

# 빅 데이터를 활용한 영상/영화콘텐츠 제작의 변화

강창훈<sup>o</sup>, 김진호<sup>\*</sup>

<sup>o</sup>강동대학교 방송영상미디어과

e-mail: chkang@gangdong.ac.kr<sup>o</sup>, keicyfeel@naver.com<sup>\*</sup>

## Changes in Production of Video / Movie Contents using Big Data

Chang-Hoon Kang<sup>o</sup>, Jin-Ho Kim<sup>\*</sup>

<sup>o</sup>Dept. of Visual Broadcastin Media, Gang-Dong College

### ● 요약 ●

해마다 방대한 양의 콘텐츠가 쏟아져 나오는 현재의 콘텐츠 시장은 ‘즐길 거리’가 차고 넘치는, 수요보다 공급이 많은 시장이다. 이러한 환경에서 소비자가 자신의 취향에 맞는 콘텐츠를 쉽고 빠르게 찾을 수 있게 하는 맞춤형 콘텐츠 제공의 측면에서 빅데이터의 효율적인 활용은 중요하다. 더 나아가 콘텐츠의 소비 단계 뿐만 아니라 기획 및 제작 단계에서도 빅데이터는 소비자가 흥미를 느낄만한 콘텐츠를 미리 예측하며, 성공 가능성 높은 콘텐츠를 기획 및 제작할 수 있게 하는데 기인하는 중요한 핵심 요소이다. 이미 게임, 영상, 음악 등의 분야에서는 개인의 기호와 취향에 맞춤형된 콘텐츠를 제공하거나 소비자에게 더 인기를 얻을 수 있는 콘텐츠 기획 및 개발에 빅데이터를 활용하고 있으며, 앞으로는 더욱 다양한 장르에서 빅데이터 활용 사례가 증가할 전망이다.

**키워드:** 빅데이터(Big Data), 데이터 분석기법(Data Analytics), 영상/영화콘텐츠(Video/Movie Contents)

### I. 영화/영상 제작 단계에서의 빅데이터 활용

그동안 빅데이터 활용에 소극적인 자세를 보여 왔던 미디어 콘텐츠 업계에서도 빅데이터 도입을 본격 추진 중이다. 빅데이터의 활용은 투자자 유치와 마케팅 및 배급 차원을 넘어서 출연진 캐스팅 등 작품 제작 영역으로까지 확대되는 양상을 보이고 있다. 빅데이터를 활용한 대표적인 성공 사례로는 영국 세계 최대의 영화/영상스트리밍 업체인 넷플릭스(Netflix)가 BBC TV의 동명 드라마를 원작으로 삼아 새롭게 만든 ‘하우스 오브 카드(House of Cards)’가 대표적이다.

추적해 분석하는 것으로 알려졌다.

넷플릭스는 2013년 이후 선보인 ‘House of Cards’, ‘Arrested Development’, ‘Orange is the New Black’ 등 자체 제작 드라마 시리즈인 ‘넷플릭스 오리지널(Netflix Original)’을 통해 돌풍을 일으키고 있는데, 이 ‘넷플릭스 오리지널(Netflix Original)’ 시리즈 콘텐츠 제작 시에도 넷플릭스의 빅데이터 분석은 상당한 기여를 한 것으로 보인다.

### II. 영화/영상 콘텐츠 추천 서비스

넷플릭스가 빅데이터 분석에 활용하는 소비자 데이터는 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 기록 등이 포함된다. 또한, 더욱 고도화된 분석을 위해 콘텐츠 시청 행태 이외에도 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 등의 다양한 데이터를

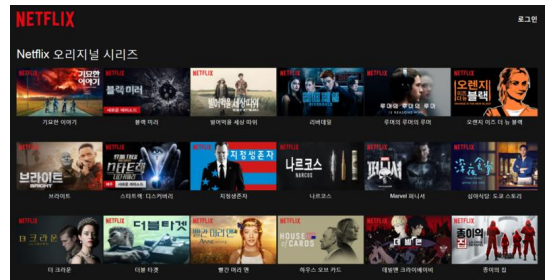


Fig. 1. 넷플릭스 오리지널 시리즈

### III. 영화 흥행 실적 예측

할리우드 영화사는 자사가 제작한 영화의 예상 흥행 수입에 따라 영화 제작비와 맞먹는 마케팅 비용을 책정하고 집행해야 하기 때문에 흥행 수입 예측을 중요하게 생각한다. 이러한 수요에 따라 할리우드 관련 업계에는 빅데이터를 활용한 영화 흥행 예측서비스가 등장하였다.

