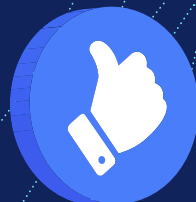


빅데이터로 분석한 신한류 동향

2021.11.10.^{wed}
14:00~16:00

Youtube & Eventus
Online Forum



최근 BTS와 오징어게임 사례를 포함해 한류에 대한 전 세계의 관심이 증대되고, 한류 산업의 분야와 콘텐츠가 다양해짐에 따라 시의성 있고 활용도 높은 한류 정보에 대한 수요가 급증하고 있습니다.

이에 문화체육관광부는 한국국제문화교류진흥원과 함께 해외 한류 현황에 대한 빅데이터 분석 결과를 발표하고 한류 분야에서의 빅데이터 활용과 발전방안에 대해 논의하고자 세미나를 개최합니다. 한류와 빅데이터, 문화콘텐츠 분야에 관심있는 분들의 많은 참여 바랍니다.

Contents

제1부 빅데이터와 신한류 동향

- 한류 거대자료(빅데이터) 수집 및 활용방안

발표 채지영 (한국문화관광연구원 연구위원)

- 빅데이터로 분석한 신한류 트렌드

발표 김흥선 (미소정보기술 전문)

하창주 (미소정보기술 과장)

제2부 한류 빅데이터의 도전과 발전

- 토론 — 한류 빅데이터의 도전과 발전

토론 채지영 (한국문화관광연구원 연구위원)

하창주 (미소정보기술 과장)

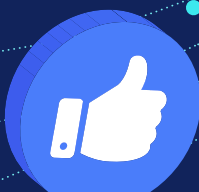
박종구 (한국방송광고진흥공사 연구위원)

현은정 (홍익대학교 경영대학 교수)

김흥기 (Space Oddity 대표)

윤호기 (글림미디어 대표)

빅데이터와 신한류 동향



한류 거대자료(빅데이터) 수집 및 활용방안

발표 채지영

(한국문화관광연구원 연구위원)

한류 거대자료(빅데이터) 수집 및 활용 방안

한국문화관광연구원 채지영

KOFICE
한국국제문화교류진흥원

2021. 11. 10

목차

I 한류 데이터 환경분석

1. 한류 현황
2. 한류 데이터의 중요성
3. 한류 데이터 활용성 부족

II 데이터 시스템 구축 사례 분석

1. 한류 빅데이터 서비스 사례 분석
2. 유사 데이터 서비스 사례 분석
3. 사례분석 시사점

III 한류 데이터 수요조사

1. 조사개요
2. 조사결과
3. 수요조사 시사점

IV 한류 데이터 수집 및 활용 방안

1. 한류 데이터 시스템 구축 설계 단계
2. 한류 데이터 시스템의 STP 전략
3. 한류 데이터 시스템 세부 구축 방안
4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안
5. 한류 데이터 시스템 활성화 방안

한류 데이터 환경 분석

I.

1. 한류 현황



한류의 확장

- 개별 콘텐츠 성공을 바탕으로 한류 브랜드 구축
- 다양한 장르, 전 세계 지역으로 범위 확장



한류 위상 격상

- 변방문화에서 중심문화로 이동
- OTT를 통한 영상콘텐츠의 확산



한류 비즈니스의 발전

- 글로벌 플랫폼 중심 산업 생태계 형성
- 한류 팬덤 영향력 확대
- 한류산업 고도화 필요성 증대

4

2. 한류 데이터의 중요성



데이터 경제의 부상

- 데이터 경제의 등장과 빅데이터 활용 중요성 증대
- 콘텐츠 산업 전반 데이터 기반 경제 활성화
- 데이터 서비스 기술 및 인프라 형성



한류 데이터 수요 급증

- 해외 현지 한류 정보 수요 증가
- 해외시장 침투를 위한 현지시장정보 필요성 증대

5

3. 한류 데이터 활용성 부족



미진한 콘텐츠 데이터 생태계

- 한류 콘텐츠 데이터 생태계 미발달
- 미진한 한류 관련 비즈니스 고도화로 관행적 사업운영



산업 생태계의 구조적 한계

- 대부분의 업체가 영세한 생태계 구조
- 정보 수집을 위한 자원 및 인력의 한계



실시간 데이터 활용성 부족

- 시의성이 떨어지는 기존 데이터
- 빅데이터 기반 소비자 자료 부족

6

II

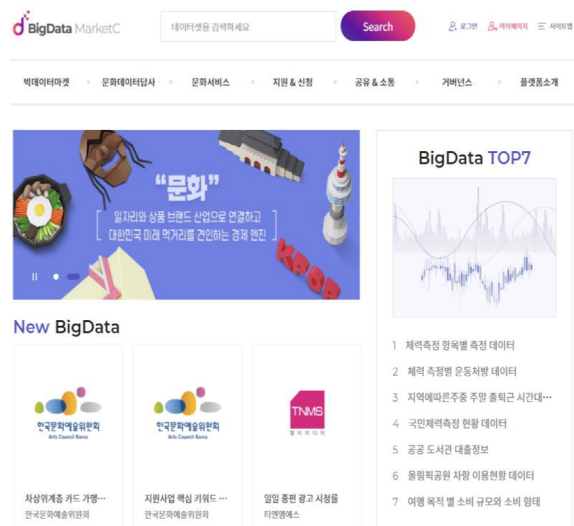
데이터 시스템 구축 사례 분석

1. 한류 빅데이터 서비스 사례 분석

가. 문화 빅데이터 플랫폼



- 문화 관련 다양한 데이터 제공
- 비체계적인 데이터 분류
- 느린 업데이트와 과거형 데이터
- 원데이터 제공이 주 서비스로 분석결과는 일부만 제공
- 낙후된 한류 데이터 서비스



1. 한류 빅데이터 서비스 사례 분석

나. 한국국제문화교류진흥원-조사연구자료

- 깊이 있는 내용의 보고서 제공
- 보고서 형태의 데이터 베이스
- 시의성 낮은 데이터
- 불명확한 이용자 타겟

KOFICE
한국국제문화교류진흥원

KOFICE 한국국제문화교류진흥원

조사연구자료

한류NOW 한류백서 해외한류실태조사 한류마케팅효과연구 한류, 다중 해외문화정책총람 교향 제마나 기타자료

각월 콘텐츠 해외동향 분석보고서 '한류NOW'는 국내외 최신 한류 이슈를 선제적으로 제공합니다.

