

디지털 미디어와 정치 양극화: 사회적 요인의 관점에서*

민 희*

•요 약•

최근 디지털 미디어는 정치 양극화를 심화시키는 원인 중 하나가 되었다. 디지털 미디어의 개인화 알고리즘이 개인의 정보 습득과 정치적 선호 형성에 있어서 조정과 편향 가능성을 높이기 때문이다. 이러한 논의는 디지털 미디어의 참여 효과를 기술적 요인으로 설명하는데 초점을 맞춘다. 그런데 정치 양극화는 디지털 미디어의 개인화 알고리즘과 같은 기술적 요인으로만 설명하기에는 더 근본적이고 복잡한 문제이다. 이러한 인식 하에 본 연구는 정치정보 이용의 편향성이 단순히 기술적 요인에 의해서만 형성되는 것이 아니라, 사회적 요인의 영향을 받는다는 점을 강조한다. 구체적으로 미디어 이용자의 선택적 행위(수요 측면)와 정치적 맥락(공급 측면)에 주목하여 디지털 미디어와 정치 양극화의 관계를 살펴본다. 이와 같은 논의는 ‘디지털화’(digitalization)의 시각에서 정치사회의 작동을 포괄적으로 분석하고자 하는 시도이다. 이를 통해 본 연구는 정치 양극화를 초래하는 더 시급한 사회문제를 발굴하고 우리 사회에 내재되어 있는 각종 배제와 혐오를 찾아내는 토대를 마련하고자 한다.

주제어 : 디지털 미디어, 정치 양극화, 필터버블, 에코 챔버, 선택적 노출, 정치적 맥락

I. 들어가며

디지털 사회가 도래한 이후, 학자들은 새로운 기술이 우리 정치의 민주적 도약을 앞당기는 데 기여할 것으로 기대했다. 정치 무관심층의 참여를 이끌고 투표율을 높이고 정치 토론의 장도 확장할 것으로 말이다. 실제 정치 무대에서 인터넷은 여러 변화를 이끌었다. 2000년대 초 인터넷은 지역균열이 지배적인 한국 선거에서 세대균열이 힘을 발휘하는

* 이 논문은 부산대학교 인문·사회계열 연구활성화 지원사업(2022)에 의하여 연구되었음.

** 부산대학교 사회과학대학 정치외교학과 부교수

데 한 몫 했다. 16대 대선 당시 노무현 후보를 지지하는 젊은 유권자들이 인터넷 커뮤니티를 중심으로 노풍을 일으키며 노무현 대통령 당선에 기여한 사례가 대표적이다. 이를 두고 영국의 가디언지(The Guardian)는 한국을 온라인 민주주의가 가장 발달한 국가로 평가하는 것을 마다하지 않았다. 2000년 중반 이후, 트위터(현재 X), 페이스북 등과 같은 소셜 미디어 이용이 일상화되고 스마트폰이 보급되면서 선거에서 디지털 미디어는 정치 후보 못지 않게 큰 주목을 받았다. 선거 캠페인 시 후보들의 인기나 당선 가능성을 예측하기 위해서는 누가 소셜 미디어 여론을 먼저 선점하는지 또는 누가 촌촌한 소셜 미디어 네트워크를 형성하고 있는지의 여부가 중요해졌다.¹⁾ 또한, 소셜 미디어를 통한 투표 독려 운동은 몇몇 선거에서 투표를 뿐만 아니라 투표참여에 소극적인 젊은층의 참여를 견인하는 역할을 했다는 평가를 받았다.²⁾

그러나 디지털 미디어의 부상은 또 다른 변화의 시발점이 되었다. 디지털 미디어는 점점 진화했지만 그 만큼 우려도 커졌다. 초창기 디지털 미디어에 대한 장밋빛 낙관론은 어느새 비판론에 자리를 내주었다.³⁾ 디지털 미디어 중심의 선거 캠페인이 필수가 되었지만 선거 기간 이목을 끄는, 참여와 심의를 이끄는 사례는 주목을 끌지 못했다. 오히려 디지털 미디어는 유권자의 합리적 선택을 방해하고 선거 국면을 혼탁하게 만드는 것으로 언급되기 일쑤였다. 이러한 경향은 유튜브 등과 같은 동영상 플랫폼 이용이 증가하면서 더욱 커졌다. 무엇보다 학자들은 유튜브가 공론장을 분열시키고 정치 양극화에 영향을 미친다고 본다.

비판의 핵심은 디지털 기술이 만들어내는 필터버블(filter bubbles) 및 에코 챔버(echo chambers) 효과이다. 학자들은 커뮤니케이션 기술이 개인의 정보 습득과 정치적 선호 형성에 있어서 조정과 편향 가능성을 높인다는 점을 지적한다. 디지털 미디어 환경에서 개인은 알고리즘이 형성한 버블의 영향을 받고,⁴⁾ 그 결과 확증편향이 강화된다는 것이다. 이 경우 정치사회적 파장이 큰 사건이나 이슈 발생 시 개인은 편향적인 정보 이용에 노출되기 쉽다.⁵⁾ 자신의 정치적 성향이나 태도와 일치하는 정보를 소비하고 버블에 갇히게

1) 18대 대선 당시 문재인과 박근혜 후보의 트위터 선거운동이 활발했는데 선거 캠페인 기간 두 후보의 트위터 점유율이 실제 득표율과 비슷한 결과가 나왔다. 선거 막판 트위터 점유율: 박근혜 52.3%, 문재인 47.7%, 실제 득표율: 박근혜 51.55%, 문재인 48.02% (조선일보 2012년 12월 31일자 기사).

2) 소셜 미디어는 2010년 지방선거를 시작으로 적극 활용되었다. 실제 2010년 지방선거 당시 투표율은 54.5%로 15년 만에 최고치를 기록했다. 또한 20대 투표율은 2006년 지방선거에 비해 7.3% 상승했다.

3) 이러한 경향은 한국 뿐만 아니다. 조항제에 따르면, 디지털 미디어에 대한 비판론은 전세계적으로 브렉시트와 트럼프의 가짜뉴스 논쟁 이후 대세가 되었다(조항제, “디지털민주주의의 양가성: 이론적 탐색”, 『언론과 사회』, 제30권 제4호, 사단법인 언론과 사회, 2022; 조항제, “공론장의 황혼인가, 여명인가?” 『언론과 사회』, 제32권 제1호, 사단법인 언론과 사회, 2024)

4) Pariser, E., *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, London: Penguin, 2011.

되면서 도전적인 정보에 대한 접근은 점점 어려워진다. 결과적으로 우리에게 새로운 기술은 민주주의 심화에서 민주주의를 위협하는 메카니즘이 되었다.⁶⁾

위에서 언급한 바와 같이, 민주주의에 대한 디지털 미디어의 영향력은 학자들 간의 오랜 논쟁의 주제가 되었다. 최근 정치 양극화가 심화되면서 양극화 초래의 원인으로써 디지털 미디어에 대한 관심은 더 커졌다. 그러나 기존 논의는 디지털 미디어의 참여 효과를 주로 커뮤니케이션 및 정보기술적 관점에서 접근하는 경향이 있다.⁷⁾ 여기서 디지털 기술은 전 세계적으로 동일한 기능(affordance)을 제공하는 것으로 이해되는데 그 영향력은 어느 사회에서나 대체로 유사한 것으로 간주된다.⁸⁾ 이 경우 디지털 미디어의 기술적 특성이 필연적으로 특정의 정치적 결과를 낳는다고 이해하기 쉽다. 디지털 미디어를 통해 정치뉴스를 자주 접하는 개인은 자신의 견해와 일치하는 사람들과 의견을 강화하면서 다른 견해로부터 자신을 고립시키는 반면, 정치에 무관심한 개인은 정치로부터 자신을 고립시킬 것이라고 가정하는 양상이 그렇다.⁹⁾

그러나 이러한 접근법은 디지털 미디어에 대한 정치학적 관점을 다소 협소하게 만들 위험이 있다.¹⁰⁾ 예컨대, ‘디지털 미디어를 정치 영역과 별개’인 것으로 보거나 ‘정치에 대한 디지털 미디어의 영향력’과 같이 일방적인 인과 관계에 초점을 맞추는 경우와 같이 말이다. 이와 달리, 본 연구는 디지털 미디어를 둘러싼 논의에 있어서 기술적 관점을 넘어서고자 한다. 이는 디지털 기술을 특정 영역의 현상으로 국한하는 것이 아닌, 사회와 구체적인 방식으로 지속적으로 상호작용하는 포괄적·다면적인 과정에서 분석하는 시도의 일환이다.¹¹⁾

이러한 인식 하에 본 연구는 디지털 미디어와 정치 양극화의 문제를 다룬다. 또한, 정

5) 김찬중, “외국인 이주민에 대한 뉴스 보도가 혐오에 미치는 효과 연구: 위협 보도와 온정주의 보도를 중심으로”, 『한국방송학회보』, 제33권 제5호, 한국방송학회, 2019; 정철운, “가짜뉴스·유튜브·극우보수와 저널리즘”, 『인물과사상』, 제247권, 인물과 사상사, 2018; Spohl, D., “Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media”, *Business information review*, Vol.34, No.3, 2017.

6) 다이아몬드(Diamond)는 새로운 기술의 사회적 영향력에 대한 견해가 역사상 이처럼 빠르게 바뀐 적은 없다고 언급한다. 동시에 소셜 미디어가 인간의 관여와 해방을 위한 기술에서 탈근대 전체주의의 도구로 추락했다고 비판한다(Diamond, L., “The road to digital unfreedom: The threat of postmodern totalitarianism”, *Journal of democracy*, Vol. 30, No.1, 2019).

7) Berg, S., Rakowski, N. and Thiel, T., “The digital constellation”, *Weizenbaum series working paper*, No.14, 2020.

8) Vaccari, C. and Valeriani, A., *Outside the bubble: Social media and political participation in western democracies*, Oxford University Press, 2021.

9) Sunstein, C.R., *Going to extremes: How like minds unite and divide*, Oxford University Press, 2009.

10) Berg 외, 앞의 논문, 2020.

11) Berg 외, 앞의 논문, 2020.

