

제1세션
12:40-14:00

406호

독립연구자 네트워킹 세션

사회 : 조수선(대진대)

1. 1920-30년대 경성의 근대식 백화점과 여성의 공간 확장

발표 : 김지희(서울대) · 김성은(군산대)

2. 개신교 진리체제와 자기의 기술들: 퀴어 지지 개신교인들의 신앙서사를 중심으로

발표 : 유지운(전북대) · 김승수(졸랄롱콩대)

3. TV 드라마 <출사표>에 나타난 여성 정치인 내러티브에 대한 비판적 고찰

발표 : 윤복실(서강대) · 윤희진(상명대)

4. 버추얼 아바타는 어떻게 셀러브리티가 되었는가?: 페르소나 중심의 스토리텔링 전략 분석

발표 : 이재원(이화여대) · 강혜원(성균관대) · 백지연(이화여대)

종합토론

발표자전원

1920-30년대 경성의 근대식 백화점과 여성의 공간 확장 연구

김성은(언론학박사, 전남대 강사)

김지희(언론학박사, 서울대 전공설계지원센터 객원교수)

연구 키워드: 백화점, 신여성, 경성, 소비문화, 일제기, 공간 생산

1. 서론

1920년대 후반부터 1930년대까지 경성에는 근대적 상업공간들이 급격히 증가했다. 상가들은 근대적 상업공간을 형성하며 경제, 사회, 문화의 변화를 주도했다. 1920년대 초부터 일본인이 경영하는 미츠키시(三越), 조지야(丁子屋), 미나카이(三井), 히라다(平田) 백화점이나 조선인이 경영하는 화신백화점, 동아백화점 같은 대형 백화점들은 소비문화의 중심으로 등장하며 근대적 시각을 형성하고 생활양식의 변화를 유도했다. 큰 자본으로 설립된 백화점들은 대형 건물과 넓은 쇼윈도로 일반 상점과 차별화하고 새로운 방식으로 상품을 진열해 눈길을 끌었다(김종록, 2012; 김인호, 2006).

1930년대 들어 소위 '백화점 전성시대'를 맞아 쇼윈도 장식은 더욱 화려해지고, 전문성을 갖추게 되었으며, 1930년대 후반에 이르면 지방별로 '진열창 장식 경대회'가 열리는 등 상점 쇼윈도를 미적·기능적으로 개선하고자 하는 열기가 확산된다. 특히 1938년 『동아일보』에서는 「쇼윈도 순례」라는 연재를 총 25회에 걸쳐 진행하기도 할만큼 근대 도시에서 볼거리가 당시 사람들의 욕망과 밀접한 관련이 있었음을 알 수 있다(박은영, 2016).

이처럼 경성의 백화점은 근대도시 형성과 근대 자본주의 소비욕망이라는 맥락에서 핵심적인 공간이었지만, 여성의 공적 영역 진출과 여성노동이 이루어진 공간이라는 측면에서도 의미 있는 관찰을 할 수 있다. 20세기 이후 미약하지만 여성의 교육을 담당하는 근대적 교육기관이 탄생하였고, 1920-30년대 근대적 교육을 받은 여성들은 여성의 교육권, 경제적 자립, 공적영역 진출에 관심이 많았음에도 불구하고 여성이 공적영역에 진출하는 것은 매우 제한적이었으며, 소수의 엘리트 여성들이 교사, 간호사 등의 직업을 얻을 수 있었다. 대부분의 여성들은 교육받지 못하였고, 가정내 재생산노동을 담당하거나 농업과 같은 전근대적 노동에 종사하였다. 그러나 대도시에 백화점이 등장하며 상류계층 여성들은 도시의 소비자가 되고, 산보자가 되어 신문물을 소비하고 욕망을 추구하였으며, 근대교육을 받은 여성들은 백

화점에 존재하는 서비스부문 일자리를 통해 노동시장에 진출하여 경제적 자립을 추구하였다. 이러한 관점에서 백화점은 여성의 공적영역 진출의 범위를 확장시켜주었다는 중요한 공간적 의미를 지닌다.

1920-30년대 여성들의 취업활동이 활발하게 이루어질 수 있었던 배경으로 교육받은 여성의 증가에 따른 여성의식의 성장을 꼽을 수 있다. 지금과 마찬가지로 당시 여성들에게도 취업은 자아실현과 사회적 지위상승의 열망을 분출할 수 있는 기회로 여겨졌는데, 한편 고용주 입장에서는 서비스노동력에 대한 수요가 증가함에 따라 '친절함'을 갖춘 물품판매와 감정노동을 수반하는 대인서비스에 여성이 더 적합하다는 인식, 그리고 교육받은 남성에 비해 저임금으로 인력을 고용할 수 있다는 장점을 들어 여성 직원을 대거 고용한 것이다. 이러한 이유로 근대 상업공간에서의 서비스·판매직은 점점 여성에게 적합한 직업으로 고정되어 갔다. 서비스직 여성 취업인구는 도시지역에 집중되어 있었고 대부분 미혼여성이었으며 채용시 항상 높은 경쟁률을 기록했으며, 서비스직에 종사하는 여성들은 대부분이 여학교를 졸업하고 일정한 시험을 통해 뽑힌 지식여성들이었다(윤지현, 2009). 그러나 전문직에 종사하는 여성과 비교할 때 서비스직의 노동시간이나 보수, 노동의 성격은 매우 열악했다. 또한 대인 서비스 업무에서 오는 고충과 성적(性的) 약자로서의 부당한 대우, 외모를 중시하는 채용기준은 노동시장에서 여성의 열악한 위치를 드러내는 부분이었다.

이 연구는 1920-30년대의 신문·잡지 및 기존의 연구들, 관련 지도나 사진 자료 등을 조사해 당시 경성에서 주목받았던 백화점에 주목하여 공간의 의미를 이해하고자 한다. 특히 1920-30년대 백화점과 여성의 사회활동을 살펴보는 것은 다음과 같은 의미가 있다. 우선 여성들의 취업활동이 본격적으로 시작되는 시기의 양상을 살펴볼 수 있다. 1920~30년대의 서비스직은 근대 도시에서 교통과 상업의 발달로 생겨난 새로운 직종이었고, 많은 여성들이 이 분야에 진출하여 여성의 공적영역 진출을 가속화시키는 역할을 했다.

따라서 이 시기 여성들의 백화점 판매직 진출배경, 취업활동에 대한 사회적 인식을 살펴봄으로써 여성의 공적영역 진출이 어떠한 방식으로 이루어졌는가를 알 수 있을 것이다. 또한 백화점을 향유하는 산보자로서, 소비자로서 신여성의 모습에 주목할 수 있다. 근대적 도시공간, 공적영역, 공론장은 대부분 '남성'의 공간이었으며, 여성들이 진출하기까지 상당한 시간이 걸렸다. 그렇지만 백화점은 판매수입을 올리기 위해 여성에게 열린 공간이었다. 즉 여성은 고객으로서, 노동자로서 백화점에 꼭 필요한 존재였기 때문에 백화점을 매개로 여성들은 도시공간을 향유하고, 노동을 통해 경제적 자립을 추구할 수 있다.

정리하자면, 이 연구는 근대적 도시 공간으로 새롭게 재편되며 생성되고 있던 경성이란 도시 공간의 (재)생산 과정에 당시 신여성들이 어떻게 그 과정에 참여했으며, 참여를 통해서 어떤 공간을 생산하거나 확장했는가 혹은 하지 못했는가를 탐색해 보는 연구이다. 이를 위해 다음과 같은 연구 문제를 제시한다.

연구 문제 1-1) 1920-30년대 매체에서 여성은 어떻게 재현되는가?

연구 문제 1-2) 1920-30년대 여성의 근대적 경험은 어떻게 나타나는가?

연구 문제 2-1) 1920-30년대 경성은 근대 도시로 어떻게 재구성되는가?

연구 문제 2-2) 1920-30년대 초기 자본주의 소비 공간으로 재편되는
도시에서 백화점은 어떤 기능을 했는가?

각각의 연구 문제를 살펴본 후 여성관련 논의에서 등장한 공간과 공간관련 논의에서 등장한 여성을 교차하여 확인해 봄으로써, 1920-30년대 공간 생산 과정에서 공간 생산 주체로서 여성의 공간적 실천과 그에 따라 여성 공간의 확장까지도 논의해 볼 수 있는지 확인해 보고자 한다.

2. 연구 방법 및 대상

1) 연구 방법: 투 트랙 문헌연구

연구방법은 기존의 연구 논문, 일반 문헌, 언론 보도, 잡지, 지도 등을 조사하고 분석하는 문헌연구이다. 이를 통해서 근대적 도시 경성의 형성 과정과 당시 여성들의 도시 경험이 어떤 맥락에서 맞물리거나 경계를 이루는지 살펴보는 것을 목적으로 한다.

두 명의 연구자는 '1920-30년대 전후 한양이 경성으로 근대 자본주의 도시 공간 재편되고 있었다'는 배경을 공유하며 한편에서는 '여성'을 키워드로 문헌연구를 실시하고, 다른 한편에서는 '공간'을 키워드로 문헌연구를 각자 실행하였다. 이를 통해 새로운 사회로 전환하는 과정에서 여성들의 경험과 새로운 공간으로 전환하는 과정에서 도시 공간의 (재)생산이 교차하는 지점을 드러내 보고자 했다. 즉, 1920-30년대 여성의 경험을 따라가 보면서 그들이 흔적을 남긴 공간을 확인하는 한편, 1920-30년대 재구성되는 공간을 따라가 보면서 어디에서 여성들이 등장하는가를 확인해 보고자 한 것이다.

1920-30년대 근대 자본주의 도시 공간으로서 경성의 (재)생산에 대한 논의와 해석은 비교적 다양하게 찾아볼 수 있다(Herny, A. T. 2020; 염복규, 2016; 김제정, 2014; 박진한, 2013; 김백영, 2009; 공제욱, 2006). 그리고 초기 자본주의 도시 공간에 새롭게 등장하는 근대적 신여성들의 의미와 경험에 대한 논의 역시 어렵지 않게 찾아볼 수 있다(국립현대미술관, 2018; 한민주, 2017; 서울대학교 여성연구소, 2013; 신하경, 2009; 김경일, 2004). 그러나 페미니스트 지리학 관점에서 이 시기 등장한 '신여성'이란 새로운 근대적 주체들을 공간 생산의 주체로서 함께 논의한 바는 미진한 편이다(서지영a, 2013; 이현재, 2008; 태혜숙, 2004).

따라서 당시 여성들을 공간 생산의 주체로 볼 수 있는지 확인해 보기 위해, 1920-30년대 '신여성들의 근대적 경험'과 '근대 도시 공간 생산' 논의에 대한 각각의 문헌연구 결과가 공통분모를 이루고 있는 부분이 있는가를 확인해 보고자 한다. 공통분모가 드러난다면, 자본주의 공간 생산 과정의 어떤 맥락에서 공간 생산의 주체로서 여성이 등장하며 그 의미가 무엇인지 짚어보고자 한다. 반면, 공통분모 부분이 나

타나지 않는다면 그것에 대한 배경이나 이유 등을 페미니스트 지리학 관점에서 논의해 보고자 한다.

2) 연구 대상: 1920-30년대 경성의 신여성 및 경성 4대 백화점

1920-30년대 ‘여성’과 ‘공간’에 대한 문헌연구는 두 연구자 각자 따로 진행되었다. 그러나 몇 단계에 걸쳐 연구 중간중간 교차 확인을 하며 연구 대상의 윤곽을 드러내었다. <표1>은 각자의 문헌연구 목록 중에서 주요 문헌을 선별하여 주제별로 정리한 목록이다.

