

# “시로 더 짧고 강력하게”… 플랫폼 업계, 숏폼 콘텐츠 강화

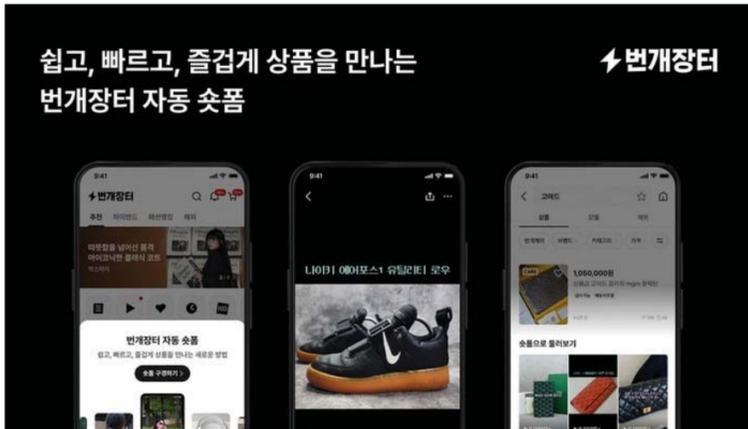
숏폼, 스마트폰 선호 콘텐츠 1위  
네이버 등 플랫폼社 최적화 속도  
AI 기술 접목해 작업 효율성 높여  
개인화 콘텐츠로 소비자 만족도 ↑

스마트폰 사용자들의 콘텐츠 소비 패턴이 숏폼(1분 내외의 짧은 영상) 중심으로 급격히 변화하면서, 2025년 신년을 맞아 국내 주요 플랫폼 기업들이 인공지능(AI) 기술을 접목한 숏폼 콘텐츠 강화에 총력을 기울이고 있다.

5일 방송통신위원회와 한국정보통신진흥협회가 발표한 ‘2024 방송매체 이용행태조사’ 결과에 따르면, 스마트폰 사용자들이 가장 선호하는 콘텐츠 유형은 ‘숏폼’으로 나타났다.

조사에 따르면 스마트폰을 통해 주 5일 이상 이용하는 주요 콘텐츠로는 41.8%가 숏폼을 선택했으며, OTT(39.4%), 실시간 스트리밍(26.2%) 등이 뒤를 이었다.

숏폼 콘텐츠의 시장 성장 전망도 밝다. 마켓리서치뷰처에 따르면, 숏폼 플



변개장터는 지난달 20일 시를 활용해 상품 정보를 자동으로 숏폼 영상으로 제작할 수 있는 기능을 출시했다. /변개장터

랫폼 시장 규모는 2023년 266억 달러에서 2032년 2895억2000만 달러로 연평균 30.33% 성장할 것으로 예상된다.

이에 국내 주요 플랫폼들은 숏폼 콘텐츠 강화에 박차를 가하고 있다.

네이버는 모바일뿐만 아니라 PC 버전에도 숏폼 콘텐츠를 추가하며 플랫폼 전반에서 숏폼 콘텐츠를 강화하고 있다.

네이버의 숏폼 플랫폼 ‘클립’은 지난 12월 기준, 재생 수가 전년 동기 대비 7배 증가했으며, 클립 채널 수는 3배, 콘텐츠 생산량은 5배 이상 늘었다.

네이버는 2025년에도 숏폼 콘텐츠에 대한 투자를 지속할 계획이다. 클립 크리에이터 5000명을 선발해 다양한 주제의 숏폼을 제작하고, 총 70억원 규모의 지원 혜택을 제공할 예정이다. 또 매월

10건 이상의 숏폼 콘텐츠를 제작할 경우, 클립 크리에이터에게 기본 활동비와 미션 연속 완료 시 보너스 활동비를 추가로 지급할 계획이다.

