

유튜브는 사용자들을 정치적으로 양극화시키는가?: 주요 정치 및 시사 관련 유튜브 채널 구독자에 대한 설문조사 분석*

장승진 | 국민대학교**

한정훈 | 서울대학교***

| 국문요약 |

정치 및 시사 관련 정보를 얻기 위해 유튜브를 사용하는 사람들이 늘어나면서 유튜브 사용이 정치적 양극화에 끼치는 영향에 대한 관심이 증가하고 있다. 본 연구는 진보와 보수 성향을 대변한다고 할 수 있는 6개의 주요 정치 및 시사 관련 유튜브 채널을 구독·시청하는 사람들을 대상으로 설문조사를 실시하고, 이들을 일반 유권자들과 비교함으로써 유튜브 사용이 정치적 인식과 태도에 끼치는 영향력을 분석하였다. 결과에 따르면 유튜브 사용자들은 일반 유권자들에 비해 양대 정당 간 이념적 차이를 보다 크게 인식하며, 지지하는 정당과 상대 정당 사이의 호감도의 차이 역시 더 크게 느끼는 것으로 나타났다. 특히 진보나 보수의 특정 성향의 채널을 배타적으로 사용하는 사람들은 상대 진영에 속하는 정당이 이념적으로 보다 극단적이라고 인식하고 보다 높은 수준의 반감을 느끼는 것으로 나타났다. 결과적으로 본 연구는 유튜브 사용이 한국 사회의 이념적 양극화와 정서적 양극화에 기여하고 있다는 실증적인 증거를 제시하고 있다.

주제어 | 유튜브, 이념적 양극화, 정서적 양극화, 선택적 노출, 설득 효과

* 이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임
(NRF- 2019S1A5A2A03052591)

** 주저자

*** 교신저자

I. 서론

2005년 처음 서비스를 시작한 유튜브는 불과 15년 만에 전 세계에 걸쳐 가장 대표적인 비디오 기반 소셜네트워크서비스(SNS)이자 검색엔진으로 자리를 잡았다. 한국도 마찬가지여서 한 모바일 빅데이터 분석에 따르면 2020년 9월 한 달간 대한민국 전체 인구의 83%가 유튜브를 사용하였으며, 1인당 월평균 사용 시간은 29.5시간으로 다른 SNS나 포털서비스에 비해 월등하게 높은 수준이었다.¹⁾

다른 소셜미디어에 대해서도 마찬가지이지만, 급격히 증가한 유튜브 사용이 정치적으로 어떠한 효과를 지닐 것인지에 대해서는 여전히 논쟁적이다. 한 편에서는 다른 소셜미디어에 비해 유튜브가 양적으로 방대할 뿐 아니라 질적으로 다양한 정보를 제공함으로써 유튜브 시청자들의 정치적 성향에 균형(balance)을 가져올 것이라고 주장한다(Ricke 2014). 특히 이들은 유튜브에서는 기술적으로 기존 대중매체가 수행했던 의제설정(*agenda setting*) 기능이 가능하지 않을 뿐 아니라 사용자 입장에서는 자신의 정치적 선호와 상이한 정보를 유연히 접하게 될 기회를 증가시킨다는 점을 강조한다. 다른 한 편에서는 사용자가 선호하는 정보는 선택하고 싫어하는 정보는 배제할 수 있는 유튜브의 사용자 맞춤형 정보환경(*customizability*)은 사용자의 선택적 노출(*selective exposure*)을 강화할 것이라고 주장한다(Dylko 2016). 사용자가 시청한 것과 유사한 내용의 동영상을 자동으로 추천해주는 유튜브의 기술적 특성으로 인해 이러한 경향성을 다른 소셜미디어보다 더욱 증가할 것으로 예상하는 것이다.

그러나 기존 소셜미디어와의 유사성과 차별성에 바탕을 둔 이와 같은 이론적 논의와는 별개로, 실제 유튜브를 통해 정치 및 시사 관련 뉴스를 접하는 사람들이 일반 유권자들과 어떠한 정치적 차이를 보이는지, 그리고 과연 서로 다른 정치적 성향을 표명하는 유튜브 채널을 즐겨 사용하는 사람들 사이에서 정치적 인식이 상이한지를 실증적으로 검증한 연구는 찾아보기 어렵다. 이러한 문제의식

1) <https://www.igaworksblog.com/post/유튜브-youtube-앱-분석-리포트>

에서 본 논문은 유튜브를 통해 정치 및 시사 관련 정보를 획득하는 유권자 집단과 그렇지 않은 집단 간 정치적 인식의 차별성을 밝히는 것을 목적으로 한다. 또한 유튜브를 통해 정치 및 시사 관련 정보를 획득하는 유권자 집단 내에서 특정한 이념적 성향을 대변하는 채널 간 사용자 집단의 차별성을 분석하고자 한다.

유튜브 활용이 가져오는 정치적 결과를 살펴보고자 할 때 맞이하게 되는 첫 번째 문제는 일반적인 설문조사에서는 유의미한 분석이 가능할 정도로 충분한 숫자의 유튜브 사용자들이 표본에 포함되지 않기 쉬우며, 이러한 표본 부족의 문제는 응답자가 구독·시청하는 유튜브 채널의 정치적 성향을 구분하기 시작하면 더욱 심각해지기 마련이라는 점이다. 이러한 문제를 극복하기 위해 본 연구는 우선 한국 사회 내 방대한 유튜브 채널 가운데 대중적 인지도와 구독자 숫자를 고려하여 진보와 보수 성향을 대변한다고 할 수 있는 6개 주요 정치 및 시사 관련 유튜브 채널(이하 정치 유튜브 채널)을 사전에 선정하였다. 그리고 이들 6개 채널을 구독·시청하는 사람들을 대상으로 설문조사를 실시하는 동시에, 정치 유튜브 채널 구독 여부와 상관없이 일반 유권자들을 대상으로 대표성 있는 표본을 추출하여 동일한 설문조사를 함께 실시하였다. 이와 같은 연구 설계를 통해 정치 유튜브 채널을 구독·시청하는 사람들은 일반 유권자들과 어떠한 차이점을 가지고 있으며, 정치 유튜브 채널을 구독·시청하는 사람들 중에서 진보 성향의 채널과 보수 성향 채널을 사용하는 사람들 사이에는 어떠한 차이가 나타나는지 분석할 수 있었다. 그리고 본 논문의 분석 결과는 정치 유튜브 채널을 사용하는 것이 한국 정치의 이념적·정서적 양극화를 심화시킬 가능성이 크다는 점을 분명하게 보여주고 있다. 지금까지 많은 사람이 유튜브를 통해 소통되는 편향된 정보가 한국의 정치적 양극화를 심화시킬 것이라고 의심해왔지만 실제로 이에 대한 구체적인 실증적 증거는 제시된 바 없다는 점에서, 본 논문의 분석은 미디어 환경의 변화가 초래하는 정치적 결과에 대한 논의에 있어 중요한 함의를 제공할 수 있을 것이다.

II. 미디어 환경의 변화와 정치적 양극화

인터넷과 소셜미디어의 등장은 신문, TV와 라디오 등을 중심으로 이루어진 기존의 미디어 환경에 큰 변화를 가져왔다. 전통적 미디어와 비교했을 때 온라인 공간에서 정보를 생산·유통·소비하는 뉴미디어는 진입장벽이 매우 낮으며 사용자가 직접 생산한 콘텐츠(user-generated content)에 의존한다는 점에서 중요한 차이를 가진다(Zhuravskaya, Petrova, & Enikolopov 2020). 이러한 뉴미디어의 특징은 정치적 정보의 유통에 대한 규제 및 선별(gate-keeping)을 어렵게 만들었으며, 기존에 정치적으로 주변화되었던 새로운 행위자들이 자신들의 목소리를 낼 수 있는 통로를 제공하였다. 그러나 이와 동시에 뉴미디어의 발전은 사회적 비용을 수반하기도 한다. 대표적인 예로 인터넷이나 소셜미디어에서는 다른 사람이 생산한 정보를 누구나 자유롭게 공유·전파시킬 수 있다 보니 사실 확인과 같이 정보의 질을 담보하기 위한 절차가 상대적으로 느슨할 수밖에 없으며, 결과적으로 오보(misinformation)나 가짜뉴스(fake news)의 확산을 가져올 가능성이 높다(Guess, Nyhan, & Reifler 2020; Vosoughi, Roy, & Aral 2018).

