

# 2024년 위기관리 커뮤니케이션의 화두는 '다양성'

글 송동현 | 밍글스푼 대표

[dhsong@minglespoon.com](mailto:dhsong@minglespoon.com)



# Diversity

“사실 제가 세상이 달라지는 데 한몫을 하겠다라는 거창한 꿈은 없었지만, 이 작품을 하면서 적어도 이전보다 친절한 마음을 품게 할 수 있기를, 또 전보다 각자 가지고 있는 고유한 특성들을 다름으로 인식하지 않고 다채로움으로 인식할 수 있기를 바라면서 연기를 했는데요. 정말 그 발걸음에 한 발 한 발 같이 관심 가져 주시고 행해주셔서 진심으로 감사합니다”

2023년 4월 28일 제59회 백상예술대상 TV부문 대상을 수상한 배우 박은빈의 수상소감이다. 박은빈은 2022년 화제작인 ‘이상한 변호사 우영우’에서 자폐스펙트럼 장애를 가진 신입 변호사 우영우 역할로 수상의 영예를 안았다. 박은빈은 드라마를 통해 뛰어난 연기력으로 인정받고 드라마 제작 과정에서 느낀 생각을 투영한 수상 소감으로 많은 사람들에게 감동을 줬다.

EBS 어린이 프로그램 덩동댕 유치원은 2022년 5월부터 좀 더 다양한 아동의 모습을 인형으로 등장시키고 있다. ▲신체장애가 있어 휠체어를 타는 ‘하늘이’ ▲다문화 가정 아동 ‘마리’ ▲태권도를 좋아하는 여아 ‘하리’ ▲책을 좋아하는 문학소년이자 조손 가정 아동 ‘조아’ ▲유기견이었던 ‘댕구’ 캐릭터들이 그

주인공이다. 그리고 2023년 8월 18일부터는 자폐 스펙트럼 장애를 가진 캐릭터 ‘별이’가 새로 등장했다.

국내 지상파 어린이 프로그램에서 자폐아 캐릭터가 등장하는 것은 처음이다. EBS 덩동댕 유치원 제작진은 사회적 고정관념에서 벗어난 아동 캐릭터를 출연시켜 어린이들에게 다름에 대해 차별하면 안 되며 앞으로 우리 사회는 다름과 공존해야 한다는 가치를 전하고 있다.

배우 박은빈은 다름을 ‘다채로움’으로 표현하고 있고 EBS 덩동댕 유치원 제작진은 다름을 ‘공존의 대상’으로 인식하고 있다. 모두 최근 다양성(diversity)에 대한 화두의 방향성을 제시하고 있다.

요즘 기업 C 레벨 임원들을 만나보면 위기관리와 관련해 “요즘은 도대체 뭐가 맞는지 모르겠어요”라는 질문을 많이 한다. 그에 대한 나의 답변은 매번 이렇다. “그때는 그것이 맞고 지금은 이것이 맞습니다”라고.

요즈음 기업의 내외부 커뮤니케이션이 위기가 되는 사례는 대부분 차별의 문제, 비하의 문제, 혐오의 문제 등 다양성에 대한 인식과 이해의 문제다.

기업에서 다양성 이슈를 예방하고 발생한 위기에 대응하며 잃었던 평판을 회복하기 위해 무엇이 필요한지 알아보자. 먼저 기업의 마케팅, 홍보, 영업 활동을



어린이 교육 프로그램 최초로 장애인과 다문화, 양성 평등을 대표하는 캐릭터가 함께하는 EBS ‘덩동댕 유치원’

\* 출처 : EBS

위한 콘텐츠나 커뮤니케이션 과정에서 위기가 발생할 수 있는 요소를 좀 더 업그레이드해 10가지로 정리해 본다.