카카오엔터테인먼트는 ‘AI 헬릭스 쇼츠’를 통해 웹툰과 웹소설의 줄거리를 AI로 요약해 숏폼 콘텐츠로 제작하고 있다. 이 서비스는 방대한 양의 웹툰과 웹소설 콘텐츠를 짧고 간결하게 변환해 사용자가 빠르게 내용을 파악할 수 있도록 돕는다.

송근욱카카오엔터 AI응용기술개발팀 백엔드 엔지니어는 “지난달 카카오 페이지 홈 화면에 ‘헬릭스 쇼츠’를 도입한 이후, 해당 서비스가 노출된 영역에서 작품을 열람하고 구매하는 비율이 약 40% 증가했다”고 밝혔다. 그는 “제작 시간이 감소하면서 생산 가능한 쇼츠 생산량이 크게 늘어 시간과 비용 측면에서 효율성이 크다”고 설명했다.

토종 OTT 플랫폼 ‘티빙’도 지난 12월 초 모바일에 최적화된 세로형 숏폼 서비스 ‘쇼츠’를 출시했다. OTT 앱 내에서 숏폼과 롱폼을 자유롭게 전환하며

시청할 수 있는 이 서비스는 기존 OTT의 장점과 숏폼의 트렌드를 결합했다는 게 특징이다.

중고거래 플랫폼 당근은 최근 숏폼 서비스 ‘당근 스토리’를 전국으로 확대 적용했다. 2023년 11월 서울 일부 지역에서 시작된 이 서비스는 1년 만에 일평균 업로드 수 60배, 시청 수 24배 증가라는 성장을 기록했다.

변개장터는 지난달 20일 AI를 활용해 상품 정보를 자동으로 숏폼 영상으로 제작할 수 있는 기능을 출시했다. 판매자가 상품 이미지와 설명을 작성하면 변개장터의 자체 AI가 이를 분석해 상품 정보를 담은 최소 5초에서 최대 60초 사이의 동영상을 만들어 준다.

업계 전문가들은 AI를 활용한 개인화된 콘텐츠 제공과 소비자 참여형 콘텐츠가 더욱 중요해질 것으로 전망한다. 한 전문가는 “2025년에는 AI가 생성한 숏폼 콘텐츠와 인간 크리에이터의 창의성이 시너지를 이루는 새로운 콘텐츠 생태계가 형성될 것”이라고 전망했다. /이혜민 기자 hyem@metroseoul.co.kr

## “맞춤형 학습·교육혁신 기회” vs “기술 과의존·교육본질 훼손”

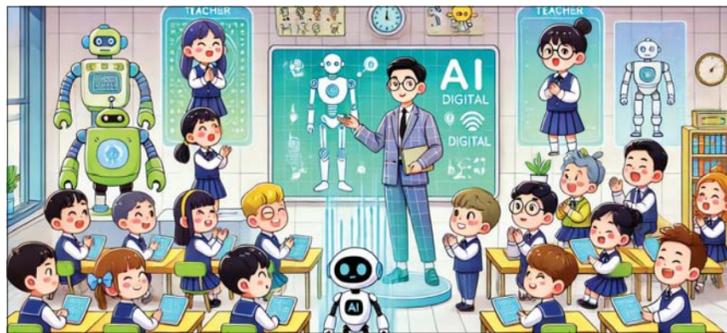
어떻게 생각하십니까?

### 인공지능 선생님

맞춤학습으로 교육격차 해소 기대  
디지털 역량 강화, 미래 준비 도구  
스마트폰 중독·과의존 등 우려도

지난달 11일(현지시간) SNS에서는 오픈AI의 챗GPT 서비스 장애를 두고 괴소문이 돌았다. 과제와 시험에 챗GPT를 적극 활용하던 미국의 대학생들이 기말고사를 맞아 일제히 접속하면서 트래픽 과다로 서버가 멈췄다는 소문이였다. 실제로는 10일 영상제작 AI ‘소라 터보(SORA Turbo)’가 서비스를 공식 개시한 후 이용자가 몰리면서 일어난 소동이었다. 이는 얼마나 많은 학생들이 챗GPT 등 AI를 활용하는지 단적으로 보여주는 예다.

