미디어의 몸 다양성 확보를 위한 실태조사 결과발표회

TV에 나올 몸, 준비되셨습니까?

일시	2016년 10월 6일(목) 3시
장소	정동 프란치스코교육회관 430호
주최	한국여성민우회 미디어운동본부
후원	서울특별시 여성발전기금

미디어의 몸 다양성 확보를 위한 실태조사 결과발표회

TV에 나올 몸, 준비되셨습니까?

● 결과발표회 개요 ●

일시	2016년 10월 6일(목) 3시
장소	정동 프란치스코교육회관 430호
사회	강혜란 (한국여성민우회 미디어운동본부 정책위원)
발제	드라마 출연자 외형 분석 이윤소 (한국여성민우회 미디어운동본부 사무국장) 연예 산업의 몸 관리 시스템 김신현경 (이화여대 한국여성연구원 기획연구위원)
토론	김다정 (<외모,세모,네모> 기획단) 김지학 (한국다양성연구소 소장) 성욱제 (KISDI 방송미디어연구실 연구위원) 정덕현 (대중문화평론가) 정혜경 (미디어교육 강사)
주최	한국여성민우회 미디어운동본부
후원	서울특별시 여성발전기금

발제1 이윤소 (한국여성민우회 미디어운동본부 사무국장)

미디어의 외모 다양성 확보를 위한 실태조사
드라마 출연자 외형분석

한국여성민우회 미디어운동본부
<외모,세모,네모> 기획단[1]

■ 들어가며

"비만도 전염됩니다. 바이러스가 아니라 인간관계를 통해서."
"날씬하고 싶으면 날씬한 사람 곁으로 다가 가십시오."

미스코리아 금나나 씨가 쓴 <날씬하려면 날씬한 사람 곁으로 가라>라는 칼럼의 일부분이다.[2] 비만에 대한 부정적인 시선을 단편적으로 보여주는 사례이다. 실제로 비만은 세계보건기구(WHO)가 정의한 21세기의 심각한 공중건강 과제들 중 하나이다. 그런데 비만이 건강에 해로운 것은 신체적인 문제뿐만 아니라 비만에 대한 사회적 낙인 때문이다.(임인숙, 김민주, 2012) 비만의 위험성을 알리기 위해 비만을 피해야 할 것으로 만드는 글쓴이의 시선이 이러한 낙인을 적나라하게 보여준다.

우리나라가 1960년대 이후 산업사회로 들어설 때 까지만 해도 이른바 배나온 사람(비만인)은 '사장님'이라고 불릴 만큼 선망의 대상이었다. 먹고 살기 힘든 그 당시의 사회 환경 속에서 배가 나올 정도로 비만하다는 것은 부의 상징이었기 때문이다. 그러나 현재의 우리사회는 날씬함이 '선'이며, 비만은 '게으르고 가난한' 표상이 되어가고 있다. 뿐만 아니라 비만은 건강에 해롭다는 인식이 확산되면서 날씬한 몸에 대한 선호현상은 더욱 가속화 되고 있다. 따라서 날씬한 몸매를 만들기 위해 다이어트와 식이요법, 운동, 심지어는 지방흡입 시술까지도 하고 있

1) <외모,세모,네모>는 미디어의 외모다양성 실태조사를 함께 진행한 기획단의 이름.
2) <미스코리아 금나나가 '신종 전염병' 비만을 피하는 법> (슬로우뉴스, 2016년 9월 3일)

는 추세이다.(김혜성, 2011)

이와 같은 비만에 대한 시선은 미디어에도 그대로 반영된다. 2011년 방송된 '다이어트 서바이벌 빅토리'(SBS), 2012년 시즌6까지 방송된 '다이어트 워'(Story on) 등과 같이 출연자들의 혹독한 살빼기를 보여주었던 TV 프로그램이 대표적인 사례이다. 이들 프로그램은 비만인 상태를 벗어나는 것을 최종적인 목표로 삼으며 비만에 대한 낙인을 강화한다. 2016년 8월부터 방송되고 있는 '더 바디쇼4'(Story on)는 비만인의 살빼기를 직접적으로 보여주지는 않지만, "더 즐겁게, 더 다이나믹하게, 더 건강하게 운동하라!"라는 프로그램 소개에서 드러나듯이 끊임없이 몸매를 관리해야 한다고 이야기한다.

또한 시리얼 광고에서는 '여름을 즐겁게 준비하려면' 우리 제품을 먹으며 '좋은 선택을 시작하라'고 한다. 우유를 마시면 '하얀 피부, 큰 키, 날씬하고 튼튼한 몸'을 가지게 된다고 말하기도 한다. '날씬함으로 한판 붙자'고 말하던 교복 광고가 논란이 되기도 했었다. 이처럼 광고는 '날씬함'만을 광고한다. 건강 프로그램에서는 살을 빼기 위한 식이요법이 단골 소재로 등장하고, 뉴스에서도 '비만 문제'가 심각하다는 지적을 하는 보도를 반복한다.

이와 같은 TV 속 '몸의 담론'은 비만에 대한 대중들의 인식에 영향을 미친다. 외국에서는 대중매체를 통해 몸에 관한 이미지가 왜곡되어 옴에 따라 발생되는 몸 이미지 혼란증후군에 대한 연구가 시작되었다. 몸 이미지 혼란 증후군이란 스스로의 몸에 대한 혼란된 이미지 때문에 겪게 되는 현상으로써, 크기장애, 몸에 대한 불만, 낮은 자아존중감은 물론, 심하면 거식증이나 폭식증 같은 섭취장애 까지 일으킨다는 개념이다.

이와 관련하여 가장 극적인 사례는 남태평양 피지섬의 사례이다. 피지섬에는 1990년대 TV가 도입되었다. 이 나라의 문화는 전통적으로 강건한 육체의 가치를 높이 샀으며, 식이 장애라는 것이 존재하지 않았다고 한다. 그런데 TV 시청이 시작된 지 3년 만에 10대 소녀들이 몸 이미지 혼란을 겪고 다이어트를 시도하는 비율에 증가했고, 이에 따라 식이 장애도 급증했다.(김혜성, 2011)

2010년 방송된 <마르고 싶으세요>(SBS)라는 프로그램에서도 이와 유사한 실험을 보여주었다. 대학생들을 두 그룹으로 나눈 후 한 그룹에게는 신체 이미지가 과도하게 강조된 광고를

다른 한 그룹에게는 정보가 강조된 광고를 보여준 후, 자신의 신체 이미지를 체크하도록 했다, 예상대로 신체 이미지를 강조한 광고를 본 대학생들이 자신의 신체에 불만족한다고 대답한 비율이 높았다. 이처럼 미디어가 우리의 몸에 미치는 영향력은 실로 엄청나다.

그렇기 때문에 TV 프로그램에서 비만을 다루는 방식을 분석하는 것이 필요하다. 미디어가 비만을 어떻게 다루고 있는지에 따라 비만에 대한 낙인을 (재)생산하거나 또는 해소하는 기제로 작동할 수 있기 때문이다. 본 보고서에서는 드라마 출연자 중 비만인이 어떻게 묘사되고 있는지에 대한 사례를 통해 비만인에 대한 고정관념과 외모차별이 어떻게 작동하고 있는지 살펴보고 개선방안을 모색해보려고 한다.

■ 모니터링 개요

본 모니터링에서는 드라마 출연자 중 비만[3] 출연자가 드라마 내에서 어떻게 그려지고 있는지 분석해 보았다. 모니터링은 <외모,세모,네모> 기획단을 구성하여 공동으로 진행하였다. 1차로 총 55편의 드라마 출연자를 나누어 살펴보고, 각자 맡은 드라마에서 비만이라고 생각되는 출연자를 선정하였다. 2차로 <외모,세모,네모> 모든 참여자가 1차에서 선정된 출연자 중 비만이라고 생각하는지 아닌지를 선택하도록 하였다. 그중 과반 이상이 비만이라고 생각하는 출연자를 분석 대상으로 삼았다. 이렇게 2번의 선정과정을 통해 16편의 드라마의 25명의 출연자에 대한 분석을 진행하였다. 비만인지 아닌지를 결정하는 것은 실제 몸무게나 BMI를 통해서가 아닌 기획단원들의 인상비평에 의해서이다. 이는 드라마와 같은 방송 프로그램은 이를 시청하는 사람들의 외형(몸)을 판단하는 기준이 중요하다는 생각에서 이와 같은 방식을 채택하였다.

이러한 과정을 통해 선정된 출연자의 이름, 성별, 나이, 직업, 경제수준, 차림새, 가족관계, 배역, 주인공과의 관계. 사건의 중심이 되는 인물인지, 이야기를 풀어가는데 필요한 인물인지, 중심가족의 구성원인지, 특징은 무엇인지, 외형과 관련된 대사나 장면이 있는지 등을 중점적으로 살펴보았다.

---

3) 모니터링을 진행하여 뚱뚱함, 과체중, 비만 등 어떠한 용어를 사용할지에 대한 논의가 있었다. '뚱뚱함'이라는 단어에는 비만 낙인이 내포되어 있고, 과체중이라는 표현을 사용하기에는 '정상' 체중의 기준에 대한 합의가 불가능하였다. 이에 의학 용어로 국민건강통계에서도 사용되고 있는 '비만'이라는 단어를 사용하는 것으로 결정하였다. 비만이라는 단어 역시 부정적인 고정관념과 연동되지만, 본 보고서에서는 이러한 고정관념과는 무관하게 몸의 상태를 표현하는 단어로만 사용되었다는 것을 알린다.

·모니터링 회차: 미니시리즈의 경우 전편, 일일 드라마의 경우 6월 방송분을 모니터링. <별이 되어 빛나리>는 2월 방송이 종영되어, 2월 방송분을 모니터링.

방송사	프로그램 제목	모니터링 회차
KBS1	별난 가족	2016년 6월 방송분
KBS2	무림학교	전편
KBS2	오마이 비너스	전편
KBS2	부탁해요 엄마	39-54회
KBS2	별이 되어 빛나리	2016년 2월 방송분
KBS2	내 마음의 꽃비	2016년 6월 방송분
KBS2	마스터-국수의 신	전편
MBC	워킹 맘 육아 대디	2016년 6월 방송분
MBC	운빨 로맨스	전편
MBC	한번 더 해피엔딩	전편
SBS	돌아와요 아저씨	전편
SBS	리멤버-아들의 전쟁	전편
tvN	피리부는 사나이	전편
tvN	치즈 인더 트랩	전편
tvN	응답하라 1988	전편
tvN	디어마이프렌즈	전편

·모니터링 채널[4]: KBS, MBC, SBS, JTBC, tvN

·모니터링 대상: 드라마 출연자 중 비만인

·모니터링 도구: 별첨

■ 모니터링 결과

○ 출연자수 및 배역의 비중

	여성	남성	합계
총 출연자	420명(46%)	487명(54%)	907명
비만인	10명(40%)	15명(60%)	25명

4) *TV조선, 채널A, MBN도 모니터링 하였으나, 해당기간 드라마가 방영되지 않았음.

2016년 상반기 방송된 총 55편의 드라마에는 여성 출연자는 420명(46%), 남성 출연자는 487명(54%)으로 총 907명의 출연자가 등장하였다.[5] 그 중 비만인으로 선정된 출연자는 25명로 전체 출연자의 2.8%를 차지했다. 2014 국민건강통계에 따르면 만 19세 이상 비만율은 31.5%이고, 그 중 여자는 25.3%, 남자는 37.7%라고 한다. 성인의 1/3을 비만인구로 볼 수 있는데, 드라마의 출연자는 2.8% 정도만 비만인 것이다. 이는 드라마 출연자들이 대부분 비만이 아닌 사람으로 구성되고, 비민인은 비가사화 된다는 것을 보여주는 지표이다.

그 이유는 무엇일까? '비만인 연기자가 많지 않다', '연출자가 비만인 연기자를 선호하지 않는다' 정도로 그 이유를 추측해볼 수 있다. 전자는 비만인 경우 연기자가 되기 어렵다는 것을, 후자는 비만인 연기자가 섭외 상에서 차별을 받는다는 것을 의미한다. 두 경우 모두 '몸'이 어떠한 배역을 할 수 있는지, 없는지를 결정하는 요인이 된다는 것을 알 수 있고, 이것은 연기자로 활동하는데 진입장벽으로 작동한다.

	여성	남성	합계
10대 미만	-	1명	1명
10대	-	-	-
20대	1명	5명	6명
30대	5명	2명	7명
40대	3명	1명	4명
50대	1명	3명	4명
60대	-	2명	2명
70대	-	1명	1명
합계	10명	15명	25명

분석 대상의 연령대에서는 성별에 따른 차이가 나타났다. 여성 출연자의 경우 20~50대에 분포되어있는 반면, 남성 출연자의 경우 10대 미만부터 70대까지 더 넓은 연령대에 분포되어 있다. 이는 출연자의 외형과 관계없이 드라마에서 일반적으로 나타나는 특징이기도 하다. 연령대 별로 살펴보면 20대에서 여성은 1명, 남성은 5명으로 차이가 벌어지는데, 이는 20대 여성 비만율이 가장 낮은 현실과 무관하지 않다.[6]

5) 각 프로그램의 홈페이지에서 이름과 사진을 공개한 출연자를 중심으로 분석함.
6) <[카드뉴스] 서울시민 4명 중 1명 비만> (이데일리, 2015년 12월 1일)

	주연	조연	단역	합계
여성	-	7명	3명	10명
남성	2명	10명	3명	15명

비만인 출연자의 경우 그 배역 또한 매우 미미한 것으로 나타났다. 분석대상 여성 출연자는 모든 출연자가 조연 또는 단역이었고, 남성 출연자는 2명을 제외하고 13명이 조연 또는 단역이었다. 조연 중에서도 <백희가 돌아왔다>의 황장미(김현숙 분), <무림학교>의 법공(장광 분) 등을 제외하고는 출연 횟수와 출연 분량이 매우 적었다. <별이 되어 빛나리>의 춘자(심진화 분)는 모니터링 대상 20회 중 14회, <내 마음의 꽃비>의 정기순(김도연 분)은 모니터링 대상 20회 중 19회, 망치(장지건 분)는 6회 등장하였고, 매회 5분 이내로 출연하였다. 비만인 출연자는 출연자수가 적으며 그 역할 또한 제한적이다.

분석 대상자 중 <그래, 그런거야>(SBS)의 유민호(노주현 분), <디어 마이 프렌즈>(tvN)의 이성재(주현 분) 등 남성 단 두 명만이 주연으로 활약하였다. 이들은 각각 60대, 70대로 고령임에도 주요한 역할을 맡았다. 매우 드문 사례이긴 하지만, 여성-고령-비만인 출연자가 드라마에서 주연인 경우가 없는 것과 비교가 된다. 2005년 방송된 <내 이름은 김삼순>의 김삼순(김선아 분), <막돼먹은 영애씨>의 이영애(김현숙 분) 등이 비만 여성으로 드라마에서 주인공 역할을 하였지만, 이들은 30대였다는 점에서 두 명의 남성 주인공과 차이가 있다.

<오 마이 비너스>의 강주은(신민아 분)도 비만 여성 주인공이었지만, 해당 배역은 분장을 통해 비만으로 표현되었다. 최근 방송되고 있는 <구르미 그린 달빛>의 명은공주(정혜성 분), <드림하이>(2011)의 김필숙(아이유 분), <돈의 화신>(2013)의 복재인(황정음 분) 등도 분장을 통해 '뚱뚱한 여성'이 되었다. 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 것이다. 이는 비만 여성은 그 자체로 주인공이 될 수 없으며, 살을 빼고 외모가 변화해야만 주인공으로서의 자격을 얻게 된다는 것을 보여준다.

뚱뚱한 여배우들의 항변 "살속에 재능 묻힌다"

날씬하지 않은 여배우들이 한 목소리를 냈다. MBC 일일드라마 '아현동 마님'에 출연중인 배우 박준면은 12일 방송된 SBS '생방송 TV연예'에서 “미친 뚱녀, 그것도 몸이냐는 소리를 많이 들었다. 요즘 날씬한 여배우들도 많은데 나 같은 배우도 하나쯤 있어야 되지 않나?”며 “14년이 걸렸다. 배우인데 말하면 아래위로 훑어보며 이상한 눈으로 쳐다봤다”고 밝혔다. (중략) 김현숙은 “여배우가 살 뺀다고 걱정하는 프로그램은 ‘막돼먹은 영애씨’가 처음일 것이다”며 “연극영화과를 졸업해 꿈은 연기자다. ‘막돼먹은 영애씨’를 하며 연기자에 대한 생각을 다시 하게 됐다”고 말했다. 김현숙은 이어 “예쁜 여배우들에 비해 몇 배의 노력이 필요하다. 다른 면이 있어야 하니까”라고 덧붙였다. SBS 수목드라마 '온에어'에 조연으로 출연중인 홍지민은 “주연을 하려면 살부터 빼라는 얘기를 들었다”고 깜짝 고백하며 “뚱뚱하면 배우로 다양한 기회를 놓치는 게 현실”이라고 한탄했다.

뉴스엔, 2008년 3월 13일

분장이 아닌 실제 비만인 여성 배우들이 놓인 현실은 매우 혹독하다. 위의 기사를 살펴보면 그녀들은 일상적으로 외모 지적을 받고, 다른 배우들에 비해 몇 배의 노력이 필요하고, 주연을 하려면 살을 빼라는 이야기를 듣는 등 외모차별을 경험하고 있었다. 또한 영화 <코르셋>(1996)의 주인공이었던 이혜은은 한 매체와의 인터뷰에서 주인공 배역을 맡기 위해 살을 찌웠지만, ‘뚱뚱한’ 여성 이미지가 너무 강렬해 역할의 제약이 많았다는 이야기를 하기도 했다.[7] 이러한 사례를 통해 외모와 관계없이 다양한 역할을 할 수 있는 환경을 조성하기 위한 실질적인 노력이 필요하다는 것을 절감하였다.

○ 배역의 직업 및 경제 수준

분석대상 출연자들의 직업은 다양하게 그려졌다. 주부인 <별이 되어 빛나리>의 춘자(심진화 분), 학생인 <워킹 맘 육아 대디>의 차민호(고승보 분), <응답하라 1988>의 이정봉(안재홍 분), <치즈 인더 트랩>의 김상철(문재윤 분), 공주용(김기방 분) 등을 제외하고는 모두 직업을 가지고 있었다. 아래의 표에서 보여지는 것처럼 여성 출연자는 비서, 요리사, 농부, 경찰 등, 남성 출연자는 프로그래머, 학생, 조직폭력배, 자영업자 등의 다양한 직업으로 설정되었다. 이렇게 직업은 다양하게 그려지고 있지만, 고소득 전문직으로 분류되는 직업을 가진 인물은 <디어 마이 프렌즈>의 이성재(주현 분)이 유일했다.

7) <이혜은 "영화 '코르셋' 이후 슬럼프 겪었다"> (OBS, 2014년 12월 29일)

또한 드라마에서 표현되는 차림새와 재산 등을 토대로 각 인 물의 경제수준을 분석해 보았다. 여성의 경우 총 10명의 분석 대상 중 8명이 '중', 2명이 '하'로 분류되었으며, 남성의 경우 총 15명 중 6명이 '상', 5명이 '중', 4명이 '하'로 분류되었다. 최근에는 비만과 연결되는 일반적인 이미지가 '가난'이지만, 남성-고연령-비만인 경우 비만이 '부의 상징'으로 여겨지고. '중년의 인품'으로 평가되던 이미지가 여전히 존재한다는 것을 알 수 있다.

