

연구보고서(수시과제) 11



2016



양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발



안상수 · 김인순 · 강혜란 · 박경희



양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

연구책임자 : 안 상 수 (본원 연구위원)
공동연구자 : 김 인 순 (본원 전문연구원)
강 혜 란 (여성민우회)
박 경 희 (이화여자대학교)



한국여성정책연구원
Korean Women's Development Institute

이 보고서를 다음과 같이 인용해 주십시오.

안상수·김인순·강혜란·박경희(2016). 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발. 서울: 한국여성정책연구원

한국여성정책연구원(구 한국여성개발원)은 국무총리실 산하 정부출연 연구기관으로, 한국의 여성정책에 대한 종합 연구를 통해 양성평등 실현, 여성의 사회참여 확대 및 복지 증진, 가족 그리고 국가 발전에 기여하는 여성정책 Think-Tank이다.

발 간 사

우리 사회에서 방송만큼 영향력이 큰 것을 찾아보기 힘들 것입니다. 누구나 어디서나 일상적으로 방송을 접하며 살아가고 있습니다. 스마트 통신기기의 발달은 시간적·공간적 제약까지도 초월하는 영향력으로 확대되고 있습니다. 이제는 지나간 방송까지도 쉽게 볼 수 있게 되었고, 안방에서만 시청하던 방송 프로그램은 이동하는 버스나 지하철에서도 볼 수 있는 시대가 되었습니다.

방송의 영향력은 양성평등한 사회를 만들어 가는데 있어서도 매우 중요합니다. 미디어의 역할은 북경세계여성대회나 유엔 여성지위위원회 등에서 오랫동안 국제사회가 주목해 왔던 분야입니다. 방송이 가진 커다란 위력에도 불구하고, 지금까지의 방송은 양성에 대해 균형적 시각을 담아내지 못하고 있다는 우려가 여전히 많습니다. 여성가족부나 시민사회의 여러 단체들이 수행한 방송 모니터링 결과들은, 방송이 주제의 선정이나 관점에 있어 양성을 평등하게 반영하지 못하고 있으며, 사람들의 성역할 고정관념과 성차별의식을 제대로 걸러내지 못하고, 오히려 이를 확대, 재생산하는 통로가 될 지도 모른다는 목소리가 바로 그것입니다.

때마침 여성가족부와 방송통신심위원회가 기존의 방송심의에 관한 규정 개정을 실시한 시점에 맞추어, 우리 연구원에서는 본 과제를 통해 방송제작 현장에서 종사하는 방송프로그램 제작자들에게 개정된 방송심의 규정의 양성평등 관련 조항의 내용에 대하여 알리고, 사전에 이를 예방할 수 있도록 방송제작자를 위한 “양성평등 방송프로그램 제작 가이드라인”을 만들게 되었습니다. 양성평등한 문화 확산을 위한 노력뿐만 아니라 미디어의 다양한 콘텐츠를 개발·제작하는 방송 관련 종사자 모두가 쉽게 이용할 수 있는, 활용성 높은 가이드라인을 개발하여 이를 보급하는 것은, 우리사회 전체로 양성평등문화를 확산하는데 기여할 뿐만 아니라 이에 관련된 다양한 정책들을 펼쳐 나아가는데 기여하는 바가 클 것으로 기대 됩니다.



부디 이 가이드라인이 현장에서 잘 활용되어, 양성에 대해 균형 잡힌 방송 프로그램 제작이 활발하게 이루어져서, 우리 사회의 양성평등문화가 자리 잡는데 일조 할 수 있는 도구로 널리 사용될 수 있기를 희망합니다. 이 과제에 힘 쏟으신 연구진의 그 동안의 노고에 감사드립니다.

2016년 11월

한국여성정책연구원

원 장 이 명 선

연구요약

1. 연구목적

양성평등한 문화 확산을 위한 법·제도 차원에서의 개선, 노력뿐만 아니라 미디어의 다양한 콘텐츠를 개발·제작하는 방송 관련 종사자(방송 프로듀서, 제작자 방송 외주업체 종사자)들이 쉽게 이용할 수 있는 활용성이 높은 가이드라인을 개발하여 보급하는 것은 우리 사회 전체로의 양성평등의식을 확산하는데 기여할 것이다. 이 가이드라인은 방송통신심의위원회의 양성평등 관련 심의 조항이 2016년 12월 28일부터 개정·공표됨에 따라, 방송 프로그램 제작자들에게 양성평등 문화 확산에 미치는 방송의 영향력을 인식하게 하고, 규제적 성격이 강한 심의단계가 아니라 사전 제작단계에서 미리 방송심의규정의 양성평등 조항에서 담고 있는 내용을 알려서, 양성평등 문화 확산에 기여할 수 있는 방송프로그램 제작에 동참할 수 있도록 하는데 목적이 있다.

2. 연구결과

관련전문가와 실무자들을 대상으로 여러 차례의 전문가와 협의를 거쳐 방송 종사자를 위한 5개 항목으로 구성된 방송프로그램 제작 가이드라인을 개발했으며, 관련전문가와 실무자를 대상으로 여러 차례의 자문회의와 협의를 거쳐 방송종사자를 위한 5개 항목으로 구성된 방송프로그램 제작 가이드라인을 개발했으며, 가이드라인의 활용을 촉진시키기 위한 보급 및 배포 방안 그리고 양성평등한 방송 프로그램 제작 동기를 높이기 위한 몇 가지 방안을 제안하였다.

가. 방송종사자를 위한 방송프로그램 제작 가이드라인 개발

〈양성평등 방송프로그램 제작 가이드라인〉

- 1) 방송은 주제의 선정에서부터 양성평등이 적극 반영되어야 한다.
- 2) 방송은 남성과 여성 모두를 균형 있게 대표할 수 있어야 한다.
- 3) 방송은 성역할 고정관념에 치우치지 않는 여성과 남성의 다양한 삶을 보여

주어야 한다.

- 4) 방송은 어떠한 성적 폭력이나 가정폭력도 정당화하거나 선정적으로 다루서는 안 된다.
- 5) 방송에서는 성차별적 언어를 사용해서는 안 된다.

나. 가이드라인의 활용 및 양성평등 방송프로그램 활성화에 관한 제언

양성평등 실현을 위한 방송의 사회적 역할과 기능은 먼저 방송제작에 참여하는 모든 구성원들이 양성평등한 시각과 관점에 공감하는 데서 비롯된다. 이 가이드라인은, 방송을 기획·제작·편성하는 모든 과정에서 방송사, 제작진, 출연자들이 꼭 점검하고 준수해야 할 핵심사항으로서, 방송통신심의위원회 방송심의에 관한 규정에 맞춰 제안하였다. 이를 바탕으로 최종 가이드라인의 활용 및 양성평등 방송프로그램 활성화에 관한 몇 가지 제언을 다음과 같이 제시하였다.

- 1) 현장적용이 용이하도록 생활용어에 가까운 쉬운 언어를 사용하고, 구체성을 가져야 한다.
- 2) 방송통신위원회의 심의기준을 토대로 삼아야 하며, 반드시 지켜야 될 것을 중심으로 하고, 앞으로의 추가적인 가이드라인 개발을 위한 선도적인 형태가 되어야 한다.
- 3) 방송프로그램 제작에 실질적 도움이 되는 단순하면서도 쉽게 참고할 수 있는 형태여야 한다.
- 4) 방송프로그램 제작자의 자가진단을 유인할 수 있고 활용을 촉진시킬 수 있도록, 자신의 ‘젠더균형지수 알아보기’와 같은 체크리스트 형태로 배포할 필요가 있다.
- 5) 양성평등 문화 확산에 방송프로그램 제작자가 더 적극적으로 참여할 수 있도록 하기 위해서, 상시 방송 모니터링 체제를 도입하고, 현재 연1회 시행되고 있는 양성평등방송프로그램 시상제도를 활성화하여, 매월 시행하는 ‘이달의 양성평등방송프로그램’ 형태로 또, 여성가족부가 공식 발표하는 형식으로 전환하는 방안을 제시한다.

목 차

I. 서 론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	3
2. 연구내용	6
3. 연구방법	7
4. 기대효과	8
II. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인	9
1. 양성평등 미디어 환경변화와 국가별 방송제작 가이드라인	11
2. 각국의 양성평등 방송 제작과 심의 규정	12
가. 캐나다	12
나. 영국	20
다. 호주	21
라. 미국	23
3. 국내 방송심의, 제작 관련 규정 및 가이드라인	23
가. 방송 제작 관련 주요 규정 현황	23
나. 국내 가이드라인 제작 동향	25
다. 언론사, 시민단체 등 성폭력 보도 가이드라인	34
III. 가이드라인 개발을 위한 전문가회의 결과	41
1. 전문가 자문회의 개요	43
2. 회의 및 자문 내용	43
가. 성차별 방송 모니터링 경험 사례	43
나. 가이드라인 제작에 있어서 추상수준과 범위	44



다. 가이드라인 제작 시 고려사항과 대안적 방안	46
라. 양성평등 방송프로그램 제작을 위한 기타 제언	49
IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석	53
1. 영역1의 사례: 주제	55
2. 영역2의 사례: 관점의 균형	57
3. 영역3의 사례: 고정관념	61
4. 영역4의 사례: 성폭력, 가정폭력 등	73
5. 영역5의 사례: 성차별적 언어(자막 포함)	79
V. 양성평등 방송프로그램 제작 가이드라인 개발 결과 및 제언	85
1. 가이드라인 제작 및 활용에 관한 제언	87
2. 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인	88
■ 참고문헌	93
■ Abstract	97

표 목 차

<표 II-1> 방송심의 규정 개정 경과	25
<표 III-1> 전문가 자문회의 참여자 특성	43



I

서론

1. 연구의 필요성 및 목적	3
2. 연구내용	6
3. 연구방법	7
4. 기대효과	8



1. 연구의 필요성 및 목적

현대 사회에서 미디어의 영향력으로부터 자유로운 사람이 없을 만큼 그 영향력은 매우 크다. 유아에서부터 노년에 이르기까지 우리는 미디어를 통해서 세상을 이해하고, 즐거움을 찾고, 이를 통해서 다양한 사람들에 대한 가치관을 형성하기도 한다. 이러한 미디어의 영향력은 양성평등한 가치를 전달할 주요 통로이기도 하지만, 다른 한편으로 사람들이 가진 성별 고정관념과 성차별의식이 제대로 걸러지지 않은 채 확산될 수 있는 통로로서도 기능할 수 있다는 점에서, 이에 대한 부작용이나 위험성에 관한 경고의 목소리가 오래전부터 주목되어 왔다.

세계적으로도 북경 유엔세계여성회의(1995) 및 48차 여성지위위원회(2004)는 미디어를 공식 안전으로 채택하여 양성평등한 사회 형성을 위해 미디어의 역할을 강조하고 있다(박경희, 2007, p.67). 이러한 세계적 기조에 맞추어 우리나라에서도, 미디어의 성차별 개선과 성 평등한 미디어 문화 정착을 위한 정책의 필요성은 제1, 2차 여성정책기본계획을 통해 중요한 의제로 채택된 바 있다(박경희, 2007, p.67). 특히 여성발전기본법 28조 1항(대중매체의 성차별 개선)을 통해 양성평등의식을 고취할 뿐 아니라 방송심의에 관한 규정 제29조(양성평등)에서 방송이 특정 성을 비하하거나 성차별을 옹호 또는 합리화, 조장하는 내용을 다루어서는 안 된다고 규정한 바 있다(박경희, 2007, p.67; 여성발전기본법, 2013. 8. 13). 2015년 12월에 개정된 양성평등기본법은 이전의 여성발전기본법의 법률 취지를 이어받아 「제27조(양성평등 문화조성) ① 국가와 지방자치단체는 양성평등한 문화조성을 위한 효과적인 사업을 발굴하고 추진하여야 한다. ② 국가와 지방자치단체는 신문, 방송, 잡지, 인터넷 등 대중매체에서 성별을 이유로 한 차별, 편견, 비하 또는 폭력적 내용이 개선되도록 지원하고, 대중매체를 통하여 양성평등의식이 확산되도록 노력하여야 한다. ③ 여성가족부장관은 정기적으로 대중매체에서의 성별을 이유로 한 차별, 편견, 비하 또는 폭력적 내용을 점검하여 법령, 제도 또는 정책 등의 개선이 필요하다고 인정되는 경우 방송통신위원회 등 관계 기관에 개선을 요청할 수 있다」(양성평등기본법, 2015. 12. 23)고 명문화함으로써

4 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

방송 등의 미디어 역할과 영향력에 대해 강조하고 있고, 이를 토대로 한 제 1차 양성평등정책기본계획에서는 미디어에서의 성차별 개선이라는 의제 속에 방송 관련 종사자의 자정 노력을 유도하고, ‘성별을 이유로 한 차별, 비하, 폭력적 내용이 개선될 수 있도록 지원하기 위한 양성평등 방송·보도 가이드라인 제작 지원’을 구체적으로 밝히고 있다.

지금까지 이루어진 미디어에 대한 모니터링 결과들에 따르면 방송은 여성의 성역할 고정관념과 여성에 대한 성차별성을 여전히 가지고 있는 것으로 나타나고 있다. 여성의 역할을 가정이나 육아부문에 제한적으로 적용하거나, 여성을 외모중심으로 평가하거나 이를 지속적으로 노출시킴으로써 외모에 대한 차별을 심화시키고, 여성을 장식화하거나 게임의 도구화, 성적 대상으로 전락시키는 등 차별과 성역할 왜곡이 크게 달라지지 않고 있으며, 이로 인해 여성에 대한 부정적 인식이 부지불식간에 조장될 수 있는 환경과 토대를 제공하고 있는 실정이라는 것이다.

이와 같은 맥락에서 서구 주요 국가 및 방송매체에서는 양성평등한 미디어 환경 조성을 위한 가이드라인을 가지고 있으며 이를 활용하는 사례들이 있다. 예컨대, ‘호주의 여성묘사 가이드라인(Guidelines for the Constructive and Positive Portrayal and Presentation of Women in Media)’, ‘영국 BBC 프로듀서를 위한 지침서’, ‘캐나다 텔레비전, 라디오 프로그램을 위한 성역할 묘사 코드’ 등을 볼 수 있다(이수연, 안상수, 박경희, 강혜란, 윤정주, 2006, p.14). 우리나라에서도 2001년 여성부의 양성평등문화 확산을 위한 방송심의용 가이드라인 개발, 한국여성민우회 성평등관점 심의사례집 등이 마련되었으나, 그 활용은 여전히 미흡한 수준에 머물고 있다.

특히 방송심의위원회의 「방송심의에관한규정」에는 양성평등에 관한 심의 규정을 제30조에 두고 있고, “양성을 균형 있고, 평등하게 묘사하여야 하며, 성차별적인 표현을 해서는 안 되며, 방송은 특정 성(性)을 부정적, 희화적으로 묘사하거나 왜곡하여서는 안 된다. 또한 방송은 성별 역할에 대한 고정관념을 조장하여서는 안 된다”(방송심의에관한규정, 개정 2014. 1. 9)는 규정을 두고 있으나, 양성평등 관련 내용이 추상적이고 선언적인 수준에 머물러 있어, 적용의 어려움을 겪을 가능성이 높으며, 실제 양성평등 조항에 따른 규제는

매우 저조하다는 비판을 받고 있다(예컨대, 심미선, 김경희, 강혜란, 윤정주, 최희진, 2015). 즉 심미선 등의 「방송심의제도 특정성별영향분석평가」보고서(여성가족부, 2015)를 보면, 2012년부터 2014년까지의 심의의결 현황을 분석한 결과를 제시하면서, 제재의 비율도 매우 낮을 뿐만 아니라, 처벌 역시 솜방망이 수준임을 다음과 같이 기술하고 있다.

2012년은 총 867건의 제재 건수 중 에 11건(1.3%), 2013년은 총 990건 중 6건(0.6%), 2014년은 957건 중 11건(0.9%)이 제30조(양성평등) 위반으로 법정제재 또는 행정지도를 받았다. 이러한 결과로 미루어볼 때 연간 양성평등으로 법정제재 또는 행정지도를 받은 비율은 1%남짓으로 이 조항으로는 법정제재 또는 행정지도를 거의 받지 않았다고 할 수 있다. 이나마 내용을 살펴보면 행정지도인 의견제시(3건)와 권고(9건)로 지도를 받은 건수는 12건으로 3년간 양성평등으로 법정제재 또는 행정지도 받은 26건 중 46%에 달한다. 방송사 재허가, 재승인에 직접적인 영향을 미치는 법정제재인 주의(7건), 경고(6건) 및 방송프로그램 중지 및 경고(1건)를 받은 건수는 14건에 불과하다(심미선 등, 2015, p.14).

실제 제재를 받은 사례들도, 양성평등 조항의 위반만으로 제재가 이루어진 경우는 전무하고, 제27조(품위유지), 제43조(어린이 청소년의 정서함양), 제44조(품위유지), 제51조(방송언어) 등 연관된 조항을 중복해서 어겼을 때 뿐이라는 것이다. 이 보고서는 이에 대해서 양성평등 조항이 제재 강도가 약하고, 방송통신심의회 위원들의 양성평등에 대한 인지도가 낮은 것이 한 몫 하였음을 지적하고 있다(심미선 등, 2015, p.15). 이러한 분석을 바탕으로 여성가족부는 한국방송통신심의위원회를 통하여, 방송심의에 관한 규정에 이를 반영한 좀 더 구체화된 새로운 규정으로 된 개정안을 마련하도록 권고하였다. 이에 한국방송통신심의위원회는 방송심의에 관한 규정 제30조(양성평등) 조항을 ‘특정 성에 대한 혐오적, 성차별적 표현을 포함하고, 구체적인 성역할 고정관념이나 여성에 대한 성폭력, 성희롱, 성매매, 가정폭력 등을 정당화하는 것, 또한 이를 자세히 묘사하거나 선정적으로 재연하는 것’을 포함하는 개정안을 마련하였고, 입법예고를 거쳐 2017년 1월 1일부터 시행하기에 이르렀다.

이러한 제도적 노력과 함께, 최근의 강남역 사건을 비롯한 온라인 및

6 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

SNS 상의 역차별 논란이나 성별 간 혐오 표현의 확산 등에 대한 예방과 대응 차원의 노력도 함께 기울일 필요성이 여전히 제기되고 있다. 이와 같은 성별 갈등에 대한 직접적인 대응은 되지 못하더라도, 우리사회의 전반적인 성평등의식의 제고와 개선이라는 차원에서 우선순위를 미디어에서의 성차별성 개선과 양성평등문화 확산에 둘 필요성은 여전히 유효한 전략임에 틀림없다.

이를 위한 노력의 일환으로 양성평등한 문화 확산을 위한 법·제도 차원에서의 개선 노력뿐만 아니라, 미디어의 다양한 콘텐츠를 개발·제작하는 방송 관련 종사자(방송 프로듀서, 제작자 방송 외주업체 종사자)들이 쉽게 이용할 수 있는 활용성이 높은 가이드라인을 개발하여 이를 보급하는 것은, 우리 사회 전체로 양성평등의식을 확산하는데 기여할 것이며, 가이드라인 보급 및 관련 교육을 위한 정책의 구체화에도 기여하는 바가 클 것으로 보인다.

이에 본 연구에서는 방송 콘텐츠 제작환경의 변화를 반영하고, 주요 선진국의 양성평등한 방송 제작 가이드라인 및 국내 주요 방송 모니터링 사례들을 참조하여, 방송 콘텐츠 제작자 및 관련 종사자들에게 이해하기 쉽고 활용성이 높은, 방송 프로그램 제작 가이드라인을 개발하고자 하였다. 이를 위해 본 연구에서는 주요 국가 및 영향력 있는 미디어들이 보유한 성평등 가이드라인 그리고 국내의 현행 방송 관련 규정 및 가이드라인의 현황, 성차별 관련 방송심의 사례들을 검토하고, 양성평등 미디어 관련 전문가 및 방송 관련 종사자, 방송심의위원회 관계자, 미디어 모니터링 관련 단체 등의 다양한 의견을 수렴하는 절차를 거쳐 「양성평등 방송 프로그램 제작을 위한 가이드라인」을 개발함으로써 향후 여성가족부의 양성평등문화 확산을 위한 정책 사업(가이드라인 배포·보급 및 방송 관련 종사자 교육)을 지원할 목적으로 수행되었다.

2. 연구내용

- 해외의 주요 국가 및 미디어의 성평등 관련 방송 가이드라인 사례 수집 및 분석

- 미국, 호주, 영국 등 주요 선진국의 성평등 관련 방송가이드라인 수집
- 방송 가이드라인의 주요 내용 및 범주 분석
- 국내 방송 제작 관련 주요 규정 및 가이드라인 현황 분석
 - 방송 제작 관련 규정 검토
 - 방송 제작 관련 가이드라인 현황 분석
- 방송 프로그램의 성차별 및 성평등 사례 모니터링 최근 연구 결과, 방송심의 사례 검토
 - 성차별적(성평등 포함) 방송 프로그램 최근 모니터링 연구 사례 검토
 - 방송심의에서 나타난 성차별 프로그램 사례 검토
- 양성평등한 방송 프로그램 제작을 위한 가이드라인 개발
 - 주요 방송 콘텐츠 및 제작 환경을 고려한 유형별 가이드라인 마련

3. 연구방법

- 문헌연구
- 사례분석
 - 해외 성평등 관련 가이드라인
 - 국내 방송 관련 가이드라인
 - 방송 프로그램 성차별 모니터링 결과 및 방송심의 규정 위반 성차별 방송 프로그램 사례
- 전문가, 방송 관련 종사자 등이 참여하는 전문가 자문회의 및 간담회
 - 방송 및 성평등 전문가, 방송 모니터링 관련 여성단체
 - 방송제작 관련 종사자
 - 방송통신위원회 및 방송 심의 관계자 등이 참여하는 간담회 개최



8 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

4. 기대효과

- 제1차 양성평등정책 기본계획 및 여성폭력 예방 및 양성평등한 사회환경 조성 대책 등의 과제와 부합
- 양성평등한 방송프로그램 제작 환경조성을 통한 양성평등의식 확산에 기여
- 주요 방송사 등에 가이드라인 보급, 배포 및 교육 실시 등의 여성가족부 정책사업 등에 활용 기대

II

해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인

1. 양성평등 미디어 환경변화와 국가별
방송제작 가이드라인 11
2. 각국의 양성평등 방송 제작과 심의 규정 12
3. 국내 방송심의, 제작 관련 규정 및
가이드라인 23



www.kwdl.or.kr

1. 양성평등 미디어 환경변화와 국가별 방송제작 가이드라인

방송매체를 둘러싼 다양한 논의 가운데 양성평등 관점이 핵심 쟁점으로 떠오른 것은 1995년 북경에서 개최된 유엔 세계여성대회에서였다. 이 대회에서 채택한 행동강령(Beijing Platform for Action) 중 미디어에 관한 ‘부문 J’¹⁾에서 관습적으로 행해졌던 성차별적인 묘사 대신에 형평성과 다양성을 반영한 묘사를 위한 모니터링 기구를 만들도록 권장하였다. 양성평등과 성주류화를 근간으로 삼은 북경 행동강령은 여러 국가의 방송정책과 연구개발 등에 적지 않은 영향을 끼쳐왔다(이수연, 안상수, 박경희, 강혜란, 윤정주, 2006). 여기서는, 방송분야 종사자들의 국제기구뿐 아니라 국가별 편집과 제작 가이드라인 중 양성평등과 관련된 규정을 집중적으로 살펴보고자 한다.

2016년 현재 140개국, 60만여 언론인이 회원으로 있는 세계 최대 언론인 기구인 국제언론인동맹(IFJ : International Federation of Journalists)은 양성평등(gender equality)을 주된 관심으로 명시하고 있다. 특히 2001년 제24차 IFJ 세계회의는 서울에서 열렸는데 여기서 채택된 7개의 실행계획은 여성 언론인의 평등한 고용환경 보장과 연대를 비롯해 미디어의 여성 묘사에 주목하였다. 그러나 실제 방송제작 현장에서 반영할 만한 양성평등한 제작 가이드라인이나 모니터링 도구 등은 눈에 띄지 않고 있다.

그밖에 유럽연합(European Union) 산하 성평등유럽기구(EIGE: European Institute for Gender Equality)²⁾에서 펼치는 성주류화 활동 가운데 남유럽에 위치한 몰타공화국에서 2007년에 만든 ‘방송의 양성평등 묘사 가이드라인(Guidelines on Gender Equality and Gender Portrayal in the broadcasting media)’ 등이 있다. 몰타방송당국은 방송제작은 물론 모든 의사결정을 비롯한 방송 산업 전반에서 여성과 남성이 동등한 책임과 권한을 갖고 성별 균형을 갖추어서 참여할 것을 촉구하고 있다. 이 가이드라인은 양성평등을 나타

1) 미디어에 관한 ‘부문 J’는 미디어와 커뮤니케이션 분야 신기술에서 재현과 의사결정에 여성의 참여와 접근을 증진시켜야 하며, 여성에 대한 균형 있고 비정형화된 묘사를 촉진할 것을 요청하고 있다.

2) 성평등유럽기구(European Institute for Gender Equality : EIGE. <http://eige.europa.eu/>)
검색일자: 2016년 11월 16일.

12 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

내는 젠더가 포함된 어휘와 이미지를 방송제작자들이 사용해야 하며, 실제 사회적, 전문적 성취와 직업, 관심사와 역할에서도 양성평등한 재현과 묘사를 강조하고 있다. 나아가 방송 프로그램에서 남성이 더 강하다는 가부장적 권력을 강화해서는 안 되며, 여성을 순종적으로 묘사하거나 주로 집안일과 성적 역할을 지나치게 강조해서는 안 된다고 명시하고 있다. 이 가이드라인은 텔레비전과 라디오, 광고까지 해당된다.

2. 각국의 양성평등 방송 제작과 심의 규정

가. 캐나다³⁾

캐나다는 기본적으로 자율심의 방식을 취하고 있다. 캐나다방송심의평의회(CBSC: Canadian Broadcast Standards Council)⁴⁾는 민영방송사업자들로 구성된 캐나다방송협회(CAB: Canadian Association of Broadcasters)가 만든 독립적인 자율심의 조직이지만 지상파와 라디오, 유료채널, PPV 사업자를 포괄하고 있고 그 밖에 공영방송인 CBC까지도 자체 방송심의가이드라인 외에도 캐나다방송심의평의회의 가이드라인을 준수하고 있다.

