

中・日 도시 여성의 문화소비에 따른 모던걸의 표상*

- 上海와 東京의 도시여성을 중심으로 -

이행화**
mua-winter@hanmail.net
김형열***
hyongyol@deu.ac.kr

<目次>

- | | |
|------------------------|----------------|
| 1. 들어가며 | 4. 중・일 모던걸의 외양 |
| 2. 中日 근대 도시공간 속 여성의 역할 | 5. 나오며 |
| 3. 中日 모던걸의 일상적 문화 소비 | |

主題語: 상해(Shanghai), 동경(Tokyo), 모던걸(Modern girl), 근대(Modern times), 도시문화(City culture)

1. 들어가며

19세기 후반부터 중국과 일본에서는 일부 대도시를 중심으로 급격한 도시화가 진행되었다. 도시화는 기본적으로 도시구조의 변화를 가져왔고 서구 자본주의 시장경제체제 내에 편성되면서 도시는 상품을 매매하고 공급하는 주요한 시장으로서 기능하기 시작하였다. 자연히 근대적 무역체계에 맞추어 경제구조가 변화하였고 조계와 개항장 내에 전문적으로 상품 무역의 공간이 들어서고 외국계 상점과 금융거래소가 등장하였다. 이에 발맞추어 근대적 건물이 들어섰고 근대적 공간은 근대적 문화를 소비하고 향유하는 기능을 하였다. 근대적 문화는 근대적 경관과 근대적 외관으로부터 시작하였고 여기에는 새로운 근대적 상품을 소비하고 이를 표면화하고자 하는 욕구를 가진 문화 소비자의 등장이 필수적이었다.

* 이 논문은 2013년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2013SIA5A2A03044310)

이 논문은 2014학년도 동의대학교 교내연구비에 의해 연구되었음(2014AA334)

** 경성대학교 의상학과 외래교수

*** 동의대학교 인문대학 사학과 교수, 교신저자

동아시아 전근대 여성은 남성 중심의 가부장제 하에서 자유를 억압당하고 인권을 유린당하며 노동력을 착취당하는 피해자이자 피지배자로서 인식되었다. 문화라는 것은 남성의 전유물로서 그것을 창출하고 소비하고 보전하는 것은 모두 남성의 몫으로 유지되었다. 그러나 동양적 가부장제 사회가 서구문화의 유입으로 파괴되고 새로운 질서를 만들어 내지 못한 과도기의 근대 사회에서 도시문화의 상당 부분은 남성이 이끌지 못하는 경우가 많았으며 적어도 외면상으로 보거나 아니면 실질적 구조 속에서 여성의 문화적 역할이 돋보이게 되었다.

물론 근대 여성은 개인적 아름다움뿐만 아니라 사회적으로 형상화된 아름다움을 좇는 가운데 여전히 남성이 만들어 놓은 성적, 미적 가치관 속에서 완전히 빠져 나오지 못했으나 그럼에도 불구하고 사회적 문화를 창출하고 사회적 가치를 실현하는 기능을 온전히 발휘하였다. 그리고 그러한 문화 창출 기능은 도시 공간 속에서 빛을 발하였으며 여성은 주체로서나 객체로서 문화를 소비하고 향유하였다.

이 논문은 여성의 사회적 가치나 여성의 사회적 역할에 대해 천착하기 보다는 도시 또는 도시문화의 일부로서 여성이 어떻게 존재하였는가에 초점을 맞추고자 하고 있다. 즉 근대 도시공간이 형성되면서 자연스럽게 여성이 도시의 일부로서 어떻게 기능하였고 미의 추구가 도시이미지에 어떤 영향을 주었으며 그들의 문화적 소비가 어떻게 이루어 졌는가를 알아보고자 하는 것이다. 이를 통해 중국과 일본의 근대 여성이 도시의 발전과 더불어 각각 어떤 방식으로 기능하였고 그것이 도시문화 속에 어떻게 함유될 수 있었는지 살펴보고자 한다.

2. 中日 근대 도시공간 속 여성의 역할

일본과 중국에서 도시 근대화 과정은 도시구조의 근대화와 더불어 도시외관의 서구화를 병행, 추진하는 과정이었다.

2.1 중국

중국 또한 아편전쟁 이래로 주요도시들이 세계 자본주의 시장에 개방되고 도시 내부에 외국의 조계지가 형성되면서 자본주의적 도시구조의 변화가 진행되었다. 그 중 19세기부터 20세기 초까지 내외자본이 집중되어 가장 급격한 경제구조의 변화를 맞이한 도시가 바로 상하이였다. 자본의 대량 유입에 따라 도시 기능 및 도시 공간에 큰 변화가 생겼고, 도시의

서양화 및 상품의 시각화 등은 반식민지화된 상하이의 피할 수 없는 현실이 되었다. 반식민지화의 과정을 겪는 상하이는 물질의 범람과 이를 향한 인간 군중 욕망의 과열로 인해 가장 비참하면서도 가장 화려한 도시가 되었다. 자본에 의해 착취당하는 식민지 공업도시이면서 넘쳐나는 물질을 향유하는 근대적 소비도시로서 상하이는 ‘성격이 다른 두 개의 공간’이 도시 내에 공존하는 두 얼굴의 도시였던 것이다. 더불어 상하이는 중국과 서양의 여러 가지 이문화가 서로 융화와 상충을 거듭한 혼혈적 도시의 성격도 가지고 있었다. 즉 제국주의 열강의 문화가 본토에 유입되어 중국 문화와 서양 문화의 융합이 발생하자 상하이문화와 이문화의 결합은 양쪽의 특성이 공존하는 혼합물을 만들어내었던 것이다. 이러한 혼합물의 출현은 세계 각지에서 상하이에 오는 서양인의 증가와 더불어 중국 정국의 불안정으로 인해 중국 각지에서 수많은 엘리트, 부자, 유민, 난민들이 이입하는 것에서 비롯되었다.

상하이의 이중적이고 혼합적인 성격을 결정지은 경제적, 문화적 변화 과정에 있어서 아이러니컬하게도 그 피해자와 수혜자의 양 극단에 바로 여성이 있었다. 먼저 여성은 상하이의 주요 제조업 분야에 상당 부분의 노동력을 제공하였다. 1차 대전이 진행되는 동안 유럽 여러 나라가 아시아에 관심을 가질 여가가 없게 된 틈을 타서 중국의 민족공업 특히 紡織, 製絲, 성냥 등은 눈부신 발전을 하였다. 특히 하층 여성들에게는 방직업의 발달이 큰 영향을 끼쳤다. 방직업은 많은 여성기술자가 필요하였기 때문에 江蘇, 浙江, 安徽 등의 향촌 출신 여성에게 경제적 독립의 기회를 제공하였으며 그녀들은 최초의 블루칼라 계층으로 분류되기도 했다. 당시 상업과 기녀업의 발전도 많은 여성 노동력을 필요로 하였다. 통계에 따르면 1927년 중국의 방직공장 노동자수는 23만 명에 달했는데 그 중 상하이에서는 여공의 비율이 73%에 달했다. 1925년 5.30 운동 전후에 약 14만-15만 명의 女工들이 방직공장에서 일을 했으며 이외에도 광동과 상하이를 중심으로 12만 명의 여공이 제사공장에서 일을 했고, 성냥공장에서는 4만 명, 담배공장에서는 405만 명의 여공들이 일하고 있었다.¹⁾ 일하는 여성의 증가에 따라 만혼현상도 나타났다. 1930년 상하이 면방직공장에서 일하는 70명의 여공에 대한 조사에 따르면 15-19세의 결혼적령기 여성이 11.54%, 20-24세가 5.14%, 25-29세가 81.82%를 차지하였다.²⁾ 이들 일하는 여성의 증가는 비단 상하이만의 현상이 아니라 주요 공업도시에서 일반적으로 출현하였다. 이들 여성들이 개인 소득을 가지기 시작하면서 만혼뿐 아니라 결혼거부, 별거, 산아제한 등의 문제가 사회문제로 대두되었다. 여공 이외에도 상업분야의 직원으로도 여성이 채용되었다. 1920년대 여성잡지에 기술된 도시 상업분야 여성 직원의 진출상황을 살펴보면 다음과 같다.