이는 남성의 신체적 중량감은 권력과 권위, 명성 등의 '사회적 무게감'의 상징으로 간주될 수 있지만, 여성들의 큰 몸집이나 비만 상태는 낙인이 될 뿐이라는 것을 보여주는 사례이다.(임인숙, 김민주, 2012)

방송사	프로그램명	이름	직업	경제수준
KBS2	오마이비너스	조현정	비서	중
KBS2	국수의 신	김진녀	요리사	중
KBS2	내 마음의 꽃비	정기순	화장품 판매원	중
KBS2	백희가 돌아왔다	황장미	농부	중
KBS2	별이 되어 빛나리	춘자	주부	하
KBS2	뷰티풀 마인드	장문경	간호사	중
KBS2	무림학교	방덕어멈	가사도우미	하
KBS2	부탁해요, 엄마	염난숙	의류매장 매니저	중
SBS	리멤버-아들의 전쟁	연보미	로펌 사무장	중
tvN	피리부는 사나이	오하나	경찰	중
KBS1	별난 가족	구경만	야채가게 사장	하
KBS2	내 마음의 꽃비	망치	조직폭력배	하
KBS2	무림학교	법공	교수	중
MBC	운빨로맨스	이현빈	프로그래머	중
MBC	워킹맘 육아대디	차민호	초등학생	중
MBC	한번 더 해피엔딩	나현기	기자	중
SBS	돌아와요 아저씨	장진구	조직폭력배	상
SBS	리멤버-아들의 전쟁	편상호	변호사 사무장	중
SBS	리멤버-아들의 전쟁	석주일	조직폭력배	상
SBS	그래, 그런거야	유민호	옷가게 사장	상
tvN	응답하라 1988	김정봉	6수생	상
tvN	응답하라 1988	최무성	금은방 운영	상
tvN	치즈 인더 트랩	김상철	대학생	하

tvN	치즈 인더 트랩	공주용	고시준비생	하
tvN	디어 마이 프렌즈	이성재	변호사	상

○ 배역을 묘사하는 방식

비만인들에게는 많이 먹는다, 세련되지 못하다, 똑똑하지 않다, 게으르고 자제심이 약하다는 고정관념들이 따른다. 이러한 고정관념은 드라마 속 비만인 출연자에게서 그대로 반영되어 나타난다.

<백희가 돌아왔다>의 황장미(김현숙 분), <무림학교>의 방덕어멈(홍지민 분), <부탁해요, 엄마>의 염난숙(황정민 분)은 화려하고 세련되지 않은 의상을 입고 있다. 황장미(김현숙 분)은 커다란 장미가 그려진 옷을, 방덕어멈(홍지민 분)은 뽀글뽀글한 머리에 눈의 띄게 화려하지만 촌스러운 옷을 입었고, 염난숙(황정민 분)은 주로 공주풍의 화려한 차림새로 등장한다. 옷을 잘 입는 것과는 거리가 있는 모습이다.

그리고 이들은 푼수 같고 주책스러운 캐릭터이다. 황장미(김현숙 분)는 사투리를 쓰고 말하기를 좋아하며, 방덕어멈(홍지민 분)은 웃음이 많고, 큰소리로 말하며 주변 인물에 비해 과하게 동적이고 호들갑스럽다. 염난숙(황정민 분)은 푼수 같고 낭만을 동경하는 성격으로 그려진다. 또한 황장미(김현숙 분)은 결혼을 했지만 남편이 고향으로 돌아온 첫사랑에게 한눈을 팔고 있는 상황에 놓여있으며, 방덕어멈(홍지민 분)은 짝사랑하는 남자의 집에서 살며 그를 보살피고 있고, 염난숙(황정민 분)은 인터넷 동호회에서 채팅을 하며 남몰래 짝사랑을 하는 모습을 그려진다. '젊고 날씬한' 여성 출연자들은 로맨틱한 러브라인에 얽히는 경우가 많지만, 이들은 러브라인에서도 무언가 부족한 모습으로 묘사되고 있는 것이다.

또한 분석대상 출연자들은 먹는 장면에 어김없이 등장한다. <응답하라 1988>의 김정봉(안재홍 분)은 먹는 것을 좋아하며, 손에 먹을 것을 들고 있는 장면이 많았다. <리멤버-아들의 전

쟁>의 편상호(김지훈 분) 또한 손에 먹을 것을 들고 있거나 먹고 있는 설정이 많았고, <워킹맘 육아 대디>의 차민호(고승보 분)는 “공부라고는 관심 없고 오로지 먹는 것만 집중하는 엉뚱이”라고 캐릭터가 소개되었다.

이밖에도 <운빨 로맨스>의 이현빈(윤봉길 분)은 “털보뚱보. 딱 보면 오타쿠. 덥수룩 수염에 통통한 손발. 암말 없이 일하다가 암말 없이 자고 와서 또 암말 없이 일하는 타입. 잠이 중요해서 씻는 시간 빼서 자는 사람.”으로 소개되었고, 주로 화면에서 앉아있는 경우가 많고, 하는 일에 있어서도 수동적이고 보조적인 역할에 머무르고 있다.

앞의 사례를 통해 알 수 있듯이 분석대상 배역들은 비만인에 대한 고정관념적인 모습으로 묘사되고 있다. 이러한 고정관념에서 벗어나는 인물도 있었다. <디어 마이 프렌즈>의 이성재(주현 분)는 지적이고 젠틀하고 부지런하고 깔끔한 성격으로, <응답하라 1988>의 최무성(최무성 분)은 재력이 있지만 소박하고 성실하고 겸손한 성격으로 묘사되었다. 그리고 <리멤버-아들의 전쟁>의 석주일(이원종 분), 편상호(김지훈 분)은 따뜻하고 믿을 수 있는 캐릭터로 묘사되었다. 이처럼 비만인에 대한 고정관념을 벗어나는 묘사가 있는 것은 매우 긍정적이지만, 이것이 남성 캐릭터에서 두드러지게 나타나는 것은 아쉬운 지점이다.

○ 외모 관련 대사와 장면

타인의 외모에 대한 언급을 하는 것은 무례한 행동임에도, “살 쪘어?”, “살 빠졌어?”, “좀 꾸미고 다녀”와 같은 외모 지적과 평가는 일상적이다. 분석대상 드라마 속에서도 외모에 대한

언급을 어렵지 않게 찾아볼 수 있었다.

<오 마이 비너스>는 강주은(신민아 분)이 살을 빼는 과정을 그린 만큼, 그녀의 몸에 대한 평가를 하는 장면들이 많았다. 변호사인 그를 찾아온 몸매가 좋은 의뢰인은 그에게 “살찐 사람은 단 것을 많이 먹으면 안 된다”고 말하며 몸을 위아래로 훑어보고, 그의 책상 위에 놓인 시든 화분을 가리키며 화분에 물도 주고, 자신을 가꾸라고 조언한다. 그리고 변한 그의 외모를 지적하는 친구에게 그는 자신은 ‘서구형의 글래머 스타일’이라고 자신을 변호한다.

<치즈 인더 트랩>의 김상철(문지윤 분)은 강한 자에게 약하고, 약한 자에게 강한 모습을 보여주고, 자기가 맡은 역할을 회피하는 부정적인 인물로 묘사된다. 이런 그는 학과에서도 평이 좋지 않은데, 그의 후배가 학과 온라인 커뮤니티에 “왕고라는 새끼가 겁나 가난해서 맨날 얻어먹고 후배 노트북이나 뺏고 맨날 고기 타령 키는 190cm 가까이 되는 게 배는 뽈록 나와서 완전 무뇌충에 거지새끼. 우리 학교는 어떻게 왔나 몰라 부모가 불쌍하다. 진짜 쯧쯧”라는 비방 글을 올리는 장면이 있었다. 외모 비하가 담긴 글을 거침없이 보여준 장면이다.

<또오해영>에서는 직접적으로 누군가의 외모를 언급하는 것은 아니지만, 비만에 대한 고정관념이 드러나는 대사가 있었다. 오해영(서현진 분)과 박도경(에릭 분)은 서로의 사랑을 확인하며 이런 대사를 한다. 오해영이 박도경에게 “그쪽이 늙어 할아버지가 되어 아무도 박도경의 매력에 빠지는 사람이 없었으면 좋겠다”고 하자, 박도경은 오해영에게 “너는 확 뚱뚱해져버렸으면 좋겠다”고 대답한다. 서로의 사랑을 확인하는 로맨틱한 장면이지만, ‘뚱뚱하면 사랑받지 못할 것’이라는 고정관념을 은연중에 드러내고 있다.

<피리부는 사나이>에서 한지윤(조재윤 분)과 오하나(이정은 분)은 비행기를 타고 여행을 가는 장면에서도 몸에 대한 장면이 등장한다. 비행기를 타고 안전벨트를 매는데 오하나(이정은 분)가 “이게 왜 이렇게 짧아”라고 말하며 벨트를 잠그지 못하는 장면이다. 극의 웃음 포인트를 몸을 희화화는 방식으로 표현하고 있는 것이다.

재밌자고 만든 장면과 대사에 심각하게 반응한다고 느낄 수 있다. 하지만 외모에 대한 언급은 누군가에게는 불쾌하고 상처를 주는 불필요한 말일 수 있다. TV 드라마는 많은 사람들이 시청하고, 그 안에 있는 수많은 장면과 대사가 사람들의 인식에 영향을 끼친다. 그렇기 때문에

외모에 대한 고정관념을 확산시키거나, 외모 차별을 담은 장면과 대사는 가능하다면 사용하지 않아야 한다.

■ 나가며

드라마 출연자 외형분석을 통해 비만인 출연자는 비가시화 되고, 비중이 미미하며, 비만인에 대한 고정관념을 그대로 반영하는 캐릭터로 표현되고 있다는 것을 확인하였다. 이러한 드라마의 내용은 비만인을 중심이 아닌 주변에 머무르게 하고, 외모 차별을 견고하게 만들고, 비만 낙인으로부터 자유롭지 못하게 가두게 된다.

그렇기 때문에 다양한 몸이 어떠한 역할이든 할 수 있고, 다양한 방식으로 표현될 수 있는 미디어 환경을 만드는 것이 무척 중요하다. 서두에서 밝힌 것처럼 한국에서는 비만을 문제시하고, 탈출해야 할 것으로 만들고, 비만 낙인을 강화하는 방식의 TV 프로그램들만이 존재하고 있는데, 여기에서 벗어난 새로운 시도가 필요한 시점이다.

<내 이름은 김삼순>과 <막돼먹은 영애씨> 등의 드라마는 좋은 사례이다. 두 편의 드라마는 공통적으로 사회에서 '비정상'으로 읽혀지는 몸을 가진 여성이 주인공인 드라마이다. 그녀들 역시 외모지상주의에서 자유롭지는 못하지만, 있는 그대로의 몸으로 타인과 다르지 않은 삶을 살아가는 모습을 보여준다. 특별하지 않은 내용이지만 좋은 평가를 받을 수 있었던 것은 두 명의 여성 주인공 덕분이었다. 이러한 도전을 이어가는 또 다른 드라마의 탄생을 기다려 본다.

참고 문헌

김혜성(2011). 텔레비전을 통해서 본 비만여성의 이미지에 대한 Q 방법론 연구.

임인숙, 김민주(2012). 한국 다이어트 서바이벌 프로의 비만 낙인 재생산: ‘빅토리’와 ‘다이어트위’를 중심으로.

<부록1> 분석도구

<드라마 등장인물 외형에 따른 역할 모니터링 체크리스트>

1. 방송사 : ① KBS1 ② KBS2 ③ MBC ④ SBS ⑤ JTBC ⑥ MBN ⑦ 채널A
⑧ TV조선 ⑨ tvN

2. 프로그램 명 :

3. 방영 날짜 :

4. 방영 시간 : ① 06:00-08:00 ② 08:00-10:00 ③ 10:00-12:00 ④ 12:00-16:00
⑤ 16:00-18:00 ⑥ 18:00-20:00 ⑦ 20:00-22:00 ⑧ 22:00-24:00
⑨ 24:00-06:00

5. 등장인물 수
5-1. 여성_____명
5-2. 남성_____명
5-3. 뚱뚱한 외형_____명

6. 뚱뚱한 외형 등장인물 분석
6-1. 이름 :
6-2. 성별 : ① 여성 ② 남성
6-3. 연령 : ① 10대 이하 ② 10대 ③ 20대 ④ 30대 ⑤ 40대 ⑥ 50대 ⑦ 60대
⑧ 70대 이상 ⑨ 모름

*프로그램 홈페이지에 나온 연령으로 입력
안나오면 실제 배우 나이 입력하고, 검색이 안 되면 추정

6-4. 직업 :
6-5. 경제 수준 : ① 상 ② 중 ③ 하
6-5-1. 경제적 독립 여부 : ① 독립적 ② 의존적 ③ 판단 불가능
6-6. 차림새 : ① 화려하며 세련 ② 보통이다 ③ 소박하다(초라하다/촌스럽다)
6-6. 가족관계 : ① 비혼 ② 결혼 ③ 이혼 ④ 사별 ⑤ 알 수 없음
6-7. 배역 : ① 주연 ② 조연 ③ 단역

6-8. 주인공과의 관계 : 주인공 (이름)_____의 (관계)_____

(주인공의 이름과 관계를 주관식으로 적어주세요)

6-9. 사건의 중심이 되는 인물인가 : ① 그렇다 ② 아니다

6-10. 이야기를 풀어가는데 필요한 역할인가 : ① 그렇다 ② 아니다

6-11. 중심가족의 구성원인가 : ① 그렇다 ② 아니다

6-11. 특징 : _____

7. 외형에 대한 대사, 장면이 있다면 서술

<부록2> 분석대상 등장인물 소개

방송사	프로그램 제목	등장인물 이름	배우 이름	성별	나이	등장인물 소개
KBS2	백희가 돌아왔다	황장미	김현숙	여성	30대	두식이의 아내이자 보름이의 엄마. 그리고 과거엔 베키파의 창단주인 백희를 충실하게 따르던 날라리였다. 과거엔 백희의 위대함(?)에 경외심을 가지고 백희만을 따르는 외길인생을 걸었지만 과거는 과거일 뿐. 지금은 다시 섬월도로 돌아온 백희가 불안하고 신경이 쓰인다. 아니나 다를까 과거 자신이 백희의 꼬붕처럼 살아왔는데, 자신의 딸 보름이마저 백희의 딸 옥희의 꼬붕이 되자, 모전여전이라고 답답하기만 하다.
KBS2	무림학교	법공	장광	남성	60대	참선 수업 담당 교수. 찔러도 피 한 방울 나올 것 같지 않은 냉정하고 엄격한 교습법 때문에 학생들이 가장 어려워하는 교수님.
KBS2	무림학교	방덕어멈	홍지민	여성	40대	순덕이네 옆집 사는 과부로 심봉산을 짝사랑 중이다.
KBS2	오마이비너스	조현정	홍윤화	여성	20대	주은의 비서. 주은과 손발이 잘 맞으며 어떤 일이 있어도 항상 주은의 편이다. 고도비만이지만 자신의 몸에 당당하고 만족한다.
KBS2	별이 되어 빛나리	춘자	심진화	여성	20대	전쟁통에 부모를 잃어 고아원에서 자란 봉희의 친구. 푼수기가 다분하지만, 결코 밉지 않다.
KBS2	부탁해요, 엄마	염난숙	황정민	여성	40대	영선의 이종사촌 여동생. 홍유자의 여고 동창.
KBS2	내 마음의 꽃비	망치	장지건	남성	20대	강욱과 함께 다니는 강욱의 수하.
KBS2	내 마음의 꽃비	정기순	김도연	여성	30대	기택의 여동생이자 도철이와 꽃님이의 고모. 오빠 기택과 마찬가지로 돈 벌어오는 재주는 없다. 기택과 함께 춘심의 구박을 받는 인물.

KBS2	국수의 신	김진녀	손산	여성	30대	모든 반찬을 총괄하는 찬장. 마산 궁락원 때부터 묵묵히 궁락원을 지켜온 인물로 고대천과 친분이 깊다. 주변에 항상 사람들이 북적이고 모든 소문이 모여든다.
KBS2	별난 가족	구경만	강인덕	남성	50대	윤재의 아버지. 가부장적이고 권위적인 인물. 넉넉한 인심 덕에 어려운 사람들을 돕느라 자기 집안의 형편은 나아지지 않는다.
KBS2	뷰티풀 마인드	장문경	하재숙	여성	30대	오랜 내공의 실력파 간호사. 인턴도 레지던트도 꼼짝 못하게 만든다. 사리분별이 정확하면서도 부드럽고 통찰력이 있다. PA를 싫어하는 의사 집단에서 살아남기 위해 애면글면 애 쓰고 있다.
MBC	한번 더 해피엔딩	나현기	고규필	남성	30대	더 놀았어야 하는 건데..... 난 왜 일찍 결혼했지? 라고 하루에도 수백 번 자책하지만 결혼은 했고, 스텝 바이 스텝으로 애도 생겼고, 이젠 빼도 박도 못한다. 나의 로맨스는 이제 여기서 스톱인가. 마누라만 보고 살아야 한다는 사실에 늘 입으로 흥을 푼다.
MBC	운빨로맨스	이현빈	윤봉길	남성	20대	털보뚱보. 딱 보면 오타쿠. 덥수룩 수염에 통통한 손발. 암말 없이 일하다가 암말 없이 자고 와서 또 암말 없이 일하는 타입. 잠이 중요해서 씻는 시간 빼서 자는 사람. “현빈 씨!” 라고 부르면 조용히 뒤돌아봐 그 이름에 담긴 멋진 기대를 잔잔히 깨뜨리는 그대. 어렸을 때, 예쁜 어린이 선발대회 1등한 적 있는.. 반전과거의 사나이. 팀원들 모르게.. 남몰래 승현을 짝사랑하기 시작하면서 잠보다 씻기를 선택하는 일이 잦아지지만 다들 눈치 못 챈다.
MBC	워킹맘 육아대디	차민호	고승보	남성	10대 이하	공부라고는 관심 없고 오로지 먹는 것만 집중하는 엉뚱이. 볼 때마다 잔소리만 하는 엄마가 제일 무섭다. 아빠가 집에서 살림하는 게 그렇게 신날 수가 없다. 엄마 몰래 학원 빼먹고 아빠랑 요리도 같이 하고 청소도 같이 하고... 아빠랑은 죽이 잘 맞는다.

