

유튜브와 당파적 분열 : 유튜브 시사·정치채널 분석을 중심으로

장우영* · 송경재**

• 요 약 •

이 연구는 더불어민주당을 사례로 온라인 플랫폼이 정당 내부의 당파적 분열에 미치는 영향을 분석하였다. 우선 언론 보도 분석을 통해 정당 내부의 갈등 현황과 문제점을 고찰하고, 이어서 유튜브 시사·정치채널이 이에 개입하는 양상을 분석하였다. 구체적으로 연구는 20대 대선 이후의 민주당 내 갈등을 다룬 유튜브 시사·정치채널 동영상상을 대상으로 정당 내부의 양극화 균열 현상과 특징을 다음과 같이 확인하였다.

첫째, 유튜브 시사·정치채널은 정당 내외부 경계에서 정파적 채널을 구축하며 당내 특정 계파 시각에서 의제설정과 여론형성을 주도하고 있다. 특히 양대 정당 주류 집단을 지지하는 강성 시사·정치채널이 유튜브 정치공론장 생태계를 수직적으로 재구조화하고 있다. 둘째, 유튜브 시사·정치채널은 유사 저널리즘 기제로 운영되고 있으며, 정파주의 침병으로 주류 계파의 기득권을 옹호하고 혐오와 분열 표현을 동원하여 비주류를 억압함으로써 정당정치를 형해화하고 있다. 셋째, 시장의 책무성과 자율규제를 제도화하여 합리적 공론의 기반을 구축해야 한다. 이를 위해서는 규제정책에서 국제적 표준에 조응하는 상호주의의 시각이 요청된다.

주제어 : 선택적 노출, 에코챔버, 정치 유튜브, 정치양극화, 필터버블

I. 서론

우리사회의 정치양극화는 두말할 나위 없는 국가적 병폐이다. 민주화 이후 다수결주의에 기초한 선거 경쟁의 정상화와 다원적 정치균열구조의 착근 및 이에 반응하는 정당체

* 대구가톨릭대학교 정치외교학과

** 상지대학교 사회적경제학과

체의 재정렬(realignment)이 정치양극화의 구조적 원인으로 이해된다. 선행 연구들이 제시하는 결과 또한 양당제를 기축으로 정당·이념간 거리가 멀어지며 지지집단을 넘어 국민 일반으로 전이되는 경로를 보여준다. 특히 디지털 전환 환경에서의 정치엘리트의 탑다운(top-down) 방식의 지지층 동원과 미디어를 활용한 편향동원(bias mobilization)이라는 두 가지 특징이 두드러지게 나타나고 있다.¹⁾

최근 우리나라의 정치양극화 양상은 ‘양극의 양극화(polarization of two poles)’와 ‘정서적 양극화(affective polarization)’라는 새로운 특징의 조합을 드러내고 있다. 먼저, 양극의 양극화는 이념적으로 분화된 양극 내부의 당파적 갈등(factional conflict)이 임계수준을 넘어 정치과정을 왜곡하고 민주주의를 위협하는 현상을 일컫는다. 둘째, 정서적 양극화는 가치와 이념 대립의 기저 층위에서 호오(好惡)와 같은 감정적 차원의 대립이 양극화 기제로 작동하여 증오 표현(hate speech), 부정적 투표(negative voting), 공작·테러와 같은 물리적 적대 등으로 표출되는 현상을 일컫는다.²⁾ 최근 일련의 글로벌 조사(Pew Research, 2022)는 우리나라의 ‘양극의 양극화’와 ‘정서적 양극화’가 세계 최상위 수준으로 위협적인 양상을 보여준다.

이 연구는 정당정치에서 온라인 플랫폼을 매개한 정치양극화 현상을 고찰하며, 분석 목표는 다음과 같다. 첫째, 온라인 플랫폼을 매개로 뉴미디어와 정치양극화 간 부의 상호작용(negative reaction)이 심화되는 사례를 분석한다. 지배적인 동영상 플랫폼의 위상을 굳히며 세계 시장을 석권하고 있는 유튜브는 일상정치·선거캠페인·사회운동 등 국내 정치과정에서 영향력을 확대하고 있다. 그리고 특히 일군의 유튜브 등 과대대표된 액티비스트들이 정치 진영을 구축하고 양극화를 촉진하고 있는 기제로 활용되고 있다. 덧붙이면 20대 대통령선거 전후로 약 1,000여 개의 시사·정치채널이 주도적으로 동영상 콘텐츠를 생산하며 정치양극화를 촉발하고 있다. 이 중 구독자수 기준으로 상위 10% 정도의 채널이 빅 스피커로 정당과 지지층을 가교하는 플랫폼으로 역할하며 정치과정에 영향을 미치는 것으로 분석되고 있다. 이 가운데 이목을 끄는 대목은 시사·정치채널이 동영상 생산을 넘어 진영을 구축하고 유력 정치인과의 일체감을 추구하는 정치팬덤(political fandom)과 정치적 사인주의(political privatization)를 발흥시켜 정당정치와 당내 민주주의를 위협하고 있다는 것이다.³⁾

1) 장우영. 2023. “유튜브와 민주주의.” 『한국과 세계』 5(2). 95-128.
2) 장우영. 2024. “유튜브와 정당정치: 증오와 분열로의 퇴행.” 『미래대연합 정치개혁 토론회 발표문』.
3) 장우영·송준모. 2022. “유튜브 선거캠페인과 정치양극화.” 『디지털 메가트렌드 연구용역 보고서: 디지털 대전환기 정치과정의 선순환 구축』. 과학기술정보통신부·정보통신정책연구원.; 송경재·장우영. 2023. “유튜브 정치정보 이용 행태와 사회 분극화: 정치/시사 채널 시청자 집단을 중심으로.” 『사회과학연구』 31(2).

둘째, 정치적 태도극화(behavior polarization)와 정서적 양극화를 촉진하는 유튜브 발화자 및 문제성 정보(content concerned)의 특징을 분석한다. 유튜브 채널은 수용자에 대한 설득력을 높이기 위해 기존 방송의 형식을 차용하며 유사 저널리즘(pseudo-journalism)의 경향을 강화하고 있다. 반면 게이트키퍼(gate-keeping)이 작동하지 않는 메커니즘으로 인해 정보품질이 취약하고 지지층 동원에 경도되어 편향된 보도 태도가 강화될 가능성이 크다. 특히 시사·정치채널은 이념적 중립지대가 협소하므로, 당파적 주장과 적대적 언술이 범람하며 동종집단의 결속력을 기제로 작동하기 쉽다. 이러한 상황에서는 동종집단의 강한 연대(strong ties)로 말미암아 의도적 조작, 무책임한 편승, 정략적 과장 등 공론장을 위협하는 주장이 횡행할 것으로 예측된다. 흔히 언급되는 필터버블(filter bubble)과 에코 챔버(echo chamber) 등 확증편향과 태도극화의 범람은 이러한 맥락에서 작동한다. 아울러 채널의 운영과 영향력을 확대하기 위한 상업화 이슈도 제기되는데, 대개 직업 유튜버 채널의 구독자 충원과 상업광고 확대가 당파적 이익공동체의 근간으로 작동할 여지가 적지 않다.

셋째, 지도부와 공직후보 선출 등 정당 내외의 제도적 권력경쟁을 둘러싸고 진영논리에 의거해 정당정치와 당내민주주의를 저해하고 당파적 이익을 도모하는 퇴행 현상을 분석한다. 온라인 플랫폼을 매개한 정당정치 개입은 2001년 새천년민주당의 국민경선제 도입을 통해 제도적 환경이 구축되었다.⁴⁾ 이후 정치팬덤이 정당개혁과 당원 참여를 명분으로 책임당원제를 통한 당내 노선 경쟁과 공천 개입이 시도되었다. 이는 일면 참여민주주의를 촉진하였으나, 진영의 렌트추구(rent-seeking) 기제로 활용되어 당내 다양성과 민주주의를 위협하였다. 아울러 진영논리를 주축으로 사고·판단하는 행위가 만연하여 정당의 사유화와 더불어 양극의 양극화의 진원으로 착근하였다.

이 연구는 더불어민주당(이하 ‘민주당’)을 사례로 온라인 플랫폼이 정당정치와 정치양극화에 어떤 영향을 미치고 있는지 실증적으로 분석한다. 이 연구에서 특정 정당을 사례로 채택한 근거를 덧붙이면 다음과 같다. 우선 21대 국회와 22대 총선 과정에서 뉴미디어를 매개한 팬덤과 계파주의가 결합한 정치현상이 민주당에서 극적으로 표출되었다는 점이다. 그리고 이 연구에서 고찰하는 바처럼, 뉴미디어 생태계를 재구조화한 유튜브 기반의 당파적 분열의 새로운 양태가 민주당의 주류를 지지하는 유튜버와 대의정치집단에 의해 촉발된 점도 주목할 수 있다. 또한 민주당 사례의 분석을 토대로 22대 총선 패배와 윤석열 전 대통령 탄핵 전후의 국민의힘 당파적 분열을 고찰하는 데에도 유용한 시사점

294-320.

4) 장우영. 2007. “ICTs와 정당의 ‘적응’: 정치인 팬클럽의 역할을 중심으로.” 『국제정치논총』 47(1). 95-119.

을 제공할 것으로 기대된다. 이러한 시각에서 이 연구는 특히 주요 유튜브 시사·정치채널이 ‘양극의 양극화’와 ‘정서적 양극화’를 촉진하고 있는 양태를 고찰하고 한국 정치의 도전적 과제를 논의하기로 한다. 이 연구는 특히 매스미디어(언론보도기사)와 유튜브(시사·정치채널 콘텐츠)를 대조적으로 분석하는 방식으로 논의의 범주를 구획하였다.

II. 유튜브와 당파적 동원

현대 민주주의 사회에서 유튜브는 단순한 동영상 공유 플랫폼을 넘어 지배적인 정치 공론장이자 새로운 정치과정의 기제로 부상했다. 그러나 이러한 영향력은 참여민주주의 발전에 기여함과 동시에, 심각한 정치적 양극화를 초래하고 있다. 유튜브가 정치 양극화를 심화시키는 과정은 개인의 심리적 요인과 플랫폼의 기술적 특성이 결합하여 발생한다. 특히 이 과정은 선택적 노출(selective disclosure), 필터버블(filter bubble), 에코챔버(echo chamber)라는 세 가지 핵심 기제의 연쇄적 작용으로 구조화되고 있다.⁵⁾

첫째, 유튜브 등 뉴미디어 수용자(reader)는 동종선호(homophily)의 관념으로 인해 자신의 기존 신념이나 정치적 성향과 일치하는 정보만을 소비하는 선택적 노출 성향을 강하게 띤다. 즉 심리적 안정을 추구하며 자신의 견해와 유사한 채널에만 접근하고, 반대되는 정보는 의식적으로 회피하는 경향을 보인다.⁶⁾

둘째, 유튜브 추천 알고리즘은 이러한 경향을 기술적으로 증폭시킴으로써 필터버블을 촉진한다. 유튜브 알고리즘은 민주적 공론장의 작동이 아니라, 수용자의 동영상 이용 시간을 극대화하려는 상업적 이익 추구에서 비롯된다. 추천 알고리즘은 이용자의 시청 이력을 토대로 유사한 성향의 콘텐츠를 제공한다. 지난 제21대 대통령선거 상황을 가정한 네트워크 분석(network analysis) 결과, ‘이재명’이나 ‘김문수’ 등 정치 성향이 뚜렷한 키워드로 검색할 경우, 추천 네트워크는 매우 촘촘하고 응집력이 높은(폐쇄적인) 구조를 보였다. 반면 ‘대선’, ‘투표’ 등 중립적 키워드는 상대적으로 분산된 네트워크를 보였다.⁷⁾

5) Bergen, Mark. 2022. Like, Comment, Subscribe: Inside Youtube's Chaotic Rise to World Domination. Viking Books. 신술일 옮김. 2024. 『유튜브, 제국의 탄생』. 서울: 현대지성.; Pariser, Eli. 2018. *The Filter Bubble What The Internet Is Hiding From You*. London: Penguin Book.; 이효성. 2021. “소셜미디어에서의 정치적 상호작용 참여와 정당지지 의도에 미치는 유튜브의 뉴스·시사 및 오락 콘텐츠 이용의 영향.” 『언론과학연구』 21(2). 48-85. ; 오대영. 2018. “유튜브 정치동영상 이용이 정치사회화에 미치는 학습효과: 정치효능감, 정치관심도, 정치참여를 중심으로.” 『교육문화연구』 24(1), 97-115.

