

뉴욕패션산업 및 FIT교육

신정숙

건국대학교 의상디자인학과

NY Fashion Industry and FIT Education

Jung-Sook Shin

Dept of Apparel Design, Konkuk University

한국의류학회 패션마케팅 분과위원 회원은 10명은 뉴욕 패션 산업체 방문 및 FIT에서 한국의류학회 회원을 위해 주최한 세미나에 참석하기 위하여 2006년 6월 25일 인천 공항을 출발해서 뉴욕의 FIT 근처에 위치해 있는 Ramada NewYorker Hotel에 여정을 풀었다. 7월 3일까지 8박 9일 간의 여정이 시작되었다. 이 여정과 여정 이후 뉴욕에 머무르면서 약 40일 동안 체험한 뉴욕패션산업 관련 및 FIT 교육을 중심으로 서술하고자 한다.

1. 뉴욕패션산업

1-1. 세계패션산업의 중심지 뉴욕 패션

여정의 첫째날은 거의 비행기 안에서 다 보내버리고 본격적인 여정은 뉴욕도착 둘째날부터 시작되었다. 둘째날, 셋째날 오전에는 뉴욕의 패션을 한눈에 볼 수 있는 Fifth Avenue, Fashion Avenue 라고도하는 Seventh Avenue, 소호를 중심으로 패션샵 탐방과 링컨센터를 방문하여 무대 의상에 초점을 맞추어 견학하였다.

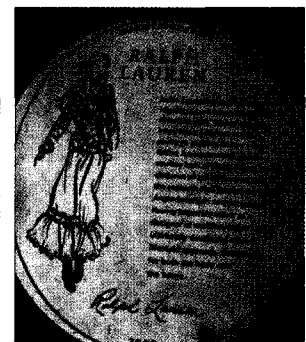
1) Fashion Avenue

Seventh Avenue는 패션가로도 불린다. 패션교육의 중심인 FIT가 자리잡고 있을 뿐만 아니라 거리 구석구석 패션에 관련된 용품들을 판매하고 있다. 또한 각 패션업체가 한곳에 상주하고 있는 패션센터도 이곳에 자리를 잡고 있어 제품상담을 원하는 바이어들이 한곳에서 각 업체의 제

품을 비교해보면서 원하는 제품거래를 할 수 있다. 패션센터 바로 앞 보도는 Fashion Walk Fame이라 하여 아메리카의 패션에 공헌을 한 패션디자이너들의 이름과 업적을 기리기 위한 기록이 새겨진 동판들이 나열되어 있다. 이중 한 동판에 뉴욕은 19C 중반부터 아메리카 패션의 중심지 이었고, 1920년대에 가먼트 제조업자들이 7번가에 자리를 잡으면서부터 가먼트 센터가 있었으며 패션비즈니스를 활성화할 목적으로 1999년에 패션센터를 설립하였다고 기록되어져 있었다. 보도에 있는 또 다른 동판들에는 고객들에게 옷만 파는 것이 아니라 라이프 스타일 자체를 파는 무한한 가능성을 재빠르게 감지한 랄프로렌, 디자이너 브랜드의 청바지와 언더웨어를 유행시킨 캘빈클라인, 직업여성들이 어떤 옷을 원하는지 잘 간파한 도나캐런, 미국의 prep-pie적 삶의 방식에 활력을 불어 넣어준 타미힐피거 등 디



<그림 1> 패션센터 앞에 세워져 있는 단추와 봉제하는 남성의 동상



<그림 2> Fashion walk of Fame에 있는 디자이너 동판중 랄프로렌의 동판

자이너의 이름과 업적을 설명한 내용이 들어 있는 동판이 끝없이 이어졌다. 미국의 디자이너가 이렇게 많았던가? 이것을 보면서 동판에 새겨진 디자이너들은 자부심과 함께 책임감을 느꼈으리라 생각되었다.

2) Fifth Avenue

5번가는 세계 각국의 왕족과 부유층들이 쇼핑하려 모여드는 삭스 피프스 애비뉴 (Saks Fifth Avenue), 버그도프 굿맨 (Bergdorf good man) 같은 고급백화점, 명품매장이 위치해 있는 곳이다. 버그도프굿맨 백화점은 재단사 Herman Berg Dorf 와 Edwin Goodman이 설립한 대형상점이 지금의 쇼핑 메카가 되었다. 금장을 장식한 자색 재봉을 입은 도어맨이 우리를 맞이 해주었다. 마치 궁정에 들어가는 기분이라 좀더 우아한 차림을 하고 쇼핑을 하러 왔어야 되지 않았나 생각되었다. 1층에는 유명브랜드의 화장품코너와 악세사리 매장이 줄지어 있다. 2-6층에는 고급 브랜드매장이 있다. 비비안 웨스트우드, 헬므트랑 등 다른 백화점에는 없는 유럽 브랜드 제품들이 모두 모여 있다. 7층에는 아동복, 8층에는 이브닝드레스 등의 정장류가 있다. 8층의 영화에서 보았던 화려한 이브닝 드레스코너들이 우리나라 백화점에서 유통되는 옷들과 달라 새삼 우리와는 다른 의생활문화를 엿보는 느낌이었다. 이런 옷들을 입고 어디를 가는 걸까 하는 궁금증과 함께.

