

정보화 · 세계화를 중심으로 한 생활과학의 새로운 지평*

New Horizon for the Human Ecology in the Era of Information Technology and Globality*

서울대학교 소비자학과
교수 이기춘

서울대학교 의류학과
부교수 박정희

서울대학교 식품영양학과
부교수 권훈정

서울대학교 소비자학과
조교수 김난도

Dept. of Consumer Studies and Resource Management, Seoul National University
Prof. : Kee Choon Rhee

Dept. of Clothing and Textiles, Seoul National University
Associate Prof. : Chunghee Park

Dept. of Food and Nutrition, Seoul National University
Associate Prof. : Hoonjeong Kwon

Dept. of Consumer Studies and Resource Management, Seoul National University
Assistant Prof. : Rando Kim

◀ 목 차 ▶

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| I. 서 언 | IV. 생활과학의 미래 |
| II. 정보화와 세계화의 이론적 탐색 | V. 생활과학의 새로운 지평을 위하여 |
| III. 정보화, 세계화에 따른 생활양식의 변화 | 참고문헌 |

<Abstract>

Information technology and globalization are two main forces that will bring in a social transition in the new millenium. Human Ecology, as a discipline to study the interaction between individuals and families and their environment, needs to define a new mission in changing social environments. This paper analyzes the forces behind this social transition and their influences to the lifestyle of individuals and families. It also defines new missions of Human Ecology in terms of education, subjects and methods of research, and public

*본 논문은 1999학년도 서울대학교 생활과학대학부속 생활과학연구소의 일부 연구비 지원으로 수행되었다.

responsibilities. As the society changes, the paradigm of Human Ecology should be expanded to cover newly appearing environmental factors. It should be emphasized that these expanded areas should be under the unified field of Human Ecology to offer the integrated approaches that other specialized field may not offer.

I. 서 언

새로운 천년이 다가오고 있다. 한 세기가 교차하는 이 접점에서 우리 학문의 지난 궤적을 회고하고, 새로이 나아갈 바를 조망하는 것은 무척 의미있는 일이다. 생활과학의 관점에서 돌아보면 지난 인류 발전의 역사는 "가정기능의 분화와 사회로의 전이의 역사"라고 조심스럽게 규정할 수 있다. 인류의 가장 기본적인 생활의 단위가 가정에서 출발하였음을 상기할 때 이는 당연한 언명이기는 하지만, 현대에 들어 급속히 분화하고 있는 가정의 기능을 살펴보면 이러한 인식은 지금까지의 생활과학을 회고하고 다가오는 21세기를 조망하는 데 매우 유용한 시각이다.

가정기능의 사회전이를 가능하게 한 근원적인 동인(動因)은 물론 기술의 진보이다. 굳이 기술결정론의 이론적 전제를 바탕으로 하지 않더라도, 일상적인 생활의 양식은 물론 그것을 누리는 인간들의 가치관에 기술진보가 많은 영향을 미치고 있음을 부인하기는 어렵다. 거슬러 올라가자면 신석기시대의 도구혁명 이래로 인류는 꾸준히 기술을 진보시켜왔다. 그러나 가장 주목할만한 기술의 발달은 지난 30년간 집중되어 온, 그리고 다음 세기에도 그 혁신이 계속되어 갈, 운송과 정보통신의 양대 분야에서의 기술진보이다.

운송과 정보통신분야의 기술발달이 특히 중요한 의미를 지니는 것은 그것이 정보화(informatization)와 세계화(globalization)라는, 지금까지의 삶과 사고의 방식을 근원적으로 전환하는 거대한 변화의 추세(mega trend)를 유발하는 기술적 전제가 되기 때문이다. 정보화와 세계화가 다음 세기에도 우리의 일상생활과 학문공동체에서 가장 중요한 화두가 될 것임은 분명하다. 그것은 정보화·세계화의 추세가 단지 "우리의 삶은 편리하게 해준다"는 소박한 기대를 넘어, 후술하는 바와 같이 사회구조적인 거시

적 측면과 인간의 생활양식이라는 미시적 측면에서 모두 근원적인 변화를 초래하기 때문이다. 이에 따라 그것을 탐구하는 학문공동체에도 중요한 학문적 도전과 가능성을 제기하는 것은 물론이다.

세계화의 가속화로 시장은 국제적 범위로 확대되었고 국내경쟁보다는 국제적 비교우위가 강조됨에 따라 생활상품의 선택범위가 극적으로 확대되었다. 또한 유행을 비롯한 소비의 취향이 범세계적 표준을 이루어가는 것도 매우 흔한 일이 되고 있다. 이러한 표면적인 변화와 더불어 가장 주목할만한 점은 정보화와 세계화가 생활과 사고의 패러다임(paradigm)을 바꾸어가고 있다는 것이다.

지금까지의 생활양식이 "공급자 중심의 생산, 가족단위 중심의 소비"였다면, 정보화와 세계화는 이를 "수요자 중심의 생산, 개인 중심의 소비"로 치환하고 있다. 다시 말해서, 포드즘(Fordism)에 근간을 둔 획일적 대량생산의 산업자본주의적 생산양식으로부터, 양보다는 질 위주의 다품종 소량생산을 강조하는 소비자주의적 생산양식으로의 전환이 일어나고 있다는 것이다. 정보화에 힘입어 이제 생산은 생산자에 의하여 일방적으로 수행되는 것이 아니라 소비자의 요구와 수요가 보다 신속하고 적극적으로 수용되는 쌍방향적인 소비자주도형으로 수행됨으로써 소비자선택의 범위가 극적으로 넓어졌다. 그 결과 "소비자의 욕구를 파악하여 새로운 상품을 개발하고 소비자에게 만족을 제공하는 총체적 능력"이 기업의 사활을 결정하는 핵심적인 요소로 등장하게 되었다(이기춘 외, 1997). 소비에 있어서도 전통적인 가족중심의 정적(靜的)인 소비에서, 가족구성원 개 개인의 개성이 중시되는 동적(動的)인 소비로 전환하고 있다.

변화란 미래가 우리 생활에 침투하는 과정이라고 하였다. 이러한 소비자중심적 사고로의 전환은 소비와 생활양식을 궁구하는 생활과학의 미래에 대하여

새로운 학문적 도전과 가능성을 동시에 제공한다. 정보화와 세계화가 비단 생활과학의 탐구대상이 되는 생활양식을 변모시켜 학문적 이념·연구의 대상·연구방법론에 대한 재론(再論)의 필요성을 증대시키고 있을 뿐만 아니라, 사회적 구조와 생산양식을 동시에 변화시킴에 따라 전공자의 경력개발과 사회적 신수요의 충족이라는 교육적 기능에 대해서도 새로운 적응을 요구하고 있는 것이다. 이 연구는 정보화와 세계화가 제기하는 생활과학에 대한 이러한 도전과 가능성에 관한 논의이다.

그러한 도전과 가능성의 탐색을 통해 21세기 생활과학의 새로운 지평을 제시하기 위하여 이 논문이 가지는 구성은 다음과 같다. 우선, 그 동인이 되는 정보화와 세계화에 대한 개념정립과 이론적 탐색을 제2장에서 시도하고, 이어 제3장에서 정보화·세계화에 따른 변화의 양상을 사회구조적인 거시적 변화와 생활양식의 미시적 변화로 나누어 살펴 본 후, 이에 따른 생활과학의 새로운 도전과 가능성을 생활과학의 지향·연구대상·방법론·교육 등의 분야로 나누어 제4장에서 논의한다. 마지막 장은 이상의 논의를 요약하고 결론지을 것이다.

II. 정보화와 세계화의 이론적 탐색

누구나 다음 세기의 화두로서 정보화와 세계화를 논하지만, 그것을 단순한 미래예측으로서가 아닌, 이론적 개념으로 정립하기는 용이한 일이 아니다. 정보화와 세계화를 논의하면서 한가지 유의해야 할 사실은 정보화와 세계화의 추세가 독립된 별개의 개념이 아니라 동전의 양면이나 바퀴의 두축과 같이 불가분의 관계에 있다는 것이다. 정보화에 따라 국경없이 넘나드는 정보의 흐름은 세계 각지역의 사고를 동질화시키고 있으며,¹⁾ 이처럼 세계화되어 가는 각국의 기술적·문화적·법적·제도적 여건은 표준화된 기반조성을 통해 정보화를 가속화시킴으로써, 정보화와 세계화가 서로 상승작용을 일으키며 변화를 주도하고 있는 것이다. 따라서 양자의 개념은 독립적으로 파악하기 보다는 상호간의 관계를

포함하여 전체적인 맥락에서 파악하여야 한다.

1. 정보화

1) 정보화의 개념

금세기 중반 이후 가속화되기 시작한 사회적 변화를 개념적으로 포괄해내려는 노력은 많은 학자들에 의하여 시도되어왔다. 우주시대(Space Age), 전자공학시대(Electronic Era), 지구촌시대(Global Village), 기술공학시대(technetronic age) 등과 같은 미래학자들의 멋진 표현이나, 이러한 개념화에 가장 대중적인 영향을 끼친 Toffler의 “미래의 충격,” “제3의 물결”과 같은 포괄적 정의, 그리고 최근 지성계의 유행어가 되어버린 Bell의 후기산업사회(post-industrial society)의 규정이 그 예이다. 이러한 여러 가지 표현에도 불구하고 그 변화의 최대공약수는 전술한 바와 같이 “정보화”에 있다.

