

스포츠 기반 디지털 콘텐츠에서 관계적 문화매개자에 대한 수용 담론: 인도네시아 시청자 유튜브 댓글의 토픽모델링 분석

권 장 욱¹ · 서 명 교^{2*}

¹동서대학교 관광경영·컨벤션학과 부교수

²한국외국어대학교 말레이인도네시아학과 교수

Audience Reception Discourse on a Relational Cultural Mediator in Sports-Based Digital Content: A Topic Modeling Analysis of YouTube Comments by Indonesian Viewers

Jang-Wook Kwon¹ · Myeng-Kyo Seo^{2*}

¹Professor, Department of Tourism Management and Convention, Dongseo University, Busan 47011, Korea

²Professor, Department of Malay-Indonesian Studies, Hankuk University of Foreign Studies, Seoul 02450, Korea

[요 약]

본 연구는 스포츠 기반 디지털 콘텐츠에서 관계적 문화매개자에 대한 수용 담론이 인도네시아 시청자의 유튜브 댓글에서 어떻게 나타나는지를 분석하였다. 이를 위해 인도네시아 배구선수 메가와티의 한국 V리그 활동을 계기로 주목받은 통역자 김윤솔의 유튜브 채널 8개 영상의 댓글을 수집하고, TF-IDF 기반 NMF 토픽모델링과 대표 댓글 분석을 수행하였다. 분석 결과, 댓글 담론에서는 선수와 팀에 대한 응원, 통역자에 대한 감사와 돌봄, 콘텐츠 소비 기대, 한국 배구와 생활공간에 대한 관심이 함께 확인되었다. 또한 일부 댓글에서는 한국 방문과 현장 관람에 대한 희망적 언급도 나타났다. 본 연구는 이러한 결과를 인과적 매개 효과가 아니라, 스포츠 팬덤과 관계적 문화매개자에 대한 수용이 결합되어 나타난 댓글 담론의 양상으로 해석하였다.

[Abstract]

This study analyzes reception discourse on a relational cultural mediator in Indonesian viewers' YouTube comments on sports-based digital content. Comments on eight videos from Kim Yoonsol's YouTube channel, which gained attention following Indonesian volleyball player Megawati's participation in Korea's V-League, were analyzed using TF-IDF-based NMF topic modeling and representative comment analysis. The results show that the comments included support for the player and team, gratitude toward the interpreter, perceptions of care, evaluations of interpreting competence, expectations for videos and vlogs, and interest in Korea's V-League and everyday spaces. A few comments expressed intentions of visiting Korea and attending matches in person. Rather than presenting these findings as evidence of causal mediation, this study interprets them as comment discourse in which sports fandom and the reception of a relational cultural mediator are intertwined.

색인어 : 스포츠 기반 한류, 디지털 콘텐츠, 유튜브 댓글, 관계적 문화매개자, 토픽모델링

Keyword : Sports-Based Hallyu, Digital Content, YouTube Comments, Relational Cultural Mediator, Topic Modeling

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2026.27.9.2463>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 31 May 2026; **Revised** 15 June 2026

Accepted 06 July 2026

***Corresponding Author; Myeng-Kyo Seo**

Tel: +82-2-2173-3995

E-mail: mkseo@hufs.ac.kr

I. 서 론

기존 한류 연구는 K-pop, 드라마, 영화, 음식, 패션 등 대중문화 콘텐츠를 중심으로 한류의 수용과 확산을 설명해 왔다. 그러나 디지털 플랫폼 환경에서 한류의 수용 영역은 스포츠, 일상 브이로그, 라이브스트리밍, 팬 커뮤니티 등 다양한 콘텐츠 영역으로 확장되고 있다. 특히 스포츠 콘텐츠는 특정 선수나 팀에 대한 팬덤을 형성하는 데 그치지 않고, 해당 선수가 활동하는 리그, 지역, 생활환경에 대한 관심으로 이어질 수 있다. 이러한 확장 가능성은 해외 출신 선수의 한국 리그 활동이 디지털 콘텐츠를 통해 해외 팬들에게 유통될 때 더욱 분명해진다. 따라서 스포츠 기반 한류를 이해하기 위해서는 경기나 팀 자체뿐 아니라, 외국인 수용자가 한국 스포츠와 한국 생활을 어떠한 인물을 통해 경험하고 해석하는지를 함께 살펴볼 필요가 있다.

디지털 플랫폼 환경에서는 문화콘텐츠가 독립된 텍스트로 소비되기보다, 이를 경험하고 전달하는 인물의 태도, 언어, 감정 표현, 일상적 상호작용과 결합되어 수용된다. 최근 연구에서도 소셜미디어 인플루언서는 한류 정보를 단순히 확산하는 존재를 넘어, 문화적 정보를 선별하고 현지적 맥락에 맞게 해석하며, 팬들과 정서적·실천적 연결을 형성하는 문화적 매개자로 논의되고 있다[1]. 또한 유튜브 인플루언서와 시청자 사이의 유사사회적 상호작용은 인플루언서의 신뢰성, 친밀감, 행동 의도와 연결되는 중요한 요인으로 제시되어 왔다[2],[3]. 따라서 한류 수용의 확장 과정을 분석하기 위해서는 콘텐츠의 표현 방식뿐 아니라, 콘텐츠를 경험하고 소개하는 인물에 대한 신뢰성, 친밀감, 진정성 인식이 수용자의 문화적 관심으로 어떻게 전환되는지를 검토할 필요가 있다.

이러한 관점에서 본 연구는 기존 한류 연구에서 주로 다루어져 온 연예인, 콘텐츠 제작자, 현지 인플루언서, 공식 홍보 주체와는 다른 유형의 매개자에 주목한다. 특히 스포츠 영역에서 활동하는 통역자는 본래 언어적 중개를 수행하는 보조적 역할로 인식되지만, 디지털 플랫폼에서는 선수와 팬, 한국 스포츠 현장과 외국인 수용자, 공식적 경기 장면과 일상적 문화 경험을 연결하는 인물로 재구성될 수 있다. 여행 브이로그 및 라이브스트리밍 연구에서도 콘텐츠 속 인물의 신뢰성, 자기노출, 태도 유사성, 목적지 매력 전달 방식이 시청자의 유사사회적 관계, 신뢰, 방문 의도에 영향을 미칠 수 있음이 보고되고 있다[4],[5]. 이러한 논의는 스포츠 통역자 역시 디지털 플랫폼에서 단순한 언어 중개자를 넘어, 한국 스포츠와 생활 공간을 수용자에게 해석해 주는 문화매개적 위치에 놓일 수 있음을 보여준다.

김윤솔 유튜브 채널은 이러한 문제의식을 검토하기에 적절한 사례이다. 이 채널은 인도네시아 배구선수 메가와티의 한국 V리그 활동을 계기로 인도네시아 시청자의 관심을 받기 시작했지만, 콘텐츠가 축적되는 과정에서 시청자의 관심은 선수 개인에 대한 응원에만 머무르지 않는다. 김윤솔은 통역자

라는 직업적 위치에서 출발하지만, 유튜브 콘텐츠 안에서는 한국 생활을 설명하고, 감정을 조율하며, 한국 문화와 일상을 자연스럽게 매개하는 인플루언서로 인식될 수 있다. 특히 소셜미디어 환경에서 출처 신뢰성, 동질성, 콘텐츠 품질은 목적지 이미지와 신뢰 형성에 영향을 미칠 수 있으며, 이는 디지털 문화콘텐츠가 단순한 정보 전달을 넘어 관계적 신뢰를 통해 수용될 필요가 있음을 보여준다[6]. 따라서 김윤솔 채널은 스포츠 스타에 대한 팬덤 반응, 통역자에 대한 감사와 돌봄 인식, 통역·언어 역량 평가, 콘텐츠 소비 기대, 한국 문화와 공간에 대한 관심이 댓글 담론 안에서 함께 나타나는 양상을 살펴볼 수 있는 사례라고 할 수 있다.

이에 본 연구는 김윤솔 유튜브 채널의 댓글을 대상으로, 스포츠 기반 디지털 콘텐츠에서 관계적 문화매개자에 대한 수용 담론이 인도네시아 시청자 댓글에서 어떻게 나타나는지를 분석하고자 한다. 본 연구에서 관계적 문화매개자는 한국 문화를 일방적으로 홍보하거나 전달하는 인물이 아니라, 스포츠 팬덤이 이미 애정을 갖고 있는 선수와 팀에 대한 관심 속에서 한국 V리그, 선수의 한국 생활, 한국의 일상적 공간을 인도네시아 시청자가 이해 가능한 방식으로 풀어내는 중간자를 의미한다. 구체적으로는 메가와티와 레드스파크스에 대한 팬덤 반응, 김윤솔에 대한 감사와 돌봄 인식, 통역·언어 역량 평가, 콘텐츠 소비 기대, 한국 V리그와 한국 생활공간에 대한 관심이 댓글 담론 안에서 어떠한 주제 구조로 나타나는지를 살펴본다. 본 연구는 이러한 반응을 인과적 매개효과나 단계적 변화 과정으로 단정하기보다, 스포츠 팬덤과 관계적 문화매개자 수용이 결합되어 나타나는 댓글 담론의 양상으로 해석한다.

첫째, 스포츠 기반 디지털 콘텐츠의 인도네시아 시청자 댓글에는 어떠한 주요 토픽 구조가 나타나는가?

둘째, 관계적 문화매개자에 대한 수용은 댓글 담론에서 어떠한 방식으로 나타나는가?

셋째, 한국 V리그, 한국 생활공간, 한국 방문 및 현장 관람 관심은 댓글 담론에서 어떠한 양상으로 확인되는가?

II. 이론적 배경

2-1 디지털 플랫폼과 인플루언서 기반 한류 수용

디지털 플랫폼 환경에서 한류 콘텐츠의 수용은 콘텐츠 자체의 노출이나 소비만으로 설명되기 어렵다. 유튜브와 같은 플랫폼에서는 이용자가 콘텐츠를 시청하는 데 그치지 않고 댓글 작성, 공유, 재시청, 2차 생산 등을 통해 콘텐츠의 의미 형성에 참여한다. 국내 선행연구에서도 유튜브 댓글은 디지털 콘텐츠 이용자의 정서적 상호작용과 팬덤 반응을 분석하는 주요 자료로 활용되어 왔다[7]–[9]. 이는 플랫폼 기반 한류 수용이 단순한 콘텐츠 전달 과정이 아니라, 이용자의 참여와

해석을 통해 의미가 구성되는 과정임을 보여준다.