3) 소호 (South of Houston St)

스트리트 뮤지션과 아티스트들의 거리전시를 볼 수 있는 이 거리는 남북전쟁 후후에 세워졌다. 1950년대 까지만 해도 저렴한 집세와 작업하기 좋은 큰 로프트가 있어 전위적인 예술가들이 살았다. 붉은 녹이 묻어날 것 같은 아이언 캐스트 건물들이 소호의 상징적인 건물이 되었다. 소호에서 동쪽 브로드웨이를 따라 늘어선 명품과 브랜드 매장들은 쇼핑객들의 시선을 끈다. 그중 구겐하임 박물관 자리에 위치해 있는 프라다 매장은 환상적인 인테리어로 소호의 관광 명소가 되었다. 1층에는 패리스 힐튼이 입으면 어울릴 것 같은 손바닥만한 \$ 9,000짜리 애프터눈 드레스들이 있었다. 드레스 룸에는 예전에는 영상으로 자신이 입은 옷의 모양을 볼 수 있는 설치가 되어 있었다고 한다. 현재에는 비용 등의 절감 이유로 없어졌다.

4) 34th St

가장 아메리카적인 최고와 최대의 브랜드와 스텝이 모여있는 거리이다. 대중적인 백화점 메이시스(Macy's), 마나나

리퍼브릭(Banana Republic), 갭(Gap), 익스프레스(Express), 빅토리아 시크릿(Victoria Secret)이 이곳에 있다.

빅토리아 시크릿은 언더웨어 카탈로그 판매회사에서 시작한 미국 최대의 언더웨어 브랜드이다. 직영단독매장 형태로 운영되며 언제나 이 매장에서는 무언가 이벤트가 열리고 젊은 여자들로 북적이다. 갖가지 언더웨어를 구입하려 몰려드는 수많은 여성들을 보면서 언더웨어가 속옷이 아닌 누군가에게 보여주기 위한 옷이라는 생각이 들었다. 매장에서는 브라지어를 구입하려는 여성을 위해 직원이 상냥하게 사이즈를 재줄까요? 하고 다가와서 사이즈를 직접 측정해 주었다. 몇 년 전과는 다르게 언더웨어뿐만 아니라 저렴한 가격의 초코렛 향 등 우리에게 친숙하지만 화장품에 사용하지 않았던 갖가지 향이 나는 화장품으로 나이 어린 여성들을 유혹하고 있어서 더욱 북적이는가 보다.

길 건너 바로 맞은 편에는 메이시스 백화점이 있다. 또한 근처에는 롱아일랜드로 연결되는 기차노선 등이 있는 펜스테이션이 있어 기차를 기다리는 시간 전후로 거의 매일이 다시피 시장조사(?) 하는 백화점이 되어 버렸다. 시장조사한 것 중의 하나는 비지터 센터에서 여행객을 위한 디스카운트 카드를 발급받으면 12%정도 저렴하게 물건을 구입할 수 있었다. 아메리카 각 도시에 있는 대중적인 백화점으로 뉴욕에 있는 것이 본점이다. 백화점의 매장 면적으로 세계에서 가장 넓다. 넓은 매장은 휴일에는 사람들로 들끓는다. 각층을 브랜드별로 매장을 구분하지 않고 상품종류로 나누어 놓았다. 고급 브랜드보다 캐주얼한 의상이 많다. 그러한 분위기 때문에 쇼핑객이 폭넓게 모여드는 것 같다. 7월 5일이 세일의 정점으로 이 기간 중에는 사람의 손에 메이시스 백화점 쇼핑백이 들려 있는 것을 너무나 흔히 볼 수 있어서 아! 나도 백화점에서 무언가 살 것이 있었지 라는 것을 상기 시켜줄 정도로 쇼핑백이 걸어 다니는 광고역할을 톡톡히 하고 있었다.



<그림 3> 메이시스 백화점 쇼윈도우

1-2. 링컨센터 무대의상

(Stage Costume of Lincoln Center)

