

이제는 혼인도 맞춤 시대

대학교 신입생이 되면 가장 먼저 하고 싶었던 일이 몇 가지 있었다. 화장을 해 보고, 술을 마셔 보는 일과 미팅을 해 보는 것이었다. 그 가운데서도 미팅은 모든 신입생들의 특권과도 같은 것이어서 한 학년 내내 미팅 건수를 찾아 이 찾집 저 다방을 전전하기도 했다. 기대가 커서 실망도 많이 겪었지만, 더러 커플로 맺어지는 친구들의 경우를 보면서 언젠가는 나도 이상형의 연인을 만날 수도 있을 것이라는 희망에 하루 서너 번의 만남까지도 기꺼이 감수한 적도 있다.

가능하면 얼굴이 잘 생긴 사람이 좋겠고 이왕이면^{11.1} 좋은 학교에 다니는 머리 좋고 성격도 원만한 파트너가 되기를 바라는 것이 미팅에 임하는 사람들 모두의 바람이었을 것이다. 아무리 세월이 흘러 나이를 먹고 사람을 보는 판단 기준이 달라졌다고 해도 우리 모두가 가지고 있는 이상형의 기준은 쉽게 변하지 않는 것이 사실이다. 재미 삼아 나간 미팅 자리에서도 괜찮은 사람 만나기를 바라는 것이 인지상정이고 보면, 평생을 좌우하는 배우자를 선택하는 일에 있어 자신의 이상형에 대한 기대는 더욱 높아지게 마련이다.^{11.2} 그래서인지 우리나라는 예로부터^{11.3} 혼인을 위한 준비된 만남이 꾸준히 있어 왔고, 이는 정보화 시대라는 오늘날에도 크게 달라지지 않았다. 이전 세대들이 중매라는 방식의 준비된 만남을 선호했다면 오늘날의 신세대들은 결혼 정보 회사라는 첨단 시스템을 이용하고 있다. 그 방식에 약간의 차이는 있겠지만 이상적인 배우자를 만나고자 하는 열망은 예나 지금이나^{11.4} 크게 다르지 않을^{11.5} 것이다.

여자는 외모, 남자는 능력

잘 하면 술이 석 잔일 수도 있고 잘못되면 뺨이 석 대일 수도 있다는 중매는 그동안 우리 나라의 혼인의 역사와 떼어 수 없는 긴밀한 관계를 유지해 왔다. 혼인이 당사자의 의견보다는 집안끼리의 결합으로 인식되어 온 전통 사회에서는 혼인을 성사시키기 위해 신랑, 신부의 집의 중간에서 다리를 놓는 중매쟁이의 구실이 큰 비중을 차지했었다.

중매는 나중에 중매인들이 결혼 상담소란 것을 개설하면서 본격적인

직업으로 인정받게 되었는데, 그 시기가 1930년 무렵이라고 전해진다.

또한 우리 나라에서 정식 허가를 받은 결혼 상담소는 1959년에 처음 등장하여 아직까지 줄곧 중매 업무만을 담당해 오고 있는 서울결혼정보원이라고 한다. 종로에 위치한 이곳 서울결혼정보원에서 12년째 일하고 있는 김희선 실장은 요즘 젊은이들의 결혼관을 다음과 같이 말한다.

선호하는 배우자의 기준으로 남자는 여자의 외모를 맨 먼저 보고, 여자는 남자의 성실성과 능력을 먼저 본다는 점이 눈에 띈다. 거기에 요즘엔 자기 배우자는 무조건 예뻐야 하고, 선생이나 약사와 같은 안정된 전문직을 가져야 한다고 말하는 터무니없이 이상만 높은 남자들도 부쩍 늘어나고 있는 추세라고 한다. 또, 요즘 젊은 세대일수록 외모와 가정 환경을 따지는 젊은이들이 눈에 띄게^{11.6} 늘고 있다고 한다. 아무리 시대가 바뀌어도 의사, 변호사와 같은 고소득의 전문직을 선호하는 경향이 여전히 있는데, 경제적인 안정을 중요하게 여기는 것은 예나 지금이나 변하지 않는 고전적인 결혼 풍습이기도 하다.

