

플랫폼 환경에서 영상 경험의 구조 변형: 설계 조건의 경험적 분석과 환류 회로의 형성

The Structural Transformation of Video Experience in Platform Environments: An Empirical Analysis of Design Conditions and the Formation of Feedback Loops

서의석(Uiseok Seo)¹ | ¹ 경기대학교 미디어영상학과 강사 | sys9747@hanmail.net

목 차

1. 서론 : 알고리즘 환경과 영상 경험의 전환
2. 본론 : 알고리즘 이전과 이후를 가르는 전환 조건
3. 결론 : 영상 경험의 재이론화 — 감각·시간·판단·가치의 통합 구조

초 록

본 연구는 디지털 플랫폼 환경에서 영상 경험이 조직되는 구조적 전환을 분석한다. 알고리즘 추천을 단순한 선택 보조 기능이 아니라, 접근 조건과 평가 조건을 동일한 계산 회로 안에서 결합하는 ‘경험 조직 장치’로 재정의한다. 플랫폼 이전의 영상 경험이 ‘발생-해석-평가’의 선형 구조였다면, 알고리즘 환경에서는 ‘노출-반응-집계-재노출’의 순환 구조가 형성되며 감각·시간·판단·가치가 통합적으로 재조정된다. 감각은 반응 변수로, 시간은 체류 지표로, 판단은 학습 신호로, 가치는 참여 강도로 환산되고, 지표화된 반응은 다시 가시성 배분을 통해 경험 조건으로 환류된다. 본 연구는 이를 ‘운영되는 경험’으로 개념화하며, 윤리와 정치가 콘텐츠의 내용이 아니라 경험 조건의 설계 차원에서 발생함을 제시한다.

※ 키워드 : 플랫폼 환경, 알고리즘 추천, 영상 경험, 감각의 재조직, 판단의 외주화.

ABSTRACT

This study analyzes the structural transformation of audiovisual experience in digital platform environments. It reconceptualizes algorithmic recommendation as an apparatus that integrates access and evaluation within a single computational circuit. Replacing the linear model of “occurrence–interpretation–evaluation,” platforms generate a circular process of “exposure–response–aggregation–re-exposure,” in which sensation, time, judgment, and value are recalibrated as measurable variables. Conceptualized as “operationalized experience,” this shift relocates ethics and politics from the level of content to the design of experiential conditions.

※ Keywords : Platform environment, Algorithmic recommendation, Audiovisual experience, Reorganization of sensation, Outsourcing of judgment.

1. 서론: 알고리즘 환경과 영상 경험의 전환

1.1 플랫폼 이전 경험 구조와 알고리즘적 전환의 문제 제기

디지털 플랫폼 환경의 확산은 영상의 제작·유통·소비 구조를 변화시켰을 뿐만 아니라, ‘영상 경험이 어떠한 조건 위에서 성립하는가?’라는 문제 자체를 재구성하게 한다. 기존 연구는 플랫폼화, 알고리즘 추천, 가시성 배분을 주로 산업 구조나 유통 메커니즘의 차원에서 설명해 왔으나, 경험이 어떠한 설계 조건 아래에서 조직되는지에 대한 구조적 분석은 상대적으로 충분히 이루어지지 않았다. 이에 본 연구는 알고리즘 추천을 ‘콘텐츠 선택의 보조 기능’이 아니라 ‘경험 조건을 사전적으로 배치하는 설계 장치’로 재정의하고, 이를 통해 플랫폼 이전과 이후의 경험 구조를 구분할 수 있는 판별 기준을 제시하고자 한다. 따라서 본 논문은 매체 변화에 대한 기술사적 서술이 아니라, 경험을 조직하는 규칙의 이동을 이론적으로 정식화하려는 시도에 해당한다.

플랫폼 이전 환경에서 영상 경험은 비교적 안정된 제도적·물리적 조건 위에서 구성되었다. 극장은 일상과 구분되는 특수한 공간으로 기능했으며, 상영 시간표는 감상의 시작과 종료를 명확히 구획했다. 방송 편성 또한 시간의 흐름에 따라 영상 소비를 조직하는 임무를 수행했으며, 작품은 하나의 완결된 텍스트 단위로 제시되었고, 감상은 그 전체를 따라가는 과정으로 이해되었다. 이러한 구조 속에서 감각은 서사 이해와 정서적 공명을 향해 정렬되었으며, 시간은 러닝타임과 인과적 전개를 통해 질적으로 조직되었다. 이 과정에서 판단은 감상 이후의 숙고와 비평을 통해 형성되었고, 가치는 일정한 시간적 지연 속에서 축적되었다. 요컨대 플랫폼 이전의 영상 경험은 ‘발생 → 해석 → 평가’라는 선형 구조로 정식화될 수 있다. 이 구조는 단순한 기술적 제약의 산물이 아니라, 접근과 노출이 제도적으로 관리되고 평가가 지연된 시간 속에서 형성되는 조건 위에서 성립한다. 감상은 하나의 사건으로 시작되어 해석과 판단을 거쳐 의미가 구성되는 과정으로 이해되었으며, 경험과 평가 사이에는 일정한 거리와 간격이 유지되었다.

그러나 알고리즘 추천 시스템을 중심으로 작동하는 플랫폼 환경에서는 이러한 전제가 점차 재조정된다. 플랫폼에서 영상은 고정된 텍스트라기보다 데이터베이스에 축적된 단위로 존재하며, 배열은 실시간으로 재구성된다. 사용자는 하나의 작품을 선택하기보다 이미 구성된 피드나 추천 열 속으로 진입하여 연쇄적으로 제시되는 항목들에 반응한다. 이때 감상은 단일 서사 세계에 머무르는 행위라기보다 체류와 전환이 반복되는 상태로 재구성된다. 추천 배열이 이용자의 서비스 평가 인식에 영향을 미친다는 연구 결과는 이러한 변화를 뒷받침한다.¹⁾ 이는 평가가 경험 이후의 결과 변수에 머무르지 않고 노출 구조와 결합된 조건으로 작동할 가능성을 시사한다. 플랫폼화 논의 역시 가시성과 가치 배분의 조건이 재구성되고 있음을 지적해 왔다.²⁾ 이에 쿨드리와 헵은 매개된 환경이 현실 구성의 조건을 형성한다고 설명한다.³⁾

1) 김가혜, 김아연, 성용준(2020), OTT 서비스의 개인화 추천이 밀레니얼 세대의 서비스 평가에 미치는 영향 : 다양성 추구 경향성을 중심으로, 한국HCI학회 논문지, 한국HCI학회, 15(3), 49~50쪽.

2) 김수철, 이현지(2019), 문화산업에서의 플랫폼화: 웹툰산업을 중심으로, 문화와 사회, 한국문화사회학회, 27(2), 97쪽.

3) Couldry, N. & Hepp, A. (2017), The Mediated Construction of Reality, Polity, 89-123쪽.

이러한 논의를 종합하면, 플랫폼 알고리즘은 단순히 ‘무엇을 볼지’를 제안하는 기능을 넘어 무엇이 경험으로 성립할 수 있는지를 사전에 배치하는 환경 구성 장치로 이해될 수 있다. 변화의 핵심은 추천 기능의 강화 그 자체라기보다, 접근 조건과 평가 조건이 이제는 분리된 단계로 존재하지 않고 동일한 배열 구조 안에서 결합하기 시작했다는 점에 있다. 노출은 반응을 전제로 배열되고, 반응은 즉시 집계되어 다음 노출의 조건으로 환류된다. 이때 감상과 지표, 선택과 평가는 분리된 단계로 존재하지 않고 동일한 작동 회로 안에서 결합한다. 따라서 ‘알고리즘 이후’는 특정 기술의 도입 시점을 가리키는 연대기적 구분이 아니라, 경험을 조직하는 규칙이 구조적으로 전환되는 임계점으로 이해되어야 한다. 이 임계점은 최소한 두 조건의 결합을 통해 판별 가능하다. 첫째, “사용자의 반응이 동일 접속 상태 내에서 재노출의 조건으로 연결되는가?”. 둘째, “종료가 완결의 봉합점이 아니라 전환을 기본값으로 설계하는가?”이다. 이 두 조건은 내부 알고리즘 연산을 해명하지 않더라도 인터페이스와 운영 규칙의 관찰을 통해 식별 가능한 징후로 드러난다. 경험 구조의 전환은 바로 이러한 설계 조건의 결합에서 가시화된다.

1.2 알고리즘적 경험의 구조와 이론적 공백

플랫폼과 알고리즘이 경험을 조직한다는 문제의식은 이미 다양한 연구에서 제기되어 왔다. 그러나 기존 논의는 플랫폼의 거시적 구조 변화 또는 추천 배열의 효과에 초점을 맞추는 경향이 강했고, 경험의 미시적 구성 요소—감각의 배치, 시간의 조직, 판단의 형식, 가치의 승인 방식—이 하나의 환류 구조 안에서 동시에 재조정되는 과정을 체계적으로 정식화하지는 못했다. 이 지점이 본 연구가 개입하는 이론적 공백이다.

플랫폼화 논의는 미디어 인프라가 경험의 조건을 구성한다는 점을 강조했으며, 추천 연구는 배열이 이용자의 선택과 평가 인식에 영향을 미친다는 실증적 결과를 축적해 왔다. 또한, 가시성 배분에 관한 연구는 무엇이 보이고 무엇이 보이지 않는지를 설명하는 데 기여했다. 그럼에도 불구하고, 플랫폼 환경에서 경험이 ‘발생-평가-재배열’의 회로 안에 편입되면서 감각·시간·판단·가치가 동시적으로 조정되는 메커니즘은 충분히 개념화되지 않았다. 이를 정리하면 첫째, 거시적 플랫폼 분석은 경험의 미시적 층위—주의의 배치, 감상의 리듬, 판단 형식—가 인터페이스 수준에서 어떻게 재구성되는지를 구체적으로 보여주지 못했다. 둘째, 개인화 추천 연구는 평가를 경험 이후의 결과 변수로 설정함으로써, 평가가 노출 구조와 동시적으로 결합하는 구조적 전환을 이론적으로 정교화하지 못했다. 셋째, 가시성 배분 논의는 가치와 책임의 문제를 제기하지만, 그것이 실제 설계 요소와 어떻게 연결되는지를 체계적으로 분석하지 않았다.