<표 1> 주요 연구문헌 리스트

대주제	중주제	소주제	문헌(저자 및 연도)	번호	
여성	신여성	교육·여권신장	이명선(2003)		
			이행화·이경규(2016)		
	직업	근대적 서비스직	강이수(2005)		
			김경일(2002a)		
			이송순(2016)		
	욕망	소비문화	김경일(2002b)		
			김미선(2005)		
			김윤선(2009)		
	공간	생산	사회적 공간	신승원(2014)	
윤지환(2011)					
장세룡(2006)					
Lefebvre, H.(2011)					
자본주의		근대	소래섭(2010)		
			Harvey, D(2019)		
		소비문화	김백영(2007)		
근대		시각		주은우(2003)	
				한국미술연구소 한국근대시각문화연구팀	
		식민		김백영(2009)	
				박진한(2013)	
				Hemy, A. T.(2020)	
		경성·서울		장규식(2004)	
				염복규(2016)	
				염복규(2005)	
				박세훈(2000)	
				김종록(2012)	
				한민주(2017)	
				이현재(2008)	
		여성		태혜숙(2004)	
Kern, L(2022)					
김인호(2006)					
백화점		역사	김병도(2006)		
			廣茂, 林 (2005)		
			박은영(2016)		
			쇼윈도		

1920-30년대 ‘여성’ 및 ‘공간’에 대한 각자의 문헌연구에서 공통으로 의미 있게 나타난 키워드는 ‘소비’, ‘신여성’, ‘백화점’ 등이었다. 따라서 한편에서는 신여성의 도시 경험 중 백화점 중심의 소비문화 및 경험에 주목한다. 다른 한편에서는 근대 자본주의 공간으로 재편성되는 경성의 중심 공간 중 백화점 중심의 공간 생산 과정에 주목한다.

〈표 2〉 연구 관련 주요 키워드 목록

주요 키워드 및 관련 키워드		세부 키워드
여성	신여성	근대적 교육, 세계적 여권신장
	직업	쇼프걸, 버스걸, 카페여급, 서비스직, 노동시장
	욕망	경제력, 쇼핑, 신문물수용
백화점	소비문화	패션, 욕망, 상품
	스펙터클	대로, 상품, 쇼윈도, 전시
	시각문화	근대적 시각, 쇼윈도
	상품	스펙터클, 물신숭배, 공적·사적공간
	쇼윈도	근대적 건축, 스펙터클
	유희 공간	오락장소, 유원지, 옥상정원
	공간 생산	
근대적 공간	철근, 콘크리트, 자본주의 사회	
경성	식민, 근대적 도시	
산책자	흔부라, 산보자, 산책, 거리, 백화점	
공간 실천	공간적 실천, 공간 재현, 재현 공간	

1920년대 초부터 경성에 자리를 잡기 시작한 주요 백화점은 미츠코시(三越), 조지야(丁子屋), 미나카이(三井), 히로다(平田), 화신(化神)¹⁾ 백화점 다섯 곳이다. 미츠코시, 조지야, 미나카이, 히로다 백화점 네 곳은 일본인이 투자해 만든 일본계 백화점이고, 화신 백화점은 조선인이 투자해 만들어 경영한 민족계 백화점이다(박상하, 2015; 김종록, 2012). 본 연구는 화신 백화점을 제외한 일본계 백화점인 미츠코시, 조지야, 미나카이, 히로다 백화점 네 곳 중심 경성의 소비공간 생산을 살펴보고자 한다.

아래 〈지도 1. 1930년대 경성 5대 백화점〉을 보면 화신 백화점과 나머지 네 곳의 백화점 위치의 차이를 확인할 수 있다. 화신 백화점은 지도상 청계천을 중심으로 북쪽의 북촌 ‘조선인 거리’에 있었고, 남쪽의 남촌 ‘일본인 거리’에 나머지 네 백화점이 있었다. 일본계 백화점이 들어서면서 조선인 거리의 상권이 위축되었는데, 그에 맞서 민족계 백화점이 생겨나기 시작했다. 이처럼 공간적·경제적 측면에서 일본계

1) 조선계 백화점은 1932년 1월 동아백화점 개점하고, 같은 해 5월 화신상회 개점했다. 같은 해 7월 화신상회는 동아백화점 인수하여 12월에 화신백화점으로 재개점했다.

백화점과 조선계 백화점의 지리적 위치나 자본 출처 등이 달랐기 때문에 서로 다른 소비문화 및 소비공간 특성을 보이며 차별화된 공간이 형성되었다(한국미술연구소 한국근대시각문화연구팀, 2018; 서지영 a, 2013; 김종록, 2012; 국사편찬위원회, 2007b).

〈지도 1〉 1930년대 경성 5대 백화점²⁾



따라서 본 연구는 식민지 시기 근대 공간의 재편 과정에 주목하며, 특히 백화점이 일본인이 주도해 형성했다는 점에서 일본계 백화점 네 곳, 즉 남촌 중심의 소비공간에 주목하여 연구를 진행하고자 한다. 공간의 지리적 위치 및 그에 따라 달라질 수 있는 공간의 특성을 고려하여 공간 생산 과정을 일본인 상권 중심의 소비공간 생산에 한정해 분석을 진행한다.

3. 문헌연구 결과

1) 신여성과 소비문화

(1) 식민지 근대 사회와 신여성의 등장

근대 여성교육이 가져온 변화는 '사회적 존재'로서 여성이 등장했다는 점이다. 근대적 교육을 받은 여성들은 전통적 여성상에서 벗어나 주체적 의식, 근대적 사상에 관심 가졌으며, 여성이 교육받을 권리, 직업을 가질 권리, 스스로 경제력을 갖고자 하는 권리를 주장했는데, 1900년 전후 페미니즘(여성참정권)

2) 김혜경, 20100524, 한국일보

확산이라는 세계적 흐름과 조류를 같이 하였다.

조선의 1920-30년대는 정치, 사회, 문화적으로 복잡하고 다면적인 특징을 지닌다. 1919년 전국적으로 일어났던 3·1운동이 결과적으로 실패로 끝난 후, 일제 식민지화가 본격적으로 진행되며 심각한 정치적 억압상태에 있었지만, 모순적으로 자유와 평등에 기반한 서구의 근대사상과 근대적 문화가 급속히 유입된 것이다. 경성은 경제적 파폐와 도시빈민의 문제가 대두되는 공간인 동시에 고층빌딩(당시 4-5층 건물들이 들어서기 시작)과 아스팔트를 경험하고 젊은이들은 자유연애를 시작한다. 또한 조선시대 내내 지배적이었던 전통과 관습과 제도들이 붕괴되고 근대적 가치와 문화가 그 자리를 빠르게 대체해가는 역동적인 시기이기도 하다. 이러한 환경은 여성들로 하여금 과거와 다른 주체를 구성할 수 있는 토양을 제공해 주었는데, 무엇보다 근대 사회에서 여성들은 교육, 종교, 직업 등의 사회활동을 경험할 수 있게 되었고, 신문·잡지와 같은 인쇄매체(대중매체)를 통해 사회적 공론장에 들어설 수 있게 된 것이다(이명선, 2003).

이러한 변화는 대도시 경성을 필두로 하여 여성의 삶의 공간을 재조직하고, 여성의 세계를 가정의 영역을 넘어 사회의 영역으로 확대시켜 주었다. 식민지 근대사회의 여성들이 1920-30년대를 거치며 이전보다 다양하고 적극적인 사회활동을 전개하는데 그 배경에는 세 가지 요인을 들 수 있다. 첫째, 신여성은 근대교육을 경험한 첫 번째 세대의 여성이라는 점이다. 물론 교육기관에서조차 남학생과 달리 여학생에게는 ‘현모양처’의 규범을 강조하였고, 민족차별과 성차별로 가득한 교육을 받았지만, 교육받은 여성들이 스스로 잡지를 창간하거나 발간하고, 신문잡지에 자신의 글을 게재하는 등 공론장에 등장했다는 점은 큰 의미가 있다. 둘째, 신여성의 등장은 근대 여성해방의식의 성장의 역사와 밀접한 연관을 갖는다. 당시 구국운동이나 독립운동은 개인역시 개인의 자유와 평등이라는 서구적 사상에 영향을 받았는데, 때문에 20세기 초반 세계적인 문명사조의 수용이라는 측면에서 조선의 남녀 지식인 모두 여성해방사상을 외면하기 어려운 조류였다고 볼 수 있다. 이러한 분위기에서 교육받은 신여성들은 글쓰기를 통해 대중에게 자신의 견해를 표현하고, 대중을 설득하고, 새로운 사상을 적극적으로 알리는 데 주력했던 것이다.

마지막으로 여성해방의식을 가진 신여성의 중요한 공헌은 직업을 통해 여성이 경제적 독립을 이루어야 할 것을 주장하고, 실제로 이 시기 신여성들이 근대적 임노동시장에 등장하게 하는 데 영향을 끼쳤다는 점이다. 전통사회에서 여성이 직업을 가지는 것은 무녀, 기녀, 의녀, 궁녀와 같이 제한적인 영역에 불과했으나, 식민지 산업사회화의 과정을 거치며 여성의 직업군이 과거에 비해 다양해졌고, 특히 교육받은 여성의 사회적 진출이 가능해졌다. 여러 잡지에서 신여성들이 학교를 졸업하고 직장생활에 이르는 과정을 취재하였으며, 이러한 변화된 여성의 모습은 대중에게도 많은 관심을 끌었다.

(2) 신여성과 경성의 소비문화

1920-30년대 교육받은 여성들은 신여성으로 불리우며 대중의 시선을 받았다. 신여성은 관음의 대상

이자, 욕망의 대상이자, 부러움, 멸시의 대상이었던 것이다. 1920년대 근대문물의 세례를 받은 동시대 젊은이들은 모던보이, 모던걸이라고 불리우며 근대화 시기 도시의 트렌드세터 역할을 했다.

근대도시 경성에서 백화점을 필두로 한 소비문화는 자본주의적 욕망의 정점이라 할 수 있다. 1930년대 '대경성의 주름잡힌 얼굴 위에 가장하고 나타난 근대의 메이크업'은 '데파트먼트[백화점]'의 출현이었다(김기림, 1988: 386). 찬란한 일루미네이션, 엘리베이터, 에스컬레이터, 쇼윈도우, 마네킹, 옥상정원 등으로 치장하여, '사람의 이목을 유혹하고 있는 근래의 요귀', '떼파-트먼트 스토어'는 '근대의 특산물'이요 상업경쟁장의 총사(總師)라 지칭되었다(함윤성, 1931: 27-28). 찾는 사람의 반수 이상이 조선남녀였던 진고개에는 미쓰코시(三越), 조지야(丁子屋), 미나카이(三中井), 히라다(平田) 등의 호화로운 일본 백화점들이 1920년대 중반 이후로 자리잡게 된다(雙生, 1929: 81). 남촌 진고개를 한번 구경한 사람은 거기에 홀리어 평생 소원이 "진고개 가서 그 조흔 물건이나 맛 조흔 것을 사 보앗스면 죽어도 한이 업겠다."고 하거나, 서울구경한 시골사람들이 진고개를 방문한 사실 자체가 크나큰 자랑거리이자 우월감을 자아내는 정도였다는 다소 과장된 기술도 발견된다(鄭秀日, 1929: 46-47). 하지만, 경성의 '긴자'에 비유된 '혼마치'는 누구든 "조선을 떠나 일본을 여행이나 온 늦김"을 주는 '경성 안의 일본'이자 새로운 유행의 산지였다(서지영, 2010 재인용).

