



커넥션오

CONNECTION
ERROR

"배터리서 스파크 발생 후 화재"...화재 당일 CCTV 살펴보니

"카카오톡 사용자 200만 이탈...라인은 85만·텔레그램 22만 ↑"

'카카오 먹통' 피해자들, 집단소송 움직임

"더는 못참는다" 카카오 떠나는 사람들...라인, 주말
사용자수 3배 급증

카카오그룹주, 개장 10분 만에 시총 3조 5천여억 원 증발

균열

龜裂, Crack

친하게 지내는 사이에 틈이 생기다

2022년 10월 15일, 토요일 오후 3시 30분.

성남시 판교 SK C&C 데이터센터에서 화재가 발생해 다수의 카카오 서비스들이 “먹통”이 됐다.

네이버 서버도 함께 있었다는데 유독 카카오 서비스에 전 국민의 관심이 쏠린 건 네이버의 ‘달랐던’ 서버 정책도 있겠으나 서비스의 **본질** 자체가 다르기 때문이다.

검색이 안되는 건 **불만**이 되지만, 메신저와 결제가 안되는 건 **불안**이 되었으니까.

...

이쯤 되면 국가 기간산업에 준하게 봐야 하지 않냐는 뒤늦은 성찰이 나오고
독과점의 폐해가 아니냐는 [이미 다 알고 있었던] 위기감도 고조되었지만
정작 우리가 느껴야 했던 건, 가속도가 붙은 디지털 전환에 대한 “**실감**”이었다.

4차 산업혁명이 대두되면서 로봇이 일자리를 뺏어가는 것 아니냐는 공상과학만 생각했지,
빼앗기기도 전에 **삶이 통째로 맞는 경험**을 할 줄은, 아무도 감히 우려조차 못했었나 보다.

카카오 서버가, 아니면 적어도 그 공간이 화염에 휩싸이는 동안

누군가는 생일 축하를 문자로 받는 신기한 경험을 하게 되었고
누군가는 이미 주문한 음식을 어떻게 계산해야 하나 막막했고
또 누군가는 ‘내일모레’, 월요일에 곤두박질칠 주가가 두려웠다.

회사가 도덕적이지 않거나 제품이 기대보다 엉망일 때, 사람들은 보통 “**불매운동**”을 벌였는데
지금은 **단 이틀 만에** 새로운 메신저, 새로운 콜택시, 새로운 은행, 새로운 내비게이션을 찾는다.
그런데 예전처럼 본때를 보여주겠다는 분노의 결의가 아니라, **무섭고 두렵고 아차 싶기 때문**이란다.

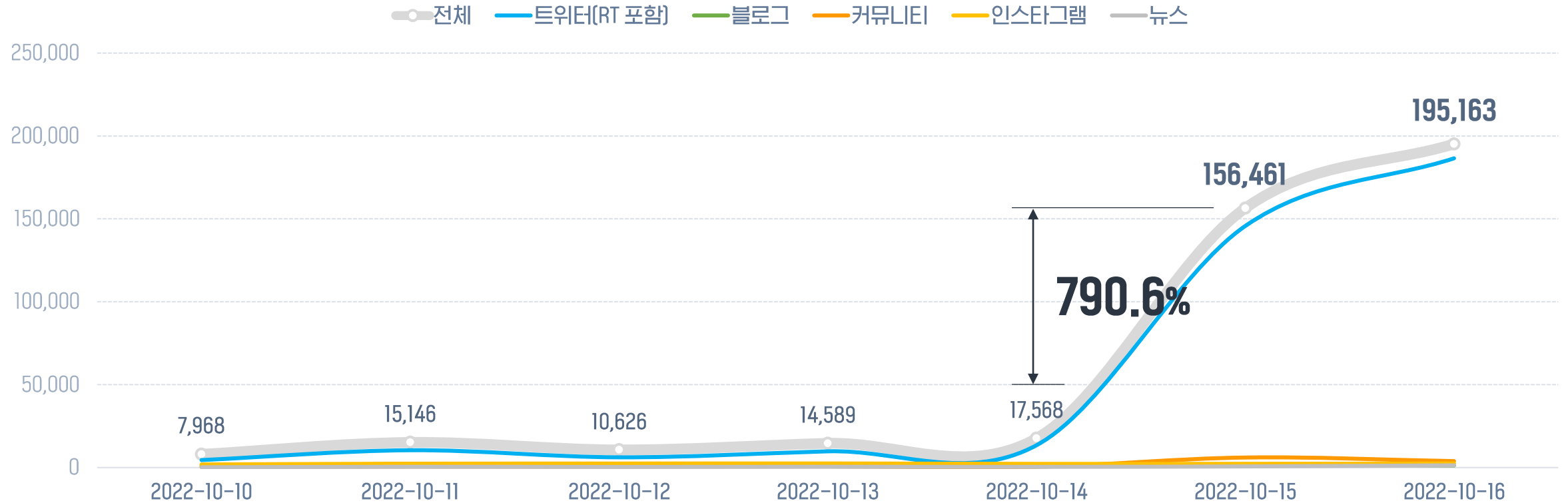
솔루션이 플랫폼으로 성장한 사례는 있어도, 플랫폼이 다시 여러 솔루션으로 쪼개진 사례는 흔치 않다.
친한 사이일수록 ‘실금’ 하나조차 매서운 법이다. 그게 지금 이 보고서가 쓰이는 이유다.

