

결혼시장에서 북한이탈여성의 이미지 재현 연구*

김수경**

초 록

탈북은 여성의 비율이 압도적으로 높은 '젠더적'(gendered) 현상이다. 북한이탈여성은 한국의 젠더구조 속에 편입되는 과정에서 특정 이미지로 재현되는데, 이를 극명하게 들여다볼 수 있는 영역 중 하나가 결혼시장이다. 현재 한국에는 30~40곳의 북한이탈여성 전문 결혼정보업체가 운영 중인 것으로 파악되며, 업체들은 과거 결혼상대로 기피되었던 북한이탈여성의 결혼적합성(marriageability)을 높이기 위해 여러 장치를 마련한다. 본 연구는 북한이탈여성이 결혼시장에서 어떻게 '바람직한' 배우자감으로 재현되는지의 양상을 살펴봄으로써 한국사회의 성(性)적, 이념적 편견의 다층적 갈등 구조를 탐색하는데 목적이 있다. 20곳의 북한이탈여성 전문 결혼정보업체 웹사이트를 분석한 결과는 세 가지로 요약된다. 첫째, 북한이탈여성은 가부장제의 젠더 위계를 거스르지 않는 순종적인 여성임이 강조되었다. 둘째, 북한이탈여성은 자유를 위해 목숨을 걸만큼 용맹한, 강한 행위주체성(agency)의 소유자로 묘사되었다. 셋째, 북한이탈여성이 '안전한' 결혼상대자임을 강조하기 위해 신원보증인으로써의 정부의 역할이 강조되었다. 즉, 결혼시장에서 북한이탈여성의 이미지 재현은 가부장제라는 젠더구조와 반공·반북이라는 이념구조가 교차하는 지점에서 이뤄지며, 북한이탈여성은 이 두 개의 사회구조에 철저히 순응하는 존재로 묘사된다. 일반적으로 혼종결혼(inter-marriage)은 상이한 두 집단 간의 통합의 정도를 가늠하는 대표적 지표로 활용되어온 만큼, 본 연구는 남남북녀 부부 결혼의 시작점이라고 할 수 있는 새터민 결혼정보업체 분석을 통해 북한이탈주민의 사회통합 양상을 이해하는데 기여하고자 한다.

주제어 : 북한이탈여성, 이미지재현, 남남북녀, 결혼시장, 결혼정보업체, 결혼적합성, 반공, 반북

* 이 연구는 아모레퍼시픽재단의 학술연구비 지원을 받아 수행되었음.

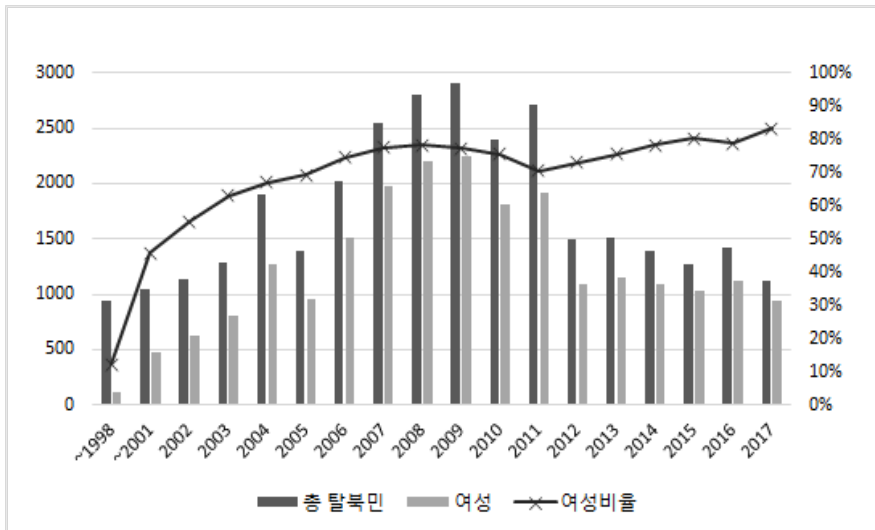
** 통일연구원 부연구위원(sookim@kinu.or.kr)

I. 들어가며

1990년대 초반까지만 해도 탈북은 매우 희귀한 현상이었다. 1983년 북한군 이웅평 상위(대위)가 미그(MIG)기를 몰고 남하했을 때 ‘귀순용사’(歸順勇士)로 추앙받으며 보상금 및 정착금의 명목으로 13억 원이라는 엄청난 액수의 금전적 지원을 받았다. 이는 당시 남한 노동자 평균 연봉의 480배에 달하는 액수였다. 당시만 해도 북한이탈주민들은 자유를 찾아 목숨을 걸고 남한에 온 영웅으로 간주되었다. 그러나 1990년대 중반 ‘고난의 행군’ 시기를 거치면서 기근을 피해 탈북하는 사례가 폭발적으로 증가하였다. 북한이탈주민들은 정치적 영웅이라기보다는 가난을 피해 탈출한 난민에 가깝게 여겨졌고 파격적인 금전적 지원도 사라지게 되었다.

[그림 1]에서 볼 수 있듯이, 2006년에서 2011년 사이 매년 2,000명이 넘는 북한이탈주민이 남한에 입국했으며 2009년에는 그 수가 3,000명에 육박했다. 2012년 김정은 집권 이후 탈북에 대한 북한 당국의 통제가 강화되면서 북한이탈주민의 수가 감소하였지만 여전히 매년 1,000명 이상이 남한에 입국하고 있다. 1990년대까지는 대부분의 북한이탈주민이 남성이었지만 최근에는 80% 이상이 여성으로 집계되고 있다. 이에 대해서는 여러 이유가 존재하는데, 여성의 대다수는 군대나 직장에 매인 몸이 아니기 때문에 거주지를 이탈해도 쉽게 눈에 띄지 않을 뿐 아니라, 북한의 경제난으로 여성들이 생활전선에 뛰어들면서 이들 중 상당수가 중국에 건너갔기 때문이다.¹⁾

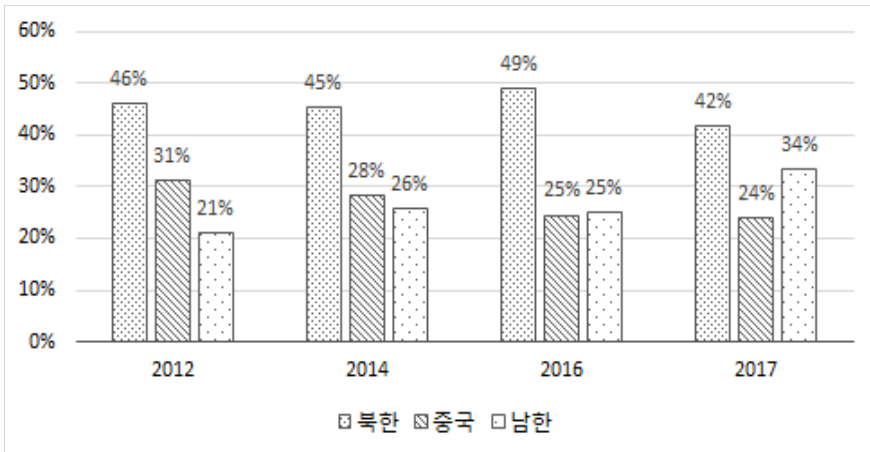
1) 북한이탈주민 가운데 여성의 비율의 높은 이유에 대한 설명은 한동호·김수경·이경화 (2017) p.117을 참고한다.



자료 : 통일부 '북한이탈주민 입국인원 현황'

[그림 1] 연도별 북한이탈주민 입국현황 및 여성 비율

북한이탈주민 가운데 여성의 비율이 압도적으로 증가하면서 이들에 대한 세간의 관심도 증가하게 되었다. 종합편성채널을 중심으로 북한이탈여성을 주인공으로 내세운 예능 프로그램들이 다수 제작되었는데, 이로 인해 북한이탈여성이 가지고 있던 기존의 부정적 이미지가 다소 완화되고 북한이탈주민 전반에 대한 사회적 관심이 제고되었다. 북한이탈여성 프로그램에는 주로 20-30대의 북한출신 여성들이 출연해 북한의 생활상이나 남한생활 적응 등에 대한 이야기를 나누는데, 예능 프로그램의 특성상 무겁고 어두운 정치 관련 이야기보다는 일상에 관련된 흥미 위주의 이야기가 주를 이룬다(김은준, 2016; Epstein and Green, 2013; 강민경·백선기·남시호, 2017; 태지호·황인성, 2012). 특히 북한이탈여성은 “예쁜 얼굴에 젊고 아름다운 신체를 가진 여성”으로 미지의 세계에 대한 이야기를 들려주는 신비한 존재로 그려진다(김은준, 2016: 773).



자료 : 남북하나재단 2012 북한이탈주민 실태조사; 2014 북한이탈주민 실태조사; 2016 북한이탈주민 정착실태조사; 2017 북한이탈주민 사회통합조사

[그림 2] 북한이탈주민 배우자의 출신지역

북한이탈여성에 대한 이러한 관심은 자연스럽게 ‘남남북녀’ 부부의 증가로 이어졌다. 남북하나재단의 조사에 따르면 북한이탈주민의 배우자 가운데 남한 출신이 차지하는 비율은 지난 5년 간 21%(2012년)에서 34%(2017년)으로 증가했다([그림 2] 참조).²⁾ 남남북녀 부부의 증가 요인에는 북한이탈여성에 대한 사회적 관심이 높아진 까닭도 있지만 북한이탈여성을 전문적으로 소개하는 결혼정보업체의 등장 역시 빼놓을 수 없다. 이들 업체들은 북한이탈여성이 언어도 같고 동일한 민족이기 때문에 국제결혼보다 이질감이 적고 결혼생활에도 빠르게 적응할 수 있다고 강조하면서 남남북녀의 결혼을 권장한다.

