

2023년 한국여성커뮤니케이션학회 가을철 정기학술대회

# 젠더화된 기술: 위기에서 기회로

**일시** 2023년 11월 4일(토) 11:40~18:00

**장소** 동국대학교 사회과학대학

**주최/주관** 한국여성커뮤니케이션학회

**후원**

한국언론진흥재단  
Korea Press Foundation

SBS 문화재단

kakao ns NS홈쇼핑 MBC



# 2023년 한국여성커뮤니케이션학회 가을철 정기학술대회 세션표

## 젠더화된 기술: 위기에서 기회로

■ 일 시 : 2023년 11월 4일 (토) 11:40~18:00

■ 장 소 : 동국대학교 사회과학대학

11:40~12:10	등록 및 안내(M334호)				
12:10~12:25	개회(L307호)	[학회장 인사] 홍지아(한국여성커뮤니케이션학회 회장) [조직위원장 인사] 최윤정(한국여성커뮤니케이션학회 가을철 정기학술대회 조직위원장)			
12:25~12:30	세션 준비 및 이동				
	세미나실(L307호)	세미나실(L309호)	세미나실(L310호)	세미나실(L308호)	세미나실(M331호)
제1세션 12:30~14:00	<b>커뮤니케이션·젠더연구회 세션</b> 사회: 장은미(서강대) 1. 페미니즘 백래시 담론 사례 분석: 설거지론을 중심으로 발표: 한희정(국민대) 토론: 김성은(군산대) 김은영(고려사이버대) 2. OTT 플랫폼의 여성서사 콘텐츠 분석: 주요 장르별 여성 재현과 서사 전략에 대한 탐색 발표: 이소현(상명대) 토론: 김형신(고려대) 문현영(육군사관학교)	<b>뉴미디어연구회 세션</b> 사회: 최은경(한신대) 1. 전통적 TV에서 OTT로 TV시청 패러다임의 변화 탐색 발표: 황현정(KISDI) 토론: 김소형(성균관대) 이미나(숙명여대) 2. 미디어 리터러시 역량 차이에 관한 연구 발표: 신명환(경기대), 방우리(숙명여대) 토론: 김경희(한림대) 이선민(시정자미디어재단)	<b>미디어비평연구회/지역여성연구회 세션</b> 사회: 백미숙(서울대) 1. 노동 저널리즘의 현실: 건설 노동자 분신 사망 사건 보도를 중심으로 발표: 김수정(중앙대) 토론: 정영희(고려대) 하효숙(협성대) 2. Trending Keywords and Imagined Publics: Influence of Naver's Algorithm on South Korean Transient Migrants in the US 발표: 이신혜(부산대) 토론: 이설희(웅진대) 오현주(한국콘텐츠진흥원)	<b>사회과학방법론연구회/미디어플랫폼 산업정책연구회 세션</b> 사회: 조윤경(가천대) 채정화(서강대) <b>&lt;여성권 신설 연구회의 역할과 방향&gt;</b> <b>라운드테이블</b> 김연신(명지대) 김윤정(고려대) 김지희(서울대) 박소영(조선대) 박연진(동국대) 박현지(한국외대) 양아정(이화여대) 오하영(한국문화관광연구원) 이정현(중앙대) 이하나(이화여대) 장은실(중부대) 정인숙(가천대) 주은신(충남대) 황하성(동국대)	<b>대학원생세션</b> 사회: 심미선(순천향대) 1. 한국 성소수자들의 넷플릭스 퀴어 콘텐츠 소비 경험 연구 발표: 고재은(고려대 석사과정) 2. '포스트اپ'은 팬덤의 비상업주의를 해체하는가?: 2차 창작물로 유료 웹 발행하는 팬창작자들에 대한 탐색적 연구 발표: 김보영(고려대 석사과정) 3. 참여문화로서 동영상이 생산에 대한 연구 - 생산자 심층 인터뷰를 중심으로 발표: 리 칭메이(부경대 석사과정) 토론: 유승희(이화여대) 정지윤(세종대)
	14:00~14:15 휴 식(M334호)				
제2세션 14:15~15:45	<b>후원세션(한국언론진흥재단)</b> 사회: 손승혜(세종대) 1. 뉴스 속 여성의 표상 방식에 관한 연구 발표: 이재원(이화여대) 2. 미디어와 소셜미디어에 나타난 청년 담론과 재생산: 청년 담론의 확산 네트워크 분석 발표: 홍주현(국민대) <b>종합토론</b> 김수아(서울대) 도우리(독립연구자/작가) 이소진(연세대 박사과정/작가) 이은아(이화여대) 정용국(동국대) 한희정(국민대)	<b>후원세션2(SBS문화재단)</b> 사회: 김경희(한림대) 1. 생성형 AI와 지상파방송 뉴스콘텐츠 생태계: 변화와 대응 방안 발표: 이진로(영산대) 토론: 강미혜(페럴리시뉴스와기술연구소) 유수정(KBS) 2. ChatGPT와 같은 생성형 AI를 활용한 뉴스를 혁신: 몇 가지 방안과 우려, 그리고 기대 발표: 윤호영(이화여대) 토론: 김지원(단국대) 배여운(SBS) 3. 메타버스에서의 ChatGPT 활용이 미디어 리터러시 교육 효과에 미치는 영향 발표: 임인재(성균관대), 박윤정(성균관대), 박윤미(시정자미디어재단), 김희조(성균관대) 토론: 박현지(한국외대) 최진호(언론진흥재단)	<b>신진/독립연구자세션</b> 사회: 김연신(명지대) 1. 미디어에 비친 탈북인의 이미지 표상 연구 (신진연구자) 발표: 신유리(이화여대) 토론: 배진아(공주대) 정수영(MBC) 2. 청년세대가 향유하는 디지털 미디어 속 정체성 - 유튜브 콘텐츠 소비 2030세대와의 심층 인터뷰를 중심으로 (독립연구자) 발표: 이종임(서울과기대), 김영은(중앙대) 토론: 주은신(충남대) 허은진(홍익대)	<b>일반세션</b> 사회: 정인숙(가천대) 1. 어린이들의 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석: 애니메이션 <신비아파트>를 중심으로 발표: 양아정(이화여대) 토론: 정지영(이화여대) 2. How is Generative AI portrayed in the news media? A computational modeling analysis of Korean newspapers and broadcast news 발표: 황주연(경기대), 천정원(세종대), 이아람(University of Massachusetts Amherst) 토론: 이하나(이화여대)	<b>대학원생세션</b> 사회: 김명혜(동의대) 1. SNS 이용이 정치의식에 미치는 영향: SNS 계정 공개 수준의 조절효과를 중심으로 발표: 김도희(고려대 석사과정), 안지민(서울대 석사과정) 2. 언론 보도 기사문의 분석을 통한 국내 가상인간의 젠더 편향 연구 발표: 손승이(서울과기대 박사과정) 3. Impact of the emergence of Korean LGBTQIA+ content on Korean's perception of sexual minorities 발표: 워타 사무엘(고려대 석사과정) 토론: 이혜은(이화여대) 이승희(한국문화관광연구원)
	15:45~16:00 휴 식(M334호)				
제3세션 16:00~17:30	<b>대주제 세션(L307호)</b>				
	<b>&lt;젠더화된 기술: 위기에서 기회로&gt;</b> 사회: 이동후(인천대) 1. 계산하는 친족(Computing Kin)과 패턴 식별/차별(Pattern Discrimination) 발표: 김은주(서울시립대) 2. 이상하고 불편한 알고리즘: 자동화 미디어와 여성의 관점 발표: 이희은(조선대) <b>종합토론:</b> 강혜원(성균관대), 박소영(조선대), 이정현(중앙대), 홍남희(서울시립대)				
17:30~18:00	총회 및 폐회 (L202호)				
18:00~	이동 및 만찬				



**제1세션**  
**12:30~14:00**

**세미나실(L307호)**

## **커뮤니케이션·젠더연구회 세션**

사회 : 장은미(서강대)

1. 페미니즘 백래시 담론 사례 분석: 설거지론을 중심으로  
발표 : 한희정(국민대)  
토론 : 김성은(군산대) · 김은영(고려사이버대)
2. OTT 플랫폼의 여성서사 콘텐츠 분석: 주요 장르별 여성 재현과  
서사 전략에 대한 탐색  
발표 : 이소현(상명대)  
토론 : 김형신(고려대) · 문현영(육군사관학교)



## 페미니즘 백래시 담론 사례 분석: 설거지론을 중심으로

한희정(국민대 교양대학)

2021년 초부터 인터넷상에서 메노스피어(남성계 커뮤니티)의 일부 이슈 메이커, 유튜버들이 ‘설거지론’을 주장했다. ‘설거지론’이란 열심히 노력해 좋은 직장에 다니기까지 연애 경험이 거의 없는 남성이 성적으로 문란한 여성과 결혼한 후, 전업주부가 된 아내로부터 재생산을 위한 ‘돌봄’을 전혀 받지 못하고 자신이 벌어들인 돈까지 아내에게 모두 빼앗기고 적은 돈을 용돈으로 타 쓰는 등 경제적인 면을 포함한 생활 전반에 불평등한 결혼 생활을 말한다. 이때 여성은 자신의 문란했던 과거를 결혼과 함께 설거지해 씻어버리는 자로서 가해자이고, 남성은 피해자로서 설거지를 할 때 필요한 존재로서 주방세제 풍풍에 빗대어 풍풍남이 된다. 이들은 연애 경험은 없지만 경제적인 능력은 있어 결혼에 성공했다는 점에서 ‘찌질남’과는 구별되는 ‘베타남’이다. 이러한 남성 피해자 집단은 ‘풍풍단’이고 ‘베타남’이 대거 살고 있는 도시는 ‘풍풍시티’로 불린다. 한국 대학생 커뮤니케이션 플랫폼 에브리타임에서 20대들 간에 ‘설거지론’에 대해 논란이 일자, 2021년 하반기에는 언론에서도 소위 “설거지론”을 기사화하기 시작했고 설거지론에서 주장하는 불공정한 혼인 상태의 주장을 어떻게 해석해야 하는지 초점을 맞춘 칼럼과 보도가 나오기 시작했다. 인터넷에 있는 극단적 사례를 기사화하여 차별적 개인의 주장에 불과한 설거지론을 기정사실로 하는 보도도 있지만 소위 ‘설거지론’에서 주장하는 피해자가 남성만 있는 것도 아니며 그러한 남녀 관계는 연인 간 대인관계의 문제임을 짚어주는 보도도 있었다. 몇몇 기사에서 “여성 혐오적이고 젠더 갈등을 부추기는 대표적 부정적 신조어”로 규정하는 측면이 있음에도 불구하고 일부 남성 이슈 메이커들에 의한 설거지론 주장은 현재까지도 지속되고 있다. 본 글은 이러한 유튜브에서의 설거지론 담론의 주장과 레토릭을 분석하여 여성혐오의 아펙트(affect)를 형성할 뿐만 아니라 설거지론 담론이 ‘공정’, ‘솔직’, ‘합리’를 내세우고 있지만, 능력주의의 허구에 빠져 남성 집단마저도 위계화함으로써 소외시키는 등 페미니즘들(인간중심주의, 젠더 정체성에 얽매이지 않고 구조적 차별과 사회적 제약 없이 다양한 욕구를 자유롭게 펼칠 수 있는 사회를 지향)의 사유 전반에 대한 백래시의 한 현상임을 밝혀내고자 한다.



# OTT 플랫폼의 여성서사 콘텐츠 분석: 주요 장르별 여성 재현과 서사 전략에 대한 탐색

이소현(상명대)

근래 영화, 드라마 등 다양한 콘텐츠에서 여성서사 개념이 주목받고 있다. 여성서사 콘텐츠에 대한 관심은 여성의 사회경제적 지위 향상과 페미니즘 리부트, 그리고 OTT 플랫폼 중심으로 재편된 미디어 환경에서 여성 및 보다 폭넓은 시청자층을 공략하려는 상업적 요인이 결합된 현상이라 이해할 수 있다. 여성서사에 대한 대중적 관심이 확대되고 있지만, 아직까지 여성서사에 대한 논의들은 보편적인 남성서사와 구분되는 수준에서 “센 언니”, “걸크러시”, “워맨스” 등 여성들의 변화된 모습에 주목할 뿐 여성서사를 정의하는 적합한 기준이나 방향성을 마련하지 못한 상황이다. 선행 연구들에서는 공통적으로 여성 주체와 여성 연대에 초점을 둔 개념으로 여성서사를 이해하는 경향을 보였으나, 여성의 정체성에 대한 자의식, 자기실현, 가부장제에 대한 저항 등 개별적인 구성 요건들을 중심으로 연구 목적에 맞추어 정의하는 경향이 지배적이었다. 이에 본 연구는 변화하는 미디어 환경을 반영하여 다양한 서사적 실험의 가능성이 확장되는 플랫폼으로서 OTT를 대상으로 하여, 최근 공개된 여성서사 콘텐츠를 성인지적 관점에서 분석함으로써 여성 재현의 함의를 고찰하고 ‘여성서사’의 가능성 및 구성 요건을 논의하고자 한다. 분석 대상은 2020년 1월부터 2023년 6월까지 공개된 여성 캐릭터 중심의 OTT 영화 및 드라마 51편으로, 해당 콘텐츠들은 여성 주인공과 여성 연대를 전면에 내세우고 여성들의 이슈에 주목하는 특징을 지닌다. 분석 대상 콘텐츠들은 크게 범죄·액션물, 직장·커리어물, 모성·재생산물, 일상물, 정치물, 버디물 등 여섯 가지 장르 유형으로 구분할 수 있으며, 이에 따라 각 장르별 대표적인 콘텐츠에 나타난 여성의 재현 양상 및 서사 전략을 살펴보고자 한다. 먼저 여성의 재현 양상에 대한 분석은 여성 주인공 캐릭터의 특징 및 캐릭터들 사이의 관계성에 초점을 두고 기존 드라마/영화 속 여성 캐릭터들과 어떻게 차별화되는지, 젠더 담론과 어떻게 연계 혹은 단절되는지 등을 고찰하고자 한다. 또한 여성서사 콘텐츠의 서사 전개 과정이 어떻게 구조화되는지 분석하고 기존 남성 중심적 주류서사의 구조 및 장르 관습과 비교함으로써 여성서사의 전략과 특징을 파악할 것이다. 이를 통해 여성서사 콘텐츠에서 부각되거나 지지되는 가치들은 무엇인지 살펴보고, 성인지적 관점에서 여성서사의 현주소를 들여다보고자 한다.



**제1세션**  
**12:30~14:00**

**세미나실(L309호)**

## **뉴미디어연구회 세션**

사회 : 최은경(한신대)

**1. 전통적 TV에서 OTT로 TV시청 패러다임의 변화 탐색**

발표 : 황현정(KISDI)

토론 : 김소형(성균관대) · 이미나(숙명여대)

**2. 미디어 레퍼토리 유형에 따른 미디어 리터러시 역량 차이에 관한 연구**

발표 : 신명환(경기대) · 방우리(숙명여대)

토론 : 김경희(한림대) · 이선민(시청자미디어재단)



## 전통적 TV에서 OTT로 TV시청 패러다임의 변화 탐색

황현정(정보통신정책연구원)

영상 미디어 이용자의 TV시청 경험은 최근 몇 년 동안 크게 변화하고 있다. 전통적인 지상파 및 유료 방송 프로그램의 인기를 뛰어넘는 OTT(Over-the-Top) 콘텐츠가 대중에 등장하면서, 넷플릭스, 디즈니플러스 등과 같은 OTT 플랫폼의 가입자 수는 꾸준히 증가하고 있다. 한편, 지상파 TV의 시청률은 매년 하락하는 추세를 보인다. 이러한 TV 시청 습관의 변화는 초기에는 젊은 혁신적 집단에서 시작되었지만, 이제는 한국 사회 전체로 퍼져가며 TV 시청 패러다임의 변화를 뚜렷하게 관찰할 수 있습니다. 일부 젊은 혁신적 집단에서 시작된 TV시청 경험의 변화는 한국 사회 전체로 전파되며 TV시청의 패러다임의 변화가 관찰되고 있다. 이 연구는 영상 미디어 이용자의 TV 시청 경험 변화에 초점을 맞추어, 전통적 TV 시청에서 OTT로의 이동 양상을 추적하고자 했다. 이를 위해 한국미디어패널조사의 미디어 다이어리 데이터, 개인의 미디어 활용 설문 데이터, 그리고 2022년 인터넷 동영상 콘텐츠 유통과 소비에 관한 실태조사 데이터를 활용하여 TV 시청 습관의 변화를 탐구했다. 2014년의 한국인 96.5%의 주된 TV 시청 방식은 실시간 방송 시청으로, 실시간 방송 이외의 영상 콘텐츠 시청이 주된 TV시청 방식인 사람은 3.5%에 불과했다. 그러나 2022년 데이터에서는 실시간 방송 이외의 영상 콘텐츠 시청이 주된 TV시청 방식인 사람의 비율은 20%까지 증가했다. 이러한 변화는 연령별 변화 양상을 살펴보면 더욱 뚜렷하게 나타났다. 22년 10대의 50.0%, 20대의 47.5%가 TV시청의 주된 방식으로 실시간 방송 이외의 영상 콘텐츠 시청을 선택했다. 데이터를 통해 TV시청의 패러다임이 빠르게 변화하고 있음을 관찰했다. 이 연구는 이러한 TV시청 패러다임의 변화를 시계열로 추적하고, 인구통계학적 변수 및 개인의 속성들과 변화의 속도 간의 관계를 탐색했다. 또 OTT이용자들의 이용 동기 및 이용 행태를 탐색해 TV시청 패러다임의 변화에 영향을 미치는 변수들을 발굴하고자 했다. 이를 통해 TV시청 패러다임의 변화가 미디어 산업 및 정책에 미칠 영향을 고찰하고자 한다.



## 미디어 레퍼토리 유형에 따른 미디어 리터러시 역량 차이에 관한 연구

신명환(경기대)

방우리(숙명여대)

정보통신기술의 발달과 함께 포털 서비스, OTT, 1인 미디어의 확산 등 미디어 플랫폼의 다변화는 많은 사람이 보다 쉽게 다양한 미디어를 이용할 수 있는 토대를 마련하였다. 이러한 미디어 환경은 이용자가 스스로가 보다 쉽게 정보 생산자와 공급자 역할을 수행할 수 있게 만들었다.

오늘날 미디어 이용자들은 과거보다 더 많은 미디어 디바이스를 활용하고 다양한 플랫폼에 노출되는 과정에서 끊임없이 미디어를 소비하며 자신만의 미디어 생산·소비 환경을 구축하고 있다. 여기에서 미디어 소비 행태, 즉 미디어 레퍼토리(media repertoire)는 미디어 이용자의 선호 및 미디어 이용 습관 등이 반영된 패턴 혹은 루틴으로, 이용자의 전반적인 미디어 이용 태도나 능력을 말한다. 미디어 기기 선택부터 플랫폼과 정보 이용 및 활용까지, 과거보다 더 많은 선택지를 갖게 된 현재의 미디어 이용자들은 과거의 미디어 이용자들보다 더 다양하고 복잡한 미디어 레퍼토리를 구축하고 있음을 추론할 수 있다.

연구는 미디어 이용행태에 따라 미디어 리터러시 역량에 차이가 나타날 지에 대한 의문으로 출발하였다. 단순히 미디어 기기를 소유 여부를 떠나 이용자의 미디어 이용환경 구축 방식에 따라 미디어 메시지의 접근, 분석, 평가, 참여 등을 설명하는 미디어 리터러시 역량과의 연관성을 찾는 것은 미디어리터러시 역량 강화를 위한 방안으로 제안할 수 있다.

이에 본 연구는 건전한 미디어 생태계 구성을 위해 필수 요소로 강조되고 있는 ‘미디어 리터러시(media literacy)’ 역량을 미디어 레퍼토리 개념을 토대로 분석하고자 한다. 현재 미디어 레퍼토리를 설명하는 연구는 스마트폰, 태블릿, PC, TV 등 디바이스 이용 환경과 영상 시청, 게임 이용, 음악 청취 등 미디어 서비스 이용으로 구분하여 설명하고 있다. 그리고 미디어리터러시 역량은 미디어의 접근 역량, 미디어에 대한 이해 역량, 미디어의 참여 역량, 미디어의 비판 역량 등 다양하게 역량에 대한 논의가 진행되고 있다. 이러한 점을 감안하여 분석은 2022년 시청자미디어재단의 연구과제에서 수행된 시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 역량 측정 연구의 2차 자료를 분석하여 설문에서 사용된 미디어리터러시 역량 변인과 미디어 이용 실태 변인을 활용하여 연구 결과를 제시하였다. 연구는 미디어레퍼토리



유형(인구학적 요인, 이용 다양성, 소유 다양성)에 따라 미디어 리터러시 역량(접근, 이해, 참여역량)의 차별성을 살펴보았다.

과거보다 복잡해진 현재의 미디어 이용환경을 고려했을 때, 현재 미디어 이용자들의 미디어 레퍼토리를 살펴보는 것만으로도 매우 의미가 있다고 생각한다. 현재의 미디어 리터러시 역량은 도구적 활용 역량이 아닌 미디어에 대한 종합적 태도로 확장되고 있다. 이러한 상황을 고려했을 때, 인구사회학적 요소뿐만이 아니라 이용자의 미디어 이용을 종합적일 알 수 있는 미디어 레퍼토리를 통해 미디어 리터러시 역량을 살펴보는 것은 보다 더 깊게 미디어 리터러시 역량을 이해할 수 있는 기회를 제공할 수 있다.

2023년  
한국여성커뮤니케이션학회  
가을철 정기학술대회

**제1세션**  
**12:30~14:00**

**세미나실(L310호)**

**미디어비평연구회/  
지역여성연구회 세션**

사회 : 백미숙(서울대)

1. 노동 저널리즘의 현실: 건설 노동자 분신 사망 사건 보도를 중심으로

발표 : 김수정(중앙대)

토론 : 정영희(고려대) · 하효숙(협성대)

2. Trending Keywords and Imagined Publics: Influence of  
Naver's Algorithm on South Korean Transient Migrants in  
the US

발표 : 이신혜(부산대)

토론 : 이설희(용인대) · 오현주(한국콘텐츠진흥원)



## 노동 저널리즘의 현실: 건설노동자 분신 사망 사건 보도를 중심으로

김수정(중앙대)

노동 저널리즘의 한계와 문제점을 2022년 12월부터 2023년 4월까지 건설노조 관련 언론 보도 양상을 통해 살펴보고자 한다. 노조를 부정적으로 프레임하는 언론의 문제점을 드러내고자 한다. 노조를 부패 세력으로 몰아가는 언론은 노조의 쟁의 행위를 불법 요소가 많고 민생 피해에 무책임하다고 왜곡한다. 민주노조운동 지도부는 기득권 강화만 내세우는 집단이고 노조 운동이 친북 성향을 드러내 시대착오적이라는 평가로 사회적 낙인을 유도한다. 정부의 자본주의 경제정책 추진에 노조가 사회주의로 대치하는 것처럼 보이게 한다. 건설현장 불법 단속 200일 작전과 언론 보도는 노조 활동을 부패하고 이기적인데다 몰상식한 행위를 하는 집단으로 모는 데 영향을 끼쳤다. 전국적인 압수수색과 소환조사, 구속 수사, 그리고 언론을 통해 확산한 부정적인 노조 프레임은 건설노동자 분신 사망 사건과 무관하지 않아 보인다.



## *Trending Keywords* and Imagined Publics: Influence of Naver's Algorithm on South Korean Transient Migrants in the US

이신혜(부산대학교 미디어커뮤니케이션학과)

*Trending Keywords* is the live keywords service updated every 30 seconds provided by Naver (Korean portal site) which was largely popular among South Korean internet users from 2005 to 2021. Korean people have relied heavily on Naver's *Trending Keywords* when they understand current social agenda since more than 30 million users joined the service a day. This visibility has made people more habitually curious about "what they need to know at that very moment," and has enticed them to "hang out in the portals" to search the keywords, read news articles about them, do related shopping, watch relevant shows, and also communicate with one another about the keywords (Ahn, 2016). While this service functioned as a national alarm system for disaster issues for the nation, *Trending Keywords* were vulnerable to the commercial use of marketing and advertising. Moreover, the reliability of this service was questioned concerning political use (for instance, people suspected Naver of setting or deleting the agendas based on its own interests or its socio-political relations) and was eventually discontinued since Feb 4th of 2021.

