

한국여성커뮤니케이션학회 30주년 기념 봄철 학술대회

# "93년생 한·여·کم": 세대와 영역을 넘어선 이립<sup>而立</sup>과 도약

**일시** 2023년 4월 8일(토) 11:40~18:00

**장소** 경희대학교 정경대학

**주최/주관** 한국여성커뮤니케이션학회

**후원** 한국방송공사 **MBC EBS**  **Timing4All**  **SK telecom**  **posco**  **포스코이앤씨**  **E**  **CJ**



# 2023년 한국여성커뮤니케이션학회 30주년 기념 봄철 학술대회

## "93년생 한·여·کم": 세대와 영역을 넘어선 이립(而立)과 도약

■ 일 시 : 2023년 4월 8일(토) 11:40~18:00

■ 장 소 : 경희대학교 정경대학

11:40~12:10 등록 및 안내(행사장 입구)						
개 회(302호)						
12:10~12:25 [학회장 인사] 홍지아(한국여성커뮤니케이션학회 회장)		[조직위원장 인사] 김수정(한국여성커뮤니케이션학회 봄철학술대회 조직위원장)				
12:25~12:30 세션 준비 및 이동						
장 소	세미나실(302호)	세미나실(309호)	세미나실(404호)	세미나실(405호)	세미나실(406호)	세미나실(111호)
제1세션 12:30~14:00	<b>후원세션1(KBS)</b> 사회: 김훈순(이화여대)  1. KBS 역사드라마의 변용과 변화: 1964~2022 발표: 주창윤(서울여대)  2. 드라마 <연모>의 트랜스아이덴티티 서사와 윤리적 주체의 탄생 발표: 신정아(한신대)  종합토론: 김수미(고려대) 윤복실(서강대) 윤재혁(KBS드라마센터) 이종수(한양대)	<b>후원세션2(MBC)</b> 사회: 백미숙(서울대)  1. 육아멘토링 프로그램과 FREAK SHOW 발표: 문현영(육군사관학교) 토론: 김현경(서울여대) 이설희(용인대)  2. 오은영의 '진단' 서사와 수용에 담긴 전문가성과 자기동치 프레임의 해체: <오은영의 버킷리스트> 유튜브 채널 댓글 텍스트 분석 발표: 이종명(강원대) 토론: 박지영(서울대) 유지윤(아신대)	<b>후원세션3(EBS)</b> 사회: 정인숙(가천대)  1. 우리 사회의 지속가능성 확보를 위한 교육 공영방송의 ESG 실천방안 모색 발표: 우형진(한양대)  종합토론: 김선미(고려대) 신삼수(EBS) 이지은(법무법인세종) 이혜미(한국콘텐츠진흥원) 정수영(MBC)	<b>대학원 세션 (A-1)</b> 사회: 최선영(연세대)  1. 노동자를 중심으로 한 다이렉트 시네마와 한국 다큐멘터리의 재현 방식과 차이: 장 피에르 다르덴, 내일을 위한 시간 <2014>, 임흥순 - 위로공단 <2015>을 중심으로 발표: 최선희(고려대박사과정) 토론: 강신규(한국방송광고진흥공사)  2. 한일 역사 인식에 따른 일본인의 드라마 시청 태도 연구: 애플 TV '파친코'를 중심으로 발표: 서예경(고려대석사과정) 토론: 하효숙(협성대)  3. 한(韓)중(中) 민족주의 콘텐츠에서 재현된 상상의 공동체 그리고 그 너머: 환상 주제분석(FTA)을 중심으로 발표: 양이닝(한양대 석박사 통합과정) 토론: 김형신(고려대)	<b>대학원 세션 (B-1)</b> 사회: 조연하(이화여대)  1. 디지털 유해 콘텐츠 차단에 대한 국내외 해외의 비교분석 연구 발표: 임세린(고려대석사과정) 토론: 이영희(한양대)  2. 잊힐 권리(Right to be forgotten)의 실현: 기사 삭제, 알람 차단의 법제화를 위한 개념 정의 및 제안 발표: 김미라(고려대석사과정) 토론: 정지영(이화여대)  3. 디지털 불법촬영물 등 처리에 관한 투명성 보고서 분석 및 비판적 고찰 발표: 고재은(고려대석사과정) 토론: 곽헌자(방송통신위원회)	<b>총서세션</b> 사회: 박동숙(이화여대)  집필진: 강혜원(성균관대) 김은진(부산대) 문현영(육군사관학교) 박소영(중앙대) 이소현(상명대) 이희은(조선대) 정영희(고려대) 최은경(한신대) 최이숙(동아대) 한희정(국민대) 홍지아(경희대)
	휴 식					
제2세션 14:15~15:45	<b>커뮤니케이션-젠더연구회 세션</b> 사회: 이경숙(고려사대여대)  1. 유튜브에서의 수행적 커뮤니티의 작동 방식에 관한 탐색적 연구: 운동 인플루언서 '몸 만들기' 담론을 중심으로 발표: 강혜원(성균관대) 토론: 김성은(군산대) 한희정(국민대)  2. "고민 없이 맛있는 식탁을 차려보세요" 푸드 콘텐츠 큐레이션 플랫폼 이용에 대한 비판적 연구: 개인화, 미학화, 젠더화 차원에서 이용자 큐레이션 사례 분석 발표: 김지현(한양대) 토론: 김재희(모자이크연구소) 장은미(서강대)	<b>뉴미디어연구회 세션</b> 사회: 손승혜(세종대)  1. 메타버스 성범죄 위험 해석: 제페토의 여성 청소년과 성인 이용자 비교 연구 발표: 박소영(중앙대) 토론: 나은희(한국외국어대) 조은영(채널A)  2. Data로서 공영방송 뉴스 영상 아카이브의 새로운 도전, 변화의 시작 발표: 현기택(MBC) 토론: 조수선(대진대) 최효진(한국외국어대)	<b>미디어비평연구회 세션</b> 사회: 정영희(고려대)  1. 웹소설 수용에 나타난 사랑의 표상 발표: 김수아(서울대) 고윤경(서울대) 토론: 김수정(중앙대) 정수경(국제법률경영대학원대학교)  2. 표준어 말소리의 변화: 남녀 아나운서의 운율 변화 발표: 이나라(고려대) 토론: 김지은(숙명여대) 이희은(조선대)	<b>대학원 세션 (A-2)</b> 사회: 정희경(서울미디어대학원대)  1. 신당역 스토리텔링 살인사건을 둘러싼 여성 혐오 표현 분석: 온라인 커뮤니티 <에브리타임> 핫게시물 중심으로 발표: 이시윤(고려대 석사) 토론: 윤호영(이화여대)  2. 축구 예능 등장인물의 성별-결과가 성역할 고정관념과 성역할 기대에 미치는 영향: SBS <골때리는 그녀들>과 KBS <우리동네 예체능> '축구편'을 중심으로 발표: 이혜선(서강대박사과정) 토론: 김지원(단국대)  3. 뉴스 정의적 차원의 읽기를 통한 뉴스 리터러시 함양 발표: 정선임(서강대박사과정) 토론: 이숙정(중앙대)	<b>대학원 세션 (B-2)</b> 사회: 배진아(공주대)  1. 공직선거법상 허위사실 공표죄에 대한 비판적 검토 발표: 박차림(고려대 박사과정) 토론: 김희경(미디어매거진연구소)  2. 조직 내 비대면 커뮤니케이션 연구: 재택근무 정책의 특성을 중심으로 발표: 최예슬(고려대 석사) 토론: 조윤경(가천대)	
	휴 식					
제3세션 16:00~17:40	<b>30주년 기념 대주제 세션(131호)</b>					
	1부. 잇다: 1993부터 2023까지 - 30주년 기념사업위원회 박동숙 위원장 인사말 - '잇다' 프로젝트 릴레이 인터뷰: 윤희중(이화여대), 진행: 유세경(이화여대) 2부. "93년생 한·여·کم": 세대와 영역을 넘어선 이립(而立)과 도약 사회: 정기현(한신대) 발표: 유선영(전성공회대) 종합토론: 김경희(한림대), 김숙(컬처미디어랩), 김지희(서울대), 이동후(인천대), 이운소(여성민우회)					
폐 회						
17:50~ <30주년 기념식> 및 만찬(경희대학교 호텔관광대학 워커히 홀)						



2023년  
한국여성커뮤니케이션학회  
30주년 기념 봄철 학술대회



**제2세션**  
**14:15-15:45**

**302호**

**커뮤니케이션·젠더연구회 세션**

사회 : 이경숙(고려사이버대)

**1. 유튜브에서의 수행적 커뮤니티의 작동 방식에 관한 탐색적 연구 :**

**운동 인플루언서 '몸 만들기' 담론을 중심으로**

발표 : 강혜원(성균관대)

토론 : 김성은(군산대) · 한희정(국민대)

**2. “고민 없이 맛있는 식탁을 차려보세요” 푸드 콘텐츠 큐레이션 플랫폼 이용에 대한**

**비판적 연구 : 개인화, 미학화, 젠더화 차원에서 이용자 큐레이션 사례 분석**

발표 : 김지현(한양대)

토론 : 김재희(모자이크연구소) · 장은미(서강대)



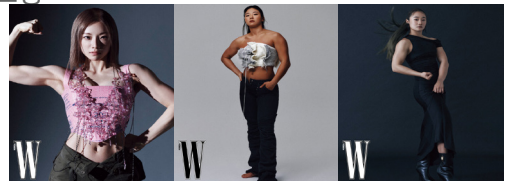
2023년도 한국여성커뮤니케이션학회 봄철정기학술대회

## 유튜브에서의 수행적 커뮤니티의 작동 방식에 관한 탐색적 연구: 운동 인플루언서 '몸 만들기' 담론을 중심으로

성균관대학교 기업가정신과 혁신센터 강혜원

### 문제제기: '이상적인 신체' 담론의 변화

- 2010년대 전후 여성의 '몸' 관리에 관한 담론이 성형수술이나 아이돌 산업에 집중되어왔다면, 웰니스 산업의 성장과 함께 '몸 관리'담론이 피트니스 산업과 결합
- 2022년 전후로 넷플릭스 <솔로지옥>, <피지컬100> 한국인의 신체를 새로운 방식으로 전시하는 영상 서사의 흥행
- 코로나19 팬데믹을 거치면서 '피지컬갤러리(313만명)', '짐종국(284만명)', '땅끄부부(305만명)', '힙으뜸(149만명)' 등 피트니스 분야 유튜브 채널이 급속히 성장
- '이상적인 신체'에 관한 담론 변화를 분석해볼 필요성



## 문제제기: ‘참여적 플랫폼’ 콘텐츠의 특성

“구독, 댓글, 좋아요, 알림설정 필수...”

- 이용자의 참여를 기반으로 콘텐츠의 흥행이 결정되는 유튜브의 알고리즘은 크리에이터들로 하여금 텔레비전과는 다른 방식으로 이용자와 관계맺기를 유도
- 레거시미디어에서 창작자와 수용자는 비대칭적 관계에 놓이지만, 이에 비교해 소셜미디어에는 비교적 쌍방향적인 대화를 통해 텍스트가 구성되고, 이 과정에는 소통이 이뤄지는 조건을 설계하고 제공하는 미디어기업이 함께 관여하게 됨(Lomborg, 2011).
- 피트니스 유튜브 채널이 생산하는 텍스트를 분석하기 위해서는 텍스트 분석과 함께 이용자 외의 상호작용을 함께 관찰할 필요성이 있음
- 플랫폼의 기술(technology)은 이용자와의 무한대의 상호작용을 지원할 수 있을 것처럼 보이지만, ‘상호작용’의 의미는 플랫폼 서비스의 운영 제도와 크리에이터의 운영방식에 의거해 조정, 따라서 인터넷 개인방송 창작자는 플랫폼 어포던스가 규정짓는 가능성 및 한계와 콘텐츠 제작자로서의 자율성 사이에서 적절한 상호작용의 방법과 태도를 찾아가는 존재(김해원, 강혜원, 백지연, 2018).

## 이론적 배경: 미디어가 다루는 여성의 ‘몸’에 관한 논의

-현대 사회에서 소비주의와 가부장제가 결합되면서, 여성의 몸은 남성적인 시선에 의해 지켜봄의 대상이 되고 때로 성애적으로, 때로 고통의 전시를 통해 스펙터클로 소비. 섹슈얼리티는 성매매처럼 직접적 접촉을 통한 소비에서부터 인터넷, 전화를 통한 간접적인 성적 환상,욕망,환상의 소비까지 다양한 형태로 거래, 여성주의적으로 광고에서 여성의 몸은 주체적인 정체성 구현의 장이라기보다는 성적 자극을 이끌어내는 외피로서 재현(이수안,2011)

잡지, 화장품 광고 등 매체를 통해 여성성의 표본을 제시하는데 있어 성적 매력을 강조하고, 가부장적 상징질서하에 충실한 여성의 모델을 재생산하면서 여성이 스스로의 모습을 매체가 제시하는 이미지와 일치시키려는 노력을 하는데 요구되는 ‘자기관리술’ 전파가 이루어져, 이 같은 맥락에서 발전한 ‘미용성형산업’은 상업적 요구 안에 획일화된 미의 기준을 제시하면서도 다이어트 등 아름다움을 위한 노력을 자발적인 것으로 의미화, 하지만 이는 사회의 기준에 맞춘 여성에 대해 사회에서 제공하는 보상을 얻기 위해 여성이 자기검열을 수행하는 것으로 보아야함(한설아,1999).

- 95년 이후 본격화된 미용성형산업, 성형 수술의 긍정적 효과를 강조하기위해 시술 전의 모습에 대해서 ‘낙인을 찍는’ 방식으로 극명한 대조를 통해 외모 콤플렉스를 조장하고, 신체를 지나치게 세분화하여 이상적인 기준을 제시하고, 이를 획득하기 위한 새로운 시술 분야를 계속해서 제공하면서 새로운 수술에 대한 수요를 적극적으로 창출. 이 때 수술의 위험성을 은폐하기위해 결과의 자연스러움과 신속한 회복을 강조(임인숙, 2002).





이론적 배경 : '몸'의 물질성과 수행적 신체개조

- 현대사회의 몸은 “개인의 자아 정체성의 일부로서 수행되어야 하고 완성되어야 할 일종의 프로젝트로 간주”(Shilling, 1993/1999; 이소은 2012 재인용), 이소은(2012)은 ‘몸 프로젝트’ 관점의 연구에서 자아정체성 뿐 아니라 몸의 물질성을 고려해 ‘몸이 사회의 일면을 받아들이고 변형하는 수행을 통해 완성되는 ‘과정’, 개별적으로 구성된 몸이 문화라는 더 큰맥락 속에 어떻게 해석되는지에 관심을 가질 필요 강조. 지식과 기술의 체화를 토대로 신체와 적극적으로 관계를 맺음으로써 자기를 돌보고 주체를 구성해가는 과정, 즉 ‘수행적 자기관리’로서의 ‘보디빌딩’, **담론의 통제를 받는 추상적 몸인 동시에, 움직임과 체화라는 적극적 실천을 통해 구현되는 구체적인 몸**에 주목(이소은, 2012)

- 한국 미디어에서의 여성의 다이어트에 관한 담론에서 ‘날씬한 몸’이 자율성과 절제, 자기관리, 권능으로 의미화되어 이를 획득하는 과정은 주체의 자율성의 회복으로 개념화, ‘성형수술’에 의지하지 않고 운동이나 식이요법을 통한 ‘날씬한 몸’의 획득하는 것은 ‘자율적 주체의 세계로의 통과 의례’를 성공적으로 이행한 **영웅적 행위**로 평가(윤태일, 2004)

- 기네스 펠트로의 영성적 웰니스 기업 ‘Goop’, 웰니스는 음식을 초월하는 디지털 음식 문화로, 비타민, 슈퍼 파우더 섭취 등을 에너지 흐름, 활력, 해독, 정화 등 다양한 형태의 **영적 사고와 실천과 연결**하면서 수행. 오프라 윈프리가 수행했던 영적 구루의 계보 안에서 웰빙 리추얼과 제품에 투자할 수 있는 자원(시간, 돈, 노동력)을 가진 중산층 백인 여성 커뮤니티 구축. 페미니즘 임파워링 어휘 활용, 웰니스를 가부장제와 자본주의 문화의 대안으로 제시. 이때 이들이 주로 활용하는 인스타그램의 플랫폼 어포던스가 광범위하고 다양한 청중과의 연결을 가능케 하며 이들의 활동은 **디지털과 오프라인이 교차** 하는 지점에서 일어남(Conor, B., 2021)

## 이론적 배경 : 참여적 미디어와 ‘몸관리’ 커뮤니티

- 소셜미디어를 통한 반복적 노출을 통해 이상적 신체에 대한 사회적 기준이 내재화되면서 20대 여성 사이에서 신체 불만족이 일상화, 선호하는 외적 이미지에 자발적으로 반복 노출되는 상황에서, 칼로리 커팅제, 지방 연소제 등이 탈억제의 환상, 환상을 실현해줄 해결책으로서 맞춤형 광고 알고리즘을 통해 끊임없이 전달(김경보, 2022)

오늘날 몸관리와 관련된 수행은 디지털과 오프라인이 교차하는 지점에서 이루어짐, 극단적 ‘몸관리’인 ‘거식 동경(프로야나)’으로 인한 거식수행은 1차적 사회집단이 아닌 디지털 공간을 통해 단식 수행의 고달픔을 토로하고 ‘먹토’, ‘구충제 섭취’ 등의 노하우를 공유하는 방식으로 일어남. ‘마른 몸’을 필수적으로 달성해야 할 정언명령으로 인식하는 것에는 소셜미디어를 통한 미적 경멸과 찬양에 반복적으로 노출되는 문화의 영향이 있으며, 후기자본주의사회의 ‘자기계발’ 담론의 영향 아래 마른몸을 기본적으로 장착하고 있어야 할 **필수 ‘스펙’으로 인식하고, 투자 시간 대비 효율성을 극대화하는 방식으로 ‘계발’**하는 경향이 드러남, 이 같은 집단적 실천 속에서 ‘마른 외모’는 경쟁력 확보를 위한 수단으로, 즉 사회적 압력이 아닌 개인적 욕망으로 재의미화(류지현, 조윤희, 원용진, 2021).

- 한편, 현대사회를 살아가는 대중의 정체성을 규정하거나 관계를 매개하는 일종의 상징적 소비인 ‘물질문화’에서, 이를 경험하는 주체들의 상상력과 창발성, 연대의 가능성이 드러나는 공간이라는 견지의 중층적 해석의 시도 필요성 (류용재, 2015)

## 이론적 배경 : 웰니스 산업과 인플루언서 문화

- 프로테스탄티즘에서 기인한 '치료적 기풍(therapeutic ethos)'(T.J. Jackson, 1983)이 레저와 소비, 개인적 성취를 강조하는 방향으로 변화, 소비행위 자체가 사용가치를 충족하는 것에서 나아가 감정적인 치료의 방식으로 간주됨(Marita&Cartwrigh,2006)
- 소셜미디어에서 수많은 팔로워를 거느린 인플루언서는 상품을 공개적으로 홍보하고 판매를 촉진하는 역할을 수행하고 있음
- 피트니스 인플루언서들은 신체전시, 신체의 연장/확장(extension), 팔로워와의 상호작용, 제품과의 상호작용 등의 전략을 사용해 운동복, 보충제, 건강기능식품, 운동기구, 헬스장, 여행상품 등 건강관리와 연계되는 상품을 판촉(Silva, M. D. et al, 2021)



## 연구방법

-운동 유튜브 콘텐츠 특성 도출을 위해 유튜브 인플루언서 콘텐츠에 관한 텍스트 분석과 디지털 민속지학(ethnography) 연구 실행. 초창기 온라인 연구는 문자로 된 텍스트 중심으로 자료를 수집했지만, 이제 시각 이미지, 음향, 음악, 동영상 등 다양한 양식의 기호까지 분석하는 멀티모드성(multimodality) 접근방법이 필요(김예란, 2012).

