

[토론회]

유튜브 '키즈 콘텐츠', 이제 "성평등" 관점을 고민할 때

: 플랫폼의 영향력과 사회적 책임에 대하여

2019년 5월 15일(수) | 프런티어스쿨리안

언론개혁시민연대

유튜브의 영향력이 점점 커지고 있다. 앱 분석 업체 와이즈앱에 따르면, 2018년 한 해 가장 성장한 앱으로 '유튜브'(가장 성장률 높은 앱은 넷플릭스)가 꼽혔다. 한국언론진흥재단이 유튜브를 우리 국민들이 어떻게 인식하고 이용하고 있는지를 조사한 결과, 77.8%의 응답자들이 유튜브 사용자인 것으로 나타났다. 유튜브 동영상을 다른 경로를 통해 이용하는 사람들을 합치면 유튜브 이용자는 94.2%로 상승했다. 특히, 미래세대의 미디어로 불리는 이유도 드러났다. 연령대가 낮을 수록 유튜브 이용자 비율이 높았기 때문이다. 응답자 중 유튜브 이용자로 밝힌 사람은 91.3%로 가장 높았으며 30대는 81.1%, 40대 76.2%, 50대 72.3%, 60대 이상 67.1%로 집계됐다.

최근 유튜브 크리에이터들의 연봉이 공개되면서 선망의 직업으로 떠오르기도 했다. 특히, 10대들에게 유튜브는 선풍적인 인기다. '요즘 초등학생들, 유재석은 몰라도 도티는 안다'는 말은 헛말이 아니다. '검색'의 강자였던 네이버, 10대들에게는 아니다. 10대들은 유튜브를 통해 많은 정보들을 얻는다. 그만큼 미래세대에 유튜브가 미치는 영향도 크다는 얘기다. 어린이 장래희망에 '크리에이터'가 등장한 것 역시 이를 반증한다. 그러다보니 인기 연예인들 역시 유튜브로 이동하는 현상을 보이고 있다. 방송사들 역시 유튜브 콘텐츠 제작에 적극적으로 나서고 있다. 이렇듯, 유튜브 콘텐츠들이 한국사회 일상생활에 깊숙이 파고들고 있다.

유튜브의 영향력이 커지며 각종 논란의 중심에 떠오르기도 한다. 그때마다 이용자들은 적극적으로 크리에이터들과 소통하며 불편함을 호소해왔다. 이로 인해 유명 유튜버들이 사과를 하는 상황이 발생하고 있다. 독자들에게 의한 의존성이 큰 유튜브의 특성상 기성 미디어보다도 빠른 반응과 개선의지를 보이기도 한다. 사업자 유튜브에서도 어린이가 나오는 콘텐츠가 선정적으로 이용될 가능성을 이유로 댓글을 차단했다. 이 같은 흐름에서 주요하게 볼 수 있는 건, 유튜브의 영역은 이제 온전히 '무규제' 시대는 아닌 상황이 되어가고 있다는 사실이다. 특히, 미투 운동을 통한 젠더 이슈에 대해서는 더욱 민감할 수밖에 없다. 문제는 인식하지 않은 속에서 발현되는 성차별이다. 한국사회가 성평등한 사회로 한 단계 더 도약하기 위해서는 미디어 플랫폼의 '성평등' 의식이 무엇보다 중요할 수 있다. 특히, 미래세대를 위한 '키즈' 대상 콘텐츠는 어느 것보다 중요하다.

이 같은 유튜브 키즈 콘텐츠의 '젠더' 의식에 대해 고민하는 층위는 다양하다. 콘텐츠를 직접 제작하는 크리에이터(키즈 포함)들의 1차적 고민이 있을 것이다. 또, 유튜브를 소비하는 이용자(아동·청소년 보호자 포함) 그리고 여성 및 미디어비평 시민사회 역시 마찬가지다. 그런 점에서 언론연대는 유튜브 키즈 콘텐츠에 대한 성차별에 대한 모니터링을 진행했다. 유튜브 콘텐츠들이 성고정적인 모습을 보여주고 있지는 않은지, 인권-젠더적 폭력성을 드러내고 있지 않은지 살펴봤고

그 결과를 내놓으려고 한다.

유튜브 키즈 콘텐츠를 둘러싼 다양한 층위에서 이제 머리를 맞대고 생각해야 할 때다. 아니, 이미 늦었는지 모른다. 2016년 강남역 살인사건 이후 '젠더'는 사회적 이슈로 자리매김했다. 어린이-청소년들이 마주할 미래의 한국사회는 적어도 여성성과 남성성이 강조되며 젠더폭력이 난무한 세상은 아니어야 하지 않을까. 그렇다면, 그들이 가장 많이 접하고 있는 미디어들이 바뀌어야 한다.

[토론회 개요]

○ 일시 : 2019년 5월 15일(수) 오후2시

○ 장소 : 프란치스코교육회관 220호

△ 사회 _ 윤여진 언론인권센터 상임이사

△ 발제 _ 권순택 언론개혁시민연대 활동가

△ 토론자들

- 이종임 문화연대 집행위원

: <아이돌 연습생의 땀과 눈물 (아이돌 성공신화와 연습생의 딜레마)>, <문화산업의 노동구조와 아이돌> 저자

- 이윤소 한국여성민우회 미디어운동본부 부소장

: <10대, 유튜브를 말한다 - 성평등 관점으로 1인 미디어 다시보기> 사업 시작

- 명숙 인권운동네트워크 바람 활동가

: <페미니즘으로 쓰는 인권선언 추진단> 참여

- 강미정 정치하는 엄마들 활동가

: 혐오·차별미디어 아카이빙 프로젝트 'PINKNOMORE' 시작

2019년 5월 9일

언론개혁시민연대

(공동대표 전규찬·최성주)

들어가며

유튜브의 영향력이 점점 커지고 있다. 앱 분석 업체 와이즈앱에 따르면, 2018년 한 해 가장 성장한 앱으로 '유튜브'(가장 성장률 높은 앱은 넷플릭스)가 꼽혔다. 한국언론진흥재단이 유튜브를 우리 국민들이 어떻게 인식하고 이용하고 있는지를 조사한 결과, 77.8%의 응답자들이 유튜브 사용자인 것으로 나타났다. 유튜브 동영상을 다른 경로를 통해 이용하는 사람들을 합치면 유튜브 이용자는 94.2%로 상승했다. 특히, 미래세대의 미디어로 불리는 이유도 드러났다. 연령대가 낮을 수록 유튜브 이용자 비율이 높았기 때문이다. 응답자 중 유튜브 이용자로 밝힌 사람은 91.3%로 가장 높았으며 30대는 81.1%, 40대 76.2%, 50대 72.3%, 60대 이상 67.1%로 집계됐다.

최근 유튜브 크리에이터들의 연봉이 공개되면서 선망의 직업으로 떠오르기도 했다. 특히, 10대들에게 유튜브는 선풍적인 인기다. '요즘 초등학생들, 유재석은 몰라도 도티는 안다'는 말은 헛말이 아니다. '검색'의 강자였던 네이버, 10대들에게는 아니다. 10대들은 유튜브를 통해 많은 정보들을 얻는다. 그만큼 미래세대에 유튜브가 미치는 영향도 크다는 얘기다. 어린이 장래희망에 '크리에이터'가 등장한 것 역시 이를 반증한다. 그러다보니 인기 연예인들 역시 유튜브로 이동하는 현상을 보이고 있다. 방송사들 역시 유튜브 콘텐츠 제작에 적극적으로 나서고 있다. 이렇듯, 유튜브 콘텐츠들이 한국사회 일상생활에 깊숙이 파고들고 있다.

유튜브의 영향력이 커지며 각종 논란의 중심에 떠오르기도 한다. 그때마다 이용자들은 적극적으로 크리에이터들과 소통하며 불편함을 호소해왔다. 이로 인해 유명 유튜버들이 사과를 하는 상황이 발생하고 있다. 독자들에게 의한 의존성이 큰 유튜브의 특성상 기성 미디어보다도 빠른 반응과 개선의지를 보이기도 한다. 사업자 유튜브에서도 어린이가 나오는 콘텐츠가 선정적으로 이용될 가능성을 이유로 댓글을 차단했다. 그 방법이 옳고 그르냐를 이야기하기 전에 주목해야 할 점이 있다. 바로, 유튜브의 영역은 이제 온전히 '무규제' 지대는 아닌 상황이 되어가고 있다는 사실이다. 특히, 미투 운동을 통한 젠더 이슈에 대해서는 더욱 민감할 수밖에 없다.

문제는 인식하지 않은 속에서 발현되는 성차별이다. 한국사회가 성평등한 사회로 한 단계 더 도약하기 위해서는 미디어 플랫폼의 '성평등' 의식이 무엇보다 중요할 수 있다. 특히, 미래세대를 위한 '키즈' 대상 콘텐츠는 어느 것보다 중요하다.

이 같은 유튜브 키즈 콘텐츠의 '젠더' 의식에 대해 고민하는 층위는 다양하다. 콘텐츠를 직접 제작하는 크리에이터(키즈 포함)들의 1차적 고민이 있을 것이다. 또, 유튜브를 소비하는 이용자(아동·청소년 보호자 포함) 그리고 여성 및 미디어비평 시민사회 역시 마찬가지다. 그런 점에서 언론연대는 유튜브 키즈 콘텐츠에 대한 성차별에 대한 모니터를 진행했다. 유튜브 콘텐츠들이 성고정적인 모습을 보여주고 있지는 않은지, 인권-젠더적 폭력성을 드러내고 있지 않는지 살펴보고 그 결과를 내놓으려고 한다.

유튜브 키즈 콘텐츠를 둘러싼 다양한 층위에서 이제 머리를 맞대고 생각해야 할 때다. 아니, 이미 늦었는지 모른다. 2016년 강남역 살인사건 이후 '젠더!'는 사회적 이슈로 자리매김했다. 어린이·청소년들이 마주할 미래의 한국사회는 적어도 여성성과 남성성이 강조되며 젠더폭력이 난무한 세상은 아니어야 하지 않을까. 그렇다면, 그들이 가장 많이 접하고 있는 미디어들이 바뀌어야 한다.

1) "젠더는 남성의 여성 지배를 의미한다. 양성(성)은 두 개처럼 보이지만, 실제로는 여성성 하나만 존재한다. 남성성은 젠더가 아니다. 남성적인 것은 남성적인 것이 아니라 보편적인 것으로 간주되기 때문이다." - 주디스 버틀러, <젠더 트러블-페미니즘과 정체성의 전복>, 조현준 옮김, 문학동네, 2008. 121쪽. 모니크 위티크(1983)에서 채용인.

