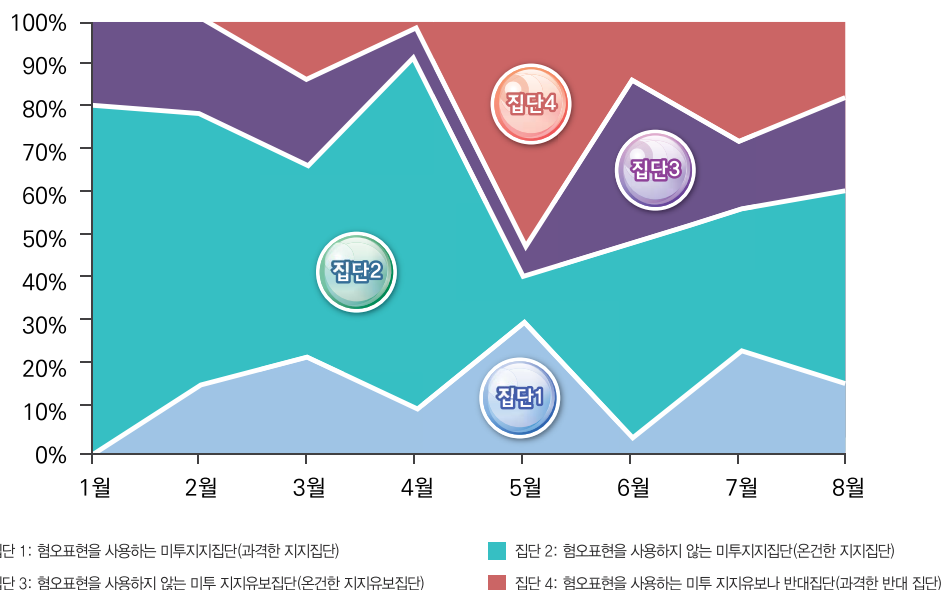


소셜 빅데이터를 이용한 미투(#Me too) 담론의 파급 양상 분석

초록

- 게시글 분석 결과 첫째, 젠더 이슈에 대한 근본적인 성찰보다는 “성폭력”, “성희롱”, “성추행”, “성차별” 등으로 인한 “여성”들의 피해사실을 “폭로” 혹은 “고발”하는데 초점이 있음. 둘째, 페이스북의 특성 상 직장 내 미투보다는 “스쿨미투”의 비중과 영향력이 더욱 부각되고 있음.
- 공유·댓글 내용 분석 결과 첫째, 게시글과는 달리 댓글에서는 “미투”에 대한 서로 다른 의견이 혼재되어 있으며 대립적인 양상이 나타남. 둘째, 여성만이 피해자가 되는 것이 아니라, 남성 역시 직·간접적 피해자가 될 수 있다는 의견이 제기되면서 다양한 층위의 차별과 역차별이 논의됨.
- 파급력을 기준으로 영향력자 1000명을 선정하여 이들의 성향을 근거로 4개 집단으로 분류함. 이들의 소셜액션 특성을 보면 4월 이후 집단2(온건한 지지)의 비중이 낮아지고, 집단4(과격한 반대)의 비중이 높아지는 경향이 나타남.

영향력적 집단별 월별 (재)댓글 비중



1. 연구 배경

- “미투”운동은 소셜네트워크의 전파력이 기폭제가 되어 발생했음. 우리나라의 미투 운동 역시 소셜네트워크와 미디어에 의해 전개되었음. 그러나 초기 일방적인 찬성과 지지에서 시간이 지남에 따라 반론이 제기되고 2차 피해가 발생하는 등 복잡한 양상을 보임. 이 연구에서는 미투 담론이 온라인의 소셜 미디어 공간에서 어떻게 파급되어 갔는 지를 분석함.