복합 예술 공간이며 다양한 장르에서 문화를 이끄는 링컨센터는 Broadway와 인접해있는 W 65th St에 위치해 있었다. 이곳의 무대 뒤를 방문하여 하나의 공연이 올려지기까지 과정을 자원봉사자의 설명을 들으며 살펴보았다. 무대 뒤에서는 백조의 호수공연을 위한 리허설이 한창이었다. 무대 뒤는 지하 7층 정도로 연습실, 무대의상, 무대관련 도구, 무대장치 등을 보관하고 제작할 수 있는 공간이 확보되어 있었다. 거대한 무대장치는 지하에서 무대로 손쉽게 끌어내리고 올릴 수 있는 자동장치가 되어 있어 공연무대장치는 점점 더 거대하고 실감나게 변모하고 있는 중이다. 그중 무대의상이 통로를 따라 보관되어 있었다. 현재 진행중인 공연이나 막 끝난 공연에 사용된 의상들이라 생각되었다. 대부분의 무대의상은 천연소재를 사용하여 제작된다고 하였다. 합성섬유의 경우 조명을 받았을 때 합성섬유 특유의 번쩍거림으로 인하여 관객의 시선을 불편하게 할 수 있기 때문이다. FIT의 Wardrobing for theatre, film, TV 수업시간에 Pattie Barboza 교수의 말에 의하면 뉴욕에서 무대의상 관련업종에 종사하는 사람이 5,000여명 정도이고 무대의상 코디네이터는 1,000여명 정도로 전망이 있는 직종이라고 하였다.

링컨센터무대 이면을 견학한 후 일행 중 일부는 백조의 호수를 관람하고 나머지는 원하는 것을 하면서 시간을 보냈다. 그 다음날 FIT세미나가 끝난 후 가지고 있는 돈을 다 소비하기 전에 브로드웨이에서 문화체험을 해야 한다는 의지 하에서 마제스틱극장에서 공연하는 “오페라의 유령”과 뉴암스테르담 극장에서 공연하는 “라이언 킹” 중에서 각자 원하는 공연을 선택하여 공연을 관람하였다. 웹사이트



<그림 4> 발레 “백조의 호수”에서 점점 백조와 유사해지고 있는 시폰 발레의상



<그림 5> 수없이 많이 개발된 Phantom of the opera 관련 상품 중 shirt

트에 오페라의 유령에 관한 상품들이 끝도 없이 나열되어 있어 뉴욕인들의 유형의 물질뿐만 아니라 무형의 문화까지도 돈으로 환산할 수 있는 상품으로 개발하는 능력에 뉴욕부의 창출근원을 보는 듯 하였다. 타임스퀘어를 중심으로 38개의 극장이 모여 있는데 이지역의 메인 스트리트 이름을 따서 브로드웨이라고 부른다. 브로드웨이에 위치해 있는 극장에서는 세계적으로 유명한 뮤지컬들을 공연하고 있고 하루에 2만 명이 넘는 관객이 모여든다. 우리가 관람을 하는 날도 극장 밖과 안은 초만원에 이르고 있었다. 예전과는 달리 공연을 관람하는 관객들의 옷차림이 많이 캐주얼해져 있었다. 아마도 공연을 관람하는 사람 중의 많은 사람들이 여행객일 수도 있고 또 한편 캐주얼 의상이 모든 상황을 대처하는 트렌드일 수도 있다고 본다.

1-3. DKNY (Dona Karan New York) Co., LLC

뉴욕도착 셋째날 오후에 550 Seventh Avenue New York, NY 10018에 위치해 있는 The Donna Karan Company LLC의 Donna Karan International main office를 방문하였다. Jeffrey M. Aronsson 최고 경영책임자의 환대를 받으며 전개되고 있는 브랜드의 특성에 대해서 설명을 들은 후 근처의 다른 빌딩에 위치해 있는 샘플실을 견학하였다. 방문을 토대로 뉴욕의 주요 패션산업체의 하나인 DKNY의 디자이너 브랜드전개를 살펴보았다.

1) 개요

DKNY는 25-30대 후반 연령층을 대상으로 하는 뉴욕의 역동적이고 세련된 스타일을 대변하는 세계적이면서도 가장 미국적인 브랜드이다. 미국의 디자이너 도나 캐런의 세련된 디자인 감각과 세계 패션산업의 중심지인 뉴욕의 에너지가 결합된 브랜드로서 전세계 주요 도시, 공항의 면세점에 거의 모두 입점해 있는 등 명품으로 인정받고 있다. DKNY는 지난 2001년 11월, 루이비통, 지방시, 겐조, 쇼메 등 명품 브랜드를 보유하고 있는 LVMH사에 인수된 이후, LVMH사의 다른 브랜드가치와 더불어 과거에 비해 한층 고급화된 명품 브랜드로서의 변신을 성공적으로 추진해 왔다.

2) 디자이너 도나캐런 (Donna Karan)

1948년 뉴욕태생으로 가장 뉴욕적인 스타일을 만드는 뉴욕 패션계를 대표하는 디자이너이다. 1985년에 미국패션산업계에 끼친 공로가 인정되어 미국 디자인 협회가 수여하는 CFDA상을 받았다. 도나캐런의 패션철학은 NY spirit

과 NYculture의 디자인에 있고, 전세계 어느 곳에서 누구나 입는 옷이 아닌 도나캐런을 사랑하는 사람, 뉴욕정신과 뉴욕문화를 사랑하는 사람만이 자신의 고객이 되어 주었으면 좋겠다는 의견을 피력하였다. 또한 뉴욕스타일이란 모든 것을 취사선택해서 재조합하는 것, 끊임없는 움직이는 것이라고 정의하였다.

