

## 소셜 네트워크 상에서의 플래밍(Flaming) 현상과 공론장의 가능성\*

### - 2011년 서울시장 선거 이슈 분석 -

조 화 순\*, 김 정 연\*\*

**요약** 소셜 네트워크 공론장에서의 이성적 토론과 공개적 대화는 속의 민주주의 실현에 중요한 조건이다. 그런데 온라인 공간에서는 현실 공간보다 빈번하게 부정적 커뮤니케이션이 이뤄질 수 있으며 상호 적대적인 메시지가 나타나고 있다. 2011년 10.26 서울시장 재보궐 선거과정에서는 특정 지지자를 중심으로 결집한 시민들이 후보를 인신공격하거나 욕설, 비방하는 행동이 나타났다. 그렇다면 서울시장 재보궐 선거에서 플래밍 현상은 어떻게 그리고 어떤 수준으로 나타났는가? 플래밍 현상을 선동하는 영향력자가 존재하는가? 이들 영향력자의 플래밍 정도는 일반 사용자와 비교할 때 어떤 수준인가? 본 연구는 선거과정에서 나타나는 플래밍 현상에 주목하여 메시지의 과급정도를 데이터 마이닝하여 이슈별로 분석하고 영향력자(Influencer)와 일반 트윗의 차이를 내용 분석하였다. 후보자 개인을 비판, 조롱, 악의적으로 공격하거나 편향된 정보가 유통되는 플래밍 현상이 빈번하게 나타났고 의견을 선도하는 영향력자들이 일반 이용자보다 더 높은 플래밍 수준을 나타내고 있다.

주제어: 소셜 네트워크 서비스, 플래밍, 선전, 온라인 영향력자, 토론의 질, 속의성

## A Study on Flaming Phenomena in Social Network: Content Analysis of Major Issues in Seoul Mayor Reelection in 2011

Jho, Whasun, Kim, Jeongyeon

**Abstract** Rational debate and public conversation in the public sphere of social network are crucial conditions for realizing deliberative democracy. However, negative communication can occur online more frequently than in the real space, and mutually hostile messages are appearing. In the electoral process, citizens combining for particular candidates have made personal attacks against, abused and slandered the opposing candidates. Then, how and to what degree has the flaming behavior been appearing in the elections? Are there influencers to propagate the flaming behavior? And how flaming are these influencers, compared to internet users? This research focuses on the flaming behavior which occurred during the reelection for Seoul Mayor, in order to diagnose the role of social network as an online public sphere. This study analyzes the spreading degree of flaming messages depending on each issue, and the differences of messages between influencers and normal users. There was frequent flaming behaviors to distribute biased information which criticized, laughed at and maliciously attacked individual candidates. Moreover, influencers who advanced leading opinions, displayed a higher flaming degree than normal users.

Keywords: social network service, flaming, propaganda, influencer, opinion quality, deliberation

2013년 4월 30일 접수, 2013년 5월 1일 심사, 2013년 6월 10일 게재확정

\* 이 논문은 한국연구재단 Social Science Korea(NRF-2010-330-B00028)의 지원을 받아 작성되었음

\*\* 연세대학교 정치외교학과 교수(wsjho@yonsei.ac.kr)

\*\*\* 연세대학교 박사과정(kimjy7894@yonsei.ac.kr)

## I. 서론

인터넷이나 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)를 매개로 한 시민들의 정치 참여는 더 이상 새로운 현상이 아니다. 시민들은 새로운 커뮤니케이션 매체를 통해서 자신의 의견을 개진하고 정치 현실을 비판하며 공론을 형성하는데 참여하고 있다. 온라인 공간은 전통 미디어의 방식이 가진 문지기 역할이 작동하지 않고 개개인이 자발적으로 특정 이슈에 대해 의견이나 문제를 제기할 수 있다. 이러한 현상은 소셜 미디어의 사용이 용이하도록 기술적 인프라가 구축되었기에 가능해진 것인데 이용자들의 선택을 풍부하게 해 주고 있다는 면에서 환영할 만한 변화이다. 그런데 시민들의 커뮤니케이션의 증가가 공론장의 역할을 수행하며 정치발전에 기여하고 있는지에 대해서는 비판적인 의견이 개진되고 있다. 정치 사회적 이슈에 대한 여론을 손쉽게 자유롭게 생성하고 파급할 수 있다는 특성이 오히려 정제되지 않은 메시지의 파급을 조장하고 있다. 새로운 매체를 매개로 한 커뮤니케이션 과정에서 시민들은 일방적인 정보에 과잉 노출되거나 정보를 신뢰할 수 없는 경우를 가지게 되었다. 사회적 이슈에 대한 대안을 논의하기 보다는 일회성 비판과 일방적인 주장을 표출하는 식의 대화라면 온라인 공간이 공론장의 기능을 하고 있다고 볼 수 없을 것이다(조화순, 2012; Norris, 2000; Simon, 1999).

다양한 매체를 통해 형성되는 공론장이 정치사회적 의견 교환의 장을 형성하기 위해 중요한 것은 담론의 질이다. 공론장에서의 이성적 토론과 공개적 대화는 속의 민주주의의 실현에 중요한 조건이다(Wright, et al., 2007). 그런데 단순한 공개적 대화가 이성적 토론을 보장하는 것은 아니며 온라인의 공개된 체계와 민주적인 참여 구조가 실제로 합의지향적이고 다양한 의견의 개진을 가져오는지에 대해 회의적인 현상들이 나타나고 있다. 온라인 공간에서는 현실 공간보다 빈번하게 부정적 커뮤니케이션이

이뤄질 수 있으며 상호 적대적인 메시지가 나타나는 경향이 있다. 온라인 토론에서 다른 개인에 대한 폭력적인 공격과 부정적인 언어 메시지는 불특정 다수에게 신속한 파급으로 이어진다. 온라인 공간의 익명성이라는 특성이 개인들의 언어적 공격성을 유도할 수 있다. 욕설과 같은 사회의 바람직성에 반하는 행위를 억제하는 기제인 이용자의 사회적 실재감(Social Presence)이 존재하지 않는 인터넷 공간은 사람들의 부정적 커뮤니케이션, 소위 플래밍 현상을 촉진한다(김재휘 외, 2004). 컴퓨터 매개 커뮤니케이션에서 일어나는 플래밍(Flaming) 현상은 속의민주주의의 실현에 많은 제약이 된다.

본 연구는 소셜 미디어의 온라인 공론장으로서의 역할을 진단하기 위해 선거과정에서 나타나는 플래밍 현상에 주목하고 있다. 본 연구에서 설정한 분석 사례는 2011년 10.26 서울시장 재보궐 선거이다. 10.26 재보궐 선거는 한나라당 나경원 후보와 야권 단일후보 박원순 후보가 경합하였는데, 소셜 네트워크 서비스가 정치 변화를 강력하게 추동하였다. 그런데 서울시장 선거 과정에서는 특정 지지자를 중심으로 결집한 시민들이 공적 이슈나 쟁점에 대한 정치적 토론을 진행하기 보다는 상대방 후보를 인신공격하거나 욕설, 비방하는 일탈 행동이 나타났다. 그 결과 지지집단의 의견 격차는 더욱 심화되어 정치적 갈등을 증폭시키고 선거결과에 지대한 영향을 미쳤다. 그렇다면 서울시장 재보궐 선거에서 플래밍 현상은 어떻게 그리고 어떤 수준으로 나타났는가? 플래밍 현상을 선동하는 영향력자가 존재하는가? 이들 영향력자의 플래밍 정도는 일반 사용자와 비교할 때 어떤 수준인가?

본 논문은 플래밍 현상이 어떻게 나타나고 있는지를 관찰하고 부정적 메시지를 구성하는 이용자들은 누구인지 살펴보고자 한다. 선거 과정에서 온라인 공간의 플래밍 현상을 보여주기 위해 플래밍 메시지의 정도를 이슈별로 분석하고 후보별로 비교하며 영향력자(Influencer)와 일반 트윗의 차이를 분석하는데

중점을 두었다. 내용분석은 2011년 10.26 서울시장 재보궐 선거의 공식 선거 운동기간이 포함된 10월 중 1일부터 선거일 전날인 10월 25일까지를 분석기간으로 하였다. 온라인 공간에서 의견을 선도하고 영향력을 발휘하는 영향력자의 플레밍 경향과 일반 이용자의 수준을 비교해 보고 그것이 선거 과정에서 이슈별로 어떻게 발현되는지를 확인할 것이다.

2장에서는 인터넷 공간에서 일어나는 플레밍 현상과 관련하여 구축된 이론들을 살펴보고 플레밍의 정도를 파악할 수 있는 기준을 정의한다. 3장은 분석 사례와 관련하여 데이터 마이닝(Data Mining)으로 수집한 트윗 자료를 통해 이슈의 발생과 추이, 팔로워들의 여론 성향을 해석한다. 또한 주요 선거 이슈의 내용분석을 통해 플레밍 정도를 분석하고 후보자별로 영향력자와 일반 이용자 간의 플레밍 정도의 차이를 분석한다. 결론에서는 소셜미디어 공간에서의 숙의의 수준과 공론장으로서의 가능성을 평가한다.

## II. 이론적 논의

시민들 간의 풍부한 대화와 토론을 통한 심사숙고의 과정들은 숙의 민주주의(Deliberative Democracy)의 발전에 기여하리라 기대되어 왔다. 서로 일치하지 않는 견해를 가지고 있어도 다양한 관점들에 노출되는 과정에서 숙의적인 토론을 하게 되고 합리적 결정을 이루어 나갈 수 있다는 것이다(Bohman, 2000; Chambers, 2003; Carpini, et al., 2004). 인터넷은 대중들이 주요한 이슈들을 가지고 토론에 참가하면서 개인의 신념들을 표시하고 타인의 의견을 듣는 공적 영역으로 기능할 수 있다. 공공 의제에 대해 공중이 자유롭게 참여하면서 의사결정하는 과정에서 시민들 사이에는 상호 이해와 신뢰가 형성되고 민주주의 이상의 실현이 가능하다는

것이다.