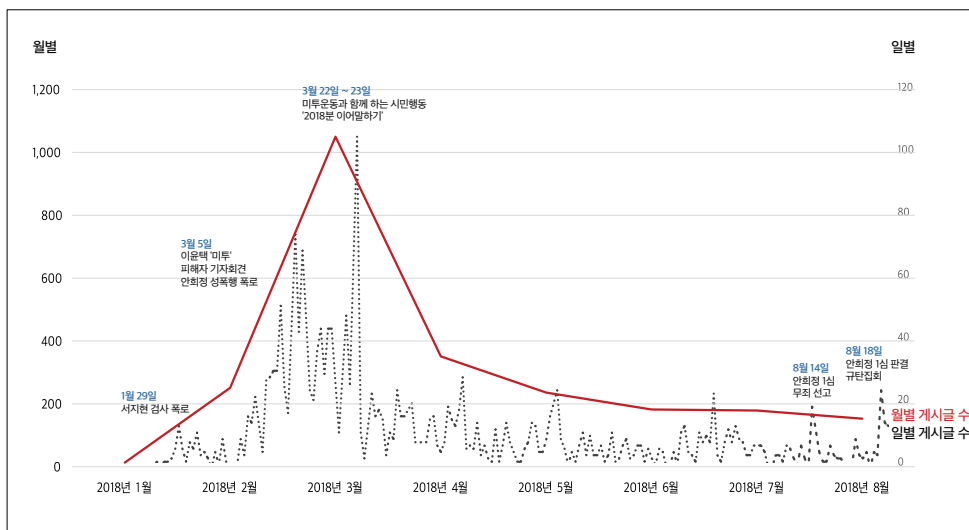
2. 분석 결과

이 연구의 자료수집과 기초분석은 빅데이터 분석업체인 아르스 프락시아에 의뢰하여 이루어짐. 분석대상은 페이스북 공개게시물이며 수집 대상기간은 2018년 1월에서 8월까지임. 검색어는 “미투”로 한정하였으며, 페이스북 공개게시물 중 본문에서 “미투”를 언급한 본문 및 댓글, 공유글 등의 데이터를 수집하였음. 분석 방법은 데이터의 파급력(potential page view) 지표를 산출하여 파급력이 큰 게시물과 댓글의 내용을 분석하였음.

게시글 분석결과

- ▶ 지난 8개월 간 수집된 공개게시글은 총 2,415건이며, 하루 평균 10.41건, 월 평균 301.88건임. 월별 분포를 보면 3월에 급격한 증가세를 보이다 4월 이후 감소하여 월별 평균 200건 미만으로 유지되고 있음.