1) 小野和子 지, 이동윤 역(1985)『현대중국여성사』정우사, pp.159-160

2) 劉明遠(1985)『中國工人階級歷史狀況』第1卷 第1冊, 中共中央黨校出版社, p.559

베이징에서 여성의 경제사회계로의 진출은 은행업에서 시작된다. 신민저축은행은 여성저축부를 설치하여 여성이 담당하게 했다. 여직원 3명, 견습생 1명을 두고 있는데 20세 미만의 남편이 있는 여성을 법정대리인이나 남편의 동의하에 상업을 하거나 회사에서 일을 하게 했으며 본인과 법정대리인의 서명날인으로 사원이 될 수 있다. 직원은 중학 이상의 학력에 은행부기를 아는 자는 합격이며 월급은 30元-36元이다. 월급 외에 매년 결산 시 이자나 장려금이 있다. 견습생은 사장의 동의하에 견습하며 매달 4원을 받는다. 이 직원들은 고객에 대한 서비스가 주도면밀하다. 이 부서만 여직원이고 다른 직원은 모두 남자다. 은행 외에 백화점은 일상생활 용품을 파는 곳으로 가정용품, 식품, 화장품, 교육용품, 완구, 특가부 등이 있다. 이 회사는 출납부가 있어 상업 정리 경험이 있는 여성을 직원이나 판매원으로 고용하여 여성의 직업을 제창하는 것을 중지로 삼아 현재 20여 명의 여직원이 있다. 아침 9시부터 저녁 9시까지 12시간 근무에 월급은 16원, 회사에서 2찬을 제공, 6시간 근무 시 10원, 1찬 제공이다. 대부분이 여직원이고 남성이 보조하며, 여직원은 대부분 사장의 친척이다. 고객에 대한 서비스는 주도면밀하지만 고객이 원하는 물건을 제공해 줄 뿐 적극적으로 구매를 선전하는 활동은 하지 않아 수동적 태도를 지니고 있다.

상하이에서의 여성 직원에 대해 살펴보면 베이징보다 취업이 더 빠르고 광범위하였으며 여성에 대한 보수도 베이징보다 좋고 남성과 거의 동등하게 대우받고 있었다. 상하이의 국민상업저축은행, 미풍은행, 상해은행 등에 여성 회계원, 서기 등이 있었는데 월급은 수십 원에서 백여 원에 달하며 대우도 남자가 동등하다. 은행 외에 일반 상점에도 여직원이 있었다. 백화점인 微微公司에는 여직원 10여 명으로 월급은 십 원부터 수십 원까지였고, 植權女子商店는 7,8명, 永芳女子商店는 4명으로 월급은 10원이었다. 香亞公司는 여직원 3명에 월급은 16원에서 12원이었고 中德商店는 여직원 1인에 월급은 16원이었다.³⁾

한편 1930년대 일반적인 상하이 하층 여성 직원들의 생활은 어떠했는지 관련 자료를 살펴보면 다음과 같다.

상점에서 일하는 여성은 상하이 전체에 약 600-700명 정도이고, 많아도 1,000명 미만이다. 그 대부분은 南京路 일대에 있는 백화점이나 새로운 형식의 상점에 집중되어 있다. 여성점원의 급료는 일반적으로 낮아서 두 번의 식사는 제공받지만 겨우 13元에서 30,40元이 될 뿐이었다.

대부분 그럭저럭 살 만한 집안 출신이지만 경제적으로 충분히 여유가 있지는 않았고 공부도 하지 않았다. 대부분이 고등소학교를 졸업한 정도인데 그 중에는 초급중학을 나온 자도 있다. 나이는 모두 아주 젊어서 16세에서 25세가 제일 많다. 모두 미혼이다. 직무의 특성상 복장은 유행에 따라 입지 않으면 안 되었다. 즉, 본인은 꾸미는 데에 관심이 없어도 고용한 주인이 치장하기를 강요하여 겉치레를 좋아하게 된다. 사실 그녀들은 한정된 수입으로 생활을 겨우 유지할 뿐인데, 그 외중에

3) 陳友琴(1924.6)「中國商業女子的現狀」『婦女雜誌』第10卷 第6號, pp.901-904

돈을 더 마련하여 옷이나 신발, 화장품이나 분을 사고 머리에 파마를 해야 했다.⁴⁾

하층 여성과는 달리 서양 교육을 최초로 받았던 중상층의 상하이 여성은 사상적으로 ‘남녀 평등’을 추구하는 동시에 ‘경제적 독립’도 추구하였다. 신문출판업, 은행업이라는 직업과 교회, 학교라는 공간은 젊은 상류층 여성들에게 취직과 경제적 독립의 기회를 제공하였다. 그녀들은 교사, 기자, 비서, 간호사, 통역 등의 일을 하면서 전문직업인과 숙녀로서의 품모를 자연스럽게 익혔다. 상하이의 여자학교, 교회학교는 전문직 여성을 배출하는 산실이었다. 이처럼 1920,30년대에 여성의 교육수준이 높아짐에 따라 결혼이 인생의 전부는 아니라고 생각하는 여성들이 늘어나게 되었다. 고등교육을 받은 대부분의 여성들은 자신보다 지위가 높은 남자와 결혼하여 ‘모던 부인’으로서 게으르고 사치스런 생활을 누리는 경우가 많았으며 일부는 변호사, 의사 등의 직업에 종사하기도 했다. 경제적으로 자립할 수 없다면 사실 자발적 독신이나 이혼은 불가능하였다. 당시 이혼이나 독신 등 사회문제를 야기한 여성들은 대개 직업여성들이었다. 그 중에는 산업노동자도 있었지만 교육수준의 제고에 따라 전문직을 갖게 된 여성들도 상당수 포함되어 있었다. 1920,30년대 이혼 증가의 원인은 주로 여성의 임금노동 및 그에 따른 경제적 해방이었으며 독신생활자의 대부분이 여성이었다. 가정이라는 감옥에 갇혀 있던 여성들이 공장이나 사무실로 무대를 옮기면서 그녀들은 가사노동에서 어느 정도 해방되었고 더 이상 집안일을 하기 싫은 여성은 기숙사에서 생활하기 위해 아예 가출을 하거나 별거에 들어가기도 하였다.⁵⁾

중국 남성은 전통적으로 체력과 성실성으로 대표되었지만 상하이와 같이 여성의 노동력을 많이 필요로 하고 여성이 재능을 발휘하기에 상대적으로 유리한 신행 경제구조에서는 경제적 수입에서 열세에 처하기도 하였다. 돈을 벌지 못하는 남성은 가정에서 아내를 도와 집안일을 담당하기도 하여 상하이에서는 ‘여존남비’의 독특한 가정구조가 형성되기도 하였다. 그 결과 여성이 가정에서 중심 지위를 차지하고 가정의 재산권을 장악하는 가정구조도 형성되었다. 이러한 상황을 배경으로 상하이의 여성은 연애와 결혼을 위해 돈을 가장 중요한 요소로 여겼으며 서양문화의 영향을 받아 남녀관계도 보다 개방적인 편이었다. 상하이 여성은 품위 유지를 위해 물질적 소비에 인색하지 않았다. 이처럼 물질에 대한 요구가 다른 어떤 도시 여성들보다 강한 이유는 일찍이 유입된 외래문화의 영향과 발달된 경제를 통해 물질문화를 실제로 소비할 수 있는 현실이 갖추어 졌기 때문이었다.⁶⁾

4) 洪明(1939.11)「上海的職業女性」『職業生活』第2卷 第5-6期(일본 중국여성사연구회 저, 이양자,김문희 역 (2010)『자료로 보는 중국여성사100년』한울아카데미, pp.170-171에서 재인용)

5) 천성립(2003)「1920-30년대 중국지식인의 ‘모성’ 담론과 ‘모성보호’ 인식」『중국사연구』24, pp.221-222

6) 교양(2010)「상해 여성의 일본문화 수용연구」세종대학교 대학원 석사학위논문, pp.22-27

2.2 일본

일본에서 메이지 정부가 도쿄 도시경관의 문명화에 관심을 기울인 것은 외국에서 바라보는 일본의 이미지 때문이었다. 하지만 다른 한편으로는 도시환경의 개선을 통해 사람들의 생활습관을 개조하고자 하는 목적도 가지고 있었다. 따라서 도심부 변화의 경관을 서양식으로 정비하는 한편 도시민들의 풍속 근대화에도 적극적으로 나서야만 했다. 우선 자연스럽게 도시풍속을 구성했던 민중의 일상생활 습관들을 단속하기 시작했다. 이를 통해 남녀의 혼욕이 금지되고 걸인이 추방되었으며 나체로 거리를 나돌아 다니는 것이 금지되었다.⁷⁾ 대신 거리에는 일본 전통 기모노 복장을 한 여인들 사이로 서양식 복장을 한 남녀의 모습들이 늘어나기 시작하였다.