최근에는 심플함과 세련됨 때문에 캐리어 우먼들에게 각광을 받고 있으며 특히 그의 의상은 사회적으로 높은 지위에 오른 여성들에게 어필 되고 있다. 이들이 추구하고자 하는 모습은 성공한 여성의 모습이다.

3) 브랜드 특성

DKNY」는 25-30대 후반의 연령층을 대상으로 하는 여성복의 경우 2006년 컨셉은 보수적이면서 부유해 보이는 preppy스타일, 영국적인 요소를 표현한 plaids, taupes 등으로 전개하고 있다. 남성복의 경우 창조적이면서 전문적인 라이프스타일창조, Pure DKNY의 경우 젊은 층을 겨냥한 소박하고 깨끗한 내추럴 이미지로 제품전개를 하고 있다. 그 외 DKNY JEANS, DKNY KIDS, DKNY BAG&SHOES 브랜드가 있다. 「Donna Karan Collection」는 DKNY보다 한단계 높은 최고급 라인의 브랜드이다. 남성과 여성이류, 스포츠이류, 액세서리 및 신발 등으로 고유의 젊고 고급스러운 이미지로 전개되고 있다.

가장 미국적인 디자이너인 DKNY도 2006년에는 영국적인 클래식 트렌치 코트, 체크무늬, 케이프 스타일, 근위병의 군복 스타일, 영국 귀족스타일 등 “스코틀랜드, 잉글

랜드 등을 믹스한 브리티쉬 스타일”을 브랜드 concept으로 전개하였다. 세계 최정상급 명품 브랜드를 보유하고 있는 LVMH에 인수된 이후 명품 이미지와 노하우가 자연스럽게 스며들게 되면서 품질개선과 상품고급화가 이루어짐에 따라 품질과 디자인에 대한 고객들의 만족도가 크게 높아졌다고 본다.

Jeffry M. Aronsson 최고 경영책임자의 브랜드 설명이 끝나고 조출한 뷔페와 담소 후 방문한 회원 모두가 DKNY에서 생산되는 선그라스, 양말, 우산 등 각종 상품이 한아름 담긴 pure DKNY 가방을 선물로 받고 main office 근처의 다른 건물에 위치해 있는 샘플실로 자리를 옮겼다.

4)샘플실

샘플실에서는 일본인 여성 패터너가 수작업으로 패턴을 제작하여 샘플 작업을 진행하고 있었다. Collection을 위한 design pattern, sample 제작을 위한 sample pattern, 대량생산을 위해 그레이딩과 시접량이 들어간 공업용패턴 (product pattern)이 진행되고 있었다. 패턴제작 후 바로 의상으로 표현할 수 있도록 숙련된 사람들로 구성된 봉제라인이 같은 작업조를 이루고 있었다.

1-4. 우드버리 커먼 프리미엄 아울렛

(Woodbury Common Primium Outlets)

여섯째날 명품 아울렛 몰인 우드버리 커먼 프리미엄을 가기 전 오전에 맨해탄에 위치해있는 현대미술관인 MoMa에서 근현대미술을 감상하였다. 김활란 박사의 손녀 김봉



<그림 6> 도시적인 세련미를 추구하는 DKNY에서 2006년 여성복라인으로 전개한 격자무늬가 있는 영국풍 스쿨겉옷



<그림 7> 영국풍의 승마복스타일



<그림 8> 내추럴 이미지를 추구하는 Pure DKNY라인의 여성복



<그림 9> DKNY main office에서 Jeffrey M. Aronsson 최고 경영책
임자와 함께한 의류학회 회원

숙님이 그곳에서 근무를 하는 덕분에 20불정도하는 입장료도 무료입장이 가능하였고 우리에게 근현대미술에 관하여 하나라도 더 알려주고 싶어 하시며 안내를 해주셔서 행복하게 거장들의 작품을 다각도로 관람하였다. 후레시를 터트리지 않으면 미술품 사진을 찍을 수 있도록 허락되어 내 카메라는 금세 작은 미술품으로 변하였다.

그 후 일행은 뉴욕 맨해튼에서 북쪽으로 1시간 정도 걸리는 거리에 위치해 있으며 Chelsea Property 그룹에서 운영하는 명품아울렛 우드버리 커먼 프리미엄으로 출발하였다. 차창 밖으로 보이는 허드슨 강변과 맨해튼 근교의 자연과 잘 조화를 이룬 조용한 주택단지 등의 주변풍경을 만끽하면서 우드버리 커먼 프리미엄 아울렛에 도착하여 간단한 점심 후 1시간30 분간의 쇼핑시간이 주어져 각자 원하는 쇼핑의 세계로 들어갔다. 이곳의 면적은 2만2천여평의 거대한 쇼핑몰이며 240여개의 매장이 있다. 1985년에 오픈한 이래로 전세계 고객들이 찾아들고 있다. 일본과 한국인이 주요 고객으로 알려져 있다. 베르사체, 에트로, 팬디, 버버리 등 명품브랜드에서 디젤, 폴로, 토미힐피겨 등 캐주얼 브랜드, 스포츠화, 구두, 핸드백 등이 판매되고 있다. 고급전문점의 재고처리센터인 니만 마커스 라스트콜을 비롯