그렇다면 정보란, 그리고 정보화란 무엇인가? 본고에서는 정보를 “불확실성을 감소시키는 의미의 체계적 집합”이라고 정의하고자 한다. 이러한 정의는 정보의 일반적 성격(최동수, 1998: 5-7), 즉 시한성, 독점성, 비소비성, 비이전성, 유한가치성, 결합·누적성, 매체의존성, 결과지향성 등을 포괄하는 개념규정이다.

이러한 정보들은 적절히 가공·전달·이용·축적될 때 엄청난 부가가치를 가지게 되며, 그러한 정보들이 물질이나 에너지와 같이 생산요소로서 기능하고 공동체적 가치관에 영향을 미침으로써 경제와 사회발전에 기여하게 된다. 이러한 정보의 기여가 절대적인 역할을 수행하는 사회를 우리는 정보사회 또는 정보화사회라고 부른다. 정보화사회는 다시 사회의 어떠한 측면을 강조하느냐에 따라 ① 정보화사회를 이루는 눈부신 기술혁신을 강조하는 기술적 접근, ② 국민총생산(GNP)을 비롯한 거시경제지표 내에서 정보와 관련한 산업의 비중으로 정보화사회를 파악하고자 하는 경제적 접근, ③ 사회를 이루는

1) 이른 바, 세계표준 또는 글로벌 스탠더드(global standard)의 경향이 이러한 추세를 잘 설명한다.

직업적 특성에 주목하여 정보업무와 관련한 직업이 지배적인가를 중심으로 정보화사회의 척도로 삼는 직업적접근, ④ 정보화를 가능하게 하는 통신망(network)에 주목하여 통신망이 어떻게 공간적 통합을 이룩해가는가로서 정보화사회를 이해하려는 공간적접근, ⑤ 증가된 정보에 따라 의미화된 상징(signified symbol)으로 재구성되는 사회적 기호에 주목하는 문화적접근으로 다시 세분하여 규정할 수 있다(웹스터, 1997tr.: 28-53).

이 논문에서 주목하고 있는 정보화사회의 특징은 이러한 기술, 경제, 직업, 공간, 문화의 다섯가지 요소를 모두 포함하는 “생활양식”에서 찾자 한다. 그것은 전통적인 생활과학이 인간의 생활양식을 주된 탐구대상으로 하고 있을뿐만 아니라, 정보화사회의 전술한 다양한 속성들도 결국 생활양식으로 응축될 것이기 때문에, 정보화사회의 징후를 이해하는 종합적인 시금석의 하나가 될 수 있기 때문이다.

2) 정보화의 이론적 논의

이처럼 정보가 생활양식에 미치는 변화의 양태로써 정보화사회를 이론적으로 탐색하고자 할 때에는 두가지 점에 주목하게 된다. 하나는 정보화가 미칠 생활양식의 긍정적 측면에 주목하여 낙관적 전망을 취할 것인가, 혹은 정보화사회의 부정적인 역기능을 염두에 둔 비관적 전망을 취할 것인가 하는 점이고, 다른 하나는 정보화사회의 도래를 사회발전의 새로운 단계로서 파악하는 단절적 입장에 설 것인가, 또는 지금까지 발전되어온 자본주의적 생산양식 또는 근대성의 연장선상에서 그것이 심화된 것으로 파악하는 연속론의 입장에 설 것인가 하는 점이다.

정보화사회에 대한 인식의 확산에 가장 대중적 기여를 한 미래학자들의 전망에 의하면 정보화가 진전된 미래사회는 전통적인 산업사회가 가졌던 많은 문제를 해결한 보다 진보된 사회가 될 것이라고 하였다. 위계적인 피라미드 조직에서 수평적인 네트워크 조직으로 변화해 갈 것이라는 Naisbit의 주장이나, 탈대중화, 분산화, 분권화, 소규모화의 방향으로 사회가 진보해 나갈 것이라는 Toffler(1980)의 전망이 낙관론의 대표적인 예이다. Masuda의 경우 가장

희망에 찬 견해를 보이는데, 정보화사회는 개인의 지적 독창성이 발휘되며, 전지구의 구성원이 개인의 미래가치를 실현하기 위하여 노력하는 컴퓨토피아의 시대가 도래할 것이라고 예측하고 있다.

그러나, 오웰의 “1984”나 헉슬리의 “놀라운 신세계”와 같은 문학작품에서 읽듯이, 미래사회가 반드시 장미빛으로 인식되는 것만은 아니다. Robins와 Webster(1989: 57-60)는 미래전자사회의 이미지를 벤딕의 원형감옥²⁾(Panopticon)으로 비유하면서, 전사회적 구성원의 일거수일투족이 효과적으로 감시되는 시스템의 도래를 경고하였다. 이러한 견해와 같이 극단적이지는 않더라도, 정보를 가진 개인 또는 국가와 가지지 못한 개인 또는 국가간 정보의 빈익빈 부익부 현상, 권한의 집중 등의 정보화에 따른 부정적 측면들은 반드시 지적되어야 할 것이다.

그렇다면 생활양식의 변수로서의 정보화사회는 낙관/비관론 중 어떠한 인식에 강조를 두어야 할 것인가가 의문으로 제기된다. 물론 정보화 사회가 자본주의적 산업생산의 폐해들—경제의 집중, 팽창, 착취, 표준화, 독점 등—을 완화시키는 데 기여할 것은 분명하며, 동시에 정보화에 따른 비인간화나 실업의 증가 등의 역기능적 현상도 수반하게 될 것이다. 따라서 생활양식의 변수로서의 정보화를 파악할 때 가장 중요한 자세는 기술중립적 입장에서 정보화가 가져다 줄 생활변화의 알맹이를 추출해 내는 일이라 하겠다.

정보화사회와 관련한 두번째 이론적 논의는 과연 정보화사회가 과거의 사회와는 확연히 구분되는 “새로운” 사회발전의 단계이나, 지금까지 발전해 온 자본주의 또는 근대성이 “연속적”으로 심화되었을 뿐이나 하는 단절론과 연속론에 관한 인식의 문제이다. 물론 최근 보이는 눈부신 정보기술의 발달에 힘입어 혁명적 변화라든지 근본적 혁신이라는 수식

2) 원형감옥은 중앙감시탑의 간수가 독방에 감금되어 있는 죄수를 감시할 수 있으나, 죄수들은 간수를 보지 못하도록 설계된 감옥이다. 이러한 설계때문에 죄수들은 실제로 감시를 당하지 않을 때조차도 항상 감시를 받고 있다고 인식하고 스스로의 행동을 통제하게 된다(최경구, 1996: 250).

어와 함께 사회적 성격을 규정하고 있는 것은 사실이다. 그러나 본 연구에서는 기본적으로 정보적 발달은 지금까지 지속되어 온 과학기술의 발달이 가속화된 양상의 하나이며 정보를 주된 재화로 하는 자본주의의 자기확장의 필연적 결과의 하나라는 인식에서 정보화사회를 지금까지의 사회발전의 연장선상에서 연속적으로 이해하고자 한다. 그러나 이러한 연속적 이해가 정보화에 따르는 사회가치의 획기적인 변화와 진보를 폄하하는 것은 결코 아님에 유의하여야 한다.

그러한 연속성은 지금까지의 과학과 그에 수반하는 산업의 발달 역사를 보아도 쉽게 이해할 수 있다. 과학의 역사를 살펴보면, 고전 역학과 같이 가시적 자연현상의 설명단계를 거쳐 양자물리학은 눈에 보이지 않는 근원적 힘(background force)에 관심을 집중하였으며 이제 그에 기반한 예측단계에 들어서고 있다. 산업발전의 역사도 이와 마찬가지로 자연운동의 모방에 그쳤던 기계산업으로부터 눈에 보이지 않는 물질을 이용한 전자·화학산업을 발전시켰으며, 이제 예측을 주목적으로 하는 정보산업을 발전시키고 있는 것이다.

이처럼 기본적으로 고도화된 자본주의의 연장선상에서 정보화사회를 인식하여 생활과학에 정보화가 미치는 영향을 고려하게 되면 자연스럽게 점진적인 생활양식의 변화에 주목하게 된다. 다음 장에서 자세히 고찰하게 되겠지만, 의·식·주를 포함한 기본적인 소비생활의 변화는 생활양식의 “대체”보다는 “보충·지지·추가”하는 방향으로 일어난다는 의미에서 단절적이라기 보다는 매우 누적적으로 일어난다. 따라서 이 연구의 지향도 전혀 새로운 생활과학의 대체적 목표를 제시하기 보다는 기존의 생활과학이 가지고 있던 패러다임내에서 어떠한 새롭고 점증적인(incremental) 연구 정향을 성립시켜 나갈 수 있을 것인가에 초점이 모아질 것이다.

