


Social Network Services & 1인 미디어 현황, 문제점 및 발전 방향

네트워크 기초 7팀



목차

01

SNS는
무슨 뜻일까?

02

1인 미디어

03

소셜 미디어
플랫폼의 문제점

04

인공지능
발전으로 알아보는
SNS 기술현황

05

SNS와 SNG가
발전하기 위한
하드웨어와의 밀접성

06

앞으로 바라볼 SNS의
발전방향



01

SNS 무슨 뜻일까?

SNS. 무엇일까?

Social Network Service

표준 전문용어

표준화 대상어	소셜 네트워크 서비스, 에스엔에스(sns)
표준화 용어	누리 소통망, 누리 소통망 서비스, 사회관계망, 사회관계망 서비스
원어	SNS(Social Network Service(영))
의미/용례	요즘엔 소셜 네트워크 서비스(→누리 소통망 서비스)를 이용하여 소통하는 사람들이 늘어나고 있다.
참고 사항 (순화 이력 등)	국립국어원, 말터 순화어(2010. 8. 17.) - 누리 소통망, 누리 소통망 서비스 광주광역시, 제1차 행정용어 순화 자문회의(2012. 12. 11.) - 누리 소통망 문화체육관광부고시 제2013-9호(2013. 3. 8.) - 누리 소통망, 누리 소통망 서비스 서울시, 행정순화어 목록(2014) - 누리 소통망, 누리 소통망 서비스 국어 순화어 정비 결과, 말다듬기위원회 회의(2017.11.29.)에서 '사회관계망, 사회관계망 서비스'를 추가하기로 결정하였음.

<사진1-1. SNS 정의 국립국어원>

누리란?

세상(세계)을
뜻하는
순우리말이다.

예시 : 누리꾼

SNS. 무엇일까?

Social Network Sites: A Definition

We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.

While we use the term “social network site” to describe this phenomenon, the term “social networking sites” also appears in public discourse, and the two terms are often used interchangeably. We chose not to employ the term “networking” for two reasons: emphasis and scope. “Networking” emphasizes relationship initiation, often between strangers. While networking is possible on these sites, it is not the primary practice on many of them, nor is it what differentiates them from other forms of computer-mediated communication (CMC).

<사진1-2. Oxford Academic : Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship (2007) 논문>

2007년 당시 SNS의 기준.

- (1) 공개적이거나 반공개적인 프로필을 생성할 수 있다.
- (2) 다른 사용자들과의 접점을 공유하며
- (3) 사용자 목록(게시글)과 다른 사용자들이 만든 연결목록을 탐색할 수 있도록 한다.

유튜브도 SNS에 포함되는가?

In order to construct daily average minutes spent on social networking sites, we first had to identify those applications that would qualify as social networking sites. For this purpose, we turned to the definition by Ellison and Boyd (2013) discussed in “Social networking sites: An overview”. We analyzed the usage history of each student and identified those mobile apps that offer social networking affordances as explicated in Ellison and Boyd’s definition. This process resulted in the identification of about 24 mobile apps, many of them household names around the world and their official variants, such as Facebook (Facebook Lite), Twitter, Instagram, YouTube (YouTube Go), Messenger (Messenger Lite, + Messenger), Telegram (Telegram+ , Telegram X), IMO, WhatsApp, Viber and Google+ . Some of the less-known names we came across include VidMate, Mobogram and Russogram. Our coding scheme is

SpringerOpen - 전 세계 논문을
엄격한 검토 과정을 거쳐 쓰인 것이라
가장 신뢰성이 있어 대표적인 예시로 담음.

수많은 논문 저자들과 연구자들도
Youtube도 SNS라고 인정하는
게시글이 많음.

<사진1-3. Social networking sites use and college students’ academic performance: testing for an inverted U-shaped relationship using automated mobile app usage data (2022) (국제학문출판사 학술 논문)>

Chapter 4. Types of User-Created Content and Distribution Platforms

-UCC types

--Text

--Photos and images

--Music and audio

--Video and film

2007년 당시
Web 2.0 발전과 함께
SNS의 발전과 정의를 다룬 OECD 도서이며.

사용자 생성 콘텐츠, 배포 플랫폼에 관해서
주제를 다룬 내용에 대한 목록이다.

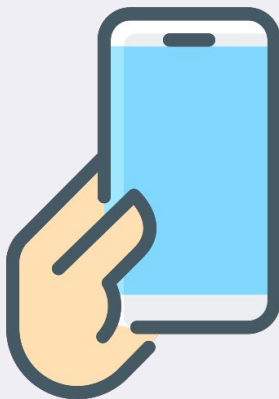
<사진 1-4> OECD iLibrary
Participative Web and User-Created Content

그래서 SNS는 무엇일까?



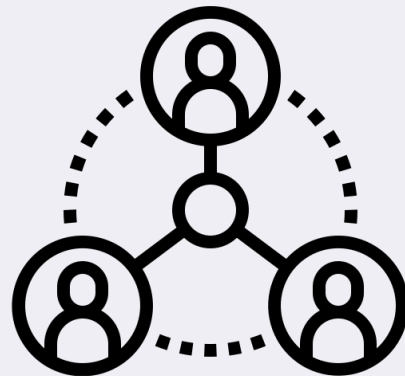
소통

실시간 대화



공유

사진 동영상 등 콘텐츠 공유



연결

새로운 친구와의 연결

개인 프로필을 생성하고 다른 사용자와 커뮤니케이션 하는 인터넷 기반의 서비스

스마트폰 발전으로부터 등장한 SNG

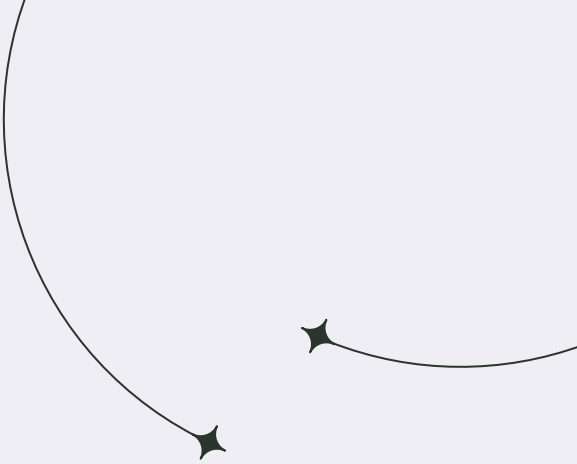


<사진1-5. Rule The SKY>



<사진1-6. 아이러브커피>

**SNG - 소셜 네트워크 서비스를 기반으로
인적 네트워크를 형성하기 위해 즐기는 게임**



02

1인 미디어

1인 미디어란?

