

유튜브 댓글이 차트 역주행 인기에 미치는 영향에 관한 연구: 비디터(VIDITOR)의 '브레이브걸스_롤린_댓글모음'을 중심으로

A Study on the Effect of YouTube's Comments on Making a Comeback on the Chart: Focusing on the Case of VIDITOR's 'BraveGirls_Rollin_Comment_Collection' Video

박성배

세종사이버대학교 콘텐츠창작학부 유튜버학과

Sung-Bae Park(musician@sjcu.ac.kr)

요약

본 연구는 유튜브 채널 비디터의 '브레이브걸스_롤린_댓글모음' 영상을 중심으로 댓글이 차트 역주행에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 먼저, 이를 위해 채널 주인인 비디터가 영상에 사용한 댓글이 어떻게 스토리텔링을 이룰 수 있었는지를 알아보았다. 또한 이 영상에 사용자들이 직접 작성한 댓글들을 "티핑 포인트" 법칙을 통해 분석함으로써 인기의 이유를 조사했다. 그 결과, 이 영상은 브레이브 걸스를 군대 이야기와 연결시킴으로 스토리텔링을 만들었음을 알 수 있었다. 티핑 포인트에서 소수의 법칙은 군대임이 나타났고, 고착성의 요소는 백령도 공연에서 남긴 좋은 이미지가 메시지로 보였다. 마지막으로 상황의 힘 법칙에서는 코로나라는 어려운 현실 상황과 브레이브 걸스 멤버들과 관계자들의 댓글을 통한 직접적인 소통으로 인한 좋은 상황이라는 것을 알 수 있었다.

■ 중심어 : | 비디터 | 브레이브걸스 | 브레이브걸스_롤린_댓글모음 | 댓글 | 유튜브 | 스토리텔링 | 티핑 포인트 | 소수의 법칙 | 고착성의 법칙 | 상황의 법칙 |

Abstract

This study analyzed the effects of YouTube comments on belated hit in music chart by focusing on VIDITOR's YouTube channel video called 'BraveGirs_Rollin_comment_Collection'. For this, first of all, it investigated how the comments used by the channel master could achieve storytelling. Moreover, the reason for its popularity hit was researched by analyzing the comments made by users on this video through the 'Tipping point' rules. As a result, it was seen that this video created storytelling by connecting Brave Girls to the story of the Korean army. At the 'Tipping point,' besides, it was revealed that 'the law of the few' is the military, and 'the stickiness factor' is the good image left through Korea's island, 'Baengnyeongdo,' performance. Finally, the rule of 'the power of context' was indicated that it is a difficult reality situation because of COVID-19 and the good situation due to direct communication through the comments of Brave Girls' members and the company.

■ keyword : | VIDITOR | Brave Girls | BraveGirls_Rollin_comment_Collection | Comment | YouTube | Storytelling | Tipping Point | the Law of the Few | The Stickiness Factor | The Power of Context |

I. 서론

1. 문제제기

브레이브 걸스(Brave Girls)는 2021년에 화제가 되는 걸그룹이다. 왜냐하면 그녀들의 '롤린' 노래가 유튜브를 통하여 다시 음악 차트에 진입하여 1위를 했기 때문이다. 국민일보 2021년 3월 11일 기사에 따르면 그녀들은 한 유튜브가 업로드 한 '브레이브걸스_롤린_댓글모음' 영상을 통하여 역주행을 시작함으로 각종 음원 차트 1위를 차지했다고 전하였다[1]. 이 동영상은 비디터(VIDITOR)라는 크리에이터가 올린 군 위문 공연 영상으로 2,000만이 넘는 조회 수를 기록하고 있다. 따라서 이 영상은 브레이브 걸스 역주행 인기에 큰 영향을 미쳤다.

이 영상이 브레이브 걸스 역주행 인기에 시작이라는 점은 이 걸그룹의 반응으로도 알 수 있다. 2021년 3월 7일 내외경제 TV에서는 브레이브 걸스와 유튜버 비디터가 만날 거라는 소식을 전하면서, 브레이브 걸스가 비디터에 대해 감사한 마음에 대한 표현을 전하였다[2]. 따라서 비디터의 영상이 브레이브 걸스 역주행의 시작이라는 점은 이 걸그룹의 반응과 이 반응을 이끌어 낸 기획사를 통해서도 알 수 있다.

더 나아가 비디터의 영상은 유튜브의 알고리즘을 가능하게 만들었다. 2021년 3월 9일 오마이뉴스 기사에 따르면 브레이브 걸스의 '롤린'이 알고리즘을 타고 유튜브 이용자들에게 노출되어 400만이 넘는 조회수를 기록했다고 하면서, 이 알고리즘이 발생한 배경은 비디터가 올린 댓글 모음 영상 때문이라고 한다[3]. 이와 같이 이 기사는 브레이브 걸스의 '롤린'의 역주행 인기는 유튜브 댓글이 시작이고, 비디터는 이 댓글들을 모아 영상을 만들어 유튜브에 업로드 함으로 유튜브 알고리즘이 가능하게 만들었다. 이와 같이 비디터의 영상은 브레이브 걸스 역주행 인기의 시작이다.

따라서 브레이브 걸스 역주행 현상에 대해 비디터의 영상을 분석해보는 것은 가치가 있다. 이 영상은 브레이브 걸스와 기획사의 반응을 이끌어 냈고, 유튜브 알고리즘을 가능하게 만들었다는 분석이 있기 때문이다. 그러므로 이 영상을 분석함으로 브레이브 걸스의 역주행 인기 현상에 대해 알아볼 수 있다.

2. 연구목적

따라서 본 연구는 비디터의 영상을 중심으로 브레이브 걸스의 '롤린'의 사례를 통하여 댓글이 차트 역주행 현상에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 특히, 이 영상의 특징은 유튜브 댓글을 모아 만들었다는 점에 있다. 그러므로 역주행 인기를 이끌어 낸 댓글에 대해 심층적인 분석을 하고자 한다.

역주행 인기를 만들어낸 분명한 대중적 지점이 존재한다. 대중적 지점에 있어서 비디터의 영상은 유튜브의 댓글을 분명히 사용하고 있다. 그리고 그 댓글은 크게 두 종류로 나누어질 수 있다.

첫째로는 영상 안에서 비디터가 사용한 댓글이다. 그리고 이 댓글이 대중적 지점을 만들어 냈다면, 사람들에게 이야기를 전달하는 분명한 소통의 지점이 있다. 이 지점을 스토리텔링을 만들어낸다고 볼 수 있다. 박주언과 권혁인에 따르면 사람들은 스토리텔링을 통해 다른 사람들과의 체험, 생각, 감정 등을 공유하면서 정서적 공감과 카타르시스, 더 나아가 그 마음을 바꿀 수 있다고 한다[4]. 이처럼 스토리텔링의 사람들을 움직이는 마음은 대중적인 인기 영향에 미쳤을 것이고, 비디터 영상의 댓글은 이러한 스토리텔링을 만들어낸 것이라고 할 수 있다. 이 지점을 찾기 위해 스토리텔링 기법이 사용된 요소에 대해 알아볼 것이다.

둘째로는 영상 밖에서 사람들이 반응한 댓글이다. 이것은 영상에 대한 대중의 실제적인 반응이라고 볼 수 있다. 따라서 이 연구에 있어서 온라인 민속지학을 사용하여 유튜브 댓글을 분석하되, 대중적 지점을 찾고자 하는 목적을 가지고 보고자 한다.

이처럼 댓글을 두 지점으로 나누어 분석함으로 역주행 인기를 만들어낸 대중적 지점의 원인들을 찾고자 한다.