<그림 10> 현대미술관 MoMa에서

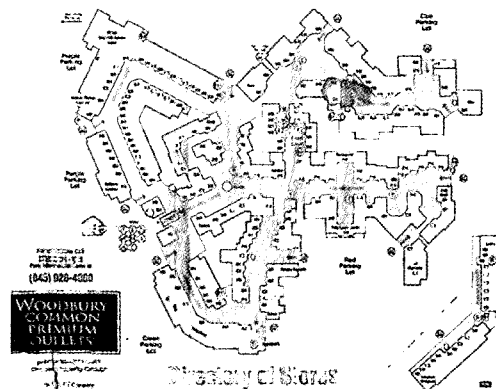
해서 프라테시(Pratesi), 빌레로이와 보흐(Villeroy & Boch) 등 침구류와 식기류, 화장품과 가전제품, 장난감 등의 매장이 있고 가격은 정상가에서 25-65%정도 저렴하게 판매되고 있다.

이곳에서 가장 눈에 띄는 큰 매장은 정통 아메리칸 캐주얼 인 폴로랄프 로렌매장이다. 폴로는 정상매장에 가지 않는 고객일지라도 저렴한 가격에 폴로를 구입하기위해서 폴로아울렛으로 직접 가는 고객층이 많아지고 있다. 폴로아울렛은 이월상품 외에도 아울렛을 위한 기획 상품을 생산해 내고 있다. 재고만으로는 소비자들의 수요를 따라 갈 수 없다는 판단에서이다. 이 과정에서 소비자들이 알 수 있을 정도로 저렴한 소재를 사용하기도 한다 많은 브랜드에서 아울렛을 위한 기획상품을 생산 유통시키고 있다. 한국시장 진출은 2005년 4월 신세계와 50 : 50 합작회사 신세계첼시를 설립하였고 2007년에 여주에 프리미엄 아울렛을 오픈할 계획이다.

너무나 짧은 한시간 30분의 쇼핑후 약속장소인 주차장에 각자 몇 개의 쇼핑백을 손에 들고 모두 정확하게 나타났다. 돌아오는 차안에서 다른 사람들의 전리품에 대해 궁금해 하면서 고애란교수님의 식사초대로 맨하탄에 위치해 있는 우아한 한식당 Bann에 도착하였다. 특별서비스를 받으며 각자의 취향에 따라 에피타이저-메인-후식코스의 식사를 마친 후 급기야는 모두 박재욱, 이은영 교수님이 함께 사용하는 호텔방에 모여 오늘의 각자 전리품을 프레젠테이션을 하는 즐거운 시간을 가졌다.

1-5. 메트로 폴리탄 박물관: 영국 패션의 전통과 일탈전

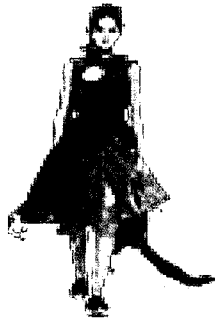
일곱째날은 자유일정의 날이어서 각자의 계획에 따라 움직였으나 대부분 1870년에 세워진 세계4대 미술관중 하나인 메트로 폴리탄 박물관으로 향하였다. 그곳에서는 영국 전시실인 The Annie Laurie Aitken Galleries에서 Anglo



<그림 11> 뉴욕근교의 명품아울렛 쇼핑몰 우드버리 커먼 프리미엄 스토어 안내도



<그림 12> 흰색과 붉은색 실크프린트가 있는 흰색티셔츠 (1975-1977) Malcom McLaren (British, b. 1946) and Vivienne Westwood (British, b. 1941)



<그림 13> Medea collection 2002 Hussein Chalayan (British, b. Cyprus, 1970)



<그림 14> Five Centuries Ago Collection 1997-1998 Philip Treacy (British, B Ireland 1967)



<그림 15> Venetian Mourning Hat 2001-2002 Vivienne Westwood (British, b. 1941)

Mania: Tradition and Transgression in British Fashion 전이 열리고 있었다. 잉글랜드 메니아전은 1976년부터 2006년까지 창조성과 경험의 시대에 초점이 맞춰졌다. 영국디자이너들은 독창적인 본능으로 과거스타일을 재창조 하여왔다. 영국의 풍요로운 예술적 전통을 바탕으로 과거와 현재사이의 강력한 대화를 창조하여왔다. 아이로니컬한 풍자적인 인쇄물, 로맨틱한 풍경이 있는 그림, 허세적이고 과장적인 초상화들이 영국디자이너들의 통찰력 있는 시각을 통하여 재창조 요소가 되고 있다.