In this context, the current study investigates the role of *Trending Keywords* in Korean transient migrants in the US in order to interrogate the transnational implications of the contemporary new media environment, regional platforms, and algorithmic culture. By transient migrants, this study refers to people who move globally for work, study, and lifestyle (Gomes, 2016) and whom are classified as "non-immigration" or "temporary migration" since they are not granted the permanent residency. Due to increasing mobility and unpredictable contingency nowadays, the importance of these kinds of "temporary" migratory movements are illuminated both in terms of their engagement and interaction with home nation and host nation communities. To understand transient migrants' new media practices and how those

influence their feelings and imagining of homeland society, this study explores the theoretical concepts of “platform politics,” “algorithmic culture,” and “calculated publics.”

By interviewing 40 South Korean transient migrants, this study revealed meaningful findings on the research questions asking 1) how the platform, Naver, is influencing South Korean migrants’ everyday lives, 2) How the algorithm of Naver’s news service is related to Korean migrants’ perspectives on or feelings of homeland, and 3) How the algorithm of Naver’s Trending Keywords affects Korean migrants’ recognition of social agendas in their homeland. These research questions are worth examining because the studies on platform politics or algorithmic culture are still relatively scarce while they are becoming more and more influential in reality. The studies on the influence of platforms on migrant everyday lives are even scarcer, which makes this research more valuable.

For the first research question, this study found that the dominant portal platform, Naver, was influencing a huge impact on the participants’ recognition of Korean society. Since this platform provides a wide range of services, the participants have built habitual usage patterns, which made this platform even more influential. This finding supports existing studies arguing that the network effects increase the dominance of specific platforms (Srnicek, 2017; Vaidhyathan, 2012). For the second question, the current study found that the algorithm of Naver’s news service induced the participants to possess more negative perspectives on Korea. This might be because sensational news articles attract more viewers and this would contribute to the increase in the number of users and the usage rates. This finding supports the existing studies which insisted that the platforms and the algorithms are rather political than neutral (Gillespie, 2010; Hallinan & Striphas, 2016; Massanari, 2017; Striphas, 2015). For the third research question, this study found that Naver’s Trending Keywords was not showing every societal agenda to the participants. The keywords provided by this service represented only a part of the public, which supports previous studies on calculated publics (Gillespie, 2012; 2014).

More importantly, this study revealed that the algorithms are not neutral and a platform can adopt two different algorithms. For instance, this research found that the participants mainly using the news service were more negative about Korean society than the participants habitually using Trending Keywords. This means that even a single platform can have different algorithmic cultures for its services or its purposes. This is very significant in that though existing studies found that platforms or algorithms are political, they did not mention the case of plural algorithmic cultures within a platform.

2023년  
한국여성커뮤니케이션학회  
가을철 정기학술대회

**제1세션**  
**12:30~14:00**

**세미나실(L308호)**

**사회과학방법론연구회/  
미디어플랫폼 산업·정책연구회 세션**

**여성컴 신설 연구회의 역할과 방향**

사회 : 조윤경(가천대) · 채정화(서강대)

라운드테이블 :

김연신(명지대)  
김윤정(고려대)  
김지희(서울대)  
박소영(조선대)  
박연진(동국대)  
박현지(한국외대)  
양아정(이화여대)  
오하영(한국문화관광연구원)  
이정현(중앙대)  
이하나(이화여대)  
장은실(중부대)  
정인숙(가천대)  
주은신(충남대)  
황하성(동국대)



## 여성컴 신설 연구회의 역할과 방향

사회과학방법론연구회/미디어플랫폼 산업·정책연구회 세션

〈미디어플랫폼 산업·정책 연구회〉와 〈사회과학방법론 연구회〉가 한국여성커뮤니케이션학회 회원 간의 보다 활발한 학문적 교류를 위해 신설되었다.

〈미디어플랫폼 산업·정책 연구회〉는 급변하는 기술 혁신으로 융합과 변주를 겪고 있는 미디어플랫폼 산업에 대한 새로운 접근법을 모색하는 것을 목표로 하고, 〈사회과학방법론 연구회〉는 양적 방법론에 대한 소양을 쌓음과 동시에 등장기적으로 컴퓨터이셔널 사회과학 방법론 등 새로운 방법론을 공부하는 것을 목표로 한다.

기술 혁신은 미디어 융합을 가속화시키며 기존의 미디어 산업 및 정책 관련 이론만으로는 현 현상을 이해하고 분석하는 데 한계가 있음을 여실히 보여주고 있다. 온라인 플랫폼을 중심으로 한 미디어 환경의 재편은 미디어 플랫폼을 둘러싼 생태계뿐 아니라 이용자 중심적인 패러다임으로의 전환을 수용하고, 이에 따른 정책적 수요의 변화와 관심을 촉발시키고 있다. 미디어 서비스 진화 및 혁신의 기반이 되는 기술의 변화에 특히 융합적 관점에서의 다학제간 연구를 요구하고 있다. 나아가 이러한 변화를 진단하고 이해하기 위해 컴퓨터이셔널 사회과학 방법론 등 새로운 방법론에 대한 이해와 유연한 방법론적 사고에 의거한 확장된 연구와 융합적 시각의 연구가 요구된다.

두 연구회는 이러한 학문적 요구를 충족시키기 위해 다양한 분야에서 활발하게 연구하고 있는 여성학자들과의 활발한 학문적 교류를 도모하고 관련 연구가 확장될 수 있는 계기를 마련하고자 한다. 라운드테이블은 그 시작의 첫발을 내딛고자 하는 자리로, 기술이 기회를 만들어 내고, 미디어가 그 중심에 자리하고 있는 지금 이 시점에서 신설 연구회가 무엇을 공부해야 하고, 어떤 방향으로 지혜를 모아야 할지, 어떻게 하면 풍성한 이야기 거리로 학문의 숲, 지혜의 숲으로 만들어 나갈 수 있을지에 대해 논의하고자 한다.



**제2세션**  
**14:15~15:45**

**세미나실(L310호)**

**신진/독립연구자세션**

사회 : 김연신(명지대)

**1. 미디어에 비친 탈북인의 이미지 표상 연구 (신진연구자)**

발표: 신유리(이화여대)

토론: 배진아(공주대) · 정수영(MBC)

**2. 청년세대가 향유하는 디지털 미디어 속 정체성**

- 유튜브 콘텐츠 소비 2030세대와의 심층 인터뷰를 중심으로  
(독립연구자)

발표: 이종임(서울과기대) · 김영은(중앙대)

토론: 주은신(충남대) · 허은진(홍익대)



# 미디어에 비친 탈북여성의 미디어 표상 연구

2023. 11. 04

신 유 리(이화여대 한국여성연구원 연구교수)

## 차례

- I. 연구 배경과 목적
- II. 선행연구
- III. 연구 방법과 내용
- IV. 연구 의의 및 한계
- V. 참고자료

# I . 연구 배경과 목적

## 1 연구 배경과 목적

### 연구 배경

- 북한에 대한 관심
- 공식적 만남
- 개인적 만남



### 연구 대상

- 남북 문화 경험
- 고위층 문화 경험
- 드문 여자
- 최승희 제자
- 정치 수용소 경험
- 탈북 이후 독자 행보



### 연구 목적

- 미디어 노출
  - 긴 생애
  - 학술연구 없음
  - 총체적 이해 필요
- 
- 미디어에 비친 부분 이미지 이해
  - 기록의 필요성

## II. 선행연구

구분	내용
생애사 구술 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 생애사 구술 연구 : 구술은 자세히 들여다보는 일</li> <li>· 구술사: 모든 역사의 처음은 구술(정연경, 2022)</li> <li>· 생애사(Life History): 특정한 개인의 삶에 대해 써내려 간 것으로 한 개인이 자신의 과거의 삶을 자신의 말로 이야기한 것(박성희, 2003)</li> <li>· 연구 참여자의 생활담을 연구자가 면담 후 기록하면서 역사적 사회적 문화적 맥락속에서 새롭게 재구성 (조용환, 1999; Fishcher-Rosenthal &amp; Goblirsch, 2008)</li> <li>· 특징: 주관성, 시간성, 이야기성</li> <li>· 구술생애사: 구술사와 생애사의 교집합(윤택림, 2019), 최현숙(2016, 2019), 김민환(2008) 등</li> </ul>
미디어 재현 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 홍지아 (2011), Kaplan(1992), Meehan(1983), Modleski(1982) 등</li> <li>· 미디어 마케팅, 필요에 따라 조명(문영심, 2021) 등</li> <li>· 오원환(2016), 권금상, 이우영 (2016), 시미즈 케타 외(2021) 등</li> </ul>
탈북자 구술 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 이근화선(2018): 무형문화재</li> <li>· 최순호(2009): 집단 연구</li> <li>· Falletti, Sébastien(2008) : 외국의 시선, 소설화</li> <li>· 조영주(2011, 2013), 이희영(2012), 안태운(2014, 2015), 전명희(2017), 김시라 외(2020), 김성경(2022) : 생애사</li> </ul>
연구대상자 자료 연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 방송: 이후 자세히 다룰 내용</li> <li>· 책: 본인이 2008년에 출간한 자서전(2008): 객관적, 역사적 시각 필요, 근황 담기지 않음 2005년 요덕스토리는 뮤지컬과 책 출간(정성산, 2010): 개인의 스토리만 담긴 것은 아님 탈북인 전체를 다룬 책에 부분적으로 등장</li> </ul>

### Ⅲ. 연구 방법과 내용

#### 1 연구 방법과 내용

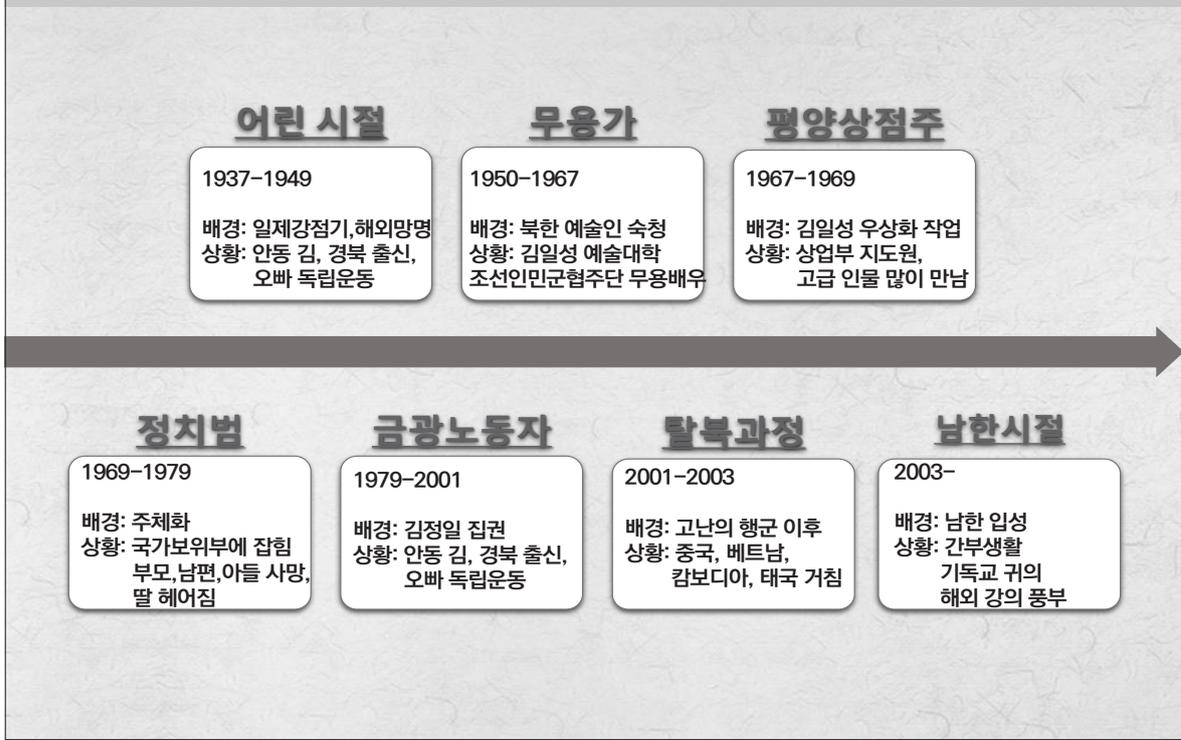
##### 연구 방법

미디어에서 연구 대상자를 재  
현한 방식을 확인하여 이미지  
와 표상의 특징을 추출 및 분석

##### 연구 내용

- 다루어진 주요 매체
- 시기 및 시간
- 방송의 내용

## 2 연구 대상 소개



## 3 연구 내용

### 출연 방송 목록

	제목	날짜	시간	출처/프로그램	조회수	
1	[北정치범수용소 생존자 회견] 김영순 : 아들 하나 탈출하다 총살-	2010.12.03	7:25	SesameTube 참깨방송	유튜브	62,602
2	이제 만나러 갑니다	2012.01.29	9:02	이제 만나러 갑니다	채널A	227,835
3	[애니메이션] 북한 요덕수용소 생존자의 증언 (김영순 탈북무용가)	2013.10.19	3:07	CGN 블레스 한반도	유튜브	119,609
4	미 소식통 "김경희, 사실상 식물인간" [김영순, 북한민주화위원회-김정아, 남북문화교류협회]	2014.01.09	18:23	YTN뉴스	YTN	97,090
5	'성혜림의 친구' 김영순, 북한의 31년간 감시에서 탈출하다	2014.02.13	4:47	대찬인생 57회	TV조선	46,302
6	태양절 맞은 북 ... 추가 도발 가능성은?	2014.04.15		YTN뉴스	YTN	3,587
7	北 요덕수용소, 짐승 같은 '지옥 생활'	2015.10.26	16:55	YTN뉴스	YTN	1,616,583
8	★ 인기영상 재방송 ★ [몰랐수다 북한수다] 208회 성혜림의 친구, 북한 무용배우 김영순 여사의 이야기	2016.12.14	0:53:45	배우고 나누는 배나TV	유튜브	90,592
9	수다 북한수다] 209회 - 김영순 여사, 북한 정치범 수용소, 요덕 수용소, 장진 광산, 탈북자, 북한, 1호 범죄자, 성혜림	2016.12.15	0:52:56	배우고 나누는 배나TV	유튜브	368,478
10	"내 단짝 성혜림은 5호덕"	2017.02.17	0:34:47	뉴스TOP10	채널A	2,017
11	애국 국민 초청 시국강연 세미나 _ 김영순 대표	2018.04.23	0:44:23	전국 네트워크 채널	유튜브	73,156
12	[배나무 이사회] 80회 - 김영순, 강철환 : 북한, 수용소 내 방공호 활용.. 유사시 정치범 수감자 모두 죽일 계획	2019.10.22	001:28:21	배우고 나누는 배나TV	유튜브	50,458
13	김한술의 이모 성혜림과 중고대 친구 총격 증언	2019.5.15	4:43	이봉규TV	유튜브	12,851
14	요덕스토리 김영순 이야기①	2021.05.26	21:00	우파닷컴	유튜브	2655
15	왜, 북에 훌쩍보고 머리속이나②	2021.05.29	15:00	우파닷컴	유튜브	2011
16	요덕스토리 김영순, 북 이야기③	2021.05.29	15:00	우파닷컴	유튜브	2044

## 연구 의의 및 한계

### 1 한계와 대안

#### 의의

우리가 보는 북한



우리가 보고싶어 하는 북한



근현대 맥락 속 개인 조망



탈북인에 대한 이해 및 조화



#### 한계

다수를 대변하지 못함

구술의 신빙성 검증 어려움



## V. 결론



**감사합니다**

yurishin@ewha.ac.kr



# 청년세대가 향유하는 디지털 미디어 속 정체성 -유튜브 콘텐츠 소비 2030세대와의 심층 인터뷰를 중심으로

이종임(서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 강사)

김영은(중앙대학교 언론학 박사)

## 1. 들어가며

최근 미디어콘텐츠 이용자들에게 정구편성이나 재방송 관련 정보를 제공하는 편성스케줄은 중요한 정보가 아니다. 이용자들은 자유롭게 정보를 공유할 수 있는 플랫폼을 선호하기 때문이다. 이용자들이 콘텐츠를 소비하는 시간과 공간에 대한 감각은 과거와는 달라졌다. 이러한 변화의 시작은 인터넷 대중화였고, 소셜 미디어 플랫폼을 적극적으로 향유하는 이용자의 능동성은 더욱 강화되었다. 여러 플랫폼 중에서도 유튜브를 통해 콘텐츠를 소비하는 이용자는 더욱 늘어났다. 유튜브 이용자 통계조사결과에서도 전 세대가 유튜브를 이용하고 있는 것으로 나타났다. 그 중에서도 2030세대들은 모바일뿐 아니라 태블릿, PC 등 다양한 기기를 이용해 유튜브 콘텐츠/정보를 소비하는 것으로 나타났다(방송통신위원회, 2022). 모바일 인덱스 통계서도 이용자들이 가장 선호하는 서비스는 카카오가 1위였지만 2위를 기록한 유튜브와의 이용자 수의 차이가 크지 않은 것으로 나타났다(홍국기, 2023.8.13.).

정보통신정책연구원의 <세대별 SNS 이용 현황> 조사결과에 따르면, 밀레니얼세대(만 25~38세)의 83.5%가 사회관계망서비스(SNS)를 이용해 모든 세대 가운데 가장 높은 것으로 나타났다. 다만 주중 하루 평균 SNS를 2시간 이상 이용하는 '헤비 유저'의 비율은 Z세대(만 9~24세)가 가장 높았다(박종관, 2022.6.21.).

OTT 이용률에 대한 조사결과에서도 2030세대의 적극적 소비를 볼 수 있는데, 방송통신위원회 2022년 보고서에 따르면 OTT 이용률은 72.0%로 전년 대비 2.5%p 증가했다. 연령별로는 20대 OTT 이용률이 95.9%로 가장 높고 10대와 30대는 각각 90.6%, 90.9%로 나타났다. 정보통신정책연구원의 2023년 보고서 <OTT 서비스 플랫폼별 이용행태 비교>에 따르면, 모든 연령대에서 유튜브 이용률 다른 플랫폼



폼에 비해 가장 높게 나타났다.<sup>1)</sup> Z세대는 예능/오락 장르 뿐 아니라 다른 세대 대비 드라마, 애니메이션, 교육/학습, 영화 등 여러 장르를 고루 이용하는 특징을 보이는 것으로 나타났다. 이외에도 Z세대는 스마트폰(88.6%), 태블릿PC(4.8%), 노트북PC(3.3%), 데스크톱PC(2.0%) 등 스마트폰 이용의존도가 상대적으로 낮으면서, 다양한 스크린 이용이 상대적으로 높게 나타났다.

방송사도 유튜브 채널을 통해 관련 콘텐츠를 서비스할만큼, 이용자들은 유튜브로 정보를 수집하고, 여가시간을 보내게 되었다. 유튜브를 이용하는 이용자들이 늘어나면서, 아프리카TV BJ들도 유튜브로 많이 이동했다(이다니엘, 2016.10.26.). 이용자수가 늘어나는 만큼 콘텐츠도 다양해졌다. 자신의 일상을 공유하는 브이로그와 영화나 드라마를 소개하는 콘텐츠(稲田 豊史, 2022 참고), 기존의 방송사콘텐츠를 제공하는 채널 등으로 나뉘었다. 1인 미디어 채널은 음식, 요리, 게임, 여행, 육아, 반려동물, 직장생활 등 채널의 주제는 더욱 세분화되었다. 다양한 니즈를 가진 사람들이 자신이 원하는 콘텐츠를 언제든지 소비할 수 있다는 것이 유튜브를 선호하는 이유일 것이다.

이 외에 왜 방송사의 콘텐츠가 이렇게 외면받게 되었는지 이유를 찾는다면, 미디어 생태계의 변화에 준비하지 못하고 안정적 스케줄만을 고집했기 때문이다. 어린이, 장애인, 유학생, 이민자 등의 이야기는 시청률 보장이 어렵기 때문에, 뉴스 속 '사건' 혹은 보호의 대상으로서 교양프로그램에서만 다뤘다. 뉴스나 시사프로그램 출연자들은 중장년층, 남성이 주를 이룬다. 하지만 소셜 미디어 플랫폼은 비슷한 관심을 가진 이용자들이 '구독자'라는 이름으로 만날 수 있으며, '댓글'을 통해 실시간으로 반응을 확인할 수 있다.

따라서 사회에서 MZ세대라고 호명되는 청년세대는 소셜 미디어 플랫폼에서 여러개의 플랫폼을 넘나들며, 정보를 수집하고, 많은 사람들과 교류를 한다. 소셜 미디어 계정도 여러개를 만들어 사용한다. 소셜 미디어는 나의 일상생활, 취향, 인적 네트워크, 사회적 관심사 등을 담아낼 수 있는 틀이 되었기 때문이다. 과거 미니홈피 <싸이월드>, 카카오톡 메신저/카카오톡스토리 등과는 또 다른 소통플랫폼으로서의 역할을 수행한다.

다수의 이용자가 많은 정보를 공유하고 소비하면서, 콘텐츠 플레이 시간은 점차 짧아졌다. 이용자들은 유튜브의 숏츠, 인스타그램의 릴스, 틱톡 등의 짧은 영상이 주는 강렬함과 재미, 즉각적인 반응 등은 하나의 콘텐츠를 집중해서 소비하기 보다, 짧은 여러개의 영상을 빠르게 볼 수 있는 즐거움을 알게 되었다. 방송사도 채널을 개설해 기존 방송된 드라마나 시트콤을 요약정리해 서비스하기도 했다. 소셜 미디어에서 이용자들이 올린 짧은 영상들이 인기를 끌면서 역으로 프로그램을 정주행하는 이용자도 나타났다. MBC는 <5분 순삭> 계정을 만들었고, '지붕 뚫고 하이킥' '거침없이 하이킥' '뉴 논스톱' 등 과거 시트콤을 5분으로 짧막하게 편집해, 자막과 해시태그를 담은 영상을 업로드했다. 'SBS NOW'에 시트콤 '순풍산부인과'와 '웬만하면 그들을 막을 수 없다' 내용을 10분짜리로 편집해 올리기 시작했다. KBS는 <깔깔

1) 10대(94.3%), 20대(89.9%), 30대(93.1%), 40대(91.5%), 50대(95.4%), 60대(99.3%), 70세 이상(100%)로 나타났는데, 70대의 경우 다른 플랫폼보다 유튜브를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

티비> 채널을 통해 과거 인기 예능, 시트콤 등을 업로드했다. 예능프로그램이나 시트콤은 내러티브나 캐릭터를 이해하는데 많은 시간을 들이지 않아도 되고, 모바일도 소비하기 좋은 콘텐츠였고, 무엇보다도 정말 재미있는 콘텐츠라는 점도 인기요인이었다.

이렇게 짧은 영상을 즐겨소비하게 되면서, 콘텐츠 경쟁의 결정적 요인은 이야기를 보여주는 캐릭터가 되었다. 대중적 트렌드를 주도한 것은 방송사의 캐릭터들이었다. 마미손, 핑수, 유산슬 등의 예능/교양 프로그램 속 캐릭터였다. EBS<자이언트 팽TV> 속 커뮤니케이션 방법, 대인관계, 매번 바뀌는 상황에 맞는 연기력 등의 유연함이 인기의 큰 요인이었다. 이후 다나카, 피식대학, 모창가수를 연기하는 캐릭터 등은 유튜브로 대거 유입한 코미디언들의 디테일한 연기와 설정이 큰 호응을 얻고 있다. 이 외에도 많은 개인 채널이 존재하는 유튜브는 여전히 많은 이용자가 선택하는 플랫폼이다.

