

심리적 구성체로서의 한국 아줌마 분석

최상진 김지영 김기범
중앙대학교 심리학과

본 논문에서는 한국사회에서 사회적 담론의 중심에 있는 여성인 '아줌마'에 대한 일반인의 표상에 대한 분석을 실시하였다. 대인지각 차원에서 여성에 대한 사회적 범주 중의 하나로 한국 사회에서 결혼한 중년 여성인 아줌마에 대한 신체적 특징, 성격적 특징, 대인관계적 특징을 다른 여성의 사회적 범주인 사모님(남편의 계층과 관련), 엄마(내집단)와 아가씨(미혼)와 비교하였다. 성인여성과 여대생을 대상으로 사모님, 아줌마, 어머니와 아가씨에 대한 사회적 표상을 비교 분석하였고, 두 번째로 MDS 분석을 통해 이들 네 가지 대상에 대한 지각된 표상구조를 살펴보았다. 첫 번째 분석 결과 아줌마의 부정적 특성은 엄마, 사모님이나 아가씨와 비교할 때 두드러졌고, 아줌마의 긍정적 특성(엄마같은)은 사모님이나 아가씨와 비교할 때 나타났으며, 엄마와 아줌마를 비교했을 때에는 아줌마가 갖고 있는 엄마의 모습이 엄마에게 귀속되는 것으로 나타났다. MDS를 통해 분석한 네 가지 대상에 대한 포지셔닝에서, 먼저 신체적 특징 차원에서는 촌스럽고, 퍼머머리를 하고 있으며 폭퍼진 몸매의 차원에는 아줌마가, 세련미와 유행에 민감한 차원에는 사모님과 아가씨가 위치하였다. 대인관계적 측면에서는 뻔뻔하고 눈치없고 체면을 차리지 않는 차원에 아줌마가 정위한 반면에 아가씨와 사모님은 사치스러운 차원에 위치하였다. 성격적 특징에서는 이기적인 차원에 사모님과 아가씨가, 주책스럽고 극성맞은 차원에 아줌마, 따뜻하고 포근하며 모성에 차원에는 엄마가 정위하였다. 이러한 결과를 볼 때 한국의 '아줌마 현상'은 실제로는 우리의 어머니이자 누나, 아내이기도 한 여성들을 타자적 입장에서 아줌마로 매도하는 현실이자 성차별적 의식에서 기인하는 것이라 할 수 있다.

주요어 : 아줌마, 사회적 표상, 성차별, 편견, 고정관념, 사모님, 아가씨, 엄마

* 본 연구는 한국과학재단 특장기초연구(1-521-001-3)지원으로 수행되었음.
본 연구는 중앙대학교 2000학년도 교내연구지원비에 의해 수행된 것임.
연구자에게 연락은 choi@cau.ac.kr로 하기 바람.

아줌마에 대한 사회적 담론의 활성화는 아줌마에 대한 조소와 비난으로 시작되었다. 여성 중에서도 가정주부들, 집에서 밥하고 빨래하는 사람, 남편들의 사회적 지위도 고만고만해서 중하류 계층을 이루고 젊음이나 미모와는 거리가 먼 중년여성들에 대한 농담과 멸시는 각종 드라마, 광고 등의 매체를 통해 더욱 확대 재생산되었다. 이를 보는 미혼의 여성들조차 같은 여성의 입장이면서 남성보다 더 아줌마를 멸시하고 나만은 아줌마가 되지 않으리라 생각한다. 그러나 아줌마들에 관한 담론들이 무성해질 수록 현재의 한국을 상징하고 여성 문제와 근대화, 산업화의 부조리를 상징하는 아줌마에 관한 담론은 점차 진지해졌다.

부정적 아줌마론은 비교적 최근에 생겨난 사회적 표상이며 기호적 구성이다(최상진, 2000). 10 여년 전만 하더라도 아줌마하면 국밥집 아줌마, 하숙집 아줌마, 떡장사 아줌마, 식당 아줌마, 가정부 아줌마 등과 같이 서민적이며 인심이 좋은 아줌마상이 우선적으로 떠올랐다. 그리고 이들 아줌마들이 비록 많이 배우지 못했다고 해서, 또는 풍부한 지식이 없다거나 행동이 서투르고 사회적으로 세련되지 못했다고 해서 무시하거나 그 책임을 이들 아줌마들에게 돌리는 일도 없었다. 오히려 이들의 미숙함은 상냥함과 너그러움과 같은 인간미로 받아들여졌고, 또한 이들의 사회적 미숙함이 오히려 아줌마에 대한 호감의 원천으로 작용하기도 하였다. 이러한 아줌마, 어머니들이 근대화과정에서 현대적 사고에 미쳐 따라가지 못하는 데서 오는 아줌마들의 문화적 지체가 아줌마들을 전근대적 옛날사람으로 머무르게 했다고 볼 수 있다.

한 가지 특이할 만한 사실은 아줌마들에 대한 부정적 시각이 이들의 사회적 활동이 활발해지기 시작했던 1980년대부터 나타나기 시작했다는 점이다. 이러한 현상에 대해서는 여러 가지 해석이 가능하겠으나, 한 가지 가능한 해석은 과거에는 여

성이었던 아줌마들이 직장생활 및 사회활동의 과정에서 남성성 행동(경쟁성, 실질성, 성취지향성, 공격성 등)의 습득과 관계된 해석이다. 즉 전통적 아줌마상(상냥함, 인심 좋음 등)을 가지고 있었던 비아줌마집단이 이러한 남성성 행동에 대해 '아줌마 같지 않다'는 감정적 반응을 유발하여 결과적으로 아줌마에 대해 부정적 시각을 낳게 하였다는 해석이다.

70년대와 80년대의 경제적 풍요를 통해 어느 정도 부를 축적한 중산층의 주부들은 적극적으로 경제활동에 동참했는데, 전문적인 기술도 없고 사회적 시스템이 이들의 취업을 뒷받침 할 수 없는 상황에서 이들은 투기적 성향이 강한 부동산이나 증권에 몰려 엄청난 사회적 파장을 일으켰다. 한편 매스컴이나 비아줌마 집단들은 이러한 아줌마들의 활동을 과대포장해 아줌마들을 자기 자식, 자기 남편밖에 모르는 동물적 존재들로, 치맛바람으로 교육을 타락시키고 부동산 투기로 경제를 뒤흔든, 사회에 해악적 집단으로 변모시켜 아줌마 본래의 어머니같은, 친척 아주머니같은 푸근하고 친근한 이미지를 상실케 했다.

김명소, 성은현과 김혜원(1999)은 아줌마로 불리는 20대에서 50대의 기혼여성의 성격특성에 관해 연구했는데, 사, 오십대 기혼여성의 성격특성에 대한 지각은 아줌마 자신과 일반인들에 있어 차이가 있다는 연구결과를 보였다. 일반인들의 아줌마에 대한 평가는 아줌마가 자기 스스로에 대해 내리는 평가와 비교해 보았을 때, 지적으로 덜 개방적이고 타인에게 덜 호의적이며 성실하지 않다고 평가한다는 것이다. 즉 일반인들의 아줌마에 대한 평가는 아줌마가 스스로에 대해 내리는 평가에 비해 덜 긍정적임을 알 수 있다.

최상진, 김지영과 김기범(1999a, 1999b, 2000)은 아줌마 현상에 대해 기호학과 심리학으로 접근해 사회일반의 여성에 대한 비하의 심리가 친인척인

나이든 여자를 부르던 친근하고 푸근한 정서를 담은 아줌마 원래의 의미를 왜곡시키고, 여성 자신도 결혼과 동시에 자기 이행적 예언의 사슬을 통해 아줌마로 만들어지는 결과를 추론했다. 한국의 여성차별적 현실은 아줌마라는 언어의 왜곡을 통해 가정주부들을 폄하하게 하고, 나아가 여성 전체에 대한 멸시로 이어져 성인 여성이면 누구나 아줌마라고 부르면서 함부로 대할 수 있는 존재라는 '아줌마 표상'을 한국인의 의식에 심어 놓은 것이다.

몇 달 전, 방영이 끝난 '아줌마'라는 TV 드라마는 아줌마라는 사회적 표상이 한국인의 머리속에 공고히 자리잡았고, 아줌마를 보는 일반의 시각이 다소나마 긍정적으로 전환되었음을 보여준다. 이 드라마의 주인공인 오삼숙은 30대 가정주부로 박사인 남편이나 교수인 친오빠에 비해 고등학교 밖에 못 나온 여자다. 늘 자신을 무시하는 남편과 시대식구들에게 주눅들어 살다가 남편의 외도를 계기로 이혼을 감행하고 부도덕하고 부정한 방법으로 세상을 살아가는 남편과 오빠부부가 파멸에 이르는 동안 평범한 아줌마의 전형인 오삼숙은 억척과 부지런함으로 성공을 일군다¹⁾.

여기에는 같은 여성이면서도 오삼숙이나 그녀의 친구에게 적대적인 여성군이 나오는데, 그들은 아줌마와 같은 기혼여성이자 중년여성들이면서 아줌마에 비해 학력이 높고 부유한 여성들로 일상에서 흔히 '사모님'으로 불리워지는 오삼숙의 올케, 시어머니 등이다. 최상진 등(1999)의 연구에서도 대학생들이 지각하는 사모님과 아줌마의 가장 큰 차이는 돈과 사회적 계층의 차이, 남편의 사회적 지위 등이다. 즉 돈이 많고 사회적 계층이나 남편의 사회적 지위가 높으면 사모님이고 돈이 없고

사회적 계층이나 남편의 사회적 지위가 낮은 여성들은 아줌마가 되는 것이다. 이것은 아줌마를 규정하는 중요한 특징이다.

