미디어 통계 과제 10주차

23조(안경인, 이원석, 윤예지, 류영우)

1. **관심사에 대한 소개**
* 정의

K-POP이란 해외에서 인기가 있는 한국의 대중음악이라고 정의할 수 있다.

* 내용

K-Pop은 문화콘텐츠 강국이자 최대 소비국인 미국 시장에서는 뚜렷한 성과를 내지 못하고 있었다. 한국의 대형 기획사들은 K-Pop의 세계적 인기를 바탕으로 미국 시장에 진출하고자 하였다.

대표적으로 한국의 3대 기획사 중 하나인 JYP의 가수 ‘비’는 2006년 2월 메디슨 스퀘어 가든에서 공연을 추진하여 전 좌석을 매진시켰다. 이를 두고 국내 언론은 인터넷의 발달로 세계 어느 곳에서든 원하는 음악과 공연을 접할 수 있게 되면서 미국의 아시아계 젊은이들이 한류 열풍에 동참하게 되었다고 분석했다.

이후 2008년에는 가수 ‘보아’가, 2009년에는 ‘원더걸스’, 2012년도는 ‘소녀시대’가 미국시장에 문을 두드렸다. 소녀시대의 경우 CBS 간판 프로그램인 ‘데이비드 레터만(David Letterman)의 레이트 쇼(Late show)’와 ABC 채널 아침 방송인 ‘생방송, 켈리와 함께(Live, with Kelly)’ 쇼에 출연하여 관중들의 뜨거운 반응을 얻었다. 그러나 여전히 K-Pop은 북미인들에게는 다소 가볍고 모자란다는 평가를 얻으며 성공적인 성과를 이루어내지 못하였다. 한마디로 미국 시장에서 지금까지 확고한 성공을 거둔 K-pop 가수가 없었다고 할 수 있다.

하지만 2012년 중반, 가수 싸이(Psy)의 「강남스타일」이 미국에서 열풍을 주도하며 NBC '엘렌쇼‘, 'Today Show', 'Saturday Night Live' 등 주요 메이저 프로그램에 출연하게 되었고 세계적인 팝스타인 마돈나, MC해머와 합동무대를 선보이며 인기를 과시하였다. 또한 빌보드 Hot 100차트에서 2위를 달성하며 명실공이 문화콘텐츠 대강국인 미국 진출에 성공한 첫 케이스가 되었다고 할 수 있다.

이러한 싸이의 인기는 현지 주요 매체의 뜨거운 관심을 받았으며 이는 K-Pop 전반에 대한 관심으로 이어졌다. 워싱턴포스트는 「강남스타일」이 한국의 브랜드를 강화시키고 있다는 기사를 보도하였는데 그 내용을 살펴보면, ‘외국인들이 한국 가수에 관심을 갖게 되면서 한국에 대한 선호가 높이지고 그러면서 한국의 제품들을 더 많이 구입하게 될 것’이라는 내용이었다.

ABC뉴스 ‘나이트라인’ 또한 K-Pop 스타들의 탄생 과정에 대해 소개하였는데, ‘K-Pop이 가지는 중독성 강한 후크송과 날렵한 안무, 트레이닝 프로그램이 성공 요인’이라고 밝혔다. 아울러 미주에서 K-Pop이 인기를 끌며 한국의 대중문화를 즐기기 위해 한글을 배우려는 열기가 이어지고 있음을 보도하였다.

**[네이버 지식백과]** [케이팝](http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2458624) [Korean Popular Music(K-Pop)] (한국민족문화대백과, 한국학중앙연구원)

1. **K-POP 설명과 정리(연구현황)**

고정민(2009)은 한류의 발전단계를 3단계로 구분했다.