소셜 미디어는 이용자인 '내'가 주인공이며, 디지털 공간에서 다양한 사람들과 나의 생각과 감정, 경험을 표현할 수 있고 공유할 수 있는 디지털 시대의 놀이터다. 하지만 이러한 놀이터에서도 자신만의 룰과 타인과의 관계 형성을 구성하는 의례가 존재하는데, 소셜 미디어나 유튜브에서 소비할 수 있는 /소비되는 콘텐츠 내용 역시 공감과 설정의 두가지 요소가 반영되는 추세다. 청년세대는 다수의 계정으로 자신의 이미지를 편집해 다양하게 연출하고, 유튜브채널 속 많은 캐릭터 콘텐츠를 즐겨보고, 공감한다. 자신의 이미지처럼, 콘텐츠 캐릭터의 디테일함의 일치성과 차이점을 구분해낸다. 캐릭터 특징을 수행하는 수행주체들의 모습을 지속적으로 시청하면서 그들의 고단함에 지지를 보내기도 한다. 따라서 이 논문에서는 다양한 자아를 가지고 있는 청년세대가 선호하는 캐릭터의 특징을 소비하는 방식을 살펴보고자 한다. 소셜 미디어 공간에서 스스로의 모습을 구성해나가는 방식과 청년세대가 즐겨 소비하는 콘텐츠 속 캐릭터의 관계성을 통해 정체성 형성과 디지털 플랫폼과의 관계성을 논의하고자 한다.

## 2. 이론적 논의

### (1) 기존 연구

정체성을 만드는 두 가지의 중요한 요소는 서로 상반된, 그러나 끊임없이 상호작용하는 두 가지의 욕구, 바로 '동일성(identification)'와 '차별화(differentiation)'다. 마누엘 카스텔(Manual Castell)은 한 사람의 '정체성'에서 사회적 차원을 분리하는 것은 불가능하고 모든 정체성은 어떤 의도를 가지고 만들어지는, 구성된 것이라 설명한다. 따라서 정체성은 자아구성과 개별화, 즉 다른 사람과의 구별을 함께 만들어내기 때문에 한 사람의 의미와 기능은 모두 구성된다고 설명한다. 정체성은 다양하고 특수한 사회적 맥락들 속에서 타자와의 상호작용을 통해 구성되는 커뮤니케이션의 과정이자 결과물이다. 개인은 기본적으로 다양한 사회적 정체성을 지니며, 그것은 일정한 유동성을 띤다(Serres & Gruszow, 2006/2013). 물론 정체성에는 객관적인 사회구조 내지 상호관계의 체화를 통해 구성되는, 잘 변하지 않



는 부분이 존재한다. 학자들에 따라 ‘자기도식(self-schema)’ 또는 하비투스(habitus)와 같은 이름으로 불리기도 하는 이 부분은 신체 - 심리적인(psycho-somatic)성격을 띠는데, 어린 시절의 가정환경과 교육을 통해 개인 안에 확고히 자리 잡히는 것으로 여겨진다. 하지만 이처럼 변화가 어려운 부분에 더해, 정체성에는 가변적인 부분 역시 존재한다. 이는 개인이 인식하고 수행하는 ‘역할’을 통해 구체적으로 드러난다. 우리 사회에서 그러한 역할은 다양하게 나타나는데, 결국 우리 모두 다중적이고 유동적인 정체성을 가질 개연성이 크다는 의미이기도 하다(Jenkins, 1996; 김선기·이상길, 2014: 104). 윌리엄스는 현대의 ‘개인주체’의 역사는 두 개의 서로 다른 의미를 한 데 묶고 있다고 보았다. 한편으로 주체는 ‘분리될 수 없는 존재’로서, 자신 안에서 통합되어 있고, 더 이상 분리될 수 없는 실체이며, 다른 한편으로 그것은 또한 유일하고 독자적이며 고유한 실체이다. (Hall, S., Held, D & McGrew, T, 1992/2000: 331). 사회적 존재인 인간은 끊임없는 상호작용으로 주변 세계와 관계를 맺는다. 그 관계 속에서 인간은 타자와 소통하며 정체성을 확인하고 자기표현을 하게 된다. 인간의 자아는 공동체 안에서 의식을 통제하고 견고히 하며 동시에 무의식의 영향까지 받아들이며 자기를 실현한다.

정체성 형성의 특징이 주변세계와의 관계, 타인과의 끊임없는 소통을 통해 이뤄지는데, 현대 사회는 디지털 미디어 생태계의 영향이 크다. 디지털 미디어 생태계 환경에서 성장하고 생활하는 청년세대는 소셜 미디어 플랫폼을 통해 감정 공동체를 형성하고, 스스로를 표현하는 방식에 익숙하다. 일례로 케이팝 아이돌을 좋아해 트위터(X) 계정을 만들어 아이돌 관련 정보를 접하고, 타임라인을 살펴보며 시간을 보내는 이용자들은 많다. 아침부터 저녁 잠들기 전까지 소셜 미디어에 공유되는 정보를 읽으며 시간을 보내는 것은 일상화되었다.<sup>2)</sup> 그만큼 디지털 미디어, 소셜 미디어 플랫폼이 청년세대에게 갖는 의미는 크다. 자신의 일상, 인간관계, 나에게 영향을 주는 타인들, 사건들을 접하게 되고, 소통하는 가장 첫 번째 시작점이 되고 있기 때문이다.

대학생을 대상으로 디지털 미디어 환경과 정체성을 조사한 연구가 많은데, 대학생의 경우 폭넓은 대인관계를 맺고 친밀감을 형성해 나가는 시기에 SNS에 몰입하는 경향이 높은 것으로 나타났다.(윤명숙, 박완경, 2014). 타인과의 교류와 유행에서 소외되지 않으려고 SNS를 사용하게 되고, 시간이 지날수록 SNS 이용에 의도적이고 습관적으로 몰두하게 된다(최용주, 유성신, 2015)는 것이다. 디지털 공간에서 친구, 동료 등 지인들과의 인간관계를 유지 및 강화하거나 새로운 인적 네트워크를 형성하여 커뮤니케이션 및 정보를 공유하는 활동에 중요한 기반이 소셜 미디어 플랫폼이 되었다(한국인터넷진흥원, 2018).

인스타그램을 이용하는 청년세대들은 ‘본계정’과 ‘부계정’을 나눠 여러개의 계정을 이용하는 것으

2) 물론 소셜 미디어 계정을 만들어, 아이돌 계정에서 제공하는 정보를 보고, 다른 사람들의 반응을 살피는 것에서 즐거움을 느끼는 이용자의 연령별 특징이 2030세대만 해당되는 것은 아니다. 연구자가 하는 강의의 수강생인 대학생들과 인터뷰를 진행했을 때 수집한 정보에 기반한 내용이기도 하다. 다양한 세대가 아이돌 덕질을 하는 팬덤에 포함되기 때문이다. 하지만 여러개의 플랫폼과 디지털 디바이스를 동시에 이용하면서 정보를 수집하고 덕질을 하는 세대는 2030세대가 비교적 높다는 것을 앞의 통계자료를 통해서도 확인할 수 있다.

로 알려져 있다. 관련 연구로는 아마랄(Amaral)의 ‘핀스타(Finsta)’에 관한 연구가 있다. 핀스타란, 가짜(Fake)와 인스타그램(Instagram)의 합성어로 상대적으로 작은 사회적 네트워크를 구성하고, 프라이빗하며, 인스타그램에서 제공하는 개인정보보호 방안을 활용하는 두 번째 계정을 의미한다(Amaral, 2021). 핀스타는 본계정을 의미하는 실제(Real)와 인스타그램(Instagram)의 합성어인 린스타(Rinsta)와 반대되는 의미를 지닌다. 일반적으로 핀스타는 덜 편집되고 덜 필터링된 삶의 모습을 더 작고 친밀한 친구그룹과 나누기 위한 계정으로 논의되었다. 린스타에서는 다수를 대상으로 긍정적인 반응을 얻을 수 있는 선별된 자기표현을 하는 반면, 핀스타에서는 평가받지 않는 진정한 자신을 표현하고자 한다(이승원, 2022, 5-6쪽). 박상철(2021)은 서브계정 관리행동에 대한 탐색에서 소셜 미디어 특성별로 이용방법을 달리할 수 있고, 자신의 다양한 자아 정체성을 표출하는 등 여러 페르소나(Persona)를 사용하여 표현하는 것으로 서브계정을 설명한다.

소셜 미디어 계정을 통해 자신의 다양한 모습을 구성할 수 있는 환경이 형성되었고, 이용자들은 많은 시간 디지털 공간에 머무르게 되었다. 그 과정에서 끊임없는 자기 노출로 인한 개인정보 유출, 사이버 불링, 자기과시, 왜곡된 자아상, 부적절한 의사소통으로 인한 갈등이 문제로 지적되기도 했고(오윤경, 2012; 홍선희, 유형근, 남순임, 2015), 동시에 커뮤니케이션, 정보탐색, 엔터테인먼트, 자기확인, 유대감 등의 이용동기가 갖는 긍정적 의미를 탐구도 이뤄졌다(이희복, 김대환, 최지운, 신명희, 2014; 노영, 2016; 이귀옥, 박조원, 2018; 안지은·우도현·성현아·배성만, 2020). 조수진과 박혜경(2022)은 인스타그램 플랫폼 이용자들의 여러 계정을 운영하는 이유를 분석했다. 본계정은 일반적이고 기본적인 계정이며, 자신의 훌륭하고 완벽한 삶의 모습을 보여주는 공간이다. 반대로 부계정은 타인의 시각을 걱정하지 않고, 안전한 공간에서의 진실된 자기표현이 가능한 공간이라는 것이다.

이용자들은 자신의 계정에 사진을 업로드할 때 여러장의 사진을 찍고, 이후 보정작업과 선별작업을 거쳐 업로드할 사진/영상을 결정하고, 이후 사진이나 영상에 달린 댓글과 조회수 등의 수치를 확인한다. 최근에는 핸드폰 번호 교환이 아닌 인스타 계정을 교환하는 추세다. 인스타계정에 올라간 사진, 프로필 소개란의 정보 등이 핸드폰 번호보다 더 많은 정보를 제공하기 때문이다. 디지털 공간은 현실의 공간보다 더 다양한 ‘나’의 모습을 구성하고 경험하는 곳이 되었다. 개인의 계정을 관리하는 것, 타인의 계정에 반응하는 것도 중요한 일이며, ‘나’의 모습을 보다 ‘데이터화된 정보’를 통해 객관적이고 비판적으로 바라보게 만들기 때문이다. 자신의 이름보다 소셜 미디어 계정이, 현실의 모습이 디지털 공간에서는 내 안에 존재하는 여러개의 모습 중 하나를 꺼내 전시하는 것은 변화하는 사회의 특징을 상징한다.

## (2) 콘텐츠 보기와 참여: 디지털 정체성

유튜브, 인스타그램, 틱톡 등의 플랫폼을 통해 짧은 영상을 즐겨보는 이용자들이 늘어나면서 이러한 영상을 보는 문화를 ‘스낵컬처’라 명명하게 되었다. 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있는 스낵처럼 이동



시간에도 쉽게 즐길 수 있는 형식의 문화소비 트렌드를 말한다. 모바일 중심의 플랫폼 이용, 편리한 접근성과 이해하기 쉬운 내용을 담은 콘텐츠가 인기를 끌게 되었고, 짧은 영상을 더욱 선호하게 되면서 유튜브 브는 숏츠, 인스타그램은 릴스, 그리고 틱톡 등이 2030 세대들이 즐겨 이용하는 플랫폼이 되었다.

한동안 이러한 세대를 디지털 네이티브(Digital Native)라 정의하기도 했다. 즉, 디지털 테크놀로지 이용에 익숙한 세대를 의미했다. 디지털 네이티브는 라이프 스타일이 디지털 시대의 다양한 기술과 장난감으로 둘러싸여 있으며 이 때문에 디지털 테크놀로지와 상호작용에 매우 친숙한 세대라고 설명한다. 디지털 네이티브는 기존의 틀을 탈피하여 종종 생산자의 메시지를 확대시키거나 그것으로부터 벗어나는 데 자유롭고 텍스트나 콘텐츠의 재생산 경험에 익숙하다. 이러한 논의를 기반으로 장민지(2016)는 대량문화가 제공하는 의미와 즐거움을 다양화하고, 그것의 혼욕적인 노력을 회피하거나 저항하며 균질성과 일관성을 파괴할 뿐만 아니라 대중문화의 영역을 급습하고 밀렵을 하는데 익숙하다는 존 피스크와 헨리 젠킨스의 논의를 강조한다. 이렇게 재생산된 대량문화의 2차 생산물을 그들의 일상생활로 통합시키면서 새로운 문화를 만들어낼 수 있다는 역량을 미디어 환경 자체에서 부여받았다고 설명한다. 또한 이러한 미디어 환경이 형성가능할 수 있었던 이유로 스프레더블 미디어를 제안한다(장민지, 2016, 224쪽). 참여문화의 관점에서 위에서 아래로 향하는 힘과 아래에서 위로 향하는 힘의 상호작용에 의해 결정되는 참여적이고 복잡한 유통의 혼합적 모델이 ‘스프레더블 미디어(spreadable media)’라는 것이다. 특정 텍스트가 다른 텍스트에 비해 쉽게 유통될 수 있도록 만드는 테크놀로지와 유통을 촉진하거나 제한하는 경제적 구조, 콘텐츠 공유를 향한 커뮤니티의 동기에 호소하는 특정 미디어 텍스트의 속성, 그리고 의미있는 정보요소들의 교환을 통해 사람들을 연결시키는 소셜 네트워크를 통한 텍스트의 확산성과 관련된 개념이라고 보았다(Jenkins, Ford & Green, 2013, 3 p; 장민지, 2016, 225쪽 재인용).

디지털 공간에서 주로 소비되는 이야기의 전개 방식도 차이를 나타낸다. 웹플랫폼 드라마의 경우, ‘에피소드(episode)’라 불리는 10분 내외의 분절된 드라마가 10여 편 묶여 완결되는 특징을 지닌다. 그리고 이러한 에피소드들은 개별적으로 소비되는 까닭에 독자적 이야기 구조를 지니면서도 완결된 드라마의 세계로 수렴되는 특징을 보인다. 또한 서사의 입구와 출구는 개방되어 있고, 몰입의 부담을 덜어주기 위해 플롯은 간결해진다. 이러한 형식은 웹플랫폼 드라마가 구동되는 매체의 환경과 가상과 현실이 병존하는 상황에 익숙한 수용층의 특성에 부합하기 위한 것이라 할 수 있다. 웹플랫폼 드라마의 가장 큰 구조적 특징은 이야기가 전통적 서사전개 양식에 국한되지 않는다는 점이다. 웹플랫폼 드라마의 사건들은 인과적 결속에 구속되지 않는 탈위계적 전개를 보이며, ‘우연’을 적극적인 서사 추동의 기법으로 활용한다. 또한 증폭된 갈등의 해결을 통해 ‘무엇’에 도달하고자 하는 의지를 드러내지 않으며, 당면한 순간을 유희적으로 향유하는, ‘과정’에 충실한 전개를 보인다. 결국 드라마의 전개과정에서 드러난 갈등은 무화되고, 결말은 관객이 기대하는 희극적 마무리에 이르는 양상을 보인다. 웹플랫폼 드라마의 이러한 구조는 필연적 인과관계를 서사의 기본으로 삼아 온 대중적 이야기 양식과는 구분되는 서사 전략이라 할 수 있다(강건해, 2020).

### (3) 예능 콘텐츠가 재현하는 다중정체성

고대 그리스 가면연극에서 사용했던 가면을 지칭하는 페르소나가 현재 이용자들의 소셜 미디어 속 모습이나 예능 콘텐츠의 캐릭터를 분석하는데 언급되고 있다(강민희·이승우, 2020; 박해인·오효석·이현울, 2022; 유지연, 2023). 이후 디지털 환경에서 나타나는 캐릭터의 다양성을 멀티 페르소나로 설명한다. 멀티 페르소나란 사람들이 상황에 맞는 여러 개의 가면을 바꿔 쓰며 다른 사람으로 변신하여 다양한 정체성을 표출하는 것을 의미한다(김난도 외, 2019).

엄밀히 말하면 페르소나는 참다운 것이 아니다. 개인과 사회가 ‘누가 어떻게 보이는 것’에 대해서 타협하며 얻은 결과다. 그는 어떤 이름을 받아들이고 칭호를 얻고 지위라든가 또 이것저것을 남에게 내보인다. 이것이 어떤 의미에서는 현실이기는 하나 그 사람의 개성에 비추어 보아서는 2차적인 현실, 그 사람보다는 다른 사람이 더 많이 참여한 타협형성에 불과한 것이다. 페르소나는 하나의 가상(假想), 농담 삼아 규정하자면 2차원적 현실이다(김민정, 2015, 270쪽 재인용).

가장 대중적으로 캐릭터의 특징을 보여준 사례는 2018년 <쇼미더머니7>에 출연한 매드클라운의 ‘마미손’ 캐릭터다. 래퍼활동으로 대중적 인지도를 얻은 매드클라운은 가면을 쓰고 자신을 래퍼 ‘마미손’이라 이야기했다. 시청자/팬들은 그가 마미손이 아닌 매드클라운이라는 것을 모두 알고 있지만, 전혀 모른 다며 부정하던 매드클라운의 발언으로 시청자들은 혼동하기도 했다. 이후 그는 자신만의 방식으로 자신의 부캐인 마미손 캐릭터를 계속 사용하였는데, 포털에서 매드클라운과 마미손이 동일인물인지를 묻는 질문을 아직도 쉽게 찾아볼 수 있다.

EBS 캐릭터 펑수는 <자이언트 펑TV>로 2019년 4월 2일 첫방송되었는데, 2019년 시민이 뽑은 타종 인사11에 포함되어 타종행사에 참여하기도 했다. 유튜브 채널 <자이언트 펑TV>는 현재 181만명 구독자를 보유하고 있다. EBS의 캐릭터로 시작한 캐릭터 펑수가 타종행사에 참여할만큼 대중들의 큰 관심을 받게 되었다. 사람이 연기하지만 캐릭터로서만 대중에게 노출되는 특징도 과거와 다른 부분이다. 2020년 국정감사에 펑수를 국감증인으로 요청한 국회의 입장에 팬들은 우려를 표했다. 펑수를 연기하는 연기가 노출될 경우, 펑수의 세계관이 깨진다는 것이 반대 이유였다(우다빈, 2020.10.7.). 박해인·오효석·이현울(2022)은 MBC 예능 프로그램 <놀면 뭐하니?>에서 나타난 부캐의 특징과 이를 둘러싼 세계관 확장 양상을 분석하였다. MBC <놀면 뭐하니?>의 주요 출연자인 유재석은 코미디언 유재석이야기인 상황에 따라 그에 맞는 캐릭터를 연기했다. 2019년 8월부터 2021년 7월까지 프로그램에서 유고스타, 유산슬, 유아호, 유본부장 등 총 14개의 캐릭터를 연기했다. 일종의 ‘세계관’의 확장이라고도 볼 수 있을 것이다. 예능 프로그램에서 연예인이 본캐에서 분화되어 부캐로 활동할 수 있는 이유는 시청자들 또한 미디어에서 다양한 자아를 가질 수 있는 환경에 이미 익숙해졌으며, 부캐를 내세우는 프로그램의 제작의도를 이

해하고 있기 때문이라고 설명한다(박해인·오효석·이현율, 2022, 28쪽).<sup>3)</sup>

대중적 인지도를 획득한 캐릭터로 인해 2020년 소비자의 핵심 트렌드로 ‘멀티 페르소나’가 제정되기도 했다. 개개인이 가진 다원성을 주목하는 관련 다양한 마케팅이 본격화되던 시기도 이즈음이다. 이러한 캐릭터는 유튜브로도 이어졌다. 유튜브의 캐릭터, 개인채널을 일상적으로 소비하는 이용자들 역시 본계정과 부계정을 여러개 운영하며 활용하는 다중적 정체성을 관리하는 주체라는 특징도 고려해야 할 것이다.

개그우먼 김신영은 ‘다비이모’라는 캐릭터로 음반을 내고 뮤직비디오를 촬영하며 캐릭터를 연기했다. 송은이가 대표로 있는 ‘미디어랩시소’가 내세운 캐릭터로, 다비이모는 1960-70년대 장년 여성의 취향과 감성, 자주 공유되는 습관 등을 사투리와 함께 레트로 감성을 담은 캐릭터다. <다비이모>뿐 아니라, <피식대학>, <다나카>, <최준>, <신도시부부>, <서준맘> 등이 인기 채널인데, 최근에는 각 채널 속 세계관이 확장되는 특징을 나타낸다.<sup>4)</sup>

<피식대학> 출연자들이 재현하는 캐릭터도 유사한 형태로 캐릭터의 정체성을 구축하고 등장인물들이 다른 캐릭터를 보여주는 등의 세계관 확장을 보여주고 있다. <피식 유니버스>라고도 불리는데, <피식대학>에서 출발한 이야기. 캐릭터 등을 지칭하는 것이다. 피식대학은 KBS와 SBS 출신 공채 개그맨 이용주, 김민수, 정채형 3명이 결성해 운영하는 유튜브 채널이다. <피식대학>은 2019년 9월에 개설되어 상황극 몰래카메라와 사람들의 공감을 바탕으로 유형분석 콘텐츠 제작을 시작으로 채널을 운영하기 시작했다(강필준·이상원, 2021, 18-20).

<카페 사장 최준>에서 시작해 <신도시부부>, <서준맘>, <피식쇼> 등 다양한 콘텐츠로 인기를 끌고 있는데, 그 중에서도 신도시부부의 역할을 하는 <서준맘>은 30대 기혼 여성의 서사-육아와 경제활동, 남편과의 관계 등을 보여준다. 서준맘이 보여주는 30대 기혼 여성의 서사는 그에 대한 인간적 애정과 이해를 불러일으킨다는 점이 많은 이용자들의 선택을 받는 이유다. 핵심은 ‘디테일’인데, 손목에 찬 보호대에서 육아의 고단함이 엿보인다는 점이다. ‘서준이 시점’으로 촬영된 브이로그에선 아이의 비위를 맞추기 위해 온몸을 던지는 ‘초보 엄마’의 모습이 보인다(이유진, 2023.2.27.).

유지연(2023)은 유튜브 <나몰래 패밀리 핫쇼>에 이용자들의 반응이 높은 이유를 롤플레이팅과 같은 역할놀이에 적극적으로 참여할 수 있기 때문이라고 보았다. 첫째, 팬들은 일본인인 다나카의 어눌한 ‘한본어’ 말투를 모방하여 대부분의 댓글을 ‘한본어’로 작성한다. 팬들은 모방놀이를 통해 캐릭터의 말투와 설정을 따라함으로써 일시적으로 새로운 세계를 경험하게 된다는 것이다. 즉, 팬들의 체험의 장이나 자발적인 놀이의 장이 된다는 것이다. 다나카의 말투를 모방하는 역할 놀이를 통해 콘텐츠에 몰입하고 있다.

3) MBC 예능 <놀면 뭐하니>에서 등장한 캐릭터들은 종영한 MBC 예능 프로그램 <무한도전> 속 캐릭터와도 겹쳐지는 구성이 많다. 동일한 방송사와 프로듀서가 제작한 프로그램이라는 특징이 캐릭터의 연속성을 느끼게 만들었던 부분도 있다.

4) 피식대학은 251만명의 구독자를 보유하고 있는데, 출연자들이 연기한 캐릭터를 주인공으로 하거나 대본 컨셉의 캐릭터를 선보이며 계속 확장하는 세계관을 보여주고 있다.

둘째, 팬들은 부캐와 정식적 동일시를 통해 서사를 함께 완성해가는 일부로 참여하고 있다고 보았다. 낯선 한국에서 지명받기 위해 갖은 노력을 했던 일본인 다나카, 인정받지 못한 디자이너 김진욱, 그리고 유튜브 생태계에서 살아남기 위해 수년간 콘텐츠를 기획한 김경욱의 스토리가 담긴 <나몰라 패밀리>의 성장 서사에 감정이입을 한다는 것이다(유지연, 2023, 150-151쪽).

유튜브 구독자들은 채널 출연자들이 늘어나고, 연기하는 캐릭터가 많아지면서, 각 인물의 다중적 역할을 능동적으로 수용한다. 구독자들은 채널 출연자들이 보여주는 관계가 실재가 아님을 알면서도 오히려 인정하는 댓글을 의도적으로 남긴다. 영화 속 인물을 동일시하듯, 유튜버의 다중적 역할의 수행성을 마음껏 향유하는 것이다. 유튜버들은 자신의 인스타그램과 페이스북 등의 SNS를 경유하면서 구독자와의 상호작용을 강하게 구축한다(김소영, 2021, 279쪽).