빅데이터를 통한 사회적 이슈 파악에 있어 가장 먼저 해야 할 작업은 해당 이슈가 얼마큼의 **파괴력**을 갖는, **대중적인 이슈인지**를 알아보는 것이다.

언론 기사나 타인이 작성한 게시물을 퍼나르는, 트위터의 RT 정보까지 포함하면 SNS 상에서의 전체 정보량은 15일, 하루에만 **156,461건** [전일 대비 790.6% 증가]에 달할 정도였다.

트위터 채널에서의 'RT'는 Retweet(리트윗)의 약자로, 언론이나 타인이 작성한 게시물을 트위터 상에서 '공유(스크랩)'하는 행동이며 따라서 'RT 정보량'이 많다는 것은, 그만큼 빠르게 확산되고 있음을 의미해, 이슈 분석 시에는 반드시 체크해야 할 요소로 평가

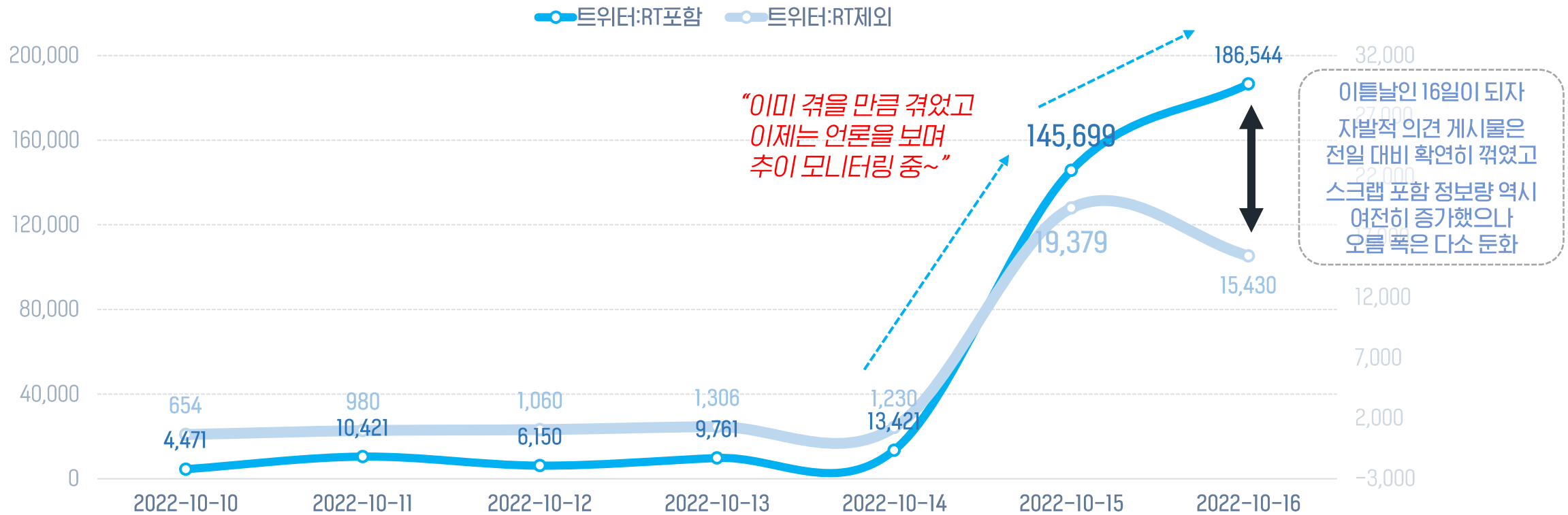
SNS 언급 내용 중 "카카오" 추출 결과 (트위터 : RT포함)



한 발 더 나아가, 트위터 채널로 한정하여 **RT포함 정보**와 **제외 정보**를 비교해 보면 [RT제외의] **자발적** 언급량은 감소했지만, [RT포함인] **스크랩** 정보량은 증가 중이다.