6) Marzouki, M. E. 2015. “Satire as counter-discourse: Dissent, cultural citizenship, and youth culture in Morocco” 77 (77): 282-296.

이는 알고리즘이 이용자를 정치적으로 동질적인 정보 환경에 가두는 필터버블을 생성하고 있음을 실증적으로 보여준다.

셋째, 선택적 노출과 필터버블은 에코챔버라는 사회적 현상으로 외화된다. 에코챔버는 편향된 정보 환경(필터버블) 안에서 동질적 사고나 선호를 가진 이용자들이 상호작용하며 기존의 신념을 더욱 강화하는 폐쇄적 소통 메커니즘을 뜻한다. 소셜미디어와 포털 사이트의 댓글 섹션은 전형적인 에코챔버 기제이다. 원문은 양산된 댓글과의 동조화를 통해 담론 덩어리(lump of discourse)로 증폭된다. 유튜브는 원문을 동영상으로 제공함으로써 댓글과의 상호작용에서 실시간성과 역동성이 배가된다.⁸⁾

유튜브 댓글창은 제22대 총선 기간 정당 및 국회의원 채널의 댓글 46,801개를 분석한 결과, 댓글의 90% 이상이 ‘긍정’ 또는 ‘중립(사실상의 지지)’ 감성을 표출했다. 이는 유튜브 채널이 반대 의견과의 토론이 이루어지는 공간이 아니라, 지지자들이 결집하여 확증 편향을 강화하는 공간으로 기능한다는 것을 실증적으로 보여준다.⁹⁾

6개의 주요 정치 유튜브 채널 구독자와 일반 유권자를 비교 분석한 연구에 따르면, 유튜브 사용자들은 일반 유권자들보다 양대 정당(더불어민주당, 국민의힘) 간의 ‘이념적 거리감’을 훨씬 더 크다고 인식하는 것으로 나타났다. 그리고 자신이 지지하는 정당과 상대 정당 사이의 호감도 차이, 즉 ‘정서적 양극화(affective polarization)’의 정도 역시 유튜브 사용자 집단에서 현저히 높게 측정되었다.¹⁰⁾

유튜브가 정치 영역에서 이토록 강력한 영향력을 갖게 된 배경에는 기존 미디어 환경의 변화와 유권자들의 인식 변화가 자리하고 있다. 특히 2017년 박근혜 전 대통령 탄핵 국면은 국내 정치 유튜브 지형에 결정적인 분기점이 되었다. 당시 기성 언론보도를 불신하는 보수 성향 유권자들이 유튜브를 ‘대안 미디어’로 인식하기 시작했으며, ‘신의한수’와 같은 정치 시사 채널이나 ‘태극기집회’를 생중계하는 개인 유튜버들이 급부상했다. 이에 대응하여 진보 진영 역시 ‘알릴레오’ 등 유력 채널을 통해 유튜브 여론전에 뛰어들면서, 유튜브는 좌우 정치 이념이 첨예하게 대립하고 동원되는 핵심적인 정치 공간이 되었

7) 김창숙. 2021. “2002년 총선과 유튜브 저널리즘.” 『방송과 커뮤니케이션』 22(2). 130-166. ; 최민영·정세훈·임소영. 2025. “유튜브 추천 알고리즘의 정치적 필터버블 현상 분석.” 『정치커뮤니케이션 연구』 78. 37-74.

8) 송화영·박세정·박한우. 2020. “2020년 국회의원 선거 기간의 유튜브 빅데이터 분석.” 『Journal of Korean Analysis』 22(5). 2063-2074.; 송화영·이정민·박한우. 2020. “제20대 대선 유튜브 선거캠페인 댓글연결망 분석.” 『한국콘텐츠학회논문지』 23(2). 89-100.

9) 최민영·김찬동·방소미·정혜승·주이시·김성태. 2023. “유튜브를 활용한 정당 및 국회의원의 선거캠페인 연구.” 『정치커뮤니케이션 연구』 74. 107-154.

10) 김하나. 2022. “정치 유튜버의 공신력 속성이 콘텐츠 태도와 유권자의 정치적 의사결정에 미치는 영향.” 『한국콘텐츠학회논문지』 22(10). 563-574.

다.¹¹⁾

정치 유튜버와의 공생정당과 후보자들은 공식 채널뿐만 아니라, 우호적인 외부 정치 유튜버(개인)들과의 공생 관계를 구축한다. 2017년 탄핵 국면을 기점으로 등장한 ‘대안 미디어’로서 정치 유튜버들은 기존 언론이 다루지 않는 현장(예: 태극기집회)을 생중계하며 지지층을 결집시켰다. 이들은 정당의 공식 채널이 수행하기 어려운 ‘공격수’ 역할을 담당하며, 상대 진영에 대한 비판과 의혹 제기에도 집중한다. 이후 22대 총선 분석 결과도 긍정적 콘텐츠가 부정적 콘텐츠보다 2배 이상 많이 제작되었음에도 불구하고, 평균 조회 수는 부정적 콘텐츠가 더 높게 나타났다. 이는 유권자들이 갈등적이고 자극적인 콘텐츠에 더 강하게 반응함을 보여주며, 정당과 유튜버들이 이러한 콘텐츠를 전략적으로 생산할 유인을 제공한다. 21대 총선 분석에서도 인플루언서 채널은 ‘사실 전달’ 중심의 방송사 채널과 달리 ‘의견 중심’의 편향된 콘텐츠가 압도적으로 많았다.¹²⁾

정치적 설득 과정에서 ‘누가’ 말하는지가 중요하게 작용했다. 정치인이 아닌 개인 ‘정치 유튜버’의 ‘공신력’ 속성을 분석한 결과, 시청자가 콘텐츠 자체에 대해 긍정적 태도를 가지는 데는 유튜버의 유사성(나와 비슷함)과 카리스마가 중요했다. 반면, 영상에 등장하는 ‘정치인이나 정당’에 대한 태도를 긍정적으로 형성하는 데는 ‘전문성’보다 유튜버와의 친숙성(유대감)과 카리스마가 더 큰 영향을 미쳤다. 이는 유튜브 정치 커뮤니케이션이 합리적 논리보다는 정보원과의 정서적 유대감에 크게 의존하고 있음을 시사한다.¹³⁾

이처럼 기존의 실증 연구는 유튜브의 정치적 활용이 한국사회의 이념적 정서적 양극화를 심화시키는 핵심 기제로 작동하고 있음을 보여준다. 덧붙이면 유튜브의 정치적 활용은 지난 30여 년간 인터넷과 소셜미디어 등 뉴미디어를 매개한 역동적인 정치과정의 재구조화의 연속선상에서 논의할 수 있다. 즉 시민참여 활성화, 정당과 유력 정치인들의 능동적 반응, 선거캠페인 전략 변화에서 유튜브는 경로의존적(path-dependent) 특징을 보인다. 반면 정보화 역기능의 측면에서 이는 유튜브를 매개한 동종선호, 편향동원, 정치양극화로 이어지는 부의 메커니즘(negative mechanism)으로 악화될 수 있다는 것을 뜻한다. 실제로 시사·정치채널에 허위, 혐오, 분열의 내용으로 구성된 동영상의 범람하며 탈진실과 양극화를 조장하는 양상이 임계수준을 넘어서고 있다.¹⁴⁾

11) 이종명. 2021. “광장 정치와 집회 유튜버의 활동.” 『한국언론학보』 65(6). 147-201.

12) 장우영. 2021. “유튜브 정치동영상의 정치적 효과에 관한 시론적 연구: 한국의 21대 총선을 중심으로.” 『한국과 국제사회』 6(1). 89-115.

13) 원성심. 2020. “유튜브를 통한 정치인의 자기표현.” 『한국방송학보』 34(3). 137-173.

14) 장우영·송경재·유승현. 2023. 『국회 입법조사처 정책연구용역보고서: 소셜미디어와 플랫폼과 정치양극화의 개선과제』. 국회 입법조사처.

이 연구는 한국의 언론 빅데이터인 빅카인즈(bigkinds)의 자료를 기반으로 추세분석과 내용분석을 수행하여, 이슈를 추출하여 이슈별로 유튜브에서 확산되는 정치양극화의 특징과 정당정치 변화를 분석한다. 그리고 부가적으로 언론기사 분석에 의거하여 정치팬덤 등 정치적 사인주의 기반의 진영갈등과 당내 민주주의 위협 사례를 분석한다. 언론기사는 경쟁적 저널리즘 시장에서 게이트키퍼를 통해 구축된 객관적 자료라는 점에서 수용자에게 전달되는 메시지의 집합적 속성을 이해하는 데 도움을 줄 것으로 판단된다.

이 연구의 분석방법은 연구문제에 조응하여 크게 세 차원으로 이루어진다. 첫째, 저널리즘 시각에서 언론보도기사 분석을 통해 갈등 사례의 현상과 특징을 고찰한다. 이 분석의 적실성을 기하기 위해 한국언론진흥재단의 빅카인즈 서비스를 활용하여 내용분석(content analysis)을 수행했으며, 추세 및 의미연결망에 대한 분석을 병행한다. 둘째, 유튜브 시사·정치채널의 프로필 분석과 동영상의 내용(썸네일)분석을 수행한다. 즉 동영상 정보의 일반적 특성을 파악하고, 주요 유튜브 시사·정치채널 생태계 현황 및 운영 현황과 운영자 활동 특성을 분석한다. 셋째, 문제성 정보의 속성을 고찰하여 허위조작정보(disinformation), 혐오표현(hate speech), 분열 표현이 정당 내부의 진영갈등과 정치양극화를 촉진하는 문제점을 제시한다.

Ⅲ. 민주당 내 당파 갈등과 분열: 저널리즘의 시각에서

1. 분석 자료의 구축과 특성

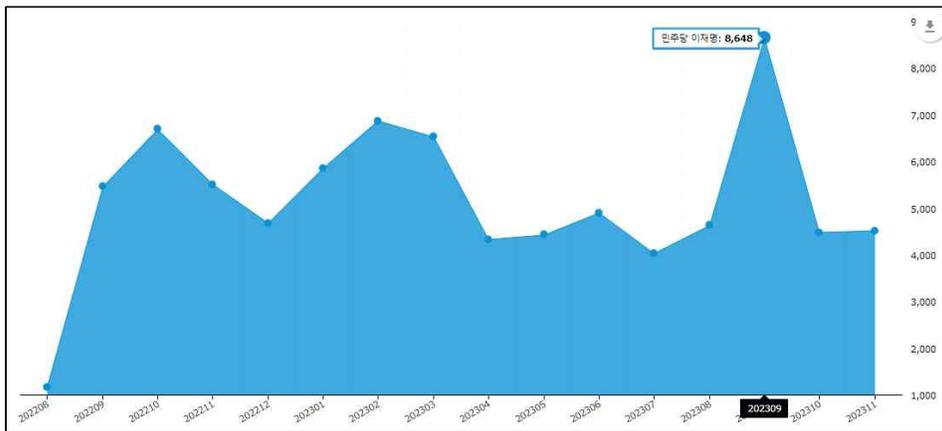
본 연구에서는 20대 대선 이후의 민주당 내 갈등을 다룬 유튜브 시사·정치채널의 내용과 함께 언론이 비추고 있는 여론을 분석하기로 한다. 이는 유튜브라는 제한된 공간을 넘어 기성 언론과 레거시 미디어(legacy media)가 민주당 내 갈등 현황을 어떻게 조망하고 수용자에게 제공하고 있는지 20대 대선 이후 민주당을 둘러싼 정치적 환경과 주요 이슈가 무엇이었는지 알려줄 것으로 여겨진다. 이 분석을 위해서 한국언론진흥재단의 빅카인즈(bigkinds) 시스템에서 언론기사를 추출하고 빅데이터 분석 기술을 활용해 도출된 결과를 논의하기로 한다. 빅카인즈가 원문 기사 서비스를 제공하고 있는 언론사는 국내의 53개 신문과 방송을 포함한다.