MBC	리멤버-아들의 전쟁	연보미	이정은	여성	40대	진우, 인아, 석규, 재익이 소속된 '변두리 로펌'의 살림을 책임진다. 의외의 선문답으로 사람들을 놀라게 하고, 사무실 분위기 메이커 노릇도 한다. 소심하고 곧잘 삐치지만 일 처리 능력은 최고다. 재판과 관련된 복잡다단한 일들도 척척 처리한다. 진우를 아들처럼 여기기 때문에 진우도 이런 연 사무장에게 고민을 자주 털어 놓는다. 그럴 때마다 그녀는 그녀만의 놀라운 통찰력을 보여준다.
MBC	리멤버-아들의 전쟁	석주일	이원종	남성	50대	박동호에겐 따뜻한 형님이자 기댈 수 있는 아버지 같은 존재다. 박동호 아버지와는 한때 조직생활을 같이했던 형 동생 사이다. 아버지를 교통사고로 잃어 세상에 혼자가 된 박동호에게 법을 공부하라는 단서를 붙이고 식구로 받아줬다. 세상에서 가장 센 주먹은 법을 주물럭거리는 주먹이라고 생각해왔다. 그래서 박동호를 변호사로 만들어 요긴하게 써먹고 있다.
MBC	리멤버-아들의 전쟁	편상호	김지훈	남성	20대	박동호의 오른팔. 경상도 사투리를 구사하며 '편 사무장'으로 불린다. 사무장이지만 조폭 스타일. 과거 석주일 사장 밑에서 박동호와 한솥밥을 먹으며 오랜 시간 형제처럼 지내왔다. 현재 변호사인 박동호의 일을 음지에서 물심양면 조력하며 박동호를 진심으로 모시고 있다. 오랜 세월 박동호와 함께 했기에 그의 과거, 아픔도 누구보다 잘 알고 있다. 때로는 박동호가 자신의 속마음도 허심탄회하게 털어놓고 기댈 수 있는 친구 같은 동생이기도 하다.
SBS	돌아와요 아저씨	장진구	고인범	남성	50대	기탁과 석철이 20여년 모셔온 조직의 보스. 이제 그만 은퇴해서 편안하게 살고 싶은데, 종일 전화통에 불나게 바쁜 열혈 회장님. 조직을 박차고 나간 놈이지만 온전히 믿을 만한 놈은 기탁이 밖에 없다. 해서 제 남은 생애를 건 밀약을 했을 정도로 기탁과 신의가 두텁다. 기탁 사후, 지병 악화로 식물인간이 된다.

SBS	그래그런거야	유민호	노주현	남성	60대	부드럽고 매너 좋은 신사. 유순하고 느긋한 대신 열정은 없다. 말에 뜸을 들여 급한 사람은 답답해한다. 하나 뿐인 아들이 결혼 두 달 만에 사고로 죽고, 그 충격으로 불과 일주일 만에 아내를 잃은 것이 5년 전이다. 결혼하자마자 미망인이 된 며느리는 어느새 며느리라기보다 딸이 됐다. 정년퇴직하고 트래블웨어 매장을 운영하고 있다.
tvN	디어 마이 프렌즈	이성재	주현	남성	60대	"좋아하는 여자랑 연애하다 심장마비로 죽음 성공한 인생이지" 대졸. 전직 변호사. 경제적으로 부담 없다. 가정 일에 능숙하다. 희자, 정아와 동창. 매사 긍정적이고 유머 있고 남자답다. 젊어서는 일 좋아하고 친구 좋아하고 여자도 많았다. 그런데 아내가 쓰러지면서 알았다. 일도 친구도 여자들도 모두 아내보다 우선일 순 없구나. 그래선 안됐었구나. 그는 뒤늦은 후회를 하며, 병상의 아내에게 최선을 다했다. 한날, 아내는 호흡곤란으로 병원으로 옮겨지고 그의 품 안에서 눈을 감았다. 그는 참 많이 엉엉 울었다. 지난날 못한 게 후회되지만 그는 후회가 소용없는 줄 알기에 하루라도 더 재밌게 살려한다. 그리고 문득, 아내가 성당을 가란 말이 생각나서 성당을 나간 지 서너 달 즈음, 거기서 코흘리개 첫사랑 희자을 만났다. 근데 이 여자 자길 못 알아본다. 내가 살이 쪄서 그러나? 못 알아본다. 그리고는 한날 희자가 저 보고 뭐하는 짓이냔다. 찝쩍대지 말란다. 여전히 톡톡거리네. 그는 그녀에게 그제야 '나, 성재야' 한다. 희자가 그제야 저를 알아보고, '뭐야, 너 살이 디룩디룩… 그리고 성재면 뭐?' 하고 돌아선다. 어찌됐든 희자 덕분에 정아와도 석균이형과도 다른 동문들과도 연락이 되어 그는 한껏 사는 게 더 재밌다. 그리고 정말 희자가 좋다. 둘은 그렇게 아웅다웅 새롭게 친구가 되었다.
tvN	치즈 인더 트랩	공주용	김기방	남성	30대	허윤섭의 연인. 동성애 성향을 부모님에게 들킨 뒤 집에서 쫓겨나, 현재는 윤섭에게 빌붙어 고시 준비 중. 한땐 잘난 집안의 후광을 등에 업은 때깔 좋은 백수였지만, 지금은 추리닝 바람이 너무나 자연스러운 동네 백수로 전락. 뒷바라지해주는 윤섭에게 미안해서 할 말도 못하고 되지도 않는 고시 공부하느라 늘 심신

						이 피곤하기만 하다. 집안끼리의 연으로 유정과는 어려서부터 형, 동생하는 사이. 설의 자취방 옆방에 살면서 오랜만에 유정과 다시 만나게 된다. 어릴 적부터 특이했던 유정의 성격을 알고 있는 인물.
tvN	치즈 인더 트랩	김상철	문지윤	남성	20대	약한 자에게 강하고, 강한 자에게 약한 전형적인 인물. 겉보기에는 털털하고 사람 좋은 선배지만, 작은 일에도 욱하는 다혈질에 한 번 꽂히면 전후좌우, 물불 가리지 못한 채 무조건 직진하고 보는 타입. 어려운 집안 형편으로 피해의식이 있다. 속으론 자존심 상하고 싫으면서도 유정에게 빌붙어 잘 보이려 애쓰고 만만한 아이들에겐 온갖 심부름을 시키며 부려먹으려 든다.
tvN	응답하라 1988	김정봉	안재홍	남성	20대	대입학력고사 6수생. 성균네 큰 아들이자 큰 걱정거리. 배우고 싶은 것도, 하고 싶은 것도 많은 '하고잡이'. 우표수집, 오락실 게임, LP판 등 좋아하는 것도 참 많다. 최근에는 전화번호부를 정독 중. 유일하게 안 빠진 것이 바로 공부. 정작 본인은 입시 스트레스에 무감각하다. 사회성이 떨어지지만, 좋아하는 것이 생기면 무서운 집중력을 발휘한다.단, 그 지속 시간이 매우 짧은 것이 단점. 호돌이 티셔츠를 즐겨 입고, 밥에 마요네즈와 마가린을 비벼먹는 특이 식성을 갖고 있다. 남에게 크게 도움은 안 되지만, 그렇다고 피해도 주지 않는다. 겉으론 건강해 보이지만, 정봉은 열두 살에 열병을 앓고 심장병에 걸렸다. 가난한 집안 사정으로 열세 살에 첫 수술을 받았고, 10년에 한 번씩 재수술을 받는다. 하지만, 수십년간 정봉의 아픈 심장만큼 쓰라린 가슴으로 살아온 성균과 미란을 위해 정봉은 오늘도 더 밝고, 더 씩씩하게 하루를 시작한다. 하루가 멀다 하고 좋아하는 게 바뀌는 정봉이지만, 89년 이른 겨울, 평생을 받쳐 몰두하고 싶은 걸 발견했다. 세상에서 가장 궁금하고 알고 싶은 그녀. 바로 덕선의 친구 미옥이다. 뒤늦게 찾아온 운명 같은 사랑에, 정봉의 심장은 그 어느 때보다 쿵쾅대고 있다.

tvN	응답하라 1988	최무성	최무성	남성	40대	금은방 '봉황당'을 운영하며 홀로 택이를 키우고 있다. 만화 둘리에 나오는 '고길동'과 머리 스타일이 비슷해 별명도 '고길동 아저씨'. 무뚝뚝함과 근면성실의 대명사로, 매일 같은 시간에 골목을 쓸고 가게 문을 연다. 아내가 죽고 쌍문동으로 이사를 왔다. 자신과 아들을 가족처럼 챙겨주는 이웃 사람들이 참 고맙다. 덕분에 냉장고에는 반찬이 떨어지지 않는다. 단벌 신사. 매사에 철두철미한 원칙주의자다. 아들이 엄청난 돈을 벌어 와도, 자신을 위해서 돈 쓰는 일이 없다. 주변에서는 아들 덕에 호강한다지만, 너무 일찍 어른이 된 택이가 안쓰럽다. 그래도 다행이다. 택이 곁에 골목 친구들이 있어줘서.
tvN	피리부는 사나이	오하나	이정은	여성	40대	팀장급이지만, 육아문제로 근무에 어려움을 겪고 있다. 모두가 협상팀을 우습게 여기는 경찰내부에서, 몇 안 되는 우군이다. 특공대 한팀장과는 부부사이. 직장에서와 가정에서 둘은 소통의 문제로 자주 다투곤 한다.

발제2 김신현경 (이화여대 한국여성연구원 기획연구위원)

기획사 중심 연예산업과 연예인 지망생 및 신인의 외모 관리 경험[8)]

1. 들어가며

2000년대 이후 본격화된 한국 사회 성형 열풍(최현진, 2004; 한국여성민우회, 2007; 나윤경 외, 2009) 속에서, '연예인'은 성형 일상화의 주요한 동인이다. 10대들이 외모가 중요하다는 사실을 깨닫게 된 주요한 원인 중 하나는 '외모로 성공한 연예인'이며,[9)] 이들이 온라인에서 자주 찾는 성형 정보 커뮤니티에는 연예인 성형 비포에프터 게시판이 높은 조회수를 기록한다(나윤경 외, 2009:85). 성형외과는 물론이고 피부과와 치과에서도 연예인이 등장하는 성형 광고를 보는 것이 어렵지 않다. 이처럼 외모가 직업적 자질로 요구되는 연예인의 성형은 일반인들의 성형 욕망 생성과 수술 실천의 주요한 동인이 되고, 이렇게 형성된 성형 문화는 다시 연예인 자신에게도 영향을 미치게 된다. 일반인도 하는 성형을 연예인이 못 할 이유가 없다는 식으로 말이다.

물론 연예인에게 몸은 중요하다. 연예인 그 중에서도 연기자는 기본적으로 타인의 삶과 감정을 몸으로 표현하는 직업이다. 몸이 일의 주요한 도구인 셈이다. 그러나 '몸의 중요성'이 의문의 여지 없이 '외모의 중요성'으로 이해되는 것은 당연한가? 예컨대 연기자 일의 도구로서의 '몸의 중요성'은 표정의 풍부함, 개성있는 목소리, 유연한 몸짓 등을 의미할 수도 있다. 그러나 한국 사회에서 연예인의 직업적 자질로 당연시되는 '몸'은 압도적으로 특정하고 획일적인 외모의 중요성으로 귀결된다. 그렇다면 여기서 문제삼아야 할 것은 한국 사회에서 연예인에게 '몸'이 특정한 외모를 중심으로 구성되는 과정, 이를 성형을 통해서라도 획득해야 한다는 문화적 압력과 기제들이다. 나아가 성형을 행하는 것은 연예인 자신이라는 점에서, 스스로 특정 외모로의 변형을 받아들이고 실행하는 주체의 성격을 규명할 수 있어야 할 것이다.

---

8) 이 글은 <한국여성학> 30권 2호에 실린 논문 '기획사 중심 연예산업의 젠더/섹슈얼리티 정치학'과 <여성학논집> 31집 2호(2014년 12월 30일 발행)에 실린 논문 '연예인 지망생 및 신인의 성형 경험과 '이미지 상품-주체'의 형성 - 연기자를 중심으로'를 본 토론회의 취지에 맞게 수정한 글이다.

9) 한국여성민우회 2006년 조사에 따르면, 청소녀들이 외모가 중요하다고 느낀 계기 중 첫 번째가 '외모로 인한 불이익이나 이익을 당하는 것을 볼 때'였으며, 두 번째가 '외모로 성공한 연예인을 볼 때'였다고 한다(한국여성

최근 한국의 문화산업에 대한 여성주의적 연구들은 팬덤을 위시한 문화 생산물의 소비 뿐 아니라 문화 재현물이 설계, 촉진, 생산되는 과정에서의 젠더와 섹슈얼리티 양상을 문제삼기 시작했다(정민우·이나영, 2009; 김예란, 2014; 김현경, 2014). 이 글 또한 페미니즘 문화연구의 맥락에서 현재 한국의 연예산업이 규정하는 연기자 상의 생산과정에 주목한다. 이를 위해 여기서는 '이미지 상품(image commodity)'과 '이미지 상품-주체(image commodity-subject)'라는 개념을 제안한다. 이미지 상품이란, 배우로서의 전문적인 훈련보다는 시각적인 매력에 기반하여 광고, 뮤직 비디오, 사이버 상의 각종 프로모션 출연을 통해 인지도를 얻고, 그 이미지를 바탕으로 연기자나 가수, 리얼리티 쇼 출연자로 활동하며 파생 이미지들을 쌓음으로써 문화 콘텐츠 제작의 중요 요소로 순환하는 오늘날의 연기자 시스템을 의미한다(Lukács, 2010). 오늘날 문화 생산물은 '콘텐츠'라는 개념이 의미하듯 장르와 매체, 플랫폼을 넘나드는 '가변적 유연성(trans-versatile flexibility)'을 지니기 때문에 연예인은 팬들에게 해석적 대상에 머물지 않고, '그들이 실제로 행하면서 재생산할 수 있는 코드와 실천을 체현하는 대상'(김예란, 2014: 398)이 된다. 연기자 이미지는 이에 적합한 방식으로 매체와 장르를 넘나들며 순환하게 되는 것이다. 이 때 연기자 지망생과 신인 연기자들은 순환할 수 있는 이미지를 획득해야 하는 '예비 상품(pre-commodity)'으로 위치지어진다. 이처럼 연기 노동 뿐 아니라 이미지 자체를 상품화해야 하는 이들이 자아와 맺는 관계를 '이미지 상품- 주체(image commodity-subject)'라는 개념으로 포착하고자 한다. 즉, 이 글에서는 이러한 상황에서 이들이 경험하는 성형 압력의 문화적 기제들과 실제 수술 경험, 이에 작동하는 젠더 관계, 그리고 이를 통해 구성되는 주체성(subjectivity)의 관계를 규명한다.

소비자들에게 '이미지'는 욕망을 코드화한 '비물질적인 것'으로 여겨지지만, 연예인들에게 이는 자신의 몸을 통해 체현해서 드러내야 하는 '실제적인 것'이다. 그러므로 오늘날의 문화산업에서 특정 남녀 이미지가 설계, 촉진, 생산, 소비되는 사회적 실천들의 실제를 파악하기 위해서는 미디어 이미지 뿐 아니라 이를 체현하는 실제 인간들의 몸과 감정 경험에 주목할 필요가 있다.

2. 연구방법

본 연구는 연기자 지망생과 신인 연기자들이 실제로 어떻게 외모 관리 및 성형을 해야 한다는 압박을 경험하는지, 성형 수술을 한 경험이 있다면 그 경험을 통해 몸과 자아에 대해 어떤 인식을 갖게 되었는지를 알기 위해 다양한 경력의 지망생과 신인 연기자 13명을 심층면접했

다. 또한 제작 프로듀서 2명과도 심층면접을 실시했다.

<표 1> 연기자 지망생 및 신인 연구참여자 명단

사례	성별	나이	경력	부모의 사회경제적 배경	학력 (및 학벌)
A	여	20대 초반	고교시절 광고모델	중하	4년제 대학 연기 관련학과 재학
B	여	20대 초반	광고 및 뮤직비디오 모델	중하	4년제 대학 연기 관련학과 재학
C	여	20대 초반	중, 고교 시절 광고모델	중하	4년제 대학 연기 관련학과 재학
D	여	20대 후반	드라마 보조출연	중하	3년제 대학 중퇴, 방송연기전문학원생
E	여	20대 후반	전 가수 기획사 소속(연기자 훈련 받음)	중상	대학원 재학중 ('명문대' 학부 졸업)
F	여	30대 중반	드라마, 영화 보조 출연, 독립영화 조연급 연기자	중하	4년제 대학 졸업
G	여	30대 초반	드라마, 영화 단역, 조연급 연기자, 독립영화 주연급 연기자	중상	4년제 대학 연기 관련학과 재학
H	여	20대 초반	영화 단역급 연기자	중하	4년제 대학 연기 관련학과 재학
I	남	20대 중반	단편영화 출연 경험	중하	4년제 대학 연기 관련학과 재학
J	남	20대 중반	연기자 기획사 소속 신인	중상	4년제 대학 연기 관련학과 재학
K	남	20대 후반	드라마, 영화 단역급 연기자	중상	해외 연기학교 졸업
L	남	30대 초반	드라마, 영화 단역, 조연급, 독립영화 주연급 연기자	중하	4년제 대학 중퇴
M	남	30대 초반	독립영화 조, 주연급 연기자	중하	4년제 대학 연기 관련학과 졸업

<표 2> 기획사 및 제작사 연구참여자 명단

사례	성별	경력
1	남	외주제작사 조연출, 기획사 겸 제작사 제작 프로듀서
2	여	잡지 기자, 외주제작자 제작 프로듀서
3	여	케이블 TV 프로듀서

연구참여자들은 먼저 지인인 드라마 제작 프로듀서(사례 2), 대학 연기관련학과 교수, 독립영화 감독으로부터 소개를 받았고, 이들과 면접을 한 후 주위 연기자 지망생이나 신인 연기자들을 소개받는 방식으로 이루어졌다. 그렇지만 기획사에 소속된 신인 연기자를 만나는 것은 쉽지 않았다. 지인들을 통해 여러 차례 면접을 시도했지만, 대부분 매니저를 통해 사양했다. 연구참여자 중 면접 당시 소속 기획사가 있었던 경우는 사례 K인데, 그는 지인인 교수의 제자였다. K는 면접 내내 거리를 두는 태도를 유지했는데, 이는 '이미지 구축이 중요한 시점이라 작품 홍보 관련 언론 인터뷰 이외 활동은 자제하고 있다'로 요약될 수 있는 면접 거절 이유들과 더불어 기획사와 소속 신인들의 관계를 파악할 수 있는 중요한 단서가 되었다. 그 외 기획사 경험에 대해 들려준 사례들은 계약을 끝내고 홀로 활동하고 있는 경우들(사례 F, H, M)로서 이들은 비교적 자세하고 편안하게 기획사에서의 경험을 들려주었다.

사례에 따라 독립영화계에서 상당히 오랜 기간 동안 연기자로 활동하고 있는 경우들도 '신인 연기자'로 분류한 이유는, 이들이 방송이나 상업영화를 통해 대중들이 누군지를 알아볼 수 있을 정도로 '뜨지 않은' 경우 자신들을 '신인'이라고 인지하기 때문이다. 반면 별 활동이 없는 경우도 주요 기획사와 계약을 한 경우 자신을 '신인'으로 인식한다. 그마저도 아닌 광고나 뮤직비디오 단역 등으로 활동하는 경우 자신들을 '지망생'으로 소개했는데, 결국 '지망생'이나 '신인'이라는 명명은 활동 유무나 많고 적음에 따른 분류가 아니라 대중인지도 즉 '이미지 상품화'와 관련이 있음을 알 수 있다. 이러한 맥락과 성형 경험이 깊은 관련을 맺기 때문에 본 연구에서는 '지망생'과 '신인'을 대중 인지도에 따른 자기 인식에 따라 분류했다.

