

미국거주 한국여성의 외모스타일에 대한 문화적 담론 분석

전 양 진

명지대학교 의상디자인학과

Cultural Discourses of Appearance Style in Korean Community of the US

Yangjin Jeon

Dept. of Fashion Design, Myongji University
(2004. 5. 18. 접수)

Abstract

The purpose of this study is to see how Korean American people use and negotiate appearance in the US. 22 Korean American women at the age of 20s to 50s were interviewed and the verbatim texts from the interviews were interpreted. Discourses on appearance style followed by consumer stories such as American vs. Korean culture, gender, class, generation as well as personal background were recorded. The results of this study revealed that Korean Americans had diverse interpretations about their appearance and styling to fit the condition of their everyday lives. Korean immigrants did not simply assimilate dominant culture over time but maintained transcultural identities depending on contexts. This study showed that researches dealing with cultural variables could have more insights about personal experiences and social meaning processes through interpretative approach.

Key words: Appearance style, Cultural discourses, Cultural negotiation; 외모스타일, 문화적 담론, 문화협상

I. 서 론

현대사회의 국제적인 인구이동 경향은 문화적 특성이 세계화되는 결과를 초래하였다. 세계화는 미국의 문화에서 두드러지게 나타나는데 이는 미국의 역사가 이민자들에 의해 시작되었기 때문이라고 할 수 있다. 미국 이민은 유럽인들로부터 시작되었지만 나중에는 아시아, 아프리카, 중남미 등 세계 각지로부터 사람들이 모여들어 오늘날의 미국을 만들었다. 이민자들로 이루어진 미국문화는 다양성을 특징으로 갖고 있다.

세계화된 환경에서 사람들은 다른 집단의 문화를 빌려오거나 다른 집단의 문화제품을 구매함으로써 새로운 정체성을 만들어 간다(Croft, 1994). Oswald (1999)에 따르면 이민 소비자들은 상황에 따라 민족성

을 드러내거나 의도적으로 민족성을 감추는 소비 행동을 보여주며, 본국문화와 현지문화의 차이를 절충하는 제품을 사용한다고 한다. 이민자들의 이러한 과도문화적인 정체성은 체류시간이나 개인적 환경에 따라 그 정도가 서로 다르게 나타난다(Penalzoa, 1994).

소비자들의 문화적 협상행동은 의식주와 관련된 모든 소비 부문에서 드러난다. 그 중에서 가시성이 높은 의복이나 외모에 관련된 소비는 개인의 문화적 정체성을 잘 표현하는 부문이라고 할 수 있다(Tullouch, 2000; Kaiser, 2004). 이민 소비자들은 특히 외모를 통해 문화적 차이를 드러내거나 모호한 양면성을 즐기기도 하면서, 문화적 차이에서 오는 긴장을 해소하려 한다고 한다(Oswald, 1999). 외모에 대한 이와 같은 현상은 남성보다 여성에게 더욱 두드러질 것으로 생각된다.

본 연구의 목적은 미국에 거주하는 한국여성 이민자들이 외모를 관리할 때 중요시하는 문화적 요소들은 무엇이며 각 요소들은 어떻게 외모관리와 의복행동에 영향을 주는지 확인하는데 있다. 이 연구에서는 설문지 조사에 의한 양적 자료 대신 면접조사를 통해 질적 자료를 수집하였다. 개별 면담에 의한 대화내용을 분석하고 해석하는 내용분석 방법은 개인의 다양한 실체를 조사하는데 유용하며(Denzin & Lincoln, 2000) 이민자들의 문화적 정체성을 확인하는데 적합할 것으로 생각된다.

미국 내 한국인 이민의 역사도 이제 백여 년이 되었다. 한국계 이민자들 역시 새로운 문화 속에 적응하고 생존하기 위해 일상생활에서 다양한 방식으로 문화적인 협상을 수행할 것이라고 생각된다. 이민자들의 문화협상 과정의 이해는 한국인의 해외이민과 국제적 직업이동에 따른 현지문화 적응행동을 예측하는데 도움이 될 것이다. 이 연구의 결과는 특히 이민자 집단의 소비활동에 영향을 주는 중요한 요인들을 확인하여 줌으로서 다민족 국가를 구성하는 각 민족 집단의 소비자 행동을 이해하는데 도움이 될 것이다. 또한 세계화된 의류시장에서 하위 민족집단 별로 중요시되는 추구혜택을 제안함으로써 실제적인 글로벌 마케팅전략수립에 유용한 정보를 제공할 것이다.

II. 이론적 배경

응답자들의 대화내용을 분석하여 그 의미를 이해하고자 하는 해석적 연구방법의 채택은 세 가지 이론들, 즉 의미전이 모델(meaning transfer model), 후기구조주의(post-structuralist perspective), 포스트모더니즘(postmodernism) 등에 기초하여 이루어졌다. 먼저 소비자의 대화를 통해 유용한 정보를 얻을 수 있다는 근거는 McCracken(1988)의 의미전이모델에 두고 있다. McCracken은 문화적 가치나 신념은 대화를 통해 일상생활 속으로 전달된다고 보았다. 그리고 소비자들의 대화는 개인이 속한 사회적 맥락에 따라 변화하는 “지역적 해석(local interpretation)”을 보여준다고 한다. 즉 개인의 생각은 전체 사회 속에서 형성되지만 사람들은 기존의 문화적 연상과는 다른 개인적 의미를 부여한다는 것이다. 그런가 하면 사람들은 자신과 타인의 소비행동에 대해 서로 다른 기준을 적용하기도 한다. 그러므로 대화분석 방법은 이민자 사회의 문화적 틀을 보여줌과 동시에 보편적인 문화이념과

는 다른 개인의 가치나 관심을 확인하는데 적합하다고 본다.

