

[키워드 모니터링] 에서 설정한 키워드를 Sneck Ai가 매일 자동 생성한 실제 보고서입니다.

◎ 1. 오늘의 이슈 종합

오늘 이슈 종합 판단

- 오늘 이 키워드는 **위기** → 한강버스 관련 '세금낭비' 프레임의 신속한 확산과 당내 대체론으로 단기적 평판-지지 이탈 위험이 높음

이슈 중요도 요약

- 한강버스(세금낭비 프레임 및 댓글·유튜브 확산), 당내 경쟁·세력 재편(대체론 확산·리더십 약화), 주택공급·정비사업(책임론 지속 가능성)

채널별 특이점 요약

- 뉴스 채널 특이점: 기사 자체는 중립이지만 댓글에서 '세금낭비·무능' 감정 집중으로 이슈 부각 가속
- 유튜브 채널 특이점: 쇼츠·댓글 기반 감정 폭발 및 확산력 강해 부정 프레임의 전파·결집 창구 역할
- 블로그 채널 특이점: 해외 호평·기술적 근거를 인용한 방어성 콘텐츠 존재 → 성과 스토리 근거로 활용 가능
- 카페 채널 특이점: 지역·당원 기반의 조직적 여론 형성·교체론 동원 가능성 높음

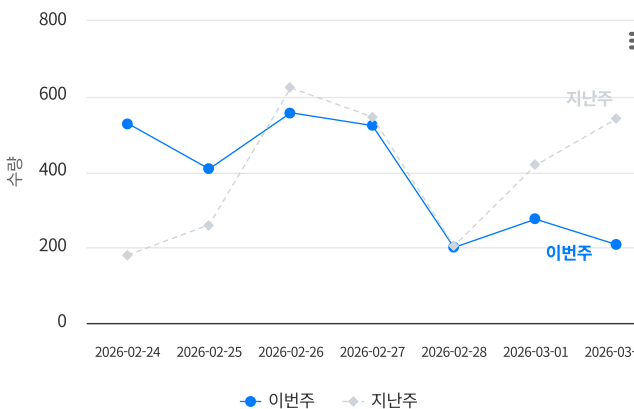
즉시 실행 전략

- 48~72시간 내에 비용·운영·수요 지표 공개 및 시각 자료 배포
- 유튜브용 1분 숏폼 영상과 Q&A 문서로 '세금낭비' 주장에 숫자 기반 대응
- 당원·지역 대상 간담으로 내부 불만·교체론 잠재적 확산 차단

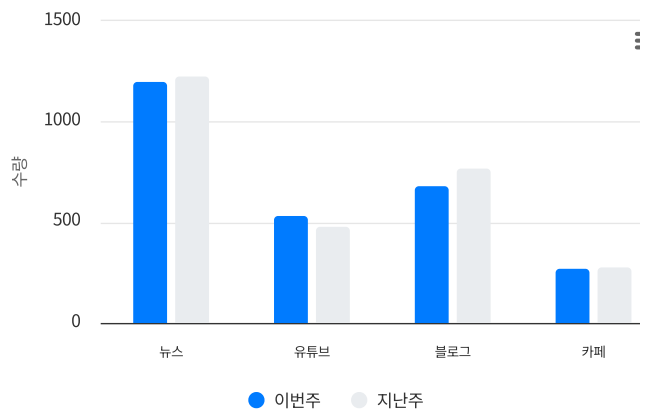
모니터링 권고 사항

- 향후 48~72시간 유튜브 쇼츠·댓글의 '세금낭비' 문구 반복 빈도, 카페·당원 게시판의 교체론 동원 징후, 뉴스 댓글·보도량의 증감 추이를 일일 단위로 추적