〈표 1〉 빅인즈 서비스 언론사

연번	구분	언론사
1	전국일간지	11 경향신문, 국민일보, 내일신문, 동아일보, 문화일보, 서울신문, 세계일보, 조선일보, 중앙일보, 한겨레, 한국일보
2	경제일간지	8 매일경제, 머니투데이, 서울경제, 아시아경제, 아주경제, 파이낸셜뉴스, 한국경제, 헤럴드경제
3	지역일간지	28 강원도민일보, 강원일보, 경기일보, 경남도민일보, 경남신문, 경상일보, 경인일보, 광주매일신문, 광주일보, 국제신문, 대구일보, 대전일보, 매일신문, 무등일보, 부산일보, 영남일보, 울산매일, 전남일보, 전북도민일보, 전북일보, 제민일보, 중도일보, 중부매일, 중부일보, 충북일보, 충청일보, 충청투데이, 한라일보
4	방송사	4 KBS, MBC, OBS, SBS, YTN
5	전문지	2 디지털타임스, 전자신문

* 출처: 2023년 11월 30일 기준.

분석 기간은 민주당이 20대 대선에서 패한 뒤 신임 대표를 선출한 때부터 21대 총선 공천을 앞둔 시점까지로 설정하였다(2022년 9월~2023년 11월). 우선 1차 키워드-‘민주당 & 이재명’-을 포함한 언론 기사를 추출해서 분석하였으며, 그 결과를 토대로 2차 키워드-‘민주당 & 수박’-을 포함한 언론 기사를 추출하여 분석하였다.

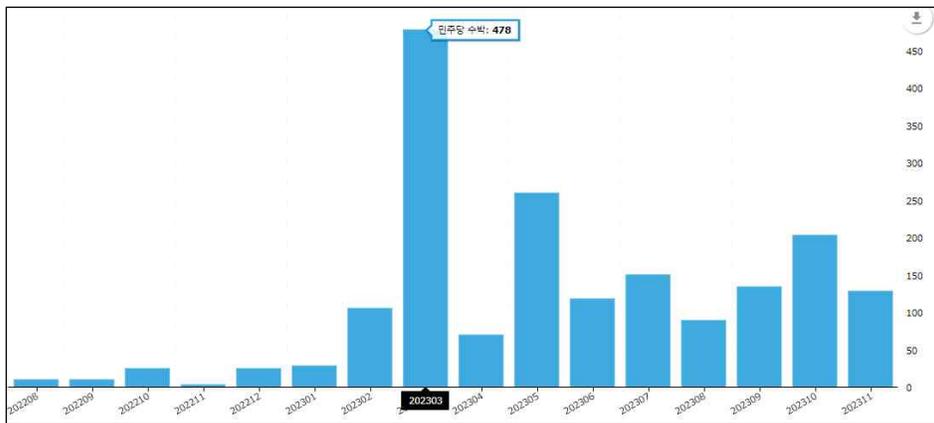


〈그림 1〉 월간 ‘민주당 & 이재명’ 키워드 포함 언론보도 추이

첫째, ‘민주당 & 이재명’ 키워드로 분석 기간 언론보도 추이(그림 1)를 도출하였다. 분석

에서 키워드로 도출된 결과 87,152건이 집계되었으며, 2022년 24,849건, 2023년 62,303건이었다. 그중 2023년 9월에는 월간 기사 건수가 8,648건으로 월간 기준으로 가장 많은 기사가 생산되었다. 이 기간 정치 이슈는 이재명 대표의 구속영장 청구와 체포동의안 처리, 법원 구속적부심 결정 등으로 당대표의 사법 리스크와 방탄 논란이 절대적으로 많은 지면 양을 차지했던 것으로 조사되었다.

다음으로 ‘민주당 & 수박’ 키워드로 분석 기간의 언론보도 추이(그림 2)를 도출하였다. 분석 결과, 언론 보도 건수는 1,872건으로 집계되었다. 구체적으로 살펴보면, 2022년에는 76건에 불과했지만 2023년은 1,796건으로 급증했고, 특히 2023년 3월에 478건으로 가장 많은 월간 기사가 작성되었다.



〈그림 2〉 월간 '민주당 & 수박' 키워드 포함 언론보도 추이

2. 내용분석

이 연구에서 추세분석은 단순히 경향성을 설명하는 차원을 넘어, 등락의 추세가 급격한 변곡점의 시기별로 대표기사를 내용분석한 결과로서, 그에 바탕하여 추론적 탐색적 분석을 넘어 인과적 해석적 분석을 수행했다. 구체적으로 이 절에서는 빈도수를 기준으로 각각 상위 100개씩의 대표 언론기사를 추출하여 내용분석을 수행하였으며, 그 특징을 논의하면 다음과 같다. 대표기사 목록은 부록 파일에 제시하였다. 첫째, 연관어 클라우드에서 질문과 관련된 키워드가 상당수 추출되었는데, 이는 대표기사 중에서 정치평론가가 출연한 섹션에서 비중 있게 다루어졌음을 시사한다. 언론사들이 대부분 기사를 작성하면서 전문가나 정치평론가 인터뷰를 게재하는데, 이러한 기사작성 방법이 기사에 누적되면

내부 갈등이 임계수준에 이르렀던 기간이다. 특히 ‘수박(깨기)’이라는 조어는 주요 연관어로 등장하는 ‘개딸’, ‘재명이네마을’, ‘친명 유튜브’, ‘친명 공천 희망자’ 등 강성 지지층과 이해당사자들이 구축한 진영으로부터 파생·확산한 것이 확인된다. 빈도수 기준 상위 100개의 언론기사의 내용분석에 의하면, 민주당 내 이견집단에 대한 비윤리적 공격에도 불구하고 일부 주류세력이 이를 조장한 것은 당내 민주주의 파괴로 지적되었다. 나아가 언론은 국민 일반의 여론과 괴리된 강성 집단을 정당정치외의 준거로 삼는 행위를 정치적 퇴행으로 비판하였다. 특히 20대 대선과 7회 지방선거에서 연패한 민주당 내 진영갈등은 22대 총선을 앞두고 낮은 수준의 정치적 책임성(political accountability)의 전형으로 일컬어졌다.

연관어를 중심으로 내용분석의 결과를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 키워드 중 ‘개딸’이 압도적으로 높은 빈도수를 보였다. ‘개딸’은 2023년 3월 이후 민주당의 기득권과 분열을 상징하는 키워드로 고착해서, ‘강성 지지층’, ‘운동본부’, ‘홍위병’, ‘현수막’과 같은 연관어로 함께 쓰이며 부정적 이미지를 각인시켰다. 둘째, 두 번째 키워드 군은 당내 분열에 편승하거나 촉진하는 집단과 인물이 확인되었다. 이들은 현역의원 외에 20대 총선 출마자들이 두드러진다. 이들은 비주류집단 현역의원 지역구 출마를 공언하며 소위 ‘수박감별사’를 자칭하거나 ‘수박 당도’와 ‘수박 깨기’ 같은 혐오를 동원하며 당내 갈등을 고조시켰다. 셋째, 세 번째 키워드 군은 ‘수박’에 해당하는 비주류 집단과 인물 관련 단어이다. 주요 연관어로 ‘배신자’, ‘비명계 의원들’, ‘감별 명단’, ‘지역구’, ‘당도’, ‘이낙연’, ‘고민정’이 여기에 속한다. 이렇듯 언론을 통해서 민주당에 대한 반지성적 분열이 고조되며 국민의 인식에 부정적임에도 불구하고, 이를 성찰하고 제어하는 장치가 민주당 내에서 작동하지 않고 22대 총선 공천과정에서도 이에 대한 자정이 이루어지지 않았다. 넷째, ‘윤석열 탄핵당’이나 ‘윤리감찰’과 같은 다소 이질적인 연관어가 등장했는데, 이는 윤석열 정부를 심판하기 위해 당내 이견집단에 대한 혐오를 감내해야 한다는 맥락을 조성하였다.

저널리즘의 기표-중심 이슈, 보도 프레임, 취재원-에 의거해서 상위 언론기사의 시각과 논조를 제언하면 다음과 같다. 첫째, 분석 기간 동안 민주당의 중심 이슈는 당대표의 사법처리 위기를 매개로 주류와 비주류 집단 간 당내 진영갈등이 지배적이었다. 친명과 비명, 자객공천, 강성 지지층, 혁신, 이해관계, 아사리관, 방탄, 팬덤 등이 중심 이슈를 시사하는 연관어로 등장하였다. 이 연관어를 포함한 언론기사들은 누가 친명계와 비명계에 속하는지 집단을 구분하는 실명 언급이 다수여서 당내 갈등행위자를 대중적으로 각인시켰다. 그리고 양 집단의 대조적인 문제 인식도 기사에서 큰 비중을 차지했는데, 특히 20대 대선 패배 원인에 대한 인식과 22대 총선 공천을 둘러싼 이해가 배후 맥락으로 작동

IV. 유튜브 시사·정치채널의 당파갈등 동원: 유사 저널리즘의 논리

1. 분석 자료의 구축과 특성

이 장에서는 한국 유튜브의 ‘뉴스/정치/이슈’ 카테고리에 속한 민주당 지지 성향 시사·정치 채널(이하 ‘친 민주당 채널’) 중 2023년 11월 30일 현재 구독자수 기준 상위 20개 채널과 해당 채널에서 생산하는 동영상상을 대상으로 발화자와 정보 속성을 분석하기로 한다. 시사·정치 채널은 1,000개 안팎을 유지하며 이념과 정파 기반의 생태계를 형성하고 있다. 따라서 상위 20개 채널은 생태계의 최상위 군집으로 이해할 수 있으며, 실제로 이 연구의 조사 결과 상위 20개 채널의 구독자수는 40~137만 명대에 분포하였고, 동영상상수와 구독자 반응에서도 하위 채널들을 압도함으로써 친 민주당 채널의 대표성을 가지는 것으로 이해할 수 있다. 이 연구에서는 구글에서 제공하는 유튜브 API(Application Programming Interface)를 활용해서 상위 20개 시사·정치 채널을 파악하였으며 목록은 <표 2>와 같다.

이 중 가장 많은 구독자를 보유한 채널은 2022년 10월 17일 개설된 ‘김어준의 겸손은 힘들다 뉴스공장’이고, 가장 많은 동영상을 업로드한 채널은 20,446개의 영상을 업로드한 ‘서울의소리’ 채널이었다.

이 연구는 20개 친 민주당 채널에서 생산한 동영상상의 내용분석과 패널분석을 통하여 내집단 갈등의 구도와 양태를 분석하는 것을 목표로 한다. <표 2>에 정리된 20개 채널에 2022년 4월부터 2023년 11월까지 게시된 동영상을 대상으로 두 단계로 150개의 대표 동영상을 추출하였다.