개인이 구성한 글, 사진, 영상 등의 콘텐츠를 제작하여 대중에게 게시, 배포하는 미디어

- 과거에 블로그 등의 SNS에서 글, 사진 등을 남기며 소통하는 것으로 출발
- 현재에는 개인이 직접 방송을 하는 1인 방송 시장으로 확대되기도



PPT 템플릿 제공 이미지

1인 미디어 등장 배경



2000년대 초반

텍스트 중심의 미니홈피,
블로그 등이 인기를 끌며
1인 미디어가 점차 대중화

이후 페이스북, 인스타그램,
등으로 이어짐



동영상 중심 미디어

스마트폰의 보급화로 인해 누구나
동영상을 쉽게 촬영, 편집, 공유할
수 있게 됨

개인에게도 영상 콘텐츠 제작
진입장벽이 낮아짐

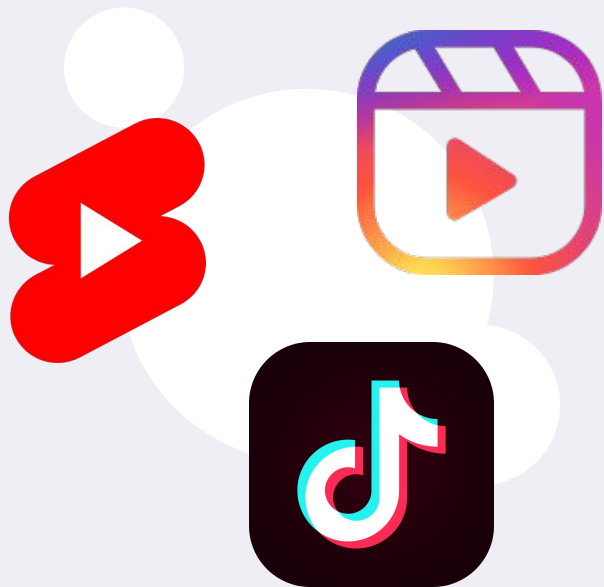


플랫폼의 등장

유튜브, 아프리카TV, 트위치 등의
플랫폼을 통해 개인도 영상을
게시·송출할 수 있는 환경이 갖추어짐

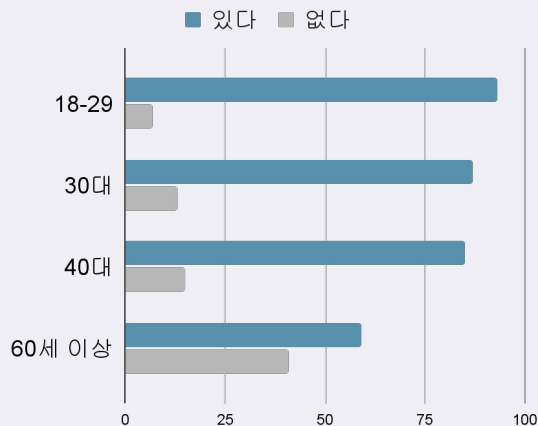
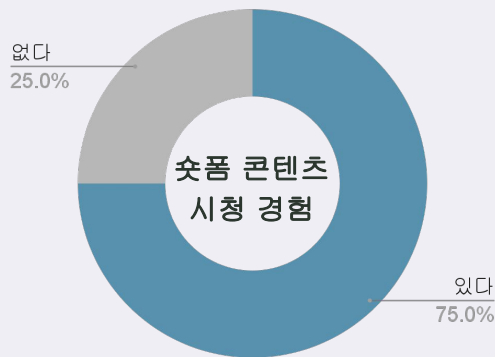
시청하는 입장에서조차 시공간 제약이
적어져 자연스레 수요 또한 증가

숏폼(Short-Form)



주로 60초 이내의 짧은 동영상 콘텐츠
스마트폰 화면에 맞춘 세로 비율 영상이 다수

2010년 후반 등장하여 지금까지 유행
모든 연령에서 과반수 이상이 숏폼 시청 경험이 있음



숏폼 - SNS의 소비 구조 변화



틱톡의 인공지능 추천 알고리즘 기능을 인스타그램, 페이스북 등이 모방

- ▶ 친구, 팔로우 기반의 '소셜 그래프' 에서
인공지능 추천 콘텐츠 기반의 '콘텐츠 그래프'로 소비 구조 변화

SNS의 숏폼 미디어 플랫폼화

주로 개인의 인맥, 인적
네트워크 향상을 위해 사용

현재는 1인 미디어(주로 숏폼)의
플랫폼으로도 많이 사용됨



1인 미디어가 활동하기 쉬운 구조로
플랫폼을 발전시키는 추세

2023년 페이스북, 인스타 추천 피드 비중 30% ↑
릴스 플레이 수 평균 2천억 뷰로 크게 증가

숏폼 - 특징과 문제점



낮은 진입 장벽

짧은 길이 동영상이므로
뛰어난 장비나 편집 기술에 대한 부담↓

컨텐츠가 알고리즘 기반으로 추천되므로
팔로워가 낮더라도 컨텐츠에 따라서
피드 노출 가능성이 높아짐



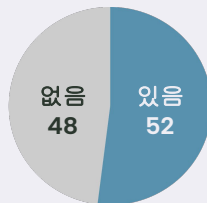
1인 미디어를 시작하기에
가장 쉬운 컨텐츠 형태



유해 컨텐츠

영상을 검색해서 시청하기보다
추천되는 영상을 시청하는 경우 多

이용자가 원하지 않는 유해한 영상을
의도치 않게 시청할 수 있음



숏폼 시청자 약 700명 조사 결과(%)