치 양극화는 더 복잡하고 디지털 미디어의 개인화 알고리즘과 같은 기술적 요인으로만 설명할 수 없다는 점에 주목한다. 이에 양자의 관계를 논의하는데 있어서 사회적 요인을 고려한다. 사회적 요인은 정치정보 이용의 편향성을 초래하는 이용자 및 정치적 차원을 고려하는 것이다. 본 연구는 이를 수요(demand) 및 공급(supply) 수준으로 구분하고 전자는 미디어 이용자의 미디어 소비 행태를, 후자는 정치적 맥락의 문제를 다룬다. 이 같은 논의를 통해 정치 양극화가 디지털 미디어와 같은 표면적인 요인이 아닌 훨씬 더 근본적이고 복잡한 문제임을 인식하는 기회로 삼고자 한다.

요컨대, 2장은 개인화된 정보 생태계에 관한 논의이다. 여기서는 디지털 미디어의 기술적 특성을 중심으로 정치정보 이용에 대한 디지털 미디어의 영향력을 살펴본다. 3장은 정치정보 이용의 편향성을 심화시키는 사회적 요인을 논의한다. 4장에서는 본 연구의 내용을 요약하고 함의를 제시하면서 글을 마무리하고자 한다.

II. 개인화된 정보 생태계

디지털 미디어는 특정 형태의 정치 커뮤니케이션과 양극화를 증폭시키는 주요 기제가 되었다.¹²⁾ 그 원인으로 디지털 미디어가 만들어내는 개인화된 정보 생태계(personalized ecosystem of information)를 꼽을 수 있다. 개인화된 정보 생태계는 개인화 알고리즘(personalization algorithms)을 통해 설명 가능한데, 이는 미디어 이용자의 검색 결과를 기반으로 미디어 환경을 구성하고 이러한 환경이 이용자의 미래 선호를 형성하는 데 영향을 미친다.¹³⁾ 예컨대, 미디어 이용자가 특정한 정치 성향의 뉴스를 보기 위해 링크를 클릭하면 그러한 종류의 정치정보에 관심이 있다는 신호이고, 개인화 알고리즘은 향후 같은 성향의 정치뉴스를 더 많이 노출시킨다. 이 경우 이용자는 더 많이 보게 되고 결과적으로 그러한 정치 성향이 더 강화될 수 있다. 개인화 알고리즘은 미디어 이용자가 선호하는 것으로 보이는 것, 즉 이용자가 실제로 한 일이나 이용자와 같은 사람들이 선호하는 것을 확인하고 추측을 시도한다.¹⁴⁾ 그리고 이용자가 누구인지, 다음에 무엇을 하고 무엇을 원하는지에 대한 정보를 끊임없이 생성하는 예측 엔진(prediction engines)이 되

12) Noble, S.U., *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. In *Algorithms of oppression*, New York university press, 2018; Settle, J.E., *Frenemies: How social media polarizes America*, Cambridge University Press, 2018.

13) Pariser, 앞의 저서, 2011, p.233.

14) Pariser, 앞의 저서, 2011.

며,¹⁵⁾ 그 예측력은 매우 높다. 페이스북 알고리즘은 단 10개의 ‘좋아요’만을 기반으로 페이스북 이용자의 성격을 직장 동료보다 더 정확하게 추론하고 ‘좋아요’ 개수가 증가하는 경우 그 정확도는 더욱 높아진다.¹⁶⁾

결과적으로 개인화 알고리즘은 개인의 정보환경에 버블을 형성한다. 필터버블이 바로 그것인데, 이 개념은 프레이저(Pariser)가 그의 저서 『생각 조정자들』(The Filter Bubble)¹⁷⁾에서 다루면서 주목을 받았다. 필터버블 현상은 우리의 정보이용환경이 레거시 미디어가 아닌 디지털 미디어로 대체되었다는 것을 전제로 한다.¹⁸⁾ 이를 고려하면 필터버블에 빠진 사람들이 레거시 미디어의 뉴스를 접할 수 있는 기회는 점점 줄어든다. 특히 관심 없는 이슈는 ‘좋아요’를 거의 클릭하지 않기 때문에 필터버블에서 걸러질 가능성이 크다. 또한, 온라인 정보 환경이 개인화되어 사람들은 동일한 정보를 두고 각자 다른 결과를 접할 수 있다. 이 경우 사람들은 개인마다 다른 필터버블 세상에 놓이게 된다.¹⁹⁾ 프레이저(Pariser)는 필터버블에 관한 TED 강연에서 두 명의 친구에게 구글에서 ‘이집트’(Egypt)를 검색하게 했을 때 서로 다른 정보 노출 결과를 얻었다는 것을 언급한 바 있다.²⁰⁾

최근 뉴스 및 정보의 주요 공급원으로서 디지털 미디어의 중요성이 커지면서, 필터버블은 온라인 특히 소셜 미디어 상에서의 정보 흐름에 혼란을 초래하는 것으로 빈번하게 논의된다.²¹⁾ 프레이저(Pariser)는 소셜 미디어의 개인화 알고리즘이 필터 거품을 형성하는 데 영향을 미친다고 언급한다. 예를 들면, 트위터의 타임라인에 표시되는 콘텐츠는 개인화 알고리즘에 의해 선택되고 정렬된다. 이는 특정 콘텐츠를 일관되게 상위에 배치함으로써 일부 메시지를 증폭하고 다른 메시지의 가시성을 줄일 수 있다. 페이스북 뉴스피드 알고리즘 또한 동질적 정치 집단이 선호하는 뉴스를 증폭시키는 경향이 있다.²²⁾ 한 때 브렉시트(Brexit)와 2016년 미국 대선 결과를 두고 디지털 기술 발전과 소셜 미디어

15) Pariser, 앞의 저서, 2011, p.9.

16) Youyou, W., Kosinski, M., & Stillwell, D., “Computer-based personality judgments are more accurate than those made by humans.” *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol.112, No.4, 2015.

17) 저서의 원제는 다음과 같다. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You.

18) Bruns, 앞의 논문, 2019; Dahlgren, P.M., “A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure”, *Nordicom review*, Vol.42, No.1, 2021.

19) Pariser, 앞의 논문, 2011.

20) Pariser, 앞의 논문, 2011.

21) 브룬즈(Bruns)는 향후 연구를 통해 더 밝혀야겠지만, 적어도 검색(search)에 한해서는 필터버블이라는 개념이 사라진 것으로 보인다고 주장한다. 뉴스별 검색결과와 개인화는 매우 제한적으로 나타난다는 것이다(Bruns, 앞의 논문, 2019).

22) Pariser, E., *Did Facebook's Big Study Kill My Filter Bubble Thesis?*, *Wired*, 2015, Retrieved from <https://www.wired.com/2015/05/did-facebook-big-study-kill-my-filterbubble-thesis/>

확대로 인한 여론 왜곡이 영향을 미쳤다는 주장이 관심을 끌었다.²³⁾ 이 역시 개인화 알고리즘이 만들어내는 버블이 유권자에게 중요하지만 도전적인 정보를 전달하지 않았기 때문이라는 것이다. 결과적으로 필터버블은 정치뉴스에 관심 있는 사람과 그렇지 않은 사람들 간의 간극, 즉 수직적 양극화(vertical polarization)를 초래한다.²⁴⁾

한편, 선스타인(Sunstein)은 에코 챔버(echo chambers)를 통해 개인화된 정보 생태계를 설명한다. 그에 따르면, 개인의 동조 성향이 검색 엔진, 소셜 미디어의 선택 기능 그리고 선택 강화 알고리즘과 만나면서, 자신의 정치적 성향과 일치하는 사람이나 정치 뉴스만 접하게 되는데, 이를 에코 챔버라고 한다. 에코 챔버는 같은 생각을 가진 사람들끼리의 견해를 강화하는 동시에 반대 성향의 견해에 노출되는 것을 막는 방패 역할을 한다. 같은 생각을 가진 사람들 간의 안전한 피난처(safe haven)가 되는 것이다. 이러한 정보환경은 정치적 내집단과의 연결은 더욱 강화시키는 반면, 정치적 외집단과의 거리는 더 멀어지게 만든다. 따라서 에코 챔버는 주로 수평적 양극화(horizontal polarization), 즉 서로 다른 편에 있는 당파 간 격차가 커지는 현상과 밀접한 관계가 있다.

이와 같은 디지털 미디어의 기술적 특성은 정서적 양극화를 심화시키기도 한다. 디지털 미디어 알고리즘이 당파적 적대감을 노출시켜 미디어 이용자의 정치적 반대 그룹에 대한 부정적인 감정을 증가시키는 것이다. 유튜브도 예외는 아니다. 최근에는 유튜브 추천 알고리즘의 정치적 편향성에 대한 논의가 활발하다. 정치 유튜브의 경우 시간이 지날수록 보수 계정에서는 보수 성향의 영상이, 진보 계정에서는 진보 성향의 영상이 더욱 추천되는 현상이 나타나는데, 이러한 정치정보 노출이 정치적 급진화에 기여할 수 있다.

이상과 같은 논의는 디지털 미디어가 미디어 이용자의 정보환경을 넘어 사회에 영향을 미친다는 데 초점을 맞춘다. 미디어 이용자는 버블 밖에서 새로운 것을 발견하기 어렵게 되면서 이질적인 정보를 찾는 것이 불가능해지고 궁극적으로 이러한 정보이용행태가 사회적·이념적 양극화를 초래한다는 것이다.²⁵⁾

23) Nelson, J.L. and Webster, J.G., "The myth of partisan selective exposure: A portrait of the online political news audience", *Social media+ society*, Vol.3, No.3, 2017.

24) Vaccari 외, 앞의 논문, 2021.

25) Bruns, 앞의 논문, 2019.

Ⅲ. 기술 플랫폼을 넘어서

개인화된 정보 생태계는 디지털 미디어가 우리가 접하는 정보에 영향을 미친다는 것을 단적으로 보여준다. 그러나 최근 연구는 디지털 미디어가 초래하는 개인화된 정보 생태계를 인식하면서도 이것이 반드시 심각한 정치 양극화를 초래하지 않는다는 점에 주목한다.²⁶⁾

이에 관한 연구들은 기존 논의를 다양한 관점에서 비판한다. 그 연장선상에서 본 연구는 기술 플랫폼을 넘어서고자 한다. 그리고 정치정보 이용의 파편화 및 편향성을 부추기는 사회적 요인에 대해 논의한다. 이미 언급한 바와 같이 사회적 요인은 수요 및 공급 측면을 다루는데, 전자는 미디어 이용자에, 후자는 정치적 맥락에 초점을 맞춘다. 이용자 중심 접근은 ‘누가’, ‘왜’ 디지털 미디어를 활용하여 정치 양극화를 부추기는가에 관한 문제이다. 후술하겠지만 이는 선택적 노출(selective exposure) 개념과 밀접한 관계가 있다. 정치적 맥락 중심 접근은 개인의 선택성과 파편화를 촉발시키는 디지털 미디어의 증가 원인을 정치구조에서 찾고자 하는 시도이다. 본 연구에서 수요 및 공급의 관점은 독립적으로 논의되지만 디지털 미디어 이용 환경에서 상호 영향을 미치는 것으로 간주된다.