일상생활에서 개인의 문화적 협상행동이 나타난다는 가정은 후기구조주의 관점(Foucault, 1980; Thompson & Hytko, 1997)으로 설명된다. Foucault(1980)는 각 개인의 생각은 사회의 문화적 이념체계 속에 자리하고 있다고 하였다. 이때 문화적 이념체계, 또는 문화적 의미체계는 그 사회 내에서 힘의 역학관계를 표현한다. 개인의 신념과 상충하는 사회문화적 관념에 접할 때, 사람들은 사회적 힘의 관계를 고려하여 자신의 신념을 유지하거나 거시적 문화구조를 수용한다. 이민 소비자들 역시 처해진 상황적 맥락에 따라 한국 문화와 미국 문화 중에서 절충행동을 하게 된다. 이러한 문화적 선택과 협상은 이민자들이 미국 사회 내에서 느끼는 역학관계에 근거하여 결정될 것이다.

이민사회가 보여주고 있는 문화적 다양성은 포스트모던 현상으로도 설명될 수 있다. 포스트모더니즘은 이성적이고 지배적인 하나의 관념만이 존재하는 것이 아니라 다양한 가치들이 공존하는 사회 특성을 말한다(Hirschman and Holbrook, 1992; Kaiser, 1997). 포스트모던 사회에서는 모호하거나 상반된 문화적 의미나 가치들이 공존하고 집단이나 개인마다 서로 다르게 절충되어 사용된다. 미국과 같은 다민족 국가에서는 여러 민족과 인종 집단들의 문화적 다양성으로 인해 이러한 포스트모던 특성이 더 두드러진다. 따라서 그 사회에서 살아가는 이민자 집단은 더욱 빈번하게 문화적 협상을 경험하게 될 것이다.

본 연구는 이와 같은 세 가지 이론들에 기초하여 미국에 거주하는 한국여성들의 대화내용을 분석하고 외모와 관련된 문화적 요소들의 의미를 해석하고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구문제

이 연구에서는 미국에 거주하는 한국 이민자들의 서로 다른 외모스타일 태도를 확인하기 위해 인구통계학적 측면에서 다양한 배경을 가지는 사람들을 연구하고자 하였다. 미국에서 태어난 여성들이나 아주 어려서부터 미국문화에서 성장한 사람들, 성장한 뒤 미국문화에 합류한 사람들과 여러 국가문화를 경험

한 여성들이 연구대상에 포함되었다. 직업 유형은 변호사, 회계사, 교수, 전문공무원 등 전문직 종사자들과 자영업자, 주부, 학생 등 다양하였다. 연령층에도 제한을 두지 않았음은 물론 배우자의 인종이나 직업 다양성도 고려하여 폭넓은 배경의 이민자 이야기들을 수집하고자 하였다.

본 연구에서는 한국인 여성이민자들의 외모스타일에 관한 대화를 통해 특히 다음과 같은 두 가지 연구 문제들을 확인하고자 한다:

연구문제 1. 외모스타일에 영향을 주는 문화적 요소들은 무엇인가?

연구문제 2. 외모스타일에 영향을 주는 개인적 특성은 무엇인가?

2. 연구방법

본 연구에서는 미국 California의 중부 소도시에 거주하는 20-50세까지의 한국계 미국여성 22명을 대상

<표 1> 인터뷰 대상자의 정보 (n=22명)

이름 (가명)	나이 (세)	직업	미국거주기간 (년)
Amy	21	대학생	미국태생
Cherry	22	대학생	미국태생
Carol	23	초등학교 교사	미국태생
Judy	29	교수	7
Kris	30	대학 ESL 강사	5
Nancy	33	주부	20
June	33	아동교육 전문가	19
Tracy	34	초등학교 교사	11
Daniel	34	비서	29
Helen	36	회계사	33
Tamara	37	주부	13
Stella	39	변호사	29
Susan	42	공무원	22
Eunice	42	교수	13
Monica	43	주부	11
Sandy	44	세탁소 경영	28
Janice	44	미용실 경영	8
Sonia	45	미용실 경영	17
Angela	45	주부	26
Nina	47	간호사	21
Maggy	50	주유소 경영	29
Jean	50	부동산 중개인	20

으로 2002년 12월부터 2003년 1월까지 면접조사를 실시하였다. <표 1>에 나와 있는 바와 같이 면접 대상자들은 직업과 거주기간 등에서 다양한 배경을 보여주고 있다.

면접언어는 영어와 한국어 중 대상자가 편한 언어로 진행되었다. 면접시간은 45분 내외로 소요되었고 면접장소는 면담자의 편의에 따라 자신의 집이나 사무실, 카페에서 실시되었다. 면접내용은 녹음된 뒤 글로 기록되었으며 기록된 자료를 바탕으로 분석되었다. 면접기록은 반복하여 읽고 검토되었으며 응답자들에게서 공통적으로 나타나는 내용들을 파악하고 의미 있는 차원 별로 묶었다. 즉 개인별 외모 스타일에 관한 대화내용에서 집단 전체의 보편적인 의미와 특징을 추출하였다.