대략 절반의 인원이 성적이거나 잔인한 숏폼
컨텐츠를 마주한 경험이 있음

03

소셜 미디어 플랫폼의 문제점

소셜 미디어 플랫폼의 문제점



개인정보 유출

자신 혹은 타인의 실수로 인해
의도치 않은 개인정보 노출

국민일보

SNS 개인정보 노출 주의보...쥐도 새도 모르게 1억원 빠져나가

광주경찰청 개인정보 발용해 거금 인출한 범인 검거

입력 2022-10-25 16:06 수정 2022-10-26 20:56



보험설계사가 SNS에 우연히 노출한 고객 개인정보가 은행동장에서 1억원을 아무도 몰래 빼내가는 신종 금융범죄의 결정적 단초가 됐다. 실마렸던 보험설계사의 안일한 SNS가 화근으로 작용했다.

신분증, 보험계약서, 신용카드 정보를 알게 된 용의자는 통장 주인 명의로 오픈뱅킹 계좌를 개설해 모바일로 수차례 돈을 꺼내 챙겼다. 경찰의 계좌추적을 피하기 위해 가상화폐로 전환한 뒤 자금세탁을 하는 지능적 수법도 동원됐다.

<사진 3-1. 개인정보 유출 사례 기사>

소셜 미디어 플랫폼의 문제점



사칭

유명 연예인 등을 사칭해
거짓된 사실을 퍼뜨리거나
개인정보를 수집



<사진 3-2. 삼성 이재용 회장 사칭 광고>



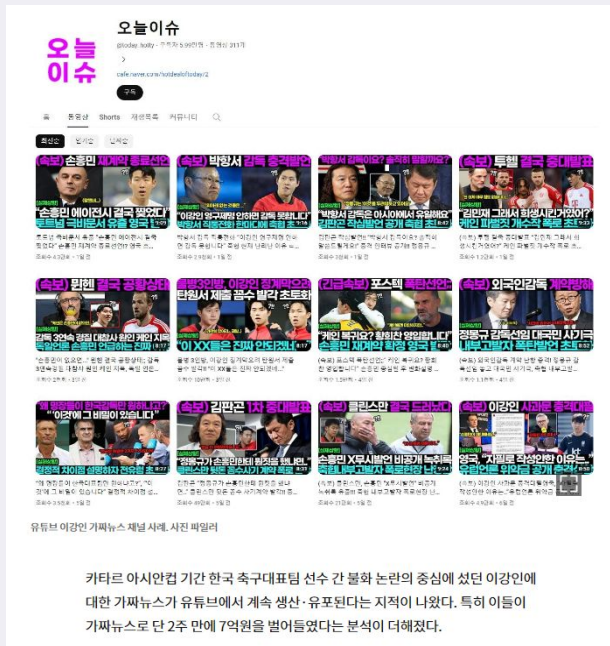
<사진 3-3. 백종원 대표 사칭>

소셜 미디어 플랫폼의 문제점



신뢰성 낮은 정보 소비

출처가 무분별한 정보가 많고
소셜 미디어 플랫폼의 강력한
영향력과 빠른 정보 확산
속도로 인해 가짜뉴스와 같은
허위 사실 문제 발생



<사진 3-4. 이강인 선수 가짜뉴스>

소셜 미디어 플랫폼의 문제점



초상권 침해

V-log와 Sharenting 과 같은
게시물을 올리면서
초상권 침해 사례 발생

한편, 지나유의 브이로그에 쇼핑물이나 길에서 타인의 모습이 촬영된 동영상을 모자이크 처리 없이 그대로 내보내 초상권 침해에 대한 우려가 나타났다.

본인 동의 없이 타인의 초상을 촬영 배포하는 행위는 엄연한 불법행위로 신체의 일부만 촬영된 경우라도 누구인지 알아볼 정도라면 초상권 침해에 해당한다.

최근 B, 유튜브 등 1인 크리에이터가 폭발적으로 증가하고 있는 가운데 자신의 모습이 남의 카메라에 찍혀 인터넷을 떠도는 것에 대한 불만도 따라 증가하고 있어 규제의 필요성이 제기되고 있는 실정이다.

<사진 3-5. 지나유 브이로그 초상권 침해>

소셜 미디어 플랫폼의 문제점



부적절한 마케팅

광고나 협찬 등을 받은 사실을
알리지 않고 제품을 소개함으로써
시장의 공정성을 해침

한혜연·강민경·보검·문복희, 뒷광고 논란으로 연이어 사과문 게재
"소비자 기만아냐?" 법적 처벌 요구해도 처벌 사례 없어 난감

최근 인기 유튜버들의 '뒷광고' 논란이 연이어 터지고 있다. '뒷광고'란 일부 인플루언서들이 특정 업체로부터 받은 광고나 협찬을 별다른 표기 없이 자신의 콘텐츠에 노출하는 행위를 일컫는 말로써 많은 유튜버들이 특별한 광고 게재 없이 마치 본인이 직접 돈을 내고 구매한 것처럼 영상을 올리고 수익을 번 것이 뒤늦게 밝혀져 논란이 되고 있다. 현재 밝혀진 유튜버들이 대부분 100만 명 이상의 엄청난 구독자를 보유하고 있으며 이는 곧 수익으로 이어지기 때문에 팬들의 실망은 더욱 커지고 있다.

