

콘텐츠 분야에서의 빅데이터 기법 활용 사례



CT 이슈분석 II : 공공복지/인프라

콘텐츠 분야에서의 빅데이터 기법 활용 사례

1. 콘텐츠와 빅데이터의 만남

- ▶ 광대한 데이터를 고객 관리(CRM), 마케팅, 전자상거래, 탈세 등 부정행위 방지와 같이 기업, 공공 부문에서 활용한 빅데이터 시대가 도래하면서 콘텐츠 분야에서의 빅데이터 활용 사례도 증가하고 있음
 - 기존의 빅데이터 활용 사례는 주로 기업의 고객 관리, 상품 분석과 같은 마케팅 활동이나 공공 부문에서 수집된 정보 가공 등에 집중되어 왔음
 - 게임, 영상, 음악 등의 콘텐츠 분야에서는 빅데이터를 개인의 취향과 성향에 맞춤형 콘텐츠 제공하거나 유저에게 더 인기를 얻을 수 있는 매력적인 콘텐츠 기획 및 개발에 활용하는 추세임
- ▶ 매년 엄청난 양의 콘텐츠가 쏟아져 나오는 환경에서 빅데이터의 효율적인 활용이 더욱 중요해지고 있으며, 다양한 장르에서 빅데이터 활용 사례도 증가할 전망
 - ‘즐길 거리’가 차고 넘치는 현재의 콘텐츠 시장 상황은 수요보다 공급이 훨씬 많은 특징을 보이며, 이 같은 환경에서는 개인이 취향에 맞는 콘텐츠를 찾는 과정이 어려워지기 때문에 빅데이터를 통한 콘텐츠의 효과적인 ‘발견’이 중요해짐
 - 콘텐츠의 소비 단계 뿐만 아니라 기획 및 제작 단계에서도 빅데이터를 이용해 소비자가 선호하는 콘텐츠의 매력 포인트를 미리 예측 가능하며, 이를 활용해 더욱 재미있고 성공 가능성 높은 콘텐츠 기획 및 제작이 가능해질 전망
- ▶ 본 고에서는 영화/영상, 게임, 음악, 전자책 등 다양한 콘텐츠 분야에서 빅데이터 기법이 활용되는 사례를 분석하고, 빅데이터가 콘텐츠 산업에 미치는 영향과 향후의 전망에 대해 다루고자 함



2. 각종 콘텐츠 분야별 빅데이터 활용 사례

1) 영화/영상

(1) 영화/영상 제작 단계에서의 빅데이터 활용

- ▶ 그동안 빅데이터 활용에 소극적인 자세를 보여 왔던 할리우드 영화와 드라마 등 미디어 콘텐츠 업계에서도 빅데이터 도입을 본격 추진 중(Variety, 2013.9.25)
 - 빅데이터 활용은 투자자 유치와 마케팅 및 배급 차원을 넘어서 출연진 캐스팅 등 작품 제작 영역으로까지 확대되는 양상을 보임
 - 할리우드가 다른 업계에 비해 빅데이터 도입에 소극적이었던 이유는 기본적으로 업계 문화 자체가 논리적인 데이터 분석을 통하기보다는 제작자의 직감에 따라 운영되는 방식으로 이루어왔기 때문
 - 최근에는 투자자 유치를 통한 제작비 조달 과정에서 출연진과 그들이 전작에서 거둔 성과 등에 관한 데이터 분석 활용 사례가 증가하고 있는데, 이 같은 데이터 분석의 활용은 투자자 유치뿐만 아니라 작품의 마케팅과 배급 과정으로 영역을 확대하고 있음
- ▶ 빅데이터 도입이 가장 어려울 것으로 예상되어 온 감독과 배우의 캐스팅을 비롯한 작품 기획 등 콘텐츠의 제작 과정에도 빅데이터 활용이 증가
 - 작품 제작 과정에서 빅데이터를 활용한 대표적인 성공 사례로는 영국 세계 최대의 영화/영상 스트리밍 업체인 넷플릭스(Netflix)가 BBC TV의 동명 드라마를 원작으로 삼아 새롭게 만든 ‘하우스 오브 카드(House of Cards)’가 대표적
 - 2013년 미국 상반기를 휩쓸었던 드라마로 1억 달러의 제작비가 투입되었으며, 최고의 드라마를 대상으로 시상하는 제 65회 에미상에서 최우수 감독상을 비롯한 3관왕을 차지함으로써 작품성을 인정받음
 - 넷플릭스는 지상파나 케이블 방송사가 아닌 만큼 따로 방영시간을 정해두지 않았고 온라인 상에서 스트리밍으로 이용할 수 있도록 에피소드를 한 편 씩 차례대로 공개했음
 - ‘하우스 오브 카드’는 본래 영상 스트리밍 서비스만 담당하던 넷플릭스가 드라마 제작에 뛰어들어 자체적으로 제작한 ‘넷플릭스 오리지널(Netflix Original)’시리즈의