번호	제목	등록일	조회
51	2021년 한류시류(Hallyu Now) - 5월호 Vol. 42(각월간 한류 심층 보고서)	2021-05-12	1040
50	2021년 한류시류(Hallyu Now) - 3월호 Vol. 41(각월간 한류 심층 보고서)	2021-03-11	2127
49	2021년 한류시류(Hallyu Now) - 1월호 Vol. 40(각월간 한류 심층 보고서)	2021-01-11	2724
48	제10차 한류NOW 정기 세미나 자료집	2020-12-15	1449
47	2020년 한류시류(Hallyu Now) - 11월호 Vol. 39(각월간 한류 심층 보고서)	2020-11-11	3013
46	2020년 한류시류(Hallyu Now) - 9월호 Vol. 38(각월간 한류 심층 보고서)	2020-09-18	2587
45	2020년 한류시류(Hallyu Now) - 7월호 Vol. 37(각월간 한류 심층 보고서)	2020-07-20	3999
44	2020년 한류시류(Hallyu Now) - 5월호 Vol. 36(각월간 한류 심층 보고서)	2020-05-13	4917
43	2020년 한류시류(Hallyu Now) - 3월호 Vol. 35(각월간 한류 심층 보고서)	2020-03-12	5112
42	2020년 한류시류(Hallyu Now) - 1월호 Vol. 34(각월간 한류 심층 보고서)	2020-01-17	5463
41	제9차 한류NOW 정기 세미나 자료집	2019-12-13	3795
40	2019년 한류시류(Hallyu Now) - 11월호 Vol. 33(각월간 한류 심층 보고서)	2019-11-11	5151

9

1. 한류 빅데이터 서비스 사례 분석

다. 한국콘텐츠진흥원 한국콘텐츠진흥원

- 깊고 방대한 보고서 제공
- 원본 데이터를 제외한 보고서 중심 서비스
- 시의성 낮은 데이터
- 현장 효용이 떨어지는 수출지원서비스

한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

로그인 | 회원가입 | EN | BN | CN | JP | 채널업로드 | SNS로

고객센터 알림마당 사업안내 콘텐츠광장 콘텐츠지식 알린경영 진흥원소개

장기간해용 연구보고서 산업통계 해외시장동향분석 세미나자료 콘텐츠도서관

콘텐츠산업통계조사 반기별콘텐츠산업동향분석 해외산업통계

콘텐츠산업통계조사

콘텐츠지식 > 산업통계 > 콘텐츠산업통계조사

총 962건

번호	제목	첨부파일	등록일	조회
962	2019 콘텐츠산업 통계조사(일반배포용)		2020-07-02	27669
961	2019 콘텐츠산업 통계조사		2020-05-19	20658
960	2018 콘텐츠산업 통계조사 (일반배포용)		2019-09-04	25703
959	2018 콘텐츠산업 통계조사		2019-07-04	22170
958	2017 콘텐츠산업 통계조사(일반배포용)		2018-06-01	9557
957	2017 콘텐츠산업 통계조사		2018-06-01	9224
956	2016년 콘텐츠산업 통계조사(일반배포용)		2017-05-24	31889

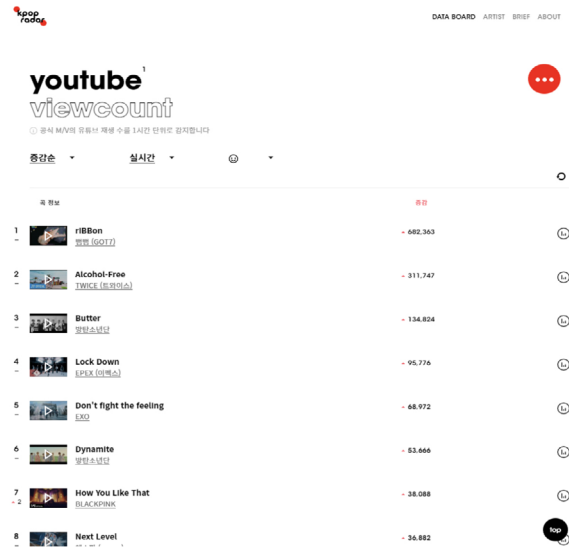
10

1. 한류 빅데이터 서비스 사례 분석

라. 케이팝 레이더



- 명확한 이용자 타겟
- 글로벌 시장 현황 파악이 가능한 실시간 자료 제공
- 즉각적 이해를 돕는 다양한 시각 자료
- 아티스트별 심층 분석 자료 제공
- 원본 데이터 미제공
- K-pop과 아이들에 한정된 데이터



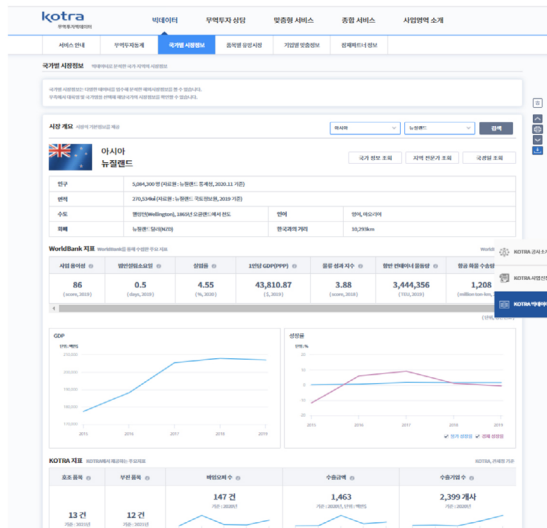
11

2. 유사 데이터 서비스 사례 분석

가. KOTRA-무역투자빅데이터



- 높은 정보이용 자유도
- 시각화를 통한 직관적인 서비스
- 상세한 해외 시장 정보 제공
- 산업 지원 서비스 정보 제공



12

2. 유사 데이터 서비스 사례 분석

나. 썸트렌드 Sometrend

- 풍부한 소셜네트워크 데이터 기반 실시간 현황 정보 제공
- 빅데이터를 활용한 다각적 분석 가능
- 용이한 사용성과 우수한 시각화 서비스
- 불명확한 원천 데이터 범위로 신뢰성 부족
- 국내 뉴스 데이터 중심으로 한류산업에서의 효용성이 떨어짐
- 분석 결과의 심도 있는 재분석이 불가능
- 한정적인 데이터의 지역적 원천

