

 『성희롱 없는 일터 만들기』

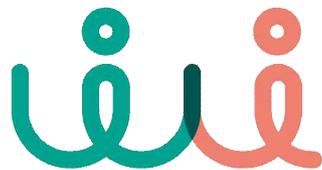
슬로건 · 에세이 공모전

경향분석 보고서

2020년 12월 30일

기획 :  서울직장성희롱성폭력예방센터

작성 : (주)인포디렉터스 콘텐츠디렉터 김도경



# 직장 내 성희롱 예방 인식 개선과 성평등한 조직문화 확산 제고 『성희롱 없는 일터 만들기』 공모전 슬로건 · 에세이 경향 분석

작성자 : 김도경

## | 분석 요약

본 경향 분석의 목적은 『성희롱 없는 일터 만들기 공모전』에 제출된 슬로건과 에세이를 활용하여 성평등한 조직문화에 대한 공감대를 확산하기 위한 서울 시민의 인식과 기대를 살펴보고, 직장 내 성희롱 예방에 대한 인식과 성평등 감수성을 제고하는 것이다. 2020년 9월 15일 개관한 「서울 직장성희롱성폭력예방센터」가 개관일로부터 10월 30일까지 46일간 진행한 첫 공모전에 참여한 총인원은 339명이다. 공모전은 슬로건과 에세이 2개 분야로 진행했으며, 응모 현황은 슬로건 285편과 에세이 56편으로 총 341편이다. 공모전 자료에 대해 양적 분석은 전체 응모 작품인 341편을 대상으로 하였으며, 질적 분석인 텍스트를 기반으로 한 주제 중심 분석 (Thematic analysis)은 1차 본선 진출작인 슬로건 44편과 에세이 36편을 대상으로 했다.

분석 결과 전체 공모전 참가자 339명 중 2~30대가 68%를 차지했으며, 10대와 80대의 참가자 비율이 3%대였다. 질적 분석 결과 슬로건의 중심주제는 첫째, ‘용기와 경고’ 서사를 담은 내용이 가장 높은 비율인 50%를 차지했으며 둘째, ‘성평등 조직문화’를 담은 표현이 32% 셋째, ‘개입과 연대’의 메시지가 14%로 넷째, ‘사회적 거리와 존중’을 표현한 비율이 5%로 도출되었다. 슬로건 문장을 표현하는 수사법으로는 ‘대구와 대조’가 36%로 가장 높게 나타났다.

이어서 에세이의 중심주제 결과는 크게 세 가지로 도출되었다. 첫째, ‘내가 쓸 수밖에 없는 이유’에서 참여자들은 공모전을 통해 일인칭 시점과 삼인칭 시점으로 직장 내 성희롱을 겪었던 기억을 소환해 당시의 사건을 직면하였다. 둘째, ‘나는 일하고 싶을 뿐이었는데’에서 사회초년생이 47%로 나타나 상대적으로 취약한 조직 내 위계 구조를 보였다. 셋째, ‘공포와 불안에서 분노와 경고로’에서는 1) 조치와 징계 2) 역공격과 2차 피해 3) 개입과 연대의 세부 요인들이 언급되었다. 넷째, ‘성희롱 없는 일터를 위한 점 잇기’에서는 앞으로의 나와 또 다른 나를 위한 목소리를 단호히 내겠다는 모습을 보였다. 본 분석작업을 통해 직장 내 성희롱 예방 인식 개선과 성평등한 조직문화 확산 제고를 위한 구체적이며 현실적인 방안에 도움이 되는 시민의 목소리를 제공하였다.

공모전 작품 분석 결과는 단어 빈출도를 크기와 굵기로 나타내는 워드클라우드(Word cloud), 다양한 범주의 분포도를 확인할 수 있는 그래프(Graph), 통합적으로 핵심 메시지를 확인할 수 있는 인포그래픽(Infographics)으로 다양하게 도출해 대시민 캠페인의 다양한 플랫폼에서 유연하게 활용하고 도움이 되는 방향을 모색했다.

■ 중심어 : 성희롱 근절, 일터, 성평등 조직문화, 인식 개선, 슬로건, 에세이, 공모전

## I. 경향 분석 배경과 목적

여성가족부 실태조사(2018)에 따르면 직장 내 성희롱 방지를 위해 가장 필요한 정책으로 '성차별적인 조직문화 개선'이 1순위로 꼽혔다. 같은 조사에서 직장 내 성희롱 피해자의 81.6%가 '참고 넘어갔다'고 응답한 것을 고려하면, 직장 내 성희롱 금지 및 예방 교육이 의무화되어 있음에도 불구하고(남녀고용평등과일·가정양립지원에관한법률 제12조 및 제13조) 여전히 성희롱을 사소화하는 조직문화가 피해자가 문제 제기하기 어렵게 하는 배경으로 작용하고 있다. 성희롱 근절을 위해서는 성차별적 조직문화에 대한 더 근본적인 개입이 필요하다. 이에 서울시는 2020년 9월 15일 법적·제도적 성희롱 예방시스템이 취약한 30인 미만 소규모 사업장을 지원하는 「서울직장성희롱성폭력예방센터(센터장 박현이)」를 개관해 활발한 활동을 하고 있다. 「서울직장성희롱성폭력예방센터」는 예방과 관련해 ▲성희롱 예방 시스템(지침) 구축을 위한 조직문화 컨설팅 ▲찾아가는 직장 내 성희롱 예방 교육 지원 ▲성평등 시민문화 확산사업을 추진한다. 또, 피해발생 시 ▲피해지원 전문 기관을 통한 법률전문가 선임 및 동행 서비스를 무료로 지원하고 있다.

본 경향 분석의 목적은 『성희롱 없는 일터 만들기 공모전』에 제출된 슬로건과 에세이를 분석하여 성평등한 조직문화에 대한 공감대를 확산하기 위한 서울 시민의 인식과 기대를 살펴보고 직장 내 성희롱 예방에 대한 인식과 성평등 감수성 제고에 활용하기 위함이다. 『성희롱 없는 일터 만들기 공모전』은 2020년 9월 15일 개관한 「서울직장성희롱성폭력예방센터」에서 직장 내 성희롱 예방을 위해 '성희롱 없는 일터 만들기'에 관심 있는 서울 시민 누구나 참여할 수 있도록 개최한 첫 공모전이다. 『성희롱 없는 일터 만

들기 공모전』은 성희롱을 사소화 일상화하는 일터 및 조직문화를 개선하고자 성희롱을 예방할 수 있는 시민들의 아이디어를 모집하여 시민 인식을 제고하기 위함이다. 선정 작품들은 대중 캠페인 콘텐츠로 굿즈, 웹툰, 지하철 내부 홍보, 영상, 단행본 등 다양한 형태의 홍보콘텐츠로 활용할 예정이다.

공모전은 슬로건과 에세이 두 개의 장르로 진행되는 투트랙(Two track) 방식으로 참여 개방성을 높였다. 경직된 사회의식과 조직문화로 인해 ‘차마 말하지 못했던’ 성희롱은 물론 성차별 없는 성평등한 조직 문화에 관한 문제는 개인적 차원뿐 아니라 사회적 차원에서도 다루어야 할 과제라는 문제의식을 「서울직장성희롱성폭력예방센터」의 개관과 동시에 서울 시민들에게 캠페인성 공모전으로 알렸다. 더불어 이 공모전으로 ‘성희롱 없는 일터 및 성평등한 조직문화 만들기’에 시민의 목소리를 반영해 정책에 적극적으로 반영하기 위해 모색하는 것이다.