특히, '유행'을 좇는 신풍조와 소비 행위 이면에는 젊은 여성들이 적극적 행위자로 묘사되는데, 당대 많은 신문잡지 지면을 통해 신여성들이 추위를 무릅쓰고 유행하는 옷을 입고, 불편함을 무릅쓰고 구두를 신고 다니고, 과소비를 일삼는 모습으로 희화화되어있음을 알 수 있다. 특히 '과소비하는 여성'의 이미지는 당대 모던걸 표상의 중요한 특징을 이룬다. 일본에서도 '모가'(모던걸)는 전통적 젠더규범과 섹슈얼리티의 규범을 이탈하는 나쁜 여자의 전형을 이루며 상업적 저널리즘의 구성물의 성격을 가졌는데, 식민지 조선에서 '모던걸'은 여학생에서 직업부인, 기생, 카페여급 등 다양한 층위의 여성들을 포괄하는 이질혼성적이고 파편적인 형태의 집단성을 보인다. 물질, 문화적 기반을 바탕으로 새로운 여성 아이콘으로서의 사회적 상징성을 확보하지 못했던 식민지 조선의 모던걸은 도시의 '환영'과도 같은 피상적인 이미지로 부유하였으며, 남성 사회주의자의 담론 속에서 '물질주의와 아메리카니즘에 중독되어 허영과 사치를 일삼는' '遊女로서의 모던걸', '성적으로 문란한 불량소녀'로서 낙인찍힌다(유광렬 외, 1927: 112-113, 서지영, 2010 재인용).

조선의 신여성 개념은 계급적 맥락없이 사용되었기 때문에 경성의 백화점에서 신문물을 수용하고, '쇼핑'에 나선 유한계급 여성과 여학생, 그리고 쇼프걸(shop girl)로서 노동시장에 진출하여 서비스직 노동을 수행한 여성 모두를 총칭하고 있다. 소비 자본주의는 여성들에게 사적 공간의 경계를 넘어 욕망의 주체로서의 자아를 확인하고 젠더적 억압에 균열을 가하는 계기를 제공한 측면이 존재한다. 펠스키는 소비주의 문화가 조장하는 쾌락주의는 개별 남성자본가에게는 명확한 경제적 이익을 가져오지만, 여성들로 하여금 자신의 욕망의 만족에 빠져들게 하면서 남성의 권위를 침식할 뿐 아니라, 남성이 주도하는 가부장적 가족구조의 신성함을 교란시키고 토대를 흔들리게 하는 파괴적인 힘을 가진다고 보았다(펠스키,

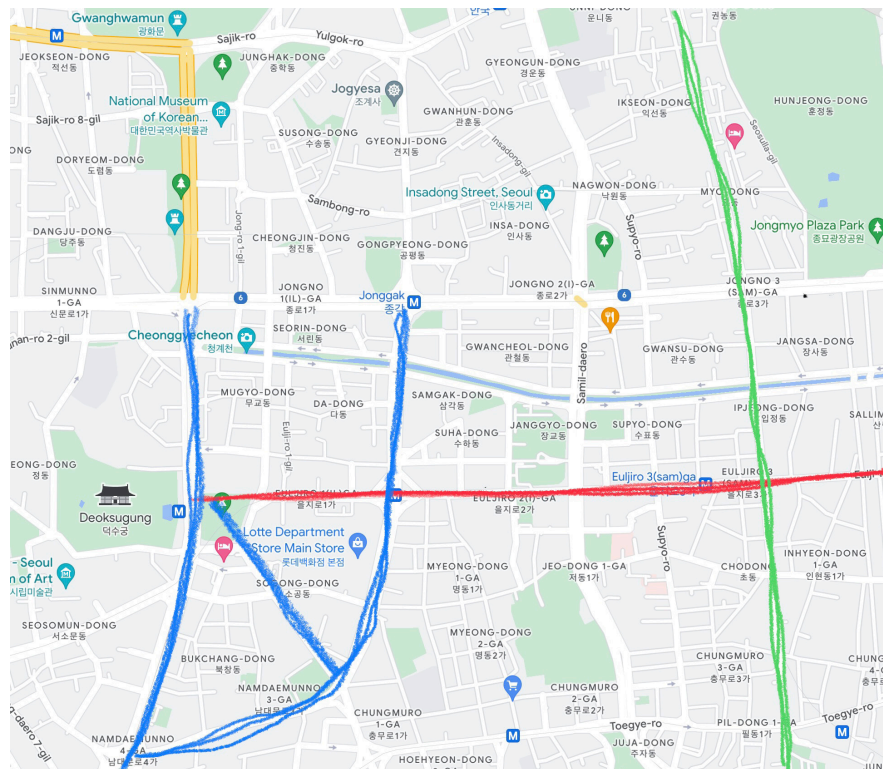
1998: 124-126). 근대도시가 여성에게 가능성과 위협의 장소였던 것처럼(Walkowitz, 1992:80) 소비와 여성의 주체성은 양가적 관계에 놓여있다고 해석될 수 있다.

2) 경성의 공간 (재)생산

(1) 1920-30년대 경성으로서 공간 재구성: 백화점 중심

1912년, 이후 1919년 통감부는 제1기, 제2기 경성시구개수(京城市區改修)계획을 발표했다. 한양으로서 전통적 도심부를 경성으로서 근대적 도시로 새롭게 재편하는 계획이었다. 1910년대부터 일제의 도시계획에 따라 격자형 구조로 짜인 도시 경성으로 재구조화를 시작했다. 일제는 특히 종로-황금정(黃金町, 현재의 을지로)-본정(本町, 현재 충무로)을 잇는 도로망을 만들어 기존 한양의 도로망과 연관이 없는 경성의 도로망을 만들고자 했다. 아래 <지도 2. 1910년대 시구개수와 도심부 간선도로망의 형성 과정>을 통해 대략의 모습을 확인할 수 있다.

<지도 2> 1910년대 시구개수와 도심부 간선도로망의 형성과정³⁾

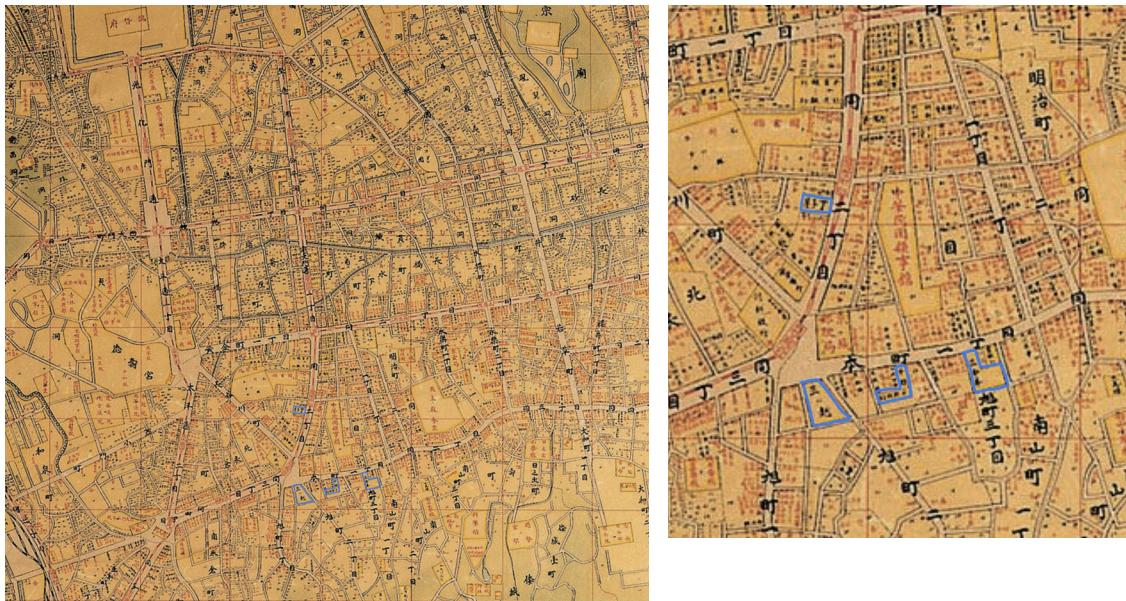


3) 염복규(2016) 38-39쪽 "[그림1-9] 1910년대 전반 시구개수와 도심부 간선도로망의 형성 과정"의 3개 지도 및 지도 위 표시선 참고

1910년대부터 도로망이 재정비되며 근대적 도시 형태를 갖추는 와중 1920년대부터는 내용적인 측면에서 본격적인 근대도시계획이 실행되었다. 그에 따라 1920년대부터 경성은 지리적 규모면에서, 인구수 면에서 모두 급팽창하기 시작했다. 1920년 경성의 인구는 약 30만 명이었고, 경성이 확장된 1936년에는 67만 7천 명, 1942년에는 111만 4천 명이었다(염복규, 2019; 2005; 김인호, 2006; 박세훈, 2000)⁴⁾.

이렇게 도시 공간이 재편되는 가운데 1920년대 초부터 미츠크시(三越), 조지야(丁子屋), 미나카이(三中井), 히로다(平田) 백화점 현재의 층무로 위치에 자리를 잡기 시작했다. 모두 일본인이 경영하는 백화점이었으며, 현재까지도 그 명맥을 유지하고 있는 백화점도 있다. 다음 <지도 3. 경성 일본계 백화점 위치>에서 4개 백화점의 과거 위치를 살펴볼 수 있다. 과거 그림지도의 큰 도로가 현재도 거의 그대로 남아있기 때문에 지금의 층무로 공간에서도 과거 백화점의 위치를 대략 짚어볼 수 있다.

<지도 3> 경성 일본계 백화점 위치⁵⁾



왼쪽 위에서부터 ① 조지야, 아래 왼쪽에서 오른쪽 순서대로 ② 미츠크시, ③ 히로다, ④ 미나카이

백화점들의 위치는 정확하게 일제의 주요 도로망에 자리해 있음을 확인할 수 있다. 주요 도리의 중심인 황금정은 당시 본래부터 일본인 중심지 공간이었으며, 동시에 상업중심지였다. 따라서 일본계 백화점 중심의 공간은 상업적 성격이 두드러진 공간이었으며, 주요 도로로 개발됨에 따라 더욱 접근성이 좋

4) 1912년 제1기 계획안에는 황금정 및 경복궁 중심으로 방사상 도로망이 분명히 확인되지만, 1919년 제2기 수정 계획안에는 수정노선(<지도00.>)으로 대다수 대각선 도로들이 삭제되었다. 대신 1912년과 1919년 사이 총독부 건물이 경복궁에 자리하면서 경복궁 중심으로 도로가 추가되었다(염복규 2005).

5) 경성정밀지도 부분 및 부분 확대 지도

아지고 활성화되기 좋은 조건의 공간이었음을 확인해 볼 수 있다.

다음 <표 3. 일제 강점기 경성의 주요 백화점>은 1920년대 초부터 현재 층무로 일대에 자리 잡았던 네 개 백화점의 개점 시기 및 주요 특징 등을 정리한 표이다.

<표 3> 일제 강점기 경성의 주요 백화점⁶⁾

시기 및 변화		이름	특징
1906 1916 1929 1930 1937	미츠코시 오복점(吳服店) 르네상스식 3층 건물 완공 정식 지점으로 승격 현 신세계 본점 건물 완성 건물 증축 개점	미츠코시 (三越)	· 경성 대표 백화점 · 주요 고객: 상류층 일본인과 조선인 중심 · 경영·조직 면에서 체계화된 첫 근대적 백화점 · 손님 국적에 따라 언어 사용 · 현재 신세계 백화점 자리
1921 1934 1939	조지야 상점 현대식 대형 건물로 신축 시작 본격적 백화점 경영 시작	조지야 (丁子屋)	· 중저가 제품 판매 · 주요 고객: 중류층 이상 일본인과 조선인 · 2002년까지 미도파 백화점 · 현재 롯데 영플라자 자리
1922 1932	미나카이 오복점(吳服店) 현대식 대형점 신축	미나카이 (三井)	· 일본 상품 전문 백화점 · 주요 고객: 중류층 일본인 회사원들 · 부산·대구·평양·원산·목포 등 전국 주요 도시에 지점 설립
1926		히로다 (平田)	· 다른 백화점보다 상대적으로 저렴한 제품 판매 · 주요 고객: 중류층 조선인 · 미츠코시, 미나카이 등에 비해 작은 규모

세계사적으로 백화점의 시초는 1852년 프랑스 파리의 봉마르셰(Le Bob Marché)로 꼽힌다. 이후 백화점은 영국, 독일 등 인근 국가를 거쳐 미국에 생겼으며, 이어서 일본 그리고 경성까지 전파되었다. 일본은 근대적 백화점의 형식들, 예를 들어 쇼윈도, 상품 진열, 여성 직원 고용, 휴게실 마련 등을 1910년대 초반에 완성했다. 근대식 건축물로 신축하거나 증축을 통해 보완하면서 에스컬레이터, 엘리베이터, 식당, 옥상 정원 등이 추가로 설치되며 백화점은 ‘공중(公衆)의 쉼터’가 됐다. 특히 초기에 소수의 상류층만 대상으로 하던 판매 전략 폐기하고, 중산층 이상으로 판매 대상을 넓히며 백화점은 더 많은 대중에게 익숙한 공간이 되어갔다. 이 과정에서 백화점은 일본인을 근대적 소비 주체로 불러냈으며, 이와 같은 백화점의 소비·판매문화와 방식은 조선에 그대로 이전되었다(김종록, 2012; 국사편찬위원회, 2007c).

