오디오 기반 SNS '클럽하우스'분석

김규리 선임연구원(AI·미래전략센터, grkim@nia.or.kr)

최근 급부상하고 있는 오디오 SNS '클럽하우스'를 통해,오디오 기반 서비스의 새로운 트렌드 분석

오디오 기반 서비스 모델의 진화

- 코로나19 확산에 따른 봉쇄(lock down)로 비대면 인터랙션이 늘어나면서 영상 기반 서비스에 대한 부담감과 함께 새로운 포맷의 인터랙션에 대한 사용자 니즈도 증가
  - 재택근무 증가로 온라인 화상회의 서비스(줌, 구글밋 등)의 사용이 늘면서, 그로 인한 피로감(줌 피로(zoom fatigue)*)도 증가
    * 줌 피로(zoom fatigue) : 회의가 온라인으로 전환되면서 절대적 횟수가 증가하거나, 실제 대면 회의와의 차이점[1]에서 오는 온라인 화상회의 피로증후군
  - 영상 기반 서비스와 비교해 상대적으로 일상생활에서 간편하게 사용할 수 있는 오디오 기반 서비스의 인기가 상승[2]

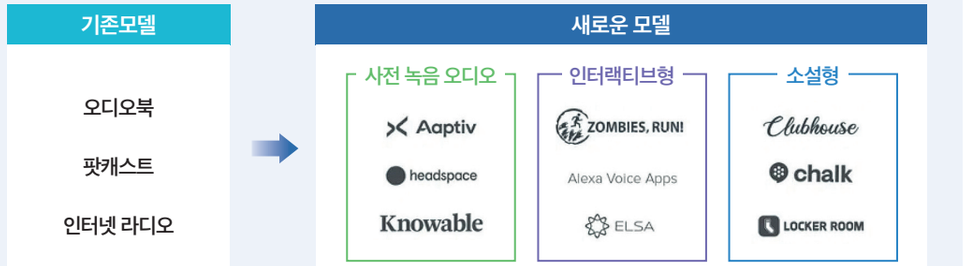
- 멀티태스킹의 가능성과 AI 스피커, 무선 이어폰 등 오디오 친화적인 디지털 기술의 확산에 따라 오디오 기반 서비스의 잠재력이 재조명되고 있음
  - 오디오는 한 곳에 시선을 고정해야 하는 동영상 서비스와 달리, 멀티태스킹이 가능해 상대적으로 이용 시간이 길어지는 경향[3]이 있어 유료화와 광고에 유리

1) https://www.nationalgeographic.com/science/2020/04/coronavirus-zoom-fatigue-is-taxing-the-brain-here-is-why-that-happens/
2) '디지털 시대 라디오스타의 부활, '듣는 콘텐츠'가 뜬다', 이코노믹리뷰, 2020.10.18.
3) https://blogs.adobe.com/digitaldialogue/digital-marketing-ko/why-audio-content-is-making-a-comeback-in-video-era-kr/

  - AI 스피커와 무선 이어폰를 통해 언제 어디서든 손쉽게 오디오 서비스를 이용할 수 있는 환경 구축되었으며, 커넥티드 카 등 차세대 기술의 확산은 이러한 변화를 더욱 가속할 전망

- 이처럼 오디오 기반 서비스에 대한 수요가 증가하면서 이전보다 진화된 형태의 다양한 오디오 서비스 모델이 등장하기 시작
  - 기존 오디오북, 팟캐스트, 인터넷 라디오 등의 형태에서 사전녹음, 인터랙티브, 소셜 등 세분화된 서비스 모델에 따라 다양한 서비스가 나타남

참고 새로운 오디오 기반 서비스 모델의 유형[4]



출처 | Andrew Chen(2020)

참고 오디오 기반 서비스 모델 유형별 예시

모델 유형	설명	예시	
사전녹음 오디오	사전녹음한 오디오 콘텐츠를 제공 ex) 팟캐스트	Aaptiv	○ **에이앱티브** 오디오 기반의 맞춤형 피트니스 프로그램을 제공하는 서비스
인터랙티브 오디오	사용자의 상태에 반응하여 상황에 맞춘 오디오 서비스 제공 ex) AI 스피커 어플		○ **좀비즈, 런!** 사용자의 위치, 이동 경로, 이동속도에 따라 각각 다른 좀비 소리를 들려주는 달리기 어플
소셜 오디오	음성 기반으로 다른 사용자와 소통이 가능한 서비스 ex) 양방향 인터넷 라디오		○ **락커룸**[5] 스포츠 관련 주제로 방을 만들어 다른 사용자들과 실시간으로 대화할 수 있는 서비스

4) https://a16z.com/2020/12/07/social-strikes-back-audio/?openLinerExtension=true
5) 'Axios Sports : 1 big thing: A new way to talk sports', Axios, 2020.10.27.