이러한 공백은 알고리즘 추천을 단순한 편의 기능이 아니라 경험 조직 장치로 재정의할 필요성을 제기한다. 접근 조건(무엇이 언제 어떻게 보이는가?)과 평가 조건(무엇이 가치 있는 경험으로 승인되는가?)이 동일한 배열 구조 안에서 결합할 때, 감각·시간·판단은 독립적으로 작동하기보다 상호 조정되는 요소로 전환된다. 경험은 절대 선형적으로 진행되는 사건이 아니라 노출과 반응이 반복되는 구조 속에서 조직될 가능성을 갖는다. 이러한 문제의식은 다음과 같은 질문으로 정리될 수 있다. “알고리즘 추천은 영상 경험의 접근 조건과 평가 조건을 어떠한 설계 수준에서 결합하는가?”, “이러한 결합은

감각·시간·판단의 작동 방식을 어떻게 재배치하는가?”, 그리고 “그 재배치는 가치·평가·책임의 규범 구조에 어떠한 변화를 일으키는가?”이다.

이 같은 맥락에서 알고리즘 환경에서 경험 구조의 변형을 검토하기 위해서는 내부 모델의 수학적 연산을 해명하기보다, 사용자가 실제로 마주하는 인터페이스와 운영 규칙이 어떻게 경험을 조직하는지를 관찰 가능한 단위로 정리하는 접근이 필요하다. 이에 본 연구는 통계적 일반화를 목표로 하기보다, 설계 조건의 결합이 경험을 어떤 방향으로 정렬하는지를 구조적으로 재현하는 데 목적을 둔다. 분석 대상은 2025년 1월-3월 사이 로그인 상태에서 반복 관찰한 넷플릭스 모바일 앱, 틱톡 모바일 앱, 유튜브 웹 홈 화면이다. 관찰은 동일 계정으로 최소 10회 이상 반복 접속하여 이루어졌으며, 각 플랫폼에서 ‘홈-재생-종료(또는 전환)’ 경로를 고정 순서로 수행한 뒤 화면을 캡처·기록하였다. 계정은 연구 수행 이전 최소 3개월 이상 실제 이용 이력이 존재하는 상태였으며, 신규 계정과의 비교 관찰을 병행하여 배열 변화 양상의 차이를 점검하였다. 이런 의미에서 본 연구는 추천 알고리즘 내부 연산을 해명하거나 로그 데이터를 통계적으로 검증하는 계량 연구가 아니라, 사용자 인터페이스 수준에서 관찰 가능한 설계 규칙을 분석 대상으로 삼는 질적 구조 분석에 해당한다. 따라서 제시되는 환류 구조는 인과를 확정하는 진술이 아니라, 노출-반응-재노출이 설계 차원에서 연결되는 경로를 이론적으로 정식화한 것이다. 이후 제시되는 <표 1>은 이 설계 조건을 체계적으로 기록한 결과이다. 배열 구조, 전환 자동화, 반응 형식의 표준화, 시간 지표의 가시화, 추천 정당화 방식의 차이는 플랫폼 환경에서 경험이 조직되는 방식의 차이를 드러내는 기초 자료가 된다.

2. 본론 : 알고리즘 이전과 이후를 가르는 전환 조건

2.1 플랫폼 이전 영상 경험의 구조

<표 1> 플랫폼 운영 규칙 관찰·코딩 결과 (2025년 기준)

항목	넷플릭스(모바일)	틱톡(모바일)	유튜브 홈(웹)
A. 노출/배열			
홈 화면(피드)구조	다중 행(가로 캐러셀 다수)	단일 연속 피드	다수 카드(세로 스크롤)
상단 우선 노출 영역(첫 화면)	배너/대표 콘텐츠 영역 존재	‘For You’ 피드 상단 라벨 영역	상단 추천/광고/추천 카드 영역
개인화 표기 문구 존재 여부	있음(추천/맞춤 계열 표기 존재)	있음(For You)	있음(개인화 추천 문구 또는 추천 배열)
B. 종료/전환 설계			
전환 자동화 장치 존재 여부	있음(종료 화면 카운트다운/자동 전환)	있음(상시 전환: 스와이프 시 즉시 다음 노출)	있음(홈 재방문 시 개인화 배열 갱신)
전환 비활성화(또는 회피) 경로	설정 메뉴 진입 필요(2단계 이상)	피드 구조상 전환 기본(비활성화 토글 확인 불가/제한)	해당 없음(홈은 재생 자동전환이 아니라 배열 갱신 중심)
종료/전환 화면에서 다음 콘텐츠 선배치	있음(다음 회차/추천 카드 선배치)	구조상 상시 선배치(다음 영상이 항상 대기)	홈에서 추천 카드 다수 선배치

C. 반응 수집(판단 표상)

좋아요/평가 버튼 기본 노출	재생 화면에서 노출(콘텐츠/화면 구성에 따라 상이)	재생 화면에 상시 노출	카드/재생 화면에서 노출(웹 UI 기준)
공유 버튼 기본 노출	있음	있음	있음
전환 행위가 핵심 반응으로 설계됨	아니오(에피소드 단위 중심)	예(스 와이프가 핵심)	아니오(클릭 선택 중심)

D. 시간 지표(시간의 외부화)

진행바(시청 진행) 표시	있음	있음	홈 썸네일에는 없음(재생 화면은 있음)
남은 시간/길이 표기	있음	없음(피드 기반 단문 형식)	홈 썸네일에 길이 표기 있음
스킵/배속 접근 경로	재생 화면 내 제한적 제공	해당 없음/제한적	영상별 제공(재생 화면 기능 의존)

E. 추천 정당화 문구(평가의 규범화)

추천 근거 표기 문구 존재	있음(추천/맞춤 계열)	있음(For You)	있음(개인화/추천 배열)
시청 행태 기반 표상(‘시청 기반’ 유형)	있음(시청/취향 기반 표기 유형)	있음(개인화 피드 전제)	있음(시청/클릭 기반 추천 배열 전제)
주제 유사성 표상(‘연관/관련’ 유형)	있음(장르/취향 분류와 병존)	해당 없음 또는 제한적	있음(관련/추천 카드 배열에서 관찰)

플랫폼 이전의 영상 경험은 특정 기술 장치의 존재로 환원될 수 있는 자연적 양식이 아니라, 기술적 매체, 제도적 환경, 문화적 규범이 상호 결합하여 형성한 역사적 구성물이었다. 영상은 언제나 매체 위에서 재현되었지만, 그것이 ‘경험’으로 조직되는 방식은 매체의 성능이나 형식 자체보다 영상이 접근되고 제시되며 해석되고 평가되는 조건이 어떻게 구조화되어 있었는가에 의해 규정되었다. 극장 상영, 방송 편성, 물리 매체 유통은 단순한 전달 경로가 아니라 영상과 관객의 관계를 특정한 형식으로 안정화하는 제도적 장치였다. 바로 이 장치들이 감각·시간·판단을 분리되지 않은 채 결합시키는 경험 구조를 형성했다.

이 구조의 첫 번째 핵심은 장소성과 시간성의 제도적 결합이다. 극장은 일상 공간과 구분되는 특수 공간으로 기능했고, 관객은 그 공간에 입장함으로써 일상적 시간에서 일정 부분 이탈한 감상 시간을 확보했다. 상영관의 어둠, 고정된 좌석, 스크린의 크기, 상영 전후의 의례적 절차는 감각을 특정 방향으로 수렴시키는 환경을 구성했다. 이 환경은 자극의 확산을 허용하기보다 감각을 하나의 중심으로 정렬하는 방식으로 작동했다. 시각·청각 자극은 경쟁적으로 병치되지 않고 동일한 서사 흐름에 종속되었으며, 감각은 즉각적 반응을 생산하는 신호라기보다 의미 형성과 정서적 공명을 매개하는 통로로 기능했다. 감각의 조직은 몰입을 강화했지만, 그 몰입은 반응의 속도를 높이기 위한 것이 아니라 이해의 밀도를 심화시키기 위한 것이었다.

두 번째 핵심은 시간이 질적 지속으로 조직된다는 점이다. 상영 시간표와 러닝타임은 경험의 시작과

종료를 명확히 설정했고, 관객은 일정한 시간 동안 하나의 서사 세계에 머무를 것을 전제했다. 시간은 단순한 물리적 길이가 아니라 사건의 인과 관계와 정서적 긴장이 축적되는 구조적 차원이었다. 감상은 처음부터 끝까지 이어지는 연속적 행위로 이해되었으며, 부분적 노출이나 단편적 소비는 기본 형식이 아니었다. 반면 반복 관람 경험을 분석한 연구는 영화 관람이 단순한 시청 행위가 아니라 시간 속에서 의미를 재구성하는 체험임을 보여준다.⁴⁾ 관객은 기억-현재-기대가 중첩된 시간 구조 속에서 현재 장면을 이해하며, 이전 장면과 이후 전개를 참조하여 의미를 형성한다. 시간은 외부에서 측정되는 지표가 아니라 이해를 가능하게 하는 내적 구성 원리였다. 이러한 시간성은 감각을 단기적 반응으로 환원하지 않고 서사 전체 속에서 위치 지우는 틀을 제공했다. 감각과 시간의 이러한 결합 위에서 서사 중심적 경험 구조가 형성되었다. 이에 따라 영상은 개별 장면의 병치가 아니라 통합된 서사 단위로 인식되었고, 의미는 전체 구조 속에서 점진적으로 구성되었다. 화면 구도와 컷의 길이, 음향 배치와 같은 형식적 요소는 자극을 증폭하기보다 관객의 인지 활동을 서사적 이해의 방향으로 유도했다. 특수 상영관 연구가 지적하듯, 몰입은 감각의 과잉이 아니라 지각의 정렬을 통해 형성된다.⁵⁾ 형식은 반응을 유도하는 장치라기보다 이해를 지원하는 구조로 기능했다.