(2) 1920-30년대 대중의 소비공간 경험

백화점은 그 안에서 소비 주체를 키우며 동시에 여러 가지 기능을 수행했다. 무엇보다 도시 중심에 자리하며 근대적 시각문화 장치로서 자본주의 소비공간으로서의 도시를 돋보이게 해주는 역할을 하였다.

6) 국사편찬위원회(2007), 김인호(2006), 廣茂(2005) 내용 참고하여 정리

경성에는 총독부 건물 등 높은 건물이 몇몇 만들어지기 시작하는 시기였다. 따라서 새롭게 잘 닦인 대로에 자리한 3~6층 이상의 철근, 콘크리트, 전면 유리로 만들어진 대형 건물은 웅장한 겉모습만으로도 대중을 모이도록 만들었을 것이라 짐작해 볼 있다. 웅장함에 이끌려 다가가면 백화점 밖을 환하게 꾸며주며, 그 안의 환하게 보여주는 쇼윈도를 마주하게 된다. 당시 건축 기술로 건물의 전면을 통유리로 만드는 것은 자본뿐만이 아니라 기술이 필요한 일이었다. 쇼윈도의 화려함에 놀라기 전에 앞서있는 근대적 기술을 접하는 경험을 하는 것이다(한민주, 2017; 박은영, 2016; 김종록, 2012; 주은우, 2003).

오늘날에도 여전히 백화점은 매년 바뀌는 계절마다 쇼윈도를 새롭게 진열하고 주요 행사나 연휴날에는 그에 맞춰 다시 꾸미는 등 항상 새로운 모습을 보인다. 경성에서 쇼윈도에 대한 관심은 1920년대 말부터 시작되어 주요 일간지와 잡지에서 쇼윈도를 소개하고 평가했다. 이후 1930년대 ‘백화점 전성시대’를 맞아 지방별로 ‘진열장 장식 경기대회’가 열리는 등 쇼윈도에 대한 관심이 높아졌고, 백화점 뿐만이 아니라 점차 일반 상점도 쇼윈도를 진열하면서 도시 거리의 경관을 바꾸며 사람들의 일상생활에 변화를 주었다(한국미술연구소 한국근대시각문화연구팀, 2018; 박은영, 2016).

도시 중심에서 우뚝 서 있는 백화점은 근대적 꿈과 욕망을 자극하며 새로운 소비 주체를 생산하는 역할을 했다. 굳이 백화점 안으로 들어가지 않고, 혹은 꼭 물건을 사지 않고도 백화점 안과 밖을 서성이면 백화점은 ‘욕망의 환기 장치’로써 단지 시각적 소비의 즐거움을 선사하면서 대중을 욕망의 주체로서 자아를 확인할 기회를 충분히 제공했다(박은영, 2016, 김종록, 2012; 김인호, 2006). 이처럼 도시 경성의 공간 변화 중심에서 백화점이란 공간 경험을 통해서 조선인들은 자연스럽게, 놀랍게, 즐겁게, 충격적으로 새로운 경험을 하면서 자본주의 사회의 공간 질서를 배우며 하나씩 새로운 규칙을 익히고 실천하는 측면이 있었다. 1920-30년대 경성의 인구뿐 아니라 시골에서 온 방문객의 수도 꾸준히 증가했다. 백화점은 수학여행 코스였으며, 전차를 타고, 백화점을 방문하는 등 경성 구경을 알차게 할 수 있는 팀이나 코스가 신문에 소개되었다(한민주, 2017; 김인호, 2006).

백화점의 화려한 외벽 안에서는 새로운 근대적 소비 양식을 통해 새로운 소비문화가 전파되고 있었고, 화려한 외벽 밖에서는 새로운 근대적 시각 경험을 통해 새로운 도시 경험이 증가하고 있었다. 더욱이 백화점의 외벽은 투명한 창으로 안을 밖으로 확장시키며, 밖의 경험은 점차 안으로 빨려 들어가는 모양새를 보인다. 즉, 백화점이 제공하는 공간 경험은 그 안에서만 통용되며 만들어지는 것이 아니었다.

백화점 안이 공간 질서는 안에 갇혀 있는 것이 아니라, 오히려 자본주의 도시 공간의 공간 질서가 백화점이란 공간으로 요약된 것이라고 해석해 볼 수 있다. 앞서 백화점은 근대의 상징으로 도시 중심에 우뚝 서 있다는 점을 밝혔다. 종교의 규율이 성서로 정리되어 있듯, 자본주의 사회 질서 또는 규칙이 백화점으로 정리되어 도시 한 가운데 가장 잘 보이도록 매년 새로운 모습으로 반짝이며 대중, 특히 처음으로 도시 공간을 자유롭게 누비기 시작한 여성들을 유혹하고 있었다.

르페브르(Lefebvre, 2000)는 공간을 생산의 맥락에서 설명하며, 공간 생산 방식에 따라 공간 생산 주체들을 구분하여 제시하였다. 각 공간 생산 방식 및 그 생산 주체들은 한 층위에 고정되어 있지 않고, 상

호작용하면서 공간을 생산한다고 설명한다. 예컨대, 모든 개인들은 각자의 공간에서 일상생활을 하면서 공간을 일상적으로 지각하며 공간 생산을 수행한다. 그런데 한 개인이 도시공간 계획가라는 전문직인으로서 도시 공간을 설계하고 개발한다면, 그는 공간 재현이란 방식으로 공간에 대한 전문적·과학적 지식 등 객관적인 지식이나 코드라는 체계로 인지하면서 공간 생산을 수행하는 주체이기도 하다. 동시에 그가 개인 취미 활동으로 휴일에 도시의 광장이나 공원과 같은 공공 공간에서 버스킹 공연을 한다면, 그는 예술인으로서 재현 공간 방식으로 적당히 공연 무대로 꾸며진, 혹은 공연을 할 수 있는 허락된 공간을 체험하며 공간 생산을 수행한다고 할 수 있는 것이다⁷⁾. 다음 <표 4. 공간 생산 방식의 층위 및 주체>는 세 가지 공간 생산 방식에 대한 설명을 정리한 것이다..

<표 4> 공간 생산 방식의 층위 및 주체(Lefebvre, 2000)

생산 방식의 층위	특징	주체와의 관계	주체
공간적 실천 Spatial Practice	일상의 행위자들이 공간과 관계를 맺는 보편적 지각행위를 통해 공간 생산을 수행하는 방식	지각 perceived	모든 개인들
공간 재현 Representation of Space	공간과 관련된 전문가들이 전문적 지식을 바탕으로 공간을 인지하며 특정한 재현을 통해 공간 생산을 수행하는 방식	인지 conceived	권력 집단, 도시계획가, 공간 관련 기술관료, 과학자, 학자 등
재현 공간 Representational Space	공간의 일반 거주자, 예술가, 철학자 등이 주거하거나 사용하는 공간을 직접 체험하며 공간 생산을 수행하는 방식	체험 lived	거주민, 사용자, 예술가, 작가, 철학자 등

이런 관점에서 신여성들이 경험한 근대적 도시 경성과 그 중심에 자리한 백화점은 특히 재현 공간 층위에서 공간 생산을 수행하고 있는 행위로 볼 수 있다.

4. 도시 공간의 (재)생산과 여성의 공간적 실천

1) 도시 경성과 신여성의 공통분모

앞서 1920-30년대 조선인들이 백화점이란 공간이 제공하는 공간 안팎의 경험을 통해 그 공간의 공간 질서, 즉 자본주의 공간 질서를 경험하고 실천한다는 점을 짚어보았다. 근대 소비 대중 중에서도 여성은 백화점은 특별한 관계를 맺고 있다. 백화점이라는 소비공간은 현재 여성의 공간으로 주목받고 있지만, 초기 백화점이 생기기 시작했던 1920-30년대 경성에서는 백화점은 이제까지 없었던 집 밖의 외부에 생

7) 재현 공간에서 주체의 체험은 공간에 속해있는 이미지, 상징, 규칙을 통해 수동적으로 이뤄지며, 동시에 일상생활부터 예술 활동에 걸쳐 창조적 상상력을 표현하는 행위를 통해 개별적이며 차이가 나는 공간을 생산한다(장세룡,2000; Lefebvre, 2000).

긴 여성들의 공간으로서 주목을 받았다(Kern, 2022; 임옥희, 2020; 서지영a, 2013; 김인호, 2006).

19세기의 자본주의 산업 질서에 따라 생산은 남성 영역으로, 소비는 여성 영역으로서 분배가 되었다. 남성의 공적 영역, 여성의 사적 영역이란 이분법적 공간 구분이 조금씩 재구성되기 시작한 것이다. 누구나 소비자가 되는 과정에서 여성을 적극적인 소비 활동의 영역으로 끌어들이야 한다는 것은 이제까지 남성 중심이었던 도시 공간에 여성을 출입시켜야 한다는 것을 의미했다. 새로운 소비공간 역시도 기존 여성 영역이었던 집이나 가정을 돌봐야 한다는 맥락의 연장선이었기 때문에 도시 내 여성 공간의 재구성 측면에서 제한적이었다(Kern, 2022).

그러나 사교계의 소비문화를 주도하는 부르주아 여성들이, 새로운 공장노동과 서비스직은 노동계급 여성들이 개입하면서 미래를 위한 경제적 기반을 마련하기 시작했다. 따라서 소비자, 생산자 모든 영역에서 여성들은 화폐 민주주의를 해방을 위한 도구로 사용했다(Harvey, 2019, p.346). 즉, 오랜 가부장제 역사 속에서 상대적으로 자유로움을 누리며 권력을 행사했던 남성과 비교할 때, 여성들에게 근대의 자본주의 속성과 규칙은 새로운 역사적 장으로 들어갈 수 있는 황금 티켓과 같았다(서지영a, 2013).

2) 공간 생산 주체로서 신여성

신여성들이 경험한 근대적 도시 경성과 그 중심에 자리한 백화점은 특히 재현 공간 층위에서 공간 생산을 수행하고 있는 행위로 볼 수 있다. 백화점을 따라서 향해 가는 여성들의 여정은 여성 산책자(fla neuse)로 비유되기도 한다. 백화점이 점점 도시에 공고하게 자리를 잡아갈수록 (남성) 산책자는 사라지고 대중이 출현이 점점 가속화 하는 가운데, 서로를 방패 삼아 거리로 새로운 (여성) 산책자들이 등장할 수 있었던 것이다(강재호, 2021; Harvey, 2019; 박은영, 2016; 주은우, 2003).

5. 결론

본고는 1920-30년대 신여성과 도시 경성에 대한 연구논문, 문헌, 언론보도, 지도 등을 조사해 당시 신 여성의 도시 경험과 근대 도시 공간 생산 과정을 정리하고 분석하고자 했다. 이를 통해 신여성들의 근대 도시 경험과 근대적 도시로 재편되는 경성의 (재)생산 과정이 만나는 지점을 확인하고자 했다. 이 두 요소가 공통분모를 이루는 부분을 신여성들의 도시 경험 및 활동이 경성이란 도시 (재)생산 과정에 개입하는 지점으로 보고, 그 맥락과 의미에 대해 해석해 보고자 한 것이다.