본 경향 분석의 대상은 공모전의 특성상 일반화할 수 있는 자료라고 보기는 어렵지만, 다양한 형태의 일터와 고용 관계의 근로자들이 성희롱 없는 일터에 대한 개인적 기억을 소구하거나 조직 내외부에서 공론화된 사건을 바라보는 시각, 이후의 삶에 대한 다양한 서사를 살펴볼 수 있는 매우 드문 자료이다. 10대부터 80대까지 광범위한 연령대의 참여자들이 보여주는 유의미한 인식 변화 경향이나 흐름을 파악해 볼 수 있다.

2017년 해외에서 촉발된 미투 운동은 2018년 연초 대한민국에서 법조계, 연극계, 영화계 등에서 ‘공공연한 비밀’로 굳어있던 일터 내 위계에 의한 성희롱·성폭력 피해자들이 목소리를 내기 시작했다. 이후, 직장 내 성희롱에 대한 공론화와 조치 절차, 피해자 보호에 대한 인식이 높아졌고 관련 실태조사도 관련 기관에서 역동적으로 시행되고 있다. 그러나, 시민의 자발

적인 공모전을 통한 슬로건과 에세이를 통해 개인적이면서 동시에 사회적인 사건과 인식을 텍스트 스토리텔링 방식으로 대단위로 살펴볼 수 있는 자료가 거의 부재한 상황에서, 본 자료는 직장 내 성희롱과 성평등한 조직문화 나아가 사회적 거리두기와 존중문화에 대한 참여자의 외부자적 시각과 내부자적 시각을 동시에 볼 수 있게 해준다. 또한 자료로서의 에세이는 개인의 서사형 기록물의 장르로써 참가자 개인뿐만 아니라 사회 전반의 모습을 반영하는 사회적 자료이다. 슬로건은 메시지를 함축적으로 전달하는 커뮤니케이션 방법으로 성평등한 조직문화 확산을 위한 시민 인식제고 캠페인에 시민의 아이디어가 캠페인 전체를 이끄는 역할을 하게 해준다. 이에 본 경향 분석을 통해 성희롱 없는 일터 만들기를 위한 인식제고와 구체적이며 현실적인 방안에 도움이 되는 방향을 모색하고자 한다.

## II. 자료로서의 슬로건과 에세이 분석

경향 분석 자료인 공모전의 슬로건과 에세이 응모 현황은 슬로건 285편과 에세이 56편으로 총 341편이다. 자료에 대한 양적 분석은 전체 응모 작품인 341편을 대상으로 하였으며, 질적 분석인 텍스트 기반의 주제 중심 분석(Thematic analysis)은 1차 본선 진출작 슬로건 44편과 에세이 36편을 대상으로 했다.

슬로건은 통상적으로 기업 또는 지방자치단체가 전하고자 하는 핵심적인 메시지를 가장 효율적으로 전달하는 역할을 한다. 슬로건의 종류는 매우 다양한데, 브랜드 슬로건은 브랜드의 철학, 혜택, 사용자 편의성, 특징점을 설명하는 것이다. 이에 비해 이번 공모전의 슬로건은 캠페인을 목적으로 하고 있다. 캠페인 슬로건은 캠페인의 추구 방향과 목표 등 전체를 아우르며 역할을 수행한다. 슬로건은 광고 카피와는 다르게 독립적이며, 일정 기간 반복해서 노출되고 장기간 사용이 가능하며 그 자체로서도 충분한 의미를 가져 완전성을 갖는다. 슬로건의 임무는 메시지 중심의 의미전달에 지향점을 두고 있다. 슬로건은 마케팅 커뮤니케이션의 유용한 수단인 동시에 주제에 대한 강력한 외침의 성격을 지닌다. 본 연구에서 슬로건의 질적 분석은 슬로건을 표현한 언어적, 수사적 기법 위주로 살펴보고 30자 분량의 텍스트에 담긴 서울 시민의 성희롱 없는 일터에 대한 중심주제를 코드화하고, 유형으로 분류하여 분석한다.

에세이는 특정 사건 또는 주제에 대한 개인의 경험과 생각을 반영하는 개인적 기록물이다. 이는 개인의 서사 기록물으로써 개인이 겪은 미시적 사건을 중심에 두되 당대의 거시적인 사회문화 전반의 모습을 반영한다.

최근 이와 같은 개인적 기록물을 사회과학 분야의 연구 자료로 활용해야 한다는 필요성이 두드러지고 있다. 특정 또는 자유 주제에 관해 독자를 염두에 두고 쓰는 에세이는 주제와 연관된 주제 사건의 배경과 진행 과정 그리고 관점을 반영하게 된다. 또한, 해당 주제에 대한 성찰과 바람이 표현될 수 있는 텍스트 서사인 만큼 당 시대의 개인이 속한 조직과 사회의 모습을 보여주기 때문이다. 특히, 공모전 형식으로 모집한 슬로건과 에세이는 해당 주제와 자격요건 내에서 불특정 다수의 사람이 자발적으로 참여하여 자신의 경험과 생각을 드러내는 만큼, 사회문화 현상을 투영하는 자료로 의미 있다고 할 수 있다.

이에 따라 「서울직장성희롱성폭력예방센터」의 개관과 함께 대시민 캠페인의 하나로 진행한 『성희롱 없는 일터 만들기 공모전』은 서울 시민들의 성희롱에 대한 보편적 인식을 살펴보는 작업을 토대로 한다. 또한, 참여자들이 일터에서 경험한 직·간접적인 성희롱 사례의 소환을 통해 행위자와 피해자의 일대일 관계를 넘어 경직된 조직문화 내에서 ‘차마 말하지 못했던’ 성희롱 사건에 대한 서사를 파악하고 그들의 목소리를 반영할 가능성 모색의 필요성도 대두되는 것이다.

성희롱 없는 일터에 대한 사회적 관심이 높아지고 있는 현시점에서 시민들이 가진 상호 존중하는 성평등한 조직문화 확산에 관한 생각과 입장을 정책에 반영하는 작업이 시급하다. 공모전의 슬로건과 에세이 분석 결과를 활용한 본 경향 분석을 통해 서울시 사업장의 97.8%를 차지하지만, 법적·제도적 성희롱 예방조치 시스템이 취약한 30인 미만 소규모 사업장을 지원하는 「서울직장성희롱성폭력예방센터」가 향후 일선에서 조직문화개선을 위한 실질적 활동을 할 수 있는 가능성을 모색하고자 한다.