<사진 3-6. 인기 유튜버 뒷광고 논란>

국가들의 대응



중국

-2016년 9월, 중국 광전총국이
인터넷 생중계 사업허가증을
획득해야 인터넷 생중계 서비스가
가능하도록 규정

영국

-2009~2010년,
TV방송 프로그램과 형식이나
내용면에 유사성이 있는 '유사
TV콘텐츠'를 규제 대상으로 지정

미국

-2017년 9월, 미 연방거래위원회(FTC)는
1인 미디어 운영자와 광고주 사이에
"물질적인 연결 관계"가 있는 경우 해당
사실을 분명하게 공개해야 된다는 새로운
'추천·보증 등에 관한 지침'을 공개



04

SNS와 SNG가 발전하기 위한 하드웨어와의 밀접성

하드웨어 및 기술의 발전과 SNS의 역사



<사진 4-1. SPORTSQ, 2016.01.09>

1980~

PC 통신

모뎀으로 전화망을
연결하여 인터넷에
접속하는
텍스트 기반 SNS.
ex) 천리안, 하이텔



1990~

인터넷의 대중화와
초고속인터넷 도입

<사진 4-2. 네이버카페 'FOR MOTORS', 2009.06.08>



<사진 4-3. 아시아경제, 2009.07.31>

2000~

1999년: 싸이월드

2004년: 페이스북

2006년: 트위터

PC 웹사이트로 서비스
제공

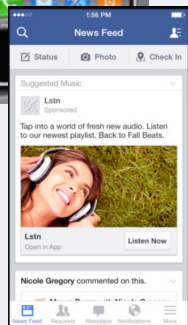
하드웨어 및 기술의 발전과 SNS의 역사

<사진 4-4. 오마이뉴스, 2007.08.01>



2007

스마트폰의 대중화
(아이폰 출시)
세로 형태의 UI를
갖추며 웹에서 앱으로
변한 SNS.



2020~

빅데이터 및 AI 기술로
사용자 경험 개선 및
개인 맞춤형 콘텐츠
제공.



AI

<사진 4-5. ITWORLD, 2015.04.28>

<사진 4-6. ITWORLD, 2014.02.06>

<사진 4-7. AI타임스, 2024.05.15>

앞으로의 하드웨어와 SNS의 발전

VR 기기



<사진 4-8. 메타 퀘스트 3>

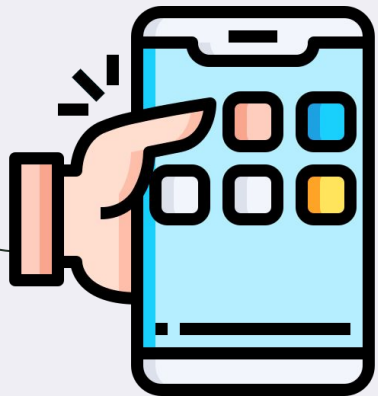
AR 기기



<사진 4-9. HoloLens(1세대) 하드웨어>

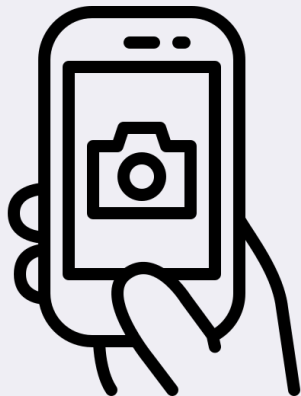
실시간으로 현실의 영상을 촬영하는 것을 넘어서 가상 공간이나 물체를 이용한 새로운 콘텐츠를 생성하고 소비할 수 있다.

