

레이싱 모델 폐지에 관한 현대인의 감정 탐색

정상필

단국대학교 체육대학원 대학원생

Exploration on Modern People's Emotion regarding Abolition of Racing Model

Sang-Pil Jung

Ph.D. Student, Department of Physical Education, Graduate School of Dankook University

요 약 본 연구는 2018년 2월 F1의 레이싱 모델 제도 폐지 발표에 대한 현대인의 감정을 탐색하는 데 목적이 있었다. 이를 위하여 댓글 저널리즘을 바탕으로 레이싱 모델 제도 폐지와 관련된 블로그 15건, 카페 글 10건, 유튜브 영상 1건, 그리고 이 세 온라인 콘텐츠에 달린 429개의 댓글에 대한 해석적 텍스트 분석을 하였다. 레이싱 모델 제도 폐지에 대한 댓글 분석 결과로써 가장 높은 빈도를 기록한 범주는 반 페미니즘 정서이며, 이는 다시 페미니스트/여성에 대한 혐오, 페미니즘 비판, 여성의 적은 여성이라는 관념의 재확인 등으로 세분되었다. 이 외에도 직업을 박탈당한 레이싱 모델들에 대한 동정 정서, 유사업종에 대한 형평성 요구, 남녀의 공간적 분리, 레이싱 모델 폐지 찬성 담론 등이 발견되었다. 이와 같은 결과는 레이싱 모델에 대한 사회적 이미지가 기존 여권주의에서 근거하고 있는 성 상품화의 개념을 벗어나 보다 개방된 직업으로서 인정받고 있다는 현대인의 감정을 보여주고 있으며, 이를 통해 레이싱 모델이 성 상품화가 아닌 보통의 직업으로서 존중받을 수 있는 계기가 되기를 기대한다.

주제어 : 레이싱 모델, 그리드 걸, 페미니즘, 성 상품화, 댓글 저널리즘

Abstract The purpose of the study was to explore modern people's emotion regarding sex commercialization related to the abolition of grid girl. To collect data, based on 'reply journalism', this study collected 15 blogs, 10 online cafe contents, 1 youtube video clip, and 364 replies associated with the three online contents. To analyze the data, interpretive text analysis was utilized and the following results were obtained. As results, the analysis on the replies shows that the most strong emotion of the modern people regarding the abolition of grid girl is anti-feminism that includes hatred toward feminists and even females, criticism on feminism, and notion of 'women's enemy is women themselves'. In addition, sympathy toward racing models who lost their jobs, requirement of same abolition to the people with similar occupations, spatial separation between men and women, and consent on the abolition of racing models were found. Unlike the feminists' emotion regarding sex commercialization and racing models, modern people's emotion was different from them. Rather, ordinary people have doubted and even criticized on the rationales of feminism. Unlike feminists' notion about sex commercialization of racing models, these results imply that social image of racing models has changed and wish their position is respected as an ordinary occupation, without issues of sex commercialization.

Key Words : Racing model, grid girl, feminism, sex commercialization, reply journalism

*Corresponding Author : Sang-Pil Jung(ceo@tenis.co.kr)

Received October 22, 2020

Accepted November 20, 2020

Revised November 5, 2020

Published November 28, 2020

1. 서론

성추행과 성폭행 피해 폭로 캠페인 '미투(me too) 운동'이 전 세계를 휩쓸던 2018년 2월 1일, 세계 최대 자동차경주대회 포뮬러1(F1)은 성명을 통해 2018년 3월 시즌의 첫 경기인 호주 멜버른 그랑프리를 시작으로 그리드 걸(Grid girl)을 경기장에서 퇴출한다고 발표했다. 그리드 걸은 경기 스폰서의 로고가 인쇄된 유니폼을 입고 선수와 함께 입장하고 대회 출발선인 '그리드(Grid)' 위에서 홍보역할을 하는 여성을 말하며, 우리나라에서는 레이싱 걸 혹은 레이싱 모델로 알려져 있다[1]. F1은 그리드 걸을 퇴출하며 "그리드 걸 관행은 수십 년 동안 F1의 필수요소라고 여겨졌지만, 우리는 이런 관습이 우리가 추구하는 F1의 가치와 맞지 않으며, 현대 규범에도 맞지 않는다"라는 이유를 들었다. 실제로 그리드 걸(이하 레이싱 모델)은 노출이 많은 의상을 입고 등장하여 여권주의자로부터 여성의 성을 상품화한다는 비판을 받아왔으며, F1의 결정은 미투 운동이 적지 않은 영향을 준 것으로 알려져 있다[2].

성 상품화란 남자의 성을 떠나 인간의 성을 이용하여 금전적 이윤을 추구하는 행위로서 성 그 자체나 성과 관련된 것을 판매하는 행위, 그리고 특정 제품에 성적 이미지를 부여해 판매를 촉진하는 행위 등을 말한다. 스포츠에서는 성 상품화 논란이 주로 여성 운동선수와 관련되어 제기되어 왔는데, 예를 들어 2003년 미국 여자축구는 흥행 부진에 대한 조직적 차원의 대안을 궁리한 끝에 유니폼을 섹시하게 만들자는 의견을 논의하였고, 2004년 초 FIFA의 Sepp Blatter 회장도 한 공식 석상에서 여자축구의 활성화를 위해 선수들이 섹시한 유니폼을 입을 필요성이 있다는 발언을 해 논란을 일으킨 바 있다[3]. 미국 LPGA에서도 갤러리 동원과 시청률 제고를 위해서는 선수들이 더욱 섹시해져야 한다는 권고사항을 발표했고, 실제로 선수들의 복장이 다소 짧아지기도 했다[4]. 이렇듯 스포츠 내 성 상품화는 여성 운동선수를 중심으로 진행되어 왔으며, 남성이 지배하는 스포츠 세계에서 여성 스포츠의 존립과 생존을 위한 공여지책으로 오랫동안 이어져 온 사회적 관행으로 이해할 수 있다.

