

# 현장(학교)에서의 성교육

정연희( 한세전산고등학교 교사)

## 1. 교사가 성교육하기 전에 알고 있어야 할 것들

### 1. 교사자신이 성에 대해 자유로운가

교사 스스로의 성에 대한 가치관을 검토하는 작업이 필요하다. 지금까지 제대로 된 성교육을 받지 못한 상태에서 교육자 자신의 성에 대한 편견이나 가치관이 배어있다면 학생들이 필요로 하는 내용은 언급도 하지 못하고 성에 대한 부정적인 느낌만 전달시킬 수 있다. 성에 대한 교사의 생각은 은연중에 학생들에게 전달되기 마련이다. 자신의 사춘기 시절을 돌이켜보는 것도 좋다.

### 2. 교사의 가치관을 강요하지 않도록 한다

확고한 윤리관과 철학을 가지는 것은 무엇보다 중요하나 윤리를 담는 그릇은 시대와 상황에 따라 달라져 간다. 기성세대의 윤리관을 무턱대고 강요하지 말고 학생 스스로 생각하고 판단할 수 있도록 여지를 남겨야 한다.

### 3. 혼자서만 성교육을 하겠다는 생각을 버려야 한다

아이들만 또래를 형성하는 것이 아니다. 같은 고민을 하는 사람들끼리 모여 효과적인 수업방식도 공유하고, 심리적인 지지도 받으면서 실패담에 대한 원인도 같이 분석해보는 등 중지를 모으는 것이 좋다. 그런 작업과

정을 통해 합의점을 도출해나가면서 재충전할 수 있다면 어느 정도 방향과 지향점이 보일 것이다.

#### **4. 생물학적인 성에 대해서는 구체적이고 과학적인 용어로 전달하는 것이 좋다.**

정확한 사실을 알면 오히려 호기심이 줄고 스스로의 선택으로 자제력을 기를 수 있다는 확신이 필요하다.

#### **5. 오염된 향락문화에 대한 비판의식을 기를 수 있는 안목을 키워주어야 한다.**

청소년 성매매, 컴섹, 음란물등 유해한 정보의 홍수속에서 어떻게 대처해야 하는지 스스로 판단하고 책임질 수 있는 힘- 확실한 판단이 안선다면 유보, 연기시킬 수 있는 성적 자기결정권-을 길러주어야 한다. 사회적 윤리적인 문제까지도 신중하게 예측하고 행동할 수 있도록 지도해서 비판적이고 객관적인 태도를 견지할 수 있도록 한다. TV 드라마나 성적인 이슈를 쫓는 뉴스를 가지고 자연스럽게 주제를 이끌어내 토론하는 시간을 가지는 것도 좋다.

#### **6. 성평등교육을 해야 한다**

남성다움과 여성다움을 고루 갖춘 양성성을 갖춘 평등한 인격체로 클 수 있도록 도와주어야 한다. 사회는 점차 상대성을 배려하고 인정하며 여성과 남성이 가진 장점을 고루 갖춘 성역할을 요구하고 있다. 양성통합적이고 평등한 사고를 가진 사람만이 다른 성의 장점을 살려 사회적응을 잘하고 자기 계발도 잘한다.

#### **7. 사전에 알고 싶거나 궁금한 내용을 설문조사, 쪽지를 통해 학생들**

**의 성에 대한 관심도나 흐름을 파악한다.**

학생들이 곤혹스런 질문을 하게되면 당황하거나 회피하지 말고 답을 하기 전에, 왜 그런 질문을 했는지, 그 질문에 담긴 의도가 무엇인지, 어느 정도 알고 있는지 파악한 뒤 해도 늦지 않다.

**8. 청소년 문화를 아이들의 눈높이에서 들여다보고 이해해야 한다.**

10대가 주로 보는 드라마, 가요순위프로그램, 만화책, 잡지, 요즘 유행하는 노래나 춤을 일부러라도 보고 그것을 예로 들어 말을 시작해도 좋다. 융통성 없고 원칙만 고수하는 기성세대인줄 알았는데 이해하고 있거나 적어도 이해하려 노력하는 자세라도 보이면 아이들은 신뢰의 문을 조금씩 열기 시작한다.

