

## 의생활 측면에서 본 미래의 여성과 가정, 그리고 사회적 지원체계

홍 나 영 (이화여자대학교 의류직물학과)

우리가 미래 세계를 예측하고 대비하고자 하여야 한다는 당위성에 대해서는 대부분이 동의한다. 하지만 이번 미국 뉴욕 테러 참사에서 볼 수 있듯이 우리는 한치의 앞을 내어다 볼 수 없는 불확실한 세계에 살고 있다. 그럼에도 불구하고 미래를 위한 준비에 소홀할 수도 없다. 이에 과거와 현재의 여성은 가정과 사회에서 어떠한 역할을 하였는지 의생활을 중심으로 되짚어보고 앞으로 다가올 미래에 여성이 가정과 사회에서 의생활과 관련한 어떠한 역할을 하는 것이 바람직한지 생각해보고자 한다. 물론 이에 대한 분명한 비전이나 해답을 찾을 수는 없을지라도 가정학의 한 분야로서 의류학자가 사회에 기여할 수 있는 부분을 찾아보고자 함에 의의를 둔다.

### 1. 전통사회 여성과 의생활

전통사회에서는 농업이 주산업으로서 가정과 일터가 엄격히 분리되지 않았다. 서민여성들은 농업 노동에 남성과 함께 참여하였으며 이 외에도 빨나무 채취, 직조 및 가사노동 등에 종사하였다. 특히 농촌에서는 대부분을 거의 자급자족하였기 때문에 가정에는 인간생활에 필요한 온갖 기능들이 존재하고 있었다. 조선시대의 문헌인 『규합총서(閨閤叢書)』 등에서 알 수 있듯이 여성들이 담당 한 가사(家事) 중 상당부분은 의복의 봉제, 세탁, 관리, 방직, 자수, 염색, 양잠 등 의생활과 관련한 부분이었다. 가족 구성원의 의생활은 전적으로 여성의 손에 달려 있었다. 여성은 출가하기 전부터 옷을 지을 줄 알아야 했으며, 바느질 솜씨는 여성의 갖추어야 할 중요한 덕목 중의 하나였다. 그 밖에도 세탁·관리·보관 등 전 과정에 가내에서 이루어졌으며 서민여성들은 방적과 직조 담당하여야 했는데, 특히 여성들의 직조(織造) 활동은 가정 내의 의생활 자료 확보 차원을 넘어서 국가에 납부하는 주요한 세목이었다.

## 2. 산업사회 여성과 의생활

전통사회에서 여성이 담당하였던 방적과 직조는 산업혁명이후 산업체에게 대량생산이 가능하게 되었고, 의복의 제작 역시 기성복의 발달로 인해 가사노동에서 제외되게 되었다. 반면 자본주의 경제체제와 고도화된 산업사회에서의 여성 인력의 요구가 증가하면서 여성의 경제활동 참여는 수적으로 증가할 뿐만 아니라 경제활동 범위도 다양하게 확대되었다. 여성의 사회적 활동은 여성의 사회적 지위 향상과 더불어, 여성이 결혼한 후에도 가정주부로서 아내와 어머니 역할에 만족하지 않고 자기 자신의 능력과 의도를 적극적으로 개발하고 발휘함으로써 자아실현 및 성취 욕구를 충족시키려는 경향으로 나타나게 되었다. 가족의 규모는 축소되어 핵가족화 진행되고 가전제품의 보급과 생활양식이 간소화, 표준화됨에 따라 단순가사노동 시간이 상당히 단축되었으며 가족 구성원 누구라도 쉽게 가사노동에 참여할 수 있게 되었다. 일상생활용품은 다양하게 상품화되어 가사노동의 많은 부분을 그러한 상품으로 대체하게 되었다.<sup>1)</sup> 의생활과 관련된 여성의 역할도 많은 부분이 사회로 이전되었다. 가정에서 다루어지는 의생활 영역은 의복의 구매, 세탁, 관리, 보관정도로 축소되었다. 더욱이 세탁소나 의복수선점 등의 등장은 이전의 가정 집약적인 여성의 의복관련노동을 더욱 사회로 이전시켰다.

