



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

博士學位論文

패션스타일리스트 실무 역량강화를
위한 교육과정 모형개발

濟州大學校 大學院

衣類學科

黃敬惠

2014年 2月

패션스타일리스트 실무 역량강화를 위한 교육과정 모형개발

指導教授 張 愛 蘭

黃 敬 惠

이 論文을 理學 博士學位 論文으로 提出함

2014年 2月

黃敬惠의 理學 博士學位 論文을 認准함

審査委員長 _____ 印

委 員 _____ 印

委 員 _____ 印

委 員 _____ 印

委 員 _____ 印

濟州大學校 大學院

2014年 2月

국 문 초 록

패션스타일리스트 분야는 크게 업종 및 업태별로 분류할 수 있다. 업종별로는 광고·홍보분야, 패션잡지·사진 분야, 어패럴·유통분야, 무대·영화분야, 패션쇼·이벤트 분야, 방송·연예분야로 나뉠 수 있으며, 업태별로는 패션, 뷰티(헤어, 메이크업 등), 공간(디스플레이디자인, 무대연출 등) 중심의 영역에서 전문적 기능과 역할이 수행되고 있는 패션관련 전문직이다.

국내는 산업사회 이후 급속하게 발전 변화된 현장실무환경에 비해 이를 수행할 수 있는 전문가 양성을 위한 교육 시스템이 매우 미흡한 실정이다. 특히 국내 패션산업의 방향이 생산, 유통 중심에서 스타일 중심의 토털 패션 이미지구축을 위한 방향으로 전환됨에 따라 패션스타일리스트 분야의 현장실무환경 구축을 위한 체계적이고 전문성 높은 실무중심의 교육과정이 절실히 필요한 상황이다.

이에 90년대 후반부터 전문 패션스타일리스트 육성을 위한 방안으로 대학에서 이와 관련 학과가 설립되기 시작하였지만, 패션스타일리스트의 다양한 활동영역과 그 영역에 따른 정확한 역할 수행을 위한 전문 교육이 제대로 실현되지 않은 상태에서 학과의 교과운영이 이루어지고 있는 것이 현실이다.

따라서 본 연구에서는 다양한 패션스타일리스트를 양성하기 위한 실무중심의 교육 모형을 개발하고자 한다. 다시 말해서 실무현장에서 요구하는 능력을 갖춘 전문 패션스타일리스트 인재를 양성하기 위해 먼저 제도적인 뒷받침으로 비효율적인 교과과정을 재정비한 후 현장요구에 적용할 수 있는 교과과정을 설치함으로써 패션스타일리스트 교육의 선진화는 물론 실무전문가 양성을 위한 교육과정 모형을 개발하여 제시하고자 한다.

연구내용 및 방법은 이론적 연구와 실증적 분석으로 구성하였다.

이론적 연구로는 국내외 문헌 및 선행연구, 자료 검색을 통해 패션스타일리스트의 개념 및 역할, 패션스타일링에 필요한 기본 조건, 그리고 패션스타일리스트의 활동영역을 고찰하였다.

실증적 분석으로는 이론적 연구에서 도출한 결과를 바탕으로 일차적으로 패션스타일리스트의 역할과 관련하여 현장에서 오랜 경험과 활동적인 패션스타일리스트 전문가 50명(국내 스타일리스트 업종 종사자 약 10%)을 대상으로 한 설문지와 심층면접(5명)을 통해 국내에서의 패션스타일리스트에 대한 인식 및 패션스타일리스트의 활동영역과 역할, 전문적인 교육 여부에 대한 내용을 도출하였다. 이차적으로는 교육과정의 실태를 파악하기 위해 패션스타일리스트 관련학과의 교육현황을 2년제와 4년제로 분류하여 일반현황 및 학과명칭 현황을 분석하였다. 다시 말해서 국내외에 개설된 패션스타일리스트 관련학과의 교육과정 현황을 2~3년제(9개교), 4년

제(3개교)로 세부적 현황분석 후 특성화 및 보완점을 도출하였다.

이상에서 도출한 결과를 근거로 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교육과정 모형을 개발하여 제시하였다.

패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교육과정 모형은 다음과 같은 사항을 전제로 개발하였다.

첫째, 국내외 패션스타일리스트분야가 설치된 대학 관련학과의 교육과정 현황분석을 통해 운영실태 및 대학별 전문 분야의 방향성을 도출하였다.

둘째, 이론적 연구에서 도출한 결과를 근거로 패션스타일리스트 양성을 위한 교과목 과정을 전공 및 교양, 이론 및 실습 등으로 분류하여 세부적인 교육운용 실태를 조사 분석하였다.

셋째, 대학의 학년제(2~3년제/4년제)에 따른 실무업무의 장르별 전문 인력 양성으로 구분하여 제시하였다

결론적으로 국내대학과 외국대학을 분석한 결과, 현장 적용 시스템의 차이점을 도출할 수 있었다.

국내 대학의 경우는 개인의 능력과 소질을 개발하여 패션전문가를 양성하는 목표에 의한 이론 중심적이다. 즉, 의상학과의 교과과정이 그대로 답습됨에 따라 스타일리스트의 역량강화를 발전시킬 수 있는 교과목 개설이 미흡하다.

반면, 외국대학의 경우, 브랜드와의 파트너쉽과 패션업체와의 산학연계를 활발히 운영하며, 스타일리스트의 전문 에이전시와 대형기획사를 통한 현장실무를 습득함으로써 졸업 후 바로 취업으로 연결시킬 수 있는 시스템이 구축되어 있다.

이와 같은 비교분석을 통해 유추한 결과, 패션스타일리스트 분야의 교육적 시스템의 근본적 체계는 라이프스타일중심의 문화적 역사와 배경이 매우 중요하므로 인문학, 상상력표현이미지, 미술관·박물관 수업 등의 현장 수업, 과거와 현대를 연계할 수 있는 시공간적 감각과 드라마·영화 감상을 통한 작품분석력, 패션스타일리스트의 외형적, 키치적 이미지 등의 미학적 차원에서 접근 표출 등의 교과목을 통해 실용적이고도 완성도를 높이는 기초교육이 매우 필요하다고 사려 된다.

이와 더불어 SNS시대의 패션을 다양한 표현방법으로 메시지와 이미지를 빠르게 전달할 수 있는 효과적인 교육 방법도 모색할 필요가 있다고 사려된다.

따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 전문교과 과정 설정 방안을 다음과 같이 모색할 수 있었다.

첫째, 광의의 패션스타일리스트 역할을 수행할 수 있는 디렉터 개념의 전문 인력 양성을 위한 교육은 4년제 교육 기간을 주축으로 이루어져야 하며, 단편적인 이미지 메이킹을 위한 패션 연출을 담당하는 협의의 스타일리스트 역할

수행을 위한 교육은 2년제 교육기관을 중심으로 이루어져야 한다.

둘째, 국내·외 패션스타일리스트학과의 특성화 및 보완점 도출은 물론 현장에서 요구되는 사항들에 대한 문제점을 도출한 결과를 바탕으로 패션스타일리스트 양성을 위한 교과목 과정을 패션영역, 뷰티영역, 역사·문화 영역, 글로벌 교육 영역으로 나눈 교육이 심층적으로 이루어진 후 습득한 지식을 토대로 현장에서 실제적으로 실습이 가능한 영역으로 나누었다.

셋째, 패션영역에서는 패션디자인분야, 의복구성분야, 색채학 분야, 텍스타일(소재), 코디네이션 분야로 나누었고, 뷰티 영역에서는 뷰티 분야, 헤어/메이크업 분야, 역사·문화 영역에서는 드라마/영화 감상, 박물관/미술관 탐방, 상상력 표현 이미지, 브랜드 리서치, 글로벌 교육 영역에서는 외국어 강화교육, 패션 트렌드리서치, 외국대학과의 프로그램연계관련 과목을 설치하였다.

넷째, 현장실습 영역에는 패션영역을 제외한 현장실무경험을 할 수 있는 영역을 저널리즘분야와 미디어분야로 세분화하였다.

앞으로 본 연구결과를 바탕으로 패션스타일리스트의 실무는 시대적 트렌드에 민감하고 빠르게 변화되는 특성이 강하므로, 교육적 시스템의 근본적 체계를 바탕으로 업무적 스킬, 문화, 역사적·미학적 전문성을 향상시킴으로써 다양한 분야에서의 스타일리스트들의 인프라 구축 및 현장실무전문가 양성에 기여할 수 있으리라고 기대한다.

키워드 : 패션스타일리스트, 실무역량강화, 교육과정 모델, 패션영역, 뷰티영역, 역사·문화영역, 글로벌교육영역, 현장실습영역

목 차

국문초록

표목차

그림목차

I. 서 론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구내용 및 방법	3
II. 이론적 배경	5
1. 패션스타일리스트의 개념	5
2. 패션스타일링의 기본 요소	7
3. 미디어산업과 패션스타일리스트의 역할	13
III. 패션스타일리스트의 역할 및 사례분석	36
1. 국내 패션스타일리스트의 교과과정에 대한 전문가 설문조사	36
2. 패션스타일리스트 실무사례 분석	41
3. 패션스타일리스트 실무사례 분석을 통한 제안점	57
IV. 패션스타일리스트 교육과정 실태 및 분석	60
1. 국외 패션스타일리스트 교육과정 실태 및 분석	60
2. 국내 패션스타일리스트 교육과정 실태 및 분석	73
V. 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교육과정 모형개발	97
1. 2년제 교육과정 모형 개발	98
2. 4년제 교육과정 모형 개발	105
VI. 결 론	112
참고문헌	115

ABSTRACT 119

부 록(설문지) 124

표목차

<표 1> 광고·홍보 분야 스타일리스트의 역할분류	27
<표 2> 패션잡지·사진 분야 스타일리스트의 역할분류	28
<표 3> 어패럴·유통 분야 스타일리스트의 역할분류	29
<표 4> 무대·영화 분야 스타일리스트의 역할분류	31
<표 5> 패션쇼·이벤트 분야 스타일리스트 역할 분류	33
<표 6> 방송·연예 분야 스타일리스트 역할 분류	35
<표 7> 현직 패션스타일리스트의 분야별 교과목에 대한 필요도 조사	39
<표 8> 국외대학 패션스타일리스트 관련학과 현황	60
<표 9> 국내대학 패션스타일리스트 관련학과 현황	75
<표 10> 2~3년제 대학 교과목 현황	86
<표 11> 4년제 대학 교과목 현황	91
<표 12> 2~3년제 대학의 분야별 교과목 비율	93
<표 13> 4년제 대학의 분야별 교과목 비율	94
<표 14> 각 대학의 분야별 교과목 비율	95
<표 15> 2년제 대학 분야별 교육내용	98
<표 16> 패션디자인 과목별교육	99
<표 17> 의복구성 과목별교육	99
<표 18> 패션마케팅 과목별교육	100
<표 19> 코디네이션 과목별교육	100
<표 20> 헤어·메이크업 과목별교육	101
<표 21> 패션뷰티 스타일링 과목별교육	101
<표 22> 미술관·박물관 탐방 과목별교육	102
<표 23> 상상력 이미지표현 과목별교육	102
<표 24> 외국어 과목별교육	103
<표 25> 외국 대학과의 프로그램 연계 과목별 교육	103
<표 26> 미디어분야 과목별 교육	104
<표 27> 저널리즘 과목별 교육	104
<표 28> 4년제 대학 분야별 교육내용	105
<표 29> 텍스타일(소재) 과목별교육	106
<표 30> 복식·문화사 과목별교육	107
<표 31> 드라마·영화 감상 과목별교육	107
<표 32> 브랜드 리서치 과목별교육	108
<표 33> 패션트렌드 리서치 과목별교육	108

그림 목차

<그림 1> 연구모형	4
<그림 2> 송혜교의 워너비 의상 (출처 : http://news.naver.com)	18
<그림 3> 송혜교의 워너비 의상 (출처 : http://blog.naver.com)	18
<그림 4> 송혜교 귀걸이 (출처 : http://cafe.naver.com)	18
<그림 5> 김남주의 러블리 트렌치코트 (출처 : http://blog.naver.com)	19
<그림 6> 김남주의 러블리 룩 (출처 : http://blog.naver.com)	19
<그림 7> 김남주의 에스닉한 스카프 패션 (출처 : http://blog.naver.com)	19
<그림 8> 2NE1의 패션스타일링 (출처 : http://blog.naver.com)	23
<그림 9> 아이유의 분홍신 스타일 (출처 : http://blog.naver.com)	23
<그림 10> 지 드래곤의 털모자 패션 (출처 : http://news.naver.com)	24
<그림 11> 지 드래곤의 헤어스타일 (출처 : http://news.naver.com)	24
<그림 12> 개발한 실무역량강화를 위한 교육과정 모형	109

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

21세기는 현대인의 삶에 대한 질적 수준 향상과 자기표현을 위한 다양화 현상들이 국내외 산업의 다각화 현상으로 이어져 패션분야에 새로운 환경을 형성하게 된 계기가 되었다. 이러한 추세 속에서 현대인의 개성적인 미를 추구하기 위한 패션스타일링의 중요성이 새롭게 인식될 뿐만 아니라 이미 생활 깊숙이 자리하고 있다. 그 이유는 패션이 자기표현을 위한 중요한 수단이면서 개인 생활을 나타내는 상징이고, 더 나아가 패션이 한 시대의 사회상을 반영하는 문화의 표출이므로 현대인의 사회적 상호관계의 징표가 되기 때문이다. 더욱이 현대인은 자신이 남과 다른 모습으로 표현되길 원하기 때문에 패션을 이용한 이미지 연출을 의도적인 행동목표로 설정하고 있다¹⁾. 그만큼 자신의 개성추구를 위해 패션관련 상품을 조합하는 패션스타일링의 필요성이 더욱 강조되고 있는 실정이다. 즉, 패션과 패션을 바탕으로 행해지는 패션스타일링과의 관계는 상호 교류적 역할을 하며, 두 분야 간 상호보완적 교류를 통해 시너지 효과가 증폭되고 있다. 그 결과 다각적인 패션산업의 발전은 물론 패션스타일에 대한 관심 증가는 패션스타일링에 대한 중요성이 더욱 강조되면서 전문적인 스타일리스트의 역할이 그 어느 때보다 요구되고 있는 실정이다. 이와 같이 전문적인 패션스타일링의 필요성이 가속화됨에 따라 패션스타일리스트의 활약이 앞으로 가시화 될 전망이다.

여기에서 스타일리스트란 정확한 패션정보와 스타일링 센스를 바탕으로 패션기획, 광고, 잡지스타일링, 방송연예인의 스타일링 및 유통업체의 매장연출 등 다양한 분야에서 패션 감각을 표현하는 전문직으로, 활동범위가 여러 방면에 걸쳐 다양해지고 또한 새로운 분야²⁾로 계속 확장되고 있다.

패션스타일리스트에 관한 선행연구의 예를 들어보면, 김수진³⁾은 전문가들의 Roll Model 분석을 중심으로 한국 패션스타일리스트의 역할확대와 Roll Model에 관한 사례분석을 통해 패션스타일리스트의 체계적인 시스템 구축 방안을 제시하였고, 최민정⁴⁾은 전문직업인으로서 TV홈쇼핑 패션스타일리스트의 능력을 제고시키기 위한 연구를 하였다. 한정원⁵⁾은 상류문화지의 사례분석을 중심으로 잡지에서의 스타일링

1) 장애란, 안명숙, 박우미 (2000), *패션코디메이션*. 서울: 예학사, p. 10.

2) 잡지화보 스타일링, 패션브랜드의 코디네이터, 광고 및 퍼스널 스타일리스트(개인코디-연예인, 정치인 등), 방송프로그램(드라마, 쇼 등), 세일즈 어드바이저(sales advisor) 및 숍 마스터(shop master), 패션쇼 및 이벤트 기획, 웨딩 스타일리스트 등이 있고 패션 이외의 분야에는 요리 스타일리스트(food stylist) 등이 있다.

3) 김수진 (2010), *한국 패션스타일리스트의 역할확대와 Roll Model에 관한 사례분석 - 전문가들의 Roll Model 분석을 중심으로*. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.

4) 최민정 (2006), *TV홈쇼핑에서의 패션스타일리스트 역할에 관한 연구*. 동덕여자대학교 패션전문대학원 석사학위논문.

기능과 스타일리스트의 역할을 통해 총체적 관계에 관해 연구하였으며, 김희진⁶⁾은 TV드라마와 영화를 중심으로 패션스타일리스의 역할에 대해 연구하였다. 이상과 같이 선행연구 대부분은 스타일리스트의 역할에 관한 연구로 이루어져 있을 뿐 패션스타일리스트 양성을 위한 교육과정 에 대한 연구는 미흡한 상황이다.

다시 말해서 패션스타일리스트 분야는 크게 업종 및 업태별로 분류할 수 있다. 업종별로는 광고·홍보분야, 패션잡지·사진분야, 어패럴·유통분야, 무대·영화분야, 패션쇼·이벤트분야, 방송·연예분야로 나누며, 업태별로는 패션, 뷰티(헤어, 메이크업 등), 공간(디스플레이 디자인, 무대연출 등) 분류할 수 있지만, 아직까지 21세기의 패션스타일링을 위한 새로운 전문스타일리스트로서 주목받게 될 패션스타일리스트 양성은 물론 실무역량강화를 위한 체계적인 교육프로그램에 관한 연구가 미흡한 상황이다.

따라서 본 연구에서는 패션스타일리스트 양성을 목적으로 현장에서 요구하는 능력을 갖춘 인재를 양성하기 위해 제도적인 뒷받침으로 비효율적인 교과과정을 재정비하고 현장요구에 적응할 수 있는 교과과정을 설치함으로써 패션스타일리스트 교육의 선진화는 물론 실무역량 강화를 위한 교육과정 모형을 개발하여 제시하고자 한다.

본 연구의 목적을 수행하기 위하여 다음과 같은 연구문제들을 설정하였다.

첫째, 패션스타일리스트의 개념 및 역할, 활동영역, 패션스타일링을 위한 기본 요소를 고찰한다.

둘째, 패션스타일리스트의 역할과 관련하여 현장에서 오랜 경험과 활동적인 패션스타일리스트 전문가 55명을 대상으로 설문지(50명)와 심층면접(5명)을 통해 국내에서의 패션스타일리스트에 대한 인식 및 패션스타일리스트의 활동영역과 역할, 전문적인 교육 여부에 대해 분석한다.

셋째, 국내외 패션스타일리스트 관련학과의 교육현황을 2~3년제와 4년제로 나누어 일반현황 및 학과명칭 현황, 운영되고 있는 교과목을 중심으로 교육과정의 현황을 분석하여 특성화 및 보완점을 도출한다.

넷째, 이상에서 도출한 결과를 근거로 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교육 과정 모형을 개발하여 제시한다.

5) 한정원 (2006), 잡지에서의 스타일링 기능과 스타일리스트의 역할 -상류문화지의 사례분석을 중심으로. 숙명여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.

6) 김희진 (2004), Fashion stylist의 역할에 관한 연구 -TV드라마와 영화를 중심으로. 동덕여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.

2. 연구내용 및 방법

본 논문은 국내외 단행본 및 선행연구, 학위논문 등 문헌자료를 중심으로 한 이론적 연구와 이를 바탕으로 한 실증적 분석을 통해 도출한 모형개발 및 제시로 구성하였다.

이론적 연구로는 패션스타일리스트의 개념 및 역할, 패션스타일링에 필요한 기본 조건에 대해 고찰한다.

실증적 분석으로는 이론적 연구에서 도출한 결과를 바탕으로 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위해 현장에서 오랜 경험과 활동적인 패션스타일리스트 전문가 50명을 대상으로 한 설문지 조사와 5명을 대상으로 한 심층면접을 통해 현장에 적용시킬 수 있는 필요 교과목을 파악한다. 이를 위한 분석법과 대상선정, 분석기준은 다음과 같다.

1) 교과과정 모형개발을 위한 전문 패션스타일리스트 분석방법

패션스타일리스트학과의 교과과정을 분석하여 모형 개발에 앞서 패션스타일리스트의 역할 확대에 대한 기본적인 정보가 부족하기 때문에 현장에서의 패션스타일리스트의 역할과 패션스타일리스트학과의 교과과정과의 실질적인 연관성을 파악하기 위해 현장에서 활동하고 있는 전문가와의 설문지 및 심층면접을 통해 교육방법, 인식, 역할확대 등의 관련요인들 간의 관련성을 현상학적인 본질을 파악하기 위함이다.

2) 대상자 선정 및 조사기간

조사 대상자의 선정방법은 현재 패션스타일리스트로 활동하고 있는 전문가들 중에서 오랜 경험과 활동을 하고 있는 5명을 대상으로 심층면접을 하였고, 인위적으로 표집한 50명을 대상으로 설문지로 조사하였다. 본 조사는 설문지에 의한 조사기간은 2013년 6월15일부터 10월30일까지 행하였고, 심층면접은 11월4일부터 5일까지 이루어졌다.

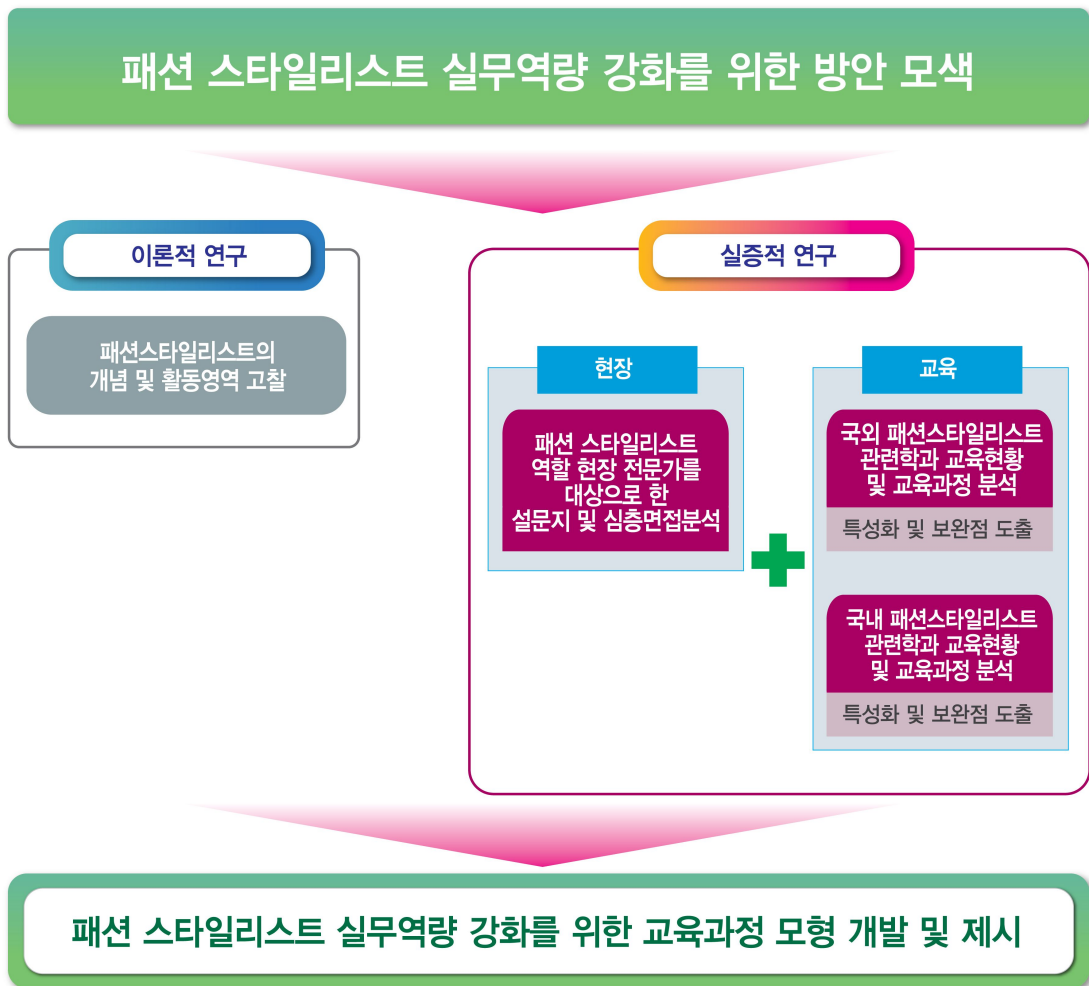
3) 분석기준

패션스타일리스트의 교과과정 모형개발을 위한 방안을 모색하기 위해 국내외 패

션스타일리스트에 대한 인식, 패션스타일리스트의 활동영역과 역할, 패션스타일리스트의 미래전망, 패션스타일리스트에 대한 분석 등을 파악한다.

그리고 패션스타일리스트 양성을 위한 현재 진행 중인 교육과정의 실태를 파악하기 위해 국내외에 개설된 패션스타일리스트 관련학과의 교육과정 현황을 2~3년제(9개교), 4년제(3개교)로 나누어 살펴본 후 특성화 및 보완점을 도출한다.

본 논문의 연구모형은 다음 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

II. 이론적 배경

1. 패션스타일리스트의 개념

스타일리스트의 사전적 의미는 멋을 중시하는 사람으로, 댄디(Dandy)와 동의어로 사용되기도 한다. 스타일링은 나타내고자 하는 대상과 커뮤니케이션의 접근방식에 따라 결정되지만 시각적 표현 형태로 구성되므로 스타일링의 기본방향을 결정하기 위해서는 서로 다른 여러 가지 조건들을 동시에 논의해야한다. 여기에서 스타일링이란 디자인, 컨셉, 모델의 이미지, 시즌 트렌드와 아이템의 조화 등을 동시에 만족시키기 위해 기획하는, 일종의 기초적인 행위를 말한다⁷⁾. 스타일링은 패션코디네이션과 유사한 용어로, 패션스타일링은 1990년대 후반부터 본격적으로 사용되었지만, 그 이전에는 코디네이션이라는 용어를 사용하였다.

패션스타일링의 유래는 대규모 비즈니스가 본격적으로 형성되는 시기인 1960년대의 영 패션의 등장으로 인한 캐주얼 룩에서부터 시작되었다. 영 패션은 그 이전의 세트개념의 포멀한 복장과는 다른 티셔츠, 점퍼, 진, 팬츠, 미니스커트 등의 단품들을 매치 시키는 과정에서 아이템, 색상, 소재에 따라 조화롭게 연출된 것이었다. 예를 들면, 마리 쿼트가 디자인한 미니스커트는 컬러스타킹, 롱부츠 등의 소품까지 스타일링의 영역을 확산시키는 계기가 되었으며 1970년대에 유행한 레이어드 룩 또한 스타일링의 필요성을 가속화 하였다⁸⁾.

1970년대 중반부터 캐주얼 스타일과 레이어드룩의 유행과 소비자의 개성표출 의식이 강해지면서 이미지의 중요성이 커짐에 따라 전문적인 패션 코디네이터의 수요가 증가하였고, 진출분야는 상품 기획 분야, 패션쇼 및 이벤트 연출 분야, 무대의상 연출 분야, 패션출판 분야, 유통업분야, 광고의상 연출 분야, 방송·연예 분야, 개인의상 상담 분야 등 광범위하다⁹⁾. 1990년대부터 오스카 시상식과 소수의 시사회의 레드 카펫 행사에서의 유명 스타들의 공식행사가 늘어나면서 유명 스타를 치장하고 스타일링하는 스타일리스트의 새로운 틈새시장의 가능성이 부각되었다. 한국의 경우는 2000년대부터 정윤기, 서은영, 김성일 등 스타일리스트 역할의 중요성이 두드러지기 시작하였다¹⁰⁾.

패션스타일리스트는 소비자와 생산자의 욕구와 기호를 파악하여 유행을 창조 분석하고 전개하여 소비자에게 상품정보 및 시장의 동향을 전하면서 패션을 효과적으로 연출하는 이미지 크리에이터이자 디렉터이다¹¹⁾. 그러므로 패션스타일리스트의

7) 김희진(2004), 패션스타일리스트의 역할에 관한연구, 동덕여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.

8) 김수진, *op. cit.*, p. 10.

9) 박성숙(2002), 패션코디네이션에 관한 연구, 홍익대학교 대학원, p. 18.

10) 이언영(2003), 토털 패션이미지 연출에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문. p. 23.

11) 이옥희 외 공저(2002), *현대 사회와 패션정보*, 서울: 교학사, p. 197.

개념에는 미적인 측면뿐만 아니라 상징적인 측면도 포함되어야 하므로, 패션 스타일링의 목표는 미적인 측면과 상징적인 측면이 모두 포함된 ‘이미지 창출’ 혹은 ‘이미지 연출’이다. 그러므로 패션스타일링의 주된 역할은 특정한 이미지의 형성이다. 이런 의미에서 패션스타일링은 단순한 표면적인 아름다움만을 묘사하는 것이 아니라 이미지의 형성을 통해 마음 깊숙이에 있는 내면의 미까지 외형으로 표현하는 것을 의미한다. 또한 패션스타일링은 외부와의 상호작용에 있어 강력한 설득 수단이 되는 동시에 자신과의 내적 커뮤니케이션의 한 수단이 된다¹²⁾. 이것은 사회심리학에서 언급하는 지각이나 인지에 의한 모든 내용 및 인상관리, 인상형성의 의미가 포함되어야 하기 때문이다. 여기에서 이미지란 어떤 단서에 의해서 지각되거나 인지되는 모든 내용에 대한 해석이며 그 외에도 대인 지각에서 지각되는 단편적인 특성뿐만 아니라 인상형성에 의한 스테레오 타입과 같은 여러 가지 특성이 혼재된 복합적인 특성도 포함된다.

예를 들자면 이미지는 단일 차원의 이미지인 직선적인, 곡선적인 등의 이미지와 복합 차원의 이미지인 ‘배우 같은’, ‘선생님 같은’, ‘모범생 같은’ 등의 스테레오 타입도 포함되며, 체형이나 얼굴, 의복, 소품(액세서리류로 구두, 핸드백, 목걸이, 반지 등) 등 외모에 의한 외적내용과 착용자의 사회 심리적 특성에 의한 내적인 것도 포함된다. 그러므로 이미지 창출은 의복과 소품, 착용자의 특성에 의해 이루어지므로, 의복과 소품, 착용자를 연출의 요소라 할 수 있다. 이 요소들 각각에는 사회 내의 상징적인 의미가 내포되었기에 그 상징적인 요소들이 바로 이미지를 창출하는 것이다. 예를 들어, 눈에 보이지 않는 이미지를 창출할 수 있다는 것은 각 요소가 갖는 상징적인 의미가 이미 사회 구성원들 간에 협상이 이루어졌다는 것을 의미한다.

따라서 패션스타일리스트는 그 사회 안에서 의미 협상이 잘 이루어진 요소를 찾아내는 것이 매우 중요하며, 이런 상징적인 의미들을 잘 조화시킴으로써 원하는 이미지를 창출해 낼 수 있다. 그러나 연출 요소가 놓인 상황이나 환경(T.O.P), 또는 지각자에 따라 상징적인 의미가 달라 질 수 있으므로 이미지 창출 시 반드시 고려해야 할 점은 각 요소 간의 미적 특성의 조화이다¹³⁾. 그러므로 패션스타일리스트의 작업 과정은 표현해야 할 무드를 파악한 후 본격적인 프로젝트 준비를 위한 이미지 자료의 리서치 작업을 한다. 이 단계에서 클라이언트에게 유추한 자료들에 의한 결과물이 어떻게 나올 것인지를 제안할 수 있도록 정리한다. 여기에서 스타일리스트들이 효과적인 프레젠테이션을 위해 가장 많이 쓰는 방법은 다양한 이미지와 스케치, 아이디어 제안 등으로 구성된 무드보드 형식의 시안이다. 시안을 놓고 어떤 느낌으로 프로젝트를 진행할 것인가에 대해 구체적인 합의 후에 실제 촬영 준비에 들어간다. 이때 브리프에 맞는 의상과 소품, 장소 등의 섭외, 그리고 작업을 할 모델이나 포토그래퍼, 메이크업 및 헤어 아티스트 등 팀을 구성하는 것도 스타일리스트의 몫이다. 결국 스타일리스트는 클라이언트의 상상 속 이미지를 현실로 만들어 주

12) 이미정 (2005), 20대여성의 이미지에 따른 메이크업과 의상에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위논문

13) 알렌 허버트(1990), *publication design*, 미진사, p. 51.

는 전문가라고 할 수 있다¹⁴⁾.

2. 패션 스타일링의 기본 요소

패션 스타일링이란 한 가지 요소에 의해 결정된다기보다는 연출하려는 이미지에 적합하도록 여러 가지 요소를 적절히 믹스 앤 매치하여 극대화 시킨 것을 의미한다. 즉, 매일매일 눈에 띄는 옷을 막연히 선택하여 입는 것 보다 상황이나 개성 등을 고려하여 어떠한 기준에 맞춰 의복과 액세서리 등을 조화롭게 스타일링 함으로써 이미지를 부각시킬 수 있을 것이다¹⁵⁾.

효과적인 패션스타일링을 위한 기본요소에는 패션디자인 요소(형태, 소재, 색채)와 메이크업 및 헤어, 모델 등이 있다. 이와 같은 패션스타일링의 기본요소를 파악하여 잘 활용할 수 있다면 패션스타일리스트로서의 현장에서의 업무수행 능력을 향상시킬 수 있으며, 또한 대학에서의 교육과정 모형 개발을 위해서도 반드시 고려해야 할 사항이기 때문이다.

따라서 패션스타일링을 위한 기본 요소들을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 패션디자인 요소

(1) 형태 스타일링

선으로 둘러싸인 면적은 평면적 형태이다. 형태는 공간에 의해 형성되며, 인체라는 3차원적 공간인 품은 의상의 구조적인 측면에 의한 윤곽선과 조형적 입체구조가 형성된다. 의복의 형태는 기능적인 측면과 장식적 측면이 구조적인 조화로운 공간구성에 의해 동시에 고려되어야한다¹⁶⁾. 형태를 구성하는 요소에는 선, 실루엣, 장식 등이 있지만, 본 연구에서는 스타일링을 위한 요소로 선과 실루엣에 대해 살펴보기로 한다.

① 선을 이용한 스타일링

의복에서의 선은 솔기선이나 다트선 같은 기능적인 구성선과 디자인선, 디테일선 등 미적 목적을 위해 만들어지는 장식선이 있으며, 선의 종류와 특성을 체형에 맞게 잘 이용한다면 효과적인 스타일링을 할 수 있다.

예를 들어 가로선을 이용한 스타일링을 한다면, 요크, 헴 라인, 벨트, 옆으로 넓은

14) 루엔 맥린/장아운 (2012), *세계의 패션스타일리스트*, 서울: 투플러스북, p. 18.

15) 안연숙(2011), *재활용 패션 디자인에 의한 패션 스타일링 연구*, 이화여자대학교 석사학위논문, p. 4.

16) 박영진외 4인, *op. cit.*, pp. 252-255.

칼라, 가로가 짙은 체크무늬, 티어드(Tiered)스커트 등의 가로선을 이용하여 시선을 수평방향으로 유도하여 좌우로 분산시킴으로써 실제 면적보다 넓어 보이는 효과나 키가 작아 보이는 착시를 초래할 수 있다. 또 세로선을 이용한 스타일링을 한다면, 프린세스라인, 앞여밈, 세로로 늘어선 단추, 서스펜더, 지퍼, 슬릿(Slit) 등의 세로선을 이용하여 시선을 수직방향으로 유도함으로써 키가 커 보이는 착시를 초래할 수 있다. 단, 폭이 좁은 세로 줄무늬는 오히려 시선이 가로로 분산될 수 있으므로 역효과 연출을 위해서 사용되기도 한다. 곡선을 이용한 스타일링을 한다면, 의복에 풍만하고 여성스러운 느낌, 부드러움을 표현하기에 적합하다. 사선을 이용한 스타일링을 한다면, 유연하고 역동적인 의복의 분위기를 연출할 수 있으며, 각도가 작은 사선은 가로선의 효과를, 각도가 큰 가파른 사선은 세로선의 효과를 초래할 수 있다.

② 실루엣을 이용한 스타일링

일반적으로 실루엣이란 옷을 착용하였을 때의 형태나 전체적 스타일을 나타내는 외곽선을 말한다. 기본실루엣으로는 A라인, H라인, Y라인, X라인이 있으며, 특히 웨이스트라인, 헴 라인의 상하 이동, 어깨 폭의 확대와 축소, 절개선과 다트의 형태와 길이, 방향 등이 실루엣을 결정하는 요소이다. 또한 전체의 형태인 실루엣은 의복이 직선적인가, 곡선적인가, 움직임의 요소가 있는가, 단순한가, 복잡한가 등의 요소들이 변화를 초래하는 요인이 된다¹⁷⁾.

(2) 소재 스타일링

소재란 사전적 의미로 ‘어떤 것을 만드는데 바탕이 되는 재료’를 말하며, 패션 용어로는 ‘옷’이 될 만한 재료를 총칭하는 말’이다. 이는 직물뿐만 아니라 펠트, 부직포를 포함한 모든 의복 재료를 지칭하고 있다.

같은 디자인이라도 소재의 종류나 직조 방식, 텍스처(재질감), 촉감, 문양 등에 따라 이미지가 다르게 전달된다¹⁸⁾.

① 소재 스타일링

일반적으로 소재 특유의 질감과 촉감 무게감, 형태감 등은 계절이나 착용자의 체형, 착용의 전체적인 이미지에 따라 선택되어지고 있으며, 이질적인 소재들을 함께 매치하여 스타일을 완성하기도 한다. 인체 고정을 위해 딱딱하고 뻣뻣한 소재로 만든 코르셋에서부터 하늘거리는 얇은 시폰의 부드러운 러플 드레스까지 질감에 따라 연출되는 이미지가 다양하다는 점에서 각각의 소재가 지닌 질감이 스타일링의 중요한 요소라 할 수 있다¹⁹⁾.

현재 다양한 텍스처의 특성과 문양을 가진 소재가 매 시즌 개발됨에 따라 스타일

17) 오경화의 4인(2011), *패션이미지업*, 서울: ㈜교문사, pp. 65-68.

18) 안연숙, *op. cit.*, p. 7.

19) 박영진의 4인, *op. cit.*, pp. 443-444.

리스트들은 과거보다 다양한 표현 방법과 독창성을 가진 소재들을 이용한 무한한 상상력을 발휘할 수 있으며, 다양한 디자인들의 조합에 의한 토털룩이 완성되기 까지 주재료인 소재의 역할은 매우 중요하다.

② 문양 스타일링

일반적으로 문양은 모티브와 패턴으로 분류하고 있으며, 모티브는 문양을 이루는 기본 단위이고, 패턴은 모티브가 모여서 이루는 문양의 전반적인 형태를 의미한다.

모티브는 크기, 형태, 색채, 배열 등과 상관없이 자유롭게 표현됨에 따라 디자이너의 감각적 능력에 따라 풍부한 이미지를 전달할 수 있게 한다²⁰⁾. 또 이 문양들은 의복에 있어서 크기, 배열, 형태 등의 여러 가지 조합으로 시각적인 효과를 주어 다양한 이미지를 나타낸다. 문양은 프린트뿐만 아니라 직조 상 만들어지는 패턴, 자수, 패치워크, 장식으로 형성된 문양 등으로 구분된다.

문양은 특성에 따라 사실적, 기하학적, 추상적, 전통적 문양으로 나눌 수 있다. 사실적 문양은 일상생활 속에서 접할 수 있는 자연적인 것과 인공적인 것들을 모티브로 활용한다. 자연적인 문양은 식물, 동물, 문양이 있고 인공적인 문양은 건물, 책, 기구 등이 있다. 기하학적 문양은 남녀나 연령 구분 없이 사용되는 문양으로서, 주로 선이나 면이 사용된다. 삼각형, 사각형, 원, 도트, 체크, 스트라이프 등으로 표현되며 규칙적이고 딱딱한 느낌을 가지는 동시에 단정하고 활동적인 느낌을 준다. 추상적 문양은 사물의 형태와는 상관없이 상상력과 창의력에 의해 디자인 된 것으로, 컬러의 조합이 매우 중요하다.

그 외에도 문양은 브랜드 상징인 아이덴티티 개발을 위한 모티브로, 오랜 세월 지속적으로 유지되고 있으면 또한 경쟁력을 강화시키는 요소이다. 대표적인 예로 에트로의 페이스리 문양, 에일리오 푸치의 기하학 문양, 폴 스미스의 다채로운 스트라이프 등을 들 수 있다. 이러한 점에서 문양은 소재와 함께 패션을 구성하는 중요한 요소이다²¹⁾.

문양을 이용해 스타일링을 한다면, 착용자의 체형, 취향, 연령뿐 아니라 의복 제작 시 봉제성도 고려해야하는 부분도 있지만 시선을 유도하는 효과가 있기 때문에 신체의 장단점을 보완할 수 중요한 요소가 된다.

결론적으로 소재는 패션스타일링을 기획할 때 중요한 부분이며 어떤 소재와 문양을 선택하느냐에 따라 착용자의 개성과 이미지가 달라질 수 있다. 또한 시선을 유도하는 효과로 인해 신체부위를 강조하거나 확장시킬 수 있으므로, 여러 가지 사항을 고려하여 스타일링을 하는 것이 무엇보다도 중요하다.

(3) 색채 스타일링

색채에는 사람의 감정을 움직이는 강한 힘이 있으므로, 색채 선택 시 색채 감각은

20) 안연숙, *op. cit.*, p. 8.

21) *Ibid.*, p. 459.

물론 색채 감정도 고려해야 한다. 그 이유는 모든 물체는 특유의 색을 가지고 있어서 각각의 색마다 각기 다른 감정을 내포하고 있기 때문이다. 즉, 색의 감정효과는 의식 또는 무의식적, 선명한 것 또는 애매한 것까지 등 다양하므로, 여러 가지 감정효과가 복합되어 색이나 배색에 대한 이미지를 형성하게 된다. 그러므로 패션에서 색채 감정효과로 이미지의 특징을 스타일링 한다는 것은 매우 의미가 있다고 볼 수 있다²²⁾.

따라서 패션스타일링에서의 색채는 단순히 한 가지에 의해 얻어지는 것 외에 주변 컬러의 영향을 많이 받으므로, 여러 가지 배색의 원리를 이용한다면 그 완성도를 높일 수 있다. 예를 들어, 단색상 배합은 동일한 색상에 명도나 채도의 차이를 둔 것이나 톤을 조절하여 얻는 톤 온 톤(tone on tone) 배색 방법 등으로, 무난하고 온화하여 부드러운 조화를 갖는다.

① 원 컬러 배색 스타일링

원 컬러 조합(One color coordination)은 하나의 색상으로 전체를 통일시키는 것으로, 블랙이나 화이트를 선택하여 다양한 스타일링을 제안하는 경우가 많다. 유사 색상 배합 방법은 인접색의 배합의 의미로, 인접색을 어떻게 배치해도 자연스럽게 어울리게 된다. 대비색상 배합 방법은 반대되는 색들의 조화로, 반대적인 시각 특성 때문에 서로를 돋보이게 하여 강하고 자극적인 인상을 주며, 활동적인 느낌과 개성적인 이미지의 표현에 적당하다.

② 세퍼레이션 배색 스타일링

다색상 배합 방법은 여러 가지 색상을 사용하여 스타일링 하는 것으로, 각각 다른 색상의 여러 아이템을 사용함으로써 이미지의 화려함과 활동감을 연출할 수 있다. 반면, 불균형적인 조합은 통일감을 잃어 산만하고 촌스러울 수도 있기 때문에 논리적인 접근이 필요하다. 세퍼레이션(Separation) 색상 배합은 서로 인접해 있던 색을 분리시킴으로써 어느 한 부분을 강조하고 그 부분에 초점을 집중시키는 효과를 얻을 수 있지만, 작은 면적으로 배색하면 강조 효과를 극대화시킬 수 있다²³⁾.

③ 악센트 배색 스타일링

악센트 색상배합은 ‘강조하다’ 혹은 ‘돋보이게 하다’, ‘두드러지게 하다’ 등의 의미가 내포되어 있다. 단조로운 배색에 초점을 맞추어 대조적인 색을 소량 추가하는 것은 전체의 상태를 돋보이게 할 수 있는 사용 기법이다.

관용적인 색상 배합이란 시대나 유행, 풍토나 생활 조건에 따라 친근 색이 좌우되는 배합으로, 절대적인 이론이 존재하는 것은 아니다. 예를 들어, 전통적·관습적으로 수용되고 있는 배색, 즉, 국기의 배색이나 전통적인 공예품·장식품·직물·민속의

22) 박영진, *op. cit.*, p. 370.

