

젠더 디자인의 기초개념과 전략적 접근에 관한 연구

Fundamental Concept on Gender Design and Its Strategic Approach

김희선 (Kim Hee-Seon)

홍익대학교, 명지대학교 강사

김원진 (Kim Won-Jin)

한국기술교육대학교 디자인공학과

1. 젠더

- 1-1 여성의 마음으로 보는 디자인
- 1-2 섹스, 젠더, 페미니즘

2. 여성과 시장경제

- 2-1 성별분업의 기원
- 2-2 산업화와 여성노동
- 2-3 가전제품의 디자인과 가사분담의 방향
- 2-4 가전제품 디자인의 발전과 가정의 자동화의 역할

3. 여성과 젠더 디자인

- 3-1 젠더 디자인의 과제
- 3-2 젠더 디자인의 방향
- 3-3 젠더 디자인 전제조건 : 여성적 사고의 필요성
 - 3-3-1 개념적 한계의 탈피
 - 3-3-2 본질적 접근의 필요성
 - 3-3-3 적극적인 자동화의 필요성

4. 결 론

참고문헌

(요약)

'gender'는 사회적 의미의 성(性)이고 'sex'는 생물학적인 성(性)을 의미한다. 'gender'는 남녀 차별적인 'sex'보다 대등한 남녀간의 관계를 내포하며, 평등에 있어서도 모든 사회적인 동등함을 실현시켜야 한다는 뜻이 함축되어 있기 때문이다.

점점 더 많은 수의 여성이 과거의 남성 직업으로 진출해왔고, 직업 구조 자체가 바뀌어 가는 과정에서 여성의 일과 남성의 일의 구체적 목록은 변해 왔지만, 여전히 여성주의적 디자인 접근은 피상적인 담보상태에 머무르고 있고 수많은 가전제품의 도입과 개선이 이루어졌음에도 여성의 가사노동 부담은 상대적으로 개선된 점이 없다.

이미 과거의 남성들이 해왔던 일들은 대부분 기계화가 되었다. 현대적 가정기술은 여성이 가사노동의 조력자나 위임자 없이도 가정의 안락한 생활을 유지하는 것을 가능케 함으로써 여성의 사회활동에 기폭제가 된 것만은 틀림없다. 이에 따라 시대 변화 속에서 젠더 디자인의 개념 수립과 이에 따른 전략적 접근이 필요하다. 앞으로 우리의 삶과 상관되는 여성의 주체적 선택이 주어질 수 있는 디자인으로 바뀌기를 바라면서, 사회 속에서 여성의 노동과 그에 따른 가사활동의 문제를 제기하여 남성적 사고가 아닌 여성의 입장에서 디자인을 살펴보고자 했다.

(Abstract)

'gender' means sex in a social sense and 'sex' is more close to the concept of that discussed in biological light. 'Gender' is more adequate word in expressing gender equality of both sexes than 'sex' that gives us discriminating impression and implies that we should actualize equality between both sexes in all field of social activities.

Though more and more women have been advanced into the job that was once regarded as a men only-area and the concrete list of job for men and women has been changed in the process of job structure transition, women still take full charge of all kind of houseworks so they're still under the double torture of housework and their job.

Most of the job in which men used to engaged in the past is now mechanized. and we can't deny that modern technology triggered women's participation in public affairs by helping them to lead comfortable family life without any assistant or trustee for housework.

Under these trend of our times, we made an attempt to look into design mainly from the standpoint of women by raising the issue of correlation between women's labor in society and houseworks in the hope that current design would changes into one that can reflects women's position and allows them independent choice in the field involved with our real life.

(Keyword)

gender, gender design, house work, feminism

1. 젠더

1-1. 여성의 마음으로 보는 디자인

여성의 마음으로 변화하는 사회와 문화를 본다는 것은 과거와는 다른 의미를 갖는다. 남성과 여성의 불평등을 해소하기 위해 주장하는 페미니즘 시각으로 세상을 보아왔다면 이제는 여성의 장점을 강조하면서 남성의 시각이 아닌 여성의 마음으로 여성의 삶을 바라보자는 것이다. 이러한 주장은 여성을 바라보는 관점의 변화를 의미한다. 시대변화 속에서 젠더의 입장과 변화되는 사회 속에서 기존의 정통성으로 굳어진 여성의 노동과 그에 따른 가사활동의 문제를 제기하여 남성적 사고가 아닌 여성의 입장에서 디자인을 살펴보고자 한다. 우리는 앞으로 우리의 삶과 상관되는 여성의 주체적 선택이 주어질 수 있는 디자인으로 바뀌기를 바라면서 이를 연구주제로 택했다.

1-2. 섹스, 젠더, 페미니즘

흔히 사회적 성으로 번역되는 이 말은 생물학적 성이라는 "섹스(sex)"와 대조적 의미로 사용된다. 섹스가 고정되고 불변의 영역인 반면 젠더는 섹스와는 다른 차원, 즉 사회적인 영역이고 그래서 변화의 가능성을 가진다는 의미이다. <우리말 큰사전> <앳센스> 등 대부분의 국어사전들이 치맛바람을 '여자들의 극성스러운 사회 활동' '설치는 여인의 서슬' 등의 의미로 해석했다. 그러나 90년대에 이르러 '모성의 사회화'가 적극 대두되면서 치맛바람을 '여성의 세력' 또는 '사회 활동을 반영하는 것'으로 정의하는 국어학자들이 늘어나고 있다.

1970년대와 1980년대 초반 이래로, 사회적 지적 발전이 급격히 이루어져 섹스와 젠더 그리고 페미니즘간 관계가 점차로 복잡해지게 된다. "여성"과 "젠더"는 흡사 동의어처럼 여겨지게 되었다. 여성이 젠더가 되었던 반면, 남성은 여전히 섹스로 남아있었다. 이것은 또한 여성학이 젠더 연구(gender studies)로 재구성됨을 의미한다.(Kessler-Harris, 1997)¹⁾

페미니즘이 젠더라는 단어를 만들어낸 이래, 젠더를 섹스로 다시 정의하려는 일은 여성을 가정으로 되돌려 보내기 위한 것이었다. Berger & Berger는 "가족이 문제다"라고 단언하고, 젠더 역할이라는 개념이 단지 가족내의 역할 분배가 불합리하고, 여성복지 향상을 위해 그것이 바뀌어야 한다는 주장을 위한 테크닉일 뿐이라고 기록하였다.

현재 우리가 생각하는 여성·남성의 신체와 비슷한 개념, 즉 두 가지 성(two-sex)이 있다는 생각은 18세기부터 나타났다. 우리의 생각과는 달리, 생물학적 성이라는 섹스는 매우 짧은 역사를 갖고 있는 것이다. 18세기 중반부터 신체의 동일성을 강조하는 전통은 비판받기 시작했고 해부학자들은 양성간의

1) 젠더는 종전의 성(性)에 대한 영문 표기인 섹스(sex)대신 사용하기로 한 용어로, 1995년 9월 5일 북경 제 4차 여성 대회 정부 기구 회의에서 결정되었다. 'gender'와 'sex'는 우리말로 '성(性)'이라는 같은 뜻이지만, 원어인 영어로는 미묘한 어감 차이가 있어, 'gender'는 사회적 의미의 성(性)이고 'sex'는 생물학적인 성(性)을 의미한다. 그러나 이의 선택과 적용에는 상당한 차이가 있다. 유럽 연합(EU)과 미국 등 다수 국가가 주장하는 'gender'는 남녀 차별적인 'sex'보다 대등한 남녀간의 관계를 내포하며, 평등에 있어서도 모든 사회적인 동등함을 실현시켜야 한다는 의미가 함축되어 있기 때문이다. 서구에서 처음 쓰이기 시작한 이 용어는 수십년간의 여성 운동을 통해 광범위하게 확산되었으며 현재 UN의 공식용어이기도 하다. 또한 영어 이외의 다른 언어로는 번역이 불가능하기도 하다. Ann Oakley : 과학, 젠더, 그리고 여성의 해방 (site: dalara.jinbo.net/trasn)

차이에 초점을 두었으며 그래서 신체의 해부도를 이전과는 다르게 그리기 시작했다. 이제 자연적 신체 그 자체가 사회적 담론의 기준점으로 등장한 것이다. 라쿠어(Thomas Laqueur)의 표현을 빌면, 이 시기에 이르러 섹스는 젠더의 새로운 기초로서 창조된 것이다.²⁾