첫 단계에서는 채널별로 조회수 기준 상위 20개씩 400개의 동영상상¹⁵⁾에 대하여 정성적 분석을 통하여 일차로 당내 갈등을 표출한 60개(15%)의 분석 대상을 선정하였다. 이 절차와 기준에 의하면 구독자 반응이 높은 동영상 중 적지 않은 수가 극심한 정당 내 갈등을 표출하는 기제로 활용되고 있음을 추론할 수 있다. 그리고 둘째 단계에서는 일차 수

15) 세 가지 기준에 의거해서 분석 대상 동영상을 선정하였다. 첫째, 유튜브 숏츠(Shorts) 동영상의 수를 제한하였다. 유튜브 숏츠는 유튜브가 숏 폼(Short Form) 트렌드에 맞춰 2021년 7월 최초로 도입한 기능으로 전체 길이 60초 미만의 짧은 영상을 의미한다. 정보 제공을 목적으로 하는 채널에서 생산하는 유튜브 숏츠는 일반 동영상의 하이라이트 장면을 일부 편집하여 업로드하는 파생형 영상의 특성을 지니고 있다는 점을 고려하여 최종 분석 대상에서 숏츠 동영상 수는 최대 5개까지로 한정하였다. 둘째, 숏츠와 원본 동영상이 함께 존재하는 경우 원본 영상만을 최종 분석 대상에 포함하였다. 셋째, 기존에 업로드된 동영상을 특정 주제에 맞춰 병렬적으로 편집하여 업로드한 일명 ‘모아보기’ 혹은 ‘몰아보기’ 영상은 분석 대상에서 제외하였다. 이 기준을 적용한 400개의 최종 분석 대상 영상 중 일반 동영상은 309건(77.3%)이었으며 숏츠 영상은 91건(22.8%)이었다.

집 동영상의 썸네일(thumbnail)을 근거 키워드 검색-민주당, 이재명, 수박-을 통해 이차로 90개의 분석 대상을 선정하였다.

〈표 2〉 구독자수 기준 상위 20개 민주당 지지 성향 시사·정치 채널

	채널	채널 URL	채널 개설일	구독자수	동영상수
1	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장	https://www.youtube.com/channel/UCAAvo0ehWox1bbym3rXKBZw	2022.10.17.	1,370,000	348
2	매불쇼	https://www.youtube.com/channel/UCMYhq9OyGI5UEz_NTAoHY7A	2018.11.26.	1,330,000	1,753
3	판지방송국	https://www.youtube.com/channel/UCxvU6bRtYhNLvZleAIGa-FQ	2012.08.17.	1,240,000	900
4	서울의 소리	https://www.youtube.com/channel/UCUxTPRSns--15BX2537u7Rw	2010.01.07.	1,180,000	20,446
5	새날	https://www.youtube.com/channel/UCu1FzjrHosuKGvglx8oBi8w	2014.08.14.	850,000	9,078
6	열린공감TV	https://www.youtube.com/channel/UC4y2Jx26qCb7CrSt_i5bf1A	2019.01.21.	753,000	1,067
7	김용민TV	https://www.youtube.com/channel/UCIjnbFCt-4doBr7wtEIIbbw	2017.09.27.	683,000	6,993
8	빨간아재	https://www.youtube.com/channel/UCNRDgWEiilNZOicViq-FRKZQ	2013.02.13.	652,000	1,550
9	언론 알아야 바꾼다	https://www.youtube.com/channel/UC-VnP-VdGUaIbssXoOhz5OQ	2012.12.22.	648,000	3,205
10	시민언론 더탐사	https://www.youtube.com/channel/UCgZrbHKVOCdL4R_ibLGasCQ	2022.06.09.	641,000	1,685
11	이동형TV	https://www.youtube.com/channel/UCd4BxCKyMHG2J0X1SerTPaQ	2016.06.09.	608,000	1,408
12	고발뉴스TV	https://www.youtube.com/channel/UCX7-K_PSDtAiUDLEMQwrRoQ	2012.06.29.	597,000	3,333
13	스픽스	https://www.youtube.com/channel/UCgeOILcX6PReHdWImEnUVtg	2022.05.24.	594,000	5,820
14	정치일학	https://www.youtube.com/channel/UCXizVvs2c7LtfZAU25sK5Fg	2015.05.19.	552,000	879
15	강성범tv	https://www.youtube.com/channel/UCMNGwNS4yCEsCCyu2soQDrQ	2016.03.15.	548,000	1,107
16	시사타파TV	https://www.youtube.com/channel/UCzQJmmpZjqzJe96CwlrwIHQ	2014.06.02.	514,000	4,300

	채널	채널 URL	채널 개설일	구독자수	동영상수
17	박시영TV	https://www.youtube.com/channel/UCIMv9bOOGWGIfg6wPcRLItQ	2020.04.28.	481,000	1,192
18	알리미 황희두	https://www.youtube.com/channel/UCfjrVFRB_mTNU8iFtD7yAnA	2012.12.11.	472,000	3,218
19	뉴스반장	https://www.youtube.com/channel/UC0b7pdHf7Bs2DA9OVUe0XQA	2019.04.29.	444,000	3,903
20	이큐채널	https://www.youtube.com/channel/UCek6BDHDbP2C5pzbXDAoc4A	2015.12.08.	429,000	853

* 출처: 2023년 11월 기준.

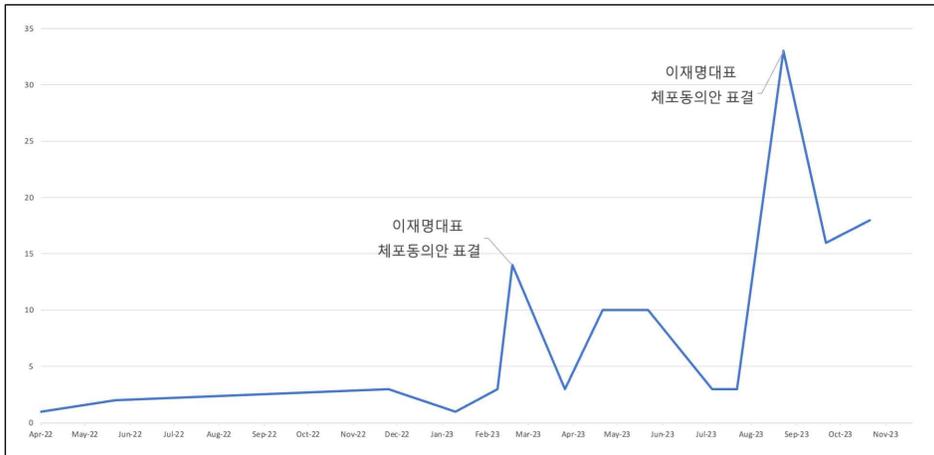
20개 친 민주당 채널별 분석 대상으로 선정된 150개의 동영상의 출처는 <표 3>에 정리되어 있다. 덧붙이면 주로 기성 미디어(legacy media)를 통해 보도된 내용을 별도의 편집 없이 그대로 전제하거나 인용하여 동영상을 송출하는 ‘빨간아재’ 채널은 분석 대상에서 제외하였다. 이밖에 특기할 만한 점은 ‘뉴스공장’과 ‘판지방송국’은 별개의 채널이나 동일인(김어준)이 운영하는 채널이기 때문에, 타 채널에 비해 선정된 동영상의 점유율이 상대적으로 높다는 점을 부언할 수 있다.

<표 3> 채널별 분석 대상 동영상수

연번	채널	동영상수	연번	채널	동영상수
1	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장	16	11	이동형TV	15
2	매블쇼	2	12	고발뉴스TV	7
3	판지방송국	5	13	스픽스	14
4	서울의소리	2	14	정치일학	1
5	새날	15	15	강성범tv	10
6	열린공감TV	1	16	시사타파TV	4
7	김용민TV	4	17	박시영TV	30
8	빨간아재	0	18	알리미 황희두	2
9	언론 알아야 바꾼다	5	19	뉴스반장	6
10	시민언론 더탐사	4	20	이큐채널	7

분석 대상 동영상 게시 추이는 완만한 등락을 보이다가 두 차례의 이재명 대표 체포동의안 국회 표결 시점에 급증하는 변곡점을 나타냈다. 이는 민주당 내 진영갈등을 뜻하는

데, 즉 주류의 시각에서 비주류를 일방적으로 공격하는 내용이 대부분이었다. 즉, 친 민주당 채널 생태계에서 비주류의 입장을 방어하는 기제는 거의 작동하지 않았다. 이는 우리나라 온라인공간의 경로의존적인(path-dependent) 현상인데, 동종집단이 분열될 경우 경합성을 띠기보다는 다수 지지층을 확보한 세력이 과대대표되는 양상이 반복되어왔다.



〈그림 5〉 민주당 내 진영갈등 동영상 게시 추이

150개 동영상 목록과 관련 정보는 부록을 통해 제시하였으며, 개요를 설명하면 다음과 같다. 첫째, 동영상 제목은 일부 지나치게 길거나 극도의 자극적인 표현을 줄이는 것 외에 섬네일을 변형 없이 인용하였다. 대개 동영상 제목이 길어서 시청하기 전에 그 내용과 제작 의도를 예단할 수 있다. 이는 경쟁적 개인 동영상 시장에서 시청자 반응-구독자수, 조회수-을 확보하기 위한 상업적 논리를 반영한다고 할 수 있다. 그리고 동시에 제목이 대단히 자극적이며 비윤리적인데, 정치적 목표를 위해 지지층에게 소구하는 편향동원과 태도극화의 정치적 맥락을 조성하고 있다. 이로 인해 동종의 생산자와 구독자로 구성된 집단이 채널을 기반으로 진영을 구축하게 될 개연성이 커진다.

둘째, 쇼츠(shorts) 동영상은 분석 대상에서 제외하는 것을 원칙으로 하되, 조회수가 높은 동영상 중에서 분석 목표에 해당하는 경우 정성적 검토를 통하여 26개를 분석에 포함시켰다. 대개 60초 내로 작성되는 쇼츠는 일종의 스폿 정치광고(spot political advertisement) 역할을 하거나, 본 동영상으로 시청자를 유인하는 역할을 수행한다.

셋째, 동영상에 대한 조회수, 좋아요수, 댓글수는 2023년 12월 8일을 기준으로 작성되

었다. 주지하듯이 이러한 반응성 지표들은 채널의 영향력을 확대재생산하는 기제로 활용된다. 분석 대상 동영상은 평균 315,658회의 조회수와 평균 22,819개의 좋아요수, 평균 787개의 댓글수를 기록했다.

〈표 4〉 분석 대상 동영상 반응성 지표 기술통계

지표	평균값	최소값	최대값
조회수	329,034	749	3,690,010
좋아요수	24,624	207	154,287
댓글수	749	16	10,680

2. 유사 저널리즘

이 절에서는 채널 운영과 동영상 프로그램 진행자의 저널리즘의 추구 및 진영갈등 행위를 논하기로 한다. 우선 이 채널들은 유사 저널리즘의 형식이 두드러지게 나타나는데 그 특징을 하면 다음과 같다. 첫째, 20개 채널은 TV, 방송, 채널, 뉴스, 탐사 등 저널리즘을 표방하는 용어를 채널명으로 사용하고 있다. 그리고 자신의 실명을 내세워 저널리스트로서의 대중적 위상을 추구하는 경향을 보인다. 이 중 채널 진행자의 신원을 파악할 수 없는 채널도 4개-‘언론 알아야 바꾼다’, ‘정치일학’, ‘뉴스반장’, ‘이큐채널’)로 관측되었다. 이들은 진행자가 등장하지 않은 채 사진과 동영상에 음성을 입혀 정보를 제공하는 채널 특성으로 인해 누가 동영상을 생산하고 있는지 파악할 수 없었다. ‘이큐채널’은 ‘이큐’(닉네임)라는 진행자가 동영상에 등장하고 있다. 다만 이 채널들의 진행자도 전문 유튜버 사이에서는 실체가 파악되고 있어 마케팅의 일환으로 이해할 수 있다. 시사·정치채널의 다양한 저널리즘 형식이 추구되는 이유를 진행자의 과거 이력과 누적된 전문성에서 찾을 수 있다.

