게임에서 OTT로 옮겨간 여가

올해 게임 이용률 50.2%…5년 새 20% 넘게 급감
OTT 콘텐츠 다양·시간 장소 제약 없어 이용 편리

올해 게임 유저 86.3%가 게임 대신 OTT 서비스 등 시청 중심 감상활동을 선택했다. 〈클립아트코리아〉

한때는 온라인을 떠들썩하게 했던 '게임'의 시대가 져가고 있다.

넷플릭스, 티빙, 디즈니플러스까지 다채로운 볼거리를 자랑하는 온라인동영상서비스(OTT)가 활성화되면서 게임 유저들이 '쉬운 시청'을 위해 오락의 방향성을 옮기고 있는 추세다.

최근 한국콘텐츠진흥원이 발표한 '2025 게임이용자 실태조사'에 따르면 올해 게임 이용률은 5년 전과 비교했을 때 눈에띄게 떨어진 것으로 나타났다.

올해 7월부터 8월까지 전국 10~69세 국민을 대상으로 진행한 실태조사 결과 2020년 70.5%였던 게임 이용률은 2022년 74.4%로 증가했지만 코로나19 여파가 사라진 2023년부터는 62.9%로 급감, 다음해 59.9%를 기록했다.

올해는 게임 이용률은 50.2%로 집계됐다. 5년 전과 비교했을 때 20% 넘게 감소한 셈이다.

게임의 자리는 OTT가 차지했다. 시청 중심 감상활동(OTT·영화·TV·애니메이션 등)으로 게임을 대체하고 있다는 답변이 86.3%로 우세했다.

운동(40.3%), 읽기 중심 감상 활동(37.5%), 전시회와 스포츠 경기 등 체험활동(32.6%), 음악감상(28.7%)이 뒤를 이었다. 게임을 대신하고 있는 매체들이 대부분 '쉬운 시청' 위주로 구성돼 있음을 알 수 있는 부분이다.

OTT의 경우 동 기관이 조사한 '2025 콘텐츠 이용행태'를 보면 유튜브(85.4%)가 가장 많고 넷플릭스(47.6%), 쿠팡플레이(18.9%), 티빙(13.1%), 디즈니플러스(8.3%) 순으로 이용했다. 대부분 스마트폰(91.7%)을 이용했고 TV(31.5%), PC(10.6%) 이용은 비교적 적었다.

구독하는 이유로는 콘텐츠가 다양하고 시간과 장소적 제약이 없다는 점을 들었다. OTT에만 있는 콘텐츠를 감상할 수 있고 이용이 편리하다는 점도 이용의 이유였다.

가장 높은 수준의 게임 이용률을 보인 연령대는 10대(80.9%)였고 이용률이 가장 낮은 연령대는 60대(23.1%)였다.

게임을 한다고 답한 유저들은 게임을 하는 가장 큰 이유로 '스트레스 해소'를 들었다. 여가시간 소진을 위해(11.6%), 현실에서 겪을 수 없는 경험을 위해(10.7%)한다는 답변도 이어졌다.

지난 1년간 게임을 이용하지 않았다고 응답한 게임 미이용자 유형으로는 1년 이내에 이용하지 않았다는 응답이 39.9%로 가장 많았고 1~3년간 미이용은 11.7%, 3년 이전에 경험이 없다고 답한 응답자는 25.4%였다. 게임을 전혀 이용해 본 적 없다는 응답자도 23.1%였다.

게임을 이용하지 않는 이유로는 시간이 부족하다(44.0%)나 흥미가 감소(36.0%)했다는 답변이 많았다. 대체 여가를 발견했다는 답변도 34.9%나 됐다.

게임 유형별 이용하는 이유도 각기 달랐다. PC 게임 유저들은 높은 몰입감 조성, 이용 환경의 익숙함, 비용 대비 높은 만족도를 꼽았고 모바일 게임 유저들은 이용 환경의 편리함 외에도 플랫폼 독점 콘텐츠와 플랫폼 고유 매력을 언급했다. /김다인 기자 kdi@kwangju.co.kr

과학관에서 '모두가 행복한 크리스마스'

국립광주과학관, 25일 특별행사…뮤지컬 갈라쇼·호작도 체험 등

국립광주과학관이 크리스마스를 맞아 다채로운 프로그램을 선보인다. 국립광주과학관은 온 가족이 함께 참여할 수 있는 '2025 크리스마스 특별행사·모두가 행복한 크리스마스'를 개최한다고 23일 밝혔다. 〈사진〉

'모두가 행복한 크리스마스'를 주제로 열리는 이번 특별행사는 크게 공연과 체험, 이벤트 프로그램으로 마련됐다.

먼저 크리스마스 당일 본관 1층 상상홀에서는 '크리스마스 뮤지컬 갈라쇼'가 펼쳐진다. 과학관 누리집에서 온라인 사전예약해야 하며 현장에서는 잔여석에 한해 무인발권기로 발권가능하다.

체험 프로그램으로는 상설 전시관에서 오후 1시부터 오후 5시 30분까지 '산타와 사진찍고 선물받자!'가 펼쳐진다. 아이들은 과학관 곳곳에 있는 산타를 찾아 사진도 찍고 풍성한 선물도 받을 수 있다.

전 세계를 강타한 '케이팝 데몬 헌터스' 더피와 서씨 그림의 전통 민화 '호작도' 썬캐처를 만들어보는 체험도 오후 1시부터 본관 1층 스틸랩에서 열린다.

