

또 하나의 빈곤 포르노그래피: 소녀와 생리대

김양희*

초 록

이 글은 빈곤, 기아, 재난재해, 교육, 식수, 위생, 범죄위험, 젠더기반폭력 등 여러 분야에서 발견할 수 있었던 구호단체들의 과도한 후원모금광고의 부정적 효과인 빈곤 포르노그래피가 여성청소년의 일회용 생리대로까지 확장된 계기와 그 스토리텔링을 살펴보고, 기존의 빈곤 포르노그래피와 생리대 빈곤 포르노그래피의 공통점과 차이에 대해 논한다. 지난 2016년 생리대 제조회사들의 가격 인상을 즈음해 불거진 '깎창 생리대 사건'은 사건의 당사자를 찾을 수 없는 일종의 빈곤 스토리텔링이었다. 이것이 후원광고 소재를 찾고 있던 국내 구호단체들의 필요와 만나 한국보다 더 가부장적이고 가난한 개도국 빈곤 여성청소년을 위한 생리대 후원광고로 확대되었다. 이러한 광고는 기존의 빈곤 포르노그래피와 마찬가지로 가난한 소녀들이 생리기간 동안 겪는 고통을 탈맥락적, 탈역사적, 자의적, 선정적으로 전시하고 이미지 대상을 무능력하고 열등하게 만들 뿐 아니라 낙인찍는다. 이것이 기존의 빈곤 포르노그래피와 다르지 않다는 점에서 '생리대 빈곤 포르노그래피'라고 말하였다. 그러나 기존의 빈곤 포르노그래피와 생리대 빈곤 포르노그래피는 상당히 다른 감정적 맥락을 갖고 있다. 전자가 곤경에 빠진 인간을 도와주고 싶다는 동정, 연민, 나아가 죄책감의 감정을 통해 기부를 유발하는 반면, 후자는 '마땅히 가려야 할 것을 가리지 못하는 자'와 '그것을 봐야 하는 자' 간의 수치심의 공유, 그리고 생리하는 여성의 동물성에 대한 혐오에 기인한다. 그런 면에서 생리대 빈곤 포르노그래피의 감정적 토대는 생리에 대한 혐오와 수치심, 생리에 대해 부정적인 사회적 규범과 가치관에 놓여 있다. 생리대 빈곤 포르노그래피는 첫째, 여성의 생리 사건을 탈역사적, 탈사회적으로 만들고 생리에 대해 부정적인 사회규범과 가치체계를 은폐한다. 둘째, 여성을 무기력하고 무능력한 '생리하는 존재'로 묘사함으로써 여성에 대한 가장자리적이고 부정적인 인식을 유지시킬 우려가 있다. 셋째, 생리와 여성 건강 문제를 개인적이고 사적인 영역에 국한시킬 수 있다. 마지막으로 생리대 빈곤 포르노그래피는 여성에게 피해자 이미지 뿐 아니라 자본주의 사회의 무능력한 소비자 이미지를 덧씌운다는 점에서 문제적이다.

주제어: 빈곤 포르노그래피, 월경, 생리대, 후원모금광고, 수치심, 혐오

* 국민건강보험공단 건강보험연구원 부연구위원 (emily111@nhis.or.kr)

I. 문제제기

빈곤 포르노그래피(poverty pornography)는 빈곤의 노골적인 전시와 피해자 이미지를 통해 보는 이로 하여금 도덕적 죄책감을 유발함으로써 기부하게 만드는 빈곤 구호광고 이미지의 부정적 효과를 이르는 말이다(김주아·현은자, 2019; 이민영·윤민화, 2015; 이광재, 2018; Runswick & Goodley, 2015; Calain, 2013; Clissold, 2010). 이것은 빈곤, 재난, 질병, 고통 등을 겪고 있는 피해자의 이미지를 탈맥락적, 탈 역사적으로, 과도하게 전시함으로써 피해자를 대상화하고 낙인찍는다는 비판을 받고 있다.

이 글은 빈곤과 기아 뿐 아니라 재난재해, 교육, 식수, 위생, 범죄위험, 젠더 기반폭력(gender based violence) 등 여러 분야에서 발견할 수 있었던 빈곤 포르노그래피가 여성청소년의 일회용 생리대로까지 확장된 계기와 그 스토리텔링을 살펴보고, 감정적 맥락에서 기존의 빈곤 포르노그래피와 생리대 빈곤 포르노그래피의 공통점과 차이를 논하고자 한다. 분석의 목적은 국내 비영리 후원단체들의 생리대 후원광고가 단면적이고 탈맥락적인 스토리텔링을 통해 개도국의 가난한 소녀들을 타자화하고 여성 생리에 대한 부정적 인식을 지속시킬 우려가 있음을 경계하려는 것이다.

기존의 빈곤 포르노그래피와 생리대 빈곤 포르노그래피의 공통점 중 하나는 극단의 고통과 결핍으로 인해 인간다운 삶을 영위할 수 없게 만드는 필요(needs)를 중심으로 진행된다는 것이다. 그러나 둘은 심층적으로 들여다보면 상당히 다른 사회적, 감정적 맥락을 발견할 수 있다. 감정의 측면에서 볼 때 전자가 보는 이들에게 죄책감이라는 윤리적 감정을 심어줌으로써 기부하게 만드는 기제를 가졌다면, 후자는 ‘수치심’(마땅히 가려야 할 것을 가리지 못하는 존재에 대한 수치심과 그것을 지켜보는 자의 수치심), 좀 더 밀고나가 ‘혐오’를 자극함으로써 기부하게 만드는 기제를 활용하고 있다고 할 수 있다. 다시 말해 빈곤 포르노그래피가 타인의 고통에 대한 공감, 죄책감을 바탕으로 이타주의를 ‘권유’한다면, 생리대 빈곤 포르노그래피는 ‘수치심의 공유’를 자극한다. 이어 ‘마땅히 제거해야 할 것을 제거하지 못하는 자에 대한 혐오’를 유발함으로써 돈으로 생리대를 사서 생리하는 몸을 은폐하기를 바라는 감정, 즉 ‘사라져 주기를 바라는’ 감정을 불러일으켜 기부를 유도한다. 감정도 사회적 규범이나 학습 등 사회화와 관련된다고 본다면, 생리대 구호광고의 감정적 기조를 사회적 맥락에서 찾는 것도 가능할 것이다.

생리대 빈곤 포르노그래피의 부정적 효과는 여성의 생리건강을 개인적 사적

영역에서 해결하도록 묶어 둘 뿐 아니라, 가임기 여성의 생리에 대해 부정적 인식과 함께 생리하는 여성을 혐오하는 사회적 통념을 유지시킨다. 이밖에도 여성 생리에 대한 가부장적인 금기와 은폐, 자본주의 사회에서 필수품을 소비하지 못하는 무능력한 소비자, 여성 재생산 건강의 중요성을 폄하하는 왜곡된 이미지와 스토리텔링을 반복한다. 그런 이미지와 스토리텔링이 어떤 경로를 통해서든 힘을 갖게 되면 즉, 다수의 암묵적 동의를 얻게 되면 또 다른 편견과 차별로 작동할 위험이 있으므로 이에 대해 주목하고 그것의 허구성과 문제점을 살펴볼 필요가 있다.

이 글은 국내 구호단체들의 빈곤 구호광고 가운데 신발깎창 생리대 사건이 후 해외 빈곤 여성청소년을 대상으로 한 생리대 후원광고를 중심으로 스토리텔링과 이미지 분석을 시도했다. 그리고 문헌고찰, 인터넷 기사 등을 통해 부족한 부분을 보완했다. 감정의 사고적, 인지적, 평가적 속성에 비추어 해외 생리대 후원광고의 감정적 맥락에 깃든 사회규범과 가치에 주목했다. 특히 수치와 혐오와 관련해서는 미국 철학자 마사 너스바움(Nussbaum, M.)의 논의를 인용해 생리대 빈곤 포르노그래피의 감정적 기조에 여성 생리에 대해 부정적인 사회적 가치관과 규범이 스며있음을 밝히고자 했다.

