

‘SOOP’ 이름만 바꾼 반쪽 개편 자극적·선정적 콘텐츠 논란 여전

아프리카TV, 사명·서비스명 변경
성 상품화 ‘엑셀방송’ 카테고리 여전
후원 시스템 ‘별풍선’ 그대로 유지

이미지 쇠신과 글로벌 진출을 선언
한 스트리밍 플랫폼 아프리카TV(SOOP)가 사명과 서비스명을 바꾸는 강수를
들었다.

SOOP은 그동안 매출 확대를 위해
선정적이거나 폭력적인 개인 방송을
방조하고 더 나아가 장려하기까지 했
다는 비판을 받았다. 최근에는 SOOP
을 통한 후원이 돈세탁 수단으로 활용
된 증거까지 나오며 비판이 거세지고
있다. 그러나 개편 후에도 성 상품화로
논란이 인 ‘엑셀방송’ 카테고리 등을
여전히 유지하면서 이미지 쇠신 의지
에 의문이 제기된다.

16일 SOOP이 지난 3월 사명을 바꾼
데 이어 서비스명을 ‘SOOP’으로 변경
했다. SOOP은 초기 서비스명 ‘W플레
이어’를 2006년 ‘아프리카TV’로 바꾼
후 처음이다. 스트리밍 방송 진행자를
부르던 호칭인 ‘BJ’도 ‘스트리머’로 변
경했다. 다만 후원 시스템을 뜻하는
‘별풍선’은 그대로 유지하기로 했다.

SOOP은 1분기 사명을 변경한 데 이
어 3분기 서비스명을 변경하고자 했으
나 연예기획사 매니지먼트 숲이 상표
권 등 침해금지 가처분 소송을 제기하
며 변경이 미뤄졌다. 법원이 이달 4일
매니지먼트 숲의 가처분 신청을 기각
하면서 SOOP은 15일 새벽 전체점검
을 진행하며 UI/UX 업데이트와 함께
서비스명 변경을 마쳤다.

SOOP은 콘텐츠 다변화를 통한 이
미지 개선에 나설 계획이다. SOOP은
글로벌 스포츠 이벤트를 중계하고 지
방자치단체와의 협업을 통한 지역 상
생 콘텐츠를 내며 다양한 콘텐츠를 선
보일 예정이다.

SOOP이 기존 부정적인 이미지를
벗고 사명과 서비스명을 바꿨으나
이용자들의 반응은 부정적이다. UI/U
X 일부가 바뀐 것 외 차이가 없다는 평



아프리카TV에서 활동 중인 BJ커맨더지코가 16일 진행한 엑셀방송 모습. 여성BJ들을 시청자가 지목해 돈으로 전환할 수 있는 별풍선을 쓰면 여성BJ가 나와 인사하고 춤을 춘다. /화면 캡처

가다. 그동안 계속해서 문제시 된 선정
성 높은 방송에 대한 제재 또는 분리도
이뤄지지 않았으며 약관 및 정책 또한
동일해 “이름만 바뀌었다”고 주장한다.
실제로 이날 오후 방송을 진행 중인
H 스트리머는 방송 중 “갑자기 아프리
카TV가 바뀌었는데 뭐가 달라졌는지
모르겠다”며 “오히려 동료는 사용하기
불편하다고도 하는데 왜 바뀐 건지 모
르겠다”고 말하기도 했다.

엑셀방송 또한 여전히 카테고리로
남아있다. 엑셀방송은 다수의 스트리
머가 한 방송에 출연해 시청자의 후원
(별풍선)을 경쟁하는 방송 포맷이다.
MS 오피스 엑셀에 순위와 받은 합계
별풍선을 쓰면서 엑셀방송이라는 이름
이 붙었다. 별풍선을 더 받기 위해 스
트리머들이 선정적인 퍼포먼스를 벌이
고 시청자들 또한 응원하는 스트리머
의 순위를 올리기 위해 무분별한 후원을
하면서 선정적인 콘텐츠를 방조하는
SOOP의 대표적인 행태로 꼽힌다.

거액의 돈이 오가는 만큼 이른바 ‘별
풍선강’으로 불리는 돈세탁에 이용된
다는 주장도 있다. SOOP에서 활동하
는 스트리머 감동란(김소은)은 지난달
방송 중 “(별풍선강은) 누군가가 별풍
선을 쓰면? BJ는 몸값이 올라가 유명세
를 누린다”며 “BJ는 받은 별풍선을 돈
으로 환전하고, 세금과 수수료를 떼고
별풍선을 쓴 사람에게 돌려주는 방식
인데, 돈세탁이다”라고 의혹을 제기했
다. 다만 일각에서는 이미 불법 자금세

탁에 대한 심각성을 이미 방송통신위
원회가 인지하고 있고 엄중한 감시가
이뤄지는 점과 환전에 따른 높은 수수
료율과 고려할 때 돈세탁 창구로 이용
될 가능성은 낮게 보고 있다. 그러나
10월 현재도 중고거래 플랫폼에서 SO
OP 별풍선을 대량으로 구입·판매하는
거래글이 활발하게 올라오는 만큼 감
시를 늦출 수 없는 상황이다.