도시의 근대화는 도시의 외관만 바꾼 것이 아니었다. 경제구조의 변화에 따라 자본주의적 소비문화가 만연해지는 가운데 도시민의 삶은 전통과 근대, 빈궁과 사치 사이에서 혼란스럽고 퇴폐적으로 변화하였다. 자본주의적인 도시화는 극심한 빈부간의 양극화를 초래했다. 급격하게 도시가 거대화 되어가면서 많은 도시민들의 생활은 정부의 무관심 속에 방치되었고, 전국의 대도시에서 대중들의 불만이 많은 소요를 일으키게 했다.⁸⁾ 이에 대해 지배층이 대응책으로 마련한 것은 도시민의 의식을 순화하는 방법과 도시계획을 통한 생활환경의 개선이었다. 생활환경의 개선은 도시화의 결과이기도 하지만, 다른 한편으로는 생활환경의 개선을 통한 위생적이고 질서 있는 도시 내부의 모습을 만들어 내는 것이 근대화로 나아가는 길이라고 생각했기 때문이다.

20세기 일본에서 근대적 도시화가 급속히 진전되자 주요도시의 인구는 증가하여 도쿄와 같은 대도시가 등장하게 되었고 이러한 대도시화의 전개는 위생이라고 하는 새로운 ‘도시문제’에 직면하였다. 위생은 도시공간의 편성에 중요한 역할을 수행하는데, 1900년을 전후하여 도시의 위생환경은 콜레라라는 급성전염병에서부터 결핵, 성병, 트라코마 같은 만성전염병에 이르기까지 심각한 질병이 만연하는 상황으로 변화하게 되었다. 한번 유행하게 되면 국가차원의 심각한 통제와 주의를 요할 뿐 아니라 환자가 곧 사망하고 마는 급성전염병에 비해 만성전염병 환자는 언제 질환이 발생할지 알 수 없으므로 일상적이고 항상적으로 위생에 유의할 필요가 있었다. 따라서 콜레라 대책 같은 국가나 도시 차원의 정책적 위생만이 아니라 도시사회를 이루고 있는 각 가정의 주도면밀한 위생환경 정비가 요구되었고, 환자에게는 장기간의

7) 김백영(2006)「서양의 모방과 전통의 변용: 일본 근대 도시 형성과정의 이중적 경향」『일본연구론집』23, pp.414-415

8) 김백영, 위의 논문, p.420

요양과 간호가 필요하게 되었다. 이 때 가족을 매개로 한 위생이 부상하고 담당자로 여성이 지명되었다. ‘개인 및 가정의 위생 책임자’이며 ‘부엌의 관리’, ‘집안 청소의 감독’을 하고 어린이의 건강을 관리하는 일이 여성에게 요구된 것이다.⁹⁾ 주부로서 집안을 청결하게 하고 영양 많은 식사를 제공하며, 어머니로서 아이의 신체발달을 지켜보고, 아내로서 남편의 건강을 배려하고 집안의 병자를 간호하는 역할이 여성에게 부과되어, 도시공간 안의 새로운 규범으로 제시되었다. 여성들은 이러한 규범을 내면화하여 그것을 자신의 역할로서 주체적으로 실천해갔다.

일본 여성들은 도시화의 진전에 따라 가정에서뿐만 아니라 사회에서도 직업을 갖고 사회적 역할을 수행하였다. 다이쇼기와 쇼와기에 여차장, 여사무원, 여성교환수, 여점원 그리고 카페 여급에 이르기까지 대도시에서 여성의 직업이 확대되었고, 거리에는 양장을 입은 여성들이 눈에 띄기 시작했다. 당시 여성의 직장이 확대된 것은 1차 세계대전 전후로, 고도화된 자본주의와 쇼와 초기의 불황 속에서 기업들이 상대적으로 낮은 임금의 여성 노동력에 눈을 돌린 결과였다. 여성 교환수는 1901년에 남성 교환수제가 폐지되자 급격히 증가하여 곧 3천 명이 넘었다. 일본은행의 여자 직원도 1910년에는 314명에 달했고 철도청에도 2,440명의 여성이 근무했다. 다이쇼 이래 이러한 움직임은 더 확대되어갔다. 지진 후 마루노우치에 있는 빌딩 사무실에서 근무한 상사원 4,500명 중 여사무원이 700명에 달했고, 주변의 빌딩을 더하면 1,000명은 훨씬 넘는 여성들이 마루노우치 일대에서 일했다. 여성들이 소학교 교사나 사무원, 전화교환수 등은 물론 차장, 점원, 타이피스트, 미용사, 아나운서, 모델, 보험판매원 등의 직업에 종사하는 것은 도시에서 극히 일상적인 풍경의 일부가 되었다.¹⁰⁾ 이들 직업여성 중 백화점 여점원에 대한 이야기는 많은 미디어에서 나타났다. 백화점 여점원을 여성의 직업으로 꼽았던 것은 다른 직업에 비해 이후였다. 그러나 미츠코시는 앞서 여점원을 채용했으나 그녀들의 업무장소는 지갑, 가방, 악세사리류, 장식용 깃, 면제품, 소품류 등과 같은 주변적인 상품의 매장이나 휴게실에 한정되어 있었다. 다이마루는 6명의 직원을 전회원이나 사무원으로 쓰고 있을 뿐 판매에 여성을 두면 그녀가 오히려 여성고객의 머리모양이나 옷차림을 자꾸 쳐다봐서 손님의 감정을 상하게 하는 실례가 있다고 하며 판매장에는 여성을 한 명도 배치하지 않았다.¹¹⁾

9) 成田龍 著, 서민교 역(2003)『근대도시공간의 문화경험』뿌리와 이파리, p.45

10) 松崎天民(1996)『銀座』新泉社, p.44

11) 松崎天民, 위의 책, p.46

3. 中日 신여성의 일상적 문화 소비

3.1 중국

1920,30년대 중국과 일본의 근대적 도시문화를 전인하던 ‘모던걸’ 즉 신여성들은 신문명에 대한 적극적인 소비를 통하여 서구문화를 향유하였다. 도시 여성은 개인적인 만족을 위한 미적 추구를 진행하며 소비하기도 하였지만 사회적으로 이상화된 미적 기준을 충족시키기 위해서도 개인의 지갑을 열었다. 사회적으로 추구된 미의 기준은 남성들의 성적 상상력일 수도 있었고 할리우드 여배우의 농염한 자태일 수도 있었으며 극장 무녀의 관능적 옷차림일 수도 있었다. 뿐만 아니라 여성은 남성의 경제력을 바탕으로 아름다움을 위해 소비를 끌어내는 존재이기도 하였고 사회적으로 권장되는 과학적, 위생적 상품의 시험자이기도 하였으며 근대 문명의 규범을 지탱하는 가정과 사회의 보호자이기도 하였다. 이 모든 문화적 소비는 결코 여성 개인만의 작품이 아니었으며 여성으로 대표되는 사회적 소비의 결과이기도 하였다.

중국 여성의 개인적 소비활동은民国 초기에 상류 계급에 속해 있던 소수의 여성들로부터 시작되었다. 그녀들은 집의 재산이나 자신이 스스로 벌어들인 수입을 자기 자신의 즐거움을 위해서 소비했다. 그 후 상하이의 도시화, 공업화가 진전되자 여성은 노동자로서 사회에서 중요한 지위를 차지하게 되었다. 일하는 여자나, 기생, 여공의 수적인 증가는 중국여성의 개인적 소비활동을 그 이전보다 더욱 일반적으로 인식되게끔 했다. 그들은 스스로의 힘으로 얻은 수입을 유행하는 옷이나 액세서리의 구입에 썼다. 1930년대 중반의 상하이 주요 변화가에는 외국자본계통을 포함한 많은 옷 가게가 줄줄이 들어섰다.¹²⁾

1920,30년대 중국의 도시 중산층은 대중문화를 소비할 수 있는 계층이자 대중문화의 확산을 주도한 계층을 의미했다. 그들의 가정은 남편의 수입으로 가사를 책임지는 핵가족(小家庭)이었으며, 이들 가정의 여성들과 직업부인들은 스스로를 중산층으로 인식하였다. 이들 중산층 가정의 한 축인 가정주부들은 1920년에는 25만 명, 1930년대 후반은 27-28만 명으로 추산되었다. 직업을 갖지 않고 가사노동만을 하는 주부는 전체 여성 중 30% 정도를 차지하였다. 이렇게 중산층이 성장하면서 출판시장을 비롯한 대중문화의 소비가 촉진되기 시작했다. 소비생활은 당시 도시 중산층 가정의 주요한 활동이었는데 이들을 주 대상으로 하는 잡지에도 광고가 적지 않게 등장하였다. 20세기 초반 중국의 유력 잡지 중 하나인 『婦女雜誌』는 본격적으로

