

2016년 2학기

여성·소수자·공동체(5205)/ 권인숙 교수

제출일: 2016년 11월 30일

## 대중매체와 여성혐오, 여성혐오의 대중화

국어국문학과 60140007 김미리

I. 대중매체와 여성혐오

II. 대중매체 속 여성혐오

III. 여성혐오를 퍼뜨리는 대중매체

IV. 대중매체 속 여성혐오 규제의 필요성

### I. 대중매체와 여성혐오

지난 5월에 발생한 강남역 살인사건<sup>1)</sup>은 그동안 잠재되어 왔던 여성혐오가 수면 위로 떠오르게 된 계기를 제공해주었다. 사회적 이슈로 나타난 여성혐오의 문제들은 우리의 일상 곳곳에서 당연시하게 존재해왔던 여성혐오에 대해 돌아켜보고, 우리 사회에 여성혐오가 얼마나 많이 퍼져있었는가에 대해 생각해볼 기회를 주었다.

일상생활 속에서 여성비하는 쉽게 찾아볼 수 있다. 아이에 대해 제대로 된 지도를 하지 못한다고 생각하면 ‘맘충’, 스타벅스 커피, 샤넬 립스틱 등 자신들(남성들)의 기준에 비싸다 싶은 것을 이용하는 여성들에게는 ‘된장녀’, 남자들에게 비싼 물품을 선물 받는 등 소위말해 개념 없는 행동을 한다고 생각하면 ‘김치녀’ 등 자신들이 생각하는 기준에 부적합한 여성들을 이상한 신조어를 통해 비하하는 것은 하루 이틀 일이 아니기 때문이다.

이렇게 사회에 만연하게 퍼져있는 여성혐오는 대중매체 속에서도 빈번하게 등장한다. 이 때, 대중매체는 누구나가 볼 수 있다는 점에서 일상적으로 사람들이 내뿜는 여성혐오보다 문제가 더 크다고 생각하기에 필자는 대중매체 속에 존재하는 여성혐오에 대해 집중적으로 알아보고자 한다. 그래서 본고는 대중매체 속에 여성혐오가 어떻게 들어가 있었는지, 여성혐오가 대중매체를 만나 어떻게 대중화를 얻게 되었는지에 대해 이야기하고자 한다.

1) 지난 5월 강남역 근처에서 한 남성이 자신과 일면식도 없는 여성을 수차례 흉기로 찔러 살해한 사건으로 재판부는 남성의 정신상태 등을 분석한 결과 상대적 약자인 여성을 선택한 것이지, 여성혐오와는 관련된 범죄가 아니라고 결론을 내렸다. 그러나 피의자가 기준에 갖고 있었던 여성에 대한 인식이 나, 자신의 범행은 정신질환과 상관이 없으며 여성들에게서 받은 피해에 대한 대응 차원이었다고 진술했던 것을 통해 이 범죄는 여성혐오에 대한 범죄가 아니냐는 논란이 발생하였다.

## II. 대중매체 속 여성혐오

“여자친구에게는 미안하지만 까만 유두를 보면 아줌마 같다고 느껴져요.”, “시커먼 유두, 남자들이 몰래 검은콩이라고 해요. 그만큼 남자들이 안 좋아해요. 과히 보기 좋지 않아요. 핑크는 핫!한 색깔이에요. 핫핑크 좋아요!”, “늑대들이 좋아하는 핑크빛 유두 이렇게만 될 수 있다면~”<sup>2)</sup> 이 문구들은 뷰티제품을 판매하는 미미박스에서 여성의 신체 부분을 미백시켜주는 크림제품을 광고할 때 내세운 말들이다. 이 제품의 주 소비자층은 여성임에도 광고는 남성의 기호에 따라 여성의 신체부위를 가꿀 것을 말하고 있다.

뷰티제품을 판매하는 또 다른 회사인 마몽드는 ‘토탈솔루션’의 광고카피를 ‘명품백을 가장 쉽게 얻는 방법은 남자친구를 사귀는 것’이라고 말하며 여성들은 명품백을 갖기 위해 남성을 사귀는 느낌을 전달한다. 또한 같은 상품의 다른 광고에서는 ‘좋아하는 김대리를 차지하는 쉬운 방법은 치마를 10cm 자르는 것’<sup>3)</sup>이라고 말하며 여성의 성을 내세워 남자를 얻을 수 있다고 말한다.

