

디자인 패러다임의 전환과 여성성이 강조되는 페미니즘 디자인에 관한 연구

A Study of the Feminism Design Emphasizing Feminity and Conversion of Design Paradigm

김 양 희*
Kim, Yang-hee

Abstract

The change in the social paradigm has been directly reflected in design. Throughout the conversion of design paradigm based on ecological paradigm, ecological design and green design make it possible to sustain society and improve the quality of human life. Also, the conversion of design paradigm mean that it changed from Male-identified and Male-dominated design to feminism design, which emphasizes femininity. Because the characteristic of ecological design and feminism design can be understood in the same context.

Feminism design is not the kind of design that embodies the stereotype of social gender but the design that reflects the femininity which can be conferred as emotional, intuitional, mutual, sharing, organic and natural . If the result of design recognizes the diversities and differences of the users -based on the female users' experiences and knowledge- and if the need and the requirement of the design are useful enough, through the unity with human environment and harmonious participation, Eco-design and Feminism design will use their abilities to sustain the society and to enhance the quality of human life.

키워드 : 생태학적 세계관, 디자인 패러다임, 페미니즘 디자인, 여성성, 자연, 여성적 특성

Keywords : ecological world view, design paradigm, feminism design, feminity, nature, characteristics of feminity

1. 서론

1.1 연구의 목적과 배경

19세기 근대화 과정을 거치면서 빠른 경제성장과 기술의 발달은 인간 사회에 무분별한 개발과 자원의 남용에 따른 환경문제를 발생시켰다. 환경문제는 환경오염과 자연의 파괴를 불러왔고 그 배경에는 근대 서구 문명이 지향했던 보편적 세계관이 내재되어 있었다.

환경문제는 인간생존에 관련된 것으로 그 중요성이 더욱 부각되고 있는데 인간과 자연을 유기체로 인식하여 상호 보완적이고 조화를 이루는 체계로 인식하는 '생태학적 세계관'을 미래를 위한 새로운 패러다임의 하나로 학자들은 제시하여 왔다. 생태학은 유기체와 무기체, 모든 생명체간의 상호관계를 연구하는 학문으로 현재는 인간 생활 전반에 걸쳐 '생태학'이라는 사회적 패러다임이 가시화되고 있다.

생태학적 세계관과 함께 21세기 패러다임의 변화 안에는 여성적 특성이 강조되는 문화가 논의되고 있다. 기계적 사회를 대변하는 제품이나 도구, 광고들이 감성과 부드러움을 주장하며 곡선의 형태와 다양한 색, 패턴을 반영한 디자인을 선보이고 있고 마케팅적 입장에서 사용자 혹은

구매 결정자로서의 여성의 역할에 대한 기대, 사회적·문화적인 여성의 능력에 대한 인식의 변화, 삭막한 도시에 녹지공간을 계획하고 커뮤니티를 활성화하기 위한 움직임 등을 예로 들 수 있다.

여성성(Feminity)이 문화에 다양하게 반영되고 있다면 여성에 관한 연구로서 여성학을 살펴보아야 하며 여성학을 위해서는 '페미니즘(Feminism)'이라는 여성주의 인식론을 이해하여야 한다. 페미니즘은 기계론적, 물질론적, 이원론적 문화 안에서 여성의 평등한 권리와 정치적, 경제적 기회를 주장하는 데에서 출발하며 페미니즘의 다양한 주장들 중에 에코 페미니즘(Eco-Feminism)은 인간관계와 자연을 대상으로 생태학적 관점을 포함하여 어느 페미니즘 주장보다 포괄적인 이해를 요구하고 있기도 한다.

생태학적 세계관과 여성성의 경향이 세기의 전환점에서 사회문화 전반에 걸친 특징이라면 디자인 영역도 예외일 수 없다. 물질론적 세계관이 근대사회를 지배할 때 디자인은 제품의 대량생산으로, 공간설계분야에서는 자연의 개발을 통한 환경훼손 등으로 생태계의 파괴로 연결되어왔다. 현재는 생태학적 인식에 근거하여 지속가능한 디자인, 친환경적 소재, 생태적 구축환경 등의 다양한 실천방법들을 제안하고 있다. 또한 남성주도의 사회 이데올로기는 디자인 요소와 형태에도 반영되어왔다. 패러다임의 전환에 따

* 정희원, 안산공과대학 건설정보시스템과 겸임교수

라 디자인의 형태와 색채, 질감에서 유기체적, 여성적 감수성의 경향을 볼 수 있으며 공간 디자인에서도 여성적 특질이 반영되고 여성을 배려한 디자인 사례를 적지 않게 만날 수 있다.

따라서 본 연구에서는 위에서 논의한 바와 같이 생태학적 관점과 남성중심의 가치관에서 벗어나 성의 구분을 넘어 차이와 다양성을 존중하는 페미니즘을 기반으로 하는 '여성성(Feminity)'을 현재의 시각에서 재조명하고, 그 사례들을 연구함으로써 새로운 시대의 공통된 가치로서의 여성성이 디자인 영역에서 활성화될 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

1.2 연구의 방법과 내용

21세기를 맞이한 현재, 우리는 급격한 기술의 발달과 그에 따른 사회적, 문화적 변화의 중심에 서있다. 이러한 상황에서 인류의 관심도 이원론적, 기계론적, 남성 중심적 세계관에서 자연, 문화, 여성, 환경으로 집중하고 있다.

따라서 시대의 패러다임과 페미니즘의 흐름을 문헌을 통해 알아보고 여성성의 개념을 현재의 시각으로 고찰하여 여성적 특성과 디자인의 관계를 설명하고자 한다. 사례를 위해서는 페미니즘 관점에 기초하여 사용자로서의 여성과 생산자(디자이너)로서의 여성으로 분류하고자 한다. 이에 따라 대량생산과 함께 출발한 디자인의 영역으로서 제품 디자인과 근대개발의 영향으로 인간 생존과 밀접한 관계가 있고 현대에 들어 관심이 증가하고 있는 환경으로서 공간 디자인의 영역에서 사례를 살펴보고자 한다.

내용으로는 여성과 자연, 디자인에 대한 인식변화를 살펴보기 위해 시대적 패러다임으로서 생태학적 패러다임과 함께 페미니즘의 유형들에 대한 이론들을 고찰하고자 한다. 디자인의 영역 전반에 걸쳐 여성성이 상호간에 기여할 수 있는 가능성을 탐색해보고 다양성, 감성, 생성과 변화, 상호간 교감 등 페미니즘의 특성이 디자인에 구체적으로 적용된 사례를 제시하여 페미니즘 디자인의 개념을 정립한다.

2. 패러다임의 전환과 페미니즘

2.1 패러다임의 전환

오늘날 환경오염에 따른 문제들은 이미 오래전부터 전 인류의 관심사이자 생존과도 연결된 것으로 산업혁명을 거치면서 과학기술의 개발을 기반으로 한 산업화가 직접적인 원인이라 할 수 있다. 산업화는 무분별한 개발과 각종 환경오염으로 생태계를 파괴해왔고 산업화가 진행되던 당시의 사회 정치적 배경에는 서구 근대 문명이 지향했던 가치관이 내재되어 있었다.