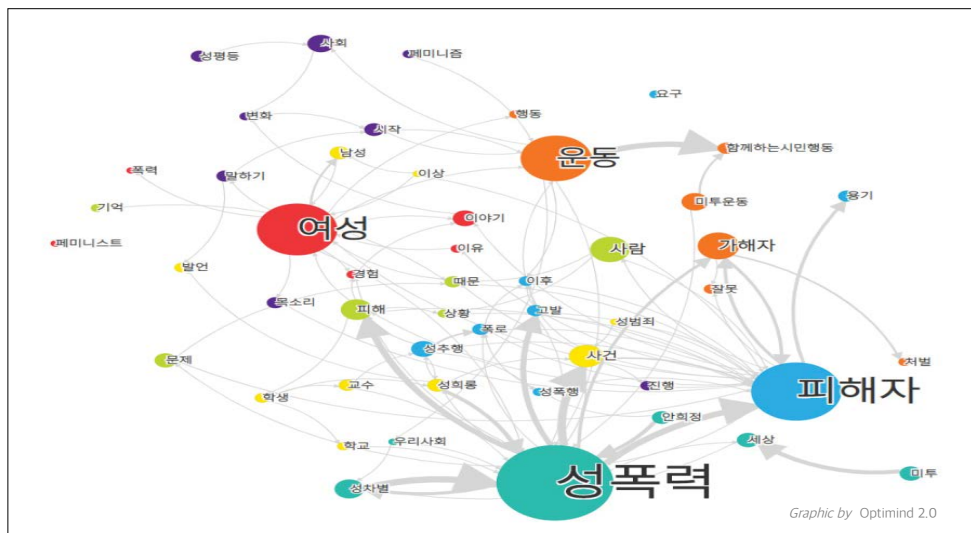
[그림 1] 일별/월별 게시글



출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료

- ▶ 게시글의 내용 분석 결과 첫째, 젠더 이슈에 대한 근본적인 성찰보다는 “성폭력”, “성희롱”, “성추행”, “성차별” 등으로 인한 “여성”들의 피해사실을 “폭로” 혹은 “고발”하는데 초점이 있음. 둘째, 페이스북의 특성 상 직장 내 미투보다는 “스쿨미투”의 비중과 영향력이 더욱 부각되고 있음. 전체 게시글 2,415건 가운데 “직장”이 언급된 게시글은 130건으로 “학교”가 언급된 게시글 332건 대비 2.5배 가량 더 많음.
- ▶ 각 대학교 대나무숲(일종의 익명게시판)을 포함하여 10대~20대를 주요 대상으로 하는 공개페이지가 많아 학내 문제를 공론화 할 수 있는 장이 존재함. 직장미투는 직장 내 문제를 공론화 할 수 있는 적절한 공간이 페이스북 내에서 거의 부재하며, 익명성이 보장되지 않아 온라인 미투운동이 활발하지 않은 것으로 생각됨.

[그림 2] 게시글의 개념에 대한 내용 분

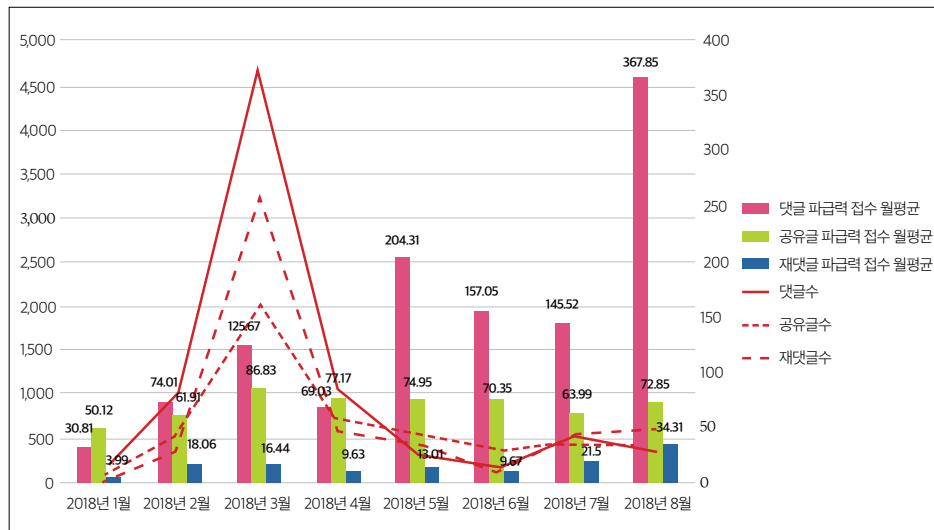


출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료

④ 공유, 댓글 분석 결과

- ▶ 월별 공유 및 댓글 데이터 빈도수와 파급력 점수를 보면 페이스북의 소셜 액션(social action) 빈도수는 3월에 가장 많았음에도 불구하고, 댓글과 댓글이 지니는 파급력은 8월이 가장 높은 수준을 보임.
- ▶ 이는 8월에 등장한 “미투” 관련 이슈가 페이스북 상에서 상당한 주목을 받았음을 의미함. 8월에 안희정 전지사의 무죄판결에 댓글 및 재댓글이 집중되어 전체 의미망에서 두드러지는 결과가 나타남.