세 번째 핵심은 판단이 지연과 숙고를 전제로 형성된다는 점이다. 플랫폼 이전 환경에서 감상은 하나의 과정이었고, 판단은 그 과정 이후에 형성되는 사유의 결과로 이해되었다. 관객은 감상을 마친 뒤 작품의 의미, 미학적 완성도, 윤리적 함의를 반성적으로 사유하며 평가를 구성했다. 판단은 즉각 집계되는 반응이 아니라 언어적 재구성을 수반하는 행위였으며, 비평과 토론, 글쓰기와 같은 공적 실천을 통해 공유되었다. 1960년대 영화 비평 담론의 제도화를 분석한 연구는 이러한 판단 형식이 공적 담론 공간과 긴밀히 연결되어 있었음을 보여준다.⁶⁾ 이 구조에서 경험은 개인적 체험에 머무르지 않고 공적 해석의 장으로 확장되었다. 감각은 의미 형성의 통로였고, 시간은 숙성과 반성의 조건이었으며, 판단은 해석 공동체를 통해 정당화되는 사유의 결과였다. 접근과 평가 사이에는 구조적 간격이 존재했으며, 노출은 곧바로 가치로 환산되지 않았다.

요약하면 플랫폼 이전의 영상 경험은 감각·시간·판단이 비교적 분리된 채 순차적으로 결합하는 구조를 유지하고 있었다. 감각은 이해를 향해 정렬되었고, 시간은 질적 지속을 형성했으며, 판단은 지연된 숙고를 통해 형성되었다. 이 세 요소는 동일한 계산 회로 안에서 즉시 환류되지 않았고, 노출과 평가가 자동적으로 결합되지도 않았다.

따라서 플랫폼 이전의 경험 구조는 ‘발생 → 해석 → 평가’라는 선형 질서를 기본 모델로 유지했다. 따라서 감각은 자극의 최적화 대상이 아니었고, 시간은 체류의 지표로 환산되지 않았으며, 판단은 집계 가능한 반응으로 환원되지 않았다. 바로 이러한 결합 방식이 이후 기술 환경의 변화 속에서 재조직되기 시작하는 지점이 알고리즘 이후의 전환을 이해하는 이론적 기준점이 된다.

4) 박종은, 고정민(2025), 반복적 영화관람 경험의 본질과 의미 : 현상학적 연구, 한국과 국제사회, 한국정치사회연구소, 9(1), 803쪽.

5) 류재훈(2018), 관객의 시각적 ‘몰입’을 위한 특수상영관의 현황과 전망 -스크린X를 중심으로-, 영상기술연구, 한국영상제작기술학회, 28, 67쪽.

6) 이선주(2018), <영화예술>의 뉴 시네마(New Cinema) 담론들 -1960년대 영화비평의 전문화와 영화학의 제도화, 대중서사연구, 대중서사학회, 24(3), 649~52쪽.

2.2 알고리즘 이전과 이후를 가르는 전환 조건

영상 경험의 변화는 특정 기술의 도입에 의해 단절적으로 발생한 사건이라기보다, 경험을 조직해 온 조건들이 점진적으로 변형·누적되며 일정한 임계점을 통과한 결과로 이해될 필요가 있다. 알고리즘 추천 시스템은 이러한 변형을 가속하고 가시화한 핵심 장치이지만, 전환의 원인을 단일 기술로 환원하는 설명은 충분하지 않다. 중요한 것은 기술의 존재 여부가 아니라, 경험을 구성하는 규칙들이 새로운 방식으로 결합하기 시작했다는 점이다. 따라서 알고리즘 이전과 이후를 구분하는 기준은 매체의 차이가 아니라, 경험 조직의 기준이 이동하는 지점에서 설정되어야 한다. 이 이동은 접근 방식, 가시성 관리 구조, 평가 체계가 서로 분리된 단계로 작동하던 구조에서, 상호 환류하는 순환 구조로 재편되는 과정으로 나타난다. 이러한 전환을 이해하기 위해서는 세 가지 변형 축을 구분할 필요가 있다.

이 전환의 첫 번째 축은 접근 방식의 상시화이다. 플랫폼 이전 환경에서 접근은 선택과 결단의 행위로 이해되었다. 극장 상영, 방송 편성, 물리 매체 유통은 영상과의 만남을 특정한 시간과 장소에 결속시켰으며, 감상은 일상과 구분되는 사건으로 조직되었다. 영상은 이동, 대기, 비용 지불과 같은 조건을 감수해야 도달할 수 있는 대상이었고, 이러한 조건 속에서 접근은 희소성과 결합했다. 그 결과 감상은 반복할 수 있되 상시적으로 이루어지는 경험은 아니었다. 그러나 디지털 네트워크 환경의 확산은 이러한 구조를 근본적으로 재편했다. 영상은 특정 장소에 귀속된 대상이 아니라 언제나 호출 가능한 데이터로 전환되었고, 접근 역시 결단적 선택이라기보다 인터페이스에 대한 지속적 접속 상태로 성격이 변화했다. 사용자는 개별 작품을 향해 이동하기보다 이미 배열된 목록과 피드에 진입하며, 그 안에서 연쇄적으로 제시되는 항목들에 반응한다. 이로써 감상은 명확한 시작과 종료의 형태를 지닌 단위라기보다, 접속이 유지되는 한 지속되는 반응의 흐름으로 재구성된다. 결국, 접근은 더 이상 사건(event)이 아니라 환경(environment)으로 기능하며, 이러한 상시적 접속 상태가 유지될 때에만 동적 추천 배열과 실시간 재배열이 가능해진다.

두 번째 축은 가시성 관리의 계산화이다. 디지털 촬영·편집 도구의 대중화와 네트워크 기반 유통의 확산은 영상 생산의 장벽을 낮추었고, 그 결과 콘텐츠는 전례 없는 과잉 상태에 놓이게 되었다. 플랫폼 이전 환경에서 가시성은 극장 편성, 방송 편집, 배급 전략과 같은 인간 중심의 제도적 필터를 통해 관리되었다. 관객은 이러한 필터를 통과한 콘텐츠와 조우했으며, 선택의 범위 역시 제도적으로 조정되었다. 개인 방송 플랫폼의 확산과 생산 구조 변화를 분석한 연구는 이러한 유통 질서가 어떻게 해체되었는지를 보여준다.⁷⁾ 콘텐츠 과잉이 구조화되면서 인간 중심의 편성 방식은 지속적으로 판단을 수행해야 하는 불안정한 체계가 되었다. 이 상황에서 알고리즘적 분류와 추천은 편의 기능이 아니라 과잉을 운영하기 위한 관리 기술로 중심화된다. 알고리즘화가 미디어의 핵심 논리로 부상한다는 지적은 이러한 변화를 설명한다.⁸⁾ 이 과정에서 가시성은 문화적 승인 이전에 계산적 필터링을 통과해야 하는 조건이

7) 이동후, 이설희(2017), 인터넷 개인방송 BJ의 노동 과정에 대한 탐색 = 아프리카TV 사례를 중심으로, 한국언론학보, 한국언론학회, 61(2), 132~134쪽.

8) 오세욱(2018), 알고리즘화(Algorithmification): 미디어의 핵심 논리로서 알고리즘, 언론정보연구, 서울대학교 언론정보연구소, 55(2), 82~85쪽.

된다. 존재와 노출은 더 이상 동일하지 않으며, 콘텐츠가 존재한다는 사실과 그것이 경험될 수 있다는 사실은 분리된다. 가시성은 해석의 결과가 아니라 연산의 결과가 된다.

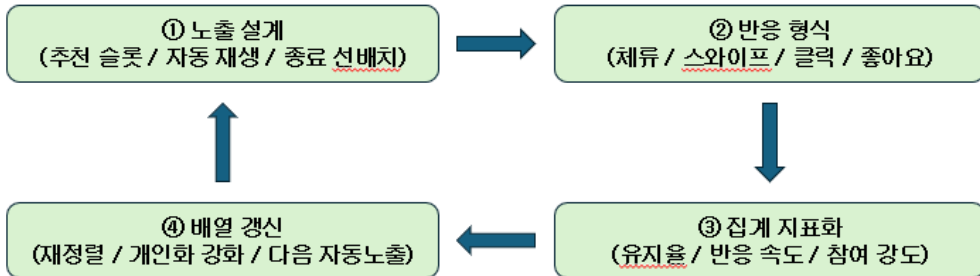
세 번째 축은 평가 체계의 실시간화이다. 플랫폼 이전 환경에서 평가는 감상 이후 형성되는 반성적 사유의 결과였다. 비평가 관객 담론은 경험을 재구성하고 의미화하는 장으로 기능했고, 평가는 시간 속에서 축적되었다. 그러나 디지털 플랫폼 환경에서는 조회 수, 클릭률, 시청 지속 시간, 반응 속도와 같은 지표가 실시간으로 수집되고 배열을 조정하는 기준으로 작동한다. 개인화 서비스 연구는 이러한 지표가 이용자의 선택 환경 자체를 재규정하는 구조적 요소로 기능함을 보여준다.⁹⁾ 이로써 수치는 경험을 설명하는 도구가 아니라 경험을 조직하는 규범으로 전환된다. 사용자의 반응은 의미를 표명하는 발화라기보다 학습 신호로 처리되고, 판단은 숙고의 결과라기보다 관리 체계의 입력값으로 재구성된다. 평가는 해석의 산물에서 배열의 조건으로 이동한다. 접근의 상시화, 가시성의 계산화, 평가의 실시간화는 독립적으로 발생한 변화처럼 보이지만 실제로는 상호 강화적 관계를 형성한다. 상시적 접속은 과잉된 콘텐츠 환경을 전제로 하며, 과잉은 자동화된 분배 방식을 요구하고, 실시간 지표는 그 분배를 지속적으로 조정하는 피드백 회로를 구성한다. 이 세 요소가 결합할 때 경험은 선형 구조를 유지하기보다 환류 구조로 재편된다.