슬로건 참여 인원 총 285명에서 본선 진출자 44명, 에세이 참여 인원 총 56명 중 본선 진출자 36명이 선정되었다. 에세이 분야는 총 5개 분야 주제 항목을 제시하며 셀프 체크를 하도록 했고, 체크 항목에 가치를 두지는 않았으며 강제성도 부여하지 않았다. 대부분 단일 체크를 했으나 복수 체크를 하거나 체크하지 않은 것도 있었다. 본선 진출작 선별은 센터 내 공모전 담당 부서 조직구성원들이 교차 분석하여 슬로건 285건 중 44건, 에세이 56건 중 36건을 선정하였다. 이후 분야별 외부전문가 4인으로 구성된 심사위원의 심사를 거쳐 최종 선정 작품으로 슬로건 분야 5명, 에세이 분야 5명으로 총 10명이 선정되었다.

슬로건 분야 서울워드유상은 ‘성희롱 제로 일터로 성평등 서로 동료로’(이○진)가 선정되었다. 나머지 워드유상은 ‘용기 있는 성희롱 신고, 포기 없는 성평등 직장’(윤○은), ‘잠시만요, 저는 지금 함께 웃기 불편합니다’(장○연), ‘이제야 불편하십니까? 그동안 불쾌했습니다’(송○선), ‘내가 낸 용기의 목소리가 우리 일터를 바꿉니다’(박○기)로 총 5명의 슬로건이 선정되었다. 에세이 분야 서울워드유상은 ‘모기효과 : 모기가 취준생에게 미치는 영향’(김○경), 워드유상으로는 ‘할 말은 해야겠어’(홍○승), ‘3분기 여성 전략 회의’(김○희), ‘직장 내 성희롱 일삼는 사람들에게 던지는 통쾌한 이야기’(울○로), ‘침묵, 비겁했던 나의 선택’(이○진)이 선정되었다.

심사기준은 4개 항목에 대해 각각 10점씩 총 40점을 만점으로 했다. 공모전 주제인 ‘성희롱 없는 일터 만들기’ 주제 ‘적합성’, 타인의 저작권을 침해하지 않고, 표현 형식에서 참신함이 돋보이는 ‘참신성’, 이해하기 쉽고 시선을 끌어들일 수 있는 메시지와 스토리를 담은 ‘전달력’, 「서울직장성희롱성폭력예방센터」에서 보고서, 보도자료, 기념품, 책자, 영상물, 현수막, 웹툰, 카드 뉴스 등 대시민 캠페인으로의 활용성이 높은 ‘활용도’가 심사기준 항목이었다.

선정된 수상작은 영상물, 기념품, 책자, 웹툰 등의 다양하게 형태로 성평등한 조직문화 확산을 위한 캠페인 콘텐츠로 활용할 예정이다. 그중 에세이 본선 진출 작품의 내용과 글의 완성도가 매우 높아 최종 선정 작품 심사 시 심사위원들의 고민이 깊었다. 심사과정에서 선정 작품이 아니더라도 소규모사업장 대상 조직문화 컨설팅에 활용할 수 있는 사례집으로 배포하자는 의견이 나왔다. 이에 2020년 12월 마지막 주에 일반 단행본으로 비매품으로 출간할 예정이다. 비매품이라 종이책은 센터에서 조직문화 컨설팅을 하는 소규모사업장 교육 시 배포할 예정이며, 함께 출간하는 전자책은 「서울직장성희롱성폭력예방센터」 홈페이지 아카이브에서 다운받을 수 있으며 그 외 교보문고, 알라딘, 예스24, 인터파크, 리디북스 등 전자책 온라인 서비스 플랫폼을 통해서도 무료 구매해 읽을 수 있도록 추진하고 있다.

### Ⅲ. 경향 분석 결과

#### 1. 자료에 대한 이해 및 참여자의 양적 특성

본 자료는 2020년 9월 15일 「서울시직장성희롱성폭력예방센터」의 개관과 함께 개최된 『성희롱 없는 일터 만들기 공모전』에 응모된 슬로건과 에세이 두 분야에 관한 것이다. 경향 분석자는 위 기관으로부터 자료를 받아 분석을 위한 목적으로만 사용한다는 조건으로 응모일자순으로 기재된 응모자의 연령과 거주 지역(주택 또는 직장)이 포함된 리스트 및 슬로건과 에세이 복사본을 받을 수 있었다. 해당 공모전의 응모 자격은 ‘성평등한 조직문화 확산에 관심 있는 서울 시민 개인 누구나’로 특정 성별과 연령에 국한되지 않고 공모전 참가대상을 열어놓았다. 응모자의 이름, 주소, 연락처 등의 개인 정보는 일절 제공되지 않았다. 공모전의 응모 내용은 아래와 같이 제시되었다.

시민들의 아이디어를 ▲슬로건, ▲에세이 2개 부문으로 나누어 모집한다.  
참가자는 슬로건/에세이 중 분야를 선택해 지원 가능하다.

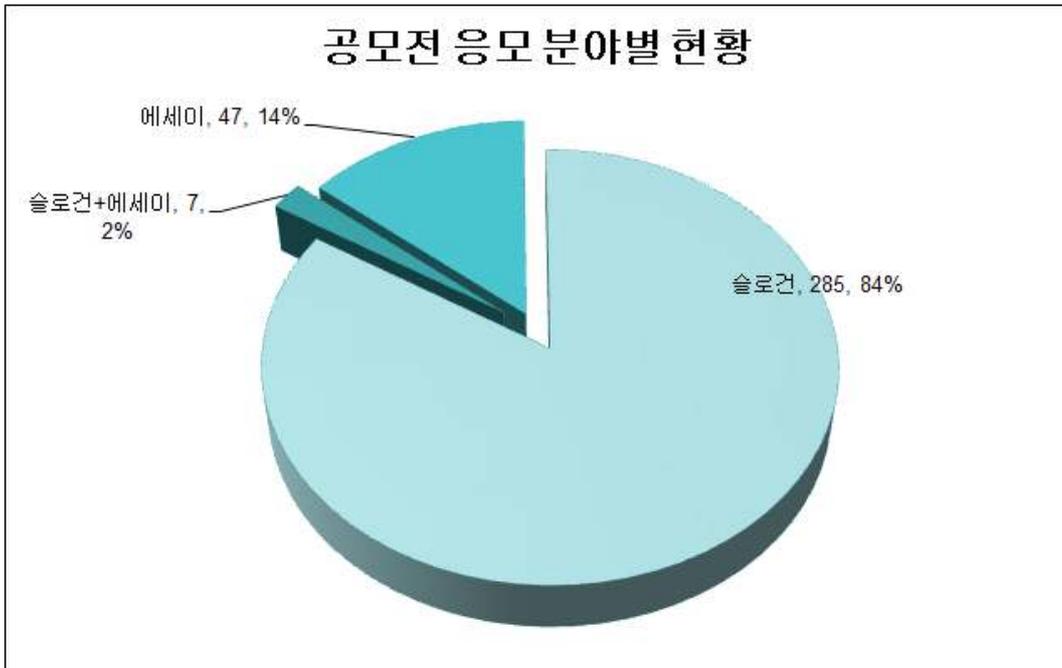
○ ‘슬로건’ 부문 3개 주제 / 30자 미만 분량

- 직장 내 성희롱 예방/근절을 위한 단호한 한 마디
- 직장 내 성희롱을 목격했을 때, 외치고 싶었던 말
- 성평등한 조직문화 확산을 위한 메시지