2. 세계화

1) 세계화의 개념

전술한 바와 같은 정보통신과 운송기술에 힘입어

공간의 장벽이 극복되면서 나타난 가장 중요한 변화의 하나는 국제적 교류가 매우 활발해 졌다는 것이다. 다국적 기업의 생산과 판매, 외국인 노동자들의 증가, 해외여행·근무·유학, 문화와 정보의 국제교류확대 등 종래 국경(border)내에서 이루어지던 많은 활동이 이제는 세계를 무대로 이루어지고 있다. 이에 따라 소비자들의 욕구도, 경제활동도, 그리고 식량·에너지·환경문제도 세계적인 맥락에서 이해하여야 할 시점이 되었다(김진현, 1998).

그러나 세계화(globalization)는 단순히 이처럼 인간활동의 무대와 넓어졌다는 이상의 의미를 가진다는 점에서 국제화(internationalization)와 구별되어야 한다. 일반적으로 국제화는 나라들간의 교류가 활발해져 그 관계가 매우 긴밀해졌다는 의미에서 사용되었다고 할 수 있다. 국제화의 시기에는 각국의 고유한 문화, 제도, 가치관의 고유성을 충분히 견지한 상태에서, 비교우위논리에 바탕을 둔 교류의 증대에 그 초점이 있었다. 따라서 각국의 통치권이 미치는 관할이나 법과 사회적 규범의 준거, 그리고 문화적 정체성은 활발한 국제적 접촉에도 불구하고 비교적 확고하게 인정되었다. 따라서 각 지역과 국가의 생활양식도 그 영역내의 인간과 환경의 상호작용 문제에만 논의를 한정시킬 수 있었던 것이다.

반면, 세계화는 최근 급작스럽게 발달한 위성기술과 컴퓨터화, 그리고 영상·음성을 포함하는 다매체적(multi-media) 의사소통의 발달에 기인하여 촉진되었다. 세계화가 국제화와 구별되는 가장 큰 차이는 그동안 비교적 단단한 정체성을 가지고 있었던 개별지역과 국가의 모습이 그러한 민족적 경계를 넘어서는 범세계적인 시민사회의 등장과 같은 동질화의 과정을 포괄한다는 점이다. 그러한 동질화의 징후로서 민족개념이 재구성되어 다중문화주의가 존중되고, 범세계적 차원의 민주주의, 관할, 그리고 시장이 형성될 것이라는 점을 들 수 있다³⁾(Giddens, 1998: 193-224).

예를 들어 설명하자면, 1990년대 말의 범아시아적

3) 이러한 취지에서 한상진·박찬욱(Giddens, 1998)은 globalization을 범세계화로 번역하고 있다.

경제위기의 예에서 보듯이 한 국가의 경제상황이 더이상 해당국만의 문제가 아니며, 터럭만한 이윤에도 순식간에 움직이는 엄청난 규모의 국제투기자금이 말하듯이 어떠한 국가도 독립적으로 자신의 시장을 전적으로 관할할 수 없다. 가까운 사례로서 현재 추진되고 있는 유럽연합(EU)의 경우처럼 기존의 국가개념을 초월하여 단일화폐, 단일시장을 구축함으로써 경쟁력을 강화하려는 시도는 세계화가 가져오는 변화의 진면목을 보여준다고 하겠다. 이제 한나라의 전유적(專有的) 통치권은 매우 흐릿해졌으며, 글로벌 스탠더드가 각국의 보편타당한 가치로 자리매김하는 시대가 왔다고 하겠다.

이처럼 세계화가 정보통신기술에 힘입어 “순간적 통신의 보편화”를 이룩하고 자본과 상품의 월경(越境)을 자유스럽게 하는 등 기술적·경제적 합의가 매우 크지만, 단순한 기술적·경제적 현상으로 파악해서는 안된다. 세계화는 전술한 사유규범을 포함한 정치·경제·사회·문화·커뮤니케이션을 포괄하는 생활의 양식 전반을 바꾸어 놓을 근본적인 변화의 동인인 것이다. 세계화에 따른 자세한 변화의 양상은 다음 장에서 자세히 살펴보겠지만, 세계화가 생활과학의 탐구대상이 되는 인간의 생활양식을 이처럼 근원적으로 변화시키기 때문에, 생활과학에도 진지한 학문적 도전과 가능성을 제기하고 있다.

2) 세계화의 이론적 탐색

세계화를 둘러싼 이론적 논의도 두가지 방향에서 전개되고 있다. 그 첫번째 논쟁은 그 범위에 관한 논쟁으로서 세계화를 기술적·물리적 조건에 입각하여 객관적인 시각에서 파악할 것인가, 공동체 구성원들의 사유규범을 중시한 주관적인 시각에서 파악할 것인가 하는 논의이다. 전술한 바와 같이 교통·통신·커뮤니케이션 기술 등 국가와 문화간의 물리적 거리를 좁히는 객관적·기술적 조건들이 세계화를 가능하게 한 전제가 되었음은 물론이다. 따라서 세계화의 객관적 조건에 주목하는 것은 당연한 것인지도 모른다.

그러나, 전술한 바와 같이 세계화를 단순한 국제교류의 확대가 아닌 포괄적인 변화의 양상으로 규

정하고* 나면, 지각된 거리의 물리적 축소라는 객관적 측면보다는 인식과 사유의 규범이 동질화되는 주관적 측면을 더욱 강조하게 된다. 개별국가를 초월한 상호의존성을 전제로 전체로서의 세계에 대한 도덕적 의식을 강조하고, 공동체의 패러다임을 자신의 국가로부터 인류사회로 확장·강화시키는 것을 의미한다. 이러한 점이 바로 세계화의 주관적 측면이다. 이처럼 세계화는 객관적 측면 뿐만 아니라 주관적 측면을 함께 살펴야 한다. 우리가 다음 세기 생활과학의 새로운 지평을 전망함에 있어 세계화가 중요한 이유는, 재화와 서비스를 포함한 물질적 교류의 국제간의 확대라는 측면과 더불어 세계시민으로서의 공동체의식, 생활과 소비양식의 변화라는 정신적 변화를 동반하기 때문이다.

정보화의 이론적 논의에서와 마찬가지로, 두번째 제기되는 문제는 세계화가 궁극적으로 전지구적인 삶의 질 향상을 가져올 것인가, 국제적인 부익부 빈익빈 현상을 심화시켜 국가간의 불균형을 더할 것인가 하는 낙관-비관론의 관점이다. 낙관론적 견해에 의하면 세계화는 국제간의 협력과 기능분담의 효율을 높여 세계인의 삶의 질을 향상시킬 것이라는 논지를 펴는 반면, 비관론적 시각에 따르면 중심 국가(core state)에 대한 주변국가(peripheral state)의 종속을 심화시켜 개발도상국에 대한 선진국들의 경제적 지배를 정당화할 뿐이라는 주장을 펴고 있다.

이러한 논쟁은 최근의 세계화 추세에 따른 새로운 논쟁은 아니다. 비교우위론에 입각한 무역자유화가 경제적 사정이 판이한 각국에 어떠한 영향을 미칠 것인가 하는 자유무역주의 초기부터 제기되었던 논쟁이다. 문제는 세계가 하나의 유기체와 같은 긴밀한 관계를 맺고 있는 현실에서, 비록 세계화가 국가간 불평등을 심화시킬 것이라고 해서 무조건적인 쇠국을 고집할 수 없다는 데 있다. 따라서 세계화의 영향을 낙관-비관의 이분법(dichotomy)으로 파악할 것이 아니라, 세계화되는 국제관계하에서 어떻게 각국의 고유한 가치를 존중하면서도 경제적 구조조정, 민주적 시민사회 형성, 복지제도의 확립 등을 세계적 기준에 맞게 확립해 나갈 수 있을 것인가 하는 주체적인 변증법(dialectic)으로 파악하여야 한다는

것이다. 세계화에 따른 생활과학의 미래를 탐색함에 있어서도 이러한 논리가 견지되어야 함은 물론이다.

III. 정보화, 세계화에 따른 생활양식의 변화

이제 이러한 정보화와 세계화가 현대사회의 생활양식을 구체적으로 어떻게 변화시키고 있는가를 살펴볼 필요가 있다. 여기에서는 변화의 동인이 되는 근원적이고 일반적인 추세를 사회구조와 사고방식이라는 두가지 축에서 검토한 후, 그에 따라 각 생활영역별로 구체적으로 어떠한 변화가 야기되는지 자세히 기술하도록 한다.⁴⁾ 이와 같은 생활양식의 변화를 먼저 살펴보는 것은 그 변화에 대한 정확한 인식이 21세기 생활과학의 도전과 가능성을 모색하는 전제조건이 되기 때문이다.

1. 변화의 동인: 사회구조와 사고방식의 변화

어떠한 사회적 변화를 파악하려 할 때 가장 기본적인 변화의 두 축은 「물적 토대」와 「사고의 틀」이다. 정보화와 세계화가 우리 사회에 미치는 영향도 산업·유통구조의 변화를 포함하는 사회구조적인 물적(物的) 변화에 기인하는 것과, 가족이나 소비에 대한 가치관의 변화를 포함하는 정신적 변화에 기인하는 것의 두가지로 나누어 생각할 수 있다. 다시 말하면 정보화·세계화에 따른 생활양식 변화의 두 동인은 산업·유통구조의 변화와 가족과 소비에 대한 사고방식의 변화이다.

