
한국 불매 운동을 통해 본 대중의 사회참여 양상 분석

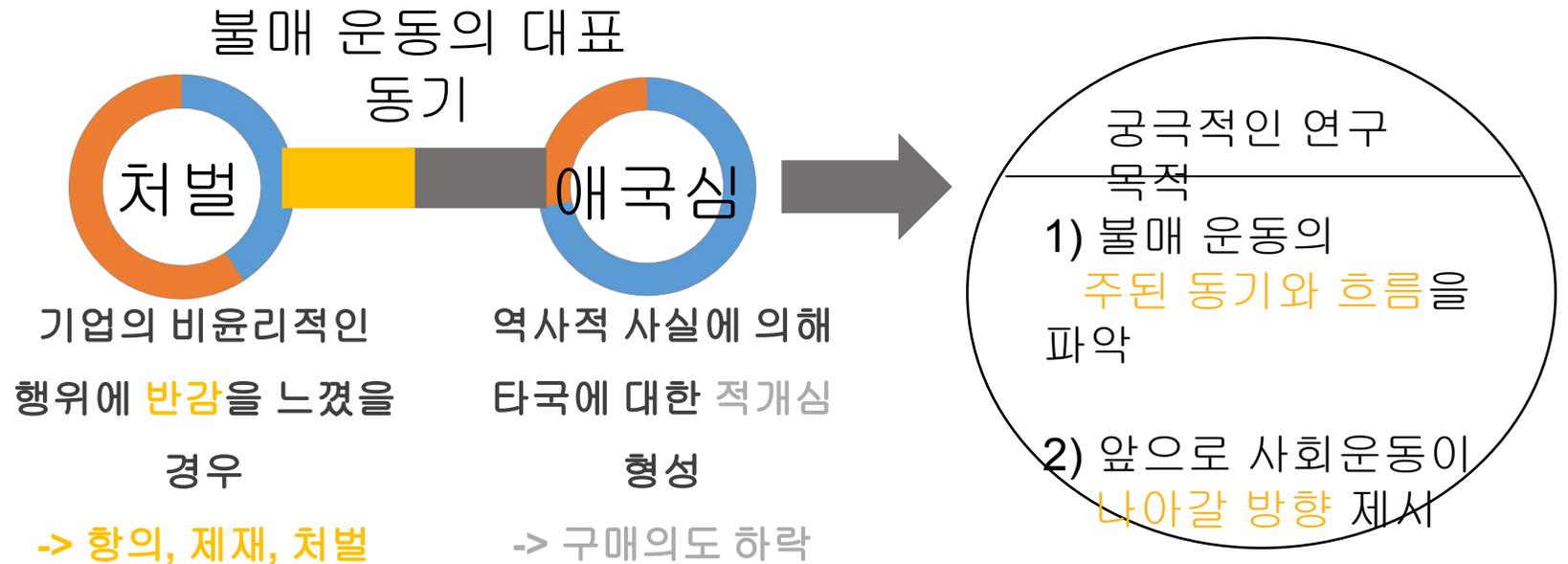
디지털인문학입문II 사회 분반 프로젝트
3조(코딩잘하조) 이현진 박성욱 박여원 박채연
유하영

01 프로젝트 배경과 목적



불매운동 의미
 소비자의 권리 운동 ->
 대중의 적극적인 사회참여

사회참여 양상
 사회 모순에 대한 공감대 형성
 올바른 시스템 촉구
 기업의 생산과 정부의 정책에 영향





(1) ‘불매’ 관련 기사의 키워드에서 드러나는 불매운동의 주요 사례와 흐름, 동기는 무엇인가?

기사를 통해 발생한 사건의 종류와 양상, 원인 파악 가능
-> 공통적으로 드러나는 사례 및 동기를 통해 한국 불매 운동의 양상과 흐름 분석

(2) 방일 한국 관광객 수 변화와 일본 맥주 수입액 변화를 통해

볼 수 있는 일본 불매운동의 효과는 어느 정도인가?

한국 관광객 수 변화: 일본 방문 중단은 불매 운동의 영향력을 직접적으로 나타냄

맥주 수입액 변화: 독립적인 품목으로 데이터가 존재하는 ‘맥주’ 수출입 자료 분석

03 데이터 분석 방법 (1)

자연어 처리를 통한 '불매' 관련 기사 키워드 분석



20,000개의 기사 키워드 분석

R로 날짜 데이터 정제 후
ggplot2를 활용해 막대 그래프로
시각화
-> 연도별 보도 기사 양 분석



연도별로 데이터 선정
Wordcloud2로 단어 구름 시각화

주요 단어가 비슷한 연도별로 묶기

2016년, 2019년, 2022년 중 최빈 노출
단어 30개를 선택한 후 막대 그래프 생성



03 데이터 분석 방법 (2)