1. 수요(demand)- 미디어 이용자 중심 접근

먼저, 수요 즉 미디어 이용자 중심 접근이다. 최근 논의는 기존의 필터버블과 에코 챔버 연구가 페이스북이나 트위터와 같은 개별 소셜 미디어에만 초점을 맞추는 경향이 있다고 지적한다. 이 때문에 사람들이 하이브리드 미디어 환경에서 다양한 정보에 노출되는 더 넓은 맥락을 충분히 고려하지 못한다는 비판이 제기된다.²⁷⁾ 실제 지금의 미디어

26) Beam, A.L. and Kohane, I.S., Big data and machine learning in health care. *Jama*, Vol. 319, No.13, 2018; Boxell, L., Gentzkow, M. and Shapiro, J.M., “Greater Internet use is not associated with faster growth in political polarization among US demographic groups”, *Proceedings of the national academy of sciences*, Vol.114, No.40, 2017; Möller, J., Trilling, D., Helberger, N. and van Es, B., “Do not blame it on the algorithm: an empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity”, *In Digital media, political polarization and challenges to democracy* (pp.45-63). Routledge, 2020; Nelson, J.L. and Webster, J.G., 앞의 논문, 2017.

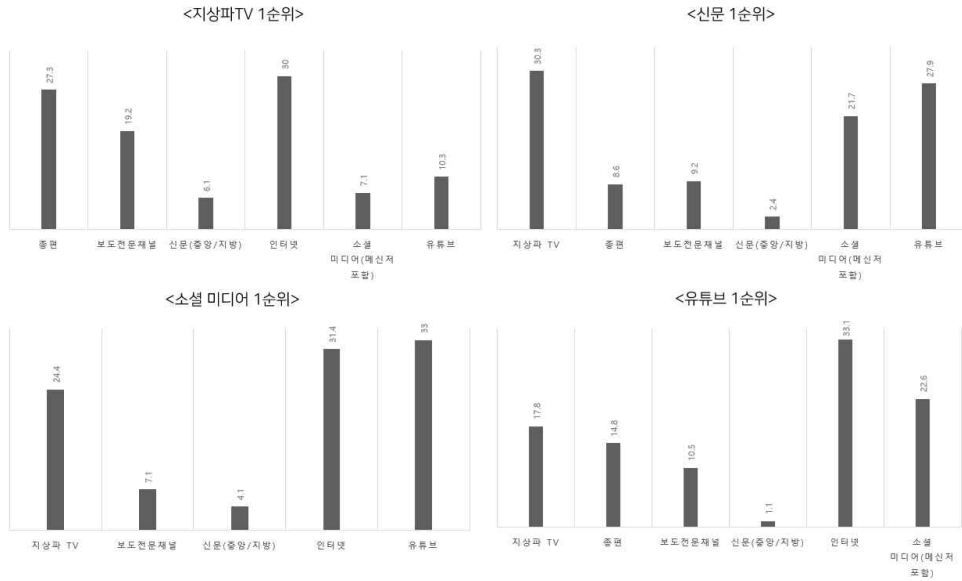
27) Brundidge, J., “Encountering “difference” in the contemporary public sphere: The contribution of the Internet to the heterogeneity of political discussion networks”, *Journal of communication*, Vol.60, No.4, 2010; Bruns, 앞의 논문, 2019; Dubois, E., & Blank, G., “The echo chamber is overstated: The moderating effect of political interest and diverse media”, *Information, communication & society*, Vol.21, No.5, 2018; Fletcher, R., & Nielsen, R. K., “Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis”, *New media & society*, Vol.20, No.7, 2018; Nelson and Webster, 앞의 논문, 2017.

환경에서 사람들은 다양한 미디어를 필요에 맞게 이용한다. 이들은 여전히 일반적인 뉴스는 레거시 미디어를 통해, 특별한 관심사는 디지털 미디어를 통해 소비한다. 자신의 관심사를 기반으로 디지털 미디어 콘텐츠를 주로 소비하는 사람들일지라도 다양한 미디어를 접하며 중도적인 미디어 식단을 따른다.²⁸⁾ 예컨대, 유튜브는 알고리즘으로 인한 필터 버블의 우려가 있지만 유튜브 이용자의 다수는 유튜브 이외의 채널을 통해서도 정보를 접한다.²⁹⁾ 한국 역시 이러한 미디어 이용 행태에서 크게 벗어나지 않는다. <그림 1>은 시사정치 뉴스 소비 시 이용하는 1순위 미디어에 따른 2순위 미디어 비중을 보여주는데 미디어 이용자는 레거시 미디어를 포함 디지털 환경의 다양한 경로로 시사정치 뉴스를 이용하는 것을 알 수 있다. 1순위로 지상파TV를 이용하는 사람은 2순위로 인터넷과 종편을 이용하는 경우가 각각 30%, 27.3%를 차지한다. 신문을 가장 많이 이용하는 사람은 그 다음으로 지상파TV, 유튜브를 이용하는 경우가 각각 30.3%, 27.9% 이다. 한편, 소셜 미디어를 가장 많이 이용하는 사람은 2순위로 디지털 미디어를 가장 많이 이용하나 지상파TV와 같은 레거시 미디어에 대한 이용도 적지 않다. 이 경우 2순위 미디어로 유튜브가 33%, 인터넷이 31.4%, 지상파TV가 24.4%를 차지한다. 유튜브를 1순위로 이용하는 사람은 2순위 미디어로 인터넷, 소셜 미디어, 지상파TV를 이용하는 경우 각각 33.1%, 22.6%, 17.8%의 비중을 보인다. 바카리와 발레리아니(Vaccari and Valeriani)는 소셜 미디어를 정치 분열의 유일한 원인으로 지목할 수 없다고 주장한다. 그들은 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 영국, 미국을 대상으로 다양한 정치커뮤니케이션 환경에서 접하는 정치정보 및 의견의 특성을 분석한 바 있다.³⁰⁾ 이 연구에 따르면, 소셜 미디어는 흔히 알려진 것처럼 밀폐된 반향실처럼 보이지 않는다. 오히려 이는 이용자들을 다양하고 반대 의견의 정치정보에 노출시키는 경향을 보였다. 소셜 미디어가 반향실 역할을 하는 경우는 상대적으로 소수에 국한되었다.

28) Bruns, 앞의 논문, 2019.

29) 오세욱·송혜협, “유튜브 추천 알고리즘과 저널리즘”, 『한국언론진흥재단 연구서』, 2019-04, 한국언론진흥재단, 2019.

30) Vaccari 외, 앞의 논문, 2021.



* 자료: 한국리서치(2023) 원자료(raw data)를 연구자가 재구성.

〈그림 1〉 시사정치 뉴스 소비 시 이용하는 1순위 미디어에 따른 2순위 미디어 비중(%)

또한, 사람들은 정보의 유용성이나 관심 등을 이유로 도전적인 정보를 소비하는 경향이 있다.³¹⁾ 이용하는 정보가 평균적으로 자신이 선호하는 정보에 약간 기울어져 있을 뿐,³²⁾ 자신이 선호하는 정보를 이용하는 경향을 보인다고 해서 선호 불일치 정보를 피한다고 볼 수 없다.³³⁾ 디지털 미디어 환경에서 일부 사용자에게 필터 거품이 존재하더라도 사람들의 선택에 따라 상반되는 정보를 접할 수 있다.³⁴⁾ 실제 2016년 미국 대선에서 페이스북을 통해 뉴스를 소비한 사람들은 오히려 자신의 신념과 태도를 확인하거나 도전하는 뉴스에 더 많이 노출되었으며 결과적으로 양극화가 감소했다.³⁵⁾ 기본소득 도입에 대한 한국인의 태도를 분석한 연구에서 자신과 반대되는 정파적 미디어 뉴스에 강제적으로 노출되는 경

31) Fletcher & Nielsen, 앞의 논문, 2018; Knobloch-Westerwick, S., *Choice and preference in media use: Advances in selective exposure theory and research*, Routledge, 2014.

32) Dahlgren, 앞의 논문, 2021.

33) Holbert, R.L., Garrett, R.K. and Gleason, L.S., "A new era of minimal effects? A response to Bennett and Iyengar", *Journal of communication*, Vol.60, No.1, 2010; Vaccari, C. and Valeriani, A., *Outside the bubble: Social media and political participation in western democracies*, Oxford University Press, 2021.

34) Graham, M. and Dutton, W.H. eds., *Society and the internet: How networks of information and communication are changing our lives*, Oxford University Press, 2019, p.241.

35) Beam, A.L. and Kohane, I.S., 앞의 논문, 2018.