일환으로 기획됨

- 넷플릭스는 ‘하우스 오브 카드’ 제작 과정에서 전문적인 데이터 마이닝 과정을 통해 유명 감독 데이빗 핀처(David Fincher)를 제작에 참여시키고 케빈 스페이시(Kevin Spacey) 등의 배우들을 캐스팅함으로써 큰 성공을 거두었고 이를 통해 할리우드로부터 주목받기 시작함

그림 12. 영화 ‘하우스 오브 카드’의 넷플릭스 홍보 화면



출처: Netflix(2014, <http://www.netflix.com>)

- ▶ 한편, 영화와 드라마 제작에서 빅데이터의 활용이 본격화하기 위해서는 개인정보 보호 문제와 함께 미디어 업계와 IT 기술 업계의 긴밀한 협력을 통한 빅데이터 관리 전문 인력 확보가 선행되어야 할 것으로 보임
- 빅데이터를 전문적으로 분석하는 데이터 사이언티스트는 주로 IT나 소프트웨어 전문 기업에서 채용하거나 근무하고 있는데, 할리우드에서 빅데이터의 활용이 늘어날수록 이들의 할리우드 진출도 가속화될 전망

(2) 영화/영상 콘텐츠 추천 서비스

- ▶ 넷플릭스는 빅데이터 분석을 통해 가입자의 콘텐츠 기호를 파악하고 여기에 맞는 영화나 TV 프로그램을 추천하는 서비스를 제공(GigaOM, 2013.7.25)
- 넷플릭스는 콘텐츠 추천을 위해 활용되는 빅데이터에 대해 구체적인 내용을 공개하지 않고 있으나, 넷플릭스의 전 데이터 담당자가 거론했던 분석 내용을 참조해보면 매우 다양한 데이터를 활용하고 있는 것으로 드러남



- 빅데이터 분석 데이터에는 2,500만 명 이용자들의 일시 정지, 되감기 등의 이용 행태를 포함한 하루 평균 3,000만 건의 동영상 재생 기록, 최근 3개월의 기간에 해당하는 20억 시간 이상의 동영상 시청 시간 동안의 기록이 포함됨
- 또한, 하루 평균 400만 건의 이용자 평가 및 300만 건의 검색 정보, 위치 정보, 단말 정보, 주중 및 주말의 시청 행태, 시청률 조사업체 닐슨(Nielsen)을 비롯한 시장조사 업체가 제공하는 메타데이터, SNS 서비스인 페이스북과 트위터로부터 수집한 소셜 데이터 등을 추적해 분석하는 것으로 알려짐

▶ 넷플릭스의 빅데이터 분석은 가입자의 콘텐츠 기호 파악을 가능케 해 오리지널 콘텐츠 제작 시에도 상당한 기여를 하는 것으로 풀이됨

- 넷플릭스는 총 3,700만 명 이상의 가입자를 확보하고 있으며, 이들 가입자를 겨냥해 빅데이터 기법을 이용해 자사에서 자체 제작한 드라마인 ‘넷플릭스 오리지널(Netflix Original)’시리즈를 추천하고 있음
- 보통 방송사들이 신규 프로그램 방영 시 시청자 확보를 위해 초기에 막대한 광고비를 투자하는 데 비해, 넷플릭스는 빅데이터 기법을 통해 잠재 시청자들에게 자사 콘텐츠를 추천함으로써 엄청난 광고 효과를 얻고 있는 것임
- 넷플릭스는 2013년 이후 선보인 ‘House of Cards’, ‘Arrested Development’, ‘Orange is the New Black’ 등 자체 제작 드라마 시리즈인 ‘넷플릭스 오리지널’을 통해 돌풍을 일으키고 있음
- 업계 전문가들은 빅데이터 분석에 기반한 넷플릭스의 콘텐츠 추천 서비스가 향후 ‘넷플릭스 오리지널’의 성공을 견인하게 될 것이라는 주장도 제기

