

새로운 경기

공정한 세상

경기도
성평등 홍보물

제작 가이드



(재)경기도가족여성연구원
Gyeonggi Family & Women Research Institute

본 안내서에 포함된 사례는 가이드 내용의 이해를 높이기 위해
인용된 것임을 알려드립니다.

경기도 성평등 홍보물 제작 가이드

차례

경기도 성평등 홍보물 제작 체크리스트	04
성평등 홍보물 제작 가이드라인	05
성별 고정관념	06
외모지상주의	11
성별 대표성 불균형	12
가족에 대한 고정관념 / 편견	13
폭력에 대한 왜곡된 시각	14
이미지의 배치와 비중	15

경기도 성평등 홍보물 제작 체크리스트

구분	세부 내용
성별 고정관념	
성역할 고정관념	[직업상의 위계] 남성은 회사 중역 등 중심적 역할로, 여성은 비서 등 보조적 역할로 그려지고 있는가?
	[직군의 분리] 남성은 과학자, 첨단산업종사자, 건설노동자, 사업가, 여성은 콜센터 직원, 돌봄노동자, 판매원, 서비스업 종사자로 그려지고 있는가?
	[취미, 관심분야] 여성은 쇼핑, 음악, 문학에 남성은 스포츠나 게임, 기계, 테크놀로지에 관심이 많은 것으로 묘사되고 있는가?
'여성다움'과 '남성다움'에 대한 편견	[인성] 여성은 순종, 암전, 의존, 소극, 유약, 놀람, 당황, 보호받는 대상으로 남성은 강인, 씩씩, 적극, 당당, 용감, 책임, 보호하는 주체로 그려지고 있는가?
	엄마, 아줌마, 중년여성이 시대에 뒤쳐진, 무능한, 잔소리하는, 귀찮게 하는, 철면피한 존재로 그려지고 있는가?
	육아휴직 중인 남성이나 전업주부 남성을 무능력한, 사회적 지위를 갖지 못한 남성으로 희화화하고 있는가?
	[스타일] 여성은 분홍색, 긴 머리, 짧은 치마를 남성은 파랑색, 짧은 머리, 와이셔츠를 입고 있는가?
성차별적 언어표현	[성별 역할] 여성의 역할을 비하하는 표현을 사용하는가?
	[성별 속성] 여성성, 남성성의 규범을 표현하거나 강요하는가?
	[비하나 모욕] 비하적인 용어로 상대방을 규정하는가?
	[성적 대상화] 상대를 성적으로 대상화하는 표현을 사용하는가?
외모지상주의	
[외모 규범] 여성은 예쁘고 날씬하고 몸매가 좋아야 하고 남성은 잘생기고 키 크고 건장하고 근육질이어야 한다는 규범을 표현하거나 강요하는가?	
[외모 차별] 못생긴/뚱뚱한 여자를 희화화하거나 작고/왜소한/뚱뚱한 남자를 희화화하는가?	
성별대표성 불균형	
등장인물의 다양성이 확보되어 있는가? (특정한 성별, 연령, 인종, 장애여부 등을 과도하게 포함하거나 배제하고 있는가?)	
가족에 대한 고정관념 / 편견	
[가족의 형태] 다양한 가족형태를 나타내는가? (부모 자녀로 구성된 가족 외 한부모가족, 조손가족, 대가족, 다문화 가족 등)	
[가족 내의 성역할] 여성은 가사, 육아담당자로 남성은 경제적 부양자로 나타나고 있는가?	
폭력에 대한 왜곡된 시각	
성별을 기준으로 폭력의 가해자와 피해자를 구분하는가?	
부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 사소한 문제라고 가정하고 있는가?	
피해자의 옷차림이나 행동, 대응방식이 성범죄를 유발한다는 내용을 암시하고 있는가?	
이미지의 배치와 비중	
[중심/주변 배치] 특정성이 중심에 다른 성이 주변에 배치되어 있는가?	
[정면/측면 배치] 특정성이 정면을 응시하고 다른 성이 옆을 보거나 뒷모습으로 재현되어 있는가?	
[비중과 명암: 크게/작게] 특정성이 크게/선명하게/앞쪽에 그려지고 다른 성이 작게/흐리게/뒤쪽에 재현되어 있는가?	