일상생활에서 사람들은 항상 타인을 범주화하고 그에 따르는 편견을 가진다(한규석, 1995; Allport, 1954; Fiske, 1998; Franzoi, 1996, Taylor, Peplau, & Sears, 2000). Taylor 등(1987)은 사람들이 최초에는 여성과 남성, 백인종과 흑인종이라는 꼬리표에서 범주화를 시작한다고 했다. 이렇게 생겨난 성별이나, 인종에 따른 집단간 차이는 과장되고, 범주화된 집단구성원들의 행동은 스테레오타입화된 지각을 거치면서 다시 여러 하위집단으로 범주화된(Taylor, Fiske, Etcoff & Ruderman, 1978). 이러한 범주화 과정은 일반인들이 여성을 기혼과 미혼으로 나누고, 기혼 여성을 다시 아줌마와 사모님으로 분류하는 심리적 현상을 잘 설명한다. 따라서, 여성에 대한 편견과 여성 중 내집단 성원(예를 들면, 우리 엄마)인가 아니면 외집단 성원(예를 들면, 남의 엄마)에 따른 편견, 나이에 따른 편견(예를 들면, 젊은 사람들이 나이든 사람들을 무능력하고 보수적이다라고 생각한다)(Fiske, 1998) 등이 우리 사회에서 일반적인 사회상황에서 아줌마라 불리는 사람들에 대한 편견에 개입될 수 있다. 또한 사회적 사건이나 상황에 대한 지각, 판단 및 추론과 이에 따른 감정과 편견의 개입이 사회 구성원들간에 공유되고 있으므로 사회적 표상의 구조를 살펴봄으로써 지각, 판단, 추론 및 편견의 내용과 원인을 분석해 볼 수 있다. 사회적 표상은 사람들이 세상사들을 이해하는(sense-making) 인식틀로서 그 사회내에 공유되어 있어, 성원들간의 소통을 촉진시키며, 집단의 경계를 구분해주는 인지적 지식체계이다(최상진, 1990; 최상진, 한규석, 2000; Moscovici, 1984). 실생활에서 경험되는 현상에 대해서는 그 사회의 구성원들의 표상이 일관성 있으며, 공유성이 있고, 조직화된 형태를 보인다.

1) 아줌마에 대한 예찬론은 김용숙(1999)의 '아줌마는 나라의 기둥', 마유미(1998)의 '한국 아줌마 예찬론' 등에 나타나고 있다.

따라서, 아줌마 대한 사회적 표상이 바로 이러한 속성에 얼마나 가깝게 근접하고 있는가에 따라 아줌마의 현저성, 보편성, 실물성, 체험성의 정도를 판단할 수 있다.

왜 아줌마인가?

르포 작가 유재순(1998)에 따르면 일본의 여성들이 한국의 30, 40대 여성들을 싫어하는 이유 중 하나가 지나치게 사람을 신분제에 따라 차별한다는 것이다. 예를 들어, 일본에서는 초면인 여성에게 남편이 어느 직장에 다니는지, 어느 학교를 나왔는지 묻는 것은 상상도 할 수 없는 행동이자 크나큰 결례라고 한다. 그러나 한국의 여성들은 그러한 질문을 거침없이 하고는 그 여성의 남편이 다니는 직장이나 출신학교에 따라 금새 낯빛을 바꾼다고 한다. 즉 상대를 남편이 다니는 직장이나 출신학교로 사회적 지위와 수준을 가늠하고 그에 따라 무시하거나 혹은 사궤만하다고 판단해서 행동한다는 것이다. 이는 기혼 여성이 돈이나 사회적 계층, 남편의 지위에 따라 아줌마, 사모님으로 구분해서 인식된다는 최상진 등(1999)의 연구결과와도 일치하는 면이 있다. 우리 사회에서 여성은 이처럼 사회적 계층이나 남편의 직업에 따라 아줌마와 사모님으로 분류되는 존재이자 여성 자신도 동성을 만나면 상대가 사모님군에 속하는지 아줌마군에 속하는지 재빨리 판단해 그에 상응하는 행동을 하는 것이다.

남성에게서 아줌마에 상응하는 호칭인 아저씨의 의미를 생각해 보면 아저씨의 의미는 아줌마에 정대칭되는 남성의 호칭이 아니다. 또한 아줌마대 사모님과 같이 사회적계층적, 신분적으로 대비되는 호칭이 남성의 호칭들에는 없다고 할 수 있다. 언어는 정치적, 사회적 함의를 가지고 시간과 공간 속에서 인간이 창조해내는 인간심리의 산물이

지 자연적, 천부적으로 인간에게 부여되는 것이 아니다. 구조화된 언어적 변이는 곧 그 언어를 사용하는 사회에서 발견되는 구조화된 변이의 직접적 결과이다. 즉 아저씨와 아줌마라는 단어가 가지는 의미상의 차이, 아줌마에 대한 사회 일반의 부정적 지각과 표상은 한국 사회에서 공구성(共構成)된 것으로, 한국 사회에 존재하는 성차별과 여성의 소외에서 기인하는 것이다. 남성에게 아저씨라 부르는 것은 그렇게 부르는 사람이나 불리워지는 대상이나 기혼의 남성, 나이 들어 보이는 남자 등의 연령적 범주에서만 의미를 가진다.

반면, 여성이 아줌마라 불리는 것은 여성에게서 어떤 사회적 지위나 고하(高下)를 무시하고 만만하게 대할 수 있는 여자의 의미로, 더 나아가 주책스럽고 수다스러우며, 여자답지 못한 여자들이라는 내면적 특징을 나타내고자 할 때도 '마치 아줌마 같다'는 말이 흔히 쓰인다(최상진 등 1999a, 1999b, 2000). '여교수', '여의사'라는 말은 언어에 의해 'marked'된 'default category'로, 이러한 말의 사용은 의사나 교수라는 직업적 의미를 희석시키고 여성이라는 것을 강조하게 된다(Eagly & Kite, 1987). 근래는 성공한 기혼 여성들을 다룬 신문기사에서 '아줌마'라는 수식어를 흔히 쓴다. '결혼해 출산까지 마친 후 아줌마 신분으로 일선 경영에 뛰어든 맹렬 e우먼'(서울경제, 2001, 3, 20, 인터넷 매트릭스 이상경 사장), '평범한 아줌마임을 주장하는 내추럴홀푸드 김혜경 사장의 경영철학'(한국경제, 2000, 8, 27, 유기농산물 소평물 '내추럴홀푸드'... 식탁까지 심심). 본인이 아줌마라는 말을 굳이 씀으로서 아줌마 이미지가 주는 친근함으로 소비자에게 어필한다는 전략도 있지만 타인에 의해 범주화된 아줌마라는 수식어는 개인의 능력에 대한 평가보다는 '아줌마가 사장이 되었다'는 무시 섞인 놀라움을 저변에 깔고있다.

사모님이 아줌마와 계층이나 신분에서 대비되

는 존재라면 아가씨는 이줌마와 육체적, 연령적으로 대비된다. '이줌마 패션'은 아가씨들의 패션과 비교해 촌스럽고, 요란하고, 구태의연하다. '이줌마 파마'는 조화나 세련됨 대신에 오래 지속되고 감은 후에 손질이 필요없는 실용성을 추구하는 뾰글뾰글한 파마를 가리킨다. 이줌마 표상은 장신구나 옷색깔, 머리 스타일 같은 구체적 상징을 통해 현실성을 부여받는다. 사진작가 오형근은 한국인들의 머릿속에 있는 이줌마의 모습을 사진속에 포착했는데(그림 1과 그림 2 참조) 사진속의 이줌마들은 반짝이는 옷이나 요란한 장신구, 진한 눈화장을 하고, 번들거리는 얼굴에 처진 살을 드러낸 민소매 옷을 입은 여성들이다. 그러한 사진속의 여성들은 한국인의 머릿속에서 이줌마가 얼마나 구체적 이미지를 가진 현물적 존재임을 알 수 있다(최상진, 2000).



그림 1. 진주목걸이를 한 이줌마



그림 2. 사모님 사진(린다 김)2)

이줌마는 사모님이라 불리는 여성에 비해 계층적으로 낮고 아가씨라 불리는 사람들에 비해 육체적으로 열등하다. 이줌마들이 가장 부러워하는 것은 처녀의 젊음과 자유로움이다. 사회는 이줌마와 처녀를 대비시키며 여성의 가장 큰 가치는 젊음과 육체적 매력이라는 것을 끊임없이 주입시키고 있는데, 이러한 대비 속에서 이줌마들은 자존감을 잃어버렸고, 한편으로는 체면과 교양을 굳이 차리지 않아도 되는 이줌마다운 행동이 주는 편안함을 즐기기도 한다.

사회적 상황에서 아가씨집단은 이줌마들에게 심리적 부러움의 대상이 된다. 오늘날 우리 사회는 젊음, 미혼, 처녀, 성적 매력 등에 대한 과도한 관심과 흥미를 가지고 있다. 최상진(2000)은 이를 '처녀숭상문화'라 했다. 처녀는 결혼을 하지 않은 순결한 여성이고 그 반대에 서있는 여성인 이줌마는 이미 결혼을 한 여성들이다. 여성의 사회적 지위가 낮을 수록 여성의 가치는 젊음이나 외모로 평가된다(Hoigard & Finstard, 1992). 우리 사회는 결혼하지 않은 처녀들에게 성행동, 사회생활, 몸치장 등의 모든 면에서 극단적으로 여성성적일 것을 강요하는데 처녀들은 자신을 선택해줄 남성의 시선 속에서 항상 스스로를 제약한다.