(3) 영화 흥행 실적 예측

▶ 할리우드에서는 다수의 영화 시장 분석 사업자가 소셜 미디어 빅데이터를 활용, 신작 영화에 대한 잠재적인 영화 관람객의 반응을 추적해 박스 오피스 실적을 예측하고 있음(The Wrap, 2013.8.13)

- 이 같은 배경에는 35세부터 54세 사이의 미국 성인 중 정보 획득 목적으로 소셜 미디어를 사용하는 비중이 2009년 33%에서 최근 51%까지 증가한 환경이 자리 잡고



있음

- 이에 따라 소셜 미디어에 기반한 박스 오피스 실적 예측이 보다 높은 신뢰 수준을 확보하게 되었음

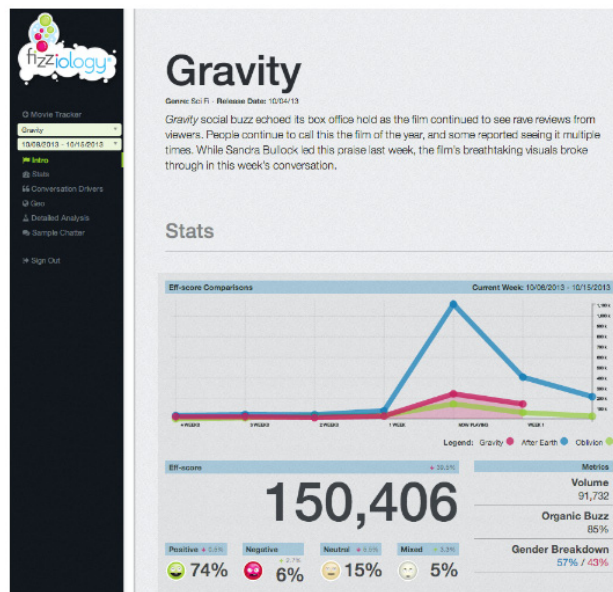
▶ 영화 시장조사 업체인 릴펄스(Reel Pulse)는 박스오피스 실적을 전문적으로 추적하는 서비스를 제공

- 신작 영화 개봉 8주 전에 실적 예측을 제공해 할리우드 영화사가 사전에 보다 효과적인 마케팅 전략을 전개할 수 있도록 지원

▶ 엔터테인먼트 시장 전문 조사업체 월드와이드모션픽처그룹(Worldwide Motion Picture Group)의 경우 향후 박스 오피스 실적을 예측하기 위한 소셜 미디어 모니터링을 개시할 계획

- 신작 영화 개봉 24주 전부터 SNS 서비스로부터 데이터를 수집하고 이 외에도 설문조사 및 포커스 그룹 인터뷰 등도 강화해 보다 정확한 영화 티켓 판매 실적을 예측할 계획

그림 13. 피지올로지가 제공하는 ‘무비 트래커’ 서비스 화면



출처: Fizziology(2014, <http://fizziolggy/products/>)



▶ 엔터테인먼트 관련 소셜 미디어 여론 분석 업체 피지올로지(Fizziology)는 소셜 미디어 빅데이터를 이용한 각종 영화 흥행 예측 서비스를 제공하고 있음

- 피지올로지는 2009년 서비스 개시 이후 500개 이상 영화의 박스 오피스 실적을 추적해왔으며, 개봉 4주 전부터 개봉 후 3주의 기간에 걸쳐 소셜 빅데이터를 수집
- 소셜 미디어에 나타난 소비자 반응과 영화와 관련된 포스트(게시글, 댓글 등)를 분석해 산출한 순위인 ‘이프스코어(Eff-Score)’와 이를 바탕으로 분석한 내용과 예측을 담은 주간 보고서 ‘무비 트래커(Movie Tracker)’ 서비스를 제공 중
- 피지올로지는 트위터, 페이스북, 블로그 검색 엔진 등의 API¹⁵⁾를 통해 데이터를 끌어 모아 분석함으로써, 정확도 95% 수준의 예측을 제공할 수 있다고 밝힘