이 지점을 본 연구는 ‘임계점’으로 정의한다. 임계점은 단순한 변화의 확대가 아니라 경험 조직의 규칙이 전환되었는지를 판별할 수 있는 최소 조건의 결합을 의미한다. 이 전환을 판별하기 위해 두 가지 조건을 제시할 수 있다. 첫째, “사용자의 반응이 동일 접속 상태에서 재노출 조건으로 환류되는가?”이다. 이는 알고리즘 내부 연산을 추론하는 것이 아니라, 인터페이스 수준에서 관찰 가능한 징후를 통해 점검된다. 종료 화면에서 다음 콘텐츠가 선택지되는지, 일정 시간 후 자동 전환이 이루어지는지, 스와이프와 같은 전환 행위가 즉시 다음 노출을 호출하는지, 홈 재진입 시 배열이 변화하는지와 같은 요소가 이에 해당한다. 둘째, “종료가 완결의 봉합 지점을 뜻하는 것이 아닌 전환을 기본값으로 설계하는가?”이다. 여기서 ‘기본값’은 사용자가 추가 선택을 하지 않아도 다음 콘텐츠가 자동으로 재생·노출되거나, 전환 행위가 경험의 표준 반응 형식으로 구조화되어 있는 상태를 의미한다.

2025년 기준 로그인 상태에서의 관찰 결과는 이러한 조건이 플랫폼마다 상이한 방식으로 구현됨을 보여준다. 넷플릭스 모바일은 종료 화면에서 다음 회차 또는 추천 항목을 선택지하고, 일정 시간 후 자동 전환을 수행함으로써 전환의 기본값화를 명확히 드러낸다. 틱톡 모바일은 다음 영상이 상시 대기하는 구조 속에서 스와이프가 즉시 전환을 호출하는 표준 반응으로 설계되어 두 조건이 동시에 강하게 나타난다. 유튜브 웹 홈은 자동 재생 중심이라기보다 추천 슬롯의 재배열이 핵심 전환 장치로 작동하며, 동일 계정 반복 접속 시 배열 변화가 관찰된다. 이러한 관찰을 토대로 ‘임계점’은 기술의 유무가 아니라 다음 두 규칙이 동시에 충족되는 지점으로 정의된다. (1) 반응이 재노출 조건으로 환류되는가? (2) 종료가 전환을 기본값으로 설계하는가? 이 두 조건이 결합할 때 경험은 ‘발생 → 해석 → 평가’의 선형 질서를 유지하기보다 ‘노출-반응-집계-재노출’의 환류 구조로 수렴한다. 앞서 제시한 <표 1>은

9) 허지현, 송지희(2023), 개인화 서비스는 항상 좋은가?: 정보탐색정도의 조절효과를 중심으로, 정보통신정책연구, 정보통신정책학회, 30(1), 67~68쪽.

이 판별 규칙을 인터페이스 항목으로 분해하여 기록한 결과이며, <그림 1>은 그 결합이 형성하는 순환 구조를 도식화한 것이다.



<그림 1> 운영되는 경험의 환류 회로

이 임계점에서 감각은 지속적 몰입을 전제로 조직되기보다 빠른 전환과 반응에 적응하도록 조정된다. <표 1>의 B항목에서 확인되듯, 자동 전환 장치의 존재와 전환 비활성화 경로의 단계 수는 사용자의 개입 없이 다음 콘텐츠로 이행하는 기본값을 구조화한다. 특히 넷플릭스의 종료 화면 카운트다운과 틱톡의 상시 대기 구조는 전환 비용을 최소화함으로써 감각을 ‘유지’가 아니라 ‘연속 전환’에 맞추어 정렬한다. 동시에 D항목에서 관찰되는 시간 지표의 가시화 방식은 시간 경험을 질적 지속이 아니라 측정 가능한 외적 지표로 변환한다. 이처럼 배열 구조(A), 전환 설계(B), 시간 지표(D)의 결합은 감각·시간·판단이 동일한 최적화 회로 안에서 동시적으로 조정되는 조건을 형성한다. 이러한 설계 조건의 결합이 바로 알고리즘 이전과 이후를 가르는 전환의 핵심이다.

2.3 감각·시간·판단의 외주화 — 알고리즘적 경험의 형성

알고리즘 환경에서 영상 경험은 더 이상 주체 내부에서 자율적으로 발생하고 완료되는 사건으로만 이해되기 어렵다. 경험은 기술적 시스템과 제도적 설계가 결합한 조건 속에서 생성·유지·조정되는 과정으로 전환되며, 사용자는 그 과정의 중심에 위치하면서도 동시에 그 과정이 요구하는 반응 형식에 의해 구성된다. 이에 플랫폼 환경에서 영상은 고정된 작품 단위의 텍스트라기보다 데이터 흐름 속에서 분절·정렬·재배열되는 단위로 존재하며, 경험 또한 하나의 작품을 끝까지 감상하는 완결된 사건이 아니라 ‘노출-반응-집계-재노출’이 반복되는 순환 구조 속에서 운영된다. 이러한 순환 구조가 안정화될 수록, 경험을 구성해 온 핵심 요소인 감각·시간·판단은 더 이상 개인의 인식 능력이나 사유의 결과로만 작동하지 않고, 외부 시스템에 의해 사전적으로 배열되고 지속적으로 조정되는 기능으로 이동한다.

본 연구는 이 이동을 ‘외주화’로 개념화한다. 외주화는 주체가 더 이상 해석하지 않는다는 심리학적 주장도 아니며, 알고리즘이 경험을 전면 대체한다는 총체적 진술도 아니다. 외주화는 경험이 의미 형성의 층위에서 완결되기 이전에, 특정 반응 형식이 우선적으로 집계 가능한 입력값으로 포착되고, 그 결과가 가시성 배분을 통해 다시 경험의 조건으로 환류되는 설계적 우선순위를 가리킨다. 따라서

외주화의 핵심은 ‘데이터화’ 자체가 아니라, 데이터화된 반응이 제도화된 환류 경로를 통해 노출의 조건으로 되돌아오는 구조가 안정적으로 작동한다는 점에 있다. 이때 경험은 ‘발생 → 해석 → 평가’의 선형 질서를 유지하기보다 ‘노출-반응-집계-재노출’의 순환 질서로 이동한다.

외주화는 모든 플랫폼에서 동일한 강도로 나타나는 일반 법칙이 아니라, 설계 조합에 따라 강도가 달라지는 변이 구조로 이해되어야 한다. 따라서 자동 재생의 기본값이 해제 가능하며, 전환 비용이 높고, 반응 지표가 노출 구조에 즉각 환류되지 않는 설계 환경에서는 외주화의 강도는 현저히 약화될 수 있다. 다시 말해 본 연구의 명제는 보편적 진술이 아니라, 특정 설계 조건이 결합할 때 감각·시간·판단이 지표 체계에 직접 접속하는 경향이 강화된다는 조건부 가설에 해당한다. 이 점에서 외주화는 규범적 비판이 아니라 판별 가능한 구조 명제로 이해되어야 한다.

외주화 개념이 분석적으로 유효하기 위해서는 “경험이 기술에 의해 매개된다”라는 포괄적 진술을 넘어, 어떤 구성 요소가 어떤 경로로 이전되는지와 그 이전이 어떤 규칙으로 안정화되는지를 제시해야 한다. 외주화는 감각·시간·판단이라는 경험의 핵심 구성 요소가 주체 내부의 숙고 과정에서 플랫폼의 지표·인터페이스·추천 규칙으로 이전되는 구조적 변화를 가리킨다. 다시 말해 외주화는 경험의 내적 구성 요소가 운영 가능한 변수로 변환되는 과정이다. 이 분석은 특정 플랫폼의 로그 데이터를 수집해 통계적으로 검증하는 방식이 아니라, 플랫폼 인터페이스와 추천 구조가 허용하고 유도하는 반응 형식—자동 재생, 연속 추천 배열, 무한 스크롤, 좋아요·넌기기·시청 중단·구독·공유—을 경험론적 단위로 정리하고, 이 단위들이 감각·시간·판단을 어떠한 방식으로 지표 체계에 접속시키는지를 구조적으로 해명하는 이론적 작업에 해당한다. 온라인 동영상 플랫폼의 추천 구조 분석은 연관 비디오 배열이 단순한 주제 유사성보다 시청 행태 데이터를 중심으로 구성된다는 점을 보여준다. 이는 경험이 의미의 구조 이전에 행태의 구조로 우선 포착될 가능성을 시사한다.¹⁰⁾

이러한 조건 속에서 감각은 의미 이해의 통로에서 반응을 산출하는 변수로 재배치된다. 플랫폼 이전의 영상 경험에서 감각은 서사와 세계에 접근하기 위한 매개였고, 몰입과 주의는 의미 형성의 조건이었다. 감각은 비교적 안정된 환경 속에서 훈련되고 축적되었으며, 경험의 질은 이해와 공명의 깊이에 의해 평가될 수 있었다. 반면 플랫폼 환경에서는 자동 재생, 연속 추천, 무한 스크롤과 같은 설계 장치가 사용자의 선택 이전에 감각의 흐름을 선행적으로 구성한다. 감각은 개별 영상의 의미를 충분히 형성하도록 조직되기보다 이탈을 지연시키고 전환을 유도하기 위한 자원으로 정렬된다. 컷의 길이, 대비, 음향 강도, 정보 제시 속도, 클로즈업의 빈도는 감각적 인상을 구성하는 미학적 선택이면서 동시에 반응을 극대화하기 위한 조정 가능한 파라미터가 된다. 감각은 해석의 조건으로 남아 있으면서도, 반응을 산출해 지표로 환산되기 쉬운 방향으로 설계의 영향을 받는다. 이때 주의를 몰입의 깊이가 아니라 접속의 지속성으로 측정되며, 감각은 이해의 매개에서 지표화 가능한 반응의 전제로 이동한다.