1997년에서 2000년 초 ‘사랑이 뭐길래’ 로 대표되는 한국 드라마가 중국, 대만, 베트남 등 동북아시아 지역에서 인기를 끌기 시작한 이 시기를 한류가 생성 된 ‘한류1기’라 정의하고 있다. 이어 2000년 중반 ‘겨울연가’ ‘대장금’ 등 한국 드라마가 중국, 일본, 홍콩, 대만 등 한자문화권은 물론 필리핀, 태국 등 동남아시아지역에서 하늘 높은 줄 모르고 치솟는 시기가 한류의 심화기, 즉 ‘한류2기’라 정의한다. 2000년 후반 중동, 북아프리카 등 아랍권과 중남미를 지나 유럽 상륙을 준비하고 있는 지금이 ‘한류 3기’라 정의하였는데 그 대표적 콘텐츠가 바로‘K-POP’이다. 한류 3기는 ‘신한류’로 불리며 K-POP이 인기를 주도해 가고 있다. ‘신한류’ 현상은 현재 다양한 의미로 사용되어 일반적으로 합의된 개념이 도출되 지 않은 상태지만 K-POP중심의 한국 콘텐츠가 인터넷 뉴미디어를 기반으로 능동적 성향의 수용자들 사이에서 자발적으로 수용 확산되는 현상을 말한다.

‘신한류’를 주도하는 K-POP이 아시아를 넘어 세계로 확장하면서 신한류 지도를 다시 그리고 있다. 2011년 유튜브에 K-POP 동영상 조회 수가 총 225 개국 약 23억 회에 이르는 등 K-POP이 폭발적인 인기를 끌고 있다. 이제 K-POP의 인기는 일본, 태국, 중국, 등 아시아 시장을 넘어서 중동, 유럽, 남미, 북미에까지 뻗어나가고 있으며 점점 더 확산되고 있는 추세다.

뿐만 아니라, 2011년 6월 10일, 11일 프랑스 파리의 공연장 ‘르 제니스 드 파리’에서 SM 소속 아이돌 가수들의 공연이 펼쳐지기로 했는데 5월 26일 티켓 예매시작 15분 만에 매진되어 추가 공연을 요구하는 현지 한류 팬들의 플래시몹 시위가 벌어졌다.

 ‘한류가 프랑스를 강타하다’ ‘유럽에 몰려온 한류’등 K-POP이 프랑스 유력 일간지인 르피가로와 르몽드 1면을 장식했다. 파리공연은 수익성이나 완성도와 무관하게 K-POP의 달라진 위상과 상징성을 보여줬다. 이어 10 월에 미국 맨해튼 매디슨 스퀘어가든에서의 공연, 큐브엔터테인먼트의 영국 런던의 오투 브릭스턴 아카데미에서의 공연, 12월 브라질 상파울루에서의 공연은 지구촌 곳곳에서 불고 있는 K-POP 열풍의 현주소를 말해주는 듯 했다. ‘신한류’는 그 이전의 한류의 주류였던 드라마 중심에서 벗어나 대중음악이 그 중심으로 등장했다. 2012년 1월31일 걸 그룹 소녀시대가 미국 TV의 인기 토크프로그램에 출연하여 주목받았다. 이제 K-POP의 인기는 일본, 태국, 중국, 등 아시아 시장을 넘어서 중동, 유럽, 남미, 북미까지 뻗어나가고 있으며 점점 더 확산되고 있는 추세다. 2012년 3월 빅뱅의 미니 4집은 출시되자마자 미국·캐나다·뉴질랜드·호주· 핀란드 등에서 아이튠즈 종합 차트 톱 10에 진입했다. 그보다 앞선 1월에는 동방신기의 ‘왜’가 전 세계 앨범 판매량을 집계하는 독일 사이트 ‘미디어 트래픽’ 의 ‘유나이티드 월드 차트’ 4위에 오르기도 했고 2NE1은 한국 외 다른 국가에서 정식 데뷔하지 않았는데도 프랑스의 한 K-POP 사이트 조사 결과 한국 걸 그룹 인기투표 1위를 기록하기도 했다. 한류의 기반인 일본과 동남아에서의 성과는 말이 필요 없을 정도다. 소녀 시대는 2010년 일본 데뷔 쇼 케이스부터 2만 2000명의 관객을 운집 시켰으며 오리콘 차트에서 각종 기록을 세웠다. 그 뿐만 아니라 일본의 대표 경제 주 간지 닛케이비즈니스가 이례적으로 소녀시대를 표지 모델로 선정, 삼성·현 대와 비교하며 소녀시대의 전략과 경제적 가치에 대해 높게 평가하기도 했다. 최근 국내 오디션 열풍이 일면서 공중파 방송은 물론 케이블 전 장르에 걸쳐 오디션 춘추전국시대를 맞이하고 있다.

