



# “ 언론 기사로 재 탄생한 ” 온라인 커뮤니티

2023. 07

언젠가부터, 온라인 커뮤니티 게시판에 올라오는 갖가지 사연들이  
**언론 기사**라는 타이틀을 달고 **포털사이트 메인**에까지 노출되고 있다.

남친, 여친, 남편, 와이프, 시어머니, 처가댁, 옆집, 사장님, 신입사원, MZ, 배달원 등 **대상도 다양하고**  
하소연, 호소, 요구, 감동, 논란, 갑론을박, 대립, 조언, 공유, 공론화 등 게시 **목적도 다채롭다.**

가끔씩은 굳이 이런 개인적인 이야기들까지 기사화 되어야 하나 싶지만,  
사회적 반향을 불러 일으키는 경우도 적지 않아 마냥 지나칠 수만도 없다.

논란을 유발한 누군가가 **공공의 적**이 되는가 하면  
선의를 베푼 사장님이 **“돈쫄”**을 맞는 경우도 있다.

...

그리고 어쩌면 이런 소소한 일상의 사연들이  
사건사고 가득한 세상에서 **단비가 되고 있는지도** 모르겠다.

코로나기간 동안 유독 많이 눈에 띄었던 언론 속 커뮤니티 사연들,  
과연 어떤 내용들이 언론을 통해 다뤄졌는지 짚어보자.

# 데이터 설계

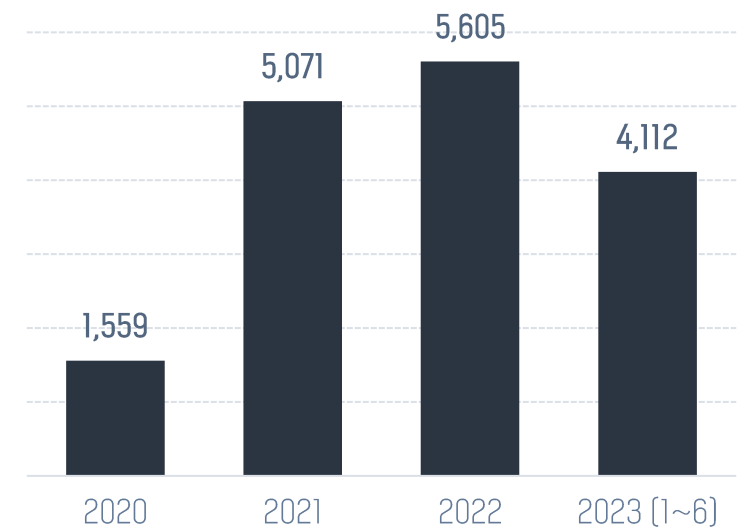
## “얼마나 많은, 또 어떤 커뮤니티 게시글이 언론 기사로 재 탄생 했을까?”

2020년 1월부터 2023년 6월까지

언론 매체에서 온라인 커뮤니티 게시글을 활용해 쓴  
온라인 기사 **16,347** 건을 수집해 **텍스트 분석** 진행

\* 언론 기사에서 “온라인 커뮤니티”로 수집된 전체 정보 중  
정치 이슈, 연예계 이슈, 다른 나라 이슈, 홍보를 위해 인용한 경우 등  
분석 취지에 부합하지 않는 글이라고 판단되면 과감하게 버렸다.

언론의 ‘온라인 커뮤니티’ 인용 기사 보도량(건)



"차만 명품, 사람은 아니네"...벤들리 차주 적반하장 논란

"주유건은 뺏고 가야죠!"...건너편 남성 날벼락 "오펜진이다"...BTS 진, 조교 복무 중 목격담 화제

"음식점 10곳 주문하고 잠수"...황당 사연 "어차피 안 볼 사람들"...4년간 동료 축의금 안 낸 직장인 사연 '공감'

"어른들이 본받아야"... 폐지 줍는 할머니 도운 10대 학생들 '훈훈' "옆 테이블에 늙은 것들이"...고깃집에서 환불 요구한 모녀

"안전 운전하세요"...눈길 배달사고 낸 기사에 홍삼음료 건넨 손님 "안줘, 안줘"...배달원 '치킨 밀당'에 분노한 손님 무슨 일?

"알바로 번 돈 보탠다"...삼육대, 코로나19 기부에 동참

"아파트 품격 위해 화물차는 뒤쪽 주차"...'황당 쪽지에' 차주 "서럽다"

"쓰던 집게 바꿔달라" 요구한 손님... "식당 운영이 만만한 줄 아냐" 맞선 사장

"아빠, 답장 줘!" 세상 떠난 아이에게 온 문자...도 넘은 스미싱

"개 키웁니까" "직업 뭘니까" 집주인 역공, 세입자 면접한다

"배달 늦어 면 불었는데"... 사장 울린 손님의 '감동' 메시지

"2시간..."

(안 가봤...)

'카공족'...

# 어로 기사 제목

"알뜰한 남친 정떨어지... 이별 앞둔 여친..."

"10만원 내고 거지 취급"... 끝없는 축의금 논란, 왜?

5월 4일... 시임은 안되냐"

"시..."

"33세 남, 눈 낮출 생각 없습니다" "10만원 내고 거지 취급"... 끝없는 축의금 논란, 왜?

"대체공휴일로 '사흘' 쉰다는데 왜 3일?"... 문해력 논란

그미훈남의 주장

"산부인과 갈 돈이 없어요" 글에 달려온 천사 어른들

"센터본능이냐"... 주차장 4칸에 걸쳐 주차한 흰색 SUV

"3만원 이상 물건 사야 포켓몬빵 팝니다"... 도 넘은 포켓몬빵 '끼워팔기'

"곧 좋아질거야" 혼자 식당 운영하는 청년 울린 '할머니의 1만원'

"3억짜리 오피스텔 살면서 포르쉐, 한심"... 누리꾼 공분 산 저격글

"1년간 알바 '169번' 뺏았다"... 편의점 모집요강 '화들짝'

"16년 전 강아지 주신 아주머니 찾아요"... 절절한 사연

"MZ가 무개념 대명사?"... 싸잡아 비난 듣는 MZ '부글부글'

"20억 로또 당첨, 일용직은 계속 다녀요"... 1등 후기 '화제'

"가나초코우유도 내 첫 직장도 사라진다" 푸르밀 직원 글 울컥

"차만 명품, 사람은 아니네"…벤들리 **차주** 적반하장 논란

"주유건은 뽑고 가야죠!"…건너편 남성 날벼락 "오펜진이다"…**BTS** 진, 조교 복무 중 목격담 화제

"음식점 10곳 **주문**하고 잠수"…황당 사연 "어차피 안 볼 사람들"…4년간 동료 **축의금** 안 낸 직장인 사연 '공감'

"어른들이 본받아야"… 폐지 줍는 할머니 도운 10대 학생들 **훈훈** "옆 테이블에 눕은 것들이"…고깃집에서 **환불** 요구한 모녀

"안전 운전하세요"…눈길 **배달**사고 낸 기사에 홍삼음료 건넨 손님 "안줘, 안줘"…**배달원** '치킨 밀당'에 분노한 손님 무슨 일?

