

2023년 한국여성커뮤니케이션학회
30주년 기념 봄철 학술대회

KWACS 한국여성커뮤니케이션학회
Korean Women's Association for Communication Studies

MBC 후원세션

오은영 신드롬과 힐링 담론 확산에 대한 학술적 진단

일시 2023년 4월 8일(토) 12:30~14:00

장소 경희대학교 정경대학

주최/주관 한국여성커뮤니케이션학회

후원 MBC

2023년
한국여성커뮤니케이션학회
30주년 기념 봄철 학술대회

MBC 후원세션

제1세션
(12:30~14:00)

오은영 신드롬과 힐링 담론
확산에 대한 학술적 진단

사회: 백미숙(서울대)

발표 1	육아멘토링 프로그램과 FREAK SHOW 발표: 문현영(육군사관학교) 토론: 김현경(서울여대) · 이설희(용인대)
발표 2	오은영의 '진단' 서사와 수용에 담긴 전문가성과 자기통치 프레임의 해체: 〈오은영의 버킷리스트〉 유튜브 채널 댓글 텍스트 분석 발표: 이종명(강원대) 토론: 박지영(서울대) · 유지윤(아신대)

2023년
한국여성커뮤니케이션학회
30주년 기념 봄철 학술대회

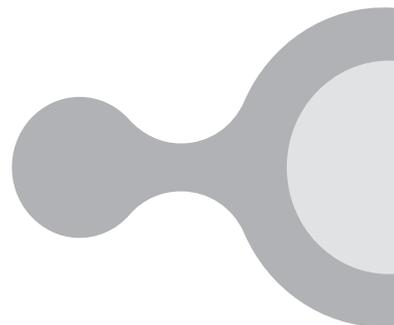
309호

MBC 후원세션

오은영 신드롬과 힐링 담론
확산에 대한 학술적 진단

육아멘토링 프로그램과 FREAK SHOW

문현영(육군사관학교)



육아멘토링 프로그램과 FREAK SHOW

문현영

영어 조교수, 육군사관학교

문제제기

- 2000년대 중반은 힐링의 시대 : 법륜스님, 김제동, 김미경 등
- 2010년 중반 이후는 전문가의 시대 : 오은영, 강형욱, 백종원 등
- 그 중에서도 오은영의 활약이 가장 두드러짐 : '육아의 신,' '국민멘토'
- 오은영 주요 프로그램
 - SBS <우리 아이가 달라졌어요> : 2006. 11. 07 ~ 2015. 11. 20
 - 채널A <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼> : 2020. 05. 29 ~ 현재
 - 채널A <오은영의 금쪽 상담소> : 2021. 09. 17 ~ 현재
 - MBC <오은영 리포트 - 결혼지옥> : 2022. 05. 16 ~ 현재
 - 이외 : <오은영 게임>, <오케이? 오케이>, <서클 하우스>, <미친. 사랑. X>, <요즘 가족 금쪽 수업>, <가장 보통의 가족> 등
- 과도한 다작 논란 : 2021년 이후로 오은영을 메인으로 하는 프로그램이 8개 제작
- 오은영은 "코로나19 시대... 내면을 치유하는 과정"이 필요하다며 다작의 이유를 설명
- 다양한 육아 정보 프로그램 존재함
 - EBS <육아학교>, SBS스페셜<스마트폰 전쟁>, SBS스페셜<사교육딜레마> 등
- 왜 SBS<우아달>의 인기가 그렇게 선풍적이었을까?

연구대상 및 이론적 틀

- 연구대상
 - SBS시사교양 <우리 아이가 달라졌어요> : 2006년 11월 7일부터 2015년 11월 20일까지 총 485부작 제작
 - 선정이유 : 현재 ‘오은영 신드롬’은 <우아달>에서 시작되었음. 11년동안 방송된 <우아달>은 육아 조언 프로그램의 기본이 되었으며 한국 양육의 표본을 ‘부모가 바뀌어야 아이가 바뀐다’로 바꾸는 계기가 되었음.
- 연구방법
 - SBS<우리 아이가 달라졌어요>가 인기를 얻게 된 시대적 배경을 살펴보고 어떤 문화사회적 조건속에서 이 프로그램이 제작되고 인기를 얻었는지 분석
 - ‘freak show’와 ‘의료화’라는 개념의 이론적 분석을 통하여 <우리 아이가 달라졌어요>의 인기를 비판적으로 분석
 - Rosemarie Garland-Thomsom이 제시한 freakshow의 4가지 서술구조를 <우아달>에 적용시켜보고 현대사회의 의료화 추세가 어떤 역할을 하는지 분석

사회적 이유 : 1인가구의 증가 및 핵가족화

- 핵가족화로 아이 돌봄 노동이 부모/부모 중 한사람에게 부담
 - 대가족 시대의 공동육아 불가(조부모, 이모, 삼촌 등)
- 대가족 시대에 간접경험했던 아이 돌봄에 대한 경험 없음
- 1인 가구의 빠른 증가추이 -> 돌봄 경험 공유할 곳 없음
- 육아관련 정보를 ‘도서,’ ‘맘카페,’ 그리고 ‘전문가’에게 의존함

가구원수별 가구구성과 평균 가구원수

[단위: 천 가구, %, 명]

	가구수(천 가구)	가구원수별 가구구성(%)						평균 가구원수(명)
		1인가구	2인가구	3인가구	4인가구	5인가구	6인 이상가구	
1970	5,576	-	9.7	13.3	15.5	17.7	43.8	5.2
1975	6,648	4.2	8.3	12.3	16.1	18.3	40.7	5.0
1980	7,969	4.8	10.5	14.5	20.3	20.0	29.8	4.5
1985	9,571	6.9	12.3	16.5	25.3	19.5	19.5	4.1
1990	11,355	9.0	13.8	19.1	29.5	18.8	9.8	3.7
1995	12,958	12.7	16.9	20.3	31.7	12.9	5.5	3.3
2000	14,312	15.5	19.1	20.9	31.1	10.1	3.3	3.1
2005	15,887	20.0	22.2	20.9	27.0	7.7	2.3	2.9
2010	17,339	23.9	24.3	21.3	22.5	6.2	1.8	2.7
2015	19,111	27.2	26.1	21.5	18.8	4.9	1.5	2.5
2016	19,368	27.9	26.2	21.4	18.3	4.8	1.4	2.5
2017	19,674	28.6	26.7	21.2	17.7	4.5	1.3	2.5
2018	19,979	29.3	27.3	21.0	17.0	4.3	1.2	2.4
2019	20,343	30.2	27.8	20.7	16.2	3.9	1.0	2.4
2020	20,927	31.7	28.0	20.1	15.6	3.6	0.9	2.3
2021	21,448	33.4	28.3	19.4	14.7	3.3	0.8	2.3

출처: 통계청, 「인구총조사」
* 자료: 통계청, 「인구총조사」, 각 연도

사회적 이유 : 1인가구의 증가 및 핵가족화

■ '독박육아'

- 육아를 담당하는 엄마에게 '슈퍼맘'과 '프로맘'을 요구하는 사회적 기대
- '행복한 지옥'이라 표현하는 육아 가치 하락
- 남편의 육아가사 소극적 참여



<출처: 보건복지부 2015년 보육실태조사 결과>

사회적 이유 : 변화하는 부모-자녀 관계에 대한 경험부족

- 유교문화 영향으로 과거 부모-자녀 관계를 수직적으로 이해
- 민주적/수평적 관계로 부모-자녀 관계 전이(김중백 2013)
- '건강한 가족관계'에 대한 관심 높아짐
 - 미국은 1960년대부터 '건강가족(strong family)'에 대한 논의가 시작되었으며 우리 나라는 30년이 지난 **1990년대에 가족관계에 대한 관심이 높아짐**(유계숙 2004)
 - 수평적 부모-자녀 관계에서 자녀를 대하는 방법의 이론과 실제의 충돌/혼란
 - 민주적 부모의 양육태도에 대한 높은 관심 및 자녀에게 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과(임선아 2013, 유민상 2016, 임혜림&김서현 2017, 윤영 2020) 등이 수평적 관계를 지향해야 한다는 **문화적 책임감 가중**
 - '부모가 항상 옳은 것 아님. 자녀에게 사과도 할 수 있어야 함'

의료화

- 1970년대 사회과학분야에서 사용
- 명확한 정의 없음/주로 '과잉의료화'처럼 비판적으로 사용됨
 - 이전에는 '산만'하고 '화'가 많다고 인식되었던 특성이 '과행동장애' 혹은 '조절장애' 등의 병명 **진단**되는 것
 - 철학자 이반 일리히는 '의료보건의 단일 세계종교'가 되었다고 말하며 사회의 의료화에 대한 경고를 함
- Zola의 정의(1983): "점점 더 많은 일상의 일들이 의료적 영역, 영향, 그리고 감시의 대상이 되는 과정"
- 미셸 푸코의 권력이론에서 보면 환자의 몸을 관찰하고 진단하는 것, 즉 상대를 대상화하고 정상성을 정의할 수 있음에서 권력이 탄생함
 - 의료적 진단을 한다는 것은 극복해야 하는 대상이 된다는 의미이며 의료적 지배 및 감독아래 놓임을 의미

→ 오은영 프로그램은 육아돌봄의 의료화에 기여했으며 의료화가 출연아동의 문제행동을 전시하는 것에 대한 정당성을 부여했다고 본 발표는 주장

Freak show



Rutland, Vermont in 1941 <출처 : US Library of Congress's Print and Photographs division>

Freak show

- 20세기 초반까지 유럽과 북미지역에서 인기있었던 서커스나 유랑쇼의 일종으로 신체적 혹은 행동적 기형을 가진 이들을 전시하며 관중을 모으는 오락과 상업의 형태
 - 삼 쌍둥이나 거인·소인증 등의 선천적 기형을 가진 이들 뿐만 아니라 아시아 혹은 아프리카 지역에서 '구매'한 이들을 데려와 그들의 낯섦(exotic)을 강조하고 이득을 취하는 형태
- 장애나 개인의 특이한 조건은 대상화되고 단순한 호기심으로 축소되어 전시되었으며 그들의 인간성보다는 차이점에 초점을 맞추었고 조롱과 차별, 학대의 대상이 되었음
- 1840년대부터 19세기 초반이 전성기
- 대부분의 학자들은 freak show의 시작을 P. T. Barnum이 1935년 당시 161살이라고 여겨지던 흑인여성 Joice Heth를 구매하여 사람들에게 돈을 받고 그녀를 보게 해주는 것에서 시작된 것으로 봄(Bogdan 1988)
 - 당시 엄격한 개신교 윤리에 따라 대중은 교양을 지키는 선에서 유희를 즐기고 싶어했음. 서커스와 카니발은 오락을 제공했지만 교양이 없었고 박물관은 교양있었지만 오락을 제공하지 못하여 새로운 즐길거리에 대한 요구가 있었음(Cecela 2011)
- 20세기 중반 착취와 학대에 대한 인식이 높아지면서 문화계에서 사라짐

Freak show

■ Freak의 정의

- Grosz 1996 : 인간이 살아가는 기본적인 이해의 범주를 위반하는 '모호한 사람(ambiguous person)'으로 정의하며 인간과 동물의 중간 어디쯤에 존재한다고 정의
- Conroy 2008 : 장애학에서는 freak은 반드시 장애를 동반하지 않으며 문화적 구성의 결과라고 주장함. 관중이 대상을 "일종의 인지된 이상함(perceived oddity)"을 공연하는 **특이한 사람이라고 인식할 때** 생기는 현상이라고 말함. 그러면서도 역사적으로 freak는 주변인적 존재였음을 인정함(342).

■ 본 발표내 Freak 용어사용

- Freak을 한국어로 옮기면 괴짜, 괴물, 기인 등이 가능. 그러나 freak는 상대에게 '괴물'만큼의 물리적 두려움을 일으키지는 않고 '기인'보다는 정상성에서 멀어져 있으며 '괴짜'보다는 훨씬 부정적 의미를 가진다는 점에서 '도착적 흥미를 일으키는 기괴한 대상'이라는 본 뜻을 전달할 수 없어 'freak'이라는 영어 용어를 사용함

- 역사적으로 '괴기함(freakishness)'은 엔터테인먼트와 교육의 역할을 담당했음(Garland-Thomson 1996; Kerchy&Zittlau 2012)
- 역사적으로 사람들은 관음증적으로 다른 사람들의 기이한 모습을 보는 것을 즐겨했음(Kerchy&Zittlau 2012)
- '이상함'은 개념적으로 **정상성의 구성**에 매우 중요한 역할을 함.
 - 정상비정상의 양분법은 freak show 출연자들의 비정상성의 스펙타클에 포커스를 맞추므로써 관중들의 '비교적' 정상성을 재 확인함(Peers 2012).
 - 변화하는 사회 속에서 불안을 느끼는 대중이 정상성의 범주를 재확인하는 의식적인 장(Garland-Thomson 1996)이었으며 자신의 "정체성, 정상성, 그리고 소속감"을 느끼게 해줌(Franzino 2015).
 - 헤게모니 강화의 장 : 이상행동과 정상성이라는 양분법에서 이상행동의 극단을 봄으로써 다시 정상성으로 회복하는 효과(Jones 2018)
 - 관중은 정상적이고 벗어나지 않는 행동과 신체를 가짐으로써 현대 부르주아로서의 자신의 위치를 재확인
- Freak show가 TV 리얼리티에서 부활하고 있음을 주장하는 학자들(Jonsson 2017, Koppel 2009, Tivers 2011, Peers 2012)
 - 초고도 비만으로 정상 생활이 불가능한 사람이나 선천적 기형을 가진 사람들, 그리고 온몸이 문신으로 도배되어있는 등 후천적 선택으로 기이함을 가진 이들을 관찰하는 최근의 리얼리티 프로그램을 freak show의 범주에서 생각할 수 있음 주장

19세기 Freak show의 네 가지 서술 방식

(Garland-Thomson 1996)

1. 구술 연설(oral spiel) : 텐트 밖에서 쇼 진행자(흔히 “doctor,” “lecturer,” “professor”라고 불림)가 사람들의 호기심을 자극할 수 있는 호객행위를 함. 보통 비교적 암전해 보이는 freak를 옆에 세워두고 하였으며 “doctor”와 “professor”의 역할은 그들이 전시하는 이들에 대한 설명이 과학적이거나 교육적이라는 환상을 심어주는 역할이었음
2. 팸플릿 및 신문 등의 텍스트 : 공연하고 전시될 ‘freak’의 성장과정이나 관련 정보가 적혀있었음. 이 과정은 “관객에게 더 흥미를 불러일으킬 목적으로 전시되는 이들에게 공격 아이덴티티를 부여”하는 과정이었음 (Bogdan 1996, 25)
3. 의상, 안무, 퍼포먼스 등 스테이징 : 대상을 더욱 흥미롭게 만들기 위한 편집과정
4. 연출된 기괴함과 빅토리아 시대의 올바른 정상성의 대칭 : 관객의 정상성과 공연자의 비정상성을 극단적으로 비교함