IV. 연구결과

1. 외모스타일과 문화적 요소들

외모와 관련된 면접대상자들의 대화는 주로 화장 방식, 의복과 신체에 대한 관심, 의복브랜드 및 매장 선호도, 선호스타일 등에 관한 내용들이 많았다. 이와 같은 외모스타일 이슈들은 국가 문화 간의 타협, 성 역할, 사회계층, 연령과 세대 등과 같은 문화적 요소들을 지속적으로 반영하고 있었다. 응답자들은 보통 한 가지 이상의 문화적 요소들을 언급하였으며 이야기 내용들은 개인마다 다르기도 하고 개인 내에서도 서로 상충되기도 하였다.

1) 국가/민족 문화

대부분의 면담자들은 한국문화와 미국문화에서의 외모 스타일 차이를 지적하거나 미국 내 여러 민족 간의 외모를 비교하였다. 그리고 미국문화에 대한 경험이 외모스타일에 미치는 영향들도 언급하고 있다. Jean과 Janice, Nina는 미국사람들은 한국사람들보다 외모에 대해 덜 신경을 쓰며 외모가 타인의 평가기준이 되는 경우가 적다고 하였다. Helen 또한 한국에서 성장한 남편은 단정한 외모를 더 중시함을 설명하며 한국과 미국의 외모관념 차이를 암시하고 있다. Susan은 한국에서 시집은 올케가 유명브랜드를 좋아하는 점을, Amy도 한국인 친구의 브랜드 선호도 경향과 보수적인 스타일을 이야기하며 국가문화의 차이를 지적하였다. 대학생인 Cherry는 한국에서 유학 온 친구들의

옷차림, 머리모양, 화장 등이 미국인 친구나 자신의 외모와 다름을 설명하였다. 이민 2세인 그녀는 흑인, 백인, 남미인, 아시아인의 외모를 비교하면서 자신의 외모스타일을 백인에 유사한 것으로 평가하고 있다:

(Jean) “한국에서는 옷이 남 보여주기를 위한 것이었어요. 여기서는 싸구려 옷이라도 자기가 잘 소화시킬 수 있는 것, 자기 몸에 맞추어서... 그런 옷이 중요하고, 남이 뵈었느냐는 중요하지 않아. 직장에서는 그 옷 좋다고 하지 그 옷 어디서 샀냐, 얼마나 그런 거 안 물어봐. 너무 잘 어울린다, 칭찬하는 것까지 하지 (한국처럼) 어디서 샀냐, 나아가 얼마주고 샀냐, 이걸 안 물어봐요.”

(Janice) “한국 사람들은 외모로 사람을 평가하려고 하는데 여기는 외모나 옷차림으로 평가하지 않아요. 피부도 별로 안하고 칼라는 좀 하죠. 몸매, 피부도 신경을 많이 안 써요... 내 친구가 여기서 facial(피부관리)을 하는데 그렇게 잘 안돼요, 한국에서는 많이 하는데.”

(Helen) “My hus also likes nice clothes. He wants Hugo Boss clothes, Calvin Klein. Well, he is Korean, too. He cares more about what he wears. So all his clothes, pants, shirts, are taken to the cleaner's and ironed. His colleagues wear khaki pants, which are not ironed, just from the wash machine.”

(Susan) “My brother's wife was born in Korea and grew up in London. Her parents are in Korea. Her appearance is not really different from mine. But when she goes shopping, she definitely likes to look at the namebrands.”

(Cherry) “I think there is a big difference between Korean and American friends' style. Korean girls like dress very well. They use lots of make-up and they dress very similar each other like black pants, black shirts or black coats. But Americans here, they wear sweater, jeans, lots of different color. I'm more similar to my American friends.”

Sonia와 Nancy는 미국 체류기간이 길수록 한국스타일의 옷보다 미국스타일의 채택이 늘어난다고 하여 현지문화에 대한 동화가 시간에 비례함을 암시하였다. 그리고 Tamara는 미국 사람들의 의복관습과 자

신의 외모동화에 대해 언급하였다:

(Sonia) “(여기서) 오래 살아보니까 한국 옷이 (이젠) 맞진 않아... 스타일도 그렇고 가격도 그렇고, 한국 옷을 사오면 (스타일이) 다르고 된다.”

(Tamara) “미국은 절기따라 행사따라 옷을 입는 거 같아요. 이틀테면 X-mas 때는 다 빨강색 입고... X-mas에는 애들 학교에서 파티가 많은데 그냥 평상복 입고 가는 엄마는 나밖에 없더라고요. 신타 옷, raindeer 옷, 이런 거 입고들 오니까 저도 안되겠어서 그런 거 하나 사고... 남편(병원)의 farewell party에서 보면 미국 여자들은 정말 가슴, 등이 파진 드레스를 입고 와요. 저는 아직 그렇게까지는 못입지요. 그래도 구슬 같은 것이 달린 옷을 입고 가요. 드레스는 안 입어요.”