모니터 개요

1. 목표

- 어린이 대상 유튜브 콘텐츠 창작자들의 성평등 의식 고취
- 어린이 및 보호자들의 콘텐츠 선택에 대한 정보 및 도움
- 유튜브 등 콘텐츠 유통하는 플랫폼 사업자의 사회적 책임의식 강화

2. 대상

- 유튜브를 통해 유아 및 어린이 대상으로 제작되는 콘텐츠 유통 상위 채널

(기존 애니메이션 및 토이 콘텐츠는 제외)

: 모니터 실시 기간 최근 10개 동영상(기준/ 2018년 10월 말) + 6개월 이내 제작 콘텐츠

	유튜버	구독자수(->현재)	주요 출연자
1	보람튜브 토이리뷰	416만->1158만	보람(6세 여)과 성인 남성2
2	서은이야기	232만->338만	서은(4세 여)과 성인 여성1(엄마)
3	캐리TV	189만->201만	캐리(성인여성)과 성인 여성4인과 성인 남성1
4	MariANDKids	157만->276만	국민(1세 남)과 성인 여성1(엄마)이 주요 출연
5	라임튜브	147만->219만	라임(8세 여)과 성인 남성(아빠)
6	위드키즈	135만->187만	예준과 성인 남성(아빠)
7	MariADNFriend	124만->181만	마리아(성인남성)과 성인1(아내)+조카2+아들1
8	헤이지니	123만->175만	성인1(여성)이 아이들 대상
9	리원세상	85만->150만	리원(7세 여성)과 성인남성1(아빠)
10	제이제이튜브	70만->101만	지우와 서준이, 아빠
11	마이런tv	68만->83만	마이런(초6)과 성인여성(엄마)

3. 관점 및 내용

- 성역할 고정 및 외모지상주의 등 성차별 관점에서의 설계 및 구성된 콘텐츠

성차별에 대한 유형화에 따른 분석

1) 성역할 고정관념 조장

① 여아는 돌봄노동을 놀이로 학습한다

유튜브 키즈 콘텐츠를 살펴보면 여아들은 놀이를 중심으로 ‘돌봄’ 노동을 배우는 모습을 다수 발견할 수 있다.

<보람튜브> ‘아기인형들을 돌봐줘요!’(10월 11일) 편에서 보람은 (인형)아기들을 재우고 아프면 의사에게 연락을 해서 처방을 받는 등 돌봄을 놀이를 통해 구현한다. 비를 맞은 아기 인형, 아이스크림을 너무 많이 먹은 아기 인형, 놀이터에서 놀다가 다친 인형들을 아이 다루듯 어르고 달래 재우는 그런 놀이다.



<보람튜브> ‘아기인형들을 돌봐줘요!’(10월 11일) 편

<라임튜브>에서도 모니터 설정기간 돌봄노동이 놀이로 등장한다. ‘라임의 상어가족 핑거패밀리와 인기동요 댄스영상 모음’(11월 1일) 편에서는 “콩콩이가 놀러왔어요”라는 형식으로 ‘돌봄 노동=엄마의 일’이라고 언급하는 부분이 등장한다.

파랑이(아빠) : 라임이 너 아기 돌볼 줄 알아?

라임 : 응. 엄마한테 많이 배워가지고 왔거든.

파랑(아빠) : 엄마처럼 잘하고 있어요. 라임이 응원(구호)

그 후, 라임 양은 배고픈 콩콩이 인형에게 밥을 주고, 양치를 시키고, 배변을 시키고, 손을 씻기

고, 재우는 역할을 한다. 그 때마다 인형에서는 “정말, 정말 맛있다. 콩콩이 행복해요”, “콩콩이 응가 마려워요”, “응가 다 했으니까, 손 씻어요”, “아~ 졸려요”, “엄마가 세상에서 제일 좋아”(엄마의 역할이 설정된 인형이었던 썸등등의 녹음돼 있는 멘트가 삽입된다. 해당 영상에서 파랑이로 분한 아빠는 라임에게 “엄마처럼 잘한다”고 칭찬하는 장면도 등장한다.



<라임튜브> 11월 1일

“출산과 임신을 하도록 만들어진 몸은 양육하는 존재이기도 하며, 여성의 몸 생김 자체만 봐도 본능적으로 모성을 타고난 존재라고 가르칩니다. 여자아이들은 어려서부터 아기를 안아보고 기저귀를 갈아주며 젖을 먹이는 흉내를 내거나, 누군가를 도와 그것을 해봅니다. 그러니 양육하는 몸에 익숙하고, 익숙하니 도맡게 되는 일이 반복되면서 본성화되는 것입니다”

- 김민혜정 <여성주의 자기방어훈련: 반격과 남여서기의 구상과 실제>

김민혜정은 ‘여성’이 사회적으로 어떻게 길러지고 있는지 주목한다. 여성이 임신과 출산이 가능한 ‘몸’임을 강조되면서 모성이 본성화되는 과정을 그린다는 것이다. 그 중, 여자 아이들이 어려서부터 하는 놀이에 주목했다. 아이를 낳을 몸이니 그 아기를 돌보는 영역 또한 여성의 일로 인식하게 만들고 있다는 얘기다. 유튜브에서 등장하는 아이 돌봄에 대한 놀이를 어떻게 봐야할까.

반면, 남아가 출연하는 위드키즈의 경우 같은 기간 ‘돌봄노동’ 관련 놀이를 하는 사례는 없었다. 그만큼 빈도 자체가 차이가 난다는 의미다. 해당 채널에서 ‘돌봄’ 관련 콘텐츠를 찾아보면, 2018

년 2월 12일 <아기 돌보기는 힘들어> 편이 업로드 돼 있는 것을 확인할 수 있다. ‘예순(아기인 형)’ 등 집안 곳곳에 흩어져 놓고 있는 아기들을 데려다 우유를 주고 재우는 내용을 담고 있다. 그럼에도 불구하고 여아·남아의 ‘돌봄’을 놀이로 하는 모습에서 차이가 나타나기도 한다. 위즈키즈에서는 “엄마처럼”이라는 등의 성역할을 부여하는 장면이 나오지 않는다. 또한 ‘놀이’ 형태로 끝난다는 점이다. 여아의 경우, 돌봄에 대해 임무를 완수하는 것처럼 등장하는 것과는 대조된 것을 확인할 수 있다.

② 여아는 청소·빨래 그리고 청결을 배운다

여아 어린이가 등장하는 콘텐츠에서는 공통적으로 ‘빨래’, ‘청소’ 등이 기본적으로 나온다. <서은 이야기> ‘엄마 내 인형은 빨면 안돼요!!’ 편에서는 ‘뽀로로 세탁기 다리미 장난감’이 등장했다. 해당 편에서 엄마는 서은이의 ‘빨래하는 습관’ 들이기에 나서는 설계로 구성됐다.

서은 : 엄마. 나도 빨래하고 싶어

엄마는 서은에게 ‘뽀로로 세탁기 다리미 장난감을 가져 온다. 그리고 “얼룩이 있을 때에는 수도를 틀고 얼룩을 먼저 제거한다”, “세제를 넣는다” 등으로 장난감 사용법을 알려준다. 그 후, 빨래를 말리고 다리미질까지 가르쳐 준다. 그렇게 빨래하는 것을 배운 서은.



<서은이야기> ‘엄마 내 인형은 빨면 안돼요!!’ 편(10월 10일)

서은 : 빨래 끝~

엄마 : 서은아, 빨래는 이렇게 하는 거야.

서은 : 문었네. 엄마... 또 더러워졌어. 또 빨래하자.

여성들에게 남성과는 다르게 주로 ‘청결’의 의무가 주어지기도 한다. 사무실에서 사용되는 머그컵들을 누가 닦고 정리하는가. 많은 사람들은 여전히 사무실이 지저분하면 해당 공간을 남과 여가 함께 사용하더라도 여성이 청결하지 못하다고 인식하는 부분이 강하다. 남성은 어렸을 때부터 뛰어 놀고 땀이 날 수 있다고 생각하지만 여성들에게 땀 냄새가 난다는 것은 청결하지 못하다고 인식돼 왔다. 이는 초등-중학교 체육시간을 여성과 남성이 보내는 차이에서도 확인할 수 있다.

여성들은 남성보다 깨끗해야 한다는 고정관념. 아이러니하게도 여자들이 등장하는 콘텐츠에 자주 등장하는 게 바로 ‘청결’이었다. 여성들은 어린시절부터 ‘청결한 법’을 학습하고 있는 것을 확인할 수 있다.



9월 22일

10월 26일

11월 17일

<서은이야기>에서는 모니터 기간, ‘청소는 열심히 해야돼요!!’ 편(9월 22일)과 ‘이빨을 안 닦으면 벌레가 생겨요!!’ 편(10월 26일) 그리고 ‘누가 이렇게 해놓은 거야?!’ 편(11월 17일)에서도 청소, 빨래 등 청결과 관련한 내용을 중심으로 하는 콘텐츠를 업로드했다.

<리원세상> ‘과자를 많이 먹으면 이가 썩어요!’(10월 26일)에서는 리원이가 쿵순이 전동 칫솔로 양치놀이를 하는 내용으로 담겨졌다. 아빠와 리원은 여러 과자들을 먹는다.



<리원세상> ‘과자를 많이 먹으면 이가 썩어요’ 편(10월 26일)

아빠, 리원 : 아~ 잘먹었다.

아빠 : 우리 과자를 많이 먹었으니까 차가 해야지

리원 : 저는 이가 튼튼해서 괜찮아요. 난 이가 튼튼하니까 괜찮겠지?

양치를 하지 않고 잠을 잔 리원이 충치벌레가 생겼다는 설정이다. 아빠는 리원을 돕기 위해 '콩순이 진동칫솔'을 건네준다. 리원은 해당 칫솔로 양치를 하고는 "이가 하얘졌어"라고 말한다.



<위드키즈> '음식 먹기 전 양치질 손씻기 예준이' 편(11월 8일)

반면, 남성 어린이 콘텐츠의 경우는 조금 다른 모습을 보인다. <위드키즈>의 경우, 예준은 '음식 먹기 전 양치질 손씻기 예준이...'편(11월 8일)이 거의 유일하게 비슷한 시기 나온 콘텐츠이다. 예준은 해당 편에서 뽀로로 짜장 떡볶이를 먹고 양치를 하고, 감자튀김을 간식으로 먹기 전 손을 씻고, 책상을 정리하는 모습을 보여준다. 그리고 아빠는 그런 예준에게 "우리 예준이가 착해졌네. 이렇게 말을 잘 듣는데, 선물을 줘야겠다"며 장난감을 안겨준다. 보상이 뒤따른 것이다.

