

서울대학교 한국사회과학자료원(KOSSDA) 대학생 공모전 2025

제출자료(PPT 자료) 요약문

제목	알고리즘은 분열을 부르는가, 공감을 이끄는가?
문제 제기	<p>한국 사회에서 미디어 콘텐츠 소비량이 증가함에 따라 전통적인 TV 시청에서 온라인 플랫폼 중심의 콘텐츠 소비로 패러다임이 전환되고 있다. 이에 따라 OTT 흥행에 큰 기여를 한 추천 알고리즘의 역할이 사회적으로 어떠한 영향을 가져왔는지 알아보기 위한 연구를 진행한다.</p> <ul style="list-style-type: none">- 추천 알고리즘은 어떠한 영향을 끼쳤는가?- OTT 흥행, 그 결과는?- 알고리즘은 분열을 일으키는가?- 알고리즘은 공감을 이끄는가?
데이터 선택과 분석	<p>부정적 사례 분석에서는 알고리즘이 정치적 성향에 따른 콘텐츠 편향을 강화하고, 이용자가 특정 프레임에 반복적으로 노출됨으로써 사회적 인식의 왜곡이 심화되는 과정을 보여주고자 하였다.</p> <p>미디어 콘텐츠 이용행태조사에서는 정치 성향별 선호 언론사를 분류하고, 시각화를 진행하였다. 앞에서 가져온 언론사와 정치성향을 기준으로 이태원 발생 직후 언론 보도의 정치 성향별 프레임 차이 분석 데이터를 재해석하였다. 또한 디지털 뉴스 리포트를 통해 유튜브를 통한 뉴스 이용률을 국가별로 도넛그래프를 사용하여 시각화하였다. 다음으로 유튜브 추천 알고리즘으로 인한 필터버블 현상 연구 논문을 참고하여 유튜브에서 정치 성향별 추천 영상 변화를 확인하였고, 그에 따른 극성 유튜브 채널에서의 이태원 참사 기준 영상 제목을 분석하여 워드클라우드로 시각화하여 프레임 차이를 분석하였다.</p> <p>긍정적 사례 분석에서는 OTT 콘텐츠에서 알고리즘이 사회적 의제 형성과 공론화를 통해 실제 제도 변화에 기여할 수 있음을 보여주고자 하였다</p> <p>유료로 이용 중인 OTT 데이터를 활용하여 국내 연도별 OTT 이용률 추이를 시각화하였고, 넷플릭스 전세계 이용자 시청 집계 데이터를 활용하여 더글로리의 누적시청시간 변화추이를 보여주었다. 다음으로 ‘학교폭력’이라는 키워드로 네이버 데이터랩에서는 검색량 데이터, 빅카인즈에서는 기사수 데이터를 2022~2023년까지 시계열로 정리하였다. 마지막으로 연도별 학교폭력 관련 법안 방의 의안 데이터를 빈도 분석하여 시각화하였다.</p> <p>모든 데이터 분석 및 시각화는 Python 기반 프로그래밍 환경에서 진행하였으며, Visual Studio Code와 Jupyter Notebook을 활용하였다.</p>
데이터분석 주요 결과와 설명	<p>사회적 배경 부분에서 한국 사회를 살펴보면, 국민의 주 여가 활동이 동영상 콘텐츠 시청이고, 2020~2024년의 유료 OTT 이용률에 대한 인구통계학적 분석을 진행한 결과 해가 거듭할수록 유료 OTT 이용률이 증가하고 있고, 이는 일부 성별이나 세대에 특정된 것이 아닌, 남녀노소 가리지 않고 OTT 이용이 증가하고 있는 것으로 나타났다.</p> <p>알고리즘의 부정적 사례에서 정치 성향별로 많이 이용하는 언론사를 탐색하고, 동일한 사건이어도 정치 성향에 따라 사실에 기반한 내용을 보도하는 언론사에서도 보도 내용이 달라질 수 있음을 확인하였다. 유튜브를 통한 뉴스 이용률이 높은 대한민국에서, 유튜브의 추천 알고리즘에 따라 자신의 정치적 성향과 유사한 정보만을 소비할 가능성이 높아지고, 이는 필터버블 현상으로 이어지는 문제점이 발생한다. 「유튜브 추천 알고리즘으로 인한 필터버블 현상 연구」 논문의 분석</p>