정보화기술의 발달로 인하여 산업과 유통구조에 전례없는 변화가 진행되고 있다. 가장 시선을 끄는 것이 가상세계(cyber space), 특히 인터넷을 중심으로 전개되는 전자상거래의 폭발적 증대이다. 전자상거래가 쇼핑의 편리성이나 무점포성과 같은 기존의 TV나 우편을 통한 통신판매와 본질적으로 다른 것은 그것이 쌍방향성(interactive)을 가지기 때문에 소비자의 수요에 보다 즉각적이고 직접적으로 소구(appeal)할 수 있게 되었다는 데 있다. 미국에서 시도되고 있는 DAMA(Demand Activated Manufacturing

Architecture) 시스템을 예로 들면 원료의 공급부터 소비자에 이르는 섬유, 직물, 가공, 제조, 유통의 동선을 연결하는 정보망을 구성하여 의복유통의 전과정이 상호긴밀하게 연계되도록 하여 소비자의 요구에 정확히 부응할 수 있도록 하고 있는 것이다⁵⁾.

정보화에 따른 또 하나의 주목할만한 변화는 유통구조의 혁신적 효율화이다. 데이터 베이스 시스템, 위성을 통한 위치인식기술(GPS), 통신기술 등에 힘입어 물류와 배송이 매우 효율적으로 관리됨에 따라 유통상품의 양과 질, 그리고 지역적 범위가 매우 늘어나게 되었다. 이러한 변화는 식품과 같이 변질되기 쉽고 신속한 유통이 중요한 산업영역에서 더욱 중요한 의미를 가진다. 식품재료의 유통범위와 양이 늘어남에 따라 지금까지 지역적(local)으로 생산하고 소비하던 식품재료가 다변화됨으로써, 원재료의 다양화, 첨가물의 다양화, 안전성 확보 등의 문제가 새로이 대두되는 것이다. 소비자들에게는 세계화되는 취향에 맞는 식품선택의 범위가 다양해지는 등 소비자중심의 식생활이 가능해 진다는 점에서 전술한 의류유통분야의 변화와 공통점을 가진다.

계속되는 세계화에 따라 제품의 국제개념도 모호하게 된다. 국제적인 분업체계가 활성화되어, 특정상품의 제품이 상품 기획과 디자인은 A국가에서, 재단은 B국가에서, 봉제는 C국가에서 이루어지고, 세계적인 유통망을 갖는 통신판매 등의 발달로 전 세계의 소비자를 대상으로 판매가 이루어질 것이라는 것이다. 판매 또한 가상쇼핑검색엔진을 통해 전

4) 이 장에서는 정보화에 따른 변화와 세계화에 따른 변화를 따로 구분하지는 않는다. 그것은 전술한 바와 같이 정보화와 세계화가 매우 긴밀한 상호작용 속에서 복합적으로 우리 생활에 영향을 미치고 있기 때문이다.

5) 직물제조업자로부터 만들어진 소재가 컴퓨터를 통하여 의류제조업자에게 전달하면, 의류제조업자는 sample을 제작할 필요가 없이 컴퓨터 상에서 유통업자에게 승인을 받은 후에 자동화된 시스템에 의하여 의복을 제작한다. 컴퓨터 정보망을 통하여 모든 상품의 판매상황을 파악하고 있는 유통업자는 인터넷을 이용하여 소비자에게 전달하고 반응을 파악하고, 다시 제조업자에게 환류(feedback)함으로써 소비자의 반응이 즉각적으로 반영되도록 할 수 있는 것이다.

세계로 가격별, 상품별로 다양하게 비교·검색되어 지금까지의 내수 마케팅 시스템에서 국제 마케팅 경쟁시대로의 전환이 불가피해진다.

다음으로 고려할 것은 정보화와 세계화에 따른 가치관의 변화, 그리고 그에 따른 생활양식의 변화이다. 물질적 여건과 제도가 변하면 사람의 생각도 변한다. 정보화하고 세계화된 현대사회에서의 그러한 사고의 변화는 가장 보수적이라고 할 수 있었던 가족과 개인에 관한 가치관의 변화에서 가장 극명하게 찾아볼 수 있다. 전통적인 대가족중심의 사고는 이미 핵가족 중심의 그것으로 바뀐지 오래지만, 최근 싱글, 단신부임, 주말가족, 덩크(DINK, Double Income No Kids), 듀스(Dewks, Double employed with kids) 등의 신조어에서 보듯이 가족에 관한 사고는 무척 유연해졌으며(성수광·권오경, 1995: 44), 외국에서는 동성(同性)가족이나 계약가족과 같은 새로운 개념의 가족도 출현하고 있다. 또한 전통적인 가정의 기능을 대체·보완해 주는 공공가정의 등장에서 보는 바와 같이 같은 많은 분야에서의 근본적인 변화를 자극하고 있는 것이다. 이처럼 가속화되는 정보화와 세계화에 따른 산업구조의 변화에 따라 가족의 형태와 그에 대한 가치관이 다양해 졌을뿐더러 그 사고의 축 또한 개인중심으로 변화하고 있다.

2. 변화의 구체적 양상

1) 소비생활 전반

앞서 정보화와 세계화에 힘입어 소비자의 요구가 보다 효율적으로 반영되는 산업구조의 형태를 띠게 될 것이라고 하였다. 그렇다면 다음 질문은 소비자의 요구는 어떠한 방향으로 변화하게 될 것인가에 대한 것이다. 여기에서 가장 주목해야 할 열쇠말(keyword)은 「소비자 개성」의 극대화이다. 산업사회에서의 소비자는 생산된 기성품의 선택을 통하여 자신의 개성을 실현하였던, 정보화시대의 소비자는 자신의 개성과 요구를 생산과정에 보다 직접적으로 반영할 수 있게 된다는 뜻이다.

개성화된 소비의 대표적인 예는 고감성화와 탈 획일화된 소비이다. 개성을 중시하는 새로운 소비

계층이 부상하여, 자아실현을 추구하여 개인의 가치를 우선하며, 대중적인 유행보다는 창조성·개성을 중시하게 된다. 그들은 소비자간의 의사소통(communication)과 정보교환을 효율적으로 진행함에 따라 각종 소비선택의 전문적인 지식이 풍부하고 생산과 머천다이징에 적극적인 의사를 반영하는 소위 전문소비자(professional consumers)의 역할을 담당하게 된다(Park, 1997).

그들은 재택근무, 홈쇼핑, 무점포쇼핑, 홈뱅킹, 원격교육 등의 일반화로 시간과 재화를 절약하고 남은 여력을 여가와 정보수집에 재분배한다. 구체적으로는 인터넷, TV, 신문, 또는 맞춤형 정보서비스인 인포캐스트 서비스 등에서 정보를 제공받고 전화나 컴퓨터 통신 등에 의해 주문하는 등 정보통신에 대한 의존도가 높다. 이러한 소비양식은 특히 의생활과 식생활분야에서 더욱 두드러지게 되므로 해당하는 항목에서 다시 설명하도록 한다.

이처럼 수요자의 양적 팽창은 둔화하고, 질적 성숙이 더해짐에 따라 소비자의 기호는 뚜렷해졌다. 생산자들은 이에 따라 제품을 다양화하고 질적 충실성을 갖출 것을 요구 받는데, 이를 위하여 지금까지 이루어져 왔던 시장세분화(market positioning)가 보다 다양한 기준에 의하여 이루어 질 것임은 분명하다. 이러한 경향은 기존의 가족단위-가족중심의 소비에서 개인단위-개인중심의 소비로 이행함에 따라 그 가속도를 더할 것으로 보여진다.

소비의 기호가 개성화됨에 따라 소비의 의사결정도 과거와는 다른 양상으로 변화하고 있다. 양보다는 질 위주의 선택이 일반화되었을 뿐 아니라 그 질의 기준도 세계화에 힘입어 세계적 품질기준을 지향하게 된 것이다. 또한 무조건적으로 고가의 상품을 선호하는 것이 아니라 적절한 소비자정보에 입각하여 가격대비 품질의 비율을 생각하는 신타리주의적 의사결정방식이 새로운 소비의 의사결정방식으로 자리잡게 되었다. 그 외에도 여가생활과 복지의 중시, 환경문제 등 사회적 고려에 입각한 소비의 증가 등과 같은 새로운 소비의 양태가 증가하고 있다.

2) 의생활분야

의복은 다른 어떤 재화보다도 소비자의 개성을 잘 표현하는 상품이기 때문에, 소비자의 개성을 중시하게 되면 의생활분야가 가장 큰 변화를 겪게 될 영역의 하나이다. 특히 패션이란 새로운 것을 추구하는 현상이므로 앞으로도 지속적으로 존재할 것이며, 생활수준의 향상으로 패션상품의 수요는 더욱 증가할 것이다. 전술한 바와 같이 소비자의 기호가 다양하고 고감성화됨에 따라 스타일의 다양성이 증가하고 유행의 주기는 짧아진다. 이처럼 패션이 획일성을 탈피하고 주체성을 실현하며 이른바 TPO(시간, 장소, 상황) 패션문화가 정착됨으로써 소위 패션 데모크라시(fashion democracy)가 도출되고(성수광·권오경, 1995: 47), 따라서 디자인분야는 용역을 통한 서비스산업이라는 통념에서 벗어나 지식을 근간으로 하는 문화소프트의 정보개발 주체로 발전하게 된다.