캐나다의 경우 방송 산업의 구조변화나 수용자들의 시청행태 추이를 반영하는 가이드라인의 보완과 개정을 꾸준히 해오고 있다. 여성에 대한 성차별적인 묘사를 개선하려고 1990년 만든 ‘텔레비전과 라디오 프로그램의 성역할 묘사 규정’은 2008년 인종, 출생지역, 민족적 태생, 피부색, 종교, 연령, 성적 취향, 결혼여부, 신체나 정신장애 등 훨씬 광범위해진 영역에 걸쳐 부정적인 묘사를 막기 위한 ‘캐나다방송협회 평등 묘사 규정’으로 바뀌었다. 또한 가이드라인 제정 등이 민간자율기구 말고도 시민단체들과 유기적으로 연결되어 진행되고 있다. ‘캐나다방송협회 폭력 규정’, ‘캐나다방송협회 평등 묘사 규정’의 경우 관련 시민단체들의 자문과 캐나다방송통신위원회

3) 캐나다의 방송심의 규정은 「방송통신심의위원회. (2012). 캐나다 방송 심의 규정집. 해외방송통신조사자료」를 참고하여 요약 재구성하였음

4) 캐나다방송심의평의회 홈페이지(<http://www.cbsc.ca>) 검색일자: 2016년 11월 16일

II. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●●● 13

(CRTC)의 권고사항이나 연구보고서를 적극 반영한 것들이다. 나아가 방송심의평의회가 지속적으로 가이드라인의 집행 등 관련 보고서를 만들어 시민과 방송통신위원회에 제공하고 있으며, 민관협력과, 꾸준한 의견수렴을 하고 있다(방송통신심의위원회 2012, 역자서문).

이 글에서는 ‘캐나다방송협회 윤리 규정’을 비롯해 ‘텔레비전 프로그램 폭력에 관한 규정’, 캐나다방송협회의 성 역할 묘사 규정을 대체한 ‘평등 묘사 규정’, ‘캐나다광고협회의 성 묘사 규정’을 통틀어 양성 평등, 성별 역할과 관련한 내용을 살펴볼 것이다. 특히 성별 역할 묘사 규정과 평등 규정을 중점적으로 검토해 보고자 한다.

방송제작 전반에 걸쳐 준수해야 할 업무 윤리 규정인 ‘캐나다방송협회 윤리 규정(CAB Code of Ethics, 2002년 6월 개정)’은 제3조에 성별 역할 고정관념을 명시하고 있다.

제3조 성별 역할 고정관념

방송사는 모든 프로그램에서 여성과 남성 간의 지적·정서적으로 평등한 관계를 반영하여야 하고 성적 착취를 금지함으로써, 성역할 고정관념이 고착되지 않도록 할 책임을 갖고 있다. 방송사는 이를 좀 더 구체적으로 기술하고 있는 ‘텔레비전과 라디오 프로그램의 성별 역할 묘사 규정(Sex-Role Portrayal Code for Television and Radio Programming)’⁵⁾을 지켜야 한다.

* 방송통신심의위원회. (2012)에서 재인용

캐나다에서 폭력에 관한 쟁점은 꾸준하고 중요한 관심사로 여겨져 왔다. 1987년 캐나다방송협회가 중심이 되어 ‘텔레비전 프로그램의 폭력에 대한 규정(Code Regarding Violence in Television Programming)’을 만들었다. 이후 사회 변화에 발맞춰 1992년 규정 개정 작업에 착수한 결과 다음해 새로운 규정이 만들어졌고, 5년마다 재검토하고 있다. 이 가운데 제7조에서 여성에 대한 폭력을 어떻게 다루어야 할지를 규정하고 있다.

5) 이 규정은 2008년 3월 17일부터 ‘평등 묘사 규정’(Equitable Portrayal Code)으로 바뀌었다.

14 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

7.0 여성에 대한 폭력

7.1 방송사는 여성에 대한 어떠한 폭력도 동조하거나 부추기거나 좋게 표현하는 프로그램을 방송해서는 안 된다.

7.2 방송사는 이야기 진행에 꼭 필요하지 않은 한 여성을 폭력의 희생자로 다루지 않는다. 특히 성적 정황에서 여성을 폭력의 희생자로 연결 짓지 않도록 각별한 주의를 기울여야 한다.

* <방송통신심의위원회. (2012)에서 재인용>

1) 캐나다방송협회 평등 묘사 규정 (Canadian Association of Broadcasters' Equitable Portrayal Code, 2008. 3. 17)

기존의 캐나다방송협회의 성별 역할 묘사 규정을 대체하는 이 규정은 텔레비전과 라디오에 나오는 모든 인물의 평등한 묘사를 위해 만들어졌다고 서론에서 밝히고 있다. 원주민단체와 장애인단체 등 캐나다에 거주하는 모든 사람의 부정적 묘사를 지양하는 약속이 반영되어 있다. 세부 규정은 모두 10개 조항으로 이루어져 있는데 평등 묘사와 인권, 부정적 묘사, 고정관념, 낙인과 희생, 신화·전통·관행의 조롱, 비하하는 소재, 착취, 언어와 용어, 맥락의 고려에 이르기까지 모든 조항에서 인종, 출생지, 피부색, 종교, 나이, 성별, 성적 취향 등과 관련해 부당하게 부정적으로 묘사하는 방송을 하지 말아야 한다고 강조하고 있다.

특히 제5조 ‘낙인과 희생’에서는 방송 프로그램 제작진 모두가 평등 쟁점에 각별한 주의를 기울여 특정한 개인이나 집단을 낙인찍거나 희생자로 규정하지 않아야 할 것을 명시하고 있다. 이는 어느 한 집단의 신화나 전통과 관행을 부당하게 조롱하거나 비하하는 결과를 초래할 수 있는 내용을 방송해서는 안 된다는 것으로, 이후의 제6조와 제7조에서도 반복해서 구체적으로 나타나 있다. 또한 제9조에서는 개인이나 집단을 경멸하는 언어와 용어를 쓰지 않도록 하며, 한쪽 성에만 제한된 표현을 자제함으로써 성차별적이지 않은 언어를 사용해야 한다고 밝히고 있다.

2) 텔레비전과 라디오 프로그램의 성별 역할 묘사 규정 (Sex Role Portrayal Code for Television and Radio Programming, 1990. 10. 26)

이 규정은 방송 프로그램이나 광고에서 여성이나 남성을 부정적이고 불평등하게 묘사하고 재현하지 않도록 함은 물론, 대화나 캐릭터와 이미지 등에서도 노골적·암시적 표현을 통해서 불평등하게 묘사하지 않을 것을 촉구하고 있다. 비록 2008년부터 평등 묘사 규정으로 대체되었지만 양성평등 방송 제작을 위한 구체적인 가이드라인으로 현재까지 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 1979년부터 방송업계와 캐나다방송통신위원회 등에서 성별 역할 고정관념을 없애기 위한 부단한 노력과 자정노력을 기울인 결과가 바로 성별 역할 묘사 규정이었다. 이 규정은 방송 프로그램에서 성별에 따른 차별적 묘사를 지양하고, 가정 안팎에서 다양한 직업영역을 반영하는 데 여성과 남성을 동등하게 재현하도록 촉구하고 있다. 프로그램 내용뿐 아니라 기획, 제작과 구매, 광고제작 담당자들까지 이 규정에 주의하도록 할 책임을 방송사에 부여하고 있다. 이 가운데 일반원칙과 성별 역할 가이드라인에서 양성평등 개념을 적극 명시한 부분을 중심으로 살펴보았다⁶⁾.

IV. 일반 원칙

여성과 남성은 사회적이고 직업적인 성과, 기여도, 관심, 행동에 맞도록 묘사해야 하며, 성적 비하를 부추기거나 성적 맥락에서 불필요한 위해를 묘사하지 않도록 한다. 또한 성이 불필요한 폭력에 기인한 비하로 연결되지 않도록 한다. 특히 아동에게 성별 역할 모델을 주의 깊게 제안해야 한다. 나아가 긍정적이고 진보적인 성별 역할 모델 개발에 힘써야 한다. 방송에서 아동의 성적 대상화는 해당 쟁점을 다루지 않는 한 인정되지 않는다.

VII. 규정 : 캐나다방송협회 텔레비전과 라디오 프로그램 성별 역할 가이드라인

(1) 상호작용의 변화

직장과 사회생활, 가사와 여가활동에서 여성과 남성은 전통적 역할만이 아닌 전통적이지 않은 역할까지 포함하는 넓은 역할로 표현되어야 한다.

6) 방송통신심의위원회(2012), 캐나다 방송 심의 규정집. 63~75 요약 재구성함.

16 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

[가이드라인]

성별에 따른 직업 영역이 점차 없어지고, 양육이나 생활방식이 바뀌면서 양성 모두에게 해당하는 역할이나 기회가 점점 다양해지고 있다. 여성과 남성은 구분 없이 다양한 역할로 묘사되어야 한다. 남성이 개인적 관계나 일터에서 항상 공격자의 역할을 하거나, 권력 균형이 남성 우호적으로만 묘사되어서는 안 된다.

(2) 다양성

가. 현대 가족 구조를 묘사할 때 가족 범위의 변화와 다양성을 반영해야 한다.

[가이드라인]

캐나다는 문화, 지리, 경제 환경에 따라 다양한 생활방식과 구성형태로 가족 개념이 변화해왔다. 이혼이나 별거가 초래한 변화만 아니라 서로 다른 인종간의 결혼, 한부모 가정, 서로 다른 형태의 결혼과 관계가 혼재된 가족, 무자녀와 입양 가족 등 다양한 가족 단위를 공존하고 있다.

나. 모든 사람이 가족, 집안 운영, 가사에 함께 하는 것으로 묘사해야 한다. 의료와 재정 문제를 비롯해 의사결정과 책임에서 여성과 남성이 동등하게 참여하는 역할로 나타나야 한다.

다. 방송 프로그램은 남성과 여성은 지적, 정서적으로 평등하며, 여러 종류의 직업을 수행하고 모든 상황에서 지적, 정서적으로 평등한 존재로 기능하도록 묘사해야 한다.

[가이드라인]

여성과 남성은 공적·사적 영역에서 경제적·정서적으로 서로 도와 편안한 삶을 추구하는 것으로 묘사되어야 한다. 사회 체계적인 차별의 문제에도 불구하고, 텔레비전과 라디오 프로그램은 성별에 근거한 차별을 막고 극복할 필요성에 공감하며 이를 프로그램에 담아야 한다.

(3) 인구통계학적 분포

방송은 폭넓은 영역에 걸쳐있는 자국민의 삶을 묘사해야 한다. 여성과 남성은 나이, 시민적 지위, 인종, 민족문화적 태생, 외모, 성적 취향, 배경, 종교, 직업, 사회경제적 조건, 레저 활동 등 영역에서 인구통계학적 다양성이 공평하게 묘사되어야 한다.

[가이드라인]

남성과 견주어보면, 텔레비전에서 여성은 연령, 용모, 배경, 직업, 생활방식,

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●●● 17

관심사 등에서 때때로 더욱 제한적 형태로 묘사되어 왔다.

(4) 착취

여성, 남성, 아동을 착취하는 프로그램을 방송해서는 안 된다. 성별 역할과 속성을 비하하거나 부정적으로 발언하지 않는다. 옷차림, 카메라를 통한 특정 신체 부위를 부각하는 등 특정한 성을 비하해서는 안 된다. 옷차림이나 행동을 통한 아동의 성적 대상화는 용인되지 않는다.

[가이드라인]

옷차림을 통한 ‘성적 착취(sexploitation)’는 전통적으로 성별 차이를 보인 분야다. 여성이 지나친 노출이나 유혹적 자세로 훨씬 더 많이 묘사되어 왔다.

(5) 성차별적 언어

양성평등은 적절한 언어와 용어를 사용함으로써 인식이 향상될 수 있다. 방송사는 자신의 프로그램에서 특정한 성에 제한된 표현을 자제하여 성차별적이지 않은 언어를 사용해야 한다.

[가이드라인]

성차별적 언어란 불필요하게 한쪽 성을 배제하거나 불평등하게 다루는 언어로서, 성별에 따른 특정 역할이나 속성을 부여하는 태도나 재현을 영구적으로 만들 수 있다. 일반적인 것을 말할 때 남성을 나타내는 단어를 독점적으로 쓰지 않는다.

(6) 균형

방송사는 화면 밖 해설(보이스오버)이나, 전문가와 관계당국자 등을 인용할 때 여성과 남성의 실제적인 균형을 이루어야 한다. 뉴스와 시사 프로그램에서 남성과 여성은 폭넓은 직업·의사와 정책 결정 역할에서 동등하게 등장해야 한다.

[가이드라인]

평등한 재현이라는 최종 목표에 도달하기 위한 변화를 실제로 보여주어야 한다.

(7) 가시성과 참여

방송사는 프로그램 안팎 제작환경에서 여성의 가시성과 참여를 늘려야 한다.

[가이드라인]

여성과 남성이 출연자와 업계의 정책이나 의사 결정자로서 동등하게 참여하도록 해야 한다. 프로그램 제작자 명단에 여성이 더욱 많아져야 하며 고용평등법을 지켜야 하는 방송 산업의 책무에 충실해야 한다.

18 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

(8) 프로그램 개발과 구매

방송사는 프로그램 개발에서나 해외 프로그램 구매에서도 성별 역할 묘사 문제에 주의해야 한다.

[가이드라인]

자사 프로그램 개발을 비롯해 외주제작사, 독립제작사와 신디케이터까지 이 규정에 관심을 기울여야 하며, 성별 역할 묘사 관련 개념이 프로그램 컨셉에도 반영되도록 애써야 한다.

(9) 상업적 메시지

성별 역할 묘사 규정의 다양한 부분이 광고와 같은 상업적 메시지에도 적용되어야 하며, 여성과 남성은 나이, 능력, 외모, 민족, 직업, 가족 구조, 가정 내 역할과 책임에서 다양하게 표현되어야 한다.

[가이드라인]

될 수 있는 한 어떤 성차별적인 언어도 사용되어서는 안 된다. 여성이든 남성이든 거리낌 없이 성적으로 착취하거나 불필요하게 폭력을 행사해서는 안 된다. 상업적 메시지는 등장인물이나 화면 밖 해설에서 여성과 남성을 균형 있게 나타내야 한다.

* <방송통신심의위원회. (2012)에서 재인용>

3) 캐나다광고협회의 성별 묘사 가이드라인(Gender Portrayal Guidelines)

고정관념 규정(Stereotyping Guidelines)은 원래 1981년 캐나다방송통신위원회(CRTC)의 방송매체의 성별 역할 고정관념 관련 전략팀에 의해 개발되었다. 1981년 캐나다광고표준(Advertising Standards Canada, 이후 캐나다광고재단(Canadian Advertising Foundation))에서 광고업계를 대신하여 가이드라인의 관리를 맡았으며, 모든 캐나다 유료매체로 범위를 확장하였다. 이 규정은 1987년 개정되었고, 이후 1993년에 지금의 성 묘사 규정(Gender Portrayal Guidelines)으로 이름을 바꾸고 개정하였다.

■ 설명 안내

1. 광고의 개별 요소가 특정 규정을 위반하지 않더라도 광고의 전체적인 인상은

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●● 19

성 평등이란 정신을 침해하지 않도록 확실히 주의해야 한다.

2. 이 규정은 여성과 남성 모두에 해당하는 반면, 일부 조항은 특히 여성의 묘사에 관한 것이다. 남성과 여성은 부정적으로 묘사되는 위험에 동일하게 노출되지 않는다.
3. 광고에서 유머는 예술과 역사적 설정의 작품에서 긍정적인 요소가 될 수 있다. 그러나 이러한 기술은 여성이나 남성을 고정관념화하거나 오늘날 용인할 수 없는 행동을 묘사하는 데 변명의 구실이 될 수 없다.

■ 성 묘사 규정(Gender Portrayal Guidelines)

1. 권한

광고는 실제 광고 대본 안의 역할에서나, 아나운서나, 화면에 나타나지 않는 해설자의 목소리, 전문가 등을 통해 묘사할 때도 여성과 남성의 역할을 동등하게 묘사해야 한다.

2. 의사결정

돈이 많이 드는 물건을 비롯해 모든 구매에서 여성과 남성 모두 하나의 의사결정자로 묘사되어야 한다. 공동 의사결정 시에도 남성과 여성 모두 직장에서도 가정에서도 동등한 참여자로 묘사되어야 한다.

3. 성(Sexuality)

광고에서는 여성과 남성 모두 부적절한 성적 이용과 착취를 피해야 한다.

4. 폭력

어떤 성별이든 한 성이 다른 성에게 명백하거나 암시적인 위협이나 실제 폭력을 가하는 것을 묘사해서는 안 된다.

5. 다양성

광고는 다양성이란 전체 영역에서 여성과 남성 모두를 묘사하고 가정 안팎 광범위한 부분에서 남녀 모두 동일하게 능숙하다는 것을 표현해야 한다.

6. 언어

광고는 여성이나 남성을 잘못 묘사하거나, 불쾌감을 유발시키거나, 제외시키거나 하는 언어를 피해야 한다.

* <방송통신심의위원회. (2012)에서 재인용>

나. 영국

영국은 2003년에 오프콤(Ofcom : Office of Communications)이 새로 출범하면서 기존의 독립텔레비전위원회(ITC)를 비롯한 5개 방송통신기구를 통합함으로써 방송에 대한 규제가 하나의 창구로 이루어졌다. 오프콤은 같은 해 만들어진 통신법(Communication Act)과 1996년 제정된 방송법(Broadcasting Act)을 기초로 분야별 규정을 만들었다.

10개 부분으로 이루어진 ‘오프콤 방송규정(Ofcom Broadcasting Code)’에서 양성평등을 명확히 밝힌 항목은 눈에 띄지 않는다, 다만 부록에서 이 규정의 법적 근거로 유럽인권협정(European Convention on Human Rights) 제14조를 제시하고 있을 뿐이다. 성차별과 관련한 구절은 별도의 규정으로 나타나지 않고 “소수민족이나 재산, 출생 등과 연관한 차별 없이 또한 성별, 인종, 피부색, 언어, 종교, 정치적 견해 등에 근거한 차별 없이 인간의 권리와 자유를 누려야 한다”고 1항에 나타나 있다.⁷⁾

공영방송인 BBC 역시 오프콤에서 만든 규정에서처럼 ‘편집 가이드라인(Editorial Guidelines)’을 통해 급변하는 미디어 환경의 변화를 적극 반영해 다루고 있다. 정확성, 불편부당성, 다양성, 공정성, 합의, 사생활, 범죄와 반사회적 행위, 불쾌감을 유발하거나 유해한 행위, 어린이, 정치와 공공정책, 전쟁·테러와 긴급 상황, 종교, 편집의 진실성과 독립 등 모두 15개 항목에 걸쳐 규정하고 있다(이수연, 안상수, 박경희, 강혜란, 윤정주, 2006, p.12).

이 가운데 ‘위해와 불쾌감 유발(harm and offence)’ 규정 중 언어 부문에서 불경스런 성적 욕설, 성과 관련한 욕설, 성차별적인 욕설 등이 금지 조항으로 명시되어 있다. 그 동안 BBC에서는 ‘제작자를 위한 가이드라인(Producers' Guidelines)’을 통해 방송프로그램 제작현장에서 반영할 수 있는 방침을 마련해오다 오프콤이 발족되면서 ‘편집 가이드라인’을 새로 만들었다. 그러나 현재보다는 이전의 가이드라인이 양성평등과 관련한 세부 규정이 분명하고, 성차별적인 언어의 근거와 기준도 명시하고 있으므로 여기서는 제작자

7) 오프콤 방송 규정(2016) 중 부록3 ‘유럽인권협정’ 제14조 제1항 참조.
(https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0024/49308/Ofcom-broadcast-code-May-2016.pdf)

II. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●● 21

를 위한 가이드라인을 살펴보았다.⁸⁾

■ 제작자를 위한 가이드라인(Producers' Guidelines : BBC)의 주요 부분⁹⁾

제9장 : 공정성 원칙에 따라 인물을 다룰 때는 어떤 집단에 속한 사람들도 충분히 대표되지 않거나 부적절하게 묘사되지 않도록 한다.

2절 : 대부분의 사람이 관심을 갖는 문제를 다룰 때는 감정을 상하게 하거나 부정확한 고정관념을 드러내서는 안 된다. 특히, 흑인을 범죄자로 규정하고, 여성을 주부로 한정하고, 장애인을 희생자로, 노인을 무능력자로 단정하여 묘사하지 않는다.

3절 : 인구의 다수를 구성하고 있지만 여성은 아직도 어느 부분에서는 차별당하고 있고 방송에는 훨씬 적게 보이고 있다. 방송에서 성차별적인 언어를 쓰지 않는 것은 특정 활동이 한 성만의 전유물이라는 인상을 심어주지 않는 방법의 하나다.

제6장 : 취향과 점잖음(taste and decency)

10절 : 성폭력과 가학적 성 묘사에 주의해야 한다. 여성과 남성의 나체에 대해서 다른 기준을 적용해서는 안 된다. 또한 인물의 신체적인 매력에만 한정해서 성을 묘사해서는 안 된다.

11절 : 코미디에서는 인종, 종교, 연령, 장애나 성에 대한 농담을 할 때 고정관념을 담지 않도록 주의해야 한다.

* <이수연 등. (2006, p. 11-13)에서 재인용>

다. 호주¹⁰⁾

호주 정부는 1986년 국무총리실 내 여성지위국을 중심으로 미디어의 여성상 개발에 관심을 쏟아왔으며 1988년 이를 위한 ‘공정한 묘사 가이드라인(Fair Exposure Guideline)’을 제시하였다. 또한 광고 분야의 성차별 개선을

8) 이수연 외(2006). 성평등한 미디어 언어 개발을 위한 모니터링 및 연구. 여성가족부. 11~13 재인용.

9) 이수연 외(2006). 성평등한 미디어 언어 개발을 위한 모니터링 및 연구. 여성가족부. p.11-13을 참고하여 작성되었음

10) 이수연 외(2006). 성평등한 미디어 언어 개발을 위한 모니터링 및 연구. 여성가족부. p.13-18을 참고하여 작성되었음

22 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

위한 코드를 개발하는 움직임으로 확대되어 이듬해 여성 묘사에 관한 특별 기구(National Working Party on the Portrayal of Women)를 만들어 이 문제를 집중적으로 다루게 하였다. 이 기구는 정부와 관련 산업, 미디어 종사자, 심의관련 조직, 시민단체 등이 참여해 1991년 광고의 여성에 관한 묘사 가이드라인을 만들었고, 방송에서 여성의 모습과 세계관을 정확하게 담아내도록 정책 및 조사 활동을 펼쳐왔다. 이 같은 정부 차원의 움직임은 광고심의 위원회가 적극적으로 성평등성을 고려한 광고가 시장에 수용 가능한지를 측정하는 활동을 하도록 영향을 끼쳤다. 나아가 광고업체들이 성차별 코드를 개발해 알리도록 하는 효과를 가져왔다.¹¹⁾

이후 2003년 호주여성미디어센터(National Women's Media Centre)가 사라지면서 별도의 성평등 가이드라인이나 지침도 실제 방송현장에서 보이지 않게 되었다. 반면 성평등 관련 방송규정은 크게 인종적, 민족적, 성별 다양성 개념에 포함되어, 일반적 규정으로 되었다.

호주민영방송규정¹²⁾은 2010년에 이어 2015년 개정되어 12월 1일부터 호주민영방송규정 2015(2015 Commercial Television Industry Code of Practice)¹³⁾에 따라 규제와 심의 활동이 펼쳐지고 있다. 2004년 방송규정에서는 ‘금지되는 방송 내용(Proscribed Material)’에 연령, 피부색, 성별, 국적, 민족, 장애, 인종, 종교, 성적 취향 등에서 심각한 혐오나 경멸을 부추기는 것을 분명히 규정하고 있다. 또한, 지난 2010년 개정된 호주상업방송규정에는 ‘금지되는 방송 내용’ 가운데 리얼리티 프로그램 참여자 부분이 더해졌다. 이 프로그램에 참여하는 사람들을 성적으로 표현해서는 안 되며, 인격을 모독하거나 업신여겨서는 안 된다는 내용이다. 최근 개정된 2015판 방송규정에서도 ‘방송에 부적합한 내용(Material not suitable for broadcast)’ 항목에서 연령, 피부색, 성, 인종과 국적, 장애, 종교, 성적 선호 등을 이유로 개인이나

11) 이수연 외(2006). 성평등한 미디어 언어 개발을 위한 모니터링 및 연구. 여성가족부. p.11에서 재인용.

12) 호주민영방송실행코드2010 (Code of Practice 2010).

http://www.abc.net.au/mediawatch/transcripts/1239_code.pdf 검색일자: 2016년 11월 16일

13) 호주민영방송실행코드2015 (Code of Practice 2015). http://www.acma.gov.au/~media/Broadcasting%20Investigations/Regulation/pdf/Commercial_Television_Industry_Code_of_Practice_2015%20pdf.PDF 검색일자: 2016년 11월 16일

II. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ••• 23

집단에 대한 심각한 혐오나 경멸, 심각한 조롱을 불러일으키는 것을 방송해서는 안 된다고 명시하고 있다.

라. 미국

그 동안 미연방통신위원회(Federal Communications Commission : FCC)는 시청자에게 불쾌할 만한 음란여부가 심각한 수준에서 결정될 경우에만 벌금을 부과하거나 제재조치를 취해왔다. 토크쇼나 리얼리티 프로그램 등에서 옷을 벗기는 사건, 생방송 도중에 욕설을 내뱉는 사건 등에 대해서 연방통신위원회는 벌금을 부과한 바 있다. 이에 반발한 방송사가 소송을 했으나 대법원은 무상의 공공재인 방송은 국민을 위해 의무를 다해야 한다고 판결하며 연방통신위원회의 손을 들어주었다.

미국은 표현의 자유와 개인의 사생활 보호를 최우선 가치로 삼는 만큼 성평등에 대한 명시적인 규정이나 지침은 찾아보기 힘들다. 다만 선정성이나 외설, 음란과 관련된 방송 프로그램에 대한 규제와 감시가 있는 정도이다. 연방통신위원회에서 지난 2001년 만든 방송의 외설 관련 정책지침 (Indecency Policy Statement)은 외설의 의미와 내용을 정확히 밝히기 위해 그 동안의 선정성(외설) 규제 관련 법정 논쟁을 상세히 다루고 있다. 또한 법적 규제의 근거를 명확히 하고 방송의 선정성을 판단하기 위한 연방통신위원회의 기준을 설명하는 내용과 선정성 규제 과정 등을 수록하고 있다.