맞선도 컴퓨터로

결혼 정보 회사는 회원으로 가입한 사람들에게 일정액의 회비를 받고 조건에 맞는 배우자 후보를 여러 차례 만나게 하는 혁신적인 시스템으로 21세기형 새로운 개념의 중매로 급부상하고 있다. 컴퓨터를 통해 회원들의 정보 시스템을 구축, 서로 비슷한 조건의 회원들끼리 여러 차례 만남을 갖게 된다. 서로가 서로의 조건을 견주어 본다는 측면에서는^{11.7} 전통 중매 방식과 비슷하지만 배우자를 선택할 때 어느 정도 자신의 이상에 맞추어 간다는 점에서는 새로운 개념의 신세대식 만남이라고 할 수 있다.

획일적인 배우자의 조건

결혼 정보 회사들이 이처럼 붐을 일으키게 된 배경은 무엇일까? 무엇보다도^{11.8} 혼인에 대한 젊은 세대들의 가치관이 빠르게 변한 것을 근본 원인으로 들 수 있다. 인연이 닿는 사람이 나타나기만을 기다리던 과거 세대와 달리, 합리적인 정보에 근거해서 배우자를 직접 고르겠다는 것이 요즘 젊은이들의 의식이다. 이러한 적극적이고 개방적인 의식이 참신한 아이디어를 선보이는 결혼 정보 회사의 마케팅 전략과 맞아떨어졌기 때

문에 큰 효과를 거두고 있는 것이다. 이들의 중매 방식은 가입 회원들에 대한 철저한 확인과 분석을 통해 서로 비슷한 눈높이의 상대를 맺어 주는 것이다. 이를 위해 회원들이 작성해야 하는 설문 조사 항목만도 백여 개에 이른다고 한다. 본인은 말할 것도 없고^{11.9} 상대방의 직업, 나이, 학력, 취미, 종교, 출신지, 가정 형편, 월급 같은 상세한 기초 조사를 한 뒤, 여기에 걸맞는 상대를 맞추어 준다. 그러다 보니 신분이나 성격의 차를 뛰어 넘는 평강공주와 온달의 결합은 원천적으로 봉쇄된다고 한다.

또한 조금 딱딱한 분위기에서 상대방의 가족 관계와 취미를 어색하게 물어 보아야 했던 이전의 맞선과는 달리 서로에 대해 어느 정도 파악을 한 뒤에 이루어지는 만남이어서 좀더 화기애애한 분위기에서 만날 수 있다는 점 또한 큰 매력으로 작용하고 있다. 그러나 많은 사람들이 회원에 가입하자마자^{11.10} 좋은 사람을 만날 수 있을 것이라고 생각하는데, 이런 환상은 버려야 하며 조건만으로 상대를 판단하지 말고 대화를 통해 서로를 신뢰할 수 있는 마음가짐을 갖는 것이 중요하다고 한다.

유전자 맞춤형 혼인

여러 종류의 결혼 정보 회사 중에는 유전자 정보까지 맞춰 가며 혼인 상대를 찾아 주는 회사도 생겨났다. 디엔에이 분석 업체인 디엔에이 리서치가 결혼 정보 회사 위드와 손잡고, 디엔에이를 분석해 적합한 배우자를 찾아 주는 서비스를 시작했다.

위드에 회원으로 가입한 뒤 머리카락, 침과 같은 분석 자료를 보내면 체질, 성격, 지능, 비만과 같은 파악 가능한 정보를 모아 배우자를 선택할 때 참고 자료로 쓴다고 한다. 건강 기록부를 주고받는 것보다 믿을 수 있다는 게 관계자의 설명이다. 앞으로 과학이 발달할수록 서로 맞춰 가야 할 배우자의 조건도 더 많아지지 않을까 하는 생각이 든다. 결혼 정보 회사 때문에 좀 더 다양한 방법의 만남이 이루어질 수 있다는 것은 좋은 일인 것 같다. 그러나 결혼이 사람을 등급별로 분류하여 기계적으로 짝을 짓는 차가운 시스템으로 변해 가는 것 같아 씁쓸한 생각도 든다.

Konu ile ilgili sözcükler

- 가입하다
- 가정 형편
- 가치
- 개방적
- 걸맞다
- 결혼관
- 경향
- 고소득
- 등급별
- 맞춤
- 본격적이다
- 선호하다
- 성격
- 신세대
- 유전자
- 정보화 시대
- 좌우하다
- 참고 자료
- 추세
- 특권
- 평강공주와 온달
- 획일적

Tartışma Soruları

- Korelilerin evlilik ile ilgili düşünceleri, evliliğe bakış açıları
- Kore'de evlilik organize eden şirketler (görücü usulü evlilik vs.)
- Kadın ve erkeklerin evlilik şartları (Kadınlarda ve erkeklerde aranan özellikler)