뉴미디어의 등장에 따른 미디어 환경의 변화가 초래하는 정치적 결과에 대해서는 다양한 논의가 존재한다. 그러나 많은 학자의 공통적인 지적은 뉴미디어의 등장이 정치적 양극화를 심화시킬 가능성이 크다는 것이다. 과거 케이블TV와 인터넷의 등장을 통해서 경험했듯이, 미디어를 통해 유통되는 정보의 종류와 출처가 다양해질수록 사용자들이 자신의 성향에 맞는 정보를 취사선택할 여지가 크게 증가한다. 결과적으로 유권자들은 다양한 의견을 접하기보다는 비슷한 내용과 성향의 정보에 반복적으로 노출될 가능성이 커지게 된다(Garrett 2009; Iyengar & Hahn 2009). 또한 미디어 선택권의 확대는 정치적 관여도(political engagement)가 상대적으로 낮은 사람들이 연예나 오락 등 비정치적인 채널을 선택하도록 하면서 결과적으로 뉴미디어를 통해 유통되는 정치적 정보는 주로 특정한 성향을 강하게 띠는 사람들의 생각을 반영하게 된다(Arceneaux & Johnson

2013; Arceneaux, Johnson, & Cryderman 2013; Prior 2007). 마지막으로 미디어 선택권의 확대는 정보를 생산하는 입장에서도 보다 극단적이고 보다 당파적인 메시지를 만들어냄으로써 소비자의 관심과 선택을 받고자 하는 유인을 증가시킨다(Baum & Groeling 2008; Sobieraj & Berry 2011). 결과적으로 미디어의 양과 종류가 증가하고 자신의 성향에 맞는 정보를 선택적으로 접할 수 있게 되면서 정치적 양극화가 증가했다는 점에 관해서는 많은 연구가 동의하고 있다(Bennett & Iyengar 2008; Levendusky 2013; Prior 2013).

실제로 페이스북이나 트위터 등의 뉴미디어를 통한 정치적 커뮤니케이션 활동이 주로 비슷한 성향의 사람들끼리 이루어진다는 증거가 제시되었다(Bakshy, Messing, & Adamic 2015; Bessi et al. 2016; Conover et al. 2011; Halberstam & Knight 2016; Himelboim, McCreery, & Smith 2013), 그러나 유튜브는 여러 가지 종류의 뉴미디어 중에서도 가장 최근에 등장했다는 점에서 정치적 양극화에 끼칠 수 있는 영향력에 대해서 아직까지 거의 연구가 이루어지지 않고 있다. 특히 유튜브는 온라인상의 네트워크에 기반한 다른 뉴미디어와 일정한 차이가 있다는 점에서 기존의 결과가 마찬가지로 적용될지에 대해 의문의 여지가 있다. 예를 들어 유튜브는 영상을 시청하기 위해 반드시 ‘친구 맺기’이나 ‘팔로우’같은 절차를 거칠 필요가 없다는 점에서 상대적으로 개방적이라고 할 수 있다. 물론 특정한 유튜브 채널을 ‘구독’할 수는 있지만, 해당 채널의 영상을 시청하기 위해 필수적인 절차는 아니다. 따라서 다른 SNS에 비해 유튜브 사용자들은 훨씬 더 다양한 정보에 노출될 가능성도 존재한다.²⁾

-
- 2) 유튜브의 알고리즘이 사용자가 시청한 것과 유사한 영상을 자동으로 추천해주기 때문에 비슷한 성향의 영상에 반복적으로 노출될 가능성이 더욱 크다는 주장을 쉽게 찾아볼 수 있다. 그러나 실제로 유튜브가 어떠한 알고리즘을 통해 추천 영상을 선정하는가에 대해서는 정확하게 알려지지 않으며, 한국어 영상을 대상으로 이루어진 최근 연구에 따르면 유튜브의 추천 알고리즘이 키워드의 맥락성과 내용은 고려하지 못하고 단순히 제목의 일치도 등으로 영상을 추천한다는 주장도 있다(오세욱 · 송해엽 2019). 결과적으로 특정한 영상에 노출되는 것이 반드시 유사한 성향을 담고 있는 다른 영상의 시청으로 이어진다고 단언하기는 어렵다고 할 수 있다.

두 번째로 최근의 뉴미디어를 다루는 대부분의 연구는 주로 사용자들이 온라인에서 어떠한 네트워크를 맺고 어떠한 콘텐츠를 접하는가에 초점을 맞추고 있는 반면에, 실제로 이러한 활동으로 인해 사용자들의 정치적 인식과 태도가 변화했는가를 보여주지는 못하고 있다. 다시 말해서 설사 사용자들이 자신의 성향과 부합하는 정보에 선택적으로 노출(selective exposure)된다고 하더라도 실제로 이러한 노출이 사용자의 인식과 태도에 변화를 가져오는 설득(persuasion) 효과로 이어지는가에 대해서는 아직까지 실증적인 증거가 부족하다는 것이다. 그러나 특정한 성향의 정보에 노출된다고 해서 반드시 정치적 인식과 태도에 변화를 경험하는 것은 아니며, 당파적 매체의 영향력은 사용자의 기존 성향에 따라 다양한 형태로 나타날 수 있다(Prior 2013).

이러한 관점에서 본 연구는 특정한 성향의 유튜브 채널을 구독·시청하는 것이 사용자의 정치적 태도와 인식에 어떠한 영향을 끼치는지 살펴보고자 한다. 특히 최근 한국을 비롯한 많은 민주주의 국가가 경험하고 있는 정치적 양극화 현상을 이념적 양극화(ideological polarization)와 정서적 양극화(affective polarization)의 두 측면으로 구분하여 분석하고자 한다. 먼저 이념적 양극화는 정치적 갈등이 격화되고 타협의 여지가 줄어드는 정치적 환경이 등장하게 된 원인을 정치집단 사이의 이념적 거리가 점차 멀어짐에 따라 발생한 현상으로 이해한다(Abramowitz 2010; 2018). 실제로 미국에서 의회 내에서 과거에 비해 중도 성향의 의원이 줄어들었을 뿐만 아니라 정당에 따라 보수적 혹은 진보적 이념성향이 강화되는 경향이 지속적으로 관찰되었다(McCarty, Poole & Rosenthal 2006; Theriault 2008). 한국의 경우에도 2000년대 이후 양대 정당 소속 국회의원들의 이념성향과 정책선호의 차이가 지속적으로 확대되었다는 증거가 제시된 바 있다(Han 2017; 강우창 외 2020; 강원택 2012; 박윤희 외 2016). 물론 정치엘리트 수준에서 이념적 차이가 증가하는 것과 마찬가지로 일반 유권자 수준에서도 중도층이 사라지고 이념적 선호가 양극화되는 현상이 나타났는가에 대해서는 논란의 여지가 있다(Fiorina, Abrams & Pope 2008; 2010; 윤성이 2006; 이내영

2011; 정동준 2016). 그러나 유권자들 사이에서 이념성향의 분포가 변화했는가 여부와는 별개로, 유권자들이 인식하는 주요 정당 사이의 이념적 차이가 더 크고 분명해지는 것은 정치적 양극화의 중요한 부분을 차지한다고 할 수 있다(Hetherington 2001).

일반 유권자들이 이념적 양극화를 경험하고 있는가에 대한 논쟁과는 별개로, 유권자들 사이에서 지지하는 정당과 지지하지 않는 정당에 대한 정서적 태도의 간극이 점차 더 벌어지는 정서적 양극화에 대해서는 많은 연구들이 동의하고 있다(Abramwitz & Webster 2016; Iyengar & Krupenkin 2018; Iyengar et al. 2012; Iyengar et al. 2019; Mason 2018). 그리고 한국의 경우에도 유권자들이 인식하는 정당 간 갈등 수준이 심화되면서 자신들의 지지 정당에 따라 보다 동질적이고 일관된 정치적 태도를 가지려는 경향뿐만 아니라 자신이 지지하는 정당을 다른 정당에 비해 감정적으로 선호하는 경향이 유권자들 사이에서 나타나고 있다는 증거가 존재한다(Lee 2015; 길정아·하상웅 2019; 장승진·서정규 2019; 정동준 2016; 2018). 그리고 정서적 양극화의 증가는 투표선택과 같은 정치적 태도에 대해서 뿐만 아니라 정치와 직접적으로 연관되지 않는 일상생활의 사회적 관계에 대해서도 영향을 끼친다(장승진·장한일 2020).

기존 연구는 정파적 언론매체(partisan news)의 등장이 이념적 양극화 및 정서적 양극화를 심화시키는데 기여할 수 있다는 점을 보여주고 있다(Druckman et al. 2018; Lau et al. 2016; Levendusky 2013). 과연 유튜브라는 새로운 형태의 미디어 역시 한국 유권자들을 이념적으로나 정서적으로나 양극화시키는 결과를 가져왔는가? 물론 유튜브가 가지는 정치적 효과를 제대로 검증하기 위해서는 채널 사용자들을 대상으로 수차례에 걸쳐 설문조사를 실시함으로써 이들의 정치적 인식과 태도가 시정 이력에 따라 어떻게 변화하는지 살펴보는 것이 필요하다. 그러나 아직까지 이러한 패널 자료가 존재하지 않는 상황에서 본 논문은 이후 지속될 장기 연구의 초기 작업으로서의 시론적 의미를 가진다. 다시 말해서 본 논문은 특정한 이론적 가설을 검증하기보다는, 유튜브가 기존의 다른 뉴미디어

에서 확인된 것과 마찬가지로의 정치적 영향력을 가지는지 경험적으로 확인하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 정치적 성향이 뚜렷한 유튜브 채널을 실제로 구독·시청하는 사람들을 대상으로 설문조사를 실시하고, 유튜브 사용자와 일반 유권자 사이에 그리고 진보 성향의 채널 사용자와 보수 성향의 채널 사용자 사이에 정치적 인식과 태도에 있어서 어떠한 차이가 나타나는지 살펴보고자 한다.