본문에서 이들의 외모 관리 및 성형 수술 경험을 해석할 때 쓰는 '자원'이라는 용어는 이들의 학력과 학벌, 부모의 사회경제적 배경과 이 사항들의 조합을 의미한다. 대부분의 연구참여자들이 학력 뿐 아니라 학벌까지 의식하면서 자신의 경험을 진술했기에 학벌까지 중요 자원으로 분류했다. 부모의 사회경제적 배경은 직업과 대략적인 월수입, 사는 곳을 기준으로 분류한 것이다.

3. 기획사 중심 연예산업과 '이미지 상품'으로서의 연기자

연기자는 기본적으로 자신의 몸을 통한 공연(performance)을 대중들에게 선보이는 직업인으로서, 이들에게 시각적으로 뛰어난 외모를 직업 자질로 요구되는 것이 최근의 현상만은 아니다. 특히 여배우의 신체와 매력적인 외모는 그 자체로 판매와 동일시되었는데, 이는 스타시스템 자체가 이상화된 여성 이미지에 기반을 두고 있기 때문이다(Kuhn, 1985[2001]). 시각적 이미지의 감상 주체는 남성으로, 그 대상은 여성으로 존재해 온 오랜 역사가 영화와 광고 등 현대적인 미디어 재현물에서도 반복되어 온 것이다(Berger, 1972[1997]).

그러나 이들의 연기가 아니라 이미지 그 자체가 상품의 형태로 순환되기 시작한 것은 미디어의 환경 변화와 관련이 깊다. 우선 방송의 지위 변화는 연예인의 가장 중요한 자질로서 시각적 매력에 기반한 외모를 더욱 심화시켰다. 방송이 국가적 관리와 육성의 대상(조항제, 1994, 2013; Chua & Koichi, 2008; Lukács, 2010)이었던 시기에 일반 '국민'을 소구하는 프로그램의 주역들이었던 연예인은 '대중 예능인'으로서 자리했다. 이 시기에 연기에게 요구된 것은 외모와 이미지 뿐 아니라 연기를 통한 인기의 유지였다. 기본적으로는 시각적 매체를 통해 연기를 선보여야 하므로 외모와 이미지가 중요하지 않았던 것은 아니지만, 지금과는 그 양상이 달랐다. 1980년대 말 이후 방송이 이윤 창출이 가장 중요한 '콘텐츠'라는 상품으로 변모한 이후, 방송의 소구 대상은 세대와 성별에 따라 분화된 '소비자'가 되는데, 이 때 연예인에게 요구되는 외모와 이미지는 이전 시기 '대중 예능인'에게 요구된 것보다 훨씬 더 모호한 듯 하면서도 명확하게 분화된 매력들의 조합으로 이루어진다. 예컨대 최근 젊은 여자 연기자들의 외모를 칭찬하는 말로 쓰이는 '베이글녀'란, 아이같은 얼굴(베이비)과 성숙한 몸매(글래머)의 조합어로서, 성애적이지 않은 것과 성애적인 것의 결합을 통해 재성애화되는 여성 외모를 일컫는다. 반면 가슴과 엉덩이가 거의 발달하지 않은 마른 몸매의 여자 연기자들이 '옷빨 잘 받고 시크한' 이미지로 젊은 여성 팬들의 롤모델로 부상하기도 한다. 남자 연기자의 경우, '옷태'가 나는 마르고 큰 키의 연기자가 샤워씬 등에서 남성다운 근육을 보여줄 수 있을 때, 위협적이지 않지만 보호자적이며 동시에 성애적인 모순적이고 복합적인 이미지로 대중에게 사랑받는다. 즉 최근 연기자들에게 가장 중요한 자질은 이러한 이미지를 구축할 수 있는 외모에 기반한 시각적 매력, 분위기 등이며 '연기 능력'은 필수 요소라기보다 이미지 구축을 위한 하나의 요소 정도로 자리한다.

두 번째로, 미디어 융복합(media convergence)은 이러한 상황을 더욱 심화시킨다. 방송 지위 변화로 인한 프로그램의 '콘텐츠화'는 디지털 기술을 매개로 다양한 매체를 넘나들며 이에

소비자의 힘이 복잡하게 얽힌 '컨버전스 미디어 정경'을 생성한다(Jekins, 2006). 이제 연예인은 TV, 노트북, 스마트폰을 통해 도처에 편재하며 그들의 이미지는 광고, 영화, 드라마, 리얼리티 쇼, 가십, 패션, 노래 등을 순환하면서 하락과 상승을 반복하는 방식으로 쌓이게 된다. 이런 미디어 환경에서 심화되고 있는 글로벌 소녀 산업(global girl industry)은 '이미지 상품'으로서의 여배우 상과 맞물려 서로를 강화한다. '소녀를 대상으로 소녀에 의해, 생산되고 유포되는 문화 콘텐츠 및 그에 대한 실천 행위'인 '소녀산업'은 '미디어 테크놀로지와의 결합 속에서 형성, 계발, 촉진, 규율'된다(김예란, 2014). 특히 한국에서 소녀 산업은 걸 아이돌에 집중되어 있는데, 그녀들은 가수 활동 뿐 아니라 광고, 드라마, 영화, 리얼리티 쇼, 심지어 국제 행사 및 정부 캠페인에 이르기까지 도처에 편재해있는 콘텐츠적 존재라고 할 수 있다. 이들은 특정한 여성 이미지를 바탕으로 한 기호가치를 창출한다(이수안, 2011).

최근 아이돌을 중심으로 한 국내외 한류 팬덤이 최대 수익처가 된 한국의 미디어 산업에서 애시당초 문화콘텐츠로의 호환이 가능하도록 구성된 아이돌의 연기활동 병행은 자연스러운 현상이다. 가수와 배우의 구분 자체가 무의미해져 가고 있는 것이다. 이러한 현상은 남녀 모두에게 해당되기에 남자 연기자들에게도 '한류 시장에서 팔리는 특정 외모'가 중요시된다. 그러나 이들에게는 '연기파 배우'로서의 길이 없지는 않기 때문에, 연기자의 이미지 유통 시장을 뜻하는 '연기자 이미지 패러마켓(para-market)' 즉, 콘텐츠 소비자, 팬들의 기호, 이에 따른 제작 단위에서의 선호에서 여성 연기자들보다 좀 더 운신의 폭이 넓다고 할 수 있다(김현경, 2014). 이는 연기자 지망생 및 신인들의 연기자로서의 자신에 대한 인식, 성형을 포함한 외모 관리 과정에서 드러나는 성별 차이를 해석할 수 있는 중요한 단서가 된다.

4. 연기자 이미지 패러마켓의 젠더화된 양상

최근 기획사의 가장 중요한 일은 연기자와 영상 제작 단위의 단순한 중개가 아니라 스타가 '될 만한 지망생' 발굴에 있다. 기획사는 이를 '원석 발굴'이라고 표현한다. 즉 지망생들은 높은 매출을 올리는 스타라는 상품이 되기 위한 '원료(raw material)'인 것이다. 이 때 남녀를 막론하고 지망생들의 '될 만한 원석'으로서의 자질은 그 무엇보다 '뛰어난 외모'다.

그렇다면 기획사에서 원하는 '뛰어난 외모'의 구체적인 내용은 무엇인가. 남자 지망생들의 경우 외모적 자질은 '광고모델로서의 소구력과 한류 배우의 가능성에 그 초점이 맞추어진다. 남성 신인 연기자로 활동하고 있는 연구참여자 L은 업계에서 알게 된 매니저들은 많지만, 기획사에는 들어갈 수 없는 이유를 자신의 외모가 '그들이 찾는' 외모 즉 '키 185cm 이상, 쌍꺼

풀 없는 눈'이 아니어서 그렇다고 설명하는데, 그 이유는 첫째, 이러한 외모를 갖추고 있지 않으면 광고를 찍을 수 없기 때문이며, 둘째, 스타급 주연 연기자들의 출연료가 높고, 아시아 시장에 팔 수 있는 '드라마'를 하기에 적절하지 않기 때문이다. 남자 연기자에게는 광고와 더불어 출연료와 한류 시장에서 팔리는 외모가 무엇보다 요구되고 있는 것이다. 이는 2000년대 이후 한류 배우로 인기를 얻을 수 있는 남성 신인 발굴에 사활을 걸고 있는 기획사의 상황을 드러낸다.

그러나 남자 연구참여자들이 '뚜렷한 캐릭터 연기 배우'나 '연기력 갖춘 배우'를 대안으로 언급하는 것을 볼 때, 광고와 드라마 출연의 가능성이 희박한 남자 배우들이 '연기파 배우'로 살아남을 수 있는 길이 아예 없지는 않다. 아래 전직 매니저의 글은 현재 한국의 영상산업 내에서 남자 배우들이 추구할 수 있는 두 개의 경로를 보여준다.

> 한국 영화의 간판급 남자 배우들은 크게 두 부류로 나눌 수 있다. 장동건, 정우성, 이병헌과 같은 미남 스타 군단과 송강호, 설경구, 최민식과 같이 다양한 연기 스펙트럼을 가진 배우 느낌이 강한 연기파 배우 군단들. 물론, 외모에 가려 연기가 빛을 발하지 못해 억울한 미남 배우와 연기에 빛을 더해 외모마저도 점점 더 근사해지는 연기파 배우들을 구분 짓는 것이 다소 무의미하게 여겨질 수도 있지만, 매니지먼트의 산업적 접근 차원에서 이러한 배우들의 이미지 분포 조사와 분석은 해당 당사자인 나와 같은 매니저 일을 하는 사람에게는 매우 필요한 부분이기도 하다. (중략) 대형 기획사일수록 다양한 타입의 연기자 풀을 갖추어야 사업적 안정성과 상징적 기업 이미지를 획득할 수 있다(박성혜, 앞의 글: 322-326).

기획사의 사업적 안정성과 이미지 획득을 위한 '다양한 연기자 풀(pool)'이라는 표현은, 배우들이 기획사의 포트폴리오로 기능한다는 것을 뜻한다. '연기파 배우'는 광고와 드라마를 할 수 있는 '미남 배우'에 비해 수익은 적을 수 있지만, 해당 기획사의 '진지한 이미지' 획득에는 크게 기여한다. 대부분의 주류 영화가 '선 굵은 진정성 있는 연기'를 하는 남자 배우를 주인공으로 하는 한국의 영화산업에서 '연기파 남자 배우'의 자리는 결코 작지 않기 때문이다.

그러나 '한류 스타'의 길도 마땅치 않고 '연기파 배우'라는 롤모델도 찾아보기 어려운 여자 지망생들이 기획사에 발탁되기 위해 가장 주요하게 요구받는 '자질'은 '무조건 예쁜 외모'다. 남자 신인 연기자 연구참여자 J가 '여자는 기획사에 들어가기 위해서 성형을 했든 안 했든 무조건 얼굴은 예뻐야 한다'고 말한 것이나, 5년째 연기자를 지망하며 기획사에 들어가기 위해 노력한 여자 지망생 연구참여자 D가 외모에 대해 지속적으로 들은 '굴욕적인 지적'은 이를 잘

보여준다. 그런데 이처럼 기획사가 여자 연기자 지망생에게 외모를 필수적인 자질로 요구할 수 있는 것은 기획사 단독의 의지라기보다 '대중 문화'라는 연기자 이미지 패러마켓이 탁월한 외모의 여성 연기자를 선호하기 때문이기도 하다. 기획사 없이 혼자 활동하고 있는 여자 연기자 연구참여자 B는 출연 광고에서의 이미지가 한 때 대중들에게 널리 회자된 적이 있는데, 그 때 '대중들'이 예쁜 여자를 원한다는 것을 알게 되었다고 한다.

기획사나 대중 뿐 아니라 학교, 제작 단위 또한 예쁜 얼굴과 마른 혹은 글래머러스한 몸매를 가진 여성들이 시각적 재현의 대상으로 선호하는데 이는 시각 이미지의 감상자가 남성으로 설정되어 여성의 이미지는 그에 맞추어 설정되어 온 오랜 역사(버거, 1997: 82-113)와 여성 몸의 사물화의 역사(Dickenson, 2007: 1-22)로 인하여 남성 문화에 의해 분절된 '이미지 패러마켓'의 영향을 받기 때문이다. '이미지 감상자라는 위치의 남성화'는 이미지를 감상하는 개개의 여성들마저 남성적 시선을 갖게 됨을 의미한다. 이는 여성들 자신이 스스로를 비롯해 다른 여성들까지도 남성적 시선으로 규제하는 것을 가능하게 한다. '예쁜 학생'들에게 혜택을 주는 것이 당연시되는 방송연예과 생활을 거쳐 방송사 예능 프로그램의 구성 작가로 일한 연구참여자 C는 대학의 교수, 방송사 프로듀서 등 남자 상사들에게 좋은 대우를 받을 수 있는 '외모의 힘'을 절감한다. 나아가 그녀가 느끼는 것은 '여자들도 인식이 바뀌어서' 예쁜 여자를 시각적 대상으로 삼는 태도가 일반화되는 현상이다. 그리하여 그녀는 스스로를 '남성적 시선'으로 바라보며 다른 여성들과의 비교를 통해 '외모가 뒤처진다'고 인식하면서 '더 예뻐져야 한다'고 규제한다.

게다가 광고학자 골드만(Robert Goldman)의 지적대로 '보는 자의 남성중심적 권력과 그 대상으로서의 여성'이라는 틀에 대해 오랫동안 투쟁해온 페미니즘마저 상품화되면서 외모 자원의 권력화는 더욱 심화되고 있다. 그에 따르면 '남성의 응시라는 기존의 남성 중심적 사고에서 자기 관리 자아도취적 응시라는 여성 중심적 사고가 일반화'(골드만, 2006: 156)되면서 외모의 관리가 그 자체로 본질적인 목적이 되었고, 여성들 자신이 자아도취적으로 감정이입할 수 있는 외모에 대한 선호도 나타났다는 것이다. 예컨대 케이블 TV 예능 프로그램 프로듀서인 연구참여자 3은 A급 여자 연기자의 중요한 조건으로 '완판녀('완전히 판매시키는 여자')를 언급했다. 이는 화면상에서 해당 연기자가 착용하거나 사용하는 상품이 여성 소비자를 소구한다는 점에서 남성 응시의 대상이라기보다 여성의 자기 관리 자아도취적 응시의 대상으로서 뛰어난 시각적 매력을 지닌 연기자의 이미지를 일컫는 것으로 해석할 수 있다. '대중들이 예쁘고 여리여리한 여배우를 선호한다'는 연구참여자 B의 진술에서 '대중'이란 개개인의 남성만을 뜻하지 않는 것이다. 이러한 상황에서 페미니즘은 비판적 힘을 잃고, 상품 관계를 확장할 목적으

로 재구성되며, 여성이 갖는 것처럼 보이는 힘은 외모 차원에서만 발휘된다(골드만, 앞의 글: 156).

이처럼 최근 여성 뿐 아니라 남성들에게도 외모를 중심으로 한 시각적 매력의 중요성이 커지는 상황은 광고와 한류 드라마 주연급 출연이 최대 수익처가 된 영상산업의 현재를 반영한다. 그럼에도 불구하고 영상산업 한 켠에는 천만 관객을 동원할 수 있는 영화 상품의 중요 요소로서 '연기력 있는 남자 배우의 이미지'가 필요하기 때문에 '무조건 예뻐야 하는' 여자 지망생에 비해 남자 지망생의 '이미지 패러마켓'은 조금 더 폭이 넓은 것으로 보인다. 이는 기획사와의 관계라는 측면에서 여자 지망생과 신인들이 갖는 자율성이 남성 지망생과 신인들에 비해 적을 수 밖에 없는 젠더적 상황을 야기한다.

5. 연예인 지망생 및 신인의 몸 관리 배경과 성형 경험

1) 카메라를 통해 재현되는 영상 이미지와 성형에의 압력

연구참여자들의 경험에 의하면, 최근 연기자를 지망하거나 그 외 방송출연을 희망하는 이들을 대상으로 한 대학 및 학원에서의 수업에서 '카메라 테스트' 수업이 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 보인다.

> (그 전에는 그런 생각 안 해 봤어요?) 네, 안 해 봤어요. 교정을 해야 되는지도 몰랐어요. 그런데 교수님이 이제 교정을 해야겠다고. (그런 말씀은 어떻게 하시는 거예요?) 카메라 테스트 수업이 많아요. 그럴 때 꿈을 물어봐요. 너 뭐 하고 싶니? 아, 저 기상 캐스터나 MC가 너무 하고 싶다고. 그러면 너는 교정부터 하라고. (연구참여자 A, 여자 지망생)

> 저는 성형했어요...우린 아예 그런 수업도 있어요. 딱 이미지적으로, 화면 보면서 여긴 이랬으면 좋겠다, 여긴 이랬으면 좋겠다, 그런 노골적인 수업까지도 하거든요. (그런 수업은 어떤 종류의 수업인 거예요?) 이미지 수업이라고 해서, 화면에 비친 나의 모습, 나의 강점. (그럼 화면으로 딱 잡아서 당신은 눈이 어떻다, 이미지가 어땠으면 좋겠다 이렇게 얘길 해주는 거예요?) 네. 클로즈업 해서 보면서...카메라 통해서 딱 보면 내 이미지가 어떻다는 걸 알게 되죠...(그런데 사람의 이미지라는 건 표정에 따라 달라지잖아요) 그냥 딱 봤을 때 이미지. OOO, 하면 청순한 이미지, 그런 거죠...저희는 아무래도 프로필 사진 찍으면 딱 봤을 때 이 사람한테 느껴지는 그 이미지가 중요해요...업체 쪽에서 필요한 이미지가 있으

니까요. 또 대중한테 보여지는 직업이니까, 객관적인 그런 이미지. (연구참여자 D, 여자 지망생)

카메라를 통해 재현되는 영상을 보면서 외모의 부족함을 지적하는 것은 연구참여자 D의 말처럼 '뭐 부정적으로 보겠다 그게 아니라 그게 직업인 사람들의 지적'으로 중립화되어 수용된다. 왜 그럴까. 연기자라는 직업은 카메라를 통해 재현된 영상을 통해 대중과 만나므로, 바로 이 '재현된 영상'이 자신이 만들어내야 하는 1차적인 이미지 상품이 된다. 연구참여자 B는 광고 모델 경험을 통해 자신의 이미지가 '재수없다'고 악플세례를 받은 경험이 있다고 했다. 즉, '카메라를 통해서 딱 보면 알게 되는 내 이미지'가 대중들과 접할 이미지이기 때문에 그에 대한 교사의 '단점' 지적은 '주관적'인 시선이 아니라, 대중을 대신해 지적하는 '객관적' 지적이 되는 것이다. 그러나 교사의 지적은 순전히 객관적 시선이라기보다 '여배우 OOO은 청순한 이미지', '여배우 OOO 선배는 글래머러스한 이미지' 등 이미 존재하는 아름다움과 여성성에 관한 지배적인 표상을 더욱 강화해주는 또 하나의 요소가 된다. 이 연구참여자들의 진술은 대학과 전문학원이라는 제도화된 지식의 형태로, 교수와 전문 교사라는 지식 담지자의 권위를 통해, '카메라를 통해 만들어진 영상'에서 재현된 특정 이미지를 획득해야 한다는 압박이 형성되는 과정을 보여준다. 또한 이 과정을 통해 지망생들이 예전에는 필요하다고 생각하지 않았던 교정과 성형의 필요성을 자연스럽게 받아들이게 되는 과정도 살필 수 있다.