### 3. 연구방법: 심층인터뷰

질적 연구는 인간행위의 의미와 그 동학에 대한 심층적 이해를 추구하는 방법으로 ‘왜’ 그리고 ‘어떻게’를 다루는 방법론이다(김혜경, 2018:207). 질적 연구 방법론 중 심층인터뷰는 민속지학에서 사용되는 방법론 중의 하나로 민속지학은 철학과 인류학, 사회학 등 학문적 영역에서 수십년 동안 축적되어온 광의와 해석학적 전통에 기반으로 두고 있다. 심층 인터뷰 대상자에 대한 선택은 의도적 표본 추출로 이뤄지는데, 연구 문제에 대한 답을 잘 말해줄 수 있는 사람들을 의도적으로 선택해 표집하였다(Creswell & Poth, 2018/2021).

스테이크(Stake, 1994, 1995/2000; 강진숙, 2016)는 질적 연구를 본질적, 도구적, 집합적 사례연구로 구분하였다. 도구적 사례연구는 특정 이슈나 문제를 규명하기 위한 목적으로 연구가 진행되고, 사회문화적 쟁점을 이해하고 성찰적으로 사례와 접근한다. 무엇보다 사례연구는 다양한 문제 및 질문을 통해 관심 쟁점들을 발전된 쟁점으로 이끄는 것뿐만 아니라 문제를 해결할 수 있는 대안적 방안을 위해 주장할 수 있는 2030세대, 청년세대에 해당되는 대상자들을 선정하였다. 특히, 디지털 콘텐츠 소비와 문화적 향유, 정체성에 대한 인식 등을 논의할 수 있는 세대로, 모바일, PC 등 다양한 기기를 이용하고 빈번하게 많은 시간 소셜 미디어 플랫폼을 이용하고 콘텐츠를 소비하는 점을 고려해 섭외하였다. 인터뷰 참여자는 연구자들의 지인으로부터 시작하여 소개를 통해 확장하는 눈덩이 표집(snowball sampling) 방법을 통해 모집하였으며, 인터뷰는 9월 21일, 10월 12일 두차례에 걸쳐 카페에서 진행하였고, 이메일과 전화로 추가 인터뷰를 진행하였다.<sup>5)</sup> 인터뷰를 위해 관련 질문지를 만들어 진행했지만, 자유롭게 대화하는 형식으로 진행하였다. 인터뷰에 앞서 연구진은 논문의 내용에 대해 자세히 설명하였으며, 인터뷰 내용은 모두 녹취되어 분석되었다.

5) 연구 관련 인터뷰는 계속 진행 중이다.

〈표 1〉 연구참여자의 일반적 특성

참여자	성별	나이	직업	즐거보는 콘텐츠	이용 플랫폼
A	남	20대	대학원생/강사	폭스클럽, 레오제이, 랄랄 다양한 개인 브이로그를 보는 편	유튜브, 트위터, 인스타그램
B	여	30대	대학원생/강사	브이로그, 여행, 장애인	유튜브, 인스타그램
C	여	20대	대학원생	서준맘, 강유미, 반려동물 채널	유튜브, 인스타그램
D	여	20대	대학원생	신도시 부부, 해주, lan시누, MBTI채널	트위터, 유튜브
E	여	20대	대학원생	인터넷 커뮤니티, 트위터 인스타그램, 페이스북 모두 대학 들어온 이후 사용이 줄어들게 됨	트위터, 유튜브
F	남	20대	직장인	브이로그, 게임, 여행, 캠핑 슈카월드, 뉴스채널(YTN, MBC 등) 다나웃, 강형욱의 보듬 호갱구조대	유튜브, 인스타그램
G	여	20대	직장인	일상 브이로그(해주, 햄튜브), 뽕뽕 이의 일상, 말하는 동물원 부빠, 사 피엔스 스튜디오	유튜브, 인스타그램

심층 인터뷰 진행은 소셜 미디어 플랫폼이 이용자의 라이프스타일에 미치는 영향은 무엇인지를 질문 하였다. 그리고 유튜브 등의 플랫폼 이용동기와 주로 즐겨보는 콘텐츠의 특성, 캐릭터에 대한 선호도와 콘텐츠의 공감 이유 등을 통해 유튜브 콘텐츠와 캐릭터를 이해하고 소비하는 과정에서 나타나는 정체성에 대한 인식과 문화적/맥락적 함의 등을 논의하고자 했다. 소셜 미디어 이용과정에서 영향을 받는 요소, 유튜브채널 중 구독하는 채널, 즐겨보는 채널 그리고 대중적 인지도를 얻은 <피식대학-신도시부부, 서준맘, 피식쇼, 한사랑산악회 등>, <다나까>, <폭스클럽> 등의 채널의 내용과 출연자가 늘어나고 여러 역할을 수행하는 캐릭터의 확장, 세계관 형성 등에 대해 질문하였다.

## 4. 연구결과

### (1) 미디어 이용방식: 디지털 놀이공간, 소셜 미디어 플랫폼

유튜브가 텔레비전과 라디오 등 기존 미디어 혹은 특정 기관의 홈페이지를 보완하는 이차적 소통의 통로로 활용되기도 하지만, 동시에 개인의 창작물을 포스팅하는 1인 미디어의 역할도 크다 할 것이다. 최근에는 유튜버의 다재다능한 수행성을 바탕으로 창작된 채널이 크게 주목받고 있다. 온라인 공간을 늘

이공간으로 활용하는 2030이용자들에게 대한 최근 연구들은 그들의 행위를 ‘시간 보내기’(hang out) 혹은 ‘놀이’(mess about)로 묘사한다. 구독자가 수행하는 다중의 역할은 네트워크화된 유튜브 플랫폼에 기반한 지식의 습득, 재창작, 공유라는 역동적인 행위위 과정에 의해 이뤄진다고 할 수 있다.

아이돌 그룹 사이니를 좋아하게 된 후 트위터에 사이니 계정을 만들어서, 타임라인 보고, 비슷한 관심사를 가진 사람들의 이야기도 보고, 트위터에서 위로를 많이 받는 편이에요. 온라인에 인류애가 있달까요. (D)

코로나 이후로 여행 콘텐츠를 많이 보고 있어요. 빠니보틀 콘텐츠도 많이 보고, 맛집 정보도 알 수 있고, 내가 지금 여행을 가지 못한다고 해도, 여행 콘텐츠를 보면 기분이 좋아져요. 내 경험과 완전히 다른 삶을 보여주는 콘텐츠의 경우 사람(채널 운영자)이 좋아야 볼 수 있는 것 같아요. (B)

인스타는 고등학생 때 만들었는데, 대학생이 된 후 점점 사용이 줄었어요. 타인의 삶에 관심도 없고, 그러다가 제 관심사 관련 정보를 얻을 수 있는 레딧(Reddit)라는 커뮤니티 활동을 열심히 하고 있어요. 인스타는 꾸안꾸라고 하지만, 실제로는 엄청 꾸민거 올려요.(E)

인스타그램은 대학가서 만들었는데, 저와 취향이 맞지 않아서 지금은 비번도 잘 모르는 상태예요. 타인의 삶이나 보여주기 문화가 저와 맞지 않는 것 같아요.(D)

짧고 빠른 영상에 익숙해지면, 영화 한편도 보기 힘들고, 유튜브 요약본을 찾아보고 영상속도도 빠른걸 선택해요. 참을성과 인내심이 떨어지는 것 같아요. (B)

인스타그램을 통해 자신의 삶을 보여주는 방식은 짧은 시간에 많은 정보를 볼 수 있다는 장점이 있지만, 다른 한편으로는 자신의 삶에 대한 자신감을 갖기 어렵게 만드는 문제도 있다. 이러한 경향이 지속되면서 ‘비리얼Bereal’이라는 애플리케이션이 등장했다. ‘진짜가 되자’는 의미를 갖는데, 진짜의 삶을 공유하자는 의도에서 출발했다. 하루 한번, 앱에서 “진짜를 보여줄 시간(Time to Bereal)이라는 푸쉬 알림이 온다. 사용자는 2분 안에 휴대폰으로 자신의 주변 환경을 찍어 업로드해야 한다. 후면 카메라가 먼저 작동해 사진을 촬영하면 전면 카메라가 자동으로 사용자의 셀카를 찍는다. 사용자는 주변 환경과 현재 모습을 앱상의 친구들과 공유한다. 모든 사용자는 동시에 알림을 받고 업로드된 사진 속 상황을 공유하게 된다. 인스타그램에서 ‘인생 샷’을 올리는 것과 거리를 두기 위해 출시된 앱이다(김민호, 2022.5.27.). 비리얼에는 인스타그램이나 틱톡이 제공하는 보정 필터도, 영상 촬영기능도 없다. 해시태그로 불특정 다수의 호응을 이끌어낼 수도 없다. 사진은 친구들과만 공유된다. 소셜 미디어 플랫폼이 자신의 행복한 삶



을 ‘증명하는 공간’으로 바뀌면서 오히려 비리얼이 더 큰 호응을 얻었다는 평이 지배적이다.

저는 개인 유튜브 채널을 운영하고 있어요. 구독하는 채널도 많은데, 특히 브이로그 채널 좋아해요. 너무 꾸미고 완성도가 높은 콘텐츠보다 개인채널이라고 느껴지는, 구독자 수가 많지 않은 채널들을 좋아하죠. 하지만 제가 구독한 브이로그 채널이 인기가 많아지면 자주 가지 방문하지 않게 되요(A)

유튜브에 개설된 방송사의 콘텐츠는 짧은 영상이기 때문에, 채널이나 콘텐츠 주제보다, 캐릭터의 인지도를 선택해 보는 경우가 많았다. 대중적으로 알려진 유명 피디나 연기자, 드라마와 예능을 짧게 요약정리해주는 채널도 즐겨보고 있었다.

저는 나영석 피디의 유튜브 콘텐츠 많이 봐요. 이서진의 뉴욕뉴욕도 재미있게 봤어요. 채널을 구독하거나 콘텐츠를 보는 데에는 ‘친밀감’이 중요한 것 같아요. 그리고 디테일한 정보도 영향을 미치고요. (C)

박막례 할머니는 정말 매력이 넘치는 것 같아요(B).

저는 피식대학은 그렇게 재미있는지 모르겠어요. 오히려 거기서 알게 된 서준맘을 더 재미있게 보고 있어요. 디테일은 기본이고요. 어떤 사람이 등장하는지, 그 캐릭터를 보고 채널이나 콘텐츠를 선택하는 편이죠.(A)

서준맘이나 피식대학은 보면, 내용이 정말 디테일해요. 유기견 봉사도 가고. 저는 서준맘, 그리고 강유미 채널을 구독해요. 특히 강유미가 하는 연기/캐릭터가 정말 디테일하고 통찰력이 있다고 생각해요.(C)

신도시 부부는 자기파괴적인 캐릭터 같아요. “저렇게까지 한다고?”, 이렇게 생각하면서 봤어요. 그런 부분이 인기요인 아닐까요?(E)

인터뷰 참여자들은 유튜브 콘텐츠와 캐릭터에 관심을 갖게 되는 이유로 디테일함을 언급했다. 그들이 연기하는 캐릭터의 모습이 ‘연기’나 ‘설정’보다는 ‘실제’(real)의 상황으로 착각할 만큼의 내용을 보여준다는 점이다. 소셜 미디어에 익숙한 이용자의 관심을 끌기 위해 방송 프로그램도 변화를 추구해왔다. 방송프로그램에서 개그맨 유재석이 연기했던 캐릭터와 세계관의 확장, 일반인이 출연하는 연애 리얼리티

프로그램은 소셜 미디어를 통해 자신의 ‘사적인’ 이야기를 공유하는 관계성이 콘텐츠에 반영된 것이라 할 수 있다. 맘스타그램이나 립스타그램 등의 표현이 등장할 정도로 소셜 미디어 플랫폼에서 일상적이고 사적인 이야기에 공감하는 이용자들은 급격하게 늘어난 흐름이 반영된 것이라 볼 수 있다.

유튜브에서 부캐가 인기를 끄는 건, 이미 인터넷에서 경험한 부분이 여러 가지 캐릭터를 운용하는 것이고, 유튜브에서 활동하게 되면 광고, 조회수, 구독자 수 등으로 이익을 얻을 수 있기 때문인 것 같아요(E)

부캐가 인기 있는 이유는 아무래도 인생을 설계하는 문제와 연관이 있다고 생각해요. 미디어 생태계의 변화로 인해 선택을 매번 경험하게 되고, 자연스럽게 학습하게 된 부분도 있는 것 같아요(D)

피식대학(피식 유니버스)을 보면, 관련 지인들이 계속 출연하면서 세계관이 형성되잖아요. 레오제이 채널도 그렇고, 유명한 유튜버의 경우 주변 지인들의 채널에 출연하기도 하고, 출연시키기도 하면서 세계관이 확장되는 느낌이 들어요.

하나의 유튜브를 보기 보다는, 콘텐츠를 보다가 다른 채널로 이동하고, 이러면서 다양한 세계관을 보게 되는 것 같아요(A)

유튜버와 유부버가 합동방송(합방)을 많이 하잖아요. 세계관이 확장되는게 재미있어요. 레오제이 채널에 주변 친구들이 출연하고, 그 친구들도 유튜브 채널이 다 있거든요. 유튜버 한명이 진행하는 채널도 보지만, 여러명의 유튜버가 합방하는 채널도 즐겨봐요. 또 다른 재미가 있어요(A,B,C)

출연자들이 다른 캐릭터를 연기하면서도 하나의 세계관에 묶여 활동하는 것은 최근 유튜브 콘텐츠에서 나타나는 특징이다. 김희경(2015)은 미디어의 연속성과 확장성, 제작자와 수용자가 함께 창작하고 공유하는 방식으로서의 참여와 공유를 주목하였다. 개별미디어에 담겨 있는 스토리가 연관되어 거대한 스토리 세계를 구축하는 것도 최근의 트렌드다.

하지만 몇 명의 인터뷰 참여자들은(D,E,F,) 이러한 역할론이 갖는 이야기 구성에 큰 흥미를 느끼지 못한다고 답을 했다. 과거 방송프로그램이 주류였던 시기, 리모트콘트롤을 이용해 다수의 채널을 이동해 탐색하듯이, 유튜브에서도 여러개의 채널, 알고리즘이 추천하는 채널을 클릭하고 있었다. 친구나 가족과의 관계 속에서 정보를 듣고 콘텐츠를 소비하지만, 채널 구독 결정까지는 이끌어내지 못했다고 답했다.<sup>6)</sup>

6) 오히려 트위터로 글을 쓰고 공유하는 것, 레딧과 같은 인터넷 커뮤니티에서 관련 정보를 공유하고 비슷한 관심사를 가진 이용자들을 만나는 것이 즐겁다는 것이다. 하지만 대부분 유튜브에서의 다양한 주제로 생산되는 브이로그 영상을 보고, 인기 캐릭터의 영상도 즐겨본다고 답했다.

스낵컬처(snack culture)로 정의되었던 유튜브, 인스타, 틱톡 등의 숏츠 영상은 플레이 시간이 짧은 만큼, 이용자들의 관심을 끌기 위해 ‘디테일한/현실적인 모습’을 재현하는데 집중한다. 여러개의 미디어 디바이스를 이용하고, ‘캔슬컬처’<sup>7)</sup>에 익숙한 2030세대의 관심을 끌기 위한 전략이기도 하다. 본계정과 부계정이 있고, 계정이 다양하지 않고, 인스타그램을 이용하지 않는다고 선언해도, 자신의 모습을 어떻게 재현할 것인지는 이미지와 영상으로 표현되고/되어야만 하는 시대다. 유튜브 콘텐츠에서 볼 수 있는 캐릭터의 다중정체성, 즉 연기자의 실제 모습과 콘텐츠 속 캐릭터 혼동, 인터넷 포털에서 여전히 검색되는 연기 캐릭터와 실제 인물의 일치여부의 질문이 갖는 의미는 여기서 찾을 수 있다.

다중 캐릭터를 디테일하게 연기하는 것도 ‘완벽한 자기관리/직업의식’으로 볼 수 있다.<sup>8)</sup> 그리고 ‘세계관의 확장/세계관의 구성’으로 설명되고 있는 콘텐츠/캐릭터의 전략은 웹드라마에서도 선택되는 사건의 탈위계적 구성과 우연을 적극적 서사추동의 기법으로 활용하는 방식과 크게 다르지 않다. 내가 예측하지 못한 상황에서 어떠한 역할을 수행해야 하는가에 대한 2030세대의 고민과 공감은 유튜브 콘텐츠 속 캐릭터와 캐릭터들간의 관계를 통해 이야기에 몰입하고 공감하거나 비판을 하게 되는 것이다.

## 5. 결론

이 연구는 소셜 미디어 플랫폼 이용자·이용시간의 증가로 인해 자신의 구성하고 타인과의 관계를 유지하는 중요한 ‘장’으로서의 역할을 수행하게 되면서, 헤비유저로 평가되는 2030세대, 청년세대가 소셜 미디어 플랫폼을 어떻게 사유하고 즐겨보는 콘텐츠에 대한 의미 등을 논의하고자 하였다.

방송프로그램에서도 ‘리얼리티’, ‘현실성’을 강조하는 프로그램 제작이 증가하였지만(이종임, 2023), 동시에 한명의 연기자가 여러개의 캐릭터를 갖고 세계관을 구축하는 방식이 인기를 끌었다. 인스타그램이나 트위터 등을 이용하는 과정에서 본계정과 부계정으로 나눠, 자신의 모습을 연결된 인적 네트워크의 특징에 따라 다르게 표현하는 방식이나 타인들로부터 주목받기 위해 선택하는 ‘현실적 디테일’이 유튜브 콘텐츠에서도 나타나고 있음을 알 수 있었다. 소셜 미디어는 플랫폼별로 이용에 필요한 디테일이 요구되는데 일종의 ‘의례’라 할 수 있다. 플랫폼에 정해진 행동양식에 따라 타인과 연결되기 때문이다. 이러한 의례를 통해 ‘소셜 미디어 공동체’를 형성하게 된다. 플랫폼 중심의 사회성(platformed sociality)으로 인해 이용자들이 관계를 맺고 플랫폼 안에서 오래 머문다는 것이다(이재원, 2021). 소셜 미디어 콘텐츠에서 재현되는 디테일함의 감동은 소셜 미디어 공동체를 통해 빠르게 확산된다. 공동체는

7) 캔슬 컬처(Cancel Culture)는 주로 저명인을 대상으로 과거의 잘못되었다고 생각하는 행동이나 발언을 고발하고 거기에 비판이 쇄도함으로써 직업이나 사회적 지위를 잃게 만드는 소셜 미디어상의 현상이나 운동을 말한다. 사회관계망서비스(SNS) 등에서 자신과 다른 생각을 드러낸 사람들에게 대한 팔로우를 취소하거나 배척하는 행동을 하게 된다.

<http://www.sisunnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=178200>

8) 인기 유튜브 채널 운영자들의 과거 현실적 어려움은 지금까지의 성실한 영상 업로드를 높게 평가하는 댓글이나 블로그 글이 많다는 것을 통해서도 알 수 있다.



채널의 구독자와 실시간 댓글을 통해서도 형성된다. 소셜 미디어플랫폼이 갖는 미디어의 연속성과 확산성, 생산자와 이용자의 공동창작/공동참여 등의 방식은 보다 적극적 참여와 소비를 이끌어낸다.

다나까(김경옥)는 그의 말투를 그대로 따라하는 팬덤이 형성되었고, 공식적 팬미팅도 진행했고, 피식대학은 2023년 제59회 백상예술대상 TV부문 예능 작품상을 수상했다. 폭스클럽<sup>9)</sup> 출연자들은 현실적 캐릭터 표현으로 인기를 끌었고, 최근 대중잡지 인터뷰를 진행하기도 했다. 고정된 정체성을 벗어나 자유롭게 삶을 구성하는 출구로서의 역할이 본캐와 부캐라는 멀티 정체성을 통해 이용자와 공감하는 것이다. 이러한 '공감'은 세계관 확장으로 이어졌고, 하위문화적 디테일을 재현하던 방식에서 주류문화와 충돌하고 주류문화를 재전유하는 방식으로 확장되는 것을 볼 수 있다. 피식쇼, 다나까 등의 채널에 유명인이 출연하거나 주류문화에 유입되는 사례들이 많이 나타나는데, 문화의 충돌과 이질성이 존재하지만, 초반의 하위문화적 차이점과 마이너리티의 감수성은 '휘발'되거나 '유명인'에 의해 마이너리티는 더욱 강화된다.

유튜브 콘텐츠에 대한 이용자들의 기대는 공감이다. 공감의 층위는 다양하겠으나, 다중 정체성을 유지하는 것의 어려움과 지속적인 노력, 자신의 정체성을 선별해 밖으로 이끌어내는 과정에서의 고려해야 할 사항, 노력의 결과로 보여지는 디테일한 설정과 대사, 꾸준한 영상 업로드/성실함, 카메라 시점 등으로 표현되는 캐릭터와 공감 등이다.

청년세대가 '비리얼'(Bereal) 앱을 선호하거나 소셜 미디어 계정을 여러개 유지해야 하는 비자발적 선택, '나'를 주목하는 다수의 대중/타인에 대한 긴장감 등이 온라인 공간에서는 더욱 구체적이고 빈번하게 간접적 경험을 하게 된다. 청년세대의 미디어 이용은 모바일 중심이지만, 여러개의 디지털 기기를 이용하고, 플랫폼 역시 여러개를 동시에 이용한다(방송통신위원회, 2022). 청년세대가 자신을 드러내야 하는 공간이자 자신을 숨기고 싶은 공간으로 소셜 미디어를 선택한다. 이러한 고민은 유튜브 콘텐츠로 재현되고, 팬/이용자로서의 청년세대들은 때로는 탈주/이탈하기도 한다.<sup>10)</sup> 동시에, 유튜브 채널의 디테일함과 그들의 오랜 노력에 따라 형성되는 다중정체성/세계관 확장을 지켜보고, 참여하는 과정에서 나타나는 캐릭터, 콘텐츠 속 다중적 정체성을 향유하고 있음을 알 수 있다.<sup>11)</sup>

9) <폭스클럽>은 구독자 35만명의 숏코미디채널 <밈알고리즘>에서 운영하는 채널로, 세명의 여성이 연애를 하기 위한 과정을 유머러스하게 담은 유튜브 채널이다.

10) 인터뷰 참여자 D,E는 가족이나 친구들과의 관계유지에 유튜브 콘텐츠를 살펴보는 것이 도움이 된다고 설명했다. 즐겨보지 않지만 가끔 콘텐츠를 소비하는 이유였다. 하지만 영상과 이미지로 재현되는 타인들의 '구멍'을 지켜보는 것은 여전히 불편하기 때문에, 인스타그램은 거의 이용하지 않는다고 답했다. 오히려 트위터에서 텍스트로 쓰여진 글, 글에 대한 반응, 댓글을 선호하고, 관심사가 같은 커뮤니티 멤버들과의 정보공유를 선호한다고 답했다.

11) 이 연구는 아직 진행중이다. 따라서 2030세대가 소셜 미디어 플랫폼을 이용하는 과정에서 자신을 규정하는 요소, 비판, 타인과의 관계성 등이 유튜브 콘텐츠를 소비하는 과정에서 어떻게 연관짓는지를 이후 진행될 인터뷰를 통해 살펴보고자 한다.