5일 <메트로경제신문> 취재에 따르면 인공지능(AI)의 등장으로 이를 활용하는 것이 곧 인제가 갖춰야 하는 필수 능력인 시대지만, 청소년의 학습과



청소년의 학습에 있어 인공지능(AI)을 활용하는 다양한 방법이 고안되는 가운데, 전자기기 과의존 등을 우려하는 목소리와 수준별 학습 및 미래 세대 역량 성장이 중요하다는 주장이 함께 나오고 있다. /DALL-E 이미지

AI를 둘러싼 논쟁은 끊임없이 일어나고 있다.

국내에서 학습과 AI를 둘러싼 가장 첨예한 논쟁은 AI 디지털 교과서다. 지난달 26일 국회 본회의는 AI 교과서를 교육자료로 규정하는 초·중등교육법 개정안 등 9개 교육부 소관 일부개정법률안과 학생맞춤통합지원법 등 2개 제정안을 의결했다.

초·중등교육법 개정안은 교과서의 정의와 범위를 도서 및 전자책으로 제

한하고 AI 교과서를 교육자료로 규정했다. 전자책은 교과서의 내용을 담은 음반, 영상 또는 전자적 매체에 실어 학생이 컴퓨터 등 정보처리장치를 이용해 읽거나 보고 들을 수 있게 발행한 것으로, AI 교과서를 포함하지 않았다. 이에 따라 AI디지털 교과서는 내년 신학기부터 일괄 도입될 예정이었으나 차질을 빚게 됐다.

AI 디지털 교과서는 교육현장에서 도 장단점과 학습효과에 대한 논의가

첨여하다.

한국교원단체총연합회는 최근 논평을 통해 “AI 디지털 교과서는 교사를 대신하는 것이 아니라 학생 개인을 피드백해야 한다는 점에서 교사가 더 필요한 요인”이라고 강조했다.

연합회가 유초중등교원 5751명을 대상으로 한 설문조사에서도 교사들의 의견이 엇갈렸다. ‘도움이 된다’ 응답한 교원은 37.5%, ‘도움되지 않는다’고 답한 교원은 33.1%로 나타났다. 가장 큰 단점으로 꼽힌 것은 ‘학습에 있어 기술에 대한 과의존을 유발한다(33.5%)’였다.

반면 한국교육과정평가원의 ‘에듀테크 활용 교육의 조사 및 활성화 방안 연구’ 보고서 결과는 달랐다. 보고서에 따르면 지난 4월 전국 242개 일반고 수학·영어·과학·정보 교사 중 에듀테크 활용 경험이 있는 교사 405명 중 ‘학습 참여도 제고’에도 92.1%가 효과가 있다고 응답했다. ‘맞춤형 학습 지원’에는 90.6%가 동의했다. ‘학생의 디지털 역량 함양’(90.4%)도 효과가

있다는 응답이 90%를 넘었다.

일선 교육현장에서는 우려와 기대가 공존하고 있다. 서울 모 초등학교 교사인 유모씨(43)는 “지금 초등학생들의 스마트 의존도는 밖에서 상상하는 것 이상”이라며 “사용하지 못하도록 막으면 저학년은 울고 떼쓰고, 고학년은 화내고 욕하기도 하는 상황인데, 태블릿PC를 이용한 교육은 전자기기 의존도를 더 키우는 게 아닐까 우려스럽다”고 의견을 냈다.

반면 중등교사 정은지(38)씨는 “교실에서 이뤄지는 수업은 아무리 교사가 신경쓰더라도 어쩔 수 없는 한계가 있고 그 한계 속에서 수업 수준을 따라오지 못하는 학생은 낙오되기 마련인데 AI가 새로운 해결책이 될 수 있리라 생각한다”고 의견을 밝혔다.