"알바로 번 돈 보탠다"…삼육대, 코로나19 **기부**에 동참

"아파트 품격 위해 화물차는 뒤쪽 **주차**"…'황당 쪽지에' 차주 "서럽다"

"쓰던 집게 바꿔달라" 요구한 손님… "**식당** 운영이 만만한 줄 아냐" 맞선 사장

"아빠, 답장 줘!" 세상 떠난 아이에게 온 문자…도 넘은 **스미싱**

"개 키웁니까" "직업 뭘니까" 집주인 역공, **세입자** 면접한다

"배달 늦어 면 볼었는데"… 사장 울린 손님의 **감동** 메시지

"2시간 만에 **인출**"

"안 가봤는데 배짱이 있는 거 같아"… **취준** 거짓폭로 일파만파

'**카공족** 미팅' 이 생각

"11월 11일" 관련

"5월 4일" 관련

"알뜰한 **남친** 정떨어서"

"각자"

"원" 이별

추천

"배달"

"5월 4일"

"입은 안 되냐"

이별 앞둔 여친

"아파트"

"사람"

"사고"

"소"

"시"

"여보"

"했다"

"편한데 혼났어요"

"33세 남, 눈 낮출 생각 없습니다" "10만원 내고 거지 취급"…끝없는 **축의금** 논란, 왜?

"대체공휴일로 '사흘' 쉬는데 왜 3일?"… **문해력** 논란

그 **미혼남**의 주장

"산부인과 갈 돈이 없어요" 글에 달려온 천사 어른들

"센터본능이냐"… **주차장** 4칸에 걸쳐 주차한 흰색 SUV

"3만원 이상 물건 사야 **포켓몬빵** 팝니다"…도 넘은 포켓몬빵 '끼워팔기'

"곧 좋아질거야" 혼자 식당 운영하는 **청년** 울린 '할머니의 1만원'

"3억짜리 오피스텔 살면서 **포르쉐**, 한심"…누리꾼 공분 산 저격글

"1년간 알바 '169번' 뽑았다"…편의점 **모집요강** '화들짝'

"16년 전 강아지 주신 아주머니 찾아요"…절절한 **사연**

"MZ가 무개념 대명사?"…싸잡아 비난 듣는 MZ '**부글부글**'

"20억 **로또** 당첨, 일용직은 계속 다녀요"…1등 후기 '화제'

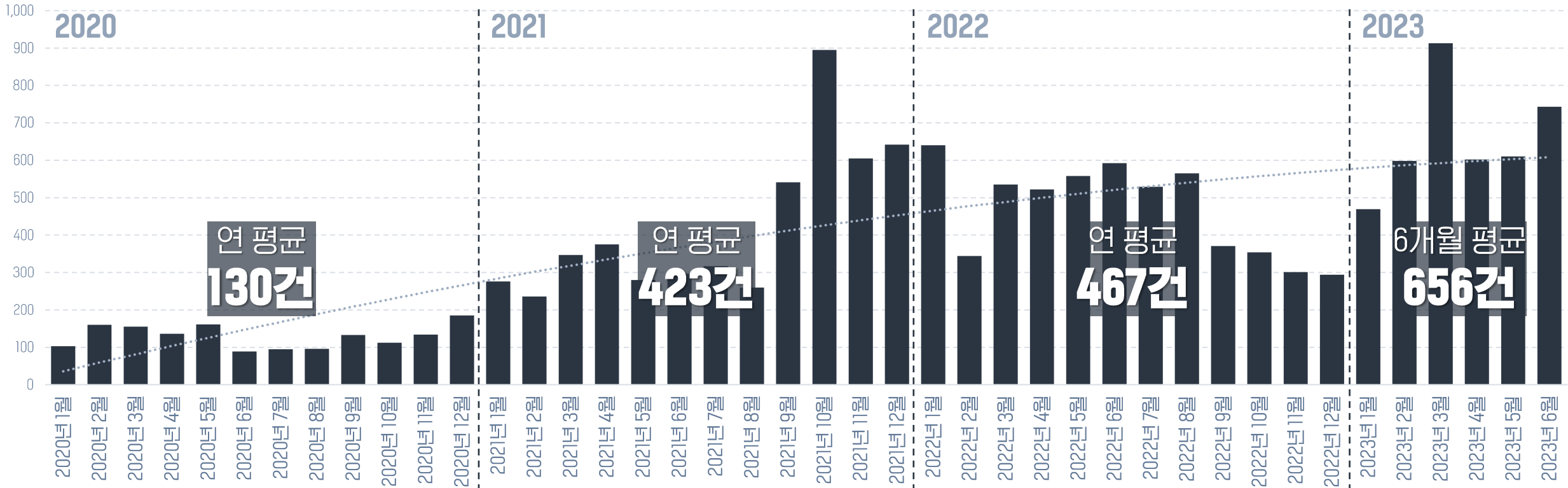
"가나초코우유도 내 첫 직장도 사라진다" **푸르밀** 직원 글 울컥

# 주요 이력 얘기

# 2020-2023.06 최근 3년 반 동안 온라인 커뮤니티 게시물을 활용한 언론 보도량 추이

- 온라인 커뮤니티를 활용한 언론 보도량이 2021년부터 눈에 띄게 증가
- 2020년 연 평균 130건에서 2022년 연 평균 467건까지 급격히 증가 → 3년 만에 약 2.6배 증가
- 언론 보도량이 증가하는 시점을 보면, 2021년에는 하반기, 2022년에는 상반기 등으로 불규칙적 → 계절적 영향은 크지 않은 것으로 판단

2020-2023.06 온라인 커뮤니티 게시물을 활용한 언론 기사 월간 추이 (단위:건)