23) 이연영, *op. cit.*, pp. 15-16.

상·관혼상제나 기독교의 전례색채 등과 같이 일반적으로 친숙한 색채의 배색이 반드시 색채 조화론에 의한 배색이 아니라는 것이다²⁴⁾.

결론적으로 색채 스타일링이란 색채의 색상, 명도, 채도라는 속성을 이용하여 아이템과 액세서리 등 전반에 걸친 색채 연출을 의미하므로, 먼저 색의 체계와 색상, 명도, 채도의 특성을 파악해야 한다. 이와 더불어 각각의 색채는 고유의 이미지가 있으므로, 어떤 이미지 연출이냐에 따라 의도적인 색채 선택으로 스타일링 해야 한다²⁵⁾.

(4) 메이크업·헤어 스타일링

특정 이미지 표현을 위한 패션스타일링의 주요수단에는 옷차림과 메이크업, 헤어 스타일 등이 있다. 메이크업은 얼굴형과 피부손질이 우선시 되어야하며 피부톤, 눈썹, 입술 등을 어떻게 표현하느냐에 따라 스타일링이 달라질 수 있다. 특히 메이크업 컬러는 유행색이나 트렌드의 영향을 많이 받으므로, 트렌드 분석 후 개인의 이미지에 적합한 것을 선택해야 한다. 이는 여성 이미지의 80%가 헤어스타일에 따라 달라질 수 있으므로 얼굴형, 헤어스타일, 트렌드 등을 고려하여 얼굴을 돋보이게 하는 스타일을 선택해야 한다²⁶⁾.

얼굴은 신체에서 가장 시선을 받는 곳으로, 단순히 옷차림을 마무리한다는 차원이 아니라 특정 패션 이미지를 표현하는 필수 요소이다. 그 이유는 헤어 및 메이크업이 외형적 이미지 표현뿐만 아니라 자의식을 표현하고 미학적 접근을 실현하는 또 하나의 패션 스타일링 분야로, 최근 메이크업과 의상, 액세서리, 헤어스타일 등의 조화가 이루어져야지만 완벽한 스타일링이라 할 수 있다.

따라서 어떤 스타일을 연출하고자 할 때 헤어와 메이크업이야말로 복식의 완성도를 높이는 매우 중요한 역할을 하므로, 의복과의 조화를 반드시 고려해야 한다.

최근 헤어, 메이크업이 전문화, 세분화, 구체화 되어 독자적인 학문적 위치를 정립해 가는 추세이기에 기술적인 차원에서 뷰티의 영역에서 다루어지고 있다²⁷⁾.

(5) 모델 스타일링

모델은 현대 소비 사회에서 상징적으로 각광받고 있는 존재이다. 모델이란 ‘유행하는 새 옷을 입어 그 멋을 보여주는 사람’이라는 단순한 사전적 의미에서 패션, 상품, 기업의 이미지 등을 효과적으로 홍보하고 그 의미를 전달, 창조하는 역할까지도 담당하고 있다.

24) 박영진, *op. cit.*, p.391

25) 조우영(2004), 패션잡지에 나타난 스타일링 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, p.11

26) 박영진, *op. cit.*, p.134.

27) 정삼호외 (2000), *패션 Self 스타일링*, 서울: 교문사, p.73

모델은 의복과의 만남을 통해 하나의 이미지를 창출하며, 그 창출된 이미지가 바로 패션 스타일링으로 완성된다. 같은 디자인이라도 어떤 모델이 착용하느냐에 따라 그 이미지가 달라질 수 있는데, 이는 모델의 얼굴, 체형, 이미지가 다르기 때문이다²⁸⁾.

색이나 형태 그 외의 장식적인 요소를 가진 의상은 그 자체에 있어서 다양한 느낌이 포함되어 호소력을 가지고 있지만, 복식으로 완성되는 필요충분조건은 바로 착용하는 것이다. 모델이야말로 의상과 만났을 때 하나의 이미지를 창출하며 창출된 이미지를 통해 패션스타일링이 완성되었다고 볼 수 있다. 그러므로 패션스타일링은 모델 파악이 전제되어야 한다²⁹⁾.

이상에서 살펴본 스타일링의 기본 요소들은 사회 안에서 각각의 상징적인 의미를 표출한 이미지를 창출하면서 눈에 보이지 않는 이미지도 창출해나간다. 즉, 스타일링이란 눈에 보이지 않는 이미지를 눈에 보이도록 기본 요소들을 이용하여 표현해내는 것을 말한다. 이는 각 요소에 내포된 상징적인 의미가 구성원들 간에 이미 협상이 이루어졌기 때문이다.

따라서 스타일링을 위해서는 그 사회 안에서 의미 협상이 잘 이루어진 요소를 찾아내는 것이 무엇보다도 중요하며, 이런 상징적 의미들을 잘 조화시킴으로써 원하는 이미지를 창출해 낼 수 있다. 즉, 이런 연출요소의 상징적인 특성과 미적 특성을 잘 조화시킬 때 성공적인 스타일링 창출이 가능해진다³⁰⁾.

28) 안연숙, *op. cit.*, p. 9.

29) 정삼호, *op. cit.*, p. 73.

30) 이미정, *op. cit.*, p. 42.

3. 미디어 산업과 패션스타일리스트의 역할

1) 패션스타일리스트의 일반적인 역할

패션스타일리스트는 역할에 따라 6 분야로 분류한 결과는 다음과 같다.

첫째, 광고·홍보 분야에서 의복을 담당하는 패션스타일리스트로, 소비자의 심리를 파악하고 광고를 통해 구매행동을 촉진시키는 역할을 한다. 둘째, 패션잡지·사진 분야에서 패션분야를 담당하는 패션스타일리스트로, 테마나 컨셉에 맞춰 새로운 스타일을 창조하거나 트렌드를 제시하는 역할을 한다. 셋째, 어패럴·유통분야에서 스타일링을 담당하는 스페셜리스트로, 상품기획과 자사의 정책을 기초로 디자이너에게 디자인의 방향 제공은 물론 디자이너의 오리지널 디자인을 재조정하여 구체적으로 잘 팔릴 수 있는 상품의 라인을 구성한다. 주요 구성원으로 컬러리스트나 패션 코디네이터, 그리고 머천다이저가 있다. 넷째, 무대·영화 분야에서 의상을 담당하는 패션스타일리스트로, 문학작품을 해석하여 시대적 배경과 사회현상 등을 의상을 통해 표현하는 역할을 한다. 다섯째, 패션쇼의 연출자로 모델의 의상의 스타일링을 담당하는 패션스타일리스트로, 대중에게 효과적으로 홍보하며 신제품을 알릴 수 있는 마케팅과 문화공연 형태의 스타일링 역할을 한다. 여섯째, 방송·연예 분야 연예인과 방송에 관련된 전문인들을 스타일링해주는 패션스타일리스트이다.

일반적인 패션스타일리스트의 역할은 클라이언트가 제시한 브리프에서 의도를 파악하고 느낌을 발전시켜 필요한 이미지를 실제로 만들어 내는 것이다. 작업을 의뢰한 클라이언트가 생각한 이미지가 매우 구체적일수도 있지만 추상적이거나 말로 쉽게 표현하기 힘든 경우도 많다. 사실 이러한 사항은 화보 진행이나 레드카펫 룩 컨설팅 등 모든 작업에 있어서도 마찬가지이다. 그래서 보통 스타일리스트들은 촬영이나 실제 작업에 들어가기 전에 클라이언트와 만나 충분한 대화를 통해 클라이언트가 원하는 이미지와 무드를 가능한 정확하게 파악하려고 노력한다.

따라서 스타일리스트는 다양한 분야에 관심을 가지고 자신의 역량을 발휘하기 위해서는 탁월한 감각과 창조성, 전문지식과 풍부한 경험, 패션정보 분석 및 예측력, 기획력, 리더쉽과 조직력 등의 자질이 요구된다.

특히 현대사회는 기능에 따른 업무의 분업화와 전문화가 보다 철저해 지면서 기업에서의 전문분야에 관한 고도의 지식, 교양, 기술 등을 습득한 전문가에 대한 요청이 많아지고 있으며, 패션산업 분야에서도 다양한 전문 스타일리스트의 요청에 따라 다양한 전문 스타일리스트의 역할이 중요시되고 있음을 짐작케 한다.

따라서 21세기의 스타일리스트는 과거와 달리 단순히 모델의 의상만을 담당하는 단순 코디네이터의 역할 만을 수행하기 보다는 다음 시즌의 패션을 예측하고 그 정보를 기준으로 미래를 개척하는 거시적인 통찰력과 판단력으로 창조, 기획 및 연출, 패션마케팅 및 머천다이징 능력, 리더쉽 등의 수많은 역할을 담당해야만 한다³¹⁾.

그러므로 패션스타일리스트의 역할은 다양한 분야에서 그들의 전문성을 요구받고 있다. 이를 해결하기 위해 무엇보다도 각각의 분야에서 인정을 받고 스타일리스트라는 전문성을 확대하기 위해 지속적인 탐구와 자기발전을 해야 하며, 사람들과의 커뮤니케이션 속에서 자신의 능력과 자질도 발휘해야 할 것이다.

2) 미디어산업에서의 패션스타일리스트의 역할

(1) 미디어 산업

현대사회에서 대중매체는 헤게모니를 자연스럽게 유지시킬 뿐만 아니라 헤게모니 위기 상황을 헤쳐 나가게 하는 역할을 한다. 대중매체를 논의할 때 대중의 삶의 방식을 끌어들이는 이유가 대중매체가 헤게모니 과정에서 소중한 역할을 하기 때문에 대중문화와 대중매체(혹은 문화산업), 헤게모니 그리고 대중의 삶의 방식을 같이 논의해야 할 이유인 것이다³²⁾.

특히 미디어분야를 역사적으로 살펴보면, 생산과 유통관련 기술들이 단계적으로 성장하면서 지층적인 구조로 발전하였다. 이 기술들은 인쇄술로부터 사진술 그리고 전기와 전자로 이어지면서 신문, 라디오, 디스크, TV, 통신 그리고 정보산업 등의 관련 산업에 대한 우리의 시각과 접근 방식을 결정해주었다. 이 분야들은 각각의 기술을 기반으로 비용과 이해관계를 활용하면서 발전하였고, 서로 다른 상품과 서비스, 유통체계, 소비자관계, 사용논리와 문화 그리고 특정 규제 체제를 정립하게 되었다.

더욱이 뉴미디어 시대의 디지털화가 과거로부터 이어온 미디어 시스템에 미친 강력한 영향력은 생산체계, 분배채널, 소비양식, 시장상황 그리고 장르 등과 같은 미디어 산업의 모든 수준에서 기반이 된 기술들 간의 장벽을 허물었다. 여기에서 디지털화는 각 미디어 부분에 새로운 사업자의 진입 및 시장 점유를 위한 경쟁 확대, 새로운 장르와 새로운 소비 형태를 창조하였다. 이에 미디어는 보편적 서비스를 제공하는 무료매체에서 상품을 제공하는 유료서비스, 즉 소비자의 기호에 따라 생산 소비되는 개인적인 서비스로 다변화됨에 따라 미디어 산업자체의 성격이 변하게 된 것이다³³⁾.

뉴미디어는 인터넷에 의한 다양한 콘텐츠화, DMB, IPTV, 팟캐스트, 인터넷 방송 등을 통해 계속 등장하면서 진화하고 있다. 더구나 요즘엔 콘텐츠의 ‘다시보기’가 보편화되면서, 자기채널의 과거프로그램들과의 경쟁도 초래되고 있는 상황이며, 여기에 종합편성채널까지 합세하면서 미디어 산업은 그야말로 별들의 전쟁이 되고 있다. 스타들의 몸값은 더욱 높아지며 거대 자본의 유출입이 대거 이루어질 것이며

31) 김수진, *op. cit.*, p. 31.

32) 원용진(2010), *새로 쓴 대중문화의 패러다임*, 서울: 한나래. p. 55.

33) 김수진, *op. cit.*, p. 42.

중편채널은 지상파 방송에서는 금지하고 있는 프로그램 중간광고를 할 수 있고 광고의 직접영입까지 거론되고 있는 상황이어서 미디어 환경자체에 지각 변동을 일으키고 있다³⁴⁾.

그러한 변화 중에서 가장 대표적 변화가 소셜 미디어이다. 소셜 미디어('Social Media) 그 자체를 해석해보면, 사회매체 또는 관계매체로, 사회구성원 누구나 생산이 가능한 매체라고 것을 의미한다. 소셜 미디어의 변화의 가장 중요한 요인은 과거엔 미디어를 변화시키고 발전시킨 반면, 현재는 가치창조로서 소비자에게 다가서고 있다는 차별화 부분이다. 즉, 기존의 미디어는 매스미디어 또는 대중매체로, 미디어 생산 집단으로 방송국, 잡지사, 신문사 등 어떤 소식을 전하는 특별집단이 생산하는 매체였다.

매스미디어에서는 주로 기자나 방송인의 취재 등을 통한 정보 및 현장사실 등을 전달하는 것이라면, 소셜 미디어는 개개인의 생각이나 경험, 알고 있는 정보 등을 누구든 생산해낼 수 있으며 그런 개인이 생산하는 정보를 공유를 한다거나 그 의견에 또 다른 개인의 생각을 더하는 등의 참여하여 누구나 정보를 생산하고 소비하는 것이 가능해지는 미디어로서 주로 글이나 사진 동영상 등을 통해 주고받기가 가능하다. 종류에는 페이스북이나 트위터, 미투데이, 동영상중심의 유튜브 등이 있다.

소셜 미디어는 시간이 흐를수록 많은 표현과 의미가 내포됨에 따라 소비자들이 자신의 경험과 의견을 또 다른 소비자들에게 전달시킬 수 있는 역할을 하고 있다. 이와 같은 정보의 범람화로 인해 기업의 광고가 소비자의 구매형태에 미치는 영향력은 갈수록 약화되고, 오히려 '차단과 정제'란 필터링의 역할과 기능으로 새로운 경제적 가치 창출을 만들어낸 창의적 기업이 성공하고 있다³⁵⁾. 더욱이 소셜 미디어는 마케팅 비용이 저렴하고 소비자의 편견으로부터 자유롭기 때문에 기업의 마케팅 차원에서 소비자와의 커뮤니케이션을 위한 활용도가 높아질 것이라 예측된다. 예를 들어 페이스북이나 카카오톡과 같은 SNS에서 일어나고 있는 친구들 간의 교류가 기업에서의 '시장에 대한 통찰력' 정보를 얻는데 도움이 되고 있다. 이와 같은 데이터 베이스속의 지식발견이란 작업은 IBM과 HP, 마이크로소프트사의 R&D연구원들이 소셜 네트워크 사이트의 데이터마이닝(Data mining)에 대규모로 저장된 데이터에서 체계적이고 자동적, 통계적인 규칙이나 패턴을 찾아낸 것을 말한다. 이 데이터를 근거로 직원과 소비자들의 프로필을 작성하고 보다 나은 커뮤니케이션 접근 방식을 고안하기위해 노력하고 있다³⁶⁾.

최근 소셜 미디어의 역할 중의 하나로 연예인과 대중과의 커뮤니케이션을 들 수 있다. 과거 소비자들은 연예인들의 패션에 대해 별 관심이 없었으나, 소통의 장인 SNS의 발달로 인해 정보와 소통의 시간이 짧아짐에 따라 연예인이나 대중 모두가 다 민감한 반응을 보이고 있다. 특히 패션의 주기가 짧아짐에 따라 SNS 패션을 주도적이며 선도하는 패션스타일리스트 역할의 중요성이 부각된 것이다.

34) 김난도 외5인(2012), *트렌드코리아2012*, 서울: 미래의창, p. 21.

35) philp kotler(2010). *Marketing 3.0*, timebiz, p. 22.

36) 스티븐 베이커(2009). *'친구의 가치는 얼마인가?', 세종서적*, p. 34.

이러한 현상은 지상파나 케이블 채널에서만 볼 수 있었던 드라마가 인터넷 발달과 모바일 기기 보급에 따라 웹 드라마, 모바일 드라마, SNS 드라마가 등장함에 따라 영상콘텐츠들도 브라운관이 아닌 새로운 유통경로로도 접근 가능성이 이를 규명해주고 있다. 한 예로 모바일 단편 옴니버스인 웹툰 ‘미생’은 지난 5월에 누적 조회수 4억 건으로 인기가 있게 됨에 따라 영화화된 것이 화제가 되었다.

이와 같은 드라마가 다양한 경로에서 유통될 수 있는 것은 젊은 소비층을 중심으로 새로운 시장이 형성되었기 때문이고, 제작 과정과 소재 면에서 가능성이 있기 때문이다. 이는 ‘무한동력’ 제작사이자 국내 최초 SNS 드라마 ‘러브 인 메모리’를 만든 아폴로픽쳐스는 “성장 중인 SNS 플랫폼을 겨냥해 뭔가를 개발하고 공급하고자 하는 기업들의 이해관계, 예산 등이 결합돼 새로운 형태의 콘텐츠가 만들어지고 있다”고 설명³⁷⁾한 것에서 알 수 있다.

따라서 스타일리스트의 전문성이 더욱더 요구되고 있다. 다시 말해서 스타일리스트가 SNS의 소비자 특성을 파악하여 재빠르게 자료와 정보를 확보하고, 더 새롭게 시선을 끄는 작업을 수행하는 역할을 한다면, 그리고 SNS를 통한 패션에도 재미와 정보를 제공하는 역할을 한다면, 스타일리스트에 대한 일자리 창출은 물론 활동영역에서의 발전도 예측해볼 수 있다.

(2) 미디어산업에서의 패션스타일리스트의 역할

미디어산업에서의 패션스타일리스트의 역할을 연예인(탤런트, 배우, 가수 등)을 중심으로 분석하기로 한다.

① 드라마에서의 패션스타일리스트 역할

탤런트³⁸⁾란 ‘재능’을 의미하는 단어로, 라디오나 TV에 출연하는 배우, 가수, 아나운서, 개그맨, 연주인, 무용인, MC, DJ, 성우 등의 예능인을 말한다. 탤런트의 범위는 포괄적이지만, 우리나라에서는 관행적으로 TV드라마에 나오는 배우만을 탤런트로 지칭하고 있다.

TV드라마에 출연하는 탤런트는 TV가 갖는 후광효과(Hallow Effect)에 의해 이미 시청자들에게 남자주인공, 여자주인공으로 각인된 영웅이고 우상이 된다. 이는 TV가 어느 다른 미디어보다 가족적인, 가정적인 의미를 시사하고 있기 때문이다. 다른 한편, TV는 연소자 입장불가를 행할 수 없는 ‘집안의 미디어’이지만, TV를 보는 시청자의 시각이 영화나 연극을 관람하는 관객의 시각보다 훨씬 냉정하고 비판적이라는 특성이 있다³⁹⁾. 이 점이 TV연기자들이 인간가치 형성의 여러 면에 미치는 영향이 매우 크다는 것이다

TV드라마의 형식은 다음과 같다. 충족의 기회를 제공하고, 어린이들의 사회화 과

37) <http://pressbyple.com/웹.모바일.SNS를뚫어라>

38) 어원은 그리스어로 ‘달란톤’ 또는 ‘달란트’에서 유래되었다. 달란트는 본래 무게의 단위였으나 고대에는 저울이나 화폐단위로도 사용되었으며, 달란트가 탤런트로 불리면서 ‘독특한 재능’을 뜻한다.

39) 최창섭 (1985), *한국방송론*, 서울: 나눔출판 pp. 91-93.

정(언어, 폭력, 사고)에 영향을 미치고, 시청자 일반에게 수동적, 현실 도피적 영향을 줄 수 있다. 동일시 현상으로 상대적 박탈감이나 기대 상승을 가져올 수 있다. 기존의 가치, 태도, 의견을 변화, 보강, 전환시킬 수 있고, 기타 여러 가지 긍정적, 부정적 영향을 미칠 수 있다. 이를 켈만(H.C Kelman)은 미디어 수용자가 메시지를 수용하는 형태를 3가지(내면화, 동일시, 순종)로 나누어 다음과 같이 기술하였다.

내면화(Internalization)는 수용자가 메시지를 완전히 자기 것으로 받아들여 자신의 가치체계로 소화한 상태를 말하며, 동일시는 메시지 내용에 동조함으로써 태도를 같이하는 사람들과 한 편이라는 소속감을 느껴 심리적 만족을 얻게 한 것이다. 그리고 순종(Compliance)은 자신의 내면적 변화보다는 보상이나 처벌을 생각하여 겉으로 메시지에 동조하는 자세를 보이는 것이다.

그러나 TV드라마가 스타 시스템을 고집할 경우, 작품의 예술성보다는 스타의 인기에 의존하게 된다. 다시 말해서 저급 관객을 위한 오락영화가 고급 관객을 위한 예술영화보다 인기 스타에 의존하는 것처럼, 저수준의 연속극일수록 스타 시스템에 의존하는 정도가 심한 것을 알 수 있다.

이에 인기주의를 지향한 텔린트는 미모나 화려한 의상, 센세이션한 개인의 신변 이야기 등을 과장하여 연기외적인 사항으로 시청자에게 어필하려고 한다. 한국의 TV드라마인 경우, 비현실적인 호화롭고 사치스러움만 보여주는 것은 스타 시스템적 드라마 제작인 반면, 외국TV의 경우, 출연자들은 현실에서 쉽게 접할 수 있는 인간적인 모습⁴⁰⁾을 위한 제작이라는 차이점이 있다.

TV 드라마는 동작, 대사, 줄거리가 주요 구성요소로, 픽션의 세계를 다루면서 사랑이야기가 주축이 된다. 즉, 현대인들의 꿈과 이상을 잘 버무리는 한편, 주인공들의 욕망과 좌절을 절묘하게 배합시킨다. 개인과 개인, 개인과 사회 간의 갈등과 긴장국면을 고조시키고, 엔딩에 가서 다시 화해시키고 정리하는 구조가 대부분이다⁴¹⁾.

과거에는 드라마나 영화에서 유행스타일을 찾기 힘들었으나, 요즘은 연예인들이 유명 스타일리스트들을 앞 다투어 영입하면서 대중매체를 통한 연예인의 유행스타일 확산이 빠르고 광범위해지고 있다.

특정인의 스타일은 대중매체를 통해 대중들에게 미치는 전파속도와 영향력이 매우 커짐에 따라 이제는 스타일리스트가 없는 연예활동은 불가능할 정도이다.

최근 방영되는 드라마에서도 볼 수 있듯이, 주인공의 성격뿐 아니라 특정한 직업과 역할까지도 보여주는 경우가 많아졌기 때문에 드라마 역할의 현실감을 높이기 위한 스타일링 연출이 필수가 되었다. 예를 들어, ‘그 겨울, 바람이 분다’에서 송혜교는 재벌가의 상속녀이면서 경영인, 그리고 시각장애인 ‘오영’ 역을 맡으며 다양한 의상과 아이템들을 유행시켰다.

<그림 2, 3>에서와 같이 패션스타일리스트는 송혜교의 20대 여성의 워너비 패션을 톤 다운된 색상을 사용한 차분한 스타일링을 통해 다른 시각에서의 재벌가의 이

40) 최양목(2011), *대중문화의 이론과 현장*. W미디어, pp. 42~45.

41) *Ibid.*, pp. 37-38.



<그림 2,3> 20대여성의 워너비 의상
 -<http://news.naver.com>
 -<http://blog.naver.com>

<그림 4> 송혜교 귀걸이
 -<http://cafe.naver.com>

미지를 보여주었다. 그리고 매회 등장한 가방, 머플러, 검정 힐, 워커부츠 등은 대중들의 관심에 의해 유행 아이템으로 자리 잡게 되었다. 특히 <그림 4>에서의 진주 귀걸이는 은은한 매력의 진주 특유의 빛깔로 상속녀 스타일을 어필함으로써 고급스럽고 지적인 이미지를 연출하려는 여성들에게 관심을 받게 되었다. 다른 한편, 여동생 오영의 사랑스러운 이미지를 위해 스몰 사이즈의 스톤으로 스타일링 하였다. 진주 귀걸이는 젊은 여성들의 트렌디한 이미지의 범주에 속하지는 않지만 송혜교로 인해 그 존재감이 달라지는 아이템이 되었다.

2009년의 화제작 ‘내조의 여왕’에서 김남주는 극중에서 남편을 성공시키기 위해 여러 단계의 변화를 거치면서 자신의 행복을 스스로 추구하는 천지애로, 귀엽고 사랑스러운 이미지로 표현되었다.

패션스타일리스트는 김남주의 러블리한 이미지를 <그림 5>와 같이 빅 사이즈의 라운드 칼라와 라펠이 달린 트렌치코트를 통해 로맨틱하고 부드러운 이미지를 표현하였고, <그림 6>에서 볼 수 있듯이 천지애의 성격이 반영된 밝고 화사한 색상과 가벼운 소재를 통해 여성스러운 이미지를 강조한 원피스에 리본, 레이스의 페미니한 요소를 적절히 매치시켜 귀여우면서도 사랑스러운 이미지를 만들어냈다.

헤어스타일도 천지애의 성격이 잘 반영된 층이 없는 워랭스 헤어의 웨이브를 돋보이게 함으로써 우아하고 클래식하면서 이면의 푼수이미지와 사랑스러운 이미지 모두를 보여준 물결 펴를 유행시켰다.

드라마 ‘넝쿨째 굴러온 당신’에서도 패션스타일리스트는 김남주 특유의 화사함과 발랄함을 표현하기 위해 다양한 색상의 조합을 이용하였다. 즉, <그림 7>에서 볼 수 있듯이 블랙색상의 시크한 재킷에 에스닉한 레드색상의 스카프로 포인트를 주었고, 이에 자유분방한 헤어스타일과 묘한 조화를 이루고 있다.



<그림 5>김남주의 러블리 트렌치코트
-<http://blog.naver.com>



<그림 6>김남주의 러블리 룩
-<http://blog.naver.com>



<그림 7> 김남주의 에스닉한 스카프 패션
-<http://blog.naver.com>

김남주의 스타일리스트인 김성일 패션스타일리스트는 상당한 공백기를 거친 김남주의 컴백작품이기에 그 어느 때 보다 심혈을 기울여 인물을 분석하고 스타일링을 만들어내는데 어려웠지만 자신을 대중에게 가장 크게 알릴 수 있었던 작품이었다고 한다. 당시의 대중들은 김남주의 패션스타일을 아줌마들의 '패션교과서'라 불릴 만큼 많은 관심과 사랑을 받았다.

시청자들은 드라마속의 주인공이 착용한 의상과 메이크업 및 헤어스타일을 통해 당대의 최신유행을 접할 수 있으며, 주인공이 아름답고 감동적인 인물일 경우 특히 모방심리와 동조 심리가 자극되어 대중적인 유행을 만들어낸다. 그러므로 드라마에서의 의상 및 헤어스타일은 단순히 유행을 뒤따르는 것이 아니라 오히려 유행을 창조하고 새롭게 만들어내는 기능을 하므로, 이를 담당하는 패션스타일리스트들은 드라마를 통해 새로운 유행을 창조해 낼 수 있는 능력을 갖추어야 한다. 그 이유는 패션스타일리스트가 스타일링한 드라마 속 의상과 헤어스타일을 보고 대중들이 같은 의상과 헤어스타일을 연출함으로써 마치 자신이 극중 배우가 된 듯한 느낌을 갖기 때문에 자연스럽게 유행이 될 수밖에 없다⁴²⁾.

따라서 패션스타일리스트들은 초기의 드라마 기획 단계부터 연출자와 작가가 의도하는 방향으로 제작진과의 연구를 통해 각 인물들의 성격을 파악하고 직업과 라이프스타일을 고려한 후 인물들의 성격이 겹치지 않으며 개개인의 캐릭터가 잘 드러날 수 있도록 인물에 색감을 부여하고 의상스타일을 설정한다.

의상스타일 설정에 고려해야 할 점은 인물들의 캐릭터에 적합한 스타일링을 위해 당시의 패션 트렌드를 간과할 수 없으며, 또한 개개인의 생활상을 고려한 이미지도 고려해야 한다.

42) 홍서영, 김동분(2010), TV드라마 주인공들의 패션 및 헤어스타일분석, *한국미용예술학회지*,(4권 8호) p. 39.

결론적으로 각 연기자의 개인 패션스타일리스트들은 극중 인물의 성격과 생활상을 최대한 반영시킨 의상 컨셉의 브랜드를 설정하고, 액세서리, 헤어스타일, 소품까지도 결정을 해야 한다⁴³⁾.

② 영화에서의 패션스타일리스트의 역할

20세기 영상매체의 발전으로 인해 영화제작자들은 스타들을 배출함으로써 대중들을 위한 동경의 대상을 제공함과 동시에 새로운 미의 기준을 보여주기 시작하였으며, 1950년대에 이르러서는 화면에 비친 배우들의 의상이나 메이크업과 헤어스타일이 패션의 흐름을 결정짓는 요소로 정착되었고, 심지어는 대다수의 여성들이 확일적으로 모방하는 수준에 이르렀다⁴⁴⁾.

특히 영화에서의 의상은 관객들이 스토리 전개를 실감나게 알 수 있도록 극 중 인물을 구축해주는 수단이다. 즉, 의상과 메이크업은 배우라는 제1의 인물을 극 중 인물인 제2의 인물로 변신시키는 역할을 한다. 그러나 드라마 속에 등장하는 인물은 제2의 인물도 아닌 절충적인 제3의 인물로 탄생한다. 결국 의상에 의해 변신한 배우는 극중 인물이 되려고 노력하지만 또 새로운 인물로 관객에게 남는 것이다⁴⁵⁾.

1972년 ‘재즈싱어’라는 발성영화가 처음으로 공개되면서 유성영화시대(Talkie Era)가 열리게 되었다. Talkie는 사운드 덕분에 많은 이야기를 압축시켜 관객들에게 다양한 스토리를 전개시킬 수 있었다. 이와 같은 유성영화의 등장은 영화계에 일대 변혁을 가져왔고 절정에 다 달았다. 그 이후 미국영화의 소위 ‘할리우드 시대’를 맞게 되면서 스타시스템을 구축하는 계기가 되었다. 스타시스템에 의해 배출된 스타에 대한 정의는 시대에 따라 변하였고, 스타시스템은 더욱 체계화되어 영화산업의 주요 특성이 되었다. 반세기 동안 ‘스타’란 곧 ‘영화스타’를 지칭하는 용어이다⁴⁶⁾. 이러한 스타를 시대의 아이콘으로 만든 이들이 패션스타일리스트들이었다. 1970년대 이후 패션스타일리스트들의 역할과 위치가 달라진 계기가 되었다.

일반적으로 영화에서의 패션스타일리스트는 영화전반에 걸친 의상에 관여하는 의상담당자와 별 차이가 없는 역할을 담당하고 있다. 즉, 관객의 마음속에 특별한 영화라는 느낌을 각인시킬 스타일을 창출하며 각본을 시각적인 은유로 번역, 색채 조화의 창조, 의상, 메이크업, 헤어스타일을 조화시키고 영화를 어떻게 찍어야 하는지에 대해서 감독 및 촬영감독과 협의하는 일까지 그의 작업은 중요하고도 광대하다⁴⁷⁾.

결론적으로 드라마와 영화에서의 패션스타일리스트의 역할을 정리해보면 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 패션스타일리스트는 극중 인물의 캐릭터 분석을 확립하여 이미지 전달의 역

43) 김수진, *op. cit.*, p. 45.

44) 홍서영, 김동분, *op. cit.*, p. 39.

45) 김수남(1997), *영화예술의 이해*, 청주: 청주대학교 출판부, p. 208.

46) 이용관·김지석 (1992), *할리우드*, 서울: 제3문화사, p. 14.

47) 최병근(2001), *윌간디자인*, 4월호

할을 한다. 드라마와 영화의상은 극중에서 인물을 표현하는 역할을 하고 그것은 드라마와 영화의 주어진 상황 속에서 등장인물의 성격과 심리 등을 사실적, 상징적으로 관객에게 전달하게 한다. 드라마와 영화 속에서 주어진 상황의 성격에 따라 다른 형태의 스타일링을 해야 한다. 특히 역사적 스토리가 있는 시대극은 한 눈에 그 인물의 역할을 특징 지워주는 스타일링을 해야 한다. 이처럼 드라마와 영화 속에서의 의상은 등장인물의 성격을 창조하고 그 의상을 입은 인물을 묘사하여 심리표현, 상징적 암시으로써 극중 인물의 이미지를 전달해주어야 한다⁴⁸⁾.

둘째, 패션스타일리스트는 유행창조의 역할을 한다. 초창기에는 유행현상이 그 시대의 영웅이나 유명인들의 의상을 모방함으로써 출발되었으나 20세기가 되면서 영화배우, TV탤런트, 학교에서의 유명인, 민족적인 영웅 등 여러 분야에서 유명인들이 패션리더가 되었고, 이는 획적인 흐름에 의해 같은 계층의 영웅에 의해 확산된 것이다⁴⁹⁾. 그러나 드라마와 영화에서의 의상은 유행을 뒤따르는 것이 아니라 유행을 창조하고 연결하여 양식화 시킨 것이라야 한다. 그러므로 패션스타일리스트는 유행을 창조하는 역할을 한다. 위대한 스타들의 의상을 일반여성들이 같은 스타일의 의상을 착용함으로써 마치 자기가 배우가 된 듯한 동조심리를 유발시키기 때문에 특별히 유행을 만들기 위한 어떠한 의도를 하지 않아도 모방은 퍼져서 유행을 창조하게 되고 비로서 패션리더의 기능을 다하게 된다⁵⁰⁾.

셋째, 패션스타일리스트는 유행창조의 영향으로 패션산업을 발전시키는 역할을 한다. 영화 산업과 관련된 모든 분야가 발전하였지만 그 중 패션산업은 배우가 착용한 의상이나 액세서리, 헤어 및 메이크업 등 디테일까지도 일시적이든 장시간이든 유행의 확산으로 인해 대중의 관심을 갖게 되면서 발전하게 되었다.

넷째, 패션스타일리스트는 스타의 이미지 메이킹을 위한 역할을 한다. 패션스타일리스트는 드라마상의 이미지 분석을 통한 스타의 이미지 메이킹은 물론 스타가 처음 연예계에 입문하면서부터 지속적인 이미지 메이킹을 해주어야 한다. 그 이유는 시상식장이나 일반 거리에서 쇼핑을 할 때도 연예인들은 일반인들의 주목을 받기 때문이다. 또한 연말이나 각종영화제가 있는 시즌에는 올해의 베스트드레서는 누구일까 하며 모든 매거진과 대중들의 관심이 대단하기 때문이다. 그러므로 패션스타일리스트는 스타가 되기까지의 과정에 함께 동행 하면서 이미지 메이킹을 해줘야 한다⁵¹⁾.

다섯째, 패션스타일리스트는 새로운 이미지 창출의 역할을 한다. 그러므로 패션스타일리스트는 패션 전반에 관한 지식과 폭넓은 상품정보가 겸비되어야 하

48) 김연희(2003), 영화의상, 메이크업이 대중패션에 미치는 영향, 조선대학교 대학원 석사학위논문

49) 장경림,(1984), *심리학*, 서울: 박영사. p. 182.

50) 이정자(1985),영화의상의 의미와 역할에 관한연구, 홍익대학교 산업미술 대학원, p..20.

51) 김희진, *op. cit.*, p..56.

며, 여기에 자신만의 구성력과 표현 테크닉이 첨가되어야 한다. 그 이유는 스타일링이 내부적으로 각기 배우의 극중 인물로서 성격, 개성, 용모, 기호, 기질, 의도까지도 해석이 가능한 표현적인 의미가 함축된 시각언어이기 때문이다⁵²⁾.

이상의 역할을 수행하기 위해 패션스타일리스트는 시대를 앞서는 감성과 마케팅을 창조하는 기획력, 사회전반적인 관심과 지식이 있어야 하며 패션관련 전문지식과 다방면에 걸친 기초지식도 겸비해야만 사회가 요구하고 대중이 바라는 패션스타일링을 창조해 낼 수 있을 것이다.

따라서 스타일리스트에게는 신속한 동작(Speedily), 기민한 감각(Sensibility), 분석력(Segmentation), 조직력(Systematic)과 같은 ‘4S’의 능력을 갖추어야 한다⁵³⁾.

또한 드라마의 현실감을 떨어뜨리지 않는 범위 내에서 펼쳐진 다양한 패션스타일링은 드라마를 좀 더 입체적으로 즐길 수 있는 방법을 제공해주어야 하며, 대중매체가 패션 트렌드에 미치는 영향이 큰 만큼 전문적인 스타일리스트들은 드라마와 패션 산업을 연계하고 패션 흐름을 선도하려는 노력을 해야 할 것이다⁵⁴⁾.

③ 대중가수를 위한 패션스타일리스트 역할

현재 한국대중음악인 K-Pop은 정확한 개념이나 스타일, 범위 등이 모호하지만, 한국가요를 ‘귀로 듣는 노래 · 음악이 아닌 눈으로 보는 음악’으로 평가하고 있다.

한국가요는 TV 쇼 프로그램에서 표현되는 형식이 아날로그에서 디지털로 전환되면서 그 양태가 많이 달라졌다. 예를 들면, 가요의 가사 내용의 비중이 줄어든 반면, 가수의 춤이 극대화되고 있다. 또 노랫말은 소위 랩(rap) 식의 빠른 속도로 내용이 속사포로 나간다. 이는 아마도 미국의 뮤직비디오로부터 유래된 것이라 사려된다.

따라서 오늘날 TV에서 보여 지는 가요는 춤, 랩, 빠른 속도가 혼합된 장르로 변모하였다. 여기에 빼놓을 수 없는 장치는 바로 가수의 의상과 무대장치, 조명으로, 마치 라스베이거스 쇼와도 같은 이미지를 보이고 있다. 프랑스의 리도 쇼, 몰랑루즈, 크레이지 호스 등의 세계적 쇼들이 공연되고 있지만, 한국 TV 쇼의 무대와 의상은 오히려 세계적인 쇼를 능가하는 수준으로, 호화찬란하고 화려함이 매우 상업화 되었다는 평가이다⁵⁵⁾.

가수의 스타일은 배우들이 배역의 성격에 따라 패션스타일링이 결정되는 것과는 달리 자신의 음악 이미지에 따른 의도적인 스타일링을 통해 스타성을 만들어지듯 음악뿐만 아니라 패션스타일도 매우 중요한 작용을 하므로 그 가수만을 위한 실험 정신과 개성이 강한 이미지 창출이 무엇보다 중요하다⁵⁶⁾.

52) 김성권(1997), 영화 예술의 미술적 특징에 관한 연구, 중앙대학교 석사학위 논문, p. 42.

53) 이태아 패션뉴스(1995), “스타일리스트”, p. 2.

54) 이지현, 정은숙(2004), TV드라마 의상에 관한 연구, 복식, (54권 2호) p. 38

55) 최양목, *op. cit.*, p. 137.



<그림 8> 패션스타일링
- <http://blog.naver.com>



<그림 9> 분홍신
스타일링
-<http://blog.naver.com>

청소년들은 배우나 탤런트보다는 가수들의 라이프스타일을 동경한다. 그중에서도 아이돌스타에 대한 관심과 사랑은 거의 맹목에 가까워 아이돌스타의 패션, 헤어 및 메이크업, 액세서리 등에도 열광하는 등 복제 문화를 쉽게 수용하고 있다.

대중문화에서 대량생산이나 쉬움의 속성이 결여되면서 엘리트 예술과 가까워진 것은 바로 복제다. 복제 문화는 원본 보다 많은 양이 유통되지만 그렇다고 공장에서 대량생산되지는 않는다. 복제 된 것은 대중이 보기에는 심미적으로도 쉽지 않다. 복제 문화는 엘리트 예술에 대한 동경과 모방 심리에서 파생된 것이다⁵⁶⁾. 연예인들에게 영향을 받은 청소년들의 복제 문화는 점점 증가하고 있다. 연예인들의 패션은 물론 그들이 자주 가는 레스토랑이나 커피전문점, 즐겨 마시는 음료, 선호하는 브랜드 등 그들에 대한 동경과 관심을 넘어 그들과 같기를 바라는 청소년들의 모방 심리가 연예인들을 더욱더 자극적인 패션으로 내몰고 있다.

따라서 가수 스타일리스트들은 청소년들의 심리와 현재 사회 상황들을 이해하며 스타일링을 풀어내야하는 막중한 책임감이 뒤따르게 된다.

요즘 가요계는 실험정신과 개성을 가진 많은 아이돌 그룹들이 넘치고 있다. <그림 8>은 가장 대표적인 여성 그룹인 '2ne1' 이다. 컬러풀한 패션의 조합과 화려한 댄스 그리고 산드라 박의 야자수 나무를 연상케 하는 헤어스타일과 몸매를 강조하는 의상은 무대를 압도하면서 대중들의 시선을 사로잡는 파워풀한 패션스타일링이다. 대다수의 가수들은 앨범출시에 맞추어 활동을 시작한다. 이때 스타일리스트는 가수의 활동기간 동안 필요한 의상과 헤어·메이크업, 소품까지 완벽하게 기획하여

56) 김수진, *op. cit.*, p. 53.

57) 황인선(2010), *컬처파워*, 팜파스, p. 135.

준비하여야한다.

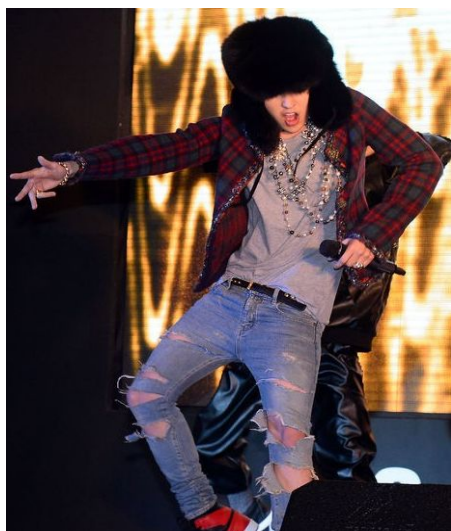
인기에 따라 앨범에 수록된 곡 중 타이틀곡을 1곡에서 많게는 3곡까지 홍보하는데 이때 스타일리스트는 한곡마다 그 분위와 컨셉에 맞는 독특한 패션 이미지를 연출해야 하고 활동기간에는 일관된 스타일을 보여주며 대중들에게 노래와 함께 반복된 메시지를 전달해야한다.

최근 새 앨범을 들고 컴백한 아이유도 독특한 캐릭터로 <그림 9>와 같이 자신만의 여성스럽고 섹시한 이미지를 부각시키기 위해 노래제목과 같은 분홍신을 신음으로써 자신만의 메시지를 전달하고 있다.

TV방송에 출연하는 연예인들이 의상을 착용한 자신의 이미지가 시청자들에게 어떻게 비춰질지에 대해 매우 민감한 반응을 보이는 것은 연출된 자신의 이미지가 인기와 직결된다고 생각하기 때문이다⁵⁸⁾.

한 예로, 패션의 아이콘인 지드래곤은 최고의 아티스트이면서 패션스타일링이 매우 독특하여 대중들의 관심 대상으로 패션의 중심에 서있다고 해도 과언이 아니다. 특히 독특한 헤어 스타일링으로 다양하고 과감한 변화를 시도하였으며, <그림 10>에서처럼 오버사이즈의 털모자로 자신의 패션 감각을 자신 있게 드러내기도 하였다. 또 퍼포먼스 형태의 공연을 많이 시도한 지드래곤은 <그림 11>과 같이 과감한 프린트가 되어있는 티셔츠와 백색의 헤어 스타일링을 통해 도발적인 표현을 하였다. 그래서 대중들은 지드래곤의 음악(Music), 패션(Fashion), 댄스(Dance)에 열광하게 된 것이다.

따라서 패션스타일리스트는 아이돌 스타가 청소년들에게 많은 영향을 미칠 수 있으므로 스타 자신의 이미지만을 생각하여 지나치게 이미지 메이킹을 해준다면 아직



<그림 10>지드래곤의 털모자 패션
-<http://news.naver.com>



<그림 11> 지드래곤의 헤어스타일
-<http://news.naver.com>

58) 김수진, *op. cit.*, p. 59.

사고가 정립되지 않은 청소년들에게 다양한 형태의 사회문제로 표출될 수 있기 때문에 더욱더 신중해지고 중요하게 생각하여 스타일링을 하여야 한다.