II. 이론적 배경

1. 빈곤 포르노그래피에 대한 비판

비영리조직에서 모금활동을 위해 사용하는 메시지나 이미지에서 윤리적 문제를 발견할 수 있음은 이미 알려진 바 있다(이민영·윤민화, 2015; Calain, 2013). 구호단체들이 피해자 이미지를 모금에 사용함으로써 인본주의 가치에 상당한 긴장을 불러일으킬 뿐 아니라 프라이버시, 비밀보장, 존엄성, 법적 보호 침해의 문제를 유발할 가능성이 있으며 이미지를 제공한 사람들과의 이익 분배나 소유권의 문제도 생길 수 있다는 지적 등이 그것이다. 그러나 이런 비판에도 불구하고 국내외 구호단체들은 재정적 어려움 속에서 ‘눈물 한 방울에 수 천 만원이 모이는’(이민영·윤민화, 2015:268), 모금효과의 극대화를 위해 빈곤한 자들의 고통을 단편화한 이미지를 유통시키고 있는 것이 현실이다. 일부 단체들은 후원모금광고에 대역을 써서 최대한 불우한 모습을 연출하여 ‘빈곤 마케팅’이란 비판을 받는다.¹⁾

대표적인 것이 아프리카 어린이들의 고통과 배고픔을 극대화한 이미지를 통해 모금활동을 하는 것이다. 이는 그들의 당면 문제를 해결하기보다 오히려 편견과 차별을 조장하는 역효과를 내고 있다는 비판을 받는다(Clissold, 2010). 국내 비영리단체 후원 모금 광고에 나타난 아동, 청소년의 이미지는 주로 광고 속에서 주역할로 등장하고, 빈곤과 질병에 시달리고 있으며, 한부모나 조부모 밑에서 경제적으로 어렵고 문화적으로 외로운 가족문제를 안고 있는 피보호자/피부양자로 형상화된다고(김주아·현은자, 2019). 동정심 유발이 후원모금에 효과적이기 때문에 구호단체들은 모금효과를 위해 낙인형 메시지를 주로 사용한다. 하지만 빈곤 포르노그래피와 관련한 우려와 비판을 의식하여 영상속의 아동, 청소년에게 어떤 가치 판단도 내리지 않는 가치배제형 메시지를 사용하고 있기도 하다. 그러나 그런 메시지는 광고영상을 통해 빈곤 아동, 청소년에 대한 낙인 형성과 유지를 영속시키기에 여전히 문제적이며 국내 후원단체들은 부정적 메시지의 효과를 더 많이 신뢰하고 있다(김주아·현은자, 2019: 433-434).

사실 기금모금 실무자들은 재정적 필요와 윤리적 감정 사이에서 갈등을 느끼고 있다. 이민영과 윤민화(2015:251)는 비영리단체 기금모금 실무자들과의 인터뷰를 통해서 이들이 빈곤 포르노그래피로 인한 윤리적 문제에 공감하면서도 열악하고 고통스러운 상황을 보여줄수록 더 많은 기부가 쏟아지는 현실을 외면할 수 없어 여전히 피해자 이미지를 지속해서 노출할 수 밖에 없음을 밝혔다.

이렇게 과장된 피해자 이미지는 사실처럼 왜곡돼 피해자를 낙인찍거나, 사회적 가치 체계 사이에서 윤리적 긴장을 일으킨다. 칼라인(Calain, 2013)은 피해자 이미지 중에서도 질병으로 인해 ‘고통당하는 신체(suffering body)’의 이미지화가 윤리적 관점에서 긴장을 불러일으킬 뿐 아니라 서로 다른 가치체계 사이에서 해결되지 못한 간극을 은폐한다고 주장했다. 인도주의적 아이콘 만들기(iconography)에서의 재현이 익명의, 말하지 못하는, 전형적인 희생자라는 고정관념을 재생산하고 있다는 것이다(279). 그는 고통당하는 신체의 인도주의적 재현과 의료 윤리간의 긴장을 포착하기 위해 생체의료윤리의 4가지 기본원칙인 자율성(autonomy), 베품(beneficence), 무해성(nonmaleficence), 정의(justice)를 신체 재현에 대입해 보라고 제안했다. 자율성은 합의, 프라이버시와 기밀유지(confidentiality)를 통해서, 정의는 무착취와 이미지 생산으로 인해 얻어지는 이익의 공정한 분배를 통해서 달성될 수 있다. 무해성은 법적 보호와 리스크 최소화를 통해 얻어질 수 있고 베품은 ‘행동’과 ‘증거

1) 한국일보(2019.12.12). “대역써서 최대한 불쌍하게...자선단체 ‘빈곤 마케팅’”.
<http://hankookilbo.com/News/Read/201912111215738693?did/>

(temoignage)’를 통해 확인된다. 칼라인은 여기에 낙인방지와 존엄을 추가해야 한다고 제안했다. 불쾌하거나 과도한 극단의 고통/결핍의 전시를 피함으로써 존엄성을 보호하고 낙인화를 피해야 한다는 것이다.

요약하면 ‘빈곤 포르노그래피’ 또는 ‘기아 포르노그래피’는 구호단체들의 재정적 필요에 의해 더 많은 기부를 유도하고자 빈곤한 자의 고통과 결핍을 과장되게 전시하는 이미지를 유통함으로써 가난한 자들을 탈맥락적, 탈역사적 피해자화로 만들 뿐 아니라 프라이버시 및 법적 보호, 존엄성, 낙인 등 윤리적 문제를 유발하는 문제를 안고 있다.

2. 죄책감, 수치심, 혐오

감정이 개인적이고 사적인 영역이라는 통념과 달리 감정은 법, 정책 등 공적영역의 운영 원리로도 이용되고 있다. 일례로 인간의 이기적 본성과 달리 이타주의의 추구는 종종 복지정책에서 성공을 거두기도 한다. 이타주의에 근거한 영국의 현혈제도가 혈액은행을 중심으로 한 미국의 혈액제도에 비해 수급 조절 등 비용절감 면에서 우월한 것을 보면 이타주의가 복지정책에 미치는 영향이 결코 작지 않음을 발견할 수 있다(티트머스 지음, 김윤태·윤태호·정백금 옮김, 2019). 형법에서 혐오범죄에 대한 가중처벌이나 별칙스티커제도처럼 수치심을 주는 형벌이 채택되는 것도 또 다른 증거가 되겠다(너스바움 지음, 조계원 옮김, 2015).

일부 철학자들은 감정이 비이성적, 자연발생적인 것이라는 기존 통념에서 벗어나 감정의 인지적, 판단적, 평가적, 규범적 속성에 주목한다(Lazarus, 2003; Solomon, 2003; Calhoun, 2003; De Sousa, 2003, Nussbaum, 2003). 미국 철학자 솔로몬(Solomon, 2003)은 감정(emotion)을 느낌(feeling)과 분리했다. 그에 따르면 느낌에는 방향성이 없지만 감정은 방향성을 지닌다. 예를 들면 그냥 “화가 난다”는 ‘느낌’과 “누구의 어떤 행동에 대해 화가 난다”는 ‘감정’은 다른 것이다. 감정은 합리적, 의도적인 것이며 행동을 동반한다. 화가 난 사람은 화를 발산하는 행동을 하게 된다. 그의 주장에 따르면 감정은 규범적, 도덕적 판단이고 행동으로 이어지는 것이므로 선택할 수 있고 책임져야 할 것으로 간주된다(Solomon, 2003: 227-229). 여기서 더 나아가 캘혼(Calhoun, 2003)은 감정에는 믿음(belief)과 판단(judgement)이 포함되므로 자신의 믿음과 상반된 감정은 설명할 수 없다고 말한다(237-239).

너스바움(Nussbaum, 2003)은 감정에 평가적(evaluative) 속성이 있다고 주장한다. 특정한 감정에는 그 감정을 불러일으키는 대상에 대한 ‘사고’와 ‘평가’가 담겨있다는 것이다. 감정은 욕구나 느낌과 달리 한 사회가 가치 있다고 여기는 것을 중시하는 ‘규범과 사고’를 바탕으로 한다. 그리고 모든 감정은 대상에 대한 ‘평가’를 동반한다. 너스바움은 감정이 평가를 동반한다는 것에 대해 “우리는 사소한 손실을 두려워하지 않으며 사소한 무시에도 화내지 않는다. 사람은 자신에게 상당한 영향을 끼치는 것만 두려워 한다”(너스바움 저·조계원 역, 2015: 63)고 말한다.

그렇다면 후원모금 광고를 접한 시청자는 어떤 윤리적 감정을 느껴 모금에 동참하는 것일까. 위 논리에 따르면 동정심도 사고를 동반한다. 동정심이 생기려면 타인이 심각하게 어려운 일을 겪고 있다는 ‘사고’와 함께, 타인의 그 곤경이 심각하다는 ‘평가’가 포함된다. 여기에 덧붙여 국내 연구자들은 구호모금 광고 이미지가 보는 이로 하여금 ‘죄책감’을 느끼게 만듦으로써 기부에 동참한다고 분석했다(김주아·현은자, 2019; 손민정·이승조, 2016; 이민영·윤민화, 2015; Calain, 2013; Clissold, 2010). 이중 손민정과 이승조(2016)는 국제 구호메시지에서 죄책감의 효과가 어떻게 발현되는지 살펴보았다. 남을 돕는 동기는 크게 이타적(altruistic) 동기와 이기적(egoistic) 동기로 구분할 수 있는데 이타적 동기는 남을 돕는 행위의 궁극적 목적이 타인의 안녕에 있는 것이고, 이기적 동기는 자기 이익이나 행복 추구에 있다. 죄책감은 자신의 잘못된 행동이나 생각에 대해 도덕적 책임을 느끼고 괴로워하는 부정적 정서로서 죄책감의 보상행동으로 ‘돕기’라는 행동을 유발한다(97). 국제 구호모금광고를 보거나 들을 때 생기는 죄책감은 자신의 잘못을 면제받기 위한 이기적인 목적이라기보다 타인의 고통에 공감하고 그들의 고통이 줄어들길 바라는 이타적, 타인중심적 정서라는 것이다.