12) 일본 중국여성사연구회 저, 이양자·김문희 역(2010)『사료로 보는 중국여성사100년』한울아카데미, pp.193-194

서구제품과 광고가 전파되기 시작했던 1915년부터 1931년까지 발간되었다. 1920년대에는 주로 의약품에서 전축까지 다양한 상품을 알리는 다수의 광고들이 게재되었다. 상품의 종류를 보면 위생용품, 의약품, 식품, 가전제품에 이르기까지 다채로웠다. 이들 상품의 대부분은 품질의 우수성을 강조하는 광고 문구를 통해 독자들의 이목을 끌었다. “품질이 우수하고 향기로운 치아를 보호하는” 콜게이트 치약 광고(『婦女雜誌』제9권 10호, 1923), “최신 발명한 재질을 취한” 폰즈 배니싱 크림(『婦女雜誌』제5권 7호, 1919), “소재가 순정하고 향기가 우아한” 세이언 가뭇 비누(『婦女雜誌』제12권 7호, 1926), “오십년 동안의 사진기 업체의 진보” 코닥필름(『婦女雜誌』제16권 6호, 1930) 등의 광고는 최신 개발된 품질 좋은 상품이라는 점을 대대적으로 선전하고 있었다.¹³⁾

1920년대 후반에 두드러진 ‘즐거움’이라는 감각은 일상의 심미화와 관련되는 것이었다. 예를 들어 “즐겁게 사용되는” 펍소네톤 치약(1924), “촬영술의 즐거움을 누리는” 코닥필름(1926), “부녀들이 즐겁게 사용할 수 있는” 코텍스 생리대(1928), “아침 저녁 한잔으로 심신이 쾌적해지는” 홀리스 분유(1930), “목욕 후 청량하고 상쾌해지는” 탈컴 파우더(1930) 등은 전문성보다는 쾌적성으로 여성들에게 다가가며 소비를 권유하였다. 야외와 댄스홀에서 댄스를 추는 남녀들이 등장하고(승리전축, 1929), 성장을 하고 헤어크림을 바른 신가정의 부부가 외출 준비를 하며(스타콤, 1930), 피아노를 치는 남성 곁에 바이올린을 켜는 여성이 등장하고(포마민트, 1930), 쾌적한 파우더를 뿌리는 母子가 등장하며(콜게이트 에클랑 파우더, 1930), 아름다운 플란넬 옷감으로 지은 옷을 여성이 출현한다(비엘라, 1930).¹⁴⁾

일상의 즐거움과 편안함을 추구하는 상품에 대한 소비와 더불어 중국 신여성들의 눈길을 끈 것은 위생과 과학이었으며 이는 가정환경의 개선에서부터 위생적 상품의 구매에 이르기까지 여성의 몫으로 책임지어 졌다. 상하이가 도시화와 함께 점차 근대적인 가정형태인 소가정이 생기게 되면서, 전통적인 대가족과 다른 소가정을 어떻게 이끌어가야 하는가에 대한 고민이 증가하였다. 이를 해결하고자 하는 움직임은 해외에서 유학한 학생들을 통해 서구 기독교 생활규범이 도시에 유포되면서 시작된 가정개량운동을 통해 알 수 있다. 또한 상하이의 가정일신회(家庭日新會)는 구습을 극복하고 가정교육과 위생을 위한 노력을 하며 혼인제도와 가정구성을 개선하기 위해 생긴 것으로 정기적인 회의를 통해 새로운 가사 관리, 육아 방법을 소개했다.

가정개량의 내용은 육아, 미에 관한 정보, 위생, 영양에 대한 지식이었다. 1920년대 후반 상하이에서는 가정의 담당자로서 여성이 부각되었고, 특정 지식을 가진 가사전담의 주부를

13) 박자영(2012) 「광고와 식민주의-『婦女雜誌』를 통해 본 도시의 일상과 문화」 『중국현대문학』61, pp.64-65

14) 박자영, 위의 논문, pp.76-78

신현모양처로 묘사하였다. 더욱이 상하이 역시 1924년 여자중학에 가사과목이 개설됨에 따라 미국의 가정학에 기반을 둔 가사의 내용을 여학생에게 가르치게 되었다. 따라서 이 시기 가정 내 여성은 서구 물질문명을 기반으로 잡지를 통해 얻은 지식을 이용해 과학적으로 가사 노동을 하면서 가정을 이루어가는 주부의 역할을 하나의 직업으로 인식하는 신현모양처 담론이 확대되었던 시기였다고 볼 수 있었다.¹⁵⁾

한편 중국 도시여성들은 자신과 가족의 건강을 책임질 수 있는 근대 문명의 산물로서 과학적이고 위생적인 제품의 소비에 적극적이었다. 『婦女雜誌』의 상품광고는 1920년대 말에 이르면 서구의 선진적 기술과 지식을 전파하는 데 그치지 않고 안전과 위생의 논리를 설파하였다. 그리고 가정의 위생을 관리하고 책임져야 할 주요 대상으로 『婦女』를 상징하고 그들의 위생관념을 제고하는 문구를 통해 안전을 강조하고 구매동기를 부여하였다. 또한 1931년 1월에 첫 호를 발간한 월간 『新家庭』의 광고에 나타나는 광고 내용이나 이들 광고 대상은 중산층 가정의 새로운 소비 성향, 즉 위생 지향적 소비욕구를 알 수 있게 한다. 당시 가정의 필수품이었던 차(茶)는 ‘위생, 미려, 가격’이 광고의 주 내용이었고 매실사탕, 서구식 사탕, 채소 통조림 등 신식품은 “과학적 방법, 청결한 제조공정, 위생적이며 진보적 식품”이라는 문구로 선전되었다. 나아가 미국에서 사용된 최신 과학방법으로 제조된 惠民 분말우유, 煙臺맥주(Chefoo beer), 레코드가 ‘신가정의 필수품’으로 소개되었다. 서구에서 들어온 도시생활을 위한 신제품은 도시민의 일상으로 전파되었고 화장품과 치약 광고 또한 빈번하였다.¹⁶⁾ 광고 속에서는 구미의 약품, 담배, 맥주 등은 상표와 기술을 강조하는 한편 위생과 과학을 제시하여 건강한 가정과 개인을 통한 건강한 국가의 창출을 도모하였다. 특히 『新家庭』의 창간호에서 가정생활의 과학화를 지적하며 과학을 응용하여 생활에 활용하요 과학적인 지식을 이용하여 좀 더 효과적인 생활을 할 것을 요구하였다. 이러한 과학적 지식은 일상생활에서 “식품을 찌고 끓일 때, 의복을 만들 때, 방 안의 광선과 온도 및 습도를 조절할 때”¹⁷⁾ 이용될 수 있는 것이었다. 또한 당시 주부들에게는 구미의 주부처럼 효율적, 경제적, 합리적으로 가정생활을 구축할 것이 요구되었다. 따라서 잡지는 여성을 가정의 주재자, 경제의 관리인, 어머니라는 직업여성으로 간주하고 여성들이 이를 관리하기 위한 지식을 지니는 것은 필수적인 일이며, 주부들은 요리와 세탁을 통해 과학적인 일상화를 실천하도록 요구했다.¹⁸⁾

15) 최은진(2010)『『新家庭』잡지와 1930년대 상하이 ‘신가정’』『이화사학연구』41집, pp.64-65

16) 최은진, 앞의 논문, pp.59-62

17) 潘文安(1931.1)『新家庭的兩個因素』『新家庭』創刊號, p.7

18) 최은진, 앞의 논문, pp.67-68

3.2 일본

일본의 경우 1917년에 창간된 『主婦之友』는 도시 여성들이 ‘한 가정의 주부’로서 자각할 수 있도록 여러 가지 실용기사와 논평을 실었다. 여성들은 의식에 관련된 실용 기사를 통해 식사 제공과 의복의 선택이 주부의 역할이라는 것을 배웠고 자식들이 질병에 걸리지 않도록 주의하라는 기사를 읽고 어머니의 역할을 인식하였다. 하니 모토코가 『主婦之友』의 발간 동기에서 밝혔듯이 “계획적인 소비생활을 유도하고자 종래의 가게부 기재방법을 일신하고 가게에 대한 주부의 자각과 책임¹⁹⁾을 강조”한 것도 도시의 젊은 주부층을 향한 것이었다. 젊은 주부들은 잡지책을 통해 자신의 스타일로 가정을 꾸려나갈 수 있게 되면서, 종속적 존재에서 자립적 존재로 역할의 변화가 가능했다. 『主婦之友』의 구독 대상은 도시 중하층 여성까지를 포함해 이전에 출간된 여성잡지들에 비해 대중적 성격을 지녔으며 실생활과 관련된 내용 중심으로 구성되어 있었다. 의식주와 가족의 건강, 자녀교육, 상담, 고백 기사들이 그 내용이었다.