우 역시 양극화의 미세한 감소가 나타났다.³⁶⁾ 이러한 측면에서 뮐러와 그의 동료들(Möller et al.)은 알고리즘 탓으로 돌리지 말 것을 강조한다.³⁷⁾ 그들은 네덜란드 주요 일간지를 대상으로 알고리즘 뉴스 추천으로 인한 필터버블 현상을 연구했는데 오히려 사용자 이력을 기반으로 추천하는 경우 다양한 뉴스가 노출되었다는 것을 밝혔다. 미국의 정치 양극화에 대한 장기 연구도 인터넷을 가장 적게 사용하는 그룹이 인터넷을 가장 많이 사용하는 그룹보다 1996년부터 2016년 사이에 양극화 변화가 더 크다는 것을 보여주었다.³⁸⁾

더군다나 디지털 미디어에서 일어나는 대부분의 상호작용은 비정치적이거나 적어도 일차적으로 정치적이지 않다.³⁹⁾ 사람들이 디지털 미디어를 이용할 때 정치인이나 정치 콘텐츠를 접할 기회를 갖지만 대부분의 사람들은 이를 의도적으로 팔로우하지 않는다.⁴⁰⁾ 디지털 미디어는 제3의 공간(third spaces)으로서,⁴¹⁾ 비공식적인 상호작용과 의도적이지 않지만 일상적인 정치적 대화가 지속적으로 발생하는 공공환경을 제공한다. 이 때문에 평범한 디지털 미디어 이용자는 ‘우연히’ 정치적 대화에 노출될 수 있다.⁴²⁾ 온라인 개인 네트워크에서 팔로워들이 종종 정치뉴스를 공유하는 경우 계획적이지 않고 우연한 방식으로 정치적 논쟁을 접하게 되는 것이다. 소셜 미디어에서 우연히 뉴스에 노출된 사람들은 그렇지 않은 사람들에 비해 더 다양한 온라인 뉴스 정보를 이용하는 특성을 보인다.⁴³⁾ 이 경우 정치적으로 동기가 낮은 사람들은 이념적으로 일관된 정보를 선택하기 위해 비용이 많이 드는 행동을 취할 가능성이 그렇게 높지 않다.⁴⁴⁾ 특히 경계가 약한 디지털 미디어 환경과 같이 이질적인 정보를 회피하는 데 드는 비용이 높은 경우에는 필터버블 경향을 유발할 가능성이 낮다.⁴⁵⁾

36) 이병재, “정과 미디어에 대한 노출은 정치적 양극화를 감소시킬까?: 기본소득 도입에 대한 태도 온라인 실험”, 『현대정치연구』, 제15권 제2호, 서강대 현대정치연구소, 2022.

37) Möller, J., Trilling, D., Helberger, N. and van Es, B., 앞의 저서, 2020.

38) Boxell 외, 앞의 논문, 2017, p.10612.

39) Vaccari & Valeriani, 앞의 논문, 2021.

40) Nielsen, R.K. and Vaccari, C., “Do people “like” politicians on Facebook? Not really. Large-scale direct candidate-to-voter online communication as an outlier phenomenon,” *International Journal of Communication*, 7, 2013, p.24.

41) Wright, S., “From “third place” to “third space”: Everyday political talk in non-political online spaces”, *Javnost-the public*, Vol.19, No.3, 2012.

42) Wojcieszak, M.E. and Mutz, D.C., “Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement?”, *Journal of communication*, Vol.59, No.1, 2009.

43) Fletcher & Nielsen, 앞의 논문, 2018, p.2459.

44) Zaller, J., *The nature and origins of mass opinion*, Cambridge University, 1992.

45) Brundidge, 앞의 논문, 2010; Bruns, 앞의 논문, 2019; Cardenal, A.S., Aguilar-Paredes, C., Cristancho, C. and Majó-Vázquez, S., “Echo-chambers in online news consumption: Evidence from survey and navigation data in Spain”, *European journal of communication*, Vol.34, No.4, 2019.

그렇다면, 필터버블 효과를 논의할 때 주목해야 할 또 다른 요인은 무엇인가. 바로 사람들의 정보이용에 미치는 인지적 필터(cognitive filters)의 영향력이다. 대표적으로 디지털 미디어가 아닌 정보 이용자의 동기화된 추론(motivated reasoning)과 선택적 노출(selective exposure)을 꼽을 수 있다.⁴⁶⁾ 이미 언급한 바와 같이 필터버블은 디지털 미디어의 개인화 알고리즘이 개별 이용자를 위한 고유한 정보 생태계를 만드는데, 이 시스템은 이용자의 행동을 예측하고 관심을 끌고 영향을 미치려는 의도를 가진다. 반면, 선택적 노출은 커뮤니케이션 연구에서 주로 다루는 개념으로 개인이 자신의 기존 신념을 확인하는 정보를 찾고 이에 반하는 정보는 피하려고 하는 경향이다.⁴⁷⁾ 이는 자신의 기존 신념을 심리적 선호와 인지적 편견에 따라 개인이 능동적으로 선택한 결과이기 때문에 행동적이다. 달그렌(Dahlgren)은 필터버블과 선택적 노출 개념을 구분한다. 그에 따르면, 필터버블은 기술 중심의 고립(technologically driven isolation)을, 선택적 노출은 개인에 내재된 인지적·동기적 중심의 고립을 초래한다.⁴⁸⁾

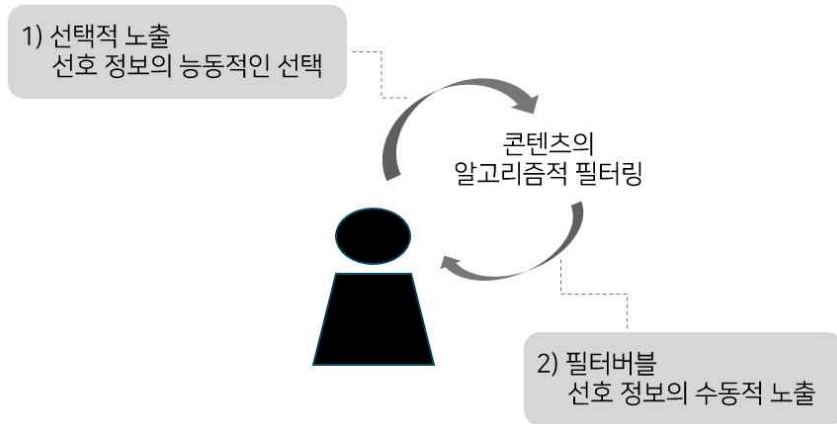
필터버블 및 선택적 노출 개념 모두 편향된 정보 소비와 관련이 있다. 그러나 필터버블과 선택적 노출의 개념적 차이는 양자의 메커니즘, 통제, 영향력이 다르다는 것을 의미한다. <그림 2>는 필터버블이 발생하는 자기강화적 나선형(self-reinforcing spiral) 구조를 보여주는데, 첫 번째 단계는 선택적 노출이다. 개인은 신념이나 심리적 선호를 기반으로 정보를 선택하는 행위를 한다. 다음으로, 필터버블 단계이다. 개인화 알고리즘은 개인의 선택적 노출을 통해 선호 정보를 필터링하고 버블을 형성한다. 그 버블 안에서 개인은 선호 정보에 수동적으로 노출된다. 이렇게 볼 때 선택적 노출은 디지털 기술 이전의 행동이면서 사회적이다. 페이스북 뉴스피드 알고리즘 효과 연구에 따르면, 교차 정보(cross-cutting)에 대한 노출을 감소시키는 데 뉴스피드 알고리즘은 사용자의 개인적 선택(personal choice)에 비해 상대적으로 미미했다.⁴⁹⁾ 물론 이러한 견해가 디지털 미디어

46) Allcott, H., Boxell, L., Conway, J., Gentzkow, M., Thaler, M. and Yang, D., "Polarization and public health: Partisan differences in social distancing during the coronavirus pandemic", *Journal of public economics*, Vol.191, 2020; Asker, D. and Dinas, E., "Thinking fast and furious: Emotional intensity and opinion polarization in online media", *Public opinion quarterly*, Vol.83, No.3, 2019; Dahlgren, 앞의 논문, 2021; Guess, A.M., "(Almost) everything in moderation: new evidence on Americans' online media diets", *American journal of political science*, Vol.65, No.4, 2021; Nelson & Webster, 앞의 논문, 2017; Weeks, B.E. and Hasell, A. and Weeks, B.E., "Partisan provocation: The role of partisan news use and emotional responses in political informationsharing in social media", *Human Communication Research*, Vol.42, No.4, 2016.

47) Taber, C.S. and Lodge, M., "Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs", *American journal of political science*, Vol.50, No.3, 2006; Festinger, L., "Social comparison theory", *Selective Exposure Theory*, Vol.16, No.401, 1957, <http://www.bahaistudies.net>

48) Dahlgren, 앞의 논문, 2021.

가 정치에 미치는 영향력을 부정하는 것은 아니다. 다만, 디지털 미디어가 ‘고립된 버블’을 만드는 것과 같이 강한 영향력을 행사한다는 점에서 신중한 입장을 취한다.



* 자료: 달그렌(Dahlgren 2021, 18) 참조.

〈그림 2〉 필터버블 발생의 자기 강화적 나선형 구조

오히려 선택적 노출에 주목하면 사람들이 왜 그들의 사고방식과 일치하는 메시지를 선택하는지 또는 고립을 생성하는 메시지를 선택하는지 알 수 있다.⁵⁰⁾ 종종 다양한 견해에 노출된 고도로 당파적이고 정치적 지식이 풍부한 사람들이 가장 양극화된 행태를 보이는 경우가 있다. 이와 같은 맥락에서 최근 연구는 정체성 기반의 프레임을 통해 양극화를 이해해야 한다고 주장한다.⁵¹⁾ 정치적 정체성(political identity)이 바로 그것인데, 이 개념은 다른 집단에 대항할 수 있는 심리적 자원을 의미한다.⁵²⁾ 대표적으로 당파적 소속, 인종 및 민족 정체성, 젠더, 종교적 성향, 개인적 가치 등을 꼽을 수 있다.⁵³⁾ 정당과 정치

49) Bakshy 외 연구(2015)는 페이스북의 입장을 방어하기 위해 진행되었다는 비판을 받기도 한다. 그럼에도 불구하고 콘텐츠를 선택하는 것은 결국 이용자라는 점을 강조하고 있다(오세욱·송해협, 앞의 논문, 2019, p.18). (Bakshy, E., Messing, S. and Adamic, L.A., “Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook”, *Science*, Vol.348, No.6239, 2015.

50) Ramírez-Dueñas, J. M., and Humanes, M. L. “Selective exposure and audience polarization: An analysis through the accumulated consumption of political information in Spain”, *Cuadernos.info*, Vol.56, 2023.

51) Achen, C. and Bartels, L., “Democracy for realists: Holding up a mirror to the electorate”, *Juncture*, Vol.22, No.4, 2016; Kuo, R. and Marwick, A., “Critical disinformation studies: History, power, and politics”, *Harvard Kennedy School misinformation review*, Vol.2, No.4, 2021.

52) Kearney, M.W., “rtweet: Collecting and analyzing Twitter data”, *Journal of open source software*, Vol.4, No.42, 2019, p.1829.