▶ 업계 관계자들은 할리우드 영화사들의 빅데이터 활용 영화 흥행 예측 서비스 이용이 늘어날 것으로 전망함

- 소셜 미디어 빅데이터에 기반한 박스 오피스 실적 예측의 실제 효과를 체감한 할리우드 영화사들이 본격적으로 이 같은 예측을 활용해 마케팅 예산을 보다 효율적으로 집행하려는 전략을 수립할 것으로 기대됨

(4) TV 프로그램 시청자 피드백 분석 및 처리

▶ 인도의 TV 다큐멘터리 프로그램 ‘사피야메브 자야테(Satyamev Jayate)(이하 사피야메브)’가 높은 시청률과 함께 빅데이터 분석 기법을 활용해 화제를 모음(GigaOM, 2012.8.11)

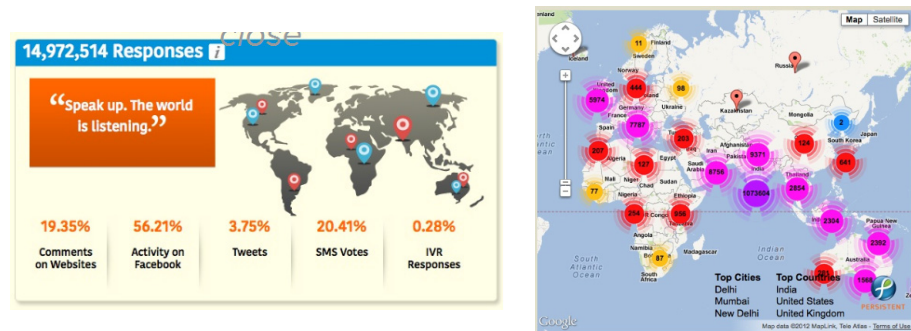
- 발리우드의 인기 스타 아미르 칸(Aamir Khan)이 출연해 큰 인기를 끌고 있는 인도의 TV 프로그램으로 매주 일요일 아침에 방영되고 있으며, 카스트 제도, 아동 학대 등 인도 내에서 가장 민감한 주제들을 골라서 다루는 일종의 다큐멘터리임
- ‘사피야메브’ 제작진은 민감한 사안을 다루는 프로그램의 특성과 높은 시청률로 인해 시청자의 피드백이 폭주하고 있다고 밝혔으며, 13개 에피소드에 대한 시청자 수는 인도 TV 방송 및 YouTube를 포함해 4억 명을 돌파한 것으로 알려짐

15) Application Programming Interface의 약자로 응용 프로그램을 만들 때 윈도우를 만들고 파일을 여는 것과 같은 처리를 할 수 있도록 1000여 개 이상의 함수로 구성되어 있으며, 프로그래머가 프로그램을 보다 쉽고 간편하게 할 수 있도록 도와 주는 역할을 함



- 800만 명의 시청자가 페이스북, 홈페이지, 문자 메시지, 전화 등을 통해 1,400만 건 이상의 피드백을 남긴 것으로 집계되었으며, 특히 프로그램에서 다루어진 이슈가 트위터에서 가장 주목받는 이슈로 부상함
- ▶ ‘사피아메브’ 제작진은 시청자들로부터의 피드백이 폭주하자 빅데이터 분석 기법을 활용해 피드백들을 처리해 프로그램 제작에 반영하고 있음
- 제작진은 인도의 IT 컨설팅 업체 퍼시스턴 시스템즈(Persistent Systems, 이하 PS)와 협력, 에피소드 방영 36시간 전에 다루게 될 이슈를 PS에 미리 알리고 해당 이슈에 대한 관련 용어를 정리하는 작업을 수행
- 에피소드 방영 후에는 PS가 설계한 빅데이터 분석 시스템을 통해 흥미 수준(interest level) 및 정서(sentiment) 등을 기준으로 점수를 매겨 피드백을 분류
- 흥미로운 이야기를 담은 긴 피드백은 높은 점수를 받을 가능성이 높으며, 짧은 축전 같은 메시지는 낮은 점수를 받는 방식
- 높은 점수를 받은 피드백은 내용의 진실성 및 사생활 침해 여부 등에 대한 전문가 점검을 거쳐 ‘사피아메브’ 웹사이트에 게재됨