3. 국내 방송심의, 제작 관련 규정 및 가이드라인

가. 방송 제작 관련 주요 규정 현황

양성평등 미디어 부문에서 관심은 ‘제7차 경제사회발전 5개년 계획(1992)’에서 미디어 속의 성차별적인 요소 개선 노력에서 비롯되었다(안상수, 김인순, 박경희, 2007, p.12). 그러나 방송심의 기준을 강화하고 이와 관련된 모니터링 확대를 통한 성평등의식 제고노력은 별다른 진전을 이루지 못했고,

24 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

이후 미디어를 통해 시도한 성차별 개선 사업이 포함된 ‘여성의 사회 참여 확대를 위한 10대 과제(1995)’도 노력을 기울였지만 성차별적 방송 환경을 바꾸기에는 역부족이었다고 평가되었다(안상수, 김인순, 박경희, 2007, p.12). 그 이후 양성평등하지 못한 미디어의 환경을 개선하고자 하는 노력은 2000년에 이르러 마련된 통합방송법의 제33조에 방송심의에 관한 규정에 양성평등 조항을 포함시키는 성과를 낳았다. 그러나 양성평등 관련 규정이 과거나 현재나 실제 심의에 제대로 적용되지 않고 있다는 지적은 크게 달라지지 않았다. 지나친 폭력성이나 선정성, 심각할 정도로 저속한 방송언어 등에 대한 제재만 초점이 맞추어지고 있을 뿐 성역할 고정관념이나 성차별적인 표현이나 묘사에 대해서는 심의와 제재가 엄격히 적용되지 못하고 있는 실정이다(안상수 등, 2007; 심미선 등, 2015). 우선 방송위원회의 양성평등 관련 심의 규정을 살펴보고, 국내의 주요 가이드라인의 제작 동향을 살펴 보았다.

1) 방송통신위원회 방송심의를 위한 규정 개정 경과

방송심의에 관한 규정을 마련하기 위한 노력은 2000년에 이르러 통합방송법 제33조 방송심의에 관한 규정에 양성평등 관련 조항을 마련하는 교두보를 마련하는 성과를 거두었다. 초기의 이 규정은 ‘방송은 특정 성(性)을 비하하거나 성차별을 옹호, 합리화, 조장하는 내용을 다루어서는 아니 된다’라고 간략히 명문화되었으나, 몇 차례의 개정을 거듭하여, 2013년 8월까지 개정된 방송통신심의위원회의 방송심의에 관한 규정 제30조(양성평등)에 3개의 하부 조항을 두는 형태로 자리 잡았다. 이는 다시 2016년에 2개의 신규 조항이 추가되어, 2017년 1월 1일부터 기존 3개의 조항에서 5개의 하부 조항을 지닌 규정으로 시행을 앞두고 있다.

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●● 25

〈표 Ⅱ-1〉 방송심의 규정 개정 경과

개정 년도	내용
2000년	통합방송법 제33조 방송은 특정 성(性)을 비하하거나 성차별을 옹호, 합리화, 조장하는 내용을 다루어서는 아니 된다'
2004년	제29조(양성평등) ①방송은 양성을 균형있고 평등하게 묘사하여야 한다. ②방송은 특정 성(性)을 부정적, 회화적으로 묘사하거나 왜곡하여서는 아니 된다. ③방송은 성차별적인 표현을 하거나 성별 역할에 대한 고정관념을 조장하여서는 아니된다
2014년	제30조(양성평등) ①방송은 양성을 균형 있고 평등하게 묘사하여야 하며, 성차별적인 표현을 하여서는 아니 된다. <개정 2014.1.9> ②방송은 특정 성(性)을 부정적, 회화적으로 묘사하거나 왜곡하여서는 아니 된다. ③방송은 성별 역할에 대한 고정관념을 조장하여서는 아니 된다. <개정 2014.1.9>
2016년 (안)	제30조(양성평등) ① 방송은 양성을 평등하게 묘사하여야 한다. ② 방송은 특정 성(性)을 부정적, 회화적, 혐오적으로 묘사하거나 왜곡하는 등 성차별 적인 표현을 하여서는 아니 된다. ③ 방송은 특정 성을 다른 성보다 열등한 존재로 다루거나 객관적인 근거 없이 특정 성의 외모, 성격, 역할 등을 획일적으로 규정하는 내용으로 성 역할에 대한 고정관념 을 조장하여서는 아니 된다. ④ 방송은 성폭력, 성희롱 또는 성매매, 가정폭력 등을 정당화할 우려가 있는 내용을 방송하여서는 아니 된다. ⑤ 방송은 성폭력, 성희롱 또는 성매매 등을 지나치게 자세하게 묘사하거나 선정적 으로 재연하여서는 아니 된다.

출처: 법제처. (2016). 국가법령정보센터의 자료; 2016년도 심의규정은 현재 개정이 이루어져,
2017년 1월 1일부터 시행될 예정에 있음.

나. 국내 가이드라인 제작 동향

양성평등 관련 국내 가이드라인 제작 동향을 살펴보면, 우선 2001년에 여성가족부가 뉴스와 오락프로그램을 대상으로 「방송심의용 가이드라인」이 개발된 바 있고, 여성민우회의 「성평등적 관점의 방송심의 가이드라인」 그리고 국가인권위원회와기자협회가 공동으로 제정한 「인권보도준칙」 가운데 제4장에 「성평등」 부분에 포함된 가이드라인이 대표적이다. 또한 성범죄나 성폭력을 지나치게 자세히 그리고 선정적으로 다루는 것에 대해 이를 금지하는 일련의 보도 가이드라인들이 출현하게 되었는데, 대표적인 것들로

26 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

국가인권위원회와 한국기자협회 공동의 「성폭력 범죄 보도 세부 권고 기준」, 경향신문의 「성범죄 보도 준칙」, 한국성폭력상담소의 「성폭력 피해 생존자의 보도 과정에서의 권리와 ‘성폭력 피해자의 2차 피해를 최소화하는 보도 과정 가이드」, 한국여성민우회의 「성폭력 보도 가이드라인」 등이 있다.

여성가족부의 「방송심의용 가이드라인」은 2000년 통합방송법 33조에 성평등 관련 조항이 포함된데 따른 후속 조치의 성격이 강하고, 방송심의에 필요한 구체적인 기준과 사례를 제시하는데 의미가 있었다. 당시 여성가족부는 한국여성정책개발원(현 한국여성정책연구원)에 의뢰하여, 「성차별 개선을 위한 텔레비전 모니터 결과보고서」(이수연, 김양희, 2001)라는 연구 결과를 토대로 ‘오락프로그램을 위한 심의가이드라인’과 ‘보도프로그램을 위한 심의가이드라인’을 개발하였다. 이어서 2003년에는 「TV광고의 성차별 현황에 대한 모니터 결과 보고서」(이수연, 2003)를 통해 이를 확장한 ‘TV광고를 위한 심의가이드라인’을 추가 개발하였다.

2001년 여성가족부에 제출된 ‘성차별 개선을 위한 텔레비전 모니터 결과 보고서’ (이수연, 김양희, 2001)에서는 방송 3사의 텔레비전 뉴스와 드라마를 대상으로 성차별성과 그 경향을 분석하였다. ‘뉴스 앵커’, ‘취재기자’, ‘특파원’, ‘인터뷰어와 인터뷰이’, ‘초점이 되는 보도대상’의 성별과 역할, 중요도 등을 기준으로 구성된 분석틀을 가지고 뉴스의 성차별성을 분석하였다. 이 분석틀은 성차별지수 형태를 띠고 있는데, 이 분석에서는 특히 캐나다 토론 토에 주재하고 있는 미디어 감시 기구인 미디어 워치(Media Watch)에서 발간되는 통계자료와 비교하여 한국의 텔레비전 뉴스에서 나타나는 성차별성이 더욱 크다는 사실을 밝히고 있다. 뉴스 이외에 드라마의 경우, 등장인물, 그의 관심사, 남녀의 관계, 장면 분석 등을 통해 성차별성을 판단하였다. 이 분석틀은 2002년에 실시된 방송 모니터링에서 시트콤에도 적용된 바 있고, 뉴스, 드라마, 시트콤, 오락 프로그램에까지 모니터링 범위를 넓혀 그 성차별성에 대해서 살펴보았다. 2003년에는 방송 광고 부문에도 모니터링을 실시하여 그 적용 범위를 확대하였다. 2003년의 광고에 대한 모니터링은 그 성차별성에 대해서 뿐만 아니라 관점을 달리 하여 성평등성까지도 측정하려 시도하였다는 점이 주요한 특징이다. 성차별성의 두 축을 이루는 ‘성적

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●●● 27

대상화' 영역과 '성역할 고정관념 강화' 영역 가운데 성역할 고정관념 영역에서는 고정관념을 탈피하고자 하는 대안성과 다양성을 제시하려는 광고도 성평등성을 고려하는 대상으로 삼은 바 있다(안상수 등, 2007에서 재인용).

또한 한국여성민우회는 성차별 관련 미디어 환경 개선운동과 방송프로그램에 대한 여성주의적 모니터링을 실시해오면서, 방송위원회의 심의규정이 실질적인 내용규제의 실효성이 낮다는 점과 관련 조항의 적용에서 성평등적 관점이 부족하였다는 점을 지적하면서, 별도의 성평등 관점의 가이드라인을 마련하여 제시하고 있다. 한국여성민우회의 성평등적 관점의 방송 가이드라인은 '성역할 왜곡', '외모차별', '성폭력', '성희롱', '가족의 다양성 훼손', '성차별적 언어'라는 5개 영역에 세부 가이드라인을 두는 형식으로 이루어졌다.

국가인권위원회와 기자협회가 공동으로 제정한 「인권보도준칙」은 언론이 보도과정에서 최소한의 인권관점과 원칙을 준수하여야 한다는 공감대 형성에 따라 공동으로 이루어진 것이다. 이 가이드라인은 전문, 10개 조의 총강, 8개 분야의 요강으로 구성되어 있으며, 분야별 요강에는 보도 사례를 포함해 실천 매뉴얼을 별도로 두고 있다. 8개 분야는 민주주의와 인권, 인격권, 장애인 인권, 성평등, 이주민과 외국인 인권, 노인 인권, 아동 인권, 성적소수자 인권으로 되어 있다. 즉 인권보도준칙의 「제4장 성평등」은 양성평등 관련 가이드라인의 성격을 갖추고 있다.

1) 여성가족부의 남녀평등문화 확산을 위한 방송심의용 가이드라인¹⁴⁾

■ 여성가족부의 방송심의 가이드라인 기본원칙

- ① **고정관념의 탈피** : 미디어에서 여성과 남성의 묘사는 그들의 실제 사회적, 직업적 성취와 공헌, 관심과 활동에 필적하고 그것을 반영해야 한다.
- ② **다양성의 추구** : 여성과 남성의 시각과 가치관 차이, 또한 동일한 성 안에서의 다양한 시각과 가치관 그리고 모습을 제시해주는 것이 텔레비전의 책임이다.
- ③ **현실의 정확한 전달과 대안의 제시** : 드라마에서는 더욱 평등하고 민주적인 남녀

14) 안상수, 김인순, 박경희. (2007). 「대중매체 성차별 개선 모니터링 결과보고. 여성가족부 보고서」의 p.12-18에서 재인용.

28 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

관계를 보여줌으로써 시청자들로 하여금 그러한 대안적인 남녀관계가 가능하다고 설득시킬 수 있다. 또한 보도 프로그램에서도 여성의 적극적인 사회활동을 보도하고 여성에 관련된 기사를 많이 내보내서 여성의 사회활동의 긍정적인 점을 강조해야 한다. 인터뷰 및 초점 보도 대상에 더욱 많은 여성을 채택하고 많은 여성 전문가를 활용하여 여성이 동등하게 참여하고 능력을 발휘하는 세상의 모습을 보여주어야 한다.

- ④ **성차별적 언어 및 여성에 대한 폭력성의 탈피** : “여자가...”, “여자 주제에...”, “여편네”, “암탉이 울면...” 등의 적나라한 성차별적 표현을 삼가는 것은 물론이고 굳이 성을 밝힐 필요가 없는 데에 “여류 ○○○” “여성 ○○○” 같이 성을 지시하는 말 대신 좀 더 중립적인 표현이 바람직하다. 무엇보다 여성 개개인을 고유하고 독립적인 인격체로 대우하는 표현이 필요하다.

■ 여성가족부의 오락 프로그램용 심의 가이드라인¹⁵⁾

① 가부장 중심성, 남존여비 사상

- 남존여비 : 여성이 감히 남성과 같은 권리를 누릴 수 있느냐는 태도
- 여성 비하적 행동 : 여성에게 반말을 쓰거나 미성숙하고 유치한 사람에게 적용되는 표현을 사하는 경우
- 불평등한 남녀관계 : 불평등한 부부관계 묘사, 남녀 진행자 사이에 불평등한 언어 사용, 이혼한 여성이나 남성보다 나이가 많은 여성을 결혼 부적격자로 표현하는 경우
- 가사노동의 평가절하 : 전업주부를 무위도식자로 표현하거나 가사노동을 여성의 전유물로 규정하는 경우

② 전통적 여성성, 남성성 강조

- 여성성, 남성성에 대한 고정관념 : 여성을 창녀와 성녀로 이분화하거나, 이상적 여성상을 전통적 역할에 한정하거나 여성을 꽃에 비유하는 경우
- 신데렐라 콤플렉스의 표현 : 결혼이나 연애를 통한 여성의 신분상승 환상을 부추기는 표현
- 아름다움을 여성성의 절대조건으로 간주 : 여성이 아름답지 못한 것을 결격사유 취급
- 여성의 미를 정형화 : 여성의 미를 외적인 기준으로만 판단해 젊고 날씬하고 고운 피부와 서구적 몸매 등을 여성미의 절대적 기준으로 삼는 경우

③ 모성, 현모양처 신화

- 모성을 여성의 절대적 가치로 간주 : 결혼하지 않은 여성은 여성의 이상상에

15) 안상수, 김인순, 박경희. (2007). 「대중매체 성차별 개선 모니터링 결과보고. 여성가족부 보고서」의 p.12-18에서 재인용.

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●●● 29

도달할 수 없다거나 자식을 포기한 여성의 경우 행복을 누릴 자격이 없는 것처럼 표현하는 경우

④ 여성의 대상화

- 여성을 남성의 부속물로 간주 : 여성을 상대 남성의 권력이나 재력의 척도인 것처럼 표현
- 여성의 육체의 시각적 대상화 : 여성에게 과도하게 노출된 옷을 입게 하거나 여성의 몸의 일부를 클로즈업하거나 여성의 몸을 위아래로 훑는 카메라 움직임의 경우
- 여성의 육체를 농담의 소재로 삼음
- 여성의 외모에 대한 지나친 비판 : 여성의 외모를 희화화하거나 여성의 신체적 결점을 강조
- 여성의 무기는 성적인 매력인 것으로 간주
- 여성의 점수화 : 여성의 신체 사이즈로 여성의 가치를 매기거나 여성의 가치를 점수로 환산하는 경우

⑤ 성차별적 언어

- 여성을 성적인 대상으로 규정하는 언어 : “여자가 불륜이 있어야지”처럼 여성의 기본적인 가치는 남성의 성적 욕구 충족에 있다는 것을 암시하는 경우
- 수동적인 것을 정상적인 여성성으로 규정하는 언어 : “무슨 여자들이 겁도 없어”처럼 적극적이고 활동적인 여성은 여성성에 맞지 않는 여성으로 표현하는 경우
- 부정적인 의미로 여성에게만 사용되는 언어 : 전형적으로 열등하고 부정적인 여성 이미지를 표출하는 언어
- 전통적인 성역할관을 전제로 하는 표현 : “여자가 밥이나 해라”, “시집이나 가라” 등 성역할관에 근거하여 여성을 경시하는 표현
- 여성을 대상화하는 표현 : 여성을 동물이나 물건에 비유하는 경우
- 외모에 대한 열등감을 조장하는 표현 : 여성의 신체가 아름답거나 날씬하지 못함을 빗대어 말하는 경우

■ 여성가족부의 보도 프로그램용 심의 가이드라인¹⁶⁾

① 가부장적 사고의 반영

- 성별 역할에 대한 고정관념 : 맞벌이 부부인 경우에도 가사의 일차적 책임은 여성에게 있는 것으로 표현하는 경우
- 여성성, 남성성에 대한 고정관념 : 부정적인 시사점을 가진 사건을 보도할

16) 안상수, 김인순, 박경희. (2007). 「대중매체 성차별 개선 모니터링 결과보고. 여성가족부 보고서」의 p.12-18에서 재인용.

30 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

때 남녀 모두에게 적용되는데도 여성과의 관계만을 강조하는 경우

② 여성 몸의 대상화

- 여성 몸의 불필요한 강조 : 불필요하게 여성의 몸을 보여주거나 여성의 몸을 클로즈업하는 것, 여성의 몸에 시선을 끄는 카메라 움직임의 경우

③ 선정성

- 선정적인 장면 : 선정적인 춤 같이 여성을 성적으로 대상화하는 장면의 경우
- 기사와 무관하게 여성을 대상화하는 영상 : 기사와 아무런 관련이 없는데도 영상에 여성을 비추거나 특히 선정적인 여성의 모습을 보여주는 경우
- 여성관련 기사 및 여성 범법자에 대한 선정적 시각 : 범법자가 여성이라는 이유로 사건을 필요 이상 강조하거나 시각적으로 지나치게 자세히 보도하는 경우
- 희생자로서의 여성을 지나치게 강조

④ 여성의 과소 대표

- 여성관련 주제의 기사 부족
- 여성 전문가의 과소 등장

⑤ 성차별적 언어

- 여성 비하적 표현 : 여성 능력의 과소평가하고, 남성을 준거로 여성이 남성 보다 부족함을 시사하거나 여성운동에 대해 부정적인 시각을 표현하는 경우
- 여성의 성을 불필요하게 강조하는 표현 : 공직을 맡은 여성이나 전문직 여성 임에도 불구하고 그 여성의 결혼상태 혹은 육체적, 감정적 상태에 초점을 맞춰 표현하는 경우
- 전통적 성역할을 강조하는 표현 : 정조 관념이나 여성 희생 같이 여성에게 억압적인 미덕을 찬양하는 표현

■ 텔레비전 광고의 성차별성 체크리스트¹⁷⁾

① 성적 대상화 : 여성을 성적으로 대상화시키는 경우

- ① 여성의 몸의 일부를 따로 강조한다.
- ② 상품과 관계없이 여성의 몸을 전시한다.
- ③ 여성의 몸을 상품과 동일시한다.
- ④ 대사 속에서 여성의 성적 대상화를 암시한다.
- ⑤ 남성인물이 여성의 몸을 들여다보는 등 남성인물의 성적 행위나 성적 의도가 보인다.

17) 안상수, 김인순, 박경희. (2007). 「대중매체 성차별 개선 모니터링 결과보고. 여성가족부 보고서」의 p.12-18에서 재인용.

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●●● 31

② 성역할 고정관념

- 성차별적 조항 : 성적 전형성을 강조하는 경우
 - ① 여성은 소극적, 수동적이며 남성은 활동적, 능동적으로 그린다.
 - ② 아이들의 장난감을 성적 전형성에 따라 구분한다.
 - ③ 성별 역할분담을 강조한다.
 - ④ 여성은 남성에 의존하며 그들의 보호를 필요로 함을 시사한다.
 - ⑤ 여성은 중요한 결정이나 중요한 일을 하지 않는 것으로 표현된다.
 - ⑥ 여성의 가장 중요한 자산은 아름다움, 젊음이라고 주장한다.
 - ⑦ 자신과 주변을 깨끗하게 유지해야 하는 것이 여성성의 중요한 요소라고 주장한다.
 - ⑧ 남성의 마초적 이미지와 성적으로 강한 능력을 강조한다.
 - ⑨ 남성은 제품을 설명하고 여성은 이미지를 제공한다.
- 성평등적 조항 : 평등하고 진보적인 성역할을 묘사하는 경우
 - ① 여성이 창조적, 진보적이거나 혹은 전문적인 일을 하는 모습을 그린다(전문직, 리더십).
예) 여성이 연설을 하거나 대통령 직 같은 중요 업무를 수행하는 모습 등
 - ② 여성의 적극적이고 능동적인 모습을 그린다(모험심, 공공성).
예) 여성이 행글라이더를 타는 모습 등
 - ③ 남녀를 동등한 위치로 보여 준다.
 - ④ 남성이 가사나 아이를 돌보는 모습을 그린다.

2) 한국여성민우회, 성평등적 관점의 방송심의 가이드라인¹⁸⁾

여성민우회가 자체적으로 제작한 5개 부문의 방송심의 가이드라인을 보면 다음과 같다.

▶ 성역할 왜곡

- ① 방송은 성역할 고정관념을 조장하는 내용을 다루어서는 안 된다.
 - 남존여비, 남아선호, 여성비하, 가부장제를 강화시키는 내용이나 화면을 구성해서 방송해서는 안 된다.
 - 순결의 주체를 여성으로만 국한시켜 묘사해서는 안 된다.

18) 안상수, 김인순, 박경희. (2007). 「대중매체 성차별 개선 모니터링 결과보고. 여성가족부 보고서」의 p.18-20에서 재인용.

32 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

- 가사노동과 전업주부에 대해 평가절하하는 발언이나 묘사를 해서는 안 된다.
- 사회적 직업을 가진 여성에 대한 부정적인 고정관념을 조장해서는 안 된다.
- 사회적 직업과 권력을 갖지 못한 남성을 무시하거나 부정적인 고정관념을 조장해서는 안 된다.
- 여성을 단순보조나 남성의 부속물처럼 묘사해서는 안 된다.
- 프로그램 내에서 남녀진행자 및 남녀출연자의 역할을 동등하게 부여해야 한다.
- 출연자 및 인터뷰 대상자의 성비를 고려하여 특정 성에 치우치지 않도록 노력해야 한다.
- ② 방송은 특정 성을 성적 대상으로 묘사해서는 안 된다.
- 내용과 관련 없는 특정 성의 과다 노출을 방송해서는 안 된다.
- 전체 맥락과 상관없이 특정 성의 특정 부위를 선정적으로 클로즈업하거나 훑어 내리는 카메라 워크를 해서는 안 된다.

▶ 외모 차별

- ① 남녀 출연자를 외모중심적으로 묘사해서는 안 된다.
- ② 외모를 기준으로 혐오의 대상으로 묘사해서는 안 된다.
- ③ 외모를 능력과 등치시켜 묘사해서는 안 된다.
- ④ 한 프로그램 내에서 남녀 진행자를 선정할 때 연령, 외모, 역할을 평등하게 고려하여 선정해야 한다.

▶ 성폭력, 성희롱

- ① 여성에 대한 폭력, 성희롱, 성폭력을 긍정적으로 묘사해서는 안 되며 부득이하게 이를 묘사할 때는 피해자의 인권을 반드시 고려해야 한다.
- ② 출연자를 프로그램 내에서 성희롱해서는 안 된다.

▶ 가족의 다양성 훼손

- ① 다양한 가족의 선택권과 공동체의 가치를 존중하여야 하며 평등하고 민주적인 관계에 이바지해야 한다.
- ② 다양한 가족의 형태를 인정하고 특정한 가족의 형태를 부정적으로 묘사해서는 안 된다.
- ③ 평등한 가족관계를 묘사하도록 노력한다. 특히 부부간의 관계를 묘사할 때, 한 성이 일방적으로 다른 성에게 복종하는 모습으로 묘사해서는 안 된다.

▶ 성차별적 언어

- ① 방송 진행자나 방송에 출연하는 모든 출연자들은 방송에서 계층, 인종, 성별, 외모를 비하하거나 차별하는 언어를 사용해서는 안 된다.
- ② 외모지상주의를 조장하는 언어를 사용해서는 안 된다.

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●● 33

- ③ 방송에서 출연자가 자신 또는 타인의 성형사실에 대해 언급하여 이를 통해 외모를 비하하거나 외모지상주의를 조장하여서는 안 된다.
- ④ 한부모, 독신, 이혼 가족, 재혼가족 등 다양한 가족에 대한 부정적인 언어를 사용해서는 안 된다.
- ⑤ 성차별적 용어를 부각해서 사용해서는 안 된다.
- ⑥ 특정 성을 무시하거나 비속어로 표현해서는 안 된다.

3) 국가인권위원회와기자협회의 인권보도준칙¹⁹⁾

■ 전문

언론은 모든 사람이 사람답게 사는 세상을 위해 인류 보편적 가치인 인권의 증진을 목표로 삼는다.

언론은 이를 위해 인권문제를 적극 발굴·보도하여 사회적 의제로 확산시키고 인권 보장을 위한 제도가 정착되도록 여론형성에 앞장선다.

언론은 일상적 보도과정에서 인권을 침해하는 내용이 포함되지 않도록 주의를 기울인다. 아울러 ‘다름’과 ‘차이’가 차별의 이유가 되지 않도록 노력한다.

언론은 인권의 증진이 기본적 사명임을 깊이 인식하여 국민의 인권의식 향상과 인권존중문화 확산에 기여한다.

이에 따라 한국기자협회와 국가인권위원회는 다음과 같이 인권보도준칙을 제정하여 이를 준수하도록 권고한다.

■ 총강

1. 언론은 세계인권선언을 비롯한 국제규범과 헌법에서 보장된 인권이 실현되도록 노력한다.
2. 언론은 ‘모든 사람은 태어날 때부터 자유롭고 존엄하며 평등하다’는 세계인권선언의 정신을 누구에게나 예외없이 적용한다.
3. 언론은 표현의 자유 등 민주적 공동체 구현에 필수 불가결한 기본권의 신장과 모든 사람의 알권리 보장을 위해 힘쓴다.
4. 언론은 인권 사각지대의 인권 현안을 적극 발굴하여 우리 사회의 인권신장에 앞장선다.
5. 언론은 사회적 약자나 소수자들의 인권 보장을 위해 그들이 차별과 소외를 받지

19) 국가인권위원회. (2011). 인권위-한국기자협회, 인권보도준칙 제정.
http://www.humanrights.go.kr/04_sub/body02.jsp?m_link_url=04_sub/body02.jsp&m_id1=72&m_id2=75&m_id3=&m_id4=&flag=VIEW&SEQ_ID=602461. 검색일자: 2016년 11월 15일

34 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

- 않도록 감시하고 제도적 권리 보장을 촉구한다.
6. 언론은 고정관념이나 사회적 편견 등에 의한 인권침해를 방지하기 위해 용어 선택과 표현에 주의를 기울인다.
7. 언론은 사진과 영상보도에서도 인권을 침해하지 않도록 주의한다.
8. 언론은 생명권 보장과 생명존중 문화 확산에 기여하고 자살보도에 신중을 기한다.
9. 언론은 인권교육매체로서 우리 사회의 인권의식 향상과 인권감수성 향상에 기여한다.
10. 언론은 오보 등으로 인해 인권을 침해한 경우 솔직하게 인정하고 신속하게 바로 잡는다.

