

Mnet 〈스테이지 파이터〉 유튜브 댓글 분석을 통한 대중 인식 연구

안성우* 세종대학교 미래교육원

초록 본 연구는 유튜브(YouTube) 댓글 분석을 통해 무용 콘텐츠에 대한 대중의 인식과 감성 반응을 탐색하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위해 채널 Mnet의 유튜브 공식 채널 'The CHOOM'에서 업로드 된 〈스테파〉의 회차별 영상 총 217개를 분석 대상으로 삼았다. 총 댓글 35,094개를 수집하고, 텍스트 마이닝과 감성 분석 기법을 활용하여 분석하였다. 연구 결과, 전체 댓글에서 '긍정적 반응(48.3%)'이 가장 높은 비율을 차지하였으며, '중립적 반응(34.2%)', '부정적 반응(17.5%)'이 그 뒤를 이었다. 긍정적 반응에서는 "최고", "완벽", "멋진" 등의 단어가 주요 키워드로 도출되었으며, 이는 대중이 무용수의 뛰어난 기량과 안무 완성도, 무용수의 지지에 대한 인식하고 있음을 시사하였다. 반면, 부정적 반응에서는 "이해", "불편", "실망" 등의 단어가 등장하며, 방송 연출 방식에 대해 인정하지 못하거나 특정 장면에 대해 납득하지 못했음을 의미한다. 또한, 댓글 수가 비이상적으로 많은 특정일의 감성 분석 결과, '긍정적 반응(57.98%)'이 상대적으로 높았으며, 이는 출연자의 예상치 못한 방송 중도 하차가 대중으로 하여금 감성적 반응을 유발한 것으로 분석된다. 특히, 부정적 댓글조차 출연자의 비판이 아닌 경연 시스템과 연출 방식의 문제를 제기하는 주된 내용이 작성되었다는 점은 무대 공연에서는 알 수 없는 대중의 반응을 이끈 중요한 요인임을 시사한다. 본 연구는 유튜브 댓글 분석을 통해 디지털 환경에서 무용 콘텐츠가 대중에게 어떻게 인식되는지를 실증적으로 분석한 연구로서, 향후 무용 콘텐츠의 지속적인 데이터 수집과 정교한 감성 분석 연구를 통해 대중의 니즈(needs)에 대해 지속적인 관심을 갖고 파악하는 연구가 필요함을 시사한다.

주요어 : 유튜브 댓글 분석, 무용 콘텐츠, 감성 분석, 워드 클라우드

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 디지털 기술의 발달과 온라인 미디어 확장은 무용을 경험하기 위해 공연장을 직접 찾아가야 하는 지난날의 제한적 한계를 극복시켰다. 현재 다양한 영상 플랫폼을 통해 시간과 장소에 구애받지 않고 무용 콘텐츠를 접할 수 있게 되면서 대중의 접근성은 과거에 비해 현저하게 향상되었다. 그러나 기존 연구에 따르면 대중들은 예술춤을 어렵고 특별한 분야로 인식하며, 쉽게 다가가기 어려운 예술로 받아들이고 있다(윤지은, 2014). 특히 추상적이고 인위적으로 느끼는 이미지는 대중에게 쉽게 접근하기 어려운 요소로 작용하고 있다는 점도 지적되었다(김소형, 2007). 하지만 코로나19로 인한 사회적 거리 두기 시행은 대중들이 직·간접적으로 디지털 환경에 적응하게 되는 계기를 제공하였으며, 이러한 사회적 분위기는 무용 공연을 영상으로 자연스럽게 관람하게 하는 인식 변화를 이끌었다. 또한 팬데믹 이후 온라인화가 더욱 가속화되면서 공연장 공간을 초월한 디지털 공간에서도 더욱더 활발하게 무용 공연을 경험할 수 있게 되었다(서지수, 2021). 대표적으로 유튜브(YouTube)와 인스타그램(Instagram), 틱톡(TikTok) 등의 영상 공유 애플리케이션의 보급은 대중들도 쉽게 무용을 접할 수 있는 하나의 경로로 자리를 잡

* 세종대학교 미래교육원 실용무용 지도교수, coolsy81@sejong.ac.kr

았으며, 1분가량의 짧은 영상(Shot Form Contents)과 5분 이상의 긴 영상 콘텐츠(Long Form Contents)의 특성을 활용한 무용 공연 홍보와 공연 영상 제공 등이 활발히 이루어지면서 무용의 문화도 시대에 맞추어 변화하고 있다.

채널 Mnet은 <스트릿 우먼 파이터>(이하 <스우파>)와 <스트릿 댄 파이터>(이하 <스댄파>)를 통해 무용을 엔터테인먼트 요소로 활용하며 대중적인 인기를 끌었다. 이는 무용이 무대 현장에서 감상 되는 예술의 특성을 넘어서 다양한 콘텐츠 확장 가능성이 있음을 보여주었다. 방송에서 파생된 1분가량의 짧은 무용 영상은 '챌린지 댄스'라는 신조어를 만들어 내며, 일반 대중과 춤 간의 거리를 좁히는 시발점이 되었다. 또한 무용이 공연예술을 넘어 대중 문화 콘텐츠로 확장될 수 있음을 보여주는 사례가 되었다(김가은, 2023).