근대 패션산업의 역사를 살펴보면, 극소수의 고급 소비자의 수요에 맞출 수 있는 오트 꾸튀르(haute couture)에서 기성복화한 고급의류를 보급하여 보다 대중적인 기호에 부응하는 프레타 뽀르테(pret-a-porter)로 고급의류의 수혜층을 넓혀 왔다고 할 수 있다. 이제 급속히 진전되는 정보화를 통한 QR과 같은 시스템에 힘입어, 지금까지의 기성복과는 개념이 다른, 다시 말해서 보다 많은 소비자들의 기호에 부합할 수 있는 오트 꾸튀르 개념의 기성복 시대의 개막을 앞에 두고 있다. 이는 보다 많은 사람들에게 보다 나은 의류소비의 질을 보장한다는 의미에서 큰 의의가 있다.

21세기는 genderless, ageless, raceless의 3 less 시대가 될 것이라고 한다. 이에 따라 성의 경계가 없어지고, 남성, 여성 안에 내재되어 있는 공통된 감성과 욕구를 만족시켜주는 제 3의 성에 대한 이해가 요구되고, 연령에 관계없이 생각(mind)과 라이프 스타일을 중심으로 형성되는 소비자의 감성을 이해하여야 새로운 시장에 접근할 수 있다(이경옥, 1997). 세계화의 진전에 따라 인종, 지역에 제한없이 공감할 수 있는 “감성의 세계화” 또한 다음 세기의 의생활을 보는 핵심어이다.

전술한 바와 같이 소득수준의 향상과 근로시간의 단축으로 여행, 레저 등 여가활동에 대한 수요가 급증하여 근로지향사회에서 여가지향사회로의 전환이 이루어진다. 이에 따라 스포츠, 레저 및 게임관련 소비재와 소프트웨어 디자인들이 대중화되는데, 이에 따라 의생활에서도 정장(formal wear)보다는 경쾌하고(casual) 여가활동에 어울리는 옷(leisure clothing)에 대한 수요가 늘어날 것으로 보인다. 특히 의학의 발달로 평균수명이 연장되고 사회의 고령인구가 증가하면서 노인의 신체특징과 기호에 맞는 제품 생산비중의 증대되거나 장애인을 위한 특수의복에서 보는 것과 같이 의복의 기능성이 계속 강조될 것이다.

다양한 약품사용에 의한 가공법 및 합성 신소재의 개발, 세제 및 용제의 사용량 증가 등에 의한 환경오염의 문제가 부각된 것은 어제 오늘의 일이 아니다. 소비자들의 사회적 의식이 진전함에 따라, 품질의 향상뿐만 아니라 환경친화적인 제품의 개발에 주력하는 것이 또하나의 추세가 될 것이다. 다시 말해서, 섬유제품의 재활용이나 재사용을 중시하고, 디자이너는 자신의 작품이 환경에 미치는 영향을 고려하여 디자인하도록 요구받을 것이며, 생산업체는 제조공정에서 화학약품의 사용을 절제하여 폐수의 양을 줄이는 등 인체에 해가 적은 상품의 개발에 주력할 것이다.

3) 식생활분야

다른 생활영역에서와 마찬가지로 식생활분야에서도 소비자의 차별화된 개성이 중요한 구실을 할 것으로 보인다. 그 첫번째 현상은 소비자의 다양성 추구에 기반한 「새로운 맛」을 가진 식품의 수요가 증대되는 것이다. 이러한 새로운 맛에의 요구는 운송 발달에 따른 취향의 다변화에 따른 것이다. 과거 단순한 “경양식”으로 대변되던 서양음식도 이태리, 프랑스, 스위스 등 각국의 전통적인 조리법에 입맛을 길들여가고 있으며, 서민취향의 외식으로 각광받던 “중국음식”들도 이제 산둥, 스촨 등 중국의 각 지역별 전문 식당이 발달할 만큼 소비자들의 취향이 넓어지고 개성화되었다.

다지역의 음식문화를 즐기는 국제화에서 한 걸음 나아가 세계 각지의 재료 특성과 조리 특성을 지역 주민의 기호에 맞게 재조합하여 새로운 음식을 창조하는 “퓨전(fusion)음식”의 등장으로 식생활에 있어 진정한 세계화가 이루어지고 있다. 전술한 사회 및 산업구조 변화에 의한 여성취업의 확대, 그리고 식생활 공동체에 관한 가치관의 변화로 외식산업과 편의식품산업이 놀라운 속도로 증가하고 있는데 이러한 양적 증가에 못지 않게 다양화된 질적 변화도 매우 주목할만한 것이다.

이러한 개성화의 영향은 지금까지 전체를 대상으로 한 식품위주의 식생활에서 앞으로는 유아, 청소년, 중장년, 노년; 남녀; 비만, 정상, 저체중 등 차별화된 개별 소비 계층을 대상으로 기능에 중점을 둔 식품이 개발될 전망이다. 식품의 기능성과 관련하여 가장 주목을 끄는 것은 식품, 영양, 보건관련 정보가 대중화됨에 따라 각광받는 건강관련 식품 산업이다. 항생제의 개발로 시작된 치료기술의 진보에 의한 고령화의 가속화는 만성질환의 증가와 의료비의 급증 등 국민 삶의 질 향상에 걸림돌이 되고 있다. 따라서, 질병의 치료보다는 예방이 더욱 중요한 과제로 부각되고 있으며 식생활의 역할이 강조될 전망이다. 현재에도 건강보조 식품, 특수영양 식품, 체중 조절 보조식품 등이 활발한 광고활동을 벌이는 것을 볼 수 있다. 그러나, 새로운 식품의 개발 뿐 아니라 균형 있는 영양공급을 위해 소비자 계층에 따른 다각적인 식생활 섭취형태조사와 이를 기초로 한 식생활 교육 프로그램 개발 및 국가정책 수립이 매우 중요하게 자리매김 되어야 한다. 또한, 이러한 건강보조식품에의 수요증대에 발맞추어 식품·영양관련 정보가 소비자들의 관심대상으로 등장하고 있으며, 이는 소비자 안전문제가 그 어느 때보다도 중요해지고 있는 시기적 특징과 맥을 같이 하는 것이다.

식생활 소비양식의 변화는 식품산업과 농업에도 큰 변화를 초래할 것으로 보인다. 우선, 세계화에 따른 식품 선택의 범위가 다양화할 것이고, 유기재배법 등 환경친화적인 방법에 의하여 생산된 식품에 대한 소비를 증가시킬 것이다. 소비양식의 변화는 곧 생산의 변화를 의미한다. 정보기술의 발달에 의

해 최근에는 식품가공업자의 영향력 대신 소비자의 의견과 선택이 직접 농수축산 분야에 영향을 미치고 있다. 그러한 정보화의 영향은 크게 두 측면에서 관찰되는데, 첫째는 소비자들에게 알려지지 않았던 정보들이 전달된다는 점이고,⁶⁾ 둘째는 생산자들이 소비자 기호에 대한 정보관리가 용이해 졌다는 측면이다⁷⁾. 또한 여가생활을 중시하는 소비패턴으로의 이행으로 인하여 식생활도 요구충족의 차원에서가 아니라 “여가로서의 식생활”이 더욱 강조될 것으로 보인다. 이는 비단 외식문화 뿐만 아니라 조리 문화에 대해서도 많은 변화를 초래할 것이다.

4) 주생활

정보화와 세계화에 따른 주생활분야의 변화는 두 가지 측면에서 파악할 수 있다. 그 첫번째는 전술한 바와 같이 단독가구 등의 새로운 모습의 가족형태가 등장하거나 새로운 생활양식이 도입됨에 따라 주거양식의 수요나 요구가 바뀌어서 발생하는 변화이고, 다른 하나는 정보기술의 발달을 주거생활에 응용하여 기존의 주거관련기능들이 정보화·통합화하는 변화이다.

근대화와 도시화에 힘입어 전통적인 대가족제도가 핵가족제도로 전환함에 따라 주거생활에 많은 변화가 있었고 그것이 대도시의 주택문제와 직결되었음은 주지하고 있다. 이에 더하여 기존의 핵가족

6) 종래에는 구매 결정요인으로 작용하였던 것이 맛, 가격, 편의성, 거치 등 비교적 단순하고 눈에 쉽게 띄는 것들이었으나, 근자에는 영양소 구성(콜레스테롤, 지방, 칼로리 함량 등), 안전성(첨가물, 오염도 등), 질(원료물질 함량 등), 환경적 요소(유기재배 여부, 생태계 파괴 여부; 즉 어획과정에서 회귀동물을 희생시키는지 여부, 유전자 조작 여부) 등 제품에 명확히 들어나지 않는 요소들이 정보화를 통해 선택의 기준으로 작용한다. 이러한 선택 기준을 갖춘 소비자들은 여러형태의 단체를 구성, 원료 공급자에 직접적인 영향을 미치고 있다.