최근 들어 한류 열풍은 아시아를 넘어 유럽, 미국에 이어 중남미까지 확산되는 추세를 보이고 있다. 특히 그 중에서도 음악 콘텐츠가 k-pop이라는 새로운 아름아 부여되면서 세계적으로 청소년들 사이에서 각광을 받기 시작하였다. 문화 체육관광부와 한국문화산업교류재단은 2014년 11월 해외 14개국 5600명을 대상으로 실시한 ‘제 4차 해외한류실태 조사’결과 와국인들이 한국 하면 떠오르는 이미지로 K-pop을 꼽았다고 밝혔다.(경향신문 2015.3.10).

유튜브와 SNS(Social Network Service)라는 새로운 플랫폼을 통해 그 흐름이 빠르게 확산되면서 K-POP 열풍은 이제 글로벌 대중음악시장에서 무시할 수 없는 하나의 분명한 트렌드로 자리 잡은 것으로 보인다. 유튜브와 SNS가 과거와는 전혀 다른 확산 경로를 제공해 K-POP 해외열풍의 진원지 역할을 하고 있는 사실은 최근 가수 싸이의 <강남스타일>이 이들 매체를 통해 급속도로 확산되면서 세계적으로 선풍을 일으킨 사례에서 확인할 수 있을 것이다.

 (한국 대중음악의 해외진출 현황과 과제에 관한 연구: 최근의 K-POP 열풍을 계기로, 정일서 2012년)

1. **가설**

**T-test**

k-pop의 스타적 요인은 국내 외의 수용자들의 k-pop 이용만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

이유: 위 가설에서 스타적 요인은 스타들의 외모, 스타들의 스타일, 노래 실력,등을 포함 하는 것 이다. 중국에서의 K-pop 이용 동기가 만족도에 미치는 영향에 관한 연구(최은옥 2015)이 논문에 따라서 k-pop이라는 음악 자체가 정서적요인 보다는 스타들의 외모나 스타일 같은 스타적 요인에 기반한 음악이라는 것 에 따라 독립변인이 k-pop의 스타적 요인의 정도이고 종속변인이 k-pop 이용 만족도 정도라는 위의 가설을 설정하게 되었다.

**F-test**

**● K-POP 스타들의 자신의 트위터 SNS를 통한 홍보정도(사용량)에 따라, K-POP에 대한 국내/외의 영향력은 증가할 것이다.**

이유: 가수라는 직업특성상, 일반인들이 쉽게 보기 힘들고 소통하기 힘든데, 최근에 이를 극복하기 위해서, 많은 가수들이 개인 SNS나 페이스북을 통해 팬 분들과 소통하려는 모습을 많이 보면서, 스타들에 대한 팬들의 친밀감과 친숙도가 더욱 증가된다는 느낌을 많이 받았습니다. 페이스북이나 트위터와 같은 SNS는 국내 뿐만 아니라, 해외까지 쉽게 퍼진다는 점을 고려할 때, 국내/외의 K-POP에 대한 인기도는 스타들의 SNS사용 여부와 서로 어느정도 상관관계가 있을 것이라고 생각했습니다.