3. 연구의 의의

비디터의 영상의 댓글 분석을 통해 두 가지 점의 의미를 찾아볼 수 있다. 첫 번째로는 유튜브 댓글이 대중과의 소통을 이루는 콘텐츠적 요소를 알아볼 수 있다는 것이다. 즉, 댓글이 사람들의 반응이나 통계만을 알 수 있는 도구를 넘어서 영상의 스토리텔링도 만들 수 있다는 가능성을 열 수 있다. 이와 같이 댓글을 이용한 콘텐츠들을 만들어 낼 수 있게 할 수 있다. 둘째로는 비디터

의 영상 자체가 브레이브 걸스 역주행 인기가 가능하게 만들었기 때문에 대중음악 가수 역주행 인기 형성 과정을 알 수 있다는 점이다. 그래서 이 연구를 통해 앞으로 음반 기획사들이나 뮤지션들, 더 나아가 유튜브 크리에이터들이 전략적으로 댓글을 활용할 수 있는 방안에 도움을 줄 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 브레이브 걸스에 대하여

브레이브걸스는 브레이브 엔터테인먼트 소속으로 2011년에 디지털 싱글 “The Difference”로 5인조로 데뷔한 그룹이다. 이 당시에 타이틀곡은 ‘아나요’로 당시 유행한 2NE1의 노래와 유사한 R&B 댄스곡이었다. 하지만 2016년에는 멤버 3명이 나가고, 대신 5명이 추가가 되어 7인의 멤버가 되었다. 당시에 3집 미니앨범 “하이힐”을 발매했고, 타이틀곡도 동명으로 EDM 장르의 댄스곡이었다.

역주행의 화제가 된 노래인 ‘롤린’은 2017년에 발매한 4집 미니앨범의 타이틀곡이었다. 이 노래가 발매할 당시에 브레이브 걸스는 멤버 2명이 탈퇴하여 5인조로 활동하였다. 이 노래는 여름을 노리고 만든 신나는 EDM 댄스곡이었지만, 발매 당시에는 인지도가 매우 낮았다. 이후에 멤버 1명도 탈락하여서 현재와 같은 4인조가 되었다. 그리고 2021년에 비디터의 영상이 유튜브를 통해 역주행 인기를 얻게 됨으로 같은 해 3월 14일 SBS 인기가요에서 첫 1위를 하였다. 이 인기에 이어서, 이후 발매된 미니앨범의 “SUMMER QUEEN”의 타이틀곡 ‘치맛바람’도 1위를 하게 되었다.

2. 차트 역주행 현상에 관한 선행연구 및 적용

정승환은 “K-pop 음원 역주행에 대한 사례 분석”을 통해 브레이브 걸스의 ‘롤린’의 역주행 사례에 대한 연구를 했다[5]. 그는 역주행 현상의 원인을 6가지로 규명하는데, 특정 가능한 트리거의 존재와 콘텐츠 자체의 매력, 신규 남성 팬층의 유입, 아이돌로서의 약점을 강점으로 전환, 현실 그룹의 스토리에 대한 심리적 공감, 소속사의 발 빠른 대응과 소통에 있다고 한다[표 1].

표 1. 정승환의 브레이브 걸스 ‘롤린’ 역주행의 6가지 원인

번호	브레이브 걸스 ‘롤린’ 역주행의 원인
1	특정 가능한 트리거의 존재
2	콘텐츠 자체의 매력
3	신규 남성 팬층의 유입
4	아이돌로서의 약점을 강점으로 전환
5	현실 그룹의 스토리에 대한 심리적 공감
6	소속사의 발 빠른 대응과 소통

특히, 트리거에 있어서 본 연구에서 사용하게 될 비디터의 ‘브레이브걸스_롤린_댓글모음’ 영상이 있다고 한다[5]. 따라서 이 영상의 댓글 분석은 1번 원인인 트리거에 대해 구체적으로 볼 수 있게 만들 수 있다. 또한 영상에서 사용된 댓글 분석은 스토리텔링형태를 알게 만들어 2번 원인인 콘텐츠 자체의 매력과 5번 원인인 대중이 스토리에 대한 공감을 어떻게 이끌 수 있었는지를 보여줄 수 있다.

역주행의 원인이 된 트리거의 존재를 말콤 글래드웰(Malcolm Gladwell)의 표현에 따르면 “티핑 포인트”(The Tipping Point)라고 할 수 있다[6]. 이것은 유행을 바이러스성 전염병에 비유해서 모든 것이 한꺼번에 갑자기 변화하고 전염된 극적인 순간이다. 즉, 이 용어에 사용된 ‘팁’(Tip)에 살짝 건드리다는 의미가 있는 것과 같이 갑자기 폭발하는 트리거와 같다고 할 수 있다. 그리고 이 포인트의 법칙으로는 세 가지가 있는데, 소수의 법칙과 고착성의 요소, 상황의 힘이 있다. 소수의 법칙은 80%의 일이 20%의 소수에 이루어진다는 개념으로 소수의 사람들이 일을 일으킨다는 것이다. 고착성의 요소는 전염되는 메시지를 기억하게 만드는 특수한 방식이다. 상황의 힘은 조건과 상황에 따라 인간의 행동이 달라질 수 있다는 것이다[6]. 정승환이 분석한 트리거, 곧 티핑 포인트의 요인이 되는 세 가지 법칙들은 다음과 같은 표로 정리할 수 있다[표 2].

표 2. 말콤 글래드웰의 ‘티핑 포인트’의 세 가지 법칙

법칙	설명
소수의 법칙	소수의 사람들이 변화를 일으킨다.
고착성의 요소	특별히 기억하기 쉬운 메시지가 있다.
상황의 힘	유행의 시적에 있어서 특별한 조건이나 상황이 있다.

한편, 대중음악 차트 역주행 현상에 또 다른 연구로는 김나희의 “의도적인 차트 역주행 현상에 대한 분석”이 있다[7]. 이 연구는 매체의 다양화로 인한 차트 역주행 사례와 방송 노출로 인한 차트 역주행의 사례, 계절의 영향으로 인한 차트 역주행의 사례, 사회적 이슈로 인한 사례를 구분한다. 특히, 매체의 다양화로 인한 차트 역주행 사례에서는 브레이브 걸스와 비슷하게 동영상으로 히트한 EXID에 대해 다룬다[7].

EXID는 브레이브 걸스와 역주행 사례에 있어서 유사한 점이 많다. 그래서 중앙일보 2021년 3월 23일 기사에서는 브레이브 걸스와 EXID의 유사점을 평행이론으로 설명한다[8]. 이 기사에 따르면 이 두 걸그룹은 공연을 중심으로 활동하다가 동영상을 플랫폼으로 하는 유튜브를 통해 대중적인 인기를 얻었다는 공통점이 있다고 분석한다[8]. 브레이브 걸스는 오랫동안 군 위문공연을 하였고, 역주행의 시작이 된 영상도 군부대 공연을 편집한 영상이다. 따라서 공연이 브레이브 걸스의 ‘롤린’의 역주행 히트 현상에 영향을 주었다고 할 수 있다. 실제로 브레이브 걸스는 군부대 공연의 유튜브 영상을 통하여 역주행 히트를 이루었다. 즉, 공연이 유튜브 알고리즘에 영향을 주게 되어 역주행 히트로 이어질 수 있게 된 것이다.

이남미 외 3명은 “대중음악 흥행결정요인과 공연성과의 관계”를 통해서 공연의 성과와 대중음악 히트요인간의 관계에 대한 연구를 발표하였다[9]. 이 연구는 공연성과에 있어서 대중음악 음원 차트와 록/인디음악 장르, 방송 출연 여부, 긴 활동 기간이 영향을 준다고 한다. 반면에 아이돌 그룹 여부는 공연성과에 영향을 주지 않는데, 그 이유는 강력한 팬덤이 있기 때문이라고 한다. 이를 통한 시사점 중에서 공연 성과에 영향을 주는 요인들로 랭킹 효과, 구전 효과, 편승 효과, 노출 효과, 팬덤 효과가 공연 성과에 영향을 주는 다양한 요인들이 된다고 한다[9].

하지만 브레이브 걸스의 사례는 이 연구와 반대로 공연이 대중음악 흥행으로 연결되게 되었다. 이것을 설명할 수 있는 요인은 브레이브 걸스가 아이돌이라는 점이다. 걸그룹이라는 특수성은 팬덤으로 인하여 공연성과에 영향을 주지 않기 때문이다. 또한 이 그룹은 공연을 오래했기 때문에 긴 활동 기간을 가지고 있었기에 구전

효과가 작용할 수밖에 없었다. 그러므로 브레이브 걸스의 역주행 히트의 요인으로는 구전 효과가 있다고 볼 수 있다. 그리고 유튜브에서 이 구전 효과는 댓글로 나타난다. 이러한 면에서 댓글을 분석하는 것은 브레이브 걸스의 팬덤 형성과 역주행 히트를 이룰 수 있는 알고리즘 형성 과정을 알아감에 도움이 될 것이다.

