

아파트 광고를 통해 본 주거설비의 변화와 주거생활의 기술화*

The Transition of Housing Facilities and the Technicalization of Housing Life : Content Analysis of Advertisements

박진희**
Park, Jin-hee

은난순***
Eun, Nan-soon

전남일****
Jun, Nam-il

Abstract

The purpose of this study was to analyze the transition of housing facilities and the technicalization of the housing life through the newspaper advertisements between the 1970s' and 1990s'. The modernization on multi-family housing life since 1970s' was come true by functional equipments. Although the improvement on the material environments deteriorated the modernized life to the commercial uniformity.

키워드 : 광고, 설비, 아파트, 기술화

Keywords : advertizement, facilities, multi-family housing, technicalization

1. 서론

1. 연구의 목적

아파트는 도입초기부터 주거문화의 근대화를 상징하는 코드로 인식되기 시작하였다. 특히 정부가 언론을 통해 중산층을 위한 아파트를 건립하겠다는 의지를 밝히면서(조선일보, 1966.9.2) 아파트의 양산을 예고했다. 이처럼 아파트는 중산층을 대상으로 계획된 주거유형이기 때문에 그들에게 걸맞은 주거환경을 갖추어 나갔다. 서구화된 생활양식을 유도하고자 했던

당시로서는 '신식'으로 꼽히는 시설·설비들이 아파트에 설치되기 시작한 것이다. 수세식 변기의 도입, 항상 뜨거운 물이 나오는 세면대와 욕조가 구비된 욕실은 누구나 갈망하는 소위 근대화된 주거시설을 대표하는 것이라 할 수 있다. 거실과 수평선상에 놓인 싱크대 역시 과학적인 동선체계를 갖춘 근대화된 부엌의 상징이 되었다.

이처럼 아파트를 통한 근대적 생활의 추구는 새로운 시설·설비의 도입으로 가시화되었으며, 아파트 분양 광고는 이러한 시설·설비들을 알리는 좋은 도구로 이용되었다. 따라서 본 연구의 목적은 아파트 분양광고에서 소개하는 시설·설비들의 분석함으로써 아파트의 물리적 환경 변화와 주거생활의 변화를 파악하는 데 있다.

* 본 논문은 2004년도 한국학술진흥재단의 기초학문육성 지원사업 중 인문사회분야 '한국근현대 연구지원'으로 이루어졌음

** 가톨릭대학교 생활과학연구소 책임연구교원

*** 가톨릭대학교 생활과학연구소 선임연구교원

**** 가톨릭대학교 생활과학대학 소비자주거전공 교수

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구의 시기적 범위는 아파트가 본격적으로 공급되기 시작한 1970년대 이후로 하고자 한다. 이 시기부터 주거 시설·설비들이 광고를 통해 소개되기 시작하였으며, 산업발달과 더불어 다양한 제품들이 선보이기 시작한 때이기 때문이다. 내용적 범위로 아파트에 도입된 시설·설비·시스템을 중심으로 하되, 주택의 질을 측정할 때 기본적 기준이 되는 난방, 부엌, 욕실 설비와 아파트에 우선적으로 도입된 '첨단'시설로 분류되는 안전관리시설, 정보통신시설, 인텔리전트시스템, 생활환경시스템으로 나누어 분석하고자 한다. 연구 방법은 1970년대에서 1990년대 발간된 일간지 신문광고와 잡지의 내용분석으로 하였다.

II. 광고에 드러난 아파트 설비화의 흐름

1. 부엌가구설비와 욕실설비

부엌가구설비와 관련된 70년대 광고 문구의 특징은 주로 입식의 싱크대가 설치되어 있다는 점 자체가 강조되고 있었다. 싱크대라는 용어 자체가 서구적인 입식생활을 대변하는 기호로 통하였기 때문에 아파트 광고에 빠지지 않고 등장하였다. 싱크대 외에 가끔 대형평형의 아파트 경우 가스오븐이나 가스렌지에 대한 소개도 등장하였으나 이는 당시 대부분의 아파트에는 일반적으로 설치되지 않은 기기였다. 80년대 경우 당시로서는 유명했던 주방가구회사의 싱크대를 부착하였다는 내용이 주를 이루고 있었으며, 후반에 와서는 윈터치 레버와 시스템키친이란 용어가 부각되기 시작하였다. 부엌가구설비에 대한 광고가 보다 적극적으로 등장한 것은 90년대로 싱크대 설치에 대한 문구는 사라지고 주로 빌트인 형식의 주방시스템과 식기세척기 등 주방기기의 제공을 강조하는 형태로 변화하였다. 설거지의 기계화는 다른 어떤 가사노동 형태보다도 늦게 등장하였는데, 이는 부엌공간의 제한과 고가의 비용에 그 원인을 두고 있었으며(이기영 외, 1995) 그런 고가의 기기가

제공되는 아파트는 그 희소성만큼 아파트생활을 돋보이게 하는 요인으로 작용하게 되었다.

