

코로나19 이후 졸업작품 발표형식의 변화 분석

국내 4년제 대학 의류·패션 전공의 사례를 중심으로

Analysis of changes in the form of graduation work presentation
after COVID-19

With focus on cases of clothing-fashion majors of four-year universities in Korea

주 저 자 : 최재경 (Choi, Jae Kyung)

국민대학교 의상디자인학과 강사

교 신 저 자 : 김윤희 (Kim, Yoonhee)

한남대학교 의류학과 교수

yhkim@hnu.kr

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2022.1.315>

접수일자 2022. 2. 28. / 심사완료일자 2022. 3. 12. / 게재확정일자 2022. 3. 23.

Abstract

The global spread of COVID-19 in 2020 has brought about a major change in human life. In particular, it was necessary to find alternatives at a time when face-to-face education was limited in clothing and fashion majors at universities where students were given practical training, and the results were presented face-to-face under the name of graduation work. This study aims to clarify how the form of graduation work presentation by clothing and fashion majors at domestic four-year universities has changed over the past two years under this external environment. To this end, we first looked at the changes in the presentation form of global and Korean fashion collections after 2020, and then investigated the changes and trends in the form of graduation work presentation by clothing and fashion majors at domestic four-year universities after 2020. The results for this are as follows. First, in most global and Korean fashion collections, the form of online fashion show without spectators was selected as an alternative. Next, the alternatives chosen by domestic universities were also most often in the form of online fashion shows without spectators, followed by fashion shows and exhibitions in situations where social distancing was observed. In particular, it is noteworthy that it takes a new form of fashion film or a new form of virtual fashion show using 3D programs, which will be a starting point for previewing the direction of changes in the form of graduation presentations after the COVID-19 period.

Keyword

Graduation Work(졸업작품), Fashion Show Without Spectators(무관중 패션쇼), Online Presentation(온라인 발표)

요약

2020년 코로나19의 세계적인 확산은 인류의 생활에 큰 변화를 가져왔다. 특히, 학생들에게 실습 실기 교육을 하고, 그 결과물을 졸업작품이라는 이름으로 대면으로 발표하고 졸업을 시키는 대학의 의류·패션 전공에서는 대면이 제한 되는 상황에서 대안을 찾아야 했다. 본 연구에서는 이러한 외부 환경하에 지난 2년간 국내 4년제 대학의 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식이 어떻게 변화하였는지 밝히고자 한다. 이를 위하여 먼저 2020년 이후 국내외 패션컬렉션의 발표형식 변화에 대해 살펴보고, 다음으로 2020년 이후 국내 4년제 대학의 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식 변화와 경향에 대해 조사하였다. 이에 대한 결과는 다음과 같다. 먼저, 국내외 패션컬렉션에서는 대부분 무관중 온라인 패션쇼라는 대안을 선택하였다. 다음으로 국내 대학에서 선택한 대안 역시 무관중 온라인 패션쇼라는 새로운 형식을 취한 경우가 가장 많고, 다음으로 사회적 거리두기를 지키는 상황에서의 패션쇼, 전시 등이었다. 특히, 주목 할 점은 패션 필름이라는 새로운 형태나, 3D 프로그램을 활용한 가상 패션쇼의 새로운 형식을 취하는 경우이며, 이는 향후 포스트 코로나 시기의 졸업작품 발표형식의 변화 방향을 미리 볼 수 있는 단초가 될 것이다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구의 내용 및 방법

2. 2020년 이후 패션 발표형식의 변화

3. 2020년 이후 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식에 대한 분석

- 3-1. 국내 4년제 대학 의류·패션 전공의 현황

3-2. 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식 조사 대상 학교의 선정

3-3. 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식 조사의 결과

4. 2020년 이후 패션컬렉션 형식과 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식에 대한 비교

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

코로나19는 인류의 삶의 방식을 근본적으로 바꾸었고, 그 변화는 빠리, 다방면으로 이루어졌다. 막연히 미래에 일어날 일이라고 생각했던 일들이 급격하게 현실로 다가오게 된 것이다. 특히, 코로나19로 인한 제한에도 불구하고 학년에 맞게 학생들의 수업을 진행하고, 성적을 부여하고, 입학과 졸업을 진행하여야 하는 교육 현장에서 일정에 맞추고, 기준을 충족시키는 일은 매우 어려운 일이었다. 대학은 코로나19로 대면수업이 제한되는 상황에서 이러한 과업들을 마치도록 여러 프로그램을 이용하는 온라인 수업, 온·오프라인 수업의 병행, 오프라인 수업의 경우 사회적 거리두기의 준수 등 외부 상황에 맞추어 대응하여 왔다.

대면으로 실험 실습 실기 교육을 하고, 학생들이 학교에서 제공하는 기기를 사용하여야 하는 예술, 디자인 계나 이공학계 전공의 수업 진행은 더 어려웠고, 무엇보다 졸업작품의 ‘발표’를 통해 졸업 자격을 부여하는 기존의 대학, 학과 기준에 맞추기 위해 학생들의 졸업작품 ‘발표형식’을 바꾸어서라도 ‘발표’를 할 수 있도록 하여야 했다. 이 과정에서 찾게 된 새로운 발표형식은 어쩔 수 없는 선택으로 시작된 것이었지만, 패션 발표형식의 앞으로의 변화를 미리 볼 수 있는 본보기가 될 수도 있을 것이다.