○ ‘에세이’ 부문 5개 주제 / 3,000자 미만 분량

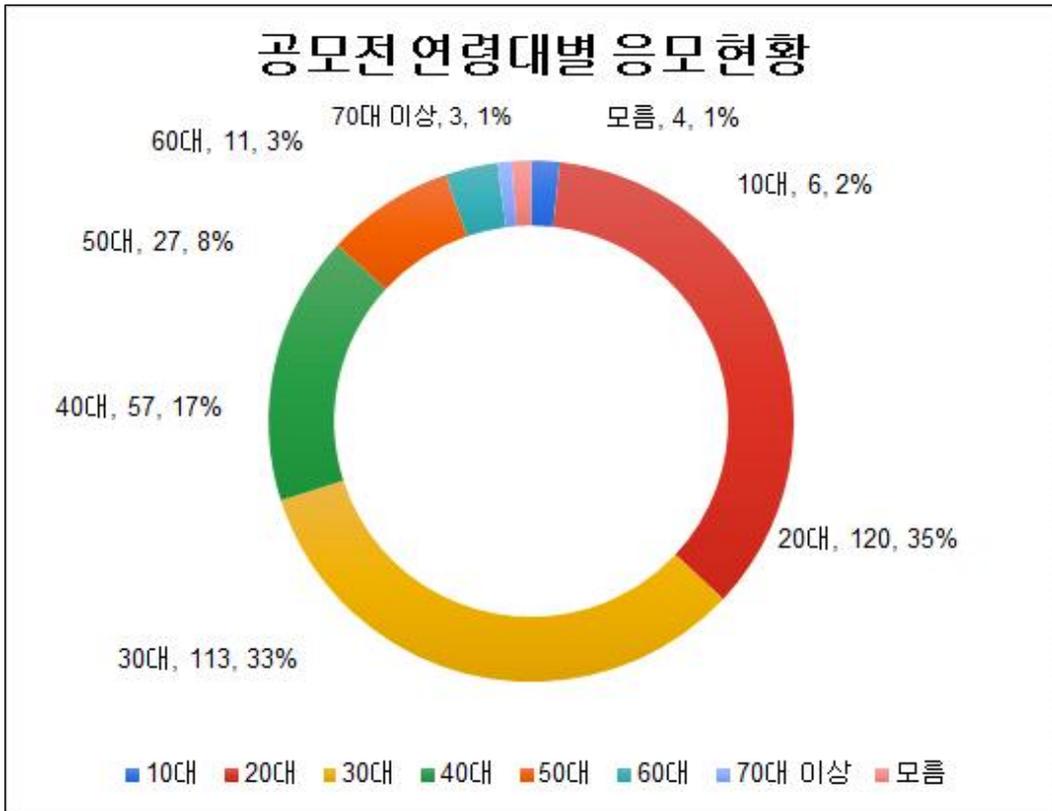
- 직장 내 성희롱, ‘그때 이렇게 대처할 걸, 이렇게 대처했다!’ 하는 순간들의 기록
- 직장 내 성희롱 일삼는 사람들에게 던지는 통쾌한 이야기
- 직장 내 성희롱을 목격했을 때 함께 일하는 동료로서 내가 할 수 있는 일
- 직장 내 성희롱 예방을 위해 우리 회사가 열심히 노력한 사례
- 내가 꿈꾸는 성평등한 일터 말하기

2020년 9월 15일부터 2020년 10월 30일까지 46일간 워드유 「서울직장성희롱성폭력예방센터」 대외협력팀에서 접수하고 신문, 방송, 관공서, 지하철 1호선 등을 통해 참여 홍보가 활발히 이루어졌다. 공모전에 참여한 인원은 총 339명이었다.



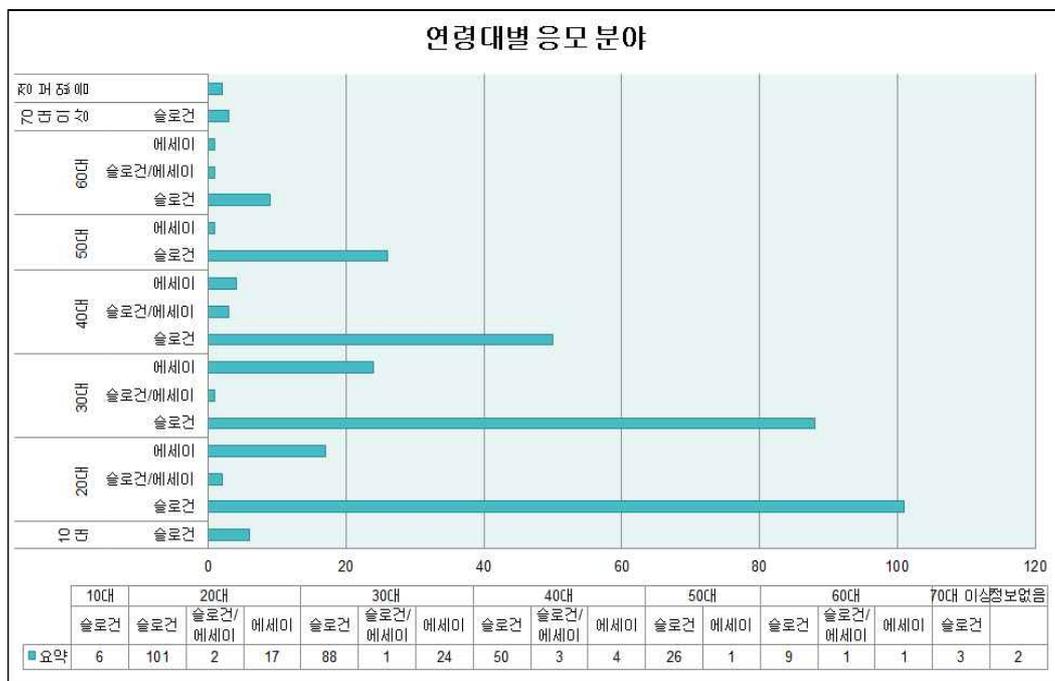
슬로건 분야에 참여한 인원은 285명(84%)이었고, 에세이 분야는 47명(14%), 슬로건과 에세이 두 개 분야에 모두 참여한 인원은 7명(2%)이었다. 슬로건과 에세이 분야 공모 시 제시된 슬로건 주제 3개와 에세이 주제 5개는 관련 기관에서 선행 연구된 다양한 성희롱·성폭력 근절과 예방을 위한 조직컨설팅 실태조사와 사례분석을 통해 구체적으로 끌어낸 주제이다. 전체 응모 현황 중 슬로건에 참여자들의 84%가 응모를 한 것은 기업이나 지방자치단체에서 캠페인의 일환으로 슬로건 공모전 개최 경험이 누적되며 상대적으로 접근성이 높아진 것으로 파악할 수 있다.

공모전을 통한 양적 분석 데이터는 슬로건과 에세이 2개 분야를 통합하여 응모 분야별 현황, 연령대별 응모 분야 현황, 거주지별 응모 현황, 서울시 응모자 지역구별 응모 현황을 도출했다. 전체 참여자들의 연령대는 10대 6명, 20대 120명, 30대 113명, 40대 57명, 50대 27명, 60대 11명, 70대 이상 3명, 연령 정보를 기재하지 않은 4명으로 총참여자 중 2~30대의 비율이 68.3%를 차지하고 있다.