이민영과 윤민화(2015)는 비영리단체의 재정적 필요로 인해서 불필요하게 빈곤과 고통을 강조할 수 밖에 없는 모금실무 당사자의 윤리적 딜레마를 통해서 죄책감과 기부와의 관계를 조명했다. 국제구호메시지에서는 빈곤, 배고픔, 질병, 열악한 주거환경, 치안, 범죄 피해위험, 젠더기반폭력 등에 취약한 피해자 이미지를 강조함으로써 보는 이로 하여금 죄책감을 유발하여 기부에 나서게 만든다. 이때 빈곤, 고통, 눈물과 굶주림이 강조될수록 모금액수가 늘어나기 때문에 이러한 극단적인 피해자, 희생자 이미지를 포기할 수 없다는 것이다.

3. 여성 생리에 대한 문화, 사회적 인식과 변화

월경에 대한 인식은 역사적으로, 문화적으로 여러 종교와 사회에 걸쳐 부정적이었다. 생리하는 여성은 ‘불결, 위험, 저주, 불길’하다는 이유로 생리기간 동안 공동체와 가정, 종교의식, 일상생활에서 배제되고 고립되어야 했다. 카운달과 타쿠르(Kaundal & Thakur, 2014)에 따르면 힌두교, 유대교, 기독교, 이슬람교 등 많은 주류 종교 전통에서 생리하는 여성은 불결과 불길의 대상이 되어 격리되어야 할 존재로 여겨졌다. 일례로 힌두교에서는 생리하는 여성을 더럽거나 오염됐다고 생리기간동안 외딴 곳에 떨어져 살도록 했다. 생리하는 여성은 머리를 빗거나, 목욕도 할 수 없게 금지했다. 음식을 조리할 수도 없고 식기도 따로 쓰도록 했다. 사원에서 기도를 할 수도 없고 예배에도 참여하지 못하게 막았다. 가축을 기르거나 차를 탈 수도 없다. 일부 공동체에서는 생리기간동안 생선과 고기를 먹지 못하게 금지했고 공공장소에 나타나지 못하게 막았다.

유대교에서는 생리기간동안 여성과 남성의 물리적 접촉을 금지했다. 함께 놀이를 하거나 운동을 하거나 음식을 먹거나 손을 잡거나 차를 타는 것도 금지했다. 기독교에서는 여성이 성직에 도전하는 것을 막기 위해 생리하는 여성에 대한 터부를 이용했다(Kaundal & Thakur, 2014:193). 생리하는 여성은 더럽고 불결하며 저주받은 것으로 여겼다. 심지어 생리중인 여성이 하늘을 바라보면 날씨가 나빠진다는 터부가 있을 정도였다. 이슬람교에서는 생리기간동안 여성의 사원 출입과 기도실 출입을 금지했다. 생리 중에는 라마단기간 동안에 금식하거나 기도하지 못하게 했고 코란을 만지지도 못하게 했다.

불교는 여성 생리에 대한 터부가 심하지 않지만 생리 기간에는 결혼식 등 불교예식에 참여하지 않는 것을 미덕으로 여겼다. 시크교에서는 생리하는 여성을 불결하다거나 불길하다고 여기지 않고 여성과 남성 모두 평등하다고 보아 터부가 심하지 않았다.

네팔에는 생리중인 여성을 외딴 오두막에 격리시키는 ‘차우파디’라는 관습이 있다. 생리기간 동안 격리된 여성이 성폭력을 당하거나 동사하거나 화재로 사망하는 등 문제가 끊이지 않자 네팔 정부가 이를 법률로 금지했음에도 불구하고 산악지대 농촌에서는 아직도 이 관습이 남아있다²⁾. 인도에서도 생리기간 동안 여성을 격리하는 관습이 유사하게 남아 있다. 생리하는 여성을 더럽게

2) 서울경제신문(2019.2.4.). “네팔의 여성 생리기간 격리 ‘차우파디’ 관습...21세 여성 또 숨져”. www.sedaily.com/NewsView/1VF6K41X43

여겨 목욕을 하지도, 머리를 빗지도, 옷을 갈아입지도, 음식을 조리하지도, 사원에 들어가지도 못하게 한다. 생리하는 여성 주변에서 뱀을 발견하면, 이 뱀이 눈이 멀고 그 집을 떠나지 않는다는 설이 있다(Kaundal & Thakur, 2014:193).

한국사회에서도 월경은 오랫동안 “숨겨야 할 것”으로 여겨져 왔다. 여성들은 생리를 하면서도 하지 않는 것처럼 ‘은폐’하는 기술을 습득해야 했고, 공공장소에서 생리혈이 노출되는 것은 극도로 수치스럽고 혐오스러운 행위로 인식되었다. 1970년대부터 공개적으로 논의되었던 여성과 생리에 관한 담론들은 주로 “생리하는 몸을 은폐해야 한다”는 규율을 위주로 형성되었다(이영주, 2018). 이 규율은 학교, 직장, 가정 등을 망라한 모든 공간에서 여성들이 학습해야 할 필수규범이 되었으며 생리 관련 담론의 주를 이루었다. 그 사이 생리대 제조회사들은 일회용 생리대의 접근성, 흡수성, 사용 간편성을 광고하면서 여성들에게 생리기간 동안 완벽한 은폐와 자유를 선사할 수 있다고 홍보했다.

한국에서 일회용 생리대가 처음 보급되기 시작한 1950년부터 지금까지 일회용 생리대는 여성들이 가장 많이 사용하는 생리용품으로 부동의 1위를 차지하고 있다. 일회용 생리대의 안전성에 대한 신뢰도 또한 70%를 넘고 있다(박현영, 2019).

그런데 지금까지 한국사회에서 여성과 생리에 관한 많은 지식과 정보는 ‘건강’ 차원보다 ‘문화’ 측면에 초점이 맞춰져 왔다. 생리가 여성 건강에 어떤 영향을 미치고 어떤 중요성을 갖는지에 대한 지식보다는, 생리에 대한 사회적 태도와 문화적 재현에 관심이 집중돼 왔다. 한국사회에서는 아직도 생리하는 여성의 몸에 대한 혐오, 부정, 터부시하는 문화가 여전히 존재한다. 많은 여성청소년들은 월경을 “부끄럽거나 숨겨야 하는 것”, “사회적인 금기”, “조심해야 하는 것”, “번거롭고 귀찮고 힘든 것”, “어쩔 수 없는 것”으로 묘사한다(박은자·배정은, 2019). 이는 월경을 타인에게 숨기고 은폐하는 것이 문화적으로 중요하게 여겨진 결과라고 할 수 있다.

많은 페미니스트들은 이처럼 월경에 대한 부정적 문화와 사회규범을 바꾸기 위해 오랫동안 노력해 왔다. 이들은 월경 문제를 단순히 개인적인 것, 사적인 것으로 제한할 수 없고 여성 건강권의 문제, 인권의 문제로 삼아야 한다고 주장한다. 노지은(2018: 229)은 생리문제를 공개적인 장에서 논의하는 것이 음지화된 생리 이슈를 공적인 문제로 만들으로써 여성이 제대로 생리를 관리할 수 있는 환경을 만들어야 할 국가의 의무를 환기하는 것이라고 주장했다. 그녀는 여성의 생리에 대한 성재생산 건강권 논의는 신체적, 사회적, 정치적, 문화적, 경제적 차원이 복합적으로 얽혀 있는 몸-젠더-섹슈얼리티의 재생산 경험

을 정치화하는 것이라고 말했다. 이 논의는 생리를 ‘공개적으로 말하고 논의할 수 있는 문화정치’를 주장함으로써, 여성의 생리를 공적인 장에서 여성문제의 하나로 문제로 공론화해야 한다는 의미를 갖는다.