그런데 트위터는 분파 형성적 미디어(Mutz, 2006)로 이용자는 이견에 노출될 기회가 줄어들어 이용자 간의 분절화가 일어날 수 있다(조화순 외, 2012; 신현기 외, 2011: 71-72). 이용자들은 정보기술을 이용한 매체를 이용하면서 소위 플레밍을 경험하게 된다.<sup>1)</sup> 플레밍은 온라인 토론 집단이나 뉴스 게시판 등에서 빈번하게 나타나는 현상으로 커뮤니케이션 과정에서 의도적으로 잘못된 정보를 게시하면서 타인의 공격성을 이끌어내는 현상이다(Thompson, et al., 1996: 226-229). 인터넷과 소셜 네트워크를 이용한 커뮤니케이션에서 공격행위는 적의감, 분노의 의도나 질투, 의심 등 적대적(Hostile) 특성을 보인다. 개인이 불의의 감정을 가질 때 발언을 지칭하는 회의적인 메시지나 혐오, 조롱도 나타난다(Buss, et al., 1992: 452-453). 모욕, 비방, 조롱, 모독, 비언어적 상징(Nonverbal Emblem), 헐박, 욕설 등 악의적 커뮤니케이션 메시지도 보이고 있다. 커뮤니케이션에서 공격적 언어가 사용되는 것은 좌절감의 표출이거나, 미디어 등에서 경험한 사회적인 논쟁을 건설적으로 논하는 기술이 부족할 경우에 나타날 수 있다(Infante, et al., 1986: 61-62). 인터넷 토론은 다수가 정당한 토론 규칙을 준수하면서 상대를 이해하고 자신의 입장을 설득하면서 합의 도출을 추구하는 공간이 아니라 소수의 극렬한 정치적 경향을 지닌 사람들의 공간이다(김은미 외, 2004: 118). 반사회적인 성격의 공격적 네티리즘과 플레밍 현상은 숙의민주주의 과정에 부정적인 영향을 미칠 수 있다.

플레밍의 발생 원인에 대해서는 다양한 의견이 나타나고 있다. 먼저 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(Computer-mediated Communication)이 일어나는 사이버공간의 공간적 특성 자체로부터 기인하

1) Bales(1950: 258)은 부정적인 플레밍 현상을 반동의(Disagrees), 긴장 표출(Shows Tension), 적대감 표출(Shows Antagonism)로 분류하였다. Thompson, Foulger(1996: 228-229)은 플레밍을 의견의 발산(Divergence), 반동의(Disagreement), 긴장(Tension), 적의감(Antagonism), 모독적 적의감(Profane Antagonism)으로 분류하고 있다.

는 익명성이다. 사이버공간은 개개인에 대한 구별이 어렵고, 개인의 정체성이 몰개성화되어 군중들의 휩쓸림이 조장될 수 있다. 인터넷 기반 토론 과정에서는 개인화된 의견 표출이 다양화되지만 동시에 개인의 정보가 노출되지 않음으로 인해 비방, 명예훼손, 욕설 등의 비이성적 행동이 보다 쉽게 일어날 여지가 있는 것이다(Postumes, et al., 1998: 238-242). 온라인 공간은 면대면 커뮤니케이션과는 달리 개인들의 신분, 지위 등의 정보가 나타나지 않기 때문에 오프라인의 사회적 규범이 적용되기 어렵다. 인터넷 공간은 사회적 가식이나 아부, 아첨 형태의 메시지가 구성되기 어렵고 동시에 예절과 타인에 대한 배려의 부족이 나타날 수 있다. 많은 연구들은 이러한 경향을 증명해 보이고 있다. 이용자들은 감시와 비판에서 자유롭다고 느끼고 타인의 의견에 대해 쉽게 동의하지 않고 대적점에 서고 있다(Sproul, et al., 1991). 가상적 상호작용은 참가자들 사이의 몰인격화를 낳아, 욕설과 비난, 근거 없는 험담 등을 사용하여 상대를 공격하면서 반규범적, 반사회적, 선동적 현상이 나타난다(Siegel, et al., 1986: 157-158). 또한 규범이 부재한 가상공간의 정치토론에서는 갈등과 소문의 발현 등의 비(非)숙의적 현상이 나타난다. Poster(1997)는 온라인 공간은 정체성이 끊임없이 변화되는 불안정한 공간이므로 구성원들끼리 안정적인 공동체를 형성하지 못하고 합리적 토론을 위한 공간을 만들 수 없다고 주장하면서 기존의 공론장의 역할을 온라인에 적용할 수 없다고 보았다.

둘째, 인터넷 공간에서는 특정 정치인이나 정치적 의견을 중심으로 유사한 의견을 공유하는 집단이 형성된다. 이용자가 선택의 주도권을 가지게 되면서 자신의 기존의 관심사, 선호와 일치하는 것만을 선택적으로 접하는 현상이 나타나는데, 동일한 입장을 가진 사람과 소통을 반복하게 되면 논지가 강화되는 단계를 넘어 편협해 질 수 있는 부작용까지 초래될 수 있다. 일반적으로 개인은 자신의 기준에서 사건이나 이슈를 평가한 후 그것에 대한 편애심이 생기고 타자의

의견을 자신의 것으로부터 구분하는 속성을 가진다. 특정 이슈의 논의 과정에서 개인은 타인이 제시하는 설득력 있는 주장을 수용하기도 하고 참신하고 그럴듯한 주장에 영향을 받아 자신의 의견을 그에 맞추어 수정하는 과정을 거친다(Burnstein, et al., 1977: 326-330). 자신의 의견과 일치하는 인터넷 미디어에 계속해서 노출될 경우 스스로의 주장을 더욱 효과적으로 부각시키기 위해 ‘정치적 경향성’과 ‘당파성’을 드러내게 된다. 예를 들어 사이버 훌리건(Hooligan)의 공격적인 댓글은 의견의 극화성이 심화되면서 일어나는 대표적인 예이다(나은영, 2006: 111). 인터넷 게시글들은 자극적 토론, 논리적 근거 부족, 정치적 당파성, 저속한 표현들의 특성을 지니며 자신의 입장을 전달하기 위해 이성적인 논리보다는 욕설, 인신공격성 발언들이 빈번하게 나타난다(이기형, 2003).

셋째, 인터넷 이용자의 사회인구학적 특성과 관련해 공격적 커뮤니케이션의 원인을 파악하는 연구도 진행되고 있다. 공격적 커뮤니케이션은 커뮤니케이션 환경과는 상관없이 개인적 특성 혹은 개인의 성격과 연관되어 있다(Kassin, 2003). 성별이나 연령과 같은 변인들을 플레밍 현상과 연관 짓고 있는데, 일반적으로 남성들은 온라인 토론에서 더 많은 메시지를 보내고 지배적으로 활동하며, 여성들보다 다른 이의 의견에 자주 반대하는 경향이 있다(Kramarae, et al., 1992; Dsilva, et al., 1998). 연령도 컴퓨터 이용 행태와 관련하여 유의미한 영향을 미칠 수 있다. 컴퓨터 이용 시간이 길고 메시지의 송수신이 활발한 사람이 플레밍 현상을 빈번하게 경험할 수 있다. 또한 언어적 공격성이 높은 사람들은 오프라인이나 온라인 상황에 관계없이 공격적 메시지를 사용할 가능성이 높다. 따라서 온라인 토론시 플레밍이 어떻게, 어느 수준에서 나타나는지를 판단하는 것은 공론장의 가능성을 파악하는 데 중요하다.

온라인 토론에서 플레밍은 양면적 가능성을 가지고 있다. 커뮤니티 내에서 타인을 비판하는 행위는

규제력을 지니면서 커뮤니티 내에 적응하도록 유도할 수도 있다. 하지만, 온라인 토론에서 플레밍이 지속될 경우 참여자들을 낙담시켜 그룹에서 탈퇴시킬 수 있다. 즉 인터넷 상에서 플레밍 현상은 개인들 사이의 투쟁심이나 적의감을 불러일으키고 비우호적인 비평, 개인적인 모욕이 전해지면 그룹에 참여하는 것을 중단하면서 인터넷 커뮤니티에서의 활동을 억제하게 된다.

본 연구는 상호작용의 커뮤니케이션 과정에서 나타나는 플레밍 현상과 전파의 영향력을 전제하고 있다. 선거 과정에서는 시민들의 갈등이 직접적으로 나타나고 정치적 의견이 분열된 상황에서 반목이 빈번하게 발생하는데, 유통되는 메시지의 플레밍 수준을 측정하는 것은 온라인 토론에서 의견이 다양하게 공유되는지 아니면 극단과 본질의 형태로 편향되는 것인지를 판단하는 기준이 될 수 있다. 비판의 메시지는 상호간에 강한 연관 관계를 갖게 되는데 한 쪽에서 비판을 가한 것에 대한 대응으로 다른 쪽에서 비판이 오고 가게 되는 것이 보편적인 행태이다(Dsilva, et al., 1998). 플레밍은 점증적으로 상승작용을 일으키는 경향이 있고, 공격은 연쇄적으로 일어나게 된다. 따라서 공격적 언어의 메시지가 인터넷의 기술과 조우하여 쉽게 확대 재생산될 수 있는 상황에서 플레밍 정도를 확인하는 것이 필요하다.