→ 네 가지 서술 방식이 <우아달>에서 재현됨

<우리 아이가 달라졌어요> 포맷

1. 가장 충격적인 아이의 행동 편집하여 보여주는 것으로 시작
2. MC가 등장해 주인공 아이를 소개
3. 아이의 문제행동 관찰
4. 오은영의 진단
5. 아이의 문제행동을 보호자와 함께 관찰하며 오은영 의료적 설명
6. 솔루션 제공
7. 보호자의 솔루션 적용 & 아이의 저항
8. 오은영 코칭
9. 다시 방문하여 아이의 변화된 행동 관찰

1. 가장 충격적인 아이의 행동을 모음편집하여 보여주는 것으로 시작



- 문제행동의 편집영상으로 프로그램 시작: 성우의 나레이션이 아이의 문제행동을 강조하며 앞으로 펼쳐질 방송분에 대한 기대치를 높임. 동시에 아이를 정의하는 아이덴티티 부여(예: 욕쟁이 반항아 000, 최강 식탐걸 000, 굶적굶적 아토피걸000)

2. MC가 등장해 주인공 아이를 소개



- 이야기를 이끌어가는 MC가 등장해 주변인들의 제보를 듣는 형태로 방송분에 등장하는 주인공에 대한 기대치를 끌어올림

3. 아이의 문제행동 관찰 (가장 긴 시간 할애)



- 길게는 프로그램 시간의 반 이상을 할애하는 부분으로서 아이의 문제적 일상을 관찰: 주로 MC나 나레이션 성우의 목소리로 아이 행동의 문제를 되짚으며 자막으로 욕설 등을 재표기함으로써 강조

4. 오은영의 진단



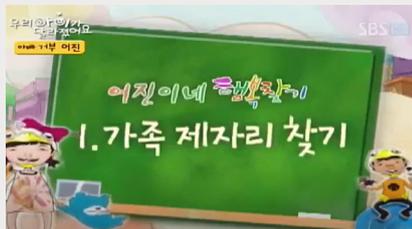
- 정신건강의학 전문의로서의 오은영이 등장해 아이의 상태를 의학적으로 진단.
- 극적효과를 위한 음향효과, 줌인, 및 성우의 재강조 있음

5. 아이의 문제행동을 보호자와 함께 관찰하며 오은영 의료적 설명(보호자의 양육태도 논의)



- 5번과 솔루션을 제공하는 6번은 프로그램에서 가장 교육적인 부분으로서 부모가 아이의 문제에 상당부분 책임이 있으며 부모가 변해야 한다는 당시로서는 새로운 메시지를 전달함

6. 솔루션 제공



.....

.....

.....

.....

7. 보호자 솔루션 적용 & 아이의 저항



- 솔루션이 적용되는 과정을 보여주며 주로 부모의 미숙이나 아이의 저항에 의해 어려움을 겪는 과정을 보여줌(오은영의 코칭으로 바뀌는 극적 효과를 위한 필수장치)

8. 오은영 코칭



- 솔루션 적용에 어려움을 겪는 가정을 방문해 오은영의 전문적 코칭 및 이론적 설명으로 실제 솔루션이 어떻게 실행되어야 하는지 스텝-바이-스텝 알려줌
- 주로 부모에게 강하게 저항하던 아이들이 오은영 박사에게는 결국 굴복하고 훈육이 되는 모습을 그림

9. 다시 방문 아이의 극적 변화



- 재방문을 했을 때 극적으로 변한 아이의 모습을 보여줌으로써 프로그램에 '해피엔딩'을 부여하고 오은영 솔루션의 효과를 가시적으로 보여줌
- 1번에 나왔던 문제행동 편집영상을 다시 한번 재생 후 아이의 변화를 보여줌(극적 대비)

논의

- 현재 '오은영 신드롬' 혹은 '다작논란'은 SBS<우아달>이 방영하던 사회문화적 지형의 결과 (양육자는 육아방법에 대한 혼란을 겪고 있었으며 전문적 육아정보에 대한 요구가 형성)
 - 육아정보에 대한 높은 요구 + 변화하는 가족문화
- 의료화된 현대판 Freak show
 - 의료화는 아이의 상황을 전시하는 것에 대한 정당성을 부여(진료행위의 일부이자 치료로 가기 위한 필수요소)
 - 시사교양 프로그램이지만 개그맨이나 애니메이션 캐릭터를 등장시키고 코메디적 요소를 부여하는 등 예능적 요소를 가지고 있음(빅토리안 시대의 Freak show처럼 교양과 예능의 중간)
 - 출연자 아동의 비정상적 행동은 솔루션 이후 정상성으로 환원되는 구조를 가지고 있어 정상-비정상의 양분화에 기반하고 있으며 정상성 헤게모니의 강화
 - 아이의 행동에 대한 시청자의 감정을 자막나레이션·음향효과 등을 사용하여 극대화하고 있으며 아이에게 별명격의 '공적 아이덴티티'를 부여하여 흥미도를 높임
 - 전시된 아이의 극단적 문제행동은 정상성의 범주가 어디인지를 재확인하며 시청자는 아이와 대비되는 자신의 정상성을 확인

약자에 대한 착취 없는 방송

- 미성년자의 문제행동을 필요이상 전시하는 관음증적 흥미유발 피해야함
 - 시청자에게 올바른 정보를 제공하되 그 과정에서 낙인효과 없어야 함

- 초상권 보호 (보호자의 동의로 부족)
- 출연자 정보 노출 최소화(이후 학교생활 및 주변생활에 영향을 받음)
- 미성년자 생활 관찰 분량 최소화
- 부모의 설명으로 대체하거나 전문가에만 영상 공개
- 아이를 규정하는 자막 및 나레이션 최소화

References

- 김중백, 유도진, 이창순, 김현식, 송재룡, 우혜영, & 김지연. (2013). *현대사회와 가족 / 김중백 [외저]*.
 유계숙. (2004). 건강가족의 요소에 관한 연구 -가족체계와 건강성을 중심으로. *한국가족관계학회지*, 9(2), 25.
 유민상. (2016). 아동의 주관적 행복감에 영향을 미치는 요인.
 윤영. (2020). 초·중등학생의 친사회행동 발현을 위한 부모역량모형 개발.
 임선아. (2013). 민주적 부모양육태도가 아동의 자기조절학습능력, 자존감, 학교적응에 미치는 구조모형 비교. *교육심리연구*, 27(1), 125-142.
 임혜림, & 김서현. (2017). 민주적 부모양육태도가 또래애착을 매개로 중학생의 자아정체감에 미치는 영향. *한국생활과학회지*, 26(3), 171-185.
 Bogdan, R. (1988). *Freak show*. University of Chicago Press.
 Bogdan, R. (1996). The social construction of freaks. In R. G. Thomson (Ed.), *Freakery: Cultural spectacles of the extraordinary body* (pp. 23-27). New York University Press.
 Cecaia, R. (2011). The Oddity as Commodity: Television and the Modern Day Freak Show.
 Conroy, C. (2008). Active Differences: Disability and Identity beyond Postmodernism. *Contemporary Theatre Review*, 18(3), 341-354.
 Franzino, J. (2015). *Freak show aesthetics: Exceptional bodies and racial citizenship in nineteenth-century America*. [Unpublished doctoral thesis]. University of Virginia.
 Garland-Thomson, R. 1996. Introduction. From wonder to error—a genealogy of freak discourse in modernity. In *Freakery: Cultural spectacles of the extraordinary body*, edited by Rosemarie Garland-Thomson. New York: New York University Press: 1-22.
 Grosz, E. (1996) 'Intolerable Ambiguity: Freaks as/at the Limit', pp. 55-66 in R. Garland Thomson (ed.) *Freakery. Cultural Spectacles of the Extraordinary Body*. New York: New York University Press.
 Jonsson, K. (2017). Paralympics and the Fabrication of 'Freak Shows': On Aesthetics and Abjection in Sport. *Sport, Ethics and Philosophy*, 11(2), 224-237.
 Kerchy, A. and A. Zittlau. (2012). Introduction. In *Exploring the cultural history of continental european freak shows and 'enfreakment'*, edited by Anna Kérchy and Andrea Zittlau. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing: 1-19.
 Koppel, D. (2009). Medicine and the Media. Serious documentary or freak show? *BMJ (Online)*, 338, B71.
 Peers, D. 2012. Patients, athletes, freaks: Paralympism and the reproduction of disability. *Journal of Sport & Social Issues* 36 (3): 295-316.
 Thomson, R. G. (1996). Introduction: From wonder to error—A genealogy of freak discourse in modernity. In R. G. Thomson (Ed.), *Freakery: Cultural spectacles of the extraordinary body* (pp. 1-22). New York University Press.
 Tivers, J. (2011). 'Not a circus, not a freak show': Masculinity, performance and place in a sport for 'extraordinary men'. *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography*, 18(1), 45-63.
 Zola, I. K. (1983). *Socio-Medical Inquiries*. Philadelphia: Temple Univ. Press. 349 pp.

2023년
한국여성커뮤니케이션학회
30주년 기념 봄철 학술대회

309호

MBC 후원세션

**오은영 신드롬과 힐링 담론
확산에 대한 학술적 진단**

오은영의 '진단' 서사와 수용에 담긴
전문가성과 자기통치 프레임의 해체:
<오은영의 버킷리스트> 유튜브 채널
댓글 텍스트 분석

이종명(강원대)



오은영의 '진단' 서사와 수용에 담긴 전문가성과 자기통치 프레임의 해체: 〈오은영의 버킷리스트〉 유튜브 채널 댓글 텍스트 분석

이종명

강원대학교 미디어커뮤니케이션학과
journaleest@outlook.com

1

01

**전문가성과
친밀성의 일상화**

02

**개별 주체들의
병리학적 성찰**

03

**일상화된 전문가가
만드는 치유 사회**

2

01

전문가성과 친밀성의 일상화

- '위기와 혼란의 시대'
 - 혼란, 전통적 가치와 전문성에 대한 질서와 체계 흔들기
 - 생활과 생존 차원에서 위기의 일상 침범
 - '혼란을 틈타: 지식 및 전문가주의의 불신, 분노, 해체 추동 (이종명, 2023)
- 위기의 혼란 속 특정 영역의 전문가에 대한 사회적 지지, 신뢰, 의지의 움직임
 - 기본적 욕구(요식업, 백종원), 여가, 취향(애견, 강형욱), 일상의 안전(도로교통, 한문철)
 - 정신건강 분야의 새로운 주제에 대한 관심, 전문가 집단에 대한 지지
 - 그간의 '힐링' 담론과 차별화: 각자도생의 시대, 자기통치성의 개인화
- 정신건강의학 분야의 전문가, '오은영'
 - 개인의 일상과 내면의 성찰적 접근, 치유의 심리 상담 담론 구사: 정신건강의학과 의사 오은영
 - 전문가-셀러브리티로서의 친밀성
 - 개인화된 자기통치 담론을 넘어선 사적 영역의 심리상담, 공적 영역에서 발화
 - 문제에 대한 본질을 '전사'함으로써 본질을 이해하고자 하는 전략

3

01

전문가성과 친밀성의 일상화

- 개인화된 아픔의 공감대 형성
 - 감정에 대한 치료 담론: 고통과 아픔에 대한 '우리', '당신' 즉 공감으로서의 역할
 - 피로 사회적 맥락 속 한국의 힐링 소비 담론화
 - 위로와 공감, 경쟁 심화 속 치유의 '멘토'에 대한 갈증
 - '힐링 미디어화'의 한계: 긍정적 감정에 대한 개인의 노력, 구체적 소비활동화
- 치유 담론의 핵심: 친밀성
 - 감정적 묘사(공감, 아픔에 대한 토로)와 즉각적 해결(전문가 권위)에 기대는 힐링 담론의 질서
 - 전문가성과 친밀성, 일상성에 기대는 '전문가-셀러브리티'화
- 전문가-셀러브리티의 시대
 - 전문성과 대중성의 상보적 관계: 화제성, 인기, 대중에의 인기 환유
 - 전문 지식 중개인으로서의 '전문가'와 문화 생산자들의 기획으로서의 '셀러브리티'의 한계
 - 텔레비전의 상업화 속 예능화(Turner, 2010), 산업 전반의 변화 속 전문가성의 연극적 재현(Goffman, 1959/2016)

4



01 전문가성과 친밀성의 일상화



오은영의 버킷리스트
@oh_bucketlist 구독자 49.5만명 동영상 123개
일정 가독 진단 오은영의 아주 소중한 버킷리스트 >

구독

홈
동영상
SHORTS
재생목록
커뮤니티
채널
정보

최신순
인기순
추천



99.9% 아이큐는 버킷리스트! 도대어 공개되는 오은영 어머니의 비밀 30년지기 케...
조회수 354만회 · 2일 전



직장생활의 진할 필요 없는 이유는?
조회수 202만회 · 6개월 전



여의 바쁜 아이를 키우고 신진? 먼저 아이 의 마음을 읽어주세요! 오은영의 버킷리스트
조회수 151만회 · 1년 전



#오은영의 흑역사 / 다시 돌아 온 Q&A 나는 아직도 할말이 남았다
조회수 87만회 · 2년 전



역사롭지 않다 오은영 박사도 놀란 3개월 동안의 첫말 0000 최초 공개
조회수 87만회 · 2개월 전



※여의 반신 드크* 블로그 읽었다 오은영 의 긴 생머리 취보 활양장 비헤인드 대방출!!
조회수 68만회 · 10개월 전



자기 주도성이 영상 하나면 해결
조회수 139만회 · 1일 전



평생의 한이 있어요.
조회수 113만회 · 2일 전



대한민국 아빠들은 들으세요
조회수 90만회 · 1년 전



아이와 아이를 만치요.. 어떻게 해야 되나요?
조회수 59만회 · 2년 전



유감할 발달이 영상 하나면 끝!
조회수 59만회 · 5개월 전



드디어 만났다! 오은영X리정*이 조합한 생일세 [오은영의 버킷리스트]
조회수 54만회 · 7개월 전

01 전문가성과 친밀성의 일상화



오은영의 버킷리스트
@oh_bucketlist 구독자 49.5만명 동영상 123개
일정 가독 진단 오은영의 아주 소중한 버킷리스트 >

구독

'오은영의 버킷리스트' 유튜브

조회수 50만회 이상

댓글 400개 이상 콘텐츠

홈
동영상
SHORTS
재생목록
커뮤니티
채널

최신순
인기순
추천

댓글 각 2019개, 1380개, 1249개, 552개, 595개, 1113개, 416개

총 7,324개 파이썬(Python) 크롤링

댓글 전처리 및 형태소 분석

텍스톰(TEXTOM) 활용

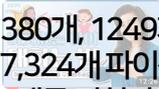
빈도, N-gram, 네트워크 분석, 매트릭스 차트, 감성분석, 담론분석 및 토픽모델링



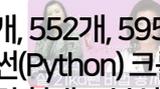
99.9% 아이큐는 버킷리스트! 도대어 공개되는 오은영 어머니의 비밀 30년지기 케...
조회수 354만회 · 2일 전



직장생활의 진할 필요 없는 이유는?
조회수 202만회 · 6개월 전



여의 바쁜 아이를 키우고 신진? 먼저 아이 의 마음을 읽어주세요! 오은영의 버킷리스트
조회수 151만회 · 1년 전



#오은영의 흑역사 / 다시 돌아 온 Q&A 나는 아직도 할말이 남았다
조회수 87만회 · 2년 전



역사롭지 않다 오은영 박사도 놀란 3개월 동안의 첫말 0000 최초 공개
조회수 87만회 · 2개월 전



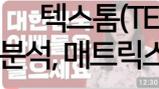
※여의 반신 드크* 블로그 읽었다 오은영 의 긴 생머리 취보 활양장 비헤인드 대방출!!
조회수 68만회 · 10개월 전



자기 주도성이 영상 하나면 해결
조회수 139만회 · 1일 전



평생의 한이 있어요.
조회수 113만회 · 2일 전



대한민국 아빠들은 들으세요
조회수 90만회 · 1년 전



아이와 아이를 만치요.. 어떻게 해야 되나요?
조회수 59만회 · 2년 전



유감할 발달이 영상 하나면 끝!
조회수 59만회 · 5개월 전



드디어 만났다! 오은영X리정*이 조합한 생일세 [오은영의 버킷리스트]
조회수 54만회 · 7개월 전

"93년생 한·여·کم": 세대와 영역을 넘어선 이립(而立)과 도약

25

01

전문가성과 친밀성의 일상화

단어빈도 N-gram TF-IDF

상위 200개까지 단어를 미리 볼 수 있습니다. 전체 단어는 다운로드하여 확인할 수 있습니다.