2024년 9월 24일부터 11월 26일까지 스테이지 파이터 (이하 <스테파>)가 채널 Mnet에서 방영되었다. 이 프로그램은 기존의 랩(Rap) 경연 프로그램인 <Show Me the Money>를 모티브로 하여, <스우파>와 <스댄파>의 성공을 기반으로 기획, 제작되었다. 방송 초기부터 무용수들의 부상 위험과 편집 방식('악마의 편집')에 대한 우려의 목소리도 있었지만, 기존의 무대 중심 무용과 달리, 방송 콘텐츠로서의 무용이 어떻게 표현될 것인지에 대한 대중의 관심도 불러일으켰다. 특히 스포츠 동아(2024)는 남자 무용수들이 계급을 두고 경쟁하는 댄스 서바이벌 형식으로, 남자 무용수들의 우아하고 잔혹한 계급 전쟁을 통한 도파민을 선사할 것으로 기대하였다.

김예진(2024)의 연구 '유튜브 댓글을 활용하여 대중이 K-POP 안무 저작권에 대해 어떻게 인식하는지를 분석', 박선영, 이민호(2022)의 연구 '유튜브와 인스타그램을 활용한 온라인 전시 콘텐츠의 특성을 분석', 권상미(2020)의 연구 '유튜브 댓글 토픽모델링 분석을 통한 봉준호의 통역사 샤론 최(Sharon Choi)에 대한 수용자의 인식 연구', 이수범, 서민혜(2017)의 연구 '유튜브(Youtube) 댓글을 통해 살펴본 한국인의 외국인 수용성 연구: 백인과 흑인의 인종적 차이를 중심으로', 왕서기, 김유미(2022)의 연구 '텍스트 마이닝(Text-mining)을 이용한 댓글 분석 연구 - BTS의 'Butter'와 'Permission to Dance' 뮤직비디오 유튜브 댓글을 중심으로' 조민정, 한지훈(2023)의 연구 '유튜브 댓글 분석을 활용한 디지털 환경에서의 공연예술 소비 방식 연구' 등 각 분야에서는 현재 디지털 환경에서의 콘텐츠 특성 및 증가, 그에 따른 유튜브 댓글 분석을 활용한 연구가 활발하게 이루어지며 대중들의 인식 변화를 분석하였다. 그러나 현재 무용 분야에서는 유튜브 댓글을 활용한 대중 인식 연구가 미비한 실정이다.

이에 본 연구는 Mnet 공식 유튜브 채널 'THE CHOOM'에 업로드된 <스테파> 영상 속 대중들의 댓글 수집 후 이를 텍스트 마이닝 기법을 활용하여 유튜브 댓글의 중요 키워드를 분석하고자 한다. 특히 댓글의 감성 분석을 통해 긍정·부정 반응을 도출하여 방송 콘텐츠로서의 무용이 대중에게 어떻게 인식되는지 분석하고, 무용 콘텐츠의 확장 가능성을 모색하고자 한다.

2. 연구 문제

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 설정된 연구 문제는 다음과 같다.

첫째, 유튜브에 업로드된 <스테파> 유튜브 댓글에 나타난 대중의 인식 키워드는 무엇인가?

둘째, 댓글 감성 분석을 통해 무용 콘텐츠에 대한 대중의 감성 분석은 어떻게 분류되는가?

셋째, 다른 영상에 비해 댓글 수가 비이상적으로 많은 영상의 주요 키워드 및 감성적 반응은 어떠한 특징을 보이는가?

3. 연구의 제한점

첫째, 본 연구는 KNU 한국어 감성 사전과 VADER 감성 분석 기법을 사용하여 댓글을 긍정, 중립, 부정으로

분류하였다. 그러나 감성 분석 기법은 비유, 은유, 반어법을 정확히 해석하는 데 현재 개발된 감성 분석 모델에서는 해석이 어려운 한계가 있으며, 감정이 복합적으로 포함된 문장을 분석하는 데 있어 연구자의 주관적 판단을 완전히 배제할 수는 없다.

둘째, 유튜브 댓글 특성상 작성자의 연령, 성별, 무용 전공 여부 등의 기본정보를 포함하지 못했다. 또한 유튜브 공식 채널에 업로드된 영상의 댓글만을 분석 대상으로 하여 숏츠 및 릴스 등 여러 공유된 영상의 댓글은 수집하지 못하였다. 이에 따라 관련 영상의 전체 대중 감성을 알아내기에는 제한적이었다.

셋째, <전공자 섭외해놓고 몇시간만에 테크닉 하라고 하면 누가 할 수 있음?>등과 같은 댓글 표기는 정제하지 않고 원본 댓글 그대로를 표기하였으며, 댓글의 특성상 한국어 표기법, 띄어쓰기 등 개인 간의 차이를 가진다. 특히 이는 본 연구의 결과와 다르게 나타날 수 있다.