그런 점에서 볼 때, 지난 2017년 여성단체를 필두로 불거진 일회용 생리대 사태와 그로 인한 일회용 생리대 안전성 조사는 큰 의미와 중요성을 갖는다. 여성환경연대가 시판 일회용 생리대 10종을 대상으로 강원대 교수팀에 의뢰해 실시한 유해물질 검출조사에서 발암물질이 검출됐다는 결과를 발표하면서 큰 논란이 불거졌다.³⁾ 가임기 여성의 대다수가 사용하는 일회용 생리대의 유해물질 조사결과는 일회용 생리대의 안전성 논란에 불을 붙이기에 충분했다.⁴⁾⁵⁾ 이를 계기로 여성단체들을 중심으로 일회용 생리대의 안전성에 관한 연구를 실시하라는 주장이 제기되었고 관련 주장이 시민청원 온라인 플랫폼 서비스, 청와대 국민청원 홈페이지 등에 접수되었다.⁶⁾⁷⁾ 결국 그해 9월 15일 정의당이 일회용 생리대 안전성 역학조사를 위한 청원을 제출하고 정부가 이를 수용하면서 정부차원에서 일회용 생리대의 건강영향에 대한 연구가 실시됐다.⁸⁾⁹⁾ 이는 지금까지 개인적이고 사적인 영역에서 처리해왔던 일회용 생리대와 그로 인한 여성 건강 문제를 공적인 영역에서 ‘발화(speech)’하고 철저한 조사와 해결책을 모색하도록 촉구한 ‘사건’이었다. 비로써 여성 생리대와 생리 건강 이슈가 공공의 장에서 논의되기 시작한 것이다(조현희 외, 2018; Park & Chung, 2018). 이를 계기로 일회용 생리대의 안전성 논의가 시작되었고

-
- 3) “여성환경연대 검출시험 생리대 10종 제품명 공개.” SBS뉴스, 2017년 9월4일자, http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1004377875
 - 4) 서주희·김만구(2017), “생리대에서 방출되는 VOCs 방출시험조건 확립”, 2017.5, 한국분석과학회 학술대회 자료집, 한국분석과학회, 269쪽.
 - 5) 서주희·나소영·김만구(2017), “시판중인 생리대에서 방출되는 VOCs의 농도 실태조사”, 2017.5, 한국분석과학회 학술대회 자료집, 한국분석과학회, 270쪽.
 - 6) 청와대 국민청원, “발암물질 생리대 즉각 단속하고 대안 마련에 힘써주세요.”(2017년 9월 18일~2017년 10월18일, 참여인원 8,030명)
<https://www1.president.go.kr/petitions/14705>
 - 7) 청와대 국민청원, “한국 여성들은 돈이 없으면 깔창 생리대를 쓰고, 돈 있으면 발암물질 생리대를 써야 하는가.”(2017년 9월23일~10월23일, 참여인원 2,159명)
<https://www1.president.go.kr/petitions/16370>
 - 8) “정의당, 생리대 안전성 역학조사를 위한 청원 제출” 2017년 9월 15일자, 뉴시스, <http://news.join.com/article/21939536>
 - 9) 한국여성민우회 보도자료, “정부의 생리대 건강영향조사 결정을 환영한다.”(2017년 11월 30일)

일회용생리대 유해물질에 대한 경각심이 높아지게 되었다.

III. 분석

1. 생리대 후원모금광고를 촉발한 ‘깔창 생리대’ 스토리텔링

한국에서 일회용 생리대가 후원모금광고 소재로 부각하게 된 계기는 뜻밖에도 지난 2016년 일회용 생리대 제조회사들이 생리대 가격을 인상한다는 소식이 전해지면서부터였다. 정부가 지난 2004년부터 생활필수품 가격 안정을 위해 생리대에 부가가치세를 감면해주었음에도 불구하고 일회용 생리대 제조사들은 2-3년마다 가격인상을 공지해왔다. 2016년 또다시 가격인상 소식이 알려지자 온라인 커뮤니티와 SNS에는 일회용 생리대 가격 인상에 대한 소비자들의 비판과 더불어, 돈이 없어 일회용 생리대를 사지 못하는 여성들의 딱한 사연이 올라오기 시작했다. 그중 일회용 생리대를 사회적 이슈로 부각시킨 결정적인 사연 두 가지를 인용해 보겠다.

“저희 학교 선생님 제자 분은 생리대 살 돈이 없어서 생리하는 일주일 내내 결석하고 수건 깔고 누워있었어요. 선생님이 문병 가셨다가 알게 되시고 제자분이란 선생님이 엄청 우셨다고 합니다(한겨레신문. 2016년 5월 29일자).”

“저 어릴 때 집이 가난하고 편부 가정이라 신발 깔창으로 대체하던 친구가 있었어요. 그 얘길 들었을 때 받은 충격은 말로 표현할 수가 없어요(국민일보. 2016년 5월 26일자).”

위의 두 이야기는 극단적인 사례이겠지만, 생리하는 여성 대부분은 일회용 생리대 가격이 빈곤 여성청소년이 감당하기에 만만치 않은 가격이라는 점에서 공감하였다. ‘빈곤 여성청소년의 신발 깔창 생리대 이야기’는 SNS와 온라인 커뮤니티를 타고 번져갔고 일회용 생리대 지원에 대한 사회적 공감대가 형성되었다(정연보, 2019).

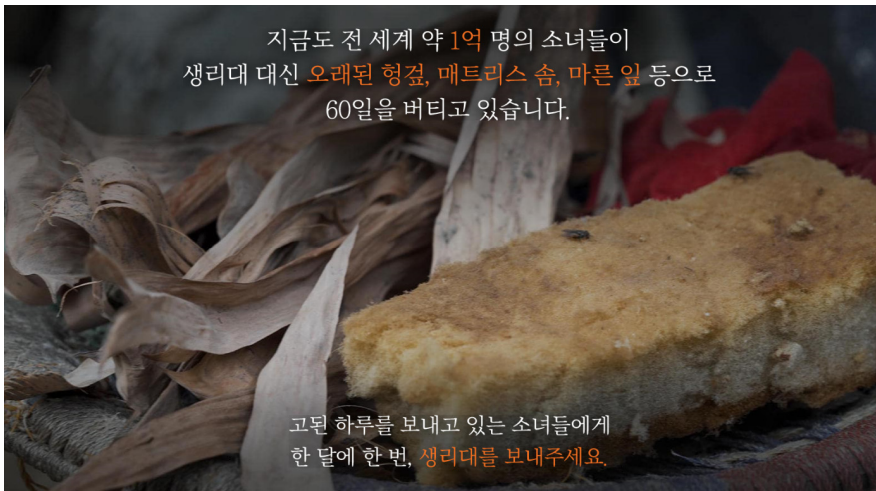
그런데 생리 때마다 학교를 결석하고 수건 깔고 누워있거나, 돈이 없어 신발 깔창을 생리대 대신 사용해야하는 가난한 여성청소년의 이야기에서는 사실 그 ‘사건’의 ‘당사자’를 발견할 수 없었다.¹⁰⁾ 신발 깔창 생리대 사건의 결정적

계기였던 위의 두 사연에서도 당사자는 보이지 않고 이야기만 있을 뿐이다. 이처럼 당사자가 부재한 ‘얼굴없는 이야기’임에도 불구하고 사람들의 공감을 자아낼 수 있었던 것은 그 기저에 일회용 생리대 가격이 빈곤 여성청소년에게 부담스러운 가격임이 분명하다는 사회적 공감대가 있었기 때문이다. 생리하는 여성 대다수가 생리대 가격이 ‘부담스럽다’는 공통된 생각을 갖고 있었던 것이다. 이 ‘사건’이 계기가 되어 저소득층 여성청소년 생리대 지원사업이 시작되는 등 긍정적 효과가 일어나게 되었다. 서울시가 공공화장실에 일회용 생리대를 비치했고 저소득층 여성청소년 일회용 생리대 지원사업을 시작했다. 다른 지자체들도 참여했다.

일회용 생리대 후원은 국내 구호모금광고에도 등장하게 되었다. 이어 한국을 넘어 개도국 여성청소년에게로 변주되기 시작했다. 한국에서 시작한 깔창 생리대 이미지와 스토리텔링이 개도국 빈곤 소녀들의 생리대 이미지와 스토리텔링에 대입되기 시작한 것이다. 여성 생리에 대한 부정적 이미지와 여성들의 곤경은 가부장적 전통이 강한 개도국일수록 더 심할 것임이 분명하기에 빈곤 여성청소년의 일회용 생리대 문제는 해외 후원광고에 적합한 소재가 될 수 있었다.

생리대 후원모금광고는 다른 광고와 달리, 피해자의 고통을 강조한 이미지보다 ‘스토리텔링’에 중점을 두고 있다. 일반적으로 후원광고는 비주얼로 강력한 메시지를 전달할 수 있을 때는 사진 이미지를 이용하지만 비주얼로 전달이 어려울 때는 스토리텔링 방식을 사용한다. 그중에서도 국내 구호단체의 해외 빈곤 여성청소년 생리대 후원광고는 전형적으로 스토리텔링 방식으로 메시지를 전달하고 있다. 일례로 한 구호단체가 제작한 ‘네팔 소녀의 오두막’이라는 광고는 생리 때 마다 오두막 안으로 사라져야 하는 한 소녀가 있음을 알리면서 시작된다. 청초한 소녀의 얼굴을 클로즈업한 광고사진에 이 예쁜 소녀가 생리 때 마다 사라져야 하는 딱한 사정에 대한 스토리텔링이 이어진다. 소녀가 사라져야 하는 이유는 바로 생리 때문이며 생리대가 있다면 생리기간마다 오두막으로 사라지지 않고도 학교 등 공공장소에서 그녀를 볼 수 있을 것이라는 메시지가 전달된다. 그리고 생리대 대용품으로 사용하는 낡은 스펀지, 천, 지푸라기 등을 보여주면서 빈곤을 강조한다.