다운로드

단어	빈도	백분율(%)	누적백분율(%)
의인	5051	6.906	6.906
생각	1920	2.625	9.531
사람	1745	2.386	11.917
기적	1356	1.854	13.771
선생	1258	1.72	15.491
건강	1255	1.716	17.207
박사	1073	1.467	18.674
치료	1014	1.386	20.06
오은영	987	1.349	21.41
검사	952	1.302	22.712
용기	747	1.021	23.733
수술	745	1.019	24.752
은혜	733	1.002	25.754
의도	732	1.001	26.755

7

01

전문가성과 친밀성의 일상화

단어빈도 N-gram TF-IDF

상위 200개까지 단어를 미리 볼 수 있습니다. 전체 단어는 다운로드하여 확인할 수 있습니다.

다운로드

단어1	단어2	빈도
아이	치료	731
수술	사람	486
오은영	박사	452
오은영	선생	270
아이	생각	268
사랑	아이	255
사람	아이	252
도움	아이	248
건강	아이	248
치료	생각	244
케어	건강	243

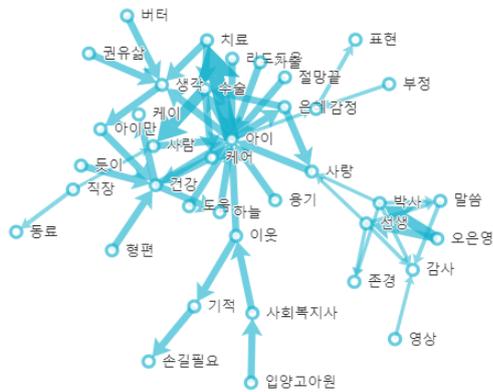
01 전문가성과 친밀성의 일상화



빈도에 따른 워드클라우드 결과

9

01 전문가성과 친밀성의 일상화

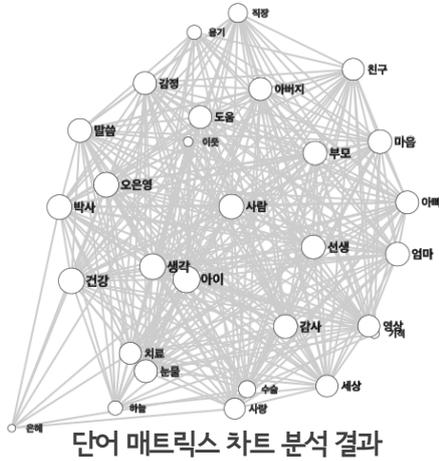


단어 네트워크 분석 결과

10

01

전문가성과 친밀성의 일상화



01

전문가성과 친밀성의 일상화

- 아동문제 전문가로서의 담론 재생산
 - 아이에 대한 최빈도 도출, 아이 관련 문제에 대한 생각, 도움을 얻는다는 댓글에서의 화답
 - 부모(아빠, 아버지 - 자식 교육에서의 상대적으로 배제된 이들에 대한 '말씀', '엄마에 대한 위로
- 전문가의 위상 및 권위
 - '박사', '선생'으로서의 "오은영"과 그의 '말씀', 유튜브 채널 및 관련 '영상'에 대한 감사, '존경'
 - 아이에 대한 '사랑'의 중요성에 대한 전문가 권위어의 호소, 공감
- 감정적 공감에의 화답
 - 치료 과정에서의 '눈물', '은혜', '사랑', '용기' 등과 같은 감정적 반응
 - 아동 문제를 넘어선 '세상', '직장', '친구' 등 다양한 문제에 대한 공감과 태도

02 개별 주체들의 병리학적 성찰

구분	빈도(건)	감정강도비율(%)	빈도비율(%)
공명	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

공정 키워드 부정 키워드 세부감성					
종이	호감	기쁨			
감정분류	빈도(건)	감정강도	빈도 * 감정강도	빈도비율(%)	
깨달음이다	77	2.6667	205.3359	0.55	
분노와함께이다	54	3.4444	185.9976	0.38	
완벽하다	47	5.0	235	0.33	
기쁘다	33	4.6667	154.0011	0.23	
새롭다	26	2.7778	72.2228	0.18	
신기하다	25	5.3333	133.3325	0.18	
인상적이다	22	3.4444	75.7768	0.16	
특별하다	14	3.7778	52.8892	0.1	
중요하다	7	3.4444	24.1108	0.05	
편의하다	5	4.0	20	0.04	
생각이다	4	4.6667	18.6668	0.03	
알고리즘이다	4	3.3333	13.3332	0.03	
신비롭다	3	1.7778	5.3334	0.02	
보통이다	3	3.1111	9.3333	0.02	

13

02 개별 주체들의 병리학적 성찰

구분	빈도(건)	감정강도비율(%)	빈도비율(%)
공명	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

공정 키워드 부정 키워드 세부감성					
종이	호감	기쁨			
감정분류	빈도(건)	감정강도	빈도 * 감정강도	빈도비율(%)	
물다	1579	4.3333	6842.2807	11.21	
상관없다	713	4.0	2852	5.06	
고맙다	323	5.3333	1722.6559	2.29	
따뜻하다	309	4.3333	1338.9897	2.19	
멋지다	242	5.1111	1236.8862	1.72	
예쁘다	167	4.2222	705.1074	1.19	
아름답다	100	5.1111	511.11	0.71	
균형적	98	3.0	294	0.7	
귀엽다	91	4.3333	394.3303	0.65	
이쁘다	87	4.0	348	0.62	
편하다	78	5.8889	459.3342	0.55	
아름다	72	2.8889	208.0008	0.51	
안정적이다	64	3.3333	213.3312	0.45	
편안하다	53	3.2222	170.7766	0.38	

14

02

개별 주체들의 병리학적 성찰

구분	빈도(회)	강령강도비율(%)	빈도비율(%)
공정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

공정 키워드 부정 키워드 세부강령

공대 후갑 가름

강령분류	빈도(회)	강령강도	빈도 + 강령강도	빈도비율(%)
진상제단	956	3.4444	3252.8464	6.79
황폐화단	524	2.5556	1330.1344	3.72
진통이단	272	5.0	1360	1.93
웃단	194	3.2222	625.1068	1.38
최고단	89	4.0	356	0.63
꽃이단	50	5.1111	255.555	0.35
술잔단	31	5.6667	175.6677	0.22
반갑단	25	4.5556	113.89	0.18
기분좋은단	23	4.2222	97.1106	0.16
대박	21	4.3333	90.9993	0.15
기쁘단	20	4.4444	88.888	0.14
부도어단	10	3.2222	32.222	0.07
웃기다	9	3.556	32.004	0.06
신나단	8	3.1111	24.8888	0.06

15

02

개별 주체들의 병리학적 성찰

구분	빈도(회)	강령강도비율(%)	빈도비율(%)
공정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

공정 키워드 부정 키워드 세부강령

명중 술중 빈도 두려움 놀림 거부감

강령분류	빈도(회)	강령강도	빈도 + 강령강도	빈도비율(%)
회문단	629	2.7778	1747.2362	4.47
웃단	296	5.6667	1677.3432	2.1
표기해단	285	3.8889	1108.3365	2.02
불쌍단	271	4.6667	1264.6757	1.92
최순희단	269	3.4444	926.5436	1.91
괴롭단	268	4.4444	1191.0992	1.9
기열단	245	4.2222	1034.439	1.74
절망해단	244	6.2222	1518.2168	1.73
호탕해단	40	4.4444	177.776	0.28
우울해단	38	5.4444	206.8872	0.27
술쁘단	27	6.2222	167.9994	0.19
어색단	27	2.8889	78.0003	0.19
외롭단	24	4.8889	117.3336	0.17
순상해단	24	4.6667	112.0008	0.17

16

02

개별 주체들의 병리학적 성찰

구분	빈도(회)	감성강도비율(%)	빈도비율(%)
공정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

공정 키워드	부정 키워드	세부감성
--------	--------	------

통증 | 슬픔 | 분노 | 두려움 | 놀람 | 거부감

감정분류	빈도(회)	감정강도	빈도 * 감성강도	빈도비율(%)
있다	56	3.0	168	0.4
짜증	53	3.7778	200.2234	0.38
무시당한다	38	2.8889	109.7782	0.27
분노한다	18	6.1111	109.9998	0.13
도덕적	17	4.5556	77.4452	0.12
황당하다	15	6.2222	93.333	0.11
왕따당한다	14	4.4444	62.2216	0.1
진짜당한다	12	6.0	72	0.09
기분나쁘다	11	3.5556	39.1116	0.08
간지럽다	8	3.7778	30.2224	0.06
불만스럽다	7	3.4444	24.1108	0.05
쓰라리	7	4.3333	30.3331	0.05
질투한다	6	3.5556	21.3336	0.04
황시당한다	6	2.8889	17.3334	0.04

17

02

개별 주체들의 병리학적 성찰

구분	빈도(회)	감성강도비율(%)	빈도비율(%)
공정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

공정 키워드	부정 키워드	세부감성
--------	--------	------

통증 | 슬픔 | 분노 | 두려움 | 놀람 | 거부감

감정분류	빈도(회)	감정강도	빈도 * 감성강도	빈도비율(%)
이렇다	409	3.5556	1454.2404	2.9
안 좋다	294	5.1111	1502.6634	2.09
부끄럽다	261	2.4444	637.9884	1.85
바쁘다	248	2.8889	716.4472	1.76
싫다	223	6.5556	1461.8988	1.58
상한다	88	4.4444	391.1072	0.62
나쁘다	73	5.0	365	0.52
불편	71	4.6667	331.3357	0.5
부족하다	63	2.3333	146.9979	0.45
이상행한다	60	4.6667	280.002	0.43
별로	31	4.1111	127.4441	0.22
신경쓰인다	21	1.7778	37.3338	0.15
싫격해다	21	2.1111	44.3331	0.15
편하다	21	2.6667	56.0007	0.15

18

02

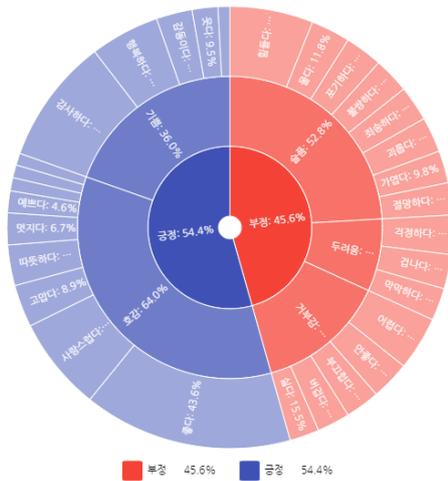
개별 주체들의 병리학적 성찰

구분	빈도(건)	감상강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

세부감성		
세부감성	세부감성 빈도(건)	세부감성비율(%)
호감	4826	36.28
기쁨	2270	14.17
흥미	349	2.31
슬픔	2895	21.58
거부감	2208	15.31
두려움	1035	6.61
통증	123	1
분노	339	2.4
놀람	42	0.35
TOTAL	14087	100%

02

개별 주체들의 병리학적 성찰



02

개별 주체들의 병리학적 성찰

■ 긍정 키워드 속 성찰 및 치유의 서사

- 치유 전문가의 '위로', '공감'에 대한 기대, 바람, 고마움, 따뜻함의 표출
- 감사와 행복, 감동, 최고 등을 통한 전문가의 치유적 담론에 대한 화답
- 개인의 잘못이 나만의 것이 아님을, 전문가의 이해와 공감, '우리', '당신' 속에서 반가움, 잘못이 아니라는 것에 대한 공감
- 치유 서사의 공유 과정에서 오는 '뿌듯함'

■ 부정 키워드 속 울분에 대한 공유

- '힘듦'에 내던져진 사회 속 '포기', '울음', '괴로움'에 대한 토로
- 절망, 우울, 슬픔, 속상함에 대한 '가여움'을 공유 : 개인화된 문제로부터의 벗어나기 - 공통의 문제화
- 분노 서사 중 '미움', '짜증', '원망', '불만' 등의 표출이 강력하게 발현
- '어려움', '버거움', '불편', '신경쓰임' 등을 거부감으로 표출함으로써 자신의 문제를 공통의 공간에 공유, 내어놓기

■ 부정 감정에 앞서는 긍정 감정을 통한 병리학적 성찰과 치유의 가능성

- 긍정 54.4%, 부정 45.6%의 반응
- 호감과 기쁨에 대한 압도적 반응, 슬픔과 거부감에 대한 부정적 반응 다수 차지

21

03

전문가의 일상성에 대한 치유 가능성 모색

■ 감정적 반응 속 '전문가성에 대한 호감'

- 소위 '반지성주의'의 시대, 전문가에 대한 호감(좋다, 사랑스럽다, 고맙다, 따뜻하다 등)의 가능성
- 사회적 문제에 대한 권위에 기대는 해석과 반응, 그를 통한 건강한 사회 문제 해결 담론의 토양 마련
- 기쁨의 키워드로서 감사, 행복, 감동 등을 통한, 갈등과 대립, 집단 극화 시대의 전문가의 일상화를 통한 봉합

■ 감정 토로의 장 마련

- '부정' 감정 속 슬픔(힘들다, 울다, 포기하다, 불쌍하다, 괴롭다 등) 토로의 장으로서 전문가 영상 댓글
- 소셜 미디어의 감정 전사, 그를 통한 '공감', '우리', '당신'의 문제화
- 치유의 공동체로서의 사회 회복의 가능성

■ 전문가 일상성과 권위의 소통 속 한계와 시사점

- 일부 반응에서 '셀러브리티'화 된 전문가에 대한 비판 의식 관찰
- 전문가의 권위에 대한 위협, 새로운 미디어 플랫폼 속 담론 지형의 변화와 충돌
- 공감과 위로의 담론이 갖는 한계, 개인화된 문제에 대한 전문가의 파편화된 평가에 대한 손쉬운 공감

22

오은영의 '진단' 서사와 수용에 담긴 전문가성과 자기통치 프레임의 해체:**<오은영의 버킷리스트> 유튜브 채널 댓글 텍스트 분석****이종명** 강원대학교 미디어커뮤니케이션학과 강사*