II. 연구 방법

본 연구에서는 유튜브에 업로드된 <스테파> 영상의 댓글을 분석하여 대중의 인식을 탐색하고자 한다. 이를 위해 파이썬(Python)과 주피터-랩(Jupyter Lab)을 활용하였으며, 유튜브 API를 통해 댓글 데이터를 수집하고, 빅데이터 분석의 대표 기술인 텍스트 마이닝(Text-Mining)을 실시하였다. 빅데이터는 기존의 데이터베이스 관리 도구이며, '분석-수집-저장' 등이 가능한 대량의 정형, 비정형 데이터를 의미한다. 텍스트 마이닝은 비구조화된 텍스트 데이터를 사용자가 원하는 주제에 맞게 요약하는 과정이다. 이는 단어 빈도수, 데이터 탐색 등을 분석하여 유의미적인 가치를 창출할 수 있는 기법이다(한국정보통신기술협회, 2020).

1. 자료수집

<스테파>를 영상에 달린 댓글을 분석하기 위해, 파이썬(python)과 주피터-랩(jupyter Lab), 유튜브 API를 활용하여 채널 Mnet 공식 유튜브 채널 'THE CHOOM'에 본편 영상(1화~9화) 및 하이라이트, 예고편, 스페셜 영상을 포함한 재생목록 총 217개 수집한 후 댓글 총 37,947개 수집하였다. 최대한 많은 댓글을 수집하기 위해 방송 종료 후인 2025년 2월 5일부터 수집하기 시작하여 2025년 2월 9일 최종적으로 수집했다. 대중이 무용 콘텐츠를 어떻게 인식하는지를 분석하기 위한 자료로 활용하기 위해 본편 영상(1화~9화) 및 하이라이트, 예고편, 스페셜 영상을 포함한 재생목록으로 선정하였다(강태훈, 2024).

2. 자료처리

분석의 정확도를 높이기 위해 수집된 데이터는 전처리 과정을 거쳤다. 전처리 과정은 파이썬(python)과 주피터-랩(jupyter Lab), 판다스(pandas) 라이브러리를 활용하여 자료를 병합하고 데이터를 정리했다. 코앤엘파이(KoNLpy) 패키지를 활용하여 형태소 분석, 명사 추출, 중복된 댓글을 제거하고, 특수문자 및 불필요한 기호를 삭제하여 분석의 정확도를 높였다. 이후 욕설이나 비방 표현을 제거하여 데이터의 품질을 향상하게 시켰다. 이후 불용어 리스트를 설정하고, 보다 신뢰도 높은 감성 분석을 하기 위해 추가적인 단어를 불용어 리스트에 추가 활용하여 특정 키워드에서 제외하였다(최종환, 2023). 전처리 후 연구에 총 35,094개의 댓글을 활용하였다.

3. 분석방법

1) 감성 분석

본 연구의 감성 분석은 한국어와 영어 댓글의 키워드를 각각 추출하여 수행하였으며, 각 언어의 특성을 반영하도록 하였다. 첫 번째, 한글로 작성된 댓글에 한하여 군산대학교에서 개발한 'KNU 한국어 감성 사전'을 기반으로 진행하였으며, 댓글 분석을 통해 긍정(1), 중립(0), 부정(-1)으로 분류하여 감성 비율을 측정하였다. 두 번째, 영어로 작성된 댓글은 NLTK의 VADER (Valence Aware Dictionary and sEntiment Reasoner) 감성 분석 기법을 활용하여 감성 점수를 계산하였다. VADER는 감성 강도를 수치화하여 결과를 제공하며, 분석 기준은 $Score \geq 0.05 \rightarrow$ '긍정', $-0.05 < Score < 0.05 \rightarrow$ '중립', $Score \leq -0.05 \rightarrow$ '부정'으로 감성 비율을 측정하였다. 본 연구는 한국어와 영어 댓글을 통합하여 감성 분석을 수행하였으며, 각 언어의 특성을 반영한 감성 분석이 가능하게 하였다.

2) 워드 클라우드(Word Cloud)

분석 대상인 35,094개 댓글 중 본편 영상 댓글(31,035개), 예고편 댓글(3,099개), 스페셜 영상 댓글(960개)을 종합적으로 분석하였다. 대중이 가장 많이 언급한 단어를 파악하기 위해 워드 클라우드(Word Cloud)를 생성하여 주요 키워드를 보기 쉽게 시각화하였다.

또한 댓글에 달린 '좋아요(Like)' 수를 기준으로 상위 5개 긍정 댓글(베스트 댓글)과 부정 댓글(워스트 댓글)을 선정하여 대중이 가장 공감한 댓글을 도출하여 분석하였다. 긍정 및 부정 댓글을 통해 대중이 어떤 의견에 공감하였는지 확인하고자 하였다.

III. 연구 결과 및 논의

본 연구에서는 〈스테파〉의 유튜브 댓글을 분석하여, 대중이 무용 콘텐츠를 어떻게 인식하고 수용하는지를 탐색하고자 하였다. 이를 위해 본편, 예고편, 스페셜 영상의 댓글을 수집하고 감성 분석을 수행하였으며, 댓글 수가 비이상적으로 많은 특정 일(2024년 11월 19일) 영상을 별도로 분석하였다.

1. 〈스테파〉 유튜브 영상의 전체 댓글 분석

1) 영상별 댓글 수집 결과

본 연구에서는 채널 Mnet의 공식 유튜브 공식 채널 'The CHOOM'에서 업로드된 영상 중 방송 회차별로 목록화된 재생목록을 통해 〈스테파〉의 회차별 영상 총 217개를 분석 대상으로 삼았다.