10) 일반적으로 ‘사건’이라하면 사건의 당사자가 있기 마련인데 이 깔창생리대 ‘사건’의 경우에는 당사자를 찾을 수 없었다. 당시 신문기사, 방송뉴스 수집 건을 인터넷에서 찾았지만 사건의 구체적인 당사자를 거론한 매체를 찾기 어려웠다.



자료: 월드비전 홈페이지

[그림 1] 생리대 후원모금광고

이 광고 어디에도 생리대 없는 소녀의 고통은 등장하지 않는다. 슬픔과 눈물도 찾아볼 수 없다. 그럼에도 이 광고를 접한 사람은 발화자의 스토리텔링을 통해 생리대가 없어 소외당하고 배제되는 소녀의 고통에 간접적으로 공감하게 된다.

또 다른 국내후원단체의 생리대 후원광고는 대를 이어 내려오는 생리대 부족을 말하며 여성의 곤궁한 처지를 호소한다. 역시 스토리텔링방식으로 구성된 이 광고는 14살 아프리카 소녀가 학교에 가지 못하는 이유를 생리대를 중심으로 풀어낸다. 학교에서 첫 생리를 맞은 소녀는 친구가 급하게 돌려준 옷으로 가리고 집에 돌아온다. 할머니는 손녀에게 생리대 대신 쓰라며 낡은 천을 쥐어준다. 손녀는 그 천을 생리대 대용으로 사용하면서 생리통을 참아내고, 할머니는 이런 고통이 세대를 걸쳐 내려오고 있음을 아래와 같은 인터뷰 형식을 통해 말한다.



자료: 굿네이버스 홈페이지

[그림 2] 생리대 후원광고

일회용 생리대는 비싸서 살 수 없고 대신 낡은 천 등 비위생적인 것들로 생리대를 대신해야 했던 과거와 지금도 변하지 않은 상황에 대한 할머니의 회고는 손녀에게 주는 조언이라기보다는 생리하는 여성 자신의 무기력함에 대한, 세대를 이은 한탄과 영속화로 들려온다. 생리대가 없어 일상생활을 제대로 할 수 없는 무기력한 모습은 질병에 걸린 환자의 모습과 다를 바 없이 묘사된다.

2. 혐오와 수치심

위의 광고에서처럼 구호 메시지와 감정은 분리불가능한 관계를 맺고 있는 것으로 보인다. 빈곤한 자의 고통이 극대화된 이미지와 스토리텔링을 보거나 듣고도 아무런 윤리적 감정이 느껴지지 않는다면 그 구호메시지는 실패한 것이나 마찬가지일 것이다. 특정한 이미지는 보는 이에게 어떤 메시지를 전달하고 그 메시지를 전달받은 이는 어떤 행동을 하게 된다. 그것이 이미지의 효과다.

포르노그래피를 비판한 랭턴(Langton, 1993)에 따르면 말(speech)은 궁극적으로 어떤 행위(acts)를 유발하거나 듣는 이로 하여금 행위하게 만든다. 그런 점에서 포르노그래피는 말이자 행위다. 그 두 가지를 더할 때 포르노그래피는 발화행위(speech acts)가 된다. 거칠게 말하면 발화는 3가지 효과/행위를 갖는다. 첫째, 발화 그 자체 둘째, 발화를 통해 발화자가 전달하려는 메시지 셋째, 그 발화를 통해 성취하려는 결과가 그것이다(Langton, 1993:300- 303). 발화행위는 단순한 단어나 이미지의 조합이 아니라 발화자의 의도, 권유, 명령, 지시, 설득, 교사 등이 내포돼 있으며 궁극적으로 어떤 행위를 유발하거나

결과를 피한다. 예를 들어 구호모금광고에 등장한 가난한 사람의 고통 이미지는 그 자체로 발화라고 할 수 있다. 발화자/기획자는 그 이미지를 통해 이들의 고통을 끝낼 수 있게 동참해달라는 메시지를 전달한다. 그 발화를 접한 사람(시청자)은 기부를 통해 기획자의 의도를 달성한다. 이것이 랭틴이 주장한 발화의 3가지 효과/행위다. 이때 발화자의 의도를 전달하는 두 번째 발화행위/효과가 중요하다. 두 번째 발화행위가 제대로 전달되고 시청자가 그것을 승인할 때라야 발화자가 의도한 결과를 얻을 수 있기 때문이다. 그런데 두 번째 발화행위에서 메시지의 전달을 극대화할 수 있는 방법은 말 그 자체일 수도 있지만 감정일 수도 있다. 굳이 말을 붙이자면 감정발화행위(emotional speech acts)라고 할 수 있을 것이다.

구호모금광고에서 이미지 또는 스토리텔링을 통해 기획자의 의도대로 최고조의 감정을 끌어내 기부라는 목적을 달성하기 위해서는 한 가지가 전제되어야 한다. 그것은 바로 랭틴(1993)이 포르노그래피의 발화행위에서 지적한 것처럼 발화자와 대상 간의 힘의 불균형이다. 발화를 통해 특정한 행위를 결과로 얻는다는 것은 발화자가 힘을 갖고 있음을 뜻한다. 우리는 아무 힘없는 사람의 이야기에 귀 기울이지 않는다. 사람들이 무질서하게 새치기를 하는 장면을 떠올려 보자. 경찰이 “질서를 지키라”고 말하면 금방 줄을 서지만 초등학생이 그렇게 말하면 코웃음을 칠 수도 있다. 힘없는 사람이 아무리 목청껏 자기주장을 말해도 무시당하기 일쑤인 것을 상상해 보면 알 수 있을 것이다.

그런데 이 와중에 줄서 있는 사람 중 한 사람이 갑자기 “도와줘”하면서 쓰러졌다고 생각해 보자. 사람들은 금방 그/녀에게 다가가 관심을 표명하고 그/녀의 말을 듣고 그 말 대로 움직여 줄 것이다. 이때 그 쓰러진 사람은 자신의 발화를 통해 의도한 목적을 달성한 것으로 보인다. 그렇다고 그 사람이 힘을 갖고 있다고 볼 수 있을까. 아닐 것이다. 오히려 그 사람은 그 순간 철저하게 무능력하고 열등하기 때문에 ‘우월한 내’가 그 ‘불쌍한’ 사람을 “도와주고 싶다”는 윤리적 감정을 가져서이지, 그 발화의 목적을 달성하는데 동참한 것은 아니다.

이때의 윤리적 감정은 그 바탕에 대상의 열등성(inferiority)을 전제로 한다. 그렇지 않고서는 발화를 들은 청취자가 ‘돕고 싶다’는 윤리적 감정을 내기 어렵다. 이미지 대상이 발화 청취자보다 더 ‘우월’하다면 그것은 이미 타의에 의한, 즉 힘에 의한 명령, 지시, 권유, 설득의 차원이자, 자의에 의한 원조의 감정으로 구성되지 않는다. 빈곤 포르노그래피에서는 가난한 자가 열등할수록 시청자로부터 ‘자발적인’ 원조 감정을 최고조로 이끌어낼 수 있다. 따라서 빈곤 포르노그래피에서의 이미지, 스토리텔링, 서사(narrative)는 사실 열등성

의 그것이라고 부를 수 있다. 그것이 기존 빈곤 포르노그래피와 생리대 빈곤 포르노그래피의 또 다른 공통점이다.

빈곤 포르노그래피는 피해자 이미지가 극단적으로 고통받는 모습일수록 기부 증가하는 경향이 있다. 연구자들은 그것이 같은 인간으로서 느끼는 유사성, 공감, 감정이입을 바탕으로 한다고 설명한다. 그것은 대상과 나의 동일성을 바탕으로 한다. 소사(Sousa, 2003)는 감정의 객관성을 주장하면서 감정은 ‘대상’이 있어야 발현되고 세계 그 자체를 재현하는 것이라고 주장한다. 그에 따르면 감정은 우리 자신과 세계에 대한 정보를 제공한다. 감정의 대상은 그런 다양한 타입의 정보를 재현하는 것이다. 이때 대상과 감정은 상호 구성적이다(249). 대상이 없으면 감정도 없는 것이다. 소사는 대상 없이 일어나는 감정은 엄밀한 의미에서 ‘관계적이지 않다’고 말한다. 존재하지 않는 것과 관계를 맺을 수 없기 때문이다. 대신 대상이 나 자신과 유사할수록 감정의 밀도와 공감대가 높아진다.