본 연구는 각자도생의 시대, 개인의 일상과 내면의 문제를 들여다보고 치유하는 심리상담의 사회적 권위를 가진 전문가이자 정신건강의학과 의사 “오은영”에 집중했다. 권위를 가진 상담가로의 사적 고민 내어놓기, 그리고 전문적이고 이성적인 역할에 의한 ‘치유적 에토스’의 재현이 미디어에서 이루어진다(서우빈·조윤희·김지현, 2023). 이에 상담 프로그램의 재현 차원을 넘어, 대중문화가 구성한 전문가-셀러브리티의 특성과 역할(한미소·윤태진, 2017)의 논의를 경유해 전문가성이 주는 친밀성, 일상성의 상호작용과 수용자의 화답에 주목한다. 또한, 그간 신자유주의적 담론 질서에 의해 작동된 자기통치 프레임으로의 매몰(김은준, 2015), 상처받은 이들의 개인 정서적 문제로의 치환(김수미, 2014), 탈정치화로의 맥락화(박지현·황인성, 2018)를 넘어서는 개별 주체들의 병리학적 성찰과 회복의 서사를 이해한다. 다시 말해 한국 사회를 뒤덮은 힐링 담론이 내몰았던, 신자유주의적 ‘관리’ 주체로서의 개인에 대한 강조와 사회적 문제의 은폐를 넘어서는 맥락을 읽어내는 것이다. 즉 전문가에 의해 규정되는 개인의 정동(affect), 정신병리학적 문제화를 통해, ‘나의 잘못’으로 귀책하지 않거나 자기 계발적 주체로 내몰리지 않아도 된다는 위로와 안심의 서사를 구축하게 되는 것이다. 연구는 <오은영의 버킷리스트> 유튜브 채널의 조회수 50만 건을 넘는 상위 13개의 영상 중, 댓글이 400건 이상 달린 영상 일곱 개를 추려 해당 게시물의 댓글을 전수 분석했다. 이를 위해 파이썬을 통한 댓글 크롤링을 수행했으며, 형태소 분석 및 데이터 정제 과정을 거쳤다. 이를 텍스트롬(TEXTOM)을 통한 감성분석 및 네트워크 분석을 수행했다. 전문가성에 대한 강한 인정과 긍정의 반응은 전문직주의, 엘리티시즘에 대한 불신과 분노가 팽배한 작금의 상황과 상이한 결과를 드러낸다. 아울러 배움에 대한 수용과 적극적 실천의 발화는 개인의 자기통치성에 대한 사적 책임의 담론 실천을 넘어서, 공적 문제화 및 사회적 문제로서의 정신질환에 대한 전지와 수용이라 할 것이다. 본 연구는 지식 생산에서의 권위의 해체를 부추기는 위기와 혼란의 상황과, 힐링 담론이 추동한 신자유주의적 주체로의 내몰림 속에서 전문가성에 대한 인정과 사회화된 공통의 고통으로서의 질병으로서의 정신질환에 대한 담론 내어놓기를 구사하는 수용자들의 반응을 살폈다는 데 의의가 있다.

핵심어: 대중적 전문성, 친밀성, 치유문화, 병리적 주체, 감성

* journaleest@outlook.com

1. 서론

바야흐로 전 지구적 ‘위기’ 속 ‘혼란’의 시대다. 위기에 대한 떠벌리기(위기 괘이(聒耳)(이종명, 2021))는 혼란, 즉 전통적 가치와 전문성에 대한 질서와 체계를 무너트리는 침범이 되었다. 생활을 넘어선 생존에 대한 위기가 일상의 영역을 침범한다. ‘혼툼’(혼란을 툼타)을 노린/부추긴 세력은 집권을 위한 지식 및 전문가주의의 불신과 분노, 그리고 해체를 추동했다(이종명, 2023). 이러한 ‘위기 괘이’가 부추긴 혼란의 틈바구니 속에서, 그럼에도 분야별 전문가에 대한 사회적 신뢰와 지지, 의지의 움직임이 관찰된다. 요식업(백종원), 반려견(강형욱), 도로교통(한문철), 그리고 정신건강(오은영) 등 각계각층의 전문가들이 사회문화적 담론을 이끈다.

이러한 전문가 집단은 전통적 형태의 고담준론의 발화를 수행하지 않는다. 대중적 전문 지식 중개인으로서, ‘전문가-셀러브리티’의 역할을 담당한다(한미소·윤태진, 2017, 190쪽). 전문성을 기저에 두면서도 대중성을 밑바탕으로 사람들의 삶에 영향을 미치는 역할을 부여받는다. 전문성과 대중성의 결합은 상보작용을 통해 여러 프로그램 속에서 화제성을 더하며, 주목을 통해 셀러브리티로서의 인기를 확보한다. 이러한 전문가 담론의 일상으로의 영입과 영합은 한편으로는 전문성에 대한 불신과 반발을 추동하면서도, 다른 한편으로는 각자도생 시대 자기통치성에 대한 전문성에 기댄 병리학적 성찰과 회복을 기대하게 한다.

개인의 일상과 내면의 성찰적 접근과 치유의 심리 상담 담론을 구사하는 대표적 인물로 정신건강의학과 의사 ‘오은영’이 주목받는다. 그는 가히 신드롬이라 불릴 법한 현상을 추동하고 있다. 전문가-셀러브리티로서의 친밀성을 기초로, 각자도생의 시대, 개인에게 떠맡겨진 자기통치 담론을 넘어서는 시도가 관찰된다. 다시 말해 사적 영역의 심리상담이 공적 영역에서 발화되고 문제에 대한 본질을 이해하게끔 전사하는 맥락이 폭넓게 받아들여진다. 권위를 가진 상담가로의 사적 고민 내어놓기, 그리고 전문적이고 이성적인 역할에 의한 ‘치유적 에토스’의 재현이 미디어에서 이루어지는 것이다(서우빈·조윤희·김지현, 2023).

본 연구는 “오은영 신드롬”의 상담 프로그램의 재현 차원에서 빚겨나, 대중문화가 구성한 전문가-셀러브리티의 특성과 역할(한미소·윤태진, 2017)의 논의를 경유해 전문가성이 주는 친밀성, 일상성의 상호작용과 수용자의 화답에 주목한다. 즉, 개인화되고 파편화된 정신질환적 상황에 대한 공적 영역에서의 전문가로서 상담과 치유의 과정을 수행하는 일련의 현상을, 친밀성과 일상성의 맥락으로 해석하는 것이다.

나아가 그간 신자유주의적 담론 질서에 의해 작동된 자기통치 프레임으로의 매몰(김은준, 2015)을 극복하는 과정을 살핀다. 다시 말해 힐링 담론이 부추긴 사회 문제에 대한 극복의 개인화를 넘어선, 공감과 연대, 위로의 서사를 공유하는 과정을 수행하는 오은영 담론의 맥락들을 재구성하는 것이다. 이는 상처받은 이들에 대한 개인 정서적 문제로의 치환(김수미, 2014)의 관행을 극복하는 실마리로 작용할 수 있다. 그뿐만 아니라 탈정치화로의 맥락화(박지현·황인성, 2018)를 벗어난 개별 주체들의 병리학적 성찰과 회복의 서사를 이해하게 된다.

요컨대 한국 사회를 뒤덮은 힐링 담론이 내몰았던, 신자유주의적 ‘관리’ 주체로서의 개인에 대한 강조와 사회적 문제의 은폐를, 전문가 오은영과 그에 대한 화답을 통해 전환의 실마리를 담지한다. 이를 통해 궁극적으로 ‘마음’에 대한 사회(학)적인 문제제기(박소진, 2016, 73쪽)에 이른다. 본 연구를 통해 전문가에 의해 규정되는 개인의 정동(affect), 정신병리학적 문제화를 읽고, ‘나의 잘못’으로 귀책하지 않거나 자기계발적 주체로 내몰리지 않아도 된다는 위로와 안심의 서사를 구축하게 되는 현상을 조망한다.

2. 기존 문헌 검토

1) 친밀한 전문가의 등장과 영속

전문가성, 지식인과 지성에 대한 반발, 즉 반지성주의(Anti-intellectualism)의 득세 속에서도 일부 전문가 집단은 명맥을 유지하고 있다. 앞서 언급한 바, 요식업 분야의 백종원, 예견 분야의 강형욱, 교통 분야의 한문철, 그리고 정신건강 분야의 오은영 등이 대표적이다. 요식업과 예견 등은 우리의 일상과 여가를 책임지는 가장 지배적인 요소로서, 일상성의 근간을 이루는 가장 기본적인 부분에서의 욕구를 (대리) 충족시킨다. 식사, 요리 및 반려동물 양육 지점에서 체험과, 체험하지 못한 것들에 대한 재현적 상황을 통해 수용자들은 일종의 대리만족과 배움의 기쁨을 간접 경험한다.

후자의 두 전문가 영역은, 생활환경에서의 안전과 건강에 직결된 부분으로 크게 분류할 수 있다. 먼저 도로교통 및 안전과 관련된 영역은, 다양한 교통 관련 위협 속에 내몰린 작금의 사회 속에서 위기에 대한 인식과 안전에 대한 재확인, 그리고 문제적 상황에 대한 공유와 대처의 맥락들을 제시한다. 또한, 소셜 미디어를 위시한 새로운 미디어 플랫폼 환경 속에서 소위 '블랙박스 영상'이라 불리는 영상 콘텐츠가 폭발적으로 공개되고 유통되는 맥락과 맞물려, 다양한 사회적 문제들에 대한 공유와 공감을 불러일으키는 국면으로 자리매김한다. (간접)체험적 경험과 공감의 상황에 대한 전시, 그리고 그 안에서 전문가성에 대한 의지와 기대가 맞물린 상황이 작금의 형태라 할 것이다.

그리고 정신건강 영역의, '오은영'이 있다. 앞선 전문가 영역과 차별화된, 의사로서의 '공인된' 전문가 지위라는 차이와 함께, 물질적이거나 생활환경적인 요소를 넘어선 정신적이고 의학적인 담론을 생산해내는 인물이라 할 것이다. 서두에 언급한 반지성주의, 즉 지식인과 지성에 대한 반발의 주요 대상으로서 교수, 평론가 등 '전형적 지식인'이 꼽히는 상황과 유리된 결과라 할 것이다. 이는 소위 상담실, 또는 진료실 맥락을 넘어선 미디어 공간에서의 상담 실천이라는 대중적 전문 지식 중개인이자 '셀러브리티'로서의 역할을 자임했기 때문이라 할 것이다(한미소·윤태진, 2017).

셀러브리티는 연극적 사회학 개념(Goffman, 1959/2016)으로서 특정 역할로서 상호 작용하는 사람으로서의 위치를 이해하는 키워드다. 사회적인 자아 형성을 위한 상호작용으로서 사회적 존재 방식과 사회적 상황을 이해하는 단서다. 특히 무대와 공연의 용례를 빌려, 대중과 미디어의 상호작용으로서의 맥락들을 접칠 때 전문가성의 친밀한 관계 맺기를 이해하는 실마리를 얻을 수 있다.

대중문화라는 가상의 무대에서, 전문가-셀러브리티는 대중이 기대하는 역할극을 수행한다. 이는 가변적(Fiske, 1987)이어서, 사회적, 정치적 차원에서 체화된 가치, 사회적 지위 등을 영위하는 것으로 이해될 필요가 있다. 다시 말해 사회적 속성으로서의 캐릭터성을 부여 받고, 이를 작동하고 활용하는 작금의 상황을 유통과 소비의 측면에서 함께 살펴봐야 한다는 것이다. 특히 캐릭터성의 부여 및 부상, 그리고 침체에 이르는 모든 과정이 대중의 열광과 비난 속에서, 다시 말해 대중문화의 맥락 속에서 읽혀지는 것으로서(한미소·윤태진, 2017), 수용자들의 화답과 상호작용이 전문가성을 이해하는 중요한 단서로 작용한다.

셀러브리티의 새로운 특성, 즉 전문가 집단의 '유명세'에 대한 이해는 역동성의 맥락으로 이해될 수 있다(Driessens, 2012). '이주'와 '다각화/다양화' 맥락에서, 문화적 영역을 넘어선 영향력 행사(예컨대 배우 집단의 정치/산업 영역의 진출)가 '이주(migration)'이라면, 전문가

집단의 문화 영역 진출(정치인, 변호사의 텔레비전 출연)이 ‘다각화(diversification)’로 이해될 수 있다. 다각화 차원에서의 전문가 집단의 진출은 오래된 관행으로서, ‘전문가-셀러브리티’를 읽는 중요한 해석 틀이 된다. 특히 오락적 성격이 강해지는 작금의 문화 콘텐츠 산업의 특성(Turner, 2010)으로 말미암아, 전문가성의 친밀성에 대한 논의도 심화될 수 있다.

요컨대 전문가 집단의 사회적 인정과 부상은, 결국 대중문화 속 상호작용의 결과로서 셀러브리티화된 영역으로 이해할 수 있다. 전문가에 대한 불신이 팽배해지는 지금에도 특정 집단에 대한 화답과 열광이 존재하는 것은, 그들의 역할, ‘배역’에 대한 수용자 집단의 인정과 요구가 있었기 때문일 것이다. 특히 정신건강 분야에서의 전문가에 대한 갈구는, 그간 ‘자기통치’ 시대에 떠밀린 이들에 대한 위로이자 화답이 된다. 이어지는 장에서 관련된 논의를 살펴보기로 한다.

2) ‘힐링’이 불가능해진 사회

10여 년 전, 2010년대의 시작과 함께 소위 ‘힐링’ 담론이 한국 사회를 지배하는 담론으로 자리매김했다. 저마다의 목소리 속에서 공통되게 관찰되는 맥락은 바로 ‘위로’와 ‘극복’의 서사다. 그러나 그 단어의 본래적 의미(healing, 치료하다)는 무색하게, 일시적 나아짐, 나아가서는 파편화된 위로와 극복으로의 떠밀림에 다름 아니다. 특히 신자유주의적 맥락에서 경제적 이해관계에 따라 자기계발과 행복한 삶에 대한 표상과 소위 ‘평균 올려치기’의 맥락들이 소셜 미디어 등 새로운 미디어 플랫폼 환경에서 극도로 확산됨에 따라, 자신의 능력을 최상으로 발휘하기 위한 최선의 상태를 검열하고 준비하는 것이 요구된다(Gordon, 1991). 병든 주체들의 은폐와 ‘괜찮음’에 대한 대중문화 속 강요는, 나아질 수 없는 상황에 대한 악순환으로 이어져왔다.

긍정으로 대표되는 감정적 진단과 치유의 서사는 소위 ‘감정의 정치학’, 즉 통치성(governmentality)의 용어로 정리할 수 있다(Foucault, 1991). 개인의 주체적 관리, 미시 권력 차원에서의 개입적 차원의 개념을 차치하고라도, 자기진단과 자기계발을 통해 삶에 대한 향상과 개인의 일상화된 삶에서의 체화 등이 이루어지는 맥락은 일견 자연스러운 것이 되었다. 특히 마음과 분리될 수 없는 개인의 통치는 개인과 사회의 화해를 이끌어내는 과정을 통해 상처 입은 개인들에 대한 다독임과 위로, 공감을 전시하는 역할을 수행했다. (비)전문가 집단의 확산과 적극적 상담, 경제적 마케팅 전략에 이르는 전방위적 공세는 하나의 담론 권력으로서 자리매김하게 된다. 통치적 효과로서 개인의 지친 신체에 대한 유순한 적응, 행복에의 비강제적 강요(심보선, 2013)이 이루어지는 담론 실천은, 경쟁에의 부추김이자 경쟁에서 도태된 이들에 대한 의례적 위로(류한소, 2012)에 다름 아니다.