**9. 언제라도 도움을 청하면 야단치지 말고 수용할 수 있는 마음의 자세가 필요하다.**

무슨 이야기를 해도 비난받지 않는다는 믿음이 생긴다면 터놓고 의논하거나 궁금증을 물어보게 될 것이다. 그러나 비밀유지가 되지 않는다고 생각하면 마음을 열지 않는다.

## **II. 요즘 학생들의 모습 조명해보기**

1. 심각한 주제는 싫어하고 생각을 글로 옮기기도 싫어하며 조금이라도 흥미없으면 스위치 꺼버리고 잔다.

2. 어떤 말이 빌미가 되면 금방 교실은 왁자지껄 희롱장이 되어버리고 군중심리에 의해 묘하게 진전된다. 거칠고 터프한 한 학생이 과장된 무용담을 던지면 “역시” 하는 지지와 찬탄, 야유가 쏟아져 나오기도 해 수

업을 진행하기가 힘들어진다.

3. 힘의 논리가 지배하므로 유약한 남학생은 따돌림받는다. 여자답지 못하다는 말보다 남자답지 못한 것에 더 수치심을 느낀다. 개그맨이 대접을 받고 암전한 범생는 바보취급을 받는다. 공주과 여학생 역시 따 당한다.

4. 기성사회로부터 전수받은 성역할 고정관념이 강화되는 시기로 “술 담배피는 여자는 안돼요” “여자가 더 밝혀요” 등 편견에 길들여져 있고 클래머, 섹시한 여자는 좋지만 똑똑한 여자는 곤란하다고 생각한다. 이에 따라 여학생은 다이어트, 성형수술 등으로 자신을 치장하려 한다.

5. 널려있는 음란물에 중독, 성에 대한 모든 정보와 지식을 다 얻고 상품화된 여성을 당연히 여기고 비하시킨다.

성인만 볼 수 있는 성인 사이트에 들어가기 위해 주민등록생성기로 마음만 먹으면 얼마든지 원하는 정보를 손쉽게 얻을 수 있다. 매스컴에서 연예인의 성행위 음란물이 인터넷에 유통되고 있다는 뉴스가 나와서 어른들이 개탄해하고 한편에서는 또 다른 일부 어른들이 수집하려 열을 올릴 때쯤이면 이미 아이들 사이에서는 웬만큼 돈 뒤이다. 그리고 아이들은 그것이 두 사람이 찍었을 때는 사생활이지만 인터넷에 올라왔을 때는 음란물이라고 분명하게 정의를 내린다.

6. 통신과 인터넷 CD 등을 통해 해상도 뛰어난 음란물을 보고, 야설을 직접 만들어 올리거나 일부 학생들은 컴섹이나 번개팅, 원조교제 등으로 이어져 실제 성행동으로 옮겨가기도 한다. 그런 것을 구워서 유통시키는 아이들도 한 반에 한 명 정도씩은 있고 음란일본 만화를 보고 야젼를 하기 위해 일본어를 배우는 중학생도 늘고 있다.

7. 음란물을 보는 시각이나, 매매춘이 여성을 성적 대상화시키는 것에 대해 그다지 심각하게 생각하지 않는다. 그런 관점에서 보기 때문에 성폭력, 매매춘에 대한 토론을 하거나 과제물을 내주어도 피해여성을 어떻게 하면 보호, 선도할 수 있을까에 대해서만 말하지, 상대인 가해자나 매매춘 업소를 찾는 남성에게 대해서는 언급이 없고 그런 사항을 지적해주기 전에는 그럴 필요도 느끼지 못하고 있는 경우가 아주 많다.

어떤 남성이 주로 매매춘을 하고 성폭력을 하는지, 왜 하는지, 남성들에게는 또 다른 피해가 없는 지, 이런 현상이 사회적으로 어떤 의미가 있는지에 대해서도 의구심을 갖지 않고 당연한 거라고 생각해버린다. 남성의 성욕구는 당연한 것이고 그래서 매춘은 일종의 필요악이며, 그런 남성들로부터 여성은 자기 스스로를 보호해야 한다는 사회전반적인 시각이 팽배해 있기 때문에 학생들이 그런 자료를 구하려 했어도 쉽게 구하지 못했을 수도 있다. 그래서 점점 더 기존의 남성들이 가지고 있는 이중적인 성윤리관, 향락소비를 부추기는 성문화에 길들여져 가고 있다.