아파트=위생이란 공식은 욕실설비의 발달로 인해 이끌어졌다. 양변기와 샤워기가 설치된 욕실공간은 위생개념을 보다 잘 설명해주고 있었으며, 이러한 설비는 80년대에 와서는 재료의 고급화로, 90년대에 와서는 비데나 샤워부스 등 설비자체의 차별화로 이어졌다.

2. 취사·난방설비

취사·난방설비의 변화는 연료의 변화와 맞물려 변화되었다. 1960년대까지 일반적으로 사용되어 오던 연탄은 1966년 연탄파동을 겪으면서 보조연료로서 석유가 사용되기 시작하였으며, 이후 1973년 석유파동을 겪으면서 가스의 사용이 본격화되기 시작하였다(이기영외, 1995 재인용). 아파트의 취사·난방 방식을 살펴보면, 70년대에는 연탄보일러와 유류를 이용한 스티프난방, 가스배관설비가 동시에 소개되고 있었는데, 연탄보일러의 경우 비용의 절감을 내세워 강조하는 한편, 스티프난방이나 가스배관설비의 경우 사용상의 편리함을 내세우고 있었다. 80년대에 들어서면 연탄보일러 설치에 대한 내용은 서서히 줄어들었지만 실제로 보일러의 연료로는 1990년에 이르기까지도 연탄이 가장 많이 사용된 것으로 나타났지만(통계청, 1992) 이는 아파트보다는 단독주택 등에서 주로 서민용 연료로 사용되었다. 아파트의 경우 석유와 가스를 주 연료로 사용하면서 중앙집중식 난방방식과 도시가스 공급시설이 취사·난방과 관련된 아파트 설비로 종종 광고에 등장하였다. 80년대 이후 석유와 가스를 취사·난방의 연료로 한 중앙집중식 공급방식이 일반화되었기 때문에 90년대 이후는 취사·난방설비에 대한 강조 문구를 더 이상 찾아 볼 수 없게 되었다.

3. 정보통신시설

정보통신 등의 기술변화는 사회전반에 걸쳐 정보화 붐을 가져왔으며 주택에 있어서는 고층아파트를 중심으로 적극적으로 도입되기 시작하였다. 이를 반영이라도 하듯 90년대 이후 아

파트는 사이버아파트 등의 이름으로 불렸고 그에 합당한 시설과 시스템들이 부각되기 시작하였다. 시설설비의 선호경향에 관한 연구(이병룡, 1996)에 의하면, 공동주택에서 차별화전략으로 가장 많이 적용하고 있는 시설설비의 품목으로 위성방송, 주방라디오, CCTV 등이라고 밝혔다. 즉 공동주택의 차별화전략의 일환으로 이러한 시설·설비에 있어서의 차이를 내세우고 있는 것으로 파악된다.

분양광고에 나타난 정보통신시설의 경우도

90년대에 와서 폭발적으로 아파트에 수용되는 양상을 보이고 있다. 초기의 정보통신시설로는 TV안테나와 전화선로 정도였는데, 70년대 광고에는 보이다가 80년대 광고에서는 거의 나타나지 않을 정도로 일반화된 점을 발견할 수 있다. 첨단화된 정보통신시설이 부각되기 시작한 것은 90년대로 광케이블, 초고속정보통신망, 위성방송시스템 등이 주요 광고문구로 일반화되기 시작하였다.