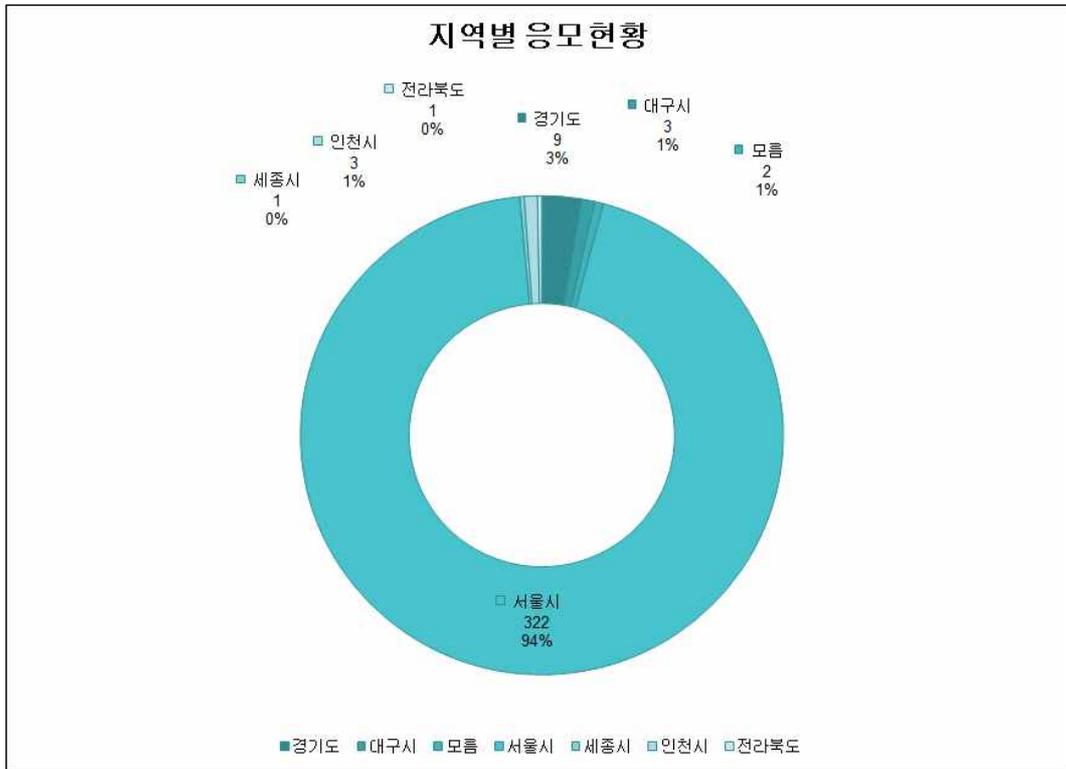


이는 사회초년생과 상대적으로 연차가 낮은 연령대가 두텁게 분포한 MZ세대라 불리는 2~30대의 세대 특성이라 할 수 있는 적극적 말하기의 의미투쟁의 한 현상으로 볼 수 있다. 밀레니얼(Millennials)의 M과 제너레이션(Generation)의 Z가 합쳐진 MZ세대는 2020년 모든 정치·경제·사회 분석가들이 집중해서 관찰하는 세대이다. 사회·문화적 트렌드를 파악하기 위해선 창조적이면서 활동적인 2030 세대를 이해해야 한다. 1990년대 생인 지금의 2030 세대는 전 세계적으로 많은 변화가 있던 시대에 성장하며 자연스럽게 다양한 가치와 문화를 체득했다. 디지털 기반의 개방형 소셜 네트워크 시대를 관통하며 성장해 온 세대로 이제는 직장 내 성희롱에 대해 자신과 동료들 지키기 위해 용기를 내어 행위자에게 경고하고, 문제에 개입하고 연대의 목소리를 내겠다는 의지가 투영된 것으로 파악할 수 있다.

연령대별 출품 분야는 10대 슬로건 6명, 20대는 슬로건 101명, 슬로건과 에세이 2명, 에세이 17명이다. 30대는 슬로건 88명, 슬로건과 에세이 1명, 에세이 24명이다. 40대는 슬로건 50명, 슬로건과 에세이 3명, 에세이 4명이다. 50대는 슬로건 26명, 에세이 1명이다. 60대는 슬로건 9명, 슬로건과 에세이 1명, 에세이 1명이다. 70대 이상은 슬로건 분야에 3명이 참여했다. 연령 정보가 없는 참여자는 슬로건 분야 2명이었다.

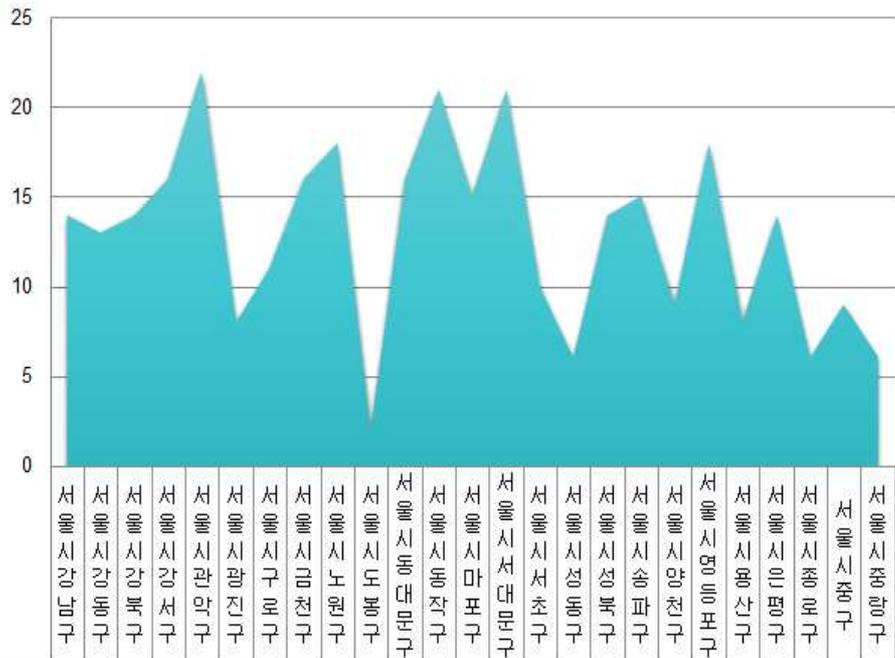


참여자의 지역별 현황을 살펴보면 전체 341건 중 서울시 참여자가 322명, 경기도 9명, 세종시 1명, 인천시 3명, 대구시 3명, 전북 1명, 정보 없음이 2명이었다. 응모 자격에서 서울 시민 누구나를 대상으로 했기에 서울 시민의 참여가 절대적으로 많았음을 알 수 있다.



서울시 지역별 참여 현황을 가나다순으로 보면 강남구 14명, 강동구 13명, 강북구 14명, 강서구 16명, 관악구 22명, 광진구 8명, 구로구 11명, 금천구 16명, 노원구 18명, 도봉구 2명, 동대문구 16명, 동작구 21명, 마포구 15명, 서대문구 21명, 서초구 10명, 성동구 6명, 성북구 14명, 송파구 15명, 양천구 9명, 영등포구 18명, 용산구 8명, 은평구 14명, 종로구 6명, 중구 9명, 중랑구 6명이었다. 거주지 표기는 자택과 회사 중 택일을 하게 했다. 관악구, 동작구, 서대문구에서 상대적으로 높은 참여율을 보였다.