이에 본 연구에서는 지난 2년간 예술, 디자인계열 전공의 졸업작품 발표형식의 변화가 어떤 방향으로 이루어졌는지, 앞으로 변화가 어떤 방향으로 이루어질지 등에 대해 관심을 가지고 연구하고자 한다. 그러나, 이에 대해 언론에서 현황을 알리는 기사는 있었으나, 학문적 연구는 매우 드물다. ‘포스트 코로나(post corona)’ 시기의 의류·패션 분야 연구 방향에 대한 제언¹⁾이나, 초·중등교육에 대한 연구²⁾, 실습, 실기가 필요한 일부 대학 전공에서의 교육 방향에 대한 연구³⁾

논의

5. 결론

참고문헌

가 있으며, 코로나19 시기와 무관하게 의류학 일반의 교과과정에 대한 연구⁴⁾가 있다. 그러나, 코로나19 시대의 예술, 디자인 계열, 특히 의류·패션 전공에서의 실기 교육에 대해 다루는 연구는 아직 없고, 의류·패션 전공 대학 교육의 마지막 결과물인 졸업작품 발표의 형식이나 현황에 대한 연구 역시 없는 것으로 보인다. 이에 본 연구는 2020년 코로나19의 발생 이후 국내 대학 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식의 실제 자료를 조사하여 변화 현황과 변화 경향에 대해 구체적으로 밝히고, 포스트 코로나 시대의 졸업작품 발표에 대해 논의하는 것을 목적으로 한다.

1-2. 연구의 내용 및 방법

위에서 서술한 연구의 목적을 이루기 위하여 다음과 같이 연구를 진행하고자 한다.

첫째, 지난 2년간의 국내외 패션 발표형식 변화에 대해 전반적으로 조사한다. 이를 위하여 2020년 초 이후 해외 주요 컬렉션과 서울패션위크의 진행, 이후 컬렉션의 발표형식 변화에 대하여 조사한다. 이는 포털 사이트의 패션컬렉션 보도 자료, 패션 관련 사이트의 패션컬렉션 기사와 사진을 중심으로 인터넷 검색하여

1) 김민지, 포스트 코로나: 한국 복식 연구와 교육의 방향 제언, 복식, 2020, 12, pp.120-138.

2) 차현진, 황윤자, 노은희, 초·중등 교육과정 온라인지원시스템의 사용자 중심의 디자인 가이드라인 개발 및 검증, 정보교육학회논문지, 2021, 25(3), pp.511-525.

3) 유선영, 조무용, 코로나-19 상황에서 간호대학생의 성인간호학 온라인실습 경험, 학습자중심교과교육학회지, 2021, 21(1), pp.385-398.

4) 유화숙, 의류학 관련 학과의 소속 단과 대학과 학과 명칭 및 교과과정에 대한 연구, 한국의류산업학회지, 2020, 제22권 제2호, pp.158-169.

진행한다. 조사의 범위는 해외 주요 컬렉션, 즉, 파리, 런던, 밀라노, 뉴욕과 서울패션위크이며 조사 시기는 2020년부터 2021년까지로, 2020년 F/W 시즌 컬렉션부터 2022년 S/S 시즌 컬렉션까지 해당된다.

둘째, 국내 4년제 대학의 의류-패션 전공의 현황을 조사한다. 이 때, 조사 대상은 대학알리미 사이트를 통해 선정한다.

셋째, 2020년 이전 전신나 패션쇼 형식으로 졸업작품 발표를 했던 학교로 한정하여 조사 대상 대학, 전공을 선택하고, 이들의 2020년 이후 의류-패션 전공의 졸업작품 발표형식을 조사한다. 조사는 학과 홈페이지, 유튜브, 각종 언론 보도자료를 포함하여 인터넷 검색한다. 조사 대상 시기는 코로나19의 영향을 받았던 2020년 초 이후 최근까지의 시기이다.

넷째, 앞에서 진행한 조사 및 분석 결과를 토대로 의류-패션 전공 졸업작품 발표형식의 변화에 대하여 논의하고자 한다.

2. 2020년 이후 패션 발표형식의 변화

2020년 초부터 코로나19의 확산세가 위협적으로 나타나면서 패션계의 새 시즌 컬렉션 발표도 크게 위축되었고, 이에 따라 이후 패션 발표형식이 다변화되었다. 이 장에서는 이러한 변화에 대해 세계 주요 패션컬렉션과 서울패션위크 중심으로 살펴 본다.