- 소셜미디어 장르를 분석하는데 있어, 텍스트 분석, 참여관찰, 수용자 인터뷰 등이 새로운 장르의 특성을 도출하는데 유용(Lomborg, 2011)

-2020년 상반기부터 스트레칭, 요가 채널 구독, 코로나 19팬데믹 중 2020년 7월 경부터 힙옴(@euddeume) 소미핏(@somifit, 구독자 98만명) 등 구독, 이후 개인화된 유튜브 알고리즘이 추천에 따라 짐중국(@gymjongkook, 구독자 284만명), 아이언빈(@ironbin, 49만명) 등 영상과 댓글 간헐적으로 관찰

- 2023년 3월, 파일럿연구를 위해 힙옴 채널 재생목록 분류 등 약식 텍스트 분석 실행

### 분석결과: 힙으뜸 채널 영상 유형

유형	재생목록 제목	주요 영상 내용
how to 영상	운동전후 필수 스트레칭	견갑골, 장요근, 상하체 폼롤러, 시간대별 스트레칭 강습영상
	심으뜸필라테스	집에서 따라할 수 있는 필라테스 강습 영상
	상체운동루틴	힙업, 복근, 코어, 기립근 운동 등
	하체운동루틴	중둔근, 애플힙, 허벅지 안쪽살 관리 등
도전/성장 서사	[오뎅챌린지] n주차 운동루틴	기존 영상을 재조합하여 주차별 운동 루틴 제시
	[감량하고 싶다면] 데다프 몰아보기	체중 64kg 모델 다이어트 프로젝트
	[증량하고 싶다면] 멀치증량 프로젝트	체중 38km 모델 증량 프로젝트
	파워리프팅	고중량 운동 도전기
흥미유발/동기부여	운동챌린지	스쿼트 300~1000개 챌린지, 복근만들기 한달 챌린지 등
	3대 하우스	벤치프레스, 스쿼트, 데드리프트 3대 중목 증량 챌린지
	운동 뭐하니?	수영, 당구 농구 등 타종목 도전
	헬스장에서 운동하기 A to Z	헬스장 운동기구 사용법 등 정보제공
오락적 서사	운동의 정석	푸쉬업, 사이드런지 등 종목별로 부상을 방지하고 효과를 극대화할 수 있는 방법
	똑똑하게 운동하세요 Q&A	식단조절, 헬스장 고르는 방법, 근육량 늘리는 법 등 how to
	놀러온손님	요가, 잠수, 필라테스, 보디빌딩 등 타종목 전문가 출연
	오뎅's 브이로그	다이어트, 프로포즈, 방송출연 등 일상
오락적 서사	철가루집안	모큐멘터리, 코미디 스케치
	골때리는 심으뜸	골프 예능 형식 패러디

### 분석결과: 신체의 분절화, 미시관리술(micro-management) 전파

유형	재생목록 제목	주요 영상 내용
how to 영상	운동전후 필수 스트레칭	견갑골, 장요근, 상하체 폼롤러, 시간대별 스트레칭 강습영상
	심으뜸필라테스	집에서 따라할 수 있는 필라테스 강습 영상
	상체운동루틴	힙업, 복근, 코어, 기립근 운동 등
	하체운동루틴	중둔근, 애플힙, 허벅지 안쪽살 관리 등
	[오뎅챌린지] n주차 운동루틴	기존 영상을 재조합하여 주차별 운동 루틴 제시

“이제 모든 소녀는 백인의 파란 눈, 스페인식 입술, 클래식한 단추 코, 털이 없는 동양인 피부와 캘리포니아 태닝, 자메이카 댄스홀 혹은 9살 소년의 엉덩이, 미셸 오바마의 팔, 인형 가슴을 가져야 한다. 이 목표에 가장 가깝게 다가간 사람은 킴카 다시안 뿐이다, 나머지 사람들은 모두 고군분투하고 있다.” (Tina Fey, 2011)

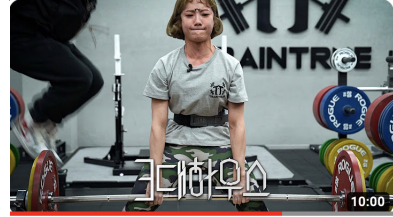
- 신체의 분절화 : 힙업, 근손실, 골반넓이, 하체비만, 인바디,
- 몸의 상태를 표현하는 언어들 : 마른 비만, 근육량 증가, 체지방 감소, 체성분 이바디



### 분석결과 : 목표 제시- 달성의 서사

유형	재생목록 제목	주요 영상 내용
도전/성장 서사	[감량하고 싶다면]돼다프 돌아보기	체중 64kg 모델 다이어트 프로젝트
	[증량하고 싶다면] 멀치증량 프로젝트	체중 38km 모델 증량 프로젝트
	파워리프팅	고중량 운동 도전기
	운동챌린지	스쿼트 300~1000개 챌린지, 복근만들기 한달 챌린지 등
	3대 하우스	벤치프레스, 스쿼트, 데드리프트 3대 종목 증량 챌린지

- 체중감량, 체중 증량, 고중량 운동 등의 신체적 변화/ 운동기능 향상 목표 제시
- 전문적 수준의 운동기능을 통해 달성할 수 있는 목표가 제시, 성장/영웅 서사 방식으로 제시
- 개별적인 특수한 성공 사례로써 지지되면서, 전체적인 목표 개조 논의를 만들어감



### 분석결과: 참여와 몰입을 유도하는 서사

유형	재생목록 제목	주요 영상 내용
흥미유발/동기부여	운동 뭐하니?	수영, 당구 농구 등 타종목 도전
	헬스장에서 운동하기 A to Z	헬스장 운동기구 사용법 등 정보제공
	운동의 정석	푸쉬업, 사이드런지 등 종목별로 부상을 방지하고 효과를 극대화 할 수 있는 방법
	똑똑하게 운동하세요Q&A	식단조절, 헬스장 고르는 방법, 근육량 늘리는 법 등 how to
오락적 서사	놀라운손님	요가, 잠수, 필라테스, 보디빌딩등 타종목 전문가 출연
	옴's 브이로그	다이어트, 프로포즈, 방송출연 등 일상
	철가루집안	모큐멘터리, 코미디 스케치
	골매리는 심으뜸	골프 예능 형식 패러디

- 전반적인 운동의 동기유발을 위한 영상과, 몰입해서 오락적 재미를 줄 수 있는 영상
- 인플루언서로서의 영향력을 확장할 수 있는 방식의 서사 전략 변주



.....

.....

.....

.....

### 분석결과: 챌린지, 효능감, 임파워먼트...

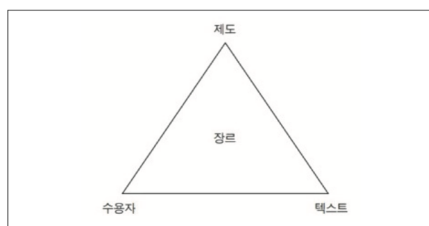
- 채널 체류 시간 지속, 채널 확산을 위한 전략
  - 00 챌린지, 동기부여 스피치 영상, 댓글유도 등
- 실질적 신체적 고통 완화
  - 접근성 높은 운동법 교재의 기능
- 자기효능감, 임파워링
  - 셀프 인증 댓글, 간증 댓글, 좋아요



### 분석결과: 유튜브에서의 '수행적 커뮤니티'의 작동 원리

- 이용자 체류시간과 관심의 상품화 : 알고리즘 추천 확률 증대, 광고 수익 증대
- 신체 문화를 전시하는 새로운 상업적 의례 생산, '바디 프로필', 각종 운동기구, 보조제
- 수용자 참여, 물리적인 몸의 변화의 '간증'을 통해 재생산되는 '몸 개조'의 신화

그림 1. 장르와 텍스트/수용자/제도의 관계



출처: Lacey, 2000/2020




---



---



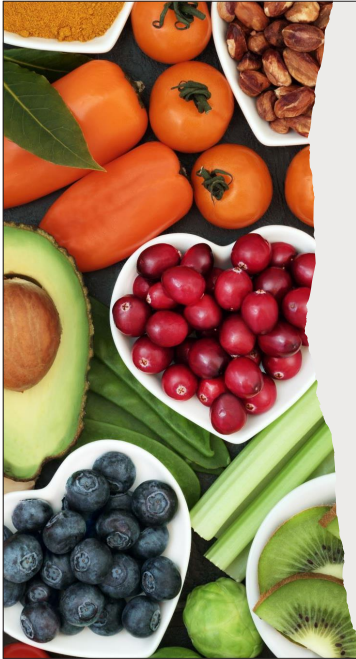
---



---

## 참고문헌

- Conor, B. (2021). 'How Goopy are you?' Women, Goop and cosmic wellness. *European Journal of Cultural Studies*, 24(6), 1261-1281.
- Lomborg(2011), *Social media as communicative genres*, *Mediekultur*, 27
- Silva, M. D. B., Farias, S. A., Grigg, M. H., & Barbosa, M. L. (2021). The body as a brand in social media: analyzing digital fitness influencers as product endorsers. *Athena digital*, 21(1), 1-34.
- Sturken, Marita, Lisa Cartwright, 윤태진, 허현주, 문경원 역 (2006). *영상문화의 이해*. 서울: 커뮤니케이션북스. ISBN 8984995606.
- 김경보.(2022).20대 여대생 다이어트 경험의 내러티브 분석 : SNS와 인플루언서가 감량 경험에 미치는 영향 및 다이어트 동기의 역할.한국언론학보,66(3),139-182.
- 김예란.(2012).리액션 비디오의 주목경제.방송문화연구,24(2),161-192.
- 김혜원, 강혜원 and 백지연. (2018). 크리에이터에게 이용자와 상호작용한다는 것은 무슨 의미인가. 방송과 커뮤니케이션, 19(2), 49-90.
- 류지현, 조윤희, 원용진.(2021).프로아나(proana): 몸 정치성의 교란.미디어, 젠더 & 문화,36(4),5-59.
- 윤태일.(2004).여성의 날씬한 몸에 관한 미디어 담론 분석.한국언론학보,48(4),5-30.
- 이소은.(2012)."Evolve or Die!" 수행적 자기관리로서 보디빌딩.언론과 사회,20(1),132-177.
- 이수안. (2011). 대중문화에서 기호가치로서 몸 이미지의 소비양식 - 아이돌 그룹을 중심으로 -. 문화와 사회, 11(1), 193-235.
- 임인숙, 김민주.(2012).한국 다이어트 서바이벌 프로의 비만 낙인 재생산.한국여성학,28(4),1-38.
- 한설아(1999). 여성의 다이어트 경험을 통해 본 성의 정치학. 한국성폭력상담소(역). 섹슈얼리티 강의,(144-171). 서울: 동녘



<2023년 한국여성커뮤니케이션학회 30주년 기념 봄철 학술대회>

**“고민 없이 맛있는 식탁을  
차려보세요”  
푸드 콘텐츠 큐레이션 플랫폼  
이용에 대한 비판적 연구**  
:개인화, 미학화, 젠더화 차원에서  
이용자 큐레이션 사례 분석

김지현(한양대학교)

## 연구의 배경: 푸드 콘텐츠 큐레이션과 플랫폼 경제의 발달

- 코로나19 이후 배달과 장보기를 위한 무접촉(zero-contact) 기술에 대한 수요 증가
- 이례적인 물가 상승으로 '홈메이드 쿡' 현상이 일상에 정착
- 1인 미디어 트렌드 다변화: 먹방, 쿡방, 브이로그, etc
- 푸드 콘텐츠 큐레이션에 전문화된 플랫폼의 등장: 앱스토어 상위권의 '우리의 식탁'(컬처 히어로)와 '만개의 레시피'(이지에이치엘디) 등이 대표적 사례
- 플랫폼화 - 푸드 콘텐츠 큐레이션과 이커머스 서비스의 연결과 융합
  - ✓ 푸드 콘텐츠 큐레이션: 전문가로부터 아마추어에 이르는 다양한 주체의 콘텐츠 제작자들이 제공하는 조리법과 차림 방법을 개별 이용자의 콘텐츠 소비 패턴을 분석해 제공
  - ✓ 이커머스: 요리에 사용되는 식재료 및 주방용품과 가구에 대한 실시간 판매와 할인 행사에 대한 정보를 제공
  - ✓ 전 과정이 '맞춤형'으로 개인화 서비스

### 시장을 주도하는 앱: 평균 MAU 기준 상위 10위 식음료 앱

대한민국					
	2021년 1분기	2021년 2분기	2021년 3분기	2021년 4분기	2022년 1분기
1	Baedal Minjok	Baedal Minjok	Baedal Minjok	Baedal Minjok	Baedal Minjok
2	Yogyo	Yogyo	Yogyo	Yogyo	Yogyo
3	Coupage Eats	Coupage Eats	Coupage Eats	Coupage Eats	Coupage Eats
4	Starbucks Korea	Starbucks Korea	Starbucks Korea	Starbucks Korea	Starbucks Korea
5	Market Kurly	Market Kurly	Market Kurly	Market Kurly	Market Kurly
6	BURGER KING KOREA	BURGER KING KOREA	BURGER KING KOREA	BURGER KING KOREA	BURGER KING KOREA
7	한개의 레시피	한개의 레시피	한개의 레시피	한개의 레시피	한개의 레시피
8	McDonald's App	이디야멤버스	이디야멤버스	이디야멤버스	McDonald's App
9	이디야멤버스	McDonald's App	McDonald's App	McDonald's App	이디야멤버스
10	굽춘치킨	Gang-Cha	해로오더	해로오더	굽춘치킨

출처: data.ai Intelligence : 중국을 제외한 전 세계, iOS와 안드로이드 기기의 평균 월간 실사용자 수 (MAU) 기준

- '2022년 식음료 모바일 앱 시장 현황' 보고서에 따르면 지난 1년간 전세계 사람들이 식음료 애플리케이션 사용에 55억 시간을 쏟은 것으로 나타났으며 1위는 인도로 약 10억 시간을 사용
- 한국은 1억7000만 시간을 식음료 앱을 사용해 세계 톱(TOP)10 안에 들어

출처 : <https://www.sedaily.com/NewsView/269QSYS2DN>

### 레시피 조회 통계

분석 OS : Android+iOS WEB : Mobile+PC 기간: 2020.02.01 - 2022.07.31

View 페이지 통합 조회수

- 2020년 코로나19 팬데믹 이후 국내 이용자들의 월별 레시피 조회 추이

출처 : <https://www.sedaily.com/NewsView/269QSYS2DN>

.....

.....

.....

.....



## 이론적 배경: 문화매개로서 플랫폼의 큐레이션 커머스

- 플랫폼이 마치 전시 기획자(curator)처럼 제품과 서비스를 수집, 전시, 기획하듯이 골라 이용자의 구매 행동 패턴에서 드러나는 취향을 고려, 그에 적절한 유통 및 판매 활동을 펼치는 상거래(commerce) 과정 또는 활동(이상길, 김지현, 2013 in process)
- 문화매개(자) – 부르디외의 사회학 이전부터 프랑스 문화 정책과의 관련 속에서 문화매개자는 일종의 대중적으로 알려진 정책 용어로 창작자와 작품, 관객 사이를 연결하는 기획자 직군을 이르기 위해 사용(Bourdieu, 1987)
- 큐레이션 커머스는 그 단어의 뜻 그대로 예술기획(curation) 대 상거래(commerce)라는, 문화매개를 거치지 않는다면 분리될 수 있는 개념들의 겹침
- 이상길(2010)은 부르디외의 문화매개자 개념을 발전시켜 온라인 미디어에서 생산자와 수용자 사이의 상징적 중개(intermediary) 작업을 통해 경제적 혹은 상징적 자본을 획득하고, 축적하며 이를 통해 기존의 문화적 형식과 장르, 취향의 변동을 가져오는 ‘온라인 문화매개자’들의 출현을 논의 cf 네이버
- 플랫폼 위주로 재편되는 있는 이커머스 분야에서 그 상업적 가치가 입증되고 있는 큐레이션 서비스는 문화매개(자) 활동이 IT 용어로 번역된 사례

## 이론적 배경: 플랫폼 문화정치 – locating curating power

- 한 플랫폼을 이용하는 사람의 수가 늘어나면 늘수록 그 플랫폼 이용에서 기대되는 이익과 효과가 증대되는 네트워크 효과(network effect) 발생
- 문화매개 활동 전반의 데이터화(dafafication)(Couldry&Yu, 2018) – 플랫폼의 다양한 수익 활동을 보충하거나, 증속되는 경향
- 이용자와 플랫폼 사이의 관계는 이전의 문화매개 분야의 기획자와 관객 간 관계에 비해 보다 상호의존적
- 이 과정에서 플랫폼의 큐레이팅 파워는 증대되지만 이전의 전통적인 문화 생산과 비교해 행위자가 더 다변화되는 측면에서 대항헤게모니 발생도 가능
- 니어보그와 포엘(Nieborg & Poell, 2018)이 언급한 것처럼 오히려 플랫폼으로 매개되는 문화적 재화를 공급하는 조직과 이용자, 플랫폼 기업 모두가 그 경제에서 형성되는 시장 권력을 두고 겨루는 쟁투
- 문화 매개의 영역에서 행위자간(생산, 매개, 이용) 또는 시장간(문화, 기술, 금융) 큐레이팅 권력을 둘러싸고 그 위치를 선점하려 벌이는 과정(locating curating power)(Prey, 2020)



## 요리를 스타일하다

# 우리의식탁

### 이론적 배경: 문화매개의 플랫폼화

- 플랫폼(platform)으로서의 본래 역할이라 할 이용자들과 광고주, 콘텐츠 및 서비스 제공업자, 생산자/제작업체 및 공급업체 등 다양한 행위자들 사이에서 제품과 서비스를 매개하는 방식에서 기술적 혁신(이상길, 김지현, 2023 in process)
- 문화매개의 자동화 - AI/로봇 기술을 이용해 이용자 행동 패턴을 심층적으로 분석해 그 결과를 이용자 대상 취향과 관심사 분류에 활용(ibid)
- "우리의 식탁을 한 뼘 더 특별하게 만들어 줄 취향의 발견" 하는 큐레이터 역할 자처(<우리의 식탁>, 2023.4.1.)
- 일상적으로 소비되는 식품의 미학적 가치를 극대화하는 '큐레이션 커머스'로 사업 분야 확대 cf <우리의 식탁> 캐치프레이즈, "요리를 스타일하다"

## 이용자 큐레이션과 플랫폼 자본주의

- 콘텐츠 큐레이션 플랫폼 대부분은 아마추어 콘텐츠와 전문가 콘텐츠가 혼재된 '부분적으로라도' 웹2.0 플랫폼으로 구성(Van Dijck, 2009).
- 이용자 개개인이 소비의 장애 가져오는 특이한 논리, 실천의 레퍼토리들이 그 공간의 구성에 변화와 저항의 가능성을 가져올 것이라는 기대(De Certeau, 2005; Jenkins, 2006).
- 테라노바의 '자유노동'(free labour) (Terranova, 2000) - 이용자의 자유로운 활동을 통해 생산하는 정보와 데이터, 콘텐츠, 나아가 다른 이용자들 간의 상호작용에서 생성되는 친밀성, 감정, 정동의 교환이 지불되지 않는 부불(unpaid) 노동이 되는 문제
- 큐레이션 플랫폼은 단순히 이용자들에게 레시피와 같은 정보를 제공할 뿐 아니라 그 이용자들의 이용 행태와 선호도에 대한 막대한 데이터를 추적하고 '파트너'라 불리는 전자상거래 참여기업 및 콘텐츠 보완자들(Nieborg & Poell, 2018)과 이를 교환

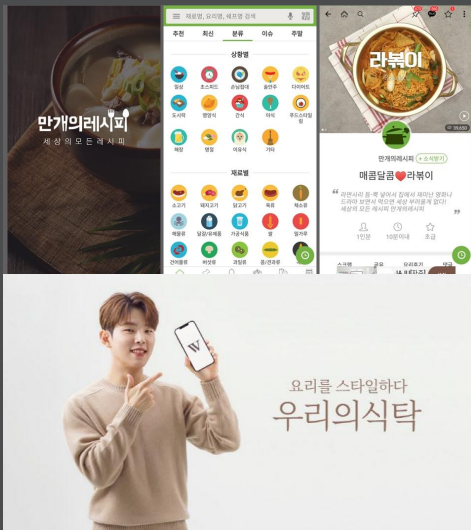
## 문제의식과 연구문제

### 플랫폼 분석

- 오늘날 한국 사회의 식문화에서 디지털 플랫폼의 푸드 콘텐츠 큐레이션은 구체적으로 어떤 방식으로 이뤄지고 있는가? 그에 따라 어떠한 소비 패턴과 트렌드가 만들어지고 있는가? 그 과정에서 가사노동으로서 요리의 미학화, 상업화가 이뤄지고 있는가?
- 플랫폼 큐레이션의 담론적 특성은 무엇이며, 그에 내재된 문화적 이데올로기에는 무엇이 있나? 젠더화 측면에서 큐레이션의 성격은 어떻게 분석될 수 있는가?

### 이용행태 분석

- 그 반복적인 이용을 통해 이용자들은 구체적으로 어떠한 이용 행태들을 보이고 있는가?
- 문화정치와 디지털 경제가 맺는 관계에 대한 비판적 시각에서 그 플랫폼의 개인화 된 이용이 갖는 가능성과 한계는 어떻게 분석될 수 있는가?
- 플랫폼 경제와 이용자창작콘텐츠를 제공하는 콘텐츠 보완자로서 이용자가 맺는 관계는 어떠한가? 이용자창작콘텐츠(UGC)와 전문가콘텐츠의 혼용이 가져오는 큐레이션 분야에서의 참여문화 확산에 대해 그 가능성과 한계는 어떻게 논의될 수 있나?



