

MCN | 동향

‘보고, 듣는’ MCN의 생존 경쟁

글 박미경 기자 pmk86@gtl.co.kr | 협조 한국영상산업협회



‘듣는’ 콘텐츠가 다시 뜬다...오디오 시장 경쟁 심화

오디오북, 팟캐스트 등 듣는 콘텐츠 경쟁이 향후 더 가열될 전망이다. 국내 통신사와 글로벌 대기업이 인공지능(AI) 스피커를 출시하면서 오디오 콘텐츠에 대한 수요가 크게 증가했다. 이에 따라 관련 시장이 빠르게 성장하면서 기업들이 앞다퉀 오디오 플랫폼을 선점하기 위해 차별화 전략을 내놓고 있다.

네이버는 최근 오디오 전용 플랫폼 오디오클럽을 통해 오디오북 서비스를 시작했다. 이는 다양한 출판사 및 오디오 크리에이터들과의 협력을 통해 출판 시장의 새로운 활력이 될 것으로 기대가 모아진다. 오디오클럽 오디오북은 성우, 연극배우·연출가, 소설가, 아이돌 등 다양한 창작자들이 참여해 ‘듣는 책’의 재미를 더한 것이 특징이다. 현재 제공하고 있는 ‘82년생 김지영’은 연극배우의 목소리로 감정을 표현했고 ‘살인자의 기억법’은 김영하 작가가 직접 낭독했다. 스타가 낭독하는 오디오북은 브이라이브(VLIVE)를 통해 제공되고 있다. 첫 작품은 아이돌 그룹 GOT7 진영이 낭독한 ‘어린왕자’다. 또한 올 4분기에는 일반 창작자 누구나 오디오북을 자유롭게 등록·판매할 수 있도록 오픈 플랫폼을 선보일 계획이라고 밝혔다.

국내 최대 팟캐스트 플랫폼 팟빵 역시 오디오북 오픈 플랫폼 경쟁에 뛰어들었다. 안데르센, 이습 우화 등 클래식 영어 동화 시리즈를 포함해 구연동화 형태의 유아동용 오디오북 콘텐츠도 다수 제작할 계획이다. 현재 팟빵은 대부분의 AI 스마트 스피커 업체 및 커넥티드카 관련 기업과 콘텐츠 공급 제휴를 맺고 있다. 월간 실사용자 수 80만명에 달하는 사용자 기반을 바탕으로 오디오북 시장을 선점하겠다는 계획이다. 이 같은 팟빵의 경쟁력은 오디오북 유통에 큰 강점이 될 것으로 보인다.

여기에 더해 실시간 1인 방송 플랫폼 아프리카TV도 도전장을 던졌다. 인터넷 방송을 넘어 팟캐스트 시장까지 사업 영역을 넓혀겠다는 것이다. 오디오 창작자 육성은 물론 AI(오디오 자키) 모집을 시작했고 모바일 플랫폼 ‘팟프리카’ 출시를 앞두고 있다. 현재 팟빵과 네이버, 스포라디오 등이 주도하고 있는 국내 오디오 콘텐츠 시장에 또 다른 자극제가 될 전망이다.

글로벌 시장조사업체 카날리스는 연말까지 전 세계에 약 1억개의 AI 스피커가 설치될 것으로 보고 있다. 유통 채널이 늘어나면서 차세대 플랫폼 선점을 위한 콘텐츠 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다.

유튜브 겨냥 ‘페이스북 워치’ 전 세계 확대 출시

페이스북은 동영상 플랫폼 ‘페이스북 워치’를 미국 시장에 내놓은 지 1년 만에 전 세계로 확대 출시한다고 밝혔다. 워치는 이용자가 자신이 좋아하는 다양한 쇼 프로그램과 영상 크리에이터를 찾아보고 친구, 팬, 크리에이터들과 직접 소통할 수 있는 플랫폼이다. 페이스북 이용자들은 다양한 분야의 최신 동영상과 자신이 좋아하는 크리에이터의 최신 소식을 쉽게 접할 수 있다. 또한 페이스북 페이지 상의 동영상을 워치에서도 바로 시청할 수 있다.

유튜브를 겨냥해 페이스북이 지난해 미국에서 선보인 워치는 월간 사용자(MAU)가 50만명에 달한다. 이번에 전 세계에 확대 출시하면서 ‘워치피드’와 ‘워치리스트’ 등 새로운 동영상을 쉽게 찾을 수 있는 기능을 추가했고, 중간 광고를 도입해 제작자들의 수익 창출도 지원했다. 신기능이 추가된 워치는 전 세계 콘텐츠 크리에이터 및 제작자들에게 새로운 기회가 될 것으로 기대된다. 페이스북 워치는 페이스북 플랫폼 내 바로가기 또는 더보기 메뉴를 통해 이용할 수 있으며 iOS·안드로이드 기기와 애플TV·삼성 스마트TV 등에서 사용할 수 있다. 구글 유튜브가 동영상 시장을 주도하고 있는 가운데 페이스북의 워치가 국내 동영상 시장의 판도를 바꿀 수 있을지 귀추가 주목된다.



뉴미디어 걸그룹 ‘위걸스’ 소통 행보 눈길

MCN 크리에이터 재능을 갖춘 걸그룹 ‘위걸스(We Girls)’가 최근 대중 앞에 첫선을 보이면서 화제를 모으고 있다.

소속사 애프터문터테인먼트에 따르면 지난 8월 31일 노래와 춤, MCN 크리에이터 창의력까지 지닌 걸그룹 위걸스가 미니앨범 ‘On Air’(온에어)를 공개하며 본격적인 활동에 돌입했다. 위걸스는 뉴미디어 걸그룹이라는 별칭을 가지고 있다. 모바일 개인방송을 통해 소통하고, 인스타그램을 통해 팬들의 의견을 수렴하는 독특한 팀 운영 방식이 뉴미디어 걸그룹이라고 부르는 이유다.

위걸스는 글로벌 K-POP 콘텐츠 제작·유통 플랫폼 메이크스타를 통해 시작했다. 이를 통해 팬들과 가수 모두의 ‘꿈을 실현하는’ 스토리를 데뷔 앨범에 담았다.

한편 활동과 동시에 위걸스는 ‘On Air’ 방송 활동을 위한 의상 콘셉트 투표를 시작하는 등 소통의 행보를 보이고 있다. 활동 의상 투표는 위걸스 공식 인스타그램 스토리 기능을 통해 진행되고 있는데 의상 시안을 두고 2900여 명의 국내의 팬들의 참여가 이어지고 있다.

소속사 관계자는 “투표 결과를 타이틀곡 방송 활동에 적극 반영할 예정”이라고 밝혔다. 위걸스는 앞으로도 ‘팬들과 함께 만들어가는 뉴미디어 걸그룹’이라는 콘셉트로 팬들과 꾸준한 소통을 이어갈 예정이다.