또한, 남아(<위드키즈>와 <마이리틀>)의 경우에는 같은 기간 직접 빨래를 하거나 청소(청소기를 돌리는 등)를 하거나 하는 등의 콘텐츠는 등장하지 않는다는 것을 확인할 수 있었다.

③ '요리'는 여성의 몫(?)

'가사노동=여성'이라는 공식 또한 키즈 콘텐츠에서 찾아볼 수 있었다. 여자 어린이들이 주인공인 유튜브 콘텐츠에서는 '요리'를 하는 장면도 다수 등장한다.

<제이제이튜브>의 경우, 남매가 등장하는 채널이다. 해당 채널에서는 미묘하게 '식사를 챙기는 것'을 여성의 일로 여기는 것이 아닐까 싶은 장면들을 보이고 있다. <제이제이튜브> '종이블럭 주방놀이로 짜장면 요리해요' 편(12월 22일)의 경우, 지우와 서준은 각자 놀며 함께 있다. 그때

서준 의 배에서 꼬르륵 거린다.

지우 : 서준이 배고프니?

서준 : 어. 누나 배고파. 뭐 맛있는 거 없을까?

지우 : 그래. 누나가 이걸로 맛있는 요리를 해줄게.

지우는 '아이브릭 리틀셰프 장난감'을 꺼내준다. 그리고 설명서에 따라 돌이 조립해나간다. 그렇게 완성해 그곳에 짜파게티를 끓여 먹는다는 설정이다. 서준은 "누나, 잘 먹을게"라고 감사를 표한다. 물론, 돌이 같이 음식을 하는 것처럼 보이지만 그것을 주도하는 것은 여성인 지우였다.



<제이제이튜브> '종이블럭 주방놀이로 짜장면 요리해요' 편(12월 22일)

<제이제이튜브>에서는 이 같은 내용이 종종 등장한다. 모니터 대상이었던 '마법으로 커져라 얍 로보카 폴리 타요 마술 마법봉 장난감 놀이' 편(9월 28일)에서 역시 비슷한 구조를 가지고 등장한다.

서준 : 너무 배고파. 햄버거도 먹고 싶고 피자도 먹고 싶고 콜라도 먹고 싶다. 아. 너무 배고프다.

지우 : 누나가 마법사가 됐어.

서준 : 진짜? 나 지금 너무 배고픈데...꼬르륵(효과음)

지우 : 그럼. 잠깐만 기다려봐.

지우는 서준에게 ‘햄버거’, ‘치킨’, ‘감자튀김’에서부터 간식으로 ‘사탕’까지 챙겨주는 자상한 누나의 모습을 보여준다. 서준의 배고픔을 지우가 해소해주는 인물로 등장하는 것이다.



<세이제이튜브> ‘마법으로 커저라 압! 로보카 폴리 타요 마술 마법봉 장난감 놀이’ 편(9월 28일)

그 같은 의문이 들게 하다. 서준은 왜 항상 배가 고플 설정으로 지우는 그런 서준의 배고픔을 해소해주는 역할로 등장하는가. 지우가 배가 고플 설정인데, 같이 먹는 설정이면 안 되는 것인가. 서준이 배고픈 설정이라고 하더라도 스스로 뭘가를 해소하려는 모습을 보여주는 안 되는 것인가.

<보람튜브>와 <서은이야기> 등 역시 여아들이 등장하는 키즈 콘텐츠에서는 ‘요리하는 장난감’이 자주 등장하는 것을 확인할 수 있다.



<캐리tv> ‘알록달록 쌀밥으로 엘리카와 궁전 모양 소풍 도시락 꾸미기 놀이’ 편(10월 20일)

<캐리tv> ‘알록달록 쌀밥으로 엘리카와 궁전 모양 소풍 도시락 꾸미기 놀이’ 편(10월 20일)의 경우, 캐리와 엘리는 소풍을 가기 위해 모여 당근, 비트, 블루베리, 강황, 현미(?), 녹차 등 자연의 색으로 밥을 짓고 그것으로 모양을 만들어가는 캐리와 엘리의 모습이 담겨 있다. 캐리tv에는 케빈 등 성인 남자가 등장하기도 하는데 왜 굳이 캐리와 엘리가 소풍도시락을 만들었을까.

남아 키즈 콘텐츠에 요리하는 내용이 나오지 않는 건 아니었다. <위드키즈>의 경우, ‘아빠 생일날 쇠고기 미역국 라면 요리놀이’ 편(10월 11일)이 그것이다. 예준은 생일은 맞은 아빠를 위해 깜짝 선물을 준비한다.



<위드키즈> ‘아빠 생일날 쇠고기 미역국 라면 요리놀이’ 편(10월 11일)

뽀로로 밥솥 장난감을 이용해 밥을 하고, 미역국 라면을 끓인다. 그리고 사운 케이크를 세팅한다. 그럼에도 불구하고 요리를 하는 빈도를 보면, 여아에 치중돼 있는 사실은 변하지 않는다.

해당 콘텐츠에서도 한계가 엿보이기는 마찬가지다. ‘특별한 날’이라는 점이 강조된다. 남성(남편-아들)이 밥을 하고 국을 끓이는 날은 특별한 날이라는 점을 인지시킬 수 있다는 점이 그것이다. 평상시 여성의 가사노동과 대비될 수 있다. 특히, 예준 아빠의 반응을 살펴봤다. 아빠는 예준이가 준비한 생일상을 보고는 “맛있다”며 “엄마가 해준 맛이야”, “엄마가 보고 싶어”라는 등의 반응을 선보인다. 사회에서 흔히들 이야기하는 ‘엄마가 해준 밥=집밥’의 의미가 등장한다. 엄마라는 인물이 평상시 집에서 하는 일로 읽혀지기 마련이다.

④ 핑크는 여성의 색(?)

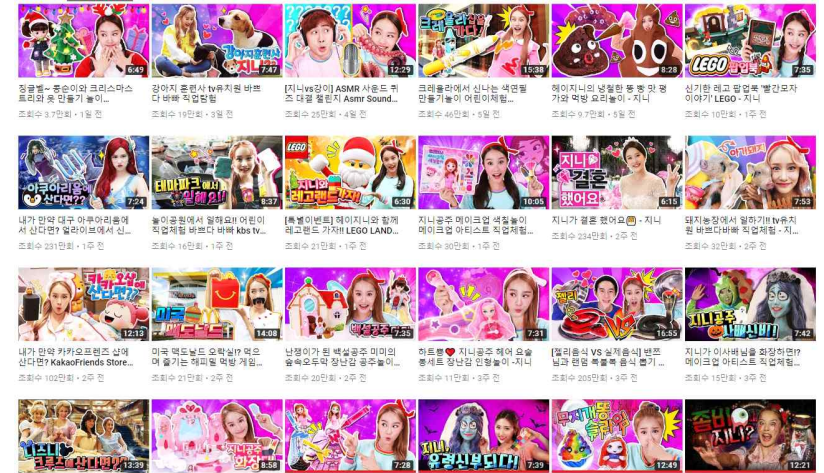
“핑크색 옷 준비하세요”. 대한민국에서 아이들은 산부인과를 통해 태어나기 전부터 색으로 구별된다. 여성은 핑크, 남성은 파랑. 전문가들은 어린이집을 통해 사회활동을 시작하는 어린이들이 가장 보수적이며 고정적인 성역할에 사로잡힌다고들 이야기한다. 그곳에서 ‘핑크색 옷은 여자들이나 입는 옷’이 되고 ‘여자라면 머리가 길어야 한다’는 논리들이 그렇다. 성평등 교육을 고민하는 보호자들도 이 시기 ‘핑크색 옷만 입겠다’고 때를 쓰는 아이들에게 두 손 두 발을 든다고 한다. 그런데, 어린이들이 많이 접하는 유튜브 콘텐츠에서도 이 같은 모습이 그대로 드러난다.

○ 유튜브 채널에서부터 색이 다르다

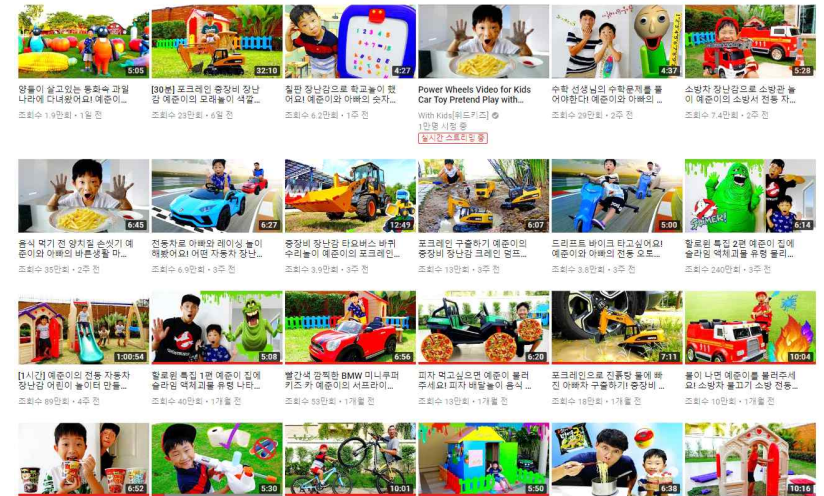
유튜브 채널 <서은이야기>와 <캐리tv>, <헤이지나>는 주로 여성들이 출연한다. 반면, <위드키즈>는 남성들이 출연한다. 해당 채널 동영상의 색깔을 비교해보면 다음과 같다.



<서은이야기>



<헤이지나>



<위드키즈>

여자 어린이가 등장하거나 성인이더라도 여성들이 주요 등장하는 유튜브 채널의 경우 전반적으

로 '핑크' 색이 자주 등장하는 것을 발견할 수 있다. 배경을 자체적으로 '핑크색'으로 하지만 등장하는 집안 곳곳에서 핑크색의 장난감 등이 노출되기 때문이다. 반면, 아빠와 남자 어린이가 출연한 <위드키즈>는 푸른색 계통의 채널 톤을 확인할 수 있다.

○ 여아는 핑크색 드레스 & 핑크색 장난감

여자 어린이들의 경우, 많은 수가 '핑크색 옷(드레스 포함)', '빨간색 리본' 등으로 입고 등장하는 경우가 많다.