## 참고문헌

- 강건해(2020). 스낵컬처(snackculture) 시대의 새로운 이야기 양식, 웹드라마의 서사 구조에 관한 연구, <한국드라마연구>, 제60호, 5-34.
- 강민희·이승우(2020). 멀티 페르소나의 사례와 의미 - '부캐'를 중심으로, 19권 2호, <한국문예창작>, 123-143.
- 강소라·이다은·이진(2023). SNS 사용자의 멀티 페르소나 형성 연구 - 카카오톡을 중심으로, <한국콘텐츠학회논문지>, 103-114.
- 강해원·이재원·백지연(2023). 버추얼 휴먼 로지는 어떻게 셀러브리티가 되었는가? : 인스타그램에서의 스토리텔링 전략에 관한 탐색적 연구, <방송과 커뮤니케이션>, 24(3), 34-67.
- 강진숙 (2016). <커뮤니케이션과 미디어교육 연구의 주사위: 질적 연구방법론>. 지금.
- 구다연·홍지아(2022). 2030 여성의 포스트-자기계발 담론 분석 연구 : 유튜브 여성 생산자의 자기계발 채널 분석과 인터뷰를 중심으로, <현상과 인식>, 46권 4호, 125-152.
- 김명진(2021). 텔레비전 리얼리티 프로그램의 매체수행성과 메타실재의 구성 : <놀면 뭐하니>의 '씩쓰리' 이벤트를 중심으로, <한국방송학보>, 5-40.
- 김민정(2015). 영화를 통해 살펴본 그림자와 페르소나:원만한(Vollständigkeit) 자아정체성을 위해, <인문학논총>, 제38집, 259-284.
- 김민호(2022.5.27.). "사랑하는 SNS는 가라!" 비리얼(BeReal)이 뜨는 이유, <여성동아>  
<https://woman.donga.com/issue/3/40/12/3405337/1>
- 김소영(2021). 탈경계적 디지털 개체의 수행성과 상호작용에 관한 논고:1인 미디어 유형의 유튜브 채널을 중심으로, <인문콘텐츠>, 제62호, 271-288.
- 김소영(2023). (비)물질적 디지털 가상세계의 탈경계성에 관한 시론, <영상문화>, 제39호, 55-80.
- 김시은(2009.1.6.). '패밀리가 떴다' 대본 공개, 실망-배신감 휩싸인 네티즌, <한국경제>.  
<https://www.hankyung.com/article/2009010654917>
- 김연순·김응준(2009). <디지털 콘텐츠 표현양식과 다중정체성의 양상: 사례분석과 미래문화의 전망>, 정보통신정책연구원.
- 김용섭(2020). <팽수의 시대>, 비즈니스북스.
- 김윤희(2022). 세대별 OTT 서비스 이용현황, <KISDI STAT Report>, 정보통신정책연구원.
- 김종선(2021). 인스타그램에 나타난 멀티 페르소나 패션 이미지에 관한 연구 : "부캐" 사례를 중심으로, <복식문화연구>, 29권 4호, 603-615.
- 노영 (2016). SNS 이용동기가 몰입과 중독에 미치는 영향 연구: 페이스북 이용자들을 중심으로. <e-비즈니스연구>, 17(3), 301-320.



- 박상철(2021). SNS 사용자의 서버계정 관리행동에 대한 탐색, <정보시스템연구>, 30(4), 153-171.
- 박혜인·오효석·이현율(2022). MBC <놀면 뭐하니?>에 나타난 부캐와 세계관에 관한 연구, <방송과 커뮤니케이션>, 23권 3호, 5-34.
- 방송통신위원회(2022). <2022 방송매체 이용행태 조사>.
- 성민형·배상준(2023). 세계관 구축의 개념과 그 방법론에 관한 연구 - 좀비 콘텐츠<킹덤>의 사례를 중심으로, <문화콘텐츠연구>, 28호, 37-77.
- 안지은·우도현·성현아·배성만(2020). 대학생의 SNS이용동기가 SNS중독에 미치는 영향, <사회과학연구>, 31(1), 227-243.
- 이귀옥·박조원 (2018). 대학생의 SNS 이용 동기가 SNS 중독에 미치는 영향. <한국광고홍보학보>, 20(3), 301-326.
- 우다빈(2020.10.7.). 팽수 세계관을 지켜주세요, <스포츠투데이>.  
<http://stoo.com/article.php?aid=67774685363>
- 유지연(2023). 부캐를 활용한 예능 콘텐츠의 트랜스미디어 스토리텔링 전략 연구: <나몰라 패밀리 핫쇼> 채널을 중심으로, <한국엔터테인먼트산업학회논문지>, 17권 3호, 139-154.
- 윤명숙·박완경(2014). 대학생의 심리사회적 특성과 SNS 중독성향 연구, <정신보건과사회사업>, 208-236.
- 이기형·이동후·이종임·황경아(2023). <포스트텔레비전>, 컬처북.
- 이다니엘(2016.10.26.). 아프리카TV, '대도서관 사태' 후속조치로 상업방송 수수료 전면 중단, <쿠키뉴스>. <https://www.kukinews.com/newsView/kuk201610260274>
- 이동후·김해원·이설희(2019). 미디어-일상-소비의 교차로, TV홈쇼핑:20대와의 심층 인터뷰를 중심으로, <한국언론정보학보>, 97권, 37-76.
- 이유진(2023.2.27.). '서준맘'을 응원하는 이유, <주간경향>.  
[http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&art\\_id=202302171104301](http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&art_id=202302171104301)
- 이승원(2022). 멀티 페르소나 성향, 프라이버시 관리, 관계 피로감이 소셜 미디어 다중 계정 이용에 미치는 영향에 관한 연구 : 자기감시성의 조절효과, 서강대학교 석사 논문.
- 이재원(2021). 소셜 미디어 사회연결성의 팬덤 공동체 형성에 관한 탐색적 연구 : 방탄소년단 사례를 중심으로, <한국콘텐츠학회논문지> 21(7), 1-12.
- 이종임(2014). 대학생들의 모바일 인스턴트 메신저 이용과 일상화 경험에 관한 연구, <미디어, 젠더&문화>, 37-70,
- 장민지(2016). 디지털 네이티브 여/성주체(Digital Native Fe/male Subject)의 운동전략 : 메갈리아를 중심으로, <미디어, 젠더&문화>, 31권 3호, 219-255.
- 정예진·김명준(2020). 한국 방송 프로그램의 예능 캐릭터 유형 분류 연구, <한국콘텐츠학회논문지>, 20



권 9호, 11-18.

정혜옥(2023). Z세대의 문화자본과 권력의 재생산, 기초조형학연구, 24권 4호, 559.

지혜영(2021). 여성 아이돌 뮤직비디오에 나타난 세계관과 자아실현의 특징 연구 : 걸그룹 레드벨벳의 뮤직비디오를 중심으로, 건국대학교 석사학위논문.

홍국기(2023.8.13.). 美빅테크 韓시장 잠식...카톡-유튜브 월 사용자 역대 최소화, <연합뉴스>.

[https://www.yna.co.kr/view/AKR20230812042100017?site=mapping\\_related](https://www.yna.co.kr/view/AKR20230812042100017?site=mapping_related)

홍선희·유형근·남순임 (2015). 초등학교 고학년의 스마트폰 SNS 중독 성향 감소를 위한 집단상담 프로그램개발. <상담학연구>, 16(6), 241-257.

최보미·박민정·채상미(2016). SNS상의 대인관계에서 나타나는 감정적 요소와 청소년의 온라인 다중정체성 간의 영향관계, <경영정보학연구>, 제18권 제2호, 199-223.

Jenkins, R. (1996). *Social Identity*. London: Routledge.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media*, NYU Press.

Meghan Casserly(Jan, 26, 2011). Multiple Personalities And Social Media: The Many Faces of Me, *Forbes*.

<https://www.forbes.com/sites/meghancasserly/2011/01/26/multiple-personalities-and-social-media-the-many-faces-of-me/?sh=39c989606d51>

Serres, M. & Gruszow, S. (2006). *L'identité: qui suis-je?* 이효숙 옮김 (2013). <정체성, 나는 누구인가>. 서울: 알마.

Stake, R. E. (1995). The art of case study research. Thousand Oaks : Sage public a tions. 홍용희·노경주·심종희 (역) (2000). <질적사례연구>. 창지사.

稲田豊史 저, 황미숙 역(2022). <영화를 빨리 감기로 보는 사람들>, 현대지성.

**제2세션**  
**14:15~15:45**

**세미나실(L308호)**

**일반 세션**

사회 : 정인숙(가천대)

1. 어린이들의 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석: 애니메이션 <신비아파트>를 중심으로

발표 : 양아정(이화여대)

토론 : 정지영(이화여대)

2. How is Generative AI portrayed in the news media?

A computational modeling analysis of Korean newspapers and broadcast news

발표 : 황주연(경희대) · 천정원(세종대) ·

이아람(University of Massachusetts Amherst)

토론 : 이하나(이화여대)



한국여성커뮤니케이션학회

# 어린이들의 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석 : 애니메이션 <신비아파트>를 중심으로

2023.11.04.

이화여자대학교 양아정

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 1. 문제제기

-  어린이 미디어 환경의 급변함에 따라 미디어 이용과 영향에 관한 분석 필요
- 어린이들이 스마트 기기를 통해 영상 콘텐츠를 시청하고, 그 종류가 다양해짐
  - 스마트폰 이용 최초 연령은 12-24개월이 가장 많은 것으로 나타나 점점 연령이 낮아지는 추세(오주현·박용완, 2019)
  - 만3-9세 어린이의 1일 평균 스마트폰 이용 횟수는 7회, 이용시간은 1일 평균 10.9분 이용량은 점점 증가(한국정보화진흥원, 2018)
  - 어린이들이 스마트폰을 활발하게 이용함에 따라 유튜브(youtube) 같이 보호자의 통제가 어려운 미디어 플랫폼을 통한 영상 콘텐츠 이용도 늘어남
- 이러한 미디어 환경에서는 어린이들이 시청하기에 다소 폭력적이고 자극적인 장면 혹은 비속어, 은어 등 적절하지 않은 언어 표현 등에 노출될 가능성이 크며, 이는 영상 콘텐츠를 시청하는 어린이들의 인지, 정서, 사회화 발달에 영향을 미치게 됨

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 1. 문제제기

- 📍 어린이 미디어 환경의 급변함에 따라 미디어 이용과 영향에 관한 분석 필요
  - 연구자들은 미디어 이용이 어린이들의 발달에 미치는 영향력에 대해 다양한 방식으로 주목해 왔음(김은지·전귀연, 2020)
  - 그러나, 어린이들이 많이 시청하는 영상 콘텐츠가 어떠한 내용을 담고 있는지에 관한 실질적인 분석은 많지 않음
  - 최근에서야 영유아를 대상으로 하는 유튜브 내용을 평가하는 지수들이 개발되고 분석에 적용되고 있으나(곽선영, 2019; 신유리; 2020, 양유진, 전희경, 2021), 연령 적합성, 장르 분류 등과 같은 전체적인 평가 중심의 분석이 대부분임
  - 본 연구는 어린이가 영상 콘텐츠 시청함으로써 발달에 영향을 미칠 수 있는 내용에 대해 인지, 정서, 사회화 3가지 차원으로 구분하여 분석하고자 하며, 이는 향후 어린이 미디어 지수(Children Media Index)를 개발하는데 기초자료로서 활용 가능할 것으로 기대함

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 2. 이론적 고찰

- 📍 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화 발달에 미치는 영향
  - 사회학습이론(social learning theory): 미디어는 어린이들이 행동 규칙을 모방하는데 기여하며 어린이는 캐릭터의 행동을 관찰, 학습하면서 자신의 행동을 판단함(Bandura, 2001). 이때, 행위를 잘 모방할 수 있는 자신감이 있을 때, 장면과 비슷한 상황에 있을 때, 모방하는 것이 좋을 것이라 판단될 때 적극적으로 모방(Bandura, 1986)
  - 문화계발이론(cultivation theory): 어린이들은 특정 메시지에 지속적이고 반복적으로 노출되면 미디어에서 재현된 세계를 실제 세계로 인식(Gerbner et al., 1980)하여 가치관과 세계관 형성에 영향을 받음. 특히, '중시청자'의 경우 '경시청자'보다 미디어가 재현하고 있는 내용으로부터 더 큰 영향을 받게 됨

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 2. 이론적 고찰

### 인지 발달(언어)

- 어린이들의 인지 발달 영역 중 미디어 이용이 영향을 미치는 분야: ‘언어’
- 특히, 유아기는 사회적 상호작용이 활발해지기 시작하면서 언어 발달에 매우 중요한 시기(한선아, 광정인, 2013)이므로 미디어의 이용과 언어 발달 사이의 관계성을 살펴본 연구들이 다수 이루어지고 있음
- 긍정적 측면: 어린이들은 영상 콘텐츠의 언어 환경에서 모방과 강화의 반복을 통해 이해력과 어휘력을 향상시키며, 정보의 접근이 용이하도록 훈련(양유진·전희경, 2021). 적절한 미디어 이용은 어린이들의 어휘력 이해, 어휘의 습득 등 언어 발달에 기여하는 등 교육적 효과를 보임(이민주·이영신·유정은, 2015)
- 부정적 측면: 어린이들이 미디어 이용 시간이 증가하면 적절한 언어 발달이 이루어지지 않거나(Zimmerman, Christakis & Meltzoff, 2007), 미디어 이용이 또래 간의 상호작용에는 직접적인 영향은 없지만, 언어 발달에 영향을 미침으로써 간접적으로는 부정적인 영향을 미침(조운주, 2016)

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 2. 이론적 고찰

### 인지 발달(언어)

- 만2-3세부터 연령에 맞는 어린이 영상 콘텐츠의 내용을 이해하기 시작(Anderson & Hanson, 2010)하며, 어휘 수준이 급속도로 증가하는 만1-3세까지 부모와의 언어적 상호작용의 양과 질에 따라 만4세부터 언어능력의 차이를 보이기 시작(이민주 외, 2015)
- 어린이들은 영상 콘텐츠로부터 접하는 언어 표현들을 이해하고 학습하거나 혹은 이해하지 못하더라도 반복적 노출에 의해 모방하며, 온라인을 통한 흥미 위주의 영상 콘텐츠를 많이 접할수록 성숙한 의사소통을 하기보다는 정제되지 않은 언어 표현을 습득하고 활용하게 될 가능성
- 미디어에 대한 비판적 판단력이 완전히 형성되지 않은 어린이들이 부적절한 미디어 언어 환경에 노출되면 향후 언어 발달에 부정적인 영향을 미침(김경민·송지은·최정원, 2021)
- 미디어 이용 시간과 어휘의 습득 여부 등을 중심으로 한 연구들이 이루어졌으나, 어린이들이 영상 콘텐츠에 노출되어 학습하게 될 언어에 관한 직접적인 분석은 거의 없었으므로 필요함



어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 2. 이론적 고찰

### 📍 정서 발달(폭력성, 감정 표현)

- 어린이들의 정서 발달 영역 중 미디어 이용이 영향을 미치는 분야: ‘폭력성’, ‘감정 표현’
- 대부분 어린이·청소년 영상 콘텐츠의 유해성에 대한 연구는 주로 폭력적 행위와 선정적 행위에 중점
- 어린이들은 미디어 이용으로부터 영상 콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 폭력적 행동을 학습하게 됨. 폭력에 대한 직접적인 경험 없이도 TV 혹은 영화와 같은 영상 콘텐츠의 폭력적인 장면을 통해 관찰 학습(observation learning)될 수 있으며, 이를 현실 속에 투영하는 모방행위로 나타날 수 있음(Bandura, 2002)
- TV를 많이보는 중시청자는 경시청자에 비해 TV에서 묘사하는 상징적 세계, 즉 실제 현실 보다 더 폭력적인 상징 세계와 유사한 세계관을 가짐. TV에 장기간 노출된다는 것은 결국 폭력적 내용에 자주 노출되는 것(Morgan & Signorielli, 1990)
- 따라서 어린이 미디어에 어떠한 폭력적 행위가 나타나는지에 관한 면밀한 파악이 중요

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 2. 이론적 고찰

### 📍 정서 발달(폭력성, 감정 표현)

- 정서는 대부분 영유아 시기에 발달: 기쁨(약 6주), 분노(약 4~6개월), 슬픔(약 5~7개월), 두려움(약 6~12개월) 등 기본정서를 나타내고 점점 분화하여 발달 (박경자 외, 2009)
- 감정의 표현은 행복, 호기심과 같은 ‘긍정적 정서(positive emotion)’와 슬픔, 두려움 등과 같은 ‘부정적 정서(negative emotion)’ 크게 2가지로 구분(김은경 외, 2007)
- 정서 지능은 유아기의 다양한 행동 발달을 지원하는 핵심 능력으로 감정을 통제, 조절할 줄 아는 능력이 대표적(Mayer & Salovey, 1995), 놀이를 통해 감정을 표현하는 것은 갈등, 불안, 공격성 등 부정적인 감정 해소 효과(Erikson, 1950)
- 어린이 영상 콘텐츠에서 캐릭터들이 감정을 표현(혹은 조절)하는 것은 이를 시청하는 어린이들의 정서 발달에 긍정적으로 영향을 미칠 가능성이 있으므로 분석 필요

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 2. 이론적 고찰

### 📍 사회화 발달(친사회적행동, 성고정관념)

- 어린이들의 사회화 발달 영역 중 미디어 이용이 영향을 미치는 분야: ‘친사회적 행동’, ‘성고정관념’
- 유아기에는 다양한 사회적 관계를 맺음에 있어서 필요한 친사회적 행동과 성역할 등을 형성하며 또래 관계에서 발생하는 문제에 대처하는 방법을 학습(Johnson, Chritie, & Wardle, 2005), 놀이 상황에서 다른 사람을 돕고 나누며 배려, 협동하는 등 사회화적 능력을 향상시킴(김은숙, 2013)
- 실제 친사회적 행동이 많이 표현된 영상을 자주 시청하는 경우, 다른 사람과 나누거나 도와주는 등의 이타적이고 친사회적인 행위를 더 많이하는 것으로 나타남(Rosenkoetter, 1999)
- 성고정관념에 따라 정형화된 남녀 역할이 표현된 영상 콘텐츠를 지속적으로 시청한 경우, 사회에 진출한 여성의 비중을 낮게 예측하기도 함(Signorielli, 2001)
- 친사회적 행동과 성고정관념이 어린이 미디어에 어떻게 구체적으로 묘사되고 있는지에 관한 분석이 필요

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 3. 연구문제

📍 어린이들이 실제로 자주 시청하는 영상 콘텐츠를 선정, 이에 관한 내용 분석을 통해 인지(언어), 정서(폭력성, 감정 표현), 사회화(친사회적 행동, 성 고정관념) 분야에 어떠한 영향을 미칠 것인지에 관한 연구가 필요함

📍 <연구문제> 어린이 영상 콘텐츠에 등장하는 인지, 정서, 사회화 관련 내용은 어떠한가?

- 연구문제 1. 어린이 영상 콘텐츠에 등장하는 언어 표현은 어떠한가?
- 연구문제 2-1. 어린이 영상 콘텐츠에 등장하는 폭력성은 어떠한가?
- 연구문제 2-2. 어린이 영상 콘텐츠에 등장하는 감정 표현은 어떠한가?
- 연구문제 3-1. 어린이 영상 콘텐츠에 등장하는 친사회적 행동은 어떠한가?
- 연구문제 3-2. 어린이 영상 콘텐츠에 등장하는 성고정관념은 어떠한가?

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 4. 연구방법



온라인 설문조사(사전조사)

- 어린이들의 미디어 이용 현황 파악을 위한 온라인 설문조사 실시  
(1차: 2021.3.31.~4.8.(9일간) 만4-6세 어린이 주양육자(어머니) 948명,  
2차: 2022.4.26.~5.9.(13일간) 만5-7세 어린이 주양육자(어머니) 1,058명)
- 응답자들은 본인의 자녀들이 주중과 주말에 가장 많이 시청하는 영상 콘텐츠를 1순위~5순위까지 답하였으며, 1위~5위는 다음과 같음

순위	프로그램명	시청등급
1	뽀롱뽀롱 뽀로로	전체관람가
2	헬로카봇	7세이상
3	신비아파트	7세이상~12세이상
4	포켓몬스터	7세이상
5	브레드이발소	7세이상

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 4. 연구방법



분석대상: CJ ENM <신비아파트>

- 장르: 공포, 호러
- 2014년 파일럿 프로그램 <신비아파트: 444호의 비밀>으로 시작
- 2016년부터 <신비아파트: 고스트볼의 비밀>, <신비아파트: 고스트볼X의 탄생>, <신비아파트 고스트볼X의 탄생: 두 번째 이야기>, <신비아파트 고스트볼더블X 6개의 예언> 등 다양한 시즌에 걸쳐 정규시리즈 방영중
- 그외 뮤지컬, 극장판 애니메이션, 게임 등 다양한 형태의 IP 사업으로 확장중
- <2019 대한민국 콘텐츠 대상> 캐릭터 부문, 애니메이션 부문 '문화체육관광부장관상' 수상



어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 4. 연구방법

### 인지 분야(언어)

- 1) 세부 분석대상: <신비아파트>에 등장하는 대사(음성 대화)
- 2) 분석방법
  - 말뭉치 수집: <신비아파트> 에피소드 50개를 유튜브에서 무작위 수집 후 클로바노트를 이용하여 영상 콘텐츠의 대사를 텍스트로 변환
  - 클리닝 과정: 텍스트 추출 과정에서 발음이 비슷하여 다른 단어로 대체된 경우와 오타자 등은 연구자가 직접 검토하여 분석이 가능한 상태로 수정, 보완
  - 전처리: 국립국어원의 지능형형태소분석기를 이용하여 형태소 분석을 통해 품사를 태깅하여 텍스트 분석이 가능한 형태로 전처리 완료
  - 형태소 분석: 글잡이Ⅱ(색인) 통해 말뭉치를 어절과 형태소 빈도수별 추출
  - 긍정 & 부정표현 분석: 추출한 텍스트를 명사, 동사, 형용사로 구분하고 해당 영상 콘텐츠에 10회 이상 등장한 단어에 한국어 감성사전 적용 후 긍정(+1), 중립(0), 부정(-1)을 수치화 함. 한국어 감성사전으로 자동분석이 되지 않은 단어에 대해서는 별도의 매뉴얼 내용 분석 실시

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 4. 연구방법

### 정서 분야(폭력성, 감정표현)

- 1) 세부 분석대상: <신비아파트>에 등장하는 장면 및 대사 분석
- 2) 분석방법
  - <신비아파트> 에피소드 50개 유튜브에서 무작위 수집 후 클로바노트로 텍스트 변환, 감정 표현(기쁨, 분노, 공포의 표현과 조절 등) 양상 분석
  - <신비아파트> 에피소드 10개를 유튜브에서 무작위 수집 후 장면 분석을 통해 폭력성에 관한 내용 분석(신체 혹은 도구를 이용한 폭력 등 폭력 행위 세분화)

### 사회화 분야(친사회적 행동, 성고정관념)

- 1) 세부 분석대상: <신비아파트>에 등장하는 장면 및 대사 분석
- 2) 분석방법
  - <신비아파트> 에피소드 50개 유튜브에서 무작위 수집 후 클로바노트로 텍스트 변환 & 분석, 추가로 수집한 10개의 에피소드의 장면 분석을 통해 친사회적 행동(돕기, 구출하기, 돌보기, 양보하기 등), 성고정관념 관련 내용 분석

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 5. 연구결과



### 인지 분야(언어)

- <신비아파트> 총 어절 수: 55,303개  
(이중 10회 이상 등장한 단어의 경우, 명사: 275개, 동사: 331개, 형용사: 78개)
- <신비아파트> 긍정&부정: -54점으로 부정적 표현이 더 많음  
(동사: -25점, 명사: -23점, 형용사: -7점)
- 이는 인기 1위 애니메이션 <뽀롱뽀롱 뽀로로>(전체관람가)와 비교했을 때 어절수(약 1/3)와 긍정&부정 표현(20점) 측면에서 상당한 차이를 보임

구분		동사	명사	형용사	합계
<신비아파트>	어절수	331	275	78	684
	긍정&부정	-25	-23	-7	-54
<뽀롱뽀롱 뽀로로>	어절수	76	122	23	221
	긍정&부정	6	6	8	20

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 5. 연구결과



### 인지 분야(언어)

- <신비아파트> 부정적 표현: ‘죽다’, ‘다치다’, ‘싸우다’ 등 동사, ‘귀신’, ‘걱정’, ‘위험’, ‘괴물’ 등의 명사, ‘무섭다’, ‘아프다’, ‘싫다’ 등 형용사 등장
- 만4-7세 어린이들이 시청하기에 다소 부정적이고 이해하기에 어려운 표현들이 상당수 나타나고 있다고 판단됨

구분	동사	명사	형용사
부정적 단어	죽다, 다치다, 싸우다, 치다, 놀라다, 괴롭히다, 잡아간다, 놀리다, 감히다, 쫓다, 들기다, 해치우다, 깨지다, 도망가다, 던지다, 뺏다, 빠뜨리다, 떨어뜨리다, 때리다, 해치다, 매다, 망치다, 가두다, 빼앗다, 끌러가다, 뒤지다, 망하다, 등	귀신, 걱정, 위험, 괴물, 미안, 도깨비, 퇴마사, 수술, 잘못, 공격, 장난, 조심, 요술, 경체, 뱀새, 저주, 피, 방해, 봉인, 악귀, 거짓말, 고스트, 뱀파이어, 조종, 흑마법사, 승천, 퇴치, 어둠, 실종, 피곤, 겁쟁이, 환자, 곰팡이, 복수, 짜증, 악몽, 문제	무섭다, 아프다, 싫다, 강하다, 나쁘다, 귀찮다, 어둡다, 쓸데없다, 차갑다, 아쉽다, 어렵다, 바쁘다, 게으르다, 너무하다, 슬프다, 지겹다, 무겁다, 외롭다, 심하다, 더럽다, 못나다, 밉다, 약하다

어린이 미디어 이용과 인지, 정서, 사회화에 미치는 영향에 관한 분석

## 6. 결론 및 의의

### 연구의 의의

- 인기 어린이 애니메이션 <신비아파트>를 대상으로 인지, 정서, 사회화 차원의 분석 실시
- <신비아파트>의 연령등급은 에피소드에 따라 '7세이상관람가' 혹은 '12세이상관람가'임에도 불구하고 만4-7세 어린이들의 주양육자인 어머니들이 본인의 자녀가 자주 시청한다고 응답한 애니메이션이라는 점에서, 이에 대한 구체적인 내용 분석 필요성 판단
- 인지적 측면 텍스트 분석(언어) 결과, 해당 연령의 어린이들이 이해하기 어렵거나 부정적인 언어 표현이 상당 부분 등장하였고 보통의 애니메이션과 비교했을 때 등장하는 어절수와 부정적인 표현이 다수 등장하는 것으로 나타남

### 후속 연구

- 인지뿐만 아니라, 정서, 사회화 분야, 나아가 언어, 폭력성, 감정 표현, 친사회적 행동, 성고정관념 뿐만 아니라 인지, 정서, 사회화에 영향을 미칠 수 있는 다양한 변수를 발견, 지속적으로 추가하여 심층적 분석 필요

Q & A





# How is Generative AI portrayed in the news media? A computational modeling analysis of Korean newspapers and broadcast news

황주연(경희대 언론정보대학원)

천정원(세종대 미디어커뮤니케이션학과)

이아람(University of Massachusetts Amherst)

## I. Introduction

Generative AI (Gen AI hereafter) received great attention both academically and practically since its launch of ChatGPT in November 2022. As an advance form of AI, Gen AI is defined as “a technology that (i) leverages deep learning models to (ii) generate human-like content (e.g., images, words) in response to (iii) complex and varied prompts (e.g., languages, instructions, questions; Lim et al., 2023, p.2).” The unique feature of Gen AI is that it not only provides a response but also “generates the content in that response, going beyond the human-like interactions in Conversational AI (Lim et al., 2023, p.2).”