분석 결과 경성을 활보하던 신여성들은 백화점을 통해 새로운 도시 공간 경험 중심에 등장하였으며, 백화점은 여성에게 소비문화의 공간인 동시에 노동의 공간이었다. 근대 자본주의 공간의 대표이자 소비 자본주의의 물질적 장치로써 도심 중심에 생겨난 백화점. 이들의 백화점 경험을 공간 생산의 한 층위의 행위로 볼 수 있고, 따라서 공간 생산에 개입한다고 할 수 있을 것이다. 백화점을 향하는 길, 즉 백화점

안에서만 활동이 아닌 백화점에 가는 길, 가는 방법, 백화점 경험을 집이나 학교 등 다른 공간에서 도시를 활보하는 여성 산책자(flânerie)가 등장한 것이다. 또한 백화점이 판매원, 소비자, 구경꾼 등으로서 백화점 경험은 가장 근대적인 경험이란 점에서 공간 생산 주체로서 신여성의 공간 실천은 과거 공간과는 질적·양적을 다른 새로운 공간을 만드는 독특한 공간 생산자의 탄생으로도 볼 수 있다.

일제 강점기 일제의 공간 계획 아래 근대적 도시 공간으로 급격하게 변모하기 시작한 경성에서 백화점은 여성 공간 확장 및 (재)생산의 거점으로 볼 수 있는데, 신여성들의 백화점을 통한 경성 경험은 과거 제한적 공간 이동 및 활동이라는 제약에서 벗어난 것이다. 두 가지 특징이 있는데, 하나는 물리적 공간 확장이고 다른 하나는 심리적 확장이다.

소비 공간 / 노동 공간 / 계몽 공간

백화점을 오가는 길을 따라 도시 공간 확장.

마지막으로 현대의 백화점이 여성에게 어떤 의미를 주는지 그 관계를 100년 전 백화점과 비교해보는 것도 흥미로운 연구질문이 될 것이다. 여성 고객들의 편안한 쇼핑을 염두에 두고 지은 공간인 백화점에서는 특히, 아이와 함께하는 여성을 위해 화장실 접근성과 편의성을 높이는 등(예를 들어 기저귀 교환대, 유모차 이용 편의, 전체적 위생 상태 등) 만반의 노력을 기울이고 있다. 이러한 기획이 궁극적으로 여성과 공간이용, 자본주의 소비문화와 욕망사이에 어떤 영향을 끼치고 있는지 살펴보는 연구도 필요할 것이다.

참고문헌

서적 및 논문

- 강영심 외 (2008). 일제 시기 근대적 일상과 식민지 문화 손정숙. 2008. “일제 시기 백화점과 일상 소비 문화(pp. 133-154)”, 이화여자대학교출판부.
- 강이수 (2005). 일제하 근대 여성 서비스직의 유형과 실태. 페미니즘 연구, (5), 89-131.
- _____ (2004). 근대 여성의 일과 직업관-일제하 신문 기사를 중심으로. 사회와역사, (65), 170-204.
- 강재호(2021). 발터 베나민과 미디어: 현대성의 스펙터클. (곽한자 역) 서울: 커뮤니케이션북스 (원서출판 2014).
- 구선아 (2020). 경성 방랑: 근대 지식인들의 경성 탐닉기. 서울: 알비.
- 국사편찬위원회 (2007a). 한국문화사13 20세기 여성, 전통과 근대의 교차로에 서다. 서울: 두산동아.
- _____ (2007b). 한국문화사16 장시에서 마트까지 근현대 시장 경제의 변천. 서울: 두산동아.
- _____ (2007c). 한국문화사20 광고, 시대를 읽다. 서울: 두산동아.
- 김경남 (2008). [신여성] 잡지를 통해 본 1920년대 여성관의 변화와 여자 교육. 우리말글, 43, 237-259.
- 김경일 (2002). 서울의 소비문화와 신여성: 1920-1930 년대를 중심으로. 서울학연구, (19), 227-262.
- 김경일 (2002). 일제 하 여성의 일과 직업. 사회와역사, (61), 5-190.
- 김경일 (2001). 1920~ 1930 년대 신여성의 신체와 근대성. 한국학 (구 정신문화연구), 24(3), 185-207.
- 김미선 (2012). 명동 아가씨. 서울: 마음산책.
- 김병도 (2006). 한국 백화점 역사. 서울: 서울대학교출판부.
- 김백영 (2009). 지배와 공간: 식민지도시 경성과 제국 일본. 서울: 문학과지성사.
- _____ (2007). 제국의 스펙터클 효과와 식민지 대중의 도시경험: 1930년대 서울의 백화점과 소비문화. 사회와역사, 75, 77-113.
- 김소연 (2009). 1930 년대 잡지에 나타난 근대백화점의 사회문화적 의미. 대한건축학회 논문집-계획계, 25(3), 131-138.
- 김윤선 (2009). 근대 여성매체 [신여성] 에 나타난 여성의 소비문화. 동양학, (45), 41-62.
- 김은정 (2012). 1930-40 년대 서비스직 여성의 노동경험을 통한 ‘직업여성’의 근대적 주체성 형성과 같
등에 관한 연구: 미용사 L 의 생애구술을 중심으로. 한국사회학, 46(1), 64-100.
- 노혜경 (2017). 일본 백화점계의 조선 진출과 경영전략. 경영사연구 (경영사학), 32, 123-148.
- 박명진 (2008). 1930 년대 경성의 시청각 환경과 극장문화. 한국극예술연구, 27, 63-93.
- 김인호 (2006). 백화점의 문화사: 근대의 탄생과 욕망의 시공간. 파주: 살림출판사.
- 김종록 (2012). 근대를 산책하다: 문화유산으로 보는 한국 근현대사 150년. 파주: 다산북스.

- 박명진 (2008). 1930년대 경성의 시청각 환경과 극장문화. 한국극예술연구, 27, 63-93.
- 박상하 (2015). 잃어버린 반세기의 기록. 서울: 푸른길.
- 박세훈 (2000). 1920년대 경성도시계획의 성격: 「경성도시계획연구회」와 「도시계획운동」. 서울학연구, (15), 167-198.
- 박은영 (2016). 1920-30년대 경성의 쇼윈도: 신문·잡지 사료를 중심으로.
- 박진한 (2013). 제국 일본과 식민지 조선의 근대도시 형성. 서울: 심산출판사.
- 서지영 (2013a). 경성의 모던걸: 소비·노동·젠더로 본 식민지 근대. 서울: 여이연.
- _____ (2013b). 산책, 응시, 젠더: 1920-30년대 '여성 산책자(flânerie)의 존재 방식. 한국근대문화학회, 0(21), 219-259.
- _____ (2006) 식민지 조선의 모던걸: 1920-30년대 경성 거리의 여성 산책자. 한국여성학, 22(3), 199-228.
- 소래섭 (2011). 불온한 경성은 명랑하라: 식민지 조선을 파고든 근대적 감성의 탄생. 서울: 웅진지식하우스.
- 신명직 (2003). 모던[보]이 경성을 거닐다: 만문만화로 보는 근대의 얼굴. 서울: 현실문화연구.
- 염복규 (2016). 서울의 기원 경성의 탄생: 1910-1945 도시계획으로 본 경성의 식민지수도의 역사 식민지주도는 어떻게 메트로폴리스가 되었나. 서울: 이데아.
- _____ (2005). 서울은 어떻게 계획되었는가. 파주: 사림.
- 윤지현 (2009). 1920~ 30년대 서비스직 여성의 노동실태와 사회적 위상. 여성과역사, (10), 93-139.
- 윤지환 (2011). 도시공간의 생산과 전유에 관한 연구. 대한지리학회, 46(2), 233-256.
- 이송순 (2016). 일제하 1920~ 30년대 여성 직업의 지역별 분포와 존재양태. 한국사학보, (65), 379-425.
- 이현재 (2008). 매춘의 도시지리학과 공간생산을 위한 투쟁. 사회이론, 33, 111-134.
- 임옥희 (2020). 메트로폴리스의 불온한 신여성들: 1920년대 런던, 파리, 베를린, 모스크바를 배경으로. 서울: 여이연.
- 장규식 (2004). 서울, 공간으로 본 역사. 서울: 혜안.
- 주은우 (2003). 시각과 현대성. 서울: 한나래.
- 최병택·예지숙 (2009). 경성리포트 : 식민지 일상에서 오늘의 우리를 보다, 시공사.
- 태혜숙 (2004). 한국의 식민지 근대 체험과 여성공간: 여성주의 문화론적 접근을 위하여. 한국여성학, 20(1), 33-56.
- 한국미술연구소 한국근대시각문화연구팀 (2018). 모던 경성의 시각문화와 관중. 한국미술연구소.
- 한민주 (2017). 불량 소녀들: 스펙터클 경성에서 모던걸은 왜 못된걸이 되었나. 서울: Humanist.
- 홍승주 외 (2011). 명동: 공간의 형성과 변화. 서울: 역사박물관.

廣茂·林 (2005). 경성의 5대백화점의 융성과 그것을 지탱한 대중소비사회의 검증: 주로 00 초기부터 소
화 15년 전후까지. 한일역사 공동연구위원회, 5, pp. 221-308.

Harvey, D. (2019). 모더니티의 수도, 파리: 자본이 만든 메트로폴리스, 1830-1871. (역) 파주: 글항아
리 (원서출판 2003).

Kern, L. (2022). 여자를 위한 도시는 없다: 처음 만나는 페미니스트 지리학. (역) 파주: 열린책들 (원서
출판 2019).

Lefebvre, H. (2011). 공간의 생산. (역) 서울: 에코리브르. (원서출판 2000)

성, 이름. 중간.

언론보도

온라인 자료

신세계그룹 (20150828). 근대의 아이콘, 한국 최초의 백화점 2편

<https://www.shinsegaegroupnewsroom.com/8598/> 검색날짜 20221010

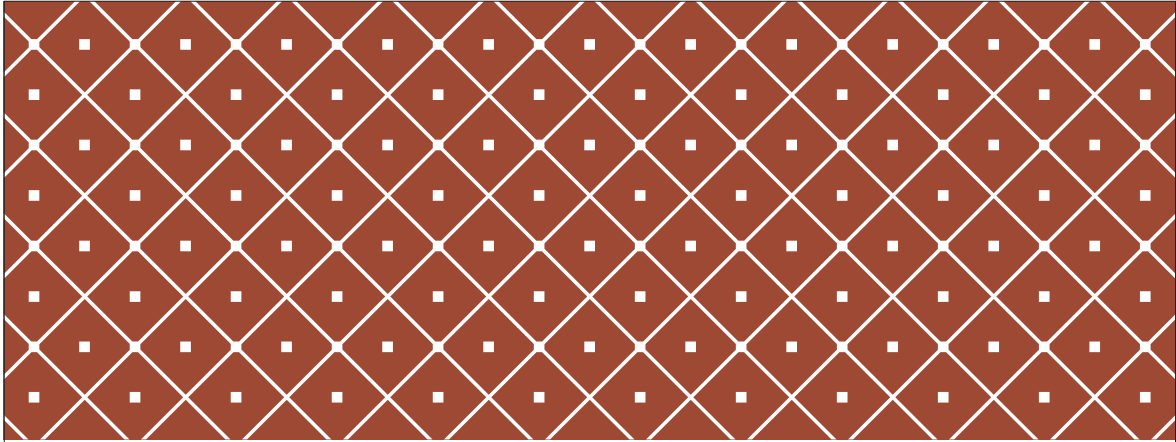
_____ (20150711). 근대의 아이콘, 한국 최초의 백화점 1편

<https://www.shinsegaegroupnewsroom.com/8457/> 검색날짜 20221010

지역N문화-역사문화유산 <https://ncms.nculture.org/legacy/story/7134> 검색날짜 20221010

이미지

한국사이미지자료 <http://contents.history.go.kr/front/ki>



개신교 진리체제와 자기의 기술들

_ 퀴어 지지 개신교인들의 신앙서사를 중심으로

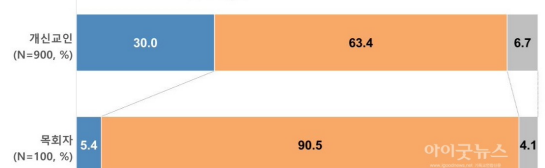
유지운 (전북대학교)