8. 성에 대해 많은 정보와 지식을 갖고 있다고 생각하지만 틀린 내용이 더 많고 연관성들을 잘 이해하지 못한다. (에이즈는 동성애자만 걸린다. 딱 한번의 성관계로는 임신이 안 된다. 질외사정하면 임신이 안 된다. 자위행위하면 키가 안 크다)

9. 성기를 확대하거나 성경험이 많거나 가벼운性病( 임질, 사면발이, 음) 등에 걸린 학생이 어른 대접을 받기도 한다.

10. 성적 정체성이 불확실할 때 부모와의 관계가 부정적인 경우 부모에 대한 반발, 저항 심리로 성적인 행동을 하거나 이성친구에게 몰입하기도

한다.

### Ⅲ. 실제 수업 형식

#### 1. 성지식 측면

##### (1) ○×퀴즈

잘못 알고 있는 성지식을 퀴즈 형태로 학생들의 호기심을 유발시키고 수업에 자연스럽게 동참하게 한다.

- 자위행위를 지나치게 하지 않는 한 건강에 해롭지 않다
- 남자성기는 성적인 능력과 관련이 있다
- 정자는 자궁안에서 72시간 살 수 있다
- 남자들은 반드시 포경수술을 해야 한다
- 남자는 여자보다 성충동이 강해서 성욕을 배출하지 않고는 도저히 참을 수 없다
- 성관계시 질외사정을 하면 임신이 안된다
- 여자들은 첫 성교에서 반드시 출혈과 고통을 느낀다
- 콘돔은 피임뿐만 아니라 에이즈와 성병을 예방해준다
- 성병은 한 번 걸렸어도 치료받고 나면 다시 안걸린다
- 생리중에도 임신이 가능하다

##### (2) 내가 그것을 알려주마

1) 성에 대해 궁금하거나 알고 싶은 내용을 쪽지에 적어낸 후 나와서 무작위로 뽑은 것에 대해 설명하게 한다

2) 성에 대해서 다 알고 있다고 자부(?)했는데 막상 나와서 설명하려니 잘 몰라서 당황하거나 쑥스러워 한다. 성에 대해 자연스럽게 말할 수 있는 장이 될 수 있고 틀린 지식을 갖고 있구나 하는 자각과 함께 다른 친

구들의 입장이나 생각을 객관화시킬 수 있지만 소극적인 학생들에게는 부담이 될 수 있고 자칫 장난처럼 호를 우려도 있다

3) 교사는 발표하는 내용을 듣고 틀린 사항을 시정해주거나 보완해주면서 학생들이 현재 가장 궁금하게 생각하는 내용과 수준을 가늠할 수 있다.

## 2. 심리적 측면

### (1) 성역할 고정관념 깨기

가정과 사회에서 남성과 여성에 대해 거는 기대로 인해 생기는 고정관념과 편견 등을 파악하고 왜 그런 현상이 사회전반에 널려있는지를 생각해 본다.

바람직한 각각의 성, 통합된 성(양성성)을 정리한다. 고정관념으로 인한 역할기대의 피해, 선택의 제한, 기회 행동의 제약을 알아본다

#### 1) 대중 매체속에서의 고정관념 조사

남성 여성을 묘사하는 속담, 잡지, 광고, 영화제목, 영화포스터, TV드라마, 신문기사, 대중가요 제목, 내용, 뉴스 (앵커 나이 미모, 뉴스내용)등을 모아오기

- 자료들에서 어떤 느낌을 받았는지, 무엇을 알게 되었는지
- 사회가 요구하는 각자의 성역할은 무엇이고 부담스러운 점은 무엇인지
- 드러나지 않은 교묘하게 조장되고 전달시키는 성의 영향력 판단, 대안 모색

#### 2) 성역할 고정관념을 철판에 적는다

- 각자의 성에 더 첨가할 것, 삭제할 것등을 생각한다
- 제목을 바꾸어 놓은 뒤에 (여성/ 남성) 더 첨가할 것, 삭제할 것등을 추가한다
- 통합제목인 ‘바람직한 인간상’ 으로 바꾼다. 최종적으로 남는 내용이 무

엇인지 생각해보게 한다.

### 3. 사회적인 측면

#### (1) 성폭력

##### 1) 토론식

#### - VCR 시청

성폭력 바로보기, 너 지금 무슨 생각을 하고 있니, 시사프로그램 2580, 피고인

- 4개 모듈(가해자, 피해자 입장, 후유증, 예방책)으로 나누어 토론한 의견을 정리해서 발표한다.