탈북이 하나의 ‘성별화된’(gendered) 현상으로 발생하면서 북한이탈여성은 한국사회가 이들에게 기대하는 고정적 성역할의 구조 속에 편입되고 있다. 북한이탈여성의 이미지가 재현되는 방식은 남한사회의 젠더구조의 단면을 보여줌과 동시에, 그 속에서 북한이탈여성들이 강제당하는 성역할을 엿볼 수 있게 해준다. 나아가 남남북녀 부부의 결합은 통일 한국의 미래상을 점쳐보는 일종의 가늠자 역할을 하는 만큼, 그 결합의 시작점이라 할 수 있는 결혼정보업체를 연구하는 것은 정책적으로도 중요한 함의를 가진다. 기존 국제결혼 중개업

2) 조사는 북한이탈주민 남녀 모두에게 실시되었기 때문에 조사결과는 남남(南男)-북녀(北女) 부부 뿐 아니라 북남(北男)-남녀(南女) 부부도 포함한다. 다만, 응답자의 70% 이상이 여성이었기 때문에 실제적으로는 남남(南男)-북녀(北女) 부부가 다수를 이루는 것으로 추정된다.

을 연구한 논문들은 여성의 상품화와 이로 인해 발생하는 인권유린의 문제를 제기하고 있다(김현미·김민정·김정선, 2008 ; 김재련, 2011 ; 소라미, 2009 ; 김정선, 2010). 북한이탈여성 결혼정보업체 역시 유사한 분석이 가능하나, 북한이탈여성의 경우는 ‘이념’이라는 정치적 맥락이 추가됨으로써 이들의 재현은 이주여성과는 또 다른 양상으로 전개되고 있다. 본 연구는 북한이탈여성이 결혼시장에서 어떻게 ‘바람직한’ 배우자감으로 재현되는지의 양상을 살펴봄으로써 한국사회의 성(性)적, 이념적 편견의 다층적 갈등구조를 탐색하는데 목적이 있다.

II. 북한여성의 이미지 재현에 대한 기존 연구

1960년대 서구의 여성학자들은 언어, 문학, 대중매체 등 문화를 매개하는 모든 양식을 통해 표현되는 여성의 이미지에 주의를 기울이고 그것이 담고 있는 사회적 규범과 메시지를 비판적으로 분석하기 시작했다. 특히 1980년대부터는 TV와 영화에 의해 재현되는 여성 이미지에 대한 연구가 활발히 진행되었는데(Kaplan, 1992, Meehan, 1983, Modleski, 1982), 가장 흔하게 지적되는 것은 여성이 수동적이고 타자화된 존재로 그려진다는 점이다. 여성학자들은 남성지배적 문화에서 여성이 왜 특정한 방식과 내용으로 표현되는지 그 이면에 깔린 정치적 의도를 간파하고자 한다(김명혜·김훈순, 1996). 결국 여성의 이미지 혹은 여성성에 대한 논의는 남성성을 구성하는 사회적 맥락을 참고하지 않을 수 없다.

매키니즈(MacInnes, 1998)는 남성성이라는 것은 고정된 것이 아니며 시대를 반영한 사회적 구성물이라고 주장하는 대표적인 학자다. 그는 어떠한 특성을 ‘남성성’이라고 인지 혹은 상상하게 된 역사적 배경을 탐구하면서, 남성성이라는 것은 실재하지 않으며 다만 사회적 이데올로기로 존재할 뿐이라고 주장한다. 같은 맥락에서 베이논(Beynon, 2002)은 남성성에 대한 단일한 정의는 존재하지 않으며 다만 특정 시공간에서 이상적으로 간주되는 ‘헤게모니적 남성성’이 존재한다고 주장한다. 모스(Mosse, 1996)는 건장한 신체, 강한 성격, 의지력, 용기, 명예와 같은 덕목이 지배적 남성성으로 구축되어 왔다고 지적한다.

여성성이라는 것은 바로 이러한 헤게모니적 남성성의 대척점에 위치지어진다. 코넬(Connell, 1987)에 따르면 “모든 형태의 여성성(femininity)은 여성

이 남성에게 종속되는 맥락에서 형성되어왔기 때문에” ‘해계모니적’ 여성성이라는 것은 존재하지 않는다고 주장한다(p.187). 그는 대신 ‘강조된 여성성’(emphasized femininity)이라는 용어를 사용하는데, 강조된 여성성이란 “남성의 욕망과 이해를 충족시키고 남성의 지배에 잘 순응하느냐에 따라 정의되는 여성성”이라고 규정한다(p.184). 결국 여성성, 혹은 여성적 이미지라는 것은 남성의 권위와 주도권을 영속시키고 여성을 타자로 머물게 만드는 양태로 재현된다는 것이다. 한국사회의 가부장적 질서가 여전히 공고하다는 점을 고려할 때, 북한이탈여성의 이미지 재현 역시 크게 다르지 않을 것임을 추측할 수 있다.

1. TV에서 재현되는 북한이탈여성의 이미지

북한이탈여성에 대한 기존 연구를 구성하는 하나의 축은 인신매매, 강제결혼 등 이들이 탈북과정에서 겪는 인권침해에 대한 것이다(Kim, Yun, Park, and Williams, 2009; Davis, 2006; Kim, 2010; Lee, 2005; 이화진, 2014; 김성경, 2013). 이 연구들은 북한여성들이 전문 브로커에 의해 납치되어 중국 농촌에 팔려가 성적으로 유린당하고 육체적으로 강제노동에 시달리는 현상에 주목하고, 그러한 경험이 북한이탈여성의 삶에 미치는 장·단기적 영향을 연구한다. 북한이탈여성들의 참혹한 인권유린 실태는 2014년 유엔 북한인권조사위원회(COI)의 보고서가 발간되면서 전 세계적으로 널리 알려지게 되었다. 당시 30명이 넘는 북한이탈주민들이 실태조사를 위한 청문회에 출석해 북한인권의 참상을 증언하였다. 북한이탈여성들은 인신매매로 중국 남성에게 팔려가거나 강제복송된 뒤 강제 낙태를 당하는 등의 경험을 털어놓았고 이러한 내용은 해외 주요 언론을 통해 전 세계에 타전되었다. 또한 2015년에는 북한이탈여성들이 북한생활과 탈북과정의 고난을 담은 회고록을 미국에서 잇따라 출간함에 따라 이들의 인권유린 문제가 다시금 회자되었다(Kim and Falletti, 2015; Park, 2015; Lee, 2015; Jang, 2015).

이처럼 북한이탈여성은 ‘도움이 필요한 피해자’의 이미지가 지배적이었지만, 2010년대 초반 이른바 ‘새터민 예능’이 인기를 끌기 시작하면서 조금씩 변화가 생기기 시작했다. 2011년 조선일보, 동아일보, 중앙일보, 매일경제신문 등 보수언론들은 종합편성채널을 개국하면서 북한이탈주민을 앞세운 다양한 프로그램을 선보였다. 그 효시라 할 수 있는 채널A의 ‘이제 만나러 갑니다’는 이른바 ‘탈북미녀’들을 출연시켜 북한의 생활상과 남한생활 적응에 대한

이야기를 나누는 일종의 토크쇼 프로그램이다. 이후 ‘애정통일 남남북녀’(TV조선), ‘잘 살아보세’(채널A), ‘모란봉 클럽’(TV조선), ‘한술밥’(MBN) 등 유사한 성격의 프로그램들이 연이어 생겨났다.

‘새터민 예능’에 등장하는 북한이탈여성의 이미지는 크게 두 가지 특징을 지닌다. 첫 번째, 그들의 출중한 외모가 강조되며 (남성의 시선에서) 대상화된다는 점이다. 이들은 “예쁘고 젊은 여성으로서, 타인에게 보여지고 해석되는 피동적 존재”로 그려진다(김은준, 2016 : 775). 북한이탈여성 출연자에게는 “청순함과 섹시함이 공존하는 탈북미녀”(채널A ‘잘 살아보세’), “북한 김태희”(TV조선 ‘모란봉 클럽’), “이만갑의 애교담당 막내”(채널A ‘이제 만나러 갑니다’) 등 뛰어난 외모를 지칭하는 수식어가 부여된다. 프로그램 전반에 걸쳐 북한이탈여성들은 신체적 매력을 어필하기 위해 애쓰고 이것은 남한 출연자, 나아가 남한 시청자들에 의해 소비된다(김은준, 2016 ; 이선민, 2014 ; Epstein and Green, 2013).

또 다른 특징으로는 북한이탈여성이 순수하고 순종적인 전통적 여성상으로 묘사된다는 점이다(김은준, 2016 ; 이선민, 2014 ; 장은영·박지훈, 2015). 새터민 예능 프로그램들은 북한이탈여성과 남한남성의 가상 결혼을 그리거나 (‘남남북녀’, ‘한술밥’), 함께 여행을 떠나 헤어지는 일을 그리는 등(‘잘 살아보세’), 북한여성-남한남성의 젠더 동학을 보여주는데 주력한다. 여기에서 북한여성은 가부장제에 들어맞는 온순하고 순종적인 존재로 그려진다. 북한이탈여성은 “남한 여성에게서는 절대 볼 수 없었던, 정말 소녀 같은, 어린 아이 같은 미소”를 지닌 존재로 그려진다(TV조선 ‘애정통일 남남북녀’ 2014년 7월 4일 방송분).