### 서울시 응모자 자치구별 응모현황



■ 개수 : 출품분야

## 2. 텍스트 중심주제 분석

텍스트 중심주제 분석은 본선 진출작만 진행하였다. 결과로는 슬로건 분야에서 본선 진출작 ‘주제 중심 분포 현황’과 ‘연령대별 주제 중심 분포 현황’을 도출했다. 에세이 분야에서는 이야기의 맥락을 분절화해 1차 주제 중심 분석 후 자료를 되풀이해 분석하며 서사에서 나타난 세부 요인들을 코드화하고, 이를 다시 세 가지 유형으로 묶어 분류하는 과정을 거쳐 최종 주제 중심을 끌어냈다.

1차 분류에서는 주제 중심 분포 결과와 연령대별 1차 주제 중심 분포도를 구했다. 마지막으로 최종 주제 중심과 세부 내용을 분석하였다. 주제 중심 분석을 통한 자료의 주요 패턴에 관해 기술하는 것뿐 아니라 주요 주제 중심 간의 관련성을 확인하여 암묵적인 의미(Latent meaning)까지도 도출할 수 있다. 또한 참여자 중 몇 명이 주제 중심의 내용을 슬로건과 에세이에 밝혔는지에 대한 빈도를 표기하였다. 이와 같은 빈도 표기를 통해서 주제 중심으로 선정한 내용이 공모전 슬로건과 에세이에 드러난 참여자들의 일반적인 생각을 대표한다는 것을 전하고자 하였다.

이 분석작업은 서울 시민의 성희롱 없는 일터 만들기를 통한 성평등한 조직문화 확산에 관한 경향 분석이기에 주요 단어 수를 분석하기보다 참여자들의 일반적 생각을 대표할 수 있는 인원수를 표기하는 것이 적합하다고 판단하였다. 단, 주요 단어 빈도수를 수치로 환산하여 분석하지는 않았지만, 주요 단어의 느낌을 시각적으로 전달하기 위해 슬로건 본선 진출작 44편과 에세이 본선 진출작 36편의 빈출 단어 위주의 워드 클라우드(Word cloud)로 시각화하여 전달하고자 하였다.



## 1) 슬로건 텍스트 분석

직장 내 성희롱·성폭력에 대한 경각심을 사회적으로 커뮤니케이션하기 위한 수단으로 활용되는 슬로건에 대한 분석을 시도했다. 접수된 285편의 슬로건 중 본선 진출작으로 선정된 44편의 언어 표기법, 주제어 표현법, 수사적 기법과 내용적 특성을 분석하였다. 교차분석 결과 44편 중 한글로만 구성된 슬로건이 41편이었고, 나머지 3편은 각각 영문, 한자, 기호와 한글이 혼용된 슬로건으로 30자 미만의 슬로건에 주제 중심을 담아내기 위해 한글이 우선했음을 알 수 있다.

제시된 주제어 표현에서는 공모전의 주제어로 범주화할 수 있는 ‘성희롱’, ‘성폭력’, ‘성차별’, ‘성평등’의 주제어가 표현되었는지 분석했다. 주제어를 표기한 슬로건이 24편, 표기하지 않은 슬로건이 20편으로 큰 차이는 나타나지 않았다. 슬로건의 수사적 기법을 분석해보면 ‘대구와 대조’가 36%로 가장 많았고, ‘문답과 도치’가 32%로 두 수사법이 전체 슬로건 표현법의 68% 비율을 차지하였다. ‘직유와 은유’ 표현이 14%, ‘두운과 각운’ 표현이 11%, 기타 문장형이 7%로 순으로 나타났다.

슬로건 최종 선정 작품인 ‘성희롱 제로 일터로 성평등 서로 동료로’, ‘용기 있는 성희롱 신고, 포기 없는 성평등 직장’이 ‘대구와 대조’로 표현한 슬로건이라고 할 수 있다. 선정 작품인 ‘잠시만요, 저는 지금 함께 웃기 불편합니다’와 ‘이제야 불편하십니까? 그동안 불쾌했습니다’는 ‘문답과 도치’로 표현한 슬로건이며, 마지막으로 선정 작품 ‘내가 낸 용기의 목소리가 우리 일터를 바꿉니다’는 기타 문장형으로 분석하였다. 특히, ‘잠시만요, 저는 지금 함께 웃기 불편합니다’는 성희롱뿐만 아니라 혐오, 차별 등 향후에도 활용할 수 있으며, 말투로 자기 의사를 명확하게 표현하는 직장인들에게 익숙하고 지지받을 필요가 있는 표현법이라는 심사위원단의 심사평이 돋보였던 슬로건이다.



슬로건 본선 진출작 44편의 메시지가 함축한 주제 중심을 ‘용기와 경고’, ‘개입과 연대’, ‘사회적 거리와 존중’, ‘성평등 조직문화’로 코드화하고 분류하여 분석한 결과 ‘용기와 경고’가 22편으로 50%, ‘성평등 조직문화’ 메시지를 담은 슬로건이 14편으로 32%, ‘개입과 연대’ 메시지 슬로건이 6편으로 14%, ‘사회적 거리와 존중’ 메시지를 표현한 슬로건이 2편으로 4%의 비율을 나타냈다. 슬로건 선정 작품 내가 낸 용기의 목소리가 우리 일터를 바꿉니다’에는 ‘용기’라는 단어가 ‘바꾼다’라는 단어와 상관관계를 나타내는 핵심어로 작동하고 있다.

2~30대 세대의 공모전 응모 비중이 높아지며 성평등 감수성이 상대적으로 높은 젊은 세대에서 더는 직장 내 성희롱 문제에 대해 침묵하지 않고, 행위자에게 명확하게 경고하고 제대로 응수하는 경향이 반영된 것으로 파악할 수 있다. 이는 슬로건 본선 진출작 분야 연령대별 분포도에서도 상관관계가 높게 반영되었다.



슬로건 본선 진출작 연령대별 분포도에서는 20대는 개입과 연대 < 성평등 조직문화 < 용기와 경고로 주제 중심 분포도가 높게 차지했다. 30대는 사회적 거리와 존중 < 개입과 연대 < 성평등 조직문화 < 용기와 경고 순으로 주제 중심 분포도가 높게 나타났다. 40대는 사회적 거리와 존중 < 용기와 경고 순으로 나타났으며, 50대는 용기와 경고 < 성평등 조직문화 순으로 나타났다. 70대 이상(1명)은 ‘성평등 조직문화’를 메시지로 담아냈으며, 연령 정보가 없는 참가자(1명)은 ‘용기와 경고’를 주제 중심 메시지로 표현했다.

이 분포도로 확인할 수 있는 것은 슬로건 분야 전체 참여자의 50%가 넘는 2~30대와 함께 전 세대가 보편적으로 ‘용기와 경고’를 주제 중심으로 채택했다는 것이다.