저녁 6시 다시 숙소인 호텔 앞에 모여 박재욱교수님 친지의 초청을 받아 뉴욕과 뉴저지 경계 부근까지 콜택시를 타고 갔다. 먼저 도착한 박재욱, 이은영교수님의 도우미 역할로 준비된 맛있는 에피타이저 음식들이 우리집 정원도 내것, 옆집정원도 내것 같은 푸른 정원이 바라보이는 테라스에서 우리를 기다리고 있었다. 즐거운 담소와 함께 음식들은 슬그머니 다 사라지고 일행은 실내로 자리를 옮겨 맛깔스러운 김치와 함께 메인 음식이 차려진 식탁앞에 자리를 잡았다. 음식을 먹기 전에 홍병숙 교수님의 무사히 일정을 마치는 감사 기도와 학생들의 생사가 교수의 손에 좌우되지 않게 하소서라는 기도 내용이 마음을 적셨다. 즐거운 식사 후 호텔로 돌아와 다음날에는 멕시코로 출발하는 사람, 뉴욕에 남아 뉴욕생활을 더 체험하는 사람, 바쁜 한국의 일상으로 다시 돌아가는 사람들로 나뉘어 패션마케팅팀의 공식일정은 끝나가고 있었다.

2. FIT (Fashion Institute of Technology)의 교육

아메리카의 FIT, 파슨스, 이탈리아의 말랑고니, 세폴리 디자인학원, 일본의 문화복장학원, 영국의 세인트 마틴, 프랑스의 에스모드 등 학교와 학원에서 해외유학 출신의 패션인이 해마다 1,500명 정도 배출되고 있다. 그중에서도 세계패션의 중심지인 뉴욕에 위치해 있는 FIT는 다른 곳보다 비싸지 않은 학비, 다양한 강좌 등으로 패션을 공부하고자 하는 사람들이 한번정도는 이곳에서 수업을 들어보고 싶어하는 곳이다. FIT에서 한국의류학회 패션마케팅분과 회원들을 위해 준비한 세미나에 참석을 하였고 세미나 후 뉴욕에 머무르면서 참석할 수업을 중심으로 FIT 교육에 대해서 말하고자 한다.

2-1. 교육과정 (Courses)

교과과정은 Credit courses, Non-credit courses, Special academic school, 전공별 학과가 있다. Credit courses의 경우 뉴욕주립대학에 학점이 인정되는 공식적인 대학과정이다. Non Credit Courses의 경우 “The school of continuing and professional studies”에서 운영되는 평생교육차원의 교육 과정이다. 짧은 시간에 지속적이고 전문적인 지식을 쌓기 위해 집중적인 세미나, 워크샵 형식으로 정보를 제공하는 코스이다. 졸업 후 직장을 다니고 있지만 다시 원하는 강좌를 듣고 싶을 때 대부분 선택하는 코스이다. “The school of continuing and professional studies”에 포함되는 credit courses는 모든 학생에게 허락되지만

학위를 받기를 원하는 이들은 office of admissions를 통해 입학허가를 받아야 한다.

2-2. 현재 등록이 진행되고 있는 강좌 수강신청방법

Web site에서 현재 등록이 진행되고 있는 강좌를 찾는 방법이 다소 찾기가 어려울 수 있어 수강신청 하는 방법을 소개 하고자 한다. FIT home page -> my future -> schools & programs -> continuing & professional studies를 click하면 현재 등록이 진행되고 있는 강좌들을 볼 수 있다. 원하는 강좌를 수강신청하고 싶을 때 forms -> enrollment/registration form을 다운 받아 수강신청서를 작성하여 Fax로 보내는 방법이 가장 빠른 방법 중의 하나이다.

2-3. FIT의 Seminar

넷째 날과 다섯째 날에는 FIT에서 한국의류학회 패션마켓팅 분과위원들을 위한 visual merchandising, history of fashion design using the museum archives, buying & planning, fashion allocation and automatic replenishment of basics, product lifecycle management 5개의 program이 이틀간에 걸쳐서 진행되었다. Joe Weishar교수가 진행한 visual merchandising의 경우 뉴욕의 패션매장 뿐만 아니라 터키, 일본 등에서 패션상품이 잘 팔릴 수 있도록 색상별, 제품별 디스플레이한 것들을 그렇지 못한 것들과 비교해서 폭넓게 자료를 보여 주었다. 그가 준비한 풍부한 강의자료에서 많은 것들을 생각하게 한 시간이었다. 오후에는 FIT박물관에 보존되어 있는 5만여점의 의복, 3만여점의 텍스타일, 15,000 여점의 액세서리 중에서 대표되는 몇 점에 관하여 그 의복의 미학적인 면, 기능적인 면, 소재, 디자인, 봉제, 보존법 등에 관해서 설명을 들으며, 그 아름다운 옷의 주인은 어떤 사람일까 나쁜 오후에 상상의 날개를 폈다. Product lifecycle management 시간에 Mark Higden 교수가 설명한 내용을 소개해본다.