‘새터민 예능’ 프로그램들은 북한이탈주민에 대한 사회적 관심을 제고하고 북한이탈여성에 대한 기존의 부정적 이미지를 완화시키는데 도움을 주었지만, 결과적으로는 ‘순종적인 미모의 여성’이라는 또 다른 왜곡된 이미지를 형성하였다. 또한 이선민(2014)은 이러한 ‘새터민 예능’ 프로그램들에서 북한이탈여성들이 보수언론의 반북(反北) 메시지를 전달하고 남성 중심의 가부장적 분위기를 강화하는데 동원된다고 지적하였다. 북한이탈여성들은 ‘남한에 대한 판타지형’ 담화를 통해(강민경·백선기·남시호 2017) 남한 우월 이데올로기를 전달하고, 시청자는 북한이탈주민을 남한시민보다 열등한 대상으로 구성하고 타자로 위치시키게 된다(장은영·박지훈, 2015). 결국 북한이탈여성은 가부장제라는 젠더구조와 반공·반북이라는 이념구조가 교차하는 지점에 위치지어져 있으며 북한이탈여성의 재현방식을 이해하기 위해서는 이 두 개의 층위가 어떻게 작동하고 있는 지를 살펴보는 것이 필요하다.

2. 결혼시장에서 재현되는 이미지

‘새터민 예능’ 프로그램의 성공으로 북한이탈여성에게 관심을 갖는 남한남성이 증가하면서 이들을 전문적으로 중개하는 결혼정보업체가 등장하게 되었다. 한국에서 결혼중개업은 2,500여 곳이 성업 중에 있으며 시장규모가 총 1,500억 원 대에 이르는 매우 인기 있는 업종 중 하나다(뉴스1, 2016).³⁾ 북한이탈여성 전문 결혼정보업체의 경우 정확한 통계는 존재하지 않으나 일부 언론의 추정에 따르면 30-40개 업체가 운영되고 있는 것으로 보인다(한국경제신문, 2016). 일반적인 중개업체에 비해 수는 적지만 북한이탈여성의 절대적인 숫자와 비율이 증가하는 추세로 미루어 북한이탈여성 전문 중개업체의 수는 점차 늘어날 것으로 보인다.

이들 업체들의 특징 중 하나는, 많은 경우 북한이탈주민에 의해 운영되거나 북한이탈여성이 결혼중개인으로 근무하고 있다는 점이다. 이들은 스스로가 남한남성과 결혼하였거나, 남한남성과의 결혼이 남한사회 적응의 지름길이라는 판단 아래 사업을 운영하고 있다(자유아시아방송, 2010; Time, 2010). 흥미롭게도 북한이탈여성 전문 결혼정보업체들은 스스로의 역할을 영리 목적의 사업자라기보다 북한이탈여성의 남한 사회 적응을 돕는 일종의 지역사회 행위자로 인식(혹은 포장)한다. 이들은 “같은 새터민 여성으로서 조금이나마 도움이 되고 싶은 심정에서”(http://www.**wiz.co.kr, 「대표 인사말」), “탈북여성들의 처지를 그 누구보다 잘 알기에... (중략)... 내 가족을 돕는다는 마음가짐으로”(http://www.**bn.co.kr, 「인사말」), “가입비를 떠나 북한여성 정착에 도움을 주기 위해”(http://www.**world.co.kr, 「자주 하는 질문」) 결혼정보회사를 설립하게 되었다고 설명한다.

제가 이렇게 새로운 땅에 터전을 잡고 정착하는데 제일 두렵고 무섭게 뇌리를 괴롭힌 것은 육체적 고통보다 심적인 고통, “혼자”라는 외로움이었습니다...(중략)...저는 제가 겪었던 이 심적 고통이 그대로 우리 새터민 모두의 심정이리라 생각하고 가슴에 멍이 든 우리 새터민 여성분들의 얼굴에 웃음꽃이 피어날 수 있도록 조금이라도 뭔가 하고 싶었고 마음이 따뜻하고 멋진 남한 남성들과 새 가정, 행복한 가정을 이루게 함으로써 마음이 여리고 어여쁜 새터민 여성분들의 아픔을 조금이라도 덜어드리고 삶의 희망을 심어주고자 이 사업을 시작하게 되었습니다.(http://www.**old.co.kr, 「대표인사말」)

3) 국민권익위원회가 발표한 보도자료에 따르면 2012년 말을 기점으로 정부에 신고된 결혼중개업체는 총 2,710개다(국민권익위원회 보도자료 “결혼중개계약 해지·환불요구 쉬워진다” 2014년 1월 29일)

이를 통해 유추할 수 있는 것은, 이들 업체들이 남성 못지않게 여성의 수요에 초점을 맞추고 있다는 점이다. 이는 일반적인 국제결혼 중개업체와 차별되는 지점이다. 국제결혼 중개업체는 주로 한국 남성의 수요를 충족시키는데 주력하며, 외국인 신부의 삶의 질이나 행복을 거론하는 경우는 전혀 없다고 봐도 무방하다. 반면 새터민 결혼정보업체들은 북한이탈여성의 남한 사회 정착을 돕는 측면에도 주안점을 두고 있다. 실제로 이들 업체들의 대부분은 북한이탈여성 회원에게 소개비를 받지 않으며 전적으로 남한남성에게만 소개비를 부과한다.

또한 남한남성의 회원가입 요건을 매우 까다롭게 책정하고 있다. 남한남성은 많게는 1,000만원에 달하는 가입비는 물론, 신원을 증명하는 서류(주민등록등본), 혼인 여부나 가족관계를 증명하는 서류(혼인관계증명서, 가족관계증명서), 직업을 증명하는 서류(재직증명서), 재산관련 서류(근로소득원천징수영수증), 건강상태를 증명하는 서류(건강진단서) 등을 제출해야 하는 경우가 대부분이다. 업체들은 “(북한이탈여성) 목숨을 걸고 온 땅이다 보니 경제적으로 어느 정도는 안정된 분을 만나려고” 하는 것이 당연하며(http://www.**world.co.kr, 「자주 하는 질문」), “목숨을 걸고 제3국의 사선을 넘어 온 분들이기에 누구보다도 먼저 행복을 찾아야” 할 권리가 있다고 설명한다(http://www.**wiz.co.kr, 「대표 인사말」).

이처럼 새터민 결혼중개업체는 북한이탈여성과 결혼하려는 남한남성의 자격을 규정하고 결혼이 북한이탈여성의 남한사회 정착에 얼마나 중요한 의미를 갖는가를 역설하는 등, 단순히 정보제공을 넘어 남남북녀 결혼의 사회적 맥락을 적극적으로 구축하는 역할을 수행한다. 그런 측면에서 새터민 결혼중개업체를 연구하는 것은 북한이탈주민, 그 중에서도 북한이탈여성이 한국사회에서 어떤 정체성을 부여받는가를 탐색할 수 있는 중요한 연구 주제가 될 수 있다.

현재까지 새터민 결혼정보업체를 연구한 사례는 없는 것으로 보이며 국제결혼 중개업체에 대한 연구를 통해 그 시사점을 유추할 수 있을 뿐이다. 먼저 국내 연구를 살펴보면 국제결혼 중개업체 관련 연구로는 실태 조사(설동훈 외, 2014; 정현미 외, 2014)나 중개과정에 발생하는 이주여성의 인권유린 문제를 지적하는 연구(김현미·김민정·김정선, 2008; 김재련, 2011; 소라미, 2009; 김상찬·김유정, 2011)가 대부분을 차지한다. 중개업체 웹사이트 분석을 통해 결혼시장에서 재현되는 이주여성의 이미지를 분석한 연구는 천혜정·이지선(2008)이 거의 유일하다.

해외 연구로는 미국(Wilson, 1988 ; Constable, 2003), 일본(Nakamatsu, 2005 ; Yamaura, 2015), 대만(Wang, 2010) 등의 사례를 분석한 연구를 들 수 있는데, 연구의 초점은 결혼중개 과정에서 이주여성의 결혼적합성(marriageability)이 어떻게 부각되는지의 문제를 다루고 있다. 많은 경우 이주여성은 본국 여성보다 배우자로서의 선호도가 떨어지기 때문에 중개과정에서 이를 높이기 위한 다양한 시도가 이뤄진다. 일본 사례를 연구한 야마우라(Yamaura, 2015)는 중개업체들이 중국여성의 결혼적합성을 부각시키기 위해 중국여성과의 일본남성의 결혼은 '동족결혼'(endogamy)과 다를 바 없다고 홍보하는 전략을 택하고 있음을 발견했다. 대만의 사례를 연구한 왕(Wang, 2010)은 중개업체들이 베트남 여성에 대한 대만 남성의 호감도를 높이기 위해 유교에서 말하는 '삼종사덕'(三從四德)의 개념을 이용한다는 사실을 발견했다. 이러한 연구들은 이주여성이 결혼 중개 과정에서 본국 남성의 취향에 맞게 상품화(commodification)되는 현실을 지적하고 있다. 한편, 여성의 상품화에 대한 지나친 비판은 자신의 삶을 개척하기 위해 국제결혼을 선택한 이주여성들의 능동적 행위주체성(agency)을 과소평가함으로써 결과적으로 그들을 피해자의 위치에 머물게 한다는 비판적 시각도 존재한다(Constable, 2003 ; Piper and Roces, 2003).