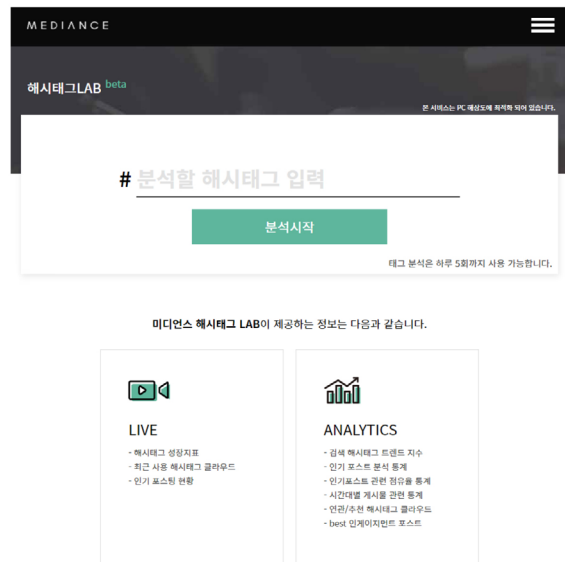


13

2. 유사 데이터 서비스 사례 분석

다. 미디언스-해시태그랩/인플루언서랩 MEDIANCE

- 사용의 편리성과 신속한 분석 결과 제공
- 국가별 정보가 없어 한류산업에 활용하기 어려움
- 긍·부정 등 추가적인 분석에 한계
- 원본 데이터 미제공

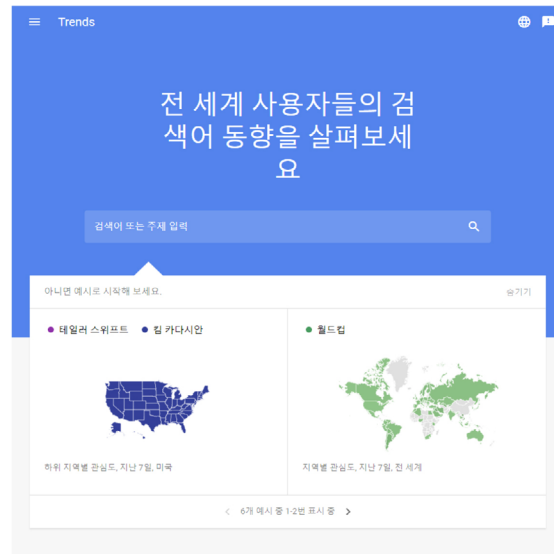


14

2. 유사 데이터 서비스 사례 분석

라. 구글 트렌드 Google Trends

- 공유 가능한 무료 서비스
- 데이터 검색의 높은 자유도(기간 설정, 지역 설정 가능)
- 다양한 메뉴로 편의성 제고
- 전세계에 걸친 막대한 표본 보유
- 절대값이 아닌 상대적 비중 점수로 결과 제공



15

3. 사례분석 시사점

공공 데이터 서비스

- 과거 정형데이터·보고서 중심
- 시의성 낮은 데이터
- 가독성 부족
- 타겟의 불명확성

민간 데이터 서비스

- 풍부한 데이터 분석과 화려한 시각화
- 빅데이터를 활용한 시의성 높은 정보
- 신뢰성·공신력 부족
- 데이터 범위의 한계

시사점

- 명확한 목표 고객 설정 필요 : 한류 비즈니스 산업계 / 중소기업 중심
- 데이터 시의성 제고 : 실시간 해외 현장 데이터
- 단순 명료한 분석과 시각화의 적극적 활용 : 보기 쉽고, 알기 쉽게
- 산업계의 이용이 편리한 시스템 구축 : 접근의 용이성, 데이터의 집적(한 곳에 모두)

16

Ⅲ

한류 데이터 수요조사

1. 조사개요

- 조사 목적
 - 한류 데이터 서비스 현황 파악
 - 한류 데이터 수요 및 데이터 수요 검토
 - 한류 데이터 수집 및 서비스 방법 조사
- 조사일시
 - 2021년 3월 5일~ 2021년 5월
- 조사방법
 - 1:1 대면 심층인터뷰
- 조사대상 (총 17명)
 - 콘텐츠 산업계 관계자 4명
 - 관련 공공기관 종사자 4명
 - 조사전문회사 및 데이터회사 관계자 4명
 - 학계 및 연구계 5명
 - 심층 정보 수집을 위해 일부 2차 인터뷰 진행

분야	자문위원	자문일시	소속
콘텐츠 산업계	A	2021-03-15	oo기획사 대표
	B	2021-03-18	oo기획사 대표
	C	2021-04-12	oo기획사 대표
	E	2021-04-02	전 oo기획사 대표
콘텐츠 관련 공공기관	F	2021-03-05	공공기관 종사자
	G	2021-04-15	공공기관 종사자
	H	2021-04-16	공공기관 종사자
	I	2021-04-29	공공기관 종사자
조사 데이터 분야	J	2021-03-27	조사회사 전문가
	K	2021-03-27	조사회사 전문가
	L	2021-04-12	조사회사 전문가
	M	2021-04-16	데이터 관련 회사 대표
학계 연구계	N	2021-04-16	자유기고가
	O	2021-03-15	oo대학교 교수
	P	2021-03-27	연구소 대표
	Q	2021-04-29	oo대학교 교수
	R	2021-04-30	oo대학교 교수

<심층인터뷰 대상자>

18

2. 조사 결과



“

정부기관에서 제공하는 데이터는 보고서 형식의 학술적 자료라 현장에서 사용하기 어려워요. 사실 그런 게 있는 줄도 몰랐어요.

“

수출 데이터는 시기가 중요한데, 국가에서 제공하는 수출데이터는 오래된 과거 자료라 이용할 수 없어요.



“

현지에서 특정 아티스트의 인기를 판단할 수 있는 현지 시장 정보가 부족하기 때문에 지금의 해외 투어 공연기획은 수동적 마케팅 중심이 됩니다. 데이터가 있으면 능동적 마케팅이 가능할 것 같네요.



“

대형 기획사들은 알아서 정보 수집을 하지만, 소형 기획사의 경우 해외 시장 관련 데이터를 본다는 건 불가능합니다. 수집할 능력이나 인력이 거의 없어요.



19

2. 조사 결과



“

소비자 데이터는 공연 규모나 티켓 판매 예측에 도움이 돼요. 공연 계약이나 광고 계약 때 참고자료로 활용하기 좋을 거 같아요. 비즈니스 측면에서 다양하게 이용이 가능할 거 같아요.

“

실시간 정보가 안 된다면, 분기별, 월별 차트라도 파악할 수 있으면 좋겠습니다. 각 국가에서 한국 아이돌이 어느 정도인지 파악할 수 있는 차트 자료는 꼭 필요해요.



“

남미에서도 K-pop 아이돌이 인기가 많아요. 하지만 그 지역에 관한 정보는 부족합니다. 남미 신 시장 개척을 위해서는 현지 시장이나 기획사, 공연장에 대한 정보가 필요합니다.