이에 반해 일단 결혼을 한 여성은 결혼을 한 순간부터 남편과 자식들을 위해 헌신하는 어머니이자 주부일 것을 강요당한다. 타인의 시선에서 자유로워진 이줌마들은 부끄러움을 모르고 공공장소에서 큰 목소리로 떠들며 전철에서 다리를 벌리고 앉고, 아무데서나 이빨을 쑤시는 여성으로 남성들의 머릿속에 있는 다소곳하고 청순한, 이상적

기매매로비사건'의 주인공 린다 김의 사진으로 린다 김이 방송에 모습을 드러내자 그녀가 쓰고 있던 섀클래스가 다음 날 백화점에서 불티나게 팔렸다고 한다. 다름 아닌 이줌마들이 주 구매자였다고 한다.

2) 세간에 많은 말과 세상을 떠들썩하게 만들었던 「무

여성다움에 반하는 아줌마로 재빨리 전환된다. 텔레비전 프로그램을 보면 주연은 모두 젊은 미모의 아가씨들이나 총각들이 차지하고 있으며, 여기서 아줌마들은 주책없는 여자, 촌스러운 여자, 바보스러운 익살로 웃기는 여자 또는 착한 여자 등의 역할을 담당하는 양념역할을 하는 것이 일반적이다. 대학생들은 아줌마와 아가씨의 가장 큰 차이를 결혼의 유무와 연령, 그리고 뻔뻔함과 내숭, 스타일이라고 응답했다(최상진 등, 1999). 일상에서 처녀의 몸가짐이나 자태를 비하하는 표현 중에는 '꼭 아줌마 같다'는 표현이 있다. 이는 여성으로서 아줌마가 된다는 것이 여성에게는 일종의 상실이자 수치이며 결사적으로 그렇게 되고싶지 않은 존재가 곧 아줌마임을 알 수 있다.

이러한 아줌마 현상 속에는 자신의 어머니, 여동생, 누나 등의 내집단 속의 여성은 제외되고 길거리에서 부딪치는 익명의 외집단 여성들만 포함된다. 즉 길거리에서 새치기를 하거나 자신을 밀치며 자리를 차지하는 아줌마들은 나의 어머니, 아내와 같은 여성이 아니라 아줌마인 것이다(최상진 등, 2000). 이러한 아줌마들에 대한 부정적인 시각에는 물론 아줌마 자신의 성숙하지 못한 시민의식도 한몫을 했다. 그러나 처녀가 새치기를 하거나 공공장소에서 크게 떠드는 경우에 이를 두고 '아줌마들이란 어쩔 수 없다'는 식으로 매도하지는 않는다. Hamilton(1981)에 의하면 사람들은 마이너 집단의 구성원들에 대한 그들의 기대와 공유된 의미가 있고, 외집단 구성원들의 스테레오 타입화된 행동을 과대 평가하는 경향이 있다(Gilbert, Fiske, & Lindzey, 1998에서 재인용). 따라서 아줌마에 대해 편견을 가진 사람들이 아줌마의 몰상식한 행동을 보게되는 경우, 그러한 행동은 현출성을 가지고 그들의 머릿속에 또렷이 각인되는 것이다. 그러나 우리는 자신의 어머니, 아내와 같이 거리에 나섰을 때, 그들이 무단횡단을 하거나 새치기를 한다

고 해서 이러한 행동을 매도하거나 아줌마라고 손가락질하지는 않는다. 반면에 그러한 행동을 보는 제3자의 시선에는 나의 어머니나 부인도 한 명의 '이기적인 아줌마'에 지나지 않는데 이것은 내가 남의 어머니나 부인을 볼 때도 마찬가지로 적용된다. 자신의 어머니가 물건값을 깎고 덤을 좋아하는 것은 근면이요, 가족을 위하는 알뜰한 행위지만 시장에서 모르는 여자가 악다구니를 쓰며 물건값을 흥정하는 것은 억척스러운 아줌마 행동이다.

아줌마처럼 행동한다는 것은 지위나 신분을 떠나 서민적이며 친근하게 그리고 편안하게 행동하는 것을 뜻한다. 이는 마치 직장인들이 예비군훈련에 들어가면 지위나 신분을 떠나 군인사병으로 돌아가 체면을 차리지 않고 행동하는 심리와 매우 유사하다. 아줌마들이 집단적으로 행동할 때는 마음대로 수다도 떨고 집에서 마시지 않던 술도 마시고, 평상시에는 감히 하기 어려운 행동도 자유롭게 하는 성향을 보인다. 따라서 신분이 높은 사모님이나 여교수도 아줌마집단에 속하면 서민적 아줌마로 돌아가 아줌마 행동을 자연스럽게 하게 된다. 아줌마들은 한편 아줌마로 취급당하는데 대한 불만을 느끼면서도 다른 한편 아줌마로 취급당하기 때문에 반대급부적으로 부여되는 체면으로부터의 자유, 지위-신분으로부터의 자유, 마음대로 행동할 수 있는데서 오는 편안함을 아줌마들은 즐기기도 한다.

이렇게 한국의 아줌마들은 자신이 처한 구체적인 신분과 지위에서 부과되는 사회적 역할 규범과 타인으로부터 확인되고 자신이 자의식한 아줌마 집단의 일원으로 동일시 할 때 나타나는 행동간에 커다란 괴리를 만든다. 한국의 아줌마들은 이 괴리를 일치시키려는 의식보다는 두 세계를 왔다갔다하면서 동시에 살아간다. 가정에서는 현모양처로 행동하다가 계모임이나 동창회 모임에 가거나 관광버스를 타면 아줌마 집단으로 퇴행한다. 가정

에서는 대소사의 권위자로 행동하지만 가정밖에 나가 약간의 전문성을 요하는 문제에라도 부닥치면 주눅들어 하기 일쑤다. 결국 아줌마의 행동양식과 의식의 표출은 상황과 맥락에 따른 것이다(최상진 등, 1999b). 즉 집안에 있는 나의 어머니나 부인도 집밖으로 나가면 아줌마가 되고 남의 어머니나 부인은 나에게 아줌마인 것이다. 우리는 이러한 사실을 망각하고 나의 어머니가 하면 멋, 남의 어머니가 하면 촌바람이라는 식으로 아줌마 집단을 인식한다.

따라서 '아줌마 현상'은 범주화와 편견, 여성에 대한 차별이 만들어 낸 사회적 약자에 대한 '누명 씌우기'와 아줌마인 여성 스스로의 자기 이행적 예언(self-fulfilling prophecy)에 의해 만들어진 한국의 독특한 사회적 신드롬이다. 본 연구는 대인지각 차원에서 사람을 지각하고 판단하게 되는 단서와 성격은 어떤 것이라는 추론을 한국 사회의 아줌마라는 대상에 초점을 맞추어 사회적 표상을 통해 분석하고자 한다. 본 연구자들은 남성들보다는 여성들 스스로가 가지고 있는 편견과 차별에 중점을 두어 여성을 나이에 따른 범주화(아줌마, 엄마, 사모님 대 아가씨), 결혼유무에 따른 범주화(아줌마, 사모님, 엄마 대 아가씨), 내집단과 외집단에 따른 범주화(엄마 대 사모님, 아줌마, 아가씨)로 구분하여 볼 때 공통적으로 해당되는 아줌마, 엄마, 아가씨와 사모님에 초점을 맞추어 실시하고자 한다. 다시 말해, 한국 사회에서 일반적으로 분류되고 있는 여성 집단을 아줌마, 엄마, 사모님과 아가씨로 보고 분석을 실시하고자 한다.

방 법

본 연구는 아줌마의 사회적 표상에 대해 개방형 질문지를 통해 얻은 자료를 분석한 이전 연구

결과를 토대로, 여성에 대한 사회적 분류로서 아줌마, 사모님, 엄마, 아가씨 등의 네 가지 대상의 심리적, 행동적 및 외양적 특성에 관한 문항을 45개로 구성하여 만든 구조화된 설문지를 사용하였다. 본 연구는 가정에서 어머니의 역할을 하고 있는 성인 여성 76명과 자녀로서 학교에 다니는 여대생 113명을 대상으로 실시하였고, 조사 대상자들에게 '아줌마 대 사모님', '아줌마 대 엄마', '아줌마 대 아가씨'로 두 대상에 대해 심리적 특성을 묻는 45개의 문항을 어느 대상에 속하는지를 판단하게 하는 비교 평가(paired comparison)를 하도록 요구하였다. 이러한 비교방법은 대립되는 대상에 대한 표상이 극명하게 드러날 수 있는 단초를 제공할 것으로 기대된다. 즉, 아줌마와 엄마를 비교 평가함으로써 내집단과 외집단의 상황에서의 외집단으로서의 아줌마를 비교할 수 있고, 결혼유무나 성적 경험 유무에 따른 구별(아줌마 대 아가씨), 남편의 신분과 지위에 따른 차이(아줌마 대 사모님) 등을 비교할 수 있어 아줌마에 대한 표상구조가 '~에 대하여(혹은 반하여)' 구성되고 있음을 살펴볼 수 있을 것으로 사료된다. 또한 45개의 문항들 각각에 대해 아줌마, 사모님, 아가씨, 엄마 중 그 문항의 특성과 관련이 있다고 생각되는 대상부터 서열화하도록 요구하였다. 예를 들면, '교양이 있다'라는 항목에 대해 네 대상을 서열화하는 것이다.