IT업계에서조차 의견은 나뉜다. 교사들과 마찬가지로 전자기기 및 AI에 대한 과의존에 대한 걱정과 AI 네이티브(AI Native) 시대를 살아갈 미래세대에 맞춘 학습이 필요하다는 주장이 함께 한다. /김서현 기자 seoh@

## 대만, 확률형 아이템 정보공개 의무화 호주, 현실감 강조 폭력적 장면 금지

글로벌 게임정책·법제연구 보고서  
싱가포르 등 5개국 환경 심층 분석

국내 게임사의 글로벌 진출을 돕기 위해 국가별 정책, 법률, 문화 등 요소를 종합적으로 담은 보고서가 발간됐다. 이번 보고서는 주요 게임 시장으로 급성장 중인 국가들을 대상으로 하고 있어 향후 적극적인 활용이 기대된다.

한국게임산업협회는 한국콘텐츠진

흥원과 함께 ‘2024 글로벌 게임 정책·법제 연구 보고서’를 5일 공개했다

보고서는 싱가포르, 대만, 브라질, 호주, 인도의 법적 환경을 심층 분석하고 ▲등급 분류 ▲확률형 아이템 규제 ▲개인정보보호 ▲사업자 등록 요건 등 다양한 내용을 다뤘다. 이와 함께 국내 게임사가 해당 국가에 진출할 때 직면할 수 있는 주요 규제와 대응 방안도 제시했다.

먼저 싱가포르를 정보통신미디어계

발청이 게임산업을 담당하며, 온라인 다운로드 방식으로만 제공되는 게임은 등급 분류를 받지 않아도 된다.

다만 디스크/메모리카드 등 저장 매체를 이용하거나 배포되는 물리적 콘솔에 게임이 사전 설치된 경우, 대중에게 게임을 제공하는 경우(전시, 아케이드 스타일 등)에는 반드시 등급 분류를 받아야 한다.

특히 종교 및 인종 간 조화를 중요한 사회적 가치로 삼고 있어 게임 내 논란 요소가 포함될 수 있는 콘텐츠에는 강력한 제재가 가해진다.

브라질은 연방정부 문화부가 게임산업 규제를 맡고 있다. 최근 들어 확률형 아이템 정보 공개와 청소년 대상 판매

금지 법안이 발의되고 있어 관련 동향을 지속적으로 확인할 필요가 있다.

대만은 확률형 아이템 정보 공개를 의무화하는 규제가 시행 중에 있다. 이에 따라 아이템 확률 정보를 백분율로 명시해야 하며 위반 시 벌금 및 시정 명령이 부과된다. 또한 게임물 자체 등급 분류 시스템을 운영해 사업자가 스스로 등급을 분류하고 이를 관리기관에 등록해야 하므로 유의해야 한다.

호주는 등급 분류와 청소년 보호에 엄격하며, 2024년부터 유료 확률형 아이템을 포함한 게임은 15세 이상 등급(M등급)으로 분류하고 있다. 아울러 게임 콘텐츠 내 과도한 폭력 묘사나 현실감을 강조한 폭력적 장면은 금지된다.

인도의 경우 온라인게임 담당 지정 주무부처는 전자·정보기술부, e스포츠 담당 주무부처는 청년·스포츠부 산하 스포츠청이 담당하고 있으나 게임산업을 전담하거나 규제하는 별도 기관은 없다. 대체로 종교와 전통을 고려했을 때 특정 종교에 대한 비판 콘텐츠는 강력한 반발을 불러일으킬 수 있어 신중히 접근해야 한다.

강신철 협회장은 “이번 연구가 해외 시장 진출에 있어 각국의 고유한 정책과 문화를 고려한 게임산업 전략 수립에 큰 도움이 되기를 바란다”며 “국내 게임업계가 글로벌 시장에서 도약할 수 있도록 지속적인 지원을 아끼지 않겠다”고 말했다. /최빛나 기자 vitna@