이 과정에서 인플루언서는 한류 수용을 매개하는 중요한 정보원으로 기능한다. 인플루언서는 특정 콘텐츠나 문화를 단순히 소개하는 존재가 아니라, 자신의 경험, 언어, 해석 방식을 통해 수용자가 해당 문화를 이해하고 평가하는 방식에 영향을 미친다. 국내 선행연구에서도 한류 인플루언서는 한국 제품과 문화콘텐츠에 대한 수용자의 이해와 평가에 영향을 미치는 정보원으로 논의되어 왔다[10]~[12]. 이러한 연구들은 디지털 플랫폼에서 한류 수용이 콘텐츠 자체의 매력만으로 이루어지는 것이 아니라, 콘텐츠를 소개하고 해석하는 인물의 매개적 위치와 결합되어 나타날 수 있음을 보여준다.

해외 연구에서도 인플루언서의 유형, 후원 표시, 제품 노출 방식이 해외 소비자의 신제품 수용에 영향을 미칠 수 있음을 보여주었다[1]. 이는 한류 관련 디지털 콘텐츠의 수용 과정에서 인플루언서가 단순한 홍보자가 아니라, 한국 문화와 상품이 해외 수용자에게 이해되고 평가되는 방식을 매개하는 정보원으로 기능할 수 있음을 시사한다. 이러한 관점에서 인플루언서는 한류 콘텐츠의 외부 전달자가 아니라, 현지 수용자가 한국 문화를 이해할 수 있도록 문화적 의미를 선별하고 맥락화하는 문화매개자로 볼 수 있다.

이러한 논의는 본 연구의 사례를 해석하는 데 중요한 근거를 제공한다. 김윤솔은 전통적인 의미의 한류 스타나 공식 홍보 주체는 아니지만, 인도네시아어 기반 소통 능력과 통역자 경험을 바탕으로 인도네시아 시청자에게 한국 V리그, 선수의 한국 생활, 한국의 공간과 일상을 전달하는 매개적 위치에 놓인다. 따라서 본 연구는 김윤솔을 단순한 통역자가 아니라, 스포츠 스타와 외국인 팬덤, 한국 스포츠 현장과 인도네시아 수용자를 연결하는 매개적 위치에 있는 인물로 이해한다. 이는 한류 수용 연구에서 콘텐츠 자체의 속성뿐 아니라, 콘텐츠를 전달하고 해석하는 인물의 위치가 댓글 담론에서 어떻게 수용되고 의미화되는지를 살펴볼 필요성을 제기한다.

2-2 관계적 문화매개자로서의 스포츠 통역자

디지털 플랫폼에서 한류 콘텐츠의 수용은 콘텐츠 자체의 매력만으로 설명되기 어렵다. 특히 외국인 수용자가 한국의 스포츠 리그, 선수의 생활환경, 한국의 일상적 공간을 이해하는 과정에서는 이를 설명하고 번역하며 맥락화하는 인물의 역할이 중요하다. 기존의 문화매개자(cultural intermediary) 논의는 문화적 의미가 생산자에서 수용자에게 일방적으로 전달되는 것이 아니라, 중간 행위자의 해석, 선별, 번역, 재구성을 통해 수용된다는 점을 강조해 왔다[13]. 문화매개자는 특정 문화콘텐츠, 상품, 장소, 생활양식을 수용자가 이해 가능한 방식으로 풀어내는 해석적 중간자라고 할 수 있다. 최근 한류 인플루언서 연구에서도 소셜미디어 인플루언서는 단순한 홍보자가 아니라, 한국 문화가 해외 수용자에게 이해되고 평가되는 방식을 매개하는 문화매개자로 논의되어 왔다[1].

그러나 일반적인 인플루언서 또는 문화매개자 논의만으로는 스포츠 통역자처럼 공식적 직무와 비공식적 정서적 동행, 언어 중개와 콘텐츠 생산을 동시에 수행하는 인물을 충분히 설명하기 어렵다. 전통적인 인플루언서가 상품, 장소, 문화콘텐츠를 소개하고 홍보하는 데 초점을 둔다면, 스포츠 통역자는 선수와 팀, 팬덤과 리그, 공식적 경기 현장과 일상적 문화 경험 사이에 위치한다. 특히 외국인 선수가 한국 리그에서 활동하는 경우, 통역자는 단순히 언어를 옮기는 기능적 보조자에 그치지 않고, 선수의 발화, 감정, 생활환경, 경기장 안팎의 맥락을 해외 팬들이 이해할 수 있도록 연결하는 위치에 놓인다. 따라서 본 연구는 스포츠 통역자가 디지털 콘텐츠 안에서 어떠한 방식으로 수용되고 의미화되는지를 별도의 분석틀로 이해할 필요가 있다고 본다.

이러한 문제의식에서 본 연구는 ‘관계적 문화매개자’라는 분석 개념을 사용한다. 이 용어는 기존 문화매개자 논의와 통역·번역의 문화매개성 논의를 본 연구의 사례에 맞게 확장적으로 적용한 것이다. 문화매개자 논의가 문화적 의미를 선별하고 전달하는 중간 행위자의 역할에 주목한다면[13], 번역과 통역 연구에서는 번역자와 통역자가 단순히 언어를 옮기는 기술적 수행자에 그치지 않고, 문화 간 차이를 조정하고 의미를 해석하는 매개자로 논의되어 왔다[14]. 따라서 본 연구에서 말하는 관계적 문화매개자는 단순히 정보를 전달하는 인물이 아니라, 수용자가 이미 애정을 갖고 있는 선수, 팀, 콘텐츠와의 관계 속에서 한국 스포츠와 생활공간을 이해 가능하게 만드는 중간자를 의미한다.

본 연구에서 관계적 문화매개자는 특정 문화나 장소에 대한 태도를 직접적으로 변화시키는 인과적 행위자를 의미하지 않는다. 또한 이는 신뢰를 직접 측정한 개념도 아니다. 관계적 문화매개자는 디지털 콘텐츠 안에서 언어적 중개, 정서적 동행, 일상적 장면의 공유, 팬덤 대상과의 연결을 통해 수용자가 낯선 문화와 공간을 보다 친숙하게 이해하도록 돕는 인물을 의미한다. 즉, 관계적 문화매개자는 단순히 한국 문화를 소개하거나 홍보하는 인물이 아니라, 수용자가 이미 애정을 갖고 있는 스포츠 스타, 팀, 콘텐츠와 연결된 관계 속에서 한국 스포츠와 생활공간을 해석 가능하게 만드는 중간자이다. 이때 ‘관계적’이라는 표현은 수용자가 해당 인물을 단순한 정보원으로만 대하지 않고, 감사, 걱정, 동행 요청, 돌봄 기대, 친근한 호명, 지속적인 콘텐츠 요청과 같은 언어를 통해 관계적으로 의미화한다는 점을 가리킨다.

김윤솔의 사례는 이러한 관계적 문화매개자의 특징을 보여준다. 김윤솔은 프로배구 V리그에서 인도네시아 출신 선수 메가와티의 통역을 수행한 인물로, 공식적으로는 언어 중개자의 위치에 있다. 그러나 유튜브 콘텐츠 안에서 김윤솔은 단순히 선수의 발화를 번역하는 인물에 머무르지 않는다. 그는 선수의 한국 생활을 돕고, 경기장 밖의 일상과 감정을 보여주며, 인도네시아어를 통해 한국 V리그와 한국 생활공간을 인도네시아 시청자에게 설명한다. 이 과정에서 김윤솔은 스포츠 스타와 외국인 팬덤, 한국 스포츠 현장과 인도네시아 시청자, 공

식적 경기 장면과 비공식적 생활 장면을 연결하는 중간자로 수용될 수 있다.

따라서 본 연구는 김윤솔을 ‘신뢰를 형성하는 행위자’로 전제하기보다, 댓글 담론에서 관계적 문화매개자로 의미화되는 인물로 이해한다. 구체적으로 본 연구는 김윤솔에 대한 감사와 돌봄 인식, 통역·언어 역량 평가, 영상·브이로그 업로드 기대가 댓글에서 어떻게 나타나는지를 분석한다. 이러한 반응은 김윤솔이 단순한 통역자나 일반 유튜브버로만 수용되는 것이 아니라, 선수와 팬 사이에서 정서적 동행과 언어적 해석을 제공하는 관계적 문화매개자로 의미화되는 양상을 보여준다.

2-3 스포츠 기반 한류와 문화적 관심

스포츠는 대중문화 콘텐츠와 마찬가지로 국가 이미지, 문화 교류, 팬덤 형성에 영향을 미칠 수 있는 문화적 매개 영역으로 논의되어 왔다. 국내 스포츠 한류 연구는 한국 스포츠 콘텐츠가 국가와 민족의 경계를 넘어 확산되는 현상을 스포츠 한류로 설명하면서, 이를 단순한 경제적 수출이나 경기 성과의 관점이 아니라 스포츠 세계화, 문화 교류, 상호 협력의 관점에서 검토할 필요가 있음을 제기하였다[15]. 또한 해외 스포츠교류를 통한 스포츠 한류 활성화 연구는 선수, 지도자, 스포츠 콘텐츠, 현지 스포츠 커뮤니티의 연결을 통해 K-Sports의 해외 확산이 가능하다고 보았다[16]. 이러한 논의는 스포츠 스타의 해외 활동이나 국내 리그의 국제적 소비가 특정 선수 개인에 대한 응원을 넘어, 그 선수가 활동하는 리그, 팀, 지역, 생활문화에 대한 관심으로 확장될 수 있음을 보여준다.

스포츠 팬덤과 장소 관심의 관계는 스포츠 관광 연구에서도 다루어져 왔다. 스포츠 이벤트 관광 연구는 스포츠 관여도, 목적지 이미지, 장소애착이 방문 의도와 같은 행동적 반응에 영향을 미칠 수 있음을 설명한다[17]. 반복적으로 개최되는 스포츠 이벤트 역시 개최지 이미지와 장소애착을 강화하고, 스포츠 관광객의 행동 의도와 연결될 수 있음이 보고되었다[18]. 이러한 연구들은 스포츠 소비가 경기 관람에 한정되지 않고, 특정 팀이나 선수가 활동하는 장소, 도시 이미지, 현장 경험에 대한 관심으로 확장될 수 있음을 보여준다. 다만 이들 연구는 주로 스포츠 이벤트와 관광 행동의 관계를 설명하는데 초점을 두고 있어, 디지털 플랫폼에서 스포츠 팬덤이 콘텐츠 소비와 댓글 담론을 통해 장소와 문화에 대한 관심으로 확장되는 과정을 충분히 설명하지는 못한다.