조사대상자

서울에 거주하는 자녀를 두거나 결혼을 한 여성으로 평균 연령은 39세였고, 연령분포는 최저 26세에서 최고 54세까지로 나타났다. 성인 여성 중 대학에 다니는 학생이 3명이었고, 직장인이 6명, 그리고 나머지 66명은 가정 주부였다. 가족 구성 형태는 대가족 형태가 8명, 핵가족 형태는 68명이

표 1. 조사대상자 특성

대상	분류	연령	직업	가족형태	가족내 역할	교육수준
성인여성 76명		평균: 39세 최저: 26세 최고: 54세	학생: 3명 직장인: 6명 가정주부: 66명	대가족: 8명 핵가족: 68명	가장: 3명 주부: 72명 자녀: 1명	고졸: 43명 전문대졸: 14명 대졸: 17명 기타: 2명
여대생 113명		평균: 20세 최저: 18세 최고: 27세	학생: 112명 직장인: 1명 가정주부: 0명	대가족: 9명 핵가족: 104명	가장: 0명 주부: 0명 자녀: 113명	고졸: 0명 전문대졸: 0명 대재: 113명 기타: 0명

었다. 가족내에서 가장의 역할을 하고 있는 성인 여성은 3명이었고, 가정 주부는 72명, 그리고 본인이 자녀라고 응답한 피험자는 1명이었다. 교육수준은 고등학교 졸업이 43명(56.6%)으로 가장 많았고, 다음으로 전문대학 졸업자가 14명, 대학 졸업자가 17명으로 나타났다. 서울시내 여대생 113명을 대상으로 실시하였고, 평균연령은 20세였으며, 최저 18세에서 최고 27세로 나타났다. 여대생 중 한 명만이 직장을 가지고 있었고, 대가족이 9명 핵가족은 104명으로 나타났다(표 1 참조).

도구 및 절차

최상진 등(1999a, 1999b, 2000)의 사회적 분류 집단으로서의 이줌마, 사모님, 엄마와 아가씨에 대한 표상을 개방형 질문지를 통해 자료를 수집하여 분석하였다. 이줌마에 대한 생각이나 연상, 행동적 특성, 성격적 특성과 신체적 특성을 묻는 질문에 피험자들이 자유기술식으로 기술하였다. 또한 아가씨, 사모님에 대한 특성들을 조사했으며, 이줌마와 엄마, 이줌마와 사모님, 이줌마와 아가씨의 같은 점과 다른 점에 대해 알아보았다.

자료의 분석에는 내용분석법을 사용하였다. 분

석의 절차는 먼저 응답내용을 모두 컴퓨터에 입력시킨 후, 일단계로 어휘적 의미(동일한 단어사용)를 중심으로 소단위로 묶고(관찰 변인), 다음단계로 일단계에서의 의미중심적 묶음다발 속에 포함된 항목들의 심리적 질을 검토하여 이와 동질의 다른 항목과 묶어 그 성격을 규정(잠재 변인)하는 다단계 묶음화(grouping) 방법을 적용하였다. 이 과정에서 본 연구의 목적과 분류방법을 숙지한 대학원생 3명이 참가하여 평정자간에 2/3 이상의 일치율을 보는 방식으로 분류하였다(Potter & Donnerstein, 1999 참조). 이러한 결과를 토대로 이줌마, 아가씨, 엄마 및 사모님에게 속하는 성격적, 행동적 및 외양적 특성 45문항(예를 들면, 교양이 있다, 생활력이 강하다, 억척스럽다 등)을 추출하여 네 가지 형태의 구조화된 설문지 형태로 구성하였다. 즉 심리적 특성을 나타내는 45개의 문항을 '이줌마 대 사모님', '이줌마 대 엄마'와 '이줌마 대 아가씨'라는 대비적 비교 대상에 따라 어느 대상에 속하는지를 결정하도록 하였다. 또한 45개의 문항을 네 가지 대상 집단 '이줌마', '사모님', '엄마', '아가씨'에 따라 순위를 정하게 하는 서열화를 요구하였다.

결 과

네 가지 사회적 부류에 대한 비교분석

가정내에서 주부로서, 엄마로서 그리고 아내로서의 역할을 하고 있는 기혼여성들의 반응을 분석해 보면 다음과 같다(표 2 참조). '교양이 있다'라는 특성에 대해서 성인 조사 대상자 모두 아줌마와 대비되었을 때 사모님, 엄마, 아가씨의 특성으로 지각하였다. 그러나 '품위가 있다'라는 항목에 대해서는 엄마나 사모님에 비해 아가씨와는 비교적 대등한 특성으로 판단하고 있다. 이러한 측면은 사회적 신분 및 지위 측면에서도 아줌마가 아가씨보다는 더 높은 것으로 평가하고 있다.

사모님보다는 아줌마의 특성으로 평가되고 있는 항목은 '뻔뻔스럽다', '체면을 차리지 않는다', '부끄러움을 모른다', '눈치를 보지 않는다', '수다를 떠다', '극성맞다', '주책스럽다', '촌스럽다', '정치, 경제문제에 관심없다' 등 부정적인 사회심리적 특성을 나타내는 것과, '피며를 하고 있다', '원색을 좋아한다', '폭퍼졌다'의 외모적 특성 등 부정적인 측면이 강하게 부각되었다. 반면에 아줌마의 특성에서 엄마의 특성을 연상하게 하는 문항들 즉 '항상 물건값을 깎으려한다', '공짜나 덤을 좋아한다', '멋보다는 실용적인 것을 따진다' 등의 '알뜰'과 '생활력' 측면에서는 긍정적인 특성으로 평가되었다. 또한 사모님과 대비될 때 따뜻하다, 포근하다, 친근감 있다, 소박하다, 인정이 많다, 편안하다, 모성애가 강하다, 자신보다 가족을 먼저 생각한다, 가사일을 돌보다, 책임감이 강하다, 낙천적이다, 부지런하다 등의 문항들에게 비교적 높게 평가되어 '엄마의 특성'을 내재하고 있는 것으로 볼 수 있다.

반면에 사모님은 아줌마에 비해 사치스럽고, 이기적이며, 커다란 장신구를 좋아하고, 지적이며,

자존심이 강하고, 화장이 진하며, 몸매에 신경을 쓰고, 세련미가 있으며, 유행에 민감하고, 경제적 능력이 있는 존재로 평가되었다. 아줌마가 엄마와 비교될 때 아줌마는 뻔뻔스럽고, 체면을 차리지 않으며, 부끄러움을 모르고, 눈치를 보지 않는 것으로 나타났는데, 엄마에 비해 사치스럽고, 이기적이라고 평가하여 아줌마와 사모님과 비교에서 사모님에게 속하는 특성이 엄마와 비교할 때 아줌마의 속성으로 나타나고 있는 점이 흥미롭다. 또한 사모님과 대비될 때 아줌마의 긍정적인 속성으로 평가되었던 따뜻함, 친근감 등은 엄마의 속성으로 나타났다. 따라서, 아줌마는 엄마보다는 못한 존재지만 사모님보다는 엄마의 속성을 더 많이 가진 존재로 평가되고 있음을 알 수 있다.

그러나, 아가씨와 대비될 때에는 아줌마는 부분적으로 사모님의 특성과 엄마의 특성을 가지고 있는 것으로 나타났는데, 예를 들면, 사회적 신분 지위가 아가씨에 비해 높고, 아가씨보다는 따뜻하고 친근감 있는 존재로 평가되었다. 반면에 아가씨는 아줌마와 비교했을 때 사모님의 특성(교양, 품위, 사치스럽다, 이기적이다, 자존심이 강하다, 화장이 진하다 등)을 가지고 있는 것으로 나타났는데, 흥미로운 사실은 피험자들이 성인여성이라서 그런지, 품위, 사회적 신분 및 지위, 고상하고 우아함 등에선 아줌마와 아가씨의 우열을 가리기가 힘든 것으로 나타났다는 것이다. 이러한 특성들은 사모님이나 엄마가 아줌마에 비해 월등히 높게 평가되었던 문항들이다.

이번에는 자녀로서, 학생이자 미혼여성들이 여대생들의 반응을 분석해 본 결과부록 표 I-1 참조, 아줌마와 사모님, 아줌마와 엄마의 비교는 성인 조사대상자들과 유사한 반응을 보이고 있으나, 아줌마와 아가씨의 비교에서는 피험자들이 누구라는 사실을 반영하듯, 아가씨에게 긍정적인 평가를 더 많이 하고 있는 것으로 나타났다. 예를 들면, 아가

표 2. 아줌마, 아가씨, 사모님, 엄마의 상대비교 빈도분석결과(성인 76명)

항 목	아줌마 對 사모님		아줌마 對 엄마		아줌마 對 아가씨	
1) 교양이 있다	9	67	7	69	14	61
2) 품위가 있다	6	70	6	70	30	45
3) 사회적 신분-지위가 높다		76	11	65	45	30
4) 고상하고 우아하다	5	71	9	67	33	42
5) 뻘뻘스럽다	54	22	67	9	57	18
6) 체면을 차리지 않는다	72	4	62	14	64	11
7) 부끄러움을 모른다	62	14	66	10	60	15
8) 눈치를 보지 않는다	62	14	66	10	57	18
9) 수다를 떠다	69	7	67	9	46	29
10) 사치스럽다	7	69	58	18	6	69
11) 알뜰하다	74	2	8	68	71	4
12) 이기적이다	9	67	58	18	7	68
13) 생활력이 강하다	73	3	24	52	69	6
14) 공중도덕을 잘 지킨다	35	41	7	69	22	53
15) 항상 물건값을 깎으려 한다	69	7	47	29	68	7
16) 공짜나 덤을 좋아한다	69	7	56	20	64	11
17) 커다란 장신구를 좋아한다	12	64	62	14	23	52
18) 백화점을 선호한다	7	69	39	37	8	67
19) 따뜻하고 포근하다	72	4	3	73	70	5
20) 지적이다	10	66	9	67	16	59
21) 친근감있다	73	3	8	68	73	2
22) 소박하다	72	4	18	58	72	3
23) 극성맞다	52	24	63	13	64	11
24) 인정이 많다	72	4	18	58	73	2
25) 편안하다	75	1	8	68	72	3
26) 모성애가 강하다	72	4	7	69	72	3
27) 억척스럽다	72	4	52	24	72	3
28) 자신보다 가족을 먼저 생각한다	73	3	1	75	73	2
29) 자존심이 강하다	22	54	22	54	16	59
30) 주책스럽다	68	8	66	10	45	30
31) 가사일을 돌본다	74	2	6	70	70	5
32) 책임감이 강하다	68	8	8	68	69	6
33) 촌스럽다	71	5	65	11	71	4
34) 퍼머를 하고 있다	68	8	58	18	64	11
35) 화장이 진하다	14	62	60	16	25	50
36) 멋보다는 실용적인 것을 따진다	70	6	15	61	72	3
37) 몸매에 신경을 쓴다	11	65	24	52	1	74
38) 세련미가 있다	4	72	20	56	3	72
39) 유행에 민감하다	8	68	37	39	3	72
40) 원색을 좋아한다	49	27	61	15	46	29
41) 폭 퍼졌다	71	5	64	12	73	2
42) 낙천적이다	69	7	39	37	63	12
43) 부지런하다	73	3	16	60	72	3
44) 경제적 능력이 있다	20	56	42	34	33	42
45) 정치, 경제문제에 관심없다	62	14	54	22	46	29