김승수 (졸달롱푼 대학교)



/ 동성애에 대한 인식 /

- 개인의 성적 취향으로 인정해 줘야 함
- 자연의 섭리를 거부하는 것이므로 인정하기 어려움
- 잘 모르겠음



기존 연구 검토 및 연구 질문

- ❖ 신학적 차원에서 동성애 관련 연구
- ❖ 사회과학적 차원에서 보수 개신교 집단이 생산하는 담론 분석 연구
- ❖ 행위자가 개신교 진리체제를 어떻게 수용, 절합 혹은 저항하는지에 대한 연구 부재
- ❖ 퀴어문화축제 및 그에 준하는 실천을 한 개신교인 8명 심층인터뷰 진행

	성별	나이	직업	신앙기간	목회자 부모님	기독교대학	선교단체	활동
A	남	40대 초	목회자	모태신앙	○	○	○	기독교인 엘라이 연합회
B	남	30대 중	회사원	모태신앙	△	○	○	퀴어축제 자원봉사
C	남	30대 초	신대원생	모태신앙	X	○	○	퀴어신학 학교 운영
D	남	30대 초	회사원	모태신앙	△	X	○	퀴어축제 자원봉사
E	남	30대 중	대학원생	모태신앙	○	○	X	엘라이 기도회 조직
F	여	30대 중	회사원	모태신앙	X	X	○	-
G	여	30대 후	신대원생	모태신앙	X	○	X	기독교인 엘라이 연합회
H	남	30대 중	취준생	모태신앙	○	○	○	퀴어축제 참여

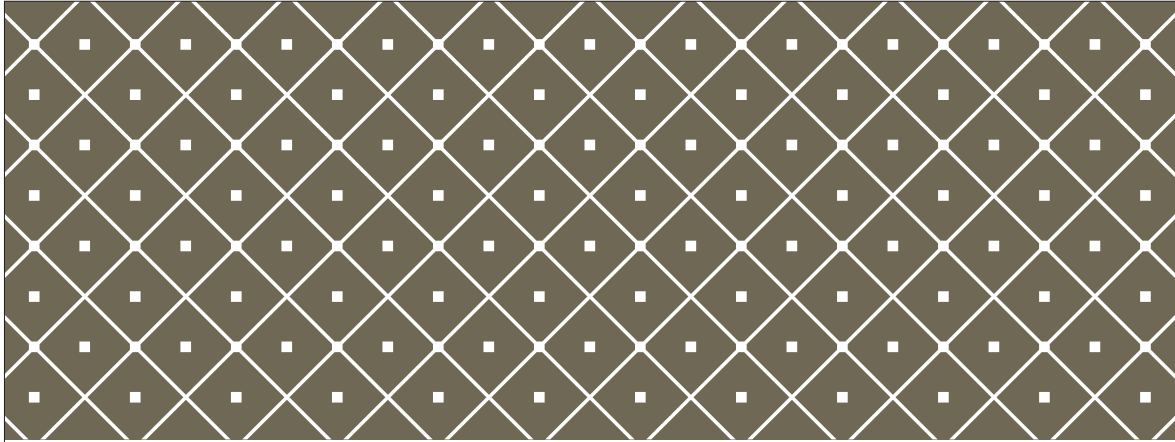
△: 신대원 졸업, 목회 활동 없음

푸코, 진리체제와 고백

- ❖ “사회가 참된 것으로 수용하고 작동시키는 담론 유형”
- ❖ “개인들이 명확히 규정된 진실을 표명하게끔 제약하고 속박하는 절차와 제도의 총체”
- ❖ 특히, 신앙 고백은 개신교 진리체제의 핵심 기술
- ❖ 푸코는 훗날 고백에 대한 입장 변화
- ❖ 자기 배려로서의 고백

버틀러, 자기 자신에 대해 설명하기

- ❖ 자기 자신에 대해 설명한다는 것은 진리체제와 그 규범에 종속된다는 것
- ❖ 자아의 ‘정념적 애착’이 진리체제에 복종하게 만들지만 동시에 균열을 초래
 - _ 고백하는 주체는 타자에게 노출되는 동시에 자기 자신에게 말을 걸기 때문
 - _ 고백하는 신체의 단수성. 규범을 반복적으로 수행하며 균열을 초래
 - _ 살아 있는 방식으로 전유되지 않는 보편적 규범에 질문하게 만들



인터뷰 분석

개신교 진리체제로의
진입-이탈-재구성

개신교 진리체제로의 진입

- ❖ 교회에서 부모님의 위치 (A, E, H)
 - _ 목회자 자녀로서의 기대와 규범에 순응
 - _ 목회자와 아버지 사이의 간극에서 갈등 (E 제외)
- ❖ 부모님의 신앙적 열심 (B, D, H)
 - _ 부모님께 인정받고자 하는 욕망 & 그에 대한 반항심
 - _ 훗날 자신만의 신앙을 가지려는 태도로 발전

개신교 진리체제로의 진입

- ❖ 교회에서 자신의 위치 (C, F, G)
 - _ 교회 친구들과의 공동체 생활
 - _ 중고등부 임원 및 봉사 활동 적극적 참여
 - _ C의 경우, 초교파로 진리체제와의 느슨한 관계 설정
- ❖ 직접적인 신앙 체험 (G, F)
 - _ 어린 시절 경험으로 하나님에 대한 각인

정리: 인정 투쟁과 정념적 애착의 형성

- ❖ 부모님, 교회 혹은 개인적 경험을 매개로 개신교 진리체제로 진입
- ❖ 가정 및 교회에서 벌어지는 인정 투쟁을 통한 정념적 애착 형성
- ❖ '나—하나님—진리체제'의 밀접한 연결을 통한 정체성 형성 (→ 원형으로 남음)
- ❖ 단, 가정이나 교회에서의 인정 투쟁이 약한 경우 진리체제와의 애착 관계도 느슨
- ❖ 개인적 경험 또한 진리체제와의 느슨한 거리를 담보하는 요소

개신교 진리체제에서의 이탈

- ❖ 교회 및 선교 단체, 기독교 대학에 대한 실망 (A, B, C, D, E, F, G, H)
 - _ 비합리적이고 독단적인 조직 운영
 - _ 성경 해석에 있어서 합리성 및 일관성 결여
- ❖ 수업 및 책, 강의, 뉴스를 통해 대항적 담론과의 만남 (A, B, E, F, H)
 - _ 민중신학 및 구성주의 문화이론 등 기존 진리체제에 반하는 담론 학습
 - _ 거부감 있었지만 대항 담론의 합리성 및 공동체를 통해 수용
 - _ 스터디 모임을 통한 구도자로서의 정체성 변화

개신교 진리체제에서의 이탈

- ❖ 기존 진리체제로 설명불가능한 개인적 경험 (A, C, E, G)
 - _ 신체적 질병 및 불우한 사건으로 인해 정상성에서 강제 이탈
 - _ 자신의 성 정체성 발견
- ❖ 성 소수자들과의 대면 경험 (B, C, D, E, H)
 - _ 보수 개신교에 의해 대상화되었던 성 소수자들을 개별적 존재로 만남
 - _ 교회에서 귀어 신앙인과 자신의 위치가 다르다는 사실을 인지
 - _ 엘라이가 된 이후 성 소수자들의 일상적 차별을 함께 경험

C: 본인들(퀴어 신앙인들)이 되게 이 혐오와 차별 그리고 강대상에서 선포되는 말씀을 이겨내려고 그러니까 제 생각은 그냥 신앙생활 안 하면 되지 뭐 목사도 아니고 뭐도 아니고 그냥 안 하면 되지 그걸 어떻게든 해석해 보려고 이런 식으로 삶을 걸까. 그래서 이들에게 과연 종교는 뭘까. 신앙생활이 뭐길래 이렇게까지 할까. 근데 왜 우리는 하겠다는 사람들을 내보내려고 하는 거지라는 생각을 이 때 처음 하게 됐어요.

B: 저랑 같이 살지는 않았는데, 저까지 포함해서 세 명이 같이 쓰는 방이었어요. 그냥 화장실 같이 쓰는 그런 흔한 남자 기숙사였는데 그 친구(성 소수자)가 자주 놀러왔어요. 근데 저는 좀 불편했거든요. 이게 교회에서 자연스럽게 보수적인 교회를 다니다 보니까 목사님께 듣기로는 굉장히 그거에 대해 대처해야 한다 단호해야 한다고 들어서... 사실 동성애가 뭐고 성소수자가 뭔지는 모르지만 되게 불편한 마음이 들어서 그 친구가 놀러 올 때마다 제 얼굴이 찌푸러졌어요. 근데 그 때 제가 느낀 불편함이 불편했어요. 그 친구를 자연스럽게 불편해하는 저의 모습이 불편했어요. 왜 그러지. 그 때 좀 왜 그러지라는 질문을 저 스스로한테 했었는데 복학했을 때라 그냥 남겨두고 졸업하기 위해 공부만 했었던 것 같아요.

정리: 비판적 합리성과 타자의 출현

❖ '나 // 하나님 // 진리체제'의 분리

- _ 합리성이라는 진리체제와 나의 관계 vs 개신교 진리체제의 비합리성
- _ 대항 담론, 자신의 경험, 공동체를 자원 삼아 기존 진리체제를 해체

- ❖ '합리적'이고 '진실하게' 나를 설명하려는 주체의 의지
- ❖ 설명의 대상이 하나님이 아닌 '나' 혹은 '나와 하나님의 관계'
- ❖ 도구적 합리성이 아닌 비판적, 성찰적 합리성의 활용

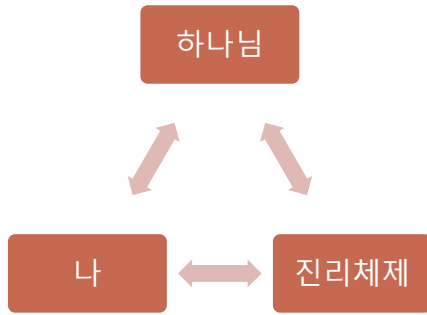
개신교 진리체제의 재구성

- ❖ 개신교 진리체제를 재구성함으로써 개신교인으로서의 정체성 유지
- ❖ 하나님에 대한 달라진 이해 및 관계
 - _ 유일하거나 전지전능한 신 보다는 역사적 예수 혹은 그 가치에 근접 (C, E, H)
 - _ 약자들의 하나님, 사랑의 하나님(A, B, F, G)
- ❖ 하나님이라는 기표가 유의미한 이유
 - _ 연대와 저항을 가능하게 하는 자원 (A, C, E, G)

E: 조금 더 말씀드리자면 신의 존재로서의 신앙이 아니라 저는 어떤 개인의 신앙을 결정 짓는 것은 그 사람의 가치관이라고 생각해요. 그런 맥락에서 그 사람의 진리와 선행과 아름다움의 기준이 어디 있는가라고 했을 때 설령 교회를 다닌다고 해도 돈을 좋아하면 맘몬을 믿는거고 저는 그런 점에서 예수의 존재를 존재로 인식하기 보다는 설령 그러니까 그게 만들어진 허구의 인물이라 할지언정... 신이 인간을 위해서 죽는다는 상상을 했던 사랑이라는 개념이 저한테는 참 그 가치가 저의 종교적 지침이 된 것 같습니다.