한편, 여성의 사회진출이 점차 높아지고 패션이 고도로 산업화되면서 여성인력이 의류산업에서 차지하는 비율이 높아졌다. 1960-70년대 단순 기술직으로 주로 공장에서 의복을 제조하는 2차 산업에서 벗어나, 상품기획·디자인·판매·홍보 등에 이르기까지 다양한 분야와 직종에 고급 여성 인력이 투입되었다. 여성들은 여성 특유의 감각과 시대의 흐름에 민감하게 반응할 줄 아는 감각을 무기로 점차 그 영역을 넓혀가고 있다.

대량생산과 대량소비를 특징으로 하는 산업사회에서 생활 수준의 향상과 매스컴의 발달로 인해, 의생활은 더욱 유행에 민감하게 되었고 이러한 현상은 결국 지나친 소비문화를 조장하게 되었다. 그 결과, 재고로 인한 막대한 자원의 낭비는 물론 폐기 과정에서 환경문제를 야기되었고, 이를 해결하기 위한 방안으로 가정과 사회단체가 연합하여 의류 재활용품을 교환·판매하거나 국제구호기구를 통한 제 3세계 구호개발사업 등을 시작하게 되었다.

---

1) 임정빈·정혜정(공저)(1997), 『성역할과 여성』, 서울: 학지사, pp.308-311.

### 3. 후기산업사회의 여성과 의생활

후기산업사회는 탈 대중사회이다. 미디어의 탈 대중화는 인간의 정신적인 영역에까지 그 변화의 영향을 끼치게 되었고, 소규모로 세분화된 그룹들이 서로 다양한 이미지를 교환함으로써 사회 전체가 다양화의 시대로 이행하게 되었다.<sup>2)</sup> 그 결과 개인의 개성과 다양성을 존중하여, 표준화된 대량 생산보다는 여러 소비계층을 만족시킬 수 있도록 생산의 기계화·자동화에 의한 다양한 상품의 소량 생산이 이루어졌다. 또한 사회의 경제적·기술적 변화의 변혁매체로서 기계적 테크놀로지보다 지적 테크놀로지가 중요해졌다.<sup>3)</sup>

가정에서 주부가 담당하던 의류의 구매 패턴에도 많은 변화가 일어났다. 유행의 물결 속에서 자신만의 생활 패턴을 중시하는 풍조가 두드러짐에 따라 소비자의 유형이 개성화, 다양화, 다원화되었다. 명품 선호와 가격파괴 선호가 공존하는 소비 패턴의 양극화 현상이 나타났고, 동질성을 느낄 수 있는 가정 내에서도 구성원 각자가 필요한 제품 및 이를 구매하기 위한 구매장소를 각자 다양하게 선정하는 것이 가능해졌다. 전반적인 소득수준의 향상과 여성의 경제 활동 참여가 늘어남에 따라 여성의 구매력이 증가한 것은 사실이지만, 자신만의 개성을 중시하고 나만의 가치창조를 추구하는 자유로운 소비 문화로 가족 구성원의 의복 선택·구매의 역할이 점차 주부에게서 구성원 각자의 몫으로 나뉘어졌다.

가정에서 인터넷이나 기타 정보지를 통한 정보검색 활동이 활발해지면서 한 곳에서 물품을 구매한다든지 자기가 애호하는 점포에서 물품을 습관적으로 구매한다기보다는 가정에서 각 업체들의 가격·제품 등을 비교해 본 후 가치우위의 제품을 구입한다. 인터넷 전자쇼핑은 이미 시간과 공간의 제약을 벗어난 새로운 소비문화로 등장하였다. 또한 디지털환경에서 성장한 ‘네트(net)세대’들은 흥미와 관심에 따라 다양한 선택을 통해 차별화 된 상품을 소비하는 생활방식을 가지고 있으며, 이들을 타겟(target)으로 한 많은 광고와 브랜드(brand) 및 유통업체 등이 등장하고 있다.<sup>4)</sup>

진지하고 무료한 것을 싫어하고, 편리함과 삶의 질을 추구하며, 즐기는 생활에 보다 가치를 두는 것이 복합적으로 융합된 소비자의 다양한 욕구를 충족하기 위하여 등장한 ‘퓨전 유통(Fusion Distribution)’을 비롯하여, 모든 생활에 오락적 환경(Entertainment)이 결부되면서, 옷은 단순히 입는 것으로 끝나는 것이 아니라 다양한 놀이문화를 체득하는 도구로 인식되기 시작하였다. 대표적인 예가 ‘코스튬 플레이(costume play)’이다. 특히 캐릭터 관련 사업이 발달한 일본에서 많은 사람들이

2) 앨빈 토플러(저)·김진욱(역)(1994), 『제3의 물결』, 서울 : 범우사, pp. 187-194.