'RT제외' 정보량이 감소했다는 것은, 자발적으로 꾸준히 언급할 내용이 그만큼 다양하지 않다는 것이며 [총알 떨어졌다는 의미?] 반면, 'RT포함' 정보량이 여전히 증가하고 있는 것은, 여전히 언론을 통해 진행 과정을 모니터링하고 있다는 것을 반증하는 것

SNS 언급 내용 중 "카카오" 추출 결과 (트위터 : RT포함 Vs. RT제외 → '혼합차트')



Community

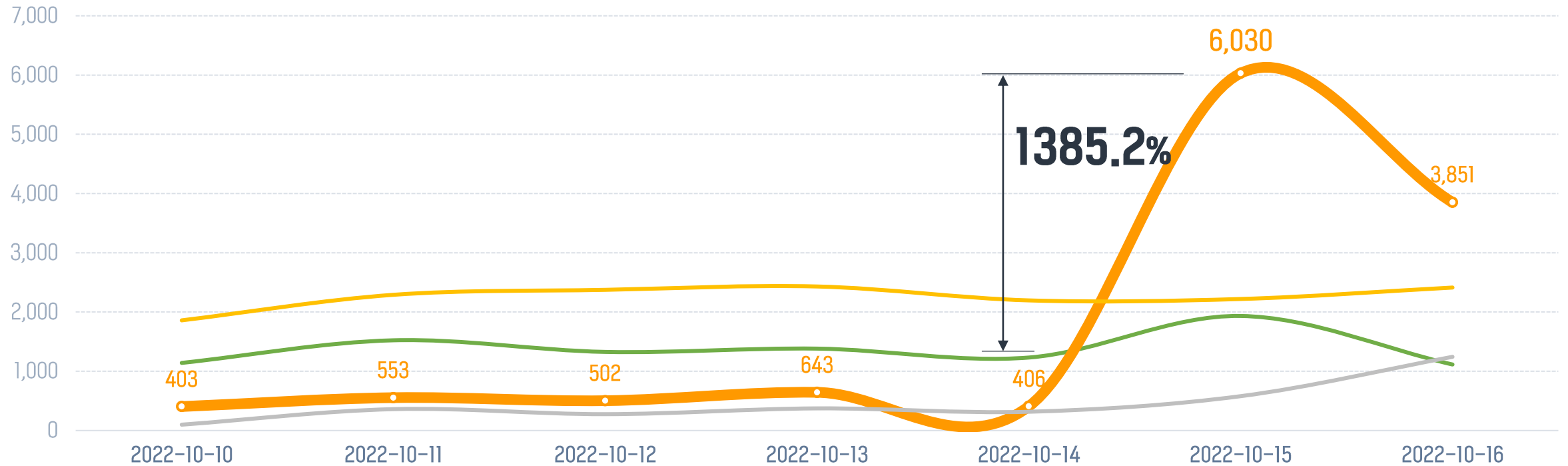
앞서 트위터 채널을 통해 **대중적 확산 정도**를 체크했으니
이제는 직접적인 소비자의 언급 태도, **Tone & Manner**를 살펴보자.

트위터만큼 “확자지켰었던” 커뮤니티 채널의 정보량 역시 토요일 이후 꺾이기는 했으나 금요일 대비 정보량의 증가폭은 무려 1385.2%에 달할 정도로 어마무시..