이는 너스바움(2015)의 주장과도 일맥상통한다. 그녀는 동정심이 고통의 당사자와 그것을 보는 자 간의 연결을 기반으로 한다고 주장했다. 동정심에 관한 그녀의 분석을 인용하면 다음과 같다.

“동정심은 고통을 겪는 사람과 이에 공감하는 사람을 연결시키는데, 자신도 유사한 상황에 처할 수 있으며 취약한 존재라고 여기기 때문이다. 동정심이 지닌 가장 큰 힘 중의 하나는 상대방을 취약성이라는 특징을 공유하는 공동체의 구성원으로 바라보게 하는 것이다. 이런 유사성에 대한 사고는 타인의 입장에서 생각하는 상상을 통한 감정이입행위를 통해 강화된다(101).”

하지만 빈곤 포르노그래피에서 기부를 유발하는 감정이 동정심 또는 죄책감이라면, 생리대 빈곤 포르노그래피의 그것은 또 다른 감정적 맥락을 갖고 있다. 전자가 동정심을 심층감정으로 한다면 후자는 동정심과 함께 수치심과 혐오도 동반한다. 생리혈을 보이지 않게 은폐해야한다는 사회적 규범을 지키고 싶어도 지킬 수 없거나, 지키지 못하는 자에 대한 수치심의 공유가 그 안에 있다. 마치 공공장소에서 나체 여성을 발견했을 때 옷을 덮어줌으로써 ‘당사자의 수치심’과 ‘보는 자의 수치심’을 가리는 마음과 비슷한 것이다. 생리대가 없어서 생리혈을 보이는 것은 규범을 어긴 것이므로 수치스러운 것이다. 이때 감정이 사회적 규범으로부터 비롯된다는 논리가 성립된다.

생리대 빈곤 포르노그래피는 나아가 생리혈을 공적 장소에서 보일 수 밖에 없는 자에 대한 잠재적인 혐오의 감정을 통해 기부를 유발한다. 기부자는 돈을

주어 생리대를 사서 생리혈을 감춤으로써 ‘더러운 것을 보이지 않게 하라’는 사회적 명령을 실천하는데 동참하는 도덕적 감정을 느낀다. 기부를 유발하는 감정은 ‘마땅히 가려야 할 것을 가리지 못하는 자’에 대한 수치심의 공유이며, ‘은폐해야 할 것을 은폐하지 못하는 자’에 대한 혐오를 가리고 싶어하는 마음이다.

그러면 여성의 생리와 생리대가 왜 혐오를 자극하는 것으로 보이는가. 너스바움의 분석에 따르면 혐오는 “인간의 동물성을 숨기고 우리 자신의 동물성을 꺼려할 때 드러나는 유한성에서 벗어나고자 하는 감정”이다(170). 즉, 인간이 동물임을 깨닫게 하는 분비물과 행동은 인간의 동물성, 유한성, 부분성 등을 거듭 확인시키므로 외면하거나 제거해버리고 싶은 감정을 유발한다. 이 때 혐오는 한 사회를 유지하기 위해 사회 구성원 간의 공유된 도덕성을 바탕으로 한다. 다시 말하면, 한 사회는 공통적으로 그 사회를 유지하기 위해 필요한 도덕적, 사회적 규범이 있는데 그것을 지키지 못하는 자를 혐오하고 배척함으로써 그 사회의 도덕적 가치를 지킨다. 너스바움은 여성의 몸이 혐오의 대상이 되는 맥락을 다음과 같이 설명한다.

“혐오가 담고 있는 관념적 내용은 역겨워 보이는 물질을 섭취함으로써 당신이 저열하거나 오염될 수 있다는 생각이다. 혐오의 대상은 광범위하지만 초점은 동물과 그것의 부산물에 맞춰져 있다....실제로 특정 집단을 겨냥해 투영되는 혐오의 가장 대표적인 대상은 여성의 몸이다. 여성차별적 혐오는 이런 형태의 투영이 거의 모든 사회에서 변화없이 나타나는지 설명해주는 경험적 출발점이 된다. 여성은 출산을 하기 때문에 동물적 삶의 연속성, 몸의 유한성과 밀접하게 연관된다....여러 문화권과 역사 속에서 여성은 오물과 더러움, 유혹하는 혐오의 원천으로 표현돼 왔으며 어떻게든 접근하지 못하게 하고 응징해야하는 존재로 여겨져 왔다. 성교, 출산, 생리를 둘러싼 금기는 모두 너무 육체적인 것, 신체 분비물을 너무 많이 간직하고 있는 것을 피하려는 욕구를 표현한다(169-226).”

이 분석에 따르면 생리하고 출산하는 여성의 몸은 인간의 동물성을 확인시켜주므로 혐오의 대상이며 인체의 분비물인 생리혈 역시 혐오스러운 것이다. 생리혈은 마땅히 숨기고 가려야 하는 것이고 그것을 은폐하지 못하는 자는 소외당한다.

수치심은 또 어떤 감정적 맥락을 갖고 있는가. 수치심은 인간이 전지전능하고 완전하고 싶어 하면서도 인간적인 한계로 인해 그것을 달성하지 못하거나 실패할 때 느끼는 고통스러운 감정이다. 다시 너스바움의 분석을 인용해 보겠다.

“모든 인간은 대부분의 시간을 ‘정상’으로 보이려고 노력하지만 ‘비정상적인 악함’을 드러낼 때 얼굴을 붉히고 자신을 감추며 회피한다. 수치심은 이런 악점이 노출됐을 때 생기는 고통스러운 감정이다....모든 사회는 혐오와 마찬가지로 수치심을 통해 특정한 집단과 개인을 선택하고, 그들을 ‘비정상’으로 구별하며 자신이 무엇인지 누구인지에 대해 부끄러워하게 한다. 다른 사람과 달라 보이는 사람들은 수치심을 얼굴에 달고 다닌다. 말하자면, 정상인과 함께 있을 때 부끄러움을 보여야 한다고 날마다 사회적으로 학습되는 것이다(318-320).”

그녀의 분석에 따르면 수치심 역시 혐오와 마찬가지로 인간의 불완전성, 유한성, 나아가 동물성을 깨달을 때 생기는 윤리적 감정이다. 이처럼 수치심과 혐오는 유사한 감정의 맥락에서 만난다. 동정심이 공동체 구성원이라는 사회적 관계의 연결을 전제로 한 수평적 감정이라면 수치심과 혐오는 그 사회의 공동체적 사회규범을 지키지 못하는 자의 열등과 무능력을 전제로 한 수직적, 멸시적 감정이라고 할 수 있다. 문제는 여성 생리에 대한 수치와 혐오의 이미지가 재생산돼 생리하는 여성에 대한 낙인 이미지를 영속한다는 데 있다. 앞서 언급한 ‘소녀와 오두막’ 후원광고에서도 소녀는 생리하는 기간 동안 오두막에 숨어 있어야 한다. 생리하는 여성에게 ‘더럽다’는 낙인을 찍은 사회에 살고 있기 때문이다. 소녀는 생리혈을 은폐해야 학교에 갈 수 있다.

사실 필요한 것은 여성 생리를 혐오스러운 것으로 규정하고 그것에 낙인을 찍은 사회적 규범에 대한 도전이다. 현실세계에서는 생리축제, 대안생리대 운동, 일회용 생리대 건강영향조사 등 여성 생리에 대해 부정적인 사회규범에 균열을 가하고 새로운 문화를 만들기 위한 노력이 진행되고 있다. 그럼에도 불구하고 현재의 후원 광고는 기존의 가부장적인 시선 속에서 여성 생리에 대한 부정적 인식을 유지한 채 여성 피해자 이미지를 지속적으로 유통하고 있는 것이다.

3. 자본주의 사회의 무능력한 소비자

생리대 빈곤 포르노그래피는 기존의 빈곤 포르노그래피와 달리 ‘소비’의 문제와도 얽혀 있다. 기존의 빈곤 포르노그래피의 피해자 이미지는 전형적이었고 소비자 이미지로 치환되기 어려웠다. 설명하면 질병, 재난, 극단의 빈곤, 위험한 주거환경, 범죄 위험, 식수위생, 교육 등은 개인의 힘으로 바꾸기 어렵고 국가 인프라 개선을 통해 향상될 수 있는 사안이기에 이때 피해자는 100% 피해자였다. 그리고 그것은 ‘빈곤 국가=빈곤 피해자’로 동일시되었다.

