
한류의 창조적 가치 창출을 위한 소셜 미디어의 전략적 활용 방안에 관한 연구

임승희(수원대)
이현정(연세대)

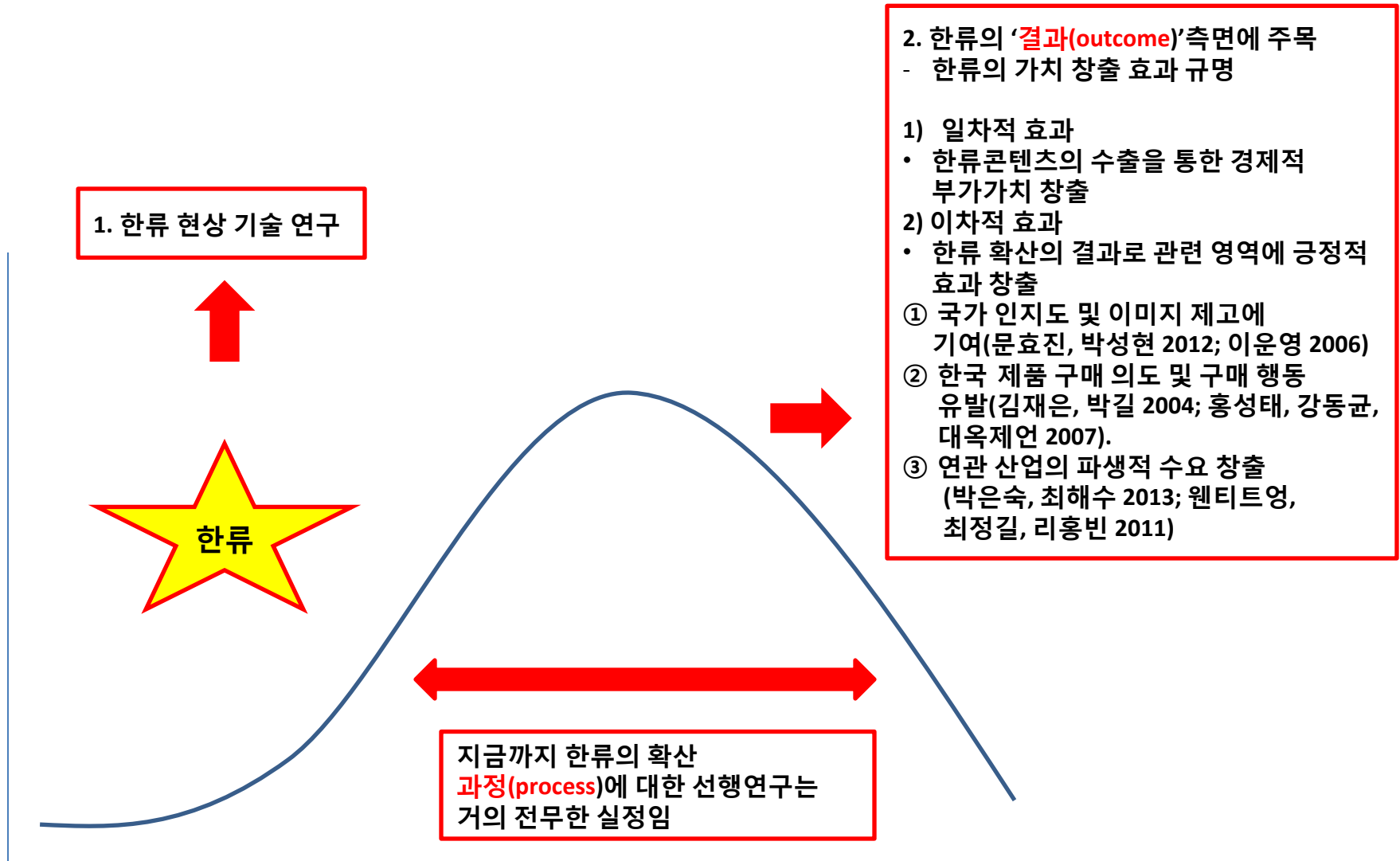
2013. 10. 25

연구배경

연구배경

- 한류는 전세계적 확산을 바탕으로 창조력을 기반으로 한 거대한 부가가치 창출
- 최근 한류 콘텐츠 중 특히 케이팝(K-pop)의 영향력과 확산 효과에 대한 관심 급증
 - 현상학적 관찰을 통한 가치 창출 능력에 주목
 - 다른 한류 콘텐츠와 달리 탈 아시아 경향을 보여 기존 한류 확산의 한계 극복
- 한류에 대한 이론적 연구의 시도들이 증가하고 있으나(김재은, 박길순 2004; 문효진, 박성현 2012; 박은숙, 최해수 2013; 이운영 2006; 허유정 2008; 홍성태, 강동균, 대옥제언 2007), 여전히 한류에 대한 관심 및 가치 창출에 대한 현상학적 관찰에 비해 이론적 연구는 불충분한 편임

한류 관련 선행연구 흐름



한류와 소셜미디어

- 선행연구들은 한류(특히 케이팝) 확산 과정의 중요한 플랫폼으로 **소셜미디어**의 중요성 강조(김진옥, 김남조, 정철 2013; 박현주 2006; 송정은, 장원호 2013; 조준현, 강흥중 2012)
- 소셜미디어(Social Media)
 - 사용자가 자발적으로 콘텐츠를 창출하고 교환할 수 있는 상호작용적, 참여적, 통합적 특성의 인터넷 기반 소통 채널(Choi 2011; Iris 2012; Marketo 2010)
 - 쌍방향적인 특성으로 소셜미디어는 강력한 소통의 도구로 자리매김(Henning-Thurau and Walsh 2004)
 - 소셜미디어는 사용자의 행동변화에 영향을 미칠 수 있으며(Naylor, Lamberton, and West 2012), 기업의 명성, 매출, 심지어는 생존에까지 영향을 미침(Kietzmann *et al.* 2011)