패션컬렉션 중에 권위가 있고 세계의 패션 유행을 선도하고 있는 세계 4대 패션컬렉션은 파리, 밀라노, 뉴욕, 런던 컬렉션이며, 이들은 문화 산업으로서의 패션산업을 일반 대중을 비롯한 관련업체 모두에게 보여주는 역할을 맡아 왔다. 디자이너들은 1년에 2회(S/S, F/W) 다가오는 시즌에 맞추어 자신의 독자적인 상품 또는 작품을 준비해 고객과 일반 소비자, 패션 에디터 및 평론가 등에게 선보임으로써 자신을 홍보하고 사업의 성공을 도모하게 된다.⁵⁾

코로나19가 막 확산되기 시작하였던 2020년 봄, 2020 F/W 해외 주요 남성복, 여성복 컬렉션은 우려 속에서도 종전과 같이 예정대로 진행되었다. 그러나, 코로나19 상황이 악화되어 점차 대면 패션쇼가 불가능해지면서 약 6개월 뒤인 2020년 가을에 진행된 2021

S/S 시즌의 남성복, 여성복 컬렉션 발표는 대부분 무관중 패션쇼로 진행되고 온라인을 통해 발표하는 형식으로 진행되었다.([그림 1], [그림 2]) 샤넬, 디올, 프라다 등 주요 브랜드들의 이러한 시도는 이후 다른 브랜드들의 패션쇼 발표형식에도 영향을 주었으며, 실내에서 무관중으로 패션쇼를 진행하면서 실시간 라이브로 쇼 영상을 송출하거나, 촬영, 편집하여 온라인으로 패션쇼를 발표하는 경우로 나뉘어졌다. 촬영 후, 편집하여 온라인으로 발표하는 경우, 크로마키 기법으로 영상을 촬영한 후, 패션쇼 배경으로 삼기에 현실적으로 제한이 있는 실내외 장소를 배경으로 편집하여 쉽게 넣을 수가 있었다. 이 외에도 패션 사진을 찍어서 패션쇼 영상이 아닌 사진으로만 제공하는 경우도 있었다.([그림 3], [그림 4], [그림 5], [그림 6], [그림 7], [그림 8])

서울패션위크의 경우에는 2020년 3월에 열릴 예정이었던 2020 F/W 시즌 패션쇼가 전면 취소되었고⁶⁾ 2020년 9월, 2021 S/S 시즌 컬렉션은 최초로 디지털 패션쇼로 진행하게 되었다.⁷⁾ 디지털 패션쇼로 전환한 2021 S/S 시즌을 포함하여 2021 F/W 시즌과 2022 S/S 시즌까지 총 3회의 컬렉션이 비대면으로 이루어졌다.([그림 9], [그림 10], [그림 11], [그림 12]) 디지털 패션쇼의 사전 촬영을 위해 종전 서울패션위크의 행사 장소였던 DDP의 실내외 공간, 서울시의 거리, 국립중앙박물관, 국립현대미술관, 경복궁 등 다양한 장소가 활용되었다.⁸⁾⁹⁾ 디지털 온라인 패션쇼의 시도는 대면 패션쇼가 어려워지면서 선택하게 된 것이나, 오히려 서울의 다양한 문화적 자원을 국내외 관객들에게 노출할 기회가 되었으며, 온라인 영상의 조회수가 2021 F/W 시즌에 비해 2022 S/S 시즌에 15배 증가하는 등 고무적인 성과를 거두었다는 평가이다.¹⁰⁾ 서울패션위크에서 디지털 패션쇼, 디지털 런웨이, 혹은 패션 필

5) 주보림, 고부가가치 패션 산업으로서의 한국적 컬렉션 연구, 한국디자인문화학회지, 2009, 15권 4호, p.523.

6) 뉴시스, '서울패션위크 취소'...참여 브랜드 온라인 마케팅 지원, 2020.4.27., (2022.2.25.). URL: <https://www.news1.kr/articles/?3918307>

7) 패션서울, 서울패션위크, DDP 디지털 런웨이 최초 개최, 2020.9.22., (2022.2.24.). URL: <https://fashionseoul.com/188707>

8) 이태일리, 런웨이부터 옷 판매까지 박물관·미술관 변신."지루하단 편견 깨자", 2021.4.5., (2022.3.12.). URL: <https://news.naver.com/main/read.naver?oid=018&aid=0004892918>

9) 국제섬유신문, 서울시, 서울패션위크 메가폰, "K패션 홍보 제대로 나선다", 2021.3.15., (2022.3.13.). URL: <http://www.itn.co.kr/news/articleView.html?idxno=66346>

름이라고 칭하는 패션 발표 영상은 서울시의 다양한 명소에서 사전 촬영, 편집, 완성하여 발표하였으며, 이는 모델들이 걷는 런웨이를 사전 촬영, 편집하여 완성하는 해외의 온라인 패션쇼 형식과 유사하였다.

위에 서술한 사례들을 토대로 코로나19 이후 패션 컬렉션의 변화 내용을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 코로나19 이후 패션컬렉션의 발표는 관중이 있는 상태에서 진행되는 중전과 같은 대면 패션쇼로는 진행되지 않았다. 무관중 패션쇼 촬영 후 온라인으로 발표, 또는 패션 사진 촬영 후 온라인으로 발표하는 형식이 대안으로 나타났다.

둘째, 무관중 패션쇼는 관중이 있는 패션쇼 보다 쇼 진행 장소 선정이 더 용이하였다. 특히, 크로마키 기법을 활용하여 가상의 공간을 배경 이미지로 넣거나, 실제 패션쇼를 열기에 힘든 장소를 영상 배경으로 편집하여 넣는 것 등이 모두 가능하여 패션쇼 장소, 영상 배경이 더욱 다양해졌다.