본 연구는 개별 트윗 게시글의 플레밍 현상을 판단하기 위해 온라인 메시지의 자극성과 공격적 특징이 선전(Propaganda)의 기법과 유사하며 논리전개에 비약이 있다는 점에 주목하고 있다. 즉 플레밍 현상의 분석틀로 선전기법과 논리학에서의 오류들의 개념을 중심으로 플레밍 행위 판단의 기준을 설정하고 있다. 먼저 온라인상에서 의견은 뉴스 정보처럼 객관적이고 중립적인 글이 아니라 비약과 편견이 많이 포함되어 있고 상대방을 설득하기 위해 진실을 왜곡하고 이성적 논리의 고리가 약한 취약성을 갖는다는 점에서 '선전'과 유사한 성격을 갖는다(박민경 외, 2011: 122). 선전은 부정직(Dishonest), 왜곡

(Distortion), 속임수(Deceit), 조작(Manipulation), 세뇌(Brainwashing) 등의 부정적인 이미지와 관련이 깊다. 어떠한 상징을 활용함으로써의 목적이 있는 메시지를 생산하고 의견을 특정한 방향으로 촉진시키고 퍼뜨리는 역할을 하는 선전으로 활용된다(Jowett, et al., 1986). 선전 전략으로는 상대방의 인물에게 강렬한 증오의 대상이 될 만한 이름을 붙여 상대방의 주장과 목적을 비난하거나 공격하는 낙인찍기(Name Calling)와 자신의 말을 절대적이고 보편적인 가치와 결합시켜 미화하는 화려한 일반화(Glittering Generality), 일반적으로 권위가 인정되는 대상의 이미지를 자신과 결부시켜 자신을 높이는 전이, 사회적으로 저명한 학자나 사람들의 말을 통해 권위를 높이는 증언, 후보자가 국민과 희로애락을 같이한다는 인상을 주면서 인기를 얻는 평범화(Plain Folks) 등이 이용된다(이기홍, 1987).

둘째, 온라인상에서 나타나는 의견 제시의 논증 구조 역시 플레밍의 정도를 파악하는데 사용할 수 있다(최훈 외, 2010). 의견제시의 논증구조는 논증들이 지켜야 할 규범을 정하고 특정 유형들이 이를 따르는지 여부를 평가하는 것으로 대표적인 오류의 형태로는 대중에의 호소(Ad Populum), 권위에의 호소(Ad Verecudiam), 무지에의 호소(Ad Ignorantiam), 사람에 대한 인신공격(Ad Hominem)을 들 수 있다. 호소는 주로 사람들의 편견, 분노, 적대감에 호소하는 것으로 타당한 이유를 제시하기 보다는 심리에 전제하여 주장의 정당성을 옹호하는 것이다(Copi, et al., 1998). 온라인의 특정 메시지가 상대방의 태도에 영향을 주거나 마음을 움직이려 한다면 호소 역시 플레밍의 한 방법이다. 본 연구에서는 플레밍 현상이 정치적 토론에서 특히 적대적 감정의 표출로 쉽게 빠져드는 경향에 집중하여 인터넷의 언어활동과 메시지 내용, 전개 방식에 관심을 두고 있다.

플레밍은 적의감을 표출하는 단계 이상의 과정으로, 이 글에서는 온라인에서 나타나는 악의적이고 공격적인 커뮤니케이션을 사람을 매도하여 특징짓는

것(Name Calling), 인신공격하거나 감정에 호소, 논점을 벗어나 상대방의 성격을 공격하는 것(Ad Hominem), 군중에 호소하거나 힘있는 사람들이 믿는 것을 진실이라고 판단하는 것(Ad Populum), 악의적 소문을 퍼뜨리는 행위(Malicious), 빈정거리거나 조롱하는 행위(Sarcastic), 욕설이나 저급한 언어를 사용하는 경우(Abusive)로 세분화하였다(Bales, 1950; Thompson, et al., 1996). 이밖에 단순 사실 정보도 분류항목으로 설정하였다. 이는 선전 전략에서 사용하는 매도하기의 행위와 논증을 평가하는 근거로서 논리적 오류 형태를 포함하고 있으며, 인터넷 공간에서 정치사회적 이슈에 관해 의견 분열이 나타나는 과정에서 심화되는 플레밍 현상을 보여줄 수 있다. 특히 정치적 주제와 관련하여 온라인상에서 발생하는 적대적 감정의 교환을 살펴볼 수 있다(Diakopoulous, et al., 2010: 1197).

### Ⅲ. 트위터 소통의 플레밍 현상 사례분석

#### 1. 온라인 버즈 분석(Online Buzz Analysis)

2011년 10월 26일 서울시장 재보궐 선거는 전체 투표율 45.9%를 나타냈는데 이러한 투표율은 2000년 이후 치러진 재보궐 선거 중 가장 높은 투표율이었다. 서울시장 재보궐 선거에서 한나라당 나경원 후보와 야권 단일후보 박원순 후보는 박빙의 선거를 통해 경합하였다. 선거과정에서는 선거와 관련된 이슈가 발견되고 관심을 얻는데 있어서 소셜 네트워크 서비스가 활발한 매개체가 되었고 결과적으로 선거결

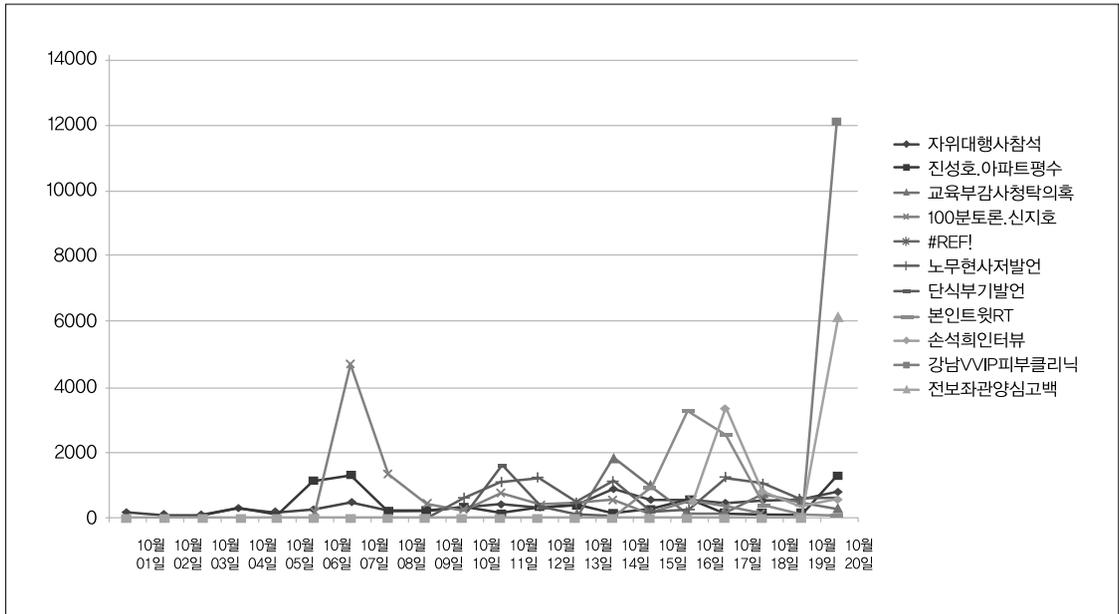
과에 영향을 미쳤다. 본 논문에서는 먼저 트위터에 나타난 온라인 버즈를 통해서 두 후보와 관련한 정치적 커뮤니케이션의 정도를 파악하고자 한다.<sup>2)</sup> 우선 한글로 작성된 트윗의 선거 관련 온라인 유통량을 데이터 마이닝<sup>3)</sup>을 통해 수집하여 해석하고, 각 후보자들의 팔로워(Follower)를 중심으로 한 여론의 긍정, 부정 성향, 각 후보자들에 대해 논의된 이슈의 발생 추이를 살펴본다.

2011년 서울시장 재보궐 선거 후보와 관련해 중요하게 떠오른 이슈는 이슈의 버즈(Buzz : 언급) 생성과 소멸 추이를 통해 살펴볼 수 있다. 나경원 후보와 관련해 트위터에서 논의된 중요 이슈는 강남 VVIP 피부과, 신지호 100분 토론, 노무현 사저발언, 전보 좌관 양심고백 등이 논의되었다. 박원순 후보 관련해서는 트위터에서 학적논란, 부정전과의혹, 야권단일 후보확정, 부친마타도어, 병역의혹 등이 주로 논의되었다. 본 버즈분석에서는 나경원 후보의 경우 강남 VVIP 피부과, 신지호 100분 토론, 전 보좌관 양심고백을 선정하고, 박원순 후보의 경우 학적논란, 부친마타도어, 부정전과의혹과 관련해 트위터 사용자들에게 논의된 이슈의 추이를 살펴보았다.<sup>4)</sup> <그림 1>은 나경원 후보와 관련해 트위터에서 논의된 중요 이슈를 나타내고 있다. 나경원 후보의 경우 트위터에서 가장 많은 논의된 것은 강남 VVIP 피부클리닉이고 이슈가 오랜 기간 지속된 것은 한나라당 대변인 시절 2008년 노무현 사저를 비판했던 발언과 관련된 것이다. 강남 VVIP 피부클리닉 이슈는 관련 의혹이 불거진 10월 20일 하루 동안 1만2000건 이상의 트윗이 생성되었는데, 강남 지역에서 초호화급으로

2) 소셜 네트워크 서비스에서 선거 관련 메시지 노출은 트위터, 페이스북, 블로그 등 다양한 매체에서 이뤄지고 있다. 사용목적, 활용 방법 등에서 각각 차이를 보이고 있는데 본 연구에서는 전파 범위와 확산을 고려하여 트위터를 선택하였다. 페이스북은 텍스트와 동영상의 연계성 면에서 트위터처럼 유용하지만 상호 허락에 의한 관계 맺기의 구조가 전파 범위를 제한할 수 있고, 블로그는 트위터와 페이스북의 데이터베이스 역할을 한다는 면에서 매체별 특성이 다르다. 트위터는 정보의 전파범위와 확장성이 넓고 포털 사이트와 연계되어 검색 서비스가 가능하며 특히 리트윗의 기능은 노출량을 극대화시키는 역할을 한다는 면에서 분석 대상으로 적합하다고 본다.