다이쇼기 근대화된 서양문물과 지식에 대한 관심이 급증하게 되면서 이를 ‘문화생활’이라는 용어로 종종 표현하였다. 자동차와 전화, ‘문화주택’과 같은 서양에서 들어온 문명화된 상품을 소비함으로써 새로운 소비생활을 경험하였던 것이다. 1920년대의 문화생활은 1차 세계대전 이후 일본정부가 전개한 생활개선운동과 관계해 생활의 합리화와 효율적인 가사일을 목적으로 하였다. 서양의 최신 문물이 문화생활의 중심이었기 때문에 이러한 문화생활의 확산은 서구화와 깊은 연관성을 가지면서 함께 나타났다고 볼 수 있다. 다이쇼기 서구화가 눈에 띄게 자리 잡은 것은 단순한 서양을 동경해서 만든 아니었다. 사회의 변화는 새로운 생활을 요구했고, 이러한 변화를 이해하기 위한 모델을 서양에서 찾았다고 볼 수 있다.²⁰⁾

『主婦之友』에서 도시 일상생활의 변화를 잘 보여주는 것이 서양식 의식주 생활의 소개였다. 서양 관련 기사는 서양주부에 대한 소개 이외에는 의식주 문제에 관한 것이었다. 1917년 창간호에서 1920년까지의 의식주 관련 기사의 제목을 분석하면 다음과 같다.²¹⁾

19) 최석환·임명수(2006)『지위와 역할을 통해 본 일본여성의 어제와 오늘』어문학사, p.232

20) 함동주(2010)「다이쇼기 일본의 근대적 생활경험과 이상적 여성상-『主婦之友』를 중심으로」『이화사학연구』41, p.8

21) お茶の水圖書館編『カラー復刻『主婦之友』大正其總目次』

<표 1>『主婦之友』에 게재된 의식주 관련 기사

의복관련	1917년	3
	1918년	5
	1919년	5
	1920년	9
음식관련	1919년	1
	1920년	1
주택관련	1917년	1
	1920년	2

<표 1>에서 보면 서양문물 중에서 의류가 가장 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 양장은 여성의 경우 사교회 등에서 고관의 부인들이 입을 경우는 있었지만 일상적으로 착용하는 모습은 찾아보기 힘들었으며, 하이힐, 숄, 양산, 리본 등과 같은 소품들 수준에서 소개되는데 그쳤다. 일본여성들에게 양장이 일반화된 것은 여성의 사회진출이었다. <그림 1>에서와 같이 전철의 차장, 습걸, 댄스걸, 택시걸, 마네킨걸 등의 특정 직업을 가진 여성이 등장하는데, 유니폼으로 양복을 착용하면서 확대되었다.



<그림 1> 다양한 직업의 여성

서양식 생활에 필요한 상품 소비에 대한 관심이 늘어나자, 『主婦之友』는 이들 제품들을 꼭 구매하지 않아도 얻을 수 있도록 제작방법을 수록해 직접 만들어 사용할 수 있도록 하여 소비자의 욕구를 충족하도록 독려하였다. 구체적으로 서양식 의류의 제작방법 및 관리법이나 요리법, 주택을 관리하는 법에 대한 기사들이 정기적으로 게재되어, 주부들이 직접 배워서 이러한 정보를 생활에 적용할 것을 암묵적으로 독려하였던 것이다. 당시 서양식 의복을 구입

하는 것은 경제적으로 상당히 힘든 일이었고, 『主婦之友』의 구독층인 중하류 가정은 의복비 지출을 제한할 수밖에 없었다. 서양식 의복제작과 관련한 내용을 보면 주로 남편과 자녀용 의류가 대상이라는 점이 흥미롭다. 서양의복 관련 기사에서는 남성용의 코트, 양복, 와이셔츠, 모자의 제작법과 아동용 양복, 망토 제작법이 소개되었으며, 여성용은 에이프런, 숄, 스카프가 소개된 것으로 보아 여성들에 양장이 아직 일반화되지 않았다고 볼 수 있다.²²⁾

4. 중·일 모던걸의 외양

도시의 근대성은 도시구조와 기능의 근대화 및 도시경제의 근대적 발전만을 의미하는 것이 아니라 도시 내부 문화의 근대성을 통해서도 드러난다. 동아시아 근대문화가 서구문화의 전파 및 이입, 전통문화의 변형으로부터 시작되었다면 문화적 근대화에는 이를 받아들이고자 한 여성의 역할이 컸다고 할 수 있다.

4.1 중국

중국에서 근대문화의 수용은 이미 청 말부터 시작되었지만 서구식의 옷차림과 서구식 생활 양식을 좇는 여성의 문화적 조류가 하나의 사회적 현상으로 받아들여진 것은 1920년대였다. 1920년대부터 ‘摩登’은 ‘modern’의 음역으로 사용되었으며 근대적 문화양식을 고수하는 여성은 ‘摩登女性’이라는 용어로 일컬어졌다.²³⁾

흔히 모던걸이라 불리는 ‘摩登女性’의 모습은 구시대 긴 머리의 전통 머리양식과는 달리 단발로 표상되는 근대적 머리양식²⁴⁾에 양장을 절충한 치파오의 女學生裝이라는 당시의 첨단 패션으로 대표되었다. 女學生裝은 1920년대 ‘모던걸’의 앞선 패션과 모던걸이라는 집단의 근대적인 성격을 외형적으로 표현한 것으로, 외부의 시각이 개입되면서 본격적으로 나타났다.

22) 小林操子(2002)「大正・昭和初期における衣生活の近代化-婦人雑誌『主婦の友』衣生活關係記事と生活改善運動」『戸板女子短期大學研究年報』p.17

23) ‘摩登女性’이란 용어는 1932년 극작가 田漢이 편곡한 영화 <三個摩登女性>에서 살펴볼 수 있는데 田漢은 이미 1928년 2월에 창립된 上海『中央日報』의 부속 간행물 『摩登』의 주편을 맡고 있었다(문정희 (2008)「上海摩登/京城毛斷-1930년대 소비문화 공간의 매체와 여성의 이미지」『한국근현대미술사학』19, p.191 참조).

24) 1920년대 여성의 단발은 여론을 통해 화제가 되었던 모던의 상징으로 상해에서도 단발은 위생적인 측면과 실용적인 면에서 매우 진보적인 머리형태라는 여론과 함께 중국 여성계의 긍정적 반응을 받았다(雨蒼(1926.12.16.)「論女子剪髮」『申報』참조).

1930년대 상하이에 등장한 치파오는 서양문화의 산물로서 고급 기녀들이 만주식 치파오를 서양식 원피스로 개량하여 입었고,²⁵⁾ 여학생들의 교복에도 영향을 끼쳤다.



<그림 2> 1920-30년대 월분패에 나타난 여성들의 치파오

특히 모던걸의 모습은 <그림 2>와 같이 중국식 전통 치파오를 통해서도 잘 드러난다. 1920년대 말부터 개량된 치파오는 1930년대 이르면서 상해 여성들에게 대중적인 인기를 얻게 된다. 소매가 짧아지고 길이가 길어진 치파오와 어우러져 단발머리에서 파미를 한 여성들이 많아졌으며, 치파오의 라인 또한 여성의 신체를 관능적으로 표현하기 위해 점점 밀착되어져 갔다. 복장과 더불어 하이힐 역시 광고에서 여성성을 상품화한 대표적인 예에 속한다

1930년대 신여성 즉 모던걸의 차림새와 생활양식은 베이징 여대생의 모습에서도 드러났다. 1930년대 北平師範大學 여학생의 옷차림과 외모에 대한 내용을 살펴보면 다음과 같다.