■ 주요 분야별 요강(8개 요강 중 제4장 성평등만 제시)

제4장 성평등

1. 언론은 성별과 성역할에 대한 잘못된 고정관념을 강화하는 성차별적 표현을 사용하지 않는다.
 - 가. 양성의 특성을 지나치게 부각시키거나 성별을 불필요하게 강조하는 표현.
 - 나. '미망인' 등 잘못된 가부장적 표현.
 - 다. 성별에 대한 고정관념을 야기할 수 있는 표현.
 - 라. 양성의 성역할을 이분법적으로 고정화하는 표현.
2. 언론은 사람을 성적으로 대상화하거나 성을 상품화하는 보도를 하지 않는다.
 - 가. 성적 또는 신체적 특성을 과도하게 강조하는 표현.
 - 나. 사람의 특정 신체부위를 부각시키는 사진이나 영상.

다. 언론사, 시민단체 등 성폭력 보도 가이드라인

성평등 관련 가이드라인 제작과 함께 성범죄나 성폭력에 관한 가이드라인의 제작도 하나의 경향을 보여주고 있다. 한국여성민우회나 사단법인 한국성폭력상담소 등의 시민단체를 중심으로 성범죄와 성폭력에 관한 보도 양태에 주목한 보도 가이드라인 제작이 이루어지다가 국가인권위원회,기자협회, 각 신문사가 함께 참여하여, 성범죄 보도의 보도 준칙을 마련하는 일련의 흐름을 형성하고 있다. 여기에서는 경향신문의 「성범죄 보도 준칙」, 국가인권위원회와 한국기자협회의 「성폭력 범죄 보도 세부 권고 기준」 그리고 한국성폭력상담소의 「성폭력 피해 생존자의 보도 과정에서의 권리와

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ••• 35

성폭력 피해자의 2차 피해를 최소화하는 보도 과정 가이드」 그리고 한국여성민우회 성폭력상담소의 「성폭력 보도 가이드라인」 순으로 제시하였다.

1) 경향신문 성범죄 보도 준칙²⁰⁾

- 피해자의 얼굴, 이름, 주소지, 학교, 직장 등 신상정보와 사적 기록물을 공개하지 않는다. 다만 피해자의 기록물 등이 공익적 가치가 크다고 판단될 때에는 보도할 수 있다.
- 피해자와 피해자 가족 등 주변인물에게 2차 피해가 가지 않도록 한다.
- 취재과정에서 피해자의 인권을 침해하지 않는다.
- 피해자의 삶을 가부장적 성문화의 시각으로 재단하지 않는다.
- 경찰 및 검찰 등 수사기관에서 제공하는 정보도 보도의 적절성을 판단한다.
- 가해수법과 피해사실 등에 대한 지나친 묘사와 자극적인 제목 등 선정적인 접근을 하지 않는다.
- 남성중심적, 가해자 중심적인 용어나 표현을 사용하지 않는다.
- 성범죄 원인을 분석할 때 가해자 개인의 문제뿐만 아니라 사회구조적 문제도 고려한다.
- 가해자의 얼굴, 이름 등 신상정보를 원칙적으로 공개하지 않는다.
- 가해자의 가족 등 주변 인물의 인권을 침해하지 않는다.
- 아동 성범죄 사건에서 피해자의 부모나 대리인이 제공하는 정보가 피해 아동에 미치는 영향을 고려한다.

20) 경향신문. (2012). [알림]경향신문 ‘성범죄 보도준칙’ 제정. 경향신문 2012년 10월 16일자. http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201210162224485&code=990403 검색일자: 2016년 11월 15일.

2) 국가인권위원회와 한국기자협회, 성폭력 범죄 보도 세부 권고 기준²¹⁾

언론의 범죄사건 보도는 범죄 예방과 사회정책적 대책 마련 등 공익적 목적 달성을 위한 본연의 임무이다. 그러나 범죄 보도는 필연적으로 특정인의 인격권, 무죄추정원칙, 공정하게 재판받을 권리 등 헌법상 기본권과 충돌하며 다양한 인권문제를 야기할 가능성이 많다.

특히 성폭력 범죄(이하 성범죄) 보도는 사건의 특성상 취재와 보도과정에서 피해자와 그 가족 등이 2차 피해를 볼 수 있고, 사회 전반에 미치는 영향이 크다는 점에서 매우 신중히 접근해야 한다.

이에 한국기자협회와 국가인권위원회가 제정한 ‘인권보도준칙’(2011. 9. 23)의 세부 기준으로 성범죄 보도 가이드라인을 마련해 언론인들이 준수해 줄 것을 권고한다.

■ 총강

성폭력은 상대방의 의사에 반하면서 상대방에게 신체적 위해와 함께 불쾌감이나 공포, 불안 등을 주는 모든 성적 범죄 행위를 말한다. 그동안 수많은 성범죄가 가부장적 사회 구조, 남성 중심적 성문화와 그릇된 성인식 등으로 인해 사적 영역의 문제로 여겨져 은폐되거나 본질이 왜곡되어 왔다. 언론은 이런 맥락을 고려해 다음과 같은 시각과 태도로 성범죄 보도에 접근하는 것이 바람직하다.

1. 언론은 성범죄가 사회적, 경제적, 신체적으로 자신보다 상대적으로 약한 지위에 있는 피해자를 대상으로 한 폭력이며, 인간의 존엄성을 파괴하는 반인권적 범죄 행위라는 관점으로 접근해야 한다.
2. 언론은 성범죄의 원인으로 개인의 정신질환이나 억제할 수 없는 성욕 등의 문제만 부각하지 말고 그 근본 원인이 가부장적이고 성차별적인 사회구조에 있다는 점도 유념해야 한다.
3. 언론은 성범죄를 사회적 성역할에 관한 잘못된 통념에 기초해 피해자의 도덕관념과 처신의 문제로 인해 빚어진 사건으로 보도하지 않도록 해야 한다.
4. 언론은 사회적 안전망 부재, 범죄 예방 체제 미비 등 성범죄를 유발하는 사회구

21) 국가인권위원회(2012). 인권위,기자협의 ‘성범죄 보도 권고 기준’ 제정. 국가인권위원회 보도자료. 2012년 12월 12일자.

http://www.humanrights.go.kr/common/board/fildn_new.jsp?fn=1355272276568.hwp 검색일자: 2016월 11월 15일.

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●●● 37

조적 문제에 주목해야 한다.

5. 언론은 성범죄를 보도할 때 피해자와 그 가족의 인권을 존중해 보도로 인한 2차 피해가 발생하지 않도록 주의해야 한다. 가해자와 그 가족의 경우에도 그들의 기본권이 부당하게 침해되지 않도록 노력해야 한다.
6. 언론은 성범죄를 보도할 때 지나친 공포감이나 범죄자에 대한 분노와 복수 감정만을 조성해 처벌 일변도의 단기적 대책에 함몰되지 않도록 노력해야 한다.
7. 언론은 성범죄 보도로 인해 피해자와 그 가족, 가해자 가족 등이 겪는 극심한 혼란과 인권문제 등을 고려해 사회적으로 유의미한 성폭력 사건이 아닐 경우 보도하지 않는 것을 원칙으로 한다.

■ 실천 요강

1. 언론은 취재와 보도과정에서 성범죄 피해자와 그 가족의 2차 피해를 유발하지 않도록 피해자의 신상을 식별할 수 있는 정보를 공개하지 않는다.
2. 언론은 성범죄 사건의 본질과 무관한 피해자의 사생활 등을 보도함으로써 피해자에게 범죄 유발의 책임이 있는 것처럼 인식되도록 하지 않는다.
3. 언론은 가해자 중심적 성 관념에 입각한 용어 사용이나 피해자와 시민에게 공포감과 불쾌감을 주고 불필요한 성적인 상상을 유발하는 표현을 사용하지 않는다.
4. 언론은 성범죄 사건의 이해와 상관없는 범죄의 수법과 과정, 양태, 그리고 수사과정에서의 현장 검증 등 수사 상황을 지나칠 정도로 상세히 보도하지 않는다.
5. 언론은 성범죄의 범행 동기를 개별적 성향-가해자의 포르노, 술, 약물 등 탐닉, 자제할 수 없는 성욕 등-에 집중함으로써 성폭력의 원인에 대한 잘못된 통념을 강화하거나 가해자의 책임이 가볍게 인식되지 않도록 주의한다.
6. 언론은 성범죄 피의자의 얼굴과 이름 등 신상 정보를 관련 법률에 의해 공식적으로 공개된 경우를 제외하고는 원칙적으로 보도하지 않는다.
7. 언론은 수사기관이 제공하는 정보라도 그 공개의 적절성 여부를 판단해 자기 책임 하에 보도한다.
8. 언론은 미성년자 성범죄 사건을 취재, 보도하는 데 있어 미성년자의 인권에 미칠 영향을 세심히 고려해야 한다.
9. 언론은 사진과 영상 보도에서도 피해자 등이 2차 피해를 당하지 않도록 주의한다. 특히 삽화, 그래픽, 지도 제공이나 재연 등에 신중을 기한다.
10. 언론은 성범죄 예방을 위해 법률적 정보 등의 제공과 성범죄에 대한 인식 제고를 위한 사항을 적극 보도한다.

3) 한국성폭력상담소 ‘성폭력 피해 생존자의 보도 과정에서의 권리’와 ‘성폭력 피해자의 2차 피해를 최소화하는 보도 과정 가이드’²²⁾

■ 성폭력 피해 생존자의 보도과정에서의 권리

- 사건 보도 시 자신의 신분이 노출되지 않고 보호받을 권리.
- 피해자의 인격권과 사생활을 침해받지 않을 권리.
- 인터뷰 전, 보도 이후 예상되는 2차 피해에 대해 충분히 설명받을 권리.
- 보도과정에서의 2차 피해를 입었을 때 문제제기할 권리.
- 보도과정에서 무기력하고 나약한 피해자로 보여지지 않을 권리.
- 피해를 극복하고 치유할 수 있는 힘을 가진 생존자로 보여 질 권리.
- 남성 중심적 통념에 근거한 인터뷰 질문을 받지 않을 권리.
- 사건의 본질과 상관없는 영상이나 멘트로 대상화되거나 왜곡되지 않을 권리.
- 성폭력 사건의 대상으로서가 아닌 인격적 주체로서 배려 받고 존중받을 권리.
- 단지 취재의 대상으로서가 아니라, 보도내용과 방식에 대해 적극적으로 참여하고 의견을 개진할 권리.
- 취재와 인터뷰에 응할 권리.
- 취재와 인터뷰에 응하지 않을 권리.
- 동의 없이 인터뷰 당하지 않을 권리.
- 인터뷰는 동의하였으나 언론보도를 거절할 권리.
- 보도과정에서 피해자의 인권을 침해받지 않을 권리가 알 권리나 표현의 자유와 비교되지 않을 권리.

■ 성폭력 피해자의 2차 피해를 최소화하는 보도과정 가이드

- 피해자의 이름, 얼굴, 직업, 주거지역 등 피해자임을 짐작 가능하게 하는 내용과 영상 사용에 주의하기.
- 직접적인 피해자의 개인정보를 드러내지 않더라도 간접적으로라도 피해자가 드러날 요소들이 있는지 살피기.
- 성폭력 피해자는 물론 피해자 주변인의 인격권, 사생활 침해 가능성이 있는 내용과 영상을 보도하지 않기.
- 성폭력 범죄를 취재함에 있어 피해자의 경황없음을 이용하여 사전 동의 없이 녹음 또는 촬영하여 개인의 인격권을 부당하게 침해하지 않기.

22) 한국성폭력상담소. (2005). [2003] 성폭력 사건 보도과정에서의 2차피해없는 방송 문화 만들기. 한국성폭력상담소 홈페이지.

http://www.sisters.or.kr/load.asp?sub_p=board/board&b_code=3&page=56&f_cate=&idx=2508&board_md=view 검색일자: 2016년 11월 15일.

Ⅱ. 해외 주요 국가, 국내의 성평등 관련 방송제작 규정 및 가이드라인 ●● 39

- 성폭력 피해에 대한 제3자로서의 객관적인 입장이란 남성 중심적, 가해자 중심적일 수 있음을 인식하기.
- 성폭력 범죄를 피해자, 가해자간의 사적인 일이 아닌 사회구조적 맥락 안에서 해석하고 접근하여 취재하기.
- 가해행위에 대한 지나친 묘사로 피해자를 대상화시키지 않기.
- 인터뷰를 할 때에는 어떤 내용으로 취재할 것인가에 대해 자세히 설명하고 사전 동의 구하기.
- 방송 전 어떤 내용으로 보도할 것인가에 대해 미리 알리기.
- 사건자체에만 집중하는 것에서 벗어나 피해자의 어려움이나 제도적 문제를 함께 다루기.
- 이미 취재한 경우라도 피해자가 보도를 원치 않을 경우 기사화하지 않기.
- 인터뷰의 편집은 인터뷰 내용을 정확히 반영하여 피해자의 답변을 왜곡 보도하지 않기.
- 방송 전 어떤 내용으로 보도할 것인가에 대해 미리 알리기.

4) 한국여성민우회 성폭력상담소의 성폭력 보도 가이드라인²³⁾

1. 성폭력 사건을 선정적이고 호기심을 자극하는 이야기꺼리로 다루지 않는다.
2. 폭력인 사건을 연애, 성적인 관계로 바라보지 않는다.
3. 불필요한 경우에도 피해의 내용을 자세히 묘사해 선정적으로 보도하지 않는다.
4. 성폭력을 일상과 분리된 범죄로만 부각하지 않는다.
5. 단순한 성욕의 문제로 성폭력을 바라보지 않는다.
6. 성폭력을 ‘딸’들과 ‘딸 가진 부모’가 조심해야 하는 범죄로 다루지 않는다.
7. 성폭력 사건 예방을 위해 ‘피해자가 되지 않기’ 위한 여성 개인의 예방만을 강조하지 않는다.
8. 성폭력을 여성의 순결함이 훼손된 일, 수치스러운 일로 바라보지 않는다.
9. 자신의 가해를 변명하는 가해자의 말을 부각시켜 보도하지 않는다.
10. 폭력성을 희석시키는 용어를 사용해 사건이나 가해자를 지칭하지 않는다.
11. 검증되지 않은 대책을 단순 나열하지 않는다.
12. 논의 과정 중에 있는 정책을 이미 시행 중인 것으로 오독하게 하는 표제를 쓰지 않는다.
13. 성폭력을 정치적 공격의 소재로 이용하거나, 정치적 공격의 소재로 이용하는 행태를 여과 없이 보도하지 않는다.

23) 한국여성민우회 성폭력상담소. (2006). 성폭력보도 가이드라인. 한국여성민우회.
<http://www.womenlink.or.kr/uploads/attachment/file/10479/%EC%84%B1%ED%8F%AD%EB%A0%A5%EB%B3%B4%EB%8F%84%20%EA%B0%80%EC%9D%B4%EB%93%9C%EB%9D%BC%EC%9D%B8.pdf> 검색일자: 2016년 11월 15일.



III

가이드라인 개발을 위한 전문가회의 결과

- | | |
|----------------|----|
| 1. 전문가 자문회의 개요 | 43 |
| 2. 회의 및 자문 내용 | 43 |



1. 전문가 자문회의 개요

가이드라인(안) 개발을 위해 중요한 연구방법으로 전문가회의를 실시했다. 분야별 의견 청취를 위해 4개 분야 전문가, 실무자를 대상으로 10.14~11.3일 동안 본원에서 4회에 걸쳐 실시되었으며 총 17명이 회의에 참석하였다. 가이드라인(안) 개발에 참고하기 위해 회의결과를 항목별로 정리하면 다음과 같다.

〈표 Ⅲ-1〉 전문가 자문회의 참여자 특성

회차	참여 집단의 특성
1차(5명)	언론단체, 시민단체의 방송모니터링 전문가, 실무자
2차(6명)	양성평등관련 교육기관, 학계, 연구소 미디어관련 전문가
3차(3명)	방송사 연예, 시사, 교양프로그램의 작가
4차(3명)	방송사 PD

2. 회의 및 자문 내용

먼저, 최근 방송모니터링에서 발견되는 사례소개를 통해 뉴스취재나 인물 설정에 있어서의 차이가, 어떤 식으로 나타나고 있는지를 보았다.

가. 성차별 방송 모니터링 경험 사례

1) 스포츠뉴스 보도 (리우 올림픽 사례)

- 여성메달리스트에 대한 단독보도는 찾아볼 수 없음
- 남성메달리스트의 경우 운동기술력을 강조하는 반면 여성메달리스트의 경우 꿈을 언급하고 있어, 취재관점의 차이를 보여주고 있음.
- 남성감독의 경우 형님리더십 등이 언급되나, 여성의 경우 엄마리더십을 강조하고 여성선수에게 대해서도 엄마, 주부 등 사생활을 부각시켜, 전문성관점에서 조명하고 있지 않음

2) 범죄뉴스 보도

- 살인보도: 남편이 아내를 살해한 경우와 다르게 아내가 남편을 살인한 경우 ‘무서운 아내’와 같은 수식어를 붙임
- 성폭력 보도: ‘성폭력’이라는 용어가 아닌 ‘몸쓸 짓’으로 표현하여, 범죄가 아니라 나쁜 행동 정도로 규정하고 있음. 또 삽화 사용 시 현장을 보여준다기보다 선정적 장면을 보여주는 경우 있었음(예: 피해 여성의 불을 붙게 표현)

3) 어린이 프로그램 (만화 애니메이션)

- 어린이프로그램의 주인공은 모두 남아이며 등장인물의 성비 불균형이 심함(예: 뿌로로, 놀이터구조대 등)
- 남아 간 친구는 단짝으로 설정하는 반면, 여아 간 친구는 질투 혹은 경쟁상대로 설정하고 있음. 남아를 주인공으로 하는 프로그램의 경우, 남아가 상대를 돕는 등의 주제가 주를 이루는데 비해, 여아를 주인공으로 하는 프로그램의 경우 일상적인 생활을 주제가 주를 이룸(예: 쿵순이)

다음으로 가이드라인의 규격 즉 대상, 추상수준, 범위에 대한 의견이다. 가이드라인이 목표로 하는 대상 집단을 분명히 해야 하며, 가이드라인의 수준을 철학적, 이념적 포괄적인 방향제시 수준으로 할 것인지, 아니면 현장에서 실무에서 바로 적용 가능할 정도로 구체적 수준으로 제시할 것인지에, 즉 가이드라인의 큰 틀에서 결정이 선행되어야 부분에 대한 논의가 이루어졌다.

나. 가이드라인 제작에 있어서 추상수준과 범위

1) 표적 대상 집단

- 방송 제작자가 가이드라인의 필요성에 공감할 수 있도록 해야 함
- 가이드라인을 사용할 대상 명확화(예: 방송작가, 외주제작사 등)

Ⅲ. 가이드라인 개발을 위한 전문가회의 결과 ●●● 45

- ☞ 최근 국내 방송 제작이 중국의 영향을 많이 받기 때문에 고려할 필요 있음

2) 추상화 수준

- 추상적 규범을 담을 것인가? vs. 구체적 실무지침을 담을 것인가? 즉 가이드라인이 권고이기 때문에 철학적이고 도덕적인 올바른 규범을 많이 담을 것인지, 제작진이 가깝게 느낄 수 있는 실무중심의 내용을 담을 것인가에 대해 고민이 필요
- 방송제작 가이드라인은 방송 제작자만 참고하는 것이 아니라, 방송으로 피해를 입는 사람들이 참고할 수 있는 준거가 될 수 있다는 점을 유의해야 함
- 구체적 언어로 사례를 담아야 제작자가 이해하기 쉬운 것임
 - ☞ 예: CCTV 삽화 사용하지 말 것. 스포츠 뉴스에서 여성에 대해 요정, 흑진주 등의 표현을 삼갈 것

3) 범위

- ‘여성’에 대한 가이드라인 vs. ‘양성’에 대한 가이드라인
- 양성 모두에게 적용 가능한 내용이라면 ‘양성’으로 표현하는 것이 적절할 수 있으나, 한편으로는 그 의미가 퇴색될 수 있음
- 큰 규정 내용은 ‘양성’으로 하되, 세부적 내용 또는 여성에 특화된 내용은 ‘여성’으로 표시하는 방안 제안

가이드라인 제작할 때 염두에 두어야 할 사항으로 가이드라인 제작에서 고려해야 할 사항과 제시된 대안적 방안, 내용이 추상적일 경우 이해도 적용도 어려워 실효성 확보 불가능, 가이드라인수준이 현재 제작진 의식보다 선도적이어야 함, 장르별 방송제작 체크리스트를 만들기보다는 자신의 ‘젠더균형지수’를 체크해 볼 수 있도록 간단하고 매력적인 체크리스트 제공의 필요성, 강제력을 가질 수 있는 방향으로 제안 필요, 시청률에 지장을 주는 가이드라인은 곤란, 프로그램에 대한 책임성을 강화하는 방향의 장치 마련,

46 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

절대 안되는 것에 대한 강조 등 현장성을 가지기 위해 고려해야할 사항에 대해 많은 의견이 개진되었다.

다. 가이드라인 제작 시 고려사항과 대안적 방안

1) 방송제작자들이 가지고 있는 가이드라인에 대한 거부감

- 많은 규제를 하는 족쇄라고 생각하는 분위기
 - ☞ 방송관계자들과의 커뮤니케이션이 필요
- 포괄적 방송심의 규정 내 양성평등 관련 규정이 있음에도 새로운 규정을 만드는 것에 대한 부담감
 - ☞ 규정보다는 판단이 되는 사례제시를 통해 자신의 프로그램이 시대에 뒤쳐진 프로그램임을 알려주거나 혹은 앞으로의 방향을 선도적으로 제시해 줄 필요 있음
 - ☞ 해외 프로그램과 비교해 우리나라 역시 양성 평등한 방향으로 나아가고 있는지 비교해서 보여주기 등
- ‘여성’관련 내용에 대한 거부감
 - ☞ 가이드라인 서두에는 ‘양성’을 강조하고 세부내용에서 성별을 나누는 방향을 고려
- ‘양성평등’이라는 표현은 구시대적이고 여성 운동하는 사람들이 쓰는 표현 같아 거부감이 생김
 - ☞ ‘양성평등’보다 ‘젠더균형’처럼 세련된 표현 사용
 - ☞ 양성 평등적이지 않은 표현이 ‘촌스러운 것’이라는 분위기 조성 필요
 - ☞ 제작자가 자신의 양성평등지수가 얼마인지를 알아보기 위한 것이라기보다 방송 사고를 방지하기 위한 것이라는 인상 심어주기
- 양이 많거나 이해하기 어려운 표현은 금해야 함
 - ☞ 양을 줄이고, 구어체 표현으로 쉽게 접근 가능하도록 할 것,
 - ☞ 짧고 명확하게 표현해야 함. 정말 안해야 하는 걸 강조.
- 직설적이지 못하고 교훈적인 내용에 대한 거부감 큼
 - ☞ 에둘러 말하기보다 직설적으로 표현하기

Ⅲ. 가이드라인 개발을 위한 전문가회의 결과 ●●● 47

- 부정적 표현이 많은 것에 대한 거부감
 - ☞ ‘하지 말아야 할 것’과 ‘새롭게 지향할 것’으로 나눠서 긍정, 부정 표현을 절반씩 넣는 방안 고려하는 방향을 권함

2) 내용이 추상적일 경우, 이해도 적용도 어려워 실효성 확보 불가능

- 가이드라인이 적용되는 대상이 규제해야할 내용을 자율적으로 알고 있을 것이라 생각하고 만든 가이드라인들은 내용이 너무 추상적이어서 실효성이 없음
- ☞ 가이드라인 규정별 세부사례 제공으로 이해를 도와줘야 함
 - ☞ 가이드라인이 심의의 근거가 되기 위해서는 구체적으로 명시되어야 함
 - ☞ 장르별(뉴스/드라마/연예프로 등), 대상별(총괄제작자/PD/작가 등)로 가이드라인을 구성
 - ☞ 전문을 모두 보지 않아도 자신의 역할에 따라 효율적으로 활용 가능해야 함
 - 기존에 문제가 되지 않았으나 현시대에 문제가 된 이유를 명기해 줘야 함
 - ☞ 문제가 되는 이유를 설명해 줘야 함(즉, 가이드라인은 단순한 서약서가 아닌 해석서이자 설명서가 될 필요 있음)

3) 가이드라인수준이 현재 제작진 의식보다 선도적이어야 함

- 드라마나 시트콤을 제외하면 현재 남녀의 보수적 캐릭터는 거의 없음
 - ☞ 드라마, 시트콤 등 영역 구별 필요
- 현대의 다양한 여성(예: 외국인 여성, 북한이탈 주민 여성 등)을 대상으로 한 구체적 규정 없음
 - ☞ 다문화가정여성 등 다양한 여성에 대한 구체적 규정에 대해 논의할 필요 있음
- 교과서적이고 이상적인 모습만 표현하라는 가이드라인은 현실과 동떨어져 있고, 프로그램 제작을 통제하는 것임

48 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

- ☞ PD의 자율성을 살리고, 자율성을 침해하지 않는 범위 내의 규제 여야 함

4) 강제성을 가질 수 있는 방향으로 제안 필요

- 만들어진 규제에 대한 강제력이 없어 수용되지 않음
- 사후규제, 별점제도 등 강제성을 가질 필요 있음
- 방송사별 옴부즈맨 제도를 특화 시켜 방송제작자에게 끊임없이 자극을 줄 필요 있음

5) 장르별 제작기준 체크리스트 제공하기보다 '젠더균형지수' 제공 필요

- “개저씨 체크리스트”(나이와 지위를 활용하여 약자를 괴롭게 하는 중년남자)처럼 자신의 양성평등의식수준이 시대착오적이지 않은지를 체크해 보게 하는 재미도 있는 체크리스트 제공 필요
- ☞ 앱으로 개발, 유명연예인이 하게되면 파급력이 클 것임

6) 시청률에 지장을 주는 가이드라인은 곤란

- 양성평등관점이 반영되어 의미있게 만들어진 프로그램도 시청률이 나오지 않으면 방송제작자에게 큰 타격이 됨
- 나이 많은 여성보다 젊은 여성이 등장할 때, 여성 연예인들끼리 모여 있는 것보다 남성 연예인을 포함한 프로그램이 시청률이 잘 나오는 것이 현실
- ☞ 등장인물의 성비는 절대적 균등이 아니라, 프로그램 취지에 맞도록 균형을 맞췄다면 인정해 줘야 함

7) 프로그램에 대한 책임성 강화하는 방향의 장치 마련

- 애플리케이션 통해 배포
- 방송제작자가 언제 어디서든 가이드라인을 확인 할 수 있도록 함

Ⅲ. 가이드라인 개발을 위한 전문가회의 결과 ●●● 49

- 방송 마지막 화면에 ‘본 방송은 방송제작 가이드라인을 준수합니다.’ 등을 자막 넣기 의무화
- 방송 송출 이전에 가이드라인을 한 번 더 확인할 수 있도록 장려하는 장치
- 처벌보다 보상체계 마련
- PD는 상금도 상금이지만 명예에 민감하기 때문에 양성평등 방송에 대한 상의 규모나 범위를 넓히는 것이 효과적일 수 있음
- 파급효과가 큰 영화나 드라마 부문에 기금을 크게 조성하면 좋을 것
- 모니터링 역시 부정적인 면에 대한 지적보다 긍정적인 면에 대한 칭찬 하면 조직 내부에서도 응원이 됨

8) 절대 안 되는 것에 대한 강조점을 둔 원포인트(one-point) 전략 필요

- 성희롱의 경우 ‘엉덩이 만지면 안 된다’와 같이 절대 안 되는 것에 대해 원포인트 전략을 사용하여 효과를 얻은 것과 같이 절대 안 되는 것에 대해 강조하는 방향 필요.