패션스타일리스트는 가수의 방송활동에 필요한 다양한 이미지 메이킹을 위해 스타일링을 함으로써 대중에게 흥미를 유발하고 관심을 끌 수 있도록 해야 한다.

결론적으로 가수들을 위한 패션스타일리스트의 역할을 정리해보면 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 패션스타일리스트는 앨범 작업 시 가수의 앨범 컨셉을 파악하여 이미지를 표현할 수 있는 의상과 소품을 담당한다. 스타일리스트는 새로 출시될 재킷의 컨셉에 맞추어 미리 기획한 스타일을 반영하거나 소속사의 대표 또는 소속사의 아트디렉터, 가수, 앨범 담당 사진작가의 재킷을 위한 컨셉 기획 회의에 참석하여 아이디어를 교류하면서 만족할 만한 컨셉이 나올 수 있도록 협력해야 한다. 컨셉이 정해지면 촬영 일에 맞춰 의상을 협찬 받을 것인지 혹은 제작을 할 것인지를 결정해야 하고, 정해진 예산에 맞춰 소품 등 촬영에 필요한 물품을 구입 혹은 협찬 받는다. 촬영지가 해외일 경우 현지의 기후나 여건을 미리 파악한 후 스타일링 소품을 검토하여 촬영지에서 어려움을 겪지 않도록 주의해야 한다.

둘째, 뮤직비디오 촬영은 앨범 촬영기간과 비슷한 시기에 이루어진다. 일반적으로 컨셉은 뮤직비디오 감독이 기획하는데, 스타일리스트는 뮤직비디오 감독과 협의하여 스타일을 결정하게 된다. 간혹 감독이 별도로 원하는 스타일을 요구한 경우도 있지만, 대부분은 가수 활동 기간 중 일관된 스타일로 연출하게 된다. 발라드 뮤직비디오에서 자주 보이는 드라마타이즈기법은 드라마처럼 스토리를 가지고 전개하는 방법으로, 이때는 가수의 개인 스타일리스트보다 뮤직비디오 기획사에 소속된 스타일리스트가 스타일링을 담당하는 경우가 많다.

셋째, 잡지 인터뷰나 화보 촬영으로 앨범출시 후 홍보를 위해 뮤직 잡지나 신문 등에서 인터뷰를 하게 된다. 패션스타일리스트는 독특한 스타일을 지향하는 가수에게는 무대용 의상으로 스타일링하거나 그와 비슷한 스타일로 코디해주지만 대부분은 방송 활동과는 다른 편안한 모습으로 스타일링 한다. 최근 패션지에는 화보 담당 스타일리스트가 따로 있어서 특별히 기획된 경우를 제외하고는 가수 담당 스타일리스트가 잡지까지 스타일링하지는 않는다.

결론적으로 전문 패션스타일리스트는 모든 TV방송프로그램에 등장하는 연예인들의 의상연출을 위해 매우 필요한 존재가 되고 있다. 이로써 이 분야에서 활동 중인 패션스타일리스트의 숫자가 증가되고 있는 실정이다. 특히 방송·연예 분야의 업무를 담당하고 있는 패션스타일리스트는 프로그램 위주와 연예인 및 그 밖에 인물위주로나눌 수 있는데, 어떠한 경우이든 출연자가 표현하고자 하는 이미지와 프로그램의 성격을 잘 파악하고 이를 조정하는 능력이 필요하다⁵⁹⁾.

3) 스타일리스트의 활동영역

패션 관련 산업분야에서 활약하는 스타일리스트들은 어떤 한 분야에만 국한된 것이 아니라 라이프스타일 전반에 걸쳐 그 영역이 확대되어 발전하고 있기 때문에 다양한 경험과 트렌드를 예측할 수 있는 정보력이 요구된다. 다시 말해서 스타일리스트는 시대의 흐름을 빠르게 분석할 수 있는 능력과 풍부한 감성, 기획력과 연출 능력 등 사회전반적인 분야에 폭 넓은 지식을 겸비해야 한다.

따라서 패션 산업과의 연계된 전문적인 스타일리스트들의 역할과 영역이 더욱 중요해지고 광범위하게 성장되고 있으므로 패션 스타일리스트들의 분야별 활동 영역과 그에 따른 역할을 살펴보기로 한다.

(1) 광고·홍보 분야

오늘날 경제의 발전과 고도화로 인해 기업 간의 경쟁이 더욱 치열해짐에 따라 광고의 필요성이 더욱 높아지고 있다. 이에 기업의 마케팅 활동 중에서 광고에 대한 관심이 크게 집중되면서 광고가 차지하는 비중은 점차 확대 되고 있다.

즉, 광고를 통해 효과적인 영상과 광고물로 소비자들의 주목을 집중시킬 수 있으므로, 광고 분야의 스타일리스트는 모델을 통해 특정 이미지를 형성하여 소비자들 내면의 흥미, 욕망을 유발시켜 상품의 인지도, 광고에 대한 기여도를 높이고 구매 행동을 촉진시키는 역할을 해야 한다.

광고 스타일리스트는 광고 모델 촬영 현장에서 광고의 제작 멤버로 관여하여 목표지향적인 광고의 이미지를 위해 모델의 헤어스타일, 메이크업, 의상, 액세서리 등으로 효과적인 스타일링을 하는 것이 주요 업무이다. 작업과정은 아트디렉터와 함께 스폰서 미팅에 참여하여 광고 컨셉에 대해 충분한 협의를 한 후 디렉터의 의도에 따라 모델선정, 헤어·메이크업, 의상준비 및 연출 등을 수행하고 촬영에 필요한 도구, 소도구 등을 준비 한다⁶⁰⁾. 그러나 광고 스타일리스트는 원칙적으로 디자이너가 아니므로 이미지에 적합한 디자이너를 선정하여 디자인을 의뢰하게 된다. 단, 디자이너의 작업이 상품제작의 방향을 잃지 않도록 컨트롤해 나가는 것도 중요한 역할이다.

결론적으로 광고 스타일리스트는 광고매체 중에서 대표적인 포스터나 텔레비전 광고를 위한 CF제작 및 광고사진 제작 등에 참여하는 전문가로, 제작 현장에서 아트디렉터와 카메라맨의 중간에서 촬영이 순조롭게 진행되도록 하는 일을 담당한다. 스타일리스트는 광고 기획사나 CF 프로덕션에 소속되어 있거나 혹은 프리랜서로 제작과정에 참여하기도 한다.

광고·홍보분야 스타일리스트의 역할 분류를 요약하면 다음 <표 1>과 같다.

59) 김수진, *op. cit.*, p. 59.

60) 조인실(2001). 국내패션 코디네이션 교육과정에 관한 실증적 연구. 이화여자대학교 석사학위논문, p. 11.

<표 1> 광고·홍보분야 스타일리스트의 역할 분류

과정	역할
광 고 · 홍 보 기 획	컨셉에 맞는 정보수집
프 로 덕 셴	모델의 헤어·메이크업스타일의상, 액세서리 등 결정
모 델 선 정	제품의 이미지를 극대화시키며 표현하는 이미지구축

(2) 패션 잡지·사진 분야

패션 비즈니스의 주요 일환인 패션 잡지는 패션업체와 소비자사이의 중요한 커뮤니케이션 기관으로, TV, 라디오 등과 함께 소비자에게는 중요한 정보원이면서 패션 리더적인 역할을 담당한다. 또한 생산자 측에서도 판매 촉진의 중요한 수단으로 구매의욕을 환기시켜 연결해주는 중요한 역할을 하며, 아이디어, 크리에이티브 부문에서의 창조원도 된다.⁶¹⁾ 국내 패션 잡지의 스타일리스트는 보그, 바자, 마르끌레르, 엘르, 얼루어, 인스타일 등의 라이선스 잡지 혹은 우먼세스, 여성중앙, 레이디경향 등의 패션 부문을 담당한다.

패션 잡지 분야의 스타일리스트는 테마나 컨셉에 맞추어 일반인들에게 새로운 스타일의 창조나 트렌드를 제시해야 하므로, 패션에 대한 예리한 통찰력과 판단력이 필요하다. 물론 잡지의 성격에 따라 일의 진행방법은 다소 차이가 있지만, 대부분은 다음과 같은 작업과정을 통해 만들어진다.

우선 편집부 주관 하에 어떤 테마에 어떤 지면을 만들 것인가에 대한 전체회의에서 테마가 결정되면 지면의 성격에 따라 담당 에디터가 정해진다. 담당 에디터는 결정된 테마를 가장 잘 소화해 낼 수 있는 전문 스타일리스트에게 일을 위촉한다. 지면에 실릴 테마를 의뢰받은 전문 스타일리스트는 다양한 패션 정보를 바탕으로 이미지를 구상하고 다양한 패션 아이템을 조합하여 주어진 테마와 이미지를 표현하기 위한 코디네이션을 기획한다. 스타일리스트는 주어진 패션테마를 효과적으로 표현해줄 모델을 선정하고 의상과 함께 패션 테마를 극대화 할 수 있는 헤어와 메이크업 스타일링을 위해 전문가에게 의뢰한 후 컨셉과 매칭이 되도록 조정하는 역할을 한다.

결론적으로 패션잡지·사진분야의 스타일리스트는 컨셉에 맞게 의상이나 액세서리를 선택하여 모델에게 알맞게 조화시키는 일은 물론 포토그래퍼와 모델, 헤어&메이크업 아티스트에게 의뢰하는 역할도 한다⁶²⁾.

패션잡지·사진분야 스타일리스트의 역할 분류를 요약하면 다음 <표 2>와 같다.

61) 김아진(2004), Fashion stylist의 역할에 관한 연구, 덕성여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, p. 14.

62) 조인실, *op. cit.*, p. 13.

<표 2> 패션잡지·사진분야 스타일리스트의 역할 분류

과 정	역 할
클라이언트의 의뢰 및 브리프 접수	주제에 대해 클라이언트가 가지고 있는 아이디어와 전달하고자하는 메시지 파악
모델 및 장소 섭외	촬영에 적합한 모델과 현장섭외를 통해 다양한 소품과 의상준비
현장스타일링	전체적인 느낌을 잘 표현하기 위해 모델의 모든 부분 체크
	현장상태 점검
촬영	아트 디렉터, 포토그래퍼, 스타일리스트가 의견을 제시
	클라이언트가 원하는 시장에 적합한지 여부확인
촬영결과물	각각의 컷이 어떤 용도로 쓰이는 것이 가장 좋은지 함께 의견을 나누고 결과물 점검

(3) 어패럴·유통 분야

어패럴 분야의 스타일리스트의 역할은 자신이 직접 상품을 제작하지는 않지만 상품기획의 협력자로서 자기가 담당하는 브랜드의 디자인 가격을 파악하고 디자인서나 샘플디자인을 코디네이트하여 상품이 될 수 있도록 스타일링을 하는 역할을 한다.

또한 어패럴 메이커의 스타일리스트가 수행하는 업무는 장기적인 안목으로 기업의 미래를 내다보는 조정 작업으로, 국내외의 패션 잡지와 신문, 국내외 업계의 전문잡지, 국내외 패션 정보의 리포트, 해외 주재원의 리포트, 동업 타사의 정보, 소매점의 정보, 자사 수익 실태의 정보, 사회 풍속의 정보, 경제동향·경기변동의 정보, 기상예측의 정보 등을 수집하여 분석하는 역할을 한다.

대부분의 어패럴 메이커의 스타일리스트의 역할은 브랜드 매니저나 수석 머천다이저 및 디자인 실장이 담당하고 있으며, 스타일리스트가 있을 경우엔 판매원을 위한 프리젠테이션, 완성된 상품의 연출 및 P.R 등의 역할로 제한되어 있다. 그러나 최근 같이 극도로 세분화 전문화 된 패션관련 기업 내에서의 전문적인 능력을 갖춘 스타일리스트의 역할은 점점 더 확대 될 것으로 예측된다.

어패럴 메이커뿐만 아니라 백화점, 도매상, 대형전문점 등에서도 패션 스타일리스트가 활동하고 있다. 메이커의 경우와 마찬가지로 패션 정보의 수집 분석을 전문으로 하며 판매원에게 매 시즌 마다 자사의 패션 기본 방침을 철저히 주지시켜 나가며 메이커에 따라 디스플레이도 겸하는 경우도 있다. 소매점의 경우, 스타일리스트

의 역할 중 바잉은 중요한 역할 중 하나이다. 스타일링에 관한 전문 지식을 살려 판매 촉진의 일익을 담당하며 상품어드바이스, 판매기술의 향상, 단품을 유기적, 개성적으로 스타일링해하여 패션을 연출하는 역할을 담당 한다⁶³⁾.

무엇보다도 스타일링의 주목적은 상품구성, 상품제안, 환경제안, 이미지제안을 시각적으로 표현하여 소비자들에게 제품을 보다 부각시키는데 있다. 따라서 유행동향, 패션정보를 근거로 고객층과 소비자의 라이프스타일을 분석하고 관련 상품간의 조화는 어떠한지 효과적인 관련판매는 이루어질 수 있는지 등을 충분히 고려하여 판매효과를 올리는 스타일링을 창출하여야 한다. 또한 어패럴 메이커 스타일리스트는 매장의 디스플레이를 통해 상품을 효과적으로 보이게 하기 위해서 진열, 구성 등의 테크닉과 전체 조화 등 소비자의 눈에 강하게 호소하는 표현력을 지녀야한다.

어패럴·유통분야 스타일리스트의 역할 분류를 요약하면 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 어패럴·유통분야 스타일리스트의 역할 분류

과 정	역 할
상품기획	국·내외 패션정보수집 분석
	사회현상, 경기 동향, 경기변동의 정보 분석
	기업의 미래를 내다보는 조정 작업
	디자인 가격과약
상품제안	디자인서나 샘플디자인 스타일링
	상품이 될 수 있는 제품스타일연출
	고객층과 소비자의 라이프스타일분석
	유행동향, 패션정보를 통한 소비자 리즈분석
소비자동향	패션경향, 패션연출방법 등 정보 제공
	매장의 디스플레이를 통한 상품의 광고효과기대
이미지연출	매장 진열, 구성 등의 테크닉과 전체 이미지전달

(4) 무대·영화 분야

시, 소설, 희곡, 문학작품을 쓰는 작가들이 대부분 복식으로 극중 인물들의 감성, 인성, 사회적 특성 등을 표현하는 것은 문학작품에서의 복식 묘사가 사회적 배경 및 분위기 등을 독자에게 전달하기 때문이다. 즉, 작가들은 문학작품에서 적절한 대

63) 조인실, *op. cit.*, pp. 15-17.

화는 물론 의복과 장식을 설명함으로써 인물을 나타낸다. 사람의 지위 열등감, 우월감 또는 그 밖의 성격에 대한 지식을 주기 위해서 연극, 영화, 무대예술만큼 복식을 많이 사용하는 분야도 아마 드물 것이다⁶⁴⁾. 그것은 복식이 연극이나 영화, 소설에 등장하는 인물들의 역할 수행을 위한 가장 두드러진 예라 할 수 있기 때문이다. 특별한 의복이나 장식품의 사용 또는 특정한 부위의 장식 등은 배역 인물의 특징이나 성격, 상황 등을 더욱 효과적으로 표현해주는 역할을 한다.

막이 오르면 관객은 무대의상으로 감동을 받기도 한다. 이는 일상생활에서 의복과 외모는 상황과 사람들의 판단에 도움을 주는 것과 마찬가지로 배우가 연기를 하는 동안 무대의상과 분장을 통해 연출자 의도 및 스토리를 이해할 수 있기 때문이다⁶⁵⁾.

무대의상에는 구체적으로 의상과 귀걸이, 반지, 목걸이 등의 장식 액세서리들, 신발, 핸드백, 장갑, 부채 등의 소품들, 인물 특성에 따른 헤어스타일과 여러 가지 모자류, 시대적인 의상 실루엣을 위한 코르셋이나 크리놀린 같은 부속품들이, 배우의 체형 변형을 위한 패딩 종류의 속옷과 분장 등이 포함된다. 이러한 요소들은 배우를 시각적 인물화를 위해 다 같이 조화를 이루어야 한다. 다시 말해서 인물 표현을 위한 요소들을 융합시켜, 그 인물이 시각적으로 완전한 모습을 갖추게 됨에 따라 관객이 한 번에 그 인물을 포착할 수 있도록 계획된 것을 말한다. 이런 점에서 무대의상은 위의 요소들을 모두 고려해야 하는 토털 코디네이션의 성격을 띤다.

중전의 무대의상 디자인은 처음부터 끝까지 디자이너의 역할이었으나 토털 코디네이션의 성격이 강조되면서 규모가 큰 무대예술이나 작품에서는 의상 부분만을 담당하는 디자이너와 그 밖의 요소들을 의상과 조합해 스타일을 완성하는 코디네이터 혹은 스타일리스트로 그 역할이 구분되어지고 전문화 되고 있다. 그러나 효과적인 연출이라는 공동의 목표를 위해서는 두 업무간의 충분한 협의가 필요하다.

따라서 무대 분야 스타일리스트의 역할을 살펴보면 다음과 같다.

- ① 각 인물이 각 장면마다 갈아입는 무대의상스타일의 계획표, 또는 무대의상 스타일 목록 표를 만든다.
- ② 디자이너가 디자인하여 제작한 의상에 코디할 의상소품과 액세서리, 그 밖의 장식 소품들도 디자인하거나 제작한다.
- ③ 가발, 기타머리장식, 수염 등의 헤어스타일에 대한 아이디어를 제공한다.

이상과 같이 무대의상 스타일리스트의 역할은 대본 분석을 시작으로 스케치한 의상 소품과 액세서리를 준비된 의상과의 코디네이션의 거쳐 완성시킨 후 의상리허설과 첫 공연이 끝나는 시점까지가 공식적인 업무완료이다.

영화에서의 스타일리스트 역할은 영화전반에 걸친 의상에 관여하는 의상담당자와 별 차이 없이 영화의 시각적인 부분을 위한 역할을 하기 때문에 의상, 분장, 헤어·

64) 정현숙(1993), 셰익스피어의 비극 작품에 나타난 복식 역할의 분석, 한양대학교 석사학위 논문

65) Agnes Books Young(1927), *Stage Costuming*, New York: Macmillan Co. pp. 1-2.

메이크업을 담당하고 관여한다. 그러므로 관객의 마음속에 특별한 영화라는 느낌을 각인시킬 스타일링 능력을 갖추어야한다. 즉, 각본을 시각적인 은유로 번역해야 하고, 색채의 조화를 창조하며, 의상, 분장, 헤어스타일을 조화시키고, 영화를 어떻게 찍어야 하는지에 대해서 감독 및 촬영감독과 협의하는 일까지 그의 작업영역은 중요하고도 광대하다⁶⁶⁾.

영화의 구성요소는 기획, 제작(자본), 시나리오, 감독, 배우(연기), 기술, 극장, 관객, 비평 등이다. 영화의 순환과정은 생산→분배→소비, 또는 제작→유통→수용(관람)의 순서로, 일반 상품의 생산과정과 크게 다르지 않다⁶⁷⁾. 따라서 영화의상을 담당한 패션스타일리스트는 영화제작의 기획부터 마지막 비평에 이르기까지 어느 한 곳에서도 자유로울 수 없으며 보다 많은 자료와 경험으로 배우를 영화 속에서 하나의 상품으로 만들어내어 대중들에게 또 다른 방향에서의 패션을 이해시키는데 노력해야 한다. 다시 말해서 영화에서의 의상은 유행을 추종하는 것이 아니라 유행을 창조하여 연결시켜 양식화한 것이다.

따라서 영화분야 스타일리스트의 역할을 살펴보면 다음과 같다.

패션스타일리스트는 유행을 창조하고 연결하여 양식화시킬 수 있는 재능을 가져야한다. 위대한 스타들의 의상을 접한 여성들은 그와 같은 의상을 착용함으로써 자기가 마치 배우가 된 듯한 동조심리를 유발시킴으로써 특별히 의도적으로 유행을 만들려고 하지 않아도 모방은 쉽게 퍼져서 유행을 창조하게 된다. 이런 면에서 영화의상은 패션 리더의 기능을 한다고 해도 과언이 아니다⁶⁸⁾.

결론적으로 무대·영화 분야 패션스타일리스트의 역할은 극중 인물의 캐릭터를 분석하고 확립한 후 스타일링을 통해 관객에게 이미지 전달을 해야 하며 그 결과, 유행창조와 패션산업을 발전시키고 스타의 이미지 메이킹을 해주는 것이다.

무대·영화분야 스타일리스트의 역할 분류를 요약하면 다음 <표 4>과 같이 요약할 수 있다.

<표 4> 무대·영화분야 스타일리스트의 역할분류

과 정	역 할
대본분석	등장인물의 역할수행분석
자료조사	역사적배경이나, 시대상황 자료조사
디자인 및 스타일구성	역할에 맞는 디자인분석
스타일링 스케치발표, 토의	의상, 헤어·메이크업, 분장, 색채 조화 등을 역할에 맞는 컨셉 결정

66) 최병근, 월간디자인, 2001, 4월

67) 최양목, *op. cit.*, p. 220.

68) 이정자(1985), 영화의상의 의미와 역할에 관한연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, p. 20.

의상, 소품제작	디자이너와 협의하여 역할에 필요한 의상과 액세서리, 소품 등을 제작
의상 프레젠테이션	각 인물이 각 장면마다 갈아입는 무대의상스타일의 계획표, 또는 무대 의상스타일 목록 표 구성

(5) 패션쇼·이벤트 분야

패션쇼는 자신만의 특별한 디자인을 찾으려는 소비자를 위한 흥미유발에 가장 적극적이며 효율적인 방법 중의 하나이다. 또한 패션쇼는 고객이나 대중 혹은 보다 효과적으로 홍보해 줄 수 있는 매스컴 관계자들에게 신제품을 알릴 수 있는 마케팅 수단이기도 하지만, 패션 영역에서 창출한 하나의 문화 공연 형태로서 인정받고 있다. 규모에 관계없이 패션쇼가 완성되기까지는 의상, 모델, 조명, 음악, 효과, 행사장, 관객, 그리고 연출 스텝 등의 조화가 필요하다. 위의 모든 요소들이 있어야 패션쇼가 반드시 완성 되는 것은 아니지만 이런 구성요소 들이 하나로 조화를 이룰 때 보다 완벽한 공연으로 완성된다.

물론 패션쇼에서 가장 중요한 것은 디자이너가 창조한 의상이므로, 다른 요소들은 의상을 위한 보조 역할을 해야 하며 그 의상을 보다 효과적으로 보여주기 위해 연출가와 연출 스텝들은 구성요소를 적절히 이용해야한다.

패션쇼에서의 연출팀은 패션쇼의 전체 책임자인 총연출, 총연출자의 보조인 조연출, 출연자의 등장이나 퇴장에 관한 사항들을 점검하고 관장하며 무대 뒤를 통제하는 무대감독, 패션쇼의 음향 총책임자인 음악 감독, 헤어와 메이크업 분야를 담당하는 아티스트, 그리고 스타일리스트 등으로 구성된다.

성공적인 패션쇼를 수행하기 위한 스타일리스트의 역할은 의상을 스테이지별로 구분한 후 스테이지의 전체적 동선을 구성하고, 스테이지별로 의상에 대한 소품, 액세서리까지 조합하는 일을 책임진다. 그러므로 패션쇼 진행 동안 출품되는 모든 의상의 최종 마무리는 스타일리스트의 기획에 따라 완성된다. 스타일리스트의 참여형태는 전문 연출 프로덕션에 소속되어 있거나 프리랜서로 작업에 참여하는 경우, 그리고 패션쇼의 주최가 되는 기업의 의뢰에 의해 제품의 기획 단계부터 참여하기도 한다⁶⁹⁾.

따라서 패션쇼·이벤트 분야 스타일리스트의 역할을 살펴보면 다음과 같다.

패션쇼 스타일리스트는 패션쇼에 올릴 작품들의 각기 다른 개성과 컨셉에 적합한 모델들의 머리부터 발끝까지 스타일링을 도와주는 역할을 하고 있다. 기획단계에서부터 참가하여 주최 측이나 연출자와 함께 쇼 조직 전체를 스타일링하는 경우와 모델의 의상, 액세서리, 헤어·메이크업을 스타일링하고 모델의 피팅까지를 담당하는 역할을 수행한다.

패션쇼·이벤트분야 스타일리스트의 역할 분류를 요약하면 다음 <표 5>과 같다.

69) 조인실, *op. cit.*, p. 19.

<표 5> 패션쇼·이벤트분야 스타일리스트의 역할 분류

과정	역할
패션쇼 기획	기획회의
	자료조사 및 시장조사분석
	패션쇼 컨셉 확정
	의상 및 소품준비
패션쇼 연출	제작 연출팀 구성: 조명, 음향, 의상, 무대연출, 헤어·메이크업 담당자
	모델 오디션
리허설 및 무대설치	기획 컨셉에 의한 총괄 점검
패션쇼	의상 · 액세서리 스타일링
	헤어 · 메이크업 스타일링

(6) 방송 · 연예 분야

매체를 인간 감각 영역의 확장이란 관점에서의 맥루언이 “전과 매체인 방송은 인쇄매체와는 달리 인간의 시각과 청각의 능력을 확장시켰다는 점에서 혁명적이다”라고 한 바와 같이, 방송은 인간 커뮤니케이션의 양상뿐만 아니라 사회문화에 변화를 일으키는 새로운 매체이면서 하나의 사회제도로서 그 기능과 특성이 형성되어 왔다. 즉, 방송은 일차적으로 정치, 경제, 문화행위와 관련된 정보를 제공하고 그 과정에서 인간의 사회관계와 생활양식을 변화시키기도 한다.

방송은 1990년대부터 대중문화의 전반에 커다란 영향을 미쳤으며, 그 영향은 패션, 각종 생활제품 등 사회전반에 확산되었다. 특히 감각적이고 개방적이며 개성 세대이자 실용세대인 20대의 ‘뉴 영’과 10대 후반의 ‘뉴 키즈’ 집단은 방송을 통해 사랑 · 행복 · 아름다움 · 안락함 · 꿈 · 편안함 등의 감성을 받아들인다. 텔런트, 가수, 뉴스앵커, 혹은, 정치인에 이르기 까지 모든 TV 방송에 출연하는 출연자들은 사용언어나 몸짓, 패션 등에 유행 선도력이 있다. 유행 선도력이란, 새로운 스타일에 대한 다른 사람들의 채택에 영향을 미치는 정도를 의미하며, 혁신성과 의견 선도력의 두 차원으로 분리 할 수 있다. 혁신성은 개인이 혁신을 채택할 경우 그 사회조직내의 다른 구성원에 비해 상대적으로 빠른 정도를 말하며, 의견 선도력은 개인이 그 사회 조직안의 다른 사람에게 혁신에 미치는 정도를 의미한다⁷⁰⁾.

70) 조인실, *op. cit.*, pp. 24-25.

그러므로 스타일리스트는 유행이 얼마나 민감한지를 파악하여 창조적 역할을 하고 있다는 책임감을 가지고 업무를 수행하여야 할 것이다. 유행창조의 영향으로 패션 산업을 발전시키는 역할을 함과 동시에 특정 방송이나 연예인에 대한 호응으로 생긴 유행패션으로 인해 스타들의 옷차림은 하나의 사회현상이 되어가고 있다.

대중스타의 신드롬으로 등장한 패션은 단지 모방현상에만 머무르지 않고 젊은이들의 문화와 라이프스타일과 접목되어 문화의 일부분으로 인식되고 있다. 그러므로 오늘날 일반적인 패션스타일리스트의 역할은 사람과의 커뮤니케이션을 위해 자신의 감성을 살려서 스타일링하며, 패션을 효과적으로 연출하는 이미지 코디네이터이며, 스타일리스트의 자질은 시대를 앞서가는 감성, 마케팅을 창조하는 기획력 상대방을 이해시킬 수 있는 표현기술이 있어야 한다. 이에 앞서 자질의 기초로써 색, 소재, 형태의 기본적인 코디네이터 테크닉을 비롯하여 많은 상품지식, 실제의 양복제작, 메이크업과 헤어의 전문 기술 등 실로 다방면에 걸친 패션 기초지식을 익혀야만 한다⁷¹⁾.

방송·연예 패션스타일리스트들의 업무 수행 시 준비 과정을 살펴보면

- ① 시나리오 분석을 한 후 극중 인물의 성격 및 배경에 따른 전체적인 의상 안을 세우고, 장르별로 의상으로 인물들 간의 차별성을 준다.
- ② 포트폴리오 제작은 스타일, 색깔, 소재, 디테일 등을 사진이나 그림으로 볼 수 있도록 한 것이며, 인물별 디테일을 점검하고 감독 및 스텝과 함께 검토해 본다.
- ③ 의상연결표 제작은 전체적인 스타일을 장면별로 세분화하여 구체적인 의상으로 제시한다.
- ④ 실물의상을 제작, 구입, 협찬, 대여 등의 방법으로 확실하고 적절하게 선택한다.
- ⑤ 최종확정은 장면별로 구체적인 의상 아이템, 액세서리, 소품까지 최종 확정한다.
- ⑥ 촬영 시 자연스러운 연결 확인이 중요하며, 실수 예방을 위해 세밀하게 신경을 써야 한다.
- ⑦ 촬영 전 캐릭터와 상황별 어울리는 의상을 준비하고, 촬영할 때에는 여러 가지 환경변화와 감독의 요구에 대처할 수 있도록 여벌의 의상을 준비한다. 그리고 수시로 배우의 스타일을 점검하며, 촬영 후에도 의상을 정리하고 체크하여 다음 촬영을 준비한다.

방송·연예분야 스타일리스트의 역할 분류를 요약하면 다음 <표 6>과 같다.

71) 김수진, *op. cit.*, p. 51.

<표 6> 방송·연예분야 스타일리스트의 역할분류

과 정	역 할
시나리오 분석	극중인물의 성격, 배경에 따른 의상 선정
포트폴리오 제작	스타일, 색감, 소재, 디테일 점검
의상 연출 콘티제작	스타일을 세분화하여 구체적 의상제시
의상제작 및 화보 연출계획	의상제작, 구입, 협찬, 대여 등을 선택
소품 최종확정	의상, 아이템, 악세서리, 소품 최종확정
촬영 점검	총체적 점검
현장 점검	현장성 검토

결론적으로 스타일리스트 업무 능력은 기획, 생산, 판매, 전 시스템 내에서 적용되는 새로운 시대감각과 넓은 시야, 풍부한 인간성기획력, 연출력을 가진 텔런트성을 갖춘 멀티 엔터테이너적 전문성이 요구된다. 또한 소비시장을 민감하게 파악하는 재능, 차기 시즌의 경향과 정보를 예측하는 시대감각 창조력과 유연한 두뇌, 그리고 항상 유동하는 패션을 명확하게 파악하기 위해 경제, 사회, 문화, 과학 등의 모든 분야에 관심과 흥미를 갖는 것이 중요하다⁷²⁾.

이상에서 살펴본 바와 같이 다양한 분야에서는 패션 스타일리스트의 전문 능력이 요구되고 있다. 스타일리스트는 각 영역별 특징으로 일의 범위에 있어 다소 차이가 있지만, 이미지크리에이터(Image Creator), 패션 디렉터(Fashion Director)로서의 역할을 수행하고 있으며, 전문적이고 완성도 높은 일의 수행을 위해서 트렌드 리서치 능력, 크리에이티브 스타일링 능력, 현장 적응 능력이 요구 된다⁷³⁾.

72) 김수진, *op. cit.*, p. 23.

73) 조인실, *op. cit.*, p. 1.

Ⅲ. 패션스타일리스트의 역할 및 사례분석

1. 국내 패션스타일리스트의 교과과정에 대한 전문가 설문조사

본 장에서는 앞에서 살펴본 이론적 배경을 토대로 작성한 설문지로 현재 국내에서 활동 중인 패션스타일리스트를 대상으로 실태 및 현장 경험을 파악함으로써 교과과정에서의 실무경험 교과목의 필요성을 인식시키기 위함이다. 설문대상자의 활동영역으로는 광고·홍보분야, 패션잡지·사진분야, 어패럴·유통분야, 무대·영화분야, 패션쇼·이벤트분야, 방송·연예분야에서 활동하고 있는 전문 스타일리스트들을 대상으로 조사하였으며, 특히 인터뷰 대상자는 미디어분야인 방송·연예분야에 관련된 시대적 트렌드를 선도하는 스타일리스트를 대상으로 하였다. 그 이유는 대중매체를 통한 연예인의 유행스타일 확산이 빠르고 광범위해지는 것이 현실이며, 대중들에게 미치는 전파속도와 영향력이 크게 작용하고 있기 때문이다.

1) 조사기간

설문조사기간은 2013년 6월15일부터 2013년 10월 30일까지 실시하였으며 50부를 배포하여 50부를 수거하였다. 심층면접을 위한 인터뷰는 2013년 11월4일부터 5일까지 오랜 경험이 있는 5명의 패션스타일리스트를 선정하여 실시하였다.

2) 조사대상

설문은 현재 국내 서울을 중심으로 전문 활동영역에 활동 중인 패션스타일리스트를 대상으로 선정하였으며, 성별, 연령, 경력, 전공 관련 여부에 제한을 두지 않았다. 단, 전문성을 높이기 위한 심층면접은 10년 이상 패션스타일리스트로 활동하고 있는 전문가 5명을 대상으로 실시하였다. 심층면접은 교육과정 및 교수법, 활동영역 및 역할, 패션스타일리스트의 인식, 패션스타일리스트의 역할 확대방안을 파악하기 위해 진행하였다.

3) 조사방법

설문지 내용은 인구통계학적변인과 각 분야별 교과목의 중요도 평가 문항의 두 부분으로 구성하였다. 심층면접을 위한 설문내용은 전문가별 및 영역별 분석을 위

한 교육과정 및 교수법, 활동영역 및 역할, 패션스타일리스트에 대한 인식, 패션스타일리스트의 역할 확대방안을 파악하기 위함이다.

국내 패션스타일리스트의 실태 분석을 위한 인구통계학적 특성부문에서는 성별, 연령, 경력 내용과 활동형태, 활동영역, 월수입, 대학에서의 전공여부, 현장에서의 어려운 점 등 10개 문항으로 구성하였고, 교과목의 중요도 평가 부문에는 응답자의 응답을 용이하게 하기 위해서 16개 분야를 미리 제시하여 선택하도록 하였다. 16개 분야는 학과에 개설되어 있는 기존의 교과목과 전문 활동영역을 고려하여 구성하였으며, 분류내용은 패션디자인, 복식사, 봉제패턴, 색채학, 패션정보, 패션마케팅, 헤어·메이크업, 컴퓨터 활용, 무대·영화, 패션잡지·출판물, 방송연예, 사진영상분야이다.

기타 응답자의 조언이나 개선점 등의 의견을 수렴하였고, 자료는 빈도, 평균(%)으로 분석하여 해석하였다.

4) 분석 결과

(1) 인구통계학적 특성부문 분석결과

인구통계학적 특성부문에서 분석한 결과는 다음과 같다.

현재 국내에서 활동 중인 스타일리스트의 남녀 성별 비율은 50명중 남성 8명, 여성 42명의 16 : 84의 비율로, 대부분이 여자인 것으로 나타났다. 연령별 분포도는 20대가 36%(18명), 30대 46%(23명), 40대 이상이 18%(9명)로 구성되었다.

학력으로는 고졸 10%(5명), 전문대졸 40%(20명), 대졸 32%(16), 대학원 이상이 18%(9명)의 분포를 보이고 있다. 경력 면에서 10년 이상이 6%(3명), 5~10년 정도가 16%(8명), 3~5년은 46%(23명), 1~3년 정도는 18%(9명), 1년 미만은 14%(7명)로 나타난 것으로 보아, 경력 10년 이상의 베테랑급 스타일리스트가 6%의 낮은 비율로 나타난 것은 국내에서 스타일리스트라는 전문직이 생성된 지 얼마 되지 않았음을 입증한 결과이다. 다시 말해서 이들 중 32%가 3년 미만의 경력을 가진 초보이며, 중견 스타일리스트로 평가 받는 3~5년과 5~10년 미만의 경력자는 각각 46%와 16%의 비율을 보이고 있으며, 경력 10년 이상의 베테랑급 경력자는 6%을 보이고 있는데, 이는 국내에서 패션스타일리스트의 직종이 아직까진 전문직으로서의 인정이 미비하다는 것이다.

활동 영역을 분석한 결과, 50명중 가장 많은 62%(31명)가 방송·연예 분야(62%)에 종사하는 분포도로 가장 높았고, 패션잡지·사진분야는 16%(8명), 광고·홍보분야는 8%(4명), 어패럴·유통분야는 6%(3명), 무대·영화분야는 6%(3명), 패션쇼·이벤트분야는 2%(1명)의 순으로 나타났다. 1, 2, 3위 순위인 방송·연예분야, 패션잡지·출판분야, 광고·홍보분야가 차지하는 비율이 86%로, 이는 현재 국내 스타일리스트들의 능력과 역할을 가장 필요로 하는 분야이며 동시에 활동의 기회가 가장 많이 주어지는 분야

라 할 수 있다. 그러나 스타일리스트가 방송·연예분야에 너무 많이 편중되어 있는 것은 방송 연예분야가 K-POP과 한류문화의 영향 때문이다. 이런 현상은 스타일리스트의 다른 분야의 발전에도 나쁜 영향을 미칠 수 있으므로 앞으로의 패션스타일리스트의 다양한 활동영역으로의 발전 방안을 모색해야할 과제로 남아 있다.

활동형태를 분석한 결과, 응답자중 50%(25명)는 프리랜서라고 응답했으며, 광고·연예기획소속이 18%(9명), 스타일리스트 전문 업체소속이 18%(9명), 어패럴 소속 14%(7명)로 나타났으며, 이벤트 대행사 소속은 한명도 없었다. 활동형태에서 프리랜서의 비율이 높게 나타난 것은 스타일리스트의 활동 형태 중 방송·연예분야의 형태가 62%로 나타난 것과 유기적 관계에 있음을 알 수 있다. 이는 방송과 연예인의 특징이 개인적인 친밀도, 연예인의 개인적인 의뢰 등 조직적 관계가 아닌 커뮤니케이션적인 방법으로 의뢰받고 있기 때문이다. 이로써 체계적인 관리를 받지 못할 뿐 아니라 스타일리스트들의 수입과도 직접적인 연관성이 있게 된다. 그 결과, 아직도 스타일리스트의 처우와 환경이 안정적이지 못하며 스타일리스트로서의 체계적인 전문인으로 발전하기에도 한계가 있으므로 프리랜서로 활동하는 스타일리스트를 위한 체계적인 시스템 확립이 이루어져야 한다.

월수입을 분석한 결과, 경력과 활동형태에 따라 차이가 있음을 알 수 있다. 즉, 100만 원 이하가 12%(6명), 200만 원 이하가 52%(26명), 300만 원 이하 10%(10명), 300만 원 이상이 16%(8명)의 분포를 보이고 있다.

대학전공을 살펴본 결과, 국내에 패션스타일리스트학과가 10여 년 전부터 개설되기 시작하였지만 지역별로 대학마다 다양하게 설치되어 있지 않기 때문에, 현재 활동 중인 스타일리스트들의 전공을 묻는 항목에서는 66%(33명)가 의상관련전공자들이며, 10%(5명)가 패션스타일학과 관련 전공자들이었다. 미술과 디자인관련 전공자는 14%(7명), 그 밖의 기타전공자들은 10%(5명)의 비율을 나타내었다.

스타일리스트의 업무를 수행할 때 현장에서의 어려운 점을 묻는 문항에는 현장실무 업무관련분야가 48%(24명), 커뮤니케이션적인 대인관계는 36%(18명), 기타응답률이 6%(8명)의 순으로 나타났다. 즉, 작업현장에서의 어려운 점은 현장 실무와 관련된 부문이 48%(24명)로 높게 나왔는데, 이는 교과목 설치의 필요성과 설문내용에서의 현장실습·실무분야의 필요하다는 비율이 높게 나타난 것과 일치한다고 볼 수 있다. 다음으로는 대인관계 관련분야가 36%(18명)로, 이 또한 현장에서 많은 대인과의 커뮤니케이션이 상당히 어려운 직종임을 입증한 결과이다. 즉, 패션스타일리스트는 사람과 사람과의 커뮤니케이션이 상당히 중요하게 요구되에도 불구하고 현장업무와 관련한 대인관계가 어려운 것은 커뮤니케이션의 부재에서 나타나는 현상이라 볼 수 있다.

특히 대인관계의 어려움이 나타나는 것은 자기중심적인 사고와 현장에서의 에티켓 등이 갖추어지지 않아서 오는 문제점들이 더욱 많다고 한다. 업무적인 방법과 시스템의 활용은 오랜 시간 현장에서의 경험으로 이루어질 수 있지만, 대인관계에서 오는 어려움은 스타일리스트 본인들의 끊임없는 노력과 남을 배려하는 마음이 기본적으로 이루어져야 한다. 따라서 대학에서는 인간관계, 에티켓 관련 교과목을 채택하여

현장에서 오는 어려움을 극복할 수 있는 다양한 방법들을 교육한다면 더욱 더 효율적인 업무수행 능력을 향상시킬 수 있으리라 본다. 기타 16%(8명)의 결과를 해석해보면, 그 동안의 교육이 현장실무지향적인 교육이라기보다는 학교 내의 이론 중심의 교육이 진행되고 있음을 증명해준 것이다. 이로 인해 현장에서의 오랜 기다림을 통한 체력적인 어려움, 컨셉을 정한 후 아이템을 준비하는 과정, 연예인의 인지도에 따라 협찬물이 바뀌거나 달라지는 현상, 사람들의 스타일리스트에 대한 인식부족에서 오는 다양한 어려움 등을 극복할 수 있는 훈련이 필요함을 알 수 있다.

(2) 각 분야별 교과목의 중요도 평가 부문 분석결과

현재 활동 중인 50명의 패션스타일리스트를 대상으로 현장에서의 실무전문성을 습득하기 위해 분야별 필요한 교과목 분야가 무엇인지를 파악하기 위해 패션스타일리스트 관련학과에 설치되어있는 교과목 분야와 실무 활동영역별 특성을 고려한 교과목 분야 등 16개 항목의 응답 측정을 위해 5점 리커트 척도(Likert scale)인 ‘매우 필요하다, 필요하다, 보통이다, 필요하지 않다, 전혀 필요하지 않다’ 로 응답 범주를 작성하였다.

그 결과를 요약하면 다음 <표 7>과 같다.

<표 7> 현직 패션스타일리스트들의 분야별 교과목에 대한 필요성

<단위:%>

측정치 분야	매우필요 ⑤	필요하다 ④	보통이다 ③	필요하지않 다 ②	전혀필요하 지않다 ①	N	평균
패션디자인	32(64)	16(32)	2(4)	0(0.0)	0(0.0)	50	46.0
복식·문화사	19(38)	25(50)	6(12)	0(0.0)	0(0.0)	50	42.6
의복 구성	17(34)	22(44)	8(16)	3(6)	0(0.0)	50	40.6
색채학	27(54)	18(36)	5(10)	0(0.0)	0(0.0)	50	44.4
텍스타일(소재)	19(38)	24(48)	5(10)	2(4)	0(0.0)	50	42.0
패션마케팅	17(34)	25(50)	6(12)	2(4)	0(0.0)	50	41.4
패션 뷰티	20(40)	25(50)	4(8)	1(2)	0(0.0)	50	42.8
컴퓨터·그래픽	9(18)	16(32)	19(38)	5(10)	1(2)	50	35.4
현장 실습 실무	32(64)	14(25)	4(8)	0(0.0)	0(0.0)	50	45.6
광고·홍보	16(32)	23(46)	10(20)	1(2)	0(0.0)	50	40.8

패션쇼·이벤트	20(40)	23(46)	7(14)	0(0.0)	0(0.0)	50	42.6
어패럴·유통	18(36)	28(56)	3(6)	1(2)	0(0.0)	50	42.6
무대·영화	27(54)	20(40)	3(6)	0(0.0)	0(0.0)	50	44.8
패션잡지·사진	24(48)	23(46)	3(6)	0(0.0)	0(0.0)	50	44.2
방송·연예	39(78)	9(18)	2(4)	0(0.0)	0(0.0)	50	47.4
외국어	21(42)	27(54)	2(4)	0(0.0)	0(0.0)	50	43.8

현장에서의 실무전문성을 습득하기 위해 분야별 필요한 교과목 분야가 무엇인지를 파악한 결과, 방송·연예 분야가 47.4%로 비교적 높게 나왔으며, 패션디자인분야가 46.0%, 현장실습·실무 분야가 45.6%, 무대·영화분야가 44.8%, 색채학 분야가 44.4%, 패션잡지·사진 분야가 44.2%, 외국어분야가 43.8%, 패션뷰티분야가 42.8%, 복식·문화사분야, 어패럴·유통분야, 패션쇼·이벤트분야가 42.6%로 같은 비율로 나타났다. 텍스타일(소재)분야가 42.0% 이상으로 필요성의 인식정도가 매우 높은 것으로 나타났다. 패션마케팅 분야는 41.4%, 광고홍보분야는 40.8%, 의복구성은 40.6%로 나타난 반면, 가장 적은 비율로 나타난 분야는 컴퓨터 그래픽분야로 35.4%로 인식되고 있다는 결론이다.