인은 그들이 추구하는 정책 뿐만 아니라 그들이 대표하고자 하는 유권자 집단의 정치적 정체성을 구성하고 동원 전략을 구사한다. 이들은 자신들을 특정 집단의 ‘진짜’ 대표로 각인시키면서 동시에 외부 집단과의 차별성을 강화하는 캠페인을 펼친다.⁵⁴⁾

이 과정에서 디지털 미디어는 유용한 수단이 된다. 정치적 정체성 집단의 활동 대부분이 디지털 미디어에서 이루어지고 정치인과 시민 모두 디지털 미디어를 통해 당파적·사회적 정체성을 만들어 나간다.⁵⁵⁾ 2016년 미국 대선에서 트럼프(Donald Trump)는 ‘미국을 다시 위대하게’(Make America Great Again: MAGA)라는 슬로건을 내세우면서 미국 태생의 공화당 지지 백인 남성 노동자들과 자신을 일치시킨 바 있다. 그는 트윗(tweet)과 디지털 미디어 플랫폼을 통해 반대 진영을 향한 반향(echoed), 증폭, 논쟁, 비난 캠페인을 일삼았다. MAGA는 해시태그 형태로 소셜 미디어에서 빈번하게 노출되었고 이는 트럼프의 열성 지지자 집단을 지칭하는 표현이 되었다.⁵⁶⁾ 영국의 경우 정파적 반향실 즉, 같은 생각을 가진 정파적 집단이 혼합 집단에 비해 정책 및 정서적 양극화를 모두 증가시켰다.⁵⁷⁾ 이러한 조건에서는 필터버블 보다는 사람들의 정치적 동질성이 양극화를 형성하는 동인이 된다. 정치적 정체성이 집단의 ‘안전한 공간’(safe spaces)⁵⁸⁾ 또는 ‘대항 대중’(counter-publics)⁵⁹⁾을 의도적으로 만드는 것이다.

2. 공급(demand)-정치적 맥락 중심 접근

위의 논의는 개인이 디지털 미디어를 통해 표출하는 정치적 소통 방식과 이것이 더 광범위한 참여에 미치는 영향을 다룰 때 공급 측면을 간과할 수 없다는 것을 보여준다.⁶⁰⁾

53) Kreiss, D., Lawrence, R.G. and McGregor, S.C., “Political identity ownership: Symbolic contests to represent members of the public”, *Social media+society*, Vol.6, No.2, 2020.

54) Sides, J., Tesler, M. and Vavreck, L., “Hunting where the ducks are: activating support for Donald Trump in the 2016 Republican primary” *Journal of elections, public opinion and parties*, Vol. 28, No.2, 2018.

55) Kreiss, D., “The networked self in the age of identity fundamentalism”, *In A networked self and platforms, stories, connections* (pp.12-28), Routledge, 2018; Kreiss 외, 앞의 논문, 2020.

56) 오창룡, “MAGA(미국을 다시 위대하게) 트럼프의 팬덤 정치와 미국 대선.” 『국회입법조사처 이슈와 논점』, 제2212호(24.3.14), 국회입법조사처, 2024.

57) Hobolt, S. B., Lawall, K., & Tilley, J., “The polarizing effect of partisan echo chambers”, *American political science review*, Vol.118, No.3, 2023.

58) Kanai, A. and McGrane, C., “Feminist filter bubbles: ambivalence, vigilance and labour”, *Information, communication & society*, Vol. 24, No.15, 2021.

59) Jackson, N. and Lilleker, D., “Microblogging, constituency service and impression management: UK MPs and the use of Twitter”, *In The impact of legislatures* (pp.414-433), Routledge, 2020.

60) Vaccari & Valeriani, 앞의 논문, 2021.

일각에서는 정치 양극화와 기술 플랫폼 논의가 인종이나 민족 집단 간 갈등 등 구조의 문제를 등한시한다는 것을 지적한다.⁶¹⁾ 의미 있는 양극화 논의를 위해서는 권력관계에 내재된 집단에 대한 분석이 선행되어야 한다는 것이다.

이러한 차원에서 정치적 맥락에 주목할 필요가 있다. 정치적 맥락은 디지털 미디어에서 정치적 경험이 이루어지거나 정치참여에 영향을 미칠 수 있는 중요한 토대를 제공한다.⁶²⁾ 무엇보다 최근 민주주의 국가를 중심으로 확산되고 있는 포퓰리즘 현상을 꼽을 수 있다. 탈산업화, 세계화, 정보화 이후 초래된 경제 및 노동구조의 변화는 기존의 제조업 종사자인 저숙련 노동자 계층의 일자리와 임금에 위협을 가했고, 이들의 경제적 불만은 포퓰리즘 정치가 득세하는 하나의 요인으로 작용했다. 앞서 언급한 트럼프 사례는 공급 차원에서 정치배열의 변화를 가장 잘 설명하는 이슈이기도 하다. 미국의 백인 남성 노동자들은 이민자들이 자신의 일자리를 빼앗아 간다고 여기며 반이민적 태도를 강화시키는데, 트럼프는 이들의 목소리에 귀를 기울인다. 기성 정치권이 대변하지 않는 정치적 공간의 틈새를 적극 활용하는 것이다. 따라서 포퓰리즘은 기존의 정치제도 및 엘리트에 의해 매개된 정치과정을 우회하면서 자신과 공존할 수 없는 타자를 물색하고 그들을 적대시하는 정치적 행동양식을 드러낸다.⁶³⁾ 뿐만 아니다. 정치적 이슈를 찬성과 반대, 좋은 것과 나쁜 것으로 단순 이분화하거나 문제의식에 대한 의식적인 단순화를 통해 반이성적 선동정치를 추구한다.⁶⁴⁾ 이 경우 정치 양극화는 더욱 심화되기 마련이다.

이와 같은 정치적 맥락 속에서 포퓰리스트 정치인과 지지자들은 정치적 목소리를 표출하고 정치적 동원을 확대할 수 있는 대안 미디어를 찾아간다. 이 때 디지털 미디어는 이들의 유용한 커뮤니케이션 채널로 작용한다. 특히 트럼프는 자신을 비판하는 미국의 레거시 미디어에 대한 비난을 서슴치 않았고 트위터를 통해 지지자와 소통하는 행태를 드러냈다. 지지자 역시 레거시 미디어에 대한 강한 불신을 표출하면서 소셜 미디어를 통해 내집단의 정체성을 강화시켰다.

결국 개인이나 정치 집단은 정치적 맥락 속에서 정치참여의 다양한 방법을 모색한다. 이러한 측면에서 최근의 관심사는 유튜브로 이동했다. 한국은 유튜브를 통한 뉴스 이용률이 높다. <그림 3>에서 확인할 수 있듯이, 2023년 한국 응답자 2명 중 1명(53%)은 유

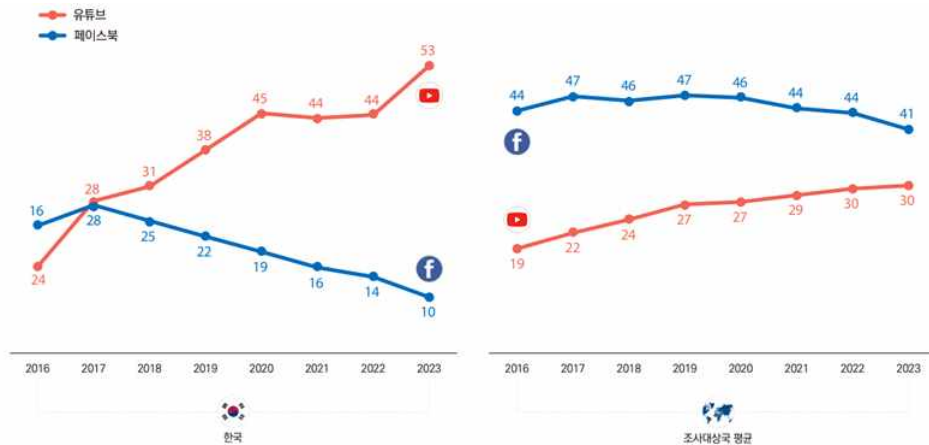
61) Kreiss, D. and McGregor, S.C., "A review and provocation: On polarization and platforms", *New media & society*, Vol.26, No.1, 2024.

62) Vaccari & Valeriani, 앞의 논문, 2021.

63) 김현준·서정민, "포퓰리즘 정치 개념 고찰: 문화적 접근의 관점에서." 『한국정치학회보』, 제51권 제4호, 한국정치학회, 2017.

64) Judis, J. 지음, 오공훈 옮김, 『포퓰리즘의 세계화』, 서울: 메디치미디어, 2017.

튜브를 통해 뉴스를 접한다. 이는 페이스북을 통한 뉴스 이용과 상이한 변화 추이를 보여준다. 페이스북을 통한 뉴스 이용은 2017년 이후 꾸준히 하락했고 그 결과 유튜브와 페이스북의 뉴스 이용률 격차는 더 커진 것으로 확인된다(2018: 6%p 차이, 2023: 43%p 차이). 이러한 뉴스 이용 행태는 여전히 페이스북을 통한 뉴스 이용이 높은 다른 국가들과 차별적이다.⁶⁵⁾ 물론, 유튜브와 페이스북의 기술적 플랫폼이 동일하게 작동하지 않는다. 유튜브는 개인화 알고리즘을 통해 검색이나 선호를 기준으로 선별적으로 콘텐츠를 추천한다.⁶⁶⁾ 이용자는 검색을 통해 가장 먼저 볼 수 있는 콘텐츠 목록과 콘텐츠 이용 후 다음 콘텐츠로 표시된 목록을 중심으로 정보를 얻는다.⁶⁷⁾ 이 뿐만 아니다. 유튜브에서 이용자는 검색과 채널 시스템을 기반으로 적극적인 정보 탐색이 가능하다. 반면, 페이스북은 실시간 정보 탐색에 최적화된 플랫폼으로 적극적인 정보 탐색을 어렵게 한다.⁶⁸⁾ 무엇보다 시간이 지나면 과거 게시물을 찾는데 어려움이 발생한다.



* 설문 문항: 지난 한 주 동안 뉴스 검색, 읽기, 보기, 공유 또는 뉴스에 대한 토론을 위해 이용한 플랫폼은 무엇입니까? (복수응답)

** 디지털 뉴스 리포트 2023 (2023, 35).

〈그림 3〉 유튜브 및 페이스북을 통한 뉴스 이용률 변화(2016~2023)

65) 조사대상국 평균은 한국과 다소 다른 패턴이다. 유튜브를 통해 뉴스를 소비하는 이용자의 비율은 점진적으로 증가하고 있다. 그러나 지난 8년간 페이스북을 통해 뉴스를 이용한다는 응답자 비율은 한국에 비해 큰 변화가 없다.