학계에서는 여자 운동선수의 성 상품화에 대해 여성 운동선수의 유니폼과 보도 사진에 대한 여권주의의 관점의 연구가 주로 이루어져 왔다. 먼저, 김지선, 이근모, 김준[4]은 여성 스포츠 유니폼의 트렌드와 성 상품화 현상의 관계를 분석한 결과, 스포츠 유니폼 트렌드의 가장 큰 특징으로 복장 규정 변화에 따른 여성 선수들의 경기 중 노

출빈도가 증가한 점을 발견하였고, 비록 여성 스포츠의 생존을 위한 고육책과 성 상품화의 논란이 있었지만, 사회 변화에 따른 자연스러운 현상으로 인식되고 있다는 결론을 내렸다. 김효진, 최승재, 문서현[5]은 여자 비치발리볼 선수들의 비키니 복장에 대한 관광객들의 인식을 조사한 결과, 관광객들의 부정적 인식과 불가피한 선택이라는 인식이 공존하고 있는 점을 발견하였다. 그러나 김승민, 하용용[6]은 신시대의 표상이었던 운동선수의 유니폼이 현대에선 여성의 성 상품화의 도구로 전락해버린 점을 강력히 비판하였으며, 서경화[7] 또한 여성 운동선수의 밀착형 유니폼에 대한 스포츠팬의 찬반 논란을 정리하며 성 상품화의 갈등요인과 개인적 성향에 따라 다른 응답이 나온다는 결론을 도출하기도 하였다.

한편, 민병현, 우동우[8]의 연구에서는 2012년 런던올림픽 경기 기간 중 종합 일간지와 스포츠신문에 보도된 여자 운동선수의 사진의 제목과 사진이 가지는 성 불평등 및 여성 이미지를 규명한 결과, 성 상품화를 통한 마케팅, 그리고 선정성과 결합한 에로티시즘(eroticism)을 발견하였다. 즉, 언론에 보도된 여성 운동선수의 사진들은 여성 운동선수의 운동 기량보다 특정 신체 부위를 집중하는 사소화(trivialization) 현상을 야기하고, 외모적 특성에 기사의 초점을 맞추어 운동 경기인으로서의 의미를 축소하여 주변화하여 궁극적으로 여성 운동선수의 신체를 성 상품화하고 있다는 결론을 내렸다.

선행연구 고찰에서 발견할 수 있듯이, 한국 사회에서 진행되어 온 성 상품화에 대한 담론을 살펴보면 이중적 관념이 양립한다는 결론에 이르게 된다. 즉, 성을 억압하고 통제하는 전통적이고 보수적인 측면에선 성을 함부로 팔아서는 안 되는 것으로 규정하는 반면, 다른 한편에서는 금전의 추구를 위해 광고와 누드화보 등 인간의 성적 측면을 자극하고 유혹하는 행위를 관대하게 허용한다는 것이다[9, 10]. 이처럼 성과 관련한 보수적이고 전통적인 관점과 자본주의적인 측면이 공존하는 상황에서, 지금까지 여권주의론적 관점은 여성 스포츠인과 관련된 성 상품화를 비판해오고 있었고 레이싱 모델은 다른 스포츠 걸(예, 라운드 걸, 치어리더 등)과 함께 여성의 성을 판매하여 금전적 이득을 얻는 직업으로 묘사되어왔다. 그 결과 F1에서도 레이싱 모델 제도를 검토하는 과정에서 여권주의적 관점과 미투 운동이라는 사회적 기류에 편승하여 급기야 대회 현장에서 퇴출당한 것이다.

본 연구에서는 2018년 2월, F1의 레이싱 모델 폐지 전격 발표와 관련된 기존 여권주의론의 시각에서 벗어나 레이싱 모델 폐지를 바라보는 현대인의 감성과 논리를

탐색하고자 한다. 이러한 노력은 레이싱 모델 제도가 상품화라는 개념적 틀에 갇혀 적지 않은 사회적 논쟁과 당사자의 피해가 목격되고 있는 상황에서 현상에 대한 재해석을 통해 상품화에 대한 개념적 이해의 폭을 넓히는 데 연구목적이 있다.

2. 연구방법

스포츠 걸에 대한 언론보도는 인터넷에서 어렵지 않게 볼 수 있다. 온라인 포털 사이트 메인 페이지에서 관련 뉴스를 볼 수 있으며, 기사의 높은 조회 수와 많은 댓글에서 이 사안에 대한 국민의 관심이 아주 큰지를 알 수 있다. 이처럼 최근 스포츠 걸의 인권에 대한 수많은 이목이 쏠려 있는 보도에 있어 언론의 역할은 중요하다. 언론은 수용자들에게 현실을 알려줄 뿐만 아니라, 판단의 기준을 제시하는 안내자이기 때문이다[11-13].