일부 응답자들은 인종에 따른 신체특성이 외모스타일 선택에 영향을 줄 수 있다고 하였다. Tracy는 동양인의 작은 체격 때문에 미국사회에서 옷차림과 외모에 더 신경을 쓴다고 하였고 Judy와 Kris는 체격과 피부색이 다름으로 인해 외모관리가 더 중요시됨을 언급하였다. 특히 Kris는 동양인은 화장과 외모관리를 통해 백인사회에서 경쟁력 있는 이미지를 가져야 한다고 주장하였다:

(Tracy) “다른 선생님들은 키도 크고 하니까 선생님같이 느껴지는데 저는 화장도 안하고 애들처럼 입고 다니면 선생인지 학생인지 모를 거 같아요. 다른 동양계 여자들은 화장 안하는 것 같아요... 작년에 교감이 동양이었는데 항상 양복 입고 오거든요 보통 양복 입은 사람이 드문데... 아마 권위 있게 보이려고 그랬던 거 같아요.”

(Judy) “백인은 분홍, 파란 색이 이쁘잖아요? 흰 피부와 잘 맞지만, 우리는 그렇죠. 저는 특히 얼굴이 까만 편이라서... 여기서는 인종적 차이보다는 체격, 피부색이 다르니까 재네랑 나랑 다르게 입어야지 하고 있어요. 그게 사실 여기서 옷 사는 걸 힘들게 하는 거죠.”

(Kris) “근데 동양인들은 화장을 좀 해야 돼. 이 사람들(백인)과 같은 이미지는 안 나오지만 뒤지고 싶지 않더라고요. 깨끗한 이미지가 중요하잖아요.”

외모에서 나타나는 문화적 표현은 배우자의 국가

문화에 영향을 받을 수 있다. Daniel은 백인과 결혼한 자신의 언니를 예로 들고, Nancy는 이민 2세와 결혼한 여동생의 외모스타일을 설명하면서 미국문화가 지배적인 배우자를 만나는 경우에는 체류기간이나 결혼 전의 문화적 지향과 관계없이 외모스타일 역시 더 미국화 된다고 하였다. 즉 이민 여성의 외모스타일은 배우자의 문화적 지향성에 영향을 받는 것으로 해석된다:

(Daniel) "My sister is very western & Americanized because she married with Caucasian even though she is older than I...so she had more Korean influence but married with Caucasian and she became completely white. And I married with Korean American and I have to deal with more Korean American in-laws. So I become more and more Korean. We eat more Korean foods, so we are very different...She is probably more stylish and more assimilated."

(Nancy) "My sister got married with a Korean American who can understand but can't really talk in Korean, definitely second generation.... People do change. We did have same taste but I like to wear in simple way while she likes to wear more in fancy way.... So I could tell she became more Americanized than I am now, more open, more casual style, different...I think fashion changes according to age, influence, environment, social groups, backgrounds, where you are."

요약하면 국가문화가 외모관리에 미치는 영향은 일관성 있게 지적되기 보다는 응답자의 현지문화 경험 기간이나 신체이미지 인식, 배우자의 문화 등과 같은 상황적 맥락에 따라 서로 다르게 해석되고 있었다. 사회적 맥락에 따른 유연한 외모선택 태도는 해외 거주 중국인들의 환경에 따른 문화협상 행동과도 일치한다(Ong, 1999). 그녀는 홍콩이나 미국에 거주하는 중국인들의 문화절충 방식이 결혼상대나 체류기간 등의 요인들에 의해 영향을 받는다고 하였다.

2) 성 관념과 외모스타일

외모스타일과 관련되어 언급된 사회적 성의 관념은 응답자들에 따라 달랐다. June과 Sonia는 자신의 남편들은 소꿉이나 외모에 관심이 없는 반면 자신은

외모나 옷에 관심이 많다고 함으로서 외모스타일이 남성보다는 여성의 관심 분야임을 암시하고 있다. 그러나 Daniel, Angela, Sandy 등은 자신의 남편들이 스타일과 패션에 안목이 높으며 패션제품의 구매를 즐긴다고 말하면서 외모에 대한 이들의 성 관념이 전통적이지 않음을 보여준다. Cherry 역시 남동생의 유명 브랜드 구매를 언급하며 외모에 대한 전통적인 성 개념이 적용되지 않음을 나타냈다:

(June) "He(Husband) doesn't like shopping but I like shopping. 요즘은 시간도 없고 돈도 없으니 못 하지만 만약 choice가 있으면 맨날 나가요. 너무너무 즐기고 패션 매거진도 한달에 다섯 권은 봐요...Sometimes my hus recommends some clothes for me. But I don't believe. He is definitely engineer... 남편이랑 나갔을 때 남편이 저거 이쁘다고 해서 보면, 어이구 나랑 십년은 살았는데 저게 이쁘다고? 그렇게 밖에 못하나 싶어요."

(Daniel) "My husband, Jim, has a better eye for style and fashion than I do. All the time I looked him to tell me what I should wear. He is very patient, goes shopping with me, waiting and giving advice for my selection either good in pattern or style. And he likes to shop for himself."

(Sandy) "아빠(남편)는 누가 골라주는 거 절대 안입고, 저는 한번도 골라준 적이 없어요. 항상 혼자 골라입고 그리고 자기가 산 옷도 맘에 안들면 사놓고 안입고...내가 옷 입는 것에도 결혼 초에는 간섭을 많이 했다. 우리는 남녀가 거꾸로 되었다."

(Cherry) "My brother likes to wear very expensive clothes like DKNY, Banana Republic, Armani E/X. I like brandname too but I don't buy too expensive clothes. He picks his clothes by himself."