앞서도 언급했지만, 트위터 채널을 통해 순간적인 이슈 확산 정도를 파악했다면, 이후 분석은 이슈 과정에서 활용된 단어의 종류나 게시물을 작성할 때의 뉘앙스, 즉 **Tone & Manner**를 분석하는 것이 중요한데, 이 경우, 비교적 장문으로 쓰인 커뮤니티 채널이 적합

SNS 언급 내용 중 “카카오” 추출 결과 (트위터 제외)

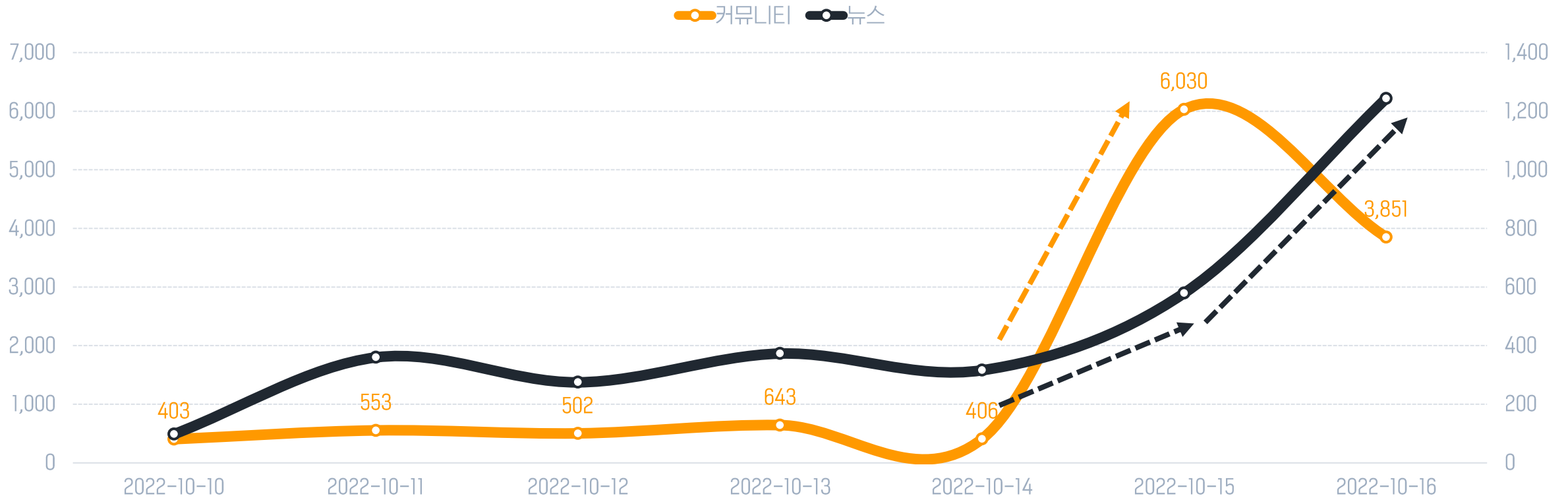
블로그 커뮤니티 인스타그램 뉴스



하나 더, 커뮤니티 채널 정보량 추이를 언론 기사 정보량과 비교해 보면 딱히 언론의 영향을 받지 않고 있는 것을 볼 수 있는데, 이는 대중 스스로 먼저 체감했기 때문

갑작스러운 먹통 이슈를 소비자가 먼저 겪은 후에 언론이 이를 받은 이슈이기 때문에 언론의 영향보다는 SNS 상에서의 대중 반응이 향후 소비자의 움직임을 결정지을 변수가 될 것이며
참고로, 사회 변화의 한 획을 긋는 이슈들의 공통점을 보면, 전반적으로 언론의 영향이 적게 작용..

SNS 언급 내용 중 “카카오” 추출 결과 (커뮤니티 Vs. 뉴스 비교 ‘혼합차트’)



이슈가 터진 후 하루 만에 관심 규모는 감소로 돌아섰지만
그 하루 만에 정작 **어떤 얘기들이 오갔는지**를 들여다볼 필요성이 있다.

그리고 한층 더 깊은 분석을 위해, 앞서의 언급량 상위에 위치한 **카카오톡, 서버, 먹통, 네이버** 같은 꽤 당연한 키워드들을 걷어내면 조금 더 구체적이고 **현실적인 불만의 여러 요소가 선명히 드러날 것**



꽤 더러 눈에 띈 부분은 **택시, 차비, 카카오페이, 카뱅** 등
즉시 결제가 필요한 상황에서의 불편함을 느꼈던 사람들

② Right Now Payment! System Collapse



“뭐 써야 하는건가요??ㅏㅏㅏㅏ
아까 택시 부르려니까 다 안되더라구요
콜택시도 전화 안되고...진짜 답답했어요
카카오가 다 장악하고 있을줄이야..”