3) 다움소프트(Daumsoft)사가 제공한 트위터 데이터를 이용하였다.

4) 이슈별 트위터 원문 메시지 추출은 대표키워드에 대한 동의어를 설정하여 내용을 확인하였다. 피부클리닉 이슈의 경우 1억원유명클리닉, VVIP급, 1억회비, 강남피부과, 피부관리, 노화치료 등, 학적논란 이슈의 경우 법대중퇴, 학적위조, 서울대법대, 하버드로스쿨, 초청장공개, 정경대 등을 지정하여 원문 추출이 누락되지 않도록 설계하였다.



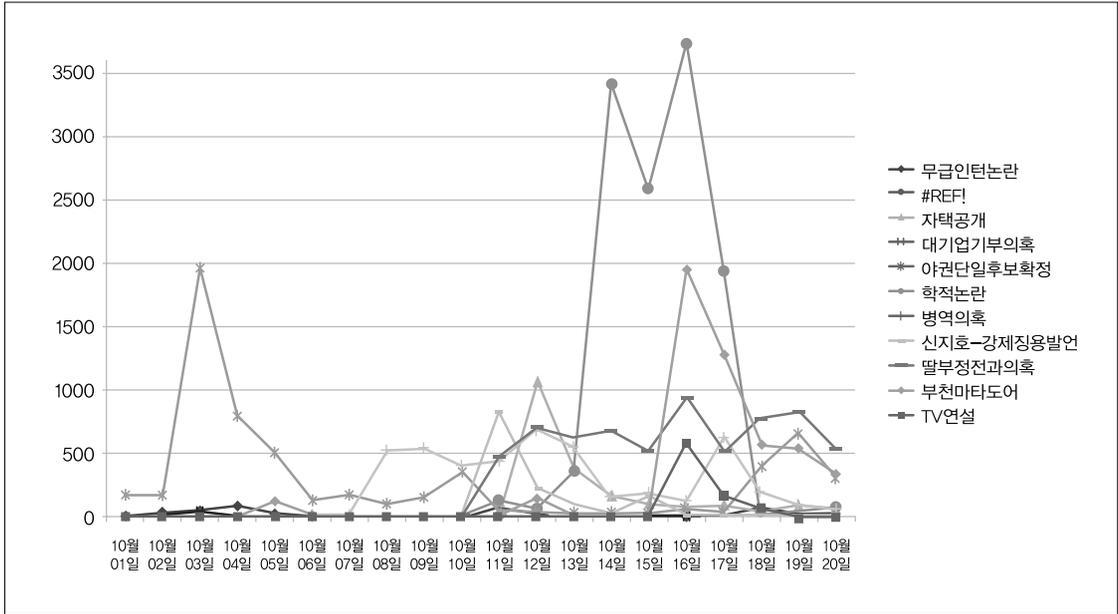
〈그림 1〉 나경원 후보의 버즈 생성 및 소멸 추이

분류되는 피부클리닉에 후보자가 상시 출입해 온 사실이 보도되면서 논란이 확산되었다. 신지호 의원의 MBC 100분 토론 관련 트윗 역시 하루 4000건 이상이었는데, 신지호 한나라당 의원이 10월 6일 음주 상태로 〈MBC 100분 토론〉에 참석해 논란이 된 것이다. 전보좌관 양심고백 이슈는 나경원 후보자의 전보좌관이 10월 18일부터 세 차례에 걸쳐 후보자 당선을 반대하는 글을 블로그에 기고하였고 이것이 링크되면서 확산이 되었다. 버즈가 발생된 주요 이슈는 후보자 본인 뿐 아니라 그의 가족까지 검증하는 범위를 포괄한다.

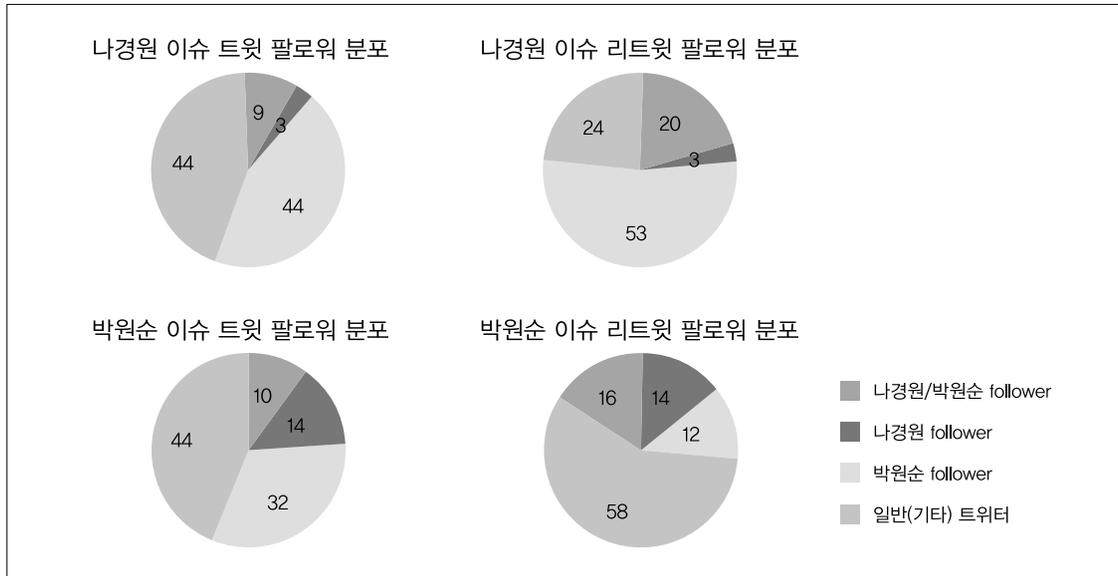
〈그림 2〉는 박원순 후보와 관련해 트위터에서 논의된 중요 이슈의 추이를 나타낸다. 박원순 후보의 경우에는 학적과 관련된 논란이 많았으며 후보자 부친에 대한 흑색선전 논란이 그 다음으로 버즈 발생량이 높았고 가장 오랫동안 지속되었다. 박원순 후보 관련 이슈 중에서는 하버드대 학적 논란이 하루 최고 3700건 가량 언급되었다. 서울대 법대 학력 위조 논란과 하버드 로스쿨 객원연구원 경력에 대해서 허위

의혹이 제기된 사안이다. 후보자 부친(父親)의 친일 경력 논란은 일제 당시 일본군 위안부 모집책으로 활동했다는 의혹이다. 박원순 후보 딸의 부정 전과 이슈는 서울대학교 미술대학에서 법과대학으로 전과할 때 조국 교수가 개입된 것이라는 한나라당 조전혁 의원의 발언으로 촉발된 논란이다. 후보자 아들의 병역 기피 의혹 관련 버즈 역시 오랫동안 생성되었다.

〈그림 3〉은 두 후보에 관해 논의된 이슈가 누구에 의해 주로 논의되고 리트윗 되었는지 살펴본 것이다. 각 후보와 관련해 논의된 이슈의 트위터 팔로워와 리트윗 팔로워의 분포를 살펴보면 나경원 후보와 관련한 이슈는 박원순 후보의 팔로워와 일반 트위터에 의해 생성되고 있다. 나경원 후보와 관련한 트윗은 박원순 팔로워(44%)와 일반 트위터 사용자(44%)가 생성하고 있는 반면, 나경원 팔로워 중 3%가 나경원 후보 관련 이슈를 생성하고 있다. 또한 트위터에서 언급된 두 후보의 논의 내용에서 주목할 만한 점은 나경원 후보 관련 이슈에 대한 리트윗 역시 박원순 팔로워에 의해 주로 이루어지고 있다. 반면 박원순



〈그림 2〉 박원순 후보의 버즈 생성 및 소멸 추이



〈그림 3〉 나경원, 박원순 후보에 대한 Top 10 이슈 트윗의 확산 패턴

후보에 관한 트위터 내의 논의는 박원순 팔로워(32%)와 일반 트위터(44%)에 의해 주도적으로 이루어지고 있다. 박원순 후보자와 관련된 이슈에 관한

리트윗은 박원순 팔로워(58%)에 의해 적극적으로 진행되었다.

〈표 1〉은 나경원 후보 관련 이슈를 일별로 분석한

것이다. 나경원 후보 관련 이슈는 공식선거운동이 시작되기 전 기간 부터 특히 박원순 팔로워들에 의해 담론이 만들어 지고 부정이슈가 다수 발현되었다는 점에서 특징적이다. 서울시장 선거의 경우 트위터 상에서 나경원 후보의 입지가 좁아져 있다.

나경원 후보의 부정 여론은 박원순 팔로워와 일반 사용자에 의해 형성되고 있다. 강남 VVIP 피부클리닉 이슈와 전보좌관 양심고백 이슈에 관해 10월 20

일 하루 동안 평소의 2배 가량 부정 여론이 급증하였는데, 동시에 박원순 팔로워에 의해 발현되는 비중이 높아졌다. 박원순 후보의 부정 여론은 나경원 팔로워와 일반 사용자에 의해 발생되고 있는데 그 비중은 작고, 오히려 10월 11일, 14일, 16일에 박원순 팔로워가 부정 의혹에 대한 반박 트윗을 다수 게재하면서 박원순 후보자를 방어해 주고 있다(그림 4).