둘째, 20개 채널 진행자는 직업 유튜버가 절대다수를 차지하였다. 과거 온라인 논객이나 블로거들이 대개 현업을 가진 상태에서 부업으로 활동해온 양상과 사뭇 대조적이다. 현업 스트리머(streamer)는 웹 브로드캐스팅(web broadcasting)과 더불어 등장하였는데, 팟캐스터나 BJ(Broadcasting Jockey)가 대표 유형에 해당한다. 한국은 인구수 대비 유튜버 수가 가장 많은 나라로, 현재 전문 직업으로서의 유튜버 수는 10만명을 상회하는 것으로 보고되고 있다. 20개 채널의 직업 유튜버들은 대부분 과거에 직업 언론인으로 활동한 이력을 가지고 있어 사실상 유튜브를 통해 저널리즘 행위를 확장하는 선도 집단으로 이해할 수 있다. 이 외의 진행자들도 정치인, 팟캐스터, 희극인들로서 방송과의 연관

성을 가지고 있다.

셋째, 20개 채널은 전문 스튜디오에서 동영상을 제작하고, 요일·시간대별로 독립 프로그램을 편성하는 등 전문성을 추구하고 있다. 그리고 방송 진행 방식 또한 공동 진행을 확대하고 프로그램별 패널 다변화를 통해 구독자에 대한 소구력을 높이고 있다. 가령 ‘매블쇼’, ‘시민언론 더탐사’, ‘스픽스’를 필두로 2인 이상의 공동 진행 시스템이 정착되고 있다. 특히 22대 총선이 다가오면서 프로그램 편성이 많이 증가하는 경향을 보였는데, 이는 유튜브가 선거 마케팅 시장의 주요 부문을 시사하였다. 아울러 지지층 확보가 시급한 예비후보군의 이해가 맞물려 시사·정치채널이 주요한 지지층 형성과 동원 기제로 역할하였다. 나아가 광고 횟수도 점증하여 정치마케팅의 상업적 논리가 결합되는 양태를 보여주었다.

〈표 5〉 친 민주당 유튜브 채널 진행자 이력

연번	채널명	진행자	전직	현직	주요 이력
1	김어준의 검슨은힘들다 뉴스공장	김어준	언론인(방송), 팟캐스터	직업 유튜버	-前 인터넷 언론사 판지일보 창립자 -前 TBS 라디오 김어준의 뉴스공장 진행자
2	매블쇼	정영진	언론인(방송), 팟캐스터	직업 유튜버	-現 유튜브 채널 ‘삼프로tv’진행자
		최옥	희극인, 팟캐스터	직업 유튜버	-前 울산 MBC라디오 개그맨
3	판지방송국	김어준	언론인(방송), 팟캐스터	직업 유튜버	-상동
4	서울의소리	백은중	언론인(신문)	언론인	-現 인터넷 신문사 ‘서울의 소리’ 대표
5	새날	권현문	언론인(방송), 팟캐스터	직업 유튜버	-現 유튜브 채널 ‘새날’ PD
6	열린공감TV	정천수	회사원	직업 유튜버	-現 인터넷 언론사 열린공감TV 대표
7	김용민TV	김용민	언론인(방송), 팟캐스터	직업 유튜버	-現 평화나무 이사장 -前 19대 총선 민주당 후보 출마
8	빨간아재	박효석	언론인(방송)	직업 유튜버	-前 티브로드 수원방송 보도제작국장
9	언론 알아야 바꾼다	미공개		직업 유튜버	
10	시민언론 더탐사	강진구	언론인(신문)	직업 유튜버	-前 경향신문 기자
		최영민	카메라맨	직업 유튜버	-現 시민언론 더탐사 PD
11	이동형TV	이동형	팟캐스터, 작가	직업 유튜버	-前 ‘영원한 라이벌 김대중 VS 김영삼’ 저술

연번	채널명	진행자	전직	현직	주요 이력
12	고발뉴스TV	이상호	언론인(방송)	언론인	-前 MBC 기자
13	스픽스	백운기	언론인(방송)	언론인	-前 KBS 보도국장
		박시동	정당인	직업 유튜버	-前 고양시의회 의원 (정의당)
		노종면	언론인(방송)	직업 유튜버	-前 YTN 기자
		박진영	정당인	정당인	-現 더불어민주당 민주연구원 부원장 -22대 총선 김포시갑(현역 김주영) 출마 공표
14	정치일학	미공개		직업 유튜버	
15	강성범TV	강성범	희극인	직업 유튜버	-前 SBS 5기 공채 개그맨
16	시사타파TV	이종원	인터넷 개인방송 BJ (아프리카TV)	직업 유튜버	-現 시사타파 대표 -前 사단법인 개혁국민운동본부 대표
17	박시영TV	박시영	정무직 공무원, 여론조사업체 대표	직업 유튜버	-前 더불어민주당 정치혁신위원회 위원 -前 참여정부 대통령비서실 행정관
18	알리미 황희두	황희두	프로게이머	정당인	-現 사람사는세상 노무현재단 이사 -前 프로게이머 -前 더불어민주당 21대 총선 공동선대위원장
19	뉴스반장	미공개		직업 유튜버	
20	이큐채널	미공개		직업 유튜버	

20개 채널은 조사 시점 기준으로 1년에서 10년 이상의 활동 기간을 보여준다. 앞에서 언급했듯이 채널 진행자들은 방송과 온라인 플랫폼 속성을 잘 이해하고 있는 전문 직업인으로서, 정당 내외부의 경계에서 진영을 구축하며 현실 정치에 개입하고 있다. 이러한 양상은 전문 유튜버가 사실상 정당의 외곽 지대에서 역할하며 특정 정파의 행위자로 현실 정치에 개입하고 있다는 것을 시사한다.

넷째, 진행자의 과거 이력을 살펴보면, 다수가 언론인이나 팟캐스터 출신으로 전문가 집단으로 분류할 수 있다. 특히 팟캐스터 출신이 진행하는 채널은 오랜 온라인 활동 이력을 통해 유튜브 생태계에서도 성공적으로 안착하였다고 평가할 수 있다. 그러나 채널이 생산하는 동영상에 의거할 때, 실제 정치 성향이 다를 수도 있으나 구독자 입장에서 진행자들은 공히 ‘친명’으로 인식된다. 여기에서 친명은 반 윤석열은 물론 반 이낙연을

포함하는 개념이다. 덧붙이면 문재인 전 대통령에 대한 평가에 따라 친명의 범주가 구분되는데, 굳이 말하면 친문 기반 친명과 반문 기반 친명으로 칭할 수 있다. 후자의 경우 문 전 대통령이 20대 대통령선거에서 이재명 후보가 패배한 원인을 제공하였다고 인식한다.

이러한 배경을 전제로 다음 단계에서는 상기 20개 채널에서 조회수 기준 150개의 동영상 추출하여 내용분석을 수행하였다. 내용분석은 동영상의 내용을 압축해서 제시하는 썸네일과 출연자 발언의 두 측면에서 수행하였다. 우선 썸네일의 특징은 다음과 같다.

첫째, 썸네일에 가장 많이 등장한 인명(人名)은 ‘이재명’으로, 그에 대한 강한 지지가 일관되게 표출되었다. 다음으로 ‘이낙연’이 많이 등장하였으며, ‘이상민’과 ‘조웅천’이 그 뒤를 이었다. 이들은 주로 수박 등 비속어와 함께 거명되며 비판을 넘어 혐오의 대상으로 표적화되었다.

둘째, 인명을 제외하면 ‘민주당’, ‘수박’, ‘개딸’, ‘비명’ 순의 등장 빈도를 보였다. 이는 민주당의 계파갈등을 반증하며, 절대다수의 진보 채널이 친명을 표방한다는 점에서, 온라인상의 지지층 동원에서 친명의 우위를 확인시켰다. 그리고 ‘수박’은 민주당 내 비주류 비명계를 멸칭하는 혐오의 언어로, ‘개딸’은 ‘수박’을 검증하고 색출하는 권능의 언어로 통용되었다.

셋째, 주요 키워드에서 확인할 수 있듯이, 썸네일은 이견 집단을 허용하지 않는 정당정치 전체주의적 동향을 보여준다. 이는 비단 민주당만의 문제가 아니라 국민의힘을 포함하는 주류 정당에서 공통으로 나타나는 현상이다. 즉 양당의 주류 계파가 적대적으로 상호의존하며 기득권을 유지하는 과정에서, 자신에게 도전하는 비주류 계파를 억압하는 ‘양극의 양극화’가 심화되고 있는 것이다. 다시 말해서 ‘양극의 양극화’는 이념적 정책적 괴리가 아니라, 소수에 대한 다수의 혐오에 기반한 정당 내부의 ‘정서적 양극화’로 이해할 수 있을 것이다.

다음으로 동영상 내용의 특성을 고찰하면 다음과 같다. 첫째, 동영상은 게이트키퍼이나 저널리즘의 준칙이 전혀 지켜지지 않았다. 굳이 표현하면 채널이 추구하는 정파적 시각과 논리가 여과 없이 표출됨으로써 저널리즘의 대항기제로 작동한다는 것을 확인하였다. 흔히 이는 유사 저널리즘 또는 정파 저널리즘 등의 용어로 지칭되는데, 이것이 저널리즘의 영역에 수용될 수 있는지에 대하여 학계의 논의가 요청된다.

둘째, 정치적 이해관계를 가진 동조 집단이 출연하여 동질적 담론을 형성하며 사적 이익을 추구하였다. 이들은 대개 민주당 공천 희망자들로 특히 비명계 후보와 경쟁하는 인사들이 다수였다. 그리고 정파적 이해를 공유하는 유튜브 인플루언서나 정치평론가가 게스트로 출연하며 채널 구독자를 공유하는 양상도 두드러졌다. 이들은 특정 채널에 고정

적으로 참여하였으며, 정치 신인의 경우 출연하는 채널의 수가 상대적으로 많았다. 이러한 메커니즘에 의해 비명에 대한 혐오가 더욱 크게 증폭되며, 유튜브 공론장의 지배적인 담론으로 정착되었다.

셋째, 선거 국면에서 정치적 경쟁의 자원으로 동원되어 정파주의의 침범으로 활용되었다. 대표적으로 주류 계파 후보들이 공천의 전위대로 역할하여, 다수의 권리당원이 포함된 구독자와 시청자에게 적극적으로 소구하였다. 특히 인물평 및 자체 공약 평가와 여론 조사 등을 활용해서 비주류 계파 후보를 비하하는 활동이 두드러지게 나타났다. 그리고 이 과정에서 더욱 자극적인 혐오와 분열 표현이 범람하였다.

V. 결론

이 연구에서는 신문과 방송 등 기성 미디어 언론기사 서비스인 빅카인즈를 활용해서, 언론에서 나타난 민주당 내부 갈등 현황과 문제점을 여러 차원으로 고찰하였다. 여기에서는 언론을 통해 민주당이라는 정당의 내부 상황이 어떻게 시민들에게 알려졌는지를 파악해야 한다. 아울러 이러한 정당 내부의 진영갈등이 기존 신문과 방송 등 언론에서 어떻게 맥락화되어 있는지도 추세분석을 통하여 고찰하였다.

검색 키워드는 ‘민주당 & 이재명’, ‘친명 & 비명’, ‘민주당 & 가결파’, ‘민주당 & 수박’으로 하였고, 분석 기간은 2022년 8월 28일 민주당 당대표 선출부터 2023년 11월 30일까지로 한정했다. 관련된 키워드는 모두 민주당 내부 갈등에서 가장 많이 도출된 단어로 언론사에서도 많은 기사가 송고되었다. 그리고 빅카인즈의 뉴스 빅데이터 분석은 예상대로 민주당 내부의 갈등이 격화되는 시점은 이재명 대표 체포동의안이 국회에 회부된 2023년 3월과 9월에 가장 많은 기사가 등장했다. 그리고 이후 민주당 내부의 찬성한 의원을 색출하기 위한 가결파와 수박 등의 키워드는 2023년 3월 이후에 대거 발견된다.