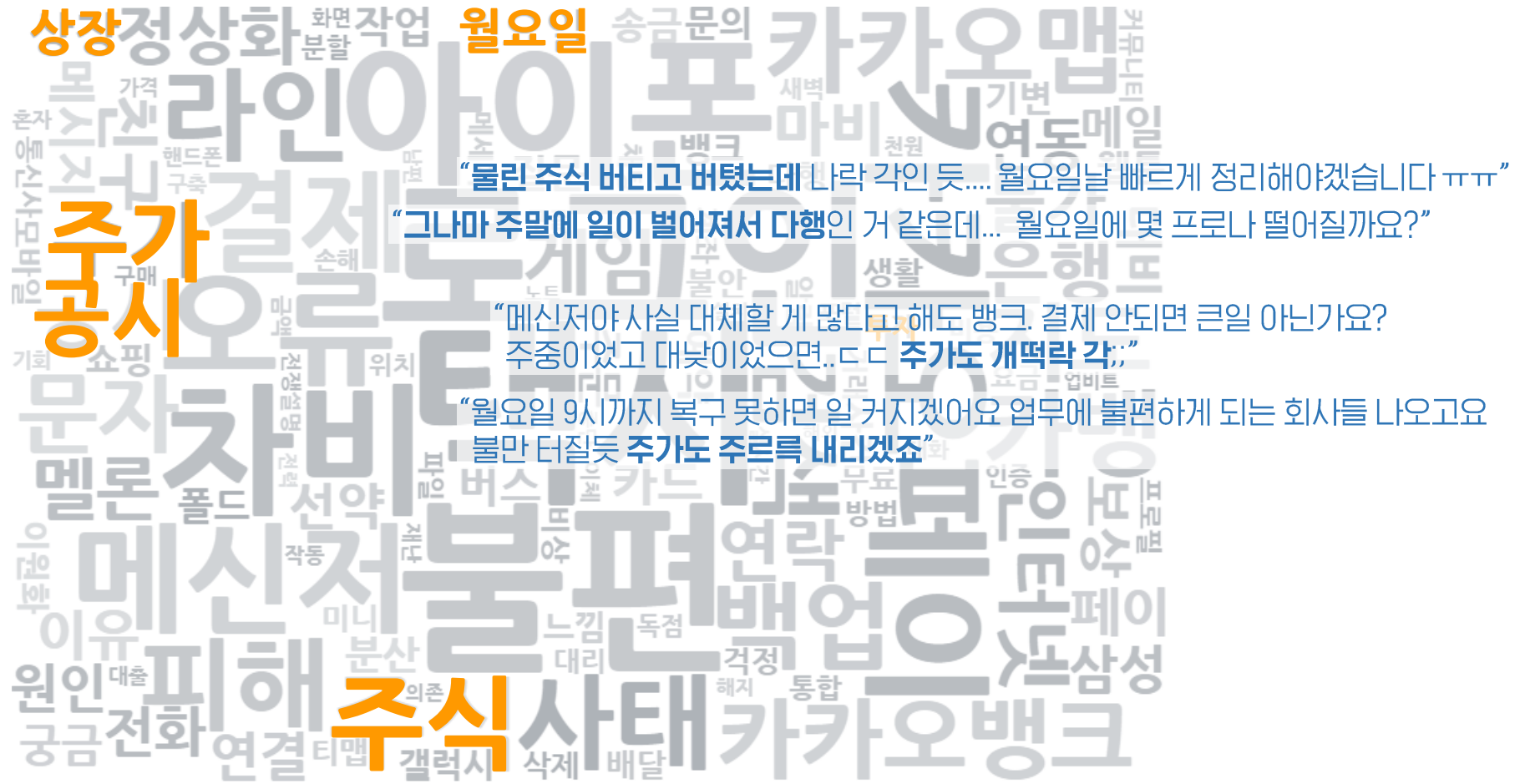
“카카오페이는 물론이고 네비쓰는 픽업,배달 전부 불통인데”

“카카오페이가 안되니까 ㅈ뻘네 카드하고 현금 안가지고왔는데 음식은나왔는데ㅡㅡ”

“대부분의 재산을 카뱅에 넣어 놓고 있어서요.
카카오뱅크는 파산나고 이런거 없겠지요?
카뱅 안전하겠지요?”

그리고 지금 당장 손해가 발생하지는 않지만
월요일, 주가 하락으로 인한 손실을 두렵게 기다리는 사람들

③ Monday Stock Market Collapse



그래서, 카카오 서버 화재를 통해 우리가 겪은 것들이라면, 뭐 “겨우” 이 정도?