연구참여자 A의 경우 재학중인 연기 관련 학과의 수업에서 '카메라 테스트'를 통해 다소 고르지 않은 치아 교정을 권유받았고 교정과 코를 높이는 수술을 했다. C의 경우 기획사 관계자에 의해 전형적이지 않은 코가 영상에 이상하게 재현된다며, 코 수술을 권유받았다. 연구참여자 D는 방송연기학원의 수업을 통해 쌍꺼풀이 없어 작고 답답해 보이는 눈의 쌍꺼풀 수술, 낮아서 밋밋해 보이는 코 수술을 권유받고 수술을 했으며, 양악 수술도 고려중이었다. 연구참여자 E는 평평한 이마와 살짝 나온 턱이 카메라에 잘 받지 않는다고 느끼면서 기획사 관계자가 볼록한 이마 만들기와 턱을 깎는 수술에 대한 성형외과 견적을 받아오라고 하여 의사와 상담을 하고 견적을 받은 적이 있다. 연구참여자 G는 자신보다 상대적으로 눈이 크고, 코가 높은 여배우와 함께 얼굴만 재현된 영상을 보고 쌍꺼풀과 코 수술을 했다. 즉, 연구참여자들의 성형 경험은 '카메라에 잘 받는 얼굴'로의 변형으로 요약될 수 있다.

오히려 친구들은 잠깐 나오는데도 연락 안 오던 친구들도 야, 너 하면서 되게 알아보더라구요...아직 그, 여배우라 생각하면 이뻐야지. 사실 잘 안 나올 줄 알았어요, 왜냐하면 준비된 게 전혀 없으니까. 찍는다고 하면 완성된 얼굴로 해야 할 것 같고. 행여라도 내가 먼

훗날에 그게 남아 있으면 피해가 될 것 같고, OOO 옛날 얼굴. 그래서 사실 선생님이 (오디션을) 보라 그랬을 때, 하기 싫었는데.. 작은 역이지만 운이 좋게. 근데 첨엔 싫었거든요. 이런 거 나중에 남으면 행여라도 안 좋을 텐데. (연구참여자 H, 여자 지망생)

연구참여자 H는 연기력과 재능을 높이 산 담당 교수의 추천으로 영화 오디션을 보고 합격하여 출연했는데, 이 영화가 '대박'이 나면서 많은 친구들이 알아보자 오히려 불안해한다. '준비 안 된 상태' 즉 현재 외모가 그대로 재현된 영상이 '나중에 남으면 안 좋을 것'으로 생각되기 때문이다. 이는 카메라를 통한 영상 이미지 재현이 컨버전스 미디어 정경과 결합하여 여자 연기자의 영상 이미지 구축에 어떻게 작동하는가를 생생하게 보여주는 실례라고 할 수 있다.

그렇다면 남자 지망생과 신인들에게는 카메라를 통해 재현되는 영상이 외모 관리와 몸 변형 요구에 어떻게 작동하고 있을까. 광고와 한류 시장이 연기자의 가장 큰 수익 모델인 현재 한국 영상산업의 상황(김현경, 2014)에서 남자 지망생과 신인들의 외모 자질은 '키 185cm 이상, 옷태가 나는 마르고 잔근육의 몸, 쌍꺼풀 없는 눈'(연구참여자 L)으로 표현된다. 이에 해당되는 '몸 스펙'이 아니면, 기획사에 들어갈 수 없다는 것이다(연구참여자 L, M, N). 남성들 중 유일하게 기획사에 소속된 연구참여자 K는 이 모두를 갖추었으며, 기획사 측으로부터 '몸 관리 잘 하라'는 요구를 받는다고 했다. 성공적인 이미지 상품이 되기 위한 남성 외모의 조건은 이처럼 상대역 여성들보다 큰 키, '옷태'가 상징하는 소비적 남성성과 '근육'이 상징하는 보호자적 남성성, 그리고 '쌍꺼풀 없는 눈'이 상징하는 '한국적' 남성성의 복합적인 결합이다. 이처럼 남녀 연기자들에게 요구되는 '카메라에 잘 받는 외모' 자질은 확연하게 대비되는 것으로서 성별에 따른 재경계화가 일어나고 있다.

덧붙여 여자 연구참여자들이 영상에 재현된 자신을 표현할 때 얼굴과 외모에 중점을 두는 것과 달리 남자 연구참여자들은 연기에 중점을 둔 진술을 한다는 점에 주목할 필요가 있다. '기획사에 들어갈 정도'의 외모를 갖추지 못 한 남성 연구참여자들은 자신들의 외모에 대한 아쉬움을 언급하지만, 그렇다고 해서 영상에 좀 더 '잘 받는' 외모로 변형시켜야 한다고는 생각하지 않았다. 그들이 영상에 '잘 받아야 하는' 것으로 언급하는 것은 카메라의 성격을 이해한 연기력이다. 영상에 매력적으로 재현될 수 있는 방법은 외모 변형이 아니라 '카메라를 이해한 연기'라는 것이다. 이러한 설명은 영상에 매력적으로 재현될 수 있는 방법으로 우선 마른 몸과 예쁘고 입체적인 얼굴을 드는 여자 연구참여자들의 설명과 대조적인데, 이는 연기자 이미지 패러마켓에서 '연기력 뛰어난 천만 배우의 길'이라는 선택지를 가진 남자 지망생 및 신인들에게는 연기자에게 필수적인 자질인 '연기력'으로 승부를 걸어볼 만한 길이 없지는 않음을 시사한다.

2) '좋은 기획사'의 요건 : 기획사가 대 주는 성형수술 비용

연기자를 '이미지 상품'으로 보는 기획사의 외모 지적은 지망생들이 자신의 몸을 '변형해야만 하는 것'으로 인식하게 되는 맥락을 보다 명확하게 보여준다. 2012년 여름, 문화체육관광부가 주최한 <엔터테인먼트 멘토링 캠프> 프로그램 중 하나였던 관계자 강연에서 국내 주요 기획사의 실장급 매니저는 지망생들에게 제대로 된 기획사를 고르는 요령 중 하나로 '성형수술 비용을 대 주는 회사'를 언급했다. 이 비용을 부담하지 않는 회사는 지망생을 제대로 키울 의지가 없는, 사기나 치는 회사일 가능성이 농후하다는 것이다. 그런데 연구참여자 D는 기획사에 들어가기 위해 매니저들과 만나본 경험으로는 '예전에는 회사에서 성형 수술하는 돈을 대 줬지만, 요새는 개인 사비로 하라고 요구한다'고 했다. 회사들은 '배우를 평생 데리고 있는 게 아니라 계약 기간 3년에서 5년 사이에 상품 만들어서 돈 번다 이런 식으로 생각하기 때문에' 성형 비용을 대지 않으려고 한다는 것이다.

이러한 서술에서 '지망생'이 갖는 결정의 권한은 자신의 몸에 관한 것이 아니다. 몸 변형 여부와 수준은 '회사(기획사)'가 정하는 것이다. 그들의 선택지는 몸을 변형시키는 데 필요한 비용을 기꺼이 지불하는 회사인가 아닌가에 국한된다. 지망생들이 몸을 변형시켜야 한다는 것은 이미 전제되어 있는 것이다. 기획사가 '만들어서' 매출을 올리려고 하는 '상품'인 연기자의 가장 우선적인 자질은 연기력이 아니라 성형을 통해서라도 예뻐 보이는 외모이므로 성형 비용은 일종의 '상품 제조 비용'에 해당한다. 그러므로 이 비용을 부담하지 않으려는 회사는 '사기나 치려는 양심 없는' 회사이거나, 계약 기간 내 비용 대비 초과 이윤을 뽑아내려는 의도를 가진 '착취적인' 회사라는 논리가 성립한다. 즉, 기획사는 성형수술 비용을 통해 지망생과 신인이 자신들의 몸과 외모에 기반한 '이미지 상품' 생산을 위해서는 자신의 몸을 스스로 변형해야 한다는 판옵티콘적 권력을 행사한다. 이 또한 본 연구에서는 남녀별로 차이가 있었는데, 여자 연구참여자들은 기획사에 들어가기 위한 사전 미팅에서도 '성형해야 한다, 성형해 놔서 우리가 편하다'라는 말을 듣는 반면, 남자 연구참여자는 기획사에 소속된 이후에도 얼굴 고치라는 말은 듣지 않는다고 했다. 대신 그가 듣는 말은 '살을 빼고 근육을 키워라'였고, 이에 해당되는 헬스 비용이 지급되었다고 한다(연구참여자 K). 이는 앞 절에서 살펴본 바, 이미지 상품으로서의 연기자 외모 자질이 성별에 따라 다르다는 사실에서 기인한다.

3) 영상콘텐츠 제작 과정에서의 특정 외모 의존

카메라의 '객관적' 시선 때문에 연기자의 몸 변형이 당연하다는 논리에서 또 한 가지 제기되는 문제는 다른 나라의 배우들에게는 이 정도의 몸 변형이 비슷한 논리와 정도로 요구되지 않는다는 점이다. 외국에서 배우 훈련을 경험해 본 적이 있는 한 연구참여자의 이야기는 이러한 상황이 현재 한국 사회의 영상 제작 관행 때문일 수도 있다는 점을 시사한다.

> 한국 사람이 한국 말로 연기하는데 쟤는 말이 저 따위냐 라고 사람들이 얘기할 수 있잖아요. 그거를 봤을 때 이거는 한국말을 잘 하고 못 하고의 차이가 아니에요. 한국말로 연기하는 거는 한국 사람들한테는 뭐가 박혀있는 거가 있구나. (북미에서 배운 거하고는 다른 거라고 느끼시는 거예요?) 네. 어미를 굉장히 중요시하고, 호흡을 어디서 끊어 읽고 이런 거를 굉장히 중요시하는. 그런 거를 생각해봤을 때 적어도 한국 연기는 말을 굉장히 중요시해요. 반면 미국 연기는 행동을 중요시해요. 말이 중요한 게 아니에요. 연기는 행동에 있다, 그랬거든요. 하지만 한국은 지금, 그게 드라마가 가장 큰 영향을 끼치는 것 같은데, 카메라가 굉장히 정해져있어요. 클로즈업, 투샷 아니면 앉아서. 그러면 큰 움직임들이 없어요. 대부분이 마주 앉아서, 마주 보고 서서 말하는 거거든요. 모든 것을 그 말 안에 표현해야 해요. 말로 아니면 얼굴 표정으로. 요 안의 작은 움직임을 가지고 다 표현을 해야 하거든요. 그러면 작은 눈썹 움직임, 턱 약간 움직임, 그걸로 표현을 하는 게 행동의 전부고 나머지는 말로 모두 해야 해요. 스토리를 풀고, 캐릭터를 보여주고 하는 걸 말로서 해결을 하는 거죠. 드라마 때문인 것 같아요. 적어도 지난 4년 동안 제가 봐 온 바는 그래요. (연구참여자 L, 남자 신인 연기자)

이 연구참여자는 북미의 배우 양성 학교에서 훈련을 받고 몇 편의 단편영화에 출연한 경험이 있으며, 면접 당시 4년째 한국에서 머무르며 영화, 드라마 단역 출연 및 광고 출연 등 배우의 길을 모색하고 있었다. 그의 경험에 따르면 한국 연기는 '말'과 '표정 연기'가 중요한 반면, 미국 연기는 '행동'이 중요하다. 한국의 경우 특히 드라마에서 카메라 워크는 거의 움직임이 없으며, 한 장면에 많은 배우들이 한꺼번에 나오는 경우가 드물다. 미국의 경우 드라마도 '풀샷(full shot)'이 많고 한 장면에 많은 배우들이 서로 주고받는 연기들이 많다고 한다. 그러한 차이 때문인지 오디션에서도 한국에서는 대부분 독백을 해 보라고 하는 반면, 미국에서는 몸 움직임을 보거나 대사를 읽어주면 그에 대해 반응하는 대사 연기를 주문하는 경우가 많았다고 한다. 즉 한국의 영상 콘텐츠 특히 드라마에서는 과도한 클로즈업에도 감탄을 자아낼 만한 얼굴의 아름다움, 표정 연기와 대사 소화력이 중요하다면, 미국의 경우 '연기는 행동에 있다'고 말해질 정도로 몸 연기와 배우들간의 호흡이 중요시된다는 것이다.

물론 작품의 목적에 따라 상황은 다를 수 있기 때문에 국가 간 영상콘텐츠 재현 스타일의

차이를 과도하게 일반화하기는 어렵다.[10] 또한 본 논문에서 이러한 차이가 나타나는 미학적 이유에 대해서 본격적인 논의를 할 수도 없다. 다만 한국의 영상 콘텐츠 제작 관행 특히 드라마 제작 관행이 이러한 상황과 무관하지 않다는 점은 지적할 수 있겠다. 영상 콘텐츠에 대한 권리를 갖지 못한 채 방송사의 하청 업체로 전락한 외주제작사가 시간에 쫓기며 제작하는 드라마는 그 제작현장이 '사람들이 워낙 지쳐있어서 군대식으로 하지 않으면 안 되는 곳'(연구참여자 1) 이며, '스텝들이 잠을 못 자기 때문에 배우를 인격적으로 존중하고 그럴 수 있는 곳이 아니다. 조금만 지체돼도 쌍욕이 날아오는 곳'(연구참여자 L) 이다. 그런 만큼 '그림(영상)을 만드느라 고심할 시간'이 없기 때문에 대본대로 찍을 수만 있으면 다행이고, 연기자의 얼굴과 표정에 의지해 '그림'을 만드느라 카메라 워크도 관습적(연구참여자 2)이라는 것이다. 영상 콘텐츠 제작은 예술적이고 창의적인 과정일 것이라는 관념과 다르게 그야말로 '공장'식으로 제작되면서 연기자의 특정 외모가 이 과정을 가장 효율적으로 진행할 수 있는 요소가 되고 있는 것으로 보인다.

6. '이미지 상품-주체(image commodity-subject)'의 구성

1) '원료(raw material)로서의 몸' 인식 : '몸에 대한 투자' 논리와 '몸 멸시' 감각의 형성

이처럼 성형을 비롯한 직접적인 몸 변형은 여자 지망생과 신인에게 압도적으로 요구되는 사항이지만 모든 여자 연구참여자들이 비슷한 수준으로 몸 변형을 실천하지는 않았다. 그 이유는 연예계에서 성공하기 위한 요건으로서의 몸 변형이 개개인에게 갖는 의미와 정도가 다르기 때문이다. 연구참여자들은 자신이 가진 자원 및 이에 따라 달라지는 지망동기에 따라 몸 변형을 포함한 외모 관리의 필요성을 다르게 느끼고 있었다.

예컨대 학력 및 학벌 자원과 부모의 사회경제적 지위가 모두 높고, '가수가 아니라 음악인'이 되고 싶었던 연구참여자 E에게 외모 관리는 어느 정도로 필요했을까. 소위 '명문대'에 입학 후, 고등학생 때부터 소망한 대중음악인의 길을 걷기 위해 이에 반대하는 부모와 다투고 가출

10) 맥루언(Marshall McLuhan)은 텔레비전이 기술적으로 클로즈업에 적합한 미디어이며, 이러한 특성상 텔레비전 배우는 말이나 동작을 크게 할 필요가 없고, 대신 영화나 무대에서는 효과가 없는 '고도의 자연적인 일상성'을 체득해야 한다고 분석한다. 텔레비전은 영화나 무대와 달리 시청자의 관여 방식을 통해 영상을 완성하거나 종결하기 때문이라는 것이다(McLuhan, 1946[2007]:427-467). 이러한 분석은 연기자의 얼굴을 중심으로 한 외모 중시 경향이 매체에 따라 달라질 수 있음을 시사한다. 그러나 연구참여자 L은 텔레비전 드라마라는 동일 장르도 미국과 한국의 제작 방식이 많이 다르기 때문에 초점을 두는 외모와 연기 스타일이 다른 것 같다고 해석하고 있었으며, 본 연구에서는 이를 제작 프로듀서들의 현장에 대한 서술과 연관 지어 분석했다. 이에 대한 명확한 규명은 향후 보다 깊이 있는 비교연구를 기약하고자 한다.

했던 연구참여자 E는 당시 참여한 언더그라운드 계의 컨필레이션 음반이 대중적인 성공을 거둔 후 이에 주목한 한 가요 기획사 관계자의 눈에 띄어 전속 계약을 맺는 것으로 연예계에 첫 발을 내디뎠다. 그녀는 기획사에서 처음부터 '빵 터뜨릴 만한 급'의 신인으로 대접받았다. 사장은 E에게 처음에는 성형을 요구하지 않았고, 오히려 '얼굴 고치다 바보 된 애들이 얼마나 많은 줄 아느냐'는 핀잔을 줬다고 한다. 그녀의 작사와 작곡 실력, '엄친딸'스러운 배경이 '외모'를 능가하는 가수로서의 상품 가치일 수 있다는 판단 때문이었을 것이다. '가수가 아닌 음악인'을 지망한 그녀의 지망동기도 여기에 맞추어질 수 있었다. 그러나 그녀가 연기 트레이닝을 받고 연기자 데뷔를 준비하면서 성형에 대한 사장의 요구사항은 미묘하게 달라진다. '아침부터 저녁까지 모든 트레이닝을 소화하면서 식사 조절까지 하느라' 170cm 가까이 되는 키에 '온 몸이 뼈와 근육뿐인' 50kg의 몸무게를 유지했지만, 사장의 '살 좀 더 빼 볼래?'라는 한 마디에 살을 더 빼야 했다고 한다. 또한 영화 제작사 관계자와 미팅을 하게 되자 사장은 '성형외과 견적'을 받아보자고 제안하여 '2,800만원'의 견적을 받아오기도 했다. 이는 외모에 대한 지적이 여성 신인을 규제하는 중요한 방식임과 더불어 아무리 외모 외의 다른 자원으로 '빵 터뜨릴 만한 급'으로 분류된 신인이라 하더라도 상품 가치에 대한 판단이 달라지면 성형과 같은 몸 변형은 얼마든지 요구될 수 있음을 보여준다. 그녀의 몸은 투자를 통해 바꿀 수 있는 '원료(raw material)'이기 때문이다.

흥미롭게도 그녀는 스스로 '턱 깎는 수술'을 하고 싶어졌다고 말했다. 그녀는 이를 예뻐지고 싶은 자신의 욕구 때문이라고 말했지만, 이런 구체적인 소망이 기획사에서의 농담을 빙자한 지속적인 외모 지적, 이로 인해 당시 받은 상처와 아무 상관이 없다고 단언하기는 어려워 보인다. 자신이 가진 자원들로 성형은 안 할 수 있었지만 그 외 당연시되는 외모 관리와 지적으로 인해 그녀 스스로 자신의 몸을 투자를 통해 바꾸면 더 좋을 대상으로 여기게 된 것이다. 즉, 있는 그대로의 신체가 자신이 아니고, 고쳐서 더 예뻐질 신체가 자신인 것이다.

자신의 몸에 대한 복잡한 감정은 실제로 성형을 한 사례에서 더 분명하게 드러난다.