하지만 최근의 사회생물학은 가사일과 같은 분야에까지 영역이 확장된다. 그리고 계속적으로 확대되고 있는 섹스/젠더의 차이에 관한 "과학적" 발견들은 과학 저서 뿐 아니라 대중매체를 통해 매일 우리에게 전달된다. 그러나 어느 누구도 우리의 기원이나 현상에 대해 얼마만큼이 생물학적인명인지 말해줄 수 없다. 중국여성의 발 크기는 전족의 역사를 언급하지 않고 설명할 수 없으며, 육상경기의 남녀 기록차는 여성의 경기참여가 얼마되지 않았음을 무시한 채 평균적인 완력차로만 단정할 수는 없다는 사실을 생각해야한다.³⁾

이런 관점으로 인해 케서린 맥키년과 같은 몇몇 이론가들은 젠더가, 남성과 여성 사이의 불평등을 단지 성적인 것으로 간주하게 한다고 반대한다. 젠더만을 가지고 남성과 여성의 사회적 지위를 분석하는 것은 계급처럼 권력도 그 자체가 젠더화된 개념이라는 것이다.⁴⁾

섹스는 생물학적 내용만 지니고 젠더는 생물학을 제외한 사회·문화적 내용만을 지닌다는 식이 아니라 사회·문화적 실천이 생리적 차이에 영향을 미치고 이러한 차이가 다시 사회적 관계의 구조화를 조장하는 동력학적인 과정에 초점을 두게 된 것이다.⁵⁾

사회학습이론은 남녀의 성 역할 차이가 자라나는 동안에 경험하는 사회화의 과정에서 습득되는 것을 의미하는데 이는 부모나 성인들이 예측된 기대가 충족되는 길로 어린이에게 영향을 주는 것이라는 주장이다. 여기서 예측된 기대란 남성은 독립성, 공격성, 적극성 등을 말하고, 여성은 수동적인 성격, 방어성, 예민한 감수성, 소극성 등을 의미하게 된다. 즉, 여성성이라는 것이 사회적·역사적으로 형성된 것이고 이 형성과정에서 기술(technology)이 중요한 요소로 상호작용 했다는 것이다.⁶⁾ 생물학의 지식은 생물학에만 머무는 것이 아니라 끊임없이 정치적 장에서 차별을 정당화하는 근거로 사용되고 있다. 지금까지 살펴본 결론은 언제나 "그러므로 여성은 사회생활하기에는 부적합하다"였다.⁷⁾

2. 여성과 시장경제

2-1. 성별분업의 기원

일반적으로 '노동'은 "자연상태의 물질을 인간생활에 필요한 것으로 변화시키는 활동"으로 정의되지만, 경제학적인 관점에서 "물질 내지 생산을 하는 활동"이다. 원시시대의 노동은 공동체 생활로써 남성은 사냥과 부족 보호에, 여성은 자손을

2) 하정옥 : 페미니즘, 숙대신보(숙대학보), 나무누리 한국여성연구소 공개자료실 (go HDH 20)의 자료, (1997.4-5)

3) 하정옥 : 같은 자료

4) Ann Oakley : 과학, 젠더, 그리고 여성의 해방 (site:dalara.jinbo.net/trans)

5) 오조영란·홍성욱 외, 남성의 과학을 넘어서-페미니즘의 시각으로 본 과학·기술·의료, 창작과 비평사, p24-25, (1999)

6) 오조영란·홍성욱 외, 같은 책, p122

7) 하정옥 : 같은 자료

돌보고, 공동체를 유지하는 성별분업이 있었다. 개인의 소유가 발생함에 따라 이 원시공동체는 해체되었고 서구에서는 18세기경 산업혁명을 통해 산업자본주의 사회로 이진해 갔으며 이 과정에서 노동의 형태는 임금노동으로 바뀌었다. 또한, 증기가 새로운 동력으로 등장하면서 섬유업과 광업 등의 산업에 기계를 사용하는 공장이 나타남으로써 제조업이 팽창하였고 이와 동시에 수공업이 축소되면서 장인(匠人)은 임금노동자로 바뀌었다.⁸⁾

이처럼 노동의 형태는 생산방식의 변천에 따라 변화하였다. 오랫동안 사람들은 노동이라 하면 육체적 힘을 쓰는 일을 떠올렸지만 이후에는 '머리를 쓰는 일'의 비중도 상당히 많아졌다. 현대에 와서는 자본 축적을 가능케 하는 임금 노동은 모두 생산 노동으로 파악하고 있다. 최근에는 직업 활동 그 자체를 노동으로 규정하고 있다. 한편 스스로 자급자족하며 단순한 소비생활만 했던 여성들은(주부들과 가사노동에 참여하는 여성들) 적극적으로 과학적이고 합리적인 가사노동을 통해 자신들의 환경을 개선해 나갔다. "하지만 여전히 과학과 기술은 남성들이 지배한 분야라는 것이 만연된 사회에서 기술사학자들은 증기기관·전기기술·군사기술 등에만 관심이 있었지, 어린이 양육과 관련된 것병계조나 식품저장기술처럼 여성의 영역에 있었던 기술은 그들의 관심에서 제외되었다."⁹⁾

전통적으로 역사학자들은 기술적이고 경제적인 측면으로 남성 위주로 노동 영역을 분류했다. 그들은 여성의 실제로 일하는 다양한 종류의 정서적이고 감성적인 측면을 사회적 노동으로 인정하지 못한 것이다. 시대는 많이 변해왔고 '여성의 사회 진출이 급격히 증가하고 있음에도 불구하고 또 많은 여성들은 스스로 전통적인 여성 영역인 결혼과 가정 생활을 선택하고, 그 대부분이 퇴직을 하며 사회적 노동으로부터 벗어난다.¹⁰⁾

오늘날 이러한 모습은 일반적인 대졸 남성과 여성의 차이를 보여 준다. 남성의 경우 아직까지는 어느 단계까지 승진이 가능한 기업 문화 속에서 승진에 대해서는 당연시하고, 그 후에 자신의 발전 가능성을 더 염두에 두고 있다. 그러나 대부분의 여성은 결혼 후의 직장생활 지속여부에 더 신경을 쓰게 된다. 그러다 보니 가사노동은 시장노동에서 제외되고 가정 내의 여성의 생활과 밀접한 관계가 있다. 현재의 노동 개념은 경제 중심적으로 구성되어 있어서 시장 영역 외부에 위치하는 자급적 노동과 가정 내 노동을 제외시키고 있다. 하지만, 가정은 여성이 안주하는 노동환경이라 할지라도 좀더 큰 사회와 끊임 없이 상호작용하지 않으면 전혀 기능 할 수 없을 것이라는 점에서 가정은 가장 기초적인 삶의 터전인 것이다.

2-2. 산업화와 여성노동

산업화는 사회구조에서 개인의 일상생활에 이르기까지 광범위하게 많은 변화를 초래하였다. 특히 산업화에 의한 생산기술의 발달은 산업노동 뿐 아니라 가사노동도 크게 변화시켰다. 미국의 경우 산업화 과정에서 많은 가정 기기가 발명, 보급되었고 이에 따라 가사노동도 많은 변화를 겪었다. 산업화가 진행되면서 산업화를 보다 급속도로 진행시켜주었던 것들 중의

하나인 중산층 가정의 하녀들이 산업 전선으로 빠져나간 것이다. 그들은 하녀라는 명칭보다는 산업일꾼이라는 소리를 더 듣기 좋아했고, 퇴근 후에 주어지는 자유시간과 자신들의 노력에 따라 더 많은 임금을 받을 수 있다는 것에 매료되었다.

급격하게 산업화가 진행되고 새로운 가정기술의 출현함으로써 남성의 가사 일은 줄어들었고, 다시 가전제품을 비롯하여 쏟아져 나오는 상품에 대한 구매력을 높이기 위해 남성은 임금노동의 영역에 본격적으로 진입하였다. 시장경제가 확산이 되면서 경제활동을 하는 남성과 가족을 돌보느 여성의 역할은 전통적인 가부장적인 관계에 고착될 수밖에 없었다.

새로운 가전제품을 구입하는데 드는 많은 비용과 제약 조건은 중요하게 생각해도, 정작 그것을 사용하는 가사노동은 시간제 일로 취급하기 쉽다. 집안을 가꾸고, 손님을 접대하는 것 같은 일은 특별한 일도 있지만 청소, 요리, 세탁, 정리정돈 같은 일은 매일같이 반복적이고 기계적이며 단조로운 일이다. 이웃 사람이 놀러왔을 때 집안이 어질러져 있으면 사람들은 곧잘 그 집안의 주부가 게으르다고 말하고, 퇴근해서 돌아온 가장은 식탁에 반찬이 부실하면 주부에게 집에서 무슨 일을 하느냐고 불평한다.