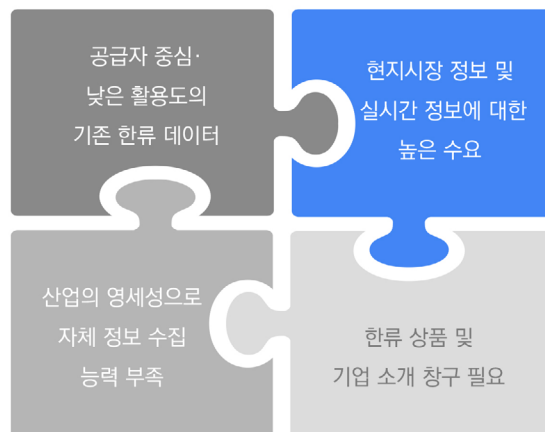
“

해외 프로모터들이 우리 업체와 아티스트들의 정보나 컨택 포인트를 알 수 있는 플랫폼이 있으면 좋겠습니다. 우리 상품을 알리는 장이 될 거예요.



20

3. 수요조사 시사점

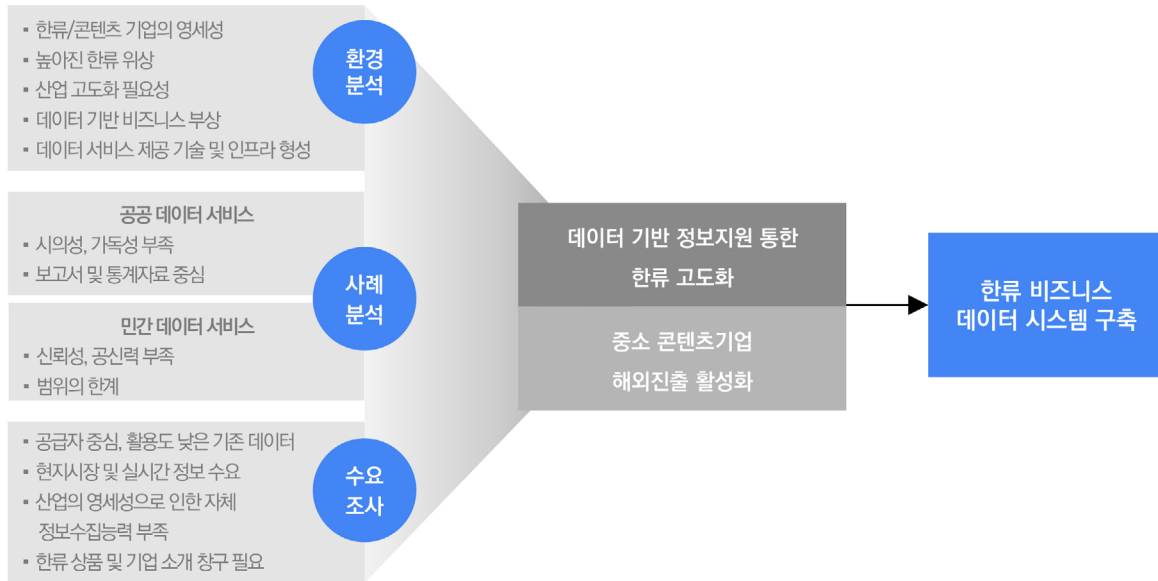


21

IV.