<보람튜브 토이리뷰>의 경우, 홈 화면에 올라와 있는 동영상에서 보람 양은 핑크색 드레스에 빨간색 리본을 꽂고 있다. 또한 모니터 대상이었던 '아빠 같이 놀아요!! 피곤한 아빠랑 놀이동산에서 신나게 놀아요! 어린이 테마파크 놀이터'(업로드, 10월 2일)에 올라온 콘텐츠에서 보람 양은 분홍색 드레스를 입고 테마파크를 찾는다. 반면, '아빠'로 분한 출연자는 파란색 옷을 입고 등장한다. 남과 여의 색이 분명히 드러나는 콘텐츠 중 하나였다.



<보람튜브> 홈화면



10월 2일 콘텐츠



<서은이야기> 10월 10일 콘텐츠



<서은이야기> 10월 30일 콘텐츠

<서은이야기>의 경우도 마찬가지다. 서은이의 침대는 핑크색 침대에 핑크색 이불을 사용하고 있

었다. 여기에 입고 등장하는 옷 또한 짙은 핑크색이었을 뿐 아니라, 머리핀 역시 같은 계열을 착용했다. 하지만 이는 대체적으로 여성 어린이가 주요하게 등장하는 유튜브 콘텐츠라면 유사한 모습을 보였다.

<라임튜브>와 <리원세상> 역시 이 같은 분석에서 벗어나지 못했다. 여아들이 사용하는 물품과 배경의 색이 대부분 핑크하다는 의미이기도 하다.



<라임튜브> 10월 26일



<리원세상> 4월 18일

2) 외모지상주의 조장

페미니즘이 사회적 현상으로 자리 잡으며 ‘탈코르셋’ 운동이 거세다. 특히, ‘화장’의 경우 여성들에게 씌워진 사회적 코르셋이라는 지적이 많다. ‘파운데이션프리 운동’이 벌어지는 이유다. 그런데, 역으로 유튜브 속 여성 어린이들은 ‘화장을 한다=예뻐진다’라는 의미를 각인시키고 있는 게 아닌가 우려스러운 대목들을 보게 된다.

유튜브 어린이 채널 상위엔 랭크돼 있는 <보람튜브 토이리뷰>, <서은이야기>, <라임튜브>, <리원세상> 속 주인공들은 모두 ‘화장’ 하는 콘텐츠가 올라와 있었다.

① 화장=누구로부터의 아름다움(?)

<보람튜브 토이리뷰>의 경우, ‘거울아 이 세상에서 누가 가장 예쁘니?’ 편(10월 12일)에서 보람은 거울을 보면서 “거울아, 이 세상에서 누가 제일 이쁘니?”라고 질문하면서 방송이 시작된다.

보람 : 거울아, 이 세상에서 누가 제일 이쁘니?

거울 : 코난공주야



<보람튜브> ‘거울아 이 세상에서 누가 가장 예쁘니?’

질투심을 느낀 보람은 원피스를 갈아입고 자신을 꾸민다. 그리고 바로 ‘또치삼촌’에게 자신의 아름다움에 대해서 갈구하듯 질문한다.

보람 : (또치삼촌에게)나 예뻐?

또치삼촌 : 아니, 안 예쁘데?

보람은 자신의 아름다움에 부족하다고 느끼며 머리띠를 한다. 그리고 다시 또치삼촌에게 달려가 질문한다.

보람 : 또치삼촌, 나 예뻐?

또치삼촌 : 노, 별루야.

보람 : 보는 눈이 없어, 여자를...

보람은 또 다시 부족하다고 생각해 네일아트를 하고 팔찌를 착용한다. 그리고 다시 또치삼촌에게 달려간다.

보람 : 또치삼촌, 나 이번엔 예쁘지?

또치삼촌 : 안 예뻐, 안 예뻐.



<보람튜브> ‘거울아 이 세상에서 누가 가장 예쁘니?’

보람은 또 다시 좌절하고는 “이번엔 진짜 예뻐질 거야”라면서 메이크업 화장품 세트를 펼친다. 그리고 파운데이션에 눈썹-입술-눈 화장을 하고는 분홍색 구두를 착용한다. 그리고 다시 삼촌에게 달려가 질문한다.

보람 : 또치삼촌, 나 예쁘지?
또치삼촌 : (이상한 화장 얼굴에 놀라서)오, 예뻐. 예뻐. 예뻐.
보람 : 이제 보는 눈이 생겼네~
또치삼촌 : 그리고 나갈라고?

해당 장면은 탈코르셋의 전형적인 모습을 보여준다. 미의 기준이 '나'가 아닌 '남성'에 맞춰져 있는 모습. 바로 그것이다. 코르셋은 가부장제 사회에서 여성의 몸이 '나의 건강한 몸'이 아니라 '타인(남성)이 보는 예쁜 몸'으로 평가된다는 점에서 그 위험성이 감지된다.

② 여성성은 누구로부터 배우는가

<서은이야기> '멋진 공주 화장대가 생겼어요!!' 편(10월 2일)은 아침에 일어난 서은 모녀의 이야기부터 시작된다. 엄마와 서은은 양치를 하고 세수하고, 그리고 곧바로 화장을 시작한다. 그리고 화장을 하던 엄마는 서은을 보며 “왜 아무 것도 바르지 않느냐”는 질문으로 대화가 시작된다.



<서은이야기> '멋진 공주 화장대가 생겼어요!!' 편(10월 2일)

엄마 : 서은아, 너 왜 아무 것도 안 바르고 있어?
서은 : 응? 너무 작아 화장대가. 컸으면 좋겠어. 엄마 화장대처럼.
엄마 : 왜? 얼마나 예뻐. 핑크색에다가. 음악도 나오잖아.
서은 : 그래도 컸(으면 좋겠어.)
엄마 : 그럴 줄 알고 엄마가 바둔 게 있지. 기다려봐. (시간) 서은아, 이거 어때?

엄마는 서은에게 큰 화장대를 선물한다. 백설공주 옷으로 갈아입은 서은 등장한다.



<서은이야기> '멋진 공주 화장대가 생겼어요!!' 편(10월 2일)

엄마 : 서은아 우리 옷도 예쁘게 갈아입었으니까, 이제 예쁘게 화장해볼까?
서은 : 네.

서은은 엄마를 따라 열심히 화장을 한다. 기초화장에서 파운데이션, 립스틱 바르는 것까지. <서은이야기>는 기본적으로 엄마와 딸(여자 어린이)가 함께 출연한다. 그런 점에서 <서은이야기> 콘

텐츠를 젠더적 관점에서 보는 것은 매우 흥미로웠다.

<서은이야기> ‘울면 안돼요’ 편(11월 23일)은 ‘구체관절 인형’과 놀던 서은이 화려한 인형 옷과 자신의 옷을 비교하면서 울음을 터뜨리면 엄마가 등장한다.



<서은이야기> ‘울면 안돼요’ 편(11월 23일)

엄마는 서은에게 ‘그대로 예쁘다’는 말보다는 “기다려봐”라며 “서은아, 이거 어때? 마음에 드는 것 입어”라며 드레스를 가져다준다. 그를 보며 신나하는 서은. 마음에 드는 옷으로 갈아입은 서은은 그럼에도 불구하고 인형과 비교하며 자신이 없는 것을 한탄한다. 그럴 때마다 엄마가 등장해 서은에게 장식구, 메이크업 세트를 가져다준다.

해당 편은 끝도 이상하게 끝이 난다. 서은은 자신이 울자 엄마가 모든 것을 가져다주는 사실을 알고 나중에는 ‘울음’을 이용해 자신이 원하는 것을 얻고자 한다. 그걸 안 엄마는 “너, 일부러 그랬지?”라며 간지럼을 태우며 끝난다. ‘미’에 대해서는 어떠한 이야기도 나눔이 없다.

③ 여성처럼 행동하러(?)

<서은이야기> ‘엘레나 공주처럼 되고 싶다고?’ 편(10월 30일)은 엄마가 “귀걸이도 한” 엘레나 공

주가 예쁘다고 이야기된다. 그러자, 서은은 “엄마, 나 엘레나 공주처럼 변신하고 싶어”라고 대화하며 스토리가 전개된다. 엄마는 서은에게 “그럼 엄마가 엘레나 공주처럼 만들어준다”고 약속한다. 그러면서 첫 번째로 하는 게 “화장”이다.



<서은이야기> ‘엘레나 공주처럼 되고 싶다고?’ 편(10월 30일)

엄마 : 엘레나 공주처럼되려면 먼저 서은아. 화장을 한번 해볼까.

엄마는 서은의 얼굴에 직접 화장을 해준다. 기초화장에서 눈썹-볼터치-입술 화장까지. 그리고 머리까지 똑같이 매만져 준다. 그리고 옷을 갈아입혀 준다. 그리고 뭔가 부족해보인다는 엄마는 팔찌, 귀걸이, 왕관까지 착용시키고 “예쁘다”라고 환호해준다. 그리고 끝으로 엘레나 지팡이로 마무리. 엘레나 공주로 변신한 서은. 엄마는 서은에게 차를 따라준다. 그러면서 “소리 내 먹으면 안 된다”고 행동을 통제(=여성스럽게, 공주답게)하는 모습을 보여주기도 한다.

여성성을 극대화하는 방법들이 여럿 있다. 그 중 하나가 ‘화장’, ‘다이어트’, ‘옷(의상)’ 등이다. 어

편 옷을 입어야 하는지 그러려면 어떤 체형이어야 하는지, 해당 옷을 입고 어떤 표정과 어떤 동작, 행동을 필요로 하는 지 등이 그것이다.

④ “지니가 늙어보여요(흑흑)”

<헤이지니> [tv유치원] 할로윈 유령신부 메이크업놀이 어린이 직업체험 편(10월 27일)에서 지니는 메이크업 아티스트로 활약하고 있는 이사배를 찾아간다.



<헤이지니> [tv유치원] 할로윈 유령신부 메이크업놀이 어린이 직업체험 편(10월 27일)

지니는 “오늘 어떤 예쁜 걸로 변신하나요?”라고 한껏 기대에 찬 모습을 보였다. 그리고 주사위를 던진다.

이사배 : 도깨비 나와라.

자막 : 공주나와라!!!

방송 콘텐츠 자체적으로 ‘예쁜=공주=좋은 것’이라고 묘사하고 있는 것으로 보인다. 지니가 던진 주사위 결과는 ‘유령신부’. 그렇게 메이크업이 시작된다. 분장용 왁스로 눈썹을 가리고 하얀색 분장용 캔슬로 눈을 그릴 곳을 스케치한다.



<헤이지니> [tv유치원] 할로윈 유령신부 메이크업놀이 어린이 직업체험 편(10월 27일)

이사배 : 지니 다 끝났어요.