그림 14. ‘사피아메브 자아테’의 시청자 피드백 분석 결과



출처: GigaOM(2012, http://gigaom.com/2012/08/11/how-indias-favorite-tv-show-uses-data-to-change-the-world/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+pcorg+%28paidContent%29/)

2) 게임

- ▶ 게임 업계에서 빅데이터가 이용자들의 게임 경험을 개선하고 맞춤형 광고를 통해 매출을 극대화할 수 있는 수단으로 주목받고 있음(SmartDataCollective, 2013.10.31)



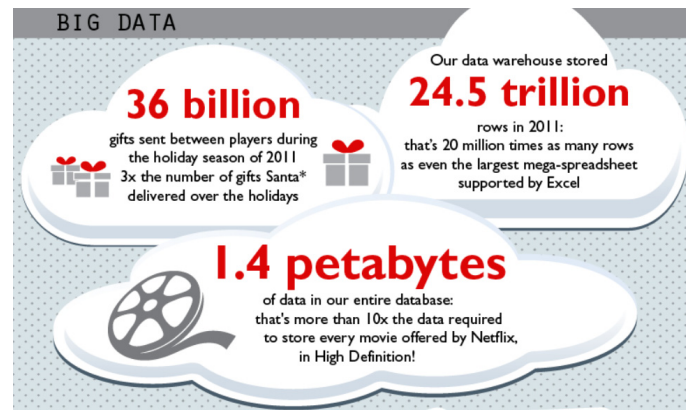
- 다른 산업과 마찬가지로 게임 산업에서도 다차원적인 고객 분석은 필수적이며, 게이머들은 다양한 방식으로 수많은 데이터를 남기기 때문에 데이터 확보 역시 용이함
 - 확보된 데이터들은 게임을 하는 시간대나 지속시간, 함께 게임을 하는 사람, 게임 내 아이템에 지출하는 금액에 이르기까지 게임 내에서 일어나는 모든 행동을 포괄하고 있음
 - 게임 프로필이 SNS와 연결되어 있거나 이용자가 기타 개인정보를 입력해 놓은 경우 데이터는 실생활에까지 확장됨
- ▶ 획득한 데이터를 바탕으로 게임 내 상품을 타겟 이용자에게 제시할 경우 상품 구입 비율을 높임으로써 매출 극대화가 기대됨
- 전자상거래 사이트들이 다른 고객들이 구입한 물품을 기반으로 추천 상품을 제시하는 것처럼 가상 아이템을 판매하는 게임에서도 같은 방식을 적용 가능
- ▶ 빅데이터 분석을 통해 게임의 난이도 조절이나 개선이 필요한 부분을 찾아냄으로써 게임 콘텐츠의 질적 향상을 꾀하는 것도 가능함
- 빅데이터 분석을 통해 게임의 난이도가 너무 어렵거나 쉬워서 플레이어가 게임을 포기하는 사실을 발견하거나, 다수의 이용자들이 과제 달성에 실패하는 이유를 발견할 수도 있음
 - 난이도가 너무 높거나 낮은 부분과 게임 콘텐츠에서 개선이 필요한 부분을 찾아내는 데 이용될 수 있고, 수백만 이용자들의 데이터를 분석해 게임에서 가장 인기 있는 요소를 판단하는 지표로도 활용
- ▶ 빅데이터를 통해 게임 내에서 각 플레이어의 필요와 상황에 맞는 맞춤형 광고를 제시하는 것도 가능함
- 게임과 SNS를 통해 획득한 데이터를 결합함으로써 이용자의 선호 경향을 파악하고 이용자 프로필에 부합되는 광고만을 제시함으로써 더 많은 가치를 창출
- ▶ 세계 최대의 소셜 게임 사업자인 징가(Zynga)는 게임 개발과 운영에 자사의 게임