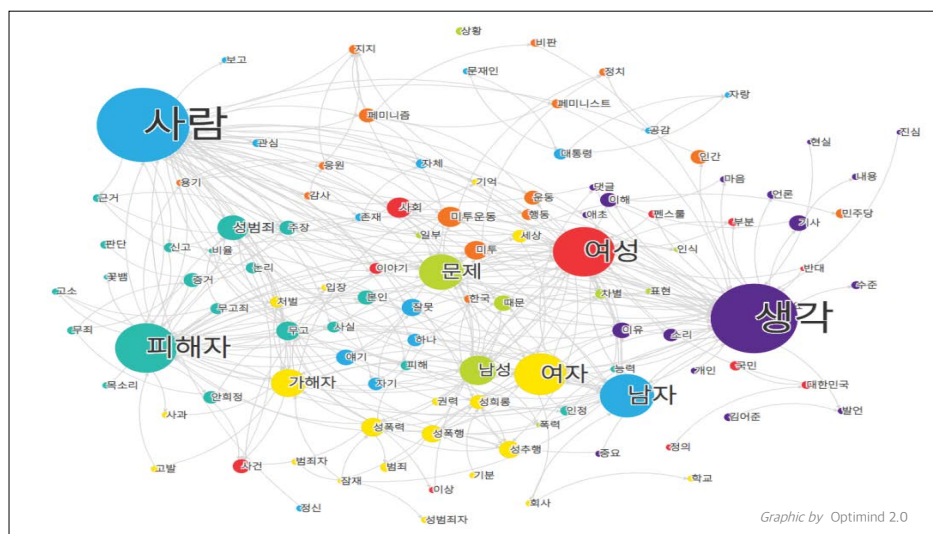
[그림 3] 댓글, 공유글, 재댓글의 월별 빈도수와 파급력 점수



출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료

- ▶ 댓글과 재댓글의 내용을 분석한 결과, 전반적으로 미투를 지지하고 있는 게시글과는 달리 “남자” 또는 “남성”에 대한 언급이 두드러짐. 성범죄의 (잠재적)가해자로서의 남성, “폭력”과 “권력”의 주체로서 남성의 부정적인 이미지로 그려짐.
- ▶ 다른 한 편에서는 남성 역시 “피해자”가 될 수 있으며, 성범죄의 직접 피해 뿐만 아니라 “무고”에 의한 피해 가능성을 지적함. “꽃뱀”은 가장 극단적으로 위와 같은 남성의 시각을 드러내는 단어임. “펜스룰” 역시 게시글에서는 없었던 남성들의 방어적 태도를 보여줌.
- ▶ 전체적으로 댓글과 재댓글의 내용은 “미투”에 대한 서로 다른 의견이 혼재되어 있으며 대립적인 양상이 나타남. 여성만이 피해자가 되는 것이 아니라, 남성 역시 직간접적 피해자가 될 수 있다는 의견이 제기되면서 다양한 층위의 차별과 역차별이 논의되고 있음.

[그림 4] 댓글, 공유글, 재댓글의 내용분석



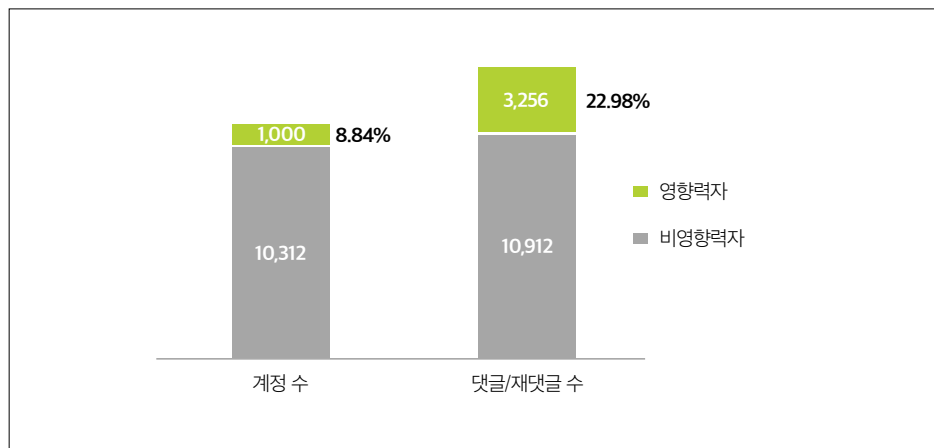
출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료



영향력자의 소셜 액션 현황

- ▶ 영향력자는 소셜네트워크에서 중요한 위치에 있음. 기존의 매스미디어에서 생산된 정보프레임이 시청자 혹은 독자에게 영향을 주었다면 소셜 네트워크에서는 소수의 영향력자들이 그 역할을 하고 있다고 볼 수 있음. 영향력자의 선정은 특정 계정의 친구 수가 많을수록, 해당 게시글의 공감수나 댓글이 많을수록 더 많은 이용자들이 접할 가능성이 높아져 영향을 많이 미치게 된다는 가정하에 파급력 지표값을 기준으로 하여 1,000명을 선정하였음.
- ▶ 상위 1,000개 이용자 계정의 소셜 액션 현황을 보면 계정수는 8.84%이지만, 이들의 댓글 및 재댓글 수는 3,256건으로 전체 댓글 및 재댓글 수(14,168건)의 22.98%를 차지하여, 영향력자들이 상대적으로 활발하게 활동하고 있음이 드러남.