- 소셜미디어는 대형 음반사를 중심으로 음악이 확산되던 기존의 음악 유통방식에도 큰 변화 초래
 - 소셜미디어 환경에서 소비자들은 단순히 음악의 소비자가 아니라 음악을 유통하고 음악에 대한 정보를 생산하는 기업의 역할을 수행 함
- 케이팝의 전략적 확산 전략을 유도하기 위해서는 소셜미디어 상에서 확산 과정을 이해하는 것은 매우 중요한 과제라고 할 수 있음

소셜미디어 환경에서 정보 확산

- **네트워크 관점**에서 온라인 상에서의 정보 확산에 대한 연구자들의 관심 증가(김윤식 2005; 홍재원, 한상만, 염유식 2007; Goldenberg *et al.* 2009).

- 온라인에서 발생하는 소비자들의 집단인 커뮤니티를 소속된 소비자들의 노드(node)와 이들이 맺고 있는 관계를 링크(link)로 하는 사회적 네트워크로 보고, 이를 바탕으로 온라인 커뮤니티내의 소비자들의 연결 관계와 정보 확산을 분석

- 네트워크에서 처음 발생한 정보는 노드들이 가지고 있는 관계성인 링크를 따라 다른 노드에게 전달되고 이 전달과정에서 연결된 노드의 수용이 모방되면서 정보가 확산되어져 나감. 또한 이러한 네트워크에서의 정보창출활동은 정보 창출자가 다른 구성원들과 가지고 있는 관계성에 의해 네트워크에서 그 가치가 확대될 수 있음

- 사회연결망 분석(Scott 1991; Wellman 1988)

- 오피니언마이닝(Pang and Lee 2008)

연구문제 설정

연구문제 1

케이팝 확산에 주요한 역할을 하는 영향력자는 누구인가?

연구문제 2

케이팝 확산 패턴은 어떠한가?

연구문제 3

사용자-사용자 간에 유통되는 케이팝 관련 소통 내용은 무엇인가?