그렇다면 사회현상에 대한 국민의 여론은 어떻게 확인할 수 있을까? 그 방법 중에는 댓글이 있다. 레이싱 모델과 같이 특정 프레임으로 구성된 양극화 보도에 대한 현대인의 감성도 댓글로 확인이 가능하다.

2.1 댓글 저널리즘

요즘 인터넷 공간에서 일반 독자와 상호작용을 하는 과정에 있어 가장 중요한 역할을 하는 기제가 바로 ‘댓글’이다. 댓글은 매스미디어 저널리즘에 대인 커뮤니케이션이 혼합된 새로운 형태의 공론의 장을 만들어내면서 디지털 저널리즘을 탄생시켰다. 최근에는 ‘댓글 저널리즘’이라는 신조어까지 유행시키며 그 영향력이 커지고 있으며, 특히 기자들이 작성한 기사, 일반인이 업로드 한 블로그, 카페 글 등에 일반 독자들이 자신의 의견을 직접적으로 표출할 수 있는 공간으로 각광 받고 있다[14]. 특히 포털 뉴스의 경우 이용자의 범위가 넓고 남녀노소의 군중이 모인다는 점에서 풍부하고 다양한 의견을 들을 수 있다는 이점이 부각되고 있으며[15], 이에 댓글을 통해 다른 사람들의 인식과 사회 여론의 온도를 감지할 수 있다[14]. 즉, 온라인 뉴스 수용자들은 온라인 콘텐츠에 언제든지 그리고 편안하게 ‘댓글’을 통해 자신의 의견을 제시할 수 있어, 단순히 뉴스를 읽는 것에서 그치지 않고 능동적으로 반응한다는 것이다[16].

그렇다면 뉴스 수용자들이 댓글을 다는 이유는 무엇일까? 이와 관련하여 김정기, 김달환[17]은 댓글 쓰기의 동

기로 의견 제시, 분노 표출, 재미/오락, 관심의 표현, 편리성 추구, 의사 표현, 이타심, 사명감/존재감 등의 요인을 발견하였다. Diakopoulos & Naaman[18]의 연구에서도 온라인 뉴스에 댓글을 쓰고 읽는 것에 대한 동기와 욕구를 분석한 결과 첫째, 다른 사람들에게 정보를 주고, 둘째, 질문에 답을 하고, 셋째, 자신의 경험을 공유하고, 넷째, 부정확한 사실을 바로잡아주는 정보의 측면이 강하다는 점을 밝혀내었다.

이와 같은 댓글 저널리즘의 가정과 실재를 고려할 때 양극화의 성향을 보이는 현대사회의 상품화 논쟁과 레이싱 모델 제도의 폐지에 대한 현대인의 감성을 읽으려는 방법으로 댓글 분석을 선택하였다.

2.2 연구대상 및 자료수집

레이싱 모델 폐지에 대한 국내 첫 기사는 2018년 2월 1일에 보도되었다. 이후 해당 주제에 대한 개인 블로그와 카페에서는 이와 관련된 콘텐츠를 제공하기 시작하였고, 유튜브에서도 이와 관련된 영상이 업로드되기 시작되었다. 본 연구에서는 인터넷 종합 포털사이트 가운데 가장 많은 방문자와 조회 수를 가진 것으로 알려진 N 사이트의 블로그와 카페, 그리고 유튜브에서 키워드 ‘레이싱 모델 폐지’를 검색하여 2018년 2월 1일 이후 업로드된 온라인 콘텐츠를 연구 대상으로 선정하였다. 검색 결과 총 85개의 블로그 콘텐츠와 26개의 카페 글, 2개의 유튜브 영상이 검색되었다. 이후 각 콘텐츠 전수를 분석·검토하여 레이싱 모델 폐지에 대한 내용이 주요 골자이며 연구 자료로서 활용성이 인정되는 콘텐츠를 선별하여 블로그 15건, 카페 글 10건, 유튜브 1건을 분석 대상으로 선정하였다. 이후 해당 콘텐츠에 달린 댓글을 수집하여 유튜브 영상 댓글 364개, 블로그 댓글 30개, 카페 댓글 35개 등 총 429개의 댓글을 수집하여 분석에 사용하였다.

2.3 자료분석 및 자료의 진실성

분석 대상으로 선정된 블로그, 카페, 유튜브의 429개 댓글의 언어적 표현에서 함축되어진 상징체계의 이해와 분석을 위한 미디어 연구의 질적 방법인 해석적 텍스트 분석(interpretive textual analysis)을 시도하였다. 이 방법은 커뮤니케이션 과정에서 언어적으로 표현된 텍스트 의미 파악을 위한 것으로 상징체계의 분석이며 텍스트로 표현되는 보도 관행에 대한 분석이다[19, 20]. 본 연구와 같이 댓글을 분석 대상으로 삼는 연구의 경우에서는, 연구자가 텍스트가 함축하고 나타내는 의미의 요소

를 발견하고 분석하고 여러 가지 가능한 의미 가운데서 특정 의미를 밝혀내는 데 유용하다. 또한, 댓글과 같은 미디어 텍스트가 어떻게 특정 개념의 의미를 포함하고 있고 다른 관념의 의미를 통제하는지를 분석하는 데 적합한 방법으로 미디어 연구에서 사용되고 있다[21].

한편, 자료분석 과정에서 자료의 진실성 확보를 위하여 반복적 구성원 간 검토를 하였다. 즉, 수집된 자료를 분석하는 과정에서 구성원들의 반복적 검토를 통해 분석 결과의 주관성 개입을 발견하고 이를 차단하려는 노력을 기울였다.