While Gen AI can benefit our lives, great concerns on the development of Gen AI also have been generated. For instance, Gen AI is capable of creating a wide range of content, including text, images, video, and computer code, resulting in increasing work efficiency and reducing time and money. Yet, such issues as copyright, invasion of privacy, misinformation, and plagiarism are the concerns related to the development and deployment of Gen AI. In this regard, understanding the public debates related to Gen AI is important to obtain accurate knowledge on Gen AI.

---

\* This proposal is submitted to the Annual Fall Conference of Korean Women’s Association for Communication Studies, 4 November 2023, Seoul, South Korea

## II. Literature review

### Framing analysis of AI

Media is known to play a critical role in influencing one's understanding of an issue of interest, such as Gen AI. Publics' perceptions of such new technological development as generative AI are often informed and influenced by how news media portrays it (Goodman & Goodman, 2006).

Previous research on AI examined the news portrayal of AI from two perspectives: benefits and risks. For instance, Chuan et al (2019) observed seven risk frames and four benefit frames that emerged from five major American newspapers from 2009 to 2018. More recently, Nguyen and Hekman (2022) reported five risk and benefit frames, respectively, that are observed in four internationally known newspapers from 2010 to 2021. By using topic modeling analysis, Cools et al., (2022) reported how AI is connected with automation, and how these two innovative technologies are framed in the two major newspapers in the U.S., namely, *The New York Times* and *The Washington Post*. The details about these three studies on AI are listed in Table 1.

While useful, these studies are limited to the media's portrayal of AI in the U.S., and little is known about how the South Korea media presented Gen AI. South Korea is known as one of the tech-savvy countries and is considered to be at the forefront of AI technology (Bae, 2021).

Also, in order to have a full understanding of the debates around Gen AI, it is imperative to examine the topics and arguments that are related to Gen AI presented in the news media. Therefore, in order to fill the gap academically, the current study is based on the rich literature of framing theory and aims to systematically examine the coverage of generative AI in Korean news media. More specifically, this study used various computational modeling analyses, and identified Gen AI related topics from the national newspapers and broadcast news stations, from October 2022 until July 2023. For this, the following research questions are provided:

RQ1: What Gen AI related topics have emerged from the news media in South Korea?

RQ2: What is the overall sentiment of statements and arguments related to Gen AI presented in the South Korea media? Is the sentiment different by news sections?



### III. Methodology

#### Data Collection and Preprocessing

We used BigKinds, a comprehensive Korean news portal managed by the Korea Press Foundation, to identify news articles that included the terms related to generative AI or ChatGPT (i.e., “챗GPT”, “챗gpt”, “chatGPT”, “챗지피티”, “생성형AI”, “생성 AI”, “생성형 인공지능”, “대화형AI”, “GEN AI”, “generative AI”, “생성형 AI”, “대화형 AI”, “생성AI”). We collected news articles about Gen AI published in national daily newspapers and major broadcasting companies since November 2022 using Python. Considering that the release of ChatGPT 3.5 shed a light on public and media attention to generative AI, the search time frame spans from October 2022 until July 2023. In total, 5668 news articles were collected and analyzed to learn major topics, benefits and risks, and sentiments about Gen AI. Using R and several library packages (e.g., KoNLP), we preprocessed the data by removing irrelevant elements from the news articles and tokenizing Gen AI relevant sentences into meaningful linguistic units for analysis (e.g., noun, adjective, adverb, and verb). Using those units, we performed computational analyses including word frequency, semantic network analysis, and topic modeling.

### IV. Results

#### Word Frequency Results

We performed descriptive analysis to uncover basic information, such as the number of news articles and top word frequency. Excluding search words (i.e., artificial intelligence and generative), top keywords included technology (n=2,864), application (n=2,771), open (n=2,760), service (n=2,311), development (n=2,282), corporates (n=1,875), U.S. (n=1,835), conversation (n=1,792), Google (n=1,717), use (n=1,624), information (n=1,491), data (n=1,329), world (n=1,232), education (n=1,175), search (n=1,173), question (n=1,150), human (n=1,150), and training (n=1,127). Sentiment analysis showed that 8,254 neutral words were identified in Gen AI related news articles. There were 3,837 positive words, almost double of negative words (n=2,090).

## Semantic Network Analysis Results

To understand conversation around generative AI, semantic network analysis was performed using sentences that included one of search terms, such as Generative AI and ChatGPT. Using KoNLP and SimplePOS (part-of-speech) packages, those sentences were tokenized into basic linguistic units, such as noun, verb, adjective, and adverb. Then, the co-occurrence of those units and their importance in the network were analyzed (Van Atteveldt, 2008). Figure 1 illustrates important words and how they are related. Also, the centrality of these words in the network, which shows each term's influence and importance, was calculated. The most influential and connected key terms include "artificial intelligence (AI)" and "improve/increase." The term "AI" appeared with verbs that imply progress and development, such as "mature/grow," "treat," "become," "create," "brighten," and "improve/increase." Another central key term, "improve/increase" mainly co-occurred with nouns that are closely related to generative AI-related technology, such as "AI," "technology," "generative," "Open(AI)," "service," "Google," and "information."

### RQ1: Topic Modeling Results: Gen AI Related Topics

To understand the major topics related to Gen AI of Korean news articles, we used both topic modeling using Latent Dirichlet Allocation (LDA) method to inductively identify the main topic keywords of Gen AI news articles. Then, we deductively analyzed articles categorized under the same topic to further understand main contents of each topic and label them. First, the optimal number of topics was analyzed using hyperparameter tuning. The results indicated that nine topics were optimal and parsimonious to explain the majority of contents. By setting the number of topics as 9, keywords under each topic were identified through topic modeling analysis.

The main topics related to Gen AI included (a) Generative AI vs. Human, (b) regulations for Generative AI, (c) impact of Generative AI on content creation, (d) change in the educational environment with the rise of Generative AI, (e) controversies and backlash related Generative AI, (f) transformations in the stock market following the introduction of ChatGPT, (g) competitive development and applications of Generative AI by Korean companies, (h) competition among global tech giants in the Generative AI market, (i) cooperative efforts of



Korean companies and startups in the Generative AI market. Table 2 includes the labels, key terms, and description and examples of each frame.

## RQ2: Sentiment Analysis Results

To understand the overall tone of statements and arguments around the technology, sentiment analysis was conducted. Using “KNU Korean language sentiment dictionary,” positive, negative, and neutral words used in each news article were detected. Among the three types of sentiment words, neutral words were most detected ( $n=8,254$ ), which makes sense considering that news articles were meant to deliver neutral information. Between negative and positive sentiment, there were almost twice as many positive words ( $n=3,837$ ) than negative words ( $n=2,090$ ). The top 10 positive words imply optimistic views and prospects around generative AI including its high performance and innovative applications (i.e., “good,” “high performance,” “innovation,” “high performance,” “many,” “excellent,” “proper,” “superb,” “best,” “be able to,” “positive,” and “top/best”). Conversely, the top 10 negative words indicates concerns about fake and false outcomes created by generative AI and the technology’s potential harm and difficulty in the right usage, including “fake,” “wrongful,” “not,” “harm,” “difficult,” “false,” “serious,” and “threat” (Figure 2).

## Sentiment by News Sections

Additional sentiment analyses were conducted to understand the tone of related news articles by news sections. There were 9 news sections where related news articles published in, and the IT/science section had the most news articles ( $n=2,585$ ), followed by economy, culture, international, society, miscellaneous, politics, local, and sports sections. Most sections mimic the sentiment ratio of overall news articles, which includes nearly twice more positive words compared to negative words, excluding neutral words. However, only the international section reveals a different sentiment ratio, showing a higher number of negative words ( $n=195$ ) than positive words ( $n=154$ ). While the neutral words take up the majority for all news sections, only the local section shows a slightly higher number of positive words ( $n=88$ ) than neutral words ( $n=185$ ) with a significantly low number of negative words ( $n=15$ ).

## V. Discussion

In line with the previous research on AI (e.g., Chuan et al., 2019; Nguyen & Hekman, 2022), the nine topics identified by topic modeling can be categorized into two overarching themes: either benefits or risks/threats to humanity and society. Some topics highlight the positive aspects of Gen AI, which accelerate societal progress. For example, the topic, *Impact of AI on content creation*, represents the advancement of AI technology that extends its effectiveness beyond the realm of creativity. The topic, *Changes in the educational environment with the rise of Gen AI*, illustrates various educational initiatives that utilize Gen AI, including creation of digital-based educational systems. Other topics, such as *Changes in the stock market after the advent of ChatGPT*, *Competitive development and applications of Gen AI by Korean Corporates*, *Tech war among corporates to take the leadership in Gen AI market*, and *Efforts of Korean big companies and startups to lead and survive in Gen AI market*, focus on the significant impact of Gen AI in bringing about changes in related industries. Conversely, there are topics that accentuate the negative aspects of Gen AI such as potential harms or threats to society. For instance, the topic, *Regulations for AI and Controversies and backlash related Gen AI*, addresses ethical concerns and legal issues including dissemination of false information, privacy violation, and copyright disputes. The topic, *AI vs Human*, demonstrates discussion about how the future of humanity will evolve with the prevalence of AI and whether AI can surpass human capabilities.

As topics related to Gen AI have prominently emphasize positive aspects of the technology, the results of semantic network analysis also reveal that positive words indicating progression and development (e.g., mature/grow, create, become, brighten, improve/increase) are mainly connected with AI, the central concept. Likewise, the results of semantic network analysis showed that articles with a positive tone are nearly twice as numerous as those with a negative tone. Interestingly, among the nine sections, only the international section contains more articles with a negative tone than those with a positive tone. Those findings indicated that Gen AI has emerged as a groundbreaking technology and has received relatively positive media coverage. International news articles, however, exhibited a more negative sentiment regarding Gen AI, possibly due to the nature of international news, which tends to focus on influential stories (Cazzamatta, 2021), highlighting negative aspects of the technology.

Gen AI represents a disruptive technology with profound implications for humanity

and society at large. By analyzing media coverage of Gen AI using various computational techniques from major newspapers and broadcast news, the current study provides a holistic overview of the diverse discourse surrounding Gen AI technology in South Korea.

## VI. References

- Bae, G. (2021, January 25). South Korea has used AI to bring a dead superstar's voice back to the stage, but ethical concerns abound. *CNN*, Retrieved from <https://edition.cnn.com/2021/01/25/asia/south-korea-kim-kwang-seok-ai-dst-hnk-intl/index.html>
- Cazzamatta, R. (2021). The role of the 'negativity' factor in international news coverage: A case study of Latin America in the German press, 2000–2014. *Global Media and Communication*, 17(1), 3–23.
- Chuan, C-H., Tsai, W-H., & Cho, SY (2019). Framing Artificial Intelligence in American Newspapers. *AIES '19: Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, 339–344. <https://doi.org/10.1145/3306618.3314285>
- Cools, H., Van Gorp, B., & Opgenhaffen, M. (2022). Where exactly between utopia and dystopia? A framing analysis of AI and automation in US newspapers. *Journalism*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1177/14648849221122647>
- Goodman, J. R., & Goodman, B. P. (2006). Beneficial or biohazard? How the media frame biosolids. *Public Understanding of Science*, 15(3), 359–375. <https://doi.org/10.1177/0963662506062468>
- Lim, W M., Gunasekara, A., Pallant, J., Pallant, J. I., & Pechenkina, E. (2023). Generative AI and the future of education: Ragnarök or reformation? A paradoxical perspective from management educators. *The International Journal of Management Education*, 21(2), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100790>
- Nguyen, D., & Hekman, E. (2022). The news framing of artificial intelligence: a critical exploration of how media discourses make sense of automation. *AI and Society*, 1–15. DOI: 10.1007/s00146-022-01511-1
- Van Atteveldt, W. (2008). *Semantic Network Analysis: Techniques for Extracting, Representing, and Querying Media Content*. Charleston, SC: BookSurge.

## Appendix

Figure 1

Semantic Network Analysis and Centrality of Gen AI News Articles

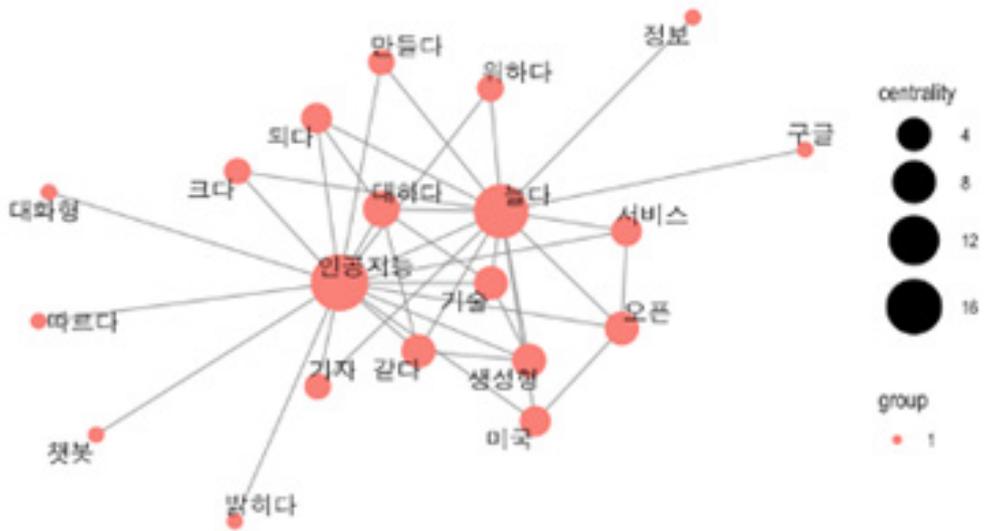
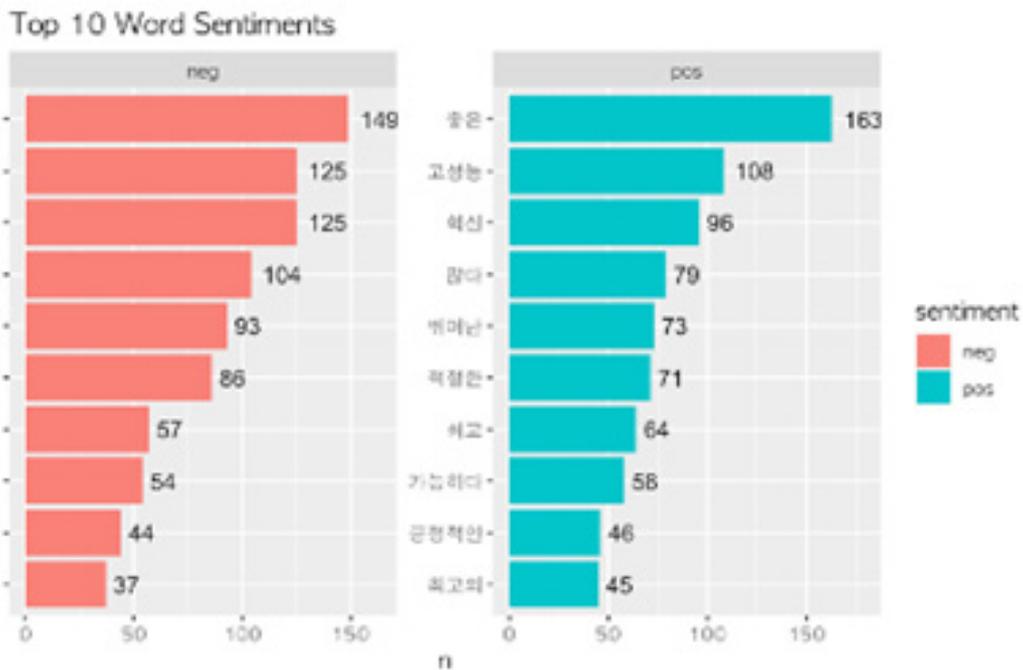


Figure 2

Top 10 Word Sentiment of News Articles about Generative AI





**Table 1**

*Previous framing analysis research on AI*

Researchers & Publication year	Research topic & Media	Frames (# of frames)
Chuan, Tsai, & Cho (2019)	Topic: AI  Media: USA Today, The New York Times, Los Angeles Times, New York Post, and The Washington Post	Risks (7): loss of jobs, embedded bias, privacy concerns, misuse, Run-away-train, shortcomings of AI, and others  Benefits (4): economic benefits, improving human life and well-being, reducing human bias or social inequality and others
Nguyen & Hekman (2022)	Topic: AI  Media: The New York Times, The Guardian, Wired, and Gizmodo	Risks (5): data bias, surveillance, privacy invasion, cyber crime & cyber war and information disorder  Benefits (5): economic, increased convenience for consumers, better management of processes and resources, liberation from mundane and difficult tasks (including driving) and enhancement of human capacities in generating knowledge and creativity
Cools, Van Gorp, & Opgenhaffen (2022)	Topic: AI and Automation  Media: The New York Times and The Washington Post	Positives (Utopian, 4): Gate to heaven, Helping Hand, Public accountability, and Social progress and economic development  Negatives (Dystopian, 4): Conflict, Kasparov syndrome, Shortcoming, and Frankenstein monster  Neutral (both positive and negative, 2): Uncertainty, and Ethics

**Table 2**

*Topic Modeling Labels and Key Terms*

	Frame	Key Terms	Description
1	Generative AI vs. Human	What, worlds, meaning, being, machine, humankind, storytelling, understanding, science	Discussion about how the future of humankind will change with the prevalence of AI, which also raises questions about how human differs from AI (machine learning) in thinking and decision-making and what it means to be human (e.g., AlphaGo, Google AI defeats human Go champion, discussion from such scholars as Noam Chomsky etc.). News articles in general suggest that AI cannot win over humankind because human is a “storyteller” who creates meanings even from a small set of data, while AI can make a decision based on a large dataset.
2	Regulations for Generative AI	Regulations, country, danger (threat), discussion, president, preparation, solutions, international, economic, safety	Discussion about the efforts to address concerns and ethics related to AI’s threats to human at the national and international level (e.g., international community including U.S., China, Japan, South Korea, EU, UN among others makes efforts to come up with guiding principles related to AI to prevent misuse & overuse of AI and to benefit everyone in the world.
3	Impact of Generative AI on content creation	Producing, videos, creation, artists/ creators, contents, paintings, pictures, features, famous	Discussion about the impact of AI on content creation in various fields. And to what extent we should admit products of AI as ‘content creation, not as a counterfeit / imitation / fake information (e.g., Impact of AI on content creation in various areas including art, music, films, books, sports, advertising & marketing) and copyright issues.
4	Change in the educational environment with the rise of Generative AI	Seoul, Students, Universities, Schools, Active, Participation, Operation (Management), Plan, Site/field, Assignment	Various attempts to effectively use generative AI for education such as providing educational programs using ChatGPT, creating digital-based educational system (e.g., using AI digital textbook), and building a self-directed learning system using ChatGPT.
5	Controversies and backlash related Generative AI	News, Controversy, Cases, Occurrence, Relevant, Claim, Fake, Portion, Online, Report	Diverse controversial issues related ChatGPT such as providing fake information (e.g., fake cases in trial) and fake composite photos, and various legislative problems (e.g., class action lawsuit for privacy violation, copyright disputes).



	Frame	Key Terms	Description
6	Transformations in the stock market following the introduction of ChatGPT	Comparison, Anticipation, Growth, Record, Standard, semiconductor, Quarter, Sales, Growth, Influence	Generative AI as a new growth engine in the semiconductor market.
7	Competitive development and applications of Generative AI by Korean companies	Input, NAVER, accurate, text, function, understand, task, English	Prominent Korean companies such as Naver, LG, and SK Telecom are actively engaged in the development and launch of Generative AI platforms and services, primarily founded on Korean language models. These Generative AI applications span diverse sectors, encompassing areas from marketing to distribution. (e.g., LG's large-scale language AI model "Exaone," Kakaobrain's Kalo 2.0, Naver's Hyperclova, Hyundai department store's communication intern, the AI copywriter known as Lewis).
8	Competition among global tech giants in the Generative AI market	Executive/manager, competition, user, install, company/corporate, internet, founder	A new paradigm, accelerated by the integration of ChatGPT into search engines like Bing and Edge, spearheaded by Microsoft, has ignited intense competition among global tech giants vying for leadership in the generative AI (GEN AI) market. Companies such as Google, Baidu (China), Yandex (Russia), and Naver (South Korea) are vigorously developing GEN AI technology and services to secure their positions at the forefront of this burgeoning industry (e.g., Bard by Google, Upgraded search engine Bing & Edge browser with ChatGPT by MS, Baidu (Chinese search engine)'s release of Ernie bot, Samsung's consideration of using Bing instead of Google for their mobile phone application, Ilon Musk founded 'xAI' to compete against Open AI and development of Truth).
9	Cooperative efforts of Korean companies and startups in the Generative AI market	Build, scale, process, ecology, innovation, product, startup, secure	As the competition in the Generative AI market intensifies, Korean corporations, armed with ample resources and capital, are joining forces with startups brimming with creative ideas and cutting-edge technologies to forge innovative generative AI solutions, aiming to take the lead in the market. (e.g., the formation of the "K-AI" alliance, spearheaded by SK Telecom in collaboration with various startups).



**제3세션**  
**16:00~17:30**

**L307호**

**대주제 세션**

**젠더화된 기술 : 위기에서 기회로**

사회 : 이동후(인천대)

1. 계산하는 친족(Computing Kin)과 패턴 식별/차별(Pattern Discrimination)

발표 : 김은주(서울시립대)

2. 이상하고 불편한 알고리즘: 자동화 미디어와 여성의 관점

발표 : 이희은(조선대)

종합토론:

강혜원(성균관대)

박소영(조선대)

이정현(중앙대)

홍남희(서울시립대)



# 계산하는 친족(Computing Kin)과 패턴 식별/차별(Pattern Discrimination)

김은주(서울시립대학교 도시인문학연구소 연구교수)

## 1. 튜링 테스트 이후

헤일스는 『우리는 어떻게 포스트휴먼이 되었는가』의 서문에서 일명 튜링 테스트라 불리는 모방 게임을 복기하면서, 튜링 테스트 이후 남자와 여자를 구별하라는 첫 번째 테스트를 왜 잇는지 혹은 부차적인 것으로 여기는지에 관해 반문한다.<sup>1)</sup> 이는 “인간이 진화적 계승자인 지능을 가진 기계와 최초로 조우하는 이 장면에 왜 성별이 등장할까?”<sup>2)</sup>라는 질문이기도 하다.