이처럼 산업이 발달되고 사유재산, 국가의 발전과 더불어 가족과 사회의 분업이 생기면서 집안 일은 주로 여성의 몫이 되었다. 공업의 발달로 인해 인구가 도시로 집중돼 상업이 발달하여 도시시장은 매우 커졌고 대량생산에 따라 지금까지 고가였던 제품을 싼값에 구입할 수 있게 되었다. 생활용품을 사기 위해서는 현금이 필요했고, 남성들은 가정에서 자급자족하기 위한 기술을 배우기보다는 회사나 공장에서 요구하는 기술을 배우면서 성장하였다. 남성들에게 있어서 성의 영역 분리인 산업화이라는 새로운 삶의 현장을 만들어 냈고, 여성들은 가정에서 남성의 남겨진 일까지 떠맡게 되었다. 수도설비의 확충으로 물의 자유로운 공급과 새로운 가전제품의 탄생도 여성들을 가사노동에서 완벽하게 해방시키지는 못했다.

제2차 세계대전은 노동력 과잉 상태를 순식간에 남성 노동력 부족 상태로 바꾸어 놓았다. 이에 따라 갑자기 '남성의 일'과 '여성의 일'의 경계를 어디에다 그어야 할지가 매우 불분명하게 되었다. 전쟁은 여성 노동자의 중요한 전환점이었다. 전사의 여성 노동자의 동원은 전통적인 성별노동 분리를 깨뜨렸고, 여성들은 훌륭히 직무를 완수했다.¹¹⁾

2-3. 가전 제품의 디자인과 가사분담의 방향

일반 가정에 도구와 식기 외에 기계적 메카니즘을 단 가전용품이 본격 등장하기 시작한 것은 재봉틀(1850년)을 선두로 식기세척기(1864년), 전기세탁기와 진공청소기(1869년)의 발명으로 이어진다. 이후 가정용 축음기의 도입(1898년), 타자기와 소형카메라(1900년), 전화의 도입으로 가전부문은 일대 성장의 혁명기에 들어서고 이는 지속적으로 확장 성장했다. 1900년대에는 오늘날 우리가 사용하고 있는 대부분의 가전제품 및 기계제품의 발명이 완료되었을 뿐 아니라 상당히 광범위하게 사용되고 있었다.

중간 기술사학자 루스 코완(Ruth S. Cowan)은 그간 기술사에

8) 두산세계대백과 EnCyber

9) 오조영란·홍성욱 외, 같은 책, p123

10) Ann Oakley : 과학, 젠더, 그리고 여성의 해방, (site:dalara.jinbo.net/trans)

11) 루스 밀크먼, 전방지.정영애역 : 젠더와 노동-제2차 세계대전기 성별 직무 분리의 역할, 이화여자대학교 출판부, p103 p11, (2001)

서 크게 다루어지지 않았던 가사노동이 1860년대부터 1960년대까지 시대의 변화에 따라 가사노동이 어떻게 변했으며, 가사노동 보조기술의 발전이 사회와 경제에 어떤 영향을 주었는지를 연구하였다. 대표적인 저서로 원제가 '엄마에게 더 많은 일' (More Work for Mother)인 『과학기술과 가사노동』 책에서 코완은 20세기 들어 진행된 "가정에서의 산업혁명"이 가정주부에게 더 많은 일을 안겨주었다고 주장한다. 물론 이러한 주장의 밑바닥에는 이 책이 19세기 및 20세기의 미국사회를 대상으로 하고 있으며 그녀가 다루는 가정주부는 주로 중산층 여성이라는 단서가 있다. 그녀는 산업화에 따른 가사노동의 형성을 다음과 같이 말한다.

13세기부터 18세기까지 집안 일이라고 부르던 노동은 19세기에 가사노동이라는 새로운 이름으로 바뀌게 되었다. 옥스퍼드 영어사전을 보면 영국에서는 1841년에, 미국에서는 1871년에 최초로 가사노동이라는 단어가 수록되어 있다. 19세기는 영국과 미국에서 산업화가 시작된 시기였으며, 산업화의 가장 큰 영향중의 하나는 일터와 가정의 분리였다. 현대화한 가전기기를 사용하는 것은 고된 육체적인 일에서 해방을 시켜주었지만, 가사노동 자체를 없앤 것은 아니다. 식기세척기는 모든 것이 센서로 자동화되어 있지만 식기의 모양과 재질, 먹은 음식의 종류에 따라 일일이 구분하고 세척을 해야된다. 각 단계에는 숙련된 노동 과정과 경험이 바탕이 되어야만 하는 것이다. 남성 중심의 문화 속에서 살아가다 보면 이런 현상들이 전혀 눈에 들어오지 않는다. 자기도 모르게 주입된 남녀차별을 생활화하고 있는 것이다. 무의식 깊은 곳에 각인 되어온 오래된 차별의 관습들이 일상 생활의 곳곳에 널려있는 것이다.¹²⁾

산업혁명 이전에는 도구와 생산성은 비례관계에 있었다. 도구가 많을수록 경제적으로 융통성이 있었고, 시장 상황에 따라 돈과 노동력의 지출을 더 쉽게 조절함으로써 더 많은 것을 얻을 수가 있었다. 쟁이나 수레나 멩에가 있으면 더 효율적으로 일할 수 있었다. 냄비와 그릇이 많을수록 할 수 있는 요리는 더욱 늘어났고, 모든 집안 일에는 도구들과 이를 다룰 수 있는 기술이 필요했다. 생산활동과 가사노동이 지금처럼 분명하게 갈라지지는 않았다. 즉, 여성의 노동은 남성의 노동보다 무가치하고 열등한 것으로 평가되기보다는, 상호의존적이었으며 생산과 가족생활이 서로 어우러져 있었다.

현대에 들어와서 가정에서 생산되지 않던 제품과 서비스가 시장경제에서 생산되게 됨에 따라 제품을 구입하기 위해 가사노동보다는 임금소득에 더욱 의존하게 되었다. 더구나 물질적인 생활수준이 크게 향상되면서, 식사 준비나 의복손질과 같은 기본적인 가사활동이 차지하는 비중은 감소되었다. 또한 자녀수의 감소와 어린이집, 유치원 등의 보급으로 양육노동이 감소되고, 각종 가전제품의 개발과 보급, 냉동식품, 기성복 등 가사노동을 대체할 수 있는 새로운 상품의 출현 등은 여성의 가사노동시간을 상당히 줄일 수 있게 함으로써 여성의 사회진출은 크게 증가되었다. 예를 들어 우리나라 여성의 경제활동참가율의 변화를 살펴보면, 65년의 37.2%에서 91년에는 47.3%로 증가하여 성별 경제활동참가율의 비가 남성의 63% 수준이다.¹³⁾

12) 루스 코완, 김성희의 : 과학기술과 가사노동 -일이 더 많아진 주부-, 학지사, p28-29, (1997)

노동시장의 수요 면에서 사무직, 전문직, 정보산업 관련직 등이 늘어나 여성이 진출할 수 있는 분야가 확대되었으며, 이와 동시에 고등교육을 받을 기회가 확대됨에 따라 훈련된 여성인력이 증가하였고 출산을 저하, 가전제품의 발달과 제품디자인에 의한 사용성 향상 등의 배려로 인한 가사노동시간의 단축과 가사노동 효율성의 향상 등으로 경제활동에 참여할 수 있는 실제적 여건이 마련되었다고 볼 수 있다.

그러나 취업한 경우에도 여성은 직장과 양육, 가사를 동시에 해야하는 이중의 역할로 부담과 갈등을 느끼게 된다. 이는 직장에서 여성의 능률생산성을 떨어뜨림으로써 직업세계에 모든 시간과 정력을 투자하지 못하게 하는 요인이 되며, 장기적으로 볼 때 여성으로 하여금 직업활동을 포기하게 만들기 쉽다. 육아포털사이트인 제로투세븐(www.0to7.com)이 최근 4011명의 사이트 이용자를 대상으로 가사분담에 대한 설문조사를 실시한 결과 남녀 역할에 대한 남녀의 인식 차이가 여전하다는 것이 드러났다. 아이를 출산한 뒤 남편이 가사를 분담하고 있는냐는 질문에 남성은 78.5%가 '그렇다'고 대답했지만 여성은 56.9%에 그쳤다.¹⁴⁾

따라서 여성의 사회활동을 위해서는 '기계'와 '자동화'에 의한 가사노동 대체는 좀더 가전제품의 능률과 기능을 높이는 것도 중요하지만 함께 여성과 제품, 그리고 여성과 다른 가족구성원의 가사 분담에 효율적으로 맺어주는 디자인의 가치사슬 (design value chain)을 개발해야 한다. 예를 들어 가정에서 네트워크를 통해 원격진료를 받을 수 있게 하고, 가정의 화장실에 설치된 센서를 통해 당뇨수치를 직접 병원으로 보내 늘 관리되게 하는 역할을 수행할 수 있다. 즉, 정보네트워크를 중심으로 병원, 세탁소, 슈퍼마켓, 가사 도우미 요청, 방법시스템 등과의 연결 시스템을 만들어서, 이를 통합적으로 관리할 수 있는 사업전략이 필요하다. 이를 위하여 여성들은 이와 같이 매일 체험하지만 말로 표현하기 어려웠던 경험들을 여성의 눈으로 바라보고 여성의 입장에서 해석하기 시작하고 있는 만큼 디자인 역시 이러한 흐름이 적극 반영되어야 한다.