이러한 맥락들은 내적 취약성, 무기력, 의존 등의 정체성을 통해 개인의 정서적 병인들을 개인의 것으로 남겨두고, 현실 타협적인 맥락으로 이끄는 상황을 추동한다(Furedi, 2004). 다시 말해 치유라는 의학적 담론을, 사회적 문제이자 개인적 ‘상황’으로 치환하여 사회 문제의 해결 방안으로서 다루는 상황들이 이어지는 것이 곧 치유 담론인 것이다(Cloud, 1998). 현실의 자아에 대한 전문적 성찰, 진단이 아닌, 있는 그대로의 나에 대한 인정과 사랑, 완성을 부추기는 미디어 담론은 ‘자아 긍정’이라는 막연하면서도 지극히 개인화된 문제 해결의 방법으로 이끌게 된다(Dubrofsky, 2007). 현실 타협적인 과정들을 치유 과정에 개입시키며, 이를 통해 상황에 대한 파악, 진단, 인정, 극복 등은 유리된 채, 개인의 주체성에 대한 타협과 인

정, 개인의 적응에 기대는 서사들이 주된 맥락으로 자리잡는 것이다(White, 1992).

그러나 사회적 문제의 개인화된 극복이 불가능해진 상황이 이어지면서, 예컨대 전 세계적인 위기로서의 팬데믹 국면, 국지전을 넘어선 전 지구적 영향 아래 놓인 전쟁 상황과 초국가적 경제 위기의 지속 등은 자신의 역경을 개인이 스스로 해결하기를 원하는 맥락을 넘어선다. 자기반성에 대한 높은 요구와 개인적 경험에 대한 평가와 서사화, 드러내기를 자기 통치의 주요 담론 실천으로 삼을 때(Rose, 1989), 그 모든 국면에서 개인화된 맥락들이 유효한 해석틀로 작용하지 못한다. 적극적인 자기개발, 자기변화에서의 주도적 태도, 당면 과제 및 역경에 대한 주체적 해결을 통한 자기효능감, 권능감의 배양은 자기통치 시대의 유효한 정체성이었다. 자율성, 개성, 자기완성 등에 대한 사회적 인정과 강요가 유효하지 않은 맥락에서, 스스로에 대한 인식, 즉 자기개발과 행복의 자기결정권적 인재로서의 개인은 사라진다.

이와 같은 맥락에서 개인은 자신의 문제에 대한 '나 탓하기'에 대한 거부와, 개인의 노력으로 극복할 수 없는 사회적, 국면적 한계에 대한 토로를 내놓는다. 그 과정에서 나의 문제가 '나'만의 것이 아니었음을, 혹은 '나'의 탓이 아니었음을 확인하는 과정에 대한 갈증과 요구를 내놓는다. 자기통치의 시대를 넘어선, 다시 말해 '힐링'으로 극복할 수 없는 개인의 문제를 극복할 정신건강 차원의 진단과 분류가 요구되는 작금의 시점에서, '위로'와 '공감'의 담론 실천을 넘어선 '진단'과 '분석', 그를 바탕으로 한 '이해'와 '치료'(자기-치유가 아닌)의 맥락이 요구되는 것이다.

3) '정동(affect)'과 정서적 치유의 맥락

그간의 힐링 담론이 추구한 자기 책임적 치유의 서사는 다음과 같은 특징을 지닌다. 우선 개인의 문제를 개인의 정서적 문제로 귀착시키고 이를 치유하는 것으로 완성하는 맥락에서 특정 주체와 그 주체의 구체적 실천을 구성하는 전략적 수사가 구사된다. 취약한 개인들의 주체가 자신이 직면한 문제를 긍정하게끔 하는 개입적 치유의 문제는 삶에 대한 타협으로 이어진다(White, 1992). 자기 치료 문화의 득세와 마음의 관리에 대한 내몰림은 정상성에 대한 지배 담론화이자, 비정상성에 대한 배제와 도태를 야기한다.

특히 이 과정에서 전문적 용어의 탈맥락화, 다시 말해 정신질환적 용례들의 사회문화적 용어로의 전용이 일어난다. 분노, 절망 등 사회적 문제에 대한 개인의 반응은 정신질환적 반응으로, 사회 구조적 문제에서 기인한 병리학적 특성들을 부정적인 정서의 문제로 몰아넣게 되는 것이다(Cloud, 1998; 김수미, 2014). 개인의 정동에 대한 감정들을 치유의 대상으로 치환하는 일련의 서사들은, 정신병리학적 지식에 근거한 전문적 진단이 아닌 편의적이고 자기통치적 맥락에서 '나아져야 할 무언가', '감정적인 반응'의 일환으로 대체된다.

문제는 질환적 특성조차도 문제해결은 자기개발, 혁신, 나아짐에 대한 결론으로 도출된다는 것이다(Illouze, 2007/2010). 신자유주의 질서에 맞는 유순한 신체(심보선, 2013)를 길러내는 일련의 정동 질서는 사회에 대한 근원적 모순이나 생물학적 진단을 배제하고, 근원적인 모순은 은폐된 채 자신에 대한 관리의 미숙과 책임 의무의 미비로 몰아넣는다.

이러한 개인의 정서에 대한 등한시는, '감정', '정동'에 대한 사회적 관심이 한국 사회의 주요 관심사로 부각됨에 따라 새롭게 재조명될 필요성이 개진되며 새로운 국면을 맞는다. 사회변동, 동학에 영향을 미치는 감정, 감성의 영향력에 대한 재조명(박소진, 2016)과, 사회문화적 조건 속에서 형성되는 마음에 대한 정신건강 차원에서의 재고(정승화, 2014)등이 일례

다. 다시 말해 사회적 차원에서의 개인감정에 대한 논의의 필요성을 숙고하며, 사회적 문제를 ‘개인’의 것으로 환원하는 작금의 상황에서 ‘견뎌내기’에 대한 사회학적 접근으로 이해하기를 요구하는 것이다.

개인감정의 사회 문제화의 첫 걸음은, 병리학적 상황에 대한 정치적이고 제도적인 문제로 환원시키는 것이 아닌 ‘치유의 대상’으로 만드는 일이다. 자신에 대한 탓하기, 개인 문제화로 귀책시키던 신자유주의적 질서의 자기 통치성 담론 전략에서 벗어나, 정신질환의 일상화(이종명·이승아, 2017) 맥락에서 그저 ‘치료해야할 무언가’로서의 질병으로 받아들이게 하는 것이다. 그간의 힐링 담론이 수행한 사회적 책임 방기의 차원을 넘어선, 긍정 이데올로기에 대한 재생산과 ‘치유적 자아실현 내러티브’에서 빚겨난 ‘문제적 상황에 대한 인정과 받아들이기’의 맥락이 우선되는 담론 실천이 요구된다. 이에 대한 수용자의 화답과 치유의 맥락이 곧 작금의 일상화된 전문가성의 개입의 해석 틀이 된다.

3. 연구 문제 및 분석 방법

1) 연구 문제

본 연구는 전문가-셀러브리티로서의 오은영의 역할과, 수용자들의 화답 속 정신질환적 상황에 대한 진단과 공감의 서사를 살펴보고자 했다. 이를 위해 수용자들의 반응을 가장 적확하게 확인할 수 있는 방법으로 댓글을 검토했다. 오은영의 다양한 프로그램의 게시판 및 프로그램 관련 콘텐츠의 댓글을 폭넓게 수집하고자 했으나, 대체로 개인적 사례들에 대한 실질적 경험 고백 및 전문가 진단이 검비된 방송의 특성으로 인해 수용자들의 반응을 즉각적으로 확인할 수 있는 채널을 막아두거나 비공개로 해두었다. 그로 인해 수용자들의 화답과 반응을 읽어내는 한계로, 대안적 접근으로서 유튜브의 <오은영의 버킷리스트> 채널의 댓글을 살펴보았다.

오은영 본인의 일상에 대한 공유는 물론, 아동 건강 중심의 전통적 미디어 채널에서의 담론 실천을 넘어선 성인들의 일상 생활과 대인관계, 사회적 맥락들을 폭넓게 다루고 있었다. 물론 아동 중심의 논의를 기반으로 하여, 부모의 역할 등을 강조한 콘텐츠 역시 주된 관심사였다. 전문가이자 셀러브리티로서의 역할과 대중문화에서의 위치를 재확인하는 맥락에서 브이로그 등 일상적 콘텐츠의 분석 포함이 유효했을 뿐만 아니라, 아동 중심의 콘텐츠를 넘어선 수용자들의 즉각적이고 체험적인 반응이 가능한 사회적 맥락의 콘텐츠를 아우른다는 점에서 분석의 의미와 맥락이 두드러질 수 있었다.

이에 따라 본 연구는 크게 두 가지 질문에 대한 수용자들의 반응을 일별하고자 했다. 첫째, 전문가성의 부정과 거부가 팽배해진 지금, 친밀한 전문가의 등장과 일상화에 대한 수용의 태도를 읽는다. 둘째, 힐링 담론이 주도해온 자기통치적 주체로서의 개인화된 문제들을, 다시 정신병리학적 진단을 통한 사회구조적 문제화 및 공감과 진단의 서사와 감정적 반응들을 살핀다. 이를 통해 일상화된 전문가가 구현하는 치유 사회, 정동을 아우르면서, 일상성과 친밀성이 검비된 전문가에 대한 신뢰의 반응이 추구하는 정신병리학적이면서 사회적 진단의 가능성을 담지한다.

2) 분석 방법

전문가이자 일상성을 획득한 오은영에 대한 수용자들의 반응을 폭넓게 이해하기 위해, 유튜브 댓글을 통한 경험적이며 개인적인 반응 읽기를 수행한다. 기술적 차원에서의 관여를 가능하게 한 유튜브라는 소셜 미디어의 참여적 속성은, 개인적 문제에 대한 내어놓기를 넘어선 전문가성에 대한 일상으로의 영합, 반응, 그리고 화답이라는 대응으로 나타난다. 이를 이해하기 위한 단서로서 유튜브 동영상의 댓글을 분석 대상으로 삼아, 관련 유튜브 동영상을 검색, 댓글을 추출했다. 정신건강의학과 의사 오은영이 직접 운영하고 있는 <오은영의 버킷리스트> 채널을 검색, 조회수 순으로 정리했으며, 상위 12건의 영상 중 조회수 50만 회 이상, 댓글 400개 이상의 콘텐츠 7개를 추출했다.

게시물 명	조회 수	댓글 수(건)
#9. 머리털 나고 처음하는 브이로그 _ 드디어 공개되는 오은영 머리의 비밀! 30년지기 헤어쌤이 말하는 오은영은_ _ [오은영의 버킷리스트]	354만 회	2019
사회생활, 대인관계 '이것'만 알아도 인생이 바뀝니다[오은영의 버킷리스트]	203만 회	1380
예의 바른 아이로 키우고 싶다면_ 먼저 아이의 마음을 읽어주세요! [오은영의 버킷리스트]	151만 회	1249
자기 주도성 이 영상 하나면 해결!	139만 회	552
#변외편. 인간 오은영이 풀지 못한 숙제... 평생의 한_ _Q&A1탄	110만 회	595
금쪽 명언 대방출! 이 영상 남편 보여주세요 [오은영의 버킷리스트]	90만 회	1113
※감정 발달 이 영상 하나면 끝!	60만 회	416

[표 1] 유튜브 댓글 분석 대상 콘텐츠의 제목과 조회 수 및 댓글 수

분석에 사용된 댓글은 2023년 3월 20일에 수집된 데이터를 기준으로 한다. 댓글 수집은 파이썬의 유튜브 댓글 크롤링 함수를 활용해, 총 7,324건의 댓글을 수집했다. 크롤링한 댓글의 분석을 위해 파이썬의 형태소 분석 및 KoNLP를 활용했으며, 중복값 처리 및 제거, 문자열 인덱싱 등과 함께 전처리 및 형태소 분석을 우선 수행했다.

아울러 원활한 네트워크 분석 및 유사성에 따른 N-gram 분석 및 매트릭스 차트 분석을 위해, 연구자가 빈도에 따른 데이터 결과 값을 놓고 상위 100건의 단어와 그 의미를 분석했다. 불용어와 문자를 삭제하는 전처리를 수행한 후, 파이썬을 활용한 빈도 분석 및 유사도에 따른 N-gram 결과, 인접 단어들의 상관관계를 보는 네트워크 분석 및 파이썬 코드를 통해 분석하는 IMC의 텍스트(TEXATOM)을 활용해 감성기반 단어 빈도를 추출했다. 특히 빈도기반 단어 분석은 단어들의 분포가 의미론적(semantic) 함의를 지닐 것이라는 전제 아래 텍스트의 같은 구문 요소를 분해, 특정한 의미를 추출하고 분석하는 방식이다. 네트워크 분석을 통해 단어들 간의 연결을 분석함으로써 잠재된 토픽을 찾아내는 방식으로 나아가는 차원에서 방법론적으로

그 의미가 있다.

빈도에 따른 "N-gram" 분석에서 N-gram이란 텍스트에서 "이웃한 N개의 문자"를 의미한다. 서로 다른 2개의 문장을 N-gram으로 비교해보면 출현하는 단어의 종류와 빈도를 확인할 수 있다. 아울러 매트릭스 단어 간 공출현을 통한 유사도계수를 계산하여, 1-mode 분석을 수행했다. 다시 말해 공통적으로 등장하는 단어들의 의미를 찾아, 네트워크 분석의 결과로서 의미망과 담론의 형태를 이해할 수 있다.

끝으로 감성기반 단어의 빈도를 추출하는 감성분석을 수행했다. 텍스트(TEXTOM)에서는 베이저안 분류기(Bayes Classifier)를 적용한 기계학습을 통해 수행되는 감성분석 결과를 제시해준다. 기계학습을 통해 감성 단어 사전을 적용, 긍정, 부정, 중립의 키워드를 추출하고, 해당 분류 데이터에 따라 입력 데이터를 적용하여 컴퓨터가 학습해나간다. 학습 결과에 따라 새로운 입력 데이터를 분석, 분류된 감성 반응으로 데이터를 추출하고, 그 단어가 많이 쓰인 의미 구조를 탐지하여 감성과 연결된 주제 이슈들을 재확인하는 과정으로 연구를 수행했다.