소셜 + 오디오 = SNS의 미래?

- 유튜브, 인스타그램 등 이미지, 비디오 기반 SNS 서비스는 포화 상태[6]로, 사용자들이 스크린을 보지 않는 시간을 확보하는 방법으로 소셜 오디오(오디오 기반 SNS)가 부상[7]
  - 미국의 VC '안드레센 호로위츠'의 투자자 앤드류 첸은 서비스 속성(attributes) 조합에 따라 수천 가지 혁신적 모델을 만들어 낼 수 있음을 들어, 오디오 모델의 가능성을 높이 평가[8]

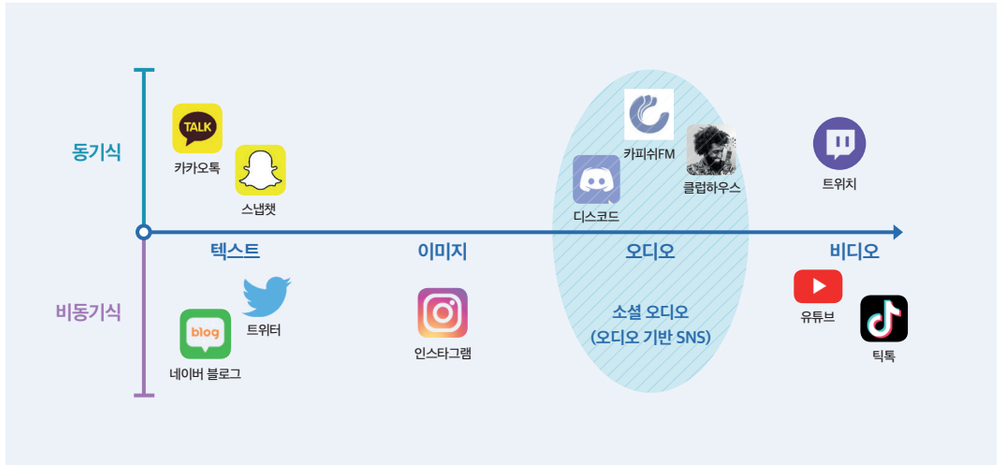
참고 소셜 오디오 모델의 속성

크리에이터	누가, 왜 콘텐츠를 제작하는가?
청중	누가 듣는가?
네트워크	어떻게 콘텐츠를 팔로우 하는가? (일대일? 일대다?)
적용사례	소통, 퍼블리싱, 이커머스,
순간성	콘텐츠를 저장 가능한가? 일회성인가?
탐색 방식	사용자들이 콘텐츠를 어떻게 찾는가? (팔로잉? 관심 그룹? 알고리즘?)
상호작용	상호작용이 적극적(lean-forward)인가?, 소극적(lean-back)인가?
포맷	생중계(live) vs. 녹음(recorded), 숏폼(short-form) vs. 롱폼(long-form)
서비스 방식	독자적(stand alone) 서비스 vs. 부가기능
버티컬	특정 주제에 특화된 콘텐츠인가? (스포츠, 정치, 픽션 등)
도구	간단하게 사용할 수 있는가? 복잡한 도구가 필요한가?
플랫폼	모바일 앱? AI 스피커 앱?
비즈니스 모델	수익모델(유료앱, 구독, 광고 등)은? 크리에이터들에 대한 수익배분 방법?

6) '코로나에 더 강해진 넷플릭스…"경쟁자는 수면시간뿐"', 매일경제, 2020.9.29.
7) https://brunch.co.kr/@mattcha/131?openLinerExtension=true
8) https://a16z.com/2020/12/07/social-strikes-back-audio/?openLinerExtension=true

- 기존 SNS는 텍스트, 이미지, 비디오 포맷에 집중되어 있으며, 이러한 틈새시장을 겨냥하여 클럽하우스 외에도 다양한 소셜 오디오 서비스가 등장

참고 SNS의 분류[9]



새로운 sns의 모습을 제시하는 '클럽하우스'

1 클럽하우스의 개요

- 구글 출신 개발자 로언 세스와 창업가 폴 데이비슨는 '알파 익스플로레이션'을 설립하고, 2020년 3월 '클럽하우스' 서비스를 출시
  - 먼저 출시했던 인플루언서 팟캐스트 서비스 '토크쇼'에 대한 사용자 피드백을 바탕으로, 사용자가 직접 대화에 참여할 수 있도록 양방향 소통기능을 강화한 '클럽하우스'를 개발