유저들로부터 획득한 빅데이터를 활용하고 있음(Bigdata-Startup, 2013)

- 소셜 게임은 게임 진행 과정에서 수많은 데이터가 게임 업체와 사용자들뿐만 아니라, 유저들 사이에서도 오고가며 이러한 데이터를 게임 개발과 운영에 활용
- 이 같은 데이터는 일간, 월간 접속 유저, 1회 접속 시 플레이 시간, 1인당 아이템 구매 횟수 및 금액, 아이템 구매 성향과 같은 수많은 데이터를 포함하며, 이들을 분석해 게임의 유료 아이템 판매를 끌어올리고 더 재미있는 게임 설계에 활용

그림 15. 징가가 발표한 자사의 빅데이터 관련 수치



출처: Zynga(2012, <http://www.pandora.com>)

3) 음악

▶ 인터넷 라디오 스트리밍 서비스인 판도라(Pandora)는 청취자의 취향에 맞는 음악 추천에 빅데이터 분석을 활용하고 있음(Forbes, 2013.10.6)

- 판도라는 지난 8년 동안 2억 명 이상 이용자들의 프로필과 음악 청취 행태를 수집하면서 빅데이터 분석 기법을 도입할 수 있는 인프라를 구축
- 유저가 특정한 음악에 대해 클릭한 ‘좋아요(Like)’, ‘싫어요(Dislike)’ 데이터를 수집해 어떤 음악을 선호하고 싫어하는지를 분석했으며, 음악을 청취한 장소와 시간, 음악 청취에 이용한 단말과 같은 데이터도 수집해왔음
- 인간 유전자 분석 프로젝트와 유사하게 음악의 속성을 상세하게 분석하는 ‘뮤직 게놈 프로젝트(Music Genome Project)’를 통해 음악의 음조, 템포, 악기 등 최대 450개의 속성을 기준으로 음악을 분석한 데이터도 확보하고 있음

- 판도라는 월 평균 7천 만 회 이상의 청취 횟수를 확보한 세계 최대의 인터넷 라디오 방송 서비스로 성장했으며, 이 수치는 미국 전체 라디오 방송 청취량의 7% 정도를 점유하는 것으로 나타났다

그림 16. 판도라 서비스 화면



출처: Pandora(2014, <http://www.pandora.com>)

▶ 판도라는 수집한 빅데이터를 서비스 개선 및 수익 확충 용도로 적극 활용

- 빅데이터 분석을 통해 이용자가 최소한의 정보 입력만으로도 자신의 취향에 맞는 음악을 추천해주는 기능을 제공함으로써 효과적인 인터넷 라디오 방송 서비스를 구축
- 빅데이터 분석은 판도라가 효과적인 맞춤형 타겟 광고 서비스를 제공하는 데에도 상당한 기여를 하고 있음

4) 전자책 및 서적

▶ 출판 업계에서 전자책 마케팅을 위한 빅데이터 분석 기법 도입 주장이 제기됨

- 미국과 영국 Amazon에서는 2012년을 기점으로 전자책 다운로드가 종이책 판매량을 추월하면서 전자책 보급이 급속도로 확산되고 있음
- 전자책은 종이책보다 소비자의 독서 습관, 특정 도서에 대한 전반적인 반응 등을 보다 상세하고 체계적으로 수집할 수 있기 때문에, 출판사가 전자책과 관련된 빅데이터