셋째, 패션컬렉션의 발표 방법이 다양해지면서 패션 컬렉션 발표에 새로운 기술을 도입하여 보여주는 브랜드에 대한 호감도는 올라갈 것이므로, 이를 적극적으로 활용하는 사례가 늘어나고 있다. 예를 들어 프라다의 2021 F/W 남성복 컬렉션의 경우, 실내 스튜디오에서 촬영하여 발표한 무관중 온라인 패션쇼의 형식으로 프라다 유튜브 채널을 통해 발표하였다. 그런데, 해당 영상 뒤에 디자이너 프라다와 라프 시몬스가 소비자들과 함께 대화하는 영상을 넣어서, 패션쇼 만이 아니라, 두 디자이너의 패션에 대한 생각을 소비자에게 자연스럽게 알리고, 브랜드를 홍보할 기회를 마련하였다.¹¹⁾([그림 7],[그림 8]) 이 영상은 발표 당시 새로운 형식의 완성도 높은 패션컬렉션으로 평가받았을 뿐만 아니라,¹²⁾ 브랜드에서 패션 시즌 컬렉션 영상을 온라인으로 발표함과 동시에 디자이너와 소비자의 대화 영상도 함께 발표함으로써 불특정 다수 소비자에게 브랜드를 홍보한

좋은 사례라고 할 수 있겠다.

3. 2020년 이후 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식에 대한 분석

이 장에서는 국내 대학의 의류·패션 전공의 졸업작품 발표형식 변화에 대해 각 학교별 자료를 토대로 분석하고자 한다.

3-1. 국내 4년제 대학 의류·패션 전공의 현황

본 연구를 진행하기 위한 기초 조사로 국내 4년제 대학의 의류·패션 전공 개설 현황을 조사하였다. 방법은 2022년 2월 중 대학알리미(<https://www.academyinfo.go.kr>)¹³⁾ 사이트에서 키워드별 학과전공 검색에서 ‘의류’, ‘패션’, ‘의상’을 각각 입력하여 각 검색 결과를 합치고, 이 중 4년제 대학으로 제한하여 검색 자료를 정리하였다. 이유는 졸업작품을 학과 교과과정상의 해당 과목 안에서 학생이 직접 제작하고 결과물을 학과 단위로 발표하는 비율이 2년제 대학에 비해 4년제 대학이 더 높다고 판단하였고 먼저 4년제를 중심으로 1차 자료 조사를 하여 그 경향을 조사하는 것이 더 적합하다고 판단하였기 때문이다. 이 때, 4년제 대학 중 대면수업 비중이 극히 적은 방송통신대학, 사이버대학, 그리고 일반대학과 성격이 다소 다른 산업대학은 제외하였다.

대학알리미 사이트 검색 결과로 국내 4년제 대학 의류·패션 전공의 수를 집계한 결과 총 75개교 87개 전공으로 집계되었다. 학교수와 전공수가 맞지 않는 이유는 한 학교에 의류·패션 전공이 2개 이상 있는 경우, 본교와 제2캠퍼스에 각각 의류·패션 전공이 있는 경우, 한 학교에 주간과 야간 각각 의류·패션 전공이 개설되어 있는 경우, 모두 1개교 2개전공 혹은 3개 전공으로 집계하였기 때문이다. 지역적 분포는 수도권 31개교, 강원권 2개교, 충청권 11개교, 영남권 19개교, 호남권 11개교, 제주권 1개교이다. 또 교육부에서 집계하고 있는 각 학교별 의류·패션 전공의 계열 집계도 조사하여 [표 1]에 정리하였다. 예체능계열-미술·디자인, 자연과학계열-생활과학-의류·의상학이 전체 중 각각 44%씩 차지하고 있었고, 그 외 예체능계열, 인문사회계열이 있었다.

13) 대학의 주요 정보를 제공하는 웹사이트로 교육부와 한국대학교육협의회에서 운영한다.

10) 동아일보, ‘온라인 서울패션위크’ 7443만뷰 ‘대박’, 2021.11.22., (2022.3.13.), URL: <https://www.donga.com/news/article/all/20211122/110387485/1>

11) Prada Fall/Winter 21 Menswear Collection - conversation with Miuccia Prada and Raf Simons to follow, 2021.1.17., (2022.2.27.). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kzLstA2lQm4>

12) Vogue, Luke Leitch, “Prada”, 2021.1.17., (2022.2.26.). URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-menswear/prada>



[그림 1] 2021 S/S,
샤넬의 무관중 패션쇼¹⁴⁾



[그림 2] 2021 S/S,
디올의 무관중 패션쇼¹⁵⁾



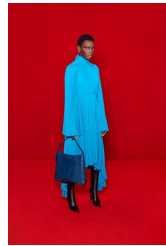
[그림 3] 2021 F/W,
미우미우의 컬렉션¹⁶⁾



[그림 4] 2021 F/W,
구찌의 컬렉션¹⁷⁾



[그림 5] 2022 S/S,
에르메스 남성복의
컬렉션¹⁸⁾



[그림 6] 2022 S/S,
발렌시아가의 컬렉션¹⁹⁾



[그림 7] 2021 F/W,
프라다 남성복의 무관중
패션쇼²⁰⁾



[그림 8] 2021 F/W,
프라다 남성복의 무관중
패션쇼에 이어지는
디자이너와 소비자의
대화 (출처:
www.youtube.com
화면 캡처)²¹⁾

14) 샤넬의 2021 S/S 컬렉션, (2022.3.13.). URL:
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/chanel/slideshow/collection#43>

15) 디올의 2021 S/S 컬렉션, (2022.3.12.). URL:

3-2. 의류-패션 전공의 졸업작품 발표형식 조사 대상 학교의 선정

본 연구에서 대학알리미 사이트 검색 결과 얻은 의류-패션 전공이 있는 4년제 대학 전체, 학과, 전공 전체 가운데 다음과 같은 제한점을 두고 사례 조사를 할 대학, 학과, 전공을 선정하였다.