2-4. 가전제품 디자인의 발전과 가정의 자동화의 역할

97년 말 정부2장관실에서 펴낸 「가사노동가치 평가기준과 제도화 방안」에 따르면 80년대 1일 평균 9.8시간의 가사노동시간이 90년대 들어와서 7.92시간으로 줄어든 것으로 나타났다. 에델만코리아에서 주부 200명을 대상으로 한 요리, 설거지, 세탁 및 다림질, 청소 등 네 가지 일에 대한 가사노동시간 조사에서는 평균 5.18시간으로 집계되었다.¹⁵⁾ 우리나라 주부들은 가사노동 중 '세탁'을 가장 힘들어하고 있는 것으로 나타났다. 또 노동시간은 '요리'에 가장 많이 쓰고 있는 것으로 조사됐다.¹⁶⁾

13) 통계청 경제활동인구연보 조사에 따르면 98년 기준 맞벌이 인구는 5백34만6천명, 기혼 여성취업자수로 보면 6백55만9천명으로 47.3%의 경제활동 참가율을 보이고 있다. (site:report.zip.org/value/value)

14) 서진영(자의누리 경영연구소) : 가사대체 산업의 현황분석과 발전 전략, 한국경제신문 OMJ 프로젝트 원고, (1999. 4)

15) 로로, 안귀옥법률연구소 : 주부의 가사노동가치 얼마나 될까?, (site:www.lawinchon.co.kr/lawinfo), (2000.2)

16) 이 같은 사실은 홈클리닝 전문 대행업체인 '크린토피아가 서울시

다음은 우리나라 부부의 가사노동 분담실태이다.

[표 1] 가사노동의 분담실태

| 일의 종류 | 아내투여시간 비율 %(N) | 남편참여 비율 %(N) | 다른사람참여 비율 %(N) |
|------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| 식사, 설거지 | 95.6(617) | 26.8(184) | 9.2(59) |
| 세탁 | 95.4(595) | 12.6(81) | 10.4(67) |
| 청소 | 90.6(597) | 29.5(190) | 10.0(64) |
| 시장보기 | 94.0(610) | 17.0(109) | 4.4(28) |
| 생활비 관리 | 97.0(539) | 1.7(41) | 1.7(11) |
| 자녀 돌보기 | 84.9(545) | 41.5(267) | 7.2(46) |
| 자녀 학교 데려가기 | 89.4(340) | 11.7(75) | 2.6(17) |
| 자녀 학습지도 | 85.3(448) | 26.3(169) | 2.6(17) |
| 은행출입 | 83.7(512) | 20.2(130) | 1.4(9) |

이 같은 긴 가사노동시간은 현대사회의 기술혁신 및 주방가전 제품의 출현에도 불구하고 과거의 주부와 비교하여 별다르게 감소하지 않았다는 점이다. 신도시에 사는 전업주부 이씨(숙씨)가 산정한 가치명세서를 본다면 격일로 파출부(4만원/하루)를 부르고, 두 아이를 놀이방 종일반(20만원/한달×2명)에 맡기고, 드레스셔츠를 세탁소(3천원폴×하루)로 보낸다고 해도 훌쩍 100만원이 넘어버린다. 여기에 아이들 숙제지도(10만원/한달×2명)와 엄마, 아내역으로 산정한 금액(50만원/한달)을 보태면 남편의 한달 봉급(1백60만원)을 고스란히 주어도 부족하다. 또한 다른 주부는 오전 6시에 일어나 대학 다니는 작은딸의 아침 밥 차리는 일부터 밤11시가 넘어 잠자리에 들 때까지 밥상 차리는 것만 예닐곱 번이나 됐다. 하루 설거지하는 식기는 평균 50개가 넘었다. 이틀에 한번씩 빠는 옷가지만 해도 양말 속옷 등 한번에 30여 가지에 이르렀다. 최소한 연간 1만 8천여 개의 그릇을 씻고 5천475가지의 옷가지를 빨며 하루도 빠짐없이 방3곳과 거실, 부엌을 청소하는 것으로 나타났다.¹⁷⁾ 가정은 건강한 사회구성원을 생산하는 장소이며 가정주부는 그 생산과정의 거의 모든 단계를 책임지고 있는 노동자이다. 남성들의 가사노동은 여성이 하는 노동과는 다른 영역이다. 가정에서 가장 긴 시간을 소비하는 활동은 전적으로 여성이 담당한다. 특히 기기가 잘 갖춰진 가정의 남성이 더 가사노동을 하지 않는다. 빨래는 세탁기가 하고, 청소는 청소기가 하고, 요리는 냉장고, 가스레인지, 전자레인지 등이 한다고 생각한다. 이는 기기가 있음으로 인해 남성들이 가사노동이 힘들지 않다고 믿게 되었기 때문이기도 하지만 여러 기기들이 실제로 성과 관련된 성별로 나누어진 노동을 없애주었기 때문이다. 가정에 쓰레기 분리수거가 됨으로 남성들이 쓰레기를 가지고 나가서 쓰레기 분리통에 넣는 일조차 하지 않게 되었으며, 식기 세척기가 보급되면서 이전에 했었던 설거지도 하지 않게 되었다. 식탁은 더욱 풍요로워 졌지만, 그것을 요리하기 위해 남성들은 더 이상 물을 길어오지 않아도 되었고, 장작을 팔 필요도 없어졌다.¹⁸⁾

내 거주 주부 200명을 대상으로 한 설문조사에서 밝혀졌다. 가장 힘든 가사노동을 묻는 질문에 응답자의 40.61%가 '세탁 및 다림질'이라고 답했다. 그 다음 청소가 38.58%, 요리가 17.77%, 설거지가 3.05% 등의 순이었다. 조사 결과 연령층이 높을수록 '청소가 힘들다'는 응답자가 많은 반면 연령이 낮을수록 '요리를 힘들어하는 것으로 나타났다. '세탁 및 다림질'중에서도 난이도에 차이를 보였다. 주부들은 커튼, 이불, 천 소파 등 대형직물의 세탁(47.98%)을 가장 힘들어하고 다음은 울, 아크릴등 손빨래용 직물세탁(24.24%), 다림질(19.7%), 드라이 클리닝용 제품의 세탁(8.08%) 순이었다.(site:newsmaker.khan.co.kr/society)

17) 박미현 : 주부평생체불임금7억, 강원도도민일보사회면, (2000.11.2)

전자레인지와 화덕의 차이는 전기 드릴과 곡괭이나 삽의 차이와 마찬가지로 다르다. 산업화가 몇몇 생산적인 노동을 가정 밖으로 가지고 나가면서 다른 형태의 노동은 가정에 남았다. 그 남겨진 일, 즉 현재 '가사노동'이라고 부르는 일은 100년 전부터 변화해온 것이며 노동의 도구 또한 변화하였다. '가정의 산업화'라고 부르려는 과정이 바로 이것이다.¹⁹⁾ 이처럼 가정주부를 혹사시키는 여러 규칙들은 무의식적이며 우리는 그 규칙들이 진실로 유용한 것인지 광고인의 '과장된 선전'의 산물인지를 판단할 수 있을 것이다. 현재 우리에게 의미있는 규칙만을 골라낼 수 있다면 가정기술이 우리를 통제하는 대신 우리가 가정기술을 통제할 수 있을 것이다.²⁰⁾ 전기밥솥, 세탁기, 냉장고와 같은 가전제품은 주부를 많은 가사 노동에서부터 해방시켜 주었다. 더구나 기업에서 보다 크고, 보다 효율적인 기계를 갖춘 김치공장, 세탁공장과 같은 공장들이 가사노동을 도와주고 있다. 정보 혁명은 가정을 홈 오토메이션화로 구현했다. 가정의 모든 환경을 음성인식기술과 센서를 이용해서 컴퓨터가 관리하게 될 것이고, 외부에서도 인터넷, 전화선 등의 네트워크를 통해 집안의 모든 기기에 대한 통제가 가능해지며, 완전한 무인경비시스템 등이 가능해질 것이다. 기계화와 자동화에 대한 장미빛 전망으로 보이기에 충분한 이런 견해는 오늘날 많은 도전을 받고 있다.