성평등 홍보물 제작 가이드라인

경기도는 도민의 알권리와 참여의 기회를 보장하기 위해 다양한 형태의 홍보물을 제작하고 있습니다. 하지만 제작된 홍보물의 경우 일부에서 성별 고정관념과 성차별 시선이 포함된 홍보물을 발견할 수 있었으며 이 홍보물은 도민에게 영향을 미칠 수 있습니다.

따라서 정책수행을 위해 홍보물 제작을 담당하는 공무원과 제작자는 홍보물이 미치는 사회적 영향력을 고려하여 성평등에 대한 감수성과 민감성을 갖고 제작에 임할 수 있도록 노력해야 합니다.

본 가이드는 성평등 가치를 담아내는 홍보물을 기획·제작하는데 점검하고 준수해야 할 내용을 제안하였습니다. 담당자와 제작자가 가이드 내용을 바탕으로 성평등한 홍보물이 제작될 수 있도록 활용하여 주시기 바랍니다.

성별 고정관념

성역할 고정관념

직업상의 위계

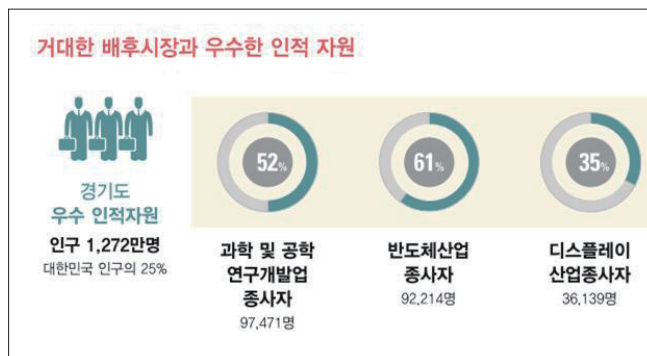
남성은 회사 중역 등 중심적 역할로, 여성은 비서 등 보조적 역할로 그려지고 있는가?



회사중역과 바이어로 보이는 두 남성이 악수를 하고 있고 그 옆에는 비서로 보이는 여성이 고개 숙여 인사하는 모습. 현실적으로 회사중역과 바이어는 남성이 다수이고, 비서는 여성이 다수라고 하더라도 정책홍보자료에서 이렇게 재현될 경우, 남성은 지도적 역할, 여성은 보조적인 역할을 한다는 고정관념이 고착화될 우려가 있음.

직군의 분리

남성은 과학자, 첨단산업종사자, 건설노동자, 사업가, 여성은 콜센터 직원, 돌봄노동자, 판매원, 서비스업 종사자로 그려지고 있는가?

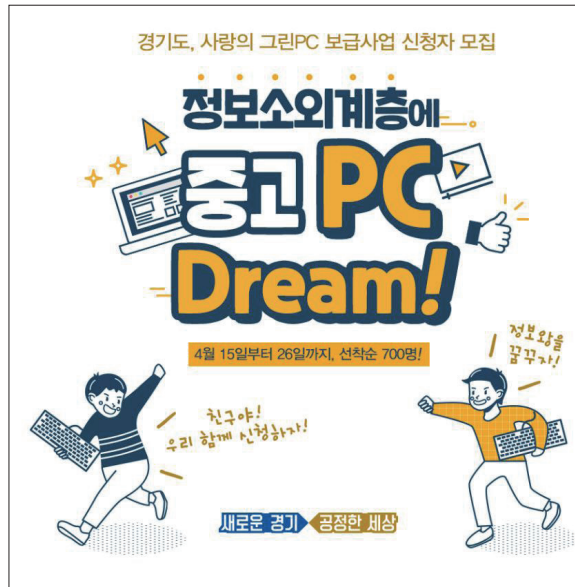


등장인물로 넥타이를 맨 남성 세 명의 이미지를 사용함으로써 과학 분야 연구개발이나 반도체산업 등에 종사하는 우수인재는 남성이라는 고정관념을 줄 수 있음. 여성 이미지를 포함 시켜 동 분야에 종사하는 여성도 있음을 보여줄 필요가 있음.