근대 문명의 세계관은 '기계론적 세계관', '남성중도의 세계관'이라 할 수 있으며 여기에는 자연과의 조화나 다양한 개체들의 공존이라는 개념은 고려대상이 아니었다. 각 개체들의 생존과 그를 위한 활동과정에 초점을 맞추어 가설을 세우고 실험을 거쳐 그들 나름의 타당성을 부여하여

왔던 것이다. 이러한 것들이 '객관성' 혹은 '합리주의'라는 이름으로 근대사회를 지배하는 원리가 되었고 20세기에 이르기까지 과학기술의 발달은 자연의 과정들을 역행함으로써 인간의 의도대로 자연을 지배할 수 있을 것이라 믿어 왔다.

그 결과 오늘날 이러한 기계론적, 과학적, 물질론적 세계관으로 환경파괴가 생태계 파괴로 이어지고 있으며 이를 막기 위해서는 문화, 정치, 경제를 뒷받침하는 사회의 가치관의 변화가 필요함을 인식하여 왔다. 이러한 배경에서 인간과 자연을 전체적 유기체로 인식하고 상호 관계의 망(網)으로 보는 '생태학적 세계관'이 세기말부터 새로운 사회 패러다임으로 제기되었고 환경과 생태에 관한 문제는 이미 오래전 예견되어 왔던 것이다. 생태학은 유기체와 무기체, 즉 모든 생명체간의 상호작용관계를 연구 대상으로 하는 학문으로, 전문화, 세분화된 사회를 하나의 전체로 파악하여 상호조화를 목표로 하고 있으며 파괴된 인간 사회를 자연환경과 조화롭게 화해시키기 위한 학문분야이기도 하다.

인간은 현실적으로 인간이 만들어 놓은 인위적 환경에 살고 있는 동시에 자연으로의 복귀를 지향하고 있으며 기술문명에 의한 자연과 인간이라는 이원론적 사고는 생태학적 세계관에 의해 인간도 자연의 일부라는 인식으로 바뀌어 왔다. 이것은 모든 영역간의 상호관련성과 의존성을 수용하는 태도로서 유기체로서의 인간과 자연을 이원론적 관점에서 보지 않고 생동하는 전체 시스템으로 보는 '전일론적 세계관(Holistic Worldview)'을 유도해 냈으며¹⁾ 이는 동양사상을 반영하여 부분과 전체를 유기적이고 상호보완적인 하나로 보는 새로운 자연관이다.

동양사상에서도 서양의 기계론적 가치관과 같이 인본주의나 인간중심적 사상을 말하는 경우도 있겠으나 동양적 사고는 '우리'와 '희생'이라는 개념이 발달해 있고 중용(中庸)에는 만물이 살아가면서 서로 해치지 않는다는 이상세계를 표현하고 있다.²⁾ 자연과 인간을 고려함에 있어서도 하늘의 뜻과 이치를 존중하는 자세를 볼 수 있으며 인간 뿐 아니라 우주의 모든 존재의 생명도 존중함을 알 수 있다.

20세기 대표 철학자 화이트헤드(A. N. White)는 새로운 자연관으로 전환하는 계기를 생물학적 사유방식에서 찾았으며, 자연이 물질의 개념이 아닌 유기체라는 인식으로 '유기체론적 자연관'을 발전시켰다. 유기체론적 자연관은 환경과의 지속적인 에너지 교환으로 유기체 스스로가 변화, 진화해나가는 것을 의미한다. 그는 "유기체들이 생존을 유지하려면 서로 협력해야하며 자신의 환경에 유해한 영향을 주어 그것을 퇴락시키는 자연물은 자멸하고 만다."라고 말하며 환경과 유기체와의 상호 관계적, 진화적, 유기적 질서를 가진 전체성을 주장하였다.

생태학적 패러다임은 오늘날의 과학기술을 되돌아보게 하며 모든 유기체의 상호 의존성과 자연의 변화, 순환 등

1) 권영결, [공간 디자인 16강], p91, 2001,

2) 권영결, [공간 디자인 16강], p92, 2001,

의 특성을 통해 사회와 자연과의 화해를 위한 새로운 모델을 만들고자 한다. 또한 이러한 가치관의 변화는 과학기술이 인간을 위한 도구로 자연을 취급하던 것에서 이제는 함께 살아가는 존재로 인식하게 하였고 개인이나 집단만을 위한 지배성과 이기주의에서 공동체적이고 차이를 인정하는 평화적 공존으로 전환하게 만들었다.

페러다임의 전환은 오늘날의 모든 디자인 영역에서도 생태학적으로 건강하고 유기적 전체를 고려한 디자인으로 목표를 삼게 만들었다. 어느 디자인 영역이든 생태학적, 유기체적 관점에 기초하여 자연과 인간의 관계를 재설정하고 조화를 이룰 수 있도록 환경 친화적 디자인, 그린 디자인을 지향하고 있는 것이다.

2.2 페미니즘의 관점

18세기에서 19세기를 거쳐 오늘에 이르기까지 페미니즘은 여성과 소외된 자들의 다양한 사회적 기회와 권리를 위해 많은 이론을 제시하고 실천하여 왔다. 그 결과 사회 변화에 긍정적인 기여를 했음에도 불구하고 일부에서는 페미니즘에 대한 이해부족과 여성만을 위한 도전적인 사상이라는 왜곡된 시각을 갖게 되었다.

페미니즘의 테두리 안에는 다양한 학파가 존재하며 서로 다른 주장들을 말하고 있으나 근본적으로는 남성주도의 기계론적, 물질론적, 이원론적 문화 안에서 여성의 평등한 권리와 정치적, 경제적 기회를 주장하는 데에서 출발하는 자유주의 페미니즘에 기초하고 있다.

페미니즘의 주장들을 살펴보면 급진적 페미니즘 안에서도 남성성과 여성성을 결합한 총체성을 주장하는가 하면 이에 반대하여 문화적으로 여성과 관계된 가치들을 강조하고 그것들의 중요성을 인식할 것을 말하기도 한다. 근대를 대표하는 남성적 특질이 기계론적 세계관, 이성적, 분석적, 경쟁, 확장, 지배 등등 이라고 한다면 현대를 대표하는 여성과 관계된 가치들은 유기체적 세계관에 기초한 감성적, 직관적, 상호 관계성, 공감하기, 양육, 나눔, 자연성, 등을 들 수 있다.

사회주의 페미니스트들은 여성에 대한 지금의 상황이 자본주의와 남성주도의 가부장제로부터 기인했다고 보며 이를 개선하기 위해서는 사회의 모든 구조 속에서 여성의 지위가 변화될 것을 주장한다. 모든 형태의 여성의 삶을 상호 연관시키고 통합된 페미니즘 이론을 만들어 낸다는 의미에서 통합과 조화를 강조하고 있다.