전처리 과정을 통해 35,094개의 댓글을 수집하였으며, 본편(1화~9화) 161개 영상에서 31,035개, 예고편 7개 영상에서 3,099개, 이외 49개 영상(미공개, 에필로그, 선공개, 스페셜, Next Week)에서 960개로 분류하여 수집하였다. 아래 〈표 1〉과 같다.

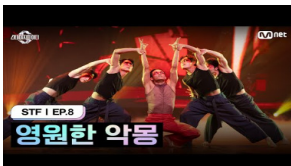
표 1. 영상별 댓글 수집 결과

구분	영상 수 (개)	댓글 수 (개)
본편	161	31,035
예고편	7	3,099
스페셜편	49	960

본편, 예고편, 스페셜 영상 간 댓글 수를 비교한 결과, 본편 영상의 댓글 수가 압도적으로 많아 대중의 관심이 본편을 중심으로 형성되고 있음을 확인할 수 있었다.

또한, 댓글이 가장 많이 달린 영상은 다음 <표 2>와 같다.

표 2. 댓글이 가장 많이 달린 영상 순위

순위	썸네일	댓글 수
1		3,709
2		1,246
3		1,101

특히, "8회. 굿바이 기무간" 편은 출연자의 예상치 못한 중도 하차 및 자극적 썸네일(Thumbnail)이 대중의 감성 반응을 이끌었음을 확인하였다.

2) 전체 영상 워드 클라우드(Word Cloud) 및 상위 키워드 빈도

본 연구에서는 <스테파> 영상에 달린 댓글의 핵심 단어를 시각적으로 분석하기 위해 워드 클라우드를 생성하였다. 이를 통해 대중이 본 프로그램과 관련하여 어떤 주제에 관심을 두고 있는지를 탐색하고자 하였다. 아래 <그림 1>과 같다.

표 5. 긍정 및 부정 감성 키워드 분석 결과

감성 유형	주요 키워드 (출현 빈도)
긍정 감성어	최고(1,187), 완벽(826), 멋진(799), 감동(620), 아름다운(574), 대단한(595), 사랑(1,128)
공연 관련	열정(562), 무대(1,541), 에너지(532), 환상적(537), 몰입(521)
응원 및 지지	응원(4,789), 응원합니다(519), 최고예요(497)
부정 감성어	이해(877), 불편(513), 실망(431), 이상한(421), 문제(388), 짜증(383)
부정적 평가	탈락(502), 왜(475), 편집(294), 경연(294), 방송(277)
논란 요소	점수(238), 심사(234), 개인차(233), 아쉬운(227)

긍정적인 댓글에서는 무용 콘텐츠의 감동적이고 완성도 높은 퍼포먼스에 대한 감탄과 지지가 주된 흐름을 이루고 있음을 확인할 수 있다. 특히, “최고(1,187회)”, “완벽(826회)”, “멋진(799회)” 등의 단어가 강조된 것은 시청자들이 무용수들의 뛰어난 기량과 안무 완성도, 무용수 지지에 대해 긍정적인 평가를 내렸음을 알 수 있다.

반면, 부정적인 댓글에서는 프로그램에 대한 의문이 주된 논점으로 등장하였다. 특히, “이해(877회)”, “불편(513회)”, “실망(431회)” 등의 단어가 반복적으로 나타난 것은 시청자들이 방송 연출 방식에 대해 인정하지 못하거나 특정 장면에 대해 납득하지 못했음을 의미한다.

유튜브에서 무용 서바이벌 콘텐츠를 성공적으로 확산하기 위해서는 고품질의 안무 퍼포먼스를 제공하는 것뿐만 아니라, 시청자가 이해할 수 있는 공정한 평가 시스템과 편집 방식이 중요하다는 점을 시사한다. 또한, 무용수의 노력을 조명하고 서사를 강화하는 한편, 움직임이 강조되는 장면 연출 전략이 대중적 반응을 더욱 긍정적으로 끌어낼 수 있을 것으로 보인다.

3) 긍정·부정적인 댓글 중 ‘좋아요’ 수가 많은 상위 댓글 분석

본 연구에서는 유튜브 댓글의 감성 분석을 통해 대중이 어떤 유형의 의견에 가장 공감했는지를 파악하기 위해, ‘좋아요’ 수가 높은 긍정 및 부정 댓글 상위 5개를 선정하여 분석하였다.