하드웨어 기술 발전과 SNS의 발전 간 상호작용



모바일 기기의 발전

언제 어디서나 SNS 접속 가능



모바일 카메라 기술

고화질 사진, 동영상 촬영
-> 더 많은 콘텐츠 생산 및 공유



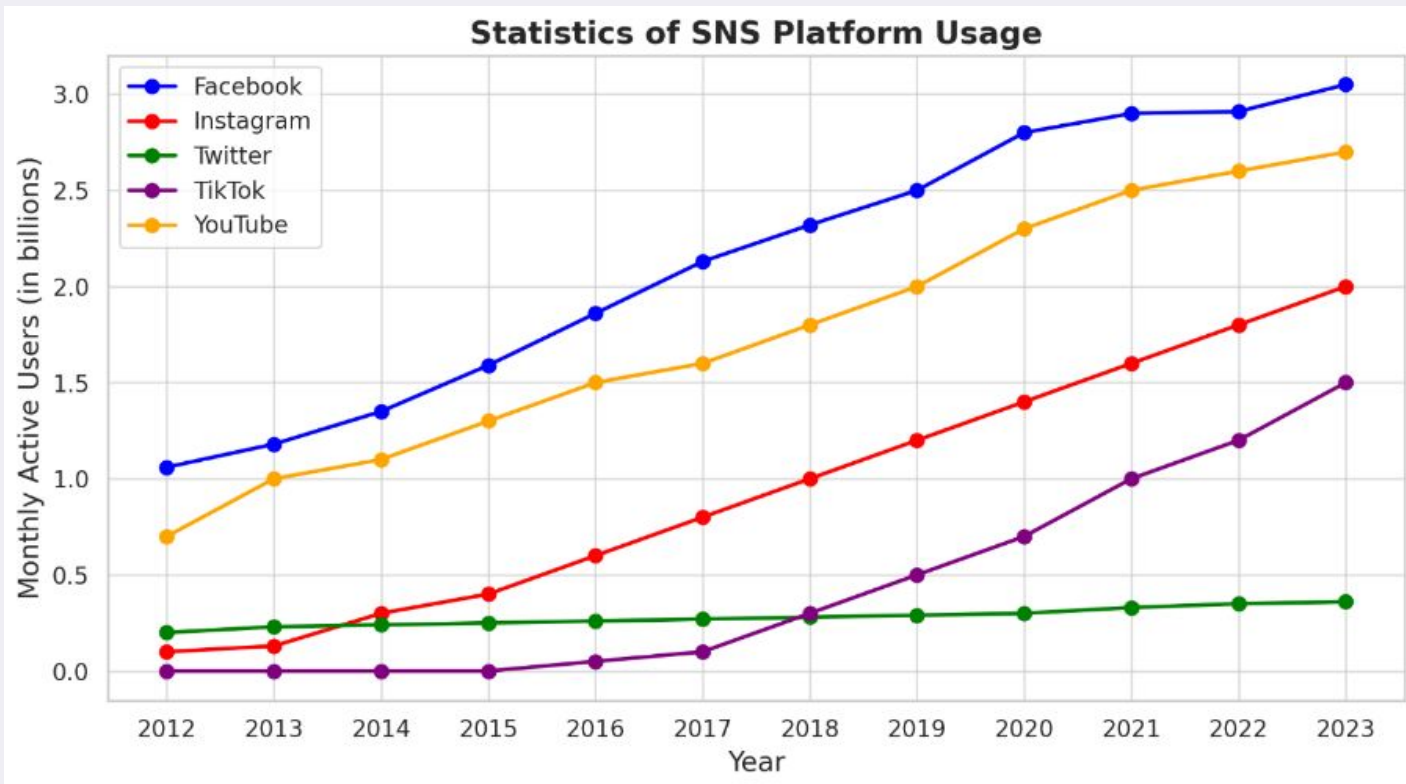
AR(증강현실), VR(가상현실) 기술

몰입감 있는 경험 제공
새로운 플랫폼에서의 콘텐츠 소비 촉진

05

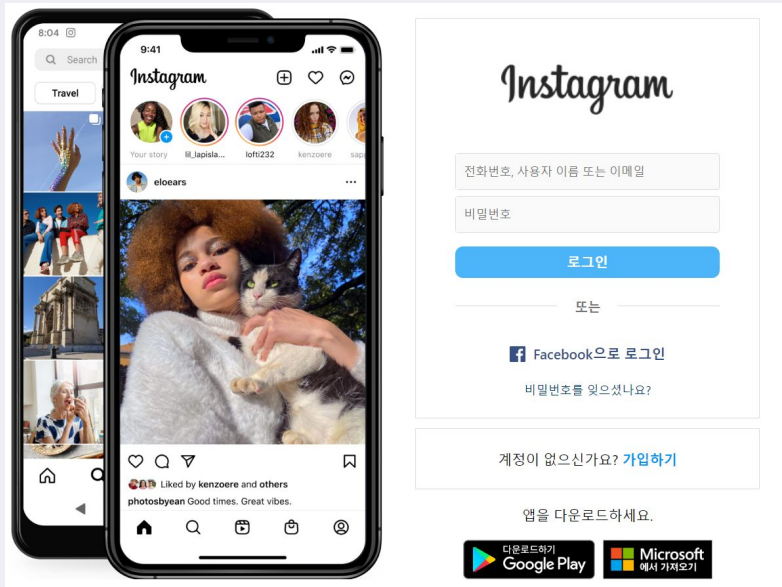
인공지능 발전으로
알아보는 **SNS** 기술현황

전 세계 SNS 이용자 통계



전세계 기준, 억 단위(Billions), 5개 플랫폼 이용자 공식 이용자 공개 자료

Facebook(Meta)의 공격적 인수합병



<사진 5-1. Instagram 캡처>

Instagram (2012년에 인수)



<사진 5-2. Oculus>

Oculus (2014년에 인수)

YouTube도 구글에 인수되었고 구글도 공격적으로 인수를 하지만

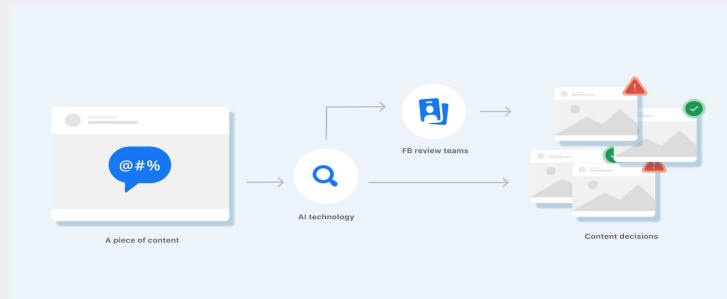
우리가 알아볼 것은 SNS이기에
Facebook(Meta회사) 기준으로 AI의 발전을 알아보도록 하겠다.

차세대 AI기술을 적용중인 Facebook



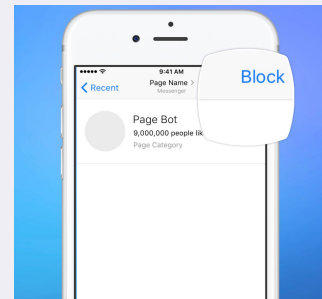
<사진 5-3. Deep Face>

2013- Deep Face
(얼굴태그)



<사진 5-4. AI검열>

2015- Automated
content moderation (AI검열)



<사진 5-5. Chatbot>

2016- Chatbot
(챗봇)



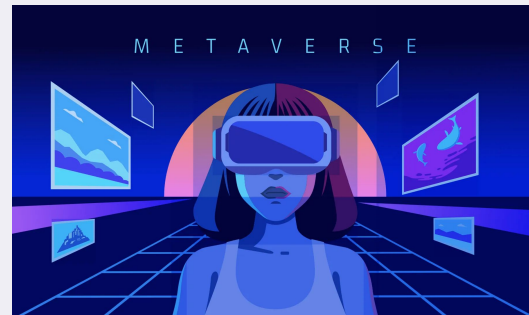
<사진 5-6. 딥페이크 감지기>

2019- DeepFake Detection
(딥페이크 감지기)



<사진 5-7. SEERAI>

2019- SEERAI
(이미지 분석학습 및 검열)



<사진 5-8. 메타버스와 AI기술>

2022- Metaverse and AI
(메타버스와 AI기술)

DeepFake Detection Challenge



Deepfake Detection Challenge Results: An open initiative to advance AI

June 12, 2020

- We're sharing results of the Deepfake Detection Challenge, an open, collaborative initiative to spur creation of innovative new technologies to detect deepfakes and manipulated media.
- The competition drew more than 2,000 participants, who trained and tested their models using a unique new dataset created for the challenge.
- Tested against a black box dataset with challenging real world examples that were not shared with entrants, the top model achieved an accuracy of 65.18 percent. This establishes a new shared baseline as the AI community continues to work on this difficult and important task.