물론, 북한이탈여성의 경우를 결혼이주여성으로 직접적으로 비교하는 것에는 한계가 있다. 무엇보다 북한이탈주민의 상당수가 자신을 이주민으로 간주하는 다문화적 접근에 거부감을 보이며 결혼이주여성과는 본질적으로 다른 집단임을 주장한다(최대석·박영자, 2011). 사실 두 집단이 한국사회 정착과정에서 경험하는 법적, 사회적, 경제적, 문화적 배경은 매우 상이하다. 간단한 예로, 북한이탈주민은 입국과 함께 대한민국 시민권을 획득하지만 결혼이주여성의 경우 일정한 기간 동안 남한 남성과의 결혼생활을 증명해야만 시민권 획득이 가능하다. 또한 북한이탈주민 정착 지원은 경제적 자립에 무게를 두고 있는 반면 결혼이주여성의 경우 언어교육이나 자녀양육을 위한 프로그램이 주를 이룬다. 따라서 북한이탈여성을 중개하는 결혼정보업체의 영업방식과 내용은 국제결혼 업체와는 다를 수 있다. 그럼에도 불구하고 새터민 결혼정보업체에 대한 기존 연구가 전무한 실정이며, 무엇보다 북한이탈여성은 종종 국제결혼의 대안으로 언급되는 등 이주여성으로 비교대상이 되곤 하기 때문에 국제결혼 중개업체의 사례는 적잖은 시사점을 던져준다.

Ⅲ. 연구 방법

본 연구는 북한이탈여성 전문 결혼정보업체들의 웹사이트에 나타난 정보 및 내용을 분석하고 이를 통해 북한이탈여성이 한국 사회의 젠더구조 및 이념구조 안에서 재현되는 양상을 탐색한다. 인터넷 공간은 사회과학자들이 주목하는 새로운 연구영역 가운데 하나다. 온라인 공간이 오프라인 공간만큼이나 현대인의 주요한 생활 무대가 되면서 블로그, 소셜미디어, 웹사이트 등은 연구자들이 인간의 행태를 연구하는 주된 ‘현장’(field)으로 자리 잡게 되었다. 이러한 측면에서 본 연구는 새터민 결혼정보업체의 웹사이트가 탈북여성-남한남성 사이의 젠더 동학을 관찰할 수 있는 하나의 중요한 ‘현장’이 될 수 있다고 간주하고, 웹사이트 내용분석을 통해 결혼시장에서 재현되는 북한이탈여성의 이미지를 탐색하고자 한다.

물론 결혼정보업체 웹사이트는 영리추구와 홍보가 주된 목적인 공간이긴 하지만 ‘자유게시판’이나 ‘질문과 답변’ 등에 게시된 글을 통해 업체와 수요자 사이의 상호작용을 어느 정도는 엿볼 수 있다. 또한 과거 성적으로 유린당하는 피해자의 이미지였던 북한이탈여성이 어떻게 오늘날 매력적인 배우자감으로 ‘홍보’되는가의 양상을 살펴보는 것은 북한이탈여성을 바라보는 한국사회의 시선을 진단하게 할뿐만 아니라, 그간의 인식에 대한 성찰의 기회를 제공하고 나아가 북한이탈여성의 순조로운 한국 사회 정착을 위한 정책적 함의를 이끌어내게 할 것이다.

〈표 1〉 탈북여성 전문 결혼정보업체 웹사이트 목록⁴⁾

ID	웹사이트 주소	설립년도	탈북민 운영여부	(남성)가입비
A	www.**world.co.kr	2011	O	200~700만원
B	www.**orihana.net	2014	O	200~1000만원
C	www.**mbuk114.kr	2014	-	폐업(2017년)
D	www.**marry.modoo.at	2011	X	300~800만원
E	www.**eme.kr	2008	O	300~800만원
F	www.**bnwedding.com	2009	X	10만원부터
G	www.**mbuklove.co.kr	2011	X	300~800만원
H	www.**old.co.kr	2014	O	300만원
I	www.**oljiwd.com	-	O	300~700만원
J	www.**nawe.com	2015	X	300~800만원
K	www.**romarry.co.kr	2016	O	200~800만원
L	www.**bn.co.kr	2006	X	300~1000만원
M	www.**umbi.co.kr	2013	X	250만원
N	www.**-wedding.co.kr	2014	O	300만원
O	www.**wiz.co.kr	2011	O	300~700만원
P	www.**-marry.co.kr	2016	O	300~800만원
Q	www.**nb.co.kr	2016	X	300만원
R	www.**yjoin.co.kr	2016	O	70~350만원
S	www.**kwedding.co.kr	2017	O	300~1000만원
T	www.**bwedding.com	2017	O	300~700만원

먼저 연구 대상으로 삼을 새터민 결혼정보업체를 추리기 위해 ‘네이버’(www.naver.com)와 ‘다음’(www.daum.net) 등 포털사이트 두 곳에서 다양한 검색어를 이용해 남남북녀 결혼을 중개하는 업체를 검색하였다.⁵⁾ 2016년 5월부터 2017년 12월까지를 관찰기간으로 하였고, 해당 기간 동안 지속적인 검색을 통해 새로 창업한 업체의 웹사이트가 발견될 경우 목록을 추가하였다. 그 결과 웹사이트를 운영하고 있는 총 20개 업체가 추출되었다(〈표 1〉 참조). 영세한 규모의 사업장은 웹사이트를 따로 운영하지 않기 때문에 〈표 1〉에 추

4) 웹사이트 주소의 첫 두 글자는 **로 익명처리하였다. 설립년도, 탈북민 운영여부 등의 사항은 웹사이트에 게재된 인허가 관련 서류(사업자등록증, 결혼중개업 신고필증), 대표 인사말, 해당업체 대표의 언론 인터뷰 등을 참조하였고 알 수 없는 경우는 빈 칸으로 남겨두었다. C업체의 경우 연구를 진행하는 도중 웹사이트가 폐쇄되었다.

5) 검색어로는 ‘새터민’, ‘탈북민’, ‘탈북여성’, ‘북한여성’, ‘결혼정보회사’, ‘결혼중개업체’ 등의 단어를 여러 형태로 조합하였다.

출된 20개 업체들이 전체 새터민 결혼정보업체를 포괄한다고 볼 수는 없다. 그러나 이 목록은 관찰기간 동안 인터넷 검색을 통해 추출할 수 있는 모든 업체를 포함한 것이며, 당초 언론에서 추측한 30~40개 업체 가운데 절반 이상에 해당하므로 연구자료로서 큰 결함이 있다고 보기는 어렵다.

〈표 2〉 탈북여성 전문 결혼정보업체 웹사이트 사이트맵 예시

회사소개	가입안내	북한 이해하기	회원소개	커뮤니티
<ul style="list-style-type: none"> - 대표 인사말 - 직원 소개 - 사업목표 - 인허가 서류 - 오시는 길 	<ul style="list-style-type: none"> - 가입자격 - 가입비용 - 구비서류 	<ul style="list-style-type: none"> - 새터민이란 - 북한여성의 특징 	<ul style="list-style-type: none"> - 회원 프로필 	<ul style="list-style-type: none"> - 자유게시판 - 질문과 답변 - 온라인 상담 - 자주 하는 질문

〈표 1〉에서 보는 바와 같이 대부분의 업체는 최근 10년 안에 세워진 것으로, 새터민 전문 결혼정보업체의 등장이 매우 최근 현상임을 알 수 있다. 웹사이트는 ‘회사소개’, ‘가입안내’, ‘회원소개’, ‘북한 이해하기’, ‘커뮤니티’ 등의 항목으로 나누어져 있으며 각 항목 아래에는 대표 인사말, 사업취지, 가입비, 자주하는 질문 등의 자세한 내용이 담겨 있다. 〈표 2〉는 독자의 이해를 돕기 위해 새터민 결혼정보업체 웹사이트에 공통적으로 마련된 항목을 위주로 재구성한 것이다. 본 연구가 주된 분석 대상으로 삼은 항목은 대표인사말, 가입비용, 구비서류, 북한여성의 특징, 자주하는 질문 등이다. 먼저 ‘대표 인사말’은 북한이탈여성에 대한 업체의 시선과 남남북녀 부부의 결혼에 대한 대표자의 철학이 담겨 있다. ‘북한여성의 특징’ 북한여성의 민족적 동질성을 강조함으로써 이들의 결혼적합성을 높이는 내용이 주를 이루었다. ‘가입비용’과 ‘구비서류’ 등은 서비스 이용을 위해 남한 남성과 북한 여성에게 요구되는 상이한 조건을 보여주며, ‘자주하는 질문’의 경우 남한 남성이 북한이탈여성을 만나는 과정에서 갖게 되는 우려나 고민, 그리고 그에 대한 업체의 답변이 제시되어 있다. 일부 항목은 유료 회원이거나 글을 올린 회원 당사자만 열람할 수 있었기 때문에 (예: 회원 프로필, 질문과 답변, 온라인 상담) 접근에 제한이 있었다.