< 표1 > 신문광고에 나타난 연도별 시설·설비

| 연도 분류 | 70년대 | 80년대 | 90년대 |
|--------------|---|--|---|
| 부엌가구 설비 | 부엌싱크대설비(73) 스테인레스계 싱크 및 찬장(76) 대형평형엔 가스오븐설치(76) 가스렌지(76) | 거북표싱크대(82) 한샘주방싱크대(82) 시스템 키친 퍼니처(88) 원터치 싱크레버(86) | 식기세척기(92) 빌트인 타입의 첨단주방시스템(95) 주방TV(98) 행주살균기(98) 주방TV폰설비(99) 김치냉장고(99) 빌트인 가스레인지(99) 빌트인(냉장고,오븐렌지,식기세척기 일체형)주방기구(99) 음식물탈수기(99) |
| 욕실설비 | 수세식화장실(71) 양변기(73) 세면기(73) 샤워기(76) | 마블욕조(80) 고급양변기(81) 럭키UBR시설(82) 스텐레스욕조(86) 아메리칸 스타일의 일체식 세면대(88) | 무소음변기(92) 비데(95) 초절수형양변기(95) 월풀욕조(95) 샤워부스(96) 스팀샤우나(96) 건강좌욕조(99) |
| 취사난방 설비 | 스팀난방설비(71) 파이프식온돌(71) 파넬코일 난방 온돌(76) 중앙공급식 난방장치(79) 취사겸용 연탄온수보일러(76) 도시가스(71) 중앙공급식가스배관설비(73)개별연탄보일러(76) 라디에타(76) 중앙공급식 중온수보일러 시설(76) | 연탄단독보일러(80) 취사용 LPG중앙공급설비(80) 중앙집중 난방 및 가스(80) 라지에타박스(81) 도시가스공급시설(81) 동파이프 온돌난방(82) 스텐레스파이프(82) 중온수보일러시스템(82) LNG 가스보일러(88) | |
| 정보통신 시설 | TV공동안테나(71) 구내교환전화설비(71) 전화선로배선(73) TV종합안테나(76) | | 위성방송안테나(94) 광케이블 등 멀티미디어시스템(94) 유선케이블(94) 문자화상시스템(94) 고화질 액정 비디오 프로세서(95) 광통신망(98) 초고속정보통신망(99) 위성방송시스템(99) 화상전화(99) |
| 안전관리 시설 | 자동화재경보기시설(73) 화재감지기시설(76) | 투시경부착(84) 엘리베이터 보안용 카메라(88) | 출입문 지문감식시스템(94) 안전카드 키 시스템(94) 중앙통제관리시스템(94) 현관 디지털도어록(98) 자동화보안시스템(99) 단지내 폐쇄회로 텔레비전(99) |
| 인텔리전트 시스템 | | 홈오토메이션(88) | CC-TV 홈오토메이션(92) 무인경비시스템(94), 원격검침시스템(94) 통합관리지능시스템(94) home auto설비(98) 차량번호인식시스템(99) 음성인식시스템(99) |
| 실내환경 시스템 | | | 첨단공기청정시스템(94) 중앙집진식 청소시스템(94) 최첨단 자동정화시스템(94) 최첨단 자동청소시스템(94) 중앙정수시스템(94) 연수시스템(94) 개별건강정수시스템(98) |

()는 연도임

4. 안전관리시설과 인텔리전트 시스템

초기의 안전관리시설은 자동화재경보기나 화재감지기 등은 현재 소방법상 의무화되어 있는 시설들로 나타나다가 80년대에 들어서면 보안을 강조한 CCTV카메라의 설치로 변화를 보였다. 이러한 안전관리시설들은 90년대에 더욱 구체화되고 정교화 되는 경향을 보이는 데, 주로 방법과 관련된 지문감식이나 디지털도어록, 자동화보안시스템 등이 광고의 내용으로 등장하였다. 또한 80년대 후반부터 등장한 홈오토메이션의 개념은 90년대에 들어와 무인경비, 원격검침, 통합관리지능시스템 등으로 세분화되었다.

5. 실내환경시스템

설비의 기능화는 웰빙이란 주거환경의 개념이 각각되면서 실내환경의 질적 향상으로 이어졌다. 70년대와 80년대의 광고에서 거의 소개되지 않았던 이 개념은 90년대에 들어서 새로이 각광받기 시작하였으며, 주로 공기청정시스템, 자동정화, 정수시스템, 중앙집진식 청소시스템을 통해 표현되고 있다.

III. 근대적 주생활 공간에서 첨단 설비의 주거 공간으로

1. 주거 기능의 효율화

아파트는 과밀화된 서울의 지속적인 주택 부족 문제를 해결하는 방안으로 채택되기도 하였지만, 한편으로는 경제성장과 서구화를 나타내는 지표로 인식되기 시작하였다(서울시정개발연구원, 2001). 단독 주택에 대비되는, 욕실 공간 등의 근대적 설비를 갖춘 아파트는 비위생적이고 비효율적인 전통적인 주생활이 사라진 현대적인 주거 공간으로 인식되었다. 이런 아파트 공간의 현대화는 전통 주거 기능의 효율화를 가져온다. 70년대 아파트에서는 기존 주택의 연탄 아궁이를 개별 연탄보일러, 연탄은수보일러가 대신하더니, 점차적으로 중앙난방설비

가 이를 대신하게 된다. 이런 설비는 직접적으로 주부들의 가사 노동 경감을 가져오게 된다(김혜정, 1997). 80년대에 취사용 LPG 중앙공급 설비, 도시 가스 공급 시설이 도입되면서, 이런 노동 경감의 결과는 취사 노동 분야까지 확대되게 되었다. 이렇게 기계 설비로 인한 노동의 대체는 이후 90년대 들어와 통합된 '사는 기계'로 주거 공간의 탄생으로 이어진다.