이 광고들은 여성을 이기적으로 표현하며 비하하고 있다. 여기서 문제는 광고뿐만이 아니라는 것이다. ‘파리의 연인’, ‘시크릿 가든’ 등 가난한 여성과 부잣집 도련님의 사랑이야기와 관련된 드라마들은 남자를 잘 만나 인생을 행복하게 살아가는 여성의 모습을 보여주며 여성은 의존적인 존재라고 표현한다. 또한 ‘또 오해영’, ‘우리 갑순이’처럼 남녀 간의 연애를 주로 다룬 드라마에서는 남주인공이 여주인공의 의사와 상관없이 벽으로 밀쳐 입을 맞추는 장면<sup>4)</sup>처럼 전혀 로맨틱하지 않은 성폭력적 장면을 남성의 박력을 나타내기 위해 많이 등장시킨다.

누구나 쉽게 볼 수 있는 광고, 드라마 등에서 나타나는 여성들의 이미지는 이기적이거나 의존적이거나, 수동적인 모습이다. 그리고 여성은 남성의 남성성을 돋보게 해주는 수단에 불과한 존재로 전락된다. 문제는 이처럼 여성을 비하하는 모습을 다른 방송들이 심히 많다는 것이고, 사람들은 이를 아무런 비판 없이 그대로 수용한다는 것이다.

대부분의 사람들은 가난한 여자와 잘사는 남자의 사랑이야기를 다룬 드라마를 보며 불편해하지 않는다. 항상 여자는 못살고 남자는 잘 사는 것에 대해 이상하다고 느끼지 않으며, 남성이 여성에게 비싼 선물을 해줄 때 여성은 항상 기뻐하고 행복해하는 모습을 보며 의문을 품지 않는다. 더 나아가 남성이 힘을 사용하여 여성의 손목을 휘어잡거나, 강제적 입맞춤을 할 때에는 눈살을 찌푸리기보다 환호하며 좋아한다. 사람들은 여성이 남성의 아래에서 그들의 보호를 받고, 수동적인 모습을 보이는 것을 마치 당연한 것처럼 받아들일 뿐이다.

비단 방송만의 문제는 아니다. 예를 들어 국민일보는 “‘중앙선 침범은 기본!’ 김여사의 흔한 직진 방법 영상”<sup>5)</sup>이라는 기사를 내보냈지만, 기사의 내용에는 운전자의 성별이 기재되어 있지 않았다. 국민일보 말고도 찾아본 대부분의 기사들은 성별이 제대로 알려지지 않은 상황에서 운전을 못하는 사람을 보고 ‘김여사’라는 제목을 붙여 기사를 내보냈다. 기사를 본 사람들의 대다수는 운전자를 욕하고 비난하지만, 그 많은 사람들 중 성별도 모른 채 왜 ‘김여사’라는 단어를 제목에 서술하였는지에 대해 의문을 품은 사람은 몇 없다.

우리가 일상 속에서 흔히 볼 수 있는 방송, 기사 등 대중매체 속에는 여성을 비하하고 여성

2) 이은혜, ‘늑대들이 좋아하는 핑크빛 유두’ 미미박스 광고에는 여전한 눈총이...

3) 네이버블로그, 마몽드 토탈솔루션 광고

4) 유슬기, 한국 드라마에만 등장하는 이상한 장면들

5) 천금주, “중앙선 침범은 기본!” 김여사의 흔한 직진 방법 영상

에 대한 안 좋은 인식을 내보내는 것들이 무수히 많지만 이에 대해 이의를 제기하는 사람들은 별로 없다. 또한 이의를 제기한다 하더라도 예민하다는 반응을 보이며 이의를 제기한 사람을 비난한다. 마치 여성이 비하를 당하는 것은 일상인 것처럼 말이다.