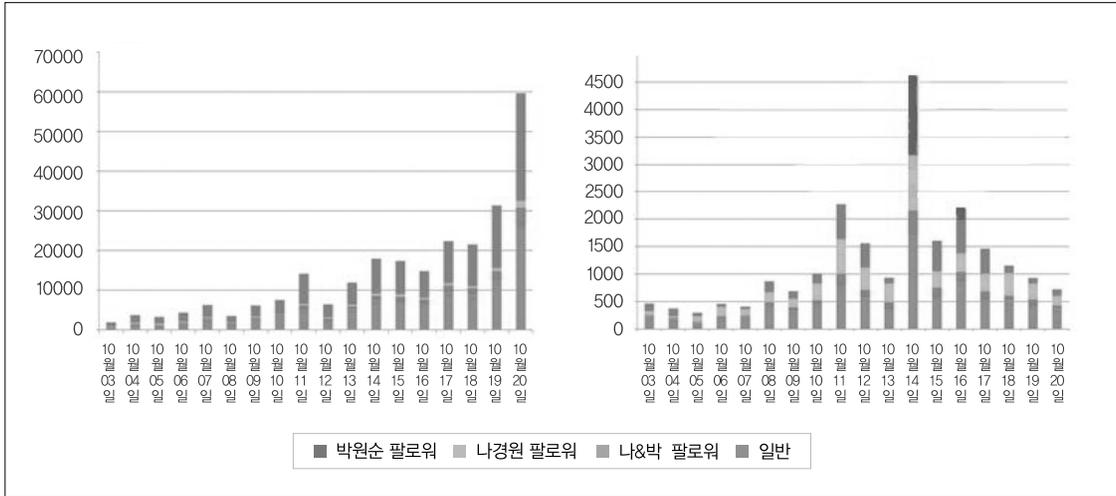
서울시장 재보궐선거에서는 두 후보와 관련해 비

〈표 1〉 나경원 후보 연관 일별 이슈 분석

20111001	주어 <sup>5)</sup>	목욕	이희아	네손가락 피아니스트	자위대	박근혜	도가니	거짓말	오세훈	손등키스
20111002	이희아	조중동	네손가락 피아니스트	오세훈	박근혜	주어	자위대	신사임당	도가니	사학법
20111003	박근혜	아미자정차인	수입쇠고기	조중동	신사임당	주어	오세훈	전여옥	도가니	자위대
20111004	박근혜	오세훈	조중동	차별성	주어	이동관	문방위	자위대	언론악법	도가니
20111005	박근혜	도가니	오세훈	주어	사학법	거짓말	이동관	한기총	수입쇠고기	자위대
20111006	박근혜	마티즈	아파트평수	오세훈	진성호	자위대	tv토론	도가니	프레스센터	정치자금
20111007	신지호	폭탄주	진성호	홈페이지	박근혜	자위대	오세훈	거수경례	아파트평수	사과문
20111008	신지호	사과문	박근혜	수첩공주	홈페이지	폭탄주	isad	40억	자위대	잡스부고사진
20111009	시각장애인	네거티브	이시형	재테크실력	도가니	네거티브기사	차떼기당	부정부패	등급	안명옥
20111010	시각장애인	홍준표	네거티브	아방구	부정부패	차떼기당	선동세력	진성호	김재호	오세훈
20111011	단식부기	노무현사저	거짓말	오세훈	신지호	mb사저	홍준표	네거티브	옥매트차떼기	시각장애인
20111012	노무현사저	신지호	단식부기	mb사저	패일린	저체어론조사	암탁이올면 나라가방한다	진성호	네거티브	미디어법
20111013	명동철거민	보행중 흡연금지	화곡중학교	박근혜	출산가산점	노무현사저	진성호	주어	신지호	오세훈
20111014	교육부 감사청탁	말자르다	홍준표	노무현사저	디지털 특공대	유홍주점 임대료	주어	명동철거민	자위대	조중동
20111015	유홍주점 임대료	교육부감사 청탁의혹	본인트윗 RT	나채성	상가시세 차이	명동철거민	부친학원 비리	홍준표	나경원 설명서	조중동
20111016	본인 트윗RT	안형환	시스템충돌 해명	안형환화력 위조	나채성	강용석	박근혜	오세훈	교사정치 자금수수	자위대
20111017	손석희 인터뷰	본인 트윗RT	노무현사저	교사정치 자금수수	이명박	mb사저	시스템 충돌해명	유홍주점 임대료	네거티브	허위사실 유포문자
20111020	정봉주	노무현사저	mb사저	말과입장 바꾸기	손석희 인터뷰	나경원과 마우스	계정연동 오류의진상	네거티브	고급벤처량	외조부일제 순사의혹

\*■ : 나경원 팔로워, 박원순 팔로워 외의 일반 트위터가 언급을 가장 많이 한 이슈

5) 나경원 후보가 2007년 대통령 선거 시기 한나라당 이명박 후보의 대변인으로, BBK 설립에 '주어(설립자를 지칭하는 의미)가 없다'고 해명한 것과 관련해, 2011년 서울시장 선거 기간 동안 당시 발언이 재언급되면서 화제가 되었다.



〈그림 4〉 나경원(좌), 박원순(우) 후보의 부정 여론에 대한 팔로워분포

난하거나 부정적인 이슈들이 주로 논의되었고 다시 이를 비난하거나 지지하는 여론이 불규칙적으로 폭발하고 소멸되는 과정을 보였다. 그런데 트위터 팔로워들이 후보자를 지지하거나 공격하는 경향은 실제 트윗 메시지의 내용 분석을 통해 검증해 볼 수 있다. 부정적 온라인 메시지를 결정하는 정도와 기준을 마련하는 것도 필요한 작업이지만 동시에 일반 사용자와 파급력을 지니는 적극적 사용자 간의 부정 언어의 표출 빈도를 보면 각 후보자와 관련된 온라인 정치 참여 행태를 파악할 수 있다.

## 2. 이슈의 내용 분석과 연구결과

본 논문은 선거 과정에서 온라인 공간의 플래밍 현상을 보여주기 위해 플래밍 메시지의 정도를 이슈별

로 분석하고 후보별로 비교하며 영향력자와 일반 트윗의 차이를 분석하는데 중점을 두었다. 내용분석은 2011년 10.26 서울시장 재보궐 선거의 공식 선거 운동기간이 포함된 10월 중 1일부터 선거일 전날인 10월 25일까지를 분석기간으로 하였다. 분석 자료는 당시 선거 후보자 나경원, 박원순 관련 트위터 멘션으로 각 후보자 관련 트윗을 필터링하였다. 후보자 관련 이슈는 데이터 마이닝 방식으로 추출하였고 기간 내 영향력과 파급 정도를 고려하여 후보별로 3개씩 분석 이슈를 선정하였다.<sup>6)</sup> 분석 기간 동안 트위터에서 논의된 이슈에서 가장 많은 영향력을 행사한 영향력자를 10명씩 선정하였고, 각 이슈에 대한 버즈생성이 가장 높은 날짜에 영향력자들의 트위터 내용을 모두 추출하였다.<sup>7)</sup> 영향력자는 트위터 네트워크 내에서 다른 사람들에 대한 영향력이 높은 이용자를

6) 분석 이슈 선정 기준은 분석 기간 동안 후보 관련 가장 많은 버즈가 생성된 이슈를 중심으로 하였다.

7) 영향력자(Influencer)는 내 트윗에 대해 리트윗한 사람의 수, 팔로워 수, 나에게 멘션한 사람의 수, 내가 멘션한 사람의 수, 트윗 수의 팩터를 고려하여 생성된 리스트에서 상위 10인을 선정한 것이다. 이슈별 영향력자의 아이디는 강남 VVIP 피부과는 linguist2, Guidori, sinbi2010, feeljava, kimyiha, jasondari, bjchina123, goodewil, dmzkor, jchbae, 신지호 100분 토론은 pass324, woodstock1000, sinbi2010, bjchina123, Nabiwahighhill, sidagaso, hoodman55, feeljava, Artemis\_Lynn, mb2c8nom, 정보좌관 양심교백은 sidagaso, sinbi2010, dlteresa, correctchoi, woodstock1000, noh0523, madam999, beroni778, sswsong, oubest30, 학적논란은 lovegahun, anyITman, hwsearth, kcni2012, open\_recruit, Gregeous21, juumiinvote, mono\_85, JunghoonYoon, korea4korean, 부친마타도어는 ilpyungdad, juumiinvote, kimyiha, windstory0, hyjfood, 850lee, Dinghoa, Kangjaechon, gura\_cho, personalcrusade, 부정전과의혹은 UncleCMBang, 2MBchifanlema, shdoh, 76h, doomehs, mythforu, Wineworm\_Mitch, damoyer, redsradio, BatmanKorea이다.

말하는 것으로, 이들 사용자들이 후보자와 관련해 논의되는 이슈에 대해 어떤 입장을 가지고 있는지를 파악하여 네트워크에서의 후보자 지지 경향을 판단할 수 있다.

분석은 이들 트위터 멘션에서 리트윗(Retweet)한 원문 메시지만을 대상으로 하였으며 그 특정일에 영향력자의 멘션이 아닌 일반 이용자의 트위터 멘션 중 리트윗 된 원문<sup>8)</sup>을 영향력자의 것과 비교해서 보았다. 트위터에서 리트윗 기능은 이용자의 모든 팔로워들에게 순식간에 정보를 전달하도록 하며 이들의 개별 팔로워들이 리트윗을 반복적으로 수행할 경우, 피라미드 양상으로 급속하고도 광범위하게 정보가 확산될 수 있다(황유선, 2012: 25). 영향력자가 게시한 리트윗 글이 수없는 팔로워들의 트위터에도 동시에 게시될 것이므로 한 개의 의견에 대한 전파 범위를 고려했을 때 의미 있는 분석 단위가 될 것이다.

온라인 공간의 플레밍 현상을 보여주기 위해 플레밍 메시지의 정도를 먼저 이슈별, 후보별로 분석하고 영향력자와 일반 트윗의 차이를 내용분석하였다. 개별 트윗 게시글의 플레밍 현상을 판단하기 위한 분석틀은 앞에서 논의한 것처럼 플레밍이 가장 증대된 단계인 적의감, 모독적 적의감의 과정을 사람을 매도하여 특징짓는 것, 인신공격하거나 감정에의 호소, 논점을 벗어나 상대방의 성격을 공격하는 것, 군중에 호소하거나 힘있는 사람들이 믿는 것을 진실이라고 판단하는 것, 악의적 소문을 퍼뜨리는 행위, 빈정거리거나 조롱하는 행위, 욕설이나 저급한 언어를 사용하는 경우로 분류하였다. 또한 단순하게 사실만을 전달하는 내용은 따로 분류하는 것이 필요하다.