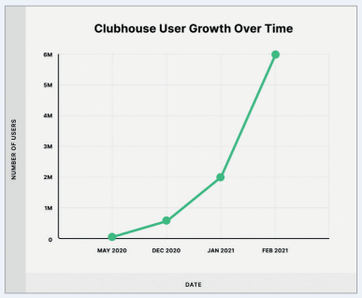
- 클럽하우스는 회원의 초대를 받은 사람만 서비스에 가입할 수 있지만, 가입 후에는 관심 인물·주제에 따라 자유롭게 대화방 참여 및 발언 가능
  - 기존 회원의 초대로만 가입 가능한 폐쇄형 SNS의 성격을 띠고 있으며, 가입자 정보에서 그 회원을 초대한 사람을 노출 시킴으로써 사용자들의 신뢰를 확보

9) OOJOO(https://brunch.co.kr/@ioojoo/99)의 도식을 내용에 맞게 일부 수정

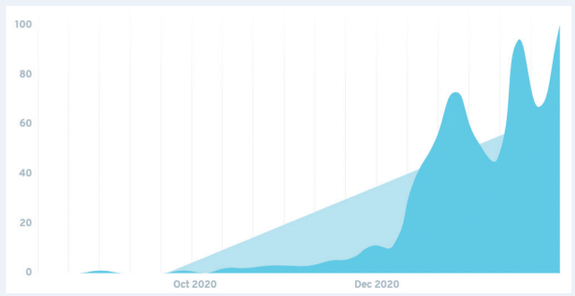
- 특정인을 팔로잉하거나 관심 주제를 기반으로 대화방을 검색하여 참여할 수 있으며, 대화방에 참여하면 친구(팔로워)가 아닌 사람과도 자유롭게 대화 가능
- 모더레이터(대화방을 개설한 사람), 스피커, 리스너의 역할이 분배되어 있으면서도, '손들기'를 통해 발언권을 얻을 수 있어 일정 수준의 자유로운 발언을 보장

- **일론 머스크와 로빈후드 CEO의 토론[10] 등 인플루언서들의 활동이 이슈가 되면서 사용자 수가 가파르게 증가하고 있으며, 경제적 가치도 높게 평가받고 있음**
  - 미국 실리콘밸리의 스타트업 관계자, 벤처 투자자들 사이에서 입소문이 나며 폭발적 인기를 끌기 시작했으며, 2021년 2월 기준 가입자 수 600만 명을 돌파[11]
  - 클럽하우스를 개발한 알파 익스플로레이션은 8개월 만에 1억 달러(20.5)에서 10억 달러(21.1)로 기업가치가 10배 상승하여 유니콘 기업으로 성장

참고 **클럽하우스의 사용자 수 및 검색 관심도 추이**



▶ 사용자 수는 21년 1~2월 1개월 만에 3배 증가



▶ 'clubhouse app'의 글로벌 검색량은 6개월 동안 99배 증가[12]

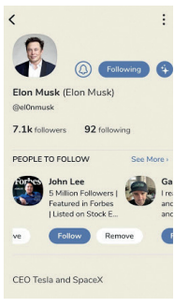
10) '일런 머스크 vs 로빈후드 창업자, 게임스탑 주가 놓고 머스크 추궁', 매일경제, 2021.2.10
11) https://backlinko.com/clubhouse-users
12) https://explodingtopics.com/topic/clubhouse-app?period=6

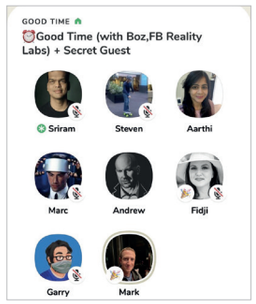
2 클럽하우스의 특징

- **자유롭고 간편한 이용**
  - 정치, 시사 경제, 기술뿐만 아니라 여행, 잡담 등 대화의 주제 제한이 없고, 대화방에 참여하더라도 발언하지 않고 청취만 해도 되며, 알림 없이 조용히 퇴장 가능
  - 영상이나 이미지와 달리 카메라, 스튜디오 등 사전 준비 없이 언제 어디서든 간편하게 사용 가능하며, 콘텐츠 제작에 드는 시간적·경제적 비용도 상대적으로 저렴

- **일회성 서비스**
  - 대화방에서 이루어지는 대화는 대화방이 운영되는 동안 임시 저장되며, 대화가 완료되면 즉시 삭제하는 방식으로 관리되며 대화를 녹음하는 행위는 원천적으로 차단[13]
  - 녹음할 수 없어, 정해진 시간에 참여하지 않으면 다시는 대화 내용을 들을 수 없다는 점은 사용자들의 FOMO(fear of missing out, 고립공포감)*를 자극
    * FOMO : 벤처 캐피탈리스트 패트릭 맥기니스가 만든 용어로, 다른 사람들이 즐거워하는 일에서 나만 소외될지도 모른다는 두려움을 가리키는 말[14]