전체 콘텐츠 발행 수량 추이



채널별 콘텐츠 발행 비중 비교



2. 변화의 원인: 주요 이슈 및 토픽 분석

① 오늘 핵심 이슈 요약

- 한강버스(한강 유람선형 '한강버스') 운영-비용 논란 → 전 구간 운행 재개 보도와 다수 유튜브·댓글에서 '세금 낭비·효율성 부족' 비판이 집중됨. 일부 보도·블로그는 해외 관계자 호평을 인용해 성공 가능성도 제기.
- 국민의힘 내부 경쟁·세력 재편(후보군 등장·당내 갈등) → 장동혁·한동훈·나경원·정원오 등 인물·경선 관련 뉴스·유튜브가 다수 노출되며 '오세훈 대체론'·당내 불만 여론이 형성됨.
- 주택공급·정비사업 이슈(재건축·정비사업·정원오 부각) → 주택공급 부족 책임소재로 오세훈 이름이 소환되는 게시물도 다수이며, 부동산·정비사업 성과·책임 논쟁이 지속.

② 이슈 중요도 평가

이슈	중요도	비중(%)	주요 근거
한강버스 사업	5	45	대중·다채널 노출량 최다, 사용자 반응 강경(댓글 다수에서 '세금낭비', '무능' 언급 빈발) → 여론·이미지 즉시 악영향 오세훈 런던 뉴욕 선박 관계자도 한강버스에 감탄(뉴스) 전 구간 운행 재개 한강버스 여전히 느린 속도에 내민 도정장(뉴스) 전 구간 운행 재개 한강버스... (YouTube) 오세훈 시장이 인정한 한강버스 세계까지 감탄을 부른다(블로그)
당내 경쟁·세력 재편	4	35	여러 채널(뉴스·유튜브·카페)에서 대체 후보·당내 갈등 반복 보도 → 지지 이탈·리더십 약화 위험 최병목의 팩트 장동혁계 2인자의 돌변(YouTube) 국민의힘 근황 ... 오세훈 조정훈 김재원(YouTube) 정원오 성동구청장 관련 여론(블로그)
주택공급·정비사업(재건축 등)	3	20	정비사업·주택공급 문제로 '책임론' 소환 빈도 높음(블로그·카페 중심). 선거 이슈화 가능성 유 자선PICK 김영배 서울시장 출사표 주택공급 부족 오세훈 탓(뉴스) 건설된 서울 정비사업 공공지원제도(블로그) 서울시장 후보 정원오의 재개발 재건축 전망(카페)

* 이슈 중요도(1~5): 언급량·댓글강도·감정편향·확산가능성 기반

③ 이슈별 감정 및 반응 유형 분석

이슈	긍정 (%)	부정 (%)	중립 (%)	주요 반응 유형	의미
한강버스 사업	15	70	15	불신, 불만, 요구, 확산 시도	데이터 근거: 뉴스·유튜브·블로그·카페에서 반복 보도 + 댓글 다수(뉴스·유튜브)에서 '세금낭비', '무능' 언급 → 오세훈 이미지(재정관리·업무능력)에 즉각적 부정적 영향. 해외 호평 보도는 일부 긍정 호응을 형성하나 수적 열세.
당내 경쟁·세력 재편	20	60	20	비교, 요구(사퇴/교체), 옹호(지역 기반 지지)	데이터 근거: 유튜브(장동혁·한동훈 관련 영상 다수)·카페 댓글에서 '오세훈 교체' '요구'와 '오세훈 식상' 표현 빈발 → 리더십·재선(혹은 차기 지지) 측면에서 중·장기적 신뢰 하락 요인.
주택공급·정비사업	20	55	25	비교, 불만, 요구(정책전환)	데이터 근거: 블로그·뉴스에서 김영배·정원오 등 후보가 공급부족 책임으로 오세훈을 지목하는 기사 다수 → 주거정책 성과·책임 논쟁으로 선거 쟁점화 가능.