분석을 통해서 확인할 수 있는 것은 첫째, 한국언론진흥재단의 빅데이터 분석 역시 자체 취재를 기반으로 하고 있으나, 사실 부분적으로는 유튜브나 인터넷 커뮤니티의 내용을 인용하는 경우가 발견된다. 그렇지만 다수의 언론사 기사들은 자체 가이드라인 등 때문에 상대적으로 상황이나 사실을 전달하는 형태로 보도되었다.

둘째, 빅카인즈 분석에서 나타난 주요 언론사들은 민주당 내부 갈등에 대한 보도에서 다양한 취재원과 전문가 인터뷰 등을 보도하고 각 사안에 대한 긍정적 부정적 또는 찬성 비판 등의 의견을 같이 제시하고 있다. 하지만 민주당 당 대표 선출 이후 민주당에 비우

호적인 언론사를 중심으로 갈등 이슈가 계속 작성되고 있고, 당 대표의 사법리스크가 드러나는 측면이 강하다.

셋째, 유튜브 시사·정치채널 진행자들은 오랜 온라인 플랫폼 활동 경험을 바탕으로 유튜브 내에서도 전문 직업인으로 자리매김하고 있었다. 이들은 정당 내외부의 경계에서 정파적인 진영을 구축하여 현실 정치에 개입하고 있었으며, 다수가 정당 내 특정 계파-더불어민주당 내 이른바 ‘친명’ 세력-의 시각에서 여론형성에 기여하고 있었다.

넷째, 내용적인 면에서도 유튜브 시사·정치채널에서는 게이트키퍼와 언론법의 규제에서 벗어나 지지층에 호소하는 동영상으로 인해 유튜브 공론의 장이 정파주의에 포획되어 당파의 패권과 정치양극화를 촉진하는 역기능이 횡행하고 있다. 특히 유튜브 시사·정치채널은 강도 높은 혐오와 분열 표현의 진원지가 됨으로써 문제성 정보에 대한 합리적 규제를 요청하고 있다.

다섯째, 이 연구는 양당정치의 축을 이루는 민주당에 대한 사례분석 결과를 도출함과 동시에, 그러한 경향이 국민의힘에도 감염되거나 유사하게 전개될 수 있다는 개연성을 확인하였다. 뉴미디어는 정치적 이익을 추구하는 유력한 기제로서 유튜브와 같은 동영상 플랫폼은 더욱 극적인 효과를 창출하고 있다. 따라서 자원동원의 유인(incentive)이 특정 정당에 국한되지 않으며, 정당의 계파와 그를 둘러싼 온라인 액티비스트 집단에게 학습 효과를 제공해온 것은 한국정치의 경로의존성(path dependency)이라고 할 수 있다.

마지막으로 최근 디지털서비스법(Digital Service Act) 시행과 같은 EU의 플랫폼 규제 정책이 시사하듯이, 시장의 책무성과 자율규제를 제도화하여 합리적 공론을 위한 최소한의 기반을 구축해야 한다. 즉 상호주의적 시각에서 행정규제 일변도로 경도된 국내 규제 정책을 개선하여 표준적 규제정책으로 전환하는 것이 바람직하며, 특히 광범한 정보 생산·유통량을 전제할 때 범사회적 감시 아래 플랫폼의 자율규제를 통하여, 문제성정보에 대한 규제의 실효성을 제고하는 것이 바람직하다.

참고문헌

- 김창숙. 2021. “2002년 총선과 유튜브 저널리즘.” 『방송과 커뮤니케이션』 22(2).
- 김하나. 2022. “정치 유튜브버의 공신력 속성이 콘텐츠 태도와 유권자의 정치적 의사결정에 미치는 영향.” 『한국콘텐츠학회논문지』 22(10).
- 송경제·장우영. 2023. “유튜브 정치정보 이용 행태와 사회 분극화: 정치/시사 채널 시청자 집단을 중심으로.” 『사회과학연구』 31(2).
- 송화영·박세정·박한우. 2020. “2020년 국회의원 선거 기간의 유튜브 빅데이터 분석.” 『Journal of

- Korean Analysis』 22(5).
- 송화영·이정민·박한우. 2020. “제20대 대선 유튜브 선거캠페인 댓글연결망 분석.” 『한국콘텐츠학회논문지』 23(2).
- 오대영. 2018. “유튜브 정치동영상 이용이 정치사회화에 미치는 학습효과: 정치효능감, 정치관심도, 정치참여를 중심으로.” 『교육문화연구』 24(1).
- 원성심. 2020. “유튜브를 통한 정치인의 자기표현.” 『한국방송학보』 34(3).
- 이종명. 2021. “광장 정치와 집회 유튜버의 활동.” 『한국언론학보』 65(6).
- 이효성. 2021. “소셜미디어에서의 정치적 상호작용 참여와 정당지지 의도에 미치는 유튜브의 뉴스·시사 및 오락 콘텐츠 이용의 영향.” 『언론과학연구』 21(2).
- 장우영. 2007. “ICTs와 정당의 ‘적응’: 정치인 팬클럽의 역할을 중심으로.” 『국제정치논총』 47(1).
- 장우영. 2021. “유튜브 정치동영상의 정치적 효과에 관한 시론적 연구: 한국의 21대 총선을 중심으로.” 『한국과 국제사회』 6(1).
- 장우영. 2023. “유튜브와 민주주의.” 『한국과 세계』 5(2).
- 장우영. 2024. “유튜브와 정당정치: 증오와 분열로의 퇴행.” 『미래대연합 정치개혁 토론회 발표문』.
- 장우영·송경재·유승현. 2023. 『국회 입법조사처 정책연구용역보고서: 소셜미디어와 플랫폼과 정치양극화의 개선과제』. 국회 입법조사처.
- 장우영·송준모. 2022. “유튜브 선거캠페인과 정치양극화.” 『디지털 메가트렌드 연구용역 보고서: 디지털 대전환기 정치과정의 선순환 구축』. 과학기술정보통신부·정보통신정책연구원.
- 최민영·김찬동·방소미·정혜승·주이시·김성태. 2023. “유튜브를 활용한 정당 및 국회의원의 선거캠페인 연구.” 『정치커뮤니케이션 연구』 74.
- 최민영·정세훈·임소영. 2025. “유튜브 추천 알고리즘의 정치적 필터버블 현상 분석.” 『정치커뮤니케이션 연구』 78.
- 최지선. 2021. “프랑스의 선거 관련 허위정보의 생산과 유통에 관한 대응 방안: 법률적 규제를 중심으로.” 『해외언론법제연구보고서』 제5호.
- Bergen, Mark. 2022. Like, Comment, Subscribe: Inside Youtube's Chaotic Rise to World Domination. Viking Books. 신술일 옮김. 2024. 『유튜브, 제국의 탄생』. 서울: 현대지성.
- Marzouki, M. E. 2015. “Satire as counter-discourse: Dissent, cultural citizenship, and youth culture in Morocco” 77 (77).
- Mounk, Yascha. 2018. *The People vs. Democracy: Why Our Freedom Is in Danger and How to Save It*. Cambridge: Harvard.
- Pariser, Eli. 2018. *The Filter Bubble What The Internet Is Hiding From You*. London: Penguin Book.

〈부록: 분석 대상 동영상 목록〉

연번	채널	동영상 제목	게시일자	조회수	좋아요수	댓글수
1	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 2월 28일 화요일	2023.2.28	1,074,516	102,907	1,770
2	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 3월 14일 화요일 [현근택, 조상호, 최배근, 한정화, 류삼영, 이상민, 박지원, 강유정, 김영대]	2023.3.14	965,882	91,063	1,041
3	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 9월 27일 수요일 [유시민, 박근택, 정청래, 전우용, 김태형, 강유정, 정세현, 김준형, 김중대, 제성훈, 호사카유지, 박시동, 이상민, 영화공장, 패션공장]	2023.9.27	1,996,358	122,67	2,836
4	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 10월 16일 월요일 [강선우, 이소영, 박시영, 이택수, 정봉주, 우상호, 이희수, 일리아, 알파고, 조셉, 정새미]	2023.10.16	1,106,959	82,323	1,007
5	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 10월 23일 월요일 [정청래, 박시영, 이택수, 정봉주, 박시동, 김한규, 윤건영, 고한석, 알파고, 일리아, 조셉, 정새미]	2023.10.23	1,084,626	80,575	1,011
6	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 10월 30일 월요일 [김태현, 박시영, 이택수, 정봉주, 박시동, 우상호, 이진우, 강곤, 알파고, 일리아, 정새미]	2023.10.30	1,049,826	77,333	790
7	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 11월 6일 월요일 [조국 전 법무부장관, 박시영, 이택수, 우상호, 허영, 일리아, 정새미, 조셉]	2023.11.6	1,266,499	93,903	2,544
8	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 11월 28일 화요일 [최배근, 이정환, 박지원, 박시동, 김윤, 박동희, 박문성, 김정범]	2023.11.28	1,041,577	77,488	979
9	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 12월 11일 월요일 [홍익표, 박시영, 이택수, 정봉주, 박시동, 우상호, 호사카유지, 일리아, 정새미, 멜로디, 율리아]	2023.12.11	1,116,093	82,914	1,045
10	김어준의겸손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 12월 12일 화요일 [최배근, 전현희, 박시동, 박지원, 김윤, 박문성, 박동희]	2023.12.12	1,100,476	82,557	839
11	김어준의겸	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023	2023.12.13	1,035,339	81,426	1,052

	손은힘들다 뉴스공장	년 12월 13일 수요일 [이봉렬, 김민석, 김준형, 김희교, 제성훈, 안진걸, 봉지욱, 최충훈, 노선미, 박형민]				
12	김어준의겸 손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 12월 14일 목요일 [박지혜 변호사, 안진걸, 정형준, 정규석, 성기선, 이인주, 이창근, 김윤, 김성희, 이경, 윤성은, 거의없다]	2023.12.14	1,072,369	82,527	1,060
13	김어준의겸 손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 12월 18일 월요일 [정병곤, 김정민, 박시영, 이택수, 정봉주, 우상호, 바실리 콜로틸로프, 알렉산드라 오디노바, 일리아 벨라코프]	2023.12.18	1,225,157	91,879	1,255
14	김어준의겸 손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 12월 19일 화요일 [최배근, 류삼영, 이재성, 박시동, 박지원, 박태웅, 박동희, 박문성]	2023.12.19	1,057,845	82,980	988
15	김어준의겸 손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 12월 26일 화요일 [최배근, 송원근, 박시동, 박지원, 김윤, 박동희, 박문성]	2023.12.26	1,013,048	81,468	883
16	김어준의겸 손은힘들다 뉴스공장	김어준의 겸손은힘들다 뉴스공장 2023년 12월 28일 목요일 [김용민, 성기선, 안진걸, 정규석, 정형준, 박시동, 배상훈, 김성희, 이경, 이창근, 거의없다, 윤성은]	2023.12.28	1,149,239	88,286	1,407
17	매불쇼	변회재의 분석과 예측은 정확했다! (소름)	2023.9.20	1,881,317	69,079	4,287
18	매불쇼	굉장하다 유지민! 모든 상황이 다 설명된다! (이것은 작품이다.) 3편	2023.9.27	3,690,010	154,287	1,068
19	판지방송국	[김어준의 다스बी이다] 252회 이탈표의 의미, 마스터 요다, 윤석열의 식민사관	2023.3.3	1,222,428	85,886	2,041
20	판지방송국	[김어준의 다스बी이다] 279회 이재명을 구속시킨다고?, 전현희의 불화살, 양평중점의 기원	2023.9.15	1,243,929	81,416	3,510
21	판지방송국	???: 여름철도 지났으니까 수박 그만 먹자. #shorts	2023.10.21	235,636	15,532	93
22	판지방송국	[김어준의 다스बी이다] 287회 이정섭 처남택 이야기, 국힘의 뿌리, 김대중의 영어	2023.11.24	1,156,955	76,388	1,573
23	판지방송국	👉형 화났다. 이제 000의 시간인 걸 인정하라 #shorts #다스बी이다 #김어준 #여론조사꽃	2023.11.25	414,300	29,529	567
24	서울의소리 Voice of	평당원 '수박' 안되고 국회의원 '개딸'은 되고? [양문석]	2023.7.31	48,608	4,836	126