66) 정금희, “정치 유튜브 개인 방송에서 ‘정파성’은 어떻게 발현되는가?: 청년 정치 유튜버의 심층 인터뷰를 중심으로”, 『언론정보연구』, 제58권 제3호, 언론정보연구소, 2021.

67) 전상현·이종혁, “뉴스는 ‘어떻게’ 페이스북에서 유튜브로 가게 되었나?: 행위자-연결망 이론 관점을 적용한 플랫폼 뉴스 보도의 의미 연결망 분석”, 『방송통신연구』, 여름호, 한국방송학회, 2020

68) 전상현·이종혁, 앞의 논문, 2020.

그러나 한국의 유튜브를 통한 뉴스 이용 행태를 단순히 플랫폼 특성만으로 설명할 수는 없다. 무엇보다 양극화된 정치적 맥락 속에서 틈새 수용자를 찾아다니는 미디어의 파편화 전략을 살펴볼 필요가 있다.⁶⁹⁾ 이는 주로 디지털 미디어에서 가능한데,⁷⁰⁾ 특히 당파적 유튜브의 등장이 그렇다. 실제 한국은 정치 유튜브 시대를 열었다고 해도 과언이 아니다. 홍준표 대구 시장이 전 자유한국당 대표 시절 TV홍카콜라 채널을 개설하면서, 유시민 전 노무현재단 이사장이 알릴레오 채널을 만들면서 유튜브 공간은 보수와 진보가 경쟁 구도를 형성하는 새로운 공론장이 되었다. 정치 유튜브 생산 주체도 다양하다. 우리의 경우 시사논객 등 개인이 운영하는 정치 콘텐츠가 차지하는 비율이 높다. 유튜브의 다양한 콘텐츠 중 뉴스 분야에서 개인 유튜브 채널이 가장 큰 비율(조희수 기준 상위 200개 채널)을 차지한다는 사실이 이를 방증한다.⁷¹⁾ 이제 여의도 국회는 정치인 뿐만 아니라 소규모 촬영 장비를 들고 취재 활동을 벌이는 정치 유튜버들의 주요 활동 무대가 된 것이다.⁷²⁾ 이들 대부분은 정치 이슈에 대한 정보를 전달하기보다 보수 혹은 진보 진영의 입장을 표출하는 데 집중하는 양상을 보인다.⁷³⁾

그렇다보니 당파적 유튜브는 이념적·정서적 양극화의 또 다른 공간으로 작동한다.⁷⁴⁾ 정치 유튜브를 운영하는 보수 및 진보 논객은 유튜브를 ‘중간이 없는 세계’라고 꼬집는다.⁷⁵⁾ 극단적인 정치 성향의 유튜브 채널은 과격한 오프라인 시위를 일삼기도 하는데 이를 실시간 방송의 콘텐츠로 활용하면서 수익 창출의 창구로 여긴다. 실제 이 경우 유튜브 구독자나 이용자를 통한 경제적 이익 추구를 목표로 삼는다. 따라서 자신의 정치 성향과 상관없이 자극적인 정치 콘텐츠를 생산하는 것에 중점을 두기도 한다. 이용자 역시 대체로 채널 운영자의 의견에 반대하기 보다 지지하는 경향을 보인다.⁷⁶⁾ 그렇기 때문에 정치 유튜브에는 정치 고관여자들이 모여들고,⁷⁷⁾ 지지정당과 이념성향에 따라 진보와 보

69) 조항제, 앞의 저서, 2020, p.74.

70) 레거시 미디어와 디지털 미디어의 경계가 점점 허물어지고 있는 것을 고려할 때, 당파적 미디어의 등장이 꼭 디지털 미디어 환경 하에서만 가능한 것은 아니다. 예컨대, 이명박 정부 시절 종합편성채널의 허용은 미디어 시장의 파편화와 정파적 이슈의 집중을 가속화시켰다(조항제, 앞의 저서, 2020, pp.238-239).

71) Nielsen, Nielsen 보고서, 2019.

72) 머니투데이 2020년 4월 5일자 기사

73) 최민재·김경환, 『유튜브 저널리즘 콘텐츠 이용과 특성』, 서울: 한국언론진흥재단, 2021.

74) 장승진·한정훈, “유튜브는 사용자들을 정치적으로 양극화시키는가 주요 정치 및 시사 관련 유튜브 채널 구독자에 대한 설문조사 분석”, 『현대정치연구』, 제14권 제2호, 서강대 현대정치연구소, 2021.

75) 머니투데이 2023년 07월 22일자 기사.

76) 최민재·김경환, 앞의 논문, 2021.

77) 한정훈, “유튜브 정치채널 시청의 결정요인과 표본선택편향”, 『한국정치학회보』, 제55권 제6호, 한국정치학회, 2021.

수 채널만을 시청하는 특성을 강하게 드러낸다.

이렇게 볼 때, 양극화된 정치가 디지털 미디어 공간의 여론이 극단화되는 것을 허용하는 측면 역시 살펴보아야 한다. 당파적 미디어의 등장이 지금의 정치 구조를 반영할 수 있는 가능성 말이다. 우리 정치는 점점 양극화가 심화되는 양상이다. 최근 정당과 시민사회의 연계는 취약해지고 각 정당의 공통 목표는 선거 승리가 되었다. 이들은 시민의 대표 역할을 하기 보다는 대통령 만들기에 집중하는데 이 때문에 경쟁 정당 간 정책 대결은 사라지고 인물 대결 중심의 네거티브 프레임과 정치 공세가 강화되고 있다. 진영 정치가 우리 사회를 ‘우리’와 ‘그들’로 재편성하면서 갈등을 심화시키는 맥락에 주목할 필요가 있다. 디지털 미디어가 정치 양극화의 ‘원인’이라기보다 하나의 ‘증상’일 수 있다는 것이다.

IV. 나오며

최근 학자들은 세계적으로 확산되고 있는 민주주의의 퇴보를 우려하기 시작했다. 이를 두고 헌팅턴은 전 세계가 민주화의 세 번째 역물결을 마주하고 있음을 지적했다. 그런데 이러한 현상은 신생 민주주의 국가에 국한되지 않는다. 오늘날 민주주의가 직면한 퇴보(backsliding) 혹은 서서히 진행되고 있는 권위주의적 양상은 미국을 포함한 선진 민주주의 국가들로 확대되고 있다.⁷⁸⁾

그 양상 중 하나로 정치 양극화를 꼽을 수 있다. 지금의 정치는 토론과 타협보다는 이분법적 정치 대결구도가 만연하면서 정치 양극화가 심화되는 모양새다. 정치 양극화는 정당이나 의회가 대화와 타협 대신 극단적인 대립 구도를 형성하는 것을 의미한다.⁷⁹⁾ 이는 정서적 양극화(affective polarization)나 정치적 부족주의(political tribes)의 형태로 나타나는데 여기서는 이념적 태도의 차이보다는 상대 정당에 대한 정서(affect)나 감정(emotion)이 갈등의 본질이 된다. 다시 말해, 정치 양극화는 이슈에 대해 다른 입장을 가져서라기보다 상대에 대한 악화된 감정을 통해 구성되고 심화된다.⁸⁰⁾ 지지 세력도 내가 속한 집단 혹은 내가 지지하는 정치인에 대한 호감과 상대에 대한 반감의 차이에 따라

78) Cianetti, L., & Hanley, S., “The end of the backsliding paradigm”, *Journal of democracy*, Vol.32, No.1, 2021.

79) 박상훈, 『혐오하는 민주주의』, 서울: 후마니타스, 2023.

80) 정동준, “2018년 지방선거 이후 유권자들의 정치 양극화: 당파적 배열과 부정적 당파성을 중심으로”, 『OUGHTOPIA』, 제33권 제3호, 경희대 인류사회재건연구소, 2018.

정치적 태도를 형성한다.

우리 정치 역시 이와 크게 다르지 않다. EIU(Economist Intelligence Unit) 민주주의 지수(democracy index 2023)에 따르면 한국은 완전한 민주주의(full democracy) 국가로 분류된다. 그러나 EIU의 평가는 냉혹하다. EIU는 한국 민주주의를 “정치에 대한 이분법적 해석이 합의와 타협의 공간을 위축시키고 정책결정을 마비시켰다”고 분석했다.⁸¹⁾ 지금의 정치 공론장은 정책과 이슈보다는 사회적 문제의 개인화, 선동적 이념, 전략, 그리고 분노 담론이 우세하다.⁸²⁾

이러한 논란의 중심에는 디지털 미디어가 있다. 그간 디지털 미디어는 정치참여 비용을 낮추고 의견 표출 및 정보 이용의 평등한 접근을 가능하게 하면서 민주화를 촉진하거나 민주주의의 질적 수준을 향상시키는 데 기여하는 것으로 논의되었다.⁸³⁾ 그러나 최근 담론은 그다지 밝지 않다. 학자들은 디지털 미디어의 기술적 아키텍처에 주목한다. 이는 선동적인 콘텐츠를 부각시키는 알고리즘을 생성하고 콘텐츠에 대한 즉각적인 반응이 가능한 구조이다.⁸⁴⁾ 이 때문에 디지털 미디어는 사용자의 극단주의와 정치참여에 기여하고 특정 형태의 정치 커뮤니케이션과 양극화를 증폭시키는 원인 중 하나가 되었다.⁸⁵⁾ 또한, 디지털 미디어는 허위정보 확산의 주요 진원지로도 언급되는데 이러한 기술적 특성과 무관하지 않다. 개인화 알고리즘, 필터버블, 에코 챔버 등과 같은 디지털 미디어가 만들어 내는 정보이용행태가 가짜뉴스를 진짜뉴스보다 빠르게 확산시킨다. 그 과정에서 정파적 집단은 각 진영에 유리한 가짜뉴스를 동일 집단 내에서 공유하고 확산하면서 진영의 결집을 꾀한다. 결국 디지털 미디어는 정치적 내부 집단과 외부 집단 간 경계를 더욱 공고히 하고 외부 집단에 대한 부정적 인식을 부추기면서 양극화를 심화시키는 주범이 된다.