3. 유튜브 댓글과 “온라인 민속지학”에 관한 선행 연구 및 적용

“온라인 민속지학”(Online ethnography)은 인터넷 공간을 대상으로 민속지학 질적 연구를 하는 것이다. 여기서 나미수는 민속지학에 대해 인류학에서 발전되어 온 것으로 현장에 들어가 표면적으로든 암묵적으로든 일상적인 행위에 대한 직접적인 관찰과 인터뷰를 통해서 문화적 맥락 속에서 주체의 실천을 기술하고 해석하려는 시도라고 한다[10]. 따라서 민속지학은 관찰자가 참여자와 함께 함으로 그 경험을 토대로 연구를 하는 질적 연구방법이다.

원래 민속지학은 한 민족에 대해 탐구하기 위한 인류학적인 방법론이지만, 이 방법론을 사회학적으로 사용하면서 사회 현상을 일으키는 대상을 제한할 수 있게 되었다. 그리고 이 대상을 제한함에 있어서 온라인 공간으로 한정시켜 민속지학 연구 방법을 하는 것이 “온라인 민속지학”이다. 이 방법에 대하여 조영한은 온라인 공간을 대상으로 다양한 질적 연구 방법론을 선택적으로 변형하여 적용할 수 있고, 그 중에는 게시판 내용 분석이 있다고 한다[11]. 즉, 온라인 게시판에 참여함으로 그 내용을 분석하는 방법은 “온라인 민속지학” 방법론 중 하나가 될 수 있다. 또한 유튜브채널에서 비디오는 한정적인 공간이 될 수 있고, 그 곳에서의 댓글은 게시판의 역할을 한다고 볼 수 있다.

그러므로 유튜브의 댓글은 “온라인 민속지학”을 사용하기에 적절한 공간으로 선정할 수 있다. 심두보와 노광우는 이러한 연구를 토대로 소녀시대 팬덤에 대해 연구하였다[12]. 그들은 유튜브 사용자들의 댓글을 분석함으로 팬덤 현상에 대해 연구하였다. 특히, 이 연구는 ‘소녀시대’의 히트곡 <지Gee> 뮤직 비디오의 댓글을 분석하여 온라인 팬덤 활동에 대해 알아본다. 그들은 온라인 민속지학을 사용한 댓글 분석을 통해서 팬덤이 커

뮤니티 형성(Constructing)과 방어(Defending)에 미치는 영향에 대하여 집중하여 보여준다[12]. 이처럼 ‘온라인 민속지학’을 사용한 댓글 분석은 팬덤 형성 과정과 그 영향을 나타낼 수 있는 방법론이라 할 수 있다.

이러한 면에서 ‘브레이브걸스_롤린_댓글모음’ 영상은 소녀시대 <지Gee>의 뮤직비디오와 같은 인터넷상의 한정적 공간이 될 수 있다. 그리고 이 공간에서 쓴 댓글들은 게시판과 같은 역할을 한다. 그러므로 본 연구에서는 “티핑 포인트”의 세 가지 법칙에 따라 댓글들을 분석해 가고자 한다.

4. 유튜브 영상의 스토리텔링 판별기준에 관한 선행연구 및 적용

역주행의 요인으로 스토리에 대한 공감이었다[3]. 이 공감은 영상에 스토리텔링적인 요소들이 있다는 것이다. 하지만 ‘브레이브걸스_롤린_댓글모음’은 음악과 공연 영상, 댓글을 모은 영상이고, 일반적인 내러티브 장르의 영상은 아니다. 이러한 영상에서 스토리 공감이 일어났음은 내재적으로 스토리텔링이 진행되고 있었음을 알 수 있다. 특히, 이 영상에서 스토리적인 요소를 지닐 수 있는 것은 댓글이라고 할 수 있다. 따라서 영상에서 댓글이 스토리텔링 역할을 어떻게 하였는지를 판별할 필요가 있다.

박소화는 “스토리텔링 기반 교수설계 원리 및 모형 탐색”에서 스토리텔링의 요소에는 여섯 가지가 있다고 한다[13]. 이 여섯 가지에는 페르소나와 감정이입, 비유, 플롯, 심미적 경험, 시간성이 있다. 페르소나는 독자에게 대입되는 인물, 성격 또는 패턴에 의해 주어진 역할이나 캐릭터로서 세부원리로는 인격대입의 원리와 성격전형성의 원리, 관점 재전환의 원리가 있다. 감정이입은 독자에게 투사하여 자신의 경험, 상상에 기초하여 동질감을 유발하도록 가공된 감정경험으로 세부원리로는 투사축진의 원리와 실제성의 원리가 있다. 비유는 콘텐츠의 메시지를 함의하고 있는 유사한 대상이나 아이디어가 연상될 수 있도록 시각화하는 속성으로 세부원리로는 유사성의 원리와 시각화의 원리, 메시지 함의의 원리, 상상-연상의 원리가 있다. 플롯은 콘텐츠를 복잡, 문제, 갈등으로 제시하여 해결하는 과정으로 전환하는 진행상의 구조 내지 열개로써 구조설정의 원리와 구

조의 내적 계속성, 복잡-해결의 원리가 있다. 심미적 경험은 콘텐츠가 제공하는 물리적, 사회적, 문화적 환경요소를 독자 맥락에서 재가공, 재창출하는 것으로 구조의 개방성의 원리와 몰입의 원리, 재창출의 원리가 있다. 시간성은 콘텐츠 내용을 과거, 현재, 미래 시간과 연결하여 맥락을 도입하거나 가정하거나 추론하는 내용전달 전략으로 세부원리로는 시간성의 원리가 있다[13].

표 3. 박소화의 “스토리텔링 기반 교수설계 원리 및 모형 탐색”에서 스토리텔링의 요소와 세부원리들

요소	세부원리
페르소나	인격 대입의 원리
	성격 전형성의 원리
	관점 재전환의 원리
감정이입	투사 축진의 원리
	실제성의 원리
비유	유사성의 원리
	시각화의 원리
	메시지 함의 원리
플롯	연상의 원리
	구조 설정 원리
	구조 내적 계속성
	복잡-해결의 원리
심미적 경험	구조의 개방성의 원리
	몰입의 원리
	재창출의 원리
시간성	시간성의 원리

물론, ‘브레이브걸스_롤린_댓글모음’ 영상은 스토리를 목적으로 한 영상이 아니기 때문에, 이러한 스토리텔링 요소 전부가 담겨 있지 않을 수도 있다. 하지만 이 영상에 스토리텔링 요소들이 어떻게 담겨져 있는지를 확인할 수 있는 동시에 이 요소들이 대중들에게 어떠한 영향을 미쳤는지를 확인할 수는 있을 것이다.

III. 연구방법

1. 연구대상

본 연구의 영상은 비디터의 '브레이브걸스_롤린_댓글'로 한정짓도록 한다. 왜냐하면 이 영상이 브레이브걸스 역주행 히트 현상에 시작이기 때문이다. 그리고 이 영상에서 댓글을 크게 두 종류로 나누도록 한다. 이 댓글은 비디터가 영상에서 사용한 댓글과 비디터의 영상에 달린 댓글의 내용으로 분류한다.

첫째, 비디터가 영상에 사용한 댓글을 통해 영상의 스토리텔링 인식 현상을 분석하고자 한다. 따라서 영상의 스토리적인 흐름에 따라 댓글들을 분류할 필요가 있다. 이 흐름은 음악적인 흐름과도 관련이 있을 것이라 보고, 대중음악의 형식과 영상 시간에 맞추어 댓글들을 분류하고자 한다. 이 분류 방식은 다음과 같다[표 4].