① Communication Channel Collapse

늘 누군가와 대화할 수 있는 창구가 끊기고..

대화의 창구가 한정적이라는 것이 어떨 때 가장 답답할 수 있는지, 또 나와 상대의 인연이 부지불식간에 사라질 수 있겠다는 것을 실감

② Right Now Payment! System Collapse

지금 당장 결제하고 나가야하는데... (도망갈까?)

시장의 결제 방식은 다양해졌지만 휴대하는 결제 수단이 하나였을 때 얼마큼 난감해질 수 있는지, 문득 과거의 두툼했던 카드 지갑이 그림..

③ Monday Stock Market Collapse

월요일이 되면 또 내 자산이 줄어있..겠..지?

최근 몇 년 사이에 이토록 선명하게 주가를 예측해 본 적이 있었을까.. 비록 하락장에 대한 예측이었으나, 관참아 어차피 나락 중이었던 것을.

④ Connection System Collapse

초연결 시대.. 아.. 그래서 1초도 연결할 수 있는게 없구나..

‘간편 로그인’이라는 것 자체가, “간단해서 편한” 것뿐만 아니라 “간담이 서늘해지는 편”의 줄임말이 될 수 있겠다는 불편한 체험

⑤ Realize “State of Emergency”

비로소 깨달은, 미래의 비상사태.

상황이 사태로 번지고, 그게 미래의 불편한 예고편쯤 될 거라는 우려. 이제 깨달았음에도 여전히 후회만 남고 성찰은 저 멀리에 있을 것 같다.

⑥ ALT Product Exploring

대체제라고 해봤자.. 결국 또 다른 플랫폼이겠지만.. 우선 버티자.

불안으로 되찾은 소비자의 주권 역시 결국 또 헌납하는 게 아닌가.. 불안이 일지만 소비자의 쿨기를 보여주는 방법은 이것밖에..

브랜드와 소비자와의 관계(Relevance)를 설명하는 마케팅 용어 중에 “**Bonding**”이라는 게 있다.

주로 브랜드와 소비자가 “**굉장히 밀접하다**”라는 표현으로 사용되는데, 소비자를 향한 브랜드의 최상단 지향점이며 ‘묶다’의 뜻을 가진 **bind**와 어원이 같고, ‘bond’ 자체만 놓고 보자면 우리가 접착제로 사용하는 “**뽀뽀~**”가 이 뜻이다.

카카오와 4,700만 국민의 관계는, [사회적, 경제적 인프라 전반을 되돌아보는 계기를 주었으니] “**Bonding**”으로 봐도 무방할 것 같다. 그리고 이미 Bonding의 단계로 접어든 브랜드와의 관계는, 제아무리 소비자라도 사실.. 쉽게 끊어내기 어렵다.

당장은 **새로운 메신저, 새로운 콜택시, 새로운 은행, 새로운 내비게이션**을 찾아 마음껏 전환(Switching)을 시도하겠지만 높은 확률로 예상컨대 “당장은” **여러 메신저, 여러 콜택시, 여러 은행, 여러 내비게이션** 등 [대체재가 아닌] 보완재가 늘어날 것이다.

...

다만, 시스템 붕괴에 따른 전방위적 위협 시나리오를 전 국민이 몸소 “**비싸게 체험**”했다는 사실은, 꽤 눈여겨봐야 한다.

보고서 서두에 이미 언급했듯이, 친한 사이일수록 **실금**에도 깊게 베이는 법이다. 더욱이 지금의 균열은, 기업의 부도덕한 행위나 CEO의 망언 등에서 비롯된 게 아닌, **삶의 위협에 대한 자발적인 가능성 제기**에서 비롯된 자구책이다.

실수에 대해서는 여러 갈래의 만회 방법이 있을 수 있겠지만, 익숙해서 머물러있던 인식이 어느 순간 각성되면 그간 한정된 기술을 수동적으로 소비하던 것을 넘어, 소비자 스스로 독과점 체계를 세차게 흔들지도 모를 일이다.

...