첫째, 2019년까지 ‘학과’ 혹은 ‘전공’과 ‘졸업’이라는 단어가 들어 있는 이름의 온라인이나, 오프라인 작품 발표 행사를 비교적 정기적으로 개최해 왔고, 이 행사를 통해 학생들의 작품을 패션쇼로, 혹은 전시와 패션쇼를 병행하여 발표해 오던 학교, 학과, 전공으로 제한하였다. 본 연구는 코로나19로 인한 비대면 시기의 졸업작품 발표형식을 보고자 한 것이기 때문에 코로나19 이전 시기부터 작품 발표를 해 오던 학교로 한정할 것이다.

둘째로는 첫째 조건을 만족하는 학교들 가운데 2020년 이후 코로나19 상황에서도 졸업작품 발표를 진행한 국내 패션 전공 학과를 대상으로 하였다.

위의 두 가지 조건을 만족하면서 포털 사이트(네이버, 구글 등)나, 유튜브, 학교, 학과, 전공의 홈페이지 사이트를 통하여 학과, 전공의 졸업작품 발표 관련 자

[https://www.marieclairekorea.com/runway/2021/01/dior-21ss/#iLightbox\[tiled-gallery-13\]/1](https://www.marieclairekorea.com/runway/2021/01/dior-21ss/#iLightbox[tiled-gallery-13]/1)

16) 미우미우의 2021 F/W 컬렉션, (2022.3.12.). URL:
<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-ready-to-wear/miu-miu/slideshow/collection#15>

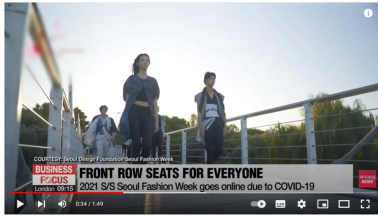
17) 구찌의 2021 F/W 컬렉션, (2022.3.13.). URL:
https://www.marieclairekorea.com/runway/2021/11/gucci-8/attachment/mck_619e08b553b59/

18) 에르메스 남성복의 2022 S/S 컬렉션, (2022.3.13.). URL:
<https://wwd.com/fashion-news/shows-reviews/gallery/hermes-mens-spring-1234863675/hermes-mens-spring-2022-7/>

19) 발렌시아가의 2022 S/S 컬렉션, (2022.3.12.). URL:
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2022-ready-to-wear/balenciaga/slideshow/collection#32>

20) 프라다 남성복의 2021 F/W 컬렉션, (2022.3.13.). URL:
<https://www.wkorea.com/2021/01/18/prada-2021-f-w-mens-collection/>

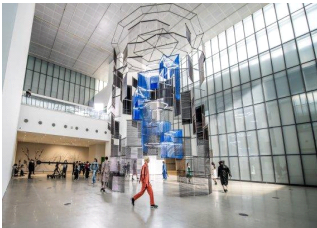
21) 2021 F/W 시즌, 프라다 남성복의 무관중 패션쇼에 이어지는 디자이너 미우치아 프라다, 라프 시몬스와 소비자의 대화, (2022.2.27.). URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=kzLstA2lQm4>



[그림 9] 2021 S/S 서울패션위크 디지털 패션쇼 소개
아리랑TV 뉴스 (출처: www.youtube.com 화면 캡처)²²⁾



[그림 10] 2021 S/S, 서울패션위크 참여 브랜드
다네티도트의 무관중 패션쇼 (출처: www.youtube.com 화면 캡처)²³⁾



[그림 11] 2021 F/W 서울패션위크 디지털 패션쇼
촬영, 국립현대미술관 (출처: 서울시, 파이낸셜뉴스)²⁴⁾



[그림 12] 2022 S/S 서울패션위크 디지털 패션쇼
촬영, 경복궁 (출처: 서울패션위크, YTN)²⁵⁾

22) Arirang News, "Seoul Fashion Week goes online with virtual runways", 2020.10.23., (2022.2.26.). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=arbj7nNRE9Y>

23) 다네티도트의 2021 S/S 컬렉션, (2022.2.27.). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=elIk1SCmhg0>

24) 파이낸셜뉴스, 서울시, '2021 추계 서울패션위크' 10월 온오프 개최, 2021.7.1., (2022.3.13.). URL: <https://news.naver.com/main/read.naver?oid=014&aid=0004667138>

25) YTN, 2022 SS 서울패션위크, 7일 개막...디지털 패션 필름 37편 공개, 2021.10.5., (2022.3.13.).