자료 수집 및 분석 절차

1. 연구 대상 선정

- 연구대상으로 트위터(Twitter) 선정

2. 케이팝 관련 주제어 선정

- 최근 6개월 동안의 빌보드 케이팝 차트 (Billboard Korea K-Pop Hot 100)/유튜브 글로벌 케이팝 뮤직 비디오 조회 차트 (YouTube Global M/V K-Pop Top 10)/구글의 케이팝 뮤직 차트(K-Pop Popular Music Chart)에서 상위를 차지한 가수와 그들의 노래제목을 바탕으로 주제어 선정 + 케이팝

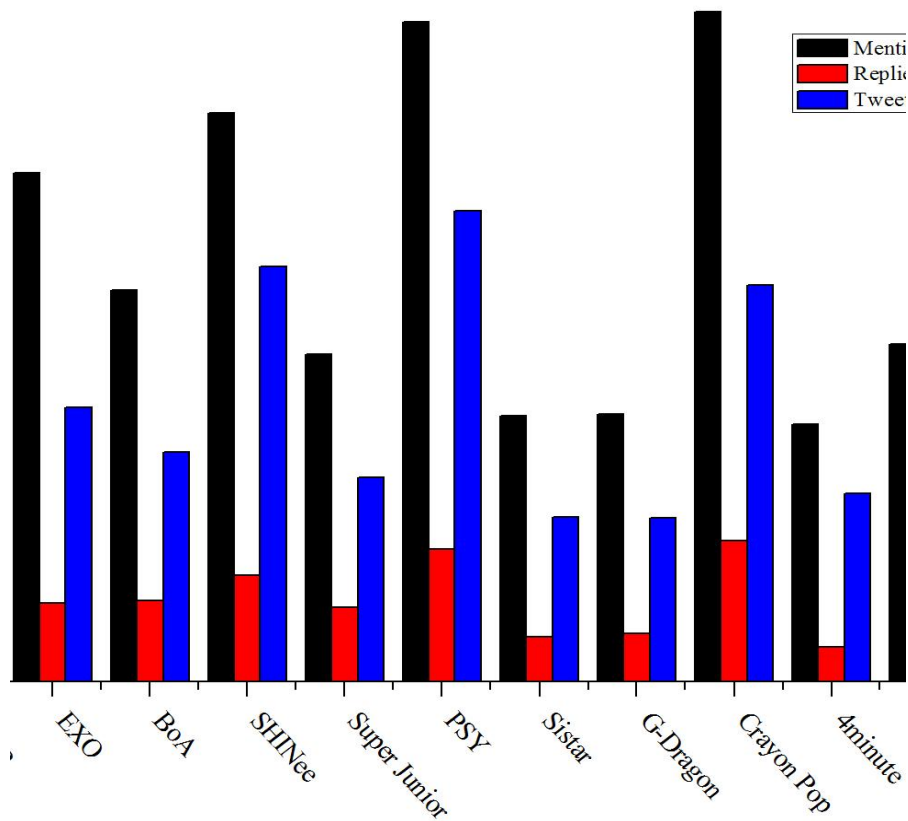
3. 데이터 수집

- 트위터 상에서 2013년 9월 25일부터 10월 6일까지 15일 간 케이팝과 관련하여 언급된 대화
- 대화의 수를 기준으로 하여 27,703건의 케이팝과 관련된 대화 수집
- 관련된 대화에는 총 20,440명이 참여