A: 저는 뻗속까지 그리스도인이어서... 이게 나하고 나의 정체성을 구성하는 데 있어서 되게 중요한 작업이다 이런 생각이 들었고... 투병의 경험 속에서 그런 인식이 되게 많이 들었어요. 그러니까 믿음이 부족해서 그렇다 아니면 하나님이 훈련해가지고 너를 큰 사람으로 빛으시려고 그런다 그런 흔한 신정론의 담론에 저항할 수 있는 언어를 또 신앙의 언어, 종교의 언어에서 가졌기 때문에 그게 또 저의 언어인 것 같아요... 아무튼 저는 어느 정도는 자원 그러니까 저항의 전통과 언어 이런 것들이 가치가 있다고 생각했고 그래서 다른 방식의 신앙이 가능하다 다른 방식의 교회됨이 가능하다 이런 생각을 가지고 움직이고 있죠.

결론



- ❖ 특정 진리체제를 통해서만 하나님과의 관계맺기 가능
- ❖ 주체의 반복적 수행 중 돌출되는 설명불가능한 지점들
- ❖ 합리성과 진정성을 가지고 자신을 배려하는 주체의 의지
- ❖ 그 의지를 가능케 하는 정념적 애착과 타자에 대한 책임감
- ❖ 결국 진리체제를 스스로 재구성하는 방식으로 나아감

TV드라마 <출사표>에 나타난 여성 정치인 내러티브에 관한 비판적 고찰

윤복실(서강대학교) 윤희진(상명대학교)



< 목 차 >

1. 일상의 정치와 여성
2. 미디어에 재현된 여성 정치인과 고정관념
3. 드라마 <출사표> 내러티브 분석 결과
 - 1) 호명
 - 2) 인물 관계
 - 3) 재현
4. 마치며

1. 일상의 정치와 여성

“ 일상생활의 정치화

- 정치란 특별한 사람들이 행하는 특별한 것이라는 의미에서 개인의 일상생활과 밀접한 관계를 맺고 있는 것으로 그 의미가 변하였다.
- 일상생활의 정치화는 여성과 남성, 청년과 노인, 무주택자와 다주택자 등 개인을 설명하는 하나의 특성을 애초부터 이미 구분된 것처럼 각 대립쌍을 대립시키고 있다.

1. 일상의 정치와 여성

“ 역대 최고로 많은 여성 국회의원이 당선되었지만, 정치영역에서 여성의 목소리를 확인하는 것은 쉽지 않다.

- 2020년 치러진 21대 국회의원 선거에서 여성 의원은 57명(선출+비례) 당선되는 역대 최고의 성과를 거두었다.¹⁾
- IPU에 의하면 한국의 여성 국회의원 수는 193개 국가 중 124위이다.²⁾
- 2022년 제8회 전국동시지방선거에서 여성 기초의원은 선출직인 구·시·군의회의원선거의 14.7%, 기초의원비례대표선거에서는 90.2% 당선되었다.

1) 중앙선거관리위원회(2022.10.25.현재). 당선인 통계. <http://info.nec.go.kr/>

2) IPU(2022.03.25.현재). Monthly ranking of women in national parliaments. <https://data.ipu.org/women-ranking?month=3&year=2022>

1. 일상의 정치와 여성

“

텔레비전 드라마는 여성 정치인을 재현함으로써
우리 사회의 여성과 여성 정치인의 이미지를 생산한다. 그러나....

- 텔레비전 드라마의 재현 체계 연구는 사회문화적 맥락에서 텍스트와 이데올로기가 어떻게 정형화된 여성 이미지를 생산하고 의미를 부여하는가에 대한 심층적인 이해를 제공한다.⁹⁾
- 여성 정치인이 재현된 텔레비전 드라마의 내러티브 연구는 우리 사회의 정치 담론의 생산 방식과 사회가 기대하는 여성 정치인의 역할을 밝힐 수 있다.

9) 김형희·이소윤·김효순(2015), TV드라마와 정치담론의 균열과 포섭: 이론적외 미혼모의 재현, 미디어, 젠더 & 문화, 30-3, 5-40.

1. 일상의 정치와 여성

“

본 연구는 여성 정치인이 재현된 텔레비전 드라마의 내러티브 연구를
통하여 사회가 기대하는 여성 정치인의 역할과 우리 사회에서 여성을
둘러싼 정치 담론의 생산 방식을 밝히는 것을 목적으로 하였다.

- 연구대상 : 2020년 KBS 2TV에서 방영된 16부작 드라마 <출사표>
- 연구방법 : 내러티브 분석

2. 미디어에 재현된 여성 정치인과 고정관념

▶ 여성 정치인 관련 국내 드라마 연구



MBC, 2009.05.25-2009.12.22. 왕, 무소불위의 추궁

탈성화, 남성적 역사로 수렴



SBS, 2011.09.28-2011.12.28. 권력

남성 정치인의 공적 영역과 사적 영역 매개⁴⁾



SBS, 2015.10.05-2016.03.22. 이왕권의 여인, 다섯 번째 왕

4) 영근혜(2018). 역사드라마의 선녀와 장척성 -<선덕여왕>, <주리승은 낙무>, <옥상에 나르사>를 중심으로. 한국극예술연구 62, 229-258.

2. 미디어에 재현된 여성 정치인과 고정관념

▶ 여성 정치인 관련 국내 드라마 연구



SBS, 2009.04.29-2009.07.02. 부시장



SBS, 2010.10.06-2010.12.23. 대통령



KBS, 2010.12.15-2011.02.24. 영부인, 대통령 경선 후보

감성적이고 관계 중심적인 여성 정치인⁵⁾

5) 조성현·박지은(2012). 한국 픽션 정치드라마의 정치 재현 -<시티홀>, <대물>, <프레지던트>를 중심으로. 문화연구 20-2, 399-436.

2. 미디어에 재현된 여성 정치인과 고정관념

▶ 텔레비전과 시청자의 고정관념

“ 미디어는 사회 현실에 저항하며 기존의 사회 질서를 고수하는 방향으로 여성이나 이민자, 노인 등의 소수자를 묘사한다.⁶⁾

- 미디어는 대중의 정치 정보 습득과 태도에 영향을 미친다.
- 텔레비전 드라마에서 권력에 접근이 거부된 여성은 이에 저항하지 않고 남성 파트너의 도움을 받아 남성의 규칙을 따를 때 권력을 획득할 수 있다.
- 텔레비전의 여성 정치인 묘사는 시청자의 젠더에 대한 믿음과 태도를 사회화한다.

6) George Gerbner(1978). The dynamics of cultural resistance. In G. Tuchman, A. K. Daniels, & J. Benet (Eds.), *Heath and home: Images of women in mass media* (pp. 46-58). Oxford University Press.

2. 미디어에 재현된 여성 정치인과 고정관념

▶ 텔레비전과 시청자의 고정관념

“ 많은 유권자들은 정치인을 젠더 고정관념에 기대어 평가한다.⁷⁾

- | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 리더십, 추진력, 야망, 자신감 ▪ 능력 > 인품 ▪ 안보, 법규, 예산, 외교 ▪ 국회의사당, 서류더미, 서가 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 화합, 유연성, 부드러움, 민감함 ▪ 인품 > 능력 ▪ 건강, 교육, 복지, 가족 ▪ 꽃무늬 차장, 안락한 소파 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

[남성정치인]

[여성정치인]

7) Schneider, M. C., & Box, A. L. (2014). Measuring Stereotypes of Female Politicians. *Political Psychology*, 35(2), 245-266. <https://www.jstor.org/stable/43785843>.

8) 강영철·양문희(2005). 여성 정치인 이미지 연구 - 리더십 이미지와 여성정치인. *동서연보*, 18, 39-68. / 김한주(1999). 대통령 후보에 대한 이미지 형성개 커뮤니케이션. *한국방송학보*, 12, 45-74. / 양정혜(2002). 대통령제에 여성 정치인의 재현 -서사 물간지와 여성 물간지를 중심으로. *한국언론학보*, 46-2, 452-484

정현숙·김선남(2012). 여성정치인 관련 뉴스 보도 수량에 관한 연구. *정치커뮤니케이션연구*, 26, 153-181. / Sanbonmatsu, K., & Dolan, K. (2009). Do Gender Stereotypes Transcend Party?. *Political Research Quarterly*, 62-3, 485-494. <https://www.jstor.org/stable/40232395>

Schneider, M. C., & Box, A. L. (2014). Measuring Stereotypes of Female Politicians. *Political Psychology*, 35(2), 245-266. <https://www.jstor.org/stable/43785849>

3. 드라마 <출사표> 내러티브 분석 결과

▶ 드라마 <출사표> 정보

- 방송 : KBS 2TV, 2020년 7월 1일 ~ 2020년 8월 20일
- 연출 : 황승기, 최연우
- 극본 : 문현경
- 시청률 : 평균 3.08%, 최고 3.7%
- 기획의도⁹⁾

"출사표"는 1년짜리 계약직 구의원 이 된 정춘의 취업기이자 생활 밀착형 정치극이다. 세상을 바꾸겠다는 정치적 야심이 아닌 1승이 간절한 취준생의 마음에서 시작한다. 노머니 저스펙 흡수자인 정치 무식자가 구의원이 되어 불량 정치인들의 잔치판을 흥쾌하게 뒤엎는 바보의 1승을 꿈꾼다. 우리 동네를 위해 악으로 악으로 싸우는 구의원 1명쯤은 꼭 있었으면 좋겠다는 희망을 담아, 출사표를 던진다.

▪ 중심서사

비정규직을 전전하는 만년 취업 준비생인 여성 주인공 구세라가 취업 대신 마원구 기초의원에 출마하여 선출되고 남성 주인공인 5급 공무원 서공명과 친구들의 도움으로 스마트원시티 건립을 둘러싼 비리를 해결하는 서사



9) KBS2022.03.25.경채 드라마 <하라는 취업을 만능하고 출사표> 기획의도, <https://program.kbs.co.kr/2tv/drama/firstothing/ps/detail.html?menu=cd6571>

3. 드라마 <출사표> 내러티브 분석 결과

▶ 호명

“ 타인으로부터 호명을 통해 정체성을 형성한다.

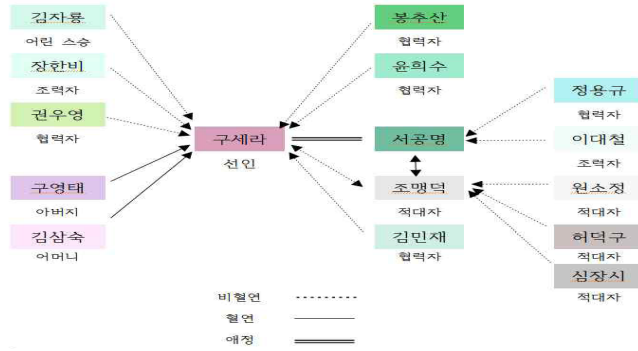
- 구의원 당선 전 : 불나방, 진상, 구세라 씨, 알바녀, 아가씨
 - 구의원 당선 후 : 구양, 또라이, 망아지, 천방지축, 구세라
- 드라마의 계급과 상관 없이 하위계급으로 표상



10) 유진아(2021), 여성 조망의 젠더 정치와 여성 폭력, 한국문화어문과 비평, 90, 297.

3. 드라마 <출사표> 내러티브 분석 결과

▶ 인물관계



3. 드라마 <출사표> 내러티브 분석 결과

▶ 서사 속의 구세라



- 서공명, 조력자
 - 비서관, 구세라의 연인
 - 원칙주의자, 능력자
- 구세라는 감정적이고 업무능력이 부족한 인물로 그려짐



- 조맹덕, 적대자
 - 마원구의회 전 의장
 - 마원구 실세, 구세라 양파 주동자
- 구세라는 타인에 의해 흔들리는 불안한 여성 정치인



- 김민재, 협력자
 - 조맹덕 의장 수행비서, 구세라의 전 연인
 - 청년 정치가를 꿈꾸는 야망가
- 구세라는 성적으로 수동적인 여성으로 그려지며 타인의 도움을 받아야 하는 인물

.....

.....

.....

.....

