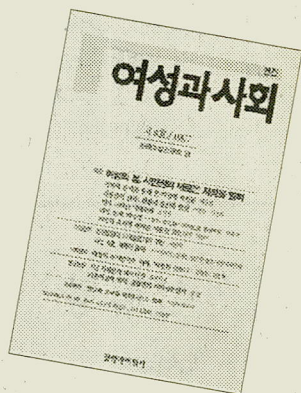


‘신현모양처론’은 불황기 상업주의 전략의 산물

‘여성과 사회’ 제8호… 신현모양처 예찬 이데올로기 집중해부

97. 9. 16



단순한 내조자가 아니라 남편의 출세를 위해선 비서가 되고, 자녀의 학교교육을 보조하는 교사 노릇도 한다. 명예퇴직·정리해고로 불안해진 가정을 지키기 위해 시간제 아르바이트를 하거나 소규모 창업이나 돈놀이에도 나선다. 거의 무한대의 능력을 지닌 ‘신현모양처’가 90년대 후반 한국 사회 여성상의 전형인 양 떠오르고 있다.

이번주 발행된 <여성과 사회> 제8호는 경제위기와 함께 급부상한 ‘신현모양처론’에 대한 해부에 나섰다. 지상강좌 특집 ‘신현모양처 이데올로기의 부상’ ‘나는 착한 여자가 싫다’를 마련한 <여성과 사회>는 소설과 에세이, 텔레비전 드라마, 기업광고 등에서 눈에 띄게 늘어난 현모양처 예찬을 반박해 눈길을 끈다.

지상강좌에 참가한 여성학자, 사회운동가, 주부 등은 신현모양처론의 등장이 페미니즘에 대한 남성우월주의의 저항과 보수주의 강화에 배경을 두고 있다고 지적했다.

이선영 숙명여대 강사(국문학)는 ‘신현모양처 이데올로기의 부상’ 강좌에서 “최근 새로운 문화담론으로까지 발전한 신현모양처론은 상업주의적 전략에서 비롯됐다”고 분석했다. 성공한 전문직 여성의 신화, 미시적 현상 사이에서 주눅든 ‘보통 아줌마’들의 소외감을 집요하게 비집고 들어가는 상업주의 전략의 성공이 곧 신현모양처론의 실체라는 것이다. 삼성전자가 지난해 기획한 시리즈 광고 ‘신현모양처’에서 ‘주부도 9시에 퇴근 합시다’ ‘남편의 기를 살려줍시다’ 따위의



그림/ 정창원

문구를 사용해 신현모양처론을 공론화한 것을 대표적 사례로 꼽았다.

조양희의 <부엌대기 사랑>, 김경숙 등 지음 <매력 내조기> 등의 에세이, ‘남편 기 살리기 8계명’ 따위의 현모양처 이야기들이 ‘이기적’인 여성들을 질타하는 보수적 사회 분위기를 만들어가고 있는 것도 마찬가지다. 이런 현모양처론의 바탕은 불황기 여성 노동력의 가정복귀를 정당화해 여성 노동력의 주변·종속적 지위를 강화시키고 있다는 것이 이씨의 분석이다.

이나미 신경정신과 전문의는 ‘현모양처가 여자를 미치게 한다’라는 글에서 “착한 여자 콤플렉스가 정신의학적 측면에서 여성에게 억압요인으로 작용하고 있다”고 지적했다. 이런 억압은 여성이 집안팎의 모든 굵은 일을 묵묵히 해 나가다 결국엔 우울증에 걸리거나, 남들이 어떻게 보든 현모양처와는 거리가 먼

‘나쁜 여자’로 살겠다는 극단적 반동현상을 보이게 된다고 말했다. 이씨는 “현모양처란 이미지에 지나치게 집착해 나와 남을 고통스럽게 해서는 안된다”며, “현모양처를 원한다면 남자도 이에 걸맞은 군자가 돼야 한다”고 강조했다. 안진 전남대 사회과학연구소 연구원은 “여성들의 사회적 성취를 강조하면서도, 아내나 어머니로서의 역할을 포기하는 삶은 무가치하다는 이데올로기는 언어폭력”이라며, “‘나쁜 여자’라는 비난에서 벗어나지는 못하더라도 ‘착한 여자’가 되려는 집착에서 해방돼야 한다”고 강조했다.

지상강좌 참가자들은 “당장은 불이익을 당하고 불편하더라도 신현모양처의 신화를 깨고 집안일과 아이 기르기, 생계비 벌기를 부부 공동의 책임으로 만들어나갈 때 남녀 모두가 훨씬 자유로운 동반자 관계를 맺을 수 있다”는 데 동의했다. 김창금 기자