씨는 아줌마에 비해 교양이 있고, 품위가 있으며, 사회적 신분-지위가 높은 것으로 평가되었다. 또한 백화점을 선호하고, 지적이며, 자존심이 강하고, 몸매에 신경을 쓰며, 세련미가 있고, 유행에 민감한 것으로 평가되었다. 반면에, 여대생들이 스스로 아줌마에 비해 부정적으로 평가한 항목들을 보면, 사치스럽다, 이기적이다 등으로 나타났다. 아줌마와 아가씨가 서로 대등한 것으로 나타난 문항들은 수다를 떠다, 커다란 장신구를 좋아한다, 경제적 능력이 있다 등이다. 아줌마와 사모님의 경우 여대생들은 성인 여성들과 거의 비슷하게 평가하였고, 아줌마와 엄마의 경우에도 유사한 결과를 보였다.

신체(외모)적 특성

이러한 결과들을 토대로, 심리적 특성들을 외양(모)과 행동적 특성으로 나누어 분석해 보았다. 지금 한국 사회에서는 거의 모든 사회구성원들이 아줌마에 대한 사회적 표상이 뚜렷하게 구성되어 있

고, 이에 따른 고정관념이 팽배해 있다고 할 수 있는데, 이러한 현상은 다음의 결과에서도 나타난다고 할 수 있다.

먼저 아줌마하면 떠오르는 연상처럼 ‘장신구’, ‘촌스러움’, ‘화장’, ‘몸매’, ‘세련미’, ‘유행과 멋’ 등에서의 비교분석결과를 보면, 성인과 여대생 모두 아줌마는 사모님, 엄마와 아가씨에 비해 촌스러운 것으로 평가되었다. 아줌마하면 떠오르는 또 다른 연상이 바로 ‘뽀글뽀글 퍼머머리’라고 하는데(여성중앙 4월호, 월간중앙 10월호, 그림 1 아줌마 사진전 참고), 퍼머머리 역시 아줌마가 상대적으로 높게 평가되었다. 반면에 화장이 진하거나 커다란 장신구를 좋아한다는 특성은 사모님과 아가씨가 아줌마에 비해 비교적 높은 빈도를 보였으나, 엄마와 대비될 때에는 아줌마의 속성으로 평가되었다.

신체적 특성에 대한 것으로 ‘푹 퍼졌다’라는 특성은 월등히 아줌마에게 높은 빈도가 나타났고, 멋보다는 실용적인 측면을 따지는(그러나, 엄마와의 대비에서는 엄마가 더욱 그런 것으로 나타났) 세련미가 없고 유행에 덜 민감한 존재로 평가

표 3. 외양(모)적 특성에 대한 성인 및 대학생 비교 () 안은 여대생 빈도

문항	아줌마 對 사모님	아줌마 對 엄마	아줌마 對 아가씨
1. 촌스럽다	71(113) 5(5)	65(100) 11(12)	71(108) 4(5)
2. 퍼머를 하고 있다	68(101) 8(11)	58(60) 18(51)	64(104) 11(9)
3. 화장이 진하다	14(9) 62(103)	60(82) 16(30)	25(21) 50(92)
4. 커다란 장신구를 좋아한다	12(6) 64(106)	62(84) 14(28)	23(55) 52(55)
5. 몸매에 신경을 쓴다	11(4) 65(108)	24(32) 52(78)	1(1) 74(112)
6. 푹 퍼졌다	71(107) 5(5)	64(93) 12(19)	73(106) 2(6)
7. 멋보다는 실용적인 것을 따진다	70(111) 6(1)	15(28) 61(82)	72(105) 3(8)
8. 세련미가 있다	4(2) 72(109)	20(23) 56(89)	3(1) 72(112)
9. 유행에 민감하다	8(7) 68(103)	37(48) 39(62)	3(1) 72(112)
10. 원색을 좋아한다	49(80) 27(32)	61(86) 15(26)	46(75) 29(38)

되었다고 할 수 있다. 따라서, 이 시대의 아줌마는 전체적으로 촌스럽고 퍼머머리를 하고 있으며 폭퍼진 몸매를 가진 세련미가 떨어지는 사람이라고 할 수 있다.

행동-성격적 특성

일반적으로 사회적인 계층이나 부류를 구분하는 근거는 명백하지 않으나, 심리적으로 일반인들이 이 계층을 구분하는 준거는 겉으로 드러난 행동이나 모습으로 판단하는 경향이 있다. 따라서 이러한 근거를 바탕으로 '교양', '품위', '신분-지위' 및 '경제' 등과 관련된 항목들을 사회적 준거로 하여 결과들을 비교 분석하였다. 먼저, 사회적 교양과 품위, 고상과 우아 및 지적 특성에서는 여대생과 성인 여성 모두 사모님, 엄마를 아줌마보다 더 높게 평가하고 있음을 알 수 있다(표 4 참조). 그러나 아가씨와의 비교에서는 교양과 지적 특성에서 우위를 가지고 있을 뿐 품위나 고상과 우아 특성에서는 비교적 대등한 평가를 받은 것으로 나타났다. 또한 사회적 신분-지위에서는 사모님이 아줌마보다, 엄마가 아줌마보다, 아줌마가 아가씨보다 높은 것으로 나타났으나, 경제적 능력에서는 사모님이 아줌마보다, 엄마보다는 아줌마가, 아줌마보다는 아가씨가 높게 나타났는데 사모님의 경우 남편의 사회, 경제적 지위에 따른 연상이 영향을 미쳤다고 할 수 있다.

이러한 사회적 준거특성은 사회적 상호작용에서의 사회심리적 특성인 체면이나 눈치 및 부끄러움 차원과 밀접한 관련이 있다고 할 수 있다. 아줌마는 사모님이나 엄마, 아가씨에 비해 뻔뻔스럽고, 체면을 차리지 않으며, 부끄러움을 모르고, 눈치를 보지 않는 존재로 표상되고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 사회적 부류로서의 아줌마 집단에 대한 편견화된 시각이 반영되었다고 할 수

있는데, 사치스럽다는 특성에서는 사모님이나 아가씨가 아줌마보다 더 사치스럽다고, 반면에 아줌마가 엄마보다 사치스러운 사람으로 지각되고 있다.

아줌마의 또하나의 특성은 억척스러움과 알뜰함인데, 이는 가정의 주부로서 그리고 엄마로서 우리 사회에서의 역할을 나타내는 것이라 할 수 있다. 따라서, 아줌마에 대한 사회적 표상은 우리 시대의 억척스럽고 알뜰한 엄마의 또다른 모습이라고도 할 수 있다. 아줌마는 사모님과 아가씨보다 알뜰하나 엄마와 비교할 때는 엄마가 더 알뜰한 것으로 나타났다. 이러한 특성은 자신보다 가족을 먼저 생각한다는 평가항목에서 동일한 양상을 보이고 있다. 항상 물건값을 깎으려하거나 억척스러움은 전형적인 아줌마의 모습으로 평가되었는데 공짜나 덤을 좋아한다는 평가항목에서도 아줌마가 우세한 것으로 나타났다. 그러나, 여대생들의 경우 항상 물건값을 깎으려한다는 항목에 대해 엄마와 아줌마가 대등하다고 평가한 것으로 나타났다. 백화점을 선호한다는 문항에서는 사모님과 아가씨가 선호하는 것으로 나타났는데, 엄마와 아줌마는 성인 및 여대생 피험자가 엇갈린 반응을 보이고 있다. 물론 성인의 경우 아줌마와 엄마의 빈도수가 많은 차이를 보이지 않지만 아줌마가 더 백화점을 선호하는 것으로 반응한 반면, 여대생들의 경우 엄마가 백화점을 더 선호하는 것으로 평가하였다. 이러한 결과는 성인 여성들이 백화점을 알뜰하지 않은 사람들과 연상하는 것이며 여대생들의 경우, 자신들의 엄마가 아줌마보다는 더 고급스럽고 우아한 사람으로 지각하고 있기 때문으로 추측해 볼 수 있다.