	<p>결과를 인용하여 노출시킨 정치 성향 채널에 따라 시간이 지날수록 같은 성향의 추천 영상 빈도가 증가함을 파악하였고, 이는 극단적인 정치 성향을 띤 영상에 노출될 가능성도 시사한다. 극성 유튜브 채널의 이태원 참사 관련 영상 제목을 분석해본 결과 성향에 따라 주 빈출 단어가 다르게 나타났고, 자극적인 어휘가 사용되었음을 확인하였다. 이러한 자극적인 어휘는 필터버블에 빠진 사용자가 확증 편향을 가지게 될 우려가 생긴다. 유튜브 속 검증되지 않은 인포데믹 성격의 콘텐츠는 확증 편향을 더욱 극대화시키고, 결과적으로 사회적 극단화를 부추기는 결과가 발생할 수 있다.</p> <p>알고리즘의 긍정적 사례에서 국내 대표적인 플랫폼과 더불어 전체적으로 유료 OTT 이용률이 증가한 것을 확인하였고, 이는 사회적 배경 부분에서 언급한 것처럼 개인 맞춤형 추천 알고리즘의 영향이 유도한 결과로 해석하였다. <더 글로리>의 흥행 정도를 파악하여 추천 알고리즘의 선순환적 매커니즘의 결과로 해석하였고, <더 글로리> 흥행 시기에 ‘학교폭력’ 키워드의 검색량과 언론 보도 상승 결과가 나타났고, 이는 추천 알고리즘으로 인해 화제작이 대중에게 널리 노출되어 사회적 관심이 높아지고 뉴스 담론을 활성화한 결과이다. 이를 뒷받침하는 지표로 학교폭력 실태조사 결과 <더 글로리> 흥행 시기에 피해자들의 응답 참여가 확대되었음을 확인하였고, 그에 따라 학교폭력 관련 법안 발의 건수가 크게 증가하고 실제 가결된 법안이 등장하기도 하였다. 이는 <더 글로리>의 흥행이 실제 정책 변화로 이어졌으며, OTT 콘텐츠가 저널리즘적 역할을 수행한 것으로 해석된다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 알고리즘은 분열을 부르는가? <p>알고리즘은 사용자의 성향에 맞는 정보만 반복적으로 노출시켜 다양한 관점을 차단하는 “필터버블”을 형성한다. 이는 사용자들이 “확증편향”을 갖게 하고, “인포데믹” 현상은 이를 심화시킨다. 결과적으로 사회적 극단화를 부추길 수 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 알고리즘은 공감을 이끄는가? <p>추천 알고리즘 시스템은 OTT 콘텐츠의 흥행을 이끌었고, 기존 전통적 미디어 못지 않은 “저널리즘”的 역할을 수행하며, 사회적 의제를 공론화하고 실제 정책 변화로까지 이어지고 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 알고리즘을 통한 OTT 콘텐츠 소비의 증가는 시야를 좁히기도 하고, 사회적 변화를 일으키기도 한다. 현재 알고리즘은 분열과 공감, 그 사이 경계에 있으며, 적절한 해결방안이 필요해 보인다. <p>온라인 동영상 서비스(OTT)에서 다루어지는 콘텐츠들은, 이제는 단순히 감정 소비의 영역을 넘어 알고리즘을 타고 순식간에 사회적 영향을 미칠 수 있다. 정부에서는 국내 OTT 이용률의 증가와 전 세계적 K-콘텐츠 인기에 따른 온라인 콘텐츠의 영향을 실감하고, EU의 DSA(디지털서비스법)과 같은 사용자 보호 및 플랫폼의 책임 관련 강한 규제 법안을 제정해야 한다. 콘텐츠 제작자들은 콘텐츠가 사회에 미칠 수 있는 막대한 영향을 고려하여 양질의 콘텐츠를 제공할 필요성이 있다. 어떠한 규제가 생기더라도 결국 중요한 것은 개인의 선택이다. 선택의 갈림길에서, 개인은 무책임한 소비가 아닌 “깨어있는 선택”을 해야할 의무를 지녀야 한다.</p>
토의	