

신 주부예찬론 새 흐름

여성의 가정복귀 적극주장 서적·광고 잇따라

‘사회 보수화 현상’분석...여성계선 경계 시선

김미경 기자

여성들에게 가정으로 돌아갈 것을 강조하는 ‘신 주부예찬론’이 등장하고 있다. 최근 몇년간 페미니즘 산업의 전성기라고까지 불릴 정도로 가정보다는 자기계발을 여성들에게 강조하던 사회분위기에 비한다면 분명 새로운 흐름이다.

삼성전자가 지난 5월부터 시리즈로 내놓고 있는 ‘신 현모양처’ 주제 텔레비전 시리즈광고는 그 대표적인 사례다. 1편 ‘주부도 9시에 퇴근해야죠’, 2편 ‘남편의 기를 살려줍시다’에 이어 3편 ‘주부도 컴퓨터를 배웁시다’를 다음주초부터 방영할 계획인 삼성전자쪽은 ‘미시족’과 직장여성에게 주눅든 주부층을 주 대상으로 잡았다.

광고를 제작한 이동기 제일기획 광고 8팀 국장은 “아내와 엄마 구실에 충실하면서도 자신의 삶을 적극적으로 가꿔 나가는 주부의 아름다움이 새롭게 부각되는 시대”라면서 실제 주부들에게 반응이 좋다고 자평했다.

성공한 직장여성의 이야기를 담은 책들이 이달아 베스트셀러가 되고 있는 최근 서점가 풍토에 도전이라도 하듯 주부예찬론을 담은 책들도 부쩍 늘고 있다.

‘누가 집에서 살립하는 아내들을 주눅들게 하나! 오직 성공만을 꿈꾸는 커리어 우먼에게 묻는다. 진정한 아내와 엄마가 머물러야 할 자리는 어디인가’라는 도전적인 광고문구를 달고 이달초 나온 책 〈부엌데기 사랑〉(도서출판 사람과 사람)은 각 쪽마다 주부예찬론으로 가득차 있다.

2년 전 〈도시락 편지〉로 인기를 얻었던 작가 조양희씨는 이 책에서 “매스컴



은 사회적으로 성공했다고 간주되는 일부 여성들이 이혼을 하고 홀로서기할 것을 대단한 일인 양 추켜세우고, 부엌에 박혀 있는 주부는 마치 능력이 없어서 그 자리를 지키고 있는 것처럼 착각하게 한다”면서 아내가 부엌을 지키고 있을 때에야 비로소 집안이 제대로 유지될 수 있다고 주장한다.

“이제 우리 사회도 여권이 신장돼 아내들이 자기 주장을 펼치고 있다지만 난 여전히 아내는 남편의 부속물이라고 생각한다”고 당당히 쓰고 있는 영화배우 엄앵란씨의 자전적 책 〈뜨거운 가슴에 좌절이란 없다〉(도서출판 형선)도 발매 2주일 만에 교보문고·영풍문고 베스트셀러 각 2위에 올랐다.

작가 이문열씨가 페미니즘 작가들에게 공개 도전장을 내는 작품 〈선택〉을 제간 〈세계의 문학〉에 연재하면서 여성

들에게 제자리로 돌아갈 것을 권하는 것도 이 신 주부예찬론의 등장과 무관하지 않다.

이런 흐름에 대해 장필화 교수(이화여대 대학원 여성학과)는 “사회가 보수화 경향을 띠기 시작할 때 여성들에게 가정으로 복귀를 강조하는 것은 전세계적으로 공통적인 현상”이라면서 신 주부예찬론이 이런 사회의 전반적인 보수화 분위기와 맞물려 나타난 것으로 분석한다.

이경숙 한국여성민우회 공동대표도 “맞벌이가 아니면 점점 살기 힘들어지는 구조 속에서 주부로 살고 싶어도 살 수 없는 여성들이 더 많아진 것이 현실”이라고 강조하면서 주부들의 일에 대한 경제적 가치를 제대로 평가해주지 않은 채 이루어지는 막연한 주부예찬론을 경계했다.