➔ 종합 감성 분포 (㊟+㊟ 종합 긍정/중립/부정)



④ 채널 내부 특이점

- 뉴스: 기사 자체는 사실·중립형이 많으나 댓글·독자 반응에서 '부정' 집중(특히 한강버스 관련). 보도량으로 이슈 부각에 기여.
- 유튜브: 감정·비난이 강하게 표출되고 확산력 큼(광고·쇼츠 포함 반복 노출). 한강버스·당내 갈등 관련 비판적 콘텐츠 다수로 이미지 훼손 가속.
- 블로그: 일부 긍정적 해설·홍보성 게시물 존재(한강버스 호평 인용) → 공론 전환 시 '성과 사례'로 방어 재료가 될 수 있음.
- 카페(지역·정파 중심): 후보 지지·반대가 조직적으로 표출됨. 당내 교체론·지역 기반 동원 가능성이 높음(정원오·이상규 등 지지글 다수).

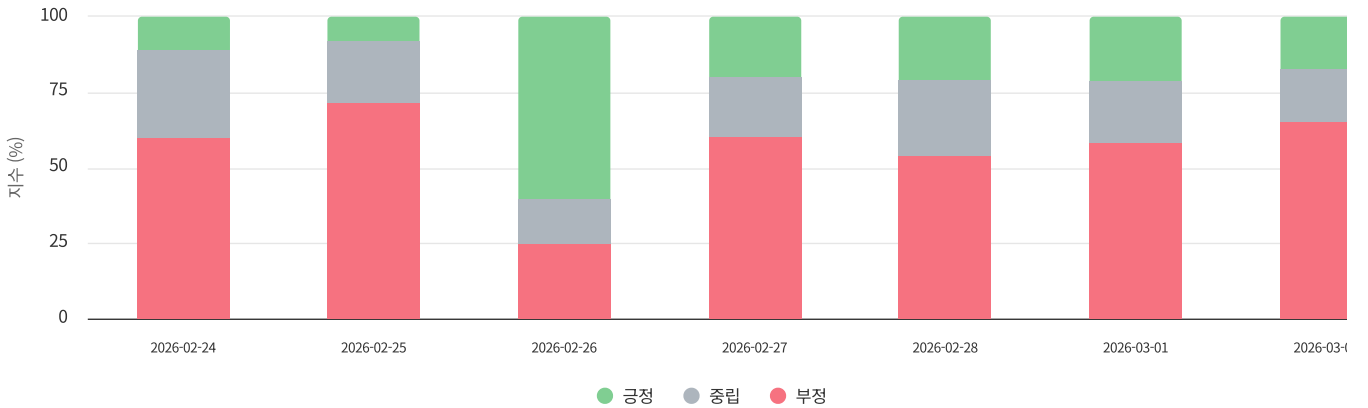
⑤ 리스크 및 기회 신호

- 단기 리스크: 한강버스 관련 '세금 낭비·무능' 프레임의 확산 → 댓글·유튜브 반응에서 즉각적 부정 여론 형성(다수 콘텐츠에서 동일 어휘 반복).
- 중기 확산 가능 리스크: 당내 교체론·대체 후보 보도가 누적되면 '리더십 불안' 프레임으로 선거·지지층 이탈 유도 가능(유튜브·카페에서 조직적 확산 관찰됨).
- 활용 가능한 기회 요소: 해외 관계자 호평·기술적 안전성(블로그·일부 뉴스 인용)은 성과 스토리로 전환 가능 → 비용 구조·수요 예측을 투명하게 제시하면 '문화·관광 인프라' 성과로 부분 전환 가능.