야외 전역에서는 오전 9시 30분부터 입장 마감까지 캐롤이 울려퍼진다. 크리스마스 당일 산타모자나 산타복, 빨강 또는 초록 의상을 착용하고 과학관을 방문한 관람객에게는 과학관 본관과 어린이 과학관, 인공지능관을 모두 관람할 수 있는 '트리플 패스'를 무료로 제공한다.

한편 내년 3월 2일까지 진행되는 기후·멸종위기 특별전 '위기의 지구, SOS'에서도 다양한 이벤트가 진행된다. /김다인 기자 kdi@kwangju.co.kr

'1분에 600개 글' 네이버 블로그

올해 3억3천만개 기록 역대 최대

네이버가 올 한 해 블로그 서비스 관련 특이점을 정리한 '2025 블로그 보고서'를 22일 공개했다.

보고서에 따르면 네이버 블로그에서 올해 글이 3억3000만개 발행되며 역대 최대치를 기록했다. 1분마다 600개의 새로운 기록이 쌓인 셈이다.

블로그 순방문자 수는 4500만명을 돌파했고 올해 블로그에서 맺어진 이웃 수는 1억4000만건으로 집계됐다.

네이버는 지난 7월 영화, 책, 음악 등 동일한 글감이 첨부된 블로그 글을 연속적으로 탐색할 수 있는 '글감 피드' 기능을 도입했다. 9월에는 이웃 관계, 관심사와 활동 이력 등을 바탕으로 인공지능(AI) 기반 추천을 강화한 새로운 '블로그 홈'을 선보였다.

다양한 글감을 활용해 취향을 기록하는 '왓츠인마이블로그' 챌린지 참여자 80%가 1030세대로 자신의 취향을 분석해 정체성을 표현하는 것을 선호하는 MZ세대 사용자로부터 인기를 얻은 것으로 분석됐다. 글감이 첨부된 게시글 수는 작년보다 77% 증가한 약 7000만 개로 글감 중 가장 인기 있었던 카테고리는 음악, 책, 영화 순으로 나타났다.

한편, 개인의 블로그 이용 분석을 제공하는 '2025 마이 블로그 리포트'에서는 1년 동안 이용자의 블로그에 쌓인 데이터를 바탕으로 내가 선호한 주제, 블로그 글 작성 스타일, 많이 쓰는 단어와 블로그 기능 등을 알려준다. /연합뉴스

쏠쏠 IT 정보

KT, 연말연시 네트워크 집중관리

KT는 크리스마스와 연말연시 기간 안정적인 통신 서비스 제공을 위해 네트워크 집중관리 체제를 운영한다고 18일 밝혔다

KT는 성탄절 관련해 인파가 몰리는 크리스마스 마켓이나 대형 공연장, 백화점, 번화가 등과 연말 타종식, 새해 해맞이 장소인 행사 현장, 해변·봉우리 등을 별도 관리 지역으로 지정해 다음 달 2일까지 기지국 증설과 품질점검 등을 통해 대응한다. 1천여명의 네트워크 전문가를 전국 주요 통신센터에 배치돼 유무선 서비스 이상 여부도 점검한다.

아울러 '성탄절', '크리스마스', '선물' 등 휴일을 악용하거나 '새해 인사', '택배' 등을 사칭한 스미싱, 피싱과 같은 사이버 공격도 대비할 방침이다. 'AI 스팸 수신 차단 서비스'로 스팸 문자를 자동 식별하고 차단해 고객 피해를 줄인다는 계획이다.

카카오, '브런치 독서' 참가자 모집

카카오가 오는 28일까지 '브런치 독서챌린지' 참가자 1만명을 선착순 모집한다고 23일 밝혔다.

참가자는 브런치 앱 라이브독서 기능으로 독서노트를 작성하면 자동으로 챌린지에 참여할 수 있다. 라이브독서는 러닝 앱으로 달리기를 기록하듯이 실시간으로 독서 시간이나 분량을 기록하는 기능이다.

전체 챌린지 기간 독서노트를 3일 이상 기록한 참여자 1000명에게는 이슬아 작가의 '가녀장의 시대' 특별판과 브런치 독서클럽 굿즈를 증정한다.

카카오의 임팩트 커머스 카카오메이커스가 2025 메이커스 연말 결산 리포트를 공개했다.

리포트에 따르면 농축수산물의 제값을 찾아주는 '제가버치'에서 약 70만명의 고객이 약 1500t의 농축수산물을 거래했다. '못난이 농산물'은 화장품으로 재탄생했고, 유채꽃 25만송이가 새 주인을 찾았다. 전국 산불로 어려움을 겪은 농가를 돕기 위해 수익금 2000만원이 전국재해구호협회에 전달됐다.

과기부, '알뜰폰허브' 전면 개편

과학기술정보통신부는 알뜰폰 종합 정보 플랫폼 '알뜰폰허브'를 전면 개편해 소비자가 보다 쉽고 빠르게 자신에게 맞는 요금제를 찾을 수 있도록 지원한다고 23일 밝혔다.

알뜰폰허브는 2015년 알뜰폰 활성화 정책의 일환으로 구축된 플랫폼으로, 알뜰폰 사업자와 한국정보통신진흥협회(KAIT)가 협력해 운영하고 있다. 새 알뜰폰허브는 개인별 맞춤형 요금제 추천 시스템 강화, 각종 알뜰폰 혜택 정보를 한눈에 볼 수 있도록 개선, 모바일 최적화 인터페이스 구축 등에 초점을 맞췄다.

KAIT는 개편을 기념해 알뜰폰허브를 통해 개통을 완료하고 이용 후기를 등록한 이용자를 대상으로 추첨을 통해 경품을 제공할 예정이다. /연합뉴스