7) 정보화와 더불어 등장한 바코드의 스캐닝 기술은 각 가정 또는 개인의 식생활 소비 형태를 기록 분석하는데 이용되면서 다양성을 추구하는 사회에서 소비자 형태별 특성에 맞게 디자인된 식품이 등장하고 있다. 현재 유럽의 Associated Marketing Service(AMS)가 도입하여 성공적으로 사용하고 있는 방법이다(Streeter et al 1991).

내에서도, 그 구성원들의 가치관이 변화함에 따라 다음 세기의 주생활에도 많은 변화가 예상되고 있다. 예를 들어, Y세대라고 일컬어지는 13-20세의 53%는 컴퓨터를 보유하고 있으며, 보유학생 중 43%가 하루 1시간 이상 컴퓨터를 사용하고 있다. 이들은 게임(86%) 다음으로 통신(56%)에 컴퓨터를 사용함으로써 정보화의 첨병 계층을 이루고 있는데 (중앙일보, 1998. 11. 12.), 21세기의 주된 인력층(main work horse)인 이들은 가족 공동체보다는 가상 공동체에서 생활한다고 하여도 과언이 아니다. 따라서 주거에 있어서 이들의 독립적인 공간의 마련, 전화선이나 광통신망을 비롯한 통신인프라가 매우 중요한 주거인프라로 대두하고 있다.

정보통신기술의 발달은 주거생활에도 많은 진전을 보여줄 것으로 기대된다. 산업사회에는 한 장소에 모여있던 공장과 사무실들이 주로 같은 장소에 모여 있었지만, 고도의 정보통신의 발달로 인해 직장들이 다시 이전의 장소인 가정으로 돌아옴으로써 "가내공업"으로의 복귀가 가능해지고, 가정이 사회 중심으로 새로이 중시될 가능성이 커졌다. 이러한 가능성은 사회적으로도 매우 의미가 크다고 여겨진다. 다시 말해서, 산업사회에서의 생산현장의 지리적 분산은 심각한 교통난과 환경오염문제를 야기시켰으나, 전자기기를 구비한 직장으로서의 주택, 즉 "전자주택"이 실현되면 자동차에 의한 대기오염, 에너지의 소비, 출퇴근에 따르는 시간적 소모 등이 경제적으로 완화될 수 있을 것이다. 이처럼 가정에서 일을 하는 근로자의 인구규모가 커지면 지역공동체의 역할과 안정성이 더 중요한 의미를 가질 것으로 예측된다.

또한, 최첨단 정보기기의 가정화(domestication)에 힘입어 현재 많은 주거생활관련 가정기기가 원격·집중관리가 가능하도록 통합화하고 있어서 주거관리가 과거 어느 때보다도 편리해지고 있음을 지적할 수 있다. 특히 시간과 공간에 제약을 뛰어넘는 주거관리가 가능해짐으로써 그 효율성이 매우 증진되고 있다. 그러나 주거관리에 있어서 이러한 진보가 가사관리자의 절대적인 노고는 덜어 줄 수 있겠지만, 가족간의 가사노동역할 분담과 같은 가치관의

변화까지 수반할 수 있을지에 관해서는 더 많은 논의가 필요하다고 할 것이다⁸⁾.

이러한 주거관리의 자동화, 기기화에 따라 가족 구성원의 시간이 단축하고, 주택내 가구 구성원의 독립공간이 보장됨에 따라 휴대폰, TV, 음향기기 등 전통적으로 가족공유로 인식되던 생활기들이 모두 개인 소유화할 것으로 예측된다. 그러나, 이러한 현상은 전통적인 가족생활에 많은 변화를 초래하게 될 것이다. 우선 긍정적인 측면을 살펴보면, 가내근무가 가정생활의 중심으로 자리잡게 되면, 같은 장소에서 오랜 시간동안 가족들이 함께 근로하게 됨으로써 부부에게 공통의 체험이 많아지며 부부사이에 대화가 부활할 수 있다. 또한 산업사회의 아이들이 부모 생활의 중요한 일면(직장생활)을 전혀 모른 채 자라난 데 반해, 가내 전자근무체제의 아이들은 양친이 일하는 것을 볼 뿐만 아니라 일정한 연령에 도달하면 그들 자신도 생산활동에 참여할 수 있게 됨으로써 가족생활의 유대가 증진될 것으로 기대할 수 있다. 그러나 이러한 긍정적인 효과뿐만 아니라, 가족 구성원 간의 역할, 윤리 공감대 형성 등 전통적 가치관이 깨어짐으로써 가족 대화 단절이나 간접적인(또는 비인간적인) 인간관계의 형성, 심지어는 주택내의 소규모의 주택이 새로이 구성되는 등의 부작용도 예상할 수 있는 것이다.

IV. 생활과학의 미래

지금까지 논의한 역동적인 사회변화에 적응하고, 나아가서 적극적으로 그러한 변화를 주도적으로 이끌기 위해서 생활과학이 가지는 학문적 도전과 가능성은 무한하다. 생활과학의 사명이 주어진 환경속에서의 인간의 생활양식을 탐구하고 그럼으로써 더 나은 삶의 질을 추구하는 데 있는 만큼, 정보화와 세계화가 제기하는 여건의 변화는 생활과학의 자기

8) 가사노동 대체기기의 도입 등 가정기기의 발달이 가정내의 노동분담보다는 성별 영역분리를 더욱 강화하였다는 주장도 있다(Cowan, 1983, 김성희 외 역).

정체성 재정립의 필요성에 충분한 당위를 제공한다. 그러한 당위를 이루는 몇가지 요소는 전술한 바와 같은 생활양식의 변화, 기술적·제도적 기반의 진전, 교육과 연구에 대한 사회적 수요의 다양화 등의 요구 등이다. 여기에서는 연구대상, 연구방법론, 교육과 인재양성의 세 분야를 중심으로 21세기 생활과학이 어떠한 지향점을 추구하여야 하는지 살펴보고자 한다.

1. 생활과학의 연구대상

지금까지 논의한 새로운 생활양식의 변화에 따라 기존의 생활과학이 논의하지 못했던 새로운 영역에 대하여 학문적 탐구의 범위를 넓혀가야 할 것이라는 점은 누구나 공감하는 점일 것이다. 그러나, 정보화와 세계화가 제기하는 진정한 학문적 도전은 이처럼 학문의 탐구분야의 양적·선형적 확장에 그치는 것 같지는 않다. 학문전반의 패러다임이 지금까지의 지금까지의 생산자 중심의 사고에서 “소비자 중심의 사고”로 바뀌고 있으며, 이러한 연구대상과 방법론에 대한 패러다임 전환(paradigm shift)은 생활과학의 중요성을 과거 어느 때보다도 강조하고 있다고 할 수 있다. 다시 말해서, 전술한 바와 같이 의사소통의 쌍방향성이 확보되면서 직접 생활양식을 경험하고 창조하는 소비자의 의견과 요구가 어느 때보다도 효율적으로 반영될 수 있게 되었기 때문에, 학문활동도 소비자의 입장에서 소비자의 요구와 수요를 즉각적으로 파악하고, 소비자를 따라가기 보다는 소비자를 선도하는 연구활동으로 전환할 필요가 증대하고 있다.

학문과 산업활동에서의 소비자 중시는 필연적으로 소비자 “개인”에 대한 관심의 증대를 유발하게 된다. 지금까지의 생활과학이 하나의 집단으로서의 소비자를 상정하고 있었다면, 미래의 생활과학은 “개인으로서의 소비자”를 대상으로 하여야 할 것이다. 의류학에서는 각종 정보원을 통하여 전문적 지식을 풍부하게 갖추고 다양한 욕구와 개성을 충족시키고자 하는 개인소비자들에 대한 연구가 보다 중요시되고, 식품영양학에서도 집단이 아닌 개인을

대상으로 한 영양연구가 이루어져야 할 것이다. 예컨대, 최근 많은 관심을 끌고 있는 식품 알러지(allergy)같은 경우는 매우 개인적인 독성 작용이므로 개체 각각에 대한 연구가 필요하며, 이와 마찬가지로 대부분의 영양관련 질병 및 독성 문제도 개인의 유전 및 환경 차이에 의해 많은 영향을 받으므로 집단에 대한 연구에서 개체에 대한 연구로 전이되어야 하는 것이다.

분석대상의 개인화와 더불어 주목을 끄는 또하나의 경향은 환경과 안전에 대한 고려의 증대이다. 환경과 안전의 문제는 다음 세기의 가장 뜨거운 화두의 하나이며, 세계화에 따른 범세계적 표준이 가장 우선적으로 고려되는 분야이기도 하다. 의식주를 포함하는 소비생활 전반이 환경에 미치는 영향에 대한 관심이 증대하고 있어서 제품의 생산-소비-폐기에 이르는 전과정에 환경표시(eco-labeling)와 같은 환경개념이 적용되고 있다. 또한 안전의 문제도 중요한 소비자 문제로서 식품과 주거의 영역에서 특히 중요시되는 이슈이다. 기능성 식품이 강조되고 새로운 식품의 종류와 가공방법이 식탁을 풍성하게 할수록, 첨단 주거편의시설들이 삶을 풍요롭게 할수록 역설적으로 가장 위협받는 것은 안전의 문제라고 할 수 있다. 따라서 다음 세기 생활과학의 가장 중요한 이슈의 하나는 안전의 문제이다.