분석을 시행할 경우 마케팅 전략에 필요한 유용한 통찰을 얻을 수 있을 것으로 예상됨

- ▶ 전자책은 출판사들이 독자와 관련된 광범위한 데이터를 상세히 확보할 수 있는 기회를 제공
 - 출판사들은 전자책 단말기나 애플리케이션을 통해 독자들이 특정 전자책을 열람하는 횟수, 한 번에 읽는 페이지 분량, 한 권을 읽는 데 소요되는 시간, 전자책을 읽기 전후에 읽은 다른 전자책 정보와 같은 상세 데이터를 확보 가능함
 - 출판사가 전자책을 통해 확보한 독자 데이터는 마케팅 전략 수립 시 유용한 자료가 될 것으로 예상됨
- ▶ 전통적인 출판 업계는 최신 기술 도입에서 다른 IT 기업과 비교해 한참 뒤쳐져 있음을 감안하면, 빅데이터 분석 기법 도입에 서둘러 대비해야 할 필요성이 제기됨
 - 이미 아마존, 애플, 구글 등 출판 업계와 전자책 시장을 놓고 경쟁 중인 IT 기업들은 빅데이터 수집과 분석을 시행하고 있음
 - 세계 최대의 인터넷 서점이자 전자책 사업자인 아마존은 소비자가 읽었던 도서 목록에 기반해 새로운 책들을 추천하는 서비스를 제공 중임

그림 17. 아마존의 서적 추천 서비스

Customers Who Bought Items in Your Wish List Also Bought

Page 1 of 5

Book Title	Author	Rating	Price	Format
The Dialogic Imagination: Four Essays (U. ...)	M. M. Bakhtin	★★★★★ (11)	\$17.64	Paperback
The Cambridge Introduction to Narrative ...	H. Porter Abbott	★★★★★ (3)	\$23.79	Paperback
A Dictionary of Narratology (Revised Edi. ...)	Gerald Prince	★★★★★ (2)	\$12.95	Paperback
Morphology of the Folktale (Publications. ...)	V. I. A. Propp	★★★★★ (15)	\$19.08	Paperback
SZ: An Essay	Roland Barthes	★★★★★ (6)	\$11.82	Paperback
Routledge Encyclopedia of Narrative Theo...	David Herman	★★★★★ (3)	\$53.88	Paperback

출처: Amazon(2014, <http://www.amazon.com>)



3. 콘텐츠 분야 빅데이터 활용 전망

- ▶ 현재 콘텐츠 분야에서 빅데이터의 활용 사례는 콘텐츠의 ‘발견(Discovery)’, ‘추천(Recommendation)’ 및 사용자들의 성향 분석을 통한 콘텐츠의 성공 요소 발견, 흥행 수입 예측, 고객 관리나 마케팅으로 구분되고 있음
 - 콘텐츠의 발견과 추천, 사용자 성향 분석은 모두 유사한 맥락에서 연결되어 있는데, 이들이 필요한 이유는 콘텐츠의 양과 가짓수가 너무 많은 경우 사용자가 자신이 선호하고 좋아하는 콘텐츠를 찾아내는 것이 매우 힘들기 때문임
 - 특히 방대한 콘텐츠를 자랑하는 음악, 영화, TV 프로그램과 같은 분야에서 콘텐츠의 발견과 추천 기능은 사용자의 만족도를 향상시킬 수 있는 핵심 서비스로 여겨지고 있음
 - 할리우드 영화사는 자사가 제작한 영화의 흥행 수입 예상에 매우 촉각을 곤두세우는데, 그 이유는 보통 영화 제작비와 맞먹게 소요되는 마케팅 비용을 흥행 수입 예상에 따라 책정하고 집행해야 하기 때문임
 - 이러한 수요에 따라 미국 할리우드 관련 업계에서는 영화 흥행 예측 기법과 서비스를 제공하는 전문 업체들이 생겨난 것으로 풀이됨
 - 일반적인 고객 관리나 마케팅은 상품을 판매하는 기업이나 전자상거래 업체들은 모두 도입하고 있지만 온라인에서 상품 구매와 이용이 함께 이루어지는 게임, 음악, 영화, 전자책과 같은 콘텐츠 분야에서는 보다 상세한 데이터 획득을 통해 유용한 정보들을 활용 가능함
- ▶ 빅데이터 분석의 핵심은 ‘데이터의 양’이 아닌 ‘통찰력’으로, 다양하고 많은 데이터를 모으는 것보다 데이터를 의미 있는 방향으로 해석하고 시사점을 도출하는 작업이 중시됨
 - 빅데이터 전문가들은 데이터 수집 및 저장 기술이 보다 저렴한 비용으로 가능해지고 관련 솔루션들이 탁월한 성능을 제공하게 되면서, 데이터를 이해하고 분석하는 역량의 중요성이 부각되는 추세라고 주장
 - 업계에서는 다양한 분석 솔루션 도입, 분석 전문가 영입 등의 적극적인 행보로 데이터 분석 시 통찰력을 증대시키려는 노력을 경주 중임