**첫 번째 성별 이슈** | 여성을 젠스로 묘사했던 유제품 브랜드 광고, 채용 우대조건으로 ‘여성스러운 분’이라고 표현한 기업 공고 등 최근 사례가 무수히 많다. 다양성을 무시한 부적절한 표현 하나가 기업과 브랜드 평판을 떨어뜨리고 브랜드의 주홍 글씨가 된다. 성적 비하, 성 희화화, 성범죄 희화화, 성 역할 고착화, 성 상품화, 여성/남성 관련 능력 비하, 고정관념 표현, 성별 간 대결구조 연관 표현을 배제하도록 하자.

**두 번째 인종 이슈** | 우리는 대체로 인종 차별의 피해자였지만 이제는 가해자 위치에 서는 경우들이 제법 있다. 국내 기업들의 글로벌화가 가속화되면서 특정 인종의 신체적 특징(얼굴색 등) 묘사 과정에 잘못된 표현이 급증하고 있다. 흑인의 피부색을 희화화하는 행위는 세계적으로 금기시되는 이른바 블랙페이스(blackface) 논란으로 번지고 이 과정이 해외 토픽으로 확대될 가능성이 높다.

최근에는 한국에서만 쓰이는 블랙 컨슈머(Black Consumer)라는 표현은 배드 컨슈머(bad consumer)로 변경하고 블랙리스트(blacklist), 화이트 리스트(whitelist)는 블록 리스트(block list), 얼로우 리스트(allow list)로 변경해야 한다는 움직임도 있다. 블랙은 나쁘다는 선입관이 투영된 인종 차별 표현이라는 이야기다.

그만큼 다양성 사회에서 커뮤니케이션 민감도가 높아지고 있다. 중장년층은 어린 시절 살색 크레파스로 그림을 배웠지만 사실 살색이란 용어는 없어야 마땅하다. 참고로 2005년 기술표준원은 KS표준에서 ‘살색’이라는 색상 명칭을 ‘살구색’으로 최종 변경했다.

**세 번째 소수계층 이슈** | 자주 사용하는 ‘병어리 냉가슴 앓듯’이라는 말은 단순한 속담 같지만 이 표현에도 언어 장애인을 무력한 존재로 비하하는 의미가 담겨 있다. 한 정치인이 ‘외눈으로 보도하는 언론’이

라며 언론의 편향성을 지적한 주장도 장애인 비하 논란이 발생한 적이 있다. 장애인, 성소수자(LGBT), 다문화가정 차별, 신체 묘사, 고정관념 표현에 주의하자.

**네 번째 직업 이슈** | 모 유명 입시 수학 강사가 강의 중 성적이 낮으면 호주 가서 용접을 해야 한다고 표현하면서 용접공을 비하하여 큰 논란이 된 사례가 있다. 결국 자신의 유튜브 방송을 통해 공식 사과를 하기에 이른다. 특정 직업의 소득수준, 노동강도, 직업군의 가치를 낮게 보는 커뮤니케이션은 피해야 한다.

**다섯 번째 연령 이슈** | 연령 이슈는 특정 연령 계층의 능력을 비하하면서 발생하는데 유달리 어린이와 노인에 대한 비하가 많다. 요즘 초보를 뜻하는 ‘~린이’라는 표현이 기업 마케팅 콘텐츠 많이 쓰인다. 하지만 ‘~린이’ 표현은 어린이를 불완전하고 미숙한 존재로 바라보는 차별적 표현이다. 2022년 5월 3일, 국가인권위원회는 ‘~린이’ 표현이 “아동은 권리의 주체이자 독립된 인격체가 아니라 미숙하고 불완전한 존재라는 인식에 기반한 것”이라며 “아동에 대한 부정적 고정관념을 조장할 수 있어 무분별 하게 사용하지 않을 것”을 권고했다는 것도 기억하자.