# 매년 댓글 수가 가장 많았던 인기(논란) 기사

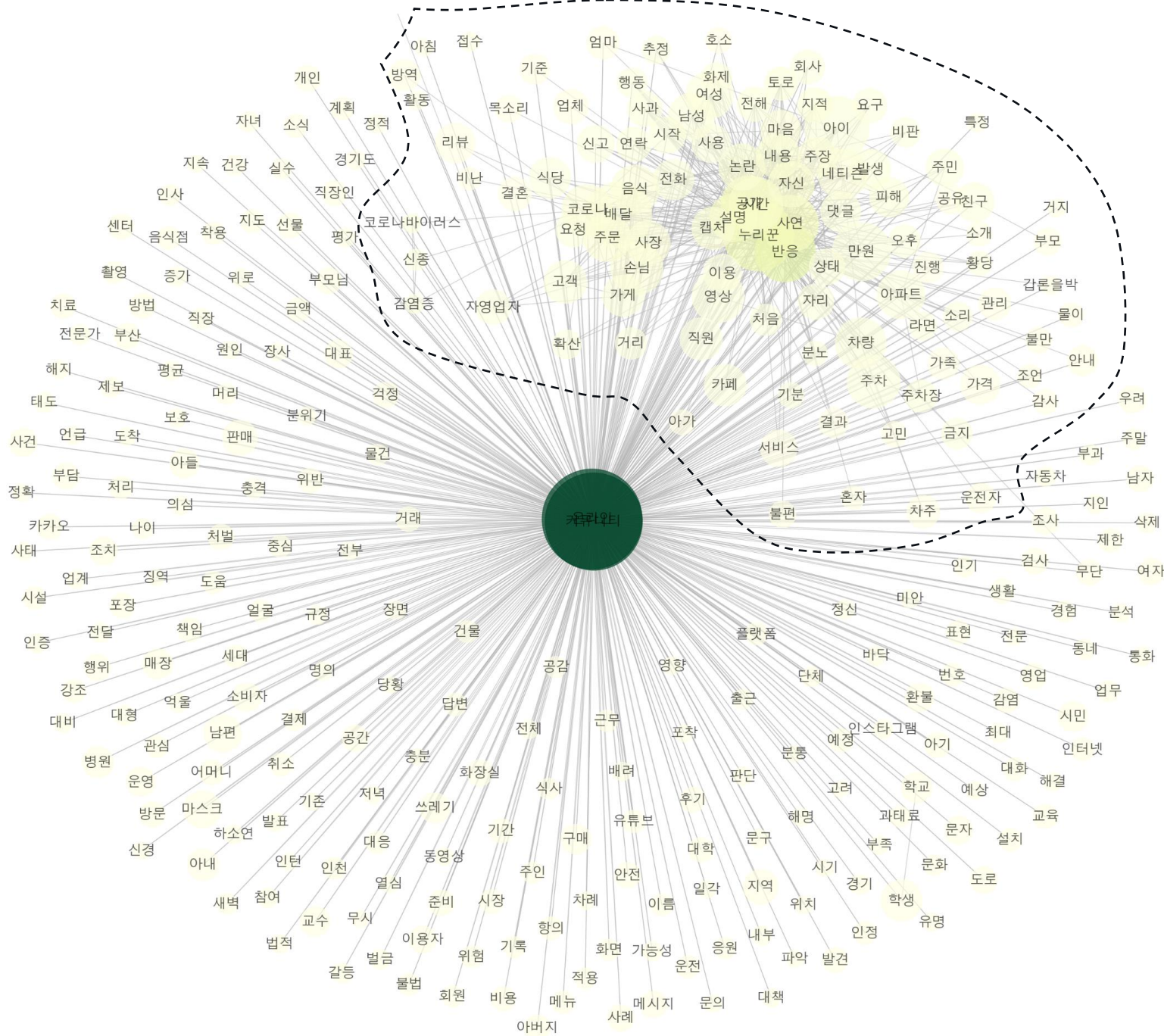
- ‘댓글 수’ 기준은 수집된 시점 기준으로 실제보다 적음
- 수집된 정보 중 해당 연도에 댓글이 가장 많은 기사를 추려 본 것으로 특별히 어떤 유형으로 정의할 만한 내용은 없으나, 소소한 이슈에도 많은 댓글이 달리는 것을 볼 때, 조회수 역시 상당할 것으로 예상

2020-2023.06 온라인 커뮤니티 게시물을 활용한 언론 기사 월간 추이 [단위:건]





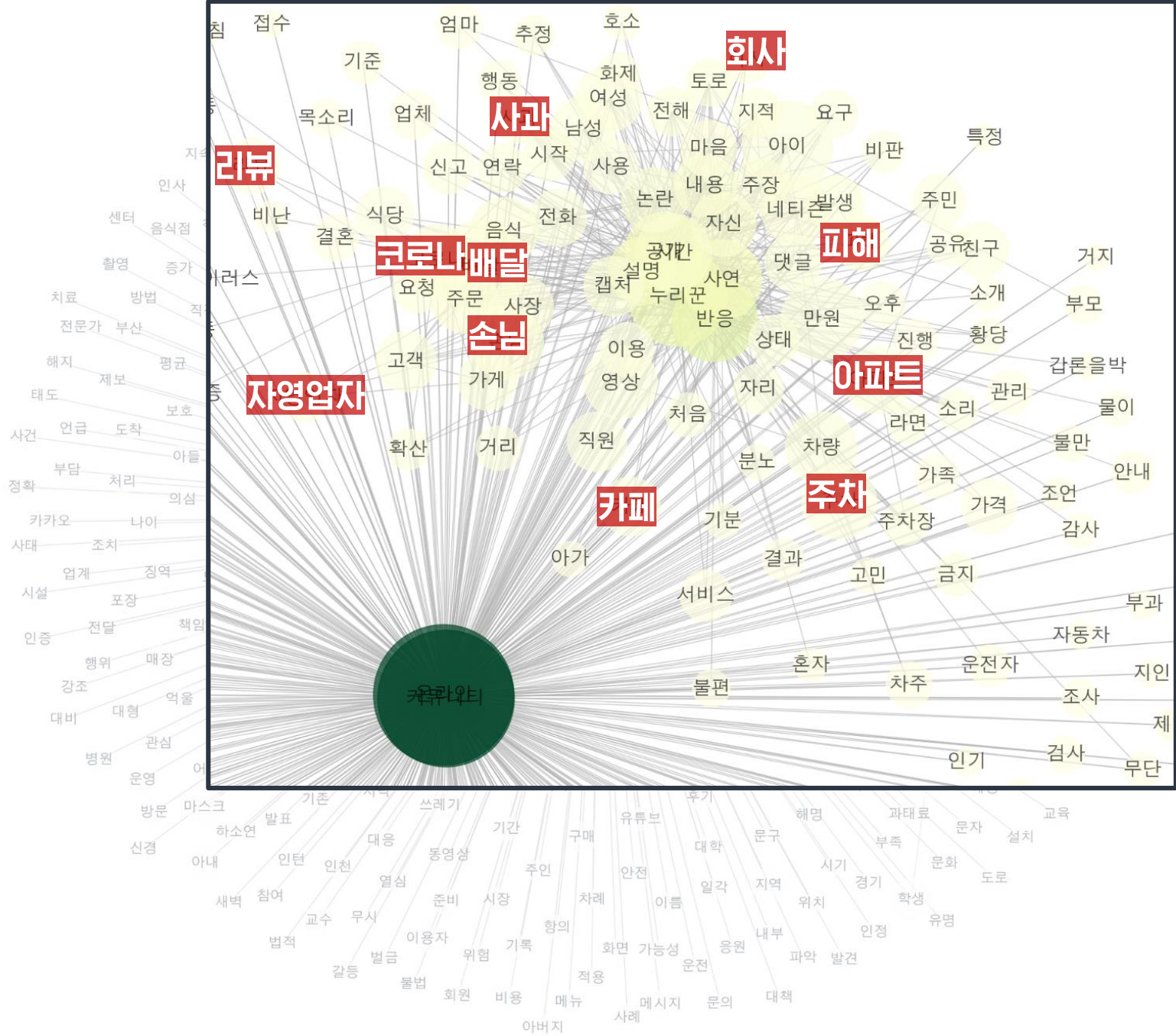
## 2020-2023.06 Social Network Analysis



- SNA 분석은, 키워드 간 관계를 시각화 한 방법으로 원문에서의 동반 언급 빈도 등에 따라 키워드의 크기나 연결 관계를 시각적으로 명시
- 어떤 키워드들이 중심에 있는가, 하나의 키워드에 얼마나 많은 키워드들과 연결되어 있는가, 어떤 키워드들이 가깝게 뭉쳐 있는가 등으로 해석