이를 두고 학자들은 디지털 미디어와 사회과학의 허니문 기간이 끝났음을 지적한다.⁸⁶⁾ 그런데 우리가 정치 양극화 문제를 다룰 때 디지털 미디어에 집중하다 보면 이 문제를

81) EIU, *Democracy Index 2022: Frontline democracy and the battle for Ukraine*, EIU, 2023, p.49.

82) 강준만, “한국 ‘포퓰리즘 소통’의 구조: “정치 엘리트 혐오”의 문화정치학”, 『스피치와 커뮤니케이션』, 제 17권, 한국소통학회, 2012.

83) Bennett, W.L. and Segerberg, A., *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*, Cambridge University Press, 2013; Castells, M., *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*, John Wiley & Sons, 2015; Shirky, C., *It's not information overload. It's filter failure*. Web. September, 2008.

84) Settle, 앞의 논문, 2018.

85) McGregor, S.C., “Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion”, *Journalism*, Vol.20, No.8, 2019; Noble, S.U., *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. In *Algorithms of oppression*, New York university press, 2018; Settle, 앞의 논문, 2018.

86) Schlogl, L., *Digital Activism and the Global Middle Class: Generation Hashtag*, Routledge, 2022.

기술적이고 정책적인 해법으로 해결할 수 있는 것으로 생각하기 쉽다. 다시 말해, 양극화 연구의 규범적 결론이 협소한 연구와 정책적 아젠다를 생산하는 데 그친다.⁸⁷⁾ 디지털 플랫폼을 새롭게 정비한다든지, 새 법안을 발의하고 통과시킨다든지, 사람들에게 디지털 미디어 윤리를 더 많이 가르친다든지 말이다. 이와 같은 사항들은 당연히 중요하다. 하지만 정치 양극화 문제를 어떻게 다룰 것인가는 기술적인 차원의 문제를 넘어서나.

이러한 인식 하에 본 연구는 디지털 미디어의 정치적 영향력을 논의하는데 있어서 기술적 관점을 넘어서고자 했다. 이를 위해 디지털 미디어의 편향성을 부추기는 사회적 요인을 살펴보았다. 구체적으로 수요(demand) 수준에서는 하이브리드(hybrid) 미디어 환경에서 미디어 이용자가 다양한 미디어 식단을 접한다는 것과 편향적 정보이용행태를 보이더라도 ‘기술적’ 필터보다는 선택적 노출과 같은 ‘인지적’ 필터가 작동할 수 있다는 것을 다루었다. 이렇게 볼 때 디지털 미디어가 양극화의 원인이라기 보다 이미 양극화된 사람들이 디지털 미디어 공간에서 정치적 목소리 내기에 몰두하는 가능성을 염두에 두어야 한다. 그리고 이들은 매우 소수이면서 정치참여에 영향력이 큰 집단에 국한될 수 있다.⁸⁸⁾

공급(supply) 수준에서는 정치적 맥락이 디지털 미디어를 통한 참여의 기회구조로 작용한다는 것을 알아보았다. 특히 최근 확산되고 있는 포퓰리즘은 정치적 분열을 심화시키는 데 기여한다. 디지털 미디어 환경에서 정치 양극화가 지속되고 심화된다면 이는 ‘기술적’ 필터, 즉 개인화 알고리즘으로 인한 필터버블의 탓만이 아닐 수 있다. 오히려 그러한 ‘양극화의 지속’이 원인일 수 있다. 최근 우리 정치가 드러내는 현실, 다시 말해 비호감으로 무장한 거대 정당 간 치열한 진영 대결이 양극화를 부추길 수 있다는 점을 떠올려 보면 충분히 가능한 일이다. 이 과정에서 광범위하게 퍼진 정치에 대한 불신과 장기적인 경제 침체로 인한 전반적 불안의 확산은 머지않아 한국에서도 포퓰리즘이 급성장할 수 있다는 것 또한 암시한다.

덧붙여, 정치 양극화는 디지털 미디어 등장 이전에도 존재했다는 점을 유념할 필요가 있다. 미국의 고-선택 미디어 환경(high-choice media environmnet)에서의 정치 양극화를 연구한 프라이어(Prior)에 따르면, 케이블TV 뉴스 이용이 선거에서 당파성에 대한 영향력을 증가시켰지만, 이 관계는 케이블 시스템에 뉴스 채널이 없던 1970년대에 처음 관찰되었다.⁸⁹⁾ 와인버거(Weinberger)는 페이스북(2004년 출시)이나 트위터(2006년 출시)

87) Kreiss & McGregor, 앞의 논문, 2024.

88) Prior, M., “Media and political polarization”, *Annual review of political science*, Vol.16, No.1, 2013.

89) Prior, M., 앞의 논문, 2013. p.119.

등 소셜 미디어가 등장하기 전에 이미 정치 양극화에 대한 우려를 표명한 바 있다.⁹⁰⁾

요컨대, 디지털 미디어를 둘러싼 이슈는 즉각적인 의미의 ‘디지털 기술’에 국한되지 않는다. 그간의 논의, 특히 본 연구에서 다룬 필터버블과 같은 개념은 훨씬 더 중요한 사회적 문제가 노출되는 것을 방해한다. 이 경우 지금보다 더 새로운 기술이 우리에게 또 다른 필터 거품을 씌우고, 무언가에 집중하게끔 할 때, 우리는 무방비 상태로 기술과 대면하게 될 것이다. 스탈더(Stalder)의 표현을 빌려, 이제 ‘디지털화’(digitalization)의 시각에서 정치사회의 작동을 포괄적으로 살펴볼 필요가 있다.⁹¹⁾ 디지털 기술이 어떻게 형성되고 조건화되는지, 기술적 어포던스에 따라 가능성의 공간이 어떻게 열리고 사회적·정치적 행동이 어떻게 실현되는지 과정 지향적인 이해가 필요한 때이다.⁹²⁾ 이러한 접근 방식은 디지털 미디어의 ‘필터’보다 우리 사회에 내재되어 있는 각종 배제와 혐오 ‘필터’에 보다 주목해야 한다는 것을 일깨워 준다.⁹³⁾ 이것이 우리 정치 및 민주주의 과정에 초래하는 위협이 더 시급한 것이다.

참고문헌

- 강준만, “한국 “포퓰리즘 소통”의 구조: “정치 엘리트 혐오”의 문화정치학”, 『스피치와 커뮤니케이션』, 제17권, 한국소통학회, 2012.
- 김찬중, “외국인 이주민에 대한 뉴스 보도가 혐오에 미치는 효과 연구: 위협 보도와 온정주의 보도를 중심으로”, 『한국방송학회』, 제33권 제5호, 한국방송학회, 2019.
- 김현준·서정민, “포퓰리즘 정치 개념 고찰: 문화적 접근의 관점에서.” 『한국정치학회보』, 제51권 제4호, 한국정치학회, 2017.
- 박상훈, 『혐오하는 민주주의』, 서울: 후마니타스, 2023.
- 신유진·이상우, “텍스트 마이닝 기법을 이용한 유튜브 추천 알고리즘의 필터버블 현상 분석”, 『한국콘텐츠학회논문지』, 제21권 제5호, 한국콘텐츠학회, 2021.
- 오세욱·송해협, “유튜브 추천 알고리즘과 저널리즘”, 『한국언론진흥재단 연구서』, 2019-04, 한국언론진흥재단, 2019.
- 오창룡, “MAGA(미국을 다시 위대하게) 트럼프의 팬덤 정치와 미국 대선”, 『국회입법조사처 이슈와 논점』, 제2212호(24.3.14), 국회입법조사처, 2024.
- 이병재, “정파 미디어에 대한 노출은 정치적 양극화를 감소시킬까?: 기본소득 도입에 대한 태도 온라인 실험”, 『현대정치연구』, 제15권 제2호, 서강대 현대정치연구소, 2022.

90) Weinberger, D., *Is There an Echo in Here? Salon*, 2004, Retrieved from https://www.salon.com/2004/02/21/echo_chamber/

91) Stalder, F., *The digital condition*. John Wiley & Sons, 2018.

92) Berg 외, 앞의 논문, 2020, p.17.

93) Bruns, 앞의 논문, 2019.

- 이준웅, “비판적 담론 공중의 등장과 언론에 대한 공정성 요구: 공정한 담론 규범 형성을 위하여”, 『방송문화연구』, 제17권 제2호, 한국방송학회, 2005.
- 장승진·한정훈, “유튜브는 사용자들을 정치적으로 양극화시키는가 주요 정치 및 시사 관련 유튜브 채널 구독자에 대한 설문조사 분석”, 『현대정치연구』, 서강대 현대정치연구소, 2021.
- 전상현·이중혁, “뉴스는 ‘어떻게’ 페이스북에서 유튜브로 가게 되었나?: 행위자-연결망 이론 관점을 적용한 플랫폼 뉴스 보도의 의미 연결망 분석”, 『방송통신연구』, 여름호, 한국방송학회, 2020.
- 정금희, “정치 유튜브 개인 방송에서 ‘정파성’은 어떻게 발현되는가?: 청년 정치 유튜버의 심층 인터뷰를 중심으로”, 『언론정보연구』, 제58권 제3호, 언론정보연구소, 2021.
- 정동준, “2018년 지방선거 이후 유권자들의 정치 양극화: 당파적 배열과 부정적 당파성을 중심으로”, 『OUGHTOPIA』, 제33권 제3호, 경희대 인류사회재건연구소, 2018.
- 정철운, “가짜뉴스·유튜브·극우보수와 저널리즘”, 『인물과사상』, 제247권, 인물과 사상사, 2018.
- 조항제, 『한국의 민주주의와 언론』, 서울: 컬처룩, 2020.
- _____, “디지털민주주의의 양가성: 이론적 탐색”, 『언론과 사회』, 제30권 제4호, 사단법인 언론과 사회, 2022.
- _____, “공론장의 황혼인가, 여명인가?”, 『언론과 사회』, 제32권 제1호, 사단법인 언론과 사회, 2024.
- 최민재·김경환, 『유튜브 저널리즘 콘텐츠 이용과 특성』, 서울: 한국언론진흥재단, 2021.
- 한정훈, “유튜브 정치채널 시청의 결정요인과 표본선택편향”, 『한국정치학회보』, 제55권 제6호, 한국정치학회, 2021.
- Achen, C. and Bartels, L., “Democracy for realists: Holding up a mirror to the electorate”, *Juncture*, Vol.22, No.4, 2016.
- Allcott, H., Boxell, L., Conway, J., Gentzkow, M., Thaler, M. and Yang, D., “Polarization and public health: Partisan differences in social distancing during the coronavirus pandemic”, *Journal of public economics*, Vol.191, 2020.
- Asker, D. and Dinas, E., “Thinking fast and furious: Emotional intensity and opinion polarization in online media”, *Public opinion quarterly*, Vol.83, No.3, 2019.
- Bakshy, E., Messing, S. and Adamic, L.A., “Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook”, *Science*, Vol.348(6239), 2015.
- Beam, A.L. and Kohane, I.S., “Big data and machine learning in health care”, *Jama*, Vol. 319, No.13, 2018.
- Bennett, W.L. and Segerberg, A., *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*, Cambridge University Press, 2013.
- Berg, S., Rakowski, N. and Thiel, T., “The digital constellation”, *Weizenbaum series working paper*, No.14, 2020.
- Boxell, L., Gentzkow, M. and Shapiro, J.M., “Greater Internet use is not associated with faster growth in political polarization among US demographic groups”, *Proceedings of the national academy of sciences*, Vol.114(40), 2017.
- Brundidge, J., “Encountering “difference” in the contemporary public sphere: The contribution of the Internet to the heterogeneity of political discussion networks”, *Journal of communication*, Vol.60, No.4, 2010.