◎ 실무 대응 포인트

- 한강버스에 대해 즉시(48~72시간) 비용·수요·운영지표 공개: (운영비 추계·이용자 수, 환승 편의성 개선 계획) → 유튜브·뉴스 댓글의 '세금낭비' 프레임을 수치로 반박·중화.
(근거: 다수 댓글·영상에서 비용·적자 우려 반복)
- 핵심 메시지 재정비 → '관광 인프라 + 단계적 교통성능 개선'로 리프레이밍하고, 해외 호평(기술 안전성)을 사례로 제시하여 긍정 콘텐츠 생산(블로그·보도자료·전문가 인터뷰 배포).
- 당내 리스크 관리: 내부 불만(후보군 존재)을 잠재적 선거 노출로 전이시키지 않도록 당내 공개 일정을 조율하고, 주요 지지층 대상 소통(지역 카페·당원 전용 채널) 강화 → 유튜브·카페에서의 교체 요구를 완화.
- 모니터링·신속 대응 태세 강화: 유튜브 쇼츠·댓글·카페 중심으로 부정 확산 조짐 포착 시 Q&A·팩트시트로 즉시 대응(48시간 내 콘텐츠 배포), 향후 2주간 주간 성과·이용 통계를 지속 공개.

최근 7일 대중 여론 긍부정 지수 변화



3. 여론 형성 근거: 채널별 실시간 댓글 반응 요약

뉴스 댓글 반응 분석

① 오늘 핵심 이슈 요약

- 한강버스 사업(운영 재개-실효성-예산 논쟁): 제공된 뉴스 댓글에서 가장 많은 언급과 강한 반응을 유발. 주된 반응은 '세금 낭비-무능' 지적이나 일부 '국제적 관심-관광적 가치' 옹호도 존재.
- 오세훈의 행정능력-재정운영 이미지(무능-낭비-관치 의혹): 한강버스 사례와 과거 사업(DDP, 새빛동등심 등)을 엮어 '무능/낭비' 프레임으로 재확인되는 경향.
- 정책 책임-정치 경쟁(주택공급 책임론-지선 연계): 주택공급 부족 논쟁에서 오세훈 책임론이 일부 제기되며 정치적 대안(대체 리더 요구)으로 연결되는 반응도 관찰.

② 이슈 중요도 평가

이슈	중요도	비중(%)	주요 근거
한강버스 사업	5	50	이슈 판단 근거 요약 - 뉴스 댓글(한강버스 관련 기사 2건)에서 가장 많은 댓글-강한 정서표현 관찰. 부정적 반응(세금낭비-무능) 다수, 소수 옹호(관광-국제호평) 존재. 오세훈 런던 뉴욕 선박 관계자도 한강버스에 감탄 전 구간 운행 재개 한강버스 여전히 느린 속도에 내민 도전 원문 댓글(참고, 기사별 발췌) - 오세훈 런던-뉴욕 기사 댓글 샘플: <이딴거에 수천억을 쓴 거에 감탄 오세이돈은 이번까지만 하고 보내자> <무능력의 끝판왕> <한강버스 세계적인 도시 서울의 랜드마크가 될 것입니다 오세훈시장이 하면 됩니다> <유람이나 하려고 피같은 국민혈세를 쳐바르고 웃음이 쳐나오나> <나도 감탄했다 세금으로 이렇게 말아먹는다고> - 전 구간 운행 재개 기사 댓글 샘플: <환승되는 무료 유람선이다 절대 교통수단으로 대체될수 있는 수준이 아니다 돈먹는 하마로 전략할 것이다> <개세훈이 해서 뭐하나 잘한게 없는듯... 새빛동등심 만들어서 또 적자운영...> <타보면 생각보다 빠르던디> <육먹지말고 그냥 버스킹이나 공연 할 수있는 유람선으로 변경해라>
행정능력-재정운영 이미지	4	30	이슈 판단 근거 요약 - 한강버스 관련 댓글과 타 기사(성수 발전, 운영-예산 관련 의견)에서 '무능-세금낭비-관치' 프레임 반복. 댓글 내 강한 부정 감정이 오세훈 개인 이미지로 귀결됨. 성수 발전 누구 덕 오세훈 정월호 서울시장 선거 신경전 오세훈 런던 뉴욕 선박 관계자도 한강버스에 감탄 원문 댓글(참고 발췌) <오세훈 스스로 출퇴근용이 아니라 관광용임을 사진으로도 인증했뿌네 ㅋㅋㅋㅋㅋ> <스스로 무덤을 파는 머리 안 좋은 변호사 출신 지자체 장이다> <오세후니아 년 장담컨데 윤가능 옆방으로 간다 네 운명이다>
주택공급-정책 책임(정치 경쟁 연계)	3	20	이슈 판단 근거 요약 - 주택공급 부족을 다룬 기사 댓글에서 일부 사용자들이 오세훈 책임론을 제기하며 '새 리더 필요'로 연결. 샘플은 적으나 정치적 전선으로 확장될 가능성 존재. 지선PICK 김영배 서울시장 출사표 주택공급 부족 오세훈 탓 새 리더 필요 원문 댓글(참고 발췌) <역쉬 오세훈 뿐 이구먼> <목돈 없는 청춘세대는 전세가 좋은 제도인데 ... 전세 아파트를 구할 수 없습다 전세로 살게 해주세> <주택공급 부족을 누굴 탓 재건축만 정상적으로 했으면...>