표 4. '브레이브걸스_롤린_댓글' 영상의 음악 형식과 영상 시간

번호	음악 형식	영상 시간
1	Intro	0:00 ~ 0:07
2	Verse 1	0:08 ~ 0:22
3	Mid Bridge 1	0:23 ~ 0:37
4	Chorus 1A	0:38 ~ 0:52
5	Chorus 1B	0:53 ~ 1:08
6	Instrument 1	1:09 ~ 1:23
7	Verse 2	1:24 ~ 1:41
8	Mid Bridge 2	1:42 ~ 1:56
9	Chorus 2A	1:57 ~ 2:11
10	Chorus 2B	2:12 ~ 2:27
11	Bridge	2:28 ~ 2:42
12	Chorus 3B	2:43 ~ 2:57
13	Instrument 3	2:58 ~ 3:19

이와 같이 음악 형식과 시간에 관계에 따라 영상을 13구역으로 나누어 볼 수 있다. 이 구역마다 사용된 댓글의 특이점들을 확인하며 수집함으로써 스토리텔링 형태를 알아볼 수 있을 것이다.

둘째, 영상 콘텐츠에서 실제 유저들이 사용한 댓글들을 통해 영상에 대한 반응들을 분석하고자 한다. 하지만 이 댓글들을 전부 다 조사하기에는 현실적으로 어렵고, 그 모든 댓글이 인기 영향에 미쳤다고 보기도 힘들 것이다. 따라서 특정 댓글을 한정하기 위한 기준이

필요하다. 먼저, 이 기준은 베스트 댓글을 기준으로 하고자 한다. 왜냐하면 긍정적인 베스트 댓글이 동조효과를 일으키기 때문이다[14]. 베스트 댓글의 선정 기준은 그 댓글에 달린 반응 댓글 수로 측정을 한다. 댓글에 또 다른 반응 댓글이 많다는 것은 그만큼의 인기와 관심을 반영하기 때문이다. 두 번째 기준은 이 영상이 업로드된 날짜 기준으로 1달까지, 곧 2021년 3월까지의 댓글들이다. 왜냐하면 비디터의 '브레이브걸스_롤린_댓글모음' 영상 업로드 날짜가 2021년 2월 24일이고, 가장 먼저 차트 1위를 2021년 3월 14일 SBS 인기가요에서 했으므로 이 사이 기간에 댓글들이 브레이브 걸스 역주행 인기 현상에 미친 영향들을 잘 보여줄 수 있기 때문이다.

이와 같이 영상의 초창기에 인기가 많았던 댓글들을 관찰함으로써 역주행 현상을 알아볼 수 있을 것이다. 즉, 영상이 업로드된 2021년 2월 24일을 기준으로 1달까지의 인기가 많았던 댓글들을 수집하고자 한다. 또한 이 댓글에는 브레이브 걸스 멤버들과 관계자들의 직접적인 참여도 있다. 이 댓글은 채널 운영자에 의해서 고정 댓글이 되었는데, 이 댓글의 내용과 그 반응도 함께 분석함으로써 이러한 댓글들이 브레이브 걸스 역주행 인기 영향에 미친 요인이 되었는지도 알아보도록 할 것이다.

2. 자료수집

영상 내용에 사용된 댓글들은 다음과 같다[표 5].

표 5. '브레이브걸스_롤린_댓글' 영상의 댓글(수식 내용 제외)

번호	영상 시간	댓글
1	0:00 ~ 0:07	1) 역주행했으면 하는 곡 1위 2) 군대 빌보드 차트 1위
2	0:08 ~ 0:22	1) 밀보드 2) 밀보드 도왔다 3) 중간 중간에 계속 웃는 언니 개귀엽네 4) 휴먼지보 개웃겨 5) 18군번인데 16군번 화석들한테 인수인계 받고, 전역대 20군번들한테 인수인계 해주고 나옴
3	0:23 ~ 0:37	1) 저도 선임한테 인수인계받음 2) 노래는 개청량한 사이다인데 인무는 무슨 울무차 마냥 진득해나 3) 논산 실로임과 함께 양대 군 미스테리중 하나 아무도 알려주지 않았지만 철저한 인수인계로 후대로 내려오는 곡
4	0:38 ~ 0:52	1) 15년군번 이후의 모든 군인들이 iptv로 수신, 수백 번 봤던 그 영상 슬까 노래도 정말 좋음 2) 17군번인데 아직도 생활관 테이블 위에서 저 춤추던 선임이 기억남

		3) 아 웃는거 진짜 이쁘다
5	0:53 - 1:08	1) 전쟁때 이거 틀어주면 전쟁 이김 2) 인민군도 신나서 흔들여제김 3) 통일되겠네 4) 적 시점에서 즐라 무서울 듯 5) 오른쪽 밑에 기오리때 출현
6	1:09 - 1:23	1) 영상 하단에서 안무 따라하는거 개유쾌하네 2) 걸그룹 식 등배운동 하는 법 3) 아 다들 귀여우심
7	1:24 - 1:41	1) 인순이씨가 얼마나 잘했으면 19년인데 때창을 하고 있네 2) 난 우리팀 맞선임이 칭상골에 서서 춤추는거 처음 봤다 그정도의 영향력이 있던 곡 3) 1:39초 한예슬이 보이네 4) 스노웃기네 무슨 준비메어
8	1:42 - 1:56	1) 군생활을 이 곡 하나로 버텼다 2) 음방보다 이런무대에서 무대를 즐기는 모습이 더 보기 좋아보이네 진짜 재밌게 무대 즐기는거 같음 3) 진심 군생활하면서 엄청난 활력소가 되었던 곡임 힘이 되어주는 느낌이라랄까 말로 설명 못하는 뭔가가 있는
9	1:57 - 2:11	1) 꼬부기 달은멤버 웃는거 진짜 이쁘다 2) 노래부르면서 가수가 웃는게 인위적임게 아니라 진짜 행복해서 웃는게 느껴짐 3) 대박방송으로 이거틀면 지뢰밭뚫고 달려온다 4) 다 일어서서 소리지르는거 진짜 개웃김
10	2:12 - 2:27	1) 아님 2:19 이쯤에 왼쪽에서 절밀에 입근 처에 손 올리고 있는 두명 뭔가 웃겨 전문가 같음 2) 아니 롤린롤린롤린 하면서 카메라도 왜 같이 롤린 롤린 하면서 도는건데 3) 저렇게 반응해주면 노래부름만 하겠다
11	2:28 - 2:42	1) 군인 가수 둘다 힐링됐을 듯 2) 반응 챔스 결승골금 3) 전투력 증진 4) 진짜로 이 노래는 롤린롤린-이부분 저 메보 아니면 못살림 5) 레알 진짜 칼말한 트로피칼한 목소리임
12	2:43 - 2:57	1) 2:17이랑 2:58이랑 너무 분위기가 다른 100% 중간에 누가 들와서 진정시킨 듯 근데 저걸 어케 진정시켰지? 딱 끝날때까지 통제불가일텐데 2) 간부들들어와서 내대는새끼한테 눈부라리면 바로 전 원부동자세

한편, 2021년 2월 24일부터 2021년 3월까지의 댓글들 중에서 반응 댓글이 높은 순으로 10개로 추려보면 다음 표와 같이 나온다[표 6].

표 6. '브레이브걸스_롤린_댓글' 영상의 초창기 일반 유저들의 인기순 댓글(수식 내용 제외)

유저	댓글	반응 댓글 수
MACHo MAN(마초맨)	아침에 듣고 보고 밥먹고 듣고 보고 일과 끝나고 듣고 보고 자기전에 듣고 보고 선임이 시켜서 춤도 춰보고 노래 한국에 참 행복했었지	100
테스터훈 TesterHoon	노벨평화상 유력 후보	258
미미랑mimiring	민영이 친구입니다. 정말 기쁘고 부듯하고 감동적이네요. 민영이는 제 친구라서가 아니라 제가 30년 넘게 살면서 단연큰데 인연을 맺어	55