그런가 하면 외모에 대하여 남성들이 남성적인 동시에 여성적인 태도를 가진다고 설명하는 대화들도 있었다. Judy의 경우 남편이 옷에 대한 관심은 낮지만 안목이 어느 정도 있으며 Susan도 자신의 취향과 일치하지는 않아도 미국인 남편이 옷과 구두를 사주는 등 자신의 외모에 관심을 가져준다고 하였다. 이

와 같은 대화는 남녀의 성 차이가 모호해지는 오늘날의 포스트모던 현상을 반영한다(Kaiser, 1999).

(Judy) “남편은 전형적인 한국남자라서 옷에 신경을 안 써요. 어머니가 사주는 거 입고 그러더라고요... 근데 보는 눈은 좀 있어요... 내가 이거 살까, 저거 살까 하고 신랑한테 물어보면 내가 ‘이건 좀 그렇다’ 싶은 것은 똑같이 (아니라고) 지적 해요. 그래서 옷 사는데 도움이 되요.”

(Susan) “My hus is very sensitive, not just for the clothing, but he is sensitive. Korean males don't express themselves. However, Americans don't have any problem with expressing themselves. When he notices a new thing to me, he express like, 'Oh, that's nice'. And he buys me a few clothes though half of them I have to return, ha-ha, or exchange. He buys for me sweaters, skirts, jackets, shoes. I love shoes, so he buys shoes. I have tons of shoes.”

요약하면, 인터뷰 대상자들은 자신과 가족들의 외모스타일 태도를 언급하면서 개인마다 서로 다른 성 관념을 가진다는 사실을 보여주었다. 또한 일부 응답자들은 한 개인에게서 전통적 성 관념과 비전통적 성 관념이 혼재되어 있음을 설명하기도 하였다.

3) 사회계층 상징

대부분의 면접자들은 브랜드 명성에 관심이 있었고, 선호하는 브랜드 이름들을 언급하였다. 브랜드 제 품은 이미지(예: ‘브랜드를 좋아해서’, ‘외모를 돋보이게 해서’)나 제품특성(예: 사이즈, 피팅, 디자인, 적절한 가격) 때문에 선호되거나 품질(예: 품질보증)의 대리지표로 선택된다고 하였다. 어떤 이유이든 응답자들이 열거하는 브랜드들은 미국 중류층이 선호하는 것들이 많아서 사회계층을 염두에 둔 이민자들의 소비태도를 보여주고 있다:

(Helen) “For me, I like to wear clothes from Gap. For dressy clothes, I like expensive designer's clothes. I like St. John, Donna Karen, Michael Kors... I used to buy Claud Montana, that is not a normal people's wear, not a classic wear, clothes for the moment.”

(June) “I like just regular moderate clothes like Banana Republic, J. Crew, Nordstroms. I like

Baby Gap, Jacadi (prestige brand for kids) and Polo Kids.”

(Maggie) “저는 편안한 옷을 좋아해요 그래서 10년 후에도 계속 입을 수 있는 St. John이라고 있지요 그걸 즐겨 입어요. 하나라도 비싼 걸 사두면 오래 입을 수 있고 외모가 돋보이지 않아요.”

(Judy) “Ann Taylor라고요, 좋아해요. 거기 Petti size가 팔다리가 짧게 나와요. 저희 취향에 맞아요. 디자인이 너무 튀지않고... 옷의 quality를 잘 모르니까 그냥 brandname을 따져 사요. 여기는 brandname도 sale할 때는 상당히 싸거든요. 그 대신에 quality는 guarantee되니까.”

(Daniel) “I like Ann Taylor, because of it's firm fitting but I feel that it's overpriced and the quality is not that good. The quality of Nordstrom's is much better than Ann Taylor if the prices are same.”

(Kris) “저는 Brand를 좋아해서 Polo 좋아해요 또 Banana Republic이나 Ann Taylor 그런 거 좋아하죠.”

위의 경우들과는 달리 일부 응답자들은 유명 브랜드에 대해 관심이 적은 대신 몸에 편하고 관리하기 좋은 저 등 실용적인 패션제품에 관심이 더 컸다. Sonia는 한국인과 이민자들의 브랜드 관심도를 비교하며 이민자들의 브랜드 인지도가 상대적으로 낮음을 언급하였다:

(Eunice) “가능하면 그냥 제가 집에서 손으로 세탁해서 할 수 있으면, 그런 걸루... 살 때 브랜드 내용은 안 보고 그 뒤에 세탁은 어떻게 하나. 그거가 저는 많이 참고하죠.”

(Sonia) “난 여기서 뭐가 좋은 건지 메이커를 몰라. 한국 사람들 와 가지고 브랜드를 얘기하는데 난 하 나도 모르는 거야. ‘저 엄마, 저거 입었네, 어떤 엄마는 백(bag)서부터 명품이야’ 이러는데, 우리는 명품이 뭔지 모르는 거야.”

이와 같이 지위나 계층의 상징인 브랜드는 이미지나 제품 속성, 품질의 이유로 일부 한국 이민자들에게 의해 선호되기도 하고 반대로 다른 응답자들에게는 중요시되지 않았다. 그러나 대부분의 응답자들은 브랜드 명성이 주는 지위상징적 의미를 인식하고 있는 것으로 보였다.