## 연구대상

- ❖ 만개의레시피 - 앱 누적 다운로드 수 1000만, 가입 회원 350만명, 앱 단독 MAU(월 활성 사용자) 100만명, 웹을 포함한 전체 MAU 600만명, 약 20만개의 레시피를 보유(세계일보, 2023.01.18)
- ❖ 우리의식탁 - 앱 누적 다운로드수 170만건, 누적 회원가입수 100만명 (Venturesquare, 2021.12.3.)

#	사례	구분	모기업 사이트 주소
1	오늘의 식탁	'집밥'(집에서 요리) 레시피 전문, 푸드 데코레이션 노하우 제공, 다양한 식재료와 조리도구 판매	<a href="https://wtable.co.kr">https://wtable.co.kr</a>
2	만개의 레시피	10만개 레시피 제공, 백과사전 구성, 매거진 메뉴 별도 제공	<a href="https://www.10000recipe.com/">https://www.10000recipe.com/</a>

### 연구방법

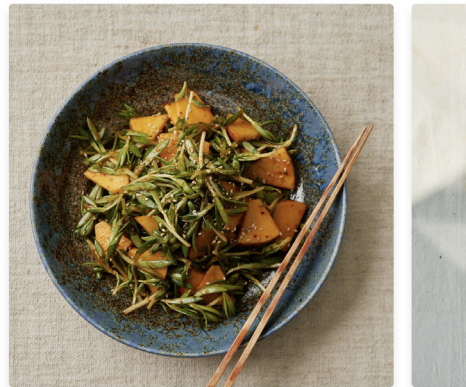
- 한국의 대표적인 푸드 콘텐츠 큐레이션 플랫폼들을 대상으로 이들의 모바일 어플리케이션에 대한 질적연구
- 플랫폼과 관련 국내외 도서 및 연구논문, 연구보고서와 웹사이트 자료 등의 문헌조사
- 2023년 3월: 모바일 어플리케이션 사례들을 대상으로 플랫폼 비즈니스 모델과 디자인, 큐레이션 콘텐츠 텍스트분석
- 2023년 4월: 플랫폼 이용자들 10인에 대한 심층인터뷰를 통해 그 이용에 대한 비판적 연구 진행

### 연구결과(1) 큐레이션 소비의 개인화와 취향의 편향

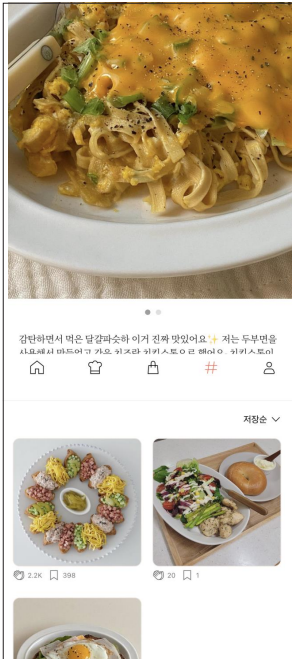
- 플랫폼의 자동화 큐레이션 - '레시피 검색'에서의 정보 과잉과 오정보 식별의 문제를 '걸리(filtering)'서 해결
- AI/로봇 등의 자동화 기술을 이용해 플랫폼에 입점된 상품들을 특정 주제 하에 선별해 분류, 그 식품으로 가능한 레시피와 연결해 단순 식품 관련 내용뿐 아니라 브랜드 정체성에 대한 설명 등의 스토리텔링 작업을 통해 '추천'
- 그 지속적인 이용 과정에서 이용자들의 '취향'과 '관심'의 특징과 태도, 경향이 데이터화돼 플랫폼의 자동화 큐레이션에 반영

무얼 먹을지 고민이라면

돌나물 사과무침  
어떠세요?



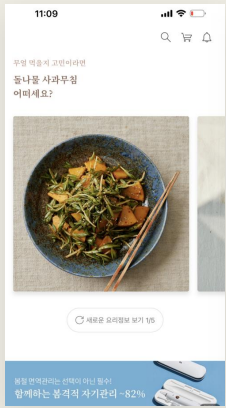
새로운 요리정보 보기 1/5

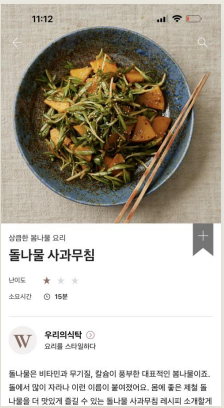


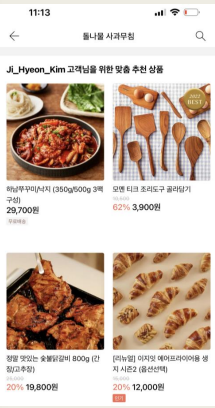
### <만개의레시피>와 <우리의 식탁>의 개인화 서비스

- 자동화 큐레이션으로 일차적으로 제공 - 이용자가 기존에 본 레시피 콘텐츠들이 '내가 본 레시피', '스크랩한 레시피', '리뷰한 레시피'(<만개의레시피> 제공), '팔로잉 리스트'(<우리의 식탁> 제공) 등의 큐레이션 리스트(curated list) 형태로 개별 이용자의 '개인 페이지'에서 제공
- 일반적인 큐레이션 리스트는 플랫폼에 의해 통제 - 플랫폼의 시기술을 이용해 리스트가 자동적으로 업데이트되며 이용자의 편집권은 없음 eg 이용자가 팔로잉하는 이용자 창작 큐레이션 콘텐츠의 지속적인 업데이트 (<우리의 식탁>의 '팔로잉' 리스트)
- 일부 큐레이션 리스트는 이용자가 편집 가능 eg <만개의레시피>의 '스크랩한 레시피' 리스트

## 전문가 큐레이션 소비를 통한 취향의 편향과 이용자 상품화의 문제







- 취향의 편향 - '맞춤형' 서비스의 반복 이용을 통해 플랫폼이 제공하는 전문가 큐레이션에 맞춰져 특정 집단의 요리에 대한 지식 및 정보 소비 패턴이 도식화되는 문제
- 이용자 상품화 - 이용자 외의 다양한 행위자들(입점 업체 외 다수의 3rd parties)의 상호이익을 중재(as a mediator)하는 플랫폼의 역할은 이용자를 상품화하는 과정에서 관찰됨 cf Smythe, 1977; Fuchs, 2015
- Eg 매일 제공되는 '새로운 요리정보' 보기의 레시피 화면에서 하단에 제공되는 '고객님을 위한 맞춤 추천 상품'(<우리의식탁>, 2023.04.01)

### 이용자 큐레이션의 생산과 소비

- 누구나 요리사 - 이용자 창작 레시피 콘텐츠 생산과 공유, 소비가 활발하게 이뤄지는 웹2.0 플랫폼으로서의 기능들
- <우리의식탁>은 #스타일 메뉴를 통해 이용자 큐레이션 페이지 특성화 - 이용자 창작 콘텐츠만 큐레이션, 이용자들은 특정 포스트에 공감 표시를 하면 플랫폼에서 사용할 수 있는 포인트 획득(1회당 10p/일일 10회 제한)
- 레시피 공모전 - 상시/주기적으로 개최
- '라이프 스타일러'(우리의식탁), '브랜드관 셰프'(만개의레시피) 상시 모집
- 경제적 수치로 환원될 여지가 있는 이용자 활동은 플랫폼 경제와 관계에 보다 의존적이 되면서 그 자본주의 논리를 직접 물신화하고 재생산할 위험(Kim & Yu, 2019)

꿀라리는 제미가 있는 행형색채 유부초밥.)

13일 전 답글달기

**minook\_table**  
유부초밥이 너무 예뻐요ㅠㅠ 지인들 초대할때 해봐야겠어용!  
2주 전 답글달기

**민순미1143949164**  
너무 예뻐요^^  
2달 전 답글달기

### 연구결과(2) 큐레이션의 미학화와 상품화

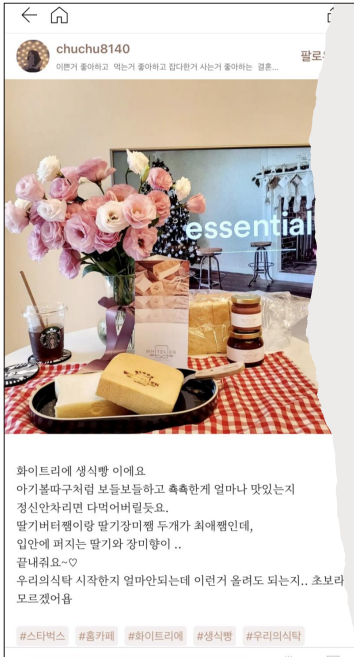
- 당장 요리를 하지 않아도 찾아보는 라이프 스타일 콘텐츠로 레시피 콘텐츠 소비
- 이용자 창작 콘텐츠로 제공되는 <우리의식탁> #스타일 페이지에는 상차림 이미지 중심, 막상 레시피에 대한 설명은 거의 등장하지 않음
- 폭소노미(Folksonomy) 기반 이러한 스타일 일예 '태그' 걸어진 키워드들은 사회관계망 서비스(SNS)의 유행 아이템과 협찬 받은 밀키트(손질된 식재료와 레시피가 세트로 구성된 상품) 상품의 마케팅 키워드와 유사하거나 겹침

-----

-----

-----

-----



- 소비자로부터 지속적으로 새로운 유행과 경험, 감각화에 대한 관심 이끌어내는 이용자 창작 큐레이션에 의한 실재의 '미학적 고양' (Featherstone, 2007)
- 요리 방식의 전문성 뿐 아니라 해당 레시피가 가진 예술성과 그 디자인/스타일 구성에서 제작자가 드러내는 창의력이 중요
- 모바일 화면에서 시각화/이용자들의 관심을 끌기 위해 최근의 디자인 트렌드를 반영, 신선한 식재료의 질감을 구현하는 고품질의 이미지와 감성을 자극하는 텍스트를 조화로운 색상으로 조합
- 전문가 큐레이션을 모방하는 사례들 관찰됨
- 레시피의 맛에 대해서는 이용자들 대화가 방어적 - 미학화 측면에 대한 강조가 주를 이뤄 이러한 트렌드에 호응

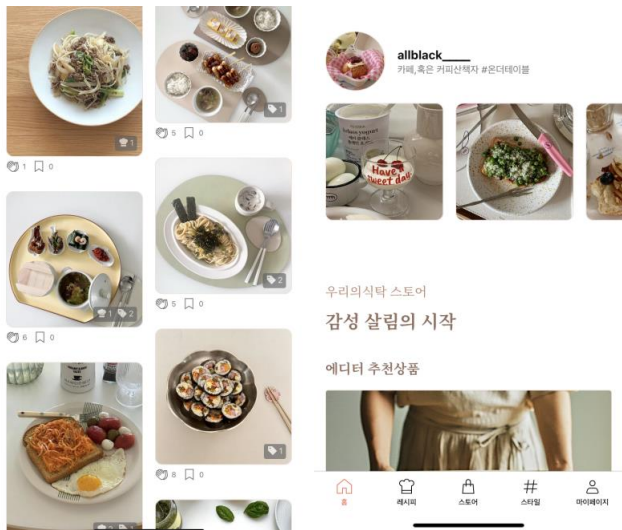


이 #스타일이 좋았다면 공감해 주세요.  
작성자에게도 10P가 지급됩니다.

공감하고 10P 받기

60명이 공감했어요 :)

- #여름음식, #홈카페, #감성키치템, #분식 등의 주제별로 한껏 차려진 식탁의 예시들을 보여주며 이용자들로부터 그에 대한 '좋아요' 공유 반응을 수렴하고, 이를 통해 콘텐츠별 인기를 비교
- 이커머스 기능과 연계한 - '우리의 식탁 스토어' 메뉴에서 "감성 살림의 시작"을 위한 전문가 추천 상품 큐레이션 서비스
- 텍스트 기반 수행(textual performance) 실물 수행(live performance)과 사이의 격차(illouz, 2007)를 예상하면서도 '스타일' 소비
- 가사노동의 상품화에 새로운 경향 - 개인이 자신의 소득수준에 따라 개별적으로 가사노동 대체하거나 그에 투여되는 노동의 정도를 축소하는데도움이 될 상품 및 서비스를 구매하게 되는 '가사노동의 상품화'에 미학화 작업이 연계







## Bibliography

- Bourdieu, P. (1987). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard university press.
- Couldry, N., & Yu, J. (2018). Deconstructing datafication's brave new world. *New media & society*, 20(12), 4473-4491.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism*. Sage.
- Fuchs, C. (2015). *Dallas Smythe and digital labor*. Routledge.
- Illouz, E. (2007). *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. Polity.
- Kim, J. H., & Yu, J. (2019). Platformizing webtoons: The impact on creative and digital labor in South Korea. *Social Media+ Society*, 5(4), 2056305119880174.
- Prey, R. (2020). Locating power in platformization: Music streaming playlists and curatorial power. *Social Media+ Society*, 6(2), 2056305120933291.
- Smythe, D. W. (1977). Communications: blindspot of western Marxism. *CTheory*, 1(3), 1-27.
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New media & society*, 20(11), 4275-4292.
- 이상길. (2010). 문화매개자 개념의 비판적 재검토: 매스 미디어에서 온라인 미디어까지. *한국언론정보학보*, 154-176.
- 이상길, 김지현(2023 In process). *문화매개(가제)*. 컬처룩.

들어주셔서 감사합니다!

김지현(한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 조교수)

E-mail: ethnographer@hanyang.ac.kr



2023년  
한국여성커뮤니케이션학회  
30주년 기념 봄철 학술대회



**제2세션**  
**14:15-15:45**

**309호**

**뉴미디어연구회 세션**

사회 : 손승혜(세종대)

**1. 메타버스 성범죄 위험 해석 : 제페토의 여성 청소년과 성인 이용자 비교 연구**

발표 : 박소영(중앙대)

토론 : 나은희(한국외국어대) · 조은영(채널A)

**2. Data로서 공영방송 뉴스영상 아카이브의 새로운 도전, 변화의 시작**

발표 : 현기택(MBC)

토론 : 조수선(대진대) · 최효진(한국외국어대)



# 메타버스 성범죄 위험 해석: 제페토의 여성 청소년과 성인 이용자 비교 연구

여성커뮤니케이션 봄철 정기학술대회  
뉴미디어연구회 세션  
April 8, 2023

박소영 [soyoungpark@cau.ac.kr](mailto:soyoungpark@cau.ac.kr) @ 중앙대 인문콘텐츠연구소

## Table of Content

- 서론: 메타버스 공간의 사회적 문제
- 이론적 검토 및 연구문제
  - 메타버스, 메타버스 성범죄, 특징과 쟁점들
  - 메타버스 성범죄 피해의 해석: Ferraro의 범죄위험해석 모형의 적용
  - 메타버스 성범죄 피해의 해석: 미디어 심리학 관점에 기반한 또다른 세계와 자아의 해석
  - 연구문제
- 연구대상 및 연구방법
  - 메타버스 성범죄, 제페토(Zepeto) 케이스를 중심으로
  - 연구설계
- 연구결과
- 논의

**Introduction: the motivation of the study**



The screenshot shows a news article from Chosun Ilbo. The title is "메타버스 파고든 성범죄... 13세 여학생 가장해 들어가 보니" (Sexual crime in metaverse... 13-year-old girl hacked her parent's account to investigate). The article is categorized under "사회" (Society) and "주간조선" (Weekend Chosun). The author is "김요정 기자" (Kim Yojung, Reporter) and the update time is "업데이트 2022.06.26. 05:56". The article includes a video player showing a virtual metaverse environment with avatars and a text overlay. Below the video, the text reads: "A씨는 딸의 스마트폰에서 딸이 직접 찍은 성기 사진을 보고 충격을 받았다. A씨의 딸은 메타버스 앱 '제페토'에서 만난 한 캐릭터가 아이템을 사줄 테니 성기 사진을 보내 달라고 해서 사진을 찍었다고 했다. 이를 나무라는 A씨에게 딸은 '얼굴이 드러난 것도 아니고 무엇이 문제냐'고 대답했다고 한다." (Mr. A was shocked when he saw a photo of his daughter's genitalia that she had taken herself on her smartphone. His daughter said she took the photo because a character she met in the metaverse app 'ZEPETO' asked her to send a photo of her genitalia in exchange for an item. When Mr. A scolded her for it, she replied, 'It's not like my face is exposed, what's the problem?'). The article also mentions that metaverse digital sexual crimes may become a new platform for such crimes.

# 이론적 검토 및 연구문제

-----

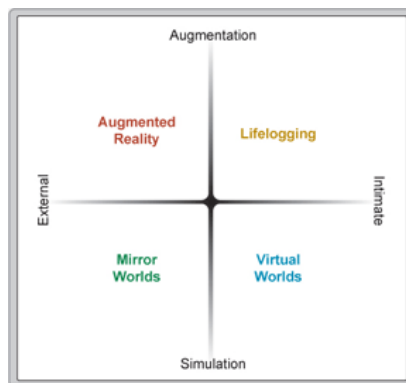
-----

-----

-----

## 메타버스(Meta+Verse)

- Stephenson, N. (1992): 초월(meta)과 세계(universe)의 합성어
- ASF (2007): 가상화된 물리적 현실과 물리적으로 항구적인 가상 공간의 융합 : 현실 세계의 '증강(augmentation)'과 현실 세계의 '모방(simulation)', 내부(intimate) • 외부(external) 지향적 세계관
- 김상균 · 신병호 (SPICE 모델, 2021): 연속성, 실재감, 상호운용성, 동시성, 경제 흐름
- 이임복 (2021): 자유도, 소통(소셜), 수익화
- 유흥식 (2022): AR-VR, 게임-비게임 콘텐츠, 비개방-개방/확장형



Metaverse Scenarios (ASF, 2007)

## 메타버스 성범죄: 특징과 쟁점들

### 디지털 아바타 및 캐릭터를 대상으로 한 성범죄

메타버스(Metaverse)상 아바타(avatar)나 캐릭터를 대상으로 하는 성적 공격, 언어적 성적 괴롭힘을 포함한 새로운 형태의 성적 가해 행위

- 사회문화적 쟁점
  - 실질적 피해와 위험성의 불확실성
  - 아동, 청소년의 피해 가능성
- 기술적 쟁점
  - 플랫폼의 영향과 역할
  - 기술의 관여 범위
  - 텔레햅틱(Telehaptics) 등 기술 고도화
- 법적 쟁점
  - 성폭력범죄의처벌등에관한특례법 적용의 한계
  - 통신매체이용음란죄 적용의 한계
  - 모욕죄, 명예훼손죄 적용의 한계
  - 아동복지법 적용의 한계
- 대안 모색
  - '성적 인격권' 보장 침해에 대한 처벌 규정 신설 권고: 확대된 '인격성(personhood)'의 의사에 반하여 성적 대상화가 되지 않을 자유 (2022.01)
  - 메타버스 윤리원칙 공표 (2022.11)

## 메타버스 성범죄 피해의 해석: Ferraro(1995)의 범죄위험해석 모형의 적용

### 범죄 두려움과 위험해석모형

범죄 위험 인식을 범죄 두려움에 핵심적인 영향을 미치는 요소로 설명하는 이론

- 해석 과정에 '객관적 현실'이 아닌 개인의 주관성이 반영됨을 강조
- 개인 차원의 미시적 요소 + 환경 차원의 거시적 요소
- 범죄 위험의 인지적 지각(위험성 판단)과 부정적인 감정적 반응(두려움) 분리
- 두려움과 같은 정서적 반응과 행동 조장 간 관계의 모호성 (Krulichová & Podaná, 2018)

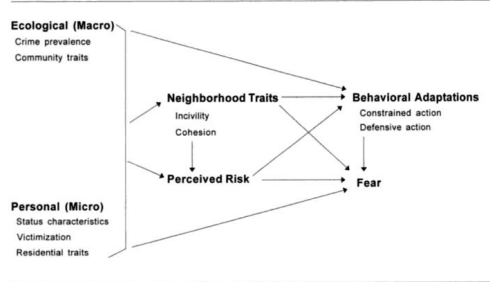


Figure 2-2  
Generic Model of Fear of Crime Based on a Risk Interpretation Approach

## 메타버스 성범죄 피해의 해석: 미디어 심리학 관점에 기반한 또다른 세계와 자아의 해석

### Interpretation of virtual world

Presence theory (Barfield et al., 1995; Dinh et al., 1999)

- The feeling of actually "being there"
- The sense of being that one receives from the perception of one's physical environment

Involvement (Vorderer, 1992)

- Phenomenon of being "captured" by a medium
  - Low and high involvement – distant/analytical mode or engaged

### Interpretation of virtual self

User-Figure Relationship (Cohen, 1999; 2006):

- Identification
  - Feilitzen & Linne's (1975) concept of similarity identification
  - Some salient characteristic in the figure that is shared by themselves

Embodied social presence (Mennecke et al., 2011)

- User's sense of presence in his or her own avatar in the virtual world that is related to the user's experience, mental state, perceived ability, and self-efficacy



## 연구문제

RQ1a-c. How are female users' sense of (a) presence, (b) engagement, and c) identification with their avatar associated with their risk perceptions of sexual assault in Zepeto?