	Seoul News					
25	서울의소리 Voice of Seoul News	비명계 수박들! 국힘으로 10명은 넘어 갈 수 있다! - 변희재 [안변혜]	2023.11.7	243,312	8,994	90
26	새날	[짤] 김남국 때린 민주당 젊은 수박들의 문제점 (ft최봄, 볼매그린, 정필승)	2023.5.13	32,526	3,334	389
27	새날	[짤] 당원과 싸우는 수박들 쫓쫓	2023.5.30	28,673	2,894	131
28	새날	[박찬대, 양문석] 양문석 출마지역구 발표/ 민주당의 반격 #혁신위 #장외투쟁 #오염수 #노동탄압 등	2023.6.5	119,635	13,468	511
29	새날	[본] 이재명체포동의안찬성한자들은역사의죄인이자배신자	2023.9.21	461,336	33,905	2,976
30	새날	[양문석 강위원] 해당행위자 5명 출당해야/ 혁신의 기회다!	2023.9.25	102,762	11,223	401
31	새날	[재밌는짤] 지역구거덜난송갑석#광주 서구갑(상무1동, 화정1동, 화정2동, 농성1동, 농성2동, 광천동, 유덕동, 치평동, 동천동, 양동, 양3동)	2023.9.28	545,220	25,130	1,593
32	새날	[짤] 이재명 흔들기의 비열한 명분 # 이낙연	2023.11.22	66,738	4,594	508
33	새날	[짤] 이낙연 신당 1석도 못건진다	2023.12.12	78,087	5,239	565
34	새날	[김민석 민형배] "이낙연 사쿠라" 저격한 김민석, 눈물 보인 이유는? 민주당 역사를 알면 김민석 공격 못한다! (재방송)	2023.12.13	108,074	9,476	1,473
35	새날	[짤] 고립무원 이낙연, 동조의원 0명 창당 반대 117명	2023.12.18	43,726	3,476	252
36	새날	[정청래 양문석 강위원] 윤석열의 아바타 환영하는 민주당/ 이낙연의 뼈뺀어진 노욕 등	2023.12.18	113,280	12,347	168
37	새날	[짤] 이제는 송영길로 총선 전 민주당 흔들기	2023.12.19	22,083	1,838	123
38	새날	[짤] 이재명 "내 측근은 더 엄격히 심사하라"	2023.12.21	30,528	2,689	123
39	새날	[정봉주] 국힘 폭망의 선택 질렀다! # 한동훈비대위/ 이낙연 신당, 역풍에 오도가도 못하고 갇혔다 등	2023.12.21	189,198	18,744	382
40	새날	[이건태] 부천병 여론조사 1위로 올라선 이진태 #김상희 #이재명번호인 (재)	2023.12.27	59,039	4,828	131
41	열린공감T	[생방송] 수박 없어도 민주당 말살되지	2023.2.19	14,216	2,368	54

	V	얹는다! _ 일요일엔 정 PD와 다문다답				
42	김용민TV	이낙연 돌아오면 OOO 기다린다.	2023.4.6	782,376	42,840	1,545
43	김용민TV	수박들의 전형적인 패턴	2023.4.11	75,111	8,749	225
44	김용민TV	수박들 창당 소문, 현실적으로 불가능한 이유	2023.5.16	463,292	25,483	1,408
45	김용민TV	수박은 씹어야 제 맛! 이견 못 참지~	2023.5.16	19,468	2,037	51
46	언론 알아야 바꾼다	비명계30명의반란준비!! 명단을한번살펴보니... 역시당신들이었어?ㅋㅋㅋ	2023.1.21	175,294	17,628	1,695
47	언론 알아야 바꾼다	이낙연 망했다ㅠ 비명계 "낙향해라".. 초라한 마중까지;;; 수박들까지 손절각뻘다ㅋㅋㅋ	2023.6.24	189,687	18,782	884
48	언론 알아야 바꾼다	김어준 총수의 이례적 경고 "수박들 XX겠다"... 사실상 전면전 선포!! 민주진영의 미래가 앞으로 10일 안에 결정나는 이유	2023.9.16	201,376	19,798	1,276
49	언론 알아야 바꾼다	[언알바 라이브] 행복한 추석!! 언론이 보도하지 않는 국집당의 대형 악재는 '이것' - 수박 심판하는 아주 간단한 방법 3가지	2023.9.29	146,743	19,459	567
50	언론 알아야 바꾼다	비명계 패닉!! 민주당, 공천 혁신 충격 크 "현역 50% 물갈이(?)"... 갑자기 수박들이 조용해진 이유ㄷㄷㄷ	2023.10.3	178,841	16,823	376
51	시민언론 더탐사	민주당 현수막 보면 수박이 보인다 91개 지역구중 검찰독재 비판 31개 불과	2023.3.7	118,522	21,770	420
52	시민언론 더탐사	달콤 비겁한 수박리스트 더탐사ver. #숨기는자_가결한자	2023.9.25	429,151	32,553	1,206
53	시민언론 더탐사	민주당 의원 168명 5점 척도 수박당도 측정 결과 공개	2023.10.2	297,879	29,772	1,318
54	시민언론 더탐사	내 지역구 의원은 수박일까 #업그레이드_수박리스트 bit.ly/subakscore	2023.10.3	238,671	18,255	679
55	이동형TV	[이이제이x라이브!] 수박브레이커양문석, 돌직구시전!	2022.6.8	308,165	37,595	1,250
56	이동형TV	[이이제이x라이브!] 수박들이싫다면현근택을밀어야죠!	2023.3.1	332,425	33,065	746
57	이동형TV	[이이제이x라이브!] 이제부턴 조금 다를걸? 수박들 큰일 나서 어떡해ㅋㅋㅋㅋ?	2023.5.24	338,176	35,607	971
58	이동형TV	[이이제이x라이브!] 광주를 평등하고 부흥하는 도시로! 혁신가 강위원	2023.6.28	148,069	17,529	317
59	이동형TV	[이이제이x라이브!] 2부 대공개! 박지현이갑자기등장한뒷이야기	2023.9.13	421,374	35,090	871
60	이동형TV	[측면승부] 특별방송! 이제명체포동의	2023.9.22	547,528	47,206	2,954

		안가결후이야기				
61	이동형TV	[이이제이x라이브!] 구속영장기각! 압도적인승리!	2023.9.27	454,588	39,971	769
62	이동형TV	[이이제이x라이브!] 잘 보고 들어 선거는 '각'	2023.10.25	305,799	28,571	312
63	이동형TV	[이이제이x라이브!] 이진태! 김기표! 이유가 있으니 불렀겠지	2023.11.1	259,276	26,620	419
64	이동형TV	[이이제이x라이브!] 이런 인재들이 있었어?	2023.11.15	244,174	24,940	496
65	이동형TV	[이이제이X라이브!] 지금은 난세야 (feat.전현희)	2023.11.29	311,713	31,630	999
66	이동형TV	[이이제이x라이브!] 비주류의 마음 알아 (feat.최민희, 김현)	2023.12.06	262,464	26,684	456
67	이동형TV	[이이제이x라이브!] 와신상담(feat.김문수 조계원 윤종균)	2023.12.13	274,339	29,363	1,250
68	이동형TV	[이이제이x라이브!] 이거 역차별 아니야!(feat.정의찬, 안태준, 민병선)	2023.12.20	244,514	26,933	1,149
69	이동형TV	[이이제이x라이브!] 숨어있던 보석들!!(feat.김준혁, 이상식)	2023.12.27	255,356	27,134	357
70	고발뉴스TV	6.2 개딸들이 또 해냈다.. 강한 야당 민주당 만들기 프로젝트, 이제는 수박깨기 파티다 / 고발뉴스 뉴스비평 641회	2022.6.2	184,021	25,305	419
71	고발뉴스TV	개딸 공작 대실패	2023.5.24	87,270	13,354	559
72	고발뉴스TV	6.3 개딸은 천재다.. 수박깨는법 인기 / 봉도사 정봉주가 말하는 민주당 개조하기	2023.6.3	161,567	21,238	501
73	고발뉴스TV	6.7 민주당 압도적 지지세.. 패닉에 빠진 수박과 기레기들의 단말마적 준동 / 고발뉴스 뉴스비평 843회	2023.6.7	86,015	11,766	120
74	고발뉴스TV	9.21 이재명 마지막 시련.. 천인공로 수박 제거 시민이 나서자 903회	2023.9.21	137,907	14,214	770
75	고발뉴스TV	9.25 사즉생의 기적.. 민주당원 급증! 수박척결! 이재명 대표가 해냈다 / 고발뉴스 뉴스비평 904회	2023.9.25	74,246	11,252	167
76	고발뉴스TV	9.27 날개달은 전사 이재명.. 한동훈 파면, 수박 청산 간다 / 고발뉴스 뉴스비평 906회	2023.9.27	119,533	14,830	251
77	스픽스	민주당 수박들 뭐하냐?(feat.양문석)	2022.12.6	11,731	2,866	21
78	스픽스	나쁜 수박들(feat.민주당)	2023.3.5	54,220	4,511	79
79	스픽스	[왓지지킬] 반란표에 공천 심판 카드 꺼내든 친명계는 정당한가(김용민 양	2023.3.5	103,579	9,100	325

		문석 안귀령 남태우 이상민)				
80	스픽스	수박..니가 왜 거기서 나와 (FT.양문석)	2023.3.8	26,646	2,981	87
81	스픽스	"전국에 숨어있는 수박들 찾아서 다 깨부숴시다" (양문석, 현근택)	2023.3.18	77,995	7,498	565
82	스픽스	윤석열과 수박들의 거래(feat. 변희재)	2023.3.25	29,686	2,941	45
83	스픽스	박광운을 활용해야!!(f.김중욱)	2023.5.2	2,313	207	16
84	스픽스	[노영희의 디너쇼] 귀국 앞둔 이낙연, 친명 비명 같등 커지나(권현문, 이상민)	2023.5.26	64,192	6,975	242
85	스픽스	[정치분석플러스] 윤석열 정권 폭주에 견제는 고사하고 민심이탈을 자초하는 무능 민주당	2023.6.11	7,351	942	151
86	스픽스	민주당의 혁신을 위한 통합?(f.김은경)	2023.6.16	5,601	304	25
87	스픽스	비명계의 속내 #shorts	2023.9.7	28,778	2,104	38
88	스픽스	[와자지젤] 이재명 단식과 한국 정치의 돌과구 (부승찬 이상민 김용민 안진걸)	2023.9.14	32,434	2,703	44
89	스픽스	[백운기의정치분석'심층토론'] '비명계반란'의역설검찰도속이탄다	2023.9.22	313,851	13,106	1,179
90	스픽스	이상민! 제발 빨리 나가세요!!! #shorts #양문석	2023.11.21	55,465	3,943	101
91	정치일화	친낙계 몰락 확정, 설훈 압도적 꼴찌 조사됐다. 언론이 감춘 인요한 뺨스런 쫓아간 시민들 응징 포착	2023.10.30	230,582	17,562	676
92	강성범tv	[턱서리칼럼] 운영찬씨, 이재명은 1000배 더 억울합니다! (ft.남욱)	2022.12.10	50,898	7,248	292
93	강성범tv	[국민대박사들] 김건희와 윤석열, 누가 대통령인가요? & 천하제일 수박은 누구?	2022.12.11	91,405	10,736	77
94	강성범tv	[봐뉴스183회/신장식] 체포동의안부결 후폭풍? 수박파티는끝났다.. 이재명회들에게빛없다!	2023.2.28	136,860	16,489	373
95	강성범tv	[봐뉴스쇼츠] 박진영교수인증, 수박아닌 분들명단!	2023.3.3	520,384	21,823	592
96	강성범tv	충남 논산·계룡·금산 '황명선'을 꼭 기억합시다	2023.3.20	499,349	18,206	558
97	강성범tv	[봐-뉴스페셜] 화성을! 화성답게! 진석범 인사드립니다!	2023.5.31	13,514	1,697	100
98	강성범tv	[극한시사] 이재명 대표 체포동의안 가결.. 진행 과정은?	2023.9.22	149,721	17,806	727
99	강성범tv	[봐뉴스302회/최진봉] 이재명구속영장 기각...법원"구속필요성인정어려워"	2023.9.27	157,393	16,918	298
100	강성범tv	[봐뉴스 313회/최진봉] 이재명 대표, "가결과, 징계하지 않겠다" 뜻 밝혔다	2023.10.18	86,727	11,594	146