### Ⅲ. 여성혐오를 퍼뜨리는 대중매체

대중 매체가 대중문화의 형성과 발달에 큰 영향을 미친다는 것은 누구나 다 알 것이다. TV, 라디오, 신문, 인터넷 등을 통해 우리는 일상생활에서 다양한 미디어를 확인할 수 있다. 특히 스마트폰이 발명되며 대중매체는 우리의 일상생활에서 떼려야 뗄 수 없는 상황에 이르렀다. 이러한 대중매체의 영향력은 가히 상상을 초월하는데 드라마 ‘별에서 온 그대’에서 천송이 역을 맡은 전지현이 입고 나온 야상, 코트, 가방, 립스틱 등은 천송이 야상, 천송이 립스틱 등으로 이름이 불리며 판매량이 몇 배로 급증하거나 완판이 되었다.<sup>6)</sup> 이 뿐만 아니라 드라마에서 전지현이 치킨과 맥주를 같이 먹는 장면은 해외로 퍼져 여러 나라에서 ‘치맥’ 열풍을 일으켰다.<sup>7)</sup> 이와 더불어 김경준 전 BBK 대표는 주가조작을 다룬 영화 ‘보일러룸’을 그대로 따라 모방범죄를 저질렀다<sup>8)</sup>.

방송에 한번 등장했다는 것만으로도 열풍이 일고, 신문, 뉴스, 혹은 영화에서 나온 사건들을 그대로 모방하는 일들을 통해 우리는 대중매체의 영향력이 매우 큼을 느낄 수 있다. 여기서 중요한 점은 이러한 파급력을 가진 대중매체에 위에서 언급한 광고나 드라마 등의 내용처럼 여성을 안 좋게 하는 이미지가 많이 들어있다는 것이다. 대중매체 속에서 빈번하게 나타나는 여성비하 내용은 다양한 방면으로 나타나며 꾸준히 사람들의 기억 속에 주입되어 사람들에게 여성혐오를 확산시켰다.

대중매체를 통해 간접적으로 여성을 비하하는 것뿐만 아니라 대중매체 속에 등장하는 연예인들의 직접적인 여성비하 발언은 여성의 이미지를 격하시키는데 일조하였다.

"밤늦게 골목 어귀에 처자가 가면 일부러 속도를 조금 더 빨리한다. 탁탁탁. 이렇게 가면 그 여자분 속도가 더 빨라진다. 그럼 재밌다. 내가 더 빨리 가면 여자분 어깨가 들썩들썩한다. 이게 긴장하고 있다는 거다. 그러다 내가 점점 이렇게 빠른 걸음으로 가다 뛰기 시작한다. 그럼 이분이 '아아아악~'하면서 갑자기 막 도망간다. 너무 재미있더라"<sup>9)</sup>

“여자들은 멍청해서 머리가 남자한테 안 된다. 참을 수 없는 건 처녀가 아닌 여자”<sup>10)</sup>

이 발언은 순서대로 가수 김범수, 개그맨 장동민이 언급한 발언들로, 이들은 시청자들이 듣는 대중적인 장소에서 여성비하 발언을 장난식으로 웃으면서 내뱉었다. 공인이 공적인 장소에서 여성을 비하하고 조롱하는 것을 쉽게 내뱉고 자신들의 행동에 이상함을 느끼지 못할 때,

6) 김민주, [스타노믹스의 탄생\_‘미다스 손’ 천송이 경제 효과] 립스틱·코트·치킨까지 ‘완판’ 행진

7) 오주연, [中 아오란 효과]별그대發 치맥한류 중국 넘어 동남아까지

8) 김귀수, 金씨 주가조작은 ‘카피캣 크라임’ 영화 ‘보일러룸’ 본떠... 유명회사 설립

9) 다음블로그, 꿈꾸는 라디오 DJ 가수 김범수 치한놀이 발언

10) 네이버포스트, 장동민 과거 여성 비하 발언 재논란

사람들 또한 이들의 생각처럼 여성에 대한 인식을 낮게 생각하고 여성을 조롱하는 행위들을 장난이라 치부하게 된다.