성역할 고정관념

취미, 관심 분야

여성은 쇼핑, 음악, 문학에 남성은 스포츠나 게임, 기계, 테크놀로지에 관심이 많은 것으로 묘사되고 있는가?



‘사랑의 그린 pc 보급사업’ 신청자 모집 공고 리플릿에 등장하는 인물들이 모두 남성 청소년으로 표현되어 있음. 컴퓨터 등 정보통신 분야는 남성의 영역이라는 고정관념이 반영되어 있어서 여성 이미지가 필요함.

성별 고정관념

‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견

인성

- 여성은 순종, 양전, 의존, 소극, 유약, 놀람, 당황, 보호받는 대상으로 남성은 강인, 씩씩, 적극, 당당, 용감, 책임, 보호하는 주체로 그려지고 있는가?
- 엄마, 아줌마, 중년여성이 시대에 뒤쳐진, 무능한, 잔소리하는, 귀찮게 하는, 철면피한 존재로 그려지고 있는가?



엄마는 그것도 못해!

아줌마들 너무 시끄러워.

- 1인 여성 캐릭터의 얼굴에 매니저로서의 당당함이나 리더십이 아니라 당황하거나 불안한 표정이 나타남(땀, 홍조, 당황하여 벌어진 입). 캐릭터에 여성성이나 남성성이 지나치게 강조되는 것은 성별 고정관념을 강화할 수 있으므로 변경이 필요함.
- 엄마가 자녀의 도움을 받지 않으면 디지털기술을 따라갈 수 없는 뒤쳐진 존재로 그려지거나 여성이 상황 파악 못 한 채 수다스럽기만 한 존재로 재현되는 등의 표현은 고정관념을 고착시키므로 개선될 필요가 있음.

‘여성다움’과 ‘남성다움’에 대한 편견

육아휴직 중인 남성이나 전업주부 남성을 무능력한, 사회적 지위를 갖지 못한 남성으로 희화화하고 있는가?



아이를 안고 놀아주는 아빠의 모습이 자연스럽게 보임. 여성의 사회활동이 증가하면서 가사와 육아는 부부가 분담하는 것으로 인식이 많이 바뀌었음. ‘육아=여성의 일’이라는 고정관념을 깨뜨릴 수 있는 좋은 사례.

[사진출처] 한국양성평등교육진흥원(2018). 남성육아휴직 동영상

스타일

여성은 분홍색, 긴 머리, 짧은 치마를 남성은 파랑색, 짧은 머리, 와이셔츠를 입고 있는가?



여성과 남성의 스타일에 대한 전형적인 표현임. 홍보내용인 스포츠 이미지에 맞는 활동적이고 다양한 스타일, 색상이 필요함.

(짧은 머리에 운동복을 입은 경쾌하고 활동적인 여성의 모습 등)

성별 고정관념

성차별적 언어표현 | 피해야 할 표현들

성별 역할

여성의 역할을 비하하는 표현을 사용하는가?

솔뚜껑운전, 취집, 살림이나 하지, 애나 키우지, 출가외인, 미망인, 직장의 꽃

성별 속성

여성성, 남성성의 규범을 표현하거나 강요하는가?

여자/남자다워야, 여자/남자답지 못한, 여자/남자가 그것도 못 해? 어디서 감히 여자가! '남성은 울지 않는다.', '암탉이 울면 집안이 망한다.'

비하나 모욕

비하적인 용어로 상대방을 규정하는가?

한녀, 한남충, 메갈, 김치녀, 맘충, 된장녀, 개저씨, 틀딱, 페미충, 오크녀, 재기해, 군바리, 암유발녀, 어좁이, 쿡광이, 김여사, 페미, 기생오라비

성적 대상화

상대를 성적으로 대상화하는 표현을 사용하는가?