기타 양성평등방송제작을 위한 제언으로 가이드라인 교육 필요성, 방송 작가잡지에 칼럼 기고, 미디어에 성평등 이슈를 지속적 노출, 여성부의 심의결과에 대한 재심의 요청, 급진적 변화보다 점진적 변화 추구, 방송심의위원의 구성원이 모두 남성이라는 구성상의 문제점 인식 등에 대한 의견을 제시해 주었다.

라. 양성평등 방송프로그램 제작을 위한 기타 제언

1) 가이드라인 교육 필요성

- 가이드라인에 대한 교육 실시
- 방송제작자와 출연자 등에 대한 교육을 강제적으로 실시해야 하며 재직 5-10년 차 재교육 필요함
- 방송심의 위원에 대한 교육 필요

50 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

- 경찰(CCTV 자료 제공, 인터뷰 제공)에게 교육 필요

2) 방송작가 잡지에 칼럼 기고

- 젠더 균형 지표를 다달이 도는 연도별로 매겨 이전에 무엇이 향상되고 퇴보했는지 가시적으로 파악이 가능하면 좋을 수 있음
- 작가들은 평판에 민감하기 때문에 이달의 베스트(best) 또는 워스트(worst) 젠더균형 작가를 뽑거나 지수를 제시하는 것 효과 있을 수 있음

3) 미디어에 양성평등 관련 이슈를 지속적으로 노출

- 음식, 외모 등 제한된 일부 주제가 아닌 여성에 관련 심화프로그램 만들기
- 페미니즘 관련 프로그램 만들기
- 가이드라인을 만들려는 연구자와 방송 제작자 간의 마찰에 대해 기사화하기
- ‘걸림돌’, ‘디딤돌’처럼 걸림돌이 된 사람이 창피해하는 이슈. 잘못된 혹은 장려할만한 작품 등 화제가 되도록 계속해서 이야기하기
- ‘이런 정도의 말을 못 알아들으면 아저씨!’ 와 같은 지수를 만들기 (연예인 섭외하여 마케팅 하는 방안 생각 할 수 있음)

4) 여성관련 심의결과에 대한 재심의 요청

- 정부기관(예: 여성가족부)에서 협약을 맺어 1년에 한 번씩 여성 관련 심의에 대한 모니터링을 하고 잘못된 심의를 토론하는 자리 필요

5) 급진적 변화보다 점진적 변화 추구

- 캠페인과 같이 핵심주제를 문제 삼기보다 주변부를 하나씩 단계적으로 변화해 나가는 자세

Ⅲ. 가이드라인 개발을 위한 전문가회의 결과 ●●● 51

- 양성평등 관점의 용어 등 샘플을 많이 제공하는 것 필요.

6) 방송심의위원회의 구성원이 모두 남성이라는 구성상의 문제점 인식

방송심의위원회 구성이 여성 대표성을 갖지 못하고 있으므로, 이를 개선해야 한다는 목소리가 있었다. 여성가족부가 방송 관련 위원회의 성별 비율을 성별영향분석평가 등의 제도를 활용하여, 끊임없이 문제를 제기하는 적극적인 노력도 필요하다는 의견이 개진되었다.



IV

방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석

1. 영역1의 사례: 주제	55
2. 영역2의 사례: 관점의 균형	57
3. 영역3의 사례: 고정관념	61
4. 영역4의 사례: 성폭력, 가정폭력 등	73
5. 영역5의 사례: 성차별적 언어(자막 포함)	79



Ⅳ. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●● 55

이 장에서는 가이드라인(안)을 활용할 때, 구체적인 방송사례를 제시하여, 가이드라인의 각 준칙을 이해하기 쉽도록 하는 데 목적이 있다. 각 영역별 가이드라인의 세부 기준별로 해당 모니터링 사례들을 제시하는 형식으로 만들어 졌다. 이 장의 기술 형식은 먼저 가이드라인(안)의 영역 그리고 세부 기준을 나타내 주고, 최근 모니터링 사례들을 볼 수 있는 순으로 구성하였다.

1. 영역1의 사례: 주제

방송은 주제의 선정에서부터 양성평등이 적극 반영되어야 합니다.

1-1) 뉴스, 토론, 교양과 예능 프로그램 등에서 특정 성의 시각이나 관점을 배제하거나 축소, 희화화하지 않아야 합니다.

방송이 프로그램의 기획과 편성에서 양성평등 관련한 주제에 관심을 가지는 경우는 많지 않다. 예를 들어 뉴스나 토론프로그램에서 ‘성별 임금 격차’나 ‘가부장주의 문화 개선’ 등과 같은 주제가 다루어지는 일은 매우 적다. 이는 방송을 둘러싼 환경이 상업화되면서 더욱 심화되는 경향이다. 예능이나 드라마도 예외가 아니다. 여성의 시각과 관심사를 반영한 프로그램은 거의 편성되지 않으며 편성된다 해도 오래 가기 어렵다. 방송은 이러한 현실에 문제의식을 가져야 하며, 미디어가 성차별 해소와 인권 보호 등에 기여할 수 있는 방안을 더욱 적극적으로 모색하여야 한다.

사례; 성 불평등 의제에 관한 보도프로그램의 무관심

뉴스와 시사보도프로그램에서는 일회적 사건사고보도로써 성폭력이나 가정폭력 보도, 육아휴직이나 경력단절처럼 저출산문제와 관련있다고 보여지는 이슈를 주로 다루고 있음, 반면 성별 임금 격차나 고학력 여성과 남성의 취업 현황 비교, 세계 최하위 수준의 여성 고위직 비율, 국내외적으로 심각한 사회문제가 되고 있는 성매매 문제, 매매혼 문제, 권력과 위계에 따른 구조적 성폭력이 개선되지 않는 이유 등 가부장주의적 문화로부터 비롯되는 사회문제들은 거의 다루어지지 않고 있음.

사례: MBC 드라마 <워킹맘 육아대디>

남성들의 육아휴직, 전업주부 남성, 공동육아 등의 이슈를 드라마에 담아냈음. 이

56 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

는 드라마라는 친숙한 장르를 통해 부부가 함께 아이를 책임지고 키우는 문화를 돌아보게 한 성과가 있었음.

사례: KBS 예능 <수퍼맨이 돌아왔다>, <살림하는 남자들>

육아와 가사노동을 여성만의 몫으로 일임해 온 우리 문화를 개선하는데 기여하고 있음. 특히 성 고정관념을 넘어 부드러운 남자, 살림하는 남자가 매력적일 수 있다는 새로운 신화를 써내려가고 있음.

사례: KBS 예능 <언니들의 슬램덩크>

여성예능인들은 남성예능인 사이에서 공주 혹은 훈수처럼 매우 제한된 여성 이미지로 존재해 왔음. 그런데 <언니들의 슬램덩크>에서는 여성예능인들이 모두 각기 개성을 바탕으로 5개의 이미지와 캐릭터로 위치 지워져 여성 간의 다양성을 확대시켰다는 의미가 있음.

1-2) 특정 성의 불평등한 현실을 소재로 한 방송을 제작할 경우 문제의 본질을 외면하거나 단순화하지 않아야 합니다.

미디어가 여성관련 소재를 다룰 때, 문제의 원인이 되는 사회구조적 문제를 배제한 채 여성 개인의 책임만을 강조하는 방식은 바람직하지 않다. 이러한 단순화는 문화나 시스템으로부터 비롯되는 문제를 간과하게 만들기 때문이다. 예를 들어 뉴스가 신생아를 택배로 보낸 사건 등을 다루면서 아이를 외면한 아빠의 책임이나 비혼모가 되는 순간 사회에서 배제되는 현실을 주목하지 않으면 문제해결이 어렵다. 여성성에 대한 사회 전반의 고정관념, 육아에 대한 부담 등이 함께 논의되지 않은 채 직장여성의 무책임을 논의하여서도 안된다. 이처럼 단편적 접근은 오히려 사회적 차별을 강화하는 결과만을 가져올 수 있다.

사례: 2015년 6월 5일 채널A <직언직설>

‘신생아 택배 사건’에 대해 신혜식 대표는 “엽기적이다. 상황이 어떨지 모르겠지만 자기 아이다. 생명존중사상이 무너지고 있는 것을 단적으로 보여준다”고 말함. 이는 패널이 사건과 관련된 사회 구조적 문제나 아이 아빠의 무책임 등에 대한 언급은 전혀 없이 산모의 모성애 부족 문제로만 접근하는 한계를 보여줌(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●● 57

사례: 2015년 6월 2일 MBC <PD수첩>

청년들의 취업난을 다룬 방송으로, 한 대기업 인사담당자가 “여성은 자기 의견도 없고 소극적이다. 비슷한 시기에 다 결혼할 텐데 또 비슷한 시기에 임신, 출산 휴가를 낼 것”이라는 성차별적 발언을 여과 없이 방송하고, 이에 대해 비판을 제기하거나 대안을 제시하지 않은 것은 성인지 관점의 부족을 드러내고 있음(한국여성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

2. 영역2의 사례: 관점의 균형

방송은 남성과 여성 모두를 균형 있게 대표할 수 있어야 합니다.

2-1) 프로그램에서 전문가의 의견을 구할 때는 성별 균형을 고려해야 합니다.

방송은 사회적으로 형성된 남성과 여성의 경험과 관점의 차이를 존중하고 이를 프로그램 제작에 반영하기 위하여 노력하여야 한다. 방송프로그램의 내용분석 결과에서는 여전히 대부분의 장르에서 남성전문가를 훨씬 더 선호하는 것으로 나타나고 있다. 이러한 특성은 사회 구성원으로 하여금 남성들의 사고를 사회적 평균으로 이해하게 하고 남성 중심적 문화를 당연한 것으로 일반화하는 결과를 초래할 수 있다. 이에 성평등한 사회를 위해서는 특정 성에 치우치지 않는 접근방식을 취하는 것이 매우 중요하다.

사례: 진행자와 전문가의 성별 양상 비교

2012년 대중매체양성평등모니터링결과보고서(2012)에 따르면, 오락프로그램에서 여성진행자는 남성진행자의 절반에도 못 미쳤으며, 5개의 토론 프로그램 진행자 중 여성은 단 1명뿐이었음. 토론 프로그램에서는 진행자뿐만 아니라 패널도 남성이 여성에 비해 3배 가까이 출연 빈도가 높았으며 전문가의 비중이 절대 다수를 차지하고 있었음. 뉴스에서도 사건에 대해 설명을 하거나 이를 전문적으로 진단하는 남성전문가는 여성에 비해 6배나 더 많이 보여짐. 이는 남성이 사회적으로 더욱 중요한 역할을 하고 있음을 보여주는 이미지들임(한국여성평등교육진흥원·한국여성민우회 미디어운동본부, 2012).

사례: 토론프로그램 여성패널 비율

<심야토론> <100분토론>과 함께 SBS <토론시시비비> 1년분을 양적으로 분석하

58 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

였는데, 분석된 여성 패널의 비율은 각각 7.6%, 4.9%, 8.4%에 불과하였음(홍성욱, 2006). 최근의 경향도 주부 대상 교양프로그램 일부를 제외하면 대다수 방송프로그램에서의 전문가들은 남성의 비율이 압도적으로 높은 상태임. 이는 공적 논의, 사회적 대안 제시 등에서 여성의 의견이나 관점이 철저히 배제되는 결과로 이어짐.

2-2) 뉴스나 토론 프로그램의 인터뷰대상자, 초점보도대상, 출연자 등 성별을 공정하게 대표하도록 노력하여야 합니다.

우리 사회에서 뉴스나 토론프로그램이 상징하는 의미는 매우 크다. 때문에 뉴스나 토론프로그램에 전문가로 출연한 사람은 매우 성공한 사람으로 분류된다. 그런데 이러한 프로그램에서 노출되는 인터뷰대상자, 초점보도대상자, 출연패널 등의 비율은 공정한 성별 대표성을 보여주지 못하고 있다. 예컨대 여성 인터뷰대상자는 주로 일반시민, 소비자, 유권자인 경우가 많고, 남성 인터뷰대상자는 전문가, 권위자인 경우가 많다. 초점보도대상자나 출연자의 비율도 이러한 성별 특성에서 자유롭지 못하다. 심지어 여성이 전문가나 권위자로 다루어지는 경우에도 사회적 능력이나 성과보다는 가정, 감성, 패션 등이 강조되어 남성과는 다른 존재임을 강조된다.

사례: 2015년 6월 9일. MBC <PD수첩 - 가게 빛 1100조, 우리 이대로 괜찮을까> 늘어나는 가게대출의 문제를 다룬 ‘가게 빛 1100조, 우리 이대로 괜찮을까?’ 편에서 오프닝에 나오는 가게대출 당사자 인터뷰대상자 5명이 모두 시장에서 일하는 중년 여성이었음. 이는 가게대출에서 여성이 차지하는 비중 등을 고려할 때 공정하게 대표되었다고 보기 어려울 뿐 아니라, 소시민 혹은 피해자로서의 여성 이미지를 강화시킬 수 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2013년 7월 27일. KBS <뉴스9 - 또 유출...방사능 ‘공포’> 해당 꼭지는 원전사고 이후 일본 현지 상황을 취재한 내용임. 뉴스에서는 “먹거리 장만에 신경 쓰는 주부”라는 멘트를 사용하면서 인터뷰대상도 모두 여성인 주부에 한정하였음. 또한 기자는 “가뜩이나 농수산물에 대한 불신이 커 먹을거리 장만에 신경 썼던 주부들은 걱정이 더 커졌습니다.”라는 멘트를 통해 먹거리의 준비주체(담당)는 여성이자 주부라는 식의 성역할 고정관념을 드러냄. 이러한 접근방식은 1인가구가 늘어나고 직장에서의 점심이나 외식 등 다양한 먹거리를 취하고 있는 우리 현실을 반영하지 못한 구시대적 접근방식이며 그로 인해 성역할 고정관념을 더욱 확대시킬 수 있음(한국양성평등교육진흥원·울산발전연구원, 2013).

2-3) 남녀가 공동으로 프로그램을 진행할 때, 남성이 주도하고 여성이 보조적, 장식적인 역할을 하지 않도록 주의를 기울여야 합니다.

남성은 내용, 여성은 볼거리를 제공하는 이분법적인 구획은 이미지를 중시하는 미디어산업의 고질적 병폐이다. 성평등한 세상을 위해서는 여성과 남성이 권위나 무게감, 젊음과 미모라는 획일화된 잣대를 넘어 서로를 넘나드는 다양한 특성으로 재현되는 것이 필요하다.

남성이 주도하고 여성이 보조하는 모습은 능동적이고 적극적인 남성상과 수동적이고 소극적인 여성상을 전달하는 메신저로 기능하고 있다. 방송제작에 참여하고 능력을 검증받은 여성들이 대거 늘어났다는 점을 고려하면, 이러한 남성 주도 관행을 조속히 개선해나갈 필요가 있다.

사례: 2015년 6월 7일. MBC <이슈를 말한다>

프로그램 안에서 알바생이라 소개되는 여성진행자는 전문가 패널에게 질문을 하거나 간단한 답변을 하는 것이 역할임. 이는 주 진행을 맡고 있는 남성진행자의 역할이나 전문가 패널들과 매우 대조적임. 더구나 프로그램 내내 스튜디오 뒤편에서 마치 배경처럼 앉아있도록 하여 여성을 단순 볼거리로 전락시키는 성차별적 재현방식이 나타남(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).



출처: MBC

60 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

사례: 지상파방송과 종합편성채널의 뉴스분석결과

2013년 6월 지상파와 종편 뉴스의 오프닝멘트 진행자 분석결과, 남성앵커가 단독으로 진행하는 경우, 여성과 남성이 함께 진행하는 경우, 여성이 단독으로 진행하는 경우 순으로 많았음. 이중 가장 많은 사례인 남성앵커 단독 진행은 전체의 65.7%로 절반을 훨씬 넘는 수준임. 이에 비해 여성앵커가 전담한 단독 진행 건은 불과 8건임. 이는 여성과 남성이 함께 오프닝 멘트를 한 64건(30.5%)에 비해서도 8분의 1 수준에 머무는 것임. 클로징 멘트는 여성과 남성이 함께 하는 경우, 남성 혼자 진행하는 경우, 여성 혼자 진행하는 경우 순이었으며, 함께 진행하는 경우가 170건으로 가장 많았고, 남성앵커 단독이 16건, 여성앵커 단독이 2건이었음. 이는 오프닝멘트와 클로징 멘트에서 여성앵커가 차지하는 비중이 여전히 매우 낮으며, 상징성이 큰 오프닝 멘트에서는 남성앵커 단독진행이 압도적으로 많다는 사실을 다시 한 번 확인시켜주는 내용임(한국양성평등교육진흥원·울산발전연구원, 2013).

사례: 지상파방송과 종합편성채널의 시사토크프로그램 분석결과

2015년 6월 시사토크 프로그램의 진행자는 남성이 64%, 여성이 36%였고, 출연자는 남성은 86.8%, 여성은 13.2%로 성별 불균형의 정도가 매우 심각함을 알 수 있음. 이는 시사토크프로그램에 나오는 진행자와 출연자가 대부분 남성이라고 해도 과언이 아닌 수준임. 전체 진행자중 여성이 한 명도 없는 경우는 전체 72편 중 22편이었고, 남성이 한 명도 없는 경우는 15편이었음. 전체 진행자 중 여성이 두 명 이상인 경우는 없었으나 남성은 7개나 되었음(심미선 외, 2015).

사례: 지상파 연예오락프로그램 분석결과

2012년 양성평등교육진흥원은 지상파 연예오락 60개를 분석하였음. 진행자의 비중에서 남성이 차지하는 비율은 여성의 2배가 조금 넘었음. 여성진행자의 양적 열세는 프로그램의 내용에도 영향을 주고 있는 것으로 파악됨. 소수를 제외하면 여성진행자의 주도적인 역할이 매우 저조한 것으로 확인되었음. 이는 여성진행자가 이분법적으로 구축된 ‘바람직한 젠더로서의 여성’을 뛰어넘어 다양한 웃음의 코드를 주는 중심인물로 기능하는데 현실적 한계를 가지기 때문으로 분석됨(심미선 외, 2015).

사례: 지상파 메인뉴스 앵커의 성별 특성과 추이

지상파 메인뉴스의 남녀앵커 역할 프레임은 2007년과 2011년 이후 기준으로 비교한 2011년 이후가 더 퇴행하였음. 여성앵커의 평균 연령은 더욱 낮아졌고 남성앵커는 더 많아짐. 남녀 앵커의 나이 차이는 적게는 8살, 많게는 27살까지 벌어졌음. 앵커의 직종과 경력도 차이를 보여줌. 남성앵커는 입사한지 14년에서 33년에 이르는 기자출신 경력자임. 반면 여성앵커는 입사한지 3년에서 17년으로 뉴스 현장에 대한 경험이 저조한 아나운서 출신에만 한정됨으로써 차이를 드러낼 수밖에 없는 구조적 요인이 됨. 이는 뉴스 외형 뿐 아니라 내용적으로도 동등한 접근이 어려운 상황을 보여주고 있음(이지아, 2012).

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 61



출처: KBS

사례: 2015년 5월 10일. KBS1 <전국노래자랑>

해당 프로그램에서는 무대에 올라온 백댄서들이 모두 여성인 반면, 심사위원들은 모두 남성으로 구성됨. 이는 출연자의 역할에 따라 획일화된 성별을 보여줌으로써 기존의 성 고정관념을 더욱 강화시키는 결과를 초래하고 있음.(한국여성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

3. 영역3의 사례: 고정관념

방송은 성역할 고정관념에 치우치지 않는 여성과 남성의 다양한 삶을 보여주어야 합니다.

3-1) 어린이 프로그램에서 남자는 씩씩하고 여자는 얌전해야 한다는 등의 이분법적인 묘사나 제언을 하지 않도록 주의합니다.

어린이프로그램에서 여성다움이나 남성다움을 획일화된 방식으로 그리지는 것은 어린이들의 무한한 가능성을 제한하는 일이다. 때문에 영국이나 미국 등의 나라에서는 어린이프로그램 안에서의 고정관념적 스테레오 타입화를 철저히 경계하고 있다. 우리도 어린이 프로그램 혹은 어린이와 관련된

62 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

프로그램의 내용을 구성함에 있어 더욱 엄격한 잣대를 적용할 필요가 있다. 이를 위한 엄격한 자율규제와 개선 노력이 필요하다.

사례: 2012년 8월 13일. MBC <뽀뽀뽀 아이조아>

프로그램에 출연한 엄마와 아들 팀에서는 보조바퀴 없이 자전거를 탄 아들을 매우 자랑스럽게 내세우며 자전거의 보조바퀴 제거사진을 한껏 자랑함. 또 이러한 운동실력을 통해 남자의 자존심을 지킨 것이라며 보조바퀴 없이 자전거를 탄 사실과 남성성을 연결시키고 있음. 이러한 접근방식은 '남성성은 운동신경이 발달한 것'이라는 성 고정관념을 강화시키는 접근방식임. 또 프로그램 끝에 인형탈을 쓴 밴드가 노래를 부르는 과정에서도 여성 2명은 리본과 분홍원피스, 남성 2명과 뚜렷하게 대비됨.(한국양성평등교육진흥원·한국여성민우회 미디어운동본부, 2012)

사례: 2012년 8월 14일. EBS <딩동댕 유치원>깜찍한 보물인형과 함께 방영되는 인성교육프로그램인 '소곤소곤 비밀친구'에서는 '힘세군, 예험군, 어머양, 지지양'이라는 보물인형이 나옴. 특히 오프닝 노래가사에서는 이 캐릭터들을 '으랏차차 힘세군, 어머머 어머양 척척박사 예험군, 호호 남남 지지양'이라고 하여, 남성은 힘이 세고 똑똑하며 여성은 소심하며 명랑하다는 이분법을 사용하고 있음. 이는 전형화된 성고정관념을 보여줌. 또 친구들의 문제나 궁금증에 대한 대답을 해주고 자세히 설명해주는 캐릭터(힘세군, 예험군)들이 모두 남성으로 설정되어 성역할 고정관념에서도 자유롭지 못함(한국양성평등교육진흥원·한국여성민우회 미디어운동본부, 2012).

사례: 2015년 5월 10일. KBS2 <수퍼맨이 돌아왔다>

송일국의 삼둥이들이 높은 오름을 끝까지 올라가는 모습을 본 엄태웅이 “아이들을 참 남자답게 키우신다는 생각이 들었다”고 이야기함. 또 송일국에게 훈육 상담을 하던 엄태웅이 ‘딸 하나이고, 딸이다 보니 어떻게 해야 할지 모르겠더라구요’라고 말하면서 여자아이이기 때문에 훈육이 조심스럽다, 딸이라서 단호하게 혼내기 힘들다는 점을 강조함. 이는 여자아이와 남자아이를 다르게 키워야 한다는 고정관념적 메시지를 그대로 전달하고 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

3-2) 프로그램 내레이션이나 자막, 배경 등에 성 고정관념이 반영되어 있는 것은 아닌지를 늘 점검해야 합니다.

방송은 자막이나 내레이션, 음향, 배경 이미지 등을 통해서도 성 고정관념 강화효과를 가져올 수 있다. 예를 들면 감성적 소재의 다큐멘터리에는

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 63

여성내레이터, 이성적 소재 다큐멘터리에는 남성 내레이터를 배치하여 이분법적 결과를 초래할 수 있다. 또한 여성 출연자 중심의 프로그램에는 화려한 조명과 노출의상, 남성출연자 중심의 프로그램에는 역동성을 강조하는 세트를 배치함으로써 고정관념을 재생산할 수 있다.

사례: 경제 흐름이나 정치문제 등을 다루는 시사다큐멘터리의 내레이터는 대부분 남성이고, ‘인간극장’ ‘다큐멘터리 사랑’ 등 감성다큐멘터리의 내레이터는 대부분 여성임. 이러한 접근은 인물 설정과 마찬가지로 특정 성에 대한 고정관념을 형성하는 원인으로 작용할 수 있음.

사례: 비혼의 젊은 여성들이 출연하는 토크프로그램 스튜디오의 경우, 출연자들은 노출의상과 화려한 조명 아래 위치 지워짐. 예를 들어 ‘미녀들의 수다’ ‘이제 만나러 갑니다’ 등. 남성출연자 중심의 예능프로그램은 야외활동과 역동성이 강조됨. ‘무한도전’ ‘런닝맨’ 등.

사례: 대다수 드라마의 식사장면 등에서 남성 가장이 시청자와 마주보는 화면 정중앙에 앉고 배우자를 비롯한 자녀들은 양 옆에 순서대로 앉는 좌석배치를 보여주고 있음. 이는 가부장주의적 문화 속에서 서열화 되는 위계질서를 그대로 보여주는 것임. 수평적인 가족문화가 늘어나고 있는 상황에서 천편일률적인 연출은 전통적인 사고를 확대 재생산하는 효과를 가져 올 수 있음.