한류 팬덤과 한국 방문 의도에 관한 최근 연구도 문화콘텐츠 소비가 한국에 대한 관심과 방문 의도에 영향을 줄 수 있음을 보여준다. 이경여와 박상현은 한류 팬덤 특성이 한국 방문 의도와 관련되며, 한류 콘텐츠 장르와 권역에 따라 방문 의도에 차이가 나타난다고 분석하였다[19]. 또한 한류에 대한 호감이 국가 이미지와 연결될 수 있다는 논의도 축적되어 왔다[20]. 그러나 이러한 논의는 주로 음악, 드라마, 영화, 음

식, 뷰티 등 일반적인 K-콘텐츠 장르를 중심으로 전개되어 왔으며, 스포츠 스타를 계기로 나타난 팬덤 반응이 디지털 플랫폼에서 한국 리그와 생활공간에 대한 관심과 어떻게 함께 논의되는지는 상대적으로 덜 다루어졌다. 따라서 스포츠 기반 한류를 이해하기 위해서는 특정 선수에 대한 팬덤 반응과 한국 스포츠 리그 시청, 한국 도시 공간에 대한 간접 체험, 현장 관람 희망이 댓글 담론 안에서 어떠한 방식으로 함께 나타나는지를 살펴볼 필요가 있다.

III. 연구방법

3-1 연구대상

본 연구는 스포츠 기반 디지털 콘텐츠에서 통역자이자 콘텐츠 생산자인 인물이 댓글 담론 안에서 어떻게 수용되고 의미화되는지를 살펴보기 위해 유튜브 채널 Solmangat 솔망앗을 연구대상으로 선정하였다. 해당 채널의 주소는 <https://www.youtube.com/@solmangat>이며, 2026년 5월 자료 수집 시점 기준 약 30.7만 명의 구독자를 보유하고 있다. 채널 운영자인 김윤솔은 말레이·인도네시아어를 전공한 한국인으로, 프로배구 V리그 여자부 대전 정관장 레드스파크스에서 인도네시아 출신 선수 메가와티 퍼티위의 통역을 수행한 인물이다. 이러한 이력은 김윤솔이 단순한 콘텐츠 출연자가 아니라, 한국 스포츠 현장과 인도네시아 수용자를 연결하는 언어적·문화적 접점에 위치해 있음을 보여준다.

Solmangat 솔망앗 채널은 김윤솔의 통역자 경험과 인도네시아어 기반 소통 능력을 바탕으로 형성된 디지털 콘텐츠이다. 이 채널은 메가와티의 한국 V리그 활동을 계기로 인도네시아 시청자의 관심을 받기 시작했으며, 통역 장면, 경기 관련 콘텐츠, 선수와의 일상적 상호작용, 한국 문화 체험, 한국 공간 안내 등을 포함한다. 따라서 이 채널은 스포츠 스타에 대한 팬덤 반응, 통역자에 대한 감사와 돌봄 인식, 친밀감 표현, 한국 스포츠와 생활문화에 대한 관심이 댓글 담론 안에서 함께 나타나는 양상을 살펴보기에 적합한 사례로 판단된다.

분석 대상 영상은 김윤솔 채널 전체를 통계적으로 대표하기 위한 표본이 아니라, 본 연구의 분석 개념인 관계적 문화매개자의 수용 양상을 탐색하기 위한 목적표집 사례로 선정하였다. 이를 위해 먼저 김윤솔 채널의 콘텐츠를 연구문제와 관련된 역할 맥락에 따라 검토하고, 김윤솔의 위치가 서로 다르게 드러나는 네 가지 분석 범주를 설정하였다. 첫째는 메가와티와 레드스파크스에 대한 스포츠 팬덤 반응이 주로 나타나는 경기·훈련 관련 콘텐츠, 둘째는 김윤솔의 공식적 언어 중개 역할이 드러나는 공식 통역 수행 콘텐츠, 셋째는 선수와의 비공식적 동행, 돌봄, 친밀감이 나타나는 관계적 문화 체험 콘텐츠, 넷째는 김윤솔이 선수와 분리되어 한국의 도시 공간이나 일상 장면을 소개하는 개인 생활 체험 콘텐츠이다.

이러한 네 가지 범주는 본 연구가 김윤솔을 단순한 통역자나 일반 유튜브버가 아니라, 스포츠 팬덤, 언어 중개, 정서적 동행, 한국 생활공간 소개가 결합된 관계적 문화매개자로 이해하고자 하는 문제의식에 근거하여 설정하였다. 따라서 영상 선정은 조회수나 댓글 수가 많은 영상만을 고르는 방식이 아니라, 김윤솔의 매개적 위치가 어떤 장면에서 어떻게 드러나는지를 비교할 수 있는지를 기준으로 이루어졌다. 구체적으로 각 범주에서 첫째, 메가와티 또는 레드스파크스에 대한 팬덤 반응이 확인될 수 있는가, 둘째, 김윤솔의 통역·언어 중개 또는 콘텐츠 설명 역할이 드러나는가, 셋째, 선수와의 동행·돌봄·친밀감 또는 한국 생활공간에 대한 간접 경험이 포함되는가, 넷째, 인도네시아 시청자의 댓글 반응을 분석할 수 있을 정도의 댓글 자료가 확보되는가를 검토하였다.

이 절차에 따라 각 범주에서 연구문제와의 관련성이 높은 2개 영상을 선정하여 총 8개 영상을 최종 분석 대상으로 구성하였다. 경기·훈련 관련 콘텐츠는 스포츠 팬덤 반응의 출발점을 확인하기 위한 사례이며, 공식 통역 수행 콘텐츠는 김윤솔의 언어 중개와 전문성 평가가 드러나는 사례이다. 관계적 문화 체험 콘텐츠는 선수와의 비공식적 동행과 돌봄이 댓글에서 어떻게 의미화되는지를 살펴보기 위한 사례이며, 개인 생활 체험 콘텐츠는 김윤솔이 선수와 분리된 상황에서도 한국 공간과 일상을 소개하는 콘텐츠 생산자로 수용될 가능성을 보완적으로 검토하기 위한 사례이다. 최종 분석 대상 콘텐츠의 유형과 분석 초점은 표 1과 같다.

표 1. 분석 대상 콘텐츠의 유형

Table 1. Types of analyzed content

Content Category	Analyzed Videos	Analytical Focus
Game and Training Content	Indonesia Training Camp-Training; Indonesia Training Camp-Friendly Match	Sports fandom centered on the player and team
Official Interpreting Content	Press Conference-Interpreting 1; Press Conference-Interpreting 2	Interpreter's expertise, language mediation, and communication support
Relational Cultural Experience Content	Cultural Experience with Players-Daejeon City; Cultural Experience with Players-Karaoke	Informal interaction, care, intimacy, and interest in Korean everyday culture
Personal Lifestyle Experience Content	Hongdae Guide Alone; Seoul Marathon Guide Alone	Possibility of reception as an independent cultural mediator

단, 본 연구의 분석 대상 8개 영상은 김윤솔 채널 전체를 통계적으로 대표하기 위한 표본이 아니라, 관계적 문화매개자에 대한 수용 담론이 서로 다른 콘텐츠 맥락에서 어떻게 나타나는지를 탐색하기 위한 목적표집 사례이다. 이에 따라 본 연구의 결과는 김윤솔 채널 전체 또는 인도네시아 한류 수용자 전체의 반응으로 일반화하기보다, 특정 영상군의 댓글에서 나

타난 관계적 문화매개자 수용 담론의 양상으로 제한하여 해석한다.

3-2 자료수집

댓글 자료는 YouTube Data API v3를 활용하여 수집하였으며, 영상에 대한 1차 수용 반응을 비교하기 위해 최상위 댓글을 분석 단위로 설정하였다. 대댓글은 댓글 간 상호작용을 보여주는 자료가 될 수 있으나, 본 연구의 목적은 개별 영상에 대한 수용자의 직접 반응을 영상 유형별로 비교하는 데 있으므로 분석 대상에서 제외하였다. 수집 결과, 8개 영상에서 총 15,632개의 댓글이 확보되었다.

수집된 댓글에는 인도네시아어, 한국어, 영어, 그리고 복수 언어가 혼합된 댓글이 포함되어 있었다. 본 연구는 인도네시아 시청자의 한류 수용과 문화적 의미 구성을 분석하는 데 목적이 있으므로, 분석 자료는 인도네시아어 댓글을 중심으로 구성하였다. 한국어 또는 영어만으로 작성된 댓글은 인도네시아 수용자의 해석을 직접적으로 보여주는 자료로 보기 어렵다고 판단하여 제외하였으며, 단순 이모티콘, 감탄사, 의미 해석이 어려운 단문 댓글, 영상 내용과 직접 관련성이 낮은 댓글도 분석 대상에서 제외하였다. 다만 인도네시아어 문장 안에 포함된 한국어 고유명사, 선수명, 팀명, 지명, 한국어 감탄 표현 등은 댓글 작성자가 한국 스포츠와 한국 문화를 지칭하는 방식과 관련되므로 원자료에는 그대로 보존하였다.

댓글 자료의 전처리에는 토픽모델링의 해석 가능성을 확보하면서도 팬덤 댓글의 정서적 표현과 관계적 언어를 보존하는 방향으로 수행하였다. 원문 댓글은 별도로 보존하고, 분석용 텍스트를 별도 구성하였으며, 분석용 텍스트에서는 URL, 광고성 문구, 외부 링크, 반복 기호, 의미 없는 특수문자, 이모티콘만으로 구성된 댓글, 동일 문구가 반복된 중복 댓글을 제거하였다. 또한 yang, dan, di, ke, dari, ini, itu, untuk 등 문법적 연결이나 지시 기능을 수행하지만 주제 해석에 직접 기여하지 않는 인도네시아어 기능어를 불용어로 처리하였다.

한편 Mega, Sol, Gia, Red Sparks와 같은 인물명과 팀명은 원문 댓글에는 보존하되, 최종 토픽모델링을 위한 분석용 텍스트에서는 제외하였다. 해당 고유명사는 자료 전체에서 매우 높은 빈도로 반복되어 토픽이 인물명이나 팀명 중심으로 형성되는 경향을 보였기 때문이다. 본 연구의 관심은 특정 인물의 언급 빈도 자체가 아니라, 그 인물과 팀을 둘러싼 댓글이 감사, 돌봄 인식, 콘텐츠 요청, 한국 공간 관심 등 어떠한 의미 구조로 구성되는지를 파악하는 데 있으므로, 반복 고유명사에 가려진 잠재 주제를 도출하기 위한 분석상의 조치가 필요하였다.

본 연구는 인도네시아어 원문을 기준으로 토픽모델링을 수행하였으며, 한국어 번역문은 연구결과 제시와 해석을 위한 보조 자료로 활용하였다. 대표 댓글의 번역은 1차 번역 후 인도네시아어를 전공한 공동연구자가 원문과 번역문을 대조하

여 감소하였다. 이 과정에서 kak, mbak과 같은 호칭, 팬덤 표현, 구어체, 감정 표현은 문맥에 맞게 조정하여 댓글 원문에 포함된 정서적 뉘앙스와 관계적 의미가 번역 과정에서 축소되지 않도록 하였다. 이상의 정제 과정을 거쳐 최종 토픽모델링에는 10,946개의 댓글이 활용되었다.