- ▶ 콘텐츠 분야에서 빅데이터 기법이 보다 활발하게 도입되기 위해서는 프라이버시 보호, 빅데이터에 대한 기업의 마인드 변화 등과 같은 문제들이 해결되어야 할 것으로 전망됨
 - 사용자들로부터 얻어지는 빅데이터에는 개인적인 정보들이 있을 수 있고, 이들을 이용하기 위해서는 프라이버시 문제를 확실하게 해결해야 할 필요가 있음
 - 빅데이터에 대한 올바른 전략을 수립하고 적절히 활용하고 있는 기업들이 많지 않은 상황에서, 빅데이터에 대한 기업의 마인드 변화와 적절한 전략 수립이 요구됨
- ▶ 빅데이터를 전문적으로 분석하고 처리하는 데이터 과학자(Data Scientist)에 대한 수요가 콘텐츠 업계에서도 늘어날 전망
 - 데이터 과학자는 방대한 데이터의 의미를 해석하고 이로부터 유용한 시사점과 통찰력을 이끌어내는 전문가를 말함
 - 데이터 과학자는 수학, 통계학, 컴퓨터 공학 등에서 전문 지식을 보유하고 있어야 하기 때문에, 숙련된 인력을 확보하기가 어려움이 있음
 - 향후 콘텐츠 업계에서 빅데이터 기법 도입이 증가할수록 데이터 과학자에 대한 수요가 증대될 것으로 보이며, 이에 따라 외부로부터의 우수한 빅데이터 관련 인력 확보와 전문성 부여를 통한 인력 육성이 필요할 전망

참고문헌

- Bigdata-Startup(2013). Zynga is a big data company masqueraded as a gaming company. Retrieved from <http://www.bigdata-startups.com/BigData-startup/zynga-is-a-big-data-company-masqueraded-as-a-gaming-company/>
- Forbes(2013. 10. 6). Pandora Radio's dominance built on big data edge. Retrieved from <http://www.forbes.com/sites/amadoudiallo/2013/10/06/pandora-radios-dominance-built-on-big-data-edge>
- GigaOM(2012. 8. 11). How India's favorite TV show uses data to change the world. Retrieved from http://gigaom.com/cloud/how-indias-favorite-tv-show-uses-data-to-change-the-world/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+pcorg+%28paidContent%29
- GigaOM(2013. 7. 25). At Netflix, big data can affect even the littlest things. Retrieved from <http://gigaom.com/2013/07/25/at-netflix-big-data-can-affect-even-the-littlest-things/>



- SmartDataCollective(2013. 10. 31). The gaming industry turns to big data to improve the gaming experience. Retrieved from <http://smartdatacollective.com/bigdatastartups/162881/gaming-industry-turns-big-data-improve-gaming-experience>
- The Wrap(2013. 8. 13). How social media is revolutionizing the flailing movie tracking industry. Retrieved from <http://www.thewrap.com/movies/article/can-social-media-revolutionize-flailing-tracking-industry-107646>
- Variety(2013. 9. 25). Big data: Media embracing the most detailed information about you yet. Retrieved from <http://variety.com/2013/biz/news/big-data-media-embracing-the-most-detailed-information-about-you-yet-1200665847/>

용어정리

빅데이터(Big Data)

빅데이터란 디지털 환경에서 생성되는 데이터로 그 규모가 방대하고, 생성 주기도 짧고, 형태적인 면에서도 수치 뿐 아니라 문자와 영상 데이터를 포함하는 대규모 데이터를 말함. 빅데이터 분석 기법을 통해 사람들의 행동이나 위치정보, SNS를 통해 나타나는 생각이나 의견까지 분석하고 예측할 수 있음

데이터 분석 기법(Data Analytics)

빅데이터와 같이 방대한 데이터를 수집하고 저장한 후 이를 적절한 형태로 분류하거나 처리하는 기법을 말함. 주로 하둡(Hadoop)과 같은 빅데이터 분석 데이터베이스나 각종 컴퓨터 프로그램, 솔루션을 통해 이루어짐