3) 다니엘 벨(저)·서규환(역)(1992), 『정보화 사회와 문화의 미래』, 서울: 디자인하우스, p.193

4) 이선이(1999), 21세기의 새로운 주역 네트세대, LG커뮤니카토피아연구소(편) 『정보혁명·생활혁명·의식혁명』, 서울: 백산서당

즐기고 있으며 최근에는 한국을 비롯한 아시아 각 국에서도 동호인이 늘고 있다.

최근 인터넷 사이트에서는 가상의 나를 만드는 '아바타(Avatar)' 서비스도 인기몰이를 하고 있다. 아바타는 분신(分身)이나 화신(化身)을 뜻하는 말로 사이버 공간에서 사용자를 대신하는 만든 애니메이션 캐릭터(Animation Character)를 말한다. 사이버 공간에서 네티즌들은 자신의 형상화된 캐릭터를 만들어 다용도로 사용하고 있는데, 특히 '커뮤니티 온라인 게임(Community On-line Game)'에서 아바타 열풍불고 있다. 이는 실제의 일상생활을 하듯이 온라인 상에서 가족을 갖고, 이웃과 교체하고, 돈도 버는 형식의 게임으로, 인터넷 사이트는 아바타의 옷·장신구 등을 유료로 판매, 매출이 급성장하고 있다.<sup>5)</sup>

한편, 급속도로 자동화·정보화 되는 세계 속에서 사람들은 염증을 대고 역으로 자연에 회귀하고 과거를 추억함으로써 정신적인 안정을 얻으려고 한다. 의복에 있어서 천연 소재를 사용하고 인체 적합한 가공 기술을 개발하는 등 환경을 보호하는 움직임이 활발하며, 소비자가 다시 생산자로 돌아가는 홈 메이드(Homemade)가 유행이다. 홈 메이드 열풍은 생활수준이 향상되면서 남과 다른 자신만의 차별화 된 개성을 강조하는 개성주의·개인주의의 확산과 맞물려 있다. 홈 메이드가 레디메이드(Readymade)보다 고급스럽고 특별하다는 이미지를 주는 점, 정신노동에 지친 현대인이 직접 몸을 움직여 생산물을 만들어 내는 육체노동의 즐거움을 찾고 있다는 것도 원인이라 할 수 있다.

DIY(Do It Yourself)도 디자인하고 직접 재단하는 등 모든 것을 스스로 해결했을 때 뿌듯한 성취감을 갖게 하므로<sup>6)</sup>, 문화센터나 복지회관의 양재과정, DIY강좌 등에는 전업 주부뿐 아니라 직장 여성과 남성들의 발길까지 이어지고 있다.<sup>7)</sup> 인터넷의 발달도 크게 기여한다. 일반인들에게 옷본 등을 제공하고, 필요한 옷감과 부자재를 배달해 주는 서비스를 제공하기 때문이다. 엄마가 만든 옷(www.mommymade.pe.kr), 패턴하우스(patternhouse.pe.kr), 하이홈(cloth.hihome.com) 등 옷본과 만드는 법을 설명한 사이트가 인기다.<sup>8)</sup>

#### 4. 미래사회의 의생활 문화를 위해 가정과 사회에서 여성의 역할

가정에서의 의생활과 여성의 역할에 관련된 것들이 거의 사라진 현재의 상태에서 미래의 의생활은 단순히 여성만의 영역만은 아닐 것이라는 주장이 가능하다. 현재까지 인류의 역사를 보았을 때,

5) 디지털 조선일보. <http://dizzotv.chosun.com>, 2001. 7. 5

6) 대한매일, 8면, 2001, 5, 15

7) 문화일보, 15면, 2001. 6. 2

8) 중앙일보, 49면, 2001, 5, 24

가정이 사회의 가장 기본 단위이고 인류의 문화를 전승시키는 최소의 장이었음에는 변함이 없다. 그렇다면 미래의 의생활 문화를 위해 여성, 가정, 그리고 사회의 역할은 전혀 없는 것일까? 미래사회에서 가정에서 의생활과 관련하여 가져야 할 역할이 있다면 무엇이 있을지 고민해 보지 않을 수 없다.