3-3 분석방법

본 연구는 유튜브 댓글에 나타난 수용 담론의 주요 주제를 파악하기 위해 토픽모델링을 수행하고, 도출된 토픽을 영상 유형 및 대표 댓글과 함께 해석하였다. 토픽모델링은 댓글 전체의 잠재 주제를 탐색하고, 이후 해석적 분석에 활용할 대표 댓글을 체계적으로 선별하기 위한 절차로 활용하였다. 따라서 본 연구의 분석은 토픽모델링 결과의 기계적 해석에 그치지 않고, 각 토픽의 핵심어, 대표 댓글, 영상 맥락을 함께 검토하는 방식으로 이루어졌다.

토픽모델링에는 TF-IDF 기반 NMF 방식을 적용하였다. TF-IDF는 문서 내 단어 빈도와 전체 문서 집합에서의 희소성을 함께 고려하여 단어의 중요도를 산출하는 대표적인 텍스트 가중치 기법이며[21], NMF는 비음수 행렬분해를 통해 문서-단어 행렬에서 잠재 주제 구조를 도출하는 데 활용되는 방법이다[22]. 유튜브 댓글은 문서 길이가 짧고 특정 고유명사와 정서 표현이 반복되는 특성이 강하기 때문에, 본 연구는 댓글 단위의 최소한 텍스트 자료에서 주제 구분이 비교적 명확하게 나타나는 NMF 방식을 활용하였다. 토픽 수는 사전에 단일 값으로 고정하지 않고 복수의 후보 모델을 추정한 뒤, 토픽 응집도, 토픽 다양성, 재구성 오차와 함께 상위 가중치 단어 및 대표 댓글의 해석 가능성을 종합적으로 고려하여 결정하였다. 토픽 해석에서는 각 토픽에서 높은 가중치를 보이는 상위 단어와 해당 토픽의 가중치가 높은 대표 댓글을 함께 검토하여 최종 토픽명을 부여하였다.

한국 문화와 공간에 대한 관심, 방문·체험 의향과 관련된 반응은 토픽모델링 결과만으로 판단하지 않고 별도 키워드 검토를 병행하였다. 이는 방문 의향이나 장소 체험 욕구처럼 빈도는 낮지만 연구문제상 중요한 반응이 독립 토픽으로 충분히 드러나지 않을 가능성을 고려한 것이다. 따라서 본 연구는 토픽모델링을 통해 전체 댓글 담론의 구조를 파악하고, 문화적 관심과 방문 의향 관련 댓글은 엄격한 기준에 따라 보완적으로 선별하여 해석하였다.

또한 유튜브 댓글의 축적성과 시간적 편향 문제를 보완하기 위해 댓글 작성 시점을 활용한 보조 분석을 수행하였다. 각 댓글의 작성일을 영상별 최초 관측 댓글일을 기준으로 환산하였으며, 이를 0-7일, 8-30일, 31일 이후의 세 구간으로 구분하였다. 이후 최종 도출된 10개 토픽 각각의 비중을 구간별로 산출하여, 댓글 작성 시점에 따라 어떤 토픽이 상대적으로 두드러지는지를 확인하였다. 다만 본 분석은 영상 업로드일이 아닌 영상별 최초 관측 댓글일을 기준으로 한 보조 분석

이며, 동일 이용자의 반복 댓글 여부와 시청자의 기존 한류 선호도를 완전히 통제하지 못하므로, 시간에 따른 인과적 변화의 검증이 아니라 댓글 작성 시점별 토픽 분포의 보완적 확인으로 활용하였다.

한편, 본 연구는 유튜브 댓글 자료를 활용한 탐색적 담론 분석으로, 시청자의 기존 한류 선호, 메가와티에 대한 사전 팬덤, 다른 한류 관련 채널 이용 경험, 채널 구독 여부와 같은 외생적 요인을 통제하지 못한다. 또한 댓글 작성자는 일반 시청자보다 채널과 콘텐츠에 더 적극적으로 관여한 이용자일 가능성이 높으므로, 댓글 자료를 전체 시청자나 전체 인도네시아 한류 수용자의 반응으로 일반화하는 데에는 한계가 있다. 따라서 본 연구는 김윤솔이 한국 문화 관심을 인과적으로 형성했다는 것을 검증하려는 것이 아니라, 댓글 담론 안에서 메가와티 팬덤, 김윤솔에 대한 감사와 돌봄 인식, 콘텐츠 소비 기대, 한국 V리그 및 한국 생활공간에 대한 관심이 어떠한 방식으로 함께 나타나는지를 탐색적으로 분석한다. 이에 본 연구에서 사용하는 ‘관계적 문화매개자’는 효과를 발생시키는 독립변수가 아니라, 댓글 작성자들이 김윤솔을 수용하고 의미화하는 방식을 해석하기 위한 분석 개념이다.

IV. 연구결과

4-1 토픽모델링 결과: 댓글 담론의 주요 주제 구조

본 연구는 김윤솔 유튜브 채널의 8개 영상을 대상으로 댓글 자료를 수집하고, 인도네시아어 댓글을 중심으로 토픽모델링을 수행하였다. 수집된 전체 댓글은 15,632개였으며, 언어 기준, 중복 여부, 의미 해석 가능성, 분석용 텍스트 구성 가능성 등을 검토한 뒤 12,887개 댓글을 분석 가능한 자료로 정리하였다. 이후 인물명과 팀명이 토픽 형성에 과도하게 영향을 미치는 문제를 완화하기 위해 주요 고유명사를 일부 제외한 분석용 텍스트를 구성하였고, 최종 토픽모델링에는 10,946개 댓글을 활용하였다.

표 2. 콘텐츠 유형별 댓글 수집 및 분석 자료 구성

Table 2. Composition of Collected and analyzed comments by content type

Content Category	Collected Comments	Analyzable Comments	Final Analyzed Comments
Game and Training Content	3,973	3,084	2,613
Official Interpreting Content	7,667	6,630	5,708
Relational Cultural Experience Content	3,892	3,107	2,574
Personal Lifestyle Experience Content	100	66	51
Total	15,632	12,887	10,946

콘텐츠 범주별로 보면, 공식 통역 수행 콘텐츠의 댓글 수가 가장 많았고, 관계적 문화 체험 콘텐츠와 경기·훈련 관련 콘텐츠가 그 뒤를 이었다. 개인 생활 체험 콘텐츠는 다른 범주에 비해 댓글 수가 매우 적었으므로, 이후 해석에서는 동일한 수준의 양적 비교 대상으로 보기보다 김윤솔 개인과 콘텐츠 기대에 대한 반응을 살펴보는 보조적 사례로 활용하였다.

토픽모델링은 TF-IDF 기반 NMF 방식으로 수행하였다. 유튜브 댓글은 문서 길이가 짧고 특정 인물명, 팀명, 정서 표현이 반복되는 특성이 강하므로, 본 연구는 토픽 수를 단일 통계값만으로 결정하지 않고 해석 가능성을 함께 고려하였다. 이에 따라 토픽 수 결정을 위해 복수의 후보 모델을 비교하였다. 후보 모델은 8개부터 12개까지의 토픽 수를 기준으로 설정하였으며, 각 모델에 대해 토픽 응집도(Coherence), 토픽 다양성(Topic Diversity), 재구성 오차(Reconstruction Error)를 산출하였다. 본 연구는 TF-IDF 기반 NMF를 활용하였으므로, 확률적 토픽모델에서 주로 사용되는 혼란도(Perplexity) 대신 NMF의 행렬 재구성 성능을 보여주는 재구성 오차를 함께 검토하였다.

후보 토픽 수별 정량 지표를 산출한 결과, 12개 토픽 모델은 응집도와 재구성 오차 측면에서 가장 우수하게 나타났다. 그러나 토픽 수가 증가할수록 재구성 오차는 낮아지는 경향이 있으므로, 해당 지표만으로 최종 토픽 수를 결정하기에는 한계가 있다. 10개 토픽 모델은 응집도 0.4148, 토픽 다양성 0.8800, 재구성 오차 100.1946으로 나타났으며, 토픽 다양성은 후보 모델 중 가장 높았다. 또한 10개 모델의 응집도는 최고값을 보인 12개 모델의 약 90.5% 수준이었고, 재구성 오차 역시 12개 모델과의 차이가 약 0.49%에 그쳐 큰 차이를 보이지 않았다. 이에 본 연구는 토픽 간 중복을 줄이면서도 안정적인 해석이 가능한 모델을 우선적으로 고려하여, 정량 지표와 상위 가중치 단어 및 대표 댓글의 검토 결과를 종합해 10개 토픽 모델을 최종 분석 모델로 채택하였다.

표 3. 후보 토픽 수별 NMF 모델 평가 지표

Table 3. Evaluation metrics for candidate NMF topic models

Number of Topics	Topic Coherence	Topic Diversity	Reconstruction Error
8	0.4161	0.8000	100.7308
9	0.4100	0.8667	100.4478
10	0.4148	0.8800	100.1946
11	0.4124	0.8364	99.9459
12	0.4583	0.8333	99.7054

최종 도출된 10개 토픽의 주요 단어와 토픽명은 표 4와 같다. 토픽모델링을 통해 본 김윤솔 채널의 댓글 담론은 크게 스포츠 팬덤 반응, 관계적 수용과 감사, 인플루언서 콘텐츠 소비, 한국 관련 관심, 인도네시아 팬덤의 위치성으로 구성된다. 이는 해당 채널의 댓글 반응이 메가와티 개인에 대한 단순 응원에만 한정되지 않고, 스포츠 스타, 팀, 통역자, 콘텐츠, 한국

관련 소재가 결합된 복합적 담론 구조로 나타나고 있음을 보여준다.

첫째, Topic 1, Topic 3, Topic 6, Topic 10은 선수와 팀을 중심으로 한 스포츠 팬덤 반응을 보여준다. Topic 1은 건강, 성공, 행복, 지속적 응원과 관련된 표현으로 구성되어 있으며, 선수와 팀이 좋은 상태를 유지하고 성공하기를 바라는 정서적 응원에 가깝다. Topic 3은 semangat, ayo, berjuang과 같은 구호성 표현을 중심으로 형성되어, 경기 상황이나 선수의 활약에 대한 즉각적 격려를 나타낸다. Topic 6은 팀, 선수, 경기, 감독, 상대 팀 등 경기 수행과 관련된 단어로 구성되어 있어 스포츠 경기 자체에 대한 평가와 관심을 보여준다. Topic 10은 우승, 시즌, 승리, 계약 등의 표현을 포함하고 있어 개별 경기의 응원보다 시즌 전체의 성과와 팀의 향후 전망에 대한 기대를 반영한다. 이들 토픽은 김윤솔 채널의 댓글 담론이 기본적으로 메가와티와 레드스파크스에 대한 스포츠 팬덤을 출발점으로 하고 있음을 보여준다.