- ✓ “온라인 커뮤니티” 키워드를 중심으로 여러 키워드가 ‘원’ 형태로 분포하는 가운데 상위 한 켠에 무리 형성
- ✓ 언론을 통해 등장하는 커뮤니티 게시물들이 엄청 다양한 것 같지만 뿌려 놓고 보면 대체로 유사한 이야기들로 구성되어 있다는 것





## 키워드 언급량에 따른 크기를 보여주는, WordCloud

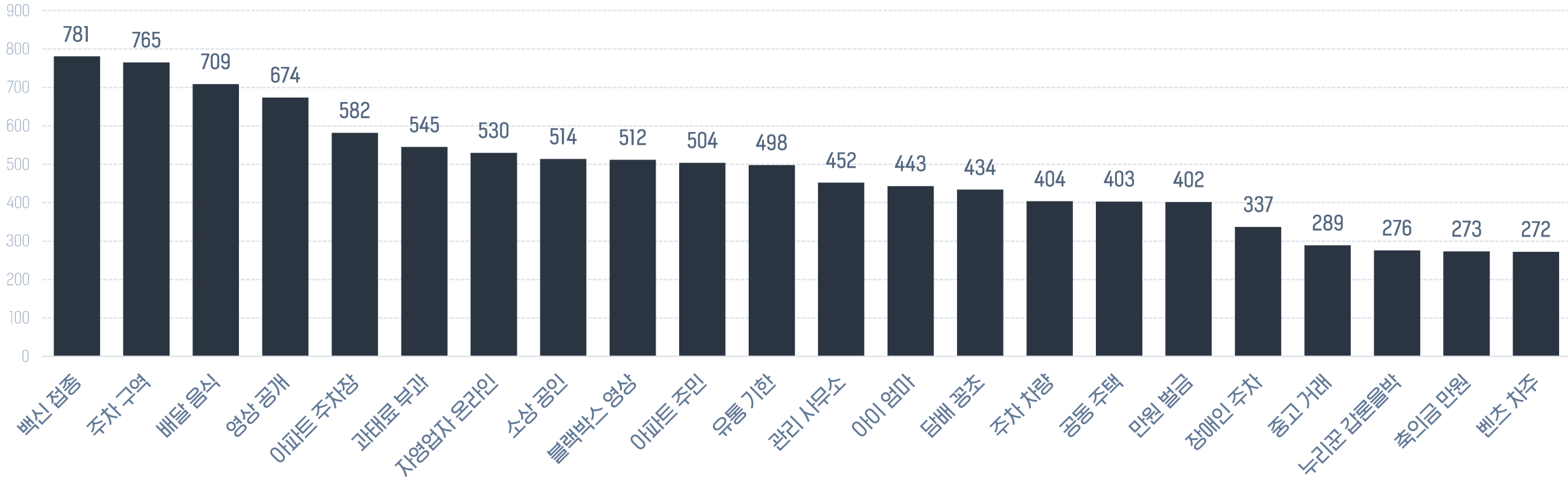
- 역시 각종 논란 이슈가 중심인 가운데 배달 이슈와 주차 이슈가 가장 큰 키워드로 나타남
- 또한, 언론이 커뮤니티 게시물을 기사에 활용하면서 가장 많이 사용했던 키워드는 “논란” 이었고 실제 벌어지는 논란을 보여주기 위해 해당 **게시물에 달린 댓글의 양 쪽 의견까지 기사에 활용**



## 키워드 조합을 보여주는, TF-IDF 분석 결과

- 코로나 백신 접종에 따른 이슈를 제외하면, 앞서의 내용과 동일하게 주차 구역 & 배달 음식
- 그 외 아파트 주차장도 논란의 중심지로 부상

2020-2023.06 온라인 커뮤니티 활용 기사 TF-IDF 분석 결과 → 주로 동반 언급되는 키워드 조합 (단위:건)



# 온라인 커뮤니티 게시물을 많이 활용한 언론사 순위 Top 40

- 최근 3년 반 동안 온라인 커뮤니티를 기사에 활용한 언론사 수는 106개로 집계되었으며, 평균 154건을 작성
- 언론사 수 : 2020년 70 개 → 2021년 78 개 → 2022년 89 개 → 2023년 82 개
- 언론사 평균 보도량 : 2020년 평균 22건 → 2021년 평균 65건 → 2022년 평균 63건 → 2023년 평균 50건

