



박주현

저출산고령사회위원회 간사위원 겸 운영위원장

세상에서 가장 소중한 선물은 형제입니다

‘결혼은 선택이고 취업은 필수다.’라는 말이 젊은 여성들의 슬로건이 된 지 오래다. ‘잘 키운 딸 하나 열 아들 안 부럽다’라는 가족계획정책의 대표적인 표어는 극심한 딸차별 속에 살아온 엄마들의 공감을 사기에 충분했고, 그 엄마들은 맺힌 한을 풀 듯 열심히 딸을 키우면서 ‘너는 결혼하지 마라. 나처럼 구질구질하게 살지 말고 자기 일을 하면서 떳떳하게 당당하게 살아라’라고 딸들을 부추겼다. 진심으로 딸을 위하는 마음이 었을 것이다. 그 딸들은 그 엄마들의 전폭적인 지원을 받으며 실제로 자기 일을 갖게 되었다. 그 딸들의 뒷모습은 직장에서 가정으로 가정에서 직장으로 쫓기듯이 전전긍긍하는 모습이거나, 나도 결혼하고 아이가 있다면 인생이 이렇게 허전하지는 않을 텐데 하는 쓸쓸한 모습일 수 있음에도, 엄마들이 보는 딸들의 앞모습은 사회 속에서 스스로 돈을 벌면서 하고 싶은 것도 하는 당당한 커리어우먼으로 보였을 것이다. 이 업

마들은 딸들의 한쪽 모습을 보며 뒤늦게 자기인생의 시작을 선포한다. 나도 내 인생이 있으므로 구질구질하게 손자 뒷바라지를 하지는 않겠다 는 것이다. 딸들은 아직 기업도 사회도 남편도 바뀌지 않았는데, 친정어머니 시어머니가 손을 떼어버리니 아이를 키우는 일이 더욱 황망해지기만 한다. 그 딸들의 후배들은 선배들이 전전긍긍하는 것을 옆에서 지켜보면서 임도가 나지 않아 결혼과 출산을 마음속에서 서서히 포기한다.

딸들을 극진히 위하고 또 한편 부러워했던 엄마들이 간과한 것이 있다. 스스로의 경험과 시대상황에 매몰된 것이다. 요즘은 남자 여자 할 것 없이 일과 가정의 균형, 일과 삶의 균형을 이루어야만 행복한 인생 행복한 가정이 되고 일의 생산성도 높아진다는 것이 심리학과 경영학계의 큰 흐름을 이루고 있다. 가사일과 출산양육에 종속되어 사회적 역할에서 소외되었다고 느꼈던 엄마들이, 직장과 일에 종속되어 가정을

이루지 못하거나 가정으로부터 소외되어버린 딸들의 심정을 헤아리기는 어려웠을 것이다. 결국 우리의 젊은이들은 결혼과 출산에 대해서 해도 그만 안해도 그만이라는 생각을 하게 되었고, 그 결과 세계에서 최저수준의 출산율을 기록하게 되었다. 또한 예전에 여성의 경제활동참가율과 출산율이 반비례했던 것과는 달리, 여성의 경제활동참가율 50%, 출산율 1.08의 현상항부터는 여성경제활동참가율과 출산율이 정비례하게 된다는 것이 선진국들의 공통된 경험이다. 앞으로는 일과 가정의 양립이 되지 않으면 여성의 경제활동참가율도 출산율도 모두 정체상태를 면치 못하게 된다.

이제 결자해지의 원칙에 따라 다시 엄마들이 나서야 한다. 젊은 할머니가 되어서 시간도 있고 여유도 있고 그룹을 지어 여론을 주도하기도 하는, 그 엄마들이 생각을 먼저 바꾸어야 한다. 내 딸과 내 며느리가 일을 통해 사회적인 역할도 하고, 그러면서도 아이를 키우고 가정을 이루는데 큰 지장이 없도록, 또한 내 손자 손녀들이 부모의 관심과 사회의 지원 속에 잘 자랄 수 있도록 팔을 거둬부치고 나서야 한다. 먼저 사위와 이들을 설득해서 집안일이나 아이들 양육과 교육문제를 부부가 함께 풀어나가도록 하고, 여론을 형성하여 정부와 기업이 일과 가정의 양립을 위해 여러 가지 실질적인 지원책을 마련하도록 촉구하여야 한다. 그런 다음 딸들에게 결혼해서 가정을 이루는 것이 얼마나 소중한지, 그리고 한 아이에게 전심을 다하는 것보다 둘을 낳아서 함께 크도록 하는 것이 진정으로 자녀를 위한 것임을 경험에 비추어 이야기해주어야 한다.

엄마들은 알고 있다. 부모에게 세상에서 가장 소중한 선물은 자녀이고 또 아이에게 세상에서 가장 소중한 선물은 형제라는 것을...

다행히도 최근의 조사에 의하면 결혼과 출산에 대한 긍정적인 태도가 늘어나고 있다고 한다. 저출산에 대한 사회적인 위기의식과 출산과 양육에 대해 정부가 적극적으로 나서고 있는 것에 대한 기대가 작용한 것이라고 보여진다.

올해 저출산고령사회위원회는 결혼과 출산, 가정과 자녀, 노후와 미래에 대해 좀 더 긍정적으로 받아들이고 적극적으로 생각할 수 있도록 사회분위기를 바꾸어나가는 것을 중점사업 중의 하나로 진행할 계획이다.

TV공익광고의 주제로 '저출산고령사회문제'가 선정되어 3월부터 지상파 TV와 케이블 TV, 신문과 지하철 광고, 인터넷 등에 공익광고가 실리게 된다. 또한 다양한 계층과 다양한 연령을 대상으로 하여 본격적인 인식개선사업이 진행될 예정이다.

물론 '가장 강력한 홍보는 정책'일 것이므로 실질적으로 도움이 되고 체감도가 높은 정부의 정책과 기업의 경영변화를 만드는 것이 인식개선을 위한 상책일 것이다. 정책과 교육홍보가 함께 균형을 이루어 신뢰를 얻게 될 때 할머니 할아버지들도 안심하고 '아이 많이 낳으라'고 덕담을 할 수 있고, 젊은 부부들도 아이를 더 많이 낳아야겠다는 새로운 의미의 가족계획을 세울 수 있을 것이다. **본문**