다른 한편으로는 여성의 문제가 여성들의 정신 속에 뿌리박혀 있다고 말하는 정신분석학적 시각도 있으며 포스트모던 페미니즘은 사회적, 경제적, 문화적 타자로서의 자연과 여성의 상황을 거부하기보다 포용할 것을 말하고 있다. 그럼으로써 나뉘는 이점 - 배제되고, 기피되고, 주변화된 것들과의 연관성- 을 토대로 변화와 차이를 허용하여 여성의 의미가 남성과 사회에 의해 한정되고 정의되는 경직된 존재가 아니라 자유로운 정신을 가진 존재라고 주장하고 있다.³⁾

3) 로즈마리 퍼트남 통, 이 소영 역, [페미니즘 사상], p12,

페미니즘의 다양한 유형들 중에서 에코페미니즘은 자아와 타자의 관계에서 가장 폭넓은 개념을 제시하고 있다. 에코페미니즘은 1974년 프랑소아 드본느의 저서에서 언급된 개념으로 페미니즘의 역사 안에서 비교적 새로운 견해의 생태학적 윤리로써 페미니즘의 이론과 실천에 생태학적 관점이 포함되어야 한다고 말하고 있다. 인간은 인간간의 상호 관계는 물론 생태계와도 긴밀히 연결되어 있으며 생태계도 기계론적, 가부장적, 물질론적 세계관에 의해 오염되고 훼손되어 왔다는 것이다. 위계질서를 중시하고 이원론적 지배논리로 특징지을 수 있는 서구문화의 사고는 여성과 자연을 지배의 대상으로 삼았고 그 결과 인간의 주변 환경에 다양한 부작용이 나타나고 있다는 것이다. 따라서 에코페미니즘은 생태계를 지배하려는 인간들의 행동에 관심을 가지고 있으며 문화적으로 여성이 자연과 더 연관성을 가지고 있기 때문에 페미니즘의 주제들과 생태학적 주제들 사이에 개념적, 상징적, 언어적 연관성이 있다고 주장한다.⁴⁾

카렌 J.웨렌은 에코페미니즘의 개념을 더욱 체계화하여 1980년대 중반에 페미니즘 이론과 실천에는 생태학적 관점이 필요하고 생태학적 문제들의 해결에는 페미니스트적 관점이 포함되어야 한다고 언급하고 있어 프랑소아 드본느와 같이 페미니즘과 생태학의 연관성을 중요시하고 있다.

이와 같이 페미니즘사상은 여성과 소외된 자들의 권리와 지위향상을 위해 노력한다는 기본적 입장을 토대로 다양한 의견들을 가지고 있으며 그 안에는 성, 성별, 이분법적 사고 질서에 대해 기존의 사회체계를 전면 부정하는 도전적 견해가 있기도 하다. 그러나 근래의 페미니즘의 경향은 새로운 시대의 페러다임과 함께 기계적, 물질론적 세계질서에서 벗어나 다양성과 차이를 인정하여 조화롭고 상호 보완적 관계를 지향하는 것을 페미니즘의 현재적 과제로 삼고 있다.

3. 디자인과 페미니즘

3.1 디자인 인식의 변화

인류의 가치관이 생태학적 관점으로 전환되면서 현대의 모든 디자인 영역은 디자인 대상이 제품이든, 환경이든, 유형적이든, 무형적이든 생태학 관점을 기초로 건강하고 전체와 유기적으로 통합되는 인간환경을 구축하고자 노력하고 있다. 이는 인간에게 있어서 생태적 문제가 타협할 수 없는 인류의 미래가 달린 일이기 때문이다.

생태학적 영향은 도시계획과 건축분야에서 산업화와 기술발전에 따른 고밀도의 도심의 압박감과 사회적 문제를 발생시킨 것에 대해 논의하게 만들었고, 디자인 분야에서는 1969년 세계 산업디자인 협회(ICSID)의 연례회의에서 '디자인, 사회 그리고 미래'라는 주제를 선정하였다. 물질

2000

4) 로즈마리 퍼트남 통, 이 소영 외 3명 편역, [자연, 여성, 환경] p1, 2000

적 가치 중심의 후기 산업사회에서 디자이너들의 의식이 생활의 양적인 측면에서 질적인 측면으로 전환할 것을 요구하게 되었던 것이다. 이는 인간이 이룩한 기계의 시대, 기술의 시대가 인간의 미래를 위협하게 되었다는 자각을 보여 주는 것이라 할 수 있다.

제품, 도구, 건축, 도시 등의 모든 인공적인 것을 생산하고 발전시키는 디자인은 사회적, 생태적으로 직접적이고 강력한 영향력을 미친다. 생태계에 대한 디자인의 입장은 자연과의 공존과 상호 교류라는 측면에서 적극적으로 반영하고 고려되어야 하며 이는 디자인의 환경 친화적 중요성을 말하는 것이다. 환경 친화란 이미 우리의 생활에 깊게 자리 잡은 개념이며 환경과 인간 활동의 상호 관계가 조화를 이루고 그 안에서 '지속성'을 실현하여 긍정적인 결과를 이끌어내는 방향으로 화합되는 것을 의미한다.

오늘날 환경과 디자인 분야에서의 환경 친화적인 경향은 생태계와 인간 그리고 디자인 행위간의 공존관계로 나타나고 있다. 근대 이후 디자인 결과물과 인공 환경의 비인간적인 측면을 개선하는 노력들, 자원이 고갈되어 가는 지구를 위한 에너지 절약형 디자인, 생태계를 고려한 소비의 실천으로 대두된 그린 디자인(Green Design) 등이 생태학적 디자인(Ecological-design)과 같은 맥락이라 할 수 있다.

20세기 말에 생태와 환경에 대한 관심이 높아지면서 소비자들과 디자이너 사이에 '녹색'은 시작되었으며 이 단어는 사회적으로 키워드가 되었다. 디자인에 있어 녹색인 그린 디자인은 환경의 보존과 개선이라는 측면에서 재사용하고 재활용하여 또 다른 재료의 사용을 대체하는 차원에서 디자인하고 그 활동에 참여하는 것이라 할 수 있다. 이는 사회전체의 공동선을 추구하고 삶의 질을 향상시키는 생태학적 디자인(Eco-design)의 한 형태라 할 수 있다.

생태학적 디자인의 관점에서는 디자이너와 사용자 혹은 소비자의 심미적 기준도 변화하였으며 디자인 결과물이 얼마나 인간의 요구에 맞는가, 동시에 생태적으로 건강한가? 가 그것이다. 즉, 재활용이 가능하고 재생소재로 만들어졌으며 에너지를 최대한 절약하고 견고하여 장기간 반복사용이 가능하고 인간의 건강을 위한 것이며 자연 환경과 조화를 이룰 수 있을 때 좋은 디자인으로 평가받는 것이다. 이것은 제품이나 건축을 결과만으로 평가하는 것이 아니라 재료와 생산 공정, 폐기된 후까지 전 과정을 고려하는 녹색 정신이라 할 수 있으며 그린 디자인에만 국한된 것이 아니라 사회 전체에도 유용한 디자인, 책임감 있는 디자인, 페미니즘 디자인에도 적용된다.

그린 디자인의 녹색성은 다른 것과 비교해 '좀 더 친환경적인' 것, 실용적인 것으로 차별화되던 시기를 넘어 이미 다음 단계로 접어들었다. 이제는 친환경적인 것이 일반화, 보편화되었으며 그린 디자인의 제품, 환경들 사이의 경쟁이 90년대 초반에 시작되었다.⁵⁾ 즉, 산업사회를 이끌어온 디자인을 소비주의의 일면으로 인식하여 부정적 시

각으로 바라보던 녹색단체들도 그린 디자인들의 경쟁과 대중의 호응을 위해서 디자인의 힘을 필요로 하는 것이다.