업계 관계자들은 SOOP의 자극적이
고 선정적인 방송에 대한 개편 의지가
사실 크지 않을 것으로 보고 있다.

이달 박종권 국민의힘 의원이 아프
리카TV로부터 받은 자료에 따르면 아
프리카TV는 지난해 별풍선 상위 10명
의 BJ에게 총 656억원을 지급했다. 이
는 2021년 132억원, 2022년 214억원 대
비 1년 만에 3배 이상 급증한 금액이
다. 이 중 상위 9명이 엑셀방송을 진행
하는 스트리머였으며 가장 많은 돈을
벌어들이는 스트리머인 ‘커맨더지코’가
1년 간 벌어들인 금액은 200여억 원에
달했다. SOOP은 별풍선 수익 중 20%
를 수수료 명목으로 가져간다. 즉 커맨
더지코 1명만으로 연간 20억원 이상의
수익을 얻은 셈이다.

업계 관계자는 “이미지 개선을 위해
서는 높은 수익을 내는 최상위 스트리
머들의 콘텐츠를 제재해야 하는데 콘
텐츠 제재와 불확실한 장기 전략 사이
에서 확고한 선택을 하기란 어려운 것”
이라고 설명했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

LG CNS, AI 기반 美 광고시장 진출

美 unBoxed서 ‘옵타펙스TM’ 공개

LG CNS가 14일(현지시간)부터 16
일까지 미국 텍사스주 오스틴에서 열
리는 ‘unBoxed 2024’ 행사에서 ‘LG
옵타펙스TM(LG OptapexTM)’을 공
개했다. LG CNS는 내년 상반기 미국
시장에 ‘LG 옵타펙스’를 본격 출시할
계획이다.

unBoxed는 아마존의 디지털 광고
사업 부문인 ‘아마존 애즈(Amazon Ad
s)’가 광고 대행사, 미디어렐사) 등 광
고기업, 셀러(제품 판매기업), IT기업
등을 대상으로 매년 진행되는 광고 컨
퍼런스다.

LG CNS가 새롭게 선보인 LG 옵타
펙스는 AI, 수학적최적화(Mathemati
cal Optimization) 등 DX 신기술 기

반의 디지털마케팅 최적화 플랫폼 MO
P(Marketing Optimization Platfor
m)의 글로벌 버전이다. LG 옵타펙스
는 세계 최대 e커머스 채널인 아마존에
특화돼 있다.

실적 예측, 광고 예산 설정, 자동 광
고 입찰 등을 수행하며, 셀러들의 광고
활동을 가능화한다. LG 옵타펙스에 탑
재된 AI가 데이터를 분석해 최적의 예
산, 광고 입찰 가격 등을 예측하면, 수
학적최적화 기술이 AI의 예측 값을 활
용해 현재 가진 자원과 변수로 발생할
수 있는 모든 경우의 수를 계산하는 방
식이다.

LG CNS는 약 30개 기업들과 LG 옵
타펙스 베타 테스트를 진행하며 지속
적인 성능 고도화를 하고 있다.

/김서현 기자

BMW 고성능 세단에 신차용 타이어 공급

한국타이어 ‘벤투스 S1 에보 Z’ 공급

한국타이어엔테크놀로지(이하 한국
타이어)가 BMW의 고성능 세단 ‘M5’
7세대 모델에 초고성능 슈퍼스포츠타
이어 ‘벤투스 S1 에보 Z’를 신차용 타
이어로 공급한다고 16일 밝혔다.

한국타이어는 BMW와 약 3년에
걸친 개발을 거쳐 고성능 세단만의
독특한 주행 역학이 완벽히 발휘되면
서도 낮은 회전저항으로 연료 소비를
줄이는데 성공했다. 엄격한 기준한
‘벤투스 S1 에보 Z’는 BMW의 오리
지널 타이어 심볼인 ‘스타마크’를 획
득하며 최상위 수준의 기술력을 입증
했다.

‘벤투스 S1 에보 Z’는 높아진 하중
에도 높은 조종 안정성을 제공할 수 있
도록 개발됐다. 넓은 접촉면과 트레드
블록 사이의 넓은 간격은 탁월한 핸들
링 성능을 유지하며, 강화된 아라미드
하이브리드 벨트 장착으로 마른 노면
에서의 성능을 한층 끌어올려 준다.
고속 주행에서 원심력이나 횡력으로
인해 타이어에 불필요한 변형이 발생



한국타이어 BMW 고성능 세단 M5에 신차용
타이어 공급.