시간 역시 질적 지속에서 관리 가능한 자원으로 전환된다. 플랫폼 이전의 영상 경험에서 시간은 서사적 인과와 정서적 긴장이 축적되는 내적 지속의 차원이었다. 경험의 종료는 완결과 해석의 가능성

10) 이영주, 이창환(2020), 온라인 동영상 플랫폼의 알고리즘은 어떤 연관 비디오를 추천하는가: 유튜브의 K POP 뮤직비디오를 중심으로, 한국콘텐츠학회논문지, 한국콘텐츠학회, 20(4), 5쪽.

을 확보하는 계기였고, 시간은 숙성과 반성의 조건이었다. 그러나 플랫폼 환경에서는 자동 재생과 연속 추천이 시작과 종료의 경계를 흐릿하게 만들며, 시간은 체류 시간, 시청 지속 시간, 이탈 지점, 스킵 빈도, 반응 속도와 같은 외적 지표로 환산된다. 시간은 의미를 숙성시키는 질적 차원이라기보다 유지율을 계산하고 최적화하기 위한 자원으로 기능한다. 경험은 축적되기보다 소모되며, 기억은 의미의 잔여라기보다 다음 배열을 위한 데이터로 환원된다. 그 결과 경험의 시간성은 기억과 기대가 중첩되는 내적 구성에서 체류와 이탈이 관리되는 외적 운영 구조로 이동한다. 경험은 시작과 종료를 갖는 사건이라기보다, 접속이 유지되는 한 연장되는 상태로 재정의된다.

판단 또한 숙고의 결과에서 학습 신호로 전환된다. 플랫폼 이전의 영상 경험에서 판단은 감상 이후 형성되는 사유의 산물이었고, 비평과 토론을 통해 사회적으로 공유되었다. 판단은 시간적 지연과 언어적 재구성을 전제로 했고, 그 정당화는 논증의 형태를 취했다. 그러나 플랫폼 환경에서는 좋아요, 시청 중단, 반복 재생, 구독, 공유와 같은 즉각적 행위가 판단의 표상으로 간주되며 곧바로 데이터화된다. 판단은 의미를 설명하는 발화라기보다 시스템을 학습시키는 신호로 기능하고, 이유와 맥락은 집계의 대상에서 배제된다. 추천 알고리즘 시대의 비판적 사고 한계를 논한 연구는, 반응 중심의 체계가 판단을 언어적 정당화보다 집계 가능한 행위로 수렴시키는 경향을 지적한다. 이로써 판단은 무엇을 생각했는가의 문제가 아니라 어떤 행위를 했는가의 문제로 환원되며, 집계 가능한 행위만이 판단으로 승인된다.¹¹⁾

감각·시간·판단의 이동은 서로 독립적으로 발생하지 않는다. 인터페이스는 반응을 특정 형식으로 유도하고, 지표는 그 반응을 비교 가능한 값으로 환산하며, 가시성 배분은 환산된 값을 다시 배열의 조건으로 되돌린다. 이 결합이 안정화될 때 감각·시간·판단은 심리적 능력이라기보다 추천 회로 안에서 조정 가능한 변수로 전환되고, 경험은 개인의 내적 사건이라기보다 운영 가능한 과정으로 재구성된다. 외주화의 핵심은 데이터화 자체가 아니라, 데이터화된 반응이 가시성 배분을 통해 다시 경험의 조건으로 환류된다는 점에 있다.

이 과정에서 경험의 존재론적 위상도 변한다. 경험은 더 이상 주체가 소유하고 기억하는 완결된 사건으로만 남지 않고, 플랫폼이 지속적으로 배열하고 재배열하는 흐름으로 나타난다. 경험은 의미를 축적하는 과정이면서 동시에 반응을 생산하고 최적화하는 과정으로 재정의되며, 영상은 미학적 대상인 동시에 데이터 객체로 기능한다. 다만 외주화는 주체성의 소멸을 의미하지 않는다. 사용자는 여전히 선택하고 해석한다. 문제는 그 선택과 해석이 의미 형성의 층위보다 관리와 최적화의 층위에서 우선적으로 포착된다는 데 있다. 주체는 사라지지 않지만, 주체성이 작동하는 위치가 이동한다. 감각은 의미의 통로에서 반응의 변수로, 시간은 내적 지속에서 관리 가능한 자원으로, 판단은 숙고의 결과에서 학습 신호로 이동한다. 이러한 이동이 축적될 때 영상 경험은 주체 내부의 사건이라기보다 플랫폼이 운영하는 과정으로 재정의된다. 이 재정의는 단순한 매체 변화가 아니라 경험이 승인되고 가치화되는 규칙의 변화와 직접적으로 맞닿아 있다. 반응이 지표가 되고 지표가 가시성을 재구성하는 구조 속에서, 무엇이 가치 있는 경험으로 인정되는지, 어떤 평가가 정당한 평가로 승인되는지, 그리고 그 과정에서 책임이 누구에게 어떻게 분산되는지는 경험 구조의 내부 변화와 분리될 수 없게 된다.

11) 임완철(2025), 추천 알고리즘 시대의 비판적 사고, 리터러시, 팩트체킹의 한계에 대한 비판적 고찰, 교육비평(새길을 여는 교육비평), 교육비평, 57, 132~137쪽.

2.4 가치·평가·책임의 재편 — 알고리즘적 경험의 윤리와 정치성

알고리즘 환경에서 영상 경험의 변형은 감각·시간·판단의 외주화에 머물지 않는다. 더 근본적인 전환은 “무엇이 가치 있는 경험인가?”, “무엇이 좋은 영상인가?”, “어떤 선택이 책임 있는 행위로 승인되는가?”라는 규범적 기준 자체가 경험의 내부 작동과 분리된 채 존재하기 어려워졌다는 데 있다. 플랫폼 이전 환경에서 가치와 평가는 경험 이후의 사회적 판단 영역에 속했다. 작품은 시간 속에서 재해석되었고, 비평과 제도적 승인, 공동체적 토론을 통해 점진적으로 의미가 축적되었다. 여기서 지연은 단순한 속도의 문제가 아니라 규범 형성의 조건이었다. 시간적 간격은 다양한 해석 공동체가 개입할 여지를 제공했고, 가치 판단은 논증과 토론을 통해 정당화되었다.

플랫폼 환경에서는 경험이 발생과 동시에 데이터화되고 측정되며, 측정 결과가 즉각 추천과 노출 구조에 반영된다. 반응은 기록·집계되어 다음 배열의 기준으로 환류되고, 이 환류가 반복되면서 가치와 평가는 경험의 사후적 결과가 아니라 경험을 가능하게 하는 조건으로 이동한다. 규범은 해석의 언어 속에서 형성되기보다, 지표화된 반응이 가시성을 재배열하는 과정에서 실시간으로 구성된다. 이때 “가치 있는 것”은 의미가 축적된 결과라기보다 “가치로 집계 가능한 것”으로 재정의되며, 평가의 장은 토론의 공간이 아니라 배열의 기술로 이동한다.

가치의 재편은 “무엇이 중요한가?”라는 질문이 “어떤 형식으로 중요함이 입증되는가?”라는 질문으로 전환되는 지점에서 드러난다. 조회 수, 시청 지속 시간, 클릭률, 공유 빈도, 댓글의 속도와 정서적 강도는 단순한 성과 측정값이 아니라 가치의 표상으로 기능한다. “무엇이 더 오래 체류를 유도했는가?”, “무엇이 더 많은 참여를 생성했는가?”라는 계산 가능한 기준이 가치 판단을 대신한다. 이에 가치는 논증과 합의를 통해 축적되기보다, 순위와 추천의 형태로 제시되고, 그 제시는 다시 가시성을 생산한다. 여기서 지표는 경험을 설명하는 도구가 아니라 무엇이 가치로 집계될 수 있는지를 규정하는 규범 장치로 작동한다. 지표가 규범이 될 때, 가치의 기준은 의미의 지속성보다 반응의 강도와 속도에 의해 재정의된다.

이 같은 변화는 콘텐츠 형식과 생산 전략을 구조적으로 조정한다. 낚시성 기사 제목 연구는 반응 중심의 노출 체계가 콘텐츠 형식을 변형시키는 방식을 보여준다. 클릭을 유도하는 제목 전략은 개별 생산자의 윤리적 일탈이라기보다, 반응을 가치로 환산하는 체계 속에서 합리적 선택으로 작동한다.¹²⁾ 이 사례가 시사하는 핵심은 특정 콘텐츠의 질이 아니라, 어떤 형식이 “가치로 집계될 수 있는가?”라는 조건이 변화했다는 점이다. 가치 판단의 핵심이 “무엇을 말했는가?”에서 “어떤 반응을 유발했는가?”로 이동할 때, 생산은 의미의 설득보다 반응의 유도를 중심으로 재조직된다.

또한, 이러한 전환은 ‘낚시성’이나 ‘감정 자극’을 단지 윤리적으로 나쁜 선택이라고 도덕화함으로써 충분히 설명되지 않는다. 온라인 뉴스 선정성을 실시간 스크래핑으로 분석한 연구는 감정 유발성과 비윤리적 요소가 기사 ‘게재 시간(노출 지속)’과 결합하면서 클릭 유도 전략이 구조적으로 강화될 수 있음을 보여준다. 특히 감정 유발적 제목이 게재 시간을 늘리는 효과를 보였다는 결과는, 노출/체류

12) 김진진(2010), 낚시성 기사 제목의 활용 실태 연구 - 네이버 뉴스캐스트 주요 일간신문을 중심으로, 디지털디자인학연구, 한국디지털디자인학회, 10(4), 289~291쪽.

최적화 논리가 생산자의 편집 선택과 결합할 수 있음을 시사한다.¹³⁾ “자극 → 반응 → 더 긴 노출 → 더 많은 반응”의 회로가 안정화될수록, 가치 판단은 의미의 질보다 노출 지속과 반응 강도의 지표를 통해 ‘입증’되는 방식으로 재편된다. 이때 윤리적 평가는 사후적 심판이 아니라, 사전적으로 가치화 가능한 형식을 선택하도록 압력을 가하는 구조적 조건으로 이동한다.