6가지 프레임을 기준으로 영향력자의 트위터 게시

글<sup>9)</sup>을 분석한 결과 다음과 같은 결과로 나타났다(<표 2>).<sup>10)</sup>

<표 2>에서 보이는 것처럼 트위터 상에서 이슈별 영향력자가 리트윗한 게시글 중 나경원 후보와 관련한 이슈는 분석 대상 모두에서 대부분 플레밍 현상이 관찰되었다. 후보자에 대해 빈정거리거나 조롱하는 행위, 의견을 개진하는데 특정 언어로 표현 짓거나 낙인을 찍어 비난하는 형태의 글쓰기를 하고 있었으며 극단적으로는 욕설을 섞어서 후보자를 설명하는 경우가 많았다. 리트윗된 원문의 글에서 사건에 관련한 사실 관계나 근거에 기반한 정보, 평가 보다는 감정적 표현 위주의 공격적, 폭언의 전개가 이뤄지고 있다.

나경원 후보 관련 이슈 중 강남 VVIP 피부 클리닉 이슈에 대해서는 41.8%로 후보자를 비웃거나 의도적으로 희화화시키는 반감의 표현이 가장 많이 게시되었다. 100분 토론에서 신지호 대변인의 음주 방송 역시 행위를 빈정거리거나 특징짓는 글이 절반 이상(51.8%) 게시되어 트위터 상에서 이용자의 높은 질타의 감정 정도를 알 수 있다. 트위터에서 후보자 관련 이슈에 대한 사실 관계를 제공하거나 대화를 하려는 것 보다는 후보자 개인에 대한 불신의 감정을 표출하고 후보자를 격하시키는 창구가 되고 있음을 알 수 있다.

박원순 후보와 관련한 선거 이슈는 박원순 후보자의 학적 논란이 가장 큰 주목을 받았다. 박원순 후보의 학력 위조에 대해 실망감을 표출하는 내용이 대부분을 차지한다. 후보자의 도덕성을 지적하거나 후보자 검증에서 실패한 것이라는 질책이다. 영향력자가 리트윗한 글 모두에서 플레밍의 틀을 발견할 수 있

8) 데이터 중에서 이슈별 30개씩 무선표집하였다.

9) 트윗 게시글의 수집 결과 나경원 후보의 10월 20일 강남 VVIP 피부클리닉 이슈에 대한 영향력자의 글은 107개, 이들이 RT한 글은 43개, 10월 7일 100분 토론 신지호 사건에 대한 글 132개, RT 54개, 10월 20일 전 보좌관 양심 고백 건에 대한 글 11개, RT 3개, 박원순 후보의 10월 15일 학적 논란에 대한 영향력자의 글은 46개, 이들이 RT한 글은 21개, 10월 16일 부친 마타도어 글 14개, RT 8개, 10월 12일 부정전과 의혹 글 18개, RT 17개의 데이터를 코딩하였다.

10) 코딩은 두 명의 코더를 대상으로 시행하였고 분석 대상 자료를 홀스티(Holsti) 지수로 코더 상호간의 신뢰도를 측정한 결과 90% 이상의 일치율을 보여 신뢰할 만한 것으로 나타났다.

〈표 2〉 영향력자(Influencer)의 이슈별 플래밍 정도

(단위: %)

		Flaming Behavior						Total	
		매도하기 <sup>11)</sup>	인신공격 논점 벗어난 감정공격 <sup>12)</sup>	군중에 호소 <sup>13)</sup>	악의적 소문 <sup>14)</sup>	빈정거림 조롱하기 <sup>15)</sup>	욕설, 저급한 언어사용 <sup>16)</sup>		단순 정보 (fact), 소회
나경원	피부 클리닉	23.26	2.33	11.63	6.98	41.86	9.30	4.65	100
	95.35								
	100분토론 신지호	24.07	5.56	1.85	0	51.85	9.26	7.41	100
92.59									
나경원	정보좌관 양심고백	33.33	33.33	0	0	0	33.33	0	100
	100								
박원순	학적논란	28.57	14.29	19.05	0	28.57	9.52	0	100
	100								
	부친 마타도어	0	0	0	0	0	0	0	0
	0								
부정전과 의혹	0	0	0	0	0	0	0	0	
0									

다. 그런데 주목할 점은 박원순 후보 관련 이슈 중 선거 과정에서 부각된 박원순 부친의 친일 행적 논란이나 자녀의 학부 전과 건은 플래밍이 나타나지 않고 후보자를 지원하는 게시글이 대다수라는 것이다. 박원순 부친 관련 소문을 흑색선전으로 규정하면서 트위터에서 자정작용을 펼치고 있으며 자녀의 학부 전과 건은 서울대학교 교수(조국)가 직접 해명한 글이 리트윗되었다. 영향력자가 리트윗한 글의 원문 17개 중 전부가 조국 교수의 트윗이다.

트위터 내의 영향력자가 생성한 이슈에서 나경원 후보 관련 이슈는 논리적 근거보다는 정서 표현이나

나쁜 기분을 드러내는 표현, 자극적 메시지, 정치적 경향성을 표현하는 입장 제시, 인식 공격성 발언 등이 빈번했으며 박원순 후보 관련 이슈는 후보자 본인의 학적 논란에 관해서만이 플래밍 현상이 관찰되었고 논란이 되는 다른 사안에 대해서는 후보자를 해명하거나 정보를 정정하는 글이 유통되고 있다.

〈표 3〉은 같은 이슈에 대해서 영향력자의 트윗이 아닌 선거 관련 일반인의 데이터 중 리트윗된 글을 분석한 결과이다. 나경원 후보 관련 이슈 모두 80% 이상에서 플래밍이 발견되었으나 박원순 후보 관련 이슈 중에서는 학적 논란과 관련해서만이 16.67%

11) 사안을 매도하여 특징짓는 것의 예는 “...나경원 패거리답다”, “...권력의 도가니 사태” 등이다.  
 12) 인신공격하거나 감정에 호소, 논점을 벗어나 상대방의 성격을 공격하는 것의 예는 “...민주당은? DJ정신과 노무현 정신을 지켜온 수십년 민주당 정신은 별거? 박원순 후보에게 물어낸 건가?” 등이다.  
 13) 군중에 호소하거나 힘있는 사람들이 믿는 것을 진실이라고 판단하는 것은 편견이나 군중심리에 의거한 판단으로 “그래도 나경원이라는 분들은 참 편안한 분들이실 듯” 등이다.  
 14) 악의적 소문의 예는 부정적 정보를 퍼뜨리고 헐담하는 것으로 “나경원 피부클리닉 검색어, 다음에서는 1위, 파란, 야후에서는 4위, 네이버에서는 순위가 없다. 역시 네이버는 평정되었구나”, “나경원 후보 뽀빠뽀 뽀세받은거나 시원하게 밝혀주세요” 등이다.  
 15) 빈정거리거나 조롱하는 것은 특정 대상을 비웃음거리로 격하시키거나 놀리는 표현으로 “얼굴이 너무 두꺼워서 피부관리?”, “개그맨들 다 굶겨죽일 기세”, “...1억 연회비로 해놓으면 꾸준히 고치기 때문에...알아차리기 힘들다. 시간차가 나는 사진을 비교하면 비로소 진실이” 등 외모를 비하하는 표현이다.  
 16) 욕설이나 저급한 언어를 사용하는 것은 비속어를 직접적으로 사용하면서 특정인을 욕하는 것이다.

〈표 3〉 일반 트위터 이슈별 플레밍 정도

(단위: %)

		Flaming Behavior						Total	
		매도하기	인신공격 논점 벗어난 감정공격	군중에 호소	악의적 소문	빈정거림 조롱하기	욕설, 저급한 언어사용		단순 정보 (fact), 소회
나경원	피부 클리닉	13.33	6.67	10	6.67	43.33	0	20	100
		80							
	100분토론 신지호	6.67	3.33	0	56.67	16.67	10	6.67	100
		93.33							
	전보좌관 양심고백	43.33	6.67	0	23.33	13.33	6.67	6.67	100
		93.33							
박원순	학적논란	0	6.67	3.33	0	3.33	3.33	13.33	30
		16.67							
	부친 마타도어	0	0	0	0	3.33	0	0	3.33
		3.33							
	부정전과 의혹	0	0	0	0	0	0	0	0
		0							

비중으로 플레밍이 나타났다. 나머지 게시글은 박원순 후보의 학력 위조에 대해 “...나경원씨 모르면 입 좀 막으세요”<sup>17)</sup> 라며 박원순 후보자에 관한 논란이 제기된 것에 대해 한나라당의 비열한 술수로 판단하고 있다. 오히려 “한나라당의 학력위조 난리부르스 아니었으면 난 박원순씨가 대학 1학년 때 유신체제 반대하다 19살에 학교 제적에 복역까지 한 그런 사람인 줄 몰랐을 듯. 난 그냥 곱게 학교 다니신 분 인 줄 알았는데 한나라당 덕에 이런 것도 알게 됐네”<sup>18)</sup> 등 박원순 후보를 옹호하는 글이 게시되었다. 박원순 후보의 부친의 친일 행적에 관해서도 5가지 종류의 글이 유통되는데 모두 전형적인 마타도어로 규정하면서 소문을 퍼뜨리는 행위가 처벌받을 수 있음을 경고하는 내용이다. 자녀의 부정 전과 의혹에 대해서도 481개 원문 모두 조국 교수의 글로 사안을 반박하고 있다.