2. 첨단화와 '사는 기계Living Machine'로의 주거 공간 변화

90년대 정보 통신의 발달, 가전기기 보급의 확대와 더불어 주거 공간은 점차적으로 통합적인 기계공간으로서 변화하고 있는 것을 볼 수 있다. 빌트인 가전제품은 부엌 기능을 현대화하는 수단으로 부엌의 구성 요소로 통합되었다 또한, 인텔리전트 시스템인 홈오토메이션, 원격검침 시스템의 도입 등은 이전의 개별 기기들 간의 통합을 확대 시키면서, 주거 공간을 하나의 기술 시스템으로 통합시켜 놓았다. 센서와 정보 통신 기술의 도입은 주부들로 하여금, '사는 기계'(김혜정, 1997)를 제어하고 통제하는 지휘자의 역할로 변화할 것을 요구하고 있는 것이다.

3. 주거 생활의 다양화

아파트 주거 공간의 현대화는 기존 기능을 기계적인 설비로 대체되는 과정 이외에 새로운 주생활 공간의 탄생에서도 보여진다. 70년대 아파트의 표준 설비로 등장하고 있는 것이 텔레비전 공동 안테나와 전화 배선이다. 공동 안테나의 구비로 텔레비전 시청이 가능해지고, 이는 주거 공간에서 이루어지는 가족들의 여가활동에 변화를 초래하기도 했다. 90년대에 들어오면서, 이런 여가 활동은 정보 통신 기술이 주거 공간에 접목되면서 더욱 다양해지고 있음을 알 수 있다. 80년대 말에 등장한 유성 케이블 이외에 위성 방송 안테나, 초고속 정보 통신망

1) 최초의 중앙 난방 설비는 대한주택 공사가 1971년에 지었던 한강맨션에 등장한다. 서울 20세기 공간 변천사, 275쪽 참조

의 도입으로 인터넷을 통한 영화, 음악 감상 등 여가 활동의 내용은 더욱 확대되고 있다. 이들 첨단 정보 기술의 등장은 한편으로 사적 공간으로서 주거 공간의 의미에도 변화를 주고 있다. 실시간 정보 통신 설비들이 주거 공간에 통합되면서, 공적인 공간간의 연계가 확대되고 있기 때문이다.

4. 주거 기능의 첨단화

90년대 광고에 드러나는 또 다른 특징 중의 하나는 주거 설비가 다양화되고 있다는 것인데, 이는 주거 기능의 첨단화, 확장이라고도 볼 수 있다. 70년대만 하더라도 주거 위생을 담당하던 공간이 욕실과 부엌이 전부였다면, 90년대 들어와서는 첨단 공기 청정 시스템, 자동 정화 시스템 등이 등장하면서 아파트 환경 전체를 관장하게 된다. 환경 의식의 강화와 더불어 주거 환경 조절 역시 주생활의 일부가 되고 있는 것이다.

IV. 결 론

아파트 광고에서 드러나는 아파트 설비의 변화는 이렇게 기계 설비를 도입을 통한 주거 기능 효율화 단계에서, 일종의 기술 시스템으로 주거 공간이 구성되는 방향으로 이루어졌다고 볼 수 있다. 한편, 이런 각종 기계 설비, 현대 기술들이 주거 공간으로 유입되면서 새로운 여가 활동의 출현과 같은 주거 생활 변화, 주거 기능의 확장도 가능해졌다. 이제 우리의 주거 공간에서는 각종 첨단 장비들이 가족 구성원들과 자연스럽게 결합하면서, 주생활의 일부를 이루고 있다 이를 어떻게 평가할 것인가는 본 논문의 한계를 넘어서는 것이다. 다만, 우리 사회에서 이루어지는 아파트 공간의 첨단화가 주택상품화와 밀접한 연관이 있음은 지적하고 싶다. 첨단 기술의 도입이 주거 구성원들의 삶이라는 시각에서보다는 차별화된 상품으로 주택을 포장한다는 의미로 이루어지고 있다는 점이다.

참고문헌

1. 김혜정(1997). 우리나라 근대 주거공간의 변천을 통해 본 여성 주생활 변화에 관한 연구”. 가족생활연구논총 2집. 31-48.
2. 시정개발연구원(2001). 서울20세기 공간변천사.
3. 이기영·김성희(1995). “과학기술이 가사노동 수행양식에 미친 영향”. 대한가정학회지 33(1). 71-81.
4. 이병룡(1996). “지역별 공동주택의 차별화 아이템 특성에 관한 연구”. 대한건축학회논문집12(10). 67-73.
5. 조선일보, 동아일보 1970년1월~1999년 12월
6. 통계청 www.nso.go.kr.