**여섯 번째 지역 이슈** | 최근 서울 강남구 홍보 영상에서 영상 속 캐릭터들의 대화가 문제가 됐다. “너네 촌





스럽게 건물들 좀 그만 쳐다봐. 완전 시골에서 온 사람들 같아 보이거든?”, “이야 진짜 건물들이 반짝반짝하고 사람들도 많잖아. 쿵쿵 뭔가 비싼 냄새가 나는 거 같아” 등이 대표적이었다. 지역 차별적인 조롱적 언사로 천박한 인식을 여실히 드러내고 있다는 부정적 평가가 많았고 강남구청은 해당 영상을 내렸다. 이제 특정 지역 거주자 특징(사투리 등) 묘사, 지역 인프라 비하 표현, 특정 지역 비하는 반드시 논란이 일어난다.

**일곱 번째 소득 이슈** | 종종 VIP 마케팅이라는 명목으로 특정 지역 간 차등을 주는 행위는 기획 단계에서 논란의 여지가 없는지 면밀히 살펴봐야 한다. 사람의 소득 수준 관련 특혜 또는 차별을 배제하자.

**여덟 번째 동물 이슈** | 반려동물을 키우는 인구가 급증하면서 그 반대급부로 동물 학대 논란도 커지고 있다. 동물을 식용으로 지칭하고 과도한 액션을 요구하는 표현은 절대 금물이다. 더불어 동물을 품종으로 차별하는 행위, 직간접적 동물 학대 연상 표현으로 오인할 수 있는 장면이나 문구는 배제되어야 한다.

**아홉 번째 국가 이슈** | 2021년 7월 23일 MBC가 도쿄 올림픽 개막식을 생중계하면서 입장하는 각국을 비하하는 자막을 송출해 국제적 논란이 된 사례는 기업들이 꼭 반면교사 삼아야 한다. 당시 우크라이나

선수단 입장 장면에 체르노빌 원전 사고 이미지를 사용하고 아이티 선수단을 소개할 때는 ‘대통령 암살로 정국은 안갯속’이라는 자막을, 심지어 루마니아 선수단 입장 장면에서는 영화 ‘드라큘라’의 한 장면을 삽입하기도 했다. 재미(fun) 컨셉에 매몰된 전형적인 결과다. 특정 국가의 부정적 과거사나 부정적 이미지에 대한 표현은 국가 간 이슈가 될 수 있을 만큼 각별히 유의해야 한다.

**열 번째 역사 이슈** | 특히 아직 해석과 논쟁의 여지가 있는 근현대사에 대한 호불호 표현이 문제가 된다. 지정학적으로 중국과 일본을 이웃 국가로 두고 있는 우리나라는 일본, 중국 연관 역사 표현도 해당 국가 국민들이 민감하게 반응할 수 있다.

다양성 이슈를 예방하기 위해서 가장 중요한 것은 ‘맞고 틀리고, 옳고 그름을 떠나 시대 변화에 맞춘 적절한 커뮤니케이션을 지향’해야 한다. 이를 위해 어떤 다양성 이슈가 있는지 지속적으로 사회적 이슈 탐구 및 가이드 업데이트가 필요하다.

그리고 기업의 마케팅 및 대내외 커뮤니케이션 기획 시 다양성 이슈를 이해하고 객관화를 담보할 수 있는, 보다 진화된 의사결정 프로세스가 정립되어야 한다. 이때 제3자 입장에서 사안을 볼 수 있는 전문성 있는 파트너도 고려할 수 있다.

마지막으로 다양성을 보장하는 기업의 미래를 위해 기업 내에서 구성원들의 다양성을 인정할 수 있는 제도 및 문화 개선 노력을 게을리해선 안 된다. 항상 기업의 내부 문화가 기업의 내외부 위기를 만들기 때문이다. K



**송동현**

송동현 대표는 2013년 국내 최초로 온라인-소셜 이슈 관리 컨설팅사인 밉글스푼(minglespoon)을 설립한 이후 대표 컨설턴트로서 디지털 이슈 및 위기관리 커뮤니케이션 서비스 전반을 리드하고 있다.