3. 연구결과 및 논의

분석 대상으로 선정된 유튜브 영상 댓글 364개, 블로그 댓글 30개, 카페 댓글 35개에 대한 해석적 텍스트 분석을 통한 귀납적 범주화를 실시한 결과 1) 반 페미니즘 정서, 2) 레이싱 모델 동정, 3) 유사업종 전면 폐지 요청, 4) 남녀분리주의, 5) 레이싱 모델 폐지 찬성, 6) 기타 등의 범주가 확인되었으며, 각 범주 내 댓글 빈도는 <표 1>과 같다.

Table 1. Categories of racing models abolition

Categories	Frequency	%
Anti-feminism emotion	162	37.7
- Hatred toward feminists(female)	74	17.2
- Criticism on feminism	52	12.1
- Enemy of women is women	36	8.4
Sympathy on rading models	46	10.7
Abolition of similar jobs	41	9.6
Separatism of man and woman	39	9.1
Agreement on the abolition of racing models	67	15.6
etc	74	17.3

<표 1>에 제시된 바와 같이, 레이싱 모델 폐지에 관한 댓글 범주화 분석 결과, 반 페미니스트 정서가 162건(37.7%)으로 가장 많고, 레이싱 모델 동정론 46건(10.7%), 유사업종 전면 폐지론 41건(9.6%), 남녀 분리주의 39건(9.1%)으로 나타났다. 찬성의 댓글은 67건(15.6%), 기타는 74건(17.3%)으로 조사되었다.

본 연구에서는 각 범주에 해당하는 댓글이 많고 적음에 대한 사실보다, 댓글의 감정, 논리, 그리고 방향 등을 해석적으로 분석하는 데 목적이 있었던 만큼, 각 범주에 해당하는 댓글의 의미와 요소를 살펴보고자 한다.

3.1 반 페미니즘 정서

2018월 2월 1일 보도된 F1의 레이싱 모델 폐지 결정은 국내 레이싱 동호인뿐만 아니라 일반인들에게도 기존 성 상품화와 페미니즘에 대한 인식을 다시금 고민하게 만드는 계기가 된 듯하다. 무엇보다도 기존 학계에서 강조해온 성 상품화에 대해 이번 사례로 인한 대중의 감정은 정반대의 방향으로 형성되는 경향을 발견할 수 있었으며, 특히 반 페미니즘 정서가 강하게 표출되었다. 반 페미니즘 정서는 또다시 페미니스트(여성) 혐오, 페미니즘에 대한 비판과 반박, ‘여성의 적은 여성’ 범주로 구체화하였다.

먼저, 페미니스트 혐오 정서는 전체 댓글의 17.2%를 차지함으로써 댓글 범주 중 가장 높은 빈도를 보였다. 구체적으로 페미니스트를 ‘열등감,’ ‘추방하고 싶은 대상,’ ‘딴 사람에게 피해 주는 사람들,’ ‘현실을 못 보는 사람들’ 등으로 비판하며 혐오하는 감정을 드러내었다.

보기 싫은 거지. 자기가 가질 수 없는 몸매와 외모 때문에 불편하니깐 성 상품화를 핑계로 내세울 뿐이지.

생물학적으로 보면 암컷은 수컷한테 구애받고 수컷을 골라서 짝짓기하는 게 일반적인데 그렇지 못한 상황이 되니까 자기보다 우월한 타 여성들이 불편한 거지.

여성 스스로가 당당한 직업을 여성 스스로가 없애는 것이 페미니스트가 할 일인가? 왜 과거에는 여성들이 할 수 있는 일을 늘려왔는데 현재는 줄여가는 거지? 과거로 퇴행하고 싶다는 건가?

페미니스트 혐오 정서는 페미니스트를 외모에서 발생하는 열등감으로 인해 성 상품화를 빌미로 우월한 여성에게 피해를 주는 존재, 나아가 남성의 성 상품화에는 무감각한 존재, 여성의 직업을 오히려 소멸시키는 존재 등으로 인식하고 있었다. 한편, 페미니즘에 대한 비판과 반박의 감성으로 ‘성 상품화가 나쁘다’는 의식에 대한 회의적 의견부터 성 상품화를 현대사회의 일반적 현상으로 봐야 한다는 의견이 확인되었다.

[성] 상품화가 나쁜 건가? 현실을 좀 직시하자. 상품화가 나쁜 게 아니다. 다 필요해서 생긴 거지. 이런 걸 억지로 없애려고 하면 반작용이 더 심하다.

성 상품화가 뭐야 도대체. 성매매까진 그래 알겠고 윤

리적 도덕적으로 그러면 안 된다는 건 나 또한 이해함. 근데 성 상품화? 매력 있는 사람들 매력적으로 보고 그걸 자본주의사회에서 기업들이 이미지로 이용하고 지급하는 비용을 성 상품화라 하는 건가?

자유주의에 맞지 않는 행동인 듯. 레이싱 모델이든 치어리더든 관련 물건을 소비자들이 남성층이니 남성에게 어필할 수 있는 모델을 쓰는 건 당연하다고 봄. 또한 그걸 성 상품화라고 단정하고 폐지하면 하나의 프로모션 활동을 배제하는 건데 이게 21세기에 적합한지는 모르겠음.