III. 데이터

유튜브의 정치적 영향력을 살펴보는데 있어서 맞닥뜨리게 되는 첫 번째 어려움은 일반 유권자들을 대상으로 하는 설문조사에서는 특정한 유튜브 채널을 구독 혹은 시청하는 사람들을 충분히 포함하는 표본을 구축하는 것이 어렵다는 점이다. 두 번째로 설사 충분한 숫자의 유튜브 사용자들을 표본에 포함한다고 하더라도, 이들이 실제로 해당 채널을 실제로 구독 혹은 시청하는지 확인하기 어렵다는 점이다. 그렇다고 해서 해당 유튜브를 구독하거나 댓글을 다는 등 채널 내 활동이 확인된 사람들을 대상으로 표본을 추출하는 것도 해결책은 아니다. 특정한 유튜브 채널을 선택하여 구독하거나 활동하는 행위가 무작위로 이루어지는 것이 아니니만큼 수집된 표본이 대표성의 문제를 가질 수밖에 없으며, 특히 구독하거나 댓글을 다는 행위는 단순한 시청 행위에 비해 훨씬 더 강한 관여를 전제하기 때문이다.

본 연구에서 사용하는 데이터에서는 이러한 문제를 최대한 완화하기 위하여 다음과 같은 절차를 취했다. 우선 수많은 정치 유튜브 채널 중 일반적으로 진보 성향을 대표하는 것으로 알려진 3개의 채널(알릴레오, 김용민TV, 김어준의 뉴스공장)과 보수 성향을 대표하는 것으로 알려진 3개의 채널(홍카콜라, 신의한수, 펜앤마이크)을 선정하였다. 다음으로 제21대 총선을 한 달여 앞둔 2020년 3월 중에 전국 18세 이상 성인 남녀들 대상으로 무작위 추출을 통한 대규모 온라인 설문조사를 실시하였다. 이때 온라인 설문 참여를 요청받은 응답자들에게 6개의

유튜브 채널 중 하나 이상을 구독 혹은 시청하는지 물어보고, 그렇지 않다고 대답한 응답자들에 대해서는 설문을 종료하였다. 그리고 6개 채널을 구독 혹은 시청한다고 대답한 응답자들에는 각자가 유튜브 채널에서 사용하는 사용자명(user name)을 물어보았다. 사용자명을 물어본 이유는 유튜브에서 사용하는 사용자명을 제시할 수 있는 응답자들은 실제로 유튜브를 적극적으로 활용하는 사람일 가능성이 높다고 볼 수 있기 때문이다. 그리고 사용자명을 제공하지 않는 응답자들 역시 설문을 종료하였다. 이러한 방식을 통해 6개 유튜브 채널을 구독 및 시청하는 1523명의 응답자가 유튜브 사용자 패널에 포함되었다.

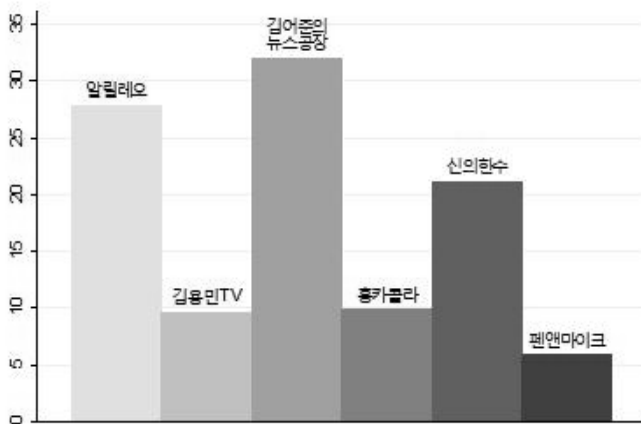
6개 채널을 구독·시청하는 응답자들에 대해서만 실제 설문이 진행되었기 때문에, 이들의 응답을 일반 유권자들과 직접적으로 비교하는 것은 불가능하다. 이러한 문제를 해결하기 위해 두 번째로 일반 유권자들을 대상으로 동일한 시기에 별도의 설문조사를 실시하여 일반 유권자 패널을 구축하였다. 일반 유권자 패널 역시 전국 18세 이상 성인 남녀를 대상으로 한 무작위 추출을 통해 표본을 추출하였으며, 총 1015명의 응답자가 패널에 포함되었다. 일반 유권자 패널의 경우에도 유튜브 사용자 패널과 동일한 설문조사가 실시되었으나, 일반적으로 정치 및 시사 관련 유튜브 채널을 구독하는가 여부³⁾를 제외하고는 특별히 선정된 6개 주요 채널의 구독·시청 여부는 따로 확인하지 않았다. 결과적으로 일반 유권자 패널에 대한 조사는 유튜브 사용자 패널에 대한 분석 결과를 비교하기 위한 일종의 대조군으로 사용되었다.⁴⁾

3) 일반 유권자 패널의 응답자 중 정치 및 시사 관련 유튜브 채널을 구독하거나 시청한다고 대답한 비율은 35.9%였다.

4) 본 연구는 실험 연구가 아니며, 유튜브 채널과 일반 유권자 패널은 엄밀한 의미에서 실험군과 대조군이라고 할 수 없다. 실제로 일반 유권자 패널 중 상당수(35.9%)가 정치 및 시사 관련 유튜브 채널을 구독한다고 대답했으며, 이들 중 상당수는 유튜브 채널을 구성하는 6개 채널을 시청·구독할 것이라고 예상할 수 있다. 따라서 유튜브 채널과 일반 유권자 패널을 비교하는 것은 유튜브 채널을 시청·구독하는 행위의 실험적 효과를 알아보기 위한 것이 아니라, 정치 및 시사 관련 유튜브 채널을 시청·구독하는 사람들과 일반 유권자 사이의 평균적인 차이를 확인하기 위한 것이다. 더구나 일반 유권자 패널에

<그림1>은 6개 주요 정치 유튜브 채널 시청자를 대상으로 진보 성향 유튜브 채널 3개와 보수 성향 유튜브 채널 3개를 구독하거나 시청한다고 응답한 사람들의 비율을 보여주고 있다.⁵⁾ 전체적으로 보수 성향 채널보다는 진보 성향 채널을 구독·시청하는 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 이러한 비율은 각 채널의 구독자 수와는 약간의 차이가 있다. 특히 상대적으로 신의한수는 6개 채널 가운데 가장 많은 134만명의 구독자를 지니고 있지만 설문조사에서는 과소대표되고 있는 반면, 김어준의 뉴스공장에는 100만명 정도의 구독자를 지니고 있는 점을 고려할 때 설문조사에서 과다대표 되는 경향이 관찰된다. 그럼에도 불구하고 신의한수의 경우를 제외하면 대체적으로 구독자 수에 따른 순위와 유사한 비율의 분포를 보이고 있다는 점에서 분석 결과의 신뢰성에는 문제가 없을 것으로 보인다.

<그림1> 6개 주요 정치 유튜브 채널 구독/시청 비율 (중복 선택)



주: 중복 선택으로 인해 전체 비율의 총합은 100%보다 크다.

6개 채널의 시청·구독자들이 일부 포함되어 있을 수 있다는 사실은 유튜브 사용자 패널과 일반 유권자 패널 사이에서 관찰되는 차이가 과소평가될 가능성이 크다는 점을 보여준다는 점에서 오히려 본 연구의 결과를 오히려 강화하는 요인이라고 할 수 있다.

5) 중복 선택이 가능하기 때문에 전체 비율의 총합은 100%보다 크다.

응답자들은 6개 채널 중 복수의 채널을 구독·시청할 수 있으며, 이러한 중복 구독·시청은 반드시 동일한 정치적 성향의 채널에 국한되지는 않는다. <표1>은 진보 성향의 채널과 보수 성향의 채널을 구독 및 시청하는 응답자들이 얼마나 중복되는지 보여주고 있다. 진보 성향 유튜브 채널만을 구독, 시청하는 응답자는 6개 채널 시청자 가운데 52.3%로 진보 성향의 유튜브 채널을 시청하는 응답자가 선택적 노출이 심한 반면, 보수 성향 유튜브 채널만을 구독, 시청하는 응답자는 6개 채널 시청자 가운데 23.9%로 상대적으로 선택적 노출이 약한 것으로 나타난다. 또한 보수 성향 유튜브 채널을 구독·시청하는 사람들의 절반 정도는 진보 성향 채널을 1개 이상 동시에 구독·시청하고 있었으며, 진보 성향 유튜브 채널을 구독·시청하는 사람들 사이에서도 약 30%가량은 1개 이상의 보수 성향 채널을 동시에 구독·시청하는 것으로 나타났다. 결과적으로 유튜브 사용자 패널의 응답자 중 23.8%가 서로 상반된 이념적 성향의 채널을 동시에 구독·시청하는 것이다.