> 그 때 마침 성형외과에서 협찬이 들어왔었어요. 전신을 다 공짜로 해 주겠다고...그래서 엄마한테 얘길 했더니, 엄마가 미쳤다고. 왜 그런 짓을 공짜로 왜 하냐고. 그런 건 절대 안 된다, 얼굴인데. 다들 워낙 크다 보니까, 제 얼굴에 코가 낮거나 이런 건 아니었는데, 되게 밋밋해보이는 게 있더라구요. 그래서 이제 병원을 다니면서 물어봤어요. 지금 내 얼굴 되게 좋아한다. 좋아해서 바꿀 마음은 없는데, 화면에 뭔가 좀 더 또렷하게 나왔으면 좋겠다...그렇게 해 갖구 조금 손을 댔는데, 수술하고 나서 너무 힘들었어요... 성형을 하고 나서, 거울을 봤는데, 제가 알던 얼굴이 아닌 거예요...28년을 알고 지낸 얼굴이 아닌 거예

요. (낯선 얼굴이 거기 있었구나) 네. 그래서 뭘 해도, 내가 무슨 표정을 짓고 있는지 모르겠는 거예요. 내 얼굴을 내가 모르겠으니까 아무 것도 못 하겠더라구요. 되게 힘들었었어요, 감정적으로. (연구참여자 G, 여자 신인 연기자)

연구참여자 G는 자신은 다른 여성들과 다르게 '콤플렉스 있어서 한 게 아니라 직업적 자질을 보완하기 위해' 성형을 했다고 강조했다. 그녀는 어머니와 의논하여 '거리의 흔한 여성들과는 다른 방식으로 해 달라'며 성형의에게 구체적인 주문을 했다고 한다. 이는 신중한 상품 소비자의 태도와 다르지 않다. 여자 연기자로서의 자질 보완이 유연한 몸짓, 풍부하고 개성적인 표정과 목소리의 단련 등이 아니라 화면에 입체적으로 재현되는 획일적인 '높은 코'라는 사실은, 연기자의 몸이 특정한 외모를 중심으로 구성되는 이미지 상품의 원료로 위치되고 있음을 보여준다. 그러나 그녀의 서사는 몸이 단순한 원료일 수 없으며 자아의 터전임을 보여준다. 그녀의 신체는 화면에 비춰졌을 때 '밋밋하지 않고 입체적인' 여자 연기자 이미지 상품의 '규격'에 도달했지만, 그 도달의 순간 그녀는 '개성적이었던 내 얼굴' 즉 '규격'에 맞지 않았던 원래의 신체를 떠올리며 규격에 맞는 지금의 신체에 대해 낯설고 힘들어한다.

이처럼 자원과 지망동기상 다른 외모 관리는 하더라도 성형은 안 해도 되거나, 정서적이고 물질적인 지원 속에서 '직업적 자질의 보완'으로 성형을 할 수 있었던 사례들 외에 상대적으로 자원이 부족한 여성들의 몸 변형은 어떤 양상을 띠며, 이들의 몸에 대한 감각은 어떠한 것일까.

저는 부모님 졸라서 했어요. 계속 졸랐어요, 수술해 달라고. (어떻게 졸랐어요?) 과 애들 얘기를 많이 했죠. 과 애들은 다 예쁘고, 다 하고 그랬는데 나도 좀 해 달라고. 엄마를 한 1, 2년 설득하고 3학년 때 했어요. 근데 이제 하니까 막 여기도 하고 싶고, 안면윤곽도 하고 싶고. 욕심이 계속 생기긴 해요. 너무 과하지만 않으면. (연구참여자 A, 여자 지망생)

일반인들은 더 예뻐지고 싶어서 얼굴 뜯어고친다고 하는데, 저희는 하나의 과정이에요. 수술하고 붓기 있어서 선글라스 끼고 수업에 오고 그러죠. 허벅지가 굵으면 아예 대 놓고 말해요. 말이 좋아 꿀벅지지 진짜 말라야 된다고. 오디션 장에서도 헐렁한 옷 입으면 혼나요. 처음에 모르는 사람이 들으면 수치심이 들 수도 있지만, 보여지는 게 직업이다 보니까 라인 볼 수 있게 핏되는 옷 입어야 하고. 코멘트가 노골적으로 이렇게 쪄서 되겠냐. 그러니까 다이어트나 성형이 필수인 거죠. 하나의 준비 과정인 거죠. (연구참여자 D, 여자 연기자 지망생)

이 분류에 속하는 여자 연구참여자들 중 성형을 한 사례는 A와 D 두 사례였는데,[11] 이 두 사례 모두 '하고 나니까 더 하고 싶다'고 했다. 왜 그럴까. 고친 외모와 자아는 어떤 관계를 맺기에 '계속 욕심이 생기고' '일반인들과 다르게 우리는 하나의 과정'이라고 말하는 것일까. 기획사와 같은 '연기자 공급 단위'로 바로 진입하지 못 하고, 학교와 학원과 같은 '연기자 양성 단위'로 유입되어 스스로 오디션을 보러 다니거나 기획사 소속을 위해 노력하고 있는 이러한 사례들은 매번 새로운 장에서 끊임없이 자신을 입증해야 한다. 외모는 여자 연기자 지망생이 자신을 입증하는 가장 확실한 방식이다. 자원이 많은 여성이라도 '예쁜 외모'는 그 다른 자원들을 압도하는 자원이 되는데, 하물며 자원이 별로 없는 여성이 '예쁜 외모'를 갖추어야 한다는 것은 '의무사항'이다. 이에 그녀들이 경험하는 것은 '얼굴을 고쳤을 때' 오는 다른 반응이다. 기획사 매니저의 경우 '고쳐놓아서 다행'이라고 표현하며, 제작사 오디션 시 더 이상 얼굴에 대한 부정적인 코멘트를 듣지 않는다는 것이다. 이러한 맥락에서 성형을 비롯한 외모관리는 '투자'로, 외모 관리 후 다른 반응은 '투자에 대한 회수'로 여겨진다.

그런데 이 사례들은 '중하층'이라는 범주 내에서도 '부모님을 조르면 성형 수술 해 줄 정도의 자원'은 있었던 경우다. 실제 연기자를 지망하는 삶이란 '아르바이트 정도로 일상을 유지하며 트레이닝, 오디션, 미팅 등에 계속 응해야 하는' 것이기 때문에 한꺼번에 목돈이 들어가는 교정이나 성형 수술 비용을 자신이 충당하기란 쉽지 않다. 따라서 이런 비용을 대줄 수 있는 누군가가 없는 경우 성형은 스스로 '안 하는' 게 아니라 할 수 없어서 '못 하는' 게 된다.

대학을 졸업하고 지방에 있는 부모로부터 독립하느라 상경한 연구참여자 F는 사보 만드는 기획사에 취직했고, 그 곳에서 1년 반 동안 일하면서 모은 돈은 치아 교정과 라식 수술을 하는 데 들어갔다. 앞에서 살펴본 사례 A나 D가 성형을 '나에 대한 투자'로 설명하는 것과 유사하게 F 또한 교정과 라식 비용을 '초기 투자 비용'으로 표현한다. 이러한 표현은 연기자란 직업이 투자를 통해 상품화에 성공한 후 투자한 돈보다 더 많은 수익을 거둘 수 있는 일종의 인간-상품이라는 것을 전제하고 있다.

현재 이 사례는 드라마 보조 출연(엑스트라)과 독립영화에서 주로 활동하고 있는데, 그나마 독립영화계에서 활동하고 있기 때문에 오디션에 응시라도 해 볼 수 있다고 했다. 그러나 그녀에 따르면 독립영화계에서도 '특정 역할을 제대로 구현할 수 있는' 연기력보다는 나이와 신체조건으로 오디션 응시 가능 여부가 결정된다. 성형이라도 하지 않는 한 합격은 고사하고 응시도 해 볼 수 없는 상황을 반복적으로 경험하면서 F는 '처음부터 배제 당한다'고 느끼고 이는 '무력감'으로 이어진다. F가 한 '투자' 정도로는 그들이 원하는 신체조건에 맞출 수 없기 때문

11) 그 외 연구참여자 B, C, F는 성형은 하지 않았지만, 교정과 라식 수술은 했다. 이 분류에 속한 사례들 중 외모 관리 시술을 하나도 하지 않은 사례는 H 뿐이었다.

이다. 자신의 상황을 '경험이나 나이, 신체조건 모든 면에서 너무 애매하다'고 말하는 것으로 보아 그녀 또한 자신이 한 투자 정도로는 의미 있는 작품에 출연하기 어렵다는 것을 알고 있다.

자신을 철저히 하나의 상품으로 대하는 표상체계에서는 궁극적으로 이 상황은 누구 혹은 무엇의 잘못인지, 개인은 이에 어떻게 저항할 수 있는지가 구체화되지 않는다. F의 처지에서 이런 외모 권력은 제작사에 의해 직접적으로 강제되지만 이에 대해서도 그녀는 '보여져야 하는 직업이니까 (그들을) 이해한다'고 말한다. 문제는 제대로 투자할 수 있을 만큼의 자원을 갖지 못 해서 애매하게 투자한 자기 잘못으로 돌아간다. 이런 면에서 그녀가 갖는 감정이 제작사의 부당한 처우에 대한 '분노'이기보다 스스로에 대한 자신감 없음인 '무력감'인 이유가 설명된다. 이처럼 카메라를 통해 재현된 영상을 경유한 외모의 직업 자질화와 성형의 일상화는 여자 연기자 지망생과 신인들의 창조적인 에너지와 연기에 대한 열정을 모두 흡수해 버릴 만큼 강력한 것이다.

이처럼 자원과 지망동기, 성별에 따라 '더 투자해야 할 것으로서의 외모 관리'는 다르게 위치지어진다. 이에 따라 지망생과 신인 개개인의 신체 변형 및 외모 관리 양상에는 차이가 있으나, 이 차이는 말 그대로 '정도의 차이'일 뿐이다. 이 모든 실천의 양상들이 도착하는 하나의 지점은 '관리하고 고쳐서 팔릴 만한 이미지를 획득해야 하는 원료로서의 몸에 대한 감각'이다. 또한 이는 원래의 몸을 긍정하지도, 고친 몸을 충분히 긍정하지도 못 하는 감각을 낳는다는 점에서 '몸 멸시 감각'이라고 부르고자 한다. 자신의 몸이 '여기 저기 관리하고 고쳐야 할 것들이 남아 있는 과정 중의 대상'이기 때문에 그 과정 어느 상태에서도 완전히 만족스러운 상태란 없다. 이처럼 몸을 변형할 수 있다는 사실은 몸으로부터의 해방이 아니라 오히려 몸에 얽매인 상태를 가져온다.

2) 경쟁적 비교를 통한 자아 감각의 유지

이처럼 '같을 수 없는 인간들'의 이미지를 특정한 동일 기준으로 비교하고 대조하며 규격에 맞는 상품으로 제조하는 것이 당연시되는 현재 연예 산업의 논리가 지망생과 신인들에게 관철되는 과정에서 스스로의 몸에 대한 멸시를 경험하는 연구참여자들은 이를 봉합하기 위해 다른 여성을 비교대상으로 타자화하는 것으로 보인다.

예컨대 기획사 내에서 '빵 터뜨릴 급'으로 위치 지워졌던 E에게 '얼굴 고치다 바보 된 애들이 얼마나 많은데 그런 생각 하지 말라'는 얘기를 했던 기획사 사장은 회사 내 다른 여자 신

인은 '성형 리얼리티 프로그램'에 출연시켰다고 한다. 그 여자 신인은 '바닥에서부터 가야하는 이쑤시개 급'이고, F는 '빵 터뜨릴 급'이었기 때문이다. 앞서 살펴본 E의 소위 '자발적인 성형 욕구'는 기획사 내 '이쑤시개 급'으로 위치 지워진 여자 신인에 대한 '강제적인 성형 요구'에 대한 진술과 함께 제시된다. 이 사례의 자발성을 자발적인 것으로만 보기 어렵다는 점에 대해서는 이미 논의했지만 여기서 지적하고 싶은 또 다른 측면은 진술 방식이다. '스스로 고치고 싶었다'는 이야기는 '거의 강제적으로 성형을 해야 한' 회사 내 다른 급의 여자 신인의 사례와 함께 등장하는데, 이로부터 E가 그녀와 자신을 구별 짓고자 시도한다는 사실을 알 수 있다. 언더그라운드에서 작사와 작곡 실력을 인정받았고, 유명 가수에게 발탁되어 '음악인'이 되려고 준비 중인 '나'는 기획사 사장에게도 '내 자식'이라고 인정받으며 미래에 회사에 엄청난 수익을 안겨줄 수 있는 '빵 터뜨릴 만한 급의 신인'으로서, 있는 건 '노래 실력 뿐'인, 심지어 '못 생기기조차 한 그녀'와는 '다른 사람'이라는 것이다. 이 차별화의 인정을 기획사 사장에게서 구하는 것은 이 사례가 음악인이 되고 싶었던 최초의 계기가 '남자 백 밴드를 뒤에 두고 예쁘게 보여질 거 생각 안 하고 미친 듯이 소리 지르던 백인 여가수'가 각인되었던 순간이라고 표현했던 것에 비추어 생각해보면 놀랍지 않을 수 없다. 이 최초의 계기는 한국 사회가 문화적으로 강제하는 '여자다움', '여성성'이라는 범주에의 위화감으로 해석할 수 있는데, 그랬던 E가 온갖 외모에 대한 지적과 관리, 성형에의 은밀하고도 집요한 요구와 그것의 주체화를 통해 도달한 지점은 결국 '나는 스스로 고치고 싶은 사람', '그 여자는 고쳐야 되는 사람'이라는 여성들 간 경쟁적 비교의 논리인 것이다.

또 다른 연구참여자 G는 '직업적인 자질 보완'을 위한 자신의 성형을 '콤플렉스 고치려는' 일반 여성 나아가 다른 업계 후배들의 성형과 다른 것으로 이야기한다. 사실 그녀가 '길거리에 돌아다니는 흔한 분들'과 다를 수 있는 이유는 '성형 협찬'을 거절할 수 있는 어머니의 정서적, 물질적 자원을 통해서이다. 협찬을 받을 수 있다면 받고 싶은 경우들로서는 '길거리에 돌아다니는 흔한 분들'이 되는 길을 피할 수 없는 것이다. 그러나 그녀는 자신이 이런 경우들과 '다른 경우'라는 것을 강조하는 것으로 이야기를 마무리한다.

이처럼 상대적으로 자원이 있는 사례들이 구사하는 서사방식을 '나는 다른 여자들과 다르다'라고 요약할 수 있다면, 상대적으로 자원이 없는 사례들의 서사방식은 어떠할까. 이 분류에 속하는 연구참여자들 중 A와 D의 진술을 사례 E, G와 비교해서 보면 특징적인 것은 우선 이들은 '다른 여성들과 다른 나'보다는 '너나 할 것 없이 다 고쳐야 하는 여자 지망생들'의 상황을 강조한다는 것이다. A는 연기 관련 학과 동기생들 중 성형을 안 한 친구들이 별로 없고, 길거리에서 지나가는 사람들과 텔레비전에 나오는 연예인들 중에서도 어느 부위를 어떻게 성형했

는지가 다 보인다고 했다. 사례 D는 방송연기전문학원을 다니고 있었는데, 브라운관이나 스크린에서 볼 수 있는 현역 배우들도 성형을 하고 부은 얼굴로 개인 교습을 받으러 오는 장면들을 목격하면서 '저렇게 활동하는 사람들도 계속 고치는구나'라고 생각하게 되었다고 했다. 이런 이들의 서사 방식은 E와 G의 '나는 다른 여자들과 다르다'라는 서사방식과 비교해 볼 때 '여자들은 어차피 마찬가지다'라고 표현할 수 있다. 이 서사 또한 '여성'을 '성형하지 않을 수 없는 하나의 집단'으로 타자화하는 논리이긴 마찬가지인데 흥미로운 것은 '어차피 마찬가지인 여자들 중에서 그래도 나는 좀 다르다'라는 차별화의 논리가 추가된다는 것이다. 예컨대 A는 '한 번 고치니까 과하지 않은 수준까지는 계속 고치고 싶다'고 말하면서 과한 수준으로 고쳐서 인조인간처럼 된 나이트나 클럽에서 마주치는 여성들과 자신을 차별화한다. D는 '진정한 연기자가 되려는 과정에서 어쩔 수 없이 고친 자신'과 '스타가 되려고 허영심에 고치는 여자애들'을 구별한다. 이처럼 이 사례들에서도 자신을 다른 여성들과의 경쟁적 비교를 통해 '다른 존재'로 위치시키려는 논리를 발견할 수 있다.[12)]

그렇다면 여자 연구참여자들이 각기 다른 자원들과 지망동기를 가지고 있고, 이에 따라 이들의 신체 변형을 포함한 외모 관리 양상에 차이가 있음에도 불구하고 공통적으로는 나와 '다른 여성들'이라는 여성 집단 타자화의 논리를 찾아볼 수 있음은 무엇을 의미하는가. 우에노(上野千鶴子)는 성별 이원적인 젠더 질서의 핵심적인 논리인 여성 혐오(misogyny)는 남성에게는 '여성 멸시', 여성에게는 '자기 혐오'라는 비대칭적인 방식으로 작동한다고 본다. 여성이 여기서 벗어날 수 있는 방식은 '예외적 여자'가 되어 자기 이외의 여성들을 타자화함으로써 그들에게 여성 혐오를 전가하는 것이다. 이 방법은 다시 두 가지 전략으로 나뉠 수 있는데, 하나는 남자들로부터 '명예 남성'으로 인정받는 '능력 있는 특권적 엘리트 여성'이 되는 전략이고, 다른 하나는 여성이라고 하는 범주로부터 이탈하여 여성으로서 가치가 매겨지는 것 자체를 회피하는 '추녀 전략'이다(上野, 2010[2012]: 12-14, 252-254). 학력, 학벌, 부모 자원이 모두 높고 '가수가 아니라 음악가'를 지망한 E에게서 남성들에게 인정받는 '특권적 엘리트 여성'의 전략을 찾아보기란 어렵지 않다. 지원해주는 부모가 있는 G 또한 '콤플렉스 고치려고 성형하는 후배들'과 자신을 분리해서 설명한다. 자원이 그다지 많지 않기 때문에 '외모' 자원의 중요성이 압도적인 다른 사례들은 '여자들은 어차피 고쳐야 한다'며 여성성 자체를 외모 관리와 긴밀하게 연관지으면서도 자신이 어떻게 '과하게 고치는, 그냥 연예인 되고 싶어서 고치는, 요구에 맞춰주느라 고치는' 여성들과 다른 존재인지를 설명한다. 이처럼 여자 지망생들과 신인들에게 압도

12) 또한 이 두 사례는 '요즘은 남자 지망생들도 다 한다'고 강조했다. 유독 이 분류의 여자 연구참여자들이 '요즘은 남자들도 고친다'고 이야기하는 것은, 성형이 그만큼 보편화되었다는 인식 하에 자신의 성형을 정당화하는 서사 전략이라고 생각된다.

적으로 강요되는 성형 등의 몸 변형 요구는 개개 여성들로 하여금 자신들이 가진 자원을 매개로 다르게 실천되지만, 이 실천을 둘러싸고 스스로를 '아무 생각 없이 성형하는 여성들'과는 차별화된 존재로 위치짓고자 하는 그야말로 의미화의 투쟁이 벌어지고 있는 것이다.

남자 지망생과 신인들 또한 시각적 대상으로 재현되는 직업의 특성상 자신의 외모를 상대화하는 과정을 거치며, 이에 따른 우열관계를 받아들이고 있다. 그러나 흥미로운 점은 기획사에 들어갈 수 있는 외모의 소유자인 K를 제외한 다른 남성 사례들의 경우 외모로 이미지를 구축하는 길 대신 '연기파 배우의 길'을 적극적으로 언급한다는 점이다. 이는 한국 사회 연기자 이미지 패러마켓에서 남성의 경우 '천만 관객 동원 연기파 배우'라는 이미지로 팔릴 수 있는 가능성(김현경, 2014)이 있기 때문이다.