여권주의가 정의하는 성 상품화에 대한 개념적 의구심에 더해, 미투 운동과 연관된 여론론자들의 사회운동, 그리고 그 결과 초래된 F1 레이싱 모델 폐지의 당위성에 대해 반박하는 논리가 빈번히 발견되었다. 미투 운동이란 강제적 억압에 대한 여성의 저항운동으로서 강제적 성 상품화, 혹은 여성성에 대한 강제성에 대한 저항이 근본적 개념인데, 레이싱 모델이라는 직업 자체의 경우 직업 선택 단계에서부터 어느 정도 노출에 대한 충분한 인식과 문화를 받아들이고 해당 직업인으로 시작한 것이어서 강제성에 대한 저항운동인 미투 운동과는 다른 성격이라는 지적이 많았다.

미투 운동의 논점은 강압적으로 당하는 겁니다. 레이싱 걸은 레이싱 걸들이 하고 싶어서 하는 거고 강압적으로 하는 게 아닙니다. 앞으로 우리 사회가 추구하고 지향하는 방침이 이 사회에서 강압성을 없애는 것입니다.

근데 레이싱 걸이 강제로 하는 직업인가? 레이싱 걸은 직업이 나왔을 때부터 노출 있는 옷을 입고 일하는 거라고 다들 인식해왔고 지금 현역으로 일하는 사람들도 다 알고 일하는 건데 왜 이게 강제적인 거지?

한편, 레이싱 모델의 퇴출이 여권운동과 미투 운동의 영향으로 인식되자 여권운동이 여성의 직업권을 박탈한 것 아니냐는 의견도 설득력을 얻고 있다. 이는 소위 '여적여'(여성의 적은 여성)란 신조어의 뜻과 일치하며 여권운동의 과도한 행보에 대한 비판으로 이어졌다.

미인박명이란 말이 괜히 있는 게 아니다. 미인은 언제나 시기의 대상이지. 폐미들이 절대로 따라 할 수 없는

아름다움을 가진 그대들의 숙명이로다.

3.2 레이싱 모델 동정의 감정

레이싱 모델이란 직업은 다른 직업과 마찬가지로 준비 기간과 준비과정에 남다른 노력과 심지어 고통이 따르는 직업이다. 행사장에서 모델로서의 역할과 기능이 있고 직업에 대한 자부심을 지닌 직업이지만 여성운동에 근거한 미투 운동으로 인해 F1에서 퇴출당하였다는 소식이 전해지자 이를 접하는 미디어 수용자들의 반응은 그들에 대한 동정심으로 이어졌다.

그래도 저분들은 자신이 직접 저 직업 하려고 노력했고, 그 분야에 관해서 자신이 노력해서 그 직업을 가지고 돈을 벌고 계시는 건데, 자신들이 바로 그분들이 자리를 가질 수 있는 직업을 만들 수 있는 게 아니라면 직업을 없애버리자는 건 너무 안일하고 극단적인 생각이 아닐까 하고 생각이 듭니다.

8년이고 10년이고 15년이고 식단 조절하고 운동도 하루도 안 빼먹은 상태에서 조금이라도 살이 나온다면 다이어트까지 하는, 보통사람들 보기에는 지옥 같이 자기관리를 열심히 해서 남들에게 자신의 노력과 아름다움을 인정받아온 사람들한테까지 피해를 줘고 되는 건가 싶네.

여권운동으로 인한 레이싱 모델의 직업기회 박탈은 여성 인권 향상이라는 대의를 위해 레이싱 모델의 직업인의 권리가 박탈되는 결과를 초래하였다. 여권운동가와 F1에서는 그들에 대한 대안을 마련하지 않은 채 일순간 F1에서 퇴출했고, 레이싱 모델은 직장을 잃었다.

3.3 유사업종도 전면 폐지하라: 불합리성에 대한 역설

레이싱 모델의 노출이 성 상품화로 간주한 뒤 결국 제도 폐지가 결정되자 이에 대한 형평성 문제가 댓글을 통해 제기되었다. 즉, 레이싱 모델의 노출로 인해 성 상품화로 규정되어 폐지된다면 이와 유사한 라운드 걸, 치어리더, 나아가 걸그룹, 모델, 미스코리아, 여자 보디빌더 등도 전면적인 폐지를 하는 것이 형평성에 맞다는 주장이다. 또한 여성뿐만 아니라 남성의 직업 중 노출이 심한 보디빌더, 속옷 모델 등도 전면 폐지를 하는 것이 남녀평등론에 부합한다는 의견을 제시하며 레이싱 모델 퇴출에 대한 불합리성을 역설적으로 항의하는 모습을 보였다.

여성을 성 상품화하는 모든 직업은 사라져야 한다. 여자 아이돌도 없애고 모델도 없애고 피켓 모델, 레이싱 걸, 치어리더, 라운드 걸, 모두 불법으로 지정해야 한다.

이 기회에 걸 그룹, 피팅 모델, 치어리더 이런 거 다 없애자. 왜냐, 보면 성추행이잖아. 일관성 있어야지.