그린 디자인은 마케팅 주도 디자인과 동등한 수단으로 경쟁하면서 전문성을 띤 녹색 미학으로 발전해왔다. 녹색 특성들이 디자인의 표준이 되면서 디자인 영역에서나 스타일에 있어서 다변화가 이루어지고 있으며 결과적으로 현대인들의 다양한 요구에 응답하게 될 것이다.

녹색미학의 다변화는 디자인에 대해 책임감 있는 태도를 요구하여 왔고 사회적으로 윤리적인 소비를 고려하게 하였다. 디자인에 대한 책임감은 사회적인 시장 시스템(market system)의 관점을 훨씬 넘어서는 것으로 디자인 작업에 대한 사회적, 도덕적 판단은 디자인을 하기 전부터 이루어져야 한다.⁶⁾ 이는 친환경적 디자인에 대한 디자이너들의 사고와 역할이 중요함을 인식하게 하는 것이다. 디자이너는 생태학을 기본으로 전체 디자인 과정의 학문적, 실제적 연관성을 인지하고 있어야 하며 인간은 물론 인간의 도구, 인간을 둘러싼 환경, 또 인간의 사고 등을 모두 아우르는 통합되고 포괄적인 디자인 사고를 요구받고 있는 것이다.

3.2 페미니즘 관점에서의 디자인

근대의 산업사회를 유지해온 자연개발, 지속적 성장, 확장주의, 물질적 등의 남성적 가치관은 사회를 기능과 효율, 소비적인 전체로 만들었으며 결과적으로 인간은 사회속에서 개체화, 사물화 되어 인간 상호관계로부터, 자신을 둘러싼 환경으로부터 소외되어왔다. 인간소외와 생태계 파괴를 불러온 남성중심의 기계론적 가치관이 근대에서 현대를 거쳐 사회를 지탱해 왔다면 생태학적 패러다임은 평등과 조화, 여성적, 상호 연결, 감성, 네트워크 조직 등의 새로운 가치를 추구하기 위해 노력하고 있다.

녹색소비와 그린 디자인을 주장하는 이들도 우리의 가치가 과도하게 물질적, 경쟁적이고 가부장적 사회 체제에 따라 남자다움을 강조하고 있으며 좀 더 푸른 사회를 만들기 위해서는 사회가 좀 더 비물질적이고 협동적이며 '여성적 female'일 것이라고 말한다.⁷⁾

디자인이 한 사회의 사회적, 경제적, 정치적 가치를 직접적으로 표현한다고 했을 때 근대의 산업사회는 대량생산과 함께 각 디자인 분야에 그대로 반영되어 왔다고 할 수 있다. 따라서 생태학적 패러다임의 전환을 통한 새로운 가치관의 추구는 사회뿐만 아니라 디자인 영역까지도 포함하고 있음은 지극히 당연한 일일 것이다.

19세기 산업사회를 대변하는 디자인의 다양성을 에이드리언 포티는 저서 '욕망의 사물, 디자인의 사회사'에서 몽고메리 워드사의 1895년 카탈로그의 예를 들고 있다. 몽고메리 워드사의 제품인 주머니같은 기능과 성별, 연령에 따라 남성용, 여성용, 소년용, 사냥용의 4가지로 구분하여 생산하였는데 남성용과 여성용은 형태와 재질, 크기에서 확연하게 구분되었고 소년용은 남성용과 비슷하되 단순하

5) 나이젤 휘틀리, 김상규 역 [사회를 위한 디자인], p133, 2004

6) 빅터 파파넥, 현용순 외 1명 역 [인간을 위한 디자인] p92, 2009.

7) 나이젤 휘틀리, 김상규 역 [사회를 위한 디자인], p97, 2004

였다. 이와 같은 현상을 전기면도기나 의복, 빗, 시계 등의 예를 들고 있으며 전체적 시각으로 볼 때 산업화 시대를 거치면서 우리의 일상에서 사용되는 제품이나 도구, 환경에 관한 디자인은 사회 구성원의 차이에 맞게 그 사회를 대변하고 있다고 주장하고 있다. 물론 이러한 견해는 사회적 측면에서 소비자의 계층과 요구에 부응하는 디자인의 다양성을 나타내고 있다. 그러나 관점을 달리하면 산업사회가 가속화 되면서 여성과 남성의 성역할과 사회적 인식 체계를 확실하게 구분하고 있다고 할 수 있다.



그림 1. 'P'사의 남성용, 여성용 면도기

성별 구분이 필요치 않은 개인적 물건을 구분하는 것은 남성과 여성의 생물학적 차이보다 사회적 관념에서 비롯된 것이라고 말하는 에이드리언의 주장처럼 자본주의 사회 안에서 남성위주의 시각으로 여성의 특성과 역할을 단호하게 결정하고 있는 것이다.

디자인은 이러한 물질적이며 남성주도의 사회적 분위기를 다양한 영역에서 반영하여왔으며 20세기 후반에 생태학적 가치관의 중요성을 인식하기 시작하면서 이제는 생태적 책임감을 갖고 사회와 인간, 환경을 위해 여성성에 주목하고 있다.

(1) 사용자로서의 여성

나이젤 휘틀리⁸⁾ (Nigel Whiteley)는 소비주의 디자인에 대한 두 가지의 주요 비판을 제시하고 있는데 그것은 여성을 성차별적 방법으로 고정 관념화하는 경향이고 다른 하나는 사용자로서의 여성을 배려하지 않는다는 것이다. 이러한 주장은 90년대 중반에 제시되었으므로 그 이후 사회적 가치관의 변화에 따라 여성에 대한 시각도 달라졌으며 디자인에서도 다양한 사용자에 대한 연구가 반영되어 왔다. 그러나 시작에 불과하며 아직도 여성을 위한 도구, 제품, 환경이 남성의 시각으로 디자인되고 있다.

제품은 어느 디자인 분야보다도 사회적인 맥락과 관계가 깊다고 할 수 있다. 이유는 산업화에 따른 대량생산 체제에 돌입하면서 가정과 일터가 분리되어 많은 인구가 생산현장에 집중되었기 때문이다. 하인을 두기 어려워진 중산층의 집안일은 온전히 주부들의 몫이 되면서 디자인은 사회적 특성을 그대로 반영하여 가정이라는 공간을 꾸미거나 가정용 제품에 표현하기 시작하였던 것이다. 여성의 가사노동을 줄여준다는 의도 하에 재봉틀, 가구, 식기 등

을 시작으로 다양한 가정용 제품이 출시되었으나 결과적으로 새로운 기구나 기계에 적응하여 가정 일을 처리하는 과정과 방법이 달라졌을 뿐 가사노동시간은 절감되지 않았다.

성별에 대한 고정 관념은 광고에서 가장 흔하게 볼 수 있다. 여성은 청소와 요리 등의 집안일을 하는 아내와 엄마 등으로 그려지며 가족들의 생활을 위해 당연히 봉사하는 사람으로 표현된다. 그리고 '여자라서 행복하다'는 냉장고 광고 문구와 '주방은 여자를 말하는 곳이라지요'처럼 여성은 가전제품으로 행복하고 또 주방을 여성의 대표 영역으로 인식시키고 있다.