지니 : 으악~ 뭐야. 우와... 우와... 우에~~~(우는 연출)

이사배 : 지니 맘에 안 들어요?

지니 : 아니요. 맘에 드는데, 지니가 늙어 보여요.

지니가 변신한 자신의 얼굴을 보고 실망하는 모습을 보이자, 이사배는 그런 지니를 위로해주는 장면이 나온다. 그 후, 지니는 복수를 해야 한다는 듯 이사배 씨를 붙잡고 분장을 직접 나서는 것으로 마무리된다. 이 때 둘 간의 대화는 다음과 같다.

이사배 : 그럼 안녕히 계세요.

지니 : 잠깐. 이사배 님을 분장을 해드릴거예요. 이사배님도 굴리세요.

이사배 : 저는 백설공주가 나올 거예요.

지니 : 과연 그럴까요?

해당 장면은 KBS <TV유치원> ‘바쁘다 바빠 직업탐험’ 코너에서도 고스란히 소개됐다. 이것은 광장히 위험하다. ‘늙은 것=슬픈 것’이라고 여겨지기 때문이다.

“여성은 누구인가? 여자인 것인가?”라고 여성을 대상화하여 질문해 왔던 질문의 주체는 여성을 대상으로 볼 수 있는 여자가 아닌, 즉 남성이고, 또 남성 주체를 상정해 그 질문이 가능하다. 여성은

무엇인가? 여성은 대지, 모성, 몸, 자궁, 아름다움, 부드러움, 따뜻함, 흡인력, 등의 명사로 그리고 그 명사들이 호명해 내는 이미지들로 설명되어 왔다. 여성에 대한 이러한 정의들은 구체적이고 경험적인 장에서 살고 있는 많은 여자들을 제거하고 오직 아름다운, 소위 부드럽고 싱싱한 몸을 지닌 젊은 여자들만을 여성으로 전제하거나, 아이를 낳은 어머니만을 여성으로 상정한다. 그래서 여성은 젊거나 어머니이다. 젊지 않은 여성 혹은 어머니가 아닌 여성은 여성을 대상화하는 남성에게만이 아니라 여성에게도 그 진정성이 의문시된다”

- 김은실 <몸의 경험과 느낌을 중시하는 새로운 사회에 대한 구상을 제약하며>

‘여성=젊고 아름다움’인가. 남성중심 사회에서 나이가 들어가고 있는 여성의 몸은 구조적으로 ‘상실감’을 주기 충분하다. 노화는 신체적 변화의 한 단면이다. 하지만 여성의 신체적 변화는 사회적으로 ‘여성성’이 강조되고 출산으로 규정된다. 그리고 끝내 여성성에서 멀어지면서 역할의 부재에 맞당도록 만든다. 지나가 슬픈 건 그 여성성의 상실로 오는 우울함이라는 데에서 주의가 필요하다.

특히, 해당 콘텐츠는 공영방송 KBS 어린이프로그램 <TV유치원>에서 노출된다는 점에서 우려되는 점은 또 있다.

3) 성별 주체성

① 남성=능동, 여성=수동

<제이제이튜브>는 ‘아들’과 ‘딸’의 성역할을 강조하는 모습을 보이지 않는다. 아들과 딸을 함께 키우는 보호자들의 고민이 담겨 있는 게 아닌가 싶다.

그러나 모니터 기간, 성고정 역할이라는 경계에서 아쉬움이 드는 콘텐츠들도 눈에 띄었다. <제이제이튜브> ‘고대 매머드를 구출하자!’ 편(9월 21일)에서 상황극 놀이가 진행됐다. 레고를 통해 북극 탐사대로 이동해 고대 매머드를 구출하는 내용이 그것이다. 그런데, 해당 콘텐츠를 보면 딸 지우가 매머드를 발견하는 모습이 나온다. 그런데, 매머드를 구출하는 것은 아들인 서준이 담당했다. ‘문제를 해결하는 것은 남성’이라는 고착적인 모습으로 비춰질 수 있는 내용이다.



<제이제이튜브> ‘고대 매머드를 구출하자!’ 편(9월 21일)

지우 : 이거 매머드 뼈 아니야? (전화) 서준아. 지금 여기 매머드 뼈가 발견됐어.

서준 : 어, 진짜?

지우 : 빨리 와줘~

매머드를 발굴하는 데에는 아빠와 서준만이 등장한다. 정작 매머드를 발견한 지우는 사라진다.

대형 장비를 사용하는 것은 남자여야 가능한 것인가. ‘대형 장비’의 경우 대부분이 남아 장난감으로 분류된다. 모니터 기간, <위드키즈>의 경우 예준(남)이 가지고 노는 장난감 역시 그 같은 분류를 나타낸다고 볼 수 있다.

② 여자는 왕자님을 만나기 위해 파티를 가야 하는가

<라임튜브>의 경우, 6월 8일 ‘시크릿쥬쥬 키즈카페 화장 장난감 놀이’ 편에서도 화장하는 모습을 보여준다. 키즈카페에 마련돼 있는 드레스를 입고 “이제는 화장을 해볼거예요~”라며 화장에 나선다. 그러곤, “흠~ 나도 공주님처럼 무도회에 가고 싶다”며 신데렐라가 등장하는 내용이 연출되기도 한다.



<라임튜브> ‘시크릿쥬쥬 키즈카페 화장 장난감 놀이’ 편(6월 8일)

라임 : 어? 신데렐라잖아~
신데렐라 : 안녕. 라임아. 나는 신데렐라 미미야. 내가 지금 무도회 갈건데. 너도 같이 갈래?
라임 : 나는 드레스도 없고, 유리구두도 없는데~
신데렐라 : 괜찮아. 내가 마법으로 옷도 입혀주고 유리구두도 만들어 줄게. 나는 아까전에 올 때 화장했으니까. 라임이가 화장 해봐. 얼굴에~
라임 : 응.

신데렐라 : 눈 화장도 하고~
라임 : 립스틱 발라야겠다.
신데렐라 : 이제 다 했어? 그럼, 향수를 뿌려볼까?
라임 : 그래~



<라임튜브> ‘시크릿쥬쥬 키즈카페 화장 장난감 놀이’ 편(6월 8일)

라임 : (네일아트 후)다 붙였어요. 어때요? 예쁘죠?
아빠 : 왕자님 만나서 뭐 할건데요?
라임 : 춤출거예요.

라임은 마법을 통해 유리구두와 왕관을 착용한 채 “너무 예뻐요”라며 “이제 마차를 타고 궁전으로 가자”라고 말한다. 그러곤, 신데렐라와 함께 떠나버렸다.

여아는 왜 공주가 되고 싶어 하는가. 신데렐라(=콩쥐팥쥐)의 구조는 간단하다. 착하고 예쁜 신데렐라는 계모와 언니들에게 구박을 받으며 살고 있었다는 것. 궁에서 파티가 열리지만 신데렐라는 갈 수 없었다. 그때 요정이 나타나 옷과 유리구두 등을 선물해 주며 파티에 가게 된다. 그곳에서 왕자의 눈에 띄어 (중간과정 생략하고)결혼했고 행복하게 잘 살았다. 이것이 전부다. 여성이 본인의 능력과 노력이 아닌 외모를 가꾸어 왕자를 만나 신분상승하는 것. 여적여도 등장한다. 왜 동화들의 모든 계모들은 공주들을 구박하는가. 현대적으로 신데렐라라는 여성은 무능력하다고 읽힌다. 그런데, 여전히 어린 아이들에게 우리는 신데렐라가 되길 강요하고 있지 않은가. 아이들은 그렇게 길러지고 있지는 않은가.

<라임튜브>의 경우, ‘마법거울과 7색깔 무지개 레인보우 드레스’ 편(11월 20일)에서 라임은 드레스를 입고 있는 동영상(자신)을 보고는 “나도 드레스 입고 싶은데~”라며 영상이 시작된다. 그러

면 파랑이가 나타나서 라임에게 7가지의 무지개색 드레스를 선물한다. 해당 영상에서도 똑같은 모습이 드러난다. 드레스를 입은 라임은 거울 앞에 앉아 주문 외듯 “거울아, 거울아. 이 세상에서 누가 제일 예쁘니?”라고 질문한다. 거울에 등장한 아빠는 “내가 제일 이쁘지. 하하하하하”라고 라임을 놀려댄다.

라임 : 거울아, 거울아 이 세상에서 누가 제일 이쁘니?

아빠 : 내가 제일 이쁘지. 하하하하하



<라임튜브> '마법거울과 7색갈 무지개 레인보우 드레스' 편(11월 20일)

“내가 제일 이쁘지”라는 거울에 화가 난 라임은 드레스를 바꿔 입으며 자신을 꾸민다. 이 과정에서 ‘내가 제일 이쁘다’는 거울에게 “너 자꾸 그러면 뽕망치로 때릴 거야”라고 위협(?)하기도 한다.

라임은 7개의 드레스를 입어 보고는 퍼플색 드레스를 선택한다. 그 후, 화장대에 앉아 화장을 시작한다. 파운데이션-립스틱-매니큐어-볼터치-눈 화장을 마치고는 다시 거울에게 질문을 던진다. 정성스럽게 ‘화장’을 마친 라임은 다시 거울에 앉아 묻는다. 거울은 라임이 휘두른 뽕망치에 상처를 입은 채 등장해 마치못해 라임이가 가장 예쁘다고 답해준다.



<라임튜브> '마법거울과 7색갈 무지개 레인보우 드레스' 편(11월 20일)

라임 : 거울아, 거울아. 이 세상에서 누가 제일 예쁘니?

거울(아빠) : 니가, 니가 제일 예뻐~



<라임튜브> '마법거울과 7색갈 무지개 레인보우 드레스' 편(11월 20일)

라임 : 이제야 됐군. 파티가야지.

라임은 ‘가장 예쁘다’는 말을 듣고서야 마음이 놓인다는 듯, “파티를 가야지”라며 자리를 떠난다. 미를 넘어 타인의 기준에 맞추는 것에 대한 위험성을 그대로 담고 있는 구성이다. 이는 앞서 <보람튜브>에서도 고스란히 등장했다. ‘안 예쁘다’는 삼촌의 말을 듣고는 신경질적인 반응을 보인다. 또, 버스기사로 분한 삼촌의 길을 막는 등 폭력적인 모습을 보이기도 한다.

<리원세상>. '바르면 공주로 변하는 마법의 화장품?' 편(11월 30일)의 경우, 아픈 아빠를 대신해 리원은 '빨대를 끼는 것', '반려견 돌보기', '방정리' 등에 나선다. 아빠는 그런 리원에게 "착한 녀석, 리원에게 선물을 줘야겠다"며 '화장가방'을 선물로 주는 내용으로 구성됐다.