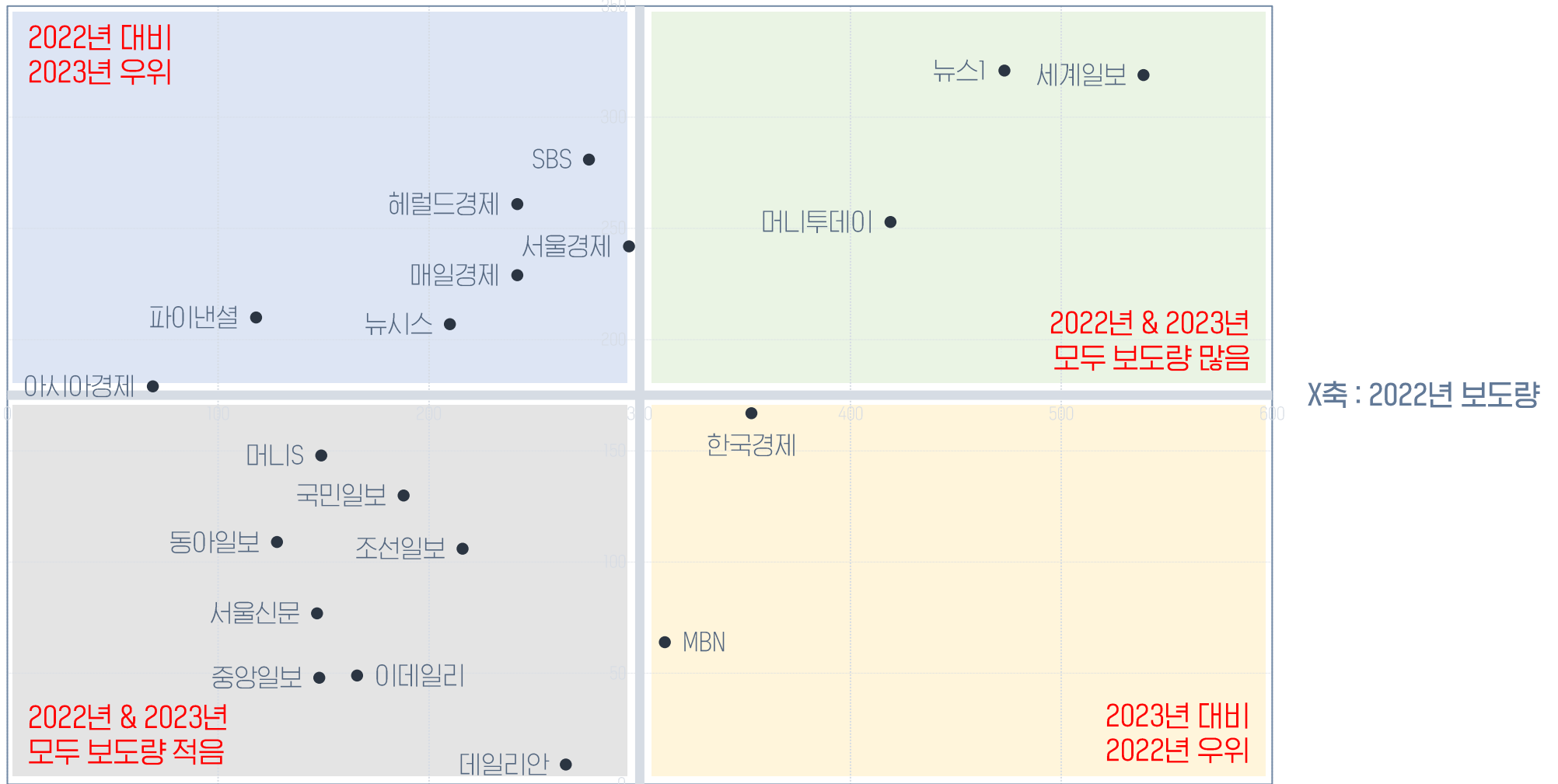
순위	언론사	2020년	2021년	2022년	2023년	총합계
01	세계일보	103	387	539	319	1,348
02	머니투데이	133	437	419	253	1,242
03	뉴스1	54	232	473	321	1,080
04	한국경제	108	351	354	167	980
05	헤럴드경제	39	246	242	261	788
06	서울경제	27	157	295	242	721
07	SBS	35	111	276	281	703
08	데일리안	8	388	265	9	670
09	국민일보	140	209	188	130	667
10	매일경제	29	126	242	229	626
11	MBN	42	194	312	64	612
12	머니S	61	183	149	148	541
13	조선일보	28	186	216	106	536
14	뉴시스	40	61	210	207	518
15	아시아경제	62	198	69	179	508
16	파이낸셜뉴스	28	151	118	210	507
17	이데일리	73	168	166	49	456
18	중앙일보	38	212	148	48	446
19	서울신문	23	128	147	77	375
20	동아일보	36	97	128	109	370

순위	언론사	2020년	2021년	2022년	2023년	총합계
21	부산일보	87	127	28	11	253
22	매일신문	22	101	63	51	237
23	한국일보	69	46	30	43	188
24	아이뉴스24	7	44	77	52	180
25	MBC	12	28	39	68	147
26	연합뉴스	31	46	39	20	136
27	JTBC	12	55	46	10	123
28	대전일보	-	-	14	100	114
29	조선비즈	14	57	27	9	107
30	노컷뉴스	17	39	13	14	83
31	디지털타임스	3	26	11	37	77
32	YTN	16	27	7	20	70
33	한국경제TV	5	19	18	10	52
34	KBS	8	19	11	13	51
35	문화일보	6	11	22	9	48
36	한겨레	9	15	12	11	47
37	경향신문	11	11	11	10	43
38	농민신문	-	-	2	35	37
39	스포츠경향	11	12	9	-	32
40	오마이뉴스	9	11	5	6	31

# 전체 보도량 많은 언론사 순위 Top20에 대해 2022년 보도량(X축)과 2023년 보도량(Y축)을 비교하여 Mapping

- 세계일보, 뉴스1, 머니투데이가 2022년과 2023년 모두 커뮤니티 관련 기사를 가장 많이 보도

Y축 : 2023년 6월까지의 보도량



빅데이터 분석을 할 때 빈번하게 다루는 방식 중 하나가  
언론 기사에서 해당 이슈를 얼마나 많이, 어떠한 방식으로 다루는가를 살펴 보는 것이며  
같은 관점으로 언론을 통해 발신된 정보가 여론에 얼마나 투영되는지도 살펴본다.

언론에 담긴 커뮤니티 내용들을 살펴 본 이번 분석은 그와는 반대다.  
SNS라는 공간에서 제한적으로 회자되는 Real Story를  
언론이 어떻게 소비하고 있는지를 살펴보는 일이었으니까.

온라인 커뮤니티 속 누군가의 사연이 정말 기사화 될 만큼의 가치가 있는 것인지  
커뮤니티 게시물과 몇몇 댓글을 그대로 기사화 하는 것을 취재로 볼 것인지  
누군가의 사연을 공론화 할 때 작성자의 허락이나 의견이 얼마나 반영된 것인지

데이터를 분석하는 입장에서는 판단 할 필요도, 역량도 되지 않지만  
여전히 여론에 큰 영향을 미치고 있고, 또 미칠 수 있는 언론이기에

그저 바램은,

더 많은 훈훈한 사연들을 읽어주고  
커뮤니티를 통해 호소할 수 밖에 없는  
사회적 약자들의 목소리를 더 많이 읽어주면 좋겠다.



# End Of Document

## Contact Us

Website URL <http://bigdata.emforce.co.kr>

N 박경하실장    T 02. 6177. 1871    eMAIL [khbak@emforce.co.kr](mailto:khbak@emforce.co.kr)

# 엠포스 빅데이터실을 소개합니다

## “엠포스 빅데이터실은 무슨 일을 하나요?”

엠포스는 온라인광고로 통칭되는, **퍼포먼스 광고/마케팅**에 일가견 있는 회사입니다.

그 안에 속한 **빅데이터실은 데이터랩**이라는 이름으로 각종 무료 보고서를 발간하고 **빅데이터** 분석을 통해 **인사이트**를 찾는 다양한 **기업** 및 **기관**과 프로젝트를 진행하며

또문또문, **사내 타 부서**의 요청으로 광고주가 처한 상황을 면밀히 검토해주거나  
또 가끔씩, 국내외 **언론사**들의 요청으로 시의성 있는 이슈를 파헤치기도 합니다.