세계화의 진전에 따라 가장 논란이 되는 것은 범세계화의 추세속에서 한 문화의 전통성과 고유성을 어떻게 인식할 것인가 하는 문제이다. 사실상 세계화의 표준이 서구적인 기준에서 대부분 이루어지는 시점에서 전통적인 의복과 식품, 주거 및 가족생활의 한국적 고유성 등을 어떻게 담보하고 계승·발전시킬 것인가가 역설적이기는 하지만 매우 중요한 이슈가 된다. “가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것”이라는 상투어도 있고, 유행과 취향이 세계화될수록 우리와 같은 현실에서 “가장 자신있게 내놓을 수 있는 것은 우리 것”이라는 현실인식도 고려한다면 전통에 관한 연구가 세계화의 시기에 새로이 조명될 것이다.

마지막으로 “작은 세계화” 또는 “지구상 마지막 세계화”라고 일컬어지는 북한의 개방, 내치는 통일

에 대비한 연구를 들 수 있다. 현재 탈북자를 대상으로 한 북한의 생활양식과 그들의 자본주의적 생활양식에의 적응 가능성에 관한 연구가 진행되고 있다(이기춘 외, 1998). 50년이 넘는 차단에 따른 남북간의 생활양식의 차별화는 단순한 공간격리의 차원을 넘어 경제체제·가치관·법제도 등 각 부문에서 심각한 차이를 보이는 것으로 알려지고 있다. 이러한 상황에서 남북한의 교류가 급격히 확대되고 중국에는 통일이 이루어 진다면, 남북한인이 섞여야 할 생활의 격차와 갈등은 상당할 것이라고 예상된다. 생활과학은 이러한 시대적 변화에 미리 차리고 있을 필요가 있다.

2. 생활과학의 방법론

생활과학의 패러다임의 변화는 전술한 연구영역의 확장 뿐만 아니라 방법론에서의 사고의 전환을 요구한다. 그 첫번째가 통합연구의 활성화이다. 전술한 소비자중심의 연구를 수행하려면 통합적 연구가 필연적으로 요구된다. 지금까지는 각 학문영역 위주로 소비자·식품·영양·의류·주거·가족·아동·가정자원관리 등의 연구가 각각 수행되었지만, 이제는 예를 들어 청소년이라는 연구대상을 탐구하려고 할 때에도, 그의 가족관계, 의복, 영양, 주거공간, 여가, 소비자문제, 자원관리 등을 종합적으로 파악할 것이 필요하다. 그렇게 함으로써 건전한 청소년의 생활양식을 연구하기 위한 통합적 방법론을 성립시켜 나갈 수 있는 것이다(이기춘 외, 1997: 54-57). 따라서 치밀한 기획에 의한 학제간의 통합된 연구주제와 방법론의 개발이 미래의 생활과학 연구에 시급한 과제라고 할 것이다.

두번째 요구되는 방법론적 자성(自省)은 기존의 생활과학의 방법론적 전체처럼 인식되었던 실증주의적(positivistic) 방법론의 탈피이다. 지금까지 실증주의에 입각한 방법론은 생활과학을 비롯한 소위 과학적 탐구의 인식론적(epistemological) 토대를 이루어 왔다. 그러나, 연구대상의 개체성이 강조됨에 따라 사례연구나 심층적 분석을 비롯한 질적(qualitative) 연구방법론의 도입이 시급하다. 통계분

석을 비롯한 실증주의적 방법론은 개체의 특성보다는 일반화와 법칙성의 발견에 더 큰 강조가 놓여지기 때문에 전술한 바와 같은 소비자 중심의 삶의 개성을 탐구하는 데에는 한계가 존재하기 때문이다. 따라서 통계와 경험에 입각한 지나치게 양적인 연구방법론에 부가하여 해석적이고 현상학적인 인식론에 토대를 둔, 설명보다는 이해를 가능하게 하는 질적 연구방법론의 수립이 필요하다고 하겠다.

마지막으로 체제론적(systematic) 사고의 한계를 인식할 것이 절실하다. 이러한 체제론적 시각은 그동안 생활과학의 과학화에 많은 기여를 한 이론적 토대이기도 하지만, “변화를 주도”하는 데에는 한계를 노정하고 있다. 체제론의 기본적 논리는 체제의 구성요소가 환경과 상호작용하면서 자기규제와 환류를 통하여 어떻게 안정성을 확보해 가느냐 하는 과정에 초점을 맞추어져 있기 때문에 환경적 변화를 주도해가는 주체적 역할을 설명하는 데에는 한계가 있기 때문이다. 따라서 생활과학이 변화와 발전을 능동적으로 견인하려면 체제론적 사고의 한계를 정확히 인식하고 새로운 방법론적 모색을 활발히 하여야 할 것이다.

3. 교육과 인재배출

지금까지 논의한 바와 같이 사회는 놀라운 속도로 변화하고 있고, 그러한 변화에 발맞추어 늘 새로운 지식과 능력을 갖춘 인력을 요구하고 있다. 그러한 사회적 요구에 적절하게 대처할 수 있는 학문만이 발전을 거듭할 수 있는 것이 현대적 학문의 추세이다. 따라서 사회가 현재, 그리고 가까운 미래에 어떠한 인재를 필요로하고 있으며, 그를 위하여 교육과정(curriculum)을 어떻게 유연화할 것인가는 매우 중요한 이슈가 된다.

정보화와 세계화의 진전에 따라 사회가 요구하고 있는 생활과학 전공자의 전문영역은 매우 다양하다. 의류학을 예로 들면, ① 섬유, 직물제조업자, 의류디자이너, 어패럴제조업자에 이르기까지 각 분야에서 필요한 정보를 연계(networking)하고, 소비자를 위한 전문적인 정보 제공 및 상담하는 인력, ② 의

복과 직물의 디자인으로 고부가가치화를 추구하는 인력, ③ QR프로그램의 전문가, ④ 상품코드의 표준화를 위한 의복의 치수, 규격 등에 관한 DB구축 사업자, ⑤ 친환경제품의 개발, 재활용이나 환경친화성평가에 관련된 직업, ⑥ 노인과 장애자를 위한 특수 의복등 기능을 고려하는 디자이너, ⑦ 세계적 경쟁력을 갖춘 한복의 개발 및 문화재 보존에 관련된 직업 등이 필요하다.

기존의 식품 산업계가 공정개발 중심으로 발전해 온 것에 반해, 식품영양학 전공자들은 소비자 기호에 맞고 영양이 고려된 식품 생산을 위한 ① 소비자 기호 분석 (관능 검사) 전문가, ② 영양학과 식품학 지식을 조화시킨 기능성 식품 개발 전문가, ③ 단체 급식장에 한정되어 있던 영양사의 개념이 개인에게 적용되며 다양화 된 영양 상담사 및 스포츠 영양사, ④ 현재 병원을 중심으로 소수 활동하고 있는 아동 노인 등 특수 영양을 요하는 집단을 위한 임상 영양사의 수요가 확대될 뿐 아니라, ⑤ 식품의 안전성 관련 정보와 영양 정보를 수집, 분석하여 제공하는 식생활 정보 사업자 등 새로운 새로운 식생활 관련 직종으로 대두될 전망이다.

또한 ⑥ 식품영양 정보를 체계적으로 정리 관리하여 실제 식단에 응용을 할 수 있는 전문 직종이 대두되게 된다. 현재의 영양사들이 이러한 부분을 일부 담당하고 있으나, 정보산업의 발달에 따라 현 영양사들의 정보산업에 대한 재교육이 요구되며, 단체급식 분야에서만 활동하고 있는 영양사의 업무가 차츰 개인의 식생활 관리 영역으로 활동 분야가 넓어지리라 예상된다. 미국의 경우 학교 급식을 중심으로 체계화된 식생활 정보를 이용한 식단 개발을 시도하고 있으며, 이러한 시도에 의해 긍정적인 효과가 관찰되고 있다 (White: 1998). 역시 미국을 중심으로 발전하고 있는 개인 영양 관리 영양사의 경우, 현재에는 스포츠 영양 상담이 주류를 이루고 있으나, 앞으로는 발달하는 컴퓨터를 이용하여 모든 개인에게 적합한 (tailored) 식생활 프로그램을 제공하므로써 개인의 식생활을 바람직한 방향으로 유도할 수 있으리라 전망된다 (Brug et al 1996).

또한 소비자학 및 기타 분야에서는 ① 인간의 생

애주기별 미래 변화에 적응을 돕는 각종 생활교육자, ② 미래의 변화충격에 대비하는 생활상담사, ③ 공적인 보호를 필요로 하는 불리한 조건의 가족·소비자-예컨대 탈북자, 장애인, 장기 실직자 등의 재사회화를 담당하는 인력, ④ 각종 프로그램 구축자 및 웹 전문가, ⑤ 환경변화에 따라 건강과 관련된 모든 분야의 서비스를 종합적으로 제공하는 헬스케어(health care) 서비스 전문가, ⑥ 고객의 인생에 걸친 재무설계 및 자금의 조달과 운영에 관한 컨설팅을 전담하는 웰스케어(wealth care) 전문가, ⑦ 새로운 소비문화를 창출하는 전문가 등을 거론할 수 있다.