슬로건이 일회용이 아니듯, 직장 내 성희롱 행위와 동료에의 성적 대상화에 대한 개개인의 인식과 조직문화는 단시간에 바뀔 수 있는 것이 아니다. 뿌리 깊게 박혀있는 불평등과 갑질, 사회적 약자에의 위계 등이 성평등한 조직문화로 바뀌는 데는 앞으로도 여전히 많은 시간과 노력이 필요할

것이다. 이를 위해 피해자는 물론 동료와 주변인의 ‘용기와 경고’가 구체적이고 현실적으로 인식 개선에 필요하다고 시민들의 인식이 형성되어 있는 것으로 유추할 수 있다.

## 2) 에세이 텍스트 분석

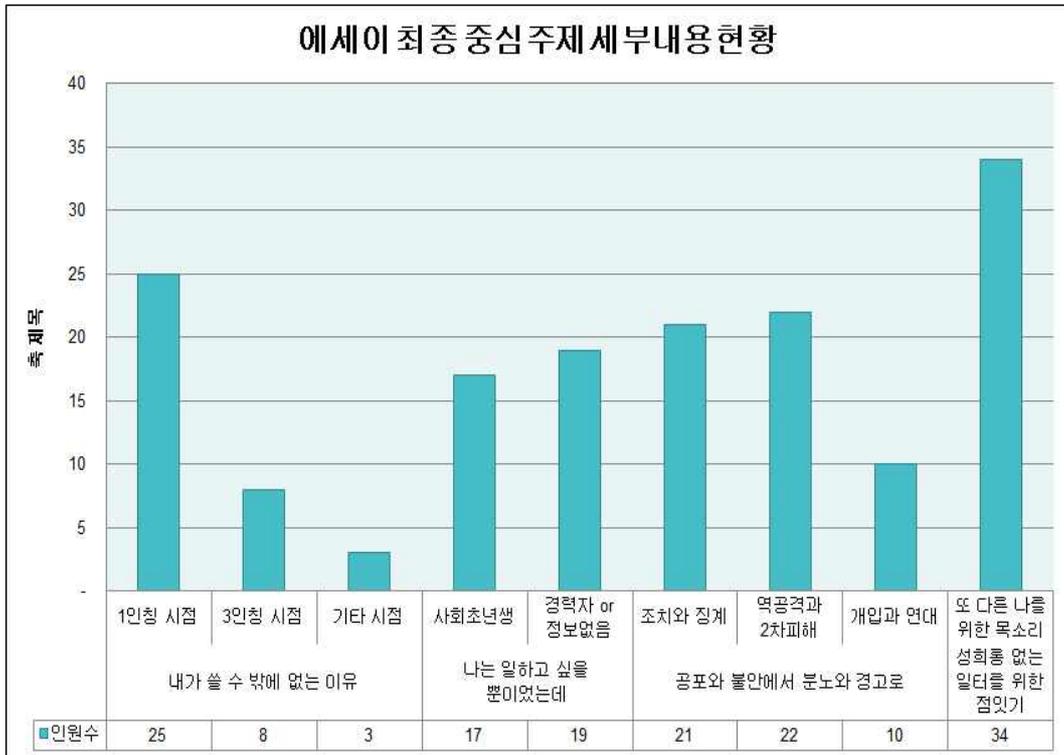
에세이는 본선 진출작 36편을 반복해 읽으며 텍스트 분석을 진행했다. 에세이는 2단계에 걸쳐 주제 중심을 도출했다. 빈도 높은 단어를 확인하며 1차 주제 중심을 5개로 코드화하여 이름 붙인 후 9개의 개별 요인들을 도출했다. 1차 주제 중심은 경향 분석자가 출품작을 읽으며 글 전체를 관통하는 주제 중심을 5개 선정했으며, ‘기억과 위로’, ‘도전과 경고’, ‘용기와 연대’, ‘성평등 조직문화’, ‘사회적 거리와 존중’이다.



본선 진출작 36편의 1차 주제 중심과 연령대를 복합 분석해보면, 20대는 기억과 위로 < 사회적 거리와 존중 < 도전과 경고 < 성평등 조직문화로 분포도가 높아졌다. 30대는 사회적 거리두기와 존중/성평등 조직문화 < 도전과 경고/기억과 위로 < 용기와 연대순으로 주제 중심 분포도가 높게 나타났다. 40대는 사회적 거리두기와 존중 < 기억과 위로 순이었다.

40대 에세이 참가자 중에 15년, 20년 전 기억을 소환해 마주하며 당시의 상황을 또렷하게 서술한 텍스트에서는 지금과 비교할 수 없을 정도로 경직된 조직문화가 여실히 드러나는 것은 물론 성희롱에 대한 행위자의 뻔뻔함과 피해자 몫으로 고스란히 넘겨지는 수치심이 행간에 절실하게 묻어나 분석을 하는 과정에서도 무척 안타까웠다. 동시에 그런 상처를 마주하며 ‘19살의 나에게’와 같은 오래전 상처 입은 자신과 어딘가에서 혼자 울고 있을 또 다른 나에게 ‘네 잘못이 아니다’라고 보내는 위로의 메시지는 성희롱 없는 일터를 만들기 위해 혼자가 아닌 우리로 이어져 연대할 때 조직문화 개혁에 한 발 더 가까이 갈 수 있음을 인식하게 했다.

에세이 본선 진출작에는 파견직 등 비정규직, 파트타이머, 아르바이트 일터 경험 중 겪은 성희롱 피해자로서의 기억과 함께 ‘직장 내 성희롱 예방 캠페인’에 정규직, 사무직군 외에 다양한 고용 형태와 식당 등 일터 공간에 대한 관심과 환기가 필요하다는 참가자들의 작품이 여러 편 눈에 띄었다. 성희롱이 일어나는 일터 공간으로 ‘식당’이라는 공간을 떠올리기 쉽지 않은 데 30인 미만 소규모사업장을 대상으로 하는 동 센터에서 관심을 두고 적극적으로 컨설팅을 할 수 있도록 환기할 수 있는 작품이었다. 또한, 외국인 참가자가 한국의 조직에서 일하며 겪은 외모 비하, 성적 대상화 등 다양한 직장 내 성희롱 피해 경험을 담담하고도 다부지게 자신을 독려하며 풀어낸 작품도 매우 귀한 자료라 될 것이다.



에세이 본선 진출작의 2단계 주제 중심은 세부 내용을 총 9개로 코드화하고, 이 코드들을 상관관계로 묶어 총 3개의 주제 중심으로 분류했다. 참가자의 서사 구조를 따라 분석하는 방법을 사용하였으며, 세부 요인을 총 9개로 범주화하여 텍스트에 명기된 것 외에 암묵적으로 추정할 수 있는 부분까지 맥락화하여 분석했다.

- 첫째, ‘내가 쓸 수밖에 없는 이유’ 서사에서 사건의 주체를 글쓴이의 시점인 1) 일인칭 시점 2) 삼인칭 시점 3) 기타 시점으로 구분했다.

- 둘째, ‘나는 일하고 싶을 뿐이었는데’ 사건이 일어난 당시 피해자의 사회진입 시점을 1) 사회초년생 2) 경력자 or 정보 없음으로 분류했다.