그래프를 통해 파악한 일본 불매 운동의
영향력

JNTO



국적/ 월별 방일 외객 수 자료
다운
-> 2019년 데이터 선택

국세청 수출입 무역통계



무역통계조회 서비스
-> 2019년 월별 맥주
수입금액

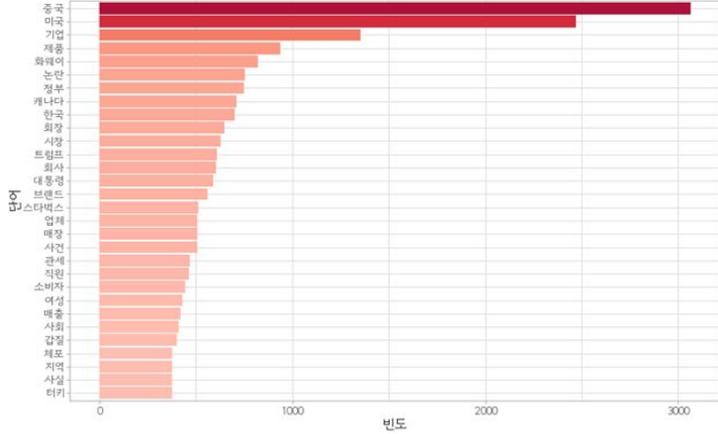
Combine 함수를 활용, 방문객 수와 맥주
수입금액을 벡터로 만든 뒤 합쳐 데이터

프레임화

ggplot2를 통해 꺾은선그래프로
시각화

04 데이터 분석 결과 (2)