되는 것으로 최소화해주는 것이 특징
이다.

이번 제품 개발을 위해 한국타이어
는 주행 테스트 과정에 AI 지원 알고리
즘을 적용했다. 가상 공간 및 레이싱 트
랙 등에서 수많은 조건을 적용해 최적
의 핸들링 성능을 확보할 수 있는 다양
한 데이터를 확보했다. 또한 안전 및 코
너링 등의 완벽한 조합을 확인하기 위
해 ‘뉴르부르크링 노르트슐라이페’와
‘나르도 트랙’에서 테스트 주행도 진행
했다.

/양성운 기자 ysw@

LGU+ “AI 보이스링부터 아트워크 체험”

‘익시X무너’ 팝업스토어 운영

LG유플러스는 자사 캐릭터 무너를
활용해 자체 인공지능(AI) 기술 ‘익시
(ixi)’를 체험할 수 있는 팝업스토어를
운영한다.

LG유플러스가 오는 27일까지 서울
영등포구 양평동에 있는 LG전자의 복
합문화공간 ‘그라운드220’에서 ‘익시
X무너’ 팝업스토어를 연다고 16일 밝
혔다.

그라운드220은 LG전자가 2022년 M
Z세대 고객들이 다양한 제품과 프로그
램을 경험할 수 있도록 마련한 복합문
화공간이다.

팝업스토어를 방문하는 고객은 ▲익
시를 활용해 나만의 무너 아트워크를
직접 생성해 보는 ‘익시 프롬프트’ ▲원
하는 캐릭터의 목소리와 통화 연결을



LG유플러스는 자사 캐릭터 무너를 활용해 자
체 인공지능(AI) 기술 ‘익시(ixi)’를 체험할 수
있는 팝업스토어를 운영한다. 위 사진은 고객
이 서울 양평동 ‘그라운드220’에서 진행되는
LG유플러스 팝업스토어에서 ‘익시 프롬프트’
를 체험하고 나만의 굿즈를 제작해 선보이고
있는 모습. /LG유플러스

문구를 직접 설정하는 ‘AI보이스링’ 테
스트 버전 등을 체험할 수 있다.

/이혜민 기자

리멤버, AI 채용 비서로 인재 확보 전략 강화

‘리멤버엔컴퍼니’로 사명 변경
제2의 도약 위한 전방위적 사업 확장
고객 맞춤형 비즈니스 솔루션 성장

수익화에 성공한 명함·커리어 관리
플랫폼 ‘리멤버’가 사명을 ‘리멤버엔컴
퍼니’로 변경하고 제2의 도약에 나선다.
최재호 리멤버엔컴퍼니 대표는 16
일 서울 강남구에 있는 리멤버 본사
에서 열린 첫 기자간담회에서 ‘리멤버의
Next Chapter’를 주제로 새로운 청사
진을 제시했다.

최 대표는 기존 사명이던 ‘드라마엔
컴퍼니’에서 서비스명을 전면으로 내세
운 ‘리멤버엔컴퍼니’로 사명을 변경한
다고 발표했다. 그는 “지금 리멤버

성장의 중요한 변곡점”이라며 “수익화
에 성공한 만큼, 고객 중심의 사업 모
델을 더욱 공고히 하고, 전방위적인 사
업 확장을 통해 고객에게 더 나은 가치
를 제공할 것”이라고 설명했다.

리멤버는 현재 기업의 인재 채용을
돕는 ‘채용 솔루션’과 비즈니스 기회를
창출해 주는 ‘세일즈&마케팅 솔루션’
두 축으로 사업을 전개하고 있다.

특히 리멤버는 최근 채용 트렌드에
발맞춰 경력직 수시 채용 시장을 집중
공략하고 있다. 2019년부터 기업 인재
팀이 리멤버를 통해 인재를 검색하고
스카웃 제안을 보낼 수 있도록 돕는 서
비스를 제공하고 있다. 누적 이용 건수
는 700만 건을 넘어섰다.

최 대표는 상위 30% 인재(경력직 구
직자)를 타겟으로 한 프리미엄 채용공
고 서비스 출시 계획도 밝혔다. 그는
“기존 채용 방식으로는 우수 인재를 확
보하는데 한계가 있어, 리멤버만의 차
별화된 인재 풀을 활용해 효율성을 높
이겠다”고 강조했다.

리멤버는 인공지능(AI) 기반의 ‘A
I 채용 비서’ 서비스를 통해 기업의 채용
과정을 자동화하고 있다. 기업이 리
멤버의 ‘인공지능(AI) 채용 비서’ 서비
스에 직무기술서를 입력하면 AI가 적
합한 인재를 자동으로 추천해준다. 최
종 결정 후에는 챗GPT가 스카웃 제안
메시지까지 자동으로 작성해 발송해
준다.

/이혜민 기자 hyem@