오히려 가사노동 시간은 가정기기 이용정도에 따라 통제적으로 매우 유의한 차이를 나타냈다. 가정기기 이용정도가 낮은 집단의 가사노동 시간은 짧았고 이용정도가 높은 집단은 많은 시간을 가사노동 시간으로 사용하는 것으로 나타났다. 이는 가정기기 이용이 가사노동 시간을 감소시키기보다 질적으로 높은 생활수준을 유지하기 위한 도구로 이용되고 있음을 말해주는 것이다. 가사노동 수행 시 가정기기를 빈번하게 이용하는 주부일수록 좀 더 높은 생활수준과 생활표준을 가지게 되어 가사노동의 가치를 높게 평가하는 것으로 볼 수 있다.²¹⁾

또 다른 연구(조희금, 1989년)에 의하면 가사노동 시간을 줄이는데는 별효과가 없었으나 노동강도를 줄여 일을 쉽게 할 수 있도록 해주므로 가정기기 및 설비 수준의 증가는 실질적으로 가사노동을 감소시키는 것이라 하였다.²²⁾ 만약 여성이 고된 가사노동으로부터 해방되고 여성과 남성 모두 재능에 맞는 일을 추구할 자유를 갖게 된다면 일상생활의 피로와 좌절은 사라질 것이며, 부부관계나 부모자녀관계는 상당 부분 개선될 것이다.²³⁾

이상에서 살펴보았듯이 노동, 기계, 정보기술에 의한 가사대체 기술이 발전하면, 우리는 가정의 따뜻함을 잃어버린다고 우려할 것이다. 하지만 간접적인 기술의 투입으로 부족한 시간들을 만들어서, 우리는 보다 많은 개인의 시간과 보살핌을 주고 받을 수 있다.

18) 루스 코완, 같은 책, p229-230

19) 루스 코완, 같은 책, p14

20) 루스 코완, 같은 책, p249-250

21) 차성란 : 농촌 주부의 가사노동 가치인식에 관한 연구, 대전대학교 이과대학 가정관리학과(site: dragon.taejon.ac.kr), (1995)

22) 차성란, 같은 연구

23) 루스 코완, 같은 책, p173

3. 여성과 젠더 디자인

3-1 젠더 디자인의 과제

가사노동, 즉, (대부분) 여성에게 할당된 가정 내 여러 일과 업무를 기계화하고 자동화 하고자 도입된 가전제품과 이의 디자인은 가사노동 시간을 단축하고 주부의 일을 덜어주고 생활을 편리하게 하는데 일정한 정도 기여하였다. 하지만 기업에서 수많은 가전제품의 디자인이 진행되고 가정에 이 제품들을 구비하게된 오늘날에도 가사 일과 주부노동의 효율성과 유연성은 일정한 한계에 속해 있을 뿐이다.

그 이유는 먼저 가전제품의 디자인을 각각 개별적 틀 안에서만 다룸으로써 제품간의 체계적 연결과 통합을 통한 효율화가 이루어지지 않고 있다. 두 번째는 모든 가전제품을 사용자(operator)를 여성 혹은 주부로 한정하여 생각함으로써 이들에 대한 일방적인 가사분담을 강요한다는 점이다. 마지막으로 가전제품의 디자인 역시 이상의 체계적 접근을 통한 효율화나 여성에 대한 가사 노동의 집중을 완화하는 방향으로 이루어지는데 소극적이었다는 사실이다.

여러 번 예를 든 바와 같이 가사노동의 요소 하나를 없애는 것만으로 전체적 효율이 높아지는 것은 아니다. 전자동 세탁이 끝난 후에도 빨래를 분류하고 다림질하며 옷장에 가지런히 정리하여 수납하는 과정은 고스란히 주부의 수작업으로 남아 있다. 오히려 탈수를 하면 못 쓰게 되는 옷까지 전부 탈수시켜 버리는 전자동 세탁기는 이를 다시 반자동 세탁기처럼 쓰기 위해 사람의 손질이 세탁 중간 중간에 개입해야 되는 경우까지 있다. 그래서 전자동 세탁기는 반자동세탁기보다 오히려 일을 두 배로 더 만들기도 한다.

경제학적인 노동 개념은 섬세함, 다양함, 부드러움과 같은 여성들의 노동 경험을 당연하게 생각하고, 여성의 가사 노동이나 자녀 양육을 생산활동으로 보고있지 않으며, 성별 분업이 테울로기를 전제로 하여 여성의 가사노동을 '가볍고 단순하여 기술을 요하지 않는 하찮은 일'로 평가 절하시킨다. 육체와 정신은 각각 별개라는 과거 의학계의 논리를 따라, 노동 과정에서 감정 노동은 은폐되고 평가되지 않았다. 젠더 디자인은 이렇듯 드러나지 않는 여성의 역할을 강조하는 방향으로 진행되어야 한다.

우리는 새로운 제품을 보면서 흥미를 느끼고, 우리의 충족되지 못하는 욕구를 위하여 새로운 필요를 창출했고, 그러한 필요는 디자이너들로 하여금 또다시 새로운 제품을 만들도록 요구했다. 디자인은 우리가 생활하는데 편하게 해주는 것만이 아니라 우리 자신, 사회 그리고 세상을 보는 견해를 급격하게 변화시키고 있다. 그러나 사람들은 살면서 많은 제품의 홍수 속에서 살고 있다. 아무 생각 없이 매일 사용하며, 그것이 나에게 정말로 필요한 것이고, 나의 삶을 편하게 해주며, 만족시키고 있는지를 물어보지 않는다. 또한 제품과 서비스를 제공하는 기업들은 대부분 남성들이 주도하며 디자인 역시 그렇다. 여성들은 남성들과는 다른 방식으로 디자인의 세계를 경험하지만 여성을 주 대상으로 제품과 서비스를 팔면서도 여성을 제대로 이해하고 있는지 의심스러운 때가 있다.

수 백년 전과 마찬가지로 쪼그리고 앉아서 손으로 걸레질하고 손으로 일일이 나물을 다듬는 여성과 식기세척기의 혜택을 누리면서 여유로움을 즐기고 있는 여성이 공존하는 21세기

가 오늘날의 시대인 것이다. 인류는 귀찮고 반복적인 단순한 노동을 기계한테 맡기고 살 수 있는, 기술혁명의 핑크빛 미래가 기다리는 문턱에 와 있는 듯 싶다. 과연 노예 노동은 기계가 가져가고 남는 자유로운 시민으로 살게되는 기술혁명의 시대가 올 수 있는가? 21세기를 여성의 시대라고 한다. 이런 흐름에 반영하여 요즘은 여러 분야에서 여성을 연구하여 마케팅에 적용하는 사례를 많이 볼 수 있다. 여성의 사회 진출이 활발해진 지금 여성의 시장 영향력은 더욱 커지고 있다. 이에 따라 여성 자신의 사회, 문화적 지위와 여성으로서의 주체성을 깨닫고 스스로의 각성을 바탕으로 제도적 차원에서 함께 고려되어야 할 것이다.