4. 연구 결과

1) 친밀한 전문가가 제공하는 ‘치료’ 수용

(1) 유튜브 댓글에서 관찰되는 주요 키워드와 반응 이해하기

[그림 1] 유튜브 댓글에서 추출된 상위 14건의 단어와 백분율

단어	빈도	백분율(%)	누적백분율(%)
의미	5051	6.906	6.906
생각	1920	2.625	9.531
상황	1745	2.386	11.917
기적	1356	1.854	13.771
선생	1258	1.72	15.491
건강	1255	1.716	17.207
박사	1073	1.467	18.674
치료	1014	1.386	20.06
오은영	987	1.349	21.41
감사	952	1.302	22.712
용기	747	1.021	23.733
수술	745	1.019	24.752
은혜	733	1.002	25.754
이웃	732	1.001	26.755

위 [그림 1]은 <오은영의 버킷리스트>의 분석 대상 댓글을 크롤링하여 수집한 자료의 키워드를 빈도에 따라 상위 14건을 게시한 것이다. 아동 전문가로서의 미디어 속 역할 배정 및 대중

문화에서의 위치 점유에 걸맞게, ‘아이’에 대한 키워드(5051건, 6.9%)가 가장 빈번하게 도출되었다. 분석 대상으로 삼은 주요 콘텐츠 역시 “예의 바른 아이로 키우고 싶다면”, “자기 주도성”, “감정 발달” 등과 같이 아동 관련 내용이 3건으로 포함된 만큼, 아이에 대한 내용과 그에 대한 반응이 손쉽게 관찰된다. 그밖에 눈여겨봐야 할 주요 키워드로, 9위에 위치한 ‘오은영’(987건, 1.3%)이 있다. 기실 오은영의 콘텐츠에 대한 댓글이니만큼 주로 언급되는 것이 당연하나, 그 단어는 ‘존경’, ‘감사’, ‘말씀’ 등과 결부되어 전문가에 대한 화답으로 나타난다는 것에 그 의미가 두드러진다. 후술할 단어 네트워크 분석에서 이와 관련된 논의를 상세히 펼치고자 한다.

위 그림에 나타나지 않는 주요 키워드로 사랑(700건, 0.9%), 친구(646건, 0.8%), 마음(568건, 0.7%), 도움(499건, 0.6%), 감정(396건, 0.5%) 등이 있다. 친구, 도움 등의 키워드에서는 직장(379건, 0.5%)에서의 사회 생활, 대인관계 등에 대한 조언과 문제 설명, 개인의 잘못이 아닌 구조적 문제와 병리학적 진단 등과 결부되어, 도움을 얻고 위로를 얻는다는 ‘마음’, ‘감정’ 등을 표출하는 맥락으로 등장한다. 이는 회사(278건, 0.3%) 등에서 어려움을 겪는 개인들에 대한 위로를 넘어선 상황에 대한 진단과 대응까지도 제시하는 전문가로서의 역할(극)을 성공적으로 수행하고 있는 양상으로 관찰된다.

[그림 2] N-gram을 통한 인접 단어 추출 결과



단어1	단어2	빈도
아이	치료	731
수술	사람	486
오은영	박사	452
오은영	선생	270
아이	생각	268
사람	아이	255
사람	아이	252
도움	아이	248
건강	아이	248
치료	생각	244
케어	건강	243

다음으로 인접 단어들 간의 관계를 살필 수 있는 N-gram 결과를 [그림 2]에서 살펴볼 수 있다. 우선 아이-치료가 함께 등장하는 빈도가 731건으로 가장 높았다. 앞서 빈도 순에서 살펴본 바, ‘아이’에 대한 관심과 반응이 두드러지는 것과 함께 문제적 상황에 대한 ‘치료’적 맥락에서 접근하는 것을 짐작하게 하는 키워드다. 다시 말해 아동을 둘러싼 문제를 단순히 개인의 특별한 경험, 용인되거나 처벌되어야 할 무언가로 남겨두지 않고, 그것을 병리학적 상황으로서 전문가의 영역으로 끌고 와 진단하고 치료의 과정으로 이어지는 담론 실천이 이루어지는 것이다. 이는 3, 4순위로 등장하는 오은영-박사(452건), 오은영-선생(270건)과도 직결된다. 다시 말해 오은영이라는 전문가, 박사, 선생님에 의해 치료를 위한 진단의 과정이 수행되며, 이를 통해 도움(-아이, 248건)을 얻는 과정으로 나아가게 되는 것이다.

[그림 3] 빈도에 따른 워드클라우드 결과

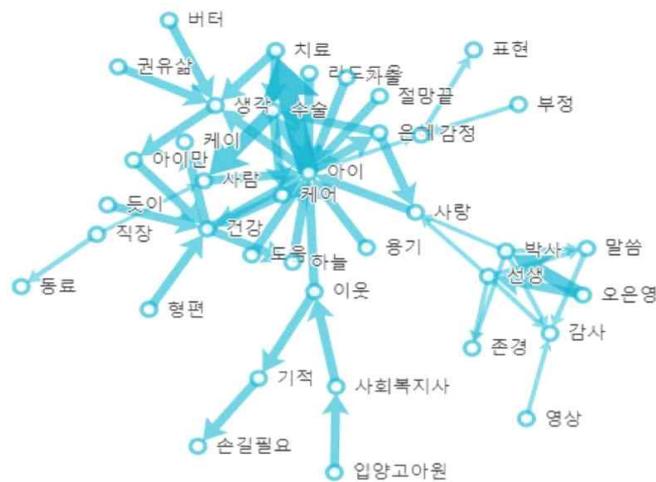


아울러 네트워크 분석을 위해 수행된 TF-IDF(Term Frequency-Inverse Document Frequency) 검사, 즉 데이터 마이닝 과정에서 추출된 문서 중 특정 단어가 문서 내에 얼마나 중요한지를 나타내는 통계적 수치에 대한 결과는 전문가성의 재생산에 대한 해석 근거들을 찾을 수 있다. ‘아이’ 키워드의 경우 그 수치가 7827.89로서, 생각(4885.21), 사람(4509.96) 등에 거의 두 배에 달하는 결과 값을 보였다. 결국 미디어에 의해, 대중문화 속 역할(role)을 부여받은 오은영이라는 전문가성, ‘아동 전문가’라는 담론이 유튜브 속 댓글에도 유사하게 재생산됨을 알 수 있다.

끝으로 빈도에 따른 워드클라우드 시각화는 [그림 3]과 같다. 앞서 살펴본 바와 같이 가장 높은 빈도로 추출된 아이와 함께, ‘생각’, ‘사람’, ‘기적’ 등의 단어가 뒤이어 두드러진다. 이어서 ‘오은영’ ‘박사’, ‘선생’이 실현하는 ‘치료’ 과정에 대한 ‘감사’, ‘기적’, ‘은혜’ 등을 표출하는 것으로 댓글의 반응들을 일별할 수 있다.

(2) 단어 네트워크와 매트릭스 속 의미망 읽기

[그림 4] 단어 네트워크 분석 결과

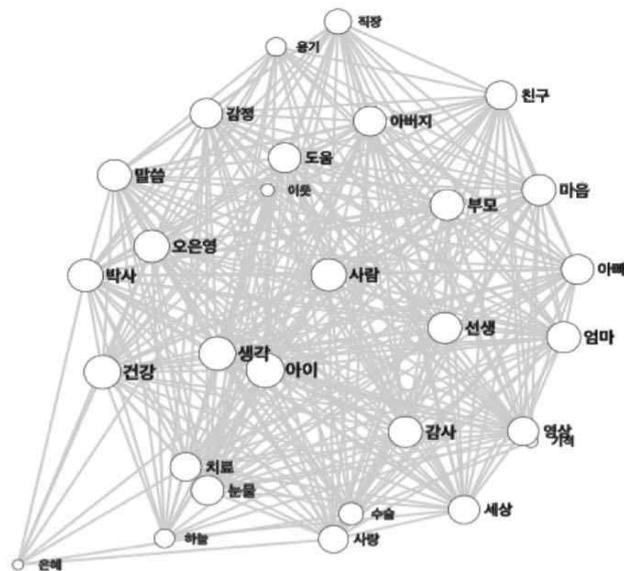


[그림 4]는 단어 네트워크의 시각화 이미지이다. 우선 TF-IDF 수치로도 나온 바와 같이 ‘아이’를 중심으로 의미망들이 네트워크를 구축하고 있음을 관찰할 수 있다. 아이를 중심으로 ‘치료’의 메시지가 가장 강력하게 연결되는데, 이는 N-gram에서도 살펴본 바, 아이에 대한 치료적 접근의 중요성을 표상하는 결과로 읽힌다. 치료는 ‘생각’, ‘케어’ 등과 연결되어, 치유의 과정적 맥락들을 드러내 보인다. 마찬가지로 ‘감정’과의 연결에서는, ‘표현’, ‘부정’ 등과 연결된다.

특히 두드러지는 것은 전문가의 위상과 권위에 대한 인정이다. ‘아이’, ‘사랑’과 연결되는 ‘오은영’ ‘선생’, ‘박사’의 ‘말씀’은, 아이를 ‘케어’하는 ‘용기’, ‘은혜’ 등을 가능하게 하는 상징적 담론이다. 이 맥락은 ‘존경’과 ‘감사’로 귀결된다. 이는 서론에서, 그리고 기존의 논의들에서 폭넓게 검토하고 진단한, 반지성주의적 맥락에서 전문가성에 대한 부정과 반발과는 상이한 결과다. 오은영이라는 전문가가 미디어 속에서 친밀성을 획득하고, 나아가 담론적 권위를 행사함에 있어 공감과 지지를 얻게 된 맥락은, 후술할 감정적 차원의 반응에 대한 논의에서 보다 심도있게 살펴보기로 한다.

아울러 ‘직장’, ‘동료’ 등에 대한 반응도 키워드 속에서 관측된다. 아이를 키우는 ‘부모’로서를 넘어서, 사회 구성원으로서 대인 관계에 놓인 “개인”들을 치유의 대상으로 다시 호명하는 오은영의 담론 실천은 마찬가지로 ‘위로’와 ‘공감’의 매개체로서 댓글의 화답을 이끌어낸다.

[그림 5] 단어 매트릭스 차트 분석 결과



이어서 단어 매트릭스 차트 분석은 [그림 5]와 같이 도출되었다. 마찬가지로 아동문제 전문가로서의 담론 재생산이 이루어지며, 부모(아빠, 아버지 - 자식 교육에서 상대적으로 배제된 이들)에 대한 메시지와 엄마에 대한 위로 등이 두드러진다. 또한, 아이와 ‘사랑’, ‘사랑’으로서의 역할 등에 대한 전문가의 권위에 대한 호소와 공감이 이루어진다.

이 모든 과정은 감정적 공감에의 화답과 맞물려 있다. 치료와 전문가의 메시지에 대한 ‘눈

물’, ‘은혜’, ‘사랑’, ‘용기’와 같은 감정적 반응을 토로한다. 나아가 아동 문제를 넘어선 ‘직장’, ‘친구’ 등 사회 속 관계와 대인 간의 맥락 속에서 다양한 문제들에 대한 공감과 적절한 태도 함양의 단서들이 화답으로 나타난다.

[그림 6] 개체명 인식 결과



끝으로 댓글 전체에서 추출된 내용들의 개체명 인식 결과를 [그림 6]과 같이 정리했다. 개체명이란, 사람, 지역, 학문, 문명, 대상물, 기관, 숫자, 용어 등과 같은 각각의 특징적인 단어들을 형태소 사전 및 용례에 따라 자동적으로 분류한 것이다. 그에 따라 ‘문명’, 즉 사회적 지위와 역할에 대한 키워드가 가장 두드러지게 관찰된다. ‘박사’라는 단어가 542건으로 도출되고, 뒤이어 선생이 532건 추출됐다. 이는 사람 영역에서의 오은영(369건)과 연결되어, 전문가에 대한 호명이 댓글에서 빈번히 이루어지는 것을 드러내 보인다.

이는 단순히 빈도에 따른 도출 결과만을 의미하지 않는다. 앞서 살펴본 바, 그리고 ‘대상물’ 개체명에서 사랑해요(31건)이, 그리고 ‘사랑’이라는 키워드가 빈도 순에서 상위권에 도출된 바와 같이 전문가에 대한 단순 호명이 아닌 친근함, 감사의 표현으로서의 이름 부르기로 이해되어야 한다. 이는 ‘하트 이모티콘’의 도출과도 연결되어, 전문가의 친근함, 셀러브리티로서의 전문가가 미디어 재현을 넘어 일상적 상황에서의 치료 역할을 대행하는 유튜브 속 재현으로 재생산되는 맥락으로 바라보아야 한다.

2) 개인적 극복의 과정을 넘어선 ‘치료’의 맥락화

(1) 긍정적 반응에 담긴 공감과 전문가성에 대한 공감과 지지

[그림 7]은 감성 단어 분석을 통한 긍정과 부정의 키워드 빈도와, 긍정 키워드에서의 ‘흥미’ 영역에 대한 주요 반응들을 보여준다. 긍정과 부정의 빈도 및 강도는 각각 52.76%, 47.24%로 나타났다. 그 반응은 전문가 오은영에 대한 감정적 반응이 아닌, 전문가가 공유한 치유와 치료의 맥락들에 대한 공감과 화답으로서의 긍정과, 개인의 경험 공유 및 문제적 상황에 대한 반응으로서의 부정 감정의 표출로 정리된다([그림 13] 참조).

[그림 7] 긍정 키워드 중 '흥미'의 반응

구분	빈도(건)	감정강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

감정분류	빈도(건)	감정강도	빈도 + 감정강도	빈도비율(%)
재미있다	77	2.6667	205.3359	0.55
부러워한다	54	3.4444	185.5976	0.38
원한다	47	5.0	235	0.33
기대한다	33	4.6667	154.0011	0.23
생존다	26	2.7778	72.2228	0.18
신기하다	25	5.3333	133.3325	0.18
인상적이다	22	3.4444	75.7768	0.16
특별하다	14	3.7778	52.8892	0.1
흥미롭다	7	3.4444	24.1108	0.05
특이하다	5	4.0	20	0.04
색다르다	4	4.6667	18.6668	0.03
압도적이다	4	3.3333	13.3332	0.03
신비롭다	3	1.7778	5.3334	0.02
도전적이다	3	3.1111	9.3333	0.02

우선 긍정 키워드 중 흥미가 가장 높게 드러난다. 흥미는, 대체로 ‘재미있다’의 반응으로서 “진짜 재미있어요!! 이런 영상 더 많이 보고싶어요 ㅎㅎ 오은영박사님 늘 감사합니다!!”, “금쪽같은 내새끼 너무 잘보고있어요 재밌기도하구 나중에 나도 아이 키우면 진짜 많이 공부해야겠다 싶고 ♡ ♡ ♡”, “강아지 교육탑 강형욱 훈련사님과 아이들 교육탑 오은영 선생님 합방하면 재미있을 것 같아요”, “은영쌤 결혼도 안했지만 완전 짠팬이에요ㅠㅠ금쪽이 잘보고있어용 항상 웃으면서 말씀하시는게 배우고싶은점중 하나예요ㅎㅎ 재미있게 잘 봤습니다♥” 등의 댓글로 열성적인 화답을 보인다.

그리고 장문의 댓글로서 “선생님임 저는 20대 평범한 대학생인데 항상 나오시는 프로그램이나 육아영상들 진짜 많이 봐요!!! 매주 금쪽이 시청은 필수고요!! ㅋㅋㅋ 정말 너무 너무 너무 재미있습니다 비록 제가 아이는 아직 없지만 제가 교사를 준비하고 있는데 그래서 선생님께서 하시는 말씀들 하나하나가 정말 피와 살이 돼요 그리고 의미를 넓혀서는 타인을 이해하고 공감하는 법을 배우기도하고, 뭐 육아가 뜻대로만은 되지 않겠지만 미래에 나의 아이를 만나게 되면 이렇게 해주어야지 하는 마음가짐과 또 저만의 나름의 신념과 철학을 갖기도 한답니다 ㅎㅎ”와 같이, 전문가의 친밀성과 전문성의 재생산, 일상에서의 적용 등의 화답으로 나타난다.

