

사회 연결망 분석을 활용한 디지털 콘텐츠 이용자의 의견변화 분석 사례 (사례연구)



2016년 10월



한양대학교 지식서비스연구소
Hanyang University Institute of Knowledge Service

사회 연결망 분석을 활용한 디지털 콘텐츠 이용자의 의견 변화 분석 사례

제 출 문

본 보고서를 “사회 연결망 분석을 활용한 디지털 콘텐츠
이용자의의견변화 분석 사례”의 최종 결과보고서로
제출합니다.

2016년 10월

연 구 주 관 : 한양대학교 지식서비스연구소

연 구 기 간 : 2016. 4. ~ 2016. 10. (7개월)

연구책임자 : 나 채 원 (한양대학교)

지식서비스연구소장 귀하

* 본 보고서는 중소기업청에서 시행한 컨설팅대학원 및 컨설팅 R&D 센터 사업지원으로 연구되었습니다.

목 차

I . 서론	1
1. 연구배경 및 목적	1
2. 이론적 배경 및 선행연구	4
2.1 이론적 배경	4
2.1.1 텍스트마이닝(Text Mining)	4
2.1.2 사회 연결망 분석(Social Network Analysis)	6
2.1.3 중심성(Centrality)	7
2.1.4 모듈성 분석(Modularity Analysis)	8
2.2 선행연구	9
II . 본론	9
1. 분석 대상	10
2. 분석 방법	11
3. 분석 결과	13
III . 결론 및 연구의 한계	20
참고문헌	22

그림 목차

[그림 1] 오버워치 로고	1
[그림 2] 유저가 선택할 수 있는 오버워치 영웅들	2
[그림 3] 국내 PC방 점유율 추이(5월 24일~7월 9일).....	3
[그림 4] [표 1]에 대한 네트워크	6
[그림 5] ‘일반 토론장’에서 수집된 데이터들	10
[그림 6] 오버워치 공식 홈페이지 ‘일반 토론장’의 게시글 형태	10
[그림 7] 단어들의 출현빈도를 표시한 행렬.....	12
[그림 8] 동시발생행렬	12
[그림 9] [표 3]을 나타낸 네트워크	13
[그림 10] 데이터 1의 네트워크	14
[그림 11] 데이터 1의 세 번째 커뮤니티 네트워크	15
[그림 12] 데이터 2의 네트워크	16
[그림 13] 데이터 3의 네트워크	18
[그림 14] 데이터 4의 네트워크	20