영향력자와 일반 트위터의 게시글을 비교해 보면 플레밍이 발현되는 지점을 확인할 수 있다. 영향력자는 쟁점 이슈에 대해 보다 더 과격한 언어를 사용하면서 이슈와 이슈에 연관된 개인들을 공격하고 있다. 트위터에서 단문의 게시글들은 기사, 이미지, 동영상 등의 하이퍼링크를 덧붙여 무수하게 연결되면서 단순 폭로나 비방의 역할을 효율적으로 수행할 수 있다. 팔로워들은 강제적이 아닌 자발적으로 이들의 글을 타임라인에서 볼 수 있으며 영향력자들은 부정적 담화를 생산하는 창으로서 감흥을 선동, 촉진시키는 모습이다. 영향력자의 게시글은 일반 게시글보다 사안에 대한 확신을 가지고 편협성을 띤 성향들로 표현되고 있다. 편협한 성향들이 광범위하게 리트윗되면서 사람들로 하여금 풍부한 의견과 견해에 대한 노출을 경험할 수 있는 경우를 차단시킨다. 실제로 트위터 상에서 다양한 정보가 교환되고 숙의하는 것이 어

17) 해당 트윗의 아이디는 'Lovemeong' 이다.

18) 해당 트윗의 아이디는 'searcherJ' 이다.

렵게 된다. Sunstein(2007)이 언급한 분절화는 매스미디어에 의한, 개인들끼리 공유되는 정보와 경험이 줄어들어 일어나게 된다는 것인데 이 관점은 온라인 공간에 대한 문제 제기로서도 적합해 보인다.

주목할 점은 선거 후보자 관련 이슈별 비교에서 박원순 후보자의 경우 후보자 부친의 과거 친일 경력과 자녀의 전공 전과 관련 이슈에서 플래밍 현상이 전혀 나타나지 않는다는 점이다. 후보에 대한 이슈가 촉발된 후 트위터에서는 박원순 후보를 오히려 지지하거나 비방 정보를 정정하는 움직임이 있었다. 정보가 유통된 이후 즉각적인 대응과 수정이 이뤄지고 있는 모습이다. 박원순 후보자를 방어해 주면서 비판에 대해 해명해 줄 수 있는 원군의 역할을 하는 메시지들이 온라인에서 다수 생산되고 있는 양상이다.

본 연구는 선거 과정 기간 동안 트위터 상에서 후보자와 관련한 이슈 내용에서 플래밍 현상이 나타나는지 그 정도의 수준과 내용을 밝히고 영향력자와 일반 트윗을 살펴보는 작업을 시행한 것이다. 온라인 공간에서 정치적 사건을 평가하는 데 있어 공격적인 비판의 성향이 만연할 것이라고 예상하였고 후보자의 흠결을 지적하는 것이 과열되어 있을 것이라고 판단하였다. 나경원 후보 관련 이슈는 이러한 경향으로 설명 가능했으며 사안과 개인 모두에 대해 무수한 반발이 이어지고 있었다. 박원순 후보에 대해서는 플래밍 보다는 후보자 옹호와 정보의 정정, 지지 행위가 나타나고 있었다.

#### IV. 결론 및 함의

인터넷의 정치적 영향력은 가시화되었고 한국 선거의 최대 격전지는 인터넷이라고도 말할 수 있을 만큼 온라인에서 정치 토론이 활발한 수준에 이르렀다. 소셜 네트워크 서비스는 후보자의 직접 커뮤니케이션 채널로 활용되고 있으며 정치광고와 토론회, 정책 발표 등의 대안적 플랫폼으로 부각되고 있다(조화순 외, 2012). 본 논문은 소셜 네트워크 서비스 상에서

관찰되는 후보 관련 이슈별 플래밍 현상을 분석하고 분석 기간 동안 후보별 부정적 여론이 어떠한 내용으로 발현되는가를 살펴보았다. 선거 시기 동안에는 인터넷 상에서 다양한 분야의 공적 이슈들이 부각되기 때문에 플래밍은 이슈의 성격과도 연관을 지니고 있다. 후보자 개인, 정책, 정견에 관한 것에 따라 시민들의 이슈에 대한 태도가 달라질 수도 있는 것이다.

분석 결과 온라인 공간에서 선거 이슈와 관련해 합의 지향적인 제안이나 이성적으로 후보를 평가하는 발언보다는 감성적 발화가 압도적이었고 이슈와 관련된 후보 개인에 대한 비방과 폭언이 난무하는 현상이 관찰되었다. 소셜 네트워크 서비스를 통해 선거 과정에서 정확한 정보를 취득하여 논쟁적인 사안에 대해 다양한 의견을 개진하기 보다는 후보 관련 부정적인 이슈를 지탄하고 공격하는 방식의 언급이 대다수였다. 특히 의견을 선도하고 수많은 팔로워들을 보유한 영향력자의 경우 일반 이용자보다 더 플래밍 빈도 수준이 높았다. 트위터의 여론을 좌우하는 영향력자들은 박원순 후보 보다 나경원 후보 관련 이슈에 강도 높게 비판하고 있으며 일반 데이터들도 비슷하다. 나경원 후보와 관련한 게시글들에서 구성되는 단어들은 부정적이며 호전적인 비난에 가까운데, 여론이 이슈화될 때 정의되는 어휘들은 연관된 후보자들에 대한 관점을 반영할 수 있기 때문에 선거 과정에서 중요한 역할을 한다. 이들 게시글들은 특정 성향의 선동적 역할을 할 수 있고 메시지는 논리적 오류를 내포하고 있어 단순 호소에 부합하는 양상이다.

본 연구에서 영향력자의 역할은 이들이 커뮤니케이션의 흐름에서 중요한 위치를 차지하고 있다고 보는 기존의 연구들과 맥을 같이 한다. Katz, et al.(1955)가 소개한 영향력자의 개념은 오피니언 리더(Opinion Leader)이다. 사회적 맥락에서 사회 변동을 이끄는 전파자로 보는데, 주로 이들이 정치 메시지를 적극적으로 피력하는 것과 이로 인한 설득적 역할을 강조하였다. Ahuja, et al.(1999)도 온라인

공간에서 이용자들 간에 위계적 차이는 가시적이고, 영향력자들이 커뮤니티 내 소통의 흐름을 결정한다고 보았다. 최근 한국에서도 많은 연구들에서 온라인 공간을 주도하는 영향력자의 역할을 보고하고 있는데, 최윤정(2009)은 온라인 커뮤니티에서 오피니언 리더는 자기 의견의 전파를 통해 다른 이용자와의 관계를 확대하고 심화하는데 관심을 두고 있고, 새로운 정보를 습득하기 보다는 자신의 정보를 퍼뜨리려는 동기가 더 강하다는 것을 지적하였다. 이원태 외(2011)의 연구에서는 트위터에서 유력자들 외에 이들의 메시지를 리트윗하는 매개적 유력자들, 즉 전파자(Spreader)들의 역할에도 주목한다. 이들은 마치 오프라인 상의 '소식통' 과도 유사한 역할을 수행하면서 소셜미디어 영향력의 중요한 요소를 구성한다. 모바일 미디어의 활용은 고이동성의 실시간 정보 네트워크에 기반을 두어 적극적 정보유통과 개방적 소통을 돕는다.

영향력자들의 존재와 역할을 확인한 선행연구들의 결과 외에도 이들이 전달하는 담론의 정체성과 편향성에 대한 지적은 정보의 내용도 중요한 연구 과제를 말한다. 오미영(2011: 55)은 한국에서 활동하는 파워 트위터어인들 가운데 이른바 진보성향 인사가 주류를 이루는 것은 정치 쟁점과 관련한 여론의 집단 극화로 이어질 수 있음을 언급한다. 소셜 네트워크 서비스에서 정치적 성향이 뚜렷한 몇몇 사람들에게 자발적으로 동조하는 집단을 중심으로 정치적 성향을 달리하거나 소셜 네트워크 서비스를 이용하지 않는 집단과의 견해 차이가 더욱 확대되어 결과적으로 여론의 집단 극화로 이어질 수 있다는 것이다. 박민경 외(2011)는 오피니언 리더들의 의견들이 특정한 정치적 편견을 지향하고 있으며 온라인 게시글이 논리전개의 비약이 심한, 선도적이고 편향적인 시선을 담보한다는 것을 밝혔다.

영향력자는 타인에게 대인적 영향을 주는 사람(Personal Influence)으로서 의견 형성에서 우위에 있으므로 이들의 기능이 중요한데 트위터의 영향력

자들은 의견의 흐름을 형성하고 이들의 메시지의 방향에 따라 수용자들이 쉽게 정보를 인식하고 반응한다는 면에서 더욱 중요하다. 영향력자가 형성한 여론이 '의견 기후(Climote of Opinion)의 창'이 되는 것이다(Noelle-Neumann, 1974: 51). 특정 이슈에 대해 공중이 판단하는 과정은 여론의 기후를 읽으면서 끊임없이 자신의 의견과 타인의 의견을 비교해 나가는 것에 따라 객관적이고 바른 근거를 획득해 나가는 과정이다(Festinger, 1954). 물론 Watts, et al.(2007)의 지적처럼 평범한 사람들의 협력이 뒷받침되어야 정보 확산을 설명할 수 있을 것이다. 영향력자의 의견의 질이 평범한 사람들의 의견의 질과 합치될 때의 파급력이 핵심 문제가 된다. 따라서 소셜 미디어에서 공유되는 정보의 플래밍이 지속적으로 심화된다면 속의민주주의의 형성은 회의적일 수밖에 없다.