활동영역에 따라 교과목에 대한 필요성 인식 정도에는 다소차이를 보이고 있지만, 방송·연예, 무대·영화, 패션잡지·사진, 패션쇼·이벤트, 어패럴·유통, 광고·홍보분야 순으로 나타난 것에서도 알 수 있듯이 전문가들의 활동형태 중 62%가 방송·연예분야의 전문가로 활동하고 있는 점도 고려해볼 사항이라고 사려된다.

여기에서 주목할 사항은 각 대학에서 광고·홍보분야의 교과목이 거의 설치되어 있지 않지만, 전문패션스타일리스트들은 그 중요성을 강조하고 있다.

이와 더불어 현장에서의 패션스타일리스트들은 외국어의 필요성을 대단히 지적하고 있지만, 기존의 패션스타일리스트학과에서의 외국어 관련 분야의 교과목은 소수의 대학만이 설치되어 교육하고 있다. 특히 방송·연예분야의 스타일리스트들은 K-Pop의 열풍과 드라마 시장의 저변확대로 인해 연예인들의 해외공연과 장기체류가 불가피함에 따라 더욱 더 외국어의 중요성을 강조하고 있다. 그리고 상당수 전문가들의 제언과 조언에서 인문학분야의 교과목이 매우 필요함을 강조하며, 향후 대학에서 관련 교과목이 채택되기를 바라고 있다.

이상에서 살펴보았듯 현재 활동 중인 패션스타일리스트의 실태 및 현장에서의 실무전문성을 습득하기 위해 분야별 필요한 교과목 분야를 조사한 결과, 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 국내에서 패션스타일리스트라는 직종이 전문화되기 시작한 것은 20여 년 전으로, 다양한 영역에서 꾸준히 증가하고 있다. 특히 한류 열풍으로 인해 방

- 송·연예관련 스타일리스트가 많이 활동하고 있으며 현장에서의 수요도 꾸준히 증가하고 있다.
- 둘째, 패션스타일리스트의 활동 영역 중 방송·연예분야, 패션잡지·출판물 분야, 그리고 광고·홍보 관련분야 순으로 가장 많은 일의 기회를 제공하고 있으며 대부분 프리랜서나 스타일리스트 전문 업체 소속으로 활동하고 있다. 이 경우 영역의 구분 없이 다양한 영역의 업무를 동시에 수행하고 있다.
- 셋째, 현직 패션스타일리스트들은 대다수가 대학에서 패션스타일리스트관련학과의 의상관련, 미술·디자인 관련전공이지만, 현장실무 경험 미비로 인한 인간관계 시 많은 어려움을 겪고 있다.
- 넷째, 현직 패션스타일리스트들은 완성도 높은 업무수행을 위해 교과 과정 중 현장 실습·실무분야, 색채학, 외국어 분야가 현장에서의 업무에 매우 필요하다고 인식하고 있다.
- 다섯째, 방송·연예 분야를 비롯해 활동영역의 특성을 지니는 , 패션디자인분야, 현장실습·실무 분야, 무대·영화분야, 색채학분야, 패션잡지·사진분야, 외국어분야, 패션뷰티분야 복식·문화사분야, 어패럴·유통분야, 패션쇼·이벤트분야, 텍스타일(소재)분야가 중요과목으로 선택되어졌다.
- 여섯째, 패션마케팅분야, 광고홍보분야, 의복구성분야 컴퓨터 그래픽분야는 비교적 낮은 중요성으로 응답하였다.

2. 패션스타일리스트 실무사례 분석

패션스타일리스트의 역할확대 방안과 관련한 실무사례분석을 위해 현장에서 10년 이상 스타일리스트로 활동하고 있는 전문가들을 대상으로 심층면접을 통해 분석 하였다. 인터뷰에 응한 전문가들은 현재 영화, 드라마, 쇼프로, 패션쇼, 홈쇼핑, 광고, 잡지, 유통 VMD, 패션산업 등의 분야에서 활동하는 패션스타일리스트 5명(김성일, 최혜련, 김진욱, 이경형, 지경하)을 선정하였다. 심층면접은 연구목적에 수행하기 위해 설정한 교육과정 및 교수법, 활동영역 및 역할, 패션스타일리스트의 인식, 패션스타일리스트의 역할 확대방안을 모색하기 위함이다.

1) 인터뷰 사례 : 김성일, 남성(40대)

(1) 활동영역

주 활동영역은 영화, 방송, CF, 잡지 등 다양한 분야에서 활동하고 있으며, 김남주, 씨스타 등 다수의 연예인 스타일리스트로 활동하였다.

주요활동작품은 2009년 드라마 ‘내조의 여왕’으로, 7~8년 공백기를 가진 김남주를 화려하게 부활시켰으며, 이어 2012년에는 또 다시 김남주와 함께 드라마 ‘넝쿨째 굴러온 당신’을 통해 입지를 굳히게 되었다. 그 뿐만 아니라 한국 패션리더들의 화보 스타일링을 통해 각종 패션 아이콘을 창출하였고, 패션브랜드와 스타를 연계한 스타 마케팅을 확립하는데 기여한 전문가이며, 현재 방송·연예분야에서의 패션스타일리스트로 역할의 필요성을 더욱 확장시키는데 앞장서고 있다.

데뷔는 1993년 미치코 런던에서 패션디자이너이면서 VMD로 패션에 입문하였고, 그 후 성도어패럴 등에서 패션디자이너, 기획, MD로 활동하다가 영국으로 유학을 다녀 온 후 1997년 9월부터 스튜디오 패션기획 팀장으로 어패럴·유통분야의 스타일리스트로 활동하기 시작하였다. 다수의 연예인과 아이돌스타들의 스타일리스트와 잡지화보, 드라마작업, 영화작업, 영화포스터, CF, 지면 카탈로그, 패션브랜드와 스타와의 콜라보레이션을 통해 스타마케팅을 확립하는데 기여한 전문가이며 다양하고 광범위하게 활동영역을 넓혀가고 있다.

(2) 김성일의 패션스타일리스트의 확장영역과 개선방안에 대한의견

김성일은 우리나라 패션스타일리스트의 발전방안을 교육과정, 활동영역, 인식, 역할확대, 대학에서의 교과과정 개편의 필요성은 물론 역할확대 방안에 대한 질문에 다음과 같이 답변하였다.

우리나라 패션스타일리스트의 역량강화 및 교육과정에 대한 질문에 대해 김성일은 현재 패션디자인 관련학과의 교육과정과 별 차이가 없다는 견해를 보였다. 대학에서의 교육은 현장실무 교육이 미비한 이론 중심적이어서, 현장 실무담당인 어시스턴트에게 작업을 지시할 경우 업무이해도는 물론 능력이 떨어진 것은 바로 실무와 이론이 분리된 교육이며, 이로 인해 너무 많은 것들이 손실되고 있음을 지적하였다. 결국 업무 진행 시간이 많이 필요하게 됨에 따라 역할 신뢰도 역시 하락할 결과로 이어질 수 있음을 지적하였다.

무엇보다도 패션스타일리스트학과는 의상학과 보다 더욱 광범위하고 다양한 체계적인 교육이 이루어져야 한다고 하였다. 그 이유는 전문성을 갖춘 패션스타일리스트 양성을 위한 체계가 구축된다면 패션스타일리스트를 필요로 하는 각 분야에서의 역할이 제대로 발휘할 수 있기 때문이라고 하였다. 교수진도 현장경험이 있는 교수와 현재 활동 중인 겸임교수로 구성하고, 더 나아가 외국대학의 선진형 커리큘럼을 차용하여 우리나라의 실정에 맞게 재구성하여 설정하는 것도 한 방법이라고 하였다.

김성일은 패션스타일리스 양성을 위해 가장 필요한 교과목으로 인문학을 추천하였다. 왜냐하면 인문학이 언어와 문화를 통해 인간들 간에 공유하고 소통할 수 있는 수단이기 때문이다. 특히 예술과 밀접한 관계가 있는 철학은 궁극적으로 인간을 연구하는 학문으로, 사고방식, 교류, 커뮤니케이션 등 다양한 각도에서의 교육이 필요하다고 하였다. 철학을 잘 이해한다면 상상력 향상을 도모할 수 있으며, 결국 크

리에이티브한 일을 잘 수행할 수 있으며 또한 대중이 원하는 문화를 만들어낼 수 있는 능력을 발휘할 수 있기 때문에 매우 필요한 교과목이라는 견해를 피력하였다. 특히 IT 발달과 사회변화에 부응하기 위해 문화 속에 융합하며 자신들의 역량과 기량을 발휘할 수 있어야지만 패션스타일리스트로서의 역할이 확대될 수 있을 것이다.

결론적으로 패션스타일리스트 양성을 위해 그 외에 컴퓨터 그래픽 분야를 제외한 분야별 모든 교과목이 매우 필요함을 주장하였다. 특히 패션디자인, 의복구성에 관한 교과목은 기초학문이어야 한다고 하였다. 그 이유는 패턴에 대한 지식이 없다면 현장에서 모델의 의상을 교정해 줄 수 없을 뿐만 아니라 순발력 있게 행동할 수 없기 때문이다. 물론 의상담당 디자이너보다 패턴을 자세히 알 필요는 없겠지만 그래도 소홀히 해서도 안 되는 교과목이다. 전문패션스타일리스트가 되기 위해서는 최소한 대학에 설치된 모든 분야의 학문적 지식이 습득할 필요가 있다. 더욱이 스타일리스트학과는 종합적인 창의성을 발휘할 수 있도록 자기개발과 노력 없이 이 분야에서는 성공할 수 없음을 인지시켜야 한다.

패션스타일리스트가 활동하기 시작한 시기는 1997년 이었다. 16년 전에는 스타일리스트라는 개념이 존재하지 않았으며 직업자체도 없었기 때문에 패션스타일리스트에 대한 인식은 단지 코디네이터라는 개념아래 연예인 어시스턴트나 심부름꾼에 불과했었다. 직업의 명칭이 바뀌면서 예전보다 위상이 높아졌고, 오늘날 연예인들은 실력 있는 스타일리스트에게 아이디어를 의뢰하기도 하며, 또 컨셉을 만들어 주는 전문가로서 인정해주고 있다.

패션스타일리스트 전문성 강화를 위한 제도적 장치와 자격증발급에 대해서는 직업의 특성상 반드시 필요하지는 않지만, 교육과정의 변화와 노력은 꼭 필요하다고 하였다. 그 이유는 현장에서 자격증으로 스타일리스트의 능력을 평가하지 않기 때문이며, 다만 처음 이일에 종사하는 스타일리스트가 패션에 대한 전문지식이 있을 것이라는 예측뿐, 자격증이 있다고 하여 현장에서 디테일하고 순발력 있게 업무 수행능력이 있다고 평가하지 않는다는 것이다.

국내외의 스타일리스트를 비교해보면, 외국은 패션스타일리스트라는 직업이 우리나라보다 40~50년 빠른 시기부터 존재하였다. 한국의 정서상 모든 것이 빠르게 돌아가기 때문에 스타일리스트가 들어오기까지의 시간은 오래 걸렸지만, 정착은 비교적 단시간에 이루어졌다. 현재 스타일리스트는 디자이너보다 주목을 받고 있는 관심 직종으로 등장하고 있다. 김성일은 자신이 메인이 되까지는 10년 이상의 시간이 소요된 것처럼 스타일리스트로서 능력과 자질을 충분히 갖추어야지만 제대로 된 역할을 수행할 수 있다고 강조하였다.

외국은 스타일리스트가 디렉터의 개념, 즉 패션디렉터, 비주얼 디렉터의 개념으로 체계가 잡혀있어서 위치와 권한이 우리와는 차이가 있다. 즉, 한국은 비주얼 디렉터라기보다는 여전히 과거와 같이 코디네이터의 개념으로 인식하고 있다. 그러나 최근 인

식의 전환으로, 후배들이 제대로 스타일리스트로서 능력과 자질을 갖춘다면 1세대인 자신들의 뒤를 이어서 전문직으로서의 위치를 확보할 수 있을 것이다. 이를 위해 선행적으로 힘들긴 하지만 어시스턴트의 역할을 통해 경험을 쌓는다면 기회는 반드시 온다는 신뢰 속에 자긍심을 가져야 한다고 하였다. 이러한 과정이야말로 패션스타일리스트의 실무역량강화를 위한 훈련 교과목으로 반드시 설치되어야 함을 강조하였다.

SNS 시대를 맞이하여 스타일리스트는 SNS를 셀프마케팅의 수단으로써 이를 운영할 수 있는 능력도 갖추어야 한다. 예를 들어, SNS를 통해 스타일리스트로서의 패션 감각을 표출하다보면 대중들은 자신의 패션 감각을 인정해줄 것이다. 이에 부가적으로 스타일 찾기나 스타일 체크하기와 같은 앱 프로그램을 운영함으로써 패션 감각을 소개시키는 마케팅 활용분야도 활용할 수 있을 것이라는 의견을 제시하였다.

패션스타일리스트 역할확대에 대해서는 패션에만 집중하지 말고 다른 분야에도 관심을 갖도록 노력해야 한다고 하였다. 예를 들어, 패션이란 과거에는 문화의 일부라기보다는 단지 몸을 가리는 위한 옷에 불과하였지만, 오늘날은 패션이 문화의 한 장르로 정착하게 되었으며, 심지어는 문화의 중심이 되었다. 이와 같이 고정된 사고의 틀을 다른 방향으로 돌려 다양한 관심을 갖게 된다면 결국 패션의 다른 측면에서의 새로운 기회를 접하게 될 것이라고 하였다. 다시 말해서 오로지 패션만을 고집한 스타일링을 지속적으로 행한다면 스타일리스트로서의 정체기가 올 수 있으므로, 본인이 가지고 있는 지식과 능력을 다른 분야와의 콜라보레이션을 통해 새로운 스타일링 기법을 개발하려고 노력해야 한다고 하였다.

이는 학교나 사회에서도 스타일리스트를 패션전문가로만 양성시키려는 경향에서도 알 수 있는데, 현실적으로 스타일리스트가 모든 분야에서 영향력을 발휘할 수 있는 전문가라는 것을 인지시켜야 한다. 그러므로 패션을 기본단계로 한 후 다음단계로 패션스타일리스트에서 라이프스타일리스트로 발전시켜야 할 것이다. 이를 위해 현재 위치에 안주하기 보다는 항상 새로운 시각으로 사물을 관찰하고 새로운 아이디어를 도출하기 위한 자기개발을 시도하려고 노력해야 할 것이다.

결론적으로 김성일의 확장영역과 발전방안에 대한 제안을 요약해 보면 다음과 같다.

- ① 패션스타일리스트의 역량강화를 위한 교육과정에 있어서의 문제점 및 해결책을 제시하면, 패션디자인 관련학과와의 교육과정을 비교해보면 별 차이가 없으며 대학에서의 교육은 현장실무 교육이 미비한 이론 중심적이어서 현장 업무의 이해도와 능력이 떨어진다. 또한 스타일리스트로서의 소질개발을 위해서는 인문학 분야인 철학 교육이 필요하다. 그 이유는 철학이 예술과 밀접한 관계가 있으며, 철학적 논리를 잘 이해하면 창의적인 활동을 위해 상상력을 표현할 수 있는 능력을 키울 수 있으므로 반드시 설치되어야 하는 교과목이다.

- ② 패션스타일리스트의 제도적 장치와 자격증발급에 대해서는 직업의 특성상 반드시 필요하지는 않지만, 교육과정의 변화와 노력은 꼭 필요하다고 하였다. 그 이유는 현장에서 자격증으로 스타일리스트의 능력을 평가하지 않기 때문이며, 다만 처음 이일에 종사하는 스타일리스트가 패션에 대한 전문지식이 있을 것이라는 예측뿐, 자격증이 있다고 하여 현장에서 디테일하고 순발력 있게 업무 수행능력이 있다고 평가하지 않는다는 것이다.
- ③ 외국은 스타일리스트가 디렉터의 개념, 즉 패션디렉터, 비주얼 디렉터의 개념으로 체계가 잡혀있어서 위치와 권한이 우리와는 차이가 있다. 즉, 한국은 비주얼 디렉터라기보다는 여전히 과거와 같이 코디네이터의 개념으로 인식되고 있으나 최근 인식의 전환으로 전문직으로서의 위치를 확보할 수 있다. 전문가로서의 역할을 수행하기 위해서는 현장에서의 어시스턴트의 힘든 역할을 극복할 수 있는 훈련이 필요하다. 즉, 패션스타일리스트의 실무역량강화를 위한 교과목으로 현장실습을 반드시 설치되어야 한다.
- ④ SNS 시대를 맞이하여 스타일리스트는 SNS를 셀프마케팅의 수단으로 이를 운영할 수 있는 능력을 갖추어야 한다.
- ⑤ 패션스타일리스트 역할확대에 대해서는 패션에만 집중하지 말고 다른 분야에도 관심을 갖도록 노력해야 한다.

김성일 패션스타일리스트는 인터뷰하는 동안 차세대에 대한 애정은 물론 기대를 갖고 있음을 알 수 있었다. 마지막 조언으로 전문가 양성을 위해 보다 확실하고 체계적인 교육시스템을 구축하고 이에 필요한 교과목을 설치하여 교육이 진행된다면 전문가로서의 스타일리스트에 대한 대우와 평가가 달라질 수 있으며, 앞으로도 차세대를 위해 1세대들이 더욱더 노력하여 패션스타일리스트라는 전문직 분야를 더욱 발전시키겠다는 각오도 하였다.

2) 인터뷰 사례 : 최혜련, 여성(40대)

(1) 활동영역

주 활동영역은 방송, 패션, 잡지 등에서 활동하고 있으며, 소녀시대, 송혜교 등의 스타일리스트 역할도 하였다.

데뷔는 방송, 패션, 잡지, CF, 브랜드 기획하는 업무로, 10년 이상의 경력이 있는 전문패션스타일리스트이다. 패션 관련하여 비전공자이지만, 현장에서의 어시스트에

서 출발하여 고도의 집중력과 성실성을 기반으로 오늘날 국내 패션스타일리스트 TOP 10에 속한다.

(2) 최혜련의 확장영역과 개선방안에 대한의견

최혜련은 우리나라 패션스타일리스트의 발전방안을 교육과정, 활동영역, 인식, 역할확대, 대학에서의 교과과정 개편의 필요성은 물론 역할확대 방안에 대한 질문에 다음과 같이 답변하였다.

우리나라 패션스타일리스트의 역량과 교육과정에 대한 질문에 대해, 최혜련은 지금까지 다양한 분야에서 많은 패션스타일리스트를 접해본 결과, 교육기관에서 양성된 스타일리스트보다는 현장 경험을 통해 스타일리스트로 성장한 경우가 보다 감각적이고 업무수행능력도 월등하다고 하였다. 이는 교육기관의 부실한 교육과정과 이른 집중적인 교육이 가져온 결과라고 사려된다.

최혜련은 패션스타일리스 양성을 위해 가장 필요한 교과목으로 기초교육의 하나로 인성교육을 통한 전인적인 교육의 중요성을 강조하였다. 간혹 현장에서 기본적인 예의도 갖추지 않은 스타일리스트로 인해 다른 이들이 불이익을 당하고 스타일리스트의 위치가 폄하되는 경우도 파생되기 때문이라고 하였다. 이와 더불어 대학에서의 커리큘럼은 전반적으로 미흡하지는 않으나, 외국어 집중교육과 창의적인 사고를 유도할 수 있는 자유로운 발상 수업이 필요하다고 하였다. 외국 수업방식의 예를 들면 「10라운드만 가지고 스타일링하기」란 수업 형태가 스타일리스트에게 필요한 창의력개발에 도움이 될 거라는 조언도 남겼다. 마지막으로, 패션스타일리스트는 다양한 지식을 겸비하여야하므로 패션관련 교과목도 중요하지만 사고의 폭을 넓히기 위한 철학, 사회, 경제 등의 인문학 분야의 교과목 개설이 필요하다고 하였다.

패션스타일리스트란 전문가로서의 사회적 인식에 대해, 10년 전 보다는 스타일리스트라란 직업에 대한 인지도가 확대되었다고 하였다. 할리우드스타의 예를 들면, 사라 제시카 파커, 페트리샤필드, 그리고 레이디가가의 스타일리스트인 니콜라 포미체티 등이 우리나라에서 인기를 끌다보니 그동안 패션스타일리스트란 존재만이 알려져 있던 영역이 연예인 스타일리스트로 까지 확대됨에 따라 스타일리스트의 위상이 향상되는 계기가 되었다.

또 K-Pop과 한류열풍에 의한 아이돌이 중요한 역할을 하면서 연예인 스타일링을 담당하는 전문가들의 필요성이 확대됨에 따라 스타일리스트는 연예인과의 유착관계 보다는 실력으로 인정받아야 한다고 하였다. 즉, 스타일리스트는 유명연예인의 유명세에 편중하여 성공하기 보다는 자신만의 개성으로 스타일링을 하는 전문가가 필요한 시대에 접어들었기 때문에 창의적이고 독특한 자기만의 스타일을 갖춘 자만이 성공할 수 있음을 인지해야 한다고 하였다. 아직까지 다른 전문분야에 비해 전문적인 분야로 완성되지 못하는 못하였지만, 과거보다는 상황이 많이 호전되었다. 또한 패션

스타일리스트의 활동 분야도 정치, 경제, 사회 등 다양한 분야로의 활동영역이 광범위해지고 있다고 한다.

패션스타일리스트 전문성 강화를 위한 제도적 장치와 자격증 발급에 대해서는 패션스타일리스트의 역량확대를 위한 시스템 구축이 필요하다고 하였다. 그러나 창의적인 발상을 요하는 스타일리스트이므로 자격증이라는 제도적인 장치를 설치한다는 것은 아마도 스타일리스트의 직업에 대한 특성 및 인식이 대한 체계가 아직까지 구축되지 않았다는 결과라 사려된다.

국내외의 스타일리스트의 비교에서 업무수행 능력과 작업환경의 차이가 있는지에 대한 질문에는 별 차이가 없다고 하였다. 단, 인간적 접촉을 통해 느끼는 감정은 같지만, 작업환경이나 시스템적인 부분에서는 약간의 차이가 있다고 하였다. 비록 최근 수입 브랜드가 많아지는 등 의상협찬에 대한 작업환경 시스템 구축이 잘 되었지만, 외국의 경우 정확히 알 수는 없지만 다양한 활동영역에서 일을 하는 외국스타일리스트들과의 작업환경에는 약간의 차이가 있다.

패션스타일리스트의 실무역량을 위한 발전방안과 활동영역에 대해, 현실적으로 우리나라는 패션산업과 방송분야, 영화, 드라마에 편중된 것으로 보아 외국의 패션스타일리스트처럼 다양한 산업분야로의 진출이 절실히 요구되며, 그에 따른 전문적 자질과 능력을 반드시 갖추어야 한다고 하였다. 다시 말해서 비전공자라 할지라도 반드시 패션을 공부해야 하며, 패션에 대한 지식이 전문 한 사람이라면 독학이라도 자기개발을 하여야 한다. 왜냐하면 지금도 현장에서 패션에 대한 지식이 없는 상황에 옷이 좋다는 이유만으로도 자질을 갖추지 못한 상태에서 스타일리스트라는 명함을 들고 다니는 등 무질서한 스타일리스트의 세계에 많은 변화가 필요하다. 이에 스타일리스트라면 최소한 의상의 소재정도는 습득해야 한다고 강력하게 주장하였다.

패션스타일리스트 역할확대에 대해서는 패션스타일리스트의 역할 경계선이 어디까지 인지는 모르겠지만 패션을 더욱 흥미롭고 멋있으며 재미있는 스타일링으로 발전시킬 수 있다면 패션 스타일리스트가 활동할 수 있는 영역은 무궁무진 할 것이며, 더욱더 전문성을 발휘할 수 있다면 패션스타일리스트도 패션에 관해서는 패션 아티스트가 될 수 있다고 하였다. 무엇보다도 프리랜서로 일하는 스타일리스트를 위한 시스템 구축이 필요하며, 시스템의 구조화는 패션스타일리스트의 직종에 대한 보장을 목표로 함에 따라 미래의 패션스타일리스트들도 긍정적인 역할을 할 것이라고 하였다.

마지막으로 자신이 성공한 패션스타일리스트라면 성공한 노하우와 이를 후배양성을 위해 적용시킬 수 있는 방법에 대해, 우리나라의 패션스타일리스트 TOP 10 명단에 들어갈 수 있다는 희망과 자신감이라고 하였다. 노하우는 먼저 자신감과 자존감

이며, 남들에게 피해를 주지 않고 창피하지 않으며 무조건 잘 했다는 말을 듣고자 발바닥이 찢어질 정도로 촬영 컨셉에 적합한 의상과 소품을 찾아 헤매는 적극성이며, 일에 대한 책임감이라고 하였다. 다음으로는 정직함이다. 스타일리스트는 인간관계의 커뮤니티와 신뢰감이 없이는 이일을 하기엔 부적절하고, 선배와 윗사람들에 대한 예의도 빼놓을 수 없는 중요한 부분이며, 모델, 배우, 가수, 등에게도 진정성을 갖고 그들을 대할 때 그들도 나의 진심을 느껴 더 좋은 결과물로 받게 된다고 하였다.

결론적으로 최혜련의 확장영역과 발전방안에 대한 제안을 요약해 보면 다음과 같다.

- ① 패션스타일리스트의 역량과 교육과정에 대해 교육기관의 부실한 교육과정과 이론 집중적인 교육이 가져온 결과로 현장실무 능력이 저조하고, 패션스타일리스트 양성을 위해 가장 필요한 교과목으로 기초교육의 하나로 인성교육을 통한 전인적인 교육의 중요성을 강조하였다.
- ② 패션스타일리스트의 직업 환경이 아직까지 다른 전문분야에 비해 전문적인 분야로 완성되지는 못하였지만, 과거보다는 직업 환경이 많이 호전되었다. 또한 패션스타일리스트의 활동 분야도 정치, 경제, 사회 등 다양한 분야로의 활동영역이 광범위해지고 있다고 한다.
- ③ 패션스타일리스트로 성공한 노하우와 이를 후배양성을 위해 적용시킬 수 있는 방법에 대해 자신감, 자존감, 정직함, 책임감, 연예인들에 대한 진실함이 결국 성공할 수 있는 패션스타일리스트의 역할이다.
- ④ 패션스타일리스트의 실무역량을 위한 발전방안과 활동영역에 대해, 현실적으로 우리나라는 패션산업과 방송분야, 영화, 드라마에 편중된 것으로 보아 외국의 패션스타일리스트처럼 다양한 산업분야로의 진출이 절실히 요구되며, 그에 따른 전문적 자질과 능력을 반드시 갖추어야 한다.
- ⑤ 향후 우리나라 패션스타일리스트의 발전과 역할확대를 위해서는 프리랜서로 일하는 스타일리스트를 위한 시스템 구축이 필요하며, 시스템의 구조화는 패션스타일리스트의 직종에 대한 보장을 목표로 함에 따라 미래의 패션스타일리스트들도 긍정적인 역할을 할 것이다.
- ⑥ 패션스타일리스트 전문성 강화를 위한 제도적 장치와 자격증 발급보다는 패션스타일리스트의 역량확대를 위한 시스템 구축이 필요하다. 그 이유는 창의적인 발상을 요하는 직업이므로, 자격증이라는 제도적인 장치를 설치한다는 것은 아

마도 스타일리스트의 직업에 대한 특성 및 인식이 대한 체계가 아직까지 구축되지 않았다는 결과이다.

최혜련 스타일리스트는 인터뷰하는 동안 강한 자신감을 보여주었는데, 이는 스타일리스트라는 전문가가 되기 위한 자신의 부단한 노력과 끊임없는 자기계발에서 온 자신감이라 사려된다.

3) 인터뷰 사례 : 김진욱, 남성(40대)

(1) 활동영역

주 활동영역은 방송, 패션, 잡지와 가수 클론과 박미경의 패션스타일리스트를 하였다.

데뷔는 의류회사의 MD를 하던 시절 클론과 박미경의 패션스타일링을 하게 되면서 패션스타일리스트로 입문한 케이스다. 패션브랜드에서 오래 동안 종사하였기 때문에 브랜드와 스타와의 매개 역할에서 인정받았다. 다년간 스타일리스트 역할을 수행하면서 쌓아 온 노하우와 유기적 관계를 바탕으로 자신의 매장을 운영하며 새로운 형태의 사업모델을 제시하기도 했다. 더욱이 체계적이고 현실적인 교육 시스템을 구축하여 패션인재 양성을 위한 아카데미도 운영하고 있다.

(2) 김진욱의 확장영역과 개선방안에 대한의견

김진욱은 우리나라 패션스타일리스트의 발전방안을 교육과정, 활동영역, 인식, 역할확대, 대학에서의 교과과정 개편의 필요성은 물론 역할확대 방안에 대한 질문에 다음과 같이 답변하였다.

우리나라 패션스타일리스트의 역량과 교육과정에 대해, MD 출신답게 마케팅의 중요성을 피력하였다. 모든 시장의 흐름은 경제이며, 이는 곧 마케팅으로 연결되는데 대다수의 대학에서는 마케팅을 체계적으로 교육시키지 않는 교과과정에 대해 못마땅하게 생각하고 있다. 더군다나 연예인 스타일리스트는 스타한명을 배출하는데 있어 경제적 가치가 얼마인지를 파악하고자 한다면 절대로 소홀해서는 안 될 교과목이 마케팅, 머천다이징 분야라고 하였다.

김진욱은 패션스타일리스 양성을 위해 가장 필요한 교과목으로 모든 항목의 교과목이 패션스타일리스트라면 습득해야할 전문적인 과목들이라고 하였다. 그러나 편중된 패션관련 교과목을 중심으로 교과과정이 진행된다면 현장실무를 해야 하는 스타일리스트들에게 필요한 다양한 경험과 지식을 습득하지 못할 수도 있다고 하였다.

그다음으로 중요한 교과목은 인문학이라고 하였다. 그 이유는 문학, 사회, 정치, 경제에 관심이 없다면 패션스타일리스트 자신이 맡은 역할에 대해 얼마만큼의 역량을 발휘할 수 있을지 의심스러우며, 또한 자기계발을 하지 않는 스타일리스트는 결국 제대로 역할 수행을 하지 못한다고 하였다. 이러한 현상은 입시위주의 교육체계와 대학에서의 교과목 다양성의 부재로 나타난 현상이라고 하였다. 스타일리스트는 연예인과 대중을 연결해주는 중간자적인 역할을 수행하므로, 다양한 전문지식이 요구된다. 그러므로 인문학관련 교과목은 선택이 아닌 필수로 개설되어야 한다고 하였다.

패션스타일리스트란 전문가로서의 사회적 인식에 대해, 이미 전 세계인들이 싸이의 강남스타일을 좋아하고 따라 부르며 우리의 문화를 알리고 하고 있으며, 특히 동남아 일부 국가에서는 우리 연예인들의 스타일을 모방하는 현상까지 초래되고 있다고 하였다. 오래전 클론의 스타일리스트를 할 때 대만의 콘서트에서 클론의 패션을 모방한 팬들을 보며 대중문화의 힘은 물론 그 중심에 스타일리스트의 역할 중요성을 느낌에 따라 스타일리스트에 대한 대중들의 인식에도 많은 변화가 일어날 것이라고 하였다. 한류문화로 인해 세계시장으로 드라마가 수출되고 우리의 가수가 노래한곡으로 세계를 뒤집어 놓는 현실을 감안 한다면 패션스타일도 이에 맞추어 세계화로 발전시키려는 노력을 해야 할 것이다. 이와 같은 상황을 보면, 효율적인 교과과정에 따른 정규교육을 받는다면 향후 패션스타일리스트로서 다양한 분야에서 역할이 확대해나가리라 기대한다.

패션스타일리스트 전문성 강화를 위한 제도적 장치와 자격증 발급에 대해 개인적으로는 불필요하다고 하였다. 만약 체계적인 관리와 시스템화로 발급된 자격증이 스타일리스트로서의 업무능력을 인증해주는 제도적 장치라면 크게 반대하지는 않겠지만, 현실적으로 사설학원의 돈벌이와 남보다 좋은 조건으로 선택되어지고 싶어하는 수요자들의 스펙 쌓기의 일종인 것 같아 안타깝지만, 이러한 노력들이 향후 전문에이전시의 활성화로 이어지길 기대한다고 하였다.

패션스타일리스트의 전문가의 역할 확대에 대해, 패션스타일리스트가 다양한 방향으로의 확장 및 발전은 매우 바람직한 현상이라고 하였다. 패션스타일리스트가 발전하기 위해서는 앞서서도 언급했듯이 자신을 개발하고 업그레이드 시켜가며, 자신이 필요한 부분에서 최선을 다하는 자세가 필요하다고 하였다. 또한 활동영역이 연예인분야에 편중되어 있으므로, 앞으로는 무대, 기업홍보, 교육현장, 정치인 이미지메이커 등 사회, 정치, 경제 등 산업 전반에 걸친 영역으로 확대해 역량을 키운다면 새로운 아이디어와 지식을 바탕으로 산업전반에 진출할 수 있는 가능성이 확대될 것이라고 하였다. 이를 위해서는 사설학원에서의 인재양성시스템 보다는 패션스타일리스트 전문 양성을 위해 현장 경험이 있는 전문패션스타일리스트와 전문교수진들로 구성된 교육기관을 설치하여, 한국만의 독특한 스타일을 추구할 수 있는 교육

시스템 구축 하에 이론중심의 교육과 현장 실습을 병행한 교육이 바람직하다고 하였다. 또한 세계시장으로의 확대를 위해 외국어 교육도 준비해야 한다고 하였다.

결론적으로 김진욱의 확장영역과 발전방안에 대한 제안을 요약해 보면 다음과 같다.

- ① 모든 시장의 흐름은 경제이며 이것은 곧 마케팅으로 연결됨에도 불구하고 대다수의 대학에서는 마케팅의 체계적 교육이 실시되지 않음에 따라 역할확대를 기대하기 어렵다.
- ② 패션스타일리스트는 연예인과 대중을 연결해주는 중간자적인 역할을 수행하기 때문에 다양한 전문지식이 요구되며 이를 위해 인문학관련 분야가 필수 교과목으로 설치되어야 한다.
- ③ 패션스타일리스트 전문가로서의 역할 확대는 다양한 분야로의 확장과 발전이 바람직한 현상이며, 패션스타일리스트로 성장하기 위해서는 자신을 업그레이드 하기 위해 개발해야 한다. 또한 대부분의 활동영역이 연예인분야에 있으므로, 앞으로는 무대, 기업홍보, 교육현장, 정치인 이미지메이커 등 사회, 정치, 경제 등 산업 전반에 걸친 활동영역으로 확대한다면 새로운 아이디어와 지식을 바탕으로 산업전반에 진출이 가능하다.
- ④ 패션스타일리스트들의 전문적인 양성을 위해서는 현장 경험이 있는 전문패션스타일리스트와 전문교수진들로 구성된 교육기관을 설치해야 하며, 이론중심의 교육과 현장 실습을 병행한 교육이 바람직하다.

김진욱 패션스타일리스트는 역할과 이에 맞는 전문성을 키우기 위해 무엇보다도 자기 자신에 대한 심도 있는 분석과 개성적인 스타일링이 필요하며, 꾸준한 노력과 스타일 창출을 위한 마케팅적인 사고와 다양한 시도를 통해 자신의 영역을 구축하여야한다고 하였다.

4) 인터뷰 사례 : 이경형, 남성(50대)

(1) 활동영역

주 활동영역은 다수의 패션 브랜드 MD와 백화점 VMD로 능력과 자질을 인정받고 있다.

일본과 미국에서의 교육경험을 바탕으로 현장에서의 업무에 탁월한 능력을 발휘하였으며, 현재는 대학의 패션스타일리스트학과의 교수로 체계적이고 현실적인 교육

시스템을 구축하여 패션인재를 양성하고 있다.

(2) 이경형의 확장영역과 개선방안에 대한의견

이경형은 우리나라 패션스타일리스트의 발전방안을 교육과정, 활동영역, 인식, 역할확대, 대학에서의 교과과정 개편의 필요성은 물론 역할확대 방안에 대한 질문에 다음과 같이 답변하였다.

우리나라 패션스타일리스트의 역량과 교육과정에 대해, 의상학과에서 스타일리스트학과로 명칭이 바뀌면서 전문적이고 체계적이지 못한 수업내용으로 졸업 후 학생들의 현장업무 능력이 다소 미흡하고 전공교수의 부재가 가장 큰 문제점이다. 또한 현재 전공개설대학은 수도권이나 지방에 편중됨에 따라 실무교육의 필요성보다는 입시경쟁에 의한 형식적 교육에 치우친 문제점이 나타나고 있다.

이경형은 패션스타일리스트 양성을 위해 가장 필요한 교과목으로 전문인을 양성하기 위한 모든 패션관련 교과목이 필요하지만 그중에서도 현장에서의 업무수행을 위한 전문적이고 체계적인 교과목이 현장과 연계하여 다양한 형태로의 발전이 필요하다고 하였다. 어떤 분야보다도 스타일리스트는 패션 업계에서의 프로만이 할 수 있는 영역이므로, 다양한 교과목의 채택은 고민하고 연구해야할 중요한 사항이라고 하였다.

패션스타일리스트란 전문가로서의 사회적 인식에 대해, 주 활동영역이 방송·연예로 편중되어 있는데, 다양한 분야에서 활동 할 수 있도록 역량을 키워야할 것이다. 특히 유통업분야의 스타일리스트는 어떤 분야보다도 전문성을 인정받고 있기 때문에 방송·연예분야에 편중된 관심과 시선을 바꿀 수 있도록 유도해야 한다. 교육기관에서도 효율적인 교과과정을 통해 정기교육을 이수한다면 기획사, 프로덕션, 패션산업체, 홈쇼핑 등에서 자신의 장점을 발휘할 수 있는 전문인으로서의 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

자신이 패션스타일리스트로 성공한 노하우와 이를 후배양성을 위해 적용시킬 수 있는 방법에 대해, 패션에 대한 남다른 열정과 참고 기다릴 수 있는 끈기라고 하였다. 패션스타일리스트는 제작된 의상을 각자의 개성에 맞게 연출해주는 전문능력이 있어야 한다. 그러므로 개개인이 지닌 개성을 찾아내는 분석력과 미학 표현이라는 연결체계를 위해 인문학과 예술전반에 대한 지식습득은 매우 중요한 부분이다.

국내외 스타일리스트의 업무수행 능력과 작업환경을 비교해보면, 스타일을 분석하고 창의적으로 표현하는 방법은 다소의 차이가 있다고 하였다. 그 이유는 당연히

교육과정과 체계가 우리나라와 다르기 때문이다. 그러나 아름다움을 표현하고 극대화시키는 작업은 대중의 심리와 시선을 생각하며 모든 것을 인간 중심적인 가치관으로 표현하는 방법은 동일하다고 하였다. 다만 외국이 사회, 정치, 경제, 문화산업 등 다양한 분야로 진출하고 있는 것은 우리나라보다 역사가 길고 체계적이기 때문이다. 따라서 우리나라의 패션스타일리스트도 독창성과 창의성을 개발하여 다양한 분야에서 새로운 영역을 창출하는 능력을 키워야 할 것이다. 국내는 편협하고 수명이 짧으나, 외국은 직업의 수명이 길고 프로로서의 자세가 뛰어나다는 점도 인지해야 할 것이다.

패션스타일리스트의 전문가의 역할 확대에 대해, 학회나 협회 등 종사자들 간의 정보공유 및 권리에 대한 체계적인 정비는 반드시 필요하며 그를 위한 전문성과 영역을 확립시킬 제도적 장치가 필요하고, 프리랜서로 일하는 시스템의 구조화 구축이 필요하다. 시스템의 구조화를 통해 차세대 패션스타일리스트의 역할을 긍정적으로 유도할 수 있을 것이라 하였다.

결론적으로 이경형의 확장영역과 발전방안에 대한 제안을 요약해 보면 다음과 같다.

- ① 의상학과에서 스타일리스트학과로 명칭만 바뀌었을 뿐 전문적이고 체계적이지 못한 수업내용으로 졸업 후 학생들의 현장업무 능력이 다소 미흡하고 전공교수의 부재가 가장 커다란 문제점이며, 전공개설대학은 수도권중심이나 지방에 편중됨에 따라 실무교육의 필요성보다는 입시경쟁에 의한 형식적 교육에 치우친 문제점이 나타나고 있다.
- ② 패션스타일리스 양성을 위해 가장 필요한 교과목으로 전문인을 양성하기 위한 모든 패션관련 교과목이 필요하지만 그중에서도 현장에서의 업무수행을 위한 전문적이고 체계적인 교과목이 현장과 연계하여 다양한 형태로의 발전이 필요하다.
- ③ 패션스타일리스의 활동영역이 연예인분야로 편중되어 있으므로, 산업 전반에 걸친 영역으로 확대할 수 있도록 역량을 키운다면 새로운 아이디어와 지식을 바탕으로 산업전반에 진출할 수 있는 가능성이 확대될 것이다.
- ④ 국내외 패션스타일리스트를 비교하면, 외국은 사회, 정치, 경제, 문화산업 등 다양한 분야로 확장되고 있으므로 우리나라의 패션스타일리스트도 독창성과 창의성을 개발하여 다양한 새로운 영역으로 진출할 수 있도록 능력을 키워야 할 것이다.

5) 인터뷰 사례 : 지경하, 여성(40대)

(1) 활동영역

주 활동영역은 방송, CF, 잡지 등 VMD로 일하였으며, 프랑스에서도 그 실력을 인정받아 프랑스의 브랭땅 백화점 VMD를 역임하였다. 한국으로 돌아와서는 롯데마트 VMD와 광고, 잡지 촬영에서 푸드, 리빙, 셋트 소품 등 무대 스타일링을 하는 현장경험이 풍부한 스타일리스트이다. 또한 대학에서 패션 인재를 양성하는데도 끊임없는 열정으로 지도하는 전문가이기도 하다.

(2) 지경하의 확장영역과 개선방안에 대한의견

지경하는 우리나라 패션스타일리스트의 발전방안을 교육과정, 활동영역, 인식, 역할확대, 대학에서의 교과과정 개편의 필요성은 물론 역할확대 방안에 대한 질문에 다음과 같이 답변하였다.

우리나라 패션스타일리스트의 역량과 교육과정에 대해, 패션스타일리스트관련협업에서 교육하는 교수들은 기본적 교육과정과 함께 프로젝트를 실제 학생들과 진행하는 등 학생들로 하여금 실질적인 참여를 권장하고 있지만, 그 횟수가 적으며 더욱이 지방대에서는 이러한 점이 부족하다는 것이다. 주로 방송·연예관련 스타일리스트 양성을 위한 교과과정을 중점으로 운영되는 것은 개선되어야 할 부분이며, 본인이 활동 중인 분야인 광고, 잡지 촬영의 스타일링도 발전가능성이 매우 큰 분야임에도 불구하고 많은 이들의 주목을 받지 못한 점이 안타깝다고 하였다.

국내외 스타일리스트의 업무수행 능력과 작업환경을 비교해보면, 외국의 경우 패션스타일을 공부하는 학생들이 현장과 이론을 병행하여 학습할 수 있는 시스템이 마련되어 있지만, 우리나라의 경우는 이론과 기초적인 실무 형태만이 가능할 뿐 직접 현장에서 체험하며 실습할 기회는 거의 없는 편이다. 다른 분야와 달리 스타일리스트는 습득한 이론교육을 바탕으로 실무에서 어떻게 응용할 것인지에 대해 현장 실습으로 많이 체험할 수 있기에 졸업 전에 반드시 현장실습기간을 의무적으로 설치해야 한다고 하였다. 또한 패션스타일리스트로서의 성실한 자세, 인성 교육 또한 중요하다고 하였다.