가전제품에는 소위 '여성스러운' 패턴과 색채를 통해 요리와 주방이 여성의 일이고 영역임을 암시하고 있다. 국내의 가전제품 중에는 냉장고나 에어컨의 디자인에 '여성스러움'의 연출을 위해 붉은색 계열이나 꽃무늬를 적용하여 여성의 제품임을 고정화하고 있기도 하다. 그러나 냉장고는 가족의 식재료를 보관하는 기능을 하는 것으로 에어컨과 마찬가지로 가족 모두를 위한 제품이다.

개인이 사용하는 제품들에서도 여성용인 것을 나타내기 위해서 부드러운 곡선의 형태나 색을 활용한다. 조영식은 2005 디자인 여성 학회 포럼에서 '여성스러움'에 대한 사회적 인식의 경향을 키워드로 발표하였는데 그것은 '긴 머리, 여체, 꽃, 화장, 핑크색, 흰색..'⁹⁾ 등이다. 이러한 이유로 부드러운, 여성적인 디자인을 논할 때 형태로는 곡선과 색채는 흰색이나 붉은색 계열을 적용시킨 사례를 흔히 접할 수 있다. 이는 여성의 생물학적 특성과 차이를 고려한 디자인이 아니라 산업사회를 거치면서 형성된 사회적 고정관념이 이어져 내려온 것이다.



그림 2. 'S'사의 가전제품 냉장고와 에어컨

가정 안에서 사용되어지는 제품과 도구는 여성이 사용하기에 적절치 못한 경우가 많다. 가정에서 사용되는 제품의 간단한 수리는 여성들의 손에 의해 이루어지는데도 수리하는데 쓰이는 대부분의 공구나 연장은 여성이 사용하기에 무거워서 여성들은 아예 사용할 생각을 하지 않는 경우가 많으며 남성들의 근력이나 힘에 의지해야 한다는 생각을 자연스럽게 한다. 이는 사용자로서의 여성의 차이를 배려하지 않은 것이며 사용자의 체격과 체력을 고려하여 평균적인 범위 안에서 디자인할 수도 있을 것이다.

기계나 가정용 테크놀로지 제품에서도 위와 같은 상황은 마찬가지이다. 최신의 테크놀로지를 집약하여 여성에게

8) 영국 랭카스터 대학의 시각 예술학과 교수

9) 이영희, [여성을 위한 디자인] p115, 2005

최대의 도움이 될 것이라며 제품을 생산해도 여성의 신체적 특징을 제대로 배려하지 못하거나 반드시 필요한 기능이 아닌데도 불구하고 여성들이 편안하게 받아들일 것이라고 생각한다. 물론 모든 여성이 그렇지는 않겠지만 많은 여성들은 테크놀로지를 통한 남성주도의 사회 속에서 성장해오며 성별의 고정관념을 당연히 받아들이고 유지해오고 있는 것이다.

진보된 기계적 이미지를 제품의 시각적 외관에 적용한 테크놀로지제품들이 인간의 심리적, 행태적 측면의 중요성이 부각되기 시작하면서 ‘감성적인’, ‘감성공학’, ‘부드러운’ 등을 말하며 ‘부드러워’지기 시작했다. 인간공학적 제품도 각진 모서리, 견고해 보이는 재질과 색채로 구성된 기계적인 외관을 거부하며 ‘부드러운’ 스타일과 개인적 취향에 관심을 갖게 된 것이다.

위와 같은 경향을 소비주의 관점에서는 사람들 혹은 소비자의 요구와 필요를 위한 다양성의 추구라고 할 수 있으나 한편으로는 기계적, 남성적인 디자인에 대한 여성적인 태도로의 변화를 주목해야 한다. 형태가 부드러워지고 사용자의 입장에서 심리적 요구를 이해하여 반응한다는 점에 있어서는 긍정적이지만, 단지 직선 형태가 곡선 형태로 되고 부드러운 재질과 다양한 색채를 사용하는 것이 페미니즘 디자인이라고 이해해서는 안 된다.

가정에서 사용되는 제품 중에서 아기용 제품은 여성을 위한 제품으로 고정화되어 있는 경향이 있는데 당연히 남녀 구분 없이 사용하기에 안전하고 편리해야하며 인간공학적으로 디자인되어야 한다. 나이젤 휘틀리는 과거에 디자인상을 받은 최신 감각의 유모차가 사용상으로 보았을 때 여성들이 아이를 한 손으로 안고 다른 한 손으로 잡고 피기가 힘들며 이때 균형을 잡기가 어렵고 가방을 둘 곳이 없다고 사용상의 불편함을 호소한 예를 들고 있다. 이 경우는 유모차와 같은 이동수단에 대한 직접적이고 일상적인 경험이 없는 남성 디자이너의 작품이며 유모차의 좌석을 앞쪽으로 향하게 디자인한 것도 남성 디자이너였다고 말하고 있다. 제품을 사용할 여성에 대한 인간공학적 배려나 아이를 양육하는 엄마의 경험과 지식을 전혀 참여시키지 않은 디자인의 결과라고 할 수 있다.



그림 3. 'S' 유모차



그림 4. 'Q' 유모차

유모차의 기능적 불편함 외에 앞으로 향한 낮은 좌석은 아이를 어른에 앞서 위험에 노출시키는 것이며 아이의 시야에서 엄마가 보이지 않아 서로의 교감을 차단할 수도 있다. 이러한 점을 고려하여 최근의 디자인은 엄마와 마주

보게 좌석을 조절할 수 있으며 높이조절이 가능하고 물건을 담은 바구니를 설치하였으며 견고하면서도 쉽게 접었다 폈다 할 수 있게 되었다. 그러나 이러한 조건을 만족시키는 디자인은 고가의 것이어서 경제적인 부담을 생각하지 않을 수 없는 것이 현실이다.

페미니스트 관점에서 공간 디자인의 사례는 주택과 인근지역, 상업 공간, 공공 공간, 대중교통체계에서도 찾아볼 수 있으며 그 중에서 주택은 여성과 직접적으로 연관된 공간 디자인이다. 여성과 집을 동일시하는 심리적 경향은 모든 문화에서 공통적이며 근대사회를 거치면서 물질론적 가치관에 의해 그 경향이 더욱 강화되었다.

공간 계획에 있어서는 거실같이 사회적으로 보이기위한 장소나 남성의 우선순위가 반영되었고 취사나 세탁 같은 가사노동을 위한 주방공간은 한사람 사용중심으로 작은 면적을 배분하여 주택의 가장 안쪽에 배치하는 사례를 볼 수 있다. 20세기의 가정은 일터로부터 물리적, 감정적으로 분리라는 측면에서 19세기의 연장이었지만 중요한 가치관들의 변화로 주택의 구성과 공간의 상대적 중요도도 달라졌다. 거실의 비중이 작아지고 주방의 비중은 높아졌는데 그 이유는 사회적으로 가정의 덕목이 도덕적 가치에서 육아, 모성, 위생 등으로 변화했기 때문이다.¹⁰⁾

오늘날에는 가정에서 여성과 가사노동의 역할과 가치에 대한 재조명과 재평가를 통해 주방의 면적이 넓어지고 위치는 주택의 전면으로 배치되고 있다. 이는 주방에서 보내는 시간이 많은 주부를 고려하고 가사노동분담의 필요성을 인식하며 주방은 가족 구성원 모두의 공간이라는 것을 디자인에 반영한 결과라고 볼 수 있다. 그러나 아직은 시각에 불과하며 이런 변화는 사용자로서의 여성과 가족에 대한 연구를 기초로 단지 소비주의 차원이 아닌 사회적, 정치적 차원에서 이루어져야 디자인의 혁신도 가능할 것이다.

