**이종현**

|  |  |
| --- | --- |
| **프로젝트 주제** | **감정분석 랜덤채팅** |
| **목적** | **콜 포비아(https://www.hidoc.co.kr/healthstory/news/C0000751133)**  **익명의 상대와 부담없이 대화하고 그에대한 가시적인 피드백을 받음으로써 사회성 향상 및 흥미 유발** |
| **이슈** | **익명성에 따른 각종 범죄 발생 가능성**  **- 범죄행위에 대하여 수사기관에 적극 협조함을 공지** |
| **프로그램 기능** | **1. 랜덤으로 익명의 상대와 매칭되어 대화를 시작한다.**  **2. 대화가 종료되면 상대의 호감도를 평가한다.**  **3. 상대가 평가한 호감도와 분석모델이 판단한 호감도를 같이 보여준다.**  **4. 호감도 점수를 기준으로 등급을 나누어 비슷한 사람과 매칭된다.**  **5. 이용자가 직접 선택한 호감도와 모델이 분석한 호감도를 비교해 정확도를 제고한다.** |
| **개발 방법** | **채팅 사용자 UI 개발 (프론트엔드)**  **채팅 서버 개발 (백엔드)**  **사용자 호감도 점수 DB 구축 (DB)**  **BERT 모델에 온라인 메신저 데이터 fine tuning (딥러닝)** |
| **기존아이템과의**  **차이점** | **부담없는 대화 추구 (연애 목적으로 대화하는 것이 아님)**  **감정분석으로 흥미 제고** |
| **기타** | **첫 가입 시 분석 무료체험 제공**  **휴대폰 번호 하나당 계정 1개(무료 재화 중복 획득 방지)** |

SNS 소통이 더 친숙한 MZ세대  
스마트폰 이용 목적을 묻는 한국인터넷진흥원의 조사에 따르면, 채팅보다 메신저가 79.4%로 79.7%를 기록한 통화보다 더 높은 수치를 보인다. 텍스트로 소통하는 것을 더 편안하게 느끼는 사람들이 증가하면서 자연스레 전화는 익숙하지 않은 소통 창구로 남았다. 인터넷과 휴대전화 사용에 친숙한 MZ세대에서 특히 콜 포비아가 많은 이유다.  
 또 다른 이유로는 코로나 19가 있다. 코로나 19로 비대면 거래나 언택트 마케팅(Untact Marketing)이 늘었다. 전화가 아닌 앱을 통해 음식을 주문하고, 식당에서는 무인주문기계(키오스트)를 사용하기 시작하면서 면대면(Face to Face) 커뮤니케이션이 눈에 띄게 감소했다.  
 디지털콘텐츠학회지에 실린 전남대학교 경영학과 이경락 교수의 논문에 따르면, "스마트폰이 상용화되면서 사람들은 이동전화에 친밀감을 느끼게 되었으며, 특히 문자메시지 주 사용자인 청소년들은 커뮤니케이션 수단으로 음성 통화보다 메시지를 더 편하게 생각하게 됐다. 메시지 친밀도가 높은 사람은 상대적으로 음성 통화를 기피하는 전화 불안감 현상을 겪는다"라고 밝혔다.  
 어려서부터 SNS와 카카오톡 등 문자로 소통하는 데 익숙한 젊은 세대가 주로 콜 포비아를 겪는다는 내용은, 대학내일20대연구소의 설문에도 잘 나타난다. 설문에 따르면 X세대(1970~1980년대 출생)는 대화의 수단으로 과반(58%)이 통화를 주로 이용했지만, MZ세대는 SNS를 가장 많이 선호(평균 65.5%)했다.  
 [출처] :  <https://www.hidoc.co.kr/healthstory/news/C0000751133>   | 하이닥

주제를 랜덤으로 선정해서 제출하는 방식

thred를 통한 통신 정도

채팅 프로그램 외주 사용

중의적인 표현 구분이 되는지