호감에서의 ‘좋다’ 반응 역시, “선생님 너무 좋아요 너무너무 좋아요 ㅠㅠ 팬입니다 아이 키우는 부모님들에게 대통령입니다 ㅠㅠ♥”, “뿔 수록 학창시절에 존경하던 선생님 같아서 너무 좋고 편안해집니다ㅠㅠ 실상 존경했던 선생님 도 없지만 요즘 금쪽이 보면서 위로를 엄청 많이 받고 있어요 덕분에 좀 살맛이 납니다♥”, “나중에 혹시나 아이를 키우게 된다면 오은영박사님 영상 쪽 정독하게 될 것 같습니다 육아의 신이라는 칭호에 너무나 딱 들어맞는 분 존경한다는 말로도 부족합니다 ㅠ 이제야 박사님 유튜브채널이 있다는 걸 알았더니 ㅠ 석고대죄드리며 구독 좋아요 누를게요”, “선생님♥ 항상 너무 대단하다고 생각하고 존경해요! 아이들뿐만 아니라 부모들 심리까지 치료해주시는 모습 보고 진짜 전문가는 다르

구나 생각했어요!”, “박사님 정말 인간적으로 존경해요 금쪽이 보면서 아이 대하는 법도 배우지만 제 마음을 더 위로받아요 박사님 많이 배워서 좋은 사람 될게요 많이 활동해 주셔요 ♡♡” 등과 같은 반응이 이어진다. 전문가로서의 존경, 그리고 그에 대한 재생산의 반응이 압도적으로서, 전문가에 대한 불신과 불만이 아닌, 따름과 나아가서는 동기화 등에 이르는 과정이 댓글을 통해 화답으로 나타난다.

[그림 8] 긍정 키워드 중 ‘호감’의 반응

구분	빈도(건)	감정강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

감정분류	빈도(건)	감정강도	빈도 * 감정강도	빈도비율(%)
좋다	1579	4.3333	6842.2807	11.21
사랑스럽다	713	4.0	2852	5.06
고맙다	323	5.3333	1722.6559	2.29
바쁘하다	309	4.3333	1338.9897	2.19
멋지다	242	5.1111	1236.8862	1.72
예쁘다	167	4.2222	705.1074	1.19
아름답다	100	5.1111	511.11	0.71
규정적	98	3.0	294	0.7
귀엽다	91	4.3333	394.3303	0.65
이쁘다	87	4.0	348	0.62
편하다	78	5.8889	459.3342	0.55
아름리다	72	2.8889	208.0008	0.51
안정적이다	64	3.3333	213.3312	0.45
편안하다	53	3.2222	170.7766	0.38

끝으로 기쁨의 ‘감사’ 역시, “선생님 감사합니다, 덕분에 한국사회가 육아의 질이 향상됐어요”, “오은영 박사님 !! 저는 청소년 상담사가 꿈인데 공부때문에 다 버리고 싶을때 박사님의 영상을 보며 힘을 냅니다 ! 항상감사합니다”, “우리아이가 달라졌어요 때 부터 보던 박사님 팬입니다 !! 한때 오은영박사님 덕분에 심리상담가라는 꿈도 꿴었습니다 과거형 ! 많은 영상들보고 조금씩 배워가는게 많습니다!! 감사합니다 !!”, “교육계 종사자로서 아이들과 저 자신, 또 주변인을 이해하기위해 오은영박사님이 나오시는 모든 방송을 정주행합니다 여러 가정의 평안을, 그리고 여러 사람의 마음에 편안을 선사해주셔서 정말 진심으로 감사드립니다”, “선생님 같은 분이 저희 나라에 계셔서 감사해요”, “왜 오은영쌤은 한분이실까 쌤같은 분들은 분신술 정말 필요함”, “아직도 기억나는 게 방송에서 말 안 듣는 애 다리 사이에 끼고 하니까 바로 효과 있었는데 우리 엄마 그 방송 본 다음부터 맨날 나 그렇게 잡았음!!ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ 은영쌤 덕분에 그나마 사람답게 큰 것 같아서 감사드린다고 이렇게라도 전해봐요” 와 같은 댓글이 달렸다. 특히 마지막 과정의 경우 전문가의 실질적 담론 생산의 적용과 그것에 대한 소셜 미디어의 상호작용적 속성으로서 경험에 대한 공유가 즉각적으로 이루어지는 상황이 펼쳐져, 전문가의 실효적 처방에 대한 실질적 증언으로 기능한다.

[그림 9] 긍정 키워드 중 '기쁨'의 반응

구분	빈도(회)	감성강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

감정분류	빈도(회)	감성강도	빈도 + 감성강도	빈도비율(%)
감사하다	956	3.4444	3292.8464	6.79
행복하다	524	2.5556	1339.1344	3.72
감동이다	272	5.0	1360	1.93
웃다	194	3.2222	625.1068	1.38
칭찬하다	89	4.0	356	0.63
좋다	50	5.1111	255.555	0.35
즐겁다	31	5.6667	175.6677	0.22
반갑다	25	4.5556	113.89	0.18
기분좋다	23	4.2222	97.1106	0.16
대박	21	4.3333	90.9993	0.15
기쁘다	20	4.4444	88.888	0.14
뿌듯하다	10	3.2222	32.222	0.07
웃기다	9	3.556	32.004	0.06
신나다	8	3.1111	24.8888	0.06

마지막으로 장문의 댓글로서 “저는 일본에 사는 제일교포 입니다 오은영선생님 안녕하세 요 진짜 팬입니다 선생님 동영상 볼때마다 많이 울고 위로와 도움이 되어 감사 하고 있어요 ㅠㅠ 저는 아들 둘 딸 키우고 있는 대 후반 엄마예요 첫째 아들이 중등부 사춘기 들어가서 힘들었는데 금쪽같은 내 새끼 보고 많이 깨달았고 진짜 많은 도움 되었어요 첫째 아들 뿐만 아니라 둘째 막내 딸 도 여러가지 있지만 ㅠㅠ선생님 동영상 보면서 저 나름대로 열심히 해 나가도록 노력중입니다 코로나 종식 되는 날 하루라도 빨리 기다리면서 우리 나라 가서 선생님 강연 듣고 싶은 마음입니다” 등과 같은 반응이 이어진다.

요컨대 긍정 키워드에서의 흥미, 호감, 기쁨은 공히 전문가가 제공하는 유튜브 콘텐츠에 대한 화답으로 귀결된다. 콘텐츠의 재미와 전문가에 대한 호감 표시를 넘어, 기쁨의 감정으로서 감사를 표하고 그 전문가의 역할과 위치를 본인이 따르겠다는 의지 표현을 하는 경우를 통해, 전문가의 치료에 대한 일상에서의 수용에 열린 태도를 갖추게 된다.

(2) 부정적 감정에 담긴 개인의 경험과 ‘병리학적 질환’ 문제에 대한 인정

[그림 10]은 감성 단어 분석을 통한 부정 키워드에서의 ‘슬픔’ 영역에 대한 주요 반응들을 보여준다. ‘힘듦’에 대한 토로로서 주요 댓글 네 가지를 옮겨오고자 한다. 우선, “오은영 상담사님을 어렸을때 봤다면 우리 부모님도 저를 신경썼을텐데 우리부모님은 어릴때 감정투사는 기본이고 우리들한테 막대했어요 ㅌㅌ 원하지 않은 학원다녀서 왕따 당하고 소통도 안되서 학교생활도 힘들었어요 그런 부모님에 영향을 받은 오빠는 저를 학대하듯 대하고 정서불안에 시달렸어요 부모님은 방임이 학대인것도 몰라요 아빠는 자기가 불리한 상황이면 내뺄기만하고 엄마는 나는 야단만 맞고 커서 잔소리 듣기 싫어 이런 소리만 하고 저를 정면으로 대하려 하지도 않아요 저는 가족없는 고아 애들을 부러워했어요ㅌㅌ”,

[그림 10] 부정 키워드 중 ‘슬픔’의 반응

구분	빈도(건)	감성강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

감정분류	빈도(건)	감성강도	빈도 * 감성강도	빈도비율(%)
원하다	629	2.7778	1747.2362	4.47
웃다	296	5.6667	1677.3432	2.1
포기한다	285	3.8889	1108.3365	2.02
불쌍하다	271	4.6667	1264.6757	1.92
괴상하다	269	3.4444	926.5436	1.91
괴롭다	268	4.4444	1191.0992	1.9
기쁘다	245	4.2222	1034.439	1.74
결말한다	244	6.2222	1518.2168	1.73
후회한다	40	4.4444	177.776	0.28
우울한다	38	5.4444	206.8872	0.27
슬프다	27	6.2222	167.9994	0.19
아쉽다	27	2.8889	78.003	0.19
외롭다	24	4.8889	117.3336	0.17
속상하다	24	4.6667	112.0008	0.17

이어서 “옛날에 살 살 때 동생이랑 하도 싸우고 부모님 말을 안듣고 그래서 그때 쯤에 엄마가 약간 반 년담 반 진담으로 지꾸 그러면 너 우리 아이가 달라졌어요에 출연시킨다 했었는데 진짜로 전화를 해서 촬영팀이 온적이 있는데 그때 제가 너무 강하게 촬영 거부를 해서 결국 오은영 박사님께만 상담이랑 치료를 받은 기억이 있어요 그때 진짜 무서우면서도 너무 좋아서 지금도 생생하게 기억이 나요 정말 우리나라 교육에 꼭 필요하신 분이라 생각하고 지금도 너무 힘들때면은 오은영 박사님이 어릴 적 해주셨던 말들이 기억이 나요 거의 년이 지난 일이지만은 그때 해주신 말이 너무 좋았던지라 아직도 잘 기억이 납니다 오래오래 해주세요,, ,,,,”

그리고 “공룡 @해원 힘내세요 제 모습 같아서 공감되네요 저도 과거의 부모님을 자꾸만 원망해서 뼈딱하게 대하고, 부모님은 또 그런 모습에 화내시고 악순환이더라구요 그래서 너무 힘들었는데, 어디서 오로지 자신을 위해 부모님을 용서하는 것도 한가지 방법이라는 글을 읽게 됐어요 지금도 완벽하게 마음의 상처가 나은건 아니지만, 내가 살기 위해서 부모님을 용서하기로 결정한 후부터 마음이 한결 편해지고, 이제 매일 밤 울지 않아도 되더라구요 용서가 부모님의 잘못이 더이상 없다는게 아니라, ‘나 이제 다 됐고 앞으로 나아갈래 나 상처받고 이렇게 성장했어’ 하는 선언이라고 생각하시면 편할 것 같아요 과거의 아픔 누구도 보상해줄 순 없겠지만 고생 많았어요□”

끝으로 “제가 조금 늦게 태어났으면 우리 엄마도 선생님이 방송에서 코치해주는 것들 듣고 절 털 힘들게 했겠죠 엄마때문에 우울증걸리고 이렇게나 오래 방황하게 된 게 너무 억울하고 힘드네요” 등이 두드러진다. 댓글 전체에서 드러나는 바, 성장 과정에서의 개인의 경험이 단순히 개인의 잘못이나 사적 경험으로 치부되고 등한시되지 않는다. 전문가 오은영에게 직간접적으로 영향을 받은 이들이, 자신의 경험 속에서 겪은 일들은 병리학적 증상을 야기한 하나의 징후적 상황으로 받아들이게끔 하여, 치유와 치료의 맥락으로 나아가게끔 하는

것이다. 다시 말해 그간 신자유주의 질서가 강요해온 개인의 자기 통치성 문제에서 벗어나, 진단과 처방이 필요한 병리학적 문제로의 치환이 일어나는 것이다.

이는 성장 과정에서의 경험에만 국한되지 않는다. 사회 생활과 대인관계에 대한 유튜브 클럽의 댓글에서도, “친구도 마음을 쓰고 관심을 가져야 유지가 되더라고요 내가 상황이 힘들어서 신경을 못쓰니 상대방도 연락이 줄고 그러다보면 자연스럽게 연락이 끊겨요 한편으론 그래도 친구한테 서운한 감정도 들고 이런 일 겪으면서 친구도 그냥 어느정도 거리가 필요하구나 라는 깨달음을 얻었어요”, “모여서 하하호호 밥먹고 커피 먹고 수다떠는데 동떨어져 있으면 자발적 왕따라도 소외감 느낍니다 그게 힘들어서 안맞아도 그냥 어울리는거죠”, “나도 이렇게 지냈으면 좋겠다 아직 학생이라 학교에서 친구는 사겨야 한다는 분위기가 버티기 힘들다 올해 새학기에는 혼자 다녀볼까 라고 맘먹었는데 막상 친구들이 다가오는 걸 거리두면 나만 이상한 사람이 되는 것 같아 거절하기도 힘들고 어른들 말처럼 학창시절이 가장 좋을수도 있겠지만 친구 사귀는 것에 지친 나에겐 학교다니는 게 무의미하게 느껴지기도 한다”, “그 사람이 어떤 부분에서 힘들어하는지는 충분히 이해했지만 그걸 가꿈도 아니고 저에게 매일 힘든점을 푸는걸 받아주는거는 너무 힘들었거든요” 등과 같은 반응을 통해 사회 속에서의 개인들이 겪는 어려움을, 병리학적 관점에서 재구성하여 전시하고 이를 치료의 맥락과 이해의 차원으로 풀어내고 있다.

[그림 11] 부정 키워드 중 ‘분노’의 반응

구분	빈도(개)	감정강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

긍정 키워드	부정 키워드	세부감정	빈도(개)	감정강도	빈도 + 감정강도	빈도비율(%)
		감정분류				
있다			56	3.0	168	0.4
짜증			53	3.7778	200.2234	0.38
무시당한다			38	2.8889	109.7782	0.27
분노한다			18	6.1111	109.9998	0.13
오욕적			17	4.5556	77.4452	0.12
화난다			15	6.2222	93.333	0.11
원망한다			14	4.4444	62.2216	0.1
지랄한다			12	6.0	72	0.09
기분나쁘다			11	3.5556	39.1116	0.08
거리감다			8	3.7778	30.2224	0.06
불만스럽다			7	3.4444	24.1108	0.05
짜거리			7	4.3333	30.3331	0.05
질투한다			6	3.5556	21.3336	0.04
원시한다			6	2.8889	17.3334	0.04

이어서 분노를 토로하는 이들의 경우, 사회 생활과 대인관계 콘텐츠에 대한 반응에서 주로 반응한다. “나르시스트가 있어요 직장에 난 너의 개인사생활 은근자랑 을 알고 싶지 않아... 그리고 분위기 주도한다고 착각하며 재미없는 농담 너무 싫어 그리고 너 잘생기지 않았어 일좀하고 입좀 다물어”, “그러니까요 저도 살면서 그런 점 느끼는데요 나 또한 남한테 피해주면서 산 건 아닌가 되돌아보게 되어요 사실 남에게 피해도 안 주고 내가 피해도 안 당하고 살려면 절대로 가깝게 지내면 안 되고요 무조건 거리를 뒤편 해야 해요 그래야 서로 서로

편해요 결국 내 일은 내가 알아서 한다는 생각으로 살아야지 안 그러면 남으로부터 미움 살 수도 있고 반대가 될 수도 있고요”, “땅땅 @허시영 단순히 마음에 안들고 미워서 그러는 경우는 직장 불문하고 세상에 많아요 내가 정상이어도 비정상모여있는집단에 있으면 정상이 비정상되는거 군대서부터 빠져리느꼈는걸요 저도그렇고 모든사람이 그렇지만 항상 자기가 생각하는게 다 정답은 아니라봅니다” 등과 같은 댓글이 대표적이다.