상업공간에서 여성을 위한 디자인의 사례는 백화점이나 쇼핑몰의 어린이를 위한 놀이공간과 보호체계, 수유 공간, 옥상정원을 들 수 있다. 가사 일을 위해 항상 물건이나 식품을 구매해야하는 여성이 아이와 함께라면 제대로 일을 처리할 수도 없고 시간은 혼자일 때 보다 지체되며 또한 아이를 잃어버리는 사고를 당할 수도 있다. 이런 편의 시설은 아이와 여성에게 도움이 되며 제공하는 입장에서 여성들이 편안한 상태로 구매를 하게 되면 오히려 매출에 도움이 될 수 있다. 또한 마케팅적 입장에서 만들어진 것이지만 근래에는 사교장소로 카페 공간을 제공하기도 하는데 쇼핑을 하는 대상이 주로 여성인 관계로 여성들만의 사회적 교류를 할 수 있게 해주는 역할을 하기도 한다.

근대사회를 거치면서 도시경관은 발전에만 주력한 사회와 무책임한 디자인의 흔적을 그대로 보여 주고 있다. 사회적, 문화적 가치관의 변화는 도시환경을 생태적 관점에서 인식하게 만들어 왔고 그 결과 새로 조성되거나 낙후되어 다시 재생되는 건축물과 가로, 광장 등의 재정비를

10) 에이드리언 포티, 허보운 역 [육망의 사물, 디자인의 사회사] p144, 2004

위한 모든 공간 디자인은 생태적 디자인을 기본으로 하고 있다.

도시공간에는 산업화를 통해 여성뿐 아니라 모든 사람에게 적절치 못한 환경을 제공하고 있는데 그 예로 크게 걷는 사람을 배려하지 못한 가로 시설물과 계획, 자동차를 위주로 한 도로계획, 여성과 장애인이 이용하기 불편한 건축물, 위험하고 삭막한 공사현장, 도심 내의 부족한 녹지 공간과 인간 교류의 장으로써 공원과 광장의 부족 등을 들 수 있다. 이러한 도시환경은 인공적인 측면만 부각되어 점점 사람들의 사회적 교류가 원활하지 못하고 인간 간의 소통을 단절하여 왔으며 환경오염을 발생시켜 인간 삶의 질을 떨어뜨려 왔다.

도시 가로환경의 다양한 시설물 디자인과 공간 계획은 보행자에게 안전하고 쾌적함을 제공하여 걷고 싶은 거리로 조성되어야 한다. 거리와 건축물, 교통수단과의 연결에도 램프나 엘리베이터 같은 시설이 설치되어 여성과 아이, 장애인에게도 소통가능한 장소가 되어야 한다.

주택단지나 건축물을 디자인 할 때 만들어지는 주변의 벽과 차고는 후미진 공간을 형성하고 이러한 공간의 조명 디자인이 적절치 못하면 여성이나 아이에게 위험한 환경을 만들 수 있다. 따라서 현재는 앞에서 언급된 주택이나 건축물의 담장을 허물어 이웃과 소통하게하고 후미진 주차 공간을 안전하게 계획하고 있다. 인공적인 도심의 거리나 건축물 사이에 도시민을 위한 녹지 공간도 계획되어 생태성을 연결할 수 있도록 도시 재생 사업이 활발히 진행되고 있다.

도시 내의 녹지공간인 공원과 광장은 인공적인 도시에 자연공간을 형성하고 도시민에게 휴식과 사회적 교류를 위한 공간으로 과거에는 단지 범규상 형식적인 측면이 다소 있었다. 근래에는 상호 교류와 관계성, 공감, 자연, 나눔 등의 여성적 특질과 생태적 가치관을 고려하여 도시 공간을 인간의 생존을 위한 공간으로 디자인하기위해서 노력하고 있다. 커뮤니티 교류를 위한 집객장소로서의 광장과 함께 생태적 녹지공간을 도심의 주요 장소에 디자인하는 것은 인간환경으로서의 도시를 활성화하는 방법일 것이다.



그림 5. 광화문 광장



그림 6. 시청 앞 광장

이렇듯 도시를 변화시키는 것은 물질적, 사회적 가치관에 대한 반작용으로 생태적 가치관으로의 전환되었음을 말한다. 이와 같은 현상을 소비주의 사회의 마케팅적 관점으로 바라 볼 수도 있겠으나 어느 관점이든 남성주의 사회가 여성성을 존중하고 중시하는 사회로 변화하고 있음

은 분명하다. 근래에는 여성을 배려하고 차이와 다양성을 존중하는 디자인 사례들을 어렵지 않게 볼 수 있으며 여성적 특질을 반영한 디자인이 생태적 디자인 -친환경적 디자인, 그린 디자인, 사회적으로 유용한 디자인- 과 같은 맥락으로 이해될 수 있기 때문에 더욱 친환경적 사회를 위해서는 '여성성 -여성적 특질-'을 존중하는 사회적, 정치적 변화가 중요하다고 할 수 있다.

(2) 생산자로서의 여성

동일한 조건의 디자인 작업을 수행할 때 여성 디자이너의 작품이 스타일에 치중하는 남성의 것에 비해 사용자의 필요를 좀 더 세밀하게 반영하고 있다고 나이젤 휘틀리는 저서에서 마가릿 부르스가 제시한 다리미의 사례를 들고 있다. 그는 이러한 결과가 여성들의 '알고는 있으나 말로 설명하기 어려운 잠재적 지식'이 디자인에 적용되지 않아 발생하는 것이라 지적하고 있다. 경험에 의해 습득되는 이와 같은 지식이 디자인에 제대로 반영되지 못하는 것은 여성들이 디자인 과정에 직접 혹은 간접적으로 참여의 기회가 없었기 때문이다.



그림 7. 아일린 그레이 작품



그림 8. 샬럿 페리앙 작품

역사적으로 E-1027을 디자인한 아일린 그레이 (Eileen Gray)¹¹⁾나 긴 안락의자(Chaise Longue)를 디자인한 샬럿 페리앙 (Charlotte Perriand)¹²⁾은 디자이너로서의 능력을 충분히 보여주었음에도 상대적으로 디자인 사에서도 언급되지 않는 등 존재감이 미약하며 이외에도 여성 디자이너들은 남성 건축가나 디자이너의 작품과 이름 뒤에 협력자 정도로 묻혀버렸다.¹³⁾

20세기의 사회상황에서 여성들이 디자이너라는 직업을 갖기 위해서는 사회적으로 주어질 역할을 거부하거나 남

11) E.1027, 1926-1929, <http://www.designflux.co.kr>

12) 1. 책장 & 사이드보드 1961 <http://www.Kukje.org>

2. Chaise Longue 1928, Charlotte Perriand Le corbusier,

13) 이영희, [여성을 위한 디자인] p75, 2005

성주도의 사회분위기에 순응하였을 경우였기 때문에 여성이 생산자가 되어 그 지식이 반영될 수 없었던 것이다. 현재에는 사회적, 정치적, 경제적 가치 변화에 따른 인식의 변화로 여성들이 사용자로 머무르지 않고 디자이너로 생산자로 적극 참여하여 여성적 특질을 바탕으로 한 페미니즘 디자인이 지속적으로 증가하고 있다.