아마도 미래에는 가정에서의 의사결정이나 가사를 가족 모두가 참여하듯이 의생활의 많은 영역을 성별에 관계없이 담당할 것이다. 소비생활은 이미 양적 구매에서 질적 구매로 그 패턴이 변화하고, 특히 상품에 담긴 문화적 특성이 더욱 부각될 것이다. 하지만 그 동안 우리사회는 앞만 보고 고도성장에 주력해왔고 정체성과 자아의식에 대한 관심은 뒷전에 밀려 있었다. 문화에 대한 관심이 증폭되는 21세기를 맞이하여 우리의 전통문화를 정보화 시대에 맞게 재해석·재창조하고 또 그것을 향유할 수 있는 방안을 모색하는 것이 중요하지만 우리의 생활은 이미 한국적 전통과는 많이 떨어져 있으며 정체성도 모호한 상태이다.

이 상태에서 우리가 할 일은 무엇인가? 현재 우리 의생활 문화의 위치와 정체성을 유지하면서 동시에 세계화시킬 수 있도록 만들어야 한다. 이는 더 이상 여성만이 아닌, 온 가족이 참여하는 것이어야 하며 그러기 위해서는 가족을 중심으로 즐길 수 있는 ‘놀이의 장’을 만들어야 한다. 이 놀이의 한 부분에 2세대를 위한 의생활문화가 접목되어야 할 것이다. 예를 들어 관혼상제·세시풍속·기타 가족행사와 같이 가정을 중심으로 하는 전통 의례 문화를 되살리고 시대에 맞게 즐거운 행사로 거듭나게 하되 의생활부분도 반드시 포함하도록 하여야 한다는 것이다. 그러나 가정만으로 이러한 것들을 추진·확산하는 것에는 난관이 있다. 따라서 학계의 연구·사회 단체나 기관·매스컴 등이 서로 협력하여 이러한 것을 사회 운동으로 발전, 부각시켜 우리 고유의 문화를 대중화·상품화할 수 있는 구체적인 방안을 찾아야 할 것이다.

다른 한편으로는 세계가 고도로 산업화됨에 따라 미래에는 공해와 환경 파괴 인체를 보호하는 의복이 더욱 요구될 것이며, 인체의 안전과 건강을 대비한 각종 기능성 소재 및 제품 개발이 활발히 이루어질 것이다. 가정에서는 의복의 과잉구매로 인한 자원낭비를 막고, 환경을 생각하는 세탁·관리를 실천해야 한다. 또한 환경친화소재가 가격적으로 경쟁력 있으면서 다양하게 활용될 수 있도록 물적·인적 자원을 사회·국가 차원에서 적극 지원하여야 할 것이다.

결국 무엇보다 중요한 것은 교육이다. 24시간 인터넷의 보급으로 인간 활동 영역의 제한이 사라졌으므로 가정 중심의 교육이 가능해졌다. 이제 의생활은 단순한 생산·유통·소비에 그치지 않는다. 이럴 때 대중매체나 사이버 강좌를 중심으로 가족 구성원들에게 정보수집, 단순한 기술습득 주변에 있는 역사적 의식과 앞으로 나아가야 하는 바람직한 의생활 문화의 방향을 제시하여야 할 것이며, 그들이 활용될 수 있는 데이터베이스(Database)를 제공함으로써 그들의 다양한 욕구를 만족시키면서 내적으로 문화의 수준을 향상시키고 예술의 경지에 이르도록 이끄는 것이 의복을 공부하

는 사람들의 몫이라고 생각한다.

## ■ 참고문헌

---

다니엘 벨(저)·서규환(역)(1992), 『정보화 사회와 문화의 미래』, 서울: 디자인하우스.

앨빈 토플러(저)·김진욱(역)(1994), 『제3의 물결』, 서울: 범우사.

임정빈·정혜정(공저)(1997), 『성역할과 여성』, 서울: 학지사.

이선이(1999), 21세기의 새로운 주역 네트세대, LG커뮤니카토피아연구소(편) 『정보혁명·생활혁명·의식혁명』, 서울: 백산서당

이영희(2001), 한국 전통문화에 대한 첨단기술의 적용, 문화경제연구, 4권 1호.

최숙경(1999), 개화기 여성 생활 문화의 변동과 전개, 여성학논집, 16집.

삼성디자인연구소, <http://www.samsungdesign.net>

종합뉴스데이터베이스, <http://www.kinds.or.kr>