둘째, Topic 4와 Topic 5는 김윤솔에 대한 감사와 관계적 수용의 반응을 보여준다. Topic 4는 감사, 동행, 도움, 보호, 친구, 통역자와 같은 단어가 결합되어 있으며, 김윤솔을 단순한 언어 전달자가 아니라 선수의 한국 생활을 돕고 정서적으로 지지하는 인물로 인식하는 댓글을 포함한다. 이는 통역자가 공식적 언어 중개자일 뿐 아니라, 동행과 돌봄의 대상으로도 의미화되고 있음을 보여준다. Topic 5는 언어, 영어, 유창함, 번역, 통역자 등의 단어를 중심으로 구성되어, 김윤솔의 다국어 구사 능력과 통역 역량에 대한 평가를 나타낸다. 두 토픽은 함께 볼 때, 김윤솔에 대한 관계적 수용이 정서적 돌봄과 전문적 언어 역량이라는 두 축을 중심으로 나타나고 있음을 보여준다.

셋째, Topic 7은 김윤솔을 유튜브 인플루언서로 수용하는 반응과 연결된다. 이 토픽은 영상, 업로드, 콘텐츠, 브이로그, 길이, 기다림 등의 단어로 구성되어 있으며, 시청자들이 김윤솔에게 더 많은 영상과 긴 브이로그, 지속적인 업로드를 기대하고 있음을 보여준다. 이는 김윤솔이 댓글 공간에서 통역자나 선수 주변 인물로만 인식되지 않고, 독립적인 콘텐츠 생산자로 호명되고 있음을 의미한다. 특히 이러한 반응은 시청자들이 김윤솔의 시선과 기록을 통해 선수와 팀의 일상을 지속적으로 접하고자 함을 보여준다.

넷째, Topic 8은 한국 관련 관심을 보여주는 토픽으로 해석할 수 있다. 이 토픽에는 한국, 배구, 리그, 시청, 음식, 요리 등 한국 배구와 생활 소재에 관한 단어가 함께 포함되어 있다. 다만 이 토픽을 한국문화 전반에 대한 호감이나 한국 방문 의도로 곧바로 해석하기에는 주의가 필요하다. 해당 토픽은 한국 V리그 시청, 한국 음식이나 생활 소재에 대한 언급, 한국어 및 통역 관련 표현이 혼합되어 있기 때문이다. 따라서 Topic 8은 한국문화 전반에 대한 확정적 호감이라기보다, 메가와티와 김윤솔 채널을 통해 한국 배구와 일부 생활 소재가 인도네시아 시청자의 관심 범위 안으로 들어오고 있음을 보여주는 초기적 관심의 지표로 이해하는 것이 타당하다.

표 4. 최종 도출 토픽의 주요 단어와 토픽명

Table 4. Top terms and labels of the final topics

Topic	Top Terms in Indonesian	Meanings	Topic Label
Topic 1	selalu, sehat, sukses, semoga, bahagia, menemani	always, healthy, success, hope, happy, accompany	Ongoing Support for Health and Success
Topic 2	indonesia, lagu, makanan, fans, nyanyi, main, mendukung, warga	Indonesia, song, food, fans, sing, play/perform, support, people	Indonesian Fandom Responses
Topic 3	semangat, ayo, tetap, jaga, terbaik, berjuang, menang	cheer up, let's go, keep, maintain, best, fight, win	Encouragement and Cheer Slogans
Topic 4	terima kasih, menemani, mendampingi, membantu, menjaga, sahabat, penerjemah	thank you, accompany, assist, help, protect, friend, interpreter	Gratitude and Care toward the Interpreter
Topic 5	bahasa, inggris, lancar, hebat, penerjemah, belajar, korea, translate	language, English, fluent, great, interpreter, learn, Korea, translate	Evaluation of Interpreting and Language Competence
Topic 6	tim, pemain, kompak, pertandingan, lawan, bermain, pelatih	team, player, cohesive, match, opponent, play, coach	Teamwork and Match Performance Evaluation
Topic 7	video, upload, konten, vlog, durasi, nonton, tunggu, panjang	video, upload, content, vlog, duration, watch, wait, long	Expectations for Videos and Vlogs
Topic 8	korea, voli, liga, nonton, suka, main, makanan, masakan, padang	Korea, volleyball, league, watch, like, play, food, cuisine, Padang food	Interest in Korean Volleyball and Everyday Life
Topic 9	salam, titip, jember, jakarta, kalimantan, bandung, lampung, aceh	greetings, please send, Jember, Jakarta, Kalimantan, Bandung, Lampung, Aceh	Region-Based Greetings from Indonesian Fans
Topic 10	semoga, juara, musim, tahun, menang, kemenangan, league, kontrak	hope, champion, season, year, win, victory, league, contract	Expectations for Season Results and Championship

다섯째, Topic 2와 Topic 9는 인도네시아 팬덤의 위치성을 보여준다. Topic 2는 인도네시아, 팬, 응원, 노래, 음식 등 인도네시아 팬들이 자신들의 문화적 배경과 팬덤 정체성을 드러내는 표현으로 구성되어 있다. Topic 9는 자카르타, 반둥, 쟈버르, 칼리만탄, 람푹, 아체 등 인도네시아 지역명이 포함되어 있으며, 댓글 작성자들이 자신의 지역적 위치를 밝히거나 인사를 전하는 방식으로 나타난다. 이는 댓글 공간이 단순한 영상 감상 공간이 아니라, 인도네시아 팬들이 자신들의

소속과 위치를 드러내며 집합적 팬덤을 구성하는 공간으로도 기능하고 있음을 보여준다.

4-2 관계적 문화매개자에 대한 수용 담론(Topic 4·5·7)

본 절에서는 전체 토픽 가운데 김윤솔의 역할에 대한 수용과 직접 관련되는 Topic 4, Topic 5, Topic 7을 중심으로 관계적 문화매개자 수용 담론을 살펴본다. Topic 4는 김윤솔에 대한 감사, 동행 요청, 도움과 보호의 기대를 포함하며, 통역자를 선수의 한국 생활을 돕는 정서적 동행자로 의미화하는 반응과 관련된다. Topic 5는 언어, 영어, 유창함, 번역, 통역자 등의 단어를 중심으로 김윤솔의 통역·언어 역량에 대한 평가를 보여준다. Topic 7은 영상, 업로드, 콘텐츠, 브이로그, 기다림 등의 단어를 통해 김윤솔에게 지속적인 콘텐츠 생산을 기대하는 반응을 보여준다. 이 세 토픽은 김윤솔이 댓글 공간에서 단순한 기능적 통역자나 선수 주변 인물로만 수용되는 것이 아니라, 선수의 한국 생활, 팬들의 이해, 영상 콘텐츠 소비를 연결하는 관계적 문화매개자로 의미화되는 양상을 해석할 수 있는 근거를 제공한다.

감사와 돌봄 인식은 Topic 4에서 가장 뚜렷하게 나타난다. 이 토픽의 주요어는 감사, 함께함, 동행, 도움, 보호, 친구, 통역자 등으로 구성되며, 대표 댓글에서도 김윤솔이 메가와티와 지아의 한국 생활을 도와주는 인물로 의미화되는 양상이 확인된다. 예를 들어 “메가와 지아에게 좋은 친구가 되어줘서 고맙다”는 댓글은 김윤솔을 공식적인 통역자라기보다 선수와 정서적으로 연결된 동행자로 인식하는 반응이다. 또한 “메가와 필요한 일이 있거나 쉬러 갈 때 꼭 함께해 달라”는 댓글은 김윤솔에게 단순 통역을 넘어 보호와 동행의 역할을 기대하고 있음을 보여준다. 이러한 반응은 인도네시아 시청자들이 낯선 한국 환경에 있는 자국 선수를 향한 불안과 관심을 김윤솔에 대한 감사와 동행 요청의 언어로 표현하고 있음을 보여준다.

다음으로 Topic 5는 김윤솔의 통역·언어 역량에 대한 평가와 관련된다. 이 토픽에는 언어, 영어, 유창함, 대단함, 통역자, 번역 등의 단어가 포함되어 있으며, 댓글에서는 김윤솔이 한국어와 인도네시아어, 영어를 오가며 선수와 팬, 팀 사이의 소통을 가능하게 하는 인물로 평가된다. 이때 중요한 점은 언어 역량에 대한 평가는 단순한 기술적 칭찬에 그치지 않는다는 것이다. 통역 능력은 인도네시아 팬들이 한국 V리그와 선수의 상황을 이해할 수 있게 하는 기반이며, 김윤솔을 언어적 중개자이자 관계적 문화매개자로 수용하는 데 중요한 근거로 제시된다. 따라서 Topic 5는 김윤솔에 대한 관계적 수용에서 전문적 언어 역량이 핵심 근거로 나타나고 있음을 보여준다.

마지막으로 Topic 7은 김윤솔에 대한 관계적 수용이 지속적인 콘텐츠 소비 기대와 함께 나타나는 양상을 보여준다. 이 토픽은 영상, 업로드, 콘텐츠, 브이로그, 길이, 기다림 등의 단어로 구성되며, 댓글에서는 김윤솔에게 더 많은 영상과 긴 브

이로그, 지속적인 콘텐츠 생산을 요구하는 반응이 나타난다. 예를 들어 “콘텐츠를 자주 만들어 달라”, “브이로그를 더 많이 올려 달라”, “겨우 10분이라니 아쉽다”와 같은 댓글은 시

표 5. 관계적 문화매개자 관련 대표 댓글

Table 5. Representative comments on relational cultural mediator

Topic	Category	Representative Comment(Ind)	Representative Comment(Eng)
Topic 4	Gratitude and Friendship	“Sol terima kasih yah telah menjadi sahabat yang baik buat Mega dan Gia.”	“Sol, thank you for being a good friend to Mega and Gia.”
	Request for Accompaniment	“Sol, minta tolong Mega kalau ada keperluan atau mau liburan ditemani ya...”	“Sol, please accompany Mega when she needs something or wants to go on a trip.”
	Role beyond Interpreting	“Anda tidak hanya penerjemah tetapi sudah melakukan lebih untuk Mega, Gia dan tim.”	“You are not only an interpreter, but you have done more for Mega, Gia, and the team.”
Topic 5	Gratitude for Interpreting	“Terimakasih solmangat sudah menerjemahkan bahasa indonesia menjadi bahasa korea.”	“Thank you, Solmangat, for translating Indonesian into Korean.”
	Evaluation of Language Competence	“Salut dengan Solmangat yang bekerja keras menerjemahkan dua bahasa ke bahasa korea dan sebaliknya.”	“I admire Solmangat, who works hard to translate between Korean and other languages.”
	Evaluation of Korean Language Ability	“Solmangat pinter bahasa Korea.”	“Solmangat is good at Korean.”
Topic 7	Request for Frequent Uploads	“Sering-sering bikin konten Solmangat ... biar menghibur warga Indonesia.”	“Solmangat, please make content more often so that Indonesians can enjoy it.”
	Expectation for Vlogs	“Akhirnya vlog sama kak Mega datang juga, banyakin vlognya Sol.”	“Finally, the vlog with Kak Mega has been uploaded. Sol, please upload more vlogs.”
	Expectation for Longer Content	“Sol.. tolonglah jangan pelit-pelit banget ... masa cuma 10 menit.”	“Sol, please do not hold back too much. I want to see more. Only ten minutes feels too short.”
	Request for Unreleased Moments	“Sol saya yakin di memory mu masih banyak momen Red Spark selama di Jakarta. Keluarkan semuanya Kak Solmangat.”	“Sol, I believe you still have many Red Sparks moments from Jakarta in your memory. Please release them all, Kak Solmangat.”