봄이나 여름의 복장은 화사하고, 아름답고 값이 싼 목면포로 유행하는 옷을 만들어서 대단히 멋지게 입는다. 치마의 길이는 가지각색이어서 땅에 닿을 만큼 긴 것도 있고 무릎 위까지 오는 것도 있다. 활동적인 사람은 짧은 치마를 입는데 걷는 모양도 경쾌하다. 모자를 쓰고 양쪽 머리는 작은 공같이 둥글게 펴머하여 마치 외국의 학생 같다. 긴 치마를 입은 사람은 모두 날씬하고 긴 머리를 어깨까지 내려뜨려 우아하기가 그리스 여신 같다. 하이힐이 별로 유행하지 않은 것은 건강미의 영향인지도 모르겠다. 그러나 낮은 굽의 구두를 신는 사람은 많다. 탁, 탁, 탁, 소리를 내며 잔걸음을 걷는 것에서 그녀들의 성격이 표현된다.

25) 黃能馥, 陳娟娟(1995)『中國服裝史』中國旅遊出版, p.386

(중략)

화장한 얼굴을 세수하는 횟수는 매일 45회 이상으로, 매번 적어도 15분은 소요되었다. 분을 바르고 연지를 바르고 립스틱을 발랐다. 그 후에 머리를 가르마를 타서 나누어 빗는데 1-2분이 걸린다. 그러나 그 중에는 한 번 화장하면 남성들처럼 하루 종일 그대로 그냥 있는 사람도 있다.²⁶⁾

물론 몸매를 드러내는 치파오를 입고 하이힐을 신은 관능적 도시 여성의 모습은 아니지만 여학생장의 단출함과 소박함에서 벗어나 긴치마와 짧은 치마를 자유로이 입고 파마한 머리에 모자를 쓰고 자태를 뽐내는 모습은 도시 여성의 모던한 복장이 중산층 이상의 여성들에게 널리 퍼져 있음을 보여주는 것이라 할 수 있다. 더욱이 하루에도 여러 번에 걸쳐 화장을 하고 지우는 모습은 일상생활에서 화장이 일반화되었으며 처해진 곳의 분위기와 환경에 맞추어 화장을 달리하면서 자신의 갖가지 모습을 연출하는 생활양식이 정착되어 있음을 짐작케 한다.

1920년대 말부터 개량된 치파오는 1930년대에는 화려한 옷감으로 재단한 새로운 형태로 재탄생하여 상하이 여성 패션의 전성기를 구가하였다. 광고달력(月份牌)과 광고 포스터에 등장하는 여성의 모습에서도 드러났다. 1910년대와 1920년대에 주로 고전적 취향의 전통 복장과 양장 절충형 여학생장의 여성이 달력과 포스터를 장식했다면 1930년대에는 여성의 육체적인 곡선이 드러나는 치파오와 하이힐을 신은 여성이 등장하며 점차 영화배우와 같은 전문 직업여성으로 표출되기 시작하였다.²⁷⁾ 이는 남성이 요구하는 성적 이상으로서의 여성상이, 농염한 기녀들의 미인상에서 중등교육 정도의 지적 수준을 갖춘, 꽃같이 어여쁜 여학생을 거쳐 점차 도회적 이미지의 ‘모던 여성’으로 바뀌어 가고 있음을 보여주는 것이었다.



<그림 3> 상하이 담배광고



<그림 4> 상하이 약국광고



<그림 5> 30년대 상하이여성

26) 雪因(1934.3-4)「北平師大女學生生活概況」『大公報』『婦女與家庭』(일본 중국여성사연구회 저, 이양자·김문희 역(2010)『사료로 보는 중국여성사100년』한울아카데미, pp.191-192에서 재인용)

27) 문정희, 앞의 논문, pp.197-198

1930년대 모던 이미지의 최첨단 유행 패션을 여성은 화보나 여성 잡지에서 자주 등장했다. 1920년부터 1940년대에 이르는 기간 동안 상해에서 발간된 시사화보 잡지 『良友』의 표지화는 모던 여성을 내세워 도시 공간 속에 있는 주부, 모던걸, 배우, 작가, 학생들을 모델로 하고 있어 잡지, 시민, 대중이라는 공공영역을 다루고 있다. 『良友』는 모던 상하이가지닌 소비문화의 단면을 사실적으로 보여주는 잡지로서 서양에 대한 환상을 만드는 역할을 하였다. 시각적인 면에서 볼 때, 『良友』표지모델로 등장하는 여성들 중에 여배우의 비율은 상당히 높아 영화라는 매체를 통해 인지되고 동경할 수 있는 이미지의 출현은 1930년대의 두드러진 특징으로 나타났다. 1937년 이후 『良友』²⁸⁾의 표지 인물은 항일애국인물로 바뀌었지만 여전히 아름다운 여성은 일종의 아이콘으로서 최신 패션을 제시하는 중요한 역할을 담당했다.



<그림 6> 1920-30년대 화보 속 여배우들

중국의 도시 여성들은 <그림 6>과 같이 잡지 속 여성뿐 아니라 미국 할리우드 여배우의 이미지를 모방하여 국제적 모던을 만들어나가고자 하였다. 상해에서 상영된 중국영화에서 할리우드 여배우를 모방한 중국 배우의 표정과 포즈의 출현은 일반인들에게도 서양 배우를 선망하여 서구화된 모던 양식의 욕망을 패션과 화장으로 만들어 가게끔 하였다. 가느다란 눈썹과 마스크라를 붙여 서구형 눈매를 만들고, 포즈에서 고개를 돌려 반대 방향으로 눈동자를 위로 치켜뜨거나, 혹은 얼굴에 손가락을 가볍게 올리는 것은 모던한 포즈로 자리 잡았다. 예를 들어 상품광고의 이미지가 크게 부각된 배우 胡蝶의 경우, 전형적인 할리우드 배우를 모방한 이미지를 생산하고 있었다. 눈동자를 위로 하여 시선을 위쪽을 향하도록 하여 자신감

28) 1926년 2월 良友도서출판공사에 의해 창간된 사진 잡지. 초창기부터 뛰어난 사진 기술, 선진적 패션, 풍부하고 시기적절한 국내외 사회 문화 정보를 제공하여 수명이 짧은 각종 소규모의 화보를 대체해 전국적으로 절대적인 독점적 지위를 차지하게 되었다.

있고, 당당한 모던 여성의 이미지를 극대화시켰는데 이처럼 가늘게 그린 눈썹과 위로 치켜 뜬 커다란 눈은 세련된 도시 여성의 상징이었다.²⁹⁾

4.2 일본

일본에서 근대화된 도시문화를 향유하는 지식여성들을 지칭하는 용어는 1886년 창간된 『日本新婦人』의 표지에 나오는 ‘신부인’이라는 표현이 그 시초였다. 이는 영국에서 소개되었던 「신여성(new woman)」을 적절한 어휘로 번역하였던 것이다. 사실에 의하면 ‘신부인’이란 메이지시대의 새로운 지식을 구비하고 문명의 신학예(新學藝)에 능통한 부인들로 재산상에 큰 이익을 주고 세대인정에 명민한 여성들을 지칭한다고 하였다.³⁰⁾ 또한 1911년 일본 최초의 여성문예잡지 『靑鞆』가 창간되면서 ‘신여성’이란 개념이 본격적으로 사용되기 시작되었으며 이 잡지를 중심으로 자유연애와 남녀평등, 성차별 철폐를 주장하는 여성운동이 발생하였다. 1910년대에서 1920년대가 되면 이전의 지식인층이자 특권계급이라는 신여성의 개념이 아닌 대중적인 의미를 포함한 용어로 ‘모던걸’이 사용되었는데, ‘모던걸’이란 용어는 기타자와 히데카즈(北澤秀一)가 1924년 『女性』에서 처음 언급한 것으로 1926년부터 대중화되었다. 기타자와는 ‘신여성’이 부인해방과 여권신장의 역사와 연관성이 있다면 모던걸은 과학의 발달에 의해 여유 시간이 늘어난 여성들의 상황을 배경으로 등장해 신여성과는 달리 대중적인 성격을 띤 집단이라고 주장하였다.³¹⁾ 따라서 ‘모던걸’은 근대적 교육을 받은 부르주아 여성뿐 만 아니라 교육을 받지 않았지만, 글을 읽고 이해할 수 있는 노동계급 여성부터 기녀에 이르기까지 여러 계층의 여성으로 그 범위가 넓어졌다고 볼 수 있다.

하세가와기구레(長谷川時雨)는 『明治大正美女追憶(1927)』에서 다음과 같이 모던에 대해 말하였다.