- **인플루언서 이코노미**
  - 오프라 윈프리, 일론 머스크, 자레드 레토 등 여러 분야의 인플루언서들이 유입되어 토크쇼, 네트워킹 이벤트, 연극 공연, 토론 등 다양한 성격·형식의 대화방이 운영
  - 사용자들은 클럽하우스를 통해 유명 인플루언서들을 가까이 접할 수 있으며, 대화방에 참여하여 직접 자신의 의견을 전달할 수도 있음
  - 추후 클럽하우스는 다양한 분야의 인플루언서들을 추가 영입할 계획이며, 이들이 간편하게 콘텐츠를 만들 수 있도록 관련 지원 도구를 개선·보완할 예정





▶ 일론 머스크의 클럽하우스 프로필과 VR/AR 대화방에 나타난 마크 주커버그

13) 사용 기기에서 녹음 기능을 켜면 앱에서 경고 문구가 뜨며, 반복되면 계정이 차단되도록 설정되어 있음
14) '[해봤다] 거 카메라 치우고 말로 합시다', 테크엠, 2021.2.10

시사점

- 클럽하우스의 인기는 뉴노멀 시대 오디오 포맷 기반의 새로운 비대면 커뮤니케이션 방식에 대한 가능성을 확인하는 계기
  - 오디오 서비스는 편의성과 경제성 측면에서 가치를 인정받고 있으며, 다양한 속성 조합으로 새로운 혁신 서비스가 개발될 가능성이 큼
  - 또한, 무선 이어폰, AI 스피커 등으로 구축된 새로운 인간-컴퓨터 인터랙션 환경을 바탕으로 더욱 다양한 서비스 모델이 출현할 전망

- 하지만, 클럽하우스의 일회적이고 폐쇄적인 서비스 방식으로 차별, 혐오 등에 대한 문제가 지속해서 제기되고 있으며, 이를 해결하기 위한 새로운 가이드라인 필요
  - 클럽하우스에서의 벤처 투자자들의 여성혐오 발언[15], 흑인에 대한 인종차별 행태[16] 등이 이슈가 되자, 클럽하우스는 이를 해결하기 위해 사전 교육, 모니터링 등의 방법을 도입
  - 이러한 문제는 새로운 포맷을 기반으로 하는 서비스 대부분이 겪게 될 문제로, 새로운 서비스에 맞게 개선·보완된 가이드라인 마련 필요

15) 'The future of social networks might be audio', MIT Technology Review, 2021.2.8
16) 'Clubhouse was meant to be a safe space for Black women - and then it wasn't', Gal-dem, 2020.12.18

참고 자료

1. 매일경제, '일런 머스크 vs 로빈후드 창업자, 게임스탑 주가 놓고 머스크 추궁', 2021.2.1.
   https://www.mk.co.kr/news/world/view/2021/02/106168/
2. 이코노믹리뷰, '디지털 시대 라디오스타의 부활, '듣는 콘텐츠'가 뜬다', 2020.10.18.
   https://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=415707
3. 테크엠, '[해봤다] 거 카메라 치우고 말로 합시다', 2021.2.10.
   https://www.techm.kr/news/articleView.html?idxno=80381
4. Axios, 'Axios Sports : 1 big thing: A new way to talk sports', 2020.10.27.
   https://www.axios.com/newsletters/axios-sports-5f4ceadf-a060-4470-b70f-41ddd2ceb65b.html?chunk=0&utm_term=emshare#story0)
5. Gal-dem, 'Clubhouse was meant to be a safe space for Black women – and then it wasn't', 2020.12.18.
   https://gal-dem.com/clubhouse-black-women-misogynoir/
6. MIT Technology Review, 'The future of social networks might be audio', 2021.2.8.
   https://www.technologyreview.com/2021/01/25/1016723/the-future-of-social-networks-might-be-audio-clubhouse-twitter-spaces/)
7. National Geographic, ''Zoom fatigue' is taxing the brain. Here's why that happens', 2020.4.24
   https://www.nationalgeographic.com/science/2020/04/coronavirus-zoom-fatigue-is-taxing-the-brain-here-is-why-that-happens/)

1. 「SPECIAL REPORT」는 글로벌 미래전략과 디지털 혁신 동향을 시의성있게 분석한 보고서 입니다.
2. 본 보고서는 방송통신발전기금으로 수행한 정보통신·방송 연구개발 사업의 결과물입니다.
3. 본 보고서 내용의 무단 전재를 금하며, 가공·인용할 때는 반드시 출처를 「한국지능정보사회진흥원(NIA)」이라고 밝혀 주시기 바랍니다.
4. 본 보고서의 내용은 한국정보화진흥원의 공식 견해와 다를 수 있습니다.