- 셋째, ‘공포와 불안에서 분노와 경고로’에서 사건을 풀어내는 요인을 유형화했으며 세부적으로 1) 행위자와 피해자 간의 일대일 관계에서 피해자가 싸웠던 기록 또는 조직적 차원에서 조치와 징계, 2) 역공격과 2차 피해 3) 주변의 개입과 연대를 통해 조직 차원으로 변화 등을 서사에서 노출

했는지를 분석했다. 세부 요인의 내용에 관련 항목의 행동이 있었거나 없었거나, 조력자, 사내부서 또는 외부기관(고용노동부, 성폭력상담소 등)의 개입과 연대로 성공 또는 실패 여부와 무관하게 해당 요인에 대해 참가자의 서사구조 안에서 언급했는지에 방점을 찍고 분석했다.

코딩 결과를 보면 다음과 같다. 주제 중심인 ‘내가 쓸 수밖에 없는 이유’에서 1) 당사자의 피해 기억을 소환한 일인칭 시점이 25명(69%), 동료나 후배 등의 피해자의 조력자로서 글을 쓴 삼인칭 시점이 8명(22%), 특정 사건이나 피해자, 행위자가 나타나지 않고 직장 내 일반적인 성희롱 실태를 서술한 기타 시점이 3명(8%)이었다.

‘나는 일하고 싶을 뿐이었는데’에서 1) 사회초년생이 17명(47%)이고, 2) 경력자 또는 정보 없음이 19명(53%)이어서 조직 내에서 상급자, 동료에 의한 사회초년생에 대한 성희롱이 위계와 경직된 조직문화에서 묵인되며 빈번하게 발생함을 보여줬다. 이는 40대 참가자의 서사에서 첫 직장에서 겪었던 성희롱 기억을 서술하는 등 현재 시점의 연령대와 무관하게 서사구조에서 나타나는 연령대였다.

‘공포와 불안에서 분노와 경고로’에서 1) 조치와 징계 과정의 언급이 있는(사과, 징계 처리가 적합하게 이뤄졌는지와는 무관) 참가자는 21명(58%), 2) 피해자 보호가 없는 역공격과 퇴사, 발령, 파견직 계약 만료 등 2차 피해를 본 인원이 22명(61%, 파견직 계약 만료와 해당 사건의 상관관계 분석은 확인할 수 없으나 참가자의 서사에서 암묵적인 메시지를 반영함), 3) 동료와 조직 차원의 개입과 연대에 대한 실제적 과정의 유무와 무관하게 서사에서 언급한 인원이 28%였다. 피해자가 원인 제공자라는 동료들의 싸늘한 시선 또는 외면으로 인한 고립감은 물론 사건 당시 마주한 동료의 두 개의 눈동자가 주는 암묵적 응원의 시선이 아니었다면 버텨내지 못했을 거라는 사례 등 세부 요인의 내용도 자세히 분석했다. 관련 항목에

대한 실제적 행동이 있었거나 없었거나, 또 조력자, 사내부서 또는 외부기관(고용노동부, 성폭력상담소 등)의 개입과 연대로 성공 또는 실패 여부와 무관하게 해당 요인에 대해 참가자의 서사구조 안에서 해당하는 세부 요인을 언급했는지에 방점을 찍고 분석했다.

○ 넷째, ‘성희롱 없는 일터를 위한 점 잇기’에서는 공모전 참가를 계기로 자기 자신과 또 다른 나를 위해 떠올리고 싶지 않은 기억을 마주하며 적극적으로 목소리를 내 성평등한 조직문화가 확산하고 정착하는 사회가 되기를 바란다는 내용을 포함한 참가자가 34명으로 전체 중 94%의 비율을 보이며 공모전 주제와 부합하게 글을 마무리하는 양상을 보였다.

#### IV. 결론 및 제언

이번 공모전을 통해 시민들이 자신의 내밀한 사적 기억을 기록해낸 개인적 글쓰기가 모여 일터에서의 성희롱 예방과 경각심을 던지는 사회적 글쓰기의 형태로 모두를 위한 기록물으로써 또 다른 몫을 해낼 수 있도록 예방 교육 현장에서 알차게 활용할 방안을 모색해야 할 것이다.

‘가벼운 농담’이 ‘불쾌한 고통’으로 어떻게 작동하고, 어떻게 숨겨지며, 어떻게 만연해졌는지에 대해서 시민들의 진솔한 이야기에 귀 기울여야 한다. 피해자가 수치스러운 존재가 되고, 부끄러움을 떠안고 고통에 허우적거리야 했던 시대에서 이제는 행위자와 행위를 외면하거나 묵인해 온 조직문화를 부끄러워하는 일터 문화를 확산시켜야 한다. 사소하게 혹은 공공연하게 우리의 일터를 공포와 불안으로 잠식시키고 조직적으로 용인해 온 경직된 조직문화를 변화시키기 위한 노력은 시작됐다. 피해자들이 용기를 내어 나누는 사적 서사가 모인 이번 공모전의 슬로건과 에세이는 대단히 의미 있는 집단적 기억으로 남을 것이다.

방대한 자료를 되풀이해 읽고 분석하며 직장 내 성희롱에 대한 시민의식이 전반적으로 상향되었다는 것을 실감할 수 있었다. 본선 진출작들은 주제 적합성에서 크게 어긋남 없이 부합하는 작품들이었다.

직장 내 성희롱 피해를 당하고 자신의 피해 경험이나 소송 등 투쟁 과정을 목소리 내어 이야기할 수 있는 대상과 공간을 찾기가 어려워 피해자들은 더욱 고립되는데, 이 공모전이 한편으로 그런 대상이자 공간의 역할을 해주었다며 감사의 인사를 전한 한 참가자의 마무리 글이 잊히지 않는다. 고통스러운 사건의 기억을 소환하여 직면하며 또박또박 글을 써내려가 개인적 기록이자 공공의 기록으로 남기는 사례집 책 발간은 매우 유의미한 후속 행보라 할 수 있다.

내가 인정하고 존중하면 내 상처조차도 긍정적이고 엄중한 사회적 자원이 되어 조금 더 나은 세상을 만드는 ‘점 잇기’의 한 획을 긋는 연결선이 되리라 생각하게 한 공모전이었다. 그것으로도 첫 공모전의 진정한 주인공은 참여한 시민 339명 모두라고 말해야 할 것이다. 공모전의 파급효과는 공모전을 경험한 대중이 일상 속에서의 성희롱 예방과 건강한 조직문화 확산을 위한 적극적 개입과 연대 행위의 지속 여부를 통해 확인할 수 있다. 또한, 공모전의 결과가 캠페인으로 활용될 때 대중이 자발적으로 실천하고 확산할 수 있는 변곡점을 스스로 체험하도록 유도해야 한다.

이 경향 분석 작업에서 충분히 담아내지 못한 귀한 사례들을 위드유 센터에서 계획 중인 ‘직장 내 위드유 전문 강사단’ 양성 교육 커리큘럼을 설계하면서 한층 더 면밀히 분석하여 OSMU(One Source Multi Use) 성희롱 예방 교육 콘텐츠로 재구성해 볼 것을 제언한다. 시민들의 목소리가 묻히지 않고 재정의되어 다양한 사회 영역으로 재확산되기를 바라며 경향 분석을 마친다.