<리원세상> '바르면 공주로 변하는 마법의 화장품?' 편(11월 30일)

해당 편에서 리원은 아빠가 선물한 화장가방으로 립스틱-파운데이션-손톱을 바른다. 리원은 화장된 자신의 얼굴을 보고는 "정말 예쁜 것 같아"고 답한다. '화장=예쁘다'의 식을 그대로 따르고 있는 셈이다. 그 후, 리원은 공주가 되어 파티에 간다는 설정을 담았다. 아이들이 가는 파티는 어디인가. 그곳에서는 왕자님이 있을까.

4) 성에 대한 '폭력'

① '폭력' 행사 등 힘으로 무력행사



<EBS 키즈> '★실시간★ 생방송 판다다 139화' 편(10월 24일)

<EBS 키즈> '★실시간★ 생방송 판다다 139화' 편(10월 24일). 댓글창에 "시은님 얼굴이 내 주목보다 작네요.."라는 글이 올라왔다. 그러자 시은은 매우 기뻐했다. 그리고 "아, 진짜요?"라며 필수에게 "한번 (비교)해주시죠"라고 한다. 그러자 필수는 자신의 '힘'을 가지고 무력적으로 시은에게 계속 주먹을 가져다 댄다. 시은은 "그만 해요, 이제"라고 분명한 의사를 표현했음에도 필수의 문제적 행동은 계속된다. 결국, 필수는 시은이 정색하며 화를 내자 멈춘다. 전형적인 폭력적인 상황이다.

시은 : 아, 하지 마요~

해당 콘텐츠에서는 여럿 문제들을 확인할 수 있다. 필수의 행동은 물론 그 옆에 있던 대정 역시 아무런 만류를 하지 않았다는 점도 문제다. 대정은 그저 "어떻게 주먹 안에 사람 얼굴이 들어갈 니까"라는 멘트를 날릴 뿐 아무런 조치도 취하지 않고 있다. 바로 옆에서 벌어지는 폭력행위에 대한 묵인으로 읽힐 수 있는 대목이었다.

또 다른 문제도 발견된다. ‘얼굴 작은 것=좋은 것’이라는 공식이 그것이다. 태어날 때 신체적으로 다르게 태어난 것을 두고 폄평하는 것 자체가 문제가 있는 것이다. 그것 자체가 외모품평이 될 수 있기 때문이다. 한국사회가 유독 작은 머리에 대해 집착하는 모습을 볼 수 있다. 그렇지만 그 자체도 우열이 발생하는 행위이기 때문에 자제해야 함이 옳다. 그런 점에서 볼 때, 그런 댓글(머리크기 등)이 달렸다고 하더라도 언급하지 않는 편이 옳았다.

해당 콘텐츠는 <EBS키즈>에서 나타났다는 점에서 또 다른 문제를 제기할 수밖에 없다. EBS는 수신료가 배당되는 공영방송이기도 하다. 특히, ‘교육방송’이라는 특수성을 가진 방송이기도 하다. <한국교육방송공사법 제1조(목적)>는 “한국교육방송공사를 설립하여 교육방송을 효율적으로 실시함으로써 학교교육을 보완하고 국민의 평생교육과 민주적 교육발전에 이바지함을 목적으로 한다”고 규정하고 있다. <EBS키즈>가타 채널보다 더 주의를 기울여야 하는 이유이기도 하다. (*EBS키즈는 모니터 대상에서는 제외됐다)

② 시늉, 폭력은 폭력이다

<마리아와아이들> ‘뽀로로 짜장면 불닭볶음면 소스 준다면?’ 편(10월 19일)에서 역시 끼야가 가지고 있는 뽀로로 짜장면을 빼앗아 먹기 위해 폭력을 휘두르는 장면이 등장한다.



<마리아와아이들> ‘뽀로로 짜장면 불닭볶음면 소스 준다면?’ 편(10월 19일)

끼야는 뽀로로 짜장면에 매운 불닭볶음면 소스를 넣어 복수를 한다. 하지만, 정작 화를 내야 하는 것은 ‘폭력’ 그 자체라는 걸 알아야 한다.

폭력은 그 자체로 문제다. ‘이 정도면 괜찮겠지?’라는 인식은 위험하다. 이를 단순히 콘텐츠를 기획하는 과정에서 아무런 문제의식 없이 사용하는 것은 문제다. 특히, ‘폭력’을 미화하거나 시늉을 하는 정도는 괜찮다고 인식하는 것은 위험하다.

5) 성차별은 '남성'도 피해자

고정적 성역할은 '남성' 또한 피해자로 몰아가기도 한다. 한국사회에서 남성성은 '책임감'과 '참을성'을 동반하도록 강요한다. 또한 강하지 못한 것은 열등한 것처럼 여겨지도록 한다. 남성들은 고정적 성역할 속에서 여성들에게는 우월감을 가진다. 반면, 타 남성들과의 비교 속에서 본인을 열등감을 느끼게 만들곤 한다. 그로 인한 스트레스 또한 적다고 할 수 없다. 땀을 흘리는 스포츠를 못하는 남성, 공구 등을 잘 다루지 못하는 남성, 키와 덩치가 작은 남성, 힘이 세지 못한 남성은 열등하다고 느껴지게 만든다. 특히, '군대'는 한국사회에서 남성들을 서열화하는데 구조적 역할을 돕고 있기도 하다.

이번 모니터에서는 여성 뿐 아니라, 남성다움을 강조하는 유튜브 콘텐츠들이 눈에 띄기도 했다. 물론, 남성다움을 하나의 전형처럼 보여주는 장면들이 그러했다.

① 사내녀석이 뚝!

<마리앤친구들> '집에 갑자기 좀비 나타난다면?' 편(10월 27일)은 말이야와 끼야가 좀비 분장을 하고 로기 토끼를 놀라게 하고 그 반응을 보는 내용으로 꾸며졌다.



<마리앤친구들> '집에 갑자기 좀비 나타난다면?' 편(10월 27일)

말이야와 끼야는 1층과 3층에서 나눠 순차적으로 놀래키기로 한다. 먼저 도착한 로기. 1층에서 말이야를 보고 놀란다. 그리고 3층에서 2차로 끼야가 좀비 분장한 모습을 보고는 기겁하는 장면이 포함됐다. 이 때, 자막 등장. "사내녀석이.. 뚝 그쳐!"

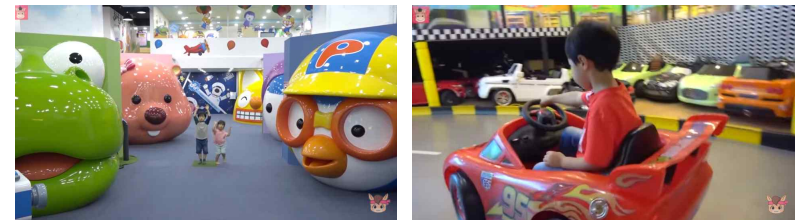
'남성은 태어나 딱 3번만 운다'는 공식이 여전한 것일까. 거기까지는 아니더라도 여전히 남자는 울면 안된다는 인식은 여전한 것처럼 보인다. 하지만 '남성다움=참을성'을 가르치는 것은 위험하다. 자신의 감정을 제대로 표출하지 못하는 것은 누가 보더라도 건강하지 않을 뿐 아니라, 그 표출이 본인보다 약한 이들에게 나타나는 것은 폭력성을 부를 수도 있기 때문이다.

② "한 손 운전 오~"

남성은 흔히 '공간능력'이 뛰어나다는 것으로 알려져 있다. 그 대표적으로 '운전'이 그것이다. 남성들이 여성들에 비해 운전을 잘 한다는 기본적인 인식. 하지만 생물학적으로 차이가 있다고 볼 수 없다는 게 전문가들의 견해다. 그럼에도 불구하고 여전히 미디어에서는 "운전 잘하는 남성=멋있다"고 알고 있다. 특히, 남성들 사이에 한 손 주차를 하는 것에 대한 로망(?)이 있다고 해야 할까.

<마리아와 아이들> '상어가족 거대 뽀로로 친구들 키즈카페 함께 놀아요' 편(10월 16일)에서 미니는 자동차를 타러 간다. 그때 음성지원이 등장한다.

음성지원 : 미니, 한 손 운전. 오 장난 아니야. 한 손 운전. 야



<마리아와 아이들> '상어가족 거대 뽀로로 친구들 키즈카페 함께 놀아요' 편(10월 16일)

③ 나약한 남성=웃음유발 소재일까(?)

‘남성=힘이 세다’는 것도 남성다움의 한 전형으로 읽힌다. 하지만 그 반대가 되면 어떨까. 힘이 없는 남성은 조롱-웃음거리가 될 수 있다. <보람튜브>의 경우, 보람과 두 명의 삼촌이 등장한다. 그 때 삼촌들은 대체적으로 나약한 존재로 그려진다. 그리고 그것이 하나의 웃음 포인트처럼 사용되는 상황으로 보인다.

<보람튜브> ‘자동차 사려면 얼마가 있어야 되요~?!’ 편(10월 26일)에서 보람과 삼촌들은 ‘자동차 마트놀이’를 한다. 보람이 타고 다니던 자동차가 고장나는 순간 그 앞에서 삼촌은 “여기 장난감 많아요”라며 판매를 하고 있는 모습을 보여준다. 보람은 곧바로 자동차 장난감 쪽으로 달려간다. 그리고 장난감 자동차에 올라간다. 이를 막는 삼촌. 그럼에도 불구하고 막무가내로 자동차를 옮겨타는 보람.

삼촌 : 타보시면 안돼요.

보람 : 타봐야 사죠.



<보람튜브> ‘자동차 사려면 얼마가 있어야 되요~?!’ 편(10월 26일)

삼촌은 힘을 쓰며 보람을 끌어내려고 하지만 힘겨워 한다. 인간힘을 쓰는 모습이다. 하지만 해당 장면에서 음성은 큰 웃음이다. “하하하하”, “하하하하”

<보람튜브>의 경우, 보람이 중심으로 콘텐츠가 기획되다보니 비슷한 유형이 자주 등장하는 편이다. 이 같은 남성다움은 유튜브 콘텐츠에서도 여럿 등장한다. 망가지는 역할의 대부분 역시 ‘남성’이 중심으로 진행되고 있기 때문이다.