한 가지 더. 카카오는 플랫폼 사업자다. 플랫폼 사업은 일단 사람들을 모으는 것에서 시작되고, 사람을 모으려면, 물론 차별화된 기술도 중요하지만, 사업자 스스로 [사람들이 모일 때까지] 많은 부분을 감내하고 버텨야 한다. 또한 플랫폼 사업은, 기존의 잘 쌓인 브랜드 이미지를 활용하는, 전통적인 브랜드 확장(Brand Extension)과 달라서 우리 브랜드에 우호적인 사람들을 대상으로 하는 게 아니라, **우리 브랜드에 이미 묶여있는 고객들**을 대상으로 한다.

반대로 말하면, 카카오의 플랫폼 사업이 가능했던 이유는 우리가 그들에게 **bonding**되어 그들의 서비스들을 꽤 편리하게 쓰고 있었기 때문이다. 이번 사태의 가장 큰 원인이 되었던 서버 운영 정책 등 미진하고 미흡했던 사안에 대해서는 냉정한 시선으로 시정을 요구하더라도 여전히 그들이 우리에게 좋은 서비스를 제공할 수 있는 방향도 함께 고민하는 계기가 되었으면 하는 바람이다.

그나저나,

늘 “그래서 도대체 4차 산업혁명이 온 건지 안 온 건지”에 대해 궁금한 사람들이 많았는데

삶을 이롭게 해주는 기술의 진보를 통해서가 아닌,
진보된 기술로 발생 가능한 시나리오 하나를 겪음으로써 이제야 의문이 풀렸다는 것은 참 **아이러니**하다.

- 자료 URL : <https://www.mobileindex.com/insight-report?pid=212>
- 카카오 플랫폼에 속한 개별 서비스의 대체 어플들의 다운로드 수 급등

22년 10월 MOBILEINDEX insight igaworks

카카오 블랙아웃에 디지털 피란민이 선택한 모바일 앱은?

라인 일간 신규설치 건 수 23.5만으로 역대 최고치 달성
네이버 지도 8.2만, 티맵 6.4만 등 대체 앱 신규 설치 건 수 최소 598% 급증

구글플레이 · 애플 앱스토어 실시간 인기 순위

순위	Google Play	카카오 앱	순위	App Store	카카오 앱
1	라인	↔	1	라인	↔
2	TMAP	↔	2	네이버 지도	↔
3	네이버 지도	↔	3	우티(UT)	↔
4	우티(UT)	↔	4	전국 스마트 버스	↔
5	에너지 플러스	↔	5	TMAP	↔
6	monimo	↔	6	Telegram Messenger	↔
7	Max cleaner	↔	7	티다	↔
8	티머니GO	↔	8	티머니GO	↔
9	클래스101	↔	9	티머니londa	↔
10	교보생명	↔	10	지하철	↔

* 2022-10-17 오전11시 기준

대체 앱 일간 신규 설치 건 수 추이 (전일 대비 상승률)

앱	상승률	설치 건 수
LINE	+4255%	23.5만
네이버 지도	+610%	8.2만
TMAP	+660%	6.4만
우티(UT)	+1516%	5.2만
전국 스마트 버스	+637%	3.3만
Telegram Messenger	+598%	1.6만
티다	+622%	0.1만

10/15 블랙아웃 발생

카카오 주요 앱 9월 사용자 수 규모

앱	사용자 수
카카오톡	4,346만
카카오B	1,292만
카카오T	1,200만
카카오맵	914만
카카오D	840만
카카오버스	527만
카카오라이프	349만
카카오바이크	316만
카카오M	258만

해당 리포트 데이터는 모바일인덱스 고유의 알고리즘을 통해 산출된 추정치입니다. 이는 실제와 차이가 있을 수 있으며, 이로 인해 발생한 어떠한 손해도 책임지지 않습니다.

Another One

REPORT **AD**vertisement board

“그렇다, 이것이 우리만의 광고판이다!!”

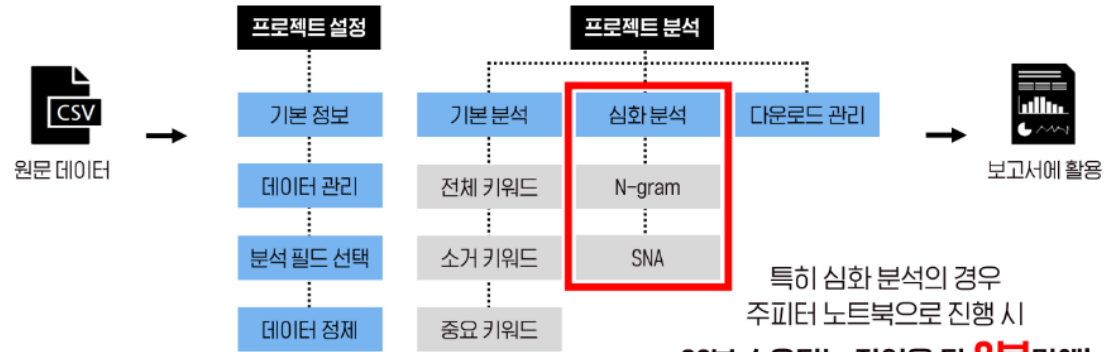
http://bigdata.emforce.co.kr/index.php/2022082601/