사람들이 쉽게 따라할 수 있는 대중매체 속에서 여성을 낮게 보는 인식이 전제가 된 드라마, 영화, 더 나아가 방송인들의 발언은 여과 없이 그대로 방송되어진다. 이러한 방송은 곧 사람들에게 여성과 남성의 관계를 여성은 남성의 아래라는 '수직관계'로 형성시킨다. 그리고 이러한 관계는 점차 고정화되어 여성이 남성보다 낮은 위치에 있다는 생각을 관념화시킨다.

#### IV. 대중매체 속 여성혐오 규제의 필요성

우리가 일상생활에서 너무나 쉽고, 자주 접하는 대중매체 속에서 나타나는 여성혐오적 문제를 우리는 그동안 너무나 당연시하게 받아들였다. 그리고 대중매체를 통해 여성과 남성의 관계가 수직적으로 확립되는 것을 지켜보기만 하였으며 이러한 생각들이 사회 곳곳으로 퍼져나가는 것을 막지 못했다. 여성혐오가 더욱 더 심해져 남녀 간의 관계가 심각하게 틀어졌을 때가 돼서야 비로소 우리는 여성혐오라는 문제에 대해서 생각하게 되었고 그제야 우리가 흔히 봐왔던 대중매체 속에서도 여성혐오적 성격이 들어있다는 것을 확인할 수 있었다. 때문에 우리는 여성혐오의 확산을 지금이라도 막기 위해서는 대중매체의 엄격한 제제가 이루어져야 한다는 것을 생각할 수 있다.

우리에게 큰 영향력을 끼치는 대중매체 속에서 여성혐오에 대한 문제가 거의 존재하지 않고, 만약 미디어 안에 여성혐오에 대한 내용이 들어가 있을 때 엄격한 규제가 가해진다면 우리는 그것을 본보기로 삼아 여성혐오의 문제가 심각한 것임을 확인할 수 있기 때문이다. 파급력이 강한 대중매체 속에서 그동안 여성혐오에 대한 대중화를 얻었다면, 이제는 남녀의 관계를 평등하게 그리며 여성을 낮게 인식하는 것 자체가 잘못된 것임을 알려주어 대중매체를 통해 여성혐오에 대한 문제를 확실하게 규정해야 할 시기이다.

## 참고문헌

- 한상희, 강남역 살인사건 징역 30년...“여성 혐오 아닌 남성 공포”  
<http://www.ekn.kr/news/article.html?no=243519>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 조용성, '강남역 문지마 살인' 징역 30년 선고,  
[http://www.ytn.co.kr/\\_ln/0103\\_201610141155375771](http://www.ytn.co.kr/_ln/0103_201610141155375771), 2016. 11. 29. 최종검색.
- 이은혜, '늑대들이 좋아하는 핑크빛 유두' 미미박스 광고에는 여전히 눈총이...,  
<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=201611111531564492>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 유슬기, 한국 드라마에만 등장하는 이상한 장면들,  
<http://weekly.chosun.com/client/news/viw.asp?nNewsNumb=002432100024&ctcd=C06>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 네이버블로그, 마몽드 토달솔루션 광고, <http://blog.naver.com/konginkth/70136823109>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 천금주, “중앙선 침범은 기본!” 김여사의 혼한 직진 방법 영상,  
<http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0010160475&code=61121211&cp=nv>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 김민주, [스타노믹스의 탄생\_‘미다스 손’ 천송이 경제 효과] 립스틱·코트·치킨까지 ‘완판’ 행진,  
<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=050&aid=0000032654>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 오주연, [中 아오란 효과]별그대궐 치맥한류 중국 넘어 동남아까지 ,  
<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016040408392125285>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 김귀수, 金씨 주가조작은 ‘카피캣 크라임’ 영화 ‘보일러룸’ 본떠... 유령회사 설립,  
<http://www.segye.com/content/html/2007/12/05/20071205003079.html>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 다음 블로그, 꿈꾸는 라디오 DJ 가수 김범수 치한놀이 발언,  
<http://blog.daum.net/efedu/109>, 2016. 11. 29. 최종검색.
- 네이버포스트, 장동민 과거 여성 비하 발언 재논란,  
<http://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=1053780&memberNo=11492239&vType=VERTICAL>, 2016. 11. 29. 최종검색.