RQ2. How does being or knowing a victim of sexual crime in the past associated with female users' risk perceptions of sexual assault in Zepeto?

RQ3a-b. How do teenage girls and adult women differ in their (a) user experience characteristics and (b) perception of risk for sexual assault in Zepeto?

RQ4a-b. Do teenage girls and adult women users exhibit different levels of (a) behavioral adaptations and (b) emotional reactions to sexual assault in Zepeto?

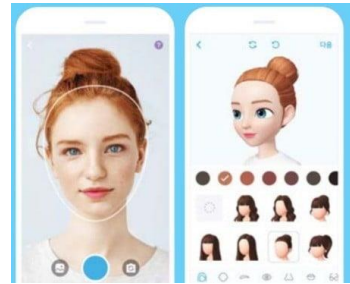
RQ5. (5-1) How do female users' risk perceptions of sexual assaults predict their levels of (a) behavioral adaptations and (b) emotional reactions? (5-2) How do the predicted relationship differ between teenage girls and adult women users?

## 연구대상 및 연구방법

## 연구대상 플랫폼: 제페토(Zepeto)

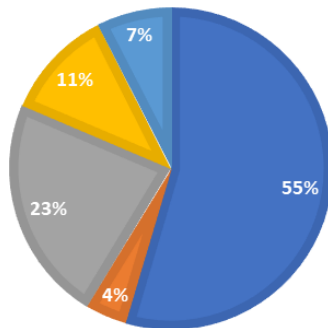
### 왜 제페토인가?

- 네이버제트(Z) SNOW에서 2018년 출시한 소셜앱
- 아바타 + 현실세계 및 가상환경 혼합 메타버스
- 소통방식: 문자, 음성, 제스처, 포즈 기능 탑재
- 이용자: 연령(7~12세 50.4%, 13~18세 20.6%), 성별(여성 77%) (닐슨코리아, 2021)
- 성범죄 유형:
  - 그루밍 성착취, 음성·문자를 통한 성적 가해
  - 역할극, 아바타 유사 성행위, 아바타 성추행, 아바타 스토킹 등



### 플랫폼별 메타버스 성범죄 보도 비율

■ 제페토 ■ 이프랜드 ■ 로블록스 ■ 호라이즌월드 ■ 마인크래프트



#### 빅카인즈 뉴스검색결과

기간: 1990-01-01 ~ 2023-01-03

검색어: 메타버스 AND (성범죄 OR 성폭력 OR 성착취 OR 성추행 OR 성희롱 OR 성폭행)

총 검색건수: 484건

## 연구설계

- 연구방법: 온라인 서베이 (2023년 2월 초 실시)
- 연구대상: 제페토 이용 경험이 있거나 현재 이용 중인 만 14-29세의 여성 이용자 (N=343: 만 14-19세 =120, 만 20-29세= 243)
- 측정변인(based on 5-point scale)
  - IV(현존감(presence,  $\alpha = 0.74$ ,  $M = 2.69$ ,  $SD = 0.82$ ), 몰입감(engagement,  $\alpha = 0.86$ ,  $M = 2.07$ ,  $SD = 0.93$ ), 일체감(identification,  $\alpha = 0.83$ ,  $M = 2.81$ ,  $SD = 0.92$ ));
  - MV(범죄위험인식(perception of risk,  $\alpha = 0.81$ ,  $M = 3.54$ ,  $SD = 0.80$ ));
  - DV(행동조정(behavioral adaptations,  $\alpha = 0.69$ ,  $M = 4.02$ ,  $SD = 0.69$ ), 정서적반응(emotional reactions,  $\alpha = 0.88$ ,  $M = 3.67$ ,  $SD = 0.91$ ));
  - CV(나이, 교육수준, 온라인/메타버스 성범죄 관련 사회 분위기, 과거 성범죄 피해 경험)
- 분석방법: Multigroup structural equation modeling using AMOS (ML estimation) and independent sample t-test
  - RQ1a-c: SEM(all)
  - RQ2: SEM(all)
  - RQ3RQ3a-b/RQ4a-b: independent sample t-test
  - RQ5.(5-1) SEM(all); (5-2) SEM(multi-group)

Note. 본 연구는 중앙대학교 생명윤리위원회의 IRB 심사를 거쳐 승인받았음을 밝힘. 만 19세의 경우 부모님의 사전 동의 절차를 거쳐 연구에 참여함.

## 연구결과

### 메타버스 이용 경험요소 및 과거 성범죄 피해 경험이 메타버스 속 성범죄 위험의 해석에 미치는 영향(RQ1, RQ2, RQ5-1)

	Risk perception	Behavioral adaptations	Emotional response
Presence	0.007 (0.165)	0.267 (0.165)	0.080 (0.229)
Engagement	-0.091 (0.113)	<b>-0.537 (0.117)***</b>	-0.082 (0.167)
Identification	<b>0.228 (0.069)**</b>	<b>0.310 (0.072)***</b>	<b>0.285 (0.103)***</b>
Prior victimization	0.099 (0.034)	-0.070 (0.033)	-0.085 (0.046)
Age	0.090 (0.014)	-0.025 (0.013)	0.077 (0.019)
Education levels	-0.015 (0.050)	0.073 (0.048)	-0.045 (0.066)
Crime prevalence-online	<b>0.262 (0.055)***</b>	<b>0.266 (0.057)***</b>	<b>0.155 (0.080)*</b>
Crime prevalence-metaverse	<b>0.244 (0.043)***</b>	-0.076 (0.043)	0.032 (0.060)
Risk perception		<b>0.162 (0.070)*</b>	<b>0.158 (0.098)*</b>
Behavioral adaptations			0.142 (0.125)
<i>R</i> <sup>2</sup>	0.262	0.259	0.230

**성범죄 위험의 해석에 관여하는 주요 영향요소**

- (온라인) 성범죄 관련 사회 분위기
- 아바타와의 동일시
- 위험 인식

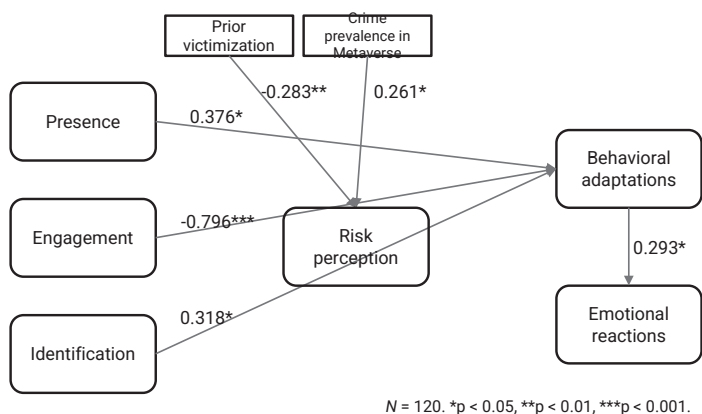
N = 343. Standardized regression coefficient with standard errors in parentheses. \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, \*\*\*p < 0.001.  $\chi^2 = 1352.936$ , df = 822; CFI/TLI = .93/.91; RMSEA = .03

### 여성 청소년과 성인 여성의 이용 특성 및 메타버스 성범죄에 대한 인식과 반응 비교 (RQ3, RQ4)

N = 343. †p < 0.10, \*p < 0.05, \*\*p < 0.01.

	Teenage girls, M (SD)	Adult women, M (SD)	t(343)
Presence	2.84 (0.86)	2.61 (0.79)	<b>0.23*</b>
Engagement	2.14 (0.95)	2.02 (0.92)	0.12
Identification	2.78 (0.97)	2.83 (0.90)	-0.06
Risk perception	3.34 (0.77)	3.65 (0.79)	<b>-0.31**</b>
<i>Behavioral adaptation</i>			
낯선 이용자와 오랜 대화 지양	3.82 (1.01)	3.87 (1.00)	-0.05
정보설정을 변경해 친구하고만 소통	3.84 (1.04)	4.07 (0.93)	<b>-0.23*</b>
아바타 성별 또는 개인정보 의도적 변조	3.61 (1.12)	3.83 (1.02)	<b>-0.23†</b>
불쾌한 이용자를 피하거나 차단	4.46 (0.81)	4.48 (0.77)	-0.01
<i>Emotional reactions</i>			
두려움	3.63 (1.23)	3.61 (1.13)	0.01
불안 및 우울감	3.39 (1.26)	3.53 (1.17)	-0.14
무력감	3.03 (1.28)	3.30 (1.27)	<b>-0.26†</b>
분노나 적대감	4.19 (1.06)	4.44 (0.85)	<b>-0.25*</b>
슬픔	3.33 (1.17)	3.27 (1.19)	0.06
수치심/모욕감	3.96 (1.18)	4.15 (1.02)	-0.19

### 집단별 메타버스 성범죄 위험 해석 과정과 영향 요소 비교 (RQ5-2): 여성 청소년

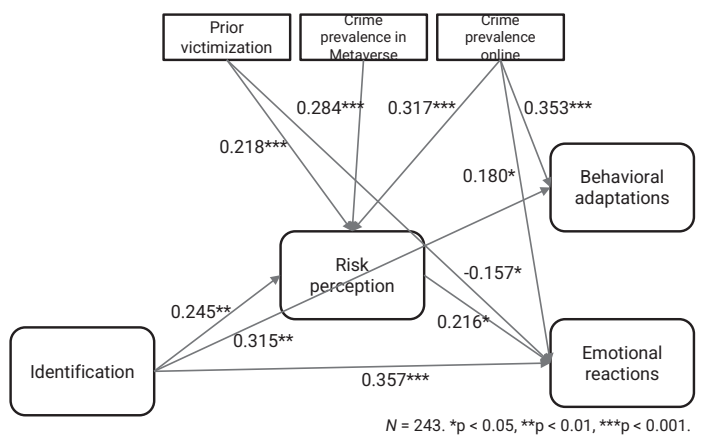


#### 여성 청소년의 메타버스 성범죄 해석 과정상의 특징

- 모든 메타버스 이용자 경험 요소의 유의한 영향력
- '몰입감'과 과거 성범죄 피해 경험의 부적(-) 영향
- 현존감과 아바타와의 동일시에 의한 정적(+) 효과
- 성범죄 위험에 대한 인식보다 행동을 중심으로 한 정서 반응

N = 120. \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, \*\*\*p < 0.001.

### 집단별 메타버스 성범죄 위험 해석 과정과 영향 요소 비교 (RQ5-2): 성인 여성



#### 성인 여성의 메타버스 성범죄 해석 과정상의 특징

- 메타버스 이용자 경험 요소 중 아바타와의 일체감만이 유의한 영향요소로 나타남
- 과거 성범죄 피해 경험의 인식적(+), 정서적(-) 영향
- (온라인) 성범죄 관련 사회 분위기의 영향력
- 성범죄 위험에 대한 행동보다 인식을 중심으로 한 정서 반응

N = 243. \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, \*\*\*p < 0.001.

## 논의

- Key influencing factors: identification with avatar and perceived crime prevalence
- Age-based differences in the interpretation of sexual victimization risk and fear
  - Teens, immuned or unguarded?
  - Risk in the sense of engagement?
  - What's the implication of action- and cognition-based reactions?
  - Inoculation from past experience of victimization?
- Metaverse needs a new (or more) theory?

---

---

---

---

Thanks & questions 😊





# Data로서 공영방송 뉴스영상아카이브의 새로운 도전

- 변화의 시작

2023. 4. 8 한국여성커뮤니케이션 학회 23년 봄철 학술대회  
- 뉴미디어 연구회 세션

MBC뉴스영상국  
현기택 차장



## 목차



- I. 방송사의 영상 아카이브
- II. Data란 무엇인가?
- III. 뉴스영상 아카이브의 새로운 도전
- IV. 미디어 생태계의 변화

## 01 방송사의 영상 아카이브란?

MBC

✓ 방송사가 개별적으로 보유하고 있는 **정형 + 비정형 데이터**의 보관 및 활용 시스템

### <저장 콘텐츠>

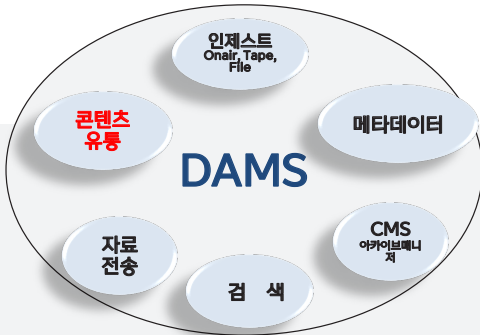
1. TV 프로그램 : 방송본 (MBC로고/홀림자막/오디오)
2. Radio 프로그램 : 표준 FM, 음악 FM
3. 뉴스소재 : 영상취재 편집본, 제보영상, 조전중앙방송, 외신
4. 제작소재 : 다큐멘터리 소재 편집본 : 인터뷰, 스케치 등
5. 예능 클린본 (방송본에 자막이 없는 상태)
6. 스포츠 경기영상 : 각종 경기영상 (프로야구 등), 국제행사 (올림픽, 월드컵 등)
7. 수출용 Version : M/E본, 음악교체본
8. 디지털 콘텐츠 (클립) : 예능연구소, 세로캠, 오분순삭, 뉴스 프리데스크 등
9. SMR, Youtube, Facebook, Dailymotion 유통 콘텐츠



## 02 MAM ( Media Asset Management) System

MBC

✓ MBC Archive System **DAMS** (Digital Asset Management System)



최근 업데이트 : 2022-10-21 오전 5:02:00

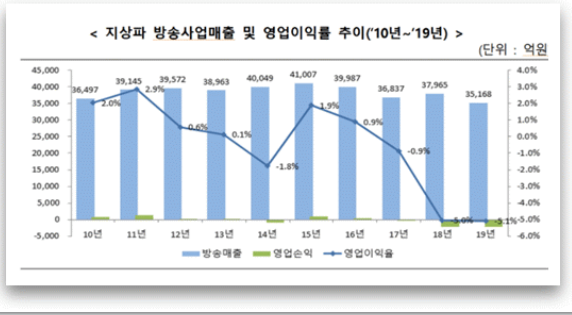
디지털 파일		
영상	라디오	
1,345,598 건	1,020,773 건	
467,319 시간	536,996 시간	
11,682,974 GB	87,576 GB	
부기 소재		
이미지	자막	대본
65,744,448 건	88,309 건	6,061 건

기간 검색 2021년 ~ 2022년 검색

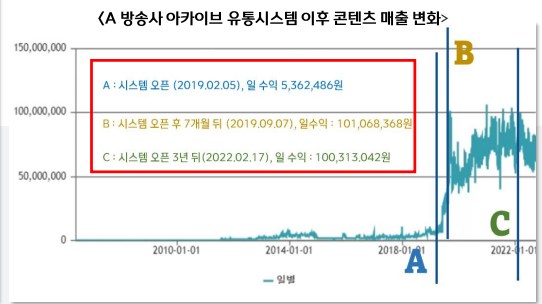


전체 디지털 파일 용량 약 **12PB**

### 03 국내 방송계 산업 현황 \_ 지상파 방송사업매출 현황 MBC



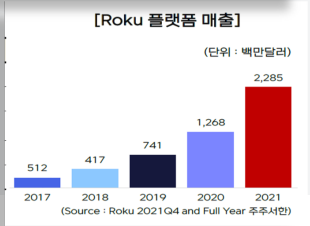
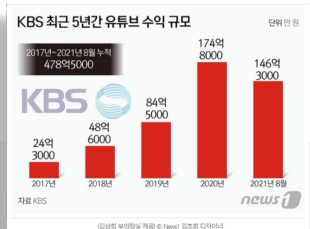
< 출처 : 2019년도 방송사업자 재산상황. 방송통신위원회 >



< 출처 : J 아카이브 시스템 업체 내부 자료 >

### 04 방송사의 영상 IP MBC

- ✓ 1. 산업적 측면(비즈니스) + 사회적 측면(저널리즘) 복합적 위기, 공공성과 산업성의 충돌
  - 2. 기존 광고의존적 매출 구조는 점차 감소, 프로그램 재판매를 통한 수익 증가
- ➔ A 방송사 22년 10월 중간집계  
: 전년대비 광고 수익 -40억, 콘텐츠 유통수익 +284억  
: 약 8천억 매출 중 콘텐츠 유통수익 약 2400억원



✓ FAST(Free Advertising Streaming TV)



Avod(Youtube, FAST 등) 기반의 스트리밍 유통 수익 증가

## 05 방송사의 욕망과 공공성의 충돌

MBC

☰ Ray Edmondson. (2016). 'Audiovisual archiving Philosophy and principles\_ver.2016)  
최효진. (2021). '공공영상문화유산' 아카이브 구축 방안 연구: 방송·영상 컬렉션 수집 및 활용 방향

방송통신위원회 주관 방송사 의견수렴 회의(2000년 7월)

단계		A	B	C	D
사전단계 부터		X	X	구체적 운영 방안 확립 후 결정 가능	현 논의 수준 에서 참여의사 표명 어려움
1단계(시범 적용) 부터		X	X		
2단계(보존 대상 확대) 부터		조건부참여 (목록, 메타DB)	X		
E	F	G	H	I	J
참여	-	X	X	X	-
	-	X	X	X	-
	-	X	X	X	-

<출처 : 공공 디지털 방송콘텐츠 아카이브 구축방안 연구, 방통위(2021), p114>

**Q. 왜 국내 방송사들은 공공영상 아카이브 개방을 외면하는가?**

## 06 방송사의 영상 IP

MBC

저작권

초상권

저작권접권

유지비용

\$

공공성은 어느정도 인정, 그러나 비용대비 **효율성**이 과연 얼마나 되는가?  
또, 일반 **시민의 직접적인 활용**이 얼마나 있을 것인가?



반폐쇄적



일부 개방, 약 6000건



개인이용 불가

## 07 뉴스 영상 IP

MBC

- ✓ 저작권
- ✓ 초상권
- ✓ 저작인접권
- 유지비용?



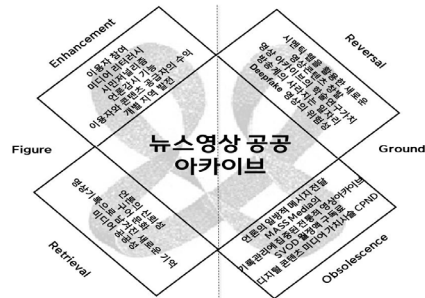
### 뉴스영상의 가치

### 〈뉴스영상 공공 아카이브 미디어테트라드 모형〉

1. 뉴스영상 소스는 공공성 목적으로 Gathering
2. 훈련된 취재진에 의해 수집 된 신뢰성 있는 기록
3. 타 저작물에 비해 상대적으로 저작권, 초상권 이슈에서 자유로움
4. 언론의 일방적 정보제공에 대한 견제 효과
5. 뉴스기반 영상 콘텐츠 수요 증가

STOCK

DATA



<출처 : 뉴스영상 아카이브 개방전략에 따른 미디어 공공성과 산업성의 양가성 고찰(현기택 2022) >

## 08 뉴스영상과 영상기록의 변화

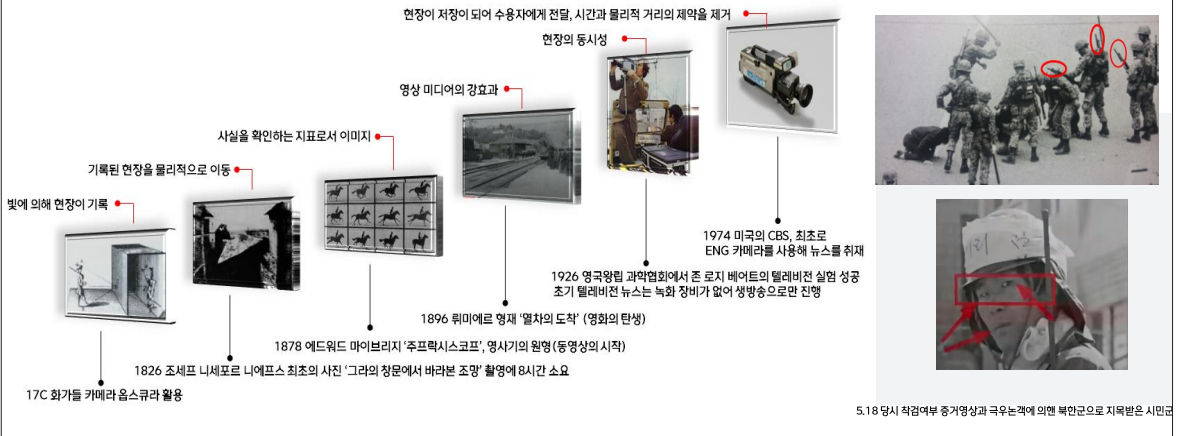
MBC



### 뉴스영상취재란

“내가 가서 직접 보지 못한 현장(사건)에 대한 목격자를 늘리는 행위”

참고-영상기자 134호, 김선호 인천초매터 국제 보도상심사 후기 '응답의 책임감'



## 09 Data로서 뉴스영상 아카이브

MBC

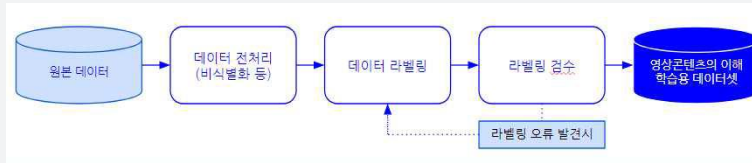
- ✓ 데이터에 대한 정확한 법률적 정의가 부재한 상황에서 '데이터'란 주로 **컴퓨터의 언어로 읽어 낼 수 있는 형태의 자료**를 말한다.