한류 데이터 수집 및 활용 방안

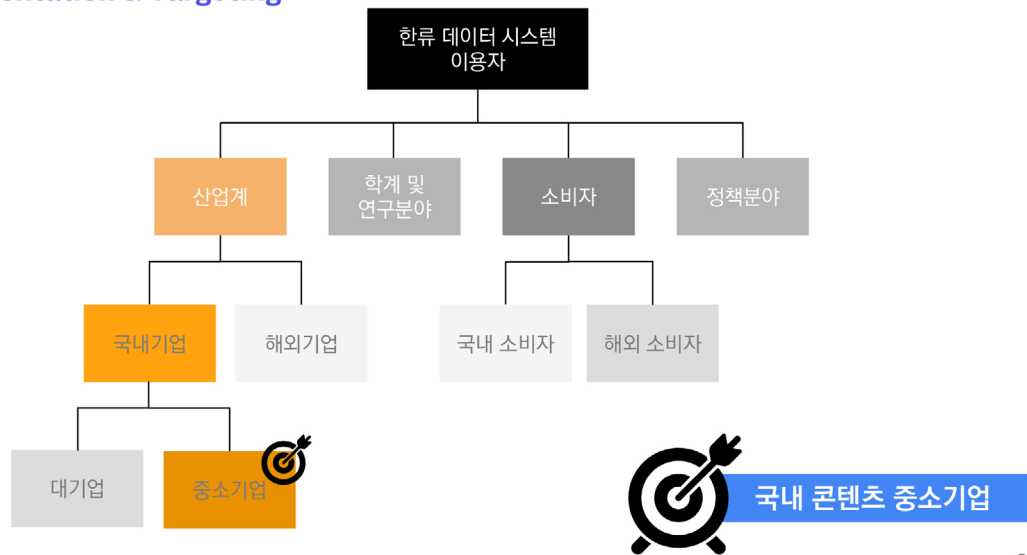
1. 한류 데이터 시스템 구축 설계 단계



23

2. 한류 데이터 시스템의 STP 전략

가. 이용자 Segmentation & Targeting



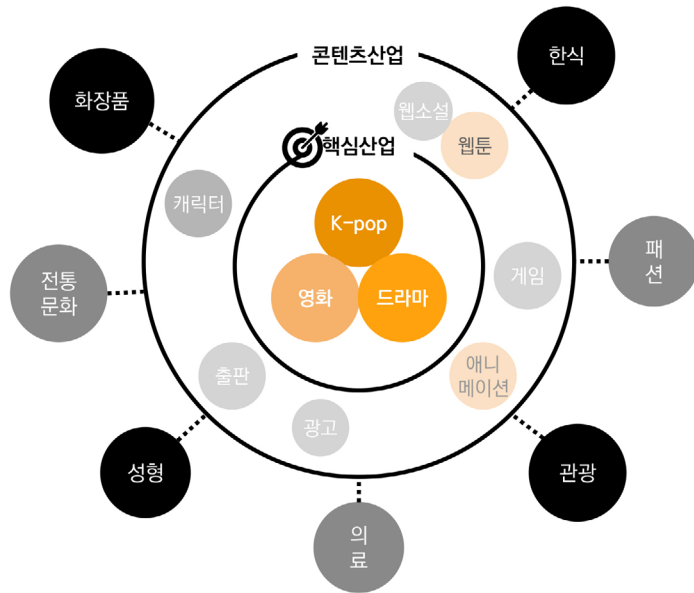
24

2. 한류 데이터 시스템의 STP 전략

나. 장르 Segmentation & Targeting



한류 핵심 산업



25

2. 한류 데이터 시스템의 STP 전략

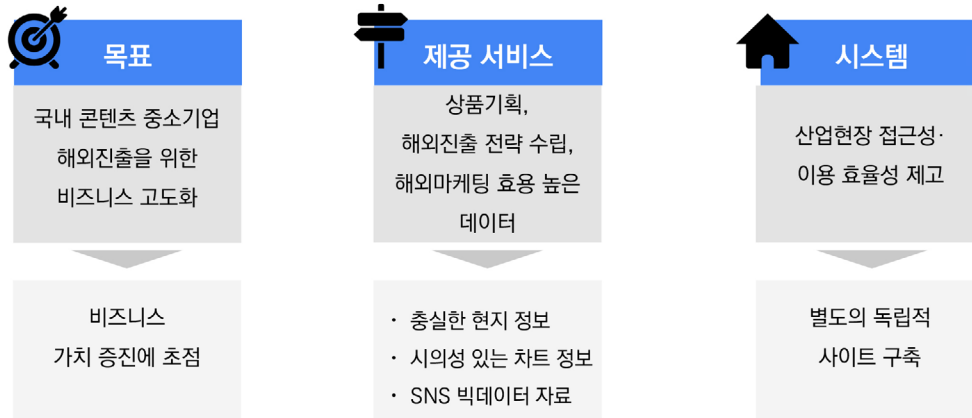
다. Positioning



26

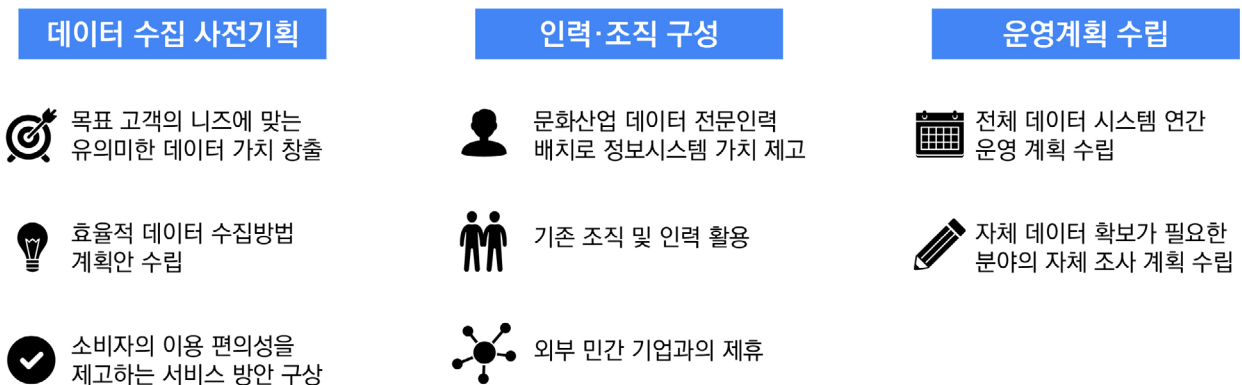
2. 한류 데이터 시스템의 STP 전략

다. Positioning



27

3. 한류 데이터 시스템 세부 구축 방안



28

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

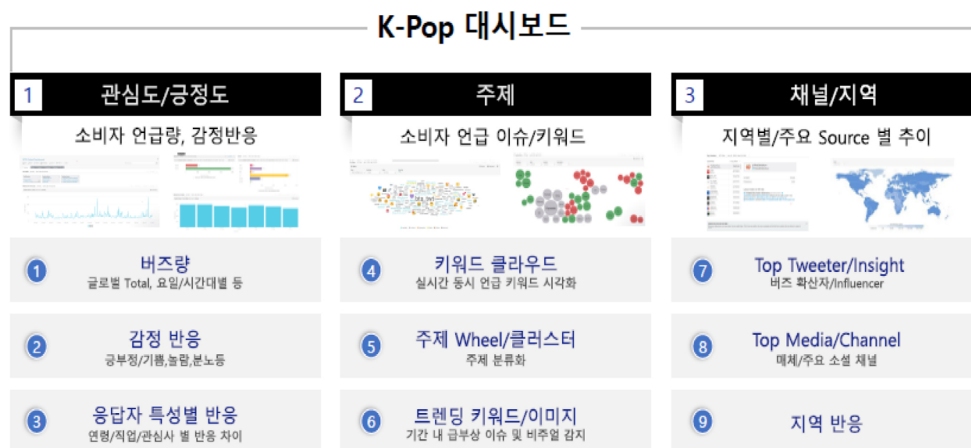
가. 한류 데이터 시스템 구성



29

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

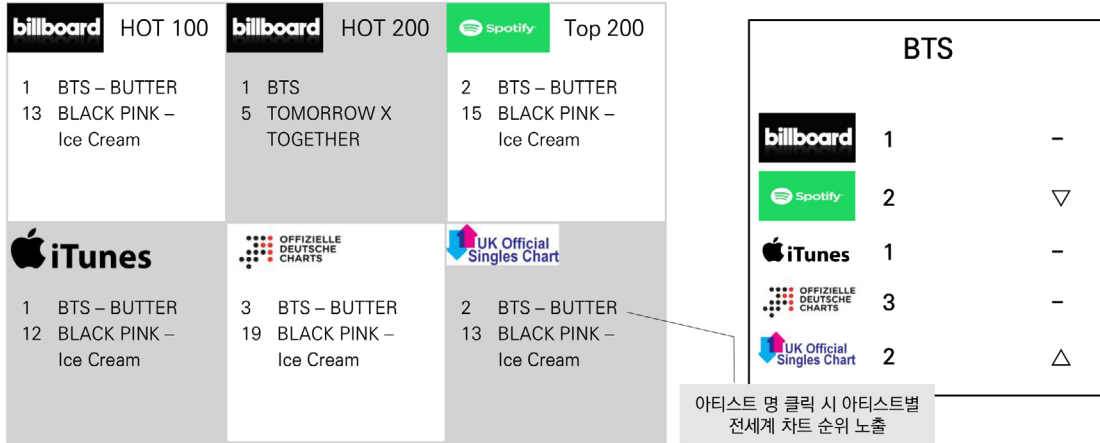
나. K-pop 대시보드



30

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

다. 글로벌 K-pop 차트



31

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

다. 글로벌 K-pop 차트 (공연정보)