		온 사람들 중 성품이 올바르고 인성이 제일 갑인 사람입니다. 언젠간 이럴날이 올줄 알았는데.. 역시 착한 사람들에겐 좋은일이 생기나 봐요. 민영이가 그리고 브레이브걸스가 더더 잘 됐으면 좋겠습니다. 많이 많이 응원해주세요	
백군		브레이브걸스는 전국 방방곡곡 열심히 군부대를 찾아 가서 최선을 다해 무대했었지. 백령도 까지도 왔었는데 뭐.. 이제는 예비역들이 보답할 때가 된거임.. 진짜 흥하길 진심으로 응원하고 있어	33
진라면 순한맛		백령도 공연시간 6분을 위해 배, 차로 12시간을 달려와준 그녀들은 충분히 사랑받아야한다.	22
Tech		EXID의 역주행은 자극에 대한 반응이었다면 브레이브걸스 역주행은 뭔가 애듯한 마음이 깔려있는 듯. 나도 나름 열심히 살았다 생각했는데 삶이 생각대로 풀리지 않은적이 많고 아직도 불확실한 미래에 수없이 많은 고민을 하는데 브레이브걸스, 실력도 까도 있고 활동도 오래했지만 성적은 부진하고 잦은 팀원 탈퇴에 한국사회에서 나이에 대한 고민도 심할텐데, 게다가 희망을 품기엔 길어지는 코로나로 행사도 전멸상대고, 영상의 무대는 코로나 이전이긴 하지만 그때도 불안하고 막막한 상황이었는데 무대를 보면 그런 부정적인 에너지는 조금도 없고 오히려 관중이 치유가 되는 느낌임. 처음에는 재미로 봤는데 계속 돌려볼수록 잘됐으면 좋겠다는 바람이 강해진다. 물론 바이람이 된 원인 자체는 이게 아니었겠지만 몇번 보고 난 후에도 내가 계속 찾는 이유는 이거인것 같다. 단순하긴 신나는 노래라기보단 영상에 군인 댓글처럼 말로 설명하긴 힘든데 힘이 되는 느낌임.	26
essential		이 팀은 우리가 보상해줄 시간이다 현역장병 예비군 민방위대원분들이 브레이브걸스 받은 사랑을 돌려줄때임 전국 군부대 심지어 백령도까지 갔던 이그를 언제나 밝고 최선을 다했던 무대 보답할수 있어서 기분이 좋네 롤린 노력을 결실을 맺을때다 빨리 보고싶다	4
이성빈		기오리 춤은 실려뒤라	69
Nahil Fernando		The fact that they were just about to disband when rollin went up in the charts. The absolute luck! I wanna take a moment and thank the one who uploaded this video for setting these girls' futures. Many who didn't know them before are now taking interest in them, including me. I wish these girls a bright future and wholeheartedly thank the creators of this video!	4
뚝뚝		여러분 몇 년간 차트 밖이던 롤린이 멜론 음원순위 918위를 달성했습니다!! 정말 다들 감사하고 앞으로 더 오르길 바라요!! 명곡은 언제나 뜬다는 걸 보여주세요	14

그리고 이 영상 댓글 중에 브레이브 걸스 멤버들과 기획사 관계자들의 참여한 댓글들은 다음과 같다[표 7].

표 7. 브레이브 걸스 멤버와 관계자의 댓글(수식 내용 제외)

유저명	이름	댓글	반응 댓글 수
유랄라Youlalla	유정	안녕하세요!!브레이브걸스 유정입니다!! 하루 연락들을 해주셔서 자세하봤더니 저희네요. 많은 관심에 정말 저희가 대나 긴가민가하게 만드는.. 케게 감사합니다! 작년에 컴백할 때 저희에게 "애들아 포기하지마라 고맙다" 해주셨던 댓글이 제일 인상깊었는데 아직 많은 분들이 이렇게 응원해주셔서 몸뚱이를 모르겠네요. 또다른 시작을 기억하게해주셔서 감사합니다. 우리모두 화이팅	499
민영타임 Minyoung Time	민영	안녕하세요 브레이브걸스 민영입니다. 저희 멤버들도 이미 다녀갔네요! 코로나 이후로 전처럼 공연을 많이 못 하게 되었는데, 이렇게 영상을 만들어주신 작성자분께 정말 감사드립니다. 늘 고생해 주시는 곡군 장병분들도 너무 보고 싶고요 응원 댓글들 하나하나 정말 감사합니다. 짝은 멤버 교체와 공백기에 많이 지쳐있던 저희였는데 이 영상으로 멤버들 모두 힘을 얻고 갑니다! 롤린 많이 들어주세요 감사합니다!	500
나는유나다	유나	안녕하세요 브레이브걸스 유나입니다. 올려주신분도 댓글관심도 다들 너무 감사합니다. 항상 행복하세요. 그냥 보고지나가기엔 행복해서 그럴수가없어서 남기고갑니다.	360
투챔프 2CHAMP	투챔프	안녕하세요. 브레이브걸스의 '롤린'을 만든 작곡가 '투챔프'입니다!! 늦게라도 이 곡이 많은 사람들에게 알려져서 브레이브 걸스 친구들이 다시 무대에 설 기회가 있었으면 좋겠네요.	168
JTBC소비자생 활팀	JTBC	안녕하세요, 비디터님! JTBC <뉴스룸> 소비자생활팀입니다. 저희는 현재 브레이브걸스의 롤린을 포함해서 역주행 신드롬을 취재 중에 있는데요, 다름이 아니라 2021년 2월 24일, 2021년 2월 28일자로 올려주신 <브레이브 걸스_롤린_댓글모음>과 <브레이브걸스_롤린_댓글모음2> 두 영상을 저사 방송기사에 사용해도 될지 여쭙보고자 이렇게 댓글을 남겨요! 허락해주시면 취재에 정말 많은 도움이 될 것 같습니다. 카카오톡 ID winterbook으로 직접 연락주시거나 댓글 남겨주시면 감사하겠습니다.	74

IV. 분석

댓글은 크게 두 가지 형태로 수집하였다. 첫째로는 영상 안에서 사용한 댓글들이고, 두 번째로는 실제 유저들이 영상에 반응해서 쓴 댓글들이다. 따라서 이 댓글들을 가지고 분석함에 있어서 두 가지 형태로 나누어야 한다. 첫 번째로는 영상 내용의 댓글들을 가지고 스토리텔링 분석을 해야 한다. 두 번째로 유저들의 댓글을 통해서는 '티핑 포인트'의 법칙들을 찾아야 한다. 더 나아가 이 분석을 토대로 알고리즘의 형성을 추적하고

자 한다. 분석 순서는 다음과 같다[표 8].

표 8. 연구 분석 순서

1	2
영상 내용의 댓글 스토리텔링 분석	티핑 포인트에 따라 영상 유저들의 댓글 반응 분석

1. 영상 내용의 댓글 스토리텔링 분석 방법

영상 내용 댓글의 스토리텔링 분석을 위해서 그 기준이 필요하다. 이 기준은 스토리텔링 요소를 찾는 것을 통해 알 수 있다. 김명지와 강다연, 이현옥은 박소희가 연구한 스토리텔링 요소들 중에서 심미적 경험을 빼고, 스토리텔링 판별기준을 만들었다[14].이 모형을 기반으로 다음과 같이 스토리텔링 판별기준을 모델을 재구성하여 본 연구 스토리텔링 분석에 사용하고자 한다[표 9].

표 9. 스토리텔링, 요소, 원리 및 판별기준[13]

요소	세부원리	판별 기준
페르소나	인격 대입의 원리	독자가 대입할 수 있는 인물 또는 캐릭터가 등장하는가?
	성격 전형성의 원리	특정 인물 또는 캐릭터를 연상시키는 정보, 자막, 소품, 분장 등이 나타나는가?
	관점 재전환의 원리	등장인물이 독자로 하여금 감정 이입 대상에서 다시 독자의 입장으로 돌아가게 만드는가?
감정이입	투사 축진의 원리	스토리 상황 및 분위기를 나타내는 음향, 자막, 연출 방법, 애니메이션이 등장하는가?
	실재성의 원리	영상 배경 및 상황설정을 비롯한 핵심 소재가 실제적인 맥락과 연결되는가?
비유	유사성의 원리	비유물이 콘텐츠 내용과 유사한 속성을 고려하여 이야기 하는가?
	시각화의 원리	비유물이 시각적 이미지를 활용하여 콘텐츠 내용을 전달하는가?
	메시지 함의 원리	비유물이 콘텐츠의 중심 내용을 잘 담아내는가?
플롯	연상의 원리	비유물이 콘텐츠 내용을 상상할 수 있게 만드는가?
	구조 설정 원리	장면 전환을 통해 시작-중간-끝의 경계가 명확히 구별되도록 구성되었는가?
	구조 내적 계속성	주제와 상이한 내용이 삽입되지 않고 맥락이 흐름이 잘 유지되는가?
시간성	복잡-해결의 원리	명확한 문제 상황이나 관계가 주어지고 있는가?
	시간성의 원리	시간적인 맥락이 존재하는가?