③ 이슈별 감정 및 반응 유형 분석

이슈	긍정(%)	부정(%)	중립(%)	주요 반응 유형	의미
한강버스 사업	10	75	15	불만, 불신, 요구, 옹호, 확산 시도	댓글 기준: 대다수는 '세금낭비-무능'으로 오세훈을 비판(부정). 소수는 국제적 관심-관광가치 근거로 옹호(긍정). 중립 댓글은 정보-운항상황-속도 논의 중심으로 감정표현이 약함. 결과적으로 오세훈 평판에 부정적 영향 우세.
행정능력-재정운영 이미지	10	80	10	불신, 비난, 비교, 요구	여러 기사 댓글에서 '무능-낭비-관치' 프레임이 반복되어 개인 신뢰도 하락 신호가 강함. 오세훈의 과거 사업(예: 새빛동등심 등)과 연계된 부정적 기억이 재소환됨.
주택공급-정책 책임(정치 경쟁 연계)	20	60	20	비교, 요구, 대안지시(새 리더), 불만	주택문제에 대한 책임론이 일부 댓글에서 오세훈에게 귀속되며, 이는 '리더 교체' 요구로 연결될 가능성 있음. 다만 샘플 수가 상대적으로 적어 확실성은 한강버스보다 낮음.

➔ 종합 감성 분포 (㉠+㉡ 종합 긍정/중립/부정)

㉔ 채널 내부 특이점

- 뉴스 댓글 특성상 한 건(한강버스) 관련 반응 집중·감정표출 강함(욕설·조롱 표현 다수).
- 한강버스 토픽은 이 채널에서 특히 감정이 급격히 치우쳐 '세금낭비·무능' 쪽으로 편중된 양상.
- 논쟁·대립 발생 지점: 사업의 목적(교통 vs 관광) 논쟁, 환승·속도·수요조사 신뢰성 문제에서 의견 충돌.
- 일부 댓글은 '외부(런던·뉴욕) 전문가 의견'을 근거로 한 우호적 메시지를 반복하여 확산 시도.

㉕ 리스크 및 기회 신호

- 단기 리스크: 한강버스 관련 부정 여론 심화로 '무능·세금낭비' 프레임 확산 → 선거 리스크 및 여론지지도 하방압력.
- 중기 확산 가능 리스크: 부정 여론이 행정능력 전반(다른 사업·재정운영)으로 일반화되어 장기적 신뢰 훼손 가능.
- 활용 가능한 기회 요소: 기사에 등장한 '외국 관계자 호평' 등 긍정 메시지(기술·친환경성)를 데이터 기반 성과(운항소음·진동·친환경 수치·외국 평가)로 입증·확장하면 여론 일부를 되돌릴 여지 존재.