그렇게 시간을 보내다 특정 이슈나 사안에 대한 데이터 분석을 진행하지 않을 때는

성장세 대비 활용도가 크지 않은 **광고 운영 데이터**에 대한 분석 기법을 연구하거나  
우리가 발견한 통계적 분석 기법을 자동화 할 수 있는 **솔루션**을 만드는데 투자합니다.

아! 번외로, 하고 싶은 얘기가 생기면 카메라를 켜고 **유튜브** 콘텐츠를 찍기도 하고  
소소하지만, 마케팅 관련 매체에 **칼럼**이라는 명목으로 빈번하게 기고도 합니다.

...

종합하면 우리는, **물어보면/ 찾아보고/ 대답하는** 일을 아주 잘 합니다.  
그게 우리가 생각하는 **마케팅**이고 **광고**이며, 또 지향하는 **컨설팅**이고,  
결국 우리가 추구하는 **데이터 분석**이니깐요.



## “ 빅데이터가 왜 필요하세요? ”

새로운 요청을 접할 때면 우리는 늘 이런 질문을 드립니다

무엇을 알고자 하는지, 왜 빅데이터를 고려하게 되었는지 알아야

정말 빅데이터를 활용하기에 적합한지, 만약 아니라면 어떤 데이터를 활용할 수 있는지 대답할 수 있으니까요

빅데이터라고 해도, 여느 다른 데이터들과 마찬가지로 **모든 이슈들에 정통한 대안이 되지 않습니다.**

때로는 이미 가지고 있는 데이터만으로도 해결 가능할 수 있고 기존의 여론조사 방법이 더 적합한 경우도, ...사실 꽤 많습니다

...

그래서 우리는 특정 데이터를 무분별하게 주장하지 않고 다양한 데이터를 염두에 두고, **융합** 관점에서 고민합니다

**빅데이터**는 기존 데이터의 대체가 아니라 **별도 영역**이고 **데이터 분석**은 코딩에 머물지 않고 **해석을 담아야** 하며 **해석**은 번뜩이는 의견이 아닌 **관점에 기반**해야 하니까요

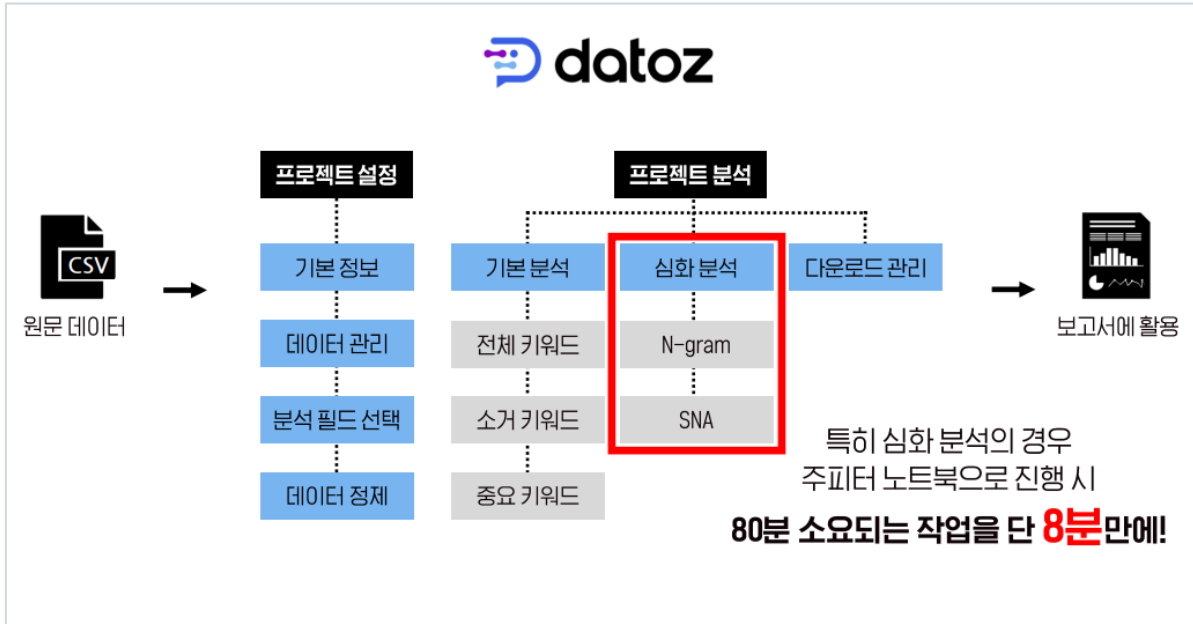
# 엠포스가 “꾸준히 연구” 중인 데이터 종류 소개

- 기술적으로 접근 가능한 여러 종류의 데이터에, 다양한 통계 기법을 적용해가며 활용 방안을 심도 있게 연구 중
- 2023년 현 시점에서의 주요 활용 데이터는 SNS, 검색, 쇼핑클릭 등 TEXT DATA이며
  - 앱 리뷰 데이터의 경우 단순 기능 평가 외 유의미한 리뷰 내용이 있을 경우 활용,
  - 광고 운영 데이터는 GA4 등의 플랫폼에 측정 용이한 변수들이 적절하게 세팅 되어 있을 경우, 아니면 고객에게 권한을 위임 받아 직접 세팅하여 활용,
  - 외부 데이터 수집은 해외 대표 커뮤니티 사이트인 레딧(Reddit) 등에 필요 정보가 있거나 고객사 내부에 보관중인 데이터 분석을 요청할 경우 대응

	Desk Research [거시적 통계 자료]	SNS Data [자발적 언급 내용]	Search Data [포털사이트 검색 행동]	Shopping Click [쇼핑 상품 클릭 지수]	App Review [어플 이용 후기]	Performance Data [광고 운영 데이터 전반]	Data Crawling [국내외 직접 수집]
종류	언론 기사, 논문, 서적, 국내 외 통계 자료 등	트위터, 블로그, 커뮤니티, 인스타그램 등 4개 SNS 채널	네이버 사이트를 메인으로 구글, 유튜브, 카카오 일부 포함	네이버 사이트에서 판매되는 온라인 쇼핑 클릭 지수	구글플레이 및 앱스토어 리뷰 내용 추출, 분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SA, DA 등 광고 지표 분석</li> <li>• GA4 등 플랫폼 점검/세팅</li> </ul>	해외 레딧(Reddit) 등 접근 가능 채널
추세 분석	○	○	○	○	○	○	○
키워드 분석	-	○	○	○	○	○	○
성/연령 분석	-	-	○	○	-	○	-
통계 기법 활용	-	○	○	○	○	○	○
통계적 분석 기법 종류	-	WordCloud, SNA, TF-IDF, LDA, Multi-Correspondence, Clustering, R Shiny, ..	WordCloud, Clustering, ..	WordCloud, Clustering, ..	WordCloud, SNA, TF-IDF, LDA, Multi-Correspondence, Clustering, R Shiny, ..	WordCloud, Clustering, R Shiny, ..	WordCloud, SNA, TF-IDF, LDA, Multi-Correspondence, Clustering, R Shiny, ..
분석 접근 방향	<b>개요 점검/ 가설 탐색</b>	<b>인식 및 태도/ 시장 트렌드</b>	<b>관심 행동/ 시장 트렌드</b>	<b>잠재 구매 행동/ 시장 트렌드</b>	<b>브랜드 평판 점검</b> (단순 기능 평가 제외)	<b>광고 운영 성과</b> - 유입 키워드 Portfolio, - 사이트 유입 흐름	<b>추가 발굴</b>

eMFORCE Data Analysis Solution

eMFORCE에서 오랫동안 공들여 준비중인 “진행형” 솔루션을 소개합니다  
 “코딩 따위 필요 없는 『무료』 빅데이터 분석 솔루션, 『데이토즈(Datoz)』”