3-2 젠더 디자인의 방향

근대사회의 핵심이 노동력이었기 때문에 물리적인 능력에서 우월한 남성이 여성보다 더 가치 있는 존재로 여겨진 것은 당연했다. 하지만 1960년대에 여성 운동이 등장한 뒤로, 다양한 학문과 비평에서 남성 편향을 폭로하기 시작했고 오늘날의 여권 신장파들은 여성의 필요충족과 이해를 이끌어내고자 각 분야들을 재조명하려고 한다. 하지만, 생물학적인 측면을 그 연구대상으로 삼는 과학 분야와는 다르게, 디자인은 인간문화의 또 다른 표현이다. 디자인은 스타일과 효율, 인간욕망과 관련을 맺어왔으며, 개인뿐 아니라 사회적, 경제적 현실과도 연관되어 있다. 또한 남성 중심적 언어사용과 마찬가지로 남성적 사고로 구축된 디자인 문화 속의 사물, 이미지, 공간은 성차별의 온상이라고 할 수 있다.²⁴⁾

“좋다” “나쁘다” 하는 취향과 선호는 누구의 결정에 따른 것인가? 역사가나 디자인계 전문가들의 취미와 가치판단이 다른 사회 구성원들의 판단보다 우세한 것일까? 여성들은 다문화적인 사회 속에서 그들이 맡은 역할, 그들이 하는 일의 유형, 그들의 출생 이후 잠재해온 사회적 위치 때문에 서로 다른 취미나 자기 자신의 개성을 배제한 타의에 의한 가치에 따라 필요한 것을 공급받고, 아무런 의식 없이 당연하게 사용해왔다고 생각한다. 하지만 전 세계가 사용하고 있는 우유병과 같이 아기와 엄마들에게 근본적인 인간 경험을 변형시킨 기구도 있다. 무엇보다도 현대 여성에게 가장 부족한 것은 시간이다. 맞벌이를 하면서 혼자서 아이를 키워야 되는 가정은 너무 많은 시간과 체력을 소비하고 있다. 따라서 여성들은 시간에 비해 더 큰 효과를 얻을 수 있는 공정, 제품, 서비스를 시급히 제공받을 필요가 있다. 이를 위하여 다음과 같이 젠더 디자인의 여러 접근 방식을 제안해본다.

- **능력중심의 접근**: 먼저 실내 디자인 측면에서 접근으로 세탁기나 냉장고, 가스레인지 등의 설비를 붙박이로 넣는 주택이 늘고 가구의 설치는 가능한 한 줄이고, 대신 수납공간을 많이 두는 방향으로 나아가고 있다. 그것은 주부들의 개념이 과거의 주택이 갖는 투자 가치가 아니라 주택을 관리하는데 신경을 더 쓰기 때문이다. 여성이 아파트를 선호하는 중요한 이유도 그 중의 한 가지이다. 가전제품을 생산하는 기업은 보다 효율적인 기능과 함께 고객과의 접촉을 효율적으로 할 수 있는 가치 사슬 (value chain)을 개발해야 한다. 특히 집값에

24) 디자인 문화실험실 : 디자인 문화비평 03 -Sex and Gender in Design, 안그라픽스, p9, '페미니스트 건축 이론가인 레슬리 와이즈만의 '디자인에 의한 차별'을 인용, (2000)

서 이루어져서 가정으로 공급되는 서비스의 경우에는 가정과의 접점을 효율화할 수 있는 방안이 성공전략의 기초가 되는데, 한 예로 가정에 일주일 단위로 필요한 모든 생활 용품(잡화에서부터 화장실 용품, 그리고 각종 식료품들까지)을 배달하는 미국의 스트림라인(Streamline)사는 고객에 관한 모든 정보를 데이터베이스화해서 사업에 활용하고 있다. 이는 물리적 서비스의 개선뿐만 아니라 정보기술과 지식경영의 개념을 도입한 것이라고 볼 수 있다.²⁵⁾

- **공동 이용에 따른 효율 향상적 접근:** 대표적인 것이 설비의 개선과 공동 사용과 관리이다. 음식 배달 서비스, 애완 동물을 위한 공용공간, 집합주택(아파트 단지) 내 탁아 시설, 공용 침단 컴퓨터 및 통신시설 등 많은 서비스와 설비를 과감히 도입하는 것이다. 이를 통하여 각 가정에 분산된 기능을 통합 관리함으로써 여성들 특히 주부들의 관리 품목을 줄이고 생활을 더욱 쾌적하게 만들어야 한다고 강조하고 있다.

- **성능향상과 작업감소:** 어느 가전회사에서 세제 없이 빨래하는 세탁기가 나왔다. 가사노동 획기적일 수 있는 측면은 빨래량에 맞춰 세제를 넣어야 하는 수고를 단다는 것이다. 단지 환경오염 방지. 히트상품 중에 김치독 냉장고가 있다. 김치독 냉장고는 말 그대로 김치를 넣을 수 있는 냉장고이다. 냉장고가 개발된 지는 벌써 50년이 넘었고, 김치독 냉장고의 개념도 이미 15년 전부터 거론되었다. 기술적으로는 얼마든지 만들 수 있었지만 시장의 요구와 맞아떨어지지 않아서 사장된 것이다. 이는 오늘날 아파트 등 집합주택과 핵가족화의 영향에 부응한 것이다.

- **서비스와 분위기 향상:** 충분하고 섬세한 서비스를 제공하는 디자인의 접근 방법이 있다. 도요다 자동차는 종래 자동차 전사가 주목적인 쇼룸 형태를 탈피, 고객의 집(Guest House)이라는 컨셉트를 내세웠다. 이곳은 갤러리, 커뮤니케이션 라운지, 아웃도어 및 자동차용품숍, 소회의실 등 여성에게 필요한 다양한 커뮤니케이션 공간으로 구성되어 있는데 주목할 점은 여성 중심의 지역 주민들이 자발적으로 공간을 운영하고 이벤트를 기획할 수 있도록 한 점이다. 여성들에게 지역 밀착형 관계형성의 장을 마련함으로써 기업 이미지 제고와 여성고객의 자산화에 성공한 사례로 평가받고 있다.

- **여성 지향적 디자인 전략:** 마츠노베는 "일본여성은 일본 남성보다 확실히 적극적인 소비자"라며 "그러나 제품 및 서비스 제공업자와 판매담당자들은 대부분 남성이라서 여성의 존재를 자주 간과한다"고 말했다. 전형적인 남성 제품인 자동차에서도 마찬가지다. 과거엔 두 가지 종류의 자동차만 있었다. 젊은 남성을 위한 스포츠카와 중년을 위한 세단이 그것이다. 그런데 도요타는 주부 모니터들의 도움으로 남자 디자이너들이 등글고 '귀여운'스타일을 만들었다. 이 차는 믹스앤매치(mix-and-match·상식을 넘어선 부조화를 통해 색다른 아름다움을 만들어낸다는 방식)한 범퍼, 얇은 장미빛 블라인드와 다양한 색상의 타이어 휠캡 등을 특징으로 했다. 도요타는 이 자동차를 출시한 1999년 상반기에 예상을 훨씬 뛰어넘는 기록적인 10만대 매출을 올렸다.²⁶⁾

25) 서진영(자의누리 경영연구소) : 가사대체 산업의 현황분석과 발전 전략, 한국경제신문 OMJ 프로젝트 원고, (1999.4.11)

26) MUTSUKO MURAKAMI (Asiaweek)

site:user.chollian.net/~choikisu/happy1/2001-06-02 참고

여성은 소비생활에서 중요한 의미를 갖는다. 소비측면에서 여성은 자신의 것을 구매하는 동시에 가정 내에서 남편, 자녀가 사용할 제품을 대신 구매하고 있다. 실제로 대흥기획 라이프스타일 조사 결과를 보면 가정 내에서 주부가 구입해 소비하는 품목 외에도 남성 대상 제품에 이르기까지 여성의 구매 영향력이 미치지 않는 제품은 거의 없다. 주부가 경제권을 행사하는 비율이 점차 높아지고 있어 소비자로서 여성의 영향력은 이미 남성을 앞지르고 있다.

젠더 디자인은 "일인다역" 생활의 여성에게 단 10분이라도 돌려줄 수 있는 생활의 편리를 제공해야 한다. 헤스브로(Hasbro)라는 장난감 기업은 여성이 집에서 일하는 동안 자녀들이 몰입할 수 있는 장난감을 개발하여 크게 성공했다. 여성이 중요한 이유가 단지 그들이 세상의 절반이기 때문도, 구매의 절대 세력을 형성하기 때문만도 아니다. 사회와 문화 자체가 남성에서 여성적 감수성으로 나아가기 때문이다.

- **여성만을 위한 디자인:** 여성 자신을 배려하는 디자인이 있다. 앞치마라고 하면 이미 생화필수품이 되어 사용된지 오래된 것이다. 시장이든 백화점이든 마음만 먹으면 어디서든지 구입할 수 있는 것이다. 그러나 어떠한 색상으로, 새롭게 유행하는 패턴을 넣는 그러한 고정관념을 깨고 디자인으로 여성의 모성을 만족시켜주는 디자인이 있다. 입산부가 가사노동을 할 때 음악을 들려줌으로써 태교도 같이 할 수 있도록 주머니에 카세트 레코더를 넣을 수 있는 아이디어 하나만을 가지고 다목적용 '헬로우 베이비'라는 태교용품과 컴퓨터 작업을 하는 임산부를 위해 전자파 차단 앞치마를 만들었다. 이것들을 어떤 외관상으로 새롭지 않다고 해서 좋은 디자인이 아니라고 말할 수도 있고, 기능을 첨가한 것이지 획기적인 디자인은 아니라고 할 수도 있다. 디자인이나 기술적인 것이냐를 따지기 전에 여성들이라면 특히 산모라면 누구나 원했던 제품이다.