표 6. 긍정적인 댓글 중 ‘좋아요’ 수가 많은 상위 댓글

순위	좋아요 수 (개)	댓글 내용
1	6,101	발레 특유의 엄격함 같은게 서바이벌이랑 잘 어울리는듯...
2	5,938	무간님 결단과 용기 응원합니다.
3	5,225	웬만한 아이돌 서바보다 비주얼이 더 낫네
4	4,938	퇴장마저 기무간 같다... 찐예술가, 자유로운 영혼
5	4,380	겉보기와 다르게 맘이 참 여리신분 같다 .. 상처받지 않았으면

표 7. 부정적인 댓글 중 ‘좋아요’ 수가 많은 상위 댓글

순위	좋아요 수 (개)	댓글 내용
1	3,084	비전공자 섭외해놓고 몇시간만에 테크닉 하라고 하면 누가 할 수 있음?
2	3,060	아니 연산군 노래 주고선 진짜 연산군 연기해줬더니 세컨을 보내버리네
3	3,047	이정도면 아이반 엠넷한테 사기당한거 아니냐고.
4	2,922	냉정하게 김종철님은 필름에서 대놓고 틀린 부분이 있었는데 기무간이 강등되게 이해가 안돼요..
5	2,726	24명 중에 비전공자가 1명이면 그 1명이 사기당한거 아니냐고

긍정 댓글에서는 무용수들의 움직임뿐만 아니라 비주얼과 뛰어난 무용 실력, 서바이벌 형식과의 조화, 무용을 바라보는 새로운 시각 등이 주요 긍정 요소로 작용하였음을 알 수 있었다. 부정 댓글에서는 비현실적인 경쟁 환경, 불공정한 평가 방식, 특정 출연자에 대한 논란 등이 주요 부정 요인으로 작용한 것으로 분석된다.

3. 댓글이 급증한 특정일(2024년 11월 19일) 분석

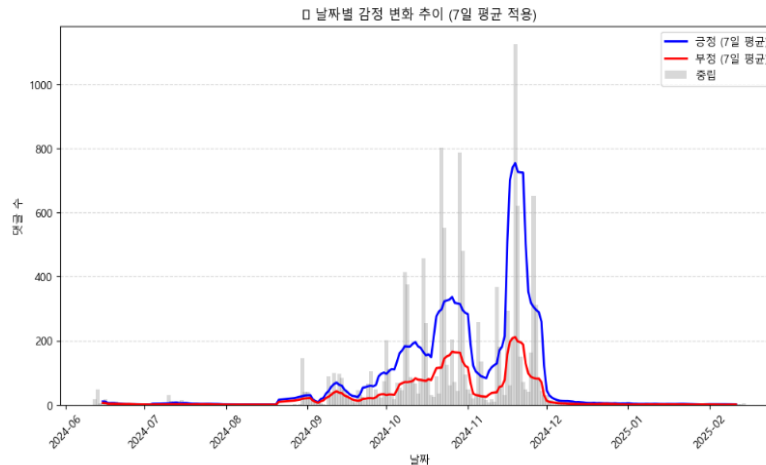
본 연구에서는 특정일(2024년 11월 19일)에 댓글이 급증한 현상을 주목하여, 해당 날짜의 감성 변화를 분석하였다.

1) 특정일의 감성 변화 분석

2024년 11월 19일은 <스테파> 방송에서 '기무간' 무용수가 방송 중도 하차 한 날로, 해당 날짜의 유튜브 댓글은 총 4,384개로 가장 높은 댓글 수를 기록했다.

표 8. 감성 변화가 두드러진 특정일 댓글 분포 분석 결과 및 차트

감정	개수	비율(%)
긍정	2,540	57.98
중립	1,126	25.70
부정	715	16.32



11월 19일의 댓글 분석 결과, 다른 날짜와 비교했을 때 긍정적인 반응이 월등히 높았으며, 부정적인 댓글도 출연자가 아닌 방송 시스템과 심사 방식의 공정성 문제를 주요 논점으로 다루고 있었다.

2) 특정일 상위 댓글

본 연구에서 11월 19일의 감성 댓글 4,381개 중 '좋아요' 수가 높은 5개 댓글 결과를 도출하였다. 아래 <표 9>과 같다.

표 9. 긍정적인 댓글 중 ‘좋아요’ 수가 많은 상위 댓글

순위	좋아요 수 (개)	댓글	감정
1	5,370	예술을 하는 사람들에게 이런 서바이벌 프로그램이 폭력적이라 느껴요. 올림픽마냥 점수매겨 출세우고 제한시간내에 뽑아내고 떨어뜨리고 눈치보게하고... 무간님 결단과 용기 응원합니다.	긍정
2	4,683	퇴장마저 기무간 같다... 전예술가, 자유로운 영혼	긍정
3	4,380	겉보기와 다르게 맘이 참 여리신분 같다 .. 상처받지 않았으면	부정
4	3,984	말도 안돼. . 중독안무로 찢어놓고 어딜가는거예요	중립
5	3,134	프로그램보다, 심사위원보다 더 아름답고 열정있는 사람이었어요. 엠넷 심사파위에 갇히지 말고, 자유롭게 가지고 있는 멋진 재능으로 훨훨 날아 오르기길 응원합니다	긍정

3) 특정일 워드 클라우드(Word Cloud)

해당 날짜의 댓글에서 가장 많이 언급된 단어를 분석한 결과, 대중이 방송과 관련하여 가장 주목한 이슈를 <그림 3>과 같이 특정일 워드 클라우드로 확인할 수 있었다.

분석의 정확성을 높이기 위해 불필요한 단어(불용어)를 제거하는 과정을 진행하였다. 본 연구에서는 “이”, “그”, “저기” 등의 단어와 비속어 등을 불용어 리스트로 설정하여 분석에서 제외하였다. 이후 코앤엘파이(KoNLPy) 형태소 분석기를 사용하여 명사 및 형용사를 중심으로 키워드를 추출하였다. 다음 <표 10>와 같다.