2. '온라인 민속지학'을 통한 유저들의 댓글 분석

온라인 민속지학으로 유저들의 댓글을 모두 다 분석하기에는 기준이 매우 광범위 하다. 따라서 본 연구에서는 초창기 시기와 인기순이라는 기준을 가지고 댓글을 선별하였다. 그리고 이 댓글들을 통해 역주행 히트를 일으킨 트리거, 곧 '티핑 포인트'를 찾고자 한다.

역주행 현상은 대중의 인기와 유행에 관련되어 있기 때문에 티핑 포인트의 세 가지 법칙들이 담겨있다. 이 법칙들은 소수의 법칙, 고착성의 요소, 상황의 힘이 있다. 그리고 이 법칙들을 찾기 위해 수집한 댓글들을 가지고 다음과 같이 질문을 하고자 한다[표 10].

표 10. '티핑 포인트'에서 세 가지 법칙을 적용한 질문들

법칙	적용 질문
소수의 법칙	누가 유행의 시작을 일으켰는가?
고착성의 요소	유행을 일으킨 메시지가 무엇이었는가?
상황의 힘	유행이 시작할 때의 상황이 어떠했는가?

V. 연구결과

1. 영상 내용 댓글의 스토리텔링 형태와 반응

[표 5]의 영상 댓글을 [표 9]의 스토리텔링 세부 원리에 적용시킴으로 영상에서 스토리텔링 요소가 어떻게 사용되었는지를 분석하였다.

1.1 페르소나

페르소나 요소의 세부원리 중 인격 대입의 원리에 해당되는 댓글로는 '1:39초 한예슬이 보이네', '인민군도 신나서 흔들어 제깸', '적 시점에서 줄라 무서울 듯'으로 확인되어 독자가 대입할 수 있는 인물로 인민군이 나온다. 왜냐하면 '인민군도 신나서 흔들어 제깸'은 사람들로 하여금 인민군의 입장을 떠오르게 만들기 때문이다.

페르소나 요소의 세부원리중 성격전형성의 원리로 해당되는 댓글로는 '꼬부기 닮은 멤버 웃는거 진짜 이쁘다', '오른쪽 밑에 가오리떼 출현', '노래는 개청량한 사이다인데 안무는 무슨 율무차 마냥 진득허냐'으로 확인되어 연상시키는 정보, 자막, 소품등으로 동물이 주로

나온다. 왜냐하면 브레이브걸스 멤버의 긍정적인 반응과 안무의 특징을 동물이 떠오르게 하기 때문이다.

페르소나 요소의 세부원리중 관심재전환의 원리에 해당되는 댓글로는 '역주행 했으면 하는곡 1위', '군대빌보트차트1위', '빌보드', '빌보드 도랏나', '반응챗스 결승골급', '진투력증진', '레알 진짜 칼말한 트로피칼한 목소리임'으로 확인되어 감정이입 대상으로 주로 빌보드차트를 떠오르게 하는 단어 또는 인기스포츠의 큰 무대를 예로 들고 있다. 왜냐하면 이 영상을 통한 느낌을 가장 큰 스케일로 표현하였기 때문이다.

1.2 감정이입

감정이입 요소의 세부원리중 투사축진의 원리에 해당되는 댓글로는 '영상 하단에 안무 따라하는거 개유쾌하네', '아니 롤린롤린롤린 하면서 카메라도 왜 같이 롤린롤린 하면서 도는건데'으로 확인되어 스토리 분위기를 나타내는 요소로 카메라와 영상하단이 나온다. 왜냐하면 영상출연자와 카메라를 통해 영상의 신나는 분위기를 나타내기 때문이다.

감정이입 요소의 실제성의 원리에 해당되는 댓글로는 '흙먼지와 개웃겨'로 확인되어 영상배경 및 상황설정의 소재로 흙먼지가 나온다. 흙먼지라는 소재로 영상의 분위기를 나타내고 있기 때문이다.

1.3 비유

비유 요소의 세부 원리 중 유사성의 원리에 해당되는 댓글로는 없는 것으로 확인되어 기각 되었다. 이는 군부대 활동을 통해 이슈를 끌어낸 걸그룹이 그동안 없었기 때문에 비유될 콘텐츠가 없기 때문으로 해석된다.

비유 요소의 세부원리중 시각화의 원리에 해당되는 댓글로는'꼬부기 닮은 멤버 웃는거 진짜 이쁘다'로 확인되어 시각적 이미지를 대입할 수 있는 비유물로 꼬부기가 나온다. 왜냐하면 꼬부기를 통해 비유물을 시각화 원리를 댓글로 표현하고 있다.

비유 요소의 세부 원리 중 메시지 함의 원리에 해당되는 댓글은 없는 것으로 확인되어 기각 되었다. 이는 댓글이 시간의 흐름에 따라 발생되었기 때문에 영상전체를 해석하는 댓글이 없었기 때문이다.

비유 요소의 세부 원리 중 연상의 원리에 해당되는

댓글로는 '노래는 개청량한 사이다인데 안무는 무슨 울무차 마냥 진득히냐'로 확인되어 콘텐츠를 상상할수 있는 비유물로 사이다와 울무차가 나온다. 왜냐하면 사이다의 청량함과 울무차의 진득함이 브레이브 걸스의 분위기를 상상하게 만들기 때문이다.

1.4 플롯

플롯의 세부원리중 구조설정의 원리는 [표 5]의 1번에서는 차트 1위에 대해 주로 언급했으며, 2번에서는 밀보드 키워드가 주로 언급되었고, 마지막 인수인계 이야기와 함께 3번의 인수인계로 자연스럽게 이어진다. [표 5]의 4번은 군대이야기 위주의 댓글에서 5번은 전쟁과 적시점 이야기가 진행된다. 6번에서는 걸그룹 멤버들에 대한 평가를 하였고 7번과 8번에서는 군대 생활 이야기로 이어지며, 9번에서는 멤버의 표정에 대한 이야기로 진행된다. 10번에서는 무대주변의 이야기에 대한 댓글로 언급되며, 11번에서는 가수와 관객들에 대한 반응으로 언급되며, 12번과 13번에서는 댓글에서는 영상의 마무리에 대한 느낌의 댓글로 진행되어 표6의 댓글들은 장면 전환을 통해 시작-중간-끝의 경계가 명확히 구별되도록 구성되었다.

플롯의 세부원리 중 구조 내적 계속성은 [표 6]의 댓글들 모두 영상속 가수, 노래, 관객반응, 분위기 등을 표현한 댓글로 구성되어 영상속 주제와 상이한 내용이 삽입되지 않았다. 그리고 [표 5]의 1번에서는 영상의 소감으로 시작하였고, 2번~11번은 영상속 내용에 대한 댓글과 12~13번에서는 마무리 느낌의 댓글로 구성되어 맥락의 흐름이 잘 유지되었다.

플롯의 세부원리 중 복잡-해결의 원리는 [표 5]의 댓글들 중 명확한 문제 상황이나 관계가 주어지고 있는 댓글이 확인되지 않음으로 찾을 수 없었다.

1.5 시간성

플롯의 세부원리중 시간성의 원리는 [표 5]의 '18군번인데 16군번 화석들한테 인수인계 받고, 전역때 20군번들한테 인수인계해주고 나옴', '저도 선임한테 인수인계받음', '인수인계가 얼마나 잘됐으면 19년인데 폐창을 하고 있네'으로 확인되어 시간적인 맥락의 소재로 군번과 인수인계가 나온다. 왜냐하면 해당 영상의 성공

이유는 오랜 기간 걸쳐서 군대 내에서 전해 내려와 알려졌기 때문이다. 이러한 결과에 따라 비디터 영상의 사용된 댓글의 스토리텔링 요소들은 다음 표와 같음을 알 수 있다[표 11].