자료:

현재 국내 주요 가요기획사는 페이스북 등에 별도의 팬 페이지를 운영 중 이며, 주요 가수들도 개인 트위터 등을 통해 팬들과의 소통을 확대했다. K-POP 스타들은 트위터, 페이스북 등을 통해 직접 자신의 이 야기를 써서 팬들에게 전달하고 있다. SNS를 통해 전 세계 어디서나, 누구 나 자기가 좋아하는 K-POP 스타와 대화를 나눌 수 있게 되어 인기의 상승을 지속적으로 이어갈 수 있는 장점이 있다

김호상『K-POP의 해외진출 성공전략에 관한 연구 :K-POP전문가 심층인터뷰를 중심으로』

**Factorial ANOVA**

● **해외로 진출하는 한국가수가 한국에서 유명할수록, 그 가수가 한국에서 속한 회사(소속사)의 규모가 클수록 외국에서의 영향력은 커진다.**

이유: 유튜브 조회수 전체 2위를 기록할 만큼 선풍적인 인기를 끌었던 싸이, 대륙이라 불릴만큼 큰 시장에서 유명한 SM에 소속한 가수 등의 사례를 예로 들 수 있으며 다른 문화권, 다른 세계라고 해도 미(美)와 유행을 일맥상통한다고 생각하여 가설을 세우게 되었다.

**Regression**

**●해외수용자들의 k-pop에 대한 선호도가 높을수록 한국 국가 이미지가 좋아 질 것이다.**

이유**:** 현재 한국에 거주중인 중국 유학생을 대상으로 중국 유학생이 느끼는 K-POP 선호도, 한국에 대한 국가 이미지, 그리고 K-POP 관련 상품을 구매하려는 의도를 파악하려는 연구자료를 바탕으로 위의 가설을 설정하게 되었고 많은 이들이 일본의 애니메이션을 보고 애니메이션을 좋아하게 돼서 궁극적으로 일본이라는 국가를 좋아하게 되는 경우와 같은 케이스라고 판단한 것도 위 의 가설을 선정하게 된 이유이다.

K-POP 선호도가 국가 이미지와 K-POP 관련 상품 구매 의도에 미치는 영향(양지원 2015)

**multiple regression**

**● k-pop스타의 광고효과가 크고 팬덤이 클수록 경제 창출 효과가 높을 것이다.**

이유: 팬덤이 큰 k-pop가수일수록 팬들에 의해 새로운 소비가 발생되기 때문이다.

자료: 한 화장품 브랜드는 엑소를 광고 모델로 기용한 후, 브랜드 인지도가 수직 상승해 상장 절차를 밟고 있는 상황이다. 또한 엑소의 카이가 연말 시상식 수상 소감에서 한 책의 구절을 인용하자, 출간된 지 4년 된 책이 품절 사태를 맞아 엑소 팬들의 어마어마한 구매력을 입증한 바 있다. 한 언론매체에 따르면 "엑소 팬들은 스타의 흔적을 쫓으려고 광고 제품을 사는 경우가 있다. 여기에 엑소의 몸값을, 광고 몸값을 올려주는 팬심이 작용해서 제품을 필요이상으로 구매한다는 것도 특징중의 하나"라고 전했다. 아낌없이 지갑을 여는 팬들로 인해 엑소가 창출하는 경제 효과가 상당한 만큼, 소속사인 SM 엔터테인먼트는 엑소의 거취에 예민하게 반응하고 있다. 한 대중문화평론가는 "엑소가 적극적으로 중국인 멤버들을 영입해서 처음부터 국제화, 현지화를 노렸기 때문에 해외에서부터 본격적으로 불이 붙었다. 여러 가지 한국의 브랜드에 접촉을 한다든지, 엑소를 통해서 한국의 어떤 호감도가 생긴다던지, 이럴 때는 우리나라 산업계 전반에 걸쳐서 긍정적인 영향을 미칠 수 있다"고 분석했다.

([엑소의 경제 효과④] 엑소 활용한 다양한 상품 개발…품절 대란)