그림 3. 특정일 워드 클라우드

표 10. 특정일 상위 키워드 및 출현빈도

단어	빈도(회)	단어	빈도(회)
무간	1747	응원	864
무용수	756	무대	594
심사	482	사람	422
생각	291	점수	277
최고	276	극복	263

특히 “무간(1,747회)”, “무용수(756회)”, “심사(482회)”, “점수(277회)” 등의 단어는 방송 심사 방식과 관련된 논의가 많았음을 의미한다. 이는 시청자들이 무용수들을 평가하여 탈락시키는 서바이벌 연출 방식에 대해 높은 관심이 있었음을 보여준다.

“응원(864회)”, “최고(276회)”, “극복(263회)” 등의 단어는 해당 무용수에 대한 지지와 격려의 성격을 띤 댓글이 많았음을 시사한다.

“무대(594회)”, “춤(438회)”, “사람(422회)” 등의 키워드는 해당 무용수의 관련 공연과 무용 기량에 대한 대중의 관심을 반영한다.

4) 특정일 댓글 감성 분석의 차별점 및 특징

11월 19일의 감성 분석이 다른 날짜의 분석과 유의미한 차이를 보이는 점은 부정적인 감정조차 개인 무용수를 비판하는 것이 아니라 오히려 걱정과 위로를 표현한 내용이라는 점이다. 보통의 부정적 댓글은 참가자 개개인에 대한 평가나 비판이 주를 이루었으나, 특정일 부정 댓글은 방송 연출 방식에 대한 비판이 주를 이루었다. 무용수의 방송 중도 하차는 시청자들에게 부정적으로 받아들여지지 않았으며, 오히려 프로그램의 문제점을 인식하는 계기가 되었음을 보여준다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 Mnet 공식 유튜브 채널 ‘THE CHOOM’에 업로드된 <스테파> 영상의 댓글을 분석하여, 대중이 무용 콘텐츠를 어떻게 인식하는가에 대한 목적을 두고 연구하였다. 본편, 예고편, 스페셜 영상에서 크롤링 한 총 35,094개의 댓글을 수집하고, 텍스트 마이닝과 감성 분석을 활용하여 각 영상의 주요 키워드를 도출하여 대중의 감성적 반응을 분석하였다. 특히, 댓글 수가 비이상적으로 많은 특정 시기의 영상을 별도로 분석함으로써, 다른 영상들과의 감성 반응의 변화를 알아보았다.

<스테파>의 유튜브 전체 댓글을 분석한 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 유튜브 댓글에 나타난 대중의 인식 키워드 결과, “무간(6,619회)”, “호종(4,789회)”, “춤(2,868회)”, “응원(2,844회)”, “사람(2,770회)”, “팀(2,643회)”, “심사(2,343회)”, “무대(2,146회)”, “발레(2,083회)”, “한국(1,725회)”, “생각(1,622회)”, “안무(1,416회)” 순으로 나타났으며, 이러한 결과는 대중이 무대와 퍼포먼스 자체뿐만 아니라, 무용수 개개인에게 높은 관심이 있고 심사 방식 및 무용 움직임 특성에 대해 인식하고 있음을 시사한다.

둘째, ‘긍정적 반응(48.3%)’이 가장 높은 비율을 차지하였고, 이어 ‘중립적 반응(34.2%)’, ‘부정적 반응(17.5%)’이 나타났다. 긍정적 반응의 주요 키워드로는 “최고(1,187회)”, “완벽(826회)”, “멋진(799회)” 등의 단어가 주요 키워드로 강조되었으며, 시청자들이 무용수들의 뛰어난 기량과 안무 완성도, 무용수 지지에 대해 긍정적인 평가를 내렸음을 알 수 있었다. 반면, 부정적인 댓글에서는 프로그램에 대한 의문이 주된 논점으로 등장하였다. 특히, “이해(877회)”, “불편(513회)”, “실망(431회)” 등의 단어가 반복적으로 주요 키워드로 나타났고, 이는 시청자들이 방송 연출 방식에 대해 인정하지 못하거나 특정 장면에 대해 납득하지 못했음을 의미한 것으로 사료된다.

셋째, 특정일(2024년 11월 19일)에 댓글이 급증한 현상을 주목하여, 해당 날짜의 감성 변화를 분석하였다. 총 댓글수 4,381개 중 ‘긍정적 반응(57.98%)’이 높은 비율을 보였다. 특히 상위 키워드를 살펴보면 “무간(1,747회)”, “무용수(756회)”, “심사(482회)”, “점수(277회)” 등의 단어는 방송 심사 방식과 관련된 논의가 많았음을 의미하였다. 이는 시청자들이 무용수들을 평가하여 탈락시키는 서바이벌 연출 방식에 대해 높은 관심이 있었음을 보여준다.