[표 1] 국내 4년제 대학의 의류·패션 전공의 계열

표준분류계열 (대)	표준분류계열 (중)	표준분류계열 (소)	학교수 (단위:개)
예체능계열	미술	디자인	38
자연과학계열	생활과학	의류·의상학	38
예체능계열	N.C.E. ²⁶⁾	N.C.E.	4
예체능계열	미술	응용미술	2
예체능계열	응용예술	N.C.E.	1
예체능계열	연극·영화	N.C.E.	1
예체능계열	N.C.E.	뷰티아트	1
인문사회계열	N.C.E.	N.C.E.	1
인문사회계열	경영·경제	N.C.E.	1
합계			87

료가 검색되는 학교로 선택하였으며, 전국에서 최종적으로 총 30개교 30개 전공이 선정되었다.

[표 2]에서 대학알리미 사이트를 통해 얻은 국내 4년제 대학의 의류·패션 전공 총 75개교 87개 전공의 지역 분포와 본 연구에서 졸업작품 발표형식을 학교별로 조사할 30개교 30개 전공의 지역적 분포를 비교하여 제시하였다. 코로나19 이전 시기부터 졸업작품 발표를 해 오던 대학, 학과, 전공으로 제한한 결과로, 본 조사 대상으로 강원지역과 제주지역의 학교에서는 한 군데도 선정되지 못했고 충청지역의 경우 매우 적은 수의 학교가 선정되었다. 강원, 충청, 제주의 대학 중에 2020년까지 졸업작품을 패션쇼 혹은 전시로 발표를 해 오던 학교가 다른 지역에 비하여 상대적으로 적어서 연구 자료로 최종 뽑힌 학교가 없거나 매우 적은 것으로 드러났다. 이런 이유로, 본 연구에 쓰인 학교들의 지역적 분포가 전체 학교의 지역적 분포를 같은 비율로 반영하고 있지는 않음을 밝혀둔다.

[표 2] 국내 4년제 대학 의류·패션 전공의 지역적 분포와
본 연구의 졸업작품 조사 대상 학교의 지역적 분포 비교

지역	국내 4년제 대학 의류·패션 전공의 지역별 학교수(단위: 개)	본 연구의 졸업작품 조사 대상 학교의 지역별 학교수(단위: 개)
수도권	31	14

URL:

<https://entertain.naver.com/read?oid=052&aid=0001648308>

26) not classified elsewhere의 줄임말로 학과 분류 시 분류가 분명하지 않은 전공을 의미하며 대학알리미에서 표기하는 바를 그대로 옮긴 것이다.

강원	2	0
충청	11	2
영남	19	8
호남	11	6
제주	1	0
합계	44	16

3-3. 의류-패션 전공의 졸업작품 발표형식 조사의 결과

2020년 이전에 종래의 방법으로 졸업작품 패션쇼, 작품 전시를 진행하였다가 2020년 이후 코로나19를 거치면서 학과 이름으로 패션쇼를 포함한 다양한 형태로 졸업작품 발표를 해 오던 30개교 30개 전공을 선정 후 네이버, 구글 등의 포털 사이트와 유튜브, 학교, 학과 홈페이지 등을 검색하여 자료 조사를 시행하였고, 결과는 다음과 같으며, [표 3]에 요약하였다.

첫째, 각 학과, 전공들은 2020년 코로나19 이후 졸업작품 발표형식이 기존의 관중이 있는 대면 패션쇼에서 무관중 온라인 비대면 패션쇼로 변화한 예가 2년(2020년, 2021년)간 30개교 전체 60개의 경우 중에 26개로 43%를 차지하여 가장 많았다. 무관중 온라인 패션쇼는 당시로서는 생소한 형태였기 때문에 2020년 11개교가 선택하였지만, 2021년에는 15개교가 선택하여 소폭 증가하였다.

둘째, 2020년에는 의외로 이전과 같은 형식의 대면 패션쇼를 7개 학교에서 진행하였다. 이는 2020년에는 사회적 거리두기 제도가 시작 단계였고, 2020년 중 코로나19 상황이 일시적으로 좋아져서 행사 제한이 풀렸던 시기도 있었기 때문에 그 시기를 이용하여 각 학교에서 패션쇼를 진행하였던 것으로 풀이된다. 그렇지만 코로나19 이전과 똑같은 형식은 아니었고, 실내에서 사회적 거리두기, 한 공간 내 허용 참석인 수를 지키면서 패션쇼를 하거나, 실외에서 사회적 거리두기를 지키면서 하는 경우에만 가능했던 것으로 조사되었다. 그러나 실제 대면 패션쇼의 비율은 2021년이 되면서 7개교에서 2개교로 줄어든다. 이는 코로나19로 인한 졸업작품 발표형식의 변화가 그저 한시적인 것이 아니라는 것을 학과, 전공 구성원들이 인식하였고 코로나19 상황 변화에 따라 사회적 거리두기 적용도 계속 변화하였기 때문에 패션쇼를 하는 것으로 장기적인 계획을 세우기가 사실상 불가능해졌기 때문으로 판단한다. 게다가 장기화되는 코로나19 상황에 맞게 각 학교에서 보다 근본적인 변화를 도모한 것으로 풀이된다.

셋째, 온라인 패션쇼보다는 전시로 진행한 학교들도 있었으며, 이런 경우에는 전시장에서 전시를 하고, 이를 동영상으로 찍고 편집하여 온라인 전시로 확대하는 경우가 많았다.