[그림 12] 부정 키워드 중 ‘거부감’의 반응

구분	빈도(회)	감정강도비율(%)	빈도비율(%)
긍정	7445 / 14087	52.76 / 100.0	52.85 / 100.0
부정	6642 / 14087	47.24 / 100.0	47.15 / 100.0

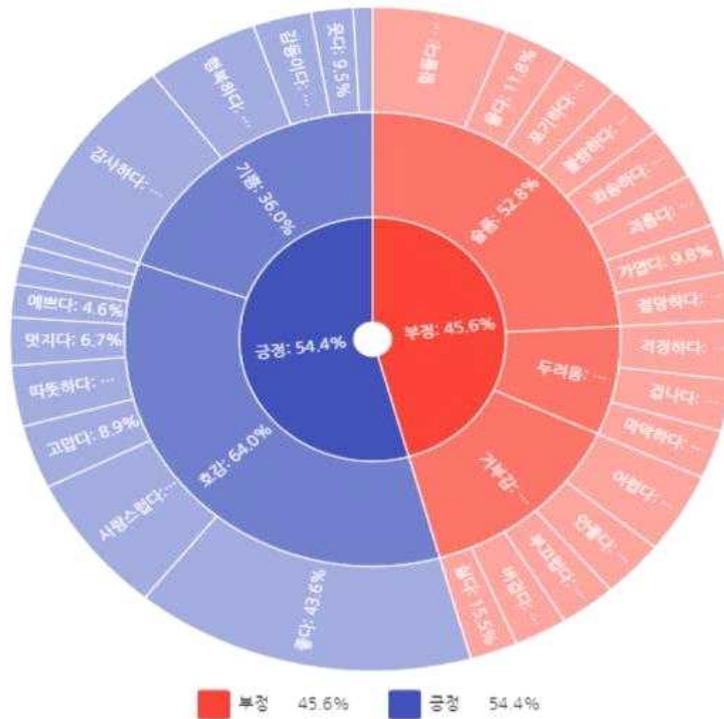
감정분류	빈도(회)	감정강도	빈도 * 감정강도	빈도비율(%)
어렸다	409	3.5556	1454.2404	2.9
안좋다	294	5.1111	1502.6634	2.09
부끄럽다	261	2.4444	637.9884	1.85
변질다	248	2.8889	716.4472	1.76
싫다	223	6.5556	1461.8988	1.58
심하다	88	4.4444	391.1072	0.62
나쁘다	73	5.0	365	0.52
불편	71	4.6667	331.3357	0.5
부족하다	63	2.3333	146.9979	0.45
이상하다	60	4.6667	280.002	0.43
별로	31	4.1111	127.4441	0.22
신경쓰이다	21	1.7778	37.3338	0.15
싫겠하다	21	2.1111	44.3331	0.15
괜하다	21	2.6667	56.0007	0.15

끝으로 거부감을 표하는 반응은 ‘어려움’, ‘버거움’, ‘싫음’, ‘부끄러움’ 등으로 나타난다. 특히 ‘어려움’의 경우 “가족에게 받은 상처를 가족을 통해 치유하는 것을 어렵겠지만 지나가버린 유년기 청소년기라고 해서 치유방법이 없는 건 아닙니다 심리상담을 통해 억압되어있던 자아의 조각을 찾고 스스로가 유년의 자신에게 화해나 공감의 손길을 내미는 방식으로도 충분히 치유가 가능합니다 성인이 된다는 건 많은 것들을 책임져야한다는 의미이기도 하지만, 한편으로는 유년기, 청소년기와 달리 직접적으로 구속하거나 억압하는 존재가 없는 상태니까요 자신을 온전히 바라보고 내면의 욕망과 상처에 집중하는 시간을 가져보길 바랍니다”와 같은 반응을 통해 ‘치유’와 ‘치료’의 맥락에서 접근한다.

사회생활에서 역시, “회사는 이해관계로 맺어져—어려운 상황일때 적으로 변함 불가근불가원”, “엄마들도 그렇죠 엄마들 사이에서도 같은 아파트단지 살거나 하면 아이들이 놀이터에서 놀때 괜히 나만 안끼면 머쓱하니 말도 못하는 맹추같고ㅋㅋㅋ그래서 초등학교이제 막 올라간 아들한테 강 친구관해선 아무말 안하렵니다 어차피 전 도움이 안될꺼같아요 사실 저도 엄마들 사귀기 너무 어렵거든요”, “사람 좋아 보이고 원만한 사람한테 다가가고 싶은데, 평소 원만하게 잘 지낸다 생각해서 친해질려구 다가가어도 이런 가치관 사적인 적정 거리를 유지하고픈 마인드 을 가진 사람이 많아서 생각보다 사람 사귀기 많이 어렵다고 느껴요”, “사토라레 년살면서 인간관계가 너무 어렵고 아직도 어려운데 좀 마음이 편해지는거 같고 이제 학교생활하는 딸아이의 친구관계에서도 너무 스트레스 덜 받도록 지켜봐줘야할것같네요” 등의 반응을 보였다.

개인이 처한 육아, 성장기, 성인으로서의 대인관계 등에서 겪는 어려움을 토로하기까지, '치유의 에토스'를 통한 공감과 이끌어내는 발화가 전제되어 있다. 이를 통해 구축된 전문가와의 공감대 형성은, 개인의 문제를 사적 영역으로 남겨두지 않고 공적인 공간에서 공유하고 공감하게 하는 형태로 나아가게끔 한다. 이를 통해 개인 스스로 문제를 극복하고 이를 통해 건강한 구성원으로서 기능하게 하는 신자유주의적 질서를 빚겨간다. 또한, 정신질환적 상황에 대한 처벌, 문제적 상황에 대한 격리라는 푸코가 언급한 정신병동의 구분의 맥락 역시 해체된다. 일상 속에서 발화되고 치유의 맥락으로 전시되는 상황으로의 전환이 이루어짐으로써 일상 속에서의 아픔에 대한 공유와 치료의 가능성을 타진하게 되는 것이다.

[그림 13] 긍정과 부정 감정의 비율과 주요 반응



5. 결론을 대신하여: 일상화된 전문가가 만드는 치유 사회의 가능성

위기와 혼란이 야기되는 시대, 전문성에 대한 질서와 체계 흔들기가 가속화되는 작금의 상황에서, 특정 분야의 전문가 집단에 대한 지지의 맥락이 두드러진다. 본 연구가 주목한 정신건강의학 분야의 오은영 의사가 대표적이다. 생활과 생존 차원에서의 위기가 일상을 침범하는 지금, 개인의 각자도생과 통치성의 결과로서 주체적인 '힐링'이 불가능해진 맥락은 정신건강 분야의 전문가에 기대게 되는 국면을 추동한다.

이에 본 연구는 전문가 ‘오은영’이 실천하는 담론에 대한 수용자들의 반응을 읽어내기 위해 그가 생산하는 유튜브의 주요 콘텐츠에 대한 댓글 반응을 추출, 분석했다. 데이터마이닝 및 크롤링을 위한 파이썬 활용 및 전처리, 형태소 분석 등을 통해 단어를 정제하고, 그에 따라 빈도 분석, 인접 관계 단어에 대한 분석 및 네트워크 시각화를 수행했다. 그리고 주요 단어들 이 표현하는 감정들에 대한 분석을 거쳐, 세부 내용들이 지칭하는 바와 그 의미, 그리고 반응 이 갖는 맥락들을 겹쳐 읽었다.

우선 ‘아이’ 키워드의 두드러짐은, 아동 전문가로서의 대중매체 속 역할 배정의 결과이자 재 생산의 맥락에서 이해될 수 있다. 전통적 미디어에서 생산된 프로그램의 반응을 이어가, 유튜브 속에서의 적극적 화답을 통해 교육, 즉 배움을 얻고 부모의 역할과 자세, 위로 등을 얻는다. 또한, ‘박사’, ‘선생’의 키워드가 주요 단어로 등장하면서, 전문가로서의 위상과 권위에 대한 인정의 반응이 표출된다. 오은영의 영상과 그 ‘말씀’에 대한 화답, ‘감사’와 ‘존경’이 주요 키워드로 등장하면서, 전문가 권위를 인정하고 나아가 공감하는 차원으로 수용자의 반응을 구축한다. 끝으로 아동 문제를 넘어선 ‘직장’, ‘친구’ 등 사회생활과 대인관계 문제에 대한 위로 와 해답을 얻으면서, 개인적 경험을 공유하고 이를 전사하는 수용의 행태를 보인다.

이는 감정 분석의 부정적 반응과 연결된다. 그에 앞서, 긍정 반응 차원에서는 전문가성에 대한 강력한 동의와 친밀성에 대한 반응으로 일별된다. 다시 말해 ‘전문가-셀러브리티’로서의 친밀함, 일상성에 대한 공감과 지지의 반응이 긍정 키워드가 나타나는 댓글에서 주로 관찰된다. 전문가성에 대한 인정을 넘어, 상담사, 아동 전문가로서의 개인의 역할과 자세에 대한 다 짐까지 이루어지면서 치유 사회의 일상화, 재생산의 맥락이 구축되게 된다.

부정적 반응의 경우, 개인의 아픔에 대한 공유에서 주로 나타난다. 성장 과정에서의 어려움, 오은영이라는 전문가가 부재하거나 닿을 수 없는 상황에서 질환적 맥락에 대한 몰이해가 벌어진 상황에 대한 아쉬움과 아픔을 토로한다. 이는 전통적 힐링 담론이 구축한, 개인의 문제를 개인의 것으로서 통치의 영역으로 구분하는 차원을 넘어선다. 다시 말해 ‘나’의 잘못이자 ‘나’ 스스로 극복해야 할 무언가가 아닌, 치료와 치유의 과정이 수반되어야 하는 무언가로 만드는 것이다. 이는 ‘정신질환’을 구분하고 배제했던 맥락을 넘어서는, 자신의 아픔을 토로하고 꺼 내놓는 치유의 전사(展示)적 상황이다. 이를 통해 감정 토로의 장이 마련되며, 전문가의 일상성 속에서 치유 사회의 구축의 실마리를 얻는다.

본 연구는 전문가 집단에 대한 불신이 팽배해지는 상황에서도 오은영이라는 정신건강의학 전문가에 대한 사회적 권위와 위상이 높아지는 맥락에서, 그 수용자 반응을 읽었다는 데 의 의가 있다. 그럼에도 유튜브 댓글이라는 제한된 채널에 대한 응답을 분석한 점에서 과편화 된 해석이라는 한계가 있다. 후속 연구로서 수용자의 심층 인터뷰, 초점 집단 면접 등을 활용하여 수용자 반응의 깊이 있는 해석을 끌어내고자 한다. 친밀한 전문가의 등장과 아픔에 대한 전사 속에서, 질환을 ‘꺼내놓는’ 일이 구축할 치유 사회의 가능성을 담지한다.

참고문헌

- 김수미 (2014). 한국 치유 문화 작동의 정치학: 신자유주의 통치 시기 주체 구성에 대한 일고찰. <언론과 사회>, 22(1), 114-161.
- 김은준 (2015). 초기 힐링담론의 자기통치프레임과 담론효과. <한국언론정보학보>, 74, 38-71.
- 류한소 (2012). 신자유주의적 위로, 치유문화. <문화과학>, 69권, 206-213.
- 박소진 (2016). '마음'의 학문적 재발견: 개인과 집단의 마음, 그리고 한마음. <문화와 사회>, 22, 59-97.
- 박지현·황인성 (2018). < 김제동의 토틀유, 걱정말아요 그대>(JTBC) 에 드러난 힐링담론의 특성에 대한 비판적 고찰. <한국언론정보학보>, 89, 42-80.
- 서우빈·조윤희·김지현 (2023). 이성과 감정 사이, 심리상담 토크쇼를 통한 치유적 에토스의 구성:< 오은영의 금쪽 상담소> 텍스트 분석을 중심으로. <한국방송학보>, 37(1), 34-72.
- 심보선 (2013). 힐링이라는 이름의 권력, <문학과 사회>, 26권 2호, 249-261.
- 이종명 (2021). 위기 괄이聒耳(Polishing the. Crisis) - 코로나19 백신 보도가 조장하는 위기담론을 국면분석으로 개입하기. <2021 한국언론학회 봄철 정기학술대회 “새로운 생존 조건과 공공성의 가치” 자료집>.
- 이종명 (2023). 혼تم당선: 윤석열과 보수 재집권 분투 - <Under the cover of chaos>를 통해 본 제20대 대통령 선거 국면 분석. <한국언론학보>, 67(1), 316-361.
- 이종명·이승아 (2017). 일상으로 들어온 정신병: 드라마< 괜찮아 사랑이야> 에 나타난 정신병 재현 읽기. <미디어, 젠더 & 문화>, 32(1), 41-74.
- 정승화 (2014). 치유 문화로부터 페미니즘 정치학 구해내기: 미국 페미니즘 논의를 중심으로. 김예림·김원·김향 외. 정치의 임계, 공공성의 모험. 서울: 해안. pp. 261-291.
- 한미소·윤태진 (2017). 대중문화는 '전문가-셀러브리티'를 어떻게 구성하고 활용하는가: 백종원, 허지웅, 최진기의 캐릭터 분석을 중심으로. <한국방송학보>, 31(5), 189-228.
- Cloud, D. L. (1998). *Control and consolation in American culture and politics: Rhetoric of therapy*. London: Sage Publications.
- Dubrofsky, R. E. (2007). Therapeutics of the self: Surveillance in the service of the therapeutic. *Television & New Media*, 8(4), 263~284.
- Driessens, O. (2012). The celebritization of society and culture: Understanding the structural dynamics of celebrity culture. *International Journal of Cultural Studies*, 16(6), 641-657.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London, UK: Routledge.
- Foucault, M. (1991). Governmentality. In Burchell, G., Gordon, C., & Miller, P.(Eds.). *The Foucault Effect: studies in governmentality with two lectures by and an interview with Michel Foucault*. 87-104. Harvester Wheatsheaf.
- Furedi, F. (2004). *Therapy culture: Cultivating vulnerability in an uncertain age*. London: Routledge.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. 진수미 (역) (2016). <자아연

- 출의 사회학: 일상이라는 무대에서 우리는 어떻게 연기하는가>. 서울: 현암사.
- Illouz, E. (2007) *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. 김정아 (역) (2010). <감정 자본주의>. 파주: 돌베개.
- Rose, N. (1989). *Governing the soul: The shaping of the private self*. London: Free Association Books.
- Turner, G. (2010). *Ordinary people and the media: The demotic turn*. London, UK: Sage.
- White, M. (1992). *Tele-advising: Therapeutic discourse in American television*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

A series of horizontal dotted lines for writing.

A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, providing a guide for writing.