32

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

라. 글로벌 OTT 차트



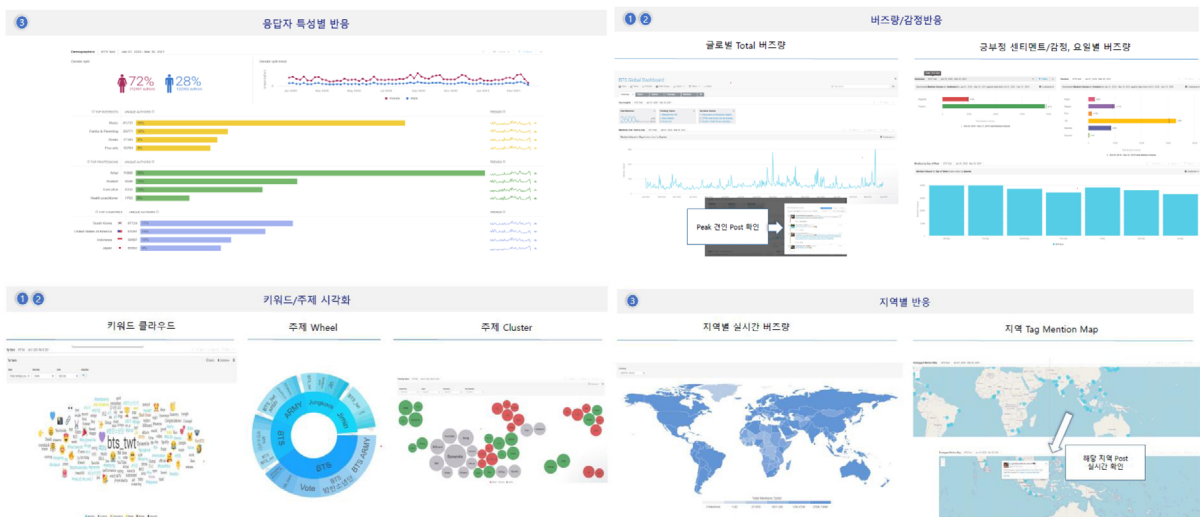
사이코지만 괜찮아		
베트남	3	▽
태국	2	-
일본	1	-
말레이시아	1	-
홍콩	1	-
필리핀	2	▽
싱가포르	1	△
대만	1	-

제목 클릭 시 드라마별 전 세계 차트 순위 노출

33

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

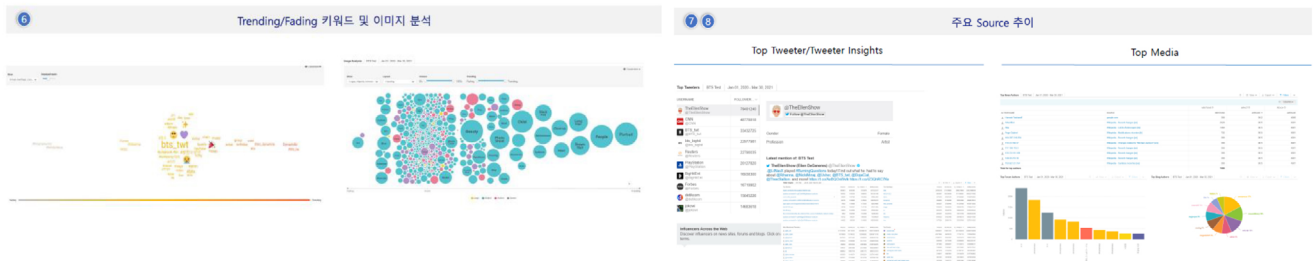
마. 해외 소비자 빅데이터 (SNS)



34

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

마. 해외 소비자 빅데이터 (SNS)



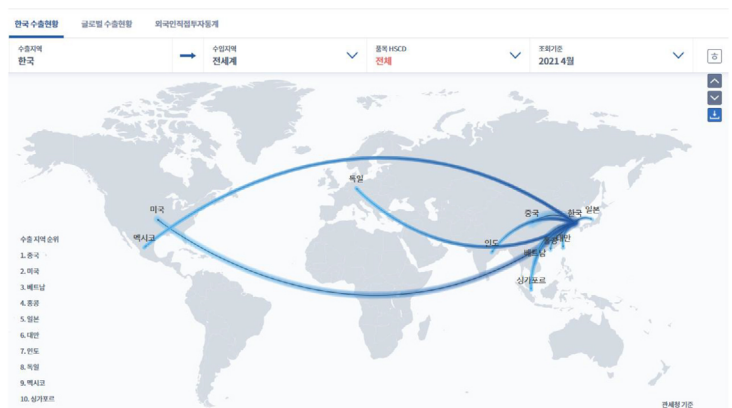
35

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

바. 콘텐츠 수출 데이터



출처: http://www.index.go.kr/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1066



출처: 한국 수출현황 < 무역투자통계 > KOTRA 무역투자빅데이터

36

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

바. 해외현지정보(국가별 문화 인프라 정보)



37

4. 한류 데이터 시스템 구성 및 수집 방안

사. 데이터 수집 방안

- 기존 사이트 API 활용
 - 각 국가 차트 데이터를 발표하는 사이트 API 사이트 정보 크롤링(crawling)
- SNS 빅데이터 정보 수집 방법
 - 크롤링 및 검색어 트래킹(tracking)
- 민간 데이터 기업 연계
 - 콘텐츠 관련 데이터 분석 업체와 연계
- 직접 조사
 - 전문 조사 회사를 활용한 기본적 해외시장 정보 분석
- 기존 데이터 및 플랫폼 연계
 - 관련 기관 통계 및 연구보고서 연계



38

5. 한류 데이터 시스템 활성화 방안

이용 대상 확대



연구 및 정책분야 내
한류 데이터 활용



해외문화원, 세종학당 등
공공기관에서 활용



콘텐츠산업과 연계되는
관련 산업계로 이용 확대

쌍방향 플랫폼 전환



한류 콘텐츠 소개의 장



한류 콘텐츠 홍보 데이터로
상호비즈니스 플랫폼 구축

한류 데이터 바우처 사업 도입



바우처 형식의 데이터 구매
및 가공 서비스 지원



최적화된 데이터 공급으로
고도화된 비즈니스 추진



비즈니스 활성화를 통한
문화 데이터 산업 발전

39

감사합니다.

빅데이터로 분석한 신한류 트렌드

발표

김흥선 (미소정보기술 전무)

하창주 (미소정보기술 과장)

빅데이터로 분석한 신한류 트렌드

김흥선 전무·하창주 과장(미소정보기술)

KOFICE
한국국제문화교류진흥원

2021.11.10.