패션스타일리스트란 전문가로서의 사회적 인식에 대해, 과거에 비해 활동영역과 인식의 폭이 넓어졌으나 아직까지는 일부 유명 패션스타일리스트를 제외하고는 전문적인 직업인이라기보다는 단지 셀리브레이터나 인기 연예인들을 위한 조력자의 개념으로 전문가로서의 인정을 많이 못 받고 있으며, 포괄적인 의미에서는 전문성이 부족하기 때문에 인식의 변화도 보편적이지 못한 아쉬움을 지적하였다. 이는 결국 스타일리스트의 수입으로 연결되기 때문에 안정된 일거리로 인정을 받지 못하는 것이 현실이라고 하였다.

자신이 패션스타일리스트로 성공한 노하우와 이를 후배양성을 위해 적용시킬 수 있는 방법에 대해, 무엇보다도 본인이 하는 일에 대한 자부심과 열정이고 장기적인 안목으로 끊임없는 자기 개발과 노력, 전문가로서의 자질과 다양한 지식체계 습득, 성실하게 현장실무를 수행한다면 굉장히 매력과 성취도가 높은 직업이라고 하였다.

패션스타일리스트 전문성 강화를 위한 제도적 장치와 자격증 발급에 대해, 패션스타일리스트자격증은 국가자격증으로 스펙 쌓기에는 좋지만, 아직까지 교육적인 평가면에서 실제로 스타일리스트의 능력 향상에 얼마나 도움이 되는지, 그리고 자격증으로 스타일리스트의 재능을 판단할 수 있을지는 다소 어려움이 있지만, 제도적 장치에 대해서는 퍼스널 스타일리스트의 역할 확대 및 세분화, 관련 신종 직업 형태로의 확대는 바람직하다고 하였다.

패션스타일리스트 전문가의 역할 확대에 대해, 스타일리스트를 전공한 학생들이 연예계 외에도 좀 더 다양한 분야에 진출하고 영역을 확대시켜야 할 것이며, 이를 위한 해외시장의 진출도 다각도로 분석하여 체계적인 준비과정을 거쳐 진출할 수 있도록 지도해야 한다고 하였다. 또한 패션스타일리스트의 전문에이전시나 컨설팅 회사에서 많은 관련 사업들을 홍보하고 필요한 인재를 연결해주는 역할과 함께 소비층(고객)의 확대로 홍보 및 마케팅 전략 수립을 해야 한다.

아시아 여러 나라에서 우리나라의 대중문화를 관심 있게 지켜보고 있으며, 다양한 형태로 우리나라의 연예인들을 모방하고 있다. 특히 동남아시아의 경우는 매스미디어의 산업이 점차적으로 발전하고 있으나 이를 뒷받침해줄 패션스타일리스트나 메이크업 아티스트들의 체계적인 교육이나 시스템이 미비한 상황이어서 전문 인력의 공급이 원활하지 않다. 그러므로 국내에서 체계적인 교육과 다양한 경험을 한 후 외국으로 진출을 한다면 스타일리스트의 활동영역은 더욱 광범위하게 발전하게 될 것이다. 연예분야 뿐 아니라 다양한 스타일리스트로서의 활동영역이 확장된 것은 우리나라의 스타일리스트의 감각을 인정하는 분위기가 조금씩 형성되고 있음을 입증해주는 것이다.

그 밖의 광고, 잡지, 리빙 스타일링도 매우 매력적인 분야이니 한번 도전해볼 만하다.

결론적으로 지경하의 확장영역과 발전방안에 대한 제안을 요약해 보면 다음과 같다.

- ① 패션스타일리스트관련협업에서 교육하는 교수들은 기본적 교육과정과 함께 프로젝트를 실제 학생들과 진행하는 등 학생들로 하여금 실질적인 참여를 권장하고 있지만, 그 횟수가 적으며 더욱이 지방대에서는 이러한 점이 부족하다는 것이다. 외국의 경우 패션스타일을 공부하는 학생들이 현장과 이론을 병행하여 학습할 수 있는 시스템이 마련되어 있다.

- ② 졸업 전에 현장실습기간을 의무적으로 교과목으로 설치하여 패션스타일리스트로서의 성실한 자세, 인성교육이 필요하다.
- ③ 패션스타일리스트란 전문가로서의 사회적 인식에 대해 과거에 비해 활동영역과 인식의 폭이 넓어졌으나 아직까지는 일부 유명 패션스타일리스트를 제외하고는 전문적인 직업인이라기보다는 단지 셀리브레이터나 인기 연예인들을 위한 조력자의 개념으로 전문가로서의 인정을 많이 못 받고 있으며, 포괄적인 의미에서는 전문성이 부족하기 때문에 인식의 변화도 보편적이지 못한 아쉬움이 있다.
- ④ 자격증발급과 제도적 장치에 대해서는 패션스타일리스트자격증은 국가자격증으로 스펙 쌓기에는 좋지만 평가하는 내용면에서 실제로 스타일리스트 교육적인 면에서 향상에 도움이 될지는 자격증으로 판가름하기에는 다소 어려움이 있다.
- ⑤ 제도적 장치에 대해서는 퍼스널 스타일리스트 등의 역할의 확대 및 세분화, 관련 신종 직업 형태로의 확대는 바람직하며, 패션스타일리스트의 전문에이전시나 컨설팅회사에서 많은 관련 사업들을 홍보하고 필요한 인재를 연결해주는 역할과 함께 소비층(고객)의 확대로 홍보 및 마케팅 전략 수립을 해야 한다.
- ⑥ 해외시장의 진출을 다각도로 분석하여 체계적인 준비과정을 통해 진출해야 할 것이다. 아시아 여러 나라에서 우리나라의 대중문화를 관심 있게 지켜보고 있으며, 국내에서 다양한 경험을 한 후에 외국으로 진출을 한다면 스타일리스트의 활동영역은 더욱 광범위하게 발전하게 될 것이다.

3. 패션스타일리스트 실무사례 분석을 통한 제안점

패션스타일리스트의 교육과정과 교수법에 대해 고찰하기 위해 국내외 교육 방법에 대하여 문제점과 개선방안을 중심으로 인터뷰를 하였으며, 실무사례를 분석한 결과를 근거로 도출한 내용은 다음과 같다.

1) 패션스타일리스트에 역할

패션스타일리스트의 인식에 관련해서는 과거에 비해 다양한 분야에서 전문가로 인식되고 있지만 방송·연예분야의 역할로만 편중된 점에 대해 우려를 나타내고 있다. 따라서 다양한 분야의 역할 확대를 위해서는 패션스타일리스트를 교육하는 교육기관이나 이들을 관리하는 에이전시들이 활성화하여 각 분야의 특성과 역할에 맞춘 교육이 이루어진다면 다양한 분야의 전문스타일리스트들로 인정을 받을 수 있을 것이다. 이에 앞서 무엇보다도 패션스타일리스트는 창의적인 예술로 승화시킬 수 있는 분야라는 인식의 전환이 필요하다.

패션스타일리스트의 체계적인 시스템이 구축되고 합리적인 작업들이 노력과 역량에 의해 수행된다면 스타일리스트에 대한 전반적인 대우와 평가가 달라질 것이다.

따라서 각 분야의 스타일리스트들의 꾸준한 노력과 자기계발을 통해 전문가로서의 인식이 인정이 되면 패션스타일리스트의 역할확대 뿐만 아니라 산업의 발전에도 기여할 수 있으리라 기대한다.

2) 패션스타일리스트 전공교육에 대한 인식

패션스타일리스트의 교육과정과 교수법을 모색하기 위해 국내외 교육 방법에 대한 문제점과 개선방안을 도출한 결과는 다음과 같다.

국내 대학교에서는 전문적인 패션스타일리스트를 양성하기 위한 교육과정은 이론 중심적인 교육과정으로 인해 현장실무 능력이 떨어진다는 의견이 대부분이었다. 현재 패션스타일리스트의 교육과정에서 전문적인 교과목이 개설되어 있지 않다는 지적이다. 특히 전문학과가 존재하지 않았던 10여 년 전에 패션스타일리스트업무를 시작한 대부분의 전문가들은 전문교육을 받지 못하고 현장에서의 경험을 통해 배웠기 때문에 많은 시간과 노력이 필요하였다. 그러나 외국의 경우, 패션스타일리스트는 전문직으로서 사회적인 지위나 역량을 인정받아 인기직종으로도 각광받고 있는 추세이다. 다시 말해서 교수법과 교육과정을 살펴보면, 전문가들은 다양한 교과과정과 현장경험을 바탕으로 교육을 받는 등 교육과 현장의 연결이 시스템화 되어있다.

이러한 측면은 우리나라에서도 패션스타일리스트 양성과정에서 추구해야 할 시스템으로 고려해야 한다. 또한 패션전공 관련 과목에 편중된 교과목을 탈피하여 사회, 정치, 경제 등의 다양한 영역에 접근할 수 있도록 인문학관련분야인 철학, 문학, 문화 등의 교과목을 개설하여 패션스타일리스트로서의 재능을 발휘할 수 있도록 을 것이다.

따라서 대학교에서 패션스타일리스트의 역할 확대 및 활성화를 위해 학교교육과 현장을 하나로 연결시키는 교육시스템 구축이 무엇보다도 시급한 과제라 할 수 있다.

3) 패션스타일리스트의 활동영역

현재 우리나라의 패션스타일리스트는 방송, 연예, 영화, 패션잡지 패션쇼, 홈쇼핑, 유통 등 다양한 분야로의 역할이 확대되고 있다. 이는 패션스타일리스트가 전문영역으로 인정받고 있음을 시사한다고 볼 수 있으며, 앞으로 더욱 발전할 것으로 기대된다. 특히 한류문화의 열풍이 더욱더 미디어산업의 발달을 초래할 것이며, 이에 스타일리스트의 활동영역 역시 확대될 것이다. 따라서 역할 수행을 할 수 있도록 자질은 물론 현장에서의 에티켓, 원만한 대인관계를 위한 인성 등을 갖추도록 노력해야 할 것이다.

심층면접에서 전문가들은 패션스타일리스트로서의 역할 확대를 위해서 체계적인 시스템 구축은 물론 무엇보다도 꾸준히 자기계발을 함으로써 패션스타일리스트에게 요구된 다양한 활동영역에서 역할과 능력을 제대로 발휘할 수 있으며, 궁극적으로는 패션스타일리스트로서 사회적인 인지도가 높아질 것이라고 제안하였다.

4) 패션스타일리스트의 역할 확대를 위한 활성화 방안

전문패션스타일리스트의 활성화에 대해 공통적으로 제안된 사항은 패션스타일리스트의 자질과 능력을 개발하는 것으로, 이것들이 충족된다면 어떤 분야에서든 본인의 능력을 발휘할 수 있는 기회가 가질 수 있다는 것이다.

따라서 자기만의 독자적인 스타일링을 창출할 수 있는 방안으로 인문학분야의 교과목 이수율 통해 사회, 정치, 경제, 문화 등의 다양한 활동영역과의 접목도 가능하며 새로운 분야에도 진출 가능할 것이라고 제안하였다.

전문패션스타일리스트의 활성화를 위한 또 다른 방안으로는 산학연과의 협력 체계를 구축함으로써 현장 인턴실습과 현장실무 강사의 특강을 통해 다방면의 자기개발 계기를 마련해주어야 한다고 제안하였다.

외국의 사례를 들어보면, 패션스타일을 공부하는 학생들이 현장과 이론을 병행하여 학습할 수 있는 시스템이 체계화되어 있지만, 우리나라는 대다수의 대학에서 이론과 실기로만 수업이 이루어질 뿐, 직접 현장에서 실습할 기회가 거의 없는 실정이다. 해결 방안으로 현장에 있는 패션스타일리스트들의 노력도 필요하지만 업계와 학계가 협력체계를 구축하여 시스템화를 위한 노력을 다각도로 해야 한다고 제안하였다.

따라서 패션스타일리스트의 교육시스템의 전문적인 체계화와 구조화를 통해 유능한 인재를 양성할 수 있는 교과과정을 형성한다면 업무효율적인 면에서도 발전가능성이 많을 것이라고 제안하였다⁷⁴⁾.

무엇보다도 가장 시급한 문제는 대부분의 패션스타일리스트가 프리랜서로 활동하고 있기 때문에, 이들을 위한 체계적인 시스템 및 제도장치를 구축함으로써 전문패션스타일리스트로서의 지위를 보호할 수 있을 것이라고 제안하였다.

74) 김수진, *op. cit.*, p. 123.

IV. 패션스타일리스트 교육과정 실태 및 분석

1. 국외 교육과정의 실태 및 분석

국내의 패션스타일리스트학과는 외국대학에 비해 짧은 역사와 체계적인 시스템의 부재로 인해 전문 인력 부족과 전문인 양성을 위한 교육 시스템의 한계를 보여주고 있다. 국내에서 일반적으로 통용되고 있는 패션스타일리스트의 개념이나 활동영역과 그 기능 및 역할이 외국과는 다소 차이가 있기에 그중에서 영국, 이탈리아, 미국, 일본 등 패션 선진국의 패션스타일리스트학과의 교과과정의 특성을 비교 분석함으로써 국내 대학의 교과과정을 진단하고, 국내 패션산업 구조에 적절한 교과과정의 개선 방안을 제시하고자 한다.

이를 위해 국내 대학 2~3년제의 교육체계가 비슷한 여러 대학 중에 세계적인 명성과 유명한 디자이너를 많이 배출한 영국의 런던 칼리지 오브 패션(London College of Fashion)과 이탈리아의 마랑고니(Istituto Marangoni)를 선택하여 교과과정을 살펴보고, 4년제의 교육과정은 미국의 샌프란시스코 예술아카데미 대학교(San Francisco Academy of Art University)와 일본에서는 지명도가 높은 문화 학원대학교를 선정하여 교과과정을 살펴보기로 하겠다.

국외대학의 교과과정을 분석하기에 앞서 각 대학의 패션스타일리스트 관련학과의 일반현황을 살펴보기로 한다. 단, 런던 칼리지오브패션과 마랑고니 학과의 일반현황으로 개설연도와 입학정원을 살펴보고자 하였으나 자료 부족으로 인해 대학 설립연도를 표기하였고, 입학정원 역시 샌프란시스코 예술아카데미대학과 문화학원대학교를 제외한 두 학교에서 전체 학생 수의 데이터만 수집하게 되어 전체 학생 수의 입학정원을 표기하였다.

<표 8> 국외대학 패션스타일리스트 관련학과 현황

현황 교육기간	학교명	학과명	설립 연도	입학 정원	소재지
2년제	런던 칼리지 오브 패션	패션스쿨 (패션스타일링)	1906	600	영국 (런던)
3년제	이탈리아 마랑고니	패션스타일링	1935	800	이탈리아 (밀라노)
4년제	샌프란시스코 예술아카데미	패션스타일링	2013	30	미국 (샌프란시스코)
	동경문화학원 대학교	국제패션문화학과 (스타일리스트·코디네이트코스)	2004	100	일본 (동경)

1) 영국의 런던 칼리지 오브패션(London College of Fashion)

영국 패션관련학과의 일반적인 교과과정에 대해 살펴보면, 대부분은 교과목 구성의 가장 큰 특징은 전공에 따라 특화된 교과목이 집중 편성된 것이다. 직물디자인 분야인 경우 소재와 관련된 교과목의 비중이 35%이상으로 큰 비중을 보이고 있다. 그러나 영국의 대학은 각 대학마다 전공의 전문적인 특성에 의해 세분화되어있다.

예를 들어, Staffordshire University, De Montfort University, manchester Metropolitan University 의 교과과정을 살펴보면, 직물관련 교과목이 가장 높은 비중을 차지하고, 그 다음으로 직물 및 패션디자인 순이며 편물디자인과 패션마케팅은 비슷한 비율로 구성되어있다.

다시 말해서 교과과정은 패션관련분야의 전반적인 교과목들이 포괄적으로 개설되었다기 보다는 특성화 분야와 관련된 교과목이 집중적으로 설치된 것으로 보아 매우 전문화된 교과과정으로 구성되어 있다. 그리고 학과에 특성화에 따라 다시 세분화된 전공분야로 나누어져 전문인 양성을 위한 교과과정을 운영하고 있다.

그 중에서 세계시장에서 활발히 활동하는 패션스타일리스트를 많이 배출한 런던 칼리지 오브 패션(Lodon College of Fashion, LCF)학교의 교육과정을 살펴보도록 한다.

세계적인 구두디자이너인 지미추(Jimmy Choo)와 스타일리스트로 명성을 얻고 있는 카르메 하이드(Carman Haid), 파라 카비르(Farah Kabir), 니키 페니(Nikki Pennie) 등을 배출한 런던 칼라지 오브 패션(LCF)은 초기엔 여성의류 및 모자생산을 담당하는 디자이너를 양성한 교육기관으로, 1930년대 전쟁을 거치면서 기성복 시장에 필요한 인재를 양성하기 위해 다양하고 전문적인 교육방법으로 독창적인 특성을 갖춘 교육기관이다. 졸업생은 물론 패션 기업들과의 산학연을 통해 중요한 교육 자산을 구축하며 전문가 초청강연, 직업연수, 공동연구 프로젝트와 같은 기회를 통해 LCF 학생들에게 현장에서의 실무교육 기회를 끊임없이 제공하고 있다. 패션 교육, 리서치, 컨설턴트, 그 외의 많은 분야에서도 대단한 성과를 보여주고 있으며, 무엇보다 산업체와의 연계를 바탕으로 한 전문 교육이란 점이 학생들과 기업 양쪽 모두에 높은 지지를 받고 있다. 또한 각 학과의 학생간의 공동 작업 훈련을 통해 협업할 수 있는 능력을 키움으로써 다재다능한 전문 인력 양성을 위한 전문적인 프로그램으로 인해 취업률 또한 매우 높게 나오고 있다.

LCF의 패션스타일링과는 이미 미디어와 커뮤니케이션에서 인지도가 높기 때문에 모든 패션 미디어 및 통신과정을 위한 새로운 기술 개발의 필요성을 학생들에게 인지시켜야 할 것이다. LCF도 팀워크의 중요성을 강조하기 위해 다양한 공동 프로젝트에 참여시킴으로써 미디어 산업에 대한 준비기술 습득은 물론 개인적인 스타일을 개발하도록 유도하고 있다. 또한 패션의 관점, 창조적인 분야, 문화와 역사연구, 패션과 사회문화의 주요개념들을 배우며, 패션스타일, 사진, 헤어 및 메이크업 디자인

에 관련된 교과목을 통해 패션 이미지 제작의 모든 과정(편집과정 및 생산방법)을 습득시킨다.

LCF의 패션스타일링코스의 교과과정을 살펴보면 다음과 같다.

- 패션디자인 분야(Fashion Design):
 - 패션디자인 및 전개(Fashion Design and Development)
 - 패션디자인 테크놀로지: 남성(Fashion Design Technology: Menswear)
 - 패션디자인 테크놀로지: 여성(Fashion Design Technology: Womenswear)
 - 패션 스포츠웨어(Fashion Sportswear)
 - 패션 일러스트레이션(Fashion Illustration)
 - 패션스타일링 프로덕션(Fashion Styling and Production)

- 의복구성 분야(Clothing Construction):
 - 포퍼먼스 의상(Costume For Performance)
 - 패션 창작법(Creative Direction for Fashion)
 - 패션 외형(윤곽)(Fashion Contour)
 - 패션 패턴제작(Fashion Pattern Cutting)

- 패션마케팅 분야(Fashion Marketing):
 - 패션비즈니스(Fashion Business)
 - 패션바이킹과 머천다이징(Fashion Buying and Merchandising)
 - 패션마케팅(Fashion Marketing)
 - 패션마케팅과 프로모션(Fashion: Marketing and Promotion)
 - 패션비주얼 머천다이징과 브랜딩(Fashion Visual Merchandising and Branding)
 - 패션 리테일 브랜딩 및 비주얼 머천다이징(Fashion: Retail Branding and Visual Merchandising)

- 패션 텍스타일 분야(Fashion Textiles):
 - 자수(Fashion Textiles: Embroidery)
 - 니트(Fashion Textiles: Knit)
 - 프린트(Fashion Textiles: Print)

- 패션액세서리 분야(Fashion Accessories):
 - 패션 가방 및 액세서리(Cordwainers Fashion Bags & Accessories: Product Design and Innovation)
 - 패션 신발(Cordwainers Fashion: Product Design and Innovation)

· 패션뷰티 분야(Fashion Beauty):

패션 헤어/메이크업(Hair and Make-up for Fashion)

퍼포먼스 헤어/메이크업(Hair, Make-up and Prosthetics for Performance)

영화·TV 헤어/메이크업(Hair and Make-up for Film and TV)

뷰티와 스파 매니지먼트(Beauty and Spa Management)

· 패션미디어 분야(Fashion Media):

패션 저널리즘(Fashion Journalism)

패션 스타일링 및 포토그래픽(Fashion: Styling and Photography)

패션포토그래픽(Fashion Photography)

앞에서 살펴본 바와 같이 LCF의 패션스타일리스트학과는 패션디자인 분야와 의복구성분야, 패션마케팅 분야의 교과목이 다른 교과목에 비해 많이 개설되어 있음을 알 수 있다. 생산과 유통으로 분류된 패션산업의 전반적 교과목이 개설되어 이론과 실무 교육을 병행하고 있으며, 그 외에도 텍스타일 분야, 뷰티분야, 미디어분야, 액세서리분야 등 패션스타일링에 필요한 기본요소에 대한 교과목이 개설되어 현장에서 필요한 능력을 키움으로써 다양한 실무 영역에 부합되는 전문인 양성을 목표로 한 교육과정으로 구성되어 있다.

2) 이탈리아의 마랑고니(Istituto Marangoni)

패션디자인의 트렌드를 리드하는 이탈리아는 패션 제품은 물론 많은 명품브랜드와 유명 디자이너들로 유명하다. 장명숙 패션컨설턴트에 의하면, 이탈리아가 패션디자인 강국이 될 수 있었던 배경은 세계 2차 대전 이후 1950년대 이탈리아의 패션상품은 프랑스나 다른 북유럽 국가의 그늘에 가려 하청수준을 벗어나지 못하였다. 그 당시만 해도 이탈리아는 자사의 상표가 아닌 프랑스 패션업체의 제품 주문자 상표부착방식(OEM)을 통해 상품을 공급하는 수준으로, 자국의 브랜드 패션상품을 판매하기 어려웠다. 그러나 기업인과 정부가 패션산업육성 강화를 통해 큰 성과를 거둘 수 있게 되었다.

그 결과, 이탈리아 패션업체들이 세계시장을 장악하게 된 것은 단순히 개별기업의 우수성 때문이라기보다는 제조업체부터 협회, 연구소, 출판업체까지 패션사업을 위한 생태계조성이 잘 되었기 때문이다. 미국 조지 워싱턴대학의 교수 겸 국제중소기업협의회(ICSB)사무총장인 아이먼 타라비쉬(Ayman El Tarabishy)은 ‘이탈리아 중소기업의 명품 브랜드와 그 비밀’이라는 강연에서 ‘패션은 옷을 파는 것이 아니라 정체성의 의미를 전달하는 수단’이라고 하였다. 이탈리아 패션업계는 타라비쉬 교수가 패션은 의미, 형태, 기능을 복합적으로 상호 작용시켜 자신의 정체성을 드러내는

수단으로, 패션을 통해 끊임없이 정서적으로 교감하며 전달하는 방식이라는 점을 파악하고 있었고, 바로 이 점이 명품을 디자인하고 생산하게 된 배경이다. 디자인 업체와 제조업체, 연구소 등의 협력은 물론 패션협회가 전시회를 주최하면 출판업체가 이를 책자로 펼쳐내는 시스템 구축이 잘 되어 있다.

이에 패션 강국인 이탈리아의 패션관련의 교육이 어떻게 이루어지고 있는지를 역사와 전통이 깊은 마랑고니(Istituto Marangoni)의 교육과정을 살펴보도록 하겠다.

돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)의 도메니코 돌체(Domenico Dolce)와 프랑코 모스키노(Franco Moschino)등 세계적인 디자이너를 배출한 마랑고니는 1935년 밀라노에 설립되었으며, 76년간 패션 및 디자인계에 지대한 영향력을 미친 이탈리아 패션스쿨이다.

패션스타일링의 학부과정은 3년 과정으로, 1학년 과정에서는 의류기호학(semiotics of clothing), 사물과 환경(objects and environments), 예술과 의상의 역사 (history of art and costumes)를 배우고, 2학년 과정에서는 패션과 비평(fashion writing and criticism), 패션출판기술(fashion publishing techniques), 잡지디자인(magazine design), 패션문화의 현대전망(contemporary prospects of fashion and culture)을 배운다. 그리고 3학년에서는 취업을 위한 채용정보(careers), 최종프로젝트(final project) 등 이론과 실제(theory and practice of research)를 동시에 배운다.

구체적으로 살펴보면, 패션디자인(Fashion design), 패션스타일링(Fashion styling), 패션마케팅(Fashion marketing), 그래픽디자인(Graphic design), 인테리어디자인(Interior design) 등의 전공이 개설되어있어서, 전 세계 92개국에서 모여든 2,400여명의 학생들이 마랑고니에서 공부하고 있다. 마랑고니의 장점은 창조성과 상업성을 동시에 만족시킬 수 있는 교육을 한다는데 있다. 취업 위주의 실무적인 교과과정으로 수업을 진행하기 때문에 패션 시장을 파악하고 현장에 바로 투입될 수 있는 패션전문가를 양성하기 위해 현장 경험이 많은 교수들이 다양한 세계적 브랜드와의 파트너십을 경험할 수 있는 프로젝트를 진행한다. 업계에서도 이곳 졸업생을 높이 평가하므로 200개가 넘는 패션 업체들이 마랑고니와 산학연계를 하고 있다. 이 과정을 통해 좋은 성과를 보여준 능력 있는 학생을 기업체에 추천하여 채용하도록 하는 시스템이 활발히 운영되고 있다. 마랑고니는 여성복, 남성복, 패션스타일링, E-Fashion, 패션프로모션, 패션 바잉 등 11개의 다양한 마스터 코스를 개설하고 각 분야의 전문가 양성을 위해 실무와 연관성이 높은 교과과정이 편성되어 있다⁷⁵⁾.

마랑고니의 패션스타일링과정의 교육목표는 브랜드의 스타일과 비주얼커뮤니케이션의 분석 및 해석, 트렌드의 예측과 깊이 있는 지식을 창조하는 학생들을 훈련하기 위함이다. 교육과정 중 패션업계에서 현재 사용 중인 테크닉을 응용하는 방법을 배우고, 더 나아가 패션시스템 기능의 글로벌 비전을 습득하도록 한다.

75) 장정임(2011), 이탈리아 마랑고니(Istituto Marangoni)패션교육:Master Degree Course, (8권 35호) p. 38.

패션스타일링과정의 이수 결과, 첫째, 패션 스타일링 및 통신의 과정을 이해하고 그 맥락에서 패션업계에서 필요한 창조적인 지적 기술능력을 개발한다. 둘째, 패션 스타일링을 위한 패션의 현재와 미래를 이해하고 패션업무 능력을 익혀 현장에 적용한다. 셋째, 패션 환경에서 아이디어와 정보를 비교, 소통할 수 있는 능력을 기르고, 넷째, 프로페셔널한 전문가 양성을 위한 접근 방식을 습득한다.

따라서 마랑고니의 패션스타일링과의 교과목 과정을 살펴보면 다음과 같다.

· 패션디자인 분야(Fashion Design)의 중심이 되는 디자인 수업은 마랑고니와 파트너십을 체결한 4개의 브랜드와의 공동 프로젝트로 구성되어있다. 브랜드와의 공동 프로젝트는 브랜드 담당자와 학생들 간의 오리엔테이션 후에 약 2주간의 중간평가, 약 2주후의 최종평가로 진행된다. 이 기간 동안에 담당교수는 매시간 1:1 튜터링으로 학생들의 부족한 점을 보완해주는 역할을 한다. 이 같은 브랜드와의 프로젝트를 통해 학생들은 브랜드 특성 및 트렌드에 맞는 디자인을 할 수 있는 능력과 프리젠테이션 능력을 키우게 된다. 담당교수와 진행하는 현장실무 수업도 학생들의 관심분야에 접근 할 수 있도록 다양한 주제로 진행되며, 간혹 브랜드 프로젝트의 주제로 진행되는 경우도 있다. 광범위하고 크리에이티브한 리서치를 통해 트렌드를 분석하는 능력과 이를 실질적인 디자인에 적용시킬 수 있는 테크닉, 그리고 업체관계자와 소통할 수 있는 방법까지 익힐 수 있는 현장감 있는 수업을 진행한다.

· 패션마케팅 분야(Marketing & Communications)는 패션 마케팅과 커뮤니케이션 전략에 관한 교과목으로 구성되어 있으며, 이론 수업과 디자인 관련 업체와의 프로젝트와 연계되어 진행된다. 예를 들면, 이탈리아 브랜드 한곳을 선정하여 S/S나 F/W 컬렉션 디자인을 하기위해 경쟁 브랜드를 비교·분석하고 다양한 마케팅 및 커뮤니케이션 전략을 세우는 방법을 익힌다. 그리고 전 세계의 약 25개국을 대상으로 소비자, 마케팅 이슈, 패션 트렌드 등을 연구하고 있는 리서치 기관 'Future Concept Lab'의 실무진들의 강의 수업을 통해 실질적으로 학생들은 소수의 구성원으로 조직된 팀 별로 다양한 프로젝트를 수행하게 한다.

정해진 주제에 따라 밀라노 내의 다양한 패션 매장들을 방문하여 샵 어시스턴트 및 매니저와의 인터뷰는 물론 매장을 방문하는 소비자들의 선호 스타일 및 구매경향을 분석한 후 교수와 학생들의 토론방식으로 수업을 진행한다. 이는 현대사회의 소비경향, 유통 트렌드, 미학 트렌드, 소재 트렌드 및 사회적 이슈까지 다양하게 분석하는 수업이다.

· 패션 복식·문화사 분야(Fashion Panorama)는 패션의 역사를 고찰하고, 현대패션 및 디자인 분야의 주요 브랜드들을 다양한 측면에서 분석하는 수업이다. 이론중심

수업으로, 사회전반에 걸친 현상과 더 나아가 복식·문화사와 연계하여 컬렉션 분석 및 브랜드들의 과거와 현재까지의 현 상황을 조사한 결과를 토론식으로 진행되는 수업이다.

- 컴퓨터 분야(Graphic Design)는 Adobe Photoshop과 Illustrator, In Design을 다루는 방법을 익히고, 이를 컬렉션 프로젝트에 활용하는 방법을 익히는 수업이다. 이 과목은 디자인 과목과 매우 밀접한 관련을 갖고 있으며, 그래픽 디자인 교수는 패션디자인 교수와의 의견 교환을 통해 학생들이 업체와의 프로젝트를 잘 완수할 수 있도록 도와주는 역할을 한다. 2학기에는 In Design을 활용하여 학생들이 마라곤니 졸업 후 업체 면접 시 지참할 수 있는 포트폴리오를 제작한다⁷⁶⁾.

결론적으로 마라곤니의 패션스타일과정은 디자인뿐만 아니라 마케팅, 리서치, 패션산업분석 등의 다양한 과목이 개설된 체계적이며 강도 높은 교과과정으로, 산업체와 연계된 실무위주의 수업방식과 프로젝트 수업을 진행하고 있다. 또한 교수들과의 토론식 수업방식을 통해 최상의 결과물을 프리젠테이션을 할 수 있도록 지도하고 있다. 단지 패션디자인과 마케팅 분야의 교과목이 많이 설치된 반면 방송, 영화, 헤어·메이크업의 관련 분야의 교과목이 개설되지 않은 점이 학생들로 하여금 방송, 영화, 헤어·메이크업의 관련 패션스타일리스트 역할을 위한 실무경험이 부족한 것으로 나타났다.

3) 미국의 샌프란시스코 예술아카데미대학교(Academy of Art University)

국내에서 통용되고 있는 패션스타일리스트의 개념을 스타일리스트의 활동영역과 기능 및 역할 측면에서 해석할 경우 미국과 유럽을 비롯한 서구문화와의 차이점이 있지만, 시스템에 있어서 국내 실정과 유사한 경우는 미국이다.

미국에서는 ‘스타일리스트’라는 단어를 1930년대에 처음 사용되면서 수많은 스타일리스트들을 배출함으로써 패션계 전체에 지대한 영향력을 행사하고 있다. 그 중에서도 영화 ‘악마는 프라다를 입는다’에서 스타일링을 한 담당자 패트리샤 필드가 가장 대표적인 예이다. 패트리샤 필드가 2002년 드라마 ‘섹스 앤 더 시티’에서 스타일링을 담당하여 에이미상을 수상한 공로는 패션을 상업성 이상의 문화로 격상시켰다는 점과 드라마를 통해 전 세계 여성들이 그들의 스타일을 따라하게 만들었다는 점이다.

미국대학에서 설치된 패션관련 학과(전공)의 일반적인 분류명칭은 패션마케팅(Fashion marketing), 패션머천다이징(Fashion merchandising), 패션디자인(Fashion design), 텍스타일·어패럴(Textile&apparel), 패션프로모션(Fashion promotion), 의류

76) 장정임, *op. cit.*, pp. 40-44.

(Clothing), 텍스타일 어패럴 매니지먼트(Textile&apparel management), 어패럴 마케팅디자인(Apparel marketing & design), 어패럴디자인 프로덕션(Apparel design & production), 텍스타일사이언스(Textile science), 텍스타일어패럴 테크놀로지(Textile apparel & technologe), 디자인 제품개발(Design&product development) 등이 있다. 요즘은 마케팅 또는 머천다이징 명칭으로 설치된 대학이 가장 큰 비중을 차지함에 따라 산업 및 시장정보, 제품개발생산, 판매/유통 영역의 교과목 비중이 비교적 높은 반면 디자인 분야의 교과목은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다.

디자인 명칭으로 설치된 대학은 두 번째로 큰 비중을 차지하고 있으며, 교과목도 디자인 분야가 차지하는 비중이 상당히 높게 나타나있다. 그러나 미국대학교에서 패션관련학과인 경우에도 마케팅과 머천다이징의 교과목 설치 비중이 비교적 높은 것으로 보아, 각 대학마다 교과과정의 차별화를 두어 대학의 특성화에 좀 더 중점을 두고 있음을 알 수 있다.

미국 패션분야의 전문교육기관인 FIT(Fashion Institute of Technology), 파슨스 디자인스쿨(Pars The New School for Design), RISD(Rhode Island School of Design) 등이 있다. 그러나 이 세 학교는 패션스타일리스트학과 전공으로 구분되어 설치되어 있지 않지만 다수의 스타일리스트들이 이 학교의 출신들로 현장에서 전문성을 인정받고 있다. 그중에서 샌프란시스코 예술아카데미대학교(Academy of Art University)의 설치된 패션스타일리스트 과정의 교과과정을 살펴보면 다음과 같다.

샌프란시스코 예술아카데미대학교는 패션학부 과정 중에 패션디자인, 니트웨어 디자인, 텍스타일디자인, 패션스타일링 등의 4개의 전공과정으로 구분된다.

패션 스타일링 디자이너는 브랜드의 메시지를 전달하고 패션이미지를 만드는 것이다. 예술대학의 아카데미에서 패션 스타일링 학생들은 스타일링 포트폴리오와 체험개념을 개발하고 사진 촬영을 위한 매력적인 의상을 스타일링하고 모델, 사진작가 및 메이크업 아티스트가 프로그램 전반에 걸쳐 강조하는 작업을 패션, 문화, 프로그램 등의 스타일생성 및 온라인 패션 잡지에 대한 직접적인 예술, 광고 캠페인, 카탈로그, 패션쇼, 패션 동영상 등을 전문적으로 교육하고 있다.

패션스타일링 과정의 목표는 학생들로 하여금 실습 위주의 수업방식을 선택하도록 하여 자신의 분야에서 인정받는 스타일리스트로 양성하는 데에 있다. 또한 아트 디렉터로서 패션 제품의 미적인 시각디자인을 중요시하며 소품의 선택, 위치, 모델, 사진 스타일, 메이크업 및 헤어 사진촬영 등의 자질을 키울 수 있는 수업으로 진행하고, 또한 패션역사에 대한 깊이 있는 지식 습득을 위해 수업에 차지하는 비중이 높다.

따라서 샌프란시스코 예술아카데미 대학교 패션스타일링과의 교과목 과정을 살펴보면 다음과 같다.

- 패션디자인 분야(Fashion Design):
패션디자인(Fashion Design)

- 개인스타일링(Personal Styling)
- 여성복 스타일링(Womenswear Styling)
- 남성복 스타일링(Menswear Styling)
- 패션제품 스타일링(Fashion Product Styling)
- 패션드로잉 (Fashion Drawing)

- 의복구성 분야(Clothing Construction):
 - 패션 봉제기법(Fashion Sewing Techniques)

- 복식·문화사 분야:
 - 15세기 미술사(Art History through the 15th Century)
 - 19세기 미술사(Art History through the 19th Century)

- 색채학분야(Fashion Color):
 - 패션 컬러와 디자인(Fashion Color & Design)

- 패션마케팅 분야(Fashion marketing):
 - 비주얼 머천다이징(Visual Merchandising)

- 컴퓨터 그래픽 분야(Graphic Design):
 - 디지털 디자인 응용프로그램(Digital Tools: Design Applications)

- 패션뷰티 분야(Fashion Beauty):
 - 헤어·메이크업 스타일링(Hair·Make-up Styling)

- 패션저널리즘 분야(Fashion Journalism):
 - 패션 저널리즘(Fashion Journalism)
 - 스타일리스트를 위한 사진촬영제작(Photo Shoot Production for Stylists)
 - 편집스타일링(Editorial Styling)

- 패션쇼 분야(Fashion Show):
 - 패션쇼 스타일링(Fashion Show Styling)

1학년 교육과정에서는 패션 컬러와 디자인(Fashion Color & Design), 패션 봉제 기법(Fashion Sewing Techniques), 비주얼 머천다이징(Visual Merchandising), 디지털 디자인 응용프로그램(Digital Tools: Design Applications), 패션드로잉 1(Fashion Drawing 1)의 과정들을 배우게 된다. 즉, 패션의 기초 교과목을 통해 패션디자인의

과정과 컬러에 대한 미적이론 학습과 감각 트레이닝을 익히며 패션의 흐름을 파악할 수 있도록 한다.

2학년 교육과정에서는 패션드로잉2(Fashion Drawing 2), 15세기 미술사(Art History through the 15th Century), 패션제품 스타일링(Fashion Product Styling), 스타일리스트를 위한 사진촬영제작(Photo Shoot Production for Stylists), 패션 저널리즘(Introduction to Fashion Journalism), 패션디자인1(Fashion Design 1), 19세기 미술사(Art History through the 19th Century)의 과정들을 배우게 된다. 즉, 15세기, 19세기의 미술사와 다양한 스타일링의 실무를 익힐 수 있도록 한다.

3학년 교육과정에서는 패션 저널리즘(Fashion Journalism), 개인스타일링(Personal Styling), 여성복 스타일링(Womenswear Styling), 남성복 스타일링(Menswear Styling), 헤어·메이크업 스타일링(Hair · Make-up Styling)의 과정이 있어서 스타일링의 더욱 심화된 과정을 배우도록 하게 된다.

4학년 교육과정에서는 편집스타일링(Editorial Styling), 패션쇼스타일링(Fashion Show Styling)을 배우게 된다. 즉, 토탈 스타일링의 개념으로 패션쇼스타일링을 통한 전반적인 흐름과 현장 감각을 익히도록 한다.

결론적으로 샌프란시스코 예술아카데미 대학교는 패션스타일링과정의 교육과정을 통해 스타일리스트의 실재를 이론과 실기를 전문적으로 추구해나가며 감각과 실무능력을 동시에 충족시키는 여러 가지 교육과정이 진행되고 있다. 패션정보, 컬러, 소재를 다루고 메이크업&헤어, 사진과 미디어, 패션쇼에 이르기까지 스타일리스트로서 갖추어야 할 실무적인 교과목이 개설되어 있다.

졸업 후에는 스타일리스트로서 연예인이나 브랜드 컨설턴트, 크리에이티브 디렉터, 편집과 상용 스타일리스트, 편집·광고 스타일리스트, 패션제품 스타일리스트, 패션 에디터, 점포 내 스타일리스트, 개인 스타일리스트 등 다양한 영역과 업계에서 활약하고 있다.

4) 일본의 문화학원 대학교

1980년대부터 일본 패션계가 세계적인 주목을 받기 시작하면서 국제화가 초래되었는데, 그 배경에는 정부의 전폭적인 지원과 일관성 있는 육성정책 그리고 패션 전문학교의 세분화된 교육과정이 존재하였기 때문이다.

일본의 패션관련대학의 학과 명칭으로 패션산업학과 패션디자인학과 등과 같은 패션, 산업, 정보, 디자인과 같은 명칭을 사용하는 학과나 전공은 거의 존재하지 않는데, 이는 일본 대학 내의 패션관련 학과의 변화추이가 한국이나 미국과 같이 산업 지향적이라기보다는 과거 가정대학의 가정생활 중심교육에서 크게 벗어나지 않았기 때문이다. 이와 같은 상황은 실질적으로 패션관련학과가 설치된 대학이 여자 대학이라는 사실과 관계가 있을 것이라 사려된다.

문화학원대학⁷⁷⁾은 복장학부를 제외한 각 전공별 교과목을 분류해보면, 전 교과목 중에서 소재 영역 교과목의 편성 비중이 가장 컸으며, 디자인, 제품생산, 기초과목, 소비과학영역은 그 다음으로 비슷한 분포를 보이고 있고, 산업 및 시장정보영역과 상품기획, 판매 및 유통 영역은 매우 적은 분포를 보이고 있다. 가정학부인 경우는 제품생산, 디자인, 소비과학 분야에 해당하는 교과목의 편성 비중이 컸으며, 생활미술, 생활디자인학 전공의 경우는 소재, 디자인, 제품생산 분야의 교과목의 편성 비중이 매우 큰 것으로 나타났다.

문화학원대학의 경우, 복장학부는 복장조형학과와 복장사회학과로 나누어진다. 복장조형학과의 전공교과목은 디자인, 판매 및 유통 분야 순으로 편성되었고, 복장사회학과는 패션의 문화사와 복식사 교과목의 편성이 높게 나타났다.

다음은 스타일리스트와 코디네이터 코스가 있는 문화학원대학 현대문화학부의 국제패션문화학과를 살펴보도록 하겠다.

국제패션문화학과는 스타일리스트·코디네이터 코스, 프로듀서·저널리스트코스, 영화·무대의상 디자이너 코스로 나뉘고, 목표는 패션문화를 폭넓게 익히며 커리어 플랜에 맞춘 3개 코스에서 프로페셔널을 지향한다.

국제패션문화학과는 1, 2년차는 패션에 관한 종합지식과 기술 그리고 국제무대를 향한 영어회화 능력을 병행 학습시키며, 3년차부터 3개 코스로 나뉘어 각 전문분야의 실습을 진행한다. 이를 위해 저명 디자이너의 강연회에 참석시키거나 해외연수여행과 국내외에서의 패션쇼 기획 및 실전 경험을 하게하며, FIT(뉴욕 패션공과대학)와 NTU(노팅검 트렌드대학) 캠퍼스 수업 프로그램 등 문화학원대학만의 실천적인 교과과정을 이수시킴으로써 국제적인 패션 무대에서 활약할 인재를 육성하는 것이 학습목표이다.

- 스타일리스트·코디네이트 과정에서는 수준 높은 코디네이터의 기술과 감성을 기르고, 의복에 관한 폭 넓은 지식을 익힌 디자이너 양성을 목표로 하며, 패션에 관한 폭 넓은 지식과 트렌드 분석 능력을 익히고, TPO 및 상품특성을 살린 높은 코디네이터 기술의 습득을 한다. 3학년부터는 디자이너의 업무내용과 실태를 보다 명확하게 이해하고 그것을 목표로 무엇을 배우면 좋은지 실례를 바탕으로 고찰한다. 또한 패션쇼에서는 헤어 메이크업, 액세서리까지 전체적으로 코디네이터 할 수 있는 스타일링 기술을 실천하는 동시에 조형 기술의 응용전개를 배우고 패션 분야에서 전문인으로써 활약할 인재 육성을 목표로 한다.
- 프로듀서·저널리스트 과정에서는 패션이벤트 기획연출에 관한 종합 프로듀서와 패션미디어를 전달하는 기자의 역할을 배우고, 정보수집과 표현력을 몸에 익히는

77) 2011년부터 문화여자대학의 교명이 변경된 대학임.