조안 로스차일드(Joan Rothschild)의 저서 디자인과 페미니즘(Design and Feminism)에서 산업 디자이너 낸시 퍼킨스(Nancy Perkins)의 1981년 Sears로부터 의뢰받은 청소기디자인 성공사례를 들고 있다. 소비자의 시험을 거쳐 선택된 조건은 사용의 편리성, 청소를 위한 외관의 편리함, 사용자와의 커뮤니케이션, 판매촉진을 위한 외관의 스타일 등 이었다. 이때 퍼킨스의 디자인이 제품의 사이즈와 무게, 균형감, 사용상의 편함과 융통성에 중점을 두고 선택되어졌다. 필요한 기계적 요소와 작고 사용자에게 최적의 가벼움을 주는 청소기는 여성의 경험을 바탕으로 디자인이었기 때문에 선택되었을 것이다.

가정 내의 가전제품들은 오히려 이들 제품을 별로 사용하지 않는 남성들에 의해 디자인되어 왔지만 위와 같은 내용으로 볼 때 여성 디자이너들은 디자인에 있어 남성의 것과는 다른 차이를 만들어 왔다고 할 수 있다.

자동차는 사회적, 경제적 지위를 표현하고 남성적 가치인 힘과 속도감의 상징하는 수단으로 주로 남성 디자이너에 의해 제작되는데 여성이 디자인했을 때는 상당히 다른 결과가 나타난다. 오늘날의 자동차는 인간 공학적 설계로 운전자의 편의를 최대한 배려하고 가능한 기술력을 집약시킨 형태를 보여주고 있다. 그러나 시각적으로 미래적 소재와 첨단 기술력의 자동차는 여성의 입장에서 필요 이상의 기능과 디스플레이를 하고 있으며 스타일에 치중한 나머지 안전운전을 방해하는 요소들이 존재한다.

YCC는 2004년 볼보의 컨셉트 자동차로서 개발단계에서 제작에 이르기까지 여성에 의해 기획되고 디자인된 사례이다. 볼보에서는 여성고객의 비중이 높아짐에 따라 중요성을 인식하고 그 필요에 부응하는 자동차를 개발하게 되었는데 여성들이 원하는 차의 기준은 성능, 스타일과 함께 여성의 생활과 특질을 자세하게 반영하고 있다.

실내에 다양한 크기의 물건을 안전하게 보관할 수 있는 수납공간을 디자인하고, 주차의 편의를 위해 유리창을 확대해 높은 가시성을 추구하고 타고 내리고 편리한 문의 구조, 안전한 운전자세 유지기능, 유지관리가 편리한 설계 등 실내 디자인에서 세차를 위한 외부 차체표면의 페인트에 이르기까지 다양한 사항이 그것이다. 전체적으로 기존의 다른 차와는 다르게 단순하면서도 불필요하고 복잡한 장식적 요소보다는 필요한 기능과 버튼만을 정리하여 간결하게 디자인된 것을 볼 수 있다.



그림 9. YCC 컨셉트 자동차 2004

2004년 프리즈커(Pritzker) 건축상을 수상한 최초의 여성 건축가인 자하 하디드(Zaha Hadid)¹⁴⁾는 가장 전위적이고 과감한 공간 조형으로 유명하다. 하디드의 건축언어는 우리가 지금까지 접하던 건축의 형태에 대한 생각을 바꾸고 전체적 유동성(Total Fluidity)이란 개념을 소품이나 가구, 건축, 도시에 이르기까지 적용하는 디자인을 보여주고 있다. 하디드의 가구는 전체적 유동성을 표현하면서 유기적으로 연결된 형태 안에서 회전, 결합, 은폐 등의 요소가 전체적인 조화를 이루며 인체 공학적 요소와 미학적 요소가 조화를 이루고 있다. 건축에 자연물의 형태를 도입하여 표현하는 건축가도 있지만 하디드는 건축에 자연을 도입하는 것을 넘어 다른 자연을 창조하여 이것을 건축과 제품에 표현하고 있다고 말하고 있다.



그림 10. 자하 하디드 건축

이와 같이 제품에서 공간까지 생산자로서의 여성에 의한 디자인은 의식적이든 무의식적이든 여성의 사고와 생활, 행동양식 등의 특질을 반영하게 된다. 그럼으로써 사용자로서 여성을 고려하지 않은 남성에 의한 디자인과는 차별화된 디자인을 만날 수 있다.

여성적 특질이 긍정적으로 반영된 페미니즘 디자인은 사용자의 실질적 요구를 좀 더 세밀하게 반영하면서 녹색을 추구하고 사회적으로도 유용하여 나아가 생태적 디자인으로 인간을 위한 환경 친화적 디자인이 되는 것이다.

3.3 페미니즘 디자인의 방향

14) <http://blog.naver.com/koviet2/70079273904>

		현 재	페미니즘 디자인의 방향
사 용 자	제 품	<ul style="list-style-type: none"> · 사회적 성 역할 구분에 대한 인식의 강화 · 사용자의 다양성에 요구에 대한 인식 부족 · 생물학적 특성과 차이에 대한 배려 미흡 · 성의 고정관념을 그대로 반영 · 여성성을 상품의 형태로 반영 	<ul style="list-style-type: none"> · 성의 구분이 아닌 사용자의 다양성을 고려한 디자인 · 여성의 생물학적 차이를 반영한 디자인 · 감성, 직관, 상호 관계성, 자연 - 여성적 특성-을 반영한 디자인 · 사용자인 여성의 경험과 참여를 반영한 디자인 · 기본 충실하며 소재와 기능이 친환경적인 디자인
	공 간	<ul style="list-style-type: none"> · 남성위주의 사회체계를 반영한 공간 계획 · 여성과 아이에게 불편한 보행 공간과 가로 계획 · 여성에게 위협한 도시의 후미진 공간 · 이용자의 편의를 제대로 배려하지 못한 상업 공간 · 개발에 집중된 건축물과 자동차 위주의 도시 계획 · 커뮤니티와의 소통을 단절시키는 도시 공간 	<ul style="list-style-type: none"> · 이용자에 따른 포괄적이고 유연한 공간 분류 계획 · 감성, 직관, 상호 관계성, 자연 - 여성적 특성-을 반영한 디자인 · 상호 관계성을 고려한 공간 - 상호소통과 사회적 교류를 위한 공공 공간의 조성 · 보행하기 안전하고 쾌적한 가로 디자인과 접근하기 쉬운 건축물 · 여성과 아이, 사회적 약자의 안전과 이용 편의를 배려한 공간 디자인 · 생태성을 고려한 녹지 공간과 친환경적 디자인
생 산 자 (디 자 이 너)		<ul style="list-style-type: none"> · 사용자의 요구를 세심하게 반영한 디자인 · 경험에 의한 암묵적 지식을 활용한 디자인 · 스타일 보다는 필요한 기능과 편리성에 중점을 두는 디자인 · 재료와 그 사용을 고려한 친환경적 디자인 · 여성스러움이 아닌 여성적 특성에 기초한 디자인 · 그런 디자인, 친환경적 디자인 · 사회적으로 유용하여 다양한 이용자를 만족시키는 디자인 	

위의 표에서는 분류상 현재와 디자인의 방향으로 시점을 분리하는 하였으나 디자인 과정은 고정된 것이 아니라 이미 페미니즘 디자인이 진행 중이라 할 수 있다. 사용자와 생산자 관점에서의 디자인의 방향은 디자인 패러다임의 전환에 따른 디자인 전반의 인식의 변화와 같은 맥락으로 이해될 수 있다.