6) 전래동화를 어떻게 볼 것인가

① 핑크퐁의 '전래동화' 콘텐츠

핑크퐁 채널은 자체적으로 “2,300여 편의 핑크퐁 동요·동화 영상 콘텐츠는 유아 교육 전문가들이 자체적으로 제작하고 있다”며 “신나는 핑크퐁 동요·동화를 보면서 공통 이름부터 알파벳까지 배워보세요”라고 소개하고 있다. 유아 교육 전문가들이 자체적으로 제작하고 있다는 점에서 주목했다. 하지만 <핑크퐁>에서 '전래동화'를 현 시대로 그대로 가져온 것은 문제라는 비판이 제기된다.



<핑크퐁> '선녀와 나무꾼 | 전래동화 | 핑크퐁! 인기동화' 편(2015년 9월 26일)

<핑크퐁>에서 제작한 '선녀와 나무꾼'의 경우, “마음씨 착한 나무꾼”으로 시작된다. 사냥꾼을 피해 도망친 사슴이 나타나 도움을 청하고 그를 도와준다. 사슴은 보은을 얻어 작은 연못으로 안내하고 선녀옷을 훔쳐 해당 옷의 주인과 결혼하라고 말해준다.

<핑크퐁> '선녀와 나무꾼'에서 나무꾼은 사슴이 시킨 대로 선녀의 옷을 훔친다. 그리고 '오갈 데 없어진' 선녀는 어쩔 수 없이 나무꾼의 아내가 된다. 나무꾼은 선녀들이 목욕하는 장면을 훔쳐봤을 뿐 아니라, 도둑질을 한다. <핑크퐁>은 “예쁜 아이도 둘이나 낳았답니다”라고 행복하게 그린 다.



<핑크퐁> '선녀와 나무꾼 | 전래동화 | 핑크퐁! 인기동화' 편(2015년 9월 26일)

선녀는 행복했을까? 행복하지 못했기 때문에 날개옷을 보여 달라고 입고 싶다고 하늘로 올라가고 싶다고 이야기한 것은 아닌가. 현대적으로 봤을 때 '선녀와 나무꾼'은 전혀 교육적이지 않다.

특히, <선녀와 나무꾼>의 경우 현대적 해석으로 본다면 '나무꾼=성폭행범'이라는 지적이 크다. 정현백 전 여성가족부 장관은 전래동화 <선녀와 나무꾼>과 관련해 “저는 초등학교 때까지만 해도 나무꾼이 참 불쌍하다고 생각했다”며 “그러나 관점을 바꿔보면 선녀 입장, 아이들 입장, 선녀 부모님 입장을 비교해 보면 나무꾼은 성폭행범이다. 여성 납치범이다”라고 설명했다. 과연, 사슴은 현대적으로 어떻게 평가할 수 있을까. 성범죄를 추동 조장하는 역할이 아닌가. 특히, 자신이 살고자 타인의 인생을 망가뜨린 것이 된다.



<핑크퐁> 전래동화 '백설공주' 편

백설공주 역시 그대로 가져온다. 계모는 백설공주의 미모를 질투해 죽이려고 한다.



<핑크퐁> 전래동화 '백설공주' 편

핑크퐁 전래동화는 대략 이런 식이다. '인어공주', '백설공주', '신데렐라', '엄지공주', '잠자는 숲 속의 공주' 등 "인기 공주 동화 모음집" 역시 마찬가지로 모습을 보여준다. 해당 콘텐츠 역시 여성의 수동적인 모습으로 그려지면서 현대적 재해석이 필요하다는 비판이 컸다.

최근 스페인 바르셀로나 학교들이 성차별적인 내용이 담긴 아동 도서를 도서관에서 철수시키는 방안을 검토 중이라는 기사²⁾가 있었다. 해당 기사는 "바르셀로나의 타베르(Tàber)학교는 6세 이하 아동용 위한 도서관의 책들 중 숨겨진 성차별적 내용을 찾아내는 작업을 벌인 결과 30% 책이 매우 성차별적으로, 강한 고정관념을 가지고 있으며 교육적 가치가 없다고 판단했다"고 밝혔다. 우리나라의 상황 또한 점검이 필요한 시기가 아닐까 싶다.

**핑크퐁은 유튜브 순위는 39위(구독자 296만)로 높았으나 모니터 대상에서는 제외됐다.*

2) 2019년 4월 19일, 경향신문, <'빨간 모자' '잠자는 숲속의 미녀' 등 아동도서가 바르셀로나 학교서 퇴출되는 까닭>

유튜브 키즈콘텐츠에 대한 또 다른 고민

1) 부적절한 광고

유튜브는 콘텐츠에 '광고'를 붙여 수익을 창출하는 구조를 가지고 있다. 하지만 '방송'과 달리 광고에 대한 규제가 없는 실정이다. 방송의 경우, '주류', '담배', '병원'은 금지된다. 특히, 방송에서 보호해야할 대상인 어린이 프로그램에 대한 광고규제는 더욱 강하다. 정부는 어린이 주시청 시간인 5-7시에는 고열량저영양 식품과 고카페인 식품의 광고를 할 수 없도록 규정하고 있기도 하다. 하지만 유튜브는 이런 규정 없이 광고가 진행되면서 어린이들 또한 광고에 무분별하게 노출되고 있었다.

① 콘텐츠 전·후·중간에 노출되는 광고

모니터하는 과정에서 '성형', '좋은 피부', '작은얼굴', '다이어트' 등이 유튜브 전·후·중간에 노출됐다. 이밖에도 '기숙학원', '투자', '대출광고' 등도 무분별하게 노출되고 있다는 사실을 확인했다.

최근 유튜브는 '광고없이 콘텐츠를 볼 수 있는' 레드 상품을 내놓고 있다. 돈을 지불하면 이 같은 광고 없이 콘텐츠를 마음대로 볼 수 있도록 하는 서비스이다. 과연, 해당 서비스를 이용해야만 하는 것일까. 그렇지 않더라도 단순한 홍보를 넘어선 문제적 광고를 퇴출시키는 방법을 없애지 사회적 논의가 필요한 상황이 아닐까 싶다.

② 유튜브 콘텐츠 속에서 홍보되는 제품들

유튜브 콘텐츠 앞뒤 혹은 중간-팝업이 아니더라도 이미 이용자들은 광고에 노출되고 있다. 콘텐츠 자체에 포함돼 있는 광고가 그것이다. '방송'의 경우, 중간-간접광고(PPL)에 대한 최소한의 규제책이 있지만 유튜브는 다르다. 어린이 대상 유튜브 콘텐츠를 보고 있으면 '콘텐츠를 보는 건지 광고를 보는 것인지 모르겠다'는 이용자들도 있다.

유튜브가 '광고'가 자유롭다보니 하나의 제품에 대해 유명한 크리에이터들이 돌아가며 사용하고

그에 대한 콘텐츠를 만드는 경우가 많았다. ‘뽀로로 컵라면’, ‘콩순이 제품’ 등은 다수의 키즈 콘텐츠에서 소개성으로 등장하고 있었다.

캐리tv는 ‘캐리와 장난감 친구들’, ‘장난감’ 등의 코너를 별도 콘텐츠로 마련하고 있다. <캐리tv>의 해당 코너는 장난감을 정해서 어떻게 가지고 놀면 되는지 등을 소개하는 콘텐츠들이다. 특히, 캐리tv는 ‘장난감’과 ‘캐리와 장난감 친구들’은 같은 장난감을 가지고 두 가지 콘텐츠를 내놓고 있었다. 다분히 장난감 홍보성 콘텐츠로 볼 수 있다. 이 같은 장난감을 소개하는 과정에서 ‘돌봄’ 및 ‘메이크업’ 관련 내용이 당연히 포함되기도 했다.

③ 유튜브 콘텐츠 속 ‘키즈카페’도 광고다

<라임튜브> ‘라임 인형뽑기 도전! 올레 KT키즈랜드에서 핑크퐁 뽀로로와 함께 어린이 놀이터 체험’ 편(10월 23일)의 경우, 라임은 KT키즈랜드에 가서 시간을 보낸다. 해당 콘텐츠에서는 KT키즈랜드의 곳곳을 소개하는 내용들로 채워져 있다. ‘올레tv 키즈랜드’ 로고가 곳곳에서 그대로 노출된다. 또한, 탈 것과 놀 것 등을 아주 상세히 보여준다. 말을 타보거나 미니 말에게 먹을 것을 줄 수 있다거나, 공연을 관람하거나 등등이 그것이다.

<라임튜브>의 경우, ‘슈퍼라임 멸종위기 동물을 구하라! 서천 국립생태원 어린이 체험 | 모험 놀이터 LimeTube toy review’ 편(11월 13일)에서 역시 유료광고가 포함돼 있다고 공지된다.

2) 아동노동 ‘인권’

<대중문화예술산업발전법>의 경우, 아동·청소년들로 하여금 ‘휴식권’, ‘수면권’, ‘학습권’, ‘정당한 대가’ 등을 보장하도록 하고 있다. 유튜브는 방송이 아니다. 그러다보니 ‘아동노동’에 대한 고민이 부족할 수 있다고 생각된다. 유튜브가 MCN(Multi Channel Network)과 같이 대형 기획사들이 생겨나면서 더욱 우려되는 대목이다.

MCN은 유튜브 생태계에서 탄생했다. 유튜브에서 인기가 높아지고 수익을 내는 채널이 많이 생기자

이들을 묶어 관리해주는 곳이 생긴 것이 출발이다. 여러 유튜브 채널이 제휴해 구성된 MCN은 일반적으로 제품, 프로그램 기획, 결제, 교차 프로모션, 파트너 관리, 디지털 저작권 관리, 수익 창출 판매 및 잠재고객 개발 등의 영역을 콘텐츠 제작자에게 지원하는 역할을 맡고 있다.

SMO이나 YG, JYP, 안테나뮤직이 소속 가수를 발굴해 육성하고 방송 활동을 지원하듯 MCN은 인터넷 스타들의 콘텐츠를 유통하고, 저작권을 관리해 주고, 광고를 유치하는 일을 대신해 준다. 그 대신 이들 MCN 소속 창작자(크리에이터)는 유튜브나 아프리카TV 같은 인터넷방송 플랫폼에 출연한다. 연예인들의 활동을 세밀히 관리하듯, MCN은 인터넷 콘텐츠 창작자들의 매니저 역할을 맡는다. 하지만 MCN이 스타만 육성하는 시스템은 아니다. 일종의 외주 제작사나 주문형 방송사 역할도 한다. 인터넷 플랫폼은 대개 KBS나 MBC, SBS와는 달리 플랫폼만 제공하기에, MCN은 콘텐츠를 제작해 공급해야 하는 역할을 빼놓을 수 없기 때문이다. <네이버 지식백과>

3) 여아용 VS 남아용 ‘장난감’

유튜브만 달라진다고 해서 해결될 것도 아니다. 어린이 장난감부터 ‘남-여’ 구분으로 나오는 것도 문제라는 지적도 있다. 옳은 비판이다. 완구업계 그리고 유통업계에서 상품을 제작하고 홍보하는 과정에서 발생하는 성 고정관념에 사로잡힌 경우도 많다. 그런 점에서 <장난감에도 ‘젠더프리’가 필요하다>³⁾는 얘기가 나온다.