4) 연령/세대

면담자들은 연령이 외모스타일 관리에 영향을 준

다고 이야기하였다. 결혼 전과 그 이후, 젊은 세대와 중년 세대의 차이는 거주 지역의 맥락과 함께 외모규범을 이분하는 중요한 요인이 됨을 지적하였다. Helen은 결혼 전과 결혼 후에 변화된 자신의 의복관심과 선호스타일을 언급하였다. Sonia는 캘리포니아 지역의 노출이 많은 외모스타일을 설명하면서 젊은 연령층은 한국에서나 미국에서나 모두 유사하게 노출이 많은 스타일이 입혀진다고 하였다. 40대 중반의 Janice는 나이 들어 보이는 것은 싫지만 젊은이들의 과도한 노출에는 부정적으로 반응하여 보수적인 태도를 나타냈다. 50대인 Maggy는 나이가 들면 화장이나 외모관리가 중요하다 하였으며 자신의 외모는 딸에 대한 사람들의 평가에도 영향을 줄 것이라고 생각하고 있었다:

(Helen) *"My sister is not married, so she cares much more about what she looks like than I do. I like more classic clothes. But when I was young before I got married, I liked clothes of the moment."*

(Sonia) *"동부, 미국 내에서도 백인 우월한 지역은 안 그런데 백시칸이 많이 사는 이 캘리포니아가 더 많이 개방적이야, 멕시칸은 노출을 좋아해. sexy하게 보이는 걸 원해...이전에 한국 가서 보니 (한국) 젊은 사람들도 배꼽티에 상반신을 드러내는 사람이 많던데?"*

(Maggy) *"젊었을 때는 안했는데 나이 드니까 예의다 싶어요. 우리 아시아인들의 피부가 화장을 안하면 색깔이 죽어요, 예의가 아니고.. 지금 나이가 50이 넘잖아요. 남편이나 나나 외모에 신경을 써야 될 나이가 된 거 같지 않나 싶고...그래서 모임을 가더라도 저 집 딸은 엄마를 닮아서 좋다고 하는 말을 들어야 되는 나이라 벌써부터 신경을 써야 되니까."*

즉, 연령과 세대라는 문화요소는 국가문화적 요소와 연관되어 이민자 집단의 외모규범 인식에 영향을 주는 것으로 간주된다. 특히 한국에서 성장한 후에 이민을 온 중년 이상의 여성들에게는 미국문화에 노출된 기간이 길어도 옷차림 평가에서 한국적이며 보수적인 태도를 보여주고 있다.

2. 외모스타일과 개인적 특성

면담자들과의 대화에 의하면 문화적 관념뿐만 아

니라 개인적인 특성들도 외모관리 방식에 영향을 주는 것으로 보인다. 응답자들의 외모스타일은 개인의 라이프스타일이나, 물질적 여건, 개인의 가치관과 취향, 정신적 성숙도에 따라 달라질 수 있음을 언급하고 있다. Judy와 Amy는 인종이나 국가 문화의 차이 만으로는 이민자들의 외모행동을 모두 설명할 수 없으며 개인의 특성들도 외모스타일 방식에 영향을 준다고 지적하였다. Kristine은 외모와 신체적인 매력을 중요시하는 자신과 외모를 중요시하지 않는 여동생을 비교함으로써 같은 형제라도 가치관에 따라 외모스타일이 다를 수 있음을 보여주었다:

(Judy) *"한국 vs. 미국 차이도 있지만, 미국 내에서도 차이가 큰 거 같아요. African American 이랑 roommate를 했는데 굉장히 외모에 신경을 썼어요. 근데 어떤 company에서 일할 때 African American 동료는 깔끔하긴 했지만 그리 화장을 안했어요. 학생들 중에는 Asian American 중에서도 어떤 애들은 화장을 많이 하고 어떤 애들은 전혀 안하고 맨 얼굴로 다니고..."*

(Amy) *"I don't think there is trend difference between ethnicity, African American and white, because back to my high school, I used to wear baggy pants. I think personality, or personal view on what is the fashion at that time(is important).....Now I believe in modesty. So, I was just more covering of..."*

(Kris) *"(저는 대학 때) 역삼동에 이회제가 하는 'Why not' 이란 차밍 스킨 일반부에 들어가서, 3개월을 화장하고 walk도 배우고, 옷 입는 거 배우고, 머리 배우고, 다 배웠어요. 남들 컴퓨터 다니고 그럴 때, 저는 차밍 스킨 다니고, ..그런데 제 여동생은 그런 거 안해요. 동생은 (차밍 스킨 다니는걸) 머리 빈 애들만 하는 걸로 생각해요."*

개인의 가치관이나 취향, 정신적 성숙도 외에 정체성의 형성 역시 이민자의 외모스타일에 영향을 주는 것으로 나타났다. 어려서 미국에 온 Daniel의 경우 성장한 뒤 자신의 민족적 정체성을 확인하면서 옷차림에 대해 자신감이 생겼고, 자신의 아시아인 체격을 매우 긍정적으로 평가하게 되었다고 한다. 어린 시절부터 해외에서 살아온 June 역시 대학에서 한국계 친구와 친해지면서 한국인의 정체성을 갖게 되고 미국