사례: 2015년 5월 8일 tvN <꽃보다 할배 - 그리스편>

최지우와 이서진이 함께 저녁을 준비하는 모습, 식사 시 여성 출연자를 식탁 중앙에 앉게 하는 모습 등에서 기존의 가부장적인 인식을 탈피한 색다른 재현방식을 보여주었음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015)

3-3) 특정 성을 다른 성에 종속되거나 열등한 존재로 재현하지 않아야 합니다(예: 여성은 존댓말, 남성은 하대나 반말 등).

여성다움과 남성다움을 획일화된 기준으로 부드러운 남성, 씩씩한 여성의 출현을 방해하는 성 고정관념은 대부분의 장르에서 반복 재생산되고 있다. 제작진은 이러한 편견이 별다른 문제를 초래하지 않는다고 인식하지만, 이는 성차별적인 문화를 유지 존속시키는 중요한 근거가 되고 있다.

64 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

사례: 2016년 2월 10일 KBS2 <본분 금메달>

몇 가지 테스트를 통해 여자 아이돌의 본분을 확인하겠다는 기획의도를 가진 예능프로그램. 제작진은 황당하고 무리한 설정 속에서도 여자 아이돌들이 '예쁘고, 날씬하며, 리액션을 잘 해주고, 화를 내지 않아야 한다는' 인식을 보여주고 있음. 이는 여성을 마치 마네킹과 같은 존재로 간주하고 이를 여성의 본분으로 강조하는 성차별적 접근방식을 보여줌(한국여성민우회 홈페이지, 2016a).

사례: 2016년 5월 11일. KBS1 <별난 가족>

기업 임원으로 설정된 아내 김경숙이 퇴근하는 남편 선우재덕을 먼저 집에 가서 기다리고 남편의 옷을 받아 걸어주는 등의 장면을 재현함으로써 위계적인 부부관계를 보여줌. 여성은 공적 역할이나 지위에 상관없이 남성을 보조하는 역할을 하여야 한다는 고정관념을 드러냄(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례: 2016년 6월 5일. SBS <그래, 그런 거야>

중년의 여성인 며느리(김혜숙 분)가 자신의 시어머니(강부자 분)에게 운전면허자격을 따겠다고 허락해달라고 실랑이를 벌이는 에피소드가 전개됨. 그 결과 시어머니는 운전이 위험하다는 이유를 이를 불허하였고 큰 아들(조한선 분)도 이를 반대함. 이는 중년여성인 며느리를 자신의 안전조차 관리하지 못하는 무능력한 존재로 그리고 있을 뿐 아니라 성인으로서의 의사결정권도 인정하지 않는 비현실적인 설정임. 이는 여성을 주체가 아닌 보호받아야 할 대상으로 바라보는 시대착오적인 성 고정관념을 드러내고 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

사례: 2015년 6월 28일. KBS1 <도전 골든벨>

본인 성격이 어떠냐는 MC의 물음에 출연 학생은 “수줍고 조신하다”고 하니, MC가 “천상여자예요”라고 되받아침. 자막에서도 ‘수줍고 조신한 여자’가 강조됨. 이는 여학생은 수줍고 조신해야만 한다는 MC와 제작진의 인식을 여과없이 보여주는 것으로, 여성들에게 소극적이고 수동적인 삶을 권유하는 고정관념을 드러내고 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

3-4) 개인의 성취를 묘사할 때 남성은 능력, 여성은 외모 등 다른 기준을 강조하지 않도록 주의해야 합니다.

미디어에서 성공한 여성은 아름답지만 남성의 사랑을 얻지 못하는 덜 행복한 존재로 그려지는 경향이 많다. 여성은 사랑을 얻기 위해 노력할 때 진가를 발휘하는 존재로 전형화 되는 경향이다. 때문에 여성의 성공은 남성의 성공보다 부도덕한 것으로 재현되는 경우가 많다. 특히 능력이나 노력의 결과

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 65

가 아닌 외모나 부모의 능력 등 부수적인 것의 결과로 묘사되는 경우도 적지 않다. 이처럼 여성은 외모, 남성은 능력이라는 프레임은 여성들의 자기 개발에 부정적인 영향을 줄 수 있을 뿐 아니라 사회 전반에 성차별적 사고를 강화시키는 후유증을 가져올 수 있다.

사례: 2014년 7월 3일. SBS <이슈인사이드 - 시진핑 주석 방한>

‘시진핑 주석 방한’ 꼭지에서 시진핑은 회의 내용이나 담화, 정치적 행보나 능력 등 공적인 내용을 중심으로 다루어짐. 이와는 달리 그의 배우자 펑리위안은 패션이나 장신구 등 여성성을 강조하는 사적인 내용으로만 구성됨. 또한 가수 출신의 펑리위안이 정치가 집안 출신의 시진핑과 결혼하고 영부인이 된 과정을 보도하면서, 여성이 자신의 미모와 재능을 내세워 능력 있는 남성과 결혼함으로써 신분상승한 것으로 묘사하였음. 이는 매우 성차별적인 접근방식임(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2014).

사례: 2014년 8월 6일. 채널A <채널A 종합뉴스>

박근혜 대통령의 담화문 발표 등을 다루는 보도에서 담화문 내용과는 상관없는 대통령의 패션에 대해 언급함. 유독 여성 정치인에 대해서만 패션과 외모를 강조하는 보도 경향은 성차별적 제작관행이라고 할 수 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2016년 5월 16일. tvN <또 오해영>

주인공 오해영(서현진)이 다니는 회사에 고교동창 오해영(전혜빈)이 팀장으로 입사함. 오해영(전혜빈)은 신입 팀장으로서 아직 구체적인 능력이 검증되지 않은 상황임에도 회사 남자직원들의 사랑을 한 몸에 받음. 출중한 외모와 몸매, 애교, 입담이 실력이나 능력, 인품보다 중요하다는 편견을 가질 수 있는 장면임(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례: 2015년 4월 26일. MBC <여왕의 꽃>

레나정이 TNC그룹 본부장 박민준의 도움으로 요리방송을 다시 한 번 출연할 기회를 얻자 방송국 예능국장과 메인 MC는 레나정에게 여자로서 수치가 되는 말을 함. 이는 본부장이 스폰서라는 의미로, 레나정이 서포트를 받는 대신 박 본부장에게 몸을 허락한다는 식의 이야기를 거침없이 쏟아내고 있음. 실제로 이 드라마는 레나정이 자신의 성공을 위해 권모술수를 아끼지 않고 상대 남성을 이용해 성공해간다는 설정이어서 여성의 성공에 대한 부정적 편견을 강화하는 요소가 적지 않음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

3-5) 여성은 간호사나 비서, 남성은 의사나 경영진 등 성역할 고정관념에 따라 등장인물의 직업이나 지위를 획일적으로 묘사하지 않도록 노력하여야 합니다.

방송은 여성이나 남성의 전통적인 직업영역에 대해 진부한 편견을 드러내지 않아야 한다. 이미 직업의 영역은 개인의 취향과 적성에 따른 선택의 영역일 뿐 여성 혹은 남성의 영역이 사라진지 오래다. 그럼에도 불구하고 미디어 제작진의 고정관념의 여성과 남성의 성역할에 대한 차별적 시선을 드러내는 경우가 많다.

사례: 2015년 6월 28일, KBS1 <도전 골든벨>

MC가 특공무술을 하는 남학생에게 “꿈이 뭐냐”고 묻자 학생은 경찰이라고 대답함. 그러나 다음 인터뷰 대상자인 특공무술을 한 여학생에게는 “경찰의 아내가 꿈이냐”고 질문하여 성역할 고정관념을 드러냄. 이처럼 똑같이 특공무술 시범을 보인 학생들에게 성별에 따라 다른 질문을 한 것은 매우 성차별적인 태도라고 할 수 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2016년 11월 22일, SBS <낭만닥터 김사부>

해당 드라마는 의사와 간호사 등 중 여성과 남성을 배치하고 있어 다양성을 드러냄. 극중 여성 의사와 남성 간호사의 역할은 주변적이거나 부정적이지 않은 인물로 그려지고 있어 성평등한 캐릭터 설정이라고 긍정할 만함.

사례: 2015년 4월 25일, JTBC <순정에 반하다>

여주인공 김순정은 비서, 남주인공 강민호는 세계 최대 금융골드 파트너스의 투자 전문가이자 대표이사임. 남녀의 삼각관계 안에서 김순정이 대표이사의 비서라는 설정은 높은 위치의 남자에게 구속되는 소유물처럼 여겨지는 이유가 됨. 이는 아직도 뿌리 깊은 가부장적 사고와 수동적인 여성의 위치를 보여주는 것임(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

3-6) 자녀양육과 가사노동을 여성만의 책임으로 그리고 있는 것은 아닌지 살펴보아야 합니다.

방송은 돌봄노동을 더 이상 여성만의 일로 규정하지 않아야 한다. 많은 여성들은 이미 공적 영역에 참여하여 사회활동을 하고 있다. 1인 가구가 늘

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 67

어나는 등의 사회 변화는 돌봄노동의 합리적 해결을 주목하지 않으면 안 된다. 그럼에도 불구하고 미디어는 여전히 가사노동이나 육아를 여성만의 일로 바라보는 편견을 드러내곤 한다. 이러한 성역할 고정관념은 대기업 임원으로 설정된 여성이 남편보다 일찍 들어와 남편의 외출복을 받아 걸며, 밥을 차려주지 못하는 아내가 의무를 다하지 못한 여성으로 비판되며, 육아를 엄마만의 몫으로 강조하는 편견을 드러내고 있다. 심지어 여성인 스포츠 지도자가 선수들에게 밥을 꼬박꼬박 해먹인 것이 팀 우승의 결정적 이유라는 보도는 여성들의 기대를 저버리는 일에 가깝다.

사례: 2015년 7월 2일. JTBC <남과함께 시즌2-최고의 사랑>

김범수는 집을 꾸며놓은 안문숙에게 “역시 문숙씨가 디테일한 게 여성스럽다니까”라고 말함. 또한 집안의 액자 등을 둘러보며 “여성스럽다”는 말을 계속 하였음. 이는 집안을 아름답게 꾸미고, 그림을 걸어두는 것이 ‘여성스럽다’는 고정관념을 드러내는 것임. 김범수와 안문숙이 함께 이불을 정리하는 장면에서도 김범수가 잘 정리하는 것을 본 안문숙이 “남자가 이런 걸 잘 하나, 기분 나쁘게”라고 말함으로써 당연히 하여야 할 일상 속의 가사노동을 마치 전적으로 여성이 하여야 하는 것처럼 보여줌. 이는 ‘정리는 여자가 더 잘 해야한다’, ‘남자는 정리를 잘 못한다’는 성고정관념을 주는 장면으로 성차별적 내용이라 할 수 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015)

사례: 2016년 8월 21일. MBC <뉴스데스크 - 찌개 끓여주는 감독..박세리 금빛 리더십>

기자는 “박세리는 경기 일주일 전 미리 현지에 가서 날씨와 코스를 연구했고 직접 장을 봐 찌개를 끓이고 꼬박꼬박 아침을 챙겨 먹이며 선수들의 컨디션을 세심하게 살폈습니다. 선수들이 부담감을 느끼지 않도록 언니 같은 편안함으로 뒷바라지하면서도 풍부한 경험에서 나온 날카로운 원 포인트 레슨으로 선수들의 경기력을 끌어올렸습니다.”라고 리포트함. 승리의 이유를 실력보다 세심한 돌봄에서 찾는 미디어의 시선은 여성지도자를 남성지도자와 같은 공적 존재로 바라보기보다 언니 같고 엄마 같은 사적존재로 재현하고 있음(한국여성민우회 미디어운동본부, 2016).

사례: 2016년 5월 16일. SBS <내 사위의 여자>

박수철(설정환)은 오영심(이재은)과 육아문제에 대해 이야기하며 “아기는 무조건 3살까지 엄마가 키워야 한다”고 말함. 이는 육아가 전적으로 엄마의 몫이라는 성역할 고정관념을 드러냄. 그런데도 다른 출연자들이 이러한 내용을 반박하거나 수정

68 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

해주지 않아 이러한 성역할을 다시 한 번 고정사실화함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례: 2016년 5월 11일 KBS1 <별난가족>

손도순(김예령)이 전처 가출 후 신장병이 생긴 구경철(이주현)의 딸 구공주(한서진)의 육아를 맡게 된 상황. 유치원 선생님들이 구공주가 신장병이 있는 걸 모르고 운동(에어로빅)을 시켜 구공주가 쓰러지고, 손도순의 남편인 구경만(강인덕)은 손도순(김예령)에게 “니는 선생님에게 중요한 것도 얘기 안 하고 뭐했노”라며 일방적으로 화를 냄. 친모가 가출한 경우 친부가 아닌 다른 여성이 아이를 양육하는 것을 당연하게 그리고 있음. 이어 구경만(강인덕)은 “이래서 아 한 테는 엄마가 있어야 하는 거다. 아픈 것도 서러운데 아픈 것도 얘기 못하고 어린 게 얼마나 서러웠겠노!”라고 말하고, 송도순(김예령)도 동의하며 “그러게 말이에요. 같은 여자지만 참 독해 그 사람”이라고 말함으로써 이를 동의함. 아이의 육아는 엄마(여성)가 전적으로 책임져야 한다는 성역할 고정관념이 그대로 나타남(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

3-7) 전통적인 성 역할과 일치하지 않는 직업에 종사하지 않는 남성이나 여성을 조롱하거나 비하하지 않아야 합니다(예를 들어 남성 전업주부를 아내보다 열등한 인물로 희화화해서는 안 됩니다).

미디어 속에서 다루어지는 남성 전업주부, 퇴직자 남성, 여성 운동선수 등은 늘 2% 부족한 존재로 다루어지곤 한다. 최근 아내에게 존경받는 남성전업주부, 있는 그대로 재현되는 여성운동선수 등이 대안적 사례가 계속 나오고는 있으나 여전히 대다수는 성역할 고정관념에서 자유롭지 못한 상태이다.

사례: 2016년 8월 19일. 채널A <채널A 뉴스 - 분식집 태권소녀의 화려한 외출> 기자가 “우리 나라의 금메달 가뭇을 풀어준 태권 소녀 김소희 선수는 스스로 사내아이 같다고 말하는데요. 태권 여제의 화장한 모습은 어떨까요 태권 여제 김소희가 특별한 외출에 나섰습니다. 머리를 만지고, 화장을 하고... 어느새 멋진 숙녀로 변신합니다. 태권여제의 하루는 온종일 환하게 빛났습니다.”라고 리포트함. 이는 당당하게 자기 분야에서 능력을 인정받고 대중적으로도 호응을 얻은 여성을 전통적 여성다움의 틀로 회귀시키려는 부적절한 시도임. 운동선수의 당당함 그 자체로 가치 있고 아름다울 수 있다는 인식 개선이 필요함(국가인권위·한국여성민우회 미디어운동본부, 2016).

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 69

사례: 2016년 6월 7일. MBC <워킹맘 육아대디>

재민(박건형)과 일목(한지상)은 전업주부로서 녹색어머니 역할을 하며 아이 양육에 열심임. 재민은 일목에게 “육아는 돕는 게 아니라 함께 해야 한다는 걸 온몸으로 실천하시잖아요.”라고 말하며 서로의 육아를 격려하고 있음(한국여성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

3-8) 외모에 따라 성별화, 서열화를 조장하지 않아야 합니다. 여성이나 남성의 아름다움을 획일적인 잣대로 규정하고 특정한 외모를 혐오의 대상으로 부각시켜서는 안 됩니다.

여성의 아름다움이나 남성의 아름다움을 외형적으로만 평가하고 이를 서열화하는 경향이 계속 늘어나고 있다. 이러한 외모지상주의 확산에는 미디어의 영향이 절대적이다. 외모지상주의는 혐오의 대상이 되는 몸의 형태를 특정하고 이를 반복적으로 재생산함으로써 사회적 차별과 배제의 동기를 부여하고 있다. 이는 외모지상주의를 중심으로 한 성차별적 관행을 더욱 확대하고, 청소년들의 왕따문화를 견인하는 또 하나의 사회적 요인이 되고 있다.

사례: 2016년 12월 3일. tvN <SNL코리아 시즌8 - 불후의 명곡>

‘불후의 명곡’이라는 코너에서 유방암 수술을 한 엄앵란을 패러디한 캐릭터 ‘김앵란’이 나옴. 김앵란은 ‘총 맞은 것처럼’ 노래를 개사해 부르면서 ‘잡아보려 해도 잡을 가슴이 없다’는 것을 웃음의 코드로 활용함. 이는 절제수술을 한 유방암 환자 전체에 대한 모욕과 희화화일 뿐 아니라 가슴이 적거나 없는 여성을 조롱의 대상으로 삼는 성차별적인 내용임(하수영, 2016).

사례: 2011년 11월 10일. tvN <윤슬기의 시사 Q>

박근혜-최순실 게이트와 관련해 핵심 관련자로 지목돼 검찰에 출두한 차은택의 머리가 대머리인 것을 두고 ‘충격의 민머리’, ‘차광택’ 등의 자막으로 표현함. 심지어 이날 방송에선 ‘전두환 전 대통령인 줄 알았다’는 발언도 나와 대머리의 남성을 다른 남성에게 비해 열등한 존재로 간주하고 희화화의 대상으로 삼았음(하수영, 2016).

사례: 2015년 5월 10일 KBS2 <개그콘서트-이개세>

‘이개세’ 코너에서 박소라가 누드화보를 찍자고 하자 류근지가 “앞뒤가 같다”고 말하며 외모를 비하함(한국여성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

70 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

사례: 2015년 5월 10일. KBS2 <개그콘서트 - 핫이슈>
‘핫이슈’ 코너에서 박진영이 초상권 소송중이라며, 박진영의 외모를 험글 닳은꼴로 희화화함으로써 비하함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2015년 7월 1일 KBS1 <인간극장>
할아버지의 “어려서야 다 꽃이다. 한창 아름답고 곱고 젊어서는 어떤 사람도 다 좋지. 화사하고 좋고 예쁘고. 더군다나 여자들은 더 그렇고 그래서 그때가 꽃필 때 예요. 지금은 할미꽃. 다 시들어가는 꽃이지만 그래도 열매는 맺고 씨는 다 받아놔으니 됐지.”라는 발언을 여과 없이 방송함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2015년 5월 11일. JTBC <비정상회담>
김숙이 “송은이와 로빈이 과거에 같이 한 프로그램에서 커플이었다. 로빈이 재수가 없었다”고 하면서 송은이의 나이나 외모를 폄하하는 뉘앙스를 전달함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2015년 7월 5일. TV조선 <정보끝판왕 황금마차>
남성 출연자가 한우를 칼로 해체하다가 땀이 나자 이영자에게 땀을 좀 닦아달라고 요청했는데, “제가 닦아주면 좋아하겠어요? 황금걸이 해야지요!”라고 하면서 자신보다 더 젊고 예쁘다고 생각하는 사람을 불러왔고 옆에서 이훈도 맞는다고 맞장구를 쳤음. 출연자의 땀을 닦아주는 일에서조차 ‘젊고 예쁜 여성을 좋아한다’는 인식을 정당화하며, 여성을 동료가 아닌 성희롱 대상으로 전락시키는 문제는 개선되어야 할 필요가 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2016년 6월 2일. MBC <운빨로맨스>
“그래서 생긴 건? 예뻐요?”, “어~완전 여신!”, “진짜?”. 한설희(이청아)와 제수호(류준열)의 관계를 궁금해 하는 직원들이 나누는 대화에서 과거 둘 사이에 어떤 사연이 있었는지는 상관없이 외모에만 관심을 갖는 남자 직원들의 모습이 그려짐. 여자의 외모가 예쁘면 모든 것이 다 좋다는 식의 남자들의 태도와 이를 비판적으로 보는 구성원이 하나도 없는 획일화된 진행은 여성의 외모를 차별의 수단으로 삼는 외모지상주의를 조장할 개연성이 충분함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

사례: 2016년 5월 13일. KBS2 <TV소설 내마음의 꽃비>
날씬하고 이쁜 여성 캐릭터 써니홍(안연홍)은 뚱뚱하고 못생긴 여성 캐릭터인 정기순(김도연)에게 “빵순이 모든 사람이 양으로 승부하는 건 아니야”라고 말하고, 자신은 양이 적은 수표를 택할 것이지만 기순은 양이 많은 빵을 주면 결혼할거라

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 71

얘기하며 무시함. 이는 외모가 뛰어난 사람이 생각도 우월하다는 인식을 보여줌
(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례: 2015년 4월 28일. SBS <풍문으로 들었소>

최연희의 섭정 공포 후 딸 이지에게 10킬로를 감량하라고 명령함. 딸이 “너무 한 거 아냐”라고 하자 “정신이 온전하지 못할 때는 육체를 강제하는 것도 방법이다.” 왜 사람들이 돈과 시간을 들여 운동과 다이어트를 하는지 알려주마. 과체중은 자기관리를 못하는 사람의 전형”이라며 아버지 한정호가 멘트함. 드라마에서 딸 이지는 정상적인 체중의 학생으로 보이는데 다이어트를 강요한다는 점과, 이를 자기 관리에 실패한 것으로 단정하는 부모의 태도는 성차별적 가치관을 드러내고 있음. 그러나 이지가 계속 저항한다는 측면에서 긍정성을 동시에 내포하고 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 드라마 <오 마이 비너스> <드림하이> <구르미그린달빛> 등의 여성캐릭터 설정 이들 드라마에서는 살을 빼서 극적으로 변화하는 여성 출연자의 모습을 보여주는 것이 주요한 서사인데, 짧은 촬영 시간동안 살을 찌웠다 빼는 것이 어렵기에 비만 분장을 했다가 분장을 제거하는 것임. 이는 비만 여성은 그 자체로 주인공이 될 수 없으며, 살을 빼고 외모가 변화해야만 주인공으로서의 자격을 얻게 된다는 것을 보여줌.

3-9) 결혼하지 않은 사람을 무능력한 존재로 그리거나 한 부모, 비혼모, 조손가정, 이혼가정, 독거가정, 이주민가정 등에 대한 부정적 편견을 조장하지 않아야 합니다.

가부장주의적 문화는 결혼하지 않은 사람을 성인으로 대우하지 않는 등 많은 편견을 드러내왔다. 이는 미디어 속에서도 여전히 나타나고 있다. 미디어는 비혼, 한부모, 이혼가정, 비혼모, 조손가정, 독거가정, 이주민가정 등 다양한 가족형태를 동등하게 다루지 않고 정상가족과 비정상가족의 경계를 나누고 있다. 방송은 이러한 가족형태에 대한 재현이 차별 강화요인이 되지 않도록 노력하여야 한다.

사례: 2015년 7월 5일. TV조선 <정보끝판왕 황금마차>

여성 진행자가 총 세 명인데, 이영자는 요리를 잘 하는 여성임에도 주로 음식을 먹는 식신 역할, 윤순하는 아이를 키우는 방법 등 살림 노하우를 전달하거나 실험

72 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

하는 역할, 김나영은 신혼이기 때문에 살림에 대해 잘 모를 것이라는 역할을 분담하고 있음. 이러한 설정은 여성의 외모나 나이, 결혼여부에 따른 고정관념을 드러낼 뿐 아니라 결혼을 하지 않은 이영자를 열등한 사람으로 취급하는 등의 성차별적 접근방식을 보여줌(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2015년 6월 6일. KBS1 <별난 가족>

도순(김예령)이 설공주(서유정)에게 “이렇게 이쁘고 참한데 왜 아직 결혼도 안 하셨대?”라고 말함. 이는 결혼을 하지 않은 사람은 열등한 존재라는 인식을 내포하고 있음. 또한 여성이 예쁘고 참해야 결혼할 수 있다는 고정관념도 드러냄(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2016년 5월 16일 KBS2 <TV소설 내마음의 꽃비>

정꽃님(나혜영)과 이강욱(이창욱)의 다정한 모습에 시비를 거는 정도철(이범규)에게 고모 정기순(김도연)이 평생 데리고 살 것 아님 앞길 막지 말라고 하자 고모의 몸을 가리키며 “고모는 앞길을 막는 사람도 없는데 왜 혼자지?”라고 말하며 똥똥한 여성을 비하하고, 똥똥한 여성은 결혼하기 힘들다는 비언어적 메시지를 전달함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례: 2015년 4월 3일. tvN 코미디 빅리그<충청도의 힘>

동민이(장동민)의 동네 친구는 이혼 가정의 자녀임. 동민이와 현민이는 그 친구에게 너 때문에 부모가 이혼을 한 것이라고 놀림. 또 부모가 이혼을 했기 때문에 생일 선물을 두 번 받을 것이다 등의 농담을 함. 뒤이어 현민이의 할머니와 동민이가 무대 위로 등장함. 할머니는 동네 친구에게 이렇게 이야기함.

할머니: 근데 너는 엄마집으로 가냐, 아빠집으로 가냐. 아버지가 서울에서 다른 여자랑 두 집 살림 차렸다고 소문이 아주 흥흥하게 다 돌고있어.

양배차: 할머니한테서는 이상한 냄새 나거든요.

할머니: 지그 애비 똥아서 여자 냄새는 기가 막히게 말네.

할머니: 너 동생 생겼단다 서울에.

이처럼 방송이 이혼가정이나 조손가정이라는 가족유형의 차이를 차이 그 자체가 아닌 놀림과 공격의 대상으로 만드는 것은 절대 있어서는 안될 심각한 사회문제라고 보여짐(한국여성민우회 홈페이지, 2016b).

사례: 2016년 5월 15일. MBC <가화만사성>

여주인공 봉혜령(김소연)은 사랑하는 아들을 사고로 잃고도 아픔을 가슴에 묻고 시어머니와 남편에게 최선을 다해 가정을 가꾸고 지켰으나 불임인 사실을 알게 된 시어머니의 모략으로 이혼하게 됨. 사회적으로 자상한 시어머니의 표상으로 포장되어 있는 저명인사 시어머니가 기자와의 인터뷰 중 “불임으로 맘고생이 심하

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●● 73

던 며느리에게 딸처럼 대해준 것이 더 큰 짐이 되었다는 걸 몰랐어요. 더 이상 붙잡는 건 이기심이라는 걸 깨달았어요”라며 며느리의 불임으로 이혼을 하게 되었다고 대화하는 장면에서 기자가 당연하다는 듯 수궁하는 모습을 보임. 드라마 전반에 자식이 없는 가정은 불완전한 가정으로 그려지고, 여성이 아이를 낳지 못하는 경우 이혼 사유가 된다는 식의 표현은 여성을 출산의 도구로 전락시키는 내용임(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

4. 영역4의 사례: 성폭력, 가정폭력 등

방송은 어떠한 성적 폭력이나 가정폭력도 정당화하거나 선정적으로 다루어서는 안됩니다.