7. 결론 및 논의

연기자 지망생과 신인들의 지망동기는 복합적이지만, 이들의 진입 경험은 한 방향 즉 연기자의 이미지 상품화로 인한 압도적으로 '획일적인 외모의 중요성'으로 수렴된다. 이 글에서 살펴본 것처럼 카메라에 재현된 영상 이미지, 이에 기반한 대학이나 전문학원의 교수진에 의한 외모 지적, 기획사의 성형 요구와 지원, 영상 콘텐츠 제작 과정에서의 과도한 외모 의존은 이를 개개 여성 지망생과 신인들에게 구체적으로 관철시키는 기제가 된다. 이에 '카메라에 잘 받는 얼굴'로의 변형 요구를 수용하는 여자 지망생과 신인들은 자신이 가진 자원에 따라 각각 다른 수준으로 성형을 경험하고 있었는데, 이는 개인적 차이에 그치지 않았다. 성형 수술을 포함한 외모 관리가 직업적 자질 관리로 당연시되는 연예계 문화에서 연구참여자들은 투자해서 변형해야 하는 '원료로서의 몸', 회수할 수 없는 혹은 회수가 안 되는 '몸에 대한 멸시'의 감각을 가지고 있었다. 이를 표면화하지 않고 연기자를 지망하고, 활동할 수 있으려면 '이런 와중에도 연기자를 해야 하는 뭔가 특별한 게 있는 나'라는 자아 감각을 유지하는 것이 중요하다. 그런데 이러한 감각이 온전히 자기 자신에게서 연원하는 것이 아니라 끊임없이 남과의 경쟁적 비교를 통해 만들어질 수 밖에 없는 이유는 현재 연기자 선발 체제가 '같을 수 없는 인간들'을 '규격에 맞는 상품'으로 제조하는 시스템이기 때문이다. 그러므로 이러한 주체성은 병리학적인 것이 아니라 현재 연예산업 논리의 당연한 귀결이라고 할 수 있다.

남성 지망생과 신인들 또한 이러한 상황에서 특정한 키와 몸매, 근육을 중심으로 외모 자질이 강제된다. 이는 광고와 한류 드라마 중심의 연기자 이미지 패러마켓에서 이러한 외모의 남성 연기자들이 인기가 높기 때문이다. 그러나 이를 다양한 남성성의 재현으로 축복하기는 어

렵다. 지금 우리 눈 앞에서 번성하고 있는 다양한 남성성이란 성별과 세대, 문화적 취향에 따라 세분화되는 상품 소비자의 다양성에 맞추어 새로운 틈새시장을 개척하고 확보하는 전략으로 채택된 것이기 때문이다. 동시에 남성들에게는 특정한 외모를 갖추지 못 했어도 도전해 볼 만한 '연기파 배우의 길'이 없지 않다. '연기력'이라는 능력이 외모를 압도해 성공한 남성 롤모델이 존재하는 것이다.

결국 외모 관리와 성형이라는 투자를 통해 이미지 상품화에 성공할 수 있다는 인식은 여성 연기자를 새롭게 몸적인 존재로 구축한다. 물론 여성 연기자는 언제나 몸적 존재였지만, 이제 그 몸은 '관리되고 변형되는' 것이다. 관리되고 변형될 수 있기 때문에 오히려 몸을 고쳐서라도 획일적인 외모를 기본적으로 갖추어야 한다는 문화적 압력이 더욱 설득력을 얻게 된다. 이는 이들을 특별한 훈련을 필요로 하는 전문적 직업인이 아니라 자신의 몸을 이용하고 드러내 보이는 '재자연화된 존재'로 위치지운다. 이러한 현실에서 절실히 요청되는 것은, 영상산업 전반을 구조화하고 있는 상품화의 논리를 급진적으로 탐문하고, 젊은 여성들이 몸의 변형을 통해 형성하는 주체성의 논리에 대해 대안적인 시각을 제시함으로써 구체적으로 개입할 수 있는 여성주의 문화 운동과 연구의 다양한 시도들일 것이다.

참고 문헌

고석주·정진경(1992), "외모와 억압 : 문화적 관념의 내면화가 여성에게 미치는 영향", 한국여성학회, 『한국여성학』, 제8집, 33-70쪽.

김고연주(2010), "'나 주식회사'와 외모 관리", 『친밀한 적』, 서울: 이후.

김동원(2010), 『한국방송산업의 유연화와 비정규직의 형성』, 한국외국어대학교 박사학위논문.

김송희(2013), "동안 권하는 사회 : 미디어가 재현하는 몸과 나이, 그리고 젠더", 한국여성커뮤니케이션학회, 『미디어, 젠더 & 문화』, 27호, 77-115쪽.

김예란(2014), "아이돌 공화국 : 소녀 산업의 지구화와 소녀 육체의 상업화", 『젠더와 사회』, 서울: 동녘.

김은실(2001), "여성의 건강/몸 관리와 육체 이미지의 소비 문화", 『여성의 몸, 몸의 문화정치학』, 서울: 또하나의문화.

김현경(2014), "기획사 중심 연예산업의 젠더/섹슈얼리티 정치학", 한국여성학회, 『한국여성학』, 제30권 2호, 53-88쪽.

나윤경·태희원·노주희·장인자·이지은(2009), "십대 여성의 외모중심 인식을 추동하는 일상과 성형의료산업", 한국여성학회, 『한국여성학』, 제25권 4호, 73-108쪽.

이수안(2009), "여성 몸 이미지의 전형과 내면화 과정의 시각 체계적 상호작용 : 몸매관리산업 광고 이미지 분석을 중심으로", 한국여성연구원, 『여성학논집』, 제26집 1호, 73-108쪽.

_____(2011), "대중문화에서 기호가치로서 몸 이미지의 소비양식 : 아이돌 그룹을 중심으로", 한국문화사회학회, 『문화와 사회』, 제11권, 193-232쪽.

이영자(2006), "몸권력과 젠더 : 푸코적 분석틀에서 본 '날씬한 몸' 관리", 한국여성학회, 『한국여성학』, 제22권 4호, 197-233쪽.

임인숙(2002), "한국사회의 몸 프로젝트 : 미용성형 산업의 팽창을 중심으로", 한국사회학회, 『한국사회학』, 제36집 3호, 183-204쪽.

_____(2005), "남성의 외모관리 허용 수위와 외모불안 지대", 한국사회학회, 『한국사회학』, 제39집 6호, 87-118쪽.

_____(2010), "미용성형공화국의 고지되지 않는 위험", 한국사회사학회, 『사회와 역사』, 제88집, 39-76쪽.

임인숙·김민주(2012), "한국 다이어트 서바이벌 프로의 비만 낙인 재생산 : '빅토리'와 '다이어

트워'를 중심으로", 한국여성학회,『한국여성학』, 제28권 4호, 1-38쪽.
전보경(2010), 『몸-자아 테크놀로지로서의 미용 성형에 대한 계보학적 담론 연구』, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
정민우·이나영(2009), "스타를 관리하는 팬덤, 팬덤을 관리하는 산업", 한국여성커뮤니케이션학회(편), 『미디어, 젠더 & 문화』, 12호, 191-240쪽.
정은아·손승영(2010), "패션모델의 노동경험 : '몸 프로젝트' 및 '프로정신'을 내세운 요구와 수용", 한국여성학회, 『한국여성학』, 제26권 3호, 1-30쪽.
조항제(1994), 『1970년대 한국 텔레비전의 구조적 성격에 대한 연구』, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
_____(2013), "한국의 초기 텔레비전 멜로드라마와 민족주의: <아씨>, <여로>, <새엄마>를 중심으로", 『한국의 텔레비전 드라마 : 역사와 경계』, 서울: 컬처룩.
최현진(2004), 『성형수술자의 경험을 통해 본 중년 여성의 '나이듦(aging)'에 관한 연구』, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
태희원(2012), "신자유주의적 통치성과 자기계발로서의 미용성형 소비", (사)한국여성연구소, 『페미니즘연구』, 제12권 1호, 157-191쪽.
한국여성민우회(2007), 『함께 가는 여성』 제 177집, 서울: 한국여성민우회.
한서설아(2000), 『다이어트의 성정치』 서울: 책세상.
Berger, J.(1972), *Ways of Seeing,* 『이미지 - 시각과 미디어』, 서울: 동문선, 1997.
Bordo, S.(1993), *Unbearable Weight,* 『참을 수 없는 몸의 무거움』, 서울: 도서출판 또하나의문화, 2003.
Chua, Beng Huat and Koichi, Iwabuchi(2008), "Introduction - East Asian TV Dramas: Identifications, Sentiments and Effects", in Chua, Beng Huat and Koichi, Iwabuchi(eds.), *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave,* Hong Kong: Hong Kong University Press.
Jekins, Henry(2006), *Convergence Culture: Where Old and New Collide,* 『컨버전스 컬처』, 서울: 비즈앤비즈, 2008.
Kuhn, A.(1985), *The Power of the Image - Essays on Representation and Sexuality,* 『이미지의 힘 - 영상과 섹슈얼리티』, 서울: 동문선, 2001.
Lukács, G.(2010), *Scripted Affects, Branded Selves - Television, Subjectivity, and Capitalism in 1990s Japan,* Durham & London: Duke University Press.

McLuhan, M.(1946), *Understanding Media - The Extension of Man,* 『미디어의 이해』, 서울: 민음사, 2007.

Pitts-Taylor, V.(2007), *Surgery Junkies - Wellness and Pathology in Cosmetic Culture,* Rutgers University Press.

上野千鶴子(2010), *女ぎらい :ニッポンのミソジニー,* 『여성혐오를 혐오한다』, 서울: 삼인, 2012.

언젠가 다리 길이에 따른 우월함 논의는 TV매체에서 “롱다리”라는 단어가 나오게 되면서가 아닌가 하는 짤막한 고찰 만화를 본 일이 있다. 미디어에서 “롱다리”를 찬사하며 추앙하기 시작하자 그것이 결국 대중들이 스스로의 몸을 미디어에서 제시하는 기준치에 맞는 지 검열하고 타인의 몸을 계급화 하여 판단하기 시작했다는 내용이었다.

우리 사회가 아무런 죄책감 없이 타인의 몸을 평가하는 근간은 미디어가 제시한 기준에서 나오지 않았을까. 이제 몸을 책정하는 기준치는 더 진화되어 “우월한 몸매”의 기준은 “롱다리”에서 그치지 않는다. 미디어의 카메라는 피사체의 머리부터 발끝까지 훑으며 “우월함”을 찬사한다. 몇 년 전까지만 해도 생소한 몸매기준이었던 목 길이, 승모근, 흉통의 크기, 몸 대비 상체의 길이, 골반, 고관절, 애플힙, 허벅지와 종아리의 비율, 발목의 둘레 등을 논하는 광경을 이제는 미디어에서 심심찮게 볼 수 있다.

모니터링 조사단을 신청하며 몸과 캐릭터성을 결부시키지 않는 드라마가 그래도 몇 개는 나오지 않을까? 하는 일말의 기대감을 가져 보기도 했었지만, 그것은 나의 헛된 기대에 지나지 않았다.

모니터링 대상 드라마에서 몸에 대해 표현하는 언사들은 현실 사회와 별반 다르지 않다. 살 뺄 것을 종용하고, 시술을 권장한다. 또한 외형은 곧 그 사람의 성격을 알아보는 수단 중 하나가 되어버린다. 사회와 흡사한 미디어 속 세계의 모습은 저런 사고관이 현실의 반영인지 미디어가 만들어 낸 것인지 자못 헷갈리게 만든다.

그러나 미디어와 현실사회의 비교에서 괴리감을 느끼게 하는 부분이 하나 있었다. 드라마에서는 “마른 몸”의 범주에 들어가는 사람들에 대한 평가가 없다. 다이어트 커뮤니티에는 하루에도 몇 개씩 안부를 가장한 무례한 몸 평가를 당했다는 글들이 올라온다. 평균 몸무게를 넘어서는 사람들에게 당연한 듯이 “살 좀 빼”를 건네고, 평균 몸무게 이하인 사람에게도 “살 좀 쪄”를 건넨다. 그런데 드라마에 “살 좀 빼”는 있어도 “살 좀 쪄”는 없었다. 드라마 안에서는 누구도 “너 살 좀 쪄”라 말하지 않는다. “말랐다”는 몸의 개념은 드라마 안에서 기본 값이 된다. 드라마는 우월한 몸에 대한 찬사를 인터넷 기사처럼 쏟아내지 않는다. 단지 주연들의 몸을 통해 보여줄 뿐이다. 마르지 않은, 기본 값에서 벗어나는 이들은 드라마의 중심에서 배제되고 지워진다. 단지 양념처럼 존재할 뿐이다. 가끔 볼 수 있는 마르지 않은 주연 캐릭터들은 결국

‘다이어트’를 통해 기본 값으로 회귀한다. ‘기본 값’의 몸을 만드는 것은 마치 행복의 마지막 관문이나 그 캐릭터가 한 단계 성숙해지는 해결답안으로 느껴질 정도다.

제한된 선택지의 분위기를 조장하는 것에 미디어의 책임이 없다고 볼 수 있을까. 건강하지 않은 분위기가 사회에 만연하면 기형적인 결과를 도출한다. OECD국에서 우리나라만 남녀 비만율 차가 2배에 달하는 것이 그에 대한 반증이라 할 수 있겠다.

통통한 여주인공이 나왔던 드라마, 삼순이가 지상파에서 방영된 것이 10년 전 일이다. 지금, 지상파에 삼순이는 없다. 10년이 지났지만 미디어에서 다루는 몸의 다양성은 진화하지 않았다. 몸을 매김 하는 평가 척도만 다양해졌을 뿐이다.

왜 드라마 속 연기자들의 역할의 폭은 외모와 무관하지 않은가. 대개의 대중매체에서 털털하고 잔 정 많은 타입은 이런 배우의 몸으로, 깍쟁이 타입은 저런 배우의 몸으로 전시한다. 미디어에서 소비되는 스테레오 타입은 고정화된 역할을 반복하고 미디어 밖에서 “그렇게 안 생겼다”라는 말로 재탄생된다.

‘모든 몸이 차별받지 않고 동등하다’를 인지하는 단계로 진화하기 위해서 선행해야 할 것은 다양한 몸의 존재 자체를 인식하는 것이다. 그러한 방향성을 미디어가 뒷받침하기 위해서 필요한 것은 수치화 할 수 있는 정확한 지표이다.

단지 개인의 단순한 감상에서 그쳐버리면 그것은 주관에서 그쳐버리고 말 수 있지만 평가 지표를 세운다면 미디어가 다양한 몸을 얼마만큼 그려내는지 계량화 할 수 있을 것이다.

영화계에는 벡델 테스트라는 것이 있다. 1.영화에서 이름을 가진 여성 캐릭터가 두 명 이상인가? 2. 이 여성들끼리 한 번이라도 대화를 하는가? 3. 그 대화 속에 남자 주인공에 관한 것이 아닌 다른 주제의 내용이 있는가? 의 간단한 조건이 이 테스트의 내용이다. 벡델 테스트는 영화가 관객들에게 어떻게 ‘남성 중심주의’를 주입하고 재생산 하는 지 설명해 주는 실험이라 할 수 있다.

물론 이 간단한 테스트를 모두 통과했다고 해서 그 영화의 내용이 젠더 이퀄리즘을 반드시 지지한다고는 볼 수 없다. 그러나 이런 테스트가 존재함으로 인해 수용자들은 영화 속 여성의 역할과 비중에 대해 다시 한 번 생각해 볼 수 있는 환기점을 시사 한다고 할 수 있는 것이다.

드라마 내에서도 이와 같은 채점 테스트가 필요하다. 그 테스트가 많은 이들이 드라마를 소비

하면서 생각하지 않았던 ‘몸의 기준치와 다양성’에 대한 고찰의 지점이 되길 바란다.

나는 더 이상 외형으로 서술하는 캐릭터의 소비를 보고 싶지 않다. 미디어가 원하는 기본 값 기준치 범위에 들어가지 않는 배우들에게 말하는 배역의 한계성에 대해 듣고 싶지 않다.

미디어에서 몸에 대한 잣대를 내리지 않는 자유를 줄 때, 비로소 많은 이들은 내가 내 ‘몸’을 선택할 수 있는 자유를 얻을 것이다.

토론	성욱제 (KISDI 방송미디어연구실 연구위원)

1. 미디어 다양성의 개념과 목표

- 학술적으로도, 미디어 다양성(또는 다원성)은 플랫폼, 채널, 프로그램의 측면에서 다양하게 논의된 바 있음
- 여기서는 프로그램의 내용적 측면에서의 다양성을 논의하고 있으며, 사실 가장 핵심적인 부분이라고 할 수 있음
- 미디어 다양성이 중요한 이유는 이를 통해, 정치적 복지(미디어에서 재현되는 정치적 의견이나 관점이 넓어야 민주주의에 유익이 된다는 것), 사회적 복지(사회 내의 다양한 문화가 미디어 내에서 반영되어야 한다는 것)를 담보할 수 있기 때문

2. 미디어 다양성 증진 노력 – 해외 사례

- 국내외 모두 미디어 다양성을 매우 중요한 가치로 설정하고, 다양한 노력들을 해오고 있음. 특히, 프랑스의 경우, 09년부터 다양성 바로미터 조사를 수행하고 있음
- (배경) 06년 차별금지법 제정과 함께, 사회통합 진작 및 차별 반대를 위해, 텔레비전에서 출신(인종)이 사회구성을 잘 반영하는지를 살펴봄
- (방법) 지상파 채널의 프로그램 내 등장인물의 출신, 성별, 직업, 장애, 나이를 모니터링한 후 결과 분석

인지되는 출신(인종)	백인, 흑인, 아랍계, 아시아계 등
성(性)	남성, 여성
사회직업적 카테고리	중산층 이상/이하, 무직, 기타(불법 포함)
장애(handicap)	예/ 아니요
나이(age)	20세 이하, 20~34세, 35-49세, 50-64세, 65세 이상

- (주요결과) 백인 위주로 프로그램이 구성되어 있음 (백인이 더 많이 출연하고, 더 중요한 역할을 많이 맡으며, 백인의 직업이 더 좋게 묘사되고 있음) 출신과 상관없이 여성의 출연이 더 적으며, 청소년과 노인 역시 낮게 반영(sous-representation) 되고 있음

* 실제 인구 구성상 25%를 차지하는 20세 미만의 청소년이 8%, 18%를 차지하는 노인은 6%, 20% 차지하는 35-49세는 44% 반영

3. 향후 과제

- 현재 미디어 다양성을 다양한 방식(플랫폼, 채널, 프로그램 x 구조, 내용)으로 조사 진행하고 있음
- 하지만, 아직 객관적이라고 판단되는 수치를 측정하는 것에 그치고 있어, 가장 중요하다고 할 수 있는 가치 판단에까지 들어가지 못하고 있음
- 가치 판단이라는 다소 주관적일 수 있는 영역을 보다 객관화해내는 작업이 뒤따라야 할 것

외모 차별 일상화된 예능, 교양 프로그램의 사례들

외모는 꽤 오래도록 개그의 소재가 되어왔다. 외모를 비하하거나 비교하고 상대방을 깎아내림으로써 웃음을 유발하는 코미디들은 그래서 이런 전통 속에서 너무나 당연하게 받아들여지게 되었다. 코미디언 고 이주일씨의 "못 생겨서 죄송합니다."라는 유행어는 단적인 사례. 그래서 개그맨들 사이에서는 이른바 '못 생긴 얼굴'은 특별한 걸 하지 않아도 개그맨 공채에서 합격시키는 '복 받은 얼굴'로까지 얘기되곤 한다. 실제로 개그 프로그램의 PD들은 일종의 개그맨 분류표를 통해 코너를 만들 때 참고한다고 한다. 거기에는 얼굴로 웃기는 개그맨, 몸으로 웃기는 개그맨 같은 분류도 당연히 들어있다. 오나미, 박지선 같은 개그우먼들은 얼굴로 웃기는 개그맨, 박준현, 유민상 김수영 등은 몸으로 웃기는 개그맨으로 분류되어 있다.