다. 또한 “응원(864회)”, “최고(276회)”, “극복(263회)” 등의 단어는 해당 무용수에 대한 지지와 격려의 성격을 띤 댓글이 많았음을 시사하며, “무대(594회)”, “춤(438회)”, “사람(422회)” 등의 키워드는 해당 무용수의 관련 공연과 무용 기량에 대한 대중의 관심을 반영한 것을 보여준다. 특히 이전 감성 분석이 다른 날짜의 분석과 유의미한 차이를 보이는 점은 부정적인 감정조차 개인 무용수를 비판하는 것이 아니라 오히려 걱정과 위로를 표현한 내용이라는 점이다. 보통의 부정적 댓글은 참가자 개개인에 대한 평가나 비판이 주를 이루었으나, 특정일 부정 댓글은 방송 연출 방식에 대한 비판이 주를 이루었다. 무용수의 방송 중도 하차는 시청자들에게 부정적으로 받아들여지지 않았으며, 오히려 프로그램의 문제점을 인식하는 계기가 되었음을 시사하였다.

본 연구는 무용 콘텐츠가 단순한 공연 감상을 넘어, 온라인에서 대중과의 상호작용을 통해 감성적으로 소통되고 있음을 실증적으로 규명하였다. 디지털 플랫폼을 통한 무용 콘텐츠의 다양성과 대중과의 소통 방식에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였으며, 기존 연구에서도 디지털 환경이 예술 소비의 방식과 대중의 인식을 변화시키고 있음을 강조한 바 있다(김예진, 2024).

또한 프로그램의 심사 방식, 연출, 편집 기법 등의 제작 요소에 의해 대중들은 감성적으로 크게 반응하였다. 특히, 특정 시기의 감성 분석을 통해 부정적 댓글이 무용수를 비판하기보다는 방송 시스템에 대한 비판을 중심으로 나타난 점은, 콘텐츠 관람 태도에 큰 영향을 미친다는 점을 시사한다.

디지털 플랫폼의 확장이 문화 예술과 대중과의 주요한 소통의 경로로 자리 잡고 있으며, 유튜브 댓글을 통한 무용 영상을 텍스트 마이닝 기법 활용으로 감성 분석한 사례는 무용뿐만 아니라 다른 예술 콘텐츠 연구에서도 댓글 분석을 활용한 대중 인식을 파악할 수 있음을 보여준다. 향후 연구에서도 유튜브 댓글을 기반으로 한 대중 인식 분석이 중요한 연구 방법론으로 활용될 수 있을 것이다.

위 결론을 바탕으로 ‘무용 콘텐츠의 대중화’를 위해 다음과 같은 제언하는 바이다.

첫째, 부정적 댓글의 주요 원인을 통해 알 수 있듯이 특정 참가자에 대한 비판이 아니라 방송의 심사 방식과 연출 기법에 대한 문제가 제기되었다. 이는 무용 전문 마스터들의 세세한 평가가 이루어졌음에도 불구하고, 대중의 눈높이에서는 심사 기준이 편향적이거나 주관적으로 느껴졌기 때문이라고 해석할 수 있다. 따라서, 향후 전공별 무용 특성을 고려한 다수의 심사위원 확보와 더불어 타 전공 시각에 기반한 명확한 심사 기준 수립을 통해 대중이 보다 쉽게 이해할 수 있는 시스템을 구축할 필요가 있다. 또한 무대에서 느끼지 못하는 무용수의 노력과 그들의 서사를 균형감 있게 연출하는 방식을 개선하여 새로운 무용의 확장된 개념을 기대할 수 있을 것이다.

둘째, 긍정적 댓글에서는 “감동”, “완벽”, “아름다운” 등의 감성어가 많이 등장했으며, 대중이 단순한 기술적 퍼포먼스가 아닌 감성적인 몰입과 스토리에 영향을 받는다는 점이 확인되었다. 따라서, 무용 콘텐츠의 감성적 요소를 극대화하는 연출 전략이 필요하며, 이러한 제작은 무용에 대한 대중들의 관심을 더욱 유도할 수 있을 것이다.

셋째, 유튜브는 방송을 뛰어넘는 가능성을 보여주었다. 이는 무용의 새로운 문화가 형성되는 데에 중요한 역할을 할 것이며, 댓글을 통한 대중과의 소통으로 상호작용이 활발하게 이루어졌다. 따라서, 앞으로의 무용 연출가 및 안무가는 무대 공연뿐만 아니라 유튜브 콘텐츠의 확산 및 제작 전략 적극적으로 고려할 필요가 있다. 이와 같은 제언은 무용의 대중화를 촉진하며, 새로운 예술의 패러다임으로 작용할 것으로 기대된다.

마지막으로 본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 현재 개발된 감성 분석 모델에서는 양적인 측면에서 다양한 단어를 추출할 수 있는 장점이 있다. 하지만 반어법, 은유, 비유법과 같은 댓글을 해석하는데 한계가 있으며, 특히 사전에 등재되지 않은 신조어 등 감정이 복합적으로 포함된 문장을 분석하는 데 있어 연구자의 주관적 판단을 완전히 배제할 수는 없었다. 특히 댓글 작성자의 기본정보(연령, 성별, 무용 전공 여부 등)를 포함하지 못하였으며, 타 채널로 공유된 영상의 댓글은 수집하지 못하였다. 이로 인하여 관련 영상의 전체 대중 감성을 알아 내기에는 제한적이었다.