넷째, 무관중 온라인 패션쇼의 형식이 다수를 차지하고, 일반적인 것으로 나타났지만, 온라인 패션쇼가 아닌 패션 필름의 형식을 택한 학과, 전공들이 2년간 9%였다. 특히, 2년 연속으로 패션 필름의 형식을 선택한 학교들도 있었다. 패션 필름의 경우 학생들이 학생 개인별, 혹은 조별로 촬영, 편집, 제작, 발표하는 방식으로, 의류-패션 전공 학생들이 필름 제작의 전 과정을 모두 진행하였던 것으로 조사되었다. 의류-패션 전공에서 학생들에게 가르쳐야 하는 과목들이 현행보다 더 확장되어야 함을 보여준다.

[표 3] 졸업작품 발표형식에 따른 학교수 (단위: 개)

발표 형식	2020년	2021년	합계
무관중 온라인 패션쇼	11	15	26 (43%)
대면 패션쇼	7	2	9 (15%)
전시	6	3	9 (15%)
패션 필름	2	7	9 (15%)
3D 가상 패션쇼	2	2	4 (6%)
기타	2	1	3 (5%)
합계	30	30	60 (100%)

다섯째, 클로 3D(CLO 3D) 등을 활용한 3D 가상 디지털 패션쇼를 진행한 학교는 2020년 2개교, 2021년 2개교로 6%로 나타났다. 코로나19 상황하에서 패션쇼의 형식이 혁신적으로 바뀔 것이라는 당초 예상과는 달리, 3D 가상 디지털 패션쇼를 선택한 학교는 많지 않았다. 대부분 교과과정 중의 수업 내에서 졸업작품 제작과 발표를 진행하기 때문에 교과과정의 급격한 변화가 불가능하였기 때문으로 추론한다.

여섯째, 졸업작품을 유튜브를 통해 발표하는 학과, 전공의 경우, 학과, 전공의 공식 유튜브 채널을 통해 발표하는 경우가 23개교, 학교 전체의 공식 유튜브 채널을 통해 발표하는 경우가 6개교 있었다. 유튜브 채널

널 개설일은 2020년 이전 개설이 11개교, 이후 개설이 12개교였다. 학과 공식 유튜브 채널을 가지고 있어도 졸업작품 발표는 학교 전체의 공식 유튜브 채널을 이용하거나, 패션쇼 이벤트 대행사의 홍보 채널을 통하는 학교가 8개교 있었다. 졸업작품 발표만을 위한 별도 홈페이지를 가지고 있는 학교도 2개교 있었다.

일곱째, 졸업작품 발표 채널의 다변화를 볼 수 있었다. 학과 공식 발표 채널을 여러 개 가지고 있는 경우도 있었고, 라이브 중계를 하는 경우, 패션 전문 TV, 네이버의 브이라이브(V LIVE)를 통하는 경우 등 발표의 형식과 별개의 문제로, 다수의 발표 채널을 동시에 쓰는 경우를 볼 수 있었다.

여덟째, 졸업작품 패션쇼나 전시 뿐만 아니라, 졸업작품 제작 과정, 발표 준비 과정도 짧은 영상으로 만들어서 학과 공식 유튜브 채널에 올리는 등 다양한 홍보 활동이 동반되는 것을 볼 수 있었다. 코로나19로 바뀐 졸업작품의 홍보 효과에 대한 언론 보도도 있듯이²⁷⁾ 졸업작품 발표가 온라인으로 바뀌면서 학교, 학과, 전공에서 홍보에 대해서도 적극적으로 바뀌고 있는 것을 볼 수 있다.

아홉째, 기타로 집계된 경우는 검색을 통하여 졸업작품 발표를 한 것으로 나오나, 형식이나, 자세한 정보는 얻기 어려웠던 경우이다.

4. 2020년 이후 패션컬렉션 형식과 의류-패션 전공의 졸업작품 발표형식에 대한 비교 논의

2020년 이후 세계 패션컬렉션의 패션쇼 형식 변화와 국내 4년제 대학 의류-패션 전공의 졸업작품 발표형식의 변화를 고찰한 결과 다음과 같이 비교 논의를 하고자 한다.

첫째, 코로나19의 영향을 받은 기간 동안 패션산업계의 패션쇼와 대학의 졸업작품 패션쇼는 기존의 관중, 대면 패션쇼에서 무관중, 비대면, 온라인 패션쇼로 전환하였다. 이 과정에서 패션 브랜드의 패션쇼의 경우, 패션쇼 영상과 브랜드의 이미지 향상을 꾀할 수 있는 홍보 영상을 함께 넣는다거나, 패션 브랜드의 특색을 살릴 수 있도록 브랜드 이미지에 맞는 가상의 공간을

패션쇼 영상의 배경으로 넣는 등, 새로운 시도가 있었다. 반면, 대학의 경우 비용상의 문제가 있기 때문에 무관중 온라인 패션쇼를 진행하지만, 소의 배경을 설정하는 것은 패션 브랜드만큼 특색있게 진행되지는 못하였다.