문화 속에서도 자신감을 찾게 되었다고 한다. 이 두 사람의 외모스타일은 현지 미국인과 매우 유사하였으나 한국 음식이나 한국어, 한국적 가치관에 대한 관심이 매우 높았다. 한편 이민 온지 몇 년 안되는 30대 초반의 Kris는 이민자들은 상황적 맥락이 미국문화 주도적인지, 한국문화 주도적인지에 따라 두 나라 문화를 유연하게 표현할 수 있어야 한다고 하였다. 즉 Kris는 새로운 문화 속에서의 긴장을 해소하기 위해 문화 협상이 필요함을 인지하고 있었다:

(Daniel) *"I feel like that I'm a late boomer. I just came to my own as who I am, my own person, as a woman, a kind of maturity. For the clothes, now I can control, know what's good, what's not... I was always happy with my height, petti (size), thin. I was always grateful about that. I saw my white counterpart were getting chubby and overweighting. I was always grateful for my Asian blood that made me be able to stay thinner than the other."*

(June) *"After I got to college, I became more intimate with Korean friends. I think naturally you just have a certain bond with Korean people, language, culture, & better understanding...Lots of Korean Americans have Korean friends after they went to college. When Koreans go to college, we think 'Oh, this is it.' You feel comfortable. feel like to find identity, not embarrassed any more."*

(Kris) *"여기서는 한국 사람들이 두 가지를 해야 돼요. 한국 스타일도 어느 정도 고수하면서 미국사회에도 적응해야 하니깐 늘 두 개 다 하는 것 같아요."*

Jean과 Stella는 자신들의 직업에 따른 옷차림을 설명하면서 개인의 직업 정체성 역시 외모스타일에 영향을 미친다는 사실을 보여주고 있다. 이들은 각각 부동산 중개인과 변호사로서 회사와 고객의 기대에 맞는 옷차림은 개인의 직업역할을 표현하는데 중요하다고 인식하고 있다:

(Jean) *"손님 만나러 갈 때는 professional하게 보여야 하기 때문에...open house 때는 formal하게 dress up 해요...보통 realtor 하면 항상 깨끗하고 좋은 차에 dress up하고 있는 걸로 생각하기 때문에 내가*

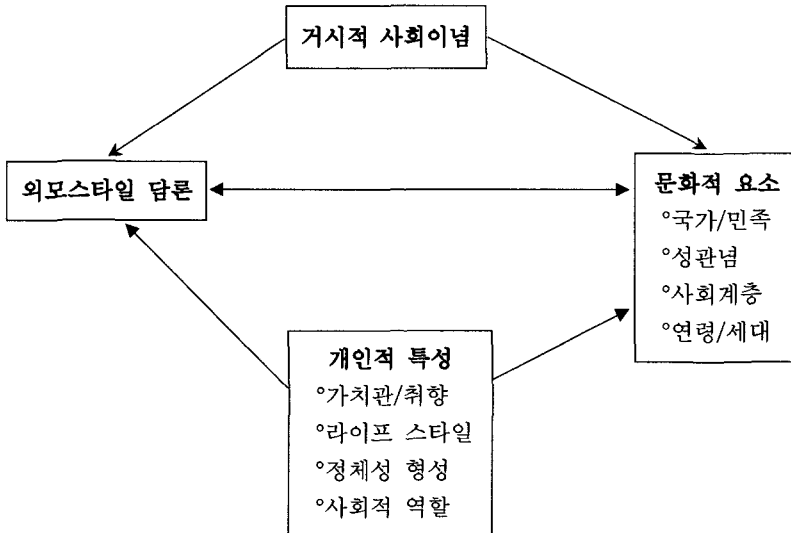
dress down했을 때는 손님들이 나를 professional하게 보지 않을 거라고 내가 미리 생각해요 특히 처음 손님을 만날 때는 신경을 더 써요."

(Stella) *"Especially you take cues how they dress, what they carry. Everyone carries Coaches, brief case, I still love Coach (which is) nothing flashy, very conservative. We want to be taken seriously. Again, the place is conservative. We were mentored conservatively. Even in suit and stuff, you didn't see anything two colors, eye touching...very subdued, dark colored. We didn't wear pant suit often. It was almost always skirt suit."*

요약하면 이민자들의 외모스타일 방식은 국가문화, 신분상징, 성관념, 연령 등과 같은 문화적 요소들 외에 개인의 가치관이나 정체성 형성과 같은 개인적 특성에 영향을 받는다. 현지 문화 속에 성장한 이민자들이 성장한 이후에 새롭게 민족정체성을 확인할 수 있고 이것은 인종적 외모에 대한 자신감의 형성에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 현지 거주기간과 관계없이 개인이 중요시하는 문화에 따라 소비기준이 선택된다고 하는 Thompson and Tambyah (1999)의 결과와 일치한다. 그들의 연구에서, 싱가포르라는 국제도시에서 거주하는 다양한 국적의 세계인들은 자신이 중요시하는 문화에 근거하여 소비방식을 결정한다고 한다. 일례로 캄보디아와 프랑스에서 살았던 캄보디아계 남자는 제품구매나 집안분위기 연출 등의 일상생활에서 파리 스타일을 선호하고 있었다. 개인마다 서로 다른 문화협상 행동은 타이티에서 미국으로 이민 온 가정을 대상으로 한 Oswald (1999)의 연구에서도 나타났다. 그녀가 인터뷰한 가족 중 타이티에서 프랑식 교육을 받았던 언니는 프랑식 라이프스타일을 좋아하고, 이민 온 후 미국에서 자란 동생은 미국 문화에 더 많이 동화되어 있었다. 그러나 동생은 언니보다 타이티 인으로서의 정체성이 더 높았고 대가족생활과 타이티 실내장식, 타이티 음식을 더 많이, 자주 선택하였다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 미국에 거주하는 한국여성 이민자들의 외모스타일 관리에 영향을 주는 문화적, 개인적