최근 3, 5년 모던이라는 말의 유행은 모든 것을 풍미했는데, 특히 미녀의 외모와 마음에 나타난 모던의 양상은 엄청난 기세였다. 미녀에 대한 평가가 전복된 것 같은 느낌도 들었지만 오늘날의 모던걸은 아직 조금도 다듬어져 있지 않다. 강렬한 자극에는 아직 미숙하고 예술적이지 않은 경향이 있다. 언제나 유행은 그런 것이라고 말하면 그 뿐이겠지만 유행은 데파트먼트의 색채이며

29) 문정희(2008)『上海摩登/京城毛斷 - 1930년대 소비문화 공간의 매체와 여성의 이미지』『한국근현대미술사학』19, pp.199-200

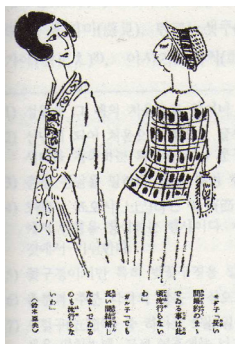
30) 김미영(2003)『1920년대 여성담론 형성에 관한 연구 : ‘신여성’의 주체형성과정을 중심으로』서울대학교 대학원 박사학위논문, p.86

31) 유정이(2007)『한국과 일본의 신여성복식 비교연구』홍익대학교 대학원 석사학위논문, p.5

그녀들의 요란한 데코레이션의 하나에 지나지 않는다. (중략) 여성의 가슴에 붙타고 있는 자유사상은 화장·복장·장식이라는 방면의 전통을 차 내어버리고, 외형적인 파괴와 해방은 선언해 정돈되지 않은 복잡, 완성되지 않은 변화, 뒤죽박죽한 혼란이라고 말하고 있다.³²⁾

이처럼 일본에서 1926년부터 ‘모던걸’로 통용되기 시작한 ‘신여성’은 낡은 전통과 인습에서의 해방을 추구하면서 직업을 가져 경제적으로 독립한 여성들로 물질적인 것 외에 정신적인 부분에서도 독립한 여성을 지칭한다고 볼 수 있다. 신여성의 성격은 그들의 외양을 통해 잘 나타나고 있다. 모던걸은 서구의 양장을 도입해 착용하고, 전통의복의 불편함과 비위생적인 면을 개선하여 합리적으로 새로운 감각의 의복문화를 창출해냈다.

그리고 신여성들은 전통적인 여성을 구여성이라 칭하며, 시대의 흐름에 따라가지 못하는 답답한 여성으로 바라보았으리라 추측할 수 있다.



<그림 7> 모던걸과 구여성



<그림 8> 모던걸과 모던보이(現代漫畫大觀)

<그림 7>은 전통적인 여성과 모던걸의 모습을 풍자한 만화로 모던걸은 단발머리에 클로셰 햇을 쓰고, 튜브형 원피스를 입고 있으며, 여성의 표정을 통해 신여성으로서의 자신감이 드러나고 있다. <그림 8>은 어깨를 펴고 걷고 있는 모던걸과 앞으로 숙이며 걷고 있는 구여성을 대비해 풍자하고 있다.

관동대지진 이후 동경의 새로운 풍속으로 주목받았던 양장, 단발 여성을 의미하는 모던걸은 다이쇼부터 쇼와 초기에 걸친 유행어 중 하나이다. 서구의 모던걸과 마찬가지로 일본에서도 소비와 향락, 퇴폐와 연관되어 부정적인 시선으로 주목받는 대상이 되기도 하였다. 즉 1920년대 모던걸은 경쾌하고 씩씩한 새로운 시대의 도래를 상징하는 존재로 가시화되는 한편 사치,

32) 최은주(2004)『日本生活文化史』어문학사, pp.220-221

나태, 성적으로 방종하다는 비판이 늘 따라다녀서 부정적으로 묘사되었는데, 이는 남성중심의 세계관, 근대화의 주체를 자처하는 남성적 가치관에 따라 평가되었기 때문이었다.



<그림 9> 다이쇼시대 긴자의 모던걸

일반 여성의 복장이 양장화 되는 계기가 된 것은 기능적인 의복에 대한 요구와 함께 서구에서 직수입한 양장의 등장, 일본 내 거주 외국인들에 의해서였다. 당시 등장한 모던걸은 플레퍼스타일<그림 9>의 원피스와 헤어스타일을 하고, 활발하고 능동적인 몸짓, 중성적인 말투를 가진 여성들이었다.³³⁾



<그림 10> 영화 속 모던걸의 이미지

33) ポラ文化研究所(2004)『幕末維新 明治・大正 美人帖』新人物往來社, p.169

모던걸은 기모노를 입지 않는다. 양장을 입고 게다가 단발이다. 그리고 직업을 가지고 있다. 그러니까 전업주부가 아닌 것이다. 일본영화에 모던걸이 등장하기 시작한 것은 여배우가 나타나기 시작한 것과 비슷한 시점으로 매우 오래되어 1920년대 초반에는 이미 스크린에 등장하고 있다. 단발, 양장의 모던걸이 영화에 나타났을 때 한 가지 흥미로운 일이 발생했다. 그것은 모던걸과 일본 전통적인 기모노 복장의 여성이 마치 페어인 것처럼 등장하게 되었다는 사실이다. 양장의 모던걸과 기모노의 전통적인 여성을 대조적으로 제시하는 것이 1930년대까지는 하나의 패턴으로 확립되어 전자가 부정적인 존재, 후자가 긍정적인 존재라는 가치판단까지 부가되어 갔다.³⁴⁾

모던걸은 그 인식 과정에서 앞에서 말한 바와 같은 남성적 시각의 편견이 개입되어 부인 잡지나 영화 등 신홍미디어의 여성 표상에 영향을 미쳤다. 즉 <그림 10>과 같이 1920-30년대 일본 영화 속의 모던걸은 전통적 현모양처형 여성상과의 대비된 모습으로 묘사되어 모던걸에 대한 평가는 받아들이는 사람들의 가치관에 따라 부정적이거나, 모방하고 싶은 긍정적인 존재로 부각되었다고 볼 수 있을 것이다.

5. 나오며

19세기에 20세기에 이르기까지 중국과 일본은 서양에 개방되면서 세계 자본주의 시장체제에 편입되었고 주요 대도시들은 바로 자본의 집약을 통해 자본주의 경제의 진열장이자 창구로서 역할하게 되었다. 도시 근대화를 추진하면서 도시는 전통과 근대, 반공과 사치가 병존하는 혼란스러운 공간이 되었고 기존의 전통적 가치와 구조가 상실되어 가는 과정에서 새로운 가치와 체계를 수립하고 이를 보존할 존재가 필요하게 되었다. 국가와 사회에서 볼 때 사회의 가치를 지탱할 기본 단위는 가정이었고 그 가정을 운영하고 관리하는 것은 바로 여성의 역할이었다. 근대화의 과정이 서구화의 과정이라면 사회에서 요구하는 근대적 가치는 바로 서구적 문화와 생활풍속을 도입하여 내면화 하는 것이었고 이러한 움직임의 한 쪽 끝에는 여성이 존재하였다. 여성은 새로운 근대문화를 도입하여 전통적 구속을 파괴하고자 하는 한편 서구적 가치를 도입하여 사회와 가정의 안전을 지켜내고자 하는 시도를 하였던 것이다.

더불어 여성은 근대에 들어서면서 더 이상 남성의 속박 속에서 안주하고자 하지 않았고 근대적 경제구조 속에서 어엿한 사회적 노동력으로 존재하였다. 물론 그것이 사회적 착취의 또 다른 이름일 수는 있었지만 그 속에서 경제적 자립과 물질적 소비의 주체로 서기 위해

34) 신하경(2009)『모던걸-일본제국과 여성의 국민화』논형, p.64

노력하였다. 여성의 소득은 소비를 가속화하였고 서구 문화에 대한 환상은 새로운 문화의 도입에 주저하지 않게 만들어 주었다. 따라서 여성은 도시 경제구조의 한 축으로 기능하는 동시에 도시 문화의 창출자로서도 역할 하였다. 이러한 여성의 사회적 움직임은 그것이 신여성이라고 불리건 아니면 모던걸이라고 불리건 간에 선진적이면서 대중적인 이미지를 만들어 내었다.