과정이다. 1, 2년차에서 익힌 옷 만들기 기초교육을 기본으로, 3년차부터는 패션 지식과 문장의 표현방법, 연출에 따라 무대 미술 디자인 등을 배우고 종합적으로 패션을 프로듀스 할 수 있는 능력을 습득한다. 졸업 이벤트는 프로듀서 팀과 기자 팀으로 나뉘어 기획, 연출과 비주얼 북 제작을 실시하여 종합 프로듀스와 홍보 활동을 실증적으로 배우고 전문인으로 활약할 인재 육성을 목표로 한다.

- 영화·무대의상디자인 과정에서는 작품의 스토리를 이해하고 세계관을 표현한다. 배우의 매력을 극대화 시켜줄 수 있는 의상 디자인 및 제작을 목표로 한다. 영화나 무대의상디자인 및 제작을 배울 특색 있는 과목에서 창의성 넘치는 디자인창의력을 기르며, 동시에 수준 높은 제작기술을 습득한다. 움직이는 아름다운 실루엣과 밸런스를 고찰하고, 장식기법 등을 이용하여 무대의상을 제작하고 작품의 스토리를 이해하고 의상이 제작되었을 때 무대표현을 익히기 위한 과정들을 배운다. 졸업 작품은 등장인물의 캐릭터를 표현하고, 기능성과 연출효과를 생각한 의상을 제작 탐구하는 것을 목표로 인재를 육성한다.

특히 스타일리스트·코디네이터 과정의 전공교과목을 분류해보면, 1학년 교육과정에서는 패션의 기초지식과 기술을 습득함과 동시에 영어를 중심으로 외국어교육을 집중적으로 배우며 국제 사회에서 활약할 수 있는 기반을 만든다.

2학년 교육과정에서는 1학년에서 배운 기초를 바탕으로 코스선택에 향한 준비로 다양한 경험과 감각을 익히며 패션 코디네이션의 개요, 패션상품의 흐름이나 패션산업의 과정들을 익힌다.

3학년 교육과정에서는 전문 스타일리스트가 되기 위한 감각과 TPO에 맞는 코디네이트 상품을 선택하기 위한 소재나 제작 기술과 관련된 업계에 대한 폭 넓은 전문지식과 고급기술을 습득하며 상품지식에 기초를 둔 선택능력과 구성능력을 익힌다.

4학년 교육과정에서는 스타일리스트의 실재를 이론과 테크닉 양면에서 전문적으로 추구해나가며 패션쇼를 통한 각 단계별 수업 성과를 체크하며 관련분야의 전문 지식과 기술 양면으로 접근, 학습한다. 일반적인 어패럴 디자인과 이에 따른 패션 코디네이터론 과목을 중심으로 디자인, 색채, 소재를 다루고 장식예술에서 헤어 메이크업, 미디어, 사진기술등의 교과목에 기획자로서의 패션쇼기획 제작, 이벤트프로듀스까지 전문적인 스타일리스트로서 필요한 실전적이고 전문적인과정을 배운다.

졸업 후에는 스타일리스트가 활약하는 다양한 영역에서 전문성을 발휘하며 활동한다. 패션쇼, 연예인이나 출판·광고, 패션상품기획자 등 업계에서 활약하는 전문가로부터 메이크업 등 뷰티관련업계에서도 활약하며 스타일리스트의 전문적인 능력과 패션상품지식, 비즈니스 지식이 겸비된 인재는 백화점 스타일리스트나, 세일즈 어드바이저로서도 각광받으며 일하게 된다.

문화학원대학의 스타일리스트·코디네이터과정의 교과목은 다음과 같다.

- 필수과목: 디자이너론(I,II), 패션코디네이터론 I,II, 패션쇼기획, 패션쇼기획제작, 패션조형(I,II,III), 드레이핑(I,II), 패션이벤트연습, 이벤트프로듀스, 디자인개론, 패션디자인이론, 섬유, 패션일러스트(I,II,III), 컴퓨터연습, 디자인문화론, 칼라 코디네이터론, 졸업연구, 영어(A,B,C,D,E)
- 선택과목: 모드그림(I,II), 사진기술, 특수 헤어/메이크업, 비주얼프레젠테이션, 광고마케팅, 패션코디연습(I,II,III), 의류CAD(I,II), 그래픽디자인, 지역사회교류이벤트(I,II,III), 국제교류이벤트, 영상표현론, Fashion English, 패션비즈니스개론, 의류소비과학, 컴퓨터그래픽, 패션매니지먼트, 패션문화론, 아시아미술이론, 서양미술이론, 박물관탐방, 영화·무대의상, English Draping, 장식예술(I,II), 패션패턴(I,II)
- 기초교양: 미술, 역사학, 건강·스포츠론, 심리학, 문학, 종교학, 환경론, 경제, 정치학, 철학, 법학, 생리학, 세계유산(문화, 자연), 헤어/메이크업 문화론, 의복역사(일본, 서양), 컴퓨터과학, 중국어(A,B), 프랑스어(A,B), 프랑스어(A,B), 이탈리아어입문, TOEFL

이상의 교과목을 전공과목 분야별로 나누어보면

- 패션디자인 분야: 디자이너론, 패션코디네이터론, 패션디자인론, 디자인개론, 패션코디연습, 패션일러스트레이션, 모드그림
- 의복구성 분야: 패션조형, 드레이핑, 패션 패턴
- 복식·문화사 분야: 의복역사(일본, 서양), 역사학, 패션문화론, 디자인문화론
- 색채학 분야: 칼라 코디네이터론
- 텍스타일 분야: 섬유
- 패션마케팅 분야: 패션 비즈니스개론, 의류 소비과학, 패션 매니지먼트
- 컴퓨터·그래픽 분야: 의류 CAD, 그래픽디자인, 컴퓨터연습, 컴퓨터 과학
- 뷰티 분야: 특수 헤어·메이크업, 헤어·메이크업 문화론, 장식예술
- 패션쇼·이벤트 분야: 패션쇼 기획, 패션쇼 기획 제작, 패션 이벤트연습, 이벤트 프로듀스, 지역교류 이벤트, 국제교류 이벤트
- 무대·영화 분야: 영화·무대 의상론
- 광고·홍보 분야: 광고 마케팅
- 사진·영상 분야: 사진기술, 영상 표현론
- 외국어: 영어, 중국어, 프랑스어, 이탈리아어, TOEFL

이상에서 살펴 본 바에 의하면, 일본의 패션스타일리스트의 육성을 위한 교과과정의 특징을 다음과 같이 도출하였다. 다양한 활동 영역별 지식과 기술습득을 위한 교과목이 심도 있게 구분되어 있어 실무 중심 교육이 이루어지고 있으며, 패션디자인, 의복구성, 복식사, 색채학, 패션마케팅, 헤어·메이크업, 패션쇼, 광고·홍보, 무대·영화, 사진·영상, 컴퓨터관련분야의 교과목이 고루 배정되어있고, 국제적인 전문인 양성을 위한 인문학분야와 외국어의 다양한 교과목 채택이 실시되고 있다.

결론적으로 2~3년제인 영국의 런던 칼리지오브패션과 이탈리아의 마랑고니 수업 방식은 한국의 이론 중심과는 달리 실무위주의 수업방식으로 구성되어 있다. 이는 학과의 정체성, 특수성, 전문성 등을 활성화하기 위함이고, 업계와의 공동연구, 산업체의 현장실습, 교수와 학생과의 심도 있고, 체계적인 1:1교육으로 글로벌화 된 소비자 중심의 교육을 강조하고 있음을 알 수 있다. 결론적으로 2~3년제인 경우는 차별화·특성화를 목표로 세분화 전공분야로 나뉘면서 전문인 양성을 위한 교과과정이 편성되었음을 알 수 있다.

4년제 대학인 미국의 샌프란시스코 예술아카데미대학교인 경우도 학교교육의 실용적인 측면을 증진시키기 위한 교과과정으로, 이론과 실무 중심의 교과과정을 통해 패션스타일리스트의 다양한 영역에서의 전문성을 확립시키기 위한 차별적인 교육을 실시하고 있다. 특히 일본의 문화학원대학에서는 기초교양 과목으로 다양한 인문학 분야의 교과목을 편성시킴으로써 학생들의 기본적인 소양과 전문가로서의 역할 확대에 상당히 많은 영향력을 미치게 하는 특징을 보여주고 있으며, 또한 글로벌 인재 양성을 위해 외국어가 개설된 것은 다른 대학에 비해 큰 비중을 차지하고 있다. 한국의 대학보다는 국외 대학의 패션스타일리스트의 현장에서의 업무수행 능력을 키울 수 있는 교과목이 편성되어 있다는 점은 괄목할 사항이다.

2. 국내 교육과정의 실태 및 분석

1) 국내 패션스타일리스트 관련학과 현황

국내 패션스타일리스트 학과들의 학과 설치 및 폐과의 과정이 빈번한 것은 시대적 트렌드에 의해 기준사항 없이 설치 또는 폐과가 되었기 때문이라고 사려된다. 또한 수도권 보다는 지방대학 중심으로 설치된 점을 고려해본다면 향후 패션스타일리스트 전문교과과정의 체계적이며 차별화된 특성화가 요구되는 현실에 접어든 듯하다.

이에 본 연구에서는 패션스타일리스트학과의 문제점을 파악하고 이를 해결할 수 있는 방안을 모색하기 위해, 먼저 현존하고 있는 패션스타일리스트 관련학과를 중심으로 일반현황을 분석한다. 즉, 국내 대학에 설치된 교과과정을 파악하여 분석한 결과, 패션뷰티 영역과 저널리즘 영역(잡지, 광고, 출판, 사진), 미디어 영역(방송, 영

화, 연예)의 영역으로 교과과정을 분류할 수 있었으며, 이를 근거로 살펴보기로 한다.

(1) 학과 전공 명칭분류

일반적으로 학과의 명칭은 학과가 지향하는 전공교육 목표와 학과의 특성으로 인식되는 경향이 있다.

한국교육개발원의 2009학과(전공)분류 자료집에 의하면, 패션 스타일리스트 관련 전공은 전문대학교에서의 대분류는 예체능계열, 중분류는 응용예술, 소분류로는 뷰티아트계열로 분류되어 있다. 대분류와 중분류는 모든 학제에 동일하게 적용하여 인적자원의 양성 과정을 체계적으로 파악하도록 하였고, 소분류 이하는 각 학제의 특성에 따라 조정하였다.

관련학과로는 스타일리스트, 스타일리스트과, 스타일리스트전공, 패션스타일리스트과, 패션스타일리스트, 패션스타일리스트전공, 스타일코디과, 패션코디디자인계열, 패션코디네이션, 패션코디네이션과, 코디네이션전공, 패션코디네이션전공, 패션코디·디자인계열 등이 있다.

한국교육개발원의 2009학과(전공) 분류 자료집에 의하면, 스타일리스트과와 연관 있는 뷰티아트 분야는 아름다움에 대한 심성을 기반으로 의생활에 필요한 지식과 실제적인 기능을 습득하고 의생활을 합리적으로 운영할 수 있는 능력과 태도를 기르며 패션 디자이너로서 갖추어야 될 예술적 창의성과 조형력 그리고 미래에 대한 예지력 함양을 그 목표로 한다.

연구 분야는 피부 관리(Skin Care), 헤어디자인(Hair Design), 메이크업(Make-up) 등이며, 관련학과는 메이크업과, 미용과, 모델과, 코디네이션과 등이 있다.

4년제 대학교에서의 스타일리스트학과 대분류는 예체능계열, 중분류는 디자인, 소분류는 패션디자인으로 분류되어 있지만, 4년제 대학은 2년제 전문대학과는 달리 유사 학과로 분류되어 있지 않고 전문성 있게 패션스타일리스트학과로만 분류하고 있다.

한국교육개발원의 2009학과(전공) 분류 자료집에 의하면 패션디자인 분야는 패션을 인간의 행동이나 가치관이 플러스된 상태로 받아들여 풍부한 발상과 창조력이 넘치는 디자인 능력을 육성하고, 패션으로서의 새로운 조형이나 이론을 심도 있게 연구하는 학문 분야다. 연구 분야로는 의류산업과 관련된 기초에서 전문적인 기획 제작, 생산 판매 분야 등이 있다. 관련학과로는 복식디자인전공, 의상디자인과, 패션디자인학과 등이 있다.

(2) 일반현황

급변하는 패션 산업사회의 요구에 따라, 국내 교육기관에는 1990년 후반부터 전문 스타일리스트 육성을 목적으로 관련학과가 등장하면서 2000년대 이후에는 용인송담대학교, 수원여자대학교, 선린대학교, 부천대학교, 대원과학대학교, 혜천대학교, 부산

정보대학교, 진주대학교 등 주로 전문대학교에 관련학과가 신설되었다.

2013년도 현재, 전문대학교의 패션스타일리스트 관련학과로는 대덕대학교(패션리빙디자인), 동주대학교(패션스타일링·디스플레이), 선린대학교(패션디자인계열), 부산과학기술대학교(패션연출디자인), 백제예술대학교(연예패션스타일리스트), 용인송담대학교(스타일리스트), 해전대학교(패션스타일리스트), 청강문화산업대학교(패션스타일리스트-3년제), 연성대학교(패션스타일리스트-3년제) 등 7개 전문대학교의 2년 과정으로 설치되어 있으며, 2개 대학은 3년 과정으로 현장위주의 실무교육으로 설치된 학과이다. 4년제로는 경주대학교(뷰티패션디자인학과), 동양대학교(패션경영학), 호원대학교(패션스타일리스트) 등이 있다.

이상의 학과들의 교육목표를 정리해보면, 현장 기술 및 응용력을 습득하여 패션산업의 발전을 도모하며, 패션 관련 전문지식과 감각을 습득하여 사회적 요구에 부응하기 위한 체계적인 이론 교육 및 단계별 실습교육을 통해 스타일링 할 수 있는 전문기적인 지식과 기술, 창의력을 지닌 유능한 패션전문인을 양성하는데 있다.

다음의 <표 9>는 국내대학의 패션스타일리스트 관련학과 현황이다.

<표 9> 국내대학 패션스타일리스트 관련학과 현황

현황 교육기간	학 교 명	학 과 명	개설연도	입학정원	소 재 지
2년제	대덕대학교	패션리빙디자인	2004년	40명	대전
	동주대학교	패션스타일링·디스플레이	2008년	50명	부산
	백제예술대학교	연예패션스타일리스트	2009년	40명	전북 완주
	부산과학기술대학교	패션연출디자인	1998년	40명	부산
	선린대학교	패션디자인계열	1988년	20명	경북 포항
	용인송담대학교	스타일리스트	1998년	80명	경기도 용인
	해전대학교	패션스타일리스트	1992년	40명	충남 홍성
3년제	연성대학교	패션스타일리스트	1993년	80명	경기도 안양
	청강문화산업대학교	패션스타일리스트	2001년	80명	경기도 이천
4년제	경주대학교	뷰티·패션디자인학과	2013년 (개편)	22명	경북 경주
	동양대학교	패션경영학	2002년	30명	경북 영주
	호원대학교	패션스타일리스트	2009년 (개편)	40명	전북 군산

(3) 국내 패션스타일리스트학과 교육현황

4년제 대학의 패션스타일리스트학과는 2년제에 비해 설치된 관련학과가 부족한 상황이고, 2년제와의 변별력과 수준을 높이기 위한 방안을 모색하고 있다. 다시 말해서 차별화된 교과목 채택과 실기위주의 수업 방식을 통해 스타일리스트의 현장업무수행능력을 익히고 다양한 경험을 통한 스페셜리스트로 육성시키기 위한 방안을 다각도로 모색하고 있지만, 의상관련학과의 수업과목이 그대로 반영된 수업방식으로 학생들의 요구에 부응하지 못하고 있다는 점이 문제이다. 그러므로 실무 위주의 수업방식과 다양한 사고의 폭을 넓힐 수 있는 교과목채택이 요구된다.

① 2~3년제 대학에 설치된 패션스타일리스트관련 학과 현황

우리나라 고등교육법에 따르면 전문대학의 목적은 4년제 대학과는 다르게 ‘전문직업인을 양성함이 본질적인 목적’이다. 그러나 짧은 교육기간으로 인해 다양한 교육과 실습이 어려운 점이 현실이므로, 체계적인 교과목 채택을 통해 학생들의 요구에 부응하고 예비 사회구성원으로 육성할 수 있는 책임 있는 교육이 필요하다고 사려 된다.

다음은 국내 2년제 및 3년제 대학의 패션스타일리스트 관련 학과의 교육목표를 살펴보기로 한다.

• 대덕대학교(패션리빙디자인학과)

대덕대학교의 패션리빙디자인학과는 글로벌 감각을 겸비한 패션스타일리스트 분야의 실무능력을 겸비한 창의적이고 성실한 전문인으로서의 인재를 양성하는게 목표이다. K-POP 패션문화 분야를 개척할 패션스타일리스트, 샵마스터, 의상디자이너, 리빙디자이너, 패션악세서리디자이너, 의류제품 디자이너, 패션에디터, 파워블로거, 파티플래너, 이미지컨설턴트, 패션이벤트 등의 패션전문 양성을 목적으로 실습실습, 현장실습을 통한 산업체 현장 적응력을 배양하고 산학협력교육을 통한 취업기회의 확대를 이어지고 있다.

대덕대학교 패션리빙디자인과 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인 분야: 패션코디네이션, 이미지메이킹, 패션스타일링, 패션주얼리, 스타일리스트의 이해, 포트폴리오
- 의복구성분야: 봉제 & 패턴, 리폼의상
- 색채학 분야: 컬러코디네이션
- 패션마케팅 분야: 패션트렌드
- 패션뷰티 분야: 환타지 메이크업, 헤어컷, 헤어케어 & 컬러링, 헤어펌 & 세팅, 두피케어, 업스타일, 뷰티스타일링
- 현장실습·실무 분야: 현장실습
- 광고·홍보분야: 광고방송 연예스타일링

- 어패럴·유통분야: 샵마스터, 샵매니지먼트
- 패션쇼·이벤트 분야: 이벤트스타일링, 웨딩스타일링, 졸업작품
- 방송·연예 분야: 광고방송 연예스타일링
- 무대·영화분야: 무대의상, 영화세트스타일링
- 외국어 분야: 기초영어회화, 취업영어
- 기타분야: 자기표현의 방법, 직장생활과 에티켓, 생활스포츠, 토탈코디네이션

대덕대학교 패션리빙디자인과는 패션디자인 분야와 패션뷰티분야의 전공교과목이 다른 과목에 비해 큰 비중으로 설치되어 있으며, 패션스타일리스트의 역할확대를 위한 영역별 분야에서는 패션잡지·출판물을 제외하고는 고르게 교과목이 설치되어 있다. 특히 특화된 웨딩스타일링 교과목에서는 웨딩뷰티 메이크업을 중점으로 헤어스타일링까지 겸한 웨딩스타일링의 전문성을 높이고 있으며, 이벤트스타일링 교과목에서는 시대별, 상황별, 트렌드를 반영한 헤어&메이크업 스타일링으로 학생들에게 이해도와 현장에서의 실무능력을 높이고 있다. 영화세트스타일링 교과목에서는 영화, 연극 등에 사용되는 영상분장, 무대분장, 특수 분장, 바디페인팅 등을 연출할 수 있도록 고급 메이크업 테크닉을 심도 있게 교육시키고 있다. 또한 외국어분야의 교과목도 설치되어 글로벌 감각을 겸비한 패션전문인을 양성하는데 있다.

• 동주대학교(패션스타일링·디스플레이학과)

동주대학교 패션스타일링·디스플레이학과는 빠르게 변화하는 토털패션 산업의 유행 트렌드를 이끌어가는 전문인으로서 창의적 감각을 갖춘 경쟁력 있는 패션 스타일리스트, 패션디스플레이어를 양성하는 산실이며, 문화의 트렌드를 선도하는 토털패션에 있어서 보다 전문성 있는 패션스타일리스트와 신세대 감성에 부응하는 주얼리 메이킹, 주얼리 코디의 접목으로 새로운 직업군으로 자리 매김하는 실무중심의 교육을 실시하며 멀티플한 패션스타일리스터의 전문직업인을 양성하는게 목표이다.

동주대학교 패션스타일링·디스플레이학과의 교과목을 살펴보면

- 패션디자인 분야: 패션디자인발상, 여성복코디네이션, 남성복코디네이션, 디자인실기, 패션악세서리, 패션일러스트레이션(1,2)
- 의복구성 분야: 의복구성(1,2), 드레이핑(1,2), 패션리폼(1,2)
- 복식·문화사 분야: 우리문화재이해
- 색채학 분야: 컬러코디
- 패션마케팅 분야: 샵마스터(1,2)
- 텍스타일(소재) 분야: 패션소재, Dyeing(1,2)
- 패션뷰티 분야: 메이크업&헤어, 네일아트
- 현장실습·실무 분야: 현장실습
- 어패럴·유통 분야: 매장디스플레이, 패션스타일링&디스플레이

- 패션쇼·이벤트 분야: 웨딩코디네이션
- 기타분야: 대학생활과 진로코칭(1,2,3,4), 교육학개론, 실기교육 방법론, 미술의 감상, 소묘

동주대학교 역시 패션디자인분야 교과목을 위주로 패션전공분야의 교과목이 설치되어있다. 그러나 패션스타일리스트의 역할확대를 위한 영역별 분야에서는 웨딩코디네이션을 제외하고는 교과목채택이 되어있지 않아 많은 아쉬웠고 기타분야에서 미술의 감상과 소묘 등은 학생들에게 이학교만의 특화된 교과목으로 학생들에게 예술작품에 대한 안목과 감각을 기르는데 좋은 기회를 제공하고 있다.

• 백제예술대학교(연예 패션스타일리스트학과)

백제예술대학교 연예 패션스타일리스트학과는 “미래를 선도하는 예술인 교육”이라는 본교의 건학 이념에 부합해서 창의적인 예술교육에 목표를 두고, 방송, 영화, 공연예술 등 대중매체와 관련된 연예계 각 장르에서 새로운 유행을 창조하고 패션을 효과적으로 연출하는 이미지 크리에이터의 양성에 기반을 둔다. 아울러 전문지식과 교육경험이 풍부한 교수진을 중심으로 산학협력을 통한 실무현장과 연계된 실질적이고 특화된 교육 프로그램을 운영하며, 이 시대가 요구하는 21세기 고부가가치의 감성산업을 이끌어 나아갈 패션 전문인 양성에 최선을 다하며, 창의적인 예술활동을 위하여 모든 가능성에 대한 시각을 오픈하고 자연스러운 방식으로 패션과 만나고, 시대의 흐름에 따른 패션의 변화들을 습득하고 이해하여 최첨단의 패션 트렌드에 접목시켜 창의적이고 유니크하게 재창조 한 새로운 코드로 반영할 수 있는 표현 능력을 키워 사회와 대중과 함께 호흡하면서 패션 스타일리스트 분야의 트렌드를 이끌어 갈 수 있는 우수한 전문 패션스페셜리스트를 교육하는데 목표로 한다.

* 사회와 대중과 같이 호흡하는 예술인

패션의 분야가 시대와 함께 어떻게 접목되어 변화하여 왔는지를 패션문화사를 통해 배우고 미래를 향한 변화를 예측할 수 있는 능력을 키워 현사회가 요구하는 시대의 트렌드와 대중의 갈망을 충족시키며 함께 호흡하는 패션 스페셜리스트의 역할을 담당하게 한다.

* 행동하고 고민하는 예술인

예술인으로 사회의 관심과 욕구를 긍정적이고 희망적인 사고와 시각으로 사회를 이해하고 대중의 심리를 분석 파악하여 대중에게 공감대를 형성하고 즐거움으로 다가서 치유해줄 수 있는 아이디어로 패션을 주도해 가게 한다.

* 창의적인 예술인

예술은 무에서 유를 창조해가는 작업이다. 특히 패션산업 분야는 빠르게 변화에 적응하며 창의성을 발휘해야하는 의류 문화 산업이다. 따라서 새로움을 갈망하는 대중의 욕구에 신선하고 참신한 아이디어 발상으로 한국인의 예술 문화의 우수함의 긍지를 가지고 세계 속으로 다가서 창의적인 패션산업 분야의 패션리더로써 의역

할을 하게 한다.

* 시대적 요구와 조화되는 예술인

끊임없이 변화 발전하는 패션산업의 현장에서 실무교육 중심의 장점을 바탕으로 한 커리큘럼의 구성으로 현장에서 실제적이고 조화로운 아이디어와 표현으로 열정과 양 그리고 능력을 갖춘 ‘자연인’ ‘문화인’ ‘예술인’으로 패션 창출을 선도하고 리더하는 명품 인력으로 패션산업 분야에 종사하게 한다.

백제예술대학교 연예패션스타일리스트학과의 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인분야: 패션스타일링(1,2), 패션악세서리, 창작스타일링(1,2),스타일링 워크샵
- 의복구성분야: 패턴메이킹(1,2), 패션리폼(1,2), 드레이핑, 소재드레이핑, 봉제
- 복식·문화사분야: 패션의 이해 및 문화사탐방
- 색채학, 텍스타일(소재)분야: 색채 및 소재표현
- 패션마케팅분야: 패션마케팅과 VMD, 디자인 분석과 트렌드 탐방
- 컴퓨터·그래픽 분야: 패션CAD
- 패션뷰티분야: 메이크업스타일링, 헤어스타일링
- 현장실습·실무분야: 인턴쉽, 광고 및 잡지스타일링현장, 연예인퍼스널스타일링현장, 스타일링 현장리포트
- 방송·연예분야와 무대·영화분야: 방송영화의상스타일링

백제예술대학교는 연예패션스타일리스트학과에 맞는 광고 및 잡지스타일링현장, 연예인퍼스널스타일링현장, 스타일링현장리포트, 방송영화의상스타일링 등 특화된 교과목을 채택하고 있다. 방송·연예분야의 다양한 현장에서 스타일링을 익히며 패션스타일리스트의 체계적인 경험과 학습을 통해 패션전문인으로 성장하고 있다.

• 부산과학기술대학교(패션연출디자인학과)

부산과학기술대학교 패션연출디자인학과는 패션라이프 스타일을 아름답고 당당한 이미지 메이킹을 하기 위한 토털 패션 연출을 창조하며, 미래지향적 감성과 인성을 겸비하고 명확한 글로벌 관점과 새로운 트렌드를 인지하고 유행을 선도하는 글로벌 감각을 가르쳐서 실무 능력과 투철한 직업정신을 가진 패션 스페셜리스트를 양성을 목표로 한다.

실무현장과 동일한 실습환경을 구축하여 테크닉 능력을 키우고, 취업 시 현장 적용능력을 빠르게 하며, 상품연출의 테크닉과 공간, 매장의 환경 기획, 패션관련 업무의 정보화교육에 필요한 장비를 보유하고 있다.

컴퓨터그래픽의 기본소프트웨어 포토 샵과 일러스트를 익혀 디자인에 활용하며 디자인 시안 및 코디네이션 맵 등을 제작한다.

실무능력을 키우기 위해 현장실습, 특성화 실무교육, 현장실무교육 등의 교육과

다양한 정보 공유를 위해 졸업생 멘토 특강, 산업체 인사진로특강, 자격증 취득특강, 졸업생취업특강 등을 통해 전문 패션인으로 양성하기위한 다양한 실습과 특강을 하고 있다.

부산과학기술대학교 패션연출디자인학과 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인분야: 패션과 디자인, 패션코디네이션, 패션일러스트(1,2), 패션악세서리 디자인, 패션이미지 메이킹, 포트폴리오, 패션제품스타일링,
- 의복구성분야: 패션소품과 리폼디자인
- 색채학분야: 컬러디자인, 컬러와 코디
- 패션마케팅분야: 패션마케팅, 패션산업과 유통, 비주얼 머천다이징, 트렌드분석
- 컴퓨터·그래픽분야: 그래픽기초, 패션그래픽(1,2), 인터넷쇼핑몰디자인
- 현장실습·실무분야: 현장실습, 스타일리스트실무(1,2)
- 어패럴·유통분야: 디스플레이
- 무대·영화분야: 영화와 패션
- 외국어분야: 영어회화(1,2)
- 기타분야: 취업과 진로

부산과학기술대 패션연출디자인학과는 과학기술대학이라는 학교의 특수성 때문에 패션디자인분야를 제외하고 마케팅과 컴퓨터·그래픽관련분야의 교과목이 다양하게 설치되어있어 매장의 공간적인 환경과 패션관련업무의 정보화교육을 위한 전문인을 양성하는 시스템임을 알 수 있다. 따라서 뷰티분야와 패션스타일리스트의 역할확대를 위한 교과목인 어패럴·유통분야와 무대·영화분야를 제외하고는 거의 설치되어있지 않았다.

• 선린대학교(패션디자인계열)

선린대학교의 패션디자인 계열은 창의적인 글로벌 실무강화형 패션전문인과 창의성과 전문성을 갖춘 인재교육을 통해 실용화, 국제화된 복합기능적인 패션전문인을 양성하는 것이 목표이다.

전인적인 인성교육을 통하여 패션 전문인으로서의 자세를 확립하고 고도의 감각적인 감성을 토대로 다양한 소재의 표현기법과 최신의 봉제 테크닉 기술로 실질적 디자인 작업을 창의적으로 구성 할 수 있는 실기 능력을 배양하고 21C 급격하게 변화하는 사회, 문화, 기술, 환경적 변화 속에서 패션 트렌드 정보를 판단할 수 있는 안목을 갖추고 창의적인 아이디어와 탁월한 분석력으로 패션 상품에 접목하여 신속한 적응력을 갖춘 전문인을 양성하고 있다.

선린대학교의 패션디자인계열 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인분야: 패션디자인(1,2), 디자인스튜디오(1,2), 패션코디네이션, 패션디자

인용어(1,2), 웨딩드레스디자인, 아트 웨어, 액세서리 디자인, 일러스트레이션

- 의복구성분야: 의복구성(1,2), 패턴메이킹(1,2), 드레이핑(1,2,3,4), 봉제과학
- 복식·문화사분야: 패션문화사
- 색채학분야: 패션과색채
- 텍스타일(소재)분야: 의류직물학
- 패션마케팅분야: 글로벌 패션마케팅, 패션 트렌드분석
- 컴퓨터·그래픽분야: 어패럴CAD(1,2)
- 현장실습·실무분야: 현장실습&국제실무연수
- 패션뷰티분야: 메이크업(1,2), 네일아트, 스킨케어,
- 어패럴·유통분야: 패션디스플레이
- 기타분야: 교육학개론, 실기교육방법론

패션 전공 관련 교과목은 다양하게 설치되어있는 반면 패션스타일리스트의 역할 확대를 위한 교과목분야는 다양하게 설치되어 있지 않고 있으나, SAP(해외유학프로그램)을 통해 미국, 중국, 호주, 일본 등 자매대학 유학 또는 단기연수프로그램을 운영하고 있으며, 또한 현재 실무에서 성공적으로 활동하는 선배들과의 연계를 강화하고, 철저한 현장(전문샵)중심의 교육으로 다양한 개성을 가진 만능 엔터테이너로서의 자질을 강화하며하고 있는 사항은 괄목할만하다.

• 용인송담대학교(스타일리스트학과)

용인송담대학교 스타일리스트학과는 현대의 다원화되고 전문화된 사회구조 속에서 패션을 비롯한 방송, 디스플레이, 광고, 영화, 연극, 이벤트 등의 다양한 분야에서 창의적인 콘셉트와 이미지를 창출해내는 토털 코디네이션 전문가가 절실하게 필요하다. 따라서 전문 스타일리스트를 육성하는 대학 교육기관으로서 전문지식과 기술은 물론이고, 창의력을 지닌 인재를 육성하여 다양한 패션분야의 사회적 요구에 부응할 수 있는 참다운 프로로서의 스타일리스트 전문가를 양성하는 것을 교육 목표로 한다.

전문지식과 기술을 갖추고 감각적이며 창의적인 스타일리스트를 양성하는데 주력하며 최적화된 커리큘럼과 각 분야에서 활동하는 졸업생들과의 네트워킹, 산업체와의 연계는 참다운 전문가를 지향하는 학생들에게 새로운 가능성을 열어주는 좋은 기회가 되고 있다.

용인송담대학교 스타일리스트학과 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인분야: 디자인발상, 패션테마 스타일링, 스타일연출, 스타일리스트 실무기초(1,2), 스타일리스트 실무응용(1,2), 패션일러스트레이션(1,2), 액세서리 코디네이션(1,2)

- 의복구성분야: 의복구성(1,2), 드레이핑,
- 복식·문화사분야: 패션의 역사
- 색채학분야: 컬러코디네이션
- 텍스타일(소재)분야: 소재기획
- 패션마케팅분야: 패션마케팅, 패션경향분석,
- 컴퓨터·그래픽분야: 디지털패션표현기법(1,2)
- 현장실습·실무분야: 현장실습
- 패션뷰티분야: 헤어&메이크업(1,2), 메이크업스타일링(1,2)
- 어패럴·유통분야: 디스플레이, V.M.D
- 기타분야: 전문과정워크샵, 프로젝트연구

패션디자인분야 교과목을 위주로 패션전공분야의 교과목이 설치되어있다. 그러나 패션스타일리스트의 역할확대를 위한 영역별 분야에서는 어패럴·유통분야를 제외한 다른 분야의 교과목은 설치되어 있지 않아 패션스타일리스트의 패션전문인으로서의 현장능력에 다소어려움이 있을 듯하며 외국어분야의 교과목설치도 필요하리라 본다.

• 혜전대학교(패션스타일리스트학과)

혜전대학교 패션스타일리스트학과는 고부가가치를 지니며 무한한 발전 가능성을 지니고 있는 패션산업은 종래의 노동집약 체제에서 지식집약 체제로의 전환이 요구되고 있다. 따라서 패션스타일리스트학과에서는 패션의 기본이 되는 의복은 물론 점차 다양화되고 폭발적인 시장성을 지닌 패션 관련 상품에 대한 전문성을 갖춘 유능한 전문 패션 스페셜리스트의 양성을 교육목표로 한다.

패션의 전반적인 흐름을 파악하고 독창적 창작 능력과 국제적 패션 감각을 갖춘 실무적인 전문 패션스페셜리스트를 양성, 현장과 연계된 패션디자인을 기초로 새로운 유행을 창조하고 패션을 효과적으로 연출할 수 있는 이미지 크리에이터인 패션스타일리스트를 양성한다.

산학연과 학생들과의 연계를 적극적으로 지원하며 다양한 업체에서의 현장실무 경험을 쌓으며 전문 패션인 으로의 준비를 하고 있다.

주요 산학협력업체는 TERA, 폴로, (주)에이치에이앤, (주)에세르, (주)신경섬유, 바디바, 서울레스, 밀리오레, 아리수어패럴, 대림복장, 재희림패션, 박영신 한복, 이유진 웨딩샵, 오즈세컨, VIKI 등과의 연계를 이루고 있다.

혜전대학교 패션스타일리스트학과의 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인분야: 패션디자인, 전통의상디자인, 창작디자인, 패션코디네이션, 퍼스널 스타일링, 패션스타일링, 패션일러스트레이션, 패션이미지메이킹, 포토폴리오

- 의복구성분야: 의복구성(1,2), 패턴디자인, 패턴메이킹, 패턴CAD, 드레이핑, 리폼 스타일링
- 복식·문화사분야: 패션사
- 색채학분야: 색채기획
- 텍스타일(소재)분야: 염색공예
- 패션마케팅분야: 패션상품마케팅, 샵마스터비즈니스, 패션정보
- 현장실습·실무분야: 현장실습
- 방송·연예분야: 미디어스타일링
- 무대·영화분야: 무대의상스타일링
- 외국어분야: 영어
- 기타분야: 직업능력, 기본소양, 심신단련

패션 전공 관련 교과목이 주를 이루고 있으며 패션 소재로부터 디자인 및 의복제작에 이르는 기초분야에 대한 이론 및 실기교육과 패션디자인CAD, 패턴CAD 및 의복구성실습의 1인 1대 교육으로 충분한 실습기회를 제공하고 다양한 패션 관련업체에서의 현장실습을 통하여 실무 감각을 익힘과 동시에 매년 패션쇼를 개최함으로써 창조적인 의복을 기획, 제작 및 마케팅 할 수 있는 능력을 배양하고 있다.

다음은 전문대학이지만 현장실무위주의교육과 체계적인 교육시스템을 활성화시키고 있는 3년제 대학교를 살펴보고자 한다.

• 연성대학교(패션스타일리스트학과)

연성대학교 패션스타일리스트학과 “지성, 창의, 소통능력을 갖춘 전인적 인재양성”을 지향하며, 동시에 학과 목표인 패션산업에 기여하는 품성과 지성을 갖춘 교양교육, 패션 전문지식과 통합적 사고를 갖춘 창의적 융합교육, 사회의 나눔과 협력을 실천하는 소통교육을 통하여 글로벌 시대에 적합한 능력과 감각을 겸비한 패션 전문 인력 양성을 목표로 한다.

패션 트렌드 감각을 지닌 패션스타일리스트 전문가 과정이며 본 과정을 통해 패션디자인 및 코디, 스타일링, 디자인 기획, 제작 등의 능력을 갖추어 산업체 협력을 원활히 하며, 또한 개인 창업을 위한 전문 분야 능력을 개발하고, 이를 위한 트렌드리서치, 패션 및 코디네이션, 디자인실습, 코디 소재 연구개발, 패션 CAD 실습, 드레이핑, 패턴 및 봉제테크닉, 스타일드로잉 실습, 샵 마스터 자격증 취득, 개인 창업을 위한 e-패션몰 운영과 산업체 전문 인력의 특강 및 강좌 교류를 통해 현장감 높은 교육이 이루어지고 있다.

디자인전문성과 창의력을 겸비한 글로벌 패션스타일리스트를 양성하기위한 실무 중심의 패션뷰티전문 디자인교육 시스템으로는 산학협력 시스템강화, 세부전공 다양화 다원화교육, 창의적인 디자인 전문교육, 디자인 실무기획 및 활용교육, 첨단디

지털 미디어교육, 사회봉사, 국제교류활성화 등 체계적이고 활발한 시스템운영으로 전문적인 사회인을 육성하기 위해 노력하고 있다.

연성대학교 패션스타일리스트학과의 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인분야: 패션디자인, 디자인기초(1,2), 패션스튜디오(1,2), 어패럴디자인(1,2), 패션일러스트레이션(1,2), 패션엑세서리(1,2), 라이프스타일트렌드, 포트폴리오 & 프리젠테이션
- 의복구성분야: 모델리즘, 드레이핑
- 복식·문화사분야: 패션History
- 색채학분야: 패션과 색채
- 텍스타일(소재)분야: 디지털 텍스타일디자인(1,2), 패션소재
- 컴퓨터·그래픽분야: 어패럴CAD, 패션CAD, MOS, e-패션몰, 사이버 컴퓨터활용
- 패션마케팅분야: 패션마케팅, 글로벌 패션마켓리서치, 패션마켓리서치, 디자인리서치(1,2), 패션머천다이징, 샵마스터
- 현장실습·실무분야: 현장실습, 스타일링실무(1,2), 원단컨버터실무
- 무대·영화분야: 영화의 이해
- 사진·영상분야: 사진과 디자인
- 외국어분야: 실용영어(1,2), 패션실무영어(1,2), 사이버 영어회화
- 기타분야: 대학생활(1,2), 진로설계(1,2), 설득과 말의기술, 창의사고와 표현, 생활 속의 심리학, 교육학개론, 실기교육방법론, 사회봉사(1,2), 해외연수

패션디자인분야, 컴퓨터·그래픽분야, 패션마케팅 분야인 패션 전공 관련 교과목이 많이 설치되어있다. 반면에 패션스타일리스트의 역할확대를 위한 영역별 분야에서는 무대·영화분야와 사진·영상분야만 설치되어 있다. 외국어분야에서는 실용영어, 패션실무영어, 사이버 영어회화 등이 설치되어있어 글로벌시대의 인재를 육성하기 위한 교육에 힘쓰고 있음을 알 수 있다. 또한 특화된 교과목으로는 설득과 말의기술, 창의사고와표현, 생활 속의 심리학 등 패션 전문지식과 통합적 사고를 갖춘 창의적 융합교육에 맞는 교과목 채택이 이루어져있고 사회봉사 과목이 있어 사회의 나눔과 협력을 실천하는 소통교육을 통하여 글로벌 시대에 적합한 능력과 감각을 겸비한 패션 전문 인력 양성이 괄목할 사항이다.

• 청강문화산업대학교(패션스타일리스트학과)

청강문화산업대학교 패션스타일리스트학과는 토탈 패션 스타일링 전문가를 양성하고 해외 패션 선진국의 패션스쿨 시스템을 도입한 커리큘럼으로 특성화 시킨 전문 교육과정이며, 커뮤니케이터로서의 비즈니스 능력을 갖춘 스타일리스트 전문인력 양성을 목표로 ‘방송잡지스타일리스트’, ‘메이크업아티스트’, ‘샵스타일리스트 & VMD’ 3분야를 특성화 교육하고 있다.

스타일리스트 전공 개성 표현과 패션이미지를 새롭게 창출할 수 있는 조형력과

기획력, 표현테크닉, 뷰티스타일링을 위한 메이크업, 네일, 헤어아티스트 등의 기술 교육을 함께 제공함으로써 메이크업까지 토탈 스타일링이 가능한 차별화된 전문스타일리스트를 배출하고 있다.

또한 패션전문점, 편집샵, 백화점 등 라이프 스타일 토탈 스타일링 제안, 판매가 가능한 감성이 풍부한 패션유통리더 샵스타일리스트, 퍼스널스타일리스트, VMD를 육성하고 있다.

청강문화산업대학교 패션스타일리스트학과의 분야별교과목을 살펴보면

- 패션디자인분야: 퍼스널스타일리스트
- 의복구성분야: 복식조형, 패션리폼
- 패션마케팅분야: V.M.D
- 현장실습·실무분야: 스타일리스트실무
- 패션뷰티분야: 메이크업스타일링, 네일스타일링, 뷰티워크샵
- 어패럴·유통분야: 편워크 스타일링, 샵스타일링
- 무대·영화분야: 무대연출
- 방송·연예분야: 방송스타일링
- 패션쇼·이벤트분야: 패션쇼 기획연출

청강문화산업대학교 패션스타일리스트학과의 교과목은 다양한 분야의 교과목이 심플하게 설치되어있어 실무위주의 교육을 하고 있는 학교임을 알 수 있다. 2~3년제와 4년제를 통틀어 패션스타일리스트의 역할확대를 위한 영역별 분야의 교과목이 가장 고르게 설치되어있다. 그러나 외국어분야의 교과목이 설치되어 있지 않아 아쉬움으로 남는다. 현재 패션계에서 활동하고 있는 교수진에 의해 실무 위주의 교육을 받고, 서울컬렉션 패션쇼 등 실무 활동을 지원하며, 방송 및 엔터테인먼트사와의 산학연계를 통해 취업을 지원하고 있다.

따라서 2~3년제 대학 패션스타일리스트 관련학과의 교과목 현황을 분석한 결과 <표 10>과 같이 요약할 수 있다.