1) 가상봉제: V Stitcher

패턴제작 프로그램인 PDS 2000을 이용하여 패턴 메이킹을 한 다음 패턴이 원하는 디자인으로 제작 될 수 있는 지 V Stitcher 프로그램을 사용하여 3D 상태에서 가상 봉제를 해 볼 수 있는 프로그램이다.

2) Data Base한 작업지시서:

Web PDM (Product Data Management)

Web PDM 프로그램은 의류제품 제조와 판매에 사용할

수 있는 프로그램으로 사내 어느 부서 혹은 전세계 어느 곳에서나 인터넷을 연결하여 하나의 작업 지시서에 내용을 작성하고, 이미지를 보거나 디자인 할 수 있으며 내용을 수정하는 것이 실시간으로 가능하다. 따라서 제품개발 주기를 단축시킬 수 있고 본사의 중앙 데이터 베이스에서 디자인, 가격책정, 제조 등과 연결하여 제품개발을 가속화할 수 있으며 더 합리적인 커뮤니케이션을 할 수 있다. 또한 한 장의 작업 지시서는 디자이너, MD, 패터너, 생산관리부에서 작성해야 하는 부분들로 나뉘는데 작업지시서가 자기한테 오기를 기다리지 않아도 이 프로그램을 사용하면 언제든지 프로그램으로 들어가서 자신이 작성해야 할 부분을 작성할 수 있다. 손쉽게 샘플지시서, 가작업지시서, 본 작업지시서를 작성할 수 있는 이점과 함께 결재도 빠르게 진행할 수 있다고 본다. 또한 의류제조업이 저가의 노동력을 찾아 의류 한점이 완성되기까지는 거의 지구 한바퀴를 돌아야 한다고 해도 과언이 아니다. 이러한 시점에서 하나의 작업지시서를 어느 곳에서나 용이하게 작성할 수 있는 프로그램이 필요하리라 여겨진다. 앞으로 디자이너, 테크니컬 디자이너 등은 이 프로그램을 이용해서 작업지시서를 작성해야 한다고 설명하였다. 그에 따라 교육내용도 바뀌어야 하는 것은 아닌지 생각해본다.

3) Order System: MTM

MTM(measure to measure) 프로그램은 매장에서 옷을 맞추고자 할 때 바디를 스캔하여 사이즈를 측정할 수 있다. 측정된 치수를 사용하여 PDS 2000 패턴메이킹 프로그램으로 바로 원하는 디자인으로 패턴메이킹을 할 수 있다. 자신에게 어울리는 옷을 고르기 위해 몇 번씩이나 옷을 입어 보는 번거로움을 피할 수 있는 이점이 있다. 이 옷 저 옷 입어보는 것이 귀찮은 구차니스트들이 옷을 구입할 수 있도록 유혹할 수 있는 프로그램이라고 생각되었다.

언젠가 어느 영화에서 주인공이 컴퓨터를 이용하여 오늘은 무슨 옷을 입고 나가지? 하면서 컴퓨터상에서 입고 나갈 옷을 코디하는 것을 본적이 있다. 아마도 옷장에 있는 자신의 모든 옷과 더불어 자신의 바디를 스캔하여 컴퓨터에 입력해 놓았으리라. 이것이 미래의 의생활이 아닐는지.

2-4. 할렘투어

FIT 교육 프로그램 중 뉴욕이 패션의 중심지로 자리잡은 만큼 패션의 발상지, 패션에 영감을 주는 지역 등을 중심으로 1일 투어를 하는 프로그램이 있어 오전 10:30분-4:30분까지 흑인 문화의 중심지인 할렘투어 프로그램에 참

여하기로 하였다.

여행객의 시각으로 뉴욕을 보는 것보다 설명을 들으면 뉴욕에 오랫동안 거주를 해온 사람의 시각에서 문화체험과 뉴욕의 패션일부를 알 수 있는 기회라고 생각되었다. 오전에는 할렘에 대한 전반적인 강의를 듣고 오후에는 135th st 를 중심으로 할렘가의 중요한 곳들을 방문하면서 설명을 들었다. 하루 동안의 투어인데도 불구하고 시간별로 강의 계획서가 나와 강의 계획서대로 움직였다. 견학하기에 훨씬 용이한 이 계획서를 보면서 학생들과 견학을 갈 때 시간별 견학내용을 소개하는 계획서를 준비해야겠다는 생각을 하였다. 간혹 백인 두세명이 짝지어서 다니기도 하지만 어디를 둘러보아도 할렘가를 다니는 사람들 거의 모두가 흑인이어서 혼자다니기는 조금 불편해 보였다.

1960년 흑인 인권운동 당시 이곳 흑인의 절반이상이 사망하였고 한때는 범죄와 마약의 소굴이었으나 경제개발과 치안유지 노력덕분에 안전해져 현재는 흑인 문화의 메카가 되고 있다. 강의 계획서에 따라 견학한 곳들을 차례로 적어본다.

1) Studio Museum in Harlem

흑인 예술가들의 작품 전시공간으로 1967년에 설립하여 30년 넘게 흑인 예술가들을 위한 공간이 되었다. FIT 소속일 경우 절반가격으로 전시관람이 가능한 곳이었다.