청자들이 김윤솔을 단순히 선수 주변 인물이 아니라, 자신들이 지속적으로 접하고 기대하는 유튜브 콘텐츠 생산자로 인식하고 있음을 보여준다. 특히 “자카르타에서의 레드스파크스 순간들이 아직 많이 남아 있을 거라 믿는다. 전부 공개해 달라”는 댓글은 김윤솔의 개인적 기록과 시선이 인도네시아 팬들에게 중요한 콘텐츠 자원으로 받아들여지고 있음을 보여준다.

4-3 한국 배구와 생활공간 관심 담론: Topic 8

앞선 토픽모델링 결과에서 Topic 8은 한국 배구와 생활 소재에 대한 관심을 보여주는 토픽으로 확인되었다. 그러나 이 토픽에는 한국 V리그 시청, 한국어 및 통역 관련 언급, 한국 음식이나 생활 소재에 대한 반응이 함께 포함되어 있어, 이를 곧바로 한국문화 전반에 대한 호감이나 방문 의도로 해석하기에는 한계가 있다. 이에 본 연구는 Topic 8의 대표 댓글과 함께, 한국 배구 시청 전환, 한국 공간·생활문화 콘텐츠 요청, 직접 방문 및 현장 관람 의향과 관련된 댓글을 별도로 선별하여 보완적으로 검토하였다.

분석 결과, 한국 관련 관심은 크게 세 가지 양상으로 나타났다. 첫째, 메가와티를 계기로 한국 V리그를 시청하게 되었다는 반응이다. 둘째, 김윤솔의 브이로그를 통해 한국의 도시 공간과 생활 장면을 더 보고 싶다는 반응이다. 셋째, 수는 많지 않지만 한국이나 대전에서 직접 경기를 보고 싶다는 방문·현장 관람 의향이다. 이는 한국 관련 관심이 직접적인 관광 의도 보다는 스포츠 콘텐츠 소비 전환과 관계적 문화매개자를 통한 간접 체험 욕구의 형태로 먼저 나타나고 있음을 보여준다.

먼저 한국 V리그 시청 전환은 비교적 명확하게 확인되었다. 일부 댓글은 메가와티의 한국 리그 진출을 계기로 이전에는 관심을 갖지 않았던 한국 배구를 시청하게 되었다고 언급하였다. “한국 배구를 보게 되었다”, “항상 라이브로 본다”, “취미가 되었다”와 같은 표현은 특정 선수에 대한 팬덤 반응이 한국 스포츠 리그에 대한 미디어 소비와 함께 나타나고 있음을 보여준다. 즉, 한국 V리그는 메가와티를 매개로 인도네시아 시청자의 일상적 콘텐츠 소비 안에서 의미 있게 언급되고 있었다.

다음으로 한국 공간과 생활문화에 대한 관심은 주로 김윤솔의 브이로그를 통해 나타났다. 이 경우 댓글은 직접적인 방문 의도라기보다, 김윤솔이 보여주는 한국의 도시 공간과 일상 장면을 더 보고 싶다는 요청의 형태를 띤다. 특히 “대전에서 자주 브이로그를 올려 달라”, “한국에 대해 더 많이 알 수 있도록”이라는 표현은 한국 공간에 대한 관심이 공식 관광 정보보다는 김윤솔의 브이로그와 일상적 경험을 통해 표현되고 있음을 보여준다. 또한 구글맵에서 이동 경로를 찾아본다는 댓글은 영상 속 공간이 실제 지리적 탐색의 대상으로 전환될 수 있음을 보여주는 사례이다.

반면 직접적인 한국 방문 의향이나 특정 장소 체험 의향은 전체 댓글에서 강하게 나타나지는 않았다. 다만 일부 댓글에

표 6. 한국 배구·공간·방문 관심 관련 대표 댓글

Table 6. Representative comments on Korean volleyball, place, and visit interest

Main Theme	Category	Representative Comment(Ind)	Representative Comment(Eng)
Korean V-League Viewing	Shift to Watching the V-League	"Jujur saja sy nonton bola voli Korea juga karena mba Megawati. Sebelumnya hanya nonton Timnas Voli Indonesia aja."	"Honestly, I started watching Korean volleyball because of Megawati. Before that, I only watched the Indonesian national volleyball team."
	Growing Interest in Volleyball	"Dulu saya tidak suka nonton bola volly. Tapi karena ada kak mega maen di liga Korea.. Sekarang jadi suka nonton volly."	"I did not used to like watching volleyball. But since Kak Mega started playing in the Korean league, I now enjoy watching volleyball."
	Interest in the Korean League	"Tau RS, nonton volly Korea, karena ada Mega.... Skrng sll nonton live kl RS main."	"I came to know Red Sparks and started watching Korean volleyball because of Mega. Now I always watch Red Sparks matches live."
	Volleyball as a Hobby	"Gara gara mega aku jadi hobi nonton bola voli korea."	"Because of Mega, watching Korean volleyball has become my hobby."
Interest in Korean Places and Everyday Culture	Interest in Daejeon	"Sering-sering Vlog jalan-jalan di Daejeon. Supaya kita yang di Indonesia tahu lebih banyak tentang Korea. Terutama sekitar markas Redsparks."	"Please upload more vlogs of walking around Daejeon, so that we in Indonesia can learn more about Korea, especially around the home base of Red Sparks."
	Request for Korean Everyday-Life Content	"Sering2 buat video kalo ada waktu, tentang korea, teman, aktivitas atau apa saja yg buat hati senang."	"When you have time, please make more videos about Korea, friends, activities, or anything that makes us happy."
	Request for Walking-Around Content in Korea	"Semangat sol buat konten jalan jalan di Korea ya."	"Keep making walking-around content in Korea, Sol."
	Request for Seoul Vlogs	"Bikin vlog jalan-jalan di seoul kak."	"Please make a vlog of walking around Seoul, Kak."
Interest in Visiting Korea and Watching Matches On-Site	Hope to Visit Korea	"Gak bosen bosen lihat konten kamu team reds park... semoga kelak ada umur ada rezeki kepengen ke Korea."	"I never get bored watching your Red Sparks content. Someday, if I have the chance and enough money, I want to go to Korea."
	Hope to Watch a Match in Daejeon	"Saya nonton langsung red sparks itu puas banget dan happy,,, kenangan yang ga terlupakan,, semoga bisa nonton langsung di daejeon RS."	"Watching Red Sparks in person was so satisfying and happy. It was an unforgettable memory. I hope I can watch Red Sparks in Daejeon someday."
	Hope to Watch a Match in Korea	"Seandainya bisa nonton langsung k Korea!"	"I wish I could go to Korea and watch the match in person!"
	Unfulfilled Desire to Visit Korea	"Pingin ke Korea blm kesampaian."	"I want to go to Korea, but I have not been able to make it happen yet."

서는 한국에 가보고 싶다거나, 대전에서 레드스파크스 경기를 직접 보고 싶다는 반응이 확인되었다. 이러한 댓글은 빈도상으로는 제한적이지만, 스포츠 콘텐츠 소비와 한국 공간 관심이 현장 관람 욕구와 함께 나타날 수 있음을 시사한다.

따라서 본 연구에서 확인되는 한국 문화·공간 관심은 곧바로 강한 방문 의도로 일반화하기보다, 한국 V리그 시청 전환, 한국 공간 브이로그 요청, 제한적 현장 관람 희망으로 나타나는 초기적이고 관계적인 관심의 표현으로 해석하는 것이 타당하다. 특히 이러한 관심이 공식 홍보 메시지보다 김윤솔의 브이로그와 일상적 경험을 통해 표현되고 있다는 점에서, 디지털 플랫폼 환경에서 문화적 호감과 장소 관심이 표현되는 방식에 중요한 시사점을 제공한다.

4-4 보조분석: 콘텐츠 유형 및 댓글 작성 시점별 토픽 분포

앞선 분석은 전체 댓글에서 도출된 주요 토픽과 대표 댓글의 의미를 중심으로 수용 담론의 구조를 살펴보았다. 본 절에

서는 이러한 해석을 보완하기 위해 콘텐츠 유형별 주요 토픽 비중과 댓글 작성 시점별 토픽 비중을 추가로 검토하였다. 이는 콘텐츠 유형과 댓글 작성 시점에 따라 어떤 토픽이 상대적으로 두드러지는지를 확인하기 위한 보조 분석이며, 인과적 변화나 매개효과를 검증하기 위한 분석은 아니다.

먼저 콘텐츠 유형별 주요 토픽 비중을 살펴보면, 영상 유형에 따라 댓글 반응의 초점이 일정하게 달라지는 양상이 확인된다. 표 7에서 보듯이, 경기·훈련 관련 콘텐츠에서는 인도네시아 팬덤 반응과 영상·브이로그 업로드 기대가 상대적으로 높게 나타났다. 이는 해당 유형의 댓글에서 메가와티와 레드스파크스에 대한 팬덤 반응이 콘텐츠 소비 기대와 함께 나타나고 있음을 보여준다. 공식 통역 수행 콘텐츠에서는 한국 배구와 한국 생활 소재 관심이 가장 높은 비중을 차지하였고, 격려와 응원 구호, 영상·브이로그 업로드 기대가 뒤를 이었다. 관계적 문화 체험 콘텐츠에서는 인도네시아 팬덤 반응, 한국 배구와 한국 생활 소재 관심, 영상·브이로그 업로드 기대가 비교적 고르게 나타났다. 이는 선수와의 비공식적 상호작용

표 7. 콘텐츠 유형별 주요 토픽 비중

Table 7. Major topic proportions by content type

Content Type	1st Topic	%	2nd Topic	%	3rd Topic	%
Game and Training Content	T2. Indonesian Fandom Responses	29.8	T7. Expectations for Videos and Vlogs	19.7	T8. Interest in Korean Volleyball and Everyday Life	12.5
Official Interpreting Content	T8. Interest in Korean Volleyball and Everyday Life	32.5	T3. Encouragement and Cheer Slogans	14.5	T7. Expectations for Videos and Vlogs	12.8
Relational Cultural Experience Content	T2. Indonesian Fandom Responses	18.7	T8. Interest in Korean Volleyball and Everyday Life	15.1	T7. Expectations for Videos and Vlogs	13.2
Personal Lifestyle Experience Content	T7. Expectations for Videos and Vlogs	35.4	T2. Indonesian Fandom Responses	19.6	T3. Encouragement and Cheer Slogans	19.6

장면이 팬덤 반응, 한국 생활 소재 관심, 콘텐츠 기대와 함께 논의되고 있음을 시사한다. 다만 개인 생활 체험 콘텐츠는 댓글 수가 제한적이므로, 해당 결과는 김윤솔 개인과 콘텐츠 기대에 대한 반응을 보여주는 탐색적 참고자료로 해석하였다.