<그림 1> 외모스타일에 관한 문화적 의미 모델

속성들을 대화내용을 분석하여 알아보았다. 이민자들의 외모스타일에 영향을 주는 문화적 요소들로는 국가문화, 성관념, 사회계층, 연령 등이 있었다. 현지 문화 경험 기간이나 민족적 신체이미지 인식, 배우자의 문화적 가치 등의 국가문화 맥락 속에서 협상된 결과가 이민자들의 외모 선택에 영향을 주었다. 또한 이민자들의 외모관리에 나타난 성관념은 개인마다 달라서 전통적인 관념을 갖는 사람이 있는가 하면 비전통적인 성관념을 보이는 사람, 또는 양쪽 성관념을 동시에 보여주는 응답자들이 있었다. 많은 면담자들은 브랜드 의류제품이나 명성있는 매장에서의 쇼핑을 이야기하여 사회계층 및 지위상징성을 염두에 둔 구매태도를 보여주었다. 또한 연령과 세대라는 문화 요소는 국가문화와 연관되어 외모규범에 관한 이민자의 태도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이와 같은 문화적 관념뿐 아니라 개인의 가치관이나 라이프 스타일, 정체성 형성이나 사회적 역할 등과 같은 개인적 특성도 이민자들의 외모스타일 관리에 중요한 요인들로 확인되었다.

의미전달 모델, 후기구조주의 이론, 포스트모더니즘 관점에 기초하여 조사되고 해석된 한국인 이민자들의 대화내용은 <그림 1>과 같은 문화적 의미모델로 요약하여 표현할 수 있다. 미국이라는 사회구조가 지니는 문화적 의미들은 사람들의 대화를 통해 나타나는데 외모스타일은 성이나 국가민족, 사회계층 및 연령 등과 같은 문화적 주제들을 반영한다. 이 모델

은 문화협상 행동이 거시적인 사회관념에 따라 일반적으로 진행되는 것이 아니라 개인과 사회의 문화적 맥락에 따라 변화하며 시간의 경과에 따라 역동적으로 달라질 수 있음을 보여주고 있다.

<그림 1>에서 제시된 문화적 의미모델은 외모스타일과 사회문화 요인들, 개인적 특성 간의 관련성을 제시하고 있다. 따라서 이 모델은 앞으로 소수민족의 외모스타일 행동을 객관적인 방법으로 파악하는데 있어서 유용한 이론적 모형이 될 수 있다. 후속연구로는 세 가지 방향의 연구가 제안된다. 첫째, 문화요인 및 개인적 속성을 측정하는 항목들을 설문지로 개발하면 외모행동에 대한 이 모델의 설명력을 양적으로 검증할 수 있다. 둘째, 미국 외의 국가에 거주하는 한국인 이민자들의 외모와 의복행동 연구에 적용하여 미국 거주 한국인들과의 문화협상 행동의 차이를 비교하는 연구가 이루어지면 문화적 의미모델의 타당성을 검증하는데 도움이 될 것이다. 셋째, 한국 사회 속에 거주하는 외국인들의 외모스타일 행동과 문화협상 과정을 본 연구의 결과와 비교하면 이 모델의 일반화 가능성을 확인할 수 있다.

참고문헌

- Croft, M. (1994). *Market segmentation*. New York: Routledge.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2000). Introduction: the discipline and practice of qualitative research. In N. K. Den-

- zin, and Y. S. Lincoln (eds.). *Handbook of Qualitative Research* (2nd ed., pp. 1–28). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Foucault, M. (1980). *Prison Talk*. In Colin Gordon, *Power/knowledge: selected interviews and other writings, 1972-1977* (pp 37–54). New York: Pantheon.
- Hirshman, E. & Holbrook, M. (1992). *Postmodern consumer research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Kaiser, S. (1997). *The social psychology of clothing*. New York: Fairchild Books Pub.
- Kaiser, S. (2004). *Cultural studies of style and fashion*. New York: Fairchild Books Pub. Forthcoming.
- McCracken, G. (1988). *Culture and consumption*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Ong, A. (1999). *Flexible citizenship: The cultural logistics of transnationality*. Durham & London: Duke University Press.
- Oswald, L. R. (1999). Culture swapping: consumption and the ethnogenesis of Middle-Class haitian immigrants. *Journal of Consumer Research*, 25(March), 303–318.
- Penaloza, L. (1994). Atravesando fronteras/border crossings: A critical ethnographic exploration of the consumer acculturation of Mexican immigrants. *Journal of Consumer Research*, 21(June), 32–54.
- Thompson, C. J. & Haytko, D. L. (1997). Speaking of fashion: Consumers' uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meaning. *Journal of Consumer Research*, 24(June), 15–40.
- Thompson, C. J., & Tambyah, S. K. (1999). Trying to be cosmopolitan. *Journal of Consumer Research*, 26(Dec.), 214–241.
- Tullouch, C. (2000). My man, let me pull your coat to something. In S. Bruzzi, & C. Gibson (Eds.), *Fashion Cultures: Theories, Explorations and Analysis* (pp. 298–314). London and New York: Routledge.