평가 역시 동일한 구조 안에서 재편된다. 플랫폼 이전의 평가는 감상 이후에 숙고였지만, 플랫폼 환경에서 평가는 경험과 동시에 발생하는 입력값이 된다. 좋아요 버튼, 실시간 랭킹, 자동 재생, 추천 배열은 사용자의 반응을 표준화된 형식으로 수집하고 그 결과를 즉각 가시성 배분에 반영한다. 이 ‘즉시 반영’은 단순한 피드백이 아니라 평가가 편집·배치의 규칙으로 전화되는 순간을 의미한다. 포털의 인공지능 뉴스 큐레이션 도입 이후 생산 관행이 변화한 양상을 분석한 연구는, 노출이 이용자 반응 데이터와 결합하면서 생산과 편집이 반응 가능성(클릭·채류·참여)에 맞춰 선행적으로 조정될 수 있음을 보여준다.¹⁴⁾ 이때 평가는 ‘사후적 의미화’가 아니라 ‘사전적 배열 조건’으로 기능하며, 가치 판단의 근거는 토론의 언어에서 가시성의 기술로 이동한다. 또한, 온라인 상품평 연구가 보여주듯, 집계 지표(예: 좋아요 수)는 평가의 유용성 판단에 직접적인 영향을 미칠 수 있다.¹⁵⁾ 이는 평가가 해석의 결과라기보다 배열을 구성하는 입력이자 신뢰의 근거로 기능할 수 있음을 시사한다. 판단은 언어적 정당화 이전에 수치화되고, 수치는 다시 경험의 조건을 구성한다. 평가가 조건이 될 때, 사용자는 평가를 수행하는 동시에 평가의 환경에 의해 수행된다. 이 구조에서 “평가한다”라는 것은 의미를 말하는 행위라기보다 노출의 분배를 갱신하는 행위로 재규정된다.

가치와 평가가 경험의 조건으로 이동하면 책임 구조 역시 근본적으로 변형된다. 노출은 플랫폼의 배열 규칙이 결정하고, 반응은 사용자가 수행하며, 그 반응은 다시 학습 데이터가 되어 다음 노출을 구성한다. 경험은 직선적 인과가 아니라 순환적 피드백 구조를 취한다. 이때 책임은 단일 행위자에게 귀속되기 어렵다. 사용자는 “추천을 받았을 뿐”이라고 말할 수 있고, 플랫폼은 “이용자 반응을 반영했을 뿐”이라고 주장할 수 있으며, 제작자는 “노출 구조를 통제하지 않는다”라고 항변할 수 있다. 이 때문에 책임은 분산되고, 분산은 면책의 가능성을 내포한다. 이 지점에서 책임 문제는 “누가 잘못했는가?”라는 사건 중심 질문을 넘어, “어떤 목표와 지표가 어떤 결과를 반복적으로 재생산하는가?”라는 구조 중심 질문으로 이동해야 한다. 데이터 윤리 연구가 지적하듯, 알고리즘 편향은 단순한 기술 오류라기보다 목표 설정과 지표 선택의 문제와 긴밀히 연결된다.¹⁶⁾ 이에 따라 목표 함수가 무엇을 최적화하는지, 어떤 지표를 ‘가치’로 인정하는지, 어떤 반응을 ‘판단’으로 승인하는지에 따라 경험의 결과는 반복적으로 산출된다. 이때 윤리적 문제는 개별 콘텐츠의 옳고 그름이 아니라, 가치로 환산되는 지표의 체계가 어떤 형태의 경험을 정상으로 만들고 어떤 경험을 주변화하는가의 문제로 재정의된다.

〈표 1〉에서 확인되듯, 노출의 설계는 반응의 형식을 미리 규정한다. 넷플릭스의 자동 전환은 채류

13) 이종혁(2024), 온라인 뉴스의 선정성이 게재 시간과 이용자 평가에 미치는 영향, 한국언론학보, 한국언론학회, 68(5), 83~92쪽.

14) 이재원(2021), 포털 사이트의 인공지능 뉴스 큐레이션 도입과 뉴스 생산 관행 변화에 관한 연구 : 네이버 연예뉴스를 중심으로, 방송통신연구, 한국방송학회, 113, 114~117쪽.

15) 이민영(2024), 온라인 상품평의 좋아요 수와 사진의 포함여부가 상품평 유용성 지각과 상품태도에 미치는 영향, 미디어경제와 문화, (주)에스비에스, 22(1), 63~64쪽.

16) 변순용(2020), 데이터 윤리에서 인공지능 편향성 문제에 대한 연구, 윤리연구, 한국윤리학회, 128(1), 153쪽.

시간을, 틱톡의 연속 피드는 전환 속도를, 유튜브 홈의 다중 배열은 클릭 선택을 주요 판단 형식으로 전제한다. 이 반응은 지표로 집계되어 배열을 갱신하고, 갱신된 배열은 지표의 정당성을 강화한다. 책임은 개별 행위자의 의도에만 귀속될 수 없으며, 어떤 지표가 가치의 표상으로 채택되고 그 지표가 어떤 반응 형식을 ‘정상적 판단’으로 승인하는지에 대한 설계 차원의 문제로 이동한다. 이 구조는 환류 회로로 정식화될 수 있다. 노출의 설계(어떤 슬롯이 상단에 고정되는가, 종료 화면에서 무엇이 선택되는가?)는 반응의 형식을 선행적으로 규정하고, 반응의 형식은 어떤 지표가 우선 수집되는지(채류/이탈/참여 강도)를 결정하며, 지표의 우선순위는 다시 노출 배열 갱신을 정당화한다. 따라서 책임은 결과 귀속을 둘러싼 도덕적 비난만으로는 포착되기 어렵고, (1) “어떤 지표가 가치의 표상으로 채택되는가?”, (2) “그 지표가 어떤 반응 형식을 표준 판단으로 승인하는가?”, (3) “그 승인이 어떤 가시성 배분을 반복 강화하는가?”를 묻는 방식으로 재구성되어야 한다. 이와 함께 배열이 어떠한 기준과 설명을 통해 정당화되는가는 설계 책임과 구분되는 투명성 책임으로 정리될 수 있다. 이용자는 콘텐츠 자체뿐 아니라 배열의 설명 가능성과 공정성을 함께 평가하며, 신뢰와 공공성 판단은 배열의 정당화 방식과 결합할 수 있다. 책임은 행위의 귀속 문제가 아니라 설계와 규칙의 문제로 재배치되며, “어떻게 배열하는가?”와 “왜 그렇게 배열하는가?”는 각각 다른 책임 층위를 구성한다.

따라서 책임은 최소한 두 층위로 구분될 필요가 있다. 첫째는 설계 책임이다. 이는 “어떤 목표가 설정되었는가?”, “어떤 지표가 우선순위로 채택되었는가?”, “자동 재생과 추천 배열이 어떤 기본값으로 작동하는가?”처럼 경험 조건을 사전적으로 구성하는 규칙의 책임을 의미한다. 설계 책임은 개별 콘텐츠의 옳고 그름과 별개로, 어떤 반응 형식이 가치로 환산되도록 구조화되었는가를 묻는다. 둘째는 귀속 구조 책임이다. 순환 회로 속에서 노출은 플랫폼의 배열 규칙에 의해 결정되고, 반응은 사용자가 수행하며, 생산자는 그 반응을 전제로 전략을 조정한다. 이때 책임은 단일 행위자에게 귀속되기보다 구조적으로 분산된다. 귀속 구조 책임은 바로 이 분산이 어떻게 제도화되는지, 그리고 그 분산이 면책의 장치로 기능하는지를 분석 대상으로 삼는다. 책임은 사건 중심의 귀속이 아니라 구조 중심의 재생산을 묻는 질문으로 전환된다.

이 구분은 알고리즘적 경험의 윤리와 정치성이 개인의 도덕성 차원을 넘어, 지표 선택과 배열 권한의 구조에서 발생한다는 점을 이론적으로 명확히 한다. 윤리는 필연적으로 정치성의 문제로 확장된다. 무엇이 반복 노출되고 무엇이 주변화되는가는 사회적 중요성, 발언권, 기억과 망각의 배분과 직결되며, 플랫폼은 현실을 단순히 반영하는 매개체가 아니라 어떤 현실이 경험될 수 있는지를 구성하는 장치로 기능한다. 온라인 행동주의 연구가 보여주듯, 집계 구조와 노출 방식은 집합 감정의 형성과 의제 설정에 영향을 미칠 수 있다.¹⁷⁾ 이때 정치성은 특정 메시지의 이념적 내용 이전에, “무엇이 보이고 무엇이 중요하게 느껴지도록 구성되는가?”라는 가시성의 조건에서 발생한다.

결국, 가치·평가·책임의 재편은 새로운 도덕이 갑자기 출현했다는 의미가 아니라, 규범이 작동하는 조건이 이동했다는 의미이다. 경험은 더 이상 의미를 숙성시키는 사건으로만 존재하지 않고, 지표화된

17) 조계원(2021), 온라인 행동주의와 집합 감정: 청와대 국민청원을 중심으로, 비교민주주의연구, 인제대학교 민주주의와자치연구소, 17(2), 82~83쪽.

반응이 가시성을 재배열하는 순환 구조 속에서 운영되는 과정으로 전환된다. 윤리의 핵심 장소는 개인의 의도나 태도보다 플랫폼의 설계, 지표 선택, 목표 설정, 가시성 배분 권한의 구조로 이동한다. 알고리즘적 경험의 윤리와 정치성은 콘텐츠의 내용보다 경험의 조건에서, 메시지의 주장보다 가시성의 배분 방식에서 우선적으로 발생한다. 문제는 어떤 콘텐츠가 옳은가에 국한되지 않고, 어떤 지표가 가치로 승인되는가, 어떤 반응이 집계 가능한 판단으로 인정되는가, 어떤 배열이 반복적으로 강화되는가에 있다. 이 조건이 재편될 때, 규범은 해석의 언어에서 배열의 기술로 이동하며, 경험의 윤리와 정치는 사후적 반성이 아니라 경험 조건의 설계 차원에서 발생한다.

