

Strategy Salad

# Insights

[송동현의 알기 쉬운 소셜미디어]

지하철 노선도와 소셜 네트워크

2010.09.13

**Strategy**  
Salad

## 지하철 노선도와 소셜 네트워크



송동현  
Strategy Salad 파트너 컨설턴트  
<http://www.artistsong.net>

### 지하철 노선도와 소셜 네트워크

필자는 혼자선 택시를 제외한 대중교통 이용을 잘 못한다. 심리학에서 말하는 '대인 공포증'인 듯 하다. 올 초부터 그런 자신의 부족한 부분을 고쳐보기 위해 시간 날 때마다 지하철을 타고 출근을 하고 있다. 탑승한 후 한동안 멍하니 있다가 출입구 상단에 붙어 있는 지하철 노선도를 우연히 봤다. 시선 둘 곳이 없어 집중해 본 지하철 노선도가 보면 볼수록 요즘 웹 상에서 계속 확장되는 소셜 네트워크(Social Network)와 비슷하다 생각돼 더욱 유심히 살펴보게 된 것이다.

소셜 네트워크는 웹 기반 하에 링크로 복잡하게 연결된 1인 미디어, 1인 커뮤니티, 정보 공유 등을 포괄하는 개념이자 이들의 집합체이다. 그리고 웹에서 소셜 네트워크를 기반으로 서로의 관계를 넓히고 커뮤니케이션 하는 트위터, 페이스북, 링크드인, 싸이월드 등의 웹 서비스를 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)라고 한다.

### 소셜 네트워크에서 고객과의 관계를 선점

필자가 유심히 살펴본 지하철 노선도 역시 역이란 노드가 링크로 연결되고 확장되면서 복잡하게 연결돼 있다. 그런데 지하철 노선

도에서 특이하게 눈에 띈 것이 환승역이다. 현재 노선에서 다른 노선으로 이어주는, 소셜 네트워크에서 보면 허브 역할을 해 주는 특별한 노드인 셈이다. 이 환승역이 있기에 엄청나게 많은 역과 링크가 확산돼 각 역간의 거리를 짧게 해주고 있는 것이라 생각됐다. 사무실로 돌아와 수도권 지하철 노선을 인터넷으로 다시 상세히 보니 총 62개 환승역이 있었다. 여기서 주목할 것은 이중 70~80년대 완공된 1호선과 2호선의 환승역 수는 총 38개로 전체 노선 환승역의 61%를 차지하고 있다는 것이다.

네트워크 이론에서 보면 새로운 노드들은 링크가 많은 노드들 보다 더 선호하기 때문에 먼저 네트워크에 진입해 이미 많은 링크를 모은 노드들이 진입순서가 늦고 아직 링크 수가 적은 노드들 보다 선택될 가능성이 크고 더 빨리 성장한다는 부익부 현상이 있는데 이것은 지금 소셜 네트워크를 봐도 유사하게 적용된다.

초창기 소셜 네트워크에 진입한 후 활발히 '관계(relation)'를 맺으며 링크를 많이 획득한 노드들은 활동을 멈추지만 않는다면 소셜 네트워크에서 중요한 허브 역할을 하며 앞으로도 지속적인 성장이 가능할 것이라 생각된다.

과거 웹의 구조는 모든 정보와 자신의 견해를 모든 사람들과 공유할 수 있는 플랫폼이라는 자체에 열광했지만, 이젠 불특정 다수가 그 정보와 견해의 문서가 어디에 있는 것인지, 새로운 정보가 업데이트 되었는지 알 수 있게 하는 것이 관건이다. 이것이 검색엔진에 어떻게 잘 검색되는가의 문제와 함께 대두되는 것이 링크 확보의 문제다.

기업들이 많은 소셜 네트워크에서 많은 고객들과의 링크가 많으면 많을수록 웹에서의 노출(visibility)은 높아질 것이며, 그것이 결국 소셜 네트워크를 활용한 전략적 커뮤니케이션이 될 것이다. 또한 그 기반이 되는 소셜 네트워크 상의 고객들과의 관계는 이후 기업의 중요한 자산이 될 것으로 본다.