마지막으로 성격적 특성 차원에서의 부정적 특성에서는, 사모님이 아줌마보다, 아줌마가 엄마보다, 아가씨가 아줌마보다 이기적이라고 평가되었고, 주책스럽다라는 특성에서는 아줌마가 다른 대

표 4. 사회 및 성격심리학적 특성에 대한 성인 대 여대생 비교 () 안은 여대생 빈도

항 목	아줌마 對 사모님	아줌마 對 엄마	아줌마 對 아가씨
1. 사회적 준거 특성			
1) 교양이 있다	9(0) 67(113)	7(8) 69(104)	14(19) 61(92)
2) 품위가 있다	6(0) 70(113)	6(9) 70(103)	30(27) 45(84)
3) 사회적 신분-지위가 높다	0(0) 76(113)	11(22) 65(88)	45(42) 30(69)
4) 고상하고 우아하다	5(0) 71(113)	9(16) 67(96)	33(15) 42(96)
5) 지적이다	10(4) 66(108)	9(16) 67(96)	16(9) 59(103)
6) 경제적 능력이 있다	20(40) 56(72)	42(34) 34(77)	33(48) 42(65)
2. 대인관계적 특성			
1) 뻘뻘스럽다	54(94) 22(19)	67(108) 9(4)	57(93) 18(19)
2) 체면을 차리지 않는다	72(110) 4(3)	62(105) 14(7)	64(102) 11(10)
3) 부끄러움을 모른다	62(104) 14(9)	66(106) 10(6)	60(97) 15(15)
4) 눈치를 보지 않는다	62(102) 14(10)	66(93) 10(19)	57(97) 18(15)
5) 사치스럽다	7(1) 69(112)	58(80) 18(29)	6(2) 69(110)
3. 생활(삶) 특성			
1) 알뜰하다	74(112) 2(1)	8(15) 68(97)	71(109) 4(3)
2) 항상 물건값을 깎으려 한다	69(113) 7(0)	47(56) 29(55)	68(107) 7(5)
3) 공짜나 덤을 좋아한다	69(110) 7(3)	56(60) 20(52)	64(110) 11(11)
4) 백화점을 선호한다	7(1) 69(112)	39(45) 37(65)	8(4) 67(107)
5) 억척스럽다	72(110) 4(3)	52(85) 24(28)	72(112) 3(1)
6) 자신보다 가족을 먼저 생각한다	73(112) 3(1)	1(6) 75(107)	73(111) 2(2)
7) 부지런하다	73(110) 3(2)	16(24) 60(87)	72(105) 3(8)
4. 성격적 특성			
1) 이기적이다	9(17) 67(94)	58(95) 18(16)	7(12) 68(99)
2) 주책스럽다	68(104) 8(9)	66(101) 10(12)	45(103) 30(10)
3) 극성맞다	52(92) 24(21)	63(89) 13(23)	64(98) 11(14)
4) 따뜻하고 포근하다	72(110) 4(2)	3(5) 73(108)	70(107) 5(3)
5) 친근감있다	73(112) 3(1)	8(5) 68(108)	73(106) 2(6)
6) 소박하다	72(113) 4(0)	18(27) 58(85)	72(110) 3(2)
7) 인정이 많다	72(110) 4(2)	18(18) 58(95)	73(110) 2(2)
8) 편안하다	75(112) 1(1)	8(2) 68(111)	72(109) 3(4)
9) 모성애가 강하다	72(109) 4(1)	7(4) 69(109)	72(111) 3(2)
10) 자존심이 강하다	22(17) 54(96)	22(38) 54(74)	16(6) 59(107)
11) 책임감이 강하다	68(108) 8(4)	8(14) 68(99)	69(99) 6(12)
12) 낙천적이다	69(94) 7(16)	39(50) 37(60)	63(94) 12(17)

상들보다 더 주책스러운 것으로, 극성맞다라는 항목에서는 아줌마가 다른 두 대상들보다 더 극성맞은 것으로 나타났다. 따라서, 아줌마는 아가씨와 사모님에 비해 주책스럽고 극성 맞긴 하지만 이기적이지는 않은 것으로 해석해 볼 수 있다.

성격의 긍정적인 속성을 나타내는 '다뜻하고 포근하다', '친근감있다', '소박하다', '인정이 많다', '편안하다', '모성애가 강하다', '책임감이 강하다', '낙천적이다' 라는 항목들은 아줌마가 사모님이나 아가씨보다는 더 많이 갖고 있으나 엄마보다는 덜 갖고 있는 특성으로 평가되었다. 그러나 자존심이 강하다라는 특성에서는 사모님과 아가씨 그리고 엄마 모두 아줌마보다는 더 강하다고 나타났다. 따라서 아줌마는 엄마의 따뜻한 속성을 가지고 있는 자존심이 약한 존재라고 할 수 있다.

다차원척도법(MDS) 분석

성인 여성과 여대생들의 각각의 45개 문항에 대한 아줌마, 사모님, 엄마, 아가씨 서열화 반응을

다차원척도법(Multi Dimensional Scaling)을 이용하여 분석하였다. 2차원의 Euclidean Model(수렴기준 .00100, 최대 S-stress .00500)은 Stress .00083, RSQ .907의 값으로 나타났다. 45개의 열과 4개의 변인(아줌마, 사모님, 엄마, 아가씨)을 기준으로 직사각형(rectangular)의 비유사성 자료 매트릭스를 이용하여 분석하였다(45개 문항들의 네 개의 변인들에 따른 좌표는 부록의 표 I-2 참조).

이러한 결과를 토대로 차원과 평가항목의 특성들을 세분화하여 분석해 보면 다음과 같다. 그림 3부터 6은 특성별로 분류하여 네 가지 대상변인인 각 차원에 어떤 위치에 놓이는 가를 보여주고 있다. 예를 들면, 신체적 특징 즉 외모 특성에서는 세련미가 있는 차원에 '사모님과 아가씨가', 촌스러움의 차원에는 '아줌마'가 멋보다는 실용을 따지는 차원에 '엄마'가 위치하고 있다.

그림 3에서 보는 바와 같이, 외양(모)에 따른 지각도는 '멋보다는 실용'이라는 차원에 엄마가, '폭퍼짐', '퍼머머리', '촌스러움'과 '원색을 좋아한다'의 차원에는 아줌마가 위치해 있고, 화장이 진하

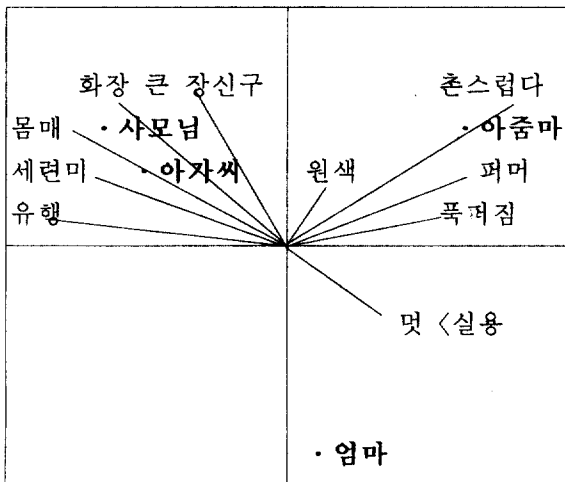


그림 3. 대상별 외양에 따른 지각도

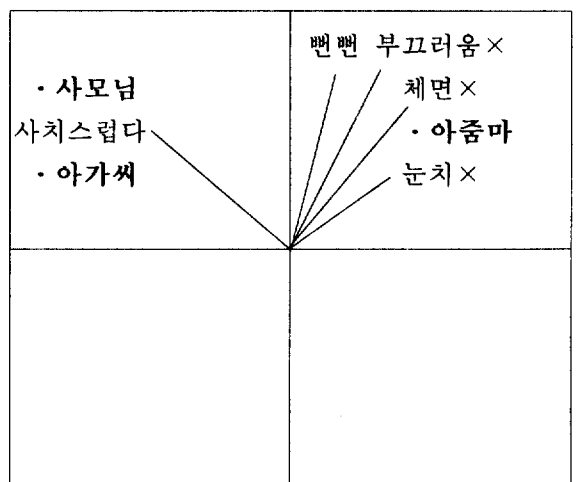


그림 4. 대상별 사회심리적 특성 지각도

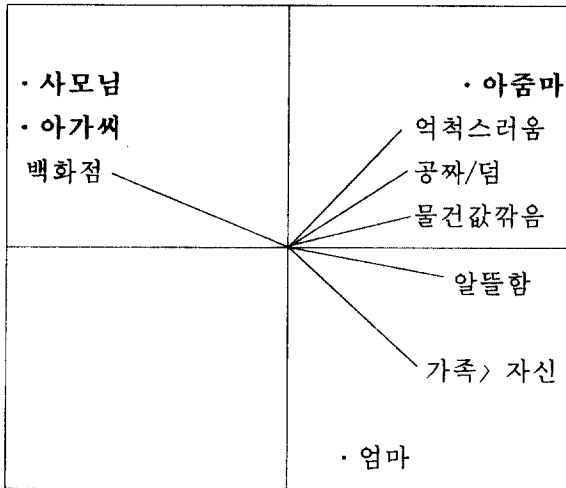


그림 5. 대상별 생활 특성 지각도

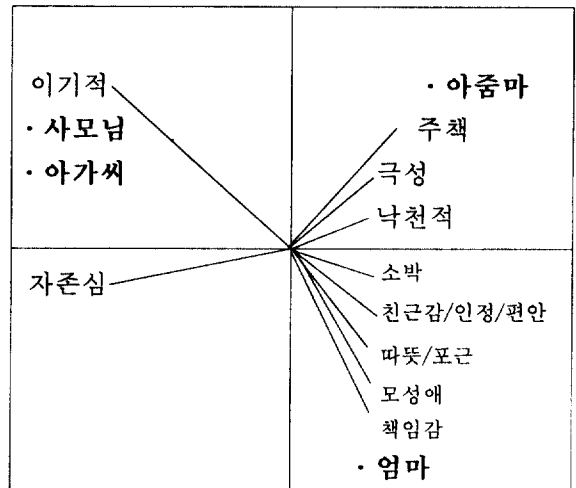


그림 6. 대상별 성격특성에 따른 지각도

다, 커다란 장신구를 좋아한다, 몸매에 신경을 쓴다, 세련미가 있다, 유행에 민감하다의 차원에는 아가씨와 사모님이 정위해 있음을 알 수 있다. 사회심리적 특성에 따른 지각도는 그림 4에서 보는 바와 같이 ‘뻔뻔하고’, ‘부끄러움을 모르며’, ‘체면을 차리지 않고’, ‘눈치를 보지 않는’ 차원에는 아줌마가, 사치스럽다’라는 차원에는 사모님과 아가씨가 위치해 있다. 네 가지 사회적 부류로서의 대상들에 대한 생활방식에 대한 지각은 엄마가 ‘알뜰함’과 ‘자신보다는 가족을 우선시하는’ 존재로 나타났고, 아줌마는 ‘억척스럽고’, ‘공짜나 덤을 좋아하는’, ‘물건값을 깎는’ 차원에 정위해 있고, 반면에 백화점을 선호한다는 차원은 사모님과 아가씨가 포진해 있다. 부정적인 성격 특성차원에서는 이기적인 차원에는 사모님과 아가씨가, 주책스럽고 극성맞는 차원에는 아줌마가 위치해 있다. 엄마가 위치한 차원은 소박함과 친근감, 인정, 편안함, 따뜻함과 포근함, 모성애, 책임감 등의 차원으로 모두 긍정적인 측면을 나타내고 있다(그림 5, 6 참조).