4. 결 론

생태학적 세계관으로의 전환은 산업사회의 물질론적, 기계론적 가치에 대한 반작용이면서 그에 따른 소비주의 성향을 거부하는 태도였다. 생태학적 입장은 사회 전반에 걸쳐 영향을 미쳤으며 특히 환경 분야에서 다양한 오염과 공해가 생태계의 파괴로 이어진다는 경고는 현재에도 지속되고 있다.

생태성에 대한 관심은 근대사회를 반성하게 만들었고 사회적, 정치적으로 인간과 환경에 대한 기존의 인식을 바꾸어왔다. 생태학적 세계관은 인간과 자연의 관계를 전체적 유기체로 인식하고 상호 의존과 조화를 추구하는 하나의 시스템으로 파악하는 가치관이며 이는 가부장적 사회체계가 여성성을 강조하고 존중하는 사회로 변하고 있음을 의미한다. 즉 기계적 근대사회로부터 21세기 인류의 관심이 자연, 문화, 여성, 환경으로 전환되어 온 것이다.

페미니즘은 남성주도의 사회구조 속에서 억압받고 소외

된 대상으로서 여성과 자연의 연관성을 주장하며 이원론적, 기계론적, 물질론적 사회 가치관에 대해 비판하여 왔다. 이러한 이유로 페미니즘과 생태학적 주제들 사이에 개념적, 상징적 연관성을 중요시하며 때로는 급진적이고 도전적이기도 한 다양한 유형과 주장들이 존재하지만 새로운 시대의 패러다임과 함께 다양성과 차이를 인정하는 조화롭고 상호 보완적 관계를 지향하고 있기도 하다.

따라서 페미니즘에서 말하는 여성과 관계된 특질 -감성적, 공감, 양육, 나눔, 자연, 직관적, 상호 관계성- 은 생태적 가치관 -평등, 조화, 여성적, 상호 연결, 감성, 네트워크-의 개념과도 같은 맥락으로 볼 수 있으며 여성적 특성의 문화는 생태학적 가치관과 함께 세기를 넘어 점차로 강조되어 온 것이다.

사회적 가치관의 변화는 디자인에도 직접적으로 반영되어 왔다. 생태적 가치관에 기초한 디자인 패러다임의 전환을 통해 친환경적 디자인, 그런 디자인으로 사회를 지속시키고 인간 삶의 질을 향상시키고자 하는 것이다. 디자인 패러다임의 전환은 물질적인 남성주도의 디자인에서 여성성을 강조하는 페미니즘 디자인으로의 변화를 의미하기도 한다. 근대사회를 거치면서 디자인은 마케팅 중심으로 소비자의 다양한 요구에 대응하여 왔다고 하지만 생물학적 차이와 다양성이 아닌 사회적 성차별 관념을 그대로 반영하는 결과를 가져왔다. 이러한 디자인 경향은 제품이나 도구 디자인이 사용자의 입장에서 제대로 고려되지 못했음을 의미하고 우리의 도시 공간은 무책임한 디자인의 흔적

을 담고서 인간에게 생태적으로 건강한 환경을 제공하지 못한 것이다.

페미니즘 디자인은 곡선과 흰색, 붉은 톤의 색채, 꽃무늬 등의 사회적 성의 고정관념의 이미지를 형상화하는 것이 아니라 감성적, 직관적, 상호 관계성, 유기적, 공감하기, 양육하기, 자연성 등의 여성적 특질이 디자인에 반영되는 것을 말한다.

제품이나 도구에 있어서는 생물학적 차이와 다양성을 기본으로 사용자의 입장이 충분히 고려되어야 하며 사용자로서의 여성의 경험과 지식이 디자인 과정에 참여할 수 있게 하여야 한다. 그리고 필요한 기능을 위주로 사용자의 요구를 충실히 반영하고 사용자와의 상호 커뮤니케이션이 원활해야하며 소재와 제작방법에 있어 친환경적이어야 하고 사회적으로도 유용한 것이어야 한다.

위와 같은 사항은 공간 디자인에도 마찬가지로 도시 공간에서 발생하는 다양한 인간과 환경의 문제를 생태적, 여성적 가치 특성을 반영한 디자인으로 완화시킬 수 있다. 도시의 모든 공간을 생태적으로 건강하게 만들고 인간과 자연이 공존하는 쾌적한 환경을 위해서는 녹지공간을 연결하여 생태성을 연결하고 상호 교류를 위해 커뮤니티 공간을 계획하며 공간 이용자와 소수를 최대한 배려한 디자인이 되어야 한다.

오늘날 생태계의 문제는 많은 부분이 소비주의 가치관에 의한 마케팅 주도의 디자인 사고에서 비롯되었으며 이를 개선하고 바로잡기 위해서는 생태학적 가치관에 기초한 디자인 패러다임의 전환을 통해서이다. 디자인의 결과가 여성 사용자의 경험과 지식을 바탕으로 사용자의 다양성과 차이를 인식하여 그 필요와 요구가 사회적, 환경적으로 충분히 유용한 것이라면 친환경적 디자인과 페미니즘 디자인은 소비주의 디자인과 서로의 의견 차이를 좁힐 수 있을 것이다. 따라서 마케팅 수단으로 인식되어왔던 디자인은 생태학적 디자인, 그린 디자인, 페미니즘 디자인으로서 환경과의 화합과 조화로운 참여를 통해 사회를 지속시키고 인간 삶의 질을 향상시키기 위해서 그 능력을 사용해야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. Joan Rothschild, [Design and Feminism], Rutgers University Press, 1999.
2. Zaha Hadid and Patrik Schumacher, [TOTAL FLUIDITY], Seoul Design Olympiad, 2008.
3. 권영걸, [공간디자인 16강], 도서출판 국제, 2001.
4. 나이젤 휘틀리, 김상규 역, [사회를 위한 디자인], 시지락, 2006.
5. 로즈마리 통, 이소영 역, [페미니즘 사상], 2000.
6. 빅터 파파넥, 현용순·조재경 역, [인간을 위한 디자인], 미진사, 2009.
7. 이소영 외 역, [자연·여성·환경], 한신문화사, 2000.

8. 이영희, [여성을 위한 디자인], 이화여자대학교 출판부, 2005.
9. 에이드리언 포티, 허보윤 역, [욕망의 사물 -디자인의 사회사], 도서출판 일빛, 2004.
10. 정유진, [에코 페미니즘(생태여성주의)을 형상화 시킨 편집디자인 연구], 이화여자대학교 석사논문, 2001

논문접수일 (2010. 3. 5)
 심사완료일 (1차 : 2010. 3. 27, 2차 : 2010. 4. 6)
 게재확정일 (2010. 4. 11)