2021년 빅데이터 활용 한류 시장조사

1차 동향분석 보고서
(주)미소정보기술



분석 개요

분석 목적

관계부처 합동 한류 마케팅
행사 개최, 한류 콘텐츠 및
관련 상품 개발을 통한 한류
마케팅 지원



케이팝 · 드라마 · 뷰티 · 한식
등 다양한 분야에 걸친 맞춤형
한류 확산 정책 지원



관계부처의 한류 확산 및
수출지원 사업, 해외 거점의
효과적 한류 사업 추진을 위한
기초자료로 활용



분석 설계

조사 대상 언어 영어(단일 언어)
조사 대상 기간 2021년 6월 1일 ~ 2021년 8월 31일 (게시 일자 기준)
조사 방법 텍스트 콘텐츠 수집 기술과 기술 통계
조사 대상 콘텐츠 방송(드라마, 예능)/영화/음악(가수, 곡)/한식/뷰티

수집 대상 채널

- 1 언론사/게시글/동영상 분야에 해당하는 총 10개 사이트
- 2 글로벌 웹 트래픽 순위를 기준으로 안정적인 데이터 수집이 가능한 사이트 선정함
- 3 언론사: NBC News, BBC News, Dailymail, CNNNews, Fox News
- 4 게시글: Reddit, Soompi, Amazon
- 5 동영상: Youtube, Vlive

수집 키워드 및 수집 기준

- 1 제작사가 지정한 콘텐츠의 영문키워드를 그대로 사용함
한류 관련 개별 콘텐츠와 한류 관련 공통 키워드(ex. K-Pop, K-Drama 등) 등을 활용하여 수집함
- 2 동음이의어로 관계없는 콘텐츠가 검색 결과로 나올 시, 한국 콘텐츠만이 수집될 수 있도록 'korean drama', 'korean movie' 등을 병기하여 수집함

수집 대상의 한계

- 1 Facebook, Instagram: API 서비스 정책 변경으로 본인 게시글 이외에는 수집 불가
- 2 Twitter: 수집 일자 기준 7일전 데이터만 수집이 가능하여 금번 조사의 수집 대상에서 제외함

언어의 한계 본 조사는 영어로 작성된 게시글을 분석하였고, 이는 전 세계적인 한류 반응 전체를 대표하지 못하는 한계점 있음

한류 콘텐츠 별 동향

K-Pop

시사점

K-Pop 빅데이터 분석을 통해 아이돌로 구성된 한류스타를 향한 팬덤은 팬클럽 주도하에 팬들 간 '좋아요'와 '싫어요'를 경쟁적으로 클릭하는 등의 집단행동을 나타내는 경향이 있는 것으로 파악되며, 또한 기획사의 오랜 노하우와 새로운 해외 진출 시스템 전략으로 특정 아티스트의 해외 반응이 두드러짐을 알 수 있음

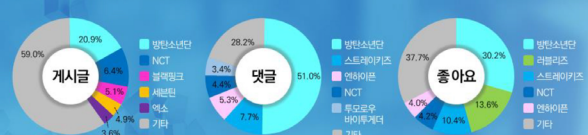
기간별 게시물 언급 추이



매체 별 게시물 및 댓글 수

매체	게시물 수	댓글 수
YouTube	18,084	29,164,900
VLIVE	4,076	-
reddit	50,485	776,075
soompi	1,401	28,627
5개 언론사	321	-

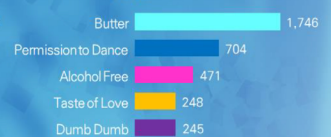
K-아티스트 언급 동향



아티스트 Top5



곡 Top5



※ 게시물 언급량 기준으로 작성되었습니다

한류 콘텐츠 별 동향

K-드라마

시사점

한류 콘텐츠 중 언급량 2위를 차지하고있는 분야로, 언급량이 점차 상승하는 추세임

넷플릭스, 티빙 등 유명OTT를 통해 알려진 K-드라마가 상위 10개의 점유율을 차지하고 있으며 해당 기간 내 팬들의 충성도가 높은 작품은 '알고있지만,'과 '이태원 클라쓰'이며 대외적 관심도가 높은 작품은 '악마판사'로 해석되며 각 영향력 지표 1위 드라마에 출연한 배우들이 출연진 언급량에서도 높은 순위를 차지함

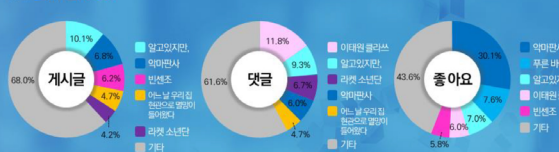
기간별 게시물 언급 추이



매체 별 게시물 및 댓글 수

매체	게시물 수	댓글 수
YouTube	4,098	342,136
VLIVE	1	-
reddit	1,711	67,158
soompi	451	5,628
5개 언론사	50	-

K-드라마 언급 동향



드라마 Top5



드라마 출연진 Top5



※ 게시물 언급량 기준으로 작성되었습니다

한류 콘텐츠 별 동향

K-예능

시사점

K-Pop의 영향으로 가요 프로그램과 경연 프로그램이 높은 인기를 끌고 있으며 특히 걸그룹 연습생들의 경연을 다룬 '걸스플래닛999: 소녀대전'은 가수 출연진들이 주인공으로 등장하지 않음에도 댓글과 '좋아요' 1위를 차지하는 등 예능 프로그램에서도

K-Pop 팬들의 영향력이 발현됨

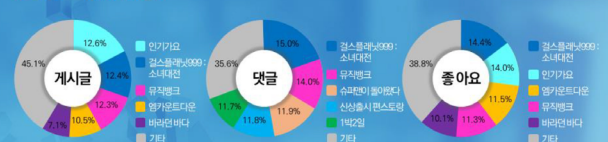
기간별 게시물 언급 추이



매체 별 게시물 및 댓글 수

매체	게시물 수	댓글 수
YouTube	3,320	2,033,387
VLIVE	27	-
reddit	3,079	42,611
soompi	272	5,047
5개 언론사	6	-

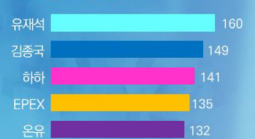
K-예능프로그램 언급 동향



예능프로그램 Top5



예능 출연진 Top5



※ 게시물 언급량 기준으로 작성되었습니다

한류 콘텐츠 별 동향

K-영화

시사점

COVID-19로 다양한 영화가 극장에서 상영되지는 못하였지만 넷플릭스 등과 같은 글로벌OTT에서 방영된 한국영화들이 꾸준히 관심을 받고 있음

특히 국내에서는 크게 주목받지 않았던 작품들도 해외에서 언급되는 경우가 다수 발견됨

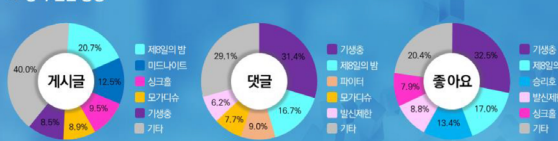
기간별 게시물 언급 추이



매체 별 게시물 및 댓글 수

매체	게시물 수	댓글 수
YouTube	328	18,949
VLIVE	0	-
reddit	57	692
soompi	12	291
5개 언론사	7	-