성별 문제를 테스트에 포함하는 튜링의 모방게임은 생각할 수 있는 주체를 누구에서 무엇으로 전환시켰다는 것 이상의 시사점을 갖는다. 테스트에 응답하는 두 개체 중 한 개체는 컴퓨터 스크린 밖에 실제로 존재하는 발제된(enacted) 신체이고 다른 개체는 전자 환경에서 언어적 기호적 표식으로 만들어진 재현된(represented) 신체이다. 성별을 모방하는 첫 번째 테스트는 발제된 신체와 재현된 신체의 재통합을 가정하고 있으나, 헤일즈에 따르면, 발제된 신체와 재현된 신체의 중첩은 “조건화에 따른 결과물이며, 정체성과 너무나 복잡하게 얽혀서 더 이상 인간 주체와 유의미하게 분리될 수 없는 기술이 이러한 결과”<sup>3)</sup>를 낳는 것이다. 튜링 테스트 이후, 사이버네틱스의 역사에 관해 헤일스가 짚었듯이, 사이버네틱스 연구는 두 번째 테스트만을 조명하며 인지(cognition)를 순수한 정신 활동이자 연산 작용으로만 설명하면서 인간 지능의 진화적 계승자로 탈신체화된 사이보그를 강조하고 젠더 물음을 삭제한다.

그러나 발제된 신체와 재현된 신체 간에 언제나 분열의 가능성이 있으며, 인지 그 자체는 신체와 세

1) 앨런 튜링(A. M. Turing)은 1950년 논문 〈계산 시계와 지능〉에서, 질문에 답한 두 개체 중 사람과 기계의 구별을 판단해야 하는 모방게임을 고안한다. 이 실험은 한 명의 질문자가 두 대의 컴퓨터 단말기를 통해 각 각의 단말기에 연결된 서로 다른 두 개체와 대화를 나누는 형태로 진행된다. 첫 번째 테스트에서 질문자는 질문을 던져서 어느 쪽이 남자/여자인지 맞추어야 하는데, 대답하는 개체 중 하나는 사실을 말하지만 다른 한 개체인 기계는 인간을 모방하여 질문자를 속이려고 한다. 두 번째 테스트에서도 역시 동일하게 진행되나, 이번에 질문자는 어느 쪽이 인간인지 기계인지 맞추어야 한다. 테스트를 통해서 튜링은 기계가 인간을 모방하는데 성공했다면, 다시 말해 질문자를 속였다면, ‘그 기계는 생각한다’라고 간주하자고 제안한다. 앨런 튜링, 『앨런 튜링, 지능에 관하여』, 노승영 역, 에이치비프레스, 2019.

2) 캐서린 헤일스, 『우리는 어떻게 포스트휴먼이 되었는가』, 하진 역, 열린책들, 2013, 15쪽.

3) 헤일스(2013), 17쪽.

계 사이(in between) 관계를 특징으로 갖는 것으로서, 언제나 “체현된”(embodied) 그리고 “상황적”(situated) 신체 활동이다.<sup>4)</sup> 사실상, “체현은 사고가 훨씬 더 광범위한 인지작용이며 사고를 수행하는 체현의 형태에 따라 특징이 달라진다.”<sup>5)</sup> 체현된 인지라는 점에서 사이보그의 체현(embodiment)은 성별을 삭제할 수 없다. 또한, 체현된 물질로서 신체는 “일종의 표준화된 신체로 플라톤의 실재를 가리키는 이상화된 형상”과 달리, “차이라는 노이즈로부터 만들어진 구체적인 예화”이자 발제하는 장소, 시간, 생리 및 문화의 구체적인 것들에 얽혀 있는 맥락적인 것이며 각기 “다른 것이고 다른 곳에 존재하며 무한한 변종, 특수성, 이상이 지나치게 많은 동시에 충분하지 않은” 그러한 것이다.<sup>6)</sup>

체현적 인지와 이동 능력 및 환경과 상호 작용하고 이에 적응하는 재귀성이 사이버네틱스의 핵심이라는 점에서, 사이보그는 결코 탈신체화 할 수 없고 언제나 체현된다.<sup>7)</sup> 이는 “체현의 물질 구조에 의거하여 인간행위자와 비-인간행위자가 함께 작동하는 분산인지 시스템”이며 계산하는 친족과 관계를 맺는다.<sup>8)</sup>

## 2. 계산하는 친족

‘나의 어머니는 컴퓨터였다’<sup>9)</sup>는 문장은 한 때 글 쓰는 일을 하던 여성노동자들이 타이프라이터라고 불렀던 것처럼, 소프트웨어가 존재하지 않았던 1930-40년대 직접 프로그래밍하고 계산하는 일을 하던 주로 여성인, 사무노동자들을 컴퓨터로 불렀던 역사적 사실을 반영한다.<sup>10)</sup> 웬디 휘경 전(Wendy Hui Kyong Chun)은 이에 관해 다음과 같이 서술한다.

4) 헤일스(2013) 한국어 번역판에는 체현(embodiment)이 신체화로 번역되었다. 이 글에서는 체현으로 바꾸어 쓴다. 헤일스는 신체(the body)를 신체화(embodiment)와 구분한다. 헤일스(2013), 352쪽.

5) 헤일스(2013), 18쪽.

6) 헤일스(2013), 352쪽.

7) 앤디 클락은 언어 이후의 인간 인지가 어떻게 체화된 비인간적 기술과 상호의존적 관계를 맺는지 발견하고, 인간을 “자연에서 태어난 사이보그(natural-born cyborg)”로 규정하고 해러웨이는 「사이보그 선언」에서 인간/비인간의 혼종인 ‘사이보그’와 ‘사이보그적 행위성’개념을 제안한다. 앤디 클락, 『내추럴-본 사이보그: 마음, 기술, 그리고 인간 지능의 미래』, 신상규 역, 아카넷, 2015.

8) 38

9) 헤일스는 이 문장을 앤 발사모의 『젠더화 된 몸의 기술』에서 가져왔음을 언급한다. 발사모의 어머니는 컴퓨터로 일했으며, 이는 정보기술의 젠더 함의에 대한 고찰의 한 출발점이 된다.

10) 레밍턴 타자기는 여성들에게 사무실의 문을 열어주었다. 1870년에는 미국 정부에 보고된 타자수와 속기사 174명중 95.5퍼센트가 여성이었지만, 1900년에는 전체 인원이 11만 2600명으로 증 가한 가운데 남성 비율은 23.3퍼센트로 추락한다. 타이프라이터(Typewriter)는 타자기라는 기계이면 타자기를 치는 여성 둘 다를 의미하게 되었다. 여성 타이프라이터의 증가에 대해 키틀러는 『축음기, 영화, 타자기』에서 보다 자세히 살피고 있다. 그는 레밍턴 타자기가 체계적으로 생산된 여성들의 약점, 즉 학교에서 교양을 충분히 쌓지 못했다는 점을 오히려 역사적 기회로 반전시키고 있다는 점을 강조한다. “산수에는 아무 재능도 없고, 손글씨도 형편없으며, 철자법과 문법조차 제대로 모르는 여성들이 대량으로 타자기를 다루기 위해 몰려들었다.” 문자라는 권력 체계에서의 주변적 성격이, (오히려) 여성들을 매체의 체계 속에서, 모든 남성 비서들이 자랑스러워하던 아름다운 손글씨 기술을 능가하는 손가락 기술로 몰아간 것이다. 비록 계약직 공무원으로 고용된 여성 타자수들이 결혼하면 이 신분은 취소될 터였지만, 정보기술 자체가 오래된 가족 형태의 붕괴를 가져왔으므로 이 여성들이 다 시 가정 내에서 (어머니로서의) 역할을 회복하는 것은 허락되지 않았다. 요컨대 키틀러에 따르면, 여성 ‘해방’이란 교육학적 담론 통제를 무효화하는 새로운 기계를 움켜쥐는 것을 통해 얻어졌다. 프리드리히 키틀러, 『축음기, 영화, 타자기』, 유현주, 김남시 역, 문학과지성사, 2019, 335-464쪽.

1940년대에 소프트웨어는 존재하지 않았다. 말 그대로 소프트웨어라는 건 없었다. “프로그래밍”은 연결을 만들어내고, 스위치를 설정하고, 값을 투입하는 인간의 작업(직접 프로그래밍)과 컴퓨터의 다양한 부분들을 조정하는 인간과 기계의 작업으로 구성되었다. 1946년에 에니악(ENIAC, 설계 및 구축되고 성공적으로 이용된 첫 범용 전자 디지털 컴퓨터)의 수석 프로그래머는 문제를 수치적으로 해결하기 위해 필요한 동작(action)의 배열을 통제했다. 에니악은 초창기에 각각의 문제를 위해 재배선되었기 때문에, 본질적으로 에니악은 사용될 때마다 새롭게 창조되었다(...) 프로그래머들이 당연하게 지루한 작업들을 즐긴다는 가정은 프로그래밍과 컴퓨팅의 젠더화된, 그리고 인간적인 역사를 암시한다. 2차 대전 동안, 거의 모든 연산자(computer)는 수학 분야의 배경을 가진 젊은 여성이었다. 당시 여성들은 일을 할 수 있었을 뿐 아니라, 더 나은, 더 성실한 연산자로 여겨지기도 했는데, 이는 아마도 여성들이 반복적이고 사무적인 작업들에 있어 더 낫기 때문이었다. 프로그래머들은 이전의 컴퓨터였는데, 왜냐하면 프로그래머들은 그들의 후임자를 준비시키는데 가장 적합했기 때문이다. 프로그래머들은 컴퓨터처럼 생각했다. 우리는 명령이 “여성들”에게 명령을 내리는 것에서 기계에게 명령을 내리는 것으로 옮겨 갔을 때 프로그래밍은 프로그래밍이 되었고, 소프트웨어는 소프트웨어가 되었다고 말할 수도 있을 것이다. 위의 이미지는 “적절한 프로그래밍”—책상에 앉은 남자가 여성 “운용자”에게 지시를 하달하는 것—의 꿈을 드러낸다.<sup>11)</sup>

계산하는 친족은 계산에 필요한 지능과 이를 활용하는 노동이 2차 세계대전에서 20세기 후반기에 이르는 사이에 인간 사회에서 계산하는 기계로 이동하는 변화뿐 아니라 여성에 의해 체현된 물질로서 컴퓨터를 제시한다.

『기록시스템 1800·1900』에서 프리드리히 키틀러는 매체와 인간의 관계를 탐구하고, “임의의 문화에서 유의미한 데이터를 송부, 저장, 처리하는 기술적, 제도적 네트워크”를 가리켜 “기록시스템(Aufschreibesysteme)”<sup>12)</sup>으로 명명하고, 19세기 인쇄 텍스트의 읽기를 가르치는 어머니의 목소리가 주체성을 글쓰기에, 인간을 자연환경에 연결하는 고리로 분석한다.<sup>13)</sup>

디지털 기록시스템으로 불릴 수도 있는 동시대에서 컴퓨터의 시각, 청각, 운동감각, 촉각 신호가 현대의 주체성을 전자적 환경에 연결하여 주체성의 구성과 현대의 읽기 수행에 상호작용한다. 컴퓨터는 더 이상 단순한 도구가 아니라 우리가 실재라고 부르는 것을 구성하도록 만드는 조건, 이데올로기, 과정, 실행, 행위를 생산해내는 네트워크-물질이다.

그러한 점에서, 컴퓨터는 중립화된 자동 기계가 아니라 기억 지층들로 누적된 체현된 물질이다. 컴퓨

11) Wendy Hui Kyong Chun, “On Software, or the Persistence of Visual Knowledge”, *Grey Room* 18, 2004, 26–51쪽.

12) 프리드리히 키틀러. 『기록시스템 1800·1900』. 윤원화 역. 문학동네. 2020. 645쪽.

13) 키틀러에 따르면, 1800년식 기록시스템의 대표적 매체는 책이다. 1800년식 체제에서는 어머니로 대표되는 여성이 가정에서 어린이에게 알파벳을 교육하고, 모든 어린이들은 그것을 규범으로 따르며 언어를 배운다. 1900년식 기록시스템에서 여성들은 이상적 ‘여성’ 또는 ‘자연’으로 환원되지 않고 ‘기계 아니면 파괴’로 존재한다. 키틀러(2015), 609–644쪽. [\[링크\]](#)



터의 역사를 살피는 전의 분석에서 알 수 있듯, 소프트웨어를 구동하는 프로그래밍 언어는 “젠더화된 명령 통제 체계(system of command and control)”에서 비롯했으며, 이러한 소프트웨어는 프로그래머와 사용자들을 훈육하면서 “가시성의 비가시적인 체계”를 창조한다.

전이 강조하듯, 여성을 기계 연산과 호환 가능한 것으로 기술한 컴퓨터의 역사는 수정되어야 하며, 여성은 디지털 기계 등장 역사의 사소한 역할을 하지 않았다. 프로그래밍을 자동화하는 과정의 시작인 에니악의 프로그램-내장형 컴퓨터로의 전환은 케이블을 꽂았다 빼는 것이 아니라, 저장된 60개의 명령어에 대응하는 스위치를 설정함으로써 프로그램의 코드화를 뜻한다. 그러나 여성에게 명령하는 것에서 자동장치(automaton)에게 명령하는 것으로의 전환은 어려웠다. 그 이유는 자동장치가 해석하거나 추정하기보다는 판독만 가능하고, 경험으로부터 학습하지 못하기 때문이다. 프로그래밍은 단순히 지시사항들을 구현하는 것이 아니라 오히려 “문제 해결을 위해 수행되길 원하는 것을 컴퓨터가 할 수 있도록 전략을 고안하고 명령어들을 준비하는 것”이다. 기계와 다르게, 여성 프로그래머들은 단순히 지시사항들(instructions)을 따르지 않았다. 여성 프로그래머들은 “하드웨어, 소프트웨어, 웨트웨어(wetware), 이것들의 시작 이전과 이것들의 끝 너머에서”, “디지털 기계의 시뮬레이터, 어셈블러, 그리고 프로그래머”<sup>14)</sup>이며, 에니악을 프로그램 내장형 컴퓨터로 전환시키고 값의 저장과 명령어 간 균형을 결정하는 데 있어 중요한 역할을 해왔다.

그러나 소프트웨어가 단순히 하드웨어만이 아니라 체현된 물질로서 컴퓨터를 숨긴다는 점에서, 전의 ‘소프트웨어는 이데올로기’라는 주장은 중요한 의미를 지닌다. 물신주의적(fetishistic) 논리에 토대를 둔 운영체제인 소프트웨어는 하드웨어와 상상적 관계를 제공하면서, 트랜지스터가 아니라 데스크톱과 휴지통을 스크린에 나타내며 ‘사용자’를 호명(interpellate)하며 정체화할 수 있는 이름이나 이미지를 제공하며 ‘사용자’를 생산한다. 운영체제가 없이는 하드웨어에 접근할 수 없으며, 행위, 사용자도 존재할 수 없다. 사용자는 폴더와 데스크톱이 실제 문서철과 탁상이 아니라는 것을 잘 알고 있지만, 폴더와 데스크톱으로 지칭함으로써 마치 폴더와 데스크톱인 것처럼 다룬다.

소프트웨어는 파일이 저장되었음을 나타내는 안심할 수 있는 소리부터 개인의 컴퓨터 소유권을 강조하는 “내 문서”와 같은 폴더 이름에 이르기까지 유순한 상호작용을 통해 사용자를 생산한다. 컴퓨터 프로그램은 당신, 그리고 다른 모두를 주체로서 호칭하는 “나의”와 “당신” 같은 연동자(shifters), 대명사를 뻔뻔스럽게 사용한다. 소프트웨어는 당신이 읽도록 만들며, 당신에게 더 많은 관계들과 훨씬 더 많은 볼거리를 제공한다.<sup>15)</sup>

주체가 자신의 존재 조건들과 맺는 상상적 관계의 재현을 이데올로기로 이해한다면, 소프트웨어는 이

14) Chun(2004), 35쪽.

15) Chun(2004)

데올로기를 모방하면서 폴더, 휴지통 등과 같은 데스크톱의 은유가 사용자와 기계의 ‘실제’ 명령어 사이에서 ‘상상적’ 관계를 만들어낸다.<sup>16)</sup> 이를 통해 사용자로 하여금 사용자가 작업하고 있는 기계가 사용자 자신의 기계라고 믿도록 하면서 ‘사용자’ 역시도 운영 체제의 구성물로 구동하고 작동한다. 기계 시스템에 사용자를 배치하여 기계에 의해서 사용자가 수행할 때, 소프트웨어는 주체가 되기 위하여 그/그녀가 어떻게 기계에게 훈육되는지를 의식적으로 인식할 필요가 없게 한다. 이러한 수행이 무의식적으로 실행되면서, 이데올로기는 가장 효과적으로 작동한다. 여기서 이데올로기는 신념이 아니라 행위에 의해 지속되며, 그 환상 역시 지식이 아니라 법에 복종하는 행위의 차원에서 존재하고 지속된다.

이 점에서 컴퓨터는 인간을 양육하고 훈육하는 친족이며, 담론, 문화, 환경을 되먹임 하고 중첩시키는 체현된 물질이자 정보 데이터 매체이며 “자릿수(digit)에서 자릿수”<sup>17)</sup>로 옮겨가는 디지털 정보를 전달하는 “디지털 주체의 신체”와 “텍스트 신체”의 “상호매개(intermediation)”<sup>18)</sup>하는 계산하는 친족이다.

그렇다면 계산하는 친족 개념으로 무엇을 할 수 있을까? 계산하는 친족 개념은 ‘부계 혈통’에 근간한 소위 ‘자연’스럽다고 여겨온 인간 친족 범주를 위반한다는 느낌을 준다. 이 점에서 계산하는 친족은 자연과 인공의 이분법적 불연속성을 비판하고 “아기가 아니라, 친족을 만들라!(make kin not babies)”라는 해러웨이의 제안과 공명한다.<sup>19)</sup> 해러웨이의 친족 만들기는 “인간 형상이 아닌 유기체적 타자들만이 아니라 우리 행성을 공유하는 기술적으로 매개되고 새롭게 특허받은 피조물들을 위한 정서적 변용과 책임감의 고리들을 재고하는 방식”<sup>20)</sup>이다. 친족 만들기의 제안은 해러웨이의 「괴물의 약속」에서 임신과 수태의 형상들을 통과해 모든 기술을 재생산 기술로 분석하고 재생산이라는 용어를 생식, 즉 동일 형질의 재생산으로부터 멀어지게 하는 전략과 이어진다. 이는 자연/인공(기술), 자연/문화 이분법과 이를 조직하는 인간중심주의를 비판하며 자연에 대한 ‘가공주의(artifactualism)’를 제시하고 재생산을 새로운 형식들의 생산과정이자 다형적인 변화 양상으로 설명하는 것이다.<sup>21)</sup>

이 점에서, 친족 만들기와 공명하는 계산하는 친족은 테크노포피아 그리고 테크노필리아가 전제하는

16) 그러나 비물질적인 것의 물질적 효과를 드러낸다는 점에서 소프트웨어를 이데올로기와 유사점을 찾아낼 수 있다 할지라도 소프트웨어를 이데올로기로 환원되거나 이데올로기가 소프트웨어로 환원될 수 없는 이유는 이데올로기로부터 이데올로기의 권력 비판이 가능하나, 소프트웨어의 권력은 이데올로기로 작동하는 동시에 이데올로기에 대한 권력 비판 모두로 작동하기 때문이다. Chun(2004)

17) Donna Haraway, *Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene*, Duke University Press, 2016, 10쪽. (한국어판에서 “digit upon digit”는 손가락에서 손가락을 걸고로 번역되었으나, digit 가 손으로 세던 아라비아 숫자를 의미한다는 점에서 자릿수로 번역한다. digit 는 데이터나 물리적 양을 2진 부호로 표현하는 것, 유한한 자릿수의 수로 표현하는 digital의 어근이다.

18) 캐서린 헤일스, 『나의 어머니는 컴퓨터였다』, 송은주/이경란 역, 아카넷, 2016, 21쪽.

19) 이는 프랑켄슈타인을 나의 흉측한 자손이라고 부른, 최초의 SF소설의 저자 메리 셸리가 인간행위자와 비인간행위자를 연결하여, 인간적 조상 없이 연결된 관계를 그려내는 글쓰기와 맥락을 함께한다 할 수 있다. 로지 브라이도티, 『변신』, 김은주 역, 꿈꾼문고, 2020.

20) 도나 해러웨이, 「인류세, 자본세, 대농장세, 틀루세 친족 만들기」, 김상민 역, 『문화/과학』, 2019, 171쪽. [\[링크\]](#)

21) Donna Haraway, “The Promises of Monsters: A Regenerative Politics for Inappropriate/d Others”, *Cultural studies*(edited by Lawrence Grossberg, Cary Nelson, Paula Treichler), Routledge, 1992. 295-337쪽.

물신화된 기술과 인간의 기술 통제에 관한 의구심을 해소한다.<sup>22)</sup> 조애나 러스는 테크노포비아와 테크노필리아가 모두 “가진 자의 태도”<sup>23)</sup>로 비판한 바 있다. 성차화된 타자(여성), 인종화된 타자(토착인), 자연화된 타자(동물, 환경 즉 지구)를 표시해 구별하고 이러한 타자성을 인간 개념의 구성적 조건으로 이해하는 다수자가 주로 기술의 통제(불)가능성에 착목하며 기술을 통제가능/불가능의 틀로만 접근하여, 기술의 개념을 물신화한다. 도구로서의 기술을 뜻대로 사용하는 인간을 상정하는 테크노필리아 혹은 새로운 신이기도 한 기술에 의해 지배당하는 인간을 염려하는 테크노포비아 모두 자유주의적 근대 인간 주체의 확장과 그 지배 체제를 연장하려는 바에만 몰입하는 트랜스휴머니즘에 다름 아니며, 인간과 기술의 관계에 개입하여 맞닿은 정치, 사회, 경제의 차원을 지운다.

그러나 계산하는 친족 개념은 자연/인공, 인간/기술의 ‘이미 분리될 수 없음’에 주목하고 물신화된 기술 개념의 블랙박스를 추적한다. 이는 인간-자연, 인간-사물의 경계 짓기의 이분법을 허무는 새로운 물질에 관한 논의를 통과해 “기술장치를 성차화, 인종화, 자연화되지 않고 섞임과 혼종성과 상호접속성의 형상들로 중립화하는 바를 비판”<sup>24)</sup>하는 것이다.

### 3. 패턴 식별/차별(Pattern Discrimination)

계산하는 친족이 처리하는 정보는 메시지로 읽어낼 수 있는 부호화 요소의 확률 분포를 따르는 ‘패턴’이다. 정보이론의 초기 단계에서는 패턴이 없는 임의적인 것은 정보가 아닌 것으로 간주되었다. 그러나 이후 정보이론의 발전은 패턴과 임의성을 대립의 관계가 아니라, ‘보충물/보완물’의 역할로서 제시한다. 이에 관한 대표적인 예는 시스템에 노이즈인 차이를 유입시켰을 때, 그 시스템이 더욱 높은 복잡성의 차원에서 재구성되는 것의 발견이다.<sup>25)</sup>

앞서 언급한 헤일스는 탈체현된 정보와 체현된 인간의 생활세계를 병치하는 이분법적 관점을 넘어서기를 주장하며, 물질성(materiality)을 물리성(physicality)과 구별하여 위치시킨다.<sup>26)</sup> 헤일스는 “매체 효과가 의미와 중요성을 가지려면 체현된 인간 세계 안에 위치해야 한다”는 점을 강조한다. 물질적 장치를 통한 체현 없이 정보가 구현되지 않으며, 디지털 매체 환경은 아날로그 매체를 완전히 제거할 수 없다는 것이다.