[그림 5] 전체 데이터 중 영향력자의 비중



출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료



영향력자의 성향 분류와 분포

- ▶ 영향력자의 성향에 따른 파급양상의 차이를 보기 위해 두 개의 축을 사용하여 4개의 집단으로 분류함. 하나의 축은 “미투”운동에 대한 긍정 또는 지지를 하는 지 여부이고, 다른 하나의 축은 표현 상에 혐오표현이 있는 지임. 위의 분류기준을 적용하여 상위 1,000위 이내의 영향력자의 성향을 분류하면 아래의 <표 1>과 같음. 성향의 분류가 어려운 집단5을 제외하면 집단2(미투를 지지하고 혐오표현을 사용하지 않음)가 전체의 35.4%를 차지하여 가장 높은 비율을 보임.. 집단3(미투의 지지를 유보하지만 혐오표현을 사용하지 않음)이 9.8%로 그 다음으로 높음

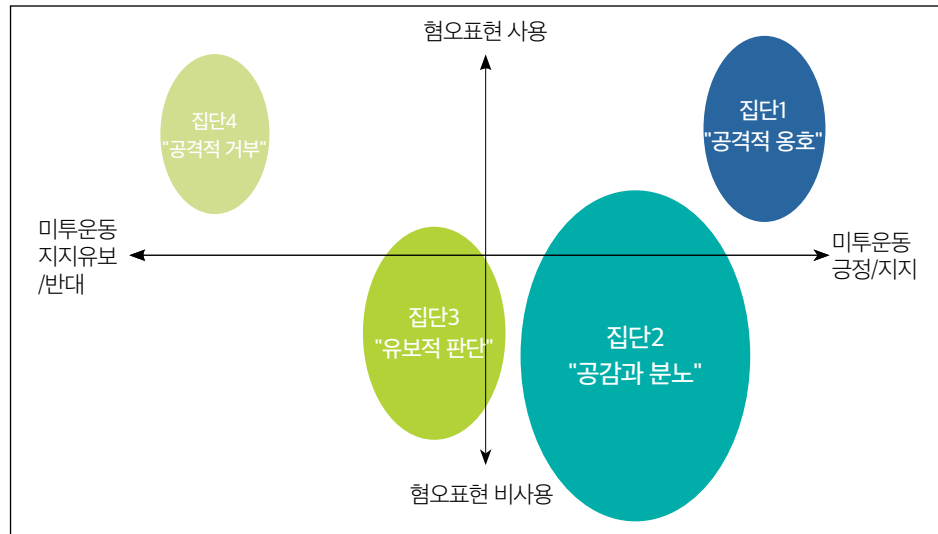
<표 1> 영향력자의 미투에 대한 성향 분포

구분	성향	계정수	비율(%)	구분	성향	계정수	비율(%)
집단 1	미투 지지, 혐오표현 사용	65	6.5	집단 4	미투 지지유보/반대, 혐오표현 사용	46	4.6
집단 2	미투 지지, 혐오표현 비사용	354	35.4	집단 5	기타 의견 및 노이즈	193	19.3
집단 3	미투 지지유보, 혐오표현 비사용	98	9.8		공유글만 존재하여 입장 파악 불가	244	24.4
				합 계		1,000	100.0

출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료

- ▶ 영향력자 성향을 도형화하면 (재)댓글을 통해 입장을 확인할 수 있는 영향력자들의 75%는 “미투”에 대한 긍정적인 반응을 보이며, 25%는 유보적이거나 부정적임. 혐오표현을 사용하는 공격적 거부집단과 옹호집단은 11.1%로 사실상 소수에 불과하나, 이들 집단은 온라인에서 사용되는 각종 혐오표현을 사용하면서 남녀갈등의 양상을 심각하게 보여주고 있음.
- ▶ 집단 2와 3의 경우에도 분노를 표현하는 과정에서 비속어를 사용하는 경우가 있으며(①/② 영역), 집단 3에는 부분적으로 “미투” 자체에는 동의하나 현재 벌어지고 있는 양상에 비판적인 입장을 보이고 있음(③ 영역).