We partnered with other industry leaders and academic experts last year to create the [Deepfake Detection Challenge \(DFDC\)](#) in order to accelerate development of new ways to detect deepfake videos. By creating and sharing a unique new dataset of more than 100,000 videos, the DFDC has enabled experts from around the world to come together, benchmark their deepfake detection models, try new approaches, and learn from each others' work. This open, collaborative effort will help the industry and society at large meet the challenge presented by deepfake technology and help everyone better assess the legitimacy of content they see online. As with our recently launched [Hateful Memes Challenge](#), we believe challenges and shared datasets are key to faster progress in AI.

<사진5-9. 딥페이크 챌린지 사이트>

DFDC (딥페이크 탐지기 공모전)

2019년

페이스북 마이크로소프트 옥스퍼드 대학 등 여러 기업과 대학 기관이 모여 주최하는 딥페이크 탐지기 공모전을 개최 함.

이는 발전한 스마트폰으로부터 보급된 SNS가 다른 사람들에게 다양한 분야에서 활용되거나 악용되면서 큰 사회적 이슈가 되어 공모전을 옴.

SNS의 발빠른 대처 방법 중 하나인 것을 알 수 있음.

Automated Content Moderation (AI 검열)

November 6, 2023

The role of AI in content moderation and censorship

By AIContentfy team · 12 minute read



In a world where billions of people share their thoughts and ideas online every day, content moderation has become a crucial issue. With so much information flowing through social media platforms and websites, it's virtually impossible to manually filter out everything that violates community standards or local laws. This is where artificial intelligence (AI) comes in - an exciting and controversial technology that has revolutionized content moderation and censorship. From detecting hate speech and fake news to identifying violent or sexually explicit content, AI algorithms have the potential to automatically scan and

<사진5-10. Youtube AI가 맡고있는 검열의 중요성과 역할>

유튜브를 예로든 AI의 자동 검열 기능 기사

뉴스룸 | 최신기사

인스타그램, AI가 악성 콘텐츠 자동 신고한다

송고시간 | 2018-10-10 14:05



홍지인 기자

(서울=연합뉴스) 홍지인 기자 = 사회관계망서비스(SNS) 인스타그램은 인공지능(AI) 기술을 활용해 비방 목적 게시물이나 악성 콘텐츠를 찾아 자동으로 신고하는 기능을 도입했다고 10일 밝혔다.

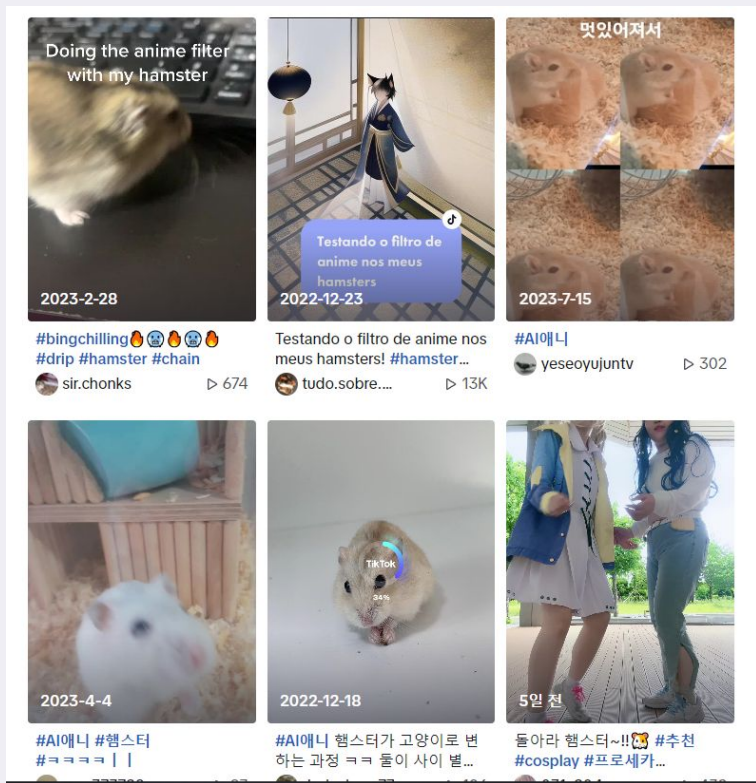
인스타그램은 "청소년 사용자들을 온라인 괴롭힘, 따돌림으로부터 더 적극적으로 보호할 수 있을 것"이라고 밝혔다.

자동신고 기능은 스토리·둘러보기뿐 아니라 비공개 계정의 사진 게시물에도 적용되며, 신고된 사진이나 게시물에 포함된 비방용 문구 등을 검토한 결과 인스타그램의 가이드라인을 준수하지 않는 경우 삭제 조치된다.