몸매 죽인다, 쪽쪽빵빵, 콜라병 몸매, S라인, 베이글녀, 아찔한 각선미, 섹시한 뒷태, 초콜릿복근, 식스팩, 빨래판복근

외모지상주의

외모 규범

여성은 예쁘고 날씬하고 몸매가 좋아야 하고 남성은 잘생기고 키 크고 건장하고 근육질이어야 한다는 규범을 표현하거나 강요하는가?

홍보내용과 아무런 연관성 없이 비현실적으로 잘생긴/예쁜 외모의 인물이 홍보물에 등장하는 경우 외모지상주의로 의심할 수 있음.

외모 차별

못생긴 / 뚱뚱한 여자를 희화화하거나 작고 / 왜소한 / 뚱뚱한 남자를 희화화하는가?

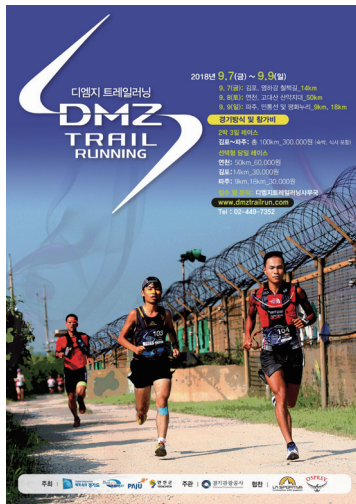
사람을 평가할 때 능력이나 경험, 인성보다 외모를 중시하는 외모지상주의는 특히 여성에게 더 심각하게 부과되는 경향이 있음. 이런 풍조는 얼굴이 못생기거나 키가 작거나 뚱뚱한 사람은 무시 혹은 차별당해도 어쩔 수 없다는 메시지로 받아들여질 수 있음.

성별 대표성 불균형

여성/남성 또는 특정 연령에 대한 과도한 포함 혹은 배제

등장인물의 다양성이 확보되어 있는가?

(특정한 성별, 연령, 인종, 장애여부 등을 과도하게 포함하거나 배제하고 있는가?)



- 다양한 세대, 계층이 등장하는 포스터임. 기본소득의 주체를 다양하게 표현한 포스터라 할 수 있음. 다만, 산업인력(농업, 건설업 등)으로 등장하는 인물은 남성으로, 돌봄자는 여성으로 표현한 것은 성역할 고정관념이라 할 수 있음. 다양한 직업군을 등장시킬 때에는 여성과 남성이 성역할에 얽매이지 않고 다양하게 등장할 수 있도록 제작할 필요가 있음.
- 특정 성(남성), 연령대(젊은이)만을 포함한 포스터에서 성, 연령, 인종 등 다양한 인물을 포함한 포스터로 변경된 좋은 예임. 특히 경기도는 다문화 가족 비율이 높으므로 도 현실을 반영한 다양한 인물이 등장하는 홍보물 제작이 필요함.

가족에 대한 고정관념 / 편견

가족의 형태

다양한 가족형태를 나타내는가?

(부모 자녀로 구성된 가족 외 한부모가족, 조손가족, 대가족, 다문화 가족 등)



경기도 내 가족을 표현한 많은 홍보물은 이 그림과 같이 부모와 그 자녀로 이루어진 가족 형태가 주를 이루고 있음. 그러나 현재 한국의 가족형태 비율을 살펴보면, 한부모 가구 10.9%, 1인 가구는 28.6%(전체 인구 중 10.9%)를 차지하고 있으며, 다문화 가족에 속하는 인구는 10명 중 1명인 것으로 나타나고 있음.

현재 한국 사회에서는 사회 규범이라고 여겨지는 부모와 자녀로 이루어진 가족형태 외에 다양한 가족형태가 증가하고 있음을 나타냄. 따라서 가족을 나타내는 홍보물은 한국 사회의 현실을 반영한 다양한 가족형태로 묘사될 필요 있음.