2014년 「공공기록물 관리에 관한 법률 시행령」  
 - 전자기록물이란 웹 기록물 및 행정정보 데이터세트 등의 기록정보자료  
 2020년 시행령 개정  
 - 행정정보 데이터 세트란 문자, 숫자, 도형, 이미지 및 그 밖의 데이터까지 포함.

- ✓ 영상기록이 데이터의 범주에 포함된다면 이를 보관 관리하고 있는 **영상 아카이브는 비정형 데이터가 저장된 거대한 원천 데이터 저장소**이다.

영상 데이터 세트 구축 과정 "영상이해 기술을 위한 방송 영상콘텐츠 데이터 세트"



➡ 'AI hub' 약 78개 이상의 영상 데이터 세트 제공

(출처: AIhub)

## 10 공공 데이터 개방과 공유

MBC



<https://okfn.org/opendata/>

• **Culture:** Data about cultural works and artefacts – for example titles and authors – and generally collected and held by galleries, libraries, archives and museums.

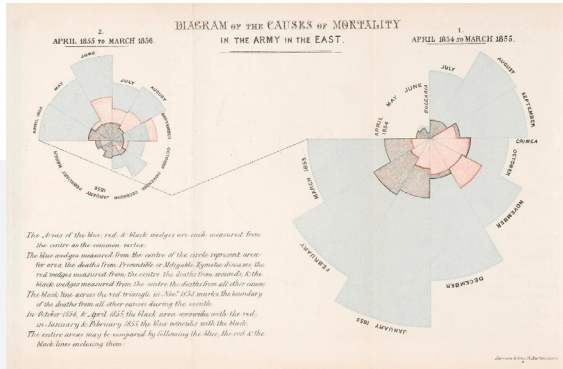
• **정보공개청구로 획득가능한 정보**  
 - 공공기관이 직무상 작성 또는 취득하여 관리하고 있는 문서(전자문서 포함)·도면·**사진·필름·테이프·슬라이드** 및 기타 이에 준하는 **매체 등에 기록된 사항**  
<https://www.2e.co.kr/news/articleView.html?idxno=300229>

- BBC Contens IP 강화
- 방송법(해외동향)
- 저작권법과 AI의 저작권

# 11 Data란 무엇인가?



영국 병사 사인에 관한 분석 \_ 프롤렌스 나이팅게일(1858)

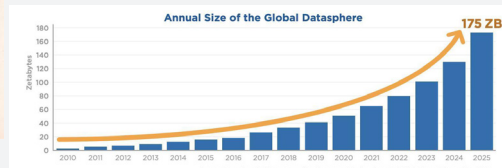


(출처 <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Nightingale-mortality.jpg>)

## Data ?

1. 이론을 세우는 데 기초가 되는 사실, 또는 바탕이 되는 자료(네이버 사전)
2. 프로그램을 운영할 수 있는 형태로 기호화, 숫자화한 자료(옥스포드 컴퓨터 용어 사전)
3. 어떤 값을 포함하고 있는 가공되지 않은 1차 자료(위키피디아)

무엇인가의 원천이 되는 자료

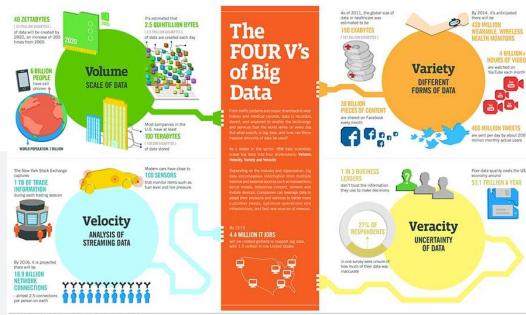


(출처: 2015년 ~ 2025년 데이터 증가 예상치 / IDC 2018)

# 12 Data란 무엇인가?



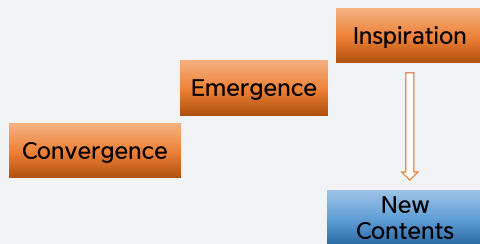
3V1C + 4V



(출처: <http://www.slideshare.net/AndersQuitzaulbm/big-data-analyticsin-energy-utilities.>)

## Big Data ?

1. 1977년 컴퓨터 학회 ACM(Association for Computing Machinery)
2. 단순히 데이터의 크기만을 의미하는 것이 아닌 데이터 생성과 속도, 데이터의 다양성을 포함(진달용, 2015)
3. 3V1C (Volume, Variety, Velocity, Complexity) + Veracity (Value, Visibility)



빅데이터의 가장 큰 특징은 소수의 데이터로는 아무런 특성도 나타나지 않지만 어느 정도 임계점(critical point)을 넘어가면 일종의 상전이(Pahse transition)를 거쳐 고유의 분포나 예측 가능하고 안정된 상태 등이 나타나는 복잡계(complex system)의 특성이 나타남(백대민, 오세욱, 2016)

# 13 영상아카이브의 새로운 도전



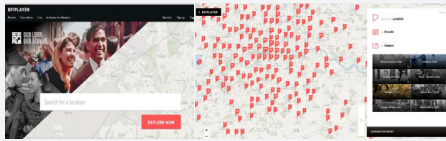
영국 BBC RES와 BFI National Archive의 BFI player

(BBC RES 화면 갈무리)



<https://bbcarchdev.github.io/res/>

(BFI player '영국인의 삶과 이야기')



- BBC와 BFI(국립영화협회)의 공조 체계
- BBC iplayer 를 통해 영상콘텐츠 개방, 공유, 판매
- 2006, BBC Creative library 아카이브 개방 실험 이후 iplayer로 진화.
- 교육용인 Teach's class clip, 파일럿 파트너십 프로젝트인 RES(Reasreach and Education space) 등 다양한 공적 목적의 영상 소스 및 데이터 제공
- 안정적인 자체 운영수익을 창출하기 위해 노력

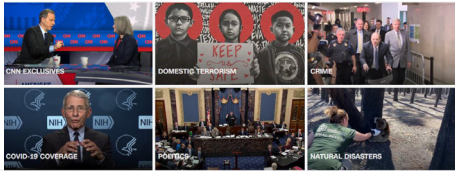


✓ 1,500 video clips, audio clips and images, covering each decade from the 1930s to the 2000s from BBC RemArc, (a Reminiscence Archive developed to benefit dementia patients and their carers)

# 14 영상아카이브의 새로운 도전



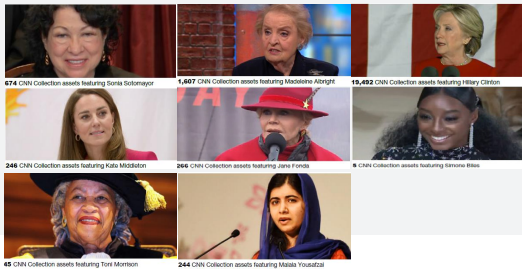
CNN Collection



“ We have a deep library of footage of inspiring women. We'd like to help you tell their stories.”

- Keiona Barnwell Licensing Consultant, CNN Collection

Untold Stories: Increasing Female Representation in Film



- Law**  
Of the 115 Supreme Court justices in U.S. history, only 5 have been women. Audiences may know Ruth Bader Ginsburg, but what about Sandra Day O'Connor, Sonia Sotomayor, Elena Kagan, and Conny Baretz?
- Politics & Business**  
Former Secretary of State Madeleine Albright was the first female to hold the position. Recently she's topped candidate lists in polls for [re-election](#). Former German Chancellor Angela Merkel outlasted dozens of other work [candidates](#) during her 16 years in office.
- First Ladies**  
First Ladies such as Jacqueline Kennedy, Nancy Reagan, Barbara Bush, Hillary Clinton, Laura Bush, Michelle Obama, and Melania Trump continue to be subjects of intrigue, even after their time in the White House.
- Royalty**  
From The Crown to Spencer to Oprah's interview with Meghan and Harry, audience crave stories about the Windsor women.
- Celebrity**  
Celebrity women have changed the world on and off screen, including Selity White, Jane Fonda, Phyllis Diller, Angela Lee, Regina King, Beyonce, and Lady Gaga.
- Sports**  
[84% of sports fans have an interest in women's sports](#), and admiration for female athletes goes well beyond performance on the field. A new generation to explore: Simone Biles, Megan Rapinoe, Naomi Osaka, and Chloee Kim.
- Artists**  
Look across music, literature, fashion, and TV/film-making. For instance, Toni Morrison published her first novel when she was nearly 40. Amanda Gorman became America's first ever National Youth Poet Laureate at age 18. Ava DuVernay is the [highest-grossing Black woman director in American history](#).
- Activists**  
From old school to new school, Gloria Steinem and Angela Davis to Malala Youzafai and Greta Thunberg, women have led the way in numerous movements.

<https://collection.cnn.com/pages/womeninfilm>



## 15 영상아카이브의 새로운 도전

MBC

### 미국 공영방송 AAPB 프로젝트와 미디어 생태 프로젝트 MEP

<MEP Technology 소개 화면>



- **협력형** 공공영상 아카이브
- 2013년 미국 공영방송공사가 후원, 미국의회도서관 보스턴공영방송사(WGBH)가 협력하여 공영방송아카이브(America Archive of Public Broadcasting, AAPB) 구축
- 2022년 기준 약 5만 시간 분량 디지털화 된 공영방송 프로그램과 원본 자료가 보관.
- 50%는 온라인 열람 가능, 나머지는 오프라인 열람.
- AAPB와 Dartmouth 대학의 '미디어 생태프로젝트'인 MEP를 통해 영상 아카이브를 활용한 다양한 연구를 진행
- MEP Tech를 통해 활용 가능한 기술 지원도 제공.



- The Bay Area Television Archive
- The Minnesota Historical Society
- The Mississippi Department of Archives and History
- The UCLA Film and Television Archive
- The University of Arkansas
- The University of Georgia
- The University of South Carolina
- WGBH
- The Wolfson Archive

<https://mediaecology.dartmouth.edu/wp/archives/600>

## 16 영상아카이브의 새로운 도전

MBC

### 프랑스 INA와 영상아카이브 확장 플랫폼

<INA의 수입구조 (단위 : 백만유로)>

구분	2019년	2020년	2021
수신료 분배 수입	82.6	84.6	87.9
저작권 사업 수입	36.8	34.1	40.2
합계	119.4	118.7	128.1


<출처: <https://www.inamediapro.com/Editorial/Offres-et-services-ina-MEDIAPRO>>

<INA Mediapro 영상콘텐츠 가격 책정표>

DIFFUSION EN TELEVISION PAR TRANCHE DE 30 SECONDES	Durée	IMAGE					SON		
		Actualité financ.	Information	Programme de flux	Événement sportif	Événement artistique	Prévu	Événement	
MIXTE - Toutes chaînes	jusqu'à 23 ans	700 €	700 €	333 €	1.000 €	1.300 €	1.750 €	330 €	700 €
EUROPE (dont France)	Toutes chaînes	650 €	650 €	333 €	900 €	1.200 €	1.600 €	330 €	650 €
FRANCOPHONE	Toutes chaînes	500 €	600 €	700 €	900 €	1.100 €	1.300 €	300 €	400 €
FRANCE - Grand Média	jusqu'à 2 ans	500 €	500 €	400 €	700 €	900 €	1.200 €	250 €	300 €
FRANCE - Multi chaînes (non-linear) Livraison	jusqu'à 2 ans	600 €	600 €	400 €	800 €	1.000 €	1.300 €	300 €	300 €
FRANCE - Chaîne HISTORIQUE	jusqu'à 4 ans	400 €	400 €	150 €	500 €	700 €	1.000 €	200 €	400 €
FRANCE - Chaîne TNT gratuite	jusqu'à 3 ans	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
FRANCE - Chaîne d'INFORMATION	jusqu'à 2 ans	300 €	300 €	300 €	400 €	500 €	700 €	150 €	300 €
FRANCE - Chaîne PARAMOUNT	jusqu'à 2 ans	200 €	200 €	200 €	300 €	300 €	300 €	100 €	200 €
FRANCE - Chaîne REGIONAL / LOCAL	jusqu'à 2 ans	100 €	100 €	200 €	200 €	200 €	400 €	100 €	100 €

<출처: <https://www.inamediapro.com/Editorial/Offres-et-services-ina-MEDIAPRO>>

- 국립 아카이브 분야의 세계적인 모범사례
- 1992년 납본에 관한 법률, 커뮤니케이션과 자유에 관한 법률, 문화유산법 에 따라 1995년 이후 모든 방송프로그램을 문화유산으로 관리하고 매년 1백만 시간의 방송콘텐츠를 수집.
- 방송프로그램을 자동화된 프로그램으로 강제 녹화.
- 수신료 지원 이외에도 저작권 사업, 영상제작 및 방송교육관련 사업 등으로 운영재원 확보
- 일반 대중 무료로 INA의 콘텐츠를 온라인을 통해 열람
- 2021년 동영상 총 조회수는 11억 7천 7백만 건.
- 영상 아카이브를 활용해 연간 약 60여편의 방송, 영상을 제작, 현재까지 약 2300편의 역사, 사회, 인물에 관한 다큐멘터리 등을 제작.
- 유로비전 아카데미와 공동으로 연수프로그램 진행.
- **고품질 유료 영상 아카이브 플랫폼인 마들렌 운영.**
- **저작권 등의 권리관계에 적극적 증재역할. 침해 보호**



**Our legal guarantees**

Our assistance does not just stop at the search and delivery of your selected content. Whatever your project and for all the documents you have chosen, we promise to give you clear information about any legal guarantees we offer and license rights according to your needs.

Our goal: offer you trouble-free guarantees to exploit our content.

# 17 영상 아카이브의 새로운 도전



MBC 아카이브와 아카이브 활용 미디어 스타트업 '딩딩대학'



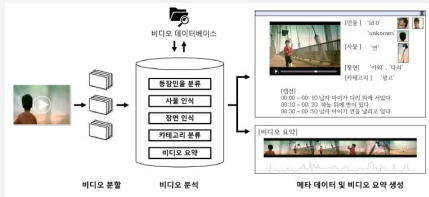
장면  
메타데이터

원치  
메타데이터

영상  
미리보기  
기타  
확인

플레이버 (플로노형) : 영상의  
플라워 시퀀스를 변경할 수 있음  
세그먼트화 (시퀀싱) : 장면  
메타데이터 정보

(MBC '딩딩대학'의 AI 검색 알고리즘 '딩딩아이')



- 디지털화 20년 미만
- 빈약한 메타데이터 (검색의 어려움)
- 스토리지 비용의 지속적 증가
- UHD 시대 준비
- 실감콘텐츠의 확산



### 아카이브 개방과 공개 의지

- 아카이브 활용 지식교양 채널 사내 벤처
- 빈약한 색인분류와 부실한 메타데이터를 보완해 기존에 찾지 못했던 새로운 영상을 발굴
- 2022년 10월 프랑스 칸, 콘텐츠 박람회 다수의 미디어 회사와 MOU 체결.
- 아카이브를 원천으로 한 새로운 부가가치 창출



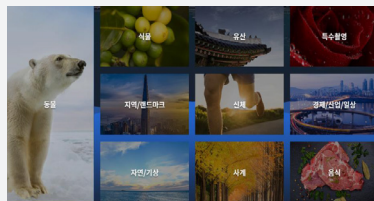
# 18 영상 아카이브의 새로운 도전



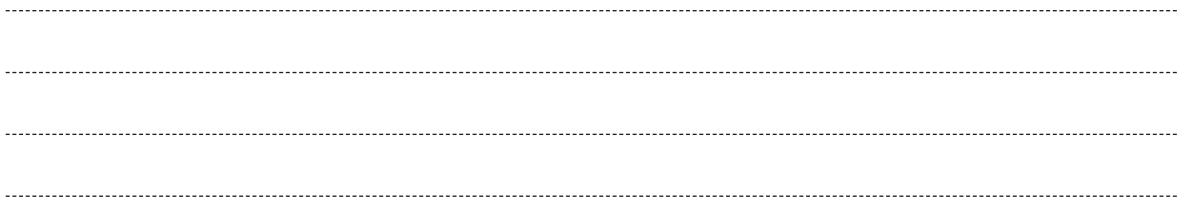
KBS 아카이브와 개방형 아카이브 KBS '바다'

(KBS 바다 유통 가능 콘텐츠 현황)

콘텐츠	영상클립	이미지	오디오	컬렉션
현황	6,300 +	5,300 +	50 +	190 +



- K-DAS 영상 아카이브 보유
- KBS 아카이브 홈페이지는 소개 글만.
- 2022년 대국민 개방을 목표로 개방형 아카이브 'KBS 바다' 오픈.
- 비영리 목적에 한해 오픈. 상업적 목적인 경우 KBS 미디어를 통해 구매.
- 2022년 9월 한 달 방문자수 5,791명
- 공유 및 배포가 쉽고 컬렉션 중심과 상세 메타데이터 제공으로 이용자 편의에 집중
- 아직 부족한 공개 영상 클립과 저사양의 코덱제공으로 고품질 영상 수요에 부응하지 못함.
- 재난 방송 대비 AI 자동 메타데이터 생성 알고리즘 개발 중



## 19 영상 아카이브의 새로운 도전

MBC

### KTV 대국민 개방공유 영상 아카이브 '나누리 포털'

(KTV '나누리 포털' 유통 가능 콘텐츠 현황)

콘텐츠	영상콘텐츠	이미지	오디오
현황	600,000 +	320,000 +	3,923 +



- 대국민 개방 공유형 아카이브 목표로 2019년 7월 출범
- 현재 57개 정부부서, 미디어회원 43개사, 민간단체 등과 협약. 대국민 직접 서비스는 향후 고도화 후 진행 (현재 2명이 고객? 응대)
- 드라마, 예능이 아닌 공적 성격이 강한 기록물과 뉴스영상( 대한뉴스, 리버티뉴스 등).
- 영상 아카이브를 활용해 2차 저작물을 재 업로드 가능
- 다양한 화질의 영상 클립 제공
- 메타데이터 강화 작업과 TC 기반의 영상콘텐츠 관련 문서도 함께 제공.
- DR 센터의 부재로 재난 상황시 대처가 어려움.
- 국내 공공영상 아카이브 구축에 가장 적합한 모델. KTV의 구조적 특성상 수익성 창출에 대한 실험이 불가능한 것은 한계.

## 20 보도 영상, 디지털 취재의 확산

MBC



위성 영상활용(<https://www.maxar.com/>)



CCTV 스트리밍  
(<https://www.youtube.com/watch?v=KRsvdDmUPZ>)



Convergence

Inspiration → New Contents

Emergence



NYT Visual investigation team (Search & investigation))



넷플릭스 '나는 신이다'



국경과 정벽 사이, 기록되지 못한 죽음  
<미디어 > 기사본문 - 단비뉴스 (danbinews.com)



"말 타고 있는 우주비행사" 라고 텍스트를 입력 후 이미지 생성  
- Open AI DALL.E 2  
- <https://openai.com/dall-e-2/>



가파뉴스 확대, '카이우의 유령은 없다'



저위도 군집위성 스타링크



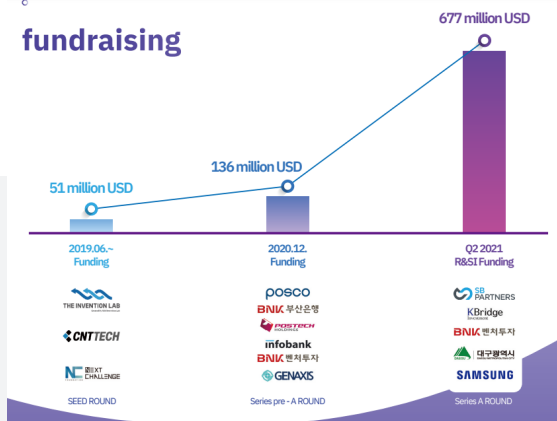
핸드폰 직접 영상 송신(TVU anywhere)

## 21 미디어 환경의 변화 : TTV(Text to Video)

MBC

Wayne Hills

fundraising



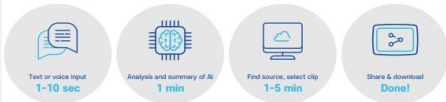
Suppose you make a document of 20 pages in video form.