4. 데이터 전처리

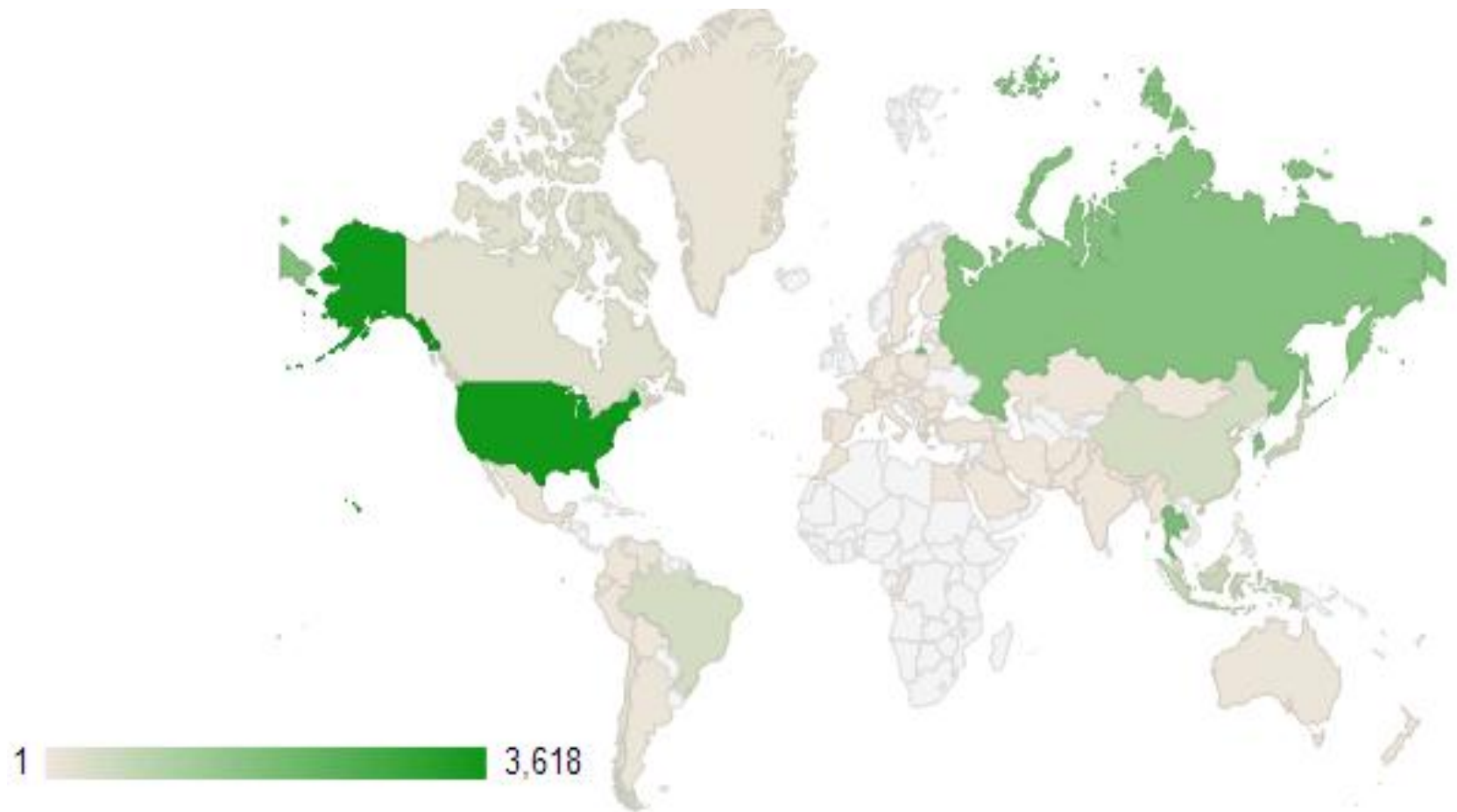
- 의미 없이 반복되거나 광고 및 스팸성 글들 분석자료에서 제외

분석자료: 주제어의 트윗 글 분포



가수명	Mentions	Replies to	Tweet	총합계
B.A.P	1,059	229	897	2,185
EXO	1,657	257	892	2,806
BoA	1,275	263	748	2,286
SHINee	1,851	346	1,351	3,548
Super Junior	1,066	241	665	1,972
PSY	2,147	431	1,533	4,111
Sistar	866	147	536	1,549
G-Dragon	872	157	533	1,562
Crayon Pop	2,180	458	1,291	3,929
4minute	838	113	613	1,564
K-Pop	1,099	215	877	2,191
합계	14,910	2,857	9,936	27,703

분석자료: 대화 참여자의 지리적 분포



케이팝 확산 과정에 대한 분석 결과(1)

1. 케이팝 관련 대화 참여자 유형

Carrier	Transmitter	Receiver	Isolate
433	4,055	10,361	5,391
2.12%	19.84%	50.69%	26.37%
Send=Receive	Send > Receive	Send < Receive	Send alone

케이팝 확산 과정에 대한 분석 결과(2)