사실 위에 언급된 직종들은 일정 수준의 노출이 불가피하다. 걸그룹의 경우에도 노출이 심한 복장을 한 채 소위 섹시댄스로 무대를 장식한다. 어떻게 보면 레이싱 모델보다 ‘섹스어필’이 강한 직업이다. 그러나 걸그룹의 공연은 폐지가 아니라 날이 갈수록 확산세에 있다. 이처럼 노출이 더 한 직종은 보존되고 있는 가운데 레이싱 모델이 폐지된 것에 대한 형평성이 문제시된 것이다. 댓글에 참여한 대중들의 진심은 걸 그룹, 피팅모델, 미스코리아 등의 폐지는 아니다. 앞서 언급한 바와 같이, 섹스어필, 아름다움의 강조는 성 상품화가 아니라 여성만이 지니고 있는 매력 자본이라는 것이 현대인의 감성인 상황에서 유독 레이싱 모델만이 폐지의 수순을 밟게 된 불합리성에 대한 역설이다.

3.4 펜스룰이 답이다: 남녀 분리주의의 등장

레이싱 모델의 노출이 원인이 되어 직업의 기회가 박탈되는 부당한 피해를 보자, 페미니즘의 희생양이 되어서는 안 된다는 여론이 발생하며 그 방책으로 여성과의 분리된 공간을 요청하거나 여성들이 이슬람 문화의 히잡 혹은 한복을 착용해 성희롱, 성 상품화를 원천적으로 차단하라는 의견도 발견되었다. 이와 같은 남녀 분리주의적 정서는 여성운동에 대한 피해 의식이 레이싱 모델 사례로 증폭되며 펜스 룰(Pence rule)을 통해 그 가능성을 원천적으로 봉쇄하자는 자기보호 담론이 형성된 것으로 해석된다.

그니깐 여성들이 원하는 삶은 결국 이슬람화네? 여자들은 모두 아랍으로 가면 딱 일 듯. 여성의 성 상품화 제거를 위해 옷도 바꿔야 한다. 짧은 치마, 레깅스 전부 수입, 제작 금지하고 한복 착용에 밖에 나갈 땀 무조건 얼굴만 보이게 장옷을 입혀야 한다.

여자분들 저한테 제발 가까이 오지 마세요. 아니꼬우면 그냥 중동처럼 히잡 입혀라. 여자들 절대 일 시키지

마라. 쳐다도 보지 말고 말도 하지 말라. 미투 미투 할 수록 펜스 룰 펜스 룰 할 거다.

펜스 룰(Pence rule)이란 마이크 펜스(Mike Richard Pence) 미국 부통령이 2002년 한 인터뷰에서 “아내 외의 여자와는 절대로 단둘이 식사하지 않는다”고 말한 발언에서 유래된 용어이다[22]. 김수아[23]에 따르면, 펜스 룰은 온라인 공간에서 남성 약자에게 자구책으로 활용된다. ‘무고’ 상황이 중요한 뉴스의 가치를 가지고 있는 상황에서 미투에 의한 무고가 남성 희생양을 만들 수 있다는 ‘약자 담론’이 온라인을 통해 구성되고 공유될 때 남성은 펜스룰을 찾게 된다는 것이다.

3.5 레이싱 모델 폐지 찬성

한편, 레이싱 모델 폐지에 대해 찬성하는 경우는 레이싱 모델의 노출이 불필요하다는 이유와 그들의 역할 중 선수의 컨디션 조절을 위한 물과 우산 제공 등의 역할에 노출의상이 필요한지에 대한 부정적인 의견이 대부분이었다.

진짜 태어나서 여태껏 미쳐 몰랐던 게 있다면 레이싱 걸은 왜 있고 격투경기 라운드 걸, 카지노 바니 걸(?)은 왜 있는 거야? 단순히 경기를 보거나 즐기려고 사람들이 오는 건데 이런 걸 하면 뭐가 좋은 건지 모르겠네.

옷을 그렇게 입는 것 자체가 시선 끌려고 하는 거지. 다른 이유가 있나? 선수들 우산 씌워주고, 물도 갖다 주고 편하게 경기에 임할 수 있게 도와주는 직업인데 꼭 노출해야 하나. 모델이면 그냥 청바지에 흰티만 입어도 시선 갈 텐데.

이와 같은 의견들은 레이싱 모델의 역할과 기능들이 스포츠 경기 자체에 불필요하다는 점을 설득하고 있으며, 나아가 노출이 심한 복장에 대한 솔직한 심정 등이 표현되었다. 사실 드라이버가 필요한 경기 도우미의 역할만을 위해선 노출 의상은 필요 없다. 또한, 최근 F1의 팬층이 가족 단위로 바뀌며 이들에게 보이는 레이싱 모델의 복장은 불편하다. 이러한 의견들은 현상을 있는 그대로 이해하려는 관점으로 볼 수 있지만, 마케팅 전략 즉 매력 자본의 관점에 의해 레이싱 모델이 유지됐다. 그러나 최근 가족 단위의 팬층이 두터워지고 페미니즘에 근거한 시대

적 요구의 변화로 인해 결국 레이싱 모델의 자리는 사라지게 된 것이다.

4. 결론

본 연구는 2018년 2월 F1의 레이싱 모델 제도 폐지 전격 발표와 관련하여 기존 여권주의의 시각에서 벗어나 레이싱 모델 폐지에 반대하는 현대인의 감성과 논리를 탐색하는 데 목적이 있었다. 이를 위하여 댓글 저널리즘을 바탕으로 레이싱 모델 제도 폐지와 관련된 블로그 15건, 카페 글 10건, 유튜브 영상 1건, 그리고 이 세 온라인 콘텐츠에 달린 429개의 댓글에 대한 해석적 텍스트 분석을 하였다.