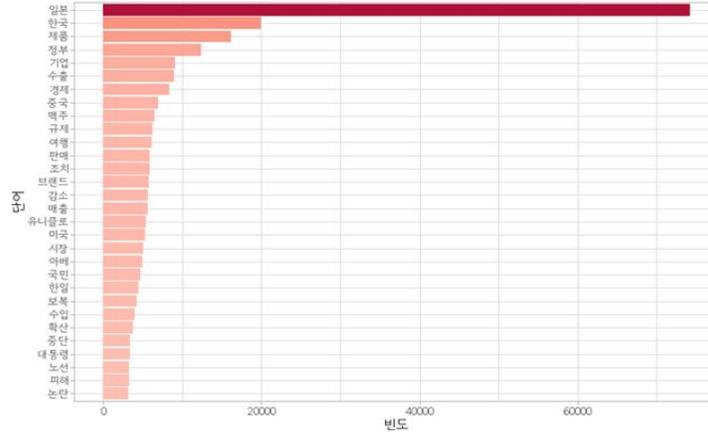
2016년 뉴스 불매 관련 키워드



2016년

중국, 미국, 화웨이, 트럼프, 관세, 스타벅스

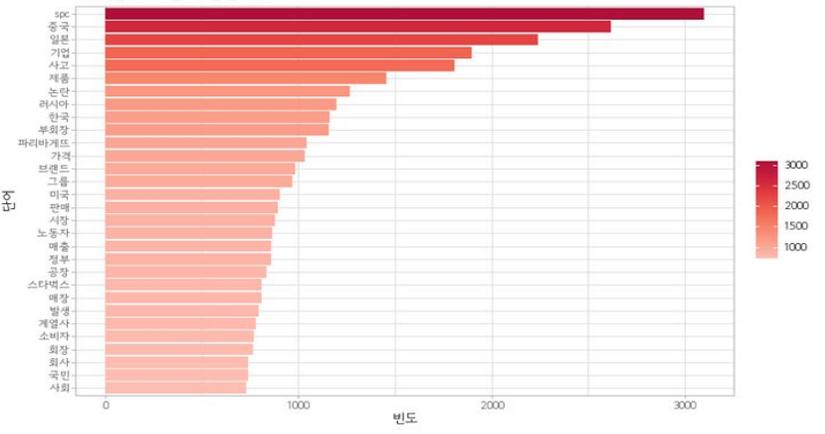
2019년 뉴스 불매 관련 키워드



2019년

일본, 수출, 규제, 유니클로, 아베, 보복

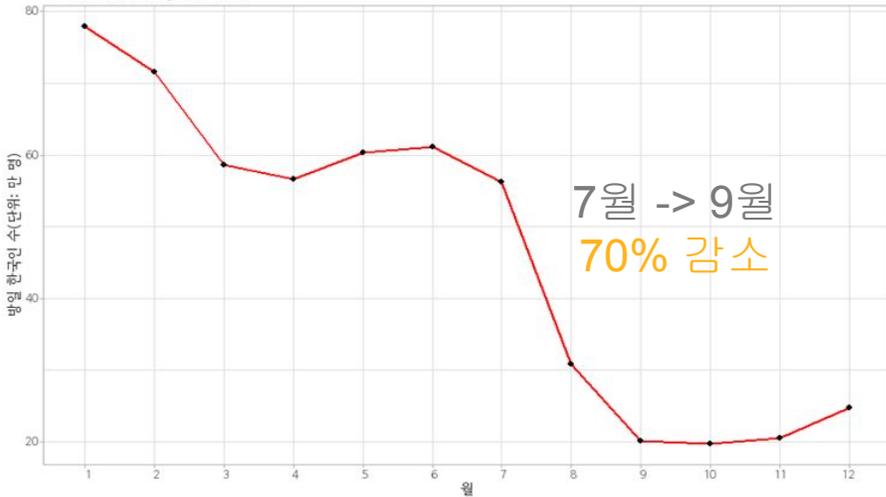
2022년 뉴스 불매 관련 키워드



2022년

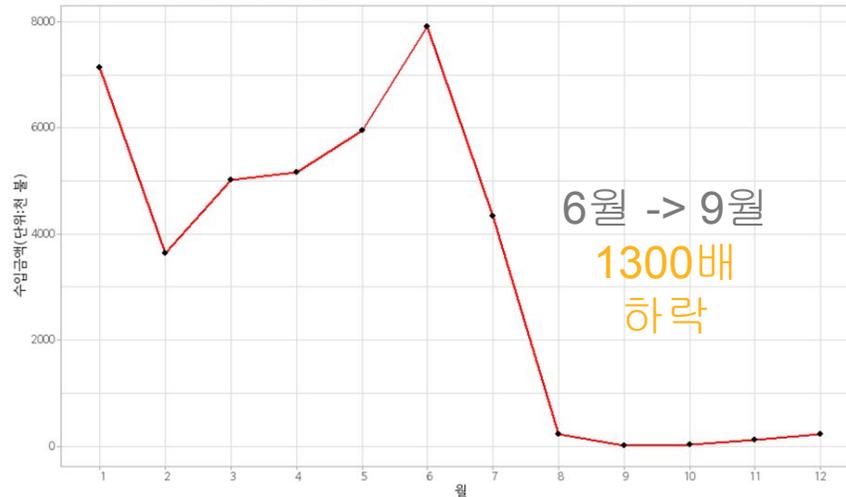
SPC, 기업, 사고, 파리바게트, 노동자, 러시아

2019년 일본 관광객수 변화



7월 -> 9월
70% 감소

2019년 월별 일본 맥주 수입금액 변화



6월 -> 9월
1300배 하락

일본 불매 운동의 효과성

방일 한국인 수 & 맥주 수입
금액
모두 불매 운동이 시작된
7-8월에 수치가 급감함

다른 국가에 대한 적대감에서 발생한 불매 운동은 크고 빠르게 진행되는 반면
노동자의 권리와 국내 기업에 대한 견제 수단으로서의 불매 운동은 상대적으로
관심을 받지 못함

SPC 사례처럼 사망 사고와 같은 극단적인 이슈가 아니면 공론화 되기조차 쉽지
않으며

변화 촉구를 위해 단결하려는 시도 또한 부족함

-> 따라서 이러한 불매운동의 사회적 영향력을
상대적으로 간과되기 쉬운 국내 문제로 확장하기 위한 관심과 적극적인 노력이
필요하다!

06 프로젝트 의의와 한계



의의

- 불매 운동을 실질적인 데이터에 기반하여 검증함
- 이론적 배경과 연구 결과에 대한 분석을 바탕으로 관련된 사회 문제를 발견하였고 문제 해결을 위해 나아가야 할 방향성을 제시함

LIMITED

한계

- 활용 가능한 데이터와 방법이 한정되어 있기 때문에 연도별 불매운동 키워드로 동기를 유추하는 과정에서 명확한 인과관계가 보장되기 어려움
- 불매운동의 특성상, 광범위하고 지속적이며

참고문헌

- 김기옥, 황혜선. (2009). 현대사회의 소비자역할 확장에 따른 소비자운동의 인식: 소비자역할과 소비자운동의 척도개발을 중심으로. 소비자학연구, 20(4).
- 박명호, 장영혜. (2012). 소비자적개심이 일본산제품구매의도에 미치는 영향: 전반적국가이미지, 소비자자민족중심주의 및 제품판단의 매개적 역할. 소비문화연구, 15(2).
- 빅카인즈. (n.d.). 뉴스 검색·분석. 빅카인즈 <https://www.bigkinds.or.kr/v2/news/search.do> (검색일: 2022. 9. 21)
- 송유진. (2020). 텍스트 마이닝과 언어네트워크분석을 이용한 일본제품 불매운동의 특징과 의의 탐색. 소비문화연구, 23(1).
- 수출입무역통계. (n.d.). 품목별 국가별 수출입실적. <https://unipass.customs.go.kr/ets/> (검색일: 2022. 11. 29)
- 이한석, 주영혁. (2011). 온라인 보이콧 행동에서 감정이입의 역할: 소비자의 감성적 접근방법을 중심으로. 소비문화연구, 14(2).
- 장정현, 김선호. (2014). 공감, 책임귀인, 그리고 분노가 이타적 처벌 의사에 미치는 영향.
- 정유린. "국내 관광객이 지각한 한·일 관계갈등이 일본 방문의도에 미치는 영향." 국내석사학위논문 세종대학교 관광대학원, 2020. 서울
- 日本政府観光局JNTO. (n.d.). 訪日外客数・出国日本人数統計. 日本政府観光. JNTO) https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/ (閲覧日: 2022. 9. 21)