Estimated to take 8hours or more

Difficulty Length in hours Requires help of experts Requires video source

Using A.I.-based service of Wayne Hills. Ventures



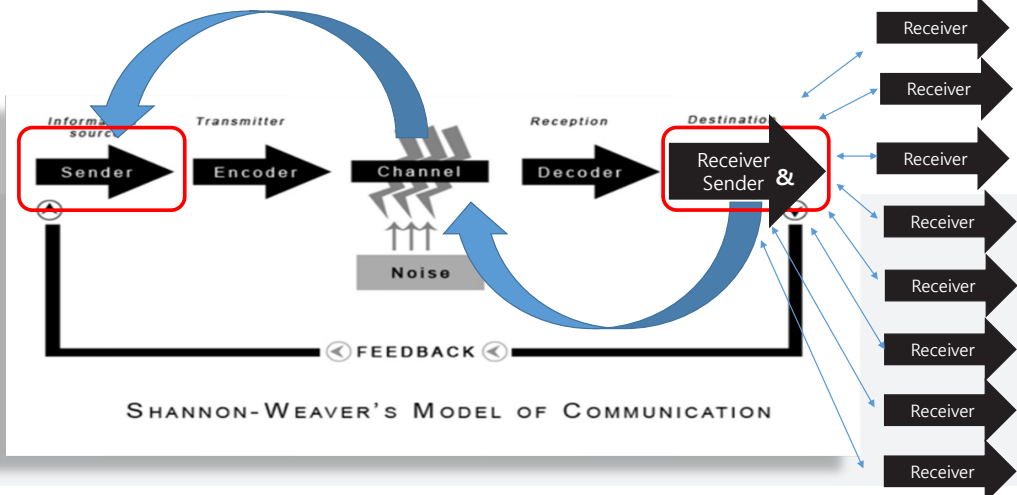
10 minutes max!

Easy Fast Fully automatic Anyone can use

참고 영상

## 22 미디어 환경의 변화 : 커뮤니케이션 모델의 진화

MBC



.....

.....

.....

.....

## 23 미디어 환경의 변화 : Creator Economy

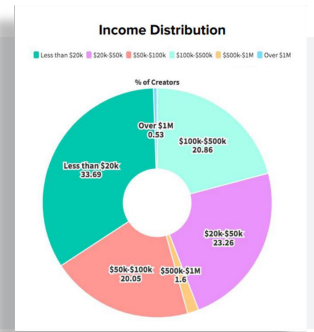
MBC

### 미디어 환경의 변화

- 2022년 로이터 저널리즘 연구소 'Creator Economy' 활성화 예측
  - 미디어 시장의 웹3.0 진입이 시작, 1인 미디어의 증가
- ICT 융합에 따른 차세대 미디어 환경 조성(VR, 위성, 메타버스, 홀로그램, 8K 등)
  - 수용자는 새로운 정보를 지속적으로 찾고 콘텐츠 간의 연결을 발생, 문화적 발전을 추구(Jenkins)

### 미디어 공공성 강화 + 창작자 경제의 활성화

- 미디어 공론장과 디지털 공유지로서 영상 아카이브
- 디지털화에 따른 기록의 '보존'에서 '활용' 중심의 영상 아카이브 역할론 대두
- 기록학관점의 공공영상아카이브의 공공성 + 미디어환경 변화에 따른 미디어 산업성



창작자와 창작자의 커뮤니티로 소비 권력이 이동



Adobe Stock

## 24 AI는 위협인가 기회인가?

MBC



### GPT-3

From Wikipedia, the free encyclopedia

**Generative Pre-trained Transformer 3 (GPT-3)** is an **autoregressive language model** that uses **deep learning** to produce human-like text. It is the third-generation language prediction model in the GPT-n series created by OpenAI, a for-profit San Francisco-based artificial intelligence research laboratory.<sup>[2]</sup> GPT-3's full version has a capacity of 175 billion machine learning parameters. GPT-3, which was introduced in May 2020, and is in beta testing as of July 2020,<sup>[3]</sup> is part of a trend in natural language processing (NLP) systems of pre-trained language representations.<sup>[1]</sup> Prior to the release of GPT-3, the largest language model was Microsoft's Turing NLG, introduced in February 2020, with a capacity of 17 billion parameters or less than 10 percent compared to GPT-3.<sup>[4]</sup>

KAIST GPT-3 SCL

IT > ICT

### 알파고 넘는 '초거대 AI' 개발 경쟁 가열...네이버 이어 KT·SKT·카카오·LG 참전

"개발 못 하면 다른 기업·국가 기술에 종속"  
슈퍼컴 기반 초고성능 AI  
빠른 데이터 학습으로 다양한 활용  
고객 응대·콘텐츠 창작·첨단소재 발굴 등

권영수 기자

읽어 2021.05.09 06:00

🔊 📄 📧

**Q. 현재의 저널리즘은 GAN 과 Transformer 에 대응할 수 있는가?**

**A. 생성 AI에 대응하기 위한 기록의 진본성을 뉴스영상 아카이브가 해결할 수 있지 않을까?**

## 25 미디어 공공성과 산업성

MBC



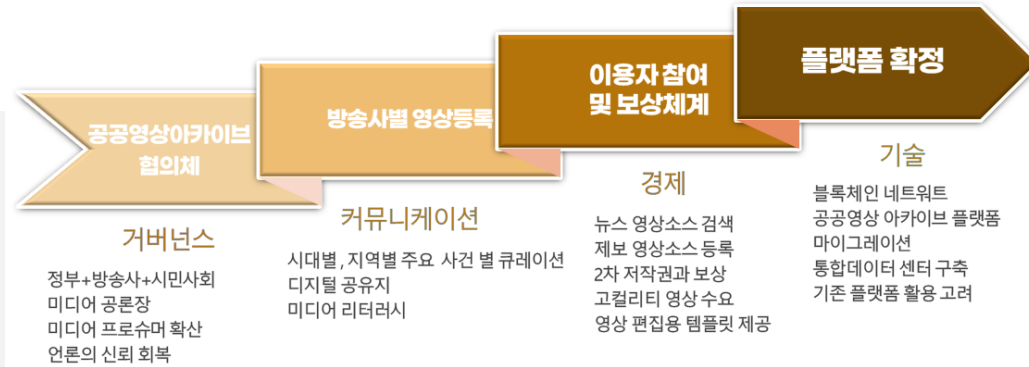
공공영상 아카이브의 미디어 공공성과 산업성

\* 국내 공공 방송 · 영상아카이브 구축을 위한 해외사례 분석(정희경 외, 2019)의 미디어공공성 모형에 필자의 의견을 더 해 재구성

## 26 국가 통합 영상 데이터 센터

MBC

〈뉴스영상 공공 아카이브 통합 플랫폼 구축 로드맵〉



**MBC**

**감사합니다.**

MBC 뉴스영상국 현기택  
[johnssim@mbc.co.kr](mailto:johnssim@mbc.co.kr)  
010 3503 7460





2023년  
한국여성커뮤니케이션학회  
30주년 기념 봄철 학술대회



**제3세션**  
**16:00-17:40**

**404호**

**미디어비평연구회 세션**

사회 : 정영희(고려대)

**1. 웹소설 수용에 나타난 사랑의 표상**

발표 : 김수아(서울대) · 고윤경(서울대)

토론 : 김수정(중앙대) · 정수경(국제법률경영대학원대학교)

**2. 표준어 말소리의 변화 : 남녀 아나운서의 운율 변화**

발표 : 이나라(고려대)

토론 : 김지은(숙명여대) · 이희은(조선대)





### 웹소설의 특성: 장르적 특성

- 웹소설의 장르: 판타지(현대 판타지, 무협), 로맨스 판타지, 로맨스, BL/GL
- 수용자들에 의해 형성되고 정의되며 분화되는 장르
  - 로맨스 판타지 장르의 예시- 판타지 장르 내에서 분화(수용자 요구에 따라 웹소설 플랫폼에서 별도 카테고리 구성됨)
- 웹소설 플랫폼별 장르 제시
  - 네이버(로맨스,로맨스판타지,판타지, 현대판타지,무협, 미스터리, 라이트노벨,BL)
  - 카카오(판타지, 현대판타지, 로맨스, 로맨스판타지, 무협, BL)
  - 리디북스(로맨스,로맨스판타지, 판타지, BL)

---



---



---



---

### 웹소설의 특성: 서사 구조와 읽기의 변화

- 웹소설에 대한 기존 논의: 문학의 범주에서 미학적 차이에 대해 논의
  - 대중소설로서의 웹소설: 내용상의 통속성
  - 장르소설로서의 웹소설: 웹소설을 통해 유통되는 소설들을 '장르문학'으로 간주, 소재와 서사 구조에서의 특정한 관습과 형식이 반복되는 것으로 간주하는 경향
  - '웹'이라는 기술적 차이:
    - 상호작용성을 통해 수정되면서 완성되는 텍스트의 특성(이용희, 2020)
    - 흥미와 가독성이 중요하고, 모바일 기기에 적합한 형식으로 문단 구성보다는 시각적 형식에 초점. 연재 1회 분량마다 긴장을 유지하기 위한 플롯 구성 형식(최배은, 2017)

### 웹소설의 특성: 웹소설 장르의 변화와 특성

- 로맨스판타지/ BL 장르 등: 성인물 중심의 성적 욕망 표출 장르 인기, 남성 키워드에서 집착/능력/다정 등의 키워드 인기. 여성 키워드에서 신분상승에 대한 체념적 태도 등장(조수연, 오하영, 2020)
- 로맨스 판타지와 페미니즘의 영향력 :
  - 여성 중심 서사 구조의 강조(안지나, 2021). '악녀 서사' 등 여성이 성공을 위해 노력하는 서사와 욕망의 긍정, 가시화(류수연, 2021). 로맨스 판타지에서 회귀 설정을 통해 성장을 중심으로 서술하는 육아물(성장물)에 나타나는 여성혐오적 양상(안상원, 2021) 등이 논의되었음.
  - 로맨스 판타지 내 하위 장르물들(회귀물, 빙의물, 육아물 등)에서 페미니즘 리부트 이후 여성 독자의 요구에 반응하면서 여성의 욕망을 긍정하는 서사 구조가 유행하게 되었다는 진단이 제시됨

---

---

---

---

---

## 웹소설 수용자의 특성

- 웹소설 수용자와 작가와의 상호작용
  - 연재의 특성에 주목: 주5회 이상의 연속 게재 소설의 연독률이 높음. 웹소설 수용자는 내용 자체보다도 구독을 원할 때 구독할 수 있다는 속성에 주목한다는 것(하철승, 2020)
  - 공동체 형성과 취향 문화에 주목: 댓글을 통한 평론, 댓글 공동체 형성, 작가와 독자간의 공유를 통한 내용에 대한 설득, 논의가 이루어지는 공간(서인숙, 2016)
  - 초기 연구에서는 '작가'와의 상호작용과 이에 따른 서사 구조의 변모에 집중하여 논의되었으며, 댓글이 웹 소설의 텍스트 일부로 이해되어야 한다는 주장이 제기되었음(이용희, 2020).

## 웹소설 수용자의 특성

웹소설 수용자의 욕망과 해석 공동체: 댓글 분석을 중심으로

- 서은영(2020)은 로맨스 판타지 웹툰 독자 댓글 반응을 중심으로 분석하면서, 서양 배경 로맨스 판타지가 가부장제 욕망을 정당화하는 서사를 제공하며 독자들의 욕망 역시 가부장제를 전제한 낭만적 사랑의 실현에 있다고 분석함
- 김경애(2021)는 웹소설 독자의 댓글 분석을 통해 로맨스 장르 독자들이 사랑에 대한 환상을 유지하고자 하고, 낭만적 사랑 이념을 구현하고 있음을 주장하였음. 또한 장르 소설의 독자가 자신이 원하는 것만을 반복적으로 소비하고자 하기에 장르 자체의 변화를 유도하는 데 한계를 만든다고 분석함.

---



---



---



---

## 웹소설 수용자의 특성

### 웹소설 수용자의 욕망과 수용자 실천

- BL 수용자 연구는 주로 여성으로 이루어진 BL 여성 수용자들이 평등한 관계를 볼 수 있는 장르라는 이유로 로맨스 소설보다 BL을 더 선호한다는 것을 보여줌(Zhou, Y et.al., 2021). 또한 BL 장르 수용자들이 성적 지향에 대해 보다 관용적인 태도를 보이거나 사회 운동에 참여하는 변화를 보이기도 함(Lin, 2020).
- 반면 로맨스 판타지 서사 구조가 신자유주의적 자기 계발 서사 양상을 보이면서 보수화된 수용자 정서에 반응한다는 주장, BL 수용자들이 성소수자에 대한 대상화와 혐오 정서를 보인다는 점이 지적되기도 함

## 낭만적 사랑과 후기 근대의 변화

- 낭만적 사랑의 이상 - 사랑의 유일무이성, 타자의 유일성을 전제함
- 근대적 사랑은 자아의 서사. 기든스(1996)는 낭만적 사랑은 개인의 서사 안으로 자아와 타자를 통합시키는 것으로 표현하고, 나의 가치를 알아보는 타자와의 유일무이하고 독특한 관계를 드러내는 것으로 설명함
- 낭만적 사랑은 후기 근대에는 상품화되고 유통 가능하게 재구성되었음(일루즈, 2013)
- 연애가 일종의 계량화된 개인적 능력으로 표상되는 양상
- 페미니즘 리부트 이후 연애와 결혼에 대한 청년 여성의 인식 변화(강미선 외, 2020).

## 연구 목적과 연구 내용

- 웹소설 수용자 연구가 과소함
  - 웹소설 연구는 주로 내러티브의 변화 차원에서 탐구되었음
  - 독자 댓글 연구들은 작가와의 상호작용 혹은 댓글에 표현된 선호 요인 등을 중심으로 이루어지는 경향
- 로맨스 소재 웹소설의 서사 구조 변화
  - 로맨스 소재 웹소설은 서사 구조와 주인공의 특성이 변화하고 있는 것으로 분석되고 있으며, 서사 구조와 주인공 특성은 독자의 욕망을 반영하는 것으로 가정되어 왔음(김경애, 2015)
  - 페미니즘 리부트 이후 사랑과 연애에 대한 청년 여성의 태도 변화 존재
- 로맨스 소재 웹소설 수용자의 경험과 해석에 대한 탐색적 연구의 필요성
- 웹소설에 등장하는 사랑 재현에 대한 평가, 주인공의 특성이나 서사 구조에 대한 평가를 중심으로 인터뷰 진행

## 연구 방법

### 수용자 심층 면접

- 온라인 모집 및 온라인 모집을 통해 참여하는 인터뷰 대상자의 지인 추천(스노우볼링)
- 총 25명 참여
- 20대-30대 위주, 20대 15명, 30대 6명, 40대이상 4명 참여
- 온라인 인터뷰 혹은 대면 인터뷰 진행 (1시간 30분-2시간 30분 내)

## 연구 결과

### 웹소설 경험에 따른 차이

- 웹소설을 10대부터 꾸준히 읽어 온 독자층
  - 장르 내 서사 구조와 주인공 특성의 변화를 느끼고 있으며, 이러한 변화가 수용층의 요구에 따른 것이라고 인식
  - BL 수용자- 강제적 성관계, 폭력적 묘사, 새드 엔딩 요소가 있는 소설에 대한 선호가 줄어들고 있다는 인식
    - 작품 안내에서 disclaimer의 등장 - 트리거 요소 안내
    - 주인공의 특성 변화 - 조직폭력배/암흑가 설정이 줄어들거나, 주인공의 폭력성이 줄어들고 있다는 점, 폭력과 강간 묘사 등에 대한 댓글에서의 비난 반응이 등장하는 것을 변화로 봄

## 연구 결과

- 웹소설을 10대부터 꾸준히 읽어 온 독자층
  - 로맨스 판타지 수용자(로맨스 수용자)
    - 로맨스 판타지와 판타지 소설의 차이 : 사건의 해결, '사이다(사건의 해결이 신속하게 이루어지는 웹소설 경향)' 서사 구조는 판타지와 유사하지만, 로맨스 판타지는 보다 인간 관계에 집중함. 인물 간의 갈등 해소와 새로운 관계의 시작을 중시한다는 인식
    - 여성 주인공의 변화 인식 : 로맨스만 제시되는 것은 서사가 없는 것이라는 인식. 여성의 삶에 여러 사건과 경험들 중 사랑은 일부인데 로맨스만 묘사될 경우 흥미를 느끼기 어려움. 최근의 로맨스 판타지는 여성의 일을 묘사하는 경향이 있고 이는 수용자 요구를 반영한 것이라는 주장



## 연구 결과

- 웹소설을 10대부터 꾸준히 읽어 온 독자층
  - BL/ 로맨스 판타지 모두에서 극적 설정, 주인공의 희생과 고난, 잔인하고 폭력적인 상황이 줄어들고 있다는 인식
  - 오래 웹소설을 접한 독자의 경우 웹소설 장르 드라마나 영화 등과 달리 하위문화로서 폭력성, 극적 구조, 개연성 적은 전개 등이 허용되는 것으로 인식하기에, 최근의 변화에 대한 아쉬움을 표현하기도 함
    - 즉, 다른 장르에서 볼 수 없는 사랑의 폭력적 양상을 즐기기 위한 장르라는 것
    - 이는 BL 장르 수용자에게서 두드러짐 : 암흑가/성매매 설정과 구원, 희생의 서사가 해당 장르에서만 접할 수 있는 즐거움이라는 것. 현실의 남녀 권력 관계와 별개로 인식되기에 거리두기적 즐거움이 발생. 성애 묘사, 감정적 갑을 관계에 대한 묘사를 현실에 대한 환기 없이 유희적으로 소비하는 것이 BL장르 소비 이유라는 주장

## 연구 결과

- 웹소설 읽기 경험 5년 내외의 수용자
  - BL 수용자 : 세계관 중심의 공식화된 소설 중심의 소비(오메가버스, 가이드버스 등). 주인공의 상황이 이미 주어진 가운데 특정한 감정 상태의 상상이나 몰입이 쉬워짐. 독자의 입장에서 편리한 소비 대상
  - 로맨스 판타지 수용자 : 여성 중심의 성장, 성공을 그리는 판타지물 선호. 장르 소설로서 명백한 클리셰가 존재하지만(회귀, 빙의, 환생 등) 이는 작품 선택에 필요한 정보로 간주하고 있음.
    - 회귀, 빙의, 환생 소재는 반복되면서 소비의 특정한 기대를 만듦. 문제 해결 방식은 이미 많은 것을 알고 있는 주인공의 능력 발휘를 통한 것
    - 재벌 남주 등의 설정에 대한 비선호 표현 - 남녀 관계의 동등한 묘사가 중요

---



---



---



---

## 연구 결과

### 로맨스 판타지와 로맨스의 양가적 관계

- 최근 로맨스 판타지 소설에서는 로맨스의 성취가 지연되는 경우가 다수임
  - 여성 주인공이 성공을 위한 노력을 기울일 때, 로맨스가 동시에 진행되기 어려워지므로 로맨스 내용이 줄어 들거나 혹은 결말에 이르러서야 등장하는 것
  - 남성 주인공은 여성 주인공을 도우면서 여성의 최종 선택을 기다림. 이를 자연스럽게 여기게 하기 위해 로맨스 판타지에서 종종 여성의 신분이 더 높은 경우가 늘어난다는 진단
  - 로맨스의 지연에도 불구하고 로맨스 판타지 장르는 그 장르에 대한 기대에 따라 종국적으로는 사랑의 환상이 이루어진다는 것을 독자가 이미 알고 있는 것. 로맨스 과정에서 여성이 주도권을 갖게 된다는 점이 로맨스 판타지에 대한 선호 이유가 되고 있음.