<표 10> 2~3년제 교과목현황

전공분야	교과목
패션디자인	여성복코디네이션, 남성복코디네이션, 코디네이션, 패션디자인용어, 패션스타일링, 패션제품스타일링, 창작스타일링, 패션디자인발상, 패션액세서리, 디자인실기, 패션이미지메이킹, 웨딩코디네이션, 디자인분석과 트렌드탐방, 패션과 디자인, 아트웨어, 스타일연출, 전통의상디자인, 창작디자인, 패션액세서리, 디자인기초, 어패럴디자인, 라이프스타일트렌드, 패션스튜디오, 포트폴리오&프리젠테이션, 퍼스널 스타일리스트, 패션일러스트레이션, 스타일리스트의 이해, 이미지메이킹, 패션코디네이션, 패션주얼리
복식·문화사	패션문화사, 패션의역사, 패션사, 패션의 이해 및 문화사탐방
의복구성	의복구성, 드레이핑, 패션리폼, 리폼스타일링, 패턴메이킹, 패션소품과 리폼디자인, 봉제과학, Sewing, 패턴디자인, 모델리즘, 복식조형, 봉제&패턴, 리폼의상
색채학	컬러코디, 색채표현, 컬러디자인, 컬러와 코디, 패션과 색채, 색채기획, 컬러코디네이션
텍스타일(소재)	Dyeing, 소재표현, 소재 드레이핑, 의류 직물학, 디지털 텍스타일디자인, 원단 컨버터실무, 패션소재
패션마케팅	패션마케팅 VMD, 샵마스터, 샵마스터비즈니스 패션마케팅, 비주얼머천다이징, 트렌드분석, 패션산업과 유통, 패션트렌드분석, 글로벌패션마케팅, 패션경향분석, 상품재료학, 패션정보, VMD
패션뷰티	메이크업&헤어, 헤어스타일링, 메이크업스타일링, 스킨케어, 네일아트, 네일스타일링, 뷰티워크샵, 헤어컷, 헤어케어&컬러링, 헤어펌&세팅, 뷰티스타일링, 업스타일, 두피케어
컴퓨터·그래픽	패션CAD, POP디자인, 그래픽기초, 패션그래픽, 인터넷 쇼핑몰과 디자인,어패럴패턴CAD, MOS,디지털패션디자인, e-쇼핑몰
현장실습·실무	현장실습, 인턴쉽, 스타일링 현장리포트, 스타일링워크샵, 스타일리스트 기초실무, 스타일리스트 실무 응용, 샵마스터실무, 현장실습&국제 실무연수, 전문과정워크샵
어패럴·유통	매장디스플레이, 패션스타일링&디스플레이, 패션디스플레이, 샵스타일링, 핀워크스타일링, 샵마스터, 샵매니지먼트
패션쇼·이벤트	패션쇼기획연출, 이벤트스타일링, 웨딩스타일링, 졸업작품
무대·영화	무대공연스타일링, 영화와 패션, 무대의상스타일링, 무대연출, 영화세트스타일링, 무대의상
패션잡지·사진	광고 및 잡지스타일링 현장
방송·연예	방송영화의상 스타일링, 연예인 퍼스널 스타일링현장, 미디어스타일링, 방송스타일링, 광고방송연예스타일링
광고·홍보	광고방송 연예스타일링
외국어	영어, 영어회화, 일본어회화, 실용영어, 패션실무영어, 기초영어회화, 취업영어
기타	소묘, 미술의 감상, 우리문화재이해, 실기교육방법론, 대학생활과 진로코칭, 교육학개론, 취업과 진로, 프로젝트연구, 직업능력, 기본소양, 심신단련, 전통공예, 직장생활과 에티켓, 생활스포츠, 자기표현의 방법, 토달코디네이션, 대학생활(1,2), 진로설계(1,2), 설득과 말의기술, 창의사고와 표현, 생활 속의 심리학, 교육학개론, 실기교육방법론, 사회봉사(1,2), 해외연수

① 4년제 대학에 설치된 패션스타일리스트 관련 학과현황

4년제 대학에서는 패션스타일리스트학과의 명칭이 모호하고 불분명하기 때문에, 본 논문에서는 개설된 교과과정을 중심으로 분석한 결과, 패션스타일리스트 관련 학과로 인정되는 학교를 발췌하여 살펴보기로 한다.

• 경주대학교(뷰티·패션디자인학과)

경주대학교의 경우 세계적인 수준의 커뮤니케이션디자인, 뷰티·패션관련 실무전문가 양성을 목표로 하며 차별화된 실습교육으로, 졸업 후 바로 현장 투입이 가능한 전문 인력을 양성하고, 우수한 실력과 함께 훌륭한 인성을 갖춘 전공분야의 전인적 리더를 양성 하는 것이 목표이다.

문화콘텐츠와 디자인, 패션산업의 컨버전스에 효율적으로 대응하고, 체계적인 이론교육과 창의적 실기교육 및 과감한 해외연계 교육투자를 통해, 개성 있고 유능한 뷰티·패션·문화콘텐츠 전문 인력을 양성하고, 1~2학년과정에서 패션과 뷰티, 그래픽디자인 분야의 핵심교육을 실시하고 뷰티와 패션은 서로 다른 분야이기도 하지만, 두 분야의 장점을 살려 서로 밀접한 연관성 속에서 기본기를 익히고 그래픽디자인 분야는 비주얼커뮤니케이션(시각디자인)의 핵심영역으로서 학생들의 다채로운 꿈의 실현과 졸업 후 다양한 디자인영역에 진출하기 위한 기본능력을 제공한다.

3학년부터는 뷰티와 패션, 그래픽디자인 분야 중에서 학생의 선택에 따라 좀 더 전문적인 교육을 받게 되며, 복수전공도 가능하다. 3~4학년 재학 중에는 학생의 선택에 따라 자매결연 체결된 해외학교에 유학할 수 있으며 졸업 시 두 학교의 학위를 모두 수여받을 수 있으며, 해외취업이 가능하도록 현지의 대학과 본교에서 공동 지원한다.

경주대학교의 뷰티·패션디자인학과의 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인 분야: 패션 디자인(1,2), 패션아트 프레젠테이션, 기성복 콜렉션 디자인, 남성복 디자인, 패키지디자인, 크리에티브 일러스트, 일러스트레이션, 기초드로잉, 포트폴리오 제작(1,2), 디자인실무 프로젝트
- 의복구성 분야: 의복구조론, 패턴메이킹(1,2), 패턴실무 프로젝트, 드레이핑 실습
- 복식·문화사 분야: 패션문화개론, 뷰티·패션 시각문화사
- 색채학 분야: 디자인과 색채
- 텍스타일(소재)분야: 텍스타일 디자인, 니트디자인 실습
- 패션마케팅 분야: 비주얼 커뮤니케이션, 문화산업 디자인마케팅
- 컴퓨터·그래픽 분야: 컴퓨터디자인 프로그램 활용(1,2), 그래픽디자인, 패션 CAD(1,2)
- 패션뷰티 분야: 메이크업 디자인 기초, 메이크업 디자인 심화, 방송·연예 메이크업, 헤어스타일링, 뷰티패션 액세서리, 메디컬 스킨케어, 바디아트 프레젠테이션

- 현장 실습·실무 분야: 단기인턴학습(1,2), 장기인턴학습
- 사진·영상 분야: 패션사진 연출
- 외국어 분야: 전공 영어회화(1,2)
- 기타 분야: 졸업작품(1,2)

경주대학의 경우는 패션디자인분야와 패션뷰티 분야의 교과목이 집중적으로 개설되어있고, 현장업무 능력을 수행할 수 있는 저널리즘분야와 미디어분야의 교과목 채택이 거의 이뤄지지 않아 역할능력 수행에 있어 다소의 어려움이 있으리라 사려되며, 현재 경주대학교는 이태리의 ISTITUTO SECOLI와 자매결연 협약이 체결되었으며, 이 학교의 주력 분야는 패턴디자인 교육으로, 세계적으로 명성이 높은 패션학교이며 비주얼커뮤니케이션 분야 또한 세계적인 디자인명문교인 싱가포르 Temasek POLYTECHNIC과 교류협약이 체결되어있다. 뷰티 영역에서는 일본의 국제테크니컬미용전문학교와 협약이 체결되어 국내에서 기본교육을 마친 후, 국제적인 선진 기술을 교육받도록 하고 있으며 향후 지속적으로 뷰티·패션 및 디자인분야의 해외 명문학교와 자매결연 관계를 확대할 것이라 하였다.

• 동양대학교

동양대학교의 학과목표는 21세기 패션산업에서 요구하는 인재상은 패션뿐만 아니라 메이크업이나 코디, 헤어분야 중 어느 한분야만의 전문가가 아니라 다양한 분야의 업무를 통합적으로 대처할 수 있는 실무능력을 갖추며, 국제적 시대를 선도하는 예술적 표현 능력을 갖추고 현장에서 즉시 활동할 수 있는 실무능력을 갖춘 토탈 패션전문가와 패션연출과 관련된 분야에서 필요로 하는 다양한 능력을 갖춘 패션스타일리스트를 양성하는 것이 목표이다.

대중문화 트렌드를 선도하는 패션디자이너뿐 만 아니라 패션경영능력을 갖춘 패션전문가 등 다양한 분야의 업무를 통합적으로 대처 할 수 있는 실무능력을 갖추도록 지도하고, 취업 현장과의 간격을 최소화 시킬 수 있는 교과과정으로 타 대학의 교과과정과 차별성을 가지면서 전공자의 경쟁력 향상을 꾀하고 있으며, 따라서 2012년부터는 패션스타일리스트학과에서 패션경영학과로 특화를 시도하고 있다.

동양대학교의 패션경영학과의 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인 분야: 패션디자인(1,2), 패션디자인론, 창작의상, 도식화실물, 기초드로잉, 아트크래프트, 디자인&일러스트레이션,
- 의복구성 분야: 서양의복구성(1,2), 특수의를구성, 드레이핑, 패턴메이킹과 제작(1,2), 기성복 제작연구, Flat 디자인,
- 색채학 분야: 색채학
- 텍스타일(소재): 소재학 개론, 소재학 설계실습, 패션텍스타일가공, 텍스타일&어패럴, 패션기능성 신소재, 염색공예

- 패션마케팅 분야: E-Business, 모바일마케팅, 패션디자인 리서치, 어패럴 생산기획
- 컴퓨터·그래픽분야: 패션CAD 워크샵, 패턴CAD, 패션쇼핑몰 창업
- 패션뷰티 분야: 뷰티학개론
- 패션 실습·실무 분야: 패션실무기획, 코디네이션&디스플레이
- 패션쇼·이벤트 분야: 패션쇼기획/연출
- 무대·영화 분야: 무대·영화 스타일링
- 기타 분야: 의상교육논술(교직), 의상교육론(교직), 의상교재연구 및 지도법, 졸업 연구

패션 전공 관련 교과목은 다양하게 설치되어있는 반면 패션스타일리스트의 역할 확대를 위한 교과목분야는 다양하게 설치되어 있지 않고 4년제 대학임에도 외국어가 단한과목도 설치 되어있지 않아 아쉬움으로 남는다.

학과 교육의 주요 특징으로는 패션경영인 배출을 위한 실무위주의 마케팅 수업과 세계적 패션디자이너 양성을 위한 브랜드와의 실무중심 프로젝트수업, 패션관련업체에서의 인턴실습 수업 등을 지향하고 있다. 동양대학교 패션경영학과의 특징은 분야별 전공교수와의 1:1 대응교육을 통한 실무교육 전문화이다. 국·내외에서 활발히 활동하는 전문인을 강사진으로 구축하여 패션산업현장에서의 교육 또한 강화하는 특징을 보여주고 있다.

• 호원대학교(패션스타일리스트학과)

호원대학교 패션스타일리스트학과에서는 패션디자인과 스타일리스트의 전문가를 양성하기 위해 패션전공 분야와 디자인 및 뷰티분야를 종합적으로 교육하고 있다. 이러한 전공 분야를 융합하여 독창적이고 새로운 스타일을 창조하며, 현장중심의 실무교육을 통해 자격증과 경력 인증을 확대하여 취업이나 창업에 절대적이고 긍정적인 교육효과를 거두고 대학기업인 HOTECH(유)에서 제품을 개발하고 상품화를 진행하며 운영을 통해 학생들의 디자인과 작품을 적용시켜 창의력 개발과 미래의 패션산업을 준비하고 있다. 현장감 있는 실무위주의 교육을 통해 독창적인 컨셉으로 21C 패션문화를 이끌어갈 이미지 크리에이터인 패션스타일리스트와 패션디자이너 양성 및 브랜드 창업을 위한 실무 중심형 전문 인력 양성을 목표로 하고 있다.

취업중심의 실용학문을 추구하는 전공으로 구성되어 있어 졸업생들은 패션디자이너와 방송·연예 스타일리스트, 광고·홍보 스타일리스트, 웨딩전문 컨설턴트, 이미지 컨설턴트 분야 등으로 전문분야에서 활발히 활약하고 있다.

호원대학교 패션스타일리스트학과의 분야별 교과목을 살펴보면

- 패션디자인 분야: 복식디자인, 남성복디자인, 디자인스튜디오(1,2), 창작의상(1,2), 패션시제품 디자인, 전통의상 스타일링, 패션일러스트레이션, 패션일러스트레이션 응용, 도식화 디자인
- 의복구성 분야: 의복 구성학(1,2), 한국의상구성, 입체재단(1,2)

- 복식·문화사 분야: 세계복식연구, 패션역사와 작품세계
- 텍스타일(소재) 분야: 소재기획, 패션소재분석, 섬유제품시험, 텍스타일 작품구성, 니트디자인(1,2), 염색디자인
- 패션마케팅 분야: 패션마케팅 실습
- 컴퓨터·그래픽 분야: 디지털패션실습(1,2), 쇼핑몰실습,
- 패션뷰티 분야: 메이크업디자인(1,2)
- 어패럴·유통분야: 샵마스터
- 무대·영화 분야: 무대의상디자인(1,2), 공연의상 스타일링
- 사진·영상 분야: 패션포토 그래픽
- 기타분야: 의상교과교육론, 의상교재연구 및 지도법, 의상논리 및 논술

호원대학교는 4년제 대학교에서 패션스타일리스트학과로 명칭이 된 유일한 학교이다. 그러나 교과목채택에 있어 타 대학과의 차별화가 거의 없으며 패션 전공분야의 교과목 위주로 되어 있어 패션스타일리스트학과의 차별성과 특별화가 이루어져 있지 않았다.

저널리즘 분야와, 패션뷰티분야, 현장실습·실무 분야의 교과목은 거의 채택되어 있지 않아 현장에서의 활용 가능한 실질적인 교과목은 거의 없었으며, 또한 외국어 분야의 교과목은 한 과목도 설치되어 있지 않아 글로벌 시대의 인재를 육성해야 할 4년제 대학으로의 역할확대가 아쉬움으로 남으며 앞으로 외국어 관련 교과목을 확대하리라 기대한다.

4년제 대학의 패션스타일리스트학과는 2년제에 비해 대학에 관련학과의 부족한 상황이고, 2년제와의 변별력과 수준을 높이기 위한 방안을 모색하고 있다. 다시 말해서 차별화된 교과목 채택과 실기위주의 수업 방식을 통해 스타일리스트의 현장업무수행능력을 익히고 다양한 경험을 통한 스페셜리스트로 육성시키기 위한 방안을 다각도로 모색하고 있지만, 의상관련학과의 수업과목이 그대로 반영된 수업방식으로 학생들의 요구에 부응하지 못하고 있다는 점이 문제이다. 그러므로 실무 위주의 수업방식과 다양한 사고의 폭을 넓힐 수 있는 교과목채택이 요구된다.

따라서 4년제 대학 패션스타일리스트 관련학과의 교과목 현황을 분석한 결과 <표 11>와 같이 요약할 수 있다.

<표 11> 4년제 교과목현황

전공분야	교과목
패션디자인	패션디자인론, 남성복디자인, 기성복 콜렉션디자인, 아트크래프트, Flat Design, 창작의상, 복식디자인, 전통의상스타일링, 니트디자인, 패션시제품디자인, 디자인스튜디오, 니트디자인실습, 포트폴리오제작, 패키지디자인, 패션일러스트레이션응용, 일러스트, 기초드로잉, 도식화실물, 도식화디자인, 디자인&일러스트레이션
복식·문화사	패션문화개론 패션의역사와 작품세계, 세계복식연구, 뷰티·패션 시각문화사
의복구성	서양의복구성, 특수의를구성, 드레이핑, 패턴메이킹과제작, 패턴메이킹, 기성복제작연구, 의복구성학, 한복의상구성, 입체재단, 의복구조론, 패턴실무프로젝트, 드레이핑실습, 바디아트프리젠테이션
색채학	색채학
텍스타일(소재)	소재학개론,소재학설계실습,패션텍스타일가공, Textile&Apparel, 염색공예, 염색디자인, 어패럴소재기획, 패션소재분석, 섬유소재개발, 섬유제품시험, 텍스타일작품구성, 소재기획, 텍스타일디자인, 패션기능신소재
패션마케팅	E-Business, 모바일마케팅, 패션쇼핑몰창업, Apparel 생산기획, 샵마스터, 쇼핑몰실습, 패션마케팅실습, 비주얼커뮤니케이션, 문화산업디자인마케팅, 패션디자인리서치
패션뷰티	뷰티학개론, 헤어스타일링, 메이크업디자인, 뷰티패션 악세서리, 방송연예메이크업, 메디컬스킨케어,
컴퓨터·그래픽	패션CAD, 패션과 뷰티 패션CAD, 패턴CAD, 디지털패션실습, 컴퓨터디자인 프로그램활동, 그래픽디자인
현장 실습·실무	단기인턴학습, 장기인턴학습, 디자인실무 프로젝트, 패션실무분야
어패럴·유통	코디네이션&디스플레이
패션쇼·이벤트	패션쇼기획/연출
무대·영화	공연의상스타일링, 무대영화스타일링, 무대의상디자인
패션잡지·사진	광고 및 잡지스타일링 현장
방송·연예	
외국어	전공영어회화
기타	의상교육 논술(교직), 의상논리 및 논술, 의상교육론, 의상교재연구 및 지도법, 의상교과 교육론, 졸업연구, 졸업작품,

이상의 2~3년제 대학교 9개교와 4년제 대학교 3개교의 교과목현황을 분석하여 도출한 특성화 및 보완점을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 패션디자인분야, 의복구성, 텍스타일, 마케팅 분야의 개설교과목이 뚜렷하게 편중되어 있음을 알 수 있다. 이 현상은 어느 특정대학만의 확연히 드러나는 특화되고 특성화되어있는 교과목이 개설된 학교는 존재하지 않으며, 거의 유사한 교과목과 학점체계를 유지하고 있음을 알 수 있다. 반면 현장에서의 능력과 소질을 개발할 수 있는 교과목으로는 어패럴·유통분야가 많은 대학들에서 운용되고 있지만, 무대·영화분야, 패션잡지·사진분야, 방송·연예분야, 현장실습 등의 교과목은 거의 개설되어있지 않거나 한 두 과목만 개설되어 있음을 알 수 있다.

그러므로 패션스타일리스트 양성을 위한 실질적이고 특화된 교과목 양성을 위하여 다양한 변화와 사고의 전환점이 있어야 하겠다.

둘째, 모든 대학들이 패션 전문인으로서의 글로벌 인재를 육성하는 것이 학과목표임에도 불구하고 다양한 외국어 교육의 채택이 이루어지지 않고 있으므로 시정되어야 할 부분이라고 사려 된다. 그러므로 현재 패션스타일리스트학과에서 스타일리스트의 글로벌한 역할에 대한 필요성을 제대로 인식하지 못하고 있다는 결론이고, 무엇보다도 현저하게 미흡한 부분은 향후 스타일리스트의 통합적 역할을 고려할 때 개선되어야 할 상황이다.

셋째, 국내 대학의 교과과정인 경우 패션 전공 관련 분야의 전반적인 교과내용을 배울 수는 있지만, 어느 한 분야의 전문화가 되어 있지 못하며, 특히 패션스타일리스트의 역할확대를 위한 교과목의 실기 수업이 부족한 상황이다. 그러므로 실기수업을 강화시킨다면 자신이 그 분야에 흥미를 느끼면서 자부심을 느끼며 일을 할 수 있을지를 검증해볼 수 있는 좋은 기회를 마련해줄 수 있다고 사려된다.

넷째, 철학과 미학, 문화와 예술에 관련된 수업을 개설함으로써 자아 정체성 발견은 물론 미학적인 측면에서의 사고를 향상시킬 수 있으며, 마케팅과 관련된 수업을 통해 경영과 패션산업에 대한 이해도를 높일 수 있고, 그 외에도 졸업 후 진로방향 설정을 위한 판단력에 도움이 될 것이다.

따라서 패션스타일리스트란 직업은 사람과 사람, 1:1 사람과의 소통을 하는 직업으로 상대방의 심리를 잘 파악하고 이해 할 수있어야한다. 이를 위해 인간의 심리와 커뮤니케이션 능력을 키울 수있어야한다. 또한 패션 아이템을 활용하여 인체에 표현하는 하나의 예술로 승화시키는 분야인 만큼 창의적인 사고와 이해력을 함양시킬 수 있는 교과목이 필요하다. 예를 들어, 무대·영화분야인 경우는 연극, 오페라, 발레, 극장, 무대의 이해를 위해 문화사적, 예술사적인 이론 수업이 기초교과목으로 개설되어야 하며, 영화의 스타일링을 위해서는 영화산업에 관한 개론 및 시대극영화를 위한 역사의 이해, 시대극에 관한 스토리텔링 훈련을 위한 교과목 개설이 필요할 것이다.

무엇보다도 현장에서 요구되는 스타일링 능력을 갖춘 인재양성을 위해서는 제도적인 뒷받침을 통하여 비효율적인 커리큘럼의 정비 및 기술의 선진화가 필요하다. 이를 위해서는 우리나라가 세계시장의 선두로 갈 수 있는 교육체계가 이루어져야 할 것이다.

(4) 관련학과 전공별 영역 비교분석

기존의 패션 전문 교육의 교과목은 의상디자인, 의복구성, 복식사회학, 피복과학 등 전공 영역별로 분류되어 있으나, 본 연구에서는 패션스타일리스트학과의 목표와 활동영역의 특성을 고려하여 패션디자인, 복식·문화사, 의복구성, 색채학, 텍스타일(소재), 패션마케팅, 패션뷰티, 컴퓨터·그래픽, 현장실습·실무, 어패럴·유통, 패션쇼·이벤트기획, 영화·무대의상, 패션잡지·사진, 방송·연예, 광고·홍보, 외국어 등 16개

분야로 구분하여 조사 비교하였다.

<표 12>는 2~3년제 대학교의 분야별 학점을 비율로 나타낸 것이다. 조사결과에 의하면 패션 전공 관련 교과목 비율에서 패션디자인분야가 26.6%로 가장 비율이 높게 나타났으며 그다음이 의복구성 분야가 13.1%, 패션뷰티분야 10.8%, 패션마케팅 분야가 7.6%, 현장 실습실무 분야가 5.1%, 텍스타일분야가 3.0%, 그다음이 컴퓨터 그래픽분야 4.6%의 순으로 나타나고 있다.

이들 상위 비율의 교과목 중 패션뷰티 분야와 현장실습실무 분야를 제외하고는 기존의 의상관련 학과에 개설되어 있는 기본과목이다. 여기에서도 알 수 있듯이 대다수의 대학들이 패션 전공 관련 교과목을 중요시여기며 패션스타일리스트의 활동 영역에 필요한 교과목 비율은 낮게 채택됨을 알 수 있다. 이러한 상황은 패션스타일리스트학과의 특수성과 변별력의 차이를 각 대학들이 순발력 있게 대처하지 못하고 패션관련학과로서의 명맥을 이어가고 싶어 하는 결과인 것 같다.

<표 12> 2~3년제의 대학의 분야별 교과목 비율

<단위:%>

대학 교과목	대덕 대학	동주 대학	백제 예술	부산 과학	선린 대학	연성 대학	용인 송담	청강 문화	혜전 대학	평균
패션디자인	41.1	29.6	16.6	24.1	30.0	28.9	22.7	14.2	32.5	26.6
의복구성	11.7	11.1	20.8	3.4	27.3	7.8	9.0	14.2	16.1	13.1
복식·문화사	0.0	7.4	4.1	0.0	3.3	2.6	4.5	0.0	3.2	2.7
색채학	5.8	3.7	0.0	6.8	3.3	2.6	4.5	0.0	3.2	3.3
텍스타일(소재)	0.0	7.4	4.1	0.0	3.3	5.2	4.5	0.0	3.2	3.0
패션 마케팅	5.8	3.7	4.1	13.7	6.6	13.1	9.0	0.0	12.9	7.6
컴퓨터·그래픽	0.0	0.0	4.1	17.2	0.0	15.7	4.5	0.0	0.0	4.6
패션 뷰티	41.1	7.4	8.3	0.0	10	0.0	9.0	21.4	0.0	10.8
현장실습·실무분야	5.8	7.4	4.1	3.4	3.3	2.6	9.0	7.1	3.2	5.1
외국어 분야	11.7	0.0	0.0	6.8	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	2.4
광고·홍보	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6
패션잡지·사진	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	1.2
어패럴·유통	11.7	7.4	4.1	3.4	3.3	0.0	9.0	14.2	0.0	5.9
무대·영화	11.7	0.0	4.1	3.4	0.0	0.0	0.0	7.1	3.2	3.2
패션쇼·이벤트	17.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	2.7
방송·연예	5.8	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	3.2	2.7
기 타	23.5	11.1	0.0	3.4	6.6	2.6	9.0	0.0	9.6	7.3

<표 13> 4년제의 대학의 분야별 교과목 비율

<단위:%>

분야 \ 대학	경주대학교	동양대학교	호원대학교	평균
패션디자인	25.1	21.9	24.3	23.7
의복구성	11.3	17.0	14.6	14.3
복식·문화사	4.5	0.0	4.8	3.1
색채학	2.2	2.4	0.0	1.5
텍스타일(소재)	2.2	14.6	12.7	9.8
패션마케팅	4.5	7.3	7.3	6.3
컴퓨터·그래픽	11.3	7.3	4.8	7.8
패션뷰티	13.6	2.4	4.8	6.9
현장실습·실무	2.2	0.0	0.0	0.7
외국어	2.2	0.0	0.0	0.7
광고·홍보	0.0	0.0	0.0	0.0
패션잡지·사진	2.2	0.0	2.4	1.5
어패럴·유통	0.0	2.4	0.0	0.8
무대·영화	0.0	2.4	7.3	3.2
패션쇼·이벤트	0.0	2.4	7.3	3.2
방송·연예	2.2	0.0	0.0	0.7
기 타	13.6	14.6	9.7	12.6

패션스타일리스트학과의 특성을 갖는 차별화 된 교과목이라 생각되어지는 어패럴·유통분야는 5.9%, 무대·영화분야 3.2%, 방송·연예분야 2.7%, 패션쇼·이벤트분야 2.7%, 패션잡지·사진 분야는 1.2%, 광고·홍보분야는 0.6%로 9개의 대학에서 대덕대학교에서 만 한과목이 채택된 다소 저조한 비율을 보이고 있다.

또한 7.3%로 나타난 기타분야에서는 의상교과교육론, 의상교재 연구 및 지도법, 의상논리 및 논술 같은 교직이수 과목 등이 있다. 패션스타일리스트는 인적자원을 활용한 발전가능성이 높은 전문적 분야이다. 소수의 대학에서 창의사고와 표현, 생활속의 심리학, 직장생활과 에티켓 같은 교과목은 패션스타일리스트가 현장에서의 업무수행능력을 위하여 뒷받침 해줄 수 있는 기초적이며 기본적인 교과목이다. 다른 대학에서도 기초학문적인 교과목과 에티켓 관련 교과목이 필요한 이유 이기도하다.

반면 글로벌 시대의 인재를 육성하는 대학에서 외국어 분야가 2.4%로 나온 것은 아쉬움으로 남으며 보다 많은 대학들이 외국어 관련 교과목 채택을 확대하리라 기대한다.

<표 13>은 4년제 대학교의 분야별 학점을 비율로 나타낸 것이다. 조사결과에 의

<표 14> 각 대학의 분야별 교과목 비율

<단위: %>

분야 \ 대학	대덕 대학	동주 대학	백제 예술	부산 과학	선린 대학	용인 송담	혜전 대학	연성 대학	청강 문화	경주 대학	동양 대학	호원 대학	평균
패션디자인	41.1	29.6	16.6	24.1	30	22.7	32.5	28.9	14.2	25.1	21.9	24.3	24.5
의복구성	11.7	11.1	20.8	0.0	27.3	9.0	16.1	7.8	14.2	11.3	17.0	14.6	13.2
복식·문화사	0.0	7.4	4.1	0.0	3.3	4.5	3.2	2.6	0.0	4.5	0.0	4.8	3.13
색채학	5.8	3.7	0.0	6.8	3.3	4.5	3.2	2.6	0.0	2.2	2.4	0.0	2.60
텍스타일(소재)	0.0	7.4	4.1	0.0	3.3	4.5	3.2	5.2	0.0	2.2	14.6	12.7	5.14
패션마케팅	5.8	3.7	4.1	13.7	6.6	9.0	12.9	13.1	0.0	4.5	7.3	7.3	7.47
컴퓨터그래픽	0.0	0.0	4.1	17.2	0.0	4.5	0.0	15.7	0.0	11.3	7.3	4.8	4.33
패션뷰티	41.1	7.4	8.3	0.0	10	9.0	0.0	0.0	21.4	13.6	2.4	4.8	13.9
현장실습·실무	5.8	7.4	4.1	3.4	3.3	9.0	3.2	2.6	7.1	2.2	0.0	0.0	5.16
외국어	11.7	0.0	0.0	6.8	0.0	0.0	3.2	10.5	0.0	2.27	0.0	0.0	2.06
광고·홍보	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6
패션잡지·사진	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	1.2
어패럴·유통	11.7	7.4	4.1	3.4	3.3	9.0	0.0	0.0	14.2	0.0	0.0	0.0	3.76
무대·영화	11.7	0.0	4.1	3.4	0.0	0.0	3.2	0.0	7.1	0.0	2.4	7.3	2.5
패션쇼·이벤트	17.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	2.4	7.3	1.69
방송·연예	5.8	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0	7.1	2.2	0.0	0.0	1.89
기타	2.5	11.1	0.0	3.4	6.6	9.0	9.6	2.6	0.0	13.6	14.6	9.7	7.29

하면 패션 전공 관련 교과목 비율에서 2~3년제와 마찬가지로 패션디자인분야가 23.7%로 가장 높게 나왔으며, 그다음이 의복구성분야 14.3%이다.

텍스타일(소재) 9.8%, 컴퓨터·그래픽 7.8%, 패션뷰티 6.9%, 패션마케팅 6.3%, 복식문화사 3.1%, 색채학 1.5%, 현장실습·실무 0.7%, 외국어 0.7%로 나타났다. 4년제 교과과정을 채택한 대학에서 다양한 경험과 글로벌 인재를 양성하고자하는 목표가 있음에도 현장실습·실무분야와 외국어분야에서 경주대학교만이 관련교과목이 채택되어있고 나머지대학에서는 관련교과목이 한과목도 없어서 새로운 교과목 배정이 절실히 요구되고 있다.

패션스타일리스트학과의 특성을 갖는 차별화 된 교과목 중에서는 무대·영화, 패션

쇼·이벤트 3.2%로 같은 비율로 나타났고 다음이 패션잡지·사진 1.5%, 어패럴·유통 0.8%, 방송·연예 0.7%, 광고·홍보 0.0%로 나타났다.

2~3년제와 비교하여 긴 교육과정임에도 패션스타일리스트의 역할확대를 위한 교과목채택은 상당히 저조하게 나타났다. 이는 패션전공분야의 교과목채택이 주를 이루고 있는 요인으로 보이며 좀 더 현장실무능력을 갖추기 위한 교과목채택이 절실히 요구되고 있다.

특히 광고·홍보분야에서는 우리나라의 패션잡지의 다양성과 현장에서 요구되는 인력이 많음에도 불구하고 2~3년제와 4년제에서 단 한 대학만이 교과목 채택이 되어있는 것은 대학들이 좀 더 심도 있게 고민하고 수정해 나가야할 부분이라 사려된다.

<표 14>는 2~3년제와 4년제 대학의 분야별 교과목 비율로 나타낸 것이다.

이상의 분석 결과, 국내 패션 스타일리스트 관련 학과에서 현재 운영 중인 전공별 영역 교육과정에 대해 다음과 같은 문제점을 도출하였다.

1. 전반적인 교육이 패션디자인, 의복구성, 패션마케팅 분야 중심으로 구성되어 있어 기존의 의상 관련분야와 전혀 차별화가 되지 않은 실정이다.
2. 스타일리스트 활동 영역 중 패션쇼 이벤트분야, 무대 영화분야, 방송 연예분야, 사진영상 분야의 내용과 기술 습득을 위한 교과목은 거의 설치되어 있지 않다. 특히 저널리즘을 이해하고 매거진의 활동영역을 넓혀야할 패션잡지·사진분야와 광고·홍보분야의 교과목 개설은 1개의 학교를 제외하고는 설치되어있지 않다.
3. 산학협동 즉, 실무연계 교육 및 현장 실습 관련 교과목의 미비로 실무 능력 극대화를 지향하는 선진교육 형태와는 많은 차이를 보이고 있으며, 작업 현장에서의 역할에 대한 이해도가 낮아 전문인력으로서의 직업의식 함양이 어렵다.
4. 패션 동향 예측을 위한 정보 분석에 요구되는 외국어 교육과 다양한 해외문화 이해를 위한 교과목 부족으로 국제 감각의 경쟁력을 갖춘 전문인력 양성이 어렵다.
5. 시대의 아이콘을 만들어 내고 문화의 최전방에 서있는 패션스타일리스트는 다양한 경험과 지식을 요구하고 있다. 그러나 역사와 문화를 이해하는 복식사와 다양한 예술작품과의 교육은 대중과 연예인, 혹은 대중과 문화를 연결하는 창의적 사고의 표현방식이 한정될 수 있다.
6. 국내의 패션스타일리스트 관련학과는 2년제에 편중되어있다. 짧은 교육기관으로 인해 기술적인 측면에서의 넓은 의미의 패션스타일리스트로 활동하기 보다는 좁은 의미의 스타일리스트로서의 활동범위가 한정될 수 있다.

V. 패션스타일리스트 실무 역량 강화를 위한 교육과정 모형개발

국내 패션스타일리스트의 교과과정에 대한 일반현황 분석 및 현장에서 활동 중인 패션스타일리스트를 대상으로 한 설문조사(설문지와 심층면접) 결과를 근거로, 패션스타일리스트 실무 역량강화를 위한 교육과정을 모색하기 위한 방안으로 5가지 영역(패션영역, 뷰티영역, 역사·문화영역, 글로벌 교육영역, 현장실습영역)을 도출하였다. 즉, 패션영역, 뷰티영역, 역사·문화영역, 글로벌 교육영역으로 나누어 편성한 교과목의 이론과 실습 위주의 교육과정을 이수 한 후 현장실습영역에서 현장실무 능력과 스타일링 디자인을 할 수 있는 창의력과 능력을 키울 수 있는 교육과정의 모형을 개발하여 제시하고자 한다.

분류한 5가지 영역에서는 2년제와 4년제의 교과목 분류에 다소 차이가 있으나, 2년제와 4년제의 교육기간이 상이하기 때문에 교육시스템으로 인한 교과목분류는 당연히 다르게 분류되어야 한다.

따라서 2년제와 4년제로 나누어 교과과정의 교과목을 살펴보기로 한다.

1. 2년제 교육과정 모형 개발

<표 15>은 2년제 교육과정을 패션영역, 뷰티영역, 역사·문화영역, 글로벌교육영역, 현장실습영역 등 각 분야별로 교육목표와 교육내용을 설정한 것이다.

<표 15> 2년제 분야별 교육내용

영역	분야	목표	교육내용
패션	·패션디자인 ·의복구성 ·패션마케팅	패션의 이론과 실기를 통한 패션 전문 인력양성을 목표로 한다.	복식의 디자인 원리와 요소, 기본적인 구성 원리와 마케팅의 이해와 개념을 익힌다.
뷰티	·뷰티	뷰티의 기본정의 및 종류를 익혀 다양한 스타일링에 응용한다.	테마에 맞는 예술적이고 창의적인 표현능력을 익힌다.
역사·문화	·문화사 ·인문학	다양한 문화와 예술품을 통한 인문학적 사고와 연계하여 다양한 상상력표현	미술관/박물관탐방, 인문학 등을 통한 스타일링디자인 연출능력 함양
글로벌교육	·외국어 ·글로벌프로그램	글로벌 인재 육성을 위한 외국어 능력과 다양한 경험을 익힌다.	4학기동안 집중적인 회화 구사능력과 외국대학과의 연계프로그램으로 다양한 체험과 실습을 한다.
현장실습	·미디어 ·저널리즘	무대·영화, 방송·연예, 패션쇼, 패션잡지·광고, 사진 등을 통한 현장 실무능력을 익혀 전문인으로서의 양성을 목표로 한다.	·무대·영화스타일링 ·방송연예스타일링 ·잡지·광고스타일링 ·패션쇼스타일링 ·패션포토스타일링

1) 패션영역의 과목별 교육

(1) 패션디자인(Fashion Design)

패션의 디자인 원리를 바탕으로 감각적인 표현 능력을 키우기 위해 이론과 실기 위주의 교육을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 패션디자인의 교육지침을 요약하면 다음 <표 16>과 같다.

<표 16> 패션디자인 과목별 교육

교과명 교육지침	패션디자인 (Fashion Design)
교육목표	·복식의 디자인 원리와 요소와 기초적인 이론을 익히기 ·복식의 구조와 장식에 대한 디자인 표현 능력을 익히기 ·패션디자인의 조형적인 요소와 실용적인 요소를 조화시킬 수 있는 감각 익히기
교육방법	·이론 강의 ·실시 교육
교육내용	·패션용어에 대한 정확한 지식을 습득 ·패션 테마와 이미지, 색채, 아이템 및 디테일 등을 습득 ·패션테마에 맞는 스타일을 세분화하여 디자인 실습
교육자료	·ppt 자료 ·빔 프로젝트를 활용한 다양한 디자인 자료
교육장소	·디자인실

(2) 의복구성(Clothing Construction)

의상을 제작하는 방법을 익히기 위한 기초적인 의복구성 학습을 위한 실습위주의 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 의복구성의 교육지침을 요약하면 다음 <표 17>과 같다.

<표 17> 의복구성 과목별 교육

과목명 교육지침	의복구성(Clothing Construction)
교육목표	·다양한 디자인의 의상을 제작하는 방법을 익히기 위한 기초적인 의복구성을 학습 ·패턴&봉제의 기본원형의 설계의 방법을 익히고 각종 봉제의 활용방법을 학습
교육방법	·실기교육
교육내용	·패턴 설계의 기본규칙 ·다양한 패턴설계 응용 및 활용법 익히기 ·봉제도구의 사용법 및 기본원형 설계방법
교육자료	·전공 교재
교육장소	·의복구성실

(3) 패션 마케팅(Fashion marketing)

패션마케팅의 이해와 전략을 통한 비즈니스 활동에 주안점을 두고, VMD의 마케팅 전략과 상호관계에 대한 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무 역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 패션마케팅의 교육지침을 요약하면 다음 <표 18>과 같다.

<표 18> 패션 마케팅 과목별 교육

과목명 교육지침	패션마케팅(Fashion marketing)
교육목표	·의류상품의 마케팅활동에 관한 원리와 과정을 익히기 ·패션스타일리스트로서의 설득력, 패션바이능력, 디스플레이 디자인능력 을 익히기
교육방법	·이론 강의 ·실습위주의 매장활용 강의
교육내용	·의류상품의 마케팅활동에 관한 원리와 과정 ·M.D, 디스플레이, 코디, 칼라 및 패션유통 관련 전문지식 ·VMD 개념과 전략
교육자료	·이론 전공교재 ·ppt 활용자료
교육장소	·강의실 ·현장실습

(4)코디네이션

각 영역별 스타일링을 효율적인 연출과 전문적인 현장업무 능력을 높이기 위한 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 코디네이션의 교육지침을 요약하면 다음 <표 19>와 같다.

<표 19> 코디네이션 과목별 교육

과 목 명 교육지침	코디네이션(Coordinator)
교육목표	·의상과 아이템의 전체적인 조화롭고 아름다운 스타일링 표현하기 ·컨셉별 의상과 아이템, 뷰티와의 스타일링 표현하기
교육방법	·이론 강의 ·실습위주의 매장활용 강의
교육내용	·각 영역별 스타일링을 체계적이고 전문적으로 익혀 현장업무 능력을 높이고 활용하기
교육자료	·이론 전공교재 ·ppt 활용자료
교육장소	·강의실 ·현장실습

2) 뷰티영역의 과목별 교육

(1) 헤어·메이크업 디자인(Hair·Make-up Design)

스타일링에 필요한 기초적인 헤어·메이크업과 이론을 바탕으로 한 기본정의와 종류를 익히기 위한 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 헤어·메이크업 디자인의 교육지침을 요약하면 다음 <표 20>과 같다.

<표 20> 헤어·메이크업 디자인 과목별 교육

과 목 명	헤어·메이크업디자인(Hair·Make-up Design)
교육목표	·헤어·메이크업의 기본 정의 및 종류, 기본 이론 익히기 ·얼굴의 장·단점을 이해하고 보완하여 얼굴형태에 맞게 아름다움을 효과적으로 연출하는 스타일링 기법 익히기
교육방법	·이론강의 ·실기강의
교육내용	·메이크업의 기본 정의 및 종류 ·도구와 재료 및 사용법 익히기 ·얼굴형에 맞는 기초 메이크업, 실용적 메이크업 실습
교육자료	·이론 전공교재
교육장소	·헤어·메이크업 실습실

(2) 패션 뷰티스타일링(Fashion Beauty Styling)

패션 아이템을 활용한 예술적이고 창의적인 뷰티스타일링을 표현하는 능력을 익히기 위한 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 패션 뷰티스타일링의 교육지침을 요약하면 다음 <표 21>과 같다.

<표 21> 헤어·메이크업 디자인 과목별 교육

과목명 교육지침	패션 뷰티스타일링(Fashion Beauty Styling)
교육목표	·패션 아이템을 활용한 다양한 헤어·메이크업의 표현방법 습득 ·예술적이고 창의적인 테마에 맞게 뷰티스타일링을 표현하는 능력 익히기
교육방법	·실기강의
교육내용	·도구와 재료사용법과 테크닉 익히기 ·뷰티스타일링의 다양한 표현방법 실습하기 ·무대분장과 예술적인 테마별 뷰티스타일링 표현력 실습
교육자료	·빔 프로젝트를 활용한 다양한 자료 활용
교육장소	·헤어·메이크업 실습실

3) 역사·문화영역

(1) 미술관·박물관 탐방

역사적인 문화현상들을 이해하고 패션과 예술을 통한 창조적인 발상과 사고의 표현으로 패션스타일링을 창출할 수 있는 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 미술관·박물관 탐방의 교육지침을 요약하면 다음 <표 22>와 같다.

<표 22> 미술관·박물관 탐방 과목별 교육

과목명 교육지침	미술관·박물관 탐방
교육목표	·패션과 예술을 연계한 창조적인 발상과 사고의 표현 능력을 확대 ·새로운 스타일링을 창출할 수 있는 안목을 넓힘
교육방법	·현장강의
교육내용	·문화사와 예술사를 통한 다양한 표현능력 기르기 ·기획전과 탐방을 통한 토론위주의 수업형태
교육자료	·브로슈어, 전시회 관련자료
교육장소	·현장

(2) 상상력 이미지표현

인문학을 통한 상상력을 다양하게 표현하여 창의적 능력을 개발하고 발전시키는 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 상상력 이미지 표현의 교육지침을 요약하면 다음 <표 23>과 같다.

<표 23> 상상력 이미지표현 과목별 교육

교과명 교육지침	상상력 이미지표현
교육목표	·인문학을 통한 사고와 표현능력을 상상력과 접목 ·다양하게 표현되는 상상력이미지를 패션스타일링에 응용하여 창조적인 연출 익히기
교육방법	·이론강의 ·실기강의
교육내용	·쉬운 철학서를 활용하여 토론하고 응용하기 ·다양한 상상력을 이용한 Design Map 만들기 ·상상력을 통한 이미지스타일링
교육자료	·철학서
교육장소	·강의실

4) 글로벌교육영역

(1) 외국어

글로벌 시대의 능력 있는 인재를 육성하기 위한 다양한 외국어 교육을 통하여 세계로 나아가는 패션인을 양성하기 위한 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타 일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 외국어의 교육지침을 요약하면 다음 <표 24>와 같다.

<표 24> 외국어 과목별 교육

교과목 교육지침	외 국 어
교육목표	·글로벌 인재육성을 위한 외국어 구사능력 함양
교육방법	·외국어 회화 위주교육
교육내용	·외국어 회화의 기초 ·외국어 회화의 단계별 수업
교육자료	·외국어교육자료
교육장소	·시청각 교육실

(2) 외국대학과의 연계프로그램

외국대학과의 다양한 학습경험으로 사고의 폭을 넓히고 시대를 읽고 자기를 개발하는 인재를 육성하기 위한 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 외국대학과의 연계프로그램 교육지침을 요약하면 다음 <표 25>와 같다.