연구결과 레이싱 모델 제도 폐지에 대한 블로그 및 카페 글의 범주는 1) 중립적 의견제시, 2) 단순 사실 전달, 3) 레이싱 모델 폐지 비판, 4) 페미니즘 비판, 5) 레이싱 모델 폐지 찬성 등으로 구성되었으며, 온라인 콘텐츠 작성자들은 레이싱 모델 제도 폐지에 대해 과반수가 부정적인 입장을 취했다. 한편, 레이싱 모델 제도 폐지에 대한 댓글 분석 결과는 더욱 구체적인 담론의 범주를 만들었다. 가장 높은 빈도를 기록한 범주는 반 페미니즘 정서로서 이는 다시 페미니스트/여성에 대한 혐오, 페미니즘 비판, 여성의 적은 여성이라는 관념의 재확인 등으로 세분되었다. 이어 레이싱 모델들의 동정 여론으로서 자의적이 아닌 미투 운동과 여권운동으로 인한 직업 박탈을 동정하는 담론이 발견되었다. 한편, 레이싱 모델과 유사한 노출을 하는 라운드 걸, 치어리더, 걸 그룹, 여성 모델, 여자 보디빌더 등의 직업 또한 폐지해야 하는 것 아니냐는 논리를 주장하며 유독 레이싱 모델 제도만을 폐지하는 현상에 대한 비판을 이어갔다. 또한, 미투 운동과 여권운동에 대한 남성의 자기 보호 의지로서 남녀의 공간적 분리 즉 펜스룰의 적용을 강조하기도 하였다. 그러나 동시에 일부에서는 성 상품화에 대한 지속적인 문제 제기, 자동차 경주 및 모터쇼 레이싱 모델의 역할에 대한 회의적 입장 등을 표출하며 레이싱 모델 폐지를 찬성하는 목소리도 확인되었다.

정신분석학적 관점에서 보면 스포츠는 남성의 성적 욕구와 공격성을 승화시켜 자기 통제와 절제를 돕는다. 무엇보다도 남성은 스포츠를 통해 자신의 우월성을 확인시키고 여성의 복종적 지위를 유지하고자 하는 경향이 있다[24]. 전통적으로도 스포츠 내 여성의 역할은 남성을 보조하는 것에 머물러 있었다[25]. 이러한 남성 중심적

이데올로기에 대한 저항을 통해 여권 운동가와 미투 운동이 사회를 조금씩 변화시켜 왔고, F1에서도 레이싱 모델 제도를 폐지하며 ‘현대 규범에도 맞지 않는다’라는 이유를 든 것이다. 그러나 레이싱 모델 폐지에 관한 소식이 국내에 전파된 이후 온라인 커뮤니티 상의 분위기는 여권운동가의 편도, F1의 편도 아닌 여권주의에 대한 공격성 댓글이 눈에 띄게 확산하였고, 본 연구에서는 그들의 관점을 구체적으로 범주화하고 해석하고자 하였다.

프랑스의 페미니스트 Irigaray[26]는 특정 집단이 여성의 진실을 결정하고 규칙을 정하는 것에 거부하고 억압의 형태에 따라 알맞은 투쟁을 방식과 내용을 발견해야 한다고 주장한 바 있다. 그동안 우리는 여성의 상품화에 대해 오직 일방적인 규격만 정해 이분법적인 사고와 시각을 마치 상식인 듯 이야기해왔다. 스포츠 분야에서도 여성 상품화는 대부분 급진적 성향의 페미니즘이 주도해 왔으며 지나치게 이분법적 사고로 레이싱 모델을 해석함으로써 그들의 직업을 퇴출하는 동시에 사회적 반감을 초래하고 말았다. 여기에서 프랑스와 독일의 페미니즘을 살펴볼 필요가 있다. 이 두 국가의 페미니즘은 여성에게 동등한 사회적 기회를 주장하기도 하지만 동시에 여성성과 성적 관심, 그리고 어머니로서의 여성의 역할을 명확하게 하는 등 급진적 페미니즘과는 다소 다른 관점을 보여주었다. 남성과 여성을 대립시키기보다 여성 고유의 특성을 받아들이고 이를 강조함으로써 남성 중심적 필요와 요구로부터 성 역할의 차이를 보호하려는 방식을 채택한 것이다[27, 28]. 이번 사례에서도 레이싱 모델의 외모를 성 상품화가 아닌 여성만의 매력 자본으로 받아들였다면 남성과의 대결이 아닌 여성만의 새로운 스포츠 영역을 만들 수도 있었을 것이고, 페미니즘과 미투 운동에 대한 적대적 담론과는 다른 여론이 확산하였을 수 있다.

본 연구는 여권주의에서 강조해 온 레이싱 모델의 성 상품화 논리에 대한 재해석을 시도하기 위해 온라인 댓글을 분석한 결과 여권주의자들의 의도와는 다르게 레이싱 모델의 노출을 성 상품화로 보기 어렵다거나 오히려 이런 주장을 통해 또 다른 여성의 직업을 박탈하고 그들의 권리를 훼손한 여권주의와 여권주의자, 미투 운동 등이 비판받는 현상을 확인할 수 있었다. 이와 같은 결과를 통해 또 다른 스포츠 걸로서 라운드 걸과 치어리더 제도의 폐지에 대한 다른 시각의 고민과 사회학적 관점의 후속 연구를 제안한다.