IV. 연구결과

1. ‘가부장제에 순응하는 아내’로서의 북한이탈여성

국제결혼을 연구하는 많은 학자들은 중개업체들이 이주여성을 하나의 ‘상품’으로 간주하고 남성고객에게 이를 판매하는 형태로 이주여성을 대상화한다고 지적한다. 우편주문신부(mail-order brides) 전단지를 분석한 윌슨(Wilson, 1988)은 이주여성이 마치 기계 부속품의 기능을 설명하는 카탈로그처럼 대상화된다고 비판하였다. 국제결혼 업체들은 이주여성의 이미지를 바람직한 배우자감으로 가공하고 상품성을 높이기 위해 전통적인 성역할에 근거한 수사(rhetoric)를 동원하게 된다(Nakamatsu, 2005 ; Constable, 2003). 이주여성들은 젊고 육체적 매력을 지녔으며, 순종적이고 여성스러운, 가족 중심적 성향의 존재로 묘사된다.

새터민 결혼정보업체들 역시 북한이탈여성을 매력적인 배우자감으로 홍보하기 위해 전통적 성역할에 근거한 이미지 왜곡을 시도한다. 가장 전형적인 것은 북한이탈여성이 “남편을 하늘처럼 모시는”(B업체 「우리는 한민족」) 순종적인 여성임을 강조하는 것이다. 이는 남성 고객이 결혼 이후에도 가부장으로서의 권위를 도전받지 않을 것이라는 것을 암시함으로써 북한이탈여성의 ‘상품성’을 올리게 된다.

주변에 북한여성과 결혼해서 사는 사람들 보셨어요? 정말 저희[북한이탈여성] 친구들도 남편 공대 잘 하지, 돈 아끼지, 별로 저희가 보기에 그 남편 정말 대단해 보이지 않거든요. 근데 생각하는 게 남편을 왕 모시듯이 한다니까요. 그래서 친구 남편은 완전히 달라졌어요. 결혼 전보다 더 멋져져서 엇그제 만나봤는데 자신감 장난 아니더라구요. 사람이 바뀌더라구요.(A업체, 「자주 하는 질문」)

삼강오륜에 보면 부위부강이라는 말이 있습니다. “아내는 남편을 섬기는 것이 근본임을 이룬다”라는 말입니다. 바로 이를 실천할 줄 알고 행동할 줄 아는 분들이야말로 북에서 온 분들이라고 저는 자부합니다.(H업체, 「대표인사말」)

유사한 맥락에서 북한여성은 남한의 전통적 여성상, 즉 자기희생적이고 헌신적인 ‘어머니 시대’의 여성상에 비견된다. F업체는 북한이탈여성에게 대해 “한국의 고전적인 여성상을 많이 닮고 있는 분들”(「자주 하는 질문」)이라고 묘사하고 있으며, B업체는 “남자들이 꿈꾸고 있는, 가장 한국적인 어머니의 여성

상을 두루 갖춘 성실하고 생활력, 아름다운 북한여성들”(「자주 묻는 질문」)이라고 설명하고 있다. 특히 ‘내조’의 개념이 자주 등장하는데 C업체는 한 북한 이탈여성 회원의 소개글에서 “마음이 따뜻하고 내조를 잘 합니다. 경제적으로 안정적인 남편을 만나 살림하고 아이를 키우며 살고 싶습니다”(「회원검색」)라고 적고 있다.

북한이탈여성에 대한 이러한 묘사는 남한남성들로 하여금 고정적 성역할이 지배하던 과거 시절에 대한 향수를 불러일으킨다. 북한이탈여성은 부지런하고, 열심히 일하고, 순종적이며, 가정적인 존재로 그려지는 반면 오늘날의 남한여성은 가족을 위해 자기를 희생하지 않는, 이기적이고 물질지향적인 존재로 대비된다.

[북한이탈여성들은] 같은 부모님(조상님)을 모시고 살아왔고, 같은 언어와 문자(한글)를 사용하며, 같은 전통문화·생활문화를 이해하고 있으며, 관혼상제(冠婚喪祭)를 중요하게 생각하고 있으며 남편과 웃어른을 공경하고 존경할 줄 아는 순수하고 순박한 여성들입니다. 한국 도심 속 삶과 치열한 사회생활 속에서 살아가면서 황금만능주의에 사로잡혀있고 자기중심적 이기적인 사고를 지닌 일부 철없는 남한 여성보다는 훨씬 몸과 마음(心身)이 건강한 아내로서 며느리로서 훌륭한 품성을 지닌 북한여성분들이 많이 있습니다.(B업체, 「한민족 한반도」)

새터민분들은 한국여성에게 잊혀져가는 순수함과 순박함과 강한생활력 등 부모형제를 공경할 줄 알고, 남편을 섬길 줄 아는, 한국여성과 비교를 해도 전혀 손색이 없는, 오히려 더 장점이 많은 정말 멋진 분들입니다.(F업체, 「자주하는 질문」)

한 가지 주목할 것은 북한여성과 남한여성의 차이점이 드러나는 방식이다. 북한여성은 남한여성과는 다르게 순박하고 순수한 존재로 묘사되지만, 다른 한편으로는 남한여성과 다를 바 없는 ‘이웃’ 또는 ‘형제·자매’로 그려진다. Q업체는 “새터민은 단순 탈북자들이 아니고 우리의 민족이며 가슴 아픈 역사를 겪은 우리의 이웃”(「대표 인사말」)이라고 소개하고 있으며 J업체는 북한이탈여성을 “아름다운 북한출신 동생들”(「대표 인사말」)이라고 서술하고 있다. 한반도가 70년 가까이 분단된 상황에서 남북 간 문화 격차는 점점 심화되고 있는 상황이지만, 이에 대한 언급은 전혀 찾아볼 수 없으며 많은 업체들이 북한이탈여성이 남한과 똑같은 문화와 관습, 언어를 지녔다는 점을 강조한다. 이는 북한여성이 지나치게 이질적인 존재로 그려질 경우 남성 고객들의 심리적 장벽이 높아질 수 있기 때문인 것으로 풀이된다.

이들 업체들은 북한이탈여성이 배우자로서 탁월한 선택임을 강조하기 위해 남한여성 이외에도 국제결혼 이주여성으로 비교하기도 한다. 이들은 이주여성을 돈이나 국적을 얻기 위해 결혼한 것이라고 비판하면서 북한이탈여성에게는 그럴 염려가 없다고 강조한다.

외국여자들이 한국국적이 필요해서 결혼을 어떤 수단으로 이용해서 입국하고는 후에 결혼 목적이 아닌 돈 벌러 나간다고 하더라구요. 그래서 결혼에 실패한 한국 남성들이 많이 북한여성 결혼을 선택하세요. 북한여성들은 외국여자들과 달라요. 북한은 돌아갈 수도 없는 땅이고 또 북한여성에게 대한민국 국적은 물론 이미 주민등록증, 여권 다 나와 있고 정부에서 아파트도 줬어요. 그니까 북한여성들이 생각하는 결혼은 정말 가족과 평생 함께 살아갈 내 살붙이를 만나는 거라 생각을 많이 하고 결정하기 때문에 절대 가족을 포기하지 않아서 이혼율이 없어요.(A업체, 「자주 하는 질문」)

저희 OOOOO 결혼정보회사에서는 다문화 여성보다, 또 국내 여성보다 많은 장점을 가진 새터민과의 결혼을 통해 행복한 인생을 설계하는데 도움이 되고자 합니다.(N업체, 「인사말」)

많은 분들이 국제결혼을 생각하시는데, 어디 국제결혼인들 쉬운가요? 경제적 부담이 만만치 않은 상황에서 언어, 문화, 음식, 생활패턴, 그 모든 면에서 우리와 차이날 수밖에 없고 낯설고 오랫동안 이질감으로 가득한 이성과 만나 둘이 하나 된다는 과정이 어디 그리 쉬운가요!(H업체, 「대표인사말」)

이처럼 새터민 결혼정보업체들이 북한이탈여성을 남한여성, 이주여성 등과 비교하며 그들의 상대적 장점을 열거하는 것은 이들을 오직 남한남성 고객을 위해 가공되는 하나의 제품으로 간주하고 있음을 시사한다. 남한 남성은 이러한 홍보 내용을 통해 북한이탈여성으로 결혼하면 남성 우위의 가부장적 권력구조를 그대로 향유하면서도 돈이나 국적이 아닌 오직 사랑에 기반한 결혼을 할 수 있을 것이라는 점을 기대하게 된다.

2. ‘자유를 동경하는 투사’로서의 북한이탈여성

앞서 살펴보았듯이, 결혼시장에서 북한이탈여성은 수동적, 의존적, 순종적인 존재로 그려진다. 이들의 ‘행위주체성’(agency)은 축소되고, 이들의 기능과 역할은 오직 가부장적 언어로 규정된다. 근대국가의 성립과 함께 생산과

재생산으로 젠더 역할이 분화되면서 여성의 일은 사적이고 탈정치적인 것, 남성의 일은 공적이고 정치적인 것으로 치환되어 왔다. 자레스키(Zaretsky, 1973)에 따르면 가부장제는 근대의 중요한 사회 구성 논리이며, 여성의 역할을 사적이고 탈정치적인 가족이라는 공간에 한정시키게 된 것도 근대에서 시작되었다고 주장한다. 근대의 가족은 성별 노동분업을 영속화하고 남성 지배 이데올로기를 구축하는 가부장제의 터전이 되었다. 이러한 측면에서 북한이탈 여성이 남한 남성의 배우자로 사회에 편입되는 과정이 북한이탈여성을 탈정치화된 수동적 존재로 규정하게 되는 것은 놀라운 일은 아니다.