<표 25> 외국대학과의 연계프로그램 과목별 교육

교과목 교육지침	외국대학과의 연계프로그램
교육목표	·외국대학의 교육체험을 통한 다양한 지식과 견문을 넓힘
교육방법	·외국대학의 커리큘럼
교육내용	·외국대학의 커리큘럼
교육자료	·외국어교육자료
교육장소	·외국의 프로그램 연계 대학교

5) 현장실습영역

(1)미디어분야

미디어분야의 패션스타일리스트의 역할을 이해하며 현장에서의 업무능력을 파악하여 전문가를 육성하기 위한 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 미디어 분야의 교육지침을 요약하면 다음 <표 26>과 같다.

<표 26> 미디어분야 과목별 교육

교과목 교육지침	패션미디어 스타일링(Fashion Media Styling)
교육목표	·방송, 연예, 무대, 영화 등의 활동영역에서의 전문적인 미디어분야의 특징을 이해 ·패션, 뷰티를 통한 창조적인 미디어분야의 스타일링의 능력함양
교육방법	·현장실무교육
교육내용	·미디어분야의 현장에서의 다양한 경험과 지식을 습득 ·패션 미디어스타일링을 통한 테크닉과 각 영역별 성격이해
교육자료	·각 영역별 포트폴리오
교육장소	·현장

(2)저널리즘분야

저널리즘분야의 패션스타일리스트의 역할을 이해하며 현장에서의 업무능력을 파악하여 전문가를 육성하기 위한 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 저널리즘 분야의 교육지침을 요약하면 다음 <표 27>과 같다.

<표 27> 저널리즘분야 과목별 교육

교과목 교육지침	패션저널리즘 스타일링(Fashion Journalism Styling)
교육목표	·패션잡지, 광고, 사진 등의 활동영역에서의 전문적인 저널리즘분야의 전문성과 특징을 이해 ·패션, 뷰티를 통한 창조적인 저널리즘분야의 스타일링 능력함양
교육방법	·현장실무교육 ·이론교육
교육내용	·저널리즘분야의 현장에서 다양한 경험과 지식을 습득 ·사진예술의 전반적인 이론과 실습을 통한 현장에서의 사진 활용 교육
교육자료	·사진이론 교육자료
교육장소	·강의실 ·현장

2. 4년제 교육과정 모형 개발

<표 28>은 4년제 교육과정을 패션영역, 뷰티영역, 역사·문화영역, 글로벌교육영역, 현장실습영역을 각 분야별로 교육목표와 교육내용을 요약한 것이다.

<표 28> 4년제 대학 분야별 교육내용

영역	분야	목표	교육내용
패션	·패션디자인 ·의복구성 ·패션마케팅 ·코디네이션 ·텍스타일(소재)	패션의 이론과 실기를 통한 패션 전문 인력양성을 목표	·복식의 디자인원리와 요소 ·기본적인 구성 원리 ·마케팅의 이해와 개념 ·섬유의 종류와 특성이해
뷰티	·뷰티	뷰티의 기본 정의 및 종류를 익혀 다양한 스타일링에 응용	테마에 맞는 예술적이고 창의적인 표현능력 함양
역사·문화	·복식·문화사 ·인문학 ·브랜드 리서치	다양한 문화와 예술품을 통한 인문학적 사고와 연계하여 다양한 상상력표현	·미술관/박물관탐방 ·드라마/영화 감상 ·인문학을 통한 다양한 상상력 이미지표현 ·패션시장의 정보를 수집, 응용
글로벌교육	·외국어 ·글로벌프로그램 ·패션트렌드리서치	글로벌 인재 육성을 위한 외국어 능력과 다양한 경험과 체험	·4년 동안 집중적인 회화 구사 능력배양 ·외국대학과의 연계프로그램으로 다양한 체험실습 ·세계패션의 동향과 정보 분석
현장실습	·미디어 ·저널리즘	무대·영화, 방송·연예, 패션잡지, 광고, 사진 등을 통한 현장실무능력을 익힌 전문인양성	·무대·영화스타일링 ·방송연예스타일링 ·잡지·광고스타일링 ·패션쇼스타일링 ·패션포토스타일링

국내 패션스타일리스트의 교과과정에 대한 일반현황 분석 및 현장에서 활동 중인 패션스타일리스트를 대상으로 한 설문조사(설문지와 심층면접) 결과를 근거로, 패션스타일리스트 실무 역량강화를 위한 교육과정을 모색하기 위한 방안으로 2년제와 마찬가지로 5가지 영역(패션영역, 뷰티영역, 역사·문화영역, 글로벌 교육영역, 현장실습영역)을 도출하였다. 즉, 패션영역, 뷰티영역, 역사·문화영역, 글로벌 교육영역으로 나누어 편성한 교과목의 이론과 실습 위주의 교육과정을 이수 한 후 현장실습영역에서 현장실무 능력과 스타일링 디자인을 할 수 있는 창의력과 능력을 키울 수 있는 교육과정의 모형을 개발하여 제시하고자 한다.

패션영역에서는 텍스타일(소재)분야, 역사·문화영역에서는 복식·문화사, 드라마·영화 감상, 브랜드리서치, 글로벌교육영역에서는 패션트렌드리서치를 더 부가하여 편성하였다.

따라서 4년제 교과과정에서는 2년제에 포함되지 않은 교과목분야만 살펴보도록 하겠다.

1)패션영역

(1)텍스타일(소재)분야

소재의 질감, 형태감, 무게감을 통한 입는 사람의 체형, 착장의 전체적인 이미지를 표현하며 스타일링을 완성하는데 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 텍스타일 분야의 교육지침을 요약하면 다음 <표 29>와 같다.

<표 29> 텍스타일(소재)분야 과목별 교육

교과목 교육지침	텍스타일(소재)(Fashion Textiles)
교육목표	·섬유제품을 구성하는 원료섬유의 종류와 특성을 이해한다. ·텍스타일 트렌드에 따른 감각적 능력을 갖춘다. ·시각적 이미지를 창출할 수 있는 패턴능력을 기른다.
교육방법	·이론 강의 ·실습 강의
교육내용	·텍스타일 디자인의 개념 ·패턴디자인, 컬러와 트렌드 ·아이템 패턴 개발
교육자료	·텍스타일 전공교재
교육장소	·강의실

2)역사·문화영역

(1)복식·문화사분야

패션의 역사와 문화를 통하여 시대상을 반영하고 분석하여 디자인의 사고와 폭을 넓히며 다양한 스타일링 분야의 현장에서 접목하여 창의적인 디자인을 창출 할 수 있는 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 복식·문화사 분야의 교육지침을 요약하면 다음 <표 30>과 같다.

<표 30> 복식·문화사 분야 과목별 교육

교과목 교육지침	패션과 문화(Fashion & Culture)
교육목표	·패션의 역사와 변천과정을 통한 사회문화현상 이해 ·패션사에 등장한 작품을 비교분석, 패션의 역사를 통해 창의적인 디자인 창출할 수 있는 능력배양
교육방법	·이론교육
교육내용	·패션양식에 영향을 준 사회문화의 전반적인 배경, 흐름을 이해 ·20세기 이후의 사회문화현상과 패션 및 디자인의 특징, 문화의 상호작용 파악 ·역사를 통한 디자인의 방향 변화를 이해하고 디자인사고의 폭을 넓혀 창의성 발견
교육자료	·복식사 전공교재 ·문화사교재
교육장소	·강의실

(2) 드라마·영화감상

드라마와 영화 감상을 통하여 시대, 상황, 문화를 이해하며 스타일링을 체계적인 테크닉을 간접적으로 익히며 작품분석력과 스타일링의 방향과 변화를 이해하는 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 드라마·영화감상 분야의 교육지침을 요약하면 다음 <표 31>과 같다.

<표 31> 드라마·영화감상 과목별 교육

교과목 교육지침	드라마·영화 감상(Drama/Movies Appreciation)
교육목표	·드라마/영화 감상을 통한 사회문화현상 이해 ·주제와 컨셉을 비교분석, 작품을 통한 창의적인 디자인 창출할 수 있는 능력배양
교육방법	·이론교육 ·실기교육(현장, 극장)
교육내용	·작품의 컨셉에 맞는 다양한 스타일링과 감성을 이해 ·사회문화의 전반적인 배경, 흐름을 이해 ·드라마·영화를 통한 디자인의 방향 변화를 이해하고 디자인사고의 폭을 넓혀 창의성 발견
교육자료	·영화의 이해 교재 ·빔 프로젝트를 활용한 교육
교육장소	·강의실 ·극장

(3)패션브랜드리서치(Fashion Brand Research)

패션브랜드 시장조사와 수집분석을 통한 패션트렌드에 대한 종합적인 이해와 소비자 만족 극대화를 위한 소비행동의 응용력을 배양하는 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 패션브랜드리서치의 교육지침을 요약하면 다음 <표 32>와 같다.

<표 32> 패션브랜드 리서치 과목별 교육

교과목 교육지침	패션브랜드리서치(Fashion Brand Research)
교육목표	·브랜드 시장조사와 수집분석을 통하여 다양한 컨셉에 따른 패션유행을 알아보고 새로운 스타일을 제안하는 방법 익히기
교육방법	·이론교육 ·실기교육
교육내용	·근현대 패션에 대한 고찰과 브랜드를 분석하여 패션유형 익히기 ·브랜드의 모드와 패션트렌드에 대한 종합적인 이해 ·브랜드리서치를 통한 소비자 감성 분석
교육자료	·브랜드 형태별, 아이템 구성별 사례자료
교육장소	·강의실 ·현장

3)글로벌교육영역

(1)패션트렌드리서치(Fashion Trend Research)

패션트렌드 분석을 통하여, 세계패션동향 및 컬렉션을 분석하고 유행의 속성을 소비환경에 적용하는 교과과정을 필요로 한다. 따라서 패션스타일리스트 실무역량 강화를 위한 교과과정 모형을 개발하기 위한 교과목으로 설치한 패션트렌드리서치의 교육지침을 요약하면 다음 <표 33>과 같다.

<표 33> 패션트렌드리서치 과목별 교육

교과목 교육지침	패션트렌드리서치(Fashion Trend Research)
교육목표	·세계패션동향과 컬렉션을 분석하여 활용하는 과정학습 ·전문 패션스타일리스트로서 갖추어야할 패션 트렌드 정보의 창조적 활용능력 배양
교육방법	·이론교육 ·CD 자료교육
교육내용	·세계패션경향분석 ·컬렉션 분석 ·수집 분석 한 후 토의
교육자료	·패션트렌드자료- 의류, 헤어·메이크업스타일, 액세서리 등 ·패션전문 잡지활용
교육장소	·강의실

결론적으로 패션스타일리스트학과 실무역량강화를 위한 교육과정을 개발한 모형은 다음 <그림 12>로 요약할 수 있다.

즉, 국내 패션스타일리스트 학과의 장·단점을 도출한 결과, 장점으로는 패션전공 관련 과목이 많은 비율을 차지하고 있으므로 졸업 후 패션전문지식이 높게 평가되어 패션산업 현장에서의 역할 수행에 뛰어난 자질을 갖출 수 있을 것이다.



<그림 12> 개발한 실무역량강화를 위한 교육과정모형

단점으로는 의상관련학과와의 차별성이 없고, 산학협동 연계가 미비하여 현장에서의 실무와의 연계를 이루기 어려우며, 외국어 관련 교과목이 미비하여 글로벌 인재를 육성하는데 한계가 있다. 또한 예술작품의 이해도를 높이기 위한 교과목 부재로 다양한 예술사적 측면과 문화적 측면에서 사고의 기회가 부족할 것으로 보인다. 더욱이 교육과정이 2년제 대학에 편중되어 있어서 체계적인 교육 진행에 다소 어려움이 있음을 알 수 있다.

국외 패션스타일리스트 학과의 장·단점을 도출한 결과, 장점으로는 실무위주의 수업방식과 산학연의 연계가 활발히 이루어지고 있어 현장에서의 업무수행 능력을 높이고 다양한 경험으로 영역의 폭을 넓힐 수 있고, 전문가의 연계 수업으로 현장 시스템체계를 제대로 파악하고, 산학 공동 프로젝트를 통해 타인을 배려하고 팀을 이끄는 리더십을 익혀 취업과의 다양한 연계를 이루는 성과를 보이고 있다.

국·내외 대학의 장·단점을 도출하여 얻어진 결과로는 인턴제와 현장실습을 통하여 현장 실무경험의 기회를 확대하여 다양한 시스템을 경험하고 취업 시 현장업무를 파악하는데 시간을 단축시킬 수 있으며, 예절교육을 통한 커뮤니케이션 방법, 인간관계의 중요한 사항들을 익히고, 다양한 외국어의 학습을 통해 더 많은 기회와 자신감을 얻을 수 있으며 스토리텔링 사고를 통한 남과의 차별되는 인간중심적인 전문가를 양성할 수 있을 것이다.

패션스타일리스트학과의 현황과 실무자들의 의견을 분석하여 다음에서 교과목의 영역을 4영역, 패션영역, 뷰티영역, 역사·문화영역, 글로벌교육 영역으로 세분화 시킨다.

첫째, 패션영역으로는 패션디자인분야, 의복구성분야, 색채학분야, 텍스타일(소재)분야, 코디네이션분야이며 패션영역은 패션전공 분야로만 나누었다.

둘째, 뷰티영역은 뷰티분야와 헤어·메이크업 분야로 나누어 패션스타일리스트가 현장에서의 업무수행을 할 때 다양한 테크닉과 컨셉의 분석력을 높일 수 있는 분야이다.

셋째, 역사·문화영역은 스타일리스트들이 현장에서 표현되어지는 시간적 공간적 미학적 요소들의 이론적 배경, 기획의 방향성 정립에 바탕이 된다. 드라마·영화감상, 박물관·미술관탐방, 상상력표현, 브랜드리서치로 나누었고 드라마·영화 관람은 주제와 컨셉에 맞는 다양한 표현들을 배우기 위해 극장에서 상영되고 있는 영화를 감상하고 작품전체의 스타일링과 감성을 이해하고 표현하며, 박물관·미술관탐방은 역사와 문화 그리고 예술작품의 이해도를 높여 전문가적인 사고를 넓힐 수 있는 과목이며, 상상력 표현은 인문학적 사고로 접근하여 다양한 상상력을 통한 이미지를 표현하고, 브랜드 리서치는 브랜드의 시스템을 조사하고 매장에서의 소비자들의 선호도를 리서치하면서 전문가로서의 자질을 높이는 방법들을 익힐 수 있는 영역이다.

넷째, 글로벌교육 영역은 세계화 시대에 맞는 인재를 육성하기 위해 다양한 외국어

의 교육은 필수적이다. 외국어 구사력이 향상될수록 자신의 분야에서 자신감을 갖고 다양한 사람들과의 커뮤니케이션을 통해 다양한 정보와 인적자원을 얻을 수 있을 것이다. 패션트렌드리서치는 세계 패션경향을 파악하고 시즌별 컬렉션을 분석하여 유행 선도력을 가질 수 있는 인재를 육성하고, 외국대학과의 연계프로그램을 통해 외국의 시스템을 체험할 수 있는 기회와 취업의 폭을 넓힐 수 있는 프로그램으로 경험의 기회제공이 될 것이다.

다음은 4가지 영역인 패션영역, 뷰티영역, 교양교육영역, 글로벌교육영역을 학교에서의 교육이 현장에서 연계되는 현장실습영역이다.

현장실습영역은 저널리즘분야와, 미디어분야로 나누어 실시하는데, 저널리즘분야는 패션잡지, 광고, 패션사진 등 출판업에 관련되어있는 패션스타일리스트의 분야를 폭넓고 다양하게 업체와 연계하여 업무능력을 높이는데 목적이 있다. 미디어분야는 방송, 영화, 패션쇼 등의 연예인 중심적이면서 패션쇼분야까지의 현장경험을 높여 전문가로서의 자질과 능력을 발휘 해 볼 수 있는 기회가 될 것이다.

저널리즘분야와 미디어분야는 패션스타일리스트의 6가지 활동영역으로 세분화되어진다. 그 속에 광고·홍보, 패션잡지·사진, 어패럴·유통, 무대·영화, 패션쇼·이벤트, 방송·연예 패션스타일리스트의 역할을 함축적으로 나누어 발전적이면서 기술 습득을 위한 교과목 중심의 영역이 이루어져야 한다.

V. 결 론

현대 패션산업은 패션 관련 분야의 다양한 전공자를 필요로 하고 있음에도 불구하고 이에 대처하는 분야별 전문 교육의 미비, 직종개발의 소극성, 직업의식의 부족 등으로 인하여 사회 진출에 어려움을 겪고 있는 상황이다.

국내 4년, 2년제 대학에서의 패션관련학과는 120여개이며 매년 수천 명의 패션관련 전공자들이 배출되고 있다. 양적인 면에서는 선택의 기회가 많은 것으로 보이지만 실무현장에서 요구하는 질적인 요건에는 미치지 못하고 있는 실정이다

그 중 패션스타일리스트 전문가를 양성하기위한 국내 대학의 교육은 90년대 후반 들어 패션스타일리스트 전공 학과가 개설 운영되고 있는데, 더욱 빠르고 다양하게 변화할 패션 분야 간의 전문 인력 수급의 불균형 문제 해결 방안의 일환으로 스타일리스트관련 학과는 더욱 증가 할 것이라 예측되어 된다. 이와 더불어 기존의 의상관련 학과에서도 포화상태인 디자이너 전공 교육과정 중심에서 벗어나 심화 과정으로 패션스타일리스트에 관련된 교육과정을 운영하는 방법도 시대적 변화에 순응하는 좋은 방법이라 생각된다.

따라서 본 연구에서는 문헌연구를 통해 스타일리스트의 개념을 정립하고 국내 패션스타일리스트 관련학과의 교육과정을 분석하였으며, 국내 패션스타일리스트의 실태와 활동영역을 조사 분석하였다. 또한 이들의 실무경험을 바탕으로 현장에서 요구되는 각 교과목 분야의 필요성 및 인식 정도를 설문조사와 심층면접을 통해 알아보았으며 이에 따른 교과 과정 설정 방안을 수립하고 2년제, 4년제 대학의 합리적이고 체계적인 교과과정 모형을 제시하였다.

그 결과를 요약하면 다음과 같다.

국내 패션스타일리스트 학과 현황분석 결과 패션전공 관련 과목이 높은 비율을 차지하고 있어 졸업 후 패션전문지식이 높게 평가되어 패션산업 현장에서의 역할 수행에 뛰어난 자질을 갖출 수 있다. 그러나 의상관련학과와의 차별성이 없고, 산학협동 연계가 미비하여 현장에서의 실무와의 연계를 이루기 어렵다. 외국어 관련 교과목이 미비하여 글로벌 인재를 육성하는데 한계가 있으며, 대학기관의 기여로 인력난과 취업난이 공존하는 현상을 나타내고 있다.

국외 패션스타일리스트 학과의 현황 분석한 결과, 실무위주의 수업방식과 산학연의 연계가 활발히 이루어지고 있으므로 현장에서의 업무수행 능력을 향상시키고 다양한 경험으로 영역의 폭을 넓힐 수 있다. 또한 전문가와의 연계 수업을 통해 현장 시스템을 정확히 파악할 수 있는 기회를 가질 수 있으며, 산학 공동 프로젝트를 통해 타인을 배려하고 팀을 이끄는 리더쉽을 익히는 등 취업과의 다양한 연계를 이루는 성과를 보이고 있다.

국·내외 대학의 현황분석을 통한 장·단점을 도출하여 얻어진 결과로는 인턴제와 현장실습을 통하여 현장 실무경험의 기회를 확대하여 다양한 시스템을 경험하고 취업 시 현장업무를 파악하는데 시간을 단축시킬 수 있으며, 예절교육을 통한 커뮤니케이션 방법, 인간관계의 중요한 사항들을 익히고, 다양한 외국어의 학습을 통해 더 많은 기회와 자신감을 얻을 수 있으며 스토리텔링 사고를 통한 남과의 차별되는 인간중심적인 전문가를 양성할 수 있을 것이다.

패션스타일리스트학과의 현황과 실무자들의 의견을 분석하여 패션스타일리스트의 활성화를 위해서는 학교와 산학연과의 협력 체계를 구축하여 인턴쉽과 특강 등을 진행하고 역할확대를 위한 활동영역이 확장됨에 따라 전공 교과목외에 다양한 사회현상과 문화까지 다방면의 자기계발을 적극적으로 수요하고 교육하여야한다.

그러므로 2년제 대학의 교육과정에는 실무중심의 교육과정운영이 용이하며, 4년제 대학에서는 이론과 실무를 바탕으로 학년제에 따른 인력양성, 교육과정의 차별성을 두어야 한다.

이상의 현황 및 실태 조사 및 설문조사 결과 종합에 따른 전문교과 과정 설정 방안을 다음과 같이 모색하였다.

첫째, 광의의 패션스타일리스트 역할을 수행하기 위한 디렉터 개념의 전문 인력 양성을 위한 교육은 4년제 교육 기간을 주축으로 이루어져야 하며, 단편적인 이미지 메이킹을 위한 패션 연출을 담당하는 협의의 스타일리스트 역할 수행을 위한 교육은 2년제 교육기관을 중심으로 이루어져야 한다.

둘째, 국내·외 패션스타일리스트학과의 장·단점을 도출하고 현장에서 요구되는 사항들에 대한 문제점을 도출하여 이론적 배경을 바탕으로 패션스타일리스트 양성을 위한 교과목 과정을 패션영역, 뷰티영역, 역사·문화 영역, 글로벌교육 영역으로 나누고 패션영역을 제외한 나머지 세 영역에서 습득한 지식을 현장실습영역으로 나누었다.

셋째, 패션영역에서는 패션디자인분야, 의복구성분야, 색채학분야, 텍스타일(소재), 코디네이션 분야로 나누었고, 뷰티 영역에서는 뷰티 분야, 헤어/메이크업분야, 역사·문화 영역에서는 드라마/영화 감상, 박물관/미술관 탐방, 상상력 표현 이미지, 브랜드 리서치, 글로벌 교육 영역에서는 외국어 강화교육, 패션 트렌드리서치, 외국대학과의 프로그램연계관련 과목을 배치하였다.

다섯째, 패션영역을 제외한 세 영역에서의 습득한 지식을 바탕으로 현장실습 영역에서는 저널리즘분야와 미디어분야로 세분화하였다.

여섯째, 이상의 연구를 바탕으로 실무역량 강화를 위한 교육과정 모형을 개발 하였다.

본 연구는 패션스타일리스트에 대한 인식과 실무체계가 아직 미흡한 단계이며 설

문조사에 있어서 주변의 전문직종과의 역할 구분이 어려웠으며 많은 수의 패션스타일리스트의 설문을 받지 못하여 엄격한 의미의 표출이 되지 못했다는 한계성을 지닌다. 그러나 아직 패션스타일리스트의 교과목과정에 대한 연구와 스타일리스트의 활동영역과 실태, 교육과정의 현황을 조사 분석하고 이에 따른 2년제 교육기간과 4년제 교육기간의 전문 패션스타일리스트 양성을 위한 바람직한 교과과정의 모형을 제시하였다는데 의의가 있다. 이를 통하여 앞으로 더욱 확대 될 패션스타일리스트의 영역과 역할을 기대해 보며 이를 위한 스타일리스트 교육과정이 수요자 중심, 실무 중심의 좀 더 합리적인 방법으로 이루어지기 바란다. 또한 이를 위해서는 학교 당국의 인식의 공유와 정책적인 배려가 함께 요구된다.

참 고 문 헌

<국내 문헌>

- 권연옥 (2008), 초현실주의 테페이스망 기법을 응용한 패션스타일링 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김명숙 (2002), 현대패션에 있어서 아트디렉터의 역할에 관한연구, 동덕여자대학교 패션전문대학원 석사학위 논문
- 김성권 (1997), 영화 예술의 미술적 특징에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김수진 (2010). 한국 패션스타일리스트의 역할확대와 Roll Model에 관한 사례분석 - 전문가들의 Roll Model 분석을 중심으로. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 김연희(2003), 영화의상, 메이크업이 대중패션에 미치는 영향, 조선대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김희진 (2004). Fashion stylist의 역할에 관한 연구 -TV드라마와 영화를 중심으로. 동덕여자대학교 디자인대학원 석사학위 논문.
- 김혜진 (2001), 영화의상이 패션에 끼친 영향, 성신여자대학교 석사학위 논문.
- 박성숙 (2002), 패션코디네이션에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위 논문.
- 배인순 (2003), 20세기 토털코디네이션의 변천에 관한 연구, 대구카톨릭대학교 석사학위 논문.
- 백주현 (2005), 패션코디네이션을 위한 이미지 정보시스템에 관한연구, 이화여자대학교 석사학위 논문.
- 송승미 (2009), 고등교육기관 메이크업관련학과 교육과정 모형개발에 관한 연구, 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위 논문.
- 이경형 (1998), 비주얼 머천다이징의 교육시스템 개발에 관한 연구, 중앙대학교 예술대학원 석사학위 논문.
- 이미정 (2005), 20대여성의 이미지에 따른 메이크업과 의상에 관한 연구, 숙명여자대학교 석사학위 논문
- 안연숙 (2011), 재활용 패션 디자인에 의한 패션 스타일링 연구, 이화여자대학교 석사학위 논문.
- 이송림 (2000), 샤넬이미지를 통한 패션 코디네이션 연구, 동덕여자대학교 석사학위논문.
- 이언주 (2008), 키치의 미적 특성을 응용한 패션스타일링 연구, 이화여자대학교 석사학위 논문.
- 이언영 (2003), 토털 패션 이미지 연출에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이지은 (2008), 스타이미지를 활용한 패션디자인개발, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이정자 (1985), 영화의상의 의미와 역할에 관한연구, 홍익대학교 산업미술 대학원 석사학위논문.

- 이화영 (2002), 영화 의상의 표현성에 관한 연구, 동국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 임경순 (1999), 현대패션 코디네이션 연구, 성균관대학교 대학원 박사학위 논문.
- 장미순 (2003), 케이블 TV홈쇼핑을 통한 디자이너 의류제품 구매자의 만족/불만족에 관한 연구, 동덕여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 조우영 (2004), 패션잡지에 나타난 스타일링 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위 논문.
- 조인실 (2000), 국내 패션 코디네이션 교육과정에 관한 실증적 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 정지혜 (2003), 한국 영화의상이 대중패션에 미친 영향에 관한 연구, 국민대학교 대학원 석사학위논문
- 최민정 (2006). TV홈쇼핑에서의 패션스타일리스트 역할에 관한 연구. 동덕여자대학교 패션전문대학원 석사학위논문.
- 최영선 (2005), Personal Image Making을 위한 패션연출레 관한 연구, 동덕여자대학교 대학원 거사학위 논문.
- 한정원 (2006). 잡지에서의 스타일링 기능과 스타일리스트의 역할 -상류문화지의 사례분석을 중심으로. 숙명여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.

<학회지>

- 구양숙 외4인 (1999), 4년제 대학의 패션관련학과 교과과정 비교분석:한국, 미국, 영국, 일본, 홍콩을 중심으로, *대한가정학회지*, 37권(11호), pp.19-32.
- 김혜영 (2000), 의상 및 의류학과 개설과목에 대한 중요도 인식에 관한조사, *복식*, 50권(2호), pp. 81-95.
- 도규희, 최경순, 이정옥, 조차 (1994), 복식산업 발전을 위한 패션 전문교육에 관한 연구, *복식*, 23권, pp. 225-248.
- 신주영 (2008), 패션과 예술의 관계에 대한 이론적 고찰, *복식*, 58권(8호), pp .1-12.
- 신경섭, 박혜원 (2000), 영상산업과 패션 산업 연계의 시각에서 본 1990년대 영화의상의 이미지연구, *복식*, 50권(3호), pp. 117-131.
- 장정임 (2011),이탈리아 마랑고니(Istituto Marangoni)패션교육:Master Degree Course, 패션정보와 기술, 8권 pp. 35-52.
- 조인실 (2009), 패션 코디네이션의 개념 및 스타일리스트의 역할, *한국니트디자인학회지*, 추계학술대회, pp. 1-1.
- 조현정 (2003), 미국시트콤에 나타난 라이프스타일과 패션스타일에 관한연구, *동덕디자인포럼* 21, 5권, pp. 93-111.
- 염혜정 (2000), 일본의 패션잡지에 나타난 스트리트 패션스타일, *복식*, 50권(6호), pp. 73-87.
- 이미량, 이경은 (2004), 2년제 대학 뷰티관련학과 교육과정 분석 및 개선방안에 관한 연구-뷰

- 티스타일리스트 전공개설의 필요성을 중심으로, *한국패션뷰티학회지*, 2권(2호), pp. 71-81.
- 이수인, 이주연 (2000), 한국 청소년 하위 문화에 나타난 TV스타 패션에 관한 연구, *한국미용학회지*, 1권(3호), pp. 769-784.
- 이지현, 정은숙 (2004), TV드라마 의상에 나타난 스타일에 관한 연구, *복식*, 54권(2호), pp. 25-38.
- 홍서영, 김동분 (2010), TV드라마 주인공들의 패션 및 헤어스타일분석, *한국미용예술학회지*, 4권(1호), pp. 37-48.

단행본

<국내>

- 권성재, 장안화 (2010), *패셔니스타를 위한 패션 스타일링*, 서울: 수학사.
- 김난도 외5인 (2012), *트렌드코리아*, 서울: 미래의창.
- 김수남 (1997), *영화예술의 이해*, 청주: 청주대학교 출판부.
- 김영신 (2001), *토틸 패션 코디네이션*, 서울: 형설 출판사.
- 박영진 외4인 (2012), *패션 스타일리스트*, 서울: (주)시대고시기획.
- 박기완 역 (1994), *패션 코디네이트*, 서울: 유신문화사.
- 박혜신, 위혜정, 차수정 (2011), *이미지 메이킹을 위한 패션 스타일링*, 서울: 청람.
- 방송문화진흥회, *방송대사전*, 나남
- 신효정, 이인자 (2000), *패션마케팅&코디네이션*, 서울:시공사
- 신효정, 이인자 (2003), *패션 코디*, 서울: 시공사.
- 오경화외 4인 (2011), *패션이미지업*, 서울: (주)교문사.
- 이옥희 외 공저 (2002), *현대 사회와 패션정보*, 서울: 교학사.
- 이용관·김지석 (1992), *헐리우드*, 서울: 제3문화사.
- 이재정, 박신미(2011), *패션, 문화를 말하다*, 서울: 예경.
- 원용진 (2010), *새로 쓴 대중문화의 패러다임*, 서울: 한나래.
- 장경림 (1984), *심리학*, 서울: 박영사.
- 장애란, 안명숙, 박우미 (2000). *패션코디네이션*, 서울: 예학사.
- 정삼호외 (2000), *패션 Self 스타일링*, 서울: 교문사.
- 정상길 (2006), *마케팅 중심시각의 패션시장조사*, 서울: 패션비즈.
- 최병근, *월간디자인*, 2001, 4월.
- 최양목 (2011), *대중문화의 이론과 현장*, 서울: W미디어.
- 최창섭 (1985), *한국방송론*, 서울: 나눔출판.
- 황인선 (2010), *컬처파워*, 서울: 팜파스.

<번역본>

알렌 허버트/유한태 옮김 (1990), *publication design*, 미진사
레이몬드 윌리엄스/김성기, 유리 옮김 (2010), *키워드*, 서울: 민음사
다이에너 크레인/서미석 옮김 (2004), *패션의 문화와 사회사*, 한길사
루엔 맥린/장아윤(한국부문)/이상미 옮김 (2012), *세계의 패션스타일리스트*, 서울: 투플리스북스
스티븐 베이커 (2009). *친구의 가치는 얼마인가?*, 세종서적
쉬레이/송은진 옮김 (2011), *훗 날개 가라다*, 서울: 시그마북스
필립 코틀러/안진환 옮김 (2010). *Marketing 3.0. 타임비즈*

<국외>

Annika sanders & Kerry seager (2009), *Junky Styling WADROBE SURGERY*, Bloomsbury USA Academic
Jan V. White (1974), *Editing by Design*, New York: R.R.Bowker Co.
Postrel Virginia (2003), *The Substance of Style*, New York: Harper Collins. Marilyn Delong.

<인터넷>

www.naver.com 『네이버 지식백과』
www.naver.com 이미지 검색 날짜 2013. 11. 11.
<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=106&oid=119&aid=0001962193>
<http://blog.naver.com/fill67184?Redirect=Log&logNo=140180803591>
<http://cafe.naver.com/busanhealingstory/51>
<http://blog.naver.com/55colors?Redirect=Log&logNo=64716063>
<http://blog.naver.com/vogue0731?Redirect=Log&logNo=120067419628>
<http://blog.naver.com/aodejr003?RMLedirect=Log&logNo=30150567576>
<http://blog.naver.com/s2couw2?Redirect=Log&logNo=70144805540>
<http://blog.naver.com/leejay1012?Redirect=Log&logNo=196513828>
<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=106&oid=109&aid=0002642168>
<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=106&oid=009&aid=0003034620>
<http://pressbyple.com/> 웹.모바일. SNS를 뚫어라 검색날짜. 2013. 08. 20.

ABSTRACT

Developing Model for Curriculum Improvement of Fashion Stylists

Researched by Hwang Kyoungnye
Dept. of Clothing and Textiles
Jeju National University
Supervised Prof. Jang Aeran

The position of fashion stylist can be classified into several business types and conditions. The types of business can be divided into fields of: advertising, public relations, photography, fashion magazines, apparel and distribution, stage and film industries, fashion shows and events, broadcasting, and entertainment. Business conditions include: fashion, beauty (hair, makeup, etc.), and space (set design, stage direction, etc.), mainly in the areas of fashion and related professional roles.

Korea is a rapidly developing industrial society undergoing changes in working environments, but the current education system for the professional development of fashion stylists is insufficient. In particular, highly-specialized and systematic courses, hands-on training, and field work experiences of fashion students in the industrial production and distribution centers are urgently needed.

In the late 1990s, University established its fashion stylist department and standards. However, the curriculum of the current department does not realize the wide range of activities and areas of the professional fashion stylist.

Therefore, this study aims to develop an education model based on a variety of hands-on training approaches. Working with professionals in the field first requires proper training of fashion stylists. The advanced-education curriculum must be rearranged, and institutional support provided, in order to prepare students of fashion. Therefore, a practical training course of model of development is presented in this

study.

First, the methods for theoretical and empirical research were composed. The literature included theoretical works and previous studies from Korea and abroad. This study also collected data on the role and concepts of the fashion stylist, fashion styling, basic working conditions, and different areas of activity.

From the empirical studies, results were derived from assessing the primary role of the fashion stylist with x years of experience in the field with respect to the active professional fashion stylist, and the sample included 50 stylists (10% domestic stylist sector workers). The sample population was given target questionnaires and a smaller sample was given in-depth interviews (n = 5) regarding the country in which they were professionals, the recognition of their roles and activities, and how their education was obtained. Secondly, the survey also assessed the courses offered by the Department of Education for Fashion Stylists in both the two-year and four-year programs. Participants also classified the status of the different courses. Established fashion stylists in Korea and abroad related subjects into the curriculum for 2- to 3-year programs (9 schools) or 4-year programs (3 schools). The characterization points were then derived and analyzed confidentially.

Based on the results obtained, in more than one case, fashion stylists were working toward empowerment and development of the proposed curriculum model.

The following points were developed as a result of working with fashion stylists in an attempt to empower the curriculum model.

Firstly, the field of national and international fashion stylist is installed into the University's curriculum, along with related subjects and directions.

Secondly, based on the results derived from theoretical studies of specialized fashion stylist training courses and liberal arts students, both theory and practice of classification management situations are relevant.

Thirdly, the university made the grades (2- to 3-year / 4-year programs), and styles of the work practices lead to positive development, as separate experts proposed.

In conclusion, the analyses revealed there was a difference found between field applications and domestic and foreign universities and colleges.

In the case of domestic universities, the focus is to develop an

individual's skills and talent as fashion experts training theory is target-oriented. In this way, the capacity and courses of the Department of Clothes is currently insufficient.

On the other hand, in the case foreign universities, fashion brands and companies operate in conjunction with academic and professional agencies, and stylists working for a large agency get field experience and employment immediately after graduation as a result of these partnerships.

Inferred from comparative analyses of these results, the cultural history and background is fundamental to the educational system and lifestyle of fashion stylists. Complete education includes humanities, imaginative representation of images, galleries, museums and other on-site classroom instruction, and linking past modern spatial and temporal senses through drama, movies, external fashion stylists, Kitchener enemy images, and expressing aesthetic level access through courses such of both basic and practical applications.

In addition, a variety of current fashion styles, as represented by SMS messages and image sharing, providing faster ways to deliver effective training methods, and such concepts should be studied further.

Specialized courses and strengthened measures for fashion stylists should be set up as follows.

Firstly, the four-year educational training program should take into account the broader role of professional fashion stylists, and two-year education programs should focus on assembling fragmented images responsible for making the fashion stylist successful.

Secondly, based on the results obtained from research on foreign and domestic fashion stylist courses, the Department of Fashion Stylist Education must take into account beauty, history, and culture of the area of study. The Department's programs should consist of in-depth field and practical training based on the region.

Thirdly, the research found that universities should take into account all areas of fashion stylists, including: fashion design, clothing construction, textiles, beauty, hair and make-up, history and culture of the area, television, cinema, museums, galleries and tours, and conjunction with foreign language programs and other related subjects.

Lastly, there were field training opportunities in the fields of journalism and media as well as the other areas.

Based on the results of this study, contemporary trends and practices in fashion are changing rapidly, and education and fundamental work skills of fashion stylists can be improved with an understanding of culture, history, and aesthetic aspects of fashion. It is expected that these various fields will improve the professional development of fashion stylists.

Keywords: fashion stylist, working capacity building, curriculum models, fashion area, beauty area, History, culture area, the area of global education, job training area

감사의 글

저의 모든 길을 예비하시고 축복해주시는 하나님의 무한한 은혜에 깊은 감사를 드립니다.

이 작은 결실은 많은 분들의 가르침과 도움으로 완성 될 수 있었습니다.

20여년의 시간을 함께하며 학부부터 대학원 박사과정까지 학문의 자세와 사람됨이 먼저임을 항상 말씀하시며 모든 세심한 부분까지 지도해주시고 때로는 호되게 꾸짖으시며 끊임없는 격려와 신뢰를 보내주신 제 인생의 가장중요하고 소중한 부분을 함께해주신 장애란 교수님께 존경과 감사를 드립니다.

제주 먼 곳까지 기꺼이 논문심사에 응해주시고 논문의 틀을 잡아주신 이은경 교수님과 마지막까지 논문의 방향과 자료까지 제공해주시고 이끌어주신 이경형 교수님께 감사의 마음을 보내드립니다.

논문의 완성도를 위해 끝까지 조언해주신 장현주 교수님, 김현미 교수님께도 감사를 드립니다.

바쁜 중에도 논문편집과 여러 가지부분까지 수고하고 도와준 후배 명관과 동기 김우성 선생 에게도 고마움을 전합니다.

늘 저를 위해 기도해주시는 어머니와 묵묵히 바라봐 주시는 아버지, 영어자료 번역과 관심을 갖고 기도해주신 우리 작은언니에게도 무한한 감사와 사랑의 마음을 전합니다.

멀리 북경에서 공부하며 외국에서의 생활이 더 힘들고 어려운데도 본인들에게 신경도 못써주는 엄마를 더욱 위로하며 격려를 해준 우리아이들 승균, 민균...

사랑하고 미안한 마음을 전합니다.

지난시간 본 논문의 완성을 위해 함께해주신 여러분들과 이 논문의 결실을 함께 나누고자 합니다.

감사합니다.

2014年 2月

황 경 혜

II. 심층인터뷰

1. 현재 진행되고 있는 대학의 패션스타일리스트 전공자들을 위한 역량과 교육과정은 어떻게 생각하십니까?
2. 패션스타일리스트 전문가에 대한 사회적 인식은 어떠하다고 생각하십니까?
3. 뷰티(피부, 헤어)와 관련된 자격증이 발급되고 있는데, 만약 패션스타일리스트 전문가의 전문성 강화를 위해 자격증을 발급하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?
4. 패션스타일리스트 전문가들의 역할확대를 위한 제도적 장치에 대해 발전 방안과 활동영역에 대해서 이를 개발하고 발전시키기 위한 방안은 무엇이라고 생각하십니까?

5. 해외 사례를 바탕으로 패션스타일리스트 전문가교육의 정착을 위해 필요한 교과 과정은 무엇이며, 해외 패션스타일리스트와 우리나라 스타일리스트와 차이점이 무엇이라고 생각하십니까?

6. SNS시대에 맞는 패션스타일리스트의 역할은 무엇이라고 생각하십니까?

7. 각 분야별 패션스타일리스트가 활동중인데 패션스타일리스트의 역할확대를 위해서는 앞으로 어떠한 방향으로 활동영역이 발전해야 한다고 생각하십니까?

8. 패션스타일리스트라면, 성공할 수 있었던 노하우가 무엇인지, 이를 후배양성을 위해 적용시키고자한다면 과연 그 노하우가 무엇입니까?

9. 귀하께서는 패션스타일리스트 업무를 수행하는데 있어서 다음 교과목에 대한 전문지식이 얼마나 필요하다고 생각하십니까?

(해당되는 사항에 ✓표 하시오)

	매우 필요하다	필요하다	보통이다	필요하지 않다	전혀 필요하지 않다
패션디자인 분야					
복식·문화사 분야					
의복 구성 분야					
색채학 분야					
텍스타일 분야					
패션마케팅 분야					
패션뷰티 분야					
컴퓨터 그래픽 분야					
현장실습· 실무 분야					
어패럴·유통 분야					
광고·홍보 분야					
패션쇼 및 이벤트 분야					
무대·영화 분야					
패션잡지· 사진 분야					
방송·연예 분야					
외국어 분야					
기타					

설문지

본 조사는 익명으로 처리되며, 학문적 연구목적 이외에는 사용되거나
공표되지 않습니다. 또한 개인의 어떠한 불이익도 초래하지 않을 것을 약속
드립니다. 성의껏 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

다시 한번 귀하의 협조에 감사드립니다.

2013년 월 일

1. 귀하의 성별

- ① 남성 ② 여성

2. 귀하의 연령

- ① 20대 ② 30대
③ 40대 ④ 50대 이상

3. 귀하의 학력

- ① 고졸 ② 전문대졸
③ 대졸 ④ 대학원 이상

4. 귀하의 경력

- ① 1년 미만 ② 1~3년
③ 3~5년 ④ 5~10년
⑤ 10년 이상

5. 귀하의 활동 영역

- ① 어패럴 및 유통업 분야
- ② 잡지 및 사진 분야
- ③ 광고 및 홍보관련 분야
- ④ 방송 및 연예인 분야
- ⑤ 패션쇼 및 이벤트 분야
- ⑥ 무대 및 영화 분야

6. 귀하의 활동형태는?

- ① 프리랜서
- ② 광고 . 연예기획사 소속
- ③ 이벤트 대행사 소속
- ④ 어패럴 소속
- ⑤ 스타일리스트 전문업체 소속
- ⑥ 기타

7. 귀하는 패션스타일리스트 전문가를 위해 국내외에서 교육을 받은 경험이 있습니까?

- ① 예
- ② 아니오

7-1. ①국내는? 대학에서

- ②국외는?

8. 귀하의 대학에서의 전공은?

- ① 의상학관련전공
- ② 미술과 디자인 관련전공
- ③ 패션스타일리스트 관련학과
- ④ 기타

9. 귀하가 패션스타일리스트 업무를 처음 시작하였을 때 현장에서 힘든 점이 있습니까?

- ① 현장 실무지식 미비
- ② 대인관계
- ③ 기타

10. 귀하의 월수입은?

- ① 월 100만원 이하
- ② 월 200만원 이하
- ③ 월 300만원 이하
- ④ 월 300만원 이상

11. 귀하께서는 패션스타일리스트 업무를 수행하는데 있어서 다음 교과목에 대한 전문지식이 얼마나 필요하다고 생각하십니까?
(해당되는 사항에 ✓표 하시오)

	매우 필요하다	필요하다	보통이다	필요하지 않다	전혀 필요하지 않다
패션디자인 분야					
복식·문화사 분야					
의복 구성 분야					
색채학 분야					
텍스타일 분야					
패션마케팅 분야					
패션뷰티 분야					
컴퓨터 그래픽 분야					
현장실습· 실무 분야					
어패럴·유통 분야					
광고·홍보 분야					
패션쇼 및 이벤트 분야					
무대·영화 분야					
패션잡지· 사진 분야					
방송·연예 분야					
외국어 분야					
기타					