<사진5-11. 연합뉴스 인스타그램과 AI>

AI를 활용한 인스타 게시물 자동신고

숏폼의 한 획을 그었던 틱톡의 AI 필터



<사진 5-12. TikTok 캡처>

AI 필터로 재미있는 콘텐츠를 쉽게 제작

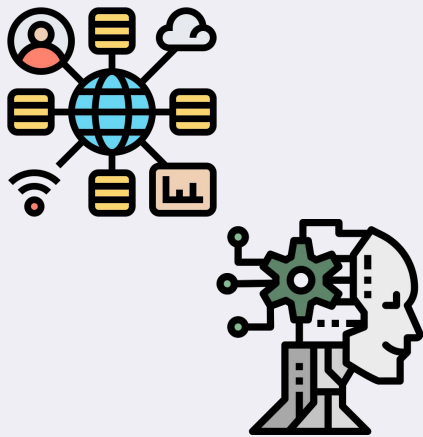
틱톡의 성공 요인 중 하나는
누구나 쉽게 1인 미디어
컨텐츠를 제작할 수 있다는 점이다.

특히, AI 필터 기술은 쉽게 콘텐츠를
제작할 수 있는 강점 중 하나이다.

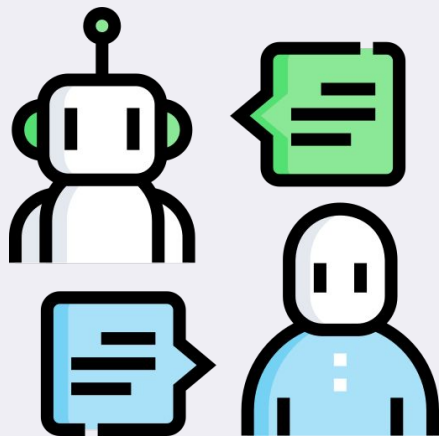
06

앞으로 바라볼 SNS의 발전 방향

SNS의 발전 방향 - 기술



빅데이터, AI



자연어 처리



개인 정보 보호

SNS의 발전 방향 - 미디어리터러시



미디어 리터러시란?

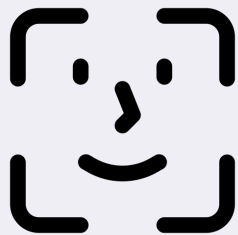
미디어 + 리터러시
미디어가 전달하는 정보를 비판적으로
이해하고 분별적으로 이용할 수 있는 능력

2022 국어과 개정교육과정 미디어리터러시 관련 성취기준 예시(초등학교, 중학교)

[2국06-01]	일상의 다양한 매체와 매체 자료에 흥미와 관심을 가진다.
[4국02-05]	글이나 자료의 출처가 믿을 만한지 판단한다.
[4국06-01]	인터넷에서 학습에 필요한 다양한 자료를 탐색하고 목적에 맞게 자료를 선택한다.
[4국06-02]	매체를 활용하여 간단한 발표 자료를 만든다.
[4국06-03]	매체 소통 윤리를 고려하여 매체 자료를 활용하고 공유한다.
[6국01-05]	자료를 선별하여 핵심 정보를 중심으로 내용을 구성하고 매체를 활용하여 발표한다.
[6국06-01]	정보 검색 도구를 활용하여 자신의 목적에 맞는 매체 자료를 찾는다.
[6국06-02]	뉴스 및 각종 정보 매체 자료의 신뢰성을 평가한다.
[6국06-04]	스스로의 매체 이용 양상에 대해 성찰한다.
[9국04-07]	세대·분야·매체에 따른 어휘의 양상과 쓰임을 분석하고 다양한 집단과 사회의 언어에 관용적 태도를 지닌다.
[9국06-01]	대중매체와 개인 인터넷 방송의 특성과 영향력을 비교한다.
[9국06-02]	소통 공간의 특성과 수용자 참여 양상을 고려하여 상호작용적 매체를 분석한다.
[9국06-03]	복합양식성을 고려하여 영상 매체 자료를 제작하고 공유한다.
[9국06-04]	매체 소통에서의 권리와 책임을 이해하고, 수용자의 반응을 고려하여 매체 생산 과정을 성찰한다.
[9국06-05]	매체 자료의 재현 방식을 이해하고 광고나 홍보물을 분석한다.
[9국06-06]	사회·문화적 맥락을 고려하여 매체 자료의 공정성을 평가한다.

<사진 6-1. 행복한 교육 2023년 9월호>

SNS의 발전 방향 - 초상권, 저작권



<사진6-2. 파이널판타지7 리메이크>

[파이널 판타지 운영정책]

스퀘어 에닉스는 귀하가 만든 서비스 콘텐츠 (“**사용자 생성 콘텐츠**”)를 서비스에 업로드, 방송, 또는 이용 가능하도록 하는 기회를 제공할 수 있습니다. 귀하의 지역 법에 따라, 귀하는 스퀘어 에닉스가 귀하에게 보상, 통지, 할당 없이, 귀하의 사용자 생성 콘텐츠를 사용, 복사, 수정, 배포, 발표, 판매, 서브라이선스, 전시, 공개 상연, 출판, 방송, 번역, 파생 상품 제작, 홍보 및 다른 방식으로 활용하고, 다른 제 3자에게도 이와 같은 행위를 허가해 줄 수 있는, 무제한적, 전세계적, 취소 불가, 영구적, 무상의 권리를 스퀘어 에닉스에게 부여합니다. 귀하의 지역 법이 허용하는 최대 한도 내에서, 귀하는 사용자 생성 콘텐츠에 대한 모든 저작권권을 포기합니다.

[출처] 파이널 판타지 홈페이지

감사합니다.

김기현, 이주영, 윤이하나,
임수영, 임채은

CREDITS: This presentation template was created by [Slidesgo](#),
including icons by [Flaticon](#) and infographics & images by [Freepik](#)



출처

· SNS는 무슨 뜻일까? 출처

-국립국어원: SNS의 정의

https://www.korean.go.kr/front/imprv/stndrdView.do?mn_id=159&imprv_stndrd_seq=221

-Oxford Academic : Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship(2007)

<https://academic.oup.com/jcmc/article/13/1/210/4583062>

-SpringerOpen : Social networking sites use and college students' academic performance: testing for an inverted U-shaped relationship using automated mobile app usage data

<https://educationaltechnologyjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41239-022-00322-0>

-OECD iLibrary : Participative Web and User-Created Content

https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/participative-web-and-user-created-content_9789264037472-en

-KRAFTON SNG 게임은 왜 하는가?