4-1) 성폭력 피해를 순결함이 훼손된 일이나 수치스러운 일로 다루지 않아야 합니다.

성폭력 피해는 절도나 교통사고와 다를 바 없는 말 그대로 사고에 불과하다. 그런데도 여성의 순결을 강조해 온 가부장주의는 이를 매우 심각하게 인식하도록 요구한다. 순결이데올로기에 기초해 여성성의 결정적 훼손이라고 확대해석하여 왔기 때문이다. 이는 가부장주의적 질서 속에서 여성을 통제해온 또 하나의 담론으로, 방송은 이에 대한 비판적인 이해가 필요하다.

사례: 2016년 6월 8일 채널A <채널A뉴스 - 부끄러움 이긴 여교사의 ‘용기’> 성폭행 피해자가 사건을 의연하게 처리하는 과정에 대한 보도임. 그런데 자막에서 ‘부끄러움을 이긴’이라는 용어를 사용함. 이는 성폭력 피해자가 받았을 고통을 ‘부끄러움’이라는 감정으로 해석하는 가부장주의적 사고를 드러내고 있음. 성폭력 피해는 그저 사고일 뿐이라는 인식 전환이 필요함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

4-2) 성폭력, 가정폭력, 성희롱, 성매매 등을 자세하게 묘사하거나 선정적인 볼거리로 묘사하지 않도록 신중히 다루어야 합니다.

여성관련 소재의 뉴스 중 가장 다수를 차지하는 것은 성폭력이나 성희롱, 성매매와 관련된 사안이다. 이는 성폭력을 선정적인 볼거리로 재현하는 것

74 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

에 익숙하기 때문이다. 이러한 관음주의적 시선은 성폭력 피해자의 고통을 공감하지 못하는 왜곡된 관행일 뿐 아니라 2차 피해를 야기할 수 있는 문제 요인이다.

사례: 2016년 6월 28일. MBN <MBN 뉴스 - 고교생 22명이 여중생 성폭행...5년 만에 드러나>

2011년 여중생 2명을 산으로 데려가 성폭행하거나 그 범행을 도운 남자고등학생 22명이 붙잡힌 사건 보도로 이들은 현재 대학생이라고 함. 그런데 자료화면으로 가해 남학생들이 집단으로 성폭행하기 위해 줄지어 서있는 삽화 등이 사용되었으며, 심지어 성폭행을 저지른 후 바지의 지퍼를 올리고 있는 듯한 뒷모습을 보여주기도 해 심각한 문제점을 드러내고 있음. 이는 성폭력 사건을 시청자들의 성적 호기심 거리로 전락시키는 상업주의적 태도임(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).



출처: MBN(2016)

사례: 2016년 6월 13일. TV조선 <뉴스 판 - 유명 아이돌, 유흥업소 종업원 성폭행 피소>
“A씨가 술을 마신 이곳은 일명 ‘텐카페’라고 불리는 유흥업소로, 손님 한명 당 50만원 내외의 술값을 지불해야 하는 곳입니다”, “(업소 관계자) 어느 가게든 연예인 많이 와요, 어느 가게든 업소엔 방이 10여개 있고, 그 안엔 작은 화장실이 있습니다” 등 성폭행이 일어난 유흥업소를 묘사하는 보도가 주를 이루고 있음. 화장실에서 성폭행을 재연하는 삽화를 사용함. 이는 성매매의 본질적 문제는 외면한 채 선정적 볼거리로서 사건현장 나열에 적극적인 언론의 태도를 보여줌(한국여성민우회 미디어운동본부, 2016).

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●● 75



출처: TV조선(2016)

사례: 2016년 2월 27일, 채널A <채널A뉴스 - 데이트 폭력 조폭급 사흘거리 살인> 잔인한 CCTV 상의 여성대상 폭력을 불거리로 제공함. 남성이 뒷걸음질 치는 여성에게 다가가 있는 힘껏 주먹을 휘두름. 여성이 쓰러지자 머리채를 잡아 질질 끌고 감(한국여성민우회 미디어운동본부, 2016).

사례: 2016년 5월 11일, SBS <딴따라>

김주한(허준석) 매니저가 아이돌가수 민호를 소속사에 잡아두기 위해 음모를 꾸밈. 민호를 술에 취하게 하여 소속사 여자 아이돌을 성폭행하는 장면을 연출하고 찍은 동영상으로 지속적으로 민호를 괴롭힘. 민호는 동영상으로 발목이 잡혀 하고 싶지 않은 일도 어쩔 수 없이 해야 하는 상황 설정에서, 성폭행 영상을 8회분에서만 2회에 거쳐 각 3초 이상씩 보여줌. 드라마 전개상 반드시 필요한 내용이 아님에도 불구하고 재차 관련 장면을 노출함으로써 성폭력을 호기심거리로 부각시키고 있다는 비판을 초래하고 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

4-3) 성범죄를 관용적인 시선으로 다루어서는 안 됩니다. 성희롱이나 신체적, 언어적 성폭력과 가정폭력을 정당화하지 않도록 해야 합니다.

미디어는 성적 폭력에 대해 좀더 원칙적이고 단호한 태도를 취할 필요가 있다. 피해자의 외상이 크게 드러나지 않았다고 해서 폭력의 후유증이 존재하지 않는 것은 아니기 때문이다. 적어도 피해자에게 있어서는 사소함이란 영역은 없다. 그런 만큼 드라마와 같은 픽션의 장르에서도 성희롱이나 성폭력,

76 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

가정폭력 여부, 바람직한 해결방안 등을 짚고 갈 수 있는 접근방식이 필요하다.

사례: 2016년 5월 13일. MBC <워킹맘 육아대디>

김홍복 차장(김용운)이 “기획서 언제 낼 거야”라고 하자 이미소는 “기획서 머리 쥐어 짜내고 있다”라며 “외부 출장 좀 다녀오겠습니다”라고 말함. 김차장은 “남산만한 배 내밀고 다니는 거 보기 싫어 죽겠구만. 이게 배부른 김에 배 째라야”라며 미소에게 강한 굴욕감을 줌. 임신한 여성을 무가치하고 쓸모없는 대상으로 여기며 언어적 폭력을 구사함. 그럼에도 불구하고 이에 저항하거나 반박하는 장면이나 목소리는 나오지 않음. 이는 언어적 성희롱이 일상 속에서 일어날 수 있는 일의 하나쯤으로 해석될 수 있는 여지를 남기고 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례: 2016년 5월 13일. MBC <좋은 사람>

오과장으로부터 성추행 당한 윤정원(우희진)은 차경주(강성미)의 계략에 의해 오히려 명예훼손으로 고소를 당하게 됨. 윤정원(우희진)의 사장은 성추행을 당하고도 고소를 당한 윤정원에게 “윤정원 씨가 성추행을 당했네 어쩌네 그딴 헛소리를 하니까 대영 오과장이 결국 못 참고 고소까지 하게 된 것 아닙니까?”라고 질책하며 “당장 대영 오과장한테 가서 빌든 어떻게 하든 간에 무조건 고소취하하게 하세요, 알겠어요?”라고 말함. 비즈니스 관계에서의 득실을 따지며 성추행을 대수롭지 않은 일로 치부해버리는 상황임. 심각하게 파괴되지 않은 성추행은 묵인할 수 있다는 왜곡된 시선을 정당화함. 극중 이러한 성추행이 왜 잘못된 것인가를 설명해주는 인물이 적은 비중으로라도 출현하여야 한다고 봄(2016a).

사례: 2013년 7월 18일. 채널A <박종진의 쾌도난마>

진행자 박종진과 출연자 정준호가 이야기를 전개하는 과정에서, 논란이 되고 있는 국방부 연예병사제도 폐지건에 대해, 박종진이 “연예 병사 제도가 없어졌대요. 이제 없어진대요. 없어졌대가 아니고. 그렇게 결정했대요. 어떻게 생각하십니까?”라고 하니, 정준호가 “이게 뭐 그때그때 문제가 일어난다고 해서 뭘 없애고, 다시 살리고 그런 좀 어떻게 보면 입맛에 맞는 그런 제도보다는, 그런 문제점을 좀 잘 파악을 해서 장기적으로 원활하게 할 수 있는 그런 방법을 제안을 정확하게 해줘야 되지 않나...물론 그런 실수를 할 수 있습니다. 그러면 그 실수를 했을 때, 엄격한 규칙제도를 더 높여서 다시는 그런 실수를 못하게 만들어야지, 없앤다는 거는 좀 우리 군인 분들의 군 생활에 좀 즐거움을 줄 수 있는 그런 부분이 좀 없어지지 않나라고 저는 생각을 합니다.”, 또 정준호가 “저도 뭐 군대 갔다 나오면 다 그런대 가봅니다. 호기심에서도 가보고, 또 남자가 태어나서 뭐 정말 그 혈기왕성한 나이에 그럴 수 있습니다. 저도 뭐 그런 경험이 있고. 그런데 그 젊은 친구들의 그 철없는 그런 실수 하나가 평생을 그 친구들한테 가슴 아프게 한다는 거는 저는 같은

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 77

뭐 정말 그런 마음을 갖고 있는 연예인으로서도 그렇지만, 좀 너무 가혹한 것 아닌가, 그래서 한번 정도 더 심사숙고해서 좋은 결론을 좀 내렸으면 하는 바람입니다.”라고 말하는 내용 등을 방송함. 이는 방송에서 성매매를 혈기 왕성한 남성이 할 수도 있는 것이라고 정당화하고 옹호하였다는 문제점이 있음(심미선 외, 2015).

4-4) 데이트 폭력, 이별 후 폭력, 가정폭력, 이혼 후 폭력 등을 사소한 일로 묘사하거나 사랑의 연장으로 다루지 않아야 합니다.

가정폭력이나 데이트폭력을 가족이나 연인 간의 사적 문제로 바라보는 미디어의 시선은 개선될 필요가 있다. 특히 이를 사랑하기 때문에 어쩔 수 없었다거나 용서해주어야 한다는 식으로 접근해서는 안된다. 약자의 입장에서 외치는 ‘하지마’, ‘안돼요’를 있는 그대로 해석하는 수평적 문화를 만들기 위해서는 이를 그리는 미디어의 역할이 중요하다.

사례: 2015년 4월 3일. tvN 코미디 빅리그 <충청도의 힘>

동민이(장동민)는 할머니가 “내가 죽어야지 내가 늙고 힘들어서 죽어야지”라는 말을 하자 할머니에게 자신의 성기를 보여주고, 할머니는 “아이고 우리 동민이 장손 고추 한번 따먹어보자. 아이고 우리 장손 이제 할매 살겠다. 아이고 이제야 내가 숨통이 트이네.”라고 호들갑스럽게 말함. 동민이(장동민)는 울상을 지으며 “(내가) 한 번 까서 사람 한 명 살렸잖나.”라고 함. 이는 일상적으로 나타날 수 있는 아동 성추행을 사소한 일로 만들어버림. 매우 심각한 설정이라고 봄(한국여성민우회 미디어운동본부, 2016).

사례: 2016년 6월 6일. MBC <다시 시작해>

이태성(전노민)은 아내 정미란(박준금)에게 폭력을 행사하며 “내 집에서 소리 지르지 말고 나가!” 라고 말함. 집은 부부가 함께 사는 공간임에도 불구하고 여성이 마치 남편의 집에 얹혀사는 것처럼 표현되었고, 남성에게 소속된 사람이 여성이라는 고정관념을 나타냄. 또한 ‘덜 맞았다’는 표현은 여성이 남성에게 폭력을 당하는 것이 당연하다는 뉘앙스를 풍기는 내용임. 악인을 그리기 위한 설정이라는 점을 감안하더라도 폭력이 용인되는 상황에 대해 보다 엄격할 필요가 있음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

사례: 2016년 6월 2일. MBC <좋은 사람>

시아머니의 부당한 구박에 머느리 윤정원(우희진)은 그저 울면서 당하고만 있음. 임신 중인 머느리를 밀쳐서 넘어지게 하고, 이를 목격하고 대응하는 윤정원의 언

78 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

니 윤정화(명지연)를 말리며 “어머님이 오해가 좀 있었어”라며 오히려 시어머니를 두둔함. 며느리는 시어머니에 대해 무조건 참고 복종해야 한다는 고정관념을 강화시키고 며느리에 대한 부당한 언어폭력 및 신체 폭력을 정당화하는 장면임(한국여성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

사례: 2016년 11월. SBS <고호의 별이 빛나는 밤에>

직장 선후배인 고호와 남자후배는 클럽에서 우연히 만남. 남자후배는 고호의 거절에도 불구하고 지속적으로 스킨십을 시도함. 남자후배는 그 이유를 자신이 고호를 사랑하기 때문이라고 강조함. 고호는 이를 단호히 중단시키지 못하고 전전긍긍함. 이에 고호를 사랑하는 또 다른 인물인 남자주인공이 후배와의 다툼을 통해 고호를 구조하였음. 이는 성추행이나 데이트폭력을 사소한 문제로 취급하고 그런 상황에서 여성의 주체성을 보여주기는커녕 백마 탄 남자의 활약만을 강조하였다는 점에서 매우 성차별적인 내용임.

4-5) 성범죄의 원인을 피해자의 탓으로 돌리지 않아야 합니다(예: 밤늦게 돌아다니거나 짧은 옷을 입은 책임이라고 해석하는 등).

가부장주의는 성범죄의 원인을 피해자의 탓으로 돌림으로써 여성들에게 공포를 조장하고 능동적인 활동을 제약해왔다. 이러한 잘못된 인식은 여전히 미디어에도 남아있다. 성폭력 피해자에게 원인을 돌리는 관행은 개선되어야 마땅하다. 모든 범죄는 가해자가 전적으로 책임지는 것이 정의이다. 미디어가 이를 간과하는 일이 없어야 한다.

사례: 2016년 6월 7일. 채널A <채널A뉴스 - 여교사 ‘꼬리 쳤다’ 황당한 감싸기> 해당기사는 섬마을 주민들의 인터뷰를 자극적으로 전달하는 내용임. 그런데 인터뷰 일부 내용에서 가해자를 옹호하고 감싸는 내용을 여과 없이 전달함으로써 문제점을 드러냄. 사건이 ‘피해자의 유혹에 의해 이루어진 일’이며 ‘남자들에게는 있을 수 있는 일’이라는 것임. 이처럼 일부 주민의 가해자 두둔 인터뷰를 가감 없이 방영하고, ‘황당한 감싸기’라는 제목 등을 통해 인터뷰대상자들의 2차 피해를 유도하기도 하였음. 인터뷰 중 ‘꼬리 친다’는 여성비하 발언도 삭제되지 않은 채 방영되었음(한국여성민우회 미디어운동본부, 2016).

사례: 2013년 6월 21일. JTBC <뉴스9 - 퇴근길 바짝 붙어서 ‘노출의 계절’ 성범죄 주의보>

해당 기사는 “무더위가 계속되면서 여성들 옷차림이 가벼워지고 있죠. 이런 여성

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 79

들을 노린 성범죄가 기승을 부리고 있습니다. 플랫폼에 선 또 다른 남성. 주위를 두리번거리다 짧은 치마를 입은 여성에게 슬쩍 접근합니다. 그리고는 스마트폰을 이용해 여성의 치마 속을 몰래 찍습니다. 폭폭 찌는 무더위에 옷차림이 가벼운 여성들을 집중적으로 노린 성범죄가 늘고 있습니다.”라고 리포트하면서 성범죄 발생 건수가 여름철에 약 3000건 정도 많다고 강조함. 이는 뉴스가 몰카를 찍는 가해자의 문제를 지적하기보다 피해자인 여성의 노출에 초점을 맞춤으로서 본질을 왜곡하고 선정적인 화면으로 여성을 성적 대상화하는 등의 문제를 보여줌. 이는 여성이 몸단속을 잘못하여 성적 피해를 입는다는 전통적 사고에서 출발한 가부장주의적 편견을 드러내고 있음(심미선 외, 2015).

사례: 2015년 7월 5일. SBS <그것이 알고 싶다 - 사라진 ‘신데렐라’>
피해자를 ‘신데렐라’에 비유하는 것은 우리 사회에서 여성이 능력 있는 남성과의 결혼을 꿈꾼다는 의미로 통용되는 신데렐라 콤플렉스를 연상시킴. 소재가 된 사건은 여성에게 신분을 속이고 접근한 남성에게 살해당했을 가능성이 있는 여성실종자의 행적을 찾는 내용으로 피해자를 ‘신데렐라’로 지칭하는 것이 적절치 않다고 보여짐. 피해자 여성이 남성을 통한 신분상승을 꿈꾸다 그로 인해 살해당했다는 인상을 강하게 전달하기 때문임. 살인사건의 피해자에게 책임을 전가하는 프레임은 개선될 필요가 있음(심미선 외, 2015).

사례: 2009년 7월 29일. EBS <다큐 프라임-우리 아이 어떻게 지킬 것인가>
아동 성폭력 범죄를 예방할 수 있는 방법과 사고 발생시 관련 대응을 지원하는 시스템에 대해 방송함. 아동 대상 범죄에 경각심을 높일 수 있다는 점에서 칭찬받을 만 하나 “짧은 치마를 입었는데 팬티가 보였다” 등 가해자의 발화를 여러 차례 반복적으로 다루고 있어 자칫 성범죄 발생의 원인이 여성의 옷차림이라는 왜곡된 인식을 심어줄 수 있다고 보여짐(심미선 등, 2015).

5. 영역5의 사례: 성차별적 언어(자막 포함)

방송에서는 성차별적 언어를 사용하여서는 안 됩니다.

5-1) 지배적, 권위적인 것을 바람직한 남성성으로, 순종적이고 수동적인 것을 바람직한 여성성으로 묘사하는 언어를 사용하지 않아야 합니다.

미디어는 가부장주의적 문화에서 비롯된 여성과 남성에 대한 편견들을 재생산하지 않기 위해서 그 매개가 되는 언어를 민감하게 살펴보아야 한다.

80 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

‘여자들이 겁도 없이’, ‘여자가 그렇게 나대도 돼?’, ‘남자는 울지 않아야 돼’, ‘남자는 맞고 들어오면 안 돼’ 등 전통적 사고를 강조하고 남녀의 이분법적 구분을 더욱 공고히 하는 언어를 철저히 경계해야 한다.

사례: 2015년 5월 17일. KBS2 <수퍼맨이 돌아왔다>

사랑이와 달리기 대결에서 진 유토가 우는 장면에서 ‘남자는 우는 거 아니야’라는 자막이 나옴. 이는 제작진이 ‘남자는 울면 안 된다, 강해야 한다’는 남성다움에 대한 편견을 드러냄(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2015년 5월 11일. MBN <황금알>

남성 출연자가 부인과 말다툼했던 일을 설명하는 장면에서 “남자가 쪼잔하게 이 걸 따지겠냐”고 말함으로써 ‘남자는 대범해야 한다’는 고정관념을 강화함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2015).

사례: 2016년 6월 7일. MBC <다시 시작해>

중년부부인 남편 이태성(전노민)이 일방적으로 아내 정미란(박준금)에게 폭력을 가하며 “정신 차려, 이 여편네야! 애미라는 게 집을 나가네 어쩌네 딸래미 간수하 나 못해 놓고 어디서 큰소리야!” 라고 소리를 지름. 배우자를 여편네, 개, 애미처럼 성차별적인 표현으로 하대하고 있고, 딸래미 하나 간수 못한 엄마로 표현하며 딸의 행동에 대한 책임을 엄마의 책임으로 몰아가는 전형성을 보여주는 장면임(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

사례: 2016년 6월 1일 MBC <워킹맘 육아대디>

은솔(고나희)이가 방글(구건민)이 집에 놀러왔는데 방글(구건민)이 할머니 이해순(길해연)이 들어오며 “야부터 보내라. 며느리한테 한소리 하러 왔는데 가시나들 떠들면 정신 사나웁다. 얼른 내보내라.”하며 놀러온 은솔(고나희)이를 쫓아냄. 여자아이를 바라보는 어르신의 시선과 태도를 보여주는 대목임. “가시나, 사나웁다”라며 성차별적 언어와 태도, 고정관념을 나타냄(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

사례: 2016년 5월 16일. MBC <워킹맘 육아대디>

이미소(홍은희)가 아들을 출산하자 김차장(김용운)은 “굼벵이도 구르는 재주가 있 다더니 그건 잘했네. 그래도 아들은 하나 있어야지.”라며 남아선호사상이 담긴 표현을 함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례: 2016년 5월 11일. MBC <좋은 사람>

홍문호(독고영재)가 차만구(남경읍)에게 “지금은 집사람 쪽으로 너무 기울어져 있

IV. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 81

는 것 같아서요.”라며 자신의 아내를 집사람이라고 지칭 함. ‘집사람’은 여성을 집이라는 영역에 한정되어 가사를 전담하는 존재로서의 고정관념을 담은 표현임(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례: 사례: 2016년 5월 11일. MBC <굿바이 미스터 블랙>
민선재(김강우)가 자신을 속여 결혼을 했고 차회장(정동환) 살인에 차지수(임세미)를 유괴 감금했다는 사실을 알게 된 후 냉랭하게 대하는 며느리 윤마리(유인영)에게 시어머니는 들고 있던 장바구니를 던지며 소리를 지름. “아무리 선재가 잘못했기로서니 니 남편이야. 나는 니 시애비고. 무슨 짓을 했건, 그 놈 혼자 잘 먹고 잘 살았냐? 너도 그 덕에 잘 살았잖아”라는 발언으로 여성을 남편의 경제력에 편승해 살아가는 존재로 그리고, 시댁식구의 죄에 대해서도 저항 없이 용납해야한다는 메시지를 전달함(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

5-2) 특정 성을 혐오의 대상으로 삼는 언어를 사용하지 않아야 합니다.

온라인을 중심으로 ‘김여사, 김치녀, 된장녀, 한남충, 맘충, 애비충’ 등 특정 성을 폄하하고 대상화하며 집단 그 자체를 혐오하는 표현이 늘어나고 있다. 방송이 이러한 혐오의 언어를 사용하는 것은 해당 언어에 의미를 부여하고 권위를 부여하는 일이며 확산 속도를 높이는 일이다. 때문에 방송은 이를 사용함에 있어 신중을 기하여야 하며 인권을 침해하고 차별을 조장하는 표현에 대해서는 매우 엄격한 잣대를 적용할 필요가 있다.

사례: 2015년 1월 11일. KBS2 <개그콘서트-사동이는 아빠 딸>
주인공 사동이가 새해 목표를 다짐하는 장면에서 사동이 중 하나인 김승혜가 “김치를 먹는데 성공해서”라고 한 뒤 “꼭 김치녀가 될 거야. 오빠 나 명품백 사줘. 신상으로.”라는 말을 함. 또 행동은 남자에게 선물을 받는 여성의 모습을 흉내냄으로써 여성이 남성에게 명품백을 받아내는 것을 즐긴다는 왜곡된 고정관념을 강조하였음. ‘김치녀’는 일베에서 한국여성을 비하하는 용어로 알려진 대표적 여성혐오 단어 중 하나임(심미선 외, 2015).

사례: 2016년 12월 4일. MBC <아버님 제가 모실게요>
한 집에 살게 된 동서들이 자녀교육관의 차이로 말다툼을 하는 과정에서 취업주부인 윗 동서가 전업주부인 아랫동서를 비난하면서 ‘너 같은 엄마를 맘충이라고 해, 지 자식만 아는 벌레 같은 엄마’라고 하고 ‘니가 집에서 먹고 노니까 대리만족을 위해 자식만 박박 굶는 거야’ 등 여성혐오적 표현을 사용함, 자녀교육관의 차이

82 ●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

로 갈등을 겪는 에피소드는 언제든 만들어질 수 있지만, ‘맘충’같은 표현은 여성혐오적 사고를 확산시킬 수 있다는 점을 유의할 필요가 있음.

사례: 2013년 4월 2일. YTN-FM <전원책의 출발 새아침-문화로 읽는 세상> 진행자 전원책과 출연자 하재근(문화평론가)이 대중매체 속에 나타나는 여성에 대한 성적 대상화와 온라인 여성혐오현상을 다룸. 하재근은 “네티즌들이 요즘에, 방송용으로 적합한 단어는 아닌데, ‘보슬아치’라고 해서 여자들이 항상 남자들 등쳐 먹는다 그런 식으로 항상 악플을 달기도 하고.”라고 말하면서 방송에서 구지 사용하지 않아도 좋을 부적절한 여성혐오 단어를 소개함. 그러자 전원책은 “여성들의 운전이 늘면서 기동력이 강화가 됐고, 하면서 이혼율이 증가를 했다. 쉽게 말하면 과거에는 남자들만 불륜이 많았는데 요새 여성들도 불륜이 늘었다. 이런 주장도 있던데.”라며 자신의 성차별적인 편견을 그대로 방송에 노출함. 또하재근은 “그런 식의 허영, 허세, 사치. 이런 여자들을 이제 된장녀라고 하면서 사람들이 혐오하기 시작한 거고. 등의 멘트를 하면서 된장녀, 보슬아치 등의 여성혐오 단어들이 마치 사회현상을 그대로 반영한 신조어인 것처럼 오해할 만한 언급을 반복하고 있음(심미선 외, 2015).

사례: 2016년 6월 20일. TV조선 <이슈본색 - 박유천, 자신 고소한 여성 맞고소...왜?> 일러스트 이미지를 통해 화장실 내에서의 성폭력장면을 이미지화 하도록 함. 첫 번째 고소여성을 ‘1번 고소녀’로 표현. 특정 부류, 특히 부정적인 의미의 여성을 묘사할 때 접미사처럼 쓰는 단어로 사용을 지양해야 함에도 불필요하게 사용함(한국 양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016b).

사례: <미녀의 탄생:리셋>의 홈페이지 제공되는 매 회차의 프로그램 소개 ‘뱃살 튜브녀’, ‘긴 코 오징어녀’, ‘외계인녀’ 등은 출연자의 메이크오버 이전의 모습을 비하하고 희화화하는 표현들임. 이는 방송에서 반복적으로 강조되었음.