101	강성범tv	[봐뉴스 326회/박진영] 조웅천도 12월 탈당 시사..? 찬성하고요.. 더 빨리 나가도 됩니다~	2023.11.9	99,960	11971	204
102	시사타파 TV	김두관짜라시는 정청래를 노린 것! 8월8일 이재명 위기설?10월 이재명 사퇴설? 낙지계, 비명들 정신차려라~ 이재명을 지켜야 니들도 살 수 있다는 것을 왜 모르니? [시사타파TV]	2023.8.2	16,818	2,188	124
103	시사타파 TV	1.역풍맞은 수박들...친명계 이제는 민주당 혁신안 밀어붙인다. 2.수박들 몰아내면 조국과 추미애 유시민이 들어온다.	2023.9.24	107,311	9,591	1,225
104	시사타파 TV	[심층분석] 풀영상 - 민주당 이번이 마지막 기회 "어설픈 통합은 망하는 지름길 수박은 통합의 대상이 아니라 체결의 대상"	2023.9.30	67,086	6,556	399
105	시사타파 TV	[심층분석] 풀영상 - 1.이낙연과 비명계 1월 탈당설 그들의 가치 없는 계파 정치 2.이준석 신당창당 선언 미루는 이유.. 그리고 한동훈 총선출마	2023.11.20	21,122	2,583	111
106	박시영TV	최민희가 수박이라고?	2022.4.12	36,613	4,251	256
107	박시영TV	정청래의눈물.. 친명넘어친명/ 유시민 의위로(ft.정청래, 최진봉, 고현준)	2023.3.6	239,136	22,500	542
108	박시영TV	이경, 이상민과 붙나? / '독도 예산' 전액 불용	2023.3.14	53,249	7,025	71
109	박시영TV	허영"내가수박이아닌이유" / 채현일, 영등포역천지개벽의주인공(허영, 채현일, 서승만)	2023.4.6	26,756	4,058	45
110	박시영TV	조웅천 인성 보소 ㅎㅎㅎ 김용민이 입으로 똥을 찐다고? 사과 요구하니 한다는 말이.. #shorts	2023.5.31	538,820	29,587	991
111	박시영TV	한동훈 마포 출마? 땡큐 / 김종민 잡을 황명선 (ft. 황명선, 김용민, 민동기, 고현준)	2023.6.27	98,702	10,429	100
112	박시영TV	이낙연 재기 불가능한 이유 ㅋㅋ 호남도 이미 버렸다 "어디 DJ 흥내를..너가 김대중이냐?"	2023.7.16	1,454,335	49,898	2,512
113	박시영TV	민주당 총선 승리를 위한 '위너 프로젝트' / 김남국이 보증하는 강위원	2023.7.19	25,900	4,271	30
114	박시영TV	박용진·이원욱, 다음 총선 쉽지 않은 이유 ㅋㅋ 지역구에서도 돌아섰다! (이승훈, 진석범)	2023.9.3	22,712	1,686	26
115	박시영TV	유튜브최초! 최강욱X김태형가장지원하고가장위험한조합(ft. 최강욱, 김태형)	2023.9.14	301,577	28,983	938

116	박시영TV	민주당같이얼자! 박광은사퇴하라! (ft. 김태형, 최민희, 김현)	2023.9.21	300,902	24,288	1,252
117	박시영TV	수박색출! 박광은사퇴! / 4일간입당러시(5만가자) (ft. 김준혁, 오창석)	2023.9.21	274,363	25,911	1,906
118	박시영TV	수박들 무력화시킨 이재명 대표! 단식이 신의 한수였다 (ft. 김태형, 황희두)	2023.10.8	88,654	10,048	88
119	박시영TV	양향자와 붙는 양부남, 박지원과 붙는 정의찬/ 이준석 신당? 민주당 득실 분석 (ft 양부남, 정의찬, 강위원)	2023.10.18	97,227	9,535	199
120	박시영TV	민주당 현역들.. 혁신안에 응답하라!! / 지명직 최고위원, 박정현이 딱이네! (ft. 김용민, 민동기, 고현준, 박정현)	2023.10.24	79,846	9,138	110
121	박시영TV	“이낙연·유승민 맞 트레이드” / 이재명의 박범중 vs 이낙연의 홍성국 (ft. 김태형, 박범중)	2023.10.26	90,429	10,064	180
122	박시영TV	김어준이 조사해서 이원욱·윤영찬 졌다? 여론조사꽃 팩트체크 (ft. 서승만, 유정주, 최진봉, 고현준)	2023.10.30	109,145	11,579	88
123	박시영TV	민주당 총선거확단 구성!/ 기동민과 붙는 김성진(ft 안진걸, 김성진, 강위원)	2023.11.1	71,386	8,159	108
124	박시영TV	이준석 신당? 택도 없다/ 대구오면 권택홍이 잡는다 (ft 서승만, 권택홍, 강위원)	2023.11.15	51,603	6,613	68
125	박시영TV	현수막 논란..민주당원이 책임질 사안 / 이정섭 압수수색 = 한동훈 띄우기 / 김종민, 지역에서 버림받았다 (ft. 최진봉, 민동기, 윤미향, 이혜식)	2023.11.20	55,439	7,399	54
126	박시영TV	갑작스런 최강욱 증징계.. 지지자들 뿔났다 / 선의의 경쟁하는 서천·보령.. 희망을 봤다 (ft. 강위원, 남영희, 구자필)	2023.11.22	78,504	9,510	921
127	박시영TV	강미정 폭로, 최강욱 징계, 심리분석 / 해운대 원석 발견, 이명원! (ft. 김태형, 이명원)	2023.11.23	104,728	11,747	372
128	박시영TV	처참한 엑스포 PT.. 서은숙이 전하는 부산민심 / 시대가 부른다! 부승찬 · 장기수 (ft. 부승찬, 장기수, 강위원)	2023.11.29	60,338	7,271	69
129	박시영TV	한동훈 장관님! 디올 받으면 잡범인가요? / 호남은 이미 이낙연 버렸다 (ft. 안진걸, 최형재, 강위원)	2023.12.06	57,798	7,046	75
130	박시영TV	경선통과 가능성, 김의겸·김우영·여준성 ↑ / 대중국 공급망 대비상! (ft. 박시동)	2023.12.12	34,173	4,685	30
131	박시영TV	이낙연 신당 · 김기현 사퇴.. 요동치는	2023.12.13	87,958	9,557	147

		총선정국 어디로? / '친박'도 이낙연 공개 비판 (ft. 서승만, 엄태준, 강위원)				
132	박시영TV	류삼영 & 박정훈 영입?! / 영입인재 이재성, 부산에서 통한다! (ft. 조상호, 오창석, 임지웅)	2023.12.14	101,992	10,219	95
133	박시영TV	국힘이 응원하는 이낙연 / 김준혁, 이수정과 불나?! (ft. 강위원, 김준혁, 오광영)	2023.12.20	54,179	6,630	64
134	박시영TV	3총리는 낭설 / 박지혜 "비례 아닌 지역구 출마" / 수개표 득실은? (ft. 박지혜, 최강욱, 신유진)	2023.12.12	90,361	9,856	102
135	박시영TV	이선균 비보..조국 "분노가 치민다" / '대장동 체보' 납평오 / 김용균법 후퇴 (ft. 강위원, 부승찬, 정혜선)	2023.12.27	104,486	11,566	136
136	알리미 황희두	뒤통수 맞은 민주당원들, 분노 폭발! 추미에 "민주당, 이재명 체포안 가결시 악의 방조자 되는 것" - 윤석열 검찰 만행, 국민의힘 언플에도 민주당 대거 이탈표 후폭풍	2023.9.21	37,387	8,200	644
137	알리미 황희두	선넘은 비명계, 후폭풍 난리났다! 김병기, 이재명 체포안 가결 의원에 "검찰, 여당과 내통한 것" - 윤석열 1호 장애인 잔치국수 조롱 논란, 김행 법인차 사적 이용 논란	2023.9.22	57,972	9,072	380
138	뉴스반장	수박들의... 총선 파티 '비긴즈!'	2023.6.25	61,973	8,511	1,431
139	뉴스반장	한지봉 두살림... 시동건 수박들!	2023.9.14	55,949	8,866	1,003
140	뉴스반장	31통의 수박들... 반드시 찾아낸다!	2023.9.21	72,154	11,110	1,684
141	뉴스반장	자꾸 이러면 우리 분당한다??... 수박들과 쫓선의 대환장 콜라보	2023.10.2	89,065	10,721	625
142	뉴스반장	마삼중 만난... 빅 수박 '한번 더!'	2023.11.8	14,669	2,622	170
143	뉴스반장	화체가 되기로 한... 수박 4인방!	2023.11.16	35,581	4,305	534
144	이큐채널	문자폭탄타령하는국회의원들개웃기네?	2023.3.21	1,341,843	48,710	2,487
145	이큐채널	잘싸우는정청래청원동의마무리/친명비명다들놀랍	2023.6.2	67,676	7,997	317
146	이큐채널	민주당 고인물 조응천 180석 의미있나?	2023.8.11	10,468	2,167	173
147	이큐채널	친명 세력이 곱팡이다? 이상민 충격발언	2023.8.15	15,761	2,994	186
148	이큐채널	이재명단식하니까알아서오는김동연	2023.9.8	94,207	9,304	793
149	이큐채널	한동훈 밀친 드러남, 윤석열 직격 이재명/친문들 시무룩	2023.9.30	77,795	7,909	182
150	이큐채널	민주당비명계호남에서창당시부러? 빨리가라	2023.11.1	86,022	6,748	334

【 Abstract 】

YouTube and Partisan Division
: Focusing on the Political YouTube Channels

Chang, WooYoung · Song, KyongJae

This study analyzes the impact of online platforms on partisan divisions within the political party, using the Democratic Party of Korea as a case study. First, it examines the current state of internal party conflict and its challenges through media coverage analysis, followed by an analysis of the intervention of YouTube current affairs and politics channels. Specifically, this study examined YouTube current affairs and politics channels and videos covering the internal conflict within the Democratic Party after the 20th presidential election, identifying the following characteristics and phenomena of internal party rifts, often referred to as polarization.

First, YouTube current affairs and politics channels establish partisan channels at the internal and external boundaries of the party, leading agenda setting and public opinion formation from the perspective of specific factions within the party. In particular, hardline current affairs and politics channels supporting the mainstream factions of the two major parties vertically structure the YouTube political public sphere ecosystem. Second, YouTube current affairs and politics channels operate as quasi-journalistic mechanisms, spearheading factionalism by defending the vested interests of the mainstream factions and suppressing non-mainstream voices through hate speech and divisive expressions, thereby undermining party politics. Third, we must institutionalize market accountability and self-regulation to establish a foundation for rational public opinion. In particular, a reciprocal perspective that conforms to international standards is required in regulatory policy.

Key Words : Echo Chamber, Filter Bubbles, Political Polarization, Political YouTube, Selective Exposure

• 논문투고일 : 2026년 1월 24일 / 논문심사완료일 : 2026년 2월 05일 / 게재확정일 : 2026년 2월 05일