<표1> 평소 구독하거나 시청하는 정치 및 시사 관련 유튜브 채널 (%)

		보수 성향 채널 구독·시청 아니오 예		합계
진보 성향 채널 구독·시청	아니오	-	23.9	23.9
	예	52.3	23.8	76.1
합계		52.3	47.7	100

그렇다면 6개 정치 유튜브 채널을 통해 정보를 획득하는 응답자와 일반 유권자 사이에는 어떠한 차이가 존재하며, 6개 정치 유튜브 채널을 시청하는 사용자 가운데에서도 서로 다른 성향의 유튜브 채널을 구독 및 시청하는 사람들은 서로 어떠한 차이를 가지고 있는가? 이를 알아보기 위해 <표2>는 유튜브 사용자 패널과 일반 유권자 패널 사이에, 그리고 응답자가 사용하는 유튜브 채널의 성향에 따라 인구통계학적 특성과 정치적 성향이 어떻게 구성되어 있는지 보여주고 있다.

〈표2〉 유튜브 채널 시청 패턴에 따른 응답자 특성 (%)

		일반 유권자 패널	유튜브 사용자 패널	유튜브 사용자 패널		
				보수 성향 채널만 구독 · 시청	진보 성향 채널만 구독 · 시청	진보 및 보수 성향 채널 모두 구독 · 시청
성별	남성	45.62	53.78	59.34	50.25	55.92
	여성	54.38	46.22	40.66	49.75	44.08
연령	18-29세	20.10	15.04	16.48	13.94	15.98
	30-39세	20.39	13.92	7.69	16.08	15.43
	40-49세	20.69	19.24	11.26	23.99	16.80
	50-59세	17.44	22.52	18.68	23.37	24.52
	60세 이상	21.38	29.28	45.88	22.61	27.27
교육 수준	고졸 이하	38.92	29.22	36.81	26.88	26.72
	대졸 이상	61.08	70.78	63.19	73.12	73.28
정치 관심	별로/전혀 없다	25.91	7.22	9.89	6.91	5.23
	조금 있다	61.58	62.77	57.14	65.45	62.53
	매우 많다	12.51	30.01	32.97	27.64	32.23
지지 정당	민주당	32.51	47.28	13.19	64.95	42.70
	미래통합당	13.79	17.27	44.23	4.02	19.28
	정의당	8.08	8.34	4.40	10.68	7.16
	기타 정당	4.53	7.16	13.73	2.89	9.92
	무당파	41.08	19.96	24.45	17.46	20.94
이념 성향	진보 (0-4)	36.26	43.01	12.09	59.42	38.02
	중도 (5)	37.54	27.12	23.90	26.38	31.96
	보수 (6-10)	26.21	29.88	64.01	14.20	30.03

먼저 기본적인 인구통계학적 특성과 관련하여 유튜브 사용자 패널에는 상대적으로 여성에 비해 남성이, 청년층에 비해 중·장년층이, 그리고 교육수준이 높은

사람들이 상대적으로 높은 비율로 포함되었다. 그러나 인구통계학적 특성을 넘어 유튜브 사용자 패널과 일반 유권자 패널 사이에 특히 눈에 띄는 차이는 다른 아닌 정치에 대한 관여도에서 나타난다. 6개 정치 유튜브 채널 사용자는 일반 유권자들에 비해 정치에 대한 관심이 전반적으로 높으며 상대적으로 무당파나 이념적 중도층을 적게 포함하고 있다. 이러한 정치적 관여도에 있어서의 차이는 본 연구에서 초점을 맞추고 있는 유튜브 채널이 정치 및 시사를 다루는 대표적인 6개 채널이라는 점에서 자연스러운 현상이라고 할 수 있다.

6개 정치 유튜브 채널 사용자에 국한하여 진보 성향의 채널과 보수 성향의 채널 중 어느 것을 구독·시청하는가에 따른 응답자의 특성을 살펴보았을 때에도 몇 가지 흥미로운 점이 발견된다. 우선 지지 정당이나 이념성향과 같은 정치적 성향에 부합하는 유튜브 채널을 선택하여 구독·시청하는 경향이 뚜렷하게 나타났다. 특히 흥미로운 부분은 특정한 성향의 유튜브 채널을 구독·시청하는 사람들의 연령대 구성이라고 할 수 있다. 2000년대 이후 청년 유권자들이 이념적으로 진보적인 성향의 띠며, 연령대가 증가할수록 점차 보수적인 성격이 강화된다는 것은 널리 알려진 사실이다. 그러나 <표2>에서 진보 성향 채널을 구독·시청하는 사람들 사이에서는 오히려 40대 이상 중·장년층 응답자들이 30대 이하 청년층 응답자들에 비해 더 높은 비율을 차지하였다. 또한 보수 성향 채널을 구독·시청하는 사람들 사이에서는—비록 60대 이상 노년층이 절반 가까운 비율을 차지하기는 했지만—가장 젊은 20대 응답자들이 30-40대 응답자에 비해 오히려 더 높은 수준으로 나타났다. 이러한 현상은 무엇보다도 청년층에 비해 중·장년층이 정치 및 시사 관련 유튜브 공간에 오히려 더 적극적으로 참여한다는 점을 반영하는 동시에, 결과적으로 유튜브 공간에서 나타나는 정치균열의 모습은 오프라인과는 다소 차이가 있을 수 있다는 점을 보여준다. 또한 SNS 이용자들이 진보편향적이라는 주장이 설득력을 잃어가고 있다는 최근 박상운(2014)의 분석과도 유사한 결과이다.

IV. 유튜브 구독 · 시청의 정치적 효과

그렇다면 과연 주요 정치 및 시사 관련 유튜브 채널들을 구독 · 시청하는 사람들은 일반 유권자들과 비교하여 이념적 양극화와 정서적 양극화와 관련하여 어떠한 차이를 보이는지 살펴보았다. 먼저 <표3>는 6개 정치 유튜브 채널 사용자와 일반 유권자 패널의 응답자들이 평균적으로 주요 정당의 이념적 위치를 어떻게 인식하는지 보여주고 있다. 정당의 이념적 위치는 매우 진보를 의미하는 0부터 중도를 의미하는 5를 거쳐 매우 보수를 의미하는 10에 이르는 11점 척도로 측정되었다. 평균적으로 유튜브 사용자 패널은 일반 유권자 패널의 응답자들에 비해 민주당의 이념적 위치를 상대적으로 더 진보적으로 그리고 미래통합당의 이념적 위치를 더 보수적인 것으로 인식하는 것으로 드러났다. 결과적으로 6개 정치 유튜브 채널 사용자들은 한국의 양대 정당 간 이념적 차이를 상대적으로 더 크다고 인식하는 것이다. 더구나 일반 유권자 패널의 응답자들 중에도 정치 및 시사 관련 또 다른 유튜브 채널을 구독하거나 시청하는 사람들이 일부 포함되어 있을 수 있다는 점을 고려한다면, 실제로 6개 정치 유튜브 채널을 구독 · 시청하는 것에 따른 인식의 차이는 <표3>에서 보여주는 차이보다 더욱 클 것이라고 예상할 수 있다.

<표3> 6개 정치 유튜브 채널 구독 및 시청과 주요 정당의 이념적 위치 인식

	일반 유권자 패널	유튜브 사용자 패널	t-test
민주당 이념 위치	3.235	2.972	2.983*
미래통합당 이념 위치	7.118	7.425	3.116*
양대 정당 간 이념 거리 ^a	4.411	5.042	4.885*

^a민주당을 미래통합당보다 더 보수적이라고 평가한 소수의 응답자들은 제외되었다. * $p < 0.05$.

이어지는 <표4>에서는 6개 정치 유튜브 채널 시청자들과 그렇지 않은 응답자들이 양대 정당에 대해 느끼는 호감도에서 드러나는 차이를 살펴보았다. 정당에 대한 호감도는 0부터 100까지의 척도를 사용하여 측정되었으며, 값이 커질수록 해당 정당에 대해 보다 호의적인 태도를 가지는 것을 의미한다. 그리고 정서적 양극화는 각 패널에서 민주당과 미래통합당 중 하나를 지지하는 응답자에 국한하여 자신이 지지하는 정당에 대한 호감도와 상대 정당에 대한 호감도 사이의 차이를 사용하여 측정되었다. <표4>에 따르면 유튜브 사용자 패널의 응답자들은 일반 유권자 패널에 비해 자신이 지지하는 정당과 상대 정당 사이의 정서적 양극화를 더욱 강하게 느끼는 것으로 나타났다. 그리고 <표3>의 경우와 마찬가지로 일반 유권자 패널의 응답자들 중에도 정치 유튜브 채널을 구독하거나 시청하는 사람들이 일부 포함되어 있을 수 있다는 점을 고려한다면, 실제 정서적 양극화에 있어서의 차이는 <표4>가 보여주는 것보다 더 클 가능성이 있다.