- Bruns, A., "Filter bubble", *Internet policy review*, Vol.8, No.4, 2019.
- Cardenal, A.S., Aguilar-Paredes, C., Cristancho, C. and Majó-Vázquez, S., "Echo-chambers in online news consumption: Evidence from survey and navigation data in Spain", *European journal of communication*, Vol.34, No.4, 2019.
- Castells, M., *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*, John Wiley & Sons, 2015.
- Cianetti, L., & Hanley, S., "The end of the backsliding paradigm", *Journal of democracy*, Vol.32, No.1, 2021.
- Chadwick, A., Dennis, J., & Smith, A. P., "Politics in the age of hybrid media: Power, systems, and media Logics", In A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbo, A. O. Larsson, & C. Christensen (Eds.), *The routledge companion to social media and politics*, (pp.7-22). New York: Routledge, 2016.
- Dahlgren, P.M., "A critical review of filter bubbles and a comparison with selective exposure", *Nordicom review*, Vol.42, No.1, 2021.
- Diamond, L., "The road to digital unfreedom: The threat of postmodern totalitarianism", *Journal of democracy*, Vol. 30, No.1, 2019.
- Dubois, E., & Blank, G., "The echo chamber is overstated: The moderating effect of political interest and diverse media", *Information, communication & society*, Vol.21, No.5, 2018.
- EIU, *Democracy Index 2022: Frontline democracy and the battle for Ukraine*, EIU, 2023.
- Esser, F. and Umbricht, A., "Competing models of journalism? Political affairs coverage in US, British, German, Swiss, French and Italian newspapers", *Journalism*, Vol.14, No.8, 2013.
- Festinger, L., "Social comparison theory", *Selective Exposure Theory*, 16(401) <http://www.bahaistudies.net>, 1957.
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K., "Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis", *New media & society*, Vol.20, No.7, 2018.
- Graham, M. and Dutton, W.H. eds., *Society and the internet: How networks of information and communication are changing our lives*, Oxford University Press, 2019.
- Guess, A.M., "(Almost) everything in moderation: new evidence on Americans' online media diets", *American journal of political science*, Vol.65, No.4, 2021.
- Hobolt, S. B., Lawall, K., & Tilley, J., "The polarizing effect of partisan echo chambers", *American political science review*, Vol.118, No.3, 2023.
- Holbert, R.L., Garrett, R.K. and Gleason, L.S., "A new era of minimal effects? A response to Bennett and Iyengar", *Journal of communication*, Vol.60, No.1, 2010.
- Jackson, N. and Lilleker, D., "Microblogging, constituency service and impression management: UK MPs and the use of Twitter", In *The impact of legislatures* (pp.414-433), Routledge, 2020.
- Judis, J. 지음, 오공훈 옮김, 『포폴리즘의 세계화』, 서울: 메디치미디어, 2017.
- Kanai, A. and McGrane, C., "Feminist filter bubbles: ambivalence, vigilance and labour", *Information, communication & society*, Vol. 24, No.15, 2021.

- Kearney, M.W., "rtweet: Collecting and analyzing Twitter data", *Journal of open source software*, Vol.4, No.42, 2019.
- Knobloch-Westerwick, S., *Choice and preference in media use: Advances in selective exposure theory and research*, Routledge, 2014.
- Kreiss, D., "The networked self in the age of identity fundamentalism", *In A networked self and platforms, stories, connections* (pp.12-28), Routledge, 2018.
- Kreiss, D., Lawrence, R.G. and McGregor, S.C., "Political identity ownership: Symbolic contests to represent members of the public", *Social media+society*, Vol.6, No.2, 2020.
- Kreiss, D. and McGregor, S.C., "A review and provocation: On polarization and platforms", *New media & society*, Vol.26, No.1, 2024.
- Kuo, R. and Marwick, A., "Critical disinformation studies: History, power, and politics", *Harvard Kennedy School misinformation review*, Vol.2, No.4, 2021.
- McGregor, S.C., "Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion", *Journalism*, Vol.20, No.8, 2019.
- Möller, J., Trilling, D., Helberger, N. and van Es, B., "Do not blame it on the algorithm: an empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity", *In Digital media, political polarization and challenges to democracy* (pp. 45-63), Routledge, 2020.
- Negroponte, N., "The digital revolution: Reasons for optimism", *Futurist* Vol.29, No.6, 1995.
- Nelson, J.L. and Webster, J.G., "The myth of partisan selective exposure: A portrait of the online political news audience," *Social media+ society*, Vol.3, No.3, 2017.
- Newman, N., *Digital news report 2023*, Reuters institute for the study of journalism, 2023.
- Nielsen, R.K. and Vaccari, C., "Do people "like" politicians on Facebook? Not really. Large-scale direct candidate-to-voter online communication as an outlier phenomenon," *International Journal of Communication*, 7, 2013, p.24.
- Noble, S.U., *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism. In Algorithms of oppression*. New York university press, 2018.
- Pariser, E., *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, London: Penguin, 2011.
- Pariser, E., *Did Facebook's Big Study Kill My Filter Bubble Thesis? Wired*. Retrieved from <https://www.wired.com/2015/05/did-facebooks-big-study-kill-my-filterbubble-thesis/>, 2015.
- Prior, M., "Media and political polarization", *Annual review of political science*, Vol.16, No.1, 2013.
- Ramírez-Dueñas, J. M., and Humanes, M. L., "Selective exposure and audience polarization: An analysis through the accumulated consumption of political information in Spain", *Cuadernos.info*, Vol.56, 2023.
- Schlogl, L., *Digital Activism and the Global Middle Class: Generation Hashtag*, Routledge, 2022.
- Settle, J.E., *Frenemies: How social media polarizes America*, Cambridge University Press, 2018.
- Shirky, C., *It's not information overload. It's filter failure*. Web. September, 2008.
- Sides, J., Tesler, M. and Vavreck, L., "Hunting where the ducks are: activating support for

- Donald Trump in the 2016 Republican primary”, *Journal of elections, public opinion and parties*, Vol. 28, No.2, 2018.
- Spohl, D., “Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media”, *Business information review*, Vol.34, No.3, 2017.
- Stalder, F., *The digital condition*, John Wiley & Sons, 2018.
- Sunstein, C.R., *Going to extremes: How like minds unite and divide*, Oxford University Press, 2009.
- Taber, C.S. and Lodge, M., “Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs”, *American journal of political science*, Vol.50, No.3, 2006.
- Vaccari, C. and Valeriani, A., *Outside the bubble: Social media and political participation in western democracies*, Oxford University Press, 2021.
- Weeks, B.E. and Hasell, A. and Weeks, B.E., “Partisan provocation: The role of partisan news use and emotional responses in political informationsharing in social media”, *Human Communication Research*, Vol.42, No.4, 2016.
- Weinberger, D., *Is There an Echo in Here? Salon*, Retrieved from https://www.salon.com/2004/02/21/echo_chamber/, 2004.
- Wojcieszak, M.E. and Mutz, D.C., “Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement?”, *Journal of communication*, Vol.59, No.1, 2009.
- Wright, S., “From “third place” to “third space”: Everyday political talk in non-political online spaces”, *Javnost-the public*, Vol.19, No.3, 2012.
- Zaller, J., *The nature and origins of mass opinion*, Cambridge University, 1992.
- Zuiderveen Borgesius, F., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C.H. and Helberger, N., “Should we worry about filter bubbles?”, *Internet Policy Review Journal on Internet Regulation*, Vol.5, No.1, 2016.
- 머니투데이. 2020년 4월 5일자 기사.
- 머니투데이. 2023년 7월 22일자 기사.
- 조선일보. 2012년 12월 31일자 기사.
- 한국리서치. 2023. 한국사회 정치사회 의식조사 원자료(raw data)

【 Abstract 】

Digital Media and Political Polarization: The Social Factors Perspective

Hee Min

In recent years, digital media has become a key driver of political polarization. The personalization algorithms of digital media are believed to increase the potential for bias and selective exposure in the process of acquiring information and shaping political preferences. Existing studies predominantly focus on the technological factors influencing digital media participation. However, political polarization is more fundamental and complex phenomenon that cannot be explained solely by technological factors such as personalization algorithms. Acknowledging this, the study moves beyond the “technological” filter bubble to highlight the “social” factors that contribute to bias in digital media use. Specifically, it examines the demand side by analyzing the selective behavior of media users and the supply side by considering the political context. This discussion is an attempt to comprehensively analyze the functioning of political society through the lens of digitalization. By doing so, this study aims to identify the more pressing social issues that drive political polarization and uncover the various forms of exclusion and hatred embedded within our society.

Key Words : Digital Media, Political Polarization, Filter Bubble, Echo chamber, Selective exposure

• 논문투고일 : 2025년 1월 19일 / 논문심사완료일 : 2025년 2월 19일 / 게재확정일 : 2025년 5월 27일

