

■ 자녀까지 병들게 하는 '공주병'②

신생아 때부터 국적불명의 공주로 꾸며 아이를 노리개감으로 생각하는 인식 바뀌어야

여아용 투피스 한벌에 40만원, 티셔츠가 17만원, 청바지 15만원, 운동화 한 켤레 값이 6만원에 달하는 미국 직수입 유아복 '오시코시'와 '베이비게스'를 비롯한 이태리산 '미쏘니', 일본의 '베베' 등은 얼마전까지만 해도 돈많은 줄부나 허영에 들뜬 상류층에서나 살 수 있는 사치품 정도였다.

그러나 최근 들어 이러한 값비싼 외제옷을 입고 유모차에 앉아, 혹은 엄마 손을 잡고 나들이 나온 여아들이 많이 눈에 띈다. 특히 아이가 아파 찾아가는 소아과에는 패션쇼나 파티에나 어울릴 옷차림의 '왕비와 공주'들이 즐비하다.

2살박이 딸애가 심하게 열이나 강남의 C병원을 찾아 간 박상희 씨(33. 강남구 논현동)는 "병원을 갈 때마다 화장을 곱게 하고 정장을 빼입은 일류 밋쟁이 엄마와 할머니, 공주처럼 치장한 여아들이 많다"면서 "아이가 아픈데 무슨 여력이 있어 저렇게 치장단장을 하는지 신기하다"고 말했다.

현재 연간 6천억원 규모의 시장을 놓고 경쟁이 벌어지는 유아·아동복시장은 기술제품, 유명디자이너 작품, 수입 완제품, 국내자체브랜드 등으로 나누어져 있지만 외제를 선호하



◀ 40만원대의 투피스 20만원이 넘는 드레스 등 외국에서 작수입한 유아·아동 여아복이 불타나게 팔리고 있다.

는 사람들로 인해 국내브랜드마저 얼핏 들으면 외제인 것처럼 느껴지는 이름 투성이다. 씨늘이가 내놓은 '메르시 파파'나 대미실업의 '벨크로쉬', 논노의 '누꼬뽀' 등이 바로 그것.

그러나 이들 업체들은 자사 대리점에 국내고유브랜드는 형식적으로 진열해 놓고 이보다 5~10배 비싼 외제상품 제품의 판매에만 열을 올리고 있는 실정이다. 지난 5일 어린이날 4살된 딸애의 티셔츠를 사러 백화점에 들른 장현주 씨(31. 양천구 신월동)의 경우, 국내 브랜드의 저렴한 옷을 사려고

해도 자꾸만 외국브랜드를 권하는 종업원 때문에 화가 나 발길을 되돌렸다는 것.

일부 엄마들의 허영심과 잘못된 자녀관을 부추기는 업체들의 상술로 값비싼 정장에 드레스를 입은 작은 신사, 숙녀들이 늘어나는 데에는 광고의 역할도 크다.

'패션으로 입는 아동캐주얼', '패션보이, 패션 걸', '나만의 감각으로 나만의 패션을 연출하는...' 등등의 성인복을 모방한 광고문안과 영국 신사·숙녀를 연상케 하는 어린 모델들의 어스런 포즈들, 외국 어린이

를 모델로 기용하거나 외국 광고를 그대로 들여와 외제옷의 구입을 부추기는 광고 등이 그것이다.

이러한 현상에 대해 중앙대 유아교육과 이원영 교수는 "자녀를 자신의 노리개감이나 인형 정도로 생각하는 엄마들이 아이들을 '작은 어른'이나 동화속의 '공주'로 만들고 있다"면서 "비싼 것이면 무엇이든 선호하는 과소비 심리와 함께 육아에 있어서만은 맘대로 할 수 있다는 엄마의 '권한'에 대한 잘못된 인식에서 오는 병리현상"이라고 지적했다. (이원영 기자)