3. 드라마 <출사표> 내러티브 분석 결과

▶ 재현 (再現)



- 분홍색 후드티, 어린이용 머리띠, 원더우먼
 - 어리고 귀엽고 의존적인, 사랑스럽고 연약한 여성 재현
- 여성 정치인으로 재현되기 보다는 여성으로 재현됨
- 남성 중심적 재현



3. 드라마 <출사표> 내러티브 분석 결과

▶ 재현 (再現)



- 친구들과의 아지트가 선거 사무소로 변신, 만화방
 - 판타지적인 공간 재현
- 정치인으로서의 업무 능력, 전문성을 드러내기보다
- 여성의 정치행위 자체를 환상적으로 재현함



4. 마치며

“ 희망과 도전의 아이콘이지만

여전히 가부장적 이데올로기에서 벗어나지 못한 젊은 여성 정치인

- 정치를 일상에 가까운 것으로 그린 일상생활 밀착형 정치 로맨스 드라마
- 구의회는 남성 중심의 공간으로, 구세라의 여성 정치인으로서의 지위는 부정되고 타자화되어
신출내기 신기한 여성, 하위계급으로 표상됨(not 여성 정치인)
- 윤희수, 권우영, 장한비 등의 여성 조력자, 협력자와의 연대가 눈에 띄지만,
이들의 연대보다 남성 등장인물의 조력의 파위가 더욱 강하게 그려짐

[참고문헌]

- 강형철·양문희(2005). 여성 정치인 이미지 연구 : 리더십 이미지와 여성정치인. 동서언론, 18, 39-68.
- 김현주(1999). 대통령 후보에 대한 이미지 형성과 커뮤니케이션. 한국방송학보 12, 45-74.
- 김환희·이소윤·김은순(2015). TV드라마와 전담론의 균열과 포섭: 이혼녀와 미혼모의 재현. 미디어, 전자 & 문화, 30-3, 5-40.
- 양근애(2018). 역사드라마의 전담과 정치성 -<선덕여왕>, <뿌리깊은 나무>, <육룡이 나르샤>를 중심으로. 한국극예술연구 62, 229-258.
- 양정혜(2002). 대중매체와 여성 정치인의 재현 -시사 월간지와 여성 월간지를 중심으로. 한국언론학보, 46-2, 452-484.
- 유진아(2021). 여성 호명의 전담 함의와 여성 폭력. 한국문학이론과 비평, 90, 297.
- 정현옥·김선남(2012). 여성정치인 관련 뉴스보도 수용에 관한 연구. 정치커뮤니케이션연구, 26, 153-181.
- 조성현·박지윤(2012). 한국 픽션 정치드라마의 정치 재현 -<시티홀>, <대물>, <프레지던트>를 중심으로. 평화연구 20-2, 399-436.
- 중앙선거관리위원회(2022.10.25.검색). 당선인 통계. <http://info.nec.go.kr/>
- KBS(2022.03.25.검색). 드라마 <하라는 취입은 안하고 출사표> 기획의도. <https://program.kbs.co.kr/2tv/drama/intothering/pc/detail.html?smenu=c8e571>
- George Gerbner(1978). The dynamics of cultural resistance. In G. Tuchman, A. K. Daniels, & J. Benet (Eds.), *Hearth and home: Images of women in mass media* (pp. 46-50). Oxford University Press.
- IPU(2022.03.25.검색). Monthly ranking of women in national parliaments. <https://data.ipu.org/women-ranking?month=3&year=2022>
- Sanbonmatsu, K., & Dolan, K. (2009). Do Gender Stereotypes Transcend Party?. *Political Research Quarterly*, 62-3, 485-494. <https://www.jstor.org/stable/40232395>
- Schneider, M. C., & Bos, A. L. (2014). Measuring Stereotypes of Female Politicians. *Political Psychology*, 35(2), 245-266. <http://www.jstor.org/stable/43785849>

버추얼 아바타는 어떻게 셀러브리티가 되었는가? : 페르소나 중심의 스토리텔링 전략 분석

강혜원(성균관대), 이재원(이화여대), 백지연(이화여대)

문제제기

- '메타버스' 개념 등장 이후 디지털 공간에서의 상호작용 층위가 다양해짐
- 현실의 복제 혹은 연장의 개념이 아닌 상상력에 기반해 독자적으로 작동하는 '가상 세계 (virtual world)'에 근거한 다양한 서비스와 콘텐츠가 상용화되고 있음(한혜원, 2008).



문제제기

- 매체 환경과 디지털 공간에서의 상호작용 양상 변화가 미디어가 매개하는 개인 혹은 인물 간의 상호작용에 관한 감각을 근본적으로 변화시키고 있음
- 버추얼 휴먼이 대중서사 속에서 기능할 수 있는 조건들을 학술적으로 탐색해보고자 함
- 2020년 8월에 SNS에서 활동을 시작하여, TV광고, 드라마, 라디오에 출연하고, 음원을 내는 등 셀러브리티로서의 영향력을 구축하고 있는 버추얼 인플루언서 ‘로지’의 사례를 분석

이론적배경 : 버추얼 인플루언서에 관한 연구동향

- 가상의 인격이나 신체이미지에 기반한 버추얼휴먼(Virtual Human)이 대중문화산업에서 본격적으로 활용되면서, 사회문화적으로 유명인(celebrity)의 지위를 얻어 가고 있음
- 버추얼 인플루언서는 소셜미디어 등에서 영향력을 행사하기 위해 만들어진 가상의 개체로 미국의 릴 미켈라(Lil Miquela)나 영국의 슈두(Shudu)의 사례처럼 컴퓨터를 기반으로 생성된 이미지(CGI, Computer Generated Imaginary)에 기반한 형체를 갖거나, 채팅과 상호작용이 가능한 챗봇(중국의 Xiao Wanzi), 물리적인 몸체를 가진 휴머노이드(일본의 에리카) 등의 다양한 방식으로 활용

이론적배경 : 버추얼 인플루언서에 관한 연구동향

- 인간이 챗봇이나 버추얼 휴먼과의 상호작용 과정에서 인공적인 개체를 사회적 행위자로 간주한다는 CASA(Computer Are Social Actors) 관점에서의 연구가 주로 이루어짐
- HRI(Human-Robot Interaction) 연구의 연장선에서 버추얼 인플루언서는 인간과 유사한 외모와 표정을 가진 개체로 디자인되며, 구체적인 캐릭터 설정을 바탕에 두고 상호작용을 하는 과정에서 인간행위자들과 정서적인 상호작용을 주고 받음이 입증(G. Park, D. Nan, E. Park, K. J. Kim, J. Han and A. P. del Pobil,2021).

이론적배경: 버추얼셀러브리티와 페르소나

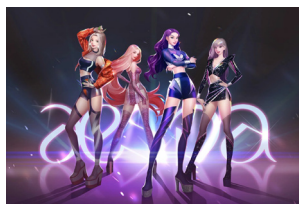
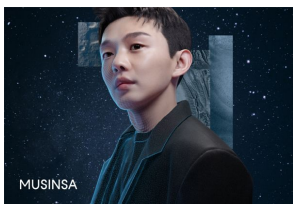
- 본 연구에서는 버추얼캐릭터와의 상호작용을 미디어의 매개를 통한다는 측면에서 전통적인 배우, 가수, 스포츠스타 등의 셀러브리티, 혹은 드라마나 영화에 등장하는 허구적인 캐릭터와 마찬가지로 상호작용을 하고 있다는 감각을 선사하는 ‘준사회상호작용(parasocial interaction)’의 대상으로 인식
- 전통적으로 유명인은 일반 대중이 원하는 페르소나를 재현해 정체성을 구현해내는 방식으로 자신의 명성을 유지해옴(Turner, 2014/2018)
- 셀러브리티는 “유명세 때문에 널리 알려진 사람”이다. 즉 기능성 우수함보다는 현실에서 존재할 수 없는 신화를 해소해주는 존재로 셀러브리티를 이해한다면, 페르소나는 필수적임

이론적배경: 디지털 스토리텔링과 세계관

- 세계관의 아이디어는 팬을 작품 속에 더 오래 머물게 만드는 구조에서 비롯되었음
- 로스(Ross, 2011), 인터넷 등장 이후 문화 텍스트의 내러티브 변화에 주목하며 순차적 내러티브의 시대는 저물었다고 지적
- 영화 <아바타>의 제임스 캐머런 감독은 디지털 시대의 새로운 서사를 창작하며 “나름대로의 규칙과 생태계를 가진 오묘한 세상”을 창조해 팬들이 빠져들게 만들었음.

분석결과 : 버추얼 페르소나의 유형

- 실존인물의 디지털 트윈 유형 (무아인)
- 셀러브리티 페르소나의 변형 및 확장 (ae에스파)
- 판타지적 세계관을 근거로 한 허구적 페르소나(펭수)



분석결과 : 로지의 페르소나 구축 전략



“동양적인 외모에
서구적인 몸매를 가졌고,
패션과 라이프 스타일 트렌드를
선도하며,
모험을 즐기고 환경을 생각하는
건강하고 자신감 넘치는 Z세대”

-171cm, 52kg, 250mm

-혈액형 o형

-MBTI ENFP ‘재기발랄한 활동가’
-관심사 세계여행, 요가, 러닝, 패션,
에코라이프

로지의 페르소나 구축 전략

*로지의 페르소나

‘20대의 트렌디하고 개념있는 여성’

“나이는 **영원한 22살**, 인간, 패션, 환경을 사랑하는 로지”

‘영원한 22살’ 이중적 함의

로지의 페르소나 구축 전략 [1] 가상성과 현실성 조화 전략



2022.2.22. Who am I?

기존 버추얼 아바타는 가상 공간에서 사는 반면,
 로지는 가상성을 인정하되 현실성 부여로 Z세대 호명

로지의 페르소나 구축 전략 [1] 가상성과 현실성 조화 전략



1. 실존 인물과 인증샷

-드라마 <군검사 도베르만>의 주인공 안보현과 촬영,
 SBS 라디오 <두시 탈출 컬투쇼> 김태균과 촬영

로지의 페르소나 구축 전략 [1] 가상성과 현실성 조화 전략



2. 실제 장소 태깅

특정 호텔, 화장품 가게, 박물관 등 현실 속 장소
해당 장소를 방문할 수 있는 신체를 가진 존재로 인식

로지의 페르소나 구축 전략 [1] 가상성과 현실성 조화 전략



3. 움직임 게시

<https://www.instagram.com/reel/CeidisLB9Pv/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>

움직임 강조한 인스타그램 릴스 활용
로지 외의 요소 현실성 부여

로지의 페르소나 구축 전략 [1] 가상성과 현실성 조화 전략

- 인스타그램 소비자와 para-social 한 관계 구축
- 미디어를 통해 만나는 셀러브리티와의 유사성 확보
- 인스타그램에서 선호하는 소비 문화적 장소

로지의 페르소나 구축 전략 [2] 판타지 충족 전략



환경 보호자의 판타지 생활














코로나19 언급없이 세계 곳곳 여행

- 뉴욕 패션 위크에 뉴욕에 출국, 패션쇼 관람, 애프터파티, 타임스퀘어, 브루클린, 메트로폴리탄 미술관 등 뉴욕 명소 이미지 게시

- '에코라이프'를 중요시하나 채식이나 마스크 트러블 포스팅은 없지만 비건화장품 출시

로지의 페르소나 구축 전략 [3] 무대 뒷면 보여주기 전략




 님의 6,579명이 좋아합니다
 rozygram 내가 벌써 신발러니   
 가상후배 #와이티 환테 #가상신발 선물 받음   
 현실엔 없는 신발이니 매장 가서 못지 마시길   
 thx @yt_likes   

가상성 인정

사생활, 결함 인정으로 팔로워에 친근하게 다가가기

팔로워의 서사에 의미 부여

논의

- 버추얼 캐릭터들은 저마다 페르소나, 세계관을 구축하는 차별적인 전략을 활용하고 있었다는 사실을 알 수 있음
- 버추얼 캐릭터가 인스타그램에서 시작해, 점차 영상콘텐츠로도 활발하게 활용되고 있는 만큼, 재현양상이나 스토리텔링 전략에 관한 활발한 학술적 논의가 요구됨