22) 인공지능 산업의 발전은 인간의 기술 통제권과 관련한 테크노포비아를 자극하고 잠재우는 전략에 의존한다. 테크노포비아와 테크노필리아는 상호의존적이다.

23) 조애나 러스, 『SF는 왜 여자들의 놀이터가 되었나』, 나현영 역, 포도밭, 2020, 98쪽. [註] 구체적으로 “테크노필리아의 경우 자신이 권력을 갖고 있거나 권력자를 움직일 수 있다”는 것을, “테크노포비아의 경우 비록 권력을 잃었다고 느끼지 모르지만 어쨌든 자신에게 권력을 가질 자격이 있다”는 점을 전제한다.

24) 로지 브라이도티, 『포스트휴먼』, 이경란 역, 아카넷, 2015, 127쪽.

25) 헤일스(2013), 80-83쪽.

26) 여기에서 “물질성은 물리적 실재와 인간의 의도가 만나는 지점을 표시한다”. 헤일스는 *Writing Machines*에서 물질성을 “물리적 특징과 의미화 전략 간의 역동적인 상호작용을 통해 창조되는 창발적 특징”로 정의한다.

디지털 매체가 연산 작업은 데이터 정보를 메시지로 읽어내는 패턴 인식, 패턴 식별이다. 이 ‘식별(Discrimination)’ 개념은 라틴어 어원 *discriminar* 로부터 비롯하며, “분리하다, 구별하다, 구별을 만들다”라는 의미를 지닌다. 19세기 말 이래로 노골적으로 정치적 의미를 지니게 되는데, 인종주의적 이데올로기의 발전과 함께, 식별은 인종, 성별, 섹슈얼리티, 나이, 계급 등 사회적 범주에 기반한 개인들의 편견을 지시한다. 패턴의 식별이 컴퓨터 과학에서 입력 데이터에서 정보를 필터링(차별화)하기 위해 입력 데이터에 신원을 부과하는 것을 설명하는 기술적 용어로 쓰일지라도, 여전히 식별은 위와 같은 의미가 유지되고 있다. 패턴의 식별과 적용은 기술 용어 뒤에 숨겨져 있을지라도 정치적 문제이다. 이는 다음을 의미한다. 알고리즘으로 강화된 패턴 인식 시스템에서 일어나는 식별, 차별의 논리적 사용과 기술적 사용 사이에 암묵적 연관을 추적하는 일이 필요하다는 것이다.

(이후 내용은 발표와 다른 지면에서 보충하도록 하겠습니다.)



한국여성커뮤니케이션학회, 2023년 11월 4일

# 이상하고 불편한 알고리즘: 자동화 미디어와 여성의 관점

이희은  
조선대학교 신문방송학과

1

## 순서

- 1 신기술의 매혹과 공포 - “기이한 것과 으스스한 것”
- 2 알고리즘 미디어와 자동화된 차별
- 3 여성을 위한 데이터는 없다
- 4 로봇과 AI의 인류학
- 5 공정한 알고리즘 미디어라는 상상

2

## 미디어 테크놀로지와 여성 연구

- ✓ **재현 (텍스트)** 특정 기술에서 여성은 어떻게 표현되는가?
- ✓ **생산** 여성이 생산하는가? 여성의 노동이 평가받는가?
- ✓ **수용 (소비)** 여성을 위한 것인가?
- ✓ 기술 해결주의(techno-solutionism) 관점을 벗어날 수 있는가?

3

## “기이한 것과 으스스한 것”

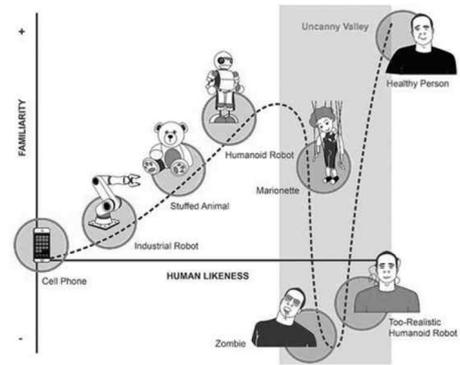
(마크 피셔, 2016)

- 낯선 무엇인가에 대한 집착.
- 인간의 인식을 넘어서는 외부세계의 중요성

4

## 불쾌한 골짜기(uncanny valley)

- ✓ 인간이 로봇이나 인간이 아닌 것에 대해 느끼는 감정 (모리 마사히로, 1970)
- ✓ 프로이드, 〈Das Unheimliche(섬뜩한 것)〉 (1919)
- ✓ 기술에 대한 매혹과 두려움을 말해주는 은유



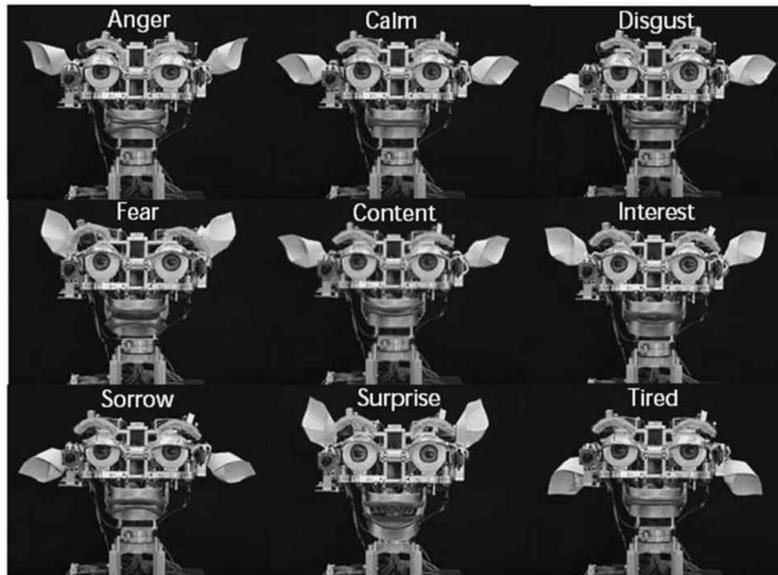
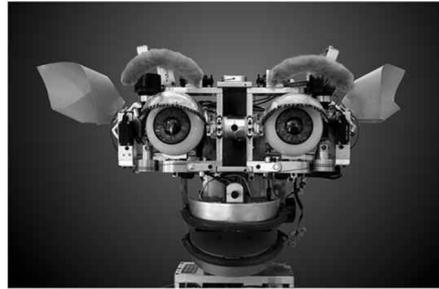
## 불쾌한 골짜기를 극복하려는 시도

- ✓ 로봇학자와 로봇 개발자들은 ‘소셜 로봇’이 상용화될 것으로 전망.
- ✓ 서빙 로봇, 간호 로봇, 교육용 로봇, 반려 로봇.



## 소셜 로봇의 시작

- ✓ Cynthia Brezeal: MIT의 로봇 설계 연구자
- ✓ 키스멧(Kismet): 인간의 행동에 반응하는 감성 컴퓨팅(affective computing)으로 만들어진 로봇 (1990년대)
- ✓ “감정을 가지고 인간에 반응하는 기계”



Kismet. Cynthia Brezeal at MIT. (1997)

8

## 새로운 기술에 대한 은유 - 매혹, 불안, 공포, 고통

- ✔ SF의 좀비는 현대인의 불안을 대표하는 서사이자 은유 (후지타 나오야, <좀비 사회학>, 2018)
- ✔ 미디어 체제의 이행기에 나타나는 공포와 매혹으로서의 흡혈귀 (Kittler, <드라쿨라의 유언>, 1998).
- ✔ 부모보다 기계로부터 더 많은 말을 배운 세대의 심리적 고통 (Berardi, <죽음의 스펙타클>, 2017)

▶ 삶의 불안정성( precariousness): 감각의 변형, 노동 과정의 변화, 사적 시공간의 파편화

9

## 인공지능 연구의 폐쇄적 구조

- ✔ AI 연구는 대부분 AI 개발자들에 의해 수행 (Rahwan et.al. 2019)
- ✔ 기술 개발과 산업 내부의 폐쇄적 논의가 학술 연구로 재생산 (Jakobsson et.al., 2021).
- ✔ “AI 설계 및 배포에 대한 사회적 기대와 관행 사이의 단절” (Kerr, et.al., 2020)

▶ 기술적 해결주의(technological solutionism)라는 환상  
▶ 새로운 기술에 대한 과장된 환호와 불안의 담론이 전파되는 구조적 이유

10

# [ 알고리즘 미디어와 자동화된 차별 ]

- 인간 노동의 비가시화
- 대표성 없는 빅데이터
- 자동화된 결정

11

인공지능이란 용어가 미디어에서 일상적으로 사용되지만  
실제로 공유되는 정의는 없다.

- 유럽연합

12

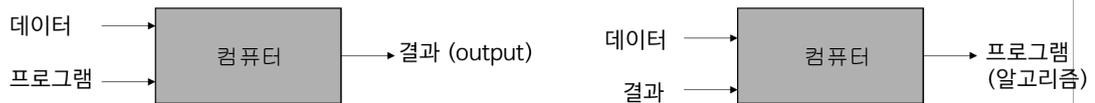
---

---

---

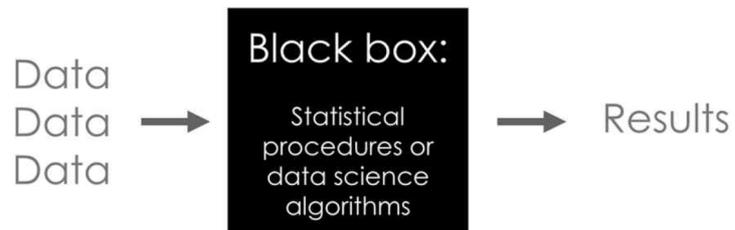
---

## 기계학습의 알고리즘



13

## 알고리즘의 블랙박스



14

---

---

---

---

## Digital sweatshop



▲ 영화 '다음 사회' 스틸컷

어떠한 신기술을 사용한다 할지라도 결국 커뮤니케이션은 사람의 일.

## 데이터 라벨링

- ✓ “AI 프로젝트 시간 중 80%가 데이터 라벨링에 소요 (Schmelzer, 2020)
- ✓ Crowd working: 저소득층, 저개발국의 인력을 외주화
- ✓ 전문 매칭 회사나 앱 활용
- ✓ 한국의 경우 대략 50만명의 데이터 라벨러 (이정희 & 이상준, 2021)

17

## ‘몸’이라는 이미지 데이터의 범위는?

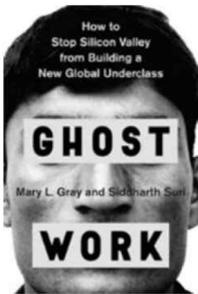


## ‘신부’라는 데이터로 인식되는 이미지는?



출처: Left: iStock/Getty; Right: Prakash Singh/AFP/Getty

19



KATE CRAWFORD



ATLAS OF AI

- 자연스러운 것처럼 보이는 자동화일수록, 보이지 않는 곳에서는 지루하고 반복적인 노동이 이루어지고 있다. - 메리 그레이
- 자연스러워 보이는 XAI(Explainable Artificial Intelligence)를 만들기 위해 동원되는 집약적인 노동은 은폐되어 있다. - 케이트 크로포드

---

---

---

---

---

### 인공지능은 물질적 인프라: 스스로 작동하는 미디어는 없다.

- ✔ 인간의 노동력 + 기술 + 에너지와 연료 + 자본
- ✔ “우리는 우리가 만들어 낸 환경 중에서 낡고 지루해 보이는 부분들을 무시한 채 밝거나 빛나거나 새롭거나 무서운 부분들만을 따로 떼어내서 ‘테크놀로지’라 부르는 쓸모 없는 습관을 갖고 있다.”  
-- 존 피터스, <자연과 미디어>, 2015.

21

### 인공지능은 물질적 인프라: 스스로 작동하는 미디어는 없다.

- ✔ “인간에 의해 확장된 기계” (Delfanti & Frey, 2021)
- ✔ “전지구적인 인프라” (Kate Crawford, 2021)
- ✔ 지정학적 투쟁의 장 (Kellogg, 2021)

22

---

---

---

---

## 사회

### 기술로 사회문제를 해결한다는 오해

- ✓ 구글 검색 엔진과 유색인종 여성 차별 (사피야 우모자 노블, 2018).
- ✓ 빅데이터 분석의 첨단기술이 빈곤 계급을 감시하며 차별 (버지니아 유뱅크스, 2018)
- ✓ 이미지 데이터 수집에서 성별 고정관념 강화 (Buolamwini & Gebru, 2018)
- ✓ 남성 몸의 데이터를 중심으로 만들어진 자동차 안전 장치 (캐롤라인 페레즈, 2019)
- ✓ 남성 환자의 데이터를 기준으로 진료하는 의료 시스템 (마야 뒤센베리, 2019)

**Q** 데이터세트와 알고리즘을 수정하면 문제가 해결될까?

23



Joy Buolamwini, 'algorithmic bias'

<https://youtu.be/TWWsW1w-BVo>

24

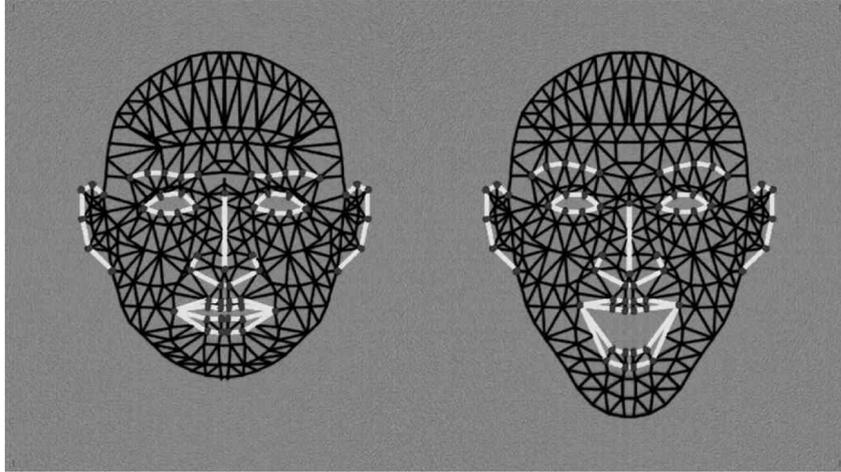
---

---

---

---

“얼굴인식기술은 21세기의 관상학(physiognomy)” (Kate Crawford, 2021)



25

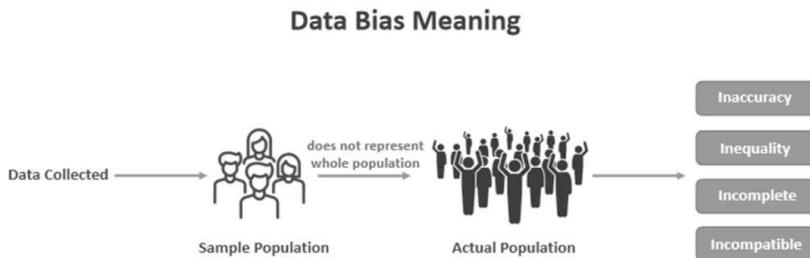
## 여성을 위한 데이터는 없다

- 확률론적으로 무난한 데이터 알고리즘
- 시그널은 남고 노이즈는 깎여 나간다

26

## 젠더 데이터 편향성의 사례

- ✔ 자동차 사고에서 여성의 사망 비율이 더 높다.
- ✔ 사무실에서 에어컨을 켜면 여성이 더 추위를 탄다.
- ✔ 여성들이 스마트폰을 더 자주 떨어트리는 경향이 있다.

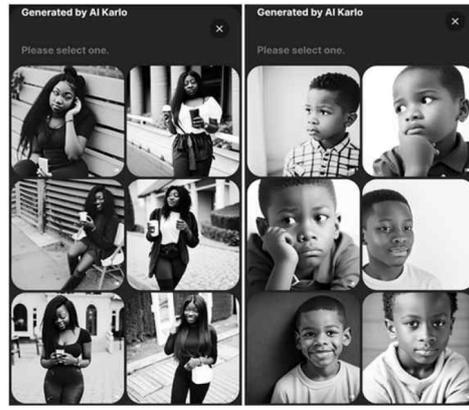


27

## 편향 (bias): 통계적 편향 + 사회적 편향

- ✔ 얼굴 인식 프로그램의 젠더 편향, 인종 편향
- ✔ 기계 번역의 젠더 편향
- ✔ 이미지 검색의 젠더 편향, 인종 편향

카카오브레인에서 개발한 이미지 생성 AI '비 디스커버'에 '흑인 소녀'(왼쪽)와 '흑인 소년'을 입력하여 이미지를 만들어보았더니 결과는 눈에 띄게 달랐다. ©비 디스커버 - 조경숙, "네이버와 다음은 어떻게 여성을 차별하는가", 《시사인》, 2023년 4월 15일, 812호.



28

## 자동화된 불평등: 대표성 없는 빅데이터

- ✔ <보이지 않는 여성들> (캐럴라인 크리아도 페레스, 2019)
  - 개발자의 의도가 차별적이라기보다는 '젠더 데이터의 공백'이 차이를 만듦.
- ✔ 패턴 식별(pattern discrimination)을 통한 끼리끼리(homophily)
  - Wendy H. Chun, 2019
  - 젠더나 계급 등 논쟁의 여지가 있는 내용은 감춰짐.
  - 자동화 미디어로 인한 양극화는 빅데이터의 오류가 아니라 '목표'

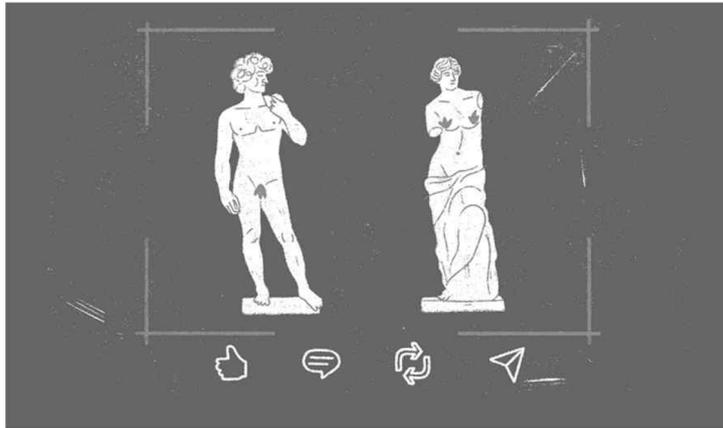
29

## 데이터의 원리 (김재연, <우리에게는 다른 데이터가 필요하다>, 2023)

- ✔ 데이터 = 시그널 + 노이즈
- ✔ 데이터가 커지면 노이즈의 비중은 줄어든다.  
데이터가 커질수록 편향도 선명해진다.  
'빅'데이터가 반드시 '굿'데이터는 아니다.  
측정하기 쉬운 지표가 더 의미 있는 지표는 아니다.  
측정할 수 없다고 가치 없는 것은 아니다.

30

'표준은 없다': AI 알고리즘이 여성의 신체를 대상화한다는 조사 결과  
(‘There is no standard’: investigation finds AI algorithms objectify women’s bodies)  
-- The Guardian, 2023년 2월 8일



31

## 로봇과 AI의 인류학

- 여성과 어린이의 외형을 한 기술
- 불편한 구석 없는 친밀하고 귀여운 기술

32

## 인간-기계-동물의 관계

- ✔ 자동화 기계와 알고리즘 미디어에 대해 논의하는 것은 인간에 대해 알기 위함.  
미디어에 대해 논의하는 것은 인간과 인간 사이의 관계에 대해 알기 위함.
- ✔ '타자'에 대한 관심: 과학(로봇학), 인류학, 미디어 연구 공통의 관심사

33

## 왜 AI와 로봇은 친밀한 모습으로 설계되는가?

- ✔ 새로운 기술과 AI의 도입은 비인격화 및 탈인간화에 대한 두려움을 키우고,  
이러한 두려움은 휴머노이드와 소셜 로봇의 개발에 영향을 미친다.
- ✔ AI는 점점 더 사적이고 친밀한 장소에서 장기적인 관계를 맺는다

34

---

---

---

---



Cynthia Brezeal이 개발한 가정용 AI 'JIBO'

35



ABOUT LUDA

내 소개부터 할게!

- 이름 이루다
- 나이 22
- 특징 인공지능
- MBTI ENFP
- 취미 날씨 좋은날 산책하기, 친구들이랑 밤새 수다떨기, 인스타그램 구경하기

스캐터랩의 챗봇 이루다 소개, <https://luda.ai/>

36

-----

-----

-----

-----

그는 이루다를 ‘어린아이’라고 가리키며 “‘버릇없이 굴지 말라’는 훈계를 어린아이가 이해하려면, 어떤 상황과 문맥에서 어떤 행동을 할 때 버릇이 없는건지 경험을 해야 한다”고 비유했다. 이루다도 마찬가지로 “이루다도 특정 상황과 문맥에서 특정 언어가 비윤리적이라는 사실을 경험하지 못했다”고 설명했다.

이루다 개발업체 ‘스캐터랩’ 대표의 인터뷰 중에서  
(중앙일보), 1월 12일자, “이루다 논란은 AI 서비스 고도화 위한 불가피한 시행착오”

## LLM을 사용한 생성형 인공지능의 편향

- ✔ 대화형/생성형 인공지능 챗봇에서 특정 발화의 제거만으로는 편향성을 없앨 수 없다.
- ✔ ‘적절하고 안전한’ 응답을 위한 ChatGPT의 가이드라인
  - 혐오, 폭력, 자해, 성, 정치 등의 주제는 ‘부적절’한 것으로 인식.
  - ‘문화 전쟁’과 당파성에 관련된 질문에는 답하지 않도록 구성.
- ✔ ‘적절하고 안전한’ 챗봇이라는 한계.

38

# 공정한 알고리즘 미디어라는 상상

- 이상하고 불편한 알고리즘
- 기이한 것과 으스스한 것
- 미디어 기술의 역사와 계보학

39

## ‘공정한’ 알고리즘은 없다

- ✔ 알고리즘은 “기술적으로, 계산적으로, 수학적으로, 정치적으로, 문화적으로, 경제적으로, 맥락적으로, 물질적으로, 철학적으로, 윤리적으로 등 다양한 방식으로” 생각해야 할 문제 (Kitchin, 2017)
- ✔ ‘기술적 해결주의’는 사회문제를 해결하는 것이 아니라 관리한다.
- ✔ “누구에 의한, 누구를 위한, 누구의 이익을 염두에 둔 데이터과학인가?” (D’Ignazio & Klein, 2020)

40

- 지윤주 (2021). “신경망 기계번역 내 젠더 문제 고찰 연구”, <통역과 번역>. 네이버의 경우 ‘innocent girl’은 “청순녀”, ‘innocent boy’는 “천진난만한 소년”으로, ‘ambitious girl’은 “야망녀”, ‘ambitious boy’는 “야심가”로 풀었다.



2023년 10월에 네이버 번역기를 사용했을 때, 위 논문에서 지적한 문제점은 더 이상 나타나지 않았다.

41

## 인지적 형평성 (cognitive equity)

- ✔ Lorna Roth(2009)는 카메라 기술의 개발과 디자인 관행을 통한 편견의 영속성에 대해 연구.
- ✔ 1950년대 코닥(Kodak) 필름은 ‘설리 카드’를 기준으로 색상을 조정. 백인 여성을 기준으로 만들어진 색상 조정 기술은 유색인종의 피부를 제대로 담아내지 못함. 이후 초콜릿 회사들이 상품의 색상을 잡아내지 못한다고 문제를 제기하자 새로운 필름을 출시.

42



셜리 카드 (1975)



Natalie Le Brun [right] and Guilado Sarr [left], Paris, France 1973. Kodak film (125ASA) used on Canon camera.



셜리 카드 (1996)



- 레나 (Lenna): 잡지 <플레이보이>(1972)가 출처.
- 이미지와 영상 생성 시의 시험용 이미지

-----

-----

-----

-----

## 생각할 문제

- ✔ ‘인간과 비슷할 정도로 자연스러운’이라는 일반적 목표를 버린다.
- ✔ 알고리즘은 ‘적절/부적절’, ‘안전/위험’, ‘효율/비효율’ 등의 이분법으로 작동한다.
- ✔ 기술적 해결주의는 대안이 아니다.
- ✔ 새로운 미디어 기술의 편향성과 불평등 문제는 ‘기술’ 그 자체의 것만은 아니다.

45



A series of horizontal dotted lines for writing.

A series of horizontal dotted lines for writing.