이상에서 보는 바와 같이 네 가지 대상을 쌍을

이루어 비교했을 때보다 네 가지 대상을 항목에 따라 비교하여 서열화를 요구한 것을 다차원적도 범으로 분석한 결과를 보면 아줌마, 사모님, 엄마 및 아가씨의 특성이 더욱 두드러지고 있다. 연구자들이 45개의 문항을 특성별로 구분하여 분석해 보았을 때 부정적 차원은 모두 아줌마에게 귀속되고 있다. 물론 성격적 특성에서 이기적인 차원이 엄마와 아줌마에 비해 사모님과 아가씨의 특성으로 나타나고 있지만 촌스럽고, 뻔뻔하며 억척스럽고 주책맞은 사람은 아줌마임이 결과를 통해 드러났다. 따라서 쌍을 이루어 비교했을 때에 아줌마에게는 사모님이나 아가씨에 비해 ‘엄마’의 특성도 내재되어 있는 것으로 나타났지만, 네 가지 대상 모두를 비교했을 때에는 현재 우리 사회에서 일고 있는 아줌마에 대한 부정적 표상 및 담론의 실체가 그대로 반영되고 있다고 할 수 있다. 그러므로, 여성들 스스로에게도 내집단의 성원인가 혹은 외집단 인가에 따라, 사회적 지위나 신분에 따라 같은 여성을 차별하고 있고 편견된 시각을 가지고 있음을 알 수 있다.

논의 및 결론

우리는 일상생활 속에서 비아줌마 집단인 아저씨나 아가씨도 분명 그러한 행동을 하는 것을 본 적이 있음에 불구하고, 전철이나 버스에서 껌싸게 자리를 차지하거나 새치기를 하는 아줌마들의 행동을 더 잘 기억하고 있다. 복잡한 사회환경 속에서 사람들의 기억은 스테레오타입과 일치된 정보를 더 잘 기억한다(Macrae, Hewstone, & Griffiths, 1993)고 한다. 따라서 여성이라는 사회적 범주와 의명의 경쟁적 상황에서 나오는 무관한 그러한 아줌마들에 대한 담론이 무성하며, 아줌마들에 대한 사회구성원들의 공유된 사회적 표상 또한 뚜렷하다. 따라서 아줌마에 관한 표상 및 이에 따른 스테레오타입은 아줌마의 행동 정보를 보다 잘 기억하게 해주어서 아줌마는 어떤 특성을 가진 사람인가를 새삼 확인시키는 동시에 편견을 강화시키는 역할을 한다.

본 연구는 한국사회에서 일고 있는 ‘아줌마 담론 및 현상’이 아줌마들에 대한 편견과 스테레오타입화에 의한 것임을 밝히고자 시도된 것으로, 이를 위해 여대생들과 아줌마인 기혼여성들에게 아가씨, 사모님, 엄마라는 대상을 아줌마와 비교해서 평가하도록 했고, 네 가지 대상에 대한 사회적 표상을 외양적, 사회심리적, 성격적 특성 등으로 나누어 비교했다. 이러한 분석을 하게 된 배경은 실체가 없는 ‘여성’에 대한 심리학적 접근보다 현물적이고 실체로서 그리고 현상으로 존재하는 아줌마(최상진, 2000)를 연령과 내집단 및 외집단, 결혼 유무에 따라 범주화시키고 있는 하나의 대상으로 설정하고, 이에 대비되는 아가씨, 엄마 및 사모님과 비교를 통해 여성들이 가지고 있는 아줌마의 심리적 특성을 밝히고자 하였다.

엄마와 아줌마, 사모님은 모두 기혼 여성이고 연령대가 비슷하다는 공통점이 있다. 그러나 아

줌마는 사회계층적 측면에서 사모님과 대비되는 존재이다. 이는 비교분석 결과에서 사모님이 아줌마에 비해 교양과 품위를 갖추고 있으며, 사회적 신분-지위가 높다는 결과에서 잘 드러난다. 그러나 아줌마는 사모님에 비해 모성의 측면이 강한 존재로 알뜰하고, 따뜻하고, 포근하며, 친근감 있다는 응답이 높게 나타났다. 또한 아줌마가 외집단 구성원이라면 엄마는 내집단 구성원이다. 엄마도 집밖에서는 아줌마이므로, 일반 상황에서의 아줌마도 본인의 집에서는 엄마이자 아내인 한 여성이다. 그러나, 긍정적인 평가 항목에서 엄마는 아줌마보다 교양 있고, 품위 있고, 사회적 신분-지위도 아줌마보다 높다. 사모님과 비교했을 때 아줌마들이 인정이 많고, 억척스럽고, 멋보다는 실용성을 따진다는 긍정적인 평가는, 아줌마 대 엄마의 비교에 있어서는 엄마가 훨씬 더 그러하다는 평가결과를 보이고 있다. 따라서 아줌마는 우리의 낯선 어머니상이라고 할 수 있다(최상진 등, 2000).

반면에, 사모님에게 속했던 부정적인 특성인 사치스럽고 이기적이라는 평가 등은 엄마와 비교해서 아줌마에게 속한다는 결과를 보인다. 이러한 결과들은 아줌마인 성인여성들과 여대생 피험자간에 큰 차이를 보이지 않는데, 아줌마가 사모님에 비해서는 모성적 측면이 강하지만 여성 스스로도 엄마는 아줌마가 아니라는 편향된 지각이 일반인들과 동일하다는 것을 보여준다. 우리 사회에서 아가씨는 아줌마, 엄마, 사모님에 비해서 미혼이라는 두드러진 특징이 있고 연령대에서도 차이가 난다. 이러한 아가씨와 비교해서 아줌마는 엄마의 특성을 가진 존재로 아가씨보다 따뜻하고, 친근감 있지만 덜 교양있고 덜 품위있다는 평가결과를 보인다. 따라서, 엄마와 아줌마, 아줌마와 사모님, 아줌마와 아가씨의 대비적 비교를 통해 나의 엄마가 아줌마일 수는 없고, 또한 아줌마와 다른 사회적

범주 대상과의 비교에서도 부정적인 평가는 모두 아줌마에게 귀속되는 특성으로 인식되고 있다고 할 수 있다.

본 연구자들이 비록 아줌마와 대비되는 사회적 범주 대상으로 아가씨와 사모님 및 엄마에 국한시켰고, 남성의 사회적 범주로서 아저씨와의 비교를 통한 분석을 시도하진 않았지만, 우리 사회에서 여성은 결혼을 통해 아가씨에서 아줌마가 되고, 다시 구체적, 사회적 맥락 속에서 아줌마, 엄마로 분열된 삶을 살아가고 있음을 지적하고 싶다. 사회적 편견의 희생물이 되는 집단은 주로 여성이나 유색인종 같은 힘이 없거나 특출한 사회적 약자들이다. 여성 속에서도 이처럼 많은 하위집단들이 존재하고, 특히 아줌마라는 집단의 특성이 현실적이고 현저한 이유는 여성을 고유한 특성을 지닌 개인적 존재로서가 아니라 여성성(femininity)만을 지닌 존재로서 강요하고자 하는 한국사회 일반의 성 차별적 의식 때문이라고 할 수 있다.

본 연구가 스스로 아줌마인 기혼여성들과 미래의 아줌마이자 같은 여성인 여대생들을 대상으로 했음에도 불구하고, 그 결과가 사회 일반의 편견을 그대로 반영하고 있다는 사실은 여성 스스로가 사회적 편견의 희생물인 동시에 재생산자임을 시사하고 있다. 이러한 결과는 사회 일반의 아줌마에 대한 인식의 전환과 동시에 사회가 규정하는 여성, 아줌마, 엄마라는 분열된 역할과 한계 상황에서 스스로를 자유롭게 할 수 있는 아줌마집단 자신의 의식 전환이 필요하다는 것을 알 수 있다. 이러한 필요성은 아줌마에 대한 사회적 표상이라는 외부의 시각에서의 아줌마와 아줌마 내부의 '아줌마 의식'에 대한 연구를 통해 아줌마라는 사회적 구성의 실체를 파악하는 방향으로 향후 연구가 진행되어야 함을 시사한다.