## 연구 결과

### 주인공 설정과 묘사에 대한 인식

- BL 수용자 : 전형적 공/수 묘사가 제시했던 명백한 성역할 구분에 대한 반감. 후회공에 대한 비선호 경향 증가
  - 사랑을 받는 주인공에 대한 몰입. 다정한 공에게 사랑받는 수.
- BL에 등장하는 남성은 환상적 성격이 강할수록 몰입 혹은 재미를 유도하게 됨
  - 현실에 존재할 것 같은 남성은 상상을 제한하거나 몰입을 방해함
  - 과도할 정도로 많은 재력, 뛰어난 업무 능력, 돌봄 역량, 윤리적 태도 등을 갖춘 남성
  - 관계 역량의 중요성 - 수의 상처나 결점을 보듬거나, 자신에게 문제가 있었을 때 이를 교정하는 역량
  - 공이 수를 뛰어난 재력, 역량으로 돌보게 되는 설정에 대한 선호와 동등한 관계에 대한 선호가 모두 존재하는 경향

## 연구 결과

주인공 설정과 묘사에 대한 인식

- 로맨스 판타지의 경우 사랑을 제공하면서도 여성에게 방해가 되거나, 여성을 권력으로 누르지 않는 남성 주인공이 선호됨
  - 키링 남주, 다정남, 조신남 등의 새롭게 등장한 키워드가 사랑에 대한 인식 변화를 보여줌. 사랑은 여성의 일이 우선되는 가운데 부가적으로 여성 주인공이 얻게 되는 부상이며, 이 때 부상으로 주어지는 남성성은 부드러움, 다정함, 성실함 등의 윤리적 특성을 가짐
  - 사랑에 빠지는 과정에 대한 묘사는 로맨스의 중요한 요소. 그러나 사랑으로 인한 갈등 묘사를 선호하지 않음

## 연구 결과

사랑에 대한 판타지와 웹소설 수용

- BL과 로맨스 판타지 모두에서 유일한 관계가 선호됨
- 다공일수(여러 명의 공과 한 명의 수), 역하렘(다수의 남성과 한 명의 여성) 설정에 대한 비선호, 삼각관계에 대한 비선호를 표현하는 독자가 많음
  - 사랑의 유일성에 대한 판타지는 여전히 존재하는 것
  - 여성/수 중심의 사랑의 유일성: 관계 묘사나 주인공의 설정에서 '공' 혹은 남성 주인공이 타자와 중층적이고 복합적인 관계를 맺지 않은 경우를 선호하는 경향. 여성/수 중심으로 관계가 설명되어야 함

---



---



---



---

## 연구 결과

사랑에 대한 판타지와 웹소설 수용

BL 장르의 하위 장르(00버스)

- 설정 자체에서 유일한 관계를 상징하는 하위 장르
- 가이드버스, 오메가버스, 네임버스 등의 다양한 세계관물은 매칭, 페로몬, 운명의 상대가 몸에 새겨지는 방식 등으로 유일한 관계를 세계 자체가 보증하는 방식임. 두 사람의 영원한 사랑을 보고 싶은 욕망에 부합함
- 오메가버스의 경우 임신출산 설정에 대한 선호/비선호가 모두 존재. 인터뷰 참여자들의 다수가 비선호를 표현하였으나 리디북스 기준 인기 연재물 소재임. 비선호 요인은 임신출산 문제를 피할 수 있기 때문에 BL을 보는 것이라는 점. 선호 요인은 운명적 사랑의 보증에 대한 인식.

## 연구 결과

사랑에 대한 판타지와 웹소설 수용

- 사랑을 이루는 과정에서 주인공이 성장을 해야 할 것을 요구
  - BL 장르의 경우 사랑의 성공은 보장된 즐거움이므로, 주인공이 과거의 트라우마를 극복하거나 자신의 일에서 성공하는 것이 중요해짐. 주인공들이 서로 사랑하게 되는 것은 장르 속성상 당연한 것으로 인식되므로 사랑이 이루어지는 것 자체의 쾌감만큼 주인공의 성장이 중요함
  - 로맨스 판타지의 경우에도 사랑의 성공은 공식으로 인식됨. 여성의 성공에서 판타지 요소가 필요한 것은 현실 사회와의 거리두기를 위한 것임. 여성이 손쉽게 성공하는 사회가 아닌 현실에서 판타지적 요소를 통해 여성의 노력과 보상을 정당화하게 됨.
  - 여성/남성 혹은 공/수 모두 능력이 있어야 한다는 요구. 성장은 개인의 역량을 바탕으로 이루어지는 것

## 연구 결과

### 사랑에 대한 판타지와 웹소설 수용

- 무한한 사랑의 대상이 되는 판타지
  - BL 소설에서는 헌신적인 공에 대한 선호로 표현됨. 절대적인 사랑의 대상이 되는 경우. 이 경우 수인 주인공의 성적 지향이 변화하게 되는 정당성을 부여함(헤테로섹슈얼인 남성이 다른 남성의 헌신적 사랑을 받아들여지게 됨)
  - 로맨스 판타지의 육아물(어린이로 회귀하여 가족들에게 사랑을 받는 여성 주인공)의 경우 아버지와 오빠들의 사랑을 받는 설정이 반복적으로 제시. 외부의 억압과 문제를 가족 관계 속에서 해소하게 됨. 다수의 사람에게 조건없는 사랑을 받으면서도 유일한 사랑 관계(낭만적 사랑)에 놓일 수 있는 설정

## 연구 결과

### 성적 욕망 묘사와 웹소설 수용

- 플랫폼에 따라 성적 욕망 묘사는 구분되어 있음. 카카오 페이지는 성인물을 접하기 어려우며, 리디 북스의 경우에 성애적 묘사가 있는 웹소설을 접할 수 있음. 로맨스 판타지는 19금과 아닌 것이 나뉘어지는 편이지만 BL은 19금 소설이 다수임
- BL 소설이 제공하는 성적 판타지는 로맨스 판타지/로맨스 소설에 비해 폭이 넓고(폭력-인외소재-다정한 관계 등), 이를 소비하기 위해 BL을 읽게 됨. 성적 욕망의 표현이 핵심이며, 여성에 대한 억압이 없는 세계를 상상해 낸 것임
- 로맨스 판타지의 성적 묘사가 비폭력적인 방식으로 제한되는 이유는 여성에게 가해지는 억압을 해소하는 방식으로 서사가 구축되기 때문. 현실적인 성적 욕망에 대한 억압과 폭력에 대한 두려움이 웹소설에서도 쉽게 해체되기 어려운 것. 관계를 구축하는 윤리와 원칙이 중요하며 성애 묘사는 이 윤리 실천의 결과물임

---



---



---



---

## 논의 사항

로맨스 소재 웹소설 수용자에게 낭만적 사랑의 환상이 중요한가?

- 선행연구는 웹소설 수용자의 댓글 분석 등을 통해 로맨스 독자들이 가부장제 질서 하에서 제공되는 낭만적 사랑의 환상을 유지하려는 욕망을 보인다고 진단한 바 있음.
- 장르 독자의 수용 이유는 유일한 관계가 보증되는 가운데 성장, 관계에 대한 묘사 혹은 성애적 묘사를 즐기려는 것. 그러나 이러한 선호는 현실과의 거리두기 속에서 발생함
  - 로맨스 판타지 장르 독자는 현실속의 억압과 불안을 제거하는 장치로서 판타지 장치를 활용하고, 이 설정 속에서 평등하거나 혹은 여성이 감정적, 역량적 우위에 선 세계를 구축함
  - BL 장르 독자는 현실에 존재하지 않는 남성상(남성 성소수자상)과 이들간의 극적 관계 설정을 통해 거리두기를 통한 성적 쾌락과 감정적 관계에 대한 욕망을 충족함

## 논의 사항

장르에 대한 수용자의 선 이해와 장르적 즐거움

- \*\*를 보려면 \*\*을 본다는 것
  - 집착하는 남성을 보고 싶다면 BL 장르를 읽는 것이 안전한 쾌락을 보장함
  - 유일한 관계에 대한 안정적 즐거움은 세계관물이 제공함
  - 성공하는 과정에 대한 즐거움은 로맨스 판타지에서 판타지 장치를 통해 누릴 수 있음. 회귀-빙의 설정 등을 통해 '미래를 미리 알고 있는 것'과 그것이 주인공의 역량이 되는 설정에 대해 특별한 문제의식 없이 장르 문법 요소로 받아들임.
  - 웹소설의 수많은 하위 장르와 코드(키워드)들은 자신이 원하는 것만을 확인할 수 있게 해주는 장치(혹은 원하지 않는 것을 확실하게 제거할 수 있는 장치)

---

---

---

---

---

## 논의 사항

### 페미니즘 재부상과 여성 독자의 변화

- 여성의 역량과 성장에 대한 강력한 선호 존재
  - 특히 로맨스 판타지의 경우 역량 있는 여주인공을 선호함. 이러한 역량으로 성공하는 것이기에 보수적 가치를 내면화한 것으로 비판적으로 바라보는 인식이 존재하나, 여성 독자들의 입장에서는 판타지 장치의 거리두기를 통해 이를 환상적 요소로 인식한다는 주장. 안전한 성공을 욕망한다기 보다는 판타지 속에서 여성에 대한 억압이 제거된 세계를 보고 싶다는 것.
- 현실의 폭력과 권력 구조 환기에 대한 거부감
  - BL 장르의 독자에게도 현실의 폭력을 강하게 환기하는 소재를 거부하는 변화 발생. 신체적, 감정적 폭력이 주로 여성(혹은 여성적 위치의 수)에게 가해진다는 데 대한 민감성
    - 근친관계나 폭력, SM 관계 등 금기 위반을 즐거움으로 삼는 독자층은 여전히 존재하지만, 본인의 즐거움 추구와 별개로 장르 독자 내 변화가 있다는 점은 분명하게 인식하는 것으로 나타남.

## 참고문헌

- 강미선, 김성희, 정인혜(2020). 내 뜻대로 삶 쓰기: 20대 여성의 4B 가치관 형성 과정 연구. <여성학논집>, 37(1), 153-194.
- 김경애(2021). 한국 웹소설 독자의 특성 연구. <한국산학기술학회 논문지>, 22(7), 551-558.
- 김경애(2015). 로맨스 웹소설의 구조와 이념 연구. <현대문학이론연구>, 62, 63-94.
- 류수연(2021). 여성인물의 커리어포부와 웹 로맨스 서사의 변화 - 로맨스판타지의 '악녀' 주인공 소설을 중심으로 -. <한국문학과 예술>, 39, 35-58.
- 서은영(2020). 로맨스판타지 웹툰의 부상과 재현 : #서로판, #영애물, #집착남물을 중심으로. <애니메이션연구>, 16(3), 93-113.
- 서인숙(2016). 인터넷 소설의 독자 댓글 연구. <상허학보>, 46, 589-609.
- 안지나(2021). <어느날 로맨스 판타지를 읽기 시작했다>. 서울:이음.
- 이용희(2020). 디지털 매체 기반 장르문학 연구의 가능성 -웹소설 연구를 위한 제언-. <한국언어문화>, 73, 301-320.
- 조수연, 오하영(2020). 웹소설 키워드를 통한 이용 독자 내적 욕구 및 특성 파악. <한국정보통신학회논문지>, 24(2), 158-165.
- 최배은(2017). 한국 웹소설의 서술형식 연구. <대중서사연구>, 23(1), 66-97.
- 하철승(2020). 웹소설 연재 주기와 연독률의 상관관계 연구 - 웹소설 연재 사이트 문피아 연재작을 중심으로 -. <인문사회과학연구>, 21(4), 133-155.
- 기든스, 앤소니(1996). <현대 사회의 성, 사랑, 에로티시즘: 친밀성의 구조 변동>, 배은경, 황정미 역. 서울:새물결.
- 일루즈, 에바(2013). <사랑은 왜 아픈가>, 김희상 역. 파주:돌베개.
- Lin, X. (2020). The engaged spectator: Reading BL novels in contemporary China. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 13, 233-257.
- Zhou, Y., Liu, T., Yan, H. Y., Paul, B., & Wang, Y. (2021). A Relational Equality Bias: Women's Narrative Engagement in Reading Chinese BL. *International Journal of Communication*, 15, 22.





2023.04.08.  
여성커뮤니케이션학회



## 표준어 말소리의 변화: 남녀 아나운서의 운율 변화

이나라(고려대)



# 1. 연구 개요

## 연구 개요(1/6)

- 연구 목적: 표준어의 말소리가 어떻게 변화하였는지 살피고 변화의 동인을 고찰함



## 연구 개요(2/6)

- 지난 50년간 한국 사회의 가장 큰 변화 중 하나는 여권 신장
- 남녀평등지수(WBL, 100점 만점)

- ✓ 1980년: 44.4      2022년: 85.0 (한국)
- ✓ 1980년: 65.6      2022년: 78.8 (중국)
- ✓ 1980년: 56.9      2022년: 75.6 (일본)



---

---

---

---

## 연구 개요(3/6)

- 이러한 사회적 변화가 말소리, 특히 운율에 영향을 미쳤을 것
- 화자는 운율을 통해 여러 사회언어학적 의미를 표현하기 때문  
예) 음높이를 통해 사회적 지위를 나타냄  
(Ohala, 1995)



## 연구 개요(4/6)

- 전후 1950년대에는 여러 사회문화적 장치를 통해 ‘현모양처’ 이념이 국가적으로 장려되던 시기(도지인, 2022)
- 대통령이 여성에게 ‘단아한 태도’를 지녀야 한다고 강조하던 시기(김은경, 2006)
- 이 시기에 유년기를 보낸 1980년대의 20~30대 여성 화자들에게는 ‘**여성적이고 단아한**’ 말하기가 선호되었을 것



---

---

---

---

## 연구 개요(5/6)

- 따라서 남녀 차이가 있다고 보고된 세 가지 운  
울 항목을 살펴볼 것
- 1) 음높이: 여성이 남성보다 높음
  - 2) 발성 유형: 숨소리 발성(breathy voice)은 여  
성이, 짜내기 발성(creaky voice)은 남성이  
더 자주 사용
  - 3) 발화 속도: 남성의 조음 속도가 여성보다 더  
빠름

## 연구 개요(6/6)

- 여성성을 강조하는 방향에서 그렇지 않은 방  
향으로 변화하였다고 가정
- 1) 여성의 음높이: 높음 -> 낮음
  - 2) 여성의 발성 유형: 숨소리 발성 -> 짜내기 발성
  - 3) 여성의 발화 속도: 느림 -> 빠름



## 2. 연구 방법



### 자료 선정 및 수집(1/2)

- 1980년부터 2020년까지 50년간의 뉴스 자료
- 뉴스 앵커 중 기자는 제외하고 아나운서만을 대상으로 삼음
- KBS, MBC
- 연령은 20~30대

## 자료 선정 및 수집(2/2)

- 시대 구분

시대 구분(년)	1980	1990	2000	2010	2020
실제 분석 대상(년)	1980~83	1990~93	2000~03	2010~13	2020~22

- 각 시대별로 각 8명씩(남성 4명, 여성 4명) 총 39명(1980년 남성은 3명)



## 분석 방법(1/2)

- 음높이: 모음 구간 중 세 지점(30%, 50%, 70%)에서 F0 추출
- 발성 유형
  - 숨소리 발성: 모음의 가운데 지점에서 H1-H2 측정
  - 짜내기 발성: 연구자가 듣고 판단함




---



---



---



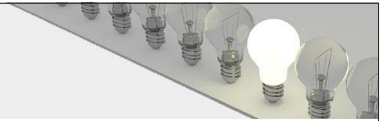
---

## 분석 방법(2/2)

- 발화 속도
  - 조음 속도: 휴지(pause)를 제외한 속도
  - 말 속도: 휴지(pause)를 포함한 속도
  - 1초당 발화된 음절 수로 제시(sps)



## 3. 연구 결과



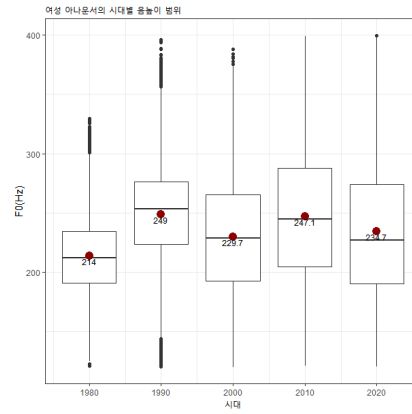
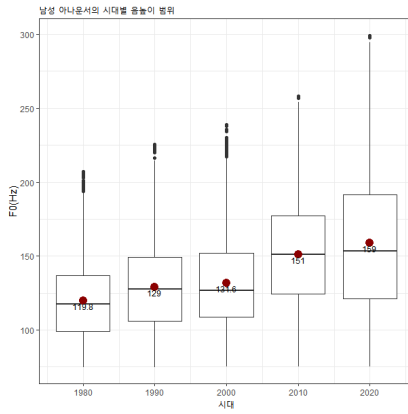
---

---

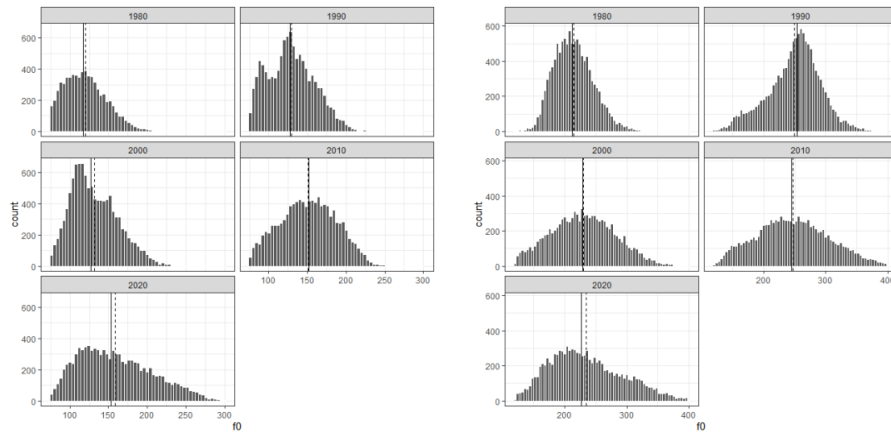
---

---

## 분석 결과(1/6): 음높이



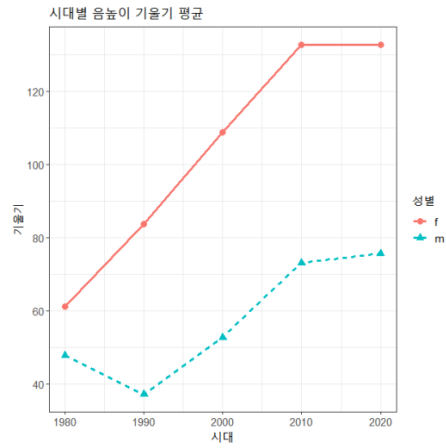
## 분석 결과(2/6): 음높이



<음높이 분포 히스토그램>



## 분석 결과(3/6): 음높이



<음높이 기울기>

## 분석 결과(4/6): 발화 속도



## 분석 결과(5/6): 발성 유형

시대	남성	여성	여성과 남성의 차이
1980	-1.53	7.81	9.34
1990	1.21	3.32	2.01
2000	0.26	0.29	0.03
2010	1.49	-2.47	3.96
2020	0.38	-0.43	0.81

<숨소리 발성 정도(H1-H2)>

## 분석 결과(6/6): 발성 유형

시대	남성	여성
1980	3	1
1990	2.25	2.25
2000	2.25	2.75
2010	1.75	2.25
2020	1.75	1.5

<짜내기 발성 정도>

(1: 거의 사용하지 않음/ 4: 전체적으로 사용)



## 4. 운율 변화와 동인



### 변화와 동인(1/13): 발성 유형

- 숨소리 발성과 보통 발성 구별하는 H1-H2에 대한 최소식별차이(JND): 3.67dB
- 1980년의 남녀 차: 9.34dB
- 그 이후: 4dB 이하

## 변화와 동인(2/13): 발성 유형

<비교> Henton & Bladon(1985)

Table 1. Average difference in amplitude (dB) between the first and second harmonics in male and female speakers of (a) Received Pronunciation and (b) Modified Northern

(a)	Vowel	/æ/	/ɑ/	/ʌ/	/ɒ/
RP	Females	8.4	6.4	6.2	3.3
	Males	0.98	0.77	0.16	0.39
Difference (F-M)		7.42*	5.63*	6.04*	2.91*
Difference in amplitude across all vowels (mean of means) = 5.5 dB.					
(b)	Vowel	/æ/	/ɑ/	/ɒ/	
MN	Females	10.26	7.59	6.31	
	Males	2.41	1.55	2.48	
Difference (F-M)		7.85*	6.04*	3.83*	

Difference in amplitude across all vowels (mean of means) = 5.91 dB

\*Significant according to a *t*-test,  $p < 0.01$ .