표 11. 스토리텔링 요소와 세부원리 결과

요소	세부원리	판별 결과
페르소나	인격 대입의 원리	O
	성격 전형성의 원리	O
	관점 재전환의 원리	O
감정이입	투사 촉진의 원리	O
	실제성의 원리	O
비유	유사성의 원리	X
	시각화의 원리	O
	메시지 함의 원리	X
	연상의 원리	O
플롯	구조 설정 원리	O
	구조 내적 계속성	O
	복잡-해결의 원리	X
시간성	시간성의 원리	O

2. 유저들의 댓글 분석을 통한 티핑 포인트

[표 6]은 초창기 일반 유저의 댓글들을 인기 순으로 상위 10개를 표본으로 삼아서 수집하였다. 또한 회사 관계자들의 참여가 역주행 인기에 어떠한 효과를 나타냈는지도 관찰하기 위해 [표 7]도 함께 활용하였다.

2.1 소수의 법칙

[표 6]의 댓글에서 선임, 군부대, 예비역, 백령도 군부대, 현역장병의 키워드가 대부분 속해 있어 군인으로부터 유행의 시작을 일으켰는지 확인되어 티핑포인트 법칙의 소수의 법칙이 유의하였다. 왜냐하면 군대는 폐쇄적이고 남자가 많은 곳인데 백령도 까지 찾아와 위문 공연을 한다면 군인들에게 좋은 활력소가 되기 때문이다.

2.2 고착성의 요소

[표 6]의 댓글에서 군부대, 백령도를 통해 군부대 내에서의 공연을 통해 기억에 남게 만드는 요소로 확인되

어 티핑 포인트 법칙의 고착성의 요소를 알 수 있었다. 군부대에서의 오랜기간 공연과 거리가 멀었던 백령도에서의 공연으로 군인들에게 브레이브 걸스 멤버들의 착한 이미지가 남게 남게 해주었고 [표 6]의 백군, 진라면 순한맛, essential의 댓글에서도 확인되었듯이 이 기억으로 인해 브레이브걸스의 영상을 찾게 되었다.

2.3 상황의 힘

[표 7]의 유정의 댓글에서 “하두 연락들을 해주셔서 자세히 봤더니 저희네요”를 통해 상황이 시작되었음을 알 수 있었고, 민영의 댓글에서 코로나 시기이기 때문에 공연을 예전처럼 많이 못하게 되었음이 확인되었다.

유나의 댓글에서 그냥 보고 지나가기엔 행복해서 그럴 수가 없어서 남기고 갑니다를 통해 상황이 시작되었음을 알 수 있었고, 투챔프의 댓글에서 “늦게라도 이 곡이 많은 사람들에게 알려져 브레이브 걸스 친구들이 다시 무대에 설 기회가 있었으면 좋겠네요” 댓글을 통해 역주행이 시작되었음과 현재 브레이브 걸스가 활동을 하지 않고 있음이 확인되었다. 역주행의 시작과 동시에 소속사와 아티스트들의 발 빠른 소통으로 유행이 시작 될 때의 상황을 알 수 있어 티핑 포인트 상황의 힘 요소를 볼 수 있었다. 그리고 댓글을 통해 JTBC 방송국의 댓글을 통해 역주행 신드롬이 시작되었음이 확인되었다.

표 12. 댓글을 통한 티핑 포인트 효과 분석 결과

법칙	적용 질문	판별 결과
소수의 법칙	누가 유행의 시작을 일으켰는가?	선임, 군부대, 예비역 백령도 군부대 현역장병
고착성의 요소	유행을 일으킨 메시지가 무엇이었는가?	군부대 백령도 연락
상황의 힘	유행이 시작할 때의 상황이 어떠했는가?	코로나 행복 늦게라도 무대

VI. 결론

본 연구는 비디터의 ‘브레이브걸스_롤린_댓글모음’ 영상이 유튜브 댓글이 차트 역주행 히트에 미치는 영향에 관해 살펴보기 위해 스토리텔링 요소와 “티핑 포인트”에 따라 영상유저들의 댓글반응을 분석하였다.

먼저, 댓글을 통한 스토리텔링 효과를 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 스토리텔링 요소 중 페르소나의 세부 원리로는 인격대입의 원리, 성격전형성의 원리, 관심 재전환의 원리가 모두 작용하는 것으로 나타났다. 멤버들의 안무를 통해 시청자들로부터 긍정적인 반응을 떠오르게 하였고 브레이브 걸스의 군부대에서 열광적인 공연을 통해 시청자들로부터 큰 무대를 연상시켰고, 이 공연을 시청한 인민군의 입장까지 연상시켰음을 알 수 있다.

둘째, 감정이입의 세부 원리로는 투사촉진의 원리, 감정이입의 요소들 모두가 작용하는 것으로 나타났다. 영상에 출연하는 군인들이 춤추는 장면과 영상 내에서 흠뻑 땀을 흘리는 영상 속 신나는 분위기가 유튜브 시청자들에게도 잘 전달이 되었고 감정이입 까지 연결이 되었음을 알 수 있다.

셋째, 비유 요소 중 유사성의 원리가 보이지 않은 것은 그동안 군부대내에서 활동한 걸그룹은 많았으나 이슈를 끌었던 걸그룹은 없었다. 이것은 군부대 특유의 폐쇄적인 분위기 때문에 걸그룹의 군부대 공연이 외부로 알려지기는 쉽지 않았음을 알 수 있다. 또한 메시지함의 원리가 기각으로 확인되어 영상 속 모든 댓글은 상황별 특징에 따른 댓글인 것이었던 것으로 알 수 있다. 반면에 세부 원리 중 시각화의 원리, 영상의 원리는 작용되는 것으로 나타났다. 비유로 해석된 꼬부기는 브레이브걸스 멤버 유정의 별명으로 이 영상을 통해 유정의 장점이 극대화 되었다. 또한 비유의 표현인 사이다는 롤린 노래에 대한 음악의 청량한 느낌을 댓글을 통해 누구나 공감할 수 있게 하였다. 또 다른 비유인 울무차는 음악에 대한 깊이 있는 완성도를 댓글을 통해 알 수 있게 만든다.

넷째, 플롯의 세부 원리 중 구조 설정의 원리, 구조 내적 계속성은 관찰되었고 복잡-해결의 원리는 찾을 수 없었다. 영상의 흐름에 따른 구간별로의 주제를 두고 비슷한 내용의 댓글로 구성되었음이 확인이 되어 맥락의 흐름이 잘 유지되었음을 알 수 있다. 댓글 또한 구간별 영상의 주제를 재미있게 표현하고 있다.

다섯째, 시간성의 세부 원리인 시간성의 원리가 작동되는 것으로 나타났다. 영상 속 댓글을 통해 브레이브

걸스의 군부대 공연 활동이 단기간이 아닌 오랜 기간 활동이었음이 확인되었고, 군부대 내에서 후임들에게 계속 전해 내려고 있음이 확인이 되었다. 브레이브 걸스의 '롤린'은 단기간 내 성공이 아닌 군부대에서 오랜 기간에 걸친 성공임을 알 수 있다.

사용자들의 댓글을 통해 "티핑 포인트"를 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 이 영상에 달린 댓글들을 통해 소수의 법칙을 볼 수 있었다. 폐쇄적인 군대에 걸그룹이 찾아와 위문 공연을 한다면 현역 장병들에게 좋은 추억을 남겨주고 긍정적인 기억을 심어주게 되어 깊이 있는 인상을 심어 주게 된다. 따라서 군인들을 통해 유행의 시작을 일으켰음이 확인이 되었다.

둘째, 댓글들을 통해서 고착성의 요소도 볼 수 있었다. 브레이브 걸스는 군부대에서의 공연이 단기간이 아닌 오랜 기간에 걸친 공연을 하였고, 백령도에 위치한 군부대까지 찾아가 공연을 하여 장병들에게 좋은 이미지가 남게 되었고 재대 후에도 브레이브 걸스의 영상을 찾게 되는 현상을 일으켰다.

셋째, 이 영상의 댓글들 속에서 상황의 법칙도 나타났다. 영상이 대중들에게 알려져 유행이 되는 시점은 코로나 시기임을 알 수 있고, 코로나 때문에 브레이브 걸스가 활동을 하지 않고 있다는 것이 확인이 되었다. 또한 브레이브 걸스의 롤린이 유행이 시작되면서 소속사와 멤버들은 댓글을 통해 팬들과 소통을 하였고, JTBC 방송국에도 '브레이브 걸스 롤린 댓글' 영상을 방송기사에 사용하기를 위해 유행이 시작 될 때의 상황을 알 수 있다.