2. 케이팝 관련 대화 참여자 영향력

외향 연결중심성 (영향력자-마당발)		내향 연결중심성 (영향력자-인기인)		근접중심성 (전파자)		매개중심성 (전달자)	
youtube	9.54%	leeteuk_sn	0.23%	youtube	6.95%	pleng_pk_	0.0001%
my_deer_yeol	4.07%	kpoplucky89	0.22%	my_deer_yeol	2.99%	kpoplucky89	0.0001%
ibgdmg	1.61%	psy_rt	0.15%	ibgdmg	1.18%	holy_1004	0.0001%
realjonghyun90	1.20%	missblues89	0.11%	gsshop	0.86%	rt_kid_	0.0001%
gsshop	1.17%	osh_kshop	0.10%	realjonghyun90	0.75%	wonder_rt	0.0001%
bap_youngjae	0.96%	onewminee	0.09%	bap_youngjae	0.71%	miso_academy	0.0001%
ibgdrgn	0.71%	sistar_hyolynth	0.09%	onewamark	0.53%	wao_hongbo1004	0.0001%
onewamark	0.70%	dancecoverindo	0.08%	ibgdrgn	0.52%		
_mcountdown	0.62%	pleng_pk_	0.07%	_mcountdown	0.39%		
warapon09	0.48%	michigo_r	0.07%	warapon09	0.35%		
zelo96	0.46%	alissasafira	0.07%	zelo96	0.34%		
psy_oppa	0.46%	count9381	0.07%	psy_oppa	0.34%		
newsgd_0818_bot	0.42%	wonder_rt	0.07%	himchanchan	0.31%		
justinbieber	0.42%	elfseajewel	0.07%	justinbieber	0.31%		
himchanchan	0.42%	fybangm	0.07%	newsgd_0818_bot	0.31%		
bap_daehyun	0.41%	mgt1005_pop	0.06%	switch_dancer	0.30%		
switch_dancer	0.41%	laurachiah	0.06%	bap_daehyun	0.30%		11

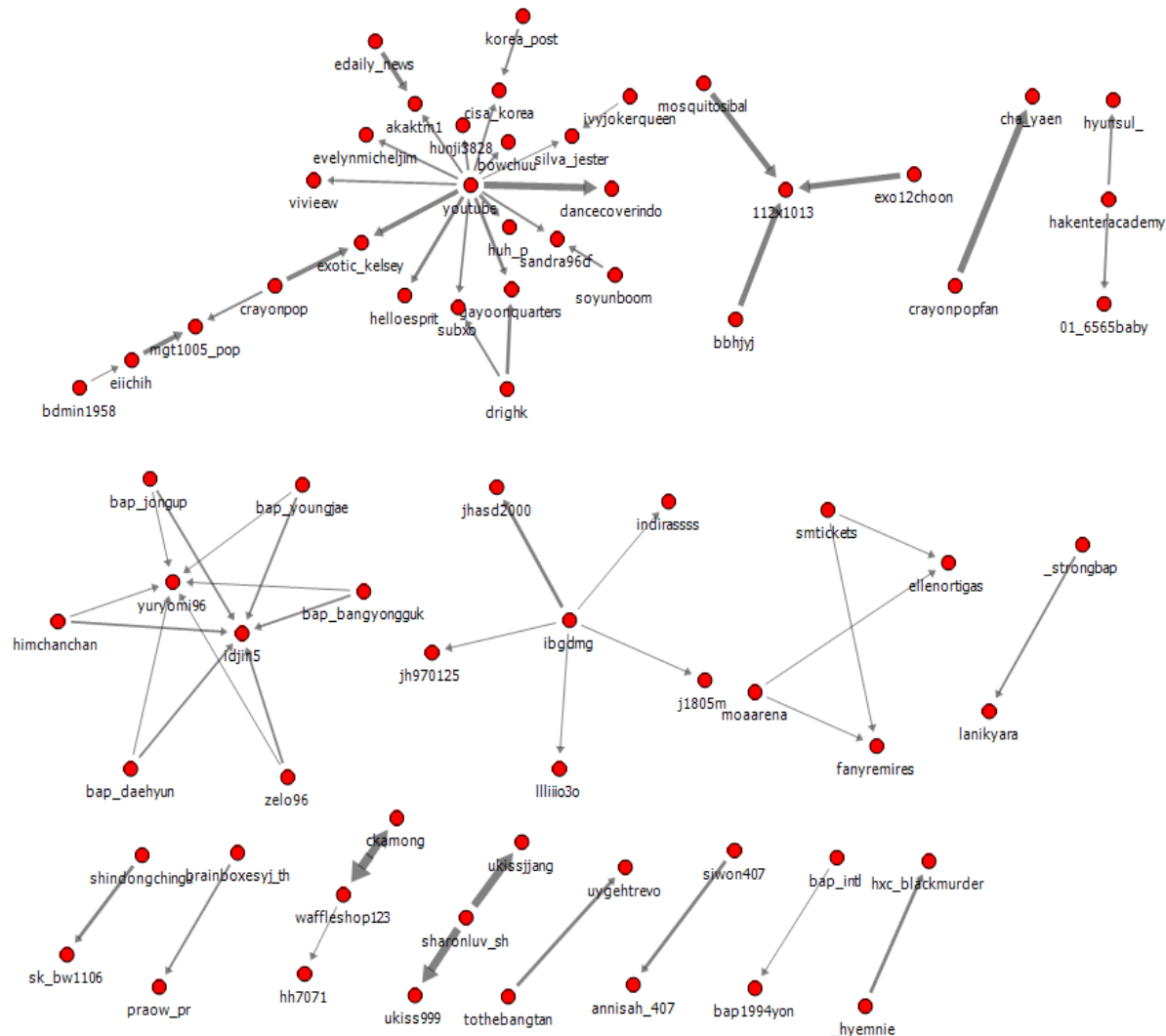
케이팝 확산 과정에 대한 분석 결과(3)