여성을 이해하여 성공한 기업 중에 '소니'가 있다. 여성적 취향에 맞는 워크맨, 디스크맨, 주방용 TV 및 라디오 등 연속해서 획기적인 제품들을 내놓았다. 결국 젠더 디자인은 여성들이 무엇을 원하는지를 물어보는 것이 아니라 새로운 제품으로 그들을 이끄는 것이다.²⁷⁾ 여성이 정치·사회·경제 모든 영역에서 진출이 두드러지고 여성적 사고가 갈수록 중시되고 있다. '이브(eve)'는 세상의 움직임을 좌우할 여성으로 진화(evolution)했으며 이를 '이브올루션(evevolution)'이라 칭했다.²⁸⁾

젠더 디자인은 이상 열거된 여러 요소와 개념을 보완하면서 과거부터 내재되어 있는 의식 속에는 전형적인 여성의 이미지와 이를 정당화시키는 정체성에 반하는 새로운 의식들의 가능성을 이해해야 할 것이다.

3-3. 젠더 디자인 전제 조건:여성적 사고의 필요성

27) 니케이 디자인, 이범일역 : 성공사례로 본 디자인 마케팅, 21세기북스, p 30-47

28) 이브올루션은 곧 여성과 남성 사이에 생물학적인 차이가 있듯이 쇼핑의 논리학에서도 큰 차이가 있음을 인식하고 마련된 일련의 마케팅 이론이다. 페이스 팝콘, 리스 매리골드, 김영신역 : 클릭! 이브 속으로, 21세기북스, (2001)

3-3-1. 개념적 한계의 탈피

21세기를 살아가면서 사람들은 자신의 능력과 유행 속에서 그 흐름을 따르지 않으면 사람들과 단절될 수밖에 없다. X세대 Y세대 N세대... 많은 구분을 하면서 지금은 그 차이를 자신이 갖고 있는 성(sex)에 주안점을 두고 있는 것이 아니라 자신이 무엇을 할 수 있는가? 자신의 재능, 신이 나에게 허락한 능력을 찾아가는 길에서 자신의 성(gender)을 찾을 수 있다. 그렇다면 디자인에서는 성이라는 것을 어떻게 받아들이겠는가? 불어에서는 모든 제품의 판사에 남성이나, 여성이나는 것을 구분하고 있다. 여성, 남성, 그것의 차별은 무엇인가? 핑크는 여자, 파랑은 남자아이들, 탄생을 축하하는 자리에서도 우리는 제일먼저 그 아이가 남성인가 여성인가를 묻는다. 그리고 여아에게는 핑크색 팔찌를 채워주고 남아에게는 파란색 팔찌를 채워준다. 물론 백화점에서 아이의 옷을 살 때도 판매원은 그 아이가 남아인지 여아인지를 묻는다. 다음은 옷의 디자인을 본다 꽃무늬인가? 아니면 줄무늬인가? 곰이 그려져 있는가? 토끼가 그려져 있는가? 그것이 그렇게 중요한 것인가?

하지만 그 아이들이 자라서 자기의 자아가 생기고 자신의 직업을 선택할 때는 전혀 다른 방향으로 갈 것이다. 여성에 대해 그 동안 갖고 있던 분홍색을 연상케 하는 사고방식을 버려야 한다. 페이스 팝콘의 회사 혁신가 집단(brain reserve)이 '예측이 아니고 예견'해낸 미래 트렌드는 IBM, BMW, GE캐피털, 나비스코 등에서 이미 상품이나 서비스, 비즈니스 모델로 활용되고 있다.

결국 앞으로는 여성이 취하는 방향이 모든 소비 문화가 나아가는 방향이 된다는 의미이다. 따라서 여성의 눈으로 볼 능력이 없는 사람은 도태된다. 마찬가지로 여성적 트렌드를 무시하는 기업은 모든 것을 잃게 될 것이다.

우리는 디자인을 하면서 하드기술이냐 소프트 기술이라는 말을 많이 쓴다. 자신의 전공에 따라 기계를 다루는 사람들은 기계의 외형과 메카니즘을 생각할 것이고, 전자업계에 있는 사람들은 제품과 그 속에 있는 정보를 나누어서 생각할 것이다. 그렇다면 디자인에 관계하고 있는 사람들은 기능과 스타일로 분류할 것이다. 제품을 구입할 때에는 기능을 우선하는 사람이 있는 반면 스타일이나 색상, 눈에 보이는 외형을 중요하게 생각하는 사람들도 있기 때문이다. 하지만 그것을 사용하는 사람들은 나누어서 생각을 할 수가 없다.

특히 사회생활을 하는 여성들에게는 기능이라는 것도 무시할 수가 없기 때문이다. 디자인이 아무리 좋아도 그 제품이 제대로 작동을 안 한다거나 원하는 기능을 안 갖고 있다면 발길을 돌려야 하기 때문이다. 그것은 디자인을 하면서 여성의 행동과 사고에 대한 배려가 충분히 반영이 안되었기 때문이다. 기술자들도 결국은 사람이기 때문에 제품을 개발하기 위해서는 사람들을 고려한다. 하지만 새로운 기술을 개발해서는 기술을 사용할 사람들 특히 여성들을 시험의 대상이 아닌 사용하는 사람으로 봐야 되겠다. 문제가 생기면 즉시 해결책을 찾을 수 있고, 새로운 것에 대해 거부 반응을 일으키지 않도록 디자인 되는 것이 중요하다고 본다.

제품들은 단순히 새로운 기술을 도입해서 기술 우선주의에서 탈피하여 진정으로 이 시대가 만들어내는 미래 문화의 일부가 되어야 할 것이다. 그러기 위해서는 다양한 상황에 있는 여성이 필요로 하는 것, 원하는 것들은 무엇인가에 대해 연구하고 그들이 느끼는 것을 함께 느끼고, 생각하는 것을 같이 생각할 수 있을 때 진정한 디자인이 창출될 것이다. 바로 '기술을 휴머니즘화하여 우리 생활에 흡수하게 하는 디자인 솔루션을 마련하는 것'이다.²⁹⁾

3-3-2. 본질적 접근의 필요성

과거에 '쌀 씻어주는 기계'가 있었다. 몇 번을 씻는 것이 가장 영양분을 파괴하지 않는지를 파악해서 수도꼭지에 연결해 놓으면 알아서 자동으로 씻어 줬다. 하지만 그것도 나름대로의 불편함 때문에 얼마 지나지 않아서 사라졌다. 밥의 조리과 음식 준비라는 전체적 맥락과 연결되지 못했기 때문이다. 쌀을 씻는 하나의 공정의 자동화가 전체적 효율향상에 기여하는 정도는 미미한 반면 오히려 이 과정을 기계화하는데 드는 비용은 턱없이 크기 때문이다.

전자레인지로 써도 실제로 음식을 준비하는 시간은 여전히며, 세탁용 세제가 있어도 빨래를 세탁통에 넣고, 세탁이 끝난 후 빨래 줄에 넣고 빨래가 마른 다음 다림질을 해서 각각의 옷장에 넣는 일은 여성의 몫으로 남아있다. 최첨단 밥솥이 나와도 쌀을 씻고 밥통에 쌀을 넣는 것도 주부의 몫이고, 인공지능이 발달하고 디지털 기술이 발달해도 그것을 조작하는 주부의 손길은 필요한 것이다.

만일에 여성들을 정말로 생각하는 전자레인지가 있다면, 냉동식품의 요리는 종종 각기 다른 요리시간, 기다리는 시간, 열의 강도 등을 요구하며 조작도 복잡하다. 만약 기계가 입을 수 있는 형태로 조리에 필요한 정보가 포장에 적혀 있으면, 식품을 전자레인지에 집어넣기만 하면 알아서 정보를 읽고 스스로 프로그램하여 요리할 것이다. 수도꼭지, 세탁기, 재봉틀등처럼 자신이 쉽게 다룰 수 있는 것을 실수하면 자신이 잘못된 것이라고 생각한다. 그래서 다음 번에 그 일을 해야만 할 경우, 할 수 없다고 믿고 시도하지도 않는다. 하지만 비디오, 디지털로 통제하는 가전제품, 자동오디오항법장치 등 이름도 복잡한 기계를 다루려면 유능하고 멀쩡한 여성도 무능하게 만들기도 한다. 친숙하지 않은 도구를 처음부터 어려움 없이 사용할 수 있다는 것은 누군가가 신경을 써서 잘 디자인한 덕분이다.