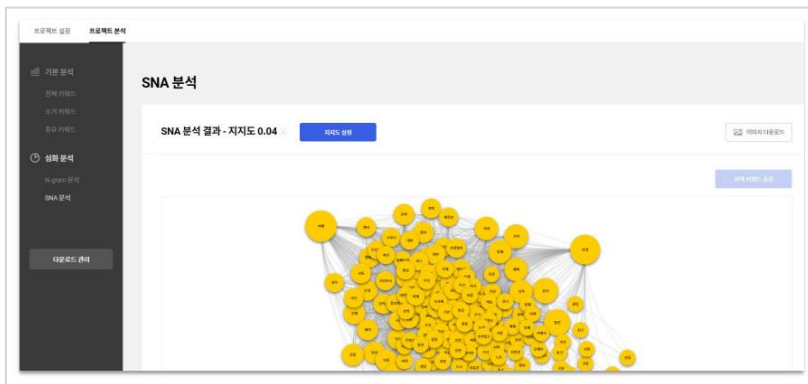
데이토즈는, 본인이 가지고 있는 엑셀 포맷의 텍스트 데이터를 업로드하면 파이썬, R 등 데이터 분석을 위한 코딩을 하지 않고도 문장 속 키워드를 분리, 분해해주거나 키워드 간 연결 관계를 규명해주는 등 다양한 데이터 분석이 가능한 솔루션이다.

게다가 엠포스 내부 서버를 이용하기 때문에

개인 컴퓨터 사양에 따라 속도 차이가 나지 않고 코딩을 짜서 하는 속도보다 빠를 때가 많다.

물론 아직은 베타 버전이라 불편할 수 있지만 분석의 맛이라도 보고 싶은 분들은 아래 URL 클릭! 마음껏 이용해 보시길!

URL : <https://www.datoz.net>

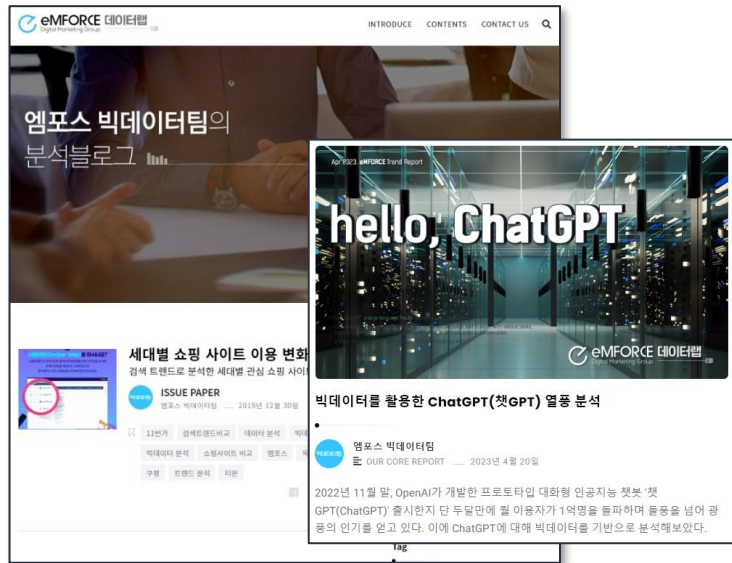




e M F O R C E C o n t a c t P o i n t

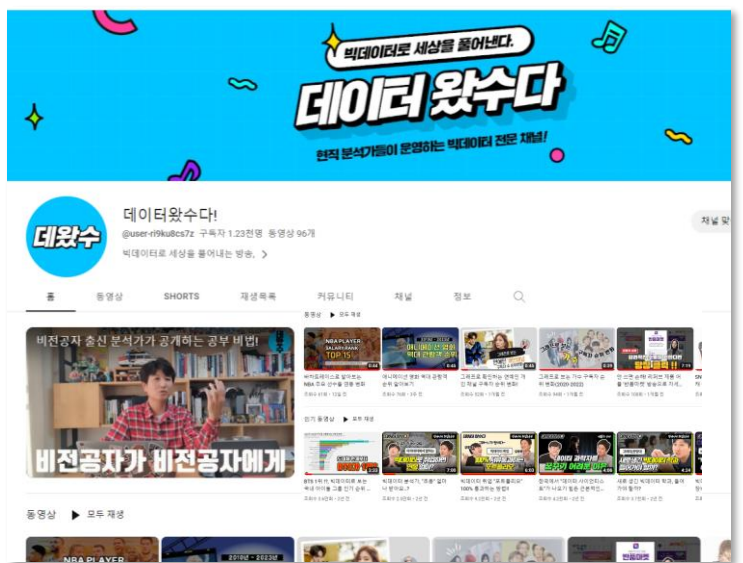
누구나 추정 가능한 내용을 상투적 기교로 분석하는 것이 아닌  
누구도 주목하지 않았던 영역에서의 우리만의 발견을 목표로

자체 운영 사이트를 통해  
매번 Insight는 아니지만, 어쨌든 심층 분석 보고서 제공



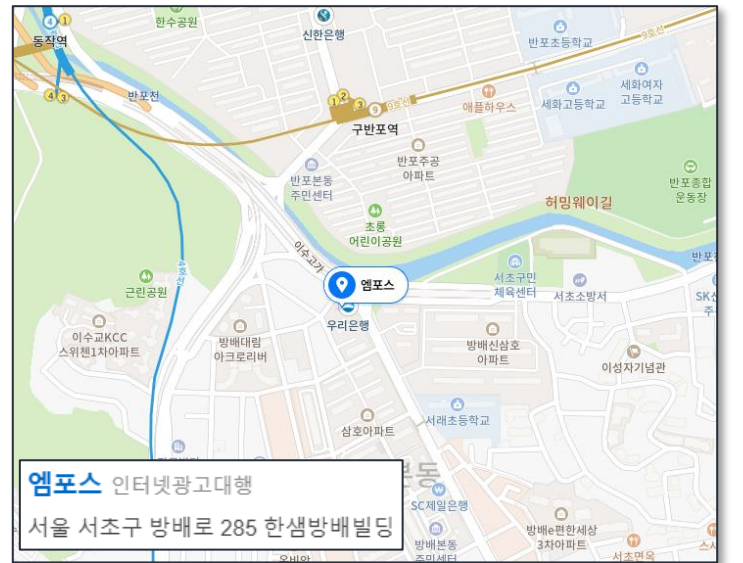
비정기적으로 발간되지만, 언제나 시의 적절한 이슈를  
콕 집어 상세히 분석한 결과를 내놓는, 데이터 연구소.  
더욱이, 어떤 회사도 흉내 낼 수 없는 **무료**라는 것!  
<http://bigdata.emforce.co.kr/>