##### 2) ○×퀴즈

상품 (사탕, 볼펜, 디스켓)등을 준비한다

교실에서 분단을 나누어 놓고 맞으면 ○ 쪽으로 틀리면 ×쪽으로 가게 지시한다. 틀린 사람은 교실 뒤쪽에 가게 하고 너무 많으면 패자부활전을 해도 좋다. 정리한 뒤 논란이 많았던 문제들을 다시 점검해준다

#### <직장내 성희롱>

-성희롱의 피해자는 여성뿐이다

-인터넷 음란사이트를 상대방에게 보여주는 것은 성희롱이라고 볼 수 없다

-피해자가 직접적인 거부를 표시하지 않아도 성희롱이 성립된다

-성희롱은 여성의 과다노출 때문이다

-성적인 가벼운 농담은 직장생활에 활력소가 된다

-스토킹도 성희롱에 들어간다

#### <학교내 성차별과 성희롱>

-여학생에게 가정생활에 필요한 덕목을 남학생에게는 지도자의 역할을 강조하는 것은 성차별이다

-명찰을 넣고 빼면서 가슴을 치는 행위는 성희롱이다



-필요이상으로 오랫동안 손을 잡거나 신체부위를 만지는 것도 성희롱이다

#### <성폭력>

-성폭력은 조금 난폭한 성관계이다

-성폭력 피해자는 처음에는 저항하나 나중에는 즐기기도 한다

-성폭력을 당한 피해자는 성폭력에 대하여 어떤 책임도 없다

-성폭력 가해자는 정신적으로 문제가 있는 사람이다

-대부분의 가해자는 칼이나 주먹을 사용한다

-남성의 성적 접근에 대해 여성의 침묵이나 NO는 YES이다

-피곤해서 거부하는 아내에게 남편이 힘으로 강압적인 성행위를 했다면 강간이다

### Ⅲ. 대중매체내에서의 성상품화 (광고를 중심으로)

#### 1. 성 상품화 광고 사례

##### (1) 제품과의 연관성을 가진 신체의 노출

여성의 신체 노출이 가장 두드러진 광고는 신체와 관련된 제품의 광고(속옷, 진의류, 바디 클렌저 등)이다. 이러한 제품들의 광고는 주로 대중들의 모방심리와 대상에 대한 동일시 작용을 이용하여 제품의 판매를 촉진시키려 하는데, 이를 위해 주로 몸매와 얼굴이 아름다운 여성과 에로티시즘을 이용하며 제품의 기능보다는 이미지로 어필하려는 경우가 많다.

◆ 캘빈클라인 광고

◆ 이폴립 광고 - 여자는 'S선'

##### (2) 제품과 전혀 무관한 신체의 노출

제품과 상관없이 노출되는 경우는 제품자체의 기능이나 제품의 이미지 형성 때문이 아니라 단순히 광고자체에 대한 호기심 유발을 목적으로 여성의 신체를 노출시킨다.

- ◆ 냉풍기 광고
- ◆ 삼성 마이젯 프린터
- ◆ 한국 타이어

### (3) 카피, 분위기, 암시 등을 통한 은유적 성적 표현

여성의 신체를 직접적으로 광고에서 나타내지는 않지만 성적인 의미를 가진 중의적 광고 카피를 사용하거나, 성적 암시를 나타내거나, 광고의 분위기를 통해 은유적으로 성적인 의미를 표현하는데, 이런 경우 여성이 제품과 동일시되어 표현된다.

주로 과자나 음료수 등 식품광고에 많이 나타나며 세탁기, 타이어광고에도 보여진다.

- ◆ 양파링 광고
- ◆ 스포츠 투데이 광고 - '전 날씬하고 가운데도 붙었어요'
- ◆ MSN 편, "필요 없는 사이트는 다 버렸다. MSN 하나면 돼"
- ◆ '여성의 68%가 경험이 있다. 여성의 99%가 관심이 있다.'

## 2. 광고에서의 여성의 역할

남성과 여성에 대한 고정관념을 그대로 반영할 뿐만 아니라 기존의 남녀 역할구도를 더욱 더 고착시키고 있다.