K-영화 언급 동향



영화 Top5



영화 출연진 Top5



※ 게시물 언급량 기준으로 작성되었습니다

한류 콘텐츠 별 동향

한식

시사점

김치와 같은 대표적인 전통 음식 뿐 아니라 버거, 길거리 음식, 팔빙수 등 다양한 메뉴들이 새롭게 주목을 받고 있음

또한 K-Pop 아티스트들의 한식 관련 방송과 같은 우리나라의 '먹방' 등도 한식의 영향력을 높이는 데에 기여하고 있음

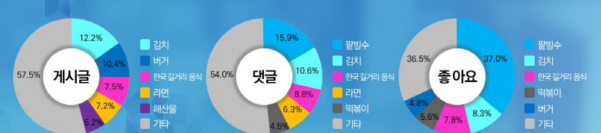
기간별 게시물 언급 추이



매체 별 게시물 및 댓글 수

매체	게시물 수	댓글 수
YouTube	1,934	445,976
VLIVE	6	-
reddit	1,537	15,679
soompi	35	488
5개 언론사	37	-

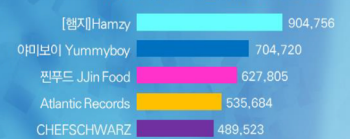
한식 언급 동향



한식 Top5



유튜브 내 인기 채널 Top5 (좋아요 기준)



※ 게시물 언급량 기준으로 작성되었습니다

한류 콘텐츠 별 동향

K-뷰티

시사점

한국 뷰티제품들이 한류스타와 연계되어 반영된 점은 타 산업에 미치는 한류의 영향력을 확인할 수 있음

Ex) COSRX : 김수현,

라네즈 : '태양의후예' 송혜교, 송중기 PPL

이니스프리 : 장원영, 설화수 : 태연,

CLIO : 에스파

언급량은 COSRX가, 구매 리뷰 수로는 에뛰드하우스가 1위를 차지함

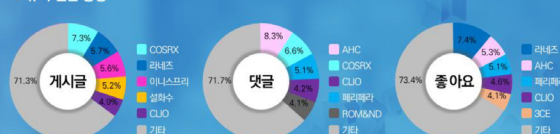
기간별 게시물 언급 추이



매체 별 게시물 및 댓글 수

매체	게시물 수	댓글 수
YouTube	2,439	100,449
VLIVE	0	-
reddit	789	6,519
soompi	6	197
5개 언론사	10	-

K-뷰티 언급 동향



뷰티 브랜드 Top5



아마존 리뷰 수 Top5



※ 게시물 언급량 기준으로 작성되었습니다

결론 및 시사점

종합 시사점 요약

- 본 연구는 다양한 소셜미디어에서 한류 관련 데이터를 수집하여 Text Analysis 및 빅데이터 분석 기법을 통한 트렌드 분석을 하였음
- 미디어는 각각 매체 별 특성이 두드러지게 존재하며 각기 다른 양상으로 한류 콘텐츠의 동향을 표현하고 있다는 것을 제시하였으며 본문 연구결과와 같이 수집된 데이터 중 가장 많은 빈도를 차지한 매체는 'Reddit'과 'YouTube'였음
- Reddit은 커뮤니티 속성의 소셜미디어이며 특성상 게시물 이용자의 스펙트럼이 넓고 게시물로 특정 화두를 제시하면 이에 대한 의견을 나누는 형식으로 커뮤니케이션하기 때문에 콘텐츠 생산자가 특정되어 있지 않고 자유롭게 소통하여 다른 매체보다 상대적으로 더 많은 글이 검색되고 분석에 사용될 수 있었음
- 반면에 YouTube는 콘텐츠 크리에이터와 소비자가 역할구분이 되어 있기 때문에 특정 콘텐츠의 댓글에서 소통되는 방식임
- 한류 콘텐츠 언급 빈도수는 Reddit이 더 많으나 YouTube가 조회수, 댓글수, 대댓글, 댓글과의 상관관계, 링크 등의 활동이 훨씬 더 활발하여 Reddit보다 약 25배 많은 것으로 집계됨
- 또한 Youtube가 구독 시스템을 통한 정기적 방문이 이루어진다는 점과 매체 고유의 알고리즘을 통한 연관 추천 등을 통해 유사 콘텐츠가 연속으로 소비된다는 점에서 볼 때 Reddit보다 훨씬 더 큰 영향력이 있다는 것을 알 수 있음

결론 및 시사점

종합 시사점 요약

- 현재 K-pop과 K-드라마가 전세계적인 영향력을 행사하고 있고 이 파급력으로 한식, K-뷰티 등 범위가 확대되고 있어 지속적인 성장 가능성을 볼 수 있음
- 이는 한류 문화가 수많은 밈(Meme)을 생산하고 있고 이것이 유기적으로 엮여 있다는 것도 K-pop스타가 한식과 K-뷰티 상품과 같은 타 산업과 연계되어 게시된 글을 통해 확인할 수 있음
- 또한 K-드라마가 넷플릭스 1억 1,100만명의 유례없는 시청 횟수, 84개국 시청률 1위의 기염을 토하고 있는 현 시류에서 시기 적절한 연구라고 볼 수 있음
- 반대로 소셜미디어가 항상 긍정적인 영향력만을 행사하는 것은 아닌 점에 비추어 볼 때 한류 콘텐츠를 통한 왜곡된 인식이나 편중된 고정관념을 낳고 있는 것은 아닌지 리스크 관리에도 지속적인 모니터링이 요구됨
- 이를 통해 한류 확산 방안에 대한 지표 설정과 지속적인 정보 제공으로 한류 열풍과 건전한 성장 및 확대 가능성에 대한 방향 설정에 중요한 자료로 활용할 수 있을 것으로 보임



K-Wave floods this planet

한류 빅데이터의 도전과 발전



[토론] 한류 빅데이터의 도전과 발전

토론

채지영 (한국문화관광연구원 연구위원)

하창주 (미소정보기술 과장)

박종구 (한국방송광고진흥공사 연구위원)

현은정 (홍익대학교 경영대학 교수)

김흥기 (Space Oddity 대표)

윤호기 (글림미디어 대표)