본 연구 결과는 내적효과 외적효과에서 발전 방향에 대한 논의를 던져주고 있다.

첫째, 댓글의 내적효과로 정리하게 되면 스토리텔링에 사용된 댓글은 가공된 댓글로 볼 수 있어 영상에 담겨진 내적효과 판단할 수 있다. 따라서 댓글을 통해 차트 역주행에 미치는 효과를 미치기 위해서는 유튜브 시청자들이 해당 영상을 시청했을 때 얻을 수 있는 것이 중요하다. 군대라는 폐쇄적인 공간에서의 군부대 공연을 통해 군인들은 해당 영상을 다시 찾게 되며 그때의 추억을 떠올리게 되었고 콜투액션으로 자연스럽게 이어져 긍정적인 댓글로 이어졌다. 또한 군대에서 브레이

브 걸스 공연을 보지 않은 일반 시청자들은 영상속 댓글을 통해 브레이브 걸스 공연이나 노래를 군부대에서 접한 군인들의 마음을 공감할 수 있어 일반 시청자들도 또한 공감을 얻게 되어 콜투액션으로 이어져 군인은 아니지만 긍정적인 댓글과 반응으로 이어졌다. 그리고 브레이브 걸스의 좋은 음악과 아티스트들의 매력을 통해 군인들에게 어필되었고 군인이 아닌 일반 시청자들에게도 댓글과 영상 속 군인들의 분위기를 통해 시청자 유튜브에서 긍정적인 결과로 이어져 차트 역주행으로 이어졌다. 따라서 유튜브 영상을 통해 차트 역주행으로 이어지기 위해서는 준비된 아티스트와 소속사의 노력이 필요하며 한정된 공간에서 트리거에게 강력한 어필을 통해 콜투액션으로 이어져야 한다. 그리고 제3 시청자가 해당 영상을 시청했을 시 영상에 대한 매력과 트리거에 대한 공감 형성이 필요하다.

둘째, '브레이브걸스 롤린 댓글' 초창기 유저들의 댓글은 댓글의 외적효과로 설정하게 되면 제3자가 보아도 눈에 보이는 순수한 댓글로 볼 수 있어 영상에 담겨진 외적효과로 판단된다. 백령도 군부대 까지 공연을 통해 군인들에게 좋은 인상을 심어주었고 이것은 유행의 시작과 메시지로 이어졌다. 일반적인 걸그룹 아티스트와는 다른 행보로 콘텐츠의 장점으로 연결되었기 때문이다. 따라서 유튜브에서 인기 있는 콘텐츠가 되기 위해서는 다른 영상에 없는 콘텐츠를 개발해야 하며 시청자들이 영상을 시청했을 때 신선함을 느끼게 하는 것이 필요하다. 또한 유행이 시작될 때 소속사와 아티스트들의 소통으로 유튜브 영상의 인기에도 도움을 주게 되었다. 유튜브 시청자들은 크리에이터와 소통하는 것을 원한다. 댓글을 달면 크리에이터가 댓글을 달아주거나 하트나 좋아요 표시로 구독자 및 시청자들과 소통하는 것이 TV나 라디오 등의 방송매체와 가장 큰 다른점이다. 따라서 성공적인 유튜브 콘텐츠를 위해서는 크리에이터와 팬들과의 소통에 최선을 다하는 자세가 필요하다.

본 연구는 '브레이브걸스_롤린_댓글' 영상의 내부적 효과 외부적으로 사용된 댓글들을 분석함으로써 차트 역주행 히트에 미치는 영향에 대해 연구한 점에서 의의가 있다. 하지만 다음과 같은 한계점이 있다. 첫째, 브레이브 걸스의 사례 하나를 가지고 전부를 일반화 하는 데 한계가 있어 더 많은 사례들이 확보될 필요가 있다. 그

럽에도 불구하고 차트 역주행한 유튜브 영상을 통해 큰 시사점을 얻을 수 있다. 둘째, 댓글 콘텐츠에 대한 연구가 더 필요하며 그것들을 통해 스토리텔링을 할 수 있는지를 알아볼 수 있는지에 대한 한계점이 있다. 향후 연구는 이러한 한계점을 보완하여 크리에이터가 유튜브에서 성공한 다양한 사례들을 분석하여 도출될 필요가 있으며, 이를 통해 유튜브 플랫폼에서 크리에이터들이 성공한 유형과 특성들의 개념을 이해하는데 있어 풍성하게 개발하도록 노력이 필요하다.

*** 감사의글**

부족한 저를 박사로 만들어준 추계예술대학교, 학과장의 기회를 주신 세종사이버대학교, 늘 항상 도와주는 (주)행복한소리의 박관수 이사과 직원 여러분들, 마지막으로 가족에게 감사드립니다.

참 고 문 헌

[1] 국민일보, 브레이브걸스, 4년 전 음원 '롤린' 음원 차트 1위, 2021.3.11. <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0015621280&code=61181111>

[2] nbn 내외경제 TV, 브레이브걸스, '롤린' 4년만에 역주행 1위 '비디터님 감사해', 2021.3.7. <https://www.nbn.tv/news/articleView.html?idxno=920512>

[3] 오마이뉴스, 브레이브걸스도 얼떨떨, '롤린' 역주행에 숨겨진 법칙, 2021.3.9. http://star.ohmynews.com/NWS_Web/OhmyStar/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002725378

[4] 박주언, 권혁인, "지역문화자산을 활용한 관광스토리텔링이 행동의도에 미치는 영향: 남원을 중심으로," 한국콘텐츠학회 논문지, 제21권, 제8호, pp.89-107, 2021.

[5] 정승환, "K-pop 음원 역주행에 대한 사례 분석: 브레이브 걸스의 「롤린」을 중심으로," 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 제15권, 제5호, pp.69-83, 2021.

[6] M. Gladwell, *티핑 포인트*, 임옥희 옮김, 북이십일 21세기북스, 2009.

[7] 김나희, *의도적인 차트 역주행 현상에 대한 분석: 차트 역주행 곡들의 음악적 특징을 중심으로*, 상명대학교, 석사학위논문, 2017.

[8] 중앙일보, 해체 직전 초고속 역주행, 브레이브걸스 10년 만에 정상, 2021. 3. 23. <https://news.joins.com/article/24017944>

[9] 이남미, 구요한, 유명현, 김재현, "대중음악 흥행결정요인과 공연성과와의 관계," 한국콘텐츠학회논문지, 제19권, 제7호, pp.54-66, 2019.

[10] 나미수, "민속지학적 수용자 연구에 대한 비판적 성찰: 국내 연구사례에 대한 분석과 평가," 커뮤니케이션 이론, 제1권, 제2호, pp.68-105, 2005.

[11] 조영한, "인터넷과 민속지학적 수용자 연구: 인터넷 에스노그래피의 가능성과 과제," 미디어, 젠더 & 문화, 제21호, pp.101-134, 2012.

[12] 심두보, 노광우, "유튜브와 소녀시대 팬덤," 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제1호, pp.125-137, 2012.

[13] 박소화, *스토리텔링 기반 교수설계 원리 및 모형 탐색*, 서울대학교, 박사학위논문, 2012.

[14] 문광수, 김솔, 오세진, "베스트 댓글의 방향성이 일반 댓글의 동조효과에 미치는 영향," 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제12호, pp.201-211, 2013.

[15] 김명지, 강다연, 이현옥, "과학관 유튜브 채널 교육융합콘텐츠에 나타난 스토리텔링 분석," 한국과학예술융합학회, 제39권, 제3호, pp.11-25, 2021.

저 자 소 개

박 성 배(Sung-Bae Park)

정회원



- 2008년 8월 : 상명대학교 대학원 음악학과(음악학석사)
- 2019년 8월 : 추계예술대학교 대학원 문화예술학과(문화예술학 박사)
- 2020년 1월 ~ 현재 : 세종사이버대 유튜브학과 교수(학과장)

〈관심분야〉 : 음악콘텐츠, 유튜브 플랫폼, 인플루언서