<표4> 유튜브 채널 구독 및 시청 여부에 따른 주요 정당에 대한 호감도

	일반 유권자 패널	유튜브 사용자 패널	t-test
민주당 호감도	44.520	48.882	3.770*
미래통합당 호감도	30.279	30.448	0.159
정서적 양극화 ^a	49.287	53.746	2.927*

^a 자신이 지지하는 정당보다 상대 정당에 대해 더 높은 호감도를 표시한 소수의 응답자들은 제외되었다. * $p < 0.05$.

<표3>과 <표4>를 통해 6개 정치 및 시사 관련 유튜브 채널을 구독·시청하는 사람들이 일반 유권자들과는 정치적 인식에 있어서 유의미한 차이를 보인다는 점을 확인했지만, 이 결과는 두 가지 측면에서 한계를 가진다. 첫 번째로 <표3>과 <표4>는 유튜브 사용자 패널과 일반 유권자 패널 간의 집합 수준의 비교이며,

이러한 차이가 다양한 개별 응답자의 특성을 통제한 이후에도 여전히 나타날지는 분명하지 않다. 두 번째로 과연 유튜브 사용자와 일반 유권자 사이의 차이가 유튜브 사용 자체의 결과인지 아니면 진보 혹은 보수의 특정한 성향의 채널을 배타적으로 구독·시청하기 때문에 나타나는 것인지 구분할 필요가 있다는 것이다.

이러한 두 가지 질문에 대답하기 위해 <표5>은 유튜브 사용자 패널을 대상으로 다양한 통제변수를 포함한 상태에서 특정한 성향의 채널을 구독·시청하는가에 따라 민주당과 미래통합당 간 이념적 위치에 대한 인식이 어떻게 달라지는지 살펴보고 있다. 다만 유튜브 사용자 패널의 경우 응답자들 모두 6개의 채널 중 하나 이상을 구독·시청하는 사람들로 구성되어 있기 때문에, 유튜브를 사용하지 않는 일반 유권자와의 직접적인 비교는 어렵다. 따라서 진보와 보수 채널 모두 구독·시청하는—따라서 상반된 성향의 정보에 상대적으로 균형 있게 노출되는—응답자를 기준 범주로 삼고, 진보 성향 채널만을 구독·시청하는 응답자와 보수 성향 채널만을 구독·시청하는 응답자를 나타내는 가변인을 분석에 포함하였다. 만일 가변인이 통계적으로 유의미하지 않다면 이는 <표3>과 <표4>의 결과⁶⁾는 어떠한 성향의 채널을 구독·시청하는가와 무관하게 유튜브를 사용하여 정치 관련 정보를 얻는 것 자체의 효과로 해석될 수 있다. 반면에 통계적으로 유의미한 가변인은 유튜브 사용자와 일반 유권자 사이의 차이가 특정한 성향의 채널을 배타적으로 사용한 결과일 가능성이 크다는 점을 시사한다.

실제 통계분석에서는 특정 성향의 유튜브 채널의 구독·시청 여부와 더불어 민주당과 미래통합당의 이념적 위치 및 차이 인식에 영향을 줄 수 있는 다양한 요

6) 민주당과 미래통합당 각각에 대한 태도는 SUR(seemingly unrelated regression) 모형을, 그리고 두 정당 사이의 이념적 차이에 대한 분석은 OLS 모형을 사용하였다. SUR 모형을 사용한 이유는 민주당의 이념적 위치에 대한 인식과 미래통합당의 이념적 위치에 대한 인식이 상호 연관되어 있을 가능성을 통제하기 위해서이며, 실제로 분석 결과는 민주당의 위치를 설명하는 모형과 미래통합당의 위치를 설명하는 모형이 서로 독립적이지 않다는 사실을 보여주고 있다.

인들이 함께 통제되었다. 우선 11점 척도로 측정된 응답자 스스로의 진보-보수 이념성향과 함께 중도를 의미하는 5를 최솟값으로 그리고 양 극단(0 혹은 11)을 최댓값으로 하는 이념성향 강도를 통제하였다. 이어서 지지 정당 및 대통령 국정 운영평가, 국가경제 및 가계살림의 변화에 대한 회고적 평가, 그리고 정치관심도 및 정치효능감 등 다양한 정치적 태도를 통제하였다.⁷⁾ 마지막으로 연령, 성별, 교육 및 소득 수준, 고용 상태 등과 같은 기본적인 인구통계학적 요인들 역시 통제모형에 포함되었다.

7) 대통령 국정운영평가와 국가경제 및 가계살림의 변화에 대한 회고적 평가는 모두 5점 척도로 측정되었으며, 정치관심도는 4점 척도로 측정되었다. 외적 정치효능감은 “나 같은 사람들은 정부가 하는 일에 대해 어떤 영향도 주기 어렵다”와 “정부는 나 같은 사람들의 의견에 관심이 없다”의 두 진술에 반대하는 정도를 5점 척도로 측정한 것의 평균값을, 그리고 내적 정치효능감은 “나는 한국이 당면하고 있는 중요한 정치 문제를 잘 이해하고 있다”와 “대부분의 한국 사람은 정치나 행정에 대해 나보다 잘 알고 있다”의 두 진술에 대한 동의 여부를 5점 척도로 측정한 것의 평균값을 사용하였다.

〈표5〉 6개 정치 유튜브 채널 시청과 양대 정당 간 이념적 거리 인식

	회귀계수 (표준오차)					
	민주당 이념 위치		미래통합당 이념 위치		양대 정당 간 이념적 거리 ^a	
유튜브 구독 · 시청 패턴						
보수 채널만 구독 · 시청	-0.33*	(0.16)	-0.12	(0.18)	-0.11	(0.23)
진보 채널만 구독 · 시청	0.14	(0.13)	0.54*	(0.15)	0.42*	(0.20)
진보-보수 이념성향	0.24*	(0.03)	-0.01	(0.04)	-0.13*	(0.05)
이념성향 강도	-0.29*	(0.04)	0.17*	(0.05)	0.54*	(0.06)
민주당 지지	-0.39*	(0.16)	0.41*	(0.18)	0.93*	(0.24)
미래통합당 지지	-1.35*	(0.20)	0.81*	(0.22)	1.66*	(0.28)
정의당 지지	0.61*	(0.22)	0.74*	(0.25)	0.14	(0.32)
기타 정당 지지	-0.70*	(0.23)	-0.17	(0.26)	0.47	(0.34)
대통령 국정운영 평가	0.15*	(0.06)	0.34*	(0.07)	0.02	(0.09)
국가경제 평가	0.25*	(0.08)	-0.12	(0.09)	-0.19	(0.12)
가계살림 평가	-0.12	(0.08)	0.03	(0.09)	0.11	(0.11)
정치 관심도	-0.03	(0.10)	0.32*	(0.11)	0.37*	(0.14)
외적 정치효능감	0.06	(0.06)	-0.07	(0.07)	-0.21*	(0.09)
내적 정치효능감	-0.11	(0.10)	0.35*	(0.11)	0.24	(0.14)
연령	-0.02*	(0.01)	0.02*	(0.01)	0.02*	(0.01)
교육 수준 (대졸 이상=1)	-0.08	(0.12)	0.18	(0.13)	-0.01	(0.17)
소득 수준	0.01	(0.02)	0.01	(0.03)	-0.02	(0.03)
정규직	0.12	(0.13)	-0.21	(0.14)	-0.22	(0.18)
비정규직	0.52*	(0.18)	-0.36	(0.20)	-0.66*	(0.26)
자영업	0.18	(0.16)	-0.21	(0.19)	0.01	(0.24)
성별 (여성=1)	0.18	(0.11)	-0.59*	(0.12)	-0.43*	(0.16)
Constant	3.32*	(1.01)	2.40*	(1.14)	0.82	(0.96)
χ^2 test of independence	85.511*					
R ²	0.1975					
N	1505					

주: 응답자가 거주하는 광역자치단체를 나타내는 가변인이 포함되었으나 여기에서는 생략되었다. * $p < 0.05$.

^a민주당이 미래통합당보다 더 보수적이라고 대답한 소수의 응답자들은 분석에서 제외되었다.