하지만 생리대 빈곤 포르노그래피에서 피해자는 “생리대 살 돈만 있으면” 이 고통과 수치에서 벗어날 수 있는 ‘소비자적 피해자’로 묘사된다. 생리를 숨길 수 있으면 학교 등 공적 공간을 자유롭게 확보할 수 있는데도 생리대 살 돈이 없어 숨어 있어야 하는 무능력한 소비자로 그려지는 것이다. 그리고 생리대 대용품으로 사용하는 낡고 더러운 천조각, 스펀지, 지푸라기 등을 비추면서 생리하는 여성의 원시성을 생리대라는 문명과 근대성의 차원으로 끌어올리라는 무언의 압력을 가한다. 광고를 보는 시청자는 이렇게 느낄 수 있다. “문제의 해결은 간단하다. 생리대만 살 수 있으면 된다.” 1년 중 생리기간동안 내내 오두막에서 보내야하는 소녀들을 양지로 이끌기 위해서는 생리대를 사 주면 된다는 쉽고 간단한 논리가 후원광고의 이미지와 스토리텔링을 통해 완성된다. 생리대 이슈의 기저에 있는 여성 생리에 대한 부정적 인식, 생리에 수치심과 혐오를 가르치는 사회적 규범에 대한 문제제기, 그에 대한 사회적 해결방안보다 당장 생리하는 모습을 가리는 것이 소녀를 위한 길이라는 것이 되는 것이다.

소녀는 ‘돈이 없어서’ 사회 규범을 따르지 못해 낙오한 것이니 생리대를 사서 사회 규범을 따르도록 지원해줘야 한다는 암묵적 동의가 기획자와 시청자간에 이뤄진다. 이것은 생리대 제조회사들이 광고에서 일회용 생리대 사용으로 자유를 얻으라고 말하는 것과 거의 동일한 논리적 구성이다. 다른 빈곤 후원광고는 당사자의 배고픔, 질병, 박탈 같은 ‘고통’에 초점을 맞추므로써 기부를 유발하고 있다. 반면, 생리대 후원광고는 마땅히 소비해야 할 생리대를 ‘구매’하지 못하는 불쌍하고 무기력한 소녀 이미지를 심어줌으로써 빈곤 여성들이 소비사회에서 생리대조차 살 수 없는 무능력한 존재임을 무의식적으로 각인시킨다.

여성에게 있어 생리대는 일상생활을 영위하는데 반드시 필요한 필수품이다.¹¹⁾ 하지만 이렇게 생리대만 꼭 짊어서 후원을 광고하는 것은 빈곤 여성청소년을 그저 ‘생리하는 존재’로 보이게만 만들 우려가 크다. 그녀를 차우파디로 내모는 공동체, 부모와 학교, 전통이라는 이름으로 여성을 얹어매는 학대적 관습, 정부의 무관심, 매년 가격을 인상하는 생리대 제조회사, 생리 문제를 외면하는 사회 등에 대한 문제제기와 해결에 대한 모색 없이는 빈곤 여성청소년들이 생리 때마다 ‘사라지는’ 현상은 계속될 수 밖에 없다.

11) 영국 영화감독 켄 로치가 감독한 영화 ‘나, 다니엘 블레이크’(I, Daniel Blake, 2016)에는 가난한 한부모 여성이 슈퍼마켓에서 일회용 생리대와 면도기 등을 훔치다 발각된 뒤 수치심을 느끼고, 운동화가 찢어져서 학교에서 놀림받은 딸의 얘기를 듣고 성매매에 나서는 장면이 있다. 이 영화에서 생리대, 운동화 등은 인간이 인간답게 살기 위해 필요한 필수품의 은유이며 이걸 마련하지 못해 극단적 상황에 몰리는 빈곤층의 이야기가 담겨 있다.

4. 나가며

지금까지 구호단체들의 빈곤 구호모금 광고가 구호대상들의 고통과 결핍을 과장되게 전시함으로써 빈곤 포르노그래피라 비판받는 맥락 속에서, 한국의 ‘깎창 생리대’ 이미지와 스토리텔링이 개도국 빈곤 여성청소년의 결핍과 소외를 극대화한 ‘생리대 포르노그래피’로 확대 재생산되고 있는 맥락을 살펴보았다. 지난 2016년 생리대 제조회사들의 가격인상을 즈음해 불거진 ‘깎창 생리대 사건’은 사건의 당사자를 찾을 수 없는 일종의 빈곤 스토리텔링이었다. 이것이 후원광고 소재를 찾고 있던 국내 구호단체들의 필요와 만나 한국보다 더 가부장적이고 가난한 개도국 빈곤 여성청소년을 위한 생리대 후원광고로 변주되었다. 광고에서 소녀들이 생리기간동안 오두막에 갇혀 있어야 하는 이유와 답은 아주 간단하다. 이유는 “생리하는 모습을 사람들에게 보여줘서는 안 되는 전통 때문”이며 답은 “생리대를 사서 생리하는 모습을 가리면 된다”. 왜 생리하는 여성을 더럽게 여기고 격리시키는지에 대한 사회적 물음은 생략되었다.

기존의 빈곤 포르노그래피와 생리대 빈곤 포르노그래피는 가난한 이들의 필요(needs)를 중심으로, 열등성의 서사를 통해 전개된다는 공통점을 갖는다. 또 그들의 고통을 해당 사회의 역사적, 사회적 맥락에서 푼 떼어내 탈맥락적으로, 자의적이고 선정적으로 전시한다는 점도 같다. 이미지 대상을 무능력하고 열등하게 만들 뿐 아니라 낙인찍고 배제할 우려가 있다는 것도 공통적이다.

한편, 기존 빈곤 포르노그래피와 생리대 빈곤 포르노그래피는 감정적 맥락에서 동정심이라는 동일점도 갖지만, 차이점도 지닌다. 감정이 해당 사회의 규범과 가치체계를 바탕으로 형성되는 것이라는 전제 하에 본다면, 전자와 후자 모두 동정, 연민의 감정을 토대로 한다. 하지만 전자가 곤경에 빠진 인간과 내가 같은 ‘인간’이라는 유대감과 동정심, 연민, 죄책감의 감정을 통해 기부를 유발한다면, 후자는 생리를 둘러싼 수치심의 공유, 그리고 생리하는 여성의 동물성에 대한 혐오라는 감정적 맥락이 더해져 있다는 점에서 차이가 있다. 또 생리대 빈곤 포르노그래피는 빈곤 여성에게 자본주의 사회에서 무능력한 소비자 이미지도 덧씌운다. 그것은 여성 생리에 대해 부정적인 사회규범, 여성에 대한 가부장적 혐오, 여성과 자연을 동일시하며 폄하하고 멸시하는 사회적 통념이 반영된 거울과 같다.

생리대 빈곤 포르노그래피의 문제점은 첫째, 개도국 빈곤 여성청소년에게 생리 은폐 도구를 주어야 한다는데 관심을 집중시킴으로써 여성의 생리 사건을 개인적 사건으로 만들고 생리에 대해 부정적인 사회 규범과 가치체계를 은

폐한다. 둘째, 생리하는 여성을 환자와 마찬가지로 무기력한 존재로 묘사함으로써 여성에 대한 가부장적이고 부정적인 인식을 유지시킬 우려가 있다. 셋째, 여성 생리, 나아가 여성 건강 문제를 개인적으로 처리해야할 사적인 영역에 국한시킬 우려가 있다. 넷째, 구호대상에게 자본주의 사회의 무능력한 소비자 이미지를 덧씌운다. 기존의 빈곤 포르노그래피에서 피해자는 질병, 재난, 극단의 빈곤, 위험한 주거환경, 범죄 위험, 식수위생, 교육 등의 혜택을 받지 못한 피해자였지, 소비자로 치환될 수는 없었다. 하지만 생리대 후원광고에서 빈곤 여성청소년은 자본주의 사회에서 무능력한 소비자 이미지로 치환되고 있다. 시청자는 광고 속 소녀가 사용하는 낡고 더러운 천조각, 스폰지, 지푸라기 등으로 암시되는 여성의 원시성, 동물성을 생리대라는 문명과 근대성의 차원으로 끌어올려야하는 무언의 압박을 받는다.

한편, 연구의 한계는 생리대 후원광고의 이미지와 감정을 분석하다보니 막상 소녀들의 ‘말(speech)’을 듣지 못했다는 데 있다. 앞서 분석했다시피 발화자/기획자와 대상 간에는 힘의 불균형이 전제돼 있다. 대상이 말을 할 수 없다는 것이 아니라, 말을 한다고 해도 발화행위가 제대로 이뤄지지 않는다는 것이다. 발화행위를 통해 의도한 바가 제대로 전달되지 않으며, 의도한 결과를 달성하기도 어렵다. 그래서 힘없는 자는 침묵하기 쉽다. 말을 해봤자 아무도 들어주지 않을 것이고, 사실이 그렇지 않다고 주장해봤자 소용없을 것으로 생각하기 때문이다. 생리대 빈곤 포르노그래피의 대상인 빈곤 여성청소년이 ‘말하고’ 그 발화행위를 왜곡되지 않게 제대로 이해하고 그 말이 의도를 달성하도록 지원하는 작업이 필요할 것으로 생각한다.