양국 모두 1920-30년대 서구의 생활양식과 소비문화의 확산으로 모던한 생활이 퍼지면서 신여성이 등장하는데, 신여성을 개인으로서의 모던걸과 가정을 유지하는 모범적인 여성으로서 현모양처로 나누어진다고 볼 수 있다. 중국의 모던걸은 서구식 드레스나 곡선미를 돋보이게 하는 치파오 차림으로 광고에 등장하여 개방된 문화를 규제 없이 받아들였던 당시 사회상을 보여준다고 할 수 있다. 또 다른 근대여성상으로 현모양처가 등장하는데 주부로서 서구 물질문명에 기반한 신가정의 책임자로 현모양처의 역할은 더욱 증대되었고, 현모양처와 가정의 모습은 담배 광고 속에서 화목한 가정과 여성의 모습으로 그려지기도 했다. 이를 통해 본 결과 중산층 가정의 주부는 계몽의 대상이면서 소비 주체로서의 역할을 요구받았다고 생각할 수 있을 것이다.

일본의 경우, 중국과 달리 전통복의 활용보다는 외형적인 면에서 의복의 형태부터 서양식으로 전환하였다. 짧은 원피스 드레스에 단발과 짙은 화장은 모던걸의 상징이 되었고, 이러한 외형은 근대여성의 상징이 되면 동시에 모던걸에 대한 편견을 가지게 되는 부정적인 이미지를 공유하고 있었다고 볼 수 있다. 다양한 직업여성의 활동을 잡지나 영화와 같은 매체에서 표현하면서 변화된 여성의 활동범위나 역할을 간접적으로 나타내기도 하였다.

비록 1920,30년대 중국과 일본의 도시 여성이 사회적으로 요구된 여성상의 환영을 좇고자 하였고, 국가에서 권장하는 사회적 가치의 수호자로서 움직여졌다고 하더라도 여성들의 문화적 소비가 근대적 문화의 발전을 낳고 물질적 소비가 도시 경제의 발전에 견인차 역할을 했다고 하는 사실은 누구도 부인하지 못할 것이다. 당시의 여성들은 남성의 억압에서 해방되고자 정치적인 운동을 한 점에서도 주목받을 만하지만 남성과 더불어 도시 사회의 일부로서 존재하고 기능하고 있었다는 점만으로도 충분히 연구할 가치가 있다고 하겠다.

【参考文献】

- 교양(2010)「상해 여성의 일본문화 수용연구」세종대학교 대학원 석사학위논문
 김미영(2003)「1920년대 여성담론 형성에 관한 연구 : ‘신여성’의 주체형성과정을 중심으로」서울대학교 대학원 박사학위논문
 김백영(2006)「서양의 모방과 전통의 변용: 일본 근대 도시 형성과정의 이중적 경향」『일본연구논집』23

- 문정희(2008)「上海摩登/京城毛鷄-1930년대 소비문화 공간의 매체와 여성의 이미지」『한국근현대미술사학』19
- 박자영(2012)「광고와 식민주의-『婦女雜誌』를 통해 본 도시의 일상과 문화」『중국현대문학』61
- 신하경(2009)『모던걸-일본제국과 여성의 국민화』논형
- 유정이(2007)「한국과 일본의 신여성복식 비교연구」홍익대학교 대학원 석사학위논문
- 일본중국여성사연구회 저, 이양자·김문희 역(2010)『자료로 보는 중국여성사100년』한울아카데미
- 천성림(2003)「1920-30년대 중국지식인의 ‘모성’ 담론과 ‘모성보호’ 인식」『중국사연구』24
- 최석환·임명수(2006)『지위와 역할을 통해 본 일본여성의 어제와 오늘』어문학사
- 최은주(2004)『日本生活文化史』어문학사
- 최은진(2010)『『新家庭』 잡지와 1930년대 상하이 ‘신가정’』『이화사학연구』41
- 함동주(2010)「다이쇼기 일본의 근대적 생활경험과 이상적 여성상-『主婦之友』를 중심으로」『이화사학연구』41
- 成田龍 著, 서민교 역(2003)『근대도시공간의 문화경험』뿌리와 이파리
- 松崎天民(1996)『銀座』新泉社
- 小野和子 著, 이동운 譯(1985)『현대중국여성사』정우사
- 劉明遠(1985)『中國工人階級歷史狀況』第1卷 第1冊, 中共中央黨校出版社
- 陳友琴(1924.6)「中國商業女子的現狀」『婦女雜誌』第10卷 第6號
- 洪明(1939.11)「上海的職業女性」『職業生活』第2卷 第5-6期
- 雨蒼(1926.12.16.)「論女子剪髮」『申報』
- 黃能馥, 陳娟娟(1995)『中國服裝史』中國旅遊出版
- 雪因(1934.3-4)「北平師大女學生生活概況」『大公報』『婦女與家庭』
- ポ・ラ文化研究所(2004)『幕末維新 明治・大正 美人帖』新人物往來社
- 潘文安(1931.1)「新家庭的兩個因素」『新家庭』創刊號
- お茶の水圖書館編『カラー復刻』『主婦之友』大正其總目次
- 小林操子(2002)「大正・昭和初期における衣生活の近代化-婦人雜誌『主婦の友』衣生活關係記事と生活改善運動」『戸板女子短期大學研究年報』

논문투고일 : 2014년 12월 10일
 심사개시일 : 2014년 12월 20일
 1차 수정일 : 2115년 01월 08일
 2차 수정일 : 2015년 01월 14일
 게재확정일 : 2015년 01월 19일

〈要旨〉

中・日 도시 여성의 문화소비에 따른 모던걸의 표상

- 上海와 東京을 중심으로 -

19세기에 20세기에 이르기까지 중국과 일본은 서양에 개방되면서 세계 자본주의 시장체제에 편입되었고 주요 대도시들은 바로 자본의 집약을 통해 자본주의 경제의 진열장이자 창구로서 역할하게 되었다. 도시 근대화를 추진하면서 도시는 전통과 근대, 빈궁과 사치가 병존하는 혼란스러운 공간이 되었고 기존의 전통적 가치와 구조가 상실되어 가는 과정에서 새로운 가치와 체계를 수립하고 이를 보존할 존재가 필요하게 되었다.

양국 모두 1920-30년대 서구의 생활양식과 소비문화의 확산으로 모던한 생활이 퍼지면서 신여성이 등장하는데, 신여성을 개인으로서의 모던걸과 가정을 유지하는 모범적인 여성으로서 현모양처로 나누어진다고 볼 수 있다.

1920, 30년대 중국과 일본의 도시 여성이 사회적으로 요구된 여성상의 환영을 좇고자 하였고, 국가에서 권장하는 사회적 가치의 수호자로서 움직여졌다고 하더라도 여성들의 문화적 소비가 근대적 문화의 발전을 낳고 물질적 소비가 도시 경제의 발전에 견인차 역할을 했다고 하는 사실은 누구도 부인하지 못할 것이다. 당시의 여성들은 남성의 억압에서 해방되고자 정치적인 운동을 한 점에서도 주목받을 만하지만 남성과 더불어 도시 사회의 일부로서 존재하고 기능하고 있었다는 점만으로도 충분히 연구할 가치가 있다고 하겠다.

Representation of *Modern Girl* According to Cultural Consumption of Chinese and Japanese Women Living in Cities

- Shanghai and Tokyo -

China and Japan came to be incorporated into global capitalist market economy in the wake of their respective openings to the western world from the nineteenth century up to the twentieth century, under whose circumstance the major metropolitan areas in these two countries - mainly Shanghai and Tokyo - concomitantly played a role as a contact zone as well as an exhibition site for capitalist market economy by means of concentration of capitals. The cities transformed in the process of their modernization into a more and more chaotic space where both the traditional and modern and the poor and wealthy coexist conflictingly simultaneously; there needed to be the beings who are capable of establishing and safeguarding new values and frameworks in the process of gradual erosion of existing traditional values and frameworks in the cities.

In both China and Japan emerged *modern women* in the 1920s and 30s as modern lifestyle, born thanks to the then global diffusion of western lifestyle and consumption culture, affected these two countries, and they tend to be divided generally into two groups: the first group is *modern girl* as an individual, and the second group *wise and faithful housewife* as an exemplary woman taking good care of household with responsibility.

Although Chinese and Japanese women living in cities in the 1920s and 30s have been keen on chasing the fantasy of the socially-demanded ideal image of woman and on acting as the defender of the state-promoted social values, no one will also deny the fact that women's cultural consumptions enabled the development of modern cultures and that their materialistic consumptions have contributed enormously to the growth and improvement of urban economy. All in all, besides that it is worth the attention that women in this period have actively engaged in political activities to emancipate themselves from men's domination/oppression, the fact that women, together with men, existed and functioned as part of urban society is itself worth researching.