3. 사회적 영향력이 높은 참여자

	Y(0)	Y(1)	Y(2)	Y(3)	Y(4)	Y
justinbieber	45,388,198	45,388	45	0	0	45,388
access_ent	1,524	45,342,811	90,686	136	0	45,344
xoxookr	30	22,672,166	22,694,078	68,014	136	45,321
guswnanwiro	16	22,672,166	22,694,078	68,014	136	45,321
evera59	19	39,821,883	79,644	119	0	39,822
newsvop	98,380	34,301,054	68,602	103	0	34,399
sayavidafeliz	46,614	34,301,002	68,602	103	0	34,348
youtube	34,335,291	34,335	34	0	0	34,335
myoonsong	184	17,199,619	17,167,727	51,452	103	34,333
2diana4swooner	81	17,199,619	17,167,727	51,452	103	34,333
giftopxxx	296	20,619,886	13,747,902	41,182	82	34,327
korea_post	21,671	34,300,977	68,602	103	0	34,323
greenpepperkyu_	11,554	34,300,967	68,602	103	0	34,313
tania1au1705	8,682	34,300,964	68,602	103	0	34,310
eimanijong	8,548	34,300,964	68,602	103	0	34,310
newsgd_0818_bot	8,067	34,300,964	68,602	103	0	34,309
aimaaanhusnaaa	570	17,173,762	17,167,675	51,452	103	34,308

케이팝 확산 과정에 대한 분석 결과(4)