참고문헌

- 김주아·현은자(2019). “국내 비영리단체 후원모금 광고영상에 나타난 아동청소년의 특징과 낙인”. 한국콘텐츠학회논문지. 제19권 제2호. 424-437.
- 노지은(2018). “아시아 여성들의 월경 관리 사례 연구: 생리대 선택을 중심으로”. 한국여성학. 제34권 제2호. 143-178.
- 너스바움, 마사(2015). 혐오와 수치심: 인간다움을 파괴하는 감정들. 조계원(역). 민음사. (Nussbaum, Martha C., *Hiding from Humanity: Disgust, Shame, and the Law*, Princeton University Press, 2006).
- 박은자·배정은(2019). “남녀 청소년의 월경 경험과 인식”. 제6회 여성건강연구 심포지엄. 질병관리본부·국립보건연구원.
- 박현영(2019). “한국 여성의 월경 현황”. 제6회 여성건강연구 심포지엄. 질병관리본부·국립보건연구원.
- 서주희·김만구(2017). “생리대에서 방출되는 VOCs 방출시험조건 확립”. 한국분석과학회 학술대회 자료집. 269.
- 서주희·나소영·김만구(2017). “시판중인 생리대에서 방출되는 VOCs의 농도 실태조사”. 한국분석과학회 학술대회 자료집. 270.
- 손민정·이승조(2016). “국제 기아돕기 메시지의 전달에서 죄책감의 효과 발현을 매개하는 요인에 관한 탐색적 연구”. 언론과학연구. 제16권 1호. 96-122.
- 이광재(2018). “비영리단체의 모금 광고의 효과: 광고에 대한 태도와 사회적 거리감 그리고 브랜드에 대한 태도가 기부의도에 미치는 영향”. 한국사회복지행정학. 제20권 2호. 205-232.
- 이민영·윤민화(2015). “비영리조직 모금실무자의 윤리적 갈등에 관한 질적 연구”. 한국사회복지행정학. 17권 제2호. 247-275.
- 이영주(2018). “생리대와 월경하는 여성의 몸: 1960년대 중반-1980년대를 중심으로”. 한국과학기술학회 학술대회 자료집. 84-94.
- 정연보(2019). “월경과 몸의 혐오에 대한 도전-다큐멘터리 피의 연대기 분석을 중심으로”. 아시아여성연구. 제58권 2호. 133-166.
- 조현희 외(2018). 일회용 생리대의 건강영향 예비조사. 가톨릭대 산학협력단.
- 티트머스, 리처드 저, 앤 오클리·존 애슈턴 역음(2019). 선물관계: 인간의 혈액에서 사회정책까지. 김윤태·윤태호·정백금(역). 이학사. Titmuss, Richard M., *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*, (ed. Oakley, A. & Ashton, J.). The New Press. 1997.

- Park, S. & Chung, C. (2018). Health behaviors related to endocrine-disrupting chemicals and the associated factors of adolescent Korean girls. *Women & Health*. 58(8). 915-929.
- Calain, Philippe (2013). Ethics and images of suffering bodies in humanitarian medicine. *Social Science & Medicine*. 98. 278-285.
- Runswick, K. C. & Goodley D. (2015). DisPovertyPorn: Benefits Street and the dis/ability paradox. *Disability & Society*. 30(4). 645-649. DOI: 10.1080/09687599.2015.1008294.
- Clissold, M. L. (2010). ‘Pornography of Poverty’: An anthropological perspective into humanitarian fundraising campaigns. MA dissertation thesis. Dept. of Social Anthropology of Development. University of London.
- Kaundal, M. & Thakur B. (2014). A Dialogue on Menstrual Taboo, *Indian Journal of Community Health*. 26(2). 192-195.
- Langton, R. (1993). Speech Acts and Unspeakable Acts. *Philosophy & Public Affairs*. 22(4). 293-330.
- Lazarus, R. (2003). “From Appraisal: The Minimal Cognitive Prerequisites of Emotion,” in *What Is An Emotion?* ed. Solomon, R. C. Now York. Oxford: Oxford University Press.
- Solomon, Robert. C. (2003). “From Emotions and Choice.” in *What Is An Emotion?* ed. Solomon, R. C. Now York, Oxford: Oxford University Press.
- Calhoun, Cheshire (2003). “Cognitive Emotions?”. in *What Is An Emotion?* ed. Solomon, R. C. Now York, Oxford: Oxford University Press.
- De Sousa, Ronald (2003). “From The Rationality of Emotion,” in *What Is An Emotion?* ed. Solomon, R. C. Now York, Oxford: Oxford University Press.
- Nussbaum, Martha (2003). “Emotions as Judgements of Value and Imptorance in *What Is An Emotion?* ed. Solomon, R. C. Now York, Oxford: Oxford University Press.
- 국민일보(2016. 5. 26). “생리대 살 돈 없어 신발 깔창, 휴지로 버터내는 소녀들의 눈물”.

- <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=oo10647728>.에서 2020.1.20 인출.
- 뉴시스(2017.9.15). “정의당, 생리대 안전성 역학조사를 위한 청원 제출”.
<http://news.joins.com/article/21939536>에서 2019. 11.3 인출.
- SBS뉴스(2017.9.4). “여성환경연대 검출시험 생리대 10종 제품명 공개.”
http://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1004377875에서 2019.11.13 인출.
- 서울경제신문(2019.2.4.). “네팔의 여성 생리기간 격리 ‘차우파디’ 관습...21세 여성 또 숨져”.
- 한겨레 신문(2016. 5. 29.). “생리대 살 돈 없어요...말할 수 없었던 고백”.
<http://www.hani.co.kr/arti/society/women/745923.html>.에서 2020.1.20 인출.
- 한국일보(2019.12.12). “대역써서 최대한 불쌍하게...자선단체 ‘빈곤 마케팅’”.
<http://hankookilbo.com/News/Read/201912111215738693?did/>에서 2020.1.22 인출.
- 한국여성민우회(2017.11.30) 보도자료. “정부의 생리대 건강영향조사 결정을 환영한다.”
www.sedaily.com/NewsView/1VF6K41X43.에서 2020.1.21 인출.
- 청와대 국민청원. “발암물질 생리대 즉각 단속하고 대안 마련에 힘써주세요.”(2017년 9월18일~2017년 10월18일, 참여인원 8,030명)
<https://www1.president.go.kr/petitions/14705>에서 2019.10.4 인출
- 청와대 국민청원. “한국 여성들은 돈이 없으면 깔창 생리대를 쓰고, 돈 있으면 발암물질 생리대를 써야 하는가”(2017년 9월23일-10월23일. 참여인원 2,159명)
<https://www1.president.go.kr/petitions/16370>에서 2019.10.4 인출.

Abstract

Another Poverty Pornography: Girls and Disposable Sanitary Pads

Yanghee KIM*

This study explores how ‘poverty pornography’, the adverse effects of aid campaigns by non profit aid organizations, was expanded to disposable sanitary pads aid campaigns. And it discusses sameness and differences between two campaigns in terms of emotional contexts. The Korean ‘shoe pads case’ was shocking as a kind of poverty storytelling when the sanitary pads manufactures announced price increase in 2016. This was met with NGOs’ needs for new aid subjects, and made as sanitary pads aid campaigns for vulnerable girls in patriarchal developing countries. Such campaigns display girls’ suffering on a-contextual, a-historical, arbitrary and exaggerated contexts like conventional poverty pornography. It stigmatized the girls as powerless and inferior, so it can be called as ‘sanitary pad poverty pornography’. However, it had different emotional contexts than conventional ones. the latter evoked sympathy, compassion, and guilty feeling to the viewers, the former ones based on the feeling of shame and disgust. Shame came from sharing of it between who could not conceal the menstruation blood and who had to witness it. Disgust came from animal nature of women who had menstruation regularly. In that point, the emotional basement of sanitary pad poverty pornography was not only shame and disgust, but also social norms and value against women’s menstruation. Because emotion comes from thought, and thought is based on social norms and value in a society. Sanitary pad poverty pornography is challenging, first, because it makes women’s menstruation as a-historical and a-contextual cases, and conceals adverse social norms and value against women’s menstruation. Second, it depicts women as powerless and helpless ‘menstruating being’. It might contribute to perpetuate negative and patriarchal social norms against women. Third, it will limit women’s health issues within only private matters. Lastly, it adds ‘helpless consumer’ image on the stereotypes of victim images.

Keywords : poverty pornography, menstruation, disposable sanitary pads, aid campaigns, shame, disgust

* Associate Research Fellow, Health Insurance Institute, NHIS