### (1) 광고에 나타난 여성과 남성의 일반적인 역할과 이미지

남성은 70%정도가 상품정보를 알려주거나, 전문적인 기술을 가진 사람으로 묘사되고 30%정도만 사용하는 소비자로 묘사되지만, 여성의 14%정

도만 정보를 제시하는 사람으로 묘사되고 86%정도는 상품의 사용자역할로 묘사되고 있다. 남성은 독립적인 역할이 대다수인데, 여성은 배우자나 부모, 연인, 주부등 관계속에서의 존재로 나타낸다 .

여성을 행복하게 해줄 수 있는 것은 주방, 남성을 행복하게 해줄 수 있는 것은 자동차라는 식으로, 여성은 집안에 속한 존재, 남성은 사회생활을 하는 존재라는 의식을 반영하고 있다

◆ 매그너스 광고 -내 남자의 자신감 (남성의존적인 여성)

◆ 디오스(dios), '여자라서 너무 행복해요'.

(2) 식품, 세제 광고 - 현모양처로서의 여성

목우촌광고(주부경력이 오래될수록 목우촌 햄을 사용한다)

콘푸로스트 광고(최민수 부부의 광고-아내가 고른 건 믿음이 갑니다)등

(3) 직업에 종사하는 여성

사회활동을 하는 여성의 모습이 자주 나타나지만 대부분 남성의 보조적인 역할을 수행하는 것으로 묘사된다.

◆ 한화증권 광고

◆ 신용카드 광고를 보면 남성은 가정을 위하거나 중요모임에서 카드를 사용하지만 LG카드의 이영애는 쇼핑이나 취미활동등 단순 소비활동을 하는데 사용하는 것으로 묘사된다.

### 3. 광고에서의 남성

(1)등장배경

1990년대 소비문화가 급속히 전파되면서 그동안 눌러왔던 사회저변의 욕구들이 수면위로 올라왔고 여성의 성도 성적 대상이 아닌 성적 주체로서의

자신을 주장하기 시작했다. 남성 또한 자신에게 부과된 권위적인 남성상으로부터 자유로워지려는 경향을 보이고 있다.

## (2) 남성 상품화의 양상

여성의 성상품화와는 다르게 여성이 주체가 되고 남성이 대상화되어 나타나며 주로 여성잡지의 패션광고에서 나타나는 경우 벗은 몸과 무관한 경우에도 자연스럽게 남성의 벗은 몸이 사용되고 있다.

남성의 성상품화가 주 소비대상인 남성을 위한 경우가 소주광고 곰바우였다. 그 당시 남성이 벗고 나온다는 것 자체가 파격적이긴 하나 소주의 소비대상이 남성이기 때문에 철저히 남성적 시각에서 제작되었다. 똑같이 벗은 몸을 표현하는데 남자 쪽은 배가 나온 아저씨들이지만 여성은 날씬하고 몸매가 좋은 젊은 아가씨들이다.

◆ 남성 성기를 상징한 상품 (대포물살 세탁기, 각종 쭈쭈바, 초코바 광고) 남근숭배사상 (말초적인 효과외에 상품이 더 탁월하고 대단하다는 이미지로 인식될 수 있다)

### ◆ 피로회복제 광고

이대근 이미지로 옷통 벗은 남자가 산에서 나무를 하거나 장작을 패는 장면등으로 묘사된다. 이러한 광고들은 남성의 몸을 상품화하고는 있지만 그 타겟은 여성이 아닌 남성이며, 남성적 욕망과 시각을 반영한 것이 대부분이다.

## 4. 광고의 성상품화가 미치는 영향

광고는 끊임없이 반복해서 남성중심적인 편견을 가진 ‘사회적인 통념’에 입각한 이미지를 전한다. 인식하지 못하는 순간에도 파고 들어와 우리의 사고에 침투해 들어온다. 그래서 음란물처럼 비판할 수는 있지만 떨쳐버리기 힘든 요소가 되어버린다.

광고에서 보여지는 여성의 역할은 남자에게 속한 존재로서의 여성, 물건으로 행복해질 수 있는 물질적인 존재로서의 여성을 주입한다. 소비자의 지갑을 열려는 광고의 속성상, 여성상품화에 이어 여성의 변화하는 의식을 반영한 남성의 성상품화가 점차 시작되고 있다. 이러한 현상은 왜곡된 성정체성과 가치관, 성역할을 더욱 확산시키고 뿌리깊게 파급시킨다는 문제를 안고 있다. 그래서 상품화된 성, 사물화되고 객체화된 왜곡된 성상품화를 바로 보고 비판할 수 있는 안목이 필요하다.