4. 상호간의 영향력이 높은 대화 참여자의 시각화 네트워크



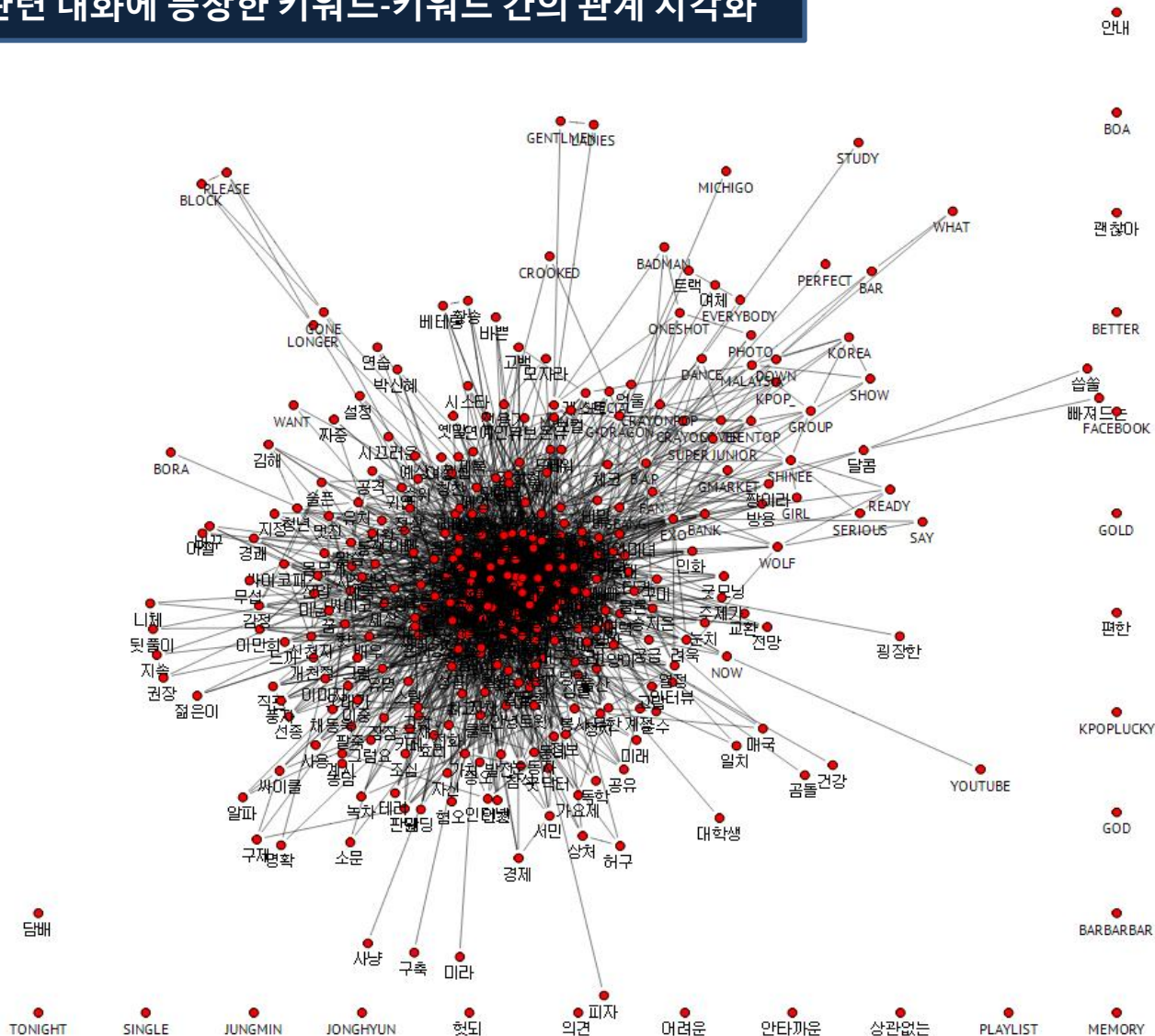
케이팝 소통 내용에 대한 분석 결과(1)

1. 출현빈도수가 높은 상위 키워드

키워드	출연#	키워드	출연#	키워드	출연#	키워드	출연#
강남스타일	313	사랑	165	DANCE	153	사진	150
크레용팝	240	보아	164	싸이코	153	아빠	150
시스타	247	비에이피	163	응원	153	안녕	150
빠빠빠	182	컨셉	162	효리	153	클릭	150
샤이니	179	WHAT	160	COVER	152	판매	150
안내	176	GIRL	159	햇	152	당연	149
참여	176	배우	159	포미닛	151	무한	149
지드래곤	174	스티커	159	기사	151	EXO	148
SERIOUS	171	BAR	158	다음	151	CROOKED	148
DOWN	173	궁금	158	스타일	151	EXO	148
영상	173	무대	157	축하	151	SAY	148
우리	172	빠딱하게	157	포미닛	151	댓글	148
팬	169	오늘	155	노래	150	도착	148
컴백	168	인기	155	사진	150	인피니트	148
앨범	167	CRAYON	154	BADMAN	150	한국	148

케이팝 소통 내용에 대한 분석 결과(2)

2. 케이팝 관련 대화에 등장한 키워드-키워드 간의 관계 시각화



결론

- 지금까지 한류 관련 선행연구에서 상대적으로 연구 관심이 미흡했던 케이팝의 확산 과정 분석을 통해 한류 관련 이론의 설명 영역을 확장하고 케이팝의 확산을 위해 소셜미디어를 전략적으로 활용할 수 있는 토대 마련
- 케이팝 콘텐츠를 기반으로 한 한류 확산을 통해 창조적 가치를 창출 하기 위해서는 국내 케이팝 산업의 안정적 발전이 뒷받침 되어야 함. 이를 위해서는 제도적, 기업(제작사), 소비자의 협업적 노력이 필요
- 연구의 한계점 및 향후 연구 방향
 - 소셜미디어 대표성의 문제
 - 개인과 조직 트위터의 혼재
 - 분석 언어의 한계

감사합니다