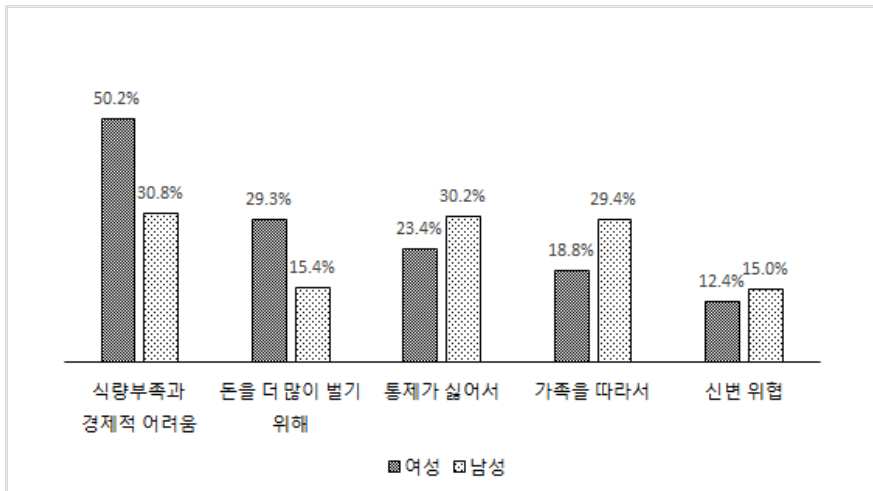
그러나 모순적이게도, 이들의 탈북동기에 대한 서술에 있어서만큼은 행위주체성이 지나치게 강조됨을 발견할 수 있다. 북한이탈여성은 그 누구보다 북한 정권을 혐오하고 자유를 갈망하는 ‘투사’의 이미지로 투영된다. 이들은 “길고도 험난한 사선을 넘어 자유를 찾아오느라 정말 고생이 많았던”(Q업체, 「대표 인사말」), “목숨을 걸고 대한민국의 자유를 찾아 정착을 하려고 온”(F업체, 「자주 하는 질문」), “자유를 찾아 정든 고향, 부모 형제들과 생이별하는 가슴 아픈 사연들을 품고 목숨을 걸고 제3국의 사선을 넘어 온”(O업체, 「대표 인사말」) 사람으로 묘사된다. 북한이탈여성의 탈북 동기에는 정치적, 경제적, 문화적 요인 등이 복잡하게 얽혀 있으나, 유일하게 정치적 동기만이 부각되고 다른 동기들은 언급되지 않는다.

새터민 결혼정보업체들이 북한이탈여성들의 탈북 동기로 자유에 대한 동경과 갈망을 강조하는 것은 우리 사회에 잔존하는 ‘레드 콤플렉스’를 반영하는 것으로 볼 수 있다. 비록 냉전이 종식된 이후 극단적인 반공주의는 점차 사라지게 되었으나 여전히 남한사회에는 북한이탈주민에 대한 막연한 우려와 편견이 존재하는 것이 사실이다. 통일연구원이 2015년 실시한 여론조사에 따르면 북한이탈주민을 배우자로 맞이하는 것에 대한 생각을 묻는 질문에 75.4%의 응답자가 “꺼려진다”고 답변했다(박종철 외, 2015). 북한이탈여성들과 결혼하면 국정원이나 정부로부터 계속적인 감시를 받아야 한다고 믿는 경우도 적지 않다(시사인, “젊은 ‘북녀’들의 남한 생존법, ‘남편을 찾아요’”, 2010년 11월 2일자). 이러한 우려는 결혼정보업체에 게시된 남한남성 고객들의 질문에서도 드러난다.

질문 : 탈북여성들의 사상이나 이념에는 아무 문제가 없나요?

답변 : 탈북여성들은 북한의 공산주의 체제와 이념이 싫어서 남한에 온 사람들이예요. 우리(남한사람)보다 북한을 더 싫어하는 사람들이예요. 오직 자유에 대한 갈망으로 목숨을 걸고 온 사람들입니다.(C업체, 「Q&A」)

그러나 실제 북한이탈여성들의 탈북동기를 살펴보면 이러한 정치적 동기는 여러 요인 중 하나에 불과하다는 것을 알 수 있다. 2016년 북한이탈주민지원재단(하나재단)이 북한이탈주민을 대상으로 실시한 조사에 따르면 탈북동기를 묻는 질문에 여성의 경우 “식량부족과 경제적 어려움”(50.2%), “돈을 더 많이 벌기 위해”(29.3%)와 같은 경제적 이유가 “통제가 싫어서”(23.4%), “신변 위협”(12.4%)과 같은 정치적 이유보다 압도적으로 높았다(그림 3) 참조).



자료 : 남북하나재단, 2016 북한이탈주민 정착실태조사, p.107 자료를 바탕으로 재구성

[그림 3] 북한이탈주민 성별에 따른 탈북동기(복수응답)

그럼에도 불구하고 이들의 탈북이 정치적 동기에서 이뤄진 것임을 강조하는 것은 북한이탈여성의 이념적, 사상적 ‘순수성’에 대한 남한사회의 불안과 의구심이 여전히 존재하고 있음을 반증한다. 결국 바람직한 배우자로서의 북한이탈여성은 자유를 위해 목숨을 걸만큼 자유민주주의에 대한 의식이 투철한 사람들이며, 위험천만한 탈북을 감행한 사실만으로도 이념적 순수성이 증명된 것으로 포장된다.

업체들이 북한이탈여성을 대한민국 국적을 취득한 ‘대한민국 국민’이라고 강조하는 것도 이러한 맥락에서 이해할 수 있다. 탈북여성은 “주민번호 부여와 주민등록증이 발급되고, 전입신고가 가능한 평생 영주권이 있는 정식 대한민국 국민”(F업체, 「새터민 소개」), “대한민국 입국 시 대한민국 국가기관의 정상적인 검증을 마치고 이후 국가로부터 대한민국 국적을 취득한 자”(A업체, 「자주 하는 질문」) 등으로 묘사된다. 윤인진(2012)에 따르면 북한이탈주민의

대다수는 남한의 자본주의 체제와 사회문화에 대해 긍정적으로 인식하고 있으며 스스로를 ‘남한사람’으로 인정받고자 하는 강한 욕구를 가지고 있다. 이들은 적응 과정에서 북한 정체성을 버리고 남한 정체성을 수용하는 ‘동화’의 경로를 적극 따르는데, 이는 북한이탈주민에게 덧씌워진 이념적 이질감과 그로 인한 남한주민의 거부감을 줄이고자 하는 노력의 일환으로 생각해볼 수 있다.

북한이탈여성의 정치적 적극성이 강조되는 현상은 오늘날의 남한 사회가 북한이탈여성에게 부여하는 이상적 이미지가 무엇인지를 보여준다. ‘용맹스러운 투사’는 전통적인 남성성의 표상이라고 할 수 있으나, 반공·반북이라는 사회적 맥락에서 북한이탈여성에게는 예외적으로 투사의 이미지가 강제되고 있다. 남한시민의 배우자가 되고자 하는 북한이탈여성은 사적영역에서는 순종적이라 할지라도 공적영역에서는 이념적 순수성을 증명하기 위해 투사가 되어야 하는 것이다. 이 경우 투사의 이미지는 북한이탈여성의 여성성을 상쇄하지 않으며 오히려 이들의 결혼적합성을 상승시키는 기제로 작동한다.

3. ‘정부가 보증하는 신부’로서의 북한이탈여성

북한이탈여성과의 결혼을 생각하는 남한남성의 가장 큰 우려 중 하나는 이들이 ‘과연 믿을만한 사람인가’에 대한 것이다. 북한이탈여성은 대부분 남한에 연고가 없고 친구나 지인도 많지 않기 때문에 이들의 그간의 삶이 어떠한지를 증명해줄 사람이 없다는 점에 대해 남한남성들은 불안감을 갖게 된다. 업체 웹사이트에 올라온 여러 질문들을 통해 남한남성이 북한이탈여성과의 결혼에 대해 갖는 우려를 정리해보면 크게 세 가지로 요약된다. 북한이탈여성의 이념적 성향과 그로 인한 사고방식의 차이가 결혼 생활에 부정적 영향을 끼칠 수 있다는 점, 북한이탈여성이 오로지 돈 때문에 남한 남성과 결혼할지 모른다는 점, 북한이탈여성이 북한에서 이미 결혼했으면서도 이를 숨길지 모른다는 점이 그것이다.

이러한 우려를 해소하기 위해 업체들은 북한이탈여성들의 신원이 정부에 의해 철저히 검증된다는 것을 강조한다. 북한이탈주민은 남한에 오면 제일 먼저 북한이탈주민보호센터(舊 중앙합동신문센터)에 보내진 뒤 일정 기간 구금된 상태에서 북한에서의 행적과 위장 탈북 여부 등을 조사받는다. 이 과정에서 아무 문제점이 발견되지 않을 경우 북한이탈주민들은 하나원(북한이탈주민 정착지원사무소)에 보내지는데, 운전, 컴퓨터, 법, 민주주의, 시장경제, 영어 등 남한생활 적응에 필요한 다양한 주제를 12주 동안 교육받는다. 이러한 ‘규율’의

과정을 통해 북한이탈주민은 남한사회의 시민으로 재탄생한다(Lee, 2013).

정부가 행하는 이러한 검증과정은 흥미롭게도 배우자감으로서의 북한이탈 여성의 신원을 보증하는 장치로 작동하게 된다. 새터민 결혼정보업체들은 정부가 북한이탈여성들의 이념적 정향과 범죄기록, 북에서의 혼인 여부 등을 사전에 철저히 검증하기 때문에 전혀 걱정할 필요가 없다는 점을 강조한다. 즉, 정부가 북한이탈여성의 신원을 보증하는 제3자적 보증인이 되어주는 셈이다.