이처럼 세부학문의 전문지식을 배경으로 하는 전문가는 물론, 생활과학 각 분야의 전공자는 정보처리의 전문지식을 기초적으로 갖추어야 할 것이 요구된다. 미래에는 의식주를 비롯한 각종 소비생활에 있어 전문적인 정보를 제공하고 상담해주는 생활정보 코디네이터와 같은 전문상담역(consultant, counselor)이나 대행자(professional consumer 또는 agent)의 역할이 매우 중요해 질 것이기 때문이다. 특히 고령화 사회의 도래, 여가의 중시경향이 두드러지면서 여가생활의 상담(consulting), 고령자 생활관리 등을 전문적으로 담당할 수 있는 고령화사회의 새로운 인재수요가 예상된다. 이처럼 생활정보를 수집, 전달하는 정보처리사(information processor)로서의 기초교육을 생활과학이 담당해야 할 것으로 믿는다.

V. 결어: 생활과학의 새로운 지평을 위하여

지금까지 정보화와 세계화로 요약되는 다음 세기의 변화가 제기하는 생활과학의 학문적 도전을 탐색하고 새로운 가능성을 모색하였다. 우선, 정보화와 세계화를 이론적으로 개념규정하고 그것이 생활과학의 기본적 탐구대상이 되는 생활양식에 어떠한 변화를 초래하고 있는지를 각 분야별로 살펴본 후, 그러한 변화의 추세에 맞추어 생활과학이 연구의 대상, 연구방법론, 교육과 인재배출의 측면에서 어

떠한 대응을 하여야 하는지 살펴 보았다. 이러한 과정에서 우리가 내릴 수 있는 결론을 크게 두가지로 요약하면서 이 연구를 맺고자 한다. 그 첫째는 생활과학이 지금까지 전통적으로 가지고 있던 학문적 패러다임을 확장하여야 할 것이라는 점이고 둘째는, 그러한 확장의 과정에서도 각 학문영역이 “생활과학”이라는 하나의 우산아래 존재하여야 할 새로운 당위가 존재한다는 점이다.

학문의 패러다임의 확장은 그 내포(內包)의 심화와 외연(外延)의 확대라는 모습으로 나타난다. 생활과학의 내포의 심화는 구체적으로 전문성의 증대로 나타나는데, “가정학”이라는 성적(性的)으로 특화된 합의를 탈피하고 생활과학으로 다시 태어나는 데에는 이러한 전문성의 증대가 큰 기여를 하였으며 각 전공을 세분화함과 동시에 인접학문 전공 교수진을 적극적으로 영입하는 등 생활과학의 전문성의 심화를 위해 자기혁신의 노력을 계속하고 있다. 생활과학의 외연확대는 그 연구영역과 방법론을 넓히는 데에서 찾아볼 수 있다. 그러한 예는 전술한 바와 같은 기존의 생활과학 영역에서의 학문적 외연확대 뿐만 아니라, 생활문화론·공공소비론·가정정보체계론과 같이 지금까지 생활과학이 다루지 못했던 새로운 하위영역을 개척하려는 노력을 포함하는 것이다(김난도, 1998).

학문의 현실적용성(relevance)이나 전문성을 강조하고, 기존 각 대학의 소위 구조조정 작업의 일환으로써, 기존의 생활과학 하위영역을 각각의 모학문영역(mother discipline) 또는 인접학문과 재편(再編) 또는 통합⁹⁾하는 것이 더 효율적이지 않은가 하는 의문을 제기하는 견해가 있을 수 있다. 그러나 이러한 견해는 이 논문이 궁구한 바 있는 미래의 시대적 요구와 추세를 고려하지 못하는 오류를 범하고 있다. 다시 말해서, 정보화와 세계화에 힘입어 다시 새로운 개념의 가족과 개인 중심으로 사교의 중심이 옮겨가고, 소비자 위주로 경제의 체제가 재편되는 과정에서 지금까지의 산업과 사회구조의 문제가 “인간생활”의 문제로 치환될 것이라는 점을 간과하고 있다는 것이다. 다시 말해서, 생활과학의 여러 하위영역들이 지금까지는 가정의 수행기능이라는 공

통점을 가지고 학문적으로 편제(編制)되어 왔다면, 21세기의 생활과학의 하부영역은 개인화되고 가족화된 소비자로서의 인간의 욕구와 생활에의 탐구라는 변형된 학문적 이념아래에 다시 자리매김할 수 있기 때문에 여전히 「독립된 학문분과로서의 생활과학」이 존속하여야 할 필요성이 크다는 것이다. 이러한 문제의식에 터잡아 소비자·의류·직물·식품·영양·주거·가족·아동·가족자원관리 등의 영역들은 새로운 의미의 생활과학의 분야로서 때로는 전문화되고 때로는 통합된 방법론과 연구대상을 발전시켜 나가야 할 것이다.

지금까지 정보화와 세계화로 요약되는 미래의 변화에 물결에 대응하는 생활과학의 새로운 시도에 관하여 조망해 보았다. 물론 이러한 조망이 이 글에서 언급한 내용 이외에 가족관계나 노동구조 등에 있어서도 큰 변화가 일어나고 있음에도 불구하고 본 연구에 참여한 연구자들의 전공영역이 생활과학의 모든 분야를 포함하지 못하여, 본 연구에서는 생활과학의 전 분야를 고르게 조망하지 못하였다는 한계점을 가지고 있기는 하다. 그러나 정보화와 세계화에 힘입어 생활과학은 그 어느 때보다도 심대한 중요성을 가지게 되었으며, 변화하는 사회를 연구하고 이끌어 갈 막대한 역할을 수행하여야 할 책무를 가지고 있다는 점은 부인할 수 없을 것이다. 이러한 책무의 성공적인 수행은 생활과학을 연구하는 학문공동체 구성원 모두가 전통적인 자기이해의 타산(打算)에서 벗어나 시대의 변화에 발맞추어 자기개혁에 힘을 기울이느냐에 전적으로 달려 있다. 이것이 우리 모두가 나누어야 할, 다음 세기의 학문적 부채(負債)인 셈이다.

■ 참고문헌

- 1) 김난도(1998). “21세기 생활과학의 두 가능성에 관한 시론: 소비자학과 가정관리학의 외연확대

9) 예를 들어, 의류학은 디자인계열과 섬유공학계열로, 식품영양학은 식품공학계열로, 소비자학과 가족학은 경상계열이나 사회과학계열로, 가정학은 사회복지계열로, 아동학은 사범계열로 분리하려는 발상.

- 를 중심으로,” 생활과학연구, 23, 1-10.
- 2) 김진현(1998). “인간생활과 환경: 지구촌적 환경 변화와 삶의 새가치 새양식,” 인간과 생활환경 (대한가정학회 창립 50주년기념 학술대회 논문집), 19-28.
 - 3) 성수광 · 권오경(1995). 섬유제품소비과학, 교문사.
 - 4) 이경옥(1997). “Fashion Market의 변화와 소재의 방향”. 섬유기술과 산업, 1(4).
 - 5) 이기춘 외(1997). 21세기 가정학의 발전적 과제. 대한가정학회지, 34(6), 47-63.
 - 6) 이기춘 외(1998). 탈북자를 통해 본 북한의 가정 생활 문화, 서울대학교 생활과학대학부속 생활과학연구소 1998년도 학술심포지엄 자료집.
 - 7) 최경구 편(1996). 한국사회의 이해, 일신사.
 - 8) 최동수(1998). 정보사회론, 법문사.
 - 9) Brug, J., Steenhuis, L, van Assema, P., and de Vries, H. (1996). Impact of a Computer-tailored Nutrition Intervention. *Preventive Medicine*, 25, 236-242.
 - 10) Cowan, R. (1983). 김성희 외 역(1997), 과학기술과 가사노동, 학지사.
 - 11) Giddens, A. (1998). 한상진 · 박찬욱 역, 제3의 길, 생각의 나무.
 - 12) Kevin, Robins and Webster, F. (1998). Cybernetic Capitalism: Information, Technology, Everyday life, in V. Mosco and J. Wasco, eds, *The Political Economy of Information*, Madison: The University of Wisconsin Press.
 - 13) Masuda, Y. (1990). *Managing in the Information Society*. Basil Blackwell.
 - 14) Park, J.O. (1997). *Information Society and Clothing Culture*. (The 7th Korea-Japan Home Economics Joint Symposium).
 - 15) Steeter, D. and Sonakar, S. (1991). Information Technology, Coordination and competitiveness in the Food and Agrobusiness Sector, *Am. J. Agric. Economics*, 73, 1465-1472.
 - 16) Toffler, A. (1980). 이돈행 역(1989), 제3물결, 한국경제신문사.
 - 17) Webster, F. (1995). 조동기 역(1997), 정보사회이론, 나남.
 - 18) White, P. (1998). Hop on the Information Superhighway, *School Foodservice & Nutrition*, 52, 30-38.