㉖ 실무 대응 포인트

- 투명한 데이터 공개: 한강버스의 비용구성·운영비·예상·실제 수요(시간대별 탑승·환승연계 데이터)·환경성 평가 수치 등을 신속히 공개하여 '세금낭비' 주장에 대한 객관적 근거 제시.
- 목적 재정립·서비스 조정: 댓글에서 반복된 '관광용·교통용 혼선' 이슈에 대해 명확한 서비스 콘셉트(출퇴근형·관광형 시간대 구분)와 시범운영 계획을 제시하여 기대 관리.
- 비판 수렴형 메시지와 대응 채널 운영: 핵심 비판(환승·속도·수요조사 부실 의혹)에 대해 Q&A 형태로 답변하고, 문제 제기자·지역 커뮤니티와의 소통 채널을 운영하여 불신을 완화.
- 긍정 근거 확산: 외국 관계자 평가·친환경 기술 성과 등 긍정 근거는 검증자료(사진·성능보고서·현장평가)를 통해 보도자료·SNS·뉴스 댓글 대응에 활용, 부정 여론의 일부를 상쇄.

유튜브 댓글 반응 분석

㉑ 오늘 핵심 이슈 요약

- 한강버스·한강 유람 프로젝트에 대한 '세금 낭비' 비판이 집중됨 → 관련 영상 댓글에서 오세훈 직접 비판(수사 요구, 세금낭비 지적) 다수 관찰.
- 오세훈에 대한 교체 요구·피로감("식상", 세대교체 필요) 확산 → 일부 영상 댓글에서 대체 후보 지지 표출(예: 이상규 지지).
- 국민의힘 내부 갈등·인사 논란 맥락에서 오세훈 이미지 손상 → 당내 공천·인사 문제 논의가 오세훈 평판과 연결되어 확대.
- 소수의 호의적 지지("서울시장은 오세훈 뿐")가 존재하나 전체 댓글 흐름은 부정 쪽으로 기울어 있음.

㉒ 이슈 중요도 평가

이슈	중요도	비중(%)	주요 근거
한강버스·세금낭비	5	40	<p>댓글에서 반복적으로 등장한 토픽(한강버스·한강 유람선·세빛섬 연계 비판).</p> <p>주요 근거: 한강버스 관련 영상 댓글(세금 낭비, 수사 요구, "오세훈이 세금 날렸다" 등) 다수 확인.</p> <ul style="list-style-type: none">• 전 구간 운행 재개 한강버스 여전히 느린 속도 에 내민 도전장 지금 이 쇼츠• 돌아온 한강버스 옆에서 달리기 시합 채널A 김진의 돌직구쇼• 충격적입니다 전세매물 <p>참고 댓글(원문 콘텐츠 및 일부 댓글):</p> <ul style="list-style-type: none">• 전 구간 운행 재개 한강버스...<ul style="list-style-type: none">◦ "세금으로 장난치는 자는 처벌 받아야 마땅한 것 아닌가 조사해봐야 한다"◦ "세금 낭비의 전형 오세훈은 더 크게해먹을놈임"◦ "오세훈 수사받아라"• 돌아온 한강버스...<ul style="list-style-type: none">◦ "하는짓들보면 욕 나온다"◦ "에라잇"