현대의 가사노동의 범주를 보면 많은 부분에서 기술의 도움을 받고 있다. 그러나 비록 기술이 큰 도움을 준다고 해도 그것은 인간에 의해 인간을 위해, 인간이 사용하기 위해 만들어진 것이다. 그럼에도 불구하고 아무리 잘 만들어진 제품이라 할지라도 매우 단순하고 새로운 방법을 스스로 찾아서 할 수 없는 것이다. 모든 것이 사람의 손길이 닿아야 하며, 그렇지 않을 경우에는 복잡한 방법으로 예약이라는 것을 해야 된다. 더 나쁜 것은 모든 조건이 정상일 때만이 자신의 역할을 충실히 할 수 있다.

3-3-3. 적극적인 자동화의 필요성

시대가 바뀌면서 많은 제품들이 나왔다. 그 중에는 사람들에게

29) 내일을 제안하는 기업, 월간 디자인넷, p128-129, (2001.12)

게 환영을 받은 제품도 있지만 상품화되지 못한 수백만 가지의 아이디어들, 제품화 할 수 없었던 시험모델들도 있다. 냉장고나 자동차, 텔레비전에 한 가지 기본적인 종류만 있다면 사람들은 그 종류가 '가장 좋다'고 생각한다. 그러다 좀 더 적극적인 개념으로 자동화를 시도했다면 지금보다 훨씬 좋은 디자인과 시스템을 창출할 수 있는 기회가 많았다.

홈 오토메이션이 확산이 되면서 외부에서도 원하는 제품을 자동으로 조작할 수가 있다. 전화 한 통화로 전기 밥솥을 조작하고, 세탁기를 작동시킬 수도 있다. 물론 그렇게 하기 위해서는 밥솥에 쌀이 있어야하고(물론 물 속에서 불은 쌀은 그렇게 맛은 없겠지만) 세탁기 속에는 빨래 외에 세제도 들어가 있어야 한다.(수도꼭지를 틀어 놓지 않았다면 아무 소용이 없겠지만) 예를 들어 주부가 외출을 하면서 세탁기에 빨래를 넣고 돌아오는 시간에 맞춰서 예약을 해놓고 나갔다. 그런데 그 사이에 일어날 수 있는 변수는 많다. 단수가 될 수도 있고, 갑자기 단전이 될 수도 있다. 아니면 주부의 실수로 전기 코드를 안 꽂았을 수도 있다. 그렇다고 세탁기가 자신에게 주어진 임무를 못한다고 소리를 지르지는 못하는 것이다. 처음 프로그램 된 임무를 스스로 판단하고 이를 선택적으로 진행시킬 수 있는 적극적 의미의 자동화가 필요하다. 여건의 변화 모든 변수를 생각한 디자인이 있다면 물론 모든 주부들은 환영을 할 것이다. 이렇듯 중간에 발생할 수 있는 모든 변수와 장애가 적극적으로 해결할 수 있는 논리로 상호작용을 할 수 있는 가전제품의 디자인이 필요하다.

4. 결론

여성들의 머리가 아르누보와 함께 그토록 대중적인 소재가 된 것은 그것이 선호하는 형태 즉 굽이치는 선에 적용하기 쉬웠기 때문이라는 것이다. 모든 사람들이 스타일에 속해 있는 만큼 어떤 사회 전체도 그것을 구성하는 스타일들의 그때 그때마다의 스펙트럼에 따라 분석될 수 있을 것이다.

가전 제품들이 힘에 겨운 여성의 노동량을 줄여 줄 것이고, 또 여성이 디자인한 것들이 남성이 디자인한 것들보다는 여성의 요구를 더 잘 충족시켜줄 수 있지만 그런 제품들이 아직까지도 여성과 제품에 대한 상대적인 관계로서 디자인되고 있다. 세탁하고 요리하는 사람은 남성보다는 여성이 많지만, 그 모든 과정을 정확하게 이해하고 디자인하는 남성이 얼마나 될 것인가?

필립스 책임디자이너인 스테파노 마르자노(Stefano Marzano)는 "미래란 비처럼 그저 하늘에서 떨어지는 것이 아니라 누군가 그에 대한 책임을 느끼는 사람들에 의해 만들어진 것이다."라고 언급한 바 있다. 제품과 생활의 본질을 전체적으로 꿰뚫어 보고, 여성의 눈길과 감성에 맞추어서 쾌적한 가정을 만들기 위한 이미지가 필요하다. 여성들이 사용하는 제품과 환경에서의 디자인 개선을 사회에서 여성의 위치를 확인하는 것으로 받아들여져서는 안 될 것이다.

21세기의 주역으로 등장할 이 새로운 인간은 산업시대를 살았던 부모와 조부모 세대의 인간형과는 완전히 다르다. 부모 세대처럼 단단히 뿌리박은 삶보다는 유연한 삶을 살고, 글자보다는 이미지로 생각한다. 여성은 여성이라는 성별에 근거해서 세상을 인식하며 분석적이기보다는 감정적이다. 이들의 세계

는 경계가 확실하다. 하이퍼테스트, 웹사이트 링크, 피드백 고리와 함께 자란 이들은 현실을 직선적이고 주관적으로 받아들인다. 인생의 단계 단계마다 새로운 생활 양식을 과감히 받아들이면서 자기를 끊임없이 바꾸어 나간다.

새로운 전자 영역도 여전히 남성이 지배하는 공간이며, 이 안에서 많은 여성들은 불편함을 느끼고 있다. 이것이 뜻하는 바는, 여성이 정보의 세계에서 배제되거나 불합리한 방법으로 포함되지 않도록 해야 한다는 것이다. 구체적이고 가시화 된 정보들을 만들어냄으로써 이런 것은 가능해진다. 세계는 매일 수백만의 상호교류가 일어남으로써 형성되며, 여성 역시 이런 변화에 공헌을 할 수 있어야만 한다. 우리의 미래는 여성의 감각적이고 현실적인 가치관을 추구하는 시대가 왔다. 젠더 의식을 갖는 디자인은 유연한 디자인 접근법을 제시할 뿐만 아니라 디자인의 인간주의적 이상(humanism ideals) 성취에 필수적이다. 그리고 남성에게도 반드시 필요하다.

참고문헌

- 오조영란, 홍성욱, 남성의 과학을 넘어서, 창작과비평사, 1999
- 하정옥, 페미니즘, 숙대신보(숙대학보), 나우누리 한국여성연구소 공개자료실(go HDH 20)의 자료, 1997.4.5
- 루쓰 코완, 김성희 역, 과학기술과 가사노동, 학지사, 1997
- 루스 밀크먼, 전방지, 정영애 역, 젠더와 노동-제2차 세계대전기 성별 직무 분리의 역학, 이화여자대학교 출판부, 2001
- 서진영(자의누리 경영연구소), 가사대체 산업의 현황과 발전 전략, 한국경제신문 OMI 프로젝트 원고, 1999.4
- 박미현, 주부평생체불임금7억, 강원도도민일보, 2000.11.25
- 차성란, 농촌 주부의 가사노동 가치인식에 관한 연구, 대전대학교 이과대학 가정관리학과, 1995
- 디자인 문화실험실, 디자인 문화비평03-디자인과 성 Sex and Gender in Design, 안그래픽스, 2000
- 빌게이츠칼럼, "가정자동화속도빨라진다.", 동아일보, 1998.8.4
- 니케이 디자인, 이범일역, 성공사래로 본 디자인마케팅, 21세기북스
- 제러리 리프킨, 이희재역, 소유의 종말, 민음사, 2001
- 존 에이 워커, 정진국역, 디자인의 역사, 까치시각예술, 1995
- 주디 와츠맨, 조주현역, 페미니즘과 기술, 당대, 2001
- J.세이어즈 외, 이정원역, 앵겔스 그후 100년-여성의 노동, 여성의 삶, 도서출판 천지, 1990
- 조명환역, 여성화시대 마케팅 발상, 백산, 1993.11
- 임홍빈, 기술문명과 철학, 문예출판사, 1995
- 문화를 만들어갑니다, 산업디자인지, 161호, p87
- <http://www.dalara.jinbo.net/trasn>
- <http://www.report.zip.org/value/value>
- <http://www.lawinchon.co.kr/lawinfo>
- <http://www.newsmaker.khan.co.kr/society>
- <http://www.user.chollian.net/~choikisu/happy1>
- <http://www.dragon.taejon.ac.kr>