여성신문에 따르면, 해외에서는 완구류에서 성 고정관념을 해체하려는 움직임이 있다고 소개한다. △북유럽 최대 완구업체 ‘탑-토이’는 성 중립적인 크리스마스 카탈로그를 제작(2012년), △세계 최대 온라인 판매업체 아마존의 성별 구분 없는 완구 판매 시작(2015년), △디즈니스토어의 핼러윈 복장 등 ‘중하기생 용’으로 분류(2015년) 등이 그러하다.

해당 기사에서는 완구업체의 성 고정관념 해체로 인한 효과를 언급하기도 했다. 영국 최대 육아 사이트인 ‘맘스넷(Mumsnet)’의 경우, 2012년부터 ‘렛 토이스 비 토이스(Let Toys Be Toys)’ 캠페인을 시작했다고 한다. 그 결과, 1년 만에 영국 등에서 접촉한 14개 주요 소매점 중 7군데에서 남녀를 구분한 문구가 사라졌다.

3) 여성신문, <장난감에도 ‘젠더프리’가 필요하다> 기사

나가며

<“유재석 몰라도 ‘도티’는 안다”...10대 이상 떠오른 크리에이터 ‘전성시대’_아주경제
 <방송 및 수다 유튜브로 간 연예인, TV로 온 크리에이터> 헤럴드경제
 <인플루언서 명암①> 팔로워가 고객·수입 ‘역소리’ 희망직업 ‘1순위’_아시아경제
 <‘요즘 누가 네이버 써요, 유튜브 쓰지’...1020 유저 뺀 네이버 근황>인사이트
 <별별 마켓 랭킹> 구독자 1000만 유튜브 탄생 눈앞 ... 상위 1%는 역대 수익_중앙일보

유튜브 관련 최근 기사들이다. 유튜브의 사회적 영향력이 점차 커지고 있다. 국내 인터넷 이용자들이 가장 많이 이용하는 온라인 동영상 시청 플랫폼은 유튜브(82.4%)⁴⁾로 나타났다. 그 뒤로 네이버TV(42.8%), 페이스북(26.1%), 인스타그램(17.2%), 옥수수(15.9%), 네이버 V LIVE(12.2%), 카카오투(10.4%), 올레TV모바일(9.2%) 순으로 나타났다.

유튜브의 영향력은 다양한 콘텐츠들이 기인한 것으로 볼 수 있다. ‘뷰티’, ‘음악’, ‘댄스’, ‘먹방’, ‘요리’, ‘여행’, ‘키즈’ 등 다양한 영역에서 콘텐츠들이 제작되고 있다. 실제 크리에이터들의 인기는 연예인을 넘어선다. 인기 크리에이터들의 수입이 역대 연봉을 호가하면서 1인 창작자에 대한 선호는 더욱 커지고 있다. 특히, 요즘 초등학생들 장래희망 1위는 ‘유튜버(유튜브 크리에이터/ 1인 창작자)’라고 한다. 크리에이터들이 10대들의 이상으로 자리 잡은 지 오래다. 10대들은 모든 것들을 유튜브로 해결한다. TV 콘텐츠보다는 유튜브를 통해 콘텐츠를 시청한다. 검색하면 떠오른 녹색창의 네이버, 10대들은 다르다.

유튜브의 긍정적인 효과 또한 무시할 수 없다. 그동안 ‘방송’이 외면해왔던 다양한 콘텐츠들을 만날 수 있는 창구라는 평가가 그 중 하나다. 제3자가 아닌 ‘나’가 필요로 하는 콘텐츠들을 자유롭게 올려 공유할 수 있기 때문이다. 그 같은 콘텐츠들이 모바일 시대와 만나며 그 영향력을 확대하고 있는 중이다.

TV는 방송사들의 기획에 의해 보편적인 콘텐츠를 만들어 낸다. 어린이 프로그램이라고 하더라도 ‘어린이들’이 주인공이 아닌 방송들이 다수다. 반면, 유튜브 콘텐츠들은 다르다. 어린이들이 직접 주인공이 되어서 방송을 기획하기도 하고 제작한다. 특히, 다수를 위해 만들 필요도 없다. 유튜브 버들의 많은 선택을 받는 콘텐츠가 생기는 것일 뿐. 물론, 그 자리에 올라가기까지 더 많은 자본

4) 2018년 5월. 한국방송통신전파진흥원.

이 투여되는 방송도 있지만 대체적으로 생겨난 채널들이 더 많다. 예전에는 ‘뽀미언니’의 자리는 이제 ‘도티’, ‘캐리’가 채웠다. 시대의 변화에 따른 결과다.

그러나 변하지 말아야 할 것이 있다. 지상파에서 방영되나 유튜브 콘텐츠에서 유통되나 어린이 대상 프로그램으로서 지켜져야 할 것들이 그것이다. 방송사업자는 아니더라도, 방송통신심의위원회를 통해 제재 받지 않더라도 콘텐츠를 만드는 사람들이라면 한번쯤 고민해봐야 할 주제다. <방송법> 제33조에서 역시 ‘아동 및 청소년의 보호와 건전한 인격형성에 관한 사항’, ‘양성평등에 관한 사항’ 등에 대해 심의하도록 규정하고 있다.

<p><방송법></p> <p>제53조(방송의 공적 책임) ①방송은 인간의 존엄과 가치 및 민주적 기본질서를 존중하여야 한다. ②방송은 국민의 화합과 조화로운 국가의 발전 및 민주적 여론형성에 이바지하여야 하며 지역간·세대간·계층간·성별간의 갈등을 조정하여서는 아니된다. ③방송은 타인의 명예를 훼손하거나 권리를 침해하여서는 아니된다. ④방송은 범죄 및 부도덕한 행위나 사행심을 조장하여서는 아니된다. ⑤방송은 건전한 가정생활과 아동 및 청소년의 선도에 나쁜 영향을 끼치는 음란·퇴폐 또는 폭력을 조장하여서는 아니된다.</p>

<대중문화예술산업발전법> 또한 마찬가지다. ‘제2절 청소년 대중문화예술인의 보호’를 규정하고 있다. 제19조(청소년보호 원칙)는 “국가, 대중문화예술사업자, 친권자 또는 후견인은 청소년 대중문화예술인이 대중문화예술용역을 제공하는 경우 그 권익이 침해되지 아니하도록 하며, 건전한 인격체로 성장할 수 있도록 배려하여야 한다”고 설명하고 있다. 어린이들이 출연하는 콘텐츠라면 아이들의 휴식권-수면권-학습권-정당한 대가 등에 대해 심도 있는 고민이 필요한 대목이기도 하다. 15세를 기준으로 아동·청소년 노동시간이 구체적으로 적시돼 있는 실정이다.

<p><대중문화예술산업발전법></p> <p>제21조(청소년의 대중문화예술용역 제공) ① 대중문화예술사업자가 청소년 대중문화예술인과 계약을 체결하는 경우 그 대중문화예술인의 신체적·정신적 건강, 학습권, 인격권, 수면권, 휴식권, 자유선택권 등 기본적인 권리를 보장하는 조치를 계약에 포함하여야 한다. ② 대중문화예술사업자는 청소년 대중문화예술인에게 과도한 노출행위나 지나치게 선정적인 표현행위를 강요하여서는 아니 된다.</p>

이번 모니터 대상이었던 ‘젠더 및 인권’에 대한 부분 역시 마찬가지다. 법적 의무가 없다고 하더라도, 방송보다 자유롭게 기획-제작할 수 있다고 하더라도 한번쯤은 해당 콘텐츠를 볼 이용자들, 특히 어린이들을 위해 고려해볼만한 대목이라고 생각된다.

<양성평등 방송 프로그램 제작 안내서> 역시 참고해볼만하다. 해당 안내서는 “어린이 프로그램에서 남자는 씩씩하고 여자는 얌전해야 한다는 등의 이분법적인 묘사나 제언을 하지 않도록 주의합니다”라고 설명하고 있다.

“어린이 프로그램에서 남아가 주인공인 비율이 압도적으로 높으며 성인 프로그램보다 성비 불균형이 더 심한 상태입니다. 프로그램 내용에서 '남자는 씩씩하여 적극적이고', '여자는 얌전하여 순응적이어야 한다'는 편견이 두드러집니다. TV 어린이 프로그램에서 제시되고 있는 메시지는 어린이에게 남녀에 대한 성역할 고정관념을 심어주게 됩니다. 시대적 흐름은 여성성·남성성을 골고루 발달시키는 방향으로 가고 있습니다. ·(중략)·방송이 어린이에게 미치는 영향을 고려할 때 방송 제작자들은 어린이 프로그램 제작 시 성역할 모델 제시에 책임감을 느끼고 작업을 해야 합니다”

<양성평등 방송 프로그램 제작 안내서>는 △어린이 프로그램을 제작할 때는 TV에서 제시하는 성역할 고정관념의 영향력이 어른보다 어린이에게 훨씬 크다는 점을 염두에 두어야 합니다. △위험에 빠지는 역할은 여아가 맡고 문제를 해결해주는 역할은 남자로 설정되지 않도록 주의합니다. △남아여아 모두 자율성과 주도성을 발달시켜 나갈 수 있도록 남성적 특성·여성적 특성에 구애 받지 않고 문제해결에 필요한 특성을 유감없이 발휘하는 캐릭터를 제시합니다라고 설명한다.

물론, 유튜브만 달라진다고 해서 해결될 것도 아니다. 어린이 장난감부터 ‘남-여’ 구분으로 나오는 것도 문제이기도 하다.

유튜브와 방송은 다르다. 하지만 사회적으로 가져야 할 책임은 그 정도의 차이만 존재한다. 젠더의 관점 역시 마찬가지다. 방송제작자들은 보다 ‘성평등’한 콘텐츠를 제작하려고 노력해야 한다. 이용자들은 영향력을 고려해 좋은 콘텐츠를 선택할 수 있다. 유튜브를 제재가 아닌 ‘사회적 책임’의 영역으로 구분지어 그 역할을 다하도록 하는 방향의 운동이 필요한 시기가 아닐까 싶다.