyungpook National University⁺

Abstract

With the notable development of ICT and the 5G era, individuals can produce and distribute educational materials efficiently, thus it became possible to provide a variety of creative content. In the field of fashion design, there are many subjects where practical skills are the main focus, particularly in fashion illustration, it is most effective to show the actual drawing such as sketching and coloring through demonstration, so the use of such video content can be a very effective method. Therefore, this study aims to inspire learning efficiency by providing content that meets the needs of the MZ generation familiar with media by utilizing personal media for fashion illustration education, and by providing a video that demonstrates the process of making fashion illustration. In this study, I intended to develop content by applying conditions such as optimized running time, preferred content, and interest-inducing factors to the educational videos preferred by viewers. To do so, an online survey using Google survey was conducted from December 16 to December 23, 2020, for unspecified college students aged 19 within fashion-related fields across the country, and a total of 164 responses were used in analysis. Based on the results, a video of more than 10 minutes to less than 30 minutes was produced, and the description format included video, audio description, and subtitles together. A total of 12 fashion illustration tutorial videos were produced and distributed by reflecting the importance ranking and ratio. that is, figure drawing(36%), material expression(32.3%), materials and techniques(19.5%), and basic coloring(11.6%). The significance of this study is to inspire interest in fashion illustration and to contribute to fashion education and related industries through the basic data based on the quantitative research obtained through this study.

Key words : fashion illustration, fashion illustration education, fashion illustration video, educational media content, personal media