

## 패션저널리즘을 통한 패션 정보 전달 및 활용 방안에 대한 연구

서 희 정 (중앙대학교대학원 가정학과 박사과정)

‘저널리즘’이라는 용어가 우리의 일상생활에 자리를 잡게 된 시기는 그다지 오래되지 못한 것 같다. 대중매체가 다양해지고 인간의 생활이 복잡해지면서 인간들에게는 자신들이 최대한의 노력을 투자하는 분야를 제외하고는 제3자가 다른 분야에 대하여 대신 정리하고 분석해서 본인의 노력을 최소한 투자하고 정보를 얻으려고 하는 욕구가 점점 강해지면서 저널리즘이라는 분야는 매우 밀접한 관계를 맺게 되었다고 본다. 그러나 이런 분야가 활성화됨과 동시에 우리는 과연 어느 정도까지 신뢰할 수 있는 정보를 우리에게 제공하고 있고, 또한 어느 정도의 수준을 가진 저널리스트가 저널을 쓰고있는지에 대하여 의문을 제기하게 된다. 그야말로 저널리즘이라는 분야를 하나의 독립된 개체로 보고 그 전문성에 대한 인식이 당연해지므로 그에 따른 중요성이 동시에 부여되고 있는 셈인 것이다. 비전문가와 전문가 사이에서의 아이러니함의 공간을 넘나드는 대상은 일반인이고 이러한 상황을 받아들일 수밖에 없는 대상 또한 일반인이다. 따라서 이러한 폐단을 줄이기 위해서 즉, 예를 들어 잘못된 정보를 전달하고 그에 따라 아무 의심의 여지없이 무방비 상태로 받아들여지고 하는 과정에서 오는 문제점을 인식해야만 앞으로 우리가 지향해 나가야 할 방향을 정확히 직시할 수 있는 중요한 계기가 될 것이다. 또한 이러한 움직임은 패션 저널리즘이라는 분야의 독립된 개체를 명확히 함과 동시에 패션산업의 발전에 이바지하게 될 것이다.

본 연구에서는 저널리즘의 기본적인 개념과 배경을 알아보고, 그 가운데 ‘패션 저널’이라는 분야가 어떠한 형태로 보여지고 있는지 알아보고 패션정보가 대중에게 컨셉을 가지고 가장 지속적으로 전달할 수 있는 매체인 ‘패션 전문 잡지’를 선택하고 그 안에 게재되고 있는 패션 저널리즘의 유형을 분석하여 현 상황을 파악하고 앞으로 지향되어야 할 부분을 지적하는데 그 의의가 있다 하겠다.

패션에 대한 대중(일반인)의 관심이 높아지고 그에 따라 대중(일반인)들은 패션에 대한 정확한 정보를 교육기관을 통해서가 아닌 그 외에 자연스럽게 학습할 수 있는 기회로부터 전달받고자 한다. 예를 들면, 매체들 즉, 패션전문 정보에 관련된 기사거리를 다루는 패션 전문 잡지, 패션 전문 업종에 종사하는 전문가 인터뷰내용, 방송(TV, 라디오 등), 홈쇼핑의 쇼 호스트, 인터넷쇼핑몰 등에서 다루고 있는 정보들을 통해서 일반인들은 그러한 기회를 일상의 주위에서 쉽게 접하기를 기대한다. 이러한 일반인들의 욕구가 증대되어짐에 따라 그에 따른 전문적인 지식을 전달할 수 있는 전문가의 배양이 시급하게 요구되어질 것이다. 비전문가가 제대로 되지 못한 정보를 비전문가인 대중에게 전달할 경우 잘못된 대중의 생활 안에서의 활용에 연계되어질 수 있기 때문에 무엇보다도 정확한 해석과 정보전달을 할 수 있는 전문인력을 개발하는 문제는 시급하게 이루어져야 할 필요성이 있을 것이다.