무대를 활용한 현장성이 강조된 무용에서 무용 콘텐츠로 변화·확장하는 새로운 문화 예술의 시대에 발 맞추어 유튜브 댓글 분석을 통해 무용의 대중 인식 및 감성을 실증적으로 분석하였다. 향후 지속적인 무용 데이터 수집과 더욱 정교한 감성 분석 기법 연구를 통해 대중들의 니즈(needs)에 대해 지속적인 관심을 갖고 파악하는 연구가 필요하다고 생각한다. 기술적 한계를 계도하며 연구를 지속한다면 앞으로 다방면의 학문적, 예술적 측면에서 풍부한 논의가 이루어질 것으로 생각한다.

참고문헌

- 강태훈(2024). 텍스트마이닝을 활용한 브레이킹 파리올림픽 정식종목 채택 관련 대중 인식 분석. **한국체육학회지** 45(1), 123-140.
- 권상미(2020). 유튜브 댓글 토픽모델링 분석을 통한 봉준호의 통역사 샤론 최(Sharon Choi)에 대한 수용자의 인식 연구. **통역과 번역** 22(2), 1-28.
- 김가은(2023). 스트릿 댄스 서바이벌 프로그램 스트릿 우먼 파이터와 스트릿 맨 파이터 유튜브 댓글 비교 분석. **한국무용학회지** 41(2), 75-92.
- 김소형(2007). 무용공연의 인식에 관한 연구. **공연예술학연구** 15(4), 205-223.
- 김예진(2024). 텍스트 마이닝을 활용한 K-POP 안무 저작권 대중 인식 분석: 언론보도와 유튜브 댓글 중심으로. **디지털문화콘텐츠 연구** 22(3), 55-73.
- 박선영, 이민호(2022). 디지털 플랫폼을 통한 미술 전시의 변화와 대중 인식 분석. **디지털미디어학회논문지** 20(1), 33-47.
- 서지수(2021). COVID-19 시대의 현대 춤 현장성 연구: 대구시립무용단을 중심으로. **현대무용학회지** 18(3), 61-78.
- 스포츠 동아. (2025년 2월 17일). '스테이지 파이터' 많은 관심 부탁드립니다. <https://sports.donga.com/ent/article/all/20240924/130090152/1>
- 왕서기, 김유미(2022). 텍스트 마이닝(Text-mining)을 이용한 댓글 분석 연구 - BTS의 'Butter'와 'Permission to Dance' 뮤직비디오 유튜브 댓글을 중심으로. **언어사실과 관점** 56, 157-181.
- 윤지은(2014). 예술춤에 대한 인식조사 - 대학생을 대상으로. **한국무용교육학회지**. 25(7), 183-201.
- 이수범, 서민혜(2017). 유튜브(Youtube) 댓글을 통해 살펴본 한국인의 외국인 수용성 연구: 백인과 흑인의 인종적 차이를 중심으로. **커뮤니케이션학 연구** 25(5), 33-57.
- 조민정, 한지훈(2023). 유튜브 댓글 분석을 활용한 디지털 환경에서의 공연예술 소비 방식 연구. **공연예술학연구** 26(1), 87-102.
- 최종환(2023). 텍스트 마이닝을 활용한 실용무용 연구동향 분석-국내 학술지 및 학위논문을 중심으로. **문화와융합** 45(6), 665-672.
- 한국정보통신기술협회(2020). 텍스트마이닝의 기능

ABSTRACT

A Study on Public Perception through YouTube Comment Analysis of Mnet Stage Fighter

Sungwoo Ahn* Sejong University

This study aims to explore public perception and emotional responses to dance content through an analysis of YouTube comments. For this purpose, a total of 217 episode videos of Stage Fighter (Stepa), uploaded on Mnet's official YouTube channel 'The CHOOM,' were selected as research subjects. A total of 35,094 comments were collected and analyzed using text mining and sentiment analysis techniques. The results showed that 'positive responses (48.3%)' accounted for the highest proportion of overall comments, followed by 'neutral responses (34.2%)' and 'negative responses (17.5%).' The major keywords derived from positive comments included best, perfect, and amazing, indicating that the public highly valued the dancers' exceptional skills, choreographic perfection, and overall support for the performers. Conversely, negative responses prominently featured keywords such as understanding, uncomfortable, and disappointed, suggesting that viewers struggled to accept certain aspects of the broadcast direction or found specific scenes difficult to comprehend. Additionally, sentiment analysis on a specific day with an abnormally high number of comments showed a relatively higher proportion of 'positive responses (57.98%).' This was attributed to an unexpected mid-season withdrawal of a contestant, which evoked strong emotional reactions from the audience. Notably, even the negative comments were not directed at criticizing the contestant but rather focused on questioning the competition system and editing style. This highlights a crucial factor in shaping audience reactions that would not typically emerge in live stage performances. This study empirically analyzes how dance content is perceived by the public in the digital environment through YouTube comment analysis. The findings suggest the necessity of continuous data collection and refined sentiment analysis research to better understand and respond to the evolving needs of the audience in dance content consumption.

Key words : YouTube comment analysis, dance content, sentiment analysis, word cloud

논문투고일: 2025.02.26

논문심사일: 2025.03.26

심사완료일: 2025.04.11

* Professor, Center for Future Education Practical Dance, Sejong University