오세훈 교체 요구(식상·세대교체)	4	25	<p>다수 댓글에서 '오세훈은 식상'/'오세훈 아웃' 표현과 함께 특정 대체후보(예: 이상규) 지지가 노출. 지방선거 전 지지도 하락 신호로 판단.</p> <ul style="list-style-type: none"> 오세훈 잡고 내가 서울시장 나간다 이상규 국힘당 성복을당협위원장 국민의힘 근황 믿음만은 장동혁 뿐인가 오세훈 조정훈 김재원 <p>참고 댓글:</p> <ul style="list-style-type: none"> 오세훈 잡고 <ul style="list-style-type: none"> "이상규위원장님 서울시장으로 적극 지지합니다" "오세훈아웃" 국민의힘 근황... <ul style="list-style-type: none"> "오세훈은 이제 식상합니다 세대교체해야합니다" "오세훈 민주당 시장 10년 서울시는 특정세력 위한 ATM" (비판적 맥락)
국민의힘 내홍-인사 이미지	3	20	<p>당내 공천-인사내부 갈등 논의에서 오세훈 이름이 언급되며 이미지 훼손 연결. 댓글에서 '공직 사유화', '공천 불만' 등으로 오세훈의 리더십이 간접적으로 타격받는 양상 관찰.</p> <ul style="list-style-type: none"> 국민의힘 근황 믿음만은 장동혁 뿐인가... 후보 되는 것 문제없다 VS 나경원 나사면 얘기 달라져... <p>참고 댓글:</p> <ul style="list-style-type: none"> "오 시장은 공직을 시민을 위해 존재해야 한다고 강조했다" (인사 논란 맥락 인용) "오세훈이 공천주면 절대안됨 그동안 한짓보면 답나옴"
소수 지지:호의적 반응	2	15	<p>일부 댓글에서 오세훈 지지-응원("서울시장 오세훈뿐", "서울의 희망")이 확인되나 전체 대비 비중은 낮음. 방어적 커뮤니케이션이 필요한 수준.</p> <ul style="list-style-type: none"> 충격적입니다 전세매물 오세훈 잡고 내가 서울시장... <p>참고 댓글:</p> <ul style="list-style-type: none"> "서울 시장은 오세훈 뿐이다 서울의 희망임" "응원합니다"

◎ 이슈별 감정 및 반응 유형 분석

이슈	긍정(%)	부정(%)	중립(%)	주요 반응 유형	의미
한강버스·세금낭비	10	80	10	불신, 비난, 수사요구, 예산검증 요구	오세훈의 재정 운용·정책 우선순위에 대한 신뢰가 약화. 댓글에서 '세금 낭비' 서사는 빠르게 확산될 가능성이 높음.
오세훈 교체 요구(식상·세대교체)	10	70	20	교체요구, 대체후보지지, 피로감 표현	오세훈 브랜드가 '존속'보다 '교체' 담론에 노출. 지방선거 맥락에서 표심 이탈 신호로 해석.
국민의힘 내홍-인사 이미지	10	60	30	비교, 불신, 요구(인사-공천 투명성)	당내 문제들이 오세훈 개인 신뢰에 전이되는 양상. 내부 갈등이 외부 평판에 부정적 영향을 미침.
소수 지지:호의적 반응	80	10	10	응호, 응원, 방어	강한 지지층이 존재하지만 규모가 작아 현재 부정 여론을 전환하기에는 역부족. 지지층 유지·동원 필요.

➔ 종합 감성 분포 (◎+◎ 종합 긍정/중립/부정)



◎ 채널 내부 특이점

- 한강버스·세금 관련 콘텐츠에서 오세훈 비판이 집중적으로 반응 → '세금 낭비' 프레임이 반복적으로 형성됨.
- 정치·당 이슈가 아닌 생활·교통(한강버스) 이슈에서도 오세훈 평판이 직접적으로 악화됨(정책 실행이 평판에 즉시 연결되는 채널 특성).
- 대체후보 지지 표출(이상규 등)과 '오세훈 아웃' 구호가 결합되어 감정적 확산성 높음 → 표적화된 비난이 빠르게 결집.
- 댓글에서 강한 표현·공격성이 빈번하여 여론 왜곡·확산 위험이 큼('수사받아라', '세금 날렸다' 등 직접적 공격).