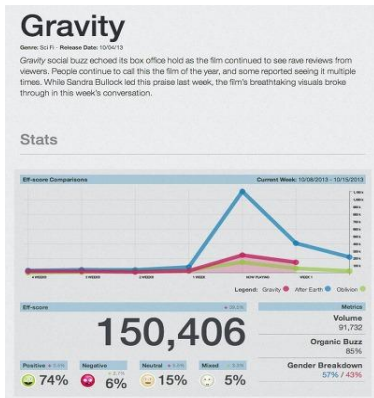


Fig. 2. 피지올로지의 <그래비티> 소셜 버즈 분석 예시

엔터테인먼트 관련 소셜 미디어 여론 분석 업체 피지올로지(Fizziology)는 소셜 미디어 빅데이터를 분석하여 박스오피스 순위를 산출한 ‘이프스코어(Eff-Score)’와 이를 바탕으로한 분석과 예측을 담은 주간 보고서 ‘무비 트래커(Movie Tracker)’ 등의 영화 흥행 예측 서비스를 제공한다. 피지올로지는 2009년 서비스 개시 이후 500개 이상 영화의 박스 오피스 실적을 추적해왔으며, 개봉 4주 전부터 개봉 후 3주의 기간에 걸쳐 소셜 미디어에 나타난 소비자 반응과 영화 관련 포스트(트위터, 페이스북, 블로그 검색엔진 등의 게시물, 댓글 등)를 분석하기 때문에 예측의 정확도가 무려 95% 수준이라고 한다.

또한 엔터테인먼트 시장 전문 조사업체 월드와이드 모션픽처그룹(Worldwide Motion Picture Group)도 향후 소셜 미디어 모니터링을 활용한 박스오피스 실적 예측 서비스를 개시할 예정이라고 한다.

### IV. 콘텐츠 분야 빅데이터 활용 전망

엄청난 양의 콘텐츠를 자랑하는 음악, 영화, TV 프로그램과 같은 분야에서 소비자가 원하는 콘텐츠를 빠르게 찾게 하거나 추천해 줄 수 있는 기능은 소비자의 만족도를 크게 향상시킬 수 있는 핵심 서비스로 앞으로 더욱 많이 활용될 것으로 예상된다.

빅데이터 분석의 핵심은 ‘데이터의 양이 아닌 통찰력’으로, 다양하고 많은 데이터를 모으는 것보다 데이터를 의미 있는 방향으로 해석하고 시사점을 도출하는 작업이 중시되는데, 데이터 수집 및 저장 기술이 보다 저렴한 비용으로 가능해지고 관련 솔루션들이 점점 발전함에 따라, 데이터를 이해하고 분석하는 역량의 중요성은 더욱 부각되고 있다. 이에 따라 빅데이터를 전문적으로 분석하고 처리하는 데이터

과학자(Data Scientist)에 대한 수요가 증가하고 있다. 향후 콘텐츠 업계에서도 빅데이터 활용이 증가할수록 콘텐츠 전문 데이터 과학자에 대한 수요가 증대될 것이기 때문에 콘텐츠 업계 내에서 우수한 빅데이터 인력 확보를 위한 전문성 부여와 인력 육성이 필요할 전망이다.

### REFERENCES

- [1] 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/>
- [2] 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>
- [3] 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-showuses-data-to-change-the-world/?utm\\_source=feedburner&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=Feed%3A+pcorg+%28paidContent%29](http://gigaom.com/cloud/how-indias-favorite-tv-showuses-data-to-change-the-world/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+pcorg+%28paidContent%29)