질문 : 북한이나 중국에 자녀가 있다고 하던데 그런 거 알 수 있나요?

답변 : OOOOO[업체명]의 장점은 북한여성의 신원이나 과거경력을 숨기지 않는다는 거죠. OOOOO 매니저들도 남한에 입국해서 국정원 조사를 두 달 정도 받았거든요. 국정원 조사에서 사실대로 다 말씀드리지 않으면 거짓말 탐지기까지 동원해서 가린답니다...국정원이 간첩잡는 곳이잖아요. 그런데 정말 회원님이 걱정하는 것처럼 북한이나 중국에 자녀가 있는데 국정원에서 거짓으로 진술했다?...(중략) 최소한 그 정도까지 진행되는 경우는 아직까지 없었습니다.(A업체, 「자주 하는 질문」)

새터민의 혜택과 장점

1. 안정성과 투명성

외국에 있는 주한 대사관을 통해 안전하게 대한민국에 입국하여 국정원의 철저한 신원조사를 받습니다.(F업체, 「새터민 소개」)

만약 북한이탈여성에게 남한남성이 우려하는 문제가 있다 하더라도 정부는 이를 해결해주는 존재로 그려진다. 가령 북한이탈여성이 돈만 보고 결혼하려 한다는 우려에 대해 “넉넉한 생활은 아니지만 국가에서 기본적인 생활은 모두 지원합니다”(F업체, 「자주 하는 질문」), “(북한이탈주민들은) 대한민국 정부에서 평생임대 주택과 정착금 그리고 직업교육과 직업알선을 받습니다”(B업체, 「자주 묻는 질문」)라고 설명하는 등 정부가 북한이탈여성의 경제적 자립성 문제를 해결해주고 있음을 강조한다. 또한 북한에 있는 가족에게 돈을 보내야 하거나 북한에 있는 가족을 남한으로 데려오기 위해 돈을 지불해야 하는 상황이 발생하는 것을 우려하는 질문에는 정부에서 탈북비용보다 더 많은 정착금을 제공한다고 홍보한다.

만약에 가족이 한국에 무사히 도착하면 한 사람당 정착금으로 3,600만원 가까이 나와요. 그러면 탈북비용보다는 더 많이 정착금이 나오고 운명이 바뀌고 그분들의 삶이 바뀌게 되는 거죠.(A업체, 「자주 하는 질문」)

결국, 정부는 북한이탈여성에게 국적은 물론 경제적 지원을 제공함으로써 ‘돈이나 국적 같은 목적 때문에 결혼하는 이주여성과는 다르다’는 업체의 주장을 증명해주는 역할을 하게 된다. 또한 정부는 탈북여성의 ‘수상한’ 이념적 배경을 걸러내고 이들을 남한사회의 (여성) 시민으로 ‘규율’하는 신원보증인 역할을 함으로써 결혼시장에서 탈북여성이 안전한 선택이 될 수 있도록 노력하는 입장에 서게 된다.

정부가 북한이탈여성의 사회 편입과정에서 젠더적 맥락을 제공하는 것은 국가 가부장제 논의와 연결시켜 생각해볼 수 있다. 코넬(Connell, 1990)에 따르면 국가는 다양한 국가기구를 통해 사회에 존재하는 기존의 젠더 구조를 유지시키거나 재구조화한다. 이때 국가는 권위와 남성성을 등치시킴으로써 남성들이 사회를 효과적으로 통제할 수 있도록 가부장제를 제도화한다(김경희·김혜장, 1997). 국가 가부장제는 통상적으로 국가가 정책을 결정하고 집행하는 과정에서 여성에게 특정한 역할을 부여하고 이를 수행하게끔 하는 양태로 표출된다.

물론 북한이탈여성의 신원을 보증하는 정부의 역할은 의도된 것이라기보다 결혼중개업체들이 북한이탈여성의 결혼적합성을 높이기 위해 정부의 북한이탈주민 지원정책을 가부장제의 프레임 안에서 해석한 것이다. 따라서 국가 가부장제의 전형에 정확히 들어맞는 경우는 아니라고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 이 사례는 정부가 북한이탈여성의 정착지원 정책을 마련하는 과정에서 이들을 기존의 억압적인 젠더규범과 구조 속에 가둘 수 있다는 일말의 가능성을 제시함으로써 이들에 대한 지원이 보다 성인지적 관점에서 전개되어야 한다는 정책적 시사점을 제공한다.

V. 결론

본 연구는 북한이탈여성 전문 결혼정보업체 웹사이트 분석을 통해 북한이탈여성이 결혼시장에서 어떻게 ‘바람직한’ 배우자감으로 재현되는지의 양상을 탐구했다. 북한이탈여성 전문 결혼정보업체들은 이들의 정체성을 가부장적 언어로 규정하고, 북한이탈여성이 기존의 성차별적 고정관념에 부합하는 양순한 여성임을 강조하였다. 또한 남한여성 및 이주여성과의 차이점 및 유사점을 과장 또는 축소함으로써 남한남성의 거부감을 줄이기 위해 노력했다. 여기까지

는 일반적인 국제결혼 중개업체들의 전략과 매우 흡사하다고 할 수 있다. 그러나 북한이탈여성의 경우 '적국'(敵國)으로부터 왔다는 정치적 배경을 희석하기 위해 다양한 장치들이 마련되었다. 북한이탈여성은 자유를 위해 목숨을 걸고 사선을 넘어온 투사로 묘사되었으며, 이들이 사상적으로 '안전한' 배우자임을 강조하기 위해 신원보증인으로서의 정부의 역할이 강조되었다. 그 결과 북한이탈여성의 이미지는 가부장제의 젠더 위계를 거스르지 않는 순종적인 여성이면서도 자유를 위해 목숨을 걸만큼 용맹한, 매우 모순된 양상으로 재현되었다.

남남북녀 부부는 통일한국의 미래를 가늠하는 일종의 시금석이라고 할 수 있다. 그 시작점이라고 할 수 있는 결혼정보업체에서 정확한 정보가 교환되지 않으면 이는 결혼 이후의 삶에도 영향을 미칠 수 있다. 국제결혼의 경우 중개업체가 이주여성에게 남성에 대한 정확한 정보를 제공하지 않아 결혼생활에 지장이 생기는 사례는 이미 여러 연구에서 입증된 바 있다(박재규, 2009; 김재련, 2011). 북한이탈여성 역시 결혼시장에서 왜곡된 이미지로 재현될 경우 결혼생활에 불화가 생길 가능성을 배제할 수 없다. 정확한 통계는 존재하지 않지만 일부 언론의 보도에 따르면 남남북녀 부부의 경우 문화적 이질감 때문에 이혼하는 경우가 적지 않게 발생하고 있다(서울신문, 2016; 월간중앙, 2011). 이들은 막상 결혼을 하고 나면 서로가 공유하는 문화가 거의 없으며, 심지어 오랜 기간 분단을 겪으면서 언어마저도 달라져 소통에 어려움이 있음을 깨닫게 된다고 한다.

일반적으로 서로 다른 두 집단 간의 혼종결혼(intermarriage)은 두 집단 간의 사회적 거리가 얼마나 좁혀지고 통합을 이루었는지를 보여주는 대표적인 지표로 오랫동안 활용되어왔다(Park & Burgess, 1921; Gordon, 1964; Merton, 1941; Mare, 1991). 같은 맥락에서 남남북녀의 결혼 역시 북한이탈주민이 남한사회에 얼마나 잘 안착했는지를 보여주는 하나의 척도가 될 수 있다.⁶⁾ 다문화 가정의 경우 아내와 남편이 이질감을 극복하고 화목한 가정을 이룰 수 있도록 여러 사회적·정책적 관심이 제공되지만 남남북녀 부부의 경우 다문화 가정 못지않게 문화적응의 문제를 안고 있음에도 불구하고 별다른 도

6) 혼종결혼(intermarriage)은 인종(race/ethnicity), 종교(religion), 계급(caste), 계층(socio-economic status) 등이 다른 두 개인이 결혼하는 것을 의미한다. 북한이탈여성 과 남한남성의 결혼은 동일한 민족, 동일한 국적의 두 사람이 결혼하는 것이지만 남한과 북한이 오랫동안 분단되어 있었고 정치적, 사회적, 문화적 이질화가 심각하다는 점에서 둘의 결합은 일종의 혼종결혼이라고 할 수 있다.

움을 받지 못하는 실정이다. 북한이탈여성과 남한남성의 결혼과정이 정보의 왜곡 없이 투명하게 진행되고, 나아가 이들의 가정생활이 원만히 진행되도록 정부의 정책적 관심과 사회적 노력이 필요할 것이다.