<표5>에 따르면 상반된 성향의 채널에 모두 노출되는 응답자들에 비해 보수 성향 채널만을 구독·시청하는 응답자들은 상대적으로 민주당은 더 진보적으로 인식하는 것으로 나타났다. 반면에 진보 성향 채널만을 구독·시청하는 응답자들은 상대적으로 미래통합당의 이념적 위치를 보다 보수적인 것으로 인식하였다. 결과적으로 특정한 성향의 유튜브 채널을 배타적으로 구독·시청하는 것은 같은 진영에 속하는 정당에 대한 인식에는 유의미한 영향을 미치지 않는데 반해, 상대 진영에 속하는 정당은 이념적으로 보다 극단적인 입장으로 인식하는데 영향을 주고 있다고 할 수 있다. 다만 실제로 민주당과 미래통합당 사이의 이념적 차이를 상대적으로 크게 인식하는 사람들은 주로 진보 성향 채널만을 구독·시청하는 사람들이었으며, 보수 성향 채널만 구독·시청하는 사람들과 상반된 성향의 채널에 모두 노출된 사람들 사이에서는 유의미한 차이가 발견되지 않았다.

이어지는 <표6>에서는 민주당과 미래통합당에 대한 정서적 호감도에 대해 동일한 분석을 실시하였다. 분석 결과는 <표5>과 거의 유사하였다. 보수와 진보 성향 채널을 모두 구독·시청하는 응답자에 비해 보수 성향 채널만을 사용하는 응답자는 민주당에 대해 그리고 진보 성향 채널만을 사용하는 응답자는 미래통합당에 대해 상대적으로 낮은 호감도를 표시했다. 다만 구독·시청하는 채널과 같은 진영에 속하는 정당에 대한 호감도가 특별히 상승하지는 않았다. 또한 진보적 유튜브 채널만을 시청하거나 보수적 유튜브 채널만을 시청한 응답자는 두 성향의 채널을 함께 시청한 응답자에 비해 양당에 대한 정서적 호감도의 차이가 더욱 증가하는 것을 알 수 있다. 결과적으로 진보 혹은 보수 성향의 채널만을 일방적으로 사용하는 것은 상대 정당에 대한 호감도를 낮추는 효과를 가질 뿐 아니라 그로 인해 응답자가 양당에 대해 느끼는 정서적 차이가 강화된다는 점을 확인할 수 있다.

〈표6〉 6개 정치 유튜브 채널 시청과 정당에 대한 정서적 호감도

	회귀계수 (표준오차)					
	민주당	호감도	미래통합당	호감도	정서적	양극화 ^a
유튜브 구독·시청 패턴						
보수 채널만 구독·시청	-3.72*	(1.27)	0.41	(1.47)	9.22*	(2.73)
진보 채널만 구독·시청	-0.24	(1.09)	-5.78*	(1.26)	9.41*	(3.81)
진보-보수 이념성향	-2.03*	(0.26)	1.87*	(0.30)	0.64	(0.47)
이념성향 강도	-0.58	(0.32)	0.53	(0.38)	4.86*	(0.66)
민주당 지지	13.83*	(1.31)	-2.12	(1.52)		
미래통합당 지지	-4.79*	(1.59)	21.40*	(1.84)	12.60*	(3.14)
정의당 지지	5.56*	(1.76)	-5.31*	(2.04)		
기타 정당 지지	-2.51	(1.89)	6.68*	(2.18)		
대통령 국정운영 평가	7.85*	(0.52)	-4.05*	(0.60)	6.51*	(0.95)
국가경제 평가	2.65*	(0.67)	-3.11*	(0.78)	4.35*	(1.29)
가계살림 평가	0.52	(0.63)	-0.33	(0.73)	-1.58	(0.84)
정치 관심도	0.51	(0.80)	-0.56	(0.92)	6.95*	(1.70)
외적 정치효능감	1.62*	(0.48)	0.36	(0.56)	1.66	(1.21)
내적 정치효능감	-1.09	(0.77)	-2.70*	(0.89)	4.99*	(1.99)
연령	-0.07*	(0.03)	-0.03	(0.03)	0.20*	(0.04)
교육 수준 (대졸 이상=1)	0.47	(0.95)	0.42	(1.10)	1.19	(1.49)
소득 수준	-0.19	(0.19)	-0.23	(0.22)	0.15	(0.24)
정규직	0.50	(1.03)	-0.31	(1.19)	1.66	(2.06)
비정규직	0.96	(1.44)	-1.91	(1.67)	-0.57	(1.71)
자영업	2.02	(1.32)	-0.14	(1.53)	0.47	(3.00)
성별 (여성=1)	-0.68	(0.87)	1.65	(1.01)	-0.83	(1.92)
Constant	25.96*	(8.19)	53.08*	(9.47)	-42.14*	(8.14)
χ^2 test of independence	0.843					
R^2					0.3267	
N	1505				948	

주: 응답자가 거주하는 광역자치단체를 나타내는 가변인이 포함되었으나 여기에서는 생략되었다. * $p < 0.05$.

^a민주당이나 미래통합당을 지지하는 응답자만이 분석에 포함되었으며, 자신이 지지하는 정당보다 지지하지 않는 정당에 대해 더 높은 호감도를 가진 극소수의 응답자들은 제외되었다.

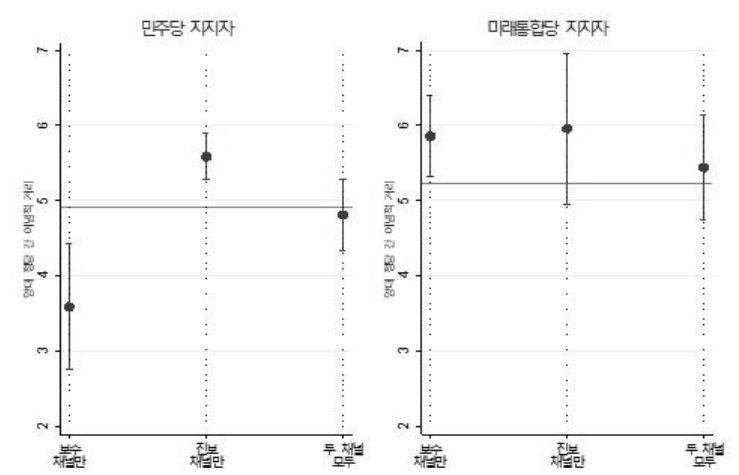
<표5>과 <표6>을 종합해보면 특정한 이념 성향의 유튜브 채널을 구독·시청하는 것은 상대 진영에 속하는 정당에 대한 태도에 부정적인 영향을 끼친다고 할 수 있다. 유튜브 채널을 통해 특정한 이념 성향의 정보에 일방적으로 노출된 사람일수록 상대 정당이 이념적으로 보다 극단적인 입장을 가진다고 인식하는 동시에, 해당 정당에 대해 보다 낮은 호감도를 느끼는 것으로 나타난 것이다. 물론 특정한 이념 성향의 채널에 배타적으로 노출되는 것이 같은 진영에 속하는 정당에 대한 태도에 있어서는 특별한 차이를 만들어내지 않았다. 그러나 이념적인 차원에서이든 정서적인 차원에서이든, 상대 정당에 대한 부정적인 태도가 증가한다는 사실은 특정한 이념 성향의 유튜브 채널을 사용하는 것이 최근 한국 정치에서 심각한 문제로 제기되고 있는 이념적 양극화 및 정서적 양극화에 영향을 미칠 수 있는 하나의 기제(mechanism)로 작동할 수 있음을 실증적으로 확인시켜 주고 있다. 반면에, 이념적으로 어느 한쪽에 치우치지 않고 진보와 보수 성향의 채널을 동시에 구독·시청하는 것은 이념적·정서적 양극화를 상대적으로 완화시키는 기제가 될 수 있음을 함의한다.

분석을 마무리하기 전에 마지막으로 확인할 것은 <표5>과 <표6>에서 확인된 6개 정치 유튜브 채널 구독·시청의 정치적 효과가 응답자의 지지 정당에 따라 달라지는가이다. 동일하게 진보 성향 채널만을 구독·시청한다고 해도 그 효과는 응답자가 같은 성향의 민주당을 지지하는가 아니면 반대 성향의 미래통합당을 지지하는가에 따라 달라질 수 있기 때문이다. 이를 위해 <그림2>와 <그림3>에서는 앞서 <표5>과 <표6> 각각의 세 번째 모델의 분석 결과를 바탕으로 민주당 지지자와 미래통합당 지지자들 사이에서 정치 유튜브 채널 구독·시청 패턴에 따라 양대 정당 간 이념적 거리에 대한 인식과 정서적 거리에 대한 인식의 예측값이 어떻게 달라지는지 보여주고 있다. 그림에서 x축을 따라 그어진 실선은 비교의 목적을 위해 일반 유권자 패널에서 각 정당의 지지자들을 대상으로 계산한 해당 변수의 평균값을 나타낸다. 또한 점으로 표시된 추정값을 중심으로 위아래로 y축을 따라 그어진 실선은 추정값의 95% 신뢰구간에 해당한다. 따라서 각