둘째, 졸업작품 발표형식의 면에서 대학생들의 창의력은 패션 필름이라는 제목으로 졸업작품 발표가 이루어질 경우 더욱 잘 드러났다. 학과 전체 학생들의 모든 작품을 하나의 온라인 패션쇼로 담아낼 경우 전문업체에서 온라인으로 발표할 패션쇼 영상 제작을 대행하는 경우가 많지만, 패션 필름의 경우 학생들이 개인별로, 혹은 조별로 스스로 제작하는 경우가 많아서 학생들의 창의력이 더욱 혁신적으로 발휘되는 점을 발견할 수 있었다.

셋째, 학교에서도 산업계와 마찬가지로, 홍보 채널에 대해 중요하게 생각하고 있음을 알 수 있었다.

넷째, 세계 패션컬렉션 발표형식의 변화는 대학의 졸업작품 발표형식의 변화에도 영향을 줄 것이다. 이 점에서 코로나19가 종식되고 ‘위드 코로나(with corona)’가 본격적으로 시작될 것이라는 2022년의 세계 패션산업계와 패션컬렉션의 발표형식 변화는 향후 패션컬렉션 뿐만 아니라, 대학의 졸업작품 발표형식 변화의 방향을 결정지를 중요한 분기점이 될 것이다.

5. 결론

본 연구는 2020년 초 이후 2년여의 기간 동안 대학이 겪었던 급격한 변화가 구체적으로 어떠한 것이었으며, 이 변화가 코로나19 이후에도 이어질지 관심을 가지고 시작하였다.

연구는 먼저 국내 대학 의류-패션 전공의 전체 개수를 알기 위하여 대학알리미 사이트에서 키워드 검색으로 의류, 패션, 의상 단어가 들어간 전공을 검색하였고, 이 가운데 2019년까지 졸업작품 발표를 진행하였고, 2020년 이후에도 진행하고 있는 4년제 대학, 학과, 전공을 선정하여 연구를 진행하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 의류, 패션, 의상이라는 단어명이 들어간 전공 명칭을 갖고 있는 전공은 국내 4년제 75개교에 87개 전공이 있었다. 이 가운데 2020년 이전에도 학과 단위로 졸업작품 발표를 해 왔던 학과로 제한한 결과, 국내 4년제 가운데 30개 학과, 전공이 조사 대상이 되었다.

27) 조선예능, 코로나로 바뀐 졸업전시회...감염 걱정 덜고 홍보 효과는 '톡톡', 2020.9.17., (2022.2.26.), URL: http://edu.chosun.com/site/data/html_dir/2020/09/17/2020091701974.html

둘째, 30개 학과, 전공에 대한 졸업작품 발표형식 분석을 시행한 결과, 2020년 코로나19 이후 지난 2년간 무관중 온라인 패션쇼로 진행한 경우가 가장 많았으며, 그 다음으로 종전과 같은 관중이 있는 패션쇼, 전시의 순서로 진행해 온 것으로 드러났다.

셋째, 패션 필름의 형식, 클로 3D를 활용한 가상 디지털 패션쇼의 시도도 있었다는 점을 새로운 경향으로 들 수 있다. 패션 필름의 경우나, 클로 3D를 활용하는 경우 모두 수업의 과정 중에 진행했던 것으로, 졸업작품 발표형식의 변화가 곧 교과과정의 변화로 이어지게 될 것을 알 수 있다.

넷째, 졸업작품 발표를 위해 학과의 공식 유튜브 채널을 운영하는 학과, 전공이 대부분이었고, 특히, 코로나19 이후 개설한 학과, 전공도 많아서 코로나19 이후 대학에서 다방면으로 온라인의 비중을 늘려가고 있음을 알 수 있다.

다섯째, 학과가 운영하는 소통의 채널이 다변화되고 있음을 알 수 있었고, 이는 앞으로 대학, 학과, 전공의 홍보 채널로도 활용될 수 있을 것이다.

코로나19는 이전부터 예견되는 먼 미래의 변화를 앞당겼으며, 짧은 2년 동안 그 변화의 경향성을 보여주었다. 산업계는 빠른 변화를 보여주고 있으며, 그 변화의 속도는 더욱 빨라질 것이다. 포스트 코로나 시기에 올 변화에 대학이 산업계와 함께 발맞추어 대비하려면, 대학의 교육과정 변화가 뒷받침되어야 할 것으로 사료된다.

참고문헌

1. 김민지, 포스트 코로나: 한국 복식 연구와 교육의 방향 제언, 복식, 2020, 12.

2. 유선영, 조무용, 코로나-19 상황에서 간호대학생의 성인간호학 온라인실습 경험, 학습자중심교과 교육학회지, 2021, 21(1).
3. 유화숙, 의류학 관련 학과의 소속 단과 대학과 학과 명칭 및 교과과정에 대한 연구, 한국의류산업학회지, 2020, 제22권 제2호.
4. 주보림, 고부가가치 패션 산업으로의 한국적 컬렉션 연구, 한국디자인문화학회지, 2009, 15권 4호.
5. 차현진, 황윤자, 노은희, 초·중등 교육과정 온라인지원시스템의 사용자 중심의 디자인 가이드라인 개발 및 검증, 정보교육학회논문지, 2021, 25(3).
6. edu.chosun.com
7. fashionseoul.com
8. wwd.com
9. www..naver.com
10. www.donga.com
11. www.itnk.co.kr
12. www.marieclairekorea.com
13. www.news1.kr
14. www.vogue.com
15. www.wkorea.com
16. www.youtube.com