3. 결론 : 영상 경험의 재이론화 - 감각·시간·판단·가치의 통합 구조

본 연구는 플랫폼 환경에서 영상 경험이 어떠한 구조적 전환을 겪는지를 ‘전환 조건’의 차원에서 판별하고, 그 전환이 경험의 내부 작동(감각·시간·판단)과 규범적 결과(가치·평가·책임)를 어떻게 하나의 작동 회로로 결합하는지를 이론적으로 정식화하였다. 분석의 핵심은 매체 환경의 변화 자체가 아니라, 경험을 조직하는 규칙이 선형 질서에서 환류 질서로 이동했다는 점에 있다.

플랫폼 이전의 경험이 ‘발생-해석-평가’의 순차적 결합을 기본 구조로 유지했다면, 플랫폼 환경의 경험은 ‘노출-반응-집계-재노출’의 반복 회로로 수렴한다. 이 회로에서는 감각·시간·판단·가치가 독립적 층위로 분리되어 작동하기보다, 동일한 계산적 구조 안에서 동시에 조정 가능한 요소로 재구성된다. 감각은 반응 변수로, 시간은 체류 지표로, 판단은 집계 가능한 행위로, 가치는 참여 강도로 환산되며, 환산된 값은 다시 다음 노출의 조건으로 환류된다. 이 통합은 단순한 기능 결합이 아니라 경험과 규범의 형성 조건이 동일한 설계 체계 안으로 수렴했음을 의미한다.

이 통합 구조는 기술적 진술에 머무르지 않는다. 통합이 성립하는 방식 자체가 규범의 형성 조건을 바꾸기 때문이다. 감각이 반응을 유도하고 이탈을 지연시키는 변수로 재배치되고, 시간이 내적 지속이 아니라 체류·이탈·속도와 같은 외부 지표로 환산되며, 판단이 속고의 결과라기보다 집계 가능한 행위로 표상될 때, 무엇이 가치 있는 경험인지에 대한 기준은 해석 공동체의 논증을 경유하기보다 지표가 승인하는 형식으로 이동한다. 따라서 경험의 통합 구조를 분석한다는 것은 곧 규범의 통합 구조—무엇이 가치로 승인되고 어떤 평가가 정당한 평가로 간주되며 그 과정에서 책임이 어떻게 배치되는지—를 분석하는 일과 동일한 작업이 된다.

본 연구는 이 문제를 추천 시스템의 내부 알고리즘을 직접 해명하거나 대규모 로그 데이터를 계량적으로 검증하는 방식으로 다루지 않았다. 대신 사용자가 실제로 마주하는 인터페이스와 운영 규칙의 관찰 가능한 징후를 분석 대상으로 삼아, 환류가 어떻게 ‘설계 차원에서’ 구성되는지를 구조적으로 정식화하였다. 여기서 ‘환류’는 모델 내부의 인과를 확정하는 표현이 아니라, 노출-반응-집계-재노출의 연결이 인터페이스·지표·가시성 규칙의 결합으로 반복적으로 실현되는 경로를 기술하는 개념이다. 즉 본 연구는 “무엇이 추천되는가?”보다 “추천이 가능해지는 경험 조건이 어떻게 설계되는가?”를 문제의 중심으로 이동시켰고, 그 결과 경험의 내부 작동과 규범적 결과가 동일한 회로로 결합하는 구조를

설명 가능한 형태로 제시했다.

플랫폼 이전의 영상 경험은 대체로 발생-해석-평가의 질서를 따랐다. 경험은 먼저 발생하고, 이후 해석과 숙고를 거쳐 가치 판단이 형성되었다. 감각은 의미 형성의 통로로 기능했고, 시간은 서사적 인과와 정서적 긴장을 축적하는 내적 지속으로 구성되었으며, 판단은 감상 이후의 반성적 사유로 정당화되었다. 가치는 지연을 포함한 토론과 비평의 과정에서 강화되었고, 경험은 하나의 완결된 사건으로 조직되었다. 이 구조에서 감각·시간·판단·가치는 분화된 채 순차적으로 결합하며, 규범은 일정한 간격을 통해 형성될 여지를 확보했다.

반면 알고리즘 환경에서는 노출-반응-집계-재노출의 순환이 경험의 기본 형식으로 등장한다. 경험은 발생과 동시에 데이터화되고, 데이터화된 반응은 곧바로 배열의 조건으로 환류되며, 배열의 변화는 다시 다음 경험의 조건을 구성한다. 선형적 축적의 시간은 순환적 최적화의 시간으로 대체되고, 해석 이후의 거리와 지연은 구조적으로 축소된다. 이 변화의 핵심은 각 요소가 따로 변형되었다는 데 있지 않고, 감각·시간·판단·가치가 동일한 계산 체계 안으로 수렴해 조정 가능한 파라미터로 재구성되었다는 데 있다. 감각의 강도는 체류 시간에 영향을 미치고, 체류 시간은 가치 지표를 구성하며, 가치 지표는 다시 가시성 배분에 반영된다. 판단은 언어적 정당화 이전에 수치화되고, 수치화된 판단은 경험의 조건을 재구성한다. 무엇이 많이 보였는가 무엇이 중요한가를 대신하는 조건이 여기서 발생한다.

본 연구가 제안한 ‘운영되는 경험’은 이러한 통합 구조를 지칭한다. 운영되는 경험은 경험의 소멸이 아니라 경험의 발생 조건이 외부화되었음을 의미한다. 감각의 배열, 시간의 배분, 판단의 표준화와 집계, 가치의 환산은 플랫폼의 설계와 지표 체계에 의해 선행적으로 구성되고, 사용자는 그 조건 안에서 선택하고 반응한다. 주체성은 사라지지 않지만, 주체성이 작동하는 위치가 이동한다. 의미 형성의 자율적 공간은 축소되고, 관리와 최적화의 공간이 확대된다. 따라서 알고리즘적 전환은 자율성의 단순한 상실이라기보다, 경험과 규범이 결합하는 방식의 전환으로 이해되어야 한다.

이 통합 구조는 윤리와 정치의 위치 또한 재정의한다. 윤리적 문제는 “어떤 콘텐츠가 옳은가?”라는 질문에만 머물지 않고, ‘어떤 지표가 가치의 표상으로 승인되는지’, ‘어떤 반응이 판단으로 집계되는지’, ‘어떤 배열이 반복적으로 강화되는지’라는 설계 차원의 문제로 이동한다. 정치성 역시 메시지의 이념적 내용 이전에, 무엇이 보이고 무엇이 보이지 않게 되는지, 어떤 경험이 정상으로 승인되고 어떤 경험이 주변화되는지에 대한 가시성 배분의 문제로 나타난다. 책임 문제는 이 윤리·정치적 재배치의 중심에 놓인다. 환류 구조 속에서 노출은 플랫폼의 배열 규칙에 의해 결정되고, 반응은 사용자가 수행하며, 생산자는 그 반응을 전제로 형식과 전략을 조정한다. 이 순환이 제도화될수록 책임은 단일 행위자에게 귀속되기 어렵고, 분산된 책임은 면책의 가능성과 결합한다. 따라서 책임은 최소한 두 층위로 재구성된다. 하나는 경험 조건을 사전적으로 설정하는 설계 책임이며, 다른 하나는 환류 구조 속에서 책임이 분산·비가시화되는 귀속 구조 책임이다. 이 구분은 책임을 개인의 도덕성 차원에서만 포착하지 않고, 목표·지표·기본값·배열 권한의 구조로 확장하여 분석할 수 있는 기준을 제공한다. 중개플랫폼 책임 논의가 보여주듯, 책임은 행위자 위법 여부의 판정만으로 환원될 수 없고, 설계와 구조의 책임을 묻는 방향으로 확장될 필요가 있다.¹⁸⁾

이상의 논의를 바탕으로 본 연구의 이론적 기여는 세 가지로 정식화될 수 있다. 첫째, 플랫폼 이전의 ‘발생-해석-평가’ 구조와 알고리즘 환경의 ‘노출-반응-집계-재노출’ 구조를 단순한 시대 구분이 아니라 판별 가능한 임계점 조건의 결합으로 제시하였다. 이는 플랫폼 연구에서 흔히 기술 도입 여부로 설명되던 전환을 설계 규칙의 이동이라는 차원에서 재정의한다는 점에서 이론적 차별성을 가진다. 둘째, 감각·시간·판단·가치의 통합을 수사적 은유로 남기지 않고, 인터페이스 항목·지표 가시화·전환 기본값의 관찰을 통해 재현 가능한 분석 틀로 제시하였다. 이는 알고리즘적 경험을 경험론적 층위와 설계 규칙의 층위를 연결하는 분석 모델로 구조화한다. 셋째, 책임 문제를 행위자 귀속 논쟁에서 분리하여 설계 책임과 귀속 구조 책임이라는 이중 구조로 재정식화함으로써, 경험 분석과 규범 분석을 동일한 회로 안에서 통합하였다. 이러한 정식화는 알고리즘적 경험을 문화 연구, 미디어 이론, 데이터 윤리 논의와 연결하는 확장 가능성을 제공한다.