REFERENCES

- [1] Newsis.com(2018). *Abolition of Grid Girls from This Season in Fomular 1*.
https://newsis.com/view/?id=NISX20180201_0000219122&cID=10101&pID=10100
- [2] Asiae(2018). *Abolition of Grid Girls in F-1, Can It be a Flare of 'Girls' in Each Field?*
<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2018020209433338852>
- [3] Sunday News(2004). *Close Review on Sex Marketing on Women Sports*.
<http://www.ilyo.co.kr/news/articleView.html?idxno=48572>
- [4] J. S. Kim, G. M. Lee, & J. Kim (2011). A Study of Relationship between Female Sports Uniform Trend and Sexual Commercialization. *Journal of Korean Association of Physical Education and Sport for Girls and Women*, 25(3), 23-34.
- [5] H. J. Kim, S. J. Choi, & S. H. Moon (2018). An Analysis on the Influence of Awareness on Sex Commercialism among Sport Tourists on Viewing Satisfaction and Behavior Intention in Beach Volleyball. *Source Book of International Conference of Korea Tourism Association*, 83, 387-392.
- [6] S. M. Kim & W. Y. Ha (2000). Feminist Criticism of the History of Women's Korean Basketball Uniform. *Journal of Korean Sport History*, 5(1), 57-66.
- [7] S. K. Hwa (2001). *Philosophical Consideration on the Uniforms of Women's Basketball in South Korea*. Master's thesis. Korea National Sport University, Seoul.
- [8] B. H. Min & D. W. Woo (2012). The Study of the Gender Context of Woman's Image on the Sports Pictures-Focusing on the London 2013 Olympic Games. *Study of Media and Performance Arts*, 7(3), 124-159.
- [9] S. H. Choi (2003). *Study on the Social Factors of Sex Commercialization*. Master's thesis, Korea University, Seoul.
- [10] S. M. Shin & T. Y. Jung (2005). Attitudes of Understandings toward Sex-commercialization. *The Korean Journal of Woman Psychology*, 10(4), 603-617.
- [11] A. M. Rubin. & E. Perse. (1987). Audience Activity and Television News Gratifications. *Communication Research*, 14, 58-84.
- [12] D. G. Kim (2000). New Direction for News Reporting of Social Conflicts. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 45(1), 5-32.
- [13] J. H. Choi (2017). Constructing Economic Polarization in Korea: Framing Analysis of Online News and Comments. Master's thesis, Sungkyunkwan University, Kyeonggi-Do.
- [14] S. H. Kwon & I. H. Kim (2008). A Study of the Relationship between Perception and Activities in the News Replies. *Korean Journal of Communication and Information*, 42(2), 44-78.
- [15] E. M. Kim & Y. H. Sun (2006). The Effect of Replies in Internet News on the Audience. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(4), 33-64.
- [16] J. S. Lee, J. E. Kim, J. M. Ryu, & J. H. Kang (2010). The Influence of the Frame and Genre of Portal News Articles on the Type of Online Replies. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, 54(2), 116-137.
- [17] J. K. Kim & D. H. Kim (2008). Motivation of Reading and Writing Internet Reply and Satisfaction of College Student Internet Reply Users. *Journal of Cybercommunication Academic Society*, 25(4), 5-47.
- [18] N. Diakopoulos & M. Namman (2011). Towards Quality Discourse in Online News Comments. *In Proceedings of the ACM 2011 Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 133, 142.
- [19] M. C. Duncan (1990). Sports Photographs and Sexual Difference: Images of Women and Men in the 1984 and 1988 Olympic Games. *Sociology of Sport Journal*, 7, 22-43.
- [20] G. H. Sage (1989). A Commentary on Qualitative Research as a Form of Scientific Inquiry in Sport and Physical Education. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 60(1), 25-29.
- [21] K. M. Jamieson (2001). Reading Nancy Lopez: Decoding Representations of Race, Class, and Sexuality. *In A. Yiannakis & M. J. Melnick (eds.), Contemporary Issues in Sociology of Sport*. Champaign, IL : Human Kinetics.
- [22] Naver knowledge white paper (2020). *Pence Rule*, <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=5139374&cid=43667&categoryId=43667>
- [23] S. A. Kim (2018). Discourse Associated to the 'Pence Rule' in Male-centered Online Forum. *Journal of Women's Studies*, 35(2), 3-35.
- [24] M. S. Ahn, H. I. Jung, & H. J. Lim (2002). *New Sport Sociology*. Seoul: BaekSanSuhDang.
- [25] C. M. Koo & S. Y. K (2011). *Modern Sport Sociology*. Seoul: Daehan Media.
- [26] L. Irigaray (1977). *Ce Sexe Qui N'en Est Pas Un*. Collection Critique, 224.
- [27] B. H. Jun (1998). Main Issues from Feminism Standpoint on German Women's Movement. *Journal of Korea-Germany Social Science*, 8, 59-86.
- [28] Y. G. Choi (2014). A Reinterpreted Study on the Women Sportswear and Sexual Commercialization. *The Korean Journal of History for Physical Education, Sport, and Dance*, 19(3), 25-37.

정 상 필(Sang-Pil Jung)

[정회원]



- 1989년 2월 : 인천전문대학교 체육학과(준학사)
- 2008년 2월 : 한국방송통신대학교 미디어영상학과(학사)
- 2017년 2월 : 인제대학교 체육교육학과(석사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 단국대학교 체육대학원(박사과정)

· 관심분야 : 선수육성, 여성스포츠, 양육스트레스

· E-Mail : ceo@tenis.co.kr