대의제 민주주의에서 여론은 정치정보의 습득과 표출이 이루어지는 매개 과정으로서 제도를 보완하는 역할을 한다. 소셜 네트워크 서비스는 이용자들의 선호를 직접적으로 반영할 수 있다는 면에서 정부와 시민간의 간극을 줄여 주는데 기여하지만 충분한 매개가 부재한 환경에서 모바일의 속도성과 결합한 단순한 정보의 집합은 우려할 부분이다. 선거 과정에서 후보자들을 중심으로 한 집단들의 적대감의 표현은 폭언과 무례한 표현, 욕설을 동반하며 격렬하게 이루어지고 이는 소수 참여자를 배제시키거나 의견 개진의 자유를 방해하는 기제가 될 수도 있다. 구성원들의 다양한 의견이 균형 있게 반영되는 여론이 아니라 편향적이거나 객관성을 담보하지 않은 여론이 이루어지면 속의 민주주의의 실현을 어렵게 할 수 있다.

선거 기간 동안 후보자 개인에 대해 비판하거나 조롱하고 비아냥거리는 등 독설을 포함한 명시적 비난의 표현이 빈번한데 인터넷에서 악의적 공격 언어로서 플래밍 현상은 궁극적으로 공론장의 형성을 어렵게 한다. 공론장의 현실화 가능성은 타자의 관점에 대한 수용(Papacharissi, 2004)이나 이질적 의견에

대한 합리적, 논리적 레토릭의 교환(Dutwin, 2003), 이질적 의견들의 조율된 합의와 수렴(박승관, 2000)이 이뤄지는 과정에서 판단할 수 있다. 인터넷 공간에서 공격적이고 편향된 정보 유통과 소비는 선거 과정에서 후보자의 정책이나 정견 보다는 즉시적 이벤트와 스캔들, 그리고 정파적 분열에 영향 받는 결과로 나타난다.

본 연구 사례에서 실증한 플래밍 현상은 인터넷 공간에서 숙의의 부재를 보여준다. 편중된 의견들의 분포와 의견 극화의 측면에서 플래밍은 극단의 지점에 위치하고 있으며 정치적 사안에 대한 격양된 감정 표현은 합리적 의사 교환을 위축시킨다. 비방, 욕설 등의 언어적 공격성은 합의 지향적인 숙의의 과정으로 이해할 수 없으며 참여자들의 적대적인 갈등은 토론을 통해 이성적 결론을 도출하는 것을 어렵게 만든다. 대화의 숙의수준은 소통적인 태도로서 공론장이 갖춰야 할 요소이기 때문이다. 정확하고 타당한 정보와 그를 바탕으로 한 논점의 내용이 참여자들 사이에서 상호 검토되는지가 숙의를 결정하며, 정보의 사실성과 실질적인 균형은 논리적인 근거, 가치의 면에서 기초가 된다.

본 연구는 실질적으로 숙의적 공간을 구성하는데 영향을 미칠 수 있는 플래밍 수준을 파악하고 평가하였다. 소셜 네트워크상에서 나타나는 정치적 정보 관련 발화를 플래밍 현상을 통해 해석하였고, 내용분석의 일차적 결과로 트위터 게시물에서 공격적인 행태와 비방과 폭언의 정도를 확인하였다. 단일 선거 사례의 분석임에도 정치적 이슈에 대한 의견 형성과 온라인 행위 특성, 담화의 질을 평가했다는 면에서 의미가 있다. 플래밍 측정은 텍스트 언어에서 질적인 면을 파악하는 것이 중요하며, 언어 구조 분석이 이루어져야 한다는 면에서 추후에도 플래밍 언어와 대화 구조에 대한 연구가 요구된다.

## ■ 참고문헌

- 김은미·이준용 (2004). “새로운 공론장으로서의 인터넷 토론 공간에 관한 소고.” 2004년 한국언론학회 전환기의 한국언론, 한국언론학회 심포지움 및 세미나 자료집.
- 김재휘·김연정 (2004). “사이버 공간에서 사회적 실재감의 지각과 공격행동.” 「한국심리학회지: 사회문제」, 10(3): 83-101.
- 나은영 (2006). “인터넷 커뮤니케이션: 익명성, 상호작용성 및 집단 극화를 중심으로.” 「커뮤니케이션이론」, 2(1): 93-127.
- 박민경·이건호 (2011). “온라인 오피니언 리더의 담론 유형 탐구: 세종시 관련 인터넷 토론방 다음 아고라 선도의견을 중심으로.” 「언론정보연구」, 48(1): 114-149.
- 박승관 (2000). “숙의민주주의와 시민성의 의미.” 「한국언론학보」, 45(1): 162-194.
- 신현기·우지숙 (2011). “트위터에서 일어나는 정치적 담론활동에 대한 탐색적 연구: 2010년 6.2 지방선거관련 트윗글 내용분석을 중심으로” 「언론과 사회」, 19(3): 45-76.
- 오미영 (2011). “인터넷 여론과 소통의 집단 극화.” 「현상과 인식」, 35(3): 39-58.
- 이기형 (2003). 「온라인 정치콘텐츠 연구: 정치웹진과 논객 사이트를 중심으로」, 서울: 한국언론재단.
- 이기홍 (1987). 「선거와 정치광고」, 서울: 나남.
- 이원태·차미영·양해륜 (2011). “소셜미디어 유력자의 네트워크 특성: 한국의 트위터 공동체를 중심으로.” 「언론정보연구」, 48(2): 44-79.
- 조화순 (2012). “SNS와 한국사회의 정치변동.” 조화순 엮음, 「소셜네트워크와 정치변동」, 209-234. 서울: 한울아카데미.
- 조화순·김정연 (2012). “소셜 미디어의 매체 특성과 참여의 커뮤니케이션: 반값등록금 관련 블로그와 트위터 내용분석.” 「사이버커뮤니케이션학보」, 29(2): 95-130.
- 최윤정 (2009). “온라인 커뮤니티 속 오피니언 리더 집단 검증: 이용 동기, 활동 정도, 대인관계 형성 과정의 비교 분석.” 「한국언론학보」, 53(4): 372-394.
- 최훈·남인용 (2010). “광고 논증의 논리학적 평가.”

- 「커뮤니케이션이론」, 6(2): 82-117.
- 황유선 (2012). “트위터에서 누구를 만나고 무엇을 소통하는가?” 조화순 엮음, 「소셜네트워크와 정치변동」, 23-49. 서울: 한울아카데미.
- Ahuja, M. K. & Carley, K. M. (1999). “Network structure in virtual organization.” *Organization Science*, 10(6): 741-757.
- Bales, R. F. (1950). “A set of categories for the analysis of small group interaction.” *American Sociological Review*, 15(2): 257-263.
- Bohman, J. (2000). *Public deliberation: Pluralism, complexity, and democracy*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Burnstein, E. & Vinokur, A. (1977). “Persuasive argumentation and social comparison as determinants of attitude polarization.” *Journal of Experimental Social Psychology*, 13: 315-332.
- Buss, A. H. & Perry, M. (1992). “The aggression questionnaire.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(3): 452-459.
- Carpini, M. X. D. & Cook, F. L. & Jacobs, L. R. (2004). “Public deliberation, discursive participation, and citizen engagement: A review of the empirical literature.” *Annual Review of Political Science*, 7: 315-344.
- Chambers, S. (2003). “Deliberative democratic theory.” *Annual Reviews*, 6: 307-326.
- Copi, I. M. & Cohen, C. (1998). *Introductions to Logic*. New York: Prentice Hall.
- Diakopoulos, N. A. & Shamma, D. A. (2010). “Characterizing debate performance via aggregated twitter sentiment.” In Proceedings of the 28th international conference on Human factors in computing systems.
- Dsilva, M. U. & Maddox, R. (1998). “Criticism on the Internet: An Analysis of Participant Reactions.” *Communication Research Reports*, 15(2): 180-187.
- Dutwin, D. (2003). “The character of deliberation: Equality, argument and formation of public opinion.” *International Journal of Public Opinion Research*, 15(3): 239-264.
- Festinger, L. (1954). “A theory of social comparison processes.” *Human Relations*, 7: 117-140.
- Infante, D. A. & Wigley, C. J. (1986). “Verbal aggressiveness: An interpersonal model and measure.” *Communication Monographs*, 53: 61-69.
- Jowett, G. S. & O’Donnell, V. (1986). *Propaganda and persuasion*. Newbury Park, Cal.: Sage.
- Kassin, S. (2003). *Psychology*. USA: Prentice Hall, Inc.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New York: Free Press.
- Kramarae, C. & Taylor, H. J. (1992). “Electronic networks: Safe for women? The electronic salon: Feminism meets infotech.” In 11th Annual Gender Studies Symposium.
- Noelle-Neumann, E. (1974). “Spiral of silence: Theory of public opinion.” *Journal of Communication*, 24(2): 43-51.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Papacharissi, Z. (2004). “Democracy online: civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups.” *New Media & Society*, 6(2): 259-283.
- Poster, M. (1997). “Cyberdemocracy: Internet and Public Sphere.” In D. Porter(Ed). *Internet Culture*, 201-218. NY: Routledge.
- Postmes, T. & Spears, R. (1998). “Deindividuation

- and anti-normative behavior : A meta-analysis." *Psychological Bulletin*, 123(3): 238-259.
- Siegel, J. & Dubrovsky, V. & Kiesler, S. & McGuire, T. W. (1986). "Group processes in computer-mediated communication." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37(2): 157-187.
- Simon, William H. (1999). "Three limitations of deliberative democracy: Identity politics, bad faith, and indeterminacy." *Deliberative politics: Essays on democracy and disagreement*, 49-57.
- Sproull, L. & Kiesler, S. (1991). *Connections- New ways of Working in the Networked Organization*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sunstein, C. (2007). *Republic.com*. Princeton, NY: Princeton University. Press.
- Thompson, P. A. & Foulger, D. A. (1996). "Effects of Pictographs and Quoting on Flaming in Electronic Mail." *Computers in Human Behavior*, 12(2): 225-243.
- Watts, D. J. & Dodds, P. S. (2007). "Influentials, networks, and public opinion formation." *Journal of Consumer Research*, 34(4): 441-458.
- Wright, S. & Street, J. (2007). "Democracy, deliberation and design: The case of online discussion forums." *New Media & Society*, 9(5): 849-869.