코딩 따위 필요 없는 “무료” 빅데이터 분석 솔루션, 『데이토즈(Datoz)』 런칭

엠포스 빅데이터팀
DATALAB'S STORY — 2022년 8월 26일

데이토즈에는,

- 데이터가 담겨있지 않습니다. 반복해 말씀드리지만, 본 솔루션은 ‘분석’에 초점을 맞춘 솔루션으로 여러분이 가지고 계신 Text 형태의 데이터 (고객 후기, 상담 내용, SNS 댓글, 혹은 개인이 온라인에서 수집한 내용 등)를 직접 솔루션에 업로드 하셔서 이용하셔야 합니다.
- 단순히 시각화된 분류 결과만을 제공하는 것이 아닌, 실제 데이터 분석가가 데이터를 분석하는 과정을 녹여냈습니다. “의사가 참다못해 직접 만든 안마기”라고 할까요? ㅋㅋ
- 데이터를 직접 정제하고 가공하며 심지어 중요하다고 생각되는(가중치가 높은) 키워드를 선별하여 별도의 분석 결과를 보거나 관리할 수 있습니다.
- 데이터를 직접 정제하고 가공하며 심지어 중요하다고 생각되는(가중치가 높은) 키워드를 선별하여 별도의 분석 결과를 보거나 관리할 수 있습니다.
- 정보량 추이, 워드클라우드 등 단순 추출 결과 뿐만이 아닌 빅데이터 분석에서 심도 있게 활용되는 TF-IDF, SNA 등 심층 분석 기법이 담겨있으며, 이러한 심층 분석 기법은 계속 업데이트 될 예정입니다
- 기업 내부에 쌓아놓은 데이터는 너무 많은데, 분석에 대해 잘 몰라서 그동안 방치하고 계셨나요? 데이터를 수집할 줄은 아는데 어떻게 분석해야 할지 막막하신가요? 컴퓨터 사양이 낮아서 분석하는데 많은 시간이 걸리시나요? 그렇다면 데이토즈를 이용해 보세요. 데이터에 관심이 있는 누구나 무료로 이용할 수 있습니다.
- 데이토즈는 기존에 컴퓨터로 작업하던 속도보다 최대 10배까지 빠른 속도를 지원합니다. (2022년 7월 기준, 엠포스 자체 테스트 결과)
- 여러분이 업로드해서 사용하시는 원문 데이터를 엠포스는 별도로 수집하거나, 활용하지 않습니다.



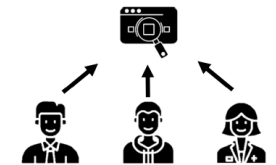
그래서 엠포스에서는 코딩을 전혀 모르는 사람이라도 빅데이터를 편하게 다루고 유의미한 결과를 얻을 수 있어야 한다는 취지 아래 누구나 무료로 이용할 수 있는 ‘빅데이터 분석 솔루션’을 기획하였습니다.

“ 엠포스에서 자체 개발한 분석 솔루션 데이토즈(www.datoz.net)는, 코딩을 몰라도 누구나 무료로 마음껏 사용할 수 있는 “텍스트(Text) 기반의 빅데이터 분석” 솔루션입니다. 여기서 텍스트라는 건 SNS 게시물, 고객이용후기, 댓글 등을 코딩하지 않고도 간편하게 분석할 수 있다는 의미예요.

데이터의 인사이트를 알려줄게! 데이토즈



누구에게 필요할까요?



데이터 분석을 공부하는 학생, 보고서를 작성하는 회사원, 나만의 데이터로 나만의 분석 결과를 얻고 싶은 데이터 분석을 필요로 하는 누구나!

E n d O f D o c u m e n t

Contact Us

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

T 02. 6177. 1871 eMAIL khbak@emforce.co.kr