참고문헌

- 강민경·백선기·남시호(2017). “문화적 양극화, 탈북자 토크쇼, 정체성 혼란-〈이제 만나러 갑니다〉와 〈모란봉 클럽〉에 대한 담화 및 담론 분석-”. 한국콘텐츠학회논문지, 제17권 제1호, 567-584.
- 김경희·김혜장(1997). “가부장적 국가”. 여성과 사회, 제8권, 318-328.
- 김명혜·김훈순(1996). “여성이미지의 정치적 함의 : 텔레비전 드라마를 중심으로”. 한국언론학보, 제38호, 203-248.
- 김상찬·김유정(2011). “국제결혼 이주여성의 인권보호를 위한 법적 과제”. 법학연구, 제43권 제43호, 319-344.
- 김성경(2013). “북한이탈주민의 월경과 북·중 경계지역 : ‘감각’되는 ‘장소’와 북한 이탈여성의 ‘젠더’화된 장소 감각”. 한국사회학, 제47권 제1호, 221-253.
- 김은준(2016). “감각적 사유와 이질적 주체 구성-종편의 탈북여성 재현의 정치”. 한국콘텐츠학회논문지, 제16권 제12호, 772-780.
- 김재련(2011). “왜 대한민국 남성과 결혼하려 하는가?: 국제결혼중개업의 문제점 및 결혼이주여성 인권강화 대책”. 공익과 인권, 제9권, 39-64.
- 김정선(2010). “결혼중개업의 관리에 관한 법률, 의미 없지만 유효한 법”. 경제와 사회, 제86호, 305-344.
- 김현미·김민정·김정선(2008). “‘안전한 결혼 이주’: 몽골 여성들의 한국으로의 이주 과정과 경험”. 한국여성학, 제24권 제1호, 121-155.
- 뉴스1(2016.5.27.). “결혼정보업체 듀오-가연 1·2 위 ‘주춤’...성장판 닫히나?” <http://news1.kr>에서 2018.1.25 인출.
- 박재규(2009). “국제결혼 여성이민자 및 남편의 가족생활 적응 연구: 경기지역을 중심으로”. 보건과 사회과학, 제26권 제1호, 137-163.
- 박종철·박주화·홍석훈·송영훈·이상신·조원빈(2015). 2015 남북통합에 대한 국민의식조사: 인식, 요인, 범주, 유형. 서울: 통일연구원.
- 서울신문(2016.2.1.). “[탈북자가 아닙니다 대한민국 국민입니다](상) ‘조선족’보다 먼 이름, 탈북자.” 3면.
- 설동훈·한건수·김석호·박순영·심재웅·박종선·심경섭·조은옥(2014). 2014년 국제결혼중개 실태조사. 서울: 여성가족부.
- 소라미(2009). “결혼 이주여성의 인권 실태와 한국 법제도 현황에 대한 검토”. 법학논총, 제16권 제2호, 43-74.
- 월간중앙(2011). “[이슈추적] 북이 만든 신평속도, 남남북녀-‘공무원처럼 안정된 南子면 좋겠어요.’” 2011년 4월호. 286-291면.

- 윤인진(2012). “북한이주민의 문화변용과 사회적응”. 한국학연구, 제41권, 37-61.
- 이선민(2014). “탈북 여성은 어떻게 말할 수 있는가?: 텔레비전 토크쇼 <이제 만나러 갑니다>(채널 A)에 대한 비판적 분석을 중심으로”. 미디어, 젠더&문화, 제29권 제29호, 75-115.
- 이화진(2014). “이주공간의 변화에 따른 탈북여성의 모성갈등 양상과 극복과정”. 한국여성학, 제30권 제3호, 161-199.
- 자유아시아방송(2010.7.5.). “[RFA 초대석] 탈북여성-남한남성 중매 ‘남남북녀’ 강옥실 대표 4년간 300쌍 성사 보람.” <https://www.rfa.org>에서 2018.1.25 인출.
- 장은영·박지훈(2015). “북한과 탈북자를 재현하는 텔레비전에 대한 수용자의 시선: <이제 만나러 갑니다>에 대한 수용자 해독을 중심으로”. 한국소통학보, 제27권 제27호, 225-254.
- 정현미·장명선·박귀천·한지영(2014). 결혼중개업 법·제도에 대한 사회통합적 개선방안 연구. 서울: 여성가족부.
- 천혜정·이지선(2008). “국제결혼중개업체의 인터넷 사이트 분석”. 한국가족관계학회지, 제13권 제3호, 99-120.
- 최대석·박영자(2011). “북한이탈주민 정책연구의 동향과 과제-양적 성장을 넘어선 ‘성찰’과 ‘소통’”. 국제정치논총, 제51권 제1호, 187-215.
- 태지호·황인성(2012). “텔레비전 토크쇼 <이제 만나러 갑니다>(채널 A)의 탈북 여성들의 사적 기억 재구성 방식과 그 의미에 대하여”. 한국언론정보학보, 제60권 제4호, 104-124.
- 한국경제신문(2016.7.29.). “탈북민의 80%가 여성...남남북녀 커플 증가”. 19면.
- Beynon, J.(2002). *Masculinities and culture*. Buckingham, PA: Open University Press.
- Connell, R. W.(1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Cambridge, UK: Polity.
- _____(1990). The state, gender, and sexual politics. *Theory and Society*, 19, 507-544.
- Constable, N.(2003). *Romance on a global stage: Pen pals, virtual ethnography, and “mail order” marriages*. Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press.
- Davis, K.(2006). Brides, bruises, and the border: The trafficking of North Korean women into China. *SAIS Review of International Affairs*, 26, 131-141.

- Epstein, S., & Green, C.(2013). Now on my way to meet who? South Korean television, North Korean refugees, and the dilemmas of representation. *Japan Focus*, 11, 1-19.
- Gordon, M.(1964). *Assimilation in American life*. New York :Oxford University Press.
- Jang, L.(2015). *Stars between the Sun and Moon : One woman's life in North Korea and escape to freedom*. New York : W. W. Norton & Company
- Kaplan, E. A.(1992). Feminist criticism and television. In R. Allen (Ed.), *Channels of discourse, reassembled : Television and contemporary criticism*(pp. 247-283). Chapel Hill, NC :University of North Carolina Press.
- Kim, E. and Falletti, S.(2015). *A thousand miles to freedom : My escape from North Korea*. New York : St. Martin's Press.
- Kim, E., Yun, M., Park, M.,& Williams, H.(2009). Cross-border North Korean women trafficking and victimization between North Korea and China :An ethnographic case study. *International Journal of Law, Crime and Justice*, 37, 154-169.
- Kim, J.(2010). Trafficked : Domestic violence, exploitation in marriage, and the foreign-bride industry. *Virginia Journal of International Law*, 51, 443-506.
- Lee, H.(2015). *The girl with seven names*. New York :Harper Collins.
- Lee, J.(2005). Human trafficking in East Asia :Current trends, data collection, and knowledge gaps. *International Migration*, 43, 165-201.
- Lee, J.-e.(2015) Disciplinary citizenship in South Korean NGOs' narratives of resettlement for North Korean refugees. *Ethnic and Racial Studies*, 38, 2688-2704.
- Mare, R. D.(1991). Five decades of educational assortative mating. *American Sociological Review*, 56, 15-32.
- McInnes, J.(1998). *The end of masculinity :The confusion of sexual genesis and sexual difference in modern society*. Buckingham, PA : Open University Press.

- Meehan, D.(1983). *Ladies of the evening: Women characters of primetime television*. Metechen, NJ : Scarecrow Press.
- Merton, R. K.(1941). Intermarriage and the social structure : Fact and theory. *Psychiatry*, 4, 361-374.
- Modleski, T.(1982). *Loving with a vengeance : Mass produced fantasies for women*. Hamden, CT : Archon Books.
- Mosse. G. L. (1996). *The image of man: The creation of modern masculinity*. London : Oxford University Press.
- Nakamatsu, T.(2005). Faces of “Asian brides” : Gender, race, and class in the representations of immigrant women in Japan. *Women’s Studies International Forum*, 28, 405-417.
- Park, R. E., & Burgess, E. W.(1921). *Introduction to the science of sociology*. Chicago, IL : University of Chicago Press.
- Park, Y.(2015). *In order to live : A North Korean girl’s journey to freedom*. New York : Penguin Press.
- Piper, N., & Roces, M.(2003). *Wife or worker? Asian women and migration*. Lanham, MD : Rowman & Littlefield.
- Time(2010.2.9.). “North Korean Defectors : A Big Market for Matchmakers.” <http://www.time.com>에서 2018.4.1 인출.
- Wang, Y.-H.(2010). From “farming daughter” to “virgin brides” : Representation of Vietnamese immigrant wives in Taiwan. *Gender, Technology, and Development*, 14, 217-239.
- Wilson, A.(1988). American catalogues of Asian brides. In J. B. Cole (Ed.), *Anthropology for the nineties*(pp.114-125). New York : The Free Press.
- Yamaura, C.(2015). Marrying transnational, desiring local : Making “marriageable others” in Japanese-Chinese cross-border matchmaking. *Anthropological Quarterly*, 88, 1029-1058.
- Zaretsky, E.(1973). *Capitalism, the family, and personal life*. New York : Harper & Row.

Abstract

Representation of North Korean Women Defectors' Image in the South Korean Marriage Market

Sookyung Kim*

This study explores how the images of North Korean women defectors are represented in the South Korean marriage market by analyzing promotional websites of marriage broker agencies that specialize in pairing North Korean women and South Korean men. Examining twenty promotional websites of these companies reveals that North Korean women are described as docile, feminine, family-oriented *traditional* women who sacrifice themselves for their families. They are constructed as non-threatening to the prevailing gender hierarchy in marriage, which inevitably undermines the agency of North Korean women. At the same time, their political motivation for defection is exaggerated. Their defection is advertised as the epitome of courage and resistance, and their desire for freedom is overstated, which is to clear the concern about North Korean brides' *ideological purity*. In this marketing process, matchmaking companies mobilize the South Korean government as a third-party reference guaranteeing that North Korean brides are a safe and better choice. All of these rhetorical schemes contribute to maximizing the marriageability of North Korean brides.

Keywords : North Korean women defectors, image representation, North-South couples, marriage broker agencies, anti-communism

* Research Fellow, Korea Institute for National Unification