[통계출처] 통계청, 2019

가족 내의 성역할

여성은 가사, 육아담당자로 남성은 경제적 부양자로 나타나고 있는가?



많은 홍보물에서 아직도 여성은 돌봄 노동, 육아, 가사 노동의 주체로 남성은 경제적 부양자로 표현되고 있음. 이와 같이 가족 내 성역할 고정관념은 사진과 같이, 자원봉사활동에서도 여성이 아동과 놀아주는 것으로 재현함으로써, 여성의 돌봄노동을 자연스럽게 당연하다는 생각을 강화함.

또한 육아와 가사노동이 여성의 주된 일이라는 가족 내의 성역할 고정관념은, 공적 영역에서의 일은 여성의 주된 일이 아니라는 생각을 강화함으로써 여성의 경제활동을 저해할 수 있음. 따라서 남성의 육아 및 가사활동 참여를 보여주는 홍보물이 필요함.

폭력에 대한 왜곡된 시각



성별을 기준으로 폭력의 가해자와 피해자를 구분하는가?

여성은 피해자, 남성은 가해자로 표현되고 있는가?



부부, 연인, 친구 등 가까운 사이의 폭력을 사소한 문제라고 가정하고 있는가?

- 부부싸움은 칼로 물베기, 연인간의 폭행, 폭언을 사랑싸움이라고 표현하는가?
- 억지로 잡아끌거나 벽에 밀치는 행동 등 강제적 행동을 애정의 표현으로 미화하는가?
- 부모와 자식 간의 거친 표현이나 폭행(욕설이나 머리 때리는 것 등)을 자연스러운 것, 이해해야 하고 인내해야 하는 것으로 표현하는가?



피해자의 옷차림이나 행동, 대응방식이 성범죄를 유발한다는 내용을 암시하고 있는가?

여자가 밤늦게 집밖에 다녀서, 치마를 짧게 입어서, 야한 옷을 입어서 술을 마셔서 폭력을 당했다고 표현하는가?



이미지의 배치와 비중

배치

중심/주변

특정성이 중심에 다른 성이 주변에 배치되어 있는가?

정면/측면

특정성이 정면을 응시하고 다른 성이 옆을 보거나 뒷모습으로 재현되어 있는가?



사진에서 여성이 중앙에 배치되고 남성은 사이드에 배치되어 여성이 중심적인 역할을 한다는 것을 보여줌. 여성 인물의 수가 남성보다 많고 그 역할에 있어서도 위원회의 구성원으로서 비중 있게 재현되어 있어 기존의 성별고정관념을 완화시킬 수 있는 좋은 사례임.

비중과 명암

크게/작게

특정성이 크게/선명하게/앞쪽에 그려지고 다른 성이 작게/흐리게/뒤쪽에 재현되어 있는가?



이 이미지에서는 두 남성이 앞에 크게 그려지고 여성은 뒤에 작게 그려져서 남성이 더 중요한 역할을 담당하고 있다는 메시지를 줄 수 있음. 단지 여성을 등장시키는 것뿐만 아니라 위치와 크기 등도 성별고정관념을 강화시키지 않도록 함께 고려되어야 할 사항임.

그러나 홍보물에 대한 평가는 자료 내의 다른 이미지와 함께 해석하는 것이 필요함. 게시된 두 이미지가 하나의 홍보물 안에 포함되어 있다면, 남성과 여성을 차례로 비중 있게 다룬 것이므로 이 홍보물은 균형 잡힌 것으로 평가할 수 있음.

본 가이드는 홍보물을 기획, 제작하는 모든 과정에서 담당자와 기획자가
꼭 한 번 점검해보고 준수해야 할 주요사항을 제안하였습니다.
적극적인 반응을 부탁드립니다.

경기도가족여성연구원 경기양성평등센터

16027 경기도 수원시 장안구 경수대로 1150(파장동 179) 신관 2층

TEL. 031-220-3900 FAX. 031-220-3979

www.gfwri.kr