## 변화와 동인(3/): 발성 유형

- 짜내기 발성: 1980년 여성 한 명도 사용하지 않다가 1990년 들어 사용하기 시작
- 남성은 1980년부터 짜내기 발성 관찰됨
- 그러다가 2000, 2010년에는 여성이 짜내기 발성을 더 많이 사용
- 선행 연구의 결과와 부합
- 1980년대의 연구: 남성 > 여성, 2000년대 들어서며 여성 > 남성

## 변화와 동인(4/13): 발성 유형

- 1980년에는 여성은 숨소리 발성, 남성은 짜내기 발성 사용하며 발성 유형 간 큰 차이를 보임
- 1990년부터 성별 간 큰 차이를 보이지 않거나 경향성이 역전됨
- 왜 그럴까?
- 발성 유형에 대한 많은 지각 연구들이 숨소리는 여성적, 짜내기는 남성적이라고 보고함

발성 유형	이미지
숨소리 발성	여성적, 매력적, 섹시함, 수동적
짜내기 발성	남성적, 권위적 → 전문적, 상향지향적, 고학력

## 변화와 동인(5/13): 발성 유형

- 숨소리 발성은 앵커에게 적합하지 않은 발성임
- 보통 발성에 비해 기본주파수(음높이)와 강도(소리 크기)가 낮아지기 때문
- 1980년도의 여성 앵커에게는 전달력과 전문성보다는 **‘여성성’**이 우선되었을 것

## 변화와 동인(6/13): 음높이

- 예상과 달리 1980년보다 1990년의 여성 음높이가 높았음
- 1980년 여성: 숨소리 발성이 특징, 숨소리 발성은 높은 음높이를 내기 힘든 발성 유형임
- 1990년의 여성과 1990년의 여성은 '여성성'을 강조하는 전략이 달랐음

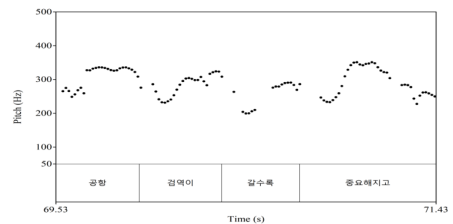
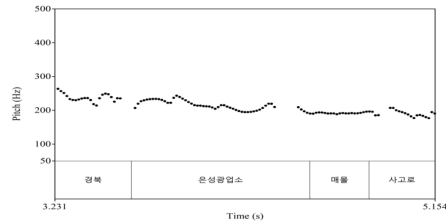
시대	H1-H2(Hz)	F0(Hz)
1980	9.34	94.26
1990	2.01	120.02
2000	0.03	98.07
2010	3.96	96.10
2020	0.81	75.66

## 변화와 동인(7/13): 음높이

- 남성의 음높이는 시대가 흐를수록 높아짐
- 두 가지 이유
  - 1) 사용하는 음높이의 범위가 넓어짐
  - 2) 여성이 여성성을 중화시키는 것과 비슷하게 남성도 남성성을 중화시키는 방향으로 변화
    - 높은 음높이: 친근, 공손, 존경
    - 낮은 음높이: 권위, 단언, 자신감

## 변화와 동인(8/13): 음높이

- 음높이 범위와 음높이 곡선도 뚜렷한 세대 차를 보임



## 변화와 동인(9/13): 음높이

- 최근으로 올수록 역동적인 음높이를 구사하게 된 이유
- 전달력을 높이기 위한 시도로 보임
- 여러 연구에서 다양한 음높이 곡선의 실현이 청자의 이해를 쉽게 한다고 보고함  
-> 발화를 구획하고, 청자에게 중요한 단어가 무엇인지 예측하게 하기 때문

## 변화와 동인(10/13): 발화 속도

- 선행 연구에서 조음 속도는 남성 > 여성
  - 여성의 조음 속도가 시대가 흐를수록 빨라질 것이라고 예측한 것과 달리, 결과는 그렇지 않았음
  - 왜 ‘남성적’인 방향으로 변하지 않았을까?
  - 산출상에서 남녀의 차이가 나지만 **여성성의 판단에는 영향을 주지 않음**
- > 발화 속도와 관련한 고정관념과 실제 현상이 다름



## 변화와 동인(11/13): 발화 속도

- 최근으로 올수록 남녀 차도 작아지고 개인차도 작아짐
- 최근으로 올수록 일정한 속도로 수렴해 가고 있는 듯함
- 말 속도: 5.8sps, 조음 속도: 6.7sps



---

---

---

---



## 변화와 동인(12/13): 발화 속도

- 남녀 모두 2000년의 발화 속도가 가장 빠름
- 빠른 발화 속도가 이 시대의 트렌드였을 가능성
- 한국어 방송 자료를 대상으로 한 연구에서 2000년의 발화 속도가 가장 빠름
- 2000년 이후의 속도가 느리게 변화한 이유?
  - > 역동적인 역량의 영향일 수 있음
  - > 전달력을 높이기 위한 시도



## 변화와 동인(13/13): 운율 변화 요약

항목	선행 연구	여성성(남성성) 판단에 관여	남녀 차 극대화 시기	변화 방향
발성 유형	여성: 숨소리 발성	○	1980	중화
	남성: 짜내기 발성			
음높이	여성: 높음	○	1990	중화 (여 ↓, 남 ↑)
	남성: 낮음			
속도	여성: 느림	X	X	중화
	남성: 빠름			



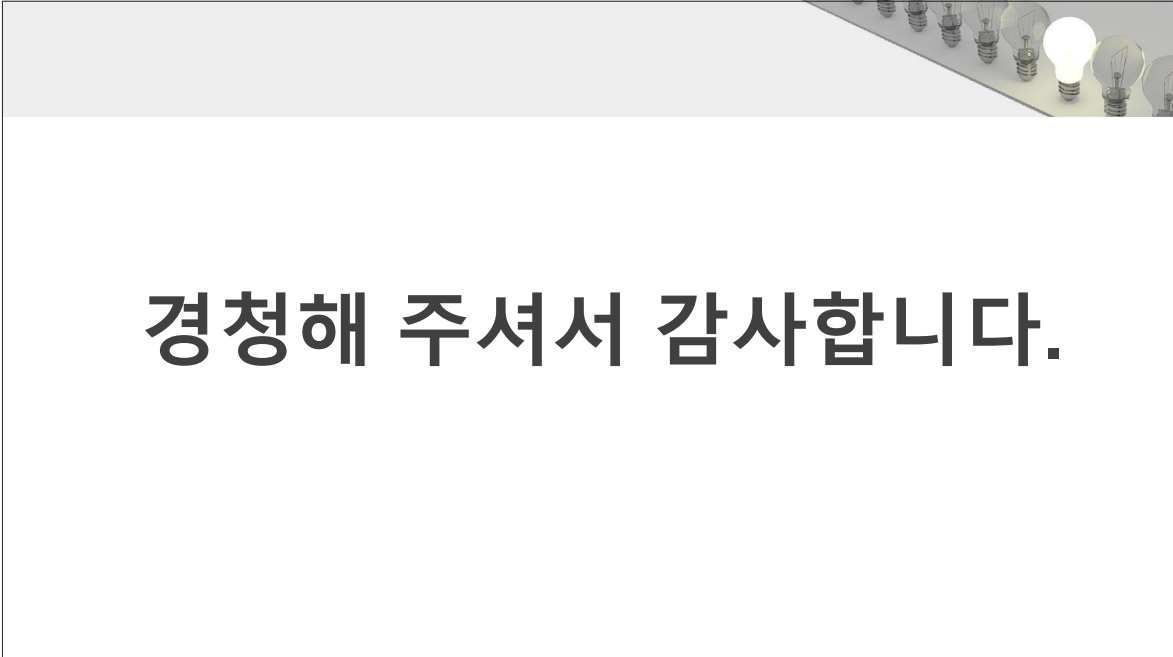

---

---

---

---

---



**경청해 주셔서 감사합니다.**

---

---

---

---

2023년  
한국여성커뮤니케이션학회  
30주년 기념 봄철 학술대회



**제3세션**  
**16:00-17:40**  
**131호**  
**대주제 세션**

1부 진행 : 유세경(이화여대)

**1부. 잇다 : 1993부터 2023까지**

- 30주년 기념사업위원회 박동숙 위원장 인사말
- '잇다' 프로젝트 릴레이 인터뷰 : 윤희중(이화여대)

2부 사회 : 정기현(한신대 명예교수)

**2부. "93년생 한·여·کم" : 세대와 영역을 넘어선 이립(而立)과 도약**

발표 : 유선영(전 성공회대)

종합토론 :

- 김경희(한림대) · 김숙(컬쳐미디어랩) · 김지희(서울대)
- 이동후(인천대) · 이윤소(여성민우회 미디어팀)



# 한국여성커뮤니케이션학회, 1993~2023

**1. 1992년 9월 19일 '여성커뮤니케이션 학자들의 모임'**  
명칭 으로 여성커뮤니케이션 연구회 준비모임 회동

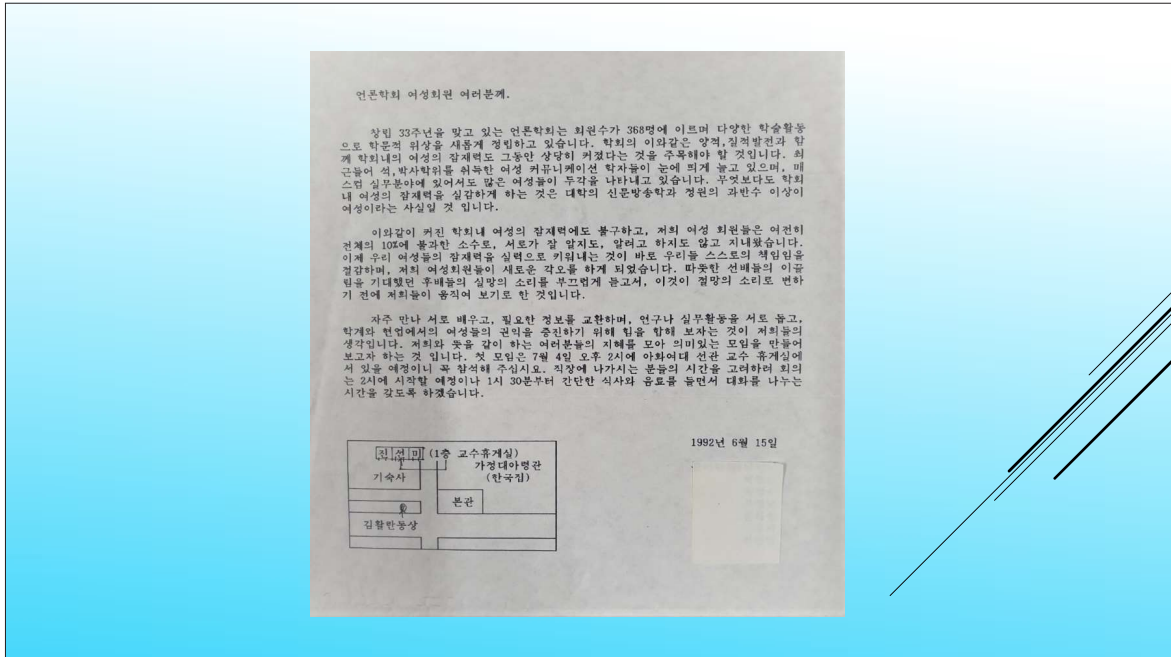
▶ 장소: 이화여자대학교 선관 교수 휴게실

---

---

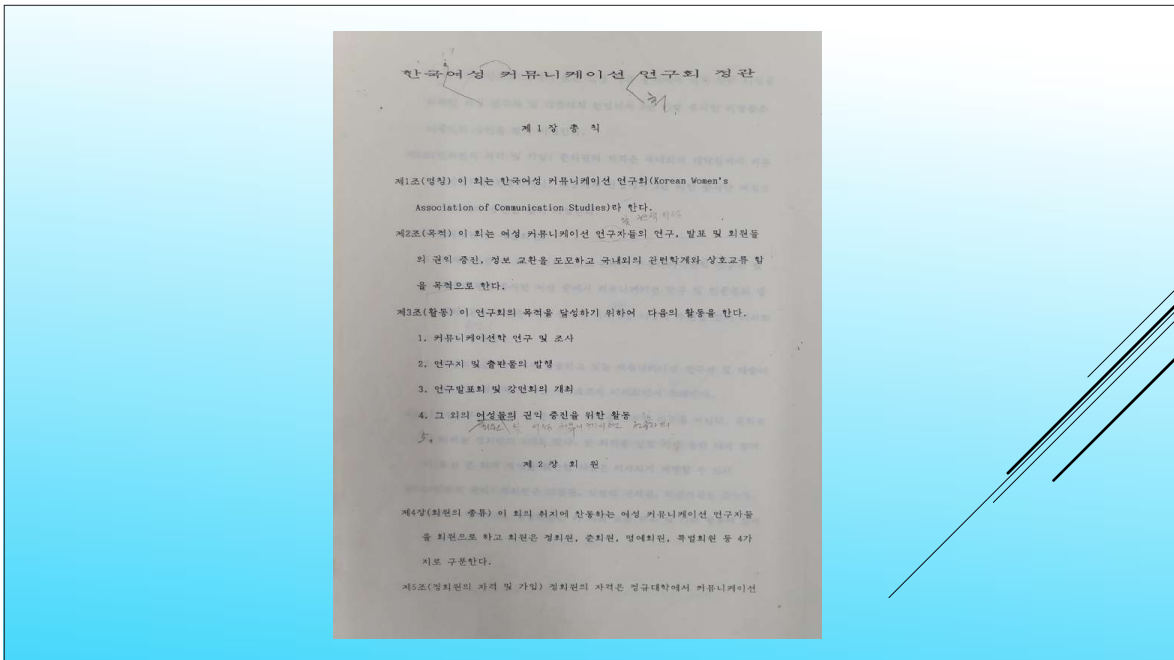
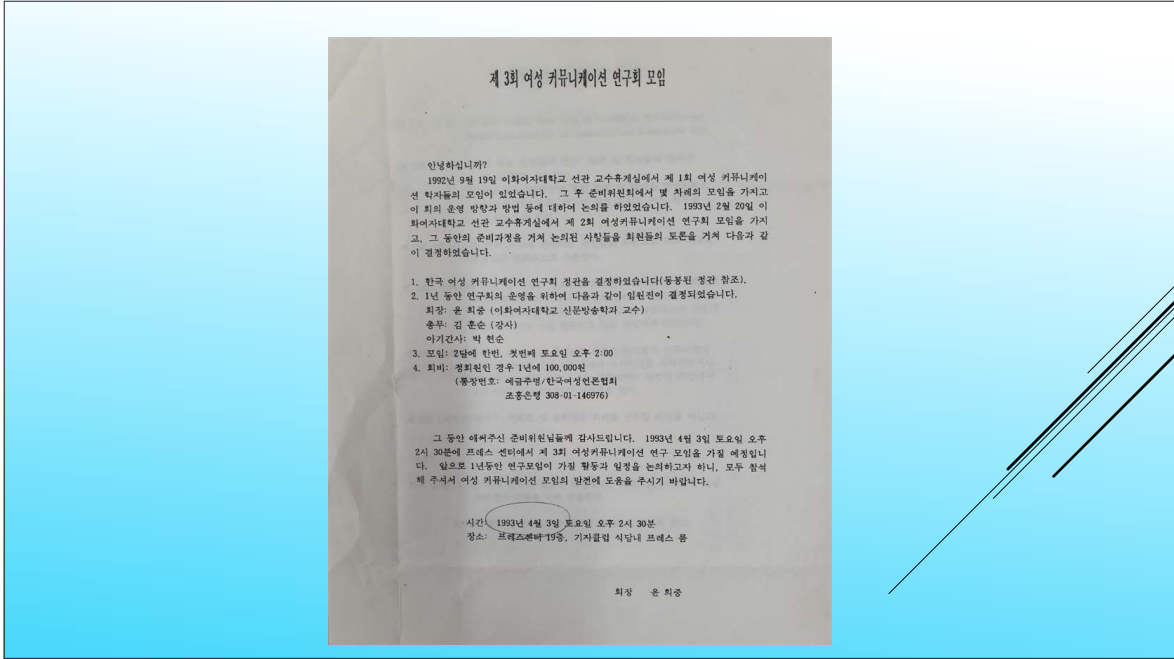
---

---



## 2. 1993년 4월 3일 여성커뮤니케이션 연구회 발족

- ▶ 장소: 프레스센터 19층 프레스룸
- ▶ 회장: 윤희중 이화여자대학교 신문방송학과 교수
- ▶ 총무: 김훈순
- ▶ 아기간사: 박현순
- ▶ 당시 언론학회 내 여성회원 27명



-----

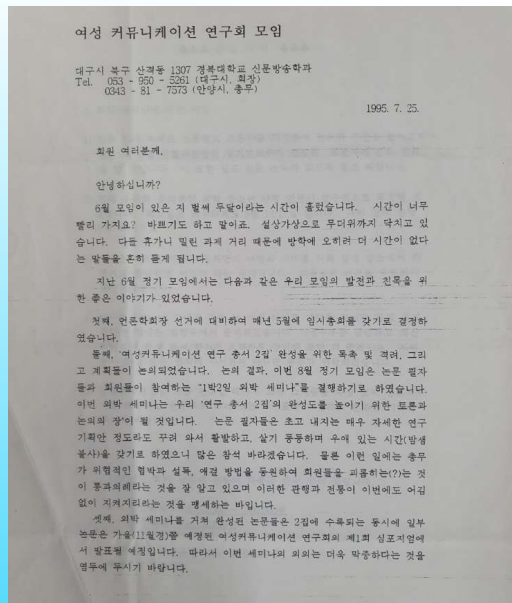
-----

-----

-----

## 〈여성커뮤니케이션 연구회〉의 구체적인 활동〉

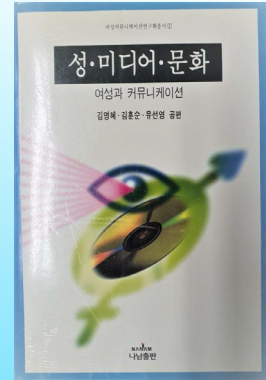
- 격월 연구논문 발표회
- 언론학회와 공동 세미나 〈쟁점과 토론〉 개최
- 2003년 학회 발족 전까지 총 57차 학술세미나
- 방송학회 〈커뮤니케이션과 젠더〉 연구 분과(1996), 언론학회 〈젠더&문화〉 연구회(1998) 개설에 참여
- 언론, 방송학회장 선거에 여성회원들을 위한 공약 요구





### 3. 연구총서 발간

1994년 여성커뮤니케이션 연구총서 1권  
〈성, 미디어, 문화: 여성과 커뮤니케이션〉 발간



- 연구총서 2권 대중매체와 성의 상징질서(1997)
- 연구총서 3권 대중매체와 성의 정치학(1999)
- 연구총서 4권 사이버 문화와 여성(2000)
- 연구총서 5권 미디어의 성과 상(2003)
- 연구총서 6권 모바일소녀@디지털아시아(2006)
- 연구총서 7권 젠더, 이주, 모바일놀이(2008)
- 연구총서 8권 가족과 미디어(2010)
- 연구총서 9권 텔레비전 프로그램과 시청자(2010)
- 연구총서 10권 다시 보는 미디어와 젠더(2013)

- 연구총서 11권 지금, 여기, 여성적 삶과 문화-위태로운 시대와 그녀들의 일상적 응전(2013)
- 연구총서 12권 뉴미디어 뉴커뮤니케이션(2014)
- 연구총서 13권 모바일과 여성(2015)
- 연구총서 14권 디지털 미디어와 페미니즘(2018)
- 연구총서 15권 핵심이슈로 보는 미디어와 젠더(2018)
- 연구총서 16권 AI와 더불어 살기(2020)
- 연구총서 17권 미디어 격차(2021)
- 연구총서 18권 디지털 미디어 소비와 젠더(2022)
- 연구총서 19권 10대 이슈로 돌아보는 한국사회의 여성과 미디어(가제, 2023 예정)

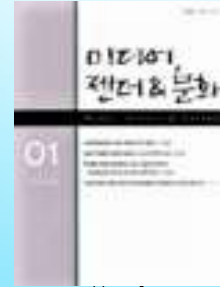
#### 4. 2003년 사단법인 한국여성커뮤니케이션학회 발족

▶ 회장: 정기현 한신대 교수



## 5. 2004년 4월 미디어, 젠더&문화 1권 1호 발행

- ▶ 창간사(정기현, 박정순)
- ▶ 카메라폰을 통한 여성의 문화적 의미 만들기(이동후)
- ▶ 일상적 의례로서의 한국의 술자리(이상길)
- ▶ 젠더화된 주체의 일차원적 그리고 다중적 타자인식(유선영)
- ▶ 지상파 방송의 성별 인력구조와 방송내용의
- ▶ 성차별성과의 관계에 대한 논의(이수연)



## 학술지 <미디어, 젠더&문화>

- ▶ 2007년 등재 후보학술지 선정
- ▶ 2010년 등재 학술지 선정
- ▶ 2022년 37권 4호까지 총 **264**건의 논문 게재

6. 2010년 커뮤니케이션 젠더 연구회 발족

7. 2013년 뉴미디어 연구회 발족

8. 2017년 미디어비평 연구회 발족

9. 2017년 지역여성연구회 발족

## 10. 한국여성커뮤니케이션학회 < 정기학술대회 > 발전상

- ▶ 10주년 2003년 1개 세션, 2개 논문 발표
- ▶ 17주년 2010년 6개 세션, 18개 논문 발표
- ▶ 30주년 2023년 12개 세션, 22개 논문 발표

2023. 4. 8. <30주년 기념 학술대회 및 기념식>

한국여성커뮤니케이션학회  
30주년을 축하합니다!

감사합니다.

---

---

---

---

A series of horizontal dotted lines for writing.

A series of horizontal dotted lines for writing.