2) 슐버그센터(Schomburg Center for Research in Black Culture)

흑인 관련사진, 다큐멘터리, 희귀본서적 등을 가장 많이 가지고 있는 뉴욕도서관에 소속된 센터이다. 흑인지역이 개발되기 전 사진과 개발 후 지역사진을 비교 전시를 해놓아서 얼마나 달라졌는지를 실감나게 하였다. 센터의 중앙 바닥 면은 아프리카대륙의 지도와 중요지역이 표시되어 있어 역사공부와 함께 효율적인 공간 이용을 생각하게 하였다.

3) 북페어 (Book Fair), 스타워크 (Star Walk) 외

매년 거리에서 흑인관련 책을 판매하는 Book Fair가 열리고 있었다. 또한 흑인사회의 각 분야에서 탁월한 업적을 남긴 이들을 기리기 위해서 거리에는 그들의 이름과 업적을 새겨놓은 거리, 흑인 민속의상을 판매하는 Montgomery's를 방문하였는데 가게주인은 가끔 마돈나도 방문하여 필요한 물건을 구입한다고 자랑하였다. 데님제품을 판매하는 Denim Library는 사고 싶은 데님은 없었지만 쉬! 지금은 공부중이라는 문귀 때문에 쉽게 맞을 수 없는 가게가 되어버렸다.

수업도중 자유스러운 분위기 속에서 교수, 학생 모두 원하면 아이스크림을 먹기도 하고 길가다 친구를 만나면 수도도 떨 수 있는 수업이었다. 수업을 듣는 학생들이 패션업계에서 일하는 사람, 자칭 바이오 아티스트이자 병원의 미생물관련 분야에서 일하는 사람, Marketing Consultant 등 다양한 분야에서 일하고 있었다. D & G에서 일하는 디자이너에게 왜 이 수업을 듣는가라고 의문을 표하였다. 혼자서 돌아보아도 될텐데. 그는 FIT를 졸업하고 D & G에서 일하고 있지만 종종 FIT 사이트를 검색해보고 듣고 싶은 수업이 있으면 듣는다고 하였다. FIT에는 누구든지 원하면 언제든지 쉽게 강의를 들을 수 있는 환경이 조성되어 있기 때문이라. 평일에는 오전부터 오후 10시경까지 강좌가 항상 있고 토요일, 일요일까지도 강좌가 열려있다.

3. 결 론

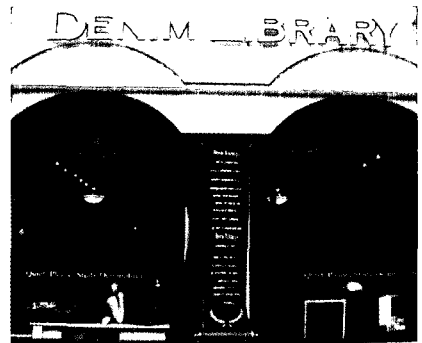
뉴욕하면 패션도시라는 생각보다 물질, 문화, 서비스 등 모든 것을 철저하게 돈으로 계산하는 경제도시라는 생각이 먼저 든다. 이러한 치밀함이 뉴욕의 부를 창출하고 세계인들을 뉴욕으로 유혹하고 있다. 또한 세계 패션의 중심지로 급부상하면서 세계 각국의 부유층들이 쇼핑을 위해 모여들



<그림 16> 할렘투어 수업중 담당교수와 함께



<그림 17> 흑인패션인 Lois Alexander의 업적을 기리기 위해 스타워크(Star Walk) 보도에 있는 동판



<그림 18> 쉬! 지금은 공부중이라는 문귀가 있는 Denim Library 매장전경

고 있어 더욱 더 부유한 도시가 되고 있다.

이러한 패션의 중심에 위치해 있는 FIT에서는 1일 단위, 1주일 1번 단위, 한 시즌 단위, 한 학기 단위로 아침부터 저녁 10시까지 강좌가 열려있어 누구든지 원하면 언제든지 강의를 들을 수 있는 환경이 조성되어 있었다. 직업을 가졌다 할지라도 소비자가 재교육을 받을 필요성을 느꼈을 때는 이들의 욕구를 충분히 채워줄 수 있도록 각 분야의 전문가를 모셔다 강의를 듣는 프로그램, 뉴욕의 문화를 파는 투어프로그램 등 다양한 교육법으로 운영되고 있어 전문가 교육뿐만 아니라 평생교육원의 역할을 차고 넘치게 하고 있었다.

참고문헌

- 2001. 교육부 통계자료
- 2006. 패션비즈
- 2006. 패션마케팅 분과 강연
- 2006. FIT 세미나자료
- 2006. FIT 수업자료

신 정 숙

한양대학교(학사, 석사, 박사)
미국 University of North Carolina(post-doc)
현재 건국대학교 의상디자인학과 강사
교신저자 E-mail: jsshin11@hanmail.net