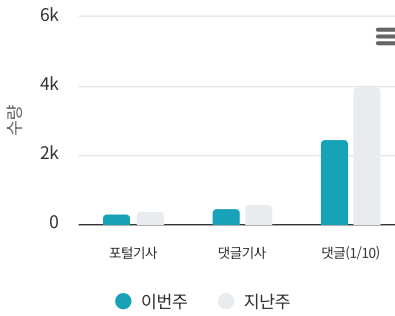
◎ 리스크 및 기회 신호

- 단기 리스크: 한강버스 관련 부정 서사가 확산되면 지방선거 전까지 '세금 낭비' 프레임이 오세훈 평판을 지속적으로 압박함(댓글에서 높은 반복도 확인).
- 중기 확산 가능 리스크: 여러 채널에서 동일한 '세금 낭비' 메시지가 반복될 경우 아권·중립층으로의 부정적 전이 가능 → 대체후보 지지로 연결될 위험.
- 활용 가능한 기회 요소: 한강버스·관련 사업의 객관적 예산·성과 데이터를 제시하면 '사실 기반 방어'가 가능. 소수의 강한 지지층을 활용한 긍정적 메시지 확산(성공 사례·숫자 중심 콘텐츠)으로 불신 완화 시도 가능.

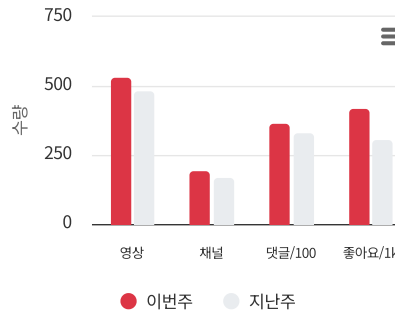
◎ 실무 대응 포인트

- 한강버스 관련 빠른 사실공개: 사업 예산-운영비-이용자 지표(일일 이용자 수, 비용/편익 등)를 시각 자료로 정리한 1분 내외 숏폼 동영상 제작-배포 → 댓글에서 제기된 '세금 낭비' 주장에 대해 숫자 기반으로 즉시 응답(근거: 한강버스 영상 댓글에서 '세금' 관련 지적 다수).
- Q&A 형식의 공식 답변 콘텐츠(유튜브 커뮤니티·댓글 고정) → 자주 제기되는 질문(세금사용, 친환경성, 운행속도)에 대해 근거자료(예산 문서·시 통계) 링크 포함해 정리.
공개 근거 제시는 불신 완화에 효과적임.
- 지지층 동원·피드백 창구 운영: 호의적 댓글·지지자 반응을 수집해 FAQ·성공사례 영상으로 재편집, 긍정 메시지 확산을 위한 댓글 캠페인(가이드라인 포함) 전개.
- 모니터링 강화: 한강버스·인사·공천 관련 키워드 중심으로 댓글·영상 확산을 실시간 모니터링해 부정 확산 초기 단계에서 신속 대응(문구·프레임 반복 횟수 기반 경보 설정).

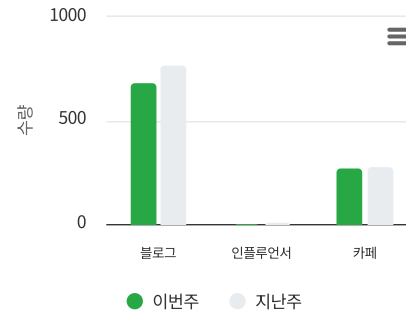
뉴스 확산/반응 지표



유튜브 활동/참여 지표



블로그/카페 커뮤니티 활성화



참조: 일간 채널별 데이터 증감 요약

채널	콘텐츠 수량 (증감)	댓글 수량 (증감)
NEWS	1,205 (▼ 28)	24,732 (▼ 15,465)
BLOG	684 (▼ 90)	0 (-)
YOUTUBE	535 (▲ 51)	36,988 (▲ 3,806)
CAFE	275 (▼ 7)	0 (-)

* 본 보고서는 [Sneck.ai](#) 에서 빅데이터 분석 등 고유 알고리즘으로 자동 생성하였습니다.