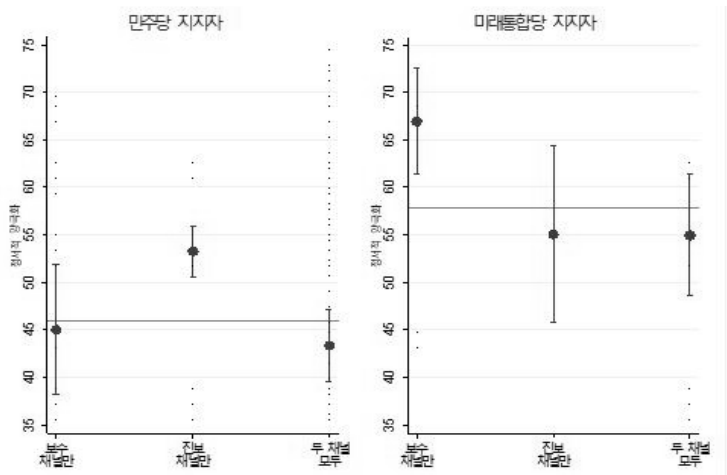
추정값의 신뢰구간이 일반 유권자 패널에서 각 정당의 지지자들을 대상으로 계산한 평균값과 겹치지 않은 경우 특정 정당 지지층 내에서도 6개 정치 유튜브 채널의 사용자와 그렇지 않은 응답자 간 정치적 인식이 차이가 있을 뿐 아니라 그러한 차이가 통계학적으로 유의미하다는 것을 의미한다.

<그림2>와 <그림3>은 특정 정당의 지지층 내에서 6개 정치 유튜브 채널의 시청자와 그렇지 않은 응답자 간 정치적 인식의 차이가 있음을 확인해주고 있다. <그림2>의 민주당 지지자의 경우 보수채널만을 시청하는 이들은 일반 민주당 지지자들과 비교할 때, 양당 간 이념적 차이가 더 적다고 생각하는 경향이 관찰되는 반면, 진보채널만을 시청하는 이들은 그 반대의 상황을 보여준다. 또한 진보와 보수 채널을 모두 시청하는 이들은 일반 민주당 지지자들과 유의미한 차이를 보이지 않는다. 이와 유사한 상황이 미래통합당 지지자들에게서도 목격된다. 다만 미래통합당 지지자들의 경우 보수채널만을 시청하는 이들만이 일반 지지자들에 비해 유의미하게 양당 간 이념적 차이를 더욱 크게 인식하고 있음을 알 수 있다. <그림3>의 경우는 <그림2>와 유사한 결과가 양당에 대한 정서적 차이에서도 관찰됨을 보여준다. 다만, 민주당 지지자들의 경우 진보채널만을 시청하는 이들에게서 유일하게 일반 지지자들에 비해 양당에게 더 강하고 통계학적으로 유의미한 정서적 차이를 인식하고 있음을 목격할 수 있다.

〈그림2〉 지지 정당 별 정치 유튜브 시청 따른 정당 간 이념적 거리 인식



〈그림3〉 지지 정당 별 정치 유튜브 시청에 따른 정당 간 정서적 차이



VI. 결론

본 연구는 최근 점증하는 유튜브의 영향력에 주목하였다. 그리고 유튜브를 활용한 정치 및 시사 관련 정보의 획득 행태와 그에 따른 정치적 인식 사이의 관계를 분석하였다. 특히 기존의 일반적인 설문조사 자료의 한계를 극복하고 특정한 채널을 구독·시청하는 유권자들에 대한 설문조사를 실시함으로써 유튜브 채널의 성향과 사용자의 정치적 인식 사이의 관계를 구체적으로 탐구할 수 있었다. 나아가 본 연구는 광범위한 유튜브 채널 가운데 정치 및 시사 정보를 전달하는 6개의 대표적인 유튜브 채널을 선정하고 해당 유튜브 채널을 이용하는 유권자의 사용자명(user name)을 데이터베이스화함으로써, 앞으로 후속 연구에서 설문조사의 응답자들이 제공한 사용자명과 소셜미디어 빅데이터를 매칭(matching)함으로써 실제 유튜브 채널 이용자 집단을 규정하고 유튜브 공간에서의 활동 이력이 이들의 행태 및 정치적 인식에 끼치는 영향을 분석할 수 있는 기초를 마련하였다.

본 연구의 분석결과는 그동안 체계적인 분석이 이루어지지 않은 채 일반적으로 가정되었던 유튜브를 통한 정치 및 시사 관련 정보의 획득 행태와 정치적 인식 간의 관계가 경험적으로 확인된다는 점을 보여주었다. 첫째, 유튜브를 통해 정치, 시사정보를 획득하는 집단과 그렇지 않은 집단 간 인구사회학적 특성이 상이하다는 점을 알 수 있었다. 한국 사회 내에서 남성이 여성에 비해, 중장년층이 청년층에 비해 지지정당이 있거나 이념적으로 비중도층이 유튜브를 통해 정치, 시사정보를 획득하는 경향이 강하였다. 둘째, 유튜브를 통해 정치, 시사정보를 획득하는 집단 내에서도 60세 이상의 연령층은 보수채널만을 시청하는 경향이 뚜렷한 반면, 진보채널만을 시청하는 경향은 전 연령층에 고르게 분포되었다. 또한 지지정당과 이념성향에 따라 진보와 보수채널만을 시청하는 경향이 뚜렷하였다. 셋째, 특정한 이념적 성향을 지닌 채널만을 시청하는 행태는 진보/보수의 채널을 모두 고르게 시청하는 행태와 비교할 때 해당 채널과 상이한 이념을 지닌

정당의 이념적 위치를 더 편향되게 인식하는데 기여하였다. 진보채널만을 구독하는 이들은 미래통합당의 위치를 더 보수적으로 인식하게 하는 경향이 있는 반면, 보수채널만을 구독하는 이들은 민주당의 위치를 더 진보적으로 인식하게 하는 경향이 있었던 것이다. 넷째, 정당의 이념적 위치에 대한 편향된 인식과 유사하게 특정한 이념적 성향을 지닌 채널만을 시청하는 행태는 진보/보수의 채널을 고르게 시청하는 행태와 비교할 때 해당 채널과 상이한 이념을 지닌 정당에 대한 호감도를 더욱 감소시키는 효과가 있었다. 특정 이념 성향의 채널만을 시청하는 행태가 양당에 대한 정서적 호감도의 격차를 더욱 크게하는 영향력을 지닌 것이다.

위와 같은 분석결과는 특정한 이념적 성향을 대변하는 정치 유튜브 채널의 시청이 한국 사회 내 이념적 또는 정서적 양극화에 기여하는 기제(mechanism)로서 기능하고 있을 가능성을 시사한다. 물론 일회적인 설문조사를 통해서 유튜브 채널을 사용하는 행위가 정치적 양극화에 기여하는지, 아니면 애초에 당파성이 강한 사람들이 특정 성향의 유튜브를 시청·구독하는 것인지 명확하게 인과관계의 방향성을 확인하는 것은 불가능하다. 이러한 의미에서 본 연구의 발견은 이후 후속 연구를 통해 지속적으로 확인되고 검증되어야 할 것이다. 이러한 한계에도 불구하고 본 논문의 결과는 최근 유튜브를 통해 다양한 정보의 소통과 습득이 이루어지고 있는 상황에서 유튜브의 활용이 한국 정치에 유의미한 영향력을 지닐 수 있다는 점을 경험적으로 보여주었다는 점에서 매우 중요한 현실적 함의를 가지고 있다. 유튜브의 이용행태와 정치적 인식에 대한 이와 같은 경험적 연구결과는 뉴미디어의 활용에 따른 정치적 효과와 관련된 기존 논의는 물론, 유튜브의 활용 행태가 속의 민주주의(deliberative democracy)에 끼치는 영향력 검증을 위한 다양한 주제의 후속연구를 촉발하는데 기여할 것으로 기대한다.