YouTube 채널을 통해  
빅데이터에 대한 의미있는 잡담 나누기



빅데이터와 관련된 소소한 주제들로 수다를 떨지만  
듣다 보면 귀가 트이고 눈이 휘둥그레지며,  
생각이 많아지는 공식 유튜브 채널 **[데이터왔수다]** 운영  
<https://www.youtube.com/channel/UC9vx06TNSIb7IBiURhQYmcQ/>

업무 협업이 필요한 경우  
언제든 엠포스 빅데이터실로~

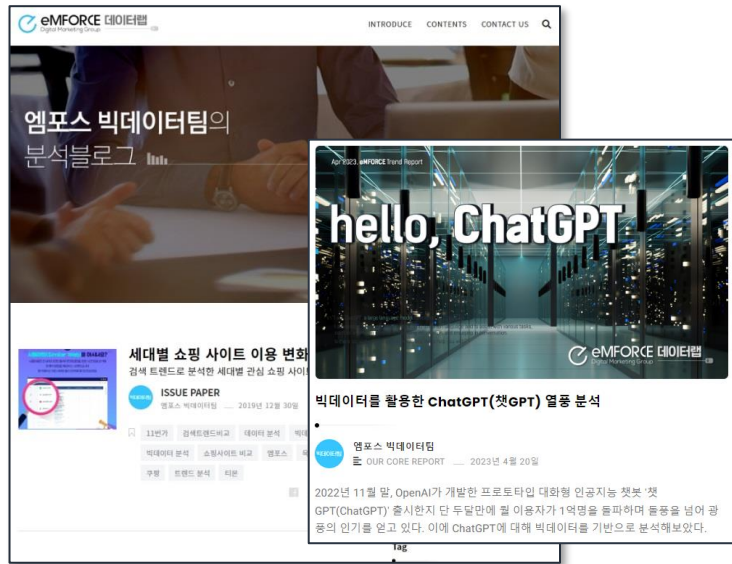


역세권, 숲세권은 아니지만, 럭셔리 한 인테리어를 품은  
접견실이 마련되어 있고, 본의 아니게 교통 요충지로  
안 막히는 시간대가 없지만, 지상 주차가 가능한 엠포스

e M F O R C E C o n t a c t P o i n t

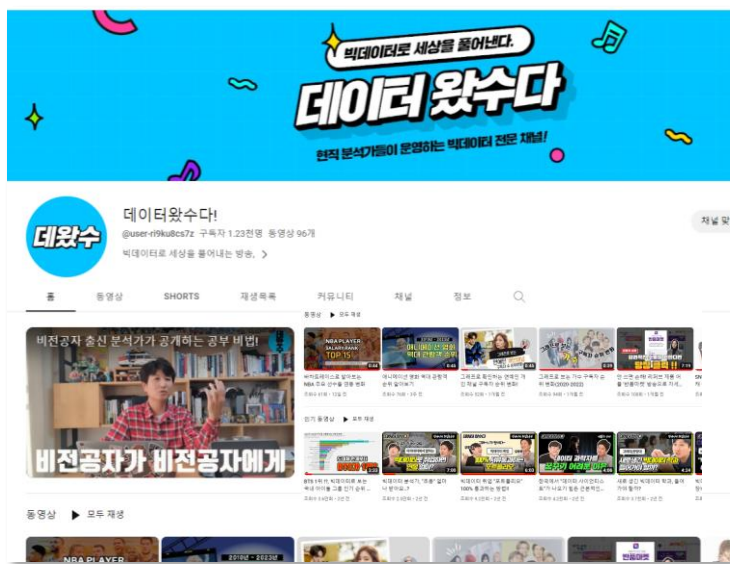
누구나 추정 가능한 내용을 상투적 기교로 분석하는 것이 아닌  
누구도 주목하지 않았던 영역에서의 우리만의 발견을 목표로

자체 운영 사이트를 통해  
매번 Insight는 아니지만, 어쨌든 심층 분석 보고서 제공



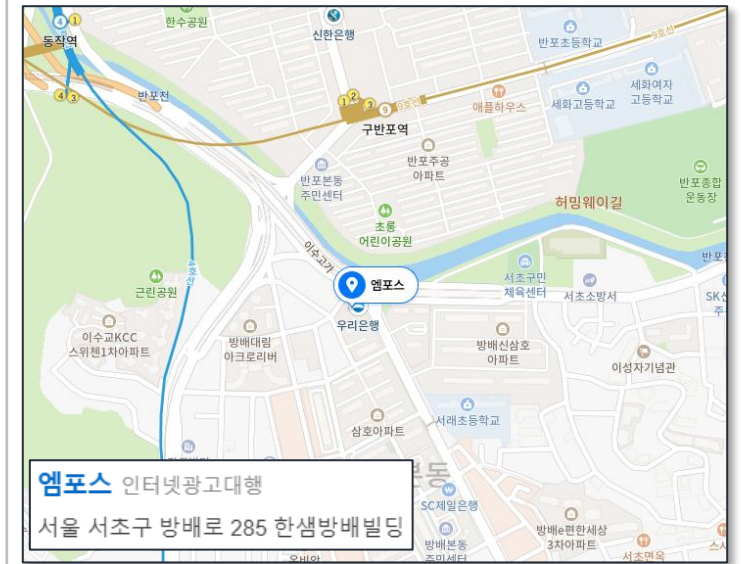
비정기적으로 발간되지만, 언제나 시의 적절한 이슈를  
콕 집어 상세히 분석한 결과를 내놓는, 데이터 연구소.  
더욱이, 어떤 회사도 흉내 낼 수 없는 **무료**라는 것!  
<http://bigdata.emforce.co.kr/>

YouTube 채널을 통해  
빅데이터에 대한 의미있는 잡담 나누기



빅데이터와 관련된 소소한 주제들로 수다를 떨지만  
듣다 보면 귀가 트이고 눈이 휘둥그레지며,  
생각이 많아지는 공식 유튜브 채널 **[데이터왔수다]** 운영  
<https://www.youtube.com/channel/UC9vx06TNSIb7IBiURhQYmcQ/>

업무 협업이 필요한 경우  
언제든 엠포스 빅데이터실로~



역세권, 숲세권은 아니지만, 럭셔리 한 인테리어를 품은  
접견실이 마련되어 있고, 본의 아니게 교통 요충지로  
안 막히는 시간대가 없지만, 지상 주차가 가능한 엠포스