후속 연구는 본 연구의 정식화를 세 방향에서 확장할 수 있다. 첫째, 플랫폼 간 비교를 통해 외주화의 강도가 어떤 설계 조합(자동 재생의 기본값, 추천 피드의 밀도, 반응 형식의 표준화, 전환 비용)에서 증폭되는지 유형화할 필요가 있다. 둘째, 동일한 플랫폼 안에서도 장르·길이·형식(장편/숏폼/라이브/클립)에 따라 감각·시간·판단의 외주화 방식이 어떻게 달라지는지 검토함으로써, 알고리즘적 경험을 조건 조합에 따른 변이 구조로 세분화할 필요가 있다. 셋째, 규범적 차원에서 목표 함수와 지표 선택이 어떤 가치 기준을 반복적으로 강화하는지, 그 결과 책임이 어떤 방식으로 분산·비가시화되는지를 제도·정책 논의와 접속시키는 연구가 요구된다. 특히 본 연구가 설계 차원에서 정식화한 환류 경로를 로그 분석과 이용자 실험과 결합해 검증한다면, 임계점 조건과 외주화 명제의 설명력을 실증적으로 보완할 수 있을 것이다. 다만 본 연구의 목적은 통계적 일반화가 아니라, 설계-지표-가시성의 결합이 경험을 재조직하는 방식을 분석 가능한 형태로 정식화하는 데 있다. 이 정식화는 플랫폼 시대 문화 경험을 분석할 때, 경험의 내부 작동과 규범적 결과를 분리하지 않고 동일한 구조 안에서 파악해야 한다는 이론적·방법론적 기준을 제공한다.

18) 윤신승(2022), 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 상 중개플랫폼 책임 조항의 개선방안, 경쟁법연구, 한국경쟁법학회, 46, 117~118쪽.

참고문헌

- 김가혜, 김아연, 성용준. (2020). OTT 서비스의 개인화 추천이 밀레니얼 세대의 서비스 평가에 미치는 영향: 다양성 추구 경향성을 중심으로. 한국HCI학회 논문지, 15(3), 43-53. <https://doi.org/10.17210/jhsk.2020.09.15.3.43>
- 김선진. (2010). 낚시성 기사 제목의 활용 실태 연구 - 네이버 뉴스캐스트 주요 일간신문을 중심으로. 디지털디자인학연구, 10(4), 283-293. <https://doi.org/10.17280/jdd.2010.10.4.027>
- 김수철, 이현지. (2019). 문화산업에서의 플랫폼화: 웹툰산업을 중심으로. 문화와 사회, 27(3), 95-142. <http://doi.org/10.17328/kjcs.2019.27.3.003>
- 류재훈 (2018). 관객의 시각적 ‘몰입’을 위한 특수상영관의 현황과 전망 -스크린X를 중심으로 -. 영상기술연구, 28, 61-75. <https://doi.org/10.34269/mitak.2018.1.28.004>
- 박종은, 고정민. (2025). 반복적 영화관람 경험의 본질과 의미: 현상학적 연구. 한국과 국제사회, 9(1), 793-822. <https://doi.org/10.22718/kg.2025.9.1.028>
- 변순용. (2020). 데이터 윤리에서 인공지능 편향성 문제에 대한 연구. 倫理研究, 1(128), 143-158. <https://doi.org/10.15801/je.1.128.202003.143>
- 오세욱. (2018). 알고리즘화(Algorithmification): 미디어의 핵심 논리로서 알고리즘. 언론정보연구, 55(2), 74-111. <https://doi.org/10.22174/jcr.2018.55.2.74>
- 윤신승. (2022). 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」상 증개플랫폼 책임 조항의 개선방안. 경쟁법연구, 46, 87-130. <https://doi.org/10.35770/jkcl.2022.46.87>
- 이동후, 이설희. (2017). 인터넷 개인방송 BJ의 노동 과정에 대한 탐색 = 아프리카TV 사례를 중심으로. 한국언론학보, 61(2), 127-156. <https://doi.org/10.20879/kjcs.2017.61.2.005>
- 이민영. (2024). 온라인 상품평의 좋아요 수와 사진의 포함여부가 상품평 유용성 지각과 상품태도에 미치는 영향. 미디어경제와 문화, 22(1), 43-74. <https://doi.org/10.21328/JMEC.2024.2.22.1.43>
- 이선주 (2018). <영화예술>의 뉴 시네마(New Cinema) 담론들 —1960년대 영화비평의 전문화와 영화학의 제도화. 대중서사연구, 24(3), 42-83. <https://doi.org/10.18856/jpn.2018.24.3.002>
- 이영주, 이창환 (2020). 온라인 동영상 플랫폼의 알고리즘은 어떤 연관 비디오를 추천하는가: 유튜브의 K POP 뮤직비디오를 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 20(4), 1-13. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.04.001>
- 이재원 (2021). 포털 사이트의 인공지능 뉴스 큐레이션 도입과 뉴스 생산 관행 변화에 관한 연구: 네이버 연예뉴스를 중심으로. 방송통신연구, 113, 93-121. <https://doi.org/10.22876/kjbr.2021.113.003>
- 이종혁 (2024). 온라인 뉴스의 선정성이 게재 시간과 이용자 평가에 미치는 영향: Sentence-BERT와 BERT 모델을 활용한 텍스트 유사성, 비유리성, 감정 측정. 한국언론학보, 68(5), 75-119. <https://doi.org/10.20879/kjcs.2024.68.5.003>

-
- 임완철 (2025). 추천 알고리즘 시대의 비판적 사고, 리터러시, 팩트체크의 한계에 대한 비판적 고찰. 교육비평, 57, 100-144. <https://doi.org/10.23119/er.2025..57.100>
- 조계원 (2021). 온라인 행동주의와 집합 감정: 청와대 국민청원을 중심으로. 비교민주주의연구, 17(2), 73-103. <https://doi.org/10.34164/injede.2021.17.2.003>
- 허지현, 송지희 (2023). 개인화 서비스는 항상 좋은가?: 정보탐색정도의 조절효과를 중심으로. 정보통신정책연구, 30(1), 51-87. <https://doi.org/10.37793/ITPR.30.1.3>
- Couldry, N. & Hepp, A. (2017). The Mediated Construction of Reality. Polity.

국문 참고자료의 영어 표기
(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- Byun, Sunyong (2020). A Study on the Problem of AI Bias in Data Ethics. Journal of Ethics, 1(128), 143-158. <https://doi.org/10.15801/je.1.128.202003.143>
- Heo, Jihyeon & Song, Ji-Hee (2023). Is Personalized Service Always Good?: Moderating Effect of the Level of Information Search. Korean telecommunications policy review, 30(1), 51-87. <https://doi.org/10.37793/ITPR.30.1.3>
- Jo, Gyewon (2021). Online Activism and Collective Emotion: Focusing on the Blue House Online Petition. Comparative Democratic studies, 17(2), 73-103. <https://doi.org/10.34164/injede.2021.17.2.003>
- Kim, Kahye, Kim, Ahyeon & Sung, Yongjun (2020). The Influence of Personalized Recommendation on the Millennial's Evaluation of OTT Services : Focused on the variety seeking tendency. Journal of the HCI Society of Korea, 15(3), 43-53. <https://doi.org/10.17210/jhsk.2020.09.15.3.43>
- Kim, Soochul & Lee, Hyunji (2019). Platformization of the Webtoon Industry in Korea. Culture & society, 27(3), 95-142. <http://doi.org/10.17328/kjcs.2019.27.3.003>
- Kim, Sunjin (2010). The utilization reality of hooking news titles in portal news service - Focused on major daily newspapers in naver NewsCast. Journal of Digital Design, 10(4), 283-293. <https://doi.org/10.17280/jdd.2010.10.4.027>
- Lee, DongHoo & Lee, Seul-Hi (2017). Exploring the BJ's' Labor Process : The Case of AfreecaTV. Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 61(2), 127-156. <https://doi.org/10.20879/kjcs.2017.61.2.005>
- Lee, JaeWon (2021). How has the Entertainment News Production Practices Changed Since the Portal Site's Introduction of AI News Curation? : An Exploratory Study. Korean Journal of Broadcasting & Telecommunications Research, 113, 93-121. <https://doi.org/10.22876/kjbtr.2021.113.003>

-
- Lee, Jonghyuk (2024). Effects of Sensationalism in Online News on Publishing Time and User Evaluations : Measuring Text Similarity, Unethicality, and Emotions Using Sentence-BERT and BERT Models. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 68(5), 75-119. <https://doi.org/10.20879/kjcs.2024.68.5.003>
- Lee, Minyoung (2024). The Effect of the Number of Likes and the Inclusion of Photos of Online Reviews on Perceived Review Usefulness and Product Attitudes. *Journal of media economics & culture*, 22(1), 43-74. <https://doi.org/10.21328/JMEC.2024.2.22.1.43>
- Lee, Sunjoo (2018). Discourses on New Cinema in Younghwa-yesul(Film Art)—The Professionalization of Film Criticism and the Institutionalization of Korean Film Studies in the 1960s. *Journal of Popular Narrative*, 24(3), 42-83. <https://doi.org/10.18856/jpn.2018.24.3.002>
- Lee, YeongJu & Lee, Chang-Hwan (2020). What Do The Algorithms of The Online Video Platform Recommend: Focusing on Youtube K-pop Music Video. *The Korea Contents Society*, 20(4), 1-13. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.04.001>
- Lim, Wanchul (2025). A Study on the Limitations of Critical Thinking, Literacy, and Fact-Checking in the Age of Recommendation Algorithms. *Education Review*, 57, 100-144. <https://doi.org/10.23119/er.2025..57.100>
- Oh, SeUk (2018). Algorithmification : Algorithm as core logic of media. *Journal of communication research*, 55(2), 74-111. <https://doi.org/10.22174/jcr.2018.55.2.74>
- Park, JongEun & Ko, Jeong Min (2025). The Essence and Meaning of Repetitive Movie Viewing Experiences : A Phenomenological Study. *Korea and Global Affairs*, 9(1), 793-822. <https://doi.org/10.22718/kg.2025.9.1.028>
- Ryu, Jaehoon (2018). Present Conditions and Future Prospect of State of the Art Multiplex Theaters Designed for Visual Immersion - Focusing on Screen X. *journal of the moving image technology association of korea*, 28, 61-75. <https://doi.org/10.34269/mitak.2018.1.28.004>
- Yun, Sinsung (2022). A Study on Improvement of Intermediary Platform Liability Clause under the Act on Consumer Protection in Electronic Commerce etc. *Journal of Korean Competition Law*, 46, 87-130. <https://doi.org/10.35770/jkcl.2022.46..87>