외모비하 개그에서 당사자로 나오는 개그맨들은 모태솔로이거나 그 외모 때문에 놀림감이 되거나 상대방에게 마음을 거절당하는 존재들로 그려진다. 최근에는 이런 개그맨들이 잘 생긴 개그맨들과 비교되면서 극과 극의 상황을 그려내며 웃음을 주기도 한다. 하지만 이렇게 외모 차별이 당연한 듯 웃음의 소재가 되는 외모 비하 개그는 부지불식간에 대중들에게 외모에 대한 층위를 만들어낸다는 점에서 적지 않은 부작용을 남긴다. 최근에는 외모 비하에 얼굴은 물론이고 뚱뚱한 몸 역시 주요 소재로 떠오르고 있다.

외모 비하만큼 외모에 대한 강조 역시 몸 다양성을 해치는 요인이다. 지성을 담아내는 예능 프로그램에서 외모를 강조되거나, 교양 프로그램에서 아예 여성 방송인을 정보 전달의 기능적 역할에 충실하기보다는 외모와 몸매 중심으로 편재하는 한계를 보이기도 한다.

◇ 외모 비교를 통한 개그

- '세상에서 제일 예민한 사람들'이라는 부제를 달고 있는 '세젤예'에서 개그우먼 김승혜와 이수지는 그 외모 비교가 주요 웃음의 코드가 된다. 이 과정에서 이수지는 스스로 뚱뚱하다는 것에 '예민한 반응'을 보이는 캐릭터로 그려진다. "혼자 오셨냐"고 유민상이 물으면 김승혜는 마치 작업을 거는 사람에게 쏘아붙이듯 "혼잔데요 왜?" "그쪽 제 스타일 아니거든요!"하며 오버하는 캐릭터. 답답한 유민상이 "누구 연애 못해서 환장한 사람 있나"하고 혼잣말을 하면 옆

에서 이수지가 그걸 듣고는 “지금 제 얘기하시는 거 맞죠? 저 모태솔로라고 놀리는 거잖아요!”라고 반응하는 식. 뚱뚱한 사람은 연애도 못할 것이라는 의미가 은근히 그 밑바탕에 깔려 있다.

- 김승혜의 경우는 “다 고쳤냐?”는 옆 사람과의 이야기에서 “코만 고쳤다”는 식으로 성형을 하면 예뻐질 수 있다는 식의 소재가 다뤄지기도 했다. 물론 이 코너는 이런 세태를 풍자하는 것이지만 거기에는 몸에 대한 편견이 개그 코드의 하나로 사용되고 있다.

- 송준근은 특이한 외모 때문에 타인이 편견을 갖고 대하는 태도에 예민한 반응을 보이는 캐릭터. 영어로 얘기하면 “외국인 아니거든요”라고 말하고, 시골사람의 행색으로 등장해 “저도 커피 마실 줄 알거든요”라는 식의 웃음을 만든다.

‘님은 딴 곳에’라는 코너는 바에 놀러온 개그우먼 이현정이 남자를 유혹하기 위해 대시하는 이야기를 담고 있다. 뚱뚱한 아주머니 캐릭터로 대시하는 이현정을 김대성과 류정남은 모욕적인 언사로 거절하는 것으로 웃음을 만든다. 반면 이현정은 웨이터인 홍현호의 대시를 번번이 거절하는 모습을 보이는데 이것은 외모비하가 남녀 양측에서 상대적인 비교를 통해 이뤄지고 있다는 걸 보여준다.

◇ 비만한 몸을 소재로 한 개그

- <개그콘서트>에서 단골 소재는 단연 비만한 몸에 대한 것들이다. 과거 ‘아빠와 아들’은 유민상과 김수영이 아빠와 아들로 나와 뚱뚱해서 한결 같이 먹을 것만 밝히는 모습으로 웃음을 만들었다. 김준현의 경우는 ‘4가지’에서 뚱뚱보 캐릭터를 통해 주목받은 사례.

- ‘사랑이 Large’라는 코너에서 유민상과 김민경은 식당을 찾아와 음식을 시키는데 어마어마한 분량을 시키는 것으로 웃음을 만든다. 특히 중간에 김민경을 쫓아다니는 송병철이 여러 가지 이벤트로 프로포즈를 할 때 유민상은 먹을 것을 내밀어 그걸 번번이 좌절시킨다. 뚱뚱한 사람들은 엄청나게 먹을 것이고, 사랑보다도 식욕이 앞설 것이라는 편견을 만든다.

- 최근 뚱뚱한 개그맨들은 먹방 시대를 만나 다양한 먹방에서 먹는 모습을 보여주고 있다. 특히 ‘맛있는 녀석들’이라는 먹방에는 유민상, 김준현, 김민경, 문세윤 같이 뚱뚱한 캐릭터들이 출연해 먹고 또 먹는 모습을 보여준다.

- 뚱뚱한 개그맨들은 살을 빼는 모습으로 웃음을 주기도 하는데 ‘헬스보이’는 대표적 사례. 매주 엄청난 운동과 다이어트로 살을 빼고 와 그 결과를 관객들 앞에서 보여주는데 물론 건강을 위한 처방이라는 점에서 긍정적인 요소가 있지만 역시 다이어트에 대한 강박 같은 걸 만들어 낼 소지도 다분하다.

- 김신영, 이희경, 김수영처럼 실제로 살을 뺀 개그맨이 그 후부터 웃기지 않아 개그맨으로서 활동이 뜸해지는 경우도 생겨난다. 이것은 그만큼 외모 개그가 일반화되어 있고 비만한 캐릭터에 대한 수요가 이미 만들어져 있다는 걸 말해준다.

◇ 국민예능도 비껴가지 않는 외모 비하

- 외모 비하라는 소재가 얼마나 일상화되어 있는가는 이른바 국민예능이라고 불리는 <무한도전>이나 <1박2일>에서도 이 소재가 수시로 사용된다는 걸 보면 알 수 있다. <무한도전>은 외모를 중심으로 투표 대결을 벌인 바 있고, 아예 대놓고 '못친소' 특집을 한 적도 있다. 최근 영화 <아수라> 팀들이 출연한 방송 분에서는 정우성과 정준하나 박명수의 외모를 비교하기도 했다.

- <1박2일>의 경우에는 종종 팀을 둘로 나눠 복불복 게임을 할 때 아예 대놓고 '잘생긴 팀' '못생긴 팀'으로 나누기도 한다. 그래서 잘생긴 팀은 멋진 모습을 보여주고 못 생긴 팀은 아예 웃음을 담당하는 것이 당연한 역할처럼 보여주는 경향이 있다.

- <아는 형님>의 '형님 학교'라는 코너는 걸그룹 아이돌을 세워두고 아재들이 짓궂은 질문을 던져 웃음을 만드는데 이 과정에서 외모나 몸매에 대한 성적 농담을 던지는 경우도 있다. 전효성이 출연했을 때 '내가 가장 빠져 있는 것'을 묻자 강호동은 "성형"과 "뽕"이라고 말한 바 있다. 그러자 이수근은 이걸 마치 도와주겠다는 듯 "볼륨을 높여주는 걸 이야기하잖아. 다들 무슨 생각을 하는 거야." 하고 말했다. 민경훈은 전효성에게 이미 답을 다 알고 있으면서 괜히 "왜 별명이 베이글이냐"고 물어 그녀를 곤란하게 만들기도 했다.

◇ 아이돌의 다이어트 강박

- <먹고 자고 먹고>는 말레이시아 쿠닷의 한 리조트에서 백종원이 해주는 음식을 온유와 정채연이 만끽하는 콘셉트의 프로그램. 여기서 아이돌 걸 그룹 다이아의 멤버인 정채연은 그 와중에도 체중계를 들고 다니고 수시로 체중을 재고는 조금이라도 살이 쪘다 싶으면 운동을 하는 모습을 보여준다.

- 정채연은 음식을 먹다가 매니저 눈치를 보기도 한다. 이렇게 음식을 만끽하는 콘셉트의 프로그램에서조차 다이어트를 해야 한다는 강박관념 같은 게 아이돌 그룹에 얼마나 당연시되고 있는가를 잘 보여준다.

- 오디션 프로그램을 보면 아예 대놓고 가수가 되려면 살을 빼야 한다고 말하는 심사위원들이 있다. 박보람의 경우 <슈퍼스타K>에서 탈락한 후 다이어트를 통해 살을 뺐고 그걸 소재로한

‘예뻐졌다’라는 곡을 발표하기도 했다. 최근 방영된 <2016 슈퍼스타K>에서는 뚱뚱하지만 노래 잘 하는 참가자에게 에일리가 다이어트 하지 말라고 말하자 다른 남자 심사위원이 왜 하려는데 막냐고 말해 외모에 대한 은연중의 집착을 보여주기도 했다.
- 최근 걸 그룹 오마이걸의 진이는 지나친 다이어트 강박으로 인한 거식증으로 활동 자체를 잠정중단하기도 했다.

◇ 외모와 몸매에 대한 과시나 강조

- 외모 비하만큼 외모에 대한 과시나 강조 역시 몸에 대한 어떤 기준을 만든다는 점에서 몸 다양성을 저해하는 일이다. <비정상회담>은 외국인이 등장해 하나의 주제를 갖고 진지한 토론을 하는 프로그램. 이 프로그램은 ‘외모지상주의’를 비판하는 소재를 다루기도 했다. 하지만 이 프로그램에서 외국인들이 지성은 물론이고 외모까지 갖춘 이들로 이미지화해 보여진다.
- <정글의 법칙>에서 여성 출연자들이 나왔을 때 여지없이 몸매를 보여주는 식의 뜬금없는 장면들이 연출되기도 한다. 마치 물고기를 잡거나 바닷 속을 구경하는 것처럼 명분을 드러내지만 실상은 그 몸매에 대한 과시가 자막을 통해 고지되는 경우가 많다.

◇ 여성 언론인, 방송인에 대한 비뚤어진 시선

- 드라마 <질투의 화신>에서는 기상캐스터에게 기상 예보 중 가슴을 내밀고 엉덩이를 뒤로 빼라는 식의 주문을 하는 장면이 등장한다. 여성 기상캐스터들을 날씨 정보를 알려주는 존재라기보다는 몸매를 전시하는 존재로 그려지고 있다는 것. 이것은 실제로 남성 기상캐스터가 점점 사라지는 현실과 맞물려 기상예보의 왜곡된 시선을 담아낸다.
- 우리나라 여성 앵커의 경우 남성 앵커들처럼 40대가 넘어서까지 그 자리를 유지하는 경우는 거의 없다. 뉴스 앵커의 자리는 중년 남자 기자와 젊은 여성 아나운서라는 암묵적 조합이 존재하기 때문이다. 여기서 여성 앵커는 남성 앵커와 달리 외모적인 면들이 지적인 면들만큼 요구된다. 왜 ‘여성 손석희’는 나오지 않는가 하는 지적이 있는 건 그래서다.
- 뉴스에서 남성 앵커와 여성 앵커의 역할론도 지나치게 구분되어 있다. 남성 앵커는 주요 뉴스를 보도하고 여성 앵커는 보조하는 식의 역할. 마치 뉴스 프로그램에서조차 여성이 ‘꽃’으로만 기능하는 모습으로 비춰진다.

토론 정혜경 (미디어교육 강사)

청소년과 함께 하는 <미디어 속 외모지상주의> 교육

민우회 미디어운동본부 교육분과는 2012년부터 매년 서울시와 함께 청소년을 대상으로 하는 <미디어를 통해서 본 성 평등>교육을 해왔었고, 올해는 특별히 중학생과 고등학생을 대상으로 <미디어 속 외모지상주의>교육을 실시하였습니다. 특히 '외모'라는 주제는 청소년들이 많은 관심을 갖고 있는 주제이기 때문에 외모지상주의의 문제점과 이것이 왜 성차별로 이어지는지 등의 교육 내용을 쉽고 재미있게, 그러나 의미 있게 접근하고자 하였습니다. 이 교육을 통해 청소년들 스스로 '미디어 속 외모지상주의'를 비판적으로 바라볼 수 있는 계기가 되고 이로써 건강한 외모인식을 갖게 되길 바라는 마음으로 계획되었습니다.

'외모'라는 것은 나를 구성하는 다양한 요소 중 하나입니다. 사람마다 서로 다른 외모를 갖고 있습니다. 외모에 대한 관심의 크기는 개인에 따라 차이가 있고, 외모를 중요하게 요구하는 직업군이 있거나 외모가 직업과 전혀 관계없기도 합니다. 그러나 오늘 날 우리사회는 모든 영역에서 누구에게나 '아름다운' 외모를 요구합니다. 특히 여성에게 아름다움에 더 많은 가치를 두며 아름다움에 집중하도록 합니다. 획일화된 미의 기준으로 사람의 외모에 서열을 매기는 것이 외모차별입니다. 또한 외모차별을 개인의 책임으로 돌리는 것이 외모지상주의의 핵심이자 문제점입니다.

청소년들에게 물었습니다. '아름다운 사람'은 누구일까? 돌아온 대답을 정리해 보았더니 '젊고, 큰 키에, 적은 체중에, 뚜렷한 이목구비'를 말합니다. 이들의 생각은 어디에서 왔을까요?

아주 오래전부터 아름다움을 위해 코르셋과 전족에 여성의 몸을 가두어 고통을 주었습니다. 그러나 '문화'라는 이름으로 이것이 당연시 되었으며 여성들조차 고통과 생명의 위협도 감수하며 그 틀 안에 자신을 가두기도 하였습니다. 여성들 스스로의 선택이니 그 책임도 그들의 것이라고 말할 수 있을까요? '아름답지' 않으면 차별을 받고 생존에도 영향을 미친다면 그것을 선택해야 합니다. 고통으로 만들어진 여성의 몸은 누구를 위한 몸일까요? 그렇게 만들어진 '아름다운 몸'은 자신을 위한 것이 아닌 누군가에게 즐거움을 주기 위한 단지 '대상'으로서의 몸입니다.

‘성적 대상’은 미디어 속에서 종종 등장합니다. 광고, 게임, 드라마, 애니메이션, 오락 등에서 말입니다. ‘진짜사나이’의 여군 특집 편에서는 신체검사를 가장한 ‘외모검사’가 이루어집니다. ‘모두의 경영’ 이라는 게임에서는 신체적 사이즈만을 극대화하고 부각시킨 여성 비서 캐릭터를 통해 비서의 능력을 폄하하고 비서라는 직업을 전문인에서 성적대상으로 왜곡시켜버립니다. 청소년들이 6년간 입어야 하는 교복광고도 크게 다르지 않습니다. ‘쉐딩 스커트’, ‘코르셋 자켓’의 카피가 교복광고에 버젓이 등장하고 교복을 입은 광고 모델의 자세가 매우 요상합니다. 다행인 것은 게임과 광고를 보고 누군가가 문제점을 찾아내고 그것을 비판하고 변화를 요구하였습니다. 게임사와 광고사는 비판의 내용을 적확히 이해하였는지는 모르겠지만, 일단 받아들였습니다. 그리고 교복 광고 포스터는 철수되고 게임 속 여성 비서의 음란한 대화도 삭제되었습니다.

오락 프로그램인 ‘동상이몽’과 ‘안녕하세요’ 에서는 신뢰관계인 친구, 연인, 가족끼리의 일상에서의 외모비난과 외모차별이 난무합니다. 나의 외모를 비난하고 창피해하는 말들을 사적 관계에서 익숙하게 듣는 사람들은 공적관계에서 같은 말을 듣게 되면 말하는 사람을 예의 없고, 인권감수성이 없다고 느끼는 것이 아니라 내 몸에 대해 위축되고 내 몸의 문제라 여기게 될 것입니다.

미디어는 세상을 보는 창입니다. 특히 청소년들은 미디어 속의 획일화된 ‘아름다운 몸’을 통해 자신의 몸을 투영합니다. 현대의 아름다움은 의료, 광고 그리고 미디어가 만들어냅니다. 기능상의 문제로 시작된 성형이 유명인들의 성형성공담을 통해 외모 가꾸기의 하나의 방법으로 받아들입니다. 시간, 돈, 노력, 고통을 감수하면서 까지 성형을 하고 다이어트를 하려는 이유는 무엇일까요? 외모로 인한 차별과 우대가 있음을 알기 때문이겠지요. 그렇게 만들어진 아름다움이 평생 유지되거나 언제나 젊지 않습니다. 그렇다면 때마다 내 몸을 바꾸어야 할까요? 사회적 시선을 바꾸어야 할까요?

학교 교실에서 이루어지는 교육시간은 매우 짧습니다. 45~50분 안에 많은 것을 담아내기 쉽지 않습니다. 가장 중요한 것은 외모지상주의가 성차별로 이어지는 실제 사례와 이것들에 대해 사람들이 문제점을 찾아내고 외모지상주의를 타파하기 위한 사회적 노력이 세상을 변화시키고 있는 것을 알리는 것입니다. 우리들이 일상에서 타인의 외모에 대해 했던 칭찬이 사실은 칭찬이 아닌 평가나 지적이었는지 되돌아봅니다. 교실에 30명의 청소년이 있다면 서른 개의 아름다움이 있다고 이야기 해줍니다. 다양한 몸을 인정하면 다양한 아름다움을 찾아낼 수 있습니다. 아름다움의 가치가 외모에만 있는 것이 아니며 외모로 인한 차별이 부당함을 인지시키고 이러한 사회적 시선을 바꾸는데 무엇을 함께해야 할까 질문을 던져봅니다.

학생들이 작성한 교육후기에 ‘시간이 짧아서 아쉬웠다’는 내용이 가장 많았습니다. 학생들의 관심사인 외모가 어떻게 성차별로 이어지는 지를 미디어 속의 사례를 통해 찾아내니 이해하기 쉬웠다고도 했습니다. 남자 중학생은 ‘외모 지상주의가 심각하다는 것을 이해했다’라고 했습니다. 많이 우려했는데 그 짧은 시간에도 이해했다니 놀랍습니다. ‘그 동안 외모로 타인을 평가했다’는 자기반성도 있었습니다. 학생들의 후기를 보니 교육의 중요성과 필요성으로 인해 <미디어 속 외모지상주의>교육은 계속되어야겠습니다.

토론	김지학 (한국다양성연구소 소장)

미디어 속 몸 다양성 확보
비판적 수용과 건설적 창조

*토론문은 다음 장에 첨부되어 있습니다.