<https://blog.krafton.com/720/>





출처

· 1인 미디어/숏폼 출처

-국내 1인 미디어시장 현황 및 발전 가능성

<https://www.kdevelopedia.org/Resources/view/%EA%B5%AD%EB%82%B4-1%EC%9D%B8-%EB%AF%B8%EB%94%94%EC%96%B4%EC%8B%9C%EC%9E%A5-%ED%98%84%ED%99%A9-%EB%B0%8F-%EB%B0%9C%EC%A0%84-%EA%B0%80%EB%8A%A5%EC%84%B1--99202106010167844>

-숏폼 시대, 디지털 미디어 작동 방식의 변화

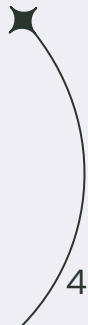
https://www.kca.kr/Media_Issue_Trend/vol60/KCA60_23_trend.html

-숏폼 콘텐츠의 시대, 이대로 괜찮은가? – 숏폼 콘텐츠 이용 현황과 인식 그리고 규제 필요성

<https://hrcopinon.co.kr/archives/28403>

-"Meta's Reels revenue narrows in on TikTok, boosted by AI"

<https://www.reuters.com/technology/metاس-reels-revenue-narrows-tiktok-boosted-by-ai-2023-07-27/>





출처

· SNS와 SNG가 발전하기 위한 하드웨어의 밀접성 출처

-하드웨어 및 기술의 발전과 SNS의 역사: 아시아경제, 권용민, 2014.08.24,

<https://www.asiae.co.kr/article/2014082310582925545>

· 소셜 미디어 플랫폼의 문제점 출처

-KCA: 1인 미디어 문제점 및 사례 (다운로드 링크)

<https://www.kca.kr/fileDownload.do?action=fileDown&mode=&boardId=TRENDS&seq=4391072&fileSn=9198>

-네이버 지식백과: 1인 미디어 등장 배경과 문제점

<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=2275512&cid=42238&categoryId=51176>

-가톨릭대학보 초상권 침해

<http://www.cukjournal.com>



출처

· 인공지능으로 알아보는 **SNS** 기술현황 출처

- 이용자 통계 참고 자료

Twitter - <https://investor.twitterinc.com/>

Instagram - <https://about.instagram.com/blog>

Facebook - <https://investor.fb.com>

- TikTok

<https://newsroom.tiktok.com/>

<https://www.tiktok.com/about?lang=en>

- YouTube

<https://blog.youtube/press/>





출처

- 인공지능으로 알아보는 **SNS** 기술현황 출처

-DEEP FACE

https://scontent-ssn1-1.xx.fbcdn.net/v/t39.8562-6/240890413_887772915161178_4705912772854439762_n.pdf?_nc_cat=109&ccb=1-7&_nc_sid=e280be&_nc_ohc=rVWc9AaB40kQ7kNvgFsrzjP&_nc_ht=scontent-ssn1-1.xx&oh=00_AYBrpLUsn0lxQkRIhktoJdJ6nJzU7oP0lu7lfFaGVaZBBg&oe=6647ADBE

- AI META 공식 홈페이지

<https://ai.meta.com/research/publications/deepface-closing-the-gap-to-human-level-performance-in-face-verification/>

- github(사진)

<https://github.com/serengil/deepface>





출처

· 인공지능으로 알아보는 **SNS** 기술현황 출처

-Automated content moderation 출시 연도와 정보

외국 기사(홍보가능성 있음)

<https://themarkup.org/automated-censorship/2024/03/01/how-automated-content-moderation-works-even-when-it-doesnt-work>

<https://www.eff.org/deeplinks/2020/10/facebooks-most-recent-transparency-report-demonstrates-pitfalls-automated-content>

-Meta / An Independent Report on How We Measure Content Moderation

<https://about.fb.com/news/2019/05/dtag-report/>





출처

· 인공지능으로 알아보는 **SNS** 기술현황 출처

-Chatbot

Landbot - <https://landbot.io/blog/facebook-messenger-bots>

이미지 및 meta의 최초 공개 - <https://about.fb.com/news/2016/04/messenger-platform-at-f8/>

-Deepfake Detection

Meta blog / Deepfake Detection Challenge Results: An open initiative to advance AI

- <https://ai.meta.com/blog/deepfake-detection-challenge-results-an-open-initiative-to-advance-ai/>

-Meta news / Detecting the Models Behind Deepfakes

- <https://about.fb.com/news/2021/06/detecting-the-models-behind-deepfakes/>





출처

· 인공지능으로 알아보는 **SNS** 기술현황 출처

-SEERAI

공식 홈페이지 - <https://seer.ai/-meta.ai>

<https://ai.meta.com/blog/seer-the-start-of-a-more-powerful-flexible-and-accessible-era-for-computer-vision/>

-메타버스 coursera 기사 What Is Facebook Metaverse?

<https://www.coursera.org/articles/facebook-metaverse>





출처

· 인공지능으로 알아보는 **SNS** 기술현황 출처

-틱톡

The TikTok Strategy: Using AI Platforms to Take Over the World 논문

-<https://knowledge.insead.edu/entrepreneurship/tiktok-strategy-using-ai-platforms-take-over-world>

틱톡에서 인기 필터 만들면 상금 100만원? Digital Today

-<https://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=476672>





출처

· SNS의 발전 방향 출처

-미디어리터러시 - 행복한 교육 2023년 9월호

https://happyedu.moe.go.kr/happy/bbs/selectHappyArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000005150&nttlId=38192

-Play Station 파이널 판타지 운영정책

<https://en.ffviiec.com/>

· 기타 출처

-아이콘

<https://www.flaticon.com/kr/>