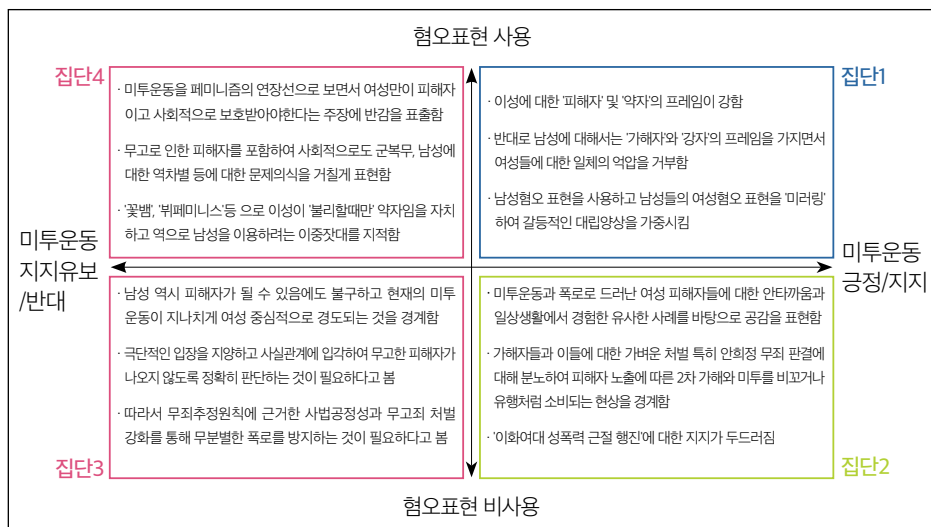
[그림 6] 영향력자의 미투에 대한 성향



출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료

- ▶ 영향력자 성향별 집단의 핵심적인 메시지를 파악하기 위해 이들의 댓글을 중심으로 분석한 것을 정리하면 아래의 [그림 7]과 같음.

[그림 7] 영향력자 집단별 핵심 메시지



출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료

- ▶ 영향력자의 댓글과 재댓글 분포 양상을 보면, 4월이후 집단2(온건한 지지)의 비중이 낮아지고, 집단4(과격한 반대)의 비중이 높아지는 경향이 나타남.

<표 2> 영향력자의 월별 집단별 (재)댓글 빈도수

	전체	영향력자	집단 1	집단 2	집단 3	집단 4	집단 5
1월	136	6	0	4	1	0	1
2월	1,404	270	31	117	39	2	81
3월	7,896	1,798	342	649	290	211	306
4월	1,613	210	16	117	10	2	65
5월	759	252	51	17	12	86	86
6월	273	80	2	22	19	7	30
7월	1,103	342	42	56	27	49	168
8월	984	298	47	128	62	50	11
합계	14,168	3,256	531	1,110	460	407	748

출처: “미투담론의 파급양상 분석을 위한 소셜데이터” 원자료

3. 정책 제언

- ① 미투운동이 성공하기 위해서는 이러한 갈등구조를 풀어나가기 위한 노력이 필요함. 지속적인 대결구도는 소모적일뿐 아니라 갈등이 심화되어 폭력성을 띠게 됨. 현실적인 대안으로는 미투운동을 남녀대결 프레임보다 비대칭적인 관련관계에 의한 가해자와 피해자의 프레임으로 전환할 필요가 있음.
- ② 미투운동은 기존의 사법체계가 성폭력에 대한 보호를 충분히 해주지 못함으로써 그동안 축적되었던 성폭력사건들이 한꺼번에 분출된 것임. 정책적으로는 사법적 공정성이 확보될 필요가 있음. 페이스북의 미투와 관련된 많은 담론들은 사법적 판단을 중요시하고 있음.

주관부처: 여성가족부 법무부 성희롱·성폭력 근절 추진점검반