다음으로 댓글 작성 시점별 10개 토픽 비중을 보조적으로 검토하였다. 표 8에서 보듯이, 0-7일 구간에서는 T8 한국 배구와 한국 생활 소재 관심이 24.69%로 가장 높게 나타났으며, T3 격려와 응원 구호도 11.29%로 상대적으로 높게 나타났다. 이는 최초 관측 댓글일 이후 초기 구간에서 메가와티의 한국 V리그 활동, 한국 배구, 경기 관련 반응, 즉각적 응원 표현이 집중적으로 나타났음을 보여준다. 반면 T3 격려와 응원 구호는 8-30일 5.56%, 31일 이후 2.99%로 낮아져, 구호성 응원은 주로 초기 반응에 집중되는 경향을 보였다.

한편 시간이 지난 댓글 구간에서는 콘텐츠 소비 기대와 팬덤 자기표현의 비중이 상대적으로 높게 나타났다. T7 영상·브이로그 업로드 기대는 0-7일 14.09%, 8-30일 14.86%, 31일 이후 20.94%로 나타나, 후속 댓글에서 김윤솔의 지속적인 콘텐츠 생산을 기대하는 반응이 두드러졌다. 또한 T2 인도네시아 팬덤 반응은 0-7일 15.12%에서 31일 이후 23.93%로, T9 인도네시아 지역 기반 인사는 0-7일 5.55%에서 31일 이후 12.22%로 높아졌다. 이는 시간이 지난 댓글 공간에서 인도네시아 시청자들이 단순한 영상 반응을 넘어 팬덤 소속감과 지역적 위치를 표현하는 방식으로 참여하고 있음을 보여준다.

통역자에 대한 반응도 특정 시점에만 한정되지는 않았다. T4 통역자에 대한 감사와 돌봄 인식은 0-7일 8.61%, 8-30일 6.76%, 31일 이후 5.72%로 나타났고, T5 통역·언어 역량 평가는 각각 4.62%, 6.61%, 5.46%로 확인되었다. 이는 김윤솔에 대한 감사, 돌봄 인식, 통역 역량 평가가 초기 구간의 일시적 반응으로만 나타난 것이 아니라 여러 댓글 작성 시점에서 반복적으로 확인되는 수용 담론임을 시사한다. 다만 본 분석은 영상별 최초 관측 댓글일을 기준으로 한 보조 분석이므로, 시간에 따른 인과적 변화나 한국 문화 관심의 증가를 입증하는 자료로 해석하기보다는 댓글 작성 시점별 토픽 분포를 참고적으로 보여주는 결과로 이해할 필요가 있다.

표 8. 댓글 작성 시점에 따른 10개 토픽 비중

Table 8. Proportions of the ten topics by comment timing

Topic	0-7 Days	8-30 Days	31+ Days
Total Comments	9,511	666	769
T1. Ongoing Support for Health and Success	4.66%	7.36%	4.29%
T2. Indonesian Fandom Responses	15.12%	20.72%	23.93%
T3. Encouragement and Cheer Slogans	11.29%	5.56%	2.99%
T4. Gratitude and Care toward the Interpreter	8.61%	6.76%	5.72%
T5. Evaluation of Interpreting and Language Competence	4.62%	6.61%	5.46%
T6. Teamwork and Match Performance Evaluation	5.55%	5.86%	4.29%
T7. Expectations for Videos and Vlogs	14.09%	14.86%	20.94%
T8. Interest in Korean Volleyball and Everyday Life	24.69%	16.82%	14.56%
T9. Region-Based Greetings from Indonesian Fans	5.55%	8.86%	12.22%
T10. Expectations for Season Results and Championship	5.82%	6.61%	5.59%

V. 결 론

본 연구는 인도네시아 배구선수 메가와티의 한국 V리그 활동을 계기로 주목받은 김윤솔 유튜브 채널의 댓글을 분석하여, 스포츠 기반 디지털 콘텐츠에서 관계적 문화매개자에 대한 수용 담론이 어떠한 방식으로 나타나는지를 살펴보았다. 이를 위해 8개 영상의 인도네시아어 댓글을 대상으로 TF-IDF 기반 NMF 토픽모델링을 수행하고, 도출된 토픽을 대표 댓글 및 영상 맥락과 함께 해석하였다. 분석 결과는 연구문제별로 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 스포츠 기반 디지털 콘텐츠의 인도네시아 시청자 댓글에는 스포츠 팬덤 반응, 관계적 수용과 감사, 콘텐츠 소비

기대, 한국 관련 관심, 인도네시아 팬덤의 위치성이 주요 토픽 구조로 나타났다. 이 가운데 가장 기본적인 층위는 메가와티와 레드스파크스에 대한 스포츠 팬덤 반응이었다. 건강과 성공을 바라는 지속 응원, 격려와 응원 구호, 팀워크와 경기 수행 평가, 시즌 성과와 우승 기대는 모두 선수와 팀을 중심으로 한 팬덤 반응을 보여주었다. 이는 김윤솔 채널의 댓글 달론이 메가와티 개인에 대한 응원에서 출발하지만, 동시에 팀, 경기, 시즌 전망, 인도네시아 팬덤의 자기표현 등 다양한 주제로 구성되고 있음을 의미한다. 이러한 결과는 스포츠가 국가 이미지, 문화 교류, 팬덤 형성에 영향을 미칠 수 있는 문화적 매개 영역이라는 스포츠 한류 연구의 논의와 연결된다[15],[16]. 또한 스포츠 소비가 경기 관람에 한정되지 않고, 특정 팀이나 선수가 활동하는 장소와 현장 경험에 대한 관심으로 이어질 수 있다는 스포츠 관광 연구의 관점과도 부분적으로 부합한다[17],[18].

둘째, 관계적 문화매개자에 대한 수용은 김윤솔에 대한 감사와 돌봄 인식, 통역·언어 역량 평가, 영상·브이로그에 대한 콘텐츠 소비 기대를 통해 나타났다. Topic 4에서는 김윤솔이 메가와티와 지아의 한국 생활을 돕고 정서적으로 동행하는 인물로 의미화되었으며, Topic 5에서는 김윤솔의 한국어, 인도네시아어, 영어 구사 능력과 통역 역량이 팬들의 이해를 가능하게 하는 기반으로 평가되었다. 또한 Topic 7에서는 김윤솔에게 더 많은 영상, 긴 브이로그, 비공개 장면 공개, 지속적인 업로드를 요청하는 반응이 확인되었다. 이는 김윤솔이 댓글 공간에서 단순한 통역자나 선수 주변 인물로만 수용되는 것이 아니라, 선수와 팬, 한국 스포츠 현장과 인도네시아 시청자, 공식 경기 장면과 일상적 생활공간을 연결하는 관계적 문화매개자로 의미화되고 있음을 보여준다. 이러한 결과는 디지털 플랫폼에서 인플루언서가 한류 정보를 단순히 확산하는 존재를 넘어, 문화적 의미를 선별하고 현지 수용자가 이해 가능한 방식으로 매개한다는 선행연구와 연결된다[1]. 또한 문화적 의미가 중간 행위자의 선별, 해석, 번역, 재구성을 통해 수용된다는 문화매개자 논의[13]와, 통역자와 번역자가 단순한 언어 변환자가 아니라 문화 간 의미를 조정하고 해석하는 매개자로 기능할 수 있다는 논의[14]와도 맞닿아 있다.

셋째, 한국 V리그, 한국 생활공간, 한국 방문 및 현장 관람 관심은 한국문화 전반에 대한 강한 호감이나 직접 방문 의도라기보다, 한국 V리그 시청 전환, 한국 생활공간에 대한 간접 체험 욕구, 제한적 방문·현장 관람 희망의 형태로 나타났다. 일부 댓글은 메가와티를 계기로 한국 배구와 V리그를 보기 시작했다고 언급하였고, 다른 댓글은 김윤솔의 브이로그를 통해 대전, 서울, 한국 일상, 레드스파크스의 근거리 주변을 더 보고 싶다는 반응을 보였다. 직접적인 한국 방문이나 대전 현장 관람 의향은 제한적으로 확인되었다. 따라서 본 연구의 자료에서 한국 관련 관심은 관광 행동 의도보다 선행 단계에 가까운 미디어 소비 전환, 생활공간에 대한 간접 체험 욕구, 현장 관람 희망의 초기적 표현으로 이해할 수 있다. 이는 한류 팬덤이 한국 방문 의도와 관련될 수 있다는 기존 연구와 상충

되는 것은 아니지만[19], 본 연구에서는 방문 의도보다 스포츠 콘텐츠 소비와 관계적 문화매개자를 통한 간접 경험 욕구가 더 두드러졌다는 점에서 차이가 있다.

마지막으로 콘텐츠 유형 및 댓글 작성 시점별 토픽 분포는 이러한 해석을 보완하는 자료로 활용되었다. 콘텐츠 유형별 분석에서는 경기·훈련 콘텐츠, 공식 통역 수행 콘텐츠, 관계적 문화 체험 콘텐츠, 개인 생활 체험 콘텐츠에 따라 두드러지는 토픽의 비중이 달라지는 양상이 확인되었다. 또한 댓글 작성 시점별 분석에서는 초기 댓글에서 한국 배구와 경기 관련 반응이 상대적으로 높게 나타났고, 시간이 지난 댓글 구간에서는 영상·브이로그 업로드 기대와 인도네시아 팬덤의 자기표현이 상대적으로 두드러졌다. 다만 이러한 결과는 시간에 따른 인과적 변화나 한국 문화 관심의 증가를 입증하는 자료라기보다, 댓글 작성 시점과 콘텐츠 유형에 따라 수용 담론의 강조점이 달라질 수 있음을 보여주는 보조적 결과로 해석하는 것이 타당하다.