참고문헌

- 강우창 · 구본상 · 이재묵 · 정진웅. 2020. “제21대 국회의원 이념성향과 정책 태도.” 『의정연구』 26권 3호, 37-83.
- 강원택. 2012. “제19대 국회의원의 이념 성향과 정책 태도.” 『의정연구』 18권 2호, 5-38.
- 길정아 · 하상웅. 2019. “당파적 편향에 따른 책임 귀속: 여야간 갈등인식과 정당 호감도를 중심으로.” 『의정연구』 25권 1호, 46-78.
- 김성연. 2015. “정치적 태도와 인식의 양극화, 당파적 편향, 그리고 민주주의: 2012년 대통령선거 패널 데이터 분석.” 『민주주의와 인권』 15권 3호, 459-491.
- 박상운. 2014. “왜 SNS에서 정치 양극화가 지속되는가? 의사소통대상, SNS 정보 신뢰도, 타인 신뢰도를 중심으로.” 『사회과학연구』 30권 1호, 235-252.
- 박윤희 · 김민수 · 박원호 · 강신구 · 구본상. 2016. “제20대 국회의원 당선자 및 후보자의 이념성향과 정책태도.” 『의정연구』 22권 3호, 117-157.
- 오세욱 · 송해엽. 2019. 『유튜브 추천 알고리즘과 저널리즘』. 한국언론진흥재단.
- 윤성이. 2006. “한국사회 이념갈등의 실체와 변화.” 『국가전략』 12권 4호, 163-182.
- 이내영. 2011. “한국사회 이념갈등의 원인: 국민들의 양극화인가, 정치엘리트들의 양극화인가.” 『한국정당학회보』 10권 2호, 251-285.
- 장승진 · 서정규. 2019. “당파적 양극화의 이원적 구조: 정치적 정체성, 정책선호, 그리고 정치적 세련도.” 『한국정당학회보』 18권 3호, 5-29.
- 장승진 · 장한일. 2020. “당파적 양극화의 비정치적 효과.” 『한국정치학회보』 54집 5호, 153-175.
- 정동준. 2016. “2016년 국회의원선거 이후 시민들의 통일의식 변화: 이념적 양극화인가, 당파적 편향인가.” 『한국정치학회보』 50집 5호, 131-161.
- 정동준. 2018. “2018년 지방선거 이후 유권자들의 정치 양극화: 당파적 배열과 부정적 당파성을 중심으로.” 『OUGHTOPIA』 33권 3호, 143-180.
- Abramowitz, Alan I. 2010. *The Disappearing Center: Engaged Citizens, Polarization, and American Democracy*. New Haven, CT: Yale University Press.

- Abramowitz, Alan I. 2018. *The Great Alignment: Race, Party Transformation, and the Rise of Donald Trump*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Abramowitz, Alan I., and Steven Webster. 2016. "The Rise of Negative Partisanship and the Nationalization of U.S. Elections in the 21st Century." *Electoral Studies* 41(1): 12-22.
- Arceneaux, Kevin, and Martin Johnson. 2013. *Changing Minds or Changing Channels? Partisan News in an Age of Choice*. Chicago: University of Chicago Press.
- Arceneaux, Kevin, Martin Johnson, and John Cryderman. 2013. "Communication, Persuasion, and the Conditioning Value of Selective Exposure: Like Minds May Unite and Divide but They Mostly Tune Out." *Political Communication* 30(2): 213-231.
- Bakshy, Eytan, Solomon Messing, and Lada A. Adamic. 2015. "Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook." *Science* 348(6239): 1130-1132.
- Baum, Matthew A., and Tim Groeling. 2008. "New Media and the Polarization of American Political Discourse," *Political Communication* 25(4): 345-365.
- Bennett, W. Lance, and Shanto Iyengar. 2008. "A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication," *Journal of Communication* 58(4): 707-731.
- Bessi, Alessandro, Fabiana Zollo, Michela Del Vicario, Michelangelo Puliga, Antonio Scala, Guido Caldarelli, Brian Uzzi, and Walter Quattrociocchi. 2016. "Users Polarization on Facebook and Youtube," *PLoS ONE* 11(8), e0159641. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159641>.
- Conover, Michael D., Jacob Ratkiewicz, Matthew Francisco, Bruno Goncalves, Filippo Menczer, and Alessandro Flammini. 2011. *Political Polarization on Twitter*. Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Barcelona, Spain, July 17-21.

- Druckman, James N., Matthew S. Levendusky, and Audrey McLain. 2018. "No Need to Watch: How the Effects of Partisan Media Can Spread via Interpersonal Discussions." *American Journal of Political Science* 62(1): 99-112.
- Dylko, I. B. 2016. "How Technology Encourages Political Selective Exposure." *Communication Theory* 26(4): 389-409.
- Fiorina, Morris P., Samuel J. Abrams, and Jeremy C. Pope. 2008. "Polarization in the American Public: Misconceptions and Misreadings." *Journal of Politics* 70(2): 556-560.
- Fiorina, Morris P., Samuel J. Abrams, and Jeremy C. Pope. 2010. *Culture War? The Myth of a Polarized America*. New York: Pearson Longman.
- Garrett, R. Kelly. 2009. "Echo Chambers online? Politically Motivated Selective Exposure among Internet News Users." *Journal of Computer-Mediated Communication* 14(2): 265-285.
- Gentzkow, Matthew, and Jesse M. Shapiro. 2011. "Ideological Segregation Online and Offline." *The Quarterly Journal of Economics* 126(4): 1799-1839.
- Guess, Andrew M., Brendan Nyhan, and Jason Reifler. 2020. "Exposure to Untrustworthy Websites in the 2016 US Election." *Nature Human Behaviour* 4: 472-480
- Halberstam, Yosh, and Brian Knight. 2016. "Homophily, Group Size, and the Diffusion of Political Information in Social Networks: Evidence from Twitter." *Journal of Public Economics* 143(November): 73-88.
- Han, JeongHun. 2017. "Preferences on Security Issues and Ideological Competitions: A Case of the Korean National Assembly." *Korea Observer* 48(4): 639-668.
- Hetherington, Marc J. 2001. "Resurgent Mass Partisanship: The Role of Elite Polarization." *American Political Science Review* 95(3): 619-631.
- Himelboim, Itai, Stephen McCreery, and Marc Smith. 2013. "Birds of a Feather Tweet Together: Integrating Network and Content Analyses to Examine Cross-Ideology Exposure on Twitter." *Journal of Computer-Mediated*

- Communication* 18(2): 154-174.
- Iyengar, Shanto, and Kyu S. Hahn. 2009. "Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use." *Journal of Communication* 59(1): 19-39.
- Iyengar, Shanto, Yphtach Lelkes, Matthew Levendusky, Neil Malhotra, and Sean J. Westwood. 2019. "The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States." *Annual Review of Political Science* 22, 129-146.
- Iyengar, Shanto, and Masha Krupenkin. 2018. "The Strengthening of Partisan Affect." *Advances in Political Psychology* 39(1): 201-218.
- Iyengar, Shanto, Gaurav Sood, and Yphtach Lelkes. 2012. "Affect, Not Ideology: A Social Identity Perspective on Polarization." *Public Opinion Quarterly* 76(3): 405-431.
- Lau, Richard R., David J. Andersen, Tessa M. Ditonto, Mona S. Kleinberg, and David P. Redlawsk. 2016. "Effect of Media Environment Diversity and Advertising Tone on Information Search, Selective Exposure, and Affective Polarization." *Political Behavior* 39(1): 231-255.
- Lee, Jae Mook. 2015. "Another Look at Partisan Polarization in the South Korean Mass Public: Ideological or Affective Polarization?" *Korea Observer* 46(2): 211-232.
- Levendusky, Matthew. 2013. *How Partisan Media Polarize America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mason, Lilliana. 2018. *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- McCarty, Nolan, Keith Poole, and Howard Rosenthal. 2006. *Polarized America: The Dance of Ideology and Unequal Riches*. Cambridge: MIT Press.
- Prior, Markus. 2007. *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. New York: Cambridge University Press

- Prior, Markus. 2013. "Media and Political Polarization." *Annual Review of Political Science* 16, 101-127.
- Ricke, LaShrystal D. 2014. *The Impact of YouTube on U.S. Politics*. Lanham, MD: Lexington.
- Sobieraj, Sarah, and Jeffrey M. Berry. 2011. "From Incivility to Outrage: Political Discourse in Blogs, Talk Radio, and Cable News." *Political Communication* 28(1): 19-41.
- Theriault, Sean M. 2008. *Party Polarization in Congress*. New York: Cambridge University Press.
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. 2018. "The Spread of True and False News Online." *Science* 359(6380): 1146-1151.
- Zhuravskaya, Ekaterina, Maria Petrova, and Ruben Enikolopov. 2020. "Political Effects of the Internet and Social Media." *Annual Review of Economics* 12, 415-438.

투고일: 2021.06.07.	심사일: 2021.07.20.	게재확정일: 2021.08.02.
------------------	------------------	--------------------

Does YouTube Polarize Its Viewers?: Analysis of the Survey on Subscribers to Major Political Channels

Jang, Seungjin | Kookmin University

Han, Jeonghun | Seoul National University

As more people obtain political information from YouTube, much attention is directed to how the use of YouTube affects political polarization. Using a survey on users of 6 major political YouTube channels representing progressive and conservative camps, we compare them with the general electorate and analyze how political use of YouTube affect political perceptions and attitudes. Results show that, relative to the general electorate, YouTube users perceive a greater ideological distance between major political parties and reveal a greater gap in affective feelings between their supporting party and the other party. Especially, people who use exclusively progressive or conservative channels think that the party in opposing ideological camp is more ideologically extreme and feel a higher level of antipathy toward it. As a result, we present empirical evidence that shows the use of political YouTube channels contributes to ideological and affective polarization in Korean politics.

Key Words | YouTube, Ideological Polarization, Affective Polarization, Selective Exposure, Persuasion Effect