- 1회 절벽가슴! 놀라운 변신 전격공개!
- 2회 뱃살 튜브녀, 미운오리 뱃살녀 아름다운 백조로 재탄생!
- 3회 긴 코 오징어녀 리셋! 프리티걸로 재탄생!
- 4회 굴곡진 얼굴 노안 꽃거지녀 동안미녀로 변신!
- 5회 밥주걱턱 가제트녀 러블리걸로 대변신!
- 6회 졸린눈 동키녀 놀라운 변화의 시작
- 7회 라인실종 절구통녀, 1초 서인영으로 변신!
- 8회 AAA컵 가슴 실종녀 관능미 넘치는 S라인으로 변신!
- 9회 0.1톤 모태 거구녀 서구적 도시 미인으로 변신
- 10회 팔각형 얼굴 외계인녀 V라인 큐트걸로 변신!
- 11회 유명배우 굴곡턱녀 V라인 미녀로 대변신

Ⅳ. 방송 가이드라인 개발을 위한 방송 모니터링 사례분석 ●●● 83

12회 못난이 중국소녀 아이돌급 큐트걸로 변신

13회 미녀 F4 총출동 왕중왕전, 최후의 1인은 누구?

(한국여성민우회 미디어운동본부, 2014)

5-3) 특정 성을 성적 대상으로 묘사하거나 외모에 대한 열등감을 조장하는 언어를 사용하지 않아야 합니다.

‘영계’처럼 여성을 성적 대상으로 규정하거나 ‘180cm미만 루저, 꿀벅지, 베이글녀’ 등 특정한 외모를 바람직하거나 열등한 것으로 규정하는 자극적 언어를 사용하지 않도록 노력하여야 한다.

사례: 2016년 5월 14일. JTBC <마녀보감>

얼굴은 예쁜데 남자들의 눈길을 못 받는다 고민하는 시녀에게 “사내들은 여인의 얼굴보다는 여기(가슴)에 관심이 많아. 여기가 화가 나면 사내들은 자꾸 무릎 꿇게 되어 있단 말이야~”하며 약을 권한다. 약만 마시면 “애가 자기 분에 못 이겨서 빵!”, “이 약 말고는 방도가 없다”는 표현은 여성의 신체를 성적인 도구로 전락시키는 선정적인 표현을 사용하였음(한국양성평등교육진흥원·서울YWCA, 2016a).

사례; 2009년 11월 9일. KBS-2TV <미녀들의 수다>

출연자의 “남자친구 때문에 힐을 못 신는 그런 기구한 연애는 하고 싶지 않아요.”, “외모가 굉장히 중요해진 시대에서 키는 굉장한 경쟁력이라고 생각하거든요. 그래서 키 작은 남자들은 루저(loser)라고 생각합니다”, “인터넷에 있는 투표 결과에서 여자를 때리는 사람보다 키가 작은 남자가 더 투표수가 적게 나왔어요”, “아무리 잘생기고 돈 많고 능력 좋아도 키 작으면 딱 정이 떨어져요”, “이게 우리만의 문제가 아니라 만국 공통으로 키 작은 남자가 놀림감이 약간 되는 것 같아요” 등의 멘트를 함으로써 남성의 외모와 관련한 사회적 편견을 조장함. ‘키 작은 남자와 사귄 수 없다!’, ‘키는 경쟁력!’, ‘키 작은 남자는... loser!’, ‘폭력남보다 못한 게 호빗남?’, ‘키 작으면 오만정이 떨어져!’, ‘프랑스에서도 가슴의 대상, 우리나라만의 문제라기 보다는 만국 공통의 일반적 현상’ 등의 방송자막을 무차별적으로 반복하고, “솔직히 남자분들은 자기 여자가 예쁘거나 어떤 스타일이 갖춰졌을 때 오히려 더 당당할 수 있거든요...”, “일단 조건은 저보다는 좋아야 한다고 생각해요” 등의 발언내용을 방송한 것은, 신체적 차이를 소재로 외모지상주의를 조장한 것이며, 특정 성별역할에 대해 고정관념을 형성하도록 하는 내용을 방송함(심미선 외, 2015)



V

양성평등 방송프로그램 제작 가이드라인 개발 결과 및 제언

1. 가이드라인 제작 및 활용에 관한 제언 87
2. 양성평등문화 확산을 위한 방송
프로그램 제작 가이드라인 88



www.kwdl.or.kr

1. 가이드라인 제작 및 활용에 관한 제언

4차에 걸친 전문가 및 방송작가, PD, 방송 관련 모니터링 시민단체의 전문가들이 참여하는 자문회의를 통해서 수렴된 의견은 가이드라인의 제작과 활용 및 방송 환경 개선과 관련하여, 유의해 볼 만한 내용들이 많이 제시되었다. 이를 요약하면 다음과 같다.

1. 현장적용이 용이하도록 생활용어에 가까운 쉬운 언어를 사용하고, 구체성을 가져야 한다.
2. 방송통신위원회의 심의기준을 토대로 삼아야 하며, 반드시 지켜야 될 것을 중심으로, 가이드라인의 기본방향을 설정해야 하며, 앞으로의 추가적인 가이드라인 개발을 위한 선도적인 형태가 되어야 한다.
3. 방송프로그램 제작에 실질적 도움이 되는 가이드라인이 되어야 하기 때문에 단순하면서도 쉽게 꺼내 확인할 수 있는 형태여야 한다.
4. 방송프로그램 제작자들이 자신의 ‘젠더균형지수’를 자가 진단할 수 있는 체크리스트를 개발하고, 확산시켜 나갈 필요가 있다. 특히 이러한 체크리스트를 실시해 보았을 때, 젠더균형지수가 낮은 것으로 나왔을 경우, 구시대적 사람이라는 인식을 유발시키는 것이 매우 중요하다. 그렇게 하기 위해서는 체크리스트의 제목부터가 사회적 관심을 끌 수 있는 것 이어야 한다. <꼰대 체크리스트>, <개저씨 체크리스트> 등을 참조할 만하다. 이러한 체크리스트가 되기 위해서는 유명 연예인이나 홍보대사를 활용한 유명인사 및 연예인의 젠더균형지수 체크결과를 주기적으로 발표하는 방안도 검토해 볼 수 있다
5. 현재 연 1회 양성평등방송프로그램 시상제도를 보다 활성화하는 방안이 제시되었다. 양성평등프로그램 모니터링을 상설화 하고, 매달 1회 이달의 양성평등프로그램을 발표하고, 상징적인 시상을 해 주는 전략도 검토해 볼 필요가 있다. 프리미어 리그에서 이달의 선수상이나 감독상처럼 ‘이달의 양성평등 프로그램’, ‘이달의 양성평등 PD’, ‘이달의 양성평등 연예인’, ‘이달의 양성평등 방송사’를 선정할 수 있도록, 시청자

온라인 투표, 저명인사 및 전문가 등이 심사위원단을 구성하고, 이를 여성가족부가 지원하고, 양성평등교육진흥원, 한국여성정책연구원 등이 사업형태로 주관하는 형태로 운영하는 방안을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

2. 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인

본 연구에서는 국내외 양성평등 방송 제작 관련 규정, 가이드라인의 사례, 지금까지의 다양한 형태로 이루어지고 있는 방송 프로그램에 대한 모니터링 사례를 검토하고, 방송 관련 전문가, 작가, PD, 정책 관련 전문가들에 대한 자문회의를 거쳐 당장 중점을 두어야 할 가이드라인 시안을 다음과 같이 제시하였다.

가이드라인의 I 절과 II 절에는 가이드라인 제작의 필요성을 밝히는 서론과 제정 취지를 담았다. III 절에는 방송사 차원에서 양성평등 방송프로그램 제작에 필요한 환경을 만들기 위한 노력이 필요하다는 취지에서 ‘방송사가 지켜야 할 일반적 원칙’을 담았다. IV 절에는 ‘주제의 선정’, ‘관점의 균형과 대표성’, ‘젠더 고정관념’, ‘성폭력의 정당화’, ‘성차별언어’라는 5개 영역으로 가이드라인을 제시하고 있으며, 반드시 지켜야 준칙들을 우선순위로 하여 제시했으며, 간명하면서도 구체적인 의미를 담고자 노력하였다. 이와 함께 본 보고서의 IV 장에서는 이들 준칙과 연관된 모니터링 사례들을 함께 제시하여, 방송 현장의 제작자들이 그 의미와 방향을 구체적으로 확인할 수 있는 형태로 제시하였다.

I. 방송이 왜 「양성평등한 세상 만들기」에 앞장 서야 할까요?

방송은 우리 일상의 삶에 너무나 깊이 자리 잡고 있습니다. 심지어 ‘TV가 아기를 돌보고 가르친다’라는 말이 있을 정도이고 보면, 방송이 가지는 위력과 영향력을 쉽게 짐작할 수 있습니다. 방송은 전파라는 공공의 자산을 사용하고 있고, 많은 이들의 듣고, 보고, 느끼는 것을 사로잡는 특성이 있기

Ⅶ. 양성평등 방송프로그램 제작 가이드라인 개발 결과 및 제언 ●●● 89

에 그 책임 역시 막중합니다.

그럼에도 불구하고 방송이 양성평등이라는 가치를 제대로 담아내지 못해 왔다는 비판이 방송 안팎에서 꾸준히 제기되고 있습니다. 특히 세상의 절반을 차지하는 여성을 균형 있고 평등한 시각으로 보여주지 못한다고 말합니다. 더욱이 방송이 남성과 여성에 대한 그릇된 고정관념을 깨뜨리거나, 여성이 처한 현실의 불평등을 바로잡는 데 그 영향력을 발휘하기보다는 오히려 확대, 재생산하고 있다는 걱정의 목소리가 높습니다.

방송의 양성평등 실현은 먼저 방송제작에 참여하는 모든 구성원들이 양성평등한 시각과 관점에 공감하는 데서 비롯됩니다. 이 가이드라인은 방송을 기획·제작·편성하는 모든 과정에서 방송사, 제작진, 출연자들이 꼭 점검하고 준수해야 할 핵심사항을 방송통신심의위원회 방송심의에 관한 규정에 맞춰 제안합니다.

(*양성평등한 관점이란 특정 성을 부정적, 회화적, 혐오적으로 묘사하거나 왜곡하지 않으며, 다른 정보보다 열등한 존재로 다루거나 객관적인 근거 없이 특정 성의 외모나 성격, 역할 등을 획일적으로 규정하여 성 역할에 대한 고정관념을 조장하지 않는 것을 말한다. 또한 성폭력, 성희롱, 성매매, 가정폭력 등을 정당화하지 않으며, 이를 자세하게 묘사하거나 선정적으로 재연하지 않는 것을 말한다.-방송심의규정 양성평등조항 참조)

Ⅱ. 방송사는 양성평등한 방송제작을 지원해야 합니다.

1. 방송사는 양성평등한 프로그램 제작 원칙을 자체 윤리강령과 제작지침, 자체 심의기준에 반영하여야 합니다. 이러한 원칙과 기준에는 매체별 장르별 특성이 고려될 수 있습니다.
2. 방송사는 성별, 연령별, 직업별, 가족유형별로 다양한 묘사와 재현이 이루어지도록 노력하여야 합니다.
3. 방송사는 자체제작, 외주제작, 프로그램 구입 등에서 성역할 고정관념이나 성차별적 재현이 나타나지 않도록 주의를 기울여야 합니다.

90 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

4. 방송사는 제작진과 출연자에게 양성평등에 관한 교육 및 연수 기회를 제공하여야 합니다.
5. 방송사는 의사결정, 인적 구성, 기획·제작 과정 등에서 성인지적 관점이 반영된 동등한 참여를 보장하여야 합니다.

III. 실제 방송제작 현장에서 준수해야 할 양성평등 가이드라인입니다.

- 개정된 방송심의규정을 반영하여, 방송현장에서 제작에 참여하는 모든 사람들이 지켜야 할 핵심내용만 담았습니다.

방송심의규정 <제30조> 양성평등조항

- ① 방송은 양성을 평등하게 묘사하여야 하며 성차별적 표현을 하여서는 아니 된다.
- ② 방송은 특정 성(性)을 부정적, 희화적, 혐오적으로 묘사하여서는 아니 된다.
- ③ 방송은 특정 성을 다른 성보다 열등한 존재로 다루거나 객관적인 근거 없이 특정 성의 외모, 성격, 역할 등을 획일적으로 규정하는 내용으로 성 역할에 대한 고정관념을 조장하여서는 아니 된다.
- ④ 방송은 성폭력, 성희롱 또는 성매매, 가정폭력 등을 정당화할 우려가 있는 내용을 방송하여서는 아니 된다.
- ⑤ 방송은 성폭력, 성희롱 또는 성매매 등을 지나치게 자세하게 묘사하거나 선정적으로 재현하여서는 아니 된다.

1. 방송은 주제의 선정에서부터 양성평등이 적극 반영되어야 합니다.
 - 뉴스, 토론, 교양과 예능 프로그램 등에서 특정 성의 시각이나 관점을 배제하거나 축소, 희화화하지 않아야 합니다.
 - 특정 성의 불평등한 현실을 소재로 한 방송을 제작할 경우 문제의 본질을 외면하거나 단순화하지 않아야 합니다.
2. 방송은 남성과 여성 모두를 균형 있게 대표할 수 있어야 합니다.
 - 프로그램에서 전문가의 의견을 구할 때는 성별 균형을 고려해야 합니다.
 - 뉴스나 토론 프로그램의 인터뷰 대상자, 초점보도 대상, 출연자 등이

Ⅴ. 양성평등 방송프로그램 제작 가이드라인 개발 결과 및 제언 ●●● 91

성별로 공정히 대표되도록 노력하여야 합니다.

- 남녀가 공동으로 프로그램을 진행할 때, 남성이 주도하고 여성이 보조적, 장식적인 역할을 하지 않도록 주의를 기울여야 합니다.

3. 방송은 성역할 고정관념에 치우치지 않는 여성과 남성의 다양한 삶을 보여 주어야 합니다.

- 어린이 프로그램에서 남자는 씩씩하고 여자는 얌전해야 한다는 등의 이분법적인 묘사나 제언을 하지 않도록 주의합니다.
- 프로그램 내레이션이나 자막, 배경 등에 성 고정관념이 반영되어 있는 것은 아닌지 점검해야 합니다.
- 한 성을 다른 성에 종속되거나 열등한 존재로 재현하지 않아야 합니다 (예: 여성은 존댓말, 남성은 하대나 반말 등).
- 개인의 성취를 묘사할 때 남성은 능력, 여성은 외모 등 서로 다른 기준을 강조하지 않도록 주의해야 합니다.
- 여성은 간호사나 비서, 남성은 의사나 경영진 등 성역할 고정관념에 따라 등장인물의 직업이나 지위를 획일적으로 묘사하지 않도록 노력해야 합니다.
- 자녀양육과 가사노동을 여성만의 책임으로 그리고 있는 것은 아닌지 살펴봐야 합니다.
- 전통적인 성 역할과 일치하지 않는 직업에 종사하지 않는 남성이나 여성을 조롱하거나 비하하지 않아야 합니다(예: 남성 전업주부를 아내보다 열등한 인물로 희화화해서는 안 됩니다).
- 여성이나 남성의 아름다움을 획일적인 잣대로 규정하고 특정한 외모를 혐오의 대상으로 부각시켜서는 안 됩니다.
- 결혼하지 않은 사람을 무능력한 존재로 그리거나 한 부모, 비혼모, 조손가정, 이혼가정, 독거가정, 이주민가정 등에 대한 부정적 편견을 조장하지 않아야 합니다.

92 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

4. 방송은 어떠한 성적 폭력이나 가정폭력도 정당화하거나 선정적으로 다뤄서는 안됩니다.

- 성폭력, 가정폭력, 성희롱, 성매매 등을 자세하게 묘사하거나 선정적인 불거리로 묘사하지 않도록 신중히 다루어야 합니다.
- 성범죄를 관용적인 시선으로 다뤄서는 안 됩니다. 성희롱이나 신체적, 언어적 성폭력과 가정폭력을 정당화하지 않도록 해야 합니다.
- 데이트 폭력, 이별 후 폭력, 가정폭력, 이혼 후 폭력 등을 사소한 일로 묘사하거나 사랑의 연장으로 다루지 않아야 합니다.
- 성범죄의 원인을 피해자의 탓으로 돌리지 않아야 합니다(예: 밤늦게 돌아다니거나 짧은 옷을 입은 책임이라고 해석하는 등).
- 성폭력 피해를 순결함이 훼손된 일이나 수치스러운 일로 다루지 않아야 합니다.

5. 방송에서는 성차별적 언어를 사용하여서는 안 됩니다.

- 지배적, 권위적인 것을 바람직한 남성성으로, 순종적이고 수동적인 것을 바람직한 여성성으로 묘사하는 언어를 사용하지 않아야 합니다(예: ‘여자들이 겁도 없이’, ‘여자가 그렇게 나대도 돼?’ ‘남자는 울지 않아야’, ‘남자는 맞고 들어오면 안 돼’ 등).
- 특정 성을 혐오의 대상으로 삼는 언어를 사용하지 않아야 합니다(예: ‘김여사(운전을 못하는 여성을 조롱하는 말)’, ‘김치녀’, ‘된장녀’, ‘한남충’, ‘맘충’, ‘애비충’ 등).
- 특정 성을 성적인 대상으로 묘사하거나 외모에 대한 열등감을 조장하는 언어를 사용하지 않아야 합니다(예: ‘영계’, ‘180cm미만 루저’, ‘꿀벅지’, ‘베이글녀’ 등).

참고문헌

- MBN. 2016. 고교생 22명이 여중생 성폭행...5년 만에 드러나.
http://www.mbn.co.kr/pages/news/newsView.php?news_seq_no=2932333 2016. 6. 29일자 기사. 검색일자 : 2016년 11월 16일.
- TV조선. 2016. [TV조선 단독] 유명 아이돌, 유흥업소 종업원 성폭행 피소. TV조선 뉴스 판. 2016년 6월 13일자 기사.
http://news.tvchosun.com/site/data/html_dir/2016/06/13/2016061390135.html
 검색일자 : 2016년 11월 16일.
- 경향신문. 2012. [알림]경향신문 ‘성범죄 보도준칙’ 제정. 경향신문 2012년 10월 16일자.
http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201210162224485&code=990403 검색일자: 2016년 11월 15일.
- 국가인권위원회. 2012. 인권위, 기자회견의 ‘성범죄 보도 권고 기준’ 제정. 국가인권위원회 보도자료. 2012년 12월 12일자.
http://www.humanrights.go.kr/common/board/fildn_new.jsp?fn=1355272276568. hwp 검색일자: 2016년 11월 15일.
- 국가인권위원회. 2011. 인권위-한국기자협회, 인권보도준칙 제정.
http://www.humanrights.go.kr/04_sub/body02.jsp?m_link_url=04_sub/body02.jsp&m_id1=72&m_id2=75&m_id3=&m_id4=&flag=VIEW&SEQ_ID=602461.
 검색일자: 2016년 11월 15일.
- 몰타공화국의 성평등과 성묘사 규정.
<http://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/resources/malta/malta-new-guidelines-gender-equality> 검색일자: 2016. 11. 16.
- 박경희. 2007. 자원활동가가 본 TV에서의 성차별: 외모, 나이 및 지위 역할에서의 성차별 실태 및 대표사례. 대중매체서의 성차별성과 대안 토론회 자료집. 여성가족부.
- 방송통신심의위원회. 2012. 캐나다 방송 심의 규정집. 해외방송통신조사자료.
- 법제처. 2016. 국가법령정보센터.
- 성평등유럽기구(European Institute for Gender Equality : EIGE. <http://eige.europa.eu/>)
- 심미선, 김경희, 강혜란, 윤정주, 최희진. 2015. 방송심의제도 특정성별영향분석 평가. 여성가족부 보고서.
- 안상수, 김인순, 박경희. 2007. 대중매체 성차별 개선 모니터링 결과보고. 여성가족부 보고서.

94 ●●● 양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

- 이수연, 김양희. 2001. 성차별 개선을 위한 텔레비전 모니터 결과보고서. 별책부록: 남녀평등문화 확산을 위한 방송심의용 가이드라인. 여성부 보고서.
- 이수연, 안상수, 박경희, 강혜란, 윤정주. 2006. 성평등한 미디어 언어 개발을 위한 모니터링 및 연구. 여성가족부 보고서.
- 이수연. 2003. TV광고의 성차별 현황에 대한 모니터 결과 보고서. 여성부 보고서.
- 이수연. 2003. TV광고의 성차별 현황에 대한 모니터 결과 보고서. 여성부.
- 캐나다광고협회(Advertising Standards Canada) 성 묘사 가이드라인.
<http://www.adstandards.com/en/standards/genderPortrayalGuidelines.aspx> 검색일자: 2016년 11월 16일.
- 캐나다방송심의평의회 홈페이지(<http://www.cbsc.ca>) 검색일자: 2016년 11월 16일
- 하수영. 2016. 엄앵란·유방암 희화화 논란 ‘SNL’...방심위 법정제재 위기. PD저널.
- 한국성폭력상담소. 2005. [2003] 성폭력 사건 보도과정에서의 2차피해없는 방송 문화 만들기. 한국성폭력상담소 홈페이지.
http://www.sisters.or.kr/load.asp?sub_p=board/board&b_code=3&page=56&f_cat_e=&idx=2508&board_md=view 검색일자: 2016년 11월 15일.
- 한국양성평등교육진흥원·서울YWCA. 2014. 2014 대중매체 양성평등 모니터링 결과보고서.
- 한국양성평등교육진흥원·서울YWCA. 2015. 2015 대중매체 양성평등 모니터링 결과보고서.
- 한국양성평등교육진흥원·서울YWCA. 2016a. 2016 대중매체 양성평등 모니터링 결과보고서 5월.
- 한국양성평등교육진흥원·서울YWCA. 2016b. 2016 대중매체 양성평등 모니터링 결과보고서 6월.
- 한국양성평등교육진흥원·울산여성발전연구원. 2013. 2013 대중매체 양성평등 모니터링 결과보고서.
- 한국양성평등교육진흥원·한국여성민우회 미디어운동본부. 2012. 2012 대중매체 양성평등 모니터링 결과보고서.
- 한국여성민우회 미디어운동본부. 2014. [결과보고회] TV 속 일그러진 아름다움 파헤치기. 국가인권위원회 인권단체공동협력사업 <외모지상주의와 여성 인권침해 : TV 속 일그러진 아름다움 파헤치기> 결과보고회.
http://womenlink.or.kr/minwoo_actions/16062?f_query=%EB%A9%94%EC%9D%B4%ED%81%AC%EC%98%A4%EB%B2%84 검색일자 : 2016년 11월 16일.

- 한국여성민우회 미디어운동본부. 2015. 미디어에 의한 성차별 모니터링. 국가인원위원회.
- 한국여성민우회 미디어운동본부. 2016. 미디어에 의한 성차별 모니터링. 국가인원위원회.
- 한국여성민우회 성폭력상담소. 2006. 성폭력보도 가이드라인. 한국여성민우회.
<http://www.womenlink.or.kr/uploads/attachment/file/10479/%EC%84%B1%ED%8F%AD%EB%A0%A5%EB%B3%B4%EB%8F%84%20%EA%B0%80%EC%9D%B4%EB%93%9C%EB%9D%BC%EC%9D%B8.pdf> 검색일자: 2016년 11월 15일.
- 한국여성민우회 홈페이지. 2016a. <본분 금메달>의 정규편성을 반대합니다.
http://womenlink.or.kr/minwoo_actions/17667 검색일자: 2016. 11. 16.
- 한국여성민우회 홈페이지. 2016b. tvN <코미디 빅리그> ‘충청도의 힘’ 코너의 폐지를 요구합니다. 한국여성민우회 홈페이지.
http://womenlink.or.kr/minwoo_actions/17970?f_query=%EC%B6%A9%EC%B2%AD%EB%8F%84%EC%9D%98+%ED%9E%98 검색일자 : 2016년 11월 16일.
- 호주민영방송실행코드2010. Code of Practice 2010.
http://www.abc.net.au/mediawatch/transcripts/1239_code.pdf 검색일자 : 2016년 11월 16일.
- 호주민영방송실행코드2015. Code of Practice 2015. http://www.acma.gov.au/~media/Broadcasting%20Investigations/Regulation/pdf/Commercial_Television_Industry_Code_of_Practice_2015%20pdf.PDF 검색일자 : 2016년 11월 16일.
- 홍성욱. 2006. 토론 프로그램의 출연자 및 주제 선정 실태에 관한 연구 : 지상파 3사의 출연자 및 주제 분석 결과를 중심으로. 성균관대학교 대학원 석사학위 논문.



Abstract

Development of a Production Guideline for Broadcasting Programs Aimed towards Spreading of Egalitarian Culture

Sang su Ahn
In soon Kim
Hae ran Kang
Kyung hee Park

The development of a production guideline for gender equality broadcasting programs was undertaken in order to guide program producers to make programs that can contribute to the spreading of an egalitarian culture. The guideline aimed towards making program producers be aware of gender equality clauses included in broadcasting review regulations revised and issued by Korean Communications Standards Commission on December 28, 2016 and thus become knowledgeable on the impact that broadcasting shows have on the spreading of an egalitarian culture.

To develop an effective guideline, this study put together consultative meetings and conferences in which broadcast staff, policy makers, and

broadcasting related experts participated. Through the meetings and conferences, the study came up with an itemized guideline containing core elements that producers can readily and easily access and reference while making a broadcasting program.

The guideline proposed by this study consists of five categories, with each category containing specifics and case studies. The five categories are as follows.

- 1) Gender equality should be actively reflected from the selection of a broadcasting theme (topic).
- 2) Broadcasting should represent both men and women proportionately and in a balanced manner.
- 3) Broadcasting should not show gender role stereotypes and should portray diverse lifestyles of men and women.
- 4) Broadcasting should in no manner justify or show provocatively domestic or sexual violence.
- 5) Broadcasting should not use gender discriminatory language.

Together with the guideline, this study also suggested measures for utilizing the guideline and measures for facilitating the production of gender equality broadcasting programs. First, the use of the developed guideline should be actively promoted among actual program producers. This study suggested the need of a ‘Gender Balance Index Self Checklist’ so that producers could be encouraged to contribute to the spreading of an egalitarian culture when making their programs. Additionally, this study suggested the establishing of a Monitoring and Selection Committee under the auspices of the Ministry of Gender Equality and Family. Such a committee would select and announce ‘Gender Equality Program of the Month’ on a monthly basis. The awarding would aid in motivating producers towards making gender equality programs.

2016 연구보고서(수시과제)-11

양성평등문화 확산을 위한 방송 프로그램 제작 가이드라인 개발

2016년 11월 28일 인쇄

2016년 11월 30일 발행

발행인 : 이 명 선

발행처 : 한국여성정책연구원

서울특별시 은평구 진흥로 225

전화 / 02-3156-7000 (代)

인쇄처 : 도서출판 한학문화

전화 / 02-313-7593 (代)

ISBN 978-89-8491-822-1 93330

<정가 9,500 원>