또한 남성의 범주로서 아줌마와 대비되는 '아저씨', '총각'들에 대한 사회적 표상 및 이를 통한

비교 연구를 함으로써 남녀 성차별에 따른 고정관념의 형성과정 및 결과를 부각시킬 수 있을 것으로 사료된다. 더불어 아줌마들이 갖고 있는 심리적 갈등이나 사회적 편견에 대한 갈등 등을 심층적으로 조사하여 분석함으로써 '건강하고 따뜻한 우리의 또다른 어머니상'을 제안하는데 일조할 것으로 생각된다. 본 연구는 여대생과 성인 여성을 대상으로 하였지만 추후 연구에서는 남성 피험자들을 대상으로 하여 자료를 분석할 필요가 있다. 비록 본 연구가 남, 여 대학생들을 대상으로 한 1차 연구(개방형 질문지를 통해 자료수집) 분석 결과로 토대로 구조화된 설문지를 만들었고 남성들은 관점은 이미 편견화 되었다는 전제를 하였지만 본 연구를 남성 피험자들을 대상으로 할 필요가 있을 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

- 김명소, 성은현, 김혜원 (1999). 한국 기혼여성(아줌마)들의 성격 특성과 주관적 삶의 질. 한국심리학회지: 여성, 4(1), 41-55.
- 김용숙 (1999). 아줌마는 나라의 기둥. 서울: 김영사.
- 여성중앙 1999년 4월호. 집중해부 - 아줌마. 중앙일보사.
- 와타나베 마유미 (1998). 한국 아줌마 예찬론. 서울: 소담 출판사.
- 월간중앙 (1999. 10월호). 당신의 아내도 아줌마다. 중앙일보사.
- 유재순 (1998). 한국 여자를 말한다. 서울: 창해.
- 최상진 (1990). 사회적 표상이론에 대한 고찰. 한국심리학회지: 일반, 9(1), 74-98.
- 최상진 (2000). 한국아줌마 무죄론: 한국아줌마론속의 사회심리와 약자누명씨우기 현상분석. 문

- 화와 사람, 창간호, 162-184.
- 최상진, 김지영, 김기범 (1999a). 아줌마의 사회적 표상과 역능고찰. *한국심리학회 연차학술대회*.
- 최상진, 김지영, 김기범 (1999b). 한국사회에서 아줌마의 사회적 표상과 아줌마론. *한국심리학회지: 여성*, 4(1), 56-67.
- 최상진, 김지영, 김기범 (2000). 심리적 구성체로서의 한국 아줌마 분석. *한국심리학회 연차학술발표대회*.
- 최상진, 한규석 (2000). 문화심리학적 연구방법론. *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 14(2), 123-144.
- 한규석 (1995). *사회심리학의 이해*. 서울: 학지사.
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Eagly, A. H., Kite, M. E. (1987). Are stereotypes of nationalities applied to both women and men? *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 451-462.
- Fiske, S. T. (1998). Stereotyping, prejudice, and discrimination. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology Volume II* (pp. 357-411). Boston, MA: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Franzoi, S. L. (1996). *Social psychology*. Madison: Brown & Bench Mark.
- Gilbert, D. T., Fiske, S. T., & Lindzey, G. (1998). *The handbook of social psychology*. MA: Oxford University Press.
- Hoigard, C., & Finstrad, L. (1992). *Back streets: Prostitution, money and love*. Polity Press.
- Macrae, C. N., Hewstone, M., & Griffiths, R. G. (1993). Processing load and memory for stereotypes on the rebound. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 808-817.
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. In R. M. Farr, & S. Moscovici (Eds.), *Social representations* (pp. 3-69). Cambridge: Cambridge University Press.
- Potter, W. J., & Donnerstein, D. L. (1999). Rethinking validity and reliability in content analysis. *Journal of Applied Communication Research*, 27, 258-284.
- Taylor, S. E., Fiske, S. T., Etcoff, N. L., & Ruderman, A. J. (1978). Categorical and contextual bases of personal memory and stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 778-793.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2000). *Social psychology*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

부 록

표 1-1. 아줌마, 아가씨, 사모님, 엄마의 쌍대비교 빈도분석결과(여대생 116명)

항 목	아줌마 對 사모님	아줌마 對 엄마	아줌마 對 아가씨			
1) 교양이 있다	113	8	104	19	92	
2) 품위가 있다	113	9	103	27	84	
3) 사회적 신분-지위가 높다	113	22	88	42	69	
4) 고상하고 우아하다	113	16	96	15	96	
5) 뻘뻘스럽다	94	19	108	4	93	19
6) 체면을 차리지 않는다	110	3	105	7	102	10
7) 부끄러움을 모른다	104	9	106	6	97	15
8) 눈치를 보지 않는다	102	10	93	19	97	15
9) 수다를 떠다	100	13	81	31	53	55
10) 사치스럽다	1	112	80	29	2	110
11) 알뜰하다	112	1	15	97	109	3
12) 이기적이다	17	94	95	16	12	99
13) 생활력이 강하다	113		30	82	110	2
14) 공중도덕을 잘 지킨다	36	74	20	91	28	84
15) 항상 물건값을 깎으려 한다	113		56	55	107	5
16) 공짜나 덤을 좋아한다	110	3	60	52	110	11
17) 커다란 장신구를 좋아한다	6	106	84	28	55	55
18) 백화점을 선호한다	1	112	45	65	4	107
19) 따듯하고 포근하다	110	2	5	108	107	3
20) 지적이다	4	108	16	96	9	103
21) 친근감있다	112	1	5	108	106	6
22) 소박하다	113		27	85	110	2
23) 극성맞다	92	21	89	23	98	14
24) 인정이 많다	110	2	18	95	110	2
25) 편안하다	112	1	2	111	109	4
26) 모성애가 강하다	109	1	4	109	111	2
27) 억척스럽다	110	3	85	28	112	1
28) 자신보다 가족을 먼저 생각한다	112	1	6	107	111	2
29) 자존심이 강하다	17	96	38	74	6	107
30) 주책스럽다	104	9	101	12	103	10
31) 가사일을 돌본다	110	3	17	95	109	3
32) 책임감이 강하다	108	4	14	99	99	12
33) 촌스럽다	113	5	100	12	108	5
34) 퍼머를 하고 있다	101	11	60	51	104	9
35) 화장이 진하다	9	103	82	30	21	92
36) 멋보다는 실용적인 것을 따진다	111	1	28	82	105	8
37) 몸매에 신경을 쓴다	4	108	32	78	1	112
38) 세련미가 있다	2	109	23	89	1	112
39) 유행에 민감하다	7	103	48	62	1	112
40) 원색을 좋아한다	80	32	86	26	75	38
41) 폭 퍼졌다	107	5	93	19	106	6
42) 낙천적이다	94	16	50	60	94	17
43) 부지런하다	110	2	24	87	105	8
44) 경제적 능력이 있다	40	72	34	77	48	65
45) 정치, 경제문제에 관심없다	81	29	82	30	80	31

표 1-2. 네 변인의 항목별 작표

자극수	자극명	차원	
		1	2
Column(변인)			
1	아줌마	1.4850	1.0281
2	사모님	-1.8626	.7961
3	엄마	.4750	-1.6914
4	아가씨	-1.8429	.4505
Row(평가문항)			
1		-1.5158	-.8559
2		-1.4429	-.8758
3		-1.5682	-.3569
4		-1.5433	-.7450
5		.6343	1.1373
6		.9122	.8950
7		.8191	.9377
8		.8047	.9178
9		.5670	1.0121
10		-1.8094	.5407
11		1.0740	-.5402
12		-1.5979	.9821
13		1.1207	-.3778
14		-.9657	-1.0882
15		1.1702	.3305
16		1.1038	.4528
17		-1.1248	.9575
18		-1.7347	.3533
19		.8702	-.9501
20		-1.4768	-.8188
21		.9185	-.8407
22		1.1048	-.4420
23		.7176	.6068
24		.9956	-.7397
25		.9175	-.8587
26		.8266	-.9660
27		1.1971	.1771
28		.7844	-1.0030
29		-1.5299	-.2625
30		.9952	.7284
31		.9710	-.7769
32		.6164	-.9575
33		1.2024	.4521
34		.9420	.5526
35		-1.2291	.8354
36		.9813	-.4259
37		-1.8058	-.0886
38		-1.8494	-.1177
39		-1.7930	.0898
40		.1892	.6443
41		1.1661	.4188
42		.7946	.1775
43		.9930	-.4585
44		-1.0201	.0784
45		.3624	.6850

An Analysis of 'Adjumma' as a Psychological Construct in Korean Culture

Sang-Chin Choi Ji-Young Kim Kibum Kim

Department of Psychology, Chung-Ang University

In Korean society, recently Adjumma(in general, lady in her thirties and forties) as a social category is despised even by most other women. A total of 189 subjects(76 married women & 113 female university students) participated in this study. The present study investigated social representations of Adjumma by paired comparison with Umma(mother), Samonim(high society lady), and Agassi(girl before marriage in her twenties). Also we conducted MDS analysis with the data which were constructed ranking scale developed by the authors. The results revealed that Adjumma was evaluated as less elegant, having no Chemyon(social face) and Nunchi(relational sensitivity) compared to Umma, lower social class than Samonim, whereas Adjumma was evaluated as more benevolent and having much Cheong(relational affection) than Samonim. However, when Adjumma was compared with Umma, she was evaluated as close to Samonim. Compared to Agassi, Adjumma was warmer, having much Cheong, more benevolent like mother's psychological characteristics. Consequently, Adjumma who may be in fact our mother, sister and wife is rather negatively stereotyped and despised by people who tend to dissociate from Adjumma. This phenomena reflects that social and sexual discrimination to women as a social category and object still persists in Korea.

Keywords: Adjumma, social representation, prejudice, stereotype, sex discrimination

1 차원고접수 : 2001. 6. 14.
수정 원고접수 : 2001. 11. 10.
최종 게재결정 : 2001. 12. 7.