본 연구의 학술적 의의는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 기존 한류 수용 연구에서 주로 다루어져 온 연예인, 전문 크리에이터, 공식 홍보 주체와 달리, 스포츠 통역자와 같은 주변적 행위자가 디지털 플랫폼에서 관계적 문화매개자로 의미화될 수 있음을 보여주었다. 둘째, 기존 문화매개자 논의가 주로 문화콘텐츠, 상품, 장소를 해석하고 전달하는 중간 행위자의 역할에 주목했다면, 본 연구는 이러한 매개가 스포츠 팬덤과 정서적 동행, 언어적 중개, 콘텐츠 생산이 결합된 관계 속에서 나타날 수 있음을 제시하였다. 셋째, 통역·번역의 문화매개성 논의가 언어 변환을 넘어 문화 간 의미 조정과 해석의 역할에 주목해 왔다면, 본 연구는 이러한 논의를 스포츠 기반 디지털 콘텐츠의 맥락으로 확장하였다.

실무적으로도 본 연구는 몇 가지 시사점을 제공한다. 국가 및 지자체의 관광·문화 홍보는 그동안 장소의 아름다움, 음식의 매력, 문화자원의 독특성을 직접 제시하는 방식에 의존하는 경우가 많았다. 그러나 본 연구의 결과는 외국인 수용자가 이미 신뢰하거나 친밀감을 느끼는 인물의 경험을 통해 특정 국가와 장소를 접할 때, 해당 국가와 장소에 대한 관심을 보다 자연스럽게 표현할 수 있음을 시사한다. 특히 스포츠 스타, 통역자, 현지어 기반 콘텐츠 생산자가 결합된 디지털 콘텐츠는 특정 지역이나 리그에 대한 관심을 해외 팬덤과 연결하는데 활용될 수 있다. 따라서 지자체나 스포츠 구단은 외국인 선수, 통역자, 현지어 가능 크리에이터를 단순 홍보 모델로 활용하기보다, 일상적 경험과 관계성을 보여주는 콘텐츠 생산자로 협력할 필요가 있다.

다만 본 연구에는 몇 가지 한계가 있다. 첫째, 분석 대상이 김윤솔 유튜브 채널의 8개 영상에 한정되어 있으므로, 연구결과를 모든 스포츠 기반 한류 콘텐츠나 인도네시아 한류 수용 전반으로 일반화하기에는 한계가 있다. 둘째, 댓글 자료는 공개적으로 표출된 반응이라는 점에서 실제 시청자의 내면적 동기나 행동 변화를 직접적으로 확인하는 데 제한이 있다. 셋째, 한국 방문 의향이나 지역 체험 의향은 일부 댓글에서 확

인되었으나, 독립적인 토픽으로 강하게 도출될 정도의 규모는 아니었다. 따라서 본 연구의 결과는 방문 의도 형성보다는 그 이전 단계의 문화적 관심과 간접 체험 욕구를 보여주는 것으로 해석할 필요가 있다.

향후 연구에서는 스포츠 기반 한류 콘텐츠를 다른 종목, 다른 국가 출신 선수, 다른 플랫폼으로 확장하여 비교할 필요가 있다. 또한 유튜브 댓글 분석에 더해 인도네시아 시청자를 대상으로 한 인터뷰나 설문조사를 병행한다면, 댓글 담론에서 확인된 감사와 돌봄 인식, 통역·언어 역량 평가, 콘텐츠 소비 기대, 한국 관련 관심이 실제 문화 소비나 방문 의향과 어떻게 연결되는지를 보다 구체적으로 확인할 수 있을 것이다. 나아가 통역자, 현지어 크리에이터, 외국인 선수, 팬 커뮤니티 운영자 등 다양한 매개자 유형을 비교함으로써, 디지털 플랫폼 환경에서 한류 수용을 형성하는 매개 구조를 보다 체계적으로 설명할 수 있을 것이다.

감사의 글

이 논문은 2024년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구(NRF-2024S1A5C2A02046352)이며, 동시에 한국외국어대학교 교원연구지원사업 지원에 의하여 이루어진 것임

참고문헌

- [1] N. A. B. Hisham, A. L. Ahmad, and C. P. Kee, "Social Media Influencers as Cultural Intermediaries: Negotiating the Korean Wave in Malaysia," *SEARCH Journal of Media and Communication Research*, Vol. 17, No. 3, pp. 1-16, 2025.
- [2] C.-P. Chen, "YouTube Influencer Marketing through Parasocial Interaction: A Dyadic Perspective," *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 19, No. 3, pp. 460-481, 2025. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2024-0112>
- [3] R. Zhang, T. Mercado, and N. C. Bi, "'Unintended' Marketing Through Influencer Vlogs: Impacts of Interactions, Parasocial Relationships and Perceived Influencer Credibility on Purchase Behaviors," *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 19, No. 1, pp. 5-18, 2025. <https://doi.org/10.1108/JRIM-11-2023-0416>
- [4] M. H. Dewantara, X. Jin, and S. Gardiner, "What Makes a Travel Vlog Attractive? Parasocial Interactions between Travel Vloggers and Viewers," *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 31, No. 1, pp. 113-129, 2025. <https://doi.org/10.1177/13567667231186554>
- [5] Y. Lu, X. Liu, Y. Hu, and C. Zhu, "Influence of Livestreamers' Intimate Self-Disclosure on Tourist Responses: The Lens of Parasocial Interaction Theory," *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 57, pp. 170-178, December 2023. <https://doi.org/10.1016/j.jht.2023.10.003>
- [6] Y. Wei, H. Liu, W. Zhuo, and K.-S. Park, "The Influence of Social Media Attributes on Impulsive Travel Intentions: Integrating the Stimulus-Organism-Response Theory and Information Adoption Model," *Sustainability*, Vol. 17, No. 10, 4404, May 2025. <https://doi.org/10.3390/su17104404>
- [7] J. Choi, S. Park, and D. Hyun, "Comparing BTS and ISEGYE IDOL YouTube Comments: Adjective Patterns & Emotional Interaction Analysis Through Text Mining," *Journal of Digital Contents Society*, Vol. 25, No. 4, pp. 1009-1020, April 2024. <https://doi.org/10.9728/dcs.2024.25.4.1009>
- [8] R. Wang and Y. Kim, "A Study on the Analysis of Comments Using Text-Mining: BTS' 'Butter' and 'Permission to Dance' Music Videos Focusing on YouTube Comments," *Language Facts and Perspectives*, Vol. 56, pp. 157-181, May 2022. <https://doi.org/10.20988/lfp.2022.56..157>
- [9] J.-Y. Yoo and M.-K. Kim, "Convergence of Korean Traditional Dance and K-Pop Dance: An Analysis of Comments on 2018 MMA BTS 'IDOL' Videos on YouTube," *Journal of Korea Entertainment Industry Association*, Vol. 13, No. 8, pp. 189-198, December 2019. <https://doi.org/10.21184/jkeia.2019.12.13.8.189>
- [10] J.-H. Lee, "A Study on Korean Product Image and Purchase Intention of Korean Wave Influencer Marketing," *The e-Business Studies*, Vol. 24, No. 2, pp. 75-95, April 2023. <https://doi.org/10.20462/tebs.2023.4.24.2.75>
- [11] J.-H. Lee, "A Study on the Immersion and Product Purchase Intention of the Contents Provided by Influencers," *The e-Business Studies*, Vol. 24, No. 1, pp. 17-23, February 2023. <https://doi.org/10.20462/tebs.2023.2.24.1.17>
- [12] K. A. Shin and M. J. Han, "Exploratory Survey on Factors Involved in Endorsement Potentials of Youtube Influencers: Characteristics of Influencers, Characteristics of Video Contents, and Para-Social Interactions," *Journal of Public Relations*, Vol. 23, No. 5, pp. 35-71, 2019. <https://doi.org/10.15814/jpr.2019.23.5.35>
- [13] J. Smith Maguire and J. Matthews, "Cultural Intermediaries and the Media," *Sociology Compass*, Vol. 4, No. 7, pp. 405-416, July 2010. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2010.00285.x>

- [14] D. Katan and M. Taibi, *Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*, 3rd ed. London and New York: Routledge, 2021.
- [15] S. B. Kim and D. K. Kim, "Preliminary Controversial Issues on Hallyu, the Korean Wave in Sport," *Philosophy of Movement: The Journal of the Korean Society for the Philosophy of Sport, Dance, and Martial Arts*, Vol. 21, No. 2, pp. 45-58, June 2013.
- [16] H. B. Shin, "A Strategic Approach Model for Activating Sport Hallyu Through International Sports Exchange," *Journal of Wellness*, Vol. 10, No. 2, pp. 35-45, May 2015.
- [17] Y. Jeong, A. Yu, and S.-K. Kim, "The Antecedents of Tourists' Behavioral Intentions at Sporting Events: The Case of South Korea," *Sustainability*, Vol. 12, No. 1, 333, 2020. <https://doi.org/10.3390/su12010333>
- [18] K. Kaplanidou, J. S. Jordan, D. Funk, and L. L. Ridinger, "Recurring Sport Events and Destination Image Perceptions: Impact on Active Sport Tourist Behavioral Intentions and Place Attachment," *Journal of Sport Management*, Vol. 26, No. 3, pp. 237-248, 2012. <https://doi.org/10.1123/jsm.26.3.237>
- [19] K. Y. Lee and S. H. Park, "Effects of Hallyu Fandom's Characteristics on Intention to Visit South Korea," *Journal of Korea Entertainment Industry Association*, Vol. 19, No. 3, pp. 35-49, June 2025. <https://doi.org/10.21184/jkeia.2025.6.19.3.35>
- [20] H. J. Moon and S. H. Park, "A Study the Relation between Popular Factors and Likability of Hallyu and the National Image," *Journal of Public Relations*, Vol. 16, No. 4, pp. 247-280, November 2012. <https://doi.org/10.15814/jpr.2012.16.4.247>
- [21] G. Salton and C. Buckley, "Term-Weighting Approaches in Automatic Text Retrieval," *Information Processing & Management*, Vol. 24, No. 5, pp. 513-523, 1988. [https://doi.org/10.1016/0306-4573\(88\)90021-0](https://doi.org/10.1016/0306-4573(88)90021-0)
- [22] D. D. Lee and H. S. Seung, "Learning the Parts of Objects by Non-Negative Matrix Factorization," *Nature*, Vol. 401, No. 6755, pp. 788-791, October 1999. <https://doi.org/10.1038/44565>



권장욱(Jang-Wook Kwon)

2001년 : 게이오대학 대학원
(경영학석사)

2017년 : 한양대학교 대학원
(관광학박사)

2002년~2017년: 한국관광공사

2017년~현 재: 동서대학교 관광경영·컨벤션학과 교수

※ 관심분야 : 관광경험, 콘텐츠투어리즘, 팬덤 등



서명교(Myeng-Kyo Seo)

2003년 : 런던대학교 SOAS
(정치학석사)

2011년 : 케임브리지대학교
(사회학박사)

2013년~현 재: 한국외